

**科学研究費助成事業 研究成果報告書**

平成 28 年 6 月 1 日現在

機関番号：34419

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2013～2015

課題番号：25380491

研究課題名(和文) ソーシャルメディアの企業倫理としての課題と対策

研究課題名(英文) Ethical issues and countermeasures in social media

研究代表者

中谷 常二 (NAKAYA, Joji)

近畿大学・経営学部・教授

研究者番号：70398501

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,300,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は倫理学と経済学の視点から、ソーシャルメディアに付随する問題を解消する対策を具体的に検討した。この目的のために、日本企業のソーシャルメディアの利活用について定量的分析を行った。その結果、ソーシャルメディアに関わる問題を解く鍵のひとつが、技術哲学と社会構成主義の考え方であることが明らかになった。また、ソーシャルメディアの円滑な利用には、いくらかの規制を改めることも必要であることが検証された。

研究成果の概要(英文)：One of the main purposes of this research is to examine ethical challenges related to social media from a perspective of ethics and economics. For this purpose, we quantitatively analyzed the usage of social media in Japanese companies. One of key factors found to solve the ethical issues in social media is the idea of technological philosophy and social constructivism. We also found it necessary to improve some kinds of regulations in order that social media were able to be skillfully used.

研究分野：企業倫理

キーワード：ソーシャルメディア 情報倫理 企業倫理 規制

## 1. 研究開始当初の背景

2006年以降、Twitter、Facebook、Mixi、ブログ、2ちゃんねる、ソーシャルゲームなどのソーシャルメディアは、爆発的に世界中で普及してきている。一方、ソーシャルメディアの法的規制は早すぎるソーシャルメディアの進化に追いつくことができず、悪質なもののだけが処罰の対象となっている。実際の規制の枠組みからはずれたところにある倫理課題に対しては企業や利用者に一任されている現状であり、ここにソーシャルメディアの企業倫理的課題への規範研究の意義が生まれる。

## 2. 研究の目的

・企業のソーシャルメディア対策の必要性の増大

企業とソーシャルメディアとのかかわりにおいて、従業員による書き込みから生じる問題（情報漏洩、顧客への中傷など）、ソーシャルメディアによる企業への攻撃の2点が大きな問題となっている。

従業員による書き込みから生じる問題としては、従業員がTwitter、Facebook、Mixiなどのソーシャルメディアを利用することによって機密情報の漏洩をしたり、アルバイト従業員により顧客の中傷などが書き込まれたりことにより、企業ブランドが失墜する事件が頻発するようになってきている。

企業としても個人的なツールであるソーシャルメディアを全面的に禁止することもできないし、利用状況の監査を行なうことも難しい。従業員のソーシャルメディアの利用について企業は注意喚起を行うものの、それ以外の具体的な対策をとっている日本企業はほとんどない。

本研究ではソーシャルメディア先進国である米国の事例に学び、企業が従業員のソーシャルメディア利用にどのような対策をとるべきか、具体的に考察するものである。

ソーシャルメディアによる企業への攻撃では、フジテレビの韓流傾向の放送への反発から、フジテレビの大型スポンサーである花王がソーシャルメディアによるネガティブキャンペーンを受け、不買運動が活発化した事件が典型的である。ソーシャルメディアを利用しての企業への攻撃は、ソーシャルメディア利用者が消費者として企業に対して意見を表明する手段として解釈するならば有意義なことかもしれない。しかしソーシャルメディア上の情報は不正確なもの、誤認、悪意に基づいたものも多く、企業がいわれのない中傷により損害をこうむる事態も生じている。

企業は対策として、ソーシャルメディアを利用して逆に企業ブランドを広くイメージアップをすることもできる。ただし、ソーシャルメディア上で広められた情報から企業に直接電話攻勢をかけたり、不買運動を行われたりすることもあり、一面的な対策では不

十分なことは明らかになりつつある。企業が対策を講じないというやり方もあるが、益々強化されつつあるソーシャルメディアパワーを甘い認識で対処することは危機管理上でも問題があるといえる。本研究ではソーシャルメディアによる企業攻撃への対処のあり方を日米の事例を通じて明らかにしていくものである。

・ソーシャルメディア運営企業の倫理的課題

DeNA（ディー・エヌ・エー）、GREE（グリー）などゲームをもちいたソーシャルメディア運営企業が、コンプガチャ機能等によって高額課金することが問題となった。ソーシャルメディア運営企業としては、なるべく利用者の射幸心をあおることが売り上げにつながることからそのようなサービスの開発がすすめられてきた。しかし、あまりに利用者が遊興に耽溺することから社会的な問題とされてきた。また、その利用者に多くの未成年が含まれることから、未成年者への過剰なマーケティング手法も倫理的な課題として指摘されている。

ソーシャルメディア運営企業として、どのような商品開発が倫理的な妥当であるのかという点については、未だ社会的な合意がとられていない。本研究では、ソーシャルメディア運営企業の倫理的課題について、規範論的なアプローチにより一定の基準点を模索する研究となる。

これまでも情報倫理については多くの優れた研究がなされてきたが、先行研究では、ソーシャルメディアと企業の関係に特化し、以下のような課題については十分に理論的、実証的に検討した研究はほとんどない。

## 3. 研究の方法

本研究では、(1)企業における従業員のソーシャルメディア利用の指針等の状況調査。(2)ソーシャルメディアの利活用についての米国企業へのインタビュー調査。(3)ソーシャルメディアの倫理的課題についての理論的フレームワークの構築。(4)米国の研究者との共同研究。欧米の論文・文献調査。(5)上記調査や文献研究の成果を学会、論文としても発表する。

## 4. 研究成果

(1) 企業における従業員のソーシャルメディア利用の指針等の状況のアンケート調査の実施と分析：企業における従業員のソーシャルメディア利用対策を調査するためにアンケート調査を実施した。回答企業は87社で、まだ多くの企業では、ポリシーや利用ルールの制定、社員教育、社員の利用状況の把握が不十分であること、利用ルールを定め、運用管理を始めている企業では、クレームの発見、誹謗中傷の発見、購入者の感想・評判、に関するモニタリングにも余念がない

- ことが明らかになった。(論文、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、 )
- (2) 米国研究者との共同研究: 研究協力者 Hawaii Pacific University ( 後 Martin Methodist College ) の Dr. William A. Sodeman と Hawaii Pacific University の Dr. Lindsey A. Gibson との共同研究を行い、相互に日米両国で研究交流をした。米国のソーシャルメディアは日本以上に社会生活に密接につながっており、企業もマーケティングのみならず、雇用や顧客対応にも用いられていることが明らかになった。この調査結果は 2015 年に米国経営倫理学会で Usage of Social Media in Japan and North America というタイトルでワークショップを開催し、欧米アジア各国の現状と共に有意義な議論を研究者間で共有することができた。(論文、学会発表、 、 、 )
- (3) 米国企業のインタビュー調査: 在ハワイの著名観光地である Kualoa Ranch を訪問調査した。ソーシャルメディアを活用してのワールドワイドなマーケティングが行われていることがわかった。米国の観光企業では、各国事情に合わせたソーシャルメディア利用が行われている。日本語版、中国語版、英語版と、それぞれの言語や文化に合わせた内容にしている。また、ブランドイメージを伝えるにはソーシャルメディアの即時性や身近さが有効であることがわかった。また、米国企業のソーシャルメディアの活用についての調査として 2014 年に参加した “ Social Media Boot Camp for Recruiting, Staffing and HR ” では、多数の米国企業が採用活動にソーシャルメディアを利用していることが明らかになった。(論文、学会発表 )
- (4) ソーシャルメディアの倫理的課題についての理論的フレームワークの構築、規範論的研究: ソーシャルメディアの問題を倫理学の視点から深く考察した。その結果下記のことが明示された。ソーシャルメディアを運営する企業による自主的な規制も、それほど強くない。ソーシャルメディアを運営する企業の競争は激しく、業績の低下を招くような規制を企業が自ら行うインセンティブは少ない。そもそもソーシャルメディア運営企業は次々と新しいサービスを提供することでビジネスを拡大している。新しいサービスは新しい問題を生むが、それを予見してサービスの提供を取りやめる企業はない。社会的に問題になった事例のみを事後的な処理として規制するのみである。このような現状ではソーシャルメディアに対して規制とは違った形で危害を減らす方策を見つけなくてはいけない。そのもっとも有効な手法

がメディアリテラシー教育である。ソーシャルメディアの利便性だけでなく、その危険性について教育を通じて市民全体に広げていけねばならない。メディアリテラシーの教育は学校において幼少のころから定期的に、何度でも行う必要がある。また、政府による広報やマスコミによる報道でソーシャルメディアのもつ危険性について広げるのもよい。市民全体でソーシャルメディアのもつ危険性を認識することができれば、その被害は減らすことができる。人々の意識が変わることで、より厳格な倫理観が広がるなら、行政による規制も可能になってくる。ソーシャルメディア運営企業に対しても、被害の回復や損害賠償を請求できるような法律を整備することもできる。企業の社会的責任の観点から危害が生じるようなサービスを人々が提供する企業を低く評価するなら、不買運動や株価の下落を招く。ソーシャルメディア運営企業も危害が生じないように最善を尽くすであろう。現在の時点ではソーシャルメディアの規制を提案するよりも、市民の意識変革を図ることで、長期的にソーシャルメディアのあり方を改善していくしかないであろう。ソーシャルメディアにおける自由放任主義は、それを管理する企業への自由放任主義ともいえる。これまでのソーシャルメディアにおける不祥事は、その利用者へ責任を帰されることが多かった。ソーシャルメディアを使うことのリスクを承知した上での利用であり、そこで生じた損害も自身の愚行権でなすもので、自己責任であるという考えである。しかし、インターネット上では一度ネット上に流出した情報は完全に抹消することができない。若い人たちがその場の気分で起こした不祥事が、永遠に実名と共に記録されることになる。その被害は不可逆的ともいえる。技術の哲学の中には、社会構成主義(social constructivism)というものがある。社会の方が技術のあり方を決定できるとする理論である。ソーシャルメディアの倫理的課題も、この社会構成主義の考え方を取り入れることで、新たな方向を見出すことができるといえよう。ソーシャルメディアの技術に従って社会を築いていくのではなく、社会が技術に先んじて、ソーシャルメディアとの付き合い方を見出していかなくてはならない。(論文、 )

5. 主な発表論文等  
(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計 13 件)

Idota, H., Open Innovation Strategy of Japanese SMEs: From Viewpoint of ICT Use. *Journal of Informatics and Regional Studies*, 査読無 8(1), 13-25, March 2016

Nakaya, J., Regulations of Using SNS for Minors, *Multidisciplinary Social Networks Research: Second International Conference: MISNC 2015 Matsuyama, Japan, September 1-3, 2015 Proceedings*, Wang, L., Uesugi, S., I-Hsien, T., Okuhara, K., and Wang, K. (Eds.), 査読有, Springer, Heidelberg, Berlin, 534-540, August 2015, doi: 10.1007/978-3-662-48319-0\_19

Idota, H., Bunno, T. and Tsuji, M. How Social Media enhances Product Innovation in Japanese Firms, *Proceedings of Second International Conference, MISNC 2015*, In Wang, L., Uesugi, S., I-Hsien, T., Okuhara, K., and Wang, K. (Eds.), 査読有 *Multidisciplinary Social Networks Research*, Springer, Heidelberg, Berlin, 236-248, August 2015. doi: 10.1007/978-3-662-48319-0\_19

Sodeman, W., and Gibson, L., Corporate usage of social media and social networking services in the USA, *Multidisciplinary Social Networks Research: Second International Conference: MISNC 2015 Matsuyama, Japan, September 1-3, 2015 Proceedings*, Wang, L., Uesugi, S., I-Hsien, T., Okuhara, K., and Wang, K. (Eds.), 査読有, Springer, Heidelberg, Berlin, 264-278, August 2015, doi: 10.1007/978-3-662-48319-0\_19

Nakaya, J., Thinking social media from ethical viewpoint, *Asian Journal of Business Ethics*, 査読有, 4(1) 1-13, May 2015, 10.1007/s13520-015-0040-4

中谷常二, 公務員の職業倫理教育についての一考察, *日本経営倫理学会誌*, 査読有 (22) 33-45, 2015年

Nakaya, J., Ethical Challenge of Social Media, *Proceedings of the 5th World Business Ethics Forum*, 査読有, 1-22, 2014

井戸田博樹 「ICT は企業のイノベーションを促進するか」, 『Nextcom』, 査読無, 18, 40-49, 2014年6月.

中谷常二, 井戸田博樹 「米国観光業のソーシャルメディアを用いたマーケティング - クアロアランチを事例として」, *日本情報経営学会第69回全国大会予稿集*, 査読無, 123-126, 2014年

姚佳, 井戸田博樹, 原田章 「インターネットの口コミが購買行動に及ぼす影響 - 女子学生の化粧品購買のアンケート調査から - 」, *経営情報学会 2014年春季全国研究発表大会予稿集*, 査読無, 1-4, 2014年

井戸田博樹 「企業におけるソーシャルメディア活用の有効性活用に関する実証研究」, *工業経営研究学会第29回大会予*

稿集, 査読無, 27-30, 2014年

Idota, H., Bunno, T. and Tsuji, M., Empirical Study on How Social Media Promotes Product Innovation, *Proceedings of 20th ITS Biennial Conference in RIO DE JANEIRO*, 査読有 1-24, 2014

Masatsugu Tsuji, Hiroki Idota, Yasushi Ueki, Yuji Akematsu, How to Conduct Business with Japanese: Case Study of Inward FDI in Japan, *Asian Journal of Technology Innovation*, 査読有 21(2) 157-172, 2013, doi: 10.1080/19761597.2013.8192392013

[学会発表](計17件)

中谷常二, 「ソーシャル・メディアを規制すべきか—技術哲学の視点から考える」, *経営情報学会 2015年秋季全国研究発表大会*, 2015年11月28日, 沖縄コンベンションセンター(沖縄県宜野湾市)

Nakaya, J., *Regulations of using SNS for Minors, The 2nd Multidisciplinary International Social Networks Conference, 1 September 2015, Yamatoyahonten (愛媛県高松市)*

Sodeman, W., and Gibson, L., Corporate usage of social media and social networking services in the USA, *The 2nd Multidisciplinary International Social Networks Conference, 1 September 2015, Yamatoyahonten (愛媛県高松市)*

Idota, H., Bunno, T., Ueki, Y., Somrote, K., Chawalit, J., and Tsuji, M. Product innovation and ICT Use in Firms of Four ASEAN Economies, *The 2nd Multidisciplinary International Social Networks Conference, 1 September 2015, Yamatoyahonten (愛媛県高松市)*

Sodeman, W., Nakaya, J., Idota, H. Business Usage of Social Media in Japan and North America, *Society of Business Ethics 2015 Annual Conference, 7 August 2015, Metropolitan Hotel Vancouver, Vancouver, Canada*

中谷常二 「未成年者のソーシャルメディア利用における倫理的課題」*日本情報経営学会 関西支部第237回例会*, 2015年7月11日, 近畿大学(大阪府東大阪市)

Nakaya, J., Ethical Challenge of Social Media, *The 5th World Business Ethics Forum: Corporate Social Responsibility and Sustainability, 9 December 2014, The World Business Ethics Forum, University of Macau, Macau*

Idota, H., Bunno, T. and Tsuji, M., Empirical Study on How Social Media Promotes Product Innovation, 11/30 ~ 12/03, 2014, *20th ITS Biennial Conference in RIO DE JANEIRO, Sheraton Rio Hotel and Resort Rio de Janeiro, Brazil*

中谷常二, 井戸田博樹, 「米国観光業のソ

ーシャルメディアを用いたマーケティング-クアロランチを事例として。日本情報経営学会第 69 回全国大会、2014 年 11 月 9 日、ホテル日航八重山（沖縄県石垣市）

井戸田博樹「企業におけるソーシャルメディア活用の有効性活用に関する実証研究」、工業経営研究学会第 29 回大会、2014 年 9 月 10 日～12 日、北海学園大学（北海道札幌市）

中谷常二、公務員の職業倫理教育についての一考察、日本経営倫理学会第 22 回研究発表大会、2014 年 6 月 21 日、青山学院大学（東京都渋谷区）

姚佳、井戸田博樹、原田章「インターネットの口コミが購買行動に及ぼす影響 - 女子学生の化粧品購買のアンケート調査から - 」、経営情報学会 2014 年春季全国研究発表大会、2014 年 5 月 31 日～2014 年 6 月 1 日、青山学院大学（神奈川県相模原市）

小豆川裕子、井戸田博樹、中田喜文、技術者組織における組織的知識創造の影響要因に関する研究 - コーポレート・ソーシャル・キャピタルと管理職の組織行動に着目して、経営情報学会 2013 年秋季全国研究発表大会、2013 年 10 月 26 日、流通科学大学（兵庫県神戸市）

井戸田博樹、中小企業のイノベーション戦略-企業間ネットワークと行政支援の観点から、日本地方自治研究学会第 30 回記念大会、2013 年 9 月 22 日、兵庫県立大学（兵庫県神戸市）

Y. Akematsu, H. Idota, Y. Ueki, M. Tsuji, The Formation of Internal Innovation Capability and External Sources in Developing Economies: Based on Firm-Level Surveys in ASEAN Economies 日本経済学会 2013 年度秋季大会、2013 年 9 月 15 日、神奈川大学（神奈川県横浜市）

文能照之、井戸田博樹、辻正次、中小企業におけるイノベーションと組織能力-業歴と Absorptive capacity(吸収能力)に注目して-、日本中小企業学会第 33 国大会 2013 年 9 月 15 日、名城大学（愛知県名古屋市）

Sodeman, W., Understanding business ethics and the business use of social media, 日本情報経営学会関西支部第 225 回支部例会、2013 年 7 月 27 日、追手門学院大学（大阪府大阪市）

## 6. 研究組織

### (1)研究代表者

中谷 常二 (NAKAYA, Joji)  
近畿大学・経営学部・教授  
研究者番号：70398501

### (2)研究分担者

井戸田 博樹 (IDOTA, Hiroki)

近畿大学・経営学部・教授  
研究者番号：10352957

### (3)研究協力者

William Sodeman  
Martin Meth0dist College, Division of Business,  
Professor  
Lindsey Gibson  
Hawaii Pacific University, Department of  
Management and Marketing, Assistant Professor