

Title	Web3におけるハイブとイノベーションの社会メカニズム
Author(s)	市川, 類
Citation	年次学術大会講演要旨集, 37: 607-611
Issue Date	2022-10-29
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/18656
Rights	本著作物は研究・イノベーション学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Research Policy and Innovation Management.
Description	一般講演要旨

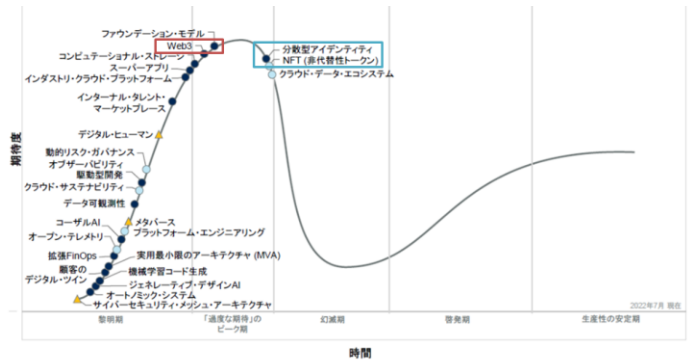
○市川類 (一橋大学)
ichikawa@iir.hit-u.ac.jp

1. 問題意識

近年、「ブロックチェーン技術に基づく分散型オンライン・エコシステム」と言われる Web3 への関心が急速に高まっている。具体的には、米国 IT 調査企業のガートナー社が 2022 年 8 月に発表したハイプサイクル[1]において、Web3 は、ハイプ (誇張: 過度な期待) の頂上に位置づけられている (図 1)。また、グーグルトレンドの検索数の推移で見ると、米国では概ね 2021 年秋以降、日本では概ね 2021 年末以降、検索数が急速に増加している。このような中、Web3 を 2022 年の学会大会のホットイシューとして取り上げられる学会も出てきている。

この Web3 については、まだイノベーションの普及・発展プロセスの初期段階にあり、その将来のイノベーションの全体像を議論するには時期尚早であると考えられる。しかしながら、このハイプという現象は、社会・イノベーションシステムの中で、具体的にどのようなメカニズムで生じ、また、イノベーションの普及・発展プロセスの中でどのような位置づけを担うのであろうか。

このような問題意識の下、本稿においては、Web3 を対象に、イノベーション普及・発展プロセスにおけるハイプの位置づけとそのメカニズムについて分析を行う。



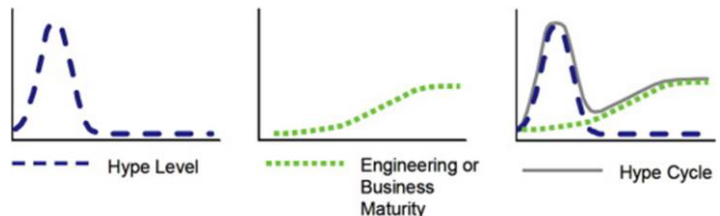
【図1】ガートナー：ハイプサイクル (2022年)

2. ハイプに係る既存研究と今後の研究の方向

2.1 ガートナー社のハイプに係る議論

このハイプに関しては、ガートナー社がハイプサイクルとして概念化し、その中での新興技術又は技術を基にした概念 (コンセプト) の位置づけについて、1995 年から毎年発表している。また、同社のアナリストである Fenn ほか (2008) は、ハイプサイクルを活用したマネジメント手法に係る書籍[2]を発行しているほか、2018 年には、同社のホームページにもハイプサイクルの説明を掲載している[3]。

これらによると、ハイプサイクルの縦軸は、そのイノベーションに係る将来的な「期待」価値として位置づけられ、ハイプそのものに係るプロセス (以下、ハイププロセスという。) と、工学・ビジネス的成熟性に係るプロセスの二つのモデルに分解できるとしている (図 2)。このうち後者は、いわゆる技術・イノベーションの発展プロセスであるとされるのに対し、前者のハイププロセスについては、Fenn ほか (2008) は、人間固有の現象であり、①人間の新規性への魅了、②社会的な伝染の傾向 (その際、メディアの役割が重要)、③人間の発見的 (直観的) な意思決定の傾向 (技術を注意深く評価しない傾向) によって生じるとしている。



【図2】ハイプサイクルの分解

2.2 ハイプに係る既存研究

このガートナー社のハイプサイクルについては、学術的な観点からも研究がなされてきている。例えば、Dedehayir ほか (2016) [4]は、それまでハイプサイクルに関して十分な議論を行っている合計 11 の論文を抽出し、その内容をまとめるとともに、ガートナーのハイプサイクルの問題として、①そもそも、二つの異なったモデルを足しあげていること、②それに関し、縦軸の「期待価値」の定義が不明確

であり、かつ、運用可能な指標が提示されていないこと、③その際、起業企業、既存企業、政府、NGO など、どのアクターに取っての「期待」であるのかが不明確であることを指摘している。また、その上で、このハイブプロセスは、Rogers (1962) [5]のイノベーションの普及に係る議論のようにコミュニケーションの視点が重要であり、イノベーション、メディアを含む社会システム論が重要になると指摘するとともに、研究に係る数量評価手法として、特許数やイベント履歴、メディアにおける掲載数や、社会システムの中でのハイブに係る指標としてグーグルトレンドなどの検索数があげられるとしている。

ただし、このDedehayirほか(2016)では、IGCC(石炭ガス化複合発電)技術と太陽光発電技術を研究対象にするなど、これまでのハイブサイクルに係る研究の大半が製造技術を対象としている。このため、デジタル技術のような汎用性の高い新興技術やその概念を対象とする場合には、その特質に応じた指標に基づく考察が求められる。

2.3 Web3のハイブに対する本研究のアプローチ

上述の既存研究を踏まえ、本稿においては、Web3に係るハイブに関して、メディアを含めた社会・イノベーションシステムの観点から、各アクターの動向を分析することにより、その生成メカニズムを明らかにする。具体的には、特にデジタル・ソフトウェア分野においては、研究開発投資や特許というよりはむしろVC投資などが指標として重要であることを踏まえて、VCを含む各アクターの事業活動に係るイベント履歴(時間軸)による分析手法を採用する。また、汎用的なデジタル技術においては、特定の需要業界での期待というよりは、むしろ広範な産業社会全体での期待を含む「関心」が重要となることを踏まえ、ハイブに係る縦軸を、「期待」というよりは幅広く社会の「関心」としてとらえ、社会全体での検索数を数値指標とし、その変動を上記イベント履歴と併せて分析・考察する。

3. ブロックチェーン技術とWeb3関連技術への拡大

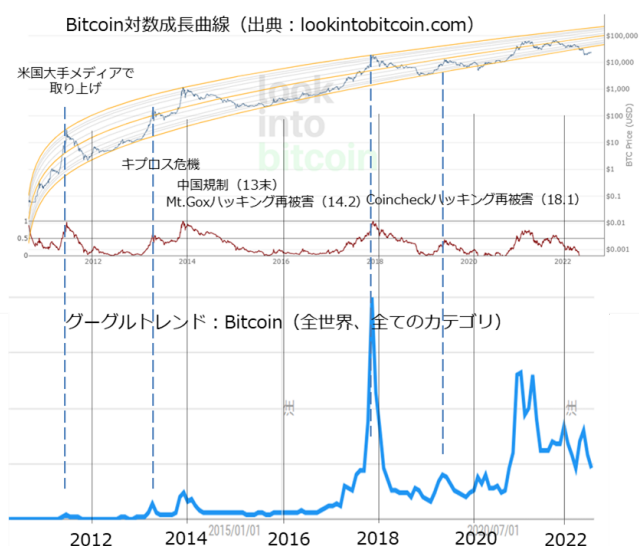
3.1 ブロックチェーン技術と仮想通貨

Web3とは、ブロックチェーン技術を基にする分散型システムに係る概念(コンセプト)である。そのブロックチェーン技術の基礎的なアイデアは1991年にさかのぼるとされるが、その後2004年にRPOWの仕組みが開発されており、実際に実用化されたのは、2009年にサトシナカモトを名乗る個人またはグループが、仮想通貨(暗号資産)としてビットコインの取引を実施したことに始まる。

その後、ビットコインを始めとする仮想通貨は、イノベーションの発展と普及のプロセスが進展することになる。その際、仮想通貨は投機資産的性格を有するが故に、その価格は、バブルの生成と崩壊を繰り返しつつも、長期的に見ると対数的成長曲線に沿って推移してことが指摘されている[6]。このメカニズムは、必ずしも明らかにされていないが、基本的には、需要の指数関数的増大に対する供給の限界と、技術の進展・ラーニングカーブに伴うコストの低下に依るものと考えられる。

また、その価格変動に関し、グーグルトレンドによる「ビットコイン」に係る検索数の推移と重ね合わせると、バブルのピークと検索数のピークは概ね一致する一方、長期的には2017年末をピークに減少傾向にあることが読み取れる。このことから、ビットコインの検索数は、技術の将来性への関心というよりは、投資対象としてのビットコインへの関心と連動する一方、長期的には新規性としての関心は減少傾向にあるものと理解される。なお、技術としての「ブロックチェーン」の検索数の推移は、概ね「ビットコイン」の検索数の推移と連動している。

一方、この仮想通貨の普及率に関しては、2022年6月の専門機関の報告書[7]によると、世界人口におけるビットコインの利用者は0.35%程度であり、また、ネットユーザーを対象にした調査(2022年8月)[8]では、暗号資産の所有率は、世界平均で15%(日本は7%)とされる。したがって、イノベーションの普及理論からみると、母数の取り方には依るものの、イノベーター(革新者)が導入を終え、



【図3】ビットコイン：価格動向(対数成長曲線)と検索数推移

品に仮想通貨を組み込む動きが急速に進んだ。これに伴い、仮想通貨のバブル時期と相俟って、ブロックチェーン／暗号（Crypt）関連への社会の関心が再度高まるとともに、場合によって、これらの機関投資家による暗号関連のVCファンドへの投資も進んだ可能性があり、実際、世界のブロックチェーン関連投資は、2021年第一四半期以降急増している[11]。

② Web3のハイプ生成主体：米国VC業界を中心とする動き

このような背景のもと、誰がWeb3のハイプのきっかけを作ったのであろうか。グーグルトレンド（検索数：米国、2022年5月=100）で見ると、Web3の検索数は、2021年8月までは一桁であったが、13（9月）、25（10月）、56（11月）、99（12月）と秋以降年末にかけて急激に増加している。このようなハイプは、一般的に、複数のアクターが、互いに共鳴しながらメディア・ネットを通じて発信し、社会に納得・許容されて拡散・形成されていくものと考えられ、必ずしも一人のアクターに特定すべきものではない可能性がある。ただし、当時におけるWeb3への関心の高まりに関しては、米国のVC業界、特にシリコンバレーの有力VCであるアンドリーセンホロビッツ社（以下、a16z社という）が主導しているとの複数のIT企業経営者の発言がいくつか2021年末に報道されている。

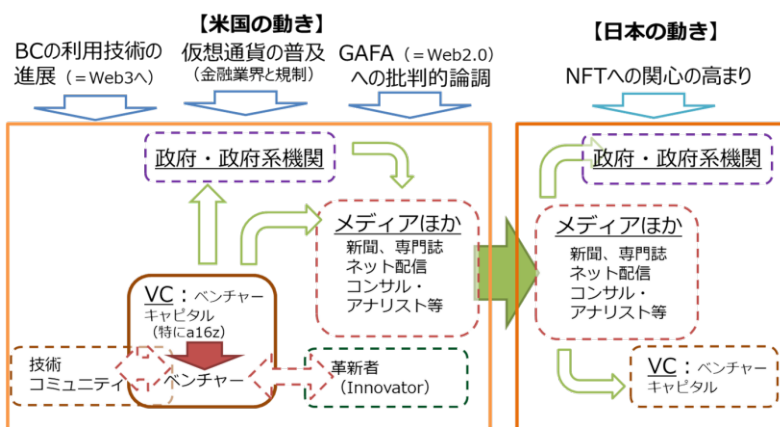
実際に、a16z社は、2018年6月に暗号関連のファンドa16zcrypt（3億ドル）を立ちあげ、その後、2020年4月にはCrypt Fund 2（5.2億ドル）を、2021年6月にはCrypt Fund 3（22億ドル）を組成するなど、暗号関連への投資規模を急激に拡充しており、同社としては、その投資した暗号関連のベンチャー企業の資産価値の拡大が喫緊の課題であったと理解できる。同社は、この時点までは「Crypt」という用語を利用しているが、この2021年6月のファンド組成にあたって、Crypt対応に係る広報や政策担当者などの任命による社内体制の強化を併せて発表しており、その後同年10月に、初めて「Web3」の用語を全面的に打ち出した政策提言「第三世代インターネットのためのアジェンダ」を発表している。この政策提言書は、当時、米国連邦議会が、暗号資産やブロックチェーン技術の発展の促進のためのアイデア募集を行っており、そのために議員との会合がセットされた時期に併せて発表されたものであり、メディアでも大きく報道される結果となっている。

③ Web3の名称利用の背景：広報戦略としてWeb3

それでは、a16zは、何故、この10月の時点でWeb3という用語を利用することにしたのであろうか。当時、米国のブロックチェーン/暗号業界では主としてCryptという用語が利用されていたが、やはり仮想通貨に係る各種問題により必ずしも良いイメージがなかった一方で、米国では、GAFA（米国ではFAANGなど）へのビジネスの集中に対し、議会を含めて批判的意見が社会に共有されていた。このため、同社としては、新たな広報戦略として、ブロックチェーン技術者の中では知られていたギャビン氏のWeb3を全面的に打ち出すとともに、Web2.0=GAFAとのレッテルを貼り、その対抗軸として設定することにより、同社の投資資産の価値の向上を図ったものと推測される。なお、連邦政府（ホワイトハウス）は、その後の2022年3月にデジタル資産の今後の戦略に係る大統領令を発表しているが、必ずしもWeb3という用語は使用していない。

④ Web3の概念の日本での輸入

このような米国でのWeb3への関心の高まりは、メディア等を通じて、日本にも輸入がなされ、2022年2月以降、日本のVC業界もWeb3関連のファンドを創設するとともに、メディア（コンサル系を含む）を通じて関心が高まり、また、2022年3月の自民党の報告書をきっかけとし、内閣、各省庁も政策の検討を開始するとともに、検索数も急増することになる。



【図5】 Web3のハイプ生成の社会メカニズム (全体像)

5. Web3のハイプからイノベーションへ（まとめの考察と今後の課題）

5.1 Web3に係るハイプ生成のメカニズム

このようにWeb3のハイプは、Fennほか（2008）が指摘するような人間固有の現象という側面を基盤としつつも、実際には、社会・イノベーションシステムの中での、VCという一部のアクターを中心とする経済的な要因に基づくメカニズムにより生成されたものと理解することができる。

また、この Web3 のハイプが米国において生成された理由としては、ブロックチェーンに係る技術基盤や GAF A に対する批判などの社会的基盤を背景にしつつも、VC が強い影響力を有するシリコンバレーや、ウォール街などを抱える米国特有の産業・社会構造が大きな要因となっているものと考えられる。したがって、各国の社会・イノベーションシステムの中でイノベーションが生成される一環として、ハイプの生成を捉えることも可能であると考えられる。

5.2 ハイプの過度の期待に係る修正メカニズムの考察

現時点において、Web3 は、ハイプ (=過度な期待) の頂上にあり、その将来的な期待価値を含む Web3 に係る知識の社会全体への共有が進展する一方、その期待が過度であるか否かに関し、賛否両論が行われ始めている段階にある。それでは、何故、このような過度な期待が生じるのであろうか。

その一つは、ハイプとしての技術・概念に係る知識の普及速度とイノベーションとしての社会での普及速度のギャップがあげられる。特に、Web3 に関しては、仮想通貨と NFT 以外には、応用事例も非常に限られており、ハイプとしては早すぎるのではないかと指摘がなされている。

もう一つは、「技術者による理想」と「社会実装での現実」に係るギャップというべき本質的な要因があげられる。すなわち、ハイプによる社会での関心の高まりとは、一部技術者集団のみに認知されていた新興技術やその概念が、知識として社会全体へと幅広く普及・拡散していくプロセスであることみなすことができる。このため、当初は、技術者視点による革新的な技術としての有望性のみが評価され、その知識がメディア等を通じて幅広い主体に普及することになるが、その後、コンサルタント、ジャーナリスト、学者などの社会的・客観的な視点を有する主体から、その導入における課題が指摘されることになるというメカニズムが働くものと理解することができる。

5.3 Web3 に係るイノベーションの進展・普及に係る課題

特に Web3 に関しては、上記の通り、ブロックチェーン技術者の理想と VC による広報戦略を含めた価値観により、その概念が構成されている。このため、今後の社会での導入・イノベーションに関しては、特に以下の点が普及に係る限界としての課題になると可能性がある。

- ・ デジタル化を前提としていること：そもそも従来の技術でも可能な場合も少なくない、システムとしては強固であってもシステム外での不正は防げないこと、など
- ・ 分散化を「善」としていること (特に DAO)：分散化のみでは通常の利用者のメリットは少ないこと、社会における集中による経済メカニズムと根本的な矛盾を孕む可能性があること、など

このため、今般のハイプの生成による Web3 関連の投資の急激な増大に伴い、今後、新たな利用分野の開拓が進み、また、その推進のための税制を含め多くの制度的な改革が求められる一方で、上述のような社会導入における多数の課題が明らかになってくるものと考えられる。

参考文献

- [1] ガートナー・ジャパン、「Gartner、「先進テクノロジーのハイプ・サイクル：2022 年」を発表 メタバース、NFT、Web3 を含む先進テクノロジーの最新の位置付けを明らかに」2022 年 8 月 16 日
- [2] Jackie Fenn, Mark Raskino, “Mastering the Hype Cycle: How to Choose the Right Innovation at the Right Time”, Harvard Business Review Press (2008/9/16)
- [3] Gartner Research, “Understanding Gartner’s Hype Cycles”, Published: 20 August 2018
- [4] Ozgur Dedehayir, Martin Steinert, “The hype cycle model: A review and future directions”, Technological Forecasting and Social Change, Volume 108, July 2016, Pages 28-41
- [5] Rogers, E.M., 1962, Diffusion of Innovations, Free Press, Glencoe (最新版の邦訳は、エベレット・ロジャーズ、「イノベーションの普及」翔泳社 (2007/10/17))
- [6] Harold Christopher Burger, “Bitcoin’s natural long-term power-law corridor of growth”, Sep 4, 2019
- [7] Blockware Intelligence, “Bitcoin User Adoption (Blockware Solutions 2022)”, 2022.6.8
- [8] Finder 暗号資産普及指数, 2022.8.17
- [9] “DApps: What Web 3.0 Looks Like”, 17 April 2014 on gavofyork's blog Insights into a Modern World
- [10] 千野剛司「仮想通貨と Web3.0 革命」日経 BP (2022/6/16)
- [11] CB Insight Research Report, “State of Blockchain Q2’22 Report”, July 26, 2022