

新興国におけるFinTechイノベーション



楊 皓



小池純司

CONTENTS

- I 決済プラットフォームの棲み分け
- II 加速する中国発Alipay型決済プラットフォームの海外展開
- III 欧米発PayPal型決済プラットフォームの課題
- IV アフリカ発M-Pesa型決済プラットフォーム
- V 日本企業への示唆

要 約

- 1 中国発のAlipay型決済は、スマートフォンのQRコード読み込みで決済と送金を行うことができ、クレジットカードが普及していない中国において、銀行口座とスマートフォンのみで利用できるため、現在広く受け入れられている。
- 2 Alipayを提供しているアリババは、決済サービスを含め、電子商取引やSNS、地図アプリなど、幅広いサービスを提供しているため、Alipayに基づく個人情報とすべての取引履歴のみならず、個人の位置情報やSNS情報など、何百というデータを収集することができ、ユーザーの趣味嗜好、行動パターン、信用力まで分析することが可能である。オンライン決済のために生まれたAlipayは独特な発展を経て、現在では信用プラットフォームになりつつある。
- 3 Alipay型決済はクレジットカードの保有率が低く、携帯電話の保有率が高い地域で高い価値を発揮できるため、インドやタイなどのアジアでは既に広く浸透しており、中東やアフリカ地域にも拡大する可能性を有している。今後、新興国への展開を巡り、Alipay型決済はクレジットカードに基づく欧米発PayPal型決済と、携帯電話のショートメッセージによる送金を活用しているアフリカ発M-Pesa型決済との対立が予想される。
- 4 日本企業は中国と欧米の決済プラットフォームの争いに真正面から参加するのではなく、新興国のプラットフォームの支援者または利用者になるべきである。それには、①中国や欧米資本を敬遠し、独自の発展を目指すローカルの決済プレーヤーに初期から寄り添い、適切な資金や人材・ノウハウなどを提供することにより、プラットフォーム構築が可能となる。また、②新興国において高い競争力を有するAlipay型決済プラットフォームに早めに参入し、Alipay型決済を利用したサービスや事業を提供することである。

I 決済プラットフォームの 棲み分け

1 加速するキャッシュレス社会に おける中米の決済プラットフォーム の争い

近年、キャッシュレス化が加速しており、日本政府も「日本再興戦略改訂2014」においては、「2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催などを踏まえ、キャッシュレス決済の普及による決済の利便性・効率性向上を図る」と示している。

これまでのキャッシュレス決済において、PayPalなどのクレジットカードに基づく決済サービスが決済プラットフォームとして不動の地位を確立していたが、近年スマートフォンのQRコード読み込みによるAlipay型決済が急速にシェアを伸ばしている。Alipayの運営企業であるアントフィナンシャルによると、2018年1月時点では、日本でもコンビニエンスストアや百貨店、家電量販店、免税店を含む4万店以上でAlipayが使用可能である。また、中国中央銀行の発表によると、中国におけるAlipayとWeChatPayを含む電子決済の16年の年間取引金額は99.27兆元（約1700兆円）であり、既に立派な決済プラットフォームになっている。Alipayから得られる与信データは、融資のみならず芝麻信用（Sesame Credit）などの新規サービスにも応用され、中国人のライフスタイルに大きな影響を与えている。

本稿では、中国発Alipay型決済プラットフォームと欧米発PayPal型決済プラットフォームの、新興国への展開における勢力争いにフォーカスする。さらに、新興国発の決済プ

ラットフォームとして、アフリカ発のM-Pesaを用いる決済を取り上げ、今後の欧米と中国の決済プラットフォーム争いにおける役割についての考察を行う。最後に、日本企業と政府への示唆をまとめる。

2 地域別決済 プラットフォームの特徴

まず、本稿で取り上げる各決済プラットフォームの紹介とその特徴を簡単にまとめる。中国発のAlipay型決済はスマートフォンのQRコード読み込みによる決済であり、決済のみならず個人間の送金も容易に行えることが特徴である。本決済は中国のITジャイアントのアリババが開始したサービスであり、与信情報が不十分であるためにクレジットカードが普及していない中国において、銀行口座とスマートフォンのみで利用できるため、広く受け入れられている。

欧米発のPayPal型決済はクレジットカードによる決済であり、銀行口座が必要である一方、個人の与信枠を限度とする融資を受けることが可能である。しかし、PayPal型決済ではクレジットカードとカード読取機の両方が必要であることがデメリットといえる。こうしたPayPal型決済はクレジットカードに基づく仕組みであり、クレジットカード発行のために必要な与信情報の収集が必要となることから、先進国を中心に普及している。

アフリカ発のM-Pesa型決済は携帯電話のショートメッセージ送信による決済・送金ができ、どこのキオスクでもお金の受け渡しが可能である。本決済はケニアの通信会社であるサファリコムと南アフリカのボーダコムが開始したサービスであり、クレジットカー

図1 各極の決済プラットフォームの特徴

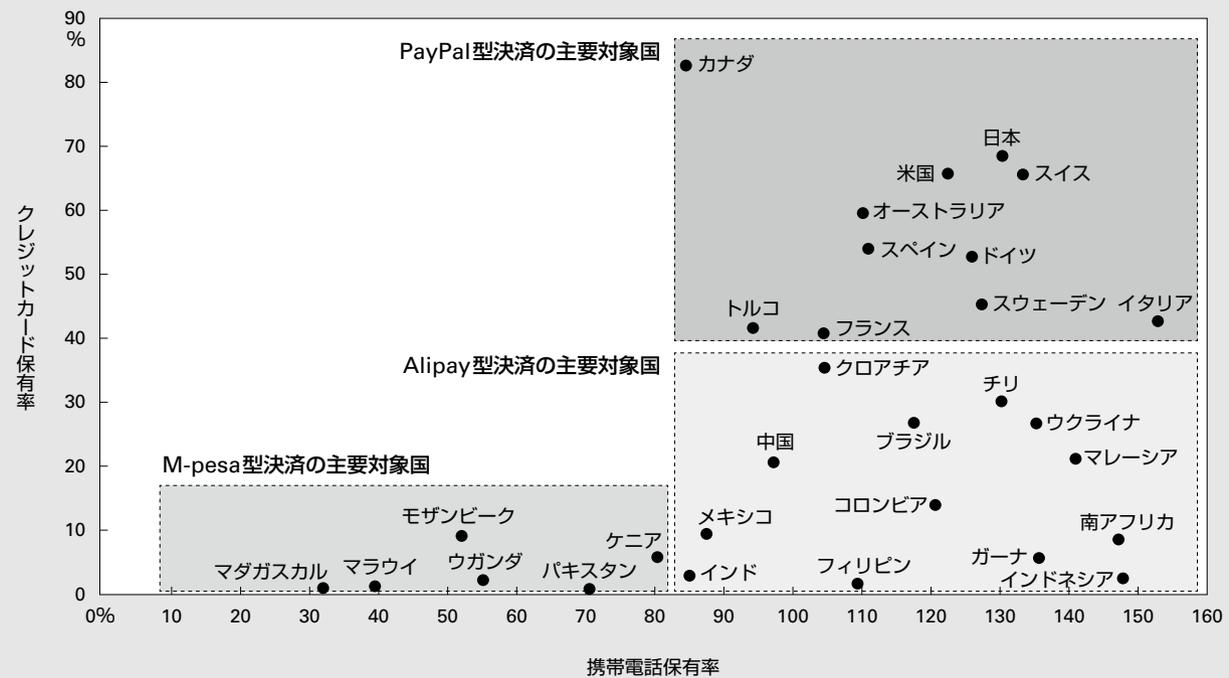
決済プラットフォーム	銀行口座	必要なカード	特徴	年間取引金額
Alipay WeChat Pay	必要	デビットカード	カード不要で、携帯電話で決済可能 QRコードを用いる容易な決済 個人間送金が容易	99.27兆元 (約1,700兆円)* ¹
PayPal		クレジットカード	取引の安全性が担保される	4,560億ドル (約50.2兆円)* ²
M-Pesa	不要	プリペイドカード	インターネット不要のSMSによる送金・決済も可能 キオスクでお金の受け取りができ、個人間送金も容易	3.6兆 ケニア・シリング (約3.9兆円)* ³

* 1) 中国中央銀行によるAlipay、WeChatPayを含む電子決済の2016年の年間取引金額
 * 2) 米国の統計会社であるStatista社によるPayPalの2017年の年間取引額
 * 3) ケニア中央銀行によるM-Pesaを含む電子決済の2016年7月から2017年6月の年間取引金額

ド、銀行口座、インターネット環境が不要であるため、通話可能な携帯電話が普及しているアフリカで爆発的にユーザーを獲得している(図1)。

各決済の主要な対象国は、クレジットカード保有率と携帯電話保有率から整理することが可能である。銀行口座とスマートフォンのみを必要とするAlipay型決済は、クレジット

図2 各決済プラットフォームの主要対象国



出所) 世界銀行と国際電気通信連合 (ITU) の統計データより作成

カードの保有率は低いが携帯電話の保有率が高い地域で普及しやすい。大多数の新興国はこの条件を満たしているため、今後急速な利用者増加が見込める。さらに、先進国において、与信情報の不足によりクレジットカードを発行することができず、PayPal型決済を利用できない人もAlipay型決済を利用することが可能である。以上により、Alipay型決済は中国以外の新興国のみならず、先進国でも十分に受け入れられ、次世代の決済プラットフォームになるポテンシャルを有している。

PayPal型決済は、クレジットカードを保有している先進国の中高所得者または新興国の高所得者を中心に利用されており、クレジットカードの保有率と携帯電話の保有率が高い地域で普及しやすい。しかし、クレジットカードの保有者に限りがあるため、PayPal型決済の市場は飽和しつつある。M-Pesa型決済は、銀行口座と携帯電話の保有率が低い地域で普及しやすい。現在は、インターネット環境の整備が十分に行き届いていないケニアやウガンダなどで利用されているが、東南アジアや南米でもインターネット環境の整備が遅れている地域が多いため、拡大する可能性がある（図2）。

II 加速する中国発Alipay型決済プラットフォームの海外展開

中国では、Alipayをはじめ、WeChatPay、UnionPayなどのQRコード方式スマートフォン決済が普及しており、都市部であればほとんどの店で使用することができ、主要な決済手段となっている。現在はむしろ、都市部で

は現金で決済する人が珍しい状況であり、Alipay型決済は中国では既に決済プラットフォームである。

クレジットカードが必要なPayPal型決済とは異なり、Alipay型決済はQRコード決済に必要なアプリのみでの支払いが可能である。また、決済方法もシンプルで、①ユーザーのスマートフォンでコード画面を出して、店舗側がそれを読み込む、または②QRコードを店頭に掲載し、ユーザーのスマートフォンで読み込む、のいずれかの方法で支払いが行え、専用のコード読取機が不要である。以下、Alipay型決済の代表例であるAlipayとその提供企業であるアリババに焦点を当て、決済サービスの応用と今後の新興国への展開について述べる。

1 Alipayの成り立ちとその魅力

AlipayはECサイトであるタオバオでのオンライン取引の安全性を担保するツールとして誕生した。仕組みはPayPalと同様で、消費者とEC業者の支払い仲介を行っている。Alipayによってオンライン取引の安全性が担保されたことにより、中国ではECサイトにおける取引額が爆発的に増加した。

その後、AlipayはECサイトの決済ツールを超えて独自の進歩を遂げていった。現在はオンラインショッピングでの支払いのみならず、リアル店舗、納税や年金授受などの各種公共料金の支払い、ローンの返済、列車や飛行機、ホテルなどの予約・支払い、個人間の送金、金銭の貸し借りなどのあらゆる決済の中核を担うまでに成長した。さらに、余额宝と呼ばれる理財機能を有しており、余额宝に入金をしておくだけで、4%以上の利子が付

く。解約は1元単位で随時可能であり、即入金にも対応している。このような数々の魅力的な機能により、Alipayは利用者をつかんで離さない。

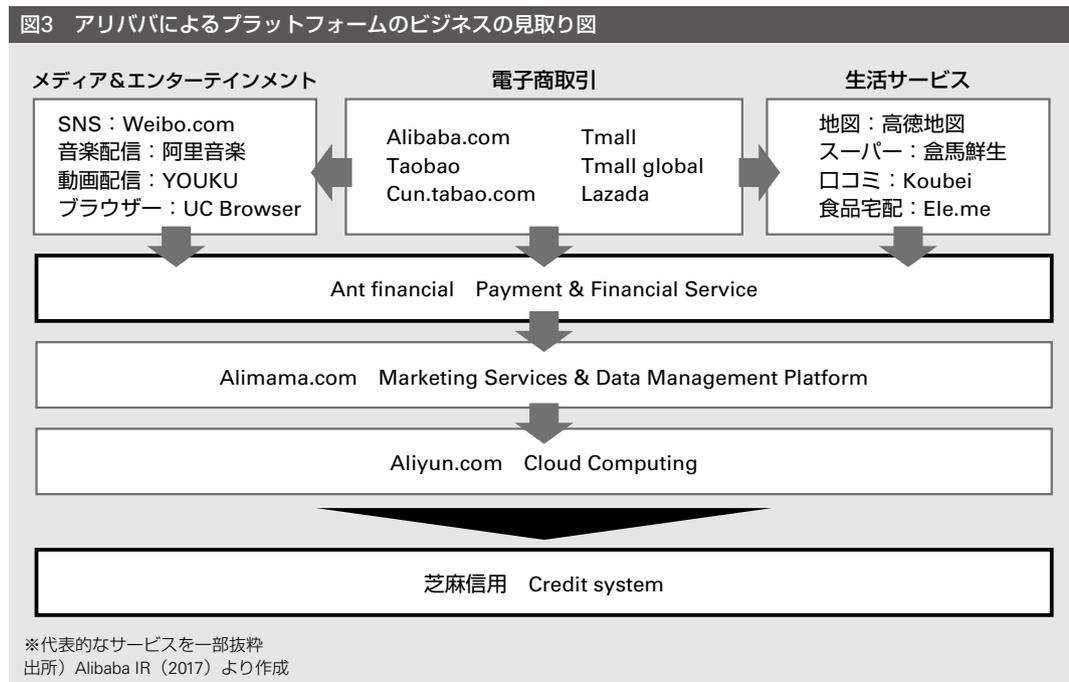
Alipay型決済はDidiやモバイクなどのシェアリングサービスにとっても欠かせない決済プラットフォームになっており、中国で新規に登場するすべてのサービスがAlipay型決済に対応していると言っても過言ではない。日本銀行の発表によると、中国都市部におけるAlipay型決済の利用率は98.3%であり、既にAlipay型決済は中国において、なくてはならない存在となっている。

2 決済プラットフォームから 与信プラットフォームに進化する Alipay

アリババは、決済サービスであるAlipay以外にもECサイトなどの電子商取引やSNS、

動画配信などのメディア・エンターテインメントサービス、地図や出前の生活サービスなどを幅広く提供している（図3）。そのため、アリババはAlipayに紐づく個人情報とすべての取引履歴のみならず、個人の位置情報やSNS情報、メールなど、何百というデータを収集することができ、自社が保有するクラウドコンピュータで処理を行うことにより、ユーザーの趣味嗜好、行動パターン、信用力まで分析することが可能となる。ユーザーの信用を数値化したサービスが芝麻信用であり、既にAlipayに標準装備されている。高いスコアを持つと信頼できる人として認識され、多種多様なメリットがある。たとえば、傘やモバイル用充電器などのレンタル品をデポジットなしで利用できたり、ビザ取得手続きが簡略化されたりするなどの優遇サービスを受けることが可能である。

オンライン決済のために生まれたAlipayは



独特な発展を経て、現在では決済プラットフォームのみならず、信用プラットフォームになりつつある。今後、芝麻信用による信用システムは①シェアリングエコノミーの起爆剤になる、②新興国の信用システムを形成する、という2つの可能性を秘めている。多くのシェアリングサービスにおいて、赤の他人の所有物またはサービスを利用しているため、安全性という観点において不安が残る場合が多い。しかし、他人の信用度が分かる芝麻信用を用いて、安全性の問題を解決することができれば、シェアリングサービスのさらなる普及につながる。

後発の新興国においては、金融取引の不足により与信システムが機能していない。しかし、スマートフォンのデータから与信スコアを設けることができる芝麻信用では、容易に

信用システムを形成することができるため、今後与信システムが未発達の地域で普及する可能性が高い。また、こうした与信システムは、与信条件の設定によっては政府による社会管理に利用できるという可能性を持っている。そのため、中国以外の第三国、たとえば中央アジア、中東、アフリカ地域における、貧富の格差や民族間対立などを背景に社会管理の必要性を感じている政府から、中国発の与信システムの社会管理への需要が顕在化する可能性が考えられる。

3 アリババはアジアで 決済スタートアップを買収する ことにより海外展開を行っている

現在、アリババは決済事業の海外展開に積極的に取り組んでおり、多数の新興国発のオ

表1 アリババによる海外展開

領域	企業名	サービス提供国	提供サービス
決済・EC	Paytm社	インド	スマホ決済サービスやECサイトを展開 インドにおいて、最大手のモバイル決済事業会社で、QRコード決済の普及に注力
決済	Ascend Money社	タイ	オンライン決済サービス事業と少額融資・個人ローン事業を提供。東南アジアを中心に事業を展開
決済	Mynt社	フィリピン	携帯電話料金やコンテンツ、公共料金などの支払いやカードローンのモバイルサービスを提供。300万人以上のユーザーを有している
決済	HelloPay社	シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン	アリババが買収したECサイト、Lazadaの決済サービス
オンライン バンキング	Telenor Microfinance Bank社	パキスタン	TMBのモバイル金融プラットフォームEasypaisaは2,000万人以上のユーザーを有しており、銀行業務サービスおよびマイクロファイナンスサービスを提供
決済	Touch 'n Go社	マレーシア	プリペイド式のETCカードを提供 ガソリンスタンドやコンビニでチャージし、高速道路や駐車場の支払いに使用。既に1900万枚を発行
決済	Zapper社	南アフリカ、ケニア、タンザニア、ルワンダ	ホテル、小売、電子商取引、パーキングなどの分野において、決済サービスを提供
EC	Daraz社	ミャンマー、パキスタン、バングラデシュ、スリランカ、ネパール	オンラインショッピングサービスを提供。今後、決済サービスの提供可能性有

出所) 公開情報より作成

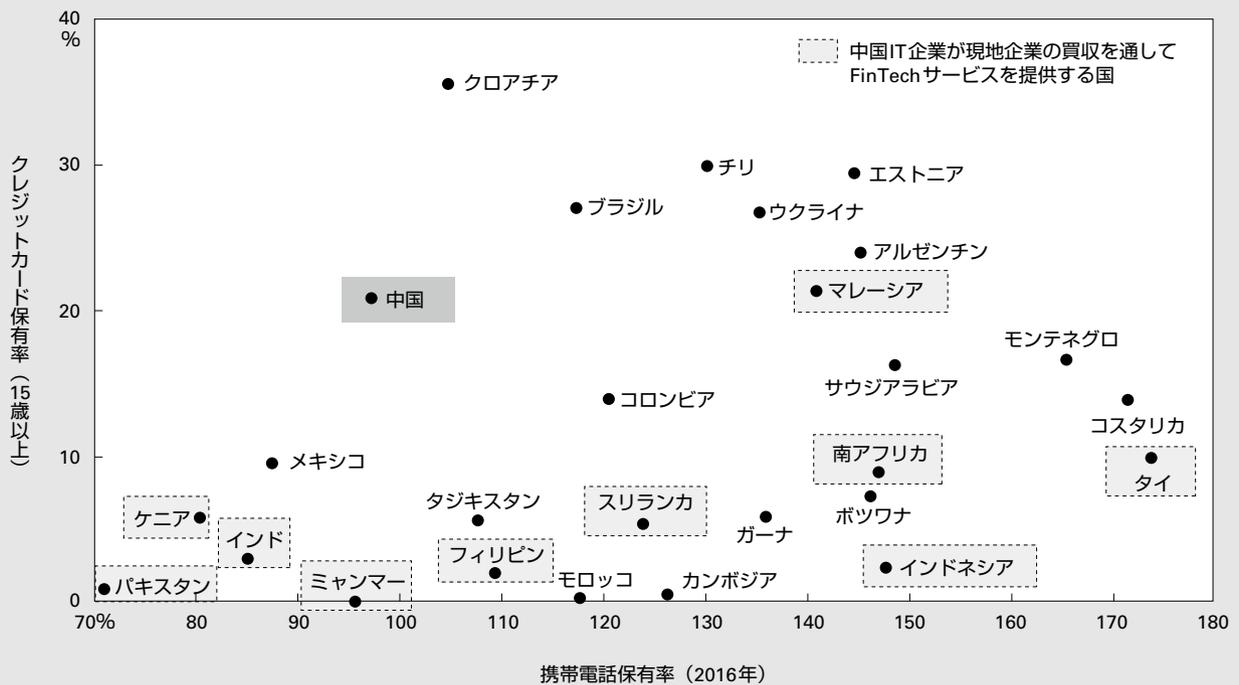
ンライン決済スタートアップを買収している。買収先の企業は中国政府による一帯一路政策の対象国の企業が少なくなく、この動きは中国から第三国に向けて広範囲に信用プラットフォームを構築するための布石であるとも考えることができる。以下、地域別におけるアリババの具体的な動きと今後の進出先を見ていく（表1）。

インドでは、アリババはECサイトの運営とQRコードによるモバイル決済事業を手がけるPaytm社に1550億円出資し、45%の株を手に入れた。近年、インドでは規制緩和によるEC事業の急成長と紙幣の廃止により、国全体に電子決済が浸透しつつある。また、2017年8月に、インド政府がQRコード決済の国内統一規格である「BharatQR」を発表

するなど、電子決済の推進に政府が力を入れている状況にある。Paytm社はこの流れに乗る最先端かつ最大手のモバイル決済事業会社であり、QR決済の普及に注力している。今回のPaytm社への出資により、アリババはPaytm社の利用者である2.8億人の信用情報にアクセスすることができ、インドにおける信用プラットフォーム構築を着実に進めている。

タイでは、アリババは電子ウォレットサービスとオンライン融資サービスを提供するAscend Money社に出資している。近年、タイではモバイルバンキングが急成長し、タイ中央銀行によると、17年12月に月間取引額が約3.4兆円を超え、3年前の7倍となっている。モバイルバンキングの拡大はアリババの

図4 Alipay型決済と親和性の高いクレジットカード保有率が低く携帯電話保有率が高い地域



出所) 世界銀行と国際電気通信連合 (ITU) の統計データ、公開情報より作成

進出による影響が大きく、日本経済新聞によると既にAlipayはタイの1万店以上のコンビニや外食店に入り込んでいる。タイ四大銀行の一つであるサイアム商業銀行は、Alipayに対抗するために支店数を3分の1に減らす計画を打ち出すとともに、モバイルバンキングの送金手数料を撤廃した。今後、タイの地場銀行とアリババの決済領域における攻防戦に注目していきたい。

図4は、Alipay型決済と親和性の高いクレジットカード保有率が低く携帯電話保有率が高い地域をまとめており、アリババがローカルの決済会社を買収した国を破線で囲んでいる。

アリババは既にアジアの主要地域に触手を伸ばしており、インドやタイ以外にも、フィリピン、マレーシア、インドネシアでモバイル決済事業を展開し始めている。これらの東南アジア諸国に加えて、今後は中央アジア、中東、アフリカにおいてもアリババは決済と信用プラットフォームになるための準備を進

めると予想される。

III 欧米発PayPal型 決済プラットフォームの課題

日本企業を含む欧米諸国では、クレジットカードを用いるPayPalが主要な決済プラットフォームとなっている。同様な決済サービスとしては、Apple PayやAmazon Pay、Google Payなどが挙げられる。

1 続々と登場するクレジットカードに基づく企業別決済サービス

PayPalは、インターネットを利用した決済サービスであり、PayPal口座間やクレジットカードでの送金や入金を行うことができる。これは、オンラインショッピングにおける取引の安全性を担保するために誕生したサービスであり、欧米発の電子決済の代表例である。米国の統計会社であるStatista社によ

表2 欧米発PayPal型決済の事例

サービス名	提供サービス
PayPal	インターネットを利用した決済サービスであり、PayPal口座間やクレジットカードでの送金や入金を行うことができる
Square	モバイル端末で使用できるクレジットカードの読み込みカードリーダーを販売しているモバイル決済企業
Stripe	企業と個人間の送金サービスを提供しており、LyftなどがStripeのシステムを採用
Amazon Pay	Amazonアカウントに登録されているクレジットカード情報を使用して、Amazon Payに対応しているほかのサイトで商品やサービスの支払いができる
Google Pay	グーグルが提供するスマートフォンの電子決済
Apple Pay	アップルが提供するアイフォンの電子決済
Starbucks Pay	スターバックスのプリペイドカードと連動した携帯アプリであるStarbucks Payを提供している
Venmo	PayPalの子会社であるBraintree社が運営する個人間送金サービス。銀行口座やクレジットカードをウォレットに連携すれば、簡単に送金ができる

るとPayPalの2017年の年間取引額は4560億ドル（約50.2兆円）であり、欧米における決済プラットフォームとしての地位を確立しつつある。近年、多数の利用者を抱えている企業は自社独自の決済サービスを提供している。

たとえば、ECサイト大手であるアマゾン・ドットコムは、Amazonアカウントと連動した決済サービスであるAmazon Payを提供している。Amazon Payでは、Amazonアカウントに登録されているクレジットカード情報を使用して、Amazon Payに対応しているほかのサイトで商品やサービスの支払いができる。また、大手コーヒーチェーンであるスターバックスは、スターバックスのプリペイドカードと連動した携帯アプリであるStarbucks Payを提供している。米国の調査会社であるeMarketer社によると、17年のStarbucks Payの決済額は20.7百万ドルであり、Apple Payの19.9百万ドル、Google Payの9.3百万ドルの年間決済額を超え、米国で最も使われた電子決済である（表2）。

しかし、先進国においてPayPal型決済の成長率は鈍化しており、現在は新興国への展開を通して、市場拡大を狙っている。

2 PayPal型決済の

海外展開に立ちほだかる

2つの課題

こうした中、クレジットカードとクレジットカード決済端末の存在が、PayPal型決済の海外展開に立ちほだかっている大きな障壁となっている。

1つ目の課題は、欧米発PayPal型決済は基本的にクレジットカードが必要であるため、現在の利用者は先進国や新興国の高所得

者からなる限定された層であることが多い。今後の市場拡大を狙うためには、新興国の中・低所得者への普及を推し進める必要があるが、中・低所得者はクレジットカードどころか、そもそも銀行口座さえ保有していない場合もある。そのため、PayPal型決済の普及は容易ではない。

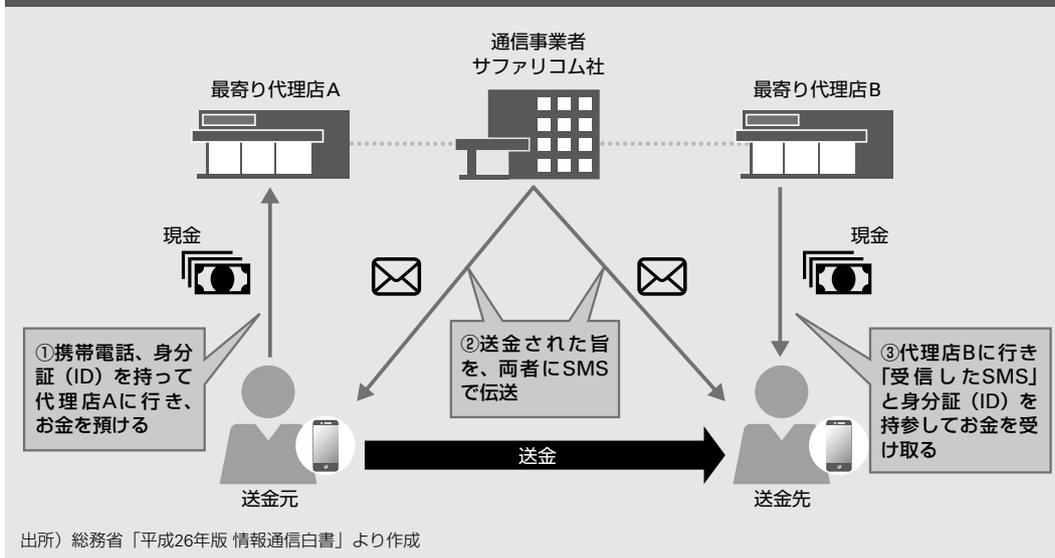
2つ目の課題は、PayPal型決済ではクレジットカード本体とその決済端末が必要となることである。クレジットカード保有者は、複数のカードを所有している場合が多く、カードの所有は手間である。また、カード決済端末は購入費用と置き場が必要になるため、店舗にとって負担になり、導入障壁を高めている。

以上により、新興国の利用者の特性を踏まえると、PayPal型決済よりもAlipay型決済の方が親和性は高く、市場に受け入れられる可能性を有している。

IV アフリカ発M-Pesa型 決済プラットフォーム

アフリカなどの新興国では、クレジットカードの普及とスマートフォンの普及が遅れ、一方スマートフォンではなく、音声通話とショートメッセージに特化したいわゆるフィーチャーフォンの普及が進んでいる。こうした背景から、クレジットカードを必要とするPayPal型決済も、スマートフォンを必要とするAlipay型決済も普及が進んでいない。一方でアフリカでは、クレジットカードも銀行口座も必要なく、フィーチャーフォンがあれば基本的には利用が可能なM-Pesa型決済が決済プラットフォームになっている。

図5 M-Pesaの仕組み



1 携帯回線による送金を実現している M-Pesa型決済の仕組み

M-Pesaは通信事業者であるサファリコムが提供しているモバイルマネーサービスであり、携帯電話のショートメッセージ送信による決済・送金ができ、どこのキオスクでもお金の受け渡しが可能である。アフリカでは、スマートフォンはまだ多くの人にとって高価であるため、通話とテキストメッセージのやり取りが中心のフィーチャーフォンが主に利用されている。そのため、インターネット不要で携帯回線で送金が可能でM-Pesaは高い支持を得ている。たとえば、ケニアの中央銀行によれば、M-Pesaなどの携帯による電子決済を用いた決済額は、2016年7月から17年6月の間に約3.6兆ケニア・シリング（約3.9兆円）と、ケニアのGDPの半分近い規模に達している。近年ではケニアの国境を越えて南アフリカ、アフガニスタン、インドにまでその利用が広がっている。

M-Pesaの特徴の一つは、携帯電話を保有していれば誰でも代理店になれるということである。現在、キオスクのオーナーが片手間でやっているケースが多く、ケニア国内における代理店の数は10万軒以上といわれており、ATMが普及していないケニアでは、送金インフラを構成している。

また、M-Pesaは資金の管轄においても、Alipayと大きく異なる。Alipay内の口座に預けた資金はすべてアリババの管轄内であるのに対して、M-Pesa内の資金はサファリコムの管轄外であり、政府の規制の下にあって、商業銀行に預けられ、信託されている（図5）。

2 続々登場するM-Pesa型決済に基づく新規サービス

M-Pesaは、もともとはサービスとして信用付与機能が備わっておらず、利用者の所有金額内での取引が基本である。しかし、決済ビジネスは利用者の与信情報を収集しやすいため、近年、M-Pesaの支払いデータを用い

て与信スコアを設定し、融資を行うサービスが登場している。たとえば、ケニアの商業銀行が提供しているM-shwariはM-Pesaの使用履歴に基づいて与信スコアを決定し、短期の小口融資を行っている。融資審査では、返済能力の判断材料になり得るサファリコムが保管している過去6カ月分のM-Pesaの取引履歴と、利用者の居住形態や犯罪履歴などの情報を確認できる、ケニア政府が管理している国民記録から信用評価を行う。

この一連のプロセスはすべて電子化されているため、融資申請から実行までの所要時間はわずか5秒程度である。本サービスにより、これまでサファリコムとケニア政府によってバラバラで管理されていた個人の情報が統一され、与信情報として機能を果たすようになる。

2018年、ケニア政府はM-Pesaまたはほかの電子マネーのみで購入可能な国債「M-Akiba」を発行した（Akibaとはスワヒリ語で「貯金」を意味する）。発行額は約50億円で、主にインフラプロジェクトへの利用が想定されている。国債購入にあたっては、M-Pesaを利用するため銀行口座を持っている必要はなく、また最低購入価格は約3000円であることから、従来国債購入ができなかった人々にアクセスを与えると同時に、財政難の緩和やインフラ整備への寄与といった新興国ならではの課題解決にも貢献している。

また、新興国では、医療機関が少ない上に健康保険制度が整備されておらず、かつ貧困層が多いことから、国民の医療サービスへのアクセス向上が一大課題となっている。同じくケニアにおいて、Hello DoctorはM-Pesaでの医療費の貯金や融資を実現すると同時に、

遠隔医療サービスを提供することで、この課題の解決に寄与している。

以上のように、現在M-Pesaはアフリカを中心とする新興国において、他サービスの決済プラットフォームとなっている。現在、アフリカ地域にAlipay型決済も展開しているが、その普及率はまだまだM-Pesa型決済に及ばない。しかし、高い成長ポテンシャルを有しているアフリカ地域の人々の与信情報は、アリババにとって非常に魅力的であるため、今後決済領域における進出をますます加速していくと想定できる。

V 日本企業への示唆

日本でもSuicaやLine Pay、楽天ペイといった決済サービスが出現しているが、世界的なプラットフォームになるまで成長しているサービスは存在していない。今後、日本企業が決済領域において、中国と欧米のプラットフォームの争いに食い込むことは容易ではないため、日本企業は決済プラットフォームを目指すのではなく、プラットフォームの支援者または利用者にならざるを得ない。

中国発Alipay型決済は、中国国内と中国人にとって人気の渡航先においては非常に浸透しているが、現在は成長が鈍化している。欧米発PayPal決済も同じ課題を抱えており、先進国では高いシェアを保有しているが、新しいユーザーの獲得に苦勞している。そのため、両者は提携や買収を通して新興国への市場拡大を進めている。しかし、新興国において、経営権の譲渡が前提である提携に抵抗を感じる企業も存在し、地場企業の考えに寄り添える外資企業が求められている場合もあ

る。

日本には新興国の地場企業を尊重した提携をすることに長けている企業が多く、地場企業にとっての最適な支援を念頭に適切な資金や人材・ノウハウなどを提供できる場合が多い。この点から、日本企業も新興国のプラットフォーム構築に初期段階から参入し、日本企業からの付加価値をプラットフォーム自体にもたらし、あるいは付加価値を発揮できる仕組みとして主導することが重要と考えられる。

また、日本企業が取り得るもう一つの選択肢は、Alipay型決済プラットフォームに早めに参入し、Alipay型決済を利用したサービスや事業を提供することである。今後は、携帯電話の普及率が高い新興国において、Alipay型決済が決済プラットフォームとして浸透する可能性が高い。早めにAlipay型決済を導入した方が、日本企業が海外で事業展開を行う際のローカライズの手間を省くことができる。ただし、Alipay型決済に参入する際は主導権を得るために、日本企業の得意領域でまずは導入を検討するべきである。

たとえば、現在日本政府が進めている高速鉄道などのインフラ輸出において、Alipay型決済を導入すれば、支払いシステムの費用を抑えることが可能となる。また、加速するカーシェアリングの動向を踏まえ、日本企業が販売する車両に事前にAlipay型決済を導入すれば、シェアリング時における決済を容易にすることも考えられる。さらに、社会の成熟度や文化的な背景からAlipayが得意とする顔認証が市場で受け入れられにくい場合、代わりに顔認証を必要としない、指紋や静脈を基にした日本企業が得意とする生体認証システムを代わりに導入することができると考えられる。

著者

楊 皓 (Yang Hao)

グローバル製造業コンサルティング部コンサルタント
専門は、中国市場向け事業戦略立案および参入支援

小池純司 (こいけじゅんじ)

グローバルインフラコンサルティング部プリンシパル
専門は新興国市場向け事業戦略、参入支援など