「ソクラテスはネットの無料に抗議する」



著者：ルディー和子
出版：日本経済新聞出版社
発行：2013 年 2 月

「無料で遊べる」「完全に無料」といったフレーズに見られるように、特にネットの分野では、「無料」を宣伝文句に使うものが多い。趣味や奉仕活動でなく、ビジネスとして行動している限り、本当に「無料でものをあげる」行為はありえないはずである。どうしてここまで無料をアピールするようになってきたのか。無料であればどうやって経営が成り立つのか。これらの問題意識に基づいて書かれたのが本書である。

書名にも出てくるソクラテスは、当時のギリシャ社会において若者たちに「無料」で講義をし、そのために変人扱いされていたという。講義（教育サービス）だけでなく、無料で何かを与えることがあり得ないと考えられていたからである。

もちろん贈与（贈り物）の習慣はあったが、送られた側は返礼をするのがならわしであり、「もらいっぱなし」である無料とは事情が異なる。

著者が強調するのは、Reciprocity（互酬性）である（本書 58 ページ）。何かをもらったら、同等にお返ししようとする性質であり、動物においてさえも見られる（やられたらやり返す、という負の側面も含む）。この互酬性が人間の社会に浸透していく過程が面白い。

市場取引ではその都度貨幣と品物を交換するため、取引終了とともに関係が解消されることもあり得る。ところが、贈与であれば必ず返礼が付いてくるため、互いに贈与を繰り返すことで、信頼が形成されることになる。相手に何か与え、別の形で返してくれることを期待するのは一種の保険であるというのだ。すなわち、困っている人を助けた場合、自分が困ったときにも助けてくれる確率が高まる、というわけで互いに贈与をすることになる。

では、「無料」でビジネスが成り立つのは、どのような場合なのか（本書 86 ページ）。結論から言えば、厳密に無料であればビジネスが成り立つわけがない（当たり前か）。以下のように、無料であるという言葉につられて近

づく人から、料金を取ろうとする巧妙な方策がある。

1．基本的なゲームは無料だが、課金をすればもっとうまく進めることが可能
　オンラインゲームの「アイテム課金」のように、無料で遊ぶことも可能であるが、料金を支払うことで飛躍的に有利になる制度を作る。
　あるいは、ソフトウェアの「フリーミアム」のように、無料版と有料版で機能が違うため、無料版では物足りない人が有料版を買う。

2．本当に無料だが、誰かの寄付によって成り立っているもの
　ウィキペディアを事典替わりとして使う人も多いだろう。世界中の人が利用しているサイトではあるが、従業員を 143 人（2010 年）抱える「ウィキペディア財団」が運営しているという。その資金は利用者の寄付によって賄われている。大部分の人は無料でウィキペディアを利用しているだろうが、まさに互酬性を感じる人は、「ただで使うのも悪いな」ということで寄付に応じるのだろう。

3．三者間市場　グーグルなどの検索エンジンや、Facebook などの SNS は無料
　消費者は費用を負担しないが、経費は広告費 + データ提供費によって賄われている。前者は広告を掲載している企業がまかなっているだけのことで、これはテレビの民放と同じである。問題となるのは後者のデータ提供費である。本書の主張をまとめておこう。

　私たちの属性データや購買データが企業のマーケティングに利用されている、という。インターネットの利用内容と関連する商品を推薦してくれたり、表示される広告が変わってくる。そのことは「便利」なのか、「気持ち悪い」のか。ここで、テレビの民放の例を思い出してみよう。「無料で楽しめるのだから CM が入ってくるのは仕方ない」ことはわかる。では同様に「無料のサービスを利用するのだから、データを使われても仕方ない」のか。
　SNS をはじめとして、サービスの提供企業自身が「無料」を主張している。これは従来の経済からすると画期的なことであり、「完全に無料」では、互酬性の原則が崩れるどころか、売買取引ですらない。実際にはインターネットを利用しながら画面をクリックしたり、買い物をするたびにデータが蓄積されている。本人も知らない間に個人情報を使用されることに違和感を覚える人も居るだろう。しかしネット上のサービスは無料で使いたい、同時に自分の情報は渡したくない、ということであれば、ネット企業は存在できないことに留意すべきである。言い換えれば「消費者はずうずうしい」のである。しかし、そこまでずうずうしくさせてしまったのは無料を連呼した企業の責任でもある。
　ちなみに、サービスの利用開始前にプライバシー規約を見て、「承諾する」を押しているはずなので、本来は自身のデータを蓄積・利用されてもどうしようもない。
　さらには、その客がサービスを離脱した後も、さらには死後も、データは保存され、使い続けられる。まさに、「タダほど高いものは無い」のである。

起業教育委員会　委員
大阪商業大学 総合経営学部 公共経営学科 教授　松村 政樹