

## 第63回ブレイクスルー研究会議事録

### 「アリババのブレイクスルーの軌跡と今後の目指すべき事業戦略」

1. 日時：2019年2月18日（月）18時から20時
2. 場所：政策研究大学院大学 1A会議室
3. 参加者：33名
4. 講師：田中 豊人氏（アリババ株式会社 代表執行役員副社長兼アントフィナンシャル  
ジャパン代表執行役員 C00）

#### 5. 内容：

- 1) 歴史：1999年創業（18名、中国浙江省杭州市にて設立）、  
ミッションー「あらゆるビジネスの可能を広げる力になる。」  
主たる展開：B to Bプラットフォーム→B to C→C to C  
（アリペイ、アリババクラウド、ロジステックプラットフォーム、  
IOCとのパートナーシップ）  
売上高 4.3兆円（2017年）営業利益（1.2兆円）

#### 2) 事業展開内訳：

##### ①Eコマース：

年間購入顧客数6.36億人、累計流通額84兆円、

\*アリババドットコムは、世界貿易 B2B のオンライン・マーケットプレイス。  
製品を持った企業（サプライヤー）と製品を仕入れたい企業（バイヤー）が  
取引先を求めて利用するマッチングサイト。

タオバオマーケットプレイス／天猫（T-Mall）

##### ②データテクノロジー（アリババグループの強み）：

事例：アルファロメオ社 350台33秒

ビッグデータセンター（ビッグデータ×AI）

##### ③アリペイ：

5.2億人→7億人、

モバイル決済サービス、資産形成サービス、ジーマ信用（ゴマ信用）

##### ④ニューリテール：

オンラインとオフラインの融合

・リアルショップ フーマー（100店舗）（3キロ圏、30分でデリ  
バリー、スマホで商品説明）

・パパママショップのデジタル化（600万店）

LST（零售通／「統合された小売」）イニシアチブは、Alibaba が所有する  
店舗だけではなく近所のコンビニや個人商店がビジネスをデジタル化。

現在 130 万店に導入。無人店舗（無人コンビニ：「TAOCAFE」。生体

認証の採用、3億人登録)

3) 日本への進出:

- ・日本の商品と技術文化を世界へ (含むキャラクター)
- ・訪日観光客を日本各地へ、  
B to B (世界最大のB to Bプラットフォーム)  
200ヶ国1億人のバイヤー  
B to C (6億人+最大のEコマース)  
日本製品の信用高い、日本企業との取組事例拡大  
訪日中国人 (5年で6.4倍、838万人、消費額1.5兆円/4.5兆円、団体から自由旅行へ)  
アリペイグループ (旅マエ、旅ナカ、旅アト、登録会員2.7億人)  
オンライン旅行サービス、使う理由 (為替ルート、メンバーシップ制度、お得情報)  
可視化するマップ等
- ・九州の取り組み (九州7県 72万人) -新たな取り組み  
KOL (中国のインフルエンサー (KOL: Key Opinion Leader) を活用した  
情報発信  
九州旅行客の拡大、「九州キャッシュレス観光アイランドコンソーシアム」等

(質疑応答)

- ・決裁の自由選択
- ・国内決済との競合
- ・高齢者・地方都市対策
- ・アマゾンとの相違点

(文責: 主査 旭岡叡峻)

\*は旭岡補足説明