

# アリババのテクノロジー祭典「雲栖大会（ユンチー） The Apsara Computing Conference」報告 前編 ～アリババクラウドのコンピューティング技術がアリ ババのバックボーンへ～

執筆者 GloTechTrends CEO 菊谷信宏

## ▼記事のポイント

### <サマリー>

アリババが主催する中では最大規模のテクノロジーカンファレンスとなる雲栖大会(ユンチーダーフイ)が今年もアリババの本拠地である中国浙江省の杭州で9月25日から27日の3日間に渡り開催された。第10回目となる今回の雲栖大会(ユンチーダーフイ)ではスローガンとして「数・智(The Rise of Data Intelligence)」が採用された。中国語で数はデータ、智はスマートなコンピューティングテクノロジーを意味し、ビッグデータとテクノロジーの2つを融合させ「データ・ドリブン(データ駆動型)」のビジネスモデルの推進を加速させ、よりスマートな社会構造を構築しようというのが大会を通じてのメッセージとなった。

今年の雲栖大会は、9月10日のジャック・マー退任後、公の場所ではアリババ経営陣が一堂に会する最初の場所とあって、世間からも大きな注目が集まった。本レポートでは、第10回雲栖大会(ユンチーダーフイ)で発表された新製品やコンセプトを中心に雲栖大会の総括を前・後編に分けてお届けしたい。前編として雲栖大会(ユンチーダーフイ)の概要を紹介し、重要セッションで公表された主要項目についてまとめたい。後編では、大会2日目に開催されたニューリテールサミットから小売業デジタルライゼーションに関連してニュー・リテール戦略の最新動向をお伝えする予定である。

### <主な登場人物>

アリババ アリババクラウド

### <キーワード>

アリババ アリババクラウド 雲栖大会 ビッグデータ データ・ドリブン データ駆動型

### <地域>

中国

## 1 はじめに

### アリババ最大のテクノロジーイベント雲栖大会（ユンチーダーファイ）とは？

最初に、雲栖大会（ユンチーダーファイ）について簡単に説明しておきたい。雲栖大会とは、アリババが開催するテクノロジーイベントの総称で、実は中国全土の都市で定期的に行われているアリババ主催のイベント名の総称である。全国各地で開催されている雲栖大会（ユンチーダーファイ）の中でも、毎年秋にアリババ本社のある杭州（浙江省の省都）で開催される大会が本大会的な位置付けとされており、杭州大会ではアリババの主要な経営陣が一堂に集まり、順番にスピーチを展開することで中国全土はもとより世界からも注目を集めるイベントなのである。

【図表1】雲栖大会（ユンチーダーファイ）正面入り口風景



出典：GloTechTrends独自撮影

今大会から英文表記大会名が従来のThe Computing Conferenceからアリババクラウドが提供するスーパーコンピューティングエンジンの名称である「Apsara」が大会名の冠に添えられ「The Apsara Computing Conference」となった。アリババの事業戦略として、クラウドソリューションを中心としたテクノロジー企業へシフトしようとする姿勢が大会名にも反映された格好となり、テクノロジーに関するテーマが中心のイベント構成となった。今年の来場客は81カ国から合計12万人にのぼり、中国国内はもちろん世界から多くの人々が杭州を訪問し賑やかとなったのである。

雲栖大会（ユンチーダーファイ）の雰囲気をご理解いただくために、過去の雲栖大会（ユンチーダーファイ）で発表された内容を少し振り返っておきたい。日本の方々に最も馴染みがあるのは、2016年雲栖大会（ユンチーダーファイ）においてジャック・マーが行なったスピーチではないだろうか。この中で、ジャック・マーは、「オンラインビジネスが今後10年から20年でなくなり、その代わりとしてオンラインとオフラインを融合した「ニュー・リテール」（新しい小売業）なるものが誕生する。」と

聴衆に語りかけ<sup>1</sup>、中国のEコマース最大手の経営者であるジャック・マーがEコマース消滅を予言したとして世間の人をあっと驚かせた。最近日本でもOMO（オンラインとオフラインの統合）を推進するビジネスモデルとして知名度が高まりつつあるニュー・リテール戦略の原点となったのが、実は、この2016年雲栖大会（ユンチャーダーファイ）でのジャック・マーのスピーチであり、伝説のスピーチとして記録されているのである。

その他にも、3年間で1000億元（日本円で1兆6000億円ほど）が投資されアリババの先端テクノロジー研究センターとして基礎研究や応用研究を推進するDAMOアカデミー（阿里巴巴達摩院）の設立発表<sup>2</sup>、自動化を推進するスマートレストランのコンセプト発表<sup>3</sup>、アントフィナンシャルのブロックチェーン技術の発表<sup>4</sup>、ニューマニュファクチャラー（新しい製造業）に関するコンセプト発表<sup>5</sup>など、数々の重要発表が雲栖大会（ユンチャーダーファイ）の初日セッションの場で行われてきたのである。今年の雲栖大会（ユンチャーダーファイ）でも重要発表に期待が集まり、世間の注目を集めていると言うわけである。

ちなみに、アリババ主要経営陣が登壇する大会初日午前セッションに入場可能なVIPチケット代金は、5288元（日本円換算で8万5000円ほど）と決して安くはないにも関わらず、発売開始からわずか30分で売り切れとなり、大会数日前にはVIPチケットだけでなく全てのチケットが完売となった。

【図表2】雲栖大会（ユンチャーダーファイ）チケット販売状況（売切が多い）



出典： GloTechTrends独自撮影

参加を予定していたがVIPチケットが30分で完売となってしまったためチケット

<sup>1</sup> <https://glotechrends.com/alibaba-new-retail1-170829/>

<sup>2</sup> <https://glotechrends.com/alibaba-damo-academy-171012/>

<sup>3</sup> <https://glotechrends.com/alibaba-smart-restaurant-171013/>

<sup>4</sup> <https://glotechrends.com/atec-ant-blockchain-180926/>

<sup>5</sup> <https://glotechrends.com/alibaba-the-computing-conference-180919/>

入手困難となった日本人の方々から、チケット入手方法について多数問い合わせを頂いたが、当方も何ともし難い状況なのである。現地に来ればチケットはなんとかなるだろうと杭州にやってきた人もいたが、チケット入手できず市内観光をして日本に帰ったという方にもお会いした。数年前から雲栖大会（ユンチーダーファイ）を継続的に訪問している筆者としても、雲栖大会（ユンチーダーファイ）に対する世界からの関心が年々高まっていることに感慨深いものがあるが、来年以降に参加を検討している方は、早めのチケット手配が必須条件となりそうだ。

【図表3】 雲栖大会（ユンチーダーファイ）の様子



出典： GloTechTrends独自撮影

今大会のスローガンは、ここ数年アリババが注力しているビジネスモデルである「データ・ドリブン（データ駆動型）」を推進させるという意味を込めて「数・智（The Rise of Data Intelligence）<sup>1</sup>」が採用された。中国語で数はデータ、智はスマートなコンピューティングテクノロジーを意味し、ビッグデータとテクノロジーを融合させ「データ・ドリブン（データ駆動型）」のビジネスモデルの推進を加速させ、よりスマートな社会構造を構築しようというアリババのメッセージが感じられるものとなった。実は、2018年の雲栖大会（ユンチーダーファイ）のスローガンにも「駆動数字中国」となっており、日本語ではデータ・ドリブンな中国となる。アリババが、2年連続して「データ・ドリブン（データ駆動型）」を意味する言葉を大会スローガンに採用している点からも、アリババの目指すビジネスモデルの方向性を理解することが出来るのではないだろうか。

<sup>1</sup> <https://yunqi.youku.com/>

【図表4】雲栖大会（ユンチーダーファイ）大会スローガン  
「数・智（The Rise of Data Intelligence）」



出典：GloTechTrends独自撮影

2019年の雲栖大会（ユンチーダーファイ）は、基調講演が行われるA会場（メイン会場）と参加企業が製品発表や新プロジェクトを発表するB会場などに分かれ合計1000を超えるセッションが開催された。C会場は3万平米を超える参加企業展示ブースとなっており、講演内容からだけでは理解しにくい新製品やコンセプトが展示され、来場者の理解を手助けするという構成となっている。

【図表5】雲栖大会（ユンチーダーファイ）の会場地図



出典：雲栖大会（ユンチーダーファイ）公式パンフレット

今年の講演テーマとしては、クラウドコンピューティング、ビッグデータ、5G、人工知能、IoT、ブロックチェーン、量子コンピューター、ニュー・リテールなど多岐にわたるテクノロジー関連のテーマが展開され、セッションと展示がバランスよく融合したイベント会場となった。



【図表6】 展示スペースでダンスするアリババグループ企業のマスコットたち



出典： GloTechTrends独自撮影

ただし、今年の雲栖大会（ユンチーダーファイ）は大会期間も従来の4日間から3日間に短縮され、それと並行する形でセッション数も昨年と比較すると減少した。昨年は、屋外で開催されていたテクノロジーを活用した運動会やロボットによる格闘なども無くなりお祭りの色彩は抑えられ小規模になった印象であった。ひょっとすると、米中貿易戦争が継続し中国マクロ経済が減速する中で、アリババとして目立つ演出を控える意図もあったのかもしれない。イベント構成としても、恒例となっている新コンセプトの派手な発表は少なくアリババのビジネスモデルをテクノロジーの観点から説明し直すというアカデミックな色彩が強かったように思う。

## 2 アリババグループCEOダニエル・チャンの講演

早速、雲栖大会（ユンチーダーファイ）の名物であるアリババ経営陣たちの基調講演から重要ポイントを要約し、抽象的コンセプトについてはわかりやすく補足する形で報告したい。

昨年までは、大会初日の基調講演の大トリとしてアリババグループを牽引し続けたジャック・マーが登壇し、アリババグループが目指す方向性に関するスピーチを展開するのが通例となっていた。しかし、ご存知のとおり今年9月10日にジャック・マーはアリババグループから完全に退任しており、本当にジャック・マーが雲栖大会（ユンチーダーファイ）会場に姿を表すこともなかった。今大会からは、アリババグループの全体ビジョンを統括するスピーチは、アリババグループのCEOであるダニエル・チャン（張勇）が引き継ぐ形となった。

【図表7】 アリババグループCEOダニエル・チャンの講演シーン



出典： GloTechTrends独自撮影

ダニエル・チャン（張勇）は、「デジタル経済時代に向けて（Embracing the Era of the Digital Economy）」と題して基調講演を行った。ダニエル・チャン（張勇）の論理は非常に明快であり、社会全体がデジタル経済の時代に突入した現在において、最も重要なことはデータを効率的に使用することであると、データを資源としての原油（Fuel=燃料）に例え、それを解析し利用するコンピューティング能力をエンジン（Engine）に例え、その両輪がうまく噛み合い社会を発展させていくことがデータ・ドリブン（データ駆動型）のビジネスモデルを展開する上で重要であると述べたのである。

【図表8】 The Fuel and Engine of the Digital Economyのスライド



出典： GloTechTrends独自撮影

さらに、ダニエル・チャンはこうしたデータ・ドリブン（データ駆動型）の仕組みをアリババグループ内部での活用に留めるのではなく、外部クライアントのデジタル化推進をサポートするために応用活用すると語り、パートナー企業を効果的に支援するための仕組みとなる「アリババ商業システム（アリババ商業操作系統）」のコンセプトを紹介した。

実は、アリババは、アリババグループ内において蓄積されたノウハウを活用し、近年では外部顧客をサポートのためのオペレーティングシステム「アリババ商業システム（アリババ商業操作系統）」の外部提供をスタートし、クライアントのデータ・ドリブン（データ駆動型）のビジネスプロセスにおける全般的支援を開始しているのである。

【図表9】アリババ商業システム（アリババ商業操作系統）の説明



出典： GloTechTrends独自撮影

ダニエル・チャンの講演がやや抽象的に聞こえるかもしれないので、筆者なりにスターバックスの事例を活用して講演内容を補足したい。例えば、2017年頃から急拡大した新興コーヒーショップ「Luckin Coffee（瑞幸咖啡）」は、OMO（オンラインとオフラインの統合）を導入したデリバリーシステムを前面に打ち出したビジネスモデルで急成長し、スターバックスは2018年ごろには苦戦を強いられていた。そこで、2018年8月スターバックスコーヒーは、アリババとの独占的パートナー契約を締結し<sup>1</sup>、アリババのエコシステムを活用したデジタル化の導入に踏み切ったのである。アリババグループのフードデリバリー企業である「Ele.me（ウアラマ）」を活用し、スターバックス店舗からの迅速なデリバリーの仕組みをあっという間に構築することに成功し、北京や上海など大都市150店舗でデリバリーをスタートさせたのである。2018年末までには中国全土でOMO型のデリバリー対応店舗を2000店舗まで

<sup>1</sup> <https://glotechrends.com/starbucks-and-alibaba-strategic-partnership-180803/>



拡大し、「Luckin Coffee（瑞幸咖啡）」に対する劣勢を食い止めることに成功したのである。

スターバックスが独自開発する形でOMO型デリバリーシステムを構築していたとしたら、Luckin Coffee（瑞幸咖啡）に対する劣勢に対してこれほど迅速に対応できていなかったであろう。これが、アリババが言うところのパートナー企業を支援するための仕組み「アリババ商業システム（アリババ商業操作系統）」を活用した形でパートナー企業のエンパワーなのである。

「アリババ商業システム（アリババ商業操作系統）」というビジネスオペレーティングシステムには、物流、金融、マーケティング、組織運営などの機能を含む11の商業基本ファンクションが搭載されており、アリババ自身が過去20年間のビジネス経験により培った経験が凝縮されており、顧客のビジネス展開をサポートすることが可能となっているのである。

また、ダニエル・チャンは「100の新しい（Hundred New）ニューという新コンセプトの発表も行なった。

【図表10】5つのNewから100のNewへ



出典：GloTechTrends独自撮影

思い起こせば、3年前の2016年雲栖大会（ユンチャーダーファイ）で、ジャック・マーが「5つの新しい（Five New）」というコンセプトを提案し、この5つの産業において集中的にデジタル化を推進すると述べた。「5つの新しい（Five New）」とは、新しい小売（New Retail）、新しい製造（New Manufacture）、新しい金融（New Finance）、新しい技術（New Technology）、新しいエネルギー（New Energy）の5分野であるが、あれから3年の歳月が流れた2019年の雲栖大会（ユンチャーダーファイ）では、既にこの5つの産業において、デジタル化は十分に展開されたとして、その対象を100の産業や新プロジェクトに拡大するというのが「100の新しい（Hundred New）」という新コンセプトになる。100という数字は、具体的な100の産業という意味ではなく、テクノロジーが多く産業に融合されるという意味合いが込められている。既に、スマートトラベル（賢いトラベル）や未来ホテル（デジタル化されたホテル業）な

どの従来アリババがフォーカスしていた「5つの新しい（Five New）」分野を超越した事業領域で、テクノロジーにより産業をアップグレードしようとする動きが出始めており、これらは100の新しい（Hundred New）兆候として注目されている。アリババが今後どのような業界やプロジェクトでデジタルアップグレードを展開していくのかは、非常に面白い注目点となりそうだ。

アリババのカリスマ的経営者であるジャック・マーが退任したことで、アリババの中長期ビジョンを語る人物が不在になるのではないかと懸念する向きもあったが、ダニエル・チャン（張勇）がその重責を立派に果たしたと言えるだろう。

### 3 アリババグループCTO張建峰（ジェフ・ジャン）がアリババ初のAI（人工知能チップ）を発表

ダニエル・チャンに続き、ステージに登場したのは張建峰（ジェフ・ジャン）である。日本ではあまり馴染みが無い名前かもしれないが、アリババグループのCTO（Chief Technology Officer of Alibaba Group）を務める人物であり、雲栖大会（ユンチーダーファイ）の名物である初日午前のセッションに常連として毎年登壇する人物である。

【図表11】 アリババグループのCTO張建峰（ジェフ・ジャン）



出典：GloTechTrends独自撮影

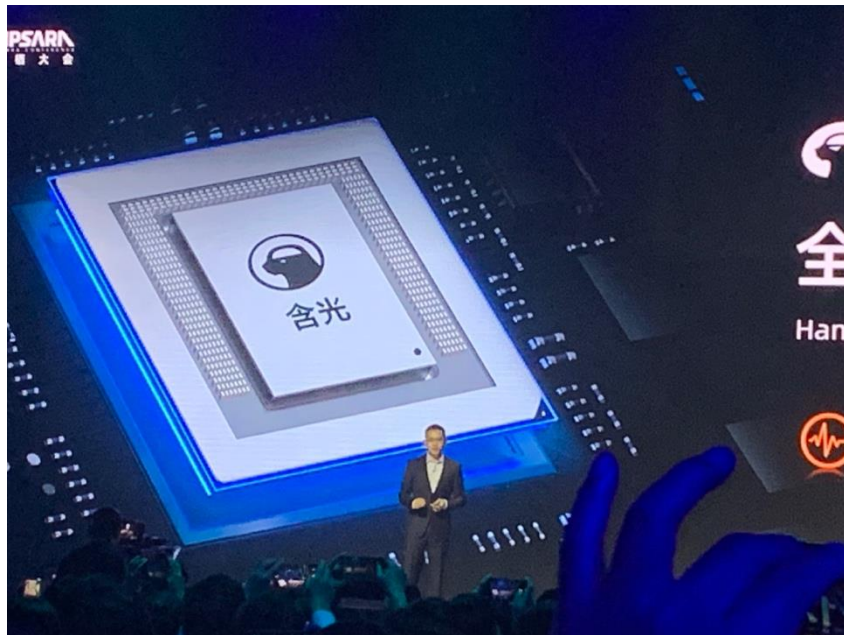
2018年11月末、アリババグループは大規模な組織再編を発表し、クラウドコンピューティング事業を統括しているアリババクラウド（阿里雲）をアリババクラウド・インテリジェンスグループ（Alibaba Cloud Intelligence business Group = 阿里云智能）

として社名変更し、クラウド事業をアリババグループのテクノロジーを統括するバックボーンとしてグループ内の位置付けを大幅に格上げしている。アリババクラウド・インテリジェンスグループは、クラウド事業と同時にグループ内に蓄積されたビッグデータを解析する人工知能技術などの中枢を担うとされる。

この組織変更と同時にアリババクラウド・インテリジェンスグループの総裁となった人物がこの張建峰（ジェフ・ジャン）なのである。現在、彼がアリババグループのテクノロジーの鍵を握るキーパーソンであることは疑いがないだろう。

さて、スピーチにおいて張建峰（ジェフ・ジャン）は、雲栖大会（ユンチーダーファイ）クラウドコンピューティングを強化するためのAIチップ「HanGuang 800（含光）」を発表した。

【図表12】 HanGuang 800（含光）、NPU型の高性能AIチップ



出典： GloTechTrends独自撮影

実は、アリババは昨年の雲栖大会（ユンチーダーファイ）において、独自に人工知能AIチップ開発を推進する企業である「ピントウガー（PingtouGe=平頭哥）」を設立し、アリババ独自の人工知能AIチップの開発を進めてきた<sup>1</sup>。ピントウガー（意味：ラーテル=みつ穴熊）とは、アフリカを中心に生息する小型動物の名前であるが、ライオンやアフリカ水牛などの大型動物に果敢に立ち向かっていく勇気あるどう猛な動物として知られており、折しも米中貿易戦争が勃発し、半導体分野で苦境に立たされていた中国が、自身をラーテルにたとえ独自に開発に取り組み、果敢にアメリカの半導体産業に立ち向かっていこうとする姿勢を示すために命名されたのが、AIチップ開発子会社「ピントウガー（PingtouGe=平頭哥）」ということになる。

<sup>1</sup> <https://glotechtrends.com/alibaba-damo-academy-ai-180507/>

アリババがAIチップ開発子会社ピントゥガーを設立してから1年が経過したことで、今年の雲栖大会ではアリババが初となるAI向けチップ（NPU：Natural networking Processing Unit）をリリースするのではないかと噂されていたが、それが実現した形となった。

HanGuang 800（含光）はNPU型の高性能AIチップであり、人工知能を活用したディープラーニングなどのマルチタスクを高速処理するのに効果を発揮する。既に同チップはアリババグループ内でのビジネス運用に使用されており、EC事業における商品検索やパーソナルレコメンデーション機能、広告、インテリジェントな顧客サービス、AIを活用した自動翻訳などの分野で抜群の効果を発揮しているのだという。

張建峰（ジェフ・ジャン）は、「HanGuang 800（含光）の発表は、次世代テクノロジー開発における布石となり、エネルギー効率の向上とコンピューティング能力を大幅に高めることによって、アリババの既存事業だけでなく、新規事業の発展を促していく。」と語っている。

HanGuang 800（含光）は、これまでの初期テストでは優れたパフォーマンスを発揮しており、シングルチップのコンピューティングパフォーマンスでは、ピーク時で78,563 IPS、ResNet-50推論テストにおける計算効率500 IPS / Wと、どちらも業界平均数値を大きく上回ることが検証されている。アリババのEコマースサイトである淘宝网（タオバオ）では、毎日約10億枚の画像が店舗側によってアップロードされており、以前はこうした大量画像を人工知能の画像認証技術を活用して識別したのちに、数百万人の消費者に対して各消費者に適したレコメンデーションを提供していたが、そのプロセスを遂行するには1時間程度の時間を要していたという。しかし、HanGuang 800を活用することで、同様のタスクをわずか5分間程度で完了できるようになっており、人工知能分野において、飛躍的に業務効率が向上することが予想されるというわけである。

テクノロジー企業への移行を進めるアリババが人工知能向けのAIチップ（NPU）を独自開発したことで、アリババのエコシステム全体を統括する上で、頭脳にあたる中枢部分の内製化を実現したことを意味する。アリババエコシステム全体の運用効率に大きなインパクトを与えるニュースであることに間違いはなさそうである。

## 4 DAMOアカデミー（阿里巴巴達摩院）の研究成果

アリババは、2年前の2017年雲栖大会（ユンチーダーファイ）において、DAMOアカデミー（阿里巴巴達摩院）を設立し、3年間で1,000億元（日本円で1兆6000億円ほど）を研究分野に投資し、アリババ専属の先端テクノロジー研究センターとして、



関連する基礎研究や応用研究を推進していくことを発表している<sup>1</sup>。既に、北京、杭州、アメリカのサンマテオ、ベルビュー、モスクワ、テルアビブ、シンガポールなどでグローバル研究所を設立し、グローバル規模で世界の優秀な研究者を集め、テクノロジー研究ネットワークを構築している。

今年の雲栖大会（ユンチーダーファイ）では、DAMOアカデミー（阿里巴巴達摩院）の設立から2年が経過したことで、研究成果が発表された。

とりわけ注目を集めたのは、「Efinity」と呼ばれるMR（Mixed Reality）の技術を活用したインタラクティブシステムであり、この技術を活用することで、消費者はデバイスを装着することなく、ジェスチャーを通じて、裸眼での3D体験や接触感覚、温度感覚、嗅覚（匂い）などの複数の感覚を経験することが可能~~と~~になるという。

言葉では、伝わりにくい部分もあるのでDAMOアカデミー（阿里巴巴達摩院）の展示ブースに実物の「Efinity」が配置され、来場者が自ら体験できるようになっていた。多くの来場者が、MR（Mixed Reality）の技術が活用された「Efinity」を一度体験してみようと、列をなしており筆者もそこに加わることにした。

【図表13】「Efinity」によるウォシュレット水噴射の体感展示コーナー



出典：GloTechTrends独自撮影

例えば、ユーザーが手を差し伸べるとシャワーを浴びているような感覚が手のひらに広がり、同時に温かいお湯や冷たい水などの感覚の調整も可能となる。また、水（の感覚）の中に匂いを含ませることも可能であり、何もない空間の中で、消費者は実際にシャワーを浴びているかのような感覚を体感し、水の温度を感知し、石鹸の匂いを嗅ぐこともできるのである。わかりやすい事例として、ウォシュレットのデモ展示が配置されており、そこでは実際に水を噴射することなく、ユーザーは

<sup>1</sup> <https://glotech trends.com/alibaba-damo-academy-171012/>

手のひらで水を浴びているような不思議な感覚を感じ取ることが可能となっており、来場者の注目を集めていた。

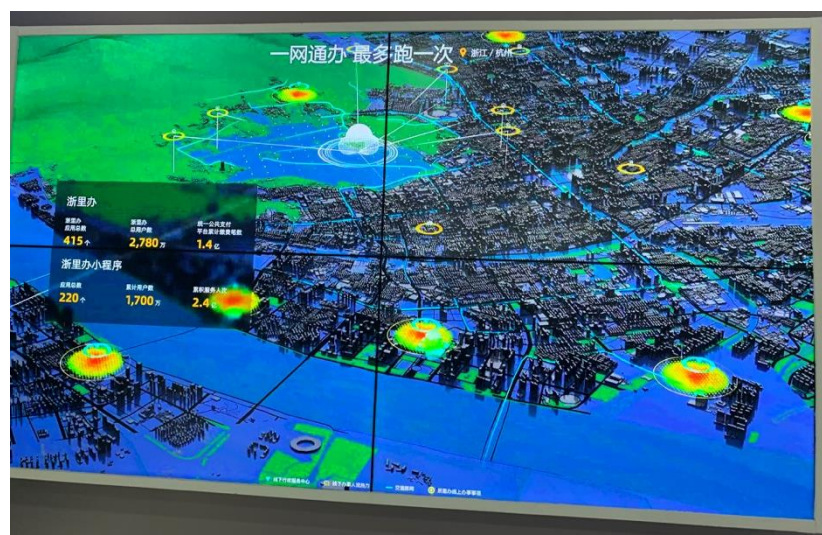
DAMOアカデミー（阿里巴巴達摩院）では、近い将来この「Efinity」の仕組みをショッピングの分野に応用し、新しいショッピングエクスペリエンスを消費者に提供する予定なのだという。

## 5 雲栖大会（ユンチーダーファイ）その他の見どころ

1000以上のセッションが開催されており、盛りだくさんな内容となった。日本の方々から頻繁に質問を頂くアリババクラウドインテリジェンスが推進する都市のスマート化事例「CITYBrain（城市大脳）<sup>1</sup>」についても、今回の雲栖大会（ユンチーダーファイ）で最新の進捗状況が発表されていたのでお伝えしておきたい。

CITYBrain（城市大脳）プロジェクトは、2016年にスタートし、最初の都市としてアリババの本拠地である杭州市でスタートされた。プロジェクト開始からちょうど3年が経過した形となるが、対象都市は23都市に拡大されているようだ。23都市とは、杭州、海口、北京、上海、重慶、広州、天津、ラサ、武漢、鄭州、石家荘、太原、西安、成都、蘇州、合肥、雄安、晋城、衢州、湖州、瀘州、マカオとなっており、海外でもクアラルンプールでの導入が進められており、大規模なプロジェクトに成長しているようだ。

【図表14】 杭州市におけるCITYBrain（城市大脳）の管理画面



出典：GloTechTrends独自撮影

<sup>1</sup> <https://glotechtrends.com/hangzhou-et-city-brain-180412/>

杭州市では、モニターカメラが交通状況を随時把握しており、事故が発生した場合など、救急車が駆けつけるまで平均7分程度にまで短縮され交通整備の効率化が進められているのだという。

CITYBrain（城市大脳）の主要機能は現時点では交通分野が中心であるが、将来構想では、交通分野に限らず、地方行政、医療、司法などの都市に関連する複数の分野と包括的に連携し、都市全体のデジタル化を推進することが目標とされているのだという。CITYBrain（城市大脳）は、交通のスマート化を実現するために誕生したプロジェクトだと思われていたが、現在では複合的な業務分野をターゲットに据えた巨大スマート都市計画として、その全貌を現しつつあると言えるだろう。

## 6 アリババグループのテクノロジーバックボーン アリババクラウドインテリジェンスとは？

最後に、今回の雲栖大会（ユンチーダーフイ）から英文名に冠されたスーパーコンピューティングエンジン「Apsara」を開発、運用するアリババクラウドインテリジェンスについて少し説明を加えておきたい。

アリババクラウドインテリジェンス（旧社名アリババクラウド）の設立は、2009年に遡るが、設立当初は現在のような外販する形でクラウド事業を展開しておらず、アリババグループ内の情報処理を行うシステム基盤の構築が中心的業務領域であった。当時アリババでは、Eコマースを中心にビジネスが急拡大しており、同時にアリペイによるトランザクションも増加の一途をたどっていた。情報処理量が加速的に増加する中で、従来の外部に依存した基幹システムやデータベースでは、やがて業務処理が困難になるのではないかと、内製化すべきではないのかという議論が進む中で、誕生したのがアリババクラウド（アリババクラウドインテリジェンスの前身）ということになるのである。

2011年ごろを振り返ると、アリババがクラウド事業に参入することを懐疑的に見る向きが一般的だったように思う。それでもクラウド事業を強力に推進しつづけたジャック・マーの先見の明には改めて頭が下がる。

現在では、アリババクラウドインテリジェンスは、アリババグループのデータインテリジェンスの中核と呼ばれるまでに成長し、その中核スーパーコンピューターシステムである「Apsara」は、アリババグループのバックボーン（背骨）と形容されるまでになった。

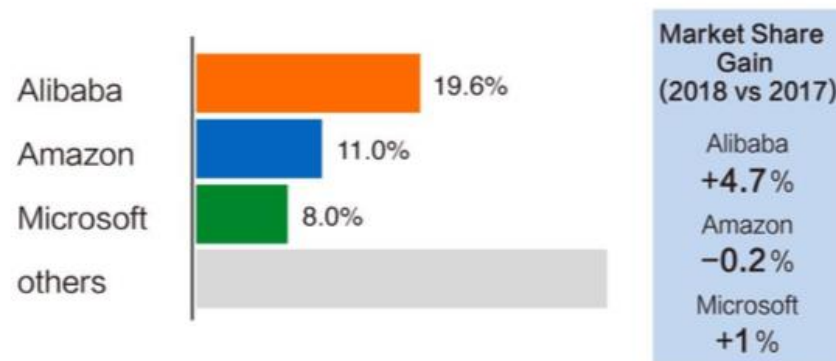
「Apsara」は、アリババのEコマースの祭典である独身の日（11.11 Global Shopping Festival）を支える基幹システムとしても稼働しており、2018年の独身の日セール（2018 11.11 Global Shopping Festival）では、Apsaraを通じて3億5000万件に及ぶ人工知能を活用したチャット会話が展開され、10億件に及ぶ人工知能による翻訳が行われ、453億件に及ぶエンドユーザーに対する製品レコメンデーションが問題なく

処理されたという。1秒あたり49万超という注文をトラブルなく処理したことも報告されている。

既に、アリババクラウドインテリジェンスのクラウド事業は、ガートナーの調査において、世界第3位のIaaSプロバイダーとして、報告されており、アジア太平洋地域に限定すれば、2017年、2018年と2年連続でマーケットシェア1位のIaaSおよびIUS（インフラストラクチャ・ユーティリティ・サービス）の地位を獲得している。アリババクラウドインテリジェンスが、アジア市場で存在感を高めている点は押さえておく必要があるようだ。

【図表15】 IaaS分野におけるマーケットシェア

## 2018 Asia Pacific IaaS and IUS Market Share



Graph created by Alibaba based on Gartner Research,  
Source: Gartner Market Share: IT Services, 2018, Dean Blackmore et al., 8 April 2019  
\*Asia Pacific=Mature Asia/Pacific+Greater China+Emerging Asia/Pacific+Japan(Region)

出典：Gartner Research

## 7 まとめ アリババの雲栖大会（ユンチーダーファイ）に参加して

以上、雲栖大会（ユンチーダーファイ）で展開された基調講演の内容を中心に、日本企業の方々に関心の高いと思われる分野を中心に報告した。

筆者は、雲栖大会（ユンチーダーファイ）にも毎年参加し、長年にわたり中国デジタル化の変化動向を定点観測してきたが、とりわけこの数年間は、その進化スピードが加速しているように思う。その急加速の最大要因となっているのが、雲栖大会（ユンチーダーファイ）のスローガンともなっているデータ・ドリブン（データ駆動型）のビジネスモデルであることは間違いないように思う。

奇しくも、雲栖大会（ユンチーダーファイ）が閉幕した直後の10月中旬、日本では自民党競争政策調査会（伊藤達也会長）が、中国IT企業によるデータ活用への対策



を検討するため、中国IT3強（BAT=百度、アリババ、テンセント）の幹部を招き、意見聴取に乗り出すことを公表した<sup>1</sup>。既に、今年3月、GAFaにも同様の事情聴取を行っておりその延長線上の事だと思われる。日本独自でどのように米中のプラットフォームに対峙していくかは、重要な課題となっており、どのような聴取結果となるのか気になるところである。

ただ、自民党による意見聴取が、単に巨大プラットフォームのビジネスモデルを一方向的に規制するという方向で議論が展開するのではなく、どうして米中のプラットフォームがデータ・ドリブン（データ駆動型）のビジネスモデルを実現できるのか、どうして日本には現時点で彼らのようなプラットフォームが誕生していないのか、日本にもプラットフォームを誕生させるにはどうすべきかといった、データ・ドリブン（データ駆動型）社会の到来を前向きに捉えようとする議論に発展することを期待したい。

雲栖大会（ユンチーダーファイ）は、データ・ドリブン（データ駆動型）のビジネスモデルを実現するためのたくさんのヒントが散りばめられているように思う。本レポートの読者が、前提条件の異なる中国だから実現可能なビジネスモデルだと端的に結論付けるのではなく、日本企業として中国のデータ・ドリブン（データ駆動型）のビジネスモデルから、何を学び取ることが出来るのかを真剣に考える契機となれば幸いである。

次回の後編レポートでは、雲栖大会（ユンチーダーファイ）2日目に開催されたニューリテールサミットの話を中心、リテール業界におけるデータ・ドリブン（データ駆動型）のビジネスモデルを検討する。

**【執筆者プロフィール】**

氏名：菊谷 信宏（きくや のぶひろ）

（Nobby Ocean Consulting Pte. Ltd 代表取締役）

経歴：野村證券、アクセンチュアでの勤務を経て、株式公開を専門とする証券会社立ち上げに参画、株式公開業務やベンチャー企業投資業務に従事。その後2011年にシンガポールにて貿易会社を設立し起業。主に中国本土のお客様向けに貿易業を展開。中国デジタル革命を自ら体感し2017年よりメディア事業を新設し、自社メディア「GloTechTrends」にて中国・東南アジアの最新テクノロジートレンドを発信中、中国デジタル分野の研究業務も行う。（<https://glotechtrends.com/>）

<sup>1</sup> <https://www.nikkei.com/article/DGXMZO50956970T11C19A0PE8000/>