中国における持続的発展の可能性 --インターネット関連産業を通じて--

慶應義塾大学経済学部 駒形哲哉研究会 14 期

尹名玥

呉昇姫

大橋慶也

木原淳貴

小暮亮介

芹川哲也

夏目智行

李航

要旨

本稿はインターネット産業を通じて「2つの罠」を乗り越え、中国が中高成長を維持することが可能か論じることを目的としている。実証をする上で、実際にフィールドワークを行った際に得たインターネット関連企業の事例を採り上げる。

2010年以降の中国経済は、従来の高成長から中高成長に移行したことに象徴されるように「新常態」に突入している。その上で中国は「中所得国の罠」と「体制移行の罠」という「2つの罠」に陥っていると懸念されており、今後も持続的な中高成長を実現するためにはこの「2つの罠」を乗り越えることが必要であるとされている。「2つの罠」を乗り越える方法としては、①投資・輸出主導型から消費主導型の経済へ②産業構造の転換③投入量拡大から生産性の上昇へ④格差の是正⑤行政手続きの効率化、という5つが挙げられ、本稿ではインターネット産業がこれら5つに対してどのような貢献をもたらすかについて論じる。

インターネット産業の貢献を論じるにあたって実態的な検証を行うために「宇賀神電機株式会社」「アリババ株式会社」「新浪日本総合ネットワークグループ株式会社」「アスクル株式会社」(訪問順)の4社に伺い、各企業の中国における事業展開、インターネット関連産業の現状・今後の見通し、中国政府の支援の有無などについてフィールドワークを行い、前述した5つの方策との関連性について考察した。その結果、EC、電子決済サービス、ビッグデータなど新産業の発展や、農村におけるインターネット整備、行政における業務の効率化といった点で貢献をしていることが明らかになった。また、5つの方策以外に中国独自の「曖昧な制度」の存在が明らかになっている。この「曖昧な制度」によって利益を上げて成長しているインターネット関連企業の事例が多く、成長に大きなアドバンテージを与えているといえる。

中国が「2つの罠」を乗り越えるにあたっては、インターネット関連産業の貢献及び制度の曖昧さが重要な役割を果たしている。以上により、新常態の中国は中高成長を維持していくことが可能である。

目次

第0章 はじめに

第1節 問題意識

第2節 先行研究

第3節 論文構成

第1章「新常態」の背景及び現状

第1節 高成長からの減速

第2節 中国の前に立ちはだかる「2つの罠」

第1項 中所得国の罠

第2項 体制移行の罠

第3節 「2つの罠」を乗り越えるためには

第1項 中所得国の罠

第2項 体制移行の罠

第4節 「2つの罠」を越えるための政府の方針・政策

第5節 小括

第2章 「新常態」を支えるインターネット産業

第1節 中国におけるインターネット産業の現状と効果

第1項 中国国内のインターネット普及率

第2項 インターネット普及が与える効果

第3項 インターネットによる経済効果

第2節 フィールドワークの意義と訪問企業一覧

第3節 小括

第3章 フィールドワークに基づいた検証

第1節 ネットによる消費拡大

第1項 電子商取引(EC)

第2項 アリペイ(支付宝)

第3項 ネット上での広告

第2節 産業構造の転換

第3節 投入量拡大から生産性の上昇へ

第1項 ビッグデータ

第2項 IoT

第4節 格差の是正

第1項 インフラ格差の是正

第2項 機会格差の是正

第3項 所得格差の是正

第5節 行政効率の向上

第6節 制度の曖昧さ

第1項 製造業における曖昧さ

第2項 インターネット関連産業における制度の曖昧さ

第7節 小括

第4章 終わりに

[参考文献]

[参考論文]

[参考資料]

[参考 WEB]

第0章 はじめに

第1節 問題意識

中国共産党が 2015 年 11 月 3 日に発表した第 13 次 5 ヵ年計画草案に関連し、習近平 国家主席は 2016-20 年までの期間中の年平均成長率は 6.5%以上が必要と発言している。 この従来型の高成長から中高成長への構造改革を「新常態」と称している。また世界 銀行によるレポート"China 2030"では「中国における GDP 成長率は 2026-30 年には約 5%に収束する」と述べている。

しかし、年平均成長率 6.5%以上を現状のまま実現することは難しく、「中所得国の罠²」と「体制移行の罠³」の「2 つの罠」に陥ったのではないかと懸念されている。前者は、ルイス転換点⁴の到来によって農村の余剰労働力が解消され、後発の優位性⁵及び成長率が低下することである。後者は既得権益集団がより一層の変革を阻止し、前者と同じく成長率の低下をもたらすことである。現在の中国では、労働力不足が労働投入量の減少をもたらし、高齢化に伴う貯蓄率の低下が投資を抑えている。そのなかで中国が潜在成長率⁶を向上させるためには、経済成長の原動力を労働力や資本といった投入の量的拡大からイノベーションによる生産の向上と産業の高度化へと切り替えていくことが求められる。

また現在中国では、インターネット活用による新サービスの創造を企画した「インターネットプラス⁷」などの大型政策が打ち出されていることからもわかるように、先進的なインターネットサービスが続々と生まれ、今後インターネット関連産業において世

 1 「成長率が低下しても質と効率の高い持続可能な発展」を可能とさせる一連の政策を意味しており、2016年から始まる第 13 次 5 ヵ年計画に引き継がれる経済政策の中心テーマに位置付けられている。此本 松野 川嶋[2016]p.10

² ある国が、一人当たり所得が世界の中レベルに達した後、発展戦略及び発展パターンを転換できなかったために、新たな成長の原動力を見つけることができず、経済が長期にわたって低迷することを指す。関 [2013/04/05]

³ 計画経済から市場経済への移行過程で国有企業などの既得権益集団が、より一層の変革を阻止し、移行期に「混合型体制」をそのまま定着させようとする結果、経済社会の発展がゆがめられ、格差の拡大や環境破壊といった問題が深刻化していることである。関[2013/04/05]

⁴ 一発展途上国の経済が農業部門と工業部門から構成され、工業部門の発展に従って農業部門の過剰労働力が工業部門に吸収される。この過剰労働力が完全に工業部門に吸収される点が転換点。転換点に達したのちは労働市場で労働力不足が発生し、実質賃金の上昇をもたらす。山本[2012]

⁵ 先進国よりも先進国から技術や機械を導入する後発国のほうがより速いスピードで技術を向上させることができる。丸山[2013]p.150

⁶ 労働投入量の拡大による寄与度、資本投入量の拡大による寄与度、全要素生産性の上昇の寄与度という 3 つの要素に分解できる。関[2016a]p.7

⁷ インターネット産業の更なる発展を目指すべく、2015 年 3 月に開催された第 12 期全国人民代表大会第 3 回会議の「政府活動報告」において、李克強首相が策定した計画であり、「モバイルインターネット、 クラウドコンピューティング、ビッグデータ、モノのインターネット (Internet of Things, IoT) などと 現代製造業との結合を推進し、電子商取引、工業インターネット、インターネット金融の健全な発展を促進し、インターネット企業を国際市場の開拓 拡大へと導く。」という方針を明らかにした。関[2015/04/08]

界の中心になると考えられている8。

これらを踏まえ、中国の強みであるインターネット関連産業がイノベーションによる 生産性の向上をもたらすことで、「2 つの罠」を乗り越え、2030 年までは中高成長を 維持できると考察する。

第2節 先行研究

関[2013]は、中国はすでに「2つの罠」の兆候を示しているため、新体制をとることによって政治と経済の改革を進めるべきであると述べた。また、此本・松野・川嶋[2016]は、「新常態」に置かれた中国の経済成長が鈍化することから、年平均成長率 6.5%以上を維持するのは難しいと述べている。そこで関[2016a]は、今後中国経済が発展していくためにはインターネット技術の活用で産業の高度化を図ることが重要であると述べた。しかし、関[2016a]の論文では具体的にインターネット技術がどのように中国経済に貢献しているのか明らかにされていない。関[2016a]の具体的でない部分を考察するためには、中国に存在する制度の曖昧さを活用した具体例などが必要であると思われる。「曖昧な制度」という用語を使い始めた加藤[2016]は、多くの先進諸国では知的財産権の保護が強力であるが、独占力が高まって投資が減少し、イノベーションを抑圧する可能性があると述べている。そして、中国では政府による知的財産権保護の緩さといったような法整備の甘さがイノベーションに有利に働いているとも言及している。

そのため本稿では、「2 つの罠」を乗り越えるために、先行研究で明らかになっていない具体的な新体制に対して考察する。さらにインターネット産業による中国の持続的な中高成長の可能性について論じていく。

第3節 論文構成

第1章では、GDP 成長率が高成長から中高成長となった中国経済が直面する「2つの罠」の問題点とその対応について述べる。第2章では、「2つの罠」を乗り越えるためにインターネット産業が重要である理由とそれが与える効果について説明する。そして、実態的な検証のために訪問したインターネット産業の関連企業の紹介とフィールドワークの意義を説明する。第3章では、フィールドワークを通して得た情報を既存の研究と関連させ、「2つの罠」を乗り越えるためのポイントの投資・輸出主導型から消費主導型へ②産業構造の転換③投入量拡大から生産性の上昇へ④格差の是正⑤行政手続きの効率化について述べる。また、これまでの中国成長に大きくかかわっている中国特有の「曖昧な制度」についても言及する。

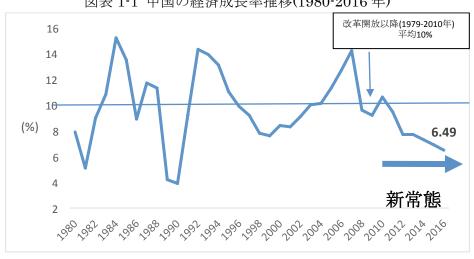
_

⁸ 加藤 松野 川嶋[2016]pp.14-15

第1章 「新常態」の現状及び背景

第1節 高成長からの減速

中国の実質 GDP 成長率は改革開放以降 1979 年から 2009 年まで年平均 10.0%の 2 桁成長であったが、2010 年から 2016 年第 3 四半期現在までは年平均 6.7%10の 1 桁成 長となり低下している。2010年以降の中国経済は、従来の高成長から中高成長に移行 したことに象徴されるように、長期にわたる持続的成長を実現することを目標に経済や 産業構造の改革を進めながら中高成長の維持を図る「新常熊11」の段階に突入している



図表 1-1 中国の経済成長率推移(1980-2016年)

(出所)IMF-World Economic Outlook Databases[2016]より筆者作成

また潜在成長率は労働投入量による寄与度、資本投入量による寄与度、全要素生産性 の上昇による寄与度という3つの要素に分解できる。中国における潜在成長率を低下さ せた原因として「労働投入量の低下」と「資本投入量の低下」の2つが挙げられる。

まず「労働投入量の低下」とは、①人口構成において生産年齢人口が増加する段階か ら減少する段階へ、また②経済発展において不完全雇用から完全雇用へという2つの転 換点を同時に迎えたことを受けて、労働力が過剰から不足に変わったことである。1 つ 目は、1980年代に導入された「一人っ子政策」による影響で2010年以降には15歳か

⁹ IMF-World Economic Outlook Databases[2016]

¹⁰ 国家統計局[2016/10/19]

¹¹ 中国政府は、高成長から中高成長に移行した中国経済の姿を「新常態」(ニューノーマル)と表現してい る。それには、「旧状態」とも言うべき従来の高成長にはもはや戻れないという認識に加え、産業構造の 高度化や所得格差の是正、生態環境の改善など、経済の質の向上への期待が込められている。関 [2015]p.2

¹² 駒形[2016]p.14

ら 59 歳までの生産年齢人口が従来の拡大基調から縮小基調となり、人口の高齢化が進んだ。それにより、生産年齢人口が増加し続ける「人口ボーナス¹³期」から「人口オーナス¹⁴期」に転じた。また 2 つ目に農村部が抱えていた余剰労働力も工業部門とサービス部門によってほぼ吸収され、完全雇用が達成された。そのため中国はいわゆる「ルイスの転換点」を通過した。以上 2 つの転換点を迎えたことで労働力不足が深刻化している。

次に「資本投入量の低下」とは①生産年齢人口の減少と高齢化に伴う貯蓄率の低下と ②労働力不足がもたらす賃金上昇に伴う企業収益の悪化によって投資が抑えられてい ることである。これらの「労働投入量の低下」と「資本投入量の低下」を受けて、潜在 成長率は大幅に低下してきた。

以上の労働力不足と投資効率の低下を受けて中国は、全要素生産性の上昇つまり経済 成長の原動力をイノベーションによる生産性の向上へと切り替えざるを得なくなった。

第2節 中国の前に立ちはだかる「2つの罠」

中国が持続的中高成長をすることは現状のままでは難しい。また「中所得国の罠」と「体制移行の罠」の「2 つの罠」に陥ったのではないかと懸念されている。そこで第 2 節では「2 つの罠」の概念と特徴を説明する。

第1項 「中所得国の罠」

「中所得国の罠」とは途上国が経済発展により、一人当たり GDP が中程度の水準に達した後、発展戦略及び発展パターンを転換できず、成長率が低下、あるいは長期にわたって低迷することである。この「中所得国の罠」は、「ルイスの転換点」を超えた後も経済成長を持続できるかどうかの関門で、中国はこの関門に差し掛かっている。

また「中所得の罠」に陥る国の主な特徴としては、ルイス転換点の到来による余剰労働力の解消とイノベーション能力の欠如による後発の優位性の低下が挙げられる¹⁵。

第2項 「体制移行の罠」

中国は、同じく社会主義計画経済を経験し旧ソ連や東欧諸国が採った急進的手法とは 異なり、政治体制を維持したまま、漸進的・段階的な市場経済化を進めてきた。それは 旧ソ連や東欧の移行と比較して、うまくいったように見えたものの、近年行き詰まりが 見えてきている。「体制移行の罠」とは、計画経済から市場経済への移行で作り出され た国有企業などの既得権益がより一層の変革を阻止し、移行期の混合型体制をそのまま

8

^{13 15} 歳から 64 歳までの生産年齢人口が総人口に占める割合が持続的に高まる状態をいう。一般的に低所得国では、14 歳以下の年少人口の割合が高いが、出生率が低下して生産年齢人口の割合が高まると、様々な面で経済成長に好都合な状況が生まれる。丸川[2013]p.74

¹⁴ 人口ボーナスとは逆に、生産年齢人口の比率の低下により、成長にマイナスとなる。小峰 岡田[2009] p.88

¹⁵ 関[2013/04/05]

定着させようとする結果、経済の発展が歪められることである16。

また中国独自の「体制移行の罠」を考える上で、政府は他の先進諸国と同様の完全なる自由主義市場経済を目指しているわけではないことに留意する必要がある。中国において共産党が一党独裁政治を終了させることは考えにくく、その上で中国政府は社会主義市場経済といった形が最善であると三中全会で表明している¹⁷。現在、中国は計画経済から社会主義市場経済に移行する過程であり、その上で阻害要因となっている既得権益集団の存在や官僚の腐敗についての解決が必要とされている。

第3節「2つの罠」を乗り越えるためには

次に中国が「2つの罠」に陥らずに、中高成長を維持するために必要な条件について 考える。

第1項 「中所得国の罠」

先ほど述べたように現在の中国では、「労働投入量の低下」と「資本投入量の低下」を受けて生産要素の投入量の拡大に頼る成長パターンは持続できなくなった。そこで「中所得の罠」を乗り越えるために、中国政府は主にイノベーション能力の向上を通じて、生産性の向上と産業の高度化を目指す「経済発展パターンの転換」を目指している。「経済発展パターンの転換」は①投資・輸出主導型から消費主導型の経済へ②産業構造の転換③投入量拡大から生産性の上昇へという3つの転換からなる18。

第2項 「体制移行の罠」

清華大学研究グループの発表した「体制移行の罠¹⁹」を乗り越える方法では政治体制の改革が必要不可欠であるが、中国政府としては社会主義を維持した上での市場経済化を目指している前提条件があるため、政治体制の改革については本稿では論じない。しかし、我々は本稿の要であるインターネット関連産業によって、中国独自の「体制移行の罠」の特徴については一定水準までの緩和が可能であると考えている。例としては行政におけるインターネットの普及による行政手続きの効率化や、行政間の情報不透明性の改善が挙げられ、これらは既得権益集団の問題や官僚の腐敗に改善をもたらすと言える。

また、「中所得国の罠」「体制移行の罠」を乗り越えるために共通していることとして、 都市部と農村部の格差を縮小させることが挙げられる²⁰。

¹⁶ 関[2013/04/05]

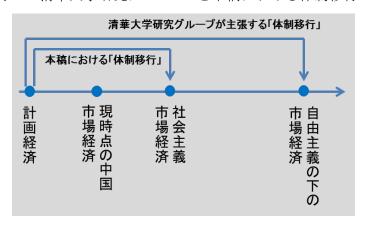
¹⁷ 「計画経済を主とし、市場経済を従とする」第 18 期三中全会で提言されている。みずほ総合研究所 [2013/11/08]p.2

¹⁸ 関[2013/04/05]

¹⁹ 関[2013/04/05]

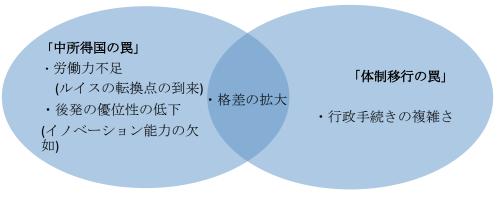
²⁰ 関[2013/04/05]

図表 1-2 清華大学研究グループ21と本稿における体制移行の罠



(出所)清華大学凱風発展研究院社会進歩研究所 清華大学社会学系社会発展研究課題組[2012] より筆者作成

図表 1-3 「2 つの罠」の特徴



(出所)関[2013/04/05]より筆者作成

第4節 「2つの罠」を乗り越えるための政府の方針・政策

第3節で述べたように中国が「2つの罠」に陥らないために生産性の向上と産業の高 度化を目指していく中で重要な役割を果たすものとして政府がインターネット産業を 挙げていることを示す。

中国政府は2015年3月に、インターネットを使って既存産業や地域経済を効率的に 振興する国家戦略として「インターネットプラス」を公表した22。幅広い産業とインタ ーネットとの融合、イノベーションを目指すもので、産業高度化、大衆による起業・創 業の促進に貢献すると位置づけられている。また中国政府は2015年5月に今後10年 における製造業の発展のビジョンを示した「中国製造 202523」を公表した。今後の推

22 日本経済新聞[2015/07/04]

²¹ 清華大学 凱風発展研究院社会進歩研究所と同大学社会系社会発展研究グループの共同研究。清華大学 凱風発展研究院社会進歩研究所 清華大学社会学系社会発展研究課題組[2012]

^{23 「}五つの基本方針」と「四つの基本原則」を掲げ、「三段階戦略」により、製造強国を目指す国家戦略。

進事業として 10 大産業²⁴を掲げているが、次世代情報技術(IT)を 1 位に据え IT 産業を重視していることから、IT と製造業の融合促進こそが中国製造業における主要な問題点を改善すると考える。

第5節 小括

中国は高成長から中高成長へと移行したことに象徴されるように、「新常態」の段階に突入した。しかし、現状では中国が中高成長を維持することは難しく、「中所得国の罠」と「体制移行の罠」に陥ったのではないかと懸念されている。「2 つの罠」を乗り越えるためには①投資・輸出主導型から消費主導型の経済へ ②工業からサービス業へ③投入量の拡大から生産性の上昇へ ④格差の是正 ⑤行政手続きの効率化の 5 つが挙げられる。

また政府は「インターネットプラス」や「中国製造 2025」を策定していることから、 政府はインターネット産業を「新常態」に重要な役割を果たすものと位置づけていると 言える。

「五つの基本方針」とは、イノベーション駆動、品質優先、グリーン(環境保全型)発展、構造の最適化、人材本位のことで、「四つの基本原則」とは、「市場主導 政府誘導」、「現実立脚 長期視野」、「全体推進 重点突破」、「自主発展 協力開放」のことである。「三段階戦略」とは、第一段階: 2025 年までに製造強国に邁進する、第二段階: 2035 年までに中国の製造業を世界の製造強国陣営において中堅水準にまで高める、第三段階: 新中国成立 100 周年(2049 年)に際し製造業大国の地位をより一層固めつつ、総合力で世界の製造強国のトップに立つ、ことである。関[2015/08/04]

²⁴ ①次世代情報技術(IT)②高機能 NC 工作機械とロボット③航空宇宙設備④海洋エンジニアリング設備とハイテク船舶⑤先端鉄道交通設備⑥省エネ 新エネ自動車⑦電力設備⑧農業設備⑨新素材⑩バイオ医薬と高性能医療機器の 10 大産業。みずほ銀行[2015]p.17

第2章 「新常態」を支えるインターネット産業

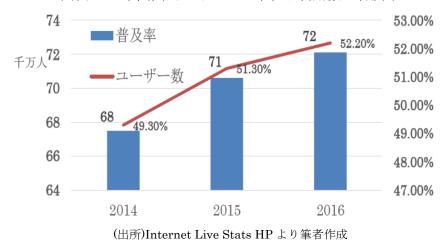
本章では中国が2つの罠に陥らず、且つ今後も成長を維持するためにインターネット 産業が果たすことのできる役割について考察する。

第1節 中国におけるインターネット産業の現状と効果

中国におけるインターネット産業が経済発展パターンの転換や行政手続きの効率化に与える効果を説明する前に、我々がインターネット産業に注目した理由や意義を本章で説明する。

第1項 中国国内のインターネット普及率

2016 年現在中国国内のインターネット利用者が 7 億人25を突破し、世界一の規模となった。一方で、中国国内のインターネットの普及率は増加しているものの、依然として全人口の約 52%であり、今後もユーザー数は増える見通しである。そして年々増加する携帯電話契約数に後押しされ、利用者数は右肩上がりであるということからもさらなる成長の余地は十分にある。



図表 2-1 中国国内のインターネット利用数と普及率

第2項 インターネット普及が与える効果

Deloitte[2014]によると、インターネットアクセスの拡充は新しいビジネスモデルや産業などを創出させたほか、ソーシャルメディアや検索エンジン、オンライン市場が登場したことで様々なオンラインプラットフォームを現実の諸活動と結びつけ、生産性を向上させ、経済成長や事業創出が促進されるなど先進国の生活を大きく変えたとしている。さらに、発展途上国におけるインターネットアクセスの拡充の効果は先進国並みか

 $^{^{25}}$ Internet Live Stats HP

それ以上とし、インターネットによって様々な情報へのアクセスが可能になることで人々とビジネスが結びつき、新規市場が開拓されて経済の本質が変わるほどの成長につながると述べている。同報告書ではインターネットが地方にもたらす効果についても述べており、地方から多様な市場や雇用機会にアクセスすることが可能になったことで地方からビジネスサービスを提供できるようになるとしている²⁶。また関[2015/04/08]は、インターネットは業務処理コストの削減や透明性の向上に寄与することで市場の効率化を果たし、更に新規雇用の創出も実現させるとインターネットによる経済効果を高く評価している²⁷。

これらのことからインターネットが世界に経済的効果を与え、その中でも発展途上国 や地方に大きな影響を及ぼすことがわかる。

第3項 インターネットによる経済効果

中国のインターネット経済の対 GDP 比は、2010 年時点では 3.3%の水準であったが、 2013 年では 4.4%の水準になり、米国、フランスなどを抜いた先進国並みの水準になった。インターネットを利用して先進国との格差を縮小し、後発の優位性を生かしてインターネットの普及の恩恵を十分に受けている 28 。また、McKinsey Global Institute[2014]では、「インターネットが革新的な商品とサービスを提供する新しい市場を作り、インターネットは 2013 年から 2025 年までの中国の GDP 成長率を 0.3 ポイントから 1.0 ポイント増加させる」と予測している 29 。



図表 2-2 GDP に占めるインターネット経済の割合の国際比較(2013年)

(住ん2Cのイット通販の税候は、ほとんどの国において無視できるほどからいが、中国では、多くの不登録 個人事業主がかかわっていることを反映して極めて大きい。これを考慮すれば、中国における2013年の インターネット経済の対GDP比は7%に達し、G7のすべての国を上回ることになる。

(出所)McKinsey Global Institute[2014]p.3 より筆者作成

²⁶ Deloitte[2014]p.8

²⁷ 関[2015/04/08]

²⁸ 関[2015/04/08]

²⁹ McKinsey Global Institute[2014]p.2-3

第2節 フィールドワークの意義と訪問企業一覧

今後中国が経済発展パターンの転換によって「2 つの罠」を乗り越えるための共通した有効な手段として、インターネット産業の重要性が高まりつつあることがわかった。本稿で取り扱う中国のインターネットは今まで論じてきたように現在急速に発展、拡大しているものである。そこで我々は現実の経済において最も基本的な主体である企業を訪問し、経済の動きを経営者や従業員から調査することで変化を明らかにするためにフィールドワークを使用する。本稿では「2 つの罠」を乗り越えるにはインターネット関連産業が重要な役割を果たすということを、フィールドワークを用いて論証していく。まず、我々が本稿を作成するにあたって、フィールドワークを行った企業4社を訪問順に紹介させていただく。

•訪問企業一覧(訪問順)

企業名	宇賀神電機株式会社
設立年	1947年
所在地(日本)	東京都港区三田
所在地(中国)	天津
中国進出年	2001年
事業内容	高圧配電盤・低圧配電盤・制御盤・監視盤・分電盤・太陽光発電
	システム用接続箱及び系統連系盤の製造および販売
従業員数	117名
資本金・売上	9700万円・22億円
訪問日	2016年9月6日

企業名	アリババ株式会社(アリババジャパン)
設立年	2008年
所在地(日本)	東京都中央区日本橋
所在地(中国)	杭州(中国本社)
日本進出年	2008年
事業内容	日本企業におけるB2BおよびB2Cの海外進出支援サービス
従業員数	70名程
資本金・売上	1億円・不明
訪問日	2016年9月29日

企業名	新浪日本総合ネットワークグループ株式会社(Sina Japan)
設立年	2016年
所在地(日本)	東京都港区六本木
所在地(中国)	北京(中国本社)
日本進出年	2016年
事業内容	「新浪(Sina)」「微博(Weibo)」の広告・PRに関する窓口
従業員数	20名弱
資本金・売上	不明
訪問日	2016年10月13日

企業名	アスクル株式会社
設立年	1963年
所在地(日本)	東京都江東区豊洲
所在地(中国)	上海(2006年に撤退)
中国進出年	2006年
事業内容	オフィス向け事務用品の通信販売サービス
従業員数	1727名
資本金・売上	211.89億円・2767億円
訪問日	2016年10月24日

注:売り上げは2015年度のもの

第3節 小括

中国におけるインターネット利用者数は世界随一である一方、普及率は依然として約5割に過ぎず、まだまだ利用者は増える見通しである。またインターネット普及は特に発展途上国において市場の効率化や雇用の創出といったような経済効果を与え、中国のGDP成長率を押し上げる重要な役割を果たす。

第3章 フィールドワークに基づいた検証

第3章では、フィールドワークに基づき、①インターネット利用による消費拡大②産業構造の転換③投入量拡大から生産性の上昇へ④格差の是正⑤行政手続きの効率化の5つの面から見た、これまでの文献で明らかにされていないインターネット産業の具体的な貢献について考察する。また経済発展に大きく寄与している中国独自の制度の曖昧さについても言及する。

第1節 ネットによる消費拡大

第1項 電子商取引(EC)

近年中国では、共働き夫婦・子育て世代のネット普及やネットの利便性向上、物流の発達による配送時間の短縮などにより、ECの市場規模が拡大し続けている。図表 3-1 からわかるように 2014 年、2015 年(第 3 四半期まで)は毎四半期前年比伸び率が 30%を超えている。中国の EC 利用者が EC プラットフォームを通して購入する商品も衣料品、軽商品、食品、飲料、電化製品などの実物商品から旅行サービスなどの非実物商品まで多様化してきており、一人当たりの EC 年間利用額は日本のそれ(778 米ドル)を抜き 999 米ドルにまで達した³⁰。また 2016 年には農村部のネット小売の伸び率が都市部を大きく上回り、上半期だけで農村部のネット小売は 3100 億元を超えた。内訳は、実物商品のネット小売額が 2000 億元以上、非実物商品のネットサービス小売額が 1100 億元以上である³¹。

³⁰ 稲場[2016]

³¹ 新華社[2016/08/18]





(注) 2015 年 Q1 の前月伸び率がマイナスの原因は 2014 年 Q4 に「独身の日」が含まれるためであ

(出所)艾瑞諮訊ウェブサイトより転載

まず EC の中でも、中国人の生活レベル・所得水準の向上と海外商品の需要増加により成長している越境 EC32に着目をする。EC プラットフォームを利用することでブランド品などの海外商品は店頭で買うより価格が安くなり、また粉ミルク・紙おむつのような信用できない国内商品33と比較して高品質の海外商品が入手しやすくなったため、海外商品への需要が高まった。中国では、海外の高品質かつ安心できる商品を求める消費者の割合が増加し、越境 EC の成長につながった。フィールドワークで訪れたアリババジャパンによると、中国の EC 業界大手のアリババグループは 2014 年 2 月に越境 EC事業を開始しているとのことである。昨年の出店企業は 50 社ほどだったが、現在は 100社近くに伸びており、急速に成長していることが伺える。また、Sina Japan も「微博」を用いて越境 EC に力を入れていると述べている。具体的には EC プラットフォームに一部出品という形で商品を出している企業に微博での広告を提供することで、消費者の目に触れやすい環境を作っているとのことである。中国全体では 2015 年、越境 EC による卸・小売を含む取引額は前年比 28%増で 4.8 兆元34となった。

³² インターネットを通じて海外製の商品を購入し、その商品が国外から配送される取引のこと。日経ビジネスオンライン(2016/04/14)

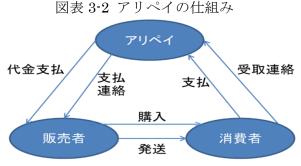
³³ 中国では 2008 年、タンパク質の含有量を高く見せかけるために有害物質メラミンを混入した粉ミルクが出回り、約30万人の乳幼児が腎臓結石などにかかり、死者も出た。他にも国内企業の品質問題が続き、海外ブランドの人気が高い。最近では中国で転売するために日本で紙おむつを買い占める動きも出ており、乳幼児関連商品の中国製品不信が根強い。日本経済新聞(2013/12/25)

³⁴ AliResearch[2016]

中国農村部での事業展開(農村 EC)も国内消費につながっている。2016年、中国にお けるネットユーザー数は農村ユーザーが 26.9%を占め、人数は前年度比約 500 万人増 の 1.91 億人にも上った35。Sina Japan でも、微博の農村部のユーザー数が年々増加し ている事実を確認した。アリババグループは今後の 3-5 年の間に、中国において 100 の農村に10万ヵ所の農村タオバオ36代理店を作ることを目標としており、2020年まで に 16 兆円規模の消費がなされる場所として機能させるとのことである。農村部のイン ターネット普及による EC 利用者の増加や交通インフラの整備による配達時間の短縮 が要因となって、農村部でもワンクリックで簡単に買い物ができるようになったことが 中国の消費拡大の底上げをしていると言える。

第 2 項 アリペイ(支付宝)

EC の広がりとともに、電子決済サービスも急激に発展している。中国国内で代表的 な電子決済サービスに、アリババグループが提供する中国最大規模の第三者決済サービ ス37であるアリペイ(支付宝)が挙げられる。アリペイの仕組みとしては、まず消費者が 商品を購入する際に、商品代金をアリペイに預ける。タオバオ³⁸に出店している販売者 はアリペイに商品代金が支払われた事を確認すると、商品を出荷する。この時点では、 販売者には商品代金は支払われていない。商品が消費者に届くと、消費者は購入した商 品が不良品や偽物ではないことを確認して、商品受取をアリペイに伝える。そして最後 にアリペイに預けていた商品代金が、販売者に支払われる。



(出所)井上[2007]より筆者作成

³⁵ CNNIC[2016]

³⁶ 農村タオバオは、アリババが 2014 年末から中国の農村部に出店を始めた。周辺の住民は、自宅のパソ コンやスマートフォンでアリババの EC サイトで注文した商品を受け取れるほか、サービス拠点内に設置 されたパソコンで店員と相談をしながら買い物をすることができる。中[2016]

³⁷ 第三者決済とは、一定の実績と信用を持つ第三者の独立機構が国内外の大型銀行と契約して提供する取 引支援サービスをいう。この方法を通してなされる取引では、購入側が商品を選んだ後、第三者のブラッ トフォームが提供している口座に代金を振り込み、第三者によって販売側に振込み完了の通知がなされ、 その後商品発送となる。そして購入側が商品を受け取り、問題がないことを確認した後に、第三者にその 旨を通知し、第三者は販売側に代金を振り込む。人民網日本語版経済用語集

³⁸ タオバオマーケットプレイスはアリババグループの事業であり、2003年にオープンした中国最大の C2C ショッピングサイトである。掲載商品点数8億点以上、会員数5億人以上のショッピングサイトで、アク セス数の多いサイトとして、世界でトップに入っている。アリババジャパン HP

不良品や偽物が市場に多く出回っている中国でも、確実にほしいものが購入でき、且 つ販売者への支払いが最後に行われることで消費者は安心して電子決済サービスを利 用することができる。2015年には中国の第三者決済の規模が16.36兆元に達し、前年 比 104.2% 増39となった。その中でも中国最大規模を誇るアリペイの支払準備金は約 200 億元⁴⁰で、2016 年第 1 四半期、アリペイは中国の電子決済サービス市場で 63.4%のシ ェア率を誇った41。アリペイの特徴として、消費者保護がしっかりしており利用者に信 頼感と安心感を与えていることが挙げられる。これにより確実に利用者が増え、ECに よる消費拡大につながっている。

第3項 ネット上での広告

中国では2014年にメディア産業発展の構造が大きく変化した。それはインターネッ ト広告の市場シェアが、テレビや新聞など伝統的メディアでの広告の総和を超えたこと である。2016年度のネット広告支出額は404億2000万ドルと、前年から30%の増加 が予想されている42。

図表 3-3 中国のネット広告支出類

Total Media 2014-2020	a Ad S	pendi	ng in C	china,	by Med	lia,	
billions	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Digital			\$40.42		\$62.14	\$73.32	\$83.59
Mobile	\$8.21	\$17.07	\$27.31	\$37.63	\$49.18	\$60.25	\$70.43
TV*	\$20.01	\$19.61	\$18.92	\$18.64	\$18.73	\$18.83	\$18.92
Out-of-home	\$7.60	\$8.36	\$9.02	\$9.48	\$9.86	\$10.15	\$10.35
Print	\$6.89	\$5.96	\$5.50	\$5.21	\$5.01	\$4.92	\$4.96
-Newspapers	\$5.97	\$5.14	\$4.72	\$4.46	\$4.27	\$4.18	\$4.22
-Magazines*	\$0.92	\$0.82	\$0.78	\$0.76	\$0.74	\$0.73	\$0.73
Radio*	\$3.99	\$4.31	\$4.49	\$4.62	\$4.71	\$4.76	\$4.81
Total	\$62.04	\$69.33	\$78.35	\$88.47	\$100.45	\$111.98	\$122.63
Note: converte Kong; numbers Source: eMarke	may no	t add up					

www.eMarketer.com

(出所)eMarketer[2016]より転載

その中でも、インターネット産業の発展とともに急成長しているのがライブチャット 配信による広告である。ローランド・ホールが提唱した消費者の心理的プロセス・モデ

19

³⁹ 易观智库[2016]より筆者訳

⁴⁰ 邱[2013]p.51 より筆者訳

⁴¹ 易观智库[2016]より筆者訳

⁴² eMarketer[2016]

ル AIDMA 理論43に基づくと、多くの広告は多くの注意(Attention)を引き付け、興味 (Interest)も持たせ、欲求(Desire)を高め、記憶(Memory)に残すことで、行動(Action) につなげることができる。よって、インターネットの普及が進む中、インターネット利 用者がネット広告を通じて今まで以上に多くの商品に触れることで、消費者はそれぞれ の要求に合った商品を見つけ購入することができる。

Sina Japan によると微博では、キーオピニオンリーダー(KOL)と呼ばれる動画配信 者が微博と提携している事務所と契約し、メーカーの商品の宣伝動画を配信する。そし て、最後に商品リンクを出し購入を促すというライブ配信事業が行われている。生配信 で人気の動画配信者が行うことで視聴者も増える。このようなライブ配信はユーザーと ユーザーを繋ぐプラットフォームであり、Sina Japan は、今後 KOL が持つ市場は成 長を続けていると予想している。

以上 EC 利用者の増加、消費者保護の電子決済サービスの登場、インターネット広告 の増加の 3 点からインターネット産業の成長はネット上での消費拡大につながると言 える。

第2節 産業構造の転換

中国ではインターネットの普及に伴ってサービス産業が広がり、2010 年代からは AI や IoT などといった新産業の開発が進んだ。こうした産業の垣根を超える動きは近年 目立っており、中国経済の発展に大きく寄与している。

中国政府は、2018年までにAI産業を1000億元規模の市場にする方針を打ち出し44、 大量のビッグデータ45を元に開発促進を行っている。中国最大の検索エンジンを提供す る企業である百度では、2015年の研究開発費は1500億円に上り、同年度売上の15% を占めている46。さらに、百度は人工知能搭載ロボット Dumi の開発を進めており、ロ ボット開発で得た AI を自動運転に活用する計画も打ち出された。アリババグループの クラウドサービス「阿里雲(Aliyun)」は人工知能システム「ET」を発表した。ET は阿 里雲の計算能力により、すでにスマート音声交流、画像・動画識別、交通予測、感情分 析といった各種機能を備えている。Sina Japan では、AI の用途など詳細についての情 報は入ってきていないが、本社では最近研究開発を始めていると述べた。

また、アリババは若者の起業支援を積極的に行っている。タオバオでネット店舗を構 える世帯数が全体の10%以上を占め、かつ年間の電子商取引総額が1000万元を超える 農村は「淘宝村(タオバオ村)」と認定される。タオバオ村では、オンライン講座を提供

⁴³ 消費者が商品を知り購買するまでの心理的プロセスに関する理論 Attention(注意)、Interest(興味)、 Desire(欲求)、Memory(記憶)、Action(行動)。字佐美 境[2006]p.54

⁴⁴ 中国政府は「インターネットプラス AI 3 年計画」を取りまとめ、2018 年までに 3 年間で 1000 億人民 元(約1兆6800億円)投資することが報じられた。Yahooニュース(2016/6/27)

⁴⁵ 企業内外に蓄積されている膨大なデータのこと。NTT データ HP

⁴⁶ THE WALL STREET JOURNAL「中国企業、人工知能開発で投資拡大」(2016/8/29)より参照

するなど、若者がビジネスをしやすい環境作りが進められ、新産業やベンチャー企業の 育成が促されている。

また、IoT47は「インターネットプラス」と「中国制造 202548」で中核の 1 つに位置 づけられた。今後は民間の需要に対して、企業が新産業に対する需要が大きいとされ、 製造大国である中国の影響力は大きいと判断されている。実際、中国における省電力広 域(LPWA)49市場の拡大により、2016 年 6 月には華為技術の開発した通信規格である 「NB-Io T^{50} 」が世界の標準規格になり、2020年までに接続件数が 10億件を超えると 予測されている51。中国深センでは、深セン水務集団が中国国内で初めて NB-IoT 技術 をスマートメーターに活用する取り組みとして、水道メーターの読み取りに関するフィ ールド試験を実施した。試験では、情報システムを構築することにより、水道の供給能 力とサービスレベルを向上することが可能と確認された52。

図表 3-4 IoT 分野の中国市場規模予測

	2015年	2020年
IoT 中国市場規模	1930 億ドル	3610 億ドル

(出所)The Economist(2016/07/23)より筆者作成

アスクルでは、自社が収集した中国における大量のビジネスデータを、クライアント 企業に有料で提供することがわかった。また、中国で事業を展開している宇賀神電機は 配電盤の生産を行う古い業界だが、IoTのシステムを導入するべく、研究中であると述 べており、新技術を受け入れる姿勢を示している。

中国政府による Google 等外国企業の参入阻止や、米国より緩いとされるデータ保護 規則などにより、中国企業は国内の大量のデータを独占することができる53。こうした 中国特有の事情が新産業発展をもたらしている。

⁴⁷ 機械 機器や設備などあらゆるものに通信機能を持たせてインターネットと接続し、相互に制御する仕 組みのこと。黄[2016]p.58

^{48 2015} 年 5 月 19 日に中国政府によって発表された、今後 10 年における製造業の発展のロードマップを 示したもの。製造業のイノベーション能力の向上や情報化と工業化の高度な融合の推進をはじめとする九 つの戦略任務と、次世代情報技術、高度なデジタル制御の工作機械とロボット、航空 宇宙設備などから なる十の重点分野が盛り込まれている。関[2015/08/04]

⁴⁹ 低データ転送速度で長いバッテリー駆動時間を必要とする M2M (機器間) アプリケーション向けの技 術のこと。移動体通信業界団体の GSMA(GSM 協会)は中国の移動体通信事業者と LPWA を推進している。 時事通信(2016/07/05)

^{50 200}kHz の周波数帯域幅で運用できるシステムとして設計された IoT 向けの LTE 規格である。 ITpro[2016]

⁵¹ GSMA Intelligence [2016]

⁵² HUAWEI[2016]

 $^{^{53}}$ ϕ_{7} $^{-1}$ $^{-1$

第3節 投入量拡大から生産性の上昇へ 第1項 ビッグデータ

アリババグループは自身が運営する EC モール(タオバオ)、Tmall の購買履歴から生まれる大量のデータをビッグデータとして利用していることがわかった。Tmall での決済に使われるアリペイの決済履歴は消費者の行動傾向や消費傾向の把握に使われ、Tmall のトップページにその消費者が興味を持ちそうな商品を並べ購入を促している。また、アリババグループの「余額宝54」というサービスではアリペイの決済履歴によって信用状況を把握している。決済履歴を利用することで与信判断が容易になり、素早い融資が可能になった。

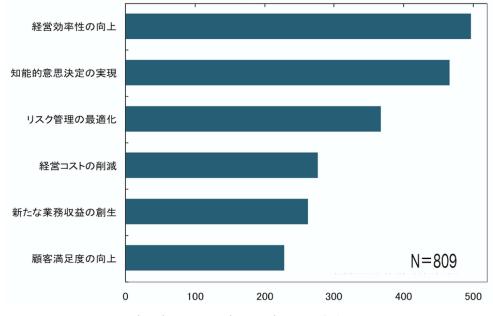
中国のインターネット人口は増加し、2016年現在約7億人とされる。そのためビッグデータ産業の市場資源であるデータの流通量も急拡大しており、2020年に90兆円規模の市場になると予測されている55。中国政府も企業に対してビッグデータの活用を推進している。政府はその推進目的として大企業に対しては経営効率の向上、中小企業に対しては正確なマーケティング販売を掲げている。

図表 3-5 は中国工業・情報化部所属の中国信息通信研究院の特別調査の結果である。これによると 2014 年時点の中国企業のビッグデータ利用状況がわかる。調査に回答した 809 社のうち 95%以上がビッグデータの利用を重視しているとし、61.7%が企業の経営効率の向上に明確な効果があるとした⁵⁶。このことから中国企業の多くがビッグデータを導入することによる生産性の上昇を理解していることがわかる。

⁵⁴ 余額宝(Yu'E Bao)は中国の電子商取引大手アリババ グループ(阿里巴巴集団)のサードパーティ決済関連会社「Alipay.com(アリペイ)社」を通じて提供される資産運用商品である。International Business Times(2014/3/21)

⁵⁵ 日本経済新聞(2016/5/28)

⁵⁶ みずほ銀行(2016/3)p.5



図表 3-5 中国企業のビッグデータ利用目的

(出所)みずほ銀行(2016/03)p.6 より転載

アリババジャパンでのフィールドワークと同様にアマゾンを始めとする電子商では商品購入履歴や閲覧履歴などのビッグデータを分析し、顧客の興味・特性に応じた「おすすめ」などの広告を配信し、販促を行っている。スーパーマーケットなど所謂伝統的小売業者は会員カード情報などから販促を行っていたが、IoT やセンサーなどの技術進歩に伴い、3D センサーによる店内での顧客行動を分析し、陳列棚の調整を行う販促が可能になった⁵⁷。このような変化はオンラインからオフラインに拡大している動きととれ、今後更に広い範囲でビッグデータが用いられていくことが考えられる。

以上からビッグデータは、生産性の上昇に役立つものであり、中国が投入量の拡大重 視から生産性の上昇に転換するうえで必要なものだといえる。

第2項 IoT

中国で事業展開をしている宇賀神電機は IoT 導入によって得られるメリットとして機械稼働率の向上による生産性の上昇を挙げた。機械の故障等を発生前に通知することによって故障を未然に防ぎ、機械の稼働率が上がる。そのようなメリットがあるものの、宇賀神電機では IoT を導入しておらず、検討中であるとした。メリットを把握しているにも関わらず、導入を決定していない理由としては2つ挙げられる。1つ目は配電盤という業界はイノベーションの起きづらい成熟した古い業界であるため。2つ目は宇賀神電機がオーダーメイド生産のため、IoT が生かされる製造ラインでの生産でなく手作業で作られていることがあげられる。宇賀神電機はこのような特殊な事情のため IoT を導

⁵⁷ 三菱東京 UFJ 銀行(2015/10/14)p.4

入していない。

また IoT の導入による効果は主に 5 点挙げられる 58 。まず 1 つ目は工場稼働率の向上 と省エネルギー化である。 生産工程の可視化により、 故障を未然に防ぎ稼働率の向上を 実現することができる。また、稼働率の向上によって無駄のない生産が可能となり、コ スト削減や省エネルギー化に繋がる。2つ目はアフターサービスの高度化である。出荷 後の製品や機械などの使用状況を機器のセンサーから取得することで迅速な部品交換 や修理が実現できる。アフターサービスの向上によって顧客満足度の向上、継続受注の 確保といった販売面にも効果を与えることが期待される。3つ目は熟練技能の継承や暗 黙知の形式知化の実現である。生産過程における問題の解決法などは従来人伝いで受け 継がれるものであったが、生産工程等各種データを組み合わせることによって暗黙知の 形式化が起き、熟練技能の可視化ともいえる状況に変化した。そのため、後継者問題に 悩まされることなく今までの技能を継承することができるようになった。そして、4つ 目は受発注情報や顧客情報の解析による業務効率化が挙げられる。生産工程以外で入手 できる情報も解析することによって貴重なデータになりうる。メンテナンスなどに活用 するだけでなく製品開発に顧客の声を加味することで、より高付加価値の製品を製造す ることができる。5つ目は、変種変量生産への対応の実現である。生産ラインの機械が 製造工程を認識し、最適な生産ラインを選択、構築することができるため、効率的な生 産を実現することができる。IoT の導入によって主に以上5点の効果が期待され、これ は生産性の上昇に寄与するといえる。実例として、オムロンは 2014 年度に実証実験を 行っており、IoT を活用した可視化システムを導入した。その結果、導入前と比べて生 産性が30%上昇し、改善点の抽出時間が6分の1に短縮された59。

以上より、ビッグデータや IoT といったインターネット技術が生産性の上昇に寄与することがわかった。インターネット技術は限界を迎えた投入量を重視した生産体制から生産性重視の生産体制へと転換を促す役割を果たしたと言える。

第4節 格差の是正

第1項 インフラ格差の是正

インターネット産業の発達につれ、農村都市間のインフラ格差が縮小している。

「2015 年農村インターネット発展状況研究報告」によると、「寛帯中国(ブロードバンドチャイナ)」「無線城市(Wi-Fi 都市)」「下一代互聯網(次世代インターネット)」などのプロジェクトをきっかけに、2015 年には基礎インフラ整備が進められ、光ファイバーや移動通信網、有線無線が結合され、農村部をカバーできた。このようなインフラ整備が進み、無線のインターネット装置も政府からの支援によって農村部で増えており、

⁵⁸ 経済産業省[2015]

⁵⁹ オートメーション新聞[2015]p.16

インターネットを使う環境が整ってきた⁶⁰。Sina Japan によると、農村部の微博ユーザー数は年々増加していることが分かった。そして、2016年では、中国におけるネットユーザーは農村ユーザーが 26.9%を占めており、人数は 1.91 億人にも上っている⁶¹。このことからもわかるように、インターネットの利用によって農村におけるインフラ整備は次第に進み、都市との格差が縮小している。

第2項 機会格差の是正

これまで農村部の人々は徒歩圏内で買い物が頻繁にできなかったため、都市部の人々との機会の格差が存在していた。しかし近年農村タオバオにより、農村部の人は都市部の人と同様にオンラインショッピングをする機会を得た。アリババジャパンによると、農村タオバオにおける取引量は年間数十万件を超え、農村部の消費に大きく貢献したことがわかった。図表 3-6 の上半分は、農村部の人々が農村タオバオを通じてショッピングする仕組みを示している。自宅でネットショッピングができなくても、農村タオバオで注文し、様々な商品を手にすることができる。アリババグループは 3-5 年の間に、中国において 100 の村に 10 万ヵ所の農村タオバオ代理店を作る予定を立てており、そして 2020 年までに 16 兆円ほどの消費をする場所として機能させようとしている。現在は物販が中心だが、今後はローンや保険、投資商品などのほか、医療サービス、さらには農家が生産物をタオバオに出店できる機能なども順次追加していく計画62があり、機会格差の是正が大いに期待される。

第3項 所得格差の是正

機会の格差が収束するだけでなく、都市農村間の所得格差もインターネット産業の発展により縮小することができる。図表 3-6 の下半分は農村タオバオ上でこれまで販売ルートがなかった農村部の人々がオンラインで地域の特産品を都市部の消費者に売ることができる。このようなシステムのもとで、農村部の人々も以前と比べて収入が増えることが見込まれる。

さらに、農村タオバオは、雇用対策として政府からの支援を受け、地元の若者を「店長」として雇用している⁶³。インターネット産業の発展により、農村部における雇用が上昇し、所得格差の是正を促した。

⁶⁰ NHK [2016]

⁶¹ CNNIC[2016]より筆者訳

⁶² 中[2016]

⁶³ 中[2016]

図表 3-6 農村タオバオの仕組み

(出所)佐藤[2016]より転載

第5節 行政効率の向上

インターネット産業の発展は経済面だけでなく、政府に対しても大きな影響を与えている。2016 年 4 月 26 日中国国務院が打ち出した「インターネットプラス行政サービス推進方案 64 」は、行政サービスにおける自己改善意識の現れであり、政府の行政サービスの効率を大幅に向上させた。

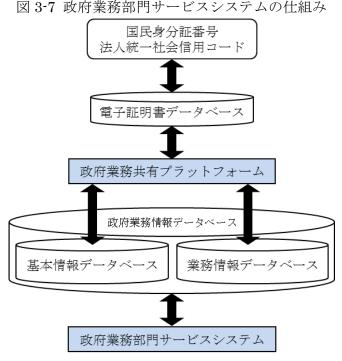
「インターネットプラス」を応用して政府の行政事務手続を変革させることで、データ共有とオンライン送受信が可能となった。それにより、一部公共サービスはオンラインでの手続きが行えるようになった。その結果、中国において急速に膨張する公共サービスの需要とオフラインで対応しきれない部分との間に存在する矛盾が緩和された。また、全過程がオンラインで公開されることで、監視可能な行政建設の実現にも貢献する65。

すでに「インターネットプラス行政サービス」を実行に移している省・市・区政府もある。広東省仏山市禅城区では、行政サービスの一体化が行われている。具体的には、身分証番号をベースに電子証明書データベースが構築され、一つの番号を使えばすべての手続きができるほか、書類を何回も提出しなければならないという手間を省くことが

⁶⁴ 中国国務院の李克強総理は 4月5日、政府活動報告において、「インターネットプラス行政サービスを大きく推進し、政府当局間のデータ共有を実現、国民と企業のためにより手間の少ない、便利で円滑な行政サービスを提供する」と打ち出した。人民網[2016]

⁶⁵ インターネットプラス行政サービスは行政の高効率と管理の透明化実現に資するものであり、データの集中と共有を通じ、当局間で互いに責任を押し付け合うといった行為を根絶することに繋がる。政府活動報告ではインターネットプラス行政サービスの大々的な推進が打ち出されており、これは政府機能の向上と情報社会の発展という流れに順応するものだ。人民網[2016]

できる。また、各部門間の業務を連携させ、データ共有のプラットフォームを構築し、 1つの窓口ですべての手続きを完結することができる。その結果、個人の平均待ち時間 は 10-15 分から 5-10 分まで減少した。企業法人の手続きも 6 割強がネットで行われる ようになり、窓口の平均手続き時間は25分まで抑えられ、審査時間は今までの3分の 1 程度まで減少できた。また、広東省深セン市では、市の人口・法人・不動産などの基 礎情報データベースが作られており、38 億件を超えるデータは集中管理のもとで各部 門に共有されている。



(出所)新華網[2016]より筆者作成

本来は複数の政府当局による行政サービスの重複管理のもとで、一つの手続きを巡っ て複数の機関を回る必要があった66。しかし、インターネットを通じ、とりわけ政府の ビッグデータを通じてデータを共有することで、行政手続きが簡略された。個人の利便 性が向上するだけでなく、企業法人の財と労力などの関連コストも大幅に削減できた。 2017年まで、「インターネットプラス行政サービス」は中国の80の都市で展開され る予定である。ビッグデータの正確な分析により、行政サービスは受け身サービスから 能動的なサービスへ発展しつつある。ネット窓口、スマホアプリ、端末のセルフサービ ス化、ホットラインを連携させ、全国規模のサービスネットワークを構築する。インタ ーネット時代において、サービス型の政府を構築するためには新技術を利用し、新情勢 に順応しなければならない。政府の各部門間は情報共有と業務提携を強化しなければな

⁶⁶ 人民網[2016]

らない。

このようにインターネットの利用によって、行政間の情報不透明性の改善や、行政効率の向上がなされた。これらにより、既得権益集団の問題や官僚の腐敗が改善されたと言える。中国独自の「体制移行の罠」は一定水準までの緩和が可能であり、先延ばしできると考えている。

第6節 中国国内の制度の曖昧さ

第1項 製造業における曖昧さ

中国には独自の制度の曖昧さが存在しており、中国の発展に大きく寄与している。曖昧な制度の定義は「曖昧さが高い経済効果をもたらすように設計された中国独自の制度 ⁶⁷」とされているが、この定義自体も曖昧なものであるため、ここで本稿における曖昧な制度について定義づけたい。

本稿における曖昧な制度とは産業の発展がなされた後に政府による規制が後出しで登場するという中国独自の特徴を指す。この先進諸国とは異なった中国政府独自の法制度は悪いものと捉えられがちであるが、その反面良い側面も兼ね備えている。例としては、知財権保護の甘さによる携帯電話産業の中国式イノベーションの存在や、電動自転車産業における一定水準の発展後の法制定などである。

携帯電話産業では2000年代初頭に民族系の企業が軒並み赤字を計上していたが、この状況下で振興のメーカーによる安価なコピー品のゲリラ携帯電話が盛んであった。こうしたゲリラ携帯電話は法の抜け穴をついて成長してきており、中東、アフリカなど世界各地で販売されている⁶⁸。 電動自転車産業に関しては、一般に日本でも販売しているような電動アシストタイプのものから次第に漕ぐ必要のないスクータータイプのものへと変遷を遂げた。この電動自転車は免許や数に限りのあるナンバープレートも必要なく、更には速度や制動距離などに関する規制も緩いため急速に発展した⁶⁹。

前者に関しては世界的に有名な製品のコピーといった点で知財権保護の甘さが伺え、後者に関しては市場が成長してから政府として規制に入るという柔軟性が伺える。こうした制度の曖昧さは中国独自のものであり、市場の発展や企業の成長にも影響をもたらしている。

⁶⁷ 加藤[2016]p.12

⁶⁸ 加藤[2016]p.118

⁶⁹ 加藤[2016]p.119

第2項 インターネット関連産業における制度の曖昧さ

前項では中国に既に存在している製造業の制度を例にして、中国特有の制度の曖昧さについて説明した。そこで、本項ではインターネット関連産業は如何に制度の曖昧さを活かし発展してきたのかを説明した。近年発展を見せるインターネット関連産業でも制度の曖昧さによる恩恵は見られるため、フィールドワークで得られた事例を基に論じていく。

アリババグループの提供するサービスとしては余額宝、タクシーアプリ「滴滴出行 (Didi Chuxing)」が近年ユーザー数を拡大している。余額宝に関して金融当局は、イン ターネット金融の急成長に伴い、消費者保護、リスク管理の観点から規制監督を強化す る方針を掲げている。一方で金融当局は余額宝に対して金融自由化とイノベーション推 進の役割を期待しており、今後は既存金融機関も巻き込んでインターネット金融が発展 していく可能性が高いとしている70。このように政府としては一方的に規制をするので はなく、企業及び産業の発展具合に合わせて二人三脚の姿勢をとっていることが特徴的 であり、これは前述した制度の曖昧さを示している。また近年、中国都市部ではタクシ ーがつかまりにくくなっていたところ、アリババやテンセント等はスマホでタクシーを 呼ぶ配車アプリを開発し、多くのタクシーがこのシステムを導入した。2004年公布の 「中華人民共和国道路運輸規定」からすれば、白タクは当然ながら非合法である71。タ クシーアプリの滴滴出行(Didi Chuxing)などのアプリの普及に伴って違法タクシーで ある白タクが増加し、規制を強める必要はあった。しかし、サービスに対して国民の支 持が高く、またタクシー産業への貢献があったため政府はその存在を黙認した。一般的 には違法性のある事柄が増加すると規制が強化されるが、中国政府は産業の発展を優先 し、前述した企業との二人三脚の姿勢をとっていることが改めてうかがえる。また、ア スクルが越境 EC を行う際に利用しているプラットフォームの「Tmall 国際⁷²」におい てはドメインを香港に設定して経由させることで、一般貿易扱いをされず優位な税率 <mark>(増値税 11.9%)で貿易することができる</mark>。この<mark>非課税</mark>はアリババ側だけでなくプラット フォームを利用しているアスクルなど企業側にも恩恵があり、相互の発展を手助けして いるため政府も規制を行っていない。

以上の事例から、第3章で継続して述べてきた5つの方策以外の部分としてこの制度の曖昧さが中国のインターネット産業の発展に大きな影響力を持っていることが伺える。「曖昧な制度」によるインターネット産業の発展は中国が今後2030年まで中高成長を維持していく上で必要不可欠なものである。

⁷⁰ 野村総合研究所[2015]

⁷¹ 駒形[2016]p.32

⁷² アリババグループが展開する越境 EC を考える企業向けのプラットフォーム。アリババジャパン HP より参照

第7節 小括

インターネット産業は確実に中国の持続的中高成長に貢献している。EC・電子決済サービスの普及やネット広告の増加は国内の消費拡大につながっており、IoT や AI などといった新産業の開発も産業の垣根を超え中国経済の産業構造転換に大きく寄与している。これらの新技術の採用は生産効率と経営効率の向上に貢献している。中国農村部でのインターネット・配達のインフラ整備や農村タオバオの発展は、農村都市間の格差是正にもつながっている。行政手続きにおいてもネット上でオープンに行われる割合が増え、情報不透明性が改善されたことで「体制移行の罠」をある程度先延ばしにすることができる。また、中国独自の「制度の曖昧さ」が国内企業の成長にアドバンテージを与えていると言える。

第4章 終わりに

中国は、高成長から中高成長へと移行したことに象徴されるように、「新常態」の段階に突入した。しかし現状、中国が中高成長を維持することは難しく、「中所得国の罠」と「体制移行の罠」に陥ったのではないかと懸念されている。この「2つの罠」を乗り越えることで、中高成長を維持できると考えた。「2つの罠」に陥らないために、①投資・輸出主導型から消費主導型の経済へ②工業からサービス業へ③投入量拡大から生産性の上昇へ④格差の是正⑤行政手続きの効率化、という5つの方策を挙げた。

また、政府は「インターネットプラス」や「中国製造 2025」といったインターネット関連の政策を策定していることから、中央政府がインターネット技術及び産業を「新常態」に入った中国において重要視しているといえ、「2 つの罠」を乗り越えるために重要な役割を担うことが分かった。

そこで我々はインターネット関連企業を中心にフィールドワークを行った結果、インターネット関連企業や技術によって5つの方策が実行され、中国経済の構造転換を牽引していることがわかった。また、フィールドワークから現場における中国特有といえる「曖昧な制度」を確認した。この「曖昧な制度」がインターネット産業の発展を促進させていると言え、5つの方策以外の部分で中国の中高成長維持に影響を与えている。

以上の論証から新常態の中国は、インターネット産業の発展によって「2つの罠」を乗り越えることができるとは断言できないものの、2030年までは中高成長を維持できると考える。

※本稿の作成にあたりヒアリング調査に協力してくださった「宇賀神電機株式会社」、「アリババ株式会社」、「新浪日本総合ネットワークグループ株式会社」、「アスクル株式会社」(訪問順)の4社に、この場をかりて感謝の意を表します。

参考文献リスト

●日本語文献

[参考文献]

- ・王利芬・李翔[2015]『Alibabaアリババの野望: 世界最大級の「ITの巨人」ジャック・マーの見る未来』鄭重、祖沁澄訳 KADOKAWA
- ・関志雄[2015]『中国「新常態」の経済』日本経済新聞出版社
- ・加藤弘之[2016]『中国経済入門「曖昧な制度」はいかに機能しているか』名古屋大学 出版社
- ・加藤弘之・梶谷懐[2016]『二重の罠を超えて進む中国型資本主義:「曖昧な制度」の 実証分析』Minerva 人文・社会科学叢書
- ・此本臣吾・松野豊・川嶋一郎[2016]『2020 年の中国—「新常態」がもたらす変化と事業機会』野村総合研究所
- ・丸川知雄[2013]『現代中国経済』有甲斐アルマ
- ・山谷剛史[2015]『中国のインターネット史: ワールドワイドウェブからの独立』星 海社
- ・林克彦・根本敏則[2015]『ネット通販時代の宅配便』成山堂書店

[参考論文]

- ・井上葉子[2008]「中国におけるサードパーティー・オンラインペイメントの現状と課題」『消費者金融サービス研究学会年報』パーソナルファイナンス学会、第8巻、pp. 57-66
- ・宇佐美和歌子、境新一[2006]「広告によるマーケティングと消費者心理に関する研究」 『東京家政学院大学紀要.人文・社会科学系』東京家政学院大学、第 46 号、pp.53-72
- ・川嶋一郎、鶴田祐二[2015]「新常態下の中国企業とイノベーション」『知的資産創造』 野村総合研究所コーポレートコミュニケーション部、第23巻第9号、pp.24-41
- ・関志雄[2015]「中国経済の現状と課題-「二つの罠」に習近平政権」『経済研究所年報』成城大学経済研究所、第 28 号、pp.81-106
- ・関志雄[2016a]「新常態に移行する中国経済—量的拡大から質の向上」『日中経協ジャーナル』 2016 年 7 月号日中経済協会、第 270 巻第 7 号、pp.6-9
- ・関志雄[2016b]「中国経済の「新常態」:「供給側改革」は成功するか」『東亜』2016 年8月号霞山会、第590第8号、pp.10-18
- ・黄海嘉[2016]「IoT は製造強国への一里塚?」『ジェトロセンサー 』日本貿易振興機構、第66巻第6号、pp.58-59

- ・駒形哲哉[2016]「「大」「快」「混」が生む成長と構造変化:情報通信関連民営企業が 主導する経済」『東亜』霞山会、第586巻第4号、pp.22-34
- ・小峰隆夫、岡田恵子[2009]「人口オーナス下の産業・企業」『Journal of Innovatio n Management No.6』2009 年 3 月号
- ・地主岳史・知崎一紘・川上裕介[2016]「IoT 活用による工場の生産活動最適化」『F ujitsu』富士通第67巻第2号、pp.77-83
- ・馬麗梅[2015]「中国におけるインターネット流行語の現状と普及の諸要因」『言語と文化:愛知大学語学教育研究室紀要』愛知大学語学教育研究室、第59巻第1号、pp. 95-119
- ・森山博之[2015]「中国消費をけん引するインターネット通販」『ARC レポート』旭リ サーチセンター、2015 年 10 月

[参考資料]

- ・オートメーション新聞[2015]「オムロン草津工場に見える「止まらない工場」」『Ind ustry 4.0-IoT ナビ Vol.1』オートメーション新聞編集部
- ・関志雄[2013/04/05]「「二つの罠」に挑む習近平体制」 「中所得の罠」と「体制以降の罠」を克服できるか-」
 - http://www.rieti.go.jp/users/china-tr/jp/ssqs/130405ssqs.html (最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)
- ・関志雄[2015/08/04]「「製造強国」を目指す「メイド・イン・チャイナ 2025」計画」 経済産業研究所
 - http://www.rieti.go.jp/users/china-tr/jp/150804sangyokigyo.html(最終閲覧日 2016 年 10 月 20 日)
- ・関志雄[2015/04/08]「中国の成長エンジンとなったインターネット産業」経済産業研 究所
 - http://www.rieti.go.jp/users/china-tr/jp/ssqs/150408ssqs.html(最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)
- ・経済産業省製造産業局[2015]『IoT によるものづくりの変革』
- ・自治体国際化協会[2013]「中国におけるインターネット発展と自治体情報発信の展望」 『CLAIR REPORT No.383』
- ・新産業構造部会[2016]「新産業構造ビジョン〜第4次産業革命をリードする日本の戦略〜」2016年4月27日発刊 経済産業省
- ・日本経済新聞[2013/12/25]「中国、粉ミルクの規制強化。」
- ・日本経済新聞[2015/01/15]「中国、新産業の育成へ 7600 億円基金創設。」
- ・日本経済新聞[2015/07/04]「中国、ネット使った産業振興で行動指針」
- ・日本経済新聞[2016/05/28]「ビッグデータで13億人市場開拓、中国・貴州で博覧会、

IT 各社、クラウド・AI 強化(Asia300)」

- ・みずほ銀行[2016]「みずほチャイナマンスリー」
- ・みずほ総合研究所調査本[2011]「グローバル経済の中期展望(特集 内外経済の中期展望)」 『みずほ総研論集』第4巻第12号、pp.5-42
- ・孟健軍[2016/10/14]「中国におけるイノベーションの新展開」経済産業研究所
 http://www.rieti.go.jp/jp/columns/a01 0457.html(最終閲覧日 2016 年 11 月 13 日)

[参考 WEB]

- ・アリババジャパホームページ http://www.alibaba.co.jp/service/(最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)
- ・稲場久隆[2016]「中国越境 EC 市場について」京都銀行上海駐在員事務所レポート http://www.kyotobank.co.jp/houjin/asiadesk/pdf/2016_5_3.pdf(最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)
- ・経済産業省[2015]「第1章3節製造業の新たな展開と将来像」『製造基盤白書(ものづくり白書)』

http://www.meti.go.jp/report/whitepaper/mono/2015/honbun_html/010103.html (最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)

- ・佐藤仁[2016]「中国上海の KFC:世界初、百度の人工知能(AI)ロボット「Dumi」が接客」Yahooニュース
 - http://bylines.news.yahoo.co.jp/satohitoshi/20160627-00059337/(最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)
- 佐藤隆之[2016]「アリババの成長事業「農村タオバオ」とは何か?中国版地方創生の 鍵は小さな起業家たち」ビジネス IT http://www.sbbit.jp/article/cont1/32020(最終閲 覧日 2016 年 11 月 13 日)
- ・佐野淳也 [2010]「個人消費の拡大に注力する中国」日本総研 https://www.jri.co.jp/page.jsp?id=18389(最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)
- ・時事通信「中国 IoT 市場が LPWA 技術で発展との新報国=GSMA」2016 年 7 月 5
 - http://www.jiji.com/jc/article?k=2016070500327&g=bnw (最終閲覧日 2016年 10月 19日)
- 新華社「今年上半期の中国農村のネット小売額 3100 億元超」2016 年 8 月 18 日付 http://jp.xinhuanet.com/2016-08/18/c_135611152.htm (最終閲覧日 2016 年 10 月 1 9 日)
- 新華網[2016] "互□网+政□服□"与政□信息共享和开放解□」
 http://news.xinhuanet.com/info/ttgg/2016-04/28/c_135320259.htm(最終閲覧日 20 16 年 11 月 9 日)

- ・人民網[2016]「インターネット活用で中国の行政サービスを「スマート」に」 http://j.people.com.cn/n3/2016/0307/c94474-9026208.html (最終閲覧日 2016 年 11 月 9 日)
- · 人民網日本語版 経済用語集「第三者決済」 http://j.people.com.cn/94476/100561/100569/7438414.html(最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)
- ・総務省[2014]「諸外国におけるビッグデータ関連政策」 http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h26/html/nc131130.html (最終閲覧日 2016 年 10 月 20 日)
- ・中尚子[2016]「潜入!中国・アリババが挑む「農村 EC」最前線」日経ビジネス
 http://business.nikkeibp.co.jp/atcl/report/16/031700021/032300003/?P=3(最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)
- ・日経ビジネスオンライン[2010/09/10]「「人口オーナス」から導かれる新常識」 http://business.nikkeibp.co.jp/article/money/20100901/216069/(最終閲覧日 2016 年 10 月 20 日)
- ・日経ビジネスオンライン[2016/04/14]「インバウンドより凄い「越境 EC」って何? http://business.nikkeibp.co.jp/atcl/interview/16/032800002/040800003/?rt=nocnt (最終閲覧日 2016 年 10 月 19 日)
- ・日経ビジネスオンライン[2016/05/27]「成長戦略に盛り込む「第4次産業革命」の破壊度」2016年5月27日付http://business.nikkeibp.co.jp/atcl/report/15/238117/052600024/?rt=nocnt (最終閲覧日2016年10月19日)
- ・富士通ジャーナル[2015]「データ活用による「見える化」が生産現場を変える!人と機械が協調する次世代の「ものづくり」」
 - http://journal.jp.fujitsu.com/2015/04/20/01/(最終閲覧日 2015 年 10 月 20 日)
- ・みずほ総合研究所[2013]「中国三中全会の見所を探る-習近平政権の自己変革力が試される場に-」https://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/insight/as1311 08.pdf (最終閲覧日 2016/11/13)
- ・山本裕美[2012]「中国経済はルイス転換点を通過したか」『読売新聞オピニオン』Ch uo Online http://www.yomiuri.co.jp/adv/chuo/opinion/20121001.html(最終閲覧日 2016 年 10 月 19 日)
- ・新井紀子[2016]「中国の人工知能研究が日本を一気に抜き去った理由」読売オンライン http://www.yomiuri.co.jp/fukayomi/ichiran/20151016-OYT8T50057.html (最終閲覧日 2016 年 10 月 19 日)
- ・BTMU(China)経済週報[2015]「中国政府によるビッグデータ発展への支援が本格化 ~各業界および公共サービスでの応用を拡大」

https://reports.btmuc.com/File/pdf_file/info001/info001_20151014_001.pdf(最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)

- ・FindjapanTeam[2016]「Weibo とは?」 https://weibo-japan.com/archives/1023153931.html#01(最終閲覧日 2016 年 10 月 1 8 日)
- · GSMA Intelligence[2016]「Global mobile trends」 https://www.gsmaintelligence.com/research/?file=357f1541c77358e61787fac35259 dc92&download (最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)
- ・HUAWEI[2016]「ファーウェイ、NB-IoT 技術の商用展開の加速を支援」 http://www.huawei.com/jp/news/jp/2016/HWJP20160906i(最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)
- ・ITpro[2016]「IoT 向け LTE 規格「NB-IoT」——帯域幅 200KHz の GSM と互換性を 維持」

http://itpro.nikkeibp.co.jp/atcl/column/16/082200178/082200007/?rt=nocnt (最終 閲覧日 2016 年 11 月 12 日)

- ・Li Yuan[2016]「中国企業、人工知能開発で投資拡大」
 http://jp.wsj.com/articles/SB11229581354231873921504582280851115151854?tes la=y&utm_content=bufferc570f&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer(最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)
- ・Moran Zhang「中国アリババのオンライン MMF「余額宝」について知っておきたい 8 つの事実」加藤仁美訳

http://jp.ibtimes.com/articles/385915(最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)

・NHK BS1 ワールドウォッチング[2016] 「中国の農村地域で拡大するインターネット通販」

http://www.nhk.or.jp/kokusaihoudou/catch/archive/2016/06/0620.html(最終閲覧日 2016 年 10 月 17 日)

- ・OCN「e コマース」 http://www.ocn.ne.jp/support/words/def/e83R837D815B83X.html(最終閲覧日 2016 年 10 月 19 日)
- ・Record China[2015]「中国の広告売上高、インターネットが初めてテレビ抜く—中国メディア」http://www.excite.co.jp/News/chn_soc/20150511/Recordchina_20150511 055.html(最終閲覧日 2016 年 10 月 19 日)

●英語文献

[参考文献]

- · Deloitte[2014] 『Value of connectivity』 2014年2月号
- McKinsey Global Institute[2014] 『China's digital ransformation The Internet's impact on productivity and growth』 2014年7月
- World Bank[2012] 「China 2030」 www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/China-2030-complete.pdf

[参考 WEB]

- · eMarketer[2016]「Digital Ad Spend Rises in China Despite Economic Slowdo wn」http://www.emarketer.com/Article/Digital-Ad-Spend-Rises-China-Despite-Economic-Slowdown/1013677 (最終閲覧日 2016 年 10 月 17 日)
- · International Monetary[2016]「Fund World Economic Outlook Database」 https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/weodata/index.aspx (最終閲覧 日 2016 年 10 月 20 日)
- · Internet Live Stats HP http://www.internetlivestats.com (最終閲覧日 2016年 10 月 18 日)
- · The economist[2016]「China aims to lead the world in connecting the factory」 http://www.economist.com/news/business/21702487-china-aims-lead-world-connecting-factory-great-convergence (最終閲覧日 2016 年 10 月 19 日)
- The Economist[2016] 「The great convergence」
 http://www.economist.com/news/business/21702487-china-aims-lead-world-connecting-factory-great-convergence (最終閲覧日2016/11/13)

●中国語文献

[参考文献]

- ・程□[2014]「新常□下的互□网金融□新」『□代□□探□』2015 年 06 期 江□省社会 科学院
- ・刘敬□、□莉琴、李占平[2015]「新常□下"互□网+"物流□□展□型分析」『物流技□』 2015 年 11 期 物流技□□志社
- ・清□大学□□□展研究院社会□步研究所 清□大学社会学系社会□展研究□□□[201 2] 「「中等收入陷阱"□是"□型陷阱"。] 开放□代 2012 年第 3 期
- ・邱□[2013]「余□宝□商□□行的影响和启示」『新金融』2013 年第9期新金融□志社
- □□□[2015] 「互□网+"行□□划: 机遇与挑□」『人民□□·学□前沿』2015 年 10 期人民□□□志社
- ・□益品[2015]「新常□下中小型企□□商□展□略研究」『中国市□』2015 年 45 期 中国市□□志

[参考 WEB]

- · AliResearch[2016] 「阿里研究院 40 页 PPT 读懂跨境电子商务贸易的未来」http://www.aliresearch.com/blog/article/detail/id/21054.html (最終閲覧日 2016 年 10 月 17日)
- ・艾瑞杏□ HP http://iresearch.com.cn/(最終閲覧日 2016 年 10 月 17 日)
- 中国互联网信息中心(CNNIC)[2015]
 http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/ncbg/201608/t20160829_54453.htm (最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)
- ·中国互联网信息中心(CNNIC)[2016]

http://www.cnnic.cn/gywm/xwzx/rdxw/2016/201608/W020160803204144417902.pdf (最終閲覧日 2016 年 11 月 12 日)

●韓国語文献

[参考文献]

- 허운(Heo Un)[2015]「인터넷 발전에 대한 중국정부의 대응 : 소셜 네트워크 서비스(SNS)웨이보를 중심으로」중앙대학교대학원
- •이홍붕(Lee Hongbung)[2016] 「중국의 비지니스 활성화를 위한 전자상거래의 발전 방안」배재대학교
- 모붕서(Mo Bungso)[2011] 「중국 B2B 전자상거래 시장분석 및 발전동향에 관한 연구」배재대학교대학원

[参考資料]

• KISA[2015] 「변신하는 중국 전자상거래, 우리의 미래는?」 Kisa Report - power Review