



## 第10号 ご挨拶

今回ご紹介するレポートは、日本企業にとって変化への対応が求められる内容が多く含まれています。最先端のテクノロジーが企業、消費者、社会および環境に影響を与え、産業全体が激変しつつありますが、中国はおそらく世界でその最先端が実現されていくことになります。次の波となる破壊的テクノロジー、つまり IoT、人工知能、ロボティクスが結びつきを深め、新しいビジネスモデルと企業が登場し、今世紀のテクノロジー革命は、その歩みを速めています。わずか数年前にビジネス／消費者市場に革命を起こしたクラウドコンピューティングとモバイルテクノロジーも、AI などのイノベーションと共に発展を続けており、機械学習への対応も図られています。今後、この分野において、日本企業と中国企業との協調がますます進むと考えています。これらの技術的な発展は各消費者一人一人への直接のサービスを実現可能にしていきます。その意味で、カスタマー・セントリック思考を忘れてはなりません。持続的成長のためには、商品や販売チャネルの他、企業の社会的目的も含めて「消費者は何を望んでいるのか」という問いに耳を傾け続けなければなりません。市場の破壊に苦戦する企業の間では、リーダーの世代交代が進んでいます。彼らはノーマルではないことがニュー・ノーマルとなるような、新しい現実に向き合わなければならないのです。このようにめまぐるしく変化する世界で競争していくために、企業は迅速な対応と、ビジネスモデルの練り直しや開発を迫られています。

KPMG 中国 GJP 中国総代表 高部 一郎

## 1. 変化し続ける破壊的テクノロジー2018（第2部） - テクノロジー破壊者が競争を制する

現在、テクノロジー・イノベーションは、世界中のあらゆるビジネスの核になっており、人々の生活や社会に大きな影響を与えています。破壊的テクノロジーである、IoT、AI、ロボティクスが結びつきを深め、新しいビジネスモデルと企業が登場している中で、第4次産業革命は、急速に進展しています。これからは、伝統的な企業であっても、デジタルファースト企業への転換を進めなければ、廃れていくことになります。次世代のグローバルリーダーは、複雑な破壊的テクノロジーと新しいビジネスモデルを通じて、先を見越した戦略的な経営を行い、効果的な方法で変化に対応することが一層求められています。

AI は革新的なテクノロジーであるため、各テクノロジー企業は大きな野心を抱いています。特に、米国と中国の有力はテクノロジー・プレーヤーによる、研究開発や M&A への巨額の投資が行われることも予想されています。

テクノロジー業界のリーダーが自社ビジネスの破壊に関して最も気にしている企業として、中国の巨大企業であるアリババが第1位に挙げられました。クラウドコンピューティング、エンターテインメント、ペイメントゲートウェイ、モバイルデータなど、革新的かつ多角的な事業を展開しているためです。またその他の中国企業として、小米、テンセント、Didi が上位15社に含まれています。

今後3年間で中国において、IoTが普及するのは、自動車、航空&防衛、消費者、メディアで、AIが普及するのはヘルスケア、消費者、工業生産、自動車、サービスで、ロボティクスが普及するのは、工業生産、サービス、政府となっています。いずれも日本企業が得意とする分野であり、今後の益々の日中協調の推進が期待されます。

- > [全文はこちら](#) (日本語)
- > [全文はこちら](#) (英語)

## 2. グローバル消費財流通企業エグゼクティブ トップ・オブ・マインド調査 2018

多くの企業は、新たな競争相手の出現が破壊をもたらし、業界の定義が書き換えられつつあると感じています。不安定な市場の中で多くの企業が導入を図っているデジタル化や、人工知能（AI）、イノベーション、カスタマー・セントリック思考というものは、すべて「成長」という目的のためにあるとも認識しています。

本レポートには、2013年以降に中国の消費財企業が買収した海外企業のリストがあります。中国企業の多くは、ブランドの構築に時間がかかるため、海外企業の買収を検討していること、そしてテクノロジーを得てブランドを中国のものしていきたいと考えていることが分かります。

アリババは「新小売」と呼ばれる戦略を取り、デジタルコマースとリアルコマースの融合を目指しています。実店舗を閉鎖するどころか実店舗に投資しています。アリババの戦略は、消費者や製造業者、商店主、アプリケーション開発者、コンテンツ・クリエイターに自社との連携を呼びかけるものであり、「ユーザーの獲得競争」と呼ばれています。提携が拡大すればするほど、アリババの店舗販売とデジタル小売の両方を含む「プラットフォーム」は一層強力となります。

世界のミレニアル世代の58%はアジア太平洋地域に住んでいます。中国のミレニアル世代は、テクノロジーやブランドにますます精通してきています。彼らはブランドについて調べたり、誰かと会話しながら、多くの時間をオンラインで過ごします。要求水準が極めて高く、自分の求めるものをよくわかっていて、価格はリサーチ済みであり、ほしいと思った時にすぐに商品を手入れしたいと考え、他の消費者の口コミを重視し、ブランドのことはそれほど信用しないものの、インフルエンサーの言うことは信用する傾向があります。

- > [全文はこちら](#) (日本語)
- > [全文はこちら](#) (英語)

## 3. KPMG GJP Forum 2018 (東京、大阪、名古屋) …開催済

China Outlook 2018 – 中国事業再点検

中国は、世界経済の回復とグローバル化の新たな「包括的」モデルの発展に重要な役割を果たし、世界経済の繁栄を支える重要な力になると表明しています。これは、対中投資の支援、市場行動の監督・規制の強化、国境を越えた投資フローの管理改善、金融システム改革の深化につながります。「開放」ペースの加速、FDIとODIの協調発展、市場アクセスの大幅な緩和、サービスセクターのさらなる開放、といった施策を推進し、より公正で開かれたビジネス環境が構築されていきます。中国で成功するためには、この国の特徴と進む方向性と注力分野を理解し、適時な判断と調整を加えながら、的確な事業展開を行っていくことが重要です。

- > [GJP フォーラムの中国セッションの資料はこちら](#) (日本語)

## Contact us お問い合わせ先

GJP China Markets: [gjpmarkets.china@kpmg.com](mailto:gjpmarkets.china@kpmg.com)

Tel: [+86 \(21\) 2212 2247](tel:+862122122247) (日本語)