

経済成長と社会政策により、
中国は、OMOモデルの先進国へ



自分が闘う土俵を、自分の手で作り上げ、他者にマネができないプラットフォームを確立した者が勝つ。
そういう時代になったと考えています。
GoogleやApple、Amazon、アリババ、テンセントなどは、まさにその典型例です。
2018/4/12ファーストリテイリング柳井会長プレゼンテーションより

新たなキーワード ～OMO(Online merged Offline)

The
Economist

The World in
2018

LEADERS

WORLD

BUSINESS & FINANCE

SCIENCE & TECHNOLOGY

CULTURE

EXTRA



The merging of online and offline worlds

Four factors are merging the online and offline and in each one China is leading the way, says Kai-Fu Lee, CEO of Sinovation Ventures and president of Sinovation Ventures Artificial Intelligence Institute

デジタルディスラプションのコア思想「OMO」

いま中国では、超膨大なデータ化社会を背景に、OMOによるビジネス変革が進展しています。

Online Merges Offline

Onlineの競争原理でOfflineを再統合して体験を設計



全てのタッチポイントをOnlineの考え方で再構成する

- UXを重要視した設計
- “高頻度”に接点を確保するシナリオ設計
- ビッグデータの収集/活用
- プロダクト・サービスの継続改善 など

OMO事例① モバイルペイメント

都市部では95%まで普及したモバイル決済。
APPのQRコードで支払えるキャッシュレス社会が成立しています。



ペイパルに近いサードパーティのオンライン決済システム。銀行口座から各モバイルペイメント機能にお金を補充し、そこからお金を引き落とす仕組み（エスクロー）。Apple PayやLINE Payと大きく変わらない為、仕組み上の特異性は大きくないが、生活インフラへの展開やオフライン店舗への普及により、誰もが使うサービスに。

OMO事例② シェアバイク

類似サービス乱立後、MobikeとOfoという2社の一騎打ち状態になっています。この2社が勝ち残った要因は、デジタルを活用した細部の体験磨き込みにあります。



デジタル体験優位のMobike

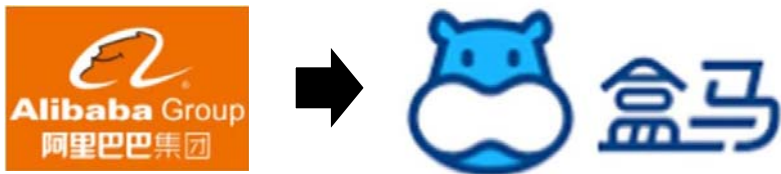
- GPSベースで見つけられ、予約でき、QRコードを読めば鍵が自動で開く。
- デポジットが必要で、利用審査に時間がかかる。(2~4時間)
- 盗難防止のため若干乗りにくさがある。
- Wechatと協力し、審査不要に。
- かご付きのMobike Liteを出し、Ofoの影響でそちらが主流に。オリジナルのMobikeはほぼ市場からなくなった。

自転車体験優位のOfo

- デポジット不要、利用審査が1分で終わる。
- サドルの調節が出来、部品が通常の自転車と近い為乗りやすい。
- 全ての自転車にかごが付いている。
- 新型にはGPSを搭載。
- ギアチェンジが出来るタイプも新たに投入。

OMO事例③ ニューリテール

アリババがニューリテリングと呼ぶ、デジタル×顧客体験を最優先した新型スーパーが、圧倒的勢いで、従来の小売りからシェアを奪い始めています。

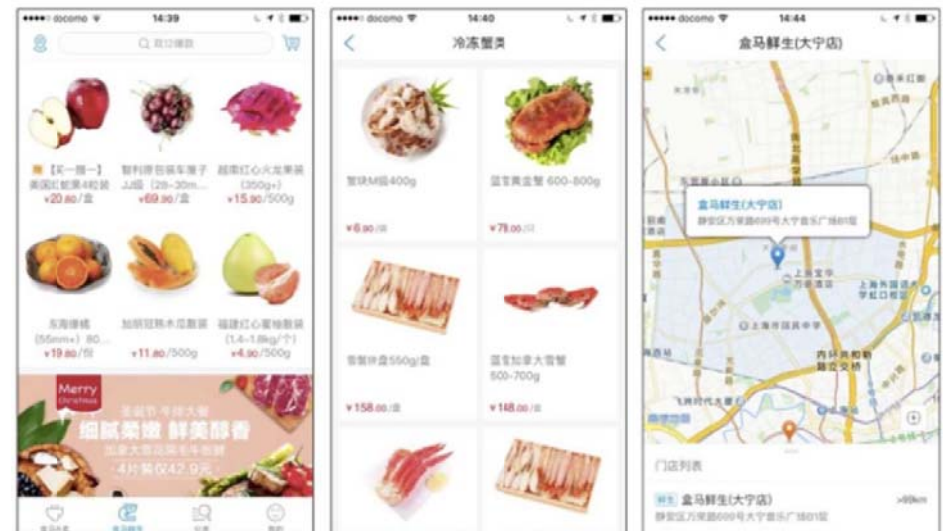


アリババが「ニューリテリング」と呼ぶ、デジタル×顧客体験を最優先した新型スーパー。

支払いは専用アプリ経由でしかできない。

宅配料金は無料で、店舗から5キロメートル以内なら30分配送。アマゾンの60分以内やネットスーパーの最短4時間よりも圧倒的なスピードを実現。

店舗は「**オンライン購入の倉庫に、お客様が直接購入しにくる**」という位置づけ。注文を見た店員が走り回り、かごに商品を入れ、ハンガーにかけて配送される。**売上も8割以上がウェブ経由。**



OMO企業の特徴

OMO企業の特徴は、とにかく顧客のUX体験を磨きこむことです。
それにより、顧客接点を握り、産業の中で圧倒的なポジションを形成します。

圧倒的な**顧客利便性を提供**することで、顧客接点を握る



- Online・Offlineを統合した圧倒的なUXの磨きこみ
- パーソナライズデータの徹底的活用
- 規模拡大とあわせた更なる投資、リアル産業の破壊



OMOの本質を理解するには、自らも一人の生活者として、
中国社会で圧倒的な利便性を実感することが早道

顧客接点を持ちジャーニーを提供する企業が
単なるメーカーを支配・下請けにする構造へ



中国では既に産業破壊が始まる

- 中国ではシェアリングバイクが大流行し、ofo・Mobikeなどの企業が躍進
- シェアリングバイク流行で、自転車メーカーは同一規格のものを短納期・大量・安価の供給する下請けに
- しかも、Mobikeなどのプラットフォーマーは自ら自転車生産にも乗り出し、メーカーが侵食されつつある
- レストラン業界も、出前業者が強くなりすぎ、「配達料金はレストランが負担、一皿から注文が可能」が当たり前になり、レストランは下請けに
- この動きは食品・酒類・自動車など業界を超えて波及中