

キャッシュレス・ロードマップ 2019
《要約版》



2019年4月

一般社団法人キャッシュレス推進協議会

目次

はじめに	2
1 キャッシュレス決済について	3
1.1 キャッシュレス決済の定義.....	3
1.2 現状の主なキャッシュレス決済手段	3
1.3 キャッシュレス決済比率	3
1.4 キャッシュレス関連統計整備のあり方	4
2 世界のキャッシュレス動向	5
2.1 キャッシュレス決済比率の状況.....	5
2.2 各国におけるキャッシュレス決済手段の広がり	5
2.3 各国の第三者機関の関与とキャッシュレス決済比率	8
3 日本のキャッシュレスの動向	9
3.1 動き出した日本のキャッシュレス	9
3.2 事例に見るキャッシュレス決済の普及に向けた示唆	14
3.3 キャッシュレス推進協議会の状況	14
4 キャッシュレス社会の実現に向けた活動の方向性.....	17
4.1 キャッシュレス社会の姿（将来像）	17
4.2 活動の方向性	18
5 ロードマップ	19

はじめに

本書「キャッシュレス・ロードマップ 2019」は、世界のキャッシュレス動向や、動き出した日本のキャッシュレス社会の現状を整理の上、キャッシュレスによってもたらされる10年後の「キャッシュレス社会の将来像」を提起することを通じて、消費者、店舗、決済事業者、行政・自治体等の全てのキャッシュレスに関するステークホルダーがキャッシュレス社会の実現に向けた活動を加速するための方向性を示したものである。

【キャッシュレス推進の背景と目的】

我が国のキャッシュレスにかかる活動が加速している背景には、経済産業省が2018年4月11日に公表した「キャッシュレス・ビジョン」、内閣官房が2018年6月5日に公表した「未来投資戦略2018」が根幹として存在する。

この流れを受けて、以下のキャッシュレスにかかる取組みが行われ、今後予定されている。

- ・一般社団法人キャッシュレス推進協議会の設立（2018年7月）
- ・国民運動「GO! CASHLESS 2020（ゆくぞ！日本全国どこでもキャッシュレス）」の推進（2019年度）
- ・総務省による「モバイル決済モデル推進事業」（2019年度）
- ・経済産業省による「キャッシュレス・消費者還元事業」（2019年度～）

キャッシュレス推進は、消費者の利便性向上といった利点だけでなく、少子高齢化による人手不足への対応、IT・データ利活用による中小・小規模事業者の生産性向上や地域活性化といった社会課題の解決が求められている背景も大きく影響する。キャッシュレス社会の実現に向けた時代の大転換期において、消費者の習慣や事業者の商慣行に深く根付く形でキャッシュレスを進めていく必要がある。

本書で示すキャッシュレス社会の将来像や活動の方向性、ロードマップにかかる内容は、他国の動向や国内の取組事例なども交えながら、今後のキャッシュレス活動に寄与すると考えられるものについて、可能な限り広く記載している。したがって、本プロジェクトとして、実現可能性や実効性等についてアセスメントを行っているものではない。今後「キャッシュレス・ロードマップ 2020」等の議論の場で、本書が示す内容を基に、実現可能性や実効性等について検討が進められることを期待する。

2019年4月
一般社団法人キャッシュレス推進協議会

1 キャッシュレス決済について

1.1 キャッシュレス決済の定義

本ビジョンにおける「キャッシュレス」は、「物理的な現金（紙幣・硬貨等）ではなく、デジタル化された価値の移転を通じて活動できる状態」を指す。

1.2 現状の主なキャッシュレス決済手段

- キャッシュレスの決済手段としては、現段階では以下のようなものが挙げられる。
 - ・前払い、即時払い、後払い
- 決済方法の例
 - ・接触型（指し込み式）、非接触形型（タッチ式）、コード型（CPM/MPM）
- 本書におけるキャッシュレス決済の範囲
 - ・国内取引全般とインバウンドを対象とする

1.3 キャッシュレス決済比率

キャッシュレス決済比率は、2017年5月8日に経済産業省が公表した「FinTechビジョン」による計算式を用いることが通例。

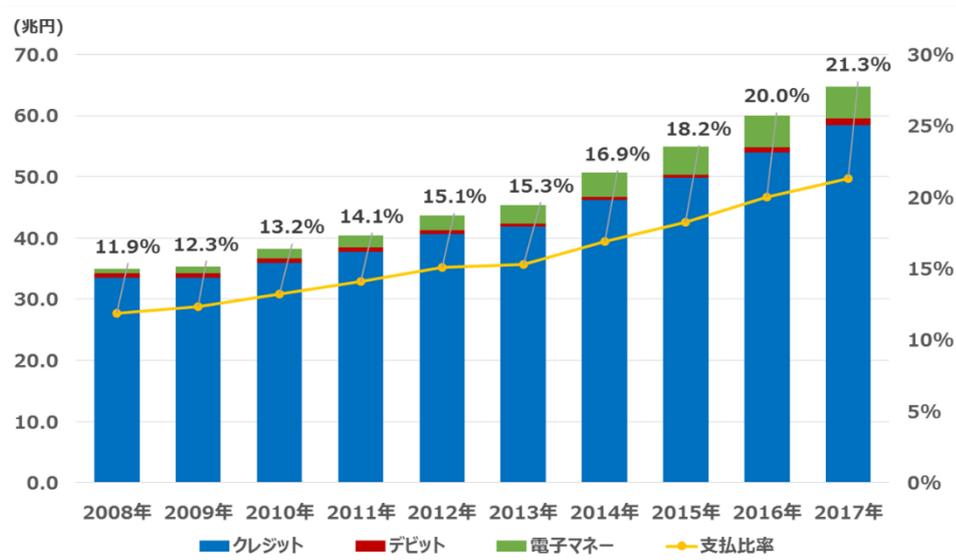
$$\boxed{\text{キャッシュレス支払手段による年間支払金額} \div \text{国の民間最終消費支出}}$$

- 当協議会のプロジェクトの一つである「キャッシュレス関連統計の整備」において、キャッシュレス決済比率の捉え方について多様な考え方が存在することが指摘された。
- 最も重要な点は、キャッシュレスにかかる重要な指標について、現時点において正確な情報を取得することが極めて困難であるということである。
- 従前から示されているキャッシュレス決済比率を継続して示すとともに、いくつかの新たな指標についても触れていくことで、より実態に近いキャッシュレス決済比率を示す。

1.3.1 日本のキャッシュレス決済比率推移

我が国のキャッシュレス決済比率は、2008年の11.9%から2017年には21.3%へと推移しており、年平均成長率6.7%での上昇が認められる。

図表 1 キャッシュレス支払額と民間最終消費支出に占める比率



(出典)・内閣府「2017年度国民経済計算年報」民間最終消費支出:名目

- ・クレジット:(一社)日本クレジット協会調査(注)2012年までは加盟クレジット会社へのアンケート調査結果を基にした推計値、2013年以降は指定信用情報機関に登録されている実数値を使用。
- ・デビット:日本デビットカード推進協議会(J-Debit)、2016年以降は日本銀行レポート。
- ・電子マネー:日本銀行「電子マネー計数」

1.3.2 持ち家の帰属家賃を除いたケース

- ・「持ち家の帰属家賃」は家計最終消費支出に紐づく値であるため、民間最終消費支出を分母におくキャッシュレス決済比率とは別に、家計最終消費支出をベースとしたキャッシュレス決済比率についてもあわせて算出。
- ・結果として、民間最終消費支出を分母とする場合に比べ、4.9ポイント(2017年)の上昇が認められた。

1.3.3 銀行口座間の振込を算入したケース

- ・金融庁では、2018年11月に3メガバンク(みずほ銀行・三菱UFJ銀行・三井住友銀行)より計数(参考値・概算値)の提供を受け、個人の給与受取口座等からの出金状況の検証結果を公表しており、これを参考値として掲載。

1.4 キャッシュレス関連統計整備のあり方

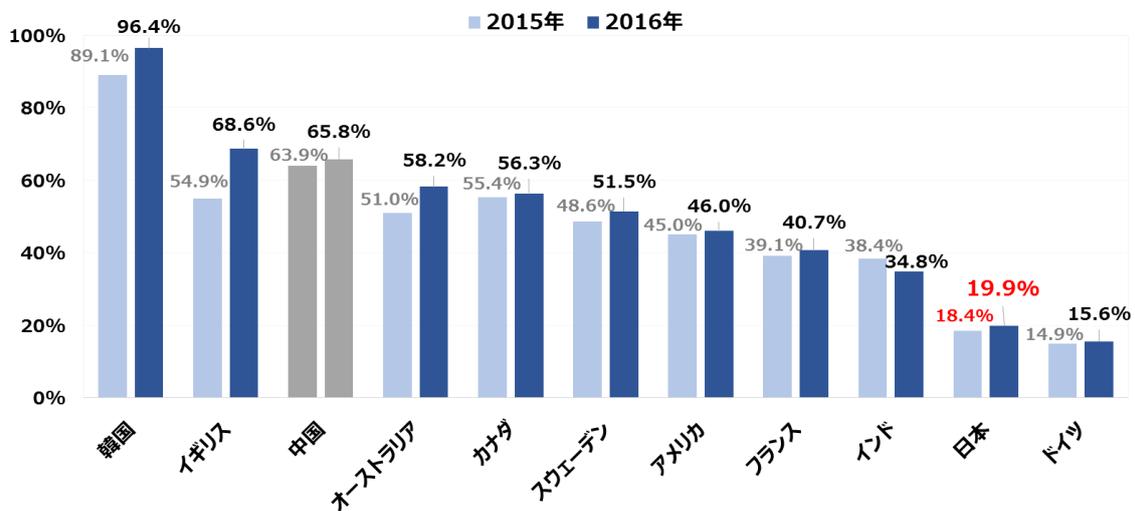
- ・「キャッシュレス決済比率」は、KPIとしての計測が可能であることが重要。
- ・当協議会として整備を進めるキャッシュレス関連統計は、「キャッシュレス関連統計の整備」プロジェクトでの議論を通じ、当協議会として取得していくものを掲載。

2 世界のキャッシュレス動向

2.1 キャッシュレス決済比率の状況

2015年と2016年とのキャッシュレス決済比率の値とを比較すると、インドを除くいずれの国もキャッシュレス決済比率の高まりが見られる。キャッシュレス決済比率の高い国のほうが伸び率も高い傾向にあり、キャッシュレスの普及が一定のクリティカル・マスに達すると、その後一気に広まる可能性を示唆している。

図表 2 各国のキャッシュレス決済比率の状況（2015年、2016年）



（出典）世界銀行「Household final consumption expenditure (2015年、2016年)」及び BIS「Redbook Statistics (2015年、2016年)」の非現金手段による年間支払金額から算出

※中国に関しては、Euromonitor International より参考値として記載

2.2 各国におけるキャッシュレス決済手段の広がり

- 当然ながら各国それぞれの背景や目的の違いもあり、一概に事例を導入すればキャッシュレスが進展するわけではないものの、本書策定過程における議論において、各国の背景や目的を理解しつつ、我が国との差分を十分認識した上で参考とすべきといった議論もあり、事例掲出が、我が国のキャッシュレス推進にむけた施策検討の参考としていただくことを期待。

2.2.1 タッチ決済の広がり

- 新たな決済方法として、NFC（「ISO/IEC 14443 Type A/B」規格に基づく）によるタッチ決済が世界に広がりつつある。

- (1) 英国（ロンドン）
 - 大手小売店での決済や鉄道の乗車などにタッチ決済を導入。ロンドンバスではチケットを完全にタッチ決済に移行。
- (2) オーストラリア
 - オーストラリア準備銀行の調査結果によると、2016 年には、対面取引件数のうち 1/3 がタッチ決済。
 - マスターカードの 2016 年 12 月調査によると、タッチ決済が利用できない店舗では 33%の人がストレスを感じ、10%の人はタッチ決済が利用できない店舗を避ける。
- (3) 中国
 - 中国銀聯のデビットカードとクレジットカードの発行枚数は、2017 年末に 66 億 9,300 万枚に達し、そのうち約半数にあたる 30 億枚以上のカードに非接触型 IC を搭載。
 - 中国銀聯が発行する非接触型 IC を搭載したデビットカードやクレジットカードによるタッチ決済は、2017 年 9 月には広州地下鉄、2019 年 3 月には中国広東省の深圳地下鉄全線などの公共交通機関の改札における利用も拡大している。
- (4) シンガポール
 - シンガポール陸運庁は、2017 年より非接触型のクレジットカードやデビットカードを、MRT やバスに乗るための交通カードとして利用する実証事業を実施。2019 年 4 月より「SimplyGo」の名称で本格展開。

2.2.2 新たな決済手段としてのコード決済

- 店舗がキャッシュレスを導入するには、決済端末の存在が不可欠だったところ、コード決済の登場によりその環境にも変化が生じ、これまでハードルがあるとされていた中小・小規模事業者へのキャッシュレス導入の道が一気に開けた。
 - 大規模事業者においてはコード決済を新たな顧客囲い込みツールとして活用する動きも出てきている。
- (1) 中国（Alipay、WeChat Pay）
 - 実店舗等に向けて QR コードベースの決済手段を提供していることが特徴。
 - Alipay や WeChat Pay の最大の特徴は、数多くの生活関連サービスが単一プラットフォーム上に統合されていること。実店舗での決済機能以外にもオンライン決済や個人間送金(C2C)など、利用者の決済ニーズを満たし、「消費者エージェント」として機能。
 - (2) 韓国（ZERO Pay）
 - 韓国ソウル市が、2018 年 12 月より試験的に開始。
 - 小規模の個人事業主に対しては、決済手数料 0%で提供される。消費者が ZERO Pay で支払った場合、これまで行われてきたクレジットカード(最大 15%)

やデビットカード(最大 30%)の所得控除よりも高い所得控除(最大 40%)を行うほか、公共施設を割引価格で利用できるという特典がある。

(3) 米国 (スターバックス、ウォルマート)

- 小売・サービス業が、顧客の囲い込みのツールとして独自の決済アプリを提供する動き。
- スターバックスが利用者から支持される理由は、ハウスプリペイドとしての機能とリワードプログラム機能がセット。一時的な決済の利便性だけでなく、リピート顧客のロイヤリティが高まる仕組みを構築できたことが挙げられる。
- ウォルマートアプリには、オンラインで注文した品物を店舗ですぐに受け取れる BOPIS (Buy Online Pick-up In Store) 機能がある。

2.2.3 決済サービスを支える社会インフラ

- キャッシュレスが進むもしくは普及に向けて取組む諸外国では、決済は事業者の競争領域だけでなく社会インフラとしての面を持ち合わせる必要があるとの認識から、政府や金融機関連合主導による取組が進められている。
- リアルタイム決済インフラの整備を終えた国々で、携帯電話番号や国民番号など銀行口座番号に頼らない送金と QR コード統一化の取組が始まっている。

(1) 英国 (Paym)

- 主要 17 行がサービスを提供。年間 100 万人を超えるペースで利用者が拡大。個人間の割り勘には Paym を使うといったスタイルで、現金を使わない生活を支える社会インフラとなっている。

(2) 米国 (Zelle)

- 相手の銀行口座を知ることなく、メールアドレスや携帯電話番号のみで送金できる仕組み。参画金融機関が運営する口座管理アプリや Web サービスの機能の一つとして利用されている。2018 年には、4 億 3,300 万件の取引で 1,190 億ドル分の送金に利用されている。

(3) スウェーデン (Swish)

- 携帯電話番号と Bank ID と呼ばれる個人識別番号を紐づけ、送金人は相手の電話番号を指定することで送金が可能。

(4) シンガポール (PayNow)

- シンガポール銀行協会により提供された携帯番号や国民 ID を活用した金融機関横断の個人間送金サービス。

(5) タイ (PromptPay)

- 携帯番号や国民 ID (もしくは法人 ID) を活用した金融機関横断の送金システム。
- タイ政府は、キャッシュレスにより、中小企業の資金の出入りや売上状況等の透明性拡大、銀行による適切な与信判断に基づく融資増、現金ハンドリングコストの削

減を期待。

(6) マレーシア (DuitNow)

- 携帯電話番号、国民 ID 番号、パスポート番号などを銀行口座もしくは電子マネー口座と紐付けし、振込ができるサービス。

2.2.4 現金捕捉

- キャッシュレスが進む一方で、残された現金を把握する動きが存在。
- これらの動きには、国が脱税防止の取組として行うものと、金融機関が ATM の代替として新たな顧客接点を構築する取組がある。

(1) 韓国

- 現金領収書制度を導入。「Tax Save Card」と呼ばれる現金支払時に専用カードもしくはクレジットカード等の事前登録済のカード、携帯電話番号の情報を提示すると「現金領収書」を発給し、現金決済の内訳が国税庁に通知される仕組み。

(2) シンガポール

- DBS 銀行は、銀行として ATM の現金圧縮によるコスト削減や ATM のロケーション管理を厳格化する一方、顧客接点の維持と現金ベースの顧客接点の情報を入手する狙いで、キャッシュアウトサービスを展開する soCash 社と提携。

2.2.5 ドイツの取組

- ドイツ政府やドイツ連邦銀行は、キャッシュレスのメリットは認めつつも、キャッシュレスの推進組織やロードマップは存在せず、主体的な推進を行う様子はない。
- 2018 年時点では、欧州中央銀行が検討しているインスタント・ペイメントの動向を注視し、決済環境の整備の是非を検討。

2.3 各国の第三者機関の関与とキャッシュレス決済比率

- キャッシュレスが進む国は政府や業界団体などの第三者機関が国家戦略レベルでキャッシュレスに積極関与している例が多い。

3 日本のキャッシュレスの動向

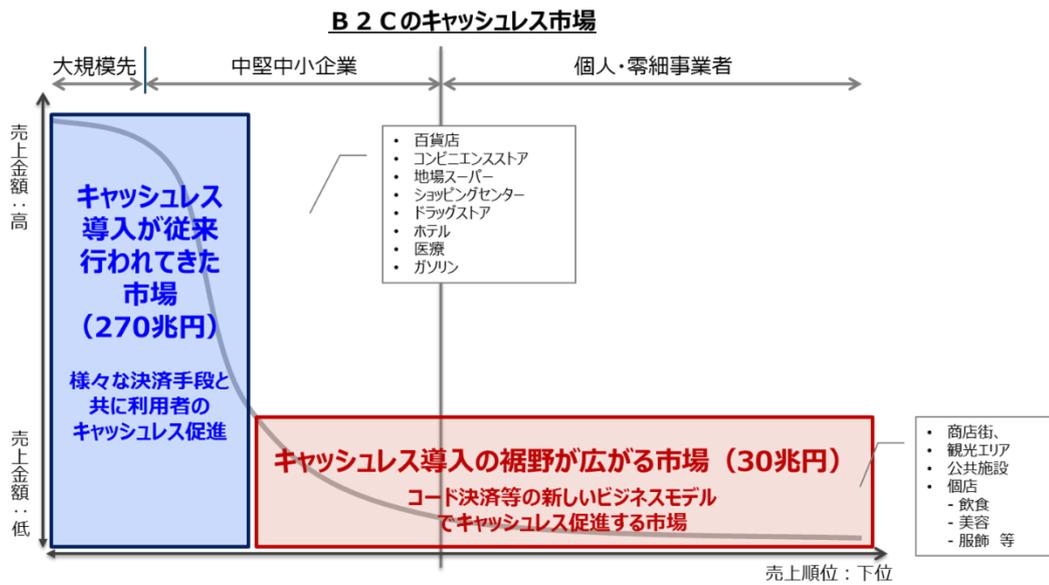
3.1 動き出した日本のキャッシュレス

- キャッシュレスの意識や行動の変化、先行的な取組みについて、決済事業者、店舗、消費者、行政・自治体等の観点から、事例ベースで内容を紹介、示唆を抽出。

3.1.1 決済事業者

- キャッシュレス・ビジョンで掲げられた 2025 年までのキャッシュレス決済比率 40%、さらに将来的に 80%の目標達成には、「キャッシュレス導入が従来行われてきた市場」におけるキャッシュレス決済比率を上げるための議論に加え、場所を問わずキャッシュレス環境の整備に取り組むべきであるとの考えから「キャッシュレス導入の裾野が広がる市場」に対する議論も必要。

図表 3 B2C のキャッシュレス市場



(出典) NTT データ経営研究所作成

(1) 国際ブランドカード決済の簡便化・短縮化の実現

- 国際ブランド付きのクレジットカードやブランドデビットカード等の利便性向上に向けた取組が進められている。
- カードに非接触 IC チップを搭載させ、電子マネーのようにかざすだけで決済が完了するタッチ決済は、カードを店員に渡す必要もなく、一定金額以下であれば署名や暗証番号の入力も不要となるため、支払にかかるスピードが向上する。

(2) コード決済

- 中小・小規模事業者におけるキャッシュレス導入には、キャッシュレスにかかる「導

入コスト」、「運用・維持コスト」、「資金繰り」の 3 つのハードルがネック。コード決済は、従来の決済サービスと比較して導入コストを抑える仕組みとなっている。

- 地域の中小・小規模事業者を含め店舗の規模を問わずキャッシュレスが広く普及することに寄与することが期待される。
- コード決済には、多くの事業者が参入したことで注目が集まっている。また事業者間の競争により、店舗においても魅力的なサービス(手数料ゼロや翌日入金等)が誕生。このことは「キャッシュレス導入の裾野が広がる市場」を含め、店舗の規模を問わず幅広くキャッシュレスが普及していく後押しとなった。
- 10 月を目途に金融機関共通の銀行口座直結「スマホ QR コード決済」の提供が予定されており、さらなる競争激化が見込まれる。

【「QR コード決済の標準化」プロジェクト】

- 当協議会においては、このような事業者間の競争により、よりよいサービスが提供されることを歓迎しつつも、あまりに多い選択肢がかえって普及の阻害要因とならないよう、「QR コード決済の標準化」プロジェクトにおいて、標準化された技術仕様のガイドライン整備等を実施。
- 2019 年 3 月 29 日にそれらの技術仕様が当協議会により公表。加えて、店舗での業務混乱を避けるため、統一用語集の公表も行った。

(3) 新しい送金の仕組み

- 決済事業者を中心に送金機能提供の動きが加速。平成 22 年から平成 29 年までの 8 年間で、登録業者は約 5 倍の 58 社、年間取扱金額は約 80 倍の約 1.1 兆円に急増。
- 銀行口座以外の個人を一意に特定する番号(電話番号や各社アカウント等)を活用し、相手の銀行口座番号を知らずとも送金ができる仕組みがある。

(4) キャッシュレス社会を支える新たな決済インフラの動向

- 今後、シェアリングエコノミーの拡大・IoT の本格化等により人々の生活スタイルにはさらに大きな変化がもたらされると、様々なサービスや決済手段が生まれ、それと共にキャッシュレスが大きく加速すると予想。
- キャッシュレス推進におけるボトルネックとなり得る主な課題として、①オペレーション、②キャパシティ、③セキュリティ、④コストを挙げる。

3.1.2 店舗

(1) 収益拡大や顧客満足度向上の観点から取組むキャッシュレス

- インバウンド需要の取り込みを目的に、キャッシュレスに対応する店舗が増加。
- 国内の消費者からも店舗に対してキャッシュレス対応を求める声が高まっている。日本クレジットカード協会の調査によると、キャッシュレス決済の対応をしていない店舗を「明確に避ける」もしくは「避ける」ことがあると回答する人が、全体の 4 割～6 割近く存在。キャッシュレス未対応であることが販売機会損失に繋がっている可

能性がある。

- キャッシュレス導入店舗からの積極的な声掛けが、キャッシュレス利用を向上させる強い訴求力となる可能性がある。

(2) オペレーション改善とともに取組んだキャッシュレス

- キャッシュレス導入だけでは、生産性向上は限定的であり、新たな決済手段の増加に伴うオペレーション負荷が生じる可能性もある。
- 消費者の購買行動全体を俯瞰する形で、店舗側のオペレーション改善とともにキャッシュレスに取り組む動きが出ている。

【完全キャッシュレス店舗の登場】

- ・完全キャッシュレスにすることで店舗における現金の取扱いを廃止し、キャッシュレスによる効果の最大化を目指す事例

【スマートカートの活用】

- ・ハウスプリペイドカードの提供と「スマートカート」と呼ばれるセルフレジ機能を搭載したカートを導入する店舗の事例

【事前注文・決済】

- ・オンラインで商品の事前注文と決済を行う仕組みを導入し、注文・会計のプロセスの効率化を図る店舗の事例

【タクシー事前決済】

- ・タクシーにおける予約時もしくは乗車中に支払可能なサービスの事例

3.1.3 消費者

- 日本人は現金志向の強い国民性だと言われるが、キャッシュレス移行の動きは一定に見受けられる。
- もとより、テレフォンカードや交通系・流通系 IC カード、ETC カードの普及により、日常生活の中でキャッシュレスとの接点が多い国と言える。
- 日本クレジットカード協会が 2018 年に行った消費者インサイト調査によると、消費者がキャッシュレス決済を利用し始めたきっかけは、ポイント等が貯まることやキャンペーンでお得だったからといった利得性と、使いやすさや時短につながるなどの利便性／簡便性の 2 つの要因とする。一方、習慣化には利便性／簡便性が求められている。
- この結果を受け、日本クレジットカード協会では、決済の簡便化・短縮化にむけてサインレス・PIN レス環境とタッチ決済環境の整備の施策に注力すると発表。

(1) EC 市場の拡大にともなうキャッシュレス対応

- 国内の B2C の EC 市場規模が拡大。経済産業省の調査によると、2017 年の B2C-EC 市場規模は 16.5 兆円、EC 化率は 5.79%と右肩上がりに成長。
- 総務省の調査によると、EC での支払で最も多いのがクレジットカード。EC とキャッシュレスは親和性が高い。
- 日用品やデジタルコンテンツ、モビリティ等の分野でサブスクリプションモデルのサ

ービスが登場。今後ますますの EC 市場拡大が見込まれる中、日本のキャッシュレス決済比率を押し上げる重要な要因になると考えられる。

(2) キャッシュレスによる家計・資金管理

- 2017 年銀行法改正により、金融機関は API 導入に係る体制整備が努力義務化。これにより、Fintech 企業による家計・資金管理の自動化にかかるいわゆる PFM (Personal Financial Management) サービスを提供する動きが加速している。
- 自動家計簿アプリでは、個人保有のあらゆる金融サービスのアカウントをアプリに連携し、資産を一元的に管理可能。
- キャッシュレスでの支払はいつどのような目的でいくら支出したのかが自動的に連携されるため、現金支払の場合に比べて管理が楽になるといったメリットも存在する。

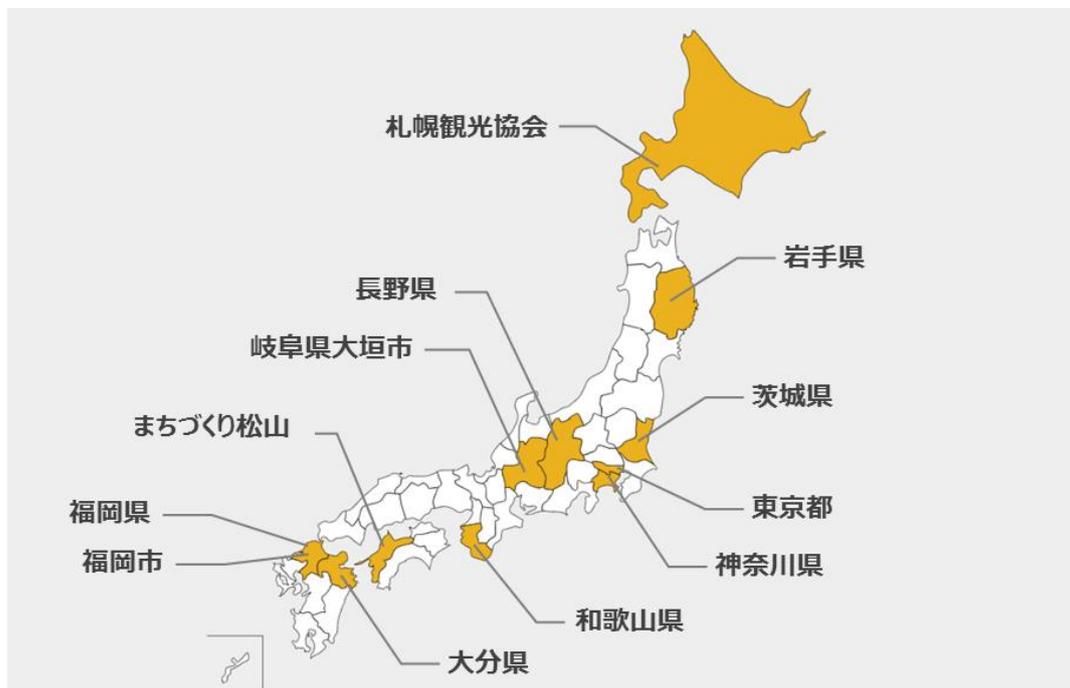
(3) キャッシュレスへの移行を阻む要因

- 本プロジェクトでは、キャッシュレスへ移行を阻む要因を特定する目的で、日常の支払シーンにおいて「現金中心の消費者」20 名に対しインタビューを実施。
- 現金中心の消費者には、「キャッシュレス＝クレジットカード」という認識がされている。
- クレジットカードに対する不安感が払拭されれば、キャッシュレスへ移行するののかとの質問には、10 名が利用意向を示す。
- 消費者の金融サービスに関する正しい理解が進むと、キャッシュレスへの移行が進むと推測される。
- ただし、一部のサービスはスマートフォンやパソコンでの利用が前提。デジタルデバインドによってキャッシュレスの恩恵を受けられない層が出てしまうのは回避すべき。

3.1.4 行政・自治体等

- 行政・自治体等によるキャッシュレスの取組は、キャッシュレスの安全性向上に資するものと、広くキャッシュレスが浸透することを目的とした啓発事業が主。
- 特に 2018 年は、地域が抱える課題を解消する一つ的手段として、地域単位でのキャッシュレスへの取り組みが多く見られた。

図表 4 本書で取り上げた地域の取組



(出典)NTT データ経営研究所作成

- (1) **経済産業省によるキャッシュレス・消費者還元事業**
 - 経済産業省は、2019年10月1日の消費税率引き上げに伴う需要平準化対策として、一定期間(2019年10月～2020年6月の9ヶ月間)に限り中小・小規模事業者によるキャッシュレス決済に対するポイント還元・割引等を支援。
 - 本施策により、中小・小規模事業者における消費喚起を後押しするとともに、事業者・消費者双方におけるキャッシュレスの推進を狙う。
- (2) **総務省によるモバイル決済モデル推進事業**
 - 総務省は、モバイル端末を用いたキャッシュレス決済手段の、小規模店舗を含めた広範な普及を図るため、当協議会で定めたコード決済等の技術仕様及び業務プロセスの標準化と、低廉な手数料率での提供について検証する実証を2019年度中に行う。
- (3) **歳入・歳出におけるキャッシュレスの対応**
 - 一部の自治体の中には、住民へのサービス向上や業務効率化の取組として、歳入・歳出におけるキャッシュレスの対応を進める動きがある。
- (4) **地域ぐるみのキャッシュレス推進**
 - 地域住民の利便性向上、地域事業者の生産性向上、地域活性化等を目指し、地域ぐるみでキャッシュレス推進する自治体も登場している。
 - 観光地で、国内外の観光客によるキャッシュレス需要に応えることで売上向上が期待できるとして、事業者に向けた情報提供を積極的に行っているケースも存在する。

3.2 事例に見るキャッシュレス決済の普及に向けた示唆

- 消費者の生活動線における決済が、より簡便かつ利便性の高いものへと進化が継続。テクノロジー進展の恩恵を取り込む形で、UI や UX に優れたもの、利得性を付加したもの等、新たなキャッシュレス決済サービスが次々と提供される土壌が生まれつつある。
- 消費者の多様なニーズ充足や店舗の事業経営の課題解決に資するキャッシュレス決済サービスの選択肢が増えたことは、我が国のキャッシュレスの加速に追い風。
- この追い風を捉えて、行政・自治体においても、これまでキャッシュレス普及の阻害要因となっていた要素の解決を図ることを念頭に、消費者と店舗のキャッシュレスを促進するための事業が見受けられる。合わせて、公金の歳入・歳出におけるキャッシュレスを着実に進めようとする事例にも注目が集まる。
- 一方、キャッシュレス決済サービスの林立により、消費者にとって選択肢が多すぎてどれを利用してよいか決定しにくくなったり、店舗で導入や運用負担が増加したりしている現状も認識。また従来、中央集権的に行われていた決済システムの運営やリスク管理についても、キャッシュレス決済サービスの数だけ小口分散してきており、顧客管理システムやプレイヤー間を繋ぐネットワーク等の構築・運用における重複投資や、潜在的なシステムリスクやセキュリティリスクの所在が見えにくくなる可能性が生じている。
- 諸外国では、「決済インフラ＝社会インフラ」と捉えて、デファクトスタンダードサービスの提供によるインターオペラビリティ(相互運用性)を確保した上で、当該デファクトスタンダードサービスを利活用して消費者や店舗向けの付加価値サービスを提供しつつ、国全体で見て重複投資の負担や利便性低下を回避しようとする取組も見られる。より良いサービスが充実することを歓迎しつつも、我が国においても今後のキャッシュレス決済の普及に向けては、決済が社会インフラとしての性質も兼ね備えていることを念頭に置いた取組の視点が重要。
- 合わせて、来るべき大量データ時代を見据えた決済処理の新しいインフラ、さらにデータ利活用により生活の利便性向上等の付加価値創造を実現するために、効率的で実効的なデータ蓄積・流通の仕組み作りが求められる。

3.3 キャッシュレス推進協議会の状況

3.3.1 会員の広がり

- 当協議会の会員数は、2019年2月末時点で321と2018年7月2日の設立時の倍近くとなっている。
- 「提供サイド」の会員数に対し、「利用サイド」の会員数が少ないという課題も存在。
- 自治体会員は、2019年2月末時点で25あり、今後も増加が見込まれる。

3.3.2 2018 年の活動状況

- 2018 年度は具体的に以下の「プロジェクト」と呼ばれるテーマ毎の検討会を組成し、キャッシュレスにかかる討議を行ってきた。
 1. QR コード決済の標準化
 2. 自動サービス機におけるキャッシュレス普及促進
 3. キャッシュレス支払時におけるペーパーレス
 4. キャッシュレス関連統計の整備
 5. キャッシュレス・ビジョン 2019
 6. API ガイドラインの整備
 7. 協議会業務の拡大検討

(1) QR コード決済の標準化

- 以下の 3 つのガイドラインを公表。
 - ・コード決済に関する統一技術仕様ガイドライン
【利用者提示型】CPM(Consumer-Presented Mode)
 - ・コード決済に関する統一技術仕様ガイドライン
【店舗提示型】MPM(Merchant-Presented Mode)
 - ・コード決済に関するオペレーションガイドライン(統一用語集)

(2) 自動サービス機におけるキャッシュレス普及促進

- 以下の 9 つの分野について、その現状や課題に関する整理を実施。
 - ・飲料等自販機
 - ・セルフレジ
 - ・券売機(食券等)
 - ・券売機(乗車券等)
 - ・自動精算機(ゴルフ場、病院、ホテル等)
 - ・自動精算機(駐車場等)
 - ・セルフ給油機
 - ・コインランドリー&アミューズメントパーク
 - ・コインロッカー

(3) キャッシュレス支払時におけるペーパーレス

- 効率化に資する施策の一つとして、店舗におけるペーパーレスの可能性について検討を実施。
- 法的観点からの確認、消費者や商慣習の問題点を指摘。
- 2019 年度は、消費者のマインドセットや商慣習をいかに変えていくのか、実証実験等を通じて検証していく予定。

(4) API ガイドラインの整備

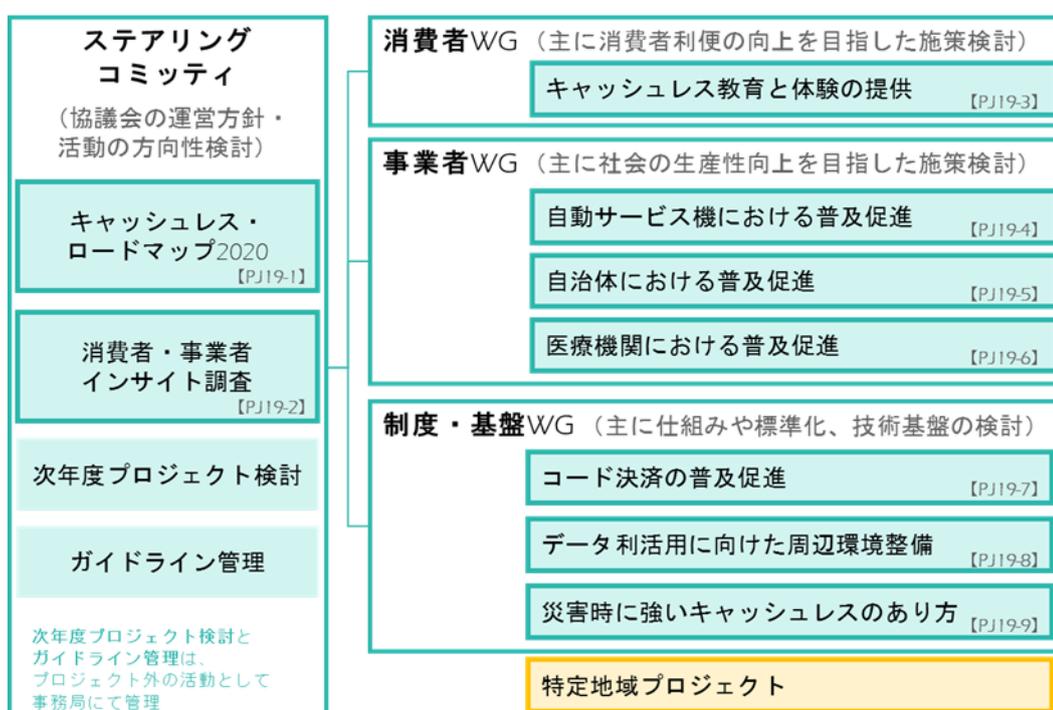
- 以下の 3 つのガイドラインを公表。
 - ・キャッシュレス決済データ利活用に係る API ガイドライン

- ・クレジットカード分野のオープン API に係る電文仕様標準について
- ・クレジットカードに関する API 利用契約の条文例
- これらの文書は、銀行業界が定める類似文書と平仄を取る形で整備を進め、FinTech 企業等とクレジットカード会社等との接続における負担を減らすことを目指している。

(5) 協議会業務の拡大検討

- 当協議会において 2019 年度に行うべきプロジェクトの検討を実施。
- 2019 年度に当協議会において行う予定のプロジェクトは、図表 5 の通り。
- 各プロジェクトの概要については、当協議会ホームページ¹において紹介。

図表 5 2019 年度キャッシュレス推進協議会プロジェクト



(出典)キャッシュレス推進協議会事務局

¹ https://www.paymentsjapan.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/2019/03/PJ_FY2019_201903.pdf

4 キャッシュレス社会の実現に向けた活動の方向性

4.1 キャッシュレス社会の姿(将来像)

- 我々が目指すべき「キャッシュレス社会の姿(将来像)」を思い描き、関係者がその将来像を拠り所とすることで、関係業界が主体的にキャッシュレス推進のための活動を行うべき。
- キャッシュレス推進の取組の意義や関係者が享受するメリットの理解を促すためには、「キャッシュレスによって生活や社会がどのように変わるか」という視点で、未来へのポジティブなイメージとして「キャッシュレス社会の姿」を提示することが必要。
- 10年後を目途とするキャッシュレス社会の姿を提起。

【キャッシュレス社会の姿】

- キャッシュレス社会の姿とは、消費者おのおのが自らの判断で利用するキャッシュレスツールの選択肢がある一方、一つのキャッシュレスツールがどこでも同じように使える環境、すなわち、「日本全国、どこでも誰でもキャッシュレス～キャッシュレスが日常生活の身近にあり、それがあたりまえの社会～」。
- 特に、キャッシュレスの利用可能な店舗が増えつつ、キャッシュレスツール間の相互運用性(インターオペラビリティ)が確保されており、「一つのキャッシュレスツールがあれば、どこでも利用可能」な社会環境となっていることを展望。

図表 6 キャッシュレス社会の姿 (イメージ)



4.2 活動の方向性

- 「4.1 キャッシュレス社会の姿(将来像)」で提起した「6つの姿」を踏まえ、消費者を中心としつつ、店舗、決済事業者、行政・自治体のそれぞれが、キャッシュレスによってもたらされるメリットの予見性を高めると共に、キャッシュレス社会の実現に向けて解決しなければならない課題を明らかにして、今後の活動の方向性を示す。

4.2.1 ①自分のライフスタイルに合ったキャッシュレスツールが選択可能

- (1) 消費者自らキャッシュレスツールを選択して利用できる環境整備
- (2) 消費者に向けた「安全・安心・安定」を訴求する活動

4.2.2 ②キャッシュレス対応の店舗等が多い

- (1) 店舗の受入ハードル低下に向けた環境整備
- (2) 運用時におけるオペレーション負担の削減
- (3) 訪日外国人(インバウンド)のキャッシュレス決済ニーズへの対応
- (4) 公共サービス(自治体サービスを受ける際の手数料や公共施設利用料の支払、医療サービス等)におけるキャッシュレス対応

4.2.3 ③キャッシュレスで支払うと得をする

- (1) 店舗におけるレジオペレーションコストや現金管理コストの見える化
- (2) キャッシュレス・消費者還元事業を起爆剤とした未加盟店の解消

4.2.4 ④レジという概念がなくなる

- (1) 生活動線や購買の仕組みに「溶け込む決済」への関与(含むペーパーレス)
- (2) サブスクリプション型課金(決済)、IoT決済への関与

4.2.5 ⑤個人間送金はデジタルで行われる

- (1) キャッシュレスサービスの利用開始のハードルを下げる工夫
- (2) 相互運用性(インターオペラビリティ)の確保

4.2.6 ⑥データ利活用により生活の利便性が向上

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">(1) データの取扱いや流通を容易にする業界横断の標準化の取組(2) データ利活用のための業界横断の場の構築 |
|---|

5 ロードマップ

ロードマップは、我が国としてのキャッシュレス社会の姿に近づくために、キャッシュレス促進に資するイベントやマイルストーンを意識しながら、4章に提示した活動の方向性をベースにマッピングしたものである。

図表 7 ロードマップ

凡例	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2027年度	
<p>期間で行う活動</p> <p>スポットで行う活動</p> <p>イベント</p>	 ラグビーワールドカップ 消費者還元事業	 東京オリンピック・ パラリンピック競技大会					 大阪・関西万博 「キャッシュレス 決済比率40%」	日本全国、 どこでも誰でも キャッシュレス	
キャッシュレス社会の姿									
①自分のライフスタイルにあったキャッシュレスツールが選択可能	消費者自らキャッシュレスツールを選択して利用できる環境整備（教育活動・体験事業） 「安心・安全・安定」を訴求する活動（不正利用補償・災害に強い）								
②キャッシュレス対応の店舗等が多い	受入ハードル低下に向けた環境整備 運用オペレーション負担削減 訪日外国人対応（観光地・商業地） 公共サービスのキャッシュレス対応								
③キャッシュレスで支払うとお得（二重価格）	消費者還元事業対応 還元事業を最大限に活用した活動 大阪・関西万博向けインフラ整備 店舗における現金コストの見える化（キャッシュレスシフトと消費者へのインセンティブ付与）								
④レジという概念がなくなる	キャッシュレス 専用レーン調査	キャッシュレス専用レーン拡大			事前注文・受取レーン、無人レジ拡大				
		デジタル決済対応 5G商用化対応 決済の超高速化、IoT決済（決済データ大量化）対応							
⑤個人間送金はデジタルで行われる（インターオペラビリティ）	共通ID/eKYC検討		共通ID/eKYC構築		（キャッシュレスサービスの利用開始のハードル低下）				
	相互運用性の 他国事例調査	相互運用性の ニーズ及び実現方法の具体化			相互運用性が確保された個人間送金 （異なるアプリ等のサービス間での送金が可能に）				
⑥データ活用により生活の利便性が向上	各種マスター 内容検討	地域でのデータ蓄積 （災害時照会対応等）		地域でのデータ活用 （地域活性・マーケティング）		地域でのデータ活用 （地域間連携）			
	データフォーマット 内容検討	業界共通 データ連携検討	サンドボックス 内容検討	店舗・決済事業者・サードパーティーが データレイクやサンドボックスを利用してサービス創出					