

■労働者保護のゆくえ

「ギグワーカー」とは、インターネッ ト等を通じて単発の仕事を請け負う労働者のことで、米ウーバーテクノロジーズ社のドライバー等が有名です。近年、企業とギグワーカーをマッチングするサービスが広がり、国内では2020年上期までに延べ100万人を超える見通しです。これからの働き方の標準モデルの一つとなることは間違いありません。

一方、日本の労働者保護制度は会社員や団体職員など組織に属しながら働く人を前提としており、ギグワーカーは労働基準法や雇用保険などの対象外となっています。今回のコロナ危機を受けて、政府はギグワーカーを含む個人事業主を対象に最大100万円を給付する「持続化給付金」や小学校等の休校の影響をうけて仕事を休まなければならぬフリーランスを対象に1日7,500円を給付する制度を創設しました。こうした動きを止めることなく、アフターコロナ社会においては、ギグワーカーをはじめとする個人事業主を労働者として保護する制度づくりが必要になっていくものと思えます。例えば、雇用保険や労災

保険への加入権利を付与したり、類似の保険制度を創設するなどセーフティーネットの拡充が求められるようになるでしょう。

ただし、個人事業主はあくまでも「事業主」であり「被雇用者」ではありません。従って、これらの議論の前提として、個人事業主を労働者としてみなす際の要件について今後の議論の中で早急に明確化していくことが必要だと思っています。

■行政のデジタル化を急げ

2020年6月24日付の日本経済新聞5面。「コロナ感染者が増加傾向にあった3月下旬、永田町の自民党本部でテレビ会議が開催された際、各議員が地元の事務所からインターネット経由で参加する中、経済産業省の職員が霞が関の職場にあるシステムからは接続することができず、党本部にわざわざ出向いて出席していたという記事がありました。また、5月には国土交通省の職員がテレワーク申請をしたものの、回線容量不足から申請を却下される事例が相次いだとのこと。加えて、コロナ対策を実行する際、自治体の情報システム仕様がバラバラで自治体間

や国との情報連携が課題となりました。この様に、省庁や自治体ごとに異なるシステムベンダーと契約することが慣行となつていますが、政府による一括調達の場合と比べると調達総額が高くなるうえに、非効率なシステム構成となり、このままでいると、危機対応等での初動対応や役所間での調整を妨げてしまう原因にもなりかねません。

政府は現在、2020年度補正予算を活用し、霞が関内の全部署に米シスコシステムズ社のテレビ会議システム「Webex」の導入を進めているようです。さらには2025年を目標に全国の出先機関も含めた行政機関をつなぐネットワーク仕様を統合し、回線容量も大幅に拡大する方針を打ち出しました。内閣府の試算によれば、この仕様統合によるコスト削減効果は年300億〜500億円にもものぼるとされています(これだけの経費を節約できるのであれば、なぜもっと早く着手しなかったのか問い質したくもありません)。くれぐれも宝の持ち腐れにならないよう、政府職員の働き方・職場慣例の再点検、情報セキュリティ対策の強化に注力してもらいたいものです。

■デジタル広告が規制対象に

デジタル広告市場は2019年にテレビ広告市場を超え2兆円を突破。米グーグル社とフェイスブック社が代表格です。例えば、米グーグル社は検索シェア8割という強みを生かして、利用者の人格や嗜好をプロフィールングし、非常に精度の高いターゲティング広告を配信しています。マーケティングコスト削減や契約成功率を高められる素晴らしいサービスなのですが、料金の不透明性や広告表示の実績確認の難しさが課題でした。今、ここにメスが入ろうとしています。政府の「デジタル市場競争会議」は6月16日、デジタル広告の規制に向けた中間報告を発表。第三者による広告の表示回数測定や、表示アルゴリズム変更の事前通知などの仕組みを検討する方針です。私自身はプロフィールングされた個人に関する情報の活用ルールも議論すべきと考えていますが、また次の機会に述べます。(2020.6.24)

衆議院議員 浅野 哲(あさのさとし)
茨城5区(日立、高萩、北茨城、東海)、
1期、国民民主党、経済産業委員 他
<https://asanosatoshi.com>