

SNSとアセモグル教授のデジタル広告税

東京財団 研究主幹 **森信 茂樹**

昨年のノーベル経済学賞の授賞者である米マサチューセッツ工科大 (MIT) のダロン・アセモグル教授は長年、社会制度が国家の繁栄に与える影響の研究をしてきた。シカゴ大学教授のジェイムズ・ロビンソン氏と共著の『国家はなぜ衰退するのか』(ハヤカワ文庫)は、300年にわたる世界の歴史を制度という視点で観察した書物である。米国とメキシコ国境に位置するアリゾナ州ノガレスとソノラ州ノガレスという同名の2つの町は、「人も、文化も、地勢も同じだ。それなのに一方が富裕でもう一方が貧しいのはなぜだろうか」という疑問から発し、繁栄する国家と破綻している貧しい国家を区別する要因について実証的な分析を行っている。

その上で、政治や経済の体制において権力が多元的に分配される「包括的」な経済制度を持つ国は、新たなテクノロジーとスキルへの投資を促す経済成長につながりやすいと指摘、逆に少数に集中する「収奪的」な構造を持つ国は、多数の持つ資源を少数が搾り取ることになり衰退すると結論付けている。書物では「包括的」となっているが、民主主義のもとで市民が自由な経済活動を営むことのできる社会という意味で「包摂的」という方が

今日的だろう。社会制度を一定のメルクマールで分類し比較する研究成果は、今日テック・オルガルヒが跋扈しDEI(多様性・公平性・包摂性)を否定する米国トランプ政権や習近平共産党独裁政権の今後を占う意味でも、大変有益だと考える。

筆者が最も尊敬するエコノミストの一人である河野龍太郎氏は『日本経済の死角』(ちくま新書)の中で、アセモグル教授の「社会的包摂」の重要性を指摘しつつ、イーロン・マスクなどのイノベーションが「収奪的」で、デジタル小作人を生み出し野生化しつつあることに警鐘を鳴らしている。

そのアセモグル教授が、ノーベル経済学賞の共同受賞者であるMITサイモン・ジョンソン教授とともに、デジタル広告課税の必要性を訴えている。理由はソーシャルメディアの広告収益モデルがもたらす弊害の除去である。デジタル広告が、ユーザーの注意を過度に引き付け、感情を煽るコンテンツを優先させることで、精神的健康問題や過激主義を助長している。アルゴリズムによる操作がユーザーの行動や感情を誘導し、企業の利益を増やす一方で社会全体に害を及ぼしている、という主張である。本来はソーシャルメディ

アの全面禁止が望ましいが、それは現実的ではないので、多くの民主主義国家で健康や経済に悪影響を及ぼす商品やサービスに課税する「罪の税（シンタックス sin tax）」を課すことにより抑制するという主張にした、と説明している。

具体的には、デジタル広告収入に高率（50%）のフラット税を課す、対象は広告収入のみで、利益や他の収入源（サブスクリプション収入など）は含まない、年間広告収入が5億ドルを超える企業に限定し、小規模企業や新興企業には配慮するとしている。収入を課税ベースにするのは、タックスヘイブンへの所得移転を防ぐためと説明されている。ノーベル経済学賞受賞者であるスタンフォード大学のポール・ローマー教授も同様の提言を行

っている。

シンタックスというのは、社会的に有害な行為や行動を抑制することを目的に酒（アルコール）、たばこ、ギャンブルなどに課せられる税金で、政府にとっては収入源となるメリットがある。米国や英国はこの考え方で、高額なたばこ税や酒税を課している。一方わが国の酒・たばこ税は財政収入を目的とする税で、シンタックスではないと説明されている。

SNSにおけるフェイクニュースが、社会の憎悪や分断をあおるという弊害をもたらしている今日、米国のノーベル賞学者が提言するシンタックスとしてデジタル広告税を導入するという動きには、注目をしたい。

