

第7章 輸入代替デジタル化戦略 ——中国の「神話」の検証

伊藤 亜聖

はじめに

デジタル保護主義への関心が高まっている¹。背景には近年の中国を典型例として、自国のインターネット環境、デジタル経済に規制をかける動きが目立ち、同時にデジタル貿易のルール化の面では世界貿易機関（WTO）の役割に限界があることを指摘できる（Aaronson, 2019）。本稿では中国のデジタル経済への規制と保護に着目し、とくに産業政策としての含意を検証する。中国は現状、インターネット市場において、海外サービスの遮断、ユーザーへのアクセスの制限、コンテンツの検閲、外資企業への投資規制や許認可制といった様々な規制を設けている。こうした条件の下で中国国内からアリババやテンセントを代表とする大手情報技術（IT）企業が登場したため、国内市場を保護したからこそ国内大手企業が成長したという「神話」もある²。

しかし上記のような幼稚産業育成論が成り立つのかについては少なくとも以下の三点を検討すべきである。

第一にデジタル経済において国内企業の保護がどのようなロジックのもとで成り立つのか。第二に中国がデジタル経済において保護主義的措置を実際に行ったのか。第三に保護主義的措置によって国内産業が成長した、という因果関係が確認できるのか。米中対立が激化するなかで、貿易、技術、金融といった領域での分断が進むという議論があるなかで、デジタル経済の分野において、国外企業を締め出そうとする保護主義が中国においてそもそも成り立つのかを確認しておきたい。本稿では、第1節においてデジタル保護主義のロジック、手段、パフォーマンスを整理したうえで、第2節では中国の事例研究を通じて①そもそも保護されていたのか、②壁の中でなぜイノベーションが起きたのか、③中国IT企業は海外進出できているのか、を検討する。

本稿の結論をあらかじめ示しておく、第一にデジタル保護主義は、外部経済性の存在というかつての工業化時代の輸入代替工業化戦略と共通する正当化のロジックを持つ。しかしデジタル経済では供給側ではなく、需要側にその外部性が生じているという差がある。第二に中国の事例を検討すると、2000年代までにおいて業界間での差はあるものの、外国企業への規制は比較的緩く、とくにEコマース市場においては参入した外国企業との競争が起きていた。しかし2010年代に入り、検閲に関わる検索市場やソーシャルネットワーキングサービス（SNS）を中心に規制が強化されてきた。第三になぜ先駆的なサービスが創出されたのかについて国内企業間の競争の存在や、政府の保護とは別次元の政策もあった。国内企業の成長の間の因果関係を検証することは困難だが、国内での激しい競争の発生は重要な要因の一つである。最後に中国IT企業の海外展開の状況に目を向けると、中国のIT企業のうち、国外市場で成功を取めている企業はいまだ少数である。加えて、VIEスキームを用いた外国人投資家による出資のように、かつての輸入代替工業化の時代には想定されていなかった問題も生じている。

1. デジタル保護主義

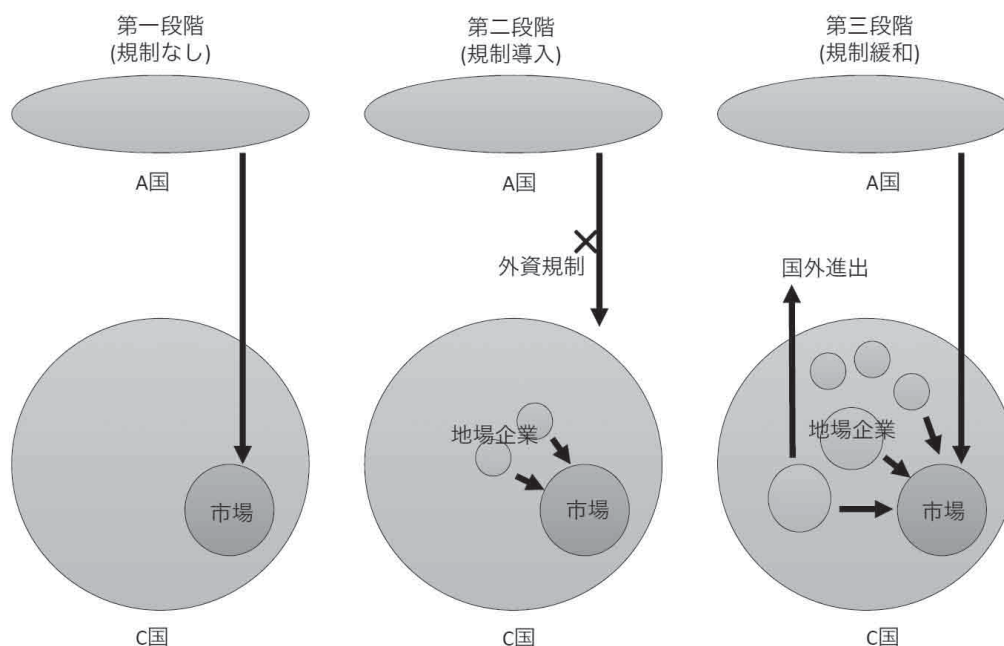
(1) 動機とロジック

保護主義一般には多様な動機がありえるが、自国産業の育成を目指す産業政策の観点から見ると、輸入代替工業化（国内の外国企業の市場シェアを国内企業のそれによって置き換える）あるいは幼稚産業保護と呼ばれているものに対応する。これらは理論的には生産量の増大によって生産性が高まる外部性（マーシャルの外部性）を考慮した複数均衡モデルで正当化することが可能である。保護された当該産業が国内の他の産業に対してスピルオーバー効果がある場合にはより一層保護が正当化されうる（Harris on and Rodríguez-Clare, 2010）。一方で、対外開放することで海外から優れた技術が国内に伝播する効果を考慮すると保護を正当化する余地は狭まる（戸堂, 2015, 6章）。

保護が最終的に効果的だったかどうかの評価基準としては、ミル基準（Mill Test）、バステーブル基準（Bastable Test）がある（Corden, 1997, chapter 8）。ミル・テストは、ジョン・スチュアート・ミルの言及に基づくもので、ミルは「保護関税を賦課し、それを合理的な期間だけ維持するということは、時としてもっとも不都合の少ない方法である。けれども、保護にとって育成される産業がやがてその保護を必要としなくなるであろうという保証の十分なる根拠が認められる場合に限り、その保護を与えることが肝要なことである」と述べる（ミル『経済学原理』第5編10章）。それに対してバステーブル基準は、保護のコストが将来得られる便益を埋め合わせることができるかを問う（Harris on and Rodríguez-Clare, 2010, p.4051）。

輸入代替工業化の過程は図1のように示せる。規制なしの第一段階において、当該製品は他国から輸入されている。第二段階で規制を導入することで、国内地場企業が製品を代替供給する。そして第三段階で、規制が緩和・撤廃されたのちに、国内地場企業が国内外

図1 輸入代替工業化の段階



出所：渡辺（1989）、83頁の図を参考に筆者加筆修正。

の市場で競争力を発揮することが想定されている。しかし保護主義の効果に対して懐疑的な見方が支配的であり（Harris on and Rodríguez-Clare, 2010）、第二次世界大戦後のインドを筆頭に、閉鎖した自国内で、国内企業が経営効率を改善し、新製品を開発するインセンティブを失う問題が指摘されてきた。

ではインターネット業界を中心としたデジタル市場において、閉鎖する動機とそのため的手段はどのようなものが考えられるだろうか。

動機は大きく3つ考えられる。第一の動機は検閲である。政権や政党への批判的な情報を、ウェブサイトやSNS上の投稿への介入によって排除・監視・コントロールしようとするものである。近年ではインターネット上での閲覧情報への介入が強化され、「デジタル権威主義」とも呼ばれている（Freedom House, 2018）。直接的な監視に加えて、社会信用スコア等の仕組みを通じてより間接的かつ高度に人々の行動を方向付けようとする動きも見られている（梶谷・高口, 2019）。

第二の動機として、安全保障が挙げられる。ネットワークを通じて、発電所といった基幹インフラや、政府機関・政府高官を対象としたサイバー攻撃が報告され、サイバーセキュリティを確保することが求められている。特定国からの基幹的ネットワークインフラ事業への対内直接投資の制限、そして特定通信設備の国産または特定メーカーの指定といった動きが、例えば米国の「クリーンネットワーク」構想に表れている。

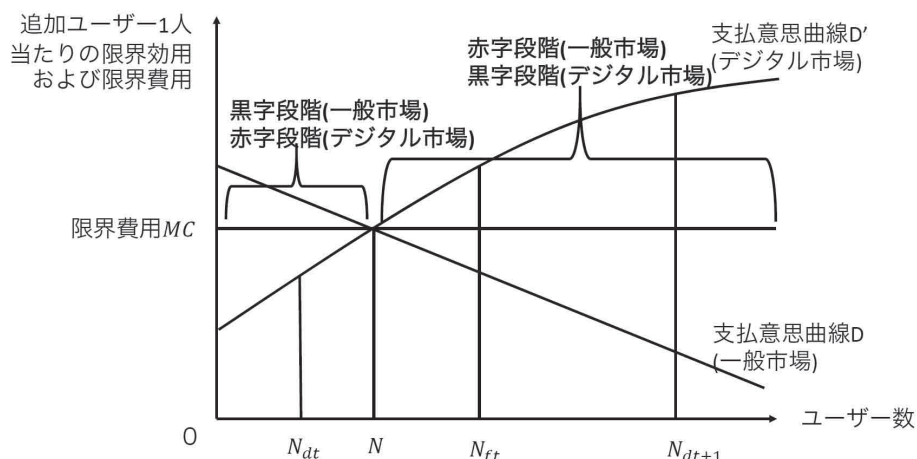
第三の動機が地場企業の育成を目指すという産業政策上の動機である（Yalcintas and Alizadeh, 2020）。特にデジタル経済では、①ユーザー数の増加に従って利便性が向上するネットワーク外部性（Network externality）、②ユーザーが増えた場合に追加的に必要なコストが少額という限界費用の低さ、③そしてユーザーが特定サービスの利用にとどまり続けるというロックイン効果が指摘されてきた。それゆえに上記の輸入代替工業化を正当化する論理と同様の外部性の存在による説明が可能である。

ただしデジタル市場における産業政策的な介入のメカニズムを考えると、輸入代替工業化のモデルとは相違点がある。両者の間には、規模の経済が働くという面で共通点がある。しかし輸入代替工業化の場合には供給面での規模の経済性が働くことが想定されていたのに対して、デジタル市場においては、需要面での規模の経済性（ネットワーク外部性）が発生する点は大きく異なる。

特定サービスをより強く欲するユーザーから序列をつけ、横軸にユーザー数（N）、縦軸に、ユーザー一人が増えたときの限界効用と限界費用を示したものが図2である。通常の市場（一般市場）では、ユーザーは増えれば増えるほど、追加的なユーザーは当該製品やサービスへの支払い意欲が低下すると考えられるため、需要曲線は右肩下がりのDとなる。企業は、限界費用水準まで生産を増やし、DとMCが交わる点でユーザー数Nとなる。これに対してネットワーク外部性が働くサービスでは、ユーザー数の増加に従って効用が高まるため、仮に限界コスト水準（MC）を一定と仮定するとMCを超える支払意思を持つユーザー数を確保したサービスは、その後もユーザー数を増加させられる。

ここで国内市場において国内企業Dと外資企業Fの2社が競争していた場合に、ある時点で N_f （外国企業）が $U_f > MC$ を満たし、 N_d （国内企業）が $U_d < MC$ であれば、外資企業Fが市場を独占する可能性がある。ここで政府が新たな規制（例えば許認可制の導入、海外サイトへのアクセス制限）によって介入し、外資企業Fのユーザー数を $U_f < MC$ と

図2 外部性と支払い意思曲線



注： N_{ft} 時点の外資企業のユーザー数、 N_{dt} 時点の地場企業のユーザー数。
 出所：田中・矢崎・村上（2003）を参考に筆者作成。

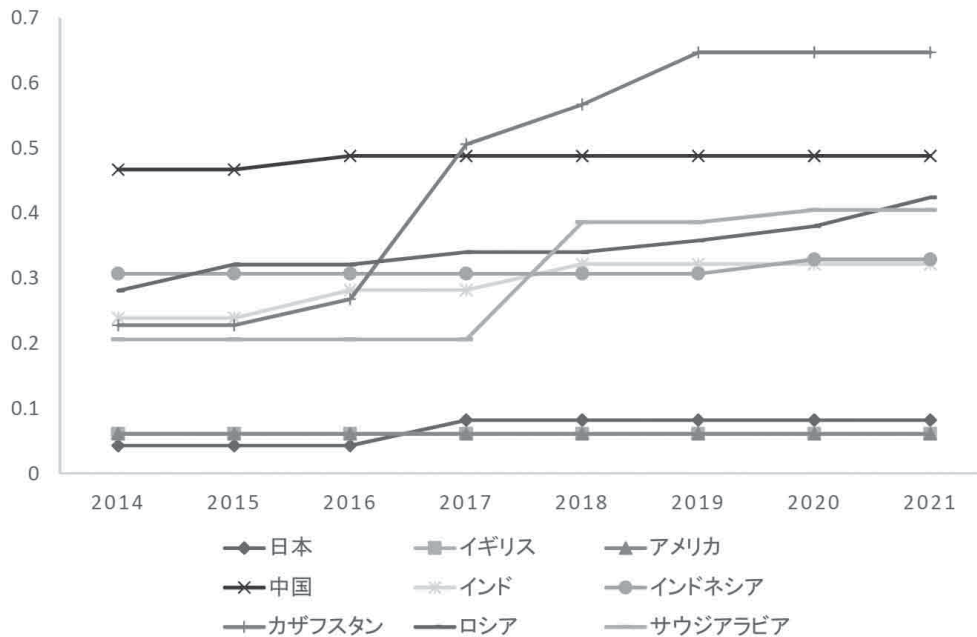
なる水準まで低下させ、一方で国内企業 D のユーザー数を増やすことができれば、外資企業を事業存続が困難な水準に追い込み、結果的に国内企業 D による独占状況を創り出せるかもしれない。

(2) 介入の手段と水準

Aaronson (2019) はデジタル貿易（電子的な送付を伴う貿易）における介入手段を整理しており、とくに非関税障壁に幅広い手段があることを指摘している。それによれば、非関税障壁には①ローライゼーション要求、②データ移転の制限、③知的財産権の侵害、④国家標準および適合性評価、⑤サービスのフィルタリングとブロック、⑥ネットワーク中立性の侵害、⑦サイバーセキュリティ上の措置が含まれる³。この中で、とくに外資企業のユーザー数 (Nf) への直接的な影響が大きいと考えられるのは、事業展開そのものを制限する④および、サービスそのものへのアクセスを制限する⑤である。加えて、のちに取り上げるように、外資企業の投資規制・参入規制や、検閲への協力、ソース・コードやアルゴリズムの開示要求といった措置もありえる。

データから保護の度合いを可視化してみよう。デジタル経済の開放と閉鎖の度合いを見るうえでは、経済協力開発機構(OECD)の公表する「デジタルサービス貿易規制指数」(Digital Services Trade Restrictiveness Index, 以下 DSTR 指数)が有用である。同指数は①インフラストラクチャーと接続性、②電子取引、③決済システム、④知的財産権、⑤他のデジタルサービスの5分野31項目(2018年データの場合)について、規制の度合いを定性的に評価したものである(Ferencz, 2019)⁴。2022年9月時点で、2014年から2021年のデータがOECD加盟国を中心に76カ国について集計・公開されている。これによるとデータ対象の2014年から2021年まで、中国は一貫して高い規制を実施しているほか、カザフスタン、ロシア、サウジアラビアといった国々が近年規制を強化しつつある。

図3 デジタルサービス貿易規制指数（一部の国を表示）



出所：OECD, Digital Services Trade Restrictiveness Index [2022年9月19日ダウンロード]。

(3) パフォーマンス

仮にデジタル保護主義が実行されたとして、どのようにその成果を測ることができるだろうか。保護主義が採用された結果を報告する興味深い研究として、イランのアフマディネジャド期（2005-2013）の事例研究がある（Yalcintas and Alizadeh, 2020）。同論文によれば、イランは米国の制裁のもとで、イスラーム・イデオロギーの堅持と安全保障上の意図からインターネット検閲を強化した。“Halal internet”をスローガンに、外国サービスへのフィルタリングとアクセス規制、国内サービスへの補助を実施した。この結果、国内企業が台頭し、Digikala（Amazon 代替）、Aparat（YouTube 代替）、Facenema（Facebook 代替）といった企業が生まれたものの、同論文の国内企業のサービスの質への評価は低い。社会の大多数は質の高いデジタルサービスへのアクセスコストが高まったと指摘されている。デジタル保護主義によって国内で高質な代替手段が不足し、なおかつVPN接続といった迂回策によって検閲の面でも所期の成果を挙げなかったとされている。前節で確認したミル・テストの視点から見れば、海外展開に成功しているイラン企業は存在しないと考えられることから、少なくとも産業政策の面では成功とは評価できない。

また消費者の効用や産業の生産性への影響への推計も存在する。GTAPモデルの推計を通じて、データ・ローカライゼーション規制がとられた場合、域内消費者はより高いコストに直面するという結果が報告されている（Bauer, et al 2014）。GDPへの影響はブラジル（-0.2%）、中国（-1.1%）、EU（-0.4%）、インド（-0.1%）となっている。またデータ規制が産業に与える影響も推計されており、産業のデータ集約度に応じて、生産性（TFP）と産出に対して規制強化は負の影響を与える（Bauer, et al 2016）。例えば情報通信産業の生産性が中国では-2.16%、EUでは-1.77%となる。

2. 中国の事例

(1) 保護と介入の業界間格差

それでは中国はどの程度、保護を実施してきたのだろうか。中国のデジタル経済における保護を考えるうえで、重要な事実として2000年代まで、相対的に規制は弱かったことと、個別の市場やサービスごとに規制の強度は大きく異なっていたことである。2010年以降に、より保護主義化して「デジタル・ネオ重商主義」と呼ぶ研究も登場している（Mueller and Farhat, 2022）。

デジタル経済の立ち上がりが当局の規制よりも先行していたため、2000年代まで多くの外資系IT企業が現地企業の買収や現地パートナーとの提携の形態で実質的に中国市場に参入してきた。Eコマース市場にはeBayとアマゾンが、メッセージ市場にはマイクロソフトMSNメッセンジャーやスカイプが、そして検索市場にはヤフー、グーグルが参入してきた。2010年代にライドシェア市場が立ち上がった際にはUberが参入した。

各産業への規制を把握するためには、様々な許認可制度を確認しておく必要がある。デジタル経済全般への規制としては、「互聯網信息服务管理弁法」（2000年）で許可制度が導入されてきた。業界別の差異がとくに明瞭に表れるのが投資規制である（表1）。中国政府が公表する「外商投資産業指導目録」には外資企業による投資を禁止する産業、制限する産業、そして奨励する産業がリストアップされる。そのなかで禁止と制限の項目に着目すると、2002年版において卸売・小売業のうち新聞と薬品等の特定の品目は禁止となっている一方で、その他の品目について制限はなかった。業界別に見れば、Eコマース市場は一貫して規制は緩く、なおかつ2015年には一時導入された規制も撤廃された。一方で、コンテンツ市場では2007年に新聞サイト、ネット市場サービスが禁止リストに明記され、コン

表1 外商投資産業指導目録における規定

	制限項目のインターネット（互聯網）関連	禁止項目のインターネット（互聯網）関連
1997年版	言及なし	言及なし（テレビ、ラジオ等は禁止、以下同じ）
2002年版	卸小売業のネット販売（网上銷售）は制限項目（新聞、薬品等の品目の販売を禁止）	言及なし
2004年版	同上	言及なし
2007年版	同上	投資禁止リストに「新聞サイト、ネット視聴サービス、ネット接続サービスの営業店、インターネット文化経営」
2011年版	同上	同上
2015年版	ネット販売は制限項目から削除	同上
2017年版	同上	投資禁止リストに「新聞情報サービスサイト、ネット出版サービス、ネット視聴サービス、ネット接続サービスの営業店、インターネット文化経営（音楽を除く）、ネット公衆発表情報サービス」

注：2017年版では「境外のサービス提供者が中国境内で新聞、文化サービス（インターネット関連の新聞や文化サービスを含む）を提供する際には、審査と安全評価、監督当局が要求を履行し、現行の関連規定を満たすこと」との特別説明が付された。

出所：中国政府「外商投資産業指導目録」各年版より作成。

テンツサービスへの規制が導入された。さらに2017年にはソーシャルネットワーキングサービスを指す「ネット公衆発表情報サービス」も禁止リストに加わった⁵。

より具体的に個別市場における国内企業と外資企業との間の競争状況を確認しておこう。Eコマース市場では2002年にeBayが易趣網の全株を購入して買収することで中国進出し、2000年代半ばに中国国内市場で競争していた。2004年の時点では、アリババの市場シェア25.7%に対して、eBayは64.3%と大きくリードしていた。しかし2005年にはシェアは逆転し、eBayは市場を喪失したことでその後、撤退に追い込まれた（Barnett, Feng and Luo, 2010）。この背景には中国のユーザーが望む機能を追加できたか否かというローカライゼーションの能力で決まったとの見解が有力である。アリババはまず①出店料を無料化し、出店業者数を確保し、次に②出展者とユーザーの間のメッセージ機能を充実させた。加えてクレジットカードが普及していないという決済事情に対応するために③第三者決済機能（アリペイ）を追加した。一方eBayは米国版サイトを翻訳したサイトで、なおかつ北米のサーバーへのアクセスのためにユーザーが画面を見るのには若干の遅延も発生していた（Barnett, Feng and Luo, 2010; エリスマン, 2015; 廉ほか, 2019）。重要な事実は、この間、中国当局からの特段の介入の証拠がない状況で、アリババが市場シェアを逆転したことである。

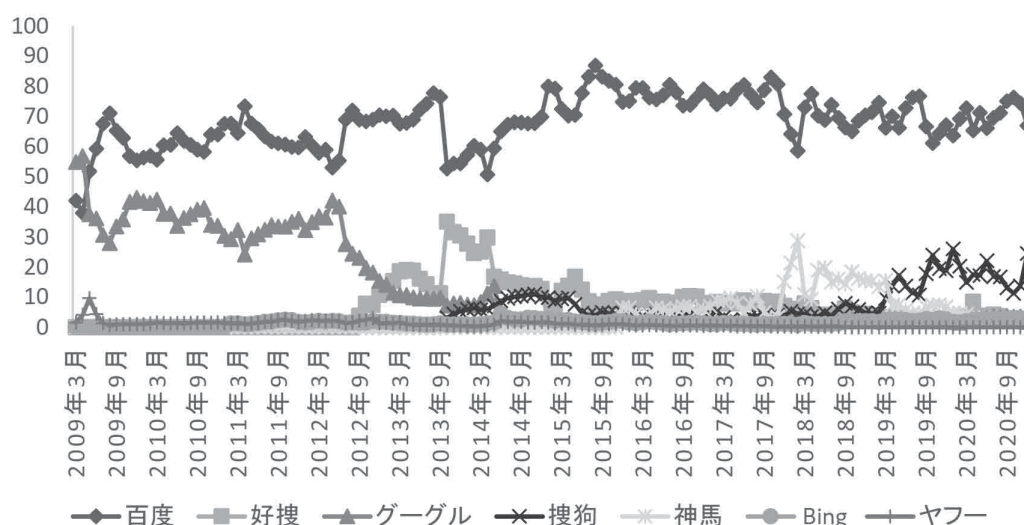
検索市場では大きく異なる状況が展開した。ここでも2000年代の半ば時点で、国内企業と外資企業は拮抗していた。2004年時点で検索市場では、百度が33.1%、ヤフーが30.2%、グーグルが22.4%の市場シェアを確保していた（艾瑞市場資訊有限公司, 2006）。ヤフーとグーグルを合計すれば外資系で過半を占めていたことになる。グーグルのサービスはその時点で中国大陸で利用可能となっていたが、2006年に現地子会社を設立して正式に中国市場進出した。しかし2010年人権活動家のGmailへのハッキングを受け、検閲を拒否する方針をとった（Griffiths, 2019）。2010年6月末、インターネットコンテンツプロバイダの資格が更新できず（前述の「互聯網信息服务管理弁法」）、中国市場から段階的に退出することとなった。この間の市場シェアを見ると、グーグルは2012年以降に急激にシェアを低下させている（図4）。このように検索市場では厳密にはその因果関係を検証することは困難なもの、当局の検閲要求という形での介入が外資企業の市場からの退出をもたらし、市場シェアの逆転、という因果関係を想定することができる。

(2) 外国人出資者とVIEスキーム

中国のデジタル経済への規制を考えるうえで、古典的な保護主義が想定していない状況も生じた。その筆頭は出資を巡る問題である。保護主義が想定する「国内企業」とは、当然ながら国内の出資者によって構成された企業である。中国のデジタル経済領域では、業界が立ち上がりつつあった1990年代末から2000年代にかけて、国内に新興企業への出資を行う主体が欠けていた。加えて中国国内の証券取引所の上場基準には直近3年の純利益が黒字といった創業間もないベンチャー企業にはハードルの高いものであった。つまり中国には潜在的な市場があり、成長余地の大きい市場ではあるものの、国内には出資を得る手段が欠落しているという問題が発生した。

この問題を回避するために作り出されたのがVIE（Variable Interest Entities, 変動持分事業体）スキームである。VIEスキームでは外国投資家が海外に上場する外資子会社と中国国内に外資独資会社を設立し、この外資独資会社が種々の契約により中国国内で実質的に

図4 中国検索市場における市場シェア



注：2009年1-2月データも得られるが、百度のシェアがゼロとなっており不可解なため、ここでは落としている。

出所：statcounter (<https://gs.statcounter.com/>) より取得 [2021年1月6日最終アクセス]。

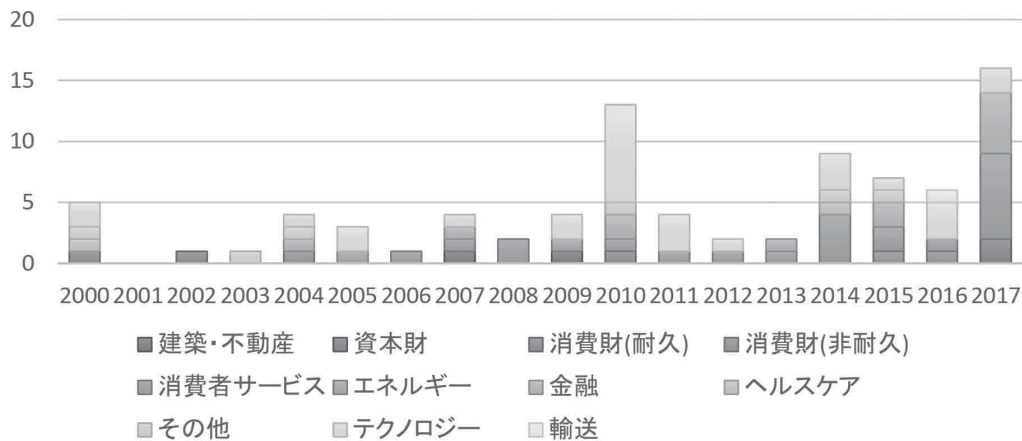
サービスを運営する内資運営会社（100%国内独資）に対して権限行使するという形をとる。典型的には外資子会社はタックスヘイブンに登記され、その会社がニューヨーク証券取引所に上場する。上場した企業は契約を通じて、例えば中国国内でEコマース事業を展開する企業への権限を行使し、配当を受け取る（関, 2016）。

VIEスキームは2000年にポータルサイト新浪が採用したことで、広がっていったといわれており、「新浪モデル」と呼ばれることもある。2000年から2017年までに少なくとも88社が採用した（Whitehill, 2017）。これらの88社のうち、2017年時点で最も株式市場で評価されていた企業はアリババであり、これに百度、京東、網易、Ctripが続き、これらはいずれもデジタル経済の企業である。ニューヨーク証券取引所またはナスダックに上場し、なおかつ主要な株主が外国人・外国法人である中国企業は少なくない。この場合、「外国株主」の権限が契約上行使されることになっているという意味で、「デジタル保護主義」は不徹底となる。しかし一方で、VIEスキームの合法性について中国当局は特定業界で国内規制を運用する余地を残している⁶。このほか、近年ではVIEスキームを許可制とする動きが進んでいる⁷。このため、VIEスキームの合法性の最終的な解釈は中国共産党中央政治局常務委員会に委ねられていると考えられる。つまり中国共産党中央政治局常務委員会がVIEスキームを非合法と認定して否定する場合には、契約を通じて権限行使できなくなるというリスクが内包されている。加えて米中摩擦の激化にともない、米国側でもVIEスキームが中国企業の資金調達につながることで投資家の保護の観点から問題があることが指摘されている⁸。

(3) 壁の中でのイノベーションと副作用

前節までで確認したように、2000年代まで、中国当局による保護の度合いは相対的に弱いものだった。投資規制を例にとれば、2010年以降に禁止リストへの追加に見られるよう

図5 VIEスキームを活用した中国上場企業の推移（件数，2000-2017年）



出所：Whitehill（2017）。

に、保護が強まったといえる。しかしこの保護の強化は、すなわち中国国内でイノベーションの進展を約束しない。確かに広大な中国国内市場の存在は、国内企業にとって大きなインセンティブになったことは疑いない。それを踏まえたうえで下記の三点は考慮しておく必要があるだろう。

第一は、国内での競争と新陳代謝である。2000年代に外資企業との競争があったことに加えて、2010年代には中国国内の主要企業間での競争が激化した。特にアリババとテンセントは二大プラットフォーム企業として台頭し、アリババはEコマース、テンセントはゲームとSNSに強みを持つという違いはあるものの、決済市場やスタートアップ企業への投資では激しい競争を展開した。

第二に、保護主義とは異なる次元で、2010年代半ばまで中国政府はデジタル経済に親和的な国内の競争政策を採用した。「先放後管」アプローチとも呼ぶべきこのアプローチは、ライドシェアやP2P金融といった新サービスが立ち上がるタイミングにおいて、規制のグレーゾーンを許容しつつ、新規参入を容認する態度である。明文化されたわけではないものの、疑似的なサンドボックスとも呼べる新興産業育成政策が機能した面がある。

第三の論点は、当局との「共犯」関係によるイノベーションである。当局とプラットフォーム企業が、ある種の協力関係のもとで、国家が求める検閲にも貢献しつつ、政策的な支援を享受することで自社の成長にもつなげていくという状況も見られてきた（梶谷，2018）。とくに公安当局はデータを多数収集しており、データを入手することで人工知能企業が成長する現象も報告されている（Beraja et al, 2021）

しかしながらこうした壁のなかでのイノベーションには副作用も生じる。特に明らかなことは、海外のサービスを遮断することで、開発や情報アクセスの面でのコストが生じるという問題だろう。全国政治協商会議副主席の羅富和氏が2017年に「しかし、現在の海外サイトへのアクセスはどんどん遅くなっており、研究者の科学研究の正確性や適時性をソースから保証することができず、オープン開発の概念に反する。これは中国の経済社会の発展や科学研究などに大きな影響を与えるものであり、大きな注目が必要である」と異例な発言をした際には注目を集めた⁹。

(4) 海外展開の限界

それでは中国の有力 IT 企業は、ミル・テストが想定するような海外展開を実現しているだろうか。アリババ、テンセントをはじめとして、中国 IT 企業は積極的に海外投資を進めており、とくにアリババは自社の AliExpress を海外展開しているほか、東南アジアの大手 E コマース企業の Lazada を買収した。テンセントはゲーム業界やポータルサイトへの出資を加速させてきた（伊藤, 2020）。しかし両社の海外市場は成功を収めているとは言えない状況にある。テンセントはゲーム市場で事業を拡大しているものの、主に大手のゲーム会社への出資が目立ち、アリババもテンセントも旗艦アプリである Alipay、WeChat の海外ユーザー数は伸びていない。百度は中国語圏外での検索市場シェアの開拓は進んでいない。

中国発の主要アプリのなかで海外ユーザーの獲得の面で最も成功しているのは Bytedance の TikTok である。TikTok は 2021 年時点で、全世界で 12 億人のアクティブユーザーを獲得してきた。その要因としては、ショートムービーという新しいサービスセグメントを開拓した点大きい。米中摩擦の激化によって、同社への風当たりは強まっており、米国市場からの退出も取りざたされ、2022 年末時点においても米国国内では規制を加える動きもある¹⁰。

特に興味深い事例はインド市場である。インド政府は 2020 年の国境地域における衝突を契機として、TikTok をはじめとする中国企業のアプリをインド市場から締め出している。中国国内では米国企業のフェイスブックやツイッターがダウンロードできないわけであるが、ある意味で、インドは中国が現状で採用しているデジタル保護主義を、第三国として実施しているともいえる。

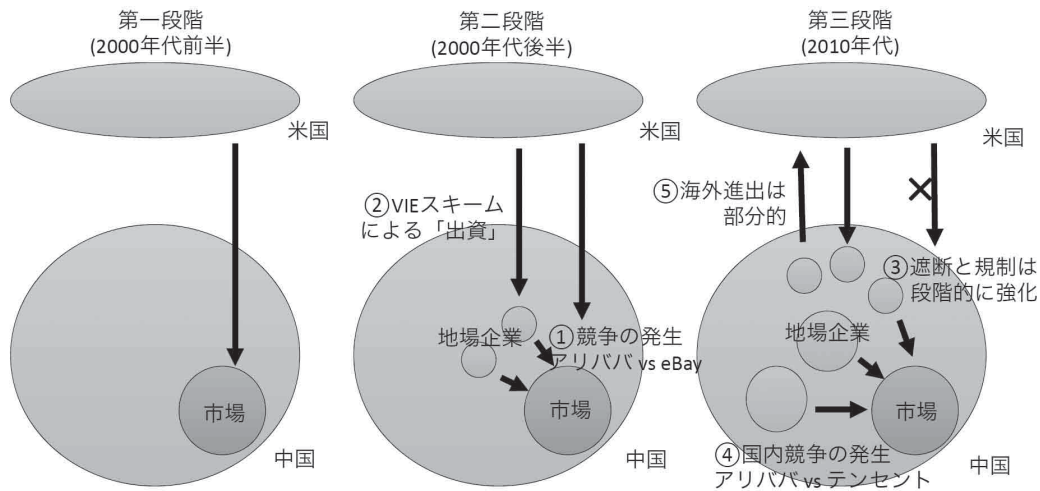
おわりに

本稿では、第一に輸入代替デジタル化のロジック、第二に中国では実際にデジタル経済が保護されていたのか、そして第三に保護がイノベーションをもたらしたのか、について検討を加えてきた。

本稿の分析を踏まえると、中国の事例は総じて従来型の輸入代替工業化のフレームワークに当てはめることが難しく、従来型の議論から逸脱している面があると評価できる。輸入代替工業化の概念図に輸入代替デジタル化の中国の事例を加筆すると図 6 のようになる。第一段階の 2000 年代前半には、E コマース市場や検索市場では外資企業の進出が始まっていた。第二段階において、外資規制は部分的に始まっていたが、同時に①中国国内企業と外資企業の競争の発生や、② VIE スキームを用いた外国人投資家による出資は始まっていた。そして 2010 年代に入ると、③規制はより強化され、同時に④国内企業の間での激しい競争が発生し、新たなサービスの開発につながっていた。中国 IT 企業の成長は著しかったが、それでも現状では海外展開はいまだ部分的にとどまる。

このように整理すると、中国のデジタル経済の成長を幼稚産業保護と輸入代替化によって説明することにはいくつかの限界がある。その筆頭は、E コマース市場に見られるように中国国内市場における外資企業との競争が展開していたという事実があることである。そしてもう一つは、VIE スキームによって外国人投資家が、不完全な形とはいえ出資してきた、という事実である。そして仮に 2010 年代以降の保護政策によって国内企業が成長したという因果関係を想定する際にも、保護主義とは次元の異なる国内における参入規制の

図6 中国の輸入代替デジタル化の実際



出所：出所：渡辺（1989）、83頁の図および本稿の議論をもとに筆者作成。

緩和と競争促進という政策パッケージの存在にも目を向けるべきであろう。

以上の分析から、輸入代替デジタル化によって中国から大手IT企業が成長した、というストーリーには少なくともいくつかの限界があることが明らかになった。それではこの中国の事例は、どのような含意があるだろうか。

第一の含意は、他の新興国・途上国が、輸入代替デジタル化を実施したとしても、それは成功を保証しないという含意がある。中国の事例から明らかなおとおり、中国は純粋な意味での輸入代替デジタル化を実行したわけではない。2000年代における中国国内での外資企業との競争や、外国人投資家による出資といった面で、現実では明らかに不完全な輸入代替デジタル化が進んだ。さらに保護主義のみではなく、参入を奨励する政策も採用されてきた。他の新興国・途上国が輸入代替デジタル化を目指したとしても、イランの事例のように低質なサービスを提供する企業の登場にとどまる可能性は常にある。

第二の含意は、目下の米中対立への含意である。米中対立の激化によって、両国間のデジタル経済は投資と出資の面でさらなる分断が進む可能性がある。中国企業のニューヨーク証券取引所への上場を巡っては、上場廃止となる企業が出てきている一方で、2022年8月には米国公開会社会計監督委員会（PCAOB）が、中国証券監督管理委員会および中国財政部と、中国企業の監査に関する協定を結んだと発表している¹¹。中国企業が2000年代以来享受してきたグローバルな投資家へのアクセスが今後本格的に制限されるか、それとも維持されるかは不透明な状況である。一方で米国企業の中国進出も、中国政府によるより厳格な規制の対象となっていく可能性もある。

参考文献

伊藤亜聖（2020）「デジタルシルクロード構想～背景、関連文書、企業行動～」日本国際問題研究所編『中国の対外政策と諸外国の対中政策』所収。

岩田伸人（2019）「デジタル貿易ルールの展望 WTO有志国グループの「共同声明」から考える」『日本

- 貿易会月報』2019年10月号 (No.782)、11-14頁。
- エリスマン, ポーター著、黒輪篤嗣訳 (2015) 『アリババ中国eコマース覇者の世界戦略』新潮社。
- 梶谷懐 (2018) 『中国経済講義：統計の信頼性から成長のゆくえまで』中央公論新社。
- 梶谷懐・高口康太 (2019) 『幸福な監視国家・中国』NHK出版。
- 関志雄(2016)「問われる中国のインターネット企業の海外上場の在り方－VIEスキームの功罪を中心に－」『野村資本市場クォーターリー』2016年秋号、174-184頁。
- 田中辰雄・矢崎敬人・村上礼子 (2003) 「ネットワーク外部性の経済分析～外部性下での競争政策についての一案～」競争政策研究センター共同研究報告書。
- 戸堂康之 (2015) 『開発経済学入門』新世社。
- 廉薇・辺慧・蘇向輝・曹鵬程著、永井麻生子訳 (2019) 『アントフィナンシャル 1匹のアリがつくる新金融エコシステム』みすず書房。
- 渡辺利夫 (1989) 『アジア経済をどう捉えるか』NHKブックス。
- 艾瑞市場資訊有限公司 (2006) 『中国搜索引擎年度报告 2005年市场份额版』。
- Aaronson, S. A. (2019) “What are we talking about when we talk about digital protectionism?”, *World Trade Review*, 18(4), 541-577.
- Barnett, William, Mi Feng and Xiaoqu Luo (2010), *Taobao vs. Ebay China*, Stanford, CA: Stanford University Press. <https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/case-studies/taobao-vs-ebay-china>.
- Bauer, M., Lee-Makiyama, H., Van der Marel, E., & Vershelde, B. (2014). The costs of data localisation: Friendly fire on economical recovery. ECIPE Occupational Paper, No. 3.
- Bauer, M., Ferracane, M. F., & van der Marel, E. (2016). Tracing the economical impact of regulations on the free flow of data and data localization. *Global Commission on Internet Governance Paper Series*, No. 30.
- Beraja, Martin, Kao, Andrew, Yang, David, and Yuchtman, Noam (2021), “AI-tocracy”, NBER Working Paper.
- Bruton, Henry (1998) “A Reconsideration of Import Substitution,” *Journal of Economic Literature*, Vol.36, No.2, pp.903-936.
- Chen, L Cheng, W Ciuriak D Kimura, F Nakagawa, J Rigoni G Schwarzer, J (2019) "The Digital Economy for Economic Development: Free Flow of Data and Supporting Policies", RIETI Policy Brief, 4.
- Corden, Max (1997) *Trade Policy and Economic Welfare (Second Edition)*, Oxford: Clarendon Press.
- Ferencz, Janos (2019), “The OECD Digital Services Trade Restrictiveness Index”, OECD Trade Policy Papers, No. 221, OECD Publishing, Paris. (<https://www.sipotra.it/old/wp-content/uploads/2019/01/The-OECD-Digital-Services-Trade-Restrictiveness-Index.pdf>).
- Freedom House (2018) “Freedom on the Net 2018: The Rise of Digital Authoritarianism.” (<https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2018/rise-digital-authoritarianism>).
- Griffiths, James (2019) *The Great Firewall of China: How to build and control an alternative version of the internet*. Zed Books.
- Harris on, Ann, and Andrés Rodríguez-Clare (2010) “Trade, Foreign Investment, and Industrial Policy for Developing Countries,” in Dani Rodrik, Mark Rosenzweig ed. *Handbook of Development Economics*, 4039-4214, Amsterdam: North-Holland.
- Lancieri F. M. (2019) "Digital protectionism? Antitrust, data protection, and the EU/US Transatlantic Rift", *Journal of Antitrust Enforcement*, 7(1), 27-53.
- Mueller, Milton, and Farhat, Karim (2022). Regulation of platform market access by the United States and China: Neo-mercantilism in digital services. *Policy & Internet*.
- Pitakdumrongkit K. (2018) "Addressing Digital Protectionism in ASEAN Towards better regional governance in the digital age", S. Rajaratnam School of International Studies, Policy Report.
- Yalcintas, Altug, and Naseraddin Alizadeh (2020) "Digital protectionism and national planning in the age of the internet: the case of Iran." *Journal of Institutional Economics* 16(4), 519-536.
- Whitehill, Brandon (2017) “Buyer Beware: Chinese Companies and the VIE Structure”, Council of Institutional Investors, December 2017.

— 注 —

- 1 近年多くの論考が公刊されているが、例えば米国とEUの認識とアプローチの差 (Lancieri, 2019)、ASEANでの保護主義の高まり (Pitakdumrongkit, 2018)、T20における議論 (Chen, et al., 2019) を挙げることができる。
- 2 ドワンゴ創業者・川上量生氏「中国の政策はある意味正しい。国家として当たり前のことをやっていると思う。近年、国家と「GAFA (グーグル、アップル、フェイスブック、アマゾン)」のようなグローバルプラットフォームが対立する構造はより明確になってきていて、そんな中で国家ができることは「遮断」しかない。プラットフォーム側も、国家と衝突し、規制されることをいちばんのリスクと感じている。(中略) 僕はこれまで、何度か「中国は正しい」と発言して炎上してきたが、これは倫理的に正しいとか、政策を支持するとかではなく、国家として非常に合理的な行動だと言っているのだ。実際、グーグルやアマゾンに対抗できるプラットフォームを持てたのは中国だけ。産業政策として正しかったと言わざるをえない」東洋経済オンライン、2017年8月22日記事「川上量生「中国のネット管理政策は正しい」」より。
- 3 インターネットへの制限 (Freedom House, 2020)、①接続への障壁、②コンテンツへの制限、③ユーザーの権利の侵害
OECDのDSTR指数の5分野31項目での規制 (Ferencz, 2019)、①インフラストラクチャーと接続性、②電子取引、③決済システム、④知的財産権、⑤他のデジタルサービス。
地域経済協定におけるデジタル関連の5分野 (岩田, 2019)、①電子的送信への関税賦課の禁止、②デジタルデータの越境移動の自由、③コンピュータ設備の立地要求の禁止、④ソース・コードやアルゴリズムの開示要求禁止、⑤個人情報の保護。
- 4 OECDのDSTR指数は、サービス貿易規制指数 (Service Trade Restrictiveness Index, STRI) の集計方法を踏襲して、デジタル分野について専門家による項目ごとの定性的な評価によって構成される。各部門のウェイトも専門家の意見を踏まえて決定されている (インフラと接続性への規制の比重が単純平均よりもウェイト付けられているが、ランダムでウェイト付けした場合のセンシティビティ・テストによって、順位付けが大きく変わらないことが確認されている)。
- 5 投資規制以外の領域ではそれに先立って、2003年にはすでに文化部が許認可制度を導入することで暫定的規制を導入し、2005年に香港マカオを除いて規制を導入し、2007年に全面禁止となった。金融業界の規制はより複雑で、外商投資産業指導目録にはネット系の規制は明記されていないものの、第三者決済システムの領域では2010年に決済業務許可証の取得が必要となっており、外資系企業により許認可取得は実質的に困難であった。
- 6 VIEスキームは中国当局の側からも当然認識されており、早期の対応例としてオンラインゲーム業界規定では、条文でVIEを念頭に置いて「関連の合意締結等により運營業務を実質的に管理し、又は同運營業務に参加してはならない」と規定されてきた (新聞出版総署・国家版權局・全国“掃黃打非”工作小組弁(辦)公室「進一步加強網絡遊戲前置審批和進口網絡遊戲審批管理的通知」2009年9月28日)。また近年では外国投資法の改正やプラットフォーム企業への反独占の法規においてもVIEを念頭においた規定がみられる。
- 7 2021年12月24日公表のパブリックコメント版である中国証券監督管理委員会「國務院關於境內企業境外髮行證券和上市的管理規定(草案征求意见稿)」の2章6条にて、VIEスキームでの国外上場を行う企業は國務院への申請が必要と規定している。日本経済新聞2021年12月25日記事「中国の海外上場「VIE」、条件付き継続 米批判でも」も参照。
- 8 JETRO2021年8月4日記事「米証券取引委員会、中国企業に対する情報開示要求を強化」参照。
- 9 雷鋒網、2017年3月4日記事「全国政協副主席羅富和：網絡監管偏嚴，建議提高境外網站訪問速度 https://www.sohu.com/a/127887402_114877
- 10 日本経済新聞2022年12月8日記事「米国で広がるTikTok規制、情報漏洩に懸念 州政府など」 <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOGN07DSH0X01C22A2000000/>。
- 11 JETRO2022年5月9日記事「米証券取引委、監査を実施できない企業リストに中国EC大手など88社追加」、2022年8月29日記事「米中、米国で上場する中国企業の監査をめぐり合意」。

