

日本で得たデータは国内のサーバーに 新経済連盟理事が海外企業対処策提言

デジタル市場が急拡大する中、日本企業が外国勢に比べ不利な競争条件を強いられていることに対する危機意識が関連産業界に高まっている。IT 利用企業が中心の経済団体「新経済連盟」の吉田浩一郎理事（クラウドワークス社長）は9月25日、日本記者クラブで記者会見し、政府と民間が一体となった対応策の必要を訴えた。特に世界中の顧客情報を集めて世界市場を席卷している海外企業に対する対応策として、日本国内で得た情報については日本国内のサーバーに保存することを義務づける必要を強調している。



吉田浩一郎新経済連盟理事（9月25日、日本記者クラブ）

「新経済連盟」は、アップルやグーグルなどプラットフォーマーと呼ばれる海外の巨大ITデジタル企業によって、EC（電子商取引）、アプリストア、インターネット広告などデジタル市場の寡占化が急速に進展していることに特に危機感を強めている。3月には、グランドデザインプロジェクトチームが、国境を越えた経済によって不公平な競争環境が拡大している現状の是正を求める提言「海外デジタルプラットフォームを巡る諸課題と対応策」をまとめ、経済産業省などに提出した。吉田氏は、このプロジェクトチームのリーダー。



提言「海外デジタルプラットフォームを巡る諸課題と対応策」を関芳弘経済産業副大臣（当時、左）に提出する吉田浩一郎新経済連盟理事（3月26日、経済産業省）＝新経済連盟プレスリリースから

海外プラットフォーム企業の力強大に

新経済連盟の提言はまず、プラットフォームを通じたビジネスモデルが、企業、消費者の双方に利便性向上をもたらす結果、市民の生活に急速に浸透している現状を詳しく紹介している。買い物から音楽・動画・ゲームなどの娯楽、さらには旅行やタクシーの手配なども個人がスマートフォン経由でデジタルプラットフォームに発注し、料金を支払えばすむ。こうしたデジタル市場が国境を越えて急成長するとともに、プラットフォーム企業の力も急速に高まった。プラットフォーム企業の大きな収益源の一つはインターネット広告。日本のインターネット広告市場は約1兆5,000億円だが、このうち50~70%は海外企業といわれる。米国のグーグル、フェイスブック、ツイッターや中国のTikTokなどだ。日本の新聞社全てを合わせた年間広告費は約4,800億円で、グーグル1社が稼ぐ額にも及ばない。

インターネット広告と同じ市場規模を持つ「アプリストア」は、アップルとグーグル2社がほぼ100%という寡占状態で国内企業が入り込む隙はない。寡占を可能にしているのは、両社がOS（オペレーティングシステム）とアプリストアの両方を提供できるため。両社は、アプリストアにデジタルコンテンツを提供する企業から、アプリストアを通じた売り上げ

の30%を手数料として得ている。利益の30%ではなく売り上げの30%であるため、デジタルコンテンツを提供している国内企業の利益は大幅に圧縮され、今後、急速に競争力を失っていく恐れがあることも、「新経済連盟」の提言は指摘している。

このほかにも、外国企業がシェアを拡大しているサービスは多い。日本の市場規模が約7兆2,000億円のEC（電子商取引）分野は、25%がアマゾン、アップルなどの外国企業。市場規模1兆3,000億円のモバイルゲームも約20%以上が外国企業、さらに市場規模約1,700億円の動画定額制配信サービスは20%以上、市場規模約570億円の音楽定額制配信サービスは75%以上がそれぞれ外国企業という。

2. 市場の現状① ～外国勢のシェア確保・拡大が顕著～

	市場規模	外国勢のシェア	シェア推移や見通しなど
インターネット 広告	約1.5兆円	50～70% (2018年)	市場規模は続伸 外国勢シェアは増加見通し
EC	約7.2兆円	25% (2016年)	約2倍 (2010年→2016年)
音楽定額制 配信サービス	約570億円	75%～ (2017年)	市場規模は続伸
動画定額制 配信サービス	約1,700億円	20%～ (2018年)	約2倍 (2016年→2018年)
ゲーム	約1.3兆円	20%～ (2018年)	外国勢のシェア拡大 ※2018年国内DLトップ30で外国勢15社
アプリストア ※音楽・動画配信サービス やゲームなどを含む	約1.5兆円	ほぼ100% (2017年)	市場規模は続伸

(経済連盟提言「海外デジタルプラットフォームを巡る諸課題と対応策」から)

内外企業の不公平な競争環境

提言が問題視しているのは何か。国内企業と海外企業間の不公平な競争環境が顕在化していることだ。法規制や課税など国内ルールに縛られている日本企業と海外企業との間に規制対応コストや納税状況に差が生じており、日本企業が不利な状況に置かれている、と提言は指摘している。例えばゲーム市場では「荒野行動」や「アズールレーン」など人気ゲームを提供する中国企業の伸びが著しい。中国企業が日本にどんどん進出しているのに対し、日本企業が中国に参入する際は、承認を得る手続きが煩雑で手続きコストも大きいといっ

た困難さを伴う。

このほか、旅行業法、金融商品取引法、チケット販売規制法、個人情報保護法などの適用に関しても外国企業と国内企業間でコスト面などでの不平等が生じている。例えば電気通信事業法では「通信の秘密」や「事故報告制度」などが外国企業のサービスには適用されていないため、外国企業はデータ収集によるマーケティングが有利になっている、と提言は指摘している。

日本記者クラブの記者会見で、吉田氏は提言でも指摘された現状や問題点とともに、内外企業間の税と規制に関する不公平を是正する必要をあらためて訴えた。具体的には外国企業に対する法の域外適用・執行を可能にする関係法令一括整備法の制定や、海外企業に課税できる仕組みの研究などだ。特に繰り返し強調したのが、日本国内で得た日本人に関するデータを日本国内のサーバーに保存することを海外企業に義務づけること。氏は次のように語った。

「日本は米国のようにデジタルプラットフォームで世界を席卷するのは難しいし、中国のように保護主義的な国内産業の育成もできない。政府と民間が一体となって日本独自の道を求める経済政策をつくる必要がある。外国企業に日本で得たデータは日本国のサーバーに保存させることは、少しでも日本が前進するために必要な手段だ」



吉田浩一郎理事記者会見会場のようす

デジタルデバイド対処国際的課題に

グローバルな成長を促進する期待が大きいデジタル経済について、先導する企業や大規模サーバーなどのデジタルインフラ（デジタル基盤）が米国と中国に集中している実態が国際的な場でも問題視されつつある。国連貿易開発会議（UNCTAD）が 9 月 4 日に公表した報告書では、デジタル経済の急激な発展の一方で、インターネットを利用できない人々が世界にはまだたくさんいるといったデジタルデバイド（情報格差）に対する懸念が示されている。

2016 年に中国杭州市で開かれた「G20（主要 20 カ国・地域）サミット」でも、デジタル経済の発展に各国が協力して取り組む決意が首脳コミュニケに盛り込まれた。情報の流通、情報通信技術分野に対する投資、起業、デジタル転換、電子商取引に関する協力などを通じ、デジタル経済発展のための良好な条件を助長することに加え、デジタルデバイドに対処することを目指すことが明記されている。

文 小岩井忠道 JST 客観日本編集部

【関連サイト】

新経済連盟プレスリリース「海外デジタルプラットフォームを巡る諸課題と対応策」を 経済産業省などに提出」

<https://jane.or.jp/proposal/pressrelease/7253.html>

【関連記事】

2019 年 09 月 17 日「联合国报告：数字经济集中在中美，数字鸿沟增大」

http://www.keguanjp.com/kgjp_jingji/kgjp_jj_jj/pt20190917060003.html

2019 年 09 月 05 日「中美 GAF A 和 BATH 企业特点：以满足客户欲望和解决压力为最优先事项」

http://www.keguanjp.com/kgjp_jingji/kgjp_jj_etc/pt20190905060003.html

2019 年 08 月 22 日「日本发布报告：国际合著论文也进入中美两强时代」

http://www.keguanjp.com/kgjp_jiaoyu/kgjp_jy_gdly/pt20190822060003.html