

深圳出張見聞録

肖敏捷

2019/1/15

新年早々、3泊4日のスケジュールで中国の深圳市を訪問した。1999年から2005年までの間、筆者が香港駐在した頃、頻繁に深圳を中心とする広東省を訪問した。その後も、出張ベースで足を運んできたため、「深圳通」としてそれなりの自信があったはずだ。しかし、今回は一つの出張先で3泊という筆者なりの異例の長さもあって、深圳の強みと弱みについて、目と足を使いながらじっくり考えることができた。

(深圳の強み)

ほかの中国の都市と比べて1978年に経済特区に指定された深圳はその若さが際立っている。それは都市のインフラ施設などのみでなく、人口構成も若い。この点について、過去40年間、中国の改革開放を牽引してきた深圳の一番の強みだったのは周知のとおりだ。

重要なのは、40年後の深圳は依然若さを保っていることだ。町中を走っているタクシーは全部電気自動車に切り替えられ、頂上に変な屋根を付けていたビルも姿を消し、東京の丸の内を彷彿させるお洒落なビルが急増している。人件費の高騰で「世界の工場」が落日し、ブルーワーカーが次々と深圳を去っていくと同時に、ITなどのイノベーションを起こすため、優秀な人材が次々と深圳に集まってくる。大学発ベンチャーなどが集積するハイテクパーク周辺のビジネスホテルを利用したが、朝食の時、宿泊客のほぼ全員が二、三十代の若者たちだった。

ある産業ロボットベンチャーを訪問した際、マネジメントから現場の開発担当者まで全員が若者だったのは印象的だった。コンテナ港の近くにある古い倉庫を借りてロボットの開発や実験を行っている現場を目の当たりに、筆者が思わずドラマの「下町ロケット」の佃製作所を連想してしまった。

その若さはインフラや人材のみでなく、ビジネス慣習にも表れている。ある地場の製薬会社を訪問した際、行政部門の許認可などについて、担当者は深圳に比べてほかの都市が話にならないほど遅れていると愚痴をこぼしたことが印象的だった。

都市が若ければ、消費力の高さや社会保障負担の軽さなどがよく強調されているが、何回失敗してもやり直せるのは最大の強みではないかといえる。これはおそらく深圳が中国のイノベーションの最前線に居続けられる秘訣かもしれない。

(深圳の弱み)

車で香港から深圳に入った途端、深圳がやはり中国の深圳だとすぐ実感できる。日本から持ってきたスマホは通話以外にほとんど無用の長物となり、毎日欠かさずにチェックする日本の経済紙すらアクセスできなくなってしまった。これは深圳にとってもどうしようも話で、今更始まった事態ではないが、政治はともかく、海外の情報を接するチャンスが限られている中、イノベーションについて若者たちの発想も視野も影響を受けかねないのは果たして杞憂だろうか。ちなみに、中国出張

の際、書籍を持ち込み、ネットサーフィンより読書というアナログ的な手段を選ぶのは、いらいらさを克服する筆者流の対応の仕方だ。

また、中国のほかの大都市と同じく、不動産価格の高騰が若者たちの将来を奪っている可能性が否定できない。政府の後押しもあって、若者の間でスタートアップやベンチャーを興すブームが沸き起こっていることは評価すべきだが、ゲーム感覚でビジネスを立ち上げたり撤退したりするのは憂慮すべきだ。町の中で放棄されているシェアリング自転車を目撃するたび、安易に若者たちに起業を勧める行政やマスコミの無責任さを痛感してしまう。

(中国経済の先行き)

中国経済の現状と今後について、筆者が会った関係者のほとんどはかつての高揚感が微塵もなく、「厳しい」と口をそろえている。いうまでもなく、米中貿易戦争が影響を及ぼしているのは確かだが、構造改革が遅々として進まず、経済成長が大きな壁にぶつかっているその閉塞感が広がっているのは実情だ。

「旧経済」が音を立てて崩壊しながら、「新経済」がまだよちよち歩き始めた中、この閉塞感を払しょくするため、相当の時間を要するのはやむを得ない。中国の関係者の間で「次は何をやるべきか」という問題意識が高まるにつれ、日本などに学びたい意欲も日増しに強まっていることを体感した。

(深圳ブーム報道について)

日本のマスコミに報道されている通り、イノベーションにしても、インフラにしても、中国の中で深圳がとびぬけて優れていることは紛れもない事実だ。しかし、筆者からみれば、深圳は依然粗削りの原石にすぎず、まだ磨きをかける必要があり、一部のマスコミや学者が「深圳ブーム」を過剰に煽っている嫌いは否定できない。

例えば、深圳ではキャッシュレス化が完全に定着している。しかし、そもそもキャッシュレスはあくまでも支払い手段にすぎず、その手段を活用し、国民により便利でよりいいモノやサービスを提供するのは最終目的だ。残念ながら、中国の病院やスーパー、百貨店などの現場を見るかぎり、中国人観光客がなぜ日本で「爆買い」に走るのか、よく理解できる。目的と手段を履き違える企業が少なくないためだ。

インフラにしる、キャッシュレスにしる、中国の優れた「手段」を活用し、優れた品質のモノやサービスを提供することは、日本企業にとって合理的な選択であろう。例えば、中国の大都市ででは、外見でどんな立派なオフィスビルでも、日本の基準からみればトイレの清潔さが明らかに不合格なところが多く、非常にもったいないような気がする。しかし、羽田空港流のメンテナンスサービスで清潔なトイレにするだけで、そのオフィスビルの価値が上がるかもしれない。これからの中国ビジネスは「画竜」より「点睛」のほうが生産的だといえよう。

以上

.....
2018年11月からAIS CAPITAL 株式会社に加入した肖敏捷は代表パートナーとしての仕事を展開しながら、独立系エコノミストという立場から、今後、このメールマガジンを通じて不定期に中国経済などに関する情報を発信いたします。微力ながらお役に立てれば幸いです。

AIS CAPITAL 株式会社

代表パートナー 肖敏捷 TEL 03-6386-4360 HP:www.aiscapgroup.com

〒100-6510 東京都千代田区丸の内1丁目5番1号新丸の内ビル10F
.....