



(74) 「拉卡拉」に注目 「利便性消費」を先導

野村综研(上海)咨询有限公司

銀行のデビットカードやクレジットカードの普及と中国銀聯（チャイナ・ユニオンペイ、CUP）の設立によって、「現金主義」だった中国の消費者に近年はカード決済が浸透し始めている。また通信技術の発達とインターネットの普及によって、新しい購買チャンネルとして若い消費者を中心にネットショッピングも注目されつつある。

これは消費者が利便性を求めていると同時に、市場環境が「利便性消費」を生み出しているとも言える。今回は、新たな利便性消費を提供する決済の仕組みである「拉卡拉」に注目してみたい。

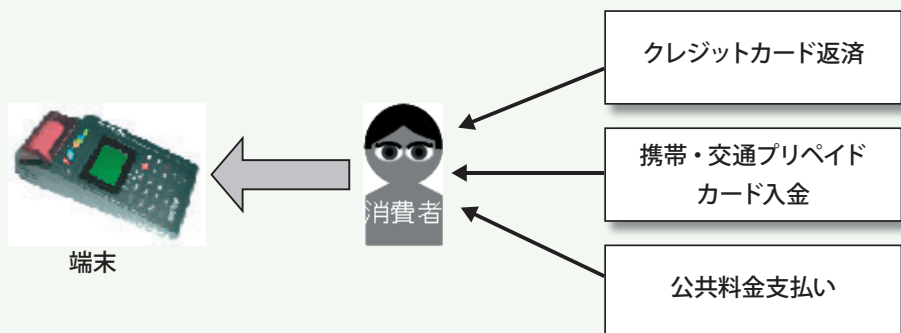
◇専用端末で決済

「拉卡拉」は専用端末にカードをスライドさせるだけで支払いができ、まさにそのサービス名称の中国語（拉：引く、切るの意）の文字通りの意味である。「淘宝」（www.taobao.com）が開発したインターネット取引の支払いプラットフォームである「支付宝」と異なるところは、専用口座を事前につくらなくても、「銀聯」と提携している銀行カードがあれば決済できることである。



端末

「拉卡拉」サービスの仕組みと機能



提携している銀行が発行するクレジットカード会社への返済、電気・水道・ガスなど公共料金の支払いが、従来のように銀行や関連機関、指定コンビニエンスストアの列に並ばなくても、この端末でできる。また電子商取引（EC）の各サイトとも提携しており、淘宝や中国最大のインターネット旅行予約サイト「C-Trip」を利用する際の料金も決済できる。

◇銀行窓口サービスを補完

「拉卡拉」の出現は、銀行カードの普及や銀行の金融サービスの発達と大きくかかわっている。2002年の中国銀聯の設立によって、カード決済を伴う消費が大きく発展することとなった。このカード決済の普及が「拉卡拉」ビジネスを先導する大きな前提条件となっている。

銀行業務の発達と商業銀行間の競争は経済発展に伴って激しくなり、金融商品やサービスの多様化が消費者の選択肢を広げたが、銀行の窓口で待つ消費者の列も日々長くなるばかりである。そこでビジネスチャンスをつかんだのが「拉卡拉」であり、簡単な決済業務を分担することで、銀行窓口の混雑問題が解消でき、消費者にも利便性を提供することになる。このビジネスを支える利益の源泉は銀行や提携企業からの決済手数料であり、互惠関係にある。「拉卡拉」は銀行業務における“もう一つの街角の出張所”とも言える。

◇流通のチェーン展開が発展の鍵

端末の主要な設置場所は現在はコンビニであり、まさに利便性を求める消費者の主要購買チャンネルを狙って、サービスを提供しようとしている。北京と上海でしかサービス網を構築できていない段階であるが、コンビニのみでなく、全国展開しようとする大型スーパーとの提携も計画しているようである。小売流通業のチェーン化が進む中で、「拉卡拉」のビジネスパートナー展開やチャンネル開拓が注目される。

(主任コンサルタント 黄晓春)