

eビジネスによる日本の成長

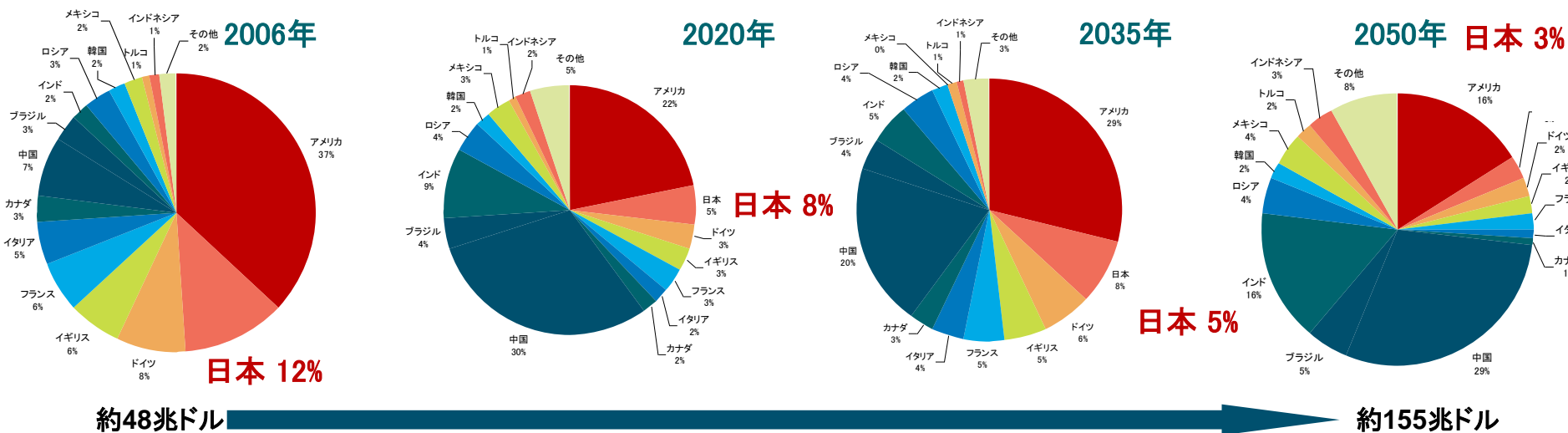
2010年4月23日

eビジネス推進連合会 会長 三木谷 浩史

2050年の世界経済

- 世界経済規模は06年の3.2倍に成長
- 国別GDP予想順位は、①中国(29%)、②インド(16%)、③アメリカ(16%)、④ブラジル(5%)、⑤ロシア(4%)、⑥日本(3%)、⑦インドネシア(3%)
- 日本の予想GDPは、06年 5.76兆ドル⇒50年 4.65兆ドルと絶対額でも減少となる

【BRICs、Next11、先進国における経済規模予測】



ネットの普及もあいまって世界経済は、
ますますグローバル化・ボーダレス化

ネットの力を最大限に活用して日本再生！
産業を取り巻く各種制度について、
世界標準に合わせることを基本とすべき
脱ガラパゴス！

EU(欧州連合)

「EU2020」(詳細作成中)
欧州のデジタル単一市場創設、ICT中小企業のイノベーション促進、オンラインコンテンツサービスの促進等

中国商務部

2015年までに、小売のEC化率を5%にする。

韓国

「ニューIT戦略」「国家情報化基本計画」(2008~2012)

- ①情報通信産業生産額を4割以上UP。
- ②情報化分野で14.2万人雇用創出。

フランス

「デジタルフランス2012」

- ①2012年までに、GDPに占めるICTのシェアを6%から12%に引き上げる。
- ②2012年までに、全国民が、高速インターネット接続可能になるようにする。

「将来へ向けた大型投資計画」

・ICT分野(光ファイバー網整備、遠隔医療等での利用促進、コンテンツ振興)に2010年以降45億ユーロ投資

台湾

「台湾ICT発展計画」

2011年までに、UNS (Ubiquitous Network Society) 関連の新興産業における年間生産額を1兆NT\$にする。

シンガポール

「iN2015」

2015年までに、情報通信産業による付加価値を2005年の2倍にする。

米国:オバマ政権の政策

①全米ブロードバンド計画

- ・1億世帯に向けて下り100Mbps、上り50Mbpsのブロードバンド環境を整備
- ・高速無線ネットワーク・サービスで世界をリードする地位を獲得する
- ・学校や病院、公共機関に1Gbpsの回線を確保

- ②コストを低減させながらも、ヘルスケアの質を改善するために、5年以内に国民の医療記録を電子化する。

(出典)総務省「情報通信白書」、新聞報道等をもとに作成

「eビジネス推進連合会」が発足

本年2月22日、インターネットを利活用したサービス(eビジネス)を行う法人・個人から構成される団体が発足。

設立総会時の模様



名称

一般社団法人eビジネス推進連合会(略称:JeBA)

役職

会長:

三木谷 浩史(楽天株式会社代表取締役会長兼社長)

副会長:

井上 雅博(ヤフー株式会社代表取締役社長)

幹事:

藤田 晋(株式会社サイバーエージェント代表取締役CEO)

監事:

金丸 恭文(フューチャーアーキテクト株式会社代表取締役CEO)

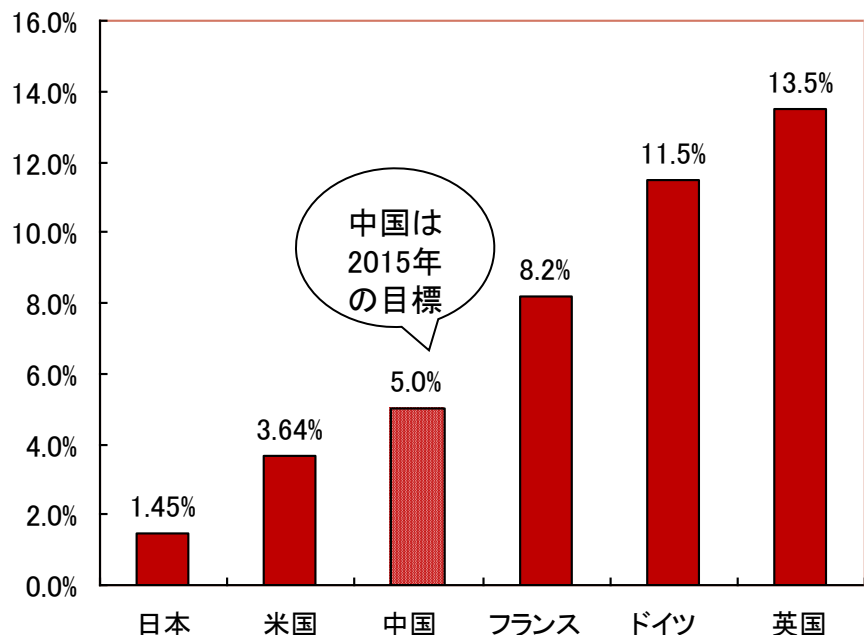
目的

インターネット及びeビジネスの拡大を通じた日本の競争力強化を目的に、民間の立場から各種提言や情報提供を実現

項 目	人 数
<p>団体会員数(4月12日現在)</p>	<p>合 計 1,775社 一般会員 294社 賛助会員 1,481社</p>
<p>会員各社の エンドユーザー総数</p>	<p>少なくとも延べ 1.72億人 (主な会員制企業のエンドユーザーの合算値)</p>

日本は、ブロードバンド整備率は高いが、BtoC・EC化率は低い。
⇒ネットの「利活用」促進が必要不可欠

諸外国のEC化率(2007年)



EC化率4%(米国並み)になれば...

日本の小売
EC市場

2.8倍、
4.5兆円の増加

EC化率10%(欧州並み)になれば...

日本の小売
EC市場

7倍、
15.5兆円の増加

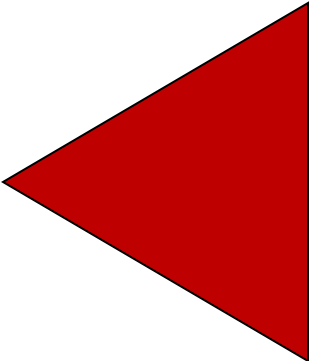
出典: 日本及び米国: 経済産業省「平成19年度電子商取引に関する市場調査」に掲載されたデータに基づき作成。

: 英国、ドイツ及びフランス: 経済産業省「平成20年度電子商取引に関する市場調査」に掲載されたデータに基づき作成。

: 中国の目標は、中国商務部が2009年11月に公表した文書「商務部の流通分野での電子商取引発展促進に関する意見」。

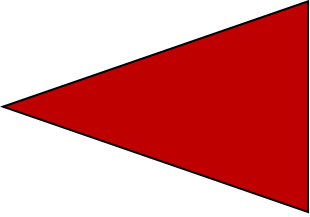


内需の拡大

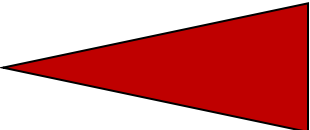


ネット技術の活用により、
消費市場を活性化

- ・パーソナライズサービス(行動ターゲティング広告等)
- ・ソーシャルメディアマーケティング



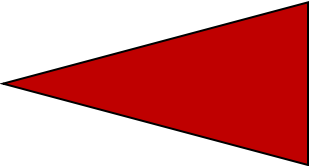
中小企業や地方製品の販路を開拓、
消費者にとっては近くにはない商品などを
取り寄せられる



高齢者・障害者の方、多忙の方など
買い物困難者にもきめ細かく対応できる



個人金融資産の活性化と投資機会の提供



ネットを使った新サービスの実現
(遠隔医療、遠隔教育等の実現)

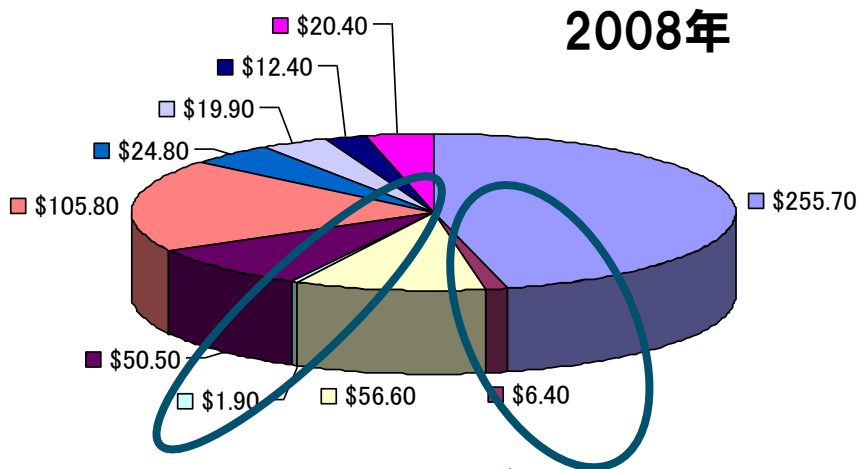
外需の取込み

急増するアジア
の富裕層と
中間層等を
ターゲット

アジアとのクロスボーダーEC取引の促進
⇒「汎・アジア・インターネットFTA」
(阻害要因となる関税、輸出入品規制
の見直し等)

ネットを活用した観光資源の売込みと旅行
商品の提供
⇒訪日外国人増加目標の達成

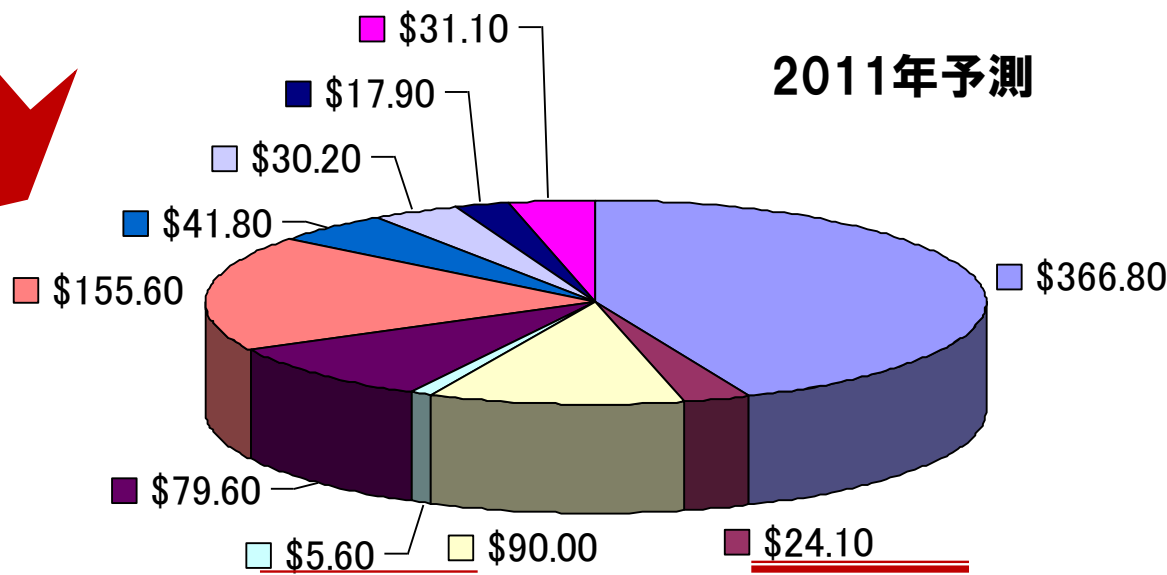
ネットを活用した「日本ブランド」の売込み
と「Japan Fan」の増大化



中国、インド等が急速成長の見通し
2011年市場規模予測(2008年比)
中国 3.8倍
インド 2.9倍
(参考) 日本 1.6倍
アメリカ 1.4倍

- United States
- China
- Japan
- India
- Germany
- United Kingdom
- France
- Canada
- Korea, South
- Australia

単位: Billion USD
出典: eMarketer



■ ネットを利活用できておらず、まだまだ経済拡大できる余地が高い。
⇒ ネット利活用のイノベーションを阻害しないことが必要。

eビジネスのイノベーションの阻害のおそれ

- ・ 一般用医薬品の通信販売規制
- ・ 東京都条例改正（フィルタリング強制化等）
- ・ ライフログ活用（行動ターゲティング広告等）への過度な規制化の動き
- ・ 食品表示の過度な規制化の動き
- ・ NTTが進めるNGN（Next Generation Network）

■過剰な規制により、消費者・利用者や企業が不要なコストを負担させられ、社会経済全体の効率性が阻害される。

モノ・カネの流通の阻害のおそれ

- ・「貸金業法」の総量規制等
- ・「割賦販売法」での与信規制

企業活動の阻害のおそれ

- ・法人税等の増税の検討
- ・役員報酬個別開示規制
- ・「公開会社法案」の検討
(監査役の一部を従業員代表から選任するなど)

規制の主要事例 I : 医薬品通販規制

通信販売は、対面原則の趣旨を満たせず安全を確保できないとの理由から、1類及び2類医薬品の通信販売を禁止。(2009年6月1日施行)

分類	市場規模比率(注)	該当する医薬品の例(推定)	通販可否
第1類 医薬品	4%	・H2ブロッカー含有薬(「ガスター10」等) ・水虫薬(「ウィンダム」等) ・発毛薬(「リアップ」等) ・性機能改善(「グローミン」)等	通信 販売 不可
第2類 医薬品	63%	・風邪薬(「ルル」等) ・禁煙補助(「ニコレット」等) ・主な便秘薬(「コーラック」等) ・痔の薬(「ポラギノールA」等) ・水虫薬(「スכולバ」等) ・咳止め(「改源咳止め」等) ・歯痛薬(「リングル」等) ・しもやけ・あかぎれ用薬(「紫雲膏」等) ・鎮痒・収斂・消炎薬(インドメタシン等) ・寄生性皮膚病薬(「ピロエース」等)・皮膚軟化薬(新メディナース)等 ・胃腸薬(「ザッツ21」等) ・漢方処方剤 ・腸薬(グリセリン含有のもの)・妊娠検査薬(「ドゥーテスト」)等	通信 販売 不可
第3類 医薬品	33%	・アスコルビン酸(ビタミン剤等) ・便秘薬 (「3Aマグネシア」等) ・整腸薬(「ガスピタン」等) ・消毒薬(「オキシドールA」等) ・うがい薬(「イソジン」等) ・下剤(「酸化マグネシウム」等) ・口腔咽喉薬(「のどぬーる」等) ・歯槽膿漏薬(「三宝はみがき」等) ・生薬主薬製剤(人参・紅参主薬製剤) ・殺菌・消毒薬 ・ビタミン主薬製剤 ・ビタミン含有保健薬等	通信 販売 可能

一般用医薬品の67%が通信販売で購入できなくなった。

(注)富士経済(株)が、独自に推定して分類した2007年の構成比率(2008年7月25日公表)。 http://www.group.fuji-keizai.co.jp/press/pdf/080725_08056.pdf

経過措置の問題点

- ①障害者、離島以外の薬局不在地域の方、対面購入に抵抗がある方への配慮はまったくない。
- ②離島居住者と継続使用者も、あと1年後には通販で購入できなくなる。
- ③1類医薬品は、経過措置の対象になっていない。

経過措置の対象者

以下の者には、対面販売を不要とし、通信販売を認める。

- ①薬局・店舗がない離島の居住者
- ②施行前に購入した医薬品を施行時に継続使用していると認められる者
(同一の人が同一の店舗で同一の医薬品を購入する場合に限るとの厚労省の説明)

経過措置の対象医薬品

- ①薬局製造販売医薬品、②第2類医薬品

経過措置の期間

改正省令の施行(2009年6月1日)後2年間

ネットをうまく活用して医薬品を販売できるのが、世界的潮流

国名	一般用医薬品の販売の可否
アメリカ	○
カナダ	○
EU(イギリス、ドイツ等)	○
中国	○
韓国	×
台湾	×
シンガポール	○
オーストラリア	○

厚生労働省の主張を鵜呑みにした判決であり不合理

判決要旨では、厚生労働省の主張と同じく、対面販売でないとな安全性が確保できないとしているが、対面販売自体の要否の吟味が十分なされておらず不合理な判断。

(不合理な主張の例)

■対面が必要だということの根拠説明が無い

「有資格者が自ら直接に購入者と対面した上で、…(略)…情報提供の要否・内容及び使用の適否を判断することが必要」としているが、それがなぜ必要なのか、対面でないとう安全が確保されないのかの説明が無い。

■代理購入時の販売安全性の分析が非現実的

代理購入について、「購入者の様子の視認等を即時・確実に行うことを通じて使用者を確認」できるとし、使用者の属性・状態等を的確に把握して、使用の適否などを判断できるとしている。
薬剤者や登録販売者に対して、明らかに実施不可能なことを期待し、それを前提とした非現実的な判断である。

■消費者心理の実態にそぐわない判断

「購入者のプライバシー等の点についても、…(略)…心理的な抵抗を除去して情報開示の必要性に理解を得ることは十分に可能」としているが、改正薬事法の施行後の消費者の購入行動の実態を踏まえれば、まったく実態に即していない。

継続協議となった東京都改正条例案の内容

1

フィルタリング提供事業者等に閲覧防止する努力義務を課し、 閲覧防止の情報を条例で規定

閲覧防止対象情報を下記のように、あいまいかつ広範囲な規定。

「自己若しくは他人の尊厳を傷付け、

違法若しくは有害な行為を行い、

又は犯罪若しくは被害を誘発することを容易にする情報」

2

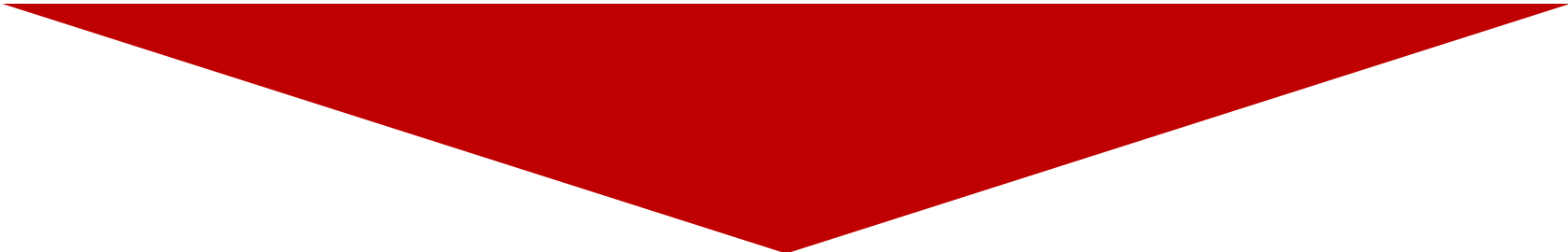
携帯フィルタリングを解除できる理由を限定。

解除理由は、以下に限定。保護者の判断が入らない。

- ・保護者向け監視ツールを利用して子どもを適切に監視する場合
- ・東京都規則で定める正当な理由に該当する場合

1 フィルタリングの水準設定に行政が関与。設定する対象もあいまいかつ広範囲。

2 親が判断すべきフィルタリングの解除について、行政が介入。



東京都による事実上の「検閲」
親と子供の選択権が侵害される

NGN (Next Generation Network)

1 日本国内に技術的に閉じたネットワーク

- ・Home GatewayをNTTが 支配
- ・独自仕様による囲い込み⇒国際的には使えない

2 「品質確保」を名目に、NGN以外の選択を制限

- ・再送信の遅延時間、認証・暗号機能など

3 「サービスレベル」の競争を阻害

- ・ネットワークインフラが認証、著作権管理等までを実施
- ・高コストインフラとなり、そのためサービスの硬直化

「ネクスト・ガラパゴス・ネットワーク」 (Next Galapagos Network)

1 日本国内に技術的に閉じたネットワーク

- ・Home GatewayをNTTが 支配
- ・独自仕様による囲い込み⇒国際的には使えない

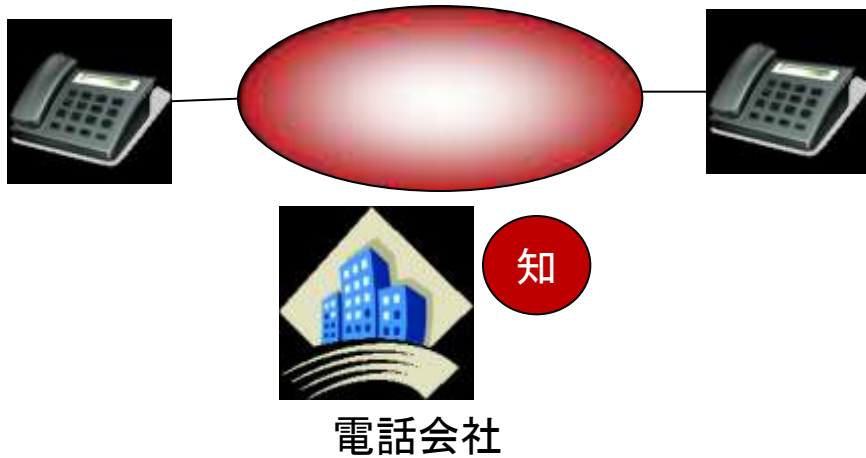
2 「品質確保」を名目に、NGN以外の選択を制限

- ・再送信の遅延時間、認証・暗号機能など

3 「サービスレベル」の競争を阻害

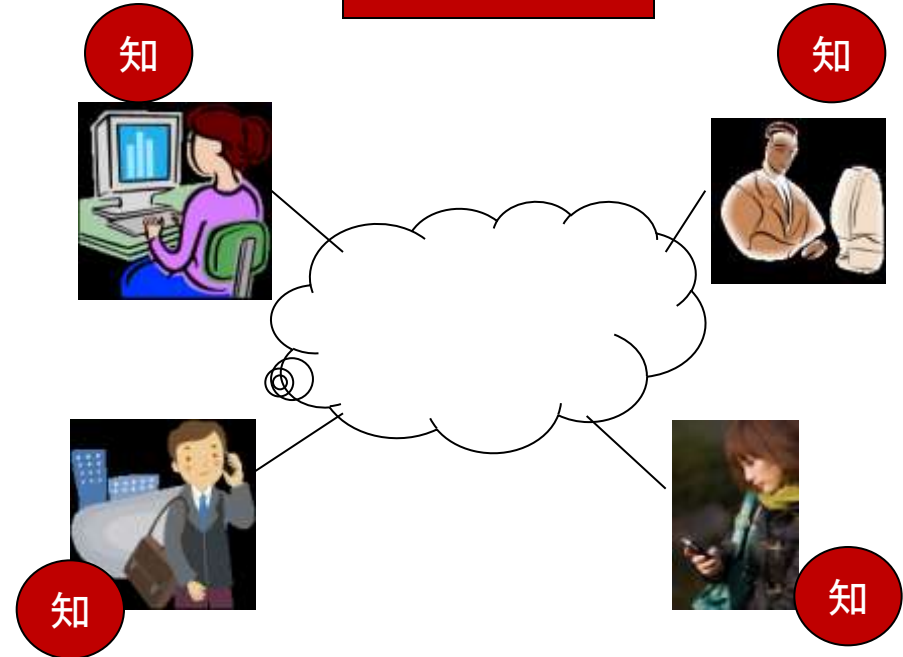
- ・ネットワークインフラが認証、著作権管理等までを実施
- ・高コストインフラとなり、そのためサービスの硬直化

電話網



ネットワークインフラ(=電話会社)が
主要サービス機能を集権。

インターネット



ネットワークインフラは、
デジタルデータの転送のみ。
端末が主要サービス機能を担当。

戦略①

国内の特殊なスタンダード、ガラパゴスな規制・制度は撤廃すべき。
日本の制度を世界標準にあわせる。

戦略②

ネットを官民で徹底的に活用し、知的生産性をあげる。

戦略③

海外からのヒト、モノ、カネが集まる環境を日本として用意する。
・法人税引き下げと規制改革
・外国人労働者の積極的受入れ

戦略④

公共サービスを世界のベンチマークで評価する

戦略⑤

国際的に通用する人材の育成(英語教育の抜本的改革等)