

『コミュニケーション・プラットフォームとしてのITの使い方』

Think the Earth プロジェクト 上田壮一 <http://www.thinktheearth.net/jp/>
ジャパン・フォー・サステナビリティ 多田博之 <http://www.japanfs.org/>

多田 皆様、こんにちは。去年ここでJFSのセミナーをやりました。今年もぜひ何かやりたいなと思っていたところ、Think the Earthさんのほうから、今日お三方に登場していただいたお仲間のほうからこういうテーマでぜひやろうというご提案をいただいて、今日の日を迎えたということです。

上田さんと私のセッションは30分しか時間がないので、お互いのサイトにコメントをしながら、今一部でお話くださったお三方に対するコメントもして、それからこのテーマに出ています。今までやってきて、上田さんのところも私のところも非常にまだ若いINGOなんですけれども、短い期間でいろいろやって悩んでいることを皆さんと少しシェアして、この第三部のみんな最後のトークセッションのところにつないでいきたいと、そんな流れをつくりたいと考えています。よろしくお願いします。上田さん、じゃ最初にご挨拶をどうぞ。

上田 こんにちは、上田です。今日はみなさんお集まりいただきましてありがとうございます。前のお三方のお話は僕も非常に興味深くうかがわせていただきました。今日は事前にいろいろアンケートでお伺いしたところ、ネットコミュニティ、ITを使ってどうやってコミュニティを作っていけばいいのかとか、そういうところでご関心のある方が多いという風に思っております。それはですね、正解は全然なくて、僕らも日々試行錯誤しながらやっています。今日これから二人で話すことは、どんなことに苦労しているのか、まだぜんぜん出来ていないよとか、あるいはやってみただけできていないこととか、そんなことを聞いていただきながらヒントにしていればと思います。30分間よろしくお願いします。

多田 上田さん、ありがとうございます。今3人のお話を聞かせていただいて、三上さんは風車をひとつのコアにしている、渋谷さんは森ですね、飯島さんは固い言葉で言うと、支援、ここでは支援システムという言葉が書いてあって、こういう表層言語で言っちゃうと3つは全然違った世界の話に見えるんですけども、今日のセミナーのキーワードで「つながる、みつける、育つ」をあげているんですが、そのキーワードでいうと、3人の話っているのは非常にその親和性が高くって同じような話がある意味ではされているような気がして、聞いていました。

三上さんの話で、「ああ、いーだーだー」みたいな話ですとか、「わんず」がめんこいなとか、共感マーケットっていう話があったんですけど、なぜそれだけ風車がかわいいかっていうとやはり、単にビルディングとしてある風車っていうよりも、その思いがあつた風車を作っているわけですよね。私も実はご縁があつて10月に一度見せていただいたんですけども、私はごめんなさい、出資していないんですけども、出資していない者が見てもめんこいなですよ、その風車って。やっぱりそれは見ると、その風車っていうものに本当に思いが寄せられていて、思いが風景を作っているなって僕は風車を見てすごく思いました。

それから森の話を渋澤さんからうかがっていてですね、そういう場をデザインすることで世代がつながっていくということと、それから「見つける」というキーワードが入っていますけれども、若い高校生たちはそういう営みを通して、結局僕は自分を発見するんだろうなと。自己発見の場、自分を見つかる場が“森の聞き書き”というプロジェクトかなと思って聞かせていただきました。

それから飯島さんのお話を最後に伺いましたが、「育つ」ということでいうと、個人のエンパワーメントのお話をされていましたが、やっぱり自分が育つためには、仲間を育てる、人を育てることでやはり自分も育っていくのかなと、ちょっとキーワードに照らし合わせていうと、僕はお三方の話を聞いて最初にそんな印象を持ちました。上田さん、どうですか？

上田　そうですね、僕はいろいろ皆さんの話を聞いていて、やっぱり皆さんそれぞれがすごくわかりやすいビジョンを持っていて、ビジョンがあると多分いろんなアイデアが生まれていると思うんですね。アイデアが生まれると今度はそれを実現したくなると思うんですね、実現したくなるときに、コミュニケーションがものすごく活発に行われているわけですね。一人の人間だけでなく、いろんな人が関わってくる、その関わっていくエネルギーがそのままどんどん外に広がって行っている。それはですね、多分ネットを使ったりとかですね、ネットを使うときの大きい特徴になったりとか、そういうことが起きていくんじゃないかと思います。個々の話をしていくと、多田さんがお話していただいたように共感できるんですけども、そこをお三方とも非常に感じました。

多田　お互いを紹介するのは非常に照れくさくて、上田さんとやりにくいねっていう話をしていたんですが、Think the Earthさんのウェブを紹介します。ちなみにわれわれJFSは2002年に立ち上げたんですけども、そのときもすでにThink the Earthさんもこのサイトは立ち上がっていて、先輩NPOということで、僕らが活動する上でどんなところに配慮したらいいですか、と当時は上田さんのところにいるいろいろご相談に行ってお知恵を拝借したのを思い出していました。

これはトップのページで、Think the Earthプロジェクトということで、こういう画面から流れています。「人と世界が、つながりあう社会をデザインする」という。プロジェクトコンセプトみたいなものがここに最初に入っています。コンセプトというところでこういうことが書いてあって、ここでおっしゃっているのは、ビジネスを通して社会に貢献する仕組みを提供するんだということで、ある種のビジネスモデルを作るっていう、謙虚におっしゃってますけれども、結構大きな野望をおっしゃっていて、繋げるものっていうものはビジネスとソサエティですよ。そこを繋げる場をつくりますよっていうことをおっしゃっています。ここに絵があって、これが今のコンセプトを絵として紹介したもので、ある種のビジネスモデルをここで出されているのかなという感じがします。僕は正直言ってCSRという言葉はあまり好きじゃないのですが、ある種のCSR的なものの先取りを既にこの時点でされているのかなと思って見せていただきました。

それからここは理事の方だとか、ファウンダーだとか、どういう人がどういう思いでこれを立ち上げたかという、要はコンセプトの上位概念のところからだんだんブレイクダウンして細かい核論に入っていくという形にしています。本当は司会のスタッフは両団体の活動の親和性みたいな

ことも触れていましたけれど、Think the Earth さんはこういうプロジェクト的なNPO活動と、いわゆるプロフィットオーガニゼーションですね、実際に物販をされたり、スペースポートという会社を表裏一体で回してらして、そういうPOとNPOを表裏一体で回されています。われわれも実はJFSというNPOと、エコ・ネットワークスという会社がありまして、それを表裏一体で回して、経営資源をなんとかそれで確保しているという形で、その辺のモデルも似ているかなと思いました。この辺はその中のNPOの活動をずっと紹介された後に、こちらは事業活動ということでビジネスベースの活動を紹介されています。

ここで、地球ニュースっていう形でグローバルに、今どういうことが世界で起きているかが、いろんなレポーターから紹介されているんですね。上田さんに聞いてみたいんですけど、ここで見るとタンザニアとか、ペルーとかイギリスとか、ずいぶんいろんなテーマで環境といってもかなりバラエティあるんですが、これはどういう仕組みで情報を集めていらっしゃるんですか？

上田 地球ニュースのリポーターという人が全世界にいまして、いましてと言っても僕らが派遣しているわけではなくて、現地で、例えば留学生だったりあるいは働いていらっしゃる方、最近だご夫婦で世界を旅しながらレポートされている方とかですね、そういう方たちとネットワークでつながりながら、各地で聞いた、いわゆる新聞・雑誌のマスメディアでは玉石混合でいろんなニュースが出ているんですが、ここではあくまでも地球全体の、日本人だけではなくどの人が読んでも興味を惹かれるようなニュースを集めているんですね。それぞれが出すペースは一ヶ月に2,3本だと思いますが、リポーターが増えてくると集まるニュースも増えていくという仕組みを作っています。

多田 自然発生的にボランティアベースでネットワーキングされているという。

上田 そうですね、多少のお礼はしているんですが、基本的にはやりたいという方にやっていただいています。

多田 ありがとうございます。こういうグローバルなニュースレターが配信されていると。ここから先はいくつかのプロジェクトがあって、ブースで物販もされているので買われた方もいらっしゃると思うんですが、最初は「地球時計」ですよね。これは Think the Earth さんのシンボリックな商品かと思います。それから出版ということで、「100年の愚行」、これもかなり有名な著作なので、手に取られた方も多いと思います。こういうプロジェクトベースのものがずっと流れていますね。SHOP ということで物販去れています。ちょっと上田さんにもう一回質問ですが、プロジェクトはかなりまたそれぞれ出版とか、時計とか、水のこういうボトルとか、この辺はかなり多様性があると思うんですが、そういうプロジェクト同士の関連性だとか、ウェブみたいなコミュニケーションツールとの関係はどういうふうにデザインされているんですか？

上田 プロジェクトは、もちろんわれわれが企画をして持ちかけて始まるプロジェクトもあれば、最近ありがたいことに、プロジェクトが持ち込まれてそこからスタートすることがずいぶん増えてきました。そういう意味では個々との関係性によって、プロジェクトのスキームも違っ

てきますし、進め方も違うんですよ。それにひとつひとつ対応しながらやっていくというのが面白さでもあるんです。毎回一工夫二工夫違う。あるシステムを作ってその中で全部やっていくという形ではなくて、出会いの中でそのときそのときのやり方を考えるというやり方をしています。

やっぱりウェブを使うことの良さってというのは、特にこういう商品を作ったりする場合に、往々にして例えば出版社もメーカーもそうだと思うんですが、ものをつくってお店に流してそこで売るとそこで終わっちゃうことが多い。そこでおしまいにしようと。むしろその先コミュニケーションはしたくないと。だいたいクレームが来るのでコミュニケーションしなくちゃいけなくなると思うんですけれども。そうではなくて、商品を手にとった瞬間にわれわれとの関係が始まるわけですね。これはプロジェクトなので、ただ本を読んで「ああ面白かったなあ」で終わるのではなくて、できればウェブサイトアクセスしてもらえると、そこにまたその先にアクセスできる余地が残してあるんですよ。常にそうなんですけど、私たちのプロジェクトには余地が残っていて、その余地の部分をウェブに置いてあると。そうするとそこでまたコミュニケーションができる。あるいはそこからいろんな感想文が届いたりとかですね、そういうことができるというような考え方です。

多田 大変勉強になります。プロダクトという形で一回パッケージ化はするんだけど、普通それで終わっちゃうものが、それが逆に基点になってまた物語みたいなものが紡がれて行く。その仕掛けとしてウェブがあると。

上田 ひとつのプロジェクトがぐるっと回るとまた次のプロジェクトがそこで生まれるという可能性があるじゃないですか。その可能性を開いておくという感じですね。

多田 非常に面白いですね。こういうプロダクトがあってそれがショップという形で売られていて。それからこれはリソース集という形で、これは外部の方も入っているし、上田さんのところのスタッフの方も何人かお見受けしますが、そういう方々が例えば戦争について考えるということで、こういう書籍を読んだらいいんじゃないかとか、ここでいうリソースというのは情報のリソースですよ、こういうところにアクセスすればより深くものを考えるということで、そういうものをシェアするページを作られているということで。こういう時計とか個別のプロジェクトのページがあるということで。時間がないのもっと深掘りをしたいんですが、スナップショット的なご紹介しかできなくて、皆さんもの足りないかもしれませんが、ぜひ帰られてから深掘りをされてください。では、私の紹介はこれくらいにして。

上田 では、僕のほうからJFSさんのホームページとか取り組みのご紹介をしたいと思います。ホームページはまず最初にこういう、曼荼羅をイメージしたんですか？

多田 はい、しました（笑）

上田 真ん中に、先ほどの飯島さんがデザインされた水ひきをモチーフしたロゴが入ってまして、周りを取り囲むように全部で8つのコンテンツがメニューとして並んでいるという。これは

丸にするというのは「全部のコンテンツを見てほしい」というところの現われだと思んですけども。その中でも特に情報データベースというのが真ん中に置いてありましてここが中心になっているのかなと思います。

会場のスクリーンでは小さくて見にくいんですが、JFSさんが本を出されていて、そのタイトルが「がんばっている日本を世界はまだ知らない」という言葉で書かれていて、これはJFSさんの活動が凝縮されたいいキャッチコピーだと思えますね。日本人はもともと江戸時代、もっと前から日本人の自然とか森羅万象に対する関係性やつながりのことだったり、環境との関係性においてすばらしい知恵をもっているのにも関わらず、それがほとんど海外に伝わっていない、というのが多田さんとかもう一人の代表の枝廣さんの思いとしてあって、それを言語としては英語にして伝えようとしている。日本の心だったりとか、環境問題に熱心に取り組んでいる企業だっていっぱいありますし、そういういろんな活動を海外とつなぐってところが、これはすごいことだと思います。言ってみれば、環境あるいはサステナビリティという言葉の切り口とした日本というもののデータベース、そういうサイトだなと思います。テーマパークと言ってもいいかもしれません。

これを全部を見ると膨大な時間がかかるのでかいつまんでなんですけれども、せっかくだから英語のページを見ていきたいと思いますが、インフォセンターに入っていくと、こんな風にあるような切り口で検索ができる。これも非常に便利だなと思いますが、当然ながら入ってくる人たちはいろんな目的を持ってここにやってくるわけですから、それに対してすごく広い入り口をつくっているという感じがしました。もちろん全部見ることも出来ますし、カテゴリごとに見ることも出来ますし。ここにプレーヤーごとというのがありますが、これは行政とか？

多田 そうです、行政とかコミュニティとか企業とか。誰が主体になっているかということで、上のカテゴリがテーマ別という、そんな形のマトリックスですね。

上田 あとお聞きしようと思ったんですが、色にそれぞれ大和言葉を当てていますが、これはどんな意味があるんですか。

多田 これはシンボルのロゴマークは今日来てくださっている飯島ツトムさんが作ってくださったんですが、ウェブのデザイナーも飯島さんがご紹介してくださった若いデザイナー二人がつくってくれて、彼らの提案なんですよね。最初上田さんが言ってくださったコンセプトをデザインで封印すると、やっぱり日本らしさみたいな、そういうテイストというかタッチがあったほうがいいということで、それをこういう形で表現したということですので、コンセプトから下りているという感じですね。

上田 ウェブで表現できる色の数ってすごく少ないんですよ。僕ら日本人が感じられる色って、日本人は中間色にもものすごく敏感なセンサーを持っているんですが、ウェブでできるのは200何十色しかないはずで、それからすると、そういう色が実はいっぱいあるんだってことですよね。いろんなインフォメーションがここで読めるわけですね。膨大な情報があるわけですけども、実際にこの情報自体はどのように集めているんですか？

多田　そこは私よりパートナーの枝廣が答えたほうが適切なんです、彼女が中心になってネットワークでボランティア組織を作っているんですね。300人規模くらいの人っていて、それこそ今日のテーマなんですけれども、実はお互いにまだ会ったことがないとかね、日本だけでなく海外からもボランティアの参加チームがあって、チーム編成をしまして、こういう情報をまず載せたらいいんじゃないかという情報を検索するチームがあって、それを日本語にするチームがいて、英訳するチームがいて、ネイティブチェックするチームがいて、ウェブに載せるチームがいてという、完全にチーム編成というかコミュニティ編成がなされていて、そのサブコミュニティにコミュニティリーダーみたいな人がいて、その人たちがメールベースで普段やりとりをしてきて、最後にコアメンバーがそういうものをチェックしてのせるという、ひとつの流れ作業の仕組みを枝廣がつくったんですね。そういう意味では、表に出ているところもネットなんです、舞台裏も実はネットで全部回しているというのが大きな特徴かもしれません。

上田　舞台裏はなかなか表からは分からないんですが、JFSさんの最大の特徴というのは実はこの、日本のいい情報を世界に、ということの裏を支えているのがまたネットワーク、しかも人のつながりでやっているというところが非常に面白いなと思っております。

後は英語のサイトで日本を紹介しようということで、日本の情報にページを割いていらっちゃって、これは海外から日本を知りたいと思う人がこのページに来れば分かるようになっていたり、なかなか海外に紹介されない江戸のバリューとかですね、そういう論文や著書が読めるようになっていたり、これなんかそうですね、アメリカ人にすれば300年前はなかったわけですから、そのころの歴史のことが読めたりするコーナーがあって。ひとつひとつ紹介すると面白いのですが。もうひとつ面白いと思ったのは、ビジネスセクターというところで企業のトップマネジメントのビジョンあるいは発言を集めていらっちゃって、そういうことが読めたり。

それから、これは日本だけのコンテンツということですが、「JFS持続可能性指標」というのを作られた。これはどういうものですか？

多田　これはですね、話すときとこのセミナー全部使っちゃうくらいなんです、これは簡単に言っちゃえば2020年とか2030年とか、将来的にどんな日本の形、よく僕言うんですけれども、司馬遼太郎さんが『この国のかたち』という著書を書かれていたと思うんですけれども、要は持続可能性っていったときに日本の形はどんなでしょうと。今僕が思うのは、企業にしてもNGOにしても、局面局面では日本ですごい活動があるんですよ。それを足していったときに、じゃあどんな日本を作りたいんですかという全体のビジョンが見えてないということに僕は非常に問題意識があって、それを誰も作らないんだったら僕らで作っちゃえと。あるべき日本の姿というのを作ってそれをトレースする指標をいくつかピックアップして、世に問うてみましょう、そういうプロジェクトですね。

上田　素晴らしい。海外に情報を発信するということは、海外からも情報を受信してくるわけですね。そのやりとりの中で多分、日本のビジョンというのもブラッシュアップしたり深めていったりするという、そういう仕組みになっているなと見ていて思ったんですけども。これも裏

に基礎データというのがありまして、13 個ぐらいのカテゴリーでこれも非常にいいリンク集になっていて、データへのリンクなんですけれども、一口メモってというのがきちっとついていてすごく使い勝手のいい中身になっています。われわれも本をつくっていてときどきこへ来て見たりしていたんですけれども。

ちょっと駆け足で・・・これもすごく日本人離れした素敵な、いろんな漫画があるんですけど、ちょうどクリスマスなんで、これも子供がサンタクロースにいらなくなった玩具を持って行ってリサイクルしてくださいと頼んでいる漫画で、かわいいのでちょっと紹介します。他にもいっぱいこういうのがあります。あとサイトインデックスというのがきちっとあって、メールニュースで連絡とかですね、きちっとされているというサイトのご紹介でした。

多田 過分の紹介をいただきまして、ありがとうございました。今お互いの視点で見たときにどうかという話をしたんですが、あとは、それぞれの立場から自分たちのNPOの考え方とか、どんなところで悩んでいるかみたいなのところをキーワードを出しながら二人で少し話して、それでこの2部を終わりたいと思います。

枝廣と3年弱、ボランティアとスタッフの仲間とやってきましたけれど、もともとどういう場をデザインするかということに心を砕いていまして、実はJFSを立ち上げる前に3年ぐらい枝廣とこの議論をして、それで作ったという経緯があります。僕は3つキーワードを出しておきました。ひとつは「萃点」(すいてん)ということで、これは多分聞きなれない方がほとんどだと思いますが、英語だとクロスオーバーポイントみたいなイメージで、これは僕が大好きな南方熊楠が、森羅万象すべてつながっているというふうに彼は言っていて、そのつながりのなかでひとつ価値を見出す場が必ずあると、その場のことを彼は南方曼荼羅という曼荼羅概念のなかで萃点と呼んだんです。われわれは僭越ですけども、この複雑な世の中でそういう萃点になればいいね、ということでこの場をデザインしています。

それから、これは私がよく言っているんですけど、人は何でつながるかっていったときに、僕はやはり環境というのはものすごい、所謂コミュニケーションの観点からも資源だと思っているんですね。僕は環境は最大のコミュニケーション資源だという言い方をよくするんですけども、環境というのを無視して生きられる人も生き物もまったくいませんし、環境ということであれば人はすべてつながるだろうなということで、こういうことを言っています。

三上さんの風車話を聞かせていただいて改めて思ったんですけども、今ここにいるわれわれもそうですが、風景というのは結局自然界の上に乗っていますが、ある意味で人がつくってるんだと思うんですね。ウェブというヴァーチャルな場であれ、こういう現実空間であれ、ひとつの風景というのは人が作って、人の手で進化させていく、要するに風景は人の手で変えることができるんだと僕は思っていて、それが社会の進化につながると思うんですけども。キーワードっぽくするならばこの3つを今日は出しておきます。

時間が押しているなので全部は紹介しませんが、今日はコミュニケーションがテーマなんで、組織ザインの話をするのは馴染むかどうかわからないんですが、さっき上田さんと控え室でいろんな話している中で、これはいい悪いではなくて、NGOで割と多いのは、例えば温暖化防止だとか、生物多様性とか、地域の環境保全とか、特定テーマを深掘りする、かなりパーティカルな垂

直型のNPOが多いと思うんですね。それは非常に重要なミッションを背負われているんですが、われわれはどちらかというと水平型で横に広がるオープンプラットフォームの組織になっていまして、それは上田さんのところも私のところもまったく似ていて、コミュニケーション&ラーニングというのがひとつのキーワードだと思うんですが、その辺の親和性があるね、という話を上田さんとしていました。

われわれはグローバルにいろんな情報発信していますから、ネットとかITとかは所与のツールというか、それなしにはわれわれの組織の活動自体が成立しないんですね。イメージ的に言うと、こういうプラットフォームで日本のいろんなプレーヤーをまず横につないで配信すると。そういう形でこちらの方向性があるって、実はねらっているのは逆のこっちの方向性で、フィードバックループをちゃんと回すことで日本の取り組みをさらに加速させましょうということです。現実には海外から今 170 カ国以上にメールニュースを、こつこつと仲間がやってくれたおかげで配信できていまして、国の名前は正直言ってわからないようなところから突然メールが入ったり、今回のエコプロでも海外の方を大分ツアーというかたちであちこちのブースにわれわれがお世話して、英語の通訳をしながら回ったんですけれども、おかげさまでかなりのところまで広がるようになりました。

今、ユビキタス社会とかネットワーク社会とかいいますが、現実には若い世代の携帯電話を見ても、一見つながっているように見えて実は関係性だとか信頼の和が断ち切れているように見えるんで、今日のテーマはそこをどうやったら取り戻せるんだらうなというお話になると思います。われわれのひとつのプラットフォームモデルとしてはこういったイメージで、多様なものとか異質なものがクロスオーバーして、僕は 20 世紀はどちらかというと差異=差を利用して価値を生み出すという価値創出モデルだったと思いますが、21 世紀の価値創出は多様なものとか一見関係のないものをつなぐことで新しい価値を生み出す新しい価値創出のモデルだと信じていまして、これはNGOであれ、ビジネスユニットであれ同じだと思っているんですけれど、そのための皆さんの集いの場になればいいですし、クリエイターたちの止まり木みたいなものにJFSがなれたらいいなと思っています。

上田 2人で3つキーワードを出そうということだったんですけれど、ネットコミュニティをつくっていくための、工夫とか悩みとか夢という一応お題だったので、それに向けて僕なりに考えたのは、「情報発信から情報受信」という言葉。これはこれからネットコミュニティを立ち上げる、または運営していく方でも、「情報発信しなきゃ！」という思いにとらわれている方はものすごく多いと思うんですけれど、情報発信はもちろん重要なんですけど、むしろインターネットの、あるいはネットを使った、ネットだけじゃないですよ、さきほど渋澤さんの言ったつまり「聞く」ということですよ、そっちに重点をおいてコミュニティをデザインするっていうふうにしたときに、がらっと発想は変わると思うんですね。これを僕は最近すごく重要なことだと思っています、これは例えば空間をつくる時も同じですね。例えばこのエコプロダクツ展も情報発信する場だと思ってつくっているのか、ここを情報受信する場だと思ってつくるかによって、全然このイベント自体が変わっていくと思うんですね。例えばそういうことをイメージしたいと思っています。まだ出来ているかどうかはわかりません。

それからあともう1つは「人の息づかい」。やっぱりネットの上ってというのは、どうしても人の

気配ですとか、息づかいというものがなかなか感じられないってところがありまして、それは我々にとってもすごく大きい課題なんですけど、そこをどうしていくかということもすごく重要だと思っんですね。やっぱりそこに「ああ人がいるんだな、誰かが作っているんだな」っていう気配だとか、あるいは「同じサイトを世界中の人たちが見に来ているんだな」っていう、その気配みたいなものが感じられるようなデザインが出来ないかな、ということを考えています。

それからあとは「つながり感」という言葉で表現してみたんですけど、どうしても看板みたいになっちゃうんですよね。さっきのブログは本当にインターネットらしさを非常によく研究されて出てきているツールで、最初からつながり感というのが、例えばトラックバックだとかコメントって機能として入っています。これからはたぶんこうしたツールが主流になっていくと思うんです。インターネットであるっていうことの意味っていうのは、ただホームページを作ればいい、ただ情報発信すればいい、やっていけばいつかつながるとのことじゃなくて、そこにすでにつながり感というのが醸し出されているというのがすごく重要だなんて思っているわけです。

言葉で言ってもよくわからないと思うので、最近僕がものすごく気に入っているウェブサイトをも一つだけ紹介して最後にしたいと思うんですけど、ご存じの方いるかな、「ヒューマンクロック」< <http://www.humanclock.com/> >っていうウェブサイトがあるんですよ。これはですね、アメリカのたぶんワシントンかなんかに住んでいらっしゃるダニエル・クレグさんという、たった一人の人が運営しているサイトなんです。何をしているサイトかということ、すごく面白いんですけど、昨日の夜8時23分に、アクセスしたんです、これ。そうすると.....わかります？

デジタル時計なんです。世界中の人が自分でデジカメで撮った時刻を登録すると勝手にウェブサイトに出てくるんです。昨日10分間位見ていたんで、それをお見せしますけど、こんなことやってるわけですね。これはオレゴンの.....ですね、ニューヨークの猫が8時27分を持っていて、これはパリの人が8時28分を登録しているわけです。アナログ時計やってる人がいるんですよ。8時29分、30分、31分ってこうやって、馬鹿ですよ（笑）。8時32分、またこう戻ってきて、これもオレゴンですね。アメリカのサイトなのでどうしてもアメリカ人が多いんですけど、こうやって御夫婦ですかね、オウムが持っていたり。

ずっとね、一日にして1440分あるんで、1440枚が、掛けるもう何倍ももう集まっているんですけど、ランダムに出てくる、あるいは最新のが出てくる仕組みを、ただそれだけの仕組みを作ったんです。これ、インターネットのちょっとシステムのことわかる人はわかると思うのですが、物凄く簡単なシステムで出来ているんですよ。自分の名前と場所とEメールアドレスと写真をアップロードするだけですね、この単純な仕組みなんですけど、これはかなり世界的にも有名な今サイトになっています。これは下は海底20メートルから上は12,276フィートまでとかですね、飛行機の上からとかですね、これは小さな子どもが遊んでいたりと。

多田 見ていて飽きないですね。

上田 見てて飽きないでしょ。これはオーストラリア。それからこれはパキスタン。それからこれは南極ですよ。それからイタリア。これはブラジルですね。すごく単純なアイデアなんですけど、情報受信型ですね、さっき言ったように。それから、僕なんて言いましたっけ（笑）。

多田 人の息づかい。

上田 あ、そう、人の息づかいをまず感じられますね。自分で書いて忘れてる（笑）。それから人のつながり感という。これがその例えばこのブラジルの時間の4時51分、4時52分はこの国の人が何を持ってくるかわからないわけですね。そうやって世界中の人たちが1つの時間をつくる。すごくいいアイデアだと思う。これが別に環境がどう変わるか、今日言ったサステナビリティにどう繋がるかは、全く関係ないかもしれませんが、でも僕らはこういうプロジェクトをやっていて、ネットを使おうというときに、こういうすごくシンプルなアイデアは勉強になると思ってですね、今日皆さんにご紹介しようと思って。どうですかね、多田さん。

多田 楽しいし、たぶん僕1時間ぐらい見てしまいますね。うん。やっぱり世界で60何億人かの人が生きているんだなというのを、ものすごくリアルに実感出来ますよね。それが簡単に出来ているところが本当に素晴らしいですね。

上田 インターネットの人口は6億人を越えたといわれているんですね。今、人口が増えるよりも早くネット人口が一応増えているのが、僕は救いだと思っているんですけど、ネットはダークサイドもありますけど、こういったポジティブな、面白いものもあるので、ぜひ皆さんも探して、いろんなヒントにしてみたらいいんじゃないかなと思っております。皆さんどうも有り難うございました。