



米国 IT 産業は回復したか

日経によれば、「米景気、回復一段と」、ハイテクを牽引役に企業の生産活動も持ち直してきている。ビジネスウィークの分析によれば米・カナダ大停電の影響も限定的とみられ、7～9月期の実質経済成長率も5%台に達するとの見方もでてきた。さらに我々に最も関連のあるハイテクの分野は最も回復が著しく2003年に入ってから毎月平均1%の成長を記録し、2004年の成長に確信を持たせる動向となっている。

先日、米国北東部の大停電があり、筆者の家でも影響を受けた。ニューヨークの郊外では停電はよくあるのでさほど驚くことではないのだが、電話やカーラジオを通じてその停電の範囲の広さが情報として伝わると2001年の9月11日のニューヨークのテロを思いださせ、一時は非常に大きな不安を掻き立てた。自宅でも、唯一機能していた電話（携帯やワイヤレスは繋がらなかった）で友人、知人と情報交換を行い不安のうちに夜を過ごした。車がガレージから出なくローソクや水の買出しにもいけない状態が続いたが、幸運にも我々の住んでいる町はその晩の真夜中以前に電気は回復した。上院議員のHillary Clintonが住んでいる町の隣町なので特別待遇だったのではないかと噂もある。この大停電は大惨事ではあったが、ニュースや新聞などで街角の人々の表情を見ると、以前の9月11日のテロの時とは違い、逆に今度はテロではなかった、米国のセキュリティが機能していることの確信、アメリカはもう大丈夫だ、危機を乗り切った、といった自信を、電力網インフラの是弱さに対する苛立ち、不安より強く感じる。この停電の前と後では米国の雰囲気は良いほうに一転した気がする。この自信が消費者の自信に反映したのか、最近回復基調の株価にポジティブに影響し、今後米国の景気回復のむしろ強い追い風になっているとの感もある。回復が丸1日以上かかったロングアイランド地区のニュースでは地域の子供たちがテレビゲーム、PC、友人との電話などから

切り離され、親とビーチや家庭で過ごす昔に戻り、家族の絆が回復するといったエピソードも紹介されていた。

IT産業の2001年以来の低落は回復しつつあるのだろうか？ 米国の企業は過去2回、1985年と1990年にIT投資を大きく削減した。その際の削減においては削減前の投資レベルまで回復するのにいずれも1年半はかからなかった。2001年の第4四半期のIT投資が15%落ち込んだどん底から2年半は経った今もまだピーク時の投資レベルには回復していない。それほど大きな低迷であったわけである。

ただこの数年の低迷の間にもコンピュータは着実にアメリカ人の日常生活のなかに入り込んできた。低迷期間がその浸透を遅くしたとはいわれていない。家族間、友人間のチャット、飛行機のE-チケット、E-BayなどのオークションやWebショッピングなど明らかに多くの家庭において日常の生活の一部になってきたのもついこの数年であろう。米国の常時接続のブロードバンド普及率は日本や韓国に比べてまだ低く（18%の家庭普及率：RHKマーケットリサーチ社調査）、値段も高く、バンド幅も狭い。筆者の自宅でもADSLが通じたのはようやく半年前である。この低い普及率が今年、来年の米国IT投資回復の大きな起爆剤の1つになるのと見方もある。ダイアルアップからブロードバンドに変わると1家庭平均で75%サーフの時間が伸び、金額にして29%インターネット購買が伸びたことがゴールドマンサックスから報告されている。インターネット広告も静画像からブロードバンドを生かした動画像に商品広告を変えた場合、売り上げが19%伸びた（eBag.com）。Buy.comではブロードバンドで夜や週末にサーフする客に焦点を合わせたセールを行い、40%の売り上げ増を得た。オンラインのチャットを使って顧客に遠隔販売員をリアルタイム対応させることで70%の購買増加を得た例なども報告されている。最近ポルノの雑誌で有名なペントハウスが破産申告を行った。原因はインターネットでのポルノ販売に負けたといわれている。

米国東部でサービスを提供している大手の電話会社のベライゾンは今最も積極的に光通信のインフラ投資を行っている企業の1つで、米国内家庭用、企業用を合

コラボ・テクノロジー（株）

藤崎 哲之助 fujisaki@collabotec.com



めて今年 1.5 兆円の投資を行うとっており、米国の消費者の動向と相まって、米国でのブロードバンドの今年、来年の普及が米国の経済の復旧をさらに確実なものにする」と期待している。

消費者は新しい技術に興味を示すし、それが店舗、広告などであれば話題性を呼ぶ効果はある。ニューヨーク、マンハッタンの最もおしゃれな一角、ソーホーのプリンス通りとブロードウェイの角にイタリアの著名ブランドの「プラダ」の超ハイテク店舗がある。筆者は特にテッキー（新しい技術好き）なので、その店を見たときにはその先進性に感激し、さらにその店舗を作るために 40 億円を投資したことを聞いて、「プラダ」の経営者に対する畏敬の念を持った。商品が高いだけに筆者の感激が「プラダ」での購買に直接結びつかなかったのは申し訳なく思ったが、その店舗では商品に小さい RFID（無線非接触認識タグ）がつけられており、客が洋服や装身具を試着したままの状態ですばを通過すると、横の液晶ディスプレイにモデルが同じ商品を着て歩くさまがビデオで映し出される。店員も特にバーコードなどを走査せずとも客と非接触で商品の材質や手入れの仕方の情報を得たり、在庫を調べたりできる。試着室の中の仕掛け（センサを組み込んだクローゼットの中に商品を置けば、横にあるタッチパネルを操作することで客はその商品の情報を見ることができ）は何度も「プラダ」に通うような客でなければ使いこなせないとは思いつながら、試着室の透明度が変わる液晶パネルドア（外に待つ販売員や友人に着た様子を見せ、相談をしやすいするため？）も含めてその先進的な雰囲気には圧倒された。以前、某米国大銀行のマーケティングの役員が新店舗に人寄せのための Yoda（映画スターウォーズ）の等身大ホログラフィーを置きたい。それをコンピュータで動くものとし、音声認識と組み合わせてホログラフィーロボットにしたい。客が通りかかると挨拶をさせたい、といていたのを思い出す。少なくとも米国のマーケットの専門家は顧客に斬新な先端技術を駆使した印象的な経験を味わせることの効果の信者が多い。消費者購買が立ち上がってきた今、彼らも IT 回復の力強い支援者になるだろう。

この 2 年半の低迷が消費者の IT、新技術に対する行動様式にどんな影響を与えただろうか？ 前に挙げた数々の例にあるように、消費者の IT 新技術に対する反応は低迷の以前と変わっていないといわれている。便利なものは以前も、低迷の間も、現在も変わらず受け入れ、

駄目なものには拒否反応を示している。近所のスーパーマーケットにセルフサービスのチェックレジが登場したのは 4～5 年前であろうか？ 買い物客はレジの長い列に並ぶ代わりにそのキオスクで自分で商品のバーコードを走査し、自分でクレジットカードでの支払いを行い、自分で袋に詰める。この何年客がそれを使っているのを見るのはまれで、まだ店員のいるレジに長い列を作って並んでいる。消費者は IT 技術のメリット、使い勝手に昔も今も忠実に反応している。

一方この 2 年半の IT の低迷は米国企業の IT 投資にどんな変化をもたらしたのだろうか？ 企業経営者は明らかにこの低迷期に学習した。低迷期に経費削減をし、人員を削減し、その穴埋めを IT の活用で切り抜ける術を学んだ。IT の活用が以前よりよりうまくなった。企業内での無駄を徹底的にさらいだす術を学んだといえるのではないだろうか？ さらに追加投資をせずに既存投資を限界まで使いきることを学んだ。米国企業内のサーバの稼働率は低迷期以前は平均 20% であったが、現在 50% から 80% に上がったといわれている。新しい投資に対する目利きも良くなり、より単純で、操作のやさしいものを求め、対投資効果を見極める姿勢がさらに強まったといわれている。消費者の新技術を受け入れる傾向に変わりのないことと、企業経営者の IT 技術の導入に慎重さが増えたことは、単純に金を使わないで結果だけを享受する立場（消費者）と、金を投資する立場（企業の経営者）の違いが低迷期に学習効果を与えない、与えたの差を生じさせたのであろう。

このより厳しくなった企業経営者の投資判断を経ても、IT 技術への投資が最近連続して立ち上がってきていることはそれを数字以上に評価したいと思う。消費者相手、企業相手に IT 技術を提供するソフトウェア技術者の我々にとっては、顧客である消費者においては昔どおりの厳しいシンパであり、もう 1 つの顧客である企業経営者が、ソフトウェアの価値により本質的な視点を向け、さらにプロの目で採用判断をしてくれるようになったことは望ましいことであり、より健全な競争市場を育てる。良いものは栄え、使えないものは減じる。それが健全な技術社会を育てる原則であらう。

(平成 15 年 9 月 10 日受付)