

本論文は

# 世界経済評論 2018年7/8月号

(2018年7月発行)

掲載の記事です



## 世界経済評論 定期購読のご案内

年間購読料

1,320円×6冊=7,920円

# 6,600円

税込

17%

送料無料  
OFF



富士山マガジンサービス限定特典

※通巻682号以降

定期購読  
期間中

## デジタル版バックナンバー読み放題!!



世界経済評論 定期購読



☎0120-223-223

[24時間・年中無休]

お支払い方法

Webでお申込みの場合はクレジットカード・銀行振込・コンビニ払いからお選びいただけます。  
お電話でお申込みの場合は銀行振込・コンビニ払いのみとなります。

Fujisan.co.jp  
雑誌のオンライン販売



## 中国のイノベーション：「大衆創業・万衆創新」

上海科学公共政策研究センター理事長・復旦大学日本研究センター理事 張浩川

### (1) 大衆創業・万衆創新の成果と問題

中国の李克強首相が2014年のダボス会議（World Economic Forum）で「大衆創業・万衆創新」（全国民による創業・創造革新）理念を打ち出して以来、新たなトップダウン型の挙国運動が急展開をみせた。挙国体制の運動は、中国の近代史において珍しいものではなく、「創新」を加えるものも多々ある。そもそも改革開放政策そのものは中国発の大型イノベーションである。

李首相の「草の根創業」の呼びかけに、真っ先に動き出したのは国務院であった。李首相の提唱の下で、2014年から2017年まで国務院及び関連政府部門は、計45の施策を公表し、このイノベーションブームに追い風を吹き込んでいった。その結果、中央政府から地方政府の隅々まで、国有企業をはじめとする産業界から学生を育成する教育界まで、新たな創新運動が急ピッチで展開された。その成果は以下「6大増」として国内では大々的に宣伝されている。

1. 新規登録企業数の増加；2014年1,293万社（前年比46%増）→17年1,774万社（14年比37%増）
2. 新規求人数の増加；146万人（16年上半期、全国248都市）
3. 大型企業の「双创運動」促進プラットフォームの増加；100以上新設（中央直轄企業ベース、前年比倍増）
4. 新規特許申請案件の急増；2014年（92.8万件前年比13%増）→17年138.2万件（14年比49%増）

5. 戦略的新興主幹事業の売上増；2014年14.9兆元（前年比14%増）→17年23.2兆元（14年比56%増）

6. 第3板新OTC市場（New Over the Counter Market）上場企業の急増；2014年発足356→1,572社→17年1万1630社（14年比7.4倍）  
「双创運動」は、今までの挙国運動と同様、中国全体にプラスの効果を呈している反面、新たな問題もたらしている。

なかでも創業に伴うリスクの問題がある。馬雲、馬化騰等自主創業で市場に勝ち抜いてきた新興の億万長者に憧れている若者が、市場経験はともかく、基本的なリスクヘッジさえも意識せずに「双创運動」に便乗したいといった安易な発想で、一攫千金の夢だけを抱いて激戦を繰り返しているマーケットに突入した。実情を表す正式な統計数字は不詳であるが、その悲惨さは想像を絶するものになるだろう。

また、国務院発の号令をはじめ、各地方政府から打ち出された各種施策は2,000以上ともいわれている中、実際に今回のイノベーションブームに応用された状況は、それほど芳しくない。『南方週末』、「大粵網」、騰訊等で連合実施した「創業優遇政策実施状況アンケート調査」（2015年末全国1,310個創業チームを対象とする調査）で目立ったのは、調査対象の89.8%が政府の創業支援政策に「全く分からない」、90.5%が「創業支援を申請したことがない」、89.2%が「創業支援の申請が難しい」とした回答である。

その上、今まで同様各地方政府が業績を粉飾する統計数字の数合わせの問題、実際の創業、創新

の質の問題、知的所有権侵害の問題など、「双创運動」がもたらした問題も山積みといえる。

## (2) 「大衆創業・万衆創新」がもたらした 国民生活の変化

伝統的な中国の国民生活は「衣食住行」で表わされる。庶民が評価する生活水準の向上も「衣食住行」に集約される。確かに、中国の貧困人口は3,046万人（2017年国家统计局）とされるが、国民全体で言えば、2017年一人当たりGDPは59,660元（約8,836米ドル）、一人当たり可処分所得も25,947元（約3,846.9米ドル）に達し、ジニ係数も0.469と5割を下回った。その意味では、平均した中国の国民生活水準は飛躍的に向上しているともいえる。

最近の傾向を見ると、「衣」関連ネット消費は急騰している。2016年中国の紡績服装のネット消費は4.45兆元に達し、全国ネット商品の20.23%を占めた。デパートで試着、ネットで購入というのは、衣類系の新消費モデルともなっている。

「食」に関して、「餓了么」、「美团」の二大グループが、都市部の出前市場を席卷している。メニューは、ハンバーガー、ピザといったファストフードのみならず、和洋を網羅する食事に対応できている。上海、北京などの大都市では、出前で伝統的な小籠包、ワンタン、餃子から刺身、ステーキ、スパゲッティまで品揃いは実に豊富である。

「住」に関しては、長引く不動産ブームがある程度落ち着き、新居を購入した国民は住宅環境の一層の改善に注力し始めた。家具、家電等も人工知能への展開が見られ、人工知能の掃除機、冷蔵庫をはじめ、子供向け学友ロボット（家庭教師機能等満載）まで登場している。

「行」に関しては、高速鉄道、航空産業等の急成長に伴い、旅行産業も新興産業として脚光を浴びている。現在、中国人観光客はすでに国内の旅行に満足せず、世界各地へ出かけている。また、日常生活においても、2017年に国民1,000人当

たりの車保有台数は140台に達した。各都市とも地下鉄の建設に励んでいる。ここで特筆しなければならないのは、OFO、モーターバイク、Hello Bike等のシェアリング自転車の急台頭である。日本にも進出し始めた同サービスは、まさに世界に影響を及ぼす「中国発の大創新」である。

これら中国社会の「衣食住行」の変化を支えているのは、ネット技術の日進月歩である。今や中国社会全体がネット無しではうまく回らないほどだと言っても過言ではない。

とりわけ、ネット決済の功績は絶大である。今日の中国には、デパート、スーパー、コンビニ、露天の屋台まで電子決済が浸透している。アリペイ、WECHATなどの支払い方式が、中国の都市部ではもっともポピュラーな決済方式として使われている。中国の若者から見れば、携帯電話さえあれば、何でもOKというほどである。

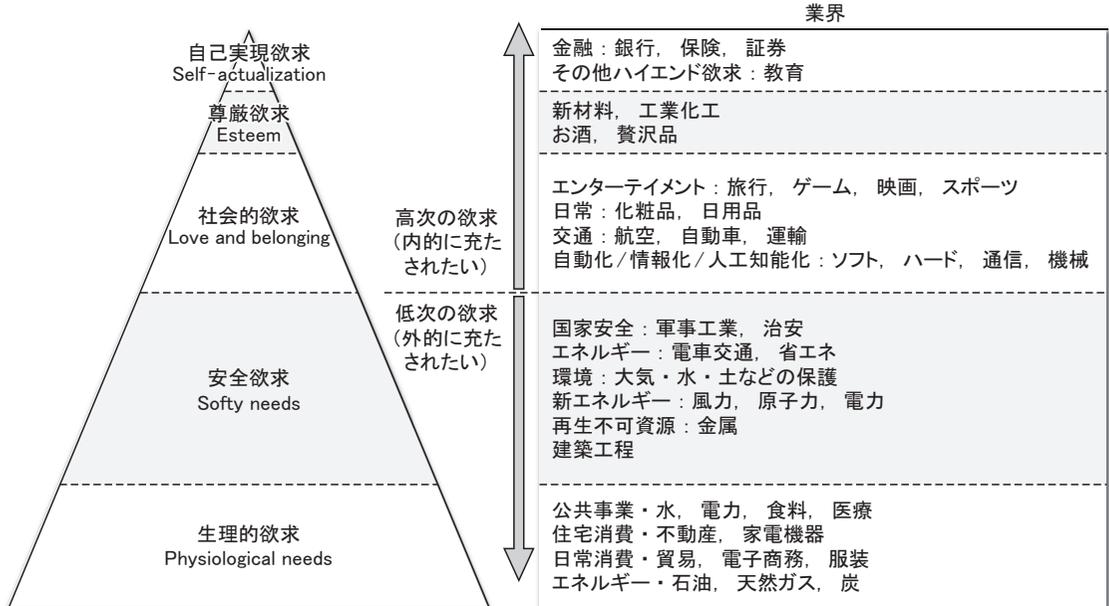
ネット販売からスタートし、川上から、川下まで、そして決済機能まで貪欲にチャレンジしている中国のEビジネス企業は、今回の中国のイノベーションブームの牽引車とも言える。その意味では、前述した無謀な若者の創業でも、既存のEビジネスの業界トップ企業でも、ネット技術の進歩に便乗し、更なる発展を図っている。言い換えれば、ネット技術の進歩こそ、「大衆創業・万衆創新」の源泉である。

## (3) マズローの欲求五段階説からの展望

周知のように、技術進歩にはそれぞれの発展段階に応じてそれぞれの局面で限界を迎える。ネット技術頼りの技術進歩はいずれ限界が来る。となると、次に探求すべき課題は中国のイノベーションの次の展開はどこへ向かうかである。

ここで、あえて、人間社会の共通課題であるマズローの欲求五段階説（Maslow's hierarchy of needs）を用いて、今後の中国社会の行方を探ってみよう。マズローの欲求五段階説によれば、人間の欲求は生理的欲求（Physiological needs）、

図 マズロー欲求五段階説 (Maslow's hierarchy of needs) 及び相応産業関連図



(出所) 財富自由兼得「マズロー模型が投資に対する示唆」、SINA-BLOG。

安全欲求 (Safety needs)、社会的欲求 (Love and belonging)、尊厳欲求 (Esteem)、自己実現欲求 (Self-actualization) から構成されている。また、一般的に、一人当たりの GDP の変化は、この五段階を大きく左右しているとも言われている。先進諸国の経験で見れば、一人当たり GDP が 3,000 米ドルを越えた時点で、生理的欲求が満たされ、社会全体は次のステップを目指して動き出す。一人当たり GDP が 8,000 米ドルを超えると、安全欲求が満たされ、社会全体は社会的欲求に走り出す。

確かに、現在の中国においては、時に日欧米等の先進諸国よりも商品やサービス分野で技術的に進んでいる現象が表れているが、マズローの欲求五段階説から見れば、中国社会は今社会的欲求を求める段階に突入している。「中国人は、より開放的であり、プライバシーに対する敏感性が薄くて、その分はプライバシーと便宜性との交換を望

んでいる」。百度グループの李彦宏董事長のこうした分析は、中国社会をより現実に引き戻した。

図にある、エンターテインメント、日常、交通、自動化/情報化/人工知能化に属する諸関連産業も今中国で最も急成長している分野でもある。

実際、ネット技術はこれらの産業を支えているが、技術はあくまでも人類社会発展の道具に過ぎない。この意味では、技術の発展も人間の根本的な欲求の延長線上にあることに違いがない。すなわち、ネット技術、あるいは、次の中国のイノベーションブームを牽引する技術も最終的に中国人、中国社会の発展のためのものに他ならない。こう考えると、今後中国のイノベーションが進む主な分野は、やはり尊厳欲求に関連する新材料、化学工業、酒類、贅沢品などの領域、また、自己実現欲求に関する金融、銀行、保険、証券、教育などの領域が注目されるべきであろう。

(ちょう こうせん)