7 中国の対外プレゼンスの向上をみる最近の視点

江原　規由　*Noriyoshi Ehara*
（一財）国際貿易投資研究所　研究主幹

要約

世界における中国のプレゼンスがさらに増しつつある。最近の中国のプレゼンスの向上は、中国政治・経済・社会の国際化に連動し、急速かつ広範囲にわたっている。その点につき、本稿では、今年（2018年）に入ってから発生した国際的事件や国内外行事に焦点を当てている。まず、中米貿易戦争（摩擦）、世紀の米朝会談、G7と上海協力機構首脳会談、端午節、サッカーワールドカップにおける中国要素の露出を中心に概観し、そのあと、今後、世界における中国経済のプレゼンスの行方に大きく影響するとみられるユニコーン企業および人材確保（争奪戦）の現状と展望につき論じている。

1.　中米貿易戦争からワールドカップまで

6月22日、23日の両日、北京で中央外事活動会議が開催されたが、その席上、習近平国家主席は重要談話を発表した。その中で、“中国の対外活動は国内・国際の両大局を統合的に計画し、グローバル・ガバナンス体制の改革に積極的に関与し、より整った全球伙伴関係網（グローバル・パートナーシップ・ネットワーク）を築き、社会主義現代化強国の建設に貢献をする必要がある（一部略）”と強調した。つまり、今後、中国は対外活動を通じ、新時代のグローバルガバナンスの改革・形成に積極関与していくということである。対外活動にはいろいろあるが、以下では、まず、今年に入ってから

http://www.iti.or.jp/

の、①現在進行中の中米貿易戦争（摩擦）、6月の、②米朝首脳会談、③G7と上海協力機構（SCO）首脳会議、④端午節、⑤6月～7月のワールドカップを取り上げ、国際政治、世界経済、国際社会、国際スポーツ界における中国および中国企業のプレゼンスの一端を垣間みる。

1.1.　目立つ中国の強気な姿勢

今年（2018年）3月に端を発する中米貿易戦争はいまだに解決の目途が立っていないが、このところ中国の強気な姿勢、国際世論を意識した報道が目立ってきている。例えば、

“经济日报：中国有底气奉陪贸易战”（経済日報：貿易戦争にお付き合いする底力がある）

経済日報（2018年7月8日）

“国際世論指責美国挑起貿易戦：違背市場規律破壊貿易秩序”（国際世論、米国が貿易戦争を仕掛けたと非難：市場ルール違反、貿易秩序の破壊）

人民日報（2018年6月20日）

“貿易恐怖主義救不了美国”（貿易恐怖<テロ>主義では米国を救えない）

中国メディアグループ海外放送（2018年6月20日）

“新華時評：以戦止戦不得不為”（挑まれれば応戦あるのみ）

新華社（2018年6月18日）

“述評：美国応当記取歴史教訓”（論評：米国は歴史に学ぶべき）

新華社（2018年6月17日）

中米貿易戦争の報道や記者発表などでは、“目には目を歯には歯を”の姿勢を強調する一方、“非は米国にあり”との海外メディアの論調や80年代の日中貿易摩擦を引き合いに出した報道もある。例えば、

“美銀：美国消費者将成貿易戦最大輸家 和30年前様”
（バンク オブ アメリカ：米国の消費者は貿易戦の最大の被害者　30年前と

http://www.iti.or.jp/

同じ）

新浪財経（2018年7月2日）

“法国愿与中国共同維護全球自由貿易体系”

（フランス、中国と共同して世界の自由貿易システムの擁護へ）

（経済日報パリ駐在記者　2018年7月3日）

中米貿易戦争の結末はまだ見えないが、皮肉にも、世界の貿易大国たる中国としてのイメージ・アップ、プレゼンスの向上を後押しつつあるとみられる。そんな中、中国のマスメディアは、6月19日にロシアがコミュニケで、“米国が実施する保護貿易措置がロシアに与える可能性のある損失を踏まえて近く米国からの輸入製品の一部に対し追加関税を課す”と発表したと、こぞって報道した。今回の中米貿易戦争に関する報道では、中国がEUなどと対米共同戦線をとっているとの内容が少なくない。例えば、今年3月に再選され4期目に入ったドイツのメルケル首相が5月、11回目の訪中を果たしたが、李克強総理は、同首相との会談で、“相互開放を堅持し、協力・ウィンウィンを拡大する。中国の市場開放による利益をドイツ企業が引き続き共有することを歓迎する”としたが、これに対し、メルケル首相は、“ドイツ側は対中関係を非常に重視している。双方が緊密な意思疎通を保ち、上層部の相互訪問を加速することは非常に重要だ。独中協力は世界及び多国間の秩序への積極的な貢献となる”と応じている。直接的には言及していないが、米国の保護主義への懸念を念頭に置いての発言とみられる。

今年6月28日、国務院新聞弁公室から初の『中国とWTO』白書（以下、『白書』）が発表された。中国がWTO加盟国となったのが2001年12月11日。それから17年後、改革開放40周年にあたる今年、『白書』が発表されたことは意味深といえよう。『白書』は全文1.2万字で、白書としてはややコンパクトである。急遽作成されたとの感がぬぐえない。『白書』の内容は、加盟以来中国が果してきたコミットメントの達成状況と、その過程で中国が実践してきた自由貿易推進の実績が紹介されている。『白書』の発表は、現行の保護貿易主義反対の姿勢表明とも受け止められよう。

http://www.iti.or.jp/

1.2.　米朝首脳会談の影響を中朝国境都市丹東にみる

今年6月12日、シンガポールで開催された米国と北朝鮮の世紀の首脳会談では、中国は、主役の米朝両国の背後で隠然たる影響力を見せたといえる。このことは、北朝鮮の金正恩朝鮮労働党委員長が米朝首脳会談に前後し3回訪中していることからも明らかである。同首脳会談の波及効果として、米朝首脳会談で朝鮮半島の緊張が緩和されるとの憶測から、中朝国境の中国側都市丹東市の不動産価格が上昇したことが指摘できよう。こうした不動産価格上昇には、かつて、改革開放政策で経済特区や経済技術開発区などの外資導入拠点が設置された沿海都市が、その後大きく発展してきたことへの期待、すなわち、「柳の木の下の2匹目のドジョウ」への投機的期待が背景にあるとする報道が目立つ。

中朝国境都市丹東　中央に鴨緑江を跨ぐ鉄橋、その先に北朝鮮国境都市の新義州、右手に北朝鮮を臨む兵士像　撮影:著者（2015 年頃）

余談になるが、筆者は、1993年から98年まで、大連に駐在した。その折、丹東に行くたびに、夢のような国際高速道路建設計画を聞かされた。その計画とは、日本の東京を起点に、日韓海底トンネルを抜け、ソウル、ピョンヤン、丹東、北京、南アジア、中近東を経て、モスクワそして英国までの行程となっている（1993年発行の「中国丹東」の小冊子による）。朝鮮半島をめぐる国際情勢の好転が期待され、かつ、2013年に提起された中国と欧州間などを結ぶ鉄道・道路網の建設を主要事業の一つとする「一帯一路」構想が着々と進展する中、当時、夢の構想とされた件の国際高速道路建設計画は、必ずしも非現実的プランとはいえなくなりつつある。今や、丹東には「米朝首脳会談＋」の発展の機会が生まれつつあるということである。

http://www.iti.or.jp/

1.3.　G7と上海協力機構、どちらが世界の潮流に合致か

今年6月8日から9日までカナダでG7が、時を同じくして、9日から10日まで中国山東省の青島（チンタオ）で、中国が主要国である上海協力機構（SCO）[注1] 首脳会談が開催された。G7がアメリカファーストの米国とそのほか6国との間に、“G6＋1”の意見の分岐・対立が目立ったのに対し、SCOは、多国間貿易体制の強化、一帯一路の推進、地域経済協力の向上などでコンセンサスの形成を目指す姿勢を鮮明に打ち出している。国家発展改革委員会国民経済総合局は、今回の青島SCO首脳会談の成果を、“青島SCO首脳会談は成功裏に閉幕した。グローバルガバナンスにおけるSCOの主張を提起し、一帯一路を経済グローバリズムの潮流に順応する最も広範な国際協力プラットフォームとすることで一致した”と称した。グローバルガバナンスの改革を提起する「中国声音」（中国の主張）と「中国方策」（中国のやり方）を、SCOを通じ青島は世界発信したということである。

議長国中国の習近平国家主席によるSCO加盟国首脳理事会の第18回会議時提案（部分）

・SCOは実務協力を深化し共同発展を促進し、産業調整、市場融合、技術交流の面でより大きな一歩を踏み出す。
・貿易自由化・円滑化を支持し、世界の多角的貿易体制を維持する。
・積極的に影響力を発揮し国際的責任感を示す。
・国連憲章に基づく国際秩序を断固守り、相互尊重、公平・正義、協力・ウィンウィンの新型国際関係の構築を推進する。

1.4.　進む中国伝統の国際化

世界における中国のプレゼンス向上をみる視点はほかにもある。中国の祝祭日の国際化である。中国の祝祭日（2018年、国務院指定）[注2] は、元旦（1月）、春節（2月）、清明節（4月）、労働節（メーデー、4月）、端午節（6月）、中秋節（9月）、国慶節（10月）である。このうち、端午節に

http://www.iti.or.jp/

ついていうと、端午節の定番は龍舟競漕（ドラゴンボートレース）や粽（ちまき）であるが、いずれも海外で年々盛んになり、かつ現地融合してきている。例えば、米国ボストンのチャールズ川河畔で行われたドラゴンボートレースには、全米各地からこれまで最多の75艘の参加があったという。また、粽については、例えば、インドネシアでは、インドネシアンテイスト（ポーク・ビーフ・チキンカレー風味）の粽が、さらにフィリピンでは、クリスマスの食卓に粽が供されるようになったことが話題となっている。このほか、フランスのアンシー国際アニメ映画祭（Festival International du Film d'Animationd'Annecy）には、端午節ゆかりの屈原を主題としたアニメに観衆の高い関心が示されたという。

最近まで、海外で端午節を祝うのは主に華人であったが、このところ、現地社会の年中行事として定着しつつある。こうした変化を、中国文化、伝統が華人を通じ現地社会に融合しつつあるとみるのか、それとも、現地社会が中国文化や伝統に共感しつつあるのか。そのいずれでもあるといえよう。少なくとも、海外における端午節は、華人の現地社会におけるプレゼンスの向上につながっていることは確かである。この端午節の国際化、すなわち、中国文化、中国伝統の国際化ともいうべき現象は、中国の国際社会におけるプレゼンスの向上に連動したものであり、中国のソフトパワーの発揮ともなっていることは間違いない。

1.5.　中国チーム不在のワールドカップで目立つ中国企業

もう一つ、世界における中国のプレゼンス向上をみる視点として、今年6月から7月にかけてロシアで開催されたサッカーワールドカップとの関連にふれておきたい。今回のロシア大会には中国チームは出場できなかったが、中国企業は大いに活躍している。すなわち、多くの中国企業がロシア・ワールドカップのスポンサー企業として大いに気を吐いていた。中国の経済参考報（2018年6月12日）は、「中国軍団が全力で出撃した。国際サッカー連盟（FIFA）スポンサー企業陣の中で最も強力な一勢力だ」と報道。FIFAのスポンサーシップは3種類[注3]あるが、中国企業は大連万達グループ（不動

http://www.iti.or.jp/

産、テーマパーク等関連の多角経営大手）を筆頭に、蒙牛乳業（中国のトップ乳製品国有企業）、VIVO（スマホメーカー）、海信集団（ハイセンス、中国を代表する電機メーカー）、雅迪集団（中国の電動二輪車最大手）など多彩な顔ぶれである。英国のガーディアン紙は、ワールドカップにおける中国企業のプレゼンスを、「今夏、ワールドカップを観戦したサッカーファンは、中国製TVを視て、中国製スマホを使い、中国製電動スクーターに乗り、中国製牛乳製品を食べることが多くなるに違いない」と皮肉っている。中国でも、**“没有中国隊的世界杯，為何成了中国企业的盛宴？”**（中国チームが出場していないのに、中国企業のこの盛り上がりは、“なぜ”？（中国新聞網　2018年6月21日）と報じている。

世界的なブランドをもつ企業になりたいと考えている中国企業にとっては、ロシア・ワールドカップのスポンサーシップは、そのまたとないチャンスといっても過言ではない。

スポンサー企業に限らず、現地では、競技用サッカーボール、ユニフォーム、マスコット製品のほか、ワールドカップ出場国の国旗やワールドカップの風情をあしらったネクタイなど、「メイドインチャイナ」のワールドカップ関連の記念商品が大いに目立っていたという。さらに、ワールドカップの機会を捉えて、あの手この手で自社製品（白酒、ビール、電化製品など）の露出アップを図る中国企業が少なくなかったようだ。

習近平国家主席のサッカー好きはよく知られているが、今や、サッカーは中国の国民的スポーツとして定着している。2008年の北京オリンピック、2010年の上海万博、の開催に続き、2022年には北京冬季オリンピックが開催される。近い将来、中国でサッカーのワールドカップが開催される可能性は決して低くはない。中国でのワールドカップの開催は、中国のソフトパワーの世界発信、スポーツ界におけるグローバルガバナンス形成過程での中国の発言権向上に一役買うことになるのではないだろうか。

http://www.iti.or.jp/

2.　世界的中国企業の予備軍としての中国ユニコーン企業の最近の動向

今年3月、科学技術部（省）が164社に及ぶ「2017中国独角獣（ユニコーン）企業発展報告」を公表した。その影響もあり、今年に入り、ユニコーン企業が中国の資本市場で衆目を集めている。6月には中国の代表的ユニコーン企業の小米科技（2010年スマートフォンメーカーとして創業、中国の総合家電メーカー）が過去約2年間で世界最高規模となる新規株式公開（IPO、香港）を申請[注4]し、かつ、その後適切な時期に上海で中国預託証券（CDR）を発行すると発表、さらに、北京朝陽区で文化・娯楽関連ユニコーン企業の本部基地つくりが検討されていることが話題となるなど、今や、中国のユニコーン企業の行方に内外から熱い視線が注がれている[注5]。

2.1.　ユニコーン企業とは

今や、世界のユニコーン企業5社毎に2社が中国のユニコーン企業とされ、かつ、中国はユニコーン企業予備軍を2,500社抱えているなど、その多さを誇っている。中国ユニコーン企業の発展、その国際化は、今後の中国経済はいうにおよばず世界経済の発展に深く関わってくるとみる識者は少なくない。ユニコーン（中文：独角獣）とは、額に一本の角を生やした架空の存在で、吉兆の証とされる。その伝説上の動物名をいただくユニコーン企業とは、一般的には、設立10年未満で企業の評価額が10億ドル以上でありながら、未上場の、主にベンチャー企業を指す。評価額が100億ドル以上となると、スーパー・ユニコーン企業といわれる。

2.2.　政府も投資家も期待するユニコーン企業

中国では、雨後の竹の子のように誕生しつつあるといわれるユニコーン企業は、特に今年（2018年）年初来、急速にインターネット上に登場、今後の発展への不確実性を内包しつつも、ベンチャーキャピタルなどの投資家から巨額の利益をもたらす可能性を秘めた有望企業軍として大いに注目されている。なぜか。一概には言えないが、例えば、かつてのユニコーン企業ともい

http://www.iti.or.jp/

える百度（バイドゥ）、アリババ、騰訊（テンセント）、京東など[注6]中国を代表するインターネット関連企業が続々と海外上場に走る中、その穴を埋め、未来の中国の株式市場の発展を支える企業予備軍群として期待が急速に高まったからとする報道もある[注7]。実際、ユニコーン企業の育成発展に向けた政府の傾斜支援策などもあり、中国各地でユニコーン企業の育成策、誘致策が活発化している。例えば、内陸の四川省の省都である成都では世界初となるユニコーン企業アイランド・モデル区、天津ではユニコーン企業群ビル、珠海ではユニコーン企業投資基金の設立を予定していることなどが指摘できよう。将来の中国産業を支え、国際経済のガバナンスに対する影響力向上に向けた中国の次の一手が打たれているといっても過言ではない。

2.3.　ユニコーン企業は中米両国の技術の架橋

今年5月には、中国陝西省の省都成都で「2018年グローバル・ユニコーン企業サミットフォーラム」が、そして、その分科会が米国・シリコンバレーで同時開催され、それぞれの出席者によるスクリーン越しの中継対話（テーマ：世界のユニコーン企業の成長環境、その役割・位置づけの分析、発展の方向性など）があった（人民網　2018年5月22日）。

このフォーラムは、成長中のユニコーン企業と潜在的ユニコーン企業に向けて、政府関連部門、資本市場、業界との交流と対話のプラットフォームを提供することを目的に開催され、中国側から、“中国の科学技術企業が世界の先端企業の後ろを走っている状態から追いつき、併走し、追い越す状態が同時に存在するようになった。こうした状況下で、中国には数多くのユニコーン企業が生まれた”。また、米国側からは、“米中関係は世界で最も重要な二国間関係であり、中米両国のユニコーン企業が代表する技術革新はこれから100年間世界を引っ張っていくだろう”。“両国の間に橋を架ける必要があり、今回のフォーラム開催は、そのための実に素晴らしい実践だ”などの発言があったという。

http://www.iti.or.jp/

2.4. ユニコーン企業の罠の先にあるもの

ユニコーン企業の発展には、「ユニコーン企業の罠」といわれる課題、リスクも存在している。ユニコーン企業の企業価値判断基準の客観性、政策支援策の合理性、人材確保、偽ユニコーン企業の存在など、対応すべき課題やリスクは少なくない。

米国に次ぐ規模を有するユニコーン企業の今後の成長過程は、短期的には、中国の産業力、中国製造2025[注8]の行方を見る視点を、そして、長期的には、中国経済の国際化をみる視点、世界経済における中国のプレゼンスを見る視点、中国の国際経済ガバナンスの形成への影響力をみる視点を提供することになるのではないだろうか。

近い将来、今、急成長しつつある中国ユニコーン企業が、ワールドカップのスポンサー企業として、試合中のTV画面にその名を登場させる日はそう遠くないといえよう。

中国におけるユニコーン企業の現状（2017年）[注9]

○ユニコーン企業の一般的定義

・設立10年未満、評価額10億ドル以上、未上場のベンチャー企業

・証券監督管理員会の一見解：インターネット、ビッグデータ、クラウド、AI、ソフトウエアー・集積回路、先進装備製造、バイオ･医薬関連の7分野で年間営業収入が30億元以上、企業価値200億元以下の未上場企業

○世界のユニコーン企業

・世界のユニコーン企業：米国と中国で全体の70％強[注10]

・2013年－2018年3月：237社（出所：CB Insight）

国別企業順位：米国118社、中国62社、英国13社、インド9社・・・

企業分野価値：金融テクノロジー、E-コマース、ソフト・サービス（全体の約45％）

三大業種：先進製造、インターネット、ハイテク（全体の約

http://www.iti.or.jp/

60%）、以下、E-コマース、ソフト・サービス、金融技術、健康など32業種

○中国のユニコーン企業

・ユニコーン企業（評価額の査定等の違いもあってユニコーン企業数にはバラツキがある）

①126社：2018年3月末、10都市、15業種、企業価値6,253億ドル

（出所：中国科学技術部<タイマツ・センター>・胡潤研究院・IT桔子・CB Insight・PichBook等のランキング調査結果からの総合整理値）

②164社：2018年3月23日、中国科学技術部発表の「2017中国ユニコーン企業発展報告」に記載されたユニコーン企業数

③その他：120社（2017年胡潤研究院）

・上記164社中の集中分野：E-コマース、インターネット金融、健康関連、文化・娯楽、物流

・年毎の集中分野傾向：

2015年シェアー自転車

2016年インターネット金融

2017年娯楽文化・AI・ビッグデータ

・集積都市：北京、上海、杭州、深圳

・上記126社中の上位ユニコーン企業（企業価値：100億ドル以上／以下の11社）：

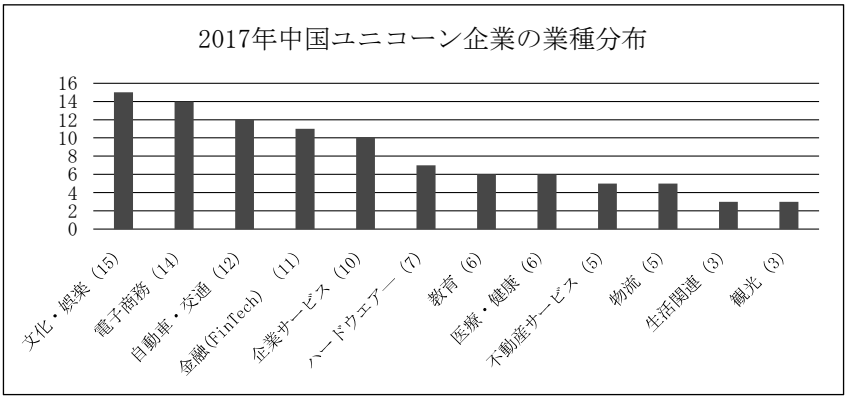
①蟻蟻金服（浙江省、金融、750億ドル）、②小米科技（北京、ハードウエアー、460億ドル）、③滴滴出行（北京、自動車・交通、500億ドル）、④美団点評（北京、生活、300億ドル）、⑤今日頭条（北京、大文娯<文化・スポーツ・レジャー・等>、300億ドル）、⑥陸金所（上海、金融、210億ドル）、⑦菜鳥網絡（浙江省、物流、200億ドル）、⑧宇徳時代（福建省、ハードウエアー、196億ドル）、⑨快手（北京、文化・娯楽、150億ドル）、⑩大疆科技（広東省、ハードウエアー、120億ドル）、⑪京東金融（北京、金融、100億ド

http://www.iti.or.jp/

ル）、その他：10－20億ドル：74社、20－50億ドル：29社、50－100億ドル：13社

・ユニコーン企業に対する投資機構（対象ユニコーン企業数）：紅杉（32社）、IDC資本（24社）、啓明創投（18社）、経偉中国（18社）、華平投資（14社）、談馬錫（12社）、SIG海納亜洲（12社）、H Capital（11社）、鼎暉投資（11社）、順為資本（11社）

（出所：新浪財経　2018年4月8日など）



3.　中国はこれからの発展を担う人材にどう向き合おうとしているのか

今年3月の第13期全人代の開催中、習近平国家主席は広東省代表団との審議に参加した折、“国家にとって、発展は第一要務（最重要事項）、人材は第一資源、創新（イノベーション）は第一動力（原動力）”と強調し、“強国は創新に、創新は人材に依る”と、人材の役割を高く評価した。“今、中国で最も求められているのは何か”と聞かれたら、“人材”と答える人は少なくないであろう。今日ほど、中国で人材に強い関心が示されたことは、かつてなかったといっても過言ではない。

中国ユニコーン企業CEO調査研究2018年（プライスウォーターハウスクーパース<ＰwC>実施）によれば、今後1－3年間の発展戦略で最も重要な

http://www.iti.or.jp/

のは人材確保・育成としている（回答企業全体の71％が人材不足が企業の持続的発展に影響すると回答）。

因みに、これまでの人材獲得の重点は、一般労働者であったが、現在は、才能ある若者と大学生（2018年の大学卒業生は820万人で史上最多）とされている[注11]。

3.1.　あの手この手の人材争奪線

最近、中国メディアには、搶人大戦（人材争奪大戦）などのやや過激とも思える見出しが目立つ。例えば、

・人民日报談“各地搶人大戦”：引才用才，高效更需長效（人民日報、“各地の人材大争奪戦を論ずる”：人材の募集と登用には、高い効果に加えさらに重要なのはその長期持続性　人民日報　2018年6月26日）
・從城市看中国：経済集聚、人才争奪与産業遷移（都市から中国をみる：経済集中、人材争奪と産業変遷　経済日報　2018年6月23日）
・聚焦城市搶人大戦：除了户口，還有這些福利（人材争奪戦の焦点：戸籍のほか、こんな恩典も　中国新聞網　2018年4月13日）　など。

各都市（主に市政府）が人材確保に繰り出す“あの手この手”の「三種の神器」は、概ね、住居確保、戸籍取得、創業への優遇待遇に集約できる。新華社（2018年4月19日）によれば、少なくとも、20都市が戸籍取得で便宜を図ったり、住居借上・購入で優待したり、ベンチャービジネスの起業を支援したりと、人材獲得のための新政策を採っているとしている。

3.2.　海外人材、帰国留学生への熱い視線

人材争奪大戦では、留学経験者や海外人材にも熱い視線が注がれているのはいうまでもない。例えば、浙江省杭州市では、海外人材の起業への支援として最大で1億元（約17億円）を拠出、また、北京市では、外国人人材のマルチビザ切換えを許可し、交流目的での訪中に便宜を図ったり、さらに、今

http://www.iti.or.jp/

年3月1日からは、「外国人人材ビザ制度実施弁法」（マルチビザの滞在期間、ビザの滞在期限をこれまで最長とする規定）がスタートしたりと、海外人材およびその配偶者や家族を含めた優遇策が全国各市で実行されている。目下、中国は世界トップの留学生輩出国（欧米先進国が主な留学先）で、2017年には初めて60万人の大台を突破、また、同年、海外から帰国した中国人留学生は48万人余りで過去最高となった。注目すべきは、①留学先として一帯一路参加国が新たな注目エリアとなったこと（2017年留学生： 6万6,100人、前年比増加率で中国全体を上回る）、②起業する帰国留学生が増えていること（2017年末時点、起業した帰国留学生数は前年比7,000人増の8万6,000人、関係した起業パークは全国351か所）などが指摘できる。中国人民大学が発表した起業報告によると、中国では、大学生の3割が起業に強い意欲をもっている。その背景には、中央、地方政府の手厚い支援策、例えば、「大衆創業、万衆創新」（大衆の起業、万人のイノベーション）戦略やBATJ企業（バイドゥ、アリババ、テンセント、京東<JINGDONG>など中国を代表するインターネット関連企業を指す）の世界展開、世界から注目を浴びつつある中国ユニコーン企業の急速な成長などの影響があるとする識者が少なくない。ベンチャー企業、ユニコーン企業の世界展開のためのプラットフォームを大胆かつ大規模に提供しつつあるところに、“国家にとって人材は第一資源”とする習近平国家主席の本音が読みとれる。

因みに、企業派遣による留学は、業界の需要に焦点が絞られており、人数は前年比倍増の3万5,900人と急増している。

3.3. 内外人材の交流は世界経済の発展や未来社会の課題解決の大きな糸口

さて、中国の人材争奪大戦を別の視点から見ると、その背景には、人口ボーナスが喪失しつつある現実が認められる。改革開放の40年間、中国は年率平均9.5％という高成長を遂げてきたが、今や、高齢化の時代[注12]にさしかかり、労働力の新陳代謝の時代に向き合っている。そうした状況下、近年増大した人材が新たな人口ボーナスを形成し、中国が求める高質量発展や創新産業（インターネット関連産業、ユニコーン産業など）の成長を支えていく

http://www.iti.or.jp/

と期待されている。

もう一点、人材争奪大戦を、今年40周年を迎えた改革開放の視点から見るとどうか。改革開放で中国は積極的に外資を導入（引進来）し、経済発展の原動力としてきたが、その過程で、世界と中国、各国企業と中国企業とは多くの点で“ギブアンドテイク”、“ウインウイン”の関係を構築してきている。今や、多くの中国企業が海外進出（走出去）し世界との新たな関係構築に向き合っている。

今、中国は大胆に海外人材を受け入れ、かつ、中国人材を海外に輩出している。中国は経済国際化の原動力を、人材の引進来と走出去に求めつつあるということである。

注

1 中国、ロシア、カザフスタン、キルギス、タジキスタン、ウズベキスタン、インド、パキスタンの8か国による多国間協力組織（面積と人口では世界最大）。

2 元旦を除き、年によって月日が若干移動する祝祭日もある。振替出勤ですべて連休（2018年の７祝祭日の休日は29日間）。

3 ①FIFA公式スポンサー（中国企業は7社中1社）：大連万達グループ
その他6社：コカコーラ（米飲料大手）、アディダス（独スポーツ服飾大手）、ガスプロム（露エネルギー大手）、カタール航空、ビザ（米金融大手）、現代／起亜（韓自動車大手）
②ロシアW杯の公式スポンサー（5社中3社が中国企業）：海信、蒙牛、VIVO（スマートフォンメーカー）
③ナショナルスポンサー：帝牌中国（男性ファッション）の帝牌中国、雅迪科技集団（電動二輪車）、指点芸境（ＶＲ技術）

4 証券日報（2018年7月5日）によると、2018年に小米をはじめ同程芸龍、美団点評、猎聘網、找鋼網等220のユニコーン企業が予定しているとの報道している。

5 2018年初以来、3日毎に1社のユニコーン企業が設立されている（毎日経済新聞　2018年7月6日）。

6 この4社のことを、それら企業の頭文字1字をとってBATJと呼ばれる。もとは、BATであったが、最近、京東（JING・DONG）のJが加わった。

7 中国青年報（2018年7月3日）によるとユニコーン企業（当時）の上場ブームはこれまで3度あったという。第一回目が2000年前後でバイドゥ（百度）、盛大、搜狐、網易等が上場、第二回目が2010年前後、アリババ、京東等EC関連、そして、第3回目は2018年前後で、香港での上場意向を示しているインターネット関連ユニコーン企業が多い点が特徴（6月下旬だけでも、小米、美的点評、猎聘网、找鋼網、同程芸龍、映客、多益網絡、指尖躍動、宝宝樹などが香港上場の意向を表明）。

8 中国における今後10年間（2015年-2025年）の製造業発展のロードマップ。

http://www.iti.or.jp/

9　中国ユニコーン企業CEO調査研究2018年（プライスウォーターハウスクーパース<ＰwC>実施）。

・調査対象：ユニコーン企業101社の上層部（1970年代設立と1980年代設立が全体の88％）
・集積地：北京（36％）、上海（25％）、深圳（12％）、杭州（７％）、その他
・産業分布：企業向けサービス（12％）、文化･娯楽・メディア（12％）、自動車・交通（11％）、金融科学技術（11％）、EC（9％）、消費･生活関連（9％）、その他
・回答結果：
①企業に影響する主要外部要因：新技術の間断なき登場（57％）
飛躍的業務の出現（45％）
②今後1-3年の持続的成長戦略上の最大要因：人材
③関心技術：ビッグデータ、AI、クラウド、モノインターネット、５G、ブロックチェーン
④回答企業の64％が今後2年以内に上場を計画：香港（43％）、米国（25％）、中国A株（23％）
⑤回答企業の70％以上で従業員の平均年齢25-30歳
⑥回答企業の66％が12か月以内の組織変化を想定
⑦回答企業の25％が競争上の優位点として、技術とデータと回答

10　米国のユニコーン企業は、技術・イノベーションを中心とするAI、ビッグデータ、クラウド、医療・健康領域に集中しているのに対し、中国のユニコーン企業は、文化娯楽、教育、ゲーム、観光、物流など消費やビジネス・サービス領域に多いが、今後、新技術、新産業、新業態、新モデルの“4新”産業、具体的には、インターネット、ビッグデータ、クラウド、AI、ソフト・集積回路、先進設備製造、バイオ・医薬の7大業界でのユニコーン企業の発展、すなわち、米国のユニコーン企業が集中している領域での発展が期待されている。

11　美的集団が募集した2017年の卒業生1600人のうち、修士・博士の比率が50％、研究開発人材が40％で、国籍にこだわらず、能力があれば即採用。美的集団の従業員は13万人、うち、世界21か国・地区に海外従業員が3万人（経済日報　2018年5月28日）。

12　2017年末、中国の60歳以上の老齢人口は2.4億人（総人口の17.3％）。2050年前後の老齢人口は4.9億人（同34.9％）。なお、2016年、中国では65歳以上の人口が総人口の10.8％を占め、国連標準の同7％を超え老齢化が進展中。

http://www.iti.or.jp/