

### 第3回デジタル部会結果概要（報告）

資料3-1

1 日時 令和6年9月9日（月）10:00～12:10

2 場所 総務省第二庁舎6階特別会議室及び web 会議

3 出席者

【構成員】

清原部会長、會田委員、小西臨時委員、中川臨時委員、  
竹村専門委員、細川専門委員、南専門委員、安井専門委員

【幹事等】

北原政策統括官（統計制度担当）

【事務局（総務省）】

政策統括官（統計制度担当）：山田大臣官房審議官

統計委員会担当室：谷本室長、田村次長、松井政策企画調査官 ほか

【有識者】

大久保 敏弘 慶應義塾大学経済学部教授

4 議題

（1）「前回までの部会の議論について（審議参考資料）」：事務局

（2）講演（当部会臨時委員）：

株式会社ソシオラボ代表取締役 中川 郁夫氏

「デジタル経済に関する考察～取引モデルの変化と市場の構造変革～」：資料3-2

（3）講演（有識者）：

慶應義塾大学経済学部教授 大久保 敏弘氏：資料3-3

「デジタル経済の進展と統計的把握」

5 概要

（1）「前回までの部会の議論について（審議参考資料）」について

前回（第2回）までの部会で議論された、「統計の対象としてのデジタル化」と「統計調査のデジタル化」について、事務局から概要の説明があった。

（2）講演（当部会臨時委員）

「デジタル経済に関する考察～取引モデルの変化と市場の構造変革～」について、臨時委員の株式会社ソシオラボ代表取締役 中川郁夫氏より資料3-2を用いて講演が行われ、その後質疑応答が行われた。質疑応答及び主な意見等は以下のとおり。

- ・エコシステムでの顕名情報の活用は、日本国内ではどのくらい進んでいるのか。国内での事例は。  
→グローバルにみると顕名サービスは当たり前になってきているが、日本全体には、まだ顕名市場の考え方が浸透しておらず、遅れているのではないかと懸念している。日本の企業は、顕名市場をとらえて大きくビジネスモデルを変えていくべきだと考える。日本での事例はあると認識しているものの規模は小さく、世界規模まで広がっている事例は皆無ではないか。
- ・業界を越えた顕名データの移動にあたっては、個人情報保護の問題も含めてどのように取り組めば良いと考えているか。

→海外と比べて相当遅れていると認識している。日本国内でのデータの使い方はあまり信頼されていない。事業者側と消費者側の信頼関係はとても大切であるが、顕名市場がうまくいっている国は信頼関係をうまく構築できている場合が多い。日本国内では、データを使われたくない、出たくないという事例が多くあるので進まない。海外で聞いたところによると、顕名データが、どこに提供されて、どのように使われて、どのようなメリットがあるのかわかっているのでリーズナブルであるという回答もある。この感覚が重要で、信頼関係を構築できるかがポイントである。

・信頼関係の構築が重要なことは同意する。一方、その会社を信頼して提供した情報が、第三者に渡った時にそれがどう使われるのか心配である。この点については、またソリューションが必要と考える。

・共創を統計的に捉えることを考える場合、例えば顧客生涯価値といったものを統計としてきちんと調査していくとか、あるいは共創を前提としたサービスでは、エコシステムが生み出す価値の数値化として、例えばサービス・プロフィット・チェーンという仕組みも定義されている。その前提となるであろうウェルビーイングを統計で調査することが考えられると思うので、この点についてお考えをお伺いしたい。

→ウェルビーイングに関して統計調査とどのように結びつけるかはまだ考えている段階で、今の時点ではお答えできるものではない。ただし、少なくともいえることは、企業経営からみると今指標化されているものは経営指標、とりわけ資本と生産の効率を重視する指標がほとんどである一方、海外では、顧客満足度やロイヤルティという指標が当たり前に使われている。これは時間軸が異なり、売上やコストは単年で見られるので時間軸は短い、しかし、顧客満足度は時間軸が長い。例えばリピート率をみても満足度の指標につながる。顧客がどのくらい満足しているのか、顧客にとっての価値を指標化することはとても大事である。これは統計分野のみならず、企業の経営にも必要だと考えている。

・デジタル化による需要側と供給側の影響は単純ではないのではないか。GAF A などを見ればわかるように、デジタル化によって供給者側が需要者側よりも強くなる傾向がどんどんと進んでいく。つまり情報はすべて生産者側がもっているのでバーゲニングしてくるし寡占化が進む。それにより消費者余剰にロスが生じる懸念がある。

→今日の講演では、経済政策にデジタルは必須、デジタルが経済にどういう影響があるか考えるヒントを提供するために、エッセンスだけをお示したところ。現在大きな構造変化が起こっており、経済の考え方、経済政策の考え方にデジタルの影響を入れていく必要性をお伝えしたかった。ご指摘のとおり、需要と供給の関係は複雑であることは認識。

・データはビジネスになるが、一方で諸外国では越境規制をする、あるいは政府がコントロールするようになっていく。データを取り巻く環境を丁寧にもう少し細かくみる必要がある。政府が持つ豊富なデータを、学術研究に使うとってビジネスに使ってしまうことも考えられる。政府もしっかり公私の峻別をすべきであり、その観点からは日本の法規制は緩いように考える。データの価値を踏まえた統計制度も考えていかなければならないのではないか。

→データ規制は各国で大変厳しくなっている。利用者から勝手に収集したり、利用者に無断で利用したりすることは、とても厳しくなっている。一方で利用者が同意していればほとんどのケースが通る。利用者が納得していてリーズナブルだと考えて自ら情報を提供している例もある。そうした信頼関係の構築が必要というのが持論。

- ・懸念される場所は、データの利活用についての提供者（消費者）と利用者との同意に関する理解への非対称性の点。デジタルデータをめぐって複数のプレーヤーが絡んでいるので、消費者が何に対して同意をしているのか、あるいは同意していないのかが、わかりづらくなっている。目先の利益についての説明で同意しているとみられることが多いが、その先に公共的な福利につながっているのかというところは、欧米でも議論されているか疑問である。統計の議論に入る前に、データ連携による利便性の向上が産業側だけではなく、消費者・生活者側から長期的視野に立ったウェルビーイングの観点から図られているのか吟味する必要がある。また、ウェルビーイングとして何を統計として捉えていけば良いのかの議論も必要であると思う。

→ご指摘の同意に関して、今の同意の仕組みについては議論が必要と認識。消費者が長い文章を見せられ読まなければならないが、果たしてそれを読んでいるか。それで同意を求められ、その同意をもってデータが使われるというのは問題ではないか。その点については、事業者と利用者の関係の作り方から議論していかなければならない。ただし今回の発表では、デジタル化によって事業者と利用者の関係の構造に変化が起きているので統計をどのようにするべきか考えていく必要があることをあくまでお伝えしたかった。

### (3) 講演（有識者）

「デジタル経済の進展と統計的把握」について、慶應義塾大学経済学部教授 大久保敏弘氏より、資料3-3を用いて講演が行われ、その後質疑応答が行われた。質疑における主な意見等は以下のとおり。

- ・デジタル経済を把握する上での提案として3案を示されており、その中でも案3のダッシュボードとのことだったが、その理由を教えてください。

→本来は、3案いずれもとしたいが、案3は、私（大久保先生）の調査も入るし、民間も入るし、適当ではないか。案1のように新しい政府統計を作ることはとても望ましく、海外のデンマークでは新たな企業調査を行っていること承知しているが、一方で統計として、新たなプラットフォーム型のサービスメインの経済主体に対してどれだけうまく聞けるのかなどといった点が疑問。ESRIでも情報通信業だけに絞って調査をしたが、難しかった経過がある。そのため、今までの製造業をメインの対象とした政府統計から、いろいろな意味で進化させないと、現状を把握できないと考えられ、難しいのではないかと。また、どれだけ回収率を増やせるかも問題。新しい経済主体にマッチさせられるかということ、政府統計で対応できるか分からない。そのため、既存の各種の統計や調査を寄せて合わせるダッシュボードを作成するという案3が適当であると考えます。

- ・アンケート調査の回答者にみられるセルフレポートの問題は非常に本質的な問題を整理されていて勉強になった。特にこういう問題は、オンラインの調査ではより大きくなると思われる。先生が行っている調査ではバイアスに対してそれを小さくするような対応をしているか教えてください。

→設問票を徹底してしっかり作ることに尽きると思う。説明文をしっかり書いて、誤解や回答のブレが極力小さくなるようにしている。例えば今日お見せした中では、「ギグワークはどのようなものを行っていますか」という設問に対して、日本人は具体的に書くと答えやすいので、50項目程度の選択肢があって、その中の項目も細かく記述し、具体的に選びやすくしている。回答者目線で、分かりやすく、理解し

やすく、さっと答えやすい質問にできるようにして、逆に回答者が考え込む質問はしない。回答者が個人的に気に障ることがない質問にすることも心がけている。そうした設問とするために、NIRAは1か月以上、慶應のパネルは2～3か月掛けて設問を作成している。調査方法の観点では、(オンラインと併せて)対面の調査を組み合わせているが、資金的な問題が生じる。一個人で研究をするとなると、インターネット調査となるが、バイアスがある。データクリーニングもしているが、どこまでするのかも問題。

- ・調査にあたってプリテストはしているか。その際、研究者だけが答えるのではなく、一般市民や調査に詳しくない学生さんなどに回答をお願いすることはあるのか。  
→プリテストをすると、倫理審査上の問題があるので、私自身が私自身として答えたり、メンバーが答えたりしている。その他の点として、インターネット調査はサンプリングも注意しないとイケない。サンプリングをうまくできる委託業者をしっかりと見極めたほうがよい。どのくらいのモニターがいて層が厚いか、どのくらい会員が信頼できるかなども、勘と目利きも活用しつつ、注視している。
- ・デジタル化の進展に関して、ギグワークや Zoom の利用等についても経時的に調査が行われているが、人口構造との相関がみられるかを教えてほしい。問題意識として、若い人のほうがデジタルを使用していると考えており、例えば10年後、若い人たちが企業の幹部になると、一気にデジタルが広がる可能性があるのではないとも言われている。調査を行うにあたってはそういった動向に備えておかないと間に合わないのではないかと思うがどうか。  
→NIRAとの調査は、労働人口構成が市町村レベルの構成と連動(比例)する形となっている。調査から分かることは、若い人のほうがデジタルを使用している。特に、サブスクは顕著である。動画配信、音楽配信、電子書籍などのほか、若い人向けのサブスクが出てきている。サブスクも3年後くらいには高齢者にまで広がる可能性もあるし、広がらない可能性もある。また、デジタルプラットフォームも若い人かつ所得の高い人が使用している傾向があるが、同じ若い人でも所得の格差がデジタル格差につながるかどうかなど、「世代間格差」も「世代内格差」も注視していきたい。
- ・例えば、調査の中で、5～10年間の経時調査をした場合、20代が30%使っているサービスが、10年後には30代が30%使うということになるか。  
→特に20～30代女性がそうなのだが、今日紹介できなかったグリーンジョブ(日本にはないが欧米にはある)や倫理的消費で20～30代女性は他の世代と違った回答をする。5年後、10年後にも変わってくる可能性がある。この調査は5年たっているが、ライフスタイルやワークライフバランスに顕著に出ている。
- ・この調査を同じ内容で続けていくことが大切だということには賛成。しかし、デジタルの業界はマーケットが急速に変わっていく中で、先生方も苦労されていると思うが、どうやってストラクチャーを維持しながら、新しいサービスなりを足すということをされているのか。  
→基本的な立て付けとして、①「基礎項目」は毎回答えてもらう「基本的に毎回調査」するもの(所得や職業)。一方で、②「1年に1回」程度(定期的)聞くのがデジタルのようなもの、③その時々で「ホットイシュー」になっているもの、例えば能登半島の地震などがある。聞くところは聞いて、入れ替えるところは入れ替えて行っている。

- ・日本語ネイティブでない人が増えてきて、これからも増えるだろう。今まで調査会社がパネルとして得意とされていなかった方々の意見は今度どうやって取っていくのがよいのか  
→インターネット調査会社のサンプルに入っていないのでその辺は難しい。さらに重要なこととして、例えば、ここでの対象に有業者しか入っていない。失業すると会員をやめる人が多いためである。失業者に関することを聞きたいときは注意が必要である。
- ・ダッシュボードに関して、既存の調査を有効活用する観点からは、例えば総務省による情報通信メディアの利用に関して行われている実態調査や、こども家庭庁による青少年インターネット環境整備法に基づく実態調査は毎年のように継続され、若い人の利用状況に関するデータもある。そのようなものも含めて総合するのも一案。

以上