

〔論 文〕

デジタル・エコノミーと多国籍企業

井 上 博

はじめに

インターネットベースのデジタル技術による商品やサービスの生産と貿易への適用が世界の経済社会状況を大きく変化させてきた。デジタル技術の活用は世界経済の多くの分野に拡大し、その役割がますます重要になってきた。このような状況をデジタル・エコノミーと呼ぶことにしよう。デジタル・エコノミーへの移行は、すべての産業部門における構造や競争条件に影響を与え、企業活動の新しい機会や海外市場へのアクセスに対しても新しい道を提供している。それはこれまで経済成長から取り残されてきた国や地域、あるいは人々にとって新たな成長の機会を提供しうる可能性を広げている。しかし、他方ではこうしたデジタル技術の実際の利用可能性という点から見ると、グローバルなデジタル格差が存在するだけでなく、デジタル技術とそれに伴う情報の一部企業による独占化が急速に進行することによって、グローバル、ナショナル、リージョナルな局面での格差はむしろ拡大しているといわなければならない。

こうしたデジタル・エコノミーによる経済社会的な大きな変化を担っているデジタル関連企業、特にデジタル多国籍企業の台頭は、これまでの多国籍企業の定義や行動とは大きく異なる特徴を持っているのであり、このことは多国籍企業理論の新たな展開を必要としている。

UNCTADの『世界投資報告2017』(World Investment Report 2017) (以下では『報告』と表記する)はこうしたデジタル多国籍企業について特集している。本稿ではこの『報告』の内容を紹介しながら、デジタル多国籍企業の台頭とその特徴について検討する。

I デジタル・エコノミーの普及

デジタル・エコノミーは、世界経済のますます重要な部分になりつつある。今や世界の人口の4分の3がインターネットを利用しており、その普及率は発展途上国全体で50%に近づいており、アフリカでも25%を超えている。ビジネスの分野では企業間での閉鎖的なネットワークを除いたWebベースの販売のみを考慮しても企業間取引(B2B)の3分の1を占めている。さらに企業の対顧客取引(B2C)の取引額は2010年には世界のGDPの0.5%であったが、2015年には1.5%へと3倍に拡大した¹⁾。

デジタル・エコノミーへの移行は、すべての国にとって重要な政策課題となっており、発展途上国にとっては、経済発展の機会であるとともに、大きな課題でもある。デジタル技術の発展は国際的な生産体制に大きな影響を与え、製造工程の細分化とネットワーク化、生産における世界的な規模での内部化と外部化を進行させている。その結果国内企業や中小企業をグローバル・バリュー・チェーンに結びつけることによってその一部を担い、付加価値生産の拡大と企業成長およびそれに参加する企業と国の成長に貢献する可能性を開いた。

デジタル・エコノミーはサービス産業の国際化にも大きな変化をもたらした。これまでドメスティッ

ク産業と考えられていた健康（e-ヘルスサービスなど）、教育（遠隔教育など）、金融サービスなどが国境を越えて提供可能となり、これは「貿易可能化革命」ともいえるものである²⁾。そしてこうしたサービス産業におけるデジタル化の進行が労働力の国際移動や国際的配置に大きな影響を与えるとともに雇用条件や賃金などの労働条件に変化をもたらしている。

『報告』ではこうしたデジタル・エコノミーの普及による問題点として以下の4点を指摘している³⁾。

第1に、投資、スキル、能力の不足が原因であるデジタル格差により、特に発展途上国や低開発国にとってはデジタル化が新たな貧困をもたらしている。

第2に、デジタル化はサービス産業のグローバルな展開を可能にするが、すべての現実のサービス産業に置き換えることができるわけではない。例えば、遠隔教育や医療サービスは物理的な学校や病院に完全に代替できるわけではない。

第3に、各国政府にとっては、デジタル化と自動化が雇用と不平等に与える影響に関して対応を迫られるとともに、新たな規制の問題、例えばセキュリティーやプライバシーの保護といった問題を提起している。

第4に、デジタル化はそれに積極的に関与するかどうかに関わりなく、すべての国に影響を与えており、発展途上国、特に低開発国では、グローバルなデジタル多国籍企業への依存度が高まるか、あるいはグローバル経済からさらに取り残される恐れがある。

デジタル・エコノミーに対しては、肯定的評価と否定的評価に関する数多くの研究が存在する。それは新たなテクノロジー（プライバシー、データの標準化と保護、知的財産権、インターネット・ガバナンス、サイバーセキュリティなど）によってもたらされる影響と法的対応の問題、雇用、平等、競争、税制といった政策課題への対応などが含まれている。

インターネットベースのデジタル技術は、現代のグローバル生産ネットワークの形成に大きな影響を与えてきた⁴⁾。ICTの適用は、従来の多国籍企業による統合化とグローバルな内部生産ネットワークの組織化ではなく、外部企業や外部組織との日常的な情報交換を通じたアウトソーシングや非所有形態による進出という外部化と外部ネットワークの活用を促進する要因として研究されている⁵⁾。他方では、ICTが高度なインハウス生産（企業内生産）や企業内貿易を促進する可能性を指摘する研究もある⁶⁾。

これまでの多国籍企業は、要素コストの違いを利用して、資源の確保や海外市場へのアクセスのために国際的な事業を拡大してきた。そのために、財やサービスの貿易だけではなく、直接的な物理的プレゼンスの拡大を目的とした対外直接投資を行ってきた。それは垂直統合によるサプライ・チェーンの内部化を通じた優位性の確保の場合も、多角化によるシェア獲得を目的とした水平的統合の場合もある。しかし、デジタル・エコノミーは、市場にアクセスする新たな方法を生み出すことで、海外での物理的なプレゼンスの本質的な重要性を後退させ、国際的な生産を後退させてしまう可能性をもたらしている。他方では、オンライン上でのバーチャルなグローバル・プレゼンスを構築した新規企業を海外に進出させたり、海外事業に投資させたりすることで、外部企業をグローバル・バリュー・チェーンのネットワークに組み込むことによる外部化を通じて、国際生産を拡大する可能性も秘めている。

このように、デジタル・エコノミーの進行が国境を越えた投資の流れと方向性、海外進出する新たな企業の登場、多国籍企業が海外進出する事業の種類、グローバルなサプライ・チェーンにおけるガバナンスと進出様式、進出国における外資系企業への対応などに影響を与えている。

そこで次にこうしたデジタル・エコノミーにおける多国籍企業の特徴と国際生産への影響について検討しよう。

Ⅱ デジタル・エコノミーにおける多国籍企業

UNCTADは毎年100大多国籍企業ランキングを公表している。今や多くの産業分野で活動する多国籍企業は多かれ少なかれデジタル技術を取り入れているが、『報告』では、デジタル技術をどのような事業に活用するかで次の3つのタイプの多国籍企業に分類している⁷⁾。

- ・ テック (Tech) 多国籍企業

このグループには広範なIT産業で事業展開を行っている多国籍企業が含まれている。これらの企業は、コンピュータ、ICTデバイス、および関連コンポーネントの生産 (Apple, Samsung, Hon Hai など)、またはソフトウェアやサービス・プロバイダー (Microsoft, SAP など) として、デジタル革命を支えるITツールを提供しているだけでなく、デジタルサービスを提供している企業でもある。このグループには電化製品など、隣接する分野で主に事業を展開している多国籍企業 (Philips など) は含まれていない。

- ・ テレコム多国籍企業

このグループには、通信インフラと接続プロバイダーが含まれる。

- ・ その他の多国籍企業

このグループには、他のすべての (非デジタル) 産業の多国籍企業が含まれる。これらの多国籍企業はITや関連サービス産業として紹介されることもあるが、プロバイダーやイネーブラーではなく、すべてユーザー企業である。

そして上の2つに分類されているテック多国籍企業とテレコム多国籍企業をICT多国籍企業と定義している。デジタル・エコノミーの急速な普及により、100大多国籍企業⁸⁾の中でも、テック多国籍企業数は2010年の4社 (HP, IBM, Nokia, Sony) から2015年の10社 (Alphabet (Google), Apple, Hon Hai, HP, IBM, Microsoft, Oracle, Samsung, SAP, Sony) へと2倍以上に拡大し、その重要性を増している⁹⁾。これにテレコム多国籍企業の10社を加えると、100大多国籍企業のなかでICT多国籍企業数は19社となり、巨大多国籍企業の中でのその影響がますます大きくなっていることがわかる¹⁰⁾。

テック多国籍企業が他の多国籍企業と決定的に異なる資産構成上の第1の特徴は、無形資産の比率が高いことである。テック巨大企業の平均的な株式時価総額はその他の多国籍企業の平均のほぼ3倍の高さとなっている。2015年末の段階で、テック多国籍企業の株式時価総額はUNCTADの100大多国籍企業の株式時価総額の約26%を占めており、企業数や資産、事業収入に占める割合が10%程度であるのと比較して2倍の高さを示している。こうした株式時価総額は、ブランド、ノウハウ、知的財産などの非常に価値の高い非公開の無形資産に大きく起因していると考えられる。これは時価総額と資産の簿価の間に大きな乖離があることで実証されている。こうした非公開の無形資産を含めると、テック多国籍企業の無形資産総額の資産簿価に対する割合は100%と推定され、それは多国籍企業平均の無形資産割合が40%であるのに比べて極めて高い。

テック多国籍企業の資産構成における第2の特徴は、現金および現金同等物の割合が高いことであり、その割合は資産簿価総額の28%と他の多国籍企業の現金の割合の3倍以上となっている。こうした高い流動性と支出能力が、これらの企業の近年の並外れた成長を後押ししている。

こうした資産構成の違いは、企業価値の源泉が有形固定資産から無形資産や流動資産へと構造的にシフトしていることを示している。デジタルの世界では、高額な資本支出や負債、流動性の確保、高額な固定費やマージンの圧迫にいかに対応するかという、成長と投資に対する伝統的なアプローチがほと

んど適用されないように見える。そこで問題となるのは、こうしたビジネス上の革新が多国籍企業の国際投資に関する意思決定にどのような影響を与えているのかということである。

Ⅲ デジタル多国籍企業とICT 多国籍企業

前節で検討したICT 多国籍企業はテック多国籍企業とテレコム多国籍企業から構成されていた。このうち、テック多国籍企業は広範なICT 産業で事業展開を行っている企業として定義されていた。この中にはICT のハードウェア製造業およびICT ソフトウェア産業、さらにインターネット関連サービスにおいて事業を展開している企業が含まれている。すでに見たように、こうした企業がデジタル・エコノミーの中で大きな役割を果たすようになり、100 大多国籍企業にランキングされる企業も大幅に増大してきた。さらにこれらの企業は、雇用創出への貢献が相対的に低いこと、株式時価総額と資産簿価との乖離が非常に大きく、それがブランドやノウハウなどの知的財産による無形資産によるものであること、さらに資産としての現金保有比率が高いことを特徴としていることが明らかになった。

しかし、グローバルに展開し、デジタル・エコノミーの中で重要な役割を果たすようになってきたインターネットを中心としたサイバースペースで事業展開を行う企業は、対外直接投資とそれに伴う海外資産比率や、進出国数、更には海外雇用比率といったこれまでの多国籍企業の影響力や支配力の分析において重要な意味を持ってきた指標では十分にその影響力を評価することができない。例えばグローバルなサービスによって巨大企業に成長したFacebookやAmazonは海外資産比率が小さいために、上述したUNCTADの多国籍化インデックスに基づいたランキングでは100位以内に登場していない。それゆえ、こうしたインターネットベースで事業活動を行っている多国籍企業を分析するためには別の指標によって検討する必要がある。

UNCTADはデジタル・エコノミーに関連する多国籍企業をデジタル多国籍企業とICT 多国籍企業に分類し、それをデジタル強度の定性的評価に基づいて表1に示すようにカテゴリー化している。デジ

表1 デジタル多国籍企業および ICT 多国籍企業の分類

1. デジタル多国籍企業は、事業と配信のモデルとしてインターネットが中心的な役割を果たしていることによって特徴付けられる。これらには、すべての事業活動をデジタル環境で行う純粋なデジタル事業者（インターネット・プラットフォームおよびデジタル・ソリューションのプロバイダー）と、重要なデジタル要素と物理的な要素を組み合わせた複合事業者（Eコマースやデジタル・コンテンツ）が含まれる。
 - a. インターネット・プラットフォーム：デジタルによって生まれたビジネス。インターネット経由で事業と配信が行われる。検索エンジン、ソーシャル・ネットワーク、共有などのその他のプラットフォーム。
 - b. デジタル・ソリューション：他のインターネットベースの事業者とデジタル・イネーブラー。例えば、電子およびデジタル決済オペレーター、クラウド事業者、その他のサービス・プロバイダーなど。
 - c. Eコマース：インターネット小売業者やオンライン旅行代理店など、商取引を可能にするオンライン・プラットフォーム。配信は、デジタルの場合（取引のコンテンツがデジタルの場合）と物理的な場合（コンテンツが有形財の場合）がある。
 - d. デジタル・コンテンツ：デジタル・メディア（ビデオやテレビ、音楽、電子書籍など）やゲーム、データや分析を含むデジタル形式の商品やサービスの生産者と販売者。デジタル・コンテンツは、インターネット経由で配信できるが、他のチャンネル（ケーブルテレビなど）経由でも配信できる。
2. ICT 多国籍企業は、個人や企業がインターネットにアクセスできるようにするインフラストラクチャを提供する。これには、ハードウェアとソフトウェアを販売するIT企業、および通信事業者が含まれる。
 - a. IT：デバイスおよびコンポーネント（ハードウェア）のメーカー、ソフトウェア開発者、ITサービスのプロバイダー
 - b. テレコム：通信インフラストラクチャおよび接続のプロバイダー

出所）UNCTAD（2017）p.165より作成。

Mar. 2021

デジタル・エコノミーと多国籍企業

表2 100大デジタル多国籍企業と ICT 多国籍企業 (UNCTAD データベース)

			企業数	平均売上, 2015年, 100万ドル
デジタル多国籍企業	インターネット・プラットフォーム	検索エンジン	3	27.6
		ソーシャル・ネットワーク	5	5.5
		その他のプラットフォーム	3	4.6
		合計	11	11.3
	デジタル・ソリューション	電子決済	5	6.2
		その他のデジタル・ソリューション	21	3.7
		合計	26	4.2
	E コマース	インターネット小売	13	11.9
		その他のEコマース	5	4.8
		合計	18	9.9
	デジタル・コンテンツ	デジタル・メディア	22	11.9
		ゲーム	7	4.5
		情報・データ	16	3.7
		合計	45	7.8
	合計		100	7.6
ICT 多国籍企業	IT	ソフトウェアとサービス	21	19.5
		デバイスとコンポーネント	52	31.4
		合計	73	28.0
	テレコム		27	31.3
	合計		100	28.9

出所) UNCTAD (2017), Box tableIV.2.1, p.166 より作成。

タル多国籍企業を抽出するにあたっては、NACEあるいはNAICSといった標準産業分類に基づく企業データベース産業分類ではデジタル企業の特徴を十分に把握することが困難である。デジタル企業はその企業のデジタル化のレベルとは関係なしに、生産・販売する財の特性から非デジタル企業と同じカテゴリーに分類されていることがある。例えば、AmazonはNACEコードでは特別の店舗における書籍小売として分類されている。Netflixはビデオテープおよびディスクの小売、そしてExperiaは旅行代理店事業として分類されている。UNCTADによるリスト作成にあたっては、候補にあがったすべての企業の主要な活動を個別にスクリーニングして確定するという作業が行われている¹¹⁾。

そしてこの分類にしたがって表2のような100大デジタル多国籍企業と100大ICT多国籍企業のリストを作成している¹²⁾。

デジタル多国籍企業の事業は、ICT企業が提供するインフラに依存しており、インターネットをベースにして密接にリンクしている。上の表のように、デジタル多国籍企業にはインターネット・プラットフォーム、Eコマース、デジタル・ソリューション、デジタル・コンテンツのプロバイダーが含まれている。多国籍企業の世界でこうした企業の重要性はますます高まっているが、彼らの国際的なフットプリント(足跡)は他の多国籍企業と根本的に異なっている。そのため、受入国への経済的影響は、物的投資や雇用創出という点では直接的に見えにくくなっている。また、こうした多国籍企業の国際事業は、流

動性の高い資産を保有する傾向があり、税制面での効率化のためにこうした企業構造を活用する機会が多いという点で、他の多国籍企業と多くの点で異なっている。また、後述するように、他の多国籍企業とは異なり、ほとんどのデジタル多国籍企業の本社はわずか数カ国で、しかもアメリカに集中している。

デジタル化によって、多国籍企業がグローバルに事業を展開し、物的なプレゼンスを持たずに海外市場に参入できるようになったために、海外直接投資の後退につながる可能性を指摘する見解がある¹³⁾。実際、デジタル化は次のような2つの方法で多国籍企業の海外資産のフットプリントを軽くすることができる。

第1は、Eコマースに代表される、オンライン・マーケットプレイスである。海外市場へアクセスするためには、従来の多国籍企業は、海外直接投資による小売流通チェーンや販売・マーケティング事業などを行うか、あるいは現地の流通業者を通じて消費者への販売ルートを確認する必要があった。しかし、デジタル多国籍企業はオンラインで直接海外消費者にアプローチすることが可能であり、物流ルートを自前で構築するか第三者の物流ルートを利用することになり、販売のための実店舗を必要としないため物的な海外投資やそれに伴う雇用は限定されることになる。

第2は、デジタル・バリュー・チェーンの構築である。デジタル化は上に示したような川下の機能だけでなく、川上の生産プロセスにも影響を与える。インターネット・プラットフォームやデジタル・コンテンツのような完全にデジタル化された製品やサービスはもとより、生産プロセスの一部がデジタル化されている。これらの産業ではグローバル・バリュー・チェーンの一部またはすべてがデジタル化されており、業務はほとんどがインターネット上で行われるため、それらは無形財であり、財やサービスの国際間の移動に際して物的な移動を伴わない。このような状況の下では、従来の海外直接投資に伴うような立地コストが削減されることになるが、他方では直接投資を伴わない外部組織との間の調整やガバナンスの問題を生み出すことにもなる。

IV デジタル多国籍企業の特徴

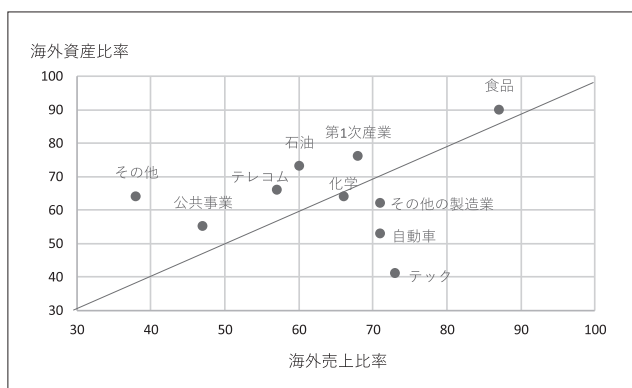
『報告』での分析にあたっては100大多国籍企業、100大デジタル多国籍企業および100大ICT多国籍企業の3つのデータベースが利用されている。ここから導き出されるデジタル化による多国籍企業の特徴の変化として次の3つの点を指摘している¹⁴⁾。これを順次検討しよう。

①海外資産の役割

100大多国籍企業をテック多国籍企業、テレコム多国籍企業、その他の多国籍企業に分けて見た場合、すでに述べたように、テック多国籍企業の資産が急速に拡大しており、保有率も高まっている。しかし、これらの多国籍企業の総資産に占める海外資産の割合は41%と極めて低く、さらに重要なことは、海外売上比率は73%と非常に高い割合を示していることである。これに対して、その他の多国籍企業は海外資産比率が65%、海外売上比率が64%とほぼ同率であり、テレコム多国籍企業の場合は海外事業がその資産に依存する性格から、海外資産比率が66%に対して海外売上比率57%と最も低くなっている。図1によって100大多国籍企業の産業部門別の海外売上比率と海外資産比率の関係をみると、テック多国籍企業は海外資産比率と比較して海外売上比率の高さが際立っていることがわかる。自動車および航空機企業も海外売上比率が高いが、これは海外市場の獲得手段として輸出が大きな役割を果たしていることを示している。しかし、テック多国籍企業の海外売上比率の高さは、輸出に依存しているということを意味しているわけではないことに注意しなければならない。このことを次に示そう。

Mar. 2021

デジタル・エコノミーと多国籍企業

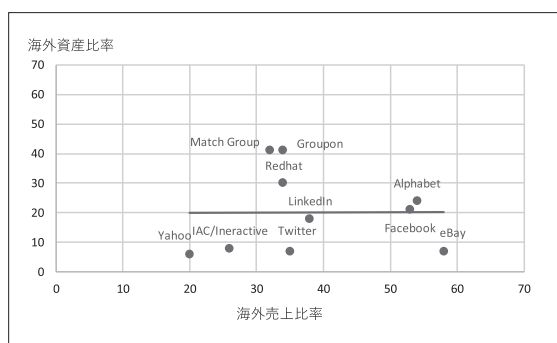


出所) UNCTAD (2017), Technical Annex: The Top 100 Digital MNEs より作成。

図1 100 大多国籍企業の産業別海外比率

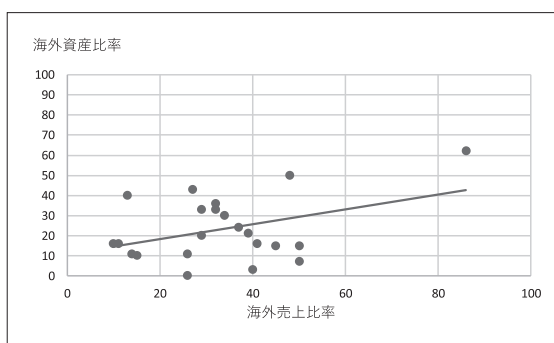
UNCTADの100大デジタル多国籍企業と100大ICT多国籍企業データベースに基づいて、デジタル多国籍企業をインターネットおよびデジタル技術の活用度の違いから分析すると、次のような特徴が見いだされる。

- ・ 純粋デジタル企業（インターネット・プラットフォーム、デジタル・ソリューションのプロバイダー）は図2、図3に見られるように、低い海外資産と高い海外売上が最も顕著に表れている。こうした企業はほぼ完全にバーチャル環境の下で、市場においても極めて限定された物質的な関係しか持たないことを特徴としている。海外市場における有形の海外資産はオフィスやデータセンターのハブなどに通常は限定されている。



出所) 図1に同じ。

図2 インターネット・プラットフォーム

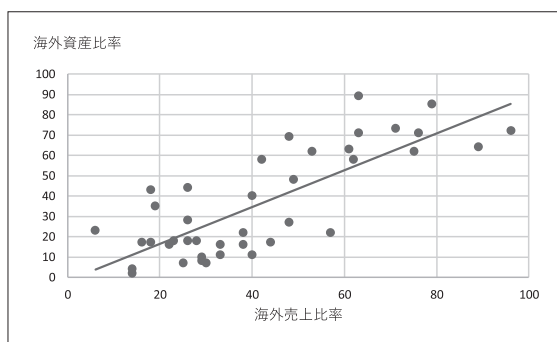


出所) 図1に同じ。

図3 デジタル・ソリューション

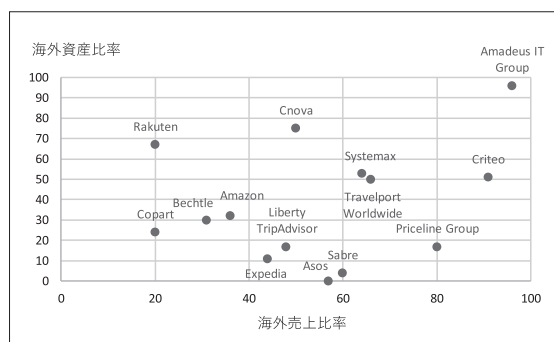
- ・ 複合的なデジタル多国籍企業（デジタル・コンテンツ、Eコマース）も図4、図5に見られるように、伝統的な多国籍企業に比べると低い海外資産比率を示しているが、その差は極めて小さいといえる。これらの企業は中心となるデジタル事業と物理的なコンポーネントを組み合わせることで価値提供を行って

いる。Amazonや楽天のようなEコマース多国籍企業は、マーケティングや販売活動はオンラインで行われているが、配送事業はロジスティクス資産や活動を必要とする。また、21世紀フォックスや、スカイのような巨大メディア企業を含んでいるデジタル・コンテンツ・プロバイダーはデジタル製品やデジタル技術といった本質的にデジタル環境の下で事業を展開しているが、依然としてケーブルテレビや衛星放送といった伝統的な手段で巨大消費市場にアクセスしている。もちろんNetflixのような顕著な例外が存在しており、オンライン配給セグメントは急速に成長してはいるが、伝統的な配給セグメントに比べると、依然として小さな割合にとどまっている。



出所) 図1に同じ。

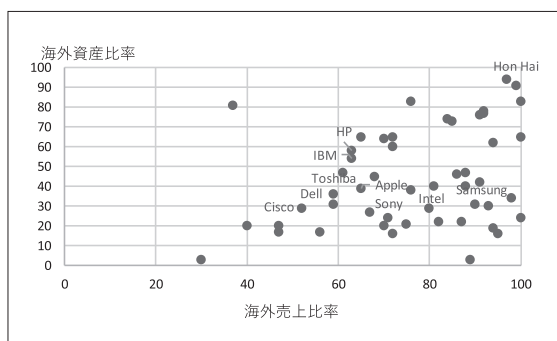
図4 デジタル・コンテンツ



出所) 図1に同じ。

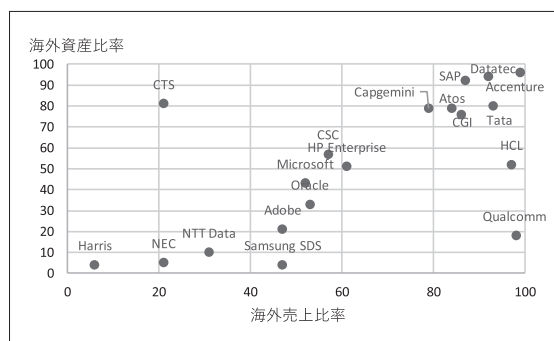
図5 Eコマース

・ICT多国籍企業のうち、IT多国籍企業は全体として海外資産比率が低い傾向にある。特に図6に見られるようにApple、SamsungなどのIT企業や図7に見られるMicrosoftやOracleなどのソフトウェア企業はその傾向が顕著であるが、他方ではIT製造業に特化した小規模なITコンポーネントのサプライヤーは、母国に生産拠点を置いて輸出を中心とする傾向にある。このことが高い海外売上比率と低い海外資産比率を反映している。他方で図8に見られるように、テレコム企業は海外事業を展開するに当たって海外資産を多く保有する傾向にある。



出所) 図1に同じ。

図6 ITデバイス及びコンポーネント

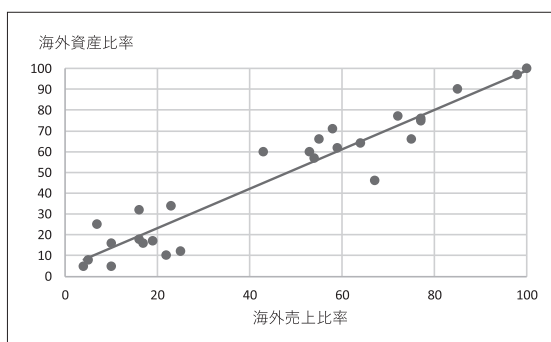


出所) 図1に同じ。

図7 ITソフトウェア及びサービス

Mar. 2021

デジタル・エコノミーと多国籍企業



出所) 図1に同じ。

図8 テレコム

②海外収入

テックおよびデジタル多国籍企業第2の特徴は、その海外子会社の有形資産が極めて限定されている一方で、海外での収入のかかなりの部分を、通常は現金および現金同等物で保持していることである。この現金の大部分は、母国へ送金されなかった外国での収入によって構成され、租税対策としての納税の最小化を目的として海外に留保されている。『報告』によれば、2015年の100大多国籍企業にランキングされているアメリカのテック多国籍企業は海外総収入の62%が送金されず、この数字はその他の多国籍企業の3倍以上の高さである。しかもアメリカのテック多国籍企業の送金されなかった海外総収入の2010年から2015年までの平均増加率は28%であり、その他の多国籍企業の8%を大幅に上まわっており、それは海外での有形資産の約6倍に相当する¹⁵⁾。こうした事実は、これらの資産が海外での生産能力拡大のために使用されているのがほんの一部に過ぎず、海外での多額の現金保有はアメリカへの本国送金による租税負担を最小限にすることを目的としているということを示唆している。その結果、テック多国籍企業の2015年の実効税率は平均して19%であり、これはその他の多国籍企業の税負担よりも大幅に低くなっている。

2016年にEUの欧州委員会がアイルランドの与えた優遇税制が不当だとして同国政府に巨額の追徴課税を求めたことをきっかけに、デジタル企業による海外での巨額の現金保有が問題となった。アメリカの法人税は「全世界所得課税」が原則で、アメリカ企業の海外所得も課税対象である。ただ、海外利益をアメリカに環流しなければ納税を猶予できる。Apple社はこの制度を使って海外に2000億ドルの資金を貯め、アメリカへの納税を先延ばししてきた。Apple社はアイルランドの低法人税率に加えて、子会社を経由した取引や優遇策を使うことでさらに税負担を軽減し、2014年時点の実質税率はわずか0.05%だったという¹⁶⁾。2018年から施行されたアメリカの新税法では、法人税率の引き下げとともに、国際課税に関してはこれまでの全世界所得課税から領土内所得課税への変更と、アメリカ多国籍企業が海外に累積した留保利益に対して低税率で1回限りの課税を行うこととした。これには、アメリカ多国籍企業が海外で生み出す利益の国内還流を促進させ、投資や雇用に活用する目的と、アメリカ多国籍企業の本社の海外移転を抑制する目的がある。アメリカだけではなく、デジタル企業による世界的な所得に対してどのように課税するかというデジタル国際課税が大きな問題となって浮上している。デジタル企業の第1の特徴としてあげた海外資産比率の低さと海外売上比率の高さは、伝統的な多国籍企業の海外事業活動と大きく異なっており、海外での売上を生み出す事業がどこを拠点としたものであるかということと関連している。

③多国籍企業母国の地理的集中

デジタル多国籍企業の第3の特徴は、表3に見られるように、そのほとんどが先進国、特にアメリカを母国としているということである。アメリカに拠点を置くデジタル多国籍企業のシェアは高く、ほぼ3分の2を占めている。こうした企業は有形資産のほとんどを国内に保持する傾向にあり、その結果アメリカを拠点とする国内企業に大きく偏っている。デジタル多国籍企業の事業所のうち、海外子会社数は55%に過ぎない。また、子会社の39%はアメリカを拠点としており、これはその他の多国籍企業の割合である21%のほぼ2倍の比率を占めている。このことは、デジタル・エコノミーにおける多国籍企業の成長が、発展途上国を母国とする多国籍企業による投資先のグローバルな拡散という過去10年間に見られた対外直接投資の傾向を逆転させ、少数の大国に集中させる可能性があるということである。

表3 多国籍企業の所有構造

	親会社					子会社								
	企業数	アメリカ		その他の諸国		企業数	国内		海外		アメリカ		その他の諸国	
		企業数	割合	企業数	割合		企業数	割合	企業数	割合	企業数	割合	企業数	割合
デジタル多国籍企業	100	63	63%	37	37%	22,742	10,199	45%	12,543	55%	8,968	39%	13,774	61%
ICT 多国籍企業	100	21	21%	79	79%	27,950	6,522	23%	21,428	77%	7,463	27%	20,487	73%
その他の多国籍企業	81	15	19%	66	81%	57,002	12,353	22%	44,649	78%	11,834	21%	45,168	79%

出所) UNCTAD (2017), Table IV.1 p.175 より作成。

おわりに

本稿では、UNCTAD『報告』を基にしてICT多国籍企業の特徴について検討してきた。UNCTADによる100大多国籍企業にランキングされるICT多国籍企業の中でも特にテック多国籍企業として分類される多国籍企業の数には2010年の4社から2015年の10社へ、さらに2018年には中国企業3社が加わり13社となり、ますますその影響力が強くなっている。こうした企業は従来の多国籍企業とは明らかに異なる特徴を持っており、それはグローバル経済における先進国と発展途上国との関係や国際分業のあり方、雇用や技術をめぐる競争と格差拡大に大きな影響を与えつつある。

テック多国籍企業は総じて資産構成において現金などのキャッシュフローの比率が高く、また株式時価総額と資産簿価との乖離に示されるように、非公開のものも含めた無形資産の割合がきわめて高い。これは従来の多国籍企業が対外直接投資による固定資産の取得と支配を通してグローバルな支配体制を構築してきたのとは大きく異なり、無形資産の中心を占める知的財産による支配体制への移行を物語っているといえるだろう。この傾向はデジタル多国籍企業で特に顕著であり、これらの企業は海外資産と比較して海外売上比率が極めて高くなっている。こうした多国籍企業の母国はアメリカを中心とした一部の国に集中するとともに、子会社の構成でも母国の比重が高いという特徴を示している。

こうしたデジタル多国籍企業やICT多国籍企業によるサプライ・チェーンのデジタル化、さらには国際生産へのインパクト、また進出国企業へのインパクトといった点の分析が必要である。これらについては別稿で改めて検討したい。

注

1) UNCTAD (2017) p.156.

2) サービスの「貿易可能化革命」とサービス多国籍企業の特徴については、井上 (2006) を参照。

Mar. 2021

デジタル・エコノミーと多国籍企業

- 3) UNCTAD (2017) p.157.
- 4) Foster and Graham (2016).
- 5) Rangan and Sengul (2009).
- 6) Chen and Kamal (2016).
- 7) UNCTAD (2017) p.159.
- 8) UNCTADの多国籍企業ランキングは多国籍性インデックスによってランク付けされているが、このインデックスは総資産に占める海外資産の割合、総売上上に占める海外売上上の割合、総雇用上に占める海外雇用の割合を平均したものである。
- 9) UNCTAD (2020) では、2018年に100大多国籍企業にランキングされたテック多国籍企業には中国企業3社 (Huawei, Legend Holdings (Lenovo), Tencent) が加わり、13社に拡大している。他方では、テレコム多国籍企業は2015年の10社から Altice, Comcast, Deutsche Telekom, NTT, Orange, Soft Bank, Telefonica, Vodafone の8社へと減少している。
- 10) 多国籍性インデックスによるランク付けのために、よく知られているグローバル・デジタル巨大企業である Amazon や Facebook は海外資産の少なさからトップ100社に入っていない。巨大テレコム企業である Verizon や AT&T は国内資産や国内売上が非常に大きいために、海外事業は相対的に小さくなり、同様にトップ100社にランキングされていない。
- 11) UNCTAD (2017), p.4を参照。

それにもかかわらず、デジタル企業の主要な事業活動をどのような産業に分類するかは極めて困難な作業といわなければならない。特にプラットフォームと呼ばれる企業のビジネスモデルは主要な事業と、実際に収益をあげる事業が必ずしも一致しているわけではなく、総合的な事業活動の結果として収益をあげる構造を持っているからである。たとえば、UNCTADの分類ではEコマースに分類されている Amazon の2019年の業績は、付表に見られるように、売上総額のうち小売事業の割合が87.5%、海外での販売が26.6%を占めており、主要な事業活動は小売業として分類されることになる。しかし、営業利益を見ると、小売業の割合はわずかに36.7%に過ぎず、海外事業では赤字を計上している。これに対して、インターネット販売のプラットフォームの提供を通じて獲得した情報とノウハウに基づいたクラウドサービスである AWS 事業では、売上総額に占める割合は12.5%に過ぎないが、営業利益に占める割合が63.3%であり、こうした収益構造から見れば、Amazon を単に小売業あるいはEコマースとして分類することには問題があるといえるだろう。

付表 Amazonの事業内容 (2019年) (単位: 100万ドル)

	売上	割合	操業費用	割合	営業利益	割合
小売	245,496	87.5%	240,156	90.3%	5,340	36.7%
北アメリカ	170,773	60.9%	163,740	61.6%	7,033	48.4%
海外	74,723	26.6%	76,416	28.7%	-1,693	-11.6%
AWS	35,026	12.5%	25,825	9.7%	9,201	63.3%
合計	280,522	100.0%	265,981	100.0%	14,541	100.0%

出所) Amazon (2019) より作成。

- 12) UNCTAD (2017) Chapter 4, Technical Annex: THE TOP 100 DIGITAL MNEs.
- 13) Eden (2016).
- 14) UNCTAD (2017) p.169.
- 15) UNCTAD (2017) p.173.
- 16) 『日本経済新聞』2016年9月27日。

参考文献

- Amazon (2019) *Annual Report 2019*.
- Chen, W., and F. Kamal (2016) "The Impact of Information and Communication Technology Adoption on Multinational Firm Boundary Decisions", *Journal of International Business Studies*, 47 (5) : 563-576.
- Eden, L. (2016) "Multinationals and Foreign Investment Policies in a Digital World". E15Initiative, International Centre for Trade and Sustainable Development and World Economic Forum, Geneva. www.e15initiative.org.
- Foster, C.G., and M. Graham (2016) "Reconsidering the Role of the Digital in Global Production Networks". *Global*

Networks, 17 (1): 68-88.

McKinsey Global Institute (2016) *Digital Globalization: The New Era of Global Flows*. New York: MGI.

Rangan, S., and M. Sengul (2009) "Information Technology and Transnational Integration: Theory and Evidence on the Evolution of the Modern Multinational Enterprise", *Journal of International Business Studies*, 40 (9): 1496-1514.

UNCTAD (2017) *World Investment Report 2017, Internet and Digital Economy*, Geneva.

UNCTAD (2020) *World Investment Report 2020, International Production Beyond Pandemic*, Geneva.

井上 博 (2006) 「サービス多国籍企業の諸特徴」関下・中川・板本編『サービス多国籍企業とアジア経済』ナカニシヤ出版。

(2020年11月19日掲載決定)