

【小特集：中国のニューエコノミー／ニュービジネス（情勢分析研究会報告）】
【報告】

中国のベンチャー企業のチャンスとストレス

何 書勉

【キーワード】 中国、ベンチャー企業、ニュービジネス、ニューエコノミー、NeoX
【JEL 分類番号】 M13

いま中国では、ニュービジネス/ニューエコノミーの台頭期を迎えている。弊社 NeoX は2017年に創業されたベンチャー企業であるが、中国のビジネス環境の変化を反映した動きの一環をなしているといえる。本日は、まず、その事例として、NeoX の事業内容を紹介する。次に、中国のニュービジネス/ニューエコノミーの全体的な動きを把握したうえで、ベンチャー企業が遭遇している多大な機会について考察し、ニュービジネス/ニューエコノミーの成長要因をいくつか指摘してみたい。最後に、ベンチャー企業の創業者として、これまでの経験談を披露したいと思う。

1. 中国のニュービジネス ——NeoX の事例

(1) 事業内容

マルチメディアデータベース及び AI の研究により、2007年に京都大学で博士号（情報学）を取得した。2007年に楽天に入社し、2009年に楽天執行役員・チーフサイエンティストとなり、2010年に楽天中国開発センターを設立し、法人代表に就任した。2011年には GREE 株式会社の中国開発センターを設立した。2015年に不動産ビッグデータ業界に参入し、データベースを構築して、2017年に NeoX 株式会社（淼瀛）を設立した。

NeoX は現在3つのサービスを中国で展開している。第1は、「神居妙算」はビッグデータ

技術を利用した日本不動産 AR（拡張現実）検索サービスである。電通の集計データによれば、日本の不動産インバウンド広告市場規模は200億円にのぼると推計されている。

第2は、「有房喔」という中国不動産 AR 検索サービスである。一般の不動産検索サイトはさまざまな条件を入力して検索するが、NeoX の「有房喔」は AR 技術を利用している。目の前で綺麗なマンションを見て興味があったら、携帯をかざすと、空き部屋や相場などの情報が出てくる。中国の不動産広告市場は23.4億人民元の規模と推計されている。

第3番目は「搜蛙」という総合 AR 検索サービスである。世の中のすべてのものに携帯をかざすと、関連情報が出てくる。GeoBI マーケットの市場規模は82億ドルである。

(2) 主要サービス——「神居妙算」と「有房喔」

当初、中国と日本のエンジニア双方による共同開発を考えていたが、現在は中国と日本のチームは独立で開発を行っている。日本では不動産情報事業を行っており、日本滞在経験がある中国系モバイルゲームエンジニアを中心に開発チームを組織している。中国では AR・AI・ブロックチェーン事業を展開している。中国市場を熟知したネット企業経験者がマーケティングチームを構成している。

日本国内で不動産分野の広告をダウンロードすると、だいたいワンクリックで100～500円か

かり、中国も同様である。NeoX は100円以下に抑えている。広告媒体サービスなので、いかに安くユーザーを獲得して、安定して不動産業者に送客するかがキーポイントである。

価格、広さなどの条件を指定して検索するのが一般的であるが、NeoX はフィールドマップの機能もある。どのエリアのマンションが一番多く取引されているかを表示できる。取引量が多いことは、リスクが低いと考えられる。ユーザーは仲介業者に行かなくても情報を入手でき、当社のアプリは仲介業者よりも多くの情報を収録している。当社は日々インターネットから情報をダウンロードしており、たとえば、ヤフーの社会ニュースから事件などの情報を入手し、その地域に向けてアラートを追加する。ユーザーは多くの情報に基づいて、安心して物件を選ぶことができる。

当社が中国で実施している事業を日本でも展開したい。街でお気に入りのマンションを見たら、携帯をかざすと、マンション名などの情報だけでなく、そのマンションに住んでいる人々の階層、職業の割合も出てくる。今見ている物件と似たような物件の情報も比較できる。これからの部屋探しはこのような形になるのではないか。

(3) 新たなサービス——車体識別システム (for Fujitsu)

2018年3月6日に初めてこの技術を発表した。携帯を車にかざすと、車種や値段などの情報が出てくる。これは中国で開発した技術である。5月には、富士通のフォーラムで一緒に発表する予定である。また、夏には、ヨーロッパにこの技術を出す予定がある。これは現在一番有力な事業である。

NeoX は実世界とネット情報の完全融合を目指している。ネット情報は平面的かつ抽象的にしか実世界を語るができない。我々はARで情報を表示し、情報と空間が一体化し、いつでも直感的に理解できることを求めている。AR 検索は実世界とネットをシームレスに繋ぐ

ことができる。マンションを見たら、空き部屋情報や賃貸情報が出てくる。車を見たら、車種、メーカー、ディーラーなどの情報が出てくる。実世界内での検査行為とクラウドのデータベースを統合すれば、ロケーションコンテキストとして価値が生み出される。

2. 中国のニューエコノミー

(1) 世界経済をリードする中国エコノミー

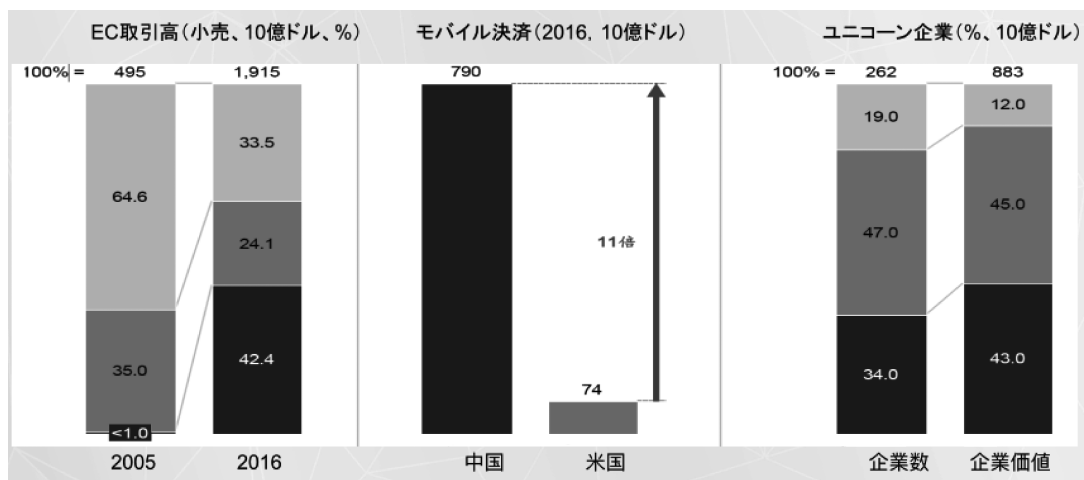
2008年に楽天の商品流通総額は淘宝(Taobao)の3倍あった。2010年に楽天が中国に進出した時に、淘宝は逆転し、楽天の3倍になった。図1のように、2005年に中国の小売 EC 取引高は全世界の1%以下であり、アメリカは全世界の35%、他の国は64.6%を占めていた。2016年になると、中国の EC 取引高は急増し、全世界の42.4%を占めるにいたった。アメリカの比率は24.1%、他の国は33.5%まで減少した。

2016年に中国のモバイル決済額は7900億ドルであり、中国はアメリカ(740億ドル)の約11倍である。また、世界の262社のユニコーン企業のうち、34%は中国企業である。ユニコーン企業の評価額を見ると、中国企業は全体の43%を占めている。

中国でニューエコノミーを中心に世界的な大企業が続出している。中国で最大規模の IT 系ニューエコノミー企業は百度(Baidu)、阿里巴巴(Alibaba)、騰訊(Tencent)である。Baidu と Alibaba はアメリカに上場している。Alibaba は1999年設立されたが、2017年末の時価総額は4381億ドル、世界第8位であり、トヨタを凌いでいる。Tencent は香港に上場し、2017年の時価総額は4955億ドル、世界第7位である。

中国ではユニコーン企業も輩出している。滴滴出行(Didi Chuxing)は配車サービス企業である。2012年に創業したばかりであるが、2017年末に企業評価額は560億ドルに拡大した。また、頭条(TouTiao)はニュースサイトであり、人工知能を用いてユーザーの趣味に応じた配信がなされる。2012年に創業したが、2017年に企業評価額は110億ドルになった。また、摩拜単

図1 EC取引高、モバイル決済、ユニコーン企業



出所：マッキンゼー（2017）《中国数字经济如何领全球新趋势》

車 (Mobike) はシェアバイク (自転車レンタル) 事業を展開している企業である。2015年に創業し、2年で30億ドルの評価価値がある企業にまで成長した。楽天は創業してから約10年で時価総額は30億ドルとなった。楽天と比べてみると、Mobikeの成長の速さがうかがえる。

ユニコーン企業が多い国はアメリカと中国である。中国のユニコーン企業は、アメリカの企業よりもユニコーン企業への成長期間がはるかに短い (表1)。中国は人口が多いので、急成長できるのである。

表1 ユニコーンへの成長期間 (1997-2015)

企業価値10億ドルへの成長期間	中国 (63社)	アメリカ (112社)
1年	11%	1%
2年	35%	8%
3年	11%	5%
4年	19%	16%
5年	5%	11%
6年	2%	8%
7年	5%	10%
8年	0%	12%
9年	5%	7%
10年	3%	4%
10年以上	3%	19%

出所：CrunchBaseのデータをもとにBCG分析

(2) なぜ中国はチャンスが多いのか。
なぜ中国ではチャンスが多いのか。まず、強

いネットワーク効果があると考えられる。次に、ベンチャー投資が活発であること、そして先進

国の成功事例を見ながら、中国で改良を加えて、後発の利益を享受することができる。もっとも、チャンスが多いが、それに伴うストレスも相当なものである。

①ネットワーク効果

プラットフォームのユーザー数が多ければ多いほど、ユーザーの間で共有される知識や情報、サービスも多くなり、当該プラットフォームを利用するメリットが増してくる。その結果、より多くのユーザーがプラットフォームに引き付けられる。中国はその巨大な人口から、他国よりも顕著なネットワーク効果が働いている。

中国ではスマホの普及率は相当高い。中国で最も利用時間が長いアプリは WeChat である。WeChat は日本の LINE のようなメッセージングアプリであるが、メッセージングより機能が充実している。人々の日々のコミュニケーションだけでなく、支払い機能 (WeChat Pay) があり、

公共料金やチケットなどの決済機能サービスも進んでいる。

WeChat のユーザー数は 1 年で 3 億人から 8 億人へと急増した。また、Public Account 数も 201 万個から 1777 万個へ伸びた。Public Account とは、企業が持っているアカウントであり、高度な機能を有する。たとえば、支払いも可能である。また、店が込み合った時には、整理番号をもらって外出し、自分の番に近くなったら通知が来る機能もある。

WeChat の決済金額は 116 億ドルから 1 兆 2000 億ドルまで一気に伸びた。

②PE/VC (ベンチャーキャピタル)・投資ファンドの役割

表 2 は、PE/VC による資金募集額と投資額の推移である。世界の投資総額に中国が占めるシェアは毎年伸びており、2016 年に中国のシェアは 73% になった。

表 2 PE/VC による資金募集額と投資額の推移 (世界 VS 中国 2012-2016)

年度	世界の資金募集総額 (10億ドル)	中国のシェア	世界の投資総額 (10億ドル)	中国のシェア
2012	223	19%	279	13%
2013	308	10%	314	11%
2014	340	15%	364	19%
2015	347	14%	423	43%
2016	336	22%	306	73%

出所：PWC『中国PE/VC ファンド2016年回顧と2017年展望』

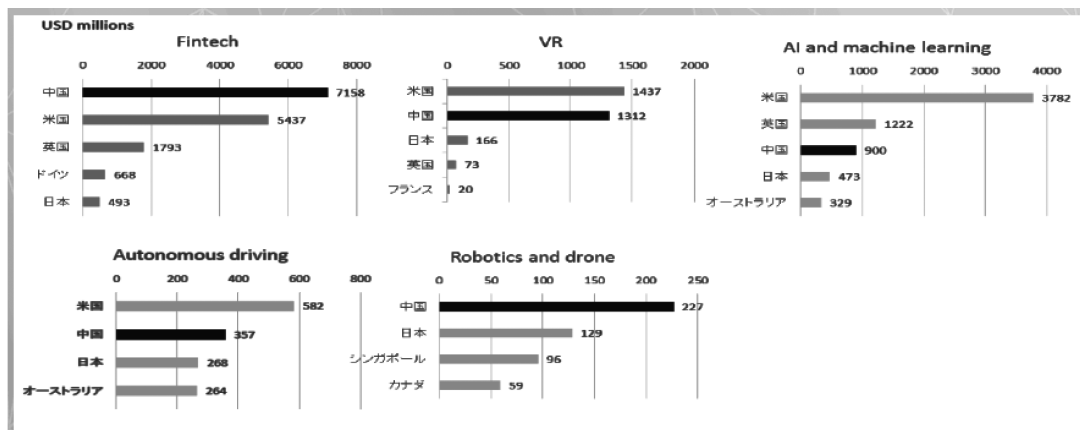
世界トップクラスの VC 投資対象を見てみると、Fintech、VR、AI、自動運転、工業ロボット・ドローンなどに集中している (図 2)。いずれの分野でも、中国の成長はきわめて速い。

アメリカで Uber が誕生した時、中国にはタクシーアプリはなかった。2014年に滴滴 (Didi) と快的 (Kuaidi) が現れた。それまで中国の消費者には、配車アプリを使用する習慣がなかった。これを普及させるために、2014年 1 月からの半年間、Didi は 14 億元 (280 億円)、Kuaidi は 10 億元 (200 億円) の補助金を提供した。1

回の乗車につき、乗客に 10 元、運転手に 5 元の補助金を与えた。乗客は最初の 3 回分、運転手は最初の 10 回分までもらえる。6 月 30 日には、Didi は全国シェアの 45.6% を占め、178 都市をカバーした。Kuaidi は 53.6% のシェアを獲得し、306 都市をカバーした。こうして中国では、タクシーアプリを使っている乗車習慣が一気に普及した。

Didi が Kuaidi と戦った結果、2 社は合併し、Didi の社名だけが残った。次に Didi は補助金をばら撒き、Uber と中国市場で戦った。2016

図2 世界トップクラスのVC投資



出所：PWC『中国PE/VCファンド2016年回顧と2017年展望』

年に Didi は Uber の中国業務を買収した。ここでも中国のVCの資金力が決め手となった。

2017年末に北京の国有タクシー会社・首都汽車は配車アプリを配布し、補助金を提供すると発表した。Didi との競争態勢に入った。

このような補助金競争を可能にしたのは、投

資ファンドからの巨額の資金調達である。表3は、Didi と Kuaidi が受けた投資をまとめている。Didi と Kuaidi は最初はいずれも VC から資金を調達していたために金額は不明であるが、その後、調達した資金は数百万ドルから数千万ドルへ、さらに数億ドルへと急増した。

表3 Didi と Kuaidi の資金調達

Didi				Kuaidi			
時期	ラウンド	金額	投資者	時期	ラウンド	金額	投資者
2012年7月	エンジェル	不明	エンジェル投資家王剛	2012年12月	エンジェル	不明	アムバキャピタル
2012年11月	A	300万ドル	GSR	2013年4月	A	800万ドル	アリババ、Matrix Partners China
2013年4月	B	1500万ドル	テンセント	2014年1月	B	数千万ドル	アリババ、Matrix Partners China
2014年1月	C	1億ドル	テンセント、CITIC	2014年4月	C	1億ドル以上	不明
2015年1月	D	7億ドル	テンセント、テマセク、DST	2015年1月	D	6億ドル	ソフトバンク、アリババ、タイガーファンド

出所：www.pintu360.com のデータをもとに JETRO T氏による修正（2016年7月18日アクセス）

③後発利益

スマホ決済を可能にしたのは、Taobao や WeChat である。WeChat のスマホ決済 WeChat Pay は2016年春節に一気に普及した。中国では春節にお年玉を配る習慣がある。

WeChat がスマホでお年玉を配る機能を出したので、急速に普及した。私は会社では WeChat Pay を使って社員にボーナスを配っている。

シェアバイクも補助金、キャッシュバックで普及した。2017年には、数十社のシェアバイク

会社が登場した。生き残れるのはだいたい3社であり、そのうちの2社は日本に進出している。Mobikeは北海道の札幌に進出し、ofo 共有車は和歌山県に進出した。

シェアバイクは中国の発明ではなく、パブリック自転車はどこにでもある。なぜ中国で普及できたのか。まず、中国では料金が安く、ほぼ無料で使える。Door to Door でとても便利である。次に、どこでも止められる。これは日本ではできない。ただし、中国ではシェアバイクが増えすぎて、歩きにくくなっている。シェアバイク各社は同じ技術を使っている。Mobike や ofo が成長できたのは、やはり資金調達能力が強力であるからである。資金を使って大量の自転車を配置することにより、市場シェアを拡大していった。資金調達能力が高い企業は生き残ることができる。

さらに緩い規制がもたらす人工知能とビッグデータの発展がある。日本では個人情報の管理が厳しく、ユーザーの情報を販売することが禁止されている。中国では規制が緩いため、ユーザー情報を他社に転売や提供することが可能である。他社のデータを入手できる会社は多くのデータを使うことにより、さまざまな機械学習をすることができる。そのため、中国の人工知能は発展が速いということもいえる。

3. ニュービジネス創業者のストレス

まずは、VC との付き合いである。VC からの資金調達や VC の経営能力は非常に重要である。中国の VC は資金をもっているが、IT 技術やバックグラウンドが不足しており、良い投資プロジェクトを探すのに苦労している。

2 番目は、人間不信である。中国は契約社会ではない。約束したのに、守らないケースがしばしばあり、資金を振り込まないこともある。先ほど紹介した車体識別システムの技術の発想は、ショッピングモールナビゲーションである。ある中国の会社の社長にショッピングモール用のナビゲーションをやれと頼まれた。そのため、ショッピングモールのすべての写真を撮

り、ナビゲーション技術を開発した。ユーザーは携帯で周囲をかざすと、ナビゲーションをしてもらえる。開発した後、その社長にシステム導入の打診をしたところ、頼んだことはない、そんなに真剣に考えなくてもいいと言われた。ここから、簡単に他人を信じてはいけないと思った。その後、富士通がその技術に関心を示し、車識別技術にすればと提案してきた。その提案を受けて、車体識別システムの技術に変更した。

3 番目は、採用関係である。優秀な人材は流動性が高い。他人に雇われるよりも自分で会社を作ったほうが良いと考えている人が多く、皆社長になりたいと思っている。中国では、優秀な技術者は創業する方向にある。

最後は、成功とは何かである。VC の資金を利用して会社の規模を拡大していくといった考え方を捨てて、VC に頼らない会社を作りたい。VC との付き合いを一旦止めて、会社の売上を増やそうとしている。現在日本企業に技術を提供しており、避難情報を提供するサービスを展開している。一番資金を要するのは、顧客の獲得であり、B to B への転換を目指している。インバウンドビジネスだけでなく、日本の不動産企業に技術を安価で提供したい。また今後は、日本式の中国ベンチャー企業として中国に進出したいと思う。

【Q & A】

Q 1：ライバルはあるのか。御社の強みは何か。

A 1：類似した技術の会社はある。ただ、当社は不動産のデータベースを構築しており、オリジナリティを持っている。収録したマンション数は、SUUMO などの不動産企業よりも多い。ノイズを除去したので、日本で一番きれいなデータベースになっている。色を使って、エリア分析もできるので、一目瞭然である。

Q 2：タクシーに補助金を出すのは独占禁止法で問題にならないか。

A 2：もちろん中国には独占禁止法があるが、

完全でないのが現状である。

Q 3 : VC が投資する際に、何を求めているのか。

A 3 : 個人的な見解であるが、VC は利益の配当金ではなく、自分が持っている株を次の投資家に転売することを追求しているようだ。Didi は赤字経営であるが、VC から巨額の投資を受けている。中国では、消費者は無料のアプリを好むため、B to C はきわめて厳しい。B to B では、市場の開拓に一番力を入れている。中国の VC は、不動産、ビットコイン以外に投資の

選択肢が少ない。当社は VC に頼らない会社になってから、VC ともう一度付き合おうと思っている。

Q 4 : 資金調達を獲得するには、ユーザー数は重要なのか。

A 4 : B to B の場合はプロダクトが重要であるが、B to C の場合はユーザー数がより重視される。

(か しょべん NeoX 株式会社代表取締役)