

中国の

インターネット史

ワールドワイドウェブからの独立

山谷剛史

6億人

の  
巨大ネット空間  
は、

グローバリズムを捨てた!

共産党主導のネット黎明期から、Google遮断に至る20年を網羅的に描く、初めての通史。



中国のインターネット史

ワールドワイドウェブからの独立

山谷剛史

星海社

60



SEIKAISHA  
SHINSHO



本書は、**中国のインターネットに関する、はじめての通史**である。

## ITでも中国は桁外れ

日本で最も多くフォロワーを抱えるツイッターユーザーは芸人の有吉弘行さんで、その数約400万。2位はきやりーぱみゅぱみゅさんで、250万人——いずれも、かなりの数字であることは衆目の一致するところでしょう。

では、中国版ツイッターとも呼ばれるミニブログサービス・**微博**(Weibo)における、セクシー女優・蒼井そらさんのフォロワー数はどのくらいあると思いますか？

なんと、1500万を超えているのです。

**中国のインターネット利用者は、6億人を突破しました。**実に日本の総人口の5倍近い数字ですが、それでもまだ普及率は全人口の半分に満たないのです。これらのインターネット利用者の多くは家にパソコンがあり、ブロードバンド環境があります。

また、近年はスマートフォンが著しく、地下鉄や路線バスの車内で、日本以上に多くの人がスマートフォンに目をやっけていて驚かされます。スマートフォンは、中国向けに3

か月で1億台が出荷されています。中国の調査会社によると、中国国内には80社以上のスマートフォンメーカーが存在し、合計千機種を超えるスマートフォンをリリースし、しのぎを削っています。

また、パソコン向けにしても、スマートフォン向けにしても、中国で定番のサービスの利用者数は全て億単位です。

いずれも、日本から見ると実に桁外れの数字です。

### 世界市場を席巻する中国IT企業

2014年9月、**阿里巴巴**（アリババ）という中国のIT企業がニューヨーク証券取引所に上場しました。調達額は日本円にして2兆7000億円。これは世界最大規模です。

日本では馴染みが薄いですが、アリババは中国最大のオンラインショッピングサイト『**淘宝网**（タオバオ）』『**天猫**（Tmall）』を運営する大きな企業です。

世界的な投資会社モルガンスタンレーのレポートによれば、中国オンラインショッピング市場は、2018年には1兆ドルを超える規模に達し、世界のオンラインショッピング市場の半分を占めるだろうと予想しています。

中国で定番のサイトやサービスを運営する企業は、阿里巴巴のように、軒並みNASDAQ

Q などアメリカの株式市場に上場し、世界中の企業や投資家から注目を集めつつあるのです。またハードウェアにおいても中国企業の元気が目立ちます。パソコンメーカー・聯想（レノボ）は世界シェアの20%を獲得し、世界一のパソコンメーカーとなりました。

世界のスマートフォンシェアにおいては、2大巨頭である米Appleと韓国サムスンの後に、中国メーカーの小米（シャオミ）とレノボが続きます。また通信ネットワークのインフラには、華為（ファーウェイ）製品が世界中で採用されています。

中国市場の大きさは元より、そこで力をつけた中国のIT企業が、世界市場でを席卷しつつある状況もお分りいただけただけではないかと思えます。

### 中国の不気味なインターネット空間

一方で、中国のインターネットは我々にとって「不気味」でもあります。そこには、日本の常識が通じない世界が広がっています。

中国は2014年末に、Googleを完全に遮断しました。ですから、中国ではGoogleのあらゆるサービスが基本的に使えません。さらに、我々の日常生活に欠かせないものとなったFacebook ⇄ Twitter ⇄ YouTube ⇄ Instagram も使えないのです。

では、中国のネットユーザーは不便をこらえているのでしょうか？



実は、そうではありません。

Twitter は使えませんが、それにそっくりな微博があります。ツイッターの後に出てきた微博は、最初はツイッターの模倣でしたが、やがて独自色に染まっていきます。

同様に、Google の代わりに**百度**(バイドゥ)が、YouTube の代わりに『**优酷**』(ユーク)や『**土豆**』(トッドウ)が、Facebook の代わりに『**人人網**』(レンレン)が、Gmail の代わりに『**網易**』(NetEase)が、Google マップの代わりに『**百度地図**』が、LINE や WhatsApp の代わりに『**微信**』(Wechat)が登場しました。これらも模倣からスタートし、そして独自の成長を現在進行形でしています。

中国人はネットでのコミュニケーションが大好きで、微博や『**微信**』、それに『**QQ**』というチャットソフトや、ネット掲示板の利用が活発です。でも何かNGワードを書く、検索が働いて、あつという間に書きこんだメッセージやコメントは消されてしまいます。

日本でも有名な、いわゆる「**ネット検閲**」です。

NGワードが何かというのは、ナマモノのようにその時々で変化する上に、教えてくれないので困ったことにわかりません。

いくら反日的な便所の落書きのような書き込みを書いても消されなるときもあれば、理路整然と書いた書き込みがすぐ消されるときもあります。Google 代わりに『**百度**』

で、NGワードを入力して検索すると、「政策法規により結果は制限されます」と表示されます。

Google に代表されるようなサービスが利用できないこと、そして検閲——これらは面倒な問題です。

それでも、中国のネットユーザーは、極論をいえば「それが当然のサービス」ととらえ、日々利用しています。日本から見れば不気味ではありますが、中国においてはそれは日常なのです。

対中好感度が落ち込む中で報じられる「中国人によるLINEアカウントの乗っ取り」や「日本のサイトへの攻撃」などのハッキング問題、iPhone 6 発売日に見る、世界各地での中国人の長蛇の列や、ベビー用品を買い占める中国人観光客（その裏にはオンラインショッピングサイトでの転売がちらつきます）、依然解決しない海賊版の横行……と、中国への不信感とセツトで、中国のインターネット空間に対する不信感も継続しています。

しかし、それは単に「不気味なもの」としてしまっても良いものでしょうか？ 日本のインターネットが様々な歴史を経て現在に至っているのと同様に、中国のインターネットが現在のような形になったことにも、理由があるのではないのでしょうか？

## 通史を書くにあたって

本書は、日本人にとって「不気味」でありながらも、世界の経済にとっても、我々の日常を取り巻くガジェットの新供給元としてもはや無視のできなくなった中国のITについて、インターネットを軸に、通史としてまとめたものです。

サブタイトルにも示したように、私は中国のインターネットは既に「ワールドワイドウェブから独立した」、と考えています。通史を書くということは、すなわち、中国がネット上で独立を果たすまでの道程を辿り直すことに他なりません。

私は運良く、中国インターネットの初期である2002年より中国で暮らしています。

中国を中心にアジアのITについて執筆するライターとして、中国のインターネットユーザーと同じ目線で、中国のITの歴史に立ち会ってきました。仕事柄、日本人でありながら、中国のインターネットとデジタルガジェットをヘビーに利用してきました。

この手の本を書くには、適任でしょう。

本書の執筆にあたり、改めて中国のインターネット史を振り返り、文献を渉猟しました。そうすると、意外なことに、きちんとした通史的な記述が存在しないことがわかりました。

当事者である中国においては当然、インターネット史的なものには存在しません。けれども、ネット検閲やデモなどネガティブな話題は書けませんから、どうしても不十分なものになっ

てしまいます。

また、日本国内における通史的な試みは、ゼロ年代の前半までで止まってしまっており、こちらもまた、中国のインターネットに起きた大きな変化を述べていません。

私は、常に10本程度の連載を持っています。そのほとんどは中国のIT事情に関するもので、ガジェットの移り変わりや、サービスの利用状況、政府のインターネット政策について、その都度言及してきました。統計的なデータも常に参照しています。

また、幸いにして中国語がそれなりにできるので、ネット検閲のない香港など大中華圏の情報も参照可能です。もちろん、日本国内にも少ないながら優れた研究がありますので、それも参考にならせていただきました。

このようにして検討することで、中国のネット黎明期から独立に至る道筋を、それなりに明らかにできたのではないかと自負しています。

### 庶民の生活の変化

記述する上で特に気を使ったのが、普通にインターネットを使っている人の身の回りなどが変わってきたのか、という点です。

モノが変わるだけでなく、検閲にどう向き合ったのか、中国政府への信頼はどう変わった

のか、どれほど生活が便利になったのか……。日本同様、中国のインターネットユーザーのほとんどは、極端な政治思想を持っているわけでもない普通の人です。中国のインターネット史は、そのまま普通の人の歴史でもあるのです。

本書により、今どきの中国の若者の育ってきた環境を知り、現代中国の知識を深めることが可能でしょう。それはもちろん、ビジネスで中国と関わる方には重要な知識となるはずです。

また、中国を非IT的な側面からウォッチしている方にも、中国に関する知識を深めるために役立つはずで。

本書だけでは中国のすべてを知ることはできませんが、ITという側面から中国と中国人を見ることで、新聞やテレビを超えた理解を構築する一助ともなるでしょう。

### インターネットの未来を考える

中国以外に目を向ければ、ベトナムは中国をお手本としたネット統制を行っています。また、インドでは独自製品やサービスが立ち上がりつつも、中国製品やサービスが受け入れられる……という状況が出現しています。

中国のIT史を知ることが、後に続く新興国各国の今後を予想するに十分役立つでしょう。

また、「アラブの春」と呼ばれた一連の変革においては、Facebookが大きな役割を果たしたとされます。そして、そのことを危惧し、革命の動きを制したい政府が、FacebookやTwitterを遮断するという動きも複数の国で見られました。

これは、ワールドワイドウェブからの独立を志向した中国と、一脈通じる動きであると評価できるでしょう。

こういった情報を、不気味で理解し難いものと切って捨てることは簡単です。しかし、その背後にある論理を読み解くことで、得られるヒントもあるのではないのでしょうか？

もしかしたら、我々日本人が慣れ親しんでいる西側のインターネットは、ある意味で相対化されるべき時期にきているのかもしれない。

今後のインターネットは、どのような変化をしてゆくのか。

そのことを考えるためにも、まずは隣国の巨大にして奇妙なインターネットがどのようにして出来上がったのか、ともに見ていきましょう。



目次

はじめに 4

第1章

中国ITの原風景

1995

17

第2章

中国におけるインターネットの幕開け

1994  
2002

41

第3章

コミュニケーションと反日の波

2003  
2005

75



第4章

Web 2.0の波と北京オリンピック

2006  
2008

115

第5章

SNS普及とネット検閲の強化

2009  
2011

163

第6章

微博の輝きと時代の転換

2012  
2013

203

第7章

ワールドワイドウェブからの独立

2014

231

おわりに  
250

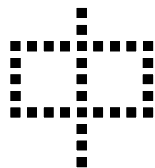
主要参考文献  
252

## 凡例

- 中国メーカーは原則的に漢字表記とし、適宜（ ）書きで拼音ピンインに基づく読みや欧米でのブランド名を付した。
- 中国のサービス名、アプリ名、ウェブサイト名は『 』で示したが、Googleをはじめとする欧米の著名サービス等はこの限りではない。

# 中国ITの 原風景

~1995



国のインターネットユーザーは75后（1975年以降生まれ）から始まります。また、著名インターネットサービス起業家たちの多くは60年代生まれです。彼らの幼少時代・青年時代の環境が、以降のインターネットの方向性を決定づけていきます。中国のITにとっての原風景とは、どのようなものだったのでしょうか？ また、日本ではWindowsとインターネットがトレンドになる95年以降、中国ではようやくパソコンやデジタル家電が出揃っていきました。

IT史は「75后」からはじまる

2007年から2012年の5年間は、経済成長著しい中国が日本のメディアで多く取り上げられた時期でした。

北京オリンピックや上海万博をはじめとした華々しいイベントがあったこの時期、日本では中国ビジネスに関する書籍が多数出版され、雑誌やテレビでも日々中国ビジネスの未来は明るいと報じられました。

特にビジネス系のメディアで頻出したキーワードが、1980年代生まれを意味する**80后**（**バリーンホウ**）でした。80后は「文化大革命の混乱期以降に誕生し、家族にもてはやされた一人っ子世代であり小皇帝でもあり、はじめて経済が大幅に成長する状況だけを知っていて、インターネット第一世代となった新世代」と紹介されています。

ところが、**CNNIC**（中国インターネット信息中心、中国インターネット情報センター）の統計を見ると、もう少し上の70后（70年代生まれ）からインターネット利用者が多いのが実情です。インターネット第一世代とは、1980年代生まれではなく、「文化大革命（文革）の記憶のない70后後半（75后）の人から」という解釈が適切でしょう。

1966年から1977年にかけて、死者数数千万人とも言われる「文化大革命」が起きました。毛沢東下の大衆組織「紅衛兵」が、政敵の劉少奇や鄧小平ら実権派への攻撃

をする中で、貴重な文化財を破壊。また学校が教育を与える場所として機能してなかったため、当時の若者の多くが高等教育を受けられず、知識人や文化人が批難と弾圧の対象となったため、多くの知識人が中国から逃げ出しました。結果、当時の中国人の知的好奇心が根こそぎ奪われる状況となったのです。

中国のビジネスの現場では、文革を経験した世代は有能な人材が比較的少ないとされるため、文革経験世代を「断層」と呼んでいます。文革を経験した中高年は、2000年頃からやってくるパソコンとインターネットの普及にも関心を持つことはありません。スマートフォンについても、フィーチャーフォンを選べない状況になり、ようやくと重い腰を上げ、利用をはじめました。これが、インターネット利用者が、30代以下の若者に偏る中国独自の特殊な事情です。

中国でインターネットユーザーの上限となるこの世代は、日本でいえば、2ちゃんねるのひろゆき氏（76年生）、はてなの近藤淳也氏（75年生）、グリーの田中良和氏（77年生）、チームラボの猪子寿之氏（77年生）らに相当します。日本風と言えばポスト団塊ジュニア、氷河期世代ですね。

この世代はIT第一世代のソフトバンクの孫正義氏（57年生）、IT第二



当時の学校を再現した上海のレトロ食堂。70后や80后が入って懐かしむ。（上海、2014年）

世代の楽天の三木谷浩史氏（65年生）、元ライブドアの堀江貴文氏（72年生）に続くIT第三世代とも呼ばれています。私事ながら、私自身も76年生まれ、つまり70后後半です。

日本のナナロク世代が手にしたガジェットは、小学生のときにはファミコンであり、中学生のときにはスーパーファミコン、そして大学生のときにはWindows 95搭載パソコンであり、ポケベルであり、PHSでした。

日本ではWindows 95の登場後、インターネットがブームとなりました。『日経トレンドイ』が毎年発表しているヒット商品ベスト30によれば、95年は「マルチメディアパソコン」、96年には「インターネット」が1位になっています。ナナロク世代は、大学に進学し順調に卒業すると、2000年に社会人になり、iモードの普及に立ち会います。

日本のナナロク世代の一部には、ごく少数ではありますが、ウィンドウズ95やPHS以前に、小中学生からMSXやNECのPC-9801といったパソコンを触った人もいます。

また、この世代のIT企業家は、大学入学前後にインターネットが普及し始めたので、上の世代よりもユーザーの立場からビジネスの発想をすることができる、といわれています。そんなナナロク世代と同じ世代の中国人が、中国においてもインターネットユーザーの第一世代なわけです。

2000年以前にパソコンを所有していたという中国人は、私の知人ではパソコン系メディアの編集者などにいます。いずれもパソコンに相当のこだわりがある人たちですが、日本でいえば小中学生からパソコンを触った人同様に、割合でいえばごく少数です。

### 金庸氏と『仙劍奇俠伝』の武俠世界

最初のインターネット世代である75后と80后は、最初のインターネットカルチャーを作ってきた世代でもあります。彼らが少年期に経験したコンテンツが、ネットカルチャーに少なからぬ影響を及ぼしています。

ネットカルチャーを理解するためには、それ以前のコンテンツやガジェットについても理解しておく必要があります。

ここで、1924年生まれの小説家・金庸氏きんようにご登場いただきましょう。彼の得意とする武俠小説ぶきやう——中国の中世が舞台の、武術と義を重んじる人々を描いたもの——の数々は、実は今日のIT系コンテンツにも大きな影響を与えています。

金庸氏の代表作は『射鵬英雄伝』しゃちやうや『天龍八部』や『秘曲笑傲江湖』しやうこうこなど多数あり、これらは日本でも翻訳されています。中国本土における人気は凄まじいものがあり、テレビドラマ化や映画化も頻繁にされています。国民作家の一人といつてよいでしょう。

武術や恋愛など様々な情景が詰め込まれた彼の小説はは、多くの中国人いわく「大人が子供のようにワクワクできるコンテンツ」なのだといえます。当時、大人と一緒に、まだ小説を読めないくらいの年齢の子供たちもお茶の間で金庸ワールドに触れました。当時子供だった75后や80后にとつて、中国流エンターテイメントの原風景となったのです。

武俠小説の影響は、後にパソコンの普及にも大きく関係していきます。

パソコンの最初のキラソフととなったのが、台湾の大字資訊がリリースした『**仙劍奇俠伝**』（せんけんききょうでん）という武俠世界が舞台のRPG（ロールプレイングゲーム）です。同ゲームは1995年にDOS版が、1997年にWindows版がリリース。その後も、続編の『仙劍奇俠伝二』から『仙劍奇俠伝六』まで、今日に至るまで開発され続けています。

現在ではこのゲームタイトルが出てあまり話題にはなりません。しかし（初代の）『仙劍奇俠伝』は、当時の数少ないパソコンユーザーの間では、光栄（当時）の『信長の野望』や『三国志』のような必ず遊ぶべきゲームでした。海賊版ソフトショップの定番商品であり、私が中国に滞在し始めた2002年時点でも、『仙劍奇俠伝』の海賊版はよく見かけました。パソコンがゆっくり普及していたからとはいえ、リリースから5年以上のあいだ人気のロング



古参のネットユーザーにとって  
は懐かしすぎる『仙劍奇俠伝』。



セラータイトルだったといえます（海賊版ですが）。

当時のプレイヤーはものすごくやりこんでいたため、今でも彼らは『仙劍奇俠伝』の音楽の旋律をはっきりと覚えているし、それを懐かしんでいます。

『仙劍奇俠伝』は、先ほど挙げた光栄のタイトルのような性格を持ちながら、ファンタジックなゲームの中国市場における嚆矢こうしとなったという点では、日本のパソコンユーザーにとつての『イース』などの日本ファルコム製ゲームの要素も併せ持っています。

そして、その起源は、金庸氏の武俠小説にまで遡ることができるのです。

### 遅かったテレビの普及

75后、80后の育った環境について述べるなら、テレビについても触れないわけにはいきません。

80年代の中国の都市部の家庭には既にテレビはありました。

当時、中国各地の国営企業が金星・牡丹・凱歌・山茶といったブランドのテレビを生産していました。日立と合弁で作られた福田というテレビもありました。日本などからの輸入テレビも当時から多く流通していました。断捨離だんしゅりのできない家庭では、まだ当時の日本のテレ

びが置いてあるのを見かけることがあります。

とはいえ、今ほど簡単に入手できるものではなく、テレビ交換券というものが存在し、人々は各地の国営テレビ工場でテレビ交換券と引き換えに入手するような時代でもありました。

家電販売店もありましたがまだ少数で、現在中国全土で展開する家電量販店チェーンが誕生するのは、1987年の国美電器、1990年の蘇寧電器など、ずいぶん後になってからです。

家電量販店チェーンの登場と前後して、現在でもメジャーなテレビメーカーである長虹がテレビ生産を開始し、1989年にはテレビの価格を引き下げました。長虹の仕掛けに、競合他社も値下げし、一気に都市部でテレビが普及します。農村部でも約3分の1の家庭にテレビが届いたそうです。

1990年代には、メーカーの淘汰とうたが行われ、国産が輸入を超え、長虹・康佳・TCLなどの現在のテレビメーカーが市場をリードしていきます。

こうして、中国の多くの一般家庭にテレビが行き届きます。

当時の子供が見たテレビコンテンツには、武俠のほか、アニメもありました。

アニメでは日本コンテンツが人気でした。75后と80后は『ドラえもん』『花の子ルンルン』『ドラゴンボール』『Dr.スランプアラレちゃん』『鉄腕アトム』を楽しみに見ていたそうです。

中国産アニメも人気があり、アニメ『黒猫警長』（1984）『葫芦兄弟』（1986）などは誰もが見たコンテンツではありますが、結局、武俠小説のように今日に系譜として続くことはありませんでした。

### 本家より売れたファミコン互換機

テレビの普及に伴い、テレビゲームも一気に普及しました。

なかでも、1987年に発売された**小霸王**というファミコン互換機は記録的な大ヒット商品となります。日本では、『ドラゴンクエストII』やPCエンジンがリリースされたところで、

ファミコンが白と赤の2色のデザインだったので、ファミコンは互換機も含めて、**紅白機**（ホンパージ）と呼ばれました。

当初、ファミコン互換機の**小霸王**は、ファミコンのカセットが挿せるけれど、キーボード型だったので、勉強したいという偽りの理由で親に買ってもらえた子



中国のファミコン互換ソフト。なぜか皆山吹色で統一されていた。

## 小霸王

### 中英文电脑学习机

#### SB-926

特别推荐 **认知码** 学习软件

认	知	入	门	操	作
知	码	编	程	编	写
知	码	编	程	编	写
知	码	编	程	编	写
知	码	编	程	编	写
知	码	编	程	编	写
知	码	编	程	编	写

全国中小学计算机教育研究中心
特别推荐

中山小霸王电子有限公司 地址：中山市松花路 电话：(0750)3801699 邮编：52840

小霸王といえばジャッキー・チェン。パッケージにもテレビCMにも彼が起用されていた。

供が多かったようです。ジャッキー・チェンによる小霸王のテレビCMは、今でも多くの人々の記憶に残っています。

ファミコン互換機は他にもありましたが、小霸王はその代名詞となりました。通算販売台数は約**2000万台**といわれています。ファミリーコンピュータの最終販売台数が**1935万台**なので、それと同じかそれ以上の数字です。本家より売れたというのには信じがたいのですが、当時の普及状況を聞いたり、現在も市場で見ることができると考えると、まんざら嘘でもないかもしれません。

小霸王のソフトは、何十もの海賊版タイトルが入った黄色のカセットで供給されました。ですから中国人は、ファミコンのカセットというものは、「黄色くてたくさんゲームが遊べるもの」だと誤認しています。たくさんゲームが遊べるとはいえ、「同タイトルで別の面からスタート」をも別のゲームとカウントしました。

中国人は、ファミコン互換機をニセモノだとは疑わず遊んでいました。苦手なステージがあれば、途中のステージからゲームを遊びました。日本では、しばしばお年玉や誕生日にいわゆるクソゲーをつかまされて、耐え難きを耐えることがあります。中国人は逃げる手段を選びました。日本人と中国人のゲームの遊び方の違いは、ここに端を発するのかもしれませんが。

ファミコン互換機を買ってしまえば沢山のゲームが遊べました。それにもかかわらず、中国での人気タイトルは『魂斗羅』、『バトルシティー』、『沙羅曼蛇』、『サーカスチャーリー』、『高橋名人の冒険島』など限定されていました。当時道路は整備されておらず、鉄道も十分に走っておらず、飛行機に容易に乗れず、人の移動が難しく、電話も気軽に使えず、かつテレビゲーム雑誌もなかったところに、ファミコンの人気ゲームが中国全土で一致しているのは興味深い事象です。

特に人気のゲーム『魂斗羅』には面白い逸話があります。当時「魂斗羅には幻のステージがある」というデマ、通称「魂斗羅水下八閔」が中国全土に流れました。どうもその実は、一部の海賊版で発生するバグとも言われています。日本では「ウソテク」とも呼ばれますが、日本の「有名人死亡説」のような、子供たちの間でデマが流れたというのは不思議なものです。

2000年前後にパソコンが売られ始めたころ、『仙劍奇俠伝』とともに、ファミコンのゲームが遊べるエミュレーターが海賊版ショップで売られ、人気になりました。今では海賊版ショップでパソコン用「ファミコンの詰め合わせ」は見かけませんが、当時は多くのパソコンユーザーがキーボードを使って、ファミコンのソフトを遊ぶ姿が見られました。

私が中国に腰を下ろした02年当時、ファミコンのゲームを遊ぶパソコンユーザー何人かと

会うと、皆がゲームデータをいじって、無敵にしたり、HPや攻撃力などのステータスを上限まであげて改造し、楽にゲームをしようとしていました。ゲームは「耐え忍ぶ」のではなく、「手段を選ばず楽をする」方向性がファミコン普及の頃から見えていました。それは15年現在、スマートフォン向けゲームの遊び方についても言えることです。

ファミコンの後に、ゲームボーイが出ました。やはり海賊版が多数詰まったソフトが売られ、人気になりました。ゲームボーイは買ってもらえなかったけど、キーホルダー型のテトリスを持っているという人もいました。

## VCDの時代

1990年代に入ると、都市部のお茶の間では、ファミコン互換機のほか、VCDも普及しはじめます。

VCDとはDVDの1世代前の規格で、ディスクの形状はCDやDVDとほぼ同じです。ただ、画質が粗いこともあって、日本ではあまり普及しませんでした。

しかし、中国ではVHSに比べ海賊版ソフトが安価に手に入ることから普及していきまし  
た。中国各地にある書店チェーン・新華書店では正規版VCDを扱っていましたが、海賊版のほうが低価格で魅力的と、見向きもされなかったようです。

当時中国に旅行された方は、あちこちで海賊版VCDを売っているのを見かけたのではないのでしょうか。VCDの時代には、既に日本のアダルトビデオの海賊版が流通していました。冒頭で蒼井そらさんの人気に触れましたが、中国は20年以上にわたる日本のアダルトビデオ受容の歴史を持っているのです。

VCDの普及により、プレーヤーと海賊版が普及し、「欲しいコンテンツは、(安価な海賊版により)すぐに入手して見る」という、ビデオオンデマンドの習慣が形成されました。

VCDデッキの販売台数は、94年には2万台だったのが、97年に100万台、98年に1400万台と伸びていきます。

中国人にとって定番の全国ネットのテレビ局である中国中央電視台(CCTV)は昔から影響力がありますが、同局の当時の広告は、新科、愛多、万利達といったVCDメーカーの広告ばかりでした。いかにVCDメーカーの景気がよかったかをうかがい知ることができます。

99年以降、DVDが普及しはじめると、VCDは衰退していききます。2001年にはDVDプレーヤーのシェアがVCDを上回り、6割に達



ネット普及以前は特に、海賊版ショップが盛況だった。ビジネスソフトからゲームソフトまでなんでもあった。

しました。VCDは都市部の表の市場ではあまり見なくなりますが、都市のスラムや農村部で活躍し続けます。

今でも農村部の市場では、VCDも扱う海賊版ショップや、前述のファミコン互換機と海賊版ソフトを扱うおもちゃ屋が健在です。

「貧しい場合でも、画質は酷くてもいいから、安価な海賊版を選びビデオオンデマンドを實現する」という習慣の裏返しと言えるでしょう。

### 高価すぎたパソコン

テレビ・ファミコン互換機・VCDの時代、パソコンははまだ黎明期にありました。

最初の中国製パソコンは1985年に登場した「長城0520CH」でした。

当時、既に中国では海外製パソコンが出回っていましたが、現在もよくニュースで目にする「自主開発」の掛け声により、回路を自分たちで作ることで長城0520CHがリリースされます。

値段は3万2000元。当時の1元は80円強でしたから、日本円にして約250万円と、庶民にはとても手が出ない価格でした。



その後、パソコンの価格は徐々に下落していき、1990年代前半には一部の教育機関や行政機関に導入されるようになります。

この頃のパソコンはまだほとんどがインターネットに繋がっておらず、ファイルのやりとりは5インチのフロッピーディスクで行いました。このあたりは日本とそれほど差がありませんでした。しかし、中国においては、パソコンはまだ個人では高すぎて買えませんでした。ですから、パソコンは大事に扱われました。パソコンでの作業のための簡易クリーンルームを用意し、専用の入力スタッフが、靴をはきかえて入室し作業するという施設もあったほどです。

### レノボ製パソコンの普及

中国のパソコンメーカーといえばレノボでしょう。

IBMのPC部門やx86サーバー部門を買収し、今やパソコンメーカーとしては世界ナンバー1のシェアを獲得するに至っています。レノボ製品を使っている読者も多いのではないかと思います。

そのレノボは、1984年に柳伝志氏リゅうでんし（44年生）らによって創業されます。日本のユーザーからは突然現れた企業のように思われていますが、



レジェンドのデスクトップパソコン。(筆者撮影)

実は30年の歴史を持つ企業です（当時の英名はレノボではなくレジェンドでしたが、便宜上レノボに統一します）。

初期のレノボに自社製のパソコンはありませんでした。では、なにを販売していたのかというと、外国から輸入したパソコンに、86年にレノボがリリースした、中国語の文字変換処理をハードウェアで行う拡張カード『**联想漢卡**』をあわせて販売していました。

ちなみに、当時は日本でも漢字ROMを搭載するパソコンがNECほか各メーカーからリリースされていました。当時の非力なパソコンで漢字の処理をさせるために、ハードウェアを用意することは日本でも行っていたのです。

レノボがパソコンを自社で製造するようになったのは90年のことです。92年には家庭用パソコンをはじめてリリースし、93年には、CPUに当時としては高性能なPentiumを搭載した機種をはじめてリリースします。NECが世界初のPentium搭載機をリリースしたのと同じ年であり、中国でもパソコンの進化自体はそれほど遅れてはいなかったのです。

レノボは94年には香港証券取引所に上場します。95年にははじめてサーバーをリリースし、96年には中国市場のパソコンシェアでトップになり、また初のノートパソコンもリリースします。そして98年には最初のレノボショップが北京にオープン、また同社の出荷台数が100万台を突破します。メーカー製パソコンはまだ高く、安価な自作パソコンが人気だった時

期の数字としては、立派なものと同様に評価すべきでしょう。

レノボのライバル企業には、中国語の出版システム販売で立ち上がった方正と、清華同方というメーカーがありました。

当時の一般ユーザーの多くは安い自作パソコンを選びましたが、選ぶように思えば国内のパソコンメーカー3社と外資系パソコンメーカー複数社からパソコンを選ぶことができました。中国メーカー製パソコンは、95年には160万台、96年には290万台と販売台数を伸ばしてきます。

ちなみに、日本で普及していたNECのPC-9800シリーズは、82年から87年までの5年間で100万台を販売し、98年には累計2000万台を突破しています。

PC-9800は、今のパソコン(PC/AT互換機)とは非互換で、漢字ROMがパソコンのマザーボードについていました。レノボの漢字カードを、本体と一体化したようなもの、と考えばいいでしょう。

日本では、その独特なPC-9800が売れたので、専用ソフトが充実し、専用ソフトを利用するため、さらにPC-9800が売れるというスパイラルが発生しました。

もしもの話になりますが、レノボが漢字ROMを拡張カードという形で開発したのではな

く、日本のPC-9800のようにマザーボードからデザインする力があつたなら、現在の中国のIT事情や、対Microsoftとの力関係が変わっていたかもしれません。

### ITメディアや周辺機器メーカーの誕生

パソコン関係では、92年にパソコン総合新聞『電脳報』が創刊されます。同誌は、インターネットやスマートフォンが普及するまで不動のナンバー1パソコン新聞でした。

96年には初のパソコン雑誌『新潮電子』が創刊されます。『電脳報』が技術やニュースを扱う硬派なメディアなら、『新潮電子』は、デジタル家電を持つこと、携えることが格好いいというファッション的スタンスから攻めた雑誌です。

私は02年以降中国に腰を据えたわけですが、人々は現在に至るまで、ノートパソコンのThinkPadやVAIO、そしてiPhoneなど、携えるデジタル製品にファッション性を求めています。ステータスアイテムをデジタル製品に求めていたともいえます。

アジアの他の国も何度となく訪問しましたが、他の国よりも中国はファッション性やステータスシンボルを求める傾向が強いと感じています。

『新潮電子』の後に、似たようなファッションデジタル雑誌は続々と登場しました。IT黎明期に『新潮電子』が与えた影響はどれほど大きいでしょう。

93年にはパソコン周辺機器メーカーの華旗資訊が立ち上がります。同社は後に愛国者というブランド名での周辺機器を多数リリースします。日本でいうBuffaloやアイ・オー・データ機器のようなポジションの会社です。同社によりパソコン周辺機器が充実していきます。Buffaloやアイ・オー・データ機器は外付けハードディスクや光学ドライブが主力製品の1つでした。愛国者ブランドの外付けハードディスクは、外付けのポータブルハードディスクくらいでしたが主力にはなりませんでした。同社は最初はUSBメモリーが、その後デジカメやmp3プレーヤーが主流商品となりました。

中国においてUSBメモリーが登場するのは早く、その後にパソコンが普及します。ですから、日本の家電量販店や秋葉原でフロップピーディスクが売られていた頃、中国では早くもUSBメモリーがパソコンユーザーの間で普及していました。

インターネットがある程度普及してからのことになりましたが、99年には、レノボや方正が立地する北京西北部の中関村に、中国を代表する**電腦街**ができました（秋葉原のようなものと考えてください）。

また中関村の名を冠したパソコン情報サイト『中関村在線』も同年に立ち上がりました。中関村における**電腦街**登場と前後して、中国全土の大都市で**電腦街**が形成されます。マザーボードやビデオカードは、台湾メーカーのパーツのほか、99年に誕生した中国メーカー七

彩虹をはじめとした中国製品も揃い、選択の幅が広がりました。

こうして2000年頃になってようやく、パソコンは身近なものとなったのです。

### 中国産ソフトが早くも市場を占拠

パソコンのソフト面もご紹介しましょう。

中国でパソコンを使う以上、中文（中国語）入力のニーズがあります。中国語の文字入力方法については、中国では発音から入力するピンインよりも、はねやはらいなどの文字の形から入力する五筆がメジャーです。その五筆は83年に王永民という人が開発しました。

80年代、90年代のOSはDOSでしたが、その派生品である『CCDOS』『UCDOS』『SPDOS』『CCDOS』『中国龍』『超想』『晓軍』など何十種類もの中国製DOSがリリースされていました。

現在中国のIT市場では、露骨な自国製品の囲いこみが目立ちますが、ソフトウェアに関しても、黎明期から自国でまかなおうという動きがあったわけです。

中国製オフィスソフトも登場しました。後に日本に進出した金山軟件（キングソフト）が1988年に誕生。同年DOS向けのオフィスソフト『WPS OFFICE』をリリースしました。現在に至るまでWPS OFFICEは、中国市場ではMicrosoftのオフィスに次ぎ、中国地場企業と

してはナンバー1の座をキープし、特に政府関係で積極的に採用されています。

金山軟件は97年にさらに認知度を高めます。辞書ソフト『金山詞霸』をリリースし、定番の辞書ソフトとなりました。また『仙剑奇侠传』と比べると知名度はありませんが、武侠を題材にしたゲーム『剣俠情緣』をリリースし、ゲームソフトメーカーとしての存在感も表しました。現在の同社CEOであり、スマートフォンの小米を牽引する雷軍氏（69年生）は、92年に同社に入社し、01年にCEOに就任します。

企業ユースでは金山軟件のほか、財務管理ソフトの用友が、1990年代からの定番ソフトでした。同社は金山軟件と同じ1988年の創業。現在、中国企業の上位500社のうち、6割以上が同社ソフトを利用しています。

### もつとひどかった海賊版

ソフトにおいても、忘れてはいけなのが海賊版です。繁体字や日本語の海賊版ソフトも出回っていました。

最も多かったのはゲームで、続いてMicrosoft製OSやプログラミングソフト、PhotoshopなどのAdobe製ソフトがありました。ユーザーは闇雲にではなく、必要なソフトを買いました。

しかし Windows 3.1 や同 95、そして同 98 では、中国語簡体字が表示できる環境から、繁体字や日本語に表示を変更する機能はありません。そこで繁体字や日本語のソフトやファイルを、中国語簡体字環境で表示できるアプリケーション『RichWin』が定番ソフトとして普及しました。マルチリンガル化のニーズの背景には海賊版の利用があったのです。

海賊版に対する意識は、反版權（アンチ正規版）という言葉が当時パソコンユーザーの間で盛り上がっていたほどで、「当時は 2010 年前後よりも遥かに著作権に関する意識は酷かった」と中国人も自認しているようです。

海賊版が蔓延（まんえん）する中、中国のセキュリティベンダーはセキュリティソフトの海賊版を出させまいと、『防病毒卡』という、ソフト内蔵の拡張カードを出しました。これは中国独自の製品です。

DOS 向けウイルス向けのセキュリティソフトが入った ISA カードで、ソフトでありながら物理的に存在するハードでした。目に見えぬソフトウェアとして販売した外国企業を寄せ付けなかつたそうですから、「目に見えるもの」として販売したのが功を奏したのでしょうか。90 年代前半に創業し、『防病毒卡』を販売し成功した瑞星や江民などは、現在に至るまで定番のセキュリティメーカーの座につきます。

特に瑞星は、前述のレノボや方正などに OEM 供給を行ったことで盤石の地位を築きました。



この頃には、現在でも見られる、中国のIT企業同士が提携し、市場を囲い込み、中国企業のシェアを拡大するという商習慣が既に成立していたのです。

### 貧しい中でのIT普及の夜明け

一部、95年以降についても触れましたが、ここまでインターネット前夜の状況について整理してきました。

1990年代と2015年では、当然ITを巡る環境は全く異なります。

特に、2章以降で述べますが、インターネットの普及は90年代後半のことです。けれども、細かく比べてみると、文化はインターネット普及以前ともきちんと線で繋がっていることがわかります。

突如出現したように見えるレノボは、80年代の創業でした。金山軟件や用友も、80年代後半に登場しています。

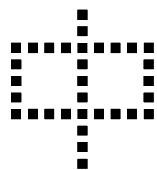
メーカーにとつての自主開発やユーザーにとつての海賊版など、今なお引き継がれている意識もあります（日本でも実は海賊版の利用状況は酷かったのですが、90年代後半に激減します）。

また、ファミコン互換機や武俠小説は、インターネット時代にも大きな影響を及ぼします。1990年代までのIT黎明期は、「種まき」の時期であったといえるでしょう。



# 中国における インターネットの 幕開け

1994~2002



国におけるインターネットの幕開けは、1994年のことです。当初は研究者など限られた人のためのものでしたが、翌95年に一般ユーザーに開放されます。しかし、ユーザー数はまだまだ少なく、顕著に増え出すのは97年以降のことです。ユーザーの増加と呼応するように、2000年までに、新浪、搜狐、網易、阿里巴巴、百度、騰訊など主要ネット関連企業が立ち上がります。また、02年のSARS大流行はネット普及に大きな役割を果たします。コマで見逃してはいけないのが、ネット普及に政府が果たした役割です。そもそも情報化は政府が推し進めたものであり、当初から現在に繋がるような法整備や公安の情報化も進められていました。ネット統制は、黎明期からの既定路線なのです。

## 意外にも普及していなかった電話

電話回線は初期のインターネット接続に必須のものでした。

しかし、中国において電話が普及したのは、意外にも90年代になってからでした。それまで電話は、アパートの守衛室に1つあるだけ……といった状況が普通だったのです。

アパートの誰かに電話がかつてくれば、守衛さんがその住民を呼びに行きました。逆に電話をかけるときには彼らに声をかけました。80年代までの電話は世間話のためのものではなく、大事なときに使うものだったのです。

そんな電話も、徐々に一般家庭に普及していきます。固定電話の契約数は、90年に675万回線、95年に4000万回線と急速に増加し、2001年には1億5000万回線を突破しました。

中国におけるインターネットの幕開けは、ちょうど固定電話の契約数が爆発的に伸びていく時期に重なります。

## インターネットの幕開けは94年

1986年、政府系研究機関である中国科学院高エネルギー研究所と、西ドイツ（当時）のカーlsruhe工科大学との間がダイヤルアップ接続で結ばれます。これが、中国国外と

はじめて結ばれたネットワークです。

中国科学院高エネルギー研究所は、その後もネットワーク構築において中心的な役割を果たします。この路線のもと、88年に大学や研究所と海外をネットワークで接続するCANET（中国學術網）が国家プロジェクトとして誕生したのです。

その後、中国科学院高エネルギー研究所は、HEPnetというネットワークを構築、94年に日本のITJから専用線を借りることで、つくばにある日本高エネルギー研究所と接続、ついにインターネットで世界と繋がりました。

これが、中国におけるインターネットの幕開けです。

HEPnetは基本的には研究者向けのもので、それ以外の人は基本的に利用できない、というスタンスがとられました（後に商用サービスを開始）。そのため、当時HEPnetからアカウントを発行され、インターネットに接続できた研究者は、1000人あまりでした。

94年にはHEPnetとは別のネットワークも立ち上がります。こちらも政府主導のもので、CERNetという大学や中学校・高校の教育用ネットワークです。2年かけて100を超える学校間が結ばれ、CERNetからインターネットで海外と繋がりました。



昆明の電腦街。自転車の人も多く、牧歌的な雰囲気漂う。（昆明、2002年）

また、中国科学院も CSTNet という独自のネットワークを構築し、こちらもインターネットで海外と繋がりました。

### 一般向けインターネットサービスの誕生

一般向けのインターネット接続サービスも、時をおかずに開始されます。

94年、中国政府郵電部がインターネットサービスを始めると発表、翌95年には郵電部が構築した CHINANET をユーザー向けに開放することでサービスを開始します（全土で利用可能になるのは97年）。

CHINANET の利用者数は95年末で32000人、96年末で3万4000人、97年9月には13万8000人でした。この CHINANET は後に、中国最大の固定回線の電信キャリアである中国電信（チャイナテレコム）になります。

また96年には、ChinaGBNET（中国政府電子工業部直属の企業である吉通通信による）も、民間向けのインターネット接続サービスを開始します（当初は大都市限定）。

似たような名前でもややこしいのですが、簡単に言えば中国という1つの国において、CERNet、CSTNet、CHINANET、ChinaGBNET という4つのローカルなネットワークが、別々にインターネットに繋がっていたというわけです。

## 早くからあったネット検閲のアイデア

この4つの中国国内ネットワークの規模が拡大していく中で、98年にはネットワークの一体化が検討され、その際にインターネット管理センターを設立する必要があるという提案が、中央政法委員会書記の羅干氏らかんよりなされます。

同年、公安部は、公安機関の情報化プロジェクト・金盾工程建設提案をまとめます。このように、ネット検閲に関するアイデアは早い時点で中国政府内部にあり、それは順次進められていきました。

また、各自がドメインを登録するようになったため、ドメインを一元管理する組織が必要となりました。

そこで誕生したのがCNNIC（中国インターネット情報センター）です。CNNICはドメインの一元管理のほか、半年に1度、中国のインターネットに関する統計を発表する、今でも重要な組織となっています。本章では章末に統計データを何点か附していますが、これはCNNICが発表したものから抜粋しています。

## 高価だったインターネット

インターネット黎明期、一般ユーザーがインターネットを利用するためには、固定電話回線やパソコンなどの設備投資以外にもハードルがありました。

たとえばCHINANETに接続するためには、郵便局での手続きが必要でした。しかも、この手続きはやや専門知識を要するもので、利用のためのハードルは高いものでした。

一方、ChinaGBNETを運営する吉通通信の場合、手続きは簡単でした。同社が販売する金橋インターネットカードというカードを販売店で購入し、カードに書かれたユーザーネームとパスワードを入力すれば、それだけでインターネットに接続できる……というものです。手続き面での煩雑さが解消されたため、インターネットカードはADSLが普及するまで定番のネット接続方法となります。

ただし、まだハードルが解消されたわけではありません。インターネットカードには、5時間で175元を下限に、上限は50時間で625元までのプランがありました。当時、地方都市における公務員の給料は数百元。インターネットは、まだ庶民にとっては非常に高価なものだったのです。



## 国策による情報化推進と金盾工程

この時期、10のインターネット関連プロジェクトが政府によって推進されます。

金橋工程 市民がインターネットを利用できる環境を整備（吉通通信が担当）

金カード工程 クレジットカード利用のためのインフラ作り

金関工程 税関の電子化

金税工程 法人税を電子化

金教工程 教育のネットワーク化

金宏工程・金信工程 国の統計システムの電子化

金農工程 農業管理の電子化

金衛工程 医療分野への情報技術の応用

金企工程 経済情報や企業製品のデータを管理・公開

これらを代表に、政府によって進められた「金」の字がつくプロジェクトは金字工程と呼ばれました。成功したものも失敗したものもありますが、ともあれ、当時は政府の号令のもとで各分野の情報化が強く叫ばれたのです。

では、中国政府はなぜ、これほど強力に情報化を推し進めようとしたのでしょうか？

その理由は、日本と比較してみるとよくわかります。

日本では、84年に東京大学、東京工業大学、慶應義塾大学が互いにネットワークで結ばれ、インターネットへの接続は、88年の産学共同のWIDEプロジェクトでのことです。

その後、92年には商用インターネットプロバイダーが誕生しています。

商用インターネットプロバイダー誕生では、中国は日本より3年遅れていました。当時、改革開放の波に乗り、発展しつつあった中国政府は、先進国との間に存在する遅れを取り戻そうとしていたのではないでしょうか。

しかし、**経済発展と技術の進歩のためには何を犠牲にしてもいい、とは政府は考えませんでした。**先ほど紹介した公安の情報化・金盾工程はそのためのものです。これについては本章の後半でも触れることにします。

### 身近ではなかった携帯電話

少し先走る部分もありますが、ここで携帯電話の状況も見ておきましょう。

中国における携帯電話の歴史は、87年に中国政府の郵電部が広東省でサービスを開始したことに始まります。

徐々に利用できる省は広がっていきませんが、88年のユーザー数は3000、90年に1万8000、95年に363万と、利用者はまだまだ一部に限られていました。

また、96年までは各省内しか使えず、データ通信への対応も99年のことでした。

利用者数はこのあたりでぐっと上向き、2000年に6500万、2001年に1億1600万まで増えました。

先述の通り、携帯電話は当初郵電部が担当していましたが、95年には郵電部傘下の電信総局を分離した国営企業の**中国電信**（チャイナテレコム）が誕生します。同年には、**中国聯通**（チャイナユニコム）も誕生します。

さらに99年には、國務院による中国電信改革法案により、携帯電話と固定電話の業務を分離することになり、携帯電話を担当する**中国移动**（チャイナモバイル）が誕生します。

中国電信はさらに、國務院による電信体制改革法案により、固定電話業務を国の南北で分離することが決まりました。南半分を中国電信が担当し、北半分を新たに誕生した**中国網絡通信**（チャイナネットコム）が担当します。

携帯電話市場では、2000年前後に誕生した中国企業が価格競争を激化させていきます。ただし、2000年頃はまだ中国企業の存在感は希薄で、フィンランドのノキア、スウェーデンのエリクソン、アメリカカ Motorolaなどが定番でした。

利用者数の爆発的増加の背景には、中国語対応機種が登場がありました。最初に中国語対応の機種をリリースしたのはモトローラで、これは99年のことでした。驚くべきことですが、99年以前は、中国語で電話帳に入力し、中国語のショートメール(SMS)を送れる機種は存在しなかったのです。もちろん、データ通信にも対応していませんし、携帯電話本体が1000〜3000元、通信料が毎月100〜300元もかかる携帯電話は、高い上に利用価値の低いものでした。

ちなみに日本では、99年にiモードが登場し、早くも携帯電話でのWEBページ閲覧やメールの送受信が可能になっています。

中国においては、インターネットと携帯電話との関わりは、もう少し後になってから重要になってきます。

### インターネット利用のNGは黎明期から存在

さて、中国政府はインターネットの普及を強力に推し進めますが、当初インターネットを担当する部署・企業は複数ありました。

たびたび登場した郵電部をはじめ、電子工業部、広播電影電視部、航天工業総公司、航空工業総公司……と、5つの組織に分割されていたのです。これはこれで意図があったのかも

しませんが、やはり非効率だったのでしょう、98年に現在の情報産業省にあたる信息产业部が発足し、インターネット担当部署が1つにまとまることになります。

政府はこの統合によって、より効率的にインターネットの普及と統制が可能になったものと思われまます。

さて、ここで初期のインターネット政策について見ておきましょう。

現在、中国のインターネットというと、即座に検閲などのネット統制を思い浮かべる人も多いでしょう。しかし、政府が国内のインターネットを統制しようという方針は、実は黎明期から変わらない基本方針です。

例えば、CHINANET接続のための同意書を見ると、左のような文章を見つけることができます。

- 一 国家の法律法規規定を順守すること。
- 二 国家の安全に危害を及ぼしたり、国家機密を漏えいすることを禁じ、国家の安全に危害を与える情報やポルノコンテンツの複製や伝播をしないこと。
- 三 インターネットの国際慣例に従い、他人に悪意や挑発的な文章を送ったり、商業広告を送ったりしないこと。

国に害を与えることの禁止、ポルノコンテンツの禁止、相手への誹謗中傷の禁止、という内容は、現在でも必ず挙げられています。

関連する法律の整備も早い段階から行われました。94年に成立した《中華人民共和国計算機信息系统安全保護条例》には「ウイルスやハッキングによるシステム破壊の禁止」「国外へコンピューターを持ち出す際には税関を通さなければいけない」という条項が存在します。この条例は現在でも有効で、税関でパソコンが没収されることも稀まれにあります。

日本においては、法整備の前にニフティサーブや草の根BBSなど、個別のサービスにおける禁止事項が存在しました。

これらの規約を見ると、ポルノコンテンツの禁止・誹謗中傷の禁止・著作権の順守などの項目が設けられています。が、国の法律を守ること、国に危害を与えること……といった項目は設定されていません。

中国のインターネット空間が日本のそれとは異質なものになったのは、この辺りにも原因があるのではないのでしょうか。

## 周到な法整備

中国政府は、その後も法整備を進めます。

96年には、インターネット接続のルールについて明記した《中国コンピューター通信ネットワークの国際接続に関する暫定管理規定（中華人民共和国計算機信息网络国際聯網管理暫行規定。國務院令第195号）》が制定されます。

「正しい手続きを経て、正規のプロバイダーに接続し、インターネットを利用すること」に加え、以下のような禁止事項が記載されています。

以下の情報を含んだ書き込みをしてはならない。

- 一 憲法の基本原則に反対する情報
- 二 国家の安全に危害を与えたり、国家秘密を漏えいしたり、国家政権転覆をはかったり、国家統一を破壊する情報
- 三 国家の名誉や利益に損害を与える情報
- 四 民族の恨みを扇動したり、蔑視したり、民族団結を破壊したりする情報
- 五 国家の宗教政策を破壊する情報や、邪教や迷信の宣伝
- 六 デマを散布し、社会秩序を乱し、社会の安定を破壊する情報

七 ポルノ、賭博、暴力、殺戮、テロ、ないし犯罪の示唆

八 他人への誹謗や侮辱や、他人の合法的権益の侵害

九 その他法律や行政法規の禁止事項

この法律は《定番の禁止事項》となります。

2000年頃に大量のインターネット関連法が成立しますが、それを見てみましょう。

《商用密碼管理条例》（99年） 暗号化製品の無許可使用を制限したもの

《互聯網信息服务管理办法》（00年） コンテンツ配信メディアについてのルール。《定番

の禁止事項》記載

《全国人民代表大会常务委员会关于維護互聯網安全的決定》（00年）

《定番の禁止事項》に加え、ニセモノ販売、ポルノ禁止、著作権遵守

《中華人民共和國電信条例》（00年） 電信企業の運営ルール。

《互聯網電子公告服務管理規定》（00年） 掲示板の運営ルール。《定番の禁止事項》

記載



ニュースサイト用の規定や掲示板サイト用の規定など、サイトの種別ごとに法整備が行われるわけですが、その中で《定番の禁止事項》としてインターネット利用の基本という扱いをされているのがわかります。

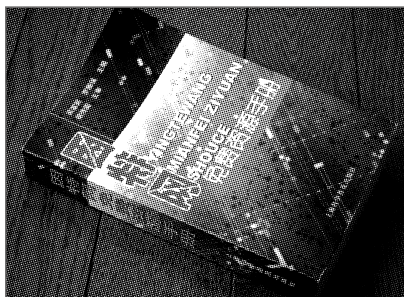
黎明期のネットは自由だったのか？

インターネット黎明期、中国のインターネット上に存在したWebサイトの数は微々たるものでした（1997年で約1500）。

その数少ないサイトの中で、ポータルサイトとともに人気を集めたのが掲示板サイトでした。

既に述べたように、中国のインターネットは大学からスタートし、エリート層が初期のネットユーザーでした。そのため、掲示板ではアカデミックな議論が行われていました。

95年に北京の名門、清華大学の学内で、学生が『水木清華BBS』という掲示板を立ちあげました。学生が自腹でサーバーを購入して立ち上げたサイトだったので、内蔵されたハードディスクがクラッシュして



WEBのイエローページ本。本一冊で網羅できる程度しかWEBページはなかった。

サイトの利用ができなくなったこともありましたが、中国のサーバーメーカー・曙光から寄贈されたサーバーに変更します。

最初は限られた学生だけが使っていましたが、やがて学内全体で使えるようになりました。『水木清華BBS』の主要な話題は軍事や歴史で、比較的自由に議論できる場だったと評価されています。

また、インターネットで世界中の人と繋がったことにより、人命が救われるということもありました。

それを代表するのが朱令事件です。95年5月、清華大学の朱令さんが、原因不明の病気となり、髪が抜け落ち、意識不明となりました。

この事態に、清華大学の同級生たちがインターネットを通じて世界に助けを求めます。すると、世界中から千通を超えるメールが届きました。

これをもとに清華大学が分析、タリウム中毒ではないかと予想して治療を行った結果、朱令さんは無事に回復しました。

ただ、こうした掲示板サイトも、97年の鄧小平死去や、98年に日本の政治団体による、尖閣諸島は北小島での灯台建設が話題になった際には、大学生の活発な意見交換を避けるためか、一時的に運営が停止されました。また、98年の両会（日本でいう国会）期間も運営が停止され



『水木清華BBS』のトップページ。学内BBSにおいても、根本的には現在同様の規制が行われていた。

ました。規制されるような書き込みを避けるため、自主規制が行われたのです。

### 掲示板と政府の統制

99年3月には、後の中国を代表する掲示板サイト『天涯社区』が立ち上がります。

その2か月後、99年5月8日。かねてから続いていた Kosovo 紛争の過程で、ユーゴスラビアの首都ベオグラードの中国大使館にNATO軍が誤爆し、中国人ジャーナリストらが死亡するという事件が起こります。

中国国内ではNATO批判が盛り上がりますが、ネット論壇もこの事件に激しく反応しました。先述の『水木清华BBS』や『天涯社区』では、**憤青**（怒れる青年）を意味する）による欧米に対する怒りのコメントや、北京などでのデモ参加に関する話題が飛び交いました。

また、翌5月9日には、『人民網』が『強烈抗議北約暴行BBS論壇』という掲示板サイトを急ぎよ立ち上げ、こちらでも多くのコメントが書きこまれました。

「北約」はNATOの中国語訳で、要するに「NATOに抗議するBBS」ということです。



ユーゴスラビア中国大使館誤爆事件に対し、ネットで団結して抗議行動に及ぶ。(1999年)

現在でも、中国のニュースメディアは軽快なネットワークで特設サイトを立ち上げますが、少なくとも99年までは遡れる習慣のようです。この『人民網』の特設掲示板サイトは、後に共産党員幹部とネットユーザーを繋ぐ場という名目のもとに、『強国論壇』と改名されました。これらの反NATO的なネット上の言論は、当時の中国政府にとつて都合の悪いものではありませんでした。そのため、統制されることはなかったようです。

しかし、99年の9月に北京大学の学生が立ち上げた掲示板サイト『YTHH』の場合はそうではありませんでした。『YTHH』は、『教育網(www.edu.cn)』内最大の掲示板サイトで、民主化や社会問題などに関するあまりにも自由な議論がなされていたのです。そのため、何度となくサイト停止の圧力を受けることになりました。

かつてエリート大学生の討論の場であったこれらアカデミックな気風の掲示板は、後のSNSブームや言論規制の中で消え、現在では『天涯社区』のみが残っています。

### ポータルサイト以前

インターネットの一般ユーザーへの解放以降、その利用者数は増加していきます。

とはいえ、それは90年代の後半に至っても数百万人規模に過ぎないものでした。既に述べたように、インターネットは高価なものでした。また、2015年現在でも、都市部と農村

部でインターネット普及率と利用状況に大きな隔たりがあります。90年代後半においては、現在以上に格差は大きいものでした。

プロバイダーの展開状況などもこの格差の原因ではありますが、99年の時点でも、北京市・上海市・広東省のユーザーだけで、中国国内のインターネット人口の6割弱を占めていました。全国の都市部で利用されている現状とは異なり、むしろインドの10年代前半と似ています。

ともあれ、最初は研究者向けだったインターネットに、一般ユーザーが参加するようになります。当初のユーザーは英語圏のサイトなども利用できる人たちだったため、簡体字中国語のウェブサイトは大学のサイトと企業のサイト、それに若干のイエローページのサイトなど、ごく少数でした。また上海に特化した『上海熱線』など、地域特化型のサイトも目立ちました。

この状況は96年ごろまで続きます。この時期には、中国のインターネットにポータルサイトは存在しませんでした。

### ポータルサイトの誕生

ポータルサイトの登場は、97年のことです。

のちに3大ポータルサイトと呼ばれる『網易 (NetEase)』『搜狐 (SOHU)』『新浪 (Sina)』

のうち、最初に登場するのが『網易』です。

97年に開設された『網易』は、丁磊氏（71年生）をトップとする広州の企業です。WEBメールサービスの提供から事業をスタートさせ、その後にポータルサイトを立ち上げました。

98年開設の『搜狐』は、米国留学経験のある張朝陽氏（64年生）をトップとする北京の企業で、検索にも力を入れました。

同じく98年開設の『新浪』は、王志東氏（67年生まれ）をトップとする北京の企業です。同社は、Windowsの他言語化ソフトを発売していましたが、後に中国屈指のポータルサイトを立ち上げました。

この3サイトは2013年までの長期間にわたり、3大ポータルサイトとなりました。各トップの生年を見ていただきたいのですが、彼らは三木谷浩史氏や堀江貴文氏と同じ世代に相当します。この点については後ほど詳しく述べることにします。

さて、3大ポータルサイト以外にも、いくつものポータルサイトが開設されました。二番手グループとして、『人民網』『中華網』『TOM』も紹介しておきましょう。

まず、『人民網』は、97年に立ち上がった政府系通信社『人民日報』によるポータルサイトです。立ち上げ時期の早さはさすがと言うべきでしょう。

『中華網』は、99年に立ち上がったポータルサイトで、こちらは香港資本の民間企業が運営

するものです。

また、『TOM』は、当時は3大ポータルサイトに迫る勢いだったのですが、徐々に存在感を失っていきました。

### 騰訊、阿里巴巴、百度の登場

ポータルサイトに続き、現在に繋がる様々なジャンルのウェブサイトが登場します。

その中から、チャットソフトを柱とした騰訊(Tencent)、オンラインショッピングを柱とする阿里巴巴(アリババ)、検索を柱とする百度(バイドゥ)をご紹介します。これらは当初、3大ポータルサイトの後塵を拝していましたが、13年以降はネットの主役となります。

最初に登場する騰訊は、98年創業。深圳しんせん(香港の対岸に当たる経済特区)の企業です。トップは67年生まれの馬化騰(ポニー・マー)氏です。

起業の翌年となる99年にリリースされたチャットソフト『QQ』で、一躍注目企業となります。これは当時、国際的に人気だったチャットソフト『ICQ』にそっくりなもので、最初は『OICQ』という名前でした。この頃は『OICQ』以外にも、数多くの会社から『ICQ』もどきのチャットサービスが登場しましたが、結局『OICQ』に利用者が集中し、今に至るまで騰訊社の柱となるサービスとなります。

阿里巴巴は、99年創業の杭州企業です。後にニューヨーク証券取引所に上場し、その上場規模で世界を驚かせます。同社は中国のオンラインショッピングサイト（ECサイト）の雄であり、中国人にオンラインショッピングの習慣を根付かせた企業です。

阿里巴巴創業の前年である98年、同社CEOの馬雲（ジャック・マー）氏（64年生）は『アリババオンライン』という、B2B（企業対企業取引）のオンラインショッピングサイトを立ち上げ、これが阿里巴巴創業に繋がります。2000年にはソフトバンクの孫正義氏がアリババに投資、同社の株を2000万ドルで購入したことが日本でも話題になりました。

オンラインショッピングサイトでは、阿里巴巴以外にも、99年には『8848』、2000年には『卓越網』というサイトが登場します。当初は『8848』が人気でしたが、やがて競合他社に敗れます。『卓越網』は04年にAmazonに買収され、07年には『卓越亜馬遜』となります。

百度の創業は少し遅れ、2000年のことです。きっかけは、創業者の李彦宏（ロビン・リー）氏（68年生）が、シリコンバレーにいたときに、グーグルなどの検索市場を見て、インスパイアされて中文検索サービスを思いついたことでした。同社はまず、既に軌道に乗っていた『新浪』『搜狐』『TOM』などのポータルサイトに検索エンジンを提供し、翌01年に検索サイト『百度』を開設しました。



騰訊、阿里巴巴、百度について見てきましたが、創業者はいずれも、60年代半ば以降の生まれでした。3大ポータルサイトの経営者と、ほぼ同世代ということができます。

### 模倣であっても中国企業のサービスが選ばれる

新浪、搜狐、網易、騰訊、阿里巴巴、百度などは2000年前後に一斉に創業され、その経営者たちは、最初のインターネットユーザーより上の世代に属しており、1960年代生まれや、1970年代前半生まれであるという特徴を持っています。

彼らはいずれも、優秀な人材が少ないと言われる文革の影響を受けた世代に属しています。彼らはその時代を生き残り、インターネットがまだインテリのものであった時代に先手を打って勝負をかけ、見事に勝利をつかんだ代表格であると言えるでしょう。

では、なぜ彼らの立ち上げたサービスはうまくいったのでしょうか？

理由は、中国人の特性にあります。

一般的な中国人は、英語をはじめとする外国語を大変苦手としています。そのため、英語圏のサービスよりも、中国語のサービスを選ぶ傾向が顕著に見られます。模倣したサイト・サービスであっても、中国語であるという理由で、彼らは国産のものを利用したのです。

なかでも『QQ』は、中国人の定番の連絡手段として大変普及し、パソコンの普及にも拍

車をかけました。Microsoftの『MSNメッセンジャー (Windowsメッセンジャー)』は、『QQ』のシェア拡大とともに、中国における地位を低下させていきました。メールについても、網易のWEBメールサービスがリリースされ、今に至るまでスタンダードとなっています。

### ネットカフェの増加

中国語ウェブサイトや中国語サービスの増加は、インターネット利用者の増加をももたらしました。

自宅にパソコンや回線のない人も、ネットを利用したいと思うようになります。そこで選ばれるのがインターネットカフェです。ネットカフェは、当初利用料金が1時間10元以上と、当時の物価や所得からするとなかなか高価なものでした。

しかし、インターネットの普及とともにネットカフェも増加し、競争の結果、料金も1時間あたり5元程度まで下落します。結果、大学生や研究者以外にもインターネット利用者が広がっていきました。

ネットカフェでは、後にオンラインゲームが人気になります。90年代にはまだ普及していませんでしたが、聯衆世界という企業が98年に、翌99年には盛大網絡というオンラインゲーム企業が創業しています。両社は数年後にメジャーな存在となります。

## ポータルサイトの受難と挽回

2000年には、早くも上海などの一部都市で、長城寛帯によるブロードバンドサービスがスタートしました。同年末には同社のユーザー数は400万に達したといえますから、急速な普及を見せたこととなります。

しかし、この時期には大きな試練も待っていたのです。

99年に中華網が、翌00年に3大ポータルサイトを運営する新浪、搜狐、網易の3社がアメリカのNASDAQ市場に上場しました。中国のIT業界が世界に認められた、と中国市場は大いに盛り上がりました。

ところが、00年というのは、大変に間の悪い時期でした。NASDAQ市場が暴落するドットコム・バブルの真ただ中で、多くのアメリカのITベンチャーが閉鎖や破綻することになったのです。上場したばかりの中国企業4社もバブル崩壊に真正面から直面し、上場早々に株価が下落することになります。

網易や中華網は虚偽報告を行い、網易は一時取引停止に、中華網はアメリカで株主から訴訟されました。また、新浪では創設者の王志東氏が離職することになりました。

中国国内からは「西欧諸国と中国は習慣があまりに違う」という意見も出たのですが、こ

れは欧米諸国で中国企業や中国政府が叩かれるとき必ず持ち出される、定番の言い訳です。

ともあれ、NASDAQ上場で、中国のインターネットトップ企業は大きな打撃を受けました。しかし、そうした中でも着々と各社は新サービスを打ち出していきます。

百度は、『搜狐』『新浪』『網易』『TOM』などに検索サービスを提供していましたが、01年10月22日、検索サイト『百度』を開設します。既に『Yahoo!』や『Google』の利用者が多い中での船出でしたから、最初は利用者が伸びず苦戦します。しかし、翌年に起きた『百度mp3搜索』（ネット上で音楽ファイルを検索するサービス、後述）がきっかけで、（海賊版）音楽をダウンロードしたいユーザーの絶大な支持を得て、利用者が増えていきます。

搜狐は、02年に携帯電話向けのサービスをスタートさせ、若い世代に人気の掲示板サイト『Chinaren』を買収。翌03年には中国で人気のNBA（アメリカプロバスケットボール）と提携し、公式のNBAコンテンツの配信を行いました。百度が海賊版の利用を後押しするグレーなサービスで顧客の囲い込みを行うのに対し、搜狐は正規版コンテンツの配信にこだわりました。両社の対照的な方針はあとその後10年ほど続きます。

網易は、01年末に武俠世界を舞台にするオンラインRPGゲーム『大話西遊オンライン』をリリースし、ネットゲームに参入します。ポータルサイトとオンラインメールとオンラインゲーム」の3本柱を持つに至ったのです。

新浪は、搜狐同様02年に携帯電話向けのサービスをスタートしたくらいで、大きな動きはありません。

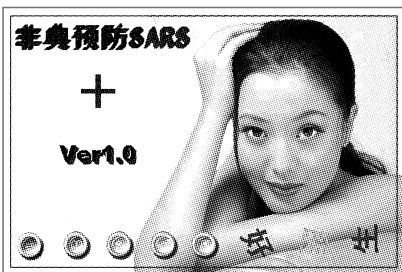
騰訊も大きな動きはありませんが、この時期はチャットソフト『QQ』の利用者の増加が目立ちました。『QQ』のユーザー数は2000年4月には500万を突破、01年2月には5000万を突破します。また同時オンライン数は00年5月に10万を突破、01年2月には100万を突破します。

### SARSが中国のITを進歩させた

2002年、SARS（重症急性呼吸器症候群）が蔓延しました。

SARSは02年11月に発生し、翌03年7月に制圧宣言が出されるまでの1年間に8000人以上が感染、774人が死亡するという大規模な流行を見せました。

私は02年から中国滞在を始めましたので、当時の様子をつぶさに覚えています。日本でのイメージと異なり、実は報道機関や行政を通じた注意喚起が情報として行き渡るのはかなり後で、人々がSARSに対して本格的な危機感を抱き始めるのは翌03年3月頃になってからのことでした。



SARSに関する学習サイトも登場した。  
SARSにしても何にしても、中国人向けコンテンツはいざというときに充実する。

情報が行き渡るにつれ、人々の不安は膨れ上がります。外出は危険、在宅はまだ安全と認識されていたことから、人々にはできる限り外出を避けるようになり、在宅で様々な用を足せるインターネットの各サービスが急激に普及するきっかけとなったのです。

上海では「03年4月以降にブロードバンドの新規加入が殺到、1日あたり約2000人が加入した」と報じられていますし、03年3月の百度の検索ワードランキングでは、首位がマスク、4位が体温計、5位が消毒液となりました。

人々がインターネットに活路を求めていた状況の一端をうかがい知ることができます。

人と会ったら感染する可能性があるといわれる中、チャット・掲示板・電子メールなどが、コミュニケーションの手段として認知を広めます。

またメディアには、SARS情報がわかるサイトの紹介や、SOHO環境の構築の方法、ネットバンキングやオンライントレーディング、会社でのビデオ会議などのハウツー記事が多数掲載され、人気を集めました。

SARSが流行している時期、目立って成長したのはオンラインショッピングでした。

最初は「届いたモノを通じて感染する」という意識が働き、03年の3月中旬はオンラインショッピングの利用は減少しました。

しかし、その後SARSに対する知識が広まるにつれ、外出するほうが危険という意識が

高まり、ECサイトの利用が一気に活発化しました。『卓越網』の注文件数は、3月の4000件に対し、4月は5000件と大幅に増加したことが記録に残っています。

また企業間のオンライン取引も加速しました。『阿里巴巴』では、マスク、消毒液、栄養剤などの取引が集中し、それまで1日平均3000件程度だった取引が、03年4月17日には9000件超になりました。また会員数はSARS前と後で1.5倍に増加しました。

このSARS流行でヒントを得たのか、阿里巴巴は同年9月に、後に中国人の消費を変える『淘宝网(タオバオ)』をリリースします。

### 水面下で進む金盾工程

本章の前半で触れた金盾工程建設提案は、98年に提出された後、01年に国务院で審議され、03年9月からシステム開発が本格的にスタートしたと言われます。

その後、05年に第1期工程が完成し、06年11月に稼働を開始したとの情報もありますが、公開情報が少なく、正確な時期を復元できないのが実情です。

また、02年には既に稼働を開始していたと思われるような現象も確認されています。金盾工程の詳細な推移については、今後の検証を待つ必要があるでしょう。

さて、金盾工程によって作られた中国のネット検閲システムを「金盾」と呼びます。単に

「金盾」と言うと、「中国国内サイト・国外サイト対策、およびその他電話も含めた対情報社会全般に対する公安の検閲システム」を指します。ネット検閲の中でも、特に国外サイト対策を「GFW（グレート・ファイアウォール）、中国語で「防火長城」と呼びます。

つまり、「金盾」の中でも、検閲で対応できない海外サイトをブロックするためのものが「GFW」だと理解しておけばよいでしょう。

「金盾」と「GFW」については、第4章でも詳しく触れることにします。

### 逆境と新しいサービス

本章では、中国におけるインターネットの夜明けから、2002年までを見てきました。インターネットは政府によって導入されたものであり、当初はインテリのためのものでした。また、一般ユーザーへの開放後も、すぐに普及したり庶民の生活を変えたりしたわけではなかったのです。

一方で、現在に至るまで変わらないものもこの時期に生まれています。

まず、政府のネット政策の基本路線はこの時期に決定されています。そして、ネット検閲のアイデアも98年には既にあつたのです。まずは自由なインターネットがあり、その抑圧者として政府が登場した……という理解は、明らかに順番が違います。



もう1つ、中国のインターネット主要企業のほとんどが出揃い、国内のユーザーが世界とは異なるサービスを使い始めたのもこの時期でした。新浪、搜狐、網易、百度、阿里巴巴、騰訊の6つの企業は、現在でもトッププレイヤーであり続けています。ただし、当時はeBayやGoogleも人気を集めており、阿里巴巴や百度の独壇場であったわけではない、ということも記しておきます。

インターネットに大きな変化をもたらしたきっかけは、ユーゴスラビア中国大使館誤爆事件や、アメリカ発のネットバブル崩壊、SARSといった危機でした。

こういった逆境の時期にこそ、新たなサービスに注目が集まったり、インターネットそのものが新たな道具として使われるようになったりするのは、のちに起きる、四川大地震や高速鉄道脱線事故なども新たなサービスが注目されるきっかけになっていますから、これはやはり、中国の特徴ととらえられるでしょう。

ともあれ、インターネットは一般層への普及の糸口をつかみ、順調にユーザー数を増やしていきます。そのことが回り回って、我々日本人にも無視できない問題を引き起こします。それについては、次章で詳しく見ていきましょう。

# 1997年

インターネット利用者数	210万人	
	(ダイヤルアップ 149万、専用線 40万)	
男女比	86:14	
接続端末数	75万台	
WEB サイト数	5300	
利用者数の収入	400元以下	5%
	400～1000元	37%
	1000～2000元	33%
	2000元～	25%
インターネットの利用目的	情報調査	95%
	メール	94%
	ダウンロード	77%
	チャット	42%
	ゲーム	35%
	IP 電話	19%
	オンラインショッピング	15%
不満	回線速度が遅い	92%
	利用費が高い	74%
	中国語の情報が少ない	49%

第1回 中国インターネット発展情報統計より  
 (中国互聯網絡信息中心(CNNIC)発表「第1次中国互聯網絡発展状況統計報告」、  
 1997年12月1日)

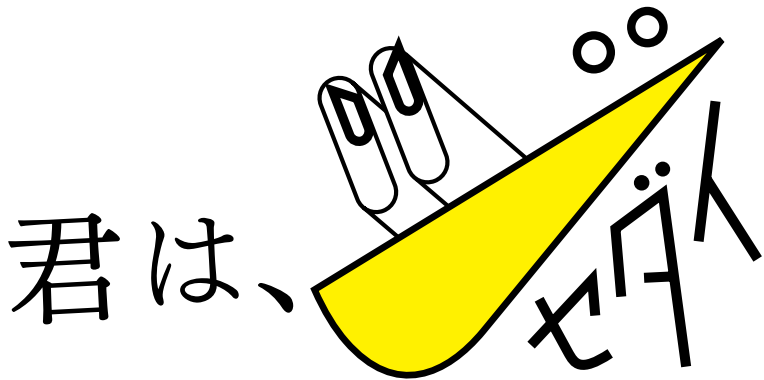
# 2000年

インターネット利用者数	2250万人	
	(ダイヤルアップ1543万、専用線364万)	
接続端末数	892万台	
WEBサイト数	1万5000	
男女比	70:30	
利用者数の収入	無収入	16.4%
	500元以下	15.3%
	501~1000元	26.0%
	1001~2000元	23.3%
	2001~4000元	10.57%
	4001~6000元	3.4%
	6001元以上	1.1%
インターネットの利用場所	家	50%
	職場	37%
	ネットカフェ	11%
1週間のインターネット利用時間	13.7時間	
インターネットの利用目的	メール	95.1%
	検索	66.8%
	ダウンロード	50.6%
	情報調査	44.7%
	チャットルーム	37.5%

	チャットソフト	24.6%
	ニュース	19.3%
	オンラインゲーム	18.9%
	BBS	16.7%
	個人のページ	15.6%
	オンラインショッピング	12.5%
	オンライントレーディング	10.9%

第7回 中国インターネット発展情報統計より

(中国互聯網絡信息中心(CNNIC)発表「第7次中国互聯網絡發展狀況統計報告」、2001年1月)



君は、

ジセダイ

何と闘うか？

<http://ji-sedai.jp/>

「ジセダイ」は、20代以下の若者に向けた、**行動機会提案サイト**です。読む→考える→行動する。このサイクルを、困難な時代にあっても前向きに自分の人生を切り開いていこうとする次世代の人間に向けて提供し続けます。

**メインコンテンツ  
イベント**

著者に会える、同世代と話せるイベントを毎月開催中！ 行動機会提案サイトの真骨頂です！

**ニッポンのスタートアップ**

3年後に再会することを約束して行う、未来アポ付きスタートアップインタビュー！

**ジセダイジェネレーションズU-25**

彼らはどうやって「闘う相手」を見つけたのか。各界の超新星に、その軌跡と未来を聴く。

マーカー部分をクリックして、「ジセダイ」をチェック!!!

**行動せよ!!!**