

海外ビジネスレポート ～中国・蘇州編～

配信日 2018/1/12
蘇州駐在員事務所 勢志 昌樹

1. はじめに

ここ数年で、中国のインターネット事情は劇的な変化を遂げています。特に、スマートフォンなどによるモバイル決済の普及は急速で、街の至るところまで浸透しており、まさにキャッシュレス社会を目の当たりにしているところです。

2017年12月6日の中国ニュースサイト「人民網」によると、中国人民銀行（中央銀行）は、同年7～9月のモバイル決済額は前年比39.4%増の49兆2,600億元（約835兆円）と発表したとのこと。

日本においても、阿里巴巴（アリババ）グループが展開する「支付宝（Alipay）」は、セブンイレブンやローソンなどでも導入が始まっており、騰訊（テンセント）グループが展開する「微信支付（Wechat Pay）」とともに、百貨店やコンビニなどで目に触れる機会が増えてきたのではないのでしょうか。

日本では、「Fin Tech」という金融と情報技術のイノベーションへの取り組みが活発になっていますが、中国では既に人々の生活の中にインターネット技術が広く浸透しており、今も拡大を続けています。

今回は、ライフスタイルをも変えた中国のインターネット政策、スマートフォンなどによるモバイル決済サービスの実情についてレポートいたします。

2. 「互聯網+（インターネットプラス）」について

中国におけるインターネット技術（モバイルインターネット、クラウドコンピューティング、ビッグデータなど）の普及・発展は、2015年3月、中国の国会に相当する全国人民代表大会で、李克強首相が政府活動報告にて「互聯網+（以下、「インターネットプラス」）行動計画」を提出したことでさらに加速していると言えます。

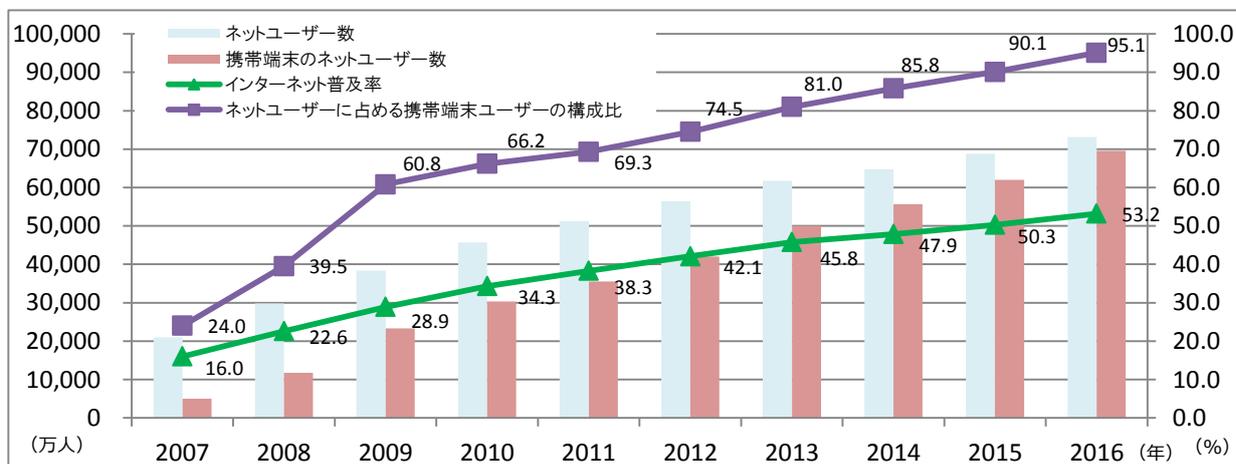
「インターネットプラス」とは、インターネット技術と他の産業が結びつくことを意味し、「インターネット+医療」・「インターネット+物流」・「インターネット+金融」などのように、あらゆる産業と連携し、従来の産業の新たな発展を目指すことを目的としています。

その後、2015年7月に国務院が「“インターネットプラス”行動を積極的に推進することに関する指導意見」を発布するなど、「インターネットプラス」が中国の国家戦略として推進され、モバイル決済サービスの急速な普及、自転車シェアリングやデリバリーサービスの充実など、人々のライフスタイルは大きく変化しています。

3. 中国のインターネット及び携帯端末の普及状況について

2016年12月末までに、中国のインターネットユーザーは7.31億人、スマートフォンなどの携帯端末のネットユーザーは6.95億人に達しています。また、インターネット普及率は53.2%、その内95%以上が携帯端末のネットユーザーとなっています。

【中国におけるインターネット利用状況の推移】



出展：中国インターネット信息中心 CNNIC「2016年第39次中国インターネット発展状況レポート」

(JETRO「インターネット+ (インターネットプラス)」で変わる中国のライフスタイル 2017より)

また、中国のインターネットプラス大手3社「百度 (Baidu)」、「阿里巴巴 (Alibaba)」、「騰訊 (Tencent)」は、インターネットサービスのほぼ全領域を網羅しており、中国で生活するうえでなくてはならない存在になっています。

【中国における代表的なインターネットプラス大手3社】

	百度 (Baidu)	阿里巴巴 (Alibaba)	騰訊 (Tencent)
設立	2000年	1999年	1998年
創業者	李彦宏	馬雲	馬化騰
創業地	北京市	杭州市	深圳市
上場	アメリカ・ナスダック (2005年)	アメリカ・ニューヨーク (2014年)	香港 (2004年)
特徴	世界最大級の中国語検索エンジン。百度地図、百度新聞、百度百科、百度金融、百度翻訳など、多数の専門ジャンル別検索チャネルを整備。	通販の最大手企業。傘下には、淘宝网 (タオバオ)、天猫、阿里巴巴国際交易市场、支付宝などを有する。	中国版 LINE と呼ばれる「Wechat」を提供。ゲーム、音楽、動画配信、アニメ、ニュース、金融などネットサービスは全方位的に多岐に亘る。

出展：JETRO「インターネット+ (インターネットプラス)」で変わる中国のライフスタイル 2017より独自作成

4. 中国のモバイル決済サービスの現状について

中国では、スマートフォンなどによる「モバイル決済サービス」が生活に欠かせないツールになっており、ほぼ全てのインターネットプラス企業が提供するサービスでいわゆる「スマホ決済」が可能となっています。

2016年までに中国のネット決済ユーザーは、4.75億人に達しており、中国のネットユーザーでネット決済を使用する割合は約65%、その内、スマートフォンなどによるモバイル決済を使用するユーザーは約68%にも上ります。

このように中国では、財布を持ち歩かなくてもスマートフォンアプリ1つで買い物、食事、映画鑑賞やタクシー乗車等が出来る生活を実現しています。

特に代表的なモバイル決済サービスとして、「支付宝（Alipay）」と「微信支付（Wechat pay）」が普及しており、この2社のサービスが中国国内のスマートフォン決済で9割のシェアを占めています。いずれもアプリに銀行口座やクレジットカードを紐づけ、仮想の口座にチャージしてプリペイド型のように使用するか、もしくはあらかじめ登録してある銀行口座から引き落としをすることも可能となっています。買い物の会計時にはQRコードを読み込んだり、自分のQRコードをスマートフォンに表示して読み込んでもらうだけで決済ができます。

また、個人間送金・公共料金支払い・店舗での決済・資産運用などを始め、これらの金融サービスに限らず多様な分野をカバーするサービスが提供されています。

【スマートフォンアプリ大手2社の特徴】

支付宝 (Alipay)	微信支付 (Wechat pay)
<ul style="list-style-type: none"> Alibabaグループが提供する電子決済サービス。 中国内の電子決済で50%以上のシェアを持ち、シェア拡大を続けている。 関連サービスである預金サービス「余额宝（ユエバオ）」を使えば、チャージ金額に対して利息が付く。（但し、元本保証ではない点に注意が必要） 	<ul style="list-style-type: none"> 中国版LINEとも言われるメッセージアプリの「Wechat」を活用した電子決済サービス。 Wechatは9億人以上のユーザーを持つ巨大アプリに成長。 既に、利用者の内、約4億人がWechat Payを利用しており、シェア拡大が見込まれている。

出展：JETRO「互聯網+（インターネットプラス）」で変わる中国のライフスタイル 2017より」独自作成

中国でこれほど急速に電子決済が普及した背景として、以下の点が考えられます。

1つ目は、中国では最高紙幣額が100元（約1,700円）であり、高額な買い物には不便であること、また、偽札が多く、現金に対する信用があまり高くないことが考えられます。

2つ目に、そもそも中国ではクレジットカードが広まらなかった点にあります。欧米などの先進国では、現金決済→クレジットカード決済→電子決済という流れが一般的ですが、中国ではクレジットカードがあまり使われていません。中国人民銀行によると、2016年末時点で、中国人の平均クレジットカード保有数は1人当たり0.29枚に低下、約3.5人に1人しかクレジットカードは持っておらず、日本を含めた先進国とは大きく異なっています。

3つ目に、政府の介入です。中国にも日本と同様、身分証明用のマイナンバー制度があります。また、中国での銀行口座開設には携帯電話番号が必須となります。銀行口座を開設するためにマイナンバーと携帯電話番号が必要となり、マイナンバー、携帯電話番号、銀行口座の情報が政府によって管理されていることとなります。冒頭に記載しました、インターネットプラスの推進など、政府の意向として、意図的にインフラ化されてきたのではないかと考えられます。

5. 日本のモバイル決済サービスの現状について

日本においても、セブンイレブン・ジャパンやローソンで「支付宝 (Alipay)」が導入されており、ローソンでは2017年1月24日から、国内グループ全約1万3,000店舗で導入しています。

同社の発表では、導入後すぐに1日あたりの利用件数がほぼ一貫して上昇し、13日間で累計利用件数が5万2,000件を超えており、特に観光客数の多い札幌、東京、大阪、京都、福岡、沖縄を中心に、全都道府県の店舗での利用実績が確認されています。

購入商品は牛乳やおでん、肉まん、飲料水など、日本滞在中に消費される商品が中心でしたが、平均客単価は、ローソンの全体平均客単価の約1.6倍である800~900円になったことも特徴的です。

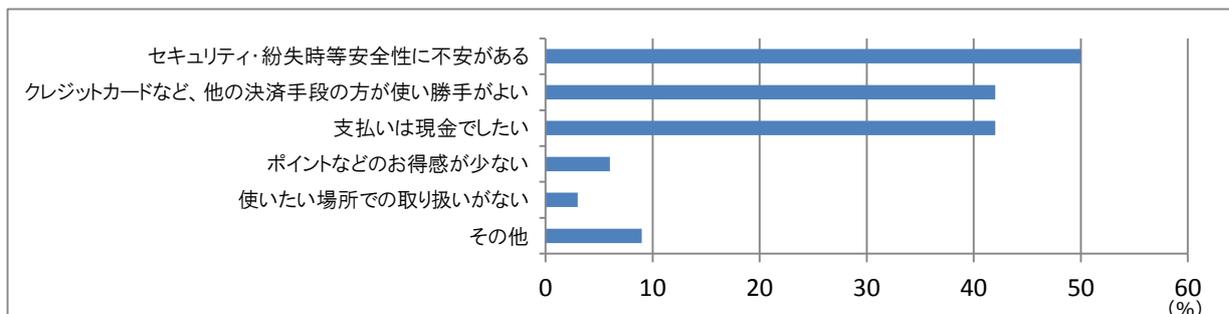
導入された時期は中国の旧正月（春節）前であったこともあり、訪日中国人が使い慣れた決済方法で利用出来る安心感もあったのではないかと推察されます。

一方で、日本銀行が2017年6月に発表したレポートによれば、日本において店頭でモバイル決済を「利用している」と答えた人は、6%にとどまっています。また、自身のスマートフォンにモバイル決済の「機能はあるが利用していない」と答えた人は全体の42%を占めています。

これに対して、中国のモバイル決済の利用率は、都市部の消費者を対象に実施された調査によれば、2016年5月時点において、過去3ヶ月の間にモバイル決済を「利用した」と答えた人は回答者の98.3%にもものぼる調査結果が出ています。

日本におけるモバイル決済の課題についても、日本銀行の調査が行われており、結果を見ると「セキュリティや紛失リスクに不安」、「現金やクレジットカードなど、他の決済手段の方が、利便性が高い」という内容が、モバイル決済を利用しない主な理由として挙げられています。

【日本における携帯電話・スマートフォンの支払・決済機能を利用しない理由】



出展：日本銀行決済機構局「モバイル決済の現状と課題」より独自作成

尚、代表的な先進国として、米国及びドイツについて、連邦準備制度理事会（FRB）及び独ブンデスバンクが実施した調査によると、米国やドイツでも、日本と同様、セキュリティ面での不安等を理由に、店頭でモバイル決済を利用する人は、必ずしも多くないと結果も出ています。

他にも日本でモバイル決済が普及していない背景には、モバイル決済を利用可能にする上でアプリのダウンロードやカード情報の登録などの初期設定、スマートフォンなどの機種変更に伴う作業の煩雑さをわずらわしく感じる人々の存在や、また、そもそもデジタル機器の操作そのものを回避したいと考える人々が、一定数存在することが考えられます。

6. 最後に

今回、中国におけるインターネット技術が普及・発展する中で、特に生活上身近に感じるモバイル決済の実情についてレポートしました。

中国で、インターネット技術の革新が進む中、観光立国を目指す日本にとってはインバウンドの受入れ体制が課題であると考えられます。本レポートで取り上げたモバイル決済に慣れた中国からの旅行客が日本を訪れたときに、同じ決済手段が使えないと不便に感じる事が多くあると想定されます。

また、日本ではフェリカ技術（非接触型 IC カード技術）を使った電子マネーでインフラ整備がされていることもあり、兌換性のない海外モバイル決済手段を持ち込んでも、日本で決済できる場所はそれほど多くないと考えられます。

インバウンド需要の取込に対し、機会損失を生まないためにも、モバイル決済を取り入れることは、中国からの旅行者を獲得する仕組みとして有効であると考えられます。

一方で、日本国内での普及を推進していく上では、「ユーザー側にとっての利便性」、「安全面・セキュリティ面での十分な対策」が重要となってきます。

決済一つにとっても、各国根付いてきた文化があり、すぐに転換することは困難かもしれませんが、昨今、活発化している「Fin Tech」への取り組みを始め、生活の利便性向上を目指すうえで、中国のインターネット技術の普及・発展も参考になるのではないのでしょうか。

【池田泉州銀行蘇州駐在員事務所について】

設 立：2006年9月

住 所：江蘇省蘇州市吳中区宝带東路399号 麗豊商業中心2幢A座707-709室

職 員：日本人2名、中国人1名

活動内容：投資環境調査、法務・税務・労務等の情報提供、中国事業展開に関するご相談

<参考文献等>

- JETRO「互聯網+（インターネットプラス）」で変わる中国のライフスタイル 2017（2017年3月）
 - 日本銀行決済機構局「モバイル決済の現状と課題」（2017年6月）
 - ローソン Alipay 決済紹介ページ：http://www.lawson.co.jp/service/others/in/alipay_jp.html
 - Marketing Bank(2017年7月26日掲載記事)：<https://www.marketingbank.jp/special/cat18/523.php>
1. このレポートの内容は、情報の提供を目的としたものであり、本レポートに関連して生じた一切の損害について、株式会社池田泉州銀行（以下「当行」という）および当行グループは責任を負いません。ビジネスに係る最終決定はお客様ご自身の判断でなさるようお願い申し上げます。
 2. このレポートに記載されている情報には公開情報からの引用および著者の個人的見解が含まれております。かかる情報の正確性・適切性等について当行および当行グループは何らの検証も行っておらず、また、これを保証するものではありません。
 3. このレポートの内容は、お客さま限りでご使用下さい。当行および当行グループの事前承諾なく、本レポートの全部若しくは一部を引用または、複製、転送等により使用することを禁じます。