



## 中国におけるプラットフォーム経済の最新政策動向

### ～規範と発展をともに重視

リサーチ&アドバイザリー部  
中国調査室

#### メイントピックス .....2

中国におけるプラットフォーム経済の最新政策動向～規範と発展をともに重視.....2

- ▶ プラットフォーム経済はデジタル時代の生産力の新たな組織方式として、生産生活方式を大きく変えつつあり、産業高度化、資源配分の最適化に重要な役割を果たし、新型コロナウイルスによる影響の緩和、経済回復の推進においても新たな原動力となった。中国は近年、デジタル経済の発展に関する一連の戦略を打ち出し、大きな成果を収めた。技術とビジネスモデルの革新に順応し、プラットフォーム企業は迅速に成長し、新業態・新モデルが続出し、地方経済の発展、技術進歩、雇用促進などの面で積極的な役割を發揮してきた。一方、一部のプラットフォーム企業は市場支配的地位の濫用、不正競争の展開、またはモデルの革新に偏り科学技術の革新能力が不足するといった新しい状況や新しい問題が現れている。プラットフォーム経済のガバナンス体系を如何に構築し、プラットフォームの行為を如何に有効に監督管理するかは、世界的な課題になっている。

#### CDI コラム.....7

中国企業「解体新書」(34) 銷售易 Neocrm .....7

- ▶ 昨今、中米摩擦に端を発する数々の経済規制や、独占禁止法にまつわる規制、保有するデータセキュリティに関する規制の強化など、急成長を遂げてきた新興企業にとって不確定な要素が大きく膨らんできたように見えるが、その中にも数多くのユニークな企業が次々に生まれている。本コーナーでは、日本でも注目に値するであろう特徴ある中国企業を取り上げ、その実態と将来の展望、日本企業に対する示唆等を述べていきたい。本コラムでは、通常 2C の企業を取り上げているが、今回は、SCRM システム「銷售易 Neocrm」をつくっている 2B プレイヤーの北京仁科互動網絡技術有限公司である。彼らの SCRM は、2C ビジネスのとりわけオンライン取引において重要な役割を果たしている。

#### 規制動向 .....10

国家發展改革委員会 国家能源局 グリーンエネルギー低炭素へ移行するためのシステム、メカニズム、政策措置の改善に関する意見 .....10

工業和信息化部、国家發展改革委員会、科学技術部、商務部、国家衛生健康委員会、应急管理  
部、国家医療保障局、国家藥品監督管理局、国家中医藥管理局 第 14 次 5 年計画、医  
藥工業發展計画の発行に関する通知.....10

北京グリーン取引所 CCER 登録口座および取引口座開設ガイドライン(バージョン 5.0) .....10

#### 三菱 UFJ 銀行の中国調査レポート(2022年2月) .....11

## メントピックス

### 中国におけるプラットフォーム経済の最新政策動向～規範と発展をともに重視

プラットフォーム経済はデジタル時代の生産力の新たな組織方式として、生産生活方式を大きく変えつつあり、産業高度化、資源配分の最適化に重要な役割を果たし、新型コロナウイルスによる影響の緩和、経済回復の推進においても新たな原動力となった。中国は近年、デジタル経済の発展に関する一連の戦略を打ち出し、大きな成果を収めた。技術とビジネスモデルの革新に順応し、プラットフォーム企業は迅速に成長し、新業態・新モデルが続出し、地方経済の発展、技術進歩、雇用促進などの面で積極的な役割を發揮してきた。一方、一部のプラットフォーム企業は市場支配的地位の濫用、不正競争の展開、またはモデルの革新に偏り科学技術の革新能力が不足するといった新しい状況や新しい問題が現れている。プラットフォーム経済のガバナンス体系を如何に構築し、プラットフォームの行為を如何に有効に監督管理するかは、世界的な課題になっている。

#### I. 中国のプラットフォーム経済の発展

##### 発展経緯

中国におけるプラットフォーム経済の発展を振り返ると、2008-2015年の「大衆の起業、万衆の革新」を主とする爆発的成長の段階、2015-2019年の合併・再編を主とする競争激化、リスク増大の段階を経ていた。生産・生活サービス、科学技術、公共サービスなどを提供するプラットフォーム企業は急速な発展と進化を遂げた。特に新型コロナウイルスの発生後、経済活動のオンライン移行が進み、2020年からプラットフォーム経済はさらなる発展を迎えている。

プラットフォームの特性が経済活動にもたらしたメリットは、「三昇三降」(規模、効率、体験の向上、およびコスト、リスク、接触の減少)に要約することができる。コロナ感染拡大以降、ロックダウン(都市封鎖)と隔離が最も主な感染防止策となり、デジタル経済の独特な特徴である非接触型取引の優位性が浮き彫りになった。デジタル技術は感染者の発見や感染経路の特定に大きな役割を果たし、感染者追跡のための「健康コード」(健康碼)や行動確認アプリ「行程カード」など、情報通信技術を活用したツールが感染対策の柱の一つとなり、社会ガバナンスに広く応用されている。

中国のプラットフォーム経済発展の背景には、①市場規模が大きいこと、②個人権益やデータプライバシーに対する保護程度が比較的低いこと、③アマゾンやグーグルなどの外国企業の中国進出が制限されているため、国内と国際市場の間に隔たりが存在することが挙げられる。但し、技術そのものについて言えば、中国企業が特に優れているわけではない。なお、米国に比べ、中国のプラットフォーム企業の多くは業界を跨ぐ経営を行い、複数の分野で事業展開しているのが大きな特徴である。

##### 市場規模

十数年の発展を経て、中国のプラットフォーム経済発展は大きな成果を収め、世界的に見ても、一定の地位を占めている。中国信息通信研究院のデータによると、2020年の中国のデジタル経済規模は39兆2,000億元に達し、GDP(国内総生産)の38.6%を占めている。2020年12月31日時点、世界で市場価値が100億ドル以上のデジタルプラットフォーム(大型プラットフォーム)企業は76社で、うち中国は36社、米国は28社がランクインした。米国の大型プラットフォームの市場価値は8兆9,100億ドルと全体の71.5%を占めるが、中国の大型プラットフォームの市場価値は3兆855億ドル、全体に占める比率は24.8%と、金額と比率はいずれも米国の3分の1にとどまっている。また、中国のプラットフォーム企業は消費インターネット領域に依存しており、実体経済に深く関わる産業インターネット領域の発展が遅れている。

分野別でみると、電子商取引(EC)分野のプラットフォーム企業数が最も多く、主導的な地位を占め、オン

ライン教育、フィンテック、デジタルメディア、生活サービス、物流、医療・健康などが続いている。市場価値では、ECとソーシャルネットワーク(SNS)が最大のシェアを占めている。

発展レベル、発展方式、発展範囲からみれば、中国のプラットフォーム経済は、①中米両国の格差が大きいこと、②モデル革新に依存するが、技術革新が不足すること、③国内市場に注力するが、国際競争力が不足することといった問題が存在する。

## 特徴と成長要因

プラットフォーム経済の発展はネットワーク効果、規模効果、データとアルゴリズム駆動などに深く関わっている。ネットワーク効果とは、1つの製品またはサービスがユーザーに与える価値がネットワーク内のその他のユーザーの数に依存することを指す。たとえば、配車プラットフォームの運転手が多ければ多いほど、乗客に対する価値が大きくなる。「微信(WeChat)」の利用者が多ければ多いほど、公式アカウントまたは「朋友圈(モーメンツ)」の広告はスポンサー企業を引き付ける力がある。また、プラットフォーム経済では、経営が地域、時間、空間、自然資源などの条件に制限されない状況下、プラットフォーム企業はユーザー数が多ければ多いほど、平均コストが低くなるという規模効果を有する。加えて、ネットワーク効果と規模効果は互いに促進する効果があり、「マタイ効果」<sup>1</sup>が顕著になったことから、少数の大手プラットフォームへの市場集中が加速し、寡占化の現象が起りやすくなる。

ビッグデータ、人工知能など次世代技術の発展に伴い、プラットフォーム経済はデータとアルゴリズム駆動の新しい段階を迎えている。データはデジタル時代の新型生産要素になり、プラットフォーム企業が大きければ大きいほど、取得できるデータ量も増え、よりの確なユーザー像を作ることができる。一方、アルゴリズムの訓練は大規模なデータを基礎とする必要があり、大型プラットフォームはデータの優位性を生かし、製品とサービスの改善、事業拡大に寄与することで、さらに豊富なデータを獲得し、アルゴリズムをより良く訓練することができる。短期間に低コストでこのような優位性を得ることが困難のため、データとアルゴリズム駆動は、先行するプラットフォーム企業の競争優位性を一層強めている。大量のデータとユーザーを蓄積したプラットフォームは、ユーザーの生活の隅々の領域まで入り込み、倒れられないくらい大きくなる傾向がある。

プラットフォーム企業が市場に提供する商品やサービスは、2者間または3者以上の間で行われ、プラットフォームは市場参加者と組織者の役割を同時に果たしている。プラットフォームはある程度他の主体がオンライン活動を展開するルールを決定するとともに、他の主体間の相互関係を調整し、市場資源の配分に影響することができる。プラットフォームは資源配分の効率を向上させるが、その二重の役割により、部分的な効率の損失、不正競争の問題を起しかねない。また、プラットフォーム経済の特徴により、寡占・独占を形成しやすい。これに対応するため、当局は規制強化に乗り出している。

## II. 規制強化の内容

プラットフォーム経済が急成長すると同時に、金融リスク、独占や不正競争、個人情報保護とデータ安全、信用喪失といった問題が浮き彫りになり、2020年末から全面的な整理整頓の段階を迎えた。2020年中央経済工作会議では、2021年経済工作の重要任務の一つとして、独占と資本の無秩序な拡大を防止し、プラットフォーム企業による独占の認定基準、データ収集・使用・管理、消費者権益保護等の面で法整備を強化する方針が示された。2021年2月、国務院反独占委員会は「プラットフォーム経済分野に関する反独占指針」を公布し、独占行為の予防と制止、法令とコンプライアンス遵守、オンライン経済の持続的かつ健全な発展を促進する方針を示した。その後、複数の大手プラットフォーム企業に対して独占禁止調査が行われ、罰金などの処分が課された。同年11月18日、国家反独占局が設立された。

2022年1月19日、国家発展改革委、国家市場監督管理総局、国家インターネット情報弁公室、工業情報化部など政府9部門は「プラットフォーム経済の規範的・健全かつ持続的発展の推進に関する若干意見」(以下、同意見)を発表した。同意見によると、プラットフォーム経済とは、インターネットプラットフォームをベース

<sup>1</sup> 「マタイ効果」とは、条件に恵まれた研究者は優れた業績を挙げることでさらに条件に恵まれるという現象のことであり、それは科学界以外の様々な分野でも見ることができる。

に、データを生産要素に、次世代情報技術を駆動力に、ネット情報インフラを支えとする新型経済形態を指し、デジタル経済の重要な構成部分である。同意見の主要内容は以下の通り。

## ➤ 法制度の健全化

### ① 管理規則の整備

「独占禁止法」の改正、「データ安全法」、「個人情報保護法」の関連規則の整備。インターネット不正競争行為を禁止する規定の制定と公布。プラットフォーム企業のデータ処理規則の詳細化。プラットフォーム経済分野の価格行為規則の制定。金融分野の監督管理規則体系の整備。

### ② 制度規範の健全化

プラットフォーム責任の境界の明確化、超大型インターネットプラットフォームの責任の強化。プラットフォームのコンプライアンス管理制度と情報公示制度の確立。プラットフォーム経済の公平な競争の監督管理制度の確立と健全化。国境を越えたデータ流動の「分類+ネガティブリスト」監督管理制度の整備、インターネット情報サービスのアルゴリズム安全制度の制定模索。

### ③ 協同統制の推進

部門間協同の強化、「オンラインとオフラインの一体化監督」原則の堅持。各監督管理部門間の抜き取り検査・鑑定結果の相互承認の推進。業界自律の推進、社会監督の強化。

## ➤ 監督管理能力とレベルの向上

### ④ 競争に対する監督管理法執行の整備

法に基づいて、プラットフォーム経済分野の独占と不正競争などの行為を取り締まる。プラットフォーム広告に対する監督管理の強化。欠陥商品に対して、オンライン経営者によるリコール義務の徹底。モビリティ分野のプラットフォーム企業の不法運営行為に対する打撃の強化。プラットフォーム企業の税収関連情報の報告など税収協力義務の強化、税収監督管理の強化。プラットフォームの敷金、前金、保証金などの費用に対する監督管理の強化。

### ⑤ 金融分野の監督管理の強化

決済分野の監督管理の強化、決済ツールとその他の金融商品の不当な接続を断ち切る。プラットフォームのデータ使用の規範化、「征信(信用調査)」業務の監督管理の厳格化。金融持株会社の監督管理制度の徹底、株主の資質審査の厳格化。金融機関や地方金融組織へのプラットフォーム企業の出資の規範化。金融消費者保護メカニズムの整備、販売行為の監督管理の強化。

### ⑥ データとアルゴリズムの安全監督の探索

プラットフォーム企業の範囲を超えた個人情報の収集、権限を超えた個人情報の使用などの違法行為を厳しく取り締まる。不必要なデータ採集行為を厳しく管理し、法に基づいて闇市場のデータ取引、ビッグデータの「殺熟(常連客ほど値段が高くなる)」などのデータ濫用行為を取り締まる。プラットフォーム企業にアルゴリズムの透明度と解釈可能性を向上させ、公平の促進に取り組む。

### ⑦ 監督管理技術と手段の改善と向上

デジタル化監督管理レベルの向上。信用監督管理の強化と改善。業界協会の役割の発揮。

## ➤ 発展環境の最適化

### ⑧ プラットフォーム経済参加者の経営コストの削減

インターネット市場参入禁止許可目録の整備。プラットフォーム企業に決済、コミッションなどのサービス費用の合理的な確定を誘導し、良質な小型零細企業に一定程度のトラフィック利用サポートを行う。プラットフォームサービス費用の質と価格の符合、公平・合理、プラットフォーム内の経営者と平等に協議し、公平な競争秩序を損なわないようにする。

⑨ 秩序あるオープンなプラットフォーム生態の確立

プラットフォーム企業間の協力の推進、プラットフォーム企業の活力の喚起、プラットフォーム経済発展の新原動力の育成。プラットフォーム生態開放の推進、公平なサービスの提供。プラットフォーム経営者はデータ、トラフィック、技術、市場、資本の優位性を利用し、他のプラットフォームやアプリケーションの単独運営を制限してはならない。クラウド・プラットフォーム間のシステム移行と相互接続の標準の策定、業務とデータの相互接続の促進。

⑩ 新たな就業形態の労働者権益保障の強化

インターネットサービス配達員、インターネット配車運転手などの新たな就業形態の労働者権益保障に関する政策措置の徹底。新たな就業形態の労働者とプラットフォーム企業、雇用企業との間の労働関係の認定基準の整備。柔軟な就業者の職業傷害保障試行の展開、雇用企業の商業保険購入などのメカニズムの模索。

▶ 革新発展能力の増強

⑪ 技術革新の強化

プラットフォームの市場とデータの優位性の発揮、科学技術革新の展開、コア競争力の向上。プラットフォーム企業の研究開発費用対営業収入比率の向上、人工知能、クラウドコンピューティング、ブロックチェーン、オペレーティングシステム、プロセッサなどの領域の技術研究開発の加速。デジタル化・グリーン化融合技術革新の研究開発と応用の加速、ゼロ炭素産業チェーンとサプライチェーンの構築。良好な技術革新政策環境の創出、プラットフォーム企業の革新発展に適応する知的財産権保護制度の健全化。実力のある大手企業或いはプラットフォーム企業がリードして革新連合体の創立を支持し、重要なソフトウェア技術の難関攻略を推進する。

⑫ グローバル化の発展レベルの向上

デジタル製品とサービスの海外進出の推進。国境を越えたデータ流動、デジタル経済税収などに関する国際規則の制定への参加、独占禁止、不正競争禁止の国際協調への参加、自由貿易試験区、自由貿易港の先行試行作用の発揮。知的財産権、商事協調、法律顧問などの専門化仲介サービスの育成、プラットフォーム企業と経営者の海外での合法的権益の保護。越境電子商取引(EC)の発展、海外倉庫の建設、デジタル化、スマート化、便利化レベルの向上、越境 EC プラットフォームを通じた中小企業の国際市場開拓の推進。域外経済貿易協力区の建設、倉庫、物流、決済、通関、為替など越境 EC 産業チェーンと生態圏の育成。

⑬ モデル革新の展開

プラットフォーム企業が技術、人材、資金、チャネル、データなどにおける優位性を利用し、イノベーション牽引の役割を發揮し、「インターネット+」をより広い範囲・深いレベル・高い効率の方向へ発展させることを奨励する。プラットフォームに基づく要素融合の革新の奨励、データ採集・分析・利用の強化、重点業界のデータ要素市場化の試行。「所有権と使用权の分離」の資源共有の新しいモデルの模索、共有経済の新業態の育成。革新的な業務のクラウドソーシングの展開、中小企業向け資源の開放と共有。

▶ 経済のモデル転換と発展

⑭ 製造業のモデル転換とグレードアップ

プラットフォーム企業が市場、データの優位性によって、生産製造段階の活性化、需要に応じた生産、販売による生産、個性化のオーダーメイドなどの新型製造モデルの発展を支持する。業界大手企業との協力の強化、企業のデジタル化生産運営能力の向上、サプライチェーンのデジタル化・スマート化のグレードアップの推進。プラットフォーム企業と産業集積の協力の推進、地域産業競争力の向上。プラットフォーム企業の工業インターネット革新発展プロジェクトの参加、多層的・系統化の工業インターネットプラットフォーム体系の構築。中小企業がデータから管理、業務のクラウドへ移行することを支持する。

⑮ 農業のデジタル転換の推進

スマート農業の発展、栽培業、牧畜業、漁業などの分野のデジタル化の推進、農業生産、加工、販売、物流など産業チェーン各段階のデジタル化レベルの向上。プラットフォーム企業の農村進出の指導、農村 EC の発展、「インターネット+」農産物の都市普及の推進。農村信用情報体系の建設、デジタル化手段による農業農村の金融支援方式の革新。

#### ⑯ 消費創出能力の向上

「インターネット+」消費シーンの拡大、高品質の製品とサービスの提供、スマートホーム、仮想現実、超高解像度動画端末などのスマート製品の普及応用、リモート医療、テレワーク、知識共有などの応用推進。ブランド消費、品質消費などのオンライン販促活動の展開、消費の新たな成長点の育成。公共サービスの最適化の支援、医療、社会保障、就業などのサービス分野の包摂性・利便化・個性化レベルの向上。バリアフリーサービスの提供、高齢者、身体障害者などのグループ向けスマート化製品とサービス享受の利便性の向上。

### Ⅲ. 今後の動向

同意見はプラットフォーム経済分野で直面している際立った問題に焦点を当て、規範と発展をともに重視することを強調した。

規範の面について、独占禁止という背景下、プラットフォームに対する監督管理は、①プラットフォームの取引コストや決済コストの削減、②プラットフォーム生態の開放、アクセス制限の解除、③労働者権益の保障、④ 税収制度の完備といった領域に注力する。データ面の監督管理は、「データ安全法」と「個人情報保護法」の枠組みの下で、データ処理細則とアルゴリズム安全に注力する。金融面の監督管理は、決済業務の不当接続、信用調査業務、金融持株会社の三大分野に注力する。長期的に見れば、プラットフォームの位置づけはプラットフォーム経済の主導者から支援者へと徐々に変化し、プラットフォームにおける中小零細企業のコスト削減と効率向上を後押しすると思われる。

発展の面について、民生や実需分野における資本の無秩序な拡大を防止するとともに、企業向けのビジネスモデルの革新を奨励するほか、核心技術の発展、プラットフォーム企業の海外進出を支援する方針を掲げている。プラットフォーム経済はこれまで個人向けを主とするビジネスモデルから、企業向けビジネスモデルへ転換するほか、技術革新によるイノベーション駆動型成長に回帰し、製造業と農業の高度化に注力し、実体経済の構造転換により一層貢献することが期待される。

また、独占を判断するには、単なる市場シェアを見るだけではなく、参入障壁、埋没費用(既に投資した事業から撤退しても回収できないコスト)を見ることも大事である。参入障壁、埋没費用が十分に低ければ、参入ハードルが低くなり、たとえ1つのプラットフォームの市場シェアが高くても、潜在的な競争相手が多数あり、圧力が大きいと、業界を完全に独占することは困難である。

現在、中国のプラットフォーム経済分野における独占問題が顕在化し始めており、規制政策の重点は競争阻害の行為を減らし、競争性を高めることに置くべきだと考えられる。プラットフォームの行為を規範化するとともに、プラットフォーム経済の特徴を十分に考慮し、「二者択一(二つの選択肢のうち的一方を選ぶ)」、ビッグデータの「殺熟(常連客ほど値段が高くなる)」、抱き合わせ販売などのやり方について、正当性の原因と不当な理由を全面的に深く分析する必要がある。

今まで打ち出された一連の政策措置は、プラットフォーム経済を如何に「治める」かを検討するものであり、「肅正」や「打撃」ではない。プラットフォーム経済に対する監督管理のポイントは、プライバシー保護とデータの有効利用、独占禁止と有効な競争の関係をうまく対処しながら、技術革新の増強、公平競争の促進、消費者利益の確保、プラットフォーム利益共有の奨励に取り組んでいくことである。2020 年末から始まった独占禁止に対する集中的な整理整頓はこれで一段落し、2022 年に入ってから各部門は同意見に基づき、常態化の監督管理を行うことが予想される。

MUFG バンク(中国) リサーチ&アドバイザー部  
中国調査室 孫元捷

## CDI コラム

### 中国企業「解体新書」(34) 銷售易 Neocrm

昨今、中米摩擦に端を発する数々の経済規制や、独占禁止法にまつわる規制、保有するデータセキュリティに関する規制の強化など、急成長を遂げてきた新興企業にとって不確定な要素が大きく膨らんできたように見えるが、その中にも数多くのユニークな企業が次々に生まれている。本コーナーでは、日本でも注目に値するであろう特徴ある中国企業を取り上げ、その実態と将来の展望、日本企業に対する示唆等を述べていきたい。

本コラムでは、通常 2C の企業を取り上げているが、今回は、SCRM システム「銷售易 Neocrm」をつくっている 2B プレイヤーの北京仁科互動網絡技術有限公司である。彼らの SCRM は、2C ビジネスのとりわけオンライン取引において重要な役割を果たしている。

#### I. 中国のセールスフォース SCRM システムの銷售易 Neocrm

##### Magic Quadrant

Figure 1: Magic Quadrant for Sales Force Automation



Source: Gartner (August 2021)

といった企業がリーダー企業セグメントにあり、Neocom はあくまでも、ニッチプレイヤーセグメントではあるが、グローバルな世界で評価を受けるレベルにあるということに違いはない。

創業者で、CEO の史彦澤氏は、もともと、SAP、Dell などの国際企業で、Top Sales といわれるほどのスーパー営業マンだった。20 年ほど、こうした米系のセールスマネジメント領域にいた彼は、次第に、こうした従来型のセールスツールに限界を感じ始めていた。それはインターネットが次第に普及する中で、オンライン販売も拡大しつつも、一方で、活躍するビジネスマンの考えは硬直的で、管理手段も遅れており、こうした時代に、従来のやり方で企業を成長させることに限界を感じるようになっていた。そうした中で、史彦澤氏は、デジタル

技術を利用し、企業とユーザーをうまく結びつけることで、双方が共有できるプラットフォームができ、販売、判断も短時間で済ませることができるのであれば、それこそが今後のデジタル化された CRM システムの真の価値だと考えた。

## II. Tencent とのアライアンスで成長

当社は、2011年に設立されている。2012年9月に「銷售易」と名付けた CRM システム 1.0 バージョンを売り出している。

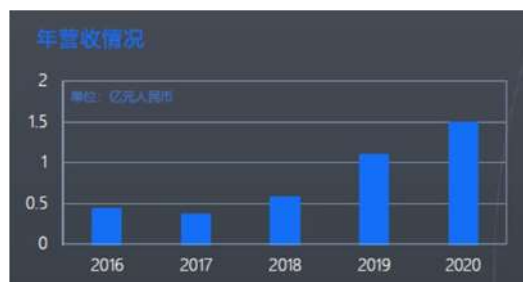
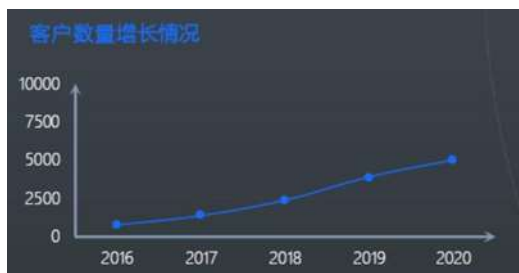
資金調達状況

時期	シリーズ	融資金額	投資者
2013年6月	エンジェル	数百万人民元	雲天使基金
2013年11月	A	数百万ドル	Sequoia China
2014年7月	B	数百万米ドル	Sequoia China
2015年3月	C	1500万米ドル	Matrix partners china
2016年4月	C+	1億人民元	Matrix partners china、Zhen fund
2017年1月	D	2.8億人民元	Tencent
2018年4月	D+	1億人民元	Tencent
2019年7月	E	1.2億米ドル	Tencent
2021年9月	持分投資	7000万米ドル	未公開

出所 補筆データ

資金調達も順調だったといえる。2017年から Tencent が3年続けて資金提供している。Tencent が形成するネットエコロジーの重要な一員となっている。ちなみに、Tencent は、昨年、他のファンドと共同で、当社の持ち分を10%に増やしたが、それが独禁法に抵触していたとして当局から50万円の罰金を科されている。

余談だが、2013年、設立間もない「銷售易」に注目して投資をきめたエンジェルの雲天使基金は、当時誰も注目していなかった SaaS 関連企業の麦客 MikeCRM、Worktile など数社に投資している。



顧客数、売上ベースも、順当に増やしている。2020年は顧客数約5000社、売上は、1.5億元を記録している。

Neocrm は、システムをつくるにあたり、その基本的な考えに、従来の 2B の CRM であれ、2C の SCRM であれ、本質的には、相手と「つなぐ」ことであるとしている。創業当初からこの「つなぐ」という言葉を中心に成長してきたといってもよい。企業と顧客を「つなぐ」ために、その時代に合ったやり方で、つなぐことを実現していくのだという。

自らを Tencent 産業エコロジーの核心企業の一つだと位置づけている Neocrm は、Tencent の持つ、Wechat や、QQ、ビッグデータなどを活用しながらマーケティングから営業までの顧客の購買サイクル全域をカバーするシステムを作り上げようとしている。

オンラインでのビジネスが拡大する中、いわゆる EC サイトで広告宣伝をしながら顧客を獲得していくというパブリックトラフィックを使ったマーケティングから、Wechat や、Tiktok などのプライベートトラフィックを使って、顧客資産をプールし、それらをうまくマネージしながら、効率的な売上に繋げていくというモデルは、かなり定着してきている。

こうしたなかで、Tencent とつながりの深い Neocrm は、より強みを発揮しやすいのだろう。Neocrm のシステムは、販売員と顧客のコミュニケーションの状況や、それによって得られた売上などのデータが即座に反映される。これらは、販売員へのインセンティブの支給などにも反映され、より優秀な販売員が、相応の報酬を手にする仕組みにも活用されている。



### Ⅲ. 郷に入っては、郷に従え、か

前出のガートナーによる評価において、Neocrm の何が優れているかについて、総合的な評価で上位の評価を得た Salesforce との比較において次のように論じている。

#### 1) ローカライズされている強み

中国のユーザーのニーズに合わせて、中国で作られたシステムであるということから、当然ながら、中国国内ユーザーにとっては満足度の高いものになっている。この点において、米国生まれの Salesforce は、必ずしも十分なローカライズがなされているとはいえない。

#### 2) ローカルサービスに関する優位性

2B の製品は、製品 3 割、サービス 7 割といわれるが、Neocrm の強みは、顧客サービスを、自社の開発セクションにいる専門チームが対応できることだ。コールセンター経由の顧客からのフィードバックにいち早く対応することができる。

Salesforce は、中国国内には開発拠点を持っていないこともあり、外部委託先が対応することになるが、対応には、時間もかかり技術的にも万全とは言えない。

Salesforce は、中国国内にデータセンターを有していないために、システムの動きが遅く、データセキュリティ面からみても、中国政府の監督要求を満たしていない。と、指摘している。

オンラインマーケティングの世界で、中国では、使うツールが海外のそれとはかなり異なる。よって、海外のシステムとの比較において、彼らはまったく中国化していないじゃないかとの指摘もごもっともかもしれない。「郷に入っては郷に従え」というベーシックなセオリーが思い起こされる。中国の市場を攻めるには、中国のツールを使いこなせということだろう。中国での個人情報や、ビッグデータの扱いについての政府規制も相まって、こうした動きには、今後も注目していかざるをえない。

(筆者：新コンシューマーブランド研究チーム)

参考：销售易官网、《2021 中国 CRM 数字化全景实践研究报告》T 研究、《销售易的“野心”与“危机”》中国软件网、至顶网、新华网。

#### コーポレートディレクション 上海オフィス

コーポレートディレクション(CDI)は、1986年に米系大手コンサルティングファームであるBCG東京オフィスから10名が独立して設立した、日本初の独立系戦略コンサルティングファーム。2008年の上海オフィス設立を皮切りに、現在ではアジア5箇所に現地拠点を有する。

上海オフィスでは、主に日本企業の中国参入戦略立案、戦略再構築、及び実行に伴う組織業務改革、中国企業との提携支援等を提供。一方で、中国企業をクライアントとした日系企業との提携支援も提供している。

## 規制動向

### 国家発展改革委員会 国家能源局 グリーンエネルギー低炭素へ移行するためのシステム、メカニズム、政策措置の改善に関する意見

番号: 発改能源[2022]206号

発表日: 2022年2月10日

1. エネルギー消費強度、消費総量コントロールの「二重制御」と非化石エネルギー目標制度を改善し、全国炭素排出権取引市場、エネルギー使用権取引市場、グリーン電力取引市場の構築を加速する。
2. クリーンかつ低炭素なエネルギーを主体とする供給システムの構築を推進する。大型風力発電、太陽光発電基地の建設を加速させる。関係省庁(自治区、直轄市)の政府間協定と電力市場の実情を組み合わせた再生可能エネルギーの輸送電を改善する。
3. 新しい電力システムに適応する市場メカニズムを構築する。マイクログリッド、分散型電源、エネルギー貯蔵、負荷アグリゲータなどの新興市場主体が電力取引に独立して参加することをサポートする。
4. 外資系企業がグリーン低炭素エネルギーイノベーション産業への参入を奨励し、知的財産権の保護を厳しく取り締まる。グリーン電力認証に関する国際協力を強化し、多国籍企業が中国にてグリーン低炭素エネルギー研究開発センターを開設することを支持する。クリーン低炭素、脱炭素、炭素フリーの分野における共同イノベーションとアプリケーション実証実験を推進する。

### 工業和信息化部、国家発展改革委員会、科学技術部、商務部、国家衛生健康委員会、応急管理部、国家医療保障局、国家薬品监督管理局、国家中医薬管理局 第14次5カ年計画中、医薬工業発展計画の発行に関する通知

番号: 工信部聯規[2021]217号 発表日: 2022年1月31日

1. 第14次5カ年計画期間中、製薬産業の営業利益と総利益は年平均8%以上増加し、増加値は全工業産業の5%以上を占め、全製薬業界の研究開発費用は年平均10%以上増加する。
2. 多国籍企業が中国にて研究開発センター、及び新薬基地の設立を奨励する。海南自由貿易港の政策優位を発揮し、海外で発行済み、国内未発行の臨床急需特許薬、機械の利用に利便性を提供する。
3. 財政・金融支援を向上させる。研究開発費プラス控除、抗癌剤、希少疾患薬の増値税の簡易徴収を実施する。
4. 革新的な医薬製品の研究開発を推進する。例、バイオ医薬品の分野では、腫瘍、免疫疾患、ウイルス感染、高脂血症などの疾患に対する新しい抗体医薬品の開発に重点を置く。医療機器分野では、新しい医用画像、イントロ診断(体外診断)、腫瘍放射線治療装置の開発に重点を置く。

### 北京グリーン取引所 CCER 登録口座および取引口座開設ガイドライン(バージョン 5.0)

発表日: 2022年1月26日

1. 主要開設対象は重点排出単位と排出削減プロジェクト自主申請企業。
2. CCER 登録口座開設プロセス、取引口座開設プロセスを明確にした。

## 三菱 UFJ 銀行の中国調査レポート(2022 年 2 月)

### ■ MUFG BK 中国月報 2022 年 2 月号(第 192 号)

ベトナムにおける中国のプレゼンス

<https://www.bk.mufig.jp/report/inschimonth/122020101.pdf>

トランザクションバンキング部

### ■ ニュースフォーカス No.2 2022

2022 広東省における越境 EC 発展推進政策

[https://rmb.bk.mufig.jp/files/topics/1413\\_ext\\_02\\_0.pdf](https://rmb.bk.mufig.jp/files/topics/1413_ext_02_0.pdf)

アジア法人営業統括部 アドバイザリー室

本報告書は、情報提供のみを目的として、MUFG バンク(中国) 有限公司(以下「当行」)が作成したものであり、その使用又は配布が法律や法規への違反に該当するあらゆる管轄又は国における個人又は組織への使用又は配布を意図したものではありません。本報告書をお客様に公表する前に、当行及び/又は当行関係者/組織は、本報告書に含まれる情報を利用、又はそれに基づいて行動することができます。

本報告書に記載されている情報及び意見のいずれも、預金、証券、先物、オプション、又はその他の金融商品若しくは投資商品の購入若しくは売却の申出、勧誘、アドバイス若しくは推奨をするものではなく、またそのように解釈されるものでもありません。

本報告書は、情報提供のみを目的として作成されており、特定の受領者の具体的な需要、財務状況、又は投資目的への対応を意図するものではありません。

本報告書は、信頼しうるとみなされる情報源から入手した情報に基づいて作成したのですが、正確性を保証するものではなく、受領者自身の判断に代わるものとみなされるべきではありません。受領者においては、適切に、独立した専門的、法律、財務、税務、投資、又はその他のアドバイスを別途取得する必要があります。

本報告書は、アナリスト自身の見解に基づいているため、当行の公式な見解を示すものではありません。本報告書に含まれる全ての見解(あらゆる声明及び予測を含む)は、通知なしに変更される可能性があり、その正確性は保証いたしかねます。本報告書は、不完全又は要約の場合もあり、本報告書に言及される組織に関する重要な情報を全て網羅していない可能性もあります。当行(含む本店、支店)及び関連会社のいずれも、本報告書を更新する義務を負いません。

過去の実績は将来の業績を保証するものではありません。本報告書において言及されるいかなる商品の業績予測も、必ずしも将来実現する又は実現しうる業績を示すものではありません。

当行及び/又はその取締役、役員並びに従業員は、当該取引への関与に当たり、随時、本報告書に言及された関連証券又は関連金融商品において、利益を有すること及び/又は引受を承諾すること、及び/又は当該証券若しくは関連金融商品を保留若しくは保有することがあります。さらに、当行は、本報告書に言及されたいずれかの会社と関係を有する(例えば関連会社、戦略パートナー等)こと、若しくは有していたこと、又はコーポレート・ファイナンス若しくはその他のサービスを提供すること、若しくは提供していたことの可能性もあります。

本報告書に含まれる情報は当行が信頼しうると判断した情報源から入手したものでありますが、当行は、その適切性、適時性、適合性、完全性又は正確性について、いかなる表明又は保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負いません。したがって、本報告書に記載されている評価、意見、見積り、予測、格付け若しくはリスク評価は、当行による表明及び/又は保証に依拠するものではありません。当行(含む本店、支店)及び関連会社並びに情報提供者は、本報告書の全部又は一部の使用に起因するいかなる直接的、間接的及び/又は結果的な損失若しくは損害について、いかなる責任も負いません。

当行は、本報告書の著作権を保有しており、当行の書面による同意なしに本報告書の一部又は全部を複製又は再配布することは禁止されています。当行(含む本店、支店)又は関連会社は、当該複製又は再配布によって生じる、いかなる第三者に対する責任も一切負いません。

MUFG バンク(中国) 有限公司 リサーチ & アドバイザリー部 中国調査室

北京市朝陽区東三環北路 5 号北京發展大廈 4 階 照会先: 石洪 TEL 010-6590-8888ext. 214