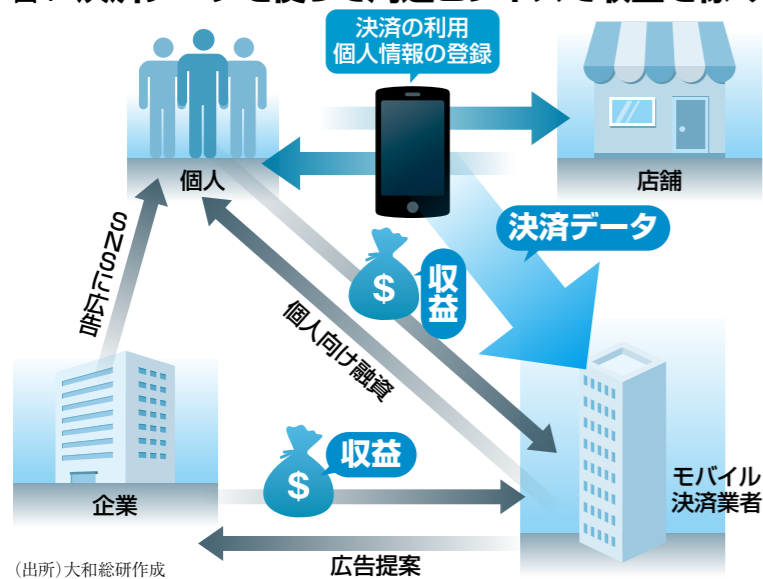


# 中国の闇

図4 決済データを使って周辺ビジネスで収益を稼ぐ



しかし、両社に代表されるようなモバイル決済ビジネスは、17年以降提供し、企業から広告料を得ることで収益化している。

アリババとテンセントにとって、モバイル決済サービスは利用者特性やニーズを分析するための重要なデータ収集手段だ。両社は分析結果を基に、利用者特性やニーズに合った他のサービスを通じて収益化を図り、その収益を基に決済サービス自体は安価に提供するという好循環を生み出すビジネスモデルを構築した。

テンセントは、SNS以外にもゲームや音楽サービスを提供し、利用者数を増加させることで、顧客企業に巨大なプラットフォームを提供してきた。だが、中国政府が18年に入り、その一翼を担っていたゲーム部門への監督体制を強化し始めた。教育上好ましくないゲームなどを取り締まることが狙いで、新規ゲームの審査・認可が一時停止状態となったことなどが、テンセントの業績に悪影響を及ぼした。

テンセントにとって新たなサービスを提供し、新規顧客を引きつけ続けられなければ、プラットフォームとしての魅力も低下する。ゲーム部門の規制強化は、今後ともテンセントの収益に大きな影響を与えるものと考えられる。

一方、アリババ

中国当局による監督・規制強化に伴う環境の変化に直面している。

**新規ゲームを認可せず**

テンセントは、SNS以外にもゲームや音楽サービスを提供し、利用者数を増加させることで、顧客企業に巨大なプラットフォームを提供してきた。だが、中国政府が18年に入り、その一翼を担っていたゲーム部門への監督体制を強化し始めた。教育上好ましくないゲームなどを取り締まることが狙いで、新規ゲームの審査・認可が一時停止状態となったことなどが、テンセントの業績に悪影響を及ぼした。

テンセントにとって新たなサービスを提供し、新規顧客を引きつけられなければ、プラットフォームとしての魅力も低下する。ゲーム部門の規制強化は、今後ともテンセントの収益に大きな影響を与えるものと考えられる。

一方、アリババ

中国当局の規制・監督強化により、アリババとテンセントが8月に発表した2018年4～6月期決算は減益となった。

テンセントは、純利益が前年同期比2%減の178億6700万元（約2900億円）で、四半期ベースで13年ぶりの減益となった。ゲーム事業の売上高は、18年1～3月期に比べて1割程度減少した。当局の規制強化により、新規に配信するゲームが減っていることが影響しているとみられる。

一方、アリババの純利益は前年同期比41%減の86億元（約1400億円）。アントフィナンシャルを持ち分法適用会社にしたことから、同社の株式を持つ従業員へ会計上の支払い義務が発生したことによる特別損失を計上したことが直接の原因だが、アリババに帰属するアントフィナンシャルの収益は前年同期比53%減の9億1000万元（約145億円）となっており、「金融規制強化でアントフィナンシャルの収益が減少していることが推測できる」との見方も出ている。（編集部）

# 疑問

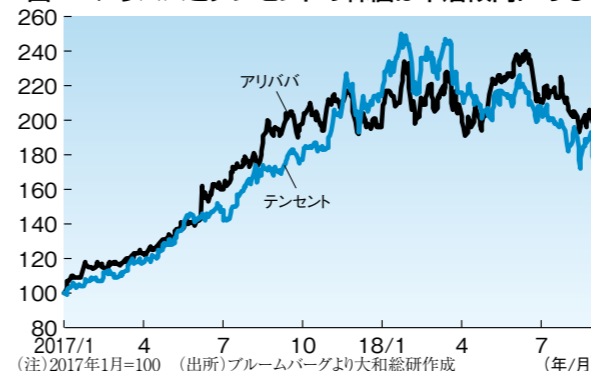
# 5 モバイル決済に異変?

## 規制強化で収益性が低下

アリババとテンセントという2大巨頭がけん引してきた中国のモバイル決済ビジネスが、変調を来している。

やさく だいすけ  
矢作 大祐 (大和総研研究員)

図1 アリババとテンセントの株価は下落傾向にある



スマートフォンアプリを通じて決済を行う中国のモバイル決済ビジネスに変調の兆しが見えつつある。モバイル決済ビジネスの両巨頭であるアリババとテンセントの業績が2018年4～6月期に減益となり、株価も下落基調に転じたことがその一つの表れである(図1)。

岐路に立たされた2大巨頭だが、中国のモバイル決済市場そのものは急速に発展してきた。それに2社が大きく寄与したのも事実である。

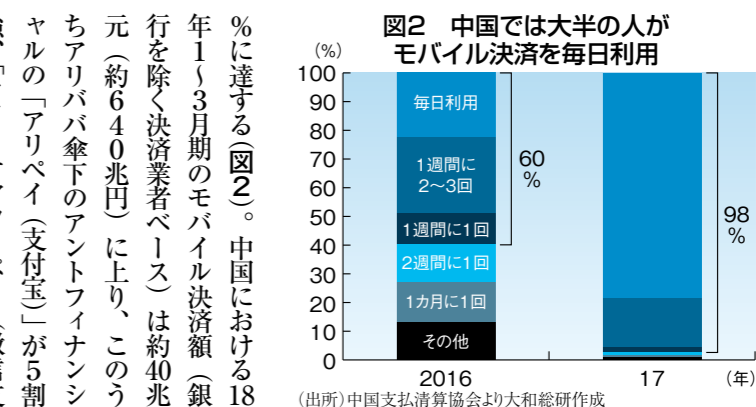
**決済データで広告提案**

中国支払清算協会のアンケート調査によれば、17年に1週間に1度以上モバイル決済を利用する人は、98%

中国における18年1～3月期のモバイル決済額(銀行を除く決済業者ベース)は約40兆元(約640兆円)に上り、このうちアリババ傘下のアントフィナンシャルの「アリペイ(支付宝)」が5割強、「ウィーチャットペイ(微信支付)」などテンセント提供のサービスが4割弱を占めている(図3)。

両社のモバイル決済サービスの競争力が高い直接的な理由は、利用者や店舗が支払う決済手数料がほとんどかからないことにある。モバイル決済サービスを提供する際のコストは、決済のために利用者がアプリにチャージした資金を運用することで賄うことがベースとなる。

両社はモバイル決済とその他のサービスを組み合わせることで収益化を実現してきた。アントフィナンシャルはアリペイに登録された利用者



スマートフォンは構造的に見直すべき時期に来ている。

中国ではモバイル決済の普及を後追いする形で関連する規制・監督が強化されてきた。アントフィナンシャルやテンセントは規制が未整備の中で、モバイル決済サービスの提供を始めたが、規制が徐々に強化される過程においても規制の隙間を縫いながら収益を上げてきたと言える。

ただし、規制・監督の強化が進む中で、その隙間は確実に狭まっていく。モバイル決済ビジネスをけん引してきた両社が、今後いかに規制・監督の強化に対応しながら、ビジネスモデルを再構築していくか、難しいかじ取りが迫られる。

