

中国におけるモバイル決済の実態分析

孟 丹

1. はじめに

中国においてインターネットを利用する人口は、およそ8億人いるが、スマートフォン（以下はスマホと略す）によるインターネット利用者数はそのうちの98%を超える。現在、中国では、スマホの普及に伴い、多種多様なスマホ向けのモバイルアプリケーション（以下はアプリと略す）が開発されている。このようなアプリを活用した新たなビジネスが創出されることによって、中国は、急速にキャッシュレス社会へと変貌を遂げつつあり、また、モバイル決済の普及が加速するとともに、中国人の日常生活のあり方にも大きな変化が起きている。今や、上海や北京などの大都市に限らず、中規模の都市でも、現金が日常生活から消えつつあり、日常生活における様々な消費活動での支払いはスマホ1台で済ませる市民が増えている¹。

なぜ中国は、モバイル決済を中心としたキャッシュレス社会へと急速に移行したのか。また、モバイル決済の普及により、中国社会はどのように変容し、そして、それに伴いどのような社会問題が生じたのか。本論文は中国におけるモバイル決済の普及の要因及びその問題点を分析し、今後にわたって注意すべき点に着目していく。

2. 中国におけるモバイル決済の実態

「キャッシュレス」という言葉については、世界共通で認識されている定義

は存在しないものの、日本の経済産業省は「物理的な現金（紙幣・硬貨）を使用しなくても活動できる状態」であると定義している²。

世界各国のキャッシュレス決済普及率を見ると、韓国がトップに立っており（96.4%）、続いて第二位はイギリス（68.6%）、そして第三位は中国である（65.8%）³。各国のキャッシュレス決済を手段別にまとめると、クレジットカードを用いた支払方法が主流であるグループと、デビットカードを用いて支払いをするグループに大別される。

近年、アプリやインターネットを活用した決済サービスを提供する業者の登場により、決済に係わる業種のビジネスモデルには大きな変革が起きている。中国のキャッシュレス化は主にモバイル決済が中心であり、これは従来型である上記の2つのグループとは異なる新しい仕組みによるもので、2000年以降のインターネットとスマホの普及によって迅速な発展を遂げている。モバイル決済は、通常、携帯電話などに設定された「ウォレット」と呼ばれる領域に、クashi、中国の場合は、スマホとQRコードを利用した独自の決済方法が一般的である。また、他の国と比べて、規模の拡大が速い。例えば、2012年に2.3兆元（約36.8兆円）であったモバイル決済額は、2017年には202.9兆元（約3246.4兆円）にまで増え、決済回数も2015年から急増している⁴。

中国でモバイル決済がここまで著しく発展できたのには、中国民間企業のビジネス活動の活性化だけでなく、中国政府による「デジタル経済」を中心としたネット推進戦略とも深い関係がある。2015年に、全国人民代表大会で、中国政府の活動報告として、「互聯網+（インターネットプラス）行動計画」が発表され、「移動互聯網（モバイルインターネット）」及び、「大數據（ビッグデータ）」を利用することで、「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」等、インターネット技術と従来の産業とを結合することにより、従来の産業に対する新たな促進目標が定められた。その後、中国の国務院はまた、「互聯網+（インターネットプラス）行動計画」を積極的に推進す

ることに関する指導意見」を發布し、インターネットを利用することで、国民の生活のあり方を大きく改変させる政策方針を決定した⁵。この、政府の政策による後押しを受けて、「インターネットプラス」を目指したプロジェクトが推進され、オンライン決済サービスも急速に中国社会に広まり、人々の生活における様々な領域に浸透することとなった⁶。

中国政府の、インターネット産業との連携が打ち出された背景には、近年の中国国内におけるインターネットユーザー数の急増がある。2017年に、国家行政機関である中国互聯網信息中心（英語名：China Internet Network Information Center、以下CNNICと略す）が発表した「中国互聯網発展状況統計報告」によると、2017年12月の時点で、中国のインターネットユーザー数は既に7億7200万人に達しており、インターネット普及率は全人口の55.8%に及ぶ⁷。更に、その翌年の2018年には、8億2851万人に達し、人口の59.6%がインターネットを利用していることが明らかになった⁸。

一方で、CNNICの統計によれば、中国のスマホを用いたインターネットユーザー数は8億1700万人であり、インターネットを利用している人口の約98%を占めている⁹。莫大なスマホネットユーザーの存在は、スマホサービス事業が効率的に拡大できる土台となり、その巨大なビジネス市場は、あらゆる生活分野におけるアプリが迅速に開発されるきっかけとなった。また、近年では、Alipay（アリペイ）、WeChatPay（ウィーチャットペイ）などのような大手民間企業による個人間における支払いサービスがオンラインとオフラインの両方で普及したことも、中国のキャッシュレス化を加速させた原因の一つだと考えられる¹⁰。2017年には、日本でも報道されたように、現在の中国ではスマホを使った決済が広く普及したことで、100元（約1600円）以下しか持ち歩かない人が4割にのぼるなど、現金を携行しない人が急増している。また、この新にも大きく変化をもたらしている¹¹。すなわち、モバイルテクノロジーが中国の人々の日常生活に必要な不可欠なものとなる時代が始まったのである。

中国においてモバイル決済が急速にその規模を拡大させたもう一つの背景としては、その独自の決済方法の利便さと簡潔さがある。前述のように、中国では、QRコードをスマホで読み込む決済を行う方式が主流であるため、バーコードリーダーなどの特別な装置がなくても決済が可能である。そのメリットとして、店舗側は導入費用が抑えられ、また、消費者も現金を用意する必要がなくなることから、双方に利便性をもたらしている。現在、中国のモバイル端末で使われているアプリの使用用途は、多岐にわたり、音楽、旅行、デリバリー、ホテルの予約、タクシーの配車など数多く挙げられる。また、これに合わせて、多種多様なモバイル決済アプリも開発されており、買い物、飲食、娯楽、タクシー、公共料金の振り込みなど、多くの都市の至るところでモバイル決済が使用され、スマホが財布としての役割を果たしている。つまりQRコードさえあれば、全てAlipayやWeChatPayなどを用いて対応することが可能となっている。

中国のモバイル決済のもう一つの特徴は「第三者決済」を利用している事である。第三者決済とは、ある程度の規模と信用を有する独立した第三者決済機関が、銀行と契約を結ぶことによって、銀行の支払決済システムと接続した決済プラットフォームを提供するという非銀行決済である¹²。この決済モデルを最初に導入したのは、電子商取引大手企業である阿里巴巴（アリババ）のAlipayである。Alipayは、2004年にアリババ社が運営するオンラインモール淘宝网（タオバオワン）上のオンラインショッピングのための、第三者決済を用いた支払いサービスとして誕生したもので、消費者の支払い方法への各種の不安に対処する事が当初の目的であった¹³。

中国で特に有名な三大電子マネーは、アリババのAlipay、騰訊控股（テンセント）のWeChatPay、銀聯のUnionPay（ユニオンペイ）の三つであるが、それぞれのサービス内容と特徴は細かく異なっている。例えばモバイル決済の面では、UnionPayはスマホにデビットカードを登録して使うNFCペイメントを提供しているが、利用者が少なく、市場シェアも低いのが現状である¹⁴。一方

で、Alipay と WeChatPay がモバイル決済の大半を占めており、2018 年のモバイル決済市場におけるシェアは、それぞれ 49.9%と 40.7%である¹⁵。

モバイル決済の先駆者であるアリババは、現在、アプリを通じて様々なサービスを提供しているため、Alipay の利用者は、タクシーやホテルの予約、映画鑑賞券の購入、公共料金の支払い、病院の予約と支払い、資産運用、各種商品の購入などを同一アプリから直接行う事が可能となっている。また、Alipay は、スマホの普及に合わせて、QR コードを用いた送金機能や決済機能などを、大型商業施設から零細小売業や個人にまで導入することで、中国全国での普及を実現した。更に、2017 年に、Alipay は中国の 30 都市を超える公共交通網の使用料の支払い機 Alipay の月間モバイルアクティブユーザー数は 7 億 5500 万人に達しており¹⁶、2036 年までに世界 20 億人が利用するプラットフォームへと成長させることを目指している¹⁷。

トップ 2 位になっているのは、中国の大手インターネット企業のテンセントである。テンセントも、Alipay と同様にオンライン決済手段として WeChatPay などのサービスを提供している。WeChatPay ではアカウントに少額を入金し、Alipay よりも小銭入れに近い感覚で使えるという特徴がある。テンセントは、チャットサービスである WeChat など、スマホ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、SNS 機能を使うことで、集客に向けた取り組みを実施できる強みがある。更に、中国の企業の約半数以上が WeChat を利用していることから、WeChat を通して、顧客に対して自社の最新情報や、キャンペーン等の配信が可能となり、個人の生活習慣の変化などにも柔軟に応用できるなど、様々な利点がある。

例えば中国では、最も重要な祝日である春節(旧正月)に、互いに紅包(お年玉)を贈る習慣がある。この文化的慣習に合わせて、テンセントは WeChatPay 上で、「紅包」のやり取りができる「微信紅包」という機能を開発した。当初、多くの人々は単なるゲーム感覚で「微信紅包」を試用していたが、想定外の便利さと面白

さを実感したことで、同機能を利用することが、急速に全国規模の流行となった¹⁸。具体的には、サービス開始から5年目である、2018年2月の春節だけの「微信紅包」を利用してやりとりされた額は、460億元（日本円で約7400億円）に及んだ。このように、WeChatPayも独自の方法でユーザー数の増加を図っており、事実、2019年3月の時点で、中国における月間モバイルアクティブユーザー数は11億人にまで達した¹⁹。WeChatPayの普及が進むことでAlipayとの競争が激化し、競争原理に従って、各アプリの利用者へ提供されるサービスが多様化し、その結果、スマホ決済の利用範囲と機能がますます拡大したことで、利便性が高まった²⁰。

3. 中国においてモバイル決済が普及する原因

中国のモバイル決済は、著しい速度での普及が進んでいる。では、なぜ中国はこれほどまでに迅速に現金社会からキャッシュレス社会へと転換することができたのであろうか。中国銀聯の「2017 移動互聯網支付安全調査報告」では、全国約10.5万人のサンプルを抽出して分析した結果、モバイル決済を主要な決済手段にしている人は、男性は77%、女性は68%であることを明らかにしている。更に90年代以降に生まれた世代が最も多くモバイル決済を利用していることも明らかになった。一方で、可処分所得が多ければ多いほどモバイル決済を決済手段として使わない人が多い傾向があり、これは、モバイル決済の仕組みができる以前から中高所得者層は銀聯カードなどを使用しており、その習慣を変える人は多くないからであろう。逆に昔、銀の人が多いと推測できる²¹。

先行研究では、中国のモバイル決済の急成長を支えた要因として、大きく以下の四つが指摘されている。

第一に、モバイル決済の利便性と安全性の向上が挙げられる。以前から中国では、偽造紙幣の流通が大きな社会問題となっていた。偽造紙幣の流通を防ぐために、当局は高いコストをかけており、個人にとっても社会にとっても大き

な負担となっていた。中国ではクレジットカードが普及していないこともあり、このような状況の中で登場した、Alipay や WeChatPay などのスマホ操作だけで支払いが可能となるモバイル決済は、便利だけでなく手数料もほとんどかからないことから、一般の人々にとって好感度が高く、故に、利用率を飛躍的に向上させることに繋がった²²。一方で、偽札問題は、モバイル決済が普及する主要な原因ではないとの分析もある²³。

第二に、国家的な戦略目標としてモバイル決済が推進されたことが挙げられる。2015 年から中国政府が推進する「互聯網+（インターネットプラス）」政策が施行され、同時に推進された、企業に対する「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。政府の政策として、「金融業」が国家が重点を置く分野の一つとして掲げられている。このような国家戦略目標とスマホの民間での急速な普及が互いに影響し合って、O2O（オンライン・トゥ・オフライン）のような新しい企業の誕生と関連サービスが開発されたことにより、モバイル決済がありとあらゆる場面において利用できる環境を整えてきた²⁴。

第三に、利便性が高い大手二社が市場を独占し、リードしていることである。大手二社であるアリババとテンセントの Alipay と WeChatPay の市場シェアが圧倒的であるため、既存の、e コマースなどのオンラインビジネスでできた強いネットワークによる相乗効果が働き、モバイル決済の利用可能な範囲が著しく拡大したことが、普及のスピードを加速させた。また、零細小売店や露天商などの販売側にとっては、ゼロコスト、あるいはあったとしても極めて低いコストで導入が可能であること、入金されるまでの時間がクレジットカードに比べて短いこと、手数料が低いことなどの利点があることが、導入意欲を高めた²⁵。さらに、消費者側としては、実店舗での支払いができる Alipay や、友人間の割り勘などの目的での使用が可能な、直接送金型の WeChatPay など、各自がニーズに合った支払い方法を自由に選べることに強い魅力を感じている。

そして最後に、モバイル決済と「第三者決済」という新しい資金の流れに対する中国当局による規制が緩やかなことが挙げられる。当初、「第三者決済」は、単純な電子商取引の代金支払いの仕組みの一つとして登場したため、金融サービスとして認識されておらず、中国の金融当局は全く関心を持っていなかった。その後、口座間の送金や資産運営も執り行える段階にまで拡大し、実質的な金融サービスが提供されるようになっても、中国当局は、積極的な取り締まりや介入をすることなく、静観していた²⁶。このような、自由に発展できる環境と時間を得たことで、Alipay や WeChatPay は、誰にも阻まれることなく成長を遂げ、インターネットを活用した新しいビジネスモデルが登場できる環境を順調に作り上げてきた。その後、中国政府が打ち出した包括的な方針を受け、現在では、中央銀行の元で、「第三者決済」に対する管理監督が強化されるようになった一方、政府も事実上、「第三者決済」を含むインターネット金融のさらなる発展を推奨するようになった。

しかし、この四つの要因以外にも、過去の研究ではあまり触れられてこなかった重要な要因として、中国国民の文化的な習慣との関連性が考えられる。中国の伝統的な文化には、「面子を重視し、細かい事を気にしない」という考え方がある。例えば、お金に対しても、一円単位まで細かく計算する事は極めて面倒であり、特に個人間において細かくお金を計算することは「ケチ」なことであると考える傾向がある。このような文化的習慣は、ビジネスの場面や人々の日常生活にも反映されており、屋台、自由市場、タクシー、更に銀行窓口での現金のやり取りまで、精算やお釣りなどは、四捨五入等を利用し、厳密な計算を省くことが往々にしてある。特に近年、中国経済が発展する事によって、沿海部の大都会に住む人々の収入や生活水準が高くなっていることや、中国の物価が大きく上昇していることもあり、一般庶民でも、以前と比べて、「お金」に対する価値と量への認識が大きく変わってきている。少額の紙幣でさえも「面倒臭い」という考えが増えているため、貨幣を持つこと自体を負担に思う人も

増えている。『スッカリ中国論—スジの日本、量の中国』で、借りた小銭を返さない中国人の思考回路が分析されているように²⁷、「量」の観点から計るならば、現代の中国社会におけるお釣りの価値、すなわち便利さと面倒さを天秤にかけたときの感覚は、以前よりも大きく変わっている。従って、現代の中国人にとって、現金を持たずに、流行に乗ってスマホ一台を持つだけで、支払い等の全てが解決できることを、如何に便利に感じているか、また、年配者にとっても、計算せずに販売・購入できることもどれほど楽に感じるかが容易に想像できる。これも中国のモバイル決済が、簡単に人々の生活に受け入れられて、浸透できる理由の一つだと考えられる。

4. モバイル決済の課題

上述のように中国でのモバイル決済の普及は、中国のキャッシュレス社会化を推進し、様々な面において、国民生活に新たな利便性をもたらした。例えば、今まで一部の地域の公共料金は口座からの自動引き落としができず、実際に銀行に行って支払わなければならない時期があったが、今ではスマホを使ってわずか数十秒で振込みすることが可能になった。また、決済アプリの新しいタイプのビジネスが次々と創出され、ベンチャー市場の活性化を加速させた。そして、アリババやテンセントのような民間企業が、銀行しかできなかった送金などの業務に参業界にも衝撃を与え、銀行の構造改革を促した。

しかしその一方で、モバイル決済の拡大により、中国では様々な社会問題も生じている。まず、既に銀行業界に与えた影響が大きすぎるという指摘がある²⁸。例えばキャッシュレス化の拡大によって、銀行の貯金、銀行の商品、現金の取り扱いに対する需要が大幅に減少し、銀行の窓口業務が減った。2016年には、中国工商銀行、中国農業銀行、中国建設銀行などは、窓口業務の担当者計6万人を削減した。また、2013年から大規模・中規模の銀行33社で削減された従業員数は合計32万人を超えた²⁹。

次に、セキュリティも最大の課題の一つである。Alipay の例を見れば、一つのアカウントを登録するには、利用金額と、利用者がサービス提供会社へ提示する、身分証明書を含む、重要な個人情報に関する書類の数とが正比例の関係にある。アリババは、自社のセキュリティの安全性、技術性を強調しており、独自のセキュリティを導入しているため、情報漏洩は起こりえないと説明している。また、Alipay も WeChatPay も確かにセキュリティ面では、様々な技術的な工夫をしている。例えば指紋認証や顔認証や声紋認証など、最新の技術を用いたセキュリティシステムを導入している。しかし、そのような高度のセキュリティシステムが導入されても、犯罪の被害にあうリスクはやはりある。中国のテレビ局では頻繁にモバイル決済による詐欺事件を報じ、中国各地では様々な犯罪案件が生じていることが伺える³⁰。

中国で起きるモバイル決済に関する詐欺事件の特徴としては、利用者自身が操作してお金を移動するケースが主であることが挙げられる。例としては、店などの「優待」、「特典」、「無料進呈」などを謳った QR コードを読ませることで被害者にお金を移動させるよう促すが、その QR コードは実際には偽物である。このようなケースは被害の約半数を占めており、現在はモバイル決済のセキュリティにおける最大の課題の一つだと認識されている。他にも、ウェブフォームに個人情報を入力することによる被害、メールなどに送られてきたリンクにアクセスすることで起こる被害、安全性が確認出来ないアプリをインストールすることによる被害など、様々な種類の被害も挙げられている³¹。

一方で、騙された被害者を性別別に見れば、女性（31%）は男性（21%）よりも割合が多い。世代別では 50 代以上が最も多く（59%）、次いで 40 代（37%）、20 代（21%）、20 代以下（6%）となっている。しかし被害金額では逆に 20 代が最も高く、この原因は、50 歳以上の人はスマホのセキュリティに対する意識が低い上に、人を簡単に信用する傾向があるため、スマホ詐欺犯に狙われる標的となりやすい一方、若者の平均収入は中高年層より高く、スマホのセキュ

リティに対する意識も強く持っているが、ビジネスチャンスに敏感であることから詐欺被害に遭遇した際の被害金額が大きくなるケースが多い³²。

利用者のセキュリティ意識を啓発することは、今後の重要な課題となっている。中国の銀行業界でも、ユーザーに対して、スマホ決済を利用する場合は、新たにスマホ決済専用の銀行口座を開設して、必要最低限の金額のみを入れること、そして万が一詐欺に遭遇した場合は、その口座を凍結することによって、被害を最小限に工夫をするように呼びかけている³³。

このような社会状況に応じて、中国政府も法律面から、規制の厳格化への取り組みを始めている。既に中央政府は、国が主導して行う「社会信用システム構築の計画大綱（2014-2020年）」を発表し、2020年までに、国民の社会秩序の向上を目指す「社会信用評価システム」の構築を表明した³⁴。更に、2018年1月、中国政府は「社会信用評価システム」を、モデル都市として選ばれた12の都市（潍坊、威海、栄城、宿遷、南京、蘇州、杭州、温州、アモイ、義烏、惠州、成都）で導入することを発表した。この「社会信用評価システム」では、市民の日常生活や社会活動、法律、ルールを守る状況、納税などを分類し、項目を設け、個人の信用度をスコアで評価する制度を発足し、犯罪が起こりうる隙間を最小限におさえようとしている³⁵。

また、近年、セキュリティ管理強化のために、信用情報サービスの分野でも新たな動きが始まっている。中国人民銀行が設立した征信中心（Credit Reference Center）が、2007年から業務を開始した。当初、個人向けの信用情報に関する業務はなかったが、2013年からは個人に関する信用評価業務も開始した。この業務の基本となる情報は、銀行などの金融機関を通じたローンの借り入れ履歴、クレジットカード履歴などの信用履歴情報であったが、近年では、個人の身分に関する情報、税金の納付状況なども加わった。これらの個人情報については当人の同意があれば第三者も閲覧可能であるなど、新たな仕組みも徐々に導入されつつある³⁶。

その一方で民間企業はより一歩先を進んでいる。例えば、アリババは2015年に、芝麻信用（Sesame Credit）という個人信用情報管理会社を設立しサービスの提供を始めた³⁷。同社は、当時利用者5億人以上のアリババ社のデータに加えて、Alipayの登録ユーザー約4億人の消費者データへのアクセスも可能にして、これらのデータから得られた情報を用いて、独自の計算方法のもと、個人に対する信用評価を行っている³⁸。信用評価で高いスコアが得られた人は、ホテル、空港、渡航国査証申請時の優先（シンガポールまたはルクセブルク）などの特典が設定されている。しかし、この信用評価システム自体の個人に対する評価方法の合理性や、プライバシーの問題や、デジタル格差といった様々な社会問題があるのではないかなど、議論すべき点は多い³⁹。また、このような個人信用度評価システムを実施することによって、中国は、監視カメラやビッグデータ、AIを駆使した「監視社会」の方向へ、すなわち、強力な社会統治モデルの構築に向けて動き出しているのではないかとの懸念もある。今後、中国における個人信用評価システムがどのように運用されていくのかに注視する必要がある。

もう一つの問題は、様々な理由からモバイル決済を利用できない人々に対するサービスの問題である。モバイル決済は、スマホを持っていることで成り立つ。しかし、現金が社会から消観光客、そして短期滞在の外国人に様々な不都合が生じている。特に、大都会である北京、上海などでは、現金を使える場所は従来よりもかなり縮小しているため、スマホを持たない人は、たとえ現金を持っていたとしても、交通、宿泊、ショッピングにおいて、支払いができず、各種サービスを受けることができない状況がしばしば起きている。これも一つ非常に不便な現実問題となっており、グローバル社会を目指して進む中国社会にとっては、早急に対処方法を考えなければならない課題の一つでもある。

最後に、国際的な視点から見れば、14億人の中国国内市場は、大きな潜在力を有しているだけでなく、世界の経済、ビジネスにも巨大な影響力を持つ

ている。近年、中国人の海外旅行者数は年々増加しており、2017年における中国人の海外旅行者数は1億3000万人を超え、前年に比べ約7%増加した。また、中国人の海外旅行者の多くは、行き先である海外でも現金を使わない習慣を持つ。現段階ではまだクレジットカード、デビットカードが主流であるが、将来はいずれモバイル決済へのシフトが続くと予測される。中国人観光客を確保するために、各国ではモバイル決済システムの早急な完備が求められている。現在日本も、中国の観光客の増加に応じて、空港、大型百貨店、一部の観光施設、ホテルやレストランなどで、Alipayなどの決済システムを導入している。しかし、キャッシュレス社会に慣れてない日本が完全に対応できているとはいえ、今後、如何に、この状況をビジネスチャンスと捉えて、中国人観光客に安全かつ満足できるサービス環境を提供していくかが課題となっている。

5. まとめ

本論文では、中国におけるモバイル決済の現状、急速に発展している要因と存在している問題について分析した。急速にキャッシュレス社会へと変貌しつつある中国は、モバイル決済を通じて新たなビジネスモデルを作り出したといえる。

モバイル決済の拡大、普及の背景には中国政府の「互聯網+（インターネットプラス）行動計画」が大きく貢献している。また、モバイル決済は、中国国民の日常生活に定着し、人々の生活のスタイルに大きな変化をもたらした。そして、モバイル決済の規模が拡大するにつれ、民間企業のビジネス活動は更に活発になり、気付かぬうちに、長年にわたって築き上げられた、国家による銀行業界の寡占体制が打破されるきっかけまで創り上げてきた。一方で、現金が消えつつある中国社会は、キャッシュレス化が進むことによって、多種多様な新たなビジネスチャンスが生まれたが、一方で如何に安全かつ信用できるシステムを構築するかは重要な課題として未だ残されている。今後、モバイル決済

の安全性問題については、技術、政策、法律、利用者の安全意識教育など、多分野からのアプローチを経て、システムの完備を成し遂げていかねばならない。

そして最後に、グローバル社会において、人々の移動はより一層流動的になりつつある。中国に限らず、中国国内での変化は必ず世界各国にも様々な影響を与える。事実、近年は、日本を訪ねる中国人観光客も増加し続けている。これらを踏まえて、中国の国外でも如何にビジネスチャンスをつかみ、便利かつ安全な決済システムを提供していくことが可能か、引き続き検討すべき重要な課題である。

注：

- ¹ 人民網日本語版「キャッシュレス化進むもモバイル決済の真の普及はまだ」、2017年8月3日
- ² 経済産業省消費・流通政策課『キャッシュレス・ビジョン』、2018年4月
- ³ 一般社団法人キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス・ロードマップ」2019年4月、pp.14を参照。該当レポートは世界銀行「Household final consumption expenditure (2015年、2016年)」及びBIS「Redbook Statistics (2015年、2016年)」の非現金手段による年間決済金額から算出※中国に関してはBetter Than Cash Allianceのレポートより参考値として記載
- ⁴ 西村友作「中国ではどうやってモバイル決済が広まったのか」、日経ビジネス、2019年2月19日
- ⁵ 中国政府は減速している中国経済を「新常态」と表現し、産業構造の転換と高度化のために、デジタル経済の発展を国家戦略に位置づけている。「デジタル経済」については李智慧『チャイナ・イノベーションデータを制する者は世界を制する』、日経BP社、2018年10月、pp.44を参照されたい。
- ⁶ 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6月26日
- ⁷ CNNIC『第41回中国互聯網絡發展狀況統計報告』、2018年1月
- ⁸ CNNIC『第43回中国互聯網絡發展狀況統計報告』、2019年2月
- ⁹ CNNIC『第43回中国互聯網絡發展狀況統計報告』、前掲注8
- ¹⁰ 朱永浩「中国におけるキャッシュレス化の現状と課題 -O2Oマーケティングの可能性」、ERINA REPORT PLUS No116、2019年2月、pp.9-14
- ¹¹ 日本経済新聞電子版「中国、消えゆく現金決済「所持金100元以下」が4割に買物は何でもスマホ」、2017年8月29日

- ¹² 中国投資銀行部中国調査室「中国第三者決済業界の規範化が進むー「網聯」の登場により新たなステージへ」、MUFJ:Bank(China) 経済週報第 359 期、2017 年 8 月 2 日、pp.2 による
- ¹³ 侯倩華「第三方支付平台的營銷策略分析与对策：以支付宝為例」、『科学与市場』Vol24 No1、四川省科技信息研究所、2017 年 1 月、pp.161-166
西村友作『キャッシュレス国家 - 「中国新経済」の光と影』、文春新書、2019 年 4 月
廉薇『蚂蟥金服 アント フィナンシャル』、みずぎ書房、2019 年 1 月
- ¹⁴ JETRO「中国銀聯、QR コード電子決済サービスに参入」、2017 年 6 月 22 日
- ¹⁵ 朱永浩「中国におけるキャッシュレス化の現状と課題 -O2O マーケティングの可能性」、前掲注 10
- ¹⁶ Alibaba JAPAN「アリババグループ、2019 年 4-6 月期の決算を発表。売上高は前年比で 42%増」、Alibaba JAPAN HP、<https://www.alibaba.co.jp/news/2019/08/20194-6.html>
- ¹⁷ 阿里巴巴集团「会社紹介」<https://www.alibabagroup.com/cn/about/overview>
- ¹⁸ 中国報告網「2018 年我国移動支付市場份額微信息支付崛起因素分析」、2018 年 4 月 20 日、西村友作『キャッシュレス国家 - 「中国新経済」の光と影』、文春新書、2019 年 4 月、pp.29-31
- ¹⁹ 李暉「移動支付換挡支付宝微信博奕三大戰場」、中国経営報、2019 年 8 月 12 日 B07 版による
- ²⁰ 唐仙芸「支付宝 or 微信？誰將主導互聯網移動支付市場」、電子商務、2017 年 5 期、pp.64-65、劉会静、丁宇峰「微信与支付宝兩大互聯網移動支付市場的对比分析」、時代金融、2018 年第 3 期中旬刊、pp.132-136
- ²¹ 中国銀聯『2017 移動互聯網支付安全調查報告』、2018 年 1 月
- ²² 趙玮琳「急速に進む中国のキャッシュレス社会-普及要因、主要プレーヤーの成長と規制に関する考察」、世界経済評論 Vol62No6、国際貿易投資研究所、pp.23-29、2018 年
藤田哲雄「転換期を迎えた中国のフィンテック」、環太平洋ビジネス情報 RLM Vol.18 No69、2018 年 5 月
- ²³ 西村友作「中国ではどうやってモバイル決済が広まったのか」、前掲注 4
- ²⁴ 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」、前掲注 6、
李智慧『チャイナ・イノベーションデータを制する者は世界を制する』、前掲注 5
- ²⁵ 西村友作「中国ではどうやってモバイル決済が広まったのか」、前掲注 4、
藤田哲雄「転換期を迎えた中国のフィンテック」、前掲注 22
- ²⁶ 関根栄一「中国の第三者決済分野の市場・制度の動向-モバイル決済の普及の実態」、中国・アジア、野村資本市場クォーターリー、2018 年 Winter

- 藤田哲雄「転換期を迎えた中国のフィンテック」、前掲注 22
- ²⁷ 田中信彦『スッキリ中国論—スジの日本、量の中国』、日経 BP 社、2018 年 10 月
- ²⁸ 李玥「支付宝対伝統商業銀行的影響」、科技経済導刊、2018 年 8 期、2018 年 8 月、pp.189-190
- ²⁹ 人民網日本語版「キャッシュレス社会は現実になるか?」、2017 年 4 月 7 日、張哲玮「第三方支付対我国大型商業銀行的影響測度分析」、経済論壇財経学術版、2019 年 16 期、pp.10-11
- ³⁰ 盧華秋「「盤点」2016 年支付相関十大網絡詐騙案例」、移動支付網、2017 年 1 月 18 日、移動支付網『2018 年移動支付用戶調査報告』、2018 年 12 月 27 日
- ³¹ 中国銀聯『2017 移動互聯網支付安全調査報告』、前掲注 21
- ³² 中国銀聯『2017 移動互聯網支付安全調査報告』、前掲注 21、
- ³³ 中国銀聯『2017 移動互聯網支付安全調査報告』、前掲注 21
- ³⁴ 国務院『中国社会信用体系建設規劃綱要（2014-2020 年）』2014 年 6 月 27 日
- ³⁵ 片山ゆき「あなたの「信用」、何点ですか?中国 12 都市をモデルに進む「社会信用システム」とは?」、NU Research Institute REPORT April 2019
- ³⁶ 西村友作「中国で信用調査機関結ぶ「スーパーハブ」が誕生」、日経ビジネス、2018 年 11 月 27 日、
片山ゆき「あなたの「信用」、何点ですか?中国 12 都市をモデルに進む「社会信用システム」とは?」前掲注 35
- ³⁷ 廉敏『蚂蟥金服アントフィナンシャル』、前掲注 13
- ³⁸ 中川郁夫「キャッシュレスから広がる中国の経済システムの変革」、『キャッシュレス社会と通貨の未来』、民事法研究会、2019 年 4 月、pp.196-207、
藤田哲雄「転換期を迎えた中国のフィンテック」、前掲注 22
- ³⁹ 片山ゆき「あなたの「信用」、何点ですか?中国 12 都市をモデルに進む「社会信用システム」とは?」、前掲注 35

主要参考文献

日本語文献：

- 人民網日本語版「キャッシュレス社会は現実になるか?」、2017 年 4 月 7 日
- 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 6 月 26 日
- 日本銀行決済機構局「モバイル決済の現状と課題」、2017 年 6 月インバウンドビジネス「中国政府の「ネット行動計画」で中国ネット社会はどう変わったのか」、NEWS、2017 年 7 月 14 日、
<https://inbound.mynavi.jp/news/2017/07/14/china-cardelivery/>
- 人民網日本語版「キャッシュレス化進むもモバイル決済の真の普及はまだ」、2017

年 8 月 3 日

日本経済新聞電子版「中国、消えゆく現金決済「所持金 100 元以下」が 4 割に買い物は何でもスマホ」、2017 年 8 月 29 日

経済産業省消費・流通政策課『キャッシュレス・ビジョン』、2018 年 4 月

趙玮琳「急速に進む中国のキャッシュレス社会-普及要因、主要プレーヤーの成長と規制に関する考察」、『世界経済評論』Vol62 No6、国際貿易投資研究所、2018 年 5 月

藤田哲雄「転換期を迎えた中国のフィンテック」、環太平洋ビジネス情報 RLM Vol.18 No69、2018 年 5 月

李志慧『チャイナ・イノベーションデータを制する者は世界を制する』、日経 BP 社、2018 年 10 月

田中信彦『スッキリ中国論—スジの日本、量の中国』、日経 BP 社、2018 年 10 月

西村友作「中国で信用調査機関結ぶ「スーパーハブ」が誕生」、日経ビジネス、2018 年 11 月 27 日

関根栄一「中国の第三者決済分野の市場・制度の動向—モバイル決済の普及の実態」、中国・アジア、野村資本市場クォーターリー、2018 年 Winter

廉薇『蚂蚁金服アントフィナンシャル』、みすず書房、2019 年 1 月 小河俊紀『キャッシュレス社会と通貨の未来』、民事法研究会、2019 年 2 月

西村友作「中国ではどうやってモバイル決済が広まったのか」、日経ビジネス、2019 年 2 月 19 日

中川郁夫「キャッシュレスから広がる中国の経済システムの変革」、『キャッシュレス社会と通貨の未来』、民事法研究会、2019 年 2 月

朱永浩「中国におけるキャッシュレス化の現状と課題—O2O マーケティングの可能性」、ERINA REPORT PLUS No116、2019 年 2 月

藤井保文、尾原和啓『アフターデジタル』、日経 BP 社、2019 年 3 月

趙玮琳『BATH の企業戦略分析—バイドゥ、アリババ、テンセント、ファーウェイ』、日経 BP 研、2019 年 3 月

劉潤『新・小売革命』、CITIC PRESS、2019 年 4 月

西村友作『キャッシュレス国家 - 「中国新経済」の光と影』、文春新書、2019 年 4 月

片山ゆき「あなたの「信用」、何点ですか？中国 12 都市をモデルに進む「社会信用システム」とは？」、NU Research Institute REPORT April 2019

一般社団法人キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス・ロードマップ」2019 年 4 月

中国語文献：

国务院『中国社会信用体系建设规划綱要（2014-2020 年）』2014 年 6 月 27 日

侯倩華「第三方支付平台的營銷策略分析与对策：以支付宝為例」、『科学与市場』

Vol24 No1、四川省科技信息研究所、2017年1月
盧華秋「「盤点」2016年支付相關十大網絡詐騙案例」、移動支付網、2017年1月18日
唐仙芸「支付宝 or 微信？誰將主導互聯網移動支付市場」、電子商務、2017年5期
中国銀聯『2017 移動互聯網支付安全調查報告』、2018年1月
CNNIC『第41回中国互聯網發展狀況統計報告』、2018年1月
中国報告網「2018年我国移動支付市場份額微信息支付崛起因素分析」、2018年4月
20日
李玥「支付宝对傳統商業銀行的影響」、科技經濟導刊、2018年8期、2018年8月
劉会静、丁宇峰「微信与支付宝兩大互聯網移動支付市場的对比分析」、時代金融、
2018年第3期中旬刊
移動支付網「2018年移動支付用戶調查報告」、2018年12月27日
CNNIC『第43回中国互聯網發展狀況統計報告』、2019年2月
張哲玮「第三方支付对我国大型商業銀行的影響測度分析」、經濟論壇財經學術版、
2019年16期
李暉「移動支付換擋支付宝微信博奕三大戰場」、中国經營報、2019年8月12日
B07版
阿里巴巴集團「会社紹介」<https://www.alibabagroup.com/cn/about/overview>