

地域的な企業家クラスターの形成メカニズムの分析

——温州の商人集団に基づく研究——

張一力・倪 婧・余向前（丸川知雄訳）

概 要

温州市の産業集積には、必ずその背景に当該地域に大量の企業家が同一産業に従事する「企業家クラスター」が存在する。企業家クラスターは単に製造業の産業集積という形で顕現するだけでなく、例えば温州市永嘉県橋頭鎮の出身者で広東省に事務所を構えて国際的なアパレルや革靴のブランド代理業を営む企業家が非常に多い。永嘉県花坦郷の出身者は中国各地の都市近郊でスーパーを営んでいる。こうした企業家クラスターの輩出を説明するには社会ネットワークと温州特有の文化の影響を考える必要がある。

キーワード

温州、企業家クラスター、商人集団、社会ネットワーク、文化

はじめに¹⁾

中国の歴史のなかで地域的な企業家クラスター（いわゆる「商人集団」）がたびたび出現したが、温州にも独特の企業家クラスターが出現した。本稿ではまず温州の企業家クラスターの全体的な描写を行った後、3つの典型的な温州の企業家クラスターを例示する。続いて温州の企業家クラスターが形成されたメカニズムについて、社会ネットワーク理論に基づく5つの基本仮説を提起する。そして、温州の企業家クラスターが出現した主要な原因は「甌文化」にあると考え、「甌文化」こそ温州の企業家精神を形成し、企業家たちに「実践を通じた学習」を行わせた根源であることを説明する。

1) 本稿は「浙江省哲学社会科学規画常規性立項課題」である「地域的な企業家クラスターの研究——温州商人集団の30年の発展に基づく実証研究」（区域性企业家集群研究——基于温州商帮30年发展的实证分析）課題番号08CGYD041YBの中間的成果である。

I. 歴史上の企業家クラスター現象

本稿では、一つの地方に相互に密接に関係を持つ企業家たちが大量に出現する現象を「企業家クラスター」と呼ぶ。中国の歴史のなかで「山西商人」、「安徽商人」など10大商人集団が出現したが、これらは社会的、経済的、地理的、文化的な背景のもとに、血縁、地縁、そして事業を通じた関係によって形成された地域的な企業家クラスターである。これまで前近代に興隆した伝統的な商人集団、例えば山西商人や安徽商人などに関する学術的研究は、すべて同じ地域の企業家クラスターに関する分析であった。例えば、劉建湖は、中国の商人集団は封建制の主流的な文化思想から抑圧・排斥されるなかで誕生し発展したという特徴をもっているが、それは当時の中国の経済発展の地域的な差異によって可能になった、と考えている。また、王世華は明と清の時代の安徽商人と山西商人の興隆と衰退の軌跡はとても似ており、商人集団としての性格は異ならないが、経営のメカニズムはそれぞれに特色があり、価値観も大きくかけ離れている、とする。他方、呉慧は、安徽商人、山西商人はともに「信、義、誠、仁」をもって商売を行っており、商業界で高い評判を得ることで商業の発展を促進した、と考えている。

こうした伝統的な商人集団に対する研究のほか、新しい商人集団の形成に関する分析もある。陳文龍は、いま中国には地域によって識別できる45の地域的商人グループがあると指摘する。なかでも5つが最も有名で、それは山東商人、蘇南商人、浙江商人、閩南商人、珠江デルタ商人であるとする。また、温州商人は、一部の経済界の人々によって浙江商人のなかから別のもので区別され、特に有名だという。ここで「商人集団」と呼ばれているものは実際には地域的な「企業家クラスター」を意味しており、その現状と発展プロセスはそれぞれ異なっている。山東省の企業家クラスターは、主に青島の国有企業経営者たちをさしており、企業規模やブランドの影響力が大きい。蘇南の企業家クラスターは、郷鎮企業の民営化によって誕生したものであり、企業家の大多数はかつて幹部²⁾であったり、国有企業出身であったりする。福建省の企業家クラスターは、一生懸命に仕事して実利を得ようとするタイプである。珠江デルタの企業家クラスターは香港・マカオとの関係が深く、海外の華人商人と似ている。浙江商人は人数が多く、地域によって特徴が異なる。浙江省東北部の場合は蘇南商人と近いし、寧波は海外の華人商人に近い。温州商人クラスターは内生的に形成され、完全に市場のなかで活動している。従って、温州の企

2) 訳注：本稿でいう「幹部」とは企業の管理職という意味ではなく、大学卒業者などに与えられる身分としての「幹部」である。

業クラスターは最も典型性があり、研究に値する。

II. 温州企業家のクラスター現象

1. 企業家クラスター現象の全体的描写

温州の産業クラスターは中国のなかで一つの典型的なケースとして知られており、柳市鎮の弱電機器、鹿城区の製靴業やライター製造業など、産業クラスターの特徴が顕著である。なぜこのような産業クラスターが形成されたのかについてはいろいろな説明がなされているが、企業家クラスターの存在はその重要な要因の一つである。

ここでいう企業家クラスターとは、一定の地理的範囲に、同一の産業もしくは相互に関連する産業に従事する企業家が大量に出現する現象をいう。かつての「一郷一品」の時代から現在の産業クラスターにいたるまで、企業家が重要な役割を果たしたことは疑いない。いま産業クラスターが多い地域にはかならず企業家クラスターがある。業界団体に参加している企業家の数を見ると、例えば温州市鹿城区には3000人以上の製靴業とその関連産業の企業家がいるし、柳市鎮には弱電機器製造に従事する企業家が2000人以上、龍湾区の梅頭鎮という小さな町にも、水道の蛇口製造とその関連産業に従事する企業家が100人もいる。もちろんここでいう企業家とは、大きな生産額と固定資産を持つ企業の経営者ではなく、リスクは大きい経営者自らが意志決定できる各種の経済組織の責任者を指している。すなわち、私営企業、自営業、株式会社などの出資者やマネージャーを含む。こうした人々が出現した歴史を追うと、温州の企業家クラスターは膨大であることがわかる。

1978年から88年の間に温州市の私営企業数はゼロから350社に増え、自営業者は1980年の1984社から88年には14万6622社へ73倍にも増え、営業額も19億元余りに達した。注目すべきことは、自営業者のうち商業に従事する自営業者は工業に従事するものよりシェアが大きいことで、営業額で見ると商業が80%前後を占めている。自営業の営業額のうち工業が占める割合は最も高かった年でも47%、それも一年だけで、他の年はおおむね20%前後である。温州の自営業者は商業に最も集中している。それは、商業精神の発達と、温州の企業家精神の豊かさを示している。多くの工業企業は、店先に店舗を持つ工場であり、商業資本が工業資本に転化したもので、古典的な工業化の変遷プロセスに合致している（史晋川ほか編、2002、110ページ）。

もう一つ指摘しておきたい事実は工業企業の数である。温州には1978年の時点ですでに4085社の工業企業があったが、これが88年には6万5405社へ15倍にも増えた。一方、

蘇州市の工業企業数は1988年時点で3万1046社で、温州市の半分でしかない。温州の6万5405社の工業企業のうち国有企業は321社で、他に名義のみの集団所有制企業もあるが、後者は実際には特定の民間人が経営している。後者はいわゆる「赤い帽子をかぶった企業」、つまり公有企業の姿を偽装した民間企業である。従って、1988年の時点では温州には6万5000人の企業経営者がいたということになるし、もし1社に3人の出資者がいた³⁾とすると、企業家の数は20万人近くだったということになる。これに14万の工業の自営業者を加え、さらに商業企業を経営する人の人数を加えると、50万人前後の企業家がいたということになる。温州市の1988年末時点での人口は657万人であったから、人口13人あたり1人が自ら企業を所有していたか出資していたということになる。温州では「すべての人が商売をしている」と形容されることもあるが、それはいささかオーバーではあるものの、企業家が多いという現実を反映している側面がある。地域経済発展の初期およびその後の発展過程において温州には企業家クラスターがあり、その数は常に多かった。シュンペーター(1934, 中国語訳253ページ)は企業家が非連続的に出現する現象を解釈している。企業家は一定の時間において出現するのではなく、固まって出現する。これは一人の、あるいは数人の企業家が出現することで、他の企業家の出現を促し、それによってさらに多くの企業家の出現が刺激されるからである。

2009年末までに温州市は36の「国家レベルの生産基地」という称号を受けるに至った。これら「生産基地」の一つ一つが一つの産業クラスターに対応し、温州の郷鎮に分布している。これらの産業が形成された根本的な原因は温州の各地にかなり顕著な企業家クラスターが出現したからである。

2. 温州の3つの典型的な企業家クラスター

①永嘉県橋頭鎮のブランド代理商

橋頭商会の2007年の統計によれば、橋頭鎮の出身者が広州や東莞などを基地として開設したブランド代理会社は200社以上に上り、100以上のアパレル、革靴、革製品、化粧品などの国際的に有名なブランド、例えば「金利来(Goldlion)」、「Crocodile」、「老人頭」、「Cardanro」、「Plover」、「Cartelo」などの代理をしている。推計によれば、橋頭鎮の代理商が扱っている革靴のブランド数は67種、アパレルのブランド数は46種あって、総計113種の国際的ブランドを販売し、その販売額は400億元を超えるという。橋頭鎮はもと

3) 2002年の時点で温州市には私営企業が2万8430社あったが、その出資者は8万6078人で、1社あたり平均3人の出資者がいたことになる。『温州統計年鑑』2003年版、386ページ。

もとボタン製造で有名になったが、「中国のボタンの都」と呼ばれる橋頭鎮の工業生産額は50億元にすぎなかった。橋頭鎮の人々はこれまでの代表的事業であったボタンとジッパーを捨ててブランド代理業に転換しつつあるようである。橋頭鎮の統計によれば国際ブランドやその関連産業に従事する橋頭鎮出身者は5000人もいて、多くは広州市か東莞市に土地を取得して会社の本部を設置している。また中国国内の2級代理、3級代理のなかにも多くの橋頭鎮出身者がいる。かつては人の往来がきわめて多かった橋頭鎮は、今では淋しくなったが、春節や他の連休の時には賑わい、ホテルも満室となる。これは外地で創業した橋頭鎮出身者が帰郷して休みを過ごすからである⁴⁾。

②永嘉県花坦郷のスーパーマーケット業者クラスター

花坦郷は戸籍人口が2万6000人だが、そのうち70%は外地でスーパーマーケットを営んでいる。子供たちも外地で就学し、その面倒をみるために老人たちも外地に住んでいるため、郷に残っている人口は数千人しかいない。花坦郷の農民たちは、付近の楓林、渠口、古廟などの郷鎮の親戚たちと一緒に1992年から全国各地で大小のスーパーを営むようになり、その数は1万店を超える。小さなものは200-300㎡しかないが、大きな店舗は2万㎡を超えるものもある。控えめにみて1店舗あたり年に300万円の売上があると仮定すると、全体で300億元以上の売上を得ていることになる。多くが江蘇省、浙江省、上海市、安徽省に分布しており、これらの地域の都市と農村が接する場所で85%のシェアを持っている。最近数年は東北地方や西南地方にも浸透しはじめ、これらの地域の都市と農村が接する場所で20-30%の市場シェアを持っており、目下急速に上昇しているという⁵⁾。

③泰順県の建材市場商人クラスター

泰順県は温州市の西南部に位置し、古来より「9割が山で、後は水面と平地が半々」と言われる地域であった。利用できる資源は少なく、人々は貧しかったため、1980年代末から90年代初めにかけて泰順県の農民たちは外地へ出稼ぎに行かざるをえなかった。以来10数年を経て、泰順県出身者たちは建材や室内装飾品の市場の建設と運営、不動産開発、建材取引において非凡な業績を挙げた。これらに従事する人数は9万人に達し、泰順県の戸籍人口の4分の1を占める。全国各地に彼らが建設した建材市場、室内装飾品市場、その他の商業施設は100カ所以上ある。総投資額は200億元以上、1年の売上げは150億

4) 「紐扣之都：運作國際品牌年收400億」(<http://www.zjsr.com>, 2008年9月3日)

5) 『温州都市報』2007年4月3日。

元以上で、納税額は20億元である。これは泰順県の年間の財政収入の10数倍に及ぶ。上海市で働く泰順県出身者は2万人以上で、上海泰順商会を組織している。江蘇省にあるすべての建材市場を泰順県出身者が設立し、泰順県出資の商人が江蘇省の建材市場で40%以上のシェアを占めている⁶⁾。

Ⅲ. 温州の企業家クラスターの形成メカニズム

1. 温州の企業家クラスター形成のプロセス

温州の企業家クラスターには濃厚な地域的特色がある。温州の戸籍人口は780万人だが、うち200万人程度は中国各地で商売や企業経営に従事し、50万人は世界各地で商売をしている。地元の商人と企業家、中国各地の商人、海外の温州商人、という3つの部分によって温州の企業家クラスターは形成されている。これら3種類の企業家たちは点から面へ発展し、企業家のネットワークを形成するに至っている。

最も早期の企業家はおそらく外地でローエンドの手工業に従事した温州人たちであろう。彼らは温州市の体制のもとで生活する術がなく、やむなく温州を離れた人たちだった。温州に土地が少なく多くの人口を支えることができなかつたため、多くの農民が外地に活路を求めた。温州を離れることを決断できた農民は、企業家としての人的資本を、温州で現状に満足していた人たちよりも多くもっていたといえ、そのためより高い収益が得られると期待できた。温州を離れると、新しい結節点を形成するとともに、温州との関係も保持した。出稼ぎ先で温州人たちはチャンスを見つけた。例えば永嘉県橋頭鎮のボタン製造業の発展は、外地の国有企業が廃棄した材料を再利用するところから出発した。そして製品に市場があるとわかると生産に従事するようになる。出稼ぎに出た人々のなかには早い段階で温州に戻る者もいる。なぜならここには顔なじみの人々、遊休資金、そして十分な労働力があるからである。従って、いったん新しい産業が勃興すると、企業家精神と企業家の人的資本が不断に成長して広がり、企業家クラスターになる。そして関連する企業家が多数近接した産業に集まり、産業クラスターを形成するようになる。産業クラスターには大量の企業家が集まってきて好循環を形成するようになる。

地元での競争が激烈であるため、企業の利益率は次第に低下していく。そこで一部の企業家は他の地域に転出して商売に従事する。こうした企業家は徐々に全国各地に広がって

6) 魏盛輝・翁旭翁「泰順人闖天下奔市場」『温州日報』2008年9月19日

いく。まず近い都市から遠いところへ、収益率が高い年から低い都市へと流れていく。そうして企業家ネットワークの新たな結節点を作るのである。

外地へ出ていった人たちが企業家として成功すると、それは温州の農民、労働者、さらに幹部にもショックを与え、血縁、親縁、地縁などの関係をたどってより多くの企業家の生成を促す。ある地方の温州人の企業家の数量が一定数に達して、彼らが属する産業の利潤率がどんどん低下すると、企業家たちは分化しはじめる。一部の企業家は新たな移動を始め、より収益率の高い都市へ行き、また他の企業家たちは関連産業への転身を図り、なかには市場の建設、不動産開発に従事したり、国際貿易、娯楽産業や飲食業、様々な投資に従事する者もいる。

一つの都市の温州人企業家たちが相当な経済力をつけ、「温州街」「温州村」を形成したようなとき、彼らの現地の経済に対する影響は強くなる。加えて温州人企業家たちは天性のPR力を備えているため、現地で人民代表大会の代表や政治協商会議の委員に就任するなどの政治的待遇を受けるものも出てくる。また共同利益を追求するため、「温州商会」を設立してより多くの政治的、経済的資源を獲得しようとする。「温州商会」ができると、その都市の温州人企業家の間で密接な連携が生じる。ネットワーク上の結節点の集積効果がよりいっそう高まり、結節点の役割がさらに強まる。

温州にいる企業家たちにとって、地元での激しい競争によって大量の企業家が外地へ転出するが、それによって地元の企業家には外地の市場との連携が生まれ、地元の産業クラスターの成長とコスト低下、取引の便の増大が加わって、地元の企業にも成長がもたらされる。温州の企業家ネットワークの中心な結節点である温州は、こうして38カ所の国家レベルの「生産基地」、80件の「著名商標」、50件の「中国有名ブランド」などの称号を授与されるとともに、外地の結節点との強い連携を保っている。

発展のプロセスのなかで、外国との連携も次第に増える一方、国内での競争は激しさを増すばかりである。中国の対外開放も進み、海外で商売を行いやすくなる。海外では最初のうちは温州や国内の他地域よりもはるかに高い利潤率が得られる。こうして海外にも温州出身者の企業家クラスターが形成される。

温州の企業家クラスターの形成過程は、中国の経済発展過程の一つの縮図であり、企業家の人的資本が生成するプロセスでもある。それは一つの点から面、そしてネットワークへの発展過程である。最初は温州のなかの一地方から始まり、やがて温州を中心としながら不断に結節点を増やし、これらの結節点は温州と多くの連携を持つ。地理的に言えば結節点は次第に遠隔地に広がり、さらには国境を越えるが、温州との連携関係は密接である。連携関係は動的に変化し、結節点は次第に自らの中心を形成する。例えば大都市や中都市には温州商会が作られ、周囲の温州商人との関係を強める機能を果たす。現在、温州は

靴、衣服、電気部品、バルブなどを通じて国内外の温州商人たちと緊密な連携を保っているが、いったん外地の結節点で温州の製品やサービスが必要なくなれば、この結節点との関係は断たれるかもしれない。

2. 温州企業家クラスターが形成するネットワーク生成のモデル

①社会ネットワーク分析と企業家ネットワーク

呉瀚洋（2007）は浙江省嵊州のネクタイ産業の発展過程をみて、産業クラスターと企業家との間には明確な相互作用があると指摘している。地元の企業家の独特の商業性と社会関係ネットワークは産業クラスターの生成の成功に積極的な影響を与える。クラスター地域において創業文化が盛んであることは企業家の成長に良好な条件を与えるし、産業クラスターが持つ産業ネットワークは企業家たちの成長を促進する作用がある。

Burt（1992）は、企業家のイノベーション活動とネットワーク構造の相関分析を通じて、企業家は相当の数の強いつながりをもっていると指摘する。企業家はネットワークの中心にいて、内部である程度の評判を獲得している。直接のつながりがある人たちだけでなく、企業家は直接つながりがある主体を通じて間接的にある程度の数の二次クラスター（secondary clusters）をコントロールしており、これは「蔓クラスター構造」と呼ばれている。企業家は二つの冗長性のない関係を結ぶ重要な位置、すなわち構造的空隙（structural holes）にすることがあり、そうして情報の優位性とコントロールの優位性を享受する。Anderson and Miller（2003）は、ある人の社会資本と社会ネットワーク資源の特性と範囲が、企業家としてチャンスを見出し、追求する能力に影響すると論じている。劉冰・陶海青（2005）は「投げ網」モデルを提起し、企業家の社会ネットワークは最初はとても小さな局所的なものからスタートするが、次第に網が広がって、企業家のネットワークは非常に広範だが粗いものになる。網が広がりきると、企業のネットワーク資源は広い範囲で定位する。こうして一人の企業家の社会ネットワークの変遷には経路依存の現象があることを証明した。すなわち、企業と企業家の最初の成長によって企業家の社会ネットワークの変化の経路と最終的状态が決まる。

②温州企業家クラスターの社会ネットワークモデルの基本的構想

温州の企業家クラスターはとても顕著な現象なので、これまでに多くの分析の試みが行われたが、社会ネットワーク分析の方法の助けを借りることは依然として有望な探求の道ではないかと思う。社会ネットワークの理論と分析方法と、温州の企業家クラスターに対する長期的な観察に基づき、我々は以下の5つの仮説を提起する。これらは今後理論的・

実証的に検証される必要がある。

仮説1：個人企業家は温州の企業家クラスターの一つのノード（結節点）であり、最初から各自のネットワークを持っている。

仮説2：個人企業家はかなり高い中心性を求めるが、それは入次数、中間性、固有ベクトルなどの指標によって測定できる。

仮説3：温州の企業家クラスターのネットワークは高い密度を持っている。

仮説4：温州の企業家クラスターのネットワークはかなり強いつながりを持っている。

仮説5：温州の企業家クラスターのネットワークは常に拡大を続けている。

IV. 「甌文化」と温州の企業家クラスター

林毅夫（1994）が指摘するところでは「一つの社会に有効な制度配置は、もう一つの社会でも有効だとは限らない。」従って、一つの制度の構成要素である文化が、特色のある経済発展モデルの形成に影響を与えることは疑いようがない。蘇南と温州を例に取れば、蘇南地域は一貫して主流の文化の影響が強く、社会に対する強制的なコントロールに傾斜してきた。政府の主な管理手段は政策、法律、規律であり、それゆえ蘇南の人々も集団的意識が強かった。温州は逆に、伝統的に皇帝のいる場所から遠く、主流文化の影響は弱い。根の深い地域的伝統を有し、穏和な観念によるコントロールに傾斜してきた。政府の管理においても習俗、道徳、宗教が重要な役割を果たした。従って、温州では伝統技能や経験を利用して新しい生活への適応を図ってきた。人々は個人的な達成をととも崇拝して重視したので、私営経済が温州で体制の空隙から繁栄してきたのも不思議ではない（余映麗・李進傑、2002）。温州モデルの文化的淵源は「甌文化」あるいは「永嘉文化」（または浙東文化とも呼ばれる）である。「甌文化」は開拓的、開放的、豪放で太っ腹、疾風怒濤、実用的なことを尊び、個性・個人・能力を強調するなどの特徴がある。温州モデルの形成と発展とはすなわち温州企業家クラスターの形成と発展でもあるが、それは彼らが所在する地域の文化的背景と強い関係を持っている。

シュンペーター（1934）によれば成功する企業家には3つの動機がある。第一に、夢がないし意志を持ち、自らの王国、時には（いつでもというわけではないが）一つの王朝を見つけようとする。第二に、征服の意志を持っている。戦闘に対する衝動や、自らが他人よりも優れていることを証明しようとする衝動を持ち、成功を求めるのは成功の果実のためではなく、成功そのもののためである。第三に、創造に対する喜びを抱く。何かをなすという喜びであったり、ただ一人の能力と知能を展開する喜びであったりする。つまり、

企業家が出現するには、成功を夢想する企業家精神が必要であるとともに、実践の才能も必要である。「甌文化」はこの両者の淵源となるものである。

1. 「甌文化」——温州企業家クラスターの精神的源泉

1990年代における温州モデルの急速な拡大と温州モデルに対する研究の深化により、多くの学者は、温州経済の台頭が単に経済学が示唆するような様々な要素の他に、温州人特有の精神と強い関連を持っていることに気づくようになった。

早くも1980年代に張仁寿・李紅（1990）は温州モデルの誕生に際しての歴史的伝統の役割について論じていた。彼らが指摘するところでは、温州には長い商工業の伝統があり、温州人には商工業を経営する上で独特の優位性があるという。また、温州では「功利」や「商業重視」の文化的伝統がある。「甌越文化」の薫陶を受けた温州人たちは、「義を重んじて利を軽く見る」「根本（農業）を重んじて、末節（商業）を軽視する」といった古い觀念に余り囚われず、功利を求め、進取の気性に富み、よく学び、冒険を好み、実務を重視し、競争を厭わない思想を持ち、商工業の発展を重視し、労苦を厭わず、勤勉な精神を持つようになった。こうした文化的伝統は、商品経済が発展するなかで求められる觀念や精神とも合致しているため、温州の農村経済が発展する上で重要な精神的基礎となったのである。

謝健・任柏強（2000）も温州の民間経済と「甌文化」の関係について研究している。彼によれば「甌文化」の経済思想には経済自由主義の理想があり、それは中国の伝統的社会の政治経済制度の枠組ではなかなか実現しにくいものである。しかし、実務重視の精神と、経済自由主義の思想とは後世において温州など一部の地域で商品経済の発展に結びついた。根本（農業）と末節（商業）の両方を重視する思想は明や清の時代の浙江省東部の学術に一定の影響を及ぼし、その発祥地である温州にはより広く深い影響を与えた。

以上のような温州人の、冒険、実務重視、創新の意識はまさに企業家精神そのものであり、ある学者はこれを温州人精神と呼んだ（史・金・趙・羅，2002）。こうした精神は1876年に温州が開港地として拓かれたことで、欧米の商品経済に対する意識と、永嘉学派の功利主義哲学とが衝突しつつ融合した結果であるという。

温州人の豊かな企業家精神は、温州がいろいろな事象において全国最初であったことから裏付けられる。すなわち、中国最初の株式制企業、中国で最初の民間人による航空輸送業への進出、中国最初の民間鉄道、中国で初めて金利のフロート制を採用した信用合作社など。個人の開拓精神、冒険精神、個人の奮闘で獲得した成功を尊ぶこと、困難の克服を敬うこと、古い遺制を廃し革新する創業精神を形成したことで、温州の企業の間ではさ

らに激しい競争と、冒険やイノベーションを通じて個人的成功を求める企業家精神が形成された。一方、中国の他の地域には同様の文化がないため、なかなか企業家精神が生まれないところも多い。こうした企業家精神があったればこそ、温州人は全国に先駆けて、みなが企業家を目指すようになり、企業家クラスターという先発の優位性を有するに至った。

2. 「甌文化」と「実践を通じた学習」の才能の形成

「甌文化」の理念は温州と浙江省南部の地にすでに深い根を張っている。実際を重んじ、利と義を調和させる哲学思想と、商売と理財を重んじ、豊かになることを目指す経済思想とは永嘉学派の唱えた「事功」学説の核心であり、今日それは実利主義を特徴とする実践的文化に転化した。永嘉文化の、根本（農業）と末節（商業）をともに重視する思想は、温州で商工業を重視する永嘉（甌越）文化精神がさらに形成・強化される上で重要な意義を持っていた。温州人は、人口が多い割に土地が少ない状況のなかで古来より環境に合わせて各種の商工業を発展させてきたし、外地に出て行って「わずかな金を握って商売を始める」「技巧を学ぶ」「民が力によって生き抜く」と描写されるような生活をしてきた。また、それは今日の温州の経済社会発展をもたらした重要な精神的資源ともなった。この20年間の温州の経済発展の展開には商工業を重視する伝統の刻印がなされている。例えば、家内工業、店舗兼工場、街道沿いの市場、専門市場、商業と工業のリンケージ、株式合作制、民間出資による社会公益事業、小都市の発展など、温州では、社会経済の発展と制度の構築において数々の実績を積み重ねてきたが、これらは様々な産業の発展と、各自がその能力を発揮することと自由競争を重んじる市場経済メカニズムがもたらした効果だといえる。

こうした文化のもとで、温州と浙江省南部では何世代もの人々が商工業を本業とし、財産を蓄積して豊かになることを目指してきた。人々の商業に対する熱心さは他の地域と比べものにならない。人々はみな富を求め、そのために革新を厭わず、いろいろな資源を利用し、労苦にも耐え、経済的な成功を通じて社会に認められようとしている。そのため人々は多くの時間と資金と各種の資源を企業家としての活動のなかに投じている。温州人の商業精神と創業精神、独立自主の精神は「甌文化」の薫陶のもとで何世代も伝承され、文化の底流となって草の根に浸透している。「すべての人が商売をする」という形容は、中国では問題のある状況を指す言葉として使われることが多いが、温州ではそれが何か問題があるとか不名誉なことだとは認識されていない。こうした企業家精神は南宋の時代から温州と隣接する地域に顕著に存在し、とりわけ温州は中国東南部の通商港になったことから、条件が整えば、この地に胚胎された企業家精神と独立創業の精神があふれ出ること

にもなった。戦争や計画経済の時代にはこうした精神は民間のなかに深く沈潜し、時期の到来を待つしかなかった。1978年になって、政策環境が寛容になり、商工業に従事して得られる利益が保護されるようになり、それまで抑圧されてきた企業家精神が爆発し、全国に影響を与える温州経済の発展モデルが展開されたのである。

温州の民間の伝統では、子女を徒弟に出して商売を学ばせることが尊ばれており、このことを「商売を学ぶ」と呼んでいる。温州の企業家たちのなかにも、例えば改革開放後の第一世代の企業家、具体的には温州の「中国靴王」（＝中国を代表する靴メーカー経営者、という意味）の一人である「吉爾達」の創業者、余阿寿（人呼んで「革靴寿」）も最初は徒弟としてキャリアをスタートした。もう一人の「中国靴王」である「康奈」の創業者、鄭秀康も徒弟から始めた。温州の革靴業界でよく耳にすることであるが、ほとんどの靴メーカーの社長はみな自ら靴を作ることができ、靴の品質にも通暁しているという。温州の他の産業、例えばライター、ひげそり、衣服の状況も同様である。徒弟制度は、企業家クラスターが形成される重要な要素である。徒弟は師匠の生産技術を学び、生産の技能と工程を掌握するが、同時に師匠を通じて原料の調達、生産の手配、製品の販売、顧客との関係などを実践の中で学び、企業を創業して管理するために必要なノウハウを身につける。数年間の徒弟生活を通じて製品の販売ルートについて知り、後の独立創業の基礎を固める。徒弟生活は企業家としての人的資本に対する投資の時期であり、「実践を通じた学習」のなかで獲得した知識は企業家としての人的資本となる。彼らの管理能力、組織をまとめる能力、資源を集める能力などは徒弟の期間中に獲得される。こうした基層からの叩き上げこそが温州の企業家の人的資本の主たる源泉である。中国の他の地方では、親たちは子供を徒弟に出すことを恥じ、学校で学ばせたいと考える。そうして育った子供は政府の採用枠が回ってくるのを待ったり、家業の農業を手伝ったりはしても、自分から創業したりはしないだろう。

「甌文化」は温州の企業家クラスターの生成に対して大きな影響を与えている。それは創業への気概や、イノベーションに挑戦する企業家精神を育てている。こうした精神は少数の企業家だけが持っているのではなく、温州では何千人もそういう人がいる。また、「甌文化」のもとで「実践を通じた学習」を通して企業家が豊富な実践能力を身につける。こうした文化の薫陶のもと、温州の膨大な企業家クラスターが形成され、温州を中国の他の地域とは異なったものにしていくのである。

結語

企業家は経済発展の動力の源泉であり、中国経済のグローバル化と現代化には企業家階層が急速に発展することが必要である。我々は中国の歴史上の商人集団の興亡から得られる教訓を汲み取り、中国の各地域の企業家クラスターにおける企業家のレベルアップを図り、現代に適応させなければならない。また政府の経済管理の考え方を転換して、企業家の供給増加を図り、次世代の企業家を育て、投資環境を改善し、外から企業家を誘致して新しい血液を入れ、企業家クラスターを刷新し、経営者革命を推進し、企業家の国際化を図っていかなければならない。中国の新時代における企業家クラスターの典型として温州の企業家は30年の形成と発展の経験を踏まえ、中国の未来の企業家群の発展に対して示唆を与えている。中国の企業家の素養を向上させ、国際競争に適応でき、イノベーションに挑戦する企業家クラスターを作り出していくべきである。

参考文献

- Anderson, Alistair R., and Claire J. Miller. (2003) "‘Class Matters’: Human and Social Capital in the Entrepreneurial Process", *Journal of Socio-Economics*, Vol.32.
- Burt, Ronald. (1992) *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, Harvard University Press.
- Schumpeter, Joseph (1934) *The Theory of Economic Development: an Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, Cambridge, Harvard University Press. (中国語訳、『経済発展理論』商務印書館, 1990年)
- 林毅夫 (1994) 「関于制度変遷的経済学理論：誘致性変遷与強制変遷」(R.H. 科斯ほか『財産権利与制度変遷』上海人民出版社)
- 劉冰・陶海青 (2005) 「“撤網” 模型与企業家社会網絡演化」『學術月刊』第11期
- 史晋川・金祥榮・趙偉・羅衛東 (2002) 『制度変遷与經濟發展：温州模式研究』浙江大学出版社.
- 吳瀚洋 (2007) 「産業集群与企業家的互動發展——以嵊州領帶集群為例」『中小企業科技』第8期.
- 謝健・任柏強 (2000) 『温州民營經濟研究』中華工商聯合出版社
- 余映麗・李進傑 (2002) 『模式中国』新華出版社
- 張仁寿・李紅 (1990) 『温州模式研究』中国社会科学出版社