

中国におけるインターネット金融を起点とする 「決済」の変化と影響

現代経済専攻
郭 蕾

要 旨

近年、金融業界で注目されている話題の一つはキャッシュレス化である。キャッシュレスとは紙幣（中央銀行券）・硬貨という現金を使わずに、支払い・受取りを行う決済手段を意味している。中国では、スマホを用い、アリペイとウィーチャットペイという第三者モバイル型決済が急速に拡大している。なぜ中国では、アリペイとウィーチャットペイという、銀行ではない第三者が軸となったキャッシュレス決済が急速に普及したのであろうか。

この問題にアプローチするために、本研究では、まず中国におけるキャッシュレス決済手段のこれまでの経緯を再検討し、次に第三者モバイル型決済手段（主にアリペイ、ウィーチャットペイ）の現状を分析する。そして、第Ⅲ節で、中国でわずか数年間に第三者モバイル型決済が急速に拡大した要因を明らかにする。最後の要因分析は、今後の中国で決済制度はどういった方向に進むべきか、問題点をどう克服すればいいのか、とりわけ銀行は今後、第三者決済の当事者と競合するのか連携するのか、といった銀行業の進むべき方向を見据える一助になると期待される。

なお、本論文では、決済にかかわる基本的な概念を以下のように定義している。すなわち、a) 第三者決済とは各銀行と契約を結んだ一定の実績と信用度を持つ独立機関がインターネットを使い、売り手と買い手に取引支援サービスを提供する決済手段である。b) 第三者パソコン型決済はパソコンを用いて行われる第三者決済手段である。c) 第三者モバイル型決済はスマホなどのモバイル端末を用いて行われる第三者決済手段である。

第Ⅱ節では、中国でキャッシュレス決済がどのように展開していったのかの経緯を検討し、三つの段階に区分できることが明らかとなる。すなわち、①初期：銀行による自前のキャッシュレス決済および他の諸類型の誕生（1985年—2002年）の時期、揺籃期：それぞれのブランドの構築段階（2002年—2013年）、③発展期：決済サービスの融合と第三者決済の普及・定着（2013年—現在）の時期である。この②の段階までは、他の国と質的な違いはないと思われるが、③の時期すなわち2013年頃から、中国では第三者モバイル型決済が突出して普及・発展するという異例の展開を見せることとなる。その最大の特徴は、アリペイという第三者が決済の主役に踊り出たことである。とりわけ、QRコードによる決

決済は、2011年にアリペイによって初めて開始された。更に、2013年には、アリペイに入金すれば、銀行の預金の金利より高金利で資産運用サービスである「余额宝」がスタートした。つまり、決済のみではなく、預金の機能も持ったシステムへと、発展したのである。そして、ウィーチャットペイも第三者モバイル型決済に参入して、アリペイと並んで普及してゆくこととなる。その結果、中国ではクレジットカード・デビットカードによる決済は、頭打ちとなってしまった。これは、銀行を主導とするモバイル型決済が中心の北欧、デビットカード・クレジットカードを主とするアメリカ、クレジットカードを主とする韓国とは異なる、中国特有の現象である。なぜ中国では、単なるインターネットバンキングの一つとしてのモバイル型決済ではなく、第三者モバイル型決済という特殊なキャッシュレス決済が発展したのであるだろうか。

第Ⅲ節では、その問題を明らかにすべく、アリペイが果たしてきた役割と影響を詳細に検討する。そのキーワードは利便性である。アリペイ（支付宝）は中国最大のオンラインモールサイト淘宝网（タオバオ）の決済手段として生まれた。さらに、アリペイのサービスは多様化し、2013年には、アリペイに入金すれば、金利が付く資産運用サービス「余额宝」がスタートした。現在、アリペイは銀行の預金金利より高金利でサービスを提供し、ファンド、保険などの金融製品が利用でき、さらにクレジットカードのような後払い機能を持つ「蚂蚁花呗」と小額貸付の機能がある「借呗」など多くのサービスを提供している。2018年3月31日までに、アリペイのユーザー数は8.7億人に達した。

アリペイを実店舗での決済での利用という決済の主役に押し出したのは、QRコード決済というビジネスモデルである。QRコードは、1994年に日本の株式会社のデンソーウェーブが開発した技術であるが、QRコード決済の利用は中国で始まり、爆発的に増えていったものである。QRコード決済サービスを開始したのはアリペイの方が先であるが、SNSアプリとして絶大な人気を誇るウィーチャット（微信）の決済機能であるウィーチャットペイは、ユーザーへQRコード決済を誘導した。アリペイを追いかけ、もう一つの大人気のモバイル決済手段になった。なお、ウィーチャットペイは、財布代わりに特徴に加えて、社交目的という特徴があると思われる。アリペイは資産運用の機能が付いている決済サービスであり、ウィーチャットペイは社交の機能が付いている決済サービスであると言える。アリペイとウィーチャットペイのこうした特徴と違いは、キャッシュレス決済において両システムを並立させることにつながった。

第Ⅳ節では、以上を踏まえて筆者の結論を述べる。その内容は以下である。すなわち、キャッシュレス決済を促す土台としては、インターネットとスマホの普及、および、偽札の横行があった。とりわけ後者は、現金利用に対する安全性が高い日本やドイツと比較して、中国でキャッシュレス決済が普及する土台となっていたといえるのだが、これだけでは第三者決済が中国で浸透した理由を説明することはできない。

第三者決済が中国で浸透した理由は、銀行が直接行うインターネットバンキングとして

のキャッシュレス決済が、中国でまだ本格的には始動していなかったことである。つまり、中国では、北欧のような銀行主導のキャッシュレス決済がまだ始まっていなかった—その間隙を「第三者」であるアリババが、一挙に攻勢をかけてビジネスモデルを確立したのである。とりわけ、QRコードを利用した実店舗での小口決済の方法は、企業側にとってコストがかからず、消費者側としては携帯電話一つでどこでも決済に利用できるという汎用性を持っており、両者の利便性という点で画期的なアイデアであった。さらに、このQRコード決済という方法は、第三者決済の手法の中でも、第三者モバイル決済を増加させるという効果をもたらしたといえよう。このようなアリババの個別企業としての着想の斬新さと企業努力は、中国で第三者モバイル型決済が浸透した要因分析のうえで、高く評価できるだろう。

通貨の利用・普及にとっては、ネットワーク外部性と慣性の法則が働くと、一般に言われている。アリペイとウィーチャットペイによる第三者モバイル型決済は、短期間にこの外部性と慣性の法則を構築することに成功した。そうした外部性を生み出した要因は、圧倒的な利便性である。その決済の利便性に付随して、アリペイの様々な金融サービスが加わり、ウィーチャットペイの社交性が加わり、こうして二つの「第三者」が、第三者モバイル型決済の主演として中国で定着していったのである。

中国でこれまで形成された決済の慣行が、どのように変化しうるのかについては、銀行の動向で関係してくると思われる。すなわち、第三者決済に対抗して、銀行が直接的に決済に乗り出す北欧型となるのか、それとも、銀聯システムに依拠したクレジット支払・デビット支払型のシステムになるのか、あるいは、アリペイやウィーチャットペイと連携したシステムになるのか、現在はその分岐点に立っているといえよう。

キーワード：インターネット金融、第三者決済、第三者モバイル型決済、モバイル決済、キャッシュレス決済、QRコード決済