

# ネット上の掲示板による口コミ現象とその対処

## —消費者と企業の非対称関係に関する一考察—

How do we deal with a word of mouth on anonymous bulletin board?

春木 良且

Yoshikatsu HARUKI

### 0. はじめに

今更指摘することでは無いであろうが、InternetとWebシステムは、現在の社会、経済にとって非常に大きな存在である。ほんの10年程前のことではあるが、Webが存在しなかった時代のことは、既に思い出し難い。我々は、いかに非効率的に情報を収集していたことか。

特にビジネスの世界では、企業の広報機能のためのツールとして、Webは欠くことのできないものであり、おそらく会社と名の付くもので、自社のWebを持たないものは、ごく僅かであろう。広告や採用、IR情報、さらにはリコール情報など消費者に伝えるべき情報の提供や、逆に消費者からの意見収集手段としても、重要な役割を担いつつある。

同時に注目すべきは、一般消費者など、いわゆる「情報弱者」も企業と同様にWebを持ち、情報を発信できるということである。技術的に見れば、ネット上では、全てのサーバ、パケットなどの資源は対等に扱われる。例えば大企業のWebデータが、ネット上では優先して運ばれるわけではない。しかし、新聞やテレビなどマスなメディアを通して、大企業と同等に個人が情報を発信することは、まず不可能である。その意味では、Webシステムは、情

報弱者のためにこそ、重要なツールである。Webの登場によって、初めて消費者は企業と対等に情報の受発信が可能となったわけであり、その意味でケネディの提唱による「消費者主権」が、初めて実現されたと言っても過言ではなかろう<sup>[1]</sup>。

しかし、その情報弱者のツールが、時として暴走することもあることも否定できない。特に、Web上のCGIを用いた、いわゆる掲示板システムを代表とする匿名メディアによって、交換される情報や噂などは、時として犯罪に纏わるものであったり、あるいは掲示板への書き込み自体が様々な問題を引き起こしたりする。

本稿では、匿名掲示板システムなどメディアとしてのWebによる、情報現象としての「口コミ」について考察する。ネット上の「口コミ」とはどのようなものであり、企業は、そして消費者はそれをどう扱ったらいいのであろうか。

## 1. Web上の匿名掲示板のインパクトと問題提起

匿名掲示板と言えば、おそらく企業にとっては余り好ましい存在では無いであろう。そこで提起され、交換される様々な情報は、時として企業にとって不利なもの、あるいは個人的な誤解や偏見、恨み、偏見などに基づいた悪意のあるものなども多々見られる。それらは、既存のメディアが書かないような本音や裏話だからこそ、面白く価値があるといった側面も確かにあるが<sup>[2]</sup>、既存のメディアが情報の検証を行った上で客観的に報道するのとは違い、法的な問題となることもある。以降には、これらの考察のための事例として、実際の企業、組織名などを挙げるが、全て公開されている資料に基づく記述であり、特定の企業、組織を誹謗、中傷する意図には無いことを、まず指摘しておく。

### 1. 1 匿名掲示板にまつわる事例

比較的よく知られているのは、2001年に日本生命が会社を中傷

する書き込みをされたとして、匿名掲示板の代表とも言える「2ちゃんねる」の管理者に削除を求める仮処分を申請し、同年8月に東京地裁が削除を命じる決定をした事例（「ホームページ掲示板削除仮処分申立事件」）であろう<sup>[3]</sup>。おそらく言うまでも無いほど知られているであろうが、「2ちゃんねる」とは、国内最大の匿名掲示板サイトであり、「BBS」（Bulletin Board System）と呼ばれる電子掲示板システムによって構成されている。約330のカテゴリー（いわゆる「板」）に分かれ、1日あたり約80万件の書き込みがあると言われている。1999年5月に開設され、以来数年で社会的にも大きな力を持つ情報メディアまでに成長している。

本事例においては、日本生命の仮処分申立の目的はおそらく自社の名誉を毀損している書き込みや、スレッド、板の削除であると思われるが、日本生命側及び2ちゃんねる側両者とも情報を公表していないため、事実関係を詳細に把握することができない。2002年12月に、やはり2ちゃんねるへの書き込みを巡る訴訟の判決があり、こちらの方が事実関係はより明らかになっている。動物病院と経営者の獣医師が、掲示板への書き込みによって名誉を傷つけられ、管理者が削除に応じなかったとして、管理者に損害賠償などを求めたのに対し、東京地裁は管理者に400万円の支払いと書き込みの削除を命じたものである<sup>[4]</sup>。

本判決では、管理者側が名誉棄損の記載を知った場合は、削除義務があるとしている。しかし同判決では、書き込みが匿名なため責任追及が困難で掲示板が膨大なことから、管理者が常に監視することは不可能であることも認めている。つまり、名誉を毀損された側から書き込みの削除要請があった段階で、管理者は削除しなければならないということになる。

これらに纏わる法的な議論は、[5]などに詳しいが、実際問題として、例えばある掲示板への書き込みが不適當だとして削除依頼を管理人に対して行ったにもかかわらず、削除がなされなかった

場合、日本生命の件のように仮処分を申請し決定が降りるまで掛かるであろう期間内において、その掲示板は相当数の人間によって見られ、さらに新たに書き込まれるなど、いわゆる「噂が噂を呼ぶ」現象が起こることは十分予想される。大手掲示板では、社会的に関心の高い話題に関しては、数日間でいくつも新たなスレッドが立てられる。後述するように、日本生命の件でもまさにそうであったが、仮処分の申請といった法的手段の行使が、逆にネットワーカー達の関心を呼んでしまい、逆効果になってしまうといったことすら起こりうる。

掲示板の書き込みを監視して、悪質な書き込みを発見したり、誹謗、中傷にあたる書き込みに対しては、管理者に削除を求める対応を取るといったサービスを事業化する会社も登場してきている<sup>[6]</sup>。これはまさに、匿名掲示板への対応を、各企業が苦慮しているということの一つの証明でもあろう。

前述の日本生命に関する事例は、こうした企業側の匿名掲示板への対応の苦慮や困惑などが典型的に現れた事例として、非常に興味深いものがある。既に過去の書き込みに関する事例であり、現在それらは掲示板にはログとして残っているものでしかなく<sup>[7]</sup>、前述のように両者共詳細を明らかにしていない。そのため、日本生命が2ちゃんねるのどの部分の何を問題として「ホームページ掲示板削除」を要求したのかも不明だが、おそらくは同サイト内の保険業界に関するカテゴリーのものと思われる。

[8]などにその経緯が残されているが、その前提として同掲示板の保険業界に関するものは内情暴露ネタが多いため、業界関係者の注目を集めており、「保険会社本社幹部」と称した人物から、以下のような警告もなされていたようである。ただしこの書き込みは、企業名は書いてはいないが、「日本生命がL. A. のパクリ商品出すってホント？」というタイトルのスレッドに書かれているため、日本生命側の人間であることを匂わせる記述になっている。

尚以下に示す掲示板への投稿の引用は、特に指摘しない限り、2ちゃんねるの過去ログ[7]からのものである。

投稿日：2000/11/11(土) 21:53

これ以上書き込みをしていると管理者含め会社として、投稿している人間を調査してもらいます。

嚴重注意だけではすみません。

今、本社で問題になっています。懲戒解雇にしますよ。

保険会社本社幹部。

しかしこの書き込みに対しては、ネットワーカ達はほぼ黙殺をしており、唯一以下のようなフォローがあったのみである。

投稿日：2000/11/12(日) 01:52

>今、本社で問題になっています。懲戒解雇にしますよ。

なんで他社の人間が懲戒解雇にできるの？教えて～。

>保険会社本社幹部

↑絶対ウソ。

卑近な話しではあるが、筆者の所属する大学機関でも、同掲示板にまつわる同様の事例が過去にあった。以下に引用するように、余り好意的とは言えない（但し内容的には、個人的な感情の吐露のようなものでしかないが）書き込み（89）に対して、本学総務課を名乗る書き込み（186）が、実際の連絡先を記述した上でなされた事例である。

89 名前：名無しさん@お腹いっぱい。

投稿日：2000/10/11(水) 21:07

>フェリスの子たちの気取りって、偏差値云々じゃなくて、校風や

>ら伝統と言ったイメージ、下から上がって来れるって言う家柄

>（親の経済力？）に自信があるからじゃん？

はあ？

フェリスのような大学に上がって、何の価値があるやら。金持ちは子供をフェリスのような学校に行かせねえよ。

がんばれよー（爆笑

186 名前：フェリス女学院大学総務課

投稿日：2000/10/13(金) 01:39

先ほど知人からメールを受信しこのサイトについて知りました。このサイトに書きこんでいる長島さんという方が本学について誤った知識をお持ちの上、本学を侮辱していると確信できる書き込みがあり大変遺憾です。

（中略）

どちらの大学でも、自校に誇りを持っていると思います。私達の大学も、伝統と誇りを持っています。貴殿のように誤った事実をこのような場所に書き込み、侮辱し、また意味のない批判をされているのは全くもって遺憾であり、許しがたい行為だと断言します。今後このような書き込みが続くようであれば本学でも早急に措置を決定させていただきたいと思います。また、本学にも、他のご迷惑をかけた方にも、侮辱したことに対し謝罪するべきであると強く主張します。我が校に苦情がある場合は文書または電話にて直接お寄せください。このような匿名の書き込みは一社会人として許されない行為です。もしも我が校に非がある場合は誠実な態度で謝罪致します。

貴殿にもそのような態度を強く望みます。長文失礼致しました。

〒231-8651 神奈川県横浜市中区山手町37

総務課045-681-5150

この書き込みに対しては、以下のような反応があった。

187 名前：千葉賢人 投稿日：2000/10/13(金) 01:45

> 1 8 6 頑張れよ 応援します（和良

188 名前：名無しさん@お腹いっぱい。

投稿日：2000/10/13(金) 01:47

総務課が何時まで遊んでるんだ？

189 名前：名無しさん@お腹いっぱい。

投稿日：2000/10/13(金) 01:50

>186

びっくり！！！！！！

なんか威圧感がこえーな

191 名前：名無しさん@お腹いっぱい。

投稿日：2000/10/13(金) 01:52

冷静に怒られるとよけー不気味なんですけど…

大人の文章ッスね>186

195 名前：名無しさん@お腹いっぱい。

投稿日：2000/10/13(金) 01:55

どう考えても186はネタだろ（笑）

本気で信じ込んでいるやつが数名居る模様。

日本生命の事例と同じように、掲示板のユーザ達は、こうした一種現実世界の裏付けを伴った書き込みに対して、殆どまともな反応をしていないのがわかる。むしろ書き込みの時間や与えるイメージなど非本質的部分に反応しており、少なくとも書き込みの内容そのものには全く立ち入っていない。特に問題だと思われるのは、書き込み自体もネタとして捉えている書き込み（上記195）もあることである。

モノに欠陥がある場合、リコール等の制度を用いて情報によってその修正が行われる。しかし情報に欠陥があった場合、その修正は情報によらざるを得ない。その場合、修正情報自体を欠陥の無いものとして保障することは実質的に不可能である。そうした情報そのものが持つ特性が、この書き込みに典型的に現れている。つまり、ネット上の匿名掲示板においては、誰もが匿名であり、よしんば「総務課」とか「保険会社本社幹部」などと現実世界における実名の記述を行ったとしても、それを実際の社会関係と繋げることはできないし、その情報自体の確度を検証することもで

きない。さらに、ネットワークや比較的閉じたコミュニティに固有の、権威付けなどに対する反発を生むこともある。結論的に言えば、掲示板の書き込みに対して、同じ掲示板で書き込みという手段でその修正を行うことは不可能であると考えたほうがいいだろう。

日本生命の事例では、2ちゃんねるの書き込みに対して、掲示板ではなく現実世界における解決が図られた。前述のように、日本生命側は管理者に削除を求める仮処分を申請し、地裁によって削除を命じる決定がなされている。しかし前述のように、何が削除命令の対象になったのかは不明であり、またどう処理されたのかは正確にはわからない。但し実際には、2ちゃんねるが定めている削除ガイドラインに従って、多くの書き込みが削除されており、こうした法的手段自体の効果も不明である。

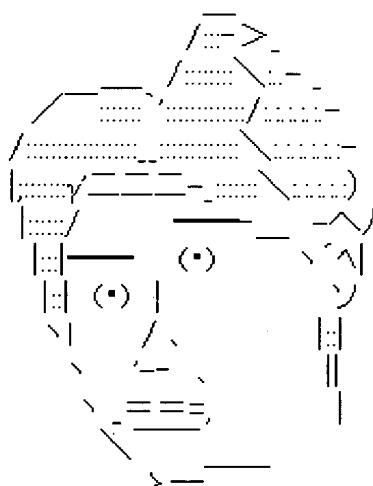
むしろ本事例では、その仮処分申請に纏わる副産物が、逆に日本生命に多くの打撃を与えていると思われる。2ちゃんねる管理人は、地裁からの通知書の画像データを掲示板にアップし、さらに通知書が届いた旨をメールマガジンと掲示板で発表した。その結果、掲示板では多くの反響を呼ぶことになるのであるが、東京地裁からの通知書に記載されていた日本生命の代理人と称する人物「YT」は、掲示板の中で「2ちゃんねるを潰そうとする2ちゃんねらーの敵」<sup>[8]</sup>として位置づけられることとなってしまった。折悪しく、日本生命のWeb上に、営業部に所属する「YT」という名前の職員の社員紹介のページがあり、さらにそこに写真が添付されていたため、「YT」の顔がAA（アスキーアート）化され、日本生命の名前と共に、「YT」の名前は、掲示板の中で一人歩きを始めてしまうことになった。後に、地裁からの通知書の弁護士名が記載ミスだったため、本来の日本生命の代理人である弁護士名とは異っており、この「YT」なる人物は、全く当該仮処分申立に無関係だったことが明らかになっている。



16 名前: 名無しさん 投稿日: 2001/03/31(土) 05:58

132 名前: 山■ 哲■ 投稿日: 2001/03/31(土) 05:12

私は、入社以来、常々  
ビッグな仕事がしたいと願ってきた。



日本生命の当該ページは、即時に削除されたが、本事例の影響のせいか、以降日本生命のWeb (<http://www.nissay.co.jp/>) には個々の社員に関連する情報が徹底して排除されており、メールアドレスなども全く書かれていない。そのため、個人的な経験からの感想ではあるが、同社には消費者として大変連絡が取りにくい状況にあるとの印象がある。同社社員「YT」に関する風評被害も、人権の観点からは大いに問題だと思われるが、ネットワークからのアクセスを恐れる余り、一般消費者からの情報をも遮断するようなWebしか運営できなくなっているとするならば、企業としての損失は多大なものではなかろうか。

結論的に言えば、日本生命の掲示板への対応は、余り優れたものとは言えないだろう。前述のような様々な損失に加えて、より重要なのは、当該事実関係や書き込みの詳細よりも、掲示板の内

容に対して法的手段によって削除をおこなったという事実のほう  
が、ネット上では遥かに大きなインパクトを与えているという点  
である。当該事例の発生から数年が経過した現在でも、掲示板  
上では日本生命はある種ネットの敵のようにみなされているとい  
う観があるのも否定はできない。日本生命の仮処分申立の目的は、  
おそらく仮処分の決定によって、法的には達成されたのかもしれ  
ないが、企業イメージの情報コントロールを含め、匿名掲示板対  
応には明らかに失敗している。

では、日本生命はどうすべきだったのであろうか。どこに対応  
のまずさがあったのだろうか。

## 1. 2 企業は何ができるのか

ここまで見てきたように、ネット上の口コミに対しては、企業  
側として、ネット上での対応と現実世界での対応の、大きく2つ  
の対応手段が考えうる。前述の事例にも見えるように、ネット上  
の口コミは、特に匿名掲示板を中心に考えた場合、以下のような  
情報的な特性を持っていると言われている<sup>[6]</sup>。

- ①情報のコントロールが困難
- ②情報伝達のスピードが極めて速い
- ③情報の発信・受信者が不特定で、非常に多い

確かに、ネット上の手段でも現実世界における対応でも、およ  
そは企業側が意図するような方向には情報が動いてはいない  
し、さらに書き込みやその他の反応は、投稿日時を見るだけでも  
伺えるように、非常に早いものとなっている。さらに、これが  
Web掲示板の機能の源泉であろうと思われるが、不特定者による  
情報の発信が大量に行われるため、いわゆる「量が質に転化する」  
現象が起こる。すなわち掲示板の書き込みが、例えば巷間言われ  
たように「便所の落書き」のようなものであったとしても、それ  
が圧倒的な量を占めるならば、その情報にはある種の権威や信憑

性などが付加され、あたかも真実や既成事実のように変化していくといったことは、十分考える。そこには我々の社会を有効に運営していくための普遍的な原理である多数決原理のようなものが、心的に働いているということもあるだろう。多数であるということは、それだけで力を持つのである。

恐らく前述の事例でも、本当に企業側が恐れたのは、こうした情報の独り歩きであろう。もし本当に掲示板自体が「便所の落書き」ならば、法的手続きなどを取る必要はない。企業側が掲示板の書き込みをそのまま放置することによって、その情報の独り歩きを、いわば追認したものと看做されることを恐れたということであろうと思われる。

### 1. 3 匿名性とその機能

ここで注目したいのは、「匿名性」という概念である。Web掲示板の「匿名性」が諸悪の根源などと、短絡的なことを言うつもりはない。前述のように、Web自体は、社会的に「非対称情報」環境にある人々の情報ツールとして、現在は欠くべからざるものとなっている。例えば、対企業としての消費者、対政府や政党としての国民、対学校としての学生など、現実世界において非対称的な社会関係においては、そこに情報の非対称性も存在している<sup>[1]</sup>。すなわち社会的な弱者は、情報弱者でもある。

そうした情報弱者が容易に情報の受発信ができるがゆえに、それは有効なのではあるが、その情報発信を支えているのは、明らかにその匿名性である。「匿名性は都市が持つ匿名性と同様、ネット社会に必須のものであり、さらに、社会を大きく改革する求心力となるホイッスルブローア－を発生させる要因はまさしく匿名性である。匿名性を保持したままでなければ、ホイッスルブローア－としてネット社会に発生できない。」[9]という指摘に見るように、社会的な弱者でもある情報弱者が自由に情報発信ができるの

は、そこで匿名性が保障されているがゆえである。

2ちゃんねるなどで、投稿者によって常套文句として使われる脅し文句の一つである「IP抜くぞ」（注：IPアドレスを知ることにより、個人情報をも得ることができるという意味と思われる）とは、匿名性を阻害することがいかにネット上においては不利益になるかということを、ネットワーカー達も本能的に理解しているということの証左であろう。

これは、近代の選挙権が、秘密選挙というシステムによって支えられていることを思い出させる。公開選挙は、有権者に投票の責任を持たせるという意味で、確かに選挙権を支える重要な義務のように見えるが、社会的弱者の自由な意思の表明をさまたげるため、秘密投票が共通的原理となっている。この例で見るまでもなく、情報弱者を支えるのはネット上の匿名性であると言って過言ではなからう。

但し、掲示板の匿名性は、自然発生的に護られているものではなく、ゆえに全ての掲示板システムにおいて本来の、かつ共通的に実現されているものではないということは指摘しておかねばならない。[10]でも述べられているが、現在の掲示板における匿名性は、主に2ちゃんねるとその管理者によって、その基本的な枠組みが作られてきたものと言える。「掲示板の管理者は、投稿の書き手ではなく掲示板の管理者という、いわば事務スタッフにすぎないから、書かれた内容には責任を取れない」という原理によって、2ちゃんねるの掲示板システムは運営され、護られている。そのため、例えば前述のような事例においては、掲示板の管理人は特定の投稿に対して、書き手に責任を負わせるという選択肢も当然あったはずである。その場合、責任を明確にするために書き手の匿名性は保障されないことになる。しかし2ちゃんねるでは、あくまでも書き手に対しても匿名性を与えるという、「二重のディフェンス」<sup>[11]</sup>が与えられている。つまり、掲示板の

匿名性は、この匿名性の元で自由に発言している多くのネットワーク参加者自身が勝ち取った権利（あるいは自由か）、ではない。例えば、現実世界との接点がより高く、犯罪その他のトラブルの原因ともなりかねないいわゆる「出会い系」と呼ばれている掲示板サイトでは、殆どがIPアドレスの記録、公開や身元の確認などを取り入れ、匿名性を排除するものとして運営されていることにも注目される。

結局、掲示板というシステムは、いい意味でも悪い意味でも、2ちゃんねるがその枠組みを作り上げてきたものであるが、同様な電子掲示板システムは、Internet上に無数に存在するし、それらの多くが、2ちゃんねるの流儀に従って運営されているのも確かである。つまり匿名掲示板の持つ問題とは、2ちゃんねる固有の問題なのではないということを認識しなければならないだろう。

ここまで見てきたように、ネット上の口コミメディアである掲示板の特性は、その匿名性が重要な鍵と言えよう。匿名掲示板では、情報の発信側は全て匿名の存在として扱われる。これは、記名によって発言したい側（例えば企業など）であっても、強制的に匿名的な存在とさせられてしまうということでもある。つまり、現実世界における記名を行ったとしても、ネット上の記名と現実の記名が切断されてしまうため、本質的に、全ての書き込みは、匿名で対等なものとして扱われてしまうためである。その意味で、匿名掲示板においては、企業側の方が明らかに情報弱者となってしまう、すなわち現実世界の非対称性が、ネットの世界では逆転をしてしまうという点が、企業においては最も悩ましいところであろう。

社会関係における非対称性を特に情報の観点から捉えて、市場経済を分析したものに、2001年のノーベル経済学賞を与えられたJ.スティグリッツ・コロンビア大学教授らの研究がある。それは「経済主体によって情報に偏りがある場合の経済行動」に関する

ものであり、情報の非対称性が引き起こす2つの病理現象として、「逆選択」と「モラルハザード」が指摘されている<sup>[11]</sup>。ここでの文脈は市場経済であるが、それを援用すると、匿名掲示板のユーザは、その非対称関係によって、時として「モラルハザード」に陥ったり、「逆選択」現象が起こったりすることになるが、それはまさに今の匿名掲示板において生起していることそのものである。

しかし、モラルハザードに陥ったり、逆選択状態にあるようなネット上の口コミに対して、現実世界の社会関係や、権威などを背景にした規制や対応を行ったとしても、前述の事例に見るように、それは有効ではない。そこには、主体間の情報量の問題があるためである。であるとすれば、例えば特定の企業にとって不利益な書き込みがなされ、それを企業側が知ったところで、一体何ができるのであろうか。

問題は、企業を巡る社会関係ではなく、あくまでネット上の情報量の問題、すなわち非対称関係にある。現実世界における情報弱者である消費者が、匿名によって発信できるメディアを手に入れたことによって、消費者が大量の情報を受発信することになり、ネット上での情報強者になった。では、ネット上の情報弱者である企業にとって、いかにネット上で情報の受発信を行い、非対称関係を緩和していくか、それがここでの課題である。

## 2. 企業と消費者間における電子メディアの利用実態

こうした問題を考えるにおいて、ひとつの興味深い調査結果がある。2000年度に三菱総研によってなされた「企業の社会的責任」に関するもので、雇用、消費者対応、環境、市民社会貢献の、項目別にまとめたものである。本調査は、一部が[<http://www.socially-responsible.gr.jp/>]で公開されている。

企業の消費者対応については、ホームページ活用度やクレーム情報管理、フィードバック体制などの実態が明らかにされている。

それらによれば、56%の企業がホームページ上でメールや送信フォームなど、いずれかの手段で消費者からの受信を可能としている。さらに、クレーム等消費者の意見については、83%の企業が件数を把握・認識しており、それらをデータベースとして情報管理している企業は75%ある。その情報の社内へのフィードバックについては、データベースの活用や、定期的な連絡会議や文書報告なども含めて、なんらかのかたちでフィードバック体制を構築しているという企業は65%であった。フィードバック体制の中で、「全社でのアクセス可能」となっている企業は21%と少ないが、構築中という企業も含まれており、今後、データベースの全社共有を視野に入れている企業も出てきているといった結果が明らかにされている。

ここに見るように、企業側としては、消費者からの情報の収集や活用に大きな関心を持っているのが伺えるが、では消費者側には企業側の情報はどのように伝わっているのだろうか。

## 2. 1 企業側の情報発信の実態

こうした問題意識をもとに、筆者らは、これらの調査を受け、さらに消費者側の観点から、各企業の消費者に対する情報の受発信と、消費者側の意識の2つについて、2003年度にアンケートや聞き取り調査を行った。但し、三菱総研の調査とは別に行ったため、対象企業自体や母数などに大きな違いがあり、単純に比較はできないということは付記しておく。

前述の三菱総研の調査では、30%の企業が製品リコールの公表手段の一つとしてホームページを活用しており、さらにリコール情報をホームページのトップページに掲載するか否かという問いに、「掲載する」「前向き」と回答した企業はそのうちの86% (35%+51%) という結果となっている。これはサービス系企業が除かれるが、情報収集に比べると、ネット上のリコール情報の

発信に関しては、どの企業も余り積極的には思えない節がある。

クレーム、意見、問い合わせなど、消費者からの声は企業にとって貴重な情報である。そこで、リコール情報のみならず、消費者からの様々な情報がどのように消費者にフィードバックをなされているかを聞き取りしてみたところ、殆どの企業が、それらの情報はネガティブな側面を持つものがあり自社に不利である、あるいはノウハウ情報であるなどの理由で、そのままの形では殆ど消費者側には提供されていないことがわかった。

確かに、三菱総研の調査でも、社内にすら公開されていない例の方が多かったことから、そうした傾向はうかがわれる。しかし、他社のクレーム情報には関心があるかどうかに関しては、ほぼ全企業が関心ありと答えている。社外には余り出したいくないが、他社のことは知りたいということであろう。

但し、筆者らの調査では、約6割ほどの企業が、消費者向けの営業情報以外の情報を提供するFAQ的なWebページを運用し、営業情報以外の様々な情報を提供している。さらに、そのFAQページの構成には、その中で約3割ほどの企業が、消費者の声を意識することがあると答えている。

## 2. 2 消費者側のWeb上の情報の利用と購買モデル

さて、こうした企業側からの情報発信に加えて、消費者側の意識についても、同様に調査を行った。製品やサービスに対して、ネット上ではこういった情報をどのように参考にするかといった簡単なアンケート調査である。その結果、特に製品やサービスの購入においては、まず製品比較サイト（注：各社の製品やサービスを比較したサイトであり、B2C系のサイトでも最近は消費者の評価が併せて記載されていることが多い。「口コミサイト」とも呼ばれることがあるが、情報の提供主体や責任の所在が明確なことが多いため、本稿では掲示板の口コミとは区別する。）や、B2C



のEコマース系のサイトから調べるといったものが圧倒的だった。その上で、企業の公式Webを確認するというパターンが多かった。

興味深いのは、匿名掲示板などの口コミによって、最終的な購買に関する意思決定が左右されるという回答例が、非常に多く見られたことである。筆者らのアンケートでは、「匿名掲示板の書き込みに対する購買行動への影響」に対しては、「気にする、とても気にする」といった回答が半数を占め、「全く気にしない」といった回答は、僅かであった。しかし、購買行動への影響の内容は若干複雑で、製品の購買に関する意思決定を行うための情報源は、企業の公式Webが中心であり、匿名掲示板自体の情報に基づいて製品の購買に関する意思決定を行うという回答は殆ど無かった。つまり匿名掲示板は、購買行動を決定する直接の情報源にはならないが、購買の意思決定に対する検証のための情報源として機能しているということである。これはおそらく、匿名掲示板上の情報が、確度が保障されたものではないということが大きな理由であろうが、それは逆に前述のような「量が質に転化する」という原理によって、明らかに掲示板上的口コミが消費者にとって無視することができないものともなっているということでもある。

余り厳密なアンケート調査ではなく母集団も限られてはいるが、その調査結果から、消費者の購買行動などの意思決定とWeb上の情報との関係として、まず①「製品情報サイト」によって候補の抽出を行い、②公式サイトによって最終的な意思決定を行い、さらに③掲示板等口コミによってその意志決定の追認、検証といった作業が行われるという、意思決定のモデルが明らかになる。このモデルの詳細については別稿に譲るが、こと購買行動においては、掲示板自体は決して落書きのようなものではなく、消費者の意思決定に大きく影響を及ぼすものであり、企業にとってはやはり無視することはできないだろう。

ここまでの一連の調査などで、企業と消費者間におけるWebによる情報交換におけるいくつかの問題点が明らかになってきたと思われる。企業側では、消費者からの情報を収集するにおいて、情報の蓄積やそれを再利用するための手段が欠如している。また基本的に消費者対応は、各社固有の問題と捉えているようであり、企業間や業界内、産業内での情報の共有はなされていない。それは逆に、消費者にとって、必要な情報が各社Webに分散してしまっているということになり、有効な情報を統合して得ることができないということも意味する。特に消費者側から見た、情報の分散、断片化が、製品情報サイトや掲示板などが、消費者の購買行動や意思決定に大きく寄与している大きな理由であろう。しかし前述のモデルで示したように、掲示板は、その情報の確度が保障されたものではないという、最大の欠点がある。

Webは、言うまでも無く、最大の知識ベースであり、分散していることで、個々の情報が他の情報とは独立して扱うことができ、さらにアドホック的に知識を追加することも可能である。しかしそれは逆に欠点でもあり、消費者側が多くの情報を収集したり比較したりするには、それなりの技術や手間を必要とする。

さらに匿名掲示板上的情報も、確度や精度には問題があるが、逆にであるがゆえに、貴重な消費者からの生の声のうちの一つであり、それが企業側にとって収集、蓄積、再利用などの対象とは全くなっていないのは、多くの損失ではないかと思われる。掲示板には大量の書き込みが溢れている。その意味では、掲示板からは多くの情報を得ることができるように思えるが、実際には企業側が利用できるような整構造のものではない。「ネット上の口コミをマーケティングツールとして活用したいと思っている企業は多いが、既存の匿名掲示板などには信頼性の低い情報も多く、企業側もどう利用していいかわからないのが実情」<sup>[12]</sup>といった意見は、まさにそのことを表している。

### 3. 「情報の校正モデル」と保証された知識のためのサイト (certified FAQ)

ここまで述べてきたように、Web上の匿名掲示板を巡っては、企業側がどう対処すべきかという問題と、その情報の信頼性や信憑性をどう担保するかという、2つの問題に集約される。そしてそのどちらもが、「情報を情報で修正するにはどうすべきか」という技術的な課題に、議論は帰結しそうである。前述のように、モノに欠陥がある場合には、メディアを使った社告などの情報によるリコールなどの制度により修正、改善などが行われるが、情報に欠陥がある場合、情報による修正はまず不可能である。その結果として、前述の事例では法的手段などに頼らざるを得なくなったということと言えよう。

筆者らは、こうした「情報に対する情報による修正」に関して、「情報の校正モデル」を提唱し、それに基づいた実験や検証などを行ってきた<sup>[13]</sup>。「情報の校正モデル」とは、簡単に言えば、人間が文書校正を行う時の、いわゆる「ペン入れ」や「赤入れ」と呼ばれる作業のように、情報とその修正に履歴や世代を与えようといった試みである。但しそれは厳密な技術モデルではなく、こうした現象とその解決を考える場合における、いわば概念的な枠組みと言えるもので、[図1]にそのイメージを示す。

言うまでもなく、シャノン流の情報理論に基づく情報技術においては取捨されてしまうが、社会学的な観点からは、情報とは、コンテンツのみから成立するのではなく、その文脈や情報源、媒体、履歴その他様々なメタ的な要素も含まれており、それらはコンテンツと同等以上に、情報という存在において重要な役割を果たしている。筆者らは、こうした情報を構成する周辺的な要素を扱うことを試みているが、特に紙媒体で記述された情報は、書き込みや削除などが容易に表現でき、そこからさらに様々な文書の背景にあるものが表現や推定できることに着目した。紙へのペン入れは、原情報（校正対象）に埋め込まれてそれと一体化してし

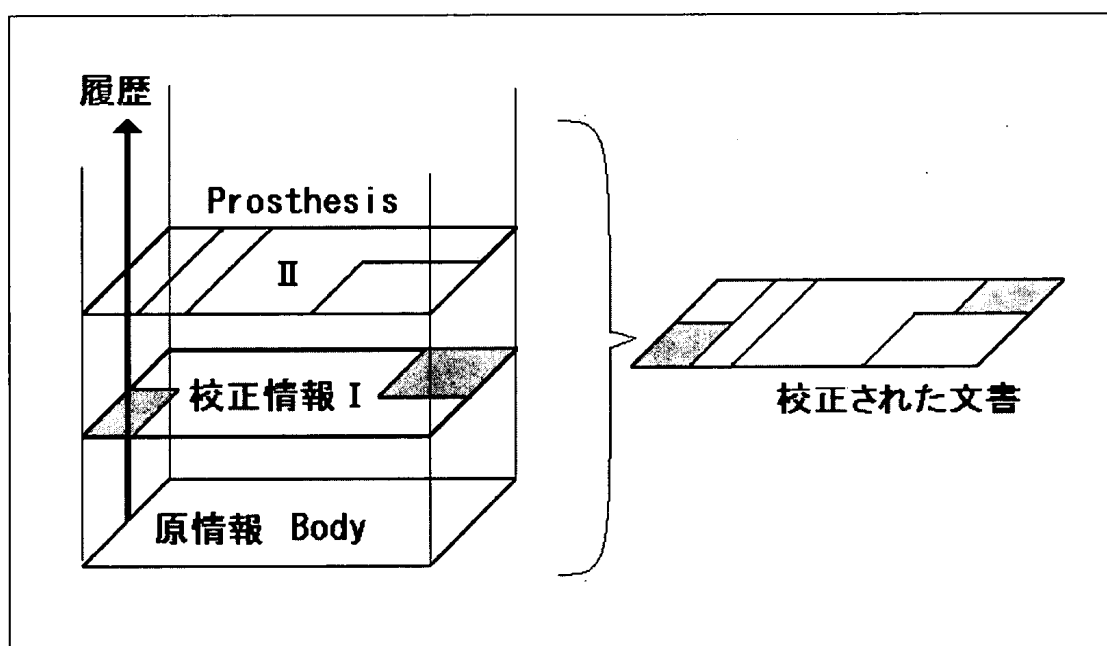


図1 情報の校正モデル

まうのではなく、あくまで独立した校正情報であり目的や観点によって、切り離したり付加したりして扱うことができる（注：電子文書の校正の例としては、MS-Wordにおける「変更履歴の記録」や「コメントの挿入」が、最もイメージし易いであろう）。このように、「情報の校正モデル」では校正対象の情報に単純に情報を付加するのではなく、校正情報は、校正対象に依存しながらも独立して固有の情報を保持するカプセル化したもの（オブジェクト）と考える。校正情報は原情報に対して「破れや不足を補い綴る」という機能を持ったものという意味で「prosthesis object・補綴（ほてつ）オブジェクト」と総称し、原情報は、それに対して「body object・原オブジェクト」と呼ぶ。こうした概念的な枠組みを、例えば、文書を共同作業のもとで編集していくシステムに適用したものが、[14]ということになる。

さて、この「情報の校正モデル」の枠組みで、再度匿名掲示板にまつわる情報現象を考えてみる。すなわち、掲示板上的の書き込みをこのモデルにおける「原情報（校正対象）」と考えるなら

ば、その修正は原情報に対して、その欠陥を補うものとして、「prosthetic」なものとならねばならない。

原情報と同じ掲示板の上に書き込まれた校正情報は、原情報と一体化してしまうがために、原情報を修正することができないためである。そのため、あくまで校正情報は、「prosthesis」としてカプセル化され、「body」である原情報とは、独立していなければならない。

さらに、「prosthetic」な校正情報には、原情報に対して「補い綴る」だけの機能がなければならない。特に匿名掲示板においては、前述のように全ての書き込み情報が、匿名のものとなってしまったため、校正情報には原情報を修正するための、根拠や信頼性が必要である。その上で、校正情報は、「body」である原情報との依存関係が明示的でなければならない。特に、匿名掲示板の中に埋没してしまっていたり、あるいは原情報が書き込まれたサイトとは全く無関係なサイトで情報を提供したとしても、原情報との依存関係が明示的でないため、情報の校正にはならない。

本稿では、こうした要求を満たすものとして、「保障された知識のためのサイト（certified FAQ）」を提案する。それは、簡単に言ってしまうと、匿名掲示板に書き込まれた投稿に対して、各企業が自らの名前で校正情報を追加することを目的としたサイトである。匿名掲示板が、「body」の集合であるとするならば、それらに対する「prosthesis」の集合と言えるであろう。

現状では、最も「prosthetic」的に校正情報を提供しているのは、各企業のWeb中の「FAQ」にあたる部分であるが、それらは、各企業単位のものとなってしまう、様々な書き込みが集まった掲示板と比べれば、明らかに情報が分散している。

「certified FAQ」では、各掲示板における書き込み（原情報）に対して、そのメタ情報（サイト名、書き込み日時など）を含めて、「body」として明らかにする。これは掲示板における「スレ」

を立てることにあたるが、それによって原情報との依存関係を明示化する。そしてその上で、企業名を明らかにした上で、それらに対する校正情報を追加していく。これは「フォロー」や「レス」にあたる。これらの一連の原理に関する模式図を、図2に示す。

旧来各企業単位で行われていた作業が、「certified FAQ」という特定のサイトで集中して行うことが可能となれば、そこには掲示板でも働いている「量が質に転化する」原理が働くはずである。さらに、校正情報の追加が、当該企業による公的なものであるということが保証されれば、原情報を修正するための根拠となるはずである。

尚、特に情報源に着目し、主に現実の人間関係によってユーザ自身を限定して情報を保証したものが、最近話題となっている、いわゆる「ソーシャルネットワーキングサイト」と言えるだろう。そこでは、ユーザがプロフィールを公開し、ユーザ同士が何らかの繋がりを持つため、責任ある発言が求められる。そのサイトのコミュニティにおいては、集まった人々が情報を共有し、知識を

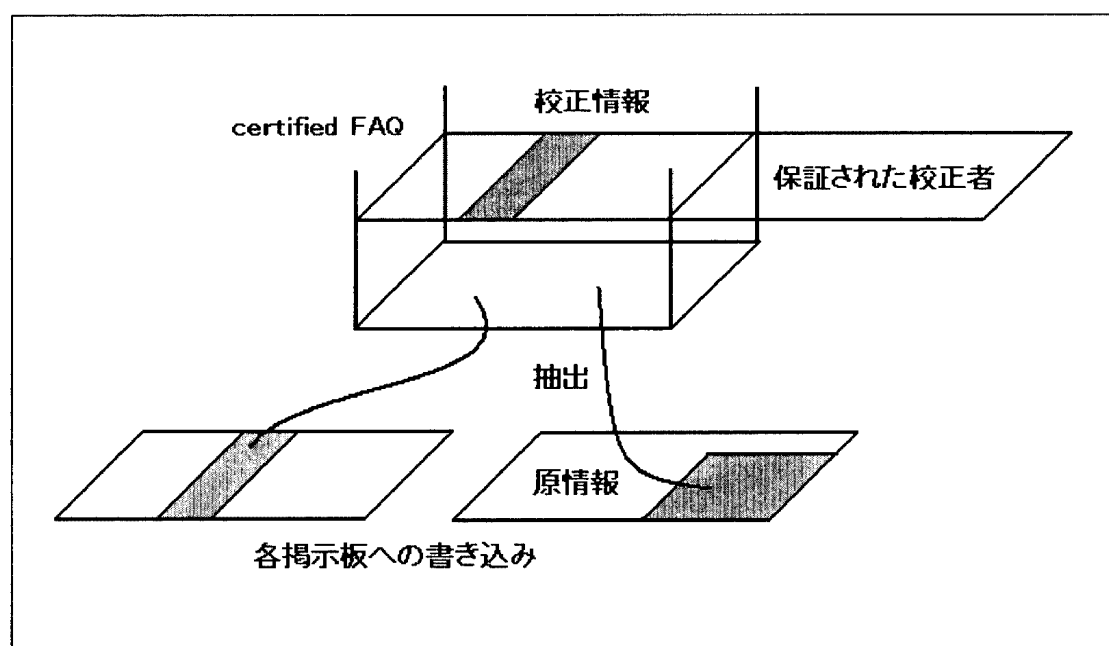


図2 certified FAQの校正モデル

拡大していくという意味では、本試みと同様の方向性を持っている。しかし、ソーシャルネットは、閉鎖系であるのに対し、本試みは匿名掲示板という開放系を前提としている。さらに、ソーシャルネットは情報を生成していくための試みであるが、本試みは既に生成された情報を修正していくためのものであるという点に違いがあると言える。

#### 4. まとめ

ここまで述べてきたように、「certified FAQ」の試みは、ネット上の匿名掲示板における口コミが引き起こした、「量が質に転化する」という現象を利用しながら、情報を情報によって修正していく試みである。2ちゃんねるのような匿名掲示板が、管理者や運営者の意図のものとはいえ、広くネットワーカ達によって自然発生的に認知されていったのとは異なり、本試みでは、意図的に「量」を拡大させることが重要な鍵である。そのため、「certified FAQ」サイトは多くの企業によって構成されねばならない。しかし現実問題として、筆者らの印象では、消費者に対する情報の受発信は個々の企業の責任であり権利であるといった感覚を持った企業が多いように思われる。しかしネット上の膨大な掲示板の書き込みと比べれば、一企業は明らかに情報弱者でしか過ぎないということは認めねばならないであろう。

2ちゃんねるなど、匿名掲示板に関する議論は、非常に難しい。多くの議論を見る限り、論者の立脚点や観点により、結論も大きく変わってくる。それこそ、好き嫌いといった主観的な要素によって左右されているのではないかと思われるような意見も多い。しかしどちらの立場に立つにせよ、すなわち好きでも嫌いであっても、ネットを使っている全ての人間が特定のテーマについて発信することができるメディアなどは今まで存在しなかったし、そのメディアが持つインパクトは認めざるを得ないだろう。我々は

Internetが無かった時代には戻れないということと同じように、匿名掲示板が無い時代には戻れないと言っても過言ではないであろう。であるとするならば、匿名掲示板を否定（あるいは肯定）するのではなく、まずはそれは既に存在しているのであるという前提で考えねばならない。

2ちゃんねるには、「低俗・差別的な表現が多く見られる」、「陰湿ないじめ、集団攻撃の多発、特に正義の勘違いによる攻撃が見られる」といった意見もあるが、であるとするならば、あるいはであるがゆえに、それを修正する情報も重要なのであり、我々にはそうした手段も必要なのである。本稿の内容に対する、様々な意見を期待して、本稿のまとめとする。

## 付記

本研究は、「第一回情報セキュリティシンポジウム」にて、福田浩之氏（ゼノンコンサルティング）との共同研究による発表[14]を元に、同シンポジウムでの多くの議論を反映したものである。筆者が長年問題意識を持ち、研究を進めてきた「情報を情報で修正する」という課題は、技術だけでは解決ができない。そのため多くの研究者と議論し、学際的な研究を行ってきた。[15]では特に「情報」という存在を例に、学問の体系そのものに関する問題意識を明らかにしたつもりである。

[16]でも指摘されているが、人間の持っている知識のうち、せいぜい学問で体系化できるのは半分程度であると言われている。さらに、その学問分野自体が細分化されて来ているため、人間の持つ知識自体も細分化された構造となっている。こうした環境において、既存の学問では、細分化と効率化がその主導原理となっていており、勢い現代は知識の生産速度と拡散速度の格差が広がることになる。そしてそれに拍車を掛けているのは、本稿でも取り上げた情報技術である。それによる知識の偏在は、情報化社会



の大きな特徴と言えるだろう。社会そのものの及びそれを把握するための学問が複雑になった分だけ、我々研究者は俯瞰的且つ総合的なものの見方をしなければならない。例えば「情報」という存在は、工学的な観点のみから把握すべきものでは無い。少なくともそれだけでは、もう多くの問題が解決できないのである。我々は、様々な知識をつなげて行かねばならない。旧来の教育では、知識の量の多寡が重視されてきた。しかし、Internet上のWebに代表される知識ベース、データベースを参照すれば必要な知識を抽出することは可能である。ゆえにこれから人間に必要な資質とは、知識の量ではなく、既存の知識を元に新しく知識を再構成し、作り上げて行く能力なのではなかろうか。

卑近な話しではあるが、筆者の周りで見聞する、情報システムを巡る様々なできごとは、いろいろな意味で、こうした学問の細分化にまつわる弊害を思い起こさせる。一つの観点からしか物事を見ることができないということが、いかに貧しいことか。我々知性を扱うことを生業にする人間は、不断に多様な価値観や知識を肯定し、受容していかなければならない。

筆者が、1995年春にフェリス女学院大学に職を奉じて以来、10年が経とうとしている。その間、筆者の関心はソフトウェア工学から、技術と社会の関わり、そして情報そのものへと広がってきた。それは、単に個人的な興味、関心の広がりと言うよりは、技術を含む社会環境の変化とその中に飲み込まれている人々の姿によって与えられたと言えるかもしれない。その間、出来る限りこの国際交流学部紀要に寄稿をすることで、自らの関心や問題意識を整理してきたつもりである。ここでさらに次に研究を進めるために、本稿を執筆させて戴いた。

なお本稿を書くにあたり、多くの研究者、企業の方々に様々なご協力を頂いた。共同研究者であるゼノンコンサルティング福田浩之氏には、常々新しい問題提起をしてもらっている。また三菱

総合研究所の木村文勝氏、荻野百合子氏には、企業の社会的責任に関する調査に関して、いろいろご教示いただいた。記して感謝申し上げたい。

---

#### 参考文献

- [1] 社会運動の新しい視点と消費者運動-技術と消費者との関わりについて-, 春木良且, 国際交流研究, フェリス女学院大学国際交流学部紀要, Vol.6, 4004
- [2] IT事件簿「” 2ちゃんねる ” が衰退していく?」, <http://ascii24.com/news/reading/causebooks/2002/07/01/636911-000.html>
- [3] 東京地決平成13年8月31日・同庁平成13年(ヨ)1087号事件
- [4] 2ちゃんねる・動物病院事件・控訴審判決, 東京高判平成14年12月25日・同庁平成14年(ネ)第4083号
- [5] 誹謗中傷・違法告発と法的対処の限界, 田島正広, 2004.4.9, ユビキタスネット社会実現に向けた政策懇談会, [http://www.soumu.go.jp/joho\\_tsusin/policyreports/chousa/yubikitasu\\_j/index.html](http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/policyreports/chousa/yubikitasu_j/index.html)
- [6] <http://www.em.gala-net.co.jp/> など
- [7] 2ちゃんねる過去ログ倉庫, <http://www.2ch.net/kakolog.html>
- [8] The Battle Watcher ANNEX, [http://homepage3.nifty.com/BWP\\_XP/index.html](http://homepage3.nifty.com/BWP_XP/index.html)
- [9] 2ちゃんねるにおける匿名性の排除, <http://ins1492.livedoor.biz/archives/4656735.html>
- [10] モノ書きの老婆心: 「匿名性」を護るために, 週間木村剛2004.05.13, [http://kimuratakeshi.cocolog-nifty.com/blog/2004/05/post\\_1.html](http://kimuratakeshi.cocolog-nifty.com/blog/2004/05/post_1.html)
- [11] スティグリッツ・ミクロ経済学, J.E.スティグリッツ, 東洋経済新報社, 2000
- [12] ビジネスありきのソーシャルネット「uume」, <http://www.itmedia.co.jp/lifestyle/articles/0408/20/news016.html>
- [13] HTMLの拡張による電子文書の添削の試み, 安部清哉・春木良且, フェリス女学院大学文学部紀要, Vol32, 1995
- [14] ネット上の口コミをどうする, 春木良且・福田浩之, 第一回情報セキュリティシンポジウム発表資料, 2004
- [15] 情報って何だろう, 岩波ジュニア新書, 春木良且, 2004
- [16] 新・学問のすすめーダイガクが創る都市, 吉川弘之他, [http://www.makuhari.or.jp/urbanist/1999/99\\_011.html](http://www.makuhari.or.jp/urbanist/1999/99_011.html)