

公開月例研究会講演記録〈第212回（10月25日）〉——

「中国ベンチャー企業の現状と問題点」 —IT産業を中心に—

(株) ユリックス常務取締役

沈 松 偉

本論に入る前に、少し自己紹介をさせていただきます。私は19年前に上海から日本に参りまして、日本大学の経済学部と、さらに大学院の経済学研究科で勉強しましたが、在学中、既に中国ビジネスを展開していました。当時は貿易をやっていましたけれども、4年前から業務内容を転換しまして、音楽文化、IT等を中心に仕事を始めました。そのきっかけは、若い人はご存じかもしれませんが、ロックバンドのラルク・アン・シェルとご縁がありまして、私とその所属事務所の中国に於ける窓口となって幾つかの音楽文化関連事業を成功させることができたわけです。当時、日本の音楽文化団体、文化庁も含めて、中国に眼を向けてはいたのですけれども、実際には失敗を重ねまして、「やっぱり中国は難しい国だ。日本人だけでやるのはもうやめよう」という状況になっていました。そこで、企業や団体から、「沈さん、ちょっとやってもらえませんか。相談に乗ってもらえませんか」ということで、いろいろな公演のお手伝いをするようになりました。実際に仕事を進めていくうちに、「この仕事は私にとってのチャンスというよりも、日本と中国の架け橋になった方が、よりハッピーになるじゃないか」と思うようになりまして、その立場でいま中国でいろいろな仕事をしております。

その中に、上海アークという、中国で初めてのライブハウスがあります。これはいま中国のロックのメッカになっておりまして、中国の音楽文化発信基地として日本のテレビでも報道されております。今週もテレビ朝日の番組に出る予定ですし、NHKのBSは毎月何回か、この店を紹介していま

す。中国の最前線取材する番組には必ず、うちの上海アークという店が出てくるという状況です。

もう1つはムービー写メールです。日本と違って、3Gではなく、ソフト圧縮技術を使ったJ-フォン方式あるいは一部auの方式ですが、おかげでいま全世界で展開できるようになりました。中国は圧倒的に人口が多いですから、中国で普及すれば、それが世界のスタンダードになるということで、いまグループを挙げて一生懸命やっています。

さらに、モバイルはもう他の人に任せて、無線ネットワーク技術を利用したカーナビの開発に力を入れております。中国ではいろいろな社会問題、安全問題がありますので、政府の中にもセキュリティ関係からのニーズが高いですし、タクシー、トラック運送、長距離運送等でも防犯の意味での需要が高いです。地図も、全国地図ではないのですけれども、かなりのところまでできています。日本の大手メーカーも、展開の方法、アプローチ方法は違いますが、かなり力を入れておりまして、どちらが勝つか負けるか、いま熾烈な競争をしているところです。この3つが私がいま主にやっている仕事です。

以上を前置きとして、本論に入ります。まず中国ベンチャー企業の現状ですけれども、そもそも「ベンチャー企業」という概念は何か、どこまでがベンチャーで、どこからがオールドエコノミーなのか、私自身さっぱり分かりません。特に、私は中国と日本を行ったり来たりしていますから、余計そういう混乱が起きるのかもしれませんが、それでも、「ベンチャー」という言葉の解釈そのもの

に悩んでおります。そこで、とりあえず最近10年の中国経済の変貌からご説明した方がいいかなと思います。

一般に公表されている数字では、中国のGNPは、ここ5～6年は7～8%、それまでは10～11%の成長率を続けてきています。これはあくまで中国全土のGNP総額の話ですけれども、私が多く行っている北京、上海、広東という沿海地区の大都市圏だけ見ますと、もっと成長しております。しかも、この3つの経済圏が中国経済全体を引っ張っているようなところがありますので、最近の中国経済の変貌を説明する時には、この地域の例を挙げざるを得ないと思います。例えば、上海ではリニアモーターが10月1日に開通して、営業運転も始めました。上海市に大きな川がありますが、そこにまたがる橋もここ2年間で3本もできましたし、トンネルも1年で完成するという、世界のどこの国でも考えられないスピードで発展しています。さらに、上海市内の中心部、日本で言うと秋葉原から上野までぐらいのところは緑地化されまして、池もあるという、それも1年で完成したということです。一般の報道では経済発展だけが言われていますけれども、経済だけでなく、インフラ整備、環境整備、町整備が3点セットで同時進行しているのが中国の現状です。

もう1つ、最近10年の中国経済の変貌として挙げなければならないのは国民所得の上昇です。私は19年前に日本に来たのですが、当時の笑話話を言うと、上海で「地震があるよ。逃げる」と言うときに、みんな何を持って逃げるかと言いますと、まずカラーテレビを担いで逃げる。それぐらいカラーテレビは高価なものだったわけです。ところが、今のカラーテレビは日本円にして1万円を切っている。考えられないぐらい変わったということです。特に、大都市圏では国民所得が5000ドルを超えるところが出てきました。この5000ドルを超えるという意味は大きくて、5000ドル以内の場合は生活のための支出が多いけれども、5000ドルを超えると文化、娯楽の支出が増えるという統計データがどこの国にもあると思いますが、中国でも同じ現象が起きていて、豊かな生活を楽しむ人たちが増えてきています。

新聞にもよく載りますので、気づいた方がある

と思いますが、中国は「われわれはまだ第三世界だ」と強く主張しております。それに対して世界銀行やアメリカの方は、「いやいや、中国はもう第三世界ではない。既に先進国に入った」と主張し始めています。これには政治的な思惑も絡んでいますけれども、その裏には数字上の根拠がありまして、物価指数に直したときに、中国の豊かさは、特に北京、上海、広東などの豊かさは日本を超えています。同じおカネで暮らすとすれば、中国の方がはるかに心の豊かな生活ができるというのが、中国と日本を行き来している私の実感です。

中国のここ10年の経済成長によって人々が享受している豊かさの実感を表すものとして、例えば、住居を例にとってみましょう。中国には「住居困難家族」という言い方がありますけれども、それが10年前は1人当たり2.5平米だったのが、今は8平米にまで改善されている。一番貧しい人でも8平米、私の周りの人間は1人当たり10平米以上の住居に暮らしています。東京では通勤1時間、1時間半というのはごく普通ですけれども、もし中国で通勤1時間、1時間半程度のところで住居を買えば、日本では考えられないほど安いです。住居ひとつをとっても、日本と中国では豊かさの実感が全然違います。

ところが、中心街の家賃は日本以上に高いです。私の関係している上海の店舗でも、去年から今年にかけて家賃の値上がりは一気に3倍です。上海に限らず、北京の繁華街のテナント家賃は既に銀座を超えました。それでも経営が成り立つぐらい経済発展しているということです。

この10年の中国経済発展を支えているものは、1つは生産技術の高まりです。昨日の日経ネットに載っていましたが、NECがついに研究センターを日本から北京に移しました。設計センターは既に、NECも東芝も日立も上海に持っています。三洋はもう何年も前から、本社は日本ですけれども、それ以外の機能はほとんど中国に移している。中国の生産技術はここ10年でかなり進歩しまして、基礎研究技術はまだまだですけれども、応用研究技術の方は日本以上に進歩しています。したがって、日本の技術を持っていけば、すぐに新しい分野の新しい産業が生み出せるという状況です。皆さん、気がついたかどうか分かりませんが、最近、中国の家電総合メーカー

の看板が銀座4丁目に立ち上がりました。韓国の看板が出たのは2年前ですが、いまや中国の看板が出てきて、日本の看板は減る一方です。あと1年、2年で銀座に日本企業の看板は幾つになるか、楽しみだなあと私は思っています。なぜこういうことになったのかと言いますと、例えば、いま皆さんが楽しんでいるDVDレコーダーのデッキは、世界の8割が中国で生産されています。コンピュータのハードのパーツも、一時期は台湾が世界の6割でしたけれども、今は中国が世界の6割になりました。あるいは、コンピュータのハードディスクを動かすミニベアリングを生産しているミネベアという会社があります。新潟に本社のある急成長している会社で、株価もいま絶好調ですけれども、この生産基地がどこにあるか、研究基地がどこにあるかという、実は上海です。上海で作って、それを日本に納めたり、世界に納めたりしている。その結果、日本のIT企業として高株価を維持しているわけです。

IT関係ではありませんけれども、ベンチャー企業の代表的な会社の1つに、皆さんもよく知っているユニクロがあります。ユニクロというのは、スタッフ5人で、20平米か30平米の1店舗からスタートした会社で、工場もない。じゃあどうするかというので、三菱商事にお願いして、「中国から調達してくれませんか。中国の方が安いから」という単純な発想から始めた。しかも、あの社長は頭がよくて、繊維メーカーをリストラされた年配者を集めて中国に駐在させて、現場の品質管理を徹底させたわけです。そして、「日本のニーズに合わせたシンプルなもの」というコンセプトで、Tシャツからスタートして、ワイシャツから、ウールやカシミアまで扱うようになりまして、銀座にも店を出す。いまやユニクロを知らない人はいないぐらい急成長した会社ですが、これを支えているのも中国の工場です。

阪神大震災のころ、「中国に進出し過ぎだ。それは日本の空洞化に繋がるから、産業は自粛しろ」と盛んに言われていましたけれども、もう生産の空洞化どころか、研究開発から何から拠点をすべて中国に置いて、逆に日本へ発信している。それが「中国発世界デフレ」という言い方にも繋がっていますけれども、それぐらい最近の中国経済は目ざましい発展を遂げているということです。

私は10数年前から日本の製品を中国で売っていましたが、そのころは日本の製品は作れば売れる時代で、日本のメーカーは鼻高々でした。価格をもうちょっと安くしてくれと交渉しても、「いやいや、中国のマーケットはまだまだこれからで、そんなに売れていないから、値段交渉に応じるわけにはいかない。東南アジアの方が中国よりはるかに上だ」と言われたのは、つい7~8年前のことです。今でもはっきり覚えているのは、私が日大在学中に仕掛け始めた商売で、ダイキンのエアコンです。当時、中国は第1回経済改革発展のピーク時で、エアコンの需要が急に増えまして、私のところにも引き合いがいっぱいありました。ところが、日本のメーカーに話を持ちかけても、どこも売ってくれない。たまたま私がいる会社のビルで使っていたエアコンが全部ダイキンでしたので、ゼネコンの方に「ちょっとダイキンの人と会わせてくれませんか」とお願いして、そこから話がスタートしたわけです。ダイキンは日本でもそれほど知名度のない三流メーカーでしたけれども、今は株価が2000円を超えています。中国マーケットのおかげで、この高株価を維持していると言っても間違いではないと思います。ダイキンの主力商品の中に、ビルマルチと言いまして、商業用中規模ビル用のエアコンがあります。そこで私は、ダイキンの技術者を中国に連れて行って、ビルマルチを中心に仕掛けてきました。10年前はまだ三流メーカーのエアコンということで、いろいろ苦勞がありましたけれども、いま中国でエアコンのナンバーワンはダイキンと言われるまでになっています。値段も日本では三菱電機が一番高く、東芝その他に続いてダイキンはその後で、値引き率が高いと言われていたのですが、中国ではそれが逆転して、ダイキンのエアコンは三菱電機より3割高くても当たり前という状況です。このダイキンの例は、UFJ総研の中谷さんも一橋の先生をしておられた頃によく例に出されていましたけれども、ダイキンが成功した要因は一言で言えば、ニーズがある中国にいち早く生産を持って行って、研究開発も中国に移した。それが今、日本がこんな不況の中でも、彼らが勝てる価格、勝てる技術を持ってたということです。

中国では今、中国企業だけでなく、日本、アメリカをはじめ、世界各国の企業が新規事業を起こ

して、いろいろのレベルで常にナンバーワンを狙っている。中国政府も、新規企画立案の時に必ず「世界のレベルはどこですか」という調査からスタートして、それに基づいて企業育成するという政策をとっている。いわば中国そのものがベンチャーの世界で、それが中国経済のすさまじい発展に繋がっています。経済界の話題も、昔は「中国はいつ日本に追いつくか、世界レベルにいつ追いつくか」ということばかりでしたけれども、いまは「いつ日本は中国に越されるか、中国はいつ世界のトップに躍り出るか」という話で持ち切りです。その裏には根拠がありまして、中国の発展は徐々にではなくて、GNPの成長率上昇が非常に速いこと。それと同時に、常に最先端分野に食い込んでいくということです。例えば、医学分野でDNAの解読がいま進められていますが、日本はまだ遅れています。中国は世界の中にちゃんと役割分担があって、特に農業分野のゲノム解析に関しては世界が中国を頼りにしているという状況です。これにまつわる産業も、いま中国では急成長しています。実は私の調べでは、この問題で世界に先駆けていたのは筑波大学だったんです。ですから、産官学一体でやればよかったのに、日本政府も業界団体も筑波大学の研究成果を応用できなかった。これは非常に残念なことだと思います。

医学分野と並んで、中国がいま世界の中でリードしようとしているのはIT分野です。これからのIT戦略を考えると、コンピュータにしても、携帯やモバイル、PDAにしても、中国の10億人の市場で勝てば、それが世界スタンダードになるということで、中国政府は長期計画を立てて「IT大国」を目指そうとしています。IT産業にとって、10億人を超える中国市場は非常に魅力的だと思います。例えば、携帯でも、日本は普及率が高くて、ほとんどの人が1台ずつ持っているといっても、たかだか7000万台です。中国はまだ何割程度の普及率ですけれども、2億台を超えました。その数は日本の比ではないし、さらにその勢いは衰えない。ソフトバンクの孫さんも、年に10回以上中国に足を運んで、中国のテレビにも出演していろいろ語りかけていますけれども、彼の眼はもう完全に中国に向けられているわけです。ヤフーも漢字圏・中華圏に力を入れているのは、中国でのアクセスは非常に多いですから、そ

の見返りとして膨大なスポンサー料、コマーシャル料、ネット広告収入が得られるということです。

中国は「IT大国」を目指していると言いたけれども、その中心は産官学一体のIT戦略です。北京大学、上海復旦大学をはじめ、中国の名門大学は15年前から香港に近い深圳という経済特別区に会社を作っていましたけれども、今は多くの大学が上海に会社を持っています。大学自身がベンチャー企業を起こして研究成果を事業化するのに必要なのは事務費用と交通費ぐらいで、コストはゼロに近いですから、一般企業が勝てるはずがない。実際、いま中国のITベンチャーあるいは最先端企業の3分の1は大学です。しかも、かなりの大学が事業に成功して、学生からおカネを取る必要がないぐらい経済的に豊かな大学も幾つか出てきております。

中国政府はITベンチャーを税制面でも優遇しています。1つは、「設立当初3年間は所得税免税。その後2年間は半免」という外資誘致の目的で作った政策を、今は先端ベンチャー企業に対しても適用しています。もう1つは、大学教授たちが作った会社の場合、「税金は売上の3%」、あとは幾ら儲けても税金は取らないという優遇税制です。しかも、会社を作る際の資本金規制もほとんどない。日本はつい最近、ベンチャー企業は資本金1円から作れるようになりましたけれども、そんなことは中国ではとっくの昔に始めています。このような優遇税制と産官学一体のIT戦略政策によって、専門学校や大学の研究開発能力を利用したベンチャー企業がどんどん出てきて、そこから倍々ゲームのように広がって、いま中国には日本にない産業がいっぱいあるような状況になったわけです。

IT大国を目指す中国は「高進技術団地」というITベンチャー団地を作って、そこにテナントとして入った時には、何年間はテナント料無料とか、所得税は3年間免除とか、銀行融資は政府が無担保で保証するとか、諸々のバックアップをして、補助金をどんどんつぎ込んでいます。日本企業でそこにいち早く入ったのはNECです。当時は秘密プロジェクトとして、ある暗号で言われていましたけれども、上海政府がNECと一緒に組んで、NECが最先端の技術を公表して、中国と共同研究開発するという条件で、上海浦東地区で立

ち上げた大きなプロジェクトです。まだまだ苦しい状況にありますけれども、既に共同開発したコンピュータ本体も販売を始めていますし、部品も中国で調達できるようになっております。これはほんの一例ですけれども、中国では今あらゆる分野でベンチャーが起きていて、それが世界に影響を及ぼし、日本にも恩恵をもたらしているのが現状で、日本と中国との関係は切っても切れない関係になりました。昔は労働集約的な安い賃金を求めて日本から中国へ行くだけだったのが、今はむしろ、中国の生産技術、研究開発力があるからこそ、日本のメーカーは成り立っている。中国自身でベンチャーを起こせる土壌も十分にできて、GNPは成長し続けているということです。

この間のAPECで、ブッシュ大統領も日本の小泉首相も人民元の切り上げ問題を取り上げています。数年前のアジア通貨危機の時には人民元を切り下げてくれと言ったのに、切り上げという話に変わりました。しかし、これはあり得ないことなのです。考えてみてください。もし、いま人民元を切り上げたら、まず崩れるのは日本です。日本企業の大半のメーカーは中国にシフトして、中国で作った商品を世界各国に輸出しています。それだけでなく、日本で生産している商品もパーツの半分以上は中国で生産しているのですから、人民元が切り上げになったら日本はにっちもさっちもいかない。アメリカも、選挙対策で言っているだけで、財務省は全く動かない。アジア諸国も、この前のアジア通貨危機以上の問題だといって、みんな反対しています。中国政府だけが、「じゃあ将来はその方向に行きましょう」と言っている。それが柔軟性を示したとか報道されていますけれども、実際にはあり得ないし、世界各国が反対してくれるから、中国は何も言わなくてもいいと思っただけです。このように中国は急激な経済発展を遂げて、世界における中国経済のシェアは高まり、日本の貿易相手国は2番目が中国になってしまった。アメリカも中国が2番目の貿易相手国になった。ベンチャーそのものの中国と云っていいほど、ベンチャー企業はどんどん出てきている。では中国は花盛りかという、そうではなくて、やはり中国ベンチャー企業の問題点が幾つかあります。その第一に挙げざるを得ないのは、政府の規制によるリスクです。IT大国を目

指す中国は、今は国の境目がないのだから規制しようもないということで、政府はマイクロソフトに対しても情報開示を行うようになりました。その一方で、膨大なおカネを投じてネット検閲システムの開発をしています。中国でネット被害が少ないのはこのためです。私は中国で音楽文化を中心にネット展開のビジネスもやっていますが、その1つにチケット販売があります。実は日本のビジュアル系ロックバンドでナンバーワンと言われているディル・アン・グレイのコンサートを中国でやることになりまして、私が先にネットで調査して、うまくファンクラブのネットを使って宣伝、告知したところ、チケットは3日間で売り切れしました。そのライブコンサートを見るには一晩並ばなくてはいけないという、中国では初めての現象が起きたんです。それが大成功したので、今年もある団体に頼まれて別のコンサートをやろうとしたんですが、見事に失敗しました。私は前に成功した経験があるものですから、同じ手法でやろうと思っまして、前と同じスケジュールを組んでネットで宣伝、告知したにも拘らず、チケットが全然売れない。どうしてだろうと思って調べたら、そのネットが中国政府の規制によって閉鎖されて機能しなくなっていた。それに私も他のスタッフも気がつかなかったわけです。あわててテレビ、ラジオ、紙媒体を使って一斉にメディア攻勢をかけましたけれども、全然効果がなくて失敗してしまいました。中国は若い人を中心にネット人数が多い。見る人が多いから効果があるから広告を出すわけですが、それが閉鎖されると逆に莫大な損失が出てしまう。しかも、政府の規制ですから、企業努力ではどうにもなりません。それではなぜ閉鎖されたかと言いますと、そのネットの書き込みボードに、ある人が音楽と関係ない不適切な言葉を書き込んだ、それが中国政府の検閲にひっかかってしまったわけです。中国のネット検閲技術はものすごく進歩していますので、政府はちゃんと検閲しています。風俗には目をつぶっているけれども、一番敏感なのは政治関係で、政治と関わるものが少しでもあればすぐ取り締まる。だから、中国で事業をやるときには政府規制というリスクを常に考えておかなければいけないということ、私自身が体験したということです。

中国ベンチャー企業のもう1つの問題は、「ベ

ンチャー」とはどこまでの範囲か、「高進技術」という分野はどこまでかという判断・評価・基準がはっきりしていないということです。はっきりしていないというよりも、中国の変貌が速いから、政府の政策がよく変わる。立ち上げた時には高進技術と認定されたものでも、今のIT技術産業というのは3年経てばもう古いですから、さっき優遇税制は3年プラス2年で5年と言いましたけれども、「いや、違います。もうあなたの企業はその適応対象ではない」と言われる可能性があります。「朝令暮改」は昔は悪いことでしたけれども、今の中国ではそれはいいことです。トヨタの経営方針もまさに朝令暮改で、社長も、「私の方針は朝令暮改だ。朝出したものは夜には違う。それでなければ進歩がないし、トヨタの将来もない」と言い続けているぐらいです。だからトヨタがいま成功しているかどうかは別問題ですけども、中国も発展速度が速いから政策も常に変わらざるを得ない。その辺のリスクを理解したうえで、「大事に抱えていたら遅れてしまう。自分も会社も常に進歩しなくちゃいけない」という危機感に煽られて頑張らなくては行けないというのが中国の現状です。

もう1つの問題は、残念ながら、インフラ整備がかなり遅れています。特にIT産業のベンチャーが一番苦労しているのは通信速度とコンテンツの少なさです。日本ではもう10メガに来たと思いますけれども、中国はまだ最高通信速度1メガぐらいです。光ファイバーもまだ先のことで、この通信速度の遅れがいまIT産業発展の妨げになっております。中国と一緒にその現状を突破して、互いのビジネスを拡張していこうということで、ソフトバンクの孫さんは一生懸命、中国に行っていますし、財閥系の住友とかNTTも中国に入ろうとしています。元NTT上海の社長も、定年になって本社は彼を戻そうとしたけれども、「いいえ、私は日本に戻りたくない。上海にいたい」と言って辞職して、いま上海のうちのある会社の社長になって頑張っております。

コンテンツの少なさも大きな問題で、モバイルにしても、コンピュータネットワークにしても、これが発展の妨げになっております。今日来る前に日経新聞のITニュースというホームページを見たのですが、バンダイから、フェースから、こ

の近くの主婦の友社も含めて、日本の大手コンテンツ会社が軒並み中国進出という記事が出ています。いま中国では「クレヨンしんちゃん」が大人気なのですが、あれを開発した双葉社という千代田区にある会社も既に中国進出していると書いてありました。やはり遅れたところで需要性があった、今がタイミングと思って集中進出し始めたということですが、これからは中国でもコンテンツの会社がどんどん出てくるだろうと私は推測しています。

中国のITベンチャー企業の問題点はもう1つありまして、今のコンテンツの遅れと繋がるんですが、高級コンテンツ技術者が足りない。テクニカルな技術者は問題ないのですが、プロデュース的な企画立案的な技術者がいない。そのために、コンテンツの開発ができません。物事を広範囲に見れる人でなければ、新しい発想も生まれにくい、開発しようもないわけです。

いま中国の一番の問題は政府規制で、IT産業に限らず、中国で事業をやる時にはその辺を慎重に見ることが必要だと思いますけれども、私が中国人の立場で今つくづく考えているのは、どうして日本は大学の力を政府が借りないのか、大学そのものをなぜベンチャーとして奨励しないのかということです。日本の大学の先生方が研究したものは間違いなく大きな資産です。その膨大な知識を無駄にしているのは、残念以上に心痛々しいことだと思っています。私も母校の日大で、あるいは通産省の会合に出席して、産官学一体を強くアドバイスしています。もちろん私の力ではないですけども、日本でもついに去年から、大学の先生が自分の研究成果をビジネスにしていることになりました。しかし、それはあくまで緩和にすぎなくて、それを積極的に育てて日本経済回復の体力に繋げていきたいという発想はまだないと思います。産官学一体の推進による開発能力の高まり、それをいかにして社会風土を伴って形成していくか、これこそがこれからの日本経済再生の一番大きな原動力になるのではないかと私は考えています。

ある大学の先生と雑談していたのですが、会計学はベンチャーとは関係ないと思っている方が多いと思います。確かに日本の会計は昔とあまり変わらない。しかし、中国ではあるものに関しては

かなり進んでいるのです。例えば、領収書は全部コンピュータオンラインになりました。電子領収書ですから、一度切ったらもう切り直すことはできません。その領収書は政府がコンピュータソフトと一緒に全国の企業に売りつけて、税収を確保している。いわば政府が会計学を利用したベンチャーをやっているわけです。今日は学生さんもうらっしゃるので、私の直感的な提案ですが、会計学を勉強している方も、ただ理屈ばかりではなくて、「会計ソフトを利用して、私はここまで企業に貢献できる」というアピールができれば、間違いなくいい会社に行ける。あるいはさらに一歩進んでベンチャービジネスを起こせると思います。現に中国でいま有能な経理担当の人間は、35歳から40歳で日本円にして80万円の給料を取っています。会計学でも、教えられた範囲でしか考えられない人は駄目ですけども、その上のプロになれば、それぐらいの給料が取れるのです。

日本経済再生への提言として私が2つ目に言いたいのは、ITベンチャー企業への税制優遇です。ベンチャー企業であれば1円で会社を起こせるという制度はできましたけれども、それだけでは不十分です。特に私が残念に思うのは、森内閣当時、IT化が叫ばれて、光ファイバー計画もかなり進んでいましたけれども、首相が代わると同時に計画が頓挫してしまったことです。もし光ファイバー計画があのまま進んでいけば、ネット家電、ユビキタスネットワーク社会が現実化して、日本はかなり変わったと思います。と言いますのは、私は先月27日、幕張メッセで展示会を見ましたけれども、エアコンから、電子レンジから、冷蔵庫から、ネットワーク家電はすべて揃っている。あとはリモコン1つで繋げられるように、その準備はどここのメーカーもできている。もしこれが現実化して普及していけば、日本の家電メーカー、通信メーカーに膨大な利益をもたらし、それは間違いなく日本経済再生に繋がります。

ところが、残念なことに、政治家のいろいろな思惑からそれができないというのが、今の日本の現状です。財政が苦しいから、日本は赤字だからと言っていますけれども、要するに政府がNTT株をまだ完全に放出していないからできないわけです。さらに、電気の完全自由化に至っていないから、そこまでやってしまうとある特定の企業の

利益につながってしまうという理由もあって、政府も悩んでいるということです。

もう1つ、日本の再生につながる膨大なビジネスが眠っているものがあります。それは漢字エンコードの共通化による経済の拡大です。実は中国がここまで拡大できたのは、漢字をそのまま使って、中国に限らず、アジア全土をカバーできたからです。この間のAPECでも中国が日本を一歩リードしてアジア一体化を進めつつありますし、自由貿易圏を提唱しているのも、そのもとは漢字エンコードの共通化があるわけです。アジア各国のホームページを見ますと、タイはちょっと違いますけれども、シンガポール、マレーシア、香港、台湾、中国、ほぼ同じ漢字圏ですから、昔の字と現代字とそれぞれ全部サポートできるようなソフトがあって、互いに閲覧可能になっています。ところが、日本のホームページは日本語しかないので、身近な存在のアジア各国と全く交流ができない。例えば、中国の人が管楽器を買おうとして日本のヤマハのホームページを見ると、日本語しかない。英語なら分かるけれども、日本語の分かる人は少ないですから、買いたくても買えない。それでもヤマハの管楽器を買いたいという時には、アメリカのホームページにアクセスして英語で見て、アメリカ経由で日本のヤマハの管楽器を買っているという皮肉な現象まで起きています。あるいは、いま九州では中国人観光誘致に力を入れて、県の観光課が一生懸命やっている。そのテレビ番組を私も何回か見たことがありますけれども、観光とショッピングが必ずセットになっていて、一番買っているものは化粧品と洋服の2つです。それではその中国の人たちは幾ら持ってきたかと言いますと、平均50万円です。これはすごい数字だと思います。中国でも通信販売が今ものすごく発展してきていますけれども、通信ネットワークで買っているのは国内商品でなく、ほとんど外国の商品です。ところが、日本の物は残念ながら買えない。ネットで買えないから、日本に買いに来ているわけです。

もし漢字エンコードの共通化ができれば、家電やファッションをはじめ、多くの日本のメーカーは膨大な恩恵を受けることになります。そのためにはどんな技術が必要なのかは分かりません。しかし、現に私はいま日本語ソフトを使って中国語

を打って、それで中国に送っています。Eメールも本文は文字化けしないでそのまま受信できますから、技術的に難しいといっても、まあできるでしょうというのが私の推測です。特に常用漢字は日本の漢字と中国の漢字とほとんど同じものがあるのですから、もし第二水準まで入れたエンコード共通化ができれば、日本のホームページをそのまま中国の人が見られる。日本語でも、文字化けさえしなければ中国の一般の人でも閲覧できるわけですから、そのようなシステムを日本政府が音頭を取ってやれば、日本経済再生への大きな道が開けてくると確信しております。しかも、流通イン

フラは既にできておりまして、宅急便も整備されていますし、個人輸入商品はある限度内は関税が無料で入れるようになりました。中国国内の流通インフラは整っているにも拘らず、日本メーカーのホームページを閲覧できないために、中国人が日本の物を買おうとすれば、わざわざアメリカ経由で英語のホームページを閲覧して買っているというのは非常に残念なことです。そこで、私はあえてこの問題を日本経済再生のための重要なポイントの1つとして提言させていただきまして、今日の話を終りたいと思います。