

# 個人情報、電波帯域など無体資源をめぐる 個人と組織間の相克

塩漬けbutaと塩漬けbutaと塩漬けborderと塩漬けband

中野 潔

(大阪市立大学大学院教授)

2003年1月29日、米ニューヨーク州最高裁は、受信者の許諾を得ていない、いわゆるスパム(SPAM)電子メールは違法との判決を出した。ニューヨーク州司法長官が、ダイレクト・マーケティング会社のモンスターハット社を訴えていた事件である。判決では「ネット利用者の許可を得ずに商業目的のスパムを送り付けるのは、消費者をだます不正行為だ」として、配信を差し止めるように命じた<sup>\*1</sup>。

## 米の愚直と英の粋

勝手に送られてくる電子メールを、SPAMメールと呼ぶようになった経緯は、いくつかのウェブを調べてみた結果、筆者としては、大体解明できたと思っている<sup>\*2</sup>。背景を見るために、スパム社のウェブのトップページに接続してみよう<sup>\*3</sup>。下の方でアニメの七面鳥が「SPAM、SPAM」と叫び続けているのが見えるはずだ。

それほど上級でない部位の、塩分の濃い塩漬けの肉をかためたSPAMは、知人によると、基本的にはインテリでない人々が食べるものだという。米国では、そういうターゲット層を狙って、確信犯に近い形で連呼型のテレビコマーシャルを展開してきたようだ。英国のブラック・ユーモア色の強いコメディ・ショーの「モンティ・パイソン」の開始時期と多分前後して、スパム社が英国に上陸した。そこでも、確信犯的に、連呼型のコマーシャルを放映したらしい。それは多分、かなり危ない笑いを含んだ「モンティ・パイソン」を受け入れる英国の粋人たちから見れば、とんでもなくダサいものだった。

その連呼型のコマーシャルをからかって、バイキングが「SPAM煮のSPAMのせと、SPAM入りSPAM炒めと、北欧風SPAMのSPAM和えのどれにしますか?」といった調子で熱唱する寸劇ができたらしい<sup>\*4\*5</sup>。

## I'd rather be a SPAM

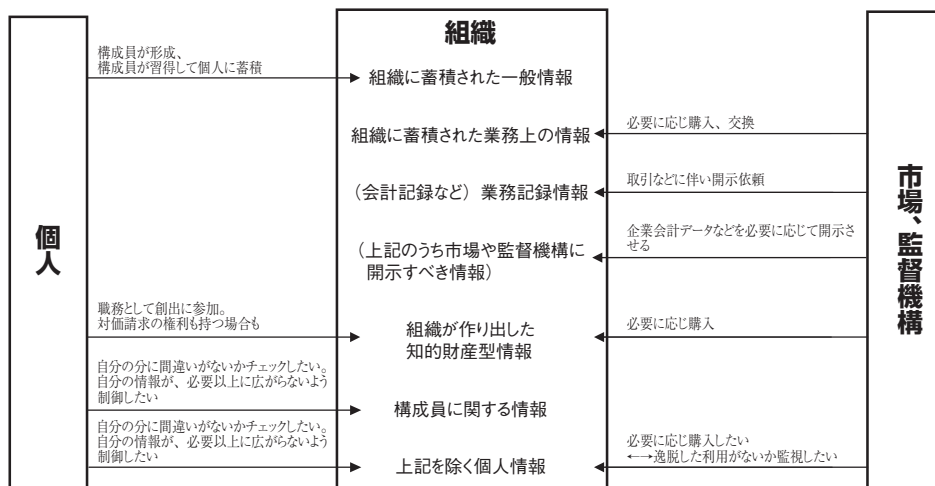
1990年代前半、インターネットが商用化され、電子メールが行きかい、オンラインショッピングなど広義の電子商取引が始まるようになった。オンラインで買い物などをして、メールアドレスを登録すると、まるでそれとバンドルされたように、次はこれを買ったらどうかといった販売促進の電子メールが飛んでくるようになる。

メールが少ないうちは、「I'd rather be a SPAM mail than a snail-mail.....」でバンドルは飛んでくるかなどと鼻歌交じりに不要のメールを消せば済んだかもしれない<sup>\*6</sup>。しかし、日に何十通、百数十通と、不要のメールが来るとしたら大問題である。やがて、そうしたメールは、SPAMメールと呼ばれるようになり、冒頭の裁判沙汰になるほど忌み嫌われることになる。

商用化初期のインターネットユーザーが、モンティ・パイソンのセンスをむげには切り捨てない、皮肉で粋なインテリ層だったからこそ、SPAMの寸劇を思い出して、SPAMと名づけたのだろう。

## 個人、組織、市場

SPAMメールが飛び交うようになったとき、人々が心配したのは、自分のメールアドレスのような個



→ : 矢印の先が動作の対象で、矢印の元が動作の主  
株主、消費者としての個人の行動は、「市場、監督機構」に入れた

情報をめぐる個人と、組織、市場との相克

人的情報が、どうやっていろいろな企業に知られてしまうのか、そうしたメールをリジェクトする方法はないのか、1つの企業に言えば他の企業からのメールも止まるのか(1社1社に言わなければならないのも煩わしいが、1社にクレームを付けると他の企業からもSPAMメールが来なくなるとするとそれも不気味である)、メール以外の情報(自分の職業など)がいろいろな企業に知られ、メールアドレスとリンクされているようなとき、それを消させる方法はあるのか、消させようとは思わないまでも間違っていたとき直させる方法はあるのか——といったことである。

図は、企業、行政組織といった組織を中心に置き、その蓄積する情報に対する、他の主体、すなわち、個人や市場、監督機構といった存在からの働きかけについて主な動きを示したものである。個人情報以外の情報も、この図には多く登場している。

企業に対する他の取引先企業、あるいは企業に対して株主、消費者といった主に経済的な関係を持つ個人は、図の「市場、監督機構」というところに盛り込んでいる。企業や団体に対する監督官庁、官庁に対する監視者としての住民や団体や他の官庁も、「市場、監督機構」に含めている。

企業や公共団体の従業員としての個人を「個人」のところに盛り込んでいる。また、国や地方公

共団体が住民の個人情報を蓄積しているが、その対象としての個人も「個人」に含めている。

自身に関する情報の制御

個人は、従業員として、組織の蓄積する情報に触れ、我が物にしていく。その一部は業務上の情報であり、さらにその一部では、従業員に守秘義務が生じる。

また、従業員や住民として、企業や官庁に個人情報把握されているが、自分自身の情報については、間違いがないか、あるいは、他の組織や市場にそれが自分に制御できないかたちで渡されないか、チェックしたいと思っている。さらに、顧客情報などの形で組織に個人情報を把握されており、それもチェックしたいと考える。

個人はまた、従業員として、組織内の知的財産型情報の形成に寄与している。組織の形態や情報の形成の仕方に応じて、報酬請求権や所有権(特許権など)を持つことがある。

また、ここでは明記していないが、組織も、取引先組織や調査会社、官庁などに把握されている自分自身に関する情報に対して、制御したいと考えている。しかし、個人情報と異なり、プライバシーの権利といった経済的力関係以上の法的権利の源泉はない。

## 市場、社会への情報開示と秘匿

企業は、市場や監督官庁や監視団体や情報産業から、自分自身の情報を適宜開示するように求められている。その中には、商法や株式上場の約束事として決められている事項もあるし、出さない会社が淘汰される可能性があるという世論や市場のメカニズムで開示を決断する事項もある。

官庁もまた、自分自身に関する情報を適宜開示するよう、住民や監視団体や情報産業や他の官庁から求められている。

企業や官庁は、取引先から情報の開示を請求されることもある。また、特許やノウハウなどを売買することもある。

さて、効用をもたらす、すなわち、業務の効率を向上させたり、利益を増大させたりするのが資産であるとすれば、個人情報や企業情報という情報は、資産価値の大きな情報である。実際、新聞社、出版社、信用調査会社、探偵事務所などの情報産業が、そうした情報を販売している。また、アンダーグラウンドでそうした情報を売買する組織も後を絶たない。

当時は、個人情報流出の問題というよりは、産業スパイ事件として取り扱われたのであるが、1971年2月の時点ですでに、デジタル形式の顧客名簿のはらむ危険性が明らかになっている。日経マグロウヒル社(当時)の日経ビジネス購読者名簿の磁気テープが盗まれ、コピーされて、リーダーズ・ダイジェスト社の広告文発送に使われたのである<sup>\*7\*8</sup>。

## 他人の情報は私の情報、私の情報は……

企業や個人は、一方で自分の業務やゴシップなどの娯楽のためにその種の情報を入手しようとしながら、自己の情報が一定程度以上は開示されないことや、仮に開示されたとしても社会の一定範囲にとどまることを要望している。その程度や範囲は、自己顕示欲の強さや、市場における認知への希望の強さにより異なる。

企業や個人は、自分自身に関する情報を、自分

自身でほとんど制御できる宣伝などの形での情報を除いては、他の主体に積極的に知らせたいとは思わないことが多い。ましてや、競合する主体に対し、将来の計画などを知らせたいとは思わない。

さらに、自己に関する誤った情報が社会に流れること、正しい情報でも自分の知らない形で意図しない形で流れることを好まない。

ただし、クレジットの未払いの有無といった単純な有無で表せる情報や、数値で表現可能な情報以外では、情報が誤りだとする主体自身の主観と、市場、監督機構や情報産業の感じ方とは、異なる場合がある。社会的存在として開示すべき範囲についても、両者の感じ方が異なる場合がある。

## 公人と公器

公人や企業に関する報道をめぐって論争が起きるのは、まず、発信される情報に含まれる内容の表現と、含まれるべき事項について、報道される側と報道する側とで認識の違いがあるからである。また、公人や社会的責任の大きいとされる企業の範囲(たとえば、有名人と親密交際している人物は公人か、売り上げ10億円の未上場企業は多大な社会的説明義務を負った存在か否か)についても認識が異なるからである。

公人ではない一般個人に関する情報についての相克として、まず、前述したような表現の妥当性に関する認識の差がある。しかし、それを除くと、相克は、社会的責任に関する認識程度の差のためではなく、考え方の根本的な差によって起きる。主に、企業活動や行政活動の効率化のために個人情報入手し、必要と思う範囲で売買あるいは共有したい企業や官庁、対、個人情報の制御権があくまで個人にあるとする個人という、いわば経済対人権の争いなのである。

## 共有地の悲劇

個人情報の場合、使いたい企業対守りたい個人という図式が、描きやすい。図式が見えにくいのが、発信の自由と共有地の悲劇をめぐる議論である。

共有地の悲劇とは、次のような話である。共有

の牧草地に10人の羊飼いが10頭の羊を飼っている。別にこれが、豚や七面鳥でもかまわないのだが、豚は密度が高くなると気が荒れて、ハムの元を飼うはずが、互いに歯向かって殺し合ったりしかねない。羊には密度が高くなるとけんかをするといった副作用がないので、理論の整合性が壊れない。羊たちの親睦というやつである。さてその羊が草を食む。そして育つ。羊が10頭前後なら、共有地の牧草が枯れることはなく、牧草地の維持、再生産が可能になる。

綿羊には焼印を押さないし、面容が似ているので、他の羊飼いの羊については、区別がつかないものとしよう<sup>\*9</sup>。さて、羊飼いのうち、誰か1人が抜け駆けをして、2頭の羊を放ったらどうなるだろう。羊が11頭になったからといって、即座に牧草地が枯れるわけではない。そして2頭の羊を放った羊飼いの収穫は2倍になる。11頭いると気づいた羊飼いが、はて面妖な——といったところで、本人以外には羊を増やしたのが誰かはわからず、本人が罰を受けることはない。

だとすれば、抜け駆けをした方が得になる。こうして全部の羊飼いが2頭ずつの羊を放てば、20頭の羊のせいで牧草は枯れ、羊は死んでしまう。

## 企業対個人、個人対個人

定額制の通信サービスなどの場合、つなぎっぱなしにしてがنگん使うユーザーのみが、通信資源の多くの部分を占有してしまうという事態が起きうる。1日に何億通もの、ワン切り携帯メール(ワン切りだと発信者に課金されない)を業者が発信していたケースでは、そんなことを個人は通常しないので、強制的にとめても発信の自由の侵害の問題にはならなかった。

無線LANのような無届で使用可能な微弱電波を使うケースにおいては、無線LANが本当に放送の妨害になるのか否かという論議が巻き起こる。これは、経済対人権といってもよい争いであり、個人の情報発信の自由、通信の自由の問題に帰着できる。しかし、よりつながりやすくすることを目指して個人が出力を上げ始めると、個人対個人の別の

問題になる。個人間では、抜け駆けをした者が得をするという状況で全部の電波が強くなっていき、共有地の悲劇が生じるのである。無線LANなどに用いる電波帯域を共有地にする、しないの論議は、いまホットな話題となっている<sup>\*10</sup>。

## 「公」論議再び

無線LANの電波帯域などが共有地になり、本稿では詳しく触れないが、UWB、ソフトウェア・ラジオ<sup>\*11</sup>などの技術によって、干渉がほとんど起きないようにできるならば、使いたい人が自由に立ち寄り、用が済めばまた去っていく、無線LANの港のような場所を街角に多数作ることが可能になる。まさに、通信の共有地である。

そんな状態を表した成句「来る者は拒まず、去る者は追わず」は、中国の古典『公羊伝』<sup>\*12\*13</sup>にある。この成句を地で行き、国境を自由に越えていたモウコガゼル(蒙古羚羊)は、放牧した羊の増え過ぎで牧草を奪われ、いままで以上に遠くさまようようになってしまった<sup>\*14</sup>。塩分に覆われ、荒れた国境地帯で、羚羊の麗容を目印に追っても、人間の方は国境で足止めされてしまい、もうこれ以上、蒙古羚羊が追えないという状態になる<sup>\*15~\*17</sup>。そのとき、無線の出番となる<sup>\*18</sup>。公羊伝を、後世、恣意的に読んで敵対していた2勢力の末裔(モンゴルと中国)が協力し、羚羊を電波で追跡するというのだ。

この公羊伝が再び読まれるようになった清末<sup>\*19</sup>の1909年前後、ところかわって米国では、ある「公」論争が起きていた。Hymann、Almy、Murrayの3氏は、商業放送に悪影響を与えるという理由でアマチュア無線を厳しく規制しようとする議会で敢然と論戦を挑んで世論を味方につけ、個人の情報発信の自由を確保した<sup>\*20</sup>。商業放送の方がより優遇すべき「公」なのか、個人の情報発信の自由の方が「公」なのかは微妙な問題だが、議会はHAM(3氏の頭文字)にも権利を認めた<sup>\*21</sup>。同じ塩漬けの豚肉といっても、HAMとSPAMとでは、世論の肩入れの度合いが違うのである<sup>\*22</sup>。塩漬けといえ、既得権利者による低利用電波帯

域の塩漬けも、解決を急ぐべき課題である。オープンな論議のフェーズに入らなければ、電波共有地の論議も始まらない\*23\*24。

- \*1 片野温[2003]「NY州最高裁判決、迷惑メール違法、「消費者だます不正行為」」。『日経産業新聞』1月29日付、p.12、日本経済新聞社
- \*2 最近では、検索サイトで上位に表示されるように種々の手法を凝らしたウェブサイトもSPAMと呼ぶようだ(河井保博[2003]「検索サイトで目立つ技術」『日経産業新聞』2月21日付、p.7)。
- \*3 スпам社ウェブ<<http://www.spam.com/>>
- \*4 「スパム・スケッチ 空飛ぶモンティ・パイソン 第25話」<<http://python-airways.cside.com/sketch/25-spamspam.htm>>
- \*5 「spam 第2シリーズ第12話」<<http://www.f7.dion.ne.jp/~moorend/monty2-4.html>>
- \*6 snail-mail(かたつむりメール)とは、ひとりの言葉で「郵政省メール」のこと。別に、郵政省では自由闊達な議論が無理なので闊達無理といったわけでも、郵政省が電電を公平無私な気持ちで民営化したので電電無私といったわけでもなく、通常の紙の郵便が、電子メールよりずっと遅いので、かたつむりメールといっただけの話であろう。
- \*7 吉岡一男「刑事学各論の研究—企業秘密から企業犯罪まで— I 企業秘密と情報犯罪—1 企業秘密と情報財— 二 事態の概観」<<http://www.users.kudpc.kyoto-u.ac.jp/~b50999/krk.html>>
- \*8 1980年代なかごろ、日経マグロウヒル社(現日経BP社)の最初の労働組合の事務所が、日本撤退をめぐって米国のリーダーズ・ダイジェスト社と係争していた日本リーダーズ・ダイジェストの労働組合事務所の一角に設けられていたことがある。
- \*9 別に羊がクローンでなくても、見分けが付きにくいと思われる。ちなみに、有名なクローン羊ドリーが6年で死んだりしたため、老いた体細胞からクローニングで新しい個体を作った場合、新しい個体であっても、元の体細胞の年齢を、個体の年齢として、そこから老化が始まるのではないか——という説が出ている(福田伸生[2003]「クローン羊のドリー死亡 わずか6歳、肺疾患が進行」『朝日新聞』2月15日付夕刊、p.1)。若いときに金を払ってでもクローンを作っておけという意味で「若いときのクローンは、買ってでも作れ」とうたう成句があるとする説があるが、ガセネタに違いない。大体、一卵性双生児が別の人格であると同様、クローンも別個の独立した存在であるから、思うとおりになどならないのである。
- \*10 Farber, Dave 'Spectrum Policy:Property or Commons?' <<http://www.interesting-people.org/archives/interesting-people/200212/msg00025.html>>
- \*11 Hendricks, Dewayne 'Are the Tools the Rules?:The Future of the Digital Commons' <<http://www.rieti.go.jp/en/events/bbl/02062701.pdf>>
- \*12 公羊高『春秋公羊伝』B.C.5世紀ごろ
- \*13 正確には「来る者は禁ずるなく往く者は止むるなし」(黒子知視「【さる】～【さん】」<<http://www.geocities.co.jp/Bookend-Akiko/1373/ko-jien03/page4.html>>)。ちなみに黒子氏の仕事は、無線LANではなく、「社内LAN周りの一切合財」だそうである。
- \*14 著者不詳[2003]「モウコガゼル 衛星で追っかけ」『朝日新聞』2月15日付夕刊、p.7、朝日新聞社
- \*15 岩松暉「二度わらし」<[http://www005.upp.sonet.ne.jp/fung/warashi/warashi23\\_r.html](http://www005.upp.sonet.ne.jp/fung/warashi/warashi23_r.html)>
- \*16 松本聰「中国の乾燥地をめぐる諸問題」<<http://inpaku.infosakyu.ne.jp/kyou/world/world25.html>>
- \*17 公羊伝には、騎馬民族に占領されていた黄河流域を奪い返せといった運動の論拠として使われた実績がある(中根東竜「漢籍おぼえがき～経部春秋類～」<<http://ueno.cool.ne.jp/souryuu/sisou-syunzyu.html>>)。こんなこともあって、公羊伝の名は、共有地の羊と関係深そうな気がするが、実際には、まったく無関係である。ちなみに、ヒツジは、ウシ科ヤギ亜科ヒツジ属、ガゼル(レイヨウ)は、ウシ科アンテロープ亜科ガゼル属なので、羚羊といっても、羊と特に近いわけではない。なお、筆者も、本稿のように底の見えたわざとらしいものではなく、羚羊挂角の趣きで故事来歴の連なる文章を書いてみたいものである。
- \*18 人間の足は止められ、羚羊を呼び止める拡声器の声だけが、むなしく国境を超えていく。そのときの心境を歌ったのが「I'd rather be a speaker than sneakers.....」(モンゴルを飛んでいく)という歌だという説があるが、ガセネタに違いない。
- \*19 中華民国建国は1912年。
- \*20 「ハムの語源について」<<http://home.att.ne.jp/sea/upi/newpage9.htm>>
- \*21 上記3氏の頭文字を連ねたといわれる「HAM」の方が、読みがハムであるだけに、「公」に近そうだと思うのは筆者だけだろうか(筆者だけだろう)。
- \*22 ハムは本来、豚のもも肉から作るものだが、日本では、肩肉が入ったものもハムと呼ぶことがあるそうである<<http://www.ham.co.jp/un1.htm>>。スパムも、豚の肩肉とハムとを挽いたものから作る<[http://plaza15.mbn.or.jp/~env\\_info\\_math/yamasita-diary/spam-mail.htm](http://plaza15.mbn.or.jp/~env_info_math/yamasita-diary/spam-mail.htm)>。肩肉の入れ方では、大きな差はないといえそうである。
- \*23 真野浩(談)、総務省採録「モバイルインターネットサービス(株)真野社長からのヒアリング議事録」<[http://www.soumu.go.jp/joho\\_tsusin/policyreports/chousa/denpa/011102\\_1b.html](http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/policyreports/chousa/denpa/011102_1b.html)>
- \*24 ビデオアーカイブ「無線ブロードバンドが開く新世界」<<http://w3.glocom.ac.jp/project/wireless/>>を参照されたい