

contents

2015年度日本企業の
海外事業展開に関するアンケート調査

新輸出大国コンソーシアム 始動！

釜山・青島派遣レポート

ビジネスサポーター

「山東省・山口県経済貿易商談会」
参加企業募集のお知らせ

発行 (一財) 山口県国際総合センター
山口県日中経済交流促進協会
日本貿易振興機構(ジェトロ) 山口貿易情報センター

内容についてご意見、ご質問があれば、下記までお問い合わせ下さい。
(一財) 山口県国際総合センター
山口県下関市豊前町3-3-1
TEL083(231)5778 FAX083(231)5787

メッセ海外通信

INTERNATIONAL NEWS

KAIKYO MESSE SHIMONOSEKI

(一財) 山口県国際総合センター・山口県日中経済交流促進協会・日本貿易振興機構(ジェトロ)山口貿易情報センター

MESSE

2015年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査

ジェトロでは2015年11月～2016年1月にかけて、ジェトロのサービス利用者（＝海外ビジネスに関心の高い日本企業^{（注1）}）を対象に実施した海外事業展開に関するアンケート調査を実施し、約3,000社から回答を得ました（有効回答数3,005社、うち中小企業は2,367社、有効回答率30.4%）。本レポートでは、この調査結果の概要について報告します。

1. 輸出拡大意欲が過去5年で最大に

まず、今後（3年程度）の輸出方針について見ると、「輸出の拡大をさらに図る」（現在輸出をしている）企業が前年の66.2%から74.2%と過去5年間で最も高い比率に上昇、「新たに組みたい」（現在輸出は行っていない）（10.7%）企業と合わせると84.9%の企業が輸出拡大に積極的な姿勢を示した。

企業規模別では、大企業で81.8%の企業が輸出の拡大を図ると回答、中小企業でも72.5%に達した。業種別では、医療品・化粧品の88.9%を筆頭に情報通信機械器具／電子部品・デバイス（86.0%）、化学（85.6%）などで輸出拡大意欲が高い結果となった。

「輸出の拡大をさらに図る」、「新たに組みたい」と回答した企業に、輸出ビジネスを拡大する理由を尋ねたところ、「海外需要の増加」（73.8%）が引き続き最大であった。続いて「国内需要の減少」（55.8%）、「円安による価格競争力の向上」（20.1%）となった。「自由貿易協定（FTA）／経済連携協定（EPA）による関税の撤廃・削減」をその理由に挙げた企業の割合も前年の9.7%から15.5%へと増加した。

＜対中国輸出伸び悩みの主因は内需減、

消費財分野は堅調との回答も＞

2015年に入り日本の中国向け輸出は伸び悩みが見られたが、実際に中国に輸出をしている企業に対して、中国向けの輸出が伸び悩む理由を聞いたところ、「中国の国内需要の減少」を指摘する企業が最も多く、41.1%を占めた。特に一般機械（53.4%）、鉄鋼・非鉄金属・金属製品（53.3%）、自動車・自動車部品・その他輸送機器（53.3%）などの業種でその比率が高くなった。その他、「中国国内での現地調達に切り替え」（22.8%）、「ライバル企業との競合により中国市場でのシェア縮小」（14.0%）といった回答が続いた。

一方、「中国向け輸出は減少していない」という回答も27.2%に上った。医療品・化粧品（54.1%）、飲食料品（38.6%）など消費財分野で特に回答率が高かった。

2. 海外進出拡大意欲は高水準ながらも一服感

一方、今後（3年程度）の海外進出方針について尋ねたところ、「さらに拡大を図る」（現在海外に拠点がある）、「今後新たに進出した」（現在海外に拠点は無い）と回答した企業の合計は53.3%と半数を超えたものの、前年（56.7%）からは低下した。大企業では、63.8%が「海外進出の拡大を図る」と回答したものの、2011年度以降、拡大意欲は鈍化傾向にある。中小企業でも、「海外進出の拡大を図る」と回答した企業の割合は前年の54.3%から50.5%に低下した。

現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図ると回答した企業に対して、その理由を聞いて

たところ、3年連続で8割超の企業が「海外での需要の増加」(81.6%)を指摘。以下、「国内での需要の減少」(48.5%)、「取引先企業の海外進出」(36.0%)などが続いた。

＜米国、ベトナム、西欧、インドなどで

事業拡大意欲が増加＞

今後(3年程度)、海外事業を拡大する方針を有する企業に、どの国・地域で拡大を図るのか尋ねたところ、中国(前年56.5%→今回53.7%)が第1位、タイ(44.0%→41.7%)が第2位となったが、その回答割合は前年からそれぞれ低下した(複数回答)。一方、米国(31.3%→33.7%、3位)、ベトナム(28.7%→32.4%、4位)、西欧(18.1%→20.6%、7位)、インド(16.1%→20.1%、8位)などでは事業拡大方針を有する企業の比率が上昇した。

アジア地域に目を転じると、事業拡大を図る国・地域としては、ASEAN6カ国(インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ、ベトナム)の合計(73.2%)が中国(53.7%)を4年連続で上回った。ASEAN6カ国の中では、タイに加えて、インドネシア(前年34.4%→31.8%、5位)、シンガポール(19.3%→16.1%、10位)で事業拡大を図る企業の割合が低下したが、ベトナムのほかマレーシア(14.8%→15.5%、11位)、フィリピン(10.8%→11.3%、14位)では同企業の割合は増加した。ASEAN新興国であるミャンマー(10.1%→11.5%、13位)、カンボジア(5.3%→6.0%、17位)も事業拡大を図ると回答した企業の割合は増加した。

3. 海外ビジネスの最大の課題は「人材」

海外ビジネスの課題を尋ねたところ、「海外ビジネスを担う人材」(52.8%)と回答した企業の割合が最も多く、「海外の制度情報」

(51.1%)、「現地でのビジネスパートナー」(48.5%)が続いた(複数回答)。過去(2013年度)の調査と比較すると、人材や海外の制度情報を課題に挙げる割合が大きく上昇した。中小企業では「現地でのビジネスパートナー」を課題に挙げる割合が49.3%と最も高かった。自動車・自動車部品・その他輸送機器では「海外ビジネスを担う人材」(71.6%)を課題に挙げる割合が7割を越えており、他の業種に比べて特に高い。また小売では、「海外の制度情報」(52.5%)、飲食料品では「現地でのビジネスパートナー」(59.3%)が最も多かった。

(1) 4割を超える企業が外国人社員を雇用

「海外ビジネスを担う人材」を課題に挙げる企業が多かったが、以下では外国人社員の状況を見てみる。回答企業の外国人社員の雇用状況について聞いたところ、「外国人社員を雇用している」と回答した企業は44.4%であった。大企業では72.7%に及ぶ一方、中小企業は36.7%に留まった。一方、「今後外国人の採用を検討したい」と回答した企業は20.0%(大企業10.3%、中小企業22.6%)、「今後も採用する方針はない」と回答した企業は29.6%(大企業13.0%、中小企業34.1%)であった。

「外国人社員を雇用している」企業を業種別で見ると、特に自動車・自動車部品・その他輸送機器(74.5%)、精密機器(64.2%)など製造業で比率が高かった。雇用している外国人の役職を見ると、「一般事務職(国際業務など)」と回答した企業が60.8%と最も多く、次いで一般工職(34.1%)、エンジニア(26.6%)が続いた(複数回答)。一方、「取締役」や「部課長級」に外国人がいると回答した企業もそれぞれ9.2%、18.8%に上った。

(2)外国人材の定着を図るための取り組み

外国人材を定着させるための取り組みについて尋ねたところ、「特別な取り組みは実施していない」と回答した企業が最も多く、38.3%に上った。一方、「キャリアプランや育成方針の提示」(20.1%)、「相談体制整備(上司との面談やメンター制度など)」(19.2%)を挙げた企業が相対的に多く、特に大企業は中小企業に比べてこれらの取り組みを回答した割合が多かった(複数回答)。

(3)採用対象は国内在住の留学生・外国人

外国人社員を雇用している、あるいは採用を検討している企業に対して採用対象を聞いたところ、「国内居住の外国人留学生」が47.9%と最も多く、中でも大企業は58.7%に上った(複数回答)。これに対して、「国内居住の外国人(留学生を除く)」は46.1%、「海外在住の外国人」は30.5%であった。

こうした外国人社員をどのような手法で採用するのか尋ねたところ、日本国内に居住する外国人留学生、外国人(留学生以外)とも「日本本社の募集案内」が最も多く(それぞれ57.7%、52.0%)、とりわけ大企業では76.5%、66.1%と突出して高い結果となった(複数回答)。また、外国人留学生については「大学・各種学校のキャリアセンター・教授の紹介」が44.7%であったのに対し、留学生を除く外国人については「民間の人材斡旋企業を利用」が37.1%となった。相対的に低い回答ではあったが、中小企業では「本社社員の個人的な人脈」、「自治体」や「公的機関の支援を利用」を挙げた企業の割合がより高かった。

今後、どの国・地域に詳しい人材を雇用・採用検討しているかについて聞いたところ、「中国」と回答した企業が48.1%と最も多かった(大企業では63.4%)。中国以外では、「ベトナム」

「タイ」(21.8%)に詳しい人材を求める割合が高かった(複数回答)。

(4)外国人材活用メリットに

販路拡大を挙げる企業が拡大

外国人社員を雇用・採用検討する企業が考える外国人採用・雇用のメリット(複数回答)として、「販路の拡大」を挙げた企業は46.0%に上り、前年の40.9%から増加した。企業規模別でみると、大企業では「対外交渉力の向上」(44.5%)、「経営現地化の布石」(39.2%)が相対的に高かったのに対して、中小企業では「販路の拡大」(47.6%)、「語学力の向上」(33.7%)の回答割合が高かった。

(5)組織ビジョンの共有や日本人社員との

コミュニケーションなどが課題に

外国人社員の採用・雇用における課題(複数回答)としては、「組織のビジョンの共有が難しい」(20.1%)、「日本人社員とのコミュニケーションに支障が多い」(19.0%)などを挙げる企業が多かった。企業規模別では、大企業は「将来帰国・転職を希望する者が多く、離職率が高い」(21.2%)が中小企業の回答と比較して高く、反対に中小企業は「外国人社員の募集方法がわからない」(10.9%)が大企業と比べて高かった。

本レポートの詳細はジェトロのホームページでご覧いただけます。

<https://www.jetro.go.jp/world/reports/2016/01/02a8f069fc27694f.html>

(注1) ジェトロ・メンバーズ企業(3,587社)およびジェトロのサービスを利用した企業(6,306社)を対象に実施。
(ジェトロ山口／岩上勝一)

図表1： 回答企業（3,005社）のプロフィール

(単位: %)

<現在の輸出状況>		<主な輸出先>	
回答企業(全体) (n=3,005)	72.7	① 中国	61.2
製造業 (n=1,633)	86.8	② 台湾	52.9
非製造業 (n=1,372)	56.0	③ 米国	50.0
大企業 (n=163)	68.1	④ タイ	49.9
中堅企業 (n=475)	69.5	⑤ 韓国	45.3
中小企業 (n=2,367)	73.7	⑥ 香港	43.5
		⑦ シンガポール	40.3
		⑧ 西欧	39.9
		⑨ インドネシア	36.0
		⑩ マレーシア	35.6
		⑪ ベトナム	35.6

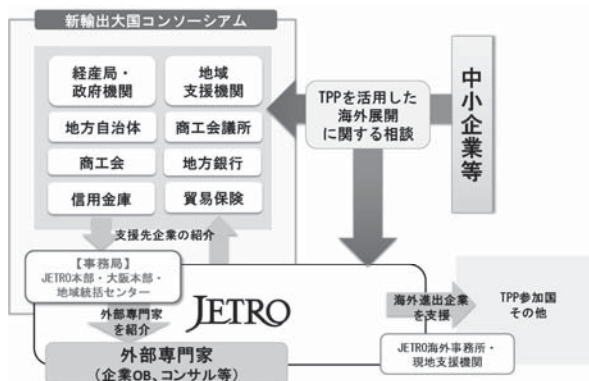
<現在の海外進出状況>		<拠点所在国・地域>	
回答企業(全体) (n=3,005)	48.9	① 中国	64.5
製造業 (n=1,633)	52.7	② タイ	37.6
非製造業 (n=1,372)	44.3	③ 米国	33.8
大企業 (n=163)	93.3	④ 台湾	22.5
中堅企業 (n=475)	79.2	⑤ 西欧	22.3
中小企業 (n=2,367)	39.8	⑥ ベトナム	22.1
		⑦ シンガポール	21.6
		⑧ インドネシア	21.4
		⑨ 香港	19.4
		⑩ 韓国	19.0

【注】「輸出先」、「拠点所在地」はいずれも複数回答。

新輸出大国コンソーシアム 始動!

2016年2月26日、経済産業省において中堅・中小企業等の海外展開を支援する新たな枠組みが発足しました。「新輸出大国コンソーシアム」と名づけられたこの枠組みは、環太平洋パートナーシップ協定（TPP協定）^(注1)の合意を契機として海外展開（輸出や投資等）に取り組む中堅・中小企業等に対して、自治体、公的機関、商工会議所、地域金融機関など官民の支援機関が連携をすることで、それぞれの機関・団体が持つ海外展開支援施策を効率的かつ一体的に運用していく枠組みです。（図表1）

図表1 「新輸出大国コンソーシアム」の支援スキーム



ジェトロは、この新輸出大国コンソーシアムの「事務局」として、制度運営面での取りまとめや、支援を希望する中堅・中小企業等とコンソーシアムに参加する支援機関の仲介機能を担うほか、この枠組みの下に新たに配置した外部専門家等を活用して、企業の海外展開戦略策定から現地販路拡大等までの一貫した支援を提供していきます。

◆ジェトロ山口に「コンシェルジュ」を設置

では、海外展開をお考えの事業者の皆様は、新輸出大国コンソーシアムをどのように活用すればよいのでしょうか？ジェトロの貿易情報センター（国内事務所）やコンソーシアムに参加している地域の支援機関では事業者の皆様から海外展開についてのご相談を受け付けています。現在、山口県内では20機関が支援機関として参加しています（2016年6月9日現在、図表2）。

図表2 コンソーシアム参加支援機関（山口県）
※2016年6月9日現在

自治体	山口県、下関市、宇部市、防府市、山口市、周防大島町
地域支援機関	(一財)山口県国際総合センター、(公財)やまぐち産業振興財団、(公財)周南地域地場産業振興センター、(公財)山口・防府地域工芸・地場産業振興センター、(地独)山口県産業技術センター 山口県中小企業団体中央会
商工会議所・商工会	下関商工会議所
金融機関	(株)山口銀行、(株)西京銀行、西中国信用金庫、萩山口信用金庫、東山口信用金庫 (株)商工組合中央金庫(商工中金)、(株)日本政策金融公庫

コンソーシアムの事務局であるジェットロには、本部（東京）と全国43カ所の貿易情報センターに、「コンシェルジュ」と呼ばれるスタッフが新たに配置されます。ジェットロ山口には2016年3月31日にコンシェルジュが配置されました。

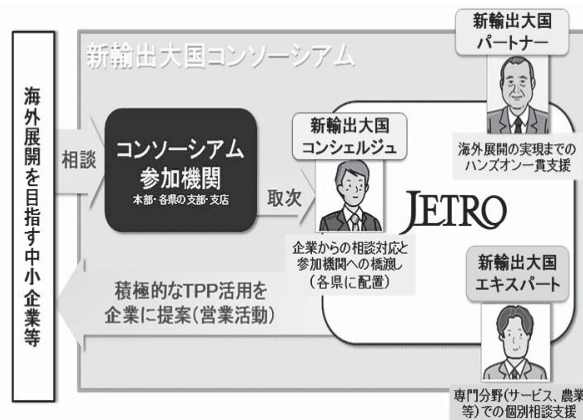
宿泊客から寄せられるいろいろな相談や要望
 に対して最も望ましい案内や手配などを行うホ
 テルの「コンシェルジュ」の役割に倣い、事業
 者からのご質問やご相談を通じて海外展開への
 ニーズや関心等をお伺いした上で、ジェットロお
 よび各支援機関が提供する海外展開サービスか
 ら、コンシェルジュがお客様に最適なメニュー
 のご案内やお取次ぎを行います^(注2)。

コンソーシアム参加支援機関にて受け付け
たご相談の案件もコンシェルジュが各支援機関と
連携して、情報提供や支援メニューのご案内の
サポートを行います。まずはジェトロまたは地
域のコンソーシアム参加支援機関にご相談下
さい。

◆海外ビジネスに精通した専門家が個別に支援

新輸出大国コンソーシアムでは、海外ビジネスに精通した人材を専門家としてジェトロに配置し、その専門性を活かして個別支援を行います。専門家はその機能に応じて、「パートナー」と「エキスパート」の2種類に分かれています。（図表3）

図表3 専門家による個別支援スキーム



(1) パートナーによる一貫支援（無料）

「パートナー」は、企業訪問を通じた、継続的に海外展開計画・戦略の策定支援から海外販路開拓（海外見本市等への随行、商談立会い、契約締結等を含む）、立ち上げ、操業支援まで一貫したサポート（ハンズオン支援）を行う専門家です。

パートナーの支援を希望する場合、ジェトロにご応募いただいた上で、審査を経て採択される必要があります。第1回公募は4月に実施・終了しましたが、6月1日より第2回公募を開始しています。今回の公募は受付締切期限を設けず、随時お受けしています。

(2) エキスパートによる個別分野での支援
(無料)

事業者の課題やケースに応じた支援をご希望する場合、産業分野や特定分野などに精通した専門家（エキスパート）が随時個別支援を行います。産業分野では、機械・環境、生活関連（日用品、ファッション等）、サービス（外食・小売・流通・理美容等）、ヘルスケア（医療・バイオ医薬品・健康長寿関連等）、クールジャパン&コンテンツ（映像・音楽・ゲーム等）、農林水産物・食品等の専門家が配置されています。また、特定テーマでは、基準認証、

外国人材活用、英文貿易実務指導、海外展開策定支援（SWOT分析等）、eコマースなどの経験が豊富な専門家も配置されています。産業分野やテーマによって支援対象案件の一部が異なります。（図表4）

専門家（パートナー及びエキスパート）コンソーシアムをご利用いただく方は世界各国・地域の大使館、ジェトロ等で通用する「会員証」を発行致しますので、利用条件などご不明な点はジェトロ山口（Tel：083-231-5022）までお問い合わせ下さい。また、新輸出大国コンソーシアムの詳細および最新情報（専門家による個別支援の公募情報等）はジェトロのホームページでご覧ください。

<https://www.jetro.go.jp/jetro/activities/support/consortium.html>

（注1）TPP協定：2016年2月、日本を含む世界の12カ国が署名した経済連携協定で、オーストラリア、ブルネイ、カナダ、チリ、日本、マレーシア、メキシコ、ニュージーランド、ペルー、シンガポール、米国、ベトナムの12カ国が署名。

（注2）各支援機関の支援メニューには、案件審査・選考を行うものや、有料で提供されるサービスもあります。また、コンシェルジュのサポートは、適切な支援メニューへのご案内やお取次ぎ、支援メニューへの申請の際のお手伝いを行います。支援サービスの提供を確約するものではありませんので、予めご了承ください。

（ジェトロ山口／岩上勝一）

図表4 専門家による個別支援スキームの受付分野

(1) 戦略策定から契約締結までの一貫したサポート（ハンズオン支援）をご利用の場合

	対象分野	対象業種	対象案件	申込時期
1	全分野	全業種	進出・輸出	2016年6月～

（※1）農林水産・食品分野の輸出プロジェクトは、原則として同分野の「エキスパート支援」で承ります。

(2) ご相談課題・ケースごとの支援をご利用の場合

	対象分野	対象業種	対象案件	申込時期
1	ものづくり分野（機械・環境）※4	機械・部品 環境・エネルギー	輸出	随時
2	ものづくり分野（生活関連産業）※1	デザイン製品・日用品・ファッション	輸出	2016年6月 申込受付開始予定
3	サービス産業分野 ※4	外食・小売・流通・理美容・教育等	進出 （出店）	随時
4	ヘルスケア産業分野 ※4	医療・バイオ医薬品・健康長寿関連等	輸出	随時
5	クールジャパン・コンテンツ産業分野 ※4	映像・音楽・ゲーム・キャラクター・ライセンス等	輸出	随時
6	農林水産・食品分野 ※2	水産品・農産品・酒類・加工食品等	輸出	随時
7	その他 （基準認証・外国人材活用・英文貿易実務・海外展開策定支援（SWOT分析等））※3	全産業	進出・輸出	随時

（※1）一部の専門家支援につきましては「中小企業」に限る場合がございます。

（※2）一部の専門家支援につきましては「製造業もしくは農林漁業者」に限る場合がございます。

（※3）・基準認証：海外展開のために必要となる国際認証等について、専門家が相談対応を行います。

・外国人材活用：企業の海外展開のブリッジ役となる外国人材の採用・定着・在留資格等に関して、専門家が相談対応を行います。

・英文貿易実務：専門家が、原則として初めて貿易実務に取り組もうとする企業様に対し、中・長期的な貿易実務人材の育成を支援します。

・海外展開戦略策定支援（SWOT分析等）：これから海外展開を目指す企業様の戦略策定をお手伝いします。

（※4）産業別の輸出に関する戦略策定から商談同行などの支援も実施します。

釜山・青島派遣レポート

下関市総合政策部国際課
(釜山広域市派遣職員)

主任 阿 部 さおり

～ドラマ「太陽の末裔」から見るアジアにおける韓国ドラマ人気～

アンニョンハセヨ！今年度から派遣職員として釜山広域市へ赴任しました阿部さおりと申します。これから2年間よろしくお願いいたします。釜山へ来てから、1ヶ月が経ちました。来たときはまだ肌寒く、桜も満開でしたが、今では新緑がとても美しい季節になりました。

こちらへ来たばかりの時に、釜山広域市の職員の方から薦められたドラマがあります。「太陽の末裔」というドラマです。「太陽の末裔」は、水曜日と木曜日の22時から放送され、朝鮮日報によると放送スタート時は14.3%の視聴率でしたが、回を重ねるごとに20%を超え、30%を超え、全16回の放送のうち、15回目の放送時（4月13日国会議員選挙投票日）では、数ある選挙速報番組を押さえ34.8%、最終回（4月14日）では、とうとう38.8%という視聴率を記録しました。3月まで日本で放映されていたNHKの朝ドラ「あさが来た」が視聴率20%越えと話題になっていますが、それをはるかに超える連続ドラマでした。

ドラマの内容は、ウルクという架空の土地に派兵された軍人（ソン・ジュンギ）と女性医師（ソン・ヘギョ）のカップルを通じて、戦闘状況の中で恋愛をした2組のカップルと、彼らに関わる人々の物語を描いたラブストーリーです。

このドラマは、中国でも韓国と同時期に、「愛奇芸」という動画サイトで放映されていました。ドラマ放映が終わっていない段階での累積再生回数が20億3千万回を超え、今まで同動画サイトで放映されたドラマ史上最多の累積再生回数となること、また同動画サイトの有料会員数がこのドラマが放映されてから会員数が50%増えたと報じられています。人口が13億人と言われている中国でどれだけ人気があったのか明らかです。放送終了から2週間しか経たないうちに、中国では太陽の末裔に似たシチュエーションのドラマがクランクインしたと話題になっています。

このドラマは現時点で32か国への輸出が決定していると言われており、中国、日本、台湾、香港、タイ、インドネシア、シンガポール等のアジア各国をはじめ、イギリス、フランス、イタリア、オランダ、ベルギー等のヨーロッパ各国、サウジアラビア、アラブ首長国連邦、イランといった中東などにも輸出されるそうです。

朴大統領は、「太陽の末裔」について「単純に文化コンテンツに限定されず、多様な付加価値、また教育的・文化的付加価値として韓国文化の底力を見せてくれるコンテンツだ」と絶賛し、韓流ドラマを観光商品開発に積極的に活用するように首席秘書官会議で発言したと報道されています。また、撮影場所である江原道太白市では、同ドラマのセットを約20億ウォンかけて復元することを決定し、早くも東南アジアを中心に旅行会社から問い合わせが相次いでいるようです。ドラマをきっかけに多くの観光客が江原道太白市へ訪れることが予想されます。

日本では今年6月にCSの「衛星劇場」で放映が決定している「太陽の末裔」ですが、私は韓国ドラマの王道を行くストーリーだと思いました。日本でも「太陽の末裔」が受け入れられ、韓流ブームが再来するのことも楽しみです。

下関市総合政策部国際課
(青島市派遣職員)

主事 和木田 真 功

お年玉も電子化!?～中国電子商取引の現状～

今や生活の一部となったネットショッピングやオンライン決済システム。中国でもその発展は著しく、日本にはないサービスなども存在します。今回はそんな「電子商取引」の現状についてご紹介します。

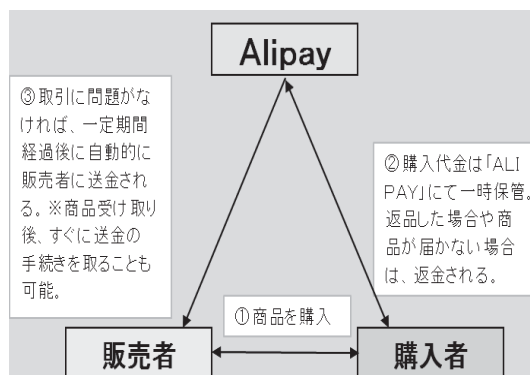
早速ですが、「淘宝（タオバオ）」というサイトをご存知でしょうか？ 淘宝はアリババ集団が運営する、中国のネットショッピング界で最も有名なサイトです。昨年（2016年）の11月12日の日本経済新聞の記事では、「独身の日」（中国では11月11日に1が並ぶことから「独身の日」として、毎年ネット上で大セールが行われます。）にたった1日で約1兆800億円の売り上げを記録したと報じられ、日本でも大きな話題となりました。商品の量、質、価格、取引の安全性には定評があり、筆者も普段この淘宝を利用しています。

まず淘宝で買い物をするにあたり、同社が運営する「Alipay（アリペイ）、中国語では『支付宝』（ジーフーバオ）」という電子マネーの登録を済ませる必要があります。実はこのAlipayを利用することにより、取引の安全性が担保されることになります。目当ての商品を購入し、決済すると、額面上の残高は減るのですが、実はこのお金は一旦Alipay側にプールされており、仮に商品が届かない場合や、商品に瑕疵があり返品した場合は、このプールされているお金が購入者の手元に返金されることになっています。これにより購入者と販売者間のトラブルを未然に防ぐことができるといわけです。商品が届き、特に問題がない場合、一定期間経過後に販売者にお金が送金され取引終了となります。（一定期間を待たずに自身で送金の処理を行うことも可能です。）

さてこの便利なAlipayですが、実はコンビニや飲食店、タクシーなど様々な場面で利用可能です。利用方法はとても簡単で、スマートフォンでバーコードを表示し、それを店員が読み取り、支払いが終了します。また中国で5億人以上が利用している「WeChat（日本でいうLINE）」も電子マネー「WeChat Payment、中国語では『微信支付』（ウェイシンジーフー）」を取り扱っています。

中国では新年を迎えた際、年長者は「紅包（ホンバオ）」と言われる赤い包にお金を入れて、子供に渡します。日本でいう「お年玉」です。実はこのお年玉もオンラインでやり取りすることができます。例えばWeChat上ではグループチャット上でお年玉を送ることができるのですが、金額は開いてみるまでわかりません。また送信者は金額をランダムに変える設定も可能で、開封後は「誰がいくら獲得したか」など確認することができ、くじ引きのような一面もあることから人気を博しています。ちなみにWeChatでは大晦日一日で4.2億人が80.8億件のお年玉を送受信したと発表がありました。

現在、日本を訪れた中国人観光客の多くは「銀聯カード」を使用し決済をします。しかし最近では、日本国内のセブンイレブンやローソンの一部店舗でAlipayでの支払いが可能になりました。今後は中国人旅行客を呼び込むため、スマートフォン利用の電子マネーに対応した決済システムの整備が求められることが予測されます。



【淘宝独自の決済システムイメージ】



【WeChat上の「お年玉」確認画面】