



第17号 ご挨拶

今年、中国の第 19 回共産党大会が行なわれ、国家主席である習近平がその権力を確固たるものにしました。また、リーマンショックからも約 10 年が経過し、世界経済の様相もこれまでのものとは全く異なるものになってきました。昨今のテクノロジーの発展と実用化の加速は、私たちの生活に大きな変化をもたらすであろう兆しも見えてきました。このような変化に、積極的に適応している国の一つが中国です。中国は社会主義国家であり、政治的には資本主義の社会の者には理解し難い国の一つですが、経済の発展については五カ年計画という明らかなガイドラインを示していると言う意味で、むしろ解りやすいということも出来るのではないのでしょうか。2011 年までの中国が世界の工場であることを前提にしたビジネス・モデルから世界の市場として中国に適合して成果を上げることが出来るビジネスモデルへの転換を検討する時期がきていると考えます。

KPMG 中国 GJP 中国総代表 高部 一郎

1. KPMG Insight: 中国事業を考える

中国は、2013 年に第 7 代国家主席となった習近平のリードにより様々な改革が実施され、第 13 次五カ年計画(2016 年~2020 年)が推し進められ、中国の新時代を力強く歩き始めていました。2010 年に名目 GDP で日本を追い越し、今では日本の 2.4 倍の規模にまで成長しています。

本稿では、1990 年代以降 20 数年に亘って営まれてきた日本企業の中国事業について改めて見直す時期が来ているのではないかとこの観点から中国の現状をおさらいするとともに、今後の世界戦略の重要拠点としての中国における事業について議論していきます。

> [全文はこちら](#) (日本語)

2. 2016 年度「中国のつながる消費者」調査—進化するモバイル—(3)

今回の調査では、中国の回答者の半数以上が自分の買い物、感想、意見、その他のフィードバックをオンラインでシェアしていることがわかりました。消費者が積極的にオンラインプラットフォームに関わるようになり、スマートフォンでのアクセスも増えています。企業各社が成長するためには、ソーシャルメディアの価値と潜在的な可能性を理解することがますます重要になっています。企業は、単にソーシャルメディアでプレゼンスを確立するだけでなく、ソーシャルメディアのパターンやトレンドに注意深く目を配って消費者のフィードバックに敏感に反応し、自社の商品やサービスを現在購入してくれている顧客と将来的に購入してくれるかもしれない潜在的顧客に向けて情報を発信することにより、オンライン・コミュニティに自らを組み込むところまで進まなければなりません。

> [全文はこちら](#) (日本語)

3. The Factory of the Future

インダストリー4.0は、サプライチェーンと生産プロセスをデジタルによって統合することを意味しています。基幹情報システムと生産プロセスの分断を克服し、製品設計と生産や物流のプロセス連携をいかに効率的に行うかといった課題に直面している多くの製造業が「フューチャーファクトリー」への取り組みを強化しています。

基幹業務システムと生産システムが完全に統合された「フューチャーファクトリー」においては、それらを取り巻く、顧客、販売チャネル、サプライヤー、OEM、研究開発部門なども統合することで、デジタル空間の中で生産プロセス全体をシミュレーションすることが可能になります。

本レポートのパート1では、インダストリー4.0の動向や必要性、企業にもたらすインパクトを解説するとともに、自社のサプライチェーンをデジタル化し、より付加価値の高いネットワークに変貌させるための、KPMGが考えるリファレンス・アーキテクチャを紹介しています。

パート2では、インダストリー4.0における製造業の役割やビジネスモデル、導入や運用のためにKPMGがサポートできることについて説明します。インダストリー4.0を推進する上でのポイント、経営層の役割についても触れています。

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

Contact us お問い合わせ先

GJP China Markets: gjpmarkets.china@kpmg.com

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