



future city
SHANGHAI

船 田 戦 闘 機 と 行 く

フューチャーシティー

上海の旅



Text: 船田戦闘機 / 編集部(囲み)
Photo: 写真Z(本文) / 編集部(扉・囲み)

F u n a d a
S e n t o u k i

なぜかいま中国が空前のブーム。停滞する日本経済を尻目にお隣
の国、中国が熱い。ビジネス界では、否定論、肯定論が入り混じ
って「中国進出がビジネスチャンス!」といわんばかりに、各紙誌
がこぞって特集記事を組んでいる。その中でも中国の経済中心地
「上海」が目まぐるしく変化しているという話を聞きつけて、われ
らが船田戦闘機氏が「上海行きたい光線」で編集部を突き動かし
た! 高層ビルが立ちまくりで、テレビ番組はグルメ情報をガンガ
ン紹介しまくりの噂の大都市の現実とは.....。



船田戦闘機 [ふなだ せんとうき]

オンラインマガジン「オルトアール総合雑談中心」編集長
株式会社タフ代表取締役

元祖パソコン少年としてアスキー在籍時代にはスタバ齋藤氏ととも
に「香港、台湾には何度も足を運んだ」という氏はちよつとした中国
系通。あやしい中国語を駆使しながら、通訳としゃべる姿はまるで現
地人。旅行中、ウン万人の読者が待ってる自身の日記を現地から毎
日更新している姿は涙がでできました。編集長は辛いすね。

「オルトアール総合雑談中心」www.alt-r.com

ここはロサンゼルスか日本か?
横暴な車の運転にかなり唖然

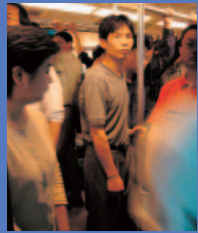
浦東国際空港から上海市内に向かう高
速道路からの景色を見て、まず「ここ、ア
メリカ?」と思いました。まるでロサンゼル
ス。妙に似た空気が漂っている。土地の
大きさ、建物の密度、道路の幅がそっくり。

ただし、作りかけのビルの量はだいぶ
違って、そこらじゅうに足場に囲まれクレー
ンに乗せたビルが建っている。「そんな
に作っちゃって大丈夫なんですか?」と、
滞在中に何度思ったことが。

こんな勢いの建設ラッシュが進行中なら、
景気がいいのは当たり前。政府が7パー
セントの経済成長に太鼓判を押すのも、
この景色を毎日見てれば自然なことでしょう
な。

タクシーが上海市の中心部に近づくにつ
れ、アメリカ感は薄らいでいき、だんだん
別の国が混ざってきました。「どの国の気配
だろう?」と街並みを観察していたら、伊
勢丹や元禄寿司や珈琲館の看板が視界を
通過。「わかった! ここ日本じゃん!」

上海市内の第一印象は『アメリカ+日
本=上海』って感じ。でも、その後自分な



「榎本野衣氏が『世界中どこへ行ってもアメリカだ』って言ったのを思い出しますなー」と100メートル間隔くらいにあるんじゃないかというスターバックスで休憩しまくりの船田さん。日本と生活変わらないじゃないですか、日本のお店もちゃんとあります。

りにいろいろの見聞し、詳しい人の話を聞いてみると、日本資本が突出して強いわけではないみたい。自動車はフォルクスワーゲンが一番目立つし、使われている電機製品は中国名のメーカーの製品ばかり。

そして、入手した情報量が増えるにつれ、アメリカ+日本=上海という安直な公式は薄れ、かわりに、台湾、香港、欧州といった要素が加わりつつも、土台のところにはどこかんと中国が横たわっていて、すべてを飲み込んでいる印象が強まってきました。このあたりの印象を詳しく書くスペースがないのですが、中国の人たちは中国のスタイルを堅持しているように見えたんです。

デフォルトの風景は頑丈な自転車にまたがって道路を疾走する老若男女の集団。「ここは中国なんだよ、オラオラどいたーどいたー」という感じ。よくわかんないでしょうけど、自転車にハネられそうになりながら、ボクはそう思ったのでした。

お目当てのCESにガックリ 浦東の高層ビルの裏に風水

初日の夜、旅の出だし特有の元気さでナウパーをハシゴしてしまい、翌朝はやや重い頭でショーに出かけることに。

CeBIT Consumer Electronics 2002 (長いので以下、CeBIT CES)は、中国家電業界初の総合的な展示会 のハズで

した。欧州最大のITショーであるCeBITと、これまた北米最大の家電ショーであるCESの名が両方ついてるくらいだから、その両者を足しあわせた規模を持つ超弩級なイベントを想像するのは当然でしょう。

しかし、期待は完全に裏切られました。第1回CeBIT CESの出展者数は49社と、ラスベガスのCESの30分の1未満。しかも、目当てだった中国のメーカーはあまり見あたらず、富士フィルム、サムソン、ヒューレット・パカードといった外資だけが目立っていました。

ショーがネタにならないとわかった段階で、焦りながら別のテーマを探すハメに。議論の結果、午後は浦東新区の高層ビル街と上海最大級の書店を見学しました。

21世紀の金融センターであると同時に、現代中国発展の象徴として紹介されることも多い浦東新区。モダンで壮大でピカピカで実験的なビル群が中国のヤル気を男性的に誇示しています。ただ、ビルの谷間を歩きながら、「ちょっと無機的すぎない？」という印象も。証券取引所のまわりを歩いても渦巻くマネーの波動が感じられません。

そのかわり、ボクはひとつの発見をしたんです。それは風水。

香港の主立ったビルはどれも風水に基づいた設計になっているのは有名な話ですが、浦東の証券取引所の裏を歩いているときに、香港と同じ気配を感じたのです。風水で気の流れを制御している、と。

そこで、そのとき同行してくれていた現



人もまばらな CeBIT CESだったけど.....

なぜCeBITでCESだったのか？ その謎は深まるばかりだったが、それよりも会場の狭さに行きは驚きを隠せなかった。それを尻目に電動バイクにまたがる船田さん。「え、これセグウェイキラーなの？」そんなわけないじゃん。でもこの電動バイクは「家電」なのか？ 品揃えのアバウトさがなんとなく中国なのだった。とはいってもGPRSの無線機能が付いたウィンドウズCEマシンなどのイケてる製品もちょっぴりあったけどね。





オフィス感覚の インターネットカフェは使える!

インターネットカフェ 上海風なら「バー」は上海の街のいたるところにある。われわれが向かった『戦略高手』は、カフェというよりはまるでオフィス。1時間12元(日本円で190円ぐらい)でインターネットサービスが使える。ゲームで遊ぶ人たちもチラホラだが、オフィス風なので異様に静か。パソコンに向かい「でも日本語使えないから意味ないよねえ?」とぼやく船田さんに、通訳H嬢は「日本語も大丈夫」と即答。日中韓は当たり前前のウィンドウズにマイクロソフトのすごさを見たような気がした。ありがとうビル。



地の中国人男子L君に尋ねました。「上海にも風水ってあるの?」すると、おかしなものを持ち出して来たという顔をしながら「上海にもあるよ」と教えてくれました。こうしたビルを建てる時には風水先生に相談してると思う、とL君。ただし、香港のようにそうした話が表に出てくることはないらしい。

ちなみに、一番わかりやすいと思った風水的オブジェクトは、証券取引所の裏の白塀に囲まれた小さな庭園。狭い入り口から中を覗いてみると、人間工学的にはまったくムダと思える空間なんです。突き当たりの壁に4本の線と大きな丸をかたどった黒い石材が埋め込まれていて、きわめて風水的なメッセージを発散していました。また、その庭園のそばには、超近代的なビルの趣とは正反対の古いレンガ作りの塀が残されていて、どうも気の流れをブロッ

クしている様子。悪い気を遮断しようとしているのか、良い気を取引所側のため込もうとしているのか、そのどちらかでしょう。

盗版が浸透する中国IT事情 でもPC書籍は本屋で山積み

浦東新区を後にして、次に向かったのは、普段着の上海といった趣のエリア。福州路文化街にある上海最大級の書店『上海書城』は、居心地のいい空間でした。1階から6階までが店舗で、そのなかに、中国風のカフェやCDショップも入ってます。コンピュータ関係の書籍売場に行くと、ちょっと違和感のある風景に遭遇。『3D Studio Max』や『フォトショップ』といった高額ソフトの解説本コーナーが異様に充実してるんです。棚ひとつ丸ごとMaxコ

ーナーだったりするくらい。平均で年間の可処分所得が21万円(日経新聞より)と言われる上海で、Maxやフォトショップがそんなに普及してるとは思えません。

これは、アンダーグラウンドで浸透している「盗版」の存在が前提になっている現象。盗版とは海賊版のこと。VideoCDも盗版なら10分の1の値段で入手できるらしい。街中いたるところでアヤしい盗版売りをみかけました。

ところで、ボクは風水だの海賊版だの、上海に潜む古い側面ばかり発見して喜んでいる気配がありますが、嫌味でやってるわけでは決してありません。むしろ、それが中国文化圏の個性だと思うんですよ。西欧風の都市計画や、知的所有権ビジネスの発想にとられないで、中国っぽい発展のしかたをするほうが面白いと思うわけです。もちろん、海賊版はただの犯罪行為ですが、それが中国らしいコンテンツビジネスの成長に結びつく可能性もあるはず。

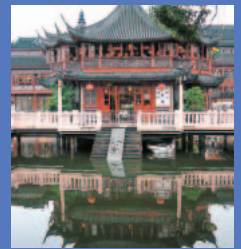
以下は、CeBIT CESの会場で、オンラインコンテンツ会社の人から聞いた話。中国ではゲームソフトをパッケージで出してもすぐ盗版が出回ってビジネスにならない。そのかわりオンラインゲームとプライベートの課金システムを組み合わせたサービスなら、コピーされる心配がないので、収益性の面でより可能性がある、とのこと。盗版が新しいビジネスモデルの原点になっているわけです。風水だって、ウォール街流の金融ビジネスに対抗する上で重要なコンセプトになるかもしれないじゃないですか(?)。



浦東新区では高層ビルがあちこちにそびえ建つ。でもその下には中国様式の庭とか古い壁が.....これも風水の影響なのか?

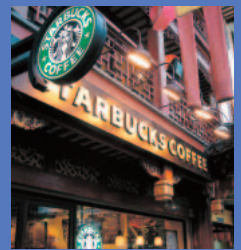


女の子が歌ったり踊ったりする謎のCeBIT CES。規模小さめ、もの少なめ、注目度低め。「サムソンの女の子がかわいかった」ってぜんぜんIT視察になってないじゃないですか。



巨大な本屋のワンフロアが全部コンピュータ書籍のもすごいぞ上海。ビルまるごとアキバな感じの「太平洋電腦広場」。こんなビルが付近には3つもある。おばさんはISPのプリペイドカードを売っていた。

ベタな観光地「豫園」ではスターバックスもこのとおり



電腦城はアキバを越える？ ネットオークションは出会い系？

3日目のメニューは、電腦街とインターネットカフェ探訪。

いくつかの「電腦城」をまわった結果、いちばん活気があったのは徐家匯の『百腦匯』という相対的に古ぼけた印象のビル。

ビルの中は小さな組立ショップがみっちり詰まっています。商品の展示スペースがありませんので、ぶらぶら見て回ってもあまり面白いものじゃありません。チラシを何枚かもらって値段を調べてみると、日本と比べてそんなに安いわけでもなさそう。

たとえば、ペンティアム4 1.6GHz、DDR-RAM 256MB、HD 40GB、54倍速CD-ROM、GeForce2MX400、17インチモニターのセットで4,999元(日本円で約8万円)、「まあ、こんなもんかな」という印象で

したが、どうでしょう？

電腦城の次は、インターネットバー(中国ではカフェではなく、バーというのが一般的ならしい)で中国ネット事情を取材。

今回訪れた店の内部は、バーよりもオフィスといったほうが良さそうな雰囲気。席に着いたら、さっそく、自分のサイトにpingしてみました。平均320ミリ秒の距離。日本の帯域計測サイトを使って、2MBのファイルのダウンロードをしてみると、52KB/秒という結果が出ました。少しpingが遠い以外は、日本にいるのとなんら変わらない感覚。あ、そうそう、なにも設定せずに、日本語が表示・入力できたのには、「ウインドウズえらい!」と感動。

同行してくれた上海人のH嬢に、普段よく使うサイトを案内してもらいました。オークションサイトのeachnet.comにまつわる話が一番面白かったかな。

中国ではオークションで売買が成立したあと、必ずオフラインで会ってやりとりをするんだそうです。振り込みとか郵送とかではなく、手渡しが基本。

なぜそうなのか、H嬢と現地滞在が長い日本人の方の話を聞いてみたところ、オープンにお互いをさらけ出してコミュニケーションをとろうとする中国人の傾向がそうさせているという印象を受けました。他の理由もありそうですが、このあたり、国民性を理解するきっかけが潜んでいそう。

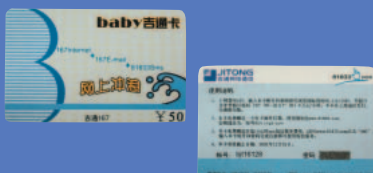
バーを出て、遅めの昼食(カエル料理だと思いきや後にアヒル料理と判明)を頂いた後は、ベタな観光をしてみることに。

上海でベタな観光といえば、豫園。クリントン大統領もお茶しにきた中国式の庭園で、いにしへの中国が感じられるエリア。東京でいえば浅草ですな。力が抜けます。

ボク的には、豫園で力が抜けた段階で、一仕事終わった感じがすると同時に、頭が飽和してそれ以上新しい情報を受け付けない状態になってしまいました。

大きな国の大きな街、初めての国の初めての街、そこを3泊4日見て歩いて、針の先でちょっとつついた程度の見聞でしかありません。それでも、お腹いっぱいになっちゃう情報量が上海にはありました。そして、いったん整理がついたら、上海以外の中国も見ないといけない、って気になりましたね。まだ見てないものが多すぎる。次は北、あるいは田舎を見てみたいです。

番外編 ▶▶▶



ブロードバンドも 浸透中の中国ネット事情

家庭ではDSLやらCATVやらで10Mbpsの接続が一般的になってきている上海。ブロードバンド化が進んでいる。ダイヤルアップもまだまだ健在だが、面白いのはプリペイド方式のISP。中国全国どこからでも167番をダイヤルして、カードに書かれたIDを入力すれば、インターネットに接続できるというサービス(写真左上)急な出張でも対応してくれるところだ。びっくりするのが中国のネットユーザーのおおらかさ。船田氏もネットオークションの話題に触れているが、ほかに人気チャットOICQでも実名を名乗ることもしばしばだとか。大丈夫が、個人情報？



OICQ Jump www.tencent.com



番外編

フューチャーシティー

上海の旅

Text & Photo : 今泉大輔

Imaizumi
Daisuke

船田氏が上海の街中を浮かれて散歩している間、われわれ上海取材班はこの街のビジネスがいったいどうなっているのかの調査を秘密裏に行っていた。ドットコム起業家が次の新天地として夢見る上海は、ビジネスマンにとってチャンスなのか、それとも歴気楼なのか。もっとベタなことを考えると、インターネットのインフラ周りは使えるんだろうか……。



今泉大輔 [いまいずみだいすけ]
メディアブラネッツ有限公司代表取締役

ネットビジネス関連の著述でも知られるが、最近カタめの調査資料や報告者を書いているという氏は、すでに上海にビジネス拠点を置いて中国の進出を狙っているとかいないとか。アーティスト奈良美智氏とは高校時代からのマブダチだとかで、奈良氏の作品が事務所にゴロゴロしてます。すごいです。将来はこれを全部売って上海生活を優雅に満喫するのが夢か？

あと何年かすると東京を凌駕する かもしれない都市「上海」

昨年10月に何の予備知識もなく上海に行ったのだが、経済のポテンシャルがあまりにすごいのでびっくりして帰ってきた。

何にせよ経済的なバックグラウンドが気になってならない性質である。シックなレストランで談笑している客層の収入水準はどれくらいなのかとか、見る者を数と高さで圧倒する高層ビル群には誰が金を出しているのかとか。上海で気になったものを書き出すとキリがないが、それらを全部つなぎ合わせてみると、おぼろげながら「途方もない都市」が浮かび上がってくる。何年か先には上海が東京を凌駕してしまうかもしれないとさえ思った。

10年も経てば世界経済が上海なしでは回らなくなる可能性がある。仮にそうだとすると、われわれ日本人にとってどんなコミットのしようがあるのか？ それを突き止めたくて何度か行き来しては情報収集を続けている。

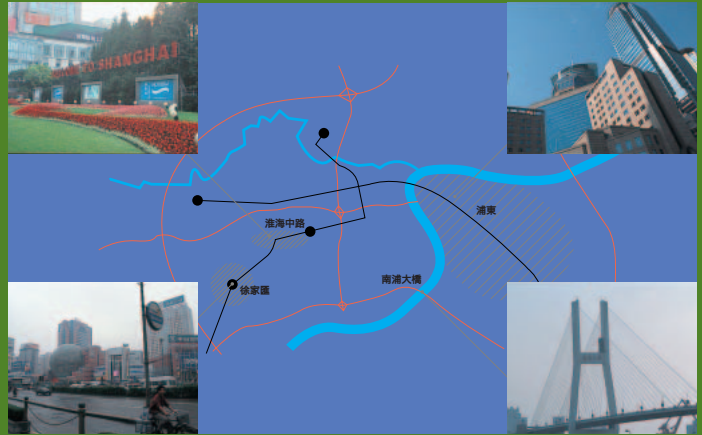
以下では上海の購買力、進出企業支援会社、ITインフラの3つに話を絞って記してみよう。



上海の高層オフィスビルやマンションは“近未来”に固執しているように思える。最上部の凝りようを見ているだけでも飽きない。ほとんどに欧米の設計事務所の手が入っていると聞いたが、原イメージは手塚治虫?



浦東ではマンハッタン化を狙った都市計画が進行しており、高層ビルが林立している。東京の青山に似た雰囲気をもつのが旧フランス租界の淮海中路。上海の渋谷に相当するのが徐家匯で、大型交差点を百貨店やパソコンショップビルが囲む。黄浦江にかかる巨大な吊り橋・南浦大橋は、改革開放後作られたシンボリックな建造物。



驚きの上海市民の購買力！ 日本と比べてもほぼ同じくらい

上海で中間層と呼ばれる人たちの話を聞くと、日本の標準的な世帯よりも裕福な生活をしている印象を受ける。都心に30分程度の場所に住居用マンションを持っている上に、投資目的でもう1つの部屋を物色していたりする。中を覗かせてもらくと内装は悪くないし、家具家電も趣味のよいものをごく自然に揃えている。預金もしっかりある。目端の利く人は株をやっている。住宅ローンや教育費でしんどい思いをしている日本の標準世帯から比べたら、クオリティーオブライフが高いと思えるほどだ。年間世帯収入6,000～7,000元(約9万～10.5万円)でそうした生活ができるのだから、経済の懐は深いと見るべきだろう。

つまるところは購買力平価である。為替レートで換算すれば1元が約15円。これが現地では60～90円の使い度があるように感じられる。円ベースの月収が仮に10万円程度であっても、40万～60万円相当の生活ができる環境なのかもしれない。

そのへんを信頼の置けるデータで確かめてみる。世界銀行によれば日本の1人当

たりGDPは約4万3,000ドル(2000年、以下同)。これに対して上海市政府が発表している上海の1人当たりGDPは約4,200ドルと10倍以上の開きがある。

ただしこれは現地におけるお金の使い度を反映していない。そこで世界銀行が米国における1ドルの使い度を基準に算出している購買力平価調整後の1人当たりGDPを見てみると、日本は約2万6,000ドルと半分近くまで下がる。

世界銀行は国レベルの値しか出していないので、中国全体の1人当たりGDPに対する購買力平価調整後1人当たりGDPの倍率を使って上海市の値を算出すると、約2万300ドルという値が得られる。何と日本の8割近い水準だ。

上海における元の使い度では為替換算の約5倍の価値があり、上海市民の購買力は日本の約8割に迫っている。上海で折々に感じる「意外とリッチ」という印象は誤りではない。

1,500万円で高級マンションが！ 老後のために買っておく？

これは平均値の話。ややリッチな人た

ちに目を向けると、上海では中間層の上に新富裕層と呼ばれる人たちがいる(日本リサーチセンター・北京世研中興市場調査有限公司による2001年調査)。プロフィールは世帯収入8,000元以上、最終学歴4年制大卒以上、企業の間管理職以上。上海では中間層が約50パーセントと分厚く存在しているが、新富裕層も約23パーセントあり、かなり厚みがある。この人たちは完璧に日本の標準世帯よりもリッチと見なせる消費生活を送っている。

中国では自家用車保有がまだ一般化していないが、これは100パーセント近い輸入関税がかかっていたため。WTO加盟により関税率は年々下がり、しかもトヨタや日産なども中国国内での生産を本格化するので、新富裕層はどっと車を買いはじめよう。

自動車を除けば上述のような恵まれた住環境があり、今や世界の工場となった中国で生産されるありとあらゆる工業製品の恩恵が受けられる。一般的な家電製品は一通り揃っているから、彼らの興味はホームシアターや室内乾燥機に移っている。教育にもお金を使うし、子どもの結婚式は否応なくらびやかになる。



上海市政府による都市計画は2015年までを見据えており、現在できあがっているのはその4割程度に過ぎない。全貌は上海規劃展示館の600平米もある巨大ジオラマで確認することができる。街中はいたるところで建設工事が行われている。



輸入品で浪費しない限り、上海の新富裕層は相当なバイングパワーを駆使できるのである。高級マンションが飛ぶように売れているという現実もそのへんで理解できる。上海の中心部には30～40階の高さを持つ高級マンション群がやたらとあり、現在も新しいのが続々と作られている。高級物件の価格は1平米1万元前後。100平米でも1,500万円だから、つい「老後のために1つどう?」と言ってみたくなる。

郷に入っては郷に従え ビジネスでは現地企業に相談を

これまで中国への進出と言うと生産拠点を日本から移すパターンが主だったが、今後は上海など大都市圏の旺盛な購買力を狙って進出するケースが頻出するのは間違いない。メーカー系大企業だけでなく、多店舗展開が可能な小売りや飲食、コンシューマークレジット、学習塾、ファッションや健康系のサービス業なども可能性がある。

日本企業の進出をサポートする専門会社が上海にはいくつもある。法人格や経営体制のセットアップを担うコンサルティング会社、国内法を知悉した会計事務所や

弁護士事務所、人材派遣会社、市場調査会社などだ。また、大阪市、茨城県、福井県などは上海事務所を設け、当該自治体の企業に対して便宜を図っている。フィジビリティースタディー前段階の情報収集で利用させてもらおうと便利かもしれない。

茨城県上海事務所代表の林孝氏は、商品開発を現地で行う必要性を示唆した。「日本企業は日本で生産した高付加価値品を持ち込めば売れると考えるようだが、こちらのニーズに合わないケースが多い。日本の多機能がこちらでは「不要」と見なされる。何が喜ばれるかは現地で把握しなければならないということだ。

おそらく上海などの高購買力マーケットで有望なのは、第一に日本で生産した品を中国に運んでくる必要のない業種(端的には中国に製造拠点を移した企業)。第二に現地で組織化した人員主体で運営できる業種だろう。両者をミックスさせた成功例に上海経済圏で50パーセント超のシェアを取ったサントリービールがある。いずれにしても日本人の人件費が極小にできる形でないといつ最終価格に跳ね返り、現地で競争力を持ち得ない。購買力が高いとは言え、現時点ではあくまで元ベースであることを考慮しなければならない。

第三として本当のハイエンド市場を日本並みの緻密なマーケティングで攻めるといいうやり方がある。上海伊勢丹はこれで成功した。

こうした進出戦略策定も現地コンサルティング会社の領域だ。UFJ総研(旧三和総研)と上海華鐘諮詢服務有限公司(カネボウ系)の存在がよく知られており、日本企業が上海に進出するとなるとまずどちらかに相談が行く。このうちIT系のサポートで実績があるのが華鐘だ。

DSLでGPRSでブロードバンド ネットを引くにも現地ノウハウが

上海のネット接続環境はほぼ東京と同水準だと考えて差し支えない。私の場合、上海に2LDKの部屋を借りてしまったが、それもADSLが引けると判明したからだ。つながってみると10Mbpsも出るので感激した。初期費用200元、使用料は月額130元だ。

企業の場合はやや厄介だ。まず設置するパソコンを日本から持ち込むと正規の資産と見なされなくなり、償却できない。ウィンドウズをはじめとするマイクロソフトのソフトウェアも、日本から持ち込むとマイク

ロソフト中国法人のサポート対象外となる。トラブルを避けたいければ一切を現地で調達する必要がある。不正コピー版の使用は論外。マイクロソフトの現地法人と公安が連携した取り締まりが強化されているという。

ADSLや専用線を引く場合も前後の手続きに結構手間がかかり、上海に来たばかりの企業には荷が重い。

それがあるため、「一切合財を日本語で任せられる弊社に依頼が集中する」(上海華鐘諮詢服務有限公司総経理・古林恒雄氏)のだと言う。同社はマイクロソフト中国法人と大手PCメーカー『連想』の正規代理店も兼ねている。

最近ではモバイル系のデータ通信環境が整い、華鐘は日系企業に導入を勧めていると言う。

「上海市内ではGPRS(General Packet Radio Service)が使えるようになり、115kbpsの速度が出るので日本企業に好評だ(同公司情報システム主任・程曉星氏)。接続コストはバイト単位の従量制だが、ウェブを含む常識的な利用ではさほど料金はかさまないそうだ。

同社はマイクロソフトオフィスなどのイン

ストールからサーバーやLANのセットアップも手がける。日本の本社や工場と結んだSCMのような案件になると、上海に拠点のあるカネボウ系のシステム会社が引き継ぐのだと言う。

古林氏からは次のようなことも聞いた。中国国内でウェブサーバーを立ち上げて不特定多数に情報配信を行う場合、政府系の工商局の認可を受けなければならない。また、中国国内のプロバイダーを使って米国の著名アダルトサイトや政治思想系サイトにアクセスするとHTTPがはじかれてしまう。情報の授受には依然として制約が伴う国なのだ。

知的所有権の保護もテコ入れ中 専門会社もあるので要相談

日本企業が中国進出で失敗する原因としてもっとも多く挙げられるのが、代金回収の難しさだ。これを防ぐには取引を行う前の信用調査が不可欠。発生した後は相応の法的措置などが必要になる。

また、中国企業による日本企業の知的所有権侵害も頻発している。これへの対処は侵害の実例を発見した上で、中国公安

と連携しながら摘発に動く形になる。

こうした信用調査や知的所有権トラブルに特化した専門会社も生まれている。香港籍企業と日本資本の合弁会社SunFaith Ltd.だ。代表の谷本秀一氏は弱冠26歳ながら、ネットベンチャーを経て上海で起業した。

「WTO加盟以来、中国政府は国外企業の知的所有権保護に非常に積極的になってきた。これまでは地域の公安が被害実例を知っても動かないケースが多かったが、今では迅速に対応してくれる」(谷本氏)。

同社は日本企業をクライアントとして、被害実例の発見、警告、公安への連絡などを代行し、実際に公安の摘発が行われた場合には不正商品が焼却処分されるまでを見届けてクライアントに報告するのだと言う。非常にシリアスだが、なくてはならないビジネスだ。

上海に本気でコミットしようとする相応の現実がいくつも見えてくる。それでも上海のポテンシャルが薄れるわけではなく、依然としてそこに引き寄せられる人は出てくるのだろう。行ってみるとそのことがわかる。



左上：茨城県上海事務所・鈴木向一副所長、林孝所長、姚匯所長代理(向かって左から)。左下：上海華鐘諮詢服務有限公司・古林恒雄総経理、程曉星主任。右：SunFaith・谷本秀一代表。



某日の茉織華股份有限公司オフィスの様子。同社は上海B株に上場しており、日本資本が入っている。上海中心部でもっとも背が高いビルPlaza66に移転したばかりだった。





[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp