

## 新型コロナ禍期間における中国での非対面型取引生活様式 — 遠隔教育、在宅勤務、証券投資向けアプリの利用増 —

関根 栄一

### ■ 要 約 ■

1. 中国では、新型コロナウイルスの感染が拡大した2020年1月下旬以降、人の移動・行動の制限等を伴う公衆衛生上の措置が採られ、感染流行抑制に寄与する一方、同年3~4月までの経済指標は大きく悪化した。第2波への備えも考えると、新型コロナ禍期間（2020年1~3月、または同年1~4月）における人々の行動は、アフターコロナの生活様式の先行指標となっていく可能性がある。
2. 新型コロナ禍期間の消費動向を見ると、消費全体の伸び率はマイナス成長であったものの、ネット実物販売はプラス成長を維持した。また、インターネット上のアプリの利用者数を見ると、遠隔教育・在宅勤務用アプリの伸びが突出している。非対面型・非接触型取引による民間資本主導のビジネスモデルを支援する地方政府の動きもある。
3. 新型コロナ禍期間、モバイル決済金額は、大勢の人々が在宅し、外出して消費をする機会が少なかったため、実店舗での取引は減少したものの、これを金融取引の増加が補い、プラス成長を維持した。また、同期間の金融取引では、オンラインツールを使った株式投資も貢献したものと見られる。証券会社や第三者取引プラットフォームの証券売買アプリの月間アクティブユーザー数も、2019年12月から2020年2月にかけて増加しており、ライブ配信を使った投資家教育も試みられている。
4. 過去の中国経済を見ると、2003年のSARSショックの際には、アリババの電子商取引市場が定着・拡大する契機となり、その後のモバイル決済市場やオンライン型資産運用市場の育成につながった。新型コロナ禍期間に「巣ごもり生活」を経験した人々や企業にとって、非対面型取引生活様式を支えるアプリの役割の重要性は、今後も続いていくこととなろう。

### 野村資本市場研究所 関連論文等

- ・ 関根栄一、宋良也「中国プラットフォームと海外資産運用会社の異業種間提携と展望—ウィズコロナの下でのオンライン型投資顧問業務の試み—」『野村資本市場クォーターリー』2020年夏号。
- ・ 宋良也「モバイルアプリを使った株式取引の普及と中国証券業界の変化」『野村資本市場クォーターリー』2019年春号。
- ・ 関根栄一「中国人民銀行が進める『デジタル人民元』発行計画の概要と展望」『野村資本市場クォーターリー』2020年夏号。

## I 新型コロナ禍期間における人の移動・行動の制限

2019年12月下旬に湖北省武漢市で集団感染が発生したと見られる新型コロナウイルスは、2020年1月下旬の春節を前に、湖北省のみならず、中国全土で拡大し始めた。中国政府は、同年1月20日から本格的な対策を始動させ、1月23日には武漢市の公共交通機関の運行を停止し、都市封鎖（ロックダウン）に踏み切った。翌日1月24日からの春節休暇期間も、感染拡大防止のため延長され、この期間、イベントの中止、団体旅行の禁止、集団外食の禁止、娯楽施設の営業停止、といった措置が採られた。また、春節休暇明け後も、建屋（マンション・アパート、オフィスビル）毎の人の出入りの厳格化（検温、通行証明書発行、部外者の立ち入り禁止）、地方間移動後の14日間隔離、職場での出勤率の上限設定や時差出勤・テレワークの採用、学校の一斉休校や遠隔授業の採用といった措置が採られた。

武漢市の都市封鎖は同年4月8日に解除され、5月初めの労働節を機に経済活動の正常化が始まったものの、これらの人の移動・行動の制限等を伴う公衆衛生上の措置は、「三密（密閉、密集、密接）」を避け、ソーシャルディスタンス（社会的距離）を確保することで、新型コロナウイルスの感染流行抑制に寄与する一方、2020年第1四半期（1～3月）のGDP成長率は前年同期比で6.8%減となった。四半期ごとのデータが公表されている1992年以降、初めて伸び率がマイナスになったことも、新型コロナ禍の経済活動への影響度合いを物語っている<sup>1</sup>。

その後、同年6月11日には、北京市で、4月16日以来、約2ヵ月ぶりに特定の卸売市場での新規感染者が確認され、集団感染も発生した。北京市では、中国政府が設定している警戒レベルがいったん4月末まで逆戻りしたものの、PCR検査の拡大と感染者の徹底した追跡等により、7月上旬までには、再度、抑え込むことができた。第2波への備えは、中国のみならず、世界各国の共通の課題ではあるが、ソーシャルディスタンスが感染拡大防止のカギである以上、いったん新型コロナウイルスの感染が抑制されたとしても、人々の生活様式が感染拡大前のように戻ることは難しいであろう。中国における新型コロナ禍期間（2020年1～3月、または同年1～4月）における人々の行動は、ウィズコロナのみならず、アフターコロナの人々の生活様式の先行指標となっていく可能性がある。

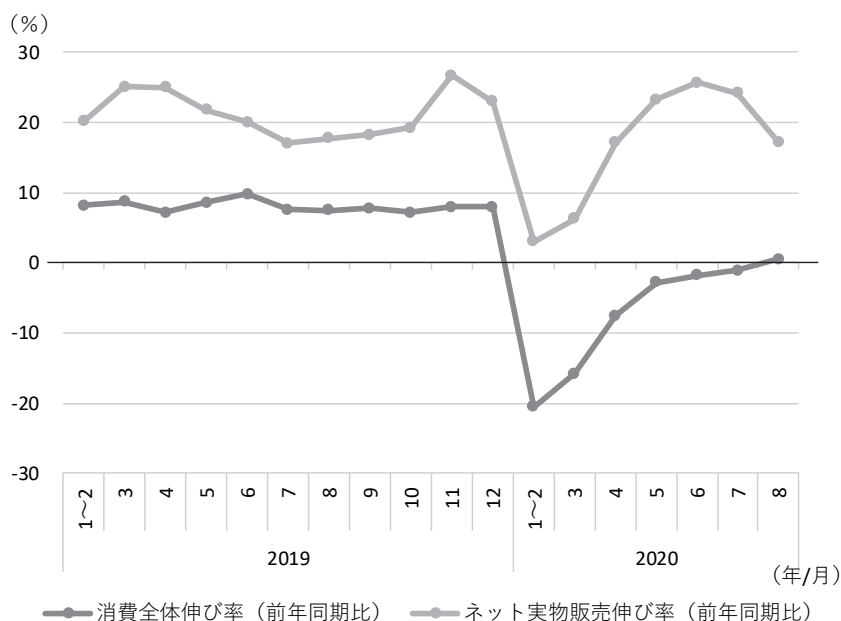
## II アプリの利用状況から見る非対面型取引の実態と変化

### 1. ネット販売はプラス成長を維持

新型コロナ禍期間は、工場勤務やオフィス勤務であれ、自営業者であれ、外出の制限・自粛により、自宅で（人によっては家族とともに）過ごす時間が著しく増加したのと思

<sup>1</sup> 2020年7月16日に公表された統計では、同年第2四半期（4～6月）のGDP成長率は前年同期比で3.2%増と大幅にプラスに転じた一方、上半期（1～6月）は1.6%減となった。

図表 1 消費全体とネット実物販売の伸び率



(出所) 国家統計局より野村資本市場研究所作成

われる。同時に、この期間、日常生活に必要な買い物等は、インターネットを介した非対面型・非接触型取引によって行う頻度・金額・割合が高まったものと思われる。

新型コロナ禍期間の消費行動を国家統計局が発表している統計から確認すると、感染拡大が最も深刻であった2020年1~2月の消費全体の伸び率は、前年同期比20.5%減であったのに対し、(食品・服飾を含む)ネット実物販売は同3.05%増と、プラス成長を維持した(図表1)。直近の消費全体の伸び率を見ると、2020年8月は前年同期比0.5%増とプラス成長に転じている一方、ネット実物販売は同17.2%増に鈍化している。また、消費全体に占めるネット実物販売の比率は、2020年1~2月で21.5%を占め、同年8月では22.7%となっている。

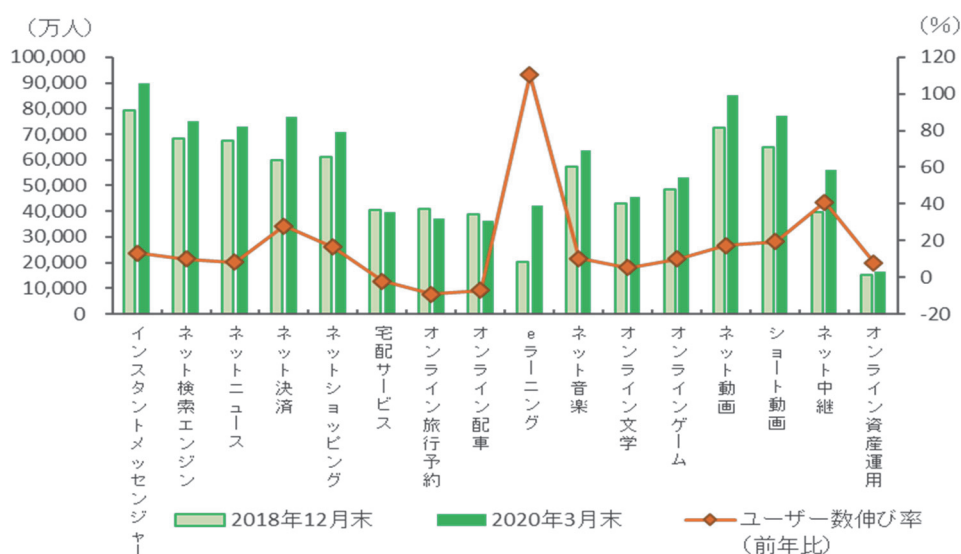
## 2. 遠隔教育・在宅勤務用アプリの伸びが突出

### 1) 「eラーニング」アプリユーザー数の伸び率上昇

ネット販売には、前述の実物消費のほかに、サービス消費が含まれる。2020年1~8月のネット販売は7兆326億円で、そのうちネット実物販売は5兆8,651億円となっており、残りの1兆1,675億円がサービス消費に相当する。ネット販売金額の内訳を詳細にたどることはできないが、各アプリのユーザー数を、国家インターネット情報弁公室が定期的に公表しているデータから取り上げ、比較してみる。

まず、中国のインターネット全体のユーザー数は、2020年3月末時点で9億359万人となっており、国民のインターネット普及率は64.5%となっている。次に、同時点

図表2 インターネット（全体）上のアプリの使用状況



(注) 2020年3月末は、3月15日時点での調査に基づくデータ。

(出所) 「第45回中国インターネット発展状況統計報告」より野村資本市場研究所作成

の中国のインターネットユーザーを年齢構成別に見ると、第1位が「20～29歳」の21.5%、第2位が「30～39歳」の20.8%、第3位が「10～19歳」の19.3%となっており、39歳以下のユーザーが全体の65.5%を占めている。

新型コロナ禍期間に相当する2020年3月末時点で、最もユーザー数が多いアプリがインスタントメッセージ（チャット、米国のフェイスブックや日本のラインに相当）の8億9,613万人となっている（図表2）。また、2018年12月末時点と2020年3月末時点と比較した使用アプリのユーザー数の伸び率では、多い順に、①「eラーニング」が110.2%増、②「ネット中継」が41.1%増、③「ネット決済」が27.9%増、となっている。「eラーニング」については、学校の一斉休校に伴うオンライン教育の需要が、伸び率を大きく高めた背景にあるものと考えられる。逆に伸び率が減少しているのは、多い順に、①「オンライン旅行予約」の9.0%減、②「オンライン配車」の7.0%減、③「宅配サービス」の2.0%減、となっている。旅行や配車の各アプリのユーザー数の伸び率の減少は十分に想定されるものであるが、宅配サービスの伸び率減少の要因については、新型コロナ禍期間中は、外出の制限・自粛により配送員を思うように集められなかったり、ユーザーが自宅に長くいることで、ネットを通じて食材を購入して自炊を志向していたということも考えられる<sup>2</sup>。

## 2) アリババによる企業向けアプリの利用増加

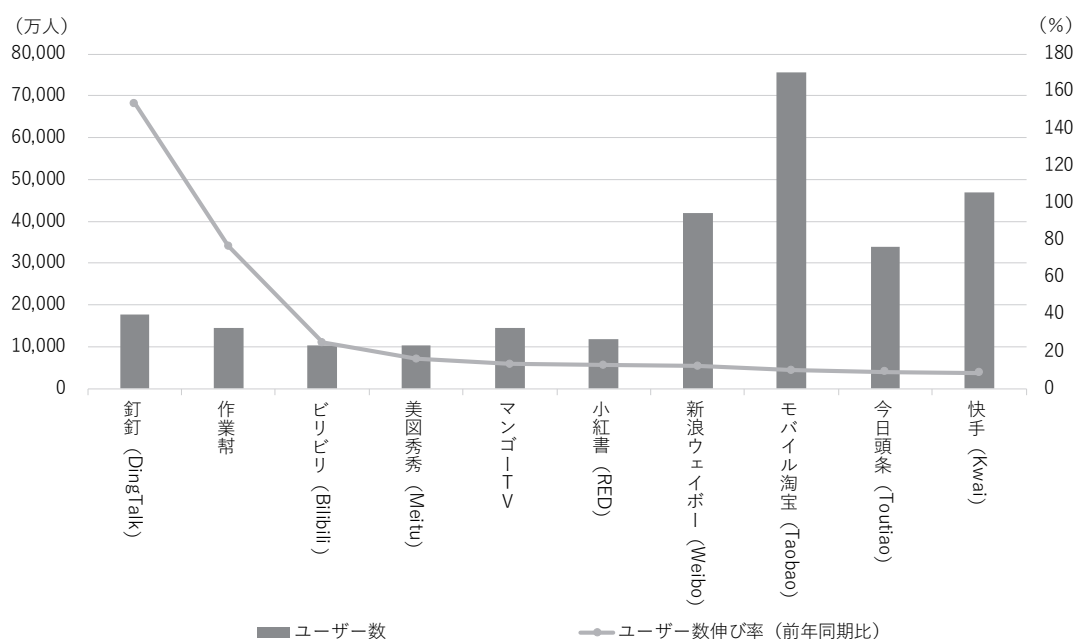
民間の調査会社（易観）による統計を基に、ユーザー数1億人以上のモバイルアプリについて、2020年第1四半期（1～3月）の動向を見ると、ユーザー数で多い順に、

<sup>2</sup> 「コロナで中国「内食」商機、香港日清・安藤董事長に聞く」、2020年7月9日付日経産業新聞参照。

①モバイル淘宝（Taobao、電子商取引アプリ）が7億5,624万人、②快手（Kwai、ショート動画アプリ）が4億7,016万人、③新浪ウェイボー（Weibo、中国版Twitter）が4億1,962万人、となっている（図表3）。同期間の伸び率を見ると、大きい順に、①釘釘（DingTalk、ディントーク、オンライン会議アプリ）が153.5%増、②作業幫（人工知能（AI）を使って解説付きの模範解答を返信する学生の宿題支援アプリ）<sup>3</sup>が76.8%増、③ビリビリ（Bilibili、映画・ドラマ・動画配信アプリ）<sup>4</sup>が24.9%増、となっている。

この中で、中国最大手IT企業の一つであるアリババが提供しているディントークが、新型コロナ禍期間中にユーザー数を伸ばしたことで知られている<sup>5</sup>。中国のIT企業が提供するグループウェア（組織内情報共有システム）やビデオ会議システムには、上記のディントークのほか、テンセントの「企業微信（Wechat Work）、Tik Tokの運営会社であるバイトダンスの「飛書（FEISHU、フェイシュ）」、華為技術（ファーウェイ）の「WeLink（ウィーリンク）」などがあり、社内連絡・チャット、音声通話、出勤管理、スケジュール管理、タスク管理等の機能を企業や学校向けに提供し、

図表3 ユーザー数1億人以上のモバイルアプリ動向



(注) 2020年第1四半期（1～3月）のユーザー数と伸び率（前年同期比）。  
 (出所) 易観より野村資本市場研究所作成

<sup>3</sup> 「中国の作業幫、800億円調達、教育ユニコーン、宿題支援アプリ強化」、2020年6月30日付日本経済新聞参照。

<sup>4</sup> 「ビリビリ動画「投げ銭」で再浮上、中国配信大手、部門売上高2.7倍、脱・ゲーム依存へ事業転」、2020年7月3日付日本経済新聞参照。ビリビリには、2020年4月9日、ソニーの米国子会社が4億ドルを出資すると発表している（出資比率は4.98%）。

<sup>5</sup> 「コロナでIT勢力図に異変」、2020年4月9日付日経産業新聞の解説に基づく。アリババは、2020年4月9日、日本、香港・マカオ、シンガポール、マレーシア向けに、最大1,000人向けのライブ配信や最大302人向けのビデオ会議等が可能な「DingTalk」のライト版アプリを発表している。

無料利用プランなども設定している。新型コロナ禍期間中、ディントークの場合は、テレワークや在宅オンライン教育の機能を充実させたり、検温・健康管理機能を追加したり、ビデオ会議システムでは参加者向けの拡張現実（AR）を使った美顔機能を追加したり、ユーザーのニーズを積極的に取り込んだ。易観は、アプリの種類別のモバイルユーザー数の動向を分析しているが、2020年第1四半期（1～3月）の前年同期比の伸び率を見ると、「企業向けサービス」が最も大きく112.9%増となっており、新型コロナ禍期間中のテレワークが後押ししていることが分かる。在宅関連サービスの拡大に対応するため、テンセントには、2020年の中途採用人数を2019年比で25%以上増やすとの計画もある模様である<sup>6</sup>。

2020年第1四半期において、逆に最も伸び率が減少しているのが「交通」で、24.3%減となっている。前述の国家インターネット情報弁公室の統計分析でも、「オンライン配車」のユーザー数の伸び率減少が確認されている中で、中国配車アプリ最大の滴滴出行（ディディ）は、2020年6月、ライドシェア（相乗り）やタクシー配車と同じアプリを使って、2020年6月23日から、四川省成都市と浙江省杭州市で、都市内の小口荷物の配送事業に参入した<sup>7</sup>。ほかに、ディディは、同年4月に、傘下のシェア自転車ブランド（青桔単車）の運営会社が私募ファンドなどから10億ドル調達したことを明らかにした<sup>8</sup>。シェア自転車は、2018年に業界最大手のモバイク（Mobike、宅配サービス会社の美团点评が買収）やオフオ（ofo）が経営破綻しているが、ディディも、当時、経営破綻した「小藍単車（Bluegogo）」を買収している。新型コロナウイルスの感染防止の観点から、公共交通機関の利用を忌避する人々によって、シェア自転車の存在が再評価されている模様である。

### 3. 地方政府による政策的支援・誘導の動き

非対面型・非接触型取引のアプリの提供は民間資本主導によって行われており、イノベーション型の成長が発生している分野でもある。このため、地方政府によっては、新型コロナ禍を機に、非対面型・非接触型取引によるビジネスモデルを後押しする動きが出てきている。

#### 1) 新型コロナウイルス感染症が最初に拡大した湖北省のケース

省都の武漢市で新型コロナウイルスの感染が中国国内で最初に拡大した湖北省政府の場合、2020年3月12日、「湖北省における経済・社会の発展加速の促進に関する政策措置」を公表した<sup>9</sup>。同措置は、湖北省企業・金融機関への財政・金融支援、税・社会保険料・公共料金・家賃等の減免、就業支援等の支援策から構成されている

<sup>6</sup> 「テンセント、中途採用増」、2020年3月17日付日本経済新聞参照。

<sup>7</sup> <https://new.qq.com/omn/20200616/20200616A0LBKH00.html>

<sup>8</sup> <http://news.stcn.com/2020/0418/15868889.shtml>

<sup>9</sup> [https://www.hubei.gov.cn/zfwj/ezf/202003/t20200312\\_2180269.shtml](https://www.hubei.gov.cn/zfwj/ezf/202003/t20200312_2180269.shtml)

が、その中には、湖北省経済のデジタル化を促進する政策も含まれている<sup>10</sup>。

一つ目は、ネットワーク・通信企業のニューエコノミーへの参入・新業態への転換に向けた支援である。特に、ビッグデータ、モノのインターネット（IoT）、5G、AI等の新技術を、企業が感染症対策、無人配送、リモートオフィス等の分野で展開するのを支援するとしている。実際に、新型コロナ禍期間においては、武漢市で、中国電子商取引大手の京東が、無人配送ロボットを使い、病院に物資を運ぶ実験を行っている。

二つ目は、オンライン消費の推進である。特に、生鮮食料品のオンライン販売、オンライン診療、オンライン教育、ネット映像・動画配信、デジタルレジャー、無接触配送等の「巣ごもり経済（中国語で“宅経済”）」「クラウドライフ（中国語で“雲生活”）」といった新たな消費モデルを発展させていくとしている。実際、湖北省政府は、通信会社及びクラウド運営会社と提携して、3～6ヵ月間、企業向けにクラウドサービスや通信スピードアップを無料で提供するとしている。

## 2) 国際的な金融・物流センターである上海市のケース

2020年4月8日、上海市政府は、「上海市におけるオンライン型ニューエコノミー振興プラン（2020～2022年）」を公表した<sup>11</sup>。

第一に、同プランの重点分野は、①無人工場、②工業とインターネットの融合、③リモートオフィス、④オンライン金融、⑤オンライン文化・娯楽、⑥オンライン展覧・展示、⑦生鮮食料品のオンライン販売、⑧無接触配送、⑨新型移動・交通、⑩オンライン教育、⑪オンライン研究開発・設計、⑫オンライン診療、から構成される。

第二に、これらの分野で、100以上のイノベーション企業、応用シーン、ブランド、コア技術をそれぞれ創出・確立し、2022年までに、国際的な影響力を有し、オンライン型ニューエコノミーで中国国内をリードする存在になることを目標としている。

## 3) 首都である北京市のケース

2020年5月7日、北京市政府は、「民間経済の活力の更なる向上と民間経済の質の高い発展の促進に向けた実施意見」を公表した<sup>12</sup>。

同意見は、民間企業の改革・発展に向けた環境整備に関する中央政府の方針を受け出されたもので、特に、新型コロナウイルスの感染流行で影響を受けた民間企業の負担軽減を念頭に置いて作られている。同意見には、民間企業の市場参入・退出制度の整備や民間企業による投資分野の開放が盛り込まれており、新型コロナウイルス感染症対策とも関係のある分野として、医療、教育、養老が列挙されている。北京市政府としては、民間企業の銀行や資本市場を通じた資金調達も支援していく方針である。

<sup>10</sup> [http://www.cac.gov.cn/2020-03/23/c\\_1586509343028778.htm](http://www.cac.gov.cn/2020-03/23/c_1586509343028778.htm)

<sup>11</sup> <http://www.shanghai.gov.cn/nw2/nw2314/nw2319/nw2404/nw48965/nw48979/u26aw64862.html>

<sup>12</sup> [http://www.beijing.gov.cn/zhengce/zhengcefagui/202005/t20200507\\_1891088.html](http://www.beijing.gov.cn/zhengce/zhengcefagui/202005/t20200507_1891088.html)

### Ⅲ 新型コロナ禍期間の証券投資ブーム

#### 1. モバイル決済の動向

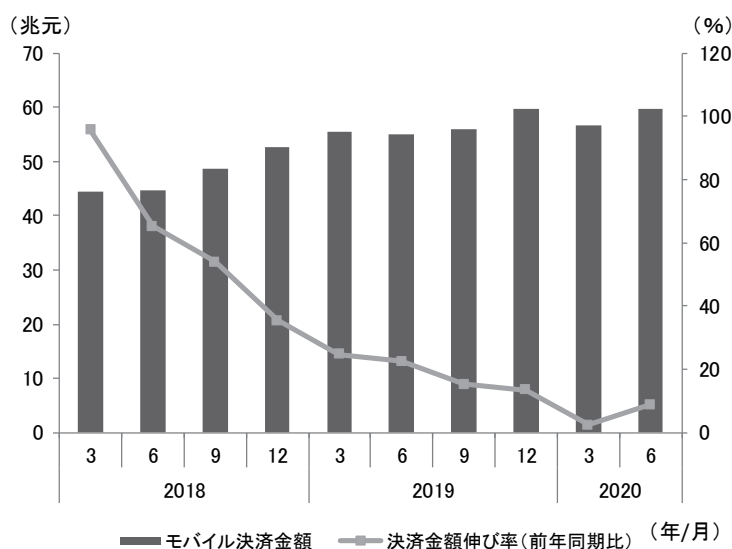
##### 1) 新型コロナ禍期間中もプラス成長を維持

新型コロナ禍期間におけるインターネット全体のユーザー数の変化は、前掲図表 2 の通り、2020年3月末時点で27.9%増となっているが、そのうちモバイル決済のユーザー数は、2018年12月末時点の5億8,339万人から、2020年3月末時点では7億6,508万人と、31.1%増となっている。新型コロナ禍期間のモバイル決済金額について、別の民間の調査会社（艾瑞諮詢、アイリサーチ）が、2020年4月下旬に興味深い統計を公表している<sup>13</sup>。

同社によれば、2020年第1四半期（1～3月）のモバイル決済金額は約56.7兆円で、前年同期比2.3%増となった（図表4）。同社は、新型コロナ禍期間は、大勢の人々が在宅し、外出して消費をする機会が少なかったため、実店舗でのQRコードを使った決済金額は減少したものの、それを金融取引の増加が補ったと説明している。

また、同期間の決済金額のうち、アリババが提供する「支付宝（アリペイ）」が55.1%、テンセントが提供するWeChatペイメントを含む「財付通」が38.9%と、2社で全体の94%を占めている。モバイル決済は、非店舗での実物購入や金融取引にも使えるようになっており、新型コロナ禍期間中においては、実店舗での消費に代わる決済インフラとしての役割をこれまで以上に果たしたものと考えられる。

図表4 モバイル決済（四半期毎）の動向



(出所) 艾瑞諮詢より野村資本市場研究所作成

<sup>13</sup> <http://report.iresearch.cn/content/2020/04/321900.shtml>



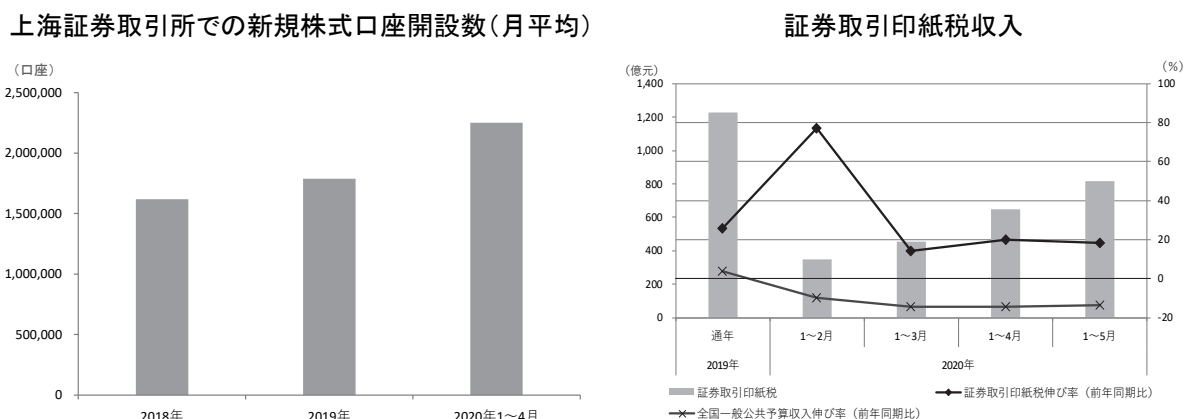
## 2) 「巣ごもり投資」ともいえる現象も

新型コロナ禍期間のモバイル決済を通じた金融取引のうち、オンラインツールを使った株式投資も貢献したものと見られる。

2020年の新型コロナ禍期間の株式売買金額を見ると（中国人民銀行統計）、2019年1～3月の34兆731億元に対し、2020年1～3月の株式売買金額は50兆16億元と、前年同期比で46.7%増となっている。また、上海証券取引所における個人投資家の新規株式口座開設数を見ると、月間平均で、2018年は161万9,364口座、2019年は178万8,102口座であったのに対し、2020年1～4月の場合は225万1,001口座となっている（図表5）。中国での株式投資は、一般的に個人投資家の場合、オンライン取引の比率が高いとされている。新規株式口座開設者の属性に関する情報は確認できないものの、在宅期間中、いわば「巣ごもり投資」ともいえる現象が起きていたことが窺える。基金管理会社が設定するオープン・エンド型公募投資信託の純資産残高の動向を見ても（中国証券投資基金業協会統計）、2020年4月末時点で15兆9,769億元と前年同比で23.7%増となり、前月3月末時点の14兆9,194億元から約1兆円（日本円で15兆円相当）増加している。

株式売買の活発化は別の統計にも表れている。財政部統計によれば、財政収入のうち証券取引印紙税について、2019年は前年比25.8%増であったのに対し、2020年1～2月は77.2%増を記録した。一方で、同期間の財政収入全体の伸び率は、経済活動全体の停滞を反映して9.9%減となっており、新型コロナ禍期間の経済活動において、いかに証券売買が突出していたかを示す結果となっている（前掲図表5）。

図表5 新型コロナ禍期間中の株式投資動向



(出所) 上海証券取引所、財政部より野村資本市場研究所作成

## 2. オンラインツールを使った証券売買

### 1) 証券会社の証券売買アプリの動向

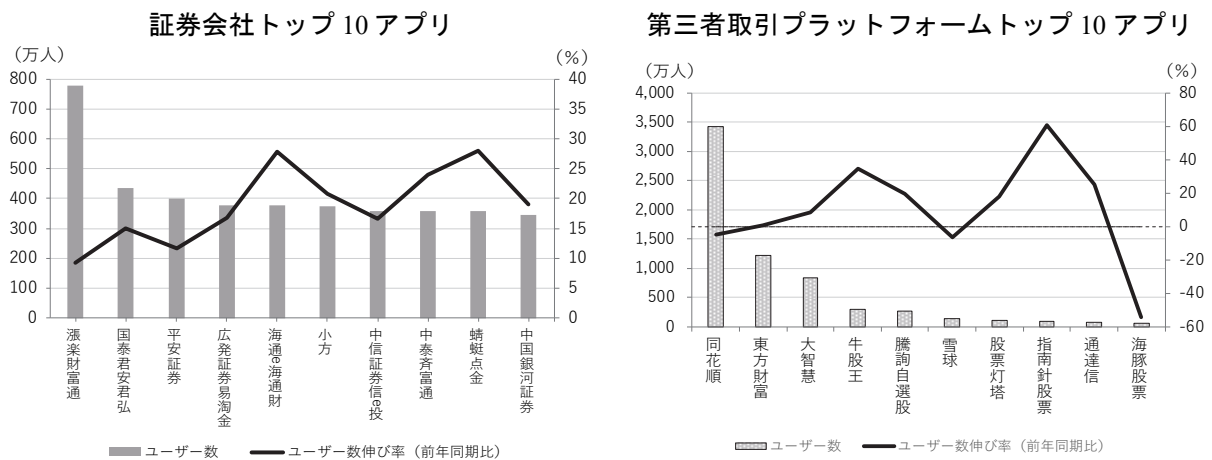
新型コロナ禍期間のオンラインを使った証券売買の投資家動向については、同期間前に把握されていたデータとの比較が参考になる。

前述の易観が 2020 年 7 月 2 日に公表した 2019 年のデータによると<sup>14</sup>、オンラインツールを使った投資家は 1.6 億人で、そのうちモバイル端末を使った月間アクティブユーザーが 1.16 億人となる。また、口座開設ルートは、モバイル端末が全体の 99.1% を占めている。売買件数では、モバイル端末が全体の 38.5%、PC 端末等が同 61.5% を占めている。

次に、2019 年 12 月の月間アクティブユーザー数を見してみる。中国の証券売買モバイルアプリは、証券会社が自社の顧客向けに提供しているサービスと、第三者取引プラットフォームが提供しているサービスに分かれている。前者の証券会社のモバイルアプリでは、アクティブユーザー数 100 万人を超える証券会社が 19 社に上っている。そのうち、トップ 3 アプリを見ると、第 1 位が華泰証券の提供する「漲楽財富通」の 779 万人（前年同期比 9.3% 増）、第 2 位が国泰君安証券の提供する「国泰君安君弘」の 434 万人（同 15.0% 増）、第 3 位が平安証券の提供する「平安証券」の 401 万人（同 11.7% 増）となっている（図表 6）。易観は、華泰証券のトップは変わらず、国泰君安証券と平安証券が第 2 位と第 3 位の間を入れ替わる安定した業界地図にあると分析している。

新型コロナ禍期間のうち、2020 年 2 月の月間アクティブユーザー数を見ると、トップ 3 の順位は変わらず、「漲楽財富通」が 830.8 万人（前月比 15.4% 増）、「国泰君

図表 6 証券売買モバイルアプリの月間平均アクティブユーザー数（2019 年 12 月）



(出所) 易観より野村資本市場研究所作成

<sup>14</sup> <https://www.analysys.cn/article/detail/20019830>

安君弘」が 472.6 万人（同 18.1%増）、「平安証券」が 419.6 万人（同 11.7%増）となっている<sup>15</sup>。同様に 3 月は、「漲楽財富通」が 890.3 万人（前月比 7.2%増）、「国泰君安君弘」が 510.6 万人（同 8.1%増）、「平安証券」が 449.4 万人（同 7.1%増）となっている<sup>16</sup>。生産活動の再開摸索から促進に移行した 3 月に入ってから伸び率（前月比）はやや鈍化したものの、月間アクティブユーザー数では、「漲楽財富通」が 800 万人台、「国泰君安君弘」が 500 万人台にそれぞれ達する結果となっている。特に「漲楽財富通」の場合は、2019 年にリリースした AI を用いたアセットアロケーションの提案機能や、2,000 名強が所属している投資顧問業務担当者とのオンライン上でのチャット機能が、投資家から評価されている模様である。

## 2) 第三者取引プラットフォームの証券売買アプリの動向

これに対し、後者の第三者取引プラットフォームのモバイルアプリの場合、2019 年のアクティブユーザー数のトップ 3 アプリを見ると、第 1 位が浙江核新同花順ネットワーク情報の提供する「同花順」の 3,423.9 万人（前年同期比 4.7%減）が圧倒的で、第 2 位が東方財富情報の提供する「东方财富」の 1,209.6 万人（同 0.8%増）、第 3 位が上海大智慧の提供する「大智慧」の 838.5 万人（同 8.5%増）となっている（前掲図表 6）<sup>17</sup>。易観は、上位 3 社の顔触れは変わらないものの、業界全体のアクティブユーザー数の伸び率自体は鈍化傾向にあると分析している。またユーザーの月間残留率を前述の上位 3 社で見ると、「同花順」が 20.1%、「东方财富」が 21.9%、「大智慧」が 34.5%となっており、全体としては流失率が高くなっているとも分析している。

新型コロナ禍期間のうち、2020 年 2 月の月間アクティブユーザー数を見ると、やはりトップ 3 の順位は変わらず、「同花順」が 3,646.9 万人（前月比 16.8%増）、「东方财富」が 1,311.1 万人（同 15.0%増）、「大智慧」が 893 万人（同 15.7%増）となっている<sup>18</sup>。同様に 3 月は、「同花順」が 3,901.3 万人（前月比 7.0%増）、「东方财富」が 1,472.8 万人（同 12.3%増）、「大智慧」が 1,023.2 万人（同 14.6%増）となっている<sup>19</sup>。

証券売買アプリについては、PC 型かモバイル型か、無料か有料かによってサービス内容が異なるものの、第三者取引プラットフォームを使う投資家は、①手数料の面、②取引情報・金融データ・相場情報の提供の面、③複数の証券会社の口座開設と取引が行える面を重視しているとされる。その一方、大手証券会社の場合、2015 年夏の株式市場の暴落を機に導入された中国証券監督管理委員会による監督強化（外部からの証券会社の売買システムへの接続規制）により、顧客を自社が開発した証券売買アプリに誘導するようになってきている。これは、前掲図表 6 の通り、証券会社の場合、証券売買モバイルアプリのアクティブユーザー数上位 10 社が、全て 300 万人以上と

<sup>15</sup> <https://tech.sina.com.cn/roll/2020-03-16/doc-iimxyqwa1000467.shtml>

<sup>16</sup> <https://tech.sina.com.cn/roll/2020-04-17/doc-iircuyvh8218886.shtml>

<sup>17</sup> 「同花順」を中心とした第三者取引プラットフォームの証券売買アプリの特徴については、宋良也「モバイルアプリを使った株式取引の普及と中国証券業界の変化」『野村資本市場クォーターリー』2019 年春号を参照。

<sup>18</sup> 脚注 15 参照。

<sup>19</sup> 脚注 16 参照。

なっていることにも表れている。コスト・利便性の面で投資家に訴求する証券売買アプリの開発やバージョンアップを巡る競争は、新型コロナ禍期間後も続いていくことになるだろう。

### 3) 新型コロナ禍に対応したライブ配信の活用

新型コロナ禍期間中、経済活動の停滞を経験した家計においては、所得が減少するリスクに直面し、貯蓄や、投資を通じた資産形成の重要性が再認識された可能性がある。2020年4月27日に中国人民銀行（調査統計司）が公表した同年第1四半期の都市部預金者（全国50都市の2万家計）へのアンケート調査によると、消費、貯蓄、投資の意欲に関する質問項目で、「より多く消費する（more consumption）」が回答全体の22.0%（前期比6.0%減）となる一方、「より多く貯蓄する（more savings deposits）」が53.0%（同7.3%増）、「より多く投資する（more investment）」が25.0%（同1.3%減）となった<sup>20</sup>。また、預金者が選好する投資商品の構成は、多い順に、①銀行・証券・保険会社の理財商品（集団投資スキーム）が48.6%、②基金・信託商品が21.6%、③株式が16.3%となった。短期的には貯蓄志向が高まったと言えるが、これを資産形成に結び付けるためのモバイル端末等を使った金融機関の新たな販売手法も始まっている。

具体的には、2020年5月末に、アリペイが、前述の淘宝（Taobao）のライブ配信機能を用いて、金融機関40社以上による資産運用分野（投資理念、市場の展望、投資知識の普及等）のライブ配信を行ったところ、累計で3,400万人が視聴したとされる<sup>21</sup>。ライブ配信1回当たりの視聴者は2万人～数十万人で、外資系では、嘉実基金管理有限公司（ドイツ銀行系）、交銀施羅德基金管理有限公司（シュローダー系）、民生加銀基金管理有限公司（カナダロイヤル銀行系）も参加している。

アリペイは、余額宝MMFのオンライン販売でのブランド力があり、投資家教育を目的としたライブ配信は、潜在的な投資家層を発掘していく可能性がある。6月に中国工商銀行が中高年の投資家向けに理財商品に関する詐欺防止知識の普及を図るライブ配信を実施したところ、60万人が視聴したとのことである<sup>22</sup>。ライブ配信は基金管理有限公司だけでなく、商業銀行にまで広がっており、2020年7月末時点で、アリペイのライブ配信に参加した金融機関は55社、計450本が放映され、累計で7,000万人近くが視聴したとのことである。前述の上海市政府によるオンライン型ニューエコノミー振興プランでも、オンライン金融のうち、資産運用分野で、投資顧問、リサーチ、リスク管理等にAIを用いてスマート化を進める方針を示しており、モバイル決済から入るオンライン型資産運用に預金者の関心が高められるような販売手法の試みも、引き続き注目される。

<sup>20</sup> <http://www.pbc.gov.cn/goutongjiaoliu/113456/113469/4014893/index.html>

<sup>21</sup> [https://stock.stcn.com/djjd/202007/t20200710\\_2121238.html](https://stock.stcn.com/djjd/202007/t20200710_2121238.html)

<sup>22</sup> [https://www.financialnews.com.cn/cf/money/202007/t20200728\\_196802.html](https://www.financialnews.com.cn/cf/money/202007/t20200728_196802.html)

## IV 結びにかえて

今回の新型コロナ禍では、中国を含む世界各国で、経済のデジタル化を加速させ、従来の生活様式を一変させる可能性がある。すなわち、ウィズコロナにおいても、またアフターコロナにおいても、「三密」を回避し、ソーシャルディスタンスを確保するために、人々の生活様式に非対面型・非接触型取引の要素が大きく加えられ、働き方を含め生活のあらゆる場面でオンライン取引の役割がこれまで以上に高まっていくこととなる。

このため、新型コロナ禍期間における中国でのアプリ利用状況から見る非対面型取引の動向は、従来の生活様式の変化の先行指標としても捉えることができよう。決済分野では、新型コロナ感染症対策のため、実店舗は、これまで以上にモバイル決済が進む可能性が高い。また、中国人民銀行が現金（硬貨・紙幣）の代わりに発行を計画しているデジタル人民元の実証実験も、感染症対策の観点から、実施ペースが速まっていくものと思われる。

過去の中国経済を見ると、2003年のSARSショックの際には、人の移動・行動が自粛・制限される中で、アリババの電子商取引市場が定着・拡大する契機となり、その後のモバイル決済市場やオンライン型資産運用市場の育成に結びついていった。新型コロナウイルス感染症の流行状況は予断を許さないが、「巣ごもり生活」を経験した人々や企業にとって、非対面型取引生活様式を支えるアプリの役割の重要性は、今後も続いていくこととなる。また、一部のアプリが、中国国内のみならず、海外でも幅広く使用されている中で、利用者の情報保護等を巡り、海外での使用規制を求める国際的摩擦が発生している。アプリの開発・運営業者がどのように対応していくかも注視される。