コラム
中国人投資家に流行する民泊のお話

特別寄稿
EVトラック市場、「本格始動」へ充電中

大量のAI公務員の登場で時代は変わるのか

隔月刊
東洋投資
Toyo Investment Bimonthly
2025／4

特別寄稿
2025年の株式市場をいかに安定させるか

東京の家賃が過去最高を更新

首都圏の新築マンション価格下落をどう読むか

一般社団法人日本華僑不動産協会　会報誌

日本華僑不動産協会

日本華僑不動産協会事務局
TEL: 03-5797-8633
E-mail : swj@ocreaj.jp

詳しくはコチラ

あすか信用組合
Asuka Shinkumi Bank

Shinkumi Bank 信用組合 しんくみ

キャンペーン対象商品
自動継続方式
確定利回り

スーパー定期 1年物

あすか

お預け入れは100万円から

新規預入、満期到来時の自動継続及び契約変更限定

※当組合に既にお預け入れの定期預金(解約資金)からの預け替えはできません
なお、満期到来に伴う他の定期預金商品からの契約変更によるお預け入れは可能です

お取扱期間：2025年2月8日(土)～9月30日(火)まで
※店頭窓口でのお取扱いにつきましては、2月10日(月)からとなります。

組合員の方

税引後 個人0.996% 法人1.058%

年 1.25%

組合員ではない方

税引後 個人0.916% 法人0.973%

年 1.15%

●個人及び法人のお客さまが対象となります。
●税引後表示は個人の方は20.315%(国税15.315%、地方税5%)、法人の方は15.315%(国税)の税率を控除した利率です。なお、小数点第4位以下を切り捨てて表示しています。
●「元金継続型」または「元利継続型」のお取扱いとなります。なお、マル優をご利用の場合は「元金継続型」のお取扱いとなります。
●「元金継続型」のお利息のお受取りはご本人さま名義の【当組合口座への振替】となります。
●中途解約の場合は当組合所定の中途解約利率が適用されます。
●自動継続後の利率は、継続日における本商品の利率となります。なお、満期日において本商品のお取扱いがない場合は「スーパー定期1年物」店頭表示利率での継続となります。
●個人のお客さまは総合口座への組入れができます。
●この定期預金は預金保険の対象であり、同保険の範囲内で保護されます。
●金利情勢等によりお取扱期間中に利率を変更する事があります。また、期間中でも予告なく取扱いを中止する事があります。なお、お預け入れ時に適用しました利率は満期日まで変わりません。
●店頭に説明書をご用意しております。詳しくは窓口までお問い合わせ下さい。

新規お取引開始キャンペーン

キャンペーン期間
2025年9月30日(火)まで

2枚(1,000円分)をプレゼント!

対象の方

当組合と初めてお取引いただく個人のお客様、または定期預金取引終了から1年以上の個人のお客様で下記進呈条件を全て満たす場合にプレゼントいたします。

進呈条件

☑対象商品にて100万円以上お預け入れ
☑1万円以上の出資加入

対象商品

キャンペーン対象商品と記載のある「定期預金」

●出資金は預金とは性質が異なるため、すぐには払戻しに応じることができません。また、預金保険の対象外となります。

組合員とは

当組合に出資を頂いているお客さまを組合員と称しています。組合員になるためには、下記の資格を有し、当組合が承認した方であれば組合員になることができます。当組合の組合員となれば預金商品の利率優遇や組合員限定の各種サービスを受けることができます。
出資金はおおむね1万円からご利用いただいており(1口千円)、お手続きにつきましては当組合の窓口で受付けております。
◎資格：当組合の営業地域にお住まい、もしくはお勤めの個人の方、また当組合の営業地域内に事業所をお持ちの法人・個人事業主の方。

あすか信用組合
https://www.asuka-c.jp

東洋投資
Toyo
Investment
Bimonthly
2025/4

巻頭言 | FOREWORD

6 野村 昌弘 (一社)日本華僑不動産協会会長
CEOの使命は「勝つ」こと

寄稿 | CONTRIBUTION

8

不動産に関する法務・税務のお話（第7回）
中国人投資家に流行する民泊のお話
村尾 龍雄 キャストグローバルグループ代表

特別寄稿 | SPECIAL CONTRIBUTION

12 2025年の株式市場をいかに安定させるか
20 EVトラック市場、「本格始動」へ充電中

Contents

特別寄稿 ｜ SPECIAL CONTRIBUTION

24 大量の AI 公務員の登場で時代は変わるのか

29 飛躍する「低空経済」―中国が描く空の産業革命

33 成熟する「二次元グッズ」市場

40 激化する学習機器メーカーの競争

ホットニュース ｜ HOT NEWS

44 東京の家賃が過去最高を更新

46 首都圏の新築マンション価格下落をどう読むか

CEOの使命は「勝つ」こと

（一社）日本華僑不動産協会会長
野村昌弘

戦いに勝つことで、モチベーションは維持される。

そのためには、年間計画を立て、段階的に目標を設定し、着実に達成していくことが不可欠だ。

CEOにとって、戦略の策定と年間計画の立案は極めて重要な仕事である。すべてのCEOが、製品をバージョンアップし、方向性を探り、ビジネスモデルを模索している。資金の問題や個人的事情ももちろん大切だが、それに左右されることなく、「この1年で何を成し遂げるのか」を明確にしなければならない。

だからこそ、年間計画が重要なのである。これは頭の中だけで描くものではなく、チームで時間をかけて議論し、課題を洗い出し、1カ月後に再検討するというプロセスが必要だ。1年間のタスクを細分化し、それぞれの担当を明確にする。これはチームづくりにおいて欠かせない過程であり、年間計画はCEOだけでなく、チーム全員で作り上げるべきものなのだ。

このプロセスにより、チームは共通の目標に向けて意識をひとつにする。自分たちの目標、強みと弱み、人材の補完方法などを明確にし、財務状況や資金の使い道についても共有することで、各メンバーが企業の視点で考えるようになる。こうした参加意識は、チームの結束とモチベーションを高める。

CEOはチーム内での対話を通じて、人を動かす存在であるべきだ。一方的に話すのではなく、誰もが意見を述べられる雰囲気をつくることが重要である。

年間計画は一度決めたら、むやみに変えるべきではない。月単位の調整は可能だが、あくまで長期戦略の上に短期計画を重ねる必要がある。

多くのCEOが不安を抱えているが、それをどう乗り越え、モチベーションを維持するか。その有効な方法のひとつが、チームで年間計画を遂行していくことにある。勝利こそが、モチベーションを保つ最も強力な原動力だからだ。段階的な目標を掲げ、それを一つずつ達成する。この積み重ねが、組織を前進させる。

もし、目標が低く資金も潤沢なら、企業は容易に目標を達成し、社員には報酬が配られるかもしれない。一見、うまくいっているように見えるが、そのようなチームは真の戦いに耐えられない。

いざ競争が始まれば、製品開発の遅れ、テスト不足、販売不振、市場の変化についていけないといった問題が一気に表面化する。

だからこそ、CEOは常にチームを率い、段階的な目標を掲げ、それに向けてチームを鼓舞し続けなければならない。戦いの中、あるいは生き残りをかけた局面でこそ、チームは鍛えられ、真に戦える「軍隊」となる。そうでなければ、激しい競争の中で戦うことはできない。

では、なぜ敢えて高い目標を掲げるのか。それはCEOの私心ではない。たとえば、「3,000万」と「5,000万」、一見すると大差ないように思えるかもしれないが、5,000万という高い目標を掲げることに意味がある。大切なのは、高い目標によってチームを鍛え、挑戦させ、成長させること。これこそが、モチベーションを維持するために必要なプロセスである。

社員にとって最大のインセンティブは、成長の実感と、戦いを通じて自らを高められる環境である。戦うたびに、経営課題、技術的問題、人材不足など様々な壁に直面するが、それを乗り越えることでチームは強くなる。

社員は、「この会社は成長している」「この会社とともに自分も成長できる」と感じるようになり、やがて企業が大きくなったときには、より大きな責任を担う存在へと育っていく。

だからこそ、CEOはエネルギーの半分以上を「戦略の策定」と「チームのモチベーション維持」に注ぐべきなのである。

株式会社
FIRST STEP
東京都知事(2)第101864号

SOLUTION TO YOUR NEEDS

株式会社FIRST STEP

Real Estate Business
不動産業務
(売買・賃貸)

English Speaking Staff
英語専門家
(軍人賃貸)

Property Management
物件管理
(代理・賃貸)

Online Contract
電子契約
(360°VR)

Strive to provide outstanding investment Advisory Services for all English speakers

本社
東京都渋谷区千駄ヶ谷5-16-14
ワコー代々木ビル 2&3F

03-6380-5689

e-mail: sales@firststep-jp.com
www.firststep-jp.com

不動産に関する法務・税務のお話（第７回）

中国人投資家に流行する民泊のお話

ポイント

1 **民泊には新法民泊、特区民泊、簡宿民泊の３つがあり、それぞれに異なる特徴がある。**

中国人投資家に民泊が流行する理由は、レジの利回りが東京都、大阪府等の人気エリアで低下の一途をたどる中、民泊の利回りが日本のツーリズムの好景気とホテル不足の相乗効果で好調だからである。

2 **しかし、共同住宅の民泊用建物転換が難しく、加えて融資難と地価上昇、建築コスト増等により中国人投資家に「民泊プロジェクトの王様」はなお登場しておらず、今後の動向を注視する必要がある。**

１，民泊とは何か？

民泊には３つの異なる類型があり、住宅宿泊事業法に基づく新法民泊、その特別法的位置付けとなる国家戦略特別区域法に基づく特区民泊、及び、旅館業法に基づく簡宿民泊に大別されます。

２，類型毎に何が違うのか？

（１）新法民泊と特区民泊は、前者が年間180日しか営業することができないのに対して、後者は連泊（２日以上の宿泊）要件が課されるものの、年間365日営業可能ですので、投資プロジェクトとしての利回りの高さという観点で評価する場合、特区民泊は新法民泊よりも優れているということができます。

（２）もっとも新法民泊は都市計画法が規定する市街化区域内の用途地域（全部で13種類あります）のうち工業専用地域以外のどこでも実施可能であるうえ、市街化調整区域でも例外的に実施可能な場合さえありますが、特区民泊は実施可能な地域が極端に狭められます。例えば東京都では大田区以外、特区民泊の実施はできませんし、東京都と比べると広範囲で特区民泊が実施できる大阪府でも、堺市、東大阪市、高槻市、豊中市、枚方市、吹田市及び交野市では特区民泊が実施できません。新法民泊は全国一律ですが、特区民泊は地方公共団体が特区民泊の実施を当該地方のツアーリズムとの関係における民泊需要を見据えて手を挙げて特区となるべきものですから、同じ大阪府でも海外を含めた旅行客の需要をホテルだけでは吸収できないので特区民泊でカバーしようという政策を標榜する地方公共団体とそうでないところに分かれるというわけです。

（３）これに対して、簡宿民泊は旅館業法に基づくものであり、ホテルや旅館と法的根拠を同じくしますので、一方で宿泊日数制限はなく（年間365日営業可能）、特区民泊のような連泊要件もありません。しかし、ホテルや旅館同様、管理組織体制が必要であるため、運営コストが発生し、そのため投資プロジェクトとしての利回りが特区民泊と比較して相対的に劣ります。もっともフロント機能が必要なホテルと異なり、簡宿民泊の場合、例えば「緊急時に対応できる体制については、宿泊者の緊急を要する状況に対し、その求めに応じて、通常おおむね10分程度で職員等が駆けつけることができる体制をとることが望ましい」（旅館業における衛生等管理要領）との規制緩和がなされる場合があります。この場合、当該対応が可能な範囲で複数の簡宿民泊施設を並行運営することが可能となり、１つの簡宿民泊当たりの運営コスト低下を図ることができます。もっとも簡宿民泊は市街化区域内の用途地域のうち第1種住居地域、第2種住居地域、準住居地域、近隣商業地域、商業地域、準工業地域（6/13）にしか設置できないなど、設置の自由度が新法民泊より低下する問題があります。

3，中国人投資家に民泊が流行するのはなぜなのか？

（1）民泊運営に躊躇する日本人投資家を尻目に、中国人投資家は投資プロジェクトとしての利回りが高いか否かのみを基準にある不動産の用途として何が最有効使用かを決定しようとします。したがって、不動産鑑定士が判断する最有効使用（利回りの高さ＝収益性のみを基準とするものではありません）と大きく異なることもしばしばあります。例えば東京都内の土地が提示された場合において、不動産鑑定士が容積率を限界まで消化した共同住宅を最有効使用として選択するときにも、中国人投資家は同様の容積率を消化できない簡宿民泊を最有効使用として選択することがあり得ます。容積率について簡宿民泊が共同住宅同様に消化できない理由は確保すべき共有部分の面積計算方法が異なることなどによります。

（2）このように最有効使用を巡る判断の乖離が生じる背景には、中国人投資家が重視する利回りが長期賃貸を前提とする共同住宅（いわゆるレジ）について彼らに人気の東京都内や大阪府内で低下の一途をたどっている事情があります。相対的に高い利回りを求めて簡宿民泊（可能な地域では特区民泊）が流行することとなるわけです。

（3）中国人投資家の場合、国民性として簡宿民泊や特区民泊の運営に管理チームが必要ならば、掃除その他付帯サービスについて各地の中国人を組織して管理チームを立ち上げてしまう逞しさがあります。そこで日本人投資家ならば運営の難度（自分でやる場合）やコスト（他人に依頼する場合）のため民泊利用を忌避しがちですが、中国人投資家の場合、躊躇する原因になりません。しかしこの戦略にも問題があります。

4，中国人投資家が直面する問題は何か？

（1）最大の問題の１つは非居住者である中国人投資家に対する銀行を中心とする金融機関の融資態度の消極性です。しかし、歴史・伝統のあるGK-TKスキームを利用すればこの問題が解消できるようにも考えられます。

（2）もっとも、銀行を中心とする金融機関には融資審査に必要な民泊事業に関するデータが豊富になく、しかもコロナ禍が吹き荒れた３年間で少なからぬ民泊業者が倒産の憂き目に直面したこともあり、融資が可能であってもLTV（loan-to-value ratio）が中国人投資家の希望する70％に届かず、せいぜい50％程度にとどまることが生じます（中国人投資家の借入れ（debt）と自己資金（equity）の比率設計に基づくNOI（net operating income）を前提とする利回り計画が狂うことを意味します）。

（3）最大の問題のもう１つは「市場で購入可能な共同住宅の大半は簡宿民泊（特区民泊）用建物に転換できない」という問題です。その理由として上記容積率問題のほか（共同住宅ならば適法でも簡宿民泊（特区民泊）用建物に転換する場合、容積率オーバーの違法となる）、消化設備（受水槽等）の設置に関するルールも共同住宅と同様でなく、事後修正が効かない場合が多々あるからです。そこで「市場にないならば土地から購入して自分で建てるか」と考えるのが中国流ですが、ここ５年間を見ても東京都内で土地は1.5倍、建築コストが1.4倍に増加し、しかも建築業界の「週２回の現場閉鎖ルール」の徹底により建築期間が従前より遥かに長くなっている現状に照らし、そう簡単に簡宿民泊（特区民泊）用建物が建築完了しない（運営開始できない）問題が生じます。これらはいずれもNOIベースでの利回り低下要因です。

（4）香港ファンドなどは簡宿民泊（特区民泊）を捨て、通常のホテルに食指を伸ばす例が主流であるのは、立地（最寄り駅）さえ良ければ、信頼するオペレーターにチェンジすることでADR（客室平均単価／average daily rate）を上昇させ、NOIベースでの利回り改善可能な物件が多数あるからでしょう（民泊では規模を伸ばすことが容易ではありません）。

（5）こうして中国人投資家による民泊戦略が大成功を収めるかはなお余談を許しません。

村尾 龍雄

MURAO TATSUO

キャストグローバルグループ代表
弁護士・税理士・香港ソリシター
1990年京都大学経済学部経済学科卒業。神戸市都市計画局法務担当を経て95年弁護士登録。15の異なる専門家集団キャストグローバルグループCEOであり、香港ソリシター、税理士、社会保険労務士、行政書士、宅地建物取引士、マンション管理士でもある。上海市に貢献のあった外国人に付与される「白玉蘭賞」を2度受賞。

NEW JAPAN 观光产业株式会社
(中 安 国 際 旅 行)

本社 东京都葛饰区新小岩2丁目40番6号 华洋会馆

代表取缔役　王强林

业务内容（業務内容）

- ◎ 国际业务会议、研讨会、展览会、主题活动的现地会务接待
  国際会議、セミナー、展覧会、イベントの開催準備等の請負
- ◎ 投资、医疗、体育比赛及趣味爱好等专门订制旅行的推行
  投資、医療、スポーツと個人趣味等テーマ旅行・ツアー を催行
- ◎ 外国公务人员、高端商务人员访问交流、考察旅行等的对应
  外国公務、商務お客様に訪問交流、旅行視察等のサポート
- ◎ 观光巴士、各类专用车及宾馆酒店、饮食店等施设的预约
  観光バス、ハイヤー等交通手段やホテル、飲食店の手配
- ◎ 企业、团体、学校来日培训、修学旅行等活动的设计和实施
  企業、団体、学校の来日トレーニング、旅行等の計画と実行
- ◎ 商务（会议）翻译、导游（添乘员）、职业司机的培训及派遣
  ビジネス(会議)通訳、ガイド(添乘員)、運転士の育成と派遣

NEW JAPAN 観光産業株式会社

CHUAN 中安旅運

VIP リムジン、ハイヤー、観光バスなどお客様のニーズに合わせ様々なサービスを提供いたします。

旅行業登録番号　東京都知事登録旅行業　第 3-7147号
旅客運送事業許可　関 自 旅 二　第 5 5 9 号

電話　03)5879-9867　FAX 03)5879-9869
担当者E-mail　inquiry@newjapan.tours
Mobile　090-3311-6058

快適で更に高品質なサービスを備えた豊富な温泉旅館やホテル等からお客様に最適な宿泊施設をご紹介、ご予約いたします

muku plus
見て、触れて、体感する

アジア・北米・北欧など世界各国の無垢建築資材輸入・販売

【取り扱い商材】

●無垢フローリング各種　●床暖房対応フローリング各種
●不燃・準不燃木材　●パネリング　●デッキ材・内装部材
●木製家具、小物　●メンテナンス用塗料

muku plus

株式会社 興亜通商　https://muku.plus

愛知県木連　第15-018号　muku plusは合法木材事業者認定を取得しています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
興亜通商 / muku plus は持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています。

商品に関するお問い合わせ先

名古屋営業所
愛知県名古屋市東区泉2-28-24 603
TEL 052-982-6098　FAX 052-982-9868
MAIL nagoya@koa-tk.jp

福岡営業所 / DESIGN BRIDGE ショールーム
福岡県福岡市博多区博多駅前 4-25-14 201
TEL 092-413-0666　FAX 092-413-0668
MAIL designbridge@muku.plus

1

2025年の株式市場をいかに安定させるか

政策は「市場の安定化」という方向性を明確にし、IPO（新規株式公開）はイノベーションボード（科創板／ハイテク・スタートアップ企業向けの証券市場）を的確に支援している。中国資産の再評価が進むなか、人民元建てで取引されるA株は、積極的にその方向性を模索している。

文／特約記者　馬勝　千軍

2025年3月14日、上海証券取引所指数は1％超の上昇を記録し、3400ポイントを突破。年初来高値を更新した。

2025年には全国人民代表大会および全国政治協商会議が開催され、ハイテク株の市場での比重が高まっていることが指摘された。さらに、2025年の中国政府活動報告の総体要件には初めて「不動産市場と株式市場の安定」が盛り込まれ、不動産および株式市場の健全な発展を促すための一層の努力が提唱された。

また、資本市場への投融資の包括的な改革、中長期資金の積極的な導入、株式

発行・上場、M&A・再編制度の改革と最適化、そしてマルチレベル債券市場の発展加速などが打ち出された。

3月5日には、政府活動報告の起草チー

ムのメンバーである国務院調査弁公室の陳昌盛副主任が、報告内容を解説。「今年の政府活動報告では、より積極的なマクロ政策の実施が打ち出されており、2023年9月26日の中央政治局会議で示された方針を継承しつつ、マクロ経済の調整において資産価格の重要性を強調。不動産市場と株式市場の安定が総体要件に加えられた」と説明した。

第14期全国人民代表大会（全人代）第3回会議の経済テーマに関する記者会見では、中国証券監督管理委員会（CSRC）の呉清主席が登壇。「新たな『国九条』（資本市場の質の高い発展を促進するための国務院の意見書）」および「1＋N」政策体系（「1」は指導的意見、「N」は各分野における具体政策）の実施状況、資本市場におけるイノベーション支援、中長期資金の投入などについて説明した。

ちょうど1年前、2024年の政府活動報告では資本市場の安定性向上が掲げられていた。当時、呉主席は就任から1か月足らずで、「まだ新人であり、仕事を通じて学びながら進めている」と語りつつ、「二強二厳（強い監督と厳格な規律）」を重視する姿勢を示していた。

過去1年間、中国証券監督管理委員会は関連機関と連携し、安定した

株式市場の実現に向けて一連の政策を打ち出してきた。中長期資金の市場導入は、株式市場の安定に向けた重要な手段である。実際、2024年9月以降、中長期資金によるA株の保有時価総額は、14.6兆元（約300兆円）から17.8兆元（約367兆円）へと22％増加した。

呉清主席は「市場の安定には実質的な資金投入が必要だが、それは政府だけの責任ではなく、市場参加者全体が担うべき共同責任である」と述べた。

また、中国人民大学中国資本市場研究院の趙錫軍・共同院長は、財経誌の取材に対し次のように語った。「上場企業はまず、投資家にリターンを提供できる経営成果を上げることが求められる。次に、株価に変動が生じた場合、それを適切に管理する能力、すなわち時価総額を科学的かつ効率的にマネジメントする力が必要である。さらに、公的資金や証券会社などの仲介業者、投資コンサルタントもそれぞれの役割を果たす必要があり、監督当局は投資家の利益を損なう行為を排除するべきである」。

趙氏は、ハイテク企業の発展支援がIPO（新規株式公開）にとって追い風になるとの認識も示し、「グリーンチャンネル（審査迅速化制度）」や、赤字でも上場可能な制度、イノベーションボードの第5次上場基準など、より包括的な発行・上場制度の整備により、質の高い技術企業の株式発行と上場を的確に後押しできる」と述べた。

イノベーションボードへの新たな上場申請の動きが進むなか、市場ではIPOのペース加速への期待が高まっているが、依然としてプライマリー市場（新規発行市場）とセカンダリー

市場（既存株式市場）のバランス維持が重要である。

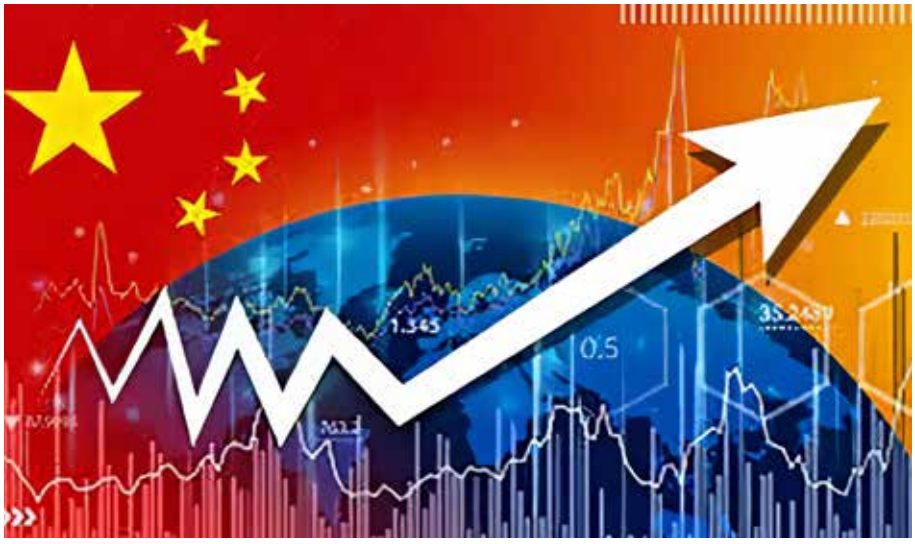
中信証券は、2025年におけるA株市場でのIPO企業数は約150社に達し、1社あたりの平均調達額は6.8億元（約140億円）、全体で1020億元（約2471億円）に上る可能性があると予測している。

政策支援と中国資産の再評価が進むなか、株式市場の回復基調はより鮮明になっている。全国人民代表大会と全国政治協商会議が開催された3月5日から11日の期間中、上海総合指数（SSE）は1.67％、深圳成分指数（SZSE）は1.7％、イノベーションボード指数は0.64％、イノベーションボードトップ50指数は1.86％、ハンセンテック指数は7.8％それぞれ上昇した。

両会閉幕後も相場の上昇傾向は続き、3月14日には上海総合指数が年初来高値となる3400ポイントを記録した。

「近年、国内経済は資産価格とマクロ経済に対する下押し圧力に直面しており、その大きな要因は資産価格の先行き不透明感にある。今回の政府活動報告で、不動産市場と株式市場の安定が初めて経済社会発展の総体要件として明記されたことは、資産価格の安定に対する指導部の重視を明確に示している」。

政府活動報告に盛り込まれた「戦略的パワー備蓄の強化と市場安定化



メカニズムの構築」という記述は、資本市場の本質的な安定性を高めるとともに、株式市場におけるリスク選好度を高水準に保つ狙いがある。

また、「消費の促進と内需の拡大」は、2025年の政府活動課題の最重要項目に位置づけられている。報告では、「需要の高度化が供給構造の変革をけん引する」という経済運営の道筋が示されており、従来型の景気刺激策による副作用を回避しつつ、質の高い発展に向けた持続可能な成長エンジンを構築する方針が打ち出された。

この政策フレームワークは、2025年における質の高い経済成長を後押しし、市場の信頼を大きく高めることが期待されている。

ハイテク株は依然として、多くの機関投資家にとって中長期的に強気の見通しを示す資産クラスである。短期的には、ゴールドマン・サックスは、今回のAI主導による株式市場の反発局面において、中国のA株は国内政策の強化やAH株プレミアム（A株とH株の価格差）の圧縮といった要因から、香港市場のH株に比べて出遅れているとしつつ、今後3か月間ではA株がH株をわずかに上回るパフォーマンスを見せると予想している。

2025年の政府活動報告では、「不動産市場と株式市場の安定化」が明確に打ち出され、2024年以降の一連の重要会議で示された株式市場に関する方針が引き継がれている。2024年9月26日の中央政治局会議では、資本市場の活性化が提案され、12月9日の同会議では不動産市場と株式市場の安定化が明記された。さらに、12月12日の中央経済活動会議では、両市場の安定に加え、資本市場への投融資制度の全面的な改革を深めること、中長期資本の市場参入におけるチェックポイントやボトルネックの解消、そして資本市場システムの包容力と適応性の向上が強調された。そして、2025年2月28日の中央政治局会議でも、不動産市場と株式市場の安定化の必要性が再確認された。

「この間、私たちは市場の信頼を安定させ、市場の期待を高めるために、上場企業の質の向上や中長期資本の市場参入促進など、数多くの効果的な新施策を講じてきた。これらの取り組みは、株式市場の安定において重要な役割を果たしている」と指摘されている。

2025年の政府活動報告では、財政・金融制度改革の推進に関する項目で、資本市場の投融資制度の全面的な改革をさらに深めること、中長期資本の市場参入を積極的に促すこと、戦略的パワーの備蓄と市場安定化メカニズムの構築を強化することがより明確に示された。

中国証券監督管理委員会（CSRC）は、3月11日に会議を開き、市場の回復基調を全力で維持することを最優先課題として掲げた。この表現は、例年のスタンスとは一線を画しており、市場に安心感をもたらすとともに、市場安定化メカニズムの実体についてさまざまな憶測を呼ぶこととなった。

「“市場安定化メカニズム”という表現は、極めて明確かつ内容が豊富であり、長期的な発展と将来の不確実な状況に備えるものである。これまでの二度にわたる資本市場安定化の金融ツールにも、戦略的意義があった。今後は、“平準基金”という名称に限らず、国家が配分する重要機関による多様な資金が統合され、価格に大きな変動が生じた際には、リスク管理を実施し市場の安定を支える仕組みとなる可能性がある」との見方が示されている。

会議の場で、呉清・CSRC主席は「党中央および国務院の方針と配置を断固として実行し、新たな“国九条”

および“1＋N”政策システムの実施を引き続き推進する。資本市場における投融資制度改革の深化を牽引役とし、改革開放の新たなラウンドを加速させ、株式市場の健全な発展に向けた土台を着実に築いていく」と述べた。

新たな「国九条」は、今回の資本市場改革における重要な象徴的文書である。2024年4月12日、国務院は「リスク防止と規制強化による資本市場の質の高い発展の促進に関する若干の意見」を発表。これは、10年ぶりに国務院が発表した資本市場に関する指導的文書である。

この新たな「国九条」に基づく政策実施を推進するため、CSRCは関係機関と連携し、50以上の制度や規則を制定・改正、「1＋N」政策体系を整備した。これは、資本市場の基本制度と監督規制の枠組みを体系的に再構築し、市場のポジティブな構造的変化を後押しするものとなっている。

たとえば、強力な監督および投資家保護の面では、呉清主席によると、2024年に処理された案件は739件に上り、科された罰金および没収金の総額は153億元（約3150億円）で、前年比2倍以上に達した。また、行政処分にとどまらず刑事責任の追及も進み、公安機関に送致された案件は178件と、前年から51％の増加となった。

投資家へのリターン強化の取り組みも進展しており、2024年の市場全体の配当総額は過去最高の2.4兆元（約49兆円）に達し、上場企業による自社株買いの規模も約1500億元（約3兆円）と過去最高を記録。IPO、借り換え、減資の総規模を大きく上回った。

資本市場改革の次なる段階として、呉清主席は次の4点を重視する姿勢を示した。第一に、マルチレベル市場システムの包摂性をさらに高めること。第二に、投資と資金調達の好循環をさらに強化すること。第三に、監督と執行の実効性を高めること。そして第四に、市場の基本制度の適合性を一層高めることである。また、株式市場の安定に向けては、中長期資金によるさらなる支援が不可欠だとした。

この1年間を振り返ると、資本市場改革の重点は「投資サイド」へと移り、中長期資金の市場参入促進が株式市場の健全な発展を支える重要な取り組みとなっている。

2024年9月には、中央金融弁公室と中国証券監督管理委員会が、事前に予想されていた国務院の記者会見を開く代わりに、「中長期資金の市場参入促進に関する指導意見」を共同で発表。さらに2025年1月には、6つの関係部門が「中長期資金の市場参入促進に関する実施計画」を策定・公表し、市場参入の加速を図った。

呉清主席はこれらの初期成果として、第一に市場への長期資金の流入が明確に増加していること、第二に株式ファンドの成長が顕著に加速していること、第三に長期的な評価システムがより整備されてきたことを挙げた。

さらに、財政部や人力資源・社会保障部など関係部門が、長期資金の審査制度に関する政策文書の策定や改正を積極的に進めており、すでに関連部門から意見を聴取し、できる限り早期に発表したい意向であるという。この文書の公表により、国家社会保障基金に対する「5年以上」、年金基金・保険資金に対する「3年以上」の長期的評価メカニズムが本格的に構築される見通しである。

中国証券監督管理委員会は、今後の公的資金改革の中で、3年以上の長期評価比率の引き上げを図るとともに、合理的・長期的かつ価値ある投資への注力を強め、「投資家中心」の理念の実践を業界に指導していく方針

である。

証券取引所レベルにおいては、中長期資本の市場流入を促す手段としてETF（上場投資信託）に注目が集まっている。全国人民代表大会・全国政治協商会議（両会）期間中のインタビューで、中国人民政治協商会議の委員であり、上海証券取引所の蔡建春総経理は「長期的な視点から見れば、ETF市場にはまだ大きな成長余地がある」と述べた。実際、ETFの市場規模を比較すると、米国では株式時価総額の13％、欧州で11％、日本で約8％を占めるのに対し、中国ではまだ4％にとどまっている。

蔡氏はさらに「上海証券取引所では、投資家の多様なニーズに応じて、市場環境の変化に対応しながらインデックスの構成方法の最適化とインデックス商品のイノベーションを継続していく」と語った。

ハイテク分野への的確な支援については、2025年の両会や政府活動報告において「科学技術」や「人工知能」が頻出語となっており、資本市場が産業・技術イノベーションの促進において重要かつ独自の役割を果たすことが改めて確認された。ハイテク企業の成長が加速すればするほど、資本市場の活力・魅力・投資家へのリターン創出能力も高まる。

具体的な取り組みとしては、第一にハイテク企業に特化した支援メカニズムの整備加速、第二に長期的・忍耐強い資本の育成強化、第三に科学技術分野への金融支援体制の強化が挙げられる。中でも最も注目されるのは、ハイテク企業の上場支援策である。

呉清主席は、「グリーンチャンネル（審査迅速化制度）」や赤字企業でも上場可能とする制度、イノベーションボードにおける第5次上場基準の実施などを通じて、包括的な株式発行・上場制度を着実に展開し、質の高いハイテク企業の上場を的確に支援していくと強調した。

さらに、呉主席はハイテク企業特有のリスクにも言及し、「ハイテク企業は業績が不安定で、利益が出るまでのサイクルが長く、成功すれば爆発的な成長、あるいは指数関数的な成長を遂げる可能性があるが、失敗すれば甚大な損失を被ることにもなり得る。これは市場の法則であり、同時にイノベーションの法則でもある」と述べた。

その上で、「市場の全関係者がハイテク企業の成長に伴うリスクを、総合的かつ客観的、冷静に受け止め、科学的な手法とツールを通じてリスクを管理しつつ、合理的な収益を追求することを期待する」とし、「特に赤字企業の上場などに対しては、社会全体からの寛容さと理解が得られることが望ましい」と述べた。

制度の包括性と適応性を強化し、たとえ黒字化していない場合でも、質の高いハイテク企業の株式発行と上場を支援する――。中国証券監督管理委員会（CSRC）の呉清主席は、イノベーションボード（科創板）における「第五次基準」の適用を着実に再開し、科学技術イノベーションと産業革新の

大成不動産ホールディングス株式会社

東京本社：〒107-0052 東京都港区赤坂3-2-8
沖縄支社：〒901-2223 沖縄県宜野湾市大山6-3-3
TEL：03-5545-5867
HP：http://www.taisei-group.life/

JTMH
Japan Travel Management Holdings
JTMホールディングス株式会社

海鴎不動産

ドラッグストア
チェーン経営

健康
クリニック

再生医療
事業

化粧品製造
販売事業

リゾート開発

旅客自動車
運送事業

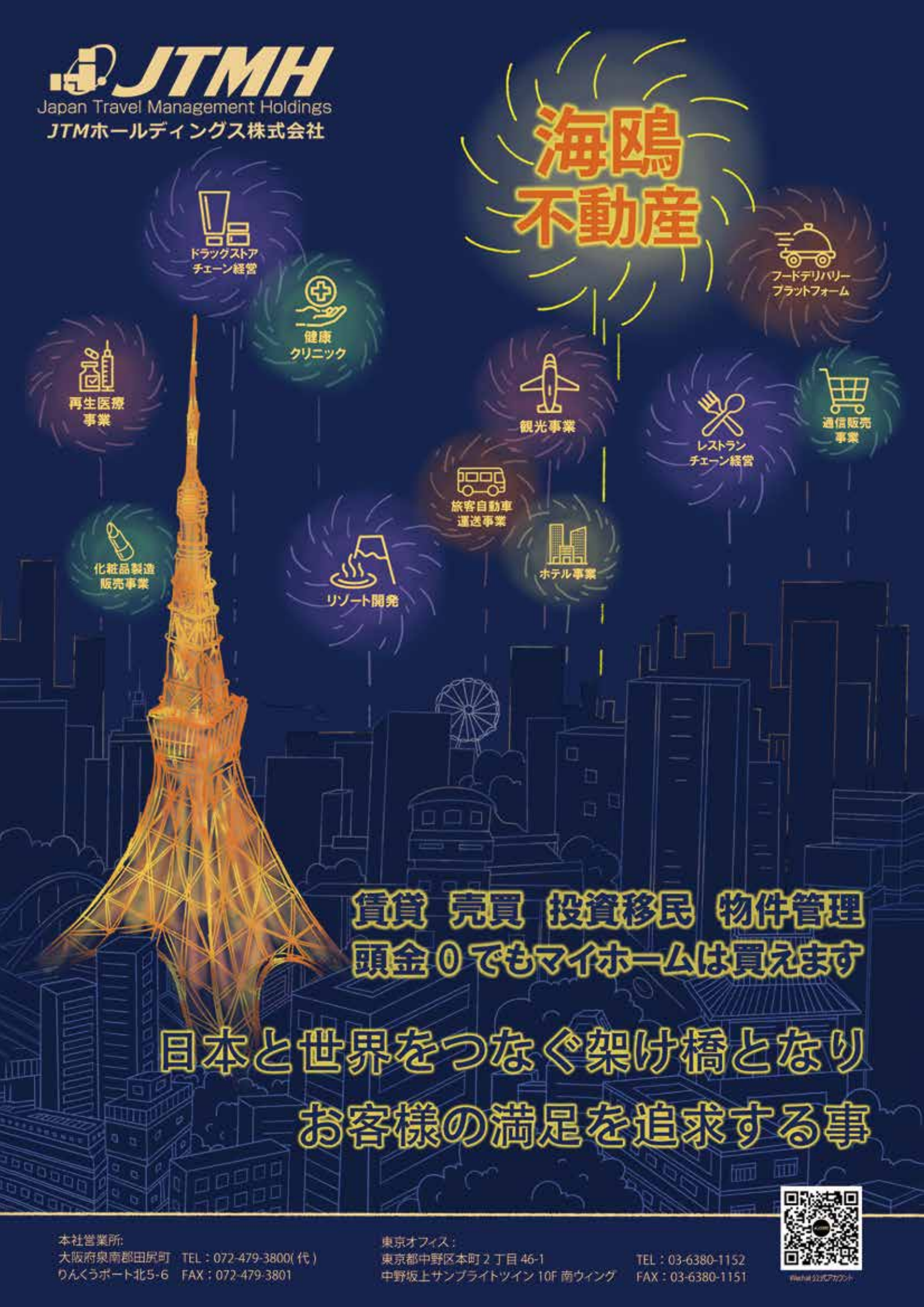
観光事業

ホテル事業

フードデリバリー
プラットフォーム

レストラン
チェーン経営

通信販売
事業



賃貸 売買 投資移民 物件管理
頭金０でもマイホームは買えます

日本と世界をつなぐ架け橋となり
お客様の満足を追求する事

本社営業所:
大阪府泉南郡田尻町 りんくうポート北5-6
TEL：072-479-3800(代)
FAX：072-479-3801

東京オフィス:
東京都中野区本町２丁目 46-1
中野坂上サンブライトツイン 10F 南ウィング
TEL：03-6380-1152
FAX：03-6380-1151

融合を促すため、模範的かつ典型的な事例をできるだけ早期に提示する方針を示した。

「赤字企業の上場を認める」第五次基準は、2023年下半期以降、事実上停止状態が続いていた。呉主席の発言――「第五次基準の適用を再開する」「赤字企業の上場に寛容性を与える」――は、市場に新たな期待感をもたらしている。イノベーションボードもまた、新興技術産業の呼び込みに動き始めている。

数日前、全国人民代表大会代表である深圳証券取引所の沙雁理事長はインタビューに応じ、「イノベーションボード改革の深化を牽引役とし、発行・上場、M&A・再編、市場の価格形成メカニズムの最適化を進めている。また、ハイテク企業向けに『グリーンチャンネル』制度を実施し、第二次・第三次基準を活用して市場のリソースを新産業・新業態分野へ集中的に配分している」と述べた。

3月13日には、上海証券取引所が「ハードテクノロジー」企業の支援を強化する方針を発表。中核的技術で成果を挙げた優良ハイテク企業の株式発行・上場を全面的に支援するとした。加えて、リファイナンス、M&A、ガバナンス改革、ストックオプション制度、株式保有比率の引き下げといった付帯制度も、科学技術型企業の特性に適応させ、サービスの包括性と柔軟性を向上させる。これにより、「新たな生産力」の加速的な発展を後押しする構えである。

中国証券監督管理委員会が科学技術企業の上場支援を打ち出したことを受け、長らく沈静化していたIPO市場にも変化の兆しが見え始めている。3月11日、傲拓科技有限公司（Atekon）のイノベーションボードへのIPO申請が上海証券取引所に受理された。これは2025年に入り、同取引所が受理した初のIPO案件である。

その動きはさらに広がりを見せている。2月27日、創業投資機関「同創偉業（Cowin Capital）」の創業パートナーである鄭偉鶴氏は、「有望な企業があれば、迅速に申請するよう取引所から通知を受けた」と明かした。

「市場環境が変化する中で、IPOは今年、常態化する可能性がある。年間150～200社の上場が見込まれており、赤字企業の上場も再開され、IPO市場はより好ましいタイミングを迎えている」とされる。

「A株が3500ポイント以上の水準で安定すれば、IPOのペースは加速するかもしれない」。そう予測するのは、ベテラン投資銀行家の王驥躍氏である。「今年のIPO件数は前年を上回り、100～150社に達するだろう。とはいえ、最も重要なのはやはり“ペース”であり、IPOにおいては規模を追い求めるべきではない。発行件数や資金調達額よりも、企業の“質”に重点を置くべきだ」と述べた。

A株市場には新たな好機が訪れている。これまで、全国人民代表大会と全国政治協商会議（両会）の開催時期には、資金の逼迫と政策競合によって、相場が大きく動くこともあった。し

かし、今年の相場環境はこれまでとは異なる。香港市場を含めた中国市場は、アメリカ株式市場の下落の影響を受けず、「東の上昇、西の下落」という対照的な動きを見せている。

外資系大手投資銀行の分析では、「中国の政策は、予想に沿った穏やかで適切な刺激策であり、信頼性が高く、市場の判断にも整合的である。一方で、アメリカは地政学リスク、移民問題、関税政策などが企業活動の不確実性を高めている」と指摘する声もある。

2025年の政府活動報告では、経済成長率の目標を「5％前後」とし、より積極的な財政政策と、適度に緩やかな金融政策を実施する方針が示された。また、マクロ政策の「国民生活志向」を強化する姿勢も打ち出された。

「今年は外的圧力が高まる一方で、内需と供給の不均衡が依然として存在し、年初に多くの省や地域では成長目標をやや下方修正している。5％の成長目標を維持するには、より積極的なマクロ政策による支援が不可欠である」との指摘もある。

2025年の政府活動任務のうち、「消費の促進」「科学技術の強化」「資産の安定化」の3点が、市場の最大の関心事となっている。政府活動報告では、「消費を強力に喚起し、投資効率を高め、あらゆる面で内需を拡大する」

ことが第一に掲げられた。

その具体策として、3000億元（約6兆1748億円）の超長期特別国債を発行し、耐久消費財の買い替えを支援。また、サービス消費における供給の質的向上を通じて需要創出を図る。中国招商基金研究部は、「消費の拡大を最優先とするのは、成長の安定化に向けた短期的対策である」と分析する。2024年のGDPに対する消費の寄与率はわずか44.5％にとどまり、先進国と比較して大幅に低く、有効需要の不足が経済の主要課題となっている。

したがって、政策としては、内需の迅速な活性化を目指し、「買い替え補助金」などの構造的手段により消費者の信頼を高めることが求められている。

このような政策の組み合わせが持つ価値は、「消費の質的向上 → イノベーションの加速 → 産業の高度化 → 所得の増加」という好循環を生み出す点にある。たとえば、新エネルギー車の買い替え補助金として1万元（約20万5947円）を支給すれば、自動車メーカーは約8000元（約16万4758円）の開発投資を追加でき、これはまさに新たな「新質生産力」の形成プロセスである。

政府活動報告で取り上げられた「人工知能＋」などの新質生産力に関する政策は、春節明け以降もA株や香港株市場で人気セクターとなっている。2025年の春節以降、中国では人工知能関連の話題が繰り返し登場しており、政策面での支援も継続。科学技術は今や市場全体における共通のメインテーマとなっており、国際的にも中国のテック分野再評価への期待が高まっている。

AI（人工知能）は、基礎的かつ汎用的な技術革新領域であり、ヒューマノイドロボット、自動運転、消費者向けハードウェア、インターネットアプリケーション、企業向けソフトウェア（ToB）といった分野において人々の生活の質を大きく変えうる。これらは新たなビジネスモデルの創出と、全体的な投資・富の再編を促す可能性を秘めている。

「中長期的な視点で見れば、ロボット産業はまだ“ゼロから1”への初期段階にあり、明確なバブルは存在していない」とも指摘されている。

ゴールドマン・サックスのリサーチレポートでは、「現在の強気相場がどこまで続くかは、過去の上昇局面では見向きもせず、過去3年間で中国株の保有を大幅に減らしてきたグローバル投資信託（運用資産約8000億ドル＝約100兆円）が、今後どの程度中国株への関心を取り戻し、資金を戻してくるかに左右される」との見方が示されている。

これまで中国市場に戻ってきた外国人投資家は、主にヘッジファンドやパッシブファンドが中心だったが、近頃は世界の長期投資家にも変化が見られ、徐々に中国市場への回帰が進んでいる。特にIPOや株式割当といった案件が活発化している。

「過去3年間、中国株式市場が幾度か反発した局面でも、世界の長期投資家はほとんど買いに動かず、むしろ保有比率を引き下げてきた」という。

グローバル投資信託の動向が中国株市場に与える影響という点では、中国株のポートフォリオ比率を1ポイント引き上げただけでも、約80億ドル（約1兆1034億円）の資金流入が見込まれる。条件が同じであれば、投資比率の中立化によって、中国株に対する総需要は300億ドル（約4兆1379億円）に達する可能性がある。

現在の中国株市場における最大の不安要因は、依然として外部にある。米国の関税政策強化、さらにはトランプ前大統領による内政・外交の影響は、世界の株式市場に大きな波乱をもたらしており、最近では米国株の下落が拡大する中で、中国国内の投資家のリスク選好にも影響を及ぼしている。

長期にわたり低迷が続いてきた中国株式市場だが、今後5年、あるいは10年のスパンで見れば、静かなる爆発的成長が起こる可能性がある――市場の注目は高まっている。

2

EVトラック市場、「本格始動」へ充電中

新エネルギー車（EV）は乗用車市場で激しい競争を繰り広げているが、トラック市場ではまだ「新参者」にすぎない。次に主役の座をつかむのは、トラックかもしれない。

文／特約記者　千軍　馬勝

EV車にはエンジンもギアボックスもなく、バッテリーとモーターによって駆動される。もはや目新しさはなく、テスラはマスク氏を世界一の富豪に押し上げた。国内ではBYD、奇瑞（チューリ）、華為（ファーウェイ）、小康、小米（シャオミ）などのメーカーがしのぎを削り、街には緑色のナンバープレートを付けたEV車があふれている。ガソリン車からの転換は、すでに一つの時代の流れとなっている。その新たな潮流の先に、大型トラックの電動化が浮上している。

「水を得た魚」にも弱点がある——EVトラックの必要性とは

なぜ、今EVトラックが求められているのか。中国のEV乗用車市場はすでに成熟しつつあるが、トラック分野では依然としてディーゼル車が主流であり、新エネルギー車はまだ新顔にすぎない。都市部では、高排気・高荷重のトラックが交通の安全や都市環境にとって大きな課題となっている。騒音、排ガス、路面への負荷など、さまざまな負の側面が顕在化しているのだ。

2017年以降、貨物車に対する規制は一段と強化されており、通行制限の内容は地域によって異なるものの、都市部を中心に

厳しくなっている。その影響で、トラック事業者は大きな困難に直面している。

トラックの販売・輸送業者は都市中心部から撤退を余儀なくされ、市外の周辺部に拠点を移している。しかし、営業許可証や通行証の取得には手間がかかり、自由な運行はままならない。運送業務は基本的に市外でしか行えず、市内での荷降ろし作業も、夜間に限られることが多い。

EVトラックの登場は、さまざまな規制に悩まされてきたトラック運送業界に、一筋の光明をもたらした。グリーンナンバープレートを持つEVトラックは、各地で普及が後押しされており、多くの通行規制が免除されている。都市部での走行規制が緩和されただけでなく、これまで運転手にとって悩みの種だった通行証の取得も簡素化された。たとえば上海では、EVトラックに対し優先的に通行許可証が発行されており、重慶市（四川省）では一部の道路を除き、EVの軽トラックは規制対象外とされ、通行証も不要となっている。さらに、運行コストという点でも優位性がある。電気料金はディーゼル燃料よりもはるかに安く、維持費も抑えられる。政策支援や低コストといった利点に加え、運行中もさまざまなサポートを受けられることから、EVトラックはまさに「水を得た魚」のような存在となりつつある。

ナンバープレートの発行データによると、2024年における中国のEV車の販売台数は1286万6000台に達した。このうち、乗用車が全体の40.9％を占め、商用車の販売台数は53万2000台。その中でEVの大型トラックは8万2000台にとどまっている。しかし、同年における全国の大型トラック販売台数は90万1700台であり、EV大型トラックのシェアはわずか9％。普及のギャップは依然として大きいのが現状だ。

現在、EVトラックの中で最も普及が進んでいるのは、軽貨物車や軽型トラックである。車体が小さく、積載量が軽く、走行距離も比較的短いため、スーパーマーケットの配送や都市部の物流など、日常的な近距離輸送に適している。

この種の車両を所有する個人や企業のニーズは、市内での自由な走行と充電のしやすさに集中しており、現在のEVトラックはおおむねその条件

を満たしている。

こうしたニーズは個人のマイカー所有者に限らず、企業にも広がっている。たとえば、菜鳥の「ACE計画」や京東の「清流計画」、さらに順豊エクスプレスや貨拉拉などの物流企業も、都市部への対応を見据えて自動車メーカーとの連携を進めている。とはいえ、都市間輸送の需要は物流業界全体のごく一部にすぎない。EVトラックの多くは積載量が5トン未満、連続走行距離も500キロメートル未満と、長距離輸送には不向きだ。EVトラックの性能が優れていても、すぐに導入できるというわけではなく、多くの事業者にとっては依然として“高嶺の花”である。

長距離輸送のトラック運転手にとって、市街地に出入りできることは重要ではあるが、それよりも積載量や連続運行距離の方が優先されるのが現実だ。ある運転手は、「同じ積載量・サイズ・ブランドのトラックが2台並んでいても、ディーゼル車はすぐに売れるが、EV車には誰も手を出さなかった」と話す。理由を尋ねると、買い手は口をそろえて「高すぎる」と言うだけだったという。

EVトラックは各種補助金によって運用コストは安いが、それでも「価格の高さ」は隠しきれない。まず車両本体が高額である。たとえば、荷室長4.2メートルの同一ブランドの軽

型トラックで比較すると、ディーゼル車は8万～16万元（約160万～320万円）で購入できるのに対し、EV車は20万元（約400万円）以上と、価格はほぼ2倍にのぼる。買い替えの際にかかる減価償却費を考慮すれば、市街地に頻繁に出入りしない事業者にとっては、その差はあまりにも大きい。

次に問題となるのが「時間」のコストだ。運用中のコスト面ではEV車が圧倒的に優れている。「卡友」（トラック運転手向けのスマホアプリ）によると、ディーゼル燃料は1リットルあたり6.8元（約136円）、100キロメートルの走行に約130元（約2600円）かかる。一方、家庭用充電器でのEV車の電力単価は1キロワット時あたり0.58元（約11.6円）で、100キロメートルあたりの充電コストは20～30元（約400～600円）に収まる。使用コストの面では、EVトラックはディーゼル車より圧倒的に安価である。

では、なぜユーザーは「買えない」と感じるのだろうか。ここで言う「コスト」とは、金銭ではなく“時間”を意味している。乗用車の場合、連続走行距離が200キロメートル程度であれば、日常利用には十分だ。高速道路を利用する際も、今では多くの充電ステーションが整備されており、大きな不便はない。しかし、トラックの場合は事情が異なる。そもそも陸上輸送は、他の輸送手段と比べて時間もコストもかかるとされており、そこに頻繁な充電が加われば、輸送効率はさらに悪化する。給油なら10分もかからないが、EVトラックの充電には2～8時間を要する。こうした“時間のコスト”こそが、輸送業界にとって最大のハードルとなっているのである。

EVトラックが本格的に普及するには、まず「連続走行距離」の課題をクリアすることが不可欠だ。消費者からは「途中で止まりそうで不安」といった声も聞かれるが、多くの懸念は誤解や過剰反応に基づいているケースもある。中でも根強いのが「バッテリーのコスト」への不安だ。EVトラックはバッテリー、モーター、電子制御が要となるが、その中心はバッテリーであり、走行距離や積載力もバッテリー性能に左右される。

使用されているリン酸鉄リチウム電池は耐久性に優れる一方で高価であり、100kWhのバッテリーでは交換に数万元、新車価格の4～5割がかかることもある。ただし、トラックの買い替えサイクルは3～4年が一般的で、バッテリーの保証期間は5年以上に設定されることが多い。販売現場からは「車体の寿命の方が早い」との声もあり、長期保証によってユーザーの不安を大きく軽減している。

EVトラックの価格が「高い」と感じられるかどうかは、突き詰めればバッテリーにかかっている。現在、伝統的な商用車メーカーが新エネルギー分野への参入を進める一方で、新エネルギー専業メーカーもこの機を逃すまいとトラック市場への展開を加速させており、両者の間では激しい競争が繰り広げられている。

しかし、従来のトラックメーカーの多くは新エネルギー車に関する自社の技術開発に遅れがあり、逆に乗用車メーカーがトラック分野へ参入するにも、商用車ならではの知見やノウハウの壁が立ちはだかる。これは容易な挑戦ではない。

その中で注目を集めているのがBYDだ。街中の白や赤のトラックのなかでも、ひときわ目を引くのが、洗練されたデザインのBYD製新エネルギートラックである。「かっこよくて、もはやトラックに見えない」と評価するユーザーも少なくない。

乗用車ブランドがトラック市場に参入する姿は一見大胆に見えるが、実は必然とも言える。

第一に、EV分野ではすでに専業メーカーが強い発言力を持つようになっており、乗用車だけに開発資源を集中させるのは非効率だ。実際、テスラは2017年の時点で純電動大型トラックを発表しており、最大連続走行距離は804km、最大積載量は36.29トンに達する。これは現在中国で販売されている多くの電動トラックよりも完成度が高く、EV乗用車メーカーが電動トラック市場へ参入するうえで、一つの指標となっている。

国内に目を向けると、BYDは新エネルギー車分野で技術力・販売力ともにトップクラスの地位を確立しており、2024年の累計販売台数は427万台に達した。「三電（バッテリー・モーター・制御システム）」の中核技術を自社で持つ唯一のEVメーカーであり、EV販売台数でも首位に立った実績を持つ。

第二に、商用車そのものもBYDの

事業領域に含まれている。路線バス、観光バス、清掃車、タクシーといった車両は、BYDにとって重要なビジネスであり、特に大型・中型バスの分野では高い販売実績を誇る。BYDが最も強調するのは、独自の研究開発と一貫した組立ラインによる生産体制である。

将来的にはコンピューター業界のように、異なるメーカーのハードウェアを組み合わせる「アセンブラー型」の車両と、統合型の車両が共存するかもしれない。いずれにも利点はあるが、組立ライン生産の大きなメリットはアフターサービスにある。一般の整備工場ではすべての部品に対応できるとは限らないが、BYDは純正部品による修理が可能で、車両全体を対象とする保証制度も整っている。

ただし、BYDが技術やプロフェッショナリズムに自信を持っていたとしても、販売面では依然として従来のトラックブランドには及ばない。その理由は価格ではなく、「ブランド力」にある。トラック市場では、装備の充実度よりも、信頼されるブランドかどうかが決定的に重要なのである。

とはいえ、トラックの人気を左右するのは、最終的には市場での占有率だ。「大型トラックは広告をあまり出さない。実際に路上を走る車こそが“動く広告”なんです」と、あるベテラン営業マンは語る。そしてこう続けた。

「トラックは修理が必要になることが多い。だからこそ、売れているブランドであれば、対応可能な整備工場やサービスステーションも多く、アフターサービスも充実していて、顧客にとって安心材料になるのです」。

「道のりは遠く、前途は長い」。EVトラックは、まだ歩き出したばかりだ。しかし、将来性は十分にある。かつて電気バスやミニバンが主流になるとは誰も予想していなかったが、今ではそれが当たり前になっている。トラックにおいても、新エネルギーへのシフトは大きな時代の流れである。

中国政府が掲げる「カーボンピーク・カーボンニュートラル（双炭）」目標や、「ダブルクレジット（双積分）」制度の後押しもあり、自動車業界全体が低炭素・省エネの方向に大きく舵を切っている。蔚来（NIO）や小鵬（XPeng）といった新興EVメーカーの台頭は、既存の自動車メーカーに電動化を急がせる圧力にもなっている。

第一汽車、広州汽車集団、長城汽車など主要企業はすでに、2030年に向けたEV車販売目標を相次いで打ち出している。乗用車分野では、すでに試行錯誤の段階を越え、先行企業が市場をリードしている状況だ。多くの企業にとって、変革のための時間とチャンスは限られつつあり、市場は「試験運転の時代」から「生き残りを懸けた競争」へと移行している。一方で、トラック分野におけるEV化は、いままさに始まったばかりであり、将来の可能性は未知数である。

実際、小型バンやピックアップトラックが第一歩となり、都市部の物流会社がこの分野での可能性をいち早く試した。その後、軽トラックは短距離や近隣省の輸送を担う事業者に徐々に受け入れられるようになっている。アリババ創業者のジャック・マーは、「彩虹ACEプログラム」発表時にこう語った。「これからの10年で、物流と宅配業界は、この10年では想像もできなかったような変化を遂げるだろう」。

EVトラックが本格的に普及し、緑のナンバープレートをつけた商用車やトラックが、高速道路を駆け巡る日を楽しみに待ちたい。

3

大量のAI公務員の登場で時代は変わるのか

文／特約記者　劉開華

AI導入の本来の目的は、公務員を従来の単調で煩雑な業務から解放し、より創造的で付加価値の高い仕事に専念できるようにすることにある。

スマート行政の台頭と実績

中国の多くの都市では、DeepSeekを活用したスマート行政システムの導入が積極的に進められている。

今年の両会（全国人民代表大会と中国人民政治協商会議）では、AIが注目のキーワードとなり、深圳や余杭では「AI公務員」の登場が業界関係者の関心を集めている。最近、深圳市福田区では「AIデジタル・スマート公務員」70体が導入された。これにより、個別業務の処理時間は従来の5営業日からわずか数分へと大幅に短縮され、公文書の正確率は95％を超えた。審査期間も従来に比べて90％短縮され、エラー発生率は5％未満に抑えられている。

AI公務員は、「効率的な行政事務」という概念そのものを再定義しつつある。

2025年3月からは、北京市市場監督管理局の企業登記業務にDeepSeekの大規模言語モデル技術が導入され、24時間対応の「スマート相談」サービスがスタートした。

目指しているのは、「感知し、考え、温かみのある」AI公務員の実現である。杭州市余杭区では、「AI PPT」と名付けられたAI公務員が初めて登場。業務報告書を読み込ませるだけで、30秒で要旨を抽出し、1分以内に見栄えのよいPPTを作成できるという。

余杭区林水局の職員によれば、これまで1～2日かかっていたPPTの作成作業が、今では数分で完了するようになり、大幅な時間と労力の節約につながっている。

業界関係者は、こうしたAIアシスタントが持つ高い業務遂行能力、精度の高い修正能力、そして的確な判断力は、単なる技術支援にとどまらず、行政システムの在り方そのものに新たな価値をもたらしていると指摘している。

行政モデルの革新とAIの実装

行政事務の効率化にとどまらず、行政サービスそのものを「スマートに認識し、正確に提供する」新たな形へと進化させる原動力となっている。かつては複数の窓口を行き来しなければならなかった手続きも、今ではマルチモーダルなスマートシステムの導入により、閉ループでの処理が可能となった。こうした行政事務プロセスの刷新とスマート行政の仕組みの革新が、公共サービスの実効性を大きく高めている。

今回、深圳市福田区が導入した「政務大モデル2.0版」では、MoE（Mixture of Experts）を採用し、ファーウェイのアセンド・インテリジェント・プラットフォーム上でローカルトレーニングが行われた。

本モデルは、公文書処理、民生サービス、災害対応、投資誘致など240の業務を高精度に解析し、「ニーズ → 学習 → 応用 → 改善」のサイクルによる閉ループ型のシステムを構築している。技術チームの責任者によれば、モデルの学習には、過去10年間に蓄積された公文書や行政ガイドライン、政策・法規など、1200万件を超えるデータが活用されたという。

DeepSeekによるスマート行政システムは、多くの都市で導入が進んでいる。北京市豊台区の行政サービス・データ管理局では、2月18日に「行政クラウド」上にDeepSeekの大規模言語モデルを構築し、行政事務への本格的な活用を開始。「豊小政」と名付けられたデジタルアシスタントも同時に公開された。

同局の温玉竹副局長はメディアの取材に対し、「豊小政」がホットライン業務や企業・市民からの各種手続きに対応することで、職員が相談内容の分析や回答に専念できるようになり、行政サービスのスピードと正確性が大幅に向上したと述べている。

これについて、清華大学社会科学学院デジタル経済研究センターの王勇主任は、深圳をはじめとする先進地域での導入実績を踏まえ、スマート行政サービスは今後の大きな潮流となり、中国社会全体のインテリジェント化をさらに加速させるだろうと指摘している。

現在、DeepSeekによるスマート行政サービスは各地の地方政府へと急速に広がっており、同技術への高い信頼がうかがえる。

また、大規模言語モデルはテキスト処理に優れており、政策文書の多くがテキスト形式であることからも、行政事務との相性が良く、公務員の業務

負担を一定程度軽減する効果が期待されている。

中国社会科学院政治学研究所は、次のように指摘している。

AI公務員は、一方で従来の政府によるガバナンスの在り方に大きな変革をもたらし、他方で、政府が進めるデジタル化の潮流とも高い整合性を持ち、互いに補完し合う関係にある。AIは、公務員を単純な反復作業から解放し、より高度な業務へのシフトを促している。

ある機関による定量的評価では、AI公務員の導入が行政サービスシステムの再構築をもたらしていることが明らかになっている。

実際、個別業務の処理時間は従来の5営業日から数分へと大幅に短縮され、公文書の正確率は95％を超え、審査期間も90％短縮された。さらに、エラー発生率は5％未満に抑えられている。

また、「法律文書生成アシスタント」は、取り調べ記録をもとに、わずか数秒で法律文書の初稿を作成することが可能である。民生関連の要望を分類する際の正確率も、従来の70％から95％へと大幅に向上している。

サービスモデルの面では、AIが要望の傾向を分析することで、事前の予測や警告が可能となり、行政サービスは従来の受け身型から能動型へと転

SEIKO WORLD

海外航空券
各国ビザの申請
業務渡航・団体旅行全般
お任せください！

WeChat：nono_jp　WeChat：ZHS20180501

お申し込み・お問い合わせ

TEL 03-5812-8381 (10:00-18:00)　MAIL info@seiko-world.com
株式会社正宏商事 観光庁長官登録旅行業第1871号
〒110-0005東京都台東区上野6-1-6-103室

株式会社
華森社
投資 · 置業 · 移民
收益:回报率高于市场平均水平，且具有巨大升值空间
精准：準確定位客戶需求，定制專屬收益套餐
資源:大阪最大規模房產中介，持有專任物件及私密物件No.1
株式会社
華森社
TEL:06-6567-8099(代表)FAX:06-6567-8199
〒542-0073 大阪府大阪市中央区日本橋1丁目3-6

換しつつある。

「スマート行政システムは、データ駆動と自動化によって行政サービスのロジックそのものを再構築している」と、対外経済貿易大学国家対外開放研究院は分析する。まず、情報の収集と処理プロセスが最適化されることで人的介入が減り、全体の業務効率が向上する。さらに、システムのスマート化により、部門間のデータ共有や業務の連携も容易になっている。

中国では、公務員がさまざまな部署をローテーションで異動するのが一般的であるため、大規模言語モデルは、新任の官僚に対して政策決定に役立つ情報を迅速に提供し、関連分野の知識を効率的に習得させることで、専門性の向上にも寄与している。

さらに、大規模言語モデルの導入は、政権運営や政策情報の透明性を高める効果もあり、国民が政策に関する情報へ平等にアクセスできるようになることで、政策格差の是正にもつながると期待されている。

AIの限界と人間との協働

「AIが公務員に取って代わる」「公務員職はもはや安泰ではない」といった論調に対し、上海財経大学デジタル経済学部の教授は、AIが一部の分野で公務員の業務を代替する可能性はあるものの、その範囲はあくまで限定的であると指摘している。

第一に、AI技術の導入にあたっては、ユーザーの実際のニーズや使用習慣に合致している必要がある。たとえば、高齢者などデジタルリテラシーの低い層にとっては、システム操作そのものが障壁となり、AIの普及や活用には一定の限界がある。

第二に、意思決定や創造性を要する業務領域では、AIが人間に代わって判断を下したり、創造的な思考を行うことは依然として難しい。

公務員という職種は、政策立案や調整、公共福祉といった複雑で繊細な領域にかかわっており、そこでは人間ならではの柔軟な判断力や共感力が不可欠である。将来的には、AIと公務員が連携・協働する形で業務を進め、行政サービス全体の質を高めていく方向が期待されており、公務員の職務がAIによって完全に置き換えられることはない。

実際、深圳市福田区に導入されたAI公務員も、単独で業務を行うのではなく、人間の「監督者」が意思決定を支援し、「AIが効率的に実行し、人間が方向性を管理する」という新たな協働モデルが採用されている。

福田区行政サービス・データ管理局によれば、AIは学習データに依存する特性があるため、偏った判断を下す可能性があり、単独で意思決定を行わせるのは危険だという。このリスクを回避するため、配備された70体すべてのAI公務員には「監督者」が付き、仮にAIが業務を誤処理した場合でも、責任の所在が明確になり、「誰も責任を取らない」といった事態を防ぐ仕組みが整えられている。

DeepSeekの導入により業務効率は大幅に向上したが、AIの正確性や安定性については今後も継続的な検証が求められる。行政機関には高度な厳密性が求められることから、AIによる分析結果については職員が最終的な責任を負うことになり、実際に執行される施策や公表される情報は、必ず人の手による確認が必要とされている。

AI導入の本来の目的は、公務員をこれまでの単調で煩雑な業務から解放し、より創造的で付加価値の高い業務に専念できるようにすることにある。

現在の中国社会は、AIやDeepSeekによる大規模言語モデルの活用によって急速な進化を遂げている。世界各国がこうした動向を傍観したり、懐疑的な目で見たりしている一方で、数年後には技術的に大きな差が生まれ、それが容易には埋めがたいものになっていることに気づくかもしれない。

4

飛躍する「低空経済」
―中国が描く空の産業革命

文／特約記者　劉開華　千軍

2025年の正月、爆竹の音が鳴り響くよりも早く、空が「爆発」した。新エネルギー車に匹敵するともいわれる「低空経済」産業が、かつてない注目と政策支援を受け、急成長している。

2024年5月、豊翼科技はドローンによる物資投下型オンラインサービスを開始した。ユーザーはQRコードをスキャンし、必要な商品を選ぶだけで、約10分後にはドローンが指定場所に正確に品物を届ける。豊翼科技は順豊（SFエクスプレス）傘下のドローン物流会社で、創業者・王衛のドローン戦略を担う中核的存在である。

同年10月には、八達嶺の万里の長城を訪れた一家が、南側の最高地点で乾杯しようと、塔楼の下に設置された美団のドローンデリバリー用QRコードをスキャン。わずか10分後、ビールがドローンで山頂まで届けられたという。

2023年、世界のドローン市場規模は315億米ドル（約4兆7296億円）に達し、前年比約10％のペースで成長を続けている。2026年には400億米ドル（約6兆円）

を超えると予測されている。

2024年には、広東省、広西チワン族自治区、重慶市、上海市など10以上の省・市が、低空経済を支援する政策を相次いで打ち出し、「支援」「経済」「建設」「管理」「報酬」などのキーワードが政策文書に頻出するようになった。

ドローンを中心に展開される低空経済の関連市場は、控えめに見積もっても1兆元（約20兆円）を超えるとされ、新エネルギー自動車産業に匹敵する新たな成長エンジ

ンとして期待されている。

3000メートル以下で新たなビジネスモデル

「低空経済」とは、高度3000メートル以下の空域における経済活動全般を指す。空域は高度に応じて、超低空、中層低空、上層低空の3層に分類され、それぞれで行われる低高度飛行体の業務が産業チェーンを形成している。

この分野では、物流・輸送と有人輸送の2つが中核を担い、将来的にはこれらが低空経済全体の95％以上の経済価値を生み出すと見込まれている。ただし、産業の発展には、なお政策や制度面での制約が残る。

現在、中国では低空経済の育成・奨励・管理を目的とした政策導入が進んでいる。たとえば重慶市では、2024年4月に「第1回 重慶低空飛行消費ウィーク」を開催し、消費バウチャーの発行を通じて関連サービスの利用促進を図った。これにより、華夏飛滴科技、鹿峰通用航空、九州神鷹通用航空といった企業の誘致にも成功している。

こうした政策的後押しを受け、モルガン・スタンレーは「今後5年で、世界の低空飛行経済の約50％を中国が占めるようになる」と予測している。これは、中国のドローン企業が国際市場で存在感を強めていることの証左でもある。

低空経済は、有人・無人航空機の飛行活動を起点とし、低高度空域を基盤とする新たな経済形態である。端末市場の拡大とともに、ネットワーク機能も高度化し、各端末が即座に接続・連携する環境が整いつつある。

その応用範囲は多岐にわたり、民間・警察・軍事など幅広い分野に及び、一次から三次産業までを横断している。ドローン、eVTOL（電動垂直離着陸機＝空飛ぶクルマ）、ヘリコプター、固定翼機など、あらゆる有人・無人機による低高度飛行が対象となる。

とりわけ都市部では、空飛ぶクルマの活用が大きな期待を集めている。業界全体を川上から川下まで見ると、低空経済は次の4分野に分類される。（1）インフラ：監督管理、ネットワーク、データ基盤、離着陸場などの地上設備（2）機体製造：飛行制御システム、部品製造、完成機の組立など（3）運航サービス：救助、物流、文化観光など（4）運航保障：気象、整備、情報システムなどの支援機能

2024年9月現在、中国の低空経済関連企業は5万社を超え、うち上場企業は118社、「専精特新の小巨人」企業が211社、ハイテク企業は3991社にのぼる。

「第14次5カ年計画」期間中、関連企業の体制は着実に整備され、新規参入や企業登記も増加傾向にある。一方で、市場成長が期待に届かず、競争環境の悪化が懸念されるリスクもある。

今後、企業はブルーオーシャン市場に注目し、製品・サービスのイノベーションを継続しながら、課題への対応力を高める必要がある。低空経済は、異なる業態を統合し革新することで、新たな質の生産力を生み出す産業へと進化していくだろう。

「低空経済」元年 空を巡る熾烈な競争開始

仮に2025年が「中国低空経済元年」と位置づけられるとすれば、この新興分野の競争は熾烈を極め、すべての参入者が“殲滅戦”に直面する可能性がある。

現在、中国の汎用航空市場は国有大手企業が主導しており、中でも中国航空工業集団（AVIC）傘下の航空工業、航空動力、中直股份などが中心的存在となっている。とくに中航科工と中航西飛は、それぞれ249億2400万元（約5157億円）、328億2100万元（約6791億円）の売上高を記録し、両社で市場の30％超を占めている。

しかし、政策支援と市場の急拡大を受けて、新興企業の参入が加速。現在では小規模企業が市場の45％を占

めるまでになり、競争構造は多様化しつつある。この活発な競争は、汎用航空技術の革新を促すと同時に、中国企業の国際競争力強化にもつながっている。

中でも産業用ドローン市場は急成長を遂げており、高い成長ポテンシャルを持つ分野として注目されている。業界をリードするのは大疆創新科技（DJI）であり、縦横股份、億航智能、航天彩虹、中航無人機などが市場シェアを巡ってしのぎを削っている。

農林業における植物保護、インフラ点検、測量、セキュリティ、物流など、ドローンの応用範囲が広がるにつれ、用途ごとに競合企業が並び立つ「多頭体制」が形成されている。たとえば、測量・地図作成では縦横股份とDJIが、点検・セキュリティ分野では科比特（MMC）や易瓦特（EWATT）が高いシェアを占めている。

法制度が整備されれば、ドローンによる宅配業務は低空経済の中でも最も早く普及する分野となるだろう。

たとえば、珠海から中山への配送では、順豊の通常サービスでは注文から配達まで8時間以上を要するが、ドローン配送なら、対象エリア内であれば平均3時間以内、市内配送であれば2時間以内の配達が可能だ。特に渋滞が発生する時間帯には、地上の障害を回避して時間通りに荷物を届けられる点が大きな強みである。

島しょ部では従来フェリーや旅客船に頼っていたが、ドローンであれば即時の離陸が可能で、より効率的かつ柔軟な物流手段となる。山岳観光地でも、これまで人力で行っていた物資の搬送やゴミ回収といった課題が、ドローンによって解消されつつある。

ドローンは、物流効率の高さ、低コスト、広いサービス範囲といった特長を持ち、既存の宅配市場の構造を大きく塗り替える可能性がある。深圳市ドローン産業協会によると、同市の宅配物流におけるドローン関連市場の規模は約300億元（約6000億円）に上ると試算されている。

こうした物流分野でのドローンの台頭は、低空経済の発展に伴って浮上する新たな産業課題とも密接に関係している。

第一に、飛行制御や電力供給といった航空機のコア技術が進化し、宅配業界においても効率的かつ信頼性の高い配送手段が実現されつつある。第二に、ドローン宅配はモノのインターネット（IoT）の一翼を担い、スマート在庫管理システムや無人配送車との連携により、宅配業界のスマート化を加速させている。

さらに、ドローンの貨物搭載技術が成熟することで、有人ドローンによる通勤という次のステージが視野に入りつつある。空飛ぶクルマや無人航空タクシーといった新たなモビリティ産業が空間的な制約を乗り越え、離島や山間部などに暮らす人々にとって、主要な移動手段となる日も遠くないだろう。

来るべき「空中の殲滅戦」ともいえる激しい競争の中で、各プレーヤーが自らの限界を突破し、低空経済はより高度な段階へと進化していくことが期待されている。

低空技術
社会実装の現場へ

テクノロジーは、具体的な応用シーンを得てはじめて、生産力として機能する。

2024年2月27日、世界初となる「海上と都市を横断するeVTOL（空飛ぶクルマ）」の飛行ルートが中国・深圳で実証された。深圳蛇口クルーズターミナルから珠海・九州港ターミナルまでのルートは、これまで船で2時間以上、タクシーでは500元（約1万円）以上かかっていたが、eVTOLなら直線距離41キロをわずか20分で結ぶことができる。地上ルートでは約150キロにおよび、空からの移動によって時間とコストの大幅な削減が実現された。

こうした実証実験が行われる特別地域は、今後の発展に大きな可能性を秘めており、低空輸送は自動車・航空機メーカーにとって新たな競争の舞台となりつつある。低空域を活用した有人飛行ルートの普及は、旅行スタイルを刷新するだけでなく、橋やロープウェイといった既存インフラと連携することで、より柔軟で多機能な交通ネットワークの構築も見込まれる。

小鵬匯天、広州汽車、吉利汽車など中国の自動車ブランドは、こうした流れを見越して早期から積極的に布陣を進めてきた。低空経済、先端テクノロジー、文化観光といった“空”にまつわる注目分野が交差する中、深圳の低空観光は時代の追い風を受けて飛躍しつつある。

頻繁に行われるドローンショーは、すでに深圳の代表的な観光資源となっており、低空観光市場には多くの企業が参入。現在では、ドローンショー、低空遊覧、飛行体験、空中撮影などを含む包括的な観光産業システムが構築され、個々のニーズにも対応できるようになった。

企業は消費者の行動データを分析し、たとえばギフト配送のようなドローンを活用した新たなマーケティング施策を展開。祝祭日やキャンペーン期間には、加盟店がドローンでギフトやプロモーション情報を直接届けるといった演出により、ユニークなショッピング体験を生み出している。

このように、低空技術とマーケティングの融合は、迅速・安全でパーソナライズされたサービスを求める消費者の期待に応えると同時に、ブランドとユーザーの関係を深め、体験価値をさらに高めている。

産業融合と消費変革の最前線へ

小鵬匯天、広州汽車、吉利汽車など

の中国自動車ブランドは、早くから低空モビリティ分野への進出を進めてきた。

低空経済、テクノロジー産業、文化観光といった“空”をめぐる人気のコンセプトが交差する中、深圳では低空観光が追い風を受けて急成長している。ドローンショーはすでに深圳の代表的な観光コンテンツとなっており、参入する企業も増加。ドローンショー、低空遊覧、飛行体験、低空撮影などを軸に、総合的な低空観光産業システムが形成されつつある。

消費者の行動データを精緻に分析し、各社はドローンによるギフト配送など、インタラクティブな新サービスを次々と展開。たとえば祝祭日やキャンペーン時に、加盟店がドローンでギフトやプロモーション情報を直接届け、ユニークな購買体験を提供している。

このように、低空技術とマーケティングの融合は、迅速・安全・個別対応といった現代の消費者ニーズに応えるとともに、ブランドとの結びつきを深め、体験価値を高めている。

技術の進化と応用範囲の広がりにより、低空経済は消費パターンを大きく変えつつあり、さまざまな産業に新たなビジネス機会をもたらしている。

製品の利便性が実感されるにつれ需要と購買意欲が高まり、低空経済は新たな消費市場の創出を牽引し始めている。これは供給側の製品開発にも波及し、より実用的かつ成熟した製品の誕生を促進。やがては体系的な製品ラインを築くに至るだろう。

すでに物流、工業、農業、文化、観光などの分野では幅広い応用が進んでおり、業界をまたいだ融合も加速している。

たとえば「警察＋低空経済」。重慶市武隆区では、試験区の一つとして公安機関が「ドローン＋N」型の警備モードを導入し、スマートパトロールシステムを構築。警察業務の効率と実戦力の向上に寄与している。

「医療＋低空経済」では、ドローンによる緊急医薬品や血液、ワクチンの輸送が行われ、医療物資配送の効率が大幅に改善された。今後、貨物輸送技術の成熟が進めば、医療分野の“ブルーオーシャン”になる可能性もある。

「スポーツ＋低空経済」の分野では、2024年の国慶節に南京市が航空スポーツ体験施設を複数オープン。パイロット技術体験センターや野外飛行体験クラブなどが市民に新たな飛行体験を提供し、注目を集めた。

さらに、低空撮影も柔軟性と独特の視点で注目されており、映像表現にとどまらず、測量、地図作成、地質調査、水文観測、鉱物・森林資源の調査など、多くの産業に正確なデータを提供している。

空から地上を見渡すことで、これまで見えなかった価値が見えてくる。想像の翼を広げれば、低空経済の未来は限りなく広がっている。

5

成熟する「二次元グッズ」市場

文／特約記者　劉開華　千軍

時代ごとに、独自の「グッズ市場」が生まれてきた。

週末の重慶方円LIVEは、多くの来場者でにぎわっていた。とりわけ目を引いたのは、アニメやゲームのキャラクターに扮した若者やコスプレイヤーたちだ。モール内には最新アニメの主題歌が流れ、彼らは思い思いにリズムを取りながら体を揺らしている。

近くの休憩スペースでは、数人のコスプレイヤーが輪になって座り、演じるキャラクターについて楽しそうに語り合っていた。衣装もメイクも手が込んでおり、まるでアニメの世界から抜け出してきたような完成度だ。

グッズショップに足を踏み入れると、20元（約420円）のトレーディングカード、30元（約630円）のバッジ、100元（約2,100円）のアクリルスタンドなどがずらりと並ぶ。いずれもプラスチック製の小物だが、その熱

気には目を見張るものがある。

アニメキャラクターが印刷されるだけで、それは瞬く間に「価値あるグッズ」へと変貌する。年配世代にとって「谷子」といえば穀物を思い浮かべるだろうが、今の若者にとっての「谷子」は、アニメやゲームに関連するキャラクターグッズを意味する。

バッジ、ポスター、カード、キーホルダー、

アクリルスタンド、フィギュア、ぬいぐるみなど、その種類は実に多彩だ。

2016年から2023年にかけて、中国の二次元関連派生産業の市場規模は、53億元（約1,113億円）から1023億元（約2兆1,483億円）へと急成長した。

「グッズ経済」の盛り上がりは、若者世代の新たな消費スタイルを象徴すると同時に、大きなビジネスチャンスともなっている。

グッズの購買層とは

グッズコレクター歴3年の王さんは、週末になると決まってグッズショップを訪れる。店に入ると、まず棚を見渡し、お目当てのグッズを探すのが習慣だ。「集めたグッズで“祭壇”がつくれるほどです」と笑顔で語る。

彼女の言う「祭壇」とは、特定のIP（知的財産）に関連するグッズを大量に集め、種類やレア度ごとに美しく並べて撮影するという、コレクターの間で人気の楽しみ方である。その光景は圧巻だ。こうしたコレクションに数万元を費やすケースも珍しくない。

なお、「谷子」という言葉は、英語の「Goods（商品）」の音に由来し、

アニメ、ゲーム、漫画、アイドル、特撮などのIP作品から派生した関連グッズ全般を指す。一般に、これらのグッズは小さく軽量で、素材自体は高価なものではない。しかし、そこに込められた文化的価値やストーリー性が、多くの「二次元ファン」の心をとらえている。

代表的なアイテムには、ポスター、バッジ、カード、キーホルダー、アクリルスタンド、フィギュア、ぬいぐるみなどがあり、いずれも作品のキャラクターやシーン、世界観を反映している。個性や趣味性に富み、コレクションとしての価値も高い。

グッズは多様な分類があり、価格帯では通常品から中価格帯、さらには高価格帯まで幅広い。ジャンルや素材においても、バッジやフィギュア、アクリル製、紙製など、さまざまなバリエーションがある。

彼女たちに「なぜグッズを買うのか」と尋ねると、多くはこう答えるだろう――「このキャラクターが“推し”だから」「限定品で、もう手に入らないから」「幸せの象徴だから」。

間違いなく、多くの二次元ファンにとって、グッズを買うことは感情を満たすための対価である。「ランダムで買ったグッズに推しが一発で出ると、一日中気分がいい」「グッズは、現実では行き場のない愛情をしまっておく容器」「グッズから得られる喜びは本物」――こうした声も珍しくない。

グッズはアニメやゲームなどのIPと強く結びついており、ひとつひとつのアイテムに、作品やキャラクターへの愛情や共感が込められている。キャラクターを友人のように感じているファンも多い。たとえ作品がフィクションであっても、グッズという“手に取れる存在”が、バーチャルと現実をつなぐ感情の架け橋となっている。

複数のグッズショップを訪ねると、店員や来店客から「グッズの購入は感情消費であると同時に、社交的な意味合いもある」との声が多く聞かれた。たとえば、限定版のグッズを手に入れることで、周囲の羨望や注目を集めることもあるという。若者たちは、SNSでグッズを披露したり、グッズショップを巡ったりすることで、コミュニティを築き、個性を表現しなが

ら仲間を増やしている。

国産グッズの平均価格は10～30元（約210～630円）、輸入品は30～60元（約630～1,260円）程度と比較的手頃だ。そのため、主な消費者層は12～20歳の中高生および学生などの若者である。多くが経済的に自立していない世代であるため、価格への感度は高い。こうした手頃な価格設定が、「推し活」のハードルを下げる要因となっている。

さらに、グッズは持ち運びができるため、衣服やカバンに取り付けて個性を表現することができる。グッズを身につけてショップを訪れれば、同じ趣味を持つ仲間と出会えることもあり、帰属意識も生まれやすい。

グッズショップには、マニア同士が交流できるスペースが設けられており、気の合う仲間を見つけたり、グッズの交換を楽しんだりすることができる。こうした直接的なふれあいを通じて、若者たちはつながり、安心して自分らしさを出せる「居場所」を感じるようになる。また、SNS上にも、グッズに関する話題や掲示板が数多く存在し、重要な交流の場として機能している。

二次元文化の広がりとともに、グッズ経済の市場規模は年々拡大を続けており、その成長スピードも加速している。これは、二次元ユーザーの増加を示すと同時に、この市場の大きな潜在力を裏付けるものだ。

今やグッズは、Z世代にとって新たな「ソーシャル・カレンシー（社交通貨）」となっている。ファンがアイドルの新アルバムを買って売上に貢献するように、彼らもまた、グッズを購入することでキャラクターへの支持を表現している。これはファン経済の新しいかたちである。

グッズの販売元とは

世間で「グッズ経済」が注目を集める以前から、関連企業の株価はすでに独自の上昇トレンドを描いていた。2024年11月25日には、実豊文化や広博股份といった関連銘柄が4営業日連続で上昇し、投資家の注目を集めた。星輝娯楽、金運激光、華立科技などもストップ高を記録し、その動きに加わっている。

これらの企業が「グッズ経済」関連銘柄とされるのは、アニメやゲームのIP（知的財産権）の認可、制作、販売など、グッズビジネスの中核を担っているためである。

たとえば広博股份はこの分野を代表する企業で、初音ミク（日本）、天官賜福、魔道祖師、盗墓筆記（いずれも中国）など、国内外の有力IPを多数取り扱っている。

実豊文化も、オリジナルキャラクター「飛飛兔」や「企鵝嗡嗡」に加え、「ポケモン」や「奶龍」などのライセンスIPを活用し、競争の激しい市場で着実にポジションを築いてきた。

2024年、中国における「グッズ経済」の市場規模は1,689億元（約3兆6,000億円）に達し、前年比で40.63％増という急成長を遂げた。2029年には3,000億元（約6兆3,000億円）を超えると見込まれており、わずか7年で市場は50億元（約1,050億円）台から1,000億元（約2兆1,000億円）超へと拡大した計算になる。

この産業の最上流に位置するのがIP、すなわち著作権を保有する版権元である。自社でIPを開発・運営する企業もあれば、他社のIPを代理で運営するケースもあり、事業モデル

～日本で働く魅力を世界へ～

人材不足なら東海にお任せを

労働者派遣事業許可証	派13-314043
有料職業紹介事業許可証	13-ユ-310744
登録支援機関登録	19登-001896

東海株式会社

HP：https://www.toukai-jpn.com
ACCESS：東京都港区赤坂3-2-8　MAIL：info@toukai-jpn.com
TEL：03-5981-8716　FAX：03-5981-8717

キャストグローバル
信託株式会社
CastGlobalGroup

私たちは対日不動産直接投資を活性化し、日本経済向上に貢献します

私たちの主力サービスは信託法と法人税法に根拠を有する「特定受益証券発行信託」です。クロス・ボーダーの文脈で不動産から生まれる「不動産所得」や「譲渡所得」を「配当所得」に転換することにより、租税条約が規定する限度税率という軽減された税率の享受を可能にするとともに、収益分配時の源泉徴収税だけで課税関係のすべてを完了させるという、海外投資家にとって画期的な仕組みです。例えば香港ファンドの場合、日本と香港の租税条約により課税関係は「賃料収入（不動産所得）」、「譲渡に伴うキャピタルゲイン（譲渡所得）」のいずれも年度毎に実施する収益分配時の10%限りの源泉徴収税のみで完了することができることになります。これまで対日不動産直接投資の主要スキームであったGK-TK（合同会社 - 匿名組合）スキームと比較すると、組成にかかる時間を大幅に短縮し、費用を大幅に圧縮することが可能です。私たちは当該サービスを通じて対日不動産直接投資の活性化を図り、国益に貢献していきます。

キャストグローバル信託株式会社　代表取締役
キャストグローバルグループCEO
弁護士・税理士・香港ソリシター（香港事務弁護士）
社会保険労務士・行政書士・宅地建物取引士、マンション管理士

村尾 龍雄

https://castglobaltrust.co.jp

は多様化している。

統計によれば、中国国内には「グッズ経済」に関連する企業が約577万9,500社存在している。過去10年間、登録企業数は緩やかな増加から急増へと転じ、特に2020年には前年比280.11％増の18万6,000社に達し、過去10年で最大の伸びを記録した。その後も毎年100％を超える高い成長率を維持している。

中商産業研究院の調査によると、小売価格を基準とした場合、IPライセンス料は販売価格の約30％を占めており、製造コストは10％以下にとどまる。省レベルの代理業者の仕入価格は小売価格の50％前後に設定されており、IPの知名度が高い場合には、販売チャネルでの仕入価格が55～60％にまで上昇することもある。

ライセンス料の相場については、マイナーIPであれば約50万元（約1,050万円）から、人気IPともなると150万～200万元（約3,150万～4,200万円）に達するケースもある。

一般に、グッズ商品は高い利益率を誇り、粗利益率は40％を超える。このブームを支えているのが、多様化する小売チャネルの存在である。中でも特に目立つのが、グッズ専門店の相次ぐ出店だ。チャネルの拡大はオフライン消費を刺激し、「二次元が老舗モールを救う」という冗談も、いまや現実味を帯びつつある。

たとえば、かつてショートムービープラットフォームでは「NPCの一日」という言葉が話題となった。これは、若者が週末になると「タピオカを飲み、動画を見て、スマホ売り場を巡り、帰宅して不満をこぼす」といった、画一的な行動パターンを揶揄したものである。この現象は、若者のライフスタイルの単調さを映し出すと同時に、旧来型の商業施設が抱える魅力の低下という課題も浮き彫りにしている。

商業施設にとって、人の流れ――すなわち「人流」こそが収益の源泉である。運営側はテナントからの賃料や売上歩合によって収益を得ており、テナントは人流を重要な判断材料として出店を決める。

2023年、中国の広義の二次元ユーザー数は5億人を突破し、いまや無視できない巨大な消費者層となった。この層の存在が、旧来型ショッピングモールに「第二の春」をもたらしている。

中国初のサブカルチャーに特化した商業施設として知られる「百聯ZX創趣場」には、40以上のグッズショップが出店。うち、世界初出店が3店舗、中国初が18店舗、上海初が7店舗と、全体の約70％が初出店である。2024年1～11月の売上高は前年比76％増、来場者数は40％増を記録し、1日あたりの最高来場者数は9万人に達した。

また、「静安大悦城」では、国際的な人気IPをテーマにしたポップアップイベントが約60回開催され、売上・来場者数ともに大幅に増加。前年比で来場者数は30％以上、売上は約45％増となっている。

武漢市江漢路に位置する「X118商場」は、かつて「新世界国貿」とし

て知られた伝統的な百貨店であるが、客足の減少に悩まされていた。その打開策として婦人服売り場の一部をグッズショップに転換した結果、人流は従来の10倍にまで増加した。

南京の夫子廟商圏にある「鵬欣水游城」もまた、かつては地域初の本格的ショッピングセンターとしてにぎわっていたが、近年は新興モールの台頭により、トレンド発信の拠点としての地位が揺らいでいた。しかし、二次元カルチャーの交流拠点を設けたことで、「ローカルトレンドの発信基地」としての立場を取り戻しつつある。

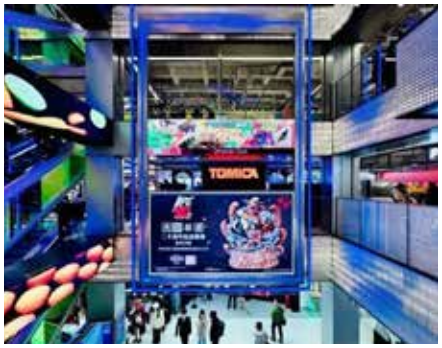
こうした事例が示すとおり、グッズ販売に参入する企業や店舗は今後も増え続けるだろう。ある者は収益を追い、ある者は集客力の向上を狙っている。

「グッズバブル」の光と影

グッズを買う者がいれば、作る者、売る者もいる。そして当然のように、それらを投機の対象とする者も存在する。

たとえば、中古品フリマサイト「閑魚」では、アニメ『文豪ストレイドッグス』のキャラクターアクリルスタンドが7万2,000元（約150万円）で落札され、『ハイキュー!!』のキャラクターをあしらったアクリル製のマージャン牌は、8万3,000元（約170万円）で取引された。まさに、プラスチックが黄金と化しているかのようだ。

グッズの取引は、株の取引に似ている。価格の乱高下の背後には、転売屋の存在がある。あるグッズコレクターはこう語る。「日本の会場限定グッズを求め、転売屋は数万円を払って現地の高齢者に徹夜で並ばせます。



正規のファンは購入できなくなり、転売屋は価格と数量を操作しながら、少しずつ市場に放出して、意図的に“品薄感”を演出するのです」。

マニアによれば、人気声優のスキャンダルや国内アニメ作品の流行、さらにはレアグッズの復刻などが、商品の価値に大きな影響を与えるという。

現在、中国のグッズ市場はまだ発展の初期段階にあり、明確なルールや価格基準は存在しない。プレミアム

価格の設定にしても、基準も市場のあり方も、プレイヤーの裁量に委ねられているのが実情だ。

しかし、市場の急速な拡大とともに、模倣品や詐欺といったトラブルも増加している。

邱さんは、人気キャラクターの缶バッジを中古市場で購入した。当時の相場は2,000元（約4万2,000円）ほどだったが、ある出品者が600～700元（約1万2,600～1万4,700円）で出品していたため、即座に購入。しかし届いたのは模倣品だった。出品者

に問い合わせても要領を得ず、最終的には販売プラットフォームを通じて返金を受けることとなった。

また、海外のグッズを代行業者や共同購入を通じて入手するバイヤーも多いが、中には代金を持ち逃げされるケースも報告されている。中でも深刻なのが、詐欺の被害である。

2024年10月、北京警察が発表した事例によれば、13歳の学生がSNS上で『ハイキュー!!』の缶バッジを探していたところ、あるチャットグループに誘導された。詐欺師は「好きなバッジを選んでいい」と言いながら個人情報を収集し、その後、警察官を装ってビデオ通話を仕掛け、学生を脅迫。さらに保護者のスマートフォンから銀行アプリにログインさせ、最終的に9,999.93元（約21万円）を騙し取った。

このように、グッズの二次流通市場は、転売屋、詐欺師、海外代行業者、悪質なSNSアカウントなどが暗躍する“無法地帯”と化しており、価格や流通の操作を通じて消費者に大きなリスクをもたらしている。

グッズブームの背後には、若者たちの強い消費意欲がある一方で、投機的な思惑も渦巻いている。そして、この新たな若者文化として広がる「二次元市場」は、その発祥の地である日本と、今なお深い結びつきを保っている。

6

激化する学習機器メーカーの競争

――AI時代が切り拓く新勢力図

文／特約記者　千軍

新技術の導入により、すでに業界の勢力図は大きく揺らいでいる。従来型の学習機器メーカーが迅速に対応策を講じなければ、三つに分かれていた市場のバランスは、あっという間に完全に崩壊するだろう。

30年以上前、中国に突如登場した第一世代の学習支援機器「小覇王」は、教育用電子機器市場の幕を開けた。それ以降、この分野では製品の改良が幾度となく繰り返され、現在では学生向けタブレットが主流となっている。

百度（バイドゥ）、科大訊飛（アイフライテック）、網易有道（ネットイース）といったテック企業も学習機器市場に参入し、2021年以降、教育系企業はこの市場を事業モデル転換の鍵と見なすようになった。こうして現在の学習機器市場には、ハードウェア系、テクノロジー系、教育サービス系の企業が入り交じる構図が生まれている。

現在の市場を見ると、「学而思」「作業帮」「猿輔導」傘下の「小猿」がトップ3を占め、「科大訊飛」と「小度」がそれに続く。一方、従来からのブランドである「歩歩高」「小覇王」「読書郎」などはトップ10の下位に甘んじており、新興勢力が既存勢力を凌駕する状況が鮮明になっている。

「読書郎」は黒字から赤字に転じ、「歩歩高」はオフライン販売網と「小天才」シリーズに支えられて一線級ブランドの座を保ってはいるが、この地位がいつまで保てるかは不透明だ。その背景には、学習機器を構成する四大要素――ハードウェア、ソフトウェア、テクノロジー、コンテンツ――のうち、コンテンツの重要性が飛躍的に高まっているという事情がある。

とくにAI学習機器の時代においては、大規模言語モデルを活用した教育コンテンツが競争力の源となっており、テクノロジー系企業、とりわけ教育サービスを基盤とする企業が、従来のハードウェア系企業を圧倒しつつある。この変化は、産業構造の進化によってもたらされたものであり、次なる技術革新や業界再編が起こるまでは、この流れが逆転する可能性は極めて低いだろう。

「小覇王」の成功

「中国のバフェット」とも称される段永平は、「小覇王」から「歩歩高」へと続く“段永平系”企業を築き上げ、一躍その名を広めた。

1982年、段永平は浙江大学の無線電気学部を卒業し、北京で数年にわたり試行錯誤を重ねたが、大きな成果は得られなかった。1989年、広東省中山に移り、怡華グループ傘下の赤字続きの電子工場の工場長に就任。2年後には社名を「小覇王」と改め、任天堂のファミコンを模倣した学習機器を市場に投入した。価格の優位性も手伝って爆発的に売れ、一時は市場シェアの8割を占めるまでに成長。1995年には年間売上10億元（約200億円）を記録した。

段の浙江大学時代の同窓、陳智勇も先に小覇王に加わり、その後マーケティング部門の副総経理に就任。企業

の躍進において重要な役割を果たした。しかし、自身が提案した株式制度改革案が受け入れられなかったことから、段は1995年に小覇王を離れ、東莞で「歩歩高」を設立する。

その後、段永平はここを起点に学習機器「小天才」シリーズを手がけ、さらにはスマートフォンブランドのOPPOやVIVOを生み出す。さらに、ECプラットフォームの拼多多（Pinduoduo）や物流大手の極兔速遞（J&T Express）にも影響を与え、中国ビジネス史における伝説的存在となっていった。

一方、1999年には陳智勇が、小覇王の計画調査部長だった秦曙光と共に退職し、中山で「読書郎」を創業。小覇王、歩歩高、読書郎の三社は、教育用電子機器というニッチ市場を開拓し、学習機器、リスニングプレーヤー、電子辞書、タッチペン式読み取り機などを次々と投入して市場をリードした。

同年、清華大学物理学部の優秀な学生だった唐国炳は、教育サポートブランド「諾亜舟（ノアの方舟）」を設立。2004年にはその教育事業の基盤をもとに、革新的な「創新諾亜舟電子」を立ち上げ、教育用ハードウェア市場に本格参入。小覇王系企業が独占していた業界の勢力図を一変させた。

諾亜舟は2007年にニューヨーク証券取引所に上場し、2014年にはモルガン・スタンレーに買収された。さらにその前段階の2011年、唐国炳は「優学天下」を設立し、諾亜舟の教育電子機器事業を継承する形で「優学派」を展開した。

段永平と陳智勇という二人のキーパーソンを失った小覇王は、その後しばらく表舞台から姿を消すこととなった。一方で、歩歩高、読書郎、優学派は、かつて教育用電子機器業界における“三本柱”として君臨していた。

その後、各社は製品のアップデートを重ね、学習機器は教育電子市場の中心的存在となっていった。しかし、読書郎と優学派は2021年頃にIPO（新規株式公開）を目指すも、すでに経営に陰りが見え始めていた。

両社の学習機器の出荷台数は減少し、売上と利益の増加は主に値上げによるもので、補助金や税制優遇を除けば、実質的には黒字を維持できていなかった。

当時、この市場が直面していた最大の課題は、製品の深刻な“均質化”である。学習アプリを搭載したタブレット端末と比べ、従来の学習機器は機能や内容に大きな違いが見られず、

それが市場の活力と業界全体の競争力に悪影響を与えていた。

おそらく歩歩高、読書郎、優学派の三社は、自社製品の改善に注力するあまり、より大きな危機が静かに迫っていることに気づいていなかったのだろう。

三つ巴の業界構造

当時、家電業界は技術革新や製品改良の鈍化により低成長サイクルに入り、携帯電話やパソコンの出荷台数も頭打ちとなっていた。業界は次の突破口として、スマート・ウェアラブル製品や教育用ハードウェアといった特化領域に注目し始めた。

中でも技術系メーカーにとって、基礎技術が一定水準に達すれば、それを消費者向け（Cエンド）製品に展開し、商用化能力を高める必要がある。こうして百度は学習機器を含むスマートハードウェアブランド「小度」を立ち上げ、科大訊飛は2019年に初の学習機器「X1 Pro」を投入。網易有道や、もとはディスプレイ技術に強みを持つ視源股份も、次々と教育ハードウェア市場に参入した。

大きな転機となったのは、2021年の「双減政策」の導入である。学習塾産業の縮小を受け、多くの教育関連企業が事業転換を迫られた。とはいえ、教育ハードウェアは以前から、スマートペンや学習用ライトなどを通じて教育コンテンツの延長線上に存在しており、政策変化がそれを本業へと押し上げた格好だ。

学而思、猿輔導、作業帮などは学習機器を中核事業に据え、新東方も参入を始めている。現在、学習機器業界は以下の三陣営に分かれる。（1）ハードウェア系：歩歩高、読書郎、優学派など。ブランド力と全国規模の販売網が強み。（2）テクノロジー系：百度、科大訊飛、網易有道、視源股份など。検索、音声、ディスプレイといった技術力を背景に成長。（3）教育養成系：学而思、猿輔導、作業帮など。豊富な教育コンテンツとデータに強みを持つ。この三大勢力が市場を牽引し、スマート学習機器市場は急拡大を続けている。

コンサル会社・沙利文の調査によれば、2018～2022年の年平均成長率は23.4％。市場規模は2019年に100億元（約2000億円）を突破し、2023年には200億元（約4000億円）に迫り、2027年には300億元（約6000億円）を超える見通しである。

三大陣営のバランス

学習機器業界の三大陣営は、かつてはそれぞれの強みを発揮し、互いに拮抗した状態で共存していた。しかし、新技術の導入によって、そのバランスは崩れ始めた。2022年末のChatGPTの登場を契機に、AI時代の到来が加速。各分野で用途特化型の大規模言語モデル（LLM）が続々と開発され、教育分野におけるAIの実用化も急速に進んでいる。

2023年8月には、学而思が問題解決・解説アルゴリズムを核とした大規模言語モデル「九章」のクローズドテストを実施。11月には、教育分野向けモデルとして初めて審査を通過し、一般公開された。続いて9月には「作業帮」が独自開発の「銀河大規模言語モデル」を正式リリース。2024年には「猿輔導」が「看雲モデル」を発表し、それを搭載した「小猿学練機」を市場投入した。

このほか、百度の「文心一言」、科大訊飛の「星火認知モデル」、網易有道の「子曰」など、各社が開発した教育特化型LLMの実用化も進んでいる。たとえば学而思の「xPad 2024」には、教育向けLLMが搭載されており、ワンクリックで添削やコメントが可能。数学の問題解決では、思考プロ

セスの分析、解答手順の提示、要点のマーキング、問題の意図の再確認といった機能により、学習をより深いものにしている。

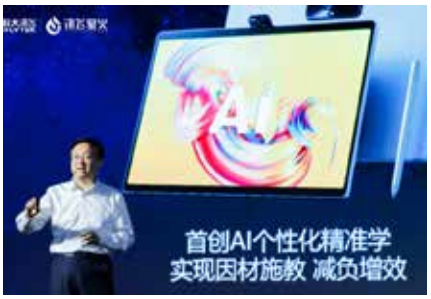
従来型の学習機器が主に動画教材に依存していたのに対し、AI学習機器は格段に高機能であり、まさに次元の異なる製品となっている。現在はまだ初期段階にあるが、技術の進化、教育特化型モデルの更新、ハード・ソフト一体型のアップグレードが進めば、学習機器はさらなる質的飛躍を遂げるだろう。

学習機器や関連ハードウェアの普及は、今後、教育の公平性や個別化の実現を後押しするトレンドとなる。その進展を支えるのが、AI技術である。特化型LLMの「頭脳」となる栄養源は、教育分野に蓄積された膨大なコンテンツだ。こうしたデータによってのみ、教育におけるAIの実装は本当の意味で成立する。

したがって、学習機器においては、「コンテンツ＞技術＞ソフトウェア＞ハードウェア」の順に構成要素の重要度が高くなり、それが将来の市場における三大陣営のポジションを左右する。その兆しはすでに現れている。

たとえば優学派は上場を取り下げ、現在はIPO待ちリストからも外れている。読書郎は2022年に香港市場への上場に成功したが、学生向けタブレットの売上は2021年の7億500万元（約148億円）から、2022年に5億2200万元（約110億円）、2023年には3億1300万元（約66億円）へと急減。2024年上半期にはやや回復したものの、売上は1億4200万元（約30億円）にとどまり、純利益も赤字に転落した。

洛図科技が2024年10月に発表した「中国学習用タブレット小売市場月次追跡報告」によると、売上トップは学而思、続いて作業帮、小猿などが入り、科大訊飛、小度、希沃がそれに続く。歩歩高、小覇王、読書郎といったハードウェア系の老舗企業は、トップ10の下位に沈んでいる。特にハイエンド市場では、教育養成系の優位が際立っている。



フロスト＆サリバンによると、2023年9月から2024年8月まで、学而思は4000元（約8万円）以上の価格帯で、オンライン・オフラインの両方において売上・販売台数ともに中国1位となり、公式に「中国のハイエンド学習用タブレット市場での売上・販売数1位」の認定を受けた。

なぜ、20年以上の実績を持つハードウェア企業が、教育・テック系企業の台頭を止められないのか。それは、後者が長年培ってきたコンテンツと技術において、非常に高い参入障壁を築いているためである。

こうしたなか、従来型の教育機器メーカーが取った戦略は、高価格帯から距離を置くという方向性だった。読書郎や優学派は、2～3000元（約4～6万円）、なかには1～2000元（約2～4万円）の製品を展開し、三級都市以下の地方市場に活路を見出そうとしている。しかしこれは応急的な対処にすぎず、ビジネスの価値を自ら下げるリスクも伴う。

そこで注目されるのがToB（教育機関向け）事業である。読書郎は2024年6月時点で、「AI愛学網」や「スマート教室」などのソリューションを全国80校・156教室に導入。5000人以上の教員と4万人以上の生徒に提供し、「練習の重複を33％削減し、学習効率を26％以上向上させた」とされている。

しかし、同事業の売上は2024年上半期で829万3000元（約1億7160万円）にとどまり、全体のわずか5％にすぎない。加えて、新興勢力との競争も激しさを増している。

学而思傘下の「未来学校」（旧・学而思美校）は、構想段階から実装フェーズへと移行。好未来の「智慧作業」も、北京市のインターネット3.0重点アプリとして採用されるなど、BtoCとBtoBをつなぐエコシステムの構築が本格化している。

総じて、技術とコンテンツ力の両方を備えた学習機器メーカーこそが、次世代の競争を制するだろう。従来型のハードウェア企業は、速やかに自らの短所を補わなければ、市場から取り残され、「ノキアの悲劇」を繰り返すことにもなりかねない。

AI技術が日進月歩で進化するなか、テクノロジー企業には、市場の変化を敏感に察知し、自社製品をタイムリーに調整する「鋭い嗅覚」がこれまで以上に求められている。

東京の家賃が過去最高を更新

家主と借り手のせめぎ合いが浮き彫りに

都心人気が家賃を押し上げ

東京の不動産市場に再び注目が集まっている。不動産調査会社・東京カンテイが3月17日に発表したデータによると、2025年2月時点における東京23区の分譲マンションの賃料は1㎡あたり4,452円（約215元）に達し、前月比2.8％の上昇となった。これは、統計開始の2004年以来の過去最高を更新するもので、3カ月連続の上昇となる。賃料相場は新たな上昇局面に入ったとみられる。

今回の賃料上昇は、都心部の根強い人気を示す一方で、不動産市場における需給ギャップの拡大、コスト上昇分の価格転嫁、消費者の購買力の低下といった複合的な問題を浮き彫りにしている。消費者物価の上昇と実質賃金の目減りが進む中、東京の賃貸市場は構造転換の重要な局面を迎えている。

春は引っ越しシーズンにあたり、卒業や就職、転勤などに伴って賃貸需要が高まる時期である。このタイミングで物件オーナーが家賃を引き上げるケースは多く、交通利便性が高く築年数の浅い物件が、まず値上げの対象となる。

さらに、不動産の維持管理費や修繕費の上昇も、家賃高騰の一因となっている。建築資材の価格が高止まりするなか、オーナーがこうしたコストの上昇分を賃料に転嫁する例が増加している。東京カンテイの高橋雅之上席主任研究員は、「貸し手が強気で値付けをしているようだ」と指摘する。

この現象は都心部に限らない。東京圏の1都3県（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）の平均賃料も前月比1.7％上昇し、1㎡あたり3,641円（約176元）に達した。こちらも3カ月連続の上昇である。千葉・埼玉でも上昇傾向に転じた一方で、神奈川

県のみが高額物件の減少により小幅な下落を示した。

とはいえ、家主の強気な価格設定が借り手の支払い能力に見合っているとは限らない。名目賃金が上昇している一方で、実質賃金は減少傾向にあり、特に食品価格の高騰が可処分所得を圧迫している。家賃の上昇は家計へのさらなる打撃となっている。

借り手に迫る選択の時

こうした状況下、多くの借り手は「築年数」と「立地」のどちらを優先すべきかという、厳しい選択を迫られている。若年層や単身者にとって、住まいの確保はますます大きなハードルとなっており、消費マインドが冷え込む中での家賃上昇は、社会的な不満や賃貸需要の減退を招きかねない。

「家主がむやみに家賃を引き上げれば、空室率の上昇というリスクを伴う」と専門家は警鐘を鳴らす。市場には臨界点が存在し、借り手の支払い能力を超えた時点で、たとえ好立地の物件であっても借り手がつかなくなる恐れがある。

今後の東京不動産市場の行方を左右する要素として、次の3点が挙げられる。

第一に、人口移動の動向である。東京は日本最大の人口吸引力を持つ都市圏であるものの、テレワークの定着や生活費の上昇を背景に、埼玉・千葉といった比較的生活コストの低い周辺地域への転居を検討する世帯が増えている。この動きは、都心部の賃貸需要を分散させる要因となる。

第二に、日本銀行の金融政策が不動産投資に与える影響である。日銀がマイナス金利政策の解除に向けて動く中で資金調達コストが上昇し、不動産投資への意欲が冷え込む可能性がある。これは市場の供給構造や価格形成に変化をもたらす要因となりうる。

第三に、高齢化に伴う住宅ニーズの変化が挙げられる。高齢化の進行により、中長期的には広い住宅への需要が減少し、交通利便性が高く、設備が整った小規模住宅の需要が高まると見られる。この傾向は家主の賃貸戦略や資産運用にも大きな影響を及ぼす可能性がある。

問われる“理性ある賃貸市場”

東京23区の家賃は過去最高を記録し、表面的には市場が活況を呈しているように見えるが、その裏側には、家主と借り手のせめぎ合いがあり、消費余力と賃料水準の乖離が拡大している現実がある。

東京の不動産市場が健全に発展していくためには、家主、投資家、政策立案者の三者が利害を適切に調整することが求められる。一方的な強気の価格設定は、かえって市場の不安定化を招く恐れがある。家賃水準と消費者の購買力とのバランスをいかに保ち、需給のミスマッチを是正していくかが、今後の東京不動産市場における核心的なテーマとなる。

複雑で不透明な経済情勢のなか、「安定と改革の両立、そして理性への回帰」が、東京の賃貸市場における新たな基調となるかもしれない。

不動産経済研究所が2月19日に発表したデータによると、2024年1月の首都圏（1都3県）における新築分譲マンションの平均価格は7,343万円（約353万元）となり、前年同月比で7.7％の下落となった。

首都圏の新築マンション価格下落をどう読むか

供給減と価格変動、広がる地域差

これは2か月ぶりの下落である。特に東京23区では、新築マンションの供給戸数が約6割減少し、価格下落の主な要因となっている。今回の下落が一時的な調整にとどまるのか、それとも長期的な下落トレンドの始まりなのか、注目を集めている。

供給の減少と市場の慎重な姿勢が、今回の価格下落を招いた直接的な要因とみられる。データによると、1月の新築マンションの供給戸数は620戸で、前年同期比44.2％減。1973年の調査開始以来、1月としては過去最低を記録した。中でも東京23区では供給戸数が約6割減少し、それが平均価格を大きく押し下げる要因となった。

■首都圏新築マンション市場動向2024年1月～12月

	供給戸数	平均価格
首都圏	23,003戸 (△14.4%)	7,820万円 (△3.5%)
東京23区	8,275戸 (△30.5%)	11,181万円 (△2.6%)
東京都下	2,041戸 (△10.0%)	5,890万円 (8.9%)
神奈川県	4,917戸 (△17.5%)	6,432万円 (6.0%)
埼玉県	3,313戸 (9.3%)	5,542万円 (13.8%)
千葉県	4,457戸 (20.4%)	5,689万円 (18.9%)

出典：不動産経済研究所のデータをもとに編集部で作成

※( )内は対前年比、△はマイナス

▲首都圏では供給戸数が減ったが、郊外の埼玉県、千葉県では増加

背景には、売り手側の慎重な姿勢がある。近年の価格高騰により、購入検討者の意思決定に時間がかかる傾向が強まり、売り手は市場のさらなる価格変動を避けるべく、供給戸数を制限している。

さらに、超高価格帯物件の減少も価格下落の大きな要因となっている。

東京23区の新築マンションの平均価格は1億474万円と、前年同月比で9.4％の下落となった。ただし、平均価格は9カ月連続で1億円台を維持しており、ハイエンド市場の堅調さは維持されている。つまり、供給の中心が高価格帯から中・低価格帯へシフトしたことで、全体の平均が押し下げられた形である。

次に、地域間での価格差も顕著に表れている。東京23区とその周辺地域では、動向に明確な違いが見受けられる。東京23区では新築マンションの平均価格が9.4％下落した一方で、東京都の23区外では42.9％上昇し、7,559万円となった。神奈川県は5.6％、埼玉県は13.8％それぞれ上昇し、千葉県は26.1％下落している。

こうした地域間の価格差は、消費者の志向の変化を反映している。価格が高止まりしている東京23区では、買い控えの傾向が強まる一方、周辺エリアでは比較的手ごろな価格に加え、生活インフラの整備が進んでいることから、人気が高まっている。近年のインフラ投資や人口の回帰も、こうした周辺エリアの価格上昇を後押ししている。

住宅価格を支えるのは「需給」と「政策」

需給バランスや金融政策は、住宅価格の長期的なトレンドを左右する重要な要因である。1月のデータでは価格の下落が見られたが、長期的な視点で見ると、依然として需給バランスや政策的要因が首都圏の住宅価格を左右していることがわかる。

まず、建築資材や人件費の高騰により、デベロッパーが価格を大幅に引き下げるのは難しい状況にある。また、日銀による利上げの影響についても、金融機関間の競争が激しく、不動産市場への波及は限定的と見られている。

一方で、東京23区の高価格帯物件は依然として根強い需要がある。1月は価格の下落が見られたものの、都心エリアでは1億円超の水準を維持しており、千代田区や港区といった中心地エリアでは堅調に推移している。海外投資家の参入もあり、ハイエンド市場は依然として活況を呈している。

購入判断、好機とリスクの狭間で

住宅購入には、チャンスと課題の両面が存在する。実需層にとっては、1月の価格下落が購入の好機となる可能性がある。一方で、東京23区周辺のエリアでは価格が上昇しており、今後も値上がりが続く可能性が高い。とはいえ、市場の不確実性には注意が必要だ。例えば、東京23区の住宅価格は下落しているものの、依然として高値であり、今後の供給増による再調整も視野に入れる必要がある。

投資家にとって、東京23区の高価格帯物件は依然として魅力的である。特に円安・低金利の環境が続く中、海外投資家の関心は高まり続けている。しかし、潜在的リスクを回避するために、政策の変更や市場の変動に注意を払う必要がある。

価格下落、その先にあるものは

今回の下落は、短期的な調整にすぎないのか、それとも長期的なトレンドへの転換点なのか――。現時点のデータから判断すると、短期的な調整である可能性が高い。東京23区のハイエンド市場は依然として堅調であり、周辺エリアの住宅価格の上昇は、需要が根強いことの表れである。さらに、建設コストや人件費の上昇もあり、今後も住宅価格の上昇は続くであろう。

とはいえ、日銀の金利政策や為替の変動、世界経済の動向といった不確定要素も多く、今後の推移には慎重な見極めが必要である。

総じて、1月の首都圏における新築マンション価格の下落は、供給の減少及び金利政策といった複数の要因が重なった結果といえる。短期的な下落は見られたものの、東京23区のハイエンド市場は依然として好況であり、周辺エリアでは需要の変化を反映して価格が上昇している。

これらの現象は、住宅購入者にとっても投資家にとっても、チャンスであると同時にリスクでもある。今後の市場は、需給バランスと世界経済の動向に大きく左右されることになるであろう。

Face勤怠

https://facekintai.com

なりすまし防止　セキュリティ　遠隔管理　コスト削減

顔認証でらくらく勤怠管理

◆ スムーズ操作でストレスなし
◆ 誰でも、簡単に使える

月額費用：300円/人
＊大規模（500名目安）の企業様、別途お見積もりを発行いたします。

株式会社天時情報システム
〒104-0042
東京都中央区入船1-9-8 ピエノアーク入船7F
TEL：03-5913-7230
FAX：03-5913-7231
MAIL：facekintai@ten-ji.co.jp

顔認証関連サービス

・電気錠、自動ドア、スマートロック…
・さまざまな機器やシステムとの連動が可能です

GO!
CREATE THE FUTURE

株式会社仁通
京都の老舗華人不動産

過去から現在、そして未来へと

京都と世界をつなぐ架け橋

売買・賃貸・管理
買取・査定

株式会社仁通

京都府京都市南区西九条池ノ内町18-1
TEL：075-682-7577
FAX：075-682-7588
MAIL：INFO@RENTONG.CO.JP

2022
京都へ
おいでやす

隔月刊 東洋投資

Toyo
Investment
Bimonthly

2025
4

会　長
野村昌弘　大成不動産ﾎｰﾙﾃﾞｨﾝｸﾞｽ㈱ 代表取締役

副会長
山田麗華　JTMﾎｰﾙﾃﾞｨﾝｸﾞｽ㈱ 取締役社長

理　事
黒沢智久　㈱FIRST STEP　取締役社長
金澤利一　㈱ﾌｭｰﾁｬｰﾘｰﾃﾞｨﾝｸﾞ 代表取締役
郝　文龍　㈱華森社　代表取締役
劉　丞　㈱仁通　代表取締役

監　事
許勢　永　㈱JPM　代表取締役社長
施　盛大　㈱三和　代表取締役社長

顧　問
海瀬和彦　㈱大京穴吹不動産　元代表取締役社長

顧問弁護士
村尾龍雄　弁護士法人ｷｬｽﾄｸﾞﾛｰﾊﾞﾙ　代表弁護士

特約記者
劉開華　馬勝　千軍

発行人　野村 昌弘
事務局　洪瑋伶

発行所
一般社団法人 日本華僑不動産協会
〒107-0052
東京都港区赤坂 3-2-8

お問い合わせ
TEL：03-5797-8633 会員部
TEL：03-5797-9717 広告部
FAX：03-5981-8717
URL：https://ocreaj.jp/
E-mail：swj@ocreaj.jp

一般社団法人 日本華僑不動産協会

https://ocreaj.jp
ホームページ
ご覧ください！

株式会社

フューチャーリーディング

业务内容

- 土地开发与买卖
- 不动产租赁管理
- 酒店（民宿）管理运营
- 日本身份规划
- 大项目投资

东京本社

ADD：東京都荒川区西日暮里2-22-1
ステーションプラザタワー502

TEL：03-6806-7972

东京支社 / 大阪支社

北京支社/上海支社/深圳支社/成都支社

隔月刊
東洋投資
2025
4

一般社団法人日本華僑不動産協会
〒107-0052 東京都港区赤坂 3-2-8 VORT 赤坂見附 II 8F
TEL：03-5797-8633（代表） FAX：03-5981-8717

～美しい生活は住まいから～

Wonderful life starts from living

保証は大成へ

家賃保証・融資保証・不動産ローン

家賃債務保証業登録　国土交通大臣（1）第90号
貸金業登録　関東財務局長（1）第01526号

大成保証株式会社

〒107-0052　東京都港区赤坂3-2-8　VORT赤坂見附Ⅱ4F　TEL: 03-6230-9297　FAX: 03-6230-9519
〒550-0002　大阪府大阪市西区江戸堀　1-20-22　ウエスト船場503　TEL: 06-6449-3131　FAX: 06-6449-3132
〒901-2223　沖縄県宜野湾市大山6-3-3　三和ビル3F　TEL: 098-870-9310　FAX: 098-870-9311