

情報化社会のアポリア

——東芝クレーマー事件が意味するもの——

田野大輔

1 はじめに

1990 年代以降、インターネットの普及を中心とする「情報化」の進展は、われわれの社会を大きく変容させつつある。全世界がネットワークで結ばれ、地球規模のコミュニケーションが可能となったいま、マーシャル・マクルーハンの夢見た「地球村」がまさに実現しようとしているかのように見える。だがそうしたバラ色の「情報化社会」が喧伝される一方で、現実にはインターネットを介した違法取引や個人への誹謗中傷など、「情報化」にともなう新たな問題も発生している。この点について、西垣通は次のように指摘する。

「サイバースペースで世界が情報的に一つになることは、必ずしも民主的で平等なユートピアの出現にはつながらない……21 世紀のサイバースペースをいろどるのは、一人一人の〈市民〉の多様な欲望と権力追求なのである」（西垣 1995: 172-3）。

個人の自由なコミュニケーションを拡大すると同時に、個人の権力欲と攻撃性をとめどなく増幅する装置としてのインターネット。そうした両義的な問題性を象徴的に示したのが、1999 年に発生したいわゆる「東芝クレーマー事件」である⁽¹⁾。小稿ではこの事件を社会的な観点から考察することを通じて、「情報化社会」の未来図を素描してみたい。

2 謝罪させた男

1999 年 6 月 3 日、福岡市の男性会社員が大手電機メーカー東芝のアフターサービスの姿勢に抗議するホームページを開設した⁽²⁾。AKKY と名乗るこの会社員は、「ビデオデッキの不具合について問い合わせたら暴言を浴びせられた」として、録音した会話音声ホームページで公開し、東芝に謝罪をもとめた。これがインターネット上で大きな反響を呼び、アクセス件数は 1 ヶ月余りで 160 万件を突破、この問題を論議する掲示板や、会社員への支援と東芝製品の不買運動を呼びかけるホームページも数多く開設された。事態を重くみた東芝は 7 月 12 日、このホームページの内容の一部削除をもとめる仮処分を申請したが、抗議が殺到するにおよんで 19 日に申請を取り下げ、記者会見を開いて謝罪した。一連の経緯が新聞や雑誌に取り上げられたこともあり、このホームページへのアクセス件数は 7 月 20 日までに 630 万件に達した⁽³⁾。会社員は 21 日にホームページ上で勝利宣言をおこなう。

「この結果をもたらしたのは、関心を寄せて下さった皆様のおかげだと思います。私一人では、とても得られなかったことです。ありがとうございました。励ましのメールを送って下さった方々に、心から感謝いたします」。

7月22日、東芝の副社長が福岡市で会社員に面会し、頭を下げた。ここに AKKY なる人物は「東芝に謝罪させた男」（『週刊文春』1999年8月26日号）となったのである。

この事件が示しているのは、何よりもインターネットによって一個人が大企業と互角にわたりあえるようになったということであろう。従来なら泣き寝入りするしかなかった消費者が、インターネットを利用することで広く世論に訴え、大企業を謝罪に追い込んだのであり、それを可能にした要因としては、この新しいメディアのもつ以下のような特性が指摘できる。

(1) 情報発信の容易さ

インターネットでは、個人が不特定多数へむけて容易に低コストで情報を発信することができる。たとえばホームページの開設に必要なのは、インターネットに接続可能なコンピュータとホームページを作成・公開するための最低限の知識、およびそれを補ういくつかのソフトウェアだけであり、従来のメディアにくらべると、情報を広く発信するための設備上・技術上のハードルは低い。東芝を批判した会社員も、大手パソコン通信ニフティサーブの会員ではあったものの、それまでホームページを開設した経験はなかった。たまたま書店で『ニフティサーブにホームページをつくろう』という本を見つけたために、ホームページの開設に必要な知識を得ることができたという（前屋 2000: 190-1）。インターネットは、資本も技術も乏しい無名の個人にも、大企業とまったく対等な情報発信者になりうる道をひらいたのである。

(2) 自由なコミュニケーション

インターネットでは、個人がマスメディアに頼ることなく、不特定多数へむけて自由に情報を発信することができる。従来なら情報を広く公開するためにはマスメディアに頼らざるをえず、その場合、どんな情報が取り上げられるかはマスメディアの判断にゆだねられていたが、インターネットはそうした議題設定機能を相対化するため、マスメディアの集中的・一方向的な情報の流れとは異なる、個人間の自由な双方向的・多方向的なコミュニケーションが可能となる。会社員の発言も、新聞への投書などを通じて最初からマスメディアに持ち込まれていたとしたら、おそらく取りあってももらえなかったと思われる。新聞や雑誌の報道によって反響が大きくなった面はあるが、会社員のホームページがインターネット上で話題となったためにマスメディアも見過ごせなくなったのであって、マスメディアはむしろ後追いに終始したといえる。東芝を謝罪に追い込んだのは、インターネットにおける自由なコミュニケーションの力であった。

(3) アクセスの容易さ

インターネットでは、検索サービスや掲示板、リンクなどを利用することで情報に容易にアクセスできるため、情報は瞬時に多くの人々に知れわたる。会社員のホームページも、6月下旬に人気ホームページに取り上げられたことで、一挙にアクセス件数が増えたという（『読売新聞』1999年7月21日朝刊）。いったん話題になると、この問題を論議する掲示板やホームページがいくつも立ち上がり、マスメディアに取り上げられたこともあって、アクセス件数は加速度的に増加していった。東芝の対応のまずさが騒ぎを大きくした面はあるが、この事件は情報を増幅するインターネットの力を実証したといえよう。

(4) マルチメディア性

インターネットでは、一般に画像や音声などマルチメディアを利用してホームページが作成されている。会社員のホームページがこれほど注目されたのも、東芝とのやりとりを録音した音声ファイルを公開した点が大きい。「この音声は修理状況を問い合わせたユーザに対する東芝の対応です」と紹介された音声ファイルを再生すると、東芝の担当者が高圧的に「お宅さんみたいなのはお客さんじゃないですよ、クレマーっていうの」などと話す様子が聞けるが、この音声のインパクト

トを前にしては東芝のどんな弁解も白々しく聞こえてしまう。しかも会社員は複数の形式で音声データを加工し、ホームページにアクセスしてきた人が自分のもっているソフトウェアにあわせて音声ファイルを選べるように工夫したため、多くの人が音声を聞くことができた。

(5) 複製の容易さ

インターネット上の情報は、テキストや画像、音声を含めて、容易に複製することができるため、特定の情報を規制しても、規制の及ばないところで同一の情報が公開される可能性が高い⁽⁴⁾。ホームページを開設した会社員も、自分に規制が及ぶことを予想して「コピーフリー」を宣言し、別の人がホームページの内容を複製して公開することを認めていた。それゆえ、このホームページの内容の一部削除をもとめる東芝の仮処分申請が認められたとしても、その効力は会社員だけに及ぶため、情報の流通をくい止めることはできなかったと考えられる。

(6) 匿名性

インターネットでは、個人がハンドルネームを使うなどして、匿名性を保ったまま情報を発信することができる。このことは、企業の対応に不満を抱いた消費者が抗議行動を起こす場合には、消費者に有利に作用する。情報発信者を特定することが難しいため、法的な規制が及びにくいし、この会社員のような方法で情報を公開すれば、強要罪などで訴えられる可能性も低い。また匿名性が保たれることで、情報発信者に対する第三者の嫌がらせや誹謗中傷もある程度は防ぐことができる。会社員がAKKYというハンドルネームを使ったのも、そうした目的があったと考えられる。インターネットは、個人が社会的なサンクションを受けることなく、自由に情報を発信する手段を提供したのである。

以上のようなインターネットの特性が、AKKYなる人物を「東芝を謝罪させた男」にした要因だったと考えられる。日本を代表する大企業の副社長が一消費者に頭を下げた事実は、インターネットが個人と企業の力関係を大きく変化させたことを示している。それまで強者であった企業が弱者の消費者にひれ伏したのであり、それは企業に不満をもつ多くの消費者にとっては胸のすくような経験だったはずである。強者に対抗するための弱者の武器として、インターネットの情報発信力に注目が集まった所以である。東芝の副社長が7月19日の会見で「新しいメディアが社会を変えていくことを改めて認識した」（『毎日新聞』1999年7月20日朝刊）「インターネットでこういう展開になるのは、全く予想していなかったこと。頭で考えてはいたが実際驚いている」（『日本経済新聞』1999年7月20日朝刊）と語ったとおり、インターネットが大企業を揺さぶるほどの力をもつことが明らかとなった。だがわれわれはこうした状況を手放しで喜ぶことができるのだろうか。

3 告発する社会

「東芝クレーマー事件」の意義を理解するためには、この事件がそれに関わった者にどんな影響を及ぼしたのかを考えてみる必要がある。

まず批判の矢面に立たされた東芝はどうなったのだろうか。この事件によって東芝製品の売り上げにどの程度の影響が出たのかは定かでないが、少なくとも同社のイメージが相当な打撃を被ったことはたしかだろう。東芝には7月20日までに約2000件のメールが寄せられ、その大半が会社員に謝罪しないことへの批判だったという（『朝日新聞』1999年7月20日朝刊）。もちろん東芝とて、こうした状況に手をこまねいていたわけではない。はやくも7月8日には同社のホームページ

上に「VTR のアフターサービスについて」と題する文書を発表し、一部不適切な対応があったことを認めた(5)。だがそこには明確な謝罪は見られず、自らの正当性のみを主張しているかのように読めた。とくにこの文書が相手の会社員にではなく「お客様各位」にむけられ、「事情をご存じない一般のお客様に誤解を招きかねない状況にあることにつきましては、残念に存じております」という見解を示したことは、顧客対応よりも売り上げを優先する大企業の姿をはからずも露呈してしまった。「インターネットで討論する気はないが、公開された音声ファイルが東芝全体のサービスに対する姿勢だ、という誤解が広まるのを見過ごせなかった」（『朝日新聞』1999 年 7 月 10 日夕刊）という東芝広報室のコメントは、同社の対応のあり方を象徴している。

東芝が 7 月 12 日におこなった仮処分申請も、さらに一般消費者の反発を招いたと考えられる。仮処分申請によって会社員の動きを封じるという法的措置は、同社の高圧的な態度を印象づけ、「大企業に立ちむかう一消費者」という図式に裏づけを与えてしまい、世論を一挙に敵に回す結果となった。一般的にいつて、批判や中傷の類はやっただけの効果が得られることが多く、その真偽にかかわらず、対象とされた者のイメージはほぼ確実に打撃を受ける。自分を非難する相手に反論しても、そしてその非難が誤りであることがわかって、反論することで第三者にも最初の非難を思い起こさせてしまうため、たいていは逆効果になる。東芝が 7 月 19 日に仮処分申請を取り下げ、会社員に謝罪したのはおそらく、法的対応に時間をかけるよりも率直に謝罪したほうが、同社のイメージに対する打撃は小さいという判断によるものだったと考えられる（『毎日新聞』1999 年 7 月 20 日朝刊）。

東芝のイメージが打撃を受けたことで、同業他社はほくそ笑んでいたのだろうか。どうやらそうではなかったらしい。たとえばある大手メーカーは「人ごとではない。今後起こり得るパターンとして考えておかねば」（『読売新聞』1999 年 7 月 21 日朝刊）とコメントし、別のメーカーも「メーカーとしてはたまらないが、そこを乗り越えるノウハウをもつ会社だけが生き残っていくのだろう」（『毎日新聞』1999 年 7 月 20 日朝刊）と語っている。消費者への対応を誤ると、企業イメージに致命的な損害が生じかねないことを示した東芝の事件は、他の企業にもインターネット時代の顧客対応の難しさを痛感させたようである。インターネットは消費者にとっては強力な武器であるが、企業にしてみればいつ自分に矛先が向けられるかわからない戦々恐々たる状況をもたらした。事実、東芝事件の前後から、インターネット上にはいくつもの「告発系サイト」が登場している⁽⁶⁾。

それではこの事件の他方の当事者、東芝を告発した会社員はどうなったのだろうか。「東芝を謝罪させた男」として、インターネット時代のヒーローに祭り上げられたのだろうか。「一方的な情報発信だ」（『朝日新聞』1999 年 7 月 10 日夕刊）「一方的な自分の見方を公表することが許されるのか」（『日本経済新聞』1999 年 7 月 20 日朝刊）という東芝側の批判はおくとしても、必ずしも会社員を応援する意見が圧倒的だったわけではない。掲示板や新聞、雑誌に寄せられた声のなかには、「企業にたいする『ゆすり』の新しい方法となりかねない危険性もある」「インターネットを使って個人の自由を楯に他人を非難するのは卑怯だと思う」（『毎日新聞』1999 年 7 月 20 日朝刊）など、暗に会社員を「クレーマー」と見る向きも多かった。新聞各紙は一樣にインターネット利用者に倫理と責任をもとめる論説を掲載したが、これもどちらかといえば会社員に批判的なものといえよう。会社員には 7 月 21 日までに約 12700 件のメールが寄せられ、そのうち約 4500 件は会社員の行動に対する賛否を述べたものだったが、残りの約 8200 件は会社員をののしるだけの嫌がらせメールだったという（吉田 2000: 15）。会社員はまたインターネット上で実名と住所を公開されるという嫌がらせも受け、これを直接の理由として 7 月 21 日にホームページの閉鎖を決める。その後、「東芝に謝罪させた男は名うての『苦情屋』（クレーマー）だった！」などといった見出しで会社員を批判する記事が週刊誌を賑わすことになる（『週刊文春』1999 年 8 月 26 日号）。

会社員が受けた批判や嫌がらせは、いわゆる「ネット告発」が諸刃の剣であることを示している。告発を成功に導いたインターネットの力は、消費者を大企業と対等にする一方、ブーメランの

ように回帰して、両者に牙をむく。インターネットによっていまや企業と互角にわたりあえるようになった消費者には、企業が被ったのと同じ打撃が加えられる。誰もが告発する可能性をもつと同時に、誰もが告発される危険性にさらされた社会。「東芝クレマー事件」が暗示しているのは、そうした「告発する社会」の未来図にほかならない⁽⁷⁾。われわれは告発した会社員にも、告発された東芝にもなりうるのである。会社員のように、いわれのない暴言を浴びたために告発を思い立つということは十分にありうるし、東芝のように、ちょっとした言動を告発されて名誉を傷つけられるといったことも十分に考えられる。告発する可能性は告発される危険性へと転化し、いったん告発がおこなわれ、世間の注目を集めれば、原告も被告も等しく批判の矢面に立たされる。そればかりでない。傍聴者でさえ、告発に対して賛否を述べようものなら、たちどころに法廷に引きずり出され、集中砲火を浴びる。誰もが誰をもを非難し、法廷はさながら泥仕合の様相を呈するに違いない。東芝問題を論議する掲示板でくり広げられた感情的な言い争いや個人への誹謗中傷、「掲示板荒らし」と呼ばれる低劣なメッセージの書き込みは、インターネットを利用した告発が「万人の万人に対する闘争」に帰着することを明らかにしている。

ここで注意しておく必要があるのは、吉田純も指摘しているように、こうした状況が「意図せざる結果」として生じるということである（吉田 2000: 16）。東芝を告発した会社員も、仲間うちに愚痴をこぼすようなつもりでホームページを開設し、不特定多数の人が閲覧する可能性に気づいていなかったと証言している（前屋 2000: 190-1）。「大企業に立ちむかう一消費者」という図式をつくりだしたのも、会社員自身ではなく、事件に関心を寄せた不特定多数のオーディエンスである。この図式が会社員のホームページへのアクセス件数を爆発的に増加させ、彼を支援するホームページや関連掲示板を数多く誕生させる一方、彼に対する批判や嫌がらせをも加速させたのである。マスメディアもこぞって会社員を祭り上げ、彼はいつの間にか大観衆の前に引きずり出されることになった。いまや会社員は、望むと望まざるとにかかわらず、「東芝との対決」という舞台をつとめなくてはならなくなった。そうすると、本人は愚痴ということ勘弁してほしくても、観客が許してくれない。「応援してくれる人たちから、『こうしろ』と言われてやる。それに対して今度は、『なぜ、そんなことをするんだ』と反論が寄せられて板挟みになりました」（前屋 2000: 189）と会社員はいう。彼がホームページに掲載した「閉鎖に向けてのご挨拶」には、期せずして演じるようになった役割への困惑が示されている。

「閉鎖の告知を受けて『中途半端で止めるな』とか『逃げるのか』といった声も届きました。しかし、私は東芝とのやりとりから降りるわけではありません。見せ物になっている座から降りただけなのです。もし、今回の出来事が消費者全体に関わる問題だとおっしゃる方がいるなら、その方が私の代わりにお立ちになってもよいと思います。暴言を浴びた本人でないと抗議できないというものではないはずです。そして実名や住所がネット上で書き立てられても平気なら、どうか私の代理人として東芝に対して下さい」。

東芝に対しては臆するところがなかった会社員も、自らの行動がもたらした「意図せざる結果」には耐えることができず、ついにはホームページを閉鎖することになる。

要するに、会社員に「大企業に立ちむかう一消費者」を演じさせ、東芝に「一消費者に頭を下げる大企業」を演じさせたのは、この舞台に集まった不特定多数のオーディエンスである。会社員と東芝はあらかじめ用意された筋書きを演じたすぎず、オーディエンスの期待どおりに演技をしなければ、不評を買うことを覚悟せねばならなかったのである。「そんな責任感とか、気構えがあってはじめてのことではないので、反響に対して応えきれませんでした」（前屋 2000: 188-9）という会社員の証言は、そうした状況を如実に物語っている。東芝の謝罪後も執拗に釈明をもとめた会社員に批判が集中したのも、こうした文脈から理解することができよう。この事件によって、会社員も東芝も不評を買っただけであった。東芝が会社員に謝罪した後も問題は解決せず、両者の言い分はい

まだに平行線のままである。

だが舞台に興じた観客も代価を支払わねばならない。この事件を通して胸のすくような経験を味わった観客も、いまや舞台に引きずり出される危険性にさらされているのである。事実、インターネット上の掲示板や「告発系サイト」では、連日のように個人への誹謗中傷が相次いでいる。「告発する社会」の恐怖は、アクターにもオーディエンスにも等しく降りかかる⁽⁸⁾。観劇料は高くついたというべきだろう。

4 おわりに

「東芝クレーマー事件」は、インターネットの普及を中心とする「情報化」の進展とともに、「告発する社会」というべきものが出現しつつあることを明らかにした。それは新たな情報発信力を武器にして誰もが誰かを告発する社会、「一人一人の〈市民〉」の多様な欲望と権力追求」（西垣 1995: 173）がうごめき、誰もが告発の恐怖にさらされた社会である。そこではあらゆる市民が原告および被告として平準化されるとともに、かつて国家や企業に集中していた権力は分散化し、個々人のミクロな権力追求が社会全体を覆いつくすことになる。

だがそうした無数のミクロな権力追求が「万人の万人に対する闘争」に帰着するからといって、それが何も生みださないというわけではない。誰もが誰かを告発するということは、一握りのエリートに支配された管理社会にかわって、一人一人の市民による新たな相互制御のシステムが出現することを意味する。あるいはこれをマーク・ポスターがいうような一種の監視のシステム、「超パノプティコン」（ポスター 1991: 175）と見ることもできる。ポスターの議論を敷衍するならば、ここでは市民どうしが監視しあうのであり、誰もがモラルをわきまえた「市民」であることを要求され、これを逸脱していると見なされた者に対しては制裁が加えられる。あらゆる逸脱行為を罰することによってのみ規範の維持が可能である以上、法的処罰の対象とならない軽微な逸脱も「市民」にふさわしくない行為として告発される。一般的にいつて、どんな社会にも法の及ばないグレーゾーンがあり、これが社会の円滑な機能を保証している。この領域に属するあらゆる逸脱行為を罰しようとするれば、社会そのものがゆきづまることになるだろう。「告発する社会」は、まさにそうした方向をめざすものである。そこでは「市民」という規範を維持するために、万人が犠牲に供されるのである。

いずれにせよ、「告発する社会」がバラ色のユートピアでないことはたしかだ。それは誰もが一挙手一投足にいたるまで監視され、告発の恐怖におびえる息苦しい社会であるに違いない。「情報化」は自由なコミュニケーションを可能にする一方で、人々に不自由な生活を強いることになる。「東芝クレーマー事件」は、そうした「情報化社会」のアポリアを象徴しているのである。

注

- (1) この事件については、町村泰貴（1999）、堀部政男（2000）をはじめ、法学者による考察は数多く存在する。だが社会学的な観点からの考察は、吉田純（2000）のものを除けば、皆無に等しい。事実関係については、新聞や雑誌の報道のほか、前屋毅（2000）のノンフィクションも参照した。
- (2) 会社員のホームページのアドレスは、<http://member.nifty.ne.jp/AKKY/index.htm>（閉鎖）。以下、ホームページ上の発言はここから引用した。

- (3) 事件についての新聞報道は、『朝日新聞』と『毎日新聞』の1999年7月10日夕刊、7月15日夕刊、7月20日朝刊、『読売新聞』の7月21日朝刊、『日本経済新聞』の7月20日朝刊などを参照。
- (4) 堀部政男の指摘を参照（『毎日新聞』1999年7月15日夕刊）。
- (5) 東芝の文書のアドレスは、http://www.toshiba.co.jp/video/index_j.htm（閉鎖）。
- (6) たとえば、息子へのいじめに対する学校の対応を告発した和歌山市の会社社長のホームページなどがあげられる（『毎日新聞』1999年9月8日朝刊）。
- (7) このように可能性が危険性に転化した社会という意味では、「告発する社会」はウルリヒ・ベックのいう「危険社会」（ベック1998）の下位類型として位置づけられるかもしれない。だがこの点については、稿をあらためて論じることにはしたい。
- (8) やや異なった文脈においてであるが、吉田純はインターネット上でアクターとオーディエンスの役割分化が相対化することを指摘している（吉田2000: 150）。この指摘も、「告発する社会」の問題性を示唆したものといえるだろう。

文献

- ベック、ウルリヒ 1998 『危険社会——新しい近代への道——』（東廉・伊藤美登里訳）法政大学出版局
- 堀部政男 2000 「解説 インターネットの光と闇」前屋毅『全証言 東芝クレーマー事件』小学館
- 前屋毅 2000 『全証言 東芝クレーマー事件』小学館
- 町村泰貴 1999 「東芝クレーマー事件の問題の核心」（http://www3.justnet.ne.jp/~ilc/journal/990805_1.htm）
- マクルーハン、マーシャル 1987 『メディア論——人間の拡張の諸相——』（栗原裕・川本仲聖訳）みすず書房
- 西垣通 1995 『聖なるヴァーチャル・リアリティー——情報システム社会論——』岩波書店
- ポスター、マーク 1991 『情報様式論』（室井尚・吉岡洋訳）岩波書店
- 佐藤俊樹 1996 『ノイマンの夢・近代の欲望——情報社会を解体する——』講談社
- 吉田純 2000 『インターネット空間の社会学——情報ネットワーク社会と公共圏』世界思想社