

住信為替ニュース

THE SUMITOMO TRUST & BANKING CO., LTD FX NEWS

第1769号 2005年03月07日(月)

《 judge week 》

今週一週間における市場の話題の一つは、間違いなくニッポン放送の支配権を巡るライブドアとフジサンケイ・グループの争いです。月曜日にはフジテレビによるニッポン放送株へのTOBが締め切られ、その結果は火曜日に発表になる。その一方で、ニッポン放送によるフジテレビを割当先とする新株予約権発行に関するライブドアの仮処分申請に関して、初の司法判断として東京地裁の認定が今週中に下る可能性がある。

地裁認定のポイントの一つは、ライブドアが求めているフジに対するニッポン放送の新株予約権発行に関してのみ審査対象とするのか、ライブドアが時間外取引でニッポン放送の株式を一気に大量取得したことまで含めるかだ。前者だけで地裁が判断を下せば、今の証取法に照らせばフジサンケイ・グループに不利な判断が出る可能性がある。なぜなら、ポイズン・ピル(Poisoned Pill、ニッポン放送が発行予定の新株予約権はそう呼べる)は事前に設定するものであって、今回のような買収劇の最中に発動されるのは極めて異例であり、また今回のケースは株主の平等原則に反しており、有利発行と判断される危険性があるからだ。

しかし一方で、証取法が違反としている「相対取引」の可能性もあると一部で指摘されているライブドアによる当初のニッポン放送株一挙大量取得の手法まで判断材料とされるなら、地裁の判断は微妙なものとなる。地裁判断で決着がなされずに上級審に持ち込まれる可能性が大で、裁判を通じた決着時期については今のところ見通しが立たない。

そういう目先の問題は別にして、所有する馬名に因んで「ホリエモン」呼ばれる堀江貴文ライブドア社長の主張には、いかなる実現性があるのか、彼が最終的に狙っている事業の形とは何なのか、そしてそれは望ましいものなのかは検討しておく必要があるだろう。

私がこの問題を取り上げるのは、彼の力の一つの源泉が明らかに「市場」だからだ。1997年設立の企業に、時価総額でピーク時2000億円というパワーを与えたのは市場であり、そのパワーがあったればこそ、リーマン・ブラザーズは新株予約権付転換社債を引き受けて買収資金を800億円もライブドアと堀江社長に与えた。

ある意味で、市場に後押しされた堀江社長の主張のポイントをこれまでの発言から整理すると以下のように見える。

1. ネットと既存メディアの一層の融合を図り、そこにビジネスチャンスを作り出すために、傘下に新聞、ラジオ、テレビ、音楽事業など幅広い事業を持つフジサンケイ・グループと業務提携を行いたい
2. しかし、単なる業務提携ではなかなか実際の話は進まないのので、それをスピーディに行うためにも、多少無理をしても同グループの中核会社であるニッポン放送に資本参画し、支配権を確立することによって一気に融合を加速したいし、それをライブドアの発展に繋げたい

というものだ。彼はどうやらライブドアを当初は「総合メディア企業」に、そしてその次の段階では「+物品販売兼フィナンシャル企業」にしたいようで、それにはフジサンケイ・グループのネームと、それを使ったビジネスが役立つと考えているようだ。フジとニッポン放送の資本関係はねじれているし、しかもニッポン放送の株価を見るとPBR (Price Book-value Ratio 純資産倍率) は「1」に近くて買っても損はないし、ニッポン放送の現経営陣は何もしていないと言いやすい。またフジサンケイ・グループは、ポニーキャニオンなど数多くのソフトを抱える子会社もある。つまりライブドアにとって美味しいのである。

ニッポン放送に対する資本参加は事前に何の打診もなかったようで、言ってみれば正面のドアはロックしないまま、突然裏口のドアを足で蹴って入ってきたようなもの。こうした経緯から、フジサンケイ・グループは全くライブドアの主張に耳を貸しておらず、さらにニッポン放送の社員も238人(役員を除く)のうち9割以上が「放送をする人間の気持ち、視聴者への気持ちが分かっていない」として、「買収にノー」を突きつけている。

《 shopping and banking in Fuji site ? 》

堀江社長が言う「ネットと既存メディアの融合」は別に目新しい概念ではない。筆者が1996年にHPを立ち上げたころも、この話題はホットイシューだった。ずっと言われてきたし、今の日本のテレビ局、ラジオ局、それに新聞・雑誌などもある程度やっている。しかし堀江社長には、「遅い」「ビジネスチャンスを逸している」と映っているようだし、彼は「広告収入減少後のメディア」も心配の種のように、そこにネットとの一段の融合とスピードを持ち込めば、自社の収益増加にもつながるし、新しいビジネスモデルを構築でき、新時代を切り開けると思っているようだ。

彼がやりたいと言っていることを、彼自身の発言から拾う。ネット上でデジタル関係のニュース収集に力を入れているInternet Watchは、堀江社長が最初にニッポン放送株大量取得を発表した2月初めの記者会見の内容を以下のように報じている。

「ラジオやテレビはリーチが高い。月に一度もフジテレビを見ない人は少ないでしょ

う」と堀江社長。当然、視聴者は放送局のサイトにもアクセスするが、「せっかく訪問したサイトにインターネットならではのコンテンツが不足していたため、ビジネスチャンスを逸していた」と分析する。

「例えば、ニッポン放送のサイトでは自局の番組紹介がメインコンテンツで、ほかの情報は少ない。しかし、『livedoor』のようなポータルサイトであればニュースも配信するし、ショッピングモールもあり、アクセスしてくれたユーザーが滞留してくれるはず。知名度の高いニッポン放送と、インターネットのノウハウを持つライブドアが提携することは、双方にとって Win-Win の関係だ。」

ニッポン放送のサイトに、Web メールや掲示板、オークションなどの機能を付加し、放送局側がユーザーのアカウントを管理することで、広告収入に頼らないビジネスモデルを構築する というのが堀江社長の考え。「今後は広告収入の減少をにらみ、ユーザーからの手数料収入やコンテンツの直接取引など、インターネットを通じたビジネスモデルを考える必要がある」と見方を示した。

「リーチが高い」というのは、多くの人に届く、多くの人に注目されている、という意味でしょう。発言や記事の中には、いくつかのキーワードが埋め込まれている。

「インターネットならではのコンテンツ」

「ショッピングモール」

「オークション」

「広告収入に頼らないビジネスモデル」

「ユーザーからの手数料収入やコンテンツの直接取引」

などである。つまるところ、ニッポン放送のネットサイトとライブドアのネットサイトを融合し、そこではショッピングモールも設けて買い物も出来るようにするし、オークションもすると言っているのである。さらに同社長のこれまでの発言を振り返り、「広告収入に頼らないビジネスモデルを構築する」という発言を総合すると、ニッポン放送とライブドアの統合サイトでは、「金融取引、証券取引などの金融取引」も可能にし、それによって手数料収入を得ようと言うことのようなのである。ライブドアは証券会社を既に持っているし、銀行には資本参加した。サイトには、株取引、外為取引などいろいろな取引が出来るリンクが張ってある。

そのことは何を意味するのか。堀江社長の構想の先にはフジテレビも含めてフジサンケイ・グループ全体が入っているから、そこから例示的に想像するとこういう事になる。

例1 = フジテレビの朝の報道番組「めざまし」で高島彩アナウンサーが着ていたものが素晴らしいと思った女の子がいるとする。今のフジテレビのサイトでは、もちろん

その服は買えない。しかし、ホリエモンが目指すフジとライブドアの業務提携後のネットサイトでは、直接にせよリンク先に飛ぶにせよ、その服が即座にネット経由で買えるようになる（堀江社長は実際にテレビでその可能性を示唆していた）

例2 = ニッポン放送やフジテレビがある曲を流す。それが良いと思った人は、ニッポン放送とライブドアの業務提携後のサイトかまたはそのリンク先サイトに行って、その曲を有料でダウンロードしてPCに落としたり、HDD型の iPod のような音楽再生機に入れられる。そこから売り上げが計上される。サンケイ新聞やフジテレビやニッポン放送で紹介された物品が、オークションに掛けられることもある

例3 = フジテレビやニッポン放送のニュースで、ある企業の業績が発表になったり、日銀の金融政策の変更が取り上げられるのを見た視聴者が、証券会社や銀行を傘下に持つライブドアがフジサンケイ・グループと業務提携後にライブドアが設けたサイト、またはそのリンク先のサイトで、株の取引や金融取引が可能にする

例4 = フジテレビやニッポン放送の人気ドラマを、ストリーミング可能なファイルとしてサーバーに置き、on demand での提供を可能として、それに課金することによって新たな収入を得る

今のフジテレビやニッポン放送のサイトでは無論こんなことはしていない。せいぜい売っているとしたら自社開発のマスコット人形や番組関連グッズ、それにアナウンサー写真集ぐらいだ。自社番組のネット配信も各所で著作権の問題がからみ極めて難しいし、それに課金するとなればもっと難しい。だからやっていない。

モノやソフト、サービスについてなぜしないかと言えば、公共の電波に関して免許をもらっている身として、それがモノであれ、ソフトであれ、また銘柄であれ、自社関連製品以外の特定のモノをことさら推奨するのは不公正であり、やるべきではないという倫理観や法的縛りの中にいるからだ。特にメジャーと言われる放送局はその姿勢が明確だし、一般的には国民もそれを支持していると思われる。NHK があちこちに手を出すことに反発が強いのも同じ構図だ。放送局は放送だけしている、というのが日本人の一般的な感覚である。

放送局に「今日のあのアナウンサーが着ていたのは、どこのブランドの…」という問い合わせが来るのはしばしばだろうし、実際に私にも経験がある。しかし私の知る限りでは、今のメジャーな放送局というのは善意で個々の問い合わせに対してメールを返信したりすることはあっても、それを画面で告知したり、ネットサイトで「今朝の高島彩ファッション」といったサイトは設けていない。確かにやれば凄く売れるだろうが、少なくとも彼女が出ている「めざまし」という番組にとって彼女のファッションはウリではあっても、実際に売るものではない、というコンセンサスがあるからだ。

ではテレショッピングはどうか。あれはもろに物品を売っている。人気があってテレショッピングで有名になった人もいるくらいだ。芸能人も売れなくなるとこうした番組に出てくる。しかし、そうした番組は最初からそういう狙いで製作されている。この手の番組が多いのは消費者のサイドにこの種の番組へのニーズが高いからであるのは明らかで、もし堀江さんがそれに目を付けたとしたら良く見ていると言える。

しかし、報道番組である「めざまし」に出演していた高島彩アナウンサーが着ていてファッションを、直ちにネットサイトで売るのは、彼が言うところの「WIN-WINの関係」と言えるのかどうか。そういう可能性、ビジネスチャンスがあることは、放送局側も知っていたはずだ。しかしそれはしなかった。放送局はそういうところではないとのコンセンサスが、電波を出す側にも、受ける方にもあるからだ。

ライブドアの堀江社長には、それが「遅い」「ビジネスチャンスを逸している」と映っているのかも知れない。しかしそれは本当に「遅い」「ビジネスチャンスを逸している」のだろうか。筆者には、「遅い」「ビジネスチャンスを逸している」とは思えず、やらないのが健全な常識であるように見える。確かにそこまですれば、日本の放送局は「広告収入に頼らないビジネスモデルを構築」できるかもしれない。手数料収入が入るからだ。しかし、放送局の信頼性はどこに行くのか。公共の電波を与える価値はあるのだろうか。放送に物品を出す企業が著しい有利を獲得しないだろうか。

そこには強い疑念がある。

《 dreaming kid ? 》

技術革新のスピードに比べて、「世の中の変化は遅い」「こんなことが出来るのに出来ない」と考える人は、その他の業界にもいた。「技術面ではそこまで出来るのに、世の中はなぜぐずぐずそんなところでとどまっているのか」と考える人々である。そういう人は普通頭が良くて理解力が優れ、先を読む力がある。しかし彼等は何故かしばしば躓くのである。

これには異論があるかもしれないが、筆者は日本の政界では加藤紘一さん、産業界では一時の出井伸之さんがそうではなかったかと思っている。去年の一月に筆者は日経ビジネスの書評に野中広務さんの「老兵は死なず」(文藝春秋)という本を取り上げたのですが、その本に非常に共感できる一文を見つけた。この本には政治家・野中さんの回想が入っているのですが、「加藤の乱」にも一章が割り当てられていて、あのとき何故「次の総理」を約束されていた加藤さんが森政権への反乱を企てたのかに関する野中さんの分析、というか印象が記されている。野中さんはなぜあの時に加藤さんが反乱に動いたかについて、次のように述べている。198 ページです。

「私は加藤さんはインターネットに狂わされたのだと思う。」

この一文を読んだ瞬間に、「この人は勘がいいな。よく見ているな」と筆者は思った。という私の加藤さんをあの段階で狂わしたのは

「インターネット」

「あの乱の直前に彼が開いた自分のホームページ」

「そのホームページに送られてきた無数の、彼にとっては魅惑溢れるメール」

だったと思っていたからです。今でもはっきり覚えているのですが、あの当時の加藤さんの記者会見の一つに、「私のところには、全国から”加藤立て、このままじゃいかん”というメールが一杯来るのです」という発言があり、その時の加藤さんの顔が非常に高揚していたのを覚えている。その瞬間に私は、「ああ、この人もネット病にかかったな」と思ったものでした。それ以来、私は加藤さんの人生を狂わしたのはネットだと思っていたのです。その後テレビの番組などで御一緒したことはありますが、直接聞いたことはない。しかし間違いなし、と信じていました。それを野中さんがズバッと指摘していたので、納得すると同時に「この人は鋭い」と思ったのです。

これはどちらかというと、その業界でも先進的、新しもの好きの人に一般的に言えることなのですが、新しく出てきた技術を使ってみる、使うと頭が良いだけにその技術の持つポテンシャルが直ちに理解できる、理解できると世の中がどう変わるかも予想できる。たとえそれが遠い先の話しであってもです。

恐らく加藤さん、つまり山形県出身の国会議員にとってみれば、ネット上にホームページを作っただけで全国から大量に送られてくる見ず知らずの人達からのメールは、非常に魅力的で魅惑に満ちたものに見えたはずだし、「自分の味方はこんなにいる」と思ったに違いない。「これは凄い」と。もしかしたら、「こういう世の中になれば、首相も国民が結果的に直接選ぶことになるかもしれない」「もうそういうことが実質的に始まってもいいかもしれない」と加藤さんが考えたとしても不思議ではない。

あの当時の森首相の支持率は酷いものでした。多くの人々が彼の首相としての資質に不満を持っていた。その不満のはけ口となった一つが加藤さんのHPであり、そこへのメールだった。どのくらい届いたかは知らない。しかし、恐らく選挙区選出の議員の想像力を超えていたのだと思います。それが加藤さんを高揚させ、行動させた。だから彼は立った。

しかし何でもそうですが、新しい技術が社会を変えるのは実にゆったりとした時間がかかる。新しい技術を受け入れる側の人間は、人によっても違うが多くの場合保守的です。今でもケータイ電話を使わない人は多い。また、今になってやっとネット技術が家電に入ろうとしている。繰り返すが、生身の生き物である人間が織りなす社会のワーキングを技術が変えるのには、実は凄い時間がかかる。しかも重要なのは、技術そのものが社会を変えるのではなく、世の中を変えるのはその技術を利用する、そして技術を経路とするソフトなのです。電波は社会を変えない。そこに乗る音楽や番組が社会を変える。

加藤さんに理解力があり、頭も良いが故にその技術を社会より先に咀嚼し、行動してしまっただけ。ほとんど「直接選挙」状態を想起したのでしょう。ネットの仮想的な力を垣間見て。野中さんの本にも、『(加藤さんは)「俺のメールをしてみる」と私に言ったものだ』という一文がある。加藤さんは興奮していたのだと思う。

加藤さんがHPを立ち上げた時と今を比べて、ネットが大きく日本の政治を変えたとは言えない。変えているのだろうが、今でも選挙の場でさえ政治家のHPが果たす役割は極めて小さい。選挙法も改正されていないのだ。

浪人時代を経て加藤さんは国会に戻ってきたが、「次の総理」の声は聞こえない。加藤さんにとってネット病は実に高くついた病だったといえる。

《 Is HORIE a digital dream kid ? 》

実は私は、ちょっと違う意味でネットに狂わされたもう一人の人として、ソニーの出井さんを考えているのです。これにも異論があるかもしれない。しかし、彼は2004年初めのビジネス・ウィークで「ワースト経営者」に選ばれた。これは事実である。逆にフォーブスでは松下の中村さんの評価が高かった。

私が最初にそう思ったのは、ソニーのトップが大賀さんから出井さんに代わって暫くして出てきた「digital dream kids」というソニーの新しい標語を見た瞬間でした。「ああ、ソニーは、そして出井さんは高揚しているな」と私は思った。「デジタルで夢を見る子供達」とは、なかなか優れた標語だと思う。しかし、その夢が現実の世界に降りて来るには凄いの時間がかかる。

当時私は彼が出席した講演会やシンポジウムに何回も出席していたのですが、今でも鮮明に覚えているのは、デジタル技術が産業界に及ぼす影響を記者が聞くと彼は必ず、「あなたはそんな呑気な質問をしているが、これはあなたの業界の足下だって揺さぶる話なのですよ……」と記者を逆に脅すように話していた。これがすごく印象的だったのです。そうなんだが、そこまで強調する必要はないだろう、と。新聞社もそんなことを言われなくてもデジタル技術は徐々に入れている。ホリエモンが新聞を持つフジサンケイ・グループを揺さぶっているのだから、彼の予想は当たっていた。しかし、では日本で大手の新聞社が潰れたかと言えばそうでもない。

出井さんの旗振りにもかかわらず、この数年のソニーの業績はいかんせん市場の予想に追いついてこない。筆者は思うのですが、出井さんはデジタルで夢を見ようとした。それがあの標語になった。しかし、良く言えば先を見すぎている、悪く言えば夢に踊らされて現実が見えていなかった。多分このギャップにどこかで気づいたはず。あまり評価もしていなかった液晶やプラズマのテレビ技術が世の中に受け入れられるのを見て、焦りもあったはずだ。

ソニーが打ち出した一つの結論、それはデフレ対策という意味もあっただろうし、「アナログ技術への回帰」の気持ちもあっただけなのでしょうが、出てきたのが一連のクオリア製品だ

ったという気がする。「digital dream kids」に対する自らのアンチテーゼとしてソニーと出井さんは「クオリア」を作った。

しかし、クオリアの一製品である 016 のカメラには欠陥があったことが既に公表されている。一品 3 8 万円のカメラ。故障など出はいけない筈のものです。つまり、ソニーは品質も疑問にさらされる事態となった。他のクオリア製品も売れているとは言えない。政界と産業界で「出色」「異色」と言われた二人の優秀な人間、それを狂わしたのがインターネット、もっと広い意味でのデジタル技術だとすれば、ネットやデジタル技術は罪作りなような気もする。しかし重要なのは、そういう犠牲者を生みながらも、この技術は世界を徐々に、そして確実に変えるだろう、ということだ。

ちなみに今朝の日経経済新聞には一面トップの記事として、「ソニー経営陣刷新」「出井・安藤氏退任へ」と伝えている。まだ「調整中」ということで最終的ではないが、この報道通り両氏が退陣し、出井氏（会長兼グループ CEO）の後任にハワード・ストリンガー副会長が、安藤氏（社長）の後任に中鉢良治副社長が就任するなら、出井時代は著しい業績悪化の中での幕引きとなる。

そしてネット界から出てきた新人類・ホリエモン。彼が言うように、今のテレビ局やラジオ局のサイトは、インターネットの可能性を十分には使っていない。それは確かだ。「番組紹介ぐらいしかしていない」（堀江社長）と言うのは当たっている。彼にとってみれば、自分のサイトではオークションから金融取引、ネットショッピングまで出来るのに、名前の通ったテレビ、ラジオ局のサイトは何をしているのか、という気持ちがある。

しかし、テレビ局のサイトやラジオ局のサイトが今のような形に落ち着いているのには、それなりきの理由がある。局のサイトはヤフーではないし、楽天でもない。局のサイトがアナウンサーのファッションまで売り出したらまずいだろうとか、放送局はやはり銀行や証券会社とつながってはいけないのでは、という常識の上にああいうサイトが出来上がっている。

放送局の公共性の問題もある。アナウンサーのファッションが局のサイトで売れるのなら、アナウンサーや局には貢ぎ物が山ほど届くに違いない。名前をテレビ、ラジオで紹介して欲しい、ネットで販売するかリンクを張って欲しいと。そんな局、そんなアナウンサーでいいのか。良いはずはない。

ライブドアとニッポン放送を巡る問題に関しては、筆者には既視感がある。図式としては珍しくないのだ。アメリカでは AOL がタイム・ワーナーを買収した。「新」による「旧」の買収で、アメリカでも日本でも大きなニュースになった。では、新会社は何を作り出し、新会社のトップになった AOL のスティーブ・ケーシーはどうなったのか。業績は冴えず、彼はトップの座を追われた。堀江社長は「あれは早すぎた」と言った。しかし筆者は問題は時間や時期ではなかった、と思っている。

なぜ失敗したのか。私はずっと、AOL が巨大な資金調達力（ライブドアも今手にしている）

を使って資金の欲しいタイム・ワナーを物理的に飲み込んだものの、結局はタイム・ワナーのコンテンツを作る人々から尊敬を得られず、よって創造的、建設的なものを作り出せなかったからだ、と見ている。そして、最後は両者が抱える「人材の差」だったのではないか。コンテンツを作り出すには、資金も必要だが、最後に必要なのは人である。そして、人の心は微妙だ。

ニッポン放送の社員は先に取り上げたように、圧倒的にライブドアに「ノー」を突きつけた。会社の方針だから「ノーに賛成した」という人もいたかも知れないが、「業務提携したい」と言っているのに、挨拶もなく突然株の買い占めに走った堀江社長やライブドアに良い印象を持っているニッポン放送の社員はいないだろう。放送局の宝は人である。ライブドアがニッポン放送を支配したら、人材の流出が起きるとも予想できる。それは、「焦土作戦」の一環である。人材を流出させ、フジテレビ株など重要な資産を占領軍が来る前に処分するのである。あとには焼け野原しか残っていない、ということである。

ライブドア、堀江社長側が何をしなければならぬのかは明確である。もう遅いかも知れないが、ニッポン放送の一般社員、またはフジサンケイ・グループの番組、新聞、コンテンツを見ている人々に、「ライブドアが経営に当たったらこんなに良くなる」「それは常識から逸脱したものではない」という図式を見せることである。彼はそれを見せていない。見せれば、私が例示したようなとんでもない世界が出てくるので言えないのかも知れない。だとしたら問題だ。

「なんでもありいの」のネットの世界から、彼は「枠組みのある体制」への挑戦をしている。それは事実だ。そこに彼が今の社会に風穴を開けようとしている人間のように見える理由がある。しかし、ある程度の枠組みは法律と人々の常識が作り上げているものでもある。法律や常識の両方とも変わるが、それには時間がかかる。生まれて平均して80年で人生を終える人間が重層的に積み重なっている人間の世界では、やはり時間は「human year」で流れている。決してネットの世界で言う「dog year」での時間の流れではない。

では、ネットと既存メディアの関係はホリエモンがイライラするような状況を続けるだけだろうか。技術的には可能なのに、放送倫理的な、または免許的な垣根が残るかという問題だ。私は残ると思う。やはり、フジテレビのサイトが直接アナウンサーのファッションを売って儲けるとするのが認められるとは思わないし、フジテレビのサイトでバンキングや証券取引が出来るのもおかしい。またはしてはならないと思う。常識が代わるのは、遠い先だ。

今のネットシステムで一番課金のシステムがうまく織り込まれているのは、ケイタイ電話システムである。しかしインターネットでの課金システムはどこもがトライしているがうまくいかない。それはやはり、育ちの違いがある。ネット、さらに言えばPCは前のめりの姿勢で取り組むものだ。対して、テレビは背中を何かにもたれかけて見るものだ。つまり、スタンスが全然違うのである。一人一人が真剣に取り組む、能動的なメディアからは、

お金は取りにくい。逆に受動的なメディアであるラジオ、テレビでは課金システム、広告システムが確立している。だから内容もそれに見合ったものになっている。

改めて言うが、ホリエモンが言うように、ネットと既存メディアは融合すべきだし、招来はもっと融合するだろう。例えば、on demand でのネットでの番組配信は、ネットの高速化が加速する中で、課金システムの整備、著作権に基づく障害クリアが進めば、徐々に一般化・現実化してくるに違いない。そういう意味では、ネットと放送の融合は進む。

しかし、どういう融合が良いのか、社会にすんなり受け入れられるのかは実はまだ手探りなのだ。法的制度の整備も、人々の常識の変化もこの問題を直ちに解決できるほど簡単に進むとは思えない、というのが私の結論だ。だから、今現在での早急な「ネットと既存メディアの融合」を主張するホリエモンは、例え目先の裁判に勝ったにせよ、方向転換をしない限りいずれ大きな壁にぶつかるだろう。

今週の主な予定は以下の通り。

3月7日(月)	フジによるニッポン放送株TOB期限 米国、カナダ産牛肉輸入再開
3月8日(火)	1月全世帯家計調査 2月景気ウォッチャー調査 フジによるニッポン放送株TOB結果公表 米セントルイス連銀総裁講演
3月9日(水)	1月景気動向指数 米ページブック 米シカゴ連銀総裁講演(「米経済見通し」)
3月10日(木)	2月企業物価指数 1月機械受注 米1月卸売在庫
3月11日(金)	2月消費動向調査(月次・全国) 米1月貿易収支

先週もことさら円高にもならない中で、日本の株価が上昇しました。先週まとまってその背景に関する筆者の意見を書いたので今週は書きません。しかし、先週末に日本における個人資産の動きに詳しい人と話していたら私と同じ意見を持っていて、彼は「山が動いている」と言っていました。良い表現だと思いました。

先週出た最も注目の経済指標である米2月の雇用統計は、雇用創出数で26万2000人と予想よりちょっと弱めだが、それでも4ヶ月ぶりの高い伸びとなった。英字紙の一部はこの数字に関して「report that wasn't too hot or cold」と表現していた。

「熱過ぎず、かといって冷た過ぎもせず」と言えば、「Goldilock economy」を連想する

から、株は上がり、そしてなお良いことに債券相場も反発した。ウォール・ストリート・ジャーナルは今回の数字について以下のように述べる。

「The payroll numbers suggested that the labor market continues to be on the mend, but hasn't yet reached full health, analysts said. "Job creation was solid in February but the underlying details indicate this strength was somewhat suspect," said Steven Wood of Insight Economics. "The recent pace of job creation appears to have settled in at a moderate, but not robust, pace."

まだ雇用の伸びは本格的じゃない、と言うわけです。ちなみに、家計調査で算出される民間労働力 (civilian labor force) が15万3000人増えたのに、雇用は97000人減少したために、失業率は5.4%と今年1月の5.2%から上昇した。もっとも1月の失業率低下が予想外だった。労働市場が良くなると、「それでは私も」と働き口を求める人が多くなる。労働市場の全体的な改善にもかかわらず、当初は失業率が上昇するのは、よく見られる現象です。

日本の経済指標については、引き続き1月について良い指標が続くかどうかポイントになる。日本の株式市場は日経平均で先週金曜日まで連続7営業日上昇した。約4年ぶり。ただしその間の上げ幅は380円弱で小幅であり、売りをこなしながらのジリジリとした上昇で、市場の力強さを実感させる内容になっている。過熱感はあまりない。

《 have a nice week 》

週末はいかがでしたか。寒かったですね。あまり外に出たくなかったので、外出は六本木に映画を見に行っただけくらい。見たのは「Sideways (サイドウェイ)」。アカデミー賞の候補になったあまたの映画の中で一番異色だと思った映画で、それがやっと週末に公開になったので。

ははは、笑い転げましたね。題名の通り、「(人生の)わき道」に関する映画だが、実によく出来ている。ワインのように熟成する二人の人生。この映画は他のアカデミー賞作品から比べると格段に安いお金で作られているようだ。

そう言われてみれば、高いお金など必要な場面など何もない。俳優も他の映画では脇役が多い。しかし実に良い味が出ている。映画館中が笑いに包まれるシーンがいっぱいあった。会話の英語も分かりやすい。そしてその笑いの中に人生があるのです。面白かった。

大部分家にいたので、本も一冊読めました。「青いあひる」(文藝春秋)というのです。旧知の水木 楊さんの本。今まで彼が雑誌に掲載してきた短編小説を六編収容しているが、半分これは水木さんの自叙伝だと思う。本の題名にもなっている「青いあひる」などは、恐らく上海生まれの水木さんが日本に引き揚げてくるまでのまだ幼児・子供だった頃の思

い出が中心になっている。最初の「イエスタディ・ワンス・モア」も彼がロンドン特派員だったころの実話がベースになっているのではないか。

実話が題材だが、100%ではない。彼は、「どこまで本当ですか」と聞いても、応えてくれないでしょう。水木さんは、日本経済新聞の論説主幹まで務めたジャーナリストですが、その職を去った後も活発な執筆活動を展開している。その好奇心の旺盛さには私もいつも舌を巻いているのです。仕上がってくるものは、いずれも素晴らしい。

この本は、恐らく水木さんを知っている私のような人間の方が面白く読める。しかしそうでない人にも、興味深く読めるのではないのでしょうか。この六編の中では、私は「イエスタディ・ワンス・モア」が一番好きで、次が「青いあひる」かな。「青いあひる」は捕らえようによっては重要な歴史証言になっていると思う。

それでは、皆さんには良い一週間を。

《当「ニュース」は、住信基礎研究所主席研究員の伊藤 (E-mail ycaster@gol.com) が作成したものです。許可なき複製、転送、引用はご遠慮下さい。また内容は表記日時に作成された当面の分析・見通しで一つの見方を示したものであり、売買を推奨するものではありません。最終的な判断は、御自身で下されますようお願い申し上げます》