

## 深圳レポート

### 2025年政府活動報告が開示、着実な前進を狙う

2025年3月5日、全国両会(全国人民代表大会・中国人民政治協商會議全国委員会)が開幕し、政府活動報告により2025年の主要な経済目標と政策方針が示された。報告では、国内外の複合的なリスク要因(海外情勢の不確実性/国内構造改革の難題)を直視する中で、今年度の経済社会運営では『質的向上』と『基盤整備』の二本柱に重点を絞る方針が明文化された。

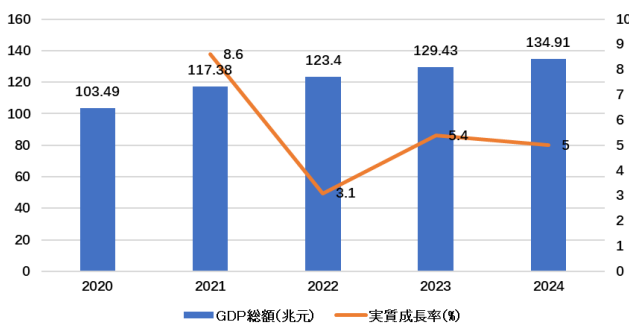
#### 3年連続で5%前後の成長目標

政府は2025年のGDP成長率を「5%前後」に設定した。これは3年連続の目標である。

長期的な計画として、中国の目標は2035年までに一人当たりGDPを「中等先進国レベル」に引き上げ、経済総量や一人当たり所得を2020年の2倍にすることを掲げている。この目標を達成するには、2021年から2035年の間、年平均4.8%以上の経済成長が必要とされる。そのため、2025年の5%という目標は、中長期的な計画と整合性を保ちながら、一定の柔軟性を確保する形となっている。

現在、中国の経済規模は130兆元に達しており、1%の成長がもたらす経済増加分は、10年前の2%の成長に匹敵する。外部環境がますます複雑化し、国内需要の回復が鈍い中で、5%の成長を実現することは決して容易ではない。

過去5年間のGDP推移



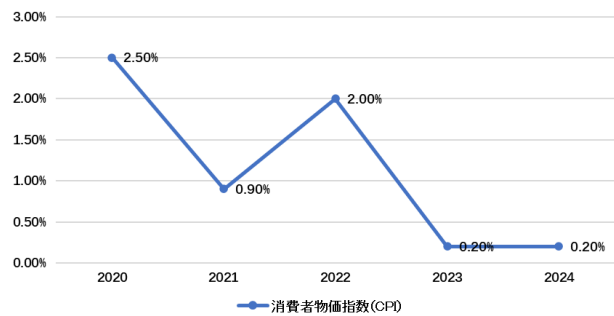
#### 「インフレ抑制」から「回復促進」へ: CPI目標を2%に引き下げ

例年と異なり、中国政府は物価目標を大幅に調整し、2025年の消費者物価指数(CPI)の上昇率目標を2%に設定した。これは、これまでの3%前後の水準から引き下げられた形となる。

この調整は、中国が現在直面している課題が「インフレ抑制」から「需給関係の改善による物価の適正回復」へと移行したことを反映している。2023年と2024年のCPI上昇率はわずか0.2%にとどまり、消費需要の回復の鈍さが浮き彫りとなった。

目標を引き下げたことで、中国政府はより現実的な政策の方向性を示し、価格上昇の抑制よりも、需要回復と消費者信頼の向上を重視する方針を打ち出した。このような政策転換は、日本のような成熟経済においても見られるものであり、低成長・低インフレ環境下では、消費の刺激と物価水準の向上が重要な課題となる。

中国CPI変動率



#### 財政赤字率4%に拡大、政府支出を強化

2025年、中国の財政赤字率目標は4%に引き上げられた。これは、2023~2024年の3%を上回る水準であり、過去最高となる。この大胆な調整は、中国政府が「成長維持と雇用確保」に強い意志を持っていることを示している。

国際的に見ると、欧州連合(EU)はかつて財政赤字率3%の上限を提唱し、長らく財政規律の基準とされてきた。しかし、この基準には明確な経済学的根拠があるわけではない。今回、

中国が3%の従来の枠組みを突破したことで、「短期的な財政均衡よりも成長の安定を優先する」という明確な政策シグナルが発信された。

また、政府は1.3兆元の超長期特別国債を発行し、4.4兆元の地方政府特別債を計画している。これらの資金は、インフラ整備、グリーン化、技術革新、不動産市場の調整などの重要分野に投じられ、経済成長の安定に寄与する。

分野	資金規模(億元)	主な内容
インフラ・都市開発	44,000	交通・水利・エネルギーインフラ、デジタルインフラ(5G・データセンター)、都市再開発
産業高度化・技術革新	13,000	耐久消費財買換え補助(家電・自動車)、消費補助、企業資金繰り支援
金融安定・債務リスク管理	5,000	ハイエンド製造、スマート化・グリーン技術開発、重点産業設備更新
民生・地域間格差是正	12,000	銀行資本補充、地方債借り換え、金融システム安定性向上
消費回復・市場活性化	3,000	教育・医療・雇用支援、地方財政支援

### 適度な緩和と構造的ツールの併用

金融政策に関しては、中国政府は引き続き「適度な緩和」の方針を堅持するとともに、構造的な金融政策ツールの活用を強調した。これにより、中国人民銀行は市場全体の流動性を適正に維持しながら、不動産、技術革新、中小企業といった特定分野への支援を強化する。

特に、資本市場と不動産市場が構造的支援の対象として明記されており、中国人民銀行が金融政策のイノベーションを通じて、株式市場や不動産市場に直接的な信頼と流動性を供給する可能性が示唆されている。この「精密な支援」方式は、システム的な金融リスクを低減すると同時に、市場の期待改善にも寄与する。

### 内部・外部の課題

政府報告では、「世界百年に一度の大変革」が進行し、貿易、地政学、技術競争のリスクが高まるなか、外部環境の不確実性が増していることが強調された。

同時に、国内経済も消費低迷、企業の資金繰り悪化、雇用・所得の圧力などの課題が依然として深刻である。

これに対応するため、政府は以下の施策を掲げた。

- 積極的な財政政策を継続し、耐久消費財の買換えを通じた内需拡大。
- 地方政府による不動産の買取・再活用の強化による市場の安定化。
- 政策実施の監督を強化し、資金の停滞や無駄を防ぐ。

### 産業高度化・技術革新の加速

2025年の政府活動報告では、「新質生産力の発展加速」が重要目標として掲げられた。重点分野は以下の通りである。

- 人工知能、量子技術、6G通信、低空経済。
- スマート製造、グリーン産業、バイオ製造。
- ユニコーン企業・ガゼル企業の育成、世界的イノベーション企業の創出。

このため、中央財政は千億元規模の「未来産業基金」を設立し、量子コンピュータ、6G通信、合成生物学などの基盤整備と技術開発を支援することになる。具体的な目標として、2025年までに量子通信ネットワークを30都市に拡大、6G技術における8,000件の特許取得、生分解性プラスチックのコスト低減と大規模生産を推進する。

今回の政府活動報告では、成長目標に対する自信を示すとともに、内外のリスクについても冷静に分析がなされている。政策方針は明確に示されたものの、その効果については、今後の状況を見極めながら慎重に検証されることが求められるだろう。



『5日、北京の人民大会堂で開幕した第14期全人代第3回会議』

## Zero Zero Robotics AIドローン企業のニッチ戦略

社名	杭州零零科技有限公司	英語名	Zero Zero Robotics
代表者	王孟秋	URL	<a href="https://zerozerorobotics.com/">https://zerozerorobotics.com/</a>
所在地	浙江省杭州市余杭区余杭街道文一西路1818-2番地 1棟171号室		
売上(RMB)	—	従業員(人)	—
登録資本金	12,000 万人民币		
サービス内容	スマートドローンの開発・製造・販売		

世界の消費者向けドローン市場は中国勢が7割のシェアを占め、DJIを筆頭に圧倒的な存在感を示している。カメラやセンサー部品の低価格化が進んだことで機能豊富な製品の開発が加速する一方、現行モデルの大半は風景撮影に特化しており、操作性の複雑さや人物追従精度の不足が課題となっている。こうした業界の状況下、2014年に設立された杭州零零科技有限公司 (Zero Zero Robotics、以下ZZR)は、組み込み型AIと飛行制御技術の研究開発に特化している。IDG CapitalやGGV Capitalなど著名投資機関から総額5,000万ドル超の資金を調達し、深セン・サンフランシスコなどグローバル5拠点で、AIドローンの市場開拓と技術開発を進めている。

※組み込み型AIとは、特定の機器やデバイスに組み込まれたAIのことを指す。

### 主力製品ライン

- Hover Camera Passport - 240gの携帯型ドローン。自動追尾機能と顔認識機能を搭載。
- V-Coptr Falcon - V型双回転翼システムを採用し、50分の飛行時間を実現。プロ向け空撮用途。
- HOVERAir X1 - 125gの軽量設計。手のひらで離着陸が可能。リモコン不要のAI自動撮影が可能。同シリーズのX1 PRO & PROMAXは、8K動画撮影、42km/hの高速追尾に対応。

### 技術革新

ZZRはカーボンファイバー外装と超小型モーター技術を活用することで、Xシリーズドローンの重量を99gまで軽量化し、手のひらで離着陸できるようにした。

また、自社開発のAIビジョンシステムを搭載し、顔認識による自動追尾や低照度環境での画像最適化を可能にし、さらにセンサーを用いた障害物回避機能も実現した。

飛行システムにはV型双回転翼設計を採用し、従来の6ローターを2ローターに置き換えることで、騒音を40%削減し、飛行時間を50分まで延長した。

さらに、スマートフォンのサプライチェーンを活用し、Qualcomm製チップとスマートフォン製造技術を導入することで、生産コストを従来の1/3まで削減した。加えて、耐寒バッテリーを開発し、氷点下20°Cでも安定稼働できるようにした。

これらの技術革新により、アウトドア愛好者が手軽に空撮を楽しめる環境を実現した。

### 市場での実績

ZZRは、DJIが支配するプロ向けドローン市場を避け、一般消費者に特化し、「飛行カメラ」という新カテゴリーを確立した。

ユーザー層は主に一般消費者(60%が女性)、スキーやサイクリングの愛好者、中高年の旅行者であり、特にアウトドアシーンにおける人物追尾撮影のニーズを満たしている。

IDCの調査によると、2023年の国内消費者向けドローン市場は約180万台規模で、ZZRのシェアは8-10%である。HOVERAirシリーズは数十万台を販売し、全プラットフォームでの販売数はDJIに次ぐ規模となった。

2024年には、日本市場向けに99gの飛行カメラを投入し、軽量設計による市場開拓を進めている。さらに、欧米市場にも浸透し、2023年には海外売上が全体の50%以上を占め、DJIとの地域分散型競争を形成している。

### 収益モデル

DJIの価格引き下げ圧力に対抗するため、ZZRは技術の進化によって優位性を強化している。特に、スマートフォン産業の成熟した技術をドローン分野へ応用し、浙江省紹興市政府との協力による生産拠点を活用することで、年間生産台数20万台で、高い良品率を実現した。その結果、Hover 2のハードウェアコストは同類製品と比べて約30%削減されている。

短期的には、ZZRは消費者向けドローン市場の特定分野で一定の強みを維持すると考えられる。しかし、長期的に見れば、AI自動追尾アルゴリズムの精度向上や極端な環境下での安定性が、競争の行方を左右する重要な要素となる可能性がある。



「HOVERAir X1」のイメージ図



## 中古ブランド品ショップが 「倉庫型」で出現

今や世界最大のブランド品市場といわれる中国ですが、景気低迷の中、高級ブランドの中古品買取・販売市場に人気が集まっています。消費者がより安い価格でブランド品を求めていると同時に、中古品を販売したいというニーズも増えている背景があります。

中国の中古ブランド品ショップは、日本と同様に店舗型が主流ですが、最近では「倉庫型」の店舗も出現しています。深セン市南山区のショッピングモールには、「ZZER」(本社:上海市)という倉庫型ブランド品中古店舗が、1,800㎡ほどの面積でオープンしています。主に高級ブランドのバッグ、アクセサリー、時計、衣類などを取り扱っています。

一般的な中古ブランド品ショップは、カウンター越しに店員さんとの対面型になっているので、売り買いの目的がなければ、なかなか気軽に立ち寄るような店舗にはなっていません。その点「ZZER」の場合、広い倉庫を活用して、大量の商品を棚に展示するというコンセプトになっています。高級ブランド品をコストコで選ぶようなイメージといえば分かりやすいでしょうか。店舗に入ったら、ロッカーに手荷物を預けた後、配られる白い手袋を装着したら、広い施設内のブランド品を自由に手に取りながら、状態と価格を確認することができます。

また、数あるブランド品の中で取扱っているのはルイ・ヴィトン、シャネル、エルメス、グッチ、プラダなど、世界的に有名な高級ブランドの中古品に特化し、特に希少なアイテムや限定品も見つかることがあり、ブランド好きにとっては宝探しのような楽しさがあります。

店内では、スマートフォンで商品のタグのQRコードを読み込むことで、価格やその他の情報を確認することができますので、店員を呼ぶ必要もなく、高級ブランド品に興味がない方でも気軽に楽しむことができ、幅広い年齢層が訪れることにつながっています。

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。



一方、品質管理を徹底しており、専門の鑑定士が商品の真偽や状態をチェックし、購入者には鑑定証明書が発行されます。信頼性を確保できることから、偽物を購入するリスクを軽減できるようになっています。出品希望の場合も、とてもシンプルで、ブランド品は上海本社の鑑定部門に一旦郵送されて、鑑定で本物であると判定されたら、本人の希望価額で店舗に出品されることになります。

また、実店舗だけでなく、オンラインでも販売をしていて、ECサイトやSNSを活用し、全国の顧客にアプローチすることができます。

新しいビジネスモデルである、「倉庫型」中古ブランド品ショップは、低価格と高品質を両立させただけではなく、リユースの活性化によるファッション業界の環境保護や資源の有効活用に貢献していることも注目されています。

買うのも、売るのもシンプルを理念に、国内外で「倉庫型」中古ブランド品ショップが挑戦中です。



MICS編集部により



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/>