

『ネット告発 — 企業対応マニュアル —』

ネットワーク・セキュリティ研究会 著

講師：牧野二郎（弁護士）

城所岩生（ニューヨーク州弁護士）

7月4日、共著者5名のうち牧野二郎弁護士と城所岩生NY州弁護士を講師に迎えて『ネット告発』の読書会が行われた。インターネット社会の進展とともに、このテーマでの企業側からの相談も増えているとのことである。東芝クレーム事件、カエル混入事件、悪徳警察官撲滅委員会事件、英国マクドナルド名誉毀損事件など国内外の著名なケースを題材に、活発な議論が行われた。講演の概要は以下のようであった。

1. ネットワーク社会では、企業対消費者の力の差が、状況しだいでは影響力において逆転する場合がある。また、ネットは匿名性を生かした少数者の発言の場を提供しており、企業人も個人としては一消費者であり、「企業対消費者」の図式は、オープンなネットの場における「システム対ネットを知る個人」となる。ネット告発の目的も、人と情報の流動化、価値観の多様化に伴って、単なる金銭目的や企業の謝罪を求めるのみならず、解決を目的とせず自らをアピールすること自体にある場合もある。
2. 告発者はネットのヘビーユーザーであり、社会的に評価されていないと認識している内向的性格の持ち主である傾向が見られる。企業側も告発者のそのような心理状況を踏まえ、関連情報を一元管理して共有しつつ、今後の商品開発や顧客対応の観点から、冷静かつ迅速な対応が要求される。また相手は、告発者だけでなく、ネットを通じた多くの一般消費者や当該企業や業界関係者であることを認識し、あくまでも冷静・誠実・迅速な対応を行い、非があればこれを率直に認め、企業としての説明責任を果たし問題を改善する姿勢が、事態の早期収束と企業のセキュリティ確保に通じる。
3. ネットの匿名性は、弱者による言論を保証するという面と、無責任な誹謗中傷を助長するという両面がある。プロバイダ責任制限法は、被害者から訴訟提起が可能のように、攻撃者の情報を提供して「武器平等」（攻撃に対し反撃を保証すること）を確保する制度として2002年5月に施行されたが、特に、プロバイダの自由裁量（ネット上の議論を尽くさせるために敢えて放置するという選択肢）の余地をなくするという点で、プロバイダによる削除権利＝削除義務とする行き過ぎの感があり、限定的に解釈して運用すべきと思われる。
4. 米国では、サイバー中傷(cybersmear)の用語も生まれ、

一方では企業の危機管理、他方では表現の自由との関連でプロバイダの責任を巻き込んだ事例が多く発生している。また、企業への不平不満サイトであるアタックサイトも運営されている。

5. 米国では、表現を媒介する責任として、①編集権を持つ出版社モデル、②内容監視ができないコモネクリアモデル、③編集権のより少ない頒布者モデル(書店、図書館等)に区分される。1996年の通信品位法は、電気通信、放送、ケーブルテレビなどの分野における経済的な規制は緩和したものの、コンテンツに関しては社会的規制を強化する方向を打ち出した。米国社会は、伝統的に自由な表現の価値を重視しており、規制する場合でも、表現内容そのものに対する規制か、表現内容中立的な規制(時間・場所・態様など)かによって基準が異なり(二重基準)、表現内容そのものを規制するための基準はより厳格である。
6. 米国での名誉毀損法は、原告が公人の場合(企業も公人)、表現が虚偽であること、被告に現実的悪意があることを原告が立証しなければならない。サイバー中傷の被害企業が匿名投稿者の名前を "John Do" として訴えを提起し、プロバイダに対し身元開示を迫る動きがあるが、一方で批判封じ込め訴訟と見なされ、訴訟が却下される場合も出てきた。
7. ネット社会において、グローバル企業が採るべき対策は、
 - ①まずサイバーに精通し、苦情サイトがあればモニタする。
 - ②正確な情報をネットに提供するとともに、新聞テレビ等にはトップ自らが対応する。
 - ③顧客重視の観点からサービスを改善する。間違った場合は反省し、再発防止に努める。
 - ④虚偽の投稿者が特定された場合には、投稿停止の要求などの直接交渉を行う。
 - ⑤訴訟を行う場合には多くのハードルがあり、また勝訴しても判決が執行できないなど、問題解決にならない場合があることを認識する。
 - ⑥特に1990年代後半以降の反ブランド、反グローバリゼーションの動きに対し、「ゴリラ対小人」の事件と取られないような企業のリスクマネジメントが肝要である。

小林寛三(GLOCOMフェロー)