



世界の工場となった中国で、大きな革命が引き起こされている。そのベースになっているのが、パクリ技術による安価で高性能な携帯電話である。その中国のパクリパワーの次のターゲットは海外進出で、積極的な行動力は、すでに世界市場に大きな影響をもたらしている。そしてさらなる一手は、着実にスマートフォン市場にあるようだ。

### パクリを武器にした山寨手機とは

メイドイン・チャイナはパクリの世界というのが、世界の常識になっている。このパクリ技術が、中国国内で革命を引き起こしている。それは、「山寨革命」と名づけられるほどの衝撃であり、海外の市場にまで大きな影響を及ぼしている。

それは、パクリ携帯による。中国では「山寨手機」（さんさいしゅき、簡体字は山寨手机）と呼ばれ、シャンジャイショウジと発音する。「山寨」はパクリ製品を意味し、「手機」は携帯電話を意味する。山寨とは、もともと山賊の砦を意味する言葉である。

インターネットで「山寨機」や「山寨手機」とキーワード検索すると、中国における数多くの山寨手機に関する資料が入手でき、この山寨事情を窺い知ることができる。レコード・チャイナに数多くの記事が掲載されている。

この山寨手機が衝撃的なのは、世界の有名ブランド品のパクリでありながら、同等の機能やデザインを有するだけでなく、独自機能のついた機種も少なくない。それでいて、政府公認の正規の携帯電話と比べて、半額から1/4程度といった安さなのである。

この山寨手機に最初に飛びついたのは、中国の大都市へ出稼ぎに来る農村からの労働者であった。彼らは低所得であるにもかかわらず、都市での就活活動のためには携帯電話が必要不可欠であったからである。

中国国内で、山寨手機が大きな注目を集めたのは2008年である。この年の流行語に選ばれている程である。「2008年度中国主要メディア10大流行語」（14部門ある）の社会生活部門の1位に、「パクリ（山寨）」が選ばれている。

山寨手機は2001年頃から登場しているが、この当時の製品は安くはなく品質も悪かったのであまり普及しなかった。大きく変わったのが2007年である。台湾のファブレス・メ

ーカーであるメディアテック (MediaTek) 社が、携帯電話用 IC (チップセット) を開発し、中国の山寨機メーカーが、これを搭載できるようになったからである。

この IC チップは画期的であった。簡単に言え、この IC チップ、外側のケース、バッテリーがあれば、携帯電話が簡単に作れるようになった。メーカー的に言えば、開発・製造期間を大幅に短縮し、それに関わる人件費の大幅な削減を可能にしたのである。

しかも、山寨手機メーカーは、大手の正規携帯電話メーカーと異なり、パクリ技術とノーブランド製品のため、開発費、広告費、販促費、アフターケアといった経費が無くて済む。これだけでも、正規の携帯電話に比べて、大幅に安く作れる。

山寨手機が格安なのには、更に大きな理由がある。政府へ税金を払ってないのである。政府公認の正規の携帯電話メーカーとは異なり、山寨手機メーカーは、携帯電話の製造に必要な増値税や販売税を払っていない。当然、政府から販売許可は得ていない。

山寨手機が急成長できたのには、もう一つ大きな理由がある。中国政府の規制緩和である。中国政府は、2007年10月に、それまでの携帯電話の生産に関するライセンス制度を廃止した。これにより、一定の条件を満たせば、いずれの企業にも携帯電話の生産が自由に認められ、大小さまざまな企業が一齐に、山寨手の製造に乗り出したのである。

## 山寨手機が引き起こす価格競争の宿命

さて、これまで山寨手機をパクリ携帯と紹介してきたが、その本質は、パクリだけではない。台湾のメディアテック社が開発した IC チップと無償配布されるソフトが、携帯電話をパソコンと同じコモディティ製品に変えてしまったことである。

すなわち、メディアテック社の技術革新が、ブランド品に劣らない品質の製品を、安価に大量生産できる製品に変えてしまったのである。パクリは、ブランド品の機能やデザインに対してなされ、携帯電話の概観や操作を本物ソックリにしている。

山寨手機は、昔の安かろう悪かろうのコピー機とは異なるが、正規品に比べ、品質の信頼性や安全性について問題を抱えている。価格競争の厳しさが品質低下を引き起こしている。規定以上の電磁波を出したり、電池が爆発したりする事件も報告されている。

コモディティ商品化した山寨手機の大量生産は、中国国内だけでなく海外の携帯電話市場に大きな変化をもたらしている。調査会社 iSupli による、山寨機の生産台数は 2010 年で 2 億 2800 万台、2011 年は 2 億 5500 万台が見込まれるという。

他方、2010 年における世界の携帯電話の販売台数 (ガートナー調べ) は約 16 億台であり、1 位はノキアで 4 億 6000 万台 (28.9%)、2 位はサムソンで 2 億 8000 万台 (17.6%) となっている。

ガートナー社によれば、ホワイトボックス (ノーブランド品) の携帯電話を合計すると、3 億 6000 万台 (約 22.5%) に達している。ホワイトボックスの企業群を一つに括れば、1 位のノキアに迫る販売数を獲得していることがわかる。

中国の山寨手機は、このホワイトボックスの一種である。ガードナー社と iSupli 社の統計内容 (調査対象ならびに、販売統計と生産統計) に違いはあるもの、コモディティ化商品 (ホワイトボックスと山寨手機) が、世界市場ならびに中国市場で、大きな勢力になっていることを、この両社の数値が明瞭に示している。

しかし、中国市場に山寨手機が溢れ、ケータイの時代からスマートフォンの時代に移行しはじめ、安さを武器にした山寨手機は、大きな転機を迎えている。調査会社 iSupli は、

山寨機の生産台数は 2011 年をピークに、以後、生産は落ち込むと予想している。

## 山寨手機は、海外輸出とスマートフォンに活路を求める

では、中国の山寨手機メーカーは、どこに活路を見出そうとしているのであろうか。一つは海外輸出、もう一つは、最近急速に普及し始めたスマートフォンである。

まず、海外輸出であるが、中国周辺の東南アジア、インド、アラブ諸国、中南米など、中国の山寨手機は、世界のブランド・メーカーの低価格品よりも高機能であり、これらの中低所得者層に対して、十分な競争力を持っている。

例えば、韓国紙は、中南米で中国の山寨手機が人気を呼んでいると伝えている。ちなみに、チリでは、音楽やテレビの視聴機能がついた山寨手機が、4 万ペソ（7200 円）で売られていると報じている（朝鮮日報、2010 年 6 月 28 日付け）。

しかし、中国の山寨手機は発展途上国などで、トラブルを引き起こし、インド、パキスタン、エジプトなど幾つかの国で、山寨機の使用を禁止する処置がとられている。

例えば、2009 年 6 月、インド政府は、メーカー不明の山寨手機の輸入禁止にしている。インドが輸入禁止したのは、携帯電話の識別番号 IMEI が山寨機には無く、盗難などによる不正利用の温床を排除するためとされている。

しかし、輸入禁止になったはずのインドで、山寨手機が「深圳ブランド」の携帯電話として販売され大きくシェアを伸ばし、年間 8000 万～1 億台を売り上げる人気ぶりだと、レコードチャイナ（2011 年 5 月 9 日付け）は伝えている。

これは、山寨手機への海外諸国の輸入禁止措置に危機感をもった深圳の華強北エリアの業者達が一致団結し、輸出から現地生産に切り替え、ノーブランド品ではなくブランド品として販売したことが、功を奏したとあってよい。

このように、山寨手機の海外への輸出攻勢は、いろいろな障害を乗り越えて、今後しばらくは続くと思われる。アフリカをはじめとする新興市場でも携帯電話へのニーズは高く、販路拡大の余地は十分にあると見込まれる。

次に、山寨手機の携帯電話のスマートフォンへの切り替えについてみてみよう。スマートフォンの代表とも言える iPhone をパクった HiPhone（2008 年）、APhone（2009 年）が発売されており、タイム誌（2010 年 6 月 22 日号）が中国の 9 大パクリ商品としてこれらの機種を紹介しているほどである。

ちなみに、山寨手機 APhone の OS は、グーグルの Android である。この Android OS が、スマートフォンへの山寨手機の参入障壁を低くしているといつてよいであろう。

しかし、最近、グーグル、アップル、マイクロソフト、サムソンなどの間で、スマートフォンの各種技術を巡る特許侵害訴訟が増えている。この特許訴訟は、成長が期待されるスマートフォン市場を巡る主導権争いの一つである。パクリを武器とする山寨手機が、この紛争と無関係でいられるのかどうか。今後の動向を見守りたい。

今回、中国の山寨手機の拡大がもたらす衝撃についてみてきた。パクリを武器に成長してきた山寨手機を黙認してきた中国政府も、国内の正規携帯電話メーカーの収益が圧迫されるような不当な競争を放置しておいてよいのか、問われる時期にきている。海外諸国も、違法な山寨手機には規制を始めている。今後の山寨手機の動向は、パクリに対する中国ならびに海外諸国の姿勢を占う上で、多くの情報を提供してくれるはずである。

(TadaakiNEMOTO)