

## 成長する中国のインターネット

土 井 正

### はじめに

中華人民共和国は、世界最大の人口を有し、世界で3番目に広大な国土を持つ大国である。そして2008年には、インターネットのユーザー数でも世界一となったインターネット大国でもある。2008年には北京五輪が開かれ、2010年は、上海万博、広州アジア競技大会が控えている。国際的なイベントにはさまれた2009年は、建国60周年という重要な節目の年に当たっている。全世界に向け、民主化ならびに開放ぶりをアピールしなければならなかった昨年、また明年とは違い、今年は内政に傾注できる年である。中国の経済的発展はめざましい。早ければ年内にも日本を抜いて、GDP(国内総生産)で世界第2位となることが確実視されている一方で、チベット動乱、ダライ・ラマ14世の亡命から50年(3月10日)、気功集団「法輪功」が権力中枢の北京・中南海を包囲した事件から10年(4月25日)、反日愛国運動である五四運動90周年(5月4日)、四川大地震から1年(5月12日)、天安門事件(第2次)20周年(6月4日)と、政治的に緊張を強いられる日が続いた。昨年来、チベットや新疆ウイグル自治区でも騒動が起きている。そんな中、今年は国の安定に専念できる(しなければならない)年なのである。

筆者は2009年3月下旬から、中国・北京市に滞在している。海外生活では、特にインターネットが欠かせない。回線の速度はやや遅く感じるものの、許

容範囲である。しかし、中国のインターネットは、異国人にとっては、窮屈で閉塞感の強いものであった。北京で暮らし始めてすぐに、米 Google 社の動画共有サイト「YouTube」(<http://www.youtube.com/>) にアクセスできなくなった。Google 社傘下のサービスだけでも、「Google キャッシュ」、ブログサービス「Blogger」、写真共有サイト「Picasa ウェブアルバム」などが順次閉じられた。その他、「エキサイト・ブログ」(<http://blog.excite.co.jp/>) の全ブログや「Wikipedia」(日本語版、<http://ja.wikipedia.org/>) の特定の検索語など、検索できても表示はできないサイトにも度々ぶつかる。

本稿では、2009 年という節目の年（あるいは谷間の年）に、成長を続ける中国の、成長を続けるインターネットの現状について報告する。

インターネットに関連する中国の法令・政策ならびにその運用は、少しずつ変わっていたかと思えば、突然予想外の大変化を強いられることもある。本稿の記述は、あくまでも 2009 年度上半期の現況である。また、中国では、中央と省や市、地方ごとに当局の行政裁量の幅が大きい。北京以外では事情が異なる可能性があることをはじめにお断りしておく。なお、本文中のデータ等には、特に断りが無い限り、香港地区を含まない。

## 1. 中国のインターネット利用の現状

2008 年、中国は、インターネット・ユーザー数で米国を抜き、世界一となった<sup>1)</sup>。中国インターネット情報センター（中国互聯網絡信息中心：CNNIC[2009a]）が発表した 2009 年 6 月末のユーザー数は、米国の総人口を超える 3 億 3,800 万人に上っている（〔図 1〕）。しかし、総人口に対する普及率でみると、まだ 25.5%に過ぎず、世界平均 23.8%は上回ったものの、韓国（76.1%）、米国（74.7%）、日本（73.8%）などに比べ、まだ低い水準にとどまっている。また、内訳でみると、25 歳以下の青少年層が全体の 51.8%（1 億 7,500 万人）を占めていること、そして、都市部と農村部の格差が大きい（71.7 対 28.3）ことが、中国の特徴である。

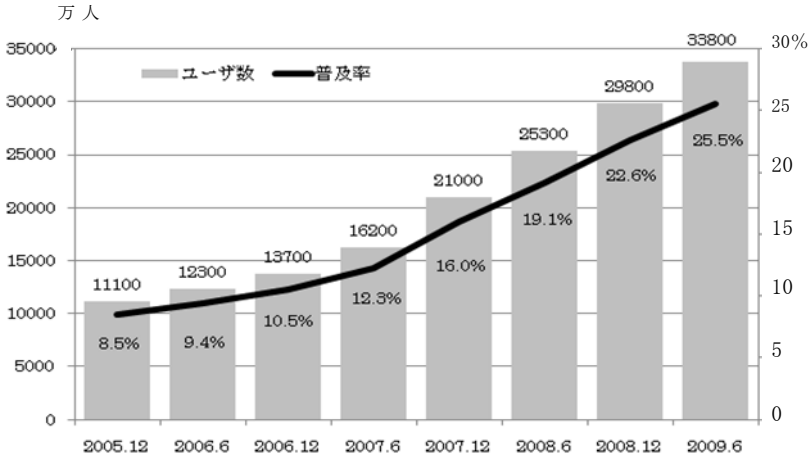


図 1 中国のインターネットユーザー数と普及率

(出所) CNNIC[2009a] 11 頁。

CNNIC の調査結果 (CNNIC[2009a]) をもとに、中国のインターネットの現状を見ると、インターネットを利用する場所 (複数回答) は、「家庭」での利用者が最も多く 80.2%、次いで「ネットカフェ」35.5%、「勤務先」25.7%、「学校」11.3%、「宿舎」7.5%、「その他」7.0%となっている。ブロードバンド利用者は、3 億 1,873 万人で、全体の 94.3%と高い割合を占めるものの、その大部分は 2MBbps 以下の低速な回線である<sup>2)</sup>。携帯電話でネットを使うユーザーは 1 億 5,548 万人で、半年前に比べて 32.1%という大きな伸びを見せている。中国では、今年から 3G 方式携帯電話の本格的な導入 (販売) が始まった。将来、日本のように携帯電話によるネット利用が盛んになるか否かは未知数だが、同調査では、「現在は携帯電話でネットを使用していない」と答えた人のうち 49.0%が、「半年以内に使うだろう」と答えている。

同調査は、ネットの安全性について、やや問題をはらんだ結果を示している。82.4%のユーザーがセキュリティソフトウェアを導入しているものの、過去半年以内にウィルスやワームの被害に遭った人は 57.6%、同じく ID や

パスワードの盗難を経験した人は実に 31.5%に上った。

## 2. ポータル競争

中国では、最大手メディア会社でかつ最大手広告会社の「新浪」(<http://www.sina.com.cn/>)、中国最大ユーザー数を謳う「搜狐」(<http://www.sohu.com/>)、オンラインゲームや無料電子メールで急成長中の「網易」(<http://www.163.com/>)、9億9千万アカウントを有するインスタント・メッセージャー「QQ」の「騰訊」(<http://www.qq.com/>)が4大ポータルサイトである。ポータルサイトが総合的なサービスを提供し、多くのユーザーを集め、広告料を収益の柱とするというビジネス・モデルは、中国でも同じで、そこには優れた検索エンジンが不可欠である。4大ポータルのうち、新浪は、Google と提携し独自の検索エンジンを持たないが、搜狐は「搜狗」(<http://www.sougou.com/>)、網易は「有道」(<http://www.youdao.com/>)、騰訊は「搜搜」(<http://www.soso.com/>)という検索サイトをそれぞれ運営している。

中国の検索サイトで圧倒的に首位に立つのが「百度」(<http://www.baidu.com/>)である。百度は、日本法人(バイドゥ株式会社)を持ち、日本において日本語のサービスを展開している(<http://www.baidu.jp/>)。その他、米 Google 社の中国法人「谷歌」(<http://www.google.cn/>)、Yahoo!中国「雅虎」(<http://www.yahoo.cn/>)、米 Microsoft 社 bing の中国語版「必応」(<http://cn.bing.com/>)などが検索サービスを提供している。

CNNIC の検索サイトの調査(CNNIC[2009c])によれば、検索サイトのブランド浸透率(複数回答)では、百度(92.9%)>谷歌(32.7%)>搜狗(26.9%)>雅虎(22.0%)>搜搜(13.0%)>必応(6.3%)>有道(5.1%)で、最も利用する検索サイトは、百度(77.2%)>谷歌(12.7%)>搜搜(3.1%)>搜狗(2.4%)>雅虎(1.6%)の順となった。

また、検索サイト利用者の88.8%が、「複数の検索サイトを利用している」と回答した。複数の検索サイトの利用者は、第1の検索サイトに百度73.2%、

谷歌 11.0%、その他 15.8%を挙げ、第2の検索サイトに谷歌 39.2%、搜狗 16.1%、百度 15.7%、搜搜 9.8%、ヤフー 7.2%、その他 12.0%を挙げている。1 番目に百度を使うユーザーが 2 番目にグーグルを使うケース「百度-谷歌」は 42.4%、逆の「谷歌-百度」は 77.5%である。百度と谷歌が 2 強であるが、百度が圧倒的首位であることは間違いない。谷歌は、世界一短いドメイン「g.cn」でサイトにアクセスできるようにしたり、中国独自の「音楽ダウンロード」サービスを導入するなど、百度の追い上げに躍起である。

谷歌 (Google 中国) のサービスラインナップにはないものの、米 Google 社の無料電子メール「gmail」(gmail.com) は、中国でも広く使われている。たとえば、国営テレビ放送局である中央電視台 (CCTV) でも、国際放送のキャスター募集の連絡先として、JobsCCTVInternational@gmail.com なるメールアドレスを告知していた。

### 3. インターネットにかかる制限

中国でインターネットを利用して直面するのは、特定のサイトまたは情報が表示されないことである。Deibr et al. [2008]によれば、世界の少なくとも 40 の国と地域において、インターネットは何らかの理由でブロックあるいはフィルタリングされている。中でも、中国のネット規制は、技術面でも運用面でもかなり洗練された、完成度が高いものであるという。中華人民共和国憲法では、言論・出版の自由 (中華人民共和国憲法第 35 条) ならびに通信の自由および秘密 (同第 40 条) が保証されている。しかし、実際には、共産党や国家の利益を損なわないこと、安全や秩序を脅かさないことが何よりも優先される。したがって、中国の新聞やテレビで行われていると同様の言論統制ならびに各種の規制、管理・監督、検閲といった措置は、インターネットにも適用される。むしろ、直接的な事前検閲ならびに管理・監督が難しいインターネットだからこそ、徹底的な方策が必要になっているといえる。

まず、中国国外の望ましくない情報は、「金盾」という国家的なフィルタリング・システムで遮断される<sup>3)</sup>。金盾は、中国が誇る万里の長城 “The Great

Wall”になぞらえ、“The Great Firewall”と呼ばれる。フィルタリングの適用範囲、対象といったプロジェクト（「金盾工程」）の全体像は公開されていないため、関係者以外は知る由もないが、中国のインターネット全体が、強固な覆いですっぽりと包まれ、ガードされていると考えるとわかりやすい。インターネット回線経由で中国に入るすべての情報は、空港の安全検査場のよう  
に、ゲートウェイですべてチェックを受けているのである。

金盾は、アクセスの遮断が行われた場合、その結果を HTTP のステータスコード 503 (Service Unavailable) や 404 (Not Found) として表示する機能を持っており、ユーザーに対して検閲が行われたことを気づかれないようにする仕様となっている。『産経新聞』北京支局（当時）の福島香織は、「金盾」について次のように報道している。

中国が国家プロジェクトとして進めているネット規制システム「金盾」をバージョンアップし、パソコン別検閲が可能となるなど、より巧妙化している。

中国ではこの春から初夏にかけて MSN、hotmail やグーグル、国内大手検索サーチエンジンの新浪、搜狐などが相次いでアクセス障害やサービス停止になっていた。関係者は、これをネットを規制するという政策のために必要なバージョンアップ作業、検閲対象用語の増加のためとしていた。

しかし、金盾プロジェクトの技術関係者によれば、今回のバージョンアップは単なる検閲対象ワードの増加だけでなく、システム自体が進化したという。これまでは検閲対象用語をもとに、サイトへ一律に接続遮断を行っていたが、今後はパソコンの IP アドレス（ネット上の識別番号）ごとに、アクセス履歴を解析、そのユーザーの政治的傾向を分析した上で接続の可否を判断していくという。

たとえば娯楽サイトしかアクセスしていないパソコンが、「人権」という用語で検索したり、人権サイトにアクセスしたりしても問題ないが、チベットやウイグル族関連のサイトにアクセスし続けたあとに接続しようとする、遮断される仕組みになるという。

これだと、同じサイトでも接続できる人と接続できない人が出て、特定の用語やサイトがアクセス禁止の対象となった印象を与えにくい。遮断された方も接続できないのはネット規制によるものではなく、自分のパソコンやサーバーの調子が悪いためだと納得してしまいがちだ。ユーザーに検閲されていると気づかせないように、巧妙にネット規制を実施するのが狙いだ。

（『産経新聞』朝刊、2006年7月25日付）

実際に中国国内からは接続できない国外のサイトは多い。政治的なサイトやアダルト、麻薬といった特定の有害サイトだけでなく、はじめに述べた「YouTube」、マイクロブログサービスの「Twitter」(<http://twitter.com/>)、SNS の「Facebook」(<http://www.facebook.com/>他)、無料ホームページサービス「geocities」(<http://www.geocities.jp/>他)といった多岐にわたるサイトのすべてがエラーとなってつながらない。特にブログサービスでは、有害と認定されたものと、同じドメイン (IP) のサービス全体がつながらない状態となる。これらの規制は、節目節目において強化されたり、緩められたりを繰り返している<sup>4)</sup>。今年、天安門事件 20 年 (6 月 4 日)、建国 60 周年 (10 月 1 日) といったタイミングで、確実に規制が強化された。先進ユーザーは、迂回のための代替 IP や公開 Proxy (代理サーバー) を使うなどの方法で回避措置を講じている。しかし、当局の規制は厳しさを増しており、回避措置対策も行われ、公開 Proxy なども順次塞がれているのが現状である。まさにイタチごっこが続いているが、抜け穴は徐々に小さくなっている。

他方、中国国内のサーバー、サイトでは、あらかじめ禁止ワード (= 「敏感詞」) が検索・表示できないようになっている。たとえば、「金盾工程」という言葉を、谷歌 (Google 中国) で検索すると、「ご検索になった結果は相關する法律や政策に符合しないため提示できません」として、表示されない ([図 2])。百度で検索しても同じである。海外の Google (<http://www.google.com/>) には、503 エラーとなってつながらない ([図 3])。

中国国内のサーバーで Web サイトを開設するには、インターネット・コンテンツ・プロバイダー (ICP) として、工業・情報化省 (工業和信息化部 ICP/IP 地址/域名備案管理系統、<http://www.miibeian.gov.cn/>) への届出が必要である。さらに、経営性を有する (有償で情報を提供する) 事業を行う場合は、「ICP 経営許可証」の取得を要する。こういった手続きで、情報発信責任者の責任が明確に捕捉されているのである。同様に、接続業者であるインターネット・サービス・プロバイダー (ISP) の責任も明確になっている。サイトの接続遮断は、前述の金盾によるものだけでなく、ISP あるいは、検索サイ



図2 敏感詞「金盾工程」検索結果1(中国国内)  
(出所) <http://www.google.cn/> (谷歌) as 2009.9.30



図3 敏感詞「金盾工程」検索結果2(中国→海外)  
(出所) <http://www.google.com/> as 2009.9.30

トで行われていることもある。実際、Google 経由では、503 エラーになってしまうサイトが、Yahoo!Japan (<http://www.yahoo.co.jp/>) 経由や URL の直打ちだと接続できたケースがあった。

中国では、ブログや掲示板 (BBS) への書き込みには検閲がある<sup>5)</sup>。渡辺浩平は、『人民日報』のサイト「人民網」の中にあるフォーラム「強国論壇」への書き込みについて、中国のネット世論を研究している祁景滢の話として



次のように紹介している。

ひとつめの関門が自主規制だ。書き込みの内容は、憲法、関連法規、中国共産党の指導を含む 4 つの基本原則に違反してはならない。

ふたつめの関門はフィルターだ。フィルターには敏感な政治用語が登録されており、それに引かかるメッセージは自動的にはねられる。それゆえ書く側は、字間に関係ない記号をはさみ、同音異字を使ってフィルターをかいくぐろうとする。

最後の関門が、人の手による検閲だ、監視員が掲示板を 24 時間見守り、不穏なコメントを削除するのである。

《中略》

強国論壇には検閲済みの書き込みしか残らない。しかし、政府を批判するコメントも書きこまれつづける。ガス抜きや、対応に不備があった関係者の処罰のためにも。ぎりぎりのラインのものは残しておくという配慮がなされているのかもしれないが。

(渡辺 [2008] 215-216 頁)

そして、検閲を通過した(漏れた)非合法・有害情報については、中国インターネット違法・有害情報通報センター(中国互聯網違法和不良信息舉報中心、<http://net.china.cn/>)が、市民からの「通報」を受け付け、ISP や ICP を管理・監督・指導している。「通報」件数は、毎月 100 万件を超えている。さらに、各地(省、市)の公安局でも、独自に取り締まりを行っている。

中国工業・情報化省(工業和信息化部、<http://www.miit.gov.cn/>)は、2009 年 7 月 1 日から、「緑壩・花季護航(Green Dam Youth Escort)」というフィルタリングソフトを、国内・国外製を問わず、中国国内で販売されるすべてのパーソナルコンピュータへインストールして出荷することを義務づけるとしていた。Youth Escort という名称のとおり、青少年を違法・有害情報から守るためのものとの説明であった。実際には、米・欧政府、PC メーカーの反対、ソフトウェア自体の脆弱性といった準備不足から、前日の 6 月 30 日夜になって導入は無期延期、そして 8 月には方針が白紙撤回された。

なお、国外のサイトに接続できない原因がすべて中国側にあるとは限らない。外国側が中国を含む他国からのアクセスを拒否している例も目立つ。サーバーによっては、get や post などが拒否されていて、閲覧はできるが、書

き込みができないといった場合もある。これも中国発の SPAM メールや DoS 攻撃などが多いせいであろう。中国当局には、そちらの規制をぜひ強化してもらいたい。

#### 4. 中国のコピー文化とネット市民

CNNIC の調査(CNNIC [2009a])によれば、中国ユーザーのインターネットの利用用途で最も多かったのは、「音楽」の 85.5%、以下、「ニュース」78.7%、「チャット・メッセージ」72.2%、「情報検索」69.4%、「動画」65.8%、「ゲーム」64.2%、「電子メール」55.4%、「ブログ」53.8%、「掲示板」30.4%、「ショッピング」26.0%、「オンライン決済」22.4%、「ネットトレード」10.4%、「旅行予約」4.1%となっている（複数回答）。ユーザーの利用は、娯楽および情報検索・交流の割合が高く、ショッピングやオンライン決済などビジネス用途はまだ相対的に低い。

実際、ネットには、娯楽コンテンツがあふれている。現在では、動画サイト「YouTube」には接続できないが、「土豆網」(<http://www.tudou.com/>)、「優酷」(<http://www.youku.com/>)、「我樂網」(<http://www.56.com/>)をはじめ、たくさんの動画サイト・コンテンツがネット上に存在する。これらのサイトは、日本からのアクセスを遮断しているが、日本の歌手のミュージックビデオや日本のアニメ、ドラマ、映画も簡単に見つけることができる。残念ながら、中国には著作権や知的財産といった考え方がまだ根付いていないようである。

中国のニュースメディアでは、他社の記事を断りなく全文転載して使っようという慣習がある。転載にあたっては、出所（「来源」）を明記することが法令で決められているものの、テレビや紙の新聞のニュースの中には、出所がかなり怪しいものもある。そのかわりといえるかどうか、新聞はネット上で、紙面のすべてを当日から過去の分まで PDF で閲覧可能であるし、ニュースもテレビ局によって動画で提供されている。

コピー&ペースト（コピペ）が容易なインターネット上のニュースは、さ

らに転載のスピードが速い。たとえ誤報であっても、その情報伝播のスピードは驚異的である。新聞記事は記者の歩合が大きい（渡辺 [2008]）ため、裏

**Baidu 新闻** 新闻 网页 贴吧 知道 MP3 图片 视频

白井仪人 cont:2326424985 百度一下

新闻全文 新闻标题

把百度设为首页 百度一下, 找到相关新闻82篇, 用时0.127秒 | 新闻首页

 **蜡笔小新之父被移花接木 用错照片活人变死尸** 千龙 2009-9-22 15:36  
日前,超人气漫画《蜡笔小新》的作者**白井仪人**登山意外身亡一事,被两岸三地各大媒体竞相报导,但却错误引用了另外以为日本艺术家的照片。台湾“今日新闻”消息,因为《蜡笔小新》的高人气,...

 **蜡笔小新之父被移花接木 用错照片活人变死尸(图)**  
新华网 2009-9-22 16:19  
日前,超人气漫画《蜡笔小新》的作者**白井仪人**登山意外身亡一事,被两岸三地各大媒体竞相报导,但却错误引用了另外以为日本艺术家的照片。台湾“今日新闻”消息,因为《蜡笔小新》的高人气,...

 **蜡笔小新之父被移花接木 用错照片活人变死尸** 凤凰网 2009-9-22 16:34  
日前,超人气漫画《蜡笔小新》的作者**白井仪人**登山意外身亡一事,被两岸三地各大媒体竞相报导,但却错误引用了另外以为日本艺术家的照片。台湾“今日新闻”消息,因为《蜡笔小新》的高人气,...

 **蜡笔小新之父被移花接木 用错照片活人变死尸(图)**  
中国经济网 2009-9-22 16:42  
**白井仪人(中)真实照片。** 日前,超人气漫画《蜡笔小新》的作者**白井仪人**登山台湾“今日新闻”消息,因为《蜡笔小新》的高人气,**白井仪人**意外身亡被两岸三地的媒体争相报导,但其实媒体报导中引用的这张略肿的笑脸照片,...

 **蜡笔小新之父被用错照片 活人变死尸** 新浪 2009-9-22 16:52  
**白井仪人(中)真实照片。** 日前,超人气漫画《蜡笔小新》的作者**白井仪人**登山意外身亡一事,被两岸三地各大媒体竞相报导,但却错误引用了另外以为日本艺术家的照片。台湾“今日新闻”消息,因为《蜡笔小新》的高人气,...

 **图文:蜡笔小新之父被移花接木 用错照片活人变死尸**  
人民网天津视窗 2009-9-22 18:25  
日前,超人气漫画《蜡笔小新》的作者**白井仪人**登山意外身亡一事,被两岸三地各大媒体竞相报导,但却错误引用了另外以为日本艺术家的照片。台湾“今日新闻”消息,因为《蜡笔小新》的高人气,...

图 4 百度新聞（ニュース）検索

(出所) <http://news.baidu.com/> as 2009.9.30

付け不足の伝聞や噂話レベルの記事でも、読者の興味を引きそうな記事を書き、ネット配信すれば、あっという間に数10から数100のメディアに転載され、ユーザーは、同じ写真、同じ文章の記事を目にすることになる。しかも、オリジナルの配信元メディアの裏付け取材が甘い場合もある。たとえば、マンガ「クレヨンしんちゃん」の作者、臼井儀人さんが亡くなったニュースでは、当初、イラストレーター黒田征太郎さんの写真が臼井さんとして広まり、紙の新聞でも、テレビでも、臼井さんだとして報道された。[図4]は、それが誤報だったことを報じたニュース記事であるが、百度のニュース検索 (<http://news.baidu.com/>) で検索したところ、コピペ記事が82件あった。

ブログや掲示板（BBS）、論壇といったページも事情は同じで、ニュースや他人の書き込みを丸ごとコピーして貼り付けただけのものが目立つ。自分の意見がないだけでなく、訪問者の少ない一般のブログだと、コメントによる書き込みもなく、オリジナルの論調が無防備にそのまま増殖していくことになる。2009年6月末で、中国のプロガー（博客）は、1億8,100万人、ブログアカウントは3億に達しているという（CNNIC[2009b]）。山谷[2008]は、こういったコピーの習慣が、ブログや掲示板といったCGM（Consumer Generated Media）ツールでも展開され、「何も考えないで、その場の勢いと感情でモノを書くので、中国のブログや書き込みには、幼稚な内容や非論理的な書き込みが多い」という。遠藤[2009]は、「網民」をネット市民と呼び、「ネット言論は中国の世論を形成する、と言っても過言ではない。特に最近ではネット言論の力が社会問題を解決したり、政府の政策を動かすまでに至るケースが目立つようになった」と指摘する。今後のインターネット・ユーザーの広がりには、果たしてどちらの側に振れるのだろうか。CNNICの調査（CNNIC[2009a]）では、81.7%のユーザーが、「ネットを使うようになって、以前より社会事件に関心を持つようになった」と答えている。それが中国の市民社会、そして中国という国の将来にどうかかわっていくのか、非常に興味深い。

## 5. ネットビジネスの展望

前章でも触れたように、中国ネットユーザーのビジネス利用率は相対的にまだ低い。しかし、特に、電子商取引の分野では、ネットユーザーの増加、ならびにユーザー層の広がりとともに、急速な伸びが期待できる段階にある（〔図 5〕）。

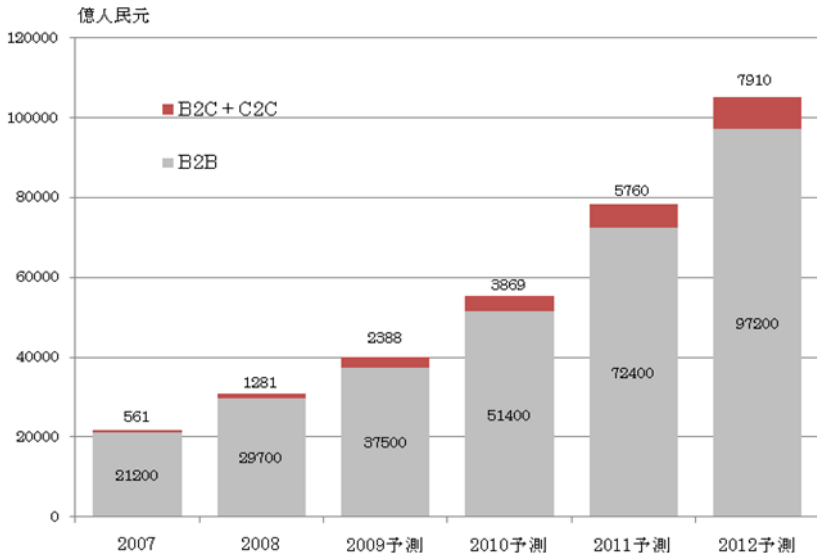


図 5 中国ネットビジネス市場規模

(出所) iResearch[2009a][2009b]から作成。

企業間取引（B2B）では、世界 200 以上の地域で 4,000 万ユーザーを抱える「阿里巴巴」（<http://www.alibaba.com/>）が、企業対消費者（B2C）および消費者間取引（C2C）では、阿里巴巴集団（グループ）傘下の「淘宝网」（<http://www.taobao.com/>）がそれぞれトップのシェアを有していて、その牙城は揺るぎない。淘宝网は、2009 年 6 月末現在で、会員数 1 億 4,500 万人。

2009年1-6月期で、809億人民元（約1兆1千億円）の取引が成立した。これは、中国社会全体の消費額の1.4%に相当するとしている（<http://bangpai.taobao.com/g/NjYwMDM=/thread-837550.htm>）。「淘宝网」の成功の原因は、「支付宝」（Alipay、阿里巴巴集團傘下企業）という第三者決済方法を採用したことが大きいと思われる。中国のネット商取引の慣行は、日本のYahoo!オークション（<http://auctions.yahoo.co.jp/>）と同様の代金前払いだが、これだと、商品が届かないとか、誤った商品が届いたといったトラブルに巻き込まれやすい。代金決済に支付宝のシステムを利用した場合、買い手は注文時に支付宝に代金を預け、商品受け取り後、問題がないことを確認し、OKを出してはじめて、支付宝から売手に支払が行われる。中国は、Amazon.comの中国法人「卓越亜馬遜」（<http://www.amazon.cn/>）ですら、キャッチフレーズに「正品保証」を謳わなければならないお国柄である。いかにニセモノがはびこっているか、そのため、商品や相手が見えないという不安感をいかにして払拭するかということが、ネット取引において、重大なキーポイントとなったと考えられる。新浪科技（Sina）が、2009年7月に行った調査によれば、「支付宝がなかったらという質問に対し、「影響はない」と答えた人は10.5%にとどまり、22.8%が今後ネット上で買物をしない、11%のユーザーは取引額が減少する、小額のものだけ買うことにする14.3%、代引きに限定する30.2%、他の決済を使う18.9%という結果となった（<http://tech.sina.com.cn/i/2009-07-13/18193259056.shtml>）。支付宝は、淘宝网以外の決済にも広く採用され、海外進出も始めた。また、阿里巴巴集團は、2005年、Yahoo!の中国法人「雅虎」を買収、傘下に収めた。

## むすびに～「インターネット」

中国語でインターネットは、「互聯網」という。互いに聯（連絡）するネットワークという意味である。中国においては、この「互いに」というのは、どうやら中華人民同士、中国国内のことで、対象に外国は入っていないらしい。それだとインターネットではなく、内輪だけのいわば「インターネット」と

でも呼ぶのがふさわしい。現状を一言で言うと、昨年はオリンピックという外圧のため、いったんゆるめた規制を、今年、建国 60 周年を機に締め直している。では、今年の規制は一時的なもので、再び開放に向かう、あるいは、ネットを徐々に自由化していくという見込みは楽観的すぎる気がする。来年 2010 年は、上海万博という大イベントを控えているし、少数民族問題の火種はくすぶり続け、2013 年には、第 5 世代指導者への代替わりと、政権の舵取りの環境は厳しさを増しているからである。そして、なにより、当局は、現在のネット規制がうまくいっていると考えていると思われるからである。

というのも、ネットユーザーはまだ総人口の 4 分の 1 にすぎず、かつ、その大半は都市部の若年層に偏っているのだから、いまのところ、少数民族問題など社会不安に直結する脅威層と重ならない。また、海外のサイトへの接続遮断も、外国語や海外生活などに縁がない多くの市民はあまり不自由を感じていないのではないかと思う。よく考えると、日本に住む人々だって、普段は日本語で日本国内の情報を使って生活している。中国では、YouTube は使えないが、土豆網や优酷には動画があふれているし、中国語のブログをわざわざ海外のブログサービスを使って開く必要はない。検閲にしても、お上にわざわざ逆らっても何一つ得なことがないということを庶民は知っている。「上に政策あれば下に対策あり」の言葉どおり、必要なら対策すればよいだけのことである。SNS を使いたければ、中国法人がなく、米国のサーバーで中国語に翻訳しているだけの「Facebok」ではなく、完全中国人向けの「人人網」（旧名・校内網 <http://www.renren.com/>）や「51.com」（<http://www.51.com/>）を使うのが自然だろう。Wikipedia がつながらぬのなら、純国産で世界最大の中国語百科「百度百科」（<http://baike.baidu.com/>）を使えばいいだけのこと。検索は、「百度」や「搜狗」がオススメで、あえて Google を使うなら、「.com」ではなく、「谷歌」を使うべし。当局の方針も明快で、Google 社が中国でビジネスをしたいのなら、中国の法令・規則、指導に従うのは当然ということになる。

アルファベットの綴りは、一般の中国人にはなじみが薄いので、ドメイン

も「中国語.cn」だけでなく、「.中国」、「.公司」、「.網絡」（網は簡体字）を用意しました。アドレスバーに「北京大学.中国」と入れればいいんです。「清華大学.中国」「新華社.中国」（ただし両者とも「華」は簡体字）もいけますね。「<http://www.tsinghua.edu.cn>」（清華大学）なんてとても入力できませんよね……。

こういった論理がまかり通り、一国内でビジネスとしても十二分にペイしてしまうところに、中国のマーケットの巨大さと潜在性がある。なんとも恐ろしい「インターネット」の出現である。

中国のインターネットでは、公的機関のサイトや、地図情報など、ネット人口の増加とともに、有用なサイトが増えている。しかし、情報の更新が遅いものや放置されたものがかなり混じっていて、まさに玉石混交である。それが全体の有用性を下げている感が否めない。要は、速報性を得意とするはずのインターネット情報が、社会の変化の速さについて行けていない。少々乱暴に言うと、「電話した方が速い」状況がままあるのである。

将来的に見た場合、中国のインターネット・サービスは、百度、QQ、阿里巴巴、淘宝网のような圧倒的強者の独占状態が続くのか、新たな覇者が登場するのか、外資はこの巨大なマーケットに食い込めるのか、あるいは、著作権や法令・運用が整備されることで、違法動画や音楽などがサイトから消え、クリーンになったのと引き替えにユーザーからそっぽを向かれ、失速してしまうのか、また、ブログや言論界の発展と社会的影響は、などなど、今後も目が離せない。特に、第5章で触れた中国のネットビジネスの展開については、稿を改めてくわしく分析することにしたい。



## 注

※固有名詞の中国語（簡体字）は、可能な限り日本で使われている漢字表記に置き換えた。

- 1) 米国 comScore 社の調査でも、中国のインターネット人口は、2008 年末現在で 1 億 7,971 万人と世界の 17.8%を占め、米国(1 億 6,300 万人、16.2%)、日本(5,999.3 万人、6.0%)を抑え、世界一となっている。このユーザー数には、インターネットカフェなど公共のコンピュータからのアクセス、ならびに携帯電話・PDA といったモバイル利用者は含まれていない。  
([http://www.comscore.com/index.php/Press\\_Events/Press\\_Releases/2009/1/Global\\_Internet\\_Audience\\_1\\_Billion](http://www.comscore.com/index.php/Press_Events/Press_Releases/2009/1/Global_Internet_Audience_1_Billion))
- 2) ブロードバンド（「寛帯」）の使用料は決して安くはない。我が家に引くことができた最速の回線は、ADSL-2Mbyte。1 年間の使用料（固定制）は、日本円にして 3 万円ほどを要した。
- 3) このシステムの開発には、米国のマイクロソフト社、グーグル社、ヤフー社、シスコ・システムズ社が、中国政府に協力していることが、米下院国際関係委員会アジア・太平洋小委員会の公聴会（2006 年 2 月 15 日）で証言された（<http://www.internationalrelations.house.gov/>）。
- 4) 中国の「金盾」は、過去数年間、YouTube や Wikipedia といったポピュラーな Web サイトをブロックしたり解除したりを繰り返しているという（“China’s Great Firewall: On, Off and On Again”, *The Wall Street Journal Digital Network*, 2009.10.1, <http://blogs.wsj.com/digits/2009/10/01/chinas-great-firewall-on-off-and-on-again/>）
- 5) Microsoft のブログサービス MSNSpaces（現・Windows Live Spaces、<http://spaces.live.com/>）において、中国のプロガーたちは、ブログの名称や各投稿の件名に政治的に注意を要する言葉を使うのを禁じられている。規定では、「MSN は、事業を行なう各国で、その国の法律、規制、規範に従う。会員のブログに投稿される内容は個人の責任であり、個人は MSN の運用規定に従うことを要求される」としているが、著名プロガー Isaac Mao 氏は、「Microsoft 社のブログ検閲は、中国政府より過激でやり過ぎだ。政府にへつらおうとしているだけだ」として MSN の対応を批判している。（Poulsen, Kevin, “Chinese Blogger Slams Microsoft”, *Wired News*, 2005.6.20.<http://www.wired.com/science/discoveries/news/2005/06/67957>）

## 参考文献

- 中国互聯網絡信息中心（CNNIC）、『第 24 次中国互聯網絡發展狀況統計報告』  
2009 年 7 月。[2009a]
- 中国互聯網絡信息中心（CNNIC）、『2008-2009 博客市場及博客行業研究報告』  
2009 年 7 月。[2009b]
- 中国互聯網絡信息中心（CNNIC）、『2009 年中国搜索引擎用戶行為研究報告』  
2009 年 9 月。[2009c]
- Deibert, Ronald et al., *Access Denied: The Practice and Policy of Global Internet Filtering*, The MIT Press, 2008.
- 遠藤誉、「ネットが生み出す『民主主義』」『日経ビジネス ONLINE』2009 年 3 月 27 日。(http://business.nikkeibp.co.jp/article/world/20090323/189794/)
- 艾瑞諮詢集團（iResearch）、『中国網絡購物行業發展報告 2008-2009 年』2009 年 2 月。[2009a]
- 艾瑞諮詢集團（iResearch）、『中国 B2B 電子商務行業發展報告 2008-2009 年』  
2009 年 9 月。[2009b]
- 渡辺浩平、『変わる中国 変わるメディア』講談社、2008 年。
- 山谷剛史、『新しい中国人～ネットで団結する若者たち』ソフトバンククリエイティブ、2008 年。
- Zittrain, Jonathan and Benjamin Edelman, *Empirical Analysis of Internet Filtering in China*, Berkman Center for Internet & Society in Harvard Law School, 2003.