

今年五月に欧州連合（EU）が「一般データ保護規則（GDPR）」を施行した。要点は欧州連合（十三カ国）域内に所在する個人の通信情報を域外に移動させる場合には本人の了解を必要とする規則で、違反の場合には巨額の罰金が過料されることになる。筆者にも欧州の様々な組織から許諾を請求する連絡が到着しており、実働しはじめていることを実感する。

さらに現在、欧州連合は「e 프라이バシー規則」の施行を準備している。本人以外が通信の内容や付随情報を処理することを原則禁止とし、処理する場合は本人の同意を必要とする規則である。これまでも情報社会にはフェイクニュースやフィッシングなどの問題が氾濫してきたが、それらとは別種の問題への対策である。

その問題の背景は現在の世界の企業の時価評価総額の順位に反映されている。今年六月時点で、一位のアップル以下、アマゾン、アルファベット（グーグルの持株会社）、マイクロソフト、フェイスブックと、アメリカの情報サービス企業が五位まで独占し、残念ながら五〇位までに欧州そして日本の情報企業は皆無である。

これら情報サービス企業の収益の源泉は広告収入であるが、その主要な手法はターゲット広告である。アマゾンで買物しようと検索すると、関係ありそうな商品の広告が画面の一部に表示され、グーグルの検索サービスを利用しても同様である。このような関連する広告を個別に掲載することにより企業から広告収入を獲得する。

それが適切に購買行動に反映するほど広告単価は上昇するが、昨年のアメリカのインターネット広告収入の三九％がグーグル関連企業、二〇％がフェイスブック関連企業という数字が両者の広告が適切であることを証明している。この適切さは無償の情報提供サービスから収集した膨大な個人情報保証している。

ここに欧州連合が強硬な規制を施行する第一の背景がある。グーグルの検索回数是世界全体で一日六〇億回と推定されるが、この便利な情報サービスを膨大な人数が無償で利用する代償として提供する個人情報をアメリカの新興企業が独占利用して飛躍する一方、それ以外の国々の産業が侵食されていることへの対策である。

インターネットは六〇年代のアメリカで軍事技術として開発されたが、その技術をワールド・ワイド・ウェブ（WWW）という形式で、人々が情報を共有する手段に発展させたのは欧州の学者たちであった。しかし、アメリカでは企業が情報を独占して発展する手段に変貌したことへの反発が今回の規則の第二の背景である。

第三の背景は情報の世紀での覇権競争である。一九世紀中頃にアメリカ東部で石油が発見されて以後、二〇世紀は石油の世紀としてアメリカが覇権国家として君臨してきた。依然として石油は重要な資源ではあるが、世界は情報の世紀へ突入している。前述の世界の企業順位でも明確であるが、ここでもアメリカが覇権国家である。

フェイスブックが「日本では個人情報保護への対応の予定はない」と発言しているように、日本の政策は大幅に出遅れている。一八五八年に世界の主流とは乖離した安政五カ国（不平等）条約を締結して以来、その改正のため日本は大変に苦勞した。現在は国際条約ではなく国際競争の本流で出遅れている。明治時代の苦難を想起し早急な対応が必要である。