**SNSと資本主義：アテンション・エコノミーの搾取構造**

あなたが今日スマートフォンでSNSを開いた瞬間、目に見えない経済取引が始まっています。スクロールするたび、「いいね」を押すたび、写真を投稿するたび、あなたの行動は精密に記録され、データとして蓄積され、そして売られています。私たちは「無料」でSNSを利用していると思い込んでいますが、実際には私たち自身が商品となり、労働力となり、この巨大な経済システムを支えているのです。

この章では、SNSを支配する新しい資本主義の形態―「監視資本主義」そして「アテンション・エコノミー」の実態を、確実なデータとともに解き明かしていきます。

**1.数字で見る「無料」の正体：巨大プラットフォームの収益構造**

まず、SNSプラットフォームがいかに巨大な利益を生み出しているかを、公開されている確実な数字で確認してみましょう。

Meta（旧Facebook）の2024年年間収益は1,645億ドル（約25兆円）に達し、前年比22％の成長を記録しました。これは日本の国家予算の約4分の1に相当する驚異的な金額です。

さらに詳細に見ると：

- 2023年の広告収入は1,319億ドルを記録し、前年比16.1％の増加

- 広告収入は同社の収益の大部分を占めており、Metaのビジネスモデルは広告に大きく依存している

これらの数字が意味するのは明確です：私たちユーザーが生み出すデータと注意力こそが、Metaの収益の源泉なのです。

では、私たち一人ひとりが、どれほどの「商品価値」を持つ存在として扱われているのでしょうか。この問いに答えるためには、SNSプラットフォームがどのように私たちを「商品化」しているかを理解する必要があります。

**2.監視資本主義：ショシャナ・ズボフの警告**

ハーバード・ビジネス・スクール名誉教授ショシャナ・ズボフは、著書『監視資本主義の時代』で、この新しい経済システムを「監視資本主義（Surveillance Capitalism）」と名付けました。

ズボフによると、監視資本主義とは「企業による個人データの広範囲な収集と商品化」を特徴とする概念であり、「利益を追求する動機によって推進され、Googleの AdWords に代表される広告会社が、個人データを使ってより正確に消費者をターゲットにできる可能性を見出したことで生まれた」。

ズボフは、「産業資本主義が自然を搾取し制御して破壊的な結果をもたらしたように、監視資本主義は人間の本性を搾取し制御して全体主義的秩序を発展の終着点とする」と警告しています。

この「監視資本主義」の核心は、私たちの日常的な行動、感情、思考パターンが、私たちの同意なしに「原材料」として収集され、加工され、販売されているということです。

従来の資本主義では、労働者が自分の労働力を販売し、対価として賃金を得ていました。しかし監視資本主義においては、私たちは無意識のうちに自分の経験や行動を「原材料」として提供し、その価値はすべて企業が収奪しているのです。

**3.デジタル労働：見えない労働者としての私たち**

マルクス主義的メディア研究で知られるクリスチャン・フックス教授は、現代のSNS利用を「デジタル労働」として分析しています。

私たちがSNSで行う日常的な活動：

写真や動画の投稿

コメントやいいねによるエンゲージメント

ストーリーや近況の共有

他者の投稿への反応

これらすべてが、実は「労働」にほかなりません。この労働は通常無償ですが、私たちが作り出したコンテンツに対するターゲット広告を通じて、プラットフォーム企業が収益を上げるのです。

この構造の問題は、私たちが自分の労働の価値を知らされず、その価値に見合った対価を受け取ることもないことです。私たちは「サービスを利用する」という名目で、実際には無償で労働を提供しているのです。

**4.アルゴリズムによる感情操作：怒りと不安の経済学**

SNSプラットフォームの収益モデルをさらに深く理解するためには、「エンゲージメント最大化」のメカニズムを知る必要があります。

元Google デザイン倫理学者で、現在は非営利団体「Center for Humane Technology」を設立したトリスタン・ハリス氏は、TEDトークやドキュメンタリー映画「監視資本主義：デジタル社会がもたらす光と影」で衝撃的な事実を明かしました。SNSのアルゴリズムは、ユーザーの「滞在時間」と「エンゲージメント」を最大化するよう設計されており、そのために最も効果的なのは「強い感情を引き起こすコンテンツ」だというのです。

心理学的研究によると、人間が最も強い反応を示すのは以下の感情です：

1. 怒り・憤り

2. 恐怖・不安

3. 驚き・ショック

4. 悲しみ・同情

これらの感情は、私たちの注意を強く引きつけ、コメントやシェアといった行動を促します。つまり、SNSアルゴリズムは構造的に、社会を分裂させ、人々を感情的にさせるコンテンツを優先的に表示する仕組みを持っているのです。

この問題の深刻さを示すのが、2021年に元Facebook社員フランシス・ホーゲン氏によって暴露された「Facebookファイル」です。内部文書によると、Facebook（現Meta）は自社のアルゴリズムが分裂や憎悪を増幅させることを十分に認識していながら、エンゲージメントによる収益を優先し、対策を怠っていたことが明らかになったのです。

**5.データ資本主義：あなたの人生が商品になる瞬間**

私たちが無意識に提供している「労働」は、単なるコンテンツ作成にとどまりません。私たちの存在そのものが、精密に解析され、商品化されています。

SNSプラットフォームが収集するデータの範囲は想像を超えています：

基本的な行動データ

- 投稿内容、いいね、シェア、コメント

- 滞在時間、スクロール速度、クリックパターン

- 友人関係、メッセージの頻度と相手

推論されるデータ

- 政治的志向、宗教観

- 経済状況、購買力

- 恋愛関係の状況

- 興味・関心分野

デバイス・位置情報

- GPS位置情報の履歴

- Wi-Fi接続履歴

- デバイスの識別情報

- アプリの使用パターン

これらのデータは、機械学習によって解析され、私たちの将来の行動を予測する「プロファイル」が作成されます。そして、このプロファイルこそが、広告主に販売される商品なのです。

**6.注意力という新しい通貨：アテンション・エコノミーの正体**

1971年、ノーベル経済学賞受賞者ハーバート・サイモンは預言的な言葉を残しました：「情報豊富な世界では、情報の豊富さは他の何かの不足を意味する。そして、情報が消費するもの、それは受け手の注意である」

現代SNSは、まさにこの「注意」を巡る経済戦争の最前線なのです。

私たちの注意力は有限です。一日は24時間しかなく、意識的に何かに集中できる時間はさらに限られています。SNSプラットフォームは、この貴重な「注意という資源」を奪い合い、それを広告主に販売しています。

総務省の情報通信白書によると、日本人の平均的なインターネット利用時間は年々増加しており、その多くがSNSに費やされています。これは、私たちが一日の相当な部分を、自分の意思ではなく、アルゴリズムによって決定されたコンテンツの消費に使っていることを意味します。

**7.データ植民地主義：デジタル時代の新しい搾取構造**

英国の社会学者ニック・コルドリー（Nick Couldry）とウルリッヒ・メジャー（Ulrich Mejias）は、現代のデータ収集システムを「データ植民地主義」と呼んでいます。

従来の植民地主義が土地と天然資源を収奪したように、データ植民地主義は人間の経験と行動を「原材料」として収奪します。しかし、その手法はより巧妙です。私たちは「サービスを利用する」という名目で、自ら進んでデータを提供しているのです。

この構造の問題は、データの価値が完全に一方的に決定されることです。私たちは自分のデータがどれほどの価値を持つのか知らされず、その価値に見合った対価を受け取ることもありません。

**8.日本におけるSNS資本主義の特異性**

日本のSNS利用には、独特の文化的・経済的特徴があります。

LINEの支配構造

LINEは日本のメッセージング市場を支配しています。2023年時点でアクティブユーザー数は約9,500万人、日本人口の約75％に達します。

LINEの収益構造は特徴的です：

- 広告収入が主要な収益源

- ゲーム・スタンプ等のコンテンツ収入

- 決済サービス（LINE Pay等）からの収益

注目すべきは、LINEが単なるメッセージアプリを超え、決済、ニュース、ショッピング、行政サービスまでを統合した「スーパーアプリ」として機能していることです。これにより、ユーザーの行動データを横断的に収集し、より精密なプロファイリングが可能になっています。

日本独特の「自己検閲文化」

日本のSNSユーザーは炎上を極度に恐れ、自己検閲を強化する傾向があります。これは皮肉にも、プラットフォーム企業にとっては好都合です。ユーザーが「問題のない」コンテンツを自主的に作成することで、コンテンツ・モデレーションのコストを削減できるからです。

**9.個人ができる対抗策：デジタル主権の奪還**

この巨大な搾取構造に対して、個人レベルでできる対抗策を考えてみましょう。

データの価値を意識する

まず重要なのは、自分のデータに価値があることを認識することです。私たちの個人データは、企業にとって非常に価値のある資源であることを理解しましょう。

プライバシー設定の最適化

各SNSプラットフォームのプライバシー設定を詳細に確認し、不必要なデータ収集を拒否しましょう：

Facebook/Meta：

- 広告設定で個人情報に基づく広告をオフにする

- 位置情報の履歴記録をオフにする

- アクティビティログを定期的に確認・削除する

Google：

- マイアクティビティで自動削除を設定する

- 広告設定でパーソナライズド広告をオフにする

- 位置履歴を完全にオフにする

代替プラットフォームの利用

プライバシーを重視する代替サービスの利用を検討しましょう：

- 検索：DuckDuckGo（追跡なし検索エンジン）

- メッセージング：Signal（エンドツーエンド暗号化）

- SNS：Mastodon（分散型SNS）

デジタル・デトックスの実践

前章で述べた心理的効果に加え、経済的な観点からもデジタル・デトックスは有効です。SNS利用時間を意識的に削減することで、自分の注意力を「商品」として提供する時間を減らすことができます。

データポータビリティの活用

個人情報保護法により、私たちには自分のデータをダウンロードする権利が認められています。積極的にこの権利を行使することで、企業に対してデータの価値を意識させることができます。

**10.政策レベルでの対応：規制の現状と課題**

個人の努力だけでは限界があるため、政策レベルでの対応も重要です。

欧州連合（EU）の先進的取り組み

EUは世界で最も厳格なデジタル規制を実施しています：

- GDPR：個人データ保護の包括的規制

- デジタルサービス法（DSA）：プラットフォームの透明性義務

- デジタル市場法（DMA）：巨大テック企業の市場支配力制限

日本の課題

日本では2022年4月に改正個人情報保護法が施行されましたが、SNSプラットフォームに対する規制はまだ不十分です。特に、アルゴリズムの透明性や、データの価値に見合った対価の支払いについて、より踏み込んだ議論が必要です。

まとめ：見えない搾取からの解放に向けて

SNSは私たちに多くの恩恵をもたらしましたが、同時に前例のない規模の経済的搾取システムをも生み出しました。私たちの注意力、感情、人間関係、そして存在そのものが商品化され、巨大な利益の源泉となっています。

ショシャナ・ズボフが『監視資本主義の時代』で求める警告は、まさに現代を生きる私たちに必要なものです。私たちは、この見えない搾取構造を理解し、意識的に対抗していく必要があります。

重要なのは、SNSそのものを否定することではありません。問題は、現在の資本主義的な設計が、ユーザーの利益よりも株主の利益を優先していることです。私たちには、より公正で持続可能なデジタル社会を要求する権利があります。

テクノロジーの力は中立ではありません。それは設計者の価値観と意図を反映します。今こそ、私たち自身の価値観に基づいた、人間的なテクノロジーのあり方を考える時なのです。

次ページ→「記憶」

（参考文献）

Zuboff, S. (2019). The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. New York: PublicAffairs.

Meta Platforms Inc. (2025). Meta Reports Fourth Quarter and Full Year 2024 Results. Investor Relations.

Statista. (2024). Meta: annual revenue 2023. Retrieved from https://www.statista.com/statistics/268604/annual-revenue-of-facebook/

Harvard Business School Faculty & Research. Shoshana Zuboff - The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power.

Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism. Stanford University Press.

総務省 (2024). 「令和6年版 情報通信白書」東京：総務省.

## **SNSと資本主義：現場からの証言を求めて**

**1. SNSの「利点」に関する質問**

Q1：noteのリコメンド機能を改善していく中で、SNSが「多様な作品に触れる機会」を広げる力をどう感じていますか？

Q2：ユーザーが自己表現をしやすい環境をつくる上で、アルゴリズムはどのように寄与できますか？

Q3：SNSのポジティブな側面（創作のモチベーション向上、読者との出会いなど）を、技術者としてどう強化していきたいですか？

**2. SNSの「欠点」に関する質問**

Q4：アルゴリズムが「怒りや不安」を増幅してしまうと批判されますが、noteのリコメンド設計ではそうした偏りを防ぐためにどんな工夫をしていますか？

Q5：SNSでは「注意力の奪い合い」が問題視されています。ユーザーが疲弊せずに創作や読書を楽しめるようにするために、MLはどう貢献できますか？

Q6：大量の記事の中から「質の高いコンテンツ」を選び出す際、どんな基準やデータを重視しているのでしょうか？

**3. SNS資本主義との接点に関する質問**

Q7：「監視資本主義」「デジタル労働」といった議論について、MLエンジニアとしてどう受け止めていますか？

Q8：広告収益を前提とするSNSと違い、noteでは「売上至上主義ではない基準」でリコメンドを行っているとのことですが、この姿勢は技術設計にどう影響していますか？

Q9：今後、ユーザーが自分のデータ利用に敏感になっていく時代に、MLはどんな形でユーザーの信頼を守れると思いますか？

**4. 未来志向の質問**

Q10：SNSが抱える「エコーチェンバー」「フィルターバブル」を超えるために、どんなアルゴリズム設計が可能だと思いますか？

Q11：もし「ユーザーの理想を中心にしたSNS」を構想するとしたら、どんな機能や仕組みを盛り込みたいですか？

Q12：創作を続ける人を増やすために、AIとデータは今後どんな役割を果たせると考えますか？