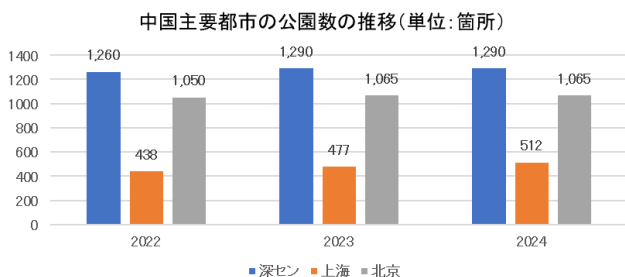


## 深圳レポート

### 中国、「公園+」経済を推進

中国は過去10年間、公園や緑地の建設が大幅に進められてきた。2024年上半期までに、国内の都市公園の数は2.5万カ所を超え、公園の総面積は72万ヘクタールに達した。これらの公園は都市の生態系を改善しただけでなく、住民には休憩、鑑賞、散歩、遊戯、運動、または消費する重要な場所にもなっている。

深センを例にすると、「千園の都市」として、2024年現在までに市内に合計1,290の公園が建設され、住民が身近に緑地を享受できるようになった。このような大規模なレイアウトは、経済効果を生み出す源泉にもなっている。



#### 「公園+」スマートスポーツ施設の建設でスポーツ経済を活性化

近年、中国の都市公園にはスマートスポーツ施設が導入され、スポーツ体験へのハードルが下がったことで、万人のスポーツブームが巻き起こっている。例えば、深セン市は2024年、公園内に170の屋外スマートジムを建設した。このスポーツ施設は体力測定、筋力トレーニング、競技機能を統合し、操作が簡単で、リアルタイムのデータフィードバックを提供する。

これらの施設が無料で開放されたことにより、公園のスマートジムは運動後の飲料や新しい運動靴、軽食など、スポーツ経済を支える消費の流れを生み出している。一見単純な「運動」の裏で、公園はスポーツ消費市場を生み出し、住民の健康ニーズを満たすだけでなく、スポーツ産業セグメントを牽引

し、消費の自然発生を形成している。

2024年上半期の時点で、深センの公園におけるスマートジムの累計利用者数は5,200万人を超え、月平均9万7,000人が新たに利用する。経済的な牽引力がスマートフィットネス施設とマッチしている。一方、国民のスポーツ消費需要をさらに刺激するため、深セン市政府は「スポーツ消費クーポン」を支給する消費刺激策を打ち出し、2023年から2024年6月までに累計5,470万人民元を発行し、消費者の注文総額を1億3,600万人民元に押し上げた。

#### 「公園+」イベントと文化観光で消費を活性化

公園に関する経済効果は、日中のフィットネスシーンだけにとどまらない。近年、中国全土の都市公園では、ナイトタイムエコノミー（夜間経済）、「市集」（人を呼び集めるマーケットイベント）、アート展示など、多様なシナリオを通じて、公園の商業的可能性を高めている。

#### 夜間経済の効果

例えば、広州の南沙にある公園とその周辺地域では、「夜市文化」（ナイトマーケット）や「市集活動」の創出を通じて、夜間の入場者数がピークに達している。ストリートパフォーマンス、露天商、ライト・ショーなど、こうした充実したナイトタイム・アクティビティは、多くの観光客を惹きつけ、公園周辺の飲食業、小売業、レジャー産業のブームにもつながった。

#### 芸術・文化イベントからの消費連携

公園は、都市の芸術・文化の自然な担い手となりつつある。例えば、2024年に深センで開催されたグレートベイエリア・フラワーショーは、ショーと公園シーンの組み合わせにより、最初の週末の1日で20万人を超える多くの観光客を集めた。来場者はフラワーアートと芸術作

品を同時に楽しみ、観光、近隣のカフェや書店などの消費を同時に牽引している。

#### 「公園+」無人サービスと即座消費

フィットネスや文化観光に加え、公園は無人サービス施設やスマート・ソリューションを通じて、利用効率や消費量を向上させている。

スマート無人販売もその一例である。例えば、深センの蓮花山公園では、ロボットによる挽きたてカフェ（RobotAnno）、スマート販売車（Robo-Shop）、Meituanのドローン配達など、飲み物や軽食をいつでも購入でき、即座の消費ニーズに対応できるようになっている。データによると、深センの31の公園が103台の無人コーヒーマシンを設置し、消費の利便性を大幅に向上させ、来園者の滞在時間を延ばしている。

迅速サービスと機能の最適化としたら、無人運転ミニバス（Robobus）が、公園内の近距離移動ニーズに対応している。また、駐車場には、EV車用の移動式蓄電・充電機能が備わっており、公園の全体的なサービスレベルがさらに向上し、ドライブ観光客を引き付け、間接的に周辺の商業地域の消費を押し上げている。

#### 他国の「公園+」経済

##### 米国：社会的組織の主導運営による「公園+」経済

中国の自治体管理とは異なり、アメリカでは公園の運営・管理には常に社会的組織が高いレベルで参加している。

例えば、マンハッタンのど真ん中に位置するニューヨークのセントラルパークは、周囲を高級ビジネス街に囲まれており、パークに隣接するFifth Avenueは、米国で最も有名な宝飾品店、衣料品店、化粧品店などが軒を連ねる国際的な高級商業ストリートであり、コロンビア大学やリンカーンセンターもこのエリアにあるため、これらの文化施設の良好な集積効果が生まれている。

セントラルパークは、民間の非営利団体「セントラルパーク保護協会」（GPC）によって運営されており、公園内でソフトボール大会やコンサートなど様々な文化・芸術イベントを開催することにより、年間4,200万人以上の来園者を受け入れ、周辺の観光業、飲食業、宿泊業の発展を牽引し、約5,000人の雇用を創出し、毎年約10億米ド

ルの経済収入を地元経済にもたらし、市の総収入の約1.8%を占めるなど、ニューヨークの不動産・観光経済の重要な柱となっている。

##### 日本：商業化された公園運営による「公園+」経済

日本は2017年に、官民パートナーシップを通じて都市の緑地の商業化を活用するPark-PFI（Private Finance Initiative）制度を開始した。Park-PFI政策についての公園の建ぺい率の緩和（2%から12%）と事業サイクルの延長（10年から20年）により、民間資本が公園に参加するようになった。

例えば、東京の渋谷区にある北谷公園は、Park-PFIによる変貌の典型的な例である。改修前、この戦略的な立地にある公園は、施設が古いため利用されておらず、ほとんど手付かずの状態だった。東急（TOKYU CORPORATION）の参入により、公園はBlue Bottle Coffeeのカフェなど小規模な商業施設に生まれ変わり、フレキシブルなスペースでマーケットイベントや美術展などの短期イベントが開催されるようになった。その結果、北谷公園には年間平均200万人が訪れるようになり、安定した経済的収益がもたらされ、公園の経済効果と公共サービスの両立を実現した。

その一方、中国の公園経済は独自の道を歩んできた。公園を通じて、スポーツ経済、ナイトマーケット、文化観光、そしてスマートテクノロジーを駆使した新たな商業サービスが自然に結びついており、公園は都市の消費エコロジーを再構築している。目には見えない経済ネットワークが動いている中国の「公園+」は、都市発展の経済活力を促進する新たなエンジンでもある。

## Haivivi 躍然創新 AI技術で進化するぬいぐるみ

社名	深圳跃然创新科技有限公司	英語名	Haivivi
代表者	李勇	URL	<a href="https://www.haivivi.cn/zh">https://www.haivivi.cn/zh</a>
所在地	深圳市前海深港合作区南山街道聽海大道5059号 前海鴻榮源中心A座1203A		
売上 (RMB)	—	従業員 (人)	—
創業年	2021年		
登録資本金	183.8333 万人民币元		
サービス内容	人工知能技術と伝統的なぬいぐるみを融合し、感情的な寄り添いを提供するAI玩具の開発および販売を行う。		

3～8歳の子供は認知の発達と感情の成長の重要な時期にあり、遊びだけではなく、対話や応答を通じた「付き合い」を必要としている。

データによると、2023年の世界の玩具市場規模は1,830億ドルに達し、新生児が減少している日本のような国でも玩具市場は7.1%の成長を維持している。2024年11月、日本の電子製品会社CasioはAI搭載のペット型ロボット「Moflin」を59,400円（約2,779円）で発売し、予約販売段階で既に完売している。Moflinは所有者との対話を通じて感情を変化させ、怒り、悲しみ、喜びなど、まるで本物の生き物のような反応を示すことができる。

ぬいぐるみは子供向け市場において最も成熟したカテゴリーであり、安定した消費基盤と感情的な共鳴力を持っている。AI技術をぬいぐるみに組み込むことで、対話やインタラクティブな機能を提供し、感情的なつながりを築く解決策として注目されている。

このトレンドの中で、AIハードウェアと子供の感情的なサポートを専門とするスタートアップ企業——深圳躍然创新科技有限公司（以下、Haivivi）は、最新のAIハードウェア製品「BubblePal」を発表した。BubblePalは子供との対話ができるだけでなく、感情を認識し、パーソナライズされたコンテンツを生成する。家庭の感情的な空白を埋め、AI大規模モデルが一般消費者向け市場に応用される一つの成功例となっている。

Haiviviは2021年に設立され、天猫精霊（TmallGenie、アリババグループのAIスマート端末ブランド）の元パートナー、李勇（Li Yong）によって創業された。資本面では、Haiviviは半導体分野の投資家「DJIの成功を支えたキーパーソン」こと高秉強氏や、香港科技大学教授でありDJIエンジェル投資家の李沢湘氏傘下のファンドから投資を受けている。これまでに高秉強教授が個人的に行った最大の投資プロジェクトであり、啓賦資本や藍馳創投などの投資機関からも支持されていて、現在新たな資金調達ラウンドを進めている。

### BubblePal: 製品形態と技術の実現

BubblePalは、ぬいぐるみ向けの外付けAIデバイスで、既存のぬいぐるみに装着することで、通常の玩具を「生きている」ような対話型の友達に変えることができる。

技術面では、BubblePalは二層モデルのアーキテクチャを採用している：

**大規模モデル**：論理推論とコンテンツ生成を担当し、子供の質問に答えたり、物語を語ったり、一緒に物語を創作することができる。

**小規模モデル**：感情認識と表現の最適化を担当し、子供の感情状態を認識し、口調や内容を調整して子供の感情的なニーズに応える。

さらに、BubblePalは音声分割処理を最適化して対話の遅延を削減し、自然でスムーズなインタラク션을保証する。また、子供との対話内容を記憶し、共通の思い出を蓄積することで「友達」としての役割を果たす。

### 商業化の道筋と市場の実績

BubblePalの価格は499円で、一般消費者という消費者層をターゲットにしている。製品は主にECプラットフォームで販売され、海外市場でも独立したウェブサイトやAmazonを通じて展開されている。製品は発売後わずか2か月で2万台以上の販売実績を達成した。

IP提携はBubblePalの重要なセールスポイントの一つであり、Haiviviは有名なIPキャラクターと提携して、AIインタラクシオンに親近感を加えている。例えば、『アナと雪の女王』のエルサや『トイ・ストーリー』のバズ・ライトイヤーなどのキャラクターを選択でき、子供たちの情緒的な共感を引き出している。保護者は専用のアプリを通じてキャラクター設定やインタラクシオンの重点内容をカスタマイズできる。

### 情緒価値と競争戦略

市場の主流の教育向けハードウェア製品とは異なり、BubblePalは「感情的なサポート」に焦点を当て、教育製品との差別化を図っている。現在、多くの児童向けハードウェア製品は学習ツールや早期教育に偏りがちで、感情的な付き合いのニーズを軽視しているが、BubblePalはこの空白を埋めるものだ。

技術の発展により、人々は感情的価値を重視するようになった。AI玩具やAIペットは、新たなライフスタイルと心の拠り所を提供し、技術と感情の融合を可能にしている。



## 「这有山 The Hill」ここに山がある

中国も日本も、寺社仏閣が山奥に位置している場合が散見されますが、古くから人々は山・川・森などの自然の中に神々の存在を感じていることが多く、町と離れた山は信仰や心の拠り所、修行と教育の場として、生活の中心に位置していたのでしょう。

時代とともに、寺社と人々の関係性は変化し、信仰と関係なく、観光地の一つにもなっていて、その存在感も増えています。

中国東北の吉林省の首府である長春市は、何と「这有山 The Hill」という「山・寺」のコンセプトを商業施設に取り入れ、ショッピング、飲食、エンターテイメント、文化体験を統合した消費者向けランドマークを作り出して話題になっています。この独創的なアイデアは、従来のビジネスモデルの限界を打ち破るだけでなく、消費者にもまったく新しい消費体験を提供しています。

「这有山 The Hill」は、まず商業施設の設計において、ショッピングモール内に登山道と商業スペースを巧みに融合させていて、自然の山の形状と景観を模倣することで、自然の美しさと商業的な雰囲気とを併せ持つユニークな空間を作り出しています。消費者はショッピングの楽しみを味わえるだけでなく、山にいるような静けさと心地よさも感じる概念を演出しようとしています。実際にはたくさんの観光客が殺到しているため、静けさはなく、かなり賑やかでありました。

また、商業スペースのデザインに関しては、レトロとモダンを織り交ぜたコンセプトを採用しています。建物内外には、古い石段、木製ドア、レンガなど、さまざまなレトロな要素が取り入れられ、時代を超えた雰囲気を醸し出しています。

更にここは、単なるショッピング・飲食の場というだけでなく、文化体験センターでもあります。ここでは定期的に、民族音楽、漫才、歌や踊りなど、さまざまな文化活動やパフォーマンスが開催されており、消費者に豊かな文化とエンターテイメントの選択肢

唯来企業管理諮詢（深圳）有限公司  
副總經理

姜 香花

日本・中国専門の進出・撤退案件のエキスパート。  
現在はクロスボーダーM&Aも手がけている。日本人、中国人の気持ちを理解したコンサルティングに定評。中国事業再編・M&Aサービス担当。



を提供しています。同時に、手工芸品店、書店、ギャラリーなど、さまざまな文化要素が商業スペースに取り入れられており、消費者はショッピングを楽しみながら、文化体験もできることから幅広い世代が楽しめるレジャースポットになっています。

山の中に寺もあるというコンセプトなので、毎朝の施設のオープンに合わせて、施設の正面に設置された巨大な僧侶のからくり人形が歩き出すというパフォーマンスも目玉となっています。山頂には特大な現代式(?)の仏像があり、祈願ができるようになっています。

遠出をしなくても、市内で、かつ室内で山と寺の雰囲気を体験できるThe Hillは物珍しさから、現在長春市の名所になっています。

百聞は一見に如かず、今月(2024年12月)から日本人のノービザ入国も可能になりましたので、東北の長春市に行く際には是非体験してほしいと思います。



MICS編集部により提供



深圳未来创新服务中心  
MIRAI Innovation Center Shenzhen

深圳市南山区粤海街道海天二路 19 号盈峰中心ビル 2301  
TEL:86-135-3089-3085  
<https://micsz.jp/>