

Global IT 2020 Day 1
Synopsis: What we are going to discuss



Masayuki Ida

“Global IT” has two issues, forming Digital Business Framework

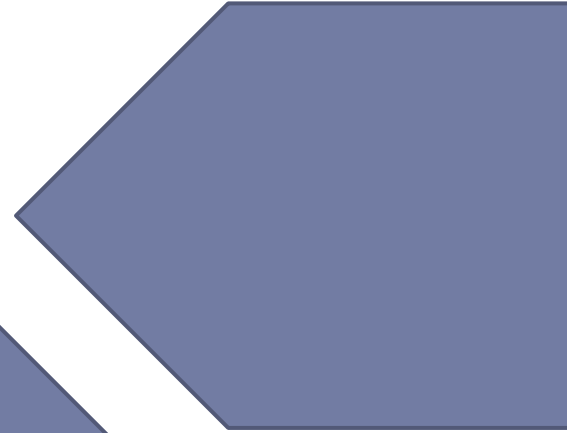
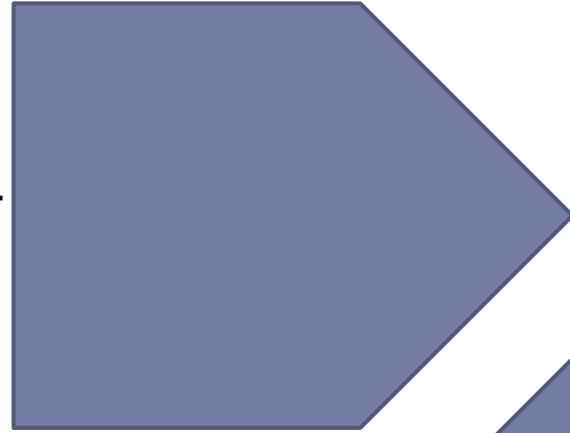
- ▶ One is “Conducting Global business with IT”, the other is “Globalized IT”
 - ▶ Both are important for business leaders of any types of firms now
 - ▶ It also means knowing the essential features (not skill details) of IT is a must for every business executives
- ▶ Elements
 - ▶ 1) Supporting IT infrastructure for global deployment of business
 - ▶ 2) IT to cope with regional characteristics
 - ▶ 3) The nature of the supporting Information Technology, and its trends, current status
- ▶ Convergence of “IT supporting Global Business” and “Globalized IT”
 - ▶ The gap between ‘substrate technologies’ and ‘business on top’ is shrinking
- ▶ Lectures and discussions are combined

ビジネスとテクノロジーの距離が縮まる時代の現象をたどる 現状の認識から：各自の具体的な経験からくるものは

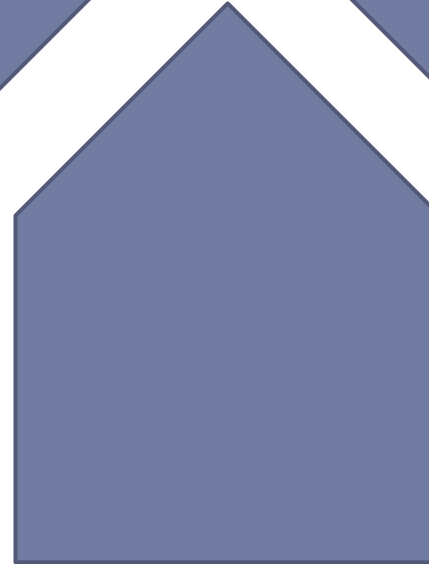
- ▶ コロナ禍（COVID-19による災いと危機的状況）に多くの産業、多くの経済が影響を受けた。とりわけダメージも多く見られた。航空産業しかり、アパレルしかり、良いニュースは多くは見られない。経済は停滞し、倒産、レイオフ、雇用問題の緊迫化が毎日報告された。その中でコンピュータ関連産業はどうだったのだろうか？総じていえば、少なくとも半導体産業はほとんど影響を受けなかったと言ってよいだろう。それどころか、製造プロセスの微細化は着実に進み、さまざまな業界のニュースがリリースされ、実際の製造も進んだ。
- ▶ また、テレワークがいやおうなしに世界中で普及した。Stay Homeの号令の中で、ともかくも、最初はぎこちなく、そして次第に、多くの人がオンライン会議のベテランであるかのように、一日に複数のオンライン会議をして、仕事の成果に、つなげるようになっていった。
- ▶ しだいに、ビデオ会議の最中に画面や音声がククッと止まる現象などが現れることに会い、インターネットの輻輳が懸念材料として識者に明確な現象として認識されるようになり、同時に、スマホの5G化の話題が静かに再編成されるニュースに行き当たるようになった。
- ▶ また、アメリカとのテレカンファレンスのスムーズさに気が付くようになり、同時に、途上国との通信の不安やそうした国とのオンライン会議がどうなりそうかも、多くの人に認識されるようになった。
- ▶ eコマースも国境を越えた商取引もICTの力を活かした仕組みがそれを支え、各国でもLocal PlayerとGlobal Playerの間のせめぎ合いが表面化し、大きな話題となった、AirbnbやUber, Grabも明らかに新しいフェイズに入ってきた。大きく台頭した中国のPlayerは、必然的に米国発の先発企業と市場でぶつかることとなり、これが政治とからんで複雑な状況になってきている。日本および他国のPlayerはその間にあって、存在感が問われる場面が散見された。

- ▶ デジタル化がキーワードであることに違いはない
- ▶ そしてグローバル化するビジネス

Technology



Business



Global Parameters

- ▶ 最も早い採用は、ゲーム、人材紹介、株式、...無形財の取引
- ▶ デリバリの発達により物販へ

グローバル化するビジネス

- ▶ アジアへの重心の移動
 - ▶ 20年先の「ボリュウムゾーン」は間違いなく中国とインドになる
 - ▶ 世界の工場と世界最大の消費地へ
- ▶ 国境を越えるインターネットのセグメンテーション;ユニバーサルサービス?
 - ▶ WeChatの世界・そうでない世界、Amazonを使う世界・そうでない世界、...
- ▶ ローカルビジネスの競争相手はローカルだけとはかぎらない
- ▶ 高付加価値戦略と低価格戦略、そしてそれ以外の戦略
- ▶ 地域文化と民族文化
- ▶ 顧客の多様な価値観と多様な要求への対応
- ▶ 越境ECを前提とした議論へ、クラウドの採用を前提とした議論へ

導入と全体像

- ▶ 全15回(1コマ+7X2コマ、8日間)、シラバスに沿って
 - ▶ グローバル化したIT、グローバルビジネスを支えるIT、その本質を考える
- ▶ 授業方法: オンライン講義と討論 Webexを使用
- ▶ 成績評価: 数回の小レポート、授業内での意見表明、最終レポート
- ▶ テキスト: Course Powerよりのダウンロード、次回からおおむね2日前までにセット、補助的に<https://prof-ida.com/ABSClasses/> を利用 注意事項等は補助サイトにあり
- ▶ 他の担当科目
 - ▶ OIS上級・特論
 - ▶ 昨年までは、プレゼンテーションスキル(後期、Full Time)、演習、IBPを担当

予定

1	9/19	解題	グローバル化・分散化そしてデジタルビジネスへのきざし、そしてアメリカ市場中心からリージョナル経済へ、次回以降の全体像
2	9/26	Core Issue 1	象徴的課題としての半導体製造技術をめぐる企業間・国家間競争
3		中国経済の台頭	インフラの変化要因としての中国経済の加速、胡錦濤主席Hu Jintao時代、習近平主席Xi Jinping時代のスタート、中国経済の行方、電子情報産業の伸展、巨大IT企業の出現、援蒋ルート、西へ、BAT
4	10/3	国境の意味と変化	プラットフォームの進化と新しい事業者の台頭、ファウンドリー、マーケットシェア、iOSとAndroid、電子決済の普及、Alipay・WeChat Pay、QRコード
5		大国中国	現代そして将来の中国をどうとらえるか、互聯網+、製造2025、工匠精神、ネット販売による小売りのけん引、ネット的企業の出現、BAT、Weibo、越境EC、JD、Tai Cloud、ビットコイン取引所、DiDi、HUAWEI、TSMC
6	10/10	テクノロジー共通基盤をめぐるキーワード	ビジネスのデジタル化、GAFAと巨大IT企業の寡占構造、Industry4.0、テクノロジーとビジネスの融合、インターネットがもたらしたものの、新たな競争
7		Core Issue 2 アジアの位置と各国	生産基地としてのアジア、そして消費地として、アジアの変化、新しいグローバルビジネスの時代

8	10/17	東南アジアと南アジア	東南アジアと南アジア ベトナムのビジネス環境と輸出構成の変化・政府方針・インドシナ回廊、インド、決済手段の変化、リバースイノベーション
9		日本	技術移転と日本の強み、APECとSkipping Japan、日本発の仮想通貨と決済手段、決済手段と金融覇権、ドル建てでない経済とブロックチェーン
10	10/24	Core Issue 3 アジアのEC基盤の展開	消費としてのアジア、各国での事情 大きな潮流としてのEC、その現状、地場・中国系・欧米系
11		情報流ビジネスとデジタル ディスラプション	電子決済基盤のせめぎ合い、SNS、信用力、東南アジア各国でのEC事情、GAFAの影響力の実際と中国系EC、そしてLazadaの場合
12	10/31	国境の意味とテクノロジー が与える共通基盤	オンラインIDの価値、ID Tracing、富の分散蓄積、セグメンテーション、ボーダレス、国際標準、通貨と信用、貨幣価値、OTTの思惑。 ネットに国境はない
13		IoTとスマート化	製造と物流、センサーの高度化、スマホ・タブレットが引っ張る世界
14	11/7	アジアの抱える課題	貧困と先端の混在・途上国の課題、SNSとデジタルライフ、テクノロジーの本質、越境ECとボーダレス、FDI、究極の計画経済と究極の自由市場、カントリーリスク、ドルへの挑戦、Tecno Mobileの場合
15		まとめ・最終討論	総合的課題と各自の見解、最終レポート

グローバルITの「パラダイムシフト」の存在 どこからそれを解析するか

- ▶ この講座では、「半導体」から出発する
 - ▶ そしてその対極に位置する「EC」を掘り下げる
 - ▶ 3つの課題に取り組み、関連する話題、発展的課題へと展開する
-
- ▶ コロナ禍が浮き上がらせてくれた全体像
 - ▶ 絡まった糸
 - ▶ ウイルスは生物的伝播
 - ▶ 「社会的距離」の意味がひびく
 - ▶ ブラックスワン
 - ▶ 不確実性とリスクの現実
 - ▶ 「めったに起きないが、起きた時に壊滅的衝撃」



[https://www.photo-ac.com/main/detail/569689?
title=%E7%B3%B8%E3%80%80%E7%B5%A1%E3%81%BE%E3%82%8B](https://www.photo-ac.com/main/detail/569689?title=%E7%B3%B8%E3%80%80%E7%B5%A1%E3%81%BE%E3%82%8B)

ITといっても何の世界でシェア・将来性を判断するか 刻々と変わる半導体製造企業のランキング

Worldwide Semiconductor Foundries Ranking 2018年までの状況がそのまま延長するか

順位			2017 Sales M\$	H18 Market Share
1.	TSMC	Taiwan	32,163	56.1%
2.	Global Foundries	USA	6,060	9.0%
3.	UMC	Taiwan	4,898	8.9%
4.	Samsung	South Korea	4,600	7.4%
5.	SMIC	China	3,101	5.9%
6.	Powerchip	Taiwan	1,498	2.2%
7.	Huahong Group	China	1,395	(1.5%+some)
8.	Tower Jazz	Israel	1,388	2.2%

Compiled by the author
Sources: TrendForce, IC insights

Apple, Qualcomm, NVIDIA,... are using TSMC for the 7nm capable process

Typical fab has 14nm process or higher, Japan has, at least, 20nm and higher

Intel has its own fab.

Core Issue 1 講義資料原稿冒頭部分

▶ 1. 現状の認識のために：発端

- ▶ 昔、半導体全般は、日本の「産業のコメ」と言われた。次第に、Made in Japanの「産業のコメ」は見られなくなった。そして、その「コメ」を使った製品も、それらの製品を組み込んだ情報システムも、それらの情報システムに立脚したデジタルビジネスも、Made in Japanを論じることは少なくなり、日本の根本的な競争力も論じられるようになった。筆者の利用するスマホは数代を経て、Qualcomm Snapdragon搭載のOPPOブランドになった。タブレットもやはり数代を経て、MediaTek HelioX27搭載機が多用されるようになった。地球上のどこで、誰がくわだて、誰がつくり、誰に売っているのだろうか、それを整理してみよう。

▶ 2. 2020年6月22日、日本のスーパーコンピュータ「富岳」がランキング1位に躍り出た

- ▶ 富岳は富士通製のスーパーコンピュータで、理化学研究所に設置された。A64FXというプロセッサ（CPU）が相当数並べられ、高速処理の機能を発揮する。このA64FXは誰が作ったのだろうか？
- ▶ 製作はTSMCによる。TSMCの7nmプロセスによって作られている。設計はTSMCではない。というよりTSMCはTSMC自身で独自の設計はしないということを基本方針としている。TSMCはファウンドリと呼ばれる機能を実現する企業であり、台湾に位置する。

▶ 3. AppleはIntelから離れた

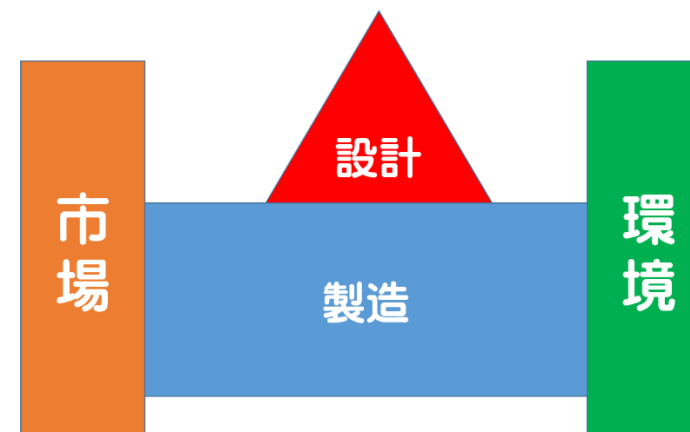
- ▶ Intelは疑うことのないデジタル半導体の雄である。ほとんどのコンピュータの心臓部であるCPUには、いわゆるIntel Architecture が採用され、その動向は名実ともに世界のリーダとして注目されてきた。富岳に採用されているA64FXがベースとするARMにしても、そうであるし、多くのコンピュータは、インテル型のアーキテクチャデザインから離れずに開発されてきた。あるいは、淘汰されてインテル型が残っていった。

Core Issue 1 講義資料続き

▶ インテルの製造プロセス進展の足跡

2007	2009	2011	2014	2017
45nm	32nm	22nm	14nm	10nmのはずだった

- ▶ 日本の半導体産業はどこに
- ▶ 台湾の位置
- ▶ 5G対応の課題
- ▶ TSMCの隆盛
- ▶ 半導体ビジネスの構造



Core Issue 2講義資料原稿冒頭部分 製造拠点としてのアジア

- ▶ ICT関連機器の生産、どのような機器がどのような形で作られていくのか、はデジタルトランスフォーメーションあるいはもっと長期的なビジネスあるいは社会のデジタル化に直接密接な関係がある時代になってきている。この認識の元では、Core Issue1で論じた、基盤となる半導体産業の現状から出発して、二つの大きな波について平行してみていく必要があると考えている。それは、中国依存製造体制のその後、アジア各国の製造業の能力の二つである。コマースのデジタル化としてみた時のECをCore Issue 3としたときに、直接的なICT産業の話から始めて、各国の産業の動向へとCore Issue 2では進ませていく。
- ▶ 1. さまざまな産業でのチャイナプラスワン、脱中国、そして中国産業力のますますの興隆
- ▶ 中国産業力のますますの興隆の例は多数存在する。一方で、中国を生産・製造拠点としてきた外国企業にとってはさまざまな考慮点が噴出しだし、多くの分野でチャイナプラスワンあるいは脱中国が検討されはじめた。1990年代にもそのきざしはあったが、顕在化するのは2010年以降というべきだろう。
- ▶ 多くの産業・社会生活の基盤はICTに置かれるようになった。そして中国の存在への認識と中国製品の利用が進んだ。中国は、基本として生産・製造拠点として認識され、その位置は確固としたものになっているといえる。だが、次第に、それがもたらす豊かさの中で、中国の消費地としての位置づけもでてくるようになった。産業によっては、より低賃金で労働力がまかなえる地域へと採算面等の検討から移転する動き、増産のための設備は中国以外に求める動きなどが出た。ICT分野では、最終製品の販路そして商品設計の課題だけではなく、中間レベルが複雑な状況を示すようになった。

Core Issue 2 講義資料続き

▶ 2. 日本のコロナ禍でのPC受給の見通し

- ▶ 学校の休校により、家庭での学習が増え、学習課題提供もオンライン化した。企業のテレワークも推進された。これらにより、主に低価格帯ノートPC、モバイルWifiなどの需要が急増した。一方、供給サイドでは、中国工場の稼働停止など生産力の低下、航空便の減便による物流の遅延、テレワーク推進・休業要請等による生産性の低減がおきた。これらの結果、需要増・供給減が重なり、一時的には品薄となった。

▶ 3. 台湾自身の5Gプラン、製品製造力と開発力・総合的利用方針、そして鴻海

- ▶ 行政院科技会報オフィスは2020年6月13日、行政院院会(=閣議)で4カ年計画「台湾5Gアクションプラン」について報告した。これは5G(第5世代移動通信システム)の発展に、2019年から2022年までの4年間で204億台湾元(約700億日本円)余りを投入するというものである。

▶ 4. サムスン電子そしてベトナムへの影響、コロナ禍の影響、「脱中国」の課題

▶ 5. VinFastの挑戦

- ▶ ベトナムについてはアジア各国の歩みの代表例として大きくページを割いているが、ここでの紹介は省略

Core Issue 3 講義資料原稿冒頭部分 消費地そしてEC

- ▶ 1. 消費地としてのベトナム
- ▶ 法定最低賃金も上昇を続け、物価も上がり、徐々に中進国としての姿を整えつつある国となった。2005年頃は、1円が144ドン、その後ドン安になり2010年11月訪問時は234ドン。その後、この為替レートはそんなに大きく変わらず、200ドンから220ドン程度。しかし、物価の上昇は激しく、日本円相当で、50円ほど、つまり1万ドン近辺でおいしいランチが食べられたのが、2020年になると、7万ドンあるいは8万ドンのランチが普通になった。マイカーというと、バイクで、4人も5人もの家族が一台のバイクに乗っていたのが、現在では4輪のマイカーが多く、多くの家庭で見られるようになった。収入面でも、空港乗り入れタクシーの運転手が月収100ドルだった時代には、大学教員は高く、若手は月に800ドル、シニアで1200ドル。それがおよそ倍ぐらいが平均であろうか、格差も増え、一口に言えない時代になった。平均年齢も、十年前は20歳台前半という若い国だったが、急速に少子化・高齢化が進み、年齢構成ピラミッドもきれいな三角形から、鉛筆状、次いで、釣り鐘状になった。以前は、マーケティングあるいは販売戦略、店頭での接客、などというキョトンとして聞いていたのが、今は、自分の身にかかわる重要性を理解するようになった。起業ブームが有為な若手の中で起きたのは2014年頃、そして、多数の倒産を経験し、現在に至った。この間、Webサイトの構築法、ネットの作り方をしばらく現地指導した。セキュリティは当初はまったく意識がなく、大企業や政府関係であっても、次々とサイトが乗っ取られ、それから注意が払われるようになった。これらを経て、あっという間に、EC readyの国となった。

Core Issue 3 講義資料続き

- ▶ 2. 大規模小売店舗の展開
- ▶ 3. 若者は
- ▶ 4. 支払い方法
- ▶ 5. ベトナムでのECの普及政策
- ▶ 6. 最近の動向から
- ▶ 7. 電子財布(e-ウォレット)
- ▶ 8. 1. eコマース需要の増加
- ▶ 8. 2. キャッシュレス決済の増加
- ▶ 9. EC普及の壁は

国名	オンライン支払い 経験	銀行口座 保有率	クレジットカード 保有率
シンガポール	57%	98%	49%
マレーシア	39	85	21
タイ	19	82	10
インドネシア	11	49	2
フィリピン	10	34	2
ベトナム	21	31	4

米国でのコロナ時代の新しいファクタの経験

- ▶ スーパーでは、前に報道されたように、アメリカ人がマスクをして！静かに、列を作って！、入り口の外に2メートルほどに区切られたラインに沿って、並び、店員の入店総人数規制に、静かに、従っている。そのことに信じられない気持ちはあるけれど、事実だ。いくつかの店でも経験。
- ▶ さらに、できるだけ対面の時間を短くする配慮が進んでいる。スーパーだけでなく、小売り店も、ネットでの注文が広く利用されています。うちでもサンドイッチ全部で20ドルくらいの少額、もそうした注文をした。高齢者を主な顧客としたsuperは、ネットで注文して、1時間後とかに行くと、トラックに注文した買い物を入れてくれて、注文者は運転席から降りることも、外にでることもしなくてよい。カード決済で領収もメールで送ってくれる。
- ▶ オンラインとオフラインをうまく組み合わせること、そして何のために何をやっているのか、皆が理解することが重要。総論的一般論、気分的一般論は慎んでいる。友人間のオンラインのおしゃべりも活発。もっともこれも一般論にはできず、いろいろなコミュニティがあるので完璧には一定の方向にはならないでしょう。

多くの人が居る：違った環境、違った行動様式



2014.8 Hanoi



「下駄を預ける」ではない相互関係の新しい姿

- ▶ 信頼して任せる「下駄を預ける」ではない
 - ▶ しかし、多くの乗用車はスペアタイヤを搭載しなくなった、予備を持たない依存関係
- ▶ 依存するのでも、連携でも、連帯でもない
- ▶ 脱グローバル化・自国ファーストと債務恐怖症、自分の身は自分で守る
 - ▶ 自国内で完結するサプライの再吟味
- ▶ 供給基地となる国からのシンプルなサプライチェーンの見直し
- ▶ 現実と仮想の間の壁は薄くなっていく、仮想の世界での価値は保たれるか
- ▶ 危機と国家による統制、市場経済と監視
- ▶ 国境を開けるということ
- ▶ 日本のスタンス、そしてどこに強みがあるか

静かに世界は、採用するITの変化と共に動いている

- ▶ Uberの(東南)アジアからの撤退とGrabの支配力強化
- ▶ 中国一帯一路政策One belt One road Initiativeに伴う胎動は続く
- ▶ シェアリングエコノミー等のインパクトキーワードは、次の段階に入った
 - ▶ ドル建て金融覇権Financial Supremacyへの挑戦
- ▶ 2018.1.31 富士フイルムとゼロックスの経営統合発表と、失敗という結果
 - ▶ 富士ゼロックスの親会社、そもそも英国のランクゼロックスとの合併だった
 - ▶ ゼロックスは、当時のDEC、INTELと共に、インターネットの基盤技術を開発したが、コピー事業が圧倒的に強く、本社の方針としてネット事業には慎重だった
 - ▶ 富士フイルムはアナログカメラが不振の中でがんばっているが、米国市場を失う可能性も
 - ▶ 2020年1月5日、富士ゼロックスは21年4月に「富士フイルムビジネスイノベーション」に社名変更し、米国ゼロックスとは切れることを発表
- ▶ Amazon Go ストア登場 18.2.15を受けて
- ▶ 国内3メガバンクのさまざまな試みは続くだろう
 - ▶ 共通仮想通貨、電子マネー、...

出発点として、ベトナムが考えていること 身近な存在として

ベトナム情報通信省 July, 2020

- ▶ グローバルな役割の変化への模索の最中
- ▶ 加工生産の国から一流国を目指して
- ▶ 国内消費生活の向上



TENTATIVE VISIONS BY 2030



First and unique in the world



Improve Vietnam rankings



Assembly, outsourcing -> developing
Digital/technology products



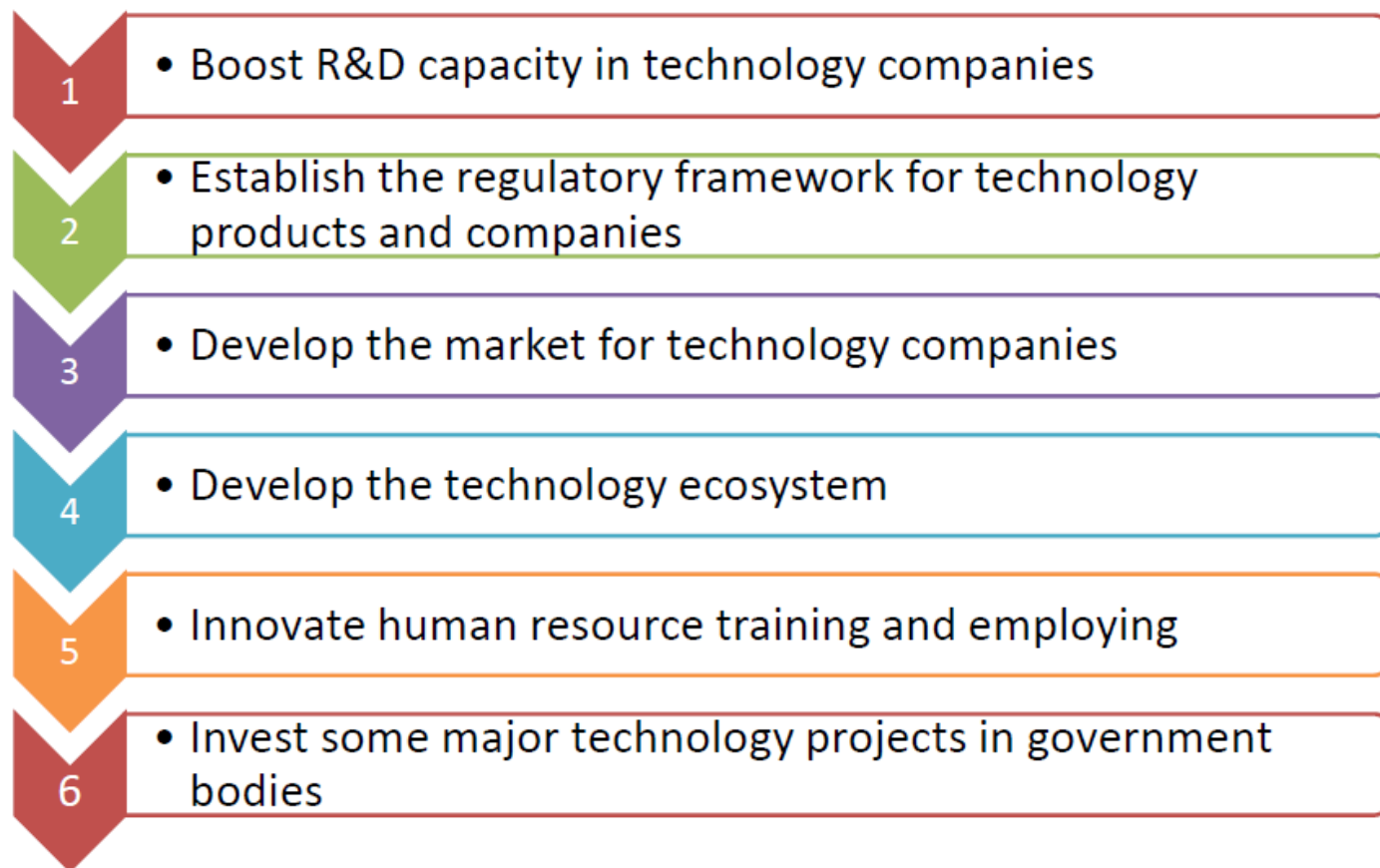
Lead in developing digital platforms,
infrastructures and solutions

何を使って、そのステップを実現するか

- ▶ R&Dして、市場開拓して
- ▶ エコシステムを作り、
- ▶ 人材を養成して
- ▶ 国家プロジェクト実施
- ▶ そうすれば国は豊かになる



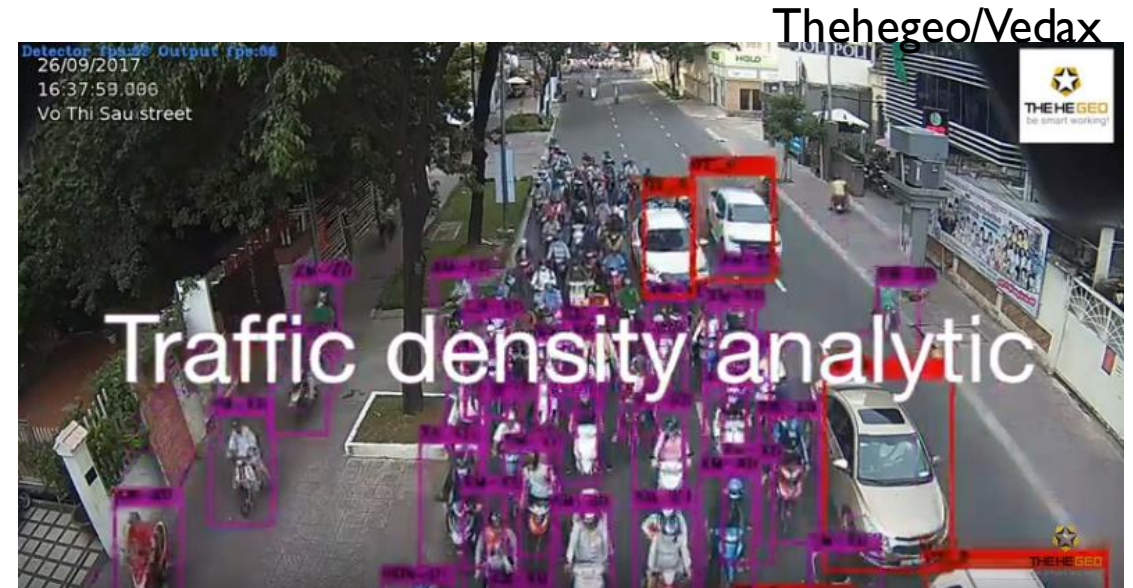
TENTATIVE MAIN SOLUTIONS BY 2030



ある意味で、日本でも、AIやIoTに飛びついた多くの企業も同様のイメージを持っていた

- ▶ 問題は、AIなどに対する幻想をそのまま最後まで引きずらずに
- ▶ 具体的な意味のあるプロダクト・サービスを開発・実施できるか？

<https://www.youtube.com/watch?v=O2f-Fm0rais>



そして経済成長に必要なパワーを

- ▶ それに必要なテクノロジーは何か
 - ▶ 守り・育てていく幹は何か
- ▶ 各国の事情
 - ▶ 日本では、たとえば、高齢化、労働力の確保
 - ▶ 新興国では、たとえば、若者の夢、リーダーシップ、全体最適
 - ▶ 何によって強化するか
- ▶ さまざまな事情を抱える国をまたがって、国境のないインターネット

先の時代を読んで製品・サービスを設計する

2002 or 03年にアルカテルが持ち込んだWeb Touch One
電話、Webアクセス、メールが簡単にできるという優れもの、
になるはずだった

タッチパッドがあり必要なら
キーボードを引き出せる
いいね！と思ったら、ネット接続は、
ビルトインの33.6Kbpsのモデム、のみ

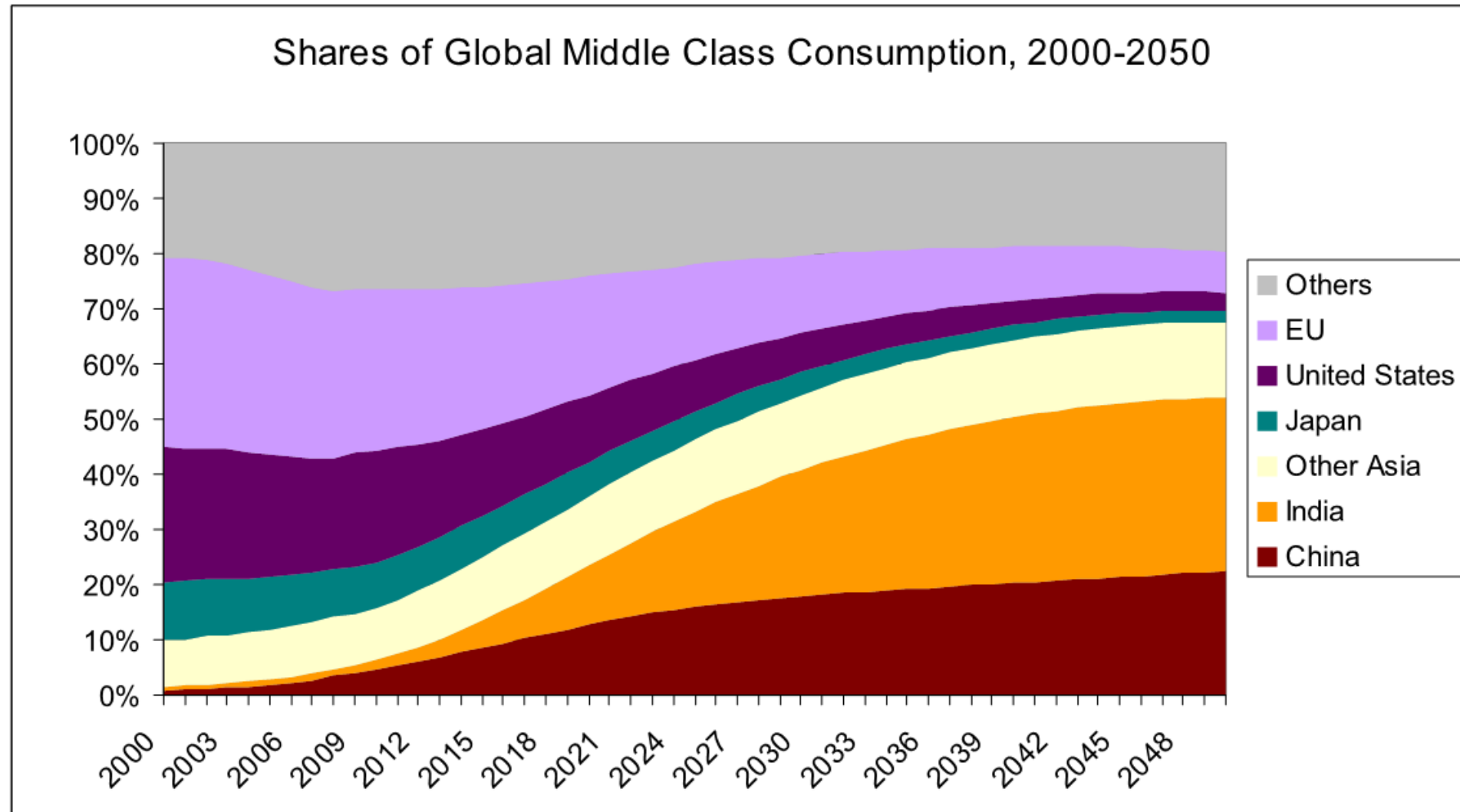
いいアイデアもいいビジネスモデルもそれに引っ張られて幕引き

当時、フランスではミニテルがモデルだった



Grab bike as a two-wheeled 'Uber' in Vietnam



Figure 7. India and China Make Waves in the Global Middle Class

| CNY = 17.0JPY as of 2018.4.11
 | CNY = 16.5JPY as of 2019.4.11
 | CNY = 15.4JPY as of 2020.8.25

上海战略咨询顾问・工资收入水平

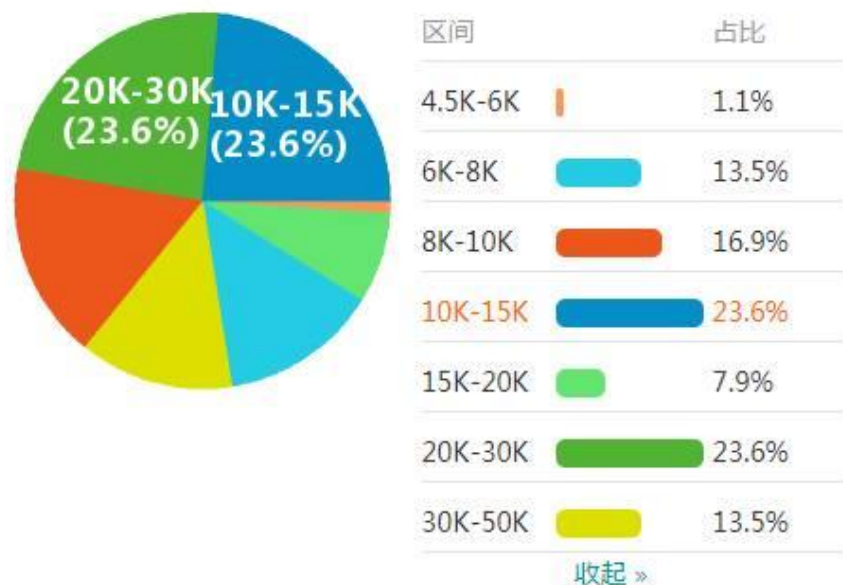
上海战略咨询顾问平均工资：¥14070/月，取自 89 份样本

最新招聘

工资收入

就业形势

岗位职责



¥ 14070

近1年 89 份样本 / 可信度：一般

你觉得该统计数据准确吗？

偏低

靠谱

偏高

0

0

0

各省区市的月額最低賃金（7月15日時点）

省区市	実施日	最低賃金 (元)	省区市	実施日	最低賃金 (元)
上海	2017年4月1日	2,300	河南	2015年7月1日	1,600
天津	2017年7月1日	2,050	湖南	2017年7月1日	1,580
北京	2017年9月1日	2,000	雲南	2015年9月1日	1,570
広東	2015年5月1日	1,895	湖北	2015年9月1日	1,550
うち深セン	2017年6月1日	2,130	江西	2015年10月1日	1,530
江蘇	2017年7月1日	1,890	遼寧	2016年1月1日	1,530
浙江	2015年11月1日	1,860	安徽	2015年11月1日	1,520
山東	2017年6月1日	1,810	青海	2017年5月1日	1,500
福建	2017年7月1日	1,700	重慶	2016年1月1日	1,500
陝西	2017年5月1日	1,680	四川	2015年7月1日	1,500
貴州	2017年7月1日	1,680	黒竜江	2015年10月1日	1,480
新疆	2015年7月1日	1,670	寧夏	2015年7月1日	1,480
河北	2016年7月1日	1,650	吉林	2015年12月1日	1,480
内モンゴル	2015年7月1日	1,640	海南	2016年5月1日	1,430
甘肅	2017年6月1日	1,620	チベット	2015年1月1日	1,400
山西	2015年5月1日	1,620	広西	2015年1月1日	1,400

複数の水準に区分している省区市は最高の「第一档」を採用

出所：中国新聞社

NNA 2017.7

上海コンサルの平均月収は14070元(約23万9千円in 2018.4)
 最低賃金は約4万円 2017.07

EC in Asia

Do you know it?

A Preview!

How about
Singapore?
Philippines?
...

	ベトナム	日本	タイ
1人あたり GDP(USD)	6024		16,000
ネット人口普及率	52.70%	99.30%	39.30%
EC利用率(ネット人口比)	62%	82.00%	52.00%
特徴	マーケットポテンシャル 前縁比200%超で拡大 モバイルECの拡大 クレカ304万枚(2014)		前年比120% 若年世代中心 政府の電子決済推進方針
主要ECサイト Top3	5giay.vn, Lazada.vn, Amazon.com		Lazada.co.th, Amazon.com, eBay.com
よく購入する商品 Top1-3	ファッション・コスメ64% Electronics 56% 家電 49%		fashion関係43% IT機器28% 健康・美容関連24%
モバイルEC利用率	23%		31%
決済環境 Top3	代金引換91% 銀行振り込み48% 各種カード20% 電子ウォレット・モバイル・ゲーム17%		クレカ26.4% ネットバンキング18.5% 第三者決済8.4% プリペ、デビットカード2.4%

2017

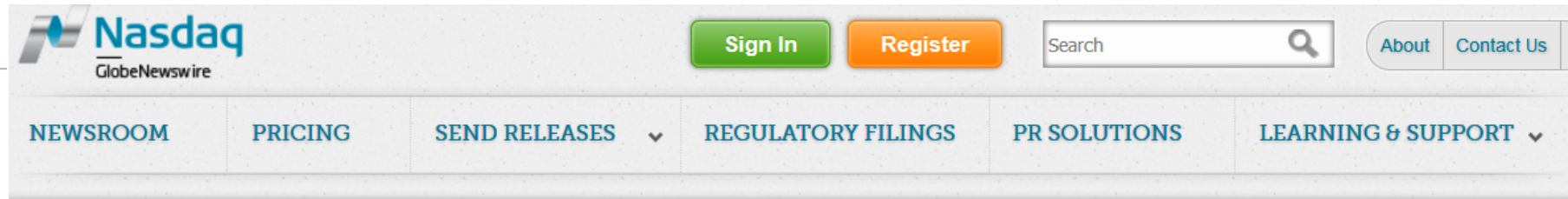


‘Global’ is not ‘Inter-national’

- ▶ インターナショナルは国、国境、国民を意識
- ▶ グローバルでは、同時並行的にいろいろな国の人が関係してくる、影響を受ける
- ▶ グローバルでは、しばしば国の政府がどうするという意思には関係なく、何かが進む
 - ▶ だから一国のグローバル戦略などというのは当てにならない
- ▶ グローバルでは、異文化は前提 and Generosity/Tolerance is the key
 - ▶ 相手国の文化を尊重するといった次元の問題ではない
 - ▶ 互いに寛容であること、コミュニケーションをはっきりととることが重要
- ▶ グローバルでは思わぬ基準のランキングがされる
 - ▶ 国の統計には出てこないようなデータが用いられる
 - ▶ さまざまな世界ランキング <さまざまな視点がばらばらに登場
- ▶ グローバルでは、新規参入は思わぬところ、思わぬ形で現れる
 - ▶ 競争相手は地球の裏側に居るかもしれない
- ▶ リアルタイムで機能するグローバルサプライチェーンの間の競争

- ▶ これらの『グローバル』は、何が可能にしたのか？
 - ▶ そこでの課題は？どんな要素があるか？
 - ▶ 日本の位置は？

<http://globenewswire.com/news-release/2015/08/06/758466/10145046/en/Beverage-Packaging-Market-Asia-Pacific-Excluding-Japan-APEJ-Most-Lucrative-Region-with-25-Market-Share-in-2014-Future-Market-Insights.html>

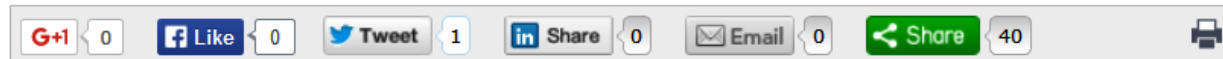


APeJ?



Beverage Packaging Market: Asia Pacific Excluding Japan (APEJ) Most Lucrative Region with 25% Market Share in 2014: Future Market Insights

Asia Pacific Excluding Japan (APEJ) is the largest market for beverages packaging market owing to its high customer base and improving economic condition.



August 06, 2015 07:25 ET | Source: Future Market Insights

VALLEY COTTAGE, N.Y, Aug. 6, 2015 (GLOBE NEWSWIRE) -- Future Market Insights (FMI), delivers key insights on the beverage packaging market in its recent report titled, "**Beverage Packaging Market to be driven by Novel Packaging Solutions: Global Industry Analysis and Opportunity Assessment 2015 - 2025**". According to the report, the overall beverage packaging market is anticipated to register a healthy single-digit CAGR of 3.3% during the forecast period to reach US\$ 257,547.9 Mn by 2025. High-end innovation from manufacturers in design, texture, feel and size of packaging products are key attributes fuelling market growth. Increasing trend towards aseptic, portion and sustainable packaging worldwide is also driving market growth. The global beverage packaging market accounted for around US\$ 181,150.9 Mn in terms of value in 2014.

Assessing the various factors driving market growth, FMI analyst said, "**Technological improvements in**

PROFILE

Future Market Insights

Subscribe via RSS

Subscribe via ATOM

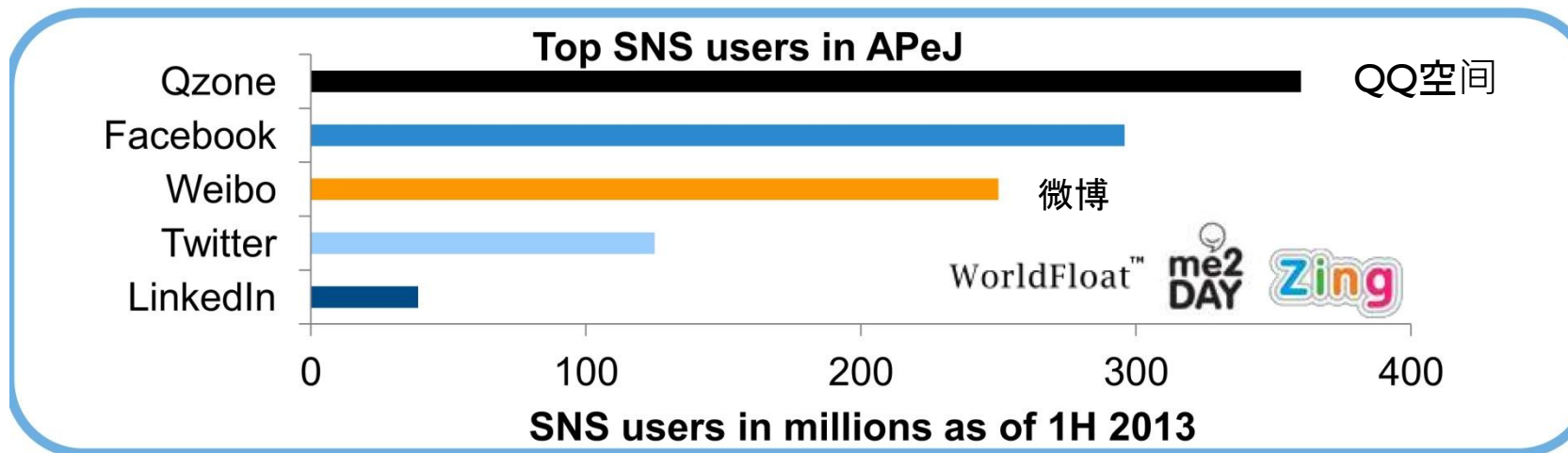
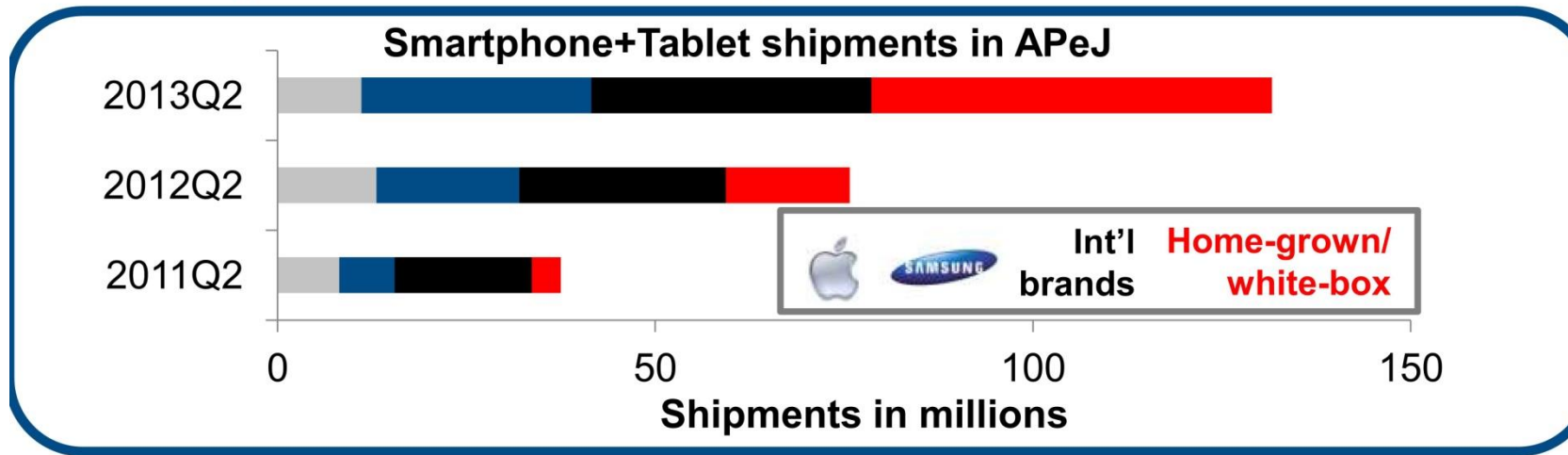
Javascript

London, UNITED KINGDOM

<http://www.futuremarketinsights.com/>

Another APeJ issue: Growing Local Players

The globe tribe, Asian style



インターネット時代の根本的変化のきざし

- ▶ 「通貨」:「可以支付」の店頭貼紙、アリペイ(Alipay)で日本でも払えるオンライン決済
 - ▶ 5億人?テンセントも同様の機構で7億人?ならば中国の銀行のさまざまなことは個人には無関係になる。ITのインパクトは絶大。
- ▶ ブロックチェーン:たとえばビットコイン、新しい方式
 - ▶ 国、通貨当局が保証する通貨以外の方式
- ▶ デジタルビジネスと第4次産業革命
 - ▶ 情報流そのものがビジネス、ブロックチェーン技術の仮想通貨・決済以外への進展
 - ▶ Airbnbは、貸すための部屋を一つも自分では持っていない
- ▶ とほうもなく膨大な地球規模の蓄積データを元に意思決定する
 - ▶ BigData, Artificial Intelligence
- ▶ 一極集中・Single Streamから分散化・多極経済が可能になる
 - ▶ Cloud, Global SNS tools
 - ▶ 越境ECの興隆

権力の終焉 “The End of Power” by Moises Naim

- ▶ 権力の所在がシフトし、拡散しているのではない、またなくなるわけではない
- ▶ 現代においては、権力の在り方そのものが変容する
- ▶ 権力の終焉は、あらゆる領域で見られる
- ▶ なぜそれがおきているか
- ▶ インターネットの出現と、米国の衰退／中国の台頭を簡単にむすびつけてしまってもいけない

- ▶ 現代の潮流を理解すること、土台の変化を理解すること
- ▶ そして、一見すると小さいことのようにだが、ライフスタイルの変化

Gap between Idea and Reality: Many Open Questions

- ▶ スマホの時代は終わった？ At least slow down
 - ▶ 道具から巨大サービスへ焦点は移る？
 - ▶ AGFA rules the world?
- ▶ アメリカは最終消費地ではもはやない？
 - ▶ グローバルサプライチェーンはどうなる？
 - ▶ The end of Americanization/Globalization?
- ▶ 内向きの若者の多い日本には未来はない？
 - ▶ 日本の競争力は無くなる？
- ▶ これからは中国の時代だ？
 - ▶ 中国自身の持つ様々な課題はどうなる？
- ▶ Various businesses are already in non polar flow using the Internet
- ▶ ドイツ銀行はデジタル化で3000人解雇、188店舗閉鎖 2016.6.21
- ▶ オーバースペックのITを利用する無駄: 5Gは本当に必要なのか？



Boston Lives

Once I lived in Vietnam, my digital life is the same



The reality of Virtualization

Physical or Logical? Users do not care the physical location

Then, next question.

Will the Net become Physically Segmented?

米アップル、中国本土で国内ユーザーのデータ保存を開始 | Reuter... <http://jp.reuters.com/articlePrint?articleId=JPKBN0G>



From Reuters, August 16, 2014

米アップル、中国本土で国内ユーザーのデータ保存を開始

2014年 08月 16日 08:57 JST

[北京 15日 ロイター] - 米アップル(AAPL.O)は15日、中国のユーザーのデータを中国本土に設置されたサーバーに保存し始めたと発表した。

同社のクラウドサービス「iCloud(アイクラウド)」の処理速度の高速化や信頼性向上に向けた取り組みの一環としている。

ユーザーのデータは、同国3位の携帯電話会社チャイナ中国電信(チャイナ・テレコム)(0728.HK)が提供するサーバーに保存される。

アップルは「すべてのデータは暗号化され、チャイナ・テレコムがコンテンツにアクセスすることはできない」とし、ユーザーのセキュリティやプライバシーについて真剣に対処していることを強調した。

© Copyright Thomson Reuters 2014. All rights reserved. ロイターが事前に書面により承認した場合を除き、ロイター・コンテンツを再発行や再配布すること(キャッシュ、フレームまたは類似の方法による場合を含む)は、明示的に禁止されています。Reutersおよび地球をデザインしたマークは、登録商標であり、全世界のロイター・グループの商標となっています

Thomson Reuters journalists are subject to an Editorial Handbook which requires fair presentation and disclosure of relevant interests.

*Where does the computer located?
On the net, somewhere, I don't know*

Now in 2019, AWS 32% World market share,
MS 17%, Google Cloud 8%, and others follow,
Reportedly (from Canalys)

Once 'Platform' was a hardware equipment,
Now 'Cloud' is the platform

ITプラットフォームの変化
大企業の基幹システムも徐々に

And, Some Nature of 'Reverse Innovation' Through ICT

Developing Countries to Developed OLD Countries

異なる言葉という課題、そして文化の課題

How do you fill the language gap? culture gap?

And, Country Risks
Unstable World Economy
Global Competition

So, in this class, we will talk, discuss about
The effects of ICT,
What are they?
What we will see in the future

IT is the platform, and the infrastructure

Cross Border EC

Not only between China and Japan

中国消費者の現地“爆買い”仕掛ける 活況呈す「越境EC」ビジネス

海外のEC(電子取引)サイトを通じて日本の商品を売る「越境EC」の関連ビジネスが加熱している。日本製品は品質の高さから訪日した中国人観光客を中心に人気を集め、“爆買い”と呼ばれる社会現象も起きている。帰国した外国人によって日本製品の評判が口コミで伝わり、日本製品を売り込むチャンスが拡大。越境ECは、商機を逃さずネットを通じて商品を現地消費者へ届けるアイデアだ。

東京・平和島。大手物流会社の倉庫をのぞくと、一角に日用品や食品が山積みされている。中国市場向けの越境ECサイト「WONDERFULL Platform」の国内倉庫だ。歯磨き粉に化粧水、美容液、洗剤、お菓子。いずれも日本人になじみ深いブランドの商品ばかりである。

運営するのはInagora(インアゴラ)。中国のIT大手キングソフト社長の翁 永瀾氏が、香港に2014年に設立

したEC企業だ。

同社が手がける越境ECサービスでは、日本の出品者が商品を中国のECサイトに出品し、中国消費者向けに販売できる。「国内のECサイトへ出品したり発送したりするのと全く同じ要領で、中国のECサイトに展開できる」(翁社長)手軽さが特徴である(図)。

翻訳から決済、物流までのすべてを

出品者は日本の食品や日用品のメーカーが中心だ。商品の情報をインアゴラに送ると、同社に所属する中国人の運営チームが中国語に翻訳。商品を掲載したWebページを作成する。通関作業や人民元建ての決済、日本円での入金など、越境ECに必要な一連の業務も担ってくれる。

中国への物流も請け負う。日本企業は注文が入ったら、商品を日本国内にあるインアゴラの倉庫に送るだけでよい。その後、およそ5日で中国の消

費者に商品が届く。

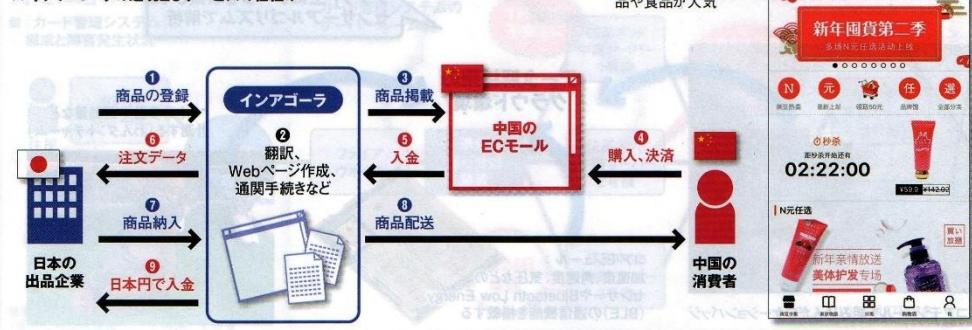
現在の取り扱い商品数は2000点に及び、40社あまりが出品している。月間の売上高は昨年末に1億円規模に達したとみられる。

越境ECに力を注ぐもう1社が、化粧品情報サイトのアイスタイルだ。2014年ごろから本格的に越境EC事業を開始。現在は現地ECサイト「天猫国際(Tモール・グローバル)」や化粧品EC最大手「JUMEI(ジュメイ)」など、10数のサービスを通じて日本の化粧品を販売している。

アイスタイルは今後、日本国内で培ったクチコミサービスの知見を中国向けでも生かす方針だ。ブログや動画などで、消費者が商品を使った感想や使い方の体験レポートを掲載していく。いわゆるコンテンツマーケティングを駆使すれば、中国消費者が現地でも日本製品を“爆買い”してくれると踏んでいる。(玉置 亮太)

日本から中国のECに出品

図 インアゴラの越境ECサービスの仕組み



Think about the following business models

- ▶ **Do not disclose the intellectual property to other countries**
 - ▶ The top of local sales company needs to run by sale expert who is not interested in the know-how of the contents
 - ▶ Study the local needs and office needs thoroughly before shipping and pour the treasure into the products making them as the global standard
- ▶ **Complete localization package before shipping**
 - ▶ Treat the adorers for American well
- ▶ **“International Management” course in the US MBA means the production line of such managers**
- ▶ **Japanese companies go to Asia using the model...**
 - ▶ And the target is local Japanese companies...

Today's class is a *preview* of what we are going to address
In other words, each topic is not fully explained yet

Understanding the new wave of IT, and its reality

Purpose of the Global IT Class
How it affects the direction of management

次週までに用意するもの

今日のスライドの中で、興味を持ったもの、意見があるもの、
スライド番号を5つほどピックアップし、その番号とタイトルを記録し、~~CoursePowerへの直接入力~~
~~で次週前日までにおくること~~メールもしくは、Facebook Messengerで9月23日までに送ること
以後の講義の進め方の参考データとする

FaceBookのPrivate Groupを作ろうと考えている、理由は、そうした形式に井田は慣れている、閉じた形でのメッセージングとファイル交換、残せる議論の場になっている、問題があれば連絡してほしい

Most important message for most of you
講義の録画はCoursePowerにURLを載せる予定

レポートや提出物は日本語でも英語でもかまわない
スライド等の資料はCourse Powerおよび補助サイトで配布を当面実施

