

海外デジタルプラットフォームを巡る諸課題と対応策 ～越境経済下での対等な競争環境の整備について～

2019年3月
新経済連盟グランドデザインプロジェクトチーム

目次

◆ 全体像・デジタル市場の現状 (P2-11)

デジタル領域が拡大する中、日本企業は外国勢に比べて不利な競争環境に置かれている。また、現状として様々な市場で外国勢のシェアが大きく、拡大傾向も顕著。

◆ 論点整理 (P12)

海外デジタルプラットフォーマーを巡る諸問題への対応策に向けた論点整理。

◆ イコールフットिंगの確保 (P13-14)

①「法域外適用」のデフォルト化（関係法令の一括整備）、②「法執行の強化」（情報収集や体制強化）のための新法を制定すべき。

◆ 海外デジタルプラットフォーマー対策 (P15-20)

アプリストア対策、課税のイコールフットिंग確保、著作権対策の強化等の対応が必要。

◆ 日本の産業振興策 (P21-22)

プラットフォーム自体はイノベーションの源泉であり規制には慎重であるべき。行政組織再編やこれまで提言してきた成長戦略を実現すべき。

1. 全体像①

- ① デジタル領域が拡大する中、日本企業は外国勢に比べ**極めて不利な競争環境**。現状に甘んじれば市場シェアは外資に奪われ**国富が流出**。しかもその**勢いは加速度的に増し、領域も拡大**
- ② イコールフットイングの確保、課税面などの競争環境整備は急務。世界各国が自国利益の確保に走る中、**日本のスタンスの明確化**を急ぐべき
- ③ その際、「プラットフォーム規制論」は問題の解決にならない。問題の中心は、**国益をかけた「越境経済下の競争政策」であり「日本の産業政策」**。プラットフォーム自体はイノベーションの源泉であり規制には慎重であるべき
- ④ 外国勢は日本での売上や納税額などの情報が非開示の場合が多い上、責任者の所在も不明。行政当局における**タックスギャップの公表、会社法の代表者規定の厳格運用**など実施すべき

1. 全体像②

【海外デジタル
プラットフォーム】



【中国プラット
フォーマー】



法規制や法執行面での国内と海外のイコールフットイングの確保が不十分

税制面など競争条
件が不公平

日本発のイノベー
ションを生むため
の環境整備が急
務

国家補助などを背
景にした競争の歪
みがあり、買収など
の問題

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

2. 市場の現状②：インターネット広告市場

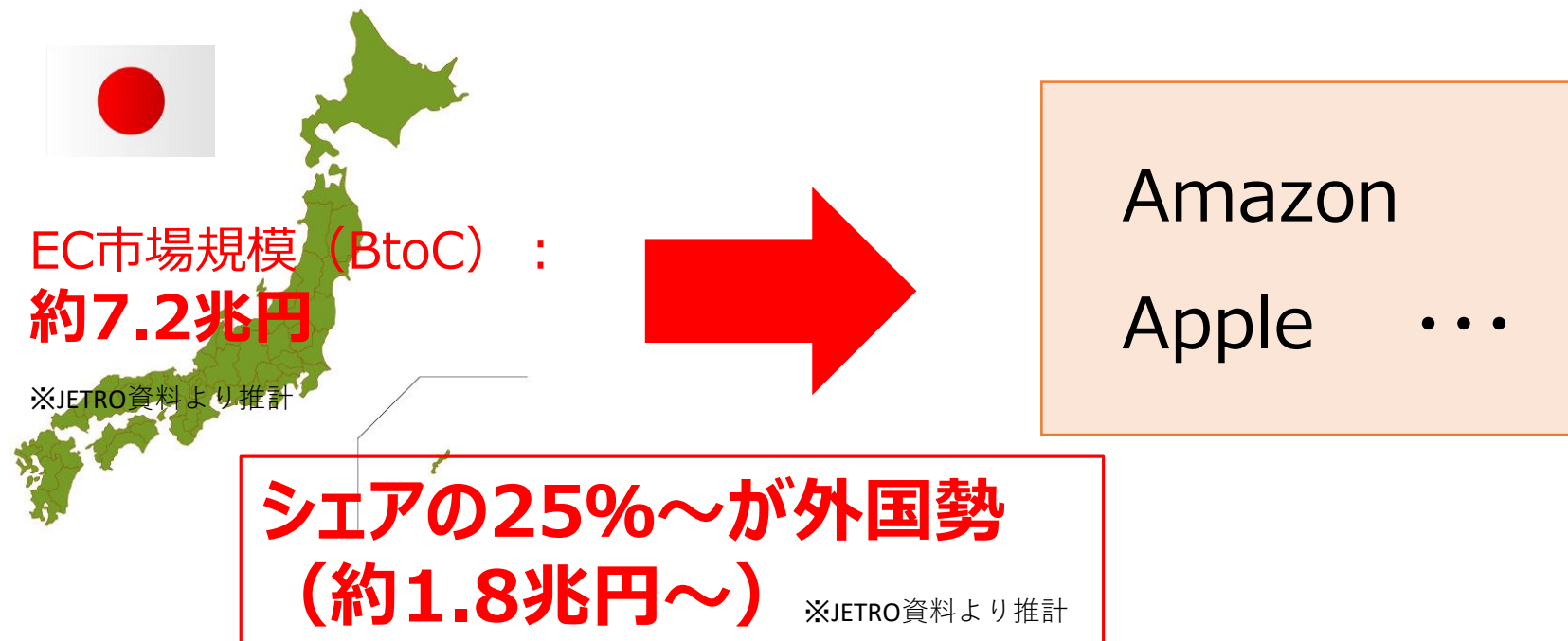
◆ インターネット広告市場シェアの**大部分は外国勢**



- 今後Apple、Amazon参入でさらにその差が広がる見込み
- 外国勢の納税は不透明で日本企業は税率面で対等ではないとの指摘。また著作権等の問題も
- 日本の全新聞社の広告総売上は約4,800億円（電通調べ）。日本の全新聞メディアをもってしても既にグーグル1社にすら負けている可能性

2. 市場の現状③：EC市場

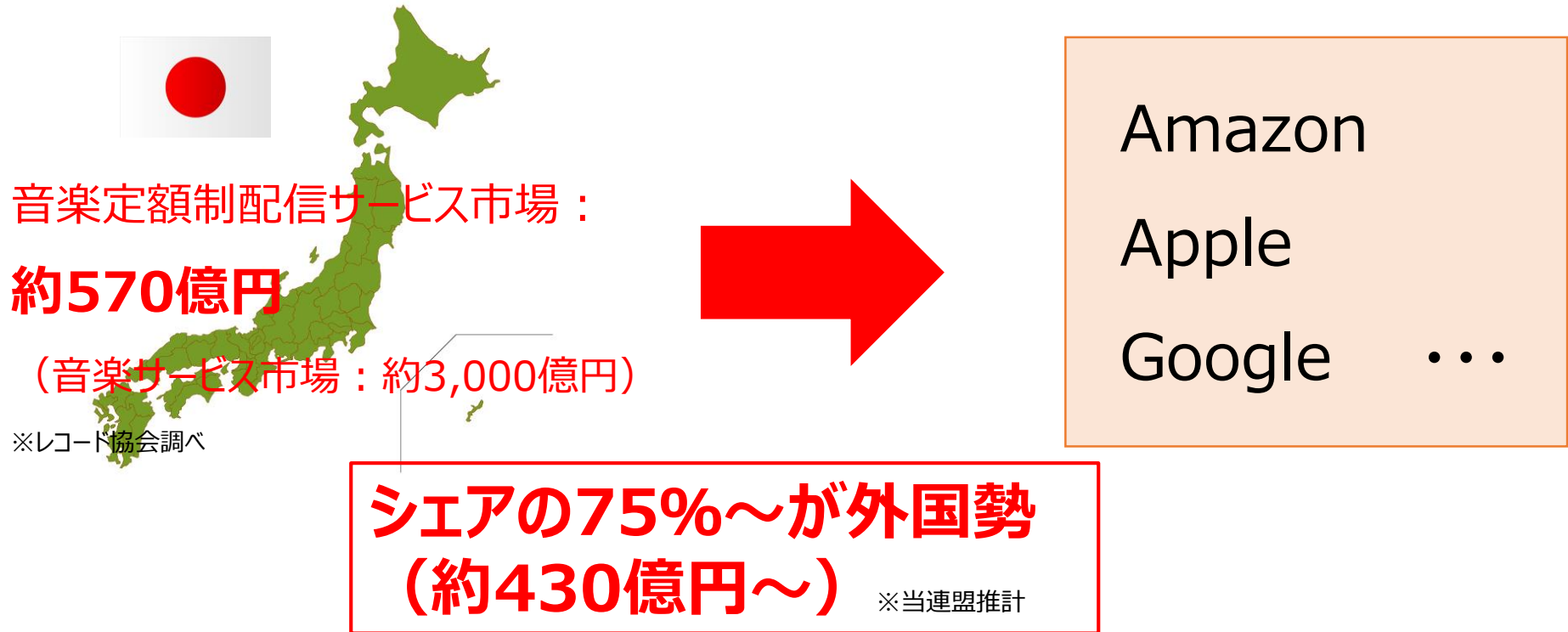
◆ EC市場はAmazonが一定の地位



- 2020年にはEC市場（BtoC）は10兆円超えになる見通し
- 外国勢の納税は不透明で日本企業は税率面で対等ではないとの指摘（2014年時点で、朝日新聞によればアマゾンの日本国内売上は約9,500億円で日本法人が支払った法人税は約11億円。同規模の売上を持つ国内小売りの1/10以下との指摘）

2. 市場の現状④：音楽定額制配信サービス市場

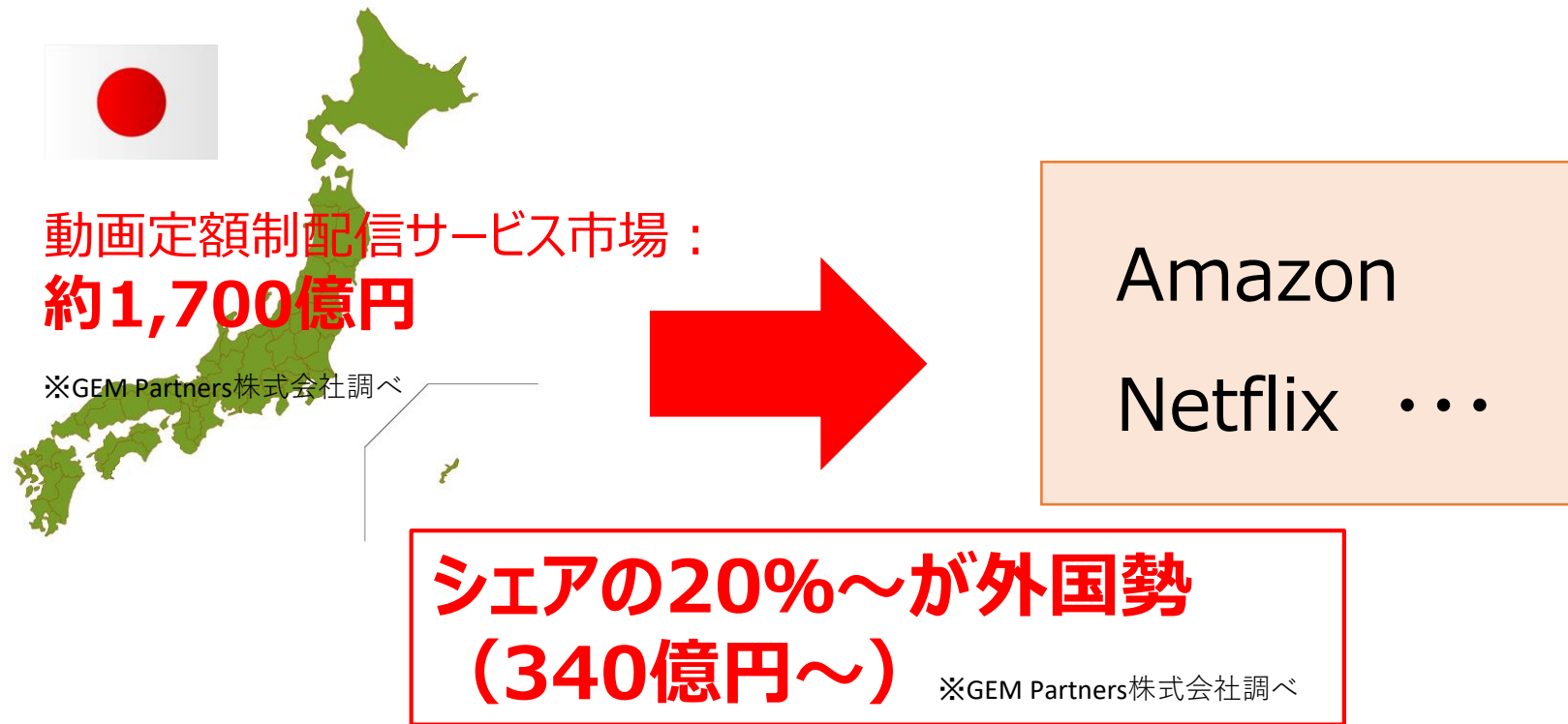
◆ 音楽定額制配信サービスシェアの**大部分は外国勢**



- 音楽配信市場は4年連続プラス成長を続けており、今後も伸びる可能性
- 日本企業はアプリストアの手数料分不利、また外国勢の納税は不透明で日本企業は税率面で対等ではないとの指摘

2. 市場の現状⑤：動画定額制配信サービス市場

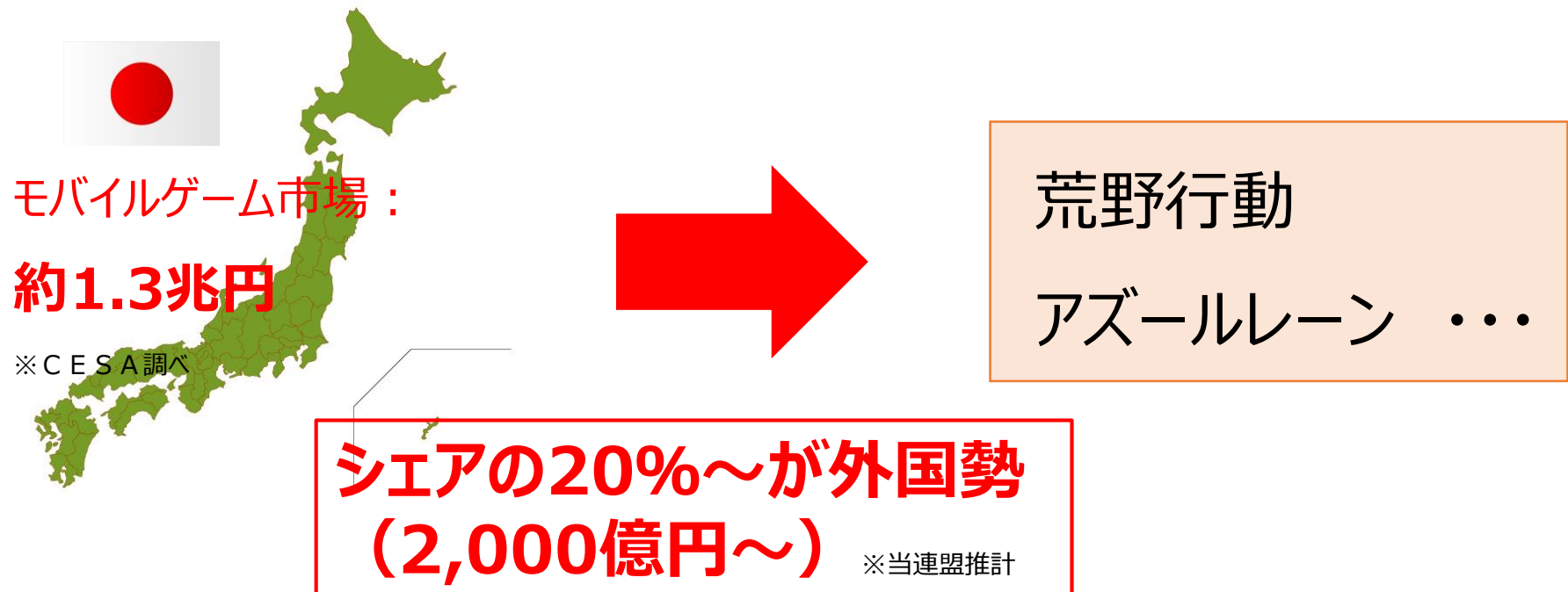
◆ 動画定額制配信サービスシェアは**外国勢が伸び**



- 動画配信サービス市場は今後も成長を続けると予測
- 外国勢の納税は不透明で日本企業は税率面で対等ではないとの指摘

2. 市場の現状⑥：モバイル向けゲームアプリ市場

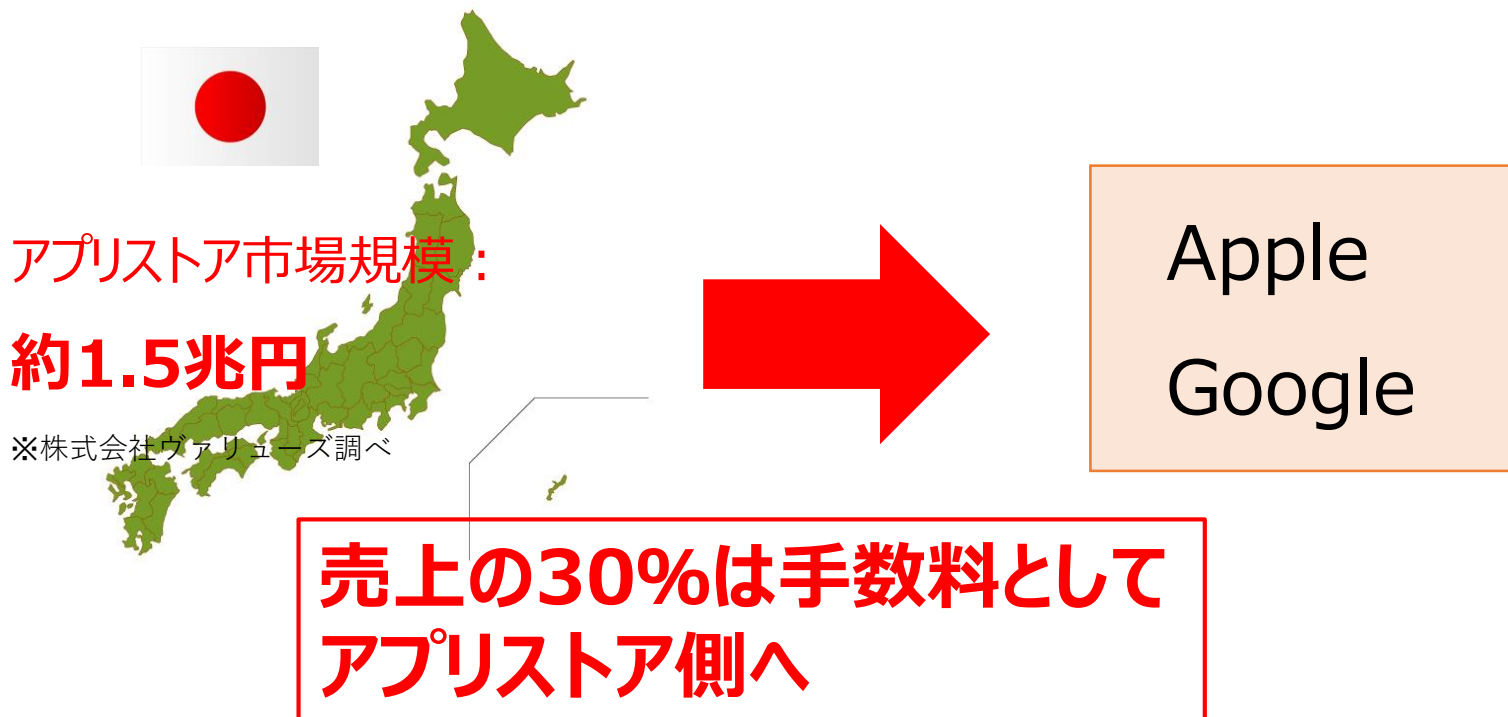
◆ モバイル向けゲームアプリシェアは**中国勢の伸びが著しい**



- 外国勢のシェアが伸長、特に中国企業の伸びが著しい
- 日本企業が中国に参入する際は参入障壁があり不公平との指摘

2. 市場の現状⑦：アプリストア市場

◆ アプリストアは**外国勢の寡占状態**



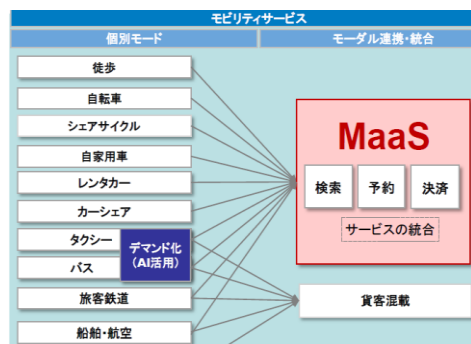
- 日本企業はアプリストアの手数料分不利な環境
- 例えば日本のゲーム会社がアプリストア上で100億円を売り上げた場合30億円をストア側に。ユーザーにとっての負担になっているとも指摘

2. 市場の現状⑧ : MaaSなどの新興サービス市場

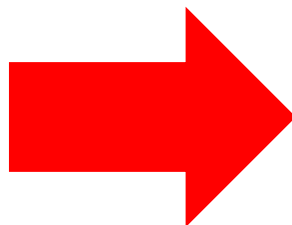
- ◆ リアルとデジタルが融合する時代にあって、**様々な新興サービス**が登場。
MaaS (Mobility as a Service) などの競争はこれから
- ◆ 規制の在り方やサービスの提供次第では**外国勢が席巻**する
- ◆ 既に、OTA (Online Travel Agent) 市場や民泊市場 (規制前) では規制のかからない外国勢が席巻、日本の業界を脅かす存在に



新たなサービス



※国土交通省資料より抜粋



外国勢が席巻する可能性

3. 海外デジタルプラットフォームを巡る諸問題への対応策に向けた論点整理

	論点	問題	関連法案
国外	イコルフットイング (域外適用、執行)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 法の域外適用や域外執行にばらつき ➤ 執行を担保する措置が不十分 	税法（消費税法、法人税法） 旅行業法、金商法などの事業法全般 個人情報保護法など
	海外デジタルプラットフォーム対策	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 優越的地位の濫用 (手数料3割問題、著しく不公正な規約の一方的変更) ➤ 日本国内の売買に対する課税が不十分 	独禁法 税法（法人税法）
	中国プラットフォーム対策	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 中国市場への参入障壁 ➤ 著作権や日本の自主規制を無視した中国企業の参入 ➤ 巨大資本投下による市場規律の阻害 	著作権法 外為法
国内	産業振興、育成	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 日本発プラットフォーム企業の更なる誕生に向けて ➤ スマートネーション、インテリジェントハブ化構想の実現 	事業法全般 デジタル手続法など

4. イコールフットイング①

<域外適用>

- ◆ 外国企業に対する法の域外適用が十分ではないため、**国内企業と外国企業の間、コスト面などでの不平等**が生じている

(具体例)

- ✓ **旅行業法**では国内企業と外国企業で法令順守に差異があり、**国内市場25%を外国企業が占める状態との指摘あり**
- ✓ **金融商品取引法**では外国企業が日本市場で証券売りを行った場合に、**投資家保護がいきわたらない可能性**
- ✓ **チケット転売規制法**においても国内企業は規制されるが、**外国企業は規制されない可能性**。
台湾でも社会問題化
- ✓ **電気通信事業法**では「通信の秘密」や「事故報告制度」などについて外国企業のサービスについて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**
- ✓ **個人情報保護法**は外国企業に対する執行強化など**法改正や運用見直し**の動き

(対応策)

- ◆ 国内法令については**「域外適用をデフォルト化」**する関係法令**一括整備法**を制定すべき

4. イコールフットイング②

<執行の強化>

- ◆法の実効性担保のための**執行強化策**は不可欠。法適用できても執行できていないケースあり。**情報収集強化、体制強化**を強化する**新法を制定**すべき

① 情報収集の強化

➤ 会社法817条の厳格適用

会社法817条の「外国企業の日本における代表者を定めること」等の規定を厳格運用。加えて新法により違反業者への業務停止命令、日本からの国際送金禁止等の罰則追加

➤ 国内法人への資料提出義務の強化

海外企業と実質的に支配関係のある日本法人に対し、税務関連などに関わる資料提出を求める権限を強化。従わない場合には課徴金を設ける

➤ 日本国内で得た情報については国内サーバーへの保存を義務付け

② 執行機能の強化

➤ 裁判の国内管轄権

日本の消費者にサービスを提供する外資企業の国内法義務違反については、日本の準拠法に基づき管轄権を国内裁判所に定める

➤ 「国際執行庁」の創設

各執行省庁が持っている外国企業への権限を一元化し、専門人材を加えたうえで、執行を横断的に一括で担当することによって、執行強化をはかる

5. 海外デジタルプラットフォーム対策①

<アプリストア寡占問題>

- ◆ アプリストアは外国勢2社の寡占状態。2社はアプリ売上に対して**30%の手数料**。2社以外のアプリストアの使用は事実上困難であり手数料について**個社単位では物申せない**状態
- ◆ アプリストアでの著しく**不公正な規約の一方的変更**に伴う国内企業の追加投資やサービスの変更・停止、**アプリ上の決済システムの独占**

(具体的な事例)

- 例えば、日本のゲーム会社がApp Store上で100億円を売り上げた場合、Appleへの手数料が30億円発生。「投げ銭機能」などではダイレクトにユーザーに負担感
- アプリストアでの決済システムにのらない国内企業のサービスがBANされるケースも
- ストア側がアプリ審査やリジェクトの全権を握っている

(対応策)

- ◆ **独禁法の「優越的地位の濫用」の適用**などによって、競争環境の歪みを是正（手数料引下げ、決済API開放による代替手段の確保など）

5. 海外デジタルプラットフォーム対策②

<課税問題>

- ◆ 海外デジタルプラットフォームが**日本企業やユーザーから創造した価値への課税が不透明**。そうした企業が安い税率の国で納税すると競合する**日本企業は不利（日本の税率で真面目に納税する日本企業は対等に戦えない）**。
- ◆ 海外デジタルプラットフォームは合同会社の名の下、**情報開示が不十分**。

<参考：法人税負担率の比較>

- ✓ 伝統的なEUの企業は20.9%に対し、**国際的なデジタル企業は8.9%** ※欧州委員会試算
- ✓ 法人税の**課税漏れは約35億ポンド（約5,000億円）** ※英財務省2016-2017年

(対応策)

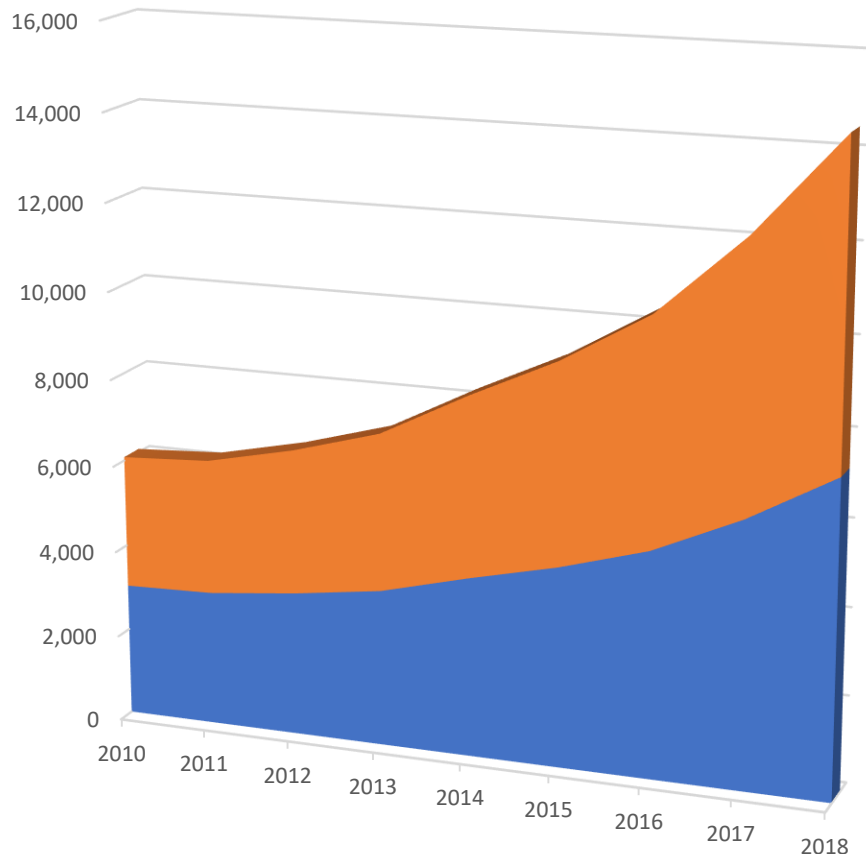
- ◆ 海外企業が**日本の企業・ユーザーから創造した価値には日本サイドが課税**し、課税のイコールフットィングを担保する
- ◆ 「日本の税率を適用した場合の推計値」と「現実の課税額」の差額を把握するため、財務省が**外国勢のタックスギャップを試算し毎年公表**する

5. 累積する逸失利益

◆ ネット広告業界だけでも2000億円の逸失利益が出ている可能性

インターネット広告費（媒体費）の推移

(単位：億円)



■ 外国勢への流出分（シェア50%と仮定した場合）

- 外国勢シェア50%と仮定した場合、2010年からの売上総額は **4兆円**
- 利益率25%、実効税率10%にて計算した場合、外国勢の納税額は **9年間で1,000億円**。



- ✓ 日本で課税（実効税率30%）できていたならば9年で3,000億円の税収となり、**2000億円の逸失利益**が出ている可能性
- ✓ 例えばヤフー株式会社の納税額は **単年で約600億円**、競争環境が対等とはいえない

6. 中国プラットフォーム対策①

<中国市場の参入障壁>

◆ **日本企業の中国市場参入は困難**だが、中国企業は日本市場に参入

(具体的な事例)

- 日本のゲーム企業が**中国へ進出するには規制が多く困難**だが、中国から日本には参入可能な状態。中国での資本力をベースに日本で認知広げ数年後に資金を回収することなどもできる状態
- モバイルゲーム業界における**売上トップ30社のうち外資が6社（中国3社）**を占めており、特に**中国企業の売上が急増**。またDL数では**トップ30社のうち外資15社（中国5社）**で、将来的な売上可能性を考えるとかなりの脅威

(対応策)

◆ 相互主義原則にもとづき、**日中交渉による「参入障壁」の取下げ**
要求

6. 中国プラットフォーム対策②

<著作権問題>

◆ 中国のインターネットメディアは**違法な著作物**で成長、収益化

(具体的な事例)

- 中国企業は**違法な形で著作物アップロード**するなどして、ユーザー数を獲得、広告などでマネタイズ。日本企業がきちんと著作権法を順守している中、**競争環境の不平等が発生**

(対応策)

◆ 著作権法の域外適用の厳格化、リーチサイト対策の徹底

6. 中国プラットフォーム対策③

<買収問題>

◆ 自国で稼いだ資本力を背景に中国企業による投資が活発化

(具体的な事例)

- ▶ YouTubeのタイアップ動画ランキング**トップ1は中国系で2位以下を圧倒**、スマートフォン広告の広告出稿量**トップ1、2位が中国系**になるなど資本力を背景にした活動がさかんに
- ▶ 日本企業への投資活動が増加してくれば**A I 企業等の買収**のおそれも
- ▶ 米国では安全保障への脅威になる場合やインフラ分野への買収などに加え、A I やロボット、バイオ関連などハイテクベンチャーの買収も投資審査対象に追加

(対応策)

- ◆ 国内スタートアップエコシステムへの影響を最小限にしつつ、国益を損う恐れがあるA I などの先端技術などの買収に対し外為法に基づく外資規制を導入

7. 日本の産業振興政策①

<大前提>

- ◆ 国内企業まで委縮させるおそれがある**プラットフォーム規制は成長戦略とはいえず**、拙速な議論には反対
- ◆ むしろ、域外適用の整備と執行強化を図るための**行政組織の再編**が必要
- ◆ 当連盟は累次に渡り成長戦略を提言、**やるべき施策はまだまだある**

<インテリジェント・ハブ化構想実現のための施策>

- ◆ 税制改正 / 法人税減税（20%程度に）、グローバル人材育成、優秀な外国人材への優遇
- ◆ イノベーション支援 / イノベーション人材を育成する税制、起業を促すチャレンジ支援
- ◆ 働き方改革 / 柔軟な働き方を可能とする労働法制とセーフティネット
- ◆ 教育改革 / 最先端人材の育成、Edテック推進、学校のICTハード整備、校務ICT化
- ◆ ベンチャーフィランソピー / 公益法人改革、社会的インパクト投資の促進

7. 日本の産業振興政策②

<スマートネーションの構築のための施策>

- ◆ デジタルファースト／デジタル完結原則の徹底、データ基盤整備、API開放
- ◆ フィンテック／キャッシュレス推進、フィンテック関係の規制緩和
- ◆ シェアエコ／ライドシェアや配送シェアの実現
- ◆ 民間の知恵の活用／企業の自主的取組を促すインセンティブ
- ◆ 市場の開放／事業法を一括改正し事前規制から事後規制に転換、スマートシティ

※データポータビリティやデータの取り扱い

- 全体ではなく分野ごとの議論が必要。金融、医療、交通など
- 企業がデータを持つことのインセンティブを保ちつつ、イノベーションにつながる施策が必要

<人口減少、労働力不足問題への対応のための施策>

- ◆ 移民政策
- ◆ 社会保障改革
- ◆ 超観光立国