

『中国デジタル・イノベーション』

～ネット飽和時代の競争地図～



岡野俊彦 著

定価：本体 2,500 円+税

発売日：2020年09月25日

並製/四六判/430 ページ

日本経済新聞出版

おすすめのポイント

- 世界の注目を集めた中国プラットフォーマーのビジネスモデルには限界が見えてきた。アリババもテンセントも、これまでの手法では先がない。ネット展開はすでに飽和。中国のプラットフォーマーたちはリアルとの融合に戦略転換し始めた。
- 消費者の安全性、信頼性への要求が高まり、競争の焦点が消費者接点から、商品やサービスそのものへとシフトしつつある。その中で、主要なプレーヤーのBAT(百度、アリババ、テンセント)に加え、TMD(バイトダンス、美团点评、滴滴出行)が新たな主役として登場してきている。
- この変化は、リアルに強い日本企業にとっても有利になる時代がやってくることを意味する。第二幕に入った中国デジタル革命の実態を、「コロナ後」の展望も含め、中国ITビジネス・経営に精通する専門家が詳細に解説する。

目次

はじめに

序章 デジタル競争の新たな主戦場

<第1部 中国プラットフォーマーのビジネスモデル>

第1章 中国のプラットフォーム・ビジネス

第2章 アリババ:エコシステムはいかに構築されたか

第3章 テンセント:「つながり」による競争優位構築のメカニズム

第4章 BATからTMDへ:BATの市場支配力が強いなかで第二世代はどのようにポジションを確保したのか

<第2部 プラットフォーマーはなぜ急成長できたのか:政策と文化>

第5章 中国政府のIT政策と社会の変容

第6章 中国企業人の思考、行動と組織文化:デジタル技術を活用した事業開発とのマッチ

<第3部 変わる競争状況:“リアルに強い日本企業”は何を学ぶべきか

第7章 インターネット第2ラウンドへ:新たな「競争地図」を展望する

第8章 AI×ビッグデータによる価値創造:世界最先端を生み出す仕組み

第9章 ネットとリアルの融合:リアルのマネジメントが課題に

第10章 プラットフォーマーと伝統的企業の競争・提携:金融市場での攻防

第11章 日本企業にはチャンスがある:中国デジタル革命から何を学べるか

終章 コロナテック:「アフター・コロナ」のビジネス

著者プロフィール

岡野 寿彦（おかの としひこ）

NTTデータ経営研究所シニアスペシャリスト

上智大学法学部卒業。NTTデータにて、1995年から中国郵便貯金システム構築にプロジェクトマネージャーとして参画。98年、北京現地法人トップ。2004年、インド・東南アジアのITサービス事業責任者。11年から上海にて、中国人民銀行直系企業グループとの資本提携による合併会社 経営陣 No.2として経営参画。2016年から現職。早稲田大学ビジネス・ファイナンス研究センター「日中ビジネス推進フォーラム」研究員、日中関係学会評議員、中曽根康弘世界平和研究所「デジタルと経済・金融」研究会研究委員。主な著作:『米中激突 中国ビジネスの行方』(共著、日本経済研究センター編、文真堂、2019年)、『中国の経済改革 歴史と外国に学ぶ方法論』(共訳、日本経済新聞出版、2020年)「日経ビジネス・オンライン」ゼミナール連載「中国プラットフォーム」執筆(2020年)など。