

ネット上における消費者の組織化
- そごうに対する不買運動の事例から -

慶応義塾大学大学院経営管理研究科 教授 國領二郎

2001年3月

Organization of Consumers on Computer Networks
-From Sogo Department Store Boycott Case-

Jiro Kokuryo (Keio University)

March 2001

<Abstract>

This paper examines the process by which a same topic –boycott of a Japanese department store - was simultaneously discussed in multiple discussion groups on computer networks. The “conspiracy” hypothesis that there was one or a few central figure that instigated the movement was negated. Heterogeneity in the nature of discussion depending on the level of anonymity was supported while the means of expressing protest –boycott- was similar.

ネット上における消費者の組織化
- そごうに対する不買運動の事例から -

慶応義塾大学大学院経営管理研究科 教授 國領二郎

2001年3月

【要旨】

そごうの経営破たんをめぐって2001年6月から8月にかけて展開された不買運動がネットワーク上の複数の掲示板等で同時並行的に議論された現象を分析した。運動に中心性がある - どこかに中心となって呼びかけた人間がいてその呼びかけを軸に広がっていった - という仮説は否定され、それぞれの掲示板で比較的独立的に議論が展開されていったと判断できる結果がでた。掲示板の匿名性の高さによって出される情報や議論の性格が異なりながら、抗議の表現として不買運動という共通の手段をめぐって議論が展開された。

1. 問題意識

本論文では2000年度未来開拓プロジェクトの一環として國領研究室が行ってきたネットワーク上における顧客の相互作用研究の探索的な研究の成果を報告する。題材としては2000年6月から8月にかけて大きな社会問題となったデパート「そごう」に対する不買運動がネット上でどのように扱われたかを分析した。

1.1 ネットワーク上の顧客間インタラクション

今日のコンピュータ・ネットワークの大きな特徴は情報発信するコストの大幅な低下であり、結果としてこれまでは情報の受信側にしかありえなかった消費者も情報を発信する主体となる。この結果、ネットワーク上で顧客同士が交流し、行動を相互に影響し合う「顧客間インタラクション」現象が起こるようになる。(國領, 1997)

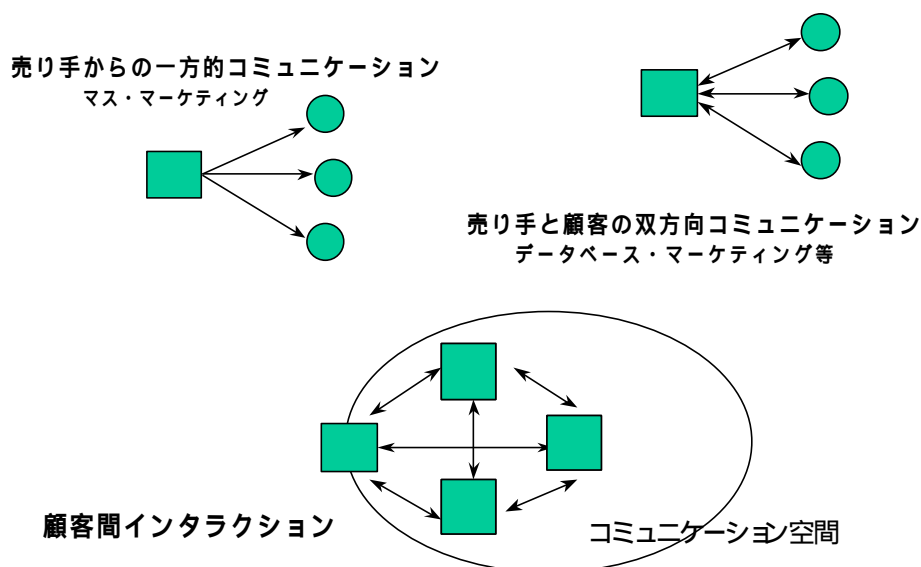


図1:顧客間インタラクションの形成

図1は情報伝達手段が発達するにつれて、企業と顧客を巡るコミュニケーションが売り手から買い手への一方的なものから、売り手と各顧客との双方向コミュニケーションを経て、顧客同士が情報を発信し、それが企業活動にまで影響を及ぼすところまで進化することを表している。顧客側が円から四角に形状を変えているのは、顧客間インタラクションの段階に入ると商品の価値形成(時には破壊)プロセスに顧客の発信する情報が大きな役割を演じることを示している。

顧客間インタラクションはその存在については認識が深まっているが、それがどのように生成し、展開していくかについての知見は少ない。本研究は顧客間インタラクションがどのような性質を持ち、いかなる影響をもつものであるかについての研究の一環として行われたものである。

2. 調査対象と調査設計

本研究では顧客間インタラクションの一形態としての「不買運動」について実証研究を行った。より具体的には2000年6月から8月にかけて社会的な問題となったデパート、そごうの破綻（以下そごう事件と記す）をめぐってネットワーク上で交換されたメッセージの内容を観察することによって、ネットワークがどのようにユーザ相互の考え方に影響を与え、集団的な意思が形成されていったかを分析した。

そごう事件は2000年6月、経営が破綻したそごうをめぐって預金保護機構が債権を買い取る（国による救済が行われる）方針が報道されたことから始まった。税金による私企業救済に対する世論の反発が一気に高まり、7月に入って不買運動が起こり、中元商戦のさなかに売上が大幅に下がるという事態に至り、結局、世論に押される形で破綻手続きによる処理が行われたものである。

ネットワークの中においても、報道がなされた直後から複数の掲示板や会議室が設置され、この問題についての議論が展開された。後に報告するようにその多くが不買運動を提起ないしは同調している。ネットワークの存在が消費者の行動全体においてどれほどの影響力をもったかについては定かではなく、我々が観察した活動の規模から見ても過大評価するのは禁物である。その意味で本研究はネットワーク上での世論形成の形態の分析であり、ネットワークが世論形成に与える影響の研究ではないことを明記して先に進みたい。

2.1 調査対象および仮説

本研究は探索的なものであったが、作業に先立って検証可能かつ説明することに大きな意義があると思われるテーマについて仮説を設定し、その仮説を中心にさまざまなデータを集めるという手法をとった。

2.1.1 中心性

主題の第一は中心性 - 中核となるメッセージを発信している人間がいて、他者はその意見を参照しながら議論を進める - である。中心性をそごう事件に即して言えば、ネット上の不買運動をめぐる議論に中心性が見られたはずだというものである。(安田, 1997)

この仮説は研究に先立って、多くの掲示板等で同時に不買運動の議論がなされていることが観察できたことから設定された。後に報告するとおり、ネット上での議論は極めて短い期間に凝縮して行われていたにもかかわらず、ほとんどの掲示板でなんらかの形で不買運動が抗議の形態として語られ、支持を受けていた。

このような現象に対する可能な一つの説明が、どこかで不買運動を展開することを決意した人間がいて、その人間の呼びかけに共鳴する形で運動が広がっていったというものである。ネット上では個別の掲示板内だけでなく、掲示板をまたがって相互に参照が行われる場合が多い。ネット上である主張を広げたい人間は同じ内容の発言を複数の掲示板で行ったり、他の掲示板でなされた発言にリンクを張ったりすることによって、多くの人間の関心をひとつのところに集めようという努力を行う。こういった行動を完全に特定することは困難であるが、同じ名前や表現が複数の掲示板で見られたり、リンクが張られたりしている形態を観察することによって議論が特定の人間の発言を中心に進められているのかどうかを特定できる。

中心的に仕掛けるグループの存在に対抗する仮説が、なんらかの理由で多くの人間が同時多発的に同じことを考えて発言したという可能性である。不買運動は企業に対する抗議を表す手段としては一般的な手段となっており、ネット上における不買運動も多く見られる。顕著な事例としては書籍のインターネット販売で有名なアマゾン社がビジネスモデル特許を濫用しているとして、フリーソフト運動で有名なストールマン氏が始めたボイコット運動などがある。すぐにも行動に起こせる抗議形態としてかなり定着していると言っていいだろう。そごう処理に関する反発が具体的な形になるときに多くの人間が不買運動という結論に同時に至ったということも考えうる展開である。

そこで、そごう不買運動について次の二つの対立する仮説をたてて、実証データがどちらを支持するかを確かめてみることにした。

H1.1 何らかの目的で、不買運動をネットを通じて広めようとする動きがあった。

H1.2 そごう問題に関する抵抗の意思の表現方法として、発言者個人が自然発生的に発言している

意図をもって不買運動を広げようという人間がいたら、中心性が見られるはずであり、むしろ

る自然発生的なものであれば中心性は見られないはずである。

2.1.2 掲示板の性格の影響

不買運動のような特定の企業にダメージを与えるような破壊的な行動が行われる場合に、その活動形態に大きな影響を与えると想定されるのが匿名性である。ネット上の掲示板は(1)完全に匿名のもの、(2)匿名だが電子メールアドレスなどを場の管理者が維持して連絡可能な状態としているもの、(3)場の管理者であれば発言者の実名を特定できるもの、(4)メンバー全員に本名がわかるもの、などに分けられる。

匿名性の違いによって出される発言が多いことは容易に想像がつく。特に注目したいのが内部告発の可能性である。ネットにはしばしば内部の人間しか知り得ないと思われる情報が暴露される。多くは虚偽情報であるが中には後から正確であったことが判明するものも混在している。ネットが内部告発の場となっていることが推定される。そして、匿名性が高い場がそのような内部告発が起こりやすいと推定される。

匿名性の高い場においては、より深い情報が入る一方でデマや誹謗中傷なども起こりやすい。ただし、そのような発言に対するチェックが厳しく入るのも匿名度の高い場の特徴で、厳しいたたき合いが起こることがある。

以上を踏まえて今回の研究では次の仮説をおいてみた。

- H2.1 匿名性が高いほうが不道徳、犯罪性の高い発言が多い
- H2.2 匿名性が高いほうがひやかし、デマなどの発言が多い
- H2.3 匿名性が高いほうがインサイダー情報の発言が多い

2.2 調査対象と方法

以上に掲げた仮説を検証するために、ネット上に掲示板や会議室を設定できる3つの質の異なる代表的なサービスを選び、その中に設定されている複数の関連情報交換の場における発言を分析した。(yahoo と2ちゃんねるについてはそごうに関する発言の連鎖 - いわゆるスレッド - 全数を見た。ニフティフォーラムは期間内の発言に「そごう」が含まれているものを単純に抽出した。)3つのサービスとその特性、その中から今回分析した場は以下のとおりである。

(1). 「2ちゃんねる」掲示板

発信元を記録せず、気兼ねなく会社、学校などからアクセスできる掲示板。掲示板はさまざまなカテゴリに分かれている。今回は「ニュース議論」および「ちくり裏情報」のカテゴリからそごうに関するスレッド（3つ）を調査した。

(2). 「Yahoo」掲示板

yahooの掲示板。利用するにはメールアドレスの登録が必要。メール認証（登録したメールアドレスで本人と連絡をとることが可能かどうか）の手続きを経て投稿可能となる。

「政治全般」のカテゴリから2つのスレッドを調査。

(3). 「Nifty-Serve」フォーラム

Nifty-Serveには「掲示板」はなく、フォーラムと呼ばれる会議室の発言から「そごう」をキーワードにして抽出したものを調査した。フォーラムで発言するには、自らのIDを登録する必要があり、IDを登録することは住所氏名などの全情報をNifty-Serve側に認知されているということである。2つのフォーラムの2会議室を調査した。

フォーラムと掲示板には若干の違いがある（フォーラムにはデータのライブラリ機能がついているなど）が、発言の交換という今回の分析対象についてはほぼ同じ特性をもっていると考え、以下では総称して掲示板と呼ぶ。

調査した3つの掲示板へ発言するためには、完全に個人を特定されているNifty-Serve、連絡可能なメールアドレスを把握されているYahoo、発信元を記録しない2ちゃんねるの順に匿名性が高い。

表1は観察を行った掲示板のリストである。それぞれについて5月28日から8月22日の間に行われた発言を採取した。

表1：観察した主要掲示板

掲示板	スレッド名	期間中発言総数
2ch(裏情報コーナー)	そごうについて	1326
2chニュース	そごう不買運動	172
	血税を使ってそごう救済	1065
yahoo	そごう不買運動実行委員会	203
	そごうに公的資金はどうか	42
nifty	わくわく経済ランド(feco)	51
	ネットワークデモクラシーフォーラム(fneta)	111

分析の中で発言を分類するにあたって判定を要するもの(インサイダー情報である確率が高い表現となっている)などがあつたため、分析にあたっては調査員を二人配置し、それぞれが同一の判断基準をもって別個に判断したものを突合し、意見が相違するものについては協議を行って判定するという方式で分類をおこなつた。

3. 調査結果

3.1 「不買」運動の発生について

まずH1.1、H1.2 - 中心性 - を検証するために不買運動の発生形態について調べてみた。もし、誰かが不買運動をしかけたなら、どこかに呼びかけを行うような掲示板があつて、他の掲示板がそこにリンクをしていく形でだんだん広がっていく形態を取ることが想定できる。

この問題意識をもつた時に気づくのが掲示板の開設、そこでの発言ともに短期間に集中して行われており、掲示板間の関連もあまり強いようには見えない - すなわち中心性はあまり見えないということである。

まず、不買運動の発生について各掲示板の「不買運動発言」が最初に行われた時期を一覧にしてみる。「そごうについて」を除いてほとんどが6月末に開設されている。

表2：不買発言開始時期

掲示板	スレッド名	日付
2ch裏	そごうについて	6/13
2chニュース	そごう不買運動	6/30
	血税を使ってそごう救済	6/30
yahoo	そごう不買運動実行委員会	7/3
	そごうに公的資金はどうか	7/1
nifty	わくわく経済ランド(feco)	7/2
	ネットワークデモクラシーフォーラム(fnetd)	7/3

タイトルが不買

この背景を理解するために、そごう問題についての報道を日本経済新聞の見出しから拾ってみると次のようになる。

表3：関連新聞記事

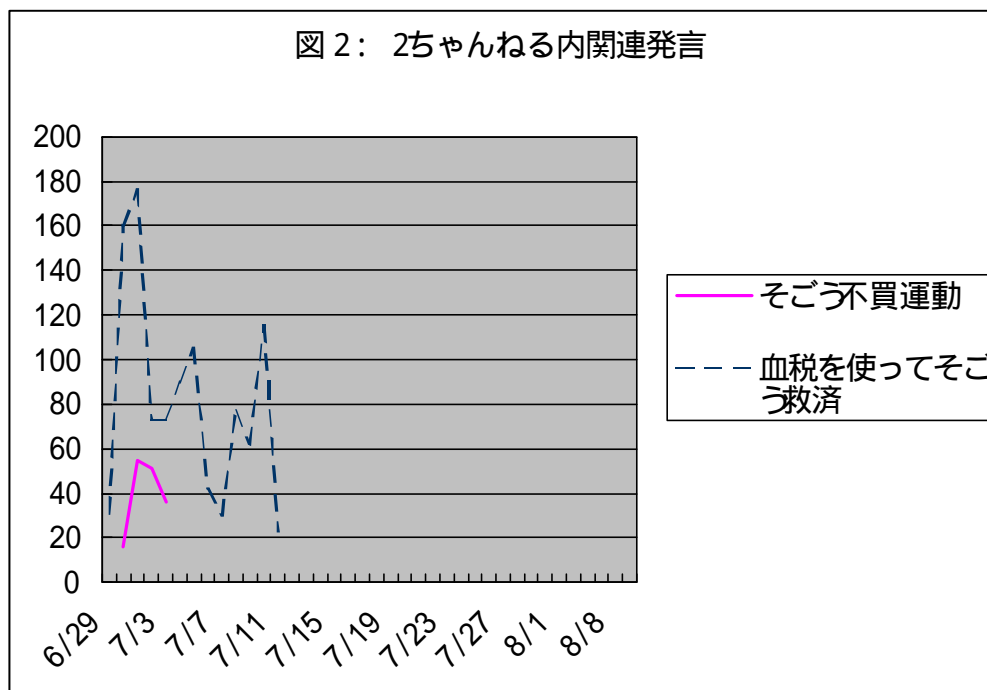
2000/6/8 朝刊	そごうの債権放棄要請	新生銀に受け入れ促す、興銀、合意形成へ誘い込。
2000/6/21 朝刊	そごう向け債権、新生銀、	買い取り請求、月内にも 預保機構に2000億円。
2000/6/24 朝刊	新生銀のそごう向け債権、預保機構、放棄へ	優先返済条件に。
2000/6/29 朝刊	そごう再建問題決着、72行、債権放棄で合意	再生委あす承認。
2000/6/30 朝刊	そごう債権の預保買い取り、再生委、	きょう正式承認。

となり、ほとんどの不買運動発言が、6/30 の預金保険機構によるそごう債権買い取りの報道を受けてのことと考えられる。唯一、報道より早く不買を発言しているのが、2ちゃんねるの「そごうについて」であるが、これは

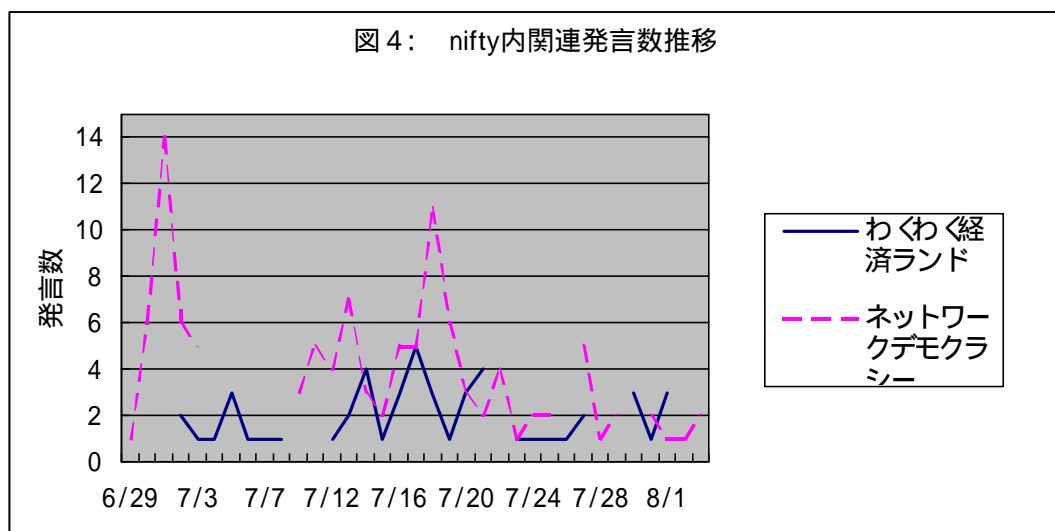
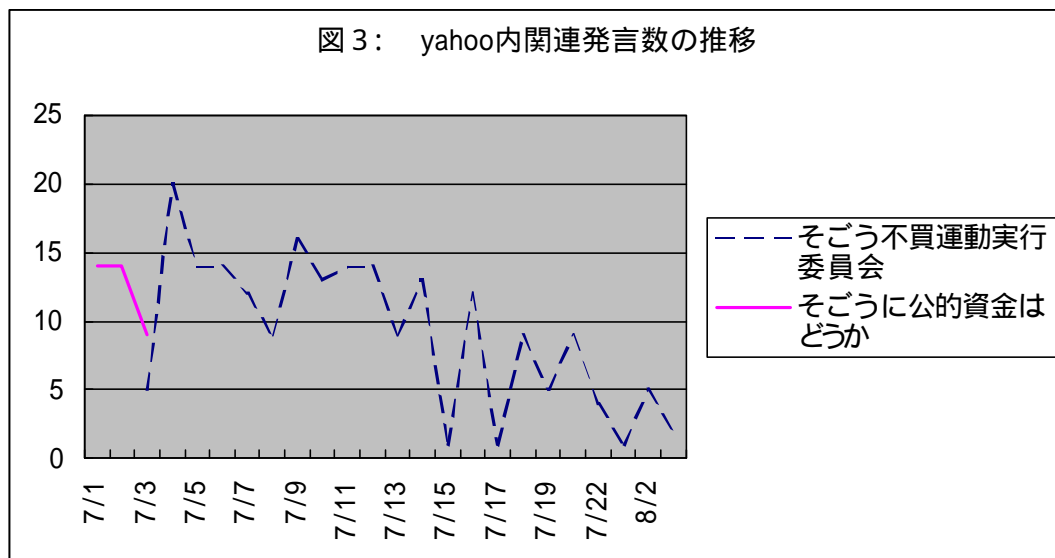
長銀の債権を国が肩代わりする話が出てますね。
もし、そんなことになったら間違いなく消費者から、大バッシングが出て不買運動とか起こりそうな気がするけど・・・考えすぎ？

というそごう関係者からと思われる懸念を述べた発言であって不買運動を開始することを呼びかけたものとは考えられない。(6月13日)この掲示板における次の不買関連発言は6月28日である。

図2：2ちゃんねる内関連発言



発言の頻度を見ても極めて短期間に議論が盛り上がって、急速に収束していった様子が見える。(図2、図3、図4) 7月半ばに議論が再活性化したのは7月12日に債権放棄が断念され、法的に整理することが決定されたことを受けたものである。



「仕掛け人がいる」という仮説を念頭に、各掲示板で最初に不買に言及した発言の具体的な中身を検討してみた。

そごう不買運動だな！！！！
馬鹿を懲らしめるにはこれしかない。
だいたい、一番の責任者の前会長だかの今年の納税額 2 億ぐらい
だったな。そごうの従業員で百貨店の中でも一番やる気ないし、
社員、経営者とも地獄を見せてやらなきゃ変わらないだろ。
債権放棄してもらっても再建のめどはたっていないって言うし。
ここはみんな不買運動だああああ

(6 月 2 8 日 2ch ニュース 血税を使ってそごう救済)

またまた、税金がそごうの再建に使われようとしている。
銀行の建てなおしもそうだが、何か間違っている気がする。
経営陣は、退職金がもらえて良い暮らし。俺達はおまえらの
手下でも部下でもない。世の中には、明日のご飯もわからん人
が沢山いるのに、そごうの為に税金を使うとは何事だ！！！！
いい加減にしる自民党！！
もし、決まったら今後そごうでの買い物を一切しないよう活動
していく。

(7 月 3 日 yahoo そごう不買運動実行委員会)

個人企業（しかもそごうはオーナー企業）を税金で助けるなんて、言語道断。
政府は何をしているのか？国民にはっきりと説明せよ。
1、前会長を含め、全従業員の過去 10 年間の所得と財産を明らかにした上で、
少なくとも前会長の資材は全てを提供させる事
2、全従業員の給与平均の明確化。国民が払った税金を受けるのだから働く人
もそれなりの覚悟が出来ているのだろう。
3、株主の責任の明確化（上場廃止はするのだろうか？）
以上、経営者、従業員、株主のそれぞれの責任が明確にならなければ、納得は
出来ない。
そうでなければ、納税者の皆さんそごうで買い物はやめましょう。そごうで
なくても、今はどこでもなんでも買えますよ。少なくとも私は買いません。

(7 月 1 日 yahoo そごうに公的資金はどうか)

皆さん、こん は。そごうでの不買運動をしましょう。政府組織が肩入れし
てゾンビを生き長らえさせるといふのなら、利用者のボイコットでトドメを
刺しましょう。

(7 月 2 日 nifty 二つの会議室で同一ハンドルネームで発言)

これらを見ても、時期的なもの、発言内容ともにひとつの意思を持った動きとは考えがたい。
Nifty の会議室のみ同一人物が同じ内容を発言しているが、この 2 つの会議室はメンバーが重
複しており、「この発言はもうひとつの会議室にも書き込みます」といった発言が多いことか
ら考えても、とくに違和感のない現象である。

そごうへの税金投入についての、怒りを表すほかの手段については、納税拒否、また、2 チャンネルでは過激な案として、万引きその他の嫌がらせなどが提案されている。しかし、全ての掲示板において不買運動が「誰にでもできる」抵抗手段として議論されていることには、恣意的な動きは感じられない。

よって、先に立てた仮説、すなわち

- H1.1 何らかの目的で、不買運動をネットを通じて広めようとする動きがある
- H1.2 そごう問題に関する抵抗の意思の表現方法として、発言者個人が自然発生的に発言している

については、H1.1は成立せず、H1.2という仮説が正しいと推定する。

3.2 各掲示板の発言内容の傾向について

次に掲示板の特性によって発言の内容が異なるというH2.1、H2.2、H2.3について見当を行った。各スレッドの発言について、以下の観点から集計してみた。

- 掲示板の内容に沿った発言の数
- 本筋と関係のない会話、いわゆる「荒らし」発言の数
- 非合法、非道徳的な発言の数
- 関係者による発言（インサイダー発言）

この中で インサイダー発言については発言が本当にインサイダーのものであるか否かを確実に判断する方法はなかった。この分析では次の判定基準に従ってインサイダーによる発言である可能性が高いものをインサイダー発言と分類した。

- ・ そごう内部（社員、出入業者、関連会社、テナント）百貨店業界関係者をはっきり名乗っているもの
 - ・ 内部と思われる人名を出しているもの
- 「そごうの人に聞いた」なども対象としているが、「今日もヒマだった。頑張ろう」などというのはカウントしていない。結果は表4の通りである。

表4は仮説をほぼ完全に支持している。非合法的な活動（爆破など）を行うことを示唆する発言は完全な匿名性がある2チャンネルにしかみられない。全く本筋と関係ない発言が多く

見られるのも2チャンネルである。インサイダー発言と判定された発言が多いのも2チャンネルだった。

表4： 掲示板による発言傾向

掲示板	スレッド				
2ちゃんねる	そごう不買運動	62.18%	33.33%	3.21%	0.00%
	血税を使ってそごう救済	64.19%	32.00%	3.05%	0.19%
	そごうについて 0 (注)	87.20%	12.09%	0.36%	19.43%
	そごうについて 1 (注)	91.12%	8.88%	0.00%	46.73%
Yahoo	そごう不買運動実行委員会	95.48%	4.02%	0.00%	0.00%
	そごうに公的資金はどうか	97.62%	2.38%	0.00%	4.76%
Nifty	わくわく経済ランド	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%
	ネットワークデモクラシーフォーラム	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%

掲示板の内容に沿った発言の数、本筋と関係のない会話、非合法、非道徳的な発言の数、関係者による発言（インサイダー発言）

注) 2ちゃんねるではひとつのスレッドで1000件以上の発言があると表示できなくなるシステム上の制約があるため、特定スレッドで議論が盛りあがり、1000以上になると、議論を続けたい人が新しいスレッドを作って、そこに参加者を誘導する。「そごうについて」については二つのスレッドがあって形式的に独立しているが、このような経緯で生まれ同じ議論が続いているとみなすこともできる。

以上の結果により

H2.1 匿名性が高いほうが不道徳、犯罪性の高い発言が多い

H2.1 匿名性が高いほうがひやかし、デマなどの発言が多い

H2.3 匿名性が高いほうがインサイダー情報の発言が多い

の3つの仮説は正しいと考える。

特に注意をひくのは、2ちゃんねるの匿名性についてである。「ちくり裏事情」と呼ばれるカテゴリの掲示板に「そごうについて」が最初に開設されたのは5月の末、インターネットの掲示板が、そごう問題でにぎわう約1ヶ月前からである。発言者の多くがそごう内部の人間で占められており、さながら社内の掲示板のように会話が交わされているが、決して会社のシステム上では行えない会話である。過激な発言を行う者に「発言で人物が特定されるので注意しろ」と注意するものがあったり、組合関係者からの「社員の皆さんへ」的な発言があったり、その発言に対してさらなる批判が集中したり。といったやりとりが行われている。

そごう問題が大きくなるにつれて、社内システムの補完的な意味合いはだんだん薄れていくのだが、匿名性のゆえに同じ組織に属する人間が、規制のない会話が行えるという点は興味深い。「インターネットの匿名性」という言葉から、インターネット内では「不特定多数の、さまざまなコミュニティに属する人々の対話が行われる」というイメージが強いが、現実には組織内では行えない情報交換が匿名とはいえ公開の場で行われている。

4. まとめと今後の課題

本研究は探索的なものとして行われ、数限られた仮説を限定的なデータによって検証したものである。検証方法も厳密な統計的な判定は行っていない。そのような制約はあるものの、興味深い結果が得られたと考えている。

もっとも注意をひいたのが同時多発性である。中心性もなく、掲示板によって大きく性格が異なるにもかかわらず、そごうに対する債権放棄の決定が報道されて間もなく、主要な掲示板でほぼ同時に不買運動の声があがった。

同時多発性を理論的にどのように説明すればいいのだろうか？ネットワークの分析では、小さな動きが雪だるま式に大きな渦になる場としてネットワークをとらえる場合が多く、本研究の仮説もそのような考え方を背景に設定されたものである。しかし、本研究によって浮かび上がった姿はそれとは少し異なり、環境がそろったところで、複数の場で同じ現象が同時多発的に発生している。どんな理論を使うとこの現象が説明できるか検討することによって、本研究からえられたデータをさらに精査することも可能だろうし、改めてより理論的に厳密な実証研究を行うことも可能だろうと思われる。

実証的な観点からは同時多発という現象が不買運動というに限定されて起こるものなのか、もっと広範に見られるかが検討課題として浮びあがってくる。限定されたものであるなら不買運動という表現形態がネット上での抗議の形態として定着していることを意味している。もし他にも見られるようであれば、ネットワークコミュニケーションそのものの特性として同時多発性を誘発する特性があるということになる。

匿名性の高く、かつ広範に情報を伝播できるコミュニケーションチャネルの登場とその利用形態、そして社会的な影響というテーマも理論的に奥が深く、実社会にたいする含意も大きい。内部告発などに組織の自浄作用があることも事実であるが、犯罪を示唆する発言が多いことを含めて反社会的な側面があることも事実であって、言論の自由などとの関連で議論を行わねばならない時期が来るものと思われる。

以上、解明されたことより新たに浮かび上がった疑問の方が多研究となったが、これをてがかりにさらに研究を深めていきたい。

文献

國領二郎, 1997, 「ネットワーク上の顧客間インタラクション」, 高木晴夫・木嶋恭一編, 『マルチメディア社会システムの諸相』, 日科技連出版社, pp51-72

安田雪, 1997, 『ネットワーク分析』新曜社