

日 語 活 文 選

(2)

ニ革命の真実

生保の現状

あなたの会社は出戻りOS?!

15歳米CEOの錬金術

ニ時代のイケてる洋服

音楽の三流国ニッポン

图书在版编目(CIP)数据

日语活页文选 / 《日语活页文选》编辑组编.
—北京: 北京大学出版社, 2001.4
ISBN 7-301-04913-7

I. 日... II. 日... III. 日语-语言读物
IV. H369.4

中国版本图书馆 CIP 数据

号

书

著作

标准

出版

地址

排版者:

印刷者: 北京

发行者: 北京大

经销者: 新华书店

850×1168 32开本 2印张 50千字

2001年4月第一版 2001年4月第一次印刷

本册定价: 3.60元

出版监制 彭松建

王明舟

策 划 田秀玲

责任编辑 诸葛蔚东

孙晓艳(特邀)

封面设计 伊 人

电 话:

(010)62752036(编辑)

(010)62752019(邮购)

(010)62754140(发行)

e-mail:

wzhuge@pup.pku.edu.cn

目 次 (2)

IT 革命の真実	1
真正的 IT 革命	
生保の現状	5
人寿保险公司的现状	
あなたの会社は出戻り OK! ?	25
你能再到自己曾工作过的公司任职吗?	
15 歳米 CEO の錬金術	38
十五岁的美国 CEO 的生财之道	
IT 時代のイケてる洋服	43
IT 时代的流行服装	
音楽の三流国ニッポン	55
音乐上三流的日本	

IT 革命の真実

在 IT 革命成为世界发展趋势的今天，它在日本社会引起了怎样的变革呢？比起电话革命给我们带来的冲击，它又带来了怎样的实惠呢？首先，我们应该看到，信息传递的飞速发展及成本的降低并非 IT 革命的全部，只有实现了大量信息及数据处理的自动化，才能说是真正意义上的 IT 革命。同时，通过与美国企业中因特网的利用状况以及 IT 革命所带来的巨大利益相比，日本企业都并非如想像中的那么尽如人意。看来，只有当人们真正开始懂得运用因特网时，才能享受到它所带来的种种好处。

「IT 革命」ということばが氾濫している。日本は、この種のキャッチフレーズ①が氾濫しやすい国だが、それにしても今の流行ぶりははげしすぎる。IT 化が「世界の大勢」であり、それに乗り遅れるな、という形で、政治も行政も動いている。識者はいう。IT 革命はコミュニケーション革命であり、IT は消費者と生産者の自然な交流を生み出し、IT によって情報伝達能力が向上し情報の共有範囲を拡大する、これによって日本経済は不況からの脱出②をたしかに

①キャッチフレーズ [catch phrase] : (广告等的) 吸引人注意的词句

②脱出 : 摆脱

ものにできる、と

では、「電話革命」と比べてどのようなインパクト^③をIT革命はもつのか。電話の発明・普及はまさにコミュニケーション革命だった。BtoB^④でもCtoC^⑤でも電話によって情報伝達は格段に進歩した。電話ファックスがこれをさらに進展させたのはついこの間のことである。IT革命はそれに何を付け加えるのか？

コミュニケーションがより迅速に行われ、大容量の情報が低コストで送れるので、知識・情報の処理能力の高い人や組織は、これを利用して生産性を高めることができるだろう。だが、この処理能力の高くない人や組織にとっては、知識や情報の単なる集積は宝のもちぐされ^⑥となるだけだ。これを効率的に利用できるシステムを作ることはコンピューター時代の夢であり、大量データの処理と「判断」の自動化によって情報の混沌から脱け出すことこそが真の革命である。

米国では、小企業がIT革命によって伸びたとされているが、最近のダン&ブラッドストリート社のレポートになると、小企業のインターネット利用はそれほどでもないという。本年2月から3月にかけて同社

③インパクト

[impact]: 冲击, 强烈的影响

④BtoB

[business to business]: 企业对企业

⑤CtoC

[customer to customer]: 用户对用户

⑥宝のもちぐされ

れ: 抱着金碗挨饿

が行った調査では、米国の小企業の 70% がインターネットを利用していると回答した。1 年前の 57% からかなりの増加である。これら小企業のうち 3 分の 1 以上が Web サイトを持っている。小企業の 31% はインターネットが役に立っていると答えたが、半数以上の小企業がビジネスにはっきりとしたインパクトは見られないと答えた。Web サイトに広告を載せていると答えた企業は 1 年前に比べて 10% ぐらい減少した、ということだ。

大企業の改革が IT 革命のより大きな成果であるかもしれない。80 年代の米国では、大企業のリストラ^⑦が進み、組織がフラット化^⑧して中間管理職が大幅に減少した（これは日本ではまだどんどん進んでいるとはいいがたい）。e コマース^⑨の領域でもアイデアだけでスタートした小企業は結局競争に敗れ、従来からの大手流通企業が勝ち残りそうな形勢である。

昨年の経済白書の分析によれば、アメリカの雇用は IT による省力化によって直接的には 250 万人の減少をみた。しかし一方で IT による新規産業創出の結果生まれた雇用が 590 万もあり、差し引き^⑩ 340 万人の雇用の純増があった。一方、日本につい

⑦ リストラ

[restructuring
之略]：減員，
企業重建

⑧ フラット

[flat] 化：(机
構) 精簡

⑨ e コマース

[e-commerce]：
電子商務

⑩ 差し引き：差
額，結算

ては IT による省力効果は 190 万人、これに対して雇用の創出は 170 万そこそこ^⑪だったという。しかし、白書のこの分析は納得がいかない。米国なみに IT の省力化で 190 万も雇用が削減されたという点である。日米の規模が 1:2 であることからみれば、この数字は大きすぎる。これは不況による人員削減をコミ^⑫にした過大推定ではなかろうか。IT の活用によって大企業の組織のフラット化がそれほど進んでいるとはきかないし、PC 通信を使いこなせる管理職も少ないからだ。

日本ではインターネットの利用人口が 17%に達したといわれている。だがインターネットを本当に活用している人々の数はまだまだのように思われる。これが本格的になるこれから、雇用の減少効果は大きくなるのではないか。

⑪そこそこ：大
約，左右

⑫コミ：一包在
内，一块儿，总
共

(経済セミナー 2000. 11 森口親司)

生保の現状

近期，网上不断贴出有关××人寿保险公司即将倒闭的文章。这些文章大多是毫无根据的中伤，但据有关人员分析，有些文章内容详尽，极有可能是业内竞争对手进行的攻击。受流言影响，千代田、协荣两个寿险公司已相继倒闭。

面对流言的巨大攻势，金融当局也只能寄希望于网民不盲目相信网上的帖子。另一方面，企业自身也要不断完善自己的防卫系统。同时，政府和寿险公司也应该经常地公开相关信息，以消除消费者的后顾之忧。

ネットサーフィン^①しながら、生命保険会社に
関するカキコ^②だけを読んでいく。これが真実な
ら、ほとんどの会社が来年早々にもつぶれること
になる。

生保^③が震撼する「風評^④被害」

「〇〇生命に解約専門の窓口ができた。『X
デー』は近い」

「××生命の保険外交員が、次に破綻^⑤
するのは△△生命だと言っていた」

①ネットサーフィ
ン [netsurfing]:

网上浏览

②カキコ（書き

込み之略）：网

上发表的文章、

帖子

③生保：生命保険

④風評：谣传

⑤破綻：破产

「年内にあと二つ、生保が^ゆ逝く^⑥」

「□□生命なんかここ 2 カ月、来客者のほとんどが解約希望者。内勤の仕事のほとんどは解約手続きのみ。もう社員の中で会社が生き残れると思ってる人なんて皆無。年内破綻は確実です」

「いま▽▽生命の本社の人間がボロボロ^⑦辞めてマース^⑧。うちが安泰と思っているのは支社の人間と役員だけです」

あちこちで“Xデー”

もちろん、根拠のない^{ひぼう}誹謗、中傷がほとんどだが、中には、ネット上の「単なる^{うわさ}噂」とバカにできないものもあるらしい。書き込み^⑨について生保関係者は、

「内容が詳しく、業界内の人間による内部告発、ライバル^⑩社攻撃としか思えないものもある」

と言う。10 月に入って千代田、協栄両生命が相次いで破綻したことについて金融当局ですら、

「要因は複雑だが、噂話^{くち}が口コミ^⑪などで蔓^{まん}延^{えん}したために解約が殺到し、破綻時期を早めた側面がある」

⑥ 逝く：崩潰

⑦ ボロボロ：纷纷
落下貌

⑧ マース：います
的口头语

⑨ 書き込み：网上
发表的文章、帖子

⑩ ライバル
[rival]：竞争
者，对手，敌手

⑪ 口コミ：口头传
闻，小道消息

という。

事実、千代田生命の破綻が明らかになる
10月9日の直前^⑫、ネット上では、

「Xデーが近い」

「土日に社員全員に招集がかかった。破綻
に備えて説明をするらしい」

「マジック^⑬点灯」

などの書き込みがあった。

千代田より体力が劣るとされた協栄生命
は、千代田の破綻で嵐^{あらし}にさらされた^⑭。ネ
ット上の書き込みは、協栄の危なさを指摘
するものより、解約の仕方といった実用的
なものが増えた。

10月20日、大塚昭一社長は破綻申請の
記者会見の場で、こう言った。

「(千代田生命の破綻以降) 新規契約が激
減し、一方で解約が激増した。こうした状
況を回避するため、破綻申請を考えた」

協栄が破綻してからも、次の獲物を探し
て、噂の連鎖は止まらない。ある掲示板の
書き込みには、

「協栄が逝った。次は……」

とあり、生保会社の具体名が一つ、二つ
書いてあった。読んだ人は、不安にかられ、

⑫直前：即将……
之前

⑬マジック
[magic]: magic
number 的略語,
棒球用語, 意接
近尾声

⑭さらされた：晒
す, 抛露, 毕露。
△～に晒される
／被置于……境
地之下

契約年数や年齢などによっては、かえって損をするかもしれない解約の方向に流されていく。

名前を挙げられた生保の中には、本社内に解約専門の窓口が設けられ、客が列をなしたと言われたところもあったが、広報担当者は、

「事実と全く違う。問い合わせをしてきた顧客には説明し、納得してもらっている」

と、怒りを隠さない。

金融当局も、

「この辺で終わるのではないかと思う」
(協栄が破綻した 10 月 20 日、相沢英之^{あいざわひでゆき}金融再生委員長)

「債務超過や、保険会社の財務の健全性を示すソルベンシーマージン^⑮比率が 200%を下回っている^⑯生保があるとは承知していない」(11 月 6 日、日野正晴^{ひの まさはる}金融庁長官)

などと「安全宣言」で火消し^⑰に躍起^⑱になっている。

書き込み防げない

しかし実際は、ネット上の書き込みはコ

⑮ソルベンシーマージン：見后文

⑯下回る：下降，
比……減少

⑰火消し：否定

⑱躍起：拼命

ントロールできない。金融庁保険課は、
「ネットは匿名なので、根本的な対応策は
事実上ない」

と、お手上げ^{てあ}⑮状態なのだ。

掲示板の管理者も、同じように困惑して
いる。1日で延べ⑯1億3千8百万人がクリ
ックするヤフーでは、1日当たり約7万件
の書き込みがある。しかし、削除できるの
は、詳細な個人情報が公開されたケースや
公序良俗に反することが明らかなものだ
け。担当者はこう言う。

「利用者には、書き込み内容をむやみに信
じないように呼び掛けている。悪質な書き
込みをする人はリストアップ⑰して厳重に
警戒しているが、内容が事実がどうかの判
断は、こちらではできない」

とどまるところを知らないネット上の無
責任な風評パワーに、対抗手段を取る企業
も出始めた。

ネットビジネスのベンチャー企業⑱「ガ
ーラ」（東京都渋谷区）は今年から、企業
向けの書き込みチェックサービスを始め
た。

企業が指定するキーワードで、七つの検

⑮手上げ：挙手投
降，认輸

⑯延べ：总共，总
計

⑰リストアップ
[list up]：列
表

⑱ベンチャー企
業：新兴企业

索エンジンに登録されているサイト^㉓と約 2 万種類のメールマガジン^㉔などを検索する。人間ではとても対応できない膨大な作業だけにロボットを使い、チェックした書き込みはコピーしたうえで E メールで企業に伝える。それを見た企業は、自社のホームページなどで噂に反論することもできるというわけだ。

企業も自己防衛

契約を交わした企業は、サービスを始めた今年初めには 10 社だったが、今では 27 社に増えた。関心を持つのは食品会社や金融機関の大手企業が多く、最近では生保など金融機関からの問い合わせが急増しているという。

同社の広報担当マネージャー^{やま だけい こ}山田恵子さん (33) は、こう分析する。

「消費者の動向を無視できなくなっている時代の表れだと思う。書き込みの点検は、企業がとるリスク^㉕管理手段として欠かせないものになってくるはずです」

誹謗、中傷は何もネット上だけに限らない。ある生保会社の社員は言う。

㉓ サイト：一個网页

㉔ メールマガジン [mail magazine]：电子杂志

㉕ リスク：[risk] 危机，危险

悪ノリ^㉔する営業マン

「経営状態を尋ねるお客さんに聞くと、同業他社の保険セールスマンが『〇〇が危ない』と言いつらしている^㉔らしい。情けないことに、この混乱に乗じて業界内でライバルの蹴落^{けお}とし合い^㉔をしているんです」

金融庁も、業界団体の生命保険協会に対して、改善策をとるよう要請し、行政処分を含めた処分をする方針を伝えたほどだ。

どうして、ネット上の噂が、金融機関がこれほど気にかけるほど、まことしやか^㉔に、蔓延するののか。

関係者の話を総合すると、

「生保の破綻がこれほど続いているのに、政府や生保各社のディスグロージャー（情報公開）が不十分で、契約者の不安が解消されないから」

ということらしい。

生保各社が出資してつくる相談窓口「生命保険文化センター」（東京都千代田区）には、生保の連鎖破綻から、

「私の入っている〇〇生命の経営は大丈夫か」

㉔悪ノリ：故意作坏事

㉔言いふらしている：言い触らす
的现在时，宣扬，到处讲，传播

㉔蹴落とし合い：相互排挤

㉔実しやか：好像真的，似乎是真的

といった質問が絶えない。10月、相次いで破綻した生保2社の商品についての問い合わせが殺到^{さつとう}③、相談件数は1500件に達した。そのうち、約300件は企業の経営状態を尋ねるものだった。広報担当者は、

「その点を聞かれても、私たちは各社のソルベンシーマージン比率と、格付け^{かくぶ}④会社の連絡先を教えることしかできない。私たちも情報を持ってないんですから」

と、限界を口にする。

ソルベンシーマージン比率は、保険金を支払う余力がどれくらいあるかを示す数字で、値が大きいほど経営が健全だとされる。200%を下回った会社は、金融当局から早期是正^{ぜせい}⑤措置を発動され、リストラや資本増強⑥などに取り組まなければならない。

しかし、このソルベンシーマージン比率、実はあまり当てにならない⑦。破綻した協栄は210%、千代田にいたっては263%もあった。金融当局が線引き^{けいがいか}⑧をした「200%ライン」は完全に形骸化し^{よねやまれいじ}⑨ており、千代田の米山令士前社長は破綻後の会見で、東海銀行に要請した金銭的な支援について、

③ 殺到：蜂拥而來，不斷涌來

④ 格付け：定格，定級，定价

⑤ 是正：更正，改正

⑥ 資本増強：增加資本

⑦ 当てにならない：靠不住

⑧ 線引き：區別，分類

⑨ 形骸化し：形骸化する，形式化

こう言ったほどだ。

「信用回復するには、大手のレベル、できることなら 600%を達成したいとお願いしていた」

では、消費者は何を基準に、生保会社の安全性を判断したらいいのか。

ひとつ手がかり^㉞になるのは、生保各社が用意しているディスクロージャー資料だ。資料には、決算状況をもとに貸借対照表や損益計算書といった経営情報が盛り込まれている。しかし、これは約 200 ページもあるうえ、素人が読むには難しすぎる代物^㉟だ。業界団体である生命保険協会（東京都千代田区）は用語解説の小冊子を作ったが、

「理解できる人がどれぐらいいるか不安」
（生保関係者）

というのが現状だ。明治生命や日本生命は、一年ごとに出すディスクロージャー資料を半年ごとに出すなどの工夫をしてはいるが、契約者の不安を解消するまでには至っていない。

㉞ 手がかり：線索，頭緒。

㉟ 代物：物品，東西

ツケ^㉔は結局消費者へ

一方の金融庁は、ソルベンシーマージン比率の新しい計算方法を年内をめど^㉕に作り、来年3月期決算から適用する準備を進めている。同庁保険課の担当者は言う。

「現在の値から、かなり変動する会社が出ることも厭^{いと}わない。株式や債権の評価方法などを変えて、厳正で信頼できる指標にするつもりだ」

また、今後のディスクロージャーについては、

「これ以上公開できる項目はほとんどない。あとは、できるだけ、分かりやすく説明する努力をしていく。消費者側も加入する際は、外交員に対して徹底的に説明を求め、説明できないところとは契約しないなど、今まで以上の慎重さを持つてほしい」

こうした状況を、日本格付研究所シニアアナリスト^㉖（生・損保担当）の林精一さん（37）は、こう分析する。

「低金利の環境下で、予定利率に見合った^㉗運用益が確保できなかったことや、バブル期の資産運用の失敗などが生保破綻の原因。ネットの書き込みや噂は、解約を殺到

㉔ツケ：欠的账，
坏的结果

㉕めど：目标，希
望

㉖シニアアナリスト
[senior analyst]：老资格的
証券分析家

㉗見合った：見合
う的过去时，相
抵，均衡