巻頭言

グローバル化時代に対処するために

慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科教授　　苗村　憲司

日本とオランダの国際交流400周年を祝う催しが双方で行われている。1600年４月19日にオランダ船リーフデ号が豊後に到着したのが交流の端緒だったという。しかし、日本がその後200年に及ぶ鎖国時代に突入したことを考えると、日本にとって西洋の先進国との開かれた交流の期間はおよそ200年にしかならないことになる。

国際交流の進化段階を次のように捉えてみよう。その第１段階では、国内向けに製造された物や情報、人等が国境を越えて行き交う。第２段階の「国際化」では、外国での消費をねらいとする製品の開発と販売、外国向けの情報の提供等が行われる。そして第３段階の「グローバル化」では国境の存在をほとんど無視し世界市場を相手とする製品・サービス等の提供が行われる。第３段階において企業は世界規模の競争にさらされることになる。この意味で、日本はグローバル化の波に大きく揺り動かされている。

日本の製造業が世界市場を相手に商品を開発し提供してきた実績から見て、日本企業にとってのグローバル化は今に始まったことではない。しかし、金融、保険、情報通信等のサービス業分野における本格的な国際競争は初めての経験である。現在の為替レートは製造業の実力比較に対応しているとしても、サービス業の実力に対応するとはいい難い。

郵便事業や電気通信事業はサービス業の中では特に早くから国際化していたといえる。外国送金、旅行小切手の購入、クレジットカード決済等のサービスを含めて、郵便局の窓口は国際的な金融機間としての性格も備えている。しかし、インターネットの世界拡大によって到来した本格的グローバル化時代に対する準備は十分とはいえない。

例えば、電子メールやファクシミリはほとんど国境を意識せず送信できるのに対して、郵便番号は国毎に別々に定められた独自の形態で記載しなければならない。旅行案内は国内外を問わず多数出版されており、またインターネットのURLは国内外を

問わず容易に検索できるのに対して、外国の郵便番号簿や電話番号簿は主要都市のものでも簡単には入手できない。携帯電話を外国に持っていって自由に使えるようになるまで、少なくとも数年はかかりそうだ。

グローバル化時代には、さまざまなリスクが伴うのも事実だろう。インターネット上での電子商取引における詐欺、悪徳商法を始め、違法・有害コンテントの存在、コンピュータウィルス等の情報セキュリティ問題等、対処すべき課題は多い。これらは、国内の取引に限っても存在するリスクがグローバル化によって増大した例である。

これに対して、グローバル化時代の電子商取引に固有の問題もある。取引に関わる税の問題が一例である。インターネットのドメイン名には「jp」のように国に対応するものもあるが、それは必ずしも取引の行われる国を意味していないからだ。税制度が世界規模で統一されない限り、取引の行われる国を表示する方法を定める必要があろう。それは、消費者保護と個人情報保護を含む適用法制を明確化するためにも役立つに違いない。

民間放送の広告収入がインターネットのポータルサイトに移行する可能性が現実のものとなりつつある。それは、広告ビジネスが一気にグローバル化することを意味する。平均視聴時間の長さに支えられてきた日本の広告業界はインターネット上でのグローバル競争に勝てるだろうか。その結果が日本の放送業界に与える影響は重大であろう。

電子商取引に関するビジネスモデル特許の存在もリスクとなり得る。特許権は国別に出願・審査され登録されるのが原則であるから、一つの国に閉じる取引に対する権利行使には意味があるとしても、グローバル化時代においてビジネスモデル特許がどのような意味を持つのか、分析が必要である。コンテント取引に関わる著作権についても同様の課題がある。

取引に関わる為替リスクも問題となる。欧州連合の通貨統一、南米における米国通

貨の導入等の動向に対して、円の国際化は順調に進展していない。米国の高金利と日本のゼロ金利がいずれも永久には続かないことを考えれば、今後大幅な為替変動の可能性があり、円の信用を確保することは容易ではない。当面の対処としては、基軸通貨のバスケット方式による取引単位の導入を検討する必要があるのではないだろうか。例えば「（１米ドル＋１ユーロ＋100円）／３」を単位とする案を検討したらどうか。

400年前の日本で細々と開始された第１段階の国際交流から鎖国時代を含めて350年後、ようやく第２段階の国際化が始まった。そして、今、インターネットの拡大によって第３段階のグローバル化時代の幕が開かれた。課題は数多く存在するが、現実に発生した問題の解決策を検討するだけでなく、将来の方向を予想して積極的な対処策を検討することが重要と考える。