

○安達澄君 無所属の安達澄です。よろしくお願いいたします。

最初に、新型コロナウイルスに関連して、前回ちょっと時間切れになりましたこの布マスクについて、ちょっと引き続き質問をさせていただきます。

午前中、須藤議員からも質問がありました。須藤議員は力持ちで優しいところもあるんですけど、私はもうちょっと突っ込ませていただきたいと思っております。この部屋の中ではまだ言っているのかと思われている方もいらっしゃるかもしれませんが、そうじゃなくて、やはり、まだ配っているのかというのが国民の普通の感覚だと思いますので、質問をさせていただきます。

三月上旬に官邸マスクチームができて、これには、経済産業省、そして厚生労働省、そして総務省から約四十名の職員の方々に構成されて、そして、そのマスクチームの責任者は経済産業省の方というふうに認識をしております。

菅官房長官の四月二日の記者会見によると、このマスクチームで検討した結果、布マスク二枚の全世帯配布が決定されました。目的は、店頭でマスクが手に入らない不安の解消だというふうにおっしゃっていました。事の発端にはいろんな報道もありますけれども、あれから五十日がたちました。布マスクは、まだ多くの都道府県で配布されていません。午前中の厚生労働省の審議官の説明では、まだ一割程度という話がありました。

にもかかわらず、もう今では店頭でマスクがあふれています。当初の目的であった店頭でマスクが手に入らない不安、これはもう解消されています。であるならば、しかも一割しか配られていない、直ちにこのマスクの配布をやめて別の目的に税金を使うことが正しい選択ですし、それが国民の普通の感覚だと思います。

その国民の皆さんの多くが不思議に思っていることでありますけれども、安倍総理はいつもこの布マスクを着けていながら、しかし周りの大臣や側近の方々は着けていません。梶山大臣も着けていらっしゃらないですよと聞こうと思ったんですけど、午後からマスクを替えられましたね。

いずれにしても、なぜ周りの大臣であるとか側近の方とか、例えば、今日、松本副大臣もそうですけど、着けていらっしゃらないのか、理由を教えてくださいませんか。

○国務大臣（梶山弘志君） 私は今、二週間布マスクを使って、一週間は使い捨てマスクを使うというサイクルで自分のマスクを回しております。

と申しますのも、今、大体六億枚から七億枚供給できるようになってきたとい

うのは、工業会中心のその数値の把握でありますけれども、例えば一億二千万人全ては使わないまでも、一時期はやっぱり三十億枚ぐらい必要だった。目標としては十億枚ぐらいということで、十億枚でもやはり二十億枚足りない。ということは、やはり二日布マスクを使って一日使い捨てを使うというような形で、しばらくこの状況を乗り切れればという話のございました。そういった中で、布マスク、何種類か私も作ってもらったり、持っておりますけれども、午前、午後で替えたりということもありますし、そういった中で今使わせていただいております。

全て使い捨てマスクがもう行き渡ったかというのと、一時期在庫で多分積み上がっていたもの、市場に出さずに在庫をしていたものが今出てきたのかなということで、恒常的にこれが全て続くとは私もまだ考えられません。それで、地方にはまだまだマスクの不足ということがありまして、中小の薬局の店頭で逆にメーカーがはっきりしないものが並んだりはしていますけれども、大手のドラッグストアなんかにはなかなかやっぱり並ばない、メーカー品は並ばないというのが現状だと思っております。

そういった中で、布マスクの活用、またサイクルの中で布マスクをどう使っていかかという工夫も必要だと思いますし、そういった中でこの布マスクの重要性が出てきていると思っております。

○安達澄君 そうやって大臣が着けられることは非常にいいことだと思います。四百六十六億もの予算を使って、そして安倍総理肝煎りの政策でもあるわけですし、そうやって皆さんが、なぜ着けていないんだろうという疑問に答える意味でもいいことだと思います。

ただ、ちょっとここは大臣と私の認識の違いですけど、やはり私の地元とかでは、もう今マスクが十分に店頭にもあって、そして今、結構布マスクを皆さん使って、それを洗って使っている。もう今更という声も非常にあります。やはり、今、国民の皆さんがそういうふうに思っているものをそのまま配り続けることが本当にいいのかどうなのか、そこは私は極めて疑問に思っております。

梶山大臣は、御自身のホームページの中でも、改めるべきものは勇気を持って変えていくんだというふうに政治理念を語っていらっしゃいますけれども、やはり今、安倍総理にはなかなか正しい情報が入りにくい、そういう状況にあるんじゃないかというふうに強く私は危惧をしています。これをなかなか、省庁、官僚の方々が言うというのは、これは非常に難しいと思います。ですから、それを言うのは周りにいらっしゃる政治家の方だというふうに私は思っております。

梶山大臣の方から、是非、安倍総理に対して、フェーズが変わったんだ、もう

やめましょうというふうに言っていたくことはできないでしょうか。

○国務大臣（梶山弘志君） 安達委員の御意見として伺っておきます。

ただ、フェーズが変わったというのは、少しちょっとまた違うと思うんですね。やはり、まだ医療用品足りないという中で、医療用のガウンであるとかマスクの手配というのはまだやっております。

そして、先ほど委員がおっしゃいましたけれども、マスクチームというのをつくりました。本来、厚生労働省が一貫してこれは担当、所管をすることでありますけれども、我々、いろんな地域に経済産業局がありまして、そこで商工会や商工会議所を通じて、マスクを輸入できる会社はないか、マスクを縫製できる会社はないかということで、我々、そういう打診をする中でマスクチームの中の役割を果たしてきたということでもあります。

○安達澄君 是非いろんな状況をしっかり見極めて、変えるべきものは勇気を持って変えていく、是非それを実践していただきたいというふうに思います。

5Gと絡めて、次の質問に移ります。

日本は今このマスク二枚を配るにもすったもんだしたりしていますけれども、一方で、これまでのところ、台湾の感染症対策、これが非常に高い評価をされています。もちろん、これまでのところでは。

マスクに特化して言うと、デジタル担当大臣のオードリー・タンさんですね、その方が非常に強いリーダーシップを発揮して、マスクの在庫データを公開し、マスクがどこで売っているか確認できるアプリ、これを開発して非常に話題になりました。

その購入システム、仕組みは日々変化しています。今ではコンビニの端末に健康保険証を入れて、そこに希望するマスクの種類とか電話番号を入れたりということによって予約ができるそうです。

マスクの増産体制について言うと、日本の経産大臣に相当する経済部長が旗を振って、産業界とのパイプを生かして新規の製造ラインを短期間で立ち上げました。生産量は、当初は一日当たり二百万弱だったのが、今ではその八倍の一千五百万ぐらいあるというふうに聞いております。そんな台湾からは、先月、二百万枚ものマスクが日本に寄附をされています。

今回の法案ですけれども、5Gであったりドローンの開発供給、そういったものを導入促進するというので、ソサエティー五・〇の実現に向けた基盤づくりの一環だというふうに認識しています。法案の提案理由にも、我が国はデジタル

技術や多様なデータを活用して経済発展と社会的課題の解決の両立を目指すソサエティー五・〇の実現を目指すとは崇高な理念を掲げているわけですが、今回のやはりそのコロナの対応を見ると非常に不安も覚えます。

そこでお聞きしますが、ソサエティー五・〇以前の問題で、今のそのデジタル技術やICT環境下でも十分台湾のようにできたはずなのに、なぜそれが日本にはできなかったのでしょうか。

○政府参考人（藤木俊光君） お答え申し上げます。

委員御指摘の台湾当局の取組に関しましては、一つは、マスクの生産、流通を全面国家管理下に置いたというところに特徴がございます。その中で、一種配給制というような形の中で、それをやる手段として健康保険証のICチップを活用したマスクの流通システムを導入し、そして在庫状況に関する情報をリアルタイムでオンライン上で可視化するということが行われたということで、迅速かつ効率的にマスクの管理、配給ということを可能にしたというふうに承知してございます。

他方、我が国では、現時点において全国民に普及した個人認証の仕組みというのは整っておりません。それから、店舗における在庫、販売状況を、これ多様な主体がいるわけでございます、リアルタイムで把握する手段が整っていないということでもあります。

こうした中ではございますけれども、様々なウェブ調査等を活用しまして、医療機関における需要動向の把握あるいは情報発信といったようなことに努めてきたところでございます。また、今回の補正予算によりまして、メーカー、卸、小売間のサプライチェーンにおける在庫情報をリアルタイムに共有すると、こういったようなシステムを実証するという事業も行うということで着手しているところでございます。

委員御指摘のように、まさにソサエティー五・〇ということの基盤を構築する中において、こうした医療物資管理体制の強化ということについても厚労省、関係省庁と連携しながらしっかり取り組んでまいりたいと考えております。

○安達澄君 ありがとうございます。

配給制まで日本が本当にやるのかどうかは別として、当然、日本もそうやってアプリ、今九千万人ぐらいの方が使っていますけれども、そうやって技術等はあるわけです。やろうと思えばできるわけですから、是非柔軟な対応をお願いしたいと思っております。

今回、こういう話をして非常に思い出すのが、今 아이폰 で世の中席巻しているアップル社ですけれども、その音楽プレーヤー、当時アイポッドを出したときに、そこで使われている技術というのはこれ全部日本の企業にあったんですね。何でうちで最初に作れなかったんだというふうに当時悔やんだ社長がいらっしやいました。

技術力はあるし、人材もあるし、そして需要もある、必要としている人もいるのに、何か足りない。その当時もそうですし、今の日本にも何か足りないんだと私は思っています。縦割りを超えて、組織とか人の力をも掛け合わせる創造力といいますか、クリエイティビティーであったりリーダーシップ、そういったものがやはり日本全体には求められているんだな、もちろん政府に求められているんだろうなというふうに思います。

済みません、ちょっと時間がなくなってきましたので、プラットフォームの方のちょっと質問をさせていただきます。せっかく内閣府の方にお越しいただいていますので。

今回、最初のルールとなるプラットフォームの法案ですけれども、これ、オンラインモール、アプリストアの取引に透明性、効率性をデジタルプラットフォーマーに求めるものであります。行政措置を行って、従わない場合は百万円以下の罰金が科されます。弱い立場から守る、そういう観点から大事な法案ではあるんですけれども、一社で何十兆もの売上げを稼ぐ巨大プラットフォーマー、特に海外のそれに対して日本がどのように対峙していくべきか。本丸はもっと別のところにあるというふうに思っています。

例えば、グーグル、フェイスブックは、もう日本の国内の広告ビジネス、もちろんデジタル広告ですけれども、そのシェアを拡大させています。このまま行くと、もう勝者総取り、ウイナー・テイクス・オールで、そう遠くない将来に、多くは広告収入で成り立っているテレビ、新聞などの既存メディアの経営が成り立たなくなり、そして結果的に国民の知る権利に影響が出てくるというふうに思っています。

マンパワー、お金、時間を掛けて記者たちが取材した記事、情報がヤフーなどのニュースのポータルサイトで無料で消費者に読まれて、そのウェブページに掲載されている広告の掲載料はそのままプラットフォーマーの財布に入る。非常にいびつなビジネスモデルになっているというか、うまいというか、そういう形になっています。

巨大こういったプラットフォーマーのメディアであったり広告ビジネスへの影響に対して、国としてどのように考え、どのように対策をしていくのか、これを是非教えていただきたいと思えます。

○政府参考人（成田達治君） お答え申し上げます。

デジタル広告市場につきましては、議員御指摘のように、一部のプラットフォーム事業者のシェアが拡大しているというふうに言われております。そうした中で、プラットフォーム事業者の影響力ということだと思いますけれども、例えばプラットフォーム事業者による広告の仲介サービス、これについては、シェアが上がっているということは、広告主あるいはメディアの方、多くの方が使われているということになっております。その関係で、例えばプラットフォーム事業者の方針が変わると、それが市場に与える影響も大きいという意味で、そういった意味での影響力も出てきているというふうに思っております。

そうした中で、広告主あるいはメディアの方、あるいはそのほかの方も含めて、やはりちょっと市場の透明性に懸念があるんじゃないかという声が上がってきております。そうした中で、現在、我々、デジタル市場競争会議あるいはその下のワーキンググループにおきまして、デジタル広告市場の競争状況の評価を実施しているところであります。

○委員長（礒崎哲史君） 時間ですので、お答えは簡潔に願います。

○政府参考人（成田達治君） はい。

これまでの検討におきましては、先生御指摘になりましたメディアからの御懸念の声も聞いております。デジタル広告市場の健全な発展を図る観点から、広告市場が抱えている課題、それからその対応の方向性、これについて、近く中間整理でしっかりとまとめていきたいというふうに考えております。

以上でございます。

○委員長（礒崎哲史君） 時間ですので、おまとめください。

○安達澄君 非常にタフなネゴになるとも思いますし、国際協調がもう全てだと思います。日本ではどうにもならないということを御指摘申し上げて、質問を終わらせていただきます。ありがとうございました。