



## DSM構築から捉えるEUのデジタル規制

2018/12

三井物産戦略研究所  
国際情報部 欧露・中東・アフリカ室  
島田武典

### Summary

- EUは米国IT大手に対する厳しい対応を続けている。この背景にはEU域内のデジタル単一市場（DSM）を構築するために、公正な競争環境を確保し、個人データの保護を域内共通のルールとして確立したいというEUの狙いがある。
- 世界的にもデータの重要性が強く意識されるなか、データの海外移転に関するルールは国家間で大きな乖離が生じている。国際共通ルールの確立は困難であり、今後も各国はそのルールを大きく変化させていく可能性がある。特に個人データを扱う事業の展開に当たっては、事業環境の予見可能性が低いといえる。

### IT大手に対する厳しい姿勢を維持するEU

経済のデジタル化が一層進行するなか、GAF（グーグル、アップル、フェイスブック、アマゾン）に代表される米国IT大手の強みは増すばかりであるが、EUはこれら企業に対する厳しい対応を続けている。

具体的なアクションとしては、直近に限っても、欧州委員会によるデジタル税の導入提案<sup>1</sup>（2018年3月）や、企業に個人データの厳格な管理を求める「一般データ保護規則（GDPR：General Data Protection Regulation）」の施行（2018年5月）、競争法違反に伴うグーグルへの43.4億ユーロの制裁金賦課（欧州委員会、2018年7月）、アマゾンに対する競争法上の予備的な調査の開始（同、2018年9月）、インターネット上の著作権保護強化を目的としたEU指令案の可決（欧州議会、2018年9月）など多くが挙げられる。

2018年3月にフェイスブックユーザー数千万人分の個人データがデータ分析会社であるケンブリッジ・アナリティカに不正に共有され、米国大統領選等の結果に大きな影響を及ぼしていた可能性が報じられたことを一つのきっかけとして、米国IT大手に対する風当たりは世界的に強まる方向にあるものの、EUが見せる対応の厳しきは突出している印象だ。

<sup>1</sup> 低税率を武器に米国IT企業を積極的に誘致してきたアイルランド等の反対で、EUとしての意見集約は難航しているもよう。こうしたなか、2018年10月には英国が単独でデジタル税導入を発表した。IT企業が英国のユーザーから得た収入に2%の税率を課す計画。

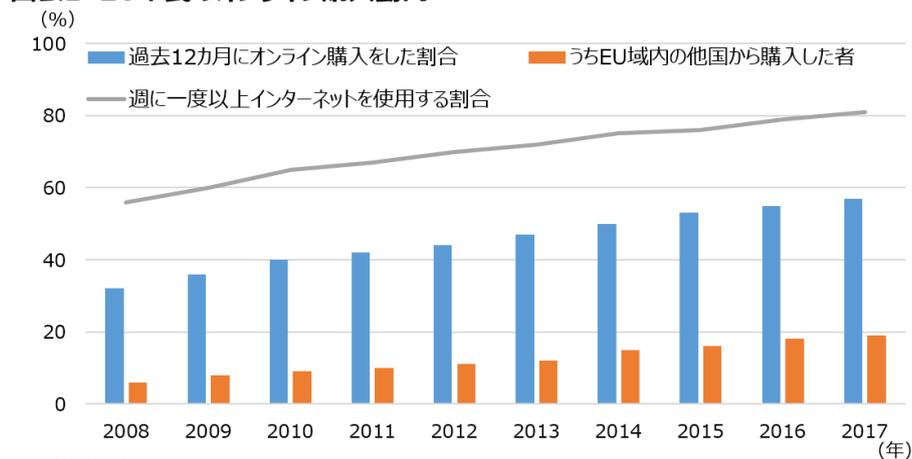
## EUのデジタル戦略～DSM構築がEUの狙い

EUは経済のデジタル化に対して否定的なわけではなく、むしろ積極的に推進していくとの立場だ。

経済のデジタル化において、EUが抱える主要な課題の一つは、ユーザーとサービス提供者の間の地理的要因によってオンラインサービスへのアクセスが拒否される「ジオブロッキング (Geo-blocking)」の問題や、国ごとに異なる付加価値税制 (VAT) や国外配送に関連する事務作業の煩雑性などを背景に、国境を越えたオンラインサービスの利用が阻害されている点である。

「過去12カ月以内にEU域内の他国からオンラインでモノ・サービスを購入したEU市民の割合」は19%となっている (2017年時点、図表1)。「週に一度以上インターネットを利用するEU市民の割合」は8割に達し、「過去12カ月以内に (自国かEU他国かを問わず) オンラインでモノ・サービスを購入したEU市民の割合」は6割近くに上っている。さらにEUの基本理念として「人・モノ・資本・サービスの移動の自由」が掲げられている点を踏まえれば、19%という数値には引き上げ余地があるといえそうだ。

図表1 EU市民のオンライン購入動向



注：サービスも含む

出所：Eurostatの資料を基に三井物産戦略研究所作成

そこでEUは、域内のデジタル市場を一つに統合し、消費者と事業者がより多くの恩恵を受けられるようにするために、デジタル単一市場 (Digital Single Market : DSM) 戦略を推進している。DSM戦略は「デジタル製品・サービスへのアクセス改善」、「デジタルネットワークとサービスが繁栄するための環境整備」、「経済・社会のデジタル化を通じた成長余地の最大化」という3つの柱と、それぞれに付随する16の重要アクション (図表2) で構成されている。

DSMには大きな期待が寄せられており、欧州委員会は実現すれば4,150億ユーロの経済効果が生まれるとしている。具体的には、Eコマース分野における価格低下、および選択肢の拡大に伴う厚生拡大や、クラウドコンピューティングの普及などIT化の推進に伴うコスト削減、生産性の改善、新たなビジネス機会の創出などが期待されている。

**図表2 DSMの3つの柱と16の重要アクション**

第一の柱：欧州全域における商品・サービスへのオンラインアクセスの向上
① 国境をまたぐ電子商品取引を簡便化するためのルール設定
② 消費者保護を含むルールの強化
③ より効率的で手ごろな宅配の実現
④ 不当なジオブロッキングの撲滅
⑤ 欧州の電子商取引市場に影響を及ぼしている競争上の懸念の特定
⑥ 現状に則しより統一された著作権枠組みの整備
⑦ 「衛星およびケーブルに関する指令」の見直し
⑧ 各国ごとに異なる付加価値税制（VAT）によって生じる企業の事務負担の軽減
第二の柱：高度なデジタルネットワークやサービスのための環境づくり
⑨ EU通信規則の抜本的な見直し
⑩ 視聴覚メディアに関する規定の見直し
⑪ オンラインプラットフォームの役割についての分析
⑫ デジタルサービスにおける個人データ保護に関する信頼性および安全性の強化（ルールの構築）
⑬ ネットワーク・セキュリティ分野における関連業界との協力体制の構築
第三の柱：デジタル経済・社会の成長可能性の最大化
⑭ EU域内での自由なデータ移動を可能とする欧州クラウドイニシアチブの立ち上げ
⑮ DSMの主要エリアにおける標準化と相互運用に向けた取り組み
⑯ 適切なデジタル技術取得の支援とそれに伴う雇用機会の創出。加盟国当局がビジネスに関する登録情報を共有できる電子政府（e-government）に関する行動計画

出所：欧州委員会資料を基に三井物産戦略研究所作成

また、2017年5月に欧州委員会はDSM戦略の中間レビューを発表、その中でより一層取り組みを強めるべき分野として、（1）データ経済を最大限発展させること（経済・社会に恩恵をもたらすべく、デジタルデータを最大限活用すること）、（2）サイバーセキュリティ上の課題を解決することにより欧州の資産を保護すること、（3）オンラインプラットフォームが公正なインターネットのエコシステムを維持するために負うべき責任を明確にすること、の3点を挙げた。（1）に関し欧州委員会は、データ経済の発展が欧州企業の成長や公的サービスの近代化等に貢献し、適切な施策が実行されれば、2020年までにその価値はGDPの4%と、2016年から倍増すると指摘している。足元で特に注力するのが非個人データの域内流通促進であり、2018年10月には欧州議会はEU域内における非個人データの自由流通に関する規則案を可決した。同規則案の報告者を務めたAnna Maria Corazza Bildt氏は当該法案によりAIやクラウドコンピューティング、ビッグデータ分析の道を開くと指摘しており、これら産業の今後の成長にEUが高い期待を寄せていることが感じられる。

### 競争法の活用は公正な競争環境の確保が目的

米国IT大手規制という観点から、まず、前述した「EUがDSM戦略を進めるなかで注力すべき3分野」を眺めると、特に注目されるのは（3）オンラインプラットフォームが公正なインターネットのエコシステムを

---

維持するために負うべき責任を明確にすること、である。

米国IT大手は、企業がオンライン販売や広告事業を展開する際の基盤（プラットフォーム）となるソフトウェアやアプリケーション等を提供し、多くの企業や消費者を引き付けている。ユーザーから得られる利用データはサービスのカスタマイズ等に利用され、他の事業者、特に新規参入者に対する圧倒的な優位性をもたらす。これらの結果、米国IT大手の市場シェアは一層高まり、一部の市場において独占/寡占状態に至ることも珍しくない。

EUの中小企業とプラットフォーム事業者の関係性について調査したFlash Eurobarometer 439 ‘The use of online marketplaces and search engines by SMEs’（2016年6月公表）では、オンライン販売を行うEUの中小企業の82%は、「製品および/またはサービスのオンライン販売を検索エンジンに頼って」おり、同じく66%が「自社の売り上げが検索結果から大きな影響を受ける」と回答している。また、2017年5月に欧州委員会が公表した報告書‘Business-to-Business relations in the online platform environment’では回答企業の90%がソーシャルメディアやSNSを販売目的で活用したとしており、欧州企業のプラットフォーム事業者への依存度が極めて高くなっている状況の一端がうかがえる。

こうした関係性は不公正な取引慣行につながりやすい。前述の欧州委員会報告書では、回答企業の46%がプラットフォーム事業者との問題を経験したと回答しており、プラットフォーム経由の売り上げが全社売り上げの半分を上回る企業では、その割合が75%にまで跳ね上がる。問題と認められる取引慣行の具体例としては、検索結果やランキングにおける透明性の欠如、製品やサービスが予告なしにリストから削除されること、プラットフォーム事業者が自社製品やサービスを優先する場合があること、個人データや非個人データへのアクセスや利用を制限すること、などが指摘されている。

冒頭で述べた競争法違反に伴う制裁金は、プラットフォーム事業者がEUの企業に対し、優越的地位を乱用しており（プラットフォーム事業者が独占/寡占状態に至ること自体に問題はない）、特にその影響が顕著とEUが判断した事例への対抗手段として活用されているものといえる。なお、欧州委員会は2018年4月に公正な取引慣行基準、透明性の確保、紛争解決手段の創出などを含む新規制案を公表した。プラットフォーム事業者に対し弱い立場にあるEUの中小企業が不利な契約を強いられることを防ぐほか、法的に対抗できるよう調停制度をつくるものであり、競争法違反に伴う制裁金と合わせ、米国IT大手への対抗手段となることが期待されている。

## GDPRによりEUがもくろむ個人データ保護+競争の誘発

次に一般データ保護規則（GDPR）について見てみよう。GDPRは個人データの処理と移転についてEU<sup>2</sup>全域で共通のルールとして定められたものである。個人データ保護に対するEU市民からの信頼を得ること、域

---

<sup>2</sup> GDPRはEU加盟国にノルウェー、アイルランド、リヒテンシュタインの3カ国を含めた合計31カ国が対象となる。

---

内統一の個人データ保護に関する共通ルールを策定すること、（当該ルールの下で）自由な個人データの保存・処理を可能とすることは、いずれもデータ経済を発展させ、DSMを構築する上での必要条件といえる。この意味で、GDPRはDSM推進に不可欠な要素であると考えられる。

EUにおいて「個人データの保護」は基本的人権として位置付けられている。基本的人権という重要な価値を保護するものであるため、GDPRに違反した場合には「最大2,000万ユーロ、または前会計年度の全世界年間売上高の4%のいずれか高い方」という極めて厳しい罰則を受ける。

GDPRで特に注目されるのは、データ・ポータビリティの権利が新設されたことである。データ・ポータビリティとは、データ主体（EU市民）が、データ管理者（プラットフォーム事業者等）に提供してきた個人データを、構造化<sup>3</sup>され、一般的に利用され、機械によって読み取り可能な形式で受け取ること、そして当該データを、妨害なしに、他の管理者に転送することを認めるものだ。EDPB（データ保護会議：European Data Protection Board）が公表したガイドラインでは、データ主体が関心を持ち得る自己の情報の例として、音楽ストリーミングサービスにおけるプレイリストや視聴履歴、Webメールアプリケーションにおける連絡先リストが挙げられている。これら情報を競合サービスに「持ち運ぶ」ことが可能となれば、ユーザーにとってサービス乗り換え時の苦労は大きく低減することが期待されよう。実際にどの程度のサービスの乗り換えが生じるかは現時点では不明であるが、個人データが一部のプラットフォーム事業者に偏在する現状を緩和し、結果として新たなサービスの誕生・成長を促す可能性もある。こうした意味においてGDPRはEUが米国IT大手に対抗する手段との側面も持っているといえる。

ただし、GDPRがEUのスタートアップ企業に想定外の悪影響を及ぼすリスクには留意が必要だ。GDPRが求める厳格な個人データ管理がスタートアップ企業にとってのコスト押し上げ要因となることやイノベーション意欲を削ぐ可能性がある。さらに、GDPR施行により個人データへの意識が一層高まった場合、EU市民はGAFAなどが提供するなじみのサービスを選択し、未知のスタートアップを敬遠することも考えられる。

なお、GDPRの施行に際し、GAFAを含め多くの企業がプライバシーポリシー変更等の対応を行ってきた。施行初日にGoogleとFacebookがGDPRに違反しているとして非営利のプライバシー保護団体から提訴されるなどの動きも見られているが、現時点ではGDPR違反を理由に罰金が科されるような事案は見られていない。ただし、米Talendの調査では、70%の企業が1カ月以内と設定されるデータ・ポータビリティに関する対応期限を守れなかったとされており、GDPR対応に向けた体制構築は道半ばであることがうかがえる。

また、GDPRはEU内に拠点を持たなくとも、インターネット取引等でEU市民の個人データを処理、移転する場合には適応されるため、日系企業もその適用対象となり得る。2018年7月には、日本のホテルを取り扱っていたフランスのホテル予約サイトで、不正アクセスによる個人データ漏えいが発生、このサイトと契

---

<sup>3</sup> 表形式など整理が容易な状態であること。なお、「構造化され、一般的に利用され、機械によって読み取り可能な形式」についてGDPRでは推奨等はしていないが、コストのかかるライセンス契約の制約があるような形式は適切な方法とは見なされないとしている。

---

約していた日本のホテルが個人データの管理者としてGDPR違反となる可能性が指摘された。GDPRは施行間もなく、どのようなケースが実際にGDPR違反となるかは、今後のEU当局の判断を見ていくしかないのが現状であるが、日本企業としてもさまざまなケースを想定し、対応を図っていく必要があるだろう。

### データの移転に関する国際ルールの確立は困難であり、予見可能性は低い

以上見てきたとおり、EUの米国IT大手に対する対応は域内のDSMを構築するために、公正な競争環境を確保すること、個人データの保護を域内共通のルールとして確立すること、という目的の下に実施されている。

なお、ここで世界に目を転じると、経済活動におけるデータの重要性が高まるなか、個人データの域外移動に制限を設ける国は増加傾向をたどっており、GDPRの導入を一つのきっかけとして、個人データの取り扱いに関する検討を開始した国も見られる。カナダ、豪州、シンガポール、マレーシア等では個人データ移転規制が既に存在し、EUと同様、移転先国のデータ保護レベルが十分な水準にあることを求める国もある。

これに対し、サーバー等の関連設備の現地設置を義務付けるという、より厳しい動きも見られる。この代表例は中国であり、サイバーセキュリティ法の下、重要情報インフラ運営者に対し、個人データおよび重要データを中国国内で保存するよう義務付けている。ロシアやインドネシア、ベトナムなどでも同様の動きが見られるが、その目的は、市民のプライバシー保護のほか、重要データを国家の監視可能な状態に置くことで政治的な安定を保つこと、GAFANAなど海外企業の国内参入を防ぎ、自国企業を育成すること、などがあるもよう。

データ規制は各国の思想を反映したものである。各国が重視するもの（経済活動の自由度、個人のプライバシー、安全保障等）によって規制の内容が変わり得る点を踏まえれば、データ経済発展のためには共通ルールの形成が重要ながら、統一的なデータ規制の導入は難しいだろう。

経済のデジタル化が進むなか、日本企業でも、データを取得し、活用する場面がますます増加するものとみられるが、事業展開を行う国の個人データ等の管理方針が急変し、データの活用が不可能となるなど、事業環境が大きく影響を受けるリスクには留意が必要といえよう。

---

当レポートに掲載されているあらゆる内容は無断転載・複製を禁じます。当レポートは信頼できると思われる情報ソースから入手した情報・データに基づき作成していますが、当社はその正確性、完全性、信頼性等を保証するものではありません。当レポートは執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社及び三井物産グループの統一的な見解を示すものではありません。また、当レポートのご利用により、直接的あるいは間接的な不利益・損害が発生したとしても、当社及び三井物産グループは一切責任を負いません。レポートに掲載された内容は予告なしに変更することがあります。