

中国における起業の大衆化と「衆創空間」

孫 德 峰
村 上 直 樹

I はじめに

企業家精神は古今東西を問わず、経済発展にとって最も重要な原動力である。とりわけ、高度経済成長が終焉し「新常态」への移行が模索されている中国においては、近年、その役割への期待が益々高まっている。その中国では「大衆創業、万衆創新」（大衆による起業、万人によるイノベーション）という政治的標語のもと、起業・イノベーション活動の大衆化が推進されており、この双创政策を推進する目的で、新しく考案されたのが「衆創空間」である（衆創空間については、第II節で詳述する）。衆創空間は、創業団体やスタートアップ企業によるイノベーションや創業を支援する重要な担い手として注目され急速に発展してきた。『中国火炬統計年鑑』に収録されている衆創空間は2016年時点で全国に4,298か所あり、その後も年率約23%で増加して2019年には8,000か所となっている。

一般的に創業団体やスタートアップ企業はビジネス経験が浅く、創業に必要な資金力や技術力などの資源も乏しいため、創業しても失敗で終わる可能性が高いとされる。衆創空間は、そのような創新創業者に良好なオフィス環境や資源共有環境を備え、低コストで利便性の高いオープンなネットワーク空間を実現する創業プラットフォームである。衆創空間が提供する創業環境は、創業団体やスタートアップ企業のパフォーマンスに重要な影響を与える。

衆創空間における創業支援環境と起業活動の関係についての研究では、衆創空間の提供する創業支援環境を、技術支援環境、資金支援環境、創業活動支援環境、人的支援環境などに分類することが多く、それらの環境要因が、新規企業の財務パフォーマンス、人材パフォーマンス、イノベーションパフォーマンスに与える影響について論じられてきた（趙・楊・王2009；王・熊・李2020など）。

しかしながら、これまで衆創空間に関する研究が着実に蓄積されてきている一方で、その研究の多くはミクロレベルの分析（個票データを用いた分析）に偏っており、その地域的評価、すなわち、各地域における衆創空間の総体としての成果の要因を明らかにする分析が少ないことが指摘されている（薛2021）。また、徐・陳（2021）の論考では、衆創空間が直面する問題として、中西部では数量は増加しているが、一部の中小都市では空室率が比較的高いという現象が見られるなど、地域的な発展が不均衡であると主張している。そのような地域的な不均衡によって、衆創空間による起業向け投資の規模の差異が生まれ、入居する創業団体やスタートアップ企業が受けられる支援が大きく異なることが考えられる。

このような問題意識を踏まえて、本稿では、衆創空間の地域的差異が生む創業支援環境に

着目し、衆創空間の地域データを用いて分析を行う。具体的には、中国の31省（直轄市・自治区を含む）の衆創空間のデータを用いて、衆創空間がそこに入居している創業団体とスタートアップ企業に提供する創業支援環境を、技術支援環境、資金支援環境、創業活動支援環境、人的支援環境の四つに分類し、それらの創業支援環境要因が衆創空間の新規事業創出にどのような影響を与えるのかを明らかにすることが目的である。

本稿の構成は以下のとおりである。まず第Ⅱ節では、中国における双创政策と衆創空間について概説する。続く第Ⅲ節では、既存研究を検討したのち、衆創空間におけるそれぞれの環境要因の側面が新規事業創出に与える影響について仮説を提示する。第Ⅳ節では、実証分析のためのデータの収集と変数の作成の方法について説明する。第Ⅴ節では、回帰分析の推計結果に基づいて仮説を検証し、考察を行う。最後に第Ⅵ節で本研究の結論とインプリケーションを述べる。

Ⅱ 「衆創空間」とは何か

1 起業・イノベーションの大衆化政策

「大衆創業、万衆創新」の標語に含まれる言葉が公に使われたのは2014年第8回夏季ダボス会議の開幕式（2014年9月10日、天津）における李克強首相の演説であると言われている。この演説の中で李首相は前者について「960万平方公里土地上掀起一個“大衆創業”、“草根創業”的新浪潮」（960万平方キロメートルの土地の上に「大衆創業」、「草の根創業」という新しいうねりが盛り上がっている）と述べている。また、後者についても、中国の2億人近い各種の専門人材、技能労働者が自分たちの能力を発揮すれば、「万人創新」、「人人創新」という新形態を形成でき、それが中国の経済発展を新しい段階に進められるといった表現で言及している。

その後、この標語は同年12月10日から13日にかけて開催された2014年中央経済工作会议で取り上げられ、翌2015年3月5日から15日にかけて開催された第十二期全国人民代表大会第三次会議における李克強首相による「2015年政府活動報告」（政府工作報告）にも「大衆創業、万衆創新」というつなげた形で言及された。さらに、同年6月16日には国務院により「關於大力推進大衆創業万衆創新若干政策措施的意見」（大衆による起業、万人によるイノベーションを強力に推進することに関する政策措施に対する若干の意見）が發布され、起業とイノベーションの大衆化を推進する政策が正式に始動した¹⁾。

こうした政策がとられるようになった背景と目的は、この「意見」の第一節に書かれている内容を踏まえて整理すると、まず第1に、生産要素の投入拡大による高度成長が終焉して、中国経済が「新常态」に移行する中で、イノベーション主導の成長が求められていることが

1) この「大衆創業、万衆創新」政策に関して国務院が發布して政策文書は、「双创政策庫」

<http://www.gov.cn/zhengce/shuangchuangzck/index.htm>

にまとめられている。

挙げられる。起業・イノベーションの大衆化を進めることは、新企業の設立、新製品の開発、新市場の開拓、新産業の育成などを通じて、新たな成長を実現するものと期待されている。

第2に、この政策の大きな目的は、起業を通じた就業機会の確保・拡大にある。十分な就業機会を保障することは、中国政府にとって常に最優先課題である。製造業では、特に、伝統的な業種において機械化、自動化が急速に進展している一方、サービス業においても、AIなど新技術の採用によって、雇用吸収力は弱まってきている。そうした状況下で、大学卒業生だけでも毎年一千万人を上回る新規労働者に雇用機会を提供することは、ますます困難になってきている。2021年8月23日に国務院により発布された「“十四五”就業促進規画」を見ても、中国政府が起業による雇用機会の拡大を極めて重視していることがわかる。

そして3番目として、起業・イノベーションを大衆化という形で進めることにより、広く起業に対する関心を高め、起業のための教育訓練が普及し、失敗に対して寛容になるなど、人々の意識が変化して、創業・イノベーションが社会の共通した価値観となることが挙げられる。

イノベーションという概念を新しい製造方法、新製品の開発のみならず、新しいビジネスモデルの創出、さらには、新産業の創造、それらを通じた社会変革と広く捉えるなら、こうした起業・イノベーションの大衆化は、「起業を通じたイノベーション」と理解することができる（木村・牧 2019）。大衆化された起業により社会的な構造変化、制度変化が促進され、それが更なる起業の増勢に結びつくという循環的な発展が実現されるのである。

2 「衆創空間」の成立過程

この双创政策を推進する目的で、新しく考案された組織・概念が衆創空間である。これが具体的にどのような組織なのかを理解するために、まず、この衆創空間という言葉が、政策文書にどのように表れているかを確認することにしたい。

2015年には、年明け早々の1月4日に李克強首相が深圳の「柴火创客空間」を視察したことが話題となった（2015年1月30日付『人民網』）。後述するように「创客空間」とは英語の Makers Space に対応し、そこから衆創空間という概念が生まれたとも言える。この「柴火创客空間」は2011年に設立された中国を代表する「创客空間」である（<http://www.chaihuo.org/>）。さらに1月28日に李首相が主催した国務院常務会議で、衆創空間の発展に向けての政策措置が決まり、衆創空間の概念が明確化され、その発展が本格的に始動したと言っ

てよい。その1週間後の2015年2月6日には科学技術部から「発展衆創空間促進大衆創業、万衆創新」と題する文書が公表された。衆創空間を中心的に扱った最初の政策文書は、「2015年政府活動報告」とほぼ同時期の2015年3月11日（作成は3月2日）に国務院から発布された「国務院弁公庁關於發展衆創空間推進大衆創新創業的指導意見」（国弁發〔2015〕9号）である。この「指導意見」は、標題からもわかるように、衆創空間が双创政策を推進するた

めの存在であることを明確にしている。科学技術部による先の文書と標題がほぼ同じであることから、前者が後者の下敷きとなっていることは明らかであろう。

一方、「2015年政府活動報告」自体にもすでに衆創空間という言葉が見え、この年の活動報告における重要なキーワードとして広く認識されている。たとえば、2015年3月13日から16日にかけて『人民日報』（海外版）には「聚焦政府工作報告 你必該知道的熱詞」という記事が載せられている。そこには「一帯一路」、「中国製造2025」、「長江経済帯」といった、習・李政権下の社会経済を理解するために欠かせない21のキーワードが挙げられており、その中の1つに衆創空間が含まれていた。双创政策の基本文書として6月に出された「關於大力推進大衆創業万衆創新若干政策措施的意見」も当然ながら衆創空間の役割の重要性に言及している。

しかし、ここまでの文書は理念的な内容であり、具体的に衆創空間がどのような概念であるかを知るには2015年9月14日（作成は9月8日）における科学技術部による「發展衆創空間工作指引」（国科発火〔2015〕297号）の公布を俟たなくてはならない。この「工作指引」（活動手引き）は上述の「關於發展衆創空間推進大衆創新創業的指導意見」および「關於大力推進大衆創業万衆創新若干政策措施的意見」を受けて作成された。

さらに、この手引きを具体化した文書として2017年10月12日には国家科学技術部火炬高技术産業開発中心（国家科学技術部松明ハイテク産業開発センター：火炬中心）より「国家衆創空間備案暫行規定」（国科火字〔2017〕120号）が発出された²⁾。この暫行規定には「備案」すなわち、国家級衆創空間の認定条件が具体的に記されている。中国政府による衆創空間の概念を理解するためには、やはり、まずこれら「工作指引」と「暫行規定」の記述を参照すべきであろう。「暫行規定」の第二条には、以下のように書かれている（一部抜粋）。

「众创空间是指为满足大众创新创业需求，提供工作空间，网络空间，社交空间和资源共享空间，积极利用众筹···等新手段，以···，专业化，市场化，网络化为服务特色，實現低成本，便利化，全要素，开放式运营的创新创业平台。」（衆創空間とは大衆イノベーション・創業の要求を満たすため、作業スペース、インターネットスペース、交流スペースおよび資源の共同利用スペースを提供し、クラウドファンディング等の新手法を積極的に利用して、専門化、市場化、インターネット化をサービスの特色として、低コスト、簡便化、全要素、開放的に運営するイノベーションと起業のプラットフォームである。）

このように、従来の、あるいは一般的なインキュベータと比較した特徴として、まず、「低コスト」での運営、それによる起業家への、場所、施設、起業関連サービスの低料金での提供を挙げている。また「簡便化」とは、交通、生活面で便利な、起業家が多く集まるような

2) 1988年、国務院は市場メカニズムを利用して中国のハイテク産業化を促進するための計画「火炬計画」（松明計画）を策定した。「松明ハイテク産業開発センター」はこの計画に関わる具体的な業務を担当する政府機関であり、「ハイテクパーク」、「インキュベータ」、衆創空間に対する政策的関与も同センターの所管である。

地区で衆創空間を建設すること、ビジネス関連、政策関連の手続きが簡便であることを指している。さらに、「全要素」（化）とは物的資本、人的資本、技術といったさまざまな生産要素を適切に融合させることを意味し、「開放式」とは、オンラインとオフラインを結合させて、起業家に交流、設備の共同利用等の場（プラットフォーム）を提供することである。

なお、この暫行規定の第十三条には、毎年一回、新しく認定された国家級（備案）衆創空間のリストを公表することが明記されている。また、第十四条には、各省の科学技術行政を主管する部署はこの規定を参照して当地の衆創空間の管理規則と実施細則を決めることができる、と書かれている。この第十四条を受けて、全国各地で衆創空間関連の政策法規が策定されている。たとえば、河南省では2020年7月20日づけで省の科技・金融とサービス業処が「河南省衆創空間管理弁法」（豫科〔2020〕101号）を發布している。なお、この河南省の管理弁法は、総合的衆創空間および、專業化衆創空間（後述）に関わるもので、国家科学技術部から出された「專業化衆創空間建設工作指引」（後述）も根拠の一つとなっている。

衛・黄（2020）によると、2020年5月現在、「暫行規定」に基づく国家級（備案）衆創空間の認定は以下の5回実施されている。

2015年11月19日第1次認定136か所（国科发火〔2015〕412号）

2016年01月29日第2次認定362か所（国科发火〔2016〕46号）

2016年09月29日第3次認定839か所（国科发火〔2016〕292号）

2017年02月25日第4次認定639か所（国科发火〔2017〕410号）

2020年04月16日第5次認定498か所（国科发火〔2020〕104号）

このように2018年と2019年には国家級衆創空間の新しい認定はなかった模様であるが、他方で、資格の認定見直しが実施され、2018年10月29日にはその結果が「關於公布国家備案衆創空間名单的通知」（国科火字〔2018〕120号）として公表された。この見直しは、直前の9月26日に科学技術部を通じて發布された「國務院關於推動創新創業高質量發展打造「双创」昇級版的意見」（国發〔2018〕32号）（作成：2018年9月18日）の要求に基づいたもので、連続2回、統計調査に回答せず、かつ起業インキュベータサービスを提供していない24か所の衆創空間に対して国家級の資格を取り消した。その結果、この時点で国家級の資格を有する衆創空間は1,952か所となったとされている。

資格認定の見直しは2019年11月18日にも実施されている。この時は、1,949か所の国家級衆創空間について「暫行規定」が挙げている条件を満たしているか再審査し、その結果、1,888か所は満たしているが、60か所は満たしていないとして国家級衆創空間の認定を取り消している³⁾（「科技部火炬中心關於公布2019年度国家備案衆創空間復核結果的通知」国科火字〔2019〕207号）。

その後、2021年3月19日には「科技部火炬中心關於公布2020年度国家備案衆創空間復

3) 認定継続と取り消しの合計が審査対象件数より1か所少ないが、その理由は不明である。

核結果的通知」国科火字〔2021〕65号）が出された。ここでは上述の「発展衆創空間工作指引」（国科発火〔2015〕297号）および「暫行規定」を根拠に2,386か所の国家備案衆創空間を対象に資格の再審査を実施した結果、2,251か所が国家備案の条件を満たしている一方、135か所はその資格を取り消すことになった（それぞれのリストが添付されている）。

さらに、最近の2022年06月30日には「2021年度国家備案衆創空間」として新たに350か所が認定された（国科発火〔2022〕184号）。

衆創空間に関する認定制度としては、特定の産業・技術分野の起業を促進することを目的とした専門的（專業化）衆創空間の認定も創設された。これは2016年2月18日に国务院弁公庁より発布された（作成は2月14日）「国务院弁公庁關於加快衆創空間發展服務實體經濟轉型昇級的指導意見」（国弁発〔2016〕7号）（作成は同年2月14日）に基づくもので、この「指導意見」では、電子通信、生物工学、先進的設備製造、といった重点産業の振興に対して専門的衆創空間が果たす役割の重要性が主張されている。

この「指導意見」を受けて、2016年7月28日に科技部によって制定発布されたのが「專業化衆創空間建設工作指引」（国科発高〔2016〕231号）である。この日には同時に第一回目の国家專業化衆創空間のリストとして、17か所の認定が公表された。その後は、第二回目（2017年12月28日）に33か所（「国科発高〔2017〕418号」）、2020年3月25日の第三回目（2020年3月25日）で23か所が認定されている（国科発区〔2020〕73号）。

3 「衆創空間」の特徴

以上のように、衆創空間とはどのようなものか、政策文書等で定義されているものの、その実態は多様で、捉えにくいとされている。その要因の1つは起業支援を目的とした組織は、従来から存在し、衆創空間もそれらの中に位置づけて捉える必要があるからである。

このテーマに関する初期の文献である孟・呂・黄（2016）には、“国外併没有‘衆創空間’這個詞，但在国外有‘創客空間’一詞”という一文が見える（89頁，下から8行目）。先に述べたように、「創客空間」とは、英語のMakers Spaceの中国語訳である（Makersが創客）。中国の衆創空間は、この英語圏（欧米）で先に生まれた「創客空間」（Makers Space）という概念の発展形であると考えられている（高久保 2019）。英語圏におけるMakers Spaceは、たとえば、「学校、図書館、または公共・民間の施設内にある、ハイテク機器から伝統的工具を備えた、製造、学習、探求、共有する（making, learning, exploring and sharing）ための共同作業スペース」と定義される（Schoneboom 2018）。

他方、すでに述べたように衆創空間という概念自体は双创政策を受けて、中国で生まれたものであり、多くの新型孵化器（インキュベータ）が出現する中で誕生した新語であると言える。ここで、新型インキュベータとは「創客空間」以外に、「創業珈琲廳」（創業カフェ）、「創新工場」、「投融资機構」といった、起業家のためにサービスを提供するイノベーション・起業プラットフォームを指す（孟・呂・黄 2016）。

また、衆創空間は「科技企业孵化器」(科学技術型企业インキュベータ)、「加速器」(アクセラレータ)、「産業園區」(インダストリアル・パーク)といった他の組織と連携して起業インキュベート連鎖を形成するとされる(『発展衆創空間工作指引』の「一、目的意義」を参照)。これら、さまざまな起業支援組織・機構の中で、衆創空間は『『大衆創業, 万衆創新』のなかで起業を促進するという『地に足をつける』部分を担うことが期待された』(伊藤 2019, 126 頁, 左から 2-3 行目) という視点が重要である。

以上をまとめると中国の衆創空間は以下の特徴を持つと考えられる。

- (1) 伝統的なインキュベータが創業支援を主に公益目的であると捉えていたのに対して、衆創空間はそれ自体、事業体であり採算も重視されている(倉 2020)。
- (2) 「創客空間」は(技術的)イノベーションの促進という役割が中心であり、それを事業に結びつけるという目的は相対的に希薄である⁴⁾。それに対して、衆創空間の目的はイノベーションを収益のあがる事業として起業につなげることである。
- (3) 衆創空間はそれ自体、生態系の一部であるという面もあるが、むしろ、それ自体、独立した生態系として捉えることができる。つまり、起業システムの垂直・水平統合化である。起業・イノベーションを目指す個人が、容易に利用でき、その目的を達し得ることが創業空間にとって最も重要な機能なのである。
- (4) 衆創空間の設立は、双创政策と密接に結びついている。この点を認識することが重要である。欧米におけるコワーキングスペースの設立は、自己責任にもとづく新自由主義の下で、独立した事業者(起業家)に活動の場を提供することが目的であるのに対して、中国では起業の大衆化を促進するための装置と位置づけられている(Luo and Chan 2020)。
- (5) 他方、多様な運営主体が存在することも衆創空間の特徴である(Luo and Chan 2020; 伊藤 2019)。国家発展和改革委員会(2020)によると、2019年の全国8,000か所の衆創空間のうち、民営企業など民営的な性格を持つ主体が運営するものは6,395か所と全体の80%弱を占める。また、国有の性格を持つ主体によるものは823か所、大学・研究所が設立したものが967か所、投資機関が直接設立したものが580か所等となっている。なお、伊藤(2019)では、衆創空間の運営主体として、①不動産業者、②大学・研究機関、③VCなどの投資機関、④アリババ、テンセントといった大手インターネット企業、⑤専業独立系企業、の5つの類型を挙げている。
- (6) 衆創空間の興隆は、地域レベルの政策との関係が深い。各地域では地域振興策の重要な一部として衆創空間の設立を促進する政策をとっている。このような地域政策、地域間の競争との関連は、衆創空間政策の特徴であると言える。

以上のように、衆創空間は、中国における双创政策の実施およびその政策を推進する重要

4) Anderson (2012) を読むと、そもそも創客(Makers)が、そういった人々に思える。

な担い手の一つである。次節以降では、既存研究の検討を行った上で、衆創空間における創業支援環境要因のそれぞれの側面が新規事業創出に与える影響について仮説を提示し、地域データを用いた回帰分析を行って、その妥当性を検討する。

Ⅲ 既存研究の検討と仮説の提示

1 既存研究の検討

創業支援環境と創新創業活動の関係については以下のような研究が蓄積されている。技術支援環境と資金支援環境に関して、蔡・崔・史（2007）では、優れた技術支援環境と良好な資金調達環境は、起業家活動を促進し、イノベーションの成果を高めると指摘される。趙・楊・王（2009）は、高新技術園区（いわゆるサイエンスパーク）を対象とし、そこへの入居動機の観点から、資金支援や技術支援などの環境が、サイエンスパーク内の企業のパフォーマンスにプラスの影響を与えることを検証している。

さらに、資金支援環境に関して、周・李・周（2018）も、投資資金の獲得はスタートアップ企業の成功に重要な影響を及ぼし、十分な創業資金はスタートアップ企業の成長を促進するとしている。また、創業活動支援環境に関して、趙・楊・王（2009）では、衆創空間における起業家育成環境は、スタートアップ企業が特許出願や政府政策に関する知識・情報を習得するのに役立つとされる。このように、スタートアップ企業の成功には技術支援、資金支援や起業家教育などが重要な役割を果たし、優れた支援環境は成長を保証し、高いリターンを実現することができるとされる。

これまでの創業支援環境に関する研究では、創業支援環境に、技術支援環境、資金支援環境、起業家教育環境などが含まれることが示唆される。王・熊・李（2020）は、衆創空間の創業環境を技術供給環境、資金支援環境、起業家育成環境、プラットフォーム連携環境に分類し、それらの環境要因が新規企業パフォーマンスに与える影響を検証した。本稿では、これらの先行研究を踏まえて、衆創空間の創業支援環境を、技術支援環境、資金支援環境、創業活動支援環境、人的支援環境に分けて分析を行う。

一方、衆創空間の創業支援環境によってどのような成果がもたらされたのかに関する実証分析として、王・熊・李（2020）は、衆創空間の成果を資金面の成果（獲得した投資資金の額で測る）、人材面の成果（吸収した就業者数）、およびイノベーション面の成果（保有する知的財産権の数）に分け、上記の衆創空間の創業環境からの影響を測定した。さらに、この研究の延長線上で、王・李（2021）は、政府による補助金が衆創空間の資金面の成果（獲得した投資資金の額で測る）、人材面の成果（吸収した就業者数）、およびイノベーション面の成果（保有する知的財産権の数）に対してプラスの効果を持つことを、1,902か所の衆創空間に関する個票データを用いた回帰分析により明らかにしている。

王ほか（2021）は、その資金面の成果（当該衆創空間に入居している団体及びスタートアップ企業の総数に占める投融資を獲得している団体及びスタートアップ企業の数の比率）に与

える影響を、衆創空間の隣接性（当該衆創空間の周りにどれだけ他の衆創空間が存在するか）という個々の衆創空間の枠組みを超えたより広い視点から分析している。分析手法は1,462か所の国家級衆創空間に関する個票データを用いた回帰分析であり、隣接性は、衆創空間の間のスピルオーバー効果が高まるため、資金面の成果にプラスの影響を与えるという結果が得られている。このように、衆創空間の成果として、スタートアップ企業の財務パフォーマンス、人材パフォーマンス、イノベーションパフォーマンスを多くの研究では採用されている（趙・楊・王 2009）。

さらに、肖・劉（2020）は、衆創空間の成果の包括的評価体系を構築しようという試みである。「卒業した団体あるいは孵化に成功した企業の数」、「インターネット・プラットフォームの構築状況」、「衆創空間の敷地面積」といった13の指標を「イノベーション実行者・起業家を集める能力」、「持続的発展可能性」、「イノベーション能力」、「ハード面のサービスとソフト面の価値付加能力」といった4つに分類し、専門家の判断、参考文献等を基にそれぞれのウェイトを求めて、総合的な評価指標を算出している。

このように、衆創空間の成果に関して様々測定方法が論じられてきたが、本稿では、それらの測定方法の中での「イノベーション面の成果（新規事業創出）」に焦点を当てる。よって、本稿では、衆創空間が創業団体やスタートアップ企業にもたらす創業支援環境を、技術支援環境、資金支援環境、創業活動支援環境、人的支援環境の四つに分類し、それらの環境要因が衆創空間の新規事業創出に与える影響について検証する。

しかしながら、近年、衆創空間に関する研究が、ミクロレベルの分析（個票データを用いた分析）に偏っている点が指摘され、その地域的評価、すなわち、各地域における衆創空間の総体としての成果の要因を明らかにする分析の必要性が主張されている（薛 2021）。また、徐・陳（2021）の論考によると、衆創空間が直面する問題として、中西部では数量は増加しているが、一部の中小都市では空室率が比較的高いという現象が見られるなど、地域的な発展が不均衡である。そのような地域の不均衡によって、衆創空間による起業向け投資の規模の差異が生まれ、入居するスタートアップ企業にとって受けられるサービスの格差が生まれることが考えられる。

したがって、本稿では、中国の31省（直轄市・自治区を含む）の衆創空間のデータを用いて、衆創空間がそこに入居している創業団体とスタートアップ企業に提供する創業支援環境要因（技術支援環境、資金支援環境、創業活動支援環境、人的支援環境）が、衆創空間の新規事業創出にどのような影響を与えるのかを明らかにすることが目的である。

以下では、衆創空間が創業団体とスタートアップ企業にもたらす創業支援環境である、技術支援環境、資金支援環境、創業活動支援環境、人的支援環境のそれぞれの要因が衆創空間の新規事業創出に与える影響について仮説を提示する。

2 仮説の提示

2.1 衆創空間における技術支援環境

スタートアップ企業の技術力が、その発展と密接に関係しているのは言うまでもない。企業の技術力は、利用可能な資源や機会を活用して起業活動を促進し、企業の収益性を向上させる (Pérez-López and Alegre 2012)。ただし、創業団体やスタートアップ企業は技術力が乏しい場合が多く、新しい技術を持っていたとしてもそれを事業化に結び付けるまでの力が不足する問題がある。

蔡・崔・史 (2007) は、創業環境要因の一つである技術供給環境は、スタートアップ企業の技術の事業化を促進し、イノベーションを促すと述べている。趙・楊・王 (2009) の高新技術園区 (いわゆるサイエンスパーク) を対象とした研究では、企業の技術的需要を満たすことが、企業のパフォーマンス (財務パフォーマンス、人材パフォーマンスおよび技術パフォーマンス) を向上させる。また、衆創空間に関する研究において、王・熊・李 (2020) では、技術供給環境がスタートアップ企業の資金的パフォーマンスに正の影響を与えることが示されている。したがって、衆創空間によりそこに入居している創業団体やスタートアップ企業に充実した技術支援環境を提供することで、創新創業者の技術研究開発におけるトラブル解消などを手厚くサポートし、その結果衆創空間の新規事業創出を促進すると考えられる。

仮説 1: 衆創空間によって十分な技術支援が提供されるほど、新規事業創出が促進される。

2.2 衆創空間における資金支援環境

蔡・崔・史 (2007) によると、良好な資金調達環境は企業の発展に必要な資金提供を保証するとされる。周・李・周 (2018) も、投資資金の獲得はスタートアップ企業の成功に重要な影響を及ぼし、十分な創業資金はスタートアップ企業の成長を促進するとしている。衆創空間に関する研究においても、入居している企業が資金を獲得することがイノベーションを促すことが示されている (孫 2011)。単・裴 (2018) は、衆創空間に入居している団体のうち融資を受けた団体の数と融資の金額を衆創空間の創業資金支援環境を測定する指標とし、融資資金はスタートアップ企業の発展に重要な影響を与えることを示した。したがって、衆創空間の創業資金支援環境は団体やスタートアップ企業の成長に欠かせない資金獲得を促し、衆創空間の新規事業創出を促進することが考えられる。

仮説 2: 衆創空間によって十分な創業資金支援が提供されるほど、新規事業創出が促進される。

2.3 衆創空間における創業活動支援環境 (創業教育研修+創新創業活動)

衆創空間での創業教育研修は、起業のさまざまな段階においてスタートアップ企業が必要とされる起業知識の獲得を支援し、スタートアップ企業の発展を後押しする (蔡・党 2015)。単・裴 (2018) は、衆創空間で行われる起業家教育・研修はスタートアップ企業にとって重要な支援であるとし、また、李・刘・刘 (2018) は、起業家教育・訓練はスタートアッ

プ企業の目指すべき方向性を明確にさせると主張している。したがって、衆創空間における優れた起業家教育・研修環境は、起業に関する知識の充実、起業チームメンバーの能力向上および新規事業の方向性の明確化などに役立つと思われる。

また、創業教育研修以外に、衆創空間で行われる様々な創新創業活動も衆創空間の創業活動支援環境の重要な要素として取り上げられる。その中で特に重要なのは団体やスタートアップ企業と衆創空間外部の企業とのマッチングイベントである。衆創空間がプラットフォーム的な役割を果たすことによって、外部の企業の新規技術や新規アイデアの獲得に対する需要と、スタートアップ企業の成長のための資源獲得に対する需要の双方の需要を満たすことで、新規事業創出を促す。外部の企業とのコラボレーションのほかに、衆創空間内部の団体やスタートアップ企業同士を結び付けることで、団体や企業間の起業協力を促し、新製品の市場投入を加速化させる。孫(2011)のインキュベータについての研究では、インキュベータの重要な役割はインキュベータ内の企業にネットワーク環境を提供し、資源と知識へのアクセスを容易にすることであるとした。したがって、衆創空間は、創業団体やスタートアップ企業に様々なコラボレーションを促すための場を提供し、技術やアイデアなど様々な資源の共有を促進することで、新規事業創出を促進することが考えられる。

仮説3：衆創空間における創業活動支援環境が充実されるほど、新規事業創出が促進される。

2.4 衆創空間における人的支援環境

メンターは、創業空間における人的支援の重要な担い手であり、スタートアップ企業に指導やサポートを行うことで起業家の疑問や様々な問題を解決するための導き手である。メンターの役割は、起業家としての意識を喚起し、起業家の意志を動機付け、起業家の実践を促進することにある(蔣・董 2021)。メンターは、スタートアップ企業に対して、技術面、経済面および情報面において様々なサポートを行う(馬・李・李 2016)。まず、技術面において、特に、立ち上げ期の起業家チームには社会経験が乏しく、起業の実務経験もあまりないため、メンターの技術的サポートが重要である。メンターは、起業理論の研修と実践的な起業スキルを融合させる手法を用いて、衆創空間のリソースを活用しながらスタートアップ企業に技術指導を行う(蔣・董 2021)。

次に、経済面において、スタートアップ企業がメンターを通じて直接的・間接的に受ける起業資金調達支援は、資金獲得が急務である創業期の団体やスタートアップ企業にとっては非常に重要である。メンターは、場合によってはエンジェル投資家としてスタートアップ企業に直接出資することもある。また、スタートアップ企業がある特定のメンターからサポートを受けているということで、そのメンターの社会的地位もしくは名声によって投資会社などから投融資を受けやすい場合がある。最後、情報面においては、メンターが持っている様々な情報を起業家に伝え、再現し、ビジネスモデルに変換する。

このように、メンターは、起業の経験・スキルを伝授し、政策情報や市場情報を共有し、

ネットワークリソースを提供するなど様々な面で起業家をサポートする。

仮説4：衆創空間によるメンターのような人的支援が手厚ければ、新規事業創出が促進される。

IV 研究方法

1 データ収集

本稿では、中国科学技術部火炬高技術産業開発中心が発表する『中国火炬統計年鑑』（2017-2020）に収録されている中国の31省（直轄市・自治区を含む）の衆創空間のデータを用いてパネルデータを構築した。このデータベースには、中国各地域における衆創空間全体に関する情報が記されているほか、衆創空間の中の国家級衆創空間のデータも収録されている。前節ですでに述べたように、科学技術部は、衆創空間の健全な発展を促進するため、革新的な運営モデル、顕著な成果、専門的サービスを有する衆創空間を国家級科学技術企業孵化器管理サービスシステムに登録し、国家級衆創空間と認定した。

本稿では、衆創空間全体と国家級衆創空間のデータにより、非国家級衆創空間に関する情報を算出し、衆創空間全体（国家級衆創空間と非国家級衆創空間のデータセットを並べ合わせたもの）、国家級衆創空間および非国家級衆創空間の三つのデータセットを用いて分析を行った。なお、サンプル数については、『中国火炬統計年鑑』にデータの記載がない省・年次があるほか、全ての衆創空間が国家級であって非国家級の衆創空間が存在しない省・年次があるため、国家級が121、非国家級が116となった。

2 変数

2.1 被説明変数

①新規事業創出

新規事業創出は、衆創空間に入居している創業団体が、団体という形態から企業形態に変わった数で測定している。創業団体が企業として登記するという事は、衆創空間から資金や人材、技術力など様々な側面からサポートを受けながら成長した結果であると想定できる。そのため、衆創空間において創業団体から企業に変わる団体数が多ければ多いほど、衆創空間の新企業創出能力が高いことが考えられる。

2.2 説明変数

①技術支援環境

技術支援環境は、衆創空間に入居している創業団体とスタートアップ企業が様々な技術やサービスを共通して利用できるように衆創空間側が提供するものである。本稿では、蔡・崔・史（2007）と王・熊・李（2020）の変数測定方法を参考にして、技術支援環境を、衆創空間から技術サポートを受けた団体とスタートアップ企業の数で測定している。衆創空間から技術支援を受けた団体や企業が多ければ多いほど、衆創空間による技術的支援環境が充実して

いると想定できる。

②資金支援環境

資金支援環境は、衆創空間内の団体とスタートアップ企業が銀行などの金融機関、他の企業、ベンチャー・キャピタルや他の投資家から投融資をどの程度受けられるかを表すものである。一般的にスタートアップ企業が金融機関や投資家などから投融資を受けようとする際、信用と担保などが必要となるが、スタートアップ企業はそれらが十分ではなく投融資を受けにくい場合が多くある。しかしながら、衆創空間では技術支援の提供や経営のサポートだけでなく資金調達先の紹介も期待でき、衆創空間内の団体や企業は金融機関等から投融資を比較的獲得しやすい環境にあるといえる。本稿では、単・裴（2018）の変数測定方法を参考とし、資金支援環境を、投融資を得た団体とスタートアップ企業の数で測定している。

③創業活動支援環境（創新創業活動＋創業教育研修）

創業活動支援環境は、創新創業活動と創業教育研修の二つの変数に分けて測定を行う。本稿では、李・刘・刘（2018）の変数測定方法を参考とし、創新創業活動を、衆創空間で行われた創新創業イベントの回数で測定しており、創業教育研修を、衆創空間において創業に関連する教育・研修が行われた回数で測定している。

④人的支援環境

衆創空間が団体とスタートアップ企業に対する人的支援は、主に起業メンターを通じて行われており、本稿では、人的支援環境を、起業メンターの数で測定している。起業メンターの数が多ければ多いほど、企業指導環境が充実されていて衆創空間内の団体やスタートアップ企業が人的サポートを受けやすい体制が整っていると考えられる。

2.3 コントロール変数

①衆創空間数

衆創空間数は、当該年に中国のそれぞれの省における衆創空間の総数である。

②省・人口1万人当たり新規登録企業

省・人口1万人当たり新規登録企業は、当該年に中国のそれぞれの省に新たに登録されたすべての企業数（自営業を含む）を、それぞれの省の年末常住人口で割った値である。新規登録企業のデータ出所は国家発展と改革委員会編『中国大衆創業万衆創新発展報告』、人口は国家統計局編『中国統計年鑑』である。

③省・一人当たり実質GDP

省・一人当たり実質GDPは、当該年の中国のそれぞれの省の実質GDP（2012年基準）をそれぞれの省の年末常住人口で割った値である。実質GDPは前年を100とした指数（『中国統計年鑑』）より推計した。

モデルの推計に当たっては、これらのコントロール変数以外に、2017年ダミー、2018年ダミー、2019年ダミーおよび国家級ダミーを含めた。変数に関する基本統計量は表1に示したとおりである。

表1 基本統計量

	衆創空間全体				国家級衆創空間				非国家級衆創空間			
	平均	標準偏差	最小	最大	平均	標準偏差	最小	最大	平均	標準偏差	最小	最大
新規事業創出	1424	1508	4	10885	1260	1630	17	10885	1596	1356	4	5705
国家級ダメー	0.511	0.501	0	1	—	—	—	—	—	—	—	—
技術支援環境	1309	1253	2	6528	1055	1115	2	6167	1575	1336	6	6528
資金支援環境	300	320	1	1655	229	287	1	1655	375	335	1	1528
創新創業活動	2276	1961	14	8549	1859	1711	14	7820	2711	2113	25	8549
創業教育研修	1654	1418	8	6532	1201	1037	8	4601	2128	1600	18	6532
人的支援環境	2163	1855	21	9072	1771	1591	23	7599	2571	2021	21	9072
衆創空間数	105	119	1	730	57	52	1	228	156	146	2	730
省・人口1万人 当り新規登録企業	140.7	41.7	74.5	323.5	140.5	41.8	74.5	323.5	140.9	41.7	80.5	323.5
省・1人当り 実質GDP(万円)	6.422	2.707	2.939	13.703	6.389	2.695	2.939	13.703	6.456	2.730	2.939	13.703
サンプル数	237				121				116			

3 推定方法

本稿では、衆創空間の創業支援環境要因が新規事業創出に与える影響を検証するために、中国の31省（直轄市・自治区を含む）の衆創空間のパネルデータを構築し、Stata 17を使って固定効果モデルで回帰分析を行った。衆創空間全体、国家級衆創空間および非国家級衆創空間のそれぞれのパネルデータを用いて回帰分析を行い、創業支援環境に関連するそれぞれの要因が新規事業創出に与える影響を検証した。

V 分析結果

表2のモデル1、2と3は、衆創空間全体（国家級衆創空間と非国家級衆創空間を区別せず合わせたもの）、国家級衆創空間と非国家級衆創空間のそれぞれにおいて、創業支援環境要因が新規事業創出に与える影響を推計した結果である。

最初に、仮説1について検証する。表2の分析結果によると、モデル1と2の「技術支援環境」が「新規事業創出」に対する影響がプラスで1%水準で統計的に有意であるのに対して、モデル3の「技術支援環境」は統計的に有意な結果が見られなかった。そのため、国家級衆創空間において、技術支援環境が新規事業創出を促すが、非国家級衆創空間においては、技術支援環境が新規事業創出に影響しないことが示された。したがって、仮説1は部分的に支持された。よって、国家級衆創空間による技術的支援環境が充実されるほど、衆創空間のスタートアップ企業の成長が促進されることがわかる。具体的に、例えば、衆創空間による公共技術サービスプラットフォームへの積極的な投資によって、衆創空間に入居しているスタートアップ企業がその技術基盤を共有しながら活用していくことが、新規事業創出には重要であることが示された。

表 2 衆創空間における創業支援環境の効果（衆創空間全体，国家級と非国家級）^a

	モデル 1 (衆創空間全体)	モデル 2 (国家級衆創空間)	モデル 3 (非国家級衆創空間)
技術支援環境	0.322***	0.705***	0.099
	(2.89)	(3.39)	(0.86)
資金支援環境	1.620***	2.051***	1.460***
	(4.60)	(2.84)	(3.97)
創新創業活動	0.353***	0.483***	0.217***
	(4.46)	(2.97)	(2.87)
創業教育研修	-0.096	-0.285	0.052
	(0.95)	(1.49)	(0.54)
人的支援環境	-0.357***	-0.696***	-0.175*
	(3.75)	(3.74)	(1.78)
衆創空間数	3.573**	9.434	3.407**
	(2.42)	(1.19)	(2.31)
省・人口1万人当り新規登録企業	0.234	-0.153	1.241
	(0.17)	(0.07)	(0.86)
省・1人当り実質 GDP (万元)	241.3	7.899	559.7***
	(1.39)	(0.02)	(3.36)
2017年ダミー	-113.8	83.4	-394.1***
	(1.07)	(0.42)	(3.65)
2018年ダミー	-103.1	226.8	-458.5***
	(0.68)	(0.89)	(2.89)
2019年ダミー	-274.9	138.8	-702.8***
	(1.31)	(0.39)	(3.14)
定数項	-1189.857	42.4	-3282.519***
	(1.16)	(0.02)	(3.30)
決定係数	0.614	0.468	0.835
サンプル数	237	121	116

a 被説明変数は当該年の新規事業創出。

括弧内はt値の絶対値。

***, **, *はそれぞれ1%, 5%, 10%水準で有意なことを示す。

次に、仮説2について検証する。「資金支援環境」が「新規事業創出」に与える影響については、モデル1、2と3のすべてにおいてプラスで1%水準で統計的に有意であったため、衆創空間全体、国家級衆創空間と非国家級衆創空間において資金支援環境が新規事業創出を

促すことが示された。したがって、仮説2は支持された。国家備案衆創空間と非国家備案衆創空間の両方において創業資金支援環境が新規事業創出を促すことが示された。創業資金支援環境は、投融資を受けた団体とスタートアップ企業の数で測っており、投融資を受けたその数が多ければ多いほど、新規事業創出が促されることが分かった。金融機関や投資家などから創業資金を得ることは企業の発展に必要な資金を保証し、企業の利益を増加させることに貢献しており、起業家活動の機会の開発を促進したり、より多くの収入を生み出したりすることに繋がる。したがって、衆創空間としては、入居している団体や企業が投融資を受けやすいような仕組みづくりが重要であることが示された。

そして、仮説3について検証する。本稿では、「創業活動支援環境」を、「創新創業活動」と「創業教育研修」に分けて分析を行った。「創新創業活動」が「新規事業創出」に対する影響はモデル1、2と3のすべてにおいてプラスで1%水準で統計的に有意であったのに対して、「創業教育研修」に関しては有意な結果が見られなかったため、仮説3は部分的に支持された。衆創空間で創業団体やスタートアップ企業を対象として行われる創業関連の教育・研修は新規企業にとって重要であることは言うまでもない。しかしながら、そういった教育・研修活動は新規事業創出に直接的には影響しないことが分かった。一方で、「創業活動支援環境」の中での「創新創業活動」は新規事業創出を促進することが分かった。

最後に、仮説4について検証する。「人的支援環境」が「新規事業創出」に与える影響は、モデル1（1%水準）、モデル2（1%水準）とモデル3（10%水準）のすべてにおいてその符号がマイナスで統計的に有意な結果が見られたため、仮説4は支持されなかった。予想に反して、衆創空間全体、国家級衆創空間と非国家級衆創空間において、「人的支援環境」が逆に「新規事業創出」を妨げるという結果が確認された。つまり、衆創空間では、起業メンターの数を増やせば増やすほど新規事業創出を阻害することが分かった。人的支援環境の重要な構成部分である起業メンターの数を増やすことは、かえって新規事業創出を阻害することが示された。メンターの教育と指導によって、起業家がより多くの知識リソースを収集したり、新規企業の企業経営の基本をしっかりと学んだり、運営改善の助言を受けたりすることが新規企業の成長に必要な要素であり、スタートアップ企業がさらなる成長を遂げるためにはメンターの役割が期待されるが、実質あまり期待できないことが示唆された。メンターの果たす役割もしくは支援の中身に着目して考えると、衆創空間の設立要件として起業メンターの数などの指標を満たす必要があるためメンターの数を増やすなど数値的には膨らんでいるが、実質はあまり機能していない可能性が高いことが考えられる。

Ⅵ 結論とインプリケーション

本稿では、中国の省別の衆創空間のパネルデータを用いて、衆創空間がそこに入居している団体やスタートアップ企業にもたらす創業支援環境要因が、衆創空間の新規事業創出能力に与える影響について定量分析を行った。結論をまとめると、第一に、「技術支援環境」は、

国家級衆創空間において「新規事業創出」を促すが、非国家級衆創空間においてはその効果がないことが分かった。第二に、「資金支援環境」は、国家級衆創空間と非国家級衆創空間を問わず一貫して「新規事業創出」を促進することが確認できた。第三に、「創業活動支援環境」に関連する「創新創業活動」のほうが一貫して「新規事業創出」を促すことが分かった。第四に、「人的支援環境」は、予想と大きく反して「新規事業創出」を阻害することが確認できた。

まず、分析結果によって、国家級衆創空間の場合、衆創空間から技術支援サービスを受けた団体と企業の数が多いほど、「新規事業創出」が促されるが、非国家級衆創空間の場合には、その効果が確認できなかつた。非国家級衆創空間より国家級衆創空間のほうが技術的支援能力が高く、国家級衆創空間に入居している団体やスタートアップ企業のほうが研究開発・設計、検査・テスト、技術移転など様々な専門的なサービスを受けやすい環境が整っている可能性が高いことが考えられる。

次に、「創業資金支援環境」に関しては、投融資サービスを得た団体とスタートアップ企業の数が多いほど、「新規事業創出」が促される。この結果は、国家級衆創空間、非国家級衆創空間および衆創空間全体において一致していたため、国家級や非国家級を問わず衆創空間に入居している団体や企業が投融資サービスを受けやすいように創業資金支援環境を整えていくことが「新規事業創出」においては非常に重要であることが確認できた。外部のエンジェル投資家、ベンチャー・キャピタルや金融機関などと連携しながら、インターネットを通じたクラウドファンディングやソーシャルキャピタルなどの手法を活用して投融資サービスを充実させることが重要であることが分かった。

そして、「創業活動支援環境」に関しては、団体やスタートアップ企業に対する「創業教育研修」は重要な部分だと思われるが、ただしそのものが直接「新規事業創出」には結びつかないことが分かった。一方で、「創業活動支援環境」の中で、特に投資家向け説明会やプロモーションや起業コンテストなどのイベントのような「創新創業活動」を多く開催することで、衆創空間外部の企業との連携および衆創空間内の団体や企業同士のコラボレーションなどを通じて、「新規事業創出」が促されることが分かった。創業当初の団体やスタートアップ企業にとって、「起業家教育・研修」が欠かせない部分であることは理解できるが、新規企業設立などさらなる成長を遂げるためには「創新創業活動」がより重要であることが示唆されている。

最後に、「人的支援環境」に関しては、衆創空間の起業メンターの数を増やすことが、かえって「新規事業創出」を阻害することが確認できた。それは、メンターの数が数値的には膨らんでいるが、実質的に指導サポート体制としては整っていない可能性が考えられるが、今回のデータセットからはその理由が判明できないため、今後さらなる検証が必要と考える。

以上まとめると、本稿では、衆創空間が創業団体やスタートアップ企業にもたらす創業支

支援環境要因が、衆創空間の新規事業創出能力に与える影響を検証した結果、衆創空間の新規事業創出の能力を促進するためには、「技術支援環境」、「資金支援環境」、「創業活動支援環境」とりわけ「創新創業活動」などの支援環境を充実させていくことが重要である。一方で、「人的支援環境」に関しては、起業メンターの数よりは起業メンターサポートの中身を充実化することにフォーカスしていくことが重要であることが推測される。

しかし、本稿には限界がいくつか存在しており、残された課題も多い。一つ目は、本稿では、中国の省別・地域別パネルデータを用いて分析を行ったため、マクロレベルにおける衆創空間の効果についてはある程度分かった部分があるが、よりミクロレベルにおいて、それぞれ五つの変数が新規事業創出にどのような影響を与えるのかを分析するためには、それぞれの衆創空間の個票データが必要となる。二つ目は、起業メンターが新規事業創出にマイナスの影響を与えることに関しては、さらなる分析が必要である。三つ目は、「創業活動支援環境」の中の「創業教育研修」は有意ではなく、「創新創業活動」のほうが有意であったのは、その二つの性質の異なる支援が段階的になっている可能性が考えられ、今後更なる検討が必要である。四つ目は、衆創空間の環境要因が新規事業創出に与える影響に関する詳細なメカニズムをよりよく理解するためには、ケーススタディがより良いアプローチとなる可能性がある。したがって、今後の研究では、質的研究によって、衆創空間の創業支援環境要因と新規事業創出の関係を明らかにする必要がある。

参考文献

- Anderson, C. (2012). *MAKERS: The New Industrial Revolution*, Crown Business (関美和訳『MAKERS：21世紀の産業革命が始まる』2012年、NHK出版。
- 蔡莉・崔昌国・史琳 (2007)「创业环境研究框架」『吉林大学社会科学学报』1, 50-56.
- 蔡俊亚・党兴华 (2015)「创业导向与创新绩效：高管团队特征和市场动态性的影响」『管理科学』28 (5), 42-53.
- 倉依林 (2020)「国内外衆創空間發展の比較及啓示」『E-BUSINESS JOURNAL』10, 68-69.
- 单鹏・裴佳音 (2018)「众创空间绩效评价指标体系构建与实证」『统计与决策』34 (20), 185-188.
- 国家發展和改革委員會編著 (2020)『2019年中国大衆創業万衆創新發展報告』7月、北京：人民出版社。
- 伊藤亜聖 (2019)「コワーキングスペース—中国「衆創空間」の事例」, 木村公一朗編『東アジアのイノベーション—企業成長を支え、起業を生む(エコシステム)—』作品社, 2019年, 「第4章」pp.117-151.
- 蒋建强・董改花 (2021)「创业导师指导价值对创业成败作用影响研究」『时代经贸』18 (6), 122-124.
- 木村公一朗・牧兼充 (2019)「東アジア經濟の変化：イノベーションの新たな担い手」木村公一朗編『東アジアのイノベーション—企業成長を支え、起業を生む(エコシステム)—』作品社, 2019年, 「序章」pp.3-34.
- 李子彪・刘爽・刘磊磊 (2018)「众创空间培育在孵中小企业增值路径研究—来自天津市69家众创空间的经验」『科技进步与对策』35 (3), 72-79.
- Luo, Y., & Chan, R. C. K. (2020). Production of coworking spaces: Evidence from Shenzhen, China. *Geoforum*, 110, 97-105.
- 马志强・李钊・李国昊 (2016)「高校创业服务价值对大学生创业能力的影响—基于大学生创业动机的调节作用」『预测』7, 42-49.
- 孟国力・吕拉昌・黄茹 (2016)「北京『衆創空間』区位選択特徴及影響因子分析」『首都經濟

- 貿易大学学报』18 (5), 89-97.
- Perez-Lopez, S., & Alegre, J. (2012). Information technology competency, knowledge processes and firm performance. *Industrial Management & Data Systems*, 112 (4), 644-662.
- Schoneboom, A. (2018). Making Maker Space: An exploration of lively things, urban placemaking and organization. *Theory & Politics in Organization*, 18 (4), 709-736.
- 孙凯 (2011) 「在孵企业社会资本对资源获取和技术创新绩效的影响」『中国软科学』8, 165-177.
- 高久保豊 (2019) 「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—」『商学集志』88 (4), 163-178.
- 王海花・李玉 (2021) 「政府补贴越多越有助于提升众创空间绩效吗—1902家国家备案众创空间的证据」『上海管理科学』43 (2), 97-105.
- 王海花・熊丽君・李玉 (2020) 「众创空间创业环境对新创企业绩效的影响」『科学学研究』38 (4), 673-684.
- 王海花・赵鹏瑾・周位纱・周洁 (2021) 「地理邻近性与众创空间成长」『科学学研究』6, 1-20.
- 卫武・黄苗苗 (2020) 「中国众创空间分布及其影响因素研究」『武汉大学学报』(哲学社会科学版) 73 (6), 114-124.
- 肖志雄・刘筠 (2020) 「众创空间绩效评价体系研究」『创新创业理论研究与实践』12 (23), 10-12.
- 徐示波・陈晴 (2021) 「众创空间稳发展升级面临新挑战」『中国科技产业』5, 34-35.
- 薛浩 (2021) 「地区众创空间发展水平比较及赋能」『南京师大学报 (社会科学版)』5 (2), 126-134.
- 赵剑波・杨震宁・王以华 (2009) 「高新技术园区企业综合绩效影响因素分析」『科学学研究』27 (9), 1329-1334.
- 周文辉・李兵・周依芳 (2018) 「创业平台赋能对创业绩效的影响: 基于“海尔+雷神”的案例研究」『管理评论』30 (12), 276-284.