

# 中国のデジタル・イノベーション

活発化する都市と競争力を高める地元企業との好循環が生まれている。

亜細亜大学 都市創造学部  
教授 後藤康浩

## 更地に建物を建てるように

中国では3つの分野でデジタル・イノベーションが加速している。製品とそれに込められた技術にかかわる「プロダクト・イノベーション」、工場の生産効率を上げるためのIoTなどの「プロセス・イノベーション」、そしてEコマース、電子決済、スマホアプリなどの「サービス・イノベーション」である。先進各国も当然のように力を入れているが、伝統的な産業、企業では従来の技術、手法、成功体験に阻まれ、デジタルイノベーションの推進は決して容易ではない。それに比べ、中国は更地に建物を建てるような容易さでデジタル・イノベーションが進んでいる。

## 国際特許出願の半分が深圳から

中国の「政治首都」は北京、「経済首都」は上海であることに誰も異論はないだろう。では、デジタル・イノベーションを担う「デジタル首都」はどこか？ 間違いなく深圳である。そして深圳は米シリコンバレーと並び、世界のイノベーションを牽引する街になりつつある。深圳ではプロダクト・イノベーションを牽引している企業の層は分厚い。

売上高10兆円を超え、スマホで2018年第2四半期には世界シェアでアップルを抜いて2位に立った華為技術(ファーウェイ)、次世代の5G通信では世界のトップ集団にいるZTE、さらに東南アジアなど途上国市場に強いスマホメーカー、OPPO、Vivoを傘下にもつ步步高(BBK)、電気自動車の生産台数世界トップのBYDなどなど。新

興勢力ではドローンで世界シェアの70%を握るDJI、デジタル知育玩具のMakeblockなどがある。

一方、サービス・イノベーションではゲームやSNSの巨大企業であり、株式時価総額世界7位の騰訊(テンセント)が圧倒的な存在感を示す。中国のデジタル・イノベーションの大きな特徴は、Eコマース、電子決済が先進国以上に膨張、普及し、東南アジア、インドにも広がっていることである。テンセントはメッセージャーの微信(WeChat)をベースにWeChatPayと呼ばれるQRコードを使った電子決済を展開、アリババの推進する支付宝(Alipay)とアジアを舞台に陣取り合戦を展開している。電子決済と背中合わせのように急膨張したのがEコマースであり、テンセントはEコマース2位の京東(JD)と資本提携し、天猫(Tmall)や淘宝(タオバオ)を推進するアリババと対抗している。



深圳の中心部に完成したテンセント新本社

こうしたイノベーションの担い手である深圳企業はグローバルにみても高い研究開発能力をもっており、世界知的財産機構(WIPO)が公表する企業別の特許出願で2015年以降、トップはZTEと華為技術が占め、3社がトップ10に入っている。中国の中で比較すると、国際特許出願の約50%が深圳から出願されている(図表1)。

図表1：国際特許出願件数 企業ランキング (2016年)

順位	企業名	国	件数
1	中興通迅 (ZTE)	中国	4123
2	華為技術	中国	3692
3	クアルコム	米国	2466
4	三菱電機	日本	2053
5	LG エレクトロニクス	韓国	1888
6	HP	米国	1742
7	インテル	米国	1692
8	京東方科技 (BOE)	中国	1673
9	サムスン電子	韓国	1672
10	ソニー	日本	1655

出所：WIPO

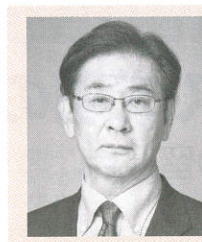
## 産業集積とグローバル市場の近さ

では、40年前に経済特区になり、労働集約型産業を外国から誘致する街だった深圳は、なぜこのようなイノベーションの街になったのか？ 鍵はモノづくりの基盤にある。広東省は電子・電機産業と自動車の世界的な集積地であり、中国企業から台湾、日本、韓国など様々な業種の製造業、さらに素材、加工、部品、組み立てなど様々な工程の企業が集まり、技術を競い合っている。深圳は周囲に広がる産業集積を活用し、アイデアを具体的な商品に転換できる特別な場所になった。外国企業の技術模倣ではなく、中国の若い世代が頭に描いた独自の技術、製品が開花できる場所を得た。

もう1つ重要な要素は、グローバル市場との近さだ。もともと鄧小平氏が深圳を経済特区として選んだのは、市場経済の香港に近く、香港を通じて世界とつながっていたからだ。21世紀に入ってから深圳は米欧の投資ファンドなどが有望なスタートアップ企業を探しに入り込むようになり、人脈の面でも世界と直結した。深圳企業の多くが初期段階からグローバル市場を目指すのはそのためであり、莫大な購買力<sup>ばくち</sup>をもちながらも政府や共産党の介入を受ける恐れのある国内市場にこだわらなかったのである。

## 都市とともに競争力を高める企業

今、深圳では年間38万社のスタートアップ企業が誕生する。日本一国の2倍以上の起業活力で



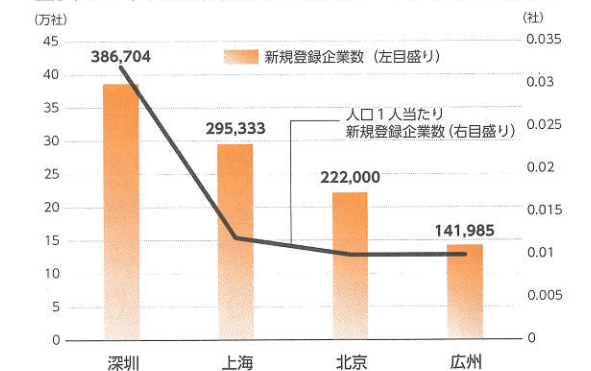
(ごとう・やすひろ)

日本経済新聞社入社後、社会部、国際部、バーレーン支局・欧州総局(ロンドン)駐在、中国総局(北京)駐在等を経て、東京本社で編集委員、論説委員、編集局アジア部長等を歴任。2016年から現職。主な著書に『アジア力』『資源・食糧・エネルギーが変える世界』『ネクスト・アジア』など。

ある。スタートアップの多くは数年後まで生き延びてはいないが、若者は何度でもチャレンジできる。その舞台に中国国内だけでなく、世界から起業を目指す若者たちが集まってくる。

もちろん中国でデジタル・イノベーションを担っているのは深圳だけではない。大学発ベンチャーが多い北京の中関村、アリババの本拠がある杭州などもそうした活力がある(図表2)。

図表2：中国の都市別の企業スタートアップの活発さ



出所：国民経済・社会発展統計公報などからJETRO 広州事務所作成資料 2016年

重要なのは、中国のイノベーションは都市を舞台に進展しており、特定の場所が活力をもち成長すると、それをモデルに他の街が活発化し、都市と共に地元企業も競争力を高める。アジアは都市を軸に成長戦略を描く必要がある。



後藤康浩 著  
『アジア都市の成長戦略』  
慶応義塾大学出版会