

## 世の中はFakeにあふれてる



金属労協(JCM)事務局長  
浅沼 弘一

The Fake News Media! と頻りにTweetされている某国のトップがいるが、彼にとっては、都合の悪いNewsはすべてFakeだと言ってかたづけおけば、ものごときれいになると思っておられるのであろう。まったく、お気軽というか、安直というか、資質としていかなものかと思ってしまう。

Fakeの意味を辞書でひいてみると、「でっちあげ、捏造、もっともらしい見せかけ、だます」となっている。あんなのやっていることこそがFakeやないか、と突っ込みたくもなる。

世の中はFakeに溢れている。

AIが進化して碁のプロに勝つまでになり、その活用には大きな期待が、(不安とともに)寄せられている。改めて考えてみれば、AIは人工の知能であって、人の知能ではないので、人がいるかのように「もっともらしく見せかけている」ことが、AIの本質と言ってもよいのではないか。人工知能の教科書には、「チューリング・テスト」という人口知能の完成度をテストする手順が出てくる。簡単に言えば、見えない会話相手が機械なのか人なのかわからなくなったとき、その機械はテストに合格したと判断する。会話の相手が人であるかのように、もっともらしく見せかけているということである。チューリングの時代から70年近く経ち、Amazon Echoなどのスマートスピーカーは、人がいて、言葉を理解し、感情をもって対応しているかのように見せかけることが出来るようになった。限られた範囲ではチューリング・テスト合格である。

この場合のAIのふるまいはFakeであるけれども、利用する人は、そこに親切な小人が入っているわけではないという認識があるので、許せる。というか、技術の可能性を感じる。

最近コンビニでよく売られているペットボトル飲料に、まったく透明なのに、紅茶の味がしたり、オレンジの味がしたりするものがある。食品産業の皆さんには申し訳ないが、個人的にはこれは許せない。なぜ紅茶なのに、なぜオレンジなのに、透明で、それでいてそれなりの味と香りがするの。我々の子供のころは、粉ジュースというあこがれの食べ物があって(「〇〇のジュースのもと」というコマーシャルも懐かしいが)、粉のまま舐めるのがうれしかった覚えがある。オレンジ味やグレープ味があったように思うが、オレンジもグレープも入っているとは思えない。が、それらしい味と香りがした。

甘かったり酸っぱかったりという味を作ることは想像の範囲であるが、香りを作るのは難しいのではない。香りは香料でつけているのだが、これが私の想像を超えることになっていた。香料の国内生産量のうち、70%以上を食品用が占めるらしいのだ(日本香料工業会：<http://www.jffma-jp.org/profile/statistics.html>)。芳香剤なんかよりも、食べものの香料の方が圧倒的に多いということだそう。改めてコンビニで売っている食べ物をひっくり返してみると、ほとんどに香料と書いてある。安全性に問題はないそうなので、目くじら立てることもないが、食品のFakeがこれほどであることには気づかなかった。

学生の時に、色彩心理学という授業をとっていた。印象的だったのは、昔のブラウン管テレビの色は、自然と同じ色を表示しているのではなく、青空が青く見えるように、色を加工して表示しており、その方がテレビを買う人の印象がいいし、売り上げも上がるということだった。今のフラットパネル

のテレビではどういう味付けをしているか知らないが、色をもっともらしく見せかけていたということである。このFakeには気づかなかった。

AIやIoT、ビッグデータなどの利活用によって、デジタルトランスフォーメーションが進んでおり、今、その変革の真ただ中にある。VR(仮想現実)やAR(拡張現実)を使って、あたかもそこに物があるように見える技術は、見せかけ(Fake)であるが、これからの利用範囲の拡大が期待されている。だいいち、毎日使っているコンピュータの画面に、窓があるように見せかけていて、マウスで開いたり閉じたり動かししたりしているように見えるけど、画面の上には窓なんてないし、マウスを動かすと矢印が動くというのもありえない。現実には画面上に表示されている膨大な点の輝度と色をコンピュータで制御して、それらしく見せかけている。Fakeであるからこそ、コンピュータの難しい仕組みや命令を学ぶことなく、誰でも最新のコンピュータを使えるようになっているのである。

これだけ情報の流れが肥大化して、それに誰でもが接することができるようになってきている現状(だれでも簡単にググれるし)を考えると、どれが見せかけでどれが見せかけでないのかを見分けることや、仮にそれが見せかけであったとしても、それでよいのかよくないのかを見分けること、が我々に求められると思う。

今回の特集では第4次産業革命さらにはデジタルトランスフォーメーションへの対応で先行するドイツの事例を紹介している。彼らと話していると、技術や情報をいかに自らの手の内に収め、自由に使うのかということが活動の根底の考えにあるように思う。今回の特集が、この分野における政策や方針を考える時に、少しでも助けになればと思う。