

日中関係学会若者シンポジウム第2部 要約版

2019年3月14日 拓殖大学茗荷谷キャンパス

橋本)ここから第2グループに移ります。テーマは「日中のIT比較と協力の可能性」です。日中関係学会評議員の橋本明徳が司会を務めさせていただきます。

まず、討論に参加する受賞者の皆さんをご紹介します。南開大学外国語学院日本語文学科学部2年生の劉崢(りゅう・そう)さんです。学生の部で優勝賞を受賞されました。

次は、日本大学商学部高久保ゼミの結城里菜さん、有田俊稀さん、加藤司さん、王思銳さん、武田実沙子さんの5名です。学生の部で特別賞を受賞されました。

そして、第1部に続いて南京大学外国語学部日本語科博士課程前期2年生の李嫣然(り・えんぜん)さんです。院生の部で優秀賞を受賞されました。

まず初めに、受賞者の論文の概要について、おひとり5分程度で説明していただきます。トップバッターは南開大学の劉崢(りゅう・そう)さん。題名は「日中モバイル決済の比較研究」です。

劉崢)初めに、なぜこのテーマを選んで研究したのかを紹介したいと思います。「日本の小売業界は中国の顧客をターゲットにアリペイやウィチャットペイを導入する」、「中国のモバイル決済は日本のネットユーザーを驚かせている」、そんなニュースが私の関心を引きました。私はこれらの現象の背後にある問題を解明したいと思い、論文を書きました。

次にモバイル決済について簡単に紹介したいと思います。モバイル決済は、ユーザーがスマートフォンやタブレットなどのモバイル端末で、購入する商品或いはサービスの対価を支払う行為です。取引の距離に応じて、「近接型決済」と「遠隔型決済」に分けられます。

論文の第二部分では、日中両国のモバイル決済の発展の歴史をたどり、ここ十数年間に何が起きたかを究明しました。概して言えば1999年から2010年までの第一段階では、日本の発展は世界をリードしていたと言えるでしょう。具体的な要因は次の通りです。

1. 日本のモバイル決済産業チェーンでは電気通信事業者が主導的地位を占めているが、中国では、事業者の主導権争いのため、近接型決済は大きな混乱に陥った。
2. 日本政府のIT振興戦略と政策的支援の存在も指摘できる。
3. 日本政府はモバイル決済に対し積極的かつ開放的な態度を示した。
4. 日本では、経済の発展が早く、携帯電話の普及が早く進んだ。

一方、2011年から現在までの第二段階では、中国は日本を追い越すことができました。主な要因は以下の通りです。

1. 中国は、日本の第一段階から成功の経験を学び、インターネットサービスの環境改善、情報通信インフラ建設、スマートフォンの普及などの面で努力した。
2. 中国のインターネット大手企業は強烈なイノベーション精神で人々の心を掌握した。しかし、日本企業は視野が日本市場に留まり、革新能力が足りなかった。
3. 産業チェーンの支配的存在だった電気通信事業者NTTドコモの地位が脅かされた。
4. 近年日本の政治や自然環境が不安定だった。
5. 日本のモバイル決済は、現金支払いの補助的役割にすぎない。既存の支払いシステムもモバイル決済の発展の障害となっている。

論文の第三部分では、中日モバイル決済の現状を分析しました。日本の経済産業省が2017年末に発表した「キャッシュレス研究の方向性」によると、日本社会のキャッシュレス決済比率は19%に過ぎず、中国の55%より遥かに低いことが分かりました。

第四部分では、モバイル決済の今後の発展を予測し、4つのキーワードを紹介しています。ひとつは「分類」です。経済の発達した都市では近接型決済が主導権を握り、経済発展が比較的遅れた都市では遠隔型決済が主流を占めるでしょう。もうひとつは「融合」です。モバイル決済は他の産業との併存が可能です。もうひとつは「変革」です。個人の生物学的特徴を利用した支払い方法が、近い将来モバイル決済にとって代わることも想定されます。最後は「独立」です。各国のモバイル決済の相互独立と自由を保つことです。

最後に、モバイル決済は民間企業の交流を促進するだけでなく、中日両国の技術や経験の交流を強化し、互いに長所を取り入れ、短所を補うこともできます。消費環境を改善し、消費を刺激し、経済成長を促進する効果を持っています。モバイル決済は中日両国の民間交流のきっかけを作り、両国経済の発展に貢献できると信じています。以上、私の発表を終わらせていただきます。ご清聴ありがとうございました。(拍手)

橋本) 劉さん有難うございました。論文を書くにあたって一番苦労した点は何ですか？

劉崢) 生まれて初めて論文を書いたので、一番苦労したのは論文の書き方を知らないことです。私は日本語を学んで2年なので、文法とか語彙力が足りません。運用能力不足の問題もあります。先生の協力がなければ今回の成功は得られなかったと思います。

橋本) 日本語でこれだけの論文を書く能力はすごいと思いますし、それに初論文が初ヒットになってしまって、賞まで受賞されて、おめでとうございます。

では、次に、日大商学部の高久保ゼミのチームを代表して、結城里菜さんに発表していただきます。テーマは、「ロボットが繋ぐ日中関係」です。

結城) 日本大学商学部高久保ゼミナール、「チームロボ研」の発表を始めたいと思います。私たちの研究テーマは、「ロボットがつなぐ日中関係、広がる中国智造への波」です。

まず、キーワードとなる「中国智造」を紹介します。中国智造は、ロボットやAIなどの情報技術を駆使して、製造業のグレードアップをめざすことを指しています。左側の写真は、中国のレストランやカフェで、実際にロボットが店員としてサービスを提供しているところです。右側の写真はロボット大会。真ん中の写真は「ロボット僧」といって、中国の寺院でさえもロボットを作っていることが分かりました。私たちはなぜ中国でこれほどロボット産業が活発な盛り上がりを見せているのか疑問に思い、研究を進めました。私たちは、まず、「政府の取り組みや政策に加え、企業や個人が独自の工夫を行って、中国智造へと向かっているのではないか」と仮説を立てました。政策の動き、政策以上の動き、そして、政策外の動きなど、様々な方面から情報収集を行い、表などに整理して分析を行いました。

初めに中国政府の取り組みを見ていきます。中国では「中国製造」といった大きな政策が掲げられていますが、それ以外に地方の政策もたくさんあります。こちらの表は、左側が2025年に向けた政府の取り組み、右側がそれに対応する実際の動きをまとめたものです。例えば、政府は「2020年までにロボットの生産台数を10万台にする」という目標を掲げているのですが、既に2017年までに産業用ロボットだけで13万台を達成していることが分かります。龍泉寺という寺院でさえ、「賢二」というロボットを開発していました。

第二章では、「中国智造 日本とのコラボへと広がる波」と題して、日本とのコラボの側面を見ていきます。近年、「STEM教育」という言葉をよく耳にされるとと思います。これは、Science Technology Engineering Mathematics の頭文字で、教育分野へのロボットの導入が始まっています。Makeblock という中国のロボットメーカーが大阪市内の小学校に製品を譲渡したという話もあり、ロボットが日中関係構築の架け橋となっていることが判ります。

次は「波から広がる日中関係構築」です。中国ではロボット大会が盛んに行われています。先ほどの Makeblock 社やDJI社もロボット大会を開いています。小中学生や大学生といった若者を対象に、世界の人たちと交流を持ちたいという企業の願いが込められています。

このように、中国では、中央政府が「中国製造2025」をはじめとする政策が掲げる一方、地方政府も取り組みを行っており、政府の後押しが大きいことが分かりました。それ以上に、政府の計画値を超えた、企業や個人による展開も見ることができました。教育機関にロボットを導入し、若年層にロボットへの興味や関心を持ってもらい、人材育成の環境を整えていることも分かりました。企業や個人が各々創意工夫を施すことで、各方面で飛躍的な発展を実現させていたのです。

中国でローエンドの「中国製造」から製造業のグレードアップを図る「中国智造」への波が、日本にまで広がってきています。「上に政策あれば下に対策あり」という諺は、通常はネガティブな表現として使われることが多いのですが、中国のロボット分野では、それが逆に、政府と政策と産業の間の良い循環関係を表していると感じます。

ロボット産業における日中関係は、これまで競争関係にありましたが、近年では共同開発など協調関係に向かっていると思います。安倍首相が掲げている「競争から協調へ」のように、ロボット産業での協調は、今後、日中関係を良くしていくひとつの架け橋になると思います。以上、ご清聴有難うございました。

橋本) 結城さん、今回、なぜ、ロボットに目を付けたのですか？「チームロボ」というのは、そもそもなぜ結成されたのですか？

結城) 留学生の方や指導教授の高久保先生から、中国の現状のお話を聞くことが多いのですが、皆さんが口を揃えて「ロボットがすごい」とおっしゃるので、何故だろうと思い、ロボットを研究テーマにしました。

橋本) 有難うございました。次は、南京大学の李嫣然さんです。李さんは、今回、なぜ、セルフメディアに着目したのですか？

李嫣然) 中国ではいま空前と言えるような日本ブームが起きていて、従来の伝統的メディアに対して、セルフメディアが情報伝達の主役になっていることに気づき、論文を執筆しました。

橋本) 日本では、あまり「セルフメディア」という言い方をしませんが、これはソーシャルメディアと同じではないのですか？

李嫣然) 完全にイコールではないと思います。セルフメディアは「セルフ」という言葉が入っていて、ネットユーザーひとりひとりが個人として発信することが重要な特徴だと思います。

橋本) プラットフォームの種類ではなく、本人が自分の体験を発信するという形態がセルフメディアということなのですね。ここから皆さんに色々な質問をさせていただきます。まず、劉崢さんにうかがいます。中国でモバイル決済が急拡大した理由を色々分析しておられますが、結局のところ何が最大の決め手になったと思いますか？

劉崢) 最大の要因は、支払いがとても便利なところですね。中国の既存の支払いシステム、現金やクレジットカードは、ちょっと不便です。現金はお釣りの準備や、お釣りの清算が比較的複雑で、時間と労力の無駄になります。クレジットカードは使用方法や申請の手続きがとても難しいです。モバイル決済は、こうした状況下で中国の急速な発展に適応しました。

橋本)日本では「現金志向」が強く、モバイル決済に抵抗感や不安感があります。中国の人は、モバイル決済への抵抗感や恐怖心のようなものはないのですか？

劉崢)中国人はモバイル決済への抵抗感がほとんどないと思います。中国は、改革開放以来強烈なイノベーション精神を発揮して、どんどん新しいものを作り、取り入れてきました。モバイル決済が登場して人々の生活はとても便利になり、政府と企業が連携して普及を促進しました。その受益者は私のような国民です。だからほとんどの人は、モバイル決済に対して抵抗感がないのです。

橋本)いま日本政府もキャッシュレス決済のシェアを高めようと、色々な手を打とうとしています。そういう面では、中国は遥かに先を行っていると思います。李嫣然さんは、キャッシュレスについてどう受け止めていますか？

李嫣然)モバイル決済を最初に利用した時は顔認証や指紋の提供が必要で、少し抵抗感を覚えました。でも実際に使ってみたら、個人情報侵害されたこともありませんし、便利さも実感したので、いまではほぼ抵抗感がないです。

橋本)劉崢さんは、「消費者データや個人情報は国家にとって非常に大切なものなので、侵害すべきではない。モバイル決済の企業が他国に進出する場合は、すべての顧客を対象にしなくてよい」と書いています。国境を越えた支払いにモバイル決済を使えば、どうしても国を超えてデータが流出しますね。このあたりは、どう考えればいいのでしょうか？

劉崢)例えば、日本を旅行している中国人が、中国のアリペイとかウィチャットペイとか銀聯カードなどの支払いを利用した場合、これらの個人情報は中国の企業が管理すべきです。一方、中国人が日本のモバイル決済を利用した場合、消費者データは日本側の金融機関や移動体通信事業者が管理すべきだと思います。

橋本)個人情報については、いま世界的に消費者データをどうやって保護すべきか、どこまで他社に公開してよいのか、大きな議論になっています。この分野はまだ研究が必要なようですね。それから劉崢さんは、「モバイル決済は日中両国の交流を促進し、よい方向に導く役割を果たす」と書いています。モバイル決済を良い方向に役立てるために、日本と中国は何をすべきだと思いますか？

劉崢)両国の政府は良好な雰囲気を作り出し、両国の発展の方向を正しく把握し、きちんと意見交換をすべきだと思います。次に、日中間でモバイル決済の交流に関するプラットフォームを立ち上げるべきです。互いに技術や経験を交流するため、民間企業の交流を促進する必要もあると思います。モバイル決済を架け橋にして、日中関係をより良くできると思っています。

橋本)確かに、いまは中国のお客さんがたくさん来て、日本でもウィチャットペイやアリペイが使えるようになってきました。これは、経済交流を促す大きなプラットフォームになるという期待を感じますね。

さて次は、日大商学部の皆さんにうかがいます。ロボット産業といえば、かつては日本が世界のトップランナーだった印象がありますが、いまは中国にすっかり追い抜かれたということなのでしょうか？

武田)いま中国と日本の関係は、競争よりも協調に向かっていると思っています。「追い抜かれた」というより、中国のロボット産業の発展が著しいということだと思います。産業用ロボットの分野では、日本のメーカーが未だにトップに立っているものが多いと思いますが、ロボット市場全体のシェアを見ると中国が30%以上を記録しています。このように中国の成長は著しく、それが互いに良い相乗効果となっていると思います。

橋本)中国でロボット産業が急速に発展した最大の決め手は何でしょうか？このスピード感をもたらした最大の決め手は何だったと思いますか？

加藤)このスピード感の一番の要因は、民間の意識の変化だと思っています。政府が「中国製造2025」のような政策を出したわけですが、結局、民間企業や個人がそれを汲み取って、政府が思っている以上に盛り上げてやろうと、そういう意識の変化が大きな要因だと思います。政府が決めた方向とは別の方向で、「じゃあ、この方向でもやってみようじゃないか」という動きもあると感じています。どちらかという、政府は工業用ロボットの方面を発展させようというニュアンスですが、民間はAIを搭載したサービスロボットとか知能を持ったロボットを成長させていって、イノベーションを起こそうという意識があると感じます。

橋本)民間のアイデアが、政府の思惑をどんどん凌駕していったわけですね。中国の民間のイノベーションに対する意欲は、すごいものがありますね。皆さんは「ロボット産業における日中の協力が、新しい日中関係を築ききっかけになる」と書いていましたが、そのために、日本と中国は何をすべきでしょうか？

結城)中国ではロボット大会が盛んに行われ、その大会に日本から出場者が出たりして、一緒に輪を作るといったことが行われています。でも、日本と中国は共同で、もっと活発にそういうイベントを開いて歩み寄り、共同開発とか、お互いを高めていくのが一番良いのではないかと考えています。

橋本)いま、アメリカと中国が厳しい貿易摩擦を起こしています。これはハイテク産業の覇権をめぐる争いとも言われており、ロボット産業の急速な発展の土台となった「中国製造2025」という中国の政策についても、アメリカは修正を求めていますね。中国のロボット産業は、この先どうなるのでしょうか？発展を続けられるのでしょうか？

有田) 中国のロボット産業は発展していくと思います。アメリカは政治的に圧力をかけてはいますが、ファーウェイなどスマホの会社は基本的に対抗する姿勢を見せています。もうひとつは、安倍首相の「競争から協調へ」ということです。日本にも、僅かではありますが、中国と提携をしたりしてロボットを作っている企業が現れています。これからは日本と中国で相互に発展していくのではないかと、我々は考えています。

橋本) アメリカの圧力があっても、日本と中国で発展していけるという話でしたが、他の皆さんはどう思いますか？

武田) 日本と中国が協力するには、中国の技術の発展も必要だと思います。中国のロボット産業の基盤自体が、いま大きく変わっています。若年層への教育システムもそうですし、共同開発の技術の向上もそうです。そういうのがあった上での日中関係になってきていると思います。だから、米中の貿易摩擦が起きても、中国のロボット産業が衰退するほどの影響はないと思っています。

橋本) 中国の方から見ると、アメリカとの今の貿易摩擦がロボット産業や中国の産業に影響を与えるという、不安を感じますか？

李嫣然) 私はこの問題に詳しくはないですけど、私の実感では不安はほぼないと思います。大丈夫だと思う人が多いと思います。

橋本) 劉崢さんはいかがですか？

劉崢) 私は、中国と他の国との競争は、大きく言えば大丈夫だと思いますが、細かいところでは、ちょっと問題があると思います。

橋本) 次は、南京大学の李嫣然さんにうかがいます。「中国の若者は、外国人としての『好奇心』の目で『表の日本』を見るのではなく、普通の人間として、より『深層的かつ日常的な日本』を見る、知る、体験する傾向になっている」と書いていますね。日中は長い付き合いなのに、なぜいま中国の人は、こういう目で日本を見るようになったのでしょうか？

李嫣然) 今回の日本ブームが起きるまで、伝統メディアが伝えてきた日本に関する情報は政治面のものが多く、たまに文化のようなものがあっても説明口調のものが多くて、受信者としてはつい距離を感じました。でも、セルフメディアが伝える日本は、日常的な日本、本当の日本です。つまり、セルフメディアが伝える日本は、生き生きした日本だと思います。

橋本) 情報のルートが変わったことで、情報の質というか、親しみやすさが変わったと。

李嫣然) そうです。ネットユーザーひとりひとりが情報の発信者になり、おどけた口調で色々な形で発信することもでき、若者も日本の情報に親しみをもちやすくなったと思います。

橋本) もし日本人がセルフメディアを使って日本の情報を発信したら、中国の人にはどう受け止められるのでしょうか？

李嫣然) 日本人がセルフメディアを使って、日本の良い面ばかり伝えてきたとしたら、受信者は「自分の国だからいいことばかり言っているのではないか」という不信感を持ってしまいます。やはりセルフメディアは、中国人のネットユーザーが、日本の情報を中国人に伝達することが、一番効果があると思います。

橋本) セルフメディアによる発信は日中の相互理解を促進するのに役立つと、さっきおっしゃっていましたが、そのために日本側と中国側は何をすべきなのでしょう？

李嫣然) 中国側は、まず、受信者として自分の判断力を保つことが重要です。発信者になる場合は、真実の内容を投稿することが何より大事だと思います。不正行為に対する政府の取り締まりも必要です。日本側には、中国により好奇心を持って、もっと中国に関心を寄せ、セルフメディアで中国に関する情報を伝達していただきたいです。

橋本) 中国を旅行した日本人がソーシャルメディアで体験記を日本人に伝えれば、中国への理解が深まるでしょうが、これがなかなか進まないのは、何故なのでしょう？

李嫣然) 中国はまだ途上国なので、日本人の若者には、中国を知りたいという意欲があまり無いのではないかと思います。

橋本) 日本人の若者としては、いかがですか？日本人が中国のことをセルフメディアでもっと発信してほしいのに、なかなか進まないのは、どうしてなのでしょう？

結城) 私も色々なメディアを使いますが、日本人がセルフメディアで中国のことを発信するケースはあまり見ない気がします。中国の方が日本を知ろうとか、文化を思ってくれているほど、日本人は中国のことを、興味を持って深く知ろうという機運があまり無いので、日本人による発信が少ないというイメージがあります。こういう会とかを通じて、お互いにもっと理解を深めて、発展させていければいいのかなと思います。

橋本) ここで会場の皆さんの質問も受けたいと思います。ロボット産業やIT産業に詳しい方もいらっしゃると思いますが、アドバイスも含めて、ご意見をいただければ幸いです。

金子) 日本大学商学部3年の金子です。劉さんに質問というか、コメントがあります。私は、日本にはモバイル決済は必要ないかなと思っています。そもそもキャッシュカード自体、進んでいません。決済ができるのは、東京とか大阪とか、観光客の方が来られる場所だけだと思います。そんな中でいきなりモバイル決済と言われても進まないというのがひとつ目です。それから、現金への信頼がとても強いと思います。ヨーロッパや中国は現金への信頼が薄いので、キャッシュカードやモバイル決済が進んでいるのだと思います。さらに、多くの国民が「必要ない」と思っているから、どんなに良い機能があっても目を向けないというか、自分には関係ないと思う。以上の3つから、日本ではモバイル決済がまったく進まないかなというのが、今の僕の考えです。

橋本) 劉崢さん、モバイル決済が優れているのはどんなところですか？

劉崢) 例えば商品とか、タクシーに乗ったときとか、鉄道に乗ったときとか、遠隔決済を利用して支払いができます。日本のモバイル決済は、主に Felica のような近接型の決済です。日本人は現金とクレジットカードをよく利用し、スマートフォンも利時々用していると思います。つまり、日本の支払いシステムは、現金もクレジットカードもフェリカもあり完璧なので、モバイル決済の便利さが見えないのだと思います。中国では既存の支払い方法が少なく不便なので、モバイル決済が大きく拡大したのだと思います。

橋本) 有難うございました。では次の質問を受けます。

野中) 日本大学商学部高久保ゼミナール2年の野中和磨と申します。私はもうひとつ理由があると思います。政府と企業で、キャッシュレスに対する考え方が全然違うということです。先日国会中継を見ていたら、キャッシュレスについて、政府側がいわゆる近接型決済に対する支援を強く進めていく、資金援助をしていくと、政策を話していました。それに対して、いま注目されているモバイル決済は、ペイペイなど遠隔型決済です。つまり、企業側が遠隔型決済を進めようとしているのに、政府側は近接型決済を進めようとしていて、考え方のずれによって、キャッシュレス化そのものにブレーキをかけてしまっているのではないかと、私は思っています。それに関してどのように考えているか、お聞きしたいです。

劉崢) 質問、有難うございます。日本でも中国でも、支払いシステムをめぐる企業間の激しい競争があります。同じモバイル決済でも、政府主導の近接型決済、例えば中国銀聯のチャイナユニオンペイと、企業側のアリペイとテンセントのウィチャットペイなど遠隔型決済の間には大きな競争があるのです。私は、近い将来、技術の発展とともに、次の時代の支払い方法が変わっていくと思います。指紋認証や声など個人の生物学的特徴を利用して、支払い方法が変わります。

橋本)どうも有難うございました。IT 分野は新しい産業で、いままさに発展中であり、日中関係を発展させるうえで様々な可能性を秘めていると思います。是非これからもこの分野の研究を続けて、有益な提言をしていただきたいと思います。登壇者の皆さんに改めて拍手をお願いします。

####