

新たな消費分野における金融支援の強化に関する指導意見

アジア調査部中国室研究員

劉家敏

03-3591-1384

jiamin.liu@mizuho-ri.co.jp

【要点】

- 中国人民銀行、中国銀行業監督管理委員会は、2016年3月30日に共同で「新たな消費分野における金融支援の強化に関する指導意見」（中国語名「关于加大对新消费领域金融支持的指导意见」、以下「指導意見」）を発表した。
- 中国のGDPに占める個人消費の割合は2010年の35.9%から2014年には37.9%に高まり、個人消費が中国経済の重要なエンジンとなってきている。しかし、消費者信用情報システムの未整備等が原因で、消費者金融は依然未成熟な段階にあり、それが個人消費の拡大を妨げる一因となっている。そこで、消費者金融の健全な発展を促し、高齢者・家政・健康関連消費や観光・レジャー消費等といった新たな分野での消費拡大を図るために発表されたのが、この「指導意見」である。
- 「指導意見」では、4大対策が打ち出された。具体的には、(1)消費者金融機関の積極的な育成・発展（①専門的な消費者金融機関の発展推進〔消費者金融会社の新設、業務拡大の奨励等〕、②金融機関の店舗・拠点配置の最適化〔商業銀行による卸売市場・ショッピングモール・学校・観光地等での消費者金融業務拡大を狙った店舗・拠点の増設・改造への政策支援の強化等〕）、(2)消費者ローンの管理方式・サービスの革新加速（①消費者ローンの管理方式の最適化〔健全なリスク管理を前提とした消費者ローンのネット申請・審査・実行の促進等〕、②消費者ローンの革新加速〔ビッグデータ等を活用したネット小口貸出の開発奨励等〕、③自動車金融業務の革新奨励〔車載ナビ等の自動車付属品・付属サービス向け融資の促進等〕）、(3)新たな消費の重点分野に対する金融支援の強化（高齢者・家政・健康関連消費、情報・ネット消費、グリーン消費、観光・レジャー消費、教育・文化・スポーツ消費、農村部消費を対象とした金融支援の強化）、(4)消費者金融の発展環境の改善・最適化（①消費者金融機関の資金調達ルートの多様化〔消費者金融機関等による金融債発行の奨励等〕、②決済サービスの改善〔銀行カードの消費関連機能の拡充やモバイル・ネット決済の規範化等〕、③消費者金融サービス利用者の権益保護の強化〔消費者信用情報プラットフォームの構築等〕）、である。

【構成(概要)】

「新たな消費分野における金融支援の強化に関する指導意見」

(中国人民銀行・中国銀行業監督管理委員会)

成立日：2016年3月24日、発表日：2016年3月30日

1. 消費者金融機関の積極的な育成・発展

- (1) 専門的な消費者金融機関の発展推進（条件を備えた商業銀行による新たな消費分野での消費者金融業務を取り扱う専門部署の立ち上げや消費者金融会社の新設と業務拡大の奨励等）。
- (2) 金融機関の店舗・拠点配置の最適化（商業銀行による卸売市場・ショッピングモール・学校・観光地等での消費者金融業務拡大を狙った店舗・拠点の増設・改造への政策支援の強化等）。

2. 消費者ローンの管理方式・サービスの革新加速

- (3) 消費者ローンの管理方式の最適化（健全なリスク管理を前提とした消費者ローンのネット申請・審査・実行の促進、消費者の信用状況に適した合理的な貸出金利の設定等）。
- (4) 消費者ローンの革新加速（ビッグデータ等を活用したネット小口貸出の開発奨励等）。
- (5) 自動車金融業務の革新奨励（車載ナビ等の自動車付属品・付属サービス向け融資の促進等）。

3. 新たな消費の重点分野に対する金融支援の強化

- (6) 高齢者・家政・健康関連消費（土地所有権や建屋等を担保とした融資方式の模索等）。
- (7) 情報・ネット消費（特許権担保融資の促進、ウェアラブルデバイス等の研究開発・普及に対する支援強化、商業銀行とネット小売業者との個人向け小口融資における協力奨励等）。
- (8) グリーン消費（新エネルギー車・中古車を対象とした自動車ローン頭金比率の引き下げ等）。
- (9) 観光・レジャー消費（観光地経営権・入場料収入等を担保とした融資方式の模索等）。
- (10) 教育・文化・スポーツ消費（シンジケートローン・官民連携による公共施設の建設加速等）。
- (11) 農村部消費（住宅・家電・就学・生活サービス等に関わる消費者金融業務の革新等）。

4. 消費者金融の発展環境の改善・最適化

- (12) 消費者金融機関の資金調達ルートの多様化（消費者金融機関等による金融債発行の奨励等）。
- (13) 決済サービスの改善（銀行カードの消費関連機能の拡充、モバイル・ネット決済の規範化等）。
- (14) 消費者金融サービス利用者の権益保護の強化（消費者信用情報プラットフォームの構築、新たな商品・業態・ビジネスモデルにおける信用リスクの識別・アラート・防止機能の強化等）。

＊ 中国語全文は、<http://www.pbc.gov.cn/jinrongshichangsi/147160/147289/147301/3041026/index.html>から入手可能（2016年4月26日アクセス）

以 上

●当レポートは情報提供のみを目的として作成されたものであり、商品の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。また、本資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。