



BIZ-PART

The best business partner

株式会社Biz-Part 会社紹介

2024年3月

基本情報



会社名	株式会社Biz-Part
設立年	2019年9月
資本金	750万円
所在地	東京都中央区京橋1丁目1-5 セントラルビル2F
役員構成	代表取締役 呉 勝龍
事業内容	中国事業進出支援、日本市場調査・進出支援
連絡先	TEL : 03-6823-5860 URL : http://www.biz-part.com/

【弊社概要】

- 中国に関わる各種調査分析、進出戦略立案、販路開拓・商談支援など
- 特に中国への新規参入系プロジェクト（調査～戦略立案、販路開拓等）に強み
- 日本市場開拓に関わる市場調査、戦略立案、営業代行など

【支援項目】

- 各種調査：政策、法規・規制、市場・業界動向、現地企業調査
- 戦略立案：事業戦略、マーケ・販売戦略、アライアンス戦略
- 販路開拓：有力顧客・代理店等の探索、チャンネル開拓、斡旋、商談化支援
- 提携支援：提携先・提携スキーム検討、提携先への打診・交渉支援
- 実務支援：各種認証などの実務支援

代表略歴：呉 勝龍 (う しょうりゅう)



【学歴】

- 大連理工大学 機械工学部 機械自動化専攻修了 (工学学士)
- 筑波大学 システム情報工学研究院 知能機能システム専攻修了 (工学修士)

【職歴】

- 大手自動車部品メーカー (商品開発部、生産技術部門)
商品の設計開発、生産設備、生産プロセス開発に従事。
- OA機器メーカー (中国事業推進、商品企画部門)
中国国家标准作成、認証取得、生産工場サポート、中国向け商品企画などに従事
- 大手コンサルティングファームを経て、同社を設立。



【経験業種・分野】

- 大手自動車、自動車部品、ゴム、電気機器、精密機器、OA機器、小売、IT企業の国内外市場調査分析、新規事業創出、事業戦略立案、業務改革、M&A、中国進出支援など数十件のプロジェクトを経験。

中国事業進出における一般的な検討事項



クライアント様の中国市場進出において、「何」を、「誰」に、「どのように」展開していくかを明確にし、中国事業戦略を立案する。

①「何」を

- 提供商品・サービス、提供価値
- 主要顧客、価格設定
- 販売チャネル、組織体制
- 中国進出における可能性の評価

②「誰」に

- ターゲット顧客像、顧客ニーズ
- 購買習慣、アクセス方法
- 市場動向と特徴、市場規模
- 政策、法律法規、関連規制

③どのように

- 事業展開ルート（自社、他社）
- 競合企業の調査分析
- 提携可能企業の探索

④事業戦略

- 中国進出における全体計画、マーケティング・販売戦略、アライアンス戦略などの策定
- いつ、何を、どのように展開していくかの事業戦略の策定

⑤実務支援

- 中国の法律法規の確認
- 関連商品の中国認証の取得
- 提携先への打診、斡旋、交渉

中国事業展開における一般的な検討ステップ



内部環境分析、外部環境分析からターゲット顧客層を特定し、展開ルート及び中国事業戦略を検討する必要がある。

①	国内事業の現状把握	<ul style="list-style-type: none">● 御社国内及び海外での事業展開詳細の把握（商品特徴、組織体制、主要顧客層、販売ルート、サポート体制、今までの検討経緯詳細など）● 中国事業展開の展望、事業判断における重点項目などについての整理 → 御社商品・サービスの強みと弱みの把握	→「何」を
②	ターゲット顧客層の確認	<ul style="list-style-type: none">● 検討領域のトレンド、バリューチェーン、市場動向・特徴、重点企業、法律法規、関連規制などの調査分析● ターゲット顧客層の特定、顧客像及び詳細ニーズの分析 ※必要に応じてアンケート調査、有識者ヒアリングを実施 → ターゲット顧客層の特定	→「誰」に
③	事業展開ルート的设计	<ul style="list-style-type: none">● 上記特定したターゲット顧客層に対して、どのようなルートで展開できそうか、展開ルートの洗い出しと設計● 競合企業の調査と分析、提携可能企業の探索と詳細調査 → 販売ルートの策定と評価	→どのように
④	中国事業戦略の策定	<ul style="list-style-type: none">● 上記調査分析の結果に基づき、御社中国進出における全体計画、マーケ・販売戦略、アライアンス戦略などを含めた全体戦略の策定 → 中国事業全体戦略の策定	→事業戦略
⑤	中国進出に向けた実務支援	<ul style="list-style-type: none">● 中国の関連政策・法律法規の確認、必要な認証の取得、提携先との提携方法・条件の検討、有力候補企業への提携打診、交渉、実務支援 → 中国進出における各種実務の支援	→実務支援

【実績A】 日系大手通信会社の中国進出支援



大手通信会社への中国通信市場調査及びアライアンス戦略策定。
主な実施項目は以下。

■ 中国通信業界の市場環境調査

- ・ 中国通信業界のマクロ市場動向
- ・ 管轄政府機関、政策動向、標準化動向
- ・ 主要プレイヤー、バリューチェーン、資本提携関係

■ 中国某大手通信設備メーカーの動向調査

- ・ 企業の基本情報、売上推移、地域構成比
- ・ 商品特徴、技術動向、アライアンス動向
- ・ 海外展開の経緯、海外事業戦略
- ・ 中国政府との関係性、社内ガバナンス

■ 上記調査結果に基づき、中国メーカーとの連携可能性の検討

- ・ 連携方法、シナリオの検討
- ・ 中国政府規制の調査及び連携可能性の検討

【実績B】 日系医療サービス会社の中国進出支援



日系医療サービス会社への中国進出に向けたエンドユーザー調査と戦略策定。
主な実施項目は以下。

■ 中国主要都市の高所得層ユーザーのアンケート調査

- ・ 医療受診行為の行動特徴
- ・ 中国医療サービスへの満足度
- ・ クライアント様提供医療サービスへの利用意向、価格、期待事項 等

■ 中国主要都市の高所得層ユーザーのインタビュー調査

- ・ 医療受診行為の行動特徴
- ・ 類似医療サービスの利用状況、満足度、感想
- ・ クライアント様提供医療サービスへの利用意向、価格、期待事項などの深掘り

■ ターベット顧客層の特定と中国進出戦略の策定

- ・ クライアント様のターゲット顧客層の特定
- ・ 中国事業進出に向けた戦略策定

【実績C】 工業用ソフトウェアベンダーの中国市場進出支援



工業用ソフトウェアベンダーの中国進出に向けた市場調査と戦略策定。
主な実施項目は以下。

- **中国プラント・エネルギー・製造業の3次元検査計測市場の調査**
 - ・ 3Dスキャン・モデリング市場の提供サービス、ニーズの調査分析
 - ・ 3Dスキャナーメーカー、3Dスキャンサービス提供者のリストアップ
 - ・ 3D点群からのモデリング関連サービスへのニーズの分析

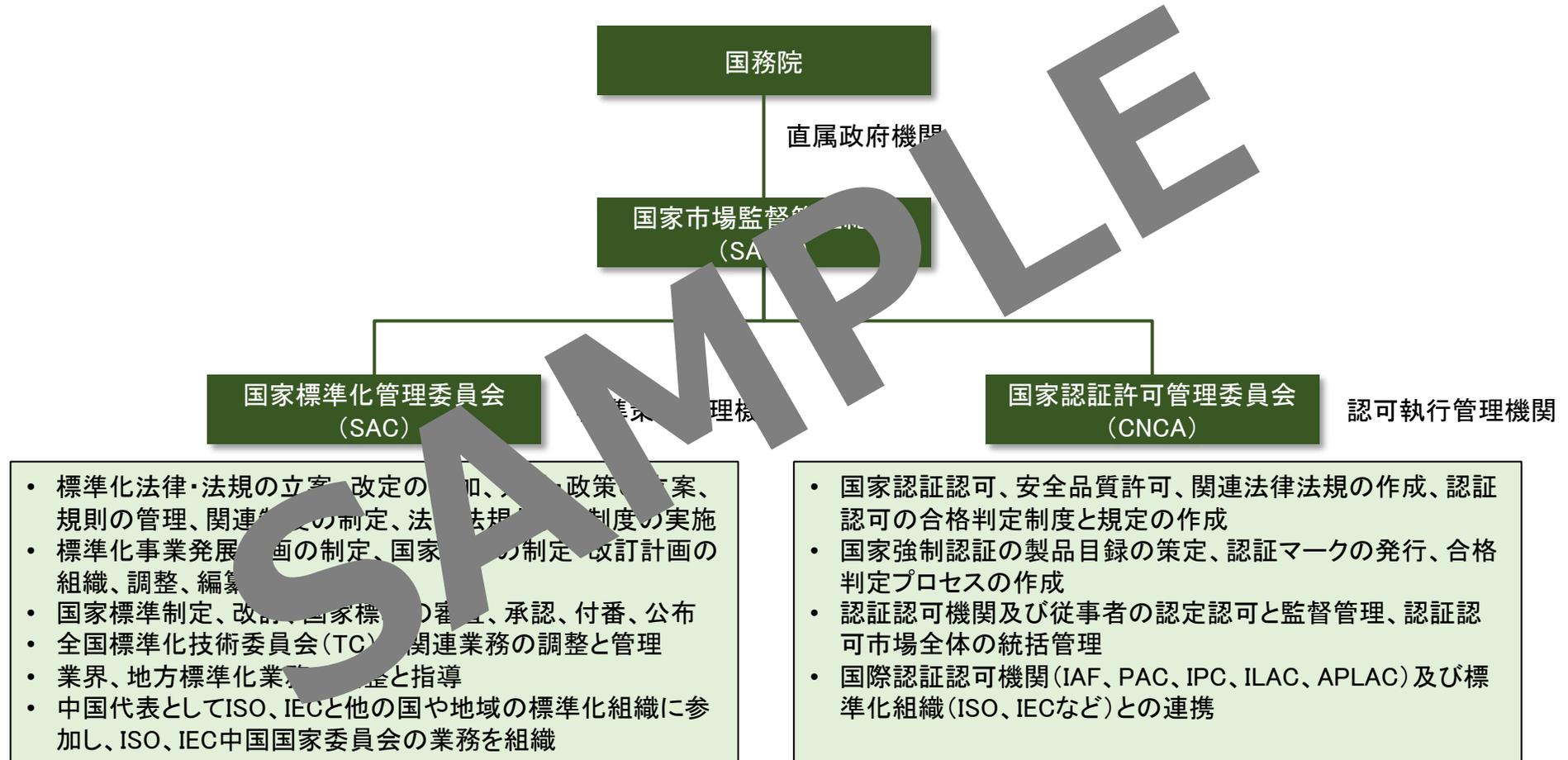
- **中国プラント・設備メーカーの動向調査**
 - ・ 化学メーカー、発電所などのDX関連動向、課題、取組事例
 - ・ 代表企業の取組や方向性の調査分析

- **調査結果に基づいた、中国進出の可能性検討**
 - ・ 進出時のポジショニング、市場戦略、参入時期などの仮説立案

【参考】 過去調査レポート抜粋

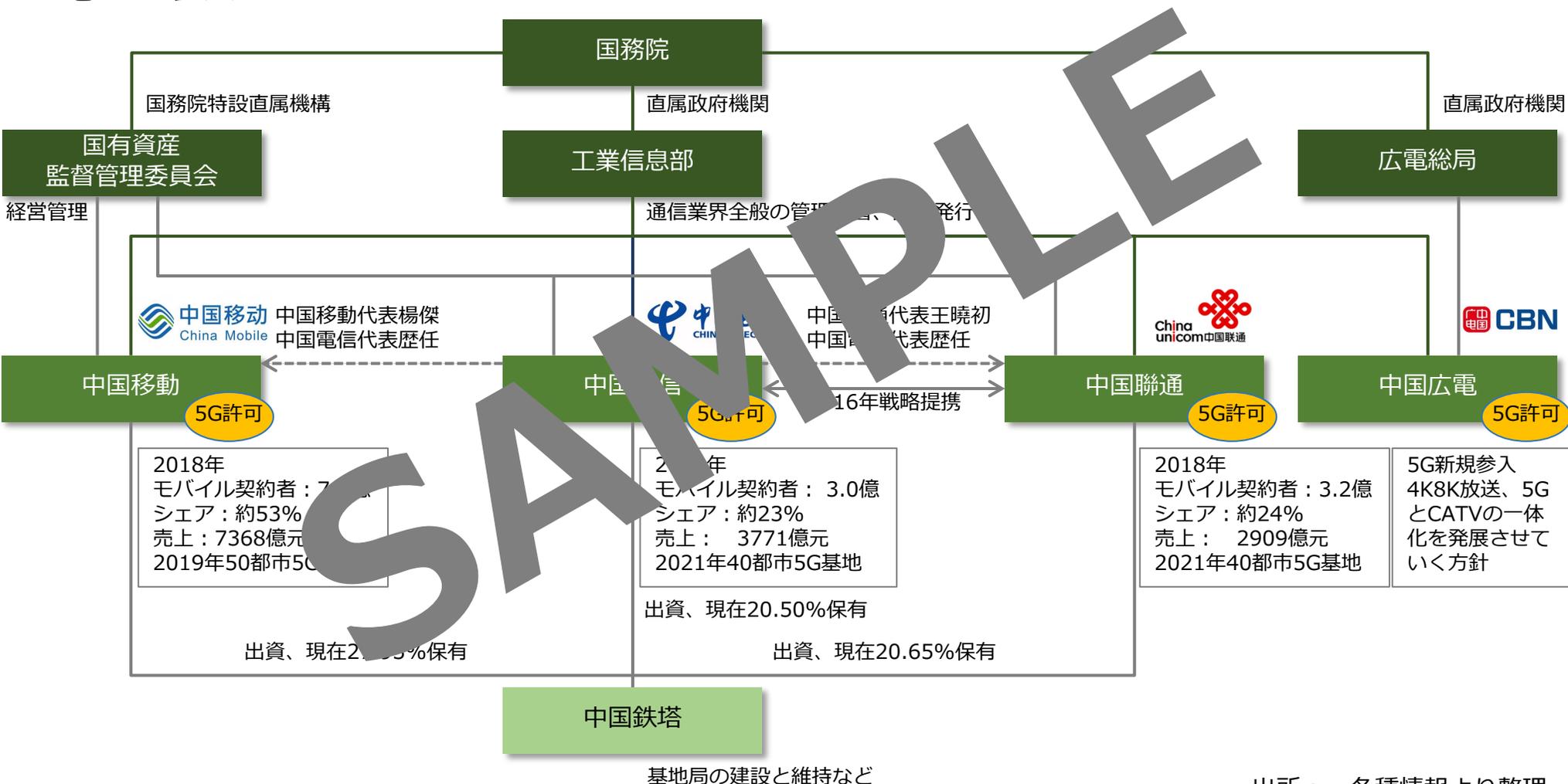
(A) 中国標準管理体制

中国の標準、認可関係の管理監督部門は下記の通りとなり、国家標準化委員会が各標準化技術委員会の標準策定、審査、承認、公布などの責任を負っている。



(A) 中国通信業界の基本構造

中国主要3キャリアは国有企業であり、形式上の競争関係である。主要3キャリアに加え、中国広電は5G参加。



出所: 各種情報より整理

(A) 中国通信キャリア3社の主要提携関係

提携関係



中国移動



中国電信



中国聯通



中国移動	中国電信	中国聯通
2019年（中国移動国際）アジア太平洋地域におけるIoTの普及促進で提携	2019年 5G基地、ネット共通化などで提携	2019年 5G基地、ネット共通化などで提携
2018年 IoT向けマルチベンダ間eSIMソリューションを商用化	2019年 5Gデータローミング、クラウド、IoT、AIなどで包括的提携	2019年 5G、IoTなどで提携
2018年 IoT、物流と関連ソリューションなどで提携	2019年（中国電信広域）5G基地局整備、5Gインフラソリューションなどで提携	2018年 5Gエコシステム、スマート交通などで包括的提携
2018年 クラウド、NFV、5G、AIなどで提携	2019年 5G通信、エッジコンピューティングなどで提携	2017年～ 通信、クラウド、セキュリティ、5G eスポーツで提携
2018年 スマートシティ、スマートホームプラットフォームなどで提携	2019年 スマートホーム、クラウド、自動運転、IoTなどで提携	2016年～ ネットワーク、AI、ビッグデータ、IoTなどで提携
2018年（中国移動香港）5G関連総合ソリューションなどで提携	2019年～ スマートホーム、クラウド、IoTなどで包括的提携	2017年～ クラウド、セキュリティ、ビッグデータ、AIなどで提携
2019年 FinTech、金融、通信などで提携	2019年 5Gのスマートロジスティック、スマート交通などで提携	2019年 4K、8K動画配信、IoTなどで提携
2018年 データ通信、金融、チャネル、物流などで提携	2018年 データ通信、金融、チャネル、IoTなどで提携	2019年 FinTech、通信などで提携
2019年 5G、IoT、エッジコンピューティングなどで提携	2019年 5Gの自動運転、クラウド、ビッグデータなどで提携	2019年 5G関連包括的提携
2018年 データ通信やチャネル、インフラ業務、AIなどで提携		
2017年～ 基礎通信、クラウド、IoT、スマートデバイスなどで提携		

キャリア
 設備、デバイス
 IT、その他

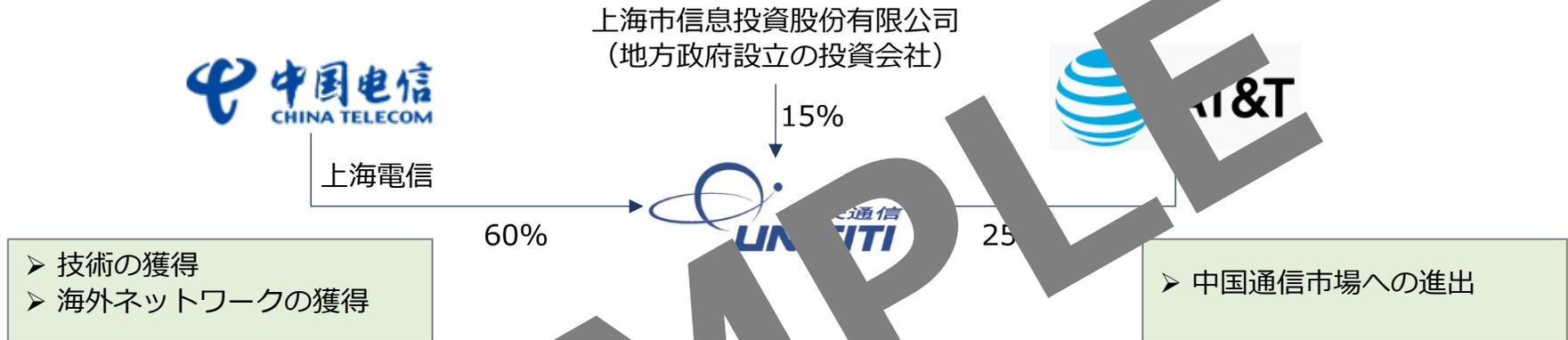
出所： 各種情報より整理

(A) 中国電信とAT&Tの資本提携経緯

資本構造



AT&Tは1993年から中国の電気通信マーケットへの参入を意識し、中国電信と接触し、2000年にようやく中国初の外資系ネットプロバイダーを設立した。当時、中国国務院、工業情報部、上海市政府からサポートを受けた。

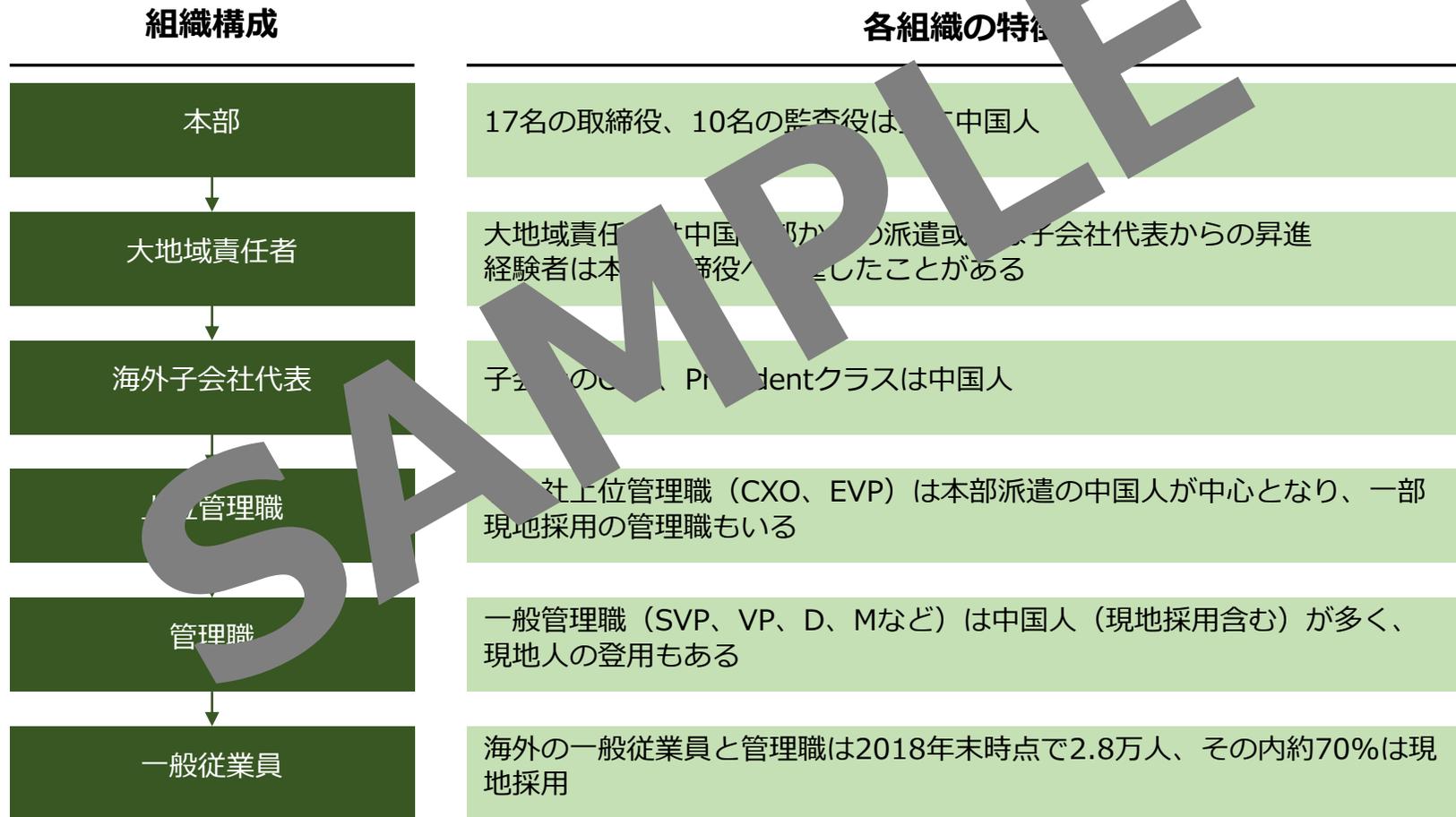


- 2017年、グローバルバンドネットワークを使用して、上海浦東の多国籍企業に包括的なグローバル通信サービスを提供
- 2002年正式創業以来、金融、航空、製造、物流等の業界において、300社以上のグローバル企業にサービスを提供してきた
- 2018年、中国情報通信研究員主催、三大基礎通信企業が理事を務める「中国越境データ通信産業連盟」のメンバーになった
- 2019年、「2018-2019年度中国通信産業総合通信革新リード企業」大賞を受賞
- 政府主導の投資会社が資本を投入し、経営関与が強いと考える

(A) ファーウェイ社全体の組織構造

海外地域総裁、子会社の総裁レベルは中国から派遣、現地の管理モデルも中国本部モデル、本部の意思決定のスピードを重視し、本部の企業文化を落とし込んでいると推測。

現地採用は中華系定住者も含まれており、中国語スピーカーが一定割合を占めていると考える。

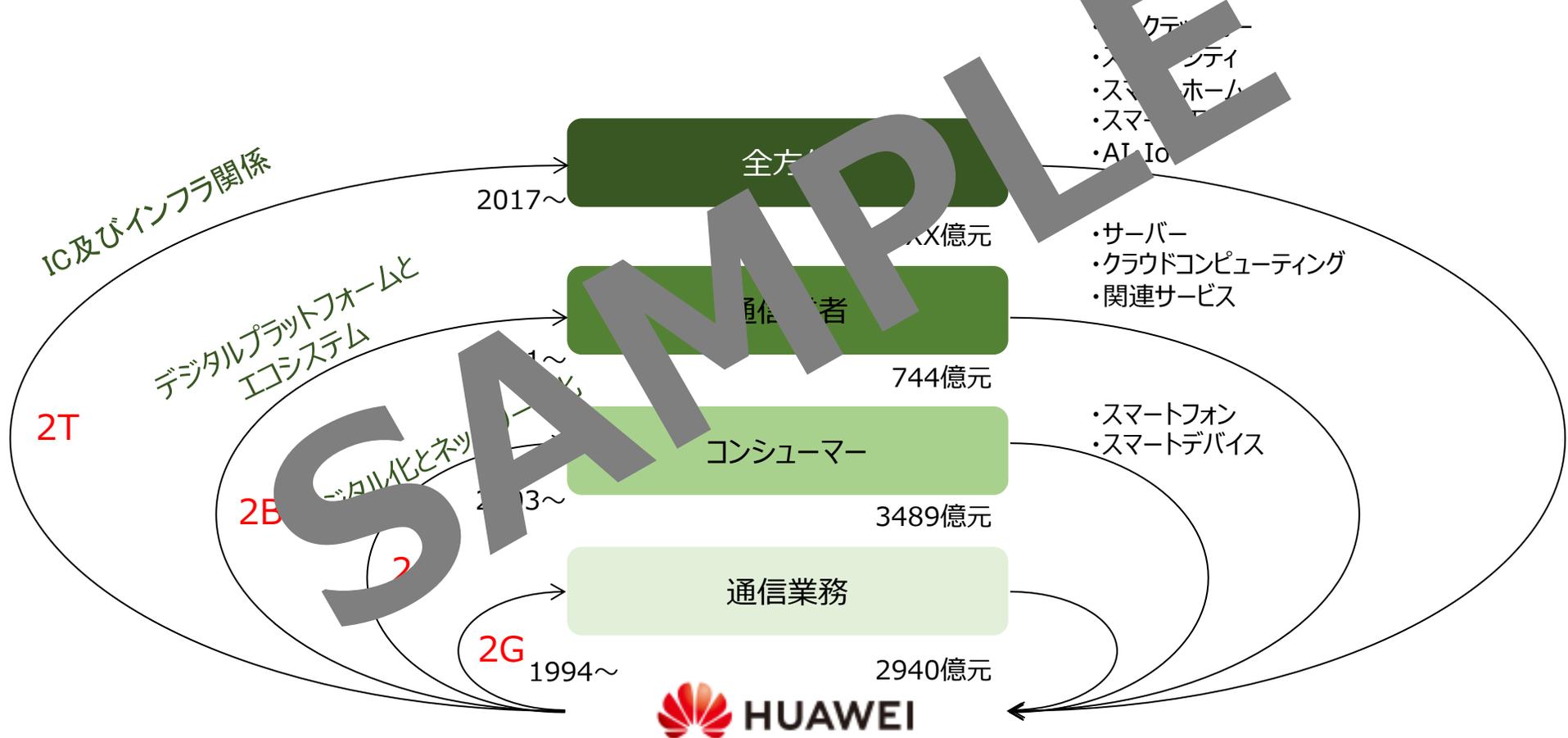


(A) ファーウェイの事業戦略の整理

企業調査



ファーウェイは「あらゆる人、家庭、組織にデジタル化の価値を提供し、すべてがつながったインテリジェントな世界を実現する」とのビジョンの元で、ICTパートナーとして、製造メーカー、通信事業者、ICTベンダー、アプリケーションソフト開発メーカー、研究所および政府機関が、広く手を取り合い、共創していくと宣言している。



(B) 調査目的と要求事項

ユーザー調査



【調査目的】

中国エンドユーザー（患者）を対象に、日本医師による遠隔診断サービスに対する意向調査

【調査対象者】

中国都市部に生活している中高所得層（世帯収入）

*対象都市： 北京、上海、広州、大連

【調査方法】

Webアンケート調査

インタビュー調査

【サンプル数とサンプル要求】

●アンケート： 20サンプル x 4都市、計80サンプル

※収入要求： 世帯月収 25000円以上

※CT、MRI経験者（自身、家族）

●インタビュー： 1人 x 4都市、計4人

※収入要求： 世帯月収 50000円以上

※CT、MRI経験者（自身、家族）

【アンケート分析ポイント】

単項目分析を行い、ユーザーの行動パターンと意向を確認する。

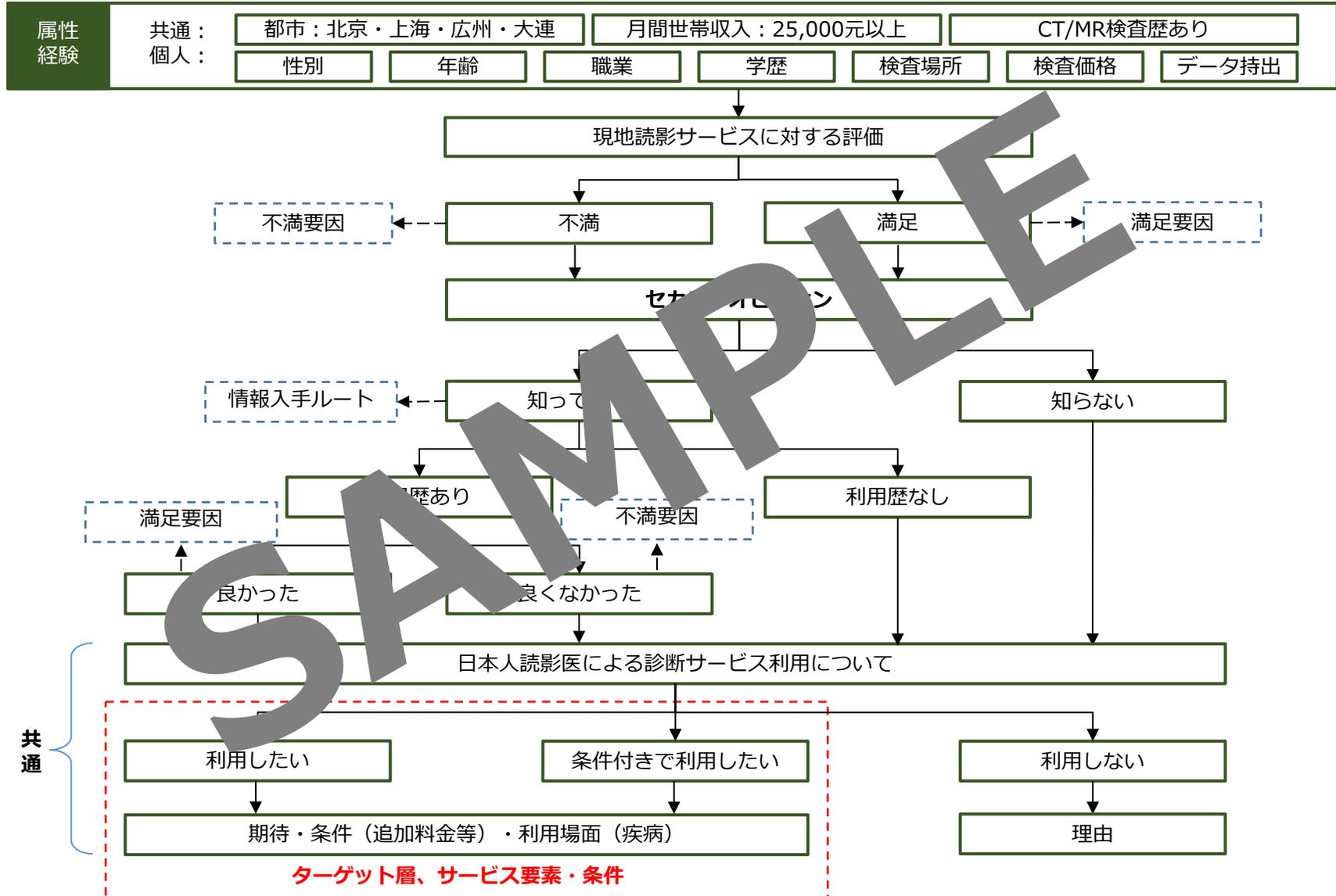
【インタビュー分析ポイント】

アンケートの調査結果を踏まえて、中国医師による読影サービスの詳細を確認した上、

日本医師による遠隔診断への意向を深ぼる。

(B) アンケート調査分析ロジック

ユーザー調査



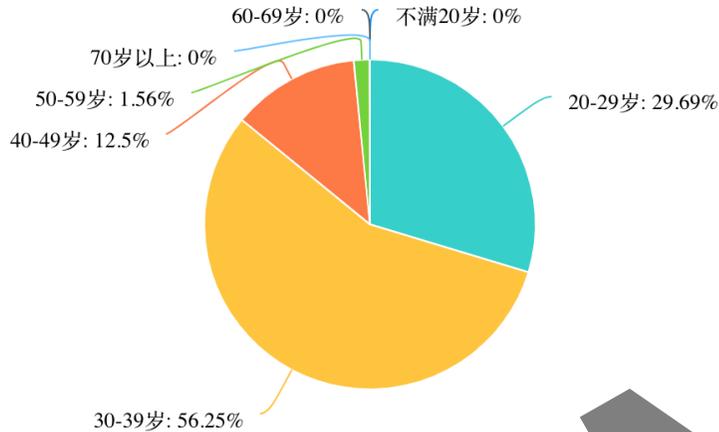
(B) アンケート結果サマリー①：属性

ユーザー調査



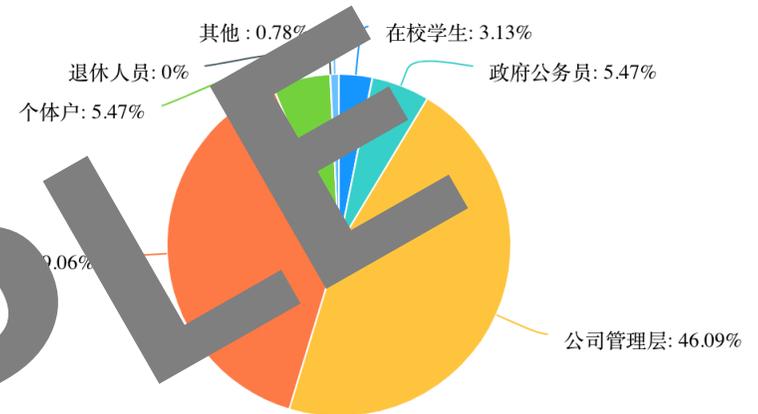
2. 年齢

→20代~40代に集中し、30代がもっとも多かった



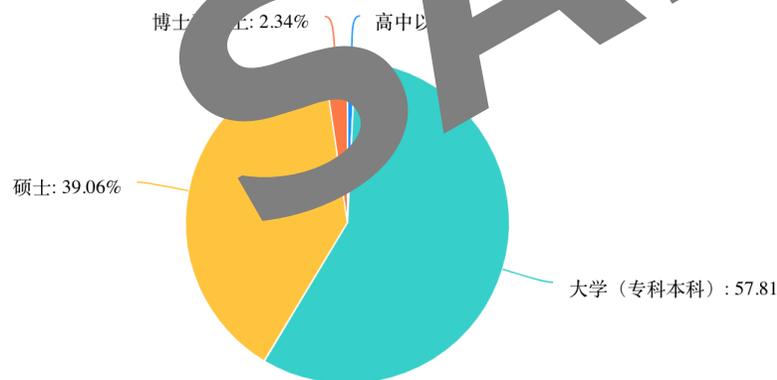
4. 現在の職業

→企業管理層と社員が合わせて85%を占めた



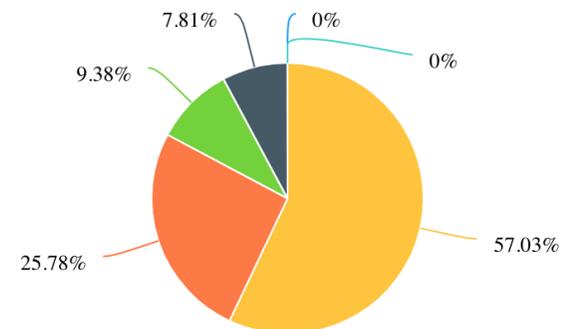
5. 学歴

→大学と修士学位の取得者が全体の97%を占めた



6. 世帯月収

→回答者の8割以上は、世帯月収 25,000-44,999元に集中



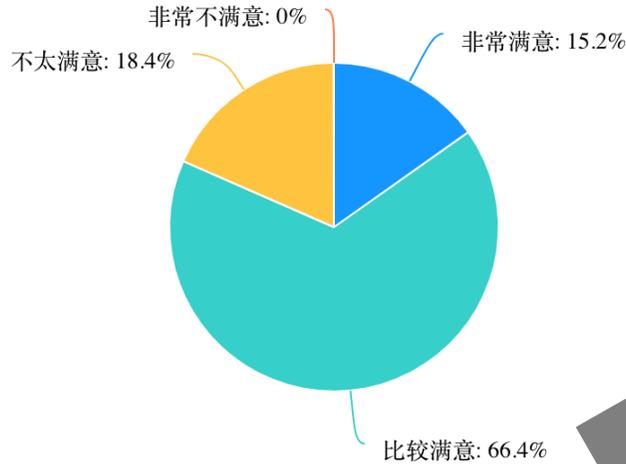
(B) アンケート結果サマリー②：認知

ユーザー調査



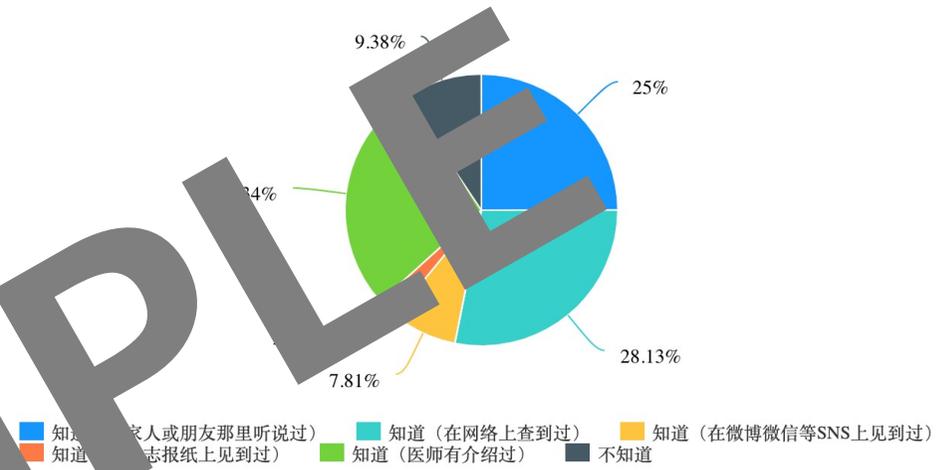
12. 国内読影医師のCT或いはMRIの検査報告の満足度

→国内医師による検査報告に対して全体的に満足している状況



15. セカンドオピニオンへの認知度

→約9割の人はセカンドオピニオンを知っている



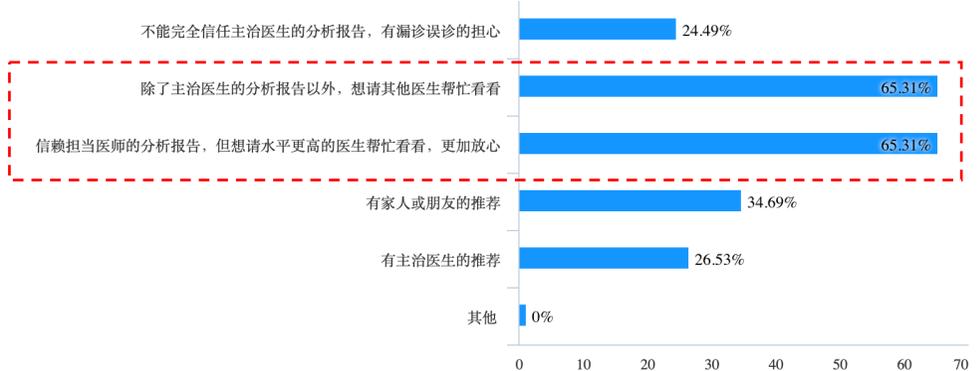
16. セカンドオピニオンの利用経験

→約4割の回答者は利用経験がある



17. セカンドオピニオン利用の理由

→「別の先生に診断してもらいたい」は主要理由

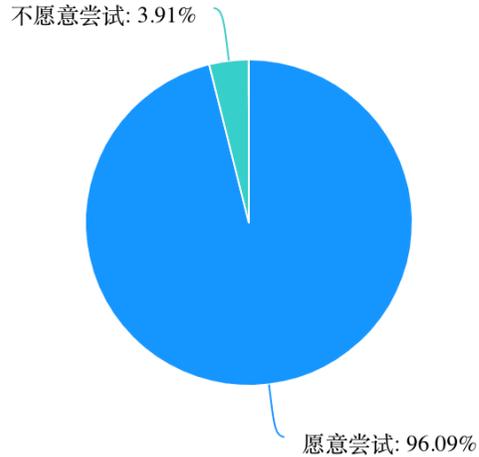


(B) アンケート結果サマリー③：利用意向

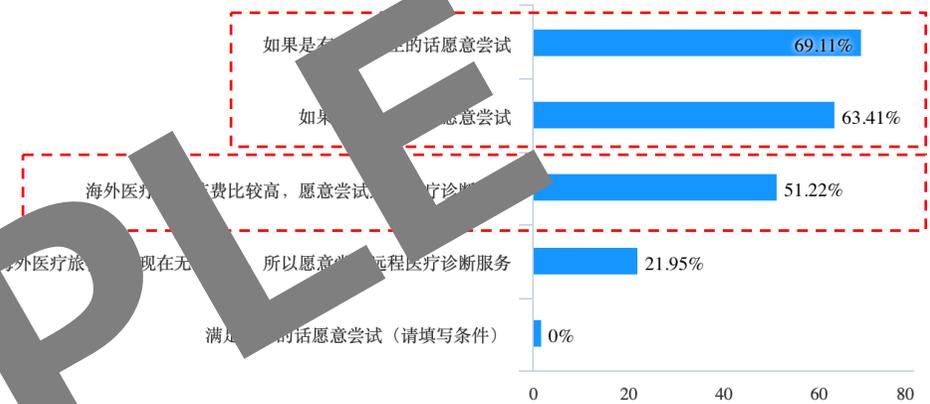
ユーザー調査



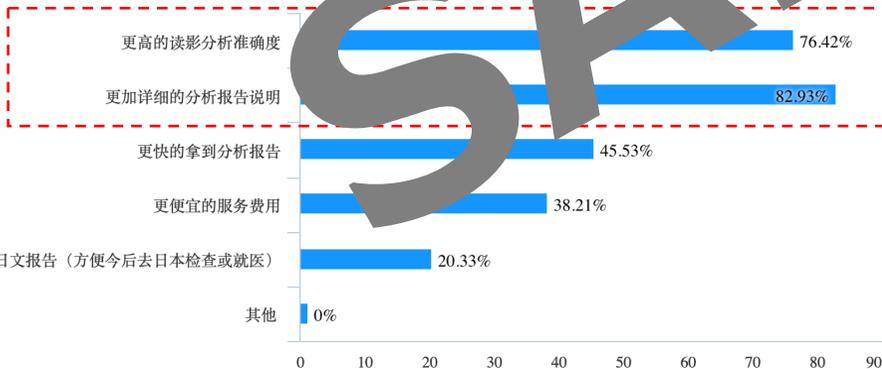
19.日本人の読影医による遠隔読影サービス利用の意向 →ニーズは確実にあると言える



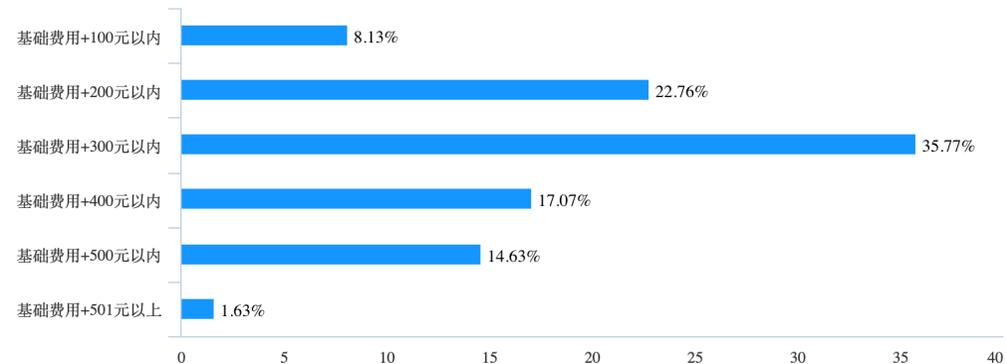
20.日本人の読影医による遠隔読影サービスの利用の理由 →大半は日本医師の評判、価格を重要視している →海外医療ツアーより遠隔診断サービスを利用してもよい



22.日本人の読影医による遠隔読影サービスの期待 →高い読影精度と詳しい解説レポートが最も期待されている

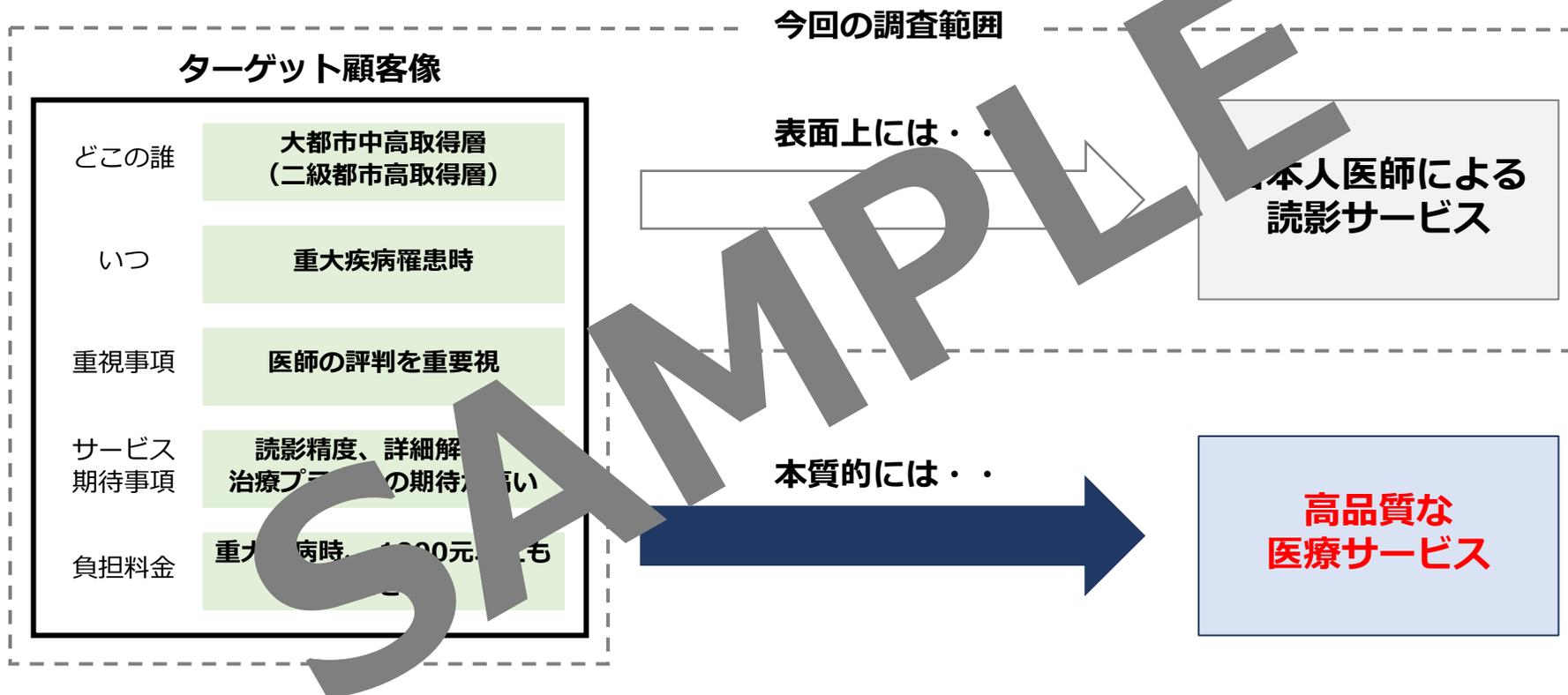


23.日本医師による遠隔読影サービスへの負担料金 →300元以下上乗せOKを中心とする正規分布の結果



(B) ニーズの深層分析

今回の調査により特定できたターゲット顧客層は「日本人医師による読影サービス」を求めることから、**本質的には「高品質な医療サービス」**を求めているのではないかと仮説が立てられる。

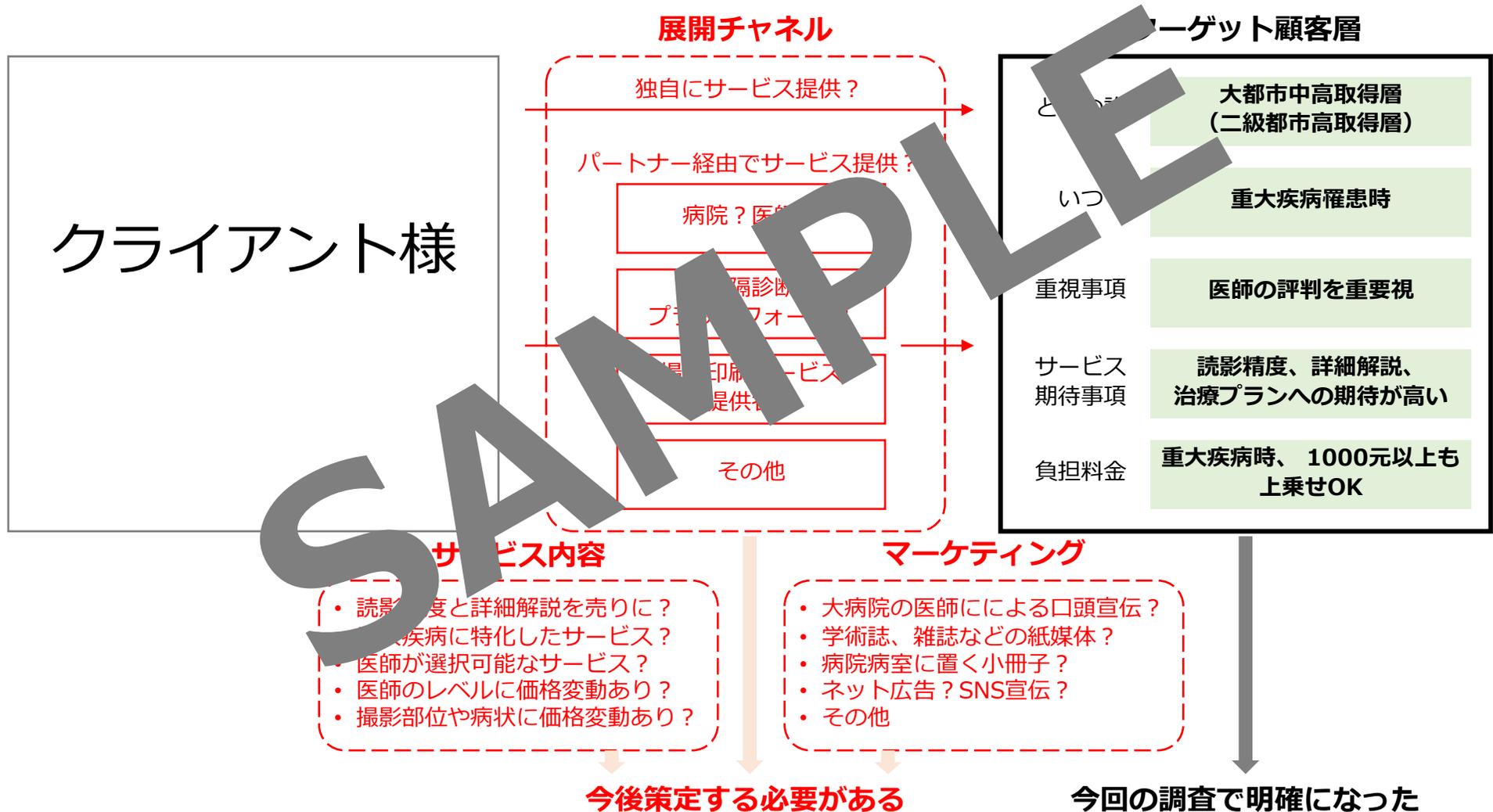


(B) 御社既存中国事業の全体像

戦略立案



今回の調査により、ターゲット顧客層は明確になった。今後、提供サービス、展開チャネル、マーケティングなどを策定しなければならないと考える。



(C) 中国産業用ソフトウェアの市場概況

市場調査



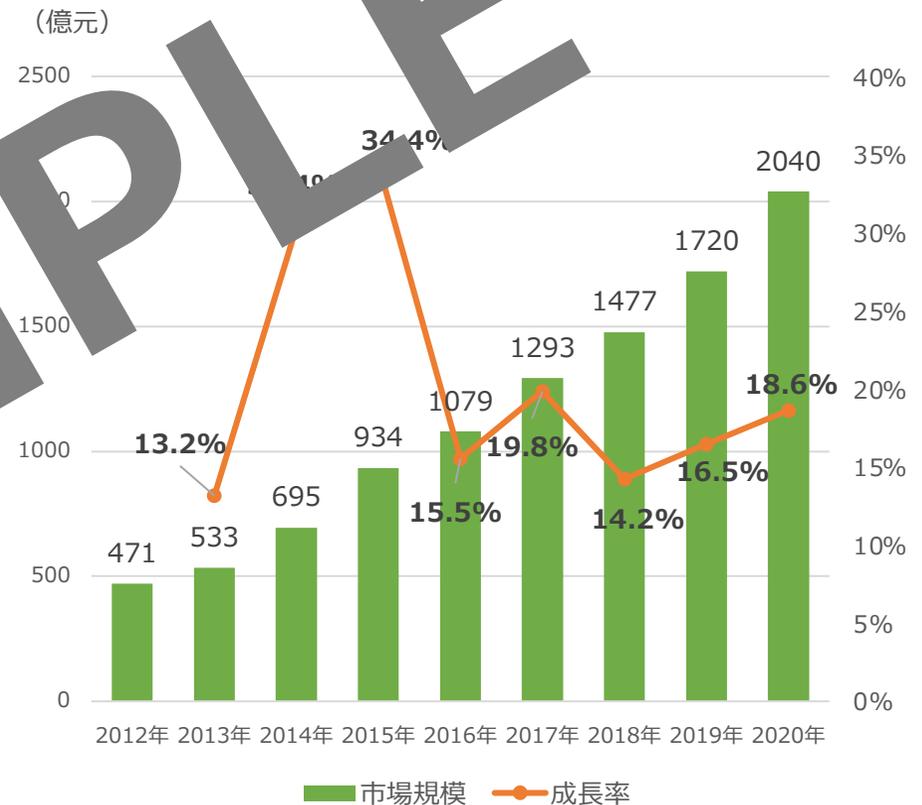
産業用ソフトウェア（R&Dとしてのデザインソフトウェア、情報マネジメントシステム、生産コントロールシステム、組み込み型システム）の市場規模は成長しているものの、**中国の市場成長率は世界の3倍以上を維持しており、市場ポテンシャルが依然高い。**

世界の産業用ソフトの市場規模



出典： Gartner統計資料

中国の産業用ソフトの市場規模



出典： 工業と情報部統計資料

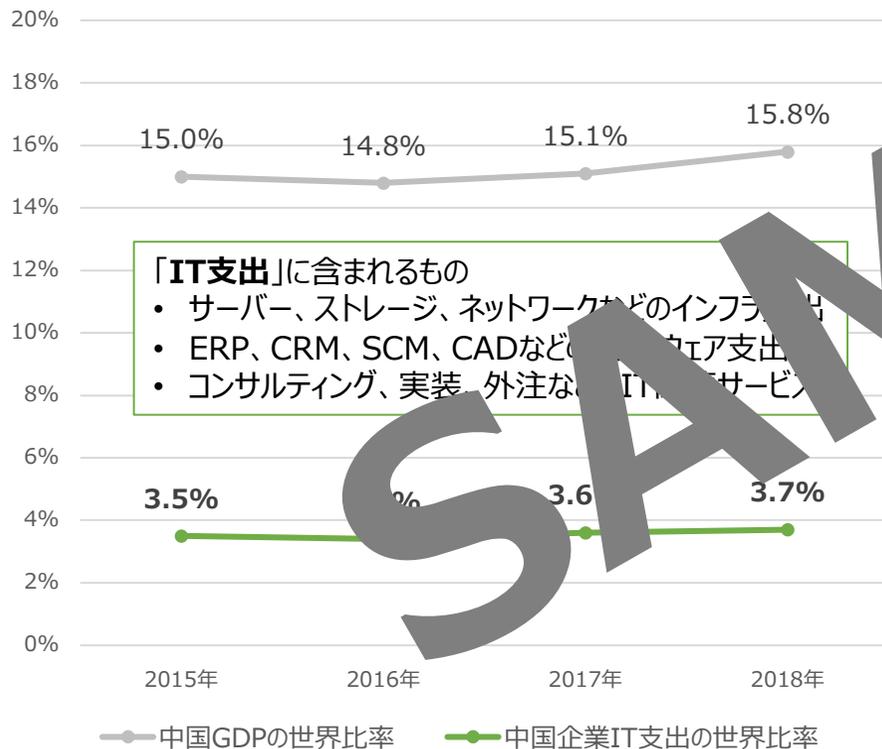
(C) 中国IT支出とSaaS市場動向

市場調査



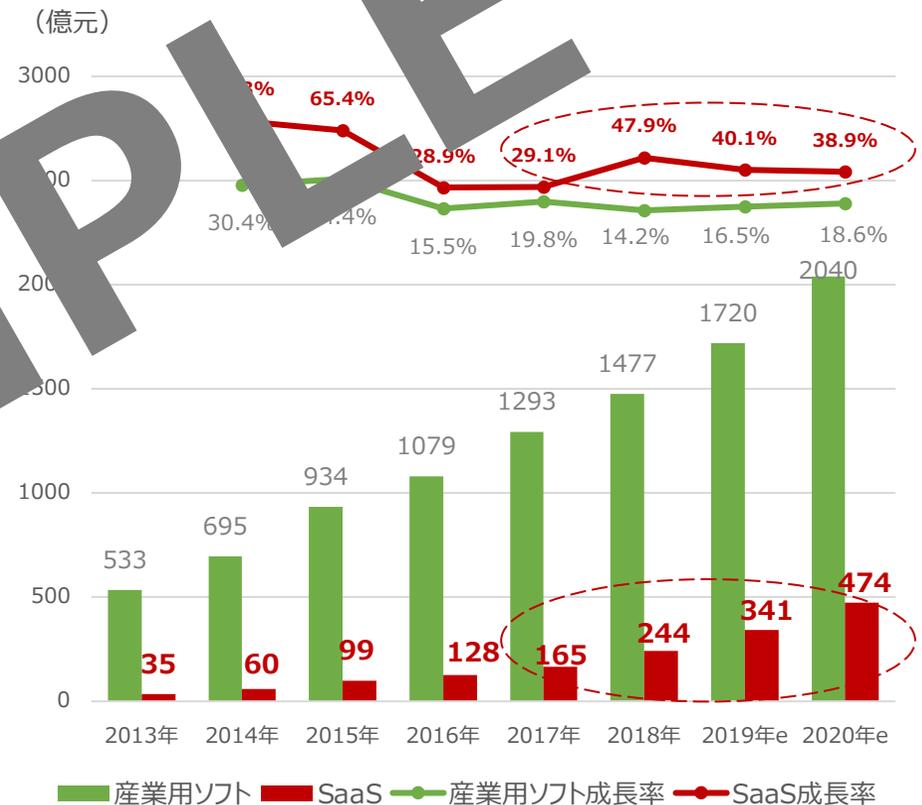
中国GDPの世界比率に対して、IT産業は大きく遅れており、産業ポテンシャルは大きいと言える。近年、企業のIT投入が増えたことにより、SaaS市場は爆発的に増加し、SaaSは産業用ソフト市場に占める割合も年々増加している。管理意識と正規品利用率の向上が原因と考えられる。

中国GDPとIT支出の世界比率



出典： Gartner、IMF、iReserch関連資料

中国企業IT支出とSaaSの市場規模



出典： iReserch調査レポート

(C) 日中間市場環境の違い (定性的)

両国の工場を比較し、下記の違いが見られた。
 既存工場のメンテナンスに日本ほどニーズが高いとは言えないが、母数が大きいため一定の市場があると推測する。

日本

中国

	日本	中国
製造工場の状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 築20年以上の古い工場が多い ・ 作業効率が高い ・ スペースが狭い ・ 人件費が高い ・ 見栄えより実用性を重要視する 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 築20年未満の新しい工場が多い ・ 作業効率が高い ・ スペースが広い ・ 人件費が相対的に低い ・ 見栄えより見栄えを重要視する
工場新設の動向	<ul style="list-style-type: none"> ・ 土地に限りがあり、既存アセットの活用を追求し、工場の新設は積極的ではない ・ 工場建設の投資費用が高い ・ 工場の建物と設備の耐久性が良くない 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 土地が広く、国家、省、市、区の補助金を活用し、工場の新設は積極的である ・ 工場建設の投資費用が低い ・ 工場の建物と設備の耐久性が良くない
メンテナンスの考え方	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中長期的な効率化を徹底的に追求し、可能な限りスペースなどの無駄を削減する ・ 既存工場のメンテナンスは念入りに事前検討し、慎重に実施する 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 短期的な効率化を追求し、スペースなどの無駄があっても無視されることがよくある ・ 既存工場のメンテナンスはスピードを重要視し、迅速に実施する
コスト・資本効率への意識	<ul style="list-style-type: none"> ・ できるだけ既存工場を活用する ・ スピードより、長期的な資本効率を重要視する 	<ul style="list-style-type: none"> ・ できるだけ新設工場の可能性を模索する ・ 資本効率より、目先のスピードを重要視する

(C) 海尔卡奥斯物联生态科技 (ハイアールカオス)

企業分析



ハイアールカオス社は、2017年大手家電メーカーハイアールからスピンアウトした、工業用IoTプラットフォームを提供している会社である。



会社概要

会社名	海尔卡奥斯物联生态科技	会社名英語	Haier Kaos Wulian Ecological Technology Co., Ltd.
本社所在地	山東省青島市	会社HP	https://www.cosmoplat.com/
創業	2017年	ビジネス概要	ハイアールのライトハウス工場をはじめ、製造業の大型工場向けのIoTプラットフォームを提供している。製品設計、生産、製造、物流、顧客体験のデータを一括に管理でき、大規模なカスタマイズに対応。COSMOPlatは工業ネットワーク標準体系に選ばれた。
従業員数	100-199人	主要顧客	家電、自動車、消費財、エネルギーなどの産業で、ハイアール、青島ビールなど6万社以上の顧客に対して提供している。工場がライトハウス工場と認定され、約790件の知的財産権を保有し、約20カ国に提供し、グローバル的にインダストリアル・インターネットのベストプラクティスを展開している。
上場	非上場 2021年シリーズB 10億元融資		
売上高	非公開		

商品ラインナップ



サービス事例



産業、公共サービス、民生を含めたCOSOMOPlatのエコシステム

(C) 海尔卡奥斯物联生态科技 (ハイアールカオス)

企業分析



ハイアールは「人単合一」(Rendanheyi=Integrating order with personnel) の理念を提唱。「人」は人材・従業員を、「単」は顧客からのオーダーを意味しており、人材と注文を統合させる理念となる。数十年をかけて、①デジタル化アップグレード、②コネクテッド工場、③ライトハウス工場、④COSMOPlatエコシステムといった道を歩んできた。

ハイアールの工場デジタルトランスフォーメーションの歩み



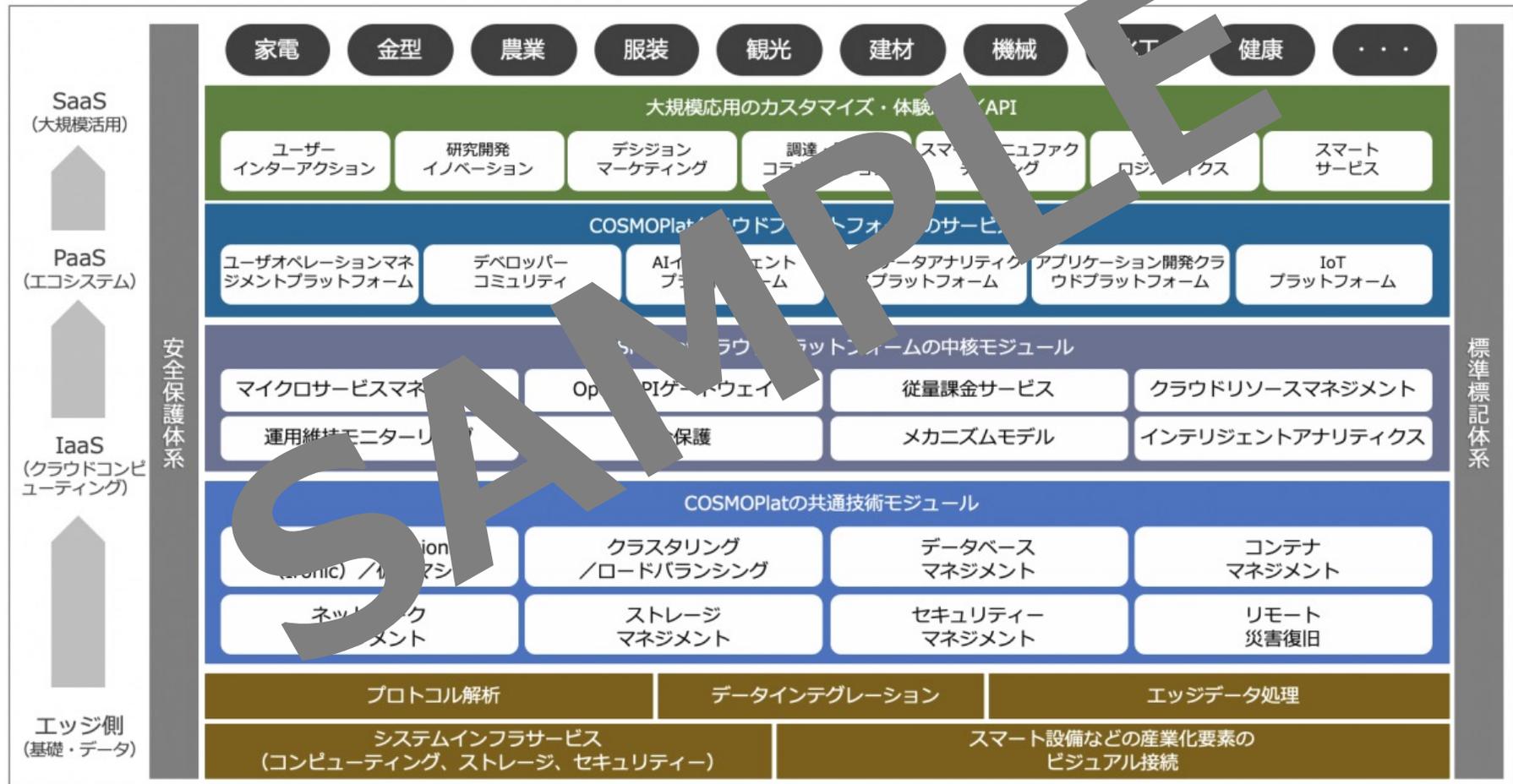
(C) 海尔卡奥斯物联生态科技 (ハイアールカオス)

企業分析



COSMOPlatは、エッジ側も含めてIaaS、PaaS、SaaSから構成されており、レイヤーごとに共通モジュール、中核モジュール、サービスツール、カスタマイズアプリ・APIなどを提供している。

COSMOPlatの技術フレームワーク



(C) 有識者ヒアリング①

ヒアリング



中国製造メーカーの工場管理やDXのリアルを理解するために、中国の乗用車メーカー、商用車メーカー、重工メーカーの工程設計と保全を長年経験しているX XX氏にヒアリングした。**生産設備のフロント側のDXが進んでいるが、メンテナンス等のバック側のDX化は遅れている状況。**

プロフィール

氏名：XXX



【在籍中】

• 三一重工

SANY HEAVY INDUSTRY CO., LTD.

<https://www.sanygroup.com/>

世界で3番目に大きい建機メーカー

建設およびエンジニアリング機器や関連部品を製造・販売する。コンクリートミキサー車、クレーン車、ロードローラー、舗装機、ベントリカー、その他関連製品を手掛ける。

• 長沙本部のミキサー車製造部 工程設計 担当者

【職歴】

• 广汽本田汽車

→ 广汽汽車とホンダの合弁会社

乗用車生産工程設計 10年間従事

• 鄭州宇通客車

→ 中国バスなど商用車トヨタメーカー

バス生産工程設計を約3年間従事

ヒアリング結果概要

- 中国国内にある一定規模の工場の中で、PLM、MES、MOM、ERPなどのシステムが既に導入されている状況である。特に自動車工場、重工業の中にも既に入っている。
- 本件で、システムはスタートアップだったけど、現在は基本ネットワークに繋がっている状況である。三一重工の北京工場は最も進んでいる。
- 生産設備のフロント側への投入が高く、本田汽車はもちろん、バスメーカーも三一重工もほぼ全ての生産設備はネットワークに繋がっている。DXがかなり進んでいる状況。
- 生産設備の補修・メンテナンスなどのバック側への投入が低く、メンテナンス管理記録、取扱説明書、図面、操作手順書などはばらばらで管理している状況。設備入荷時に紙の取説や手順書もある。
- 広州本田にいた時に、設備保管理は2つのシステムにて管理していた。1つは外部監査用、もう1つは内部管理用。外部監査用のシステムに設備の故障・メンテ履歴はあまり多く登録していなかった。外部監査時に全ての故障・メンテ履歴を説明しなければならないとの煩雑な業務から解放する目的だった。
- 内部ではシステムではなく、保全計画、メンテ履歴、設備関連資料は全てローカルサーバーに保存していた。エクセルの活用もあったが、一元管理できていなかった。
- 自動車や重工業より、設備そのものを重要視されている発電、化工メーカーなどは生産設備のバック側への投入が高いと推測する

(C) 有識者ヒアリング②

ヒアリング



中国第一汽車集団からスピナウトした啓明信息技术株式会社のインテリジェントネットワーク商品部総経理のX XX氏に、国内工場DX化の状況についてヒアリングした。製造のフロント側への投資は重要視されており、保全やメンテナンスのバック側への投資意欲は高いとはいえない状況。

プロフィール

氏名：XXX

【在籍中】

・ 啓明信息技术株式会社

QiMing Information Technology Co., Ltd.

<http://www.qm.cn/>

前身は中国第一汽車集団の情報管理部、2000年にスピナウトし、2008年に上場。

現在、企業の基幹システム（ERP）、設計開発、生産管理（MES）、物流管理（LES）、顧客管理（CRM）、品質管理（DMS）車載ネットワークなどシステムと運営を主要業務としている。

・ インテリジェントネットワーク商品部総経理

大型工場（特に第一汽車）向けネットワーク、スマートファクトリー関連の商品とソリューションを担当



ヒアリング結果概要

- ・ 第一汽車の工場を例にすると、工場にある生産設備はほぼ全てネットワークに繋がっている。近年、スマートファクトリー概念が浸透し、予算のある自動車工場ではPLM、MOMなどのシステムは導入されている。
- ・ 第一汽車の管理システムはドイツ系（フォルクスワーゲンなど）のものを中心に、自国設計思想を模倣して各種管理システムを開発しているものがある。
- ・ 図面、電気系統図、取扱説明書、手順書などは工場のPDMシステムに保管されているケースが多い。古い設備は紙の資料が多かったが、新しい設備はほぼ電子データ。メンテナンス履歴はPDMに保管しなく、保全部署が独自で管理するケースが多い。
- ・ 国内ベンダーが開発したシステムは大手外資系のものと比較すると劣っている部分があるが、表機能は大差はない。ソフトの信頼性、機能の細部はまだ十分ではないところが多い。但し、国産ソフトはシステム構築の価格やカスタマイズのスピードに優位性がある。
- ・ ローエンドは国産、ハイエンドは海外ソフトが多いが、国産ソフトベンダーはハイエンドへ食い込んでいる。近年、国内ベンダーはSaaS、PaaSの傾向がある。
- ・ 工場管理のプラットフォーム化は今後のトレンドと考える。但し、製造のフロント側への投資は重要視されており、保全やメンテナンスのバック側への投資意欲は高いとは言えない。各種データの一元管理の必要性があり、成長領域だと思う。

(C) 中国製造工場のDX化現状の考察 (1/2)

市場分析



中国製造工場をDXの進み具合で「超先端工場」「先進工場」「一般工場」の3つのセグメントに分けることが可能と考える。



(C) 中国製造工場のDX化現状の考察 (2/2)



生産フロント側のDX化は既に成長期に入っており、競争が激化している状況。生産バック側のDX化は少し遅れており、今後成長期に入ると予測している。

啓蒙期においては、市場は形成されていなく、課題への認知度は低く、市場の打開に苦戦することがあるが、先行者利益を得られるメリットがあると考えられる。



生産フロント

- 生産設備のIoT関連、センシング、ネットワーク管理など
- MES、MOM、PDMなどの生産管理システム

課題が顕在化
利益に直結しやすい
改善意識が高い

生産バック

- 設備の保全・修繕管理システム全般（図面、文書、取組、手順書、保全計画、経履歴など）

課題が潜在化
利益に直結しにくい
改善意識が低い

生産フロント側への認知度が高く、投資額も高い
• 一部の概念が浸透しているが、MES、MOMなどの生産管理システムは広く活用されている
• ラボリアル工場は最先端まで行っている
市場ボリュームが大きく、競争が激化しており、今後更なる成長が予測される

→ 安定期に入るか？

生産バック側への認知度が低く、投資額も低い
• 各種データはまだバラバラで管理されているが、課題への認知度は今後高まると予測
• 市場ボリュームは大きいとはいえないが、今後成長期に入り、競争が激化すると予測

→ 成長期に入る？

↑ 参入？

↑ 参入？

参入なし



資料内容につき禁無断複製・転載

株式会社Biz-Part

東京都中央区京橋1-1-5 セントラルビル2F

TEL : 03-6823-5860

Mail : info@biz-part.com