

中国のWTO加盟の外国投資法律体系に対する影響

毅石法律事務所 趙強、周蔚、李岩
(翻訳: 韓静、千葉直樹)

中国における自動車金融サービスの 発展の現状(一)

はじめに

自動車金融会社は自動車購入ローン業務と併せて関連する自動車金融サービスを提供する一種の専門組織であり、既に海外では百年近い歴史を持っている。中国がWTO加盟時になした承諾によると、2001年12月11日より、外資系の非金融機関は中国において独資または合弁の自動車金融会社を設立して自動車購入ローン業務を行なうことができる。2003年10月3日と2003年11月12日に、中国銀行業監督管理委員会(以下、「銀監委」と略称する)はそれぞれ『自動車金融会社管理弁法』(以下、『管理弁法』と略称する)と『自動車金融会社管理弁法実施細則』(以下、『実施細則』と略称する)を公布した。これによって、中国における自動車金融会社の設立は実際に実行可能な段階に入った。自動車金融会社は自動車金融システムの中核であり、関連規定が公布されたことは、中国の自動車産業における金融システムの建設が新しい時代に入ったことを意味している。

本論文の目的は、中国の自動車金融の発展状況を紹介すると同時に、『管理弁法』と『実施細則』の内容における特徴につい

て分析を行ない、自動車金融会社の中国における発展可能性について展望することにある。

自動車金融サービスの発展状況

自動車金融とは、海外における実践から言えば、主に自動車の生産、流通、購入及び使用段階における、資金調達、担保の現金化、クレジットの運用、リース及び関連する活動を含んだ金融活動である。これは自動車製造業と流通業、メンテナンスサービス業、金融業が相互に浸透しあった必然的な結果である。

中国の自動車金融業は自動車購入ローンから始まっている。自動車ローンは外国では既に百年近い歴史を持っているものの、中国では前世紀の90年代に自動車購入ブームに伴ってようやく発展を始めたものである。1998年のアジア金融危機以降、中国は国内の需要を喚起するため、総力を挙げて自動車ローンを普及させ始めた。1998年10月には中国人民銀行が『自動車消費貸付管理弁法』の通達を行ない、自動車消費貸付をその調整対象とすることにより、自動車

金融業は正式に解禁された。この数年間中国における自動車ローンの市場は急速に発展している。2001年には前年比で234億元増加し、2002年には716億元の増加、2003年は10ヶ月間で665億元増加しており、通年では増加額は800億元を超えるであろう。

現在、中国で提供されている自動車購入ローンサービスの主体は商業銀行と自動車会社の企業グループに属する財務公司である。そのうち商業銀行の行なう購入ローンについては、サービスを提供する主体の違いに応じて市場に二種類の経営モデルが存在している。

一、銀行を主体とする直接貸付モデル

このモデルの特徴は、商業銀行が購入者と直接相対し、顧客の信用状況について評価を行なった後で、銀行と顧客がローン契約を締結することにより顧客は自動車ローンの限度額を獲得した上でディーラーに赴いて自動車を購入するという点にある。この直接貸付モデルにおいては、リスクは銀行と保険会社によって負担される。

二、ディーラーを主体とする間接貸付モデル

このモデルの特徴は、ディーラーが責任を持って購入者の信用調査を行ない、購入者のためにローンの手続も行なうと同時に、自身の資産を購入者のために連帯保証責任に供することにより、購入者がディーラーだけで全てのサービスを受けることができるという点にある。このようなモデルにおいては、リスクはディーラーまたは保険会社によって負担される。ディーラーに一定のリスクが存在し、さらに一定の物的人的資源が必要とされることから、ディーラー

は購入者から管理費用を徴収する。

商業銀行の優位性は、資金力、広範な顧客層、信用データ、整備された支店網及び決済のためのネットワークにある。しかし銀行にも以下のような弱点が存在する。

一、商業銀行には自動車金融サービスの領域における専門性が欠如している。ひとつの専門的な、完全な自動車金融サービス体系は以下の3種類の機能を持っている。即ち、(1)製造者のために販売網を維持し、販売戦略の整合性を保ち、マーケットに関するデータを提供すること；(2)ディーラーに対して在庫保有、経営及び設備購入のための融資を行なうこと；そして(3)購入者に対して購入、リース及びメンテナンスのための融資や保険等を提供することである。しかし銀行は自動車金融サービスの領域においては個人向けローンに集中してしまっている。その一方で、自動車という製品は非常に複雑であり、販売前、販売中、販売後のいずれの段階においても、製品に対するコンサルティング、売買契約の締結、登録手続き、部品の提供、メンテナンス、修理、クレーム対応等の専門的なサービスが必要とされる。銀行はこれらの業務に習熟していないため、実施するには困難が伴う。

二、商業銀行の目的は金利差によって利益を得ることにあり、自動車販売を促進することを主要な目的とはしていない。よって、自動車の販売の確実な増加を保証することと銀行の利益との間には直接の関係はない。これに対し、自動車業界は典型的な資金集約型のスケールメリットを必要とする業界

であり、その大規模な投資は必ず需要に裏付けられたものでなければならない。簡単に言うと、自動車業界が不況に陥った場合に、銀行はすぐに関連する金融サービスを縮小する可能性があるが、これは必然的に自動車業の発展を制限することになるということである。

2000年7月に中国人民銀行が公布した、『企業集団財務公司管理方法』は、自動車会社のグループに属する財務会社がグループ企業の製品ののための購入ローンサービスを提供することを認めた。財務公司には専門分野における一定の優位性があり、また比較的広範な融資チャンネルもあるため、「準自動車金融公司」的な特徴を持っている。但し成熟した自動車金融公司と比較した場合、弱点も比較的明白である。まず、業務上の機能が特化されていないことが挙げられる。『企業集団財務公司管理弁法』の規定によれば、財務公司は主に企業グループの技術上の改良、新製品の開発と製品販売のために中長期的な融資を提供しており、これが財務公司が専門に特化することによって得られる優位性を制限してしまっている。次に、財務公司の規模も企業グループの規模による制約を受けている。更に、中国にある自動車会社のグループ内財務公司のうち、わずかに数社が自動車ローン業務を行なっているに過ぎず、その規模は銀行とは比較にならないばかりか、専門分野における経験も不足しているため、業務の迅速な発展が妨げられている。

総じて言えば、中国の現在の自動車金融サービスの基礎は脆弱であり、そのサービスは単一的で発達しているとは言えず、全体的に見ると購入者のニーズを全く満たしていない。最近のマクロ経済の指標を見る

限り、自動車工業は既に中国経済の発展を牽引する原動力のひとつになっている。自動車業界について言えば、この5年間に生産能力が大幅に高まった一方で、市場の需要が相対的に不足しているため、中国の自動車市場の規模の巨大さとは釣り合いのとれない状況になっている。今のところ中国の自動車金融サービスは需要を喚起するための役割を充分果たすことができないでいる。しかも中国においては未だに個人の信用評価及び信用情報管理に関する制度が整備されておらず、保証担保制度も完全ではないため、自動車ローンの領域には大きなリスクが存在している。その結果として消極的な決定と道徳的リスクが発生することになり、それが自動車ローンの発展を妨げてしまっている。

『管理弁法』と『実施細則』の公布後、自動車金融公司はひとつの新しい主体として自動車金融サービスの領域に参入した。現時点では銀監委は通用汽車金融有限責任公司（GE）、豊田汽車金融（中国）有限公司（トヨタ）と大衆汽車金融（中国）有限公司の設立を承認しており、2004年には中国で最初の自動車金融サービス会社が誕生するであろう。

自動車金融公司の優位性

まず、中国の自動車金融サービスは広大な自動車購入市場を有しており、ローン方式による自動車の購入は日増しにポピュラーになってきている。しかし現在ローンの方式で販売される自動車は新車の販売総額のうち20%にも達しておらず、海外での70~80%という比率に比べると著しく少ないため、これから誕生する自動車金融サービス会社の発展の余地はかなり大きいと言う

ことができる。

次に、自動車金融公司には以下のようないくつかの優位性があり、それが銀行に代わって自動車金融サービスを提供する主力となることを可能にしている。自動車金融公司にとっては、以下のような優位性があることは非常に明らかである。

一、自動車金融公司には専門的な優位性があり、それは業務を行なう組織、人員と業務の機能といった面に現れている。とりわけ外資系の自動車金融公司が製品設計、業務開発、リスク管理等の面において専門的な経験を有していることが効率的な業務体制と厳密で有効なリスク管理体制の形成に一役買っており、結果として商業銀行との競争における大きな優位性をも形成している。

このような専門化は市場において自動車金融サービスに対する需要を満足させることができる。購入者個人に対しては、個別の、全面的なサービスとよりよいアフターサービスを提供することができる。自動車産業全体について言えば、自動車金融公司の持つ専門性は自動車金融サービスの連続性と安定性を保証しているが、これは需給を安定させる上で有益であり、結果として販売体系を維持している。もう一方では、自動車金融公司は産業市場と金融市場の間で重要な仲介サービスとしての役割を果たしており、自動車産業の市場価値と金融資本をより十分に結びつけることを促進している。

二、自動車金融公司は自動車の製造者との間に自然で緊密な関係を持っており、またディーラーとも親密な協力関係を築くことが容易である。自動車の製造業者、ディーラーといった川上にある市場の争奪戦において、自動車金融公司は商業銀行に比べて相当大きな優位性を持っている。

三、専門的な自動車金融公司の運営は、自動車金融サービス商品を斬新なものとし、自動車金融サービス市場を成熟、発展させる。逆の見方をすれば、自動車金融サービス市場の発展も自動車金融公司のためにより大きな市場と利益の入手可能性を提供しており、自動車金融サービスがひとつの相対的に独立した金融産業として十分に発展し得ることを保証している。

四、公布される関連政策が自動車金融公司のために良好な環境を作り出している。この2年間の間に、監督管理機構は自動車金融サービスのための法規を制定しており、最近公布された『管理弁法』と『実施細則』以外に、『自家用車ローン管理規定』も現在各界からの意見を求めている段階である。また、『機動車登記管理弁法』の公布は、おそらくは自動車ローン市場における担保制度が不完全であるというボトルネックを解消することに貢献することになるであろう。これら全てが中国における自動車金融の規範化と発展の為の環境を作り出しているのである。(以下次号)