

1. 総括

世界最大の GDP と 3 番目の人口規模を有する米国は「デジタル経済」という造語を誕生させるのみならず、国内外でデジタル産業の振興や発展の推進役として牽引してきた。様々なデジタル化の基盤となるインターネット網の敷設やモバイル端末の普及をはじめ、次世代を担う事業家の育成や起業を促す事業投資環境は有能な人材や企業を諸外国からもひきつける。このため、米国を起点とした最先端の技術やデジタル事業・サービスは他国のデジタルエコノミーにも大きく影響力を有する。

このような中、米国政府は一貫してデジタル産業振興やデジタルエコノミーの推進について積極的なスタンスを貫いている。行政府のデジタル化を目標としたデジタル政府戦略“Building a 21st Century Digital Government”（2012 年）では文書のデジタル化による手続き等の簡素化・利便性の向上、公共データのオープン化を通じた各種サービスの促進を目指す。同戦略の下、各省庁・連邦政府機関をはじめ、各州・各地方都市政府は独自の戦略を打ち出しデジタル化をそれぞれ推進する。また、デジタル産業振興・発展のための税制上の優遇措置や産官学連携を促進するスキームの提供など、各都市・州間での誘致戦略が存在する。

米国固有の法制度の状況としては、連邦政府による包括的なデジタル戦略やサイバーセキュリティ対策の方針を打ち出し、データ移転や個人情報保護に関する法規制は州政府ごとで具体的な方針を確定し、運用している状況にある。連邦政府によるサイバー情報セキュリティ法（2015 年）がデジタル時代の個人情報漏洩やデータの不正取得・悪用などを防ぐための諸対策の大枠として位置付けられる。また、2020 年 11 月の大統領選挙結果次第では現在審議中のプライバシー法案の立法化が実現する可能性がある。他方、州独自の動きとしてはカリフォルニア州（加州）政府が他の州に先駆けて個人情報保護の礎となるデジタル侵害通知法（2003 年）に加え、同法をより強化した個人情報保護を目指す「カリフォルニア州消費者プライバシー法（CCPA）」が 2020 年 1 月 1 日に施行されたことで、他の州にも同様の動きが今後波及する可能性がある。

2. デジタル法制の状況

(1) 国の概況

- 人口は世界第3位の大国。うち労働者人口は1.66億人と全人口の5割。
- 2020年秋には大統領選挙を控えており、共和党の現職トランプ大統領が2期目を継続できるかが注目。感染者数・死亡者数共に世界ワーストが続くコロナ禍の影響下では経済活動が大幅に減速し、人種問題など社会不安が増大している状況にある。
- 連邦政府はデジタル化には肯定的なスタンスであるが、諸外国と比べ政府牽引というよりは民間主導型のデジタル化が進展している。

面積	983.4万km ² (50州他)	
人口	3.29億人	
首都	ワシントンD.C.	
政体	大統領制, 連邦制	
名目GDP	21.4兆米ドル	
実質GDP成長率	2.3%	
一人当たりGDP	65,111.6米ドル	
進出日系企業数	8,929拠点 (前年比3.6%) ※在留邦人数は446,925人	

(注) 特記がない限り2019年統計

(出所) IMF、世銀、日本国外務省、JETRO、当該国政府機関ほか各種資料

(2) デジタル法制の状況

- 米国では連邦政府が国全体のデジタル化に向けた大綱方針を決定し、それに基づいた具体的な法規制を州政府が制定する傾向にある。また、主要都市単位で関連インフラ開発整備を含めたデジタル推進発展計画を個別に策定するケースも見受けられる。
- 連邦政府はサイバーセキュリティ情報共有法を 2015 年に定め、デジタル時代の個人情報漏洩やデータの不正取得・悪用などを防ぐための諸対策の大枠を構築。一方で、企業による個人情報漏洩の事例が後を絶たない、深刻度合いが増していることから、違反企業に対する制裁金が足元で増額する傾向にあり、目下、連邦政府でもプライバシー法案の立法化に向け審議中。2020 年 11 月の大統領選の結果次第（民主党の勝利）では同法案の立法化の実現可能性が高まるという見方がある。
- 一方、連邦政府に先駆け、2003 年にデータ侵害通知法がカリフォルニア州で制定されて以降、2018 年までにほとんどの州で同様のデータ保護法の制定が進んだ。
- さらに、カリフォルニア州では消費者プライバシー法（CCPA）が制定され、2020 年 1 月に発効。今後は他の州政府にも追随・波及する可能性があり、事業者は同法で規定される個人情報保護対策や罰則について留意する必要がある。

【国家戦略・計画】

名称（発表年）	主な内容
デジタル政府戦略 “Building a 21 st Century Digital Government” (2012 年)	<ul style="list-style-type: none"> • オバマ政権時に定められた政府機関による様々な行政サービスのデジタル化を推進することを目的にした戦略。従前の 6 つのデジタル関連決定・指針（注）を含有する。 • 4 つの原則により成り立つ：①基軸となる情報（Information-Centric）、②共通プラットフォーム（Shared Platform）、③顧客第一（Customer-Centric）、④安全とプライバシーの確保（Security and Privacy）。 • 公文書のデジタル化による手続き等の簡素化・利便性の向上、公共データのオープン化を通じた各種サービスの促進も期待される。 • 各省庁・連邦政府機関をはじめ、各州・各地方都市政府もこれを基に独自の戦略を打ち出しデジタル化を推進。

（注）①Executive Order 13571 “Streamlining Service Delivery and Improving Customer Service”、②Executive Order 13576 “Delivering an Efficient, Effective, and Accountable Government”、③Memorandum M-13-13 “Open Data Policy-Managing Information as an Asset”、④Memorandum M-16-21 “Federal Source Code Policy (FSCP)”、⑤the “National Strategy for

Trusted Identities in Cyberspace (NSTIC)”, ©the “25-Point Implementation Plan to Reform Federal Information Technology Management (IT Reform)”

【連邦政府のデジタル関連法令】

名称（制定年）	主な内容
サイバーセキュリティ情報共有法 (2015年)	<ul style="list-style-type: none"> • 政府に対し企業がサイバー脅威に関する情報共有を行った際に生じる可能性のある民事訴訟の免責等の措置により、サイバーセキュリティリスクの官民情報共有を推進することが目的。 • 米国土安全保障省（DHS : Department of Homeland Security）の傘下にあるサイバーセキュリティ庁（CISA : Cybersecurity and Infrastructure Security Agency）は国内外のサイバー脅威に対抗しうる強靱なインフラ構築を推奨する諮問機関。 • 同省が構築・運営するサイバーインシデントデータ分析リポジトリ（CIDAR : Cyber Incident Data and Repository）においてサイバーインシデント等のデータが集積・一括管理される。
Eコマース消費者保護ガイドライン（2016年）	<ul style="list-style-type: none"> • 連邦取引員会（FTC : Fair Trade Commission）によるガイドライン。企業による不公正な取引や欺瞞的な商行為を規制することを目的とする。 • 消費者が知るべき適正な情報の開示義務、公正なマーケティング、個人情報やデータ保護の義務を中心としたガイドラインに対し、違反または逸脱した商行為が FTC に認められた場合、修正指摘のみならず損害補償や制裁金が課せられる可能性がある。
サイバーセキュリティ大統領令（2017年）	<ul style="list-style-type: none"> • トランプ政権としてのサイバーセキュリティ政策措置として、最優先対象3つ：①連邦政府のネットワーク、②重要インフラ、③国家・国民、を掲げ、連邦政府機関の長に対し直接的なリスク管理責任と大統領への報告義務を課した。 • 米国立標準技術研究所（NIST : National Institute of Standards and Technology）また、重要インフラの防護を含め高リスクのサイバーインシデント対策の強化が期待される。 • 連邦政府機関が共有する IT システムの近代化の推進、国際連携やサイバーセキュリティ人材の育成も重視した内容となっている。

	<ul style="list-style-type: none"> しかし実効性や有効性には懐疑的な見方をする有識者が多い。
--	--

【カリフォルニア州のデジタル関連法令】

名称（制定年）	主な内容
データ侵害通知法 （2003年）	<ul style="list-style-type: none"> データ侵害による個人情報漏洩の可能性がある場合にはその旨を消費者に通知することを義務付ける一方、それにより発生する損害等については企業側にその責任を負わせる。
カリフォルニア州消費者プライバシー法（CCPA） （2018年）	<ul style="list-style-type: none"> 憲法で規定されるプライバシー権の確保とともに保護することが目的。 原則、加州在住の消費者が有する個人情報を含むプライバシーの権利の付与と、それらを保護することを目的とした事業者に対する義務を課し、消費者のプライバシーを棄損する場合の罰則が規定される。 適用対象は①事業者、②サービス提供者、③第三者、④責任引受者の4分類。 2020年1月1日に施行され、細則は同年8月14日に発効。 現在、消費者の権利をより強化する改定案（CPRP：California Privacy Act of 2020）（別名CCPA2.0）が審議中である。改正案では新しい分類として社会保障番号やGPS情報、健康情報などを含む「センシティブな個人情報」の取り扱いや制限についての取り決めが追加されるほか、不正確な個人情報の修正を求める権利や第三者への個人情報共有の差し止めを求める権利が追加される予定。

【カリフォルニア州消費者プライバシー法（CCPA）】

- 同法は2018年6月にカリフォルニア州政府議会で成立し、2020年1月1日に施行。細則は同年8月14日に州行政法局（OAL）承認後に即日発効された。同細則は同法遵守に必要なシステム要件・対応指針が詳述される。
- 同法はカリフォルニア州在住の住民（消費者）を対象に憲法で規定されるプライバシーの権利を保障すると同時に、住民の個人情報を利用する事業者に対して8つの義務を課す：①消費者への通知義務（同法規則案第2節）、②消費者要求への対応に関する義務（同法規則案第3節）、③研修義務（同法規則案第999.317条）、④記録管理義務（同法規則案第999.317条）、⑤要求の検証義務（同法規則案第4節）、⑥未成年

に関する特則の義務（同法規則案第 5 節）、⑦差別の禁止（同法規則案第 6 節）、⑧個人情報¹の性質を踏まえ合理的なセキュリティ対策を行う義務（同法規則案第 1798.150 条）。

- 同法は、カリフォルニア州内で事業を行い、以下の 3 つの基準を一つでも満たす事業者が対象となる：
 - ① 年間総売上高¹が 2,500 万ドル以上。
 - ② 単体または連結で年間 5 万件以上の消費者、世帯またはモバイルデバイスの個人情報を商業目的で購入、販売または共有する。
 - ③ 個人情報の販売額等が年間売上高の 50%以上を占める。
- 適用対象者として 4 分類がある：①事業者“Business”（同法第 140 条 c 項）、②サービス提供者“Service Provider”（同法第 140 条 v 項）、③第三者“Third Party”（同法第 140 条 w 項）、④責任引受者“Liability-shifted person”（同法第 140 条 w(2)項）。
- 違法者には主に以下の 2 種の罰則規定が設けられる：
 - ① 民事罰（州長官による提訴）：義務違反と認定された事業者に対し、1 件あたり最大 2,500 ドル（故意の場合最大で 7,500 ドル）の制裁金が科される。
 - ② 訴訟（住民による提訴）：個人情報の性質を踏まえ合理的なセキュリティ対策義務を怠った結果による個人情報の漏洩や不正アクセス等が認められた場合、1 件あたり 100 ドル以上 750 ドル以下の損害賠償または実損のいずれか大きい額の賠償請求が可能。
- 対象には日本企業の米国子会社や支店のみならず、それらを統括する親会社等の米国国外拠点も想定されており、訴訟に当たっては膨大な費用が必要となることが考えられる。当然、訴訟の結果、当該企業のレピュテーション低下も免れない。
- 人事関連の個人情報に関しては適用除外範囲と期間が設けられているが（同法第 145 条 h 項）、当該情報を取り扱う事業者は原則コンプライアンス対応措置を行う必要がある。

¹ 年間総売上高の計算としてカリフォルニア州内のみのものが対象となるのか、州外も対象となるのか、は明確になっていない点に留意する必要あり。

3. デジタル化の状況

(1) インターネットの利用度

- インターネット普及率は9割近くと高い水準を誇る。
- インターネット人口1人あたりのEC利用金額は年間2,000ドルを超え、一人当たりGDPに占めるEC購入金額の割合は3.2%と日本よりも高い。
- Facebookユーザー数は2.4億人と人口の7割以上。ツイッターを含めSNSの利用者が多い。

	米国	中国	インド	日本
① 総人口 (2019年10月)	3.29億人	14.0億人	13.5億人	1.26億人
② 一人当たりGDP (2019年10月)	65,111米ドル	10,099米ドル	2,172米ドル	40,847米ドル
③ インターネット人口 (2018年12月)	2.93億人*	9.04億人*	5.6億人*	1.18億人
④ インターネット普及率	89.06%	65.6%	41.4%	93.6%
⑤ EC小売市場規模 (2019年)	約6,016億ドル	1.8兆ドル	約425億ドル	約1,234億ドル
⑥ インターネット人口1人あたりの EC金額	2053ドル/年	1991ドル/年	76ドル/年	1,045ドル/年
⑦ 一人当たりGDPに占めるEC 金額の割合	3.2%	19.7%	3.4%	2.6%
⑧ Facebookユーザー数 (2018年12月)	2.4億人*	133万人*	2.51億人*	7,100万人

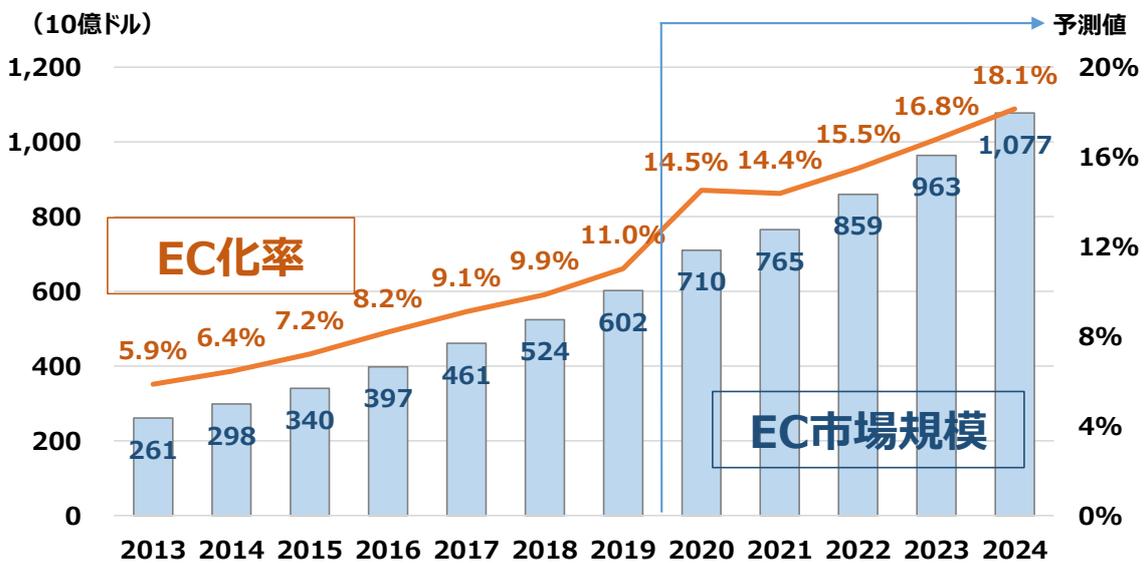
(*) Internet World Stats 各国統計年月は以下の通り:

米国（インターネット人口、Facebookユーザー数ともに2019年4月）、中国（インターネット人口 2019年12月、Facebookユーザー数 2020年1月）、インド（インターネット人口 2019年7月、Facebookユーザー数 2020年1月）

(出所) IMF、Internet World Stats、eMarketer

(2) EC市場規模

- 米国のEC市場規模は2019年に6,000億ドルを超えた。
- 2019年のEC化率は11%で2024年には18%を超えると推測されることから、小売市場全体に占めるEC市場の規模は今後も拡大することが予測される。



(出所) eMarketer

(3) デジタル産業

- 近年モバイル端末の普及により米国でもデジタルマネーや電子決済は都市部の若年層を中心に広がりを見せているものの、従前のデビットカードやクレジットカード、小切手による決済が未だに根強く残っている。また、スマートフォンを有さない低所得者層や一部の移民労働者のほか、地方都市では現金や小切手による決済が嗜好されるため、キャッシュレス社会への完全移行は当面時間がかかりそうだ。
- そのような中、米中銀の連邦準備理事会（FRB）が発行するデジタル通貨（CBDC）について、「デジタルドルプロジェクト」がホワイトペーパー（事業計画書）を2020年5月に公表。法定通貨の米ドルをデジタル化することで、金融取引の時間短縮、低取引コストの実現などを通じた米ドル利用の拡大などを目指す。今後はCBDCの利用想定に応じた流通や決済等の試験的運用を行う予定。
- 米国ではサイバー保険市場が拡大中。1997年のAIG社による販売を皮切りに、民間保険会社による一般的なサイバーセキュリティ上で被る損害補償のほか、情報通知コストや弁護士費用・罰則金に対する補償を行うサイバー保険商品が拡充され、サイバー保険加入率・加入金額ともに世界随一の規模を誇る。
- 米国は世界有数のユニコーン企業排出大国。足元では中国の企業も目立つようになってきているが世界の上位10社には常に米国のユニコーンが上位を占める傾向にある。

【世界のユニコーン企業ランキング（2020年7月）】

順位	企業名（国籍）	企業価値（10億ドル）	業種
1	Toutiao（中国）	75	AI
2	Didi Chuxing（中国）	56	自動車・運輸
3	Stripe（米国）	36	フィンテック
4	SpaceX（米国）	36	宇宙開発
5	Palantir Technologies（米国）	20	データ管理・分析
6	Airbnb（米国）	18	旅行・民泊
7	Kuaisho（中国）	18	モバイル通信
8	One97 Communications（インド）	16	フィンテック
9	DoorDash（米国）	16	ロジスティクス
10	Epic Games（米国）	15	ゲーム

（出所）CB Insights “The Global Unicorn Club”（閲覧日：2019年7月8日）

（<https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies>）

【将来有望なユニコーン企業候補（2019年）】

企業名（業種）	概要
Remitly（フィンテック）	<ul style="list-style-type: none"> 送金アプリ。低コストで海外送金が可能。
Divvy（フィンテック）	<ul style="list-style-type: none"> 投資・資産運用アプリ。運用目的・ジャンル別に検索し、少額からの投資が可能。
Grove（生活用品）	<ul style="list-style-type: none"> 主に美容・健康関連商品の企画・製造・販売。
Cybereason（サイバーセキュリティ）	<ul style="list-style-type: none"> AIを活用したサイバー攻撃対策プラットフォーム EDR を法人向けに提供。
SignalFX（IT）	<ul style="list-style-type: none"> クラウド上のソフトやデータ等をリアルタイム管理するプラットフォーム。
PATREON（メディア）	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターや芸術家とユーザー・ファン間を結ぶ有料会員性のサービスを提供。
SYNTHEGO（バイオ）	<ul style="list-style-type: none"> 化学の専門家によるゲノム細胞を活用した医療を研究・提案。
Redislabs（ソフトウェア）	<ul style="list-style-type: none"> 法人向けに様々なデータベース化や管理を行うソフト。
fuboTV（デジタルメディア）	<ul style="list-style-type: none"> ネット上でスポーツ関連動画配信サービス。

NEXT (ロジスティクス)	• コンテナの陸上輸送を強みとする。
----------------	--------------------

(出所) Forbes “Next Billion-Dollar Startups 2019” (掲載日 : 2019 年 7 月 16 日)

(<https://www.forbes.com/sites/amyfeldman/2019/07/16/next-billion-dollar-startups-2019/#18e4c9221d43>)

4. 産業・企業への影響

【カリフォルニア州消費者プライバシー法（CCPA）の影響】

ここでは施行された同法・細則が本邦企業に与える影響について、可能性の範囲で記述する。

- 対象には日本企業の米国子会社や支店のみならず、それらを統括する親会社等の米国国外拠点も想定されており、訴訟に当たっては膨大な費用が必要となることが考えられる。現状、米国外の拠点まで訴求するケースは現実的でないという識者の意見が多いが、訴訟に発展した場合、当該企業のレピュテーション低下などの影響は免れないため注意が必要。
- 人事関連の個人情報に関しては適用除外範囲と期間が設けられているが（同法第 145 条 h 項）、当該情報を取り扱う事業者は原則コンプライアンス対応措置を行う必要がある。
- 事業者は個人情報保護を目的とした合理的なセキュリティ対策を行う義務がある。具体的には、個人情報に対する不正なアクセスを防ぐ措置や身元偽装行為の防止などのセキュリティ対策を講じなければならない。「合理的」の定義については連邦政府のサイバーセキュリティ情報法で規定される基準も一つの目安となるという見解がある。同法が施行されて以降、既に IT 企業、ホテル、小売り業者が訴訟対象となっており、今後も件数は増える可能性があるためそれらの動向も注視したい。
- 事業者は公開されているウェブサイト上、または公衆の目に触れるような提供情報上で対策を講じる必要がある。原則、消費者に対し、個人情報の収集時やそれ以前に、収集する個人情報の種類や使用目的などを通知する義務が事業者に課されている。加えて、消費者が読みやすく理解しやすい方法で提示することが求められる。さらに、プライバシーポリシー規則の設置義務も課され、以下のような説明書きが求められる：
 - ① 収集、開示、販売される個人所法を知ることができる権利、個人情報の削除を要求できる権利、個人情報の販売をオプトアウト（許可がない場合の拒否）できる権利、同法の権利行使によって差別されない権利。このほか、消費者に代わり委託されたエージェントがどのように代理で要求を行うことができるか、情報を求める場合の連絡方法、プライバシーポリシーの最新更新日の記載。（細則 999.308 項）
 - ② 大規模な個人情報（1,000 万件以上）に関する条項を満たす場合、集められた情報やその関連リンクを記載。（細則 999.317 項）
 - ③ 販売する個人情報が 16 歳未満の消費者のものと知っている場合、同法既定のプロセスを記載。（細則 999.330 項、同 999.331 項）

以上

（2020 年 8 月時点）