

日本と中国

⑬ 「小米 (xiaomi)」にみる 起業家精神

「小米 (Xiaomi)」という会社を取り上げたい。Appleのiphoneに近い性能を出すアンドロイド OS 型のスマートフォンをiphoneの4割未満の価格で発売して大ヒットを取り、創業3年目の昨年上半期で133億元(約2300億円)近い売上を達成した伝説の中国ベンチャー企業だ。

□ □ □

筆者の見たところ、この会社の面白さは3点ある。

(1)高いコスト・パフォーマンスを実現するため、構成部品的设计も完成品の生産もアウトソーシングするファブレス生産方式、直営力ファスター・センターやネット上のフォーラムでユーザーと交流する場を設けるコミュニティ・マーケティングとサイト直販方式(広告費をいっさいかけない独創的な販促方法)を組み合わせたことが図に当たった。

(2)インターネットとTVの融合でも独創的で魅力的なネットTV、既存のデジタルTVをネットと結ぶセットボックスなど魅力的な製品を送り出して、これまた大ヒットをとった。通信と放送とインターネットの融合は、中国語で「三網融合」と呼ばれているが、すでに日本は中国に周回遅れの状態だ。

(3)これらの魅力的でリーズナブルな価格の製品群で培ったユーザー(マニア)のバーチャル・フォーラム

も価格がリーズナブルなXiaomiテイストの製品を企画・発売できれば当たる可能性は十分だ。

□ □ □

以上のように、「小米 (Xiaomi)」はシリコンバレー的な感覚から見ても「わくわくさせる」会社だ。創業者代表でいま44歳の雷軍氏は、モトローラ、マイクロソフト、グーグルなど世界的なIT企業中国法人の幹部経験者数名に声をかけて、この会社を共同創業した。雷軍氏自身は米国での留学も勤務も経験していないが、ベンチャー企業の成長のさせ方に熟達した経営者という印象がある。

□ □ □

このサクセス・ストーリーに思うことが幾つかある。

第一。この会社の魅力的な商品は、「ファブレス」生産方式から生まれた。ついこの間まで、先進国企業がグローバル化に適応するために採る戦術だったのに、いまや中国の中で、この作戦で勝ち組になる会社が現れた。

外資が「手取り足取り」指導しなくても、ハイテク分野で高レベルな分業体制を組めるインダストリー・チェーンが中国に出来上がっていることの表れとも言えるが、同じ国の中に知識集約的なファブレス組と「チェーン」の底辺に位置する「血汗工場」が同居するところが中国らしい。

第二。いま中国経済は決して好景気とは言えないどころか、先行きを危ぶませる材料が少なくない。しかし、そういう中でも、魅力的な製品とビジネスモデルを構想するだけでなく、現実のかたちにしてしまう起業家がいる。

第三。「小米 (Xiaomi)」ほど洗練されていなくてもよい。中国私営企業向けベンチャー投資をやっていたときに、才覚に恵まれ、努力することも厭(いと)わない起業家の卵はたくさんいることを知ったが、同時に、中国のビジネス環境が、「コネ」のない私営企業にももっと公平で、いまほど取奪的でなければ、成功してビッグになれる会社はもっと多いはずであり、劣悪な環境での奮闘を余儀なくされ、しかも報われないことの多い彼らをいつも気の毒に感じていた。

□ □ □

起業家がもっと大勢輩出し、おのおの会社を成長させていくことがこれからの中国経済の成長には不可欠だ。「政府主導」の経済運営が何をもたらすかは、この数年でじゅうぶん分かったはずだ。昨年11月の三中全会は正しい改革の方向を定めたが、100日過ぎてもまだ動き出す気配が感じられない。遺(のこ)された時間はもうそう長くはない。

(津上工作室 代表・津上俊哉)

今後の成長持続に必要なもの