

# Crowdsourcing

/ Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business

クラウドソーシング／未来のビジネスを牛耳る群衆のパワー

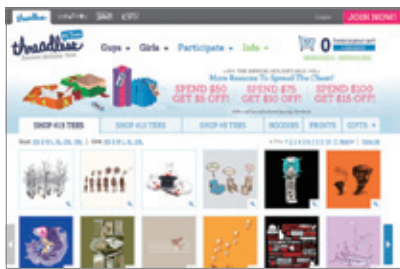
## 楓 セビル

楓 セビル

青山学院大学英米文学部卒。電通入社後、クリエイティブ局を経て1968年に円満退社しニューヨークに移住。以来、アメリカの広告界、トレンドなどに関する論評を各種の雑誌、新聞に寄稿。著書として『ザ・セリング・オブ・アメリカ』（日経出版）、『普通のアメリカ人』（研究社）など。翻訳には『アメリカ広告事情』（ジョン・オトゥール著）、『アメリカの心』（共訳）他多数あり。日経マーケティング・ジャーナル、電通報、広告批評などにコラムを連載中。現在 楓メディア代表

2000年に、自らの使用に供するために友人数人に呼びかけて立ち上げた写真のサイトが、いつの間にか、世界中の素人写真家が群れ集まる巨大なストックフォト・サイトとなった。iStockフォトがそれだ。

同じく2000年、Tシャツのデザイン・コンテストに優勝した青年が、その経験からアイデアを拾って、消費者のデザインをもとにしたTシャツストア“スレッドレス”を創設。消費者のデザインに、消費者の投票で優劣をつけ、トップ10に入ったものだけをTシャツに印刷して販売する。効率と手間の省けるこのウェブ・ビジネスは、インターネットが作り上げた新ビジネスモデルとして、ハーバード大学を始めとするさまざまな大学や企業で研究対象になった。



クラウドソーシングの典型的な例として、ハーバード大学やその他の大学でそのビジネスモデルが研究されている“スレッドレス”というTシャツメーカーのサイト。

これまで会社の社員や契約者、または特定の専門家などが担っていた仕事を、不特定多数の大衆に呼びかけ、解決法を任せることを“クラウドソーシング”という。つまり、大衆の知恵、才能、クリエイティビティ、経験、

知識などを活用して成果を上げる手法である。発端は、2006年の6月に、テクノロジー雑誌『ワイヤード』の記者／ジャーナリストで、この本の著者であるジェフ・ハウが書いた同名の記事。この記事の登場を機に、米国ではクラウドソーシングに関するさまざまな書籍や論文が登場し、クラウドソーシングは新しいビジネスモデルやソーシャル・ネットワークキングを語る際のキーワードになった。2008年に発行された本書は、その集大成ともいえるものだ。

ハウは本書の中で、クラウドソーシングなる動きの誕生を、ソフトウェアのオープンソース運動にあるとしている。中でもコンピュータオペレーション・システム、リナックス (Linux) が大きな役割を果たしている。リナックスは、コンピュータ好きの人たちが集まって作るコミュニティが、マイクロソフトのような巨大な企業のものよりずっと質の高い商品を生み出せることを実証した。

人間の労働は、企業とか組織の中にある時より、同好の士で作られているコミュニティという形の中で行われる時の方が、より効果的な結果を発揮できるという、これまでほとんど気づかれなかった人間に関する根源的な真実を明らかにしたのである。「ある仕事を行う最適な人間は、その仕事を最もしたいと思っている人間であり、その人間のパフォーマンスを評価する最適な人間は、彼、または彼女



本書の著者ジェフ・ハウ。2006年に、ハイテック関係の雑誌ワイヤードに書いた同名の記事が話題になり、“クラウドソーシング”なる言葉がはやった。本書はその集大成とも言えるもの。

の友人であり、同僚である」。

これまでその事実が見えなかったのは、インターネットのようなコネクティビティ（接続可能性）が存在しなかったからだ、本書は言う。

リナックス、アパッチ、ファイアフォックスなど、ボランティアのチームで出来上がったソフトウェア運動は、間もなくさまざまな分野に波及し、クラウドソーシングを土台とした新しいビジネスが続々と誕生した。先に述べたiStockフォト、スレッドレスなどの他に、12万5千人のメンバーを持つ化学と医薬のR&Dを行うイノセントイブ、新発見やイノベーションを売買するイノベーション・エクスチェンジ、万

人が知恵と知識を投入している百科事典ウィキペディア、星座に関する情報を一般人に頼っているギャラクシー・ズー、政治的な運動やボランティア活動を起こすことを目的としたムーブオン、2006年にDVDの評価システムとして立ち上がったネットフリックス、2008年に創設された一般人のデザインを導入した靴製造業RYZなどがそれだ。



クラウドソーシングの成功例としてよく話題になり、語られている“イノセントティブ”のサイト。世界各国の科学者、学者、素人研究家の知恵、経験、リサーチのなどを利用して、主に科学／化学製品、医薬品などの発見、開発、問題解決を行っている。

だが、クラウドソーシングはこういった小さい起業やインターネット関係のビジネスだけのものではないと本書は言う。フォーチュン500に名を連ねる企業にも波及しているのだ。例えばプロクター＆ギャンブル（P&G）もその一つ。P&Gの企業文化が、これまで非常に秘密主義、島国的なものであったことは周知の事実だ。新製品にしても、社内で開発されたものでなければ認めなかった。

だが、2000年の半ば、P&Gの成長は停滞し、新しい発見、新製品の開発能力も低下し、社内は沈滞したムードに陥っていた。その時、CEOとして就任したのが、A.G. ラフレーである。彼は就任と同時に、P&Gの史上、初めての試みを打ち出した。社員に向かって“オープン・アップ”（心を開け）を呼びかけたのだ。「販売とR&D、エンジニアリングとマーケティングを仕切っている壁を粉碎すると同時に、P&Gを下請け業者、小売業者、顧客から隔てている壁をも取り

壊すのだ」と、ラフレーは社員に宣言した。当時、P&Gの新製品の85%が社内から生まれ、外部の力を借りて誕生したものは15%に過ぎなかった。ラフレーは、それを50%に引き上げることを求め、「コネクト&デベロップ」と呼ばれる社内運動を奨励した。また、ユアアンコールなるクラウドソーシングのサイトの立ち上げに尽力した。このサイトは、さまざまな分野で活躍する科学者、研究者などの余暇を使って、P&Gのような会社や企業が直面している問題の解決に当たらせるものだ。P&Gはこのサイトの大スポンサーであるばかりでなく、先に述べたイノセントティブのスポンサーでもある。

このように、クラウドソーシングは産業や企業のあり方をラディカルに変える可能性を包含している。そのため、クラウドソーシングを歓迎するビジネスばかりではない。iストックフォトの出現にその存在を脅かされたストックフォトの大手Gettyは、存続を維持するために、2006年、iストックフォトを5000万ドルで買収している。また、情報をビジネスとするジャーナリズムも、伝統的なニュースの入手方法の変革を余儀なくされた。ガーネット、BBC、ロイターなどは、すでにニュースの源泉をクラウドソーシングに頼っている。事件の現場に居合わせた人の携帯電話で撮った写真の方が、現場

に後から馳せ参じる報道カメラマンの撮ったものより迫力も、スピードもある。また、リポーターの取材より、事件を体験した人のブログやツイッターの方により信憑性も臨場感もあるのだ。

また、クラウドソーシングが、現存するビジネスの変化や崩壊の原因になるという恐れ他に、これが文化を凡庸なものにすると恐れる学者や社会評論家もいると本書は言う。しかし、著者はそういった恐れよりも、クラウドソーシングがもたらす可能性の方がずっと大きいと指摘する。クラウドソーシングは、人間の中に内在する才能、クリエイティビティ、アイデアなどを触発する。そしてそこには、教育程度も、学位も、年齢も、性別も、貧富の差も存在しない…クラウドソーシングはあくまでも実力主義の世界なのだ。クラウドソーシングが米国文化のメインストリームに踏み込みかけた時、ニューヨーク・タイムズは、いまでは有名になっているある漫画を掲載した。2匹の犬がコンピュータの前に座っている。1匹の犬がもう1匹の犬に言う。「インターネットでは、君が犬だってことは、誰も知らないのだ」。クラウドソーシングもまさにそれなのだ。

本書『クラウドソーシング』は、ある意味では人類の可能性を謳歌した本だといえよう。われわれ人類は、自分たちが考えている以上にクリエイティブで才能がある動物なのだと本書は読者を説得する。

本書を読んで、何となく鼓舞される読者も多いはずである。

書名：Crowdsourcing  
/ Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business  
著者：Jeff Howe  
出版年：2008年  
出版社：Crown Business  
広告図書館分類番号：540-HOW  
I S B N：978-0-307-3962-04

