

「東芝問題」の再検討

— ここ 10 年におけるインターネット上の
紛争と法的対応について —

辻 智佐子・辻 俊一・渡辺 昇一

要 旨

本稿は、1999 年の「東芝問題」の再検討から、インターネットをめぐる紛争に対して法制度などがどのように変化してきたかを検討し、インターネットにおけるコミュニケーションの社会的位置づけについて考察した。まず、過去 10 年間のインターネット利用状況についてまとめ、技術面・サービス面の向上を背景に、インターネットはいまやわれわれの日常生活に不可欠なコミュニケーション手段となったこと示した。つぎに、「東芝問題」を今日的視点から再解釈し、インターネットが日常化した現在においてインターネット上の個人の表現は実社会の秩序と結びつけられ、その結果、情報発信者の責任の範囲を明確化する法制度を整備するためにも、インターネットにおけるコミュニケーション行為について社会的共通理解が必要であることを指摘した。そして、ここ 10 年でいかにインターネットによる被害が拡大し、どのような法制度がつくられてきたかを確認したうえで、インターネット上の名誉毀損の被害問題に関連した 2009 年 1 月 30 日の東京高裁判決をとり上げた。

キーワード：インターネット、「東芝問題」、コミュニケーション、「個と集団の関係」、「表現の自由」、法制度

1. はじめに

「東芝問題」とは、1999 年に福岡県在住の会社員の男性が、自己が購入した東芝製ビデオデッキのテープ再生に関する東芝および東芝の関連会社との紛争について、自己のホームページで東芝に対する意見や東芝とのやりとりを公表したことを端緒とした事案である。このホームページに掲載された内容をめぐってインターネットの電子掲示板等に多数の第三者が大量の書き込みを行い、さらにマスメディアがこの内容を取り上げることによってこの紛争自体とこの紛争をめぐ

るインターネット上での活発なやりとりが社会的に幅広く知られることとなり、東芝側が会員のホームページの部分削除を求める仮処分申請を行ったという一連の事象を含むものである。

当時のマスメディアでは「東芝クレーマー事件」「東芝 vs. クレーマー事件」などとも呼ばれ、個人が企業に対抗する手段としてインターネットを使用したことや、インターネットにおける匿名性、インターネット上における意見について司法手続きを行うことなど、日本におけるインターネットの本格的普及段階での問題の目新しさに議論が集中しがちであった。また企業の顧客満足度向上とコンプライアンスや危機管理に関する論評も数多く発表された。しかしインターネットにおけるコミュニケーションを社会的にはどのような行為として位置づけるのか、そして社会的共通理解をどのように形成するのかという論点まで議論が深化されることはなかった。

「東芝問題」発生後、インターネットが日本社会で幅広く普及するとともに、通信回線・ネットワークやPC、モバイル端末の利便性の向上により、インターネットをめぐる紛争は増加・複雑化する一方であり、司法の場で取り上げられる事案も年を追うごとに増加している。しかし本稿執筆時点の2010年に至ってもインターネットをめぐる紛争の解決に必要な社会的共通理解の形成が行われていないのが現状である。インターネットにおけるコミュニケーションについて、個人の行為の社会的位置づけや個人と集団の関係などについて社会的に幅広い共通理解がないままに、現在の紛争解決の場では個別事案について個別の法適用が積み重ねられ、特定の分野について法改正や新法を制定するという個別法制で対応している。司法判断はあくまで個別の事案に即した論理構成であり、上級審で判断が逆転することもあり、ただちに社会的に幅広く共通に理解できるルールとなり得るわけではない。また個別法制で規定された判断基準が、インターネットでの個人の行為を公平公正に取り扱っているかどうかについて法制全般を見渡した検証が行われているわけではない。行為の正当性や許容範囲について社会的共通理解が形成されていない状態はリスクが高い社会であり、安定した社会経済活動や日常生活の維持発展の障害となると考えられる。

そこで本稿は、インターネットのコミュニケーションにおける個人の行為や個人と集団の関係を、日本のインターネット普及の進行状況と対比させながらインターネットでの紛争や係争事案を素材として検討するにあたり、日本でのインターネットをめぐる最初の社会問題と言える「東芝問題」を再検討するとともに、インターネットの普及にともなって司法判断が変化しているのかについて具体的事案に即して考察を加える。

2. 1999 年以降のインターネットをとり巻く環境の変化

2.1 インターネットの利用状況と普及要因

1999 年の「東芝問題」から 10 年をへて、インターネットをとり巻く環境はいかに変化したのか。まず、インターネットの利用状況からみていく。インターネットの利用者数は、1999 年の 2,706 万人から 2008 年の 9,091 万人へと増加し、およそ 10 年間で 3 倍以上の伸びを示した（総務省，2009a，120 頁）。インターネット普及率でいえば、1999 年の 21.4%から 2008 年には 75.4 %へと上昇した（総務省，2009a，120 頁）。日本のインターネット普及率は、1999 年の時点では主要先進国のなかでも低い数値であったが、2008 年になると日本の先陣を切っていたアメリカ合衆国や韓国を僅差ではあるが追いぬき、日本はここ 10 年において比較的速いスピードでインターネットの普及を経験したといえる（表 2-1）。

インターネット普及率を「世帯」「個人」「企業」別にみると、1999 年においてすでに 78.3%の高い普及率を示していた「企業」は、2008 年には 99.0%の普及率となった。一方、1999 年に企業に対して大幅な遅れをとっていた「世帯」と「個人」は急速にその差を縮め、2008 年では世帯が 91.1%，個人が 75.3%の普及率となり、双方とも 1999 年の約 4 倍の上昇となった（総務省，2008b）。年齢別では、1999 年は 20～30 歳台で全体の 76.2%を占めていたが（総務省，2000

表 2-1 主要先進国におけるインターネット普及率（%）

	1999 年	2002 年	2005 年	2008 年
日 本	21.39	46.59	66.92	75.40
アメリカ合衆国	35.85	58.79	67.97	74.00
カ ナ ダ	36.19	61.59	67.92	75.43
イギリス	21.29	56.48	66.37	76.24
ド イ ツ	20.85	48.82	64.88	75.33
オランダ	39.18	61.29	79.10	86.55
フランス	9.13	30.18	42.87	68.21
スウェーデン	41.43	70.57	81.36	87.84
オーストラリア	40.78	57.58	63.25	71.98
韓 国	23.55	59.80	73.18	75.16
世界平均	4.66	10.77	15.73	23.32

注：インターネット普及率は、人口 100 人当りの利用者数。

出典：'Internet Indicators Database 1999, 2002, 2005, 2008,' *International Telecommunication Union (ITU)*.

年, 20 頁), 利用年齢の幅は年々ひろがりをみせている。2003 年の年齢別普及率は, 6~59 歳で 6 割を超え, とりわけ 13~39 歳は 9 割台となった。さらに, 2008 年には 65 歳以上をのぞいて 6 割以上の普及率となり, 10 年前に比べて幅広い世代でインターネットが利用されている(総務省, 2007a, 169 頁, 2009a, 121 頁)。世帯年収別では, どの年代も年収が高額になるほど利用率は高いが, 2008 年では年収 200 万円未満の世帯でも利用率が 5 割を超え, 400 万円以上では 7~8 割の世帯でインターネットを自宅で利用している(総務省, 2009a, 121 頁)。

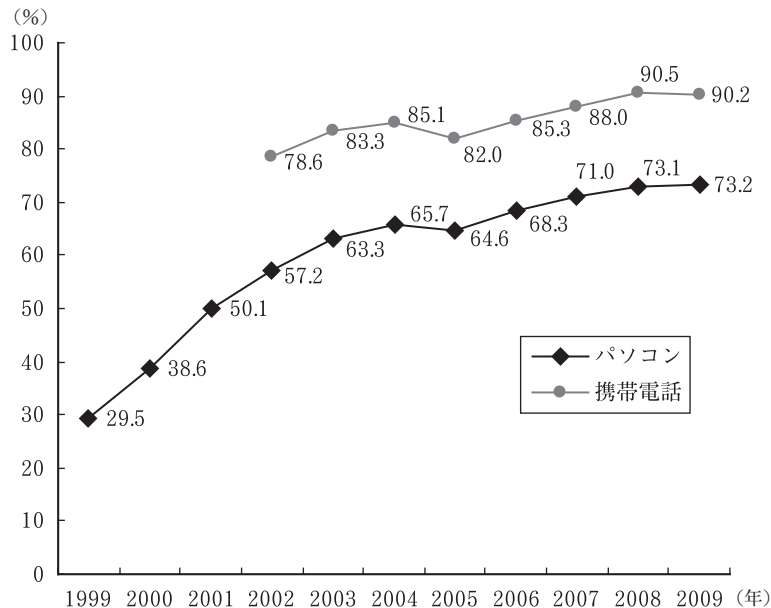
つぎに, インターネットの普及要因については, 2008 年のインターネット利用端末がパソコンとモバイル端末(携帯電話・PHS・PDA)のみで 93.8%を占めていることから(総務省, 2009a, 121 頁), ここではパソコンとモバイル端末に焦点をあててみておこう。

一般世帯におけるパソコンの所有率は, 1999 年以降着実に増えつづけ, 2009 年 3 月末の時点で 73.2%となっている(図 2-1)。1999 年頃よりパソコン購入者の 6 割以上が「インターネット利用」を目的としていることから, パソコンとインターネットはほぼ同時平行して普及している(総務省, 2001, 87 頁)。インターネット接続回線は, 従来の電話回線や ISDN 回線などの 128 kbps 以下の低速通信回線(ナローバンド)にかわって 500 kbps 以上の高速通信回線(ブロードバンド)が主流となり, 接続スピードやデータ配信容量の面で数段利用しやすくなったことも普及に拍車をかけた。ブロードバンドは, 光回線(FTTH)やケーブルテレビ回線(CATV), DSL 回線などの有線通信技術を用いたものと, 固定無線回線(FWA)の無線通信技術を使ったものがあり, いずれも動画や音声など大容量のデータを高速配信できる。

ブロードバンドの普及は 2001 年頃から顕著となりはじめ, この年は「ブロードバンド元年」(総務省)となった。ブロードバンド契約数は, 2008 年 3 月末で 3,011 万に上り, 着実にその数を伸ばしている(総務省, 2007a, 152 頁, 2009a, 123 頁)。近年, ブロードバンド回線のなかでも光回線の普及が加速化しており, 2008 年には DSL 回線をぬいて契約数 1 位となったが, これは光回線が DSL 回線に比べてより安定した高速通信手段であることがひとつの要因であろう。また, 世代および世帯年収の差異にかかわらず, ほぼ 8 割のインターネット利用者がブロードバンドを使用している(総務省, 2009a, 122 頁)。

一方, モバイル端末を代表する携帯電話の所有率は, 2009 年 3 月末の時点で 90.2%で, いまや「一家に一台」の時代となった(図 2-1)。携帯電話は, 1999 年 2 月に NTT ドコモグループが「i モード」のサービスを開始してから, 端末単体でのインターネット接続が可能となった。その後, 同年 4 月に DDI-セルラーグループ/ツーカーグループの「EZweb」と日本移動通信の「EZaccess」が, 12 月に J-フォングループの「J-スカイ」が登場し, 携帯電話からのインターネット利用が漸増した。第 3 世代携帯電話(IMF-2000)は, 無線通信技術を使ったブロードバンドのモバイル端末であるが, その契約数は 2005 年に旧型の携帯電話契約数をぬき, 2008 年に

図 2-1 パソコンと携帯電話の普及率

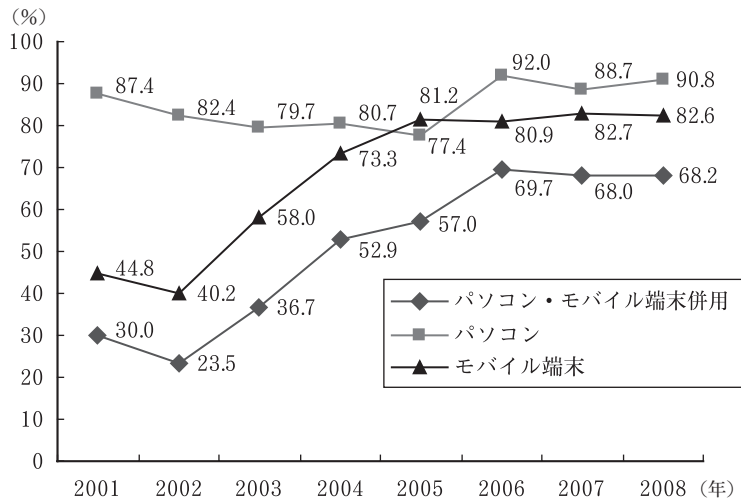


出典：「主要耐久消費財等の普及率（一般世帯）」内閣府「消費動向調査」平成 21 年 3 月。

は 9 割を超えた（総務省，2003，17 頁，2009a，145 頁）。しかし，世代および世帯年収別で多少の差異がみられる。世代別では，20～40 歳台ではほぼ 8 割の人が利用しているが，65 歳以上では 2 割以下の低い数値である。世帯年収別では，800 万円以上で 6 割以上の利用率だが，200 万円未満の世帯では 27.3%となっている（総務省，2009a，124 頁）。

このように，ブロードバンド化がパソコンおよびモバイル端末によるインターネット利用を促進した要因として考えられるが，これと同時にインターネット接続料金の低下も重要な役割を果たしている。パソコンでのブロードバンド利用料金は，企業のサービス内容によって違いはあるものの，サービス開始当初から低い設定になっているか，あるいは低廉化の傾向にある。ADSL 回線の場合，ソフトバンクグループの「Yahoo!BB」は 2001 年 9 月の時点で月額料金 3,017 円（回線速度 8 M）という低料金でサービスを開始し，いまでもほぼ同じ価格を維持している。また，NTT 東日本は 2000 年 12 月に 5,600 円（回線速度 1.5 M）でサービスを提供してから徐々に価格を下げ，2005 年 8 月には 4,190 円に値下げした（NTT グループ，2006，289 頁）。光回線の場合も同じ状況で，NTT 東日本の「B フレッツ・マンションタイプ」では 2001 年 8 月の 3,800 円から 2004 年 9 月の 2,900 円に値下げされ，法人向けなど他のサービスにおいても現在は割安となっている。日本は，国際的にみても利用料金が安い。たとえば，2003 年における日本の 10 kbps～100 Mbps 月額基本料金は 19.09 ドルで，10 kbps 当たりでは 0.09 ドルとなり 3.53 ドルのアメリカ合衆国や 0.25 ドルの韓国といった他の OECD 加盟国と比較してもっとも低い（総務省，

図 2-2 端末別インターネット利用率



出典：総務省『情報通信白書』平成 14 年度版（5 頁），平成 16 年度版（27 頁），平成 17 年度版（29 頁），平成 18 年度版（18 頁）平成 19 年度版（152 頁），平成 20 年度版（88 頁），平成 21 年度版（121 頁）。

2004，6 頁）。

モバイル端末については，携帯・移動電話のサービスが開始された 1979 年は月額基本料金が 30,000 円，設備料金が 80,000 円，通話料 6.5 秒当たり 10 円の費用がかかり，利用者にとってかなりの負担であった（総務省，2000，28 頁）。その後，携帯電話の普及にともなって料金は低下していき，携帯電話のブロードバンド化が本格的にスタートした 2000 年には，定額制料金サービスの導入によって月額基本料金がおよそ 4,500～5,000 円まで低下した。現在では，「パケット定額制」⁽¹⁾ のサービスも加わり，各社とも利用者のニーズに合わせた定額制料金サービスをいくつも提供している。一例として，ソフトバンクグループの「ホワイトプラン」は，月額基本料金が 980 円で，ソフトバンク携帯電話への国内通話および電子メール送受信が時間限定で無料という定額制サービスである。また，NTT ドコモの携帯電話接続料も低額化しており，3 分当たりの接続料は 2003 年の 44.6 円から 2008 年の 30.6 円になっている（総務省，2009a，156 頁）。

最後に，端末別にインターネットの利用状況を見ると，パソコンからの利用はほぼ横ばいの高い比率で推移しているが，モバイル端末は 2002 年以降利用率が増えて 2008 年はパソコンに迫る 82.6% にまで上昇した（図 2-2）。モバイル端末と同じように急増が目立つのは，パソコンとモバイル端末の併用である（図 2-2）。つまり，現在は自宅でも移動中でも気軽にインターネットを利用している人が増えている。

以上のように，パソコンおよびモバイル端末の普及，ブロードバンド化，インターネット接続料金の低下によって，インターネットの利用者は 10 年前に比べて数段に増加した。しかし，イ

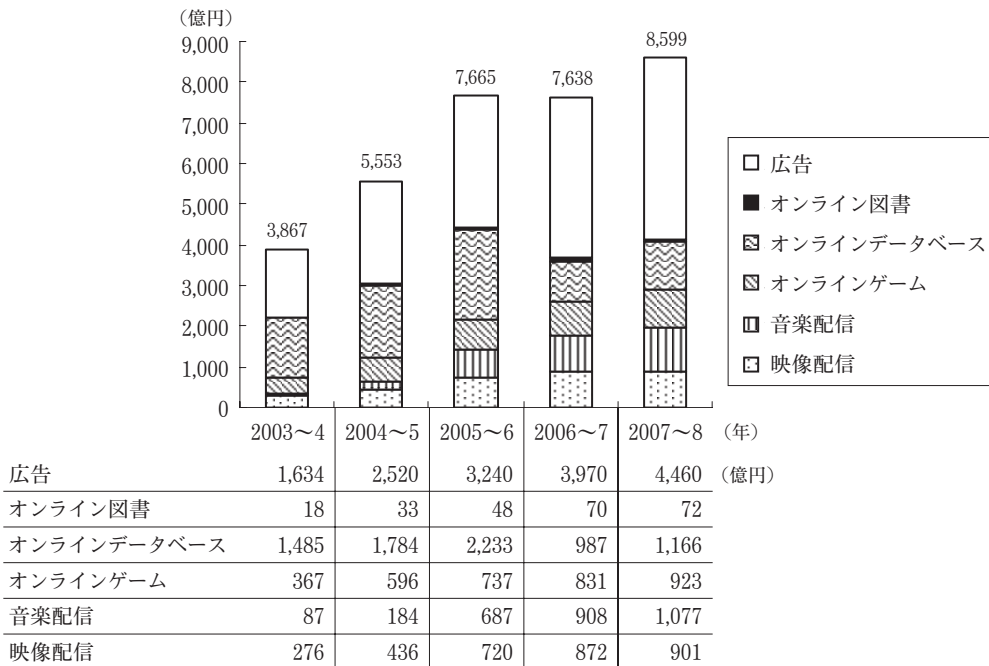
インターネット利用の増加は、接続への利便性の向上というハード面のみならず、コンテンツの充実というソフト面における変化にも起因している。

2.2 インターネット・コンテンツの充実

インターネット利用者の増加は、従来のコンテンツ市場にも影響をおよぼしている。ここでいうコンテンツとはメディアをとおして流通している有料の情報（ソフトウェア）のことであり、そのなかには広告も含まれる。

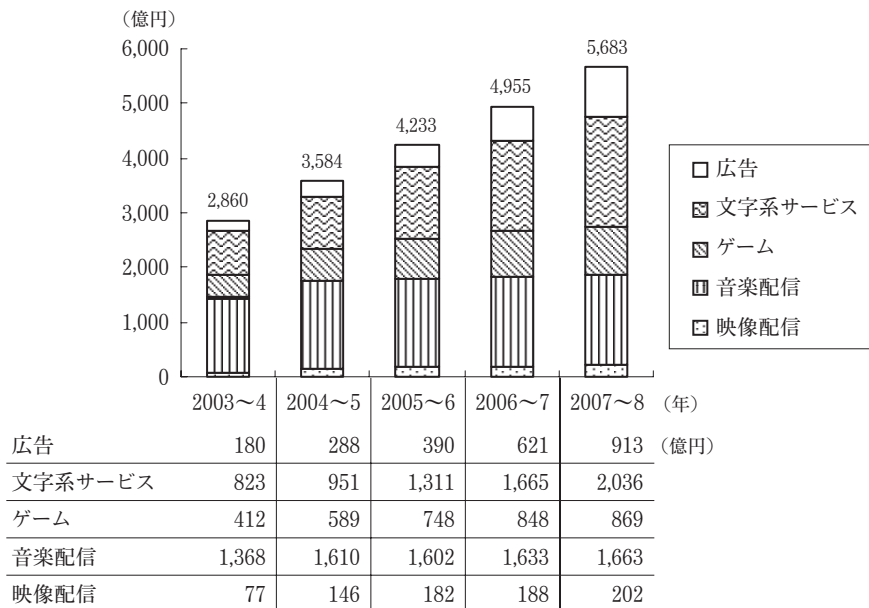
コンテンツ全体における市場は、1999年の10.8兆円から2007年の11.4兆円へと微増しており、2002年と2007年を比較するとコンテンツ別では映像系（映画・ビデオ・テレビ番組・ゲームなど）が44.4%から48.2%へやや上向いているが、テキスト系（新聞記事・コミック・雑誌・書籍・データベースなど）は47.2%から43.0%へと下降している。音声系（音楽・ラジオ番組・など）は0.83%から0.88%でおおむね横ばいである（総務省、2009a, 168頁）。コンテンツ市場全体では緩慢な伸びにとどまっているが、これをメディア別にわけた場合、10年間でおおきく成長したのがパソコンやモバイル端末で流通している通信系、つまりインターネット・コンテンツ市場である。これを数値でみると、2002年は3,979億円だったものが2007年には9,772億円となり、約2.5倍の増加となった（総務省、2009a, 169頁）。

図 2-3 パソコンからのアクセスによるインターネット・コンテンツ別市場規模の推移



出典：『日本と世界のコンテンツ市場データベース 2009』(株)ヒューマンメディア。

図 2-4 携帯電話からのアクセスによるインターネット・コンテンツ別市場規模の推移



出典：『日本と世界のコンテンツ市場データベース 2009』(株)ヒューマンメディア。

また、パソコンと携帯電話からのアクセスによってインターネット・コンテンツにある特徴を見出すことができる。パソコンからは、①いずれの年も広告が5割程度の市場規模を占めていること、②年をへるごとにオンライン・データベースが縮小していること、③伸び率でいえば、音楽配信の伸長が顕著であること、④オンライン・ゲームと映像配信は同じペースで伸びていること、である（図 2-3）。そして、携帯電話からは、①広告のシェアがもっとも伸びていること、②音楽配信は 2003 年当初からおおきな割合を占めているが、その後あまり成長がないこと、③電子メールや文字による情報提供などの文字系サービスが 2006 年に音楽配信をぬいて最大のシェアを占めていること、④ゲームおよび映像配信は同じペースで伸びていること、である（図 2-4）。

以上のように、コンテンツ市場全体ではあまり変動はないが、インターネット・コンテンツ市場は好調に推移している。これは、2001 年の「ブロードバンド元年」以降、パソコンや携帯電話によるインターネット接続が技術およびサービスの向上によってかなり身近なものとなり、インターネット利用者が急増したことが要因である。事実、どの世代においてもテレビや新聞、雑誌・書籍、ラジオといった従来の 4 大メディアへの接触が減少するなかでパソコンと携帯電話の利用が増え、おもにパソコンによるインターネットの利用頻度の増加が 4 大メディアの利用率低下を招いている（総務省、2008、96-97 頁）。

インターネット・コンテンツ市場において、とくに広告は今後もさらなる成長が期待される。それは、広告の掲載された無料コンテンツがスポンサー企業およびインターネット利用者の双方

に高いメリットを提供しているからである。インターネット広告は、ウェブサイトや電子メールに掲載される広告の総称であり、動画やテキストなどから企業のウェブサイトへリンクしている。広告の種類は、個人向けウェブサイトやブログ（Blog, Weblog の略語）のアフィリエイト、SNS（Social Networking Service）などコミュニケーション・サイトへのバイラル広告、バナー広告、検索連動型広告を含むリスティング広告、電子メール広告など多岐にわたっている。ヤフー・ジャパンが2007年2月におこなった調査結果によると、企業全体のインターネット広告実施率は27.9%で、従業員2,000人以上の企業になると47.3%である。また、広告の種類で実施率が高いのは、検索連動型広告（42.0%）、ついで電子メール広告（39.2%）となっている。

企業側の最大のメリットは、非常に効果の高いターゲティングにある。企業は、インターネット利用者各々の情報をデジタルで蓄積し、それをもとに特定の消費者層に対して自社の財やサービスを売り込むことができる。産業別では、金融・保険業がインターネット広告をもっとも実施しており、47.2%という約半数を占めている（総務省，2009b，16頁）。一方、利用者側は、映像系・テキスト系・音声系すべてにおいて無料でコンテンツが利用できる点にメリットがある。加えて、個人向けウェブサイトやブログなどCGM（Consumer Generated Media）型サービスも無料で活用でき、利用者の関心をひきつけると同時に、インターネットの普及に一役買っている。

インターネットの利用目的はコンテンツの充実にとまって多様化しているが、やはり無料コンテンツの利用者は多い。パソコンからのアクセスでは、企業・政府などのウェブサイトやプロ

表 2-2 2008 年におけるパソコンおよび携帯電話別インターネット利用目的

順位	パソコンからのアクセス	
1	企業・政府などのウェブサイトおよびブログの閲覧	56.8%
2	電子メールの送受信（メールマガジンは除く）	49.1%
3	個人のウェブサイトおよびブログの閲覧	47.4%
4	電子商取引（金融取引は除く）	45.5%
5	地図情報提供サービス	36.8%
順位	携帯電話からのアクセス	
1	電子メールの送受信（メールマガジンは除く）	54.5%
2	電子商取引（金融取引は除く）	30.1%
3	デジタル・コンテンツの入手	21.8%
4	個人のウェブサイトおよびブログの閲覧	16.3%
5	メールマガジンの受信	15.3%

出典：総務省『情報通信白書』平成21年度版（125頁）。

グの閲覧が56.8%で一番高く、つづいて電子メールの送受信が49.1%、個人のウェブサイトやブログの閲覧が47.4%、金融取引をのぞく電子商取引が45.5%となっている（表2-2）。携帯電話からのアクセスでは、電子メールの送受信が2位の金融取引をのぞいた電子商取引の30.1%に大差をつけて54.5%である（表2-2）。パソコンと携帯電話では多少の違いはあるものの、総じて①法人・個人のウェブサイトやブログの閲覧、②電子メールの送受信、③電子商取引、④映像・音楽・ゲームなどデジタル・コンテンツの入手が主要な利用目的であり、無料コンテンツの利用が増えるなかでインターネット特有の非対面コミュニケーションが一方・双方向にかかわらず日常化している。

3. 情報化社会の観点から見た「東芝問題」

3.1 「東芝問題」とコミュニケーション行為

第2節で見たように、「東芝問題」は日本でインターネットが急速に普及し始めた局面で発生したものであり、“コンピュータスキルの高い個人間で行われるパソコン通信”から“インターネットにおける不特定多数の本格的なコミュニケーションの普及”への移行時期にあたっていた。当時は週刊誌⁽²⁾などでセンセーショナルに取り上げられたが、その後は当該事案をテーマにしてインターネット・コミュニケーションについて分析が行われることもなく今日に至っている。「東芝問題」で具体的にどのようなことがあったのか自体も、前屋毅氏の著作などが時系列で双方の主張を整理しているのみである（前屋，2000）。またマスコミュニケーション研究の視点からは、巨大な電子掲示板などの「コミュニティーメディア」の影響力が大きくなってきた事例として指摘するとともに、ジャーナリズムよりも世論の問題として指摘するにとどまっている（藤竹，2005）。このように本事案をインターネットにおけるコミュニケーションの問題として考察した研究はまだほとんどないが、町村泰貴氏が「東芝問題」におけるインターネット利用に関して3つの論点を提示している（町村，2003b）。

- (1) 紛争の一方の当事者が、自らの主張をインターネット、特にウェブを使って一般公開するという行動様式の是非、限界
- (2) 仮処分や訴訟によってインターネット上の表現行為に対抗することの是非
- (3) インターネットによる表現行為に対して陰湿な嫌がらせとセルフガバナンスの可能性

いずれもインターネットにおけるコミュニケーションを考察するためには重要な論点であるが、インターネットが幅広く普及した現在から見ると、「東芝問題」発生時点での技術的限界や社会

的反響等が反映している。町村氏の論点を今日的視点から当事者の行為に即してより一般的な類型として整理すると次の3点のとおりである。

A. 個人の表現手段としてのインターネット使用

ニフティサーブのフォーラムや自己のホームページに、顧客側（以下、X）が個人の意見を書いたり、東芝側（以下、Y）の電話対応の録音を音声ファイルで自己のホームページで公開した行為

B. インターネットでの個人の表現に対する相手方の対抗手段

Y が X のホームページの一部削除を求める仮処分を福岡地方裁判所に申請した行為

C. インターネットにおける個人の表現の自己管理と不特定多数の第三者の行為

X がフォーラムやホームページに書いた個人の意見や公開した音声ファイルについて、電子掲示板で不特定多数の第三者（以下、Z）が、X および Y に対する批判や非難を含む感想や意見等を大量に書き込んだ行為

3.2 個人の表現手段としてのインターネット使用

まず A の論点であるが、「東芝問題」発生当時のホームページは個人が情報発信できる新しいメディアとして考えられる傾向があり、個人が意見を表明のために使用したという点がセンセーショナルに取り上げられるとともに、インターネットの「自由さ」が強調される風潮もあった。必ずしもコミュニケーション行為としての社会的・法的意義について十分な議論が行われたわけではない。

日本国憲法第 21 条〔集会・結社・表現の自由、検閲の禁止、通信の秘密〕は、第 1 項で「集会、結社及び言論、出版その他一切の表現の自由は、これを保障する」と定めるとともに、第 2 項で「検閲は、これをしてはならない。通信の秘密は、これを侵してはならない」としている。X 自身が個人の意見をインターネットで表現すること自体が憲法で保護されていることは明らかであり、それ自体が現在は問題になるわけではない。インターネットが普及した現在において紛争の論点になるのは、表現の内容が相手方に対してどのような影響を与えたかということであり、表現手段のひとつとして Y の電話対応を録音した音声ファイルを X が Y の同意を得ずにホームページで公開して不特定多数の Z が聞ける状態にしたことである。つまり今日では個人のインターネット利用は特殊・特別なことではなく一般的な社会生活に定着してきているので、インターネットで表現を行うこと自体ではなく、表現行為が相手方に対してどのような影響を与えたのかということが重要な論点である。

インターネットにおける個人の表現に関する紛争は増加する一方であり、インターネットが不特定多数の第三者が閲覧することができる公開された場であることを十分考慮する必要がある

(表 4-1)。また紛争において自らの正当性を主張する手段や自己救済手段としてインターネットを利用する行為自体がただちに否定されるわけではないが、紛争当事者同士の利害の比較衡量により表現行為が制限される場合や、公共の利益に反すると認定される場合がありえると考えられる。インターネットにおける反社会的行為の認定根拠に関する一般理論は現状では存在しないので、個別の事案処理を通じてインターネットに関する社会的ルールに関する議論を蓄積していくことが必要である。

3.3 インターネットでの個人の表現に対する相手方の対抗手段

B の論点は、「東芝事件」発生時点においては「個人対組織」という構図が大きな意味を持っているという理解が多かった。しかし、近年における具体的な名誉毀損や業務妨害等の事案では、相手方が対抗手段として法的措置を講じることや法執行機関が立件することが増加してきており、法的措置を行うこと自体が問題視されることはなくなりつつある。つまり Y が X の行為を制限することを裁判所に申請したこと自体は今日では大きな問題として考えられることはなく、企業のコンプライアンス確保や危機管理、顧客満足度向上の問題として認識されると考えられる。

これまで発生している他の事案では、私法では民法 709 条〔不法行為による損害賠償〕や民法 710 条〔財産以外の損害の賠償〕、民法 723 条〔名誉毀損による損害賠償〕に基づく損害賠償請求や処分が行われたり、公法では刑法 230 条〔名誉毀損〕、刑法 230 条の 2〔公共の利害に関する場合の特例〕、刑法 231 条〔侮辱〕、刑法 233 条〔信用毀損及び業務妨害〕、刑法 234 条〔威力業務妨害〕を適用した刑法犯罪として立件されることが多い。

したがって、今日の観点では、個人対組織という紛争当事者の非対称性や訴訟追行能力の大小の問題よりも、それぞれの事案の内容や社会的影響の大きさと法的措置とのバランスや、法的構成の妥当性の方が重要な論点である。その際に、インターネットが表現の仕方や手法に関わる技術と通信やサーバ、プラットフォームに関する技術を高度に融合させていることを十分考慮し、不法行為や違法行為の認定にあたって表現行為主体の責任が過大になったり、責任を負うべき者が見過ごされることがないように、インターネット技術を正確に理解し社会的な理解水準に見合った法的構成を行うことが求められている。

3.4 インターネットにおける個人の表現の自己管理と不特定多数の第三者の行為

最後に C の論点であるが、ホームページや電子掲示板、ブログやツイッターなどインターネットにおける個人の情報発信がより簡易になるにしたがってさらに大きな問題となってきた。拙稿「情報化社会とコミュニケーション」(辻他, 2009)でウェブの「炎上」などを取り上げて指摘したように、インターネットにおける個人の表現は、第三者による操作が可能な状態で電子

的な公開の場に置かれているものであり、表現を行った個人のコントロールが可能な範囲が技術的に限定されている。したがって今日ではインターネットにおける個人の表現の自己管理は完全に行うことはできないと認識すべきであるが、「東芝問題」発生時点ではそのような認識を社会的に共有することは困難であった。「東芝問題」におけるZの行為に類似した事案は今日では多数発生しており、一部の事案は刑法犯罪として立件されるに至っている（表4-1）。インターネットは基本的に通信のフレームワークで運用されているが、不特定多数の第三者が特定の個人の表現に関して群衆的行為を行うことを通信の問題として議論を行うことは困難である。サイト管理者やプロバイダ企業の責任に関する議論とあわせて、個人の表現を閲覧・複写・再利用する不特定多数の第三者の行為や責任について、法的構成の構築と社会的な共通認識の形成が必要である。総務省の「通信・放送の総合的な法体系に関する研究会」（座長：堀部政男一橋大学名誉教授）は、2007年12月6日に、「コンテンツ」「プラットフォーム」「伝送インフラ」「伝送設備」などのレイヤー構造の法制度を構築したうえで、「公然性」の有無と「特別な社会的影響力」の有無や大小によってコンテンツに関する法体系を構築すべきとする最終報告書を公表した。これをもとに総務省では通信・放送法制の抜本的な見直しを検討している（総務省、2007b）。法案自体についてはまだ総務省が検討段階にあり、レイヤー論や公然性と社会的影響力によってメディアのサービスを区分する法理が他の実定法とどのような関係にあるのかについて十分に議論されたとは言いがたい。しかしインターネットにおける権利・義務を適正かつ明確に定めることが喫緊の課題であることは明らかである。インターネットに関する一般法が必要なのではなく、従来の実定法をインターネットに対応させるための総合的な制度見直しこそが求められているのである。公平な外形的判断基準の可能性や私人としてのインターネット事業者の行為規範や責任の明確化、不特定多数の行為の責任のあり方など、検討すべき論点は多岐にわたっている。

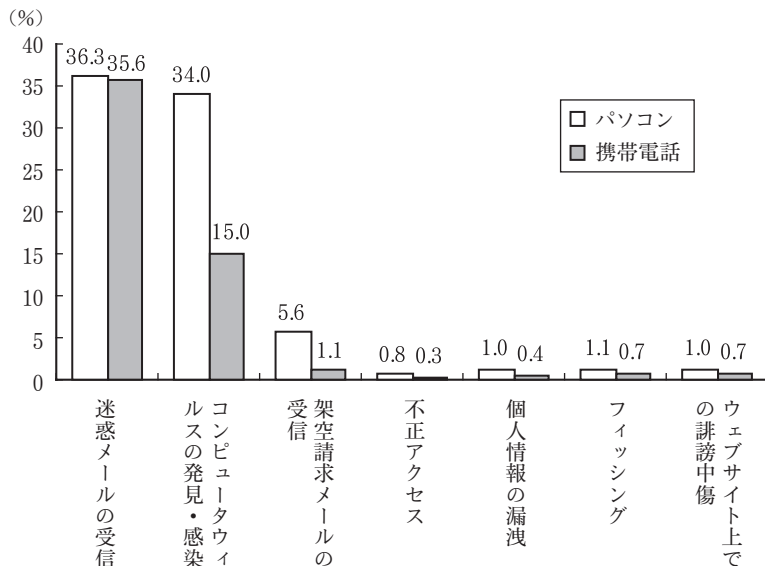
4. インターネット上の紛争における当事者の行為と責任

4.1 インターネットをめぐる問題

インターネットは、若い世代を中心にいまや日本人の生活に不可欠なコミュニケーション・ツールであるが、インターネットをとり巻く環境の変化がめまぐるしく、またインターネットのもつ特殊性ゆえに、負の問題也多発している。

昨年一番多く発生した被害は「迷惑メールの受信」であり、自宅パソコンでは36.3%、携帯電話では35.6%のインターネット利用者が被害を受けている（図4-1）。迷惑メールは、メールの受信の同意を得ず、不特定多数の利用者に広告や勧誘目的で大量送信されるメールのことである。このような被害に対して、メールアドレスを複雑化したり、パソコンや携帯電話に内蔵してある

図 4-1 2008 年におけるインターネット利用者（一般世帯）の被害状況

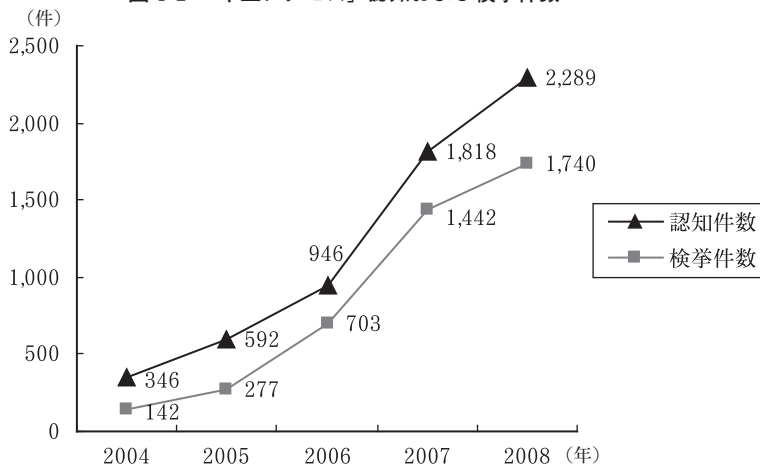


出典：総務省『情報通信白書』平成 21 年度版（128 頁）。

メール受信拒否機能を活用したりする人がほとんどであるが、何も対処していない利用者も多数いる（総務省，2009a，129 頁）。2 番目に多いのが「ウィルス被害」である。これについては多くの利用者が、有料無料を問わずウィルス対策ソフトを使ったり、ファイヤーウォールを使用したり、知らない人から送信されたメールやファイルを開かないといった対応をとっている（総務省，2007a，177 頁）。

上記 2 件に比べると発生件数は減るが、違法や犯罪行為に結びつく被害もある。図 4-1 に沿って見ていくと、3 番目に多いのが「架空請求メール」による被害で、これは出会い系サイトの登録料金やアダルトサイトの利用料金、ネット通販の商品代金などの架空請求メールを無作為に送りつける、一種の詐欺行為である。「不正アクセス」は、他人のパスワードや ID を使って利用権限のないコンピュータを不正に使用することであり、その 7，8 割近くがインターネット・オークションでの不正行為である。この行為に対しては、2000 年に「不正アクセス行為の禁止等に関する法律（不正アクセス禁止法）」が施行されたが、被害は後を絶たず、2008 年の認知件数は 2,289 件、検挙件数では 1,740 件を記録し、ここ 5 年で認知件数にして 6 倍、検挙件数にして 12 倍も上昇している（図 4-2）。「フィッシング」は、金融機関やプロバイダをよそおったメールやウェブサイトを使って、他者の住所や氏名、クレジットカード番号やパスワードなど個人情報を入手するという、これも詐欺行為のひとつである。利用者は、送信されたフォームの送受信に SSL（Secure Sockets Layer）⁽³⁾ が利用されているか確認したり、見覚えのない内容は無視して

図 4-2 「不正アクセス」認知および検挙件数



出典：国家公安委員会，総務大臣，経済産業大臣「不正アクセス行為の発生状況及びアクセス制御機能に関する技術の研究開発の状況」平成 21 年 2 月 26 日（1 頁）。

廃棄したり，送信者が本物かどうかを電話番号や公式ウェブサイトなどで確認したり，ある程度の自己防御が可能である。しかし，その手口は巧妙で悪質化しているため，2008 年にフィッシングおよび迷惑メールに関連した法改正が実施された。「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律（特定電子メール法）の一部を改正する法律」は，おもにオプトイン方式⁽⁴⁾の導入について言及し，「特定商取引に関する法律及び割賦販売法の一部を改正する法律」は，オプトイン規制の実効性確保をはじめとする電子メール広告や電子商取引における規制を強化している。

さらに，ここ数年で問題がより深刻化しているのは「出会い系サイト」と「児童ポルノ・売春」に関連した被害であり，被害者の大半が 18 歳未満の未成年者である。たとえば，出会い系サイトはインターネット上で男女の交際を仲介するウェブサイトであるが，出会い系サイトによる被害者数は 2007 年の 1,100 人から 2008 年の 724 人へと減少したが，未成年者の占める割合はそれぞれ 84.8%と 85.0%で，依然として高い数値にある（総務省，2009a，132 頁）。そのうち 9 割以上の若者が携帯電話から出会い系サイトへアクセスしており，携帯電話の手軽さも若年層を事件にまき込む要因となっている。出会い系サイトやポルノ画像など未成年者に不適切なウェブサイトへのアクセスを禁止する，いわゆるフィルタリングソフト・サービスを活用している人は，2008 年で携帯電話利用者の半数にしか達しておらず，功を奏していない。こうしたなかで 2009 年に「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律（青少年インターネット環境整備法）」が施行され，未成年者の有害情報アクセスの制限や民間による積極的なフィルタリング普及促進およびリテラシー教育の取り組みによって，未成年者の被害を食い止めようとする動きが出ている。

図 4-1 の被害状況では 1.0%程度の低い割合だが、インターネット被害に関する相談件数で一貫して増加傾向にあるのは「ウェブサイト上での誹謗中傷」である（総務省，2009a，96 頁）。この問題は、「東芝問題」の当事者の男性も経験したことであるが、個人のウェブサイトやブログ、SNS⁽⁵⁾、掲示板など CGM 型のコミュニケーションの場で他者を誹謗中傷することで名誉毀損などの被害を生んでいる。CGM 型コミュニケーションの参加者数は 10～30 歳代の若年層を中心に 2005 年頃から急増し（総務省，2009a，45，117 頁），サービス開始当初から無料コンテンツを用いて個人のウェブサイトやブログが簡単に作成できることに加え、最近ではこれらの「消費者発信型」情報をつうじて企業の商品やサービスを紹介して報酬を得る「アフィリエイト」の手法が浸透したことも人びとをひきつけている。とりわけ、個人やグループが日常の事柄や特定のテーマについて日記形式に書き込みをおこなうブログは、コメント欄やトラックバック⁽⁶⁾、RSS（Rich Site Summary）⁽⁷⁾の機能が備わっており、利用者双方の活発なコミュニケーションを可能にしている。2008 年 1 月の時点で公開ブログ総数は 1,690 万、記事総数は 1,347 百万件をかぞえ、そのうち定期的に更新されているアクティブブログが約 2 割である（総務省，2008a，115 頁）。2006 年の統計では、ブログの閲覧者はインターネット利用者のおよそ 4 割を占め、そのうち毎日閲覧する人の割合は 12.4%に上る（総務省，2007a，158 頁）。

CGM 型コミュニケーションにおける誹謗中傷行為への対策として、2002 年に「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律（プロバイダ責任制限法）」が施行された。これは、プロバイダが、違法または有害な情報を流した者に対して発信の停止を要求したり、それでも発信をやめない場合は利用者が受信できないように処置したり、さらに有害情報の発信者の利用停止あるいは契約解除をおこなったりすることを定めたものである。しかし、十分な効力を発揮できず、これ以後も被害は収まっていない。「東芝問題」から 10 年をふり返ると、ブログを中心として誹謗中傷による被害が社会問題化し、「ブログ炎上」事件は 2003 年

表 4-1 ブログ炎上事件一覧

年次	事 件	内 容
2003	千葉主婦 ブログ事件	千葉在住の主婦が、居酒屋で騒いでいた自身の子供に店員が愚痴をこぼしたことに憤慨し、店員全員を呼びつけて土下座させたことをブログに掲載。これが 2 ちゃんねるで話題となり炎上。ブログでの謝罪文掲載後、ブログ閉鎖。
	丸紅ダイレクト 事件	丸紅の通販サイト「丸紅ダイレクト」で NEC の PC「VALUESTAR F VF500/7D」の価格を 198,000 円と設定すべきところ 19,800 円と設定していたことが 2 ちゃんねるで発覚し、祭りとなった。
2004	朝日新聞記者（スマトラ島沖地震） ブログ事件	朝日新聞記者が、スマトラ島沖地震で日本人が犠牲になった事について「“自己責任”と非難する議論はナンセンスである」と発言。これに対し批判が殺到し、ブログ閉鎖。
	NEC 社員ブログ 炎上事件	NEC 社員が、研修での飲み会で同僚と思われる複数の女性にセクハラ行為ともとれる画像をブログ上に複数掲載。その他数々の不道德な行動をブログ上に挙げていたところを発見され、ブログ炎上。自身の免許証やパスポートを画像としてアップしていたため、容易に個人情報特定された。

2005	朝日新聞記者 (NHK 番組改編) ブログ事件	NHK と朝日新聞との間で非難の応酬となった NHK 番組改編問題に関し、自称新聞記者がブログで「朝日新聞は正しい」と発言し、彼自身が朝日新聞の所属であると 2 ちゃんねるに書き込まれ、最終的にブログ閉鎖。
	山本一郎 ブログ炎上事件	「切込隊長」として有名な山本一郎がネットラジオでマンション一棟買いの発言をしたが、実際は抵当権付の一室だけだったことが判明し、これをきっかけに 2 ちゃんねるで過去の言動も含めて嘘があるのではないかと非難され、ブログ炎上。
	放尿医師事件	兵庫在住の医師が温泉内で放尿したことを写真と共にブログに掲載。これが 2 ちゃんねるに掲載され、過去のブログの記事（裁判中の写真を無断撮影し掲載するなど）も含めて炎上。医師の個人情報も特定され、勤務先の病院のみならず親族が経営している病院にまで飛び火した。
	エアロバキバキ 事件	男子大学生が、バイクの運転中に乗用車と追突しそうになり転倒し、乗用車に乗っていた運転手を妻子の前で車から引きずり降ろして土下座させ、乗用車のエアロパーツを破壊したことを自身のブログに掲載したため、炎上。学生の所有する自動車のナンバープレートの違法取得など他の違法行為も発覚し、大学生は内定先から内定を取消された。
	きんもーっ☆事件	東京ビッグサイトで開催されたコミックマーケットでアルバイトをしていた女子大学生が、来客に対して「オタ」「きんもーっ☆」などとブログに書き込み、炎上。従業員のブログが原因で、会社が声明を迫られた最初の事例。
	江ノ電バス事件	男性フリージャーナリストが、「妻が自転車で公道を走行中に江ノ電バスに幅寄せされ、車外マイクで怒鳴られた」としてバス会社にクレームをつけた後、謝罪に訪れた運転士の顔写真や実名などをブログに掲載し、炎上。過去の日記に児童への性的虐待をしていたかのような記述があったため責任追究が始まり、勤務先の大学を自主退職した。
	トリンプ社長ブログ 事件	トリンプの吉越浩一郎社長が、自身のブログで『愛の流刑地』を愛読しており、渡辺淳一氏に下着のサンプルを提供していたことを告白。女性を顧客とする企業のトップの発言にしては配慮が足りないという批判が集中し、謝罪。
	のまネコ騒動事件	エイベックスグループが販売する音楽 CD「恋のマイアヒ」の映像に登場するキャラクター「のまネコ」をめぐる、「有名なアスキーアートに似ている」とのインターネットの掲示板などで指摘され、騒動になった。
	キックボクサー 暴行盗撮事件	HN デビルマンを名乗るキックボクサー庵谷鷹志が、店内でオタクを盗撮してブログで公開し「死ねば良いのに」という言葉を掲載。これが 2 ちゃんねるで話題となり過去の日記についても非難が集中し、ブログ閉鎖。
2006	ソニー宣伝ブログ 事件	ソニーが、発売予定のウォークマンをある個人に試用してもらい、その感想を関連会社の So-net のブログに綴ってもらうという企画をスタート。しかし、ブログを書いている個人が社員もしくは関連企業の人間によるヤラセである可能性を指摘され、ソニーはこれについて謝罪しブログを閉鎖。
	女子大学生ブログ 炎上事件	ジュビロ磐田のサポーター女性が、成人しているにもかかわらず「小中チケット」で入場しサッカーを観戦。その不正行為の一部始終をブログで公開し、炎上。
	経済産業省部長の ブログ事件	経済産業省消費経済部長が、2006 年 4 月以降に PSE マークがない製品の販売・購入をしないよう法律を守ってほしいと自身のブログに記載したところ、多くの質問・批判コメントが殺到。しかしコメントへの回答がなく、一方的に情報発信をしたことからブログが炎上し、閉鎖。
	TDC バイト女性 ブログ事件	東京ドームシティでアルバイトをしていた女性が、コスプレイベントの参加者を「同じ世界に生きる人類とは思えない」とブログで誹謗中傷し、炎上。騒ぎに気付いたブログ主が謝罪コメントをブログ上で発表。
	かつ事件	「かつ」を名乗る学生が、アルバイト先の書店で勤務中に来店した皮膚病患者を携帯電話で盗撮し、SNS の自身の日記に「ミイラ」「くせェ」と写真付で掲載。この日記を読んだ第三者が匿名掲示板に転載し、炎上。かつは SNS の退会を命じられた。SNS の日記が炎上した最初の事例。
	高岡蒼甫 ブログ事件	俳優の高岡蒼甫と宮崎あおいの交際が写真週刊誌上で報道され、これに反発する宮崎ファンが 2 ちゃんねるで高岡の過去の発言に対して非難。これを受けて高岡が自身のブログで「ネットの中だけ必死」「たまには外に出て陽を浴びてほしい」などと書き込んだため、炎上。
	萩原智子 ブログ事件	スポーツコメンテーターの萩原智子が、ヴァンフォーレ甲府対ジュビロ磐田の試合で磐田の選手紹介の際に甲府サポーターがブーイングをしたことに対し「なんともいえない悲しさに包まれました」という内容の記事を山梨日日新聞に投稿。萩原はブーイングの背景を知らなかったようであるが、この記事の内容に甲府サポーターが反発し、ブログが 2 ちゃんねるに晒され、炎上。

2006	悠仁親王生誕関連 ブログ事件	乙武洋匡が、自身のブログで天皇家の跡継ぎとしての男児出産報道について疑問を投げかけ、これが2ちゃんねるに掲載されて批判が殺到。同日、乙武は弁明記事を掲載したが、これに対してさらに批判が殺到し、ブログは休眠状態となった。
	大黒摩季 ブログ事件	歌手の大黒摩季が、あるテレビ番組でバックコーラスをしていた時代の話になり、「コイツ下手くそだっというアイドルもいっぱいいたでしょ」と聞かれ、「はい。何でアンタの気持ち悪い音程に合わせて私が歌わねばならないのだ！カワイイってことはこういうことか！やっぱ顔か?!体か?!」と回答。その後、歌手の坂井泉水が転落死し、「下手くそなアイドル」がレースクイーン歴のある坂井を指したのではないかと話題に上り、大黒のブログに書き込みが殺到。
	当逃げ犯人 ブログ事件	当逃げされた被害者が、警察に通報後半年以上も捜査に進展がないことに不満をもち、当時の当逃げ動画や犯人らしき人物の個人情報をも自身のブログに掲載。加害者と思われる人物の mixi や勤務している会社の掲示板が炎上し、会社が謝罪文を出す事態となった。
	池内ひろ美 ブログ事件	評論家の池内ひろ美が、居酒屋で居合わせたトヨタ自動車の期間工らが愚痴をこぼしていたことに対して「彼らはトヨタと漢字で書けるのか？」などの記事を自身のブログに掲載。これに対して批判が殺到し、炎上。後日、池内は「居酒屋に居合わせた男性らを批判しただけで職業差別は行っていない」と反論し、再炎上。さらに、東京在住の会社員が池内への脅迫と池内の講演を中止させた威力業務妨害の疑いで警視庁に逮捕された（懲役1年、執行猶予4年〔2007年10月15日東京地裁〕）。ブログ炎上により逮捕者が出た最初的事例。
2007	専門学校生 ブログ炎上事件	専門学校生が、自身のブログでバイクパーツの窃盗行為を詳細に記し、たちまちコメント欄に非難が殺到し炎上。スネークやタレコミなどによって一夜で氏名や住所、電話番号など個人情報が晒された。
	滝沢秀明ストーカー ブログ炎上事件	ジャニーズの滝沢秀明にストーカーされていると思込んでいる女性が、原爆ドームに侵入したとして広島市公団条例違反の現行犯で逮捕された。逮捕報道後、この女性のブログが炎上。
	鈴木紗理奈 ブログ炎上事件	タレントの鈴木紗理奈が、他のタレントの喫煙問題や年齢詐称問題について触れ「どっちも全然たいした問題じゃない」「悪い事は一通りしましたが何か???」などと擁護するような発言をブログに掲載し、炎上。
	グラビアアイドル ブログ炎上事件	グラビアアイドルの現役高校生が、「学校が退学処分にしたのは不当だ」として訴訟を起こした事件が報道され、その直後、女子高生のブログにコメントが殺到し、炎上。
	東京メトロ社員 ブログ事件	東京メトロの社員が、社内端末で顧客の氏名や生年月日を入力し個人を特定している様子を撮影、画像付きでブログに掲載。ブログは削除されたがマスメディアがこれを取り上げ、会社が謝罪文を公表。
	「あるある大事典」 放送作家ブログ 炎上事件	テレビ番組「あるある大事典」の捏造問題発覚後、放送作家のブログが炎上。
	ケンタッキーフライ ドチキン事件	SNS 内の日記で高校生が、「僕はケンタッキーフライドチキンでアルバイトしていた際に店内でゴキブリを揚げたことがある」と書きこみ、炎上。その後、内容は作り話だったと判明したが、高校生は SNS を退会、学校を自主退学した。
	上田桃子 ブログ炎上事件	プロゴルファー上田桃子のテレビ番組での発言が「別のスポーツに熱中する人を見下している」と批判され、ブログ炎上。後日、本人は謝罪。
2008	吉野紗香 ブログ炎上事件	タレントの吉野紗香が、「攻殻機動隊」の実写映画化があれば主人公を演じてみたいという願望を公式ブログで書いたところ、批判的なコメントや罵詈雑言が殺到し、炎上。
	AKB 48 メンバー ブログ炎上事件	AKB 48 のメンバーが、自身のブログで「おっさんや典型的オタクスタイルの人にミニスカ姿を見られるのはムカつく」と掲載し、炎上。直後に出演したテレビ番組でも「イケメンにならミニスカを見られてもいいけどそれ以外の男のはきもい」と発言し、さらに炎上。
	女性声優ブログ炎 上事件	女性声優が、ラジオ番組で「電車の中でオヤジにマナーで注意された」ことを逆恨みして「そのオヤジを痴漢冤罪に仕立てて警察に突き出してやりたい」と発言し、ラジオ局や番組への抗議電話やメールが殺到し、公式ブログが炎上。
	青学准教授 ブログ事件	青山学院大学准教授が、光市母子殺害事件に対して「少年に対する死刑判決が重過ぎる」「永山則夫連続射殺事件の4人を例にした際、今回の事件は1.5人だ」と自身のブログで発言したため、非難が殺到し炎上。勤務する青学に抗議電話が殺到し、青学学長が大学の HP で謝罪。
2008	新山千春ブログ炎 上事件	タレントの新山千春が、自身のブログで「娘を連れてスーパーに行ったときに娘が売り物のコロッケを精算前に食べてしまった」「僕（新山本人）は怒りません、かわいいじゃないか」と書きこみ、炎上。後日「僕は人のブログに人を傷つけることを書く人が大嫌いです」という内容の記事を掲載し、さらに炎上。

2008	女子大生原爆ドームダンス事件	女子大生 2 人組が、広島市にある原爆ドームを背景にダンスを踊った動画をニコニコ動画に掲載したところ、コメント欄に批判が集中し、炎上。
	ラサル石井ブログ炎上事件	ラサル石井が、亀有銀座商店街で行われた「こち亀」両さん像除幕式に出席した際、同席した麻生首相が認知度 98%の自分を「ガン無視」したとして自身のブログで激怒、その後炎上。
2009	お笑いタレントブログ事件	18 人の男女が、お笑いタレントのスマイリーキクチが女子高生コンクリート詰め殺人事件に関与したというデマをタレントのブログ・コメント欄に書き込み、誹謗中傷。その後、18 人は名誉毀損容疑で書類送検された。ブログ炎上で一斉検挙となった初の事例。
	谷桃子ブログ事件	グラビアアイドルの谷桃子が、テレビ番組で「電気料金未払い」について失言し、これを受けてブログが炎上。
	朝日新聞記者「2ちゃんねる」に差別表現で処分	朝日新聞社員が、勤務中に 2 ちゃんねるで差別的な内容の書き込みをしていたことが判明し、会社から厳正な処分を受けた。
	サイバーエージェント・ブログ炎上事件	女性の婚活を支援するモバイルサイト「男の子牧場」が個人情報の保護を侵害しているという理由で批判が殺到し、広報部担当者のブログが炎上し、サービスが停止された。
	高校球児ブログ事件	第 81 回選抜高校野球大会で初出場し「ベスト 8」入りした利府高校の部員が、1 回戦で対戦した掛川西高校を侮辱する内容を自身の携帯サイトのブログに掲載していたことが判明。事態を重く見た日本高野連は利府高校に嚴重注意した。
	サジタリ・ブログ炎上事件	お笑いタレントのサジタリが、テレビ番組「エンタの神様」で痴話喧嘩のようなコントを披露した後、2 人のブログに「不快」という批判が殺到し、炎上。

から現在に至るまで間断なくつづいている。マスコミでも話題となった「ブログ炎上」事件の数はおよそ 50 件で、2009 年 3 月には「お笑いタレントブログ事件」で逮捕者を出すまでに至った（表 4-1）。

誹謗中傷行為がウェブサイトで多発する理由は、匿名性の高さある。事実、情報発信者が「書き込み」をおこなう際に「仮名が多い」と答えた人は 65.5%、「匿名が多い」と答えた人は 13.0%、またブログなどの「開設・更新」をおこなう際に「仮名」は 72.3%、「匿名」は 8.9%で、かなりの方が実名で情報を発信していない（総務省、2007a, 168 頁）。インターネットにおけるコミュニケーションの特殊性は「非対面」にあり、匿名性の高さもこの非対面コミュニケーションのみで成立する特殊な人間関係にあると考えられる。

インターネットは、利用者が場所や時間に関係なく、あまりコストをかけずに欲しい情報をみずから取得し、また情報をみずから発信することができる場所に他のメディアにない特徴がある。これが、企業にとってビジネス・チャンスとなり、利用者にとってあらたなコミュニケーションの機会となっている。しかし一方で、このユビキタスの「利便性」と低コストの「簡易性」という特殊性から生まれる弊害が、「東芝問題」から 10 年後のいま、深刻な社会問題となっている。インターネットが社会生活や経済活動に不可欠なコミュニケーションツールになっていることを考えると、インターネット上の情報行為における権利や義務、責任について従来の法体系とも整合性のとれた社会規範の形成が求められるが、個別の事案ごとに法執行や判例が蓄積されているのが現状である（表 4-2）。

表 4-2 1999 年以降のインターネット問題に関する法律

年次	法 律
1999	「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（風営法）」改正（4月施行）
	「児童買春、児童ポルノに係る行為等の処罰及び児童保護等に関する法律（児童買春・児童ポルノ禁止法）」（11月施行）
2000	「不正アクセス行為の禁止等に関する法律（不正アクセス禁止法）」（2月施行）
	「犯罪捜査のための通信傍受に関する法律（通信傍受法）」（8月施行）
2001	「電子署名及び認証業務に関する法律（電子署名法）」（4月施行）
	「消費者契約法」（4月施行）
	「電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律（電子消費者契約法）」（12月施行）
2002	「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律（プロバイダ責任制限法）」（5月施行）
	「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律（特定電子メール法）」（7月施行）
2003	「行政機関・独立行政法人等の保有する個人情報の保護に関する法律（独立行政法人保有個人情報保護法）」（5月施行）
	「古物営業法」改正（9月施行）
	「インターネット異性紹介事業を利用して児童を誘引する行為の規制等に関する法律（出会い系サイト規制法）」（9月施行）
2004	「電子署名に係る地方公共団体の認証業務に関する法律（公的個人認証法）」（1月施行）
	「電気通信事業法」改正（4月施行）
	「児童買春・児童ポルノ禁止法」改正（6月施行）
2005	「電子公告制度の導入のための商法等の一部を改正する法律（電子公告法）」（2月施行）
	「個人情報の保護に関する法律（個人情報保護法）」（4月全面施行）
	「古物営業法」改正（4月施行）
	「民間事業者等が行う書面の保存等における情報通信の技術の利用に関する法律（e-文書法）」（4月施行）
2006	「電子署名法」改正（4月施行）
	「薬事法」改正（6月施行）
	「民法 第709条不法行為責任、第710条非財産的損害の賠償、第723条名誉を回復するための適切な措置」（6月改正）
2007	「刑法 第175条わいせつ物頒布、販売、陳列等、第230条名誉毀損、第231条侮辱、第233条偽計業務妨害、第246条詐欺罪」（5月改正）
	「通信傍受法の一部を改正する法律」（11月施行）
2008	「特定電子メール法」および「特定商取引に関する法律及び割賦販売法」改正（12月施行）
	「出会い系サイト規制法」改正（12月施行）
	「携帯音声通信事業者による契約者等の本人確認等及び携帯音声通信役務の不正な利用の防止に関する法律（携帯電話不正利用防止法）」改正（12月施行）
2009	「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律（青少年インターネット環境整備法）」（4月施行）
	「風営法」改正（未施行）
	「著作権法」改正（未施行）
	「公的個人認証法」改正（未施行）

注：「民法」「刑法」は「改正」された年次、その他の法律は「施行」された年次に合わせて表を作成。

4.2 東京高等裁判所平成 21 年 1 月 30 日判決の論理構成

本判決は、インターネット上の名誉毀損行為として起訴された刑事事件であり、第 1 審（東京地方裁判所平成 20 年 2 月 29 日判決）においては、無罪の判決になったものの、本控訴審において、原判決を破棄し、被告人に対して罰金 30 万円に処されたものである。本件はインターネット上における個人の行為が組織の権利を侵害したかどうかということについて刑法上の可罰性が争われており、個人と組織のインターネット上の関係性という観点で「東芝問題」と相似性を有している。この判決の概要を以下に説明したい。

(1) 犯罪事実の内容

検察官が処罰の対象とした公訴事実の要旨は、高等裁判所の判決において次のようにまとめられている。判決文は、一文にてまとめているので、適宜整理をしながら、記載したい（判例タイムズ社編，2010 年，92-93 頁）。

- ① 被告人は、フランチャイズによる飲食店「A」の加盟店の募集及び経営指導等を業とする株式会社 B（後に「D 株式会社」に商号変更した）の名誉を毀損しようと企てた。
- ② 被告は、平成 14 年 10 月 18 日ころから同年 11 月 12 日ころまでの間、被告人方のパーソナルコンピュータのインターネットを介して、株式会社 G から提供されたサーバのディスクスペースに「H 観察会 逝き逝きて H」と題するホームページを開設した。そして、そのホームページのトップページに、「インチキ FC の B 粉碎!」, 「貴方が「A」で食事をすると、飲食代の 4~5% がカルト集団の収入になります」などの文章を掲載し続け、株式会社 B がカルト集団である旨の虚偽の内容を記載した。

(a) 掲載の方法

上記のホームページにおいて、まず株式会社 B の会社説明会の広告を引用し、そのページの下段に、「おいおい、まともな企業のふりしてんじゃねえよ。この手の就職情報誌には、給料のサバ読みはよくあることですが、ここまで実態とかけ離れているのも珍しい。教祖が宗教法人のブローカーをやっていた右翼系カルト「H」が母体だということも FC 店を開くときに、自宅を無理矢理担保の入れられるなんてことも、この広告には全く書かれず、「店が持てる、店長になれる」と調子のいいことばかり」といった内容の記載をした。

(b) 成立する犯罪

これらの記載は株式会社 B が虚偽の広告をしているがごとき内容だとして、これらを不特定多数の者に閲覧させ、もって、公然と事実を摘示して D 株式会社の名誉を毀損し

たものとして刑法 230 条の名誉毀損罪が成立すると主張しているものである（上記のとおり、B は商号変更して D になったものであるから、B と D は同一の法人を指している。高等裁判所の判決は B とも D とも表記することを断って、論を進めている）。

(2) 高等裁判所がまとめる地方裁判所の判断の内容

- ① 本件は地方裁判所では無罪となり、高等裁判所では一転して有罪となった。その判断の違いはどのようなところから生まれたのか。高等裁判所は、地方裁判所の判断（原判決）を次のようにまとめている（判例タイムズ社編，2010 年，93 頁）。
 - (a) 原判決においては、上記の公訴事実における表現行為は、刑法 230 条 1 項所定の名誉毀損罪の構成要件には該当する
 - (b) しかし、公共の利害に関する事実に係るものであり、主として公益を図る目的でなされたものであるが、その重要な部分が真実であると証明されたとは言えないから、同法 230 条の 2 第 1 項に該当しない。
 - (c) かつ、被告人がこれを真実であると誤信したことについて、確実な資料、根拠に照らして相当な理由があったと認めることはできないから、従来基準によれば、被告人に名誉毀損罪の故意がなかったとは言えない。
 - (d) そうなると、被告人は有罪であることになりそうであるが、本件では新たな基準を定立して、D には本件表現に対する反論を要求しても不当とはいえない状況があることや被告人がインターネットの個人利用者に対して要求される程度の情報収集をした上で本件表現に及んだものと認められること等から、名誉毀損罪の罪責は問えない。
 - (e) よって、被告人に対して無罪を言い渡している。
- ② ここで、条文に従って、確認を若干しておきたい。名誉毀損罪は表現の自由にも関わることからであり、条文の構造も多少複雑であり、上記地方裁判所の判決は、従来とは異なることを言っているところもあるからである。

刑法においては人を処罰するには、刑法の定める事柄に該当することをまずしているということが必要である。それを構成要件に該当すると表現している。本件では刑法 230 条 1 項にその事実が該当する。本件では、インターネットのような多くの不特定多数の人が見るような媒体にて（これを「公然と」と条文では定められている）、人の社会的評価を低下させるに足る具体的な事実を摘示している（これは「事実を摘示して人の名誉を毀損する」と条文では定められている）ことになるから、名誉毀損罪の構成要件には該当する。従って、原則有責であり、処罰されるべきということになりそうである。

しかし、刑法 230 条の 2 があり、上記行為が公共の利害に関する事実にかかり、かつその

目的が専ら公益を図ることにあったと認める場合には、事実の真否を判断し、真実であることの証明があったときには罰しないとされている。すなわち、ここで、被告人が表現したことが公共の利害に関して、公益目的のためにしており、尚且つ、真実だということを証明できたというのであれば、罰しないというのである。それがどうしてそうなるのかという点は、刑法学者間においてさまざまな学説がある。とはいえ、本件にそのことがどのように関わるのかといえば、地方裁判所の判断においても真実だという証明がないというのであるから、この230条の2が適用されることにはならない。それゆえ、ここでは議論する必要もないようにも思われる。

次に刑法における名誉毀損罪について考える際に問題になるところがある。すなわち、裁判所はこれらの条文の存在を前提に別のことも言っているのである。換言すれば、真実であるとは証明できないが、真実だと思うのに相当な理由があるという場合には、これまた、罰することができないとしているのである。上記のまとめにおいてはそのようなときは、「故意」がないとしている。かかる判断は昭和44年6月25日において最高裁判所においてなされたものであった。このことをどのように考えるかについても非常に多くの議論が展開されているところである。最高裁判決の字面だけを追いかけると、故意とは、構成要件の事実があることを認識しているということを一般的には指す。かかる認識があるならば、人は、そのような罪を犯してはいけないと思うはずであり、にも関わらず、そのような思いを乗り越えて行為を行うということに、罪を問える根拠があると考えるのである。故意がないのであれば、罪を犯してはいけないという局面には直面しないから、罪を問うわけにはいかない。よって、犯罪は成立しないと考えるのである（ちなみに、刑法における犯罪の成立においては、故意犯のほかに過失犯もあるが、その場合の処罰の根拠は別にある）。

名誉毀損罪の議論はおおむね上記のような考え方をしていくところである。本件にもどれば、地方裁判所においても上記の観点による「相当な理由」はないとしたのであるから、従来の考えに従えば、結局は有罪になるはずであった。しかし実際のところ、そうはならなかった。地方裁判所が新たな基準を定立し、それに従えば被告人は無罪となとしたのである。

(3) 地方裁判所が定立した新たな基準について

この新たな基準は前記(2)の①の(d)、すなわち「Dには本件表現に対する反論を要求しても不当とはいえない状況があることや被告人がインターネットの個人利用者に対して要求される程度の情報収集をした上で本件表現に及んだものと認められること等から名誉毀損罪の罪責は問えない」というものである。このような基準がどのようにして出されることになったのか、地方裁判所の判決からその痕跡を追ってみたい。

- ① 刑事事件は、検察官が被告人に対して公訴事実該当する行為を行ったとして主張、立証し、被告人、弁護人がそれに対して、「そのような事実はない」とか「処罰すべきではない」等反論し、裁判官が判断をするという構造をとる。ここでまず、弁護人側で関係することは言っていないかを確認したい。すると、犯罪の成立を妨げるその他の理由があるとして主張している部分を認めることができる。そこでは、「本件表現行為が社会的意義を有し、脅迫を受けつつ行われた対抗言論であること、損害賠償金が既に支払われていることなども考慮すると、本件表現行為はそもそも可罰的違法性を欠如している」と主張している（判例タイムズ社編，2008，57頁）。犯罪はどうして処罰されるか、それは構成要件に該当すれば、原則として違法性があり、有責であるからだとの犯罪論の一般論がある。弁護人はその一般論に立ち返り、抽象的に違法性がないと主張したのである。
- ② それへの対応として、地方裁判所は大意、次のとおり検討・判断している（判例タイムズ社編，2008，57頁）。
- (a) 現代社会でインターネットはアクセスしようとするれば、ほとんど誰もが容易にアクセスできる情報ツールであり、情報の発信者と受信者との立場が固定されてきたこれまでのマスコミと個人との関係とは異なる。インターネット利用者は情報の発受信に関して対等の地位に立ち言論を応酬し合える。
- (b) したがって、インターネット上での表現行為の被害者は名誉毀損的表現行為を知りうる状況にあれば、インターネットを利用できる環境と能力がある限り、容易に加害者に対して反論することができる。
- (c) インターネット上での名誉毀損的表現は、これまでの情報媒体による場合に比べ、その影響力が大きくなりがちであるが、インターネットを使ったその反論も同程度に影響力を行使できる。
- (d) そこで、常に被害者に反論を期待することは相当ではないが、特段の事情があるときには、被害者による情報発信を期待してもおかしくない。ここでいう特段の事情とは、例えば、被害者が自ら進んで加害者からの名誉毀損的表現を誘発する情報をインターネット上で先に発信したとか、加害者の名誉毀損的表現がなされた前後の経緯に照らして加害者の当該表現に対する被害者による情報発信を期待してもおかしくないということがある。
- (e) かかる特段の事情があるときは、被害者が実際に反論したかどうかは問わずに、そのような反論の可能性があることをもって加害者の名誉毀損罪の成立を妨げる前提状況とすることが許される。
- (f) また個人利用者がインターネット上で発信した情報の信頼性は、一般的に低いものと受け止められている。

(g) このインターネットの特性、発進情報の信頼性に対する一般的受け取られ方からすれば、加害者が主として公益を図る目的のものと、公共の利害に関する事実についてインターネットを使って名誉毀損の表現に及んだ場合には、加害者が確実な資料、根拠にもとづいてその事実が真実と誤信して発信したと認められなければ、直ちに同人を名誉毀損罪とするという解釈をするのは相当ではない。加害者が摘示した事実が真実でないことを知りながら発信したか、あるいは、インターネットの個人利用者に対して要求される水準を満たす調査を行わず真実かどうか確かめないで発信したといえるときに、初めて名誉毀損罪が成立するとすべきである。

- ③ 以上のような検討を踏まえて、地方裁判所は、昭和44年の最高裁判所の判決とは別に、誤信してもインターネットを利用したという場合には、特段の事情がある場合には、利用者が事実でないことを知りながら発信したか、インターネットの個人利用者に対して要求される水準を満たす調査を行わず真実かどうかを確かめないで発信したといえるときに初めて名誉毀損罪にすることができるとした。

本件では、公益目的で公共の利害に関する事実を摘示したとの事実認定のもとで、被害者側はある集団の主宰者はDの代表者の父であり、Dの代表者は被告人が今回の行為を行ったのはその集団を批判するうちに行ったものであることを認識していたし、上記集団の父はDの会長を自認し、週刊誌やインターネットでもその父がDの事業活動に関して対外的折衝を行っていたことをDの代表者は黙認していたことからして、ホームページを有しているDとしては反論を要求しても不当とは言えないとした。

そして被告人は、真実であると誤信しており、且つ、インターネットの個人利用者に対して要求される程度の情報収集はしたとした。なお、具体的に何をしたかについては若干不明確である。すなわち、判決では、最高裁判例の基準に従って確実な資料、根拠に照らしたかどうかの判断をして、最高裁の基準は満たしていないという部分の摘示部分をもって、インターネットの個人利用者に対して要求される程度の情報収集をしていることは明らかだとしていると思われる。その事実を拾い出しておくと、イ) D等の商業登記簿謄本から親戚関係を確認していること、ロ) D所有の建物の住所と集団の建物の所在地が同一であることを土地登記簿謄本やホームページ等で確認をしたこと、ハ) 雑誌やインターネットの書き込みから集団の主宰者がDの事実上のオーナーとか会長を務めていると評されていることを確認したこと、ニ) 集団の関係者と思しき人物がDに対する名誉毀損をやめるように要求したり、Dや集団を並列的に扱っていたり、ホ) Dのフランチャイジーの店長との受送信したメールや従業員のインターネットの書き込みから店長が強引に担保に入れさせられたこと、上記店長がDと戦うことにしたこと、ヘ) フランチャイズ協会やDのホームページ等からフラ

ンチャイズの一般的な仕組みを認識していたこと、を指摘している。

これらの事実では最高裁の指摘する基準には至っていないが、インターネットの個人利用者としては、情報収集はしていると考えたものと思われる。

- ④ 本件の地方裁判所は、以上のような経過を経て、被害者側に対する加害者の指摘事項が公益目的を有する公共の利害に関わる事項であった場合に、被害者側が、加害者からの名誉毀損的表現を誘発する情報を発信したとか、加害者の名誉毀損的表現がなされた前後の経緯に照らして加害者の当該表現に対する被害者による情報発信を期待してもおかしくないという特段の事情があって、加害者が誤信をしてある程度調査をしたという場合には、名誉毀損罪にはならないと判断をしたものといえる。昭和44年の最高裁の判断基準のような高度なものがないでもいいとしたのであった。判決の内容からは不明であるが、弁護人の主張がきっかけになったかも知れないが、具体的な基準の定立は弁護人の主張をそのまま採用したかどうかは不明である。

(4) 高等裁判所の判断

- ① 控訴審になって、検察官、弁護人からそれぞれ反論がなされた。しかし、上記の新しい基準に関わらない部分については、高等裁判所は、原判決の判断を維持している。そして、原判決が定立した新たな基準について別の判断を示した。
- ② まず、原判決が最高裁の基準を緩和していることについて大要を次のように述べて、被害者保護に欠けて相当ではないとした。すなわち、最初に、インターネット上のすべての情報を知ることはできず、知らない被害者はそもそも反論を要求できない。また反論可能な被害者においても、現実に反論をするまでは、名誉毀損の表現がインターネット上に放置された状態が続く。更に、被害者が反論するときは、その名誉毀損の表現を示すことになり、そのことはその表現を知らない第三者をして、存在を知らしめることを要求することになる。そうすると、被害者は、反論を差し控える場合も出てくる。また加害者が匿名等の場合、有効・適切な反論をすることは困難である。反論しても、その反論を名誉毀損の表現をみた第三者が閲覧するとは限らない。そして再反論が起こるかも知れず、エスカレートする場合もある。いずれにせよ、インターネットの広範な普及に伴い、そこでの情報が、不特定の、文字通り多数の者の閲覧に供されることを考えると、その被害は時として深刻なものとなり得る。これは「特段の事情」が認められる場合でも異ならない、とする。
- ③ 次に、原判決がインターネット上の情報の信頼性が一般的に低いと受け止められているという観点から、最高裁の基準を緩和したことについても次のとおり賛同できないとした。すなわち、信頼性が低いものもあるかも知れないが、確実な資料、根拠に基づいた信頼性の高

いものも多数存在するし、それは個人利用者が発信する情報であっても同様だ。また、信頼性が低いと受け取られる情報でも、閲覧者からすれば、全く根も葉もない情報であると認識するとは限らず、幾分かの実情が含まれているのではないかと考えるのが通常であろう。このような情報によって名誉が不当に毀損される危険性は、原判決が想定している「信頼性が低いものとは受け止められていない情報」における名誉毀損の場合と何ら異なるものではない（判例タイムズ社編，2010年，96-97頁）。

- ④ そして、インターネットによる表現行為は今後も拡大の一途をたどるものと思われるが、その表現内容の信頼度の向上はますます要請されるのであって、これにより真の表現の自由が尊重されることになるものと解される、とまとめている（判例タイムズ社編，2010年，97頁）。
- ⑤ 以上の検討の結果として、地方裁判所が定立した基準は採用できないとして、名誉毀損罪の成立を認めた。

(5) 両判決に対する評価について

裁判は、一つの具体的事実に基づく、個別の判断である。ここでは、どちらが正しいかというようなことは今後の、この種の事例の集積を待つことにして、その他に指摘できることはないかを、筆者が感じたことも含めて検討したい。

- ① 本件は、判断としては、加害者側の表現行為について、全く理由のない典型的な名誉毀損行為というわけではないとしている。筆者の感覚では公訴事実記載の表現がなされれば、なされたほうは傷つくところがあるのではないかと思ったりもする。判決においては、他の表現の存在も指摘されており、それらの表現はもっと過激である。それでも場合によっては名誉毀損ではないということであり、その場合に当たるかどうかを検討された事例であった。自分に対し厳しい表現がされても、救われない場合があるということである。救われないとき、それは、泣き寝入りではなく、自分がそのような表現をうけるような人格しかないと自覚しなければならないということになりそうである。
- ② 地方裁判所と高等裁判所がそれぞれインターネットをどのように考えていたか。地方裁判所は、アクセスしようとするれば、誰でもアクセスできるし、情報の発受信に関しては対等である、利用できる環境と能力があれば容易に反論ができる、インターネットでの反論は加害表現と同程度の影響力を行使できる、と考えた。そして、被害者側が誘発したなどの状況ならば、名誉毀損表現ということにはならない場合があると判断した。

他方、高等裁判所は、上記地方裁判所の観点との比較からすれば、そもそも対等といえるのかということに疑問を呈している。被害者は反論できないかも知れないし、反論すること

に萎縮してしまうかも知れないという。そして反論が有効かという指摘もしている。いずれの考え方も、その側面はあるといえる。とはいえ、上記意見の違いもあって、結論は大きく分かれた。どうも真正面から対峙している意見の対立ともいえず、「ずれ」を見せている部分に感じる。

ここで「対等」かどうかという観点で考えた場合、本件では加害者は個人、被害者は法人であった。法人と関係していると思われる集団と加害者とはずっと論を戦わせていた。弁護人の主張からするとその表現行為は社会的意義を有して、脅迫を受けつつ行われた対抗言論とのことである（前記(3)の①）。行為を行っていた者は、対等性があつたのであろうか。それが、インターネット利用者ということになると、対等性を持つのであろうか、持つとしたらどのような点で持つのであろうか。これらを観点に基づきより深まった議論をすることで、裁判所の見方における「ずれ」についてもう少し理解が深まるのかも知れない。

- ③ インターネットにおける信頼性ということについても対比を示している。地方裁判所は、個人利用のインターネット発信情報の信頼性の低さを指摘し、高等裁判所は、信頼性が低い情報もあるかも知れないが高い情報もあるし、個人利用の場合の情報にしても同様だと断じている。

確かに、地方裁判所の考え方は、確度の高い情報を発信している個人からすると、馬鹿にしたような考え方にも思える。とはいえ、そのような個人が本件のような場面に直面した場合、裁判の場面でも自分の主張が認められる可能性は極めて高かろう。それゆえ、不安を感じなければいけないのは、あまり根拠ある情報に基づかずに発信している人たちである。ただ、その人たちは、インターネット利用者だからと言って、程度の低い情報に基づいていても、自分の行動が正当化されると考えていいのであろうか。やはり、馬鹿にされているなという印象を拭い去ることができない。

他方、高等裁判所の考え方によれば、最終的に残るのは真の表現の自由ということであろう。しかし、その前提には、表現の多様性ということもあるのではないか。それで、本当に真の表現が残るのか。そもそもその保障はないと思われる。

- ④ 本件を議論するうえで、弁護人の主張するところの「対抗言論」という議論がある。「人の名誉は他人の表現によって毀損されうる。しかし、同時に毀損された名誉は、表現によって回復することも可能である。そうだとすれば、「表現の自由」という観点からすれば、名誉毀損に対する救済方法は、表現者に対して法的制裁を科す前に、まず、反論・「対抗言論」により名誉回復を図ることに求めるべきではなかろうか。名誉を毀損されたと思う者は、名誉回復のために進んで反論・弁明をすべきなのである。法的制裁はそのような対抗言論が機能しない場合に、その限度で認めればよいということになる」（高橋，1997，80頁），と紹

介されているものであり、本件の判決（原判決に関するものも含む）についての評釈においては紹介されている議論である。弁護人がこの言葉を使ってどのようなことを言おうとしていたかは、判決から窺うことはできない。ただ、上記の概念定義からしても「対抗言論」が機能する場面と、そうではない場面とがある。本件事実関係がどちらの場面に該当するかも含めて、今後も議論されていくものと思われる。本件は、判決の紹介に主眼があるので、議論の紹介のみにとどめたい。

- ⑤ なお、弁護人は「損害賠償金が既に支払われていることなども考慮すると、本件表現行為はそもそも可罰的違法性を欠如している」とも主張したようである。加害者と被害者との間では損害賠償金のやりとりが窺われることになる。これはどのように位置づけていたのか、当事者の考えが気になるところである。

5. おわりに

本稿は、インターネットをめぐる社会問題として最初に注目された1999年の「東芝問題」を出発点にして、「個と集団の関係」および「表現の自由」という側面に留意しつつ、ここ10年ではいかにインターネット上のコミュニケーションが多くの問題を引き起こしており、これらの問題に対してどのような法的処置が適用されてきたのかについて考察をすすめてきた。

第2節では、「東芝問題」以降のインターネットをとり巻く環境の変化について概観し、10年前とは違い、インターネットはいまやわれわれの生活に不可欠なコミュニケーション・ツールとなり、多くの人がインターネットを使って日常的にコミュニケーションをおこなっていることを確認した。

第3節では、「東芝問題」を今日的視点から整理しなおし、3つのポイントに絞って検討を加えた。「東芝問題」は、インターネット上の「個と集団の関係」、「表現の自由」、「サイバーカスケード」など情報化社会を考えるうえで重要な課題を含んでおり、またインターネットの歴史的変遷を社会との関連で明らかにするための題材としていまなお意義のある研究対象である。結論として、個人の「表現の自由」は憲法で保障されているところであるが、インターネットが普及した現在においてインターネット上の個人の表現は単なる私的な領域にとどまらず実社会の秩序と結びつけて捉えられており、それゆえ個人や不特定多数の他者の区別にかかわらず情報発信者の責任の範囲を明確化する法制度の整備が急務であることを指摘した。

第4節では、「東芝問題」以降におけるインターネット上の被害状況と法的対応について整理し、事例として東京高裁が2009年1月30日出したインターネット上の名誉毀損行為に対する最新の判決事例をとり上げた。個と集団の関係性を内包した問題という点で10年前の「東芝問

題」に類似した同判決において、現行の法律はインターネットにおける名誉毀損行為をどう扱っているのかについて検討した。そして、同一の事案についても地裁と高裁でインターネットに対する見方が異なったために論点の立て方や判断も変わってしまったことを確認した。

「東芝問題」が世間の注目をあびた1999年、ブログやSNSといったCGM型コミュニケーションは萌芽段階にあり、「ブログ炎上」のような問題はまだ社会的に認識されていなかった。「東芝問題」の当事者の男性は、当初、ごく一部のひとたちとニフティサーブの提供する限られた空間で意見交換していたにすぎず、この時点では個人が企業に対して愚痴をこぼしている程度にとどまっていた。しかし、かれはこの限られた空間を飛び出し、みずから作成したホームページという無限に開かれた空間で不特定多数の他者にむけて、インパクトのある音声ファイル付きの情報を発信したことから、個人の単なる愚痴が社会問題にまで発展してしまったのである。このときかれが幸運だったのは、インターネットという実社会から離れた空間において、一般人である個人の発信した情報に多くの不特定多数の人びとが関心を示し、味方をしてくれたことである。

そして「東芝問題」から10年、インターネット利用者の急増とCGM型コミュニケーションの浸透によって、インターネットはもはや仮想的で特別なコミュニケーション空間ではなくなった。インターネットの世界では誰もが情報の発信者として自由に自己を表現することができるが、不特定多数の非対面コミュニケーションからなる独自の社会がそこに構築されているために、個人は実社会の存在をこえて断片化される危険性つつねに隣り合わせにいる。と同時に、インターネットのなかの自由な表現が実社会に深刻な影響を与えると、実社会にもとづく法的処置がとられる可能性がある。しかし、インターネットにおけるコミュニケーションが社会的にどのような行為であり、どのような共通理解がなされているのかに関する幅広い議論がないまま、既存の法が個別事案に対して適用されているのが現状であり、「個と集団の関係」や「表現の自由」の問題を考えるとけっして好ましい状況ではない。インターネットをとり巻く環境は日々変化しているため、目にみえる事象に囚われてそこに内在する問題の本質を捉えることはたやすくはないが、情報化社会における人間のコミュニケーションとは何か、行為とは何かについてより深く考える必要がある。

[文責：「第1節、第3節」辻（俊）、「第2節、第4節1項、第5節」辻（智）、「第4節2項」渡辺]

〈注〉

- (1) 「パケット」とは、デジタル・データの一定容量のことであり、携帯電話のデータ通信では1パケットは128bpsが一般的である。「パケット定額制」は、携帯電話での電子メールやインターネットの利用時間・容量にかかわらず一定の料金を課すサービスである。2003年11月にKDDIが「EZフラット」をスタートさせたのが最初であり、その後NTTドコモも「パケ・ホーダイ」を開始した。
- (2) 「報復 東芝への苦情電話で暴言を浴びせられたユーザーの「一矢」」『週刊ダイヤモンド』（1999年7月10日号）が一連の報道の最も早いものとされており、「東芝に謝罪させた男は名うての「苦情

屋」だった!」『週刊文春』(1999年8月26日号)で終息している。

- (3) ネットスケープ・コミュニケーションズ社が開発した、インターネット上の情報を暗号化して送受信するプロトコルのこと。1994年の「SSL 2.0」が製品として発表された最初のものである。
- (4) 広告宣伝メールを送信する場合、受信者の承諾を事前に得ることを条件とする方式。
- (5) 会員制のコミュニティ型コミュニケーション・サイトで、2003年3月にアメリカで誕生した「Friendster」がSNSの嚆矢とされている。日本では2004年に「mixi」や「GREE」がサービスを開始した。最近では、実名の公表や紹介制の導入などによってコミュニティ内での信頼性が高まり、誹謗中傷などの悪質な行為は減少傾向にある。
- (6) 相手のブログ記事にリンクを貼った際にその旨を自動的に通知する機能のこと。
- (7) ウェブの見出しや概要を利用者へ自動的に配信する機能のこと。

参考文献

- 阿部謹也(1995)『「世間」とは何か』講談社。
- 上村都(2009)「インターネットによる名誉毀損」『法学セミナー』659号, 日本評論社, 2009年11月, 4頁。
- 小倉一志(2007)『サイバースペースと表現の自由』尚学社。
- 嘉門優(2009)「個人利用者によるインターネット上での表現行為について名誉毀損罪の成否に関する独自の基準を定立して無罪とした原審に対し、刑法230条の2第1項の解釈・適用を誤ったものとして名誉毀損罪の成立を認めた事例」『速報判例解説』TKCローライブラリー, 2009年11月9日。
- 酒匂一郎(2003)『インターネットと法』信山社。
- 杉山あかし, 藤田高弘(2004)「インターネットの普及と“言論空間”の変容——「東芝ビデオ事件」をめぐって」『社会情報学研究』8巻2号, 日本社会情報学会, 27-40頁。
- 園田寿(2009)「インターネット上の名誉毀損」『ジュリスト臨時増刊 平成20年度重要判例解説』No. 1376, 有斐閣, 2009年4月, 188頁。
- 高橋和之, 松井茂記編(2010)『インターネットと法』(第4版), 有斐閣。
- 高橋和之(1997)「パソコン通信と名誉毀損」『ジュリスト』1120号, 有斐閣, 1997年10月。
- 辻智佐子, 辻俊一, 渡辺俊一(2009)「情報化社会とコミュニケーション」『城西大学経営紀要』第5号, 城西大学経営学部, 2009年3月, 47-72頁。
- 辻智佐子, 栗田のみ子(2005)「情報化社会における社会構造の変化」『城西大学経営紀要』創刊号, 城西大学経営学部, 2005年3月, 109-124頁。
- 判例六法編修委員会編(2009)『模範六法』平成22年版, 三省堂。
- 藤竹暁編(2005)『日本のマスメディア』(第2版), 日本放送出版協会。
- 堀部政男, 長谷部恭男編(2005)『別冊ジュリスト メディア判例百選』No. 179, 有斐閣, 2005年12月。
- 堀部政男(2003)『インターネット社会と法』新世社。
- 堀部政男(1988)『プライバシーと高度情報化社会』岩波書店。
- 判例時報社編(2008)『判例時報』2009号, 判例時報社, 2008年9月。
- 判例タイムズ社編(2010)『判例タイムズ』1309号, 2010年1月1日。
- 判例タイムズ社編(2008)『臨時増刊 判例タイムズ』1277号, 判例タイムズ社, 2008年11月。
- 前川徹, 中野潔(2003)『サイバージャーナリズム論』東京電機大学出版局。
- 前屋毅(2000)『東芝クレーマー事件』小学館(小学館文庫)。
- 町村泰貴(2003a)「2ちゃんねる動物病院事件(控訴審判決)」『サイバー法判例解説』別冊NBL79号, 商事法務。
- 町村泰貴(2003b)「東芝クレーマー事件の問題の核心」1999年8月5日(<http://www.ils.gr.jp/>)

journal/990805_1.htm)

松井茂記 (2003) 『インターネットの憲法学』 岩波書店。

山田隆司 (2009) 『名誉毀損 ― 表現の自由をめぐる攻防』 岩波書店。

山本七平 (1983) 『「空気」の研究』 文藝春秋。

参考資料

NTT グループ (2006) 「NTT グループ社史 (1995～2005)」 日本電信電話株式会社。

国家公安委員会, 総務大臣, 経済産業大臣 (2009) 「不正アクセス行為の発生状況及びアクセス制御機能に関する技術の研究開発の状況」 平成 21 年 2 月 26 日。

総務省 (2009a) 『情報通信白書』 平成 21 年度版。

——— (2009b) 「平成 20 年「通信利用動向調査」の結果 (報道資料)」 平成 21 年 4 月 7 日付。

——— (2008a) 『情報通信白書』 平成 20 年度版。

——— (2008b) 「通信利用動向調査」 平成 20 年度調査 (平成 21 年 4 月 7 日公表)

——— (2007a) 『情報通信白書』 平成 19 年度版。

——— (2007b) 「通信・放送の総合的な法体系に関する研究会 (報告書)」, 2007 年 12 月 6 日 (総務省ウェブサイト: http://soumu.go.jp/menu_news/s-news/2007/071206_2.html)。

——— (2004) 『情報通信白書』 平成 16 年度版。

——— (2003) 『情報通信白書』 平成 15 年度版。

——— (2001) 『情報通信白書』 平成 13 年度版。

——— (2000) 『情報通信白書』 平成 12 年度版。

㈱ヒューマンメディア (2009) 『日本と世界のコンテンツ市場 2009』。

追記: 本稿でとり上げた「インターネット上の名誉毀損」問題について, 本文執筆後の 2010 年 3 月 15 日, 最高裁第一小法廷は, 被告の男性会社員に有罪の判決を下した。第一小法廷は, 「個人利用者によるネット上の表現行為でも (名誉毀損罪の) 成立判断は緩やかにはならない (カッコ内, 筆者)」と判断した (『朝日新聞』, 2010 年 3 月 17 日)。

A Review of the “Toshiba Claimer Case”: Legal Responses to the Internet Problems in the Past Decade

Chisako Tsuji, Shunichi Tsuji and Shoichi Watanabe

Abstract

This paper reviews the 1999 “Toshiba Claimer Case” and examines how judicial rulings have changed regarding lawsuits concerning the Internet. First, we summarize how the Internet has been utilized in the past decade. The summary shows that the Internet has become an indispensable means of communication in our daily lives thanks to its technologies and services. Second, we reinterpret the “Toshiba Claimer Case” from today’s point of view and point out a need for shared understanding of communication in the Internet to prepare legal system that specifies the range of responsibilities of the senders of information. Third, we discuss that in the past decade there have been an ever-increasing number of reports of damage caused by the Internet. As a case study, we examine the latest ruling by the Tokyo High Court regarding the defamation on the Internet on January 30, 2009.

Keywords: Internet, “Toshiba Claimer Case,” Communication, Relations between individuals and groups, Freedom of expression, Legal systems