

# 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)。