

イノベーション都市・深圳を視察して

日中関係学会・中国ビジネス事情研究会
藤村幸義・菅野真一郎・小山雅久・雷海濤

藤村 深圳は「近未来都市」と評されるが、その通りの印象であった。深圳の発展は 1979～2002 年が第 1 段階で、労働集約型産業が主だった。2002～11 年が第 2 段階で、産業の高付加価値化を目指した。それから現在までが第 3 段階で技術開発や起業の拠点として位置づけられている。現在深圳の 1 人当たり GDP は中国第 1 位、GDP は 38 兆円で、東京の 94 兆円には及ばないが、香港の 36 兆円を抜いた。

深圳の特徴とし、まず若者の街であることが挙げられる。人口 1,119 万人の平均年齢は 32.5 歳、最近では海外からの帰国者（海亀）や台湾からの移住者（脱台）も目立つ。第 2 は豊富な資金である。活発な起業を支えているのは、ベンチャーキャピタル（VC）、政府の補助金、成功した企業からのファンドである。第 3 の特徴は中央政府から遠いことである。

深圳のイノベーションの仕組みを見てみよう。カネの面は VC などの豊富な資金、モノの面では深圳周辺の産業集積、また秋葉原以上といわれる華強北の部品流通の集積がある。インフラ面からは大学の研究所やアクセラレーター、インキュベーター、ソフトウェアパークなどが起業を支える。「深圳スピード」という言葉がある。シリコンバレーでは 1～2 年かかる製品開発が深圳では 3～6 カ月で可能だ。また価格も 1/3 程度に抑えられる。オープンイノベーションという考え方も強い。

最近中国企業は国際特許でも目立っているが、その約半分が深圳企業によるものである。深圳の有名企業は携帯電話のファーウェイ、OPPO、VIVO、ZTE、通信の Tencent、ドローンの DJI、EV の BYD、電子機器組み立ての Foxconn などが挙げられる。変わったところでは医薬品の BGI などである。視察団は華強北やアクセラレーターの「科技寺」など起業支援施設、清華大学深圳研究生院（大学院）、また OPPO、BYD、DJI といった成功したベンチャー企業を視察した。いずれも成長軌道に乗っているとの印象を受けた。一方技術レベルの点で見ると、基幹部品はなお海外企業に依存しており「社会実装型」「ジェネリック」といった側面も強い。

今後深圳は香港を含めた華南経済の中心になることが期待されている。中でも「特区中の特区」と呼ばれる前海自由貿易区では世界中からの投資ファンドを誘致する試みが進んでいた。日本企業は第 2 段階で進出した企業が多いが、苦戦しているところもある。日本企業は中核部品を深圳から日本に持ち込む、あるいは日本の技術を深圳に持ち込んで製品化するといった方向性が考えられる。現地では伊藤忠が事務所を再開したり、トヨタが深圳での事業を強化したりするなどの動きがある。

小山 私からは違う視点で問題提起したい。ひとつは深圳がなぜブームになっているのか。深圳は広州、香港、マカオと言う華南のビッグベイエリアにある。また多くの人が中国各地から移住している深圳は、他の地域と違って普通話話されるマンダリンワールド

になっている。

現在中国の地域開発では、習近平政権が力を入れる雄安新区のほか、北京の中関村、上海の浦東、重慶の両江、天津の濱などの新区が挙げられるが、イノベーションを唱って動いているが棲み分けはどうなっているのか、まだまだ見えないところが多い。それぞれの地域が競争を繰り広げているようだが、他の地域は政府の関与が目立っているのに対し、深圳は放っておいても発展できる地域と言う中国関係者もいる。

2 点目は米国のシリコンバレーとの比較。日本人は現地のエコシステムに十分入り込んでいないと言われる。一方中国人は活躍している。一例を挙げると浙江大の出身コミュニティは 5,000 人、清華大は 15,000 人もいて（有機的に）活発に動いていると言われている。深圳でも同じような状況だとすれば日本企業のビジネス展開は難しい面もあると思う。

雷 視察した企業についてコメントしたい。EV メーカーの BYD はもともとリモコン用の乾電池からスタートした。のちに携帯電話の電池、PC の充電電池から EV 用の電池への事業を深化させた。その一方で一本足打法からの脱却も目指し 2002 年には自動車事業に参入ののち、EV（乗用車やバス）を展開した。最近では都市交通への参入など多角化も進めている。深圳では BYD のタクシーに乗車したが、音は静かで快適だった。ただし車としての完成度や充電インフラなどまだ問題点も残されている。ただ中国では初期段階では大胆に試行錯誤を行い、問題が出たら規制をかけるのが一般的で、日本のように規制ありきではないのが特徴だ。また企業としての BYD は売上高のほとんどが国内で、日本に EV バスを輸出しているとはいうが、海外展開はこれからの大きな課題だ。

つづいて携帯電話の OPPO。10 年ほど前から携帯電話に参入し、5~6 年前から成長軌道に乗った企業である。地方都市を中心にシェアを伸ばし、最近では東南アジアにも輸出している。一方で国内市場は成熟化も目立ち、どのようにオリジナリティを発揮していくかがカギを握っている。

印象的な場所がアクセラレーターの「科技寺」だった。月 1,500 元の家賃で机一つのスペースを借りて、起業のプランを練ったり、エンゼル投資家を探したりする。大半が起業に失敗するというが、失敗に寛容なのが深圳の特徴である。また外から来た人に寛容な点も深圳のいい点だろう。深圳全体が大きな実験場であると感じた。

菅野 かつて輸出加工区にあった工場は深圳から 60~90 キロ離れた場所に移転し、跡地がアパートやオフィスビルに変わっていた。高速道路や地下鉄が縦横に走り、すっかり近代都市に生まれ変わっていた。

その上で 2 点指摘したい。第 1 は現在の深圳のイノベーションの DNA として、かつて輸出加工区に進出してきた 50 万社とも言われる OEM を中心とするメーカーが、数多くの技術者を育成してきたことを挙げたい。他の地域では数カ月かかる試作品の生産が、深圳では 2~3 週間で可能であるといわれるが、その背景にはこうした事情がある。

第 2 は深圳市政府が人材の育成に力を注いできたことだ。深圳は 2000 年前後から高付

加価値産業への転換を図ったが、当時の張高麗書記が名門大学の清華大、北京大、ハルビン工科大の大学院大学を深圳に誘致した。清華大学を例にとるとその敷地面積は当初の10万平方メートルから、現在は25万平方メートルへの拡大を計画しているそうである。これまで17年間で640名の博士を含め8,481名の卒業生を輩出し、2017年は50名の博士課程を含め950名が入学している。経済発展の前提になる人材についての深圳の先見性は印象深い。