

転換期を迎えた中国のフィンテック

調査部

上席主任研究員 藤田 哲雄

要 旨

1. 中国のフィンテックは、電子商取引のインフラとして登場した第三者決済が支払手段として進化したことが発展の基盤となった。第三者決済から発展した中国のモバイルペイメントは、ユーザー間での資金移動を無料で行えること、零細小売業者も低コストで導入出来ることなど、圧倒的な利便性と経済性が評価され、急速に普及した。インターネットを活用した様々なサービス開発・普及と相まって、日常生活で現金に代わる支払手段として定着した。
2. ペイメントに加えて、オンラインレンディング（P2P）も急成長した。中国では金融機関からの借り入れが可能な人は9%に過ぎないため、大きな潜在的需要の前にファイナンスギャップが存在していた。また、資金の出し手側にとっても有利な資産運用方法となったため、利用が急増した。もっとも、規制が不十分であったため、悪質業者も参入し、その詐欺的行為が社会問題化した。
3. 中国のフィンテックが急成長するのは、従来の金融サービス・金融インフラが貧弱であり、ニーズが十分満たされていなかったからである。個人信用情報サービスにおいては、電子商取引やモバイルペイメントで4～5億人の利用者データを解析して、クレジットスコアリングするサービスも登場している。モバイルペイメントの決済情報などビッグデータをもとに個人信用情報を提供するビジネスモデルは世界初であり、今後のリテールビジネスの姿を大きく変える可能性がある。
4. 存在感が増したことに加え、利用者保護を図るため、2016年より当局はフィンテックの規制に乗り出している。自由な規制環境のもとで急速に発展してきた中国のフィンテックは、既存の金融秩序に組み込まれつつある。第三者決済機関のモニタリングや、暗号通貨取引の禁止は、当局が金融システムリスクに神経質になっているからであろう。もっとも、フィンテックに課される規制は、既存金融機関に対比すれば緩やかなものであるため、現在の業容が大きく削られることにはならないだろう。
5. 4大国有銀行はフィンテックをリードする企業と提携し、サービスや金融商品でのイノベーションを創出しようとしている。4大国有銀行は、資産規模や自己資本の世界ランキングでは上位に入るものの、国有企業への資金提供を主な役割としてきた経緯から、イノベーション力は決して高くない。しかし、先進的な中国フィンテック企業の技術やノウハウの応用に成功すれば、世界的にも先進的な巨大銀行が誕生する可能性がある。
6. 国内市場が飽和に近づき、成長力が低下してきたことを背景に、中国のフィンテックはペイメント分野を中心に海外進出の動きを強めている。とりわけ、今後電子商取引の発展が見込まれる東南アジアでの展開が注目される。もっとも、決済データをすべて中国に還流されることを危惧して、海外展開の計画が遅れる例もある。欧州などでは中国企業に対する警戒感もあり、取引データの国外持ち出しを禁止する動きが出ており、データの取り扱いに関する問題が、中国フィンテック企業の海外展開の足枷になる可能性がある。

目次

はじめに

1. 急速に発展した中国のフィンテック

- (1) 日常的な支払手段となった第三者決済サービス
- (2) 中国のフィンテックの概観
- (3) P2Pレンディングの拡大と弊害
- (4) 信用情報サービスの発達

2. フィンテックへの規制強化

- (1) インターネット金融の管轄整理
- (2) 第三者決済の中央管理
- (3) 余額宝への預入額上限規制
- (4) P2Pレンディングへの規制
- (5) 暗号通貨取引の禁止
- (6) 小括

3. 既存金融機関との提携

- (1) 京東金融 (Jingdong Finance) と中国工商銀行 (ICBC)
- (2) 中国建設銀行とアリババ、アントフィナンシャル
- (3) 百度 (Baidu) と中国農業銀行
- (4) 中国銀行とテンセント

4. 海外展開の動き

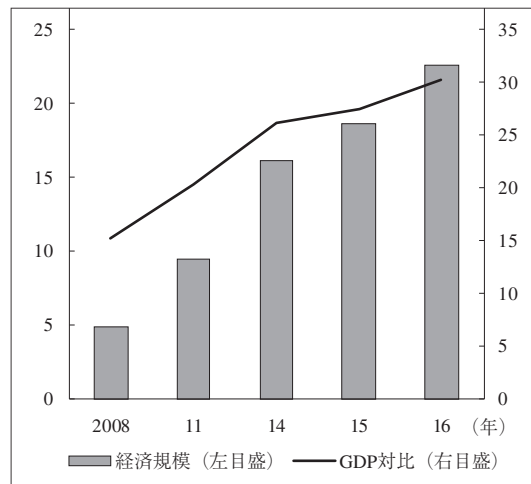
- (1) アントフィナンシャル
- (2) テンセント
- (3) 百度 (Baidu)
- (4) 京東金融 (JD Finance)

おわりに

はじめに

中国ではデジタル化の波が急速に押し寄せて浸透し、2016年のデジタル経済の規模は22.6兆元（3.43兆ドル）と世界第2位となった（注1）。ここで、デジタル経済とは、電子情報機器製造業、ソフトウェア産業、電気通信業、放送業、インターネットサービスの付加価値を合算したものである（注2）。これは中国のGDPの30.3%を占めるに至っており、2008年時点では15%であったことからすれば、デジタル経済の拡大スピードの凄まじさを物語っている（図表1）。2035年には、中国のデジタル経済の規模は16兆ドルにまで達するとの予測もあり、中国におけるデジタ

図表1 中国のデジタル関連経済の規模
(兆元) (％)



(資料) 中国情報通信研究院 (CAICT) [2017] データを基に日本総合研究所作成

ル変革の動向が、中国経済を見るうえで重要な要素の一つになっている。

このような中国のデジタル経済の急速な拡大の背景には、近年のスマートフォンの普及や様々なサービスの開発など、モバイルインターネットを軸とした新たな経済圏の成長がある。中国が同分野で抜き出られるのは、もちろん13億人という世界最大の人口に対して、インターネット利用人口が7.7億人（普及率55.8%）も存在し、世界のインターネット利用人口の約2割を中国が占めるという事情がある。また、中国のスマートフォン利用人口は7.53億人と、インターネット利用人口の97.5%がスマートフォンを利用している（注3）。

一般的な経済では収穫逓減の法則が働き、可変入力を増加させていくと、ある点から入力増加が出力増加に結びつかなくなり、大規模化が必ずしも有利とならないことが知られている。しかし、デジタルエコノミーでは収穫逓増の法則（注4）が働くため、大規模になるほど有利になることが多い。これが、ITに注力する中国で、人口の多さを強みに転化出来る背景となっている。加えて、中国は2015年よりインターネットをあらゆる分野で活用して効率化を図る「インターネットプラス」政策を推進しているうえ、O2O（オンライン・トゥ・オフライン）（注5）などの様々な新しいビジネスモデルが登場しており、規制が緩やかなことも利点となって変化の速さ

ではアメリカを凌駕している。

フィンテックと呼ばれる金融と技術が融合した新しいサービスについても、中国においてはこのインターネットプラス政策の一つの分野として語られることが多く、中国では現在でも「フィンテック」ではなく、「インターネット金融（互聯網金融）」と呼ばれることが多い。わが国では中国のデジタルエコノミーの発展について、モバイルペイメントが急速に普及し、現金を持ち歩かなくても日常生活に不便はないとの話がよく知られているであろう。実際、モバイルペイメント（注6）の2016年の決済額はアメリカの1,120億ドルに対して、中国は8兆5,210億ドルとアメリカの76倍の規模である（注7）。このようにデジタルエコノミーとともに急速に発展してきた中国のフィンテックであるが近年新たな動向がみられる。

一つは、中国のフィンテックは比較的自由な規制環境のもとで急速に発展してきたが、最近は様々な規制が整備されるとともに、既存の金融システムと統合的に管理する傾向が強まっている。一方で、フィンテック企業と4大国有銀行などが連携して、既存の金融機関のイノベーション創出への取り組みが始まっている。すなわち、中国のフィンテックはIT業界内部で発展していた段階から、既存金融システムのなかでどのように位置付けるべきかを考える段階へと移行しつつあり、転換期を迎えている。もう一つは、中国のフィ

ンテックの海外進出の動きである。国内市場に急速に普及した半面、ペイメントなどの分野で海外への展開を加速する動きがみられる。

本稿では、このような中国のフィンテックが転換点を迎えた状況について、情報を整理するとともに今後を展望した。

(注1) CAICT [2017]

(注2) CAICTの定義による。必ずしも世界で一般的な定義ではない。

(注3) CNNIC [2018]

(注4) 特定の生産要素の投入量を追加的に等量ずつ増加していくとき、追加的に得られる産出量の増分が次第に増加するという法則。ITによる商品やサービスは量産が容易で販売量が増えれば増えるほど、利益が加速度的に増加する。

(注5) パソコンやスマートフォンを操作している人（オンライン）を、リアルな店舗（オフライン）に誘導する仕組み。

(注6) ここでモバイルペイメントとは、携帯電話を利用した支払を指し、クレジットカードは含まれていない。アメリカのモバイルペイメントとは、おもにApple pay、Google pay、Samsung pay、PayPalである。クレジットカードが普及しているため、敢えてモバイルペイメントを利用する必要性が低いと考えられる。

(注7) BCG [2017]

1. 急速に発展した中国のフィンテック

(1) 日常的な支払手段となった第三者決済サービス

中国においては、インターネットを利用した電子商取引が盛んであり、2015年のB2C市場は6,170億ドルと世界最大である（注8）。小売売上高に占める電子商取引の割合は15%と韓国（18%）に次いで世界第2位であり、

アメリカ（11%）や日本（7%）を上回る（注9）。もともと、小売店舗や大型商業施設が農村部をはじめとして不足しており、購買ニーズはあるが供給体制が整っていなかったところに、2002年から2003年に生じたSARS問題を契機として電子商取引利用の拡大が始まった。取引相手に対する信頼が確立されていない当事者間で、電子商取引を行ううえで最も大きな障害となるのは、どのように商品に問題がないことを確認したうえで代金を支払うか、ということであった。電子商取引業者大手のアリババが第三者決済というエスクローサービスを組み込んだ決済の仕組みを導入してこの課題を解決し、電子商取引は急速に拡大するとともに、非常に低コストで決済を行うことが可能になった。これがアリペイ（支付宝）の始まりである（注10）。

この電子商取引の第三者決済の仕組みを基盤として、銀行口座からの入金、アリペイ口座間の送金が可能となるとともに、MMFファンドもアリペイのプラットフォーム上で販売されるようになった。当時、銀行の預金金利は規制されており（注11）、定期預金は大口取引と個人が利用する小口取引では相当の金利差が存在した。この規制の差を裁定して生まれたのがアリペイのプラットフォームで販売された余额宝である。すなわち、小口資金をMMFとして集め、その大半を大口定期預金として運用することで、安全な運用方法で個人投資家には魅力的な利回りを提示するこ

とが出来た。これが、適切な運用手段を探し求めていた中国の預金者に受け入れられ、銀行預金から多額の資金シフトが起こり、余額宝は一躍世界第二位の規模のファンドへと急拡大した。

さらに、多くの資金が滞留するとともに、スマートフォンが普及すると、アリペイの送金機能を利用してQRコードを通じた決済の仕組みが大型商業施設はもとより、個人間や零細小売業にまで普及した。現在、中国では現金を使わずとも、QRコード決済だけで生活に困らないと感じる人が多いという。2017年には、中国の30都市を超える公共交通でアリペイで運賃を支払える仕組みが導入された。このように、インターネット上のみならず、街の隅々まで、キャッシュレスの支払が一般的になっている。

中国の巨大インターネット企業であるテンセントも同様のオンライン支払いの財付通（テンペイ）や微信支付（WeChat Pay）というサービスを提供するようになった。テンセントはチャットサービスなど、スマートフォン利用者には欠かせないサービスのプラットフォームを提供しており、中国人の親戚間で春節にお年玉を贈る習慣も、オンライン決済で可能にして多くの利用者を獲得した。2018年2月の春節には460億元（約7,400億円）もお年玉がこのオンラインサービスを通じて送られたという（注12）。両社の顧客基盤は大きく、中国の決済分野において、

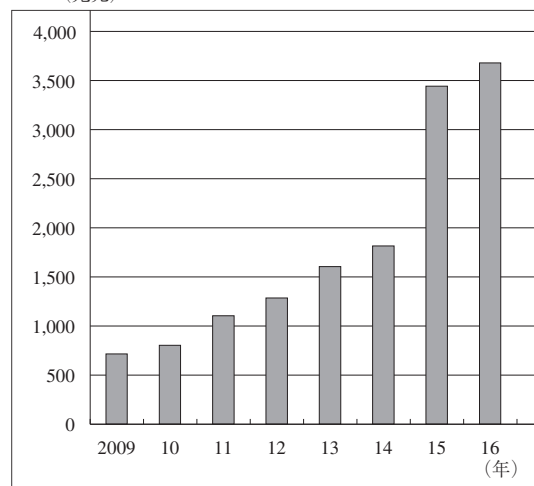
アリババとテンセントのサービスだけで市場の大半を占める。

このような経緯を経て、現金以外の決済市場の規模は2015年に急速に拡大した（図表2）。その多くはモバイルペイメントといわれる。第三者決済は、当初はPC経由の利用が多かったが、スマートフォンの普及とともに、最近ではスマートフォン経由の利用が大半を占めている（図表3）。アメリカや日本でもモバイル決済やキャッシュレス決済への取り組みが行われてきたが、これほど短期間に急拡大した例はほかにない。

中国のモバイル決済の急成長を支えた要因として4つ指摘出来る。

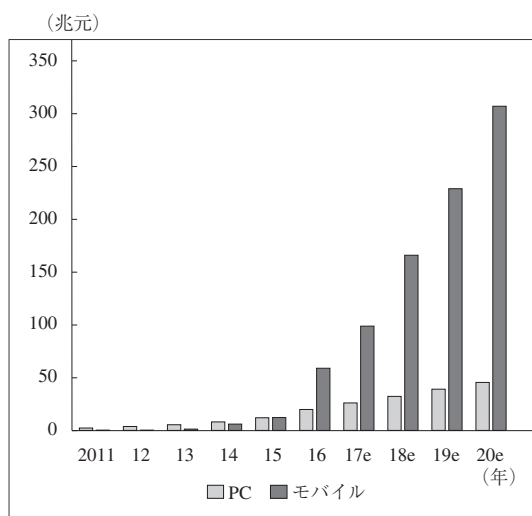
第1は、圧倒的な利便性の向上である。

図表2 中国における非現金決済の市場規模
(兆元)



(資料) iResearch

図表3 中国における第三者決済 チャネル別
取り扱い金額の推移



中国では、クレジットカードがあまり普及していなかったことや、従来の金融機関が新しい技術を導入してサービスを高度化する例が極めて少なかった。そのため、個人の支払手段は、現金が中心となり極めて不便であった。また、偽造紙幣が流通していたことも現金取り扱いのコストを高めていた。ところが、支付宝（アリペイ）や微信支付（WeChat Pay）、財付通（テンペイ）の登場によって、スマートフォンの操作だけで支払いが可能となり、手数料が殆どかからないことも好感されて、個人の利用満足度（UX）が飛躍的に向上した（注13）。

第2は、大手2社のシェアが圧倒的であるため、強いネットワーク効果が働き、利用可

能な場面が著しく拡大したことである。日本では電子マネー規格が乱立しており、すべての場所で利用可能な電子的な支払手段は存在しないため、一気に普及させることは難しい。中国では寡占状態がネットワーク効果をもたらし、普及速度を高めた。さらに、個人間送金の仕組みを利用して、零細小売店や露天商などにも、極めて低コストで導入が可能となった。また、資金が入金されるまでのタイムラグがクレジットカードに比べて極めて短いことも、小売店の導入意欲を高めた。

第3は、規制が緩やかなことである。当初、電子商取引の代金支払いの仕組みとして登場したことから、第三者決済は金融サービスとして認識されておらず、金融当局は全く関心を持っていなかった。口座間送金も可能になり、資産運用商品「余额宝」も販売する段階になると、実質的に金融サービスを提供しているともいえるが、それでも中国当局はこれを積極的に取り締まることなく、しばらく静観していた。その間、アリペイやWeChat Payは規制に阻まれることなく順調に発展した。金融に限らず、このようなインターネットを活用した新しいビジネスモデルの登場に対しては、中国当局は積極的に介入することなく、問題が生じたら対応するという姿勢であった。

第4は、インターネットサービスの急速な発展である。中国では、2015年より様々な分野にインターネットを活用して、イノベー

ション創出を目指す「インターネットプラス政策」が推進されている（注14）。起業を促す「双创政策」と相まって、数多くのインターネット系のスタートアップ企業が生まれている（注15）。2016年6月時点での世界のユニコーン企業（企業価値10億ドル以上の未上場企業）262社のうち、アメリカ企業が47%と最も多く、次いで中国企業が34%を占める。また、262社を企業価値で測ると、アメリカ企業の合計45%に対して中国企業の合計は43%とその差は僅かになる（注16）。インターネットプラス政策の重点分野の一つに金融が掲げられており、金融サービスをインターネットで効率化することが国家的な戦略目標の一つとして組み込まれた。このような国家戦略が推進されるもとの、スマートフォンの急速な普及と相まって、O2O（オンライン・トゥ・オフライン）のような様々な新しいサービスが開発され、モバイルペイメントの利用可能な場面がさらに拡大した。

中国のモバイルペイメントはこのように、独自の発展を遂げており、決して欧米の技術やビジネスモデルを後追いしたものではない。中国ではクレジットカードが欧米先進国ほど普及しておらず、以前は現金が多用されていたが、利便性の高いモバイルペイメントが登場すると広く受け入れられることになった。後発者の利益によって、クレジットカードという発展段階をスキップし、一気に世界の最先端の環境を実現することが出来た。ま

た、その担い手が、スタートアップ企業ではなく、アリババやテンセントといった巨大インターネット企業であることも中国フィンテックの特徴の一つである。いまや、中国ではオンライン決済を利用する人が5億人以上存在し、銀行以外のオンライン決済市場の規模は100兆元（1元は約17.1円）を超える。こうした決済は支付宝（アリペイ）、微信支付（WeChat Pay）、財付通（テンペイ）などの第三者決済機関が直接銀行と連携してサービスを提供している。

一方で、モバイルペイメントの普及の進展は、既存の金融秩序にも影響を与えている。すなわち、キャッシュレス化の進展によって、現金の取り扱い需要が大きく減少し、銀行業務にも影響が現れているとみられる。2016年に中国工商銀行、中国農業銀行、中国建設銀行は窓口業務担当者約6万人を削減したほか、過去4年間に大規模・中規模の銀行33行で削減された行員数は32万人を超え、全国の銀行業の行員全体の約10分の1に達した（注17）。

(2) 中国のフィンテックの概観

中国のフィンテックは、ペイメントサービスが世界的に注目されているが、発展している分野は、①モバイルペイメント、②オンラインレンディング、③消費者信用、④オンライン保険、⑤オンラインMMF、⑥個人金融管理、⑦オンライン株式取引、の7分野であ

る。

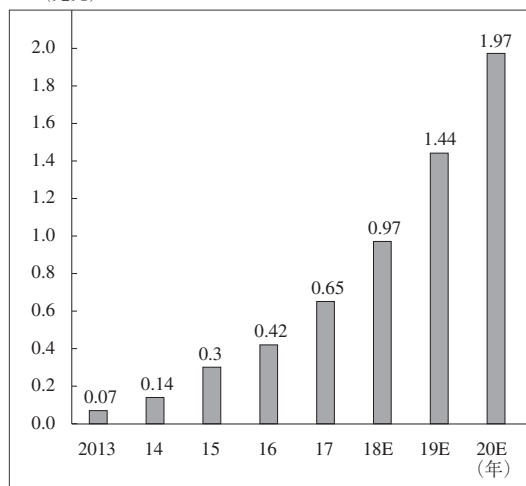
中国のフィンテックの急速な発展は、従来の金融システムに大きな改善余地があったことの裏返しでもある。すなわち、金融サービスにかかわる課題をフィンテックが解決することで多くの利用者に歓迎され、急速に普及しているのである。

たとえば、オンラインレンディング（P2P）は、資金を必要とする中小企業や個人に対して、オンラインプラットフォームを通じて資金を貸出す人を仲介するサービスである。中国の金融機関は、4大国有銀行を中心に発展し、それらの主な役割は国有企業へのファイナンスにあったため、中小企業や個人向けの貸出業務は発達しておらず、ノウハウも乏しい。そのため、一部の中小企業と個人しか銀行のファイナンスにアクセスすることが出来ない。世界銀行によれば中国で銀行、信用組合、協同組合、零細貸付機関から与信を受けられる人は9.6%（2014年）に過ぎないという。銀行借入れが出来ない中小企業と個人は、簡単に資金調達が可能となるオンラインレンディングを利用する。一方で、資金を提供する人は、銀行には有利な資産運用商品が少ないため、資産運用でリターンを追求する投資家がオンラインレンディングに資金を提供している。このように、双方の課題が、フィンテックによって解決されるため、潜在的なニーズが顕在化して急速に市場が拡大するのである。

フィンテック分野での収入額は年々増加しており、今後も成長が見込まれている（図表4）。また、フィンテック（インターネット金融）の利用者数も資産運用分野で伸びており、今後も資産運用、借入れの双方において利用者拡大が見込まれている（図表5）。

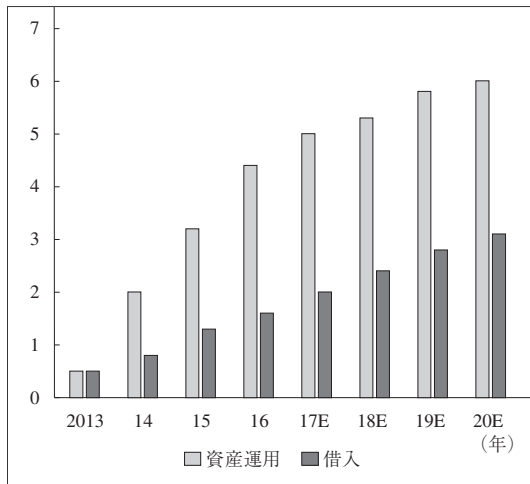
フィンテック分野でのユニコーン企業は世界で27社あるが、アメリカが12社と最も多く、次いで中国が9社である。すなわち、中国のフィンテックは国内での利用が盛んなだけではなく、世界的にみてもアメリカと並ぶ存在感を示している。これは、中国の一人当たりGDPが2017年時点で4,044ドルであることを考えると、まだまだ発展途上であり意外な印象も受けるが、平均値では実像がよくみえな

図表4 中国フィンテック分野の収入額の推移
（兆元）



（注）2018年以降は予測値。
（資料） iResearch

図表5 中国のインターネット金融の利用者数
(億人)



(注) 2017年以降は予測値。
(資料) iResearch

い。中国には世帯所得が11,500ドルから43,000ドルの間の世帯が2億2,500万ある。これは、アメリカの総人口3億2,300万人に匹敵する。したがって、中国がフィンテック分野で世界のトップレベルに躍り出ることには決して不思議なことではない。

(3) P2Pレンディングの拡大と弊害

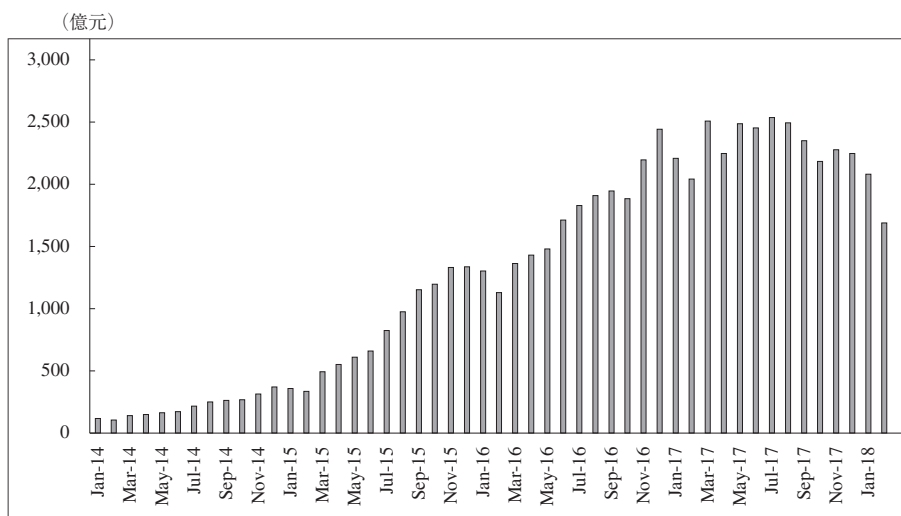
ここで、先に言及したオンライン (P2P) レンディングについて詳しくみておきたい。P2Pレンディングとは、インターネット上のプラットフォームを介してpeer to peer、すなわち1対1で金銭の貸借が行われる仕組みであり、ソーシャルレンディングの一つの類型とされる。取引当事者は個人に限らず法人の

場合もある。かつて、このような貸し手と借り手のマッチングを行うには、情報の集積、業務システムの構築、情報処理等の技術の入手が必要であり、銀行以外には困難であった。しかし、オンラインのプラットフォームで借手に関する情報を集約し、人工知能を活用した信用評価の仕組みを導入するとともに、デリバリーチャネルのコストを引き下げることで、比較的容易に参入することが可能となった。インターネット金融の拡大とともに、イギリスで生まれたZopaがこのビジネスモデルの嚆矢であるとされる。

P2Pレンディングではイギリスをはじめ、アメリカや中国、日本でも様々なサービス業者が登場している。各国でP2Pの法律構成が異なっており、規制も異なっている (左光 [2018])。Zopaの登場時には銀行はもう不要になるという極端な見方もあったが、各国では銀行の貸出業務を脅かすほどの存在にはなっていない。

中国におけるP2Pレンディングは2007年より始まり、当初はオフラインのマッチングサービスも存在したが、一般的なのはオンラインプラットフォームで借入希望者と融資可能者をマッチングする仕組みである。中国でP2P市場が急速に拡大し始めたのは2014年に入ってからである (図表6)。2012年にはP2Pのプラットフォームは200しか存在しなかったが、2015年には3000を超えた。適切な規制の枠組みがなく参入障壁が低いため、多

図表6 中国におけるP2Pレンディングの成約金額の推移



(資料) 網貸之家データを基に日本総合研究所作成

くの業者が参入し、成約金額も増加した。

(4) 信用情報サービスの発達

中国のフィンテックで特筆されるのは、個人信用情報サービスである。中国の個人が金融機関から借入れを行うことが困難なのは、個人信用情報システムの整備が遅れていることが背景にある。中国では人民銀行が信用情報機関として「征信中心」を設立し、2007年から業務運営を開始しているが、個人向けの信用情報の提供は2013年から始まっている。基本となる情報ソースは、銀行など金融機関を通じたローンの借入れ履歴、クレジットカード履歴、住宅ローンなどの信用履歴情報である。これらに加えて、個人の身分

に関する情報、税金の納付状況、行政罰の有無といった公的部門が保有する情報が加えられる。

個人の情報は、貸出機関のリスク管理（審査）のために照会される。また、企業の採用でのチェック、レンタルにおけるスクリーニングなどでも利用されている。これらは、個人の同意があれば第三者も閲覧可能である。

このような、個人信用情報システムは、主に銀行等金融機関との取引情報が基本となっているため、もとより金融機関の借入れが出来ない人については有効な情報が蓄積されず、利用価値が低いままになってしまう。同機関が信用情報を保有する企業と個人は、それぞれ2,000万社、8億5千万人であるとき

れるが、信用履歴が表示される個人は全国民の4分の1に過ぎないといわれる。これは、アメリカの信用システムが90%以上の個人について信用履歴照会が可能なことに比べると見劣りする。

このようななか、アリババ（注18）が2015年から芝麻信用（Sesame Credit）という個人信用情報会社を設立してサービス提供を始めた。芝麻信用はアリババのタオバオ、Tモールを毎月利用している利用者5億人に加えて、アリペイの登録ユーザー4億人の消費者データへのアクセスが可能である。同社は350点から950点まで5段階のランクに分かれた個人のクレジットスコアを提供している。情報ソースは、信用履歴、オンライン取引での行動パターン、個人的情報、ソーシャルネットワークでの情報などである。芝麻信用で高

いスコアが得られる人は特典が得られる。たとえば、オンラインクレジットが利用出来る、ホテルや空港で優先レーンを利用出来る、レンタルする際の保証金が免除になる、渡航国（シンガポールとルクセンブルク）での査証申請が優先的に扱われる、などである。逆に、支払いを延滞する、レンタルしたものを返さないなど、トラブルが生じればスコアが低下する。このため、芝麻信用のスコアを意識した道徳規律の変化がみられるという。

なお、テンセントも2017年8月に同様のクレジットスコアリングサービスを始めた。しかし、これは実験的なものであり、すでに実験は終了したと発表されている（注19）。

ここで、セサミ・クレジット・スコアをアメリカで普及しているFICOスコアと比較してみると、図表7のとおりである。

図表7 Sesame Credit ScoreとFICO Scoreの比較

	Sesame Credit Score		FICO Score	
		ウエイト		ウエイト
評価項目	与信履歴	35%	支払履歴	35%
	オンライン行動 (ショッピング、請求書支払P2P取引履歴)	25%	借入状況	30%
	約束を守るか	20%	履歴(記録)の長さ	15%
	個人的情報 (教育、職業、実名に結びつけられたその他の行動)	15%	クレジットの利用経験	10%
	ソーシャルネットワーク	5%	調査・照会	5%
スコアと 評価分類	Excellent	700-950	Excellent	750-850
	Good	650-700	Good	700-749
	Fair	600-650	Fair	650-699
	Poor	550-600	Poor	550-649
	Bad	350-550	Bad	300-549

(資料) Wang & Dollar [2018] を基に日本総合研究所作成

芝麻信用は、世界最先端の個人信用情報サービスである。オンラインの行動やソーシャルネットワークなど、インターネット上の行動情報を中心として信用評価を行っている。当然、これらの情報をどのように評価するかについては、膨大なデータで検証し、逐次修正する作業が必要であるが、インターネット空間の相当な部分を押さえているアリババだからこそ可能なビジネスモデルという評価も出来る。個々の消費者について、オンライン上の膨大なデータを収集し、分析することは、手作業では無理である。このようなビッグデータの処理を自動で行い、金融サービスにつながる情報提供を行っている点で、フィンテックの範疇に含めてよいであろう。

これによって、銀行貸し出しから締め出されていた人も、スコアリングを入手することが可能になり、スコアが良ければそのクレジットギャップを埋めることが可能となる。すなわち、金融包摂（普惠金融）の観点からも意義がある。

ところで、芝麻信用は個人信用情報機関として認可を人民銀行に申請中ではあるが、現時点では認可を受けているわけではない。同様に認可申請中の機関は芝麻信用を含めて8社存在するという。現在は、芝麻信用は外部からの利用に対してオープンになっているわけではない。同社のスコアリングは、あたかもアリババが関連するサービス分野において、ロイヤリティプログラムのように機能し

ているに過ぎないという評価も可能である。

2018年1月に中国インターネット金融協会（National Internet Finance Association of China）は、中国人民銀行に新たな信用情報機関「百行征信有限公司」設立認可を申請した。これは、初めて同業各社が保有する情報を集中した信用情報機関を設立しようとするものである。出資比率はインターネット金融協会が36%、芝麻信用、テンセントクレジットなど認可申請中の同業8社は各8%となっている（注20）。この信用情報機関は、伝統的な金融機関に加えて、インターネットベースの金融機関である小口貸金業者、P2Pレンディング仲介業者、オンラインショッピング・プラットフォーム業者などの利用も想定している。

（注8）UNCTAD [2017]。B2Cの市場規模（2015年）は、アメリカと中国ではほぼ同規模となっている。中国は6,170億ドル（約68.5兆円）で一位、アメリカは6,120億ドル（約68兆円）、イギリス2,000億ドル（約22.2兆円）である。

（注9）Kleiner Perkins [2017]

（注10）藤田 [2015] p.30

（注11）現在、中国の金利は制度的には自由化されたものの、中央銀行が標準金利を示すなどして事実上規制が残っている。

（注12）Wang and Dollar [2018]

（注13）逆に、既存のシステムが高度に発達しており、フィンテック登場による改善メリットが比較的小さい場合には、普及スピードが小さいと言われる。日本や香港はその例である。

（注14）藤田 [2016]

（注15）藤田 [2017]

（注16）MGI [2017]

（注17）「キャッシュレス社会は現実になるか?」人民網日本語版2017年4月7日
<http://j.people.com.cn/n3/2017/0407/c94476-9199843.html>

（注18）アリババはアリペイを運営するアントフィナンシャルの母体となっている世界最大の電子商取引企業である。

（注19）Tech in ASIA 'Tencent's new credit system to use payments, social data', 31 January 2018

(注20) テンセントクレジットが独自に個人情報サービス
の運営を中止したのは、中国インターネット金融協会に合
流することが背景にあると考えられる。

2. フィンテックへの規制強化

(1) インターネット金融の管轄整理

国務院総局は、2016年10月に「インターネット金融リスクの特別改革実施計画」を交付し、インターネット財務リスクの特別整理のための包括的な取り決めを行った。特別整理作業は2016年4月に始まり、2017年3月末までに完了する予定であるとされた（注21）。ここでは、とりわけオンラインクレジット（P2P）業務の正常化が強調され、不法な資金調達やその他の違法行為を是正することにより、市場を健全に発展させることが目的であるとされる。

また、様々なインターネット金融について、従来はどの機関が管轄するのか不明であったが、これらの特別整理活動のなかで、様々なインターネット金融サービスを分類し、それぞれの監督当局を明らかにした。なお、これらに先立ち、2016年3月に中国人民銀行および関連部門の指導の下で、全国的なインターネット金融業界の自主規制機関として中国インターネット金融協会が上海で設立された。自主規制機関ではあるものの、人民銀行の指導の下に行われていることには注意する必要がある。

(2) 第三者決済の中央管理

2016年の中国における第三者決済事業者の取扱高は、38兆元（約617兆円）を超えるなど急速な拡大を続けている。それに伴い、資金の行き来が管理監督外にあることによるリスクが問題視されるようになった。一つは、資金の流れが不透明になるため、顧客保護の観点における金融監督業務が困難であること、もう一つは、マネーロンダリングを防止するために監視が必要なことである。

これを受け、中国人民銀行はインターネット版の銀聯ともいえる「網聯（ワンリエン）」を主導して開設し、微信支付や支付宝など第三者決済事業者と金融機関の間に仲介させ、第三者決済を監督管理下に置くことにした。これまで、支付宝（アリペイ）、微信支付（WeChat Pay）、財付通（テンペイ）などの第三者決済機関が直接銀行と連携してサービスを提供してきたが、2018年6月30日からは、これらの第三者決済事業者が銀行口座にかかわるオンライン決済業務を受理した場合には、すべて網聯プラットフォームを通じて処理しなければならない。

その開設の目的は、網聯への接続後、第三者決済機関は厳格な管理コントロールを受けることになり、すべての振替業務が人民銀行の管理下に置かれて、マネーロンダリング、賄賂、脱税などの違法行為を困難にすることである。

一方で、網聯の登場によって、今までアリペイやWeChat Payが行ってきた、圧倒的な支配力を背景に有利な決済手数料を銀行から引き出すという競争力の源泉が弱まる可能性がある。おそらく、アリペイやWeChat Payは網聯（ワンリェン）を使用することでコスト増になり、コストを何らかの形でユーザーに転嫁せざるを得ないことになるだろう。網聯の出資者の構成は、図表8の通りであり、政府系機関が合計で40%、民間企業が合計で60%の半官半民の組織となる。テンセントとアリペイの出資比率がそれぞれ9.61%となっており、テンセントやアリペイの意向も反映される可能性がある。

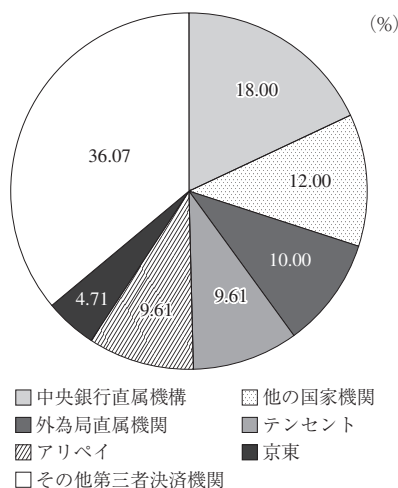
もともとアントフィナンシャルは、アリババ

の決済部門を担いアリババの子会社として2004年に業務を開始した。アリペイという企業名でアリババとアリペイは非常に密接な資本関係で発展を遂げていた。ところが、2011年初頭にアリペイが中国人民銀行から決済ビジネスの正規ライセンスを取得するにあたり、資本構成を中心に組織再編を余儀なくされ、アリババとアントフィナンシャルの資本が分断されることとなった。この背景にはアリババの資本には日本のソフトバンクなどの外国資本が入っており、決済業務に外資系企業が間接的に参入してくることを中国当局（人民銀行）が認めなかったことがある。100%独資企業とするために、アリババ本体との資本関係を切り離すこととなった。

アリババの株主にしてみれば、収益力が高いアリペイを切り離すことは株主価値を損なうことになるので、アリペイの税引前利益の37.5%をアリババに支払うという契約が別途結ばれた。

ところが2018年2月、アリババはアントフィナンシャルの株式の33%を取得することを発表し、資本関係を復活させることを表明した。また、新株の対価としてアリババが保有する特許などの知的財産権譲渡による現物出資、および毎年アントフィナンシャルの税引前利益の37.5%をアリババに支払うという合意を放棄することが発表された。この背景には、決済分野における外資規制が緩和されたことがある（注22）。

図表8 網聯への出資比率



(資料) 中国人民銀行資料を基に日本総合研究所作成

(3) 余額宝への預入額上限規制

アントフィナンシャルが提供している資産運用商品である余額宝は、既存の銀行から急激な資金移動が起これ、世界有数のファンドになった。この背景には、表向きは金利自由化が完了したと言いながら、実態としては「基準金利」の提示によって事実上の金利規制が残存し、金融抑圧があることを指摘出来る。

このようななか、余額宝の際限ない増加を制限するよう、自主規制が行われた。2017年6月には、余額宝に投資出来る残高の上限を一人当たり25万元とした。さらに、2017年12月には、一日に余額宝に投資出来る金額の上限を2万元に設定した。

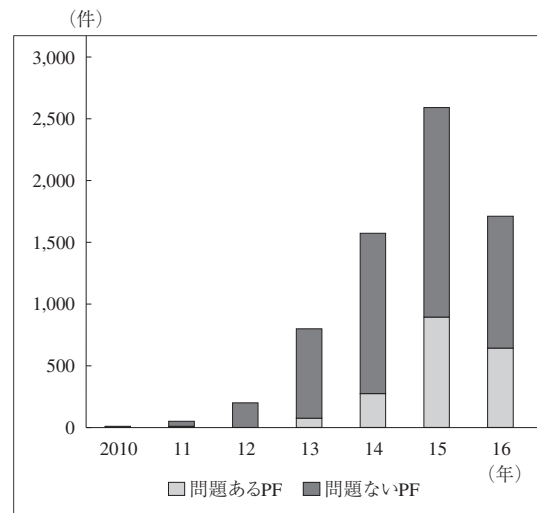
(4) P2Pレンディングへの規制

前章(3)においてP2Pレンディングが急増したことについて述べた。ところが、2014年に入ると、夜逃げする、連絡が取れない、刑事訴追されたなど、問題のあるプラットフォームが増加しはじめ、2015年、2016年には3割以上のプラットフォームに問題があることが明らかになった。そして悪質な業者が引き起こした事件が社会問題となった。e租宝(Ezubao)は2014年から15年にかけて、ウェブサイトに捏造した投資案件を多数掲載し、90万人を超える出資者から76億ドルを騙取した。これは、連日中国で報道され、当局がインターネット金融に対する適切な規制監督の

必要性の認識を高めることにつながった。

2015年12月には、「ネット貸借情報仲介機構業務活動管理暫行弁法(意見徴収稿)」(以下、「暫行弁法」という)が公開され、当局のP2P ネット貸借市場に対する規制強化の姿勢が示された。「暫行弁法」の正式発表は2016年8月であったが、その以前からP2P参入者は次々と打ち出された規制に基づいて業務内容の調整を余儀無くされ、悪質業者が退出することによって、プラットフォーム(業者)数はピーク時よりも減少した(図表9)。この結果、成約金額も落ち着いた動きとなった。

図表9 中国のP2Pレンディングプラットフォーム(PF)数の推移



(資料) 網貸之家データを基に日本総合研究所作成

(5) 暗号通貨取引の禁止

2009年にビットコインが登場して以来、ブロックチェーン技術を利用した暗号通貨（仮想通貨（注23））取引が世界的に拡大しているが、中国でも暗号通貨取引が一時期、盛んに行われた。中国ではネット検索大手の百度（バイドゥ）がビットコインを支払手段として採用したことから、ビットコインの購入者が急増し、2013年11月にはビットコイン相場は1BTC=1,200ドルを超えた。

ビットコインの発展にこれまでに大きな影響を与えてきたのは、中国である。中国では資本の国外移動が規制されており、国民は自由に外貨建ての金融資産を保有することが困難である。ところが、ビットコインはそのような規制を回避出来ることから、保有者が増加した。購入者の増加によってビットコインの価格が上昇すれば、投資商品としても魅力的になり、保有者がさらに増加するという循環が生まれた。

加えて、中国はビットコインのマイニング大国としても知られる。ビットコインの取引の認証はプルーフ・オブ・ワーク（PoW）という計算の競い合いによって行い、一番先に正解を出した者に報酬として新たなビットコインが与えられる仕組みが採用されている。マイニングとは、PoWの計算作業を行うということであり、最初にハッシュ値という数字を発見出来た者にビットコインが与えられる

ため、鉱山で金を採掘することになぞらえてそのように呼ばれる。マイニングに成功するためには、コンピューターのマシンパワーを巨大化して、迅速に計算結果を出すことが必要であるが、中国は安価なハードウェアが入手出来ることや、電気代が他国に比べて非常に低廉であるため、世界的なマイニング競争で非常に有利な環境にある。一時はビットコインのマイニングの8割以上が中国で行われているといわれた。

ところが、人気が過熱してくると、中国政府は2013年12月にビットコインの規制に乗り出した。そこでは、ビットコインは通貨と同様の法的地位を有しないこと、市場流通において通貨として使用出来るものではないし、利用すべきものでもないとした。また、金融機関はビットコインに関するサービスを提供してはならないとした。しかしながら、その時点では、国民のビットコイン取引自体を禁止するものではなく、商品売買と同様に取引の自由があることも明言した。すなわち、暗号通貨を金融システムとは無関係なものとして扱うことで、金融システムへの影響を最小限に抑えようとしたのである。

しかし、この規制が厳格に守られたのはわずか数カ月間と言われ、一旦は閉鎖された金融機関関連のビットコイン取引所も再開され、中国でのビットコイン取引は再び活発化していった。国内での取引所間の競争が激化し、顧客に対して手数料を無料としたことや、

信用取引を許容していたため、高頻度かつ多額の取引が行われ、ビットコイン価格の上昇を招いた。2016年には中国でのビットコイン取引は世界全体の90%以上を占めていた。

2017年1月、中国人民銀行は再びビットコインの規制強化に乗り出し、主要な取引所への立ち入り検査を実施するとともに、マネーロンダリング対策として取引に規制を加えた。当局の指導を受けて、中国の3大取引所は取引手数料0.2%を徴収すること、および信用取引を停止することとなった。この結果、中国でのビットコイン取引量は大幅に減少し、ビットコイン相場は下落した。

さらに、中国当局は、2017年9月に、暗号通貨による資金調達手段であるICO（イニシャル・コイン・オファリング）を禁止し、国内の暗号通貨取引所を閉鎖した。これは、それまで行われていたICOの殆どが詐欺的なものであることが理由であるといわれている。実際、ICOについては世界的にも投資家の権利が不明瞭な部分が多く、多くの国で法律が未整備である。トラブルが生じた場合、その解決に向けた社会的なコストは小さくないと考えられる。

(6) 小括

中国のフィンテックに対する規制についてまとめると、①管轄機関を明確にしたこと、②金融システムに影響を及ぼす可能性がある取引はモニタリングを強化したこと（網聯）、

③悪質業者や詐欺的行為を排除し、利用者保護を図ったこと（P2P）、④暗号通貨について金融システムと切り離し、詐欺的行為の温床となるICOを禁止したことが主なものである。

中国のフィンテックは緩やかな規制のもとで急速に成長してきたが、存在感が大きくなり、既存の金融システムへの影響が懸念されるようになってきたことから、金融システムのリスク管理の観点から、一体的な規制が必要になってきたことが背景にあると思われる。したがって、今後フィンテック企業が規制のコストを従来よりも負担しなければならないことになるが、それでも、銀行などに比べれば遥かに規制は緩やかであるので、現在の業容が大きく削がれることにはならないであろう。

(注21) 中国銀行業監督管理委員会 2016年10月14日「P2Pプラットフォーム將被划为三大类进行处置」

(注22) 2017年11月に、中国は証券分野、保険分野に残っていた外資参入規制をそれぞれ、2020年、2022年までに緩和することを発表した。

(注23) わが国では改正資金決済法（平成28年法律第62号）第2条5項に「仮想通貨」を定義しているためにそのような呼称が一般的であるが、世界ではcrypto currencyと呼ぶことが一般的であり、本稿もそれに倣って暗号通貨と表記する。

3. 既存金融機関との提携

フィンテックに対する規制が整備されるなか、既存の金融機関との提携の動きもみられるようになってきた。これまで、第三者決済機関が銀行口座と連携して自らのサービスを

深化させる例は存在したが、最近発表された提携は、4大国有銀行が揃ってパートナーとなることや包括的な提携であることが注目される。ほぼ同時期に4行から相次いで発表されていることから、これらの提携戦略は、株主である中央政府の意向を強く反映したものと考えられる。4大銀行が組織の文化・体質をいかにして変革出来るかが成功の鍵となると思われる。

(1) 京東金融 (Jingdong Finance) と中国工商銀行 (ICBC)

2017年6月に京東金融(注24)と中国工商銀行は金融ビジネスにおける全面的な協力を前提とした提携に合意した。京東金融の技術的なイノベーション能力、リスク管理、インターネットの運営能力を活用することにより、双方の顧客により良いサービスと体験を提供出来るということが狙いである。

両社はビッグデータ解析、人工知能、クラウドコンピューティングや、その他の進んだ科学技術において協働し、互いの顧客獲得、リスク管理、商品やサービスのイノベーションで多大なメリットが得られるものとされる(注25)。2017年11月に、京東金融は中国工商銀行と共同で、インターネットのプラットフォーム上に「スモールホワイト銀行」を立ち上げることを発表した。

(2) 中国建設銀行とアリババ、アントフィナンシャル

2017年3月28日、中国建設銀行はアリババおよびアントフィナンシャルグループと戦略的協力協定に調印した。当面は、中国建設銀行のクレジットカード業務のオンライン発行をアントフィナンシャルが技術的に支援する。将来的には、アントが運営するモバイル決済サービス「支付宝(アリペイ)」や「螞蟻聚宝(アント・フォーチュン)」を通じて中国建設銀行の理財商品を提供していくといわれる(注26)。

(3) 百度 (Baidu) と中国農業銀行

2017年6月20日、中国検索サービス大手の百度(Baidu)と中国農業銀行が業務提携を発表した。両社共同で「金融科技連合研究所」を設立する。同研究所は、中国農業銀行のインターネット金融部門と、百度の金融サービス部が中心となって、人工知能(AI)を駆使した金融サービスの可能性を研究する。具体的な研究分野は、金融における科学技術レベルの向上、金融に関する深い理解、顧客の画像データ管理、顧客への正確な情報提供、リスクヘッジ、人工知能を使った顧客への投資アドバイスやサービスなどが挙げられている。

(4) 中国銀行とテンセント

2017年6月22日、中国銀行は中国の巨大IT企業であるテンセントとの提携を発表した(注27)。両社は共同で金融技術共同研究室を設立した。そこでは、金融包摂、クラウドコンピューティング、ビッグデータ、ブロックチェーン、人工知能などに焦点を当てて共同で研究を進める。具体的には、ビジネスプロセスおよび技術オープンなエコシステムを持つイノベーションの実験を行う。将来的には、あらゆる金融技術のプラットフォームを構築し、顧客ニーズに対する洞察、リスク管理面でその利点を発揮していくことになる。

(注24) 京東金融は電子商取引でアリババに次ぐ大手企業「京東商城」傘下の会社。

(注25) <http://finance04.com/sbdm/bank/2017/06/20014422629382.shtml#>

(注26) 北京商報「金服開放战略牵手建行 理财产品选购成」2017年3月28日

<http://www.bbtnews.com.cn/2017/0328/186999.shtml>

(注27) 中国銀行ウェブサイト2017年6月22日「中国銀行与腾讯携手成立金融科技联合实验室」http://www.boc.cn/aboutboc/bi/201706/t20170622_9651860.html

4. 海外展開の動き

(1) アントフィナンシャル

中国のフィンテックで近年みられる特徴的な動きは、支払いソリューションの海外展開である。現時点で、支付宝(アリペイ)は欧米、日本、韓国、東南アジア、香港地区、澳門(マカオ)地区、台湾など、70以上の国や

地域で利用が可能になっている。また、利用出来る分野も、飲食、スーパー、百貨店、コンビニ、免税店、テーマパーク、海外の空港、税金払い戻しなど非常に広く、ほぼどんなシーンでも利用出来るようになっている。

アリペイは現在2億人いる海外でのアリペイユーザーを10億人増加させて12億人にし、国内のアリペイユーザー8億人と合わせて世界全体で20億人にする戦略目標を掲げている。アリペイの海外展開は3段階に分かれる。第1段階は、中国人観光客向けに限定し、海外で中国のアリペイサービスが利用出来るようにする。日本は現在この段階である。第1段階では、展開国の人は中国人がアリペイを利用して簡単に支払いを行う様子を間近にみることになる。これが、現地でのアリペイの認知度を高めることに役立つ。

第2段階は、アリババが運営する海外版Eコマースサイト「AliExpress」を通じて、オンラインショッピングの決済ツールとしてアリペイを活用する段階である。AliExpressでは、ユーザーが何らかの自国決済ツールとアリペイを連携させて活用している。導入国は、ロシア、ブラジル、スペイン、フランス、ウクライナ、イスラエル、カナダなど20カ国以上に及ぶ。東南アジアでは、アリババがLazadaという東南アジアの大手電子商取引プラットフォーム会社を買収したことで、一気にAliExpressの仕組みが広がった。

第3段階は、各国のローカルパートナーと

アライアンスを締結し、アントフィナンシャルが中国で成功したフィンテックサービスを模倣し現地で展開する段階である。たとえばインドではPayTm、タイではAscend Group、マレーシアではCIMBバンク、韓国ではKakao Pay、フィリピンでは最大コングロマリット企業であるアヤラなど、アントフィナンシャルの相手に相応しい強力なパートナーを選定する。アントフィナンシャルは、提携先のパートナーと協力して、自ら保有するフィンテックサービスをローカライズしながら、ローカルパートナーが前面に出て、アントフィナンシャルはテクノロジー支援や経験によるアドバイザー的な後方支援に徹する形で、サービス展開を行う。

第3段階でアントフィナンシャルが前面に出ないのは、アジアなど新興国では外資規制などが存在し、金融サービスの各分野において新たに免許を取得することが難しいという事情がある。また、アントフィナンシャルの本拠地中国での個人情報の取り扱いルールが、国外でも当然に通用するわけではなく、進出国のルールへの対応は現地企業に任せ、あくまでソリューションの技術を提供することで収益をあげようとする戦略である(注28)。

なお、日本では第3段階への展開を2018年春に開始することが計画されていたが、個人情報の流出を懸念するためか、邦銀の協力が得られておらず、計画が遅延していると伝え

られている(注29)。

(2) テンセント

微信支付(WeChat Pay)も海外展開を図っており、最近、25の国・地域に進出し、13種類以上の通貨に対応している。テンセントは、現在中国人の海外旅行者が旅行先で支払うニーズに対応することに注力している。加盟店には取引の翌営業日での入金がなされており、クレジットカードなどに比べて加盟店に有利である。

2017年7月に日本でテンセントは微信支付(WeChat Pay)のオープンプラットフォームWE Planを発表し、WeChat Payの加盟店に簡単になれるような仕組みを整えた。同プラットフォームを通じて、日本の加盟店およびアクワイアラーは、オンライン上の申請を通じた資料提出、Eメールでのアカウント開設通知、オンライン契約を経て簡単に申請出来る。全てのプロセスはオンライン上で完結し、日本の加盟店およびアクワイアラーを全面的に受け入れることが可能である。

(3) 百度(Baidu)

検索大手「百度(Baidu)」傘下の「百度钱包」(百度ウォレット)も2016年5月にタイに進出した。タイを訪れる中国人観光客は国境を気にすることなく、タイでの支払いにモバイル決済を利用出来る。このような国際決済が可能な商店は、バンコク、プーケット、

チェンマイ、パタヤなど400カ所以上に上るといふ。中国人観光客がタイ現地での商店でQRコードをスキャンすると、直ちに人民元に換算されてスマートフォンに表示される。同社は、同様のサービスを韓国、日本、香港、マカオ、台湾に展開する予定である（注30）。

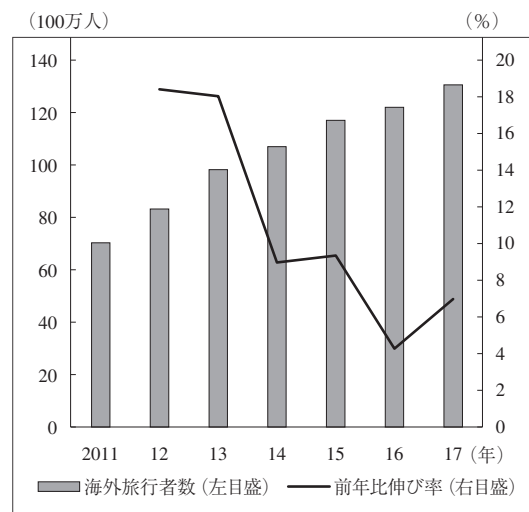
(4) 京東金融 (JD Finance)

京東金融 (JD Finance) は2017年9月、タイ最大の小売コングロマリット企業であるセントラル・グループと2つの合弁会社を立ち上げ、総額5億ドルの投資を行うと発表した。2つの会社はそれぞれ電子商取引、フィンテックサービスを担う。出資の半分はセントラル・グループが拠出するが、残りは京東 (JD.com)、京東金融 (JD Finance) に加えて、京東のインドネシアでの電子商取引業務のための戦略的パートナーであるプロビデントキャピタルが出資する（注31）。人工知能やクラウドコンピューティングなど、京東金融 (JD Finance) のフィンテックに関する深い知識を、セントラル・グループがタイで保有する小売業としての資産、すなわち実店舗網、仕入先との関係性、タイの消費者行動に関する知見などと結び付けて活用することが期待されている。

このように、各社が東南アジアを足掛かりとして海外展開を始めている。この背景の一つは、中国人の海外旅行者数の増加である。わが国でも観察されるように、中国人の海外

旅行者が年々増加している。2017年の中国人の海外旅行者数は1億3千万人を超え、前年比7%増加した（図表10）。このような中国人の国外旅行者の海外での購買市場を押さえることは、極めて有効な戦略であったと考えられる。なぜなら、国内で慣れたモバイルペイメントを、邦貨建（人民元建）でそのまま海外でも利用出来る（注32）ため、中国人旅行者にとっては使い勝手が良い（注33）。また、初回の国外旅行者は旅行者経由のツアーで来訪する割合が高いため、訪問先を予め知ることによって、中国式のモバイルウォレットが利用出来る環境を整えるべき場所がわかる。これは、日本でも中国人旅行者の増加に

図表10 中国人の国外旅行者数の推移



(資料) 中華人民共和国旅遊局データを基に日本総合研究所作成

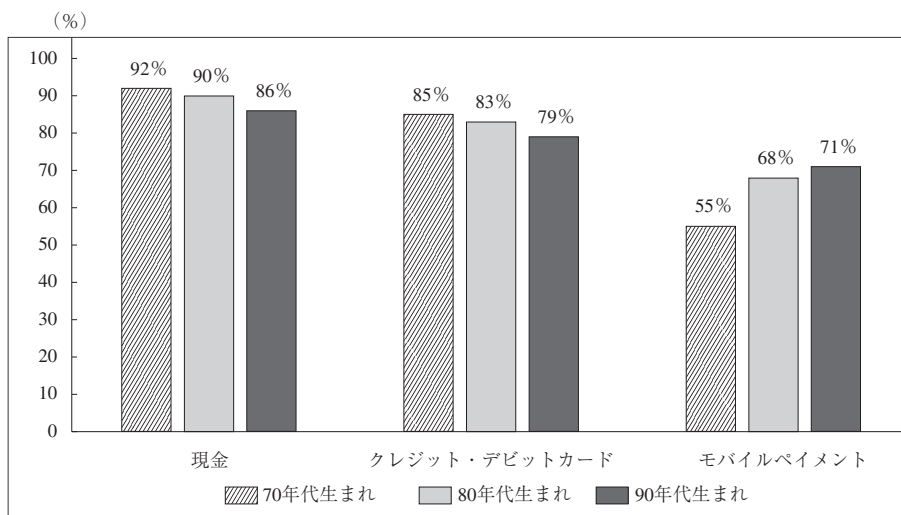
よって、まず空港、免税店などが支付宝（アリペイ）に対応し、コンビニエンスストアの全国チェーンでも対応可能となった事情を考えれば理解しやすいであろう。

中国人の海外旅行者の65%が海外旅行先でモバイルペイメントを利用しているという（注34）。世代別にみると、海外旅行先での現金やクレジットカード・デビットカードの利用率は若い世代ほど低くなるのに対して、モバイルペイメントは高くなっており、将来的にも、現金やクレジットカード・デビットカードからモバイルペイメントへのシフトが続くとみられる（図表11）。

もう一つの背景は、東南アジアにおける電子商取引市場の急速な発達である。東南アジ

アの電子商取引市場はまだ黎明期にあり、小売に占める割合も極めて小さい。電子商取引に加えて、ライドシェアサービス、オンラインメディア、オンライン旅行サービスを含めたインターネット経済の市場規模についてみると、2015年の308億ドルから、2017年には495億ドルに、そして2025年には2,043億ドルにまで拡大するとみられている（注35）。2017年末の東南アジア地域でのインターネット利用者は3.3億人に達し、2015年から7,000万人の増加となる。そして、その利用者の90%以上がスマートフォン利用者であるという。同地域のインターネット利用者は1日当たりの利用時間が長いことでも知られる。モバイルインターネットの1日当たりの平均利

図表11 中国海外旅行者の海外旅行先で使用する支払い手段



(資料) Nielsen [2017] データを基に日本総合研究所作成

用時間は東南アジア地域で3.6時間であるのに対し、アメリカは2時間、イギリスは1.8時間、日本は1時間と大きな差がある。このような環境の違いから、東南アジアにおけるインターネット経済の潜在的な市場規模を大きいと見る向きが少なくない。

電子商取引が発達するためには、①業者に対する信頼の確立、②簡便な支払手段、③効率的な運送システム、が必須であるが、アリババや京東は、中国で豊富な経験やノウハウを蓄積しており、これを東南アジアで活用することが出来る。電子商取引市場の揺籃期に利便性の高いシステムを提供して、有利な地位を築くことが可能とみているのであろう。

さらに、アリババは2016年に電子世界貿易プラットフォーム（eWTP）構想を打ち出している。同構想は越境EC上の障壁となっている、情報、決済、通関、規制といった障壁を可能な限り排除し、中小企業および個人による貿易を促進し、物流も大口中心から小口中心の構造に転換しようとするものである。タイやマレーシアは政府が、アリババのプラットフォームを導入し、自国の産業高度化や中小企業振興に活用しようとしている（注36）。これらの動きも、アリペイの海外展開には有利に働くであろう。

(注28) <https://glotechtrrends.com/ant-financial-globalization-171116/>

(注29) 「アリババ、日本版スマホ決済延期 情報流出に懸念の声」日本経済新聞 web版 2018年3月16日

(注30) http://www.chinadaily.com.cn/business/tech/2016-04/13/content_24511620.htm

(注31) <http://ir.jd.com/phoenix.zhtml?c=253315&p=iroi-newsArticle&ID=2300823>

(注32) 中国国外の加盟店はもちろん、自国通貨建てで販売しているが、中国人のスマートフォンには人民元に換算されて表示される。

(注33) Nielsen [2017] によれば、中国人海外旅行者がアリペイを利用する場合、91%の人がモバイルペイメントだとより多く購入するかもしれないと回答している。

(注34) Nielsen [2017]

(注35) Google&TEMASEK [2017]

(注36) 酒向 [2018]

おわりに

以上みてきたように、中国のフィンテック（インターネット金融）は最近3年間で大きく成長し、社会に変革をもたらした。世界各国がデジタル変革を進めているなかで、中国はその先頭を走るグループに入っているといえる。

このようにデジタル分野で中国が大きく飛躍出来たのには、いくつかの理由がある。

第1に、従来のシステムの非効率性である。デジタル導入で効率化効果が極めて大きくなり、導入スピードが速まる。加えて後発者の利益によって、先進国の経験を生かしていきなり最先端技術を導入することが出来る。この一気に効率を高める効果が急速な普及の原動力になっているように思われる。第2に、スケールメリットである。インターネットの世界では、政府が外資系を排除し、国内巨大企業を育成したため、BATと呼ばれる巨大企業の寡占状態が成立した。これにより、人口の多さを生かし、規格乱立を回避することで、

スケールメリットが働いた。IT分野に働く収穫逡増の法則や、ネットワーク効果でさらにその効果が高まった。第3は、規制の匙加減である。中国でフィンテックが爆発的に成長しているのは、規制が緩い特殊な環境だからと見る向きが多かった。ところが、ようやく中国政府もフィンテック分野で本格的な規制に乗り出した。しかし、国全体がサンドボックス（注37）のような環境のなかで、デジタルで社会が大きく変化して、様々なことが便利になることを国民は既に体感しており、社会のイノベーションに対する抵抗感がほとんどないのではないかと。この国民的体験は、今後のAIを活用したさらなるデジタル変革において、中国をますます有利な環境にする可能性がある。

今後、中国のデジタル変革は様々な分野で続けられるとみられるが、金融分野では既存の金融秩序に組み入れられ、発展の速度は従来よりも低下する可能性がある。その意味で、中国のフィンテックは転換期に入ったといえよう。中国政府が民間の自由な活動をどこまでコントロールするのか、言い換えれば、民間活力を生かしながらどのように秩序維持を図るべきかという問題は、金融の分野に限らず、巨大化した中国経済の今後の重要な課題となろう。

（注37）一定範囲で規制を緩和し、これまでにないビジネスモデルの実験を許容して問題点を検討する行政手法。イギリスのフィンテックで採用されたことが有名であるが、わが国でも規制改革会議で幅広い分野での導入が提言

されている。

参考文献

（日本語）

1. 「ネット版銀聯「網聯」が開設 オンライン決済に新秩序」 人民網日本語版2017年10月20日 <http://j.people.com.cn/n3/2017/1020/c94476-9282731.html>
2. 「中国決済ネットワーク動向と「網聯」の登場」 Infruction Insight 2017年6月5日 <https://infruction.jp/2017/06/05/new-clearing-service-china/>
3. 'ICBC and Jingdong Finance Start Comprehensive Cooperation', <http://j.people.com.cn/n3/2017/0921/c94476-9272088.html>
4. 岩崎薫里 [2017a] 「東南アジアで台頭するフィンテックと金融課題解決への期待」 日本総合研究所『環太平洋ビジネス情報 RIM』2018 Vol.18 No.68 pp.1-35
5. — [2017b] 「東南アジアで攻勢を強めるアリババ」 日本総合研究所 リサーチフォーカスNo.2017-036 2018年3月1日
6. 北野健太 [2016] 「世界水準に迫る中国のインターネット企業」 日本総合研究所 リサーチレポートNo.2016-005 2016年10月19日
7. 左光敦 [2018] 「P2Pレンディングの仕組みと法規制：イギリスのP2Pレンディング規制を中心に」 日本銀行金融研究所『金融研究』pp.109-152、2018年1月 <https://www.imes.boj.or.jp/research/papers/japanese/kk37-1-5.pdf>
8. 酒向浩二 [2018] 「中国アリババの海外展開に呼応するタイ・マレーシア」 みずほ総合研究所 2018年2月27日
9. 清水聡 [2018] 「人民元の国際化の行方と中国に求められる金融リスクへの対応—債券市場の整備を中心に—」 『JRIレビュー』2018、pp.1-40
10. 藤田哲雄 [2015] 「急成長する中国のインターネット金融」 日本総合研究所『環太平洋ビジネス情報 RIM』2015 Vol.15 No.56、pp.26-48
11. — [2016] 「中国のインターネットプラス政策とその展開」 日本総合研究所『環太平洋ビジネス情報 RIM』2016 Vol.16 No.63、pp.106-128
12. — [2017] 「中国の起業ブームとベンチャーファイナンスの動向」 日本総合研究所『環太平洋ビジネス情報 RIM』2017 Vol.17 No.64、pp.1-24 <https://technode.com/2018/01/16/wechat-grace-yin/>

（英語）

13. BCG [2017] 'Decoding the Chinese Internet A white paper on China's Internet economy' September 2017 http://www.iberchina.org/files/2017/Decoding_Chinese_Internet_bcg.pdf
14. Google & TEMASEK [2017] 'e-Economy SEA Spotlight 2017' <http://storage.googleapis.com/201712/e-economy-sea-spotlight-2017-unprecedented-growth-southeast-asia-50-billion-internet-economy/APAC-Google-Temasek-2017-spotlight.pdf>

15. Nielsen [2017] '2017 Outbound Chinese Tourism and Consumption Trends' <http://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/cn/docs/Outbound%20Chinese%20Tourism%20and%20Consumption%20Trends.pdf>
16. iResearch [2017] , '2017 China's Third-party Online Payment Market Report', http://www.iresearchchina.com/Upload/201709/20170901133652_9901.pdf
17. McKinsey Global Institute [2017] , 'CHINA'S DIGITAL ECONOMY A LEADING GLOBAL FORCE', August 2017 <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Global%20Themes/China/Chinas%20digital%20economy%20A%20leading%20global%20force/MGI-Chinas-digital-economy-A-leading-global-force.ashx>
18. Wei Wang and David Dollar [2018] , 'What's happening with China's fintech industry?' , February 8, 2018 <https://www.brookings.edu/blog/order-from-chaos/2018/02/08/whats-happening-with-chinas-fintech-industry/>

資料

1. CAICT [2017] 中国通信院「中国数字经济发展白皮书(2017年)」2017年7月 <http://www.cac.gov.cn/files/pdf/baipishu/shuzijingjifazhan.pdf>
2. CNNIC [2018] 中国互联网络信息中心(CNNIC)「第41次中国互联网络发展状况统计报告」2018年03月05日 http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwjbg/201803/t20180305_70249.htm
3. Kleiner Perkins [2017] , 'INTERNET TRENDS 2017-CODE CONFERENCE', May 31, 2017 <http://iabsverige.se/wp-content/uploads/InternetTrends2017Report.pdf>
4. UNCTAD [2017] 'Ministers to discuss opportunities and challenges of e-commerce with Jack Ma, eBay, Jumia, Huawei, Etsy, PayPal, Vodafone and more', 21 April 2017 <http://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=1466>
5. 網貸之家 [2018] 『2017年中国网络借贷行业年报』2018年1月 <http://osscdn.wdzt.com/upload/2017wdnb.pdf>

Webサイト

1. 中国人民銀行・征信中心 <http://www.pbccrc.org.cn/crc/index.shtml>
2. 中国インターネット金融協会(中国互联网金融协会) <http://www.nifa.org.cn/nifa/index.html>

本誌は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。
 本誌は、作成日時時点で弊社が一般に信頼出来ると思われる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を保証するものではありません。また、情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。