

アリババグループ、新型コロナウイルス対策支援に約 500 億円を拠出 中小企業の事業回復や医療現場を支援

アリババグループ及びアント フィナンシャル サービスグループ（以下、アントグループ）は [2020 会計年度決算](#)にて、2020年3月31日時点で、世界中の中小企業や医療機関による新型コロナウイルス感染症（COVID-19）対策への支援に合計 33 億 5,600 万元（503.40 億円）を拠出したと発表しました。内訳は、アリババグループが 27 億 6,300 万元（414.45 億円）、アリババの金融関連会社であるアントグループが 5 億 9,300 万元（88.95 億円）です。

アリババグループは『あらゆるビジネスの可能性を広げる力になる(To make it easy to do business anywhere)』をミッションとし、EC や革新的な技術基盤、電子決済や地域生活サービスなどの多様なサービスから形成されたエコシステムを強みとし、あらゆる顧客やビジネスパートナーへビジネスのデジタルインフラを提供しています。

今年 1 月以降の新型コロナウイルス感染症の拡大をうけ、アリババグループは 2 月に「[武漢への支援](#)」や、6 分野 20 項目の中小企業支援策「[マーチャントへの公開書簡](#)」を発表しました。そして中国で事業再開が進み出した 3 月に、中国国内の中小企業の事業回復を支援する特別プロジェクト「[春雷計画 2020](#)」を発表しました。

このようにアリババグループは、そのビジネス・エコシステムの力を結集し、中小企業への事業再開サポートや、テクノロジーを活用した事業支援・医療支援を始め、医療物資の調達・寄付や、生活必需品の調達・提供などを実施してきました。

ハイライト ----- 数字からみる、アリババの新型コロナウイルス感染拡大に対する主な取り組み：

1. **アリババ・デジタル・エコミー及び各公益基金会**は世界の新型コロナウイルス対策支援に累計 33.56 億元を拠出した。そのうち、**アリババグループ**が計 27.63 億元、**アントグループ**が 5.93 億元を拠出した*。
2. アリババグループは**天猫（T モール）**のマーチャント（出店企業）の 2020 年上半期のプラットフォームサービス料を免除し、そのため、計 6.1 億元を拠出した。
また、**タオバオ、天猫、ツァイニャオ（菜鳥）**が連携し、サプライチェーンと物流を援助する 10 億元の専用ファンドを設立し、計 3.6 億元を拠出した*。
3. **マイバンク（網商銀行）**がマーチャントに無料の売掛金即時前入金サービスと無利子ビジネスローンを提供し、計 4.39 億元を拠出した*。
4. **アリヘルス（阿里健康）**は、[GMCC プラットフォーム](#)を通じて世界 120 の国と地域の約 1 万人の感染症専門医師を繋ぎ、COVID-19 感染症に関する臨床経験の共有を支援した。

5. **フーマー（盒馬鮮生）、ウーラマ（餓了麼/ Ele.me）及びコウベイ（口碑）**は、中国の医療従事者に合計46万食以上の差し入れを提供した。
6. **タオバオ（淘宝）やフーマー等**は、ライブコマースを通じて25万トンの農産物を販売した。**ラザダ（Lazada）**は今年1-3月の間、生鮮食品及び関連商品の注文数が30%増加し、供給の安定化に貢献した。
7. **DingTalk（ディントーク、釘釘）**は5億元以上を拠出し、1億3,000万人の学生のオンライン学習を支援し、中国全土の14万校の学校に活用していただいた。
8. **ヨウク（Youku）とウーラマ**は「観ながら食べる」という新しい手法で、グルメ番組を通じて2,000万人の視聴者と7,000余りのマーチャントをつないだ。
9. **アリババグループ**はこれまで武漢をはじめとする中国各地に総額4.8億元に達する計7,300万件以上の支援物資を寄付した。
同時に世界中複数の国と地域、および国際医療機関に医療物資を寄付した*。
10. **アリババクラウド**は世界各地の企業への3,000万ドルに相当する支援計画を発表し、600以上の企業が支援を受けている。

*2020年3月31日時点のデータ。その他は2020年5月10日時点のデータ。
1元=15円のレート（5月時点）で換算。日本円は参考値です。

アリババグループによる中小企業への新型コロナウイルス対策支援のファクトシートは、以降の添付資料をご参照ください。

※添付資料

・中国語原文：[從危機到曙光 阿里巴巴集團新冠肺炎抗疫行動概覽](#)

・英語原文：[Alibaba Contributes RMB3.4 Billion to Support the Global Fight Against COVID-19](#)

＜本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先＞

アリババ株式会社 コーポレート PR

松沢 MAIL : xiang.ji@alibaba-inc.com

アリババグループ広報事務局 担当：柴田・楊・黄・葛井

MAIL : alibaba@prap.co.jp

アリババの最新ニュースをお届けするウェブマガジン「AlibabaNews Japanese」

<https://jp.alibabaneews.com/>

アリババグループ

新型コロナウイルス感染拡大下における中小企業への支援施策

はじめに ----- 二度の感染症を経験。ビジネス・エコシステムへと成長した今、中小企業のデジタル変革を支援

2020年1月に新型コロナウイルスの感染が拡大して以来、アリババグループはエコシステムのすべての力を結集し、創業から20年間で蓄積したノウハウを活かし、Eコマースの強い力、革新的なテクノロジー及び消費者と市場への洞察から得た知見を、クライアント及びエコシステムに参加しているパートナーに提供している。アリババエコシステムのデジタルインフラの利用を推進し、新型コロナウイルス感染拡大下で加速するビジネスのデジタル変革を取り入れられるよう支援している。

2003年にアリババグループがSARS（重症急性呼吸器症候群）を経験していたからこそ、迅速にこの状況に対応できた。今回の取り組みはアリババグループが歩んできた歴史と大きく関連している。当時、設立して僅か4年のアリババグループは全社員を対象とするリモートワークを導入し、グループ全体で「顧客第一」の信念を貫き、途切れることのない顧客サービスを維持してきた。その中で誕生したタオバオも、後に中国消費者の生活を大きく変えたサービスとなり、アリババ独自の企業文化を創出した。

アリババグループは「あらゆるビジネスを広げる力になる」（To make it easy to do business anywhere）というミッションを掲げ、善良な企業を常に目指している。その使命感と初心を胸に、アリババグループはアリババエコシステムを総動員させ、あらゆる方面から国内外での新型コロナウイルス感染症との闘いに注力している。

危機を、未来を創造する原動力に変えるには

■ 感染拡大を防止するために第一に対応すべきことは、医療物資および医療サービスの提供

●アリババ公益基金会、ジャックマー公益基金会

全世界 150 以上の国と地域に計 2 億件以上の医療物資を寄付

感染拡大からこれまでの数カ月間で、アリババグループは武漢を含む中国各地に、総額 4.8 億元に達する計 7,300 万件以上の支援物資を寄付した。同時に、アリババグループ及びジャック・マー公益基金会は、世界複数の国、地域、および WHO をはじめとする国際機関に医療物資を寄付した。

●ツァイニャオ（菜鳥ネットワーク）

300 機以上のチャーター機を使って各地に医療物資や越境物資を積極的に供給

世界に寄付するための物流ルートを開くために、ツァイニャオはグローバル物流ネットワークの力を結集し、最初の武漢への物流の開通から、国際航空輸送がコロナの影響で大きなダメージを受けた現状に対応するまで、4月末時点で、ツァイニャオは300機を超えるチャーター機が各国や地域への医療物資供給の輸送を行った。この輸送サービスは欧州、アジア、アフリカ、米州およびオセアニアを網羅した。

●アリヘルス（阿里健康）

世界 120 の国・地域の約 1 万人の医師・専門家による COVID-19 感染症に関する臨床経験の共有を支援

感染抑止に向けた臨床経験の共有も役に立った。アリババ公益基金会とジャック・マー公益基金会が発案し、アリババクラウドとアリヘルスの支援の元で「[GMCC](#) (Global MediXchange for Fighting COVID-19、以下 GMCC) 」を設立した。これまでに、約 120 の国・地域から約 1 万人の医師が、この世界最大の新型コロナウイルス感染拡大防止に向けたオンラインでの取り組みに参加した。このプラットフォームは、継続的な臨床経験の共有にも役割を果たし、中国と海外の医療機関の間で多くのオンライン交流会を開催した。

さらに、プラットフォームでは、さまざまな COVID-19 感染症対策に関するハンドブックを 20 以上の言語に翻訳し、公開した。

オンライン診療サービスを展開、中国全土で 3,000 万人以上がアクセス

感染拡大期間は、誰もが医療機関を訪問すると接触による感染リスクが高まる。その不安に対し、インターネットを介した医療サービスが大きな役割を果たした。アリヘルスは、3 月 31 日時点までに計 1,700 万元を拠出し、湖北省に開設したオンライン救急診療サービスを中国全土に順次展開した。オンライン診療所には中国で 3,000 万人以上からアクセスされた。また、湖北省の都市封鎖にあたり、業界パートナーと協力し、1,300 万人の慢性疾患患者に医薬品を確実に供給した。新型ウイルスの猛威が海外にも波及すると、アリヘルスはすぐに海外在住の華僑向けに無料のオンライン健康相談サービスを提供し、約 1500 万人がこのサービスを利用した。

●達摩院 (DAMO アカデミー)、アリババクラウド

正確率 96%、診断時間 20 秒以内の胸部 CT 画像分析技術を、世界 550 の病院に提供

新型コロナウイルス感染症疑い症例の診断が医療従事者にとって大きな負荷になっている。DAMO アカデミーは世界的な医療と感染予防を支援する多数のクラウドサービスとテクノロジーを発表した。アリババクラウドの CT 画像分析アルゴリズムの導入によって、医師が胸部 CT 画像を用いた診断を 20 秒以内に完了できるようになった。中国においてこの技術は 96%の正確率である。

現在、世界中で 550 を超える病院が関連技術を使用しており、API 使用が 500,000 回を超える。現在海外では、日本とインドネシアの医療機関をはじめ 40 を超える病院が利用している。

■生活必需品は、全ての人における最も大きなニーズ

●フーマー (盒馬鮮生)、ウーラマ (餓了麼)、コウベイ (口碑)

中国の医療従事者に、合計 46 万食以上の差し入れを提供

中国国内に 200 店以上の店舗をもつフーマーは新型コロナウイルス発生初期に、商品を値上げしないこと、安定した価格で十分な供給を維持することを約束した。

また、フーマーは 3 月 31 日時点までに計 1.27 億元を拠出し、武漢の 117 の指定病院と地域の保健医療機関、一部の医療従事者の家族に日用品と食事を提供した。これまでに、武漢において 6 万食以上の医療従事者への食事と様々な物資を送っている。

アリババのローカルサービス (ウーラマやコウベイ等) は、全国の 500 以上のマーチャントおよびアリババ公益基金会、タオバオライブ、愛徳基金会、湖畔魔豆公益基金会とともに、医療従事者を応援するためのプロジェクトを発足した。1 月

23日から3月2日の間で、40万食近くの愛情を込めた差し入れが、全国37都市の182の病院に届けられた。

●フーマー（盒馬鮮生）

10以上の農産地の生鮮商品・農産物を、全国消費者に届けるための販路拡大施策

フーマーは、消費者のニーズに対応するため、全国のサプライチェーンを通じて農業支援プロジェクトを立ち上げ、販路確保に困っていた農家の農産物や生鮮商品を、中国全国の消費者に届けた。支援を受けた農産地は山東、雲南、海南などの10地域を超える。

●タオバオ（淘宝）

全国の農家がライブコマースを通じて25万トンの農産物を販売

また、農家はスマートフォンから、タオバオライブを通じて販売チャンネルを開いた。中国のタオバオユーザーによって計25万トンの農産物が購入された。4月1日から6日までの期間に開催された湖北省産農産物の販売キャンペーンでは、1.2万トン以上の商品を完売させた。農村部のインターネット環境は改善されており、アリババは研修育成、雇用創出、資金面で農家へのサポートを提供している。

●ウーラマ（餓了麼）

6万の生鮮食品事業者と協力し、武漢をはじめとする中国38都市で生鮮食品の供給を確保

ウーラマは「デリバリー+テイクアウト」のサービス形態で人々とローカル企業を結びつけた。武漢では最初の100店舗の生鮮食品を提供するステーションを設立した。また6万の生鮮食品業者と協力し、中国38都市で食料品が安定的に供給されるよう努めている。

●ラザダ（Lazada）

今年1-3月、生鮮食品及び関連商品の売上が30%増加。供給の安定化に貢献

東南アジア市場では、ラザダ（Lazada）は日用品と新鮮な農産物の供給を確保することに尽力している。2020年1月から3月にかけて、6カ国の生鮮食品全体の注文数は30%増加した。

いくつか事例を紹介すると、マレーシアのキャメロン地方の農家は、実店舗の生鮮市場の閉鎖と物流混乱の影響を受けて多くの新鮮な野菜を捨てざるを得なかったが、ラザダが48時間以内でプラットフォームへの加入を支援し、加入後の最初の週末に1.5トンの野菜を完売させた。インドネシアでは、ラザダはRumah Sayur Groupと協力し、2,500人の農家が新鮮な農産物をオンラインで販売できるようにした。シンガポールでは、ラザダがRedMartの商品カテゴリーの比率を調整し、日用品に重点を置いた。物流面では、流通システムを調整し、毎日の配送キャパシティを向上させた。

■社会的接触とコミュニケーションは、誰もが直面する主要な問題

●DingTalk（ディントーク、釘釘）

1億3,000万人の学生のオンライン学習を支援

インターネット時代において、休校は休講を意味するものではない。新型コロナウイルスの感染が拡大する中で、DingTalkは3月31日時点で、5億元以上を拠出し、中国全国14万校のオンライン教育を支援した。DingTalkを利用してオンライン学習をした学生は1億3,000万人に達した。

●ヨウク (Youku)

600 作品以上の高品質な映像作品を期間限定で無料公開。春節期間の DAU が伸長。

オンラインエンターテインメントは外出規制期間の主要なレジャー手段となっており、需要は増え続けている。研究機関の QuestMobile が発表した「2020 China Mobile Internet fighting Epidemic」の特別調査レポートによると、アリババエンターテインメント事業部の子会社であるヨウク (Youku) の春節期間中および春節明けの 1 週間後のデイリーアクティブユーザー数(DAU)は 5,000 万~1 億人に達した。DAU の伸び率はモバイルアプリの TOP 5 に入った。

ヨウクは、「Have a Good Eating」、「Good Sports」から、「Cloud Education」、「Cloud Tourism」、「Cloud Fitness」をテーマにしたドラマ番組で、視聴者のニーズを満たす心温まるコンテンツを提供し、600 作品以上の作品を期間限定で無料公開した。また、湖北省在住の人々のためには限定コンテンツを無料配信した。過去配信済作品の単日平均再視聴回数は平常時のときに比べ 160% 増となった。ヨウクでは、ドラマ、バラエティ、映画、アニメといった多様なカテゴリの映像作品を提供しており、既に公開されている良質なコンテンツは外出規制期間中に人々の需要を満たす有力な作品となった。

●ヨウク (Youku) 、ウーラマ (餓了麼)

グルメ番組を通じて 2,000 万人の視聴者と 7,000 以上のマーチャントをつなぐ

アリババのエコシステムを活用することで、ヨウクとウーラマ (餓了麼) は、エンターテインメントと EC を繋ぐ、新しい「観ながら食べる」ビジネスモデルを起ち上げた。ヨウクのユーザーは、グルメ番組を視聴しながら、関連する新鮮な野菜や中食製品を注文でき、自宅で番組中の料理を調理したり食べたりできる。人気のグルメ番組「人間煙火花小厨」は 1 か月以内に 2,000 万人の視聴者と 7,000 人を超えるマーチャントを繋いだ。

●ヨウク (Youku) 、DingTalk (ディントーク) 、フリギー (Fliggy)

300 以上の教育機関と約 10 万人の教師がライブ配信を用いて学習コースを開設

300 万人以上がスポーツ選手のライブ配信イベントに参加。旅行のライブ配信もトレンドに

ライブ配信のトレンドには、教育、健康、旅行などのテーマもある。ヨウクと DingTalk は「Class at Home Program」を共同で起ち上げ、300 を超える教育機関と約 10 万人の教師による、毎日何千本ものライブ配信を活用した学習コース開設に役立っている。

ヨウクは、「Championship Sports Class」のライブ配信を開始し、数人のスポーツチャンピオンを招待してトレーニングを教えてもらい、300 万人以上のユーザーが同イベントに参加した。また、今年の 2 月から 5 月上旬にかけて、観光業界の企業や公的機関とタレントと協力し、フリギー (Fliggy) は約 2 万 5,000 回の旅行ライブ配信を行い、視聴回数は 7000 万回を超えた。

■ 事業再開と職場復帰への支援は、経済回復への鍵

●マイバンク (網商銀行)

中国本土の中小企業に無利子ビジネスローンと売掛金の即時入金サービスを提供、計 4.39 億元を拠出

今回の新型コロナウイルス感染拡大による経済への影響を考慮し、アリババエコシステムは、企業のコストを削減するため、低金利および無利子ビジネスローンの提供などの支援策を始めた。マイバンクはマーチャントに売掛金即時前入金無料サービスと無利子ビジネスローンを提供するため、計 4.39 億円を拠出した。

また、天猫はマーチャント（出店企業）の 2020 年上半期プラットフォームサービス料を免除し、3 月 31 日時点で計 6.1 億円を拠出した。タオバオ、天猫と菜鸟は共同で専用ファンドを立ち上げ、サプライチェーンと物流企業に計 3.6 億円を拠出し補助金を給付した。

●タオバオライブ（淘宝直播）

2 月の新規ライブ配信アカウント数は前月比 719%増加。ライブ配信事業者の受注総数は毎週平均 20%で増加

デジタルツールは企業が次世代を生き抜くために、重要なものに違いない。タオバオライブでは、2 月の新規出店料をゼロとし、関連ツールを無料提供すること発表した。これにより自動車ディーラーの店員から、海外ブランド、不動産業者、さらには義烏卸売市場の小さな商店まで、多くのマーチャントがこの新しいマーケティング手法を取り入れるようになった。

2 月には、「タオバオライブ」上の新規配信アカウント数は前月比 719%増加し、ライブコマースを通じた受注総数は平均して週 20%増加した。東南アジア地域では、ラザダの LazLive におけるライブコマースの売上高が前期比 45%増となり、外出自粛期間中でも東南アジア地域の企業やマーチャントが売上を伸ばせるよう支援した。

企業はライブ配信やオンライン発表会を通じて新製品を発表

多くの企業はタオバオが提供するライブコマースサービスで新製品を発表するようになった。「上海ファッションウィーク」も天猫との提携を通じてオンラインで開催され、ライブ配信では 1,000 以上の新製品が紹介された。3 時間続いた同ライブ配信は 250 万回視聴された。

また、天猫（Tmall）に出店中のブランドが自ら設定した日程で年に 1 回だけ開催できるキャンペーン「天猫・スーパー・ブランド・デー」、また、シャオミ、アディダス、イケアなどの有名ブランドの「オンライン新製品発表会」にも、ライブコマースが活用された。

●アリエクスプレス（AliExpress）

中国国外の消費者に商品を提供。4 月中旬のセールでは総売上高が 1 億米ドルを突破

世界各国で実店舗の営業自粛が続く中、中国国外のユーザーにサービスを提供するアリエクスプレス（AliExpress）は、マスクなどの感染予防用品をリーズナブルな価格で提供し、さらに日用品、レジャー用品、衣料品、家電製品、その他多くの製品も提供を継続している。4 月中旬、アリエクスプレス（AliExpress）上で 3 日間にわたり実施された「在宅中の新需要」キャンペーンでは、総売上高が 1 億米ドルを超えた。

●アリババクラウド

世界各地の企業への 3,000 万ドル規模の支援計画を発表。600 以上の企業をサポート

アリババクラウドは、世界中の企業に向けて、3,000 万ドルの支援計画を発表した。4 月 23 日現在、600 以上の企業がこのプランによって支援されており、中でもシンガポール、インド、香港の 3 つの地域にある企業が高い割合を占めている。さらに、ラザダでは東南アジア地域の 15 万企業のデジタル変革を支援することにも注力している。

●フーマー（盒馬鮮生）

柔軟な雇用機会を創出するため、従業員シェアのプロジェクトを起ち上げ。合計 5,000 人以上の従業員をシェアコスト削減を必要とする企業もあれば、サービスを提供するためにより多くの人材を必要とする企業もある。フーマーは、雇用の課題を柔軟に、そしてデジタルの手法で解決するため、飲食業や配車サービスなどの企業と共に「従業員シェアリング」プロジェクトを起ち上げた。飲食店の営業自粛をうけ、一時的な失業状態の飲食業の従業員を活用することで、短期的に彼らの収入の問題を解決すると共に、企業の財政逼迫を緩和した。この革新的な手法は多くの注目を集め、様々な団体が類似の取り組みを行った。同プロジェクト終了まで、フーマーでは合計 5,000 人を超える従業員がシェアされた。

おわりに ----- アフターコロナのニューノーマルに向けて

アリババは、エコシステム上の様々な事業とその強みを合わせることで、新型コロナウイルス感染症に立ち向かい、同時に社会全体を支援しながら、未来に向けた計画についても常に考えている。今回の感染症の流行はデジタル化への大きな「きっかけ」となった。2003 年の E コマース開発の加速と同様に、今日のデジタル革新も加速している。この革新を通じ、経済は活性化し、長期的には企業にとって不可欠な新しいデジタルインフラとなるだろう。この章では**ヒト、モノ、場ごとに、新しいデジタルインフラがどのように活用されていくのかを予測していく。**

■ヒト --- 生活習慣の変化で、多くの消費活動がオンライン起点に

オンラインでのファッションショー「See Now Buy Now（観ながら買う）」から、今のグルメ番組「観ながら食べる」まで、私たちの生活へのインターネットの浸透度は、アフターコロナでもますます高まっていくだろう。20-30 代の人々は、従来のフードデリバリーサービスを活用することで生鮮食品や家でも簡単に調理できる中食商品を購入して料理を楽しむなど、より多くの楽しみをオンラインサービスで求めるようになってきている。

新型コロナウイルス感染症の影響が拡大する中、高齢者や農村部の農家、住民までの幅広い層が日常生活でオンラインサービスを利用しており、多くの人々がネットで診療を受けたり薬を購入したりすることに慣れてきている。海外では、東南アジア市場でのデイリーアクティブユーザー（DAU）が急速に増加していることにも、消費活動の変化が映し出されている。

■モノ --- 消費者中心の生産モデルはデジタル化の加速で進化

タオバオは 2 月に、中国の製造業、工場、工業地帯のデジタル変革を支援するために、C2M（消費者から製造業者へ）戦略を発表し、同時に中国国内市場での機会を探る外国企業も支援している。タオバオは、メーカー専用のプラットフォーム「タオバオ特別価格版」のアップグレードを始め、様々な施策でマーチャントを支援した。

今年の 1 月から 3 月末までの 3 ヶ月間で、タオバオライブでのデイリーアクティブ店舗数が前年比より 88% 増となった。また、直近の 3 か月間で、タオバオに新規参入した、海外輸出事業を中心とした企業数は前年比より 160% 増となった。海外貿易向け工場による直営ネットショップ数は累計で 28 万店を超え、中国での海外貿易工場総数の半分以上を占めている。アリエクスプレスでは、マーチャントが独自ブランドを構築する傾向がより顕著になっており、従来の B2B から B2C に移行したマーチャントも多くなっている。越境 C2M モデルによって、マーチャントが消費者の需要を満たす商品を生産することができるようになってきている。

■場 --- デジタル化の加速でより多くのビジネス機会を創出

ネットショッピングにおける場もより豊かなコンテンツやインタラククションを提供する傾向が強まっている。タオバオライブの1日平均ライブ配信を行うマーチャント総数が前年比の3倍、ユーザー数が4月末時点で前年比の2倍になるなど、あらゆる業界のマーチャントがタオバオライブへの参入を加速している。

アリババドットコムでは、中小企業向けのオンライン展示会を開催し、潜在的なグローバルバイヤーにアプローチする機会を提供し、3Dショッピング、ショートビデオ、デジタル名刺などのツールを導入し、バイヤーとサプライヤーの取引を促進するコミュニケーション機会を提供している。

加速するデジタル化を背景に、パブリッククラウドの需要も今後拡大していくことが予想できる。アリババクラウドは、データセンターなどのクラウドインフラの構築に、今後3年間で280億ドル（約3兆円）の投資を発表した。

医療分野の需要は、新型コロナウイルス感染症拡大後、自宅にいながら専門的な医療サービスを受けられることが日常化し、医療診断の正確性と効率性に対する人々の需要が高まっていくと思われる。アリヘルスは今後も新たなデジタルインフラの整備を進めていく。アリババクラウドはAIカスタマーサービス向けロボットや、医師によるリアルタイム・ビデオ・カウンセリング・サービスといった遠隔診療を下支えする技術開発に注力し、AIとクラウドコンピューティング技術を活用し、医療サービスの発展をエンパワーメントしていく。

共に歩み続けるために

過去から現在、未来へ、私たちはすでにデジタル経済社会の只中にあり、今後はその幅を広げ、深掘りしていくかが課題となる。「あらゆるビジネスを広げる力になる」(To make it easy to do business anywhere) というミッションを掲げるアリババグループは、20年間のノウハウとテクノロジー、エコシステムの相乗効果で、世界中の企業に新しいデジタルインフラを提供し、困難な時代を乗り越え、共に前進していくことを目指している。

花開之時、更見燦爛（花が再び咲くときは、より鮮やかに）。