

BBL 議事録 2001.09.26

「中国 IT 産業の競争力」

劉東（北京インターネット研究所 BII 所長、BII-Group 社長）

Ni Jian Zhong（中国移動通信連合会 副会長秘書長）

中国はインターネットにおいては世界で一番大きな市場

私は 1994 年から中国政府の IT 政策策定などに参加してきました。これをきっかけに中国のインターネット・通信市場が発展してきたと思います。そして現在中国は、インターネット・モバイル・固定電話の市場では日本を越え、インターネットにおいては世界で 1 番大きな市場になっています。80 年代は中国において日本企業が活躍していましたが、90 年代に入り通信産業においては日中間の共同事業が急激に少なくなりました。一方で中国の通信産業が著しく成長しました。中国の通信産業は本格的競争システムを導入し、WTO 加盟を契機に今後さらに発展していくと思います。今後世界各国は、中国の情報通信政策や各事業者の方向に注目していく必要があると思います。

中国は 80 年代から、二桁の成長率を維持しています。今年は国際環境の影響で 7%-8.5% の成長率を見込んでいますが、世界各国が経済の成長を伸び悩んでいる時に中国は著しく成長しているといえます。世界銀行の調査により 2010 年には中国は世界の経済大国になると予想されています。ですから、中国は非常に大きな経済市場であり、また日本は経済力の母体であります。現在世界全体の各国の GNP の占める割合を見るとアメリカが 30%、ヨーロッパが 23%、日本と中国で 10% くらいを占めています。テレコム・インフラストラクチャーの 7 月の統計で見ると、中国のモバイル人口は 2 億人に達しており、アメリカを抑えて世界で 1 位となっています。また、インターネットユーザーも日本を越し、6,500 万人となっています。中国の通信産業は、競争システムの導入、WTO 加盟などで今後も成長し、2005 年には固定電話ユーザーが 2.6 億人、モバイルユーザーが 3.2 億人、インターネットユーザーが 2 億人に達すると予想されています。

若い世代が担う中国の情報産業発展

いま中国の上層部における根本的な考え方が変わりつつあります。江沢民主席は、7 月 1 日に「三つの代表」論が中国経済政策の軸となると発表しました。「三つの代表」というのは、先進的生産力の発展要求、先進的文化の進路、広範な人民の基本利益を忠実に代表すること、個人財産がよりよい法律によって保護されるということです。また政府機能の再定義として、政府所有者、政策作成者、政策執行者、監督管理者の機能分離、監督管理機能の個別案件管理から規定管理への移行も挙げられます。この「三つの代表」論により中国の情報産業は急速に成長しました。産業構造改革が進み、チャイナテレコムが再度分割しテレコム業務独占打破と自由競争の実現へ向かっています。WTO 加盟を見据えて、日欧米の企業が技術、R&D、M&A などさまざまな形で中国市場へ参入しています。一方で中国政

府は情報産業に関する法律制度を整備し、自由競争の環境を整えています。

では、実際に誰が中国の情報産業発展を導いているのかというと、それは 30 代や 40 代の若い世代の人たちといえます。政府では若い官僚が活躍し、民間企業経営陣、教授、研究者の多くは若者です。日本・アメリカ・ヨーロッパで研究や経験を積んだ若い世代の人々が中国に戻ってきて、中国の経済発展に向けて日々頑張っています。中国政府の民間企業に対する期待も大きく、江沢民主席は政府内でできないことはどんどん民間に任せるといふ方針を採っています。そのおかげで中国の GDP の約半分は民間企業が占めています。以前中国政府は数社のみを育て上げる方針を採っていましたが、現在は自由競争を促進する為に行政の規制緩和を進めています。

今までは、税金が高すぎて民間企業の投資があまり行われていませんでした。最近の傾向としては中国で儲けたお金を資金とし、海外において会社を作り、そこからまた中国に投資するという方法を取る事が多くあります。中国の国際収支を調べてみると、毎年 200 億ドルの赤字が出ています。その 200 億ドルがどこにいつているのかは誰にもわかりません。中国政府は、国内で良い環境を作ることにより、民間企業の資本市場・債券市場を保護していこうという方針になってきています。中国政府は、中国企業に優秀な人材を集めることにまだ注目していません。地方の人が北京などの都市でマンションを買う場合の手続きは非常に難しく、買えない場合もあるなどの規制があります。今徐々に中国政府はそういった制度の撤退に向けて動き始めました。中国のトップ民間企業は、アンダーセンなどの海外の優秀な企業から、人事制度等を学んでいます。海外に事務所を作り、情報収集も欠かしていません。

中国市場の特徴としては、個人の信頼関係(人脈)を重視している、消費者のサービスへの要求が高い、低価格でハイバリューが要求される、政府の指導力が強い、中国・日本・アメリカの相互依存が高い、ということが挙げられます。中国の情報産業は、2005 年には最大の国内産業として、GDP の 7%以上を占めると見込まれています。その内訳はテレコム産業が 4.7%、IT プロダクト生産業が 2.5%となっています。まだ発表されていませんが、中国政府は国家情報リーディングオフィスを設置し、情報産業の発展に力を入れています。テレコム産業の管理に関してはアメリカの FCC の役割を導入したいと考えています。チャイナテレコムが業界シェアを独占しているため、新興事業者の参入が難しくなっています。チャイナテレコムの分割を再度行うなど、業界の体制改革をする必要があります。

中国のテレコム及びインターネット市場は今後 5 年間 2 桁の成長率を維持
今後 5 年間も中国国内テレコム及びインターネット市場は 2 桁の成長率を維持するといわれています。また、自由競争により通信キャリア間の競争を促進させ、新しい技術の開発が期待されています。ビジネスインテグレーションの成否がキャリアの市場シェアへ直接影響していると思います。今まで中国では電話会社の延長線にインターネットが存在するという考えでしたが、最近ではインターネットの延長線が電話会社という考え方が出てくる

ようになっています。

また、これまでは情報産業省がなんでも管理するという体制でした。テレコム業界の構造改革に関しての今後の政府の狙いとしては、自由競争の環境整備、マクロ市場監督管理体制の整備、次世代ネットワーク構築の確立などがあります。

現在はチャイナテレコムが業界シェア No.1 となっていますが、今後自由競争の環境が整うとユニコム（第二電電）をはじめ4-5社が参入し競争が激しくなるでしょう。

テレコム業界の行政管理としては、現在情報産業省は業務指導だけを行っており、人事等は別のところで管理をしています。

携帯電話のユーザーは2003年で2億人を超え、都市人口の77%に達すると見込まれています。中国のビジネスマンの多くは、月給の半分位の額を携帯電話に使っています。

それでも皆忙しく、時間節約や外出先でも連絡が取れるようにする為、携帯電話を使い続けています。最近モトローラが新製品を出し、新しい機種のプロモーションが多くされています。最新の機種は日本円で約25万円もしますが、若者やビジネスマンは自分のポジションを示すためにそういった新規機種を買い求めます。過去10年ほどで中国の通信産業は著しく発展しています。今中国はGSMの時代で日本の通信方式のシェアは0%ですが、今後うまく業界の交流を図れば日本企業も端末機の販売で参入できるのではないかと思います。

インターネット業界の日中間の交流をもっと広げるべき

現在、中国の通信業界の目は日本ではなく欧米に向いています。中国の通信企業では、この10年間部長以上の人は、海外のノキアやエリクソンに出向き、意見交換をしています。大学でもMBAなどのコースではカリキュラムの一環として海外企業との交流を行っています。80年代は日本からも野村証券をはじめさまざまな人々が中国を訪れ、盛んに交流をしました。国際交流基金の援助もあったおかげで、日本から経済界の上層部の人々を招いて意見交換をしたり、また中国からも日本を訪れ1カ月くらい研修をしたり、交流の場がたくさんありました。90年代に入りそういった場も少なくなってきたと思います。

経済は人間と人間の関係です。インターネット業界の日中間の交流をもっと広げる事により、さらに経済が発展すると思います。テレコムとIT投資についてはインフラ投資が減り、良いサービスを支えるIT投資が増えるという動きになっています。中国での3Gの導入は未定であり、UMTS/WCDMA、cdma2000、TD-SCDMAも候補に上がっています。

我々のような中国の新興事業者は中国の事情を良く知っています。そこで中国国内企業の分析を試みました。優位性としては、クライアントとのコミュニケーションがし易い、WTO加盟後の産業政策に影響がある、価格の競争が激しい、地元のネットワークを持っているのでスピーディーに対応でき地元キャリアとの協力関係もあるなどが挙げられます。劣性としては、WTO後の国際競争に準備不足である、クライアントからのより高度な要望に対する対応体制ができていない、価格競争の熾烈化、中核技術の不足、販促・資金調達・

人材など全体的に力不足・経験不足であるということが挙げられます。

これから期待されるビジネスは、国内通信キャリア向けのネットワーク全体の設計、システムインテグレーション、運営サポートサービス、国内企業向けの新しい通信インフラサービス、ブロードバンドとモバイルユーザー向けの高品質コンテンツサービスです。

IT 産業の成長へ意欲的な取り組みをする事、また中国と海外の政府、研究者、企業との長期的かつ着実な連携を結ぶ事がマーケットニーズをキャッチする為に非常に大切な事といえると思います。

私の会社は 1994 年に設立し、中国の IT 業界において一番古い会社です。IT およびテレコム業界における研究開発、マーケティング、システムインテグレーション、販売、アフターサービスなどを行っています。主な取引先は政府、国際機関、キャリアなどです。

Ni Jian Zhong 氏コメント

この 20 年間で考えますと、最初の 10 年間は、日本企業の活動が活発であったと思います。後半の 10 年間は日本企業の活動は宜しくないと思います。欧米諸国に比べると日本は中国の情報産業、特に移動通信産業に関しては全く展開されていません。中国政府・中国企業の視野の中に日本は入っていないと思います。どうしてこういう結果になったのか中国側からの理由としては、3 つ挙げられます。1 つ目としては、日本企業の中国に対する戦略が間違っているということです。エリクソン、ノキアなどの企業は現地化をしています。ヨーロッパの企業であっても、中国においてはあたかも中国の企業のようにアピールをしています。日本企業が中国で工場を作る場合は、まずはじめに日本企業であるということをおアピールしているのです。また欧米企業は人材に関してもオープンに現地採用をします。日本は逆に閉鎖的で現地中国人の採用が非常に少ないです。欧米企業のほとんどの管理職は中国人です。中国人の管理職は長期的なビジョンでビジネスをしますが、外国人管理職は任期内の短期的視野でビジネスをします。これではビジネスが発展するわけがありません。2 つ目としては、欧米企業は人材を育成します。モトローラやノキアは IT 分野に強い高級官僚を含めた人材をヨーロッパの大学に研修に行かせ、MBA などの資格を与えます。欧米企業は中国の人材を育成する事によって大きな成果を産んでいます。

3 つ目は、技術に関してです。科学者の方に技術的なことは任せるべきであり、経済学者は他のところに力を注ぐべきです。今回日本の CIAJ (日本通信機械工業会) の方々にお会いし、日本のメーカーなどは個別に中国への戦略を行っている聞き驚きました。日本では企業間で議論の上、協力し合って中国に入っていると思っていました。日本の企業は中国への戦略に関して企業間である程度まとまった考えを持って、略欧米諸国と競争し合う事が必要だと思います。そうしない限り日本企業が中国において大きな成果を上げる事は難しいと思います。経済的に考えると日本の人口だけでは独立した市場は成り立たないと思います。日本・中国・韓国・台湾・香港によって一つの経済市場が成り立てばアジアでは世界で最も大きく注目される市場になると思います。モバイル業界にとって 3G への取り

込みへの成功・不成功は、未来へ大きく影響すると思います。

今まで 100 年間の日中の経済活動についていくつかコメントしたいと思います。日本と中国は隣国ということもあり、お互いに発展を求めて力比べをしてきました。中国は 20 年前に改革開放に成功したのですが、その一方で経済において大きな過ちを犯しました。日本は戦争に負けましたが経済成長に成功しました。90 年代に情報化が進み、日本は中国市場を失ってしまいました。中国では田舎から都心へ希望を持ってでて来た若者たちが経済を支えていて、このような資本主義的思考方が中国経済のエンジンとなっています。それに比べて日本は中国より社会主義的要素が多いと思います。小泉首相が構造改革を唱えている事は非常に素晴らしく思い、日本の構造改革が成功する事を心から願っています。

(質疑応答)

(青木所長意見)

劉さんのお話にあった台湾、韓国、南アジアを含め、アジアの経済統合をますます発展させなければならないという考えに賛成です。世界調和を高める中で、アジア各国は競合するような形ではなく協力しあう形をとるべきです。また先程 Ni さんのお話の中で日本企業が中国人の人材をうまく使っていないという意見がありましたが、一般的な批判としてはもっともであると思います。

Ni さんのお話の中で、日本企業がまとまった考えを持っておらず、中国に対する経済戦略がバラバラになっている為、日本企業は中国との連携がうまくいっていないとありました。私はこれに対し別の考えをもっています。また日中の連携は 80 年代までは良かったが、90 年代になりこの連携がうまくいかなかったとありましたが、これは日中関係をあまりに悲観的に考えているといえます。日本には色々な企業があります。1989 年に天安門事件があり、日本企業は中国への進出を続けるかどうかという厳しい選択を迫られました。その時にも中国へ留まり、事業を拡大していった東洋紡やサントリーといった会社もあります。また最近では、ユニクロなど中国の企業と提携し新しいビジネスモデルを作り上げた企業もあります。このように日本の企業は多様であるということを知りたいと思います。また情報産業の場合、ノキアやエリクソンが発展したのは中国政府がマーケットシェアを決めており、日本企業はシェアを小さく決められてしまったという歴史的背景があるからです。現在は規制緩和も進められていますが、このような事実があったこともご理解頂きたいと思います。

Q. 配布資料のグラフ (P.16) の中に、これから IT 投資が伸び、テレコム投資が落ちていくとあります。ここでいうテレコム投資というのは IT 投資とどのように区別をしていますか？ モバイル関連は全て IT 投資に入っているのでしょうか？ テレコム投資が落ちていく背景をお聞かせください。

劉 中国のテレコム産業のシェアは圧倒的にチャイナテレコムが占めており、これまで国の予算を使って光ファイバーなどに大きく先行投資してきましたので、今後は落ちていくでしょう。IT 投資としては、コンテンツを含めて増えると思っています。

Q. 中国の大学は社会的機能がとてもアクティブだと思います。産学連携という点で北京や上海はいい環境であると思いますが、その点深鋤は遅れているように思います。深鋤においてはハードウェアのアセンブリーのその次のステップをしているところはあるのでしょうか？

Ni 北京・上海・深鋤は中国の経済を導いてきた重要な都市です。北京は中国の首都であり、政治に一番近く、ハイテク産業が数多くあります。上海は、産業センターであり研究開発と産業の一貫性において、重要な役割を果たしています。深鋤は製造業において由緒ある都市です。3つの都市はそれぞれに特徴があり、今後そこに集まる人材（海外からの帰国者、台湾からの有能な人材）によって都市の特徴も変わっていくと思います。

Q. 中国は移動通信産業において強力な産業政策をしているわけですが、参入規制が非常に厳しいと思います。国内企業に関しては補助金を出したり、各社ごとの生産の枠を決めたりしており、外資系の企業に関しては輸出・技術に関する規制が多くあります。先月行われた cdma の入札では 19 社中 18 社が中国の企業で、モトローラだけが唯一の外資系企業でした。日本企業は参入のチャンスさえありませんでした。WTO 加盟にあたり、こういった政策はし続けられるのでしょうか。中国政府は日系企業に参入のチャンスを与えるべきだと思います。

劉 cdma の 19 社については、国ではなくキャリアで決めているのです。しかし、まだ根本的に市場経済ではないので、ある程度段階を踏んで進めています。資金調達とシステムを変えるため、ユニコムとチャイナテレコムは上場しました。そういった決定をするのは国家経済委員会ではなく取締役会で行います。

この議事録は RIETI 編集部の責任でまとめたものです。