

【論文】

# 中国における衆創空間の発展とその背景 —北京と深圳の比較を中心にして—

A Consideration on the Development of Makerspaces in China:  
Comparative Investigation between Beijing and Shenzhen

高久保 豊  
Takakubo Yutaka

## 目次

- 1 はじめに: 本稿の目的
- 2 <双創>の構想とその現実的展開
  - (1) <双創>とは何か
  - (2) <双創>の現実的展開: <衆創空間>との関連を中心に
  - (3) <双創>の多様な展開: 社会的背景との関連を中心に
- 3 「中国版メイカーズスペース」としての<衆創空間>
  - (1) 「メイカーズスペース」とは何か
  - (2) 日本における議論
  - (3) 中国における議論
  - (4) 小括: 論点の整理
- 4 深圳における若干の事例: メイカーズのエコシステムにおける各種タイプ
  - (1) 柴火創客空間 (深圳柴火創客文化伝播有限公司)
  - (2) 中科創客学院
  - (3) 深圳市華強北国際創客中心有限公司
  - (4) その他の事例: 創意銀行, 傘友珈琲
- 5 北京における若干の事例: 北京市における概況, 多様な事例からの示唆
  - (1) 北京における発展概況
  - (2) 義創空間 (北京) 小様青年社区
  - (3) 樂智機器人 (深圳樂智機器人有限公司)
  - (4) 九一衆創空間 (九一科技集団)
  - (5) 北創営: 新青年創客空間 (北京大学全球大学生創新創業中心)
  - (6) <衆創空間>集積の事例: 中関村創業大街
- 6 おわりに: インプリケーション, 残された課題

## 要旨

中国政府は経済発展の新たな推進力として〈双创〉を構想し、中国版メイカムーブメントとして〈衆創空間〉が具体化した。本稿は、北京と深圳との比較を中心に、その状況の解明を試みたものである。その実態は多様化しているが、先行研究によれば、北京に比べてハードウェアの層が厚い深圳では、初心者からプロに至るまで、エコシステムを構成する各種のタイプが確認されることが知られていた。

そこで、聞き取り調査を行ったところ、北京における〈衆創空間〉では、出発点も発展経路も深圳のタイプと異なる様相を帯びたものが見られた。すなわち、「初めに〈衆創空間〉ありき」で始まったのではなく、まず既存の中核となる資源をきっかけとし、その後に諸資源と結びつきながら各自各様の展開を辿る事例が観察された。

北京と深圳のいずれにも共通するのは、①オープンなアクセスを通じた事業創造を重視し、②その発展を伸ばすための政策をうまく活用し、③インキュベーションを応援する社会的な風潮と共鳴し、④発想の転換と次世代の人材育成に力を入れていることである。今後の動向については、他日の論考で掘り下げていきたい。

## 1 はじめに：本稿の目的

本稿の目的は、中国における〈衆創空間〉(当面「メイカーズスペース」とも表記する)の発展に着目し、その北京と深圳との比較を中心にして、この現象をめぐる今後の研究課題の出発点となりうる材料を探ることにある。とりわけ、ここ数年の中国で話題に上がってきた〈双创〉(＝〈大衆創業・万衆創新〉)の構想との関連に留意し、〈衆創空間〉概念とその実態をめぐる議論が拡張しつつある現実を念頭に置きながら、若干の調査を通じて得られた知見を整理することに力点を置くことにしたい。

## 2 〈双创〉の構想とその現実的展開

### (1) 〈双创〉とは何か

〈双创〉とは、〈大衆創業・万衆創新〉の略称であり、李克強國務院総理が2014年9月のダボス会議で提起した構想のことをいう。その趣旨は、まさに文字の示す通り、2つの「創」のことであり、具体的には「大衆による創業と、万民によるイノベーション」

と解することができる。つまり、「中国大衆による創業を促し、多くの人々によるイノベーションへの参画を奨励しようとする考え方」である。

中国政府が、さまざまな人々による創業を促し、各層におけるイノベーションを奨励しようとする狙いは、かつての「安かろう・悪かろう」の製品を大量に製造する工場や、ともすればイミテーション製品を連想させるような Made in China (中国製造)のイメージを払拭し、これからは Created in China (中国智造)を基調とする新たな段階へと変革を遂げよう、という発想の転換に連なるものがあるだろう。その後、〈双创〉は、政府活動報告で頻繁に言及されたり、『中国中小企業青書2016』で「経済発展への新たな推進力」(李・劉, 2016)と謳われたりするなど、存在感を示すキーワードになっている。

〈双创〉の理論的背景については、政府による公式文書のほか、王昌林主編(2018)などの書籍も出版されている。この文献では、〈双创〉の含意、エコシステムと関連する政策体系について、10個の章が設けられ、理論的な検討を試みている。

それぞれの章を訳出すれば、「第1章 “双创”の科学的含意と重要な特徴」(張銘慎),「第2章 経済発展のたゆまぬ動力としての“双创”」(劉国艶),「第3章 就業と富の創出をもたらす“双创”」(李清彬・王陽),「第4章 イノベーション駆動型発展戦略の重要な手掛かりとしての“双创”」(姜江),「第5章 サプライサイド構造改革を推進する重要な体现としての“双创”」(盛朝迅),「第6章 健全な“双创”の評価指標体系の確立」(王昌林・邱靈・張銘慎),「第7章 良好な創新創業生態を作りあげる」(王昌林・張銘慎),「第8章 適切な“双创”発展の財政政策体系を構築する」(劉方),「第9章 適切な“双创”発展の金融体系を構築する」(李世剛・王元),「第10章 “双创”発展に有利な文化的な雰囲気を作りあげる」(曾紅穎)である。

その内容は「はしがき」において8つの方面から要約されている。紙幅のバランス上、内容に踏み込むことを避け、若干のキーセンテンスのみを紹介しておきたい。

——①<双创>の核心は「衆」にあり、その鍵が「創」である。②<双创>とは実質上、一つの改革である。③<双创>は経済発展のたゆまぬ動力である。④<双创>は就業を拡大させ、人民の生活を向上させる根本的な道である。⑤<双创>はGDPにとどまらず、より重要なのは<創新創業>精神を高揚させることにある。

これらは一見すると、教条主義的なお題目のような感もあるが、チェスプロウによるオープン・イノベーションの議論(2003)をはじめ、古今内外の議論を検討し、<双创>という政策を後押しする理論的背景を深めようとしていることが窺われよう。

さらに、このスローガンはただの掛け声だけにとどまらず、中央テレビ局のゴールデンタイムにおいて起業家支援を後押しする趣旨の人気番組の形で放映されるなど、静かとはいえ大きな波を生じさせている感がある。こ

れまでも中国政府はさまざまなキャンペーンを展開してきたが、今回の波は、ロボットやAIによる応用技術の急速な発展などと相俟って、各界の注目するところとなりつつある。

<双创>の実践においては、大学のカリキュラムのなかで、理論面と実務面からの教材が出されている。たとえば、李肖鳴主編(2018)『創新創業実訓』清華大学出版社や余立波(2018)『“双创”教程理論と実務』華東師範大学出版社などがこれである。これらの教科書では、<双创>の意義、イノベーションと企業家精神、チームビルディングとリスク管理、ビジネスモデル・イノベーションと創業に関するデザイン、営利モデルと創業プランニング、プロジェクトの選択と市場調査、財務管理と統制、企業成長とマネジメントの変革など、従来の基本的な学習事項のほか、実際の成功事例などを項目別に説明する内容など、初心者でも容易に学べるような工夫が凝らされている。

このような中国における<双创>の構想とそれに対応する活発な実践状況については、日本の実務家や研究者も視線を注ぎ始めた(たとえば、木村(2016)、金(2016)、高須ら(2016))。とりわけ、広東省深圳の「メイカーズスペース」の状況をめぐるレポートが近年活況を呈している。なかでも深圳の有する製造業における基盤とオープン・イノベーションの動向との関連から、新たなビジネスチャンスの可能性を検討しようとする論調が少なくない。さらには、深圳の華強北(ホワチャンペイ)や北京の中関村、アリババ本部のある杭州などに着目し、ビジネス視察団を募集する広告が日本の新聞紙上で大きく宣伝されるなど、産業界での注目度も高まりつつある。

(2) <双創>の現実的展開：<衆創空間>との関連を中心に

中国政府が経済発展の新たな推進力として掲げた<双創>の旗印は、深圳におけるその現実的展開が突出し、「中国版メイカームーブメント」とも表現しうる状況を呈している様子が垣間見えるが、中国各地での現実的展開はいかかなものであるだろうか。その内実は必ずしも一義的なものではなく、多様であることが予想されるところであろう。すなわち、「中国版メイカームーブメント」という形で注目を集める深圳での新たなものづくりの重要性はさておき、その実際は、当該地域においても、地域間においても、さまざまな展開を見せている可能性に留意しなければならない、と筆者は考える。

ただし、ここ数年の議論では、<双創>が「メイカームーブメント」の潮流の中で提唱された概念であることから、この動きを具体的に表象する「メイカーズスペース」（3Dプリンター等の設備やネットを利用しながら新しいものを創り出そうとする空間）との関連で描写されることが多い。そこで、本稿では「メイカーズスペース」を念頭に置きつつ、<衆創空間>の発展を軸に考察を進めていきたい。

ところで、「中国版メイカームーブメント」の展開は、たしかに当初、「メイカー<創客>を巻き込んだオープン・イノベーション」を原義とする「メイカーズスペース」が世界的潮流と軌を一にして中国で開花し、今や世界を先導する様相さえ呈するに至っている。そして、そのコラボレーションの場は、もともと<創客空間>と呼ばれていたスペースから一歩進んで、<衆創空間>という新たな呼称を得るようになった。さらには、このようにして成長を遂げた個々の<衆創空間>が、自らの領分と認める範囲をそれぞれの強みに応じて主張するようになり、一口で定義することが困難な状況になっている。

こうした現実状況の深まりと広がりを目撃すれば、ハードウェア製造の層が厚い深圳においては、初心者からプロに至るまで、エコシステムを構成する各種のタイプが確認される。これに対して、ソフトウェア開発で実績のある北京では、その強みに対応したエコシステムの構築が進行している。

それでは、<双創>の実態を探る手掛かりとしての「メイカーズスペース」に着目し、<創客空間>から<衆創空間>へとその名称と内実を変化させている状況を、どのように整理したらよいのだろうか。中国内外における議論を踏まえつつ、次節で具体的に検討していくが、これに先立って近年の青年創業の概況をめぐり、北京における現状を事例とした1つの先行研究を簡単に紹介しておきたい。

(3) <双創>の多様な展開：社会的背景との関連を中心に

<双創>の多様性をもたらす背景については諸説あるが、以下では呉（2017）を繙いてみたい。この論考は、深圳での現象とは一線を画する視角から、北京における状況を素材として<双創>の現実的展開を分析しようと試みるものであり、この点において1つの示唆を与えるものと言えるだろう。

呉（2017）の論考は、「第1節 現在の中国青年創業の基本状況と簡単な横断的・縦断的比較分析」、「第2節 中国青年創業の主要な特徴：北京大学卒業生の若干の創業者を事例に」、「第3節 青年創業はなぜ成功したのか：その初期的分析と考察」、「第4節 補論」で構成されている。その主張を敷衍するならば、インターネット技術の普及を背景とする点に特徴があるが、海外メイカームーブメント（ここでの「海外」とは「中国から見た海外」の意）との連動とともに、中国ならではの社会状況との関連が念頭に置かれており、その複合性が問われている。

第1節では、中国における1980年代初頭

と1990年代初頭の青年創業ブームと異なり、今日の青年創業は、高等教育を受けた<八〇後>（1980年代生まれ）と<九〇後>（1990年代生まれ）の若者が主力であると指摘し、創業モデル・経緯・規模と成果の点において顕著な変化があるという（1－3頁）。

第2節では、北京大学卒業生の7つの事例を取り上げ、今日の青年創業の特徴として、①創業者とそのチームの若年化と創造力・想像力の向上、②ビジネスモデルとインターネット技術／プラットフォームとの緊密な結合、③知識の伝播が多様化・高速化・利便化し、アイデアやストーリー性を事業のコアに位置づけている点を挙げ、単一の領域を超えた創業が成功している様子が紹介される（3－9頁）。

第3節では、今日中国の市場経済がある程度の発展を遂げて工業化と都市化が進展したことを述べたうえで、さらに中国自身が一種の社会的資源を保有していることにより、青年創業の土壌が分厚いものになったことが指摘されている。具体的には、①政府の支持により創業の空間が拡大したこと、②インターネットの発展と普及が創業者に対する新たな社会ネットワークの構築をもたらしたこと、③中国社会における未整備な市場メカニズムの補完という意味合いがあることが指摘されている（9－17頁）。

第4節では、初期投資の環境の変化、「インターネット・プラス」分野での米国へのキャッチアップ意欲、中国インターネット業界とそのプラットフォームの発展の影響が述べられている（17－18頁）。

### 3 「中国版メイカーズスペース」としての<衆創空間>

#### (1) 「メイカーズスペース」とは何か

本節ではまず、「メイカーズスペース」という用語をめぐる確認が必要であろう。前半

部分「メイカーズ」の単数形「メイカー」は、英語の“maker”に対応する日本語であり、中国語の<创客>がこれに当たる（わざわざ「メーカー」と表記しないのは、<创客>に相当する「メイカー」という言葉が、日本で製造業者を意味する「メーカー」と異なる概念であることを強調するためである）。また、後半部分「スペース」は空間を指す。ここから、本稿においては、「メイカーズスペース」という用語を、コンピュータや科学に関心を持つ人々が集まり、3Dプリンター等の設備やネットを利用し、お互いに情報を交換しながら、何かを築き上げ、何かを創り出す空間を指すもの、としておきたい。ここでの「メイカーズ」の用法はAnderson (2012) の「メイカームーブメント (Maker Movement)」に関連している。

ただし、中国での用法に焦点を当てると、この「メイカーズスペース」に相当する言葉は、単に<创客空間>と翻訳されるほか、<衆創空間>と表記される場合も多い。ここでの<衆創>という言葉には<万衆創新>の語感が含まれるが、実際には多くの<创客>が参画することによる<創新>という意味から、「クラウドイノベーション」に近いものと解せられることもある。ここから、<衆創空間>を日本語に翻訳すれば「クラウドイノベーション・スペース」ともいうべき内容である場合も少なくない。いずれにせよ、概して言えば、<衆創空間>が<创客空間>の発展形であることが垣間見られよう。

#### (2) 日本における議論

<双创>の構想めぐり、金 (2016) はその目的を「究極的には中国社会におけるイノベーションの理念・精神や起業文化の形成にあらう (7頁)」と指摘し、政府主導による開発体制や民間大企業・大学による既存分野の量産製品・サービスのイノベーションに加えて「草の根 (大衆) によるイノベーション」

を位置づけるほか、＜衆創空間＞を「創新サービスプラットフォーム」として要約する。これをより具体的に、「コ・ワーキングスペース」＋「メイカースペース」or「ハッカースペース」＋「スタートアップ・アクセラレータ」の融合形態であり、創業初期の大衆向けイノベーション・システムと捉えている。

木村（2016）は、調査研究のなかで深圳の変化を取り上げ、これについて「エコシステムの充実によって、新製品開発に携わる企業の層がその層の厚みを増した」こと、さらには「世界のハードウェア系スタートアップ／メイカースの製品開発・製造拠点になっている」ことを指摘する。そのほか、深圳の実態をめぐっては、高須ら（2017）が逸早くその状況を詳細にスケッチしている。趙（2017）は、「地域の先行モデル」として北京中関村創業ストリートと深圳を取り上げつつ、今後の課題を析出している。

### （3）中国における議論

張ら（2016）の整理によれば、＜衆創空間＞の定義として、国务院弁公庁による「低費用・便利化・全要素・開放式の新創サービスプラットフォーム」という位置づけを紹介するほか、科技部による「四化（市場化、専門化、集積化、ネット化）・三結合（創新と創業、ネットワークと実店舗、インキュベーションと投資）・四空間（活動・ネット・交流・資源共有）」という規定を抽出している（46－47頁）。

また、＜創客空間＞から＜衆創空間＞へのさらなる変化の特徴を「1つの転換・5つの拡張」と捉え、①創業メカニズムの転換、②創業空間の拡張、③創業理念の拡張、④創業主体の拡張、⑤創業活動の拡張、⑥創業サービスの拡張、という形で指摘を行っている（49－50頁）。

その後、劉ら（2017）は、『衆創空間：創業型社会の新たなコミュニティ』のなかで、

＜衆創空間＞に関する体系的記述を試みている。やや細かく紹介しておきたい。

まず、「はしがき」のなかで、ドロッカーが「創業型社会」と称したことをめぐり、スモール・ビジネスが1980年以來、毎年70%以上の新製品と就業機会を創出している現象を念頭に置いたことを取り上げ、今日新たな時代がまさに到来していると述べる（前言2頁）。そして、「技術－経済－制度」パラダイムの変遷として、①イノベーション、②資本、③空間、④産業、⑤制度文化という5つの角度からの説明を試みている。とりわけ、＜衆創空間＞とソーシャル・ビジネスが「創業型社会」のインキュベーションにおける媒体となり、シェアリング・エコノミーとプラットフォーム・エコノミーが「創業型社会」の支柱産業となり、オープン・イノベーションを奨励する制度文化が「創業型社会」の文化的土壌になる、との説明を加えている（前言3－5頁）。

続いて、第1編「総論編」では、「第1章 グローバル時代の衆創空間」と「第2章 “双创” が駆動する中国衆創空間の発展」の2つの章において、グローバル化のなかにおける＜衆創空間＞を描き出すべく、米国、EU、日本、韓国の状況を述べた後、中国においては＜双创＞政策が重要な役割を果たしたことが述べられている（3－15頁）。なかでも、①北京を基軸とする華北、②上海・杭州を中核とする華東、③深圳・広州を中核とする華南、④武漢を中核とする中部、⑤成都・西安を中核とする西部という五大エリアで＜衆創空間＞が発展してきたという（20頁）。

また、創業に関して、萌芽期、成長期、拡張期、営利獲得期という4つの段階を示したうえで、各段階で必要とされる解決策と提供されるべきサービスを細かく分類し、①会社登記サービス、②法律コンサルタント、③財務サービス、④人的資源に関するサービス、⑤創業にかかる教育訓練、⑥融資サービス、

⑦メディアによるプロモーション、⑧サロン活動(=各種イベント)の開催、⑨創業コンテストの開催を挙げている。そして、個々の<衆創空間>が、これら①~⑨のどの領域に力点を置いているのかという点で、多様性が見られると述べている(25-28頁)。

第2編「国外衆創空間の代表事例」、第3編「国内衆創空間の代表事例」では、それぞれ8事例(第3章-第10章)、9事例(第11章-第19章)が紹介されている。さらに、第3編「衆創空間理論と政策」では、「第20章 衆創空間の関連理論」、「第21章 衆創空間の公共政策分析」、「第22章 国内衆創空間の政策年表」の3つの章が加えられている。なかでも、第20章で紹介される理論として、①イノベーション・クラスター理論、②オープン・イノベーション理論、③シェアリング・エコノミー理論、④イノベーションと創業のエコシステム理論の4つが紹介されている(339-356頁)。

金鵬輝主編(2017)は、<衆創空間>との関連で、革新型イノベーション・プラットフォームの運営モデルとして、以下の6つを挙げている(17-24頁)。これらの運営モデルは、多様性を帯びた<衆創空間>の現状を理解するのに役立つ原型と言えるであろう。

①企業プラットフォーム型。企業が保有する先端技術の資源に基づき、创业者のために効率よくイノベーションと創業のサービスを提供するものである。具体的には、百度(バイドゥ)、騰訊(テンセント)、京東(JD)、中国聯通、ハイアール集団等のハイテク企業が設営しているタイプがこれに相当する。

②エンジェル+インキュベーション型。米国等で成功を収めたモデルである。民間資本や大学等の教育関連機関が主導し、成功した创业者や大型企業の経営管理者など創業に関する経験を持つ人材をメンターとして送り込む。現場のオペレーション、製品設計、発展

戦略の策定などの経験を伝授することにより、想定される障害とリスクを低減させ、创业者と投資者の双方が利益を得られることを目指すものである。

③オープン・スペース型。低廉な価格で基礎となるオフィスを提供するタイプである。そのほか、適時に創業メンターを招いたり、創業サロンないし講座を開設したりすることにより、创业者の疑問に答えようとするものである。資金面での提供は行わないが、さまざまなベンチャー・キャピタルとの連携を有している。

④メディア委託型。自身の保有するメディア・プラットフォームを活用し、创业者のために多方面からの宣伝活動を行うものである。ハイテク企業に関する報道を長期的に行うことで、創業プロジェクトを短期間で軌道に乗せ、顧客や投資家とのつながりを拡大させ、オンラインとオフラインによる商談の場としても活用されている。

⑤新種不動産型。これは最近出てきたものであり、大型の不動産会社がオフィスと設備を貸し出すことで賃貸料を得るモデルである。現段階では過渡期の存在である。

⑥産業垂直展開型。現有する産業技術を提供するとともに、インキュベーションのための資金を提供することで、特定領域の创业者が技術面で一定水準に到達することを助けようとするモデルである。通常、政府、業界団体や関連する人物が音頭を取り、膨大な人脈や豊富な資金と技術を背景に、创业者の発展を促そうとするものである。

ハイテク中小企業のイノベーションと創業への政策的支援システムに関する学術的研究としては、中国では従前も多く検討が行われており、近年では李・呉(2017)が出版されている。この書籍では、米国、インド、ドイツなどの海外の経験を踏まえ、ハイテク中小企業のイノベーションと創業のためにはそれにふさわしい環境が必要であること、現在

のハイテク中小企業は複雑多岐にわたっていること、今後は金融サービスの健全化と人材供給メカニズムの最適化などが必要であると述べている。ただし、この研究においては、<衆創空間>に関する積極的な言及があるわけではない。

#### (4) 小括：論点の整理

上述のように、金（2016）や張ら（2016）が指摘するように、<衆創空間>概念と内実の拡張が窺われるが、呉（2017）による説明を念頭に置くと、<衆創空間>の展開について、ハードウェアの基盤を強みとする深圳を北京など他地域の状況と比較したとき、北京の状況はその出発点も発展経路も深圳の状況と異なる様相を帯びていることが推察される。このことから、<双创>がすでにメイカームーブメントの文脈だけでは語れない何らかの形態をとっていることが予想される。

この状況をより詳しく描き出そうとした先行研究が劉ら（2017）であると言えるだろう。ただし、劉ら（2017）の業績を精査すると、きわめて典型的で優れた<衆創空間>を扱っているものの、ここからより広い範囲で現実に展開している状況を知ることはできない。確かに、5つのエリアでの<衆創空間>の発展をカバーしているが、実際には、従来の優等生に当たるような<衆創空間>とは異なり、さらに個性のある<衆創空間>が生まれつつあるのであり、劉ら（2017）においてこの点に向けての積極的な言及や着目があるわけではない。となれば、こうした現象に伴って<衆創空間>のさらなる拡張解釈が生じていることへの留意が求められるであろう。

そこで、以下では、先行研究で示される類型に当てはまらない事例も含めて、広く<衆創空間>の現実的展開を垣間見るべく、その一端を解明することをクエスションとして設定し、とくに北京と深圳における若干の事例を検討することにした。

筆者は2017年から2018年までにかけて、深圳と北京の2地点を訪問し、①<双创>構想とビジネスとの関連性、②両地点にみられる共通点と相違点を探るべく、聞き取り調査を行った。今後もこの調査を継続する計画があるが、現段階では①と②に関して若干の知見を導出するに至っている。そこで、既発文献等を参考にし、分析用具が徐々に得られつつある現状を踏まえて、若干の事例を紹介したい。

#### 4 深圳における若干の事例：メイカーズのエコシステムにおける各種タイプ

まず、深圳のケースを取り上げたい。とりわけ、ハードウェアの層が厚い当地の特徴を鑑みて、複数の事例を取り上げることにより、エコシステムにおける各種タイプを確認することに力点を置く。

##### (1) 柴火創客空間（深圳柴火創客文化伝播有限公司）<sup>1)</sup>

李克強國務院総理が2015年1月に訪問し、有名になった非営利の「メイカーズスペース」である。基本的には、3Dプリンター、レーザーカッター、電子開発装置、機械加工装置などを備えた作業用施設であるが、平日夕方の<分享会>（アイデア、製作体験の情報交流など）、週末の「ワークショップ」（週替わりで3Dプリンターなどの各種講習）、会員向けの<共進社>（関心のあるテーマをめぐるディスカッションなど）を主とする各種イベントを開催している。会員はレベルに応じて3種あり、会費は、大衆会員が無料、初級会員が200元/月、上級会員が1,000元/月である。当初の場所は手狭になったため、2017年3月中旬に2000平米の敷地に大型設備を要した空間を増設し、上級会員向けにプロトタイピングや小規模製造を主とする活動を展開する、とのことであった。また、国内の小中高校と連携し、学年の段階に応じたメ

イカー人材育成の体系を提供している。

## (2) 中科創客学院<sup>2)</sup>

深圳市の南山区政府と公立科学研究機関の中国科学院深圳先進技術研究院が共同で2014年11月に設立した「南山国際創客センター」の中核となるメイカーズ育成施設である。「オタマジックシからカエルまでのメイカーズ一貫育成モデル」を謳い、比較的ハイエンドの商品化を目指すメイカーズ向けに、教育、技術設備、知財保護、インキュベーションの4つのプラットフォームにより、各種サービスを提供する。入居に当たりプロジェクトの審査があり、1年間で「卒業」となる。技術メンターとビジネスメンターの「ダブルメンター制」が特徴で、1000名余の技術者を擁する深圳先進技術研究院による指導が強みとなるほか、市場とのマッチングを手助けするという。

## (3) 深圳市華強北国際創客中心有限公司<sup>3)</sup>

深圳の華強北（ホワチエンベイ）と呼ばれる巨大電気街の7階で5000平米の面積を占め、「イノベーションと起業の総合エコプラットフォーム」を謳う「メイカーズスペース」である。オフィス、カフェ、会議室、休息室などのスペース、ファイナンス・法務などの支援、クラウドサービスなどに加え、行政仲介、ヘッドハンティング、ハードウェア実験室、マーケティング、工業デザイン、広告・宣伝などのサービス提供を行う。強みは、騰訊（テンセント）との戦略パートナーシップをはじめ、京東（JD）、360（北京奇虎科技有限公司）、インテル、ICカフェ、雷鋒網（leiphone）などとの協力関係を活かし、川上から川下までのあらゆる要所で繋がれることにある、という。

## (4) その他の事例：創意銀行、傘友珈琲

そのほか、創意銀行（INNO BANK）（深

圳市海歸商業管理諮詢有限公司）<sup>4)</sup>では、市内のショッピングセンターの4階にインテリジェントハードウェア製品の体験場を設けている。200元/月で製品1つを展示する小区画を提供し、来客からの意見をフィードバックすることに留意しているという。

深圳市傘友珈琲創業服務平台<sup>5)</sup>は、北京のガレージ・カフェに似た発想の空間で、利用料はコーヒー1杯分である。主にバイオ・健康産業に力を入れており、関心のある起業家をはじめ、エンジェル、弁護士、会計士などの専門家との意見交換やミーティングのほか、土曜午後の「創業フォーラム」では、創業・R&Dや市場に詳しい人材を招き、話を聞く機会を設けているという。

## 5 北京における若干の事例：北京市における概況、多様な事例からの示唆

### (1) 北京における発展概況

北京における「メイカーズスペース」の発展状況をめぐり、ここではまず、張ら（2016）による先行研究を瞥見したい。これによれば、北京市では2014年以降、「メイカーズスペース」が倍増する勢いを示し、2016年6月現在で<北京市衆創空間>の称号を持つ会社ないし機関が141あるという（116 - 117頁）。また、創業主体の85.7%が民営であり、起業者の約9割が企業管理職・技術者、帰国者、成功した起業家、学生などの「ハイレベル人材」で、67%が北京・天津・華北を中核とする環渤海エリア出身者であるという。さらに、北京の<双创>活動は75%が「インターネット・プラス（Internet+）」領域に集中しており、新しい経済成長ポイントを育てる受け皿になりつつあるのが特徴的という（118頁）。

また、北京における「メイカーズスペース」の発展の歩みは、①「空間と文化」を特徴とする第1段階（例：「車庫カフェ」=共有オフィ

ス+起業文化),②「メディアとリアルの結合」を特徴とする第2段階(例:「36Kr(36氬)」=科技メディア),③「テクノロジーの専門化による発展」を特徴とする第3段階(例:「航天雲網」=インターネット+知的生産システム)が認められるという(120-123頁)。また、主なモデルとして、①イベント型、②教育・訓練型、③メディア駆動型、④投資駆動型、⑤不動産型、⑥産業連鎖型、⑦創業エコシステム型が挙げられるという(123-125頁)。

なお、北京の状況について、〈衆創空間〉の集積を全体として論じた先行研究が少なくない。たとえば、中国人事科学研究院編(王重鳴主編)(2017)は、中関村の創業人材をめぐり、全般の特徴、成長メカニズム、新しい成長モデル、産業発展政策、インキュベーション、人材特区の活力、創業文化、リーダーの役割、融資などの幅広い分析を行うほか、各種指標を提示している。これらをめぐっては、後述の(6)〈衆創空間〉集積の事例:中関村創業大街のなかで再説することとした。

## (2) 義創空間(北京)小様青年社区<sup>6)</sup>

以下ではまず、こうした背景を踏まえて、1つの〈衆創空間〉の事例として義創空間を取り上げ、若干の分析を加えたい。

この青年起業支援総合サービス施設は、異なる規模・段階のチームに対して、「5+2複合商品システム」の環境を提供する。これは「①活動空間、②オフィス、③宿泊場所、④カフェ、⑤出展機会」+「①ファイナンス、②科技メディア」を指し、伝統的なインキュベーション施設に加え、交流・展示、休息・娯楽、宿泊の場所のほか、仲介サービス・各種優遇の提示、創業トレーニング、広告媒体、さらに資金面・技術面のサービスなど、多様なニーズに応える体系のことをいう。

義創空間が自らを「双创時代の新型飛び地

インキュベータ」と称するのは、義烏市と小様青年社区が共同して北京で設けたインキュベータであり、義烏、北京ならびに深圳、広州、厦門、蘇州、済南、武漢、西安、重慶、成都の小様青年社区との連携を有することによる。主に大卒後の1990年代生まれの起業希望者が利用し、VR、AI、ビッグデータ、インターネットファイナンス、インテリジェントハードウェアなどの製品・サービスの開発とそのアップグレードなどに携わっている。

以上からのインプリケーションとして、義創空間の場合、「1つの転換・5つの拡張」で描かれる〈衆創空間〉の一端が垣間見られること、当地のみならず全国各地との連携を射程に入れていること、ソフトウェア関連の領域が中心となっていることが、初歩的に浮かび上がってくる。

## (3) 樂智機器人(深圳樂智機器人有限公司)<sup>7)</sup>

次に取り上げるのは、樂智機器人における〈衆創空間〉の位置づけである。

樂智機器人は、2013年に創業し、大学などの教育機関を顧客として知育教材やメイカー育成のための教学モデルを設計・販売する会社である。当初に登録した場所であることから、会社名に深圳の文字があるが、その後ビジネス展開の優位性を考慮に入れ、調査の時点では、すでに会社の主たる機能を北京に移しつつあるという。また、会社名に〈機器人〉(ロボット)の文言があるのは、形のある象徴的な名称で事業内容を表現するためであるという。実際に扱っているのは、物体としての知育教材だけでなく、創造的なものづくりを担う人材を育てるカリキュラムを主としており、そのための運営ガイダンス、コーチング、融資関連サービス、法律・広報サービス、アフター・サービスなどの提供に力を注いでいる。

たとえば、小中高生向けのプランでは、知識と能力という2つの柱を定めて、生活学習、

地理天文、宇宙科学技術、安全教育という4つのテーマのもと、電子部品をブロック化して基板上でラジオなどを組み立てる教材による学習や、水中ロボットや陸上ロボットの製作と競技大会への参加の機会を与えることなどによって、生徒の科学的思考、定義・設計・問題解決、チームワーク、プレゼンテーション&コミュニケーションの能力向上を図るカリキュラム体系を提案している。

この会社では、こうした提案を構成する1要素として〈創客空間〉の商品化を行っている。すなわち、同社における設計・製造のための生産手段ではなく、教育環境を構築するユニットとしての活動空間の提案である。これは通常の座学で用いられる教室とは異なり、生徒同士が互いに話し合ったり物を作ったりするのに適した教室を指している。具体的には、展示エリア、設計エリア、材料エリア、製造エリア、体験エリア、教学エリア、活動エリア、閲覧エリア、オフィスを組み合わせたもので、特色のある設備やツールにより、イノベーションを促進することが企図されている。

#### (4) 九一衆創空間（九一科技集団）<sup>8)</sup>

続いて取り上げるのは、金融業における事例である。

九一衆創空間は、ニューメディア、VR産業、旅行文化を柱とする〈衆創空間〉である。北京市西城区・石景山区・延慶区と上海市浦東新区・嘉定区の5か所を拠点に、開放型オフィス、創業サービスセンター、総合サービスセンター、メイカーズカフェ、インキュベーション成果展示センターを擁し、創業者のライフサイクルの全段階にわたるワン・ストップ・サービスを行っている。

この〈衆創空間〉の特色は、北京航空航天大学などの著名大学に関わる人材との交流のほか、九一科技集団という企業グループの構成要素であることを生かし、グループの中核

を担う2011年創業の〈九一金融〉による融資と密接な関係を有することにある。もともとの企業グループは、中小零細企業と個人に対する融資により業績を伸ばしてきた〈九一金融〉が出発点であったが、その過程で〈点名時間〉と呼ばれるクラウド・ファンディング、〈九一智库〉と呼ばれるオープン・イノベーションのプラットフォームの活用などにより、注目を浴びるようになった。すなわち、企業グループのレベルで見た場合、この事例は、当初よりメイカームーブメントの流れに沿って〈衆創空間〉が作られたというよりも、むしろ金融サービスの会社がさまざまな関連事業を立ち上げ、それら相互の連携を活かした展開のなかで、副次的に〈衆創空間〉を位置づけたもの、と言えるだろう。

〈九一科技集団〉では、そのほかの活動として、投資コンサルタントの〈九一資管〉のほか、「ウォール街独身会」（青年男女向けイベント）などのユニークな事業も行っている。また、中国共産党テーマパーク〈開放式紅色体験基地〉による村おこしのほか、郷村自治体と協同して立ち上げた事業の剰余金を経済困窮家庭への補助に回す仕組みを開発するなどの取り組みも行っている。

#### (5) 北創営：新青年創客空間（北京大学全球大学生創新創業中心）<sup>9)</sup>

北京大学構内の第二教学楼の一角にある北京大学全球大学生創新創業中心は、新青年創客空間をはじめ、実験室、講堂、カフェ、展示センター、ならびに「トレーニングキャンプ」＝北京大学創業訓練營（略称、北創営）などの設備と機能を擁している。本稿においては、物的空間としての新青年創客空間に加え、この支援機関全体の骨格を定義する北創営を紹介しておきたい。

北創営はもともと、北京大学校友会が音頭をとり、2012年に立ち上げた「北京大学イノベーション・創業支援計画」がその由来で

ある。この計画は、北京大学の有する優位性を生かし、「創業教育、創業研究、インキュベーション、創業投資ファンド」の四位一体の理念に基づくもので、その中核的事業が北創営である。具体的には、ネット講義、テレビ講義、オープンフォーラムのほか、全国に「北創営特訓チーム」を設けて人材育成を行ってきた。この流れで設けられた<衆創空間>が新青年創客空間である。その構成要素は、各種事例と概ね共通するものがある。

ここにおいて注目されるのは、北創営の公益性を重視したオープンな運営方式である。その特色として、①参加申請に当たり、年齢、学歴、会社・個人の別、人数を問わないこと、②学費を徴収しないこと、③市場志向の「政産学研用」結合によるインキュベーション・チェーンを有すること、④層の厚い大学の研究・教育資源とOBネットワークを活用して、教授・企業家・専門メンターの比率を1:1:3で配分し、実践と理論の結合を実現していることなどが謳われている。

#### (6) <衆創空間>集積の事例：中関村創業大街

北京という立地から、どの事例も共通して、政府や各種機関との連携・支援という点で優位性を持っている。そのほか、<衆創空間>の集積で注目される地域として、北京市海澱区に立地し、北京大学と隣接する中関村創業大街が挙げられる。中関村の青年創業者の事例は、張ら（2016）、北京中海投資管理有限公司・中関村創新研修学院（2016）、李ら（2017）、中国人事科学研究院（2017）、尹ら（2018）で詳細に描かれている。

以下は筆者による事例研究ではないが、中関村をめぐる掘り下げた2つの文献を紹介することにより、中関村の<衆創空間>の特徴をまとめておくことにしたい。

第1は、北京中海投資管理有限公司・中関村創新研修学院主編（2016）『中関村“創客

軍団”』である。これは、「中関村における21か所の<双创>ストーリーを共有することにより、中関村の革新的インキュベータの役割と発展を理解する」と書籍のカバーに銘打たれたものであり、その構成は、3本の「はしがき」につづき、「第1章 時代の潮流の中における創業」、「第2章 “創業雨林”のなかで生きる機会を見出す」、「第3章 中関村“雨林生態圏”」、「第4章 創客軍団」、「付録1 中関村革新型インキュベータ概覧」、「付録2 世界の革新型インキュベータ概覧」となっている。

まず注目されるのは、「はしがき」のなかで、北京中海投資管理有限公司董事長・中関村創新研修学院執行院長である柳進軍が序文として執筆した「満開の多様性が<創新創業>の本源」という言葉である。彼は序言1～2頁のなかで、<創新創業生態>の多様性はさまざまな方面で見られるとし、①文化多様性、②領域多様性、③手段多様性、④主体多様性、⑤プラットフォーム多様性、⑥設備多様性、⑦オルガナイザー多様性の7つを挙げる。とりわけ、<創新創業>は「高水準・大規模・上位」や「技術崇拜」とはならず、さまざまな要素が揃うことに加え、混沌（カオス）、偶発（セレンディピティ）、非束縛を包容した信頼感のメカニズムの重要性が表明されている。

第1章では、創業を「外見は奇妙で、何の価値もないような野草」の生育に喩え、その成長が至難であることに触れつつ、これを開花させるには「農場」よりむしろ「雨林」の環境が不可欠であることを説いている（本文9～18頁）。第2章では、30年前の「電子一条街」から「国家自主创新示范区」の創設を経て中関村創業大街が脚光を浴びるまでの今日に触れ、創業イノベーションの新時代を迎えたことが記されている。

第3章では、中関村で形成された「雨林生態圏」における革新型インキュベータの特徴

として、①その創建がシリコンバレーとほぼ同時期であったこと、②企業登記の場所が主に海澱区に集中したこと、③創設主体の多くが成功した企業家や業界の大物などであったことが述べられている（本文 54 - 58 頁）。また、中関村の革新型インキュベータは主に3つのタイプがあり、①「投資+メンター+インキュベーション」によるモデル、②「創業コミュニティ」（=創業カフェと「アイデア+インキュベーション+クラウド・ファンディング」の異種協同）によるモデル、③「O2O」（=ネットとリアルの組合せ）によるインキュベーション・モデルとして描かれるという（本文 58 - 62 頁）。第4章では、＜創客＞に関する21個の事例が取り上げられている。

ここでの主張は、1つの＜衆創空間＞を論じるのではなく、中関村創業大街という多くの＜衆創空間＞の集積によって発揮される多様性の強みにある、と言えるだろう。

第2は、尹ら（2018）『中関村モデル：科学・技術と資本によるダブルエンジン駆動』である。本書は、3本の「はしがき」に続き、「第1章 中関村を振り返る：エリア建設とベンチマーク」、「第2章 数字で見る中関村：理解すべき背景とトレンド」、「第3章 中関村の事例：隠れた英雄たちのモデルチェンジとイノベーション」、「第4章 中関村の政策：政府の役割」、「第5章 中関村モデル：イノベーション生態の噴水モデル」で構成される。このなかで着目されるのは、中関村科技園区管理委員会の役割を特筆した第4章と、中関村におけるイノベーションの生態を「噴水モデル」として描写した第5章である。「噴水モデル」は、①政府と政策メカニズム、②エリアのエコシステム、③企業のイノベーション・システム、④資金調達支援のメカニズム、⑤エリアと企業を跨るさらなる発展、という5つの領域における27個の要素で構成されるが、このうちの②については、産業の多様

性、規模の多様性、社会的ネットワークの多様性、サービスの多様性という4点が示されている。

## 6 おわりに：インプリケーション、残された課題

中国政府は経済発展の新たな推進力として＜双创＞の構想に期待し、実際にはメイカームーブメントの中国における展開として具体化している。「メイカーズスペース」は多様化し、さらなる深まりと広がりを見せているが、地域特性が見られる。北京に比べてハードウェアの層が厚い深圳では、初心者からプロに至るまで、エコシステムを構成する各種のタイプが確認されることが知られていた。

そこで、中国における「メイカーズスペース」に関する若干の文献を渉猟したところ、これは①＜創客空間＞ないし＜衆創空間＞として捉えられ、その内実が転換・拡張しつつあること、②政府が創業とイノベーションのための新しいプラットフォームとして期待していることが垣間見えた。ただし、個々の「メイカーズスペース」を比較すると、特定のエコシステムで果たす役割に大きな違いがあり、また、異なる産業基盤や文化的背景を持つ地域では、異なる発展状況が見られるのではないかと予想された。

以上を前提として、北京と深圳における若干の＜衆創空間＞を訪問し、基本状況に関する聞き取り調査を行った。本稿で取り上げた北京における＜衆創空間＞の事例については、出発点も発展経路も深圳のタイプと異なる様相を帯びていることが観察された。たとえば、北京の九一衆創空間は、九一科技集団という金融を中核とするエコシステムの一構成部分として派生したものであり、深圳における柴火創客空間や中科創客学院のように当初から「インキュベーション」を目的とした存在ではなかった。

もちろん、＜双创＞の現実がまったくメイカームーブメントの文脈を超えて展開しているわけではない。とはいえ、ここで確認したどの事例も「初めに＜衆創空間＞ありき」で始まったのではなく、まず既存の中核となる資源をきっかけとし、その後さまざまな資源と結びつきながら各自各様の展開を辿ってきたことが垣間見られた。

今後はさらに新たな方向に進んでいくことが予想される。いずれにも共通するのは、①オープンなアクセスを通じた事業創造を重視し、②その発展を伸ばすための政策をうまく

活用し、③インキュベーションを応援する社会的な風潮と共鳴し、④発想の転換と次世代の人材育成に力を入れていることである。上記4点は北京に限らず、深圳や他の地域にも当てはまるが、党・政府機関、大学・研究所などの人脈を幅広く活用しうる点など、ハードウェア製造の環境で圧倒的優位を誇る深圳とは異なる強みを主張し、各社本来の強みを補完すべき不可欠の要素として＜衆創空間＞が位置づけられている。この点については、今後の研究で掘り下げた分析が求められるだろう。他日の論考で明らかにしていきたい。

(注)

\*本論文の表記をめぐり、原則として、原文の中国語を日本の常用漢字にそのまま置き換えて表現した語彙が日本語として十分に定着していない場合、アジア経営学会が採用する執筆要項の方式に準じ、これを山括弧〈 〉で表記することとした。ただし、＜衆創空間＞の場合は、本論文のタイトルのなかにおいては、あえて山括弧を外してある。また、訪問した企業や機関の名称は、初出のさいに太字で示すことにした。「メイカースペース」に鉤括弧「 」を用いているのは、これがわりと最近に出現した語彙であり、学界で必ずしも定着しておらず、むしろ「メイカースペース」という呼び方のほうが有力であるなどの事情があるためである。

\*深圳での聞き取り調査に当たり、当地の事情に詳しい全洪霞氏の協力を得た。

1) 柴火創客空間・李麗英氏からの聞き取り調査(2017年3月6日)による。

2) 中科創客学院・湯伊琳氏からの聞き取り調査(2017年3月6日)による。

3) 華強北国際創客中心・韓薇薇氏からの聞き取り調査(2017年3月8日)による。

4) 創意銀行・李歆雨氏ならびに楊霆鵬氏からの聞き取り調査(2017年3月7日・2018年3月13日)による。

5) 傘友珈琲・龐海燕氏からの聞き取り調査(2017年3月7日, 2018年3月12日)による。

6) 義創空間・王芸(Wang Yun)氏からの聞き取り調査(2017年1月9日)による。

7) 樂智機器人・吳日輝氏ならびに王延平氏と陳姝亭氏からの聞き取り調査(2018年3月13日・2018年8月26日)による。

8) 九一科技集団・黃躍氏からの聞き取り調査(2018年1月27日, 2018年8月24日)による。

9) 北京大学全球大学生創新創業中心・林雪氏からの聞き取り調査(2018年1月29日)による。

(参考文献)

(邦文文献)

木村公一朗 [2016]「中国：深圳のスタートアップとそのエコシステム (Ver.3)」日本貿易振興機構・アジア経済研究所, <http://www.ide.go.jp/library/Japanese/Research/Region/Asia/Radar/>

pdf/201611\_kimura.pdf, 2017年8月11日閲覧。

- 金堅敏〔2016〕「中国の新たなイノベーション戦略を支える『大衆創業・万衆創新』政策の展開」『日中経協ジャーナル』12月号 (No.275), 6 - 9頁。
- 高久保豊〔2016〕「中国のビジネスモデル転換に関する一考察：二重移行論との関連」『商学集志』第86巻第2号、日本大学商学部、103 - 120頁。
- 高久保豊・長山宗広・王穎琳〔2017〕「次世代中国のビジネスモデルとイノベーションへの示唆」(日本比較経営学会『比較経営研究第41号：原発問題と市民社会の論理』文理閣, 64 - 72頁)。
- 高久保豊〔2017〕「中国における双创構想とメイカーズスペースの新展開」(アジア経営学会第24回全国大会予稿／当日配布資料)。
- 高久保豊・長山宗広・王穎琳〔2018〕「中国のビジネスモデル・イノベーション」(日本比較経営学会編『比較経営研究第42号：市場経済と市民社会の共生を求めて』文理閣, 52 - 59頁)。
- 高久保豊〔2018〕「中国版メイカームーブメントの多様性：深圳と北京の比較を通して」(アジア経営学会第25回全国大会予稿／当日配布資料)。
- 高須正和, ニコニコ技術部深圳観察会編〔2016〕『メイカーズのエコシステム 新しいモノづくりがとまらない。』インプレスR&D。
- 趙瑋琳〔2017〕「イノベーションの重要性が高まる中国の動向と課題」『東亜』3月号 (No.597), 22 - 30頁。
- 長澤成悟・池田真也・黄鶯・谷口滉・金子拓斗・結城里菜〔2018〕「中国・日本のメイカームーブメントから探るモノづくりの新たな一断面～衆創空間の深化に着目して～」(日本日中関係学会編『日中経済とシェアリングエコノミー』(若者が考える「日中の未来」Vol.4)日本橋報社, 123 - 134頁)。

(英文文献)

- Anderson, Chris〔2012〕*Makers: The New Industrial Revolution*, Crown Business (邦訳：クリス・アンダーソン (関美和訳)〔2012〕『MAKERS—21世紀の産業革命が始まる』NHK出版)。
- Iansiti, Marco, and Roy Levien〔2004〕*The Keystone Advantage: What the New Dynamics of Business Ecosystems Mean for Strategy, Innovation, and Sustainability*, Harvard Business School Press(邦訳：マルコ・イアンシティ, ロイ・レヴィーン (杉本幸太郎訳)〔2007〕『キーストーン戦略—イノベーションを持続させるビジネス・エコシステム』翔泳社)。

(中国語文献)

- 尹衛東・董小英・胡燕妮・郭偉瓊〔2018〕『中関村模式：科技+資本双引擎驅動』北京大学出版社。
- 王昌林主編〔2018〕『大衆創業万衆創新理論初探』人民出版社。
- 金鵬輝主編〔2017〕『創客融資路』山東人民出版社。
- 吳志攀〔2017〕「導言：“大衆創業、万衆創新”的局面何以形成？」(李宇寧・任羽中主編〔2017〕『創業路上, 遇見最好的自己：北大創業案例集』北京大学出版社, 導言1 - 18頁)。
- 中国人事科学研究院編(王重鳴主編)〔2017〕『中関村創業人材成長案例』党建讀物出版社。
- 張繼紅主編〔2016〕『衆創空間：互聯網思維下的創新創業昇級版』北京科學技術出版社。
- 北京中海投資管理有限公司・中関村創新研修學院主編〔2016〕『中関村“創客軍團”』中國經濟出版社。
- 余立波〔2018〕『“双创”教程理論与實務』華東師範大學出版社。
- 李子彬・劉迎秋主編〔2016〕『中国中小企業2016藍皮書：大衆創業, 万衆創新催生經濟發展新動能』

中国発展出版社。

李肖鳴主編〔2018〕『創新創業実訓』清華大学出版社。

李素英・呉永立〔2017〕『科技型中小企業創新創業環境及政策支持体系研究』立信會計出版社。

劉志陽編著〔2017〕『衆創空間：創業型社会新群落』社会科学文献出版社。

**(Abstract)**

As a new driving force for economic development, the Chinese government advocated “Mass Entrepreneurship and Innovation” policy. In response to this policy, as a trend of Chinese “Maker movement,” many makerspaces have been built in various places in China.

This paper tried to clarify the development mechanism of makerspaces centering on the comparison of the situation in Beijing and Shenzhen. Indeed, makerspaces in China are diversifying. According to previous research, Shenzhen has many kinds of hardware manufacturers compared to Beijing. In Shenzhen there are various types of makers and entrepreneurs, from beginners to professionals, and it is confirmed that they constitute an advanced business ecosystem in the world.

The author visited some of the makerspaces in Beijing and Shenzhen and conducted an interview. As a result, it turned out that the circumstances of the makerspaces in Beijing had a different aspect from the situation at the time of opening and in the path of development than in Shenzhen.

In Beijing, it could not be said that “in principio erat makerspace”. The companies visited by the author had some sort of core resources first and then needed other resources. In this development process, makerspaces were introduced among the companies, and each one followed their own development.

On the other hand, the cases of Beijing and Shenzhen have the common matters. 1) The companies in both regions basically emphasize business creation based on open innovation. 2) The companies in the two regions are making good use of their policies for their own growth. 3) In both cases, the companies were resonating with the social trend to support incubation. 4) Companies in the both cases are focusing on changing ideas and developing next generation human resources.

Regarding future trends, the author would like to drill down on other day’s arguments.