

キャッシュレス・ロードマップ **2020**

2020年3月31日

一般社団法人キャッシュレス推進協議会

目次

1. キャッシュレス決済について.....	1
1.1 キャッシュレスの定義.....	1
1.2 現状の主なキャッシュレス決済手段.....	1
1.3 キャッシュレス決済比率.....	2
1.4 キャッシュレスの特徴.....	6
2. 世界のキャッシュレスの動向.....	12
2.1 主要国のキャッシュレス決済比率の状況.....	12
2.2 主要国におけるキャッシュレス普及促進に向けた動向.....	13
2.3 諸外国のキャッシュレス事情における注視すべき動向.....	25
3. 日本のキャッシュレスの動向.....	29
3.1 決済事業者をめぐる動向.....	29
3.2 店舗等をめぐる動向.....	40
3.3 消費者をめぐる動向.....	56
3.4 行政・自治体をめぐる動向.....	63
4. キャッシュレス推進協議会の活動状況.....	79
4.1 会員の広がり.....	79
4.2 2019年度のプロジェクト活動状況.....	80
4.3 2020年度の活動予定.....	88
5. キャッシュレス社会の実現に向けた活動の方向性.....	92
5.1 本書作成の過程における2つの分科会.....	92
5.2 ロードマップの実現に向けて.....	97

はじめに

本書「キャッシュレス・ロードマップ 2020」は、世界や日本におけるキャッシュレス動向を整理の上、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。

本書の作成には、大きく 3 つの目的が存在する。一つは、当協議会会員向けの目的である。さらなるキャッシュレスの普及に向け、関係者一同が一丸となって取組むために、その目指すべき方向性を示すというものである。二つ目は、本書をお読みいただく方々（消費者、事業者等）へ向けた目的である。国内外の動向や今後の方向性をお伝えすることで、キャッシュレスに対する理解を深めていただきたいと考えている。最後は、社会全体に対する提言という目的である。特に、キャッシュレスは単に現金の代替物ではなく、キャッシュレスという新たなライフスタイルの誕生であることをお伝えしていくことを目的としている。

2019 年度は、「キャッシュレス・ポイント還元事業」等もあり、社会全体においてキャッシュレスに対する認知が広がった年でもあった。決済事業者の積極的な PR 等もあり、日本の社会においてキャッシュレスが一般的な用語となり、多くの消費者や事業者がキャッシュレスの導入や活用について考えていただいたことも多かったと思われる。しかし、少子高齢化社会に突入した我が国の経済活動に大きな変革をもたらし、より効率的な社会運営、安定的な経済成長を実現するには至っていない。今後さらなる発展を遂げていくためには、キャッシュレスは社会活動上、ツールとして不可欠であると考えており、誰もが安心して、いつでも、どこでもご利用いただけるキャッシュレスの実現を目指す必要があると認識している。

本書を通じて、キャッシュレスに対する理解が深まり、より多くの場でキャッシュレスが浸透することを期待する。

2020 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 キャッシュレスの定義

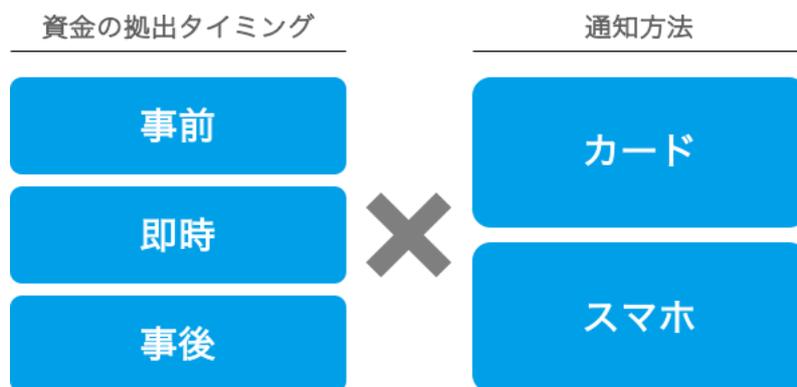
当協議会ではキャッシュレスを「物理的な現金(紙幣・硬貨等)ではなく、デジタル化された価値の移転を通じて活動できる状態」と定義づけている。

なお、上記の定義には、仮想通貨や暗号通貨と呼ばれる、分散型台帳技術を用いた新たな決済の仕組み(以下、「仮想通貨等」)も含まれ得る。しかし、我が国において、仮想通貨等を用いた決済が普及している状況にはない。そのため、以下の検討において、明記しない限り仮想通貨等は含まない¹。

1.2 現状の主なキャッシュレス決済手段

現在、「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(=キャッシュレス)」を実現する手段として、多様な決済手段(以下、「キャッシュレス決済手段」)が登場している。これらは、消費者から見ると「支払いのための資金の拠出タイミング」と「支払い方法の通知方法」の2つの分類で分けられる。

図表 1 キャッシュレス決済手段の分類



1.2.1 支払いのための資金の拠出タイミング

支払い等に利用する資金を、消費者がいつ拠出するのかで分類することができる。この分類方法であれば、支払い等を行う時から見て①事前、②即時、③事後の3つに分けられることとなる。

¹ 法定通貨を決済するための仕組みとして、分散型台帳技術を用いるケースもあるが、これらのケースについては含む。

事前は、あらかじめキャッシュレス決済手段に資金を拠出（チャージ等）しておき、拠出額の範囲内で支払い等を行う方式である。一般的に、プリペイドカード、ギフトカードや電子マネーが該当する。即時は、支払い等のタイミングで、支払額を拠出するものである。デビットカードがこの代表例である。事後は、支払い等のタイミングでは資金の拠出はないものの、一定期間後に決済事業者等から請求がなされ、この請求に対し資金を拠出する方式である。例えば、クレジットカードがこれにあたる。

1.2.2 支払い方式の通知方法

実際に、店舗等へ行き支払いを行う際に、店員に対し消費者のキャッシュレス決済に必要な情報について何を提示して伝えるかの分類を行うことができる。この分類方法であれば、①カード、②スマートフォンの2つに分けることができる。今後、これに生体等の新たな通知方法が追加される可能性も高いが、現状において一般的ではないため、2つに分類して考える。

カードは、プラスチック等のカードを提示して支払い等を行う方式である。消費者は店舗でカードを店舗に設置している決済端末に「挿入する²⁾」か「タッチ（かざす）」かの2つの方式で必要な情報を店舗に伝える。

スマートフォンは、消費者があらかじめインストールしたアプリを起動し当該アプリの画面上にバーコードやQRコード³⁾等を表示する、もしくは店舗のQRコードを読み取る等して、決済に必要な情報をやりとりする方式と、スマートフォンに内蔵されたICチップを、店舗の決済端末にタッチして利用する方式に分けられる。

また近年では、購入予約とそれに伴う決済完了後に、店舗に赴いて消費の受け取り（コーヒーなど）や、サービスの提供（飲食など）を受けるようなケースも増えてきている。

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⁴⁾」による以下の計算式を用いることが、通例となっている。

キャッシュレス支払手段による年間支払金額 ÷ 国の民間最終消費支出

本書では、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、公的機関や民間機関が算出しているいくつかのキャッシュレス決済に関する比率について示す。

²⁾ 実際には、磁気ストライプを読み取る方式も存在する

³⁾ QRコードは株式会社デンソーウェーブの登録商標です

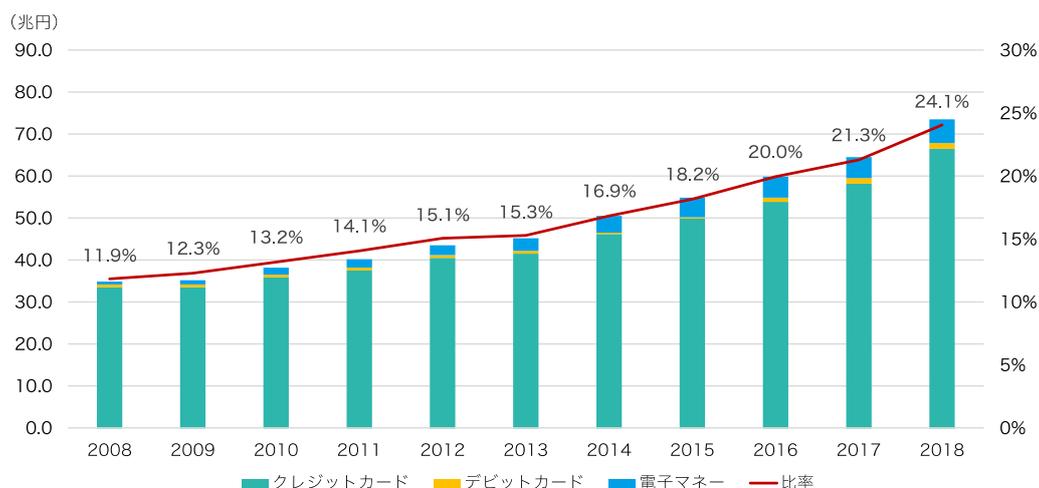
⁴⁾ http://www.meti.go.jp/report/whitepaper/data/pdf/20170508001_1.pdf

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、これまで1ポイント強の増加率で推移してきたが、2018年においては、対前年比で2.8ポイント増加しており、キャッシュレスの普及がより加速している状況が見て取れる。

キャッシュレス決済手段別に見ると、依然としてクレジットカードが全体の9割を超えており、クレジットカードがキャッシュレスを牽引している状況に変化はない。

図表 2 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) 民間最終消費支出 (名目)：内閣府「国民経済計算 (GDP 統計)」⁵
 クレジットカード：(一社) 日本クレジット協会調査⁶
 デビットカード：J-debit は日本デビットカード推進協議会調査、
 ブランドデビットは日本銀行「最近のデビットカードの動向について」ブランドデビット利用状況⁷
 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

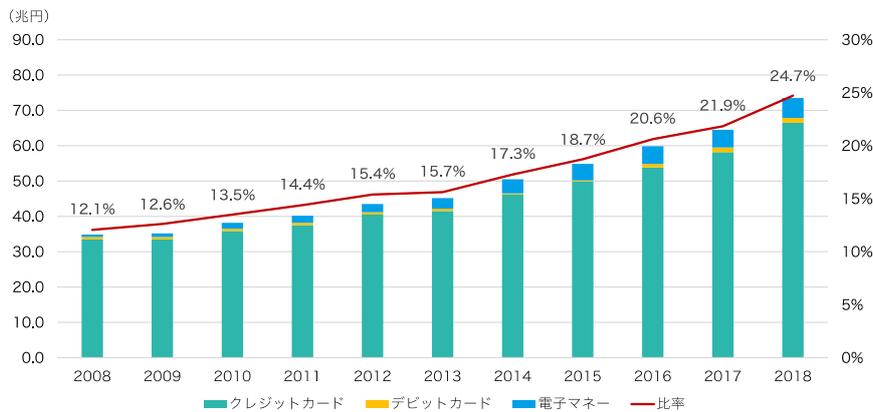
民間最終消費支出には、「対家計民間非営利団体最終消費支出」が含まれている。これは、営利を目的とせず社会的サービスを提供することを目的としている民間団体 (いわゆる NPO) の最終消費支出のことであり、具体的には、私立学校、宗教団体、政党、福祉関係などが含まれる。多くの場合、これらの団体はクレジットカード等のキャッシュレス決済手段での支払いを行っていると考えられることから、図表 3 において、母数から「対家計民間非営利団体最終消費支出」を除いた「家計最終消費支出」を母数とした比率を示す。結果として、民間最終消費支出に比べ、0.6ポイント (2018年) の上昇が認められた。

⁵ 2016年までは年次推計、2017年は「2018年1-3月期2次速報値」(2018年6月8日公表)、2018年は「2018年10-12月期2次速報値」(2019年3月8日公表)

⁶ 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

⁷ 2016年は4-12月の実績値と通期の推計値(4-12月を年換算)を使用

図表 3 キャッシュレス支払額と家計最終消費支出に占める比率

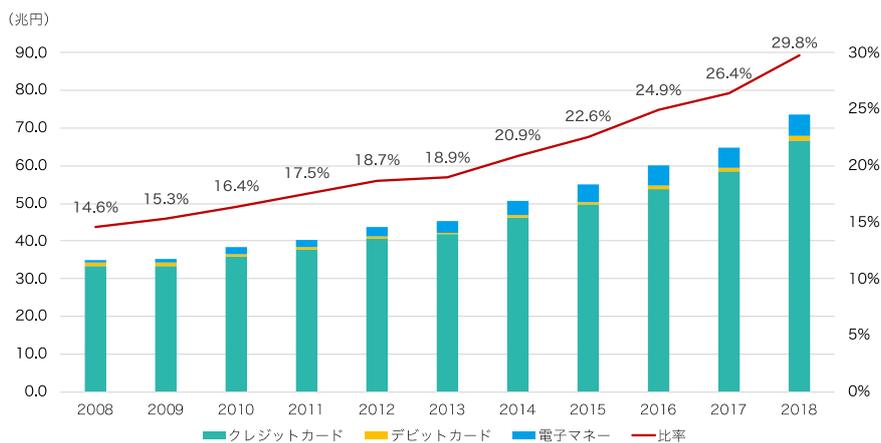


(出典) 家計最終消費支出(名目): 内閣府「国民経済計算(GDP統計)」⁸
 クレジットカード、デビットカード、電子マネーについては「図表 2」と同じ

さらに、「家計最終消費支出」には「持ち家の帰属家賃」が含まれている。これは、持家の場合において、自ら住宅サービスを生産し、それを自ら消費しているとみなし、当該消費分を金額として算入する考え方である。実際には発生していない支払いであることから、これについても除外すると、図表 4 のようになる。結果として、30%弱の決済比率となることがわかる。

当協議会では、キャッシュレス決済比率について、単に数字を追い求める必要はないものの、より納得感のある数値を認識すべきとの意見もあり、今後も継続してこれらの数値の算出を継続していくこととする。

図表 4 キャッシュレス支払額と家計最終消費支出(持ち家の帰属家賃を除く)に占める比率



(出典) 図表 4 の分母から「持ち家の帰属家賃」を差引いた値(名目)
 クレジットカード、デビットカード、電子マネーについては「図表 2」と同じ

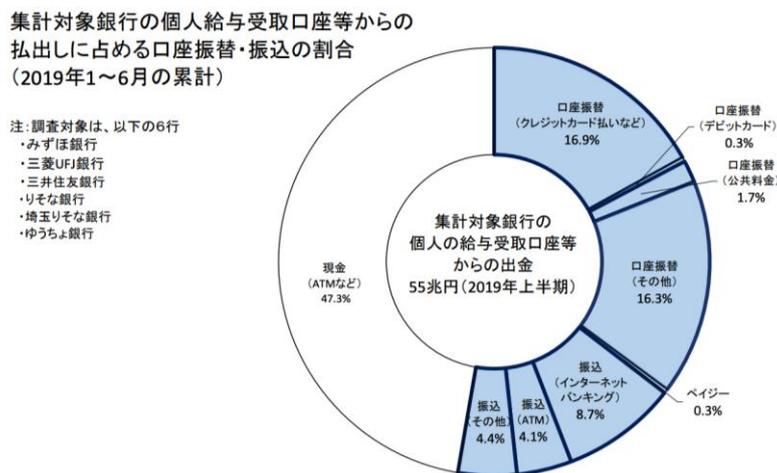
⁸ 2016年までは年次推計、2017年は「2018年1-3月期2次速報値」(2018年6月8日公表)、2018年は「2018年10-12月期2次速報値」(2019年3月8日公表)

1.3.3 一般社団法人全国銀行協会における調査

全国銀行協会では、調査対象の銀行⁹における、個人給与受取口座等からの払出しに占める口座振替・振込の割合（2019年1月～6月の累計）を算出している。

当該調査では、個人の給与受取口座等からの出金のうち、52.7%がキャッシュレスで行われており、現金による出金を上回っていることがわかる。2018年下半期調査では、47.5%であったことから、半年の間で5ポイント超の増加が発生し、現金とキャッシュレスのバランスが逆転した。

図表 5 キャッシュレスによる払出し比率の調査結果(2019年上半期)



(出典) 一般社団法人全国銀行協会¹⁰

1.3.4 日本クレジットカード協会における調査

日本クレジットカード協会（以下、「JCCA」）では、「キャッシュレス社会実現に向けた消費実態調査」をおこなっている¹¹。当該調査では、対象 1,000 世帯より家計消費支出明細データを収集・分析し、2020年2月に「キャッシュレス社会実現に向けた消費実態の客観的把握」を公表した¹²。

調査結果として、JCCA はキャッシュレス決済の成長余地（現金決済金額規模）を 73 兆円（年間金額、以下同様）と推計し、この 73 兆円の現金決済を構成する消費者は、「現金派」「キャッシュレス派」のいずれでもない「使い分け派」が4割を占めているとしている。現金派を除く消費者層（主に使い分け派）による現金決済規模は 41 兆円であり、これを狭義の成長余地としている。

JCCA の独自算出による「家計消費調査からみたキャッシュレス決済比率(JCCA)」は、62%と推計している。仮に狭義の成長余地 41 兆円をキャッシュレス決済に転化す

⁹ みずほ銀行、三菱 UFJ 銀行、三井住友銀行、りそな銀行、埼玉りそな銀行、ゆうちょ銀行

¹⁰ https://www.zenginkyo.or.jp/fileadmin/res/abstract/stats/other_cashless/cashless_201901.pdf

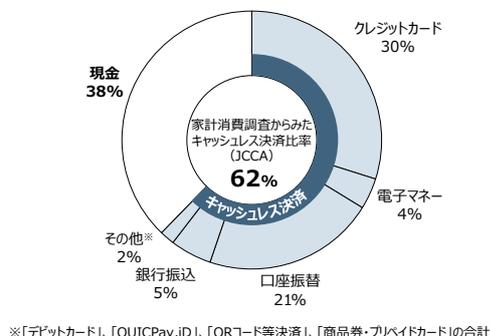
¹¹ http://www.jcca-office.gr.jp/topics/topics_78.html

¹² http://www.jcca-office.gr.jp/topics/cashless_202002b.pdf

ることができれば、同比率は83%に達することとなる。

図表 6 家計消費調査からみたキャッシュレス決済比率(JCCA)

決済手段	決済額 (兆円)	構成比
キャッシュレス	120.2	62.2%
クレジットカード	57.7	29.9%
クレジットカード(本会員)	51.6	26.7%
クレジットカード(家族会員)	6.1	3.2%
デビットカード	0.2	0.1%
電子マネー	7.5	3.9%
QUICPay,iD	0.6	0.3%
QRコード等決済	1.0	0.5%
商品券・プリペイドカード	1.7	0.9%
口座振替	41.4	21.4%
銀行振込	10.0	5.2%
現金	73.0	37.8%
総計	193.2	100.0%



(出典) 日本クレジットカード協会
「キャッシュレス社会実現に向けた消費実態の客観的把握調査報告書」
現金・キャッシュレス決済金額の推計結果(総括)

1.4 キャッシュレスの特徴

我が国においては、円滑な現金取引の実現のため、消費者・店舗のみならず、金融機関、通貨当局等に多額のコストが発生している。現金決済インフラの維持に当たっては、年間約1.6兆円を超える直接コストが発生しているとの試算もある。キャッシュレスのメリットの一つは、こうした現金決済インフラの維持コストの低減にあると言える。また、現金決済にあたっては、直接コストだけでなく、消費者においては、現金の引き出しやレジにおける受渡を行う現金の確認等の時間コストも発生していると言える。

キャッシュレスは、現金決済インフラ維持のコストを低減することに加えて、取引当事者である消費者及び店舗の利便性を向上させることも可能であると考えられる。また、決済事業者に対して新たな事業拡大の機会創出も見込まれる。

また、キャッシュレスによるメリットはキャッシュレス取引に直接関わる主体に留まるものではなく、現在キャッシュレス取引に関与していない主体に対しても、データを用いた新たなビジネス機会の創出をもたらすなど、経済全体の活性化にもつながることが期待される。

1.4.1 消費者にとってのメリット/デメリット

(1) 取引の迅速化・効率化

現金取引の場合には、消費者、店舗は現金のやりとりや金額確認・集計に多くの手間が発生していた。例えば、小売店で消費者が現金で商品を購入する際には、店員から金額を伝えられた後に、①消費者から店員への現金の授受、②店員による金額確認、③店員によるレジへの入力、④店員から消費者へのお釣りの授受、⑤お釣りの財布への格納

といった一連の流れが必要となる。また、小売店側では、業務後のレジ締め作業をはじめとする現金管理に相当な手間がかかっている。キャッシュレスになると、上記の①～⑤が不要となり、取引の迅速化・効率化が図られる。

株式会社ジェーシービー（以下「JCB」）が実施した決済速度に関する実証実験¹³によると、現金決済時の平均速度 28 秒に対して、キャッシュレス決済の平均速度は 12 秒と、現金よりも 16 秒早い結果となった。

（2）現金を引き出す手間の省力化

現金を利用する上では、銀行の窓口あるいは ATM(現金自動預払機)に出向き、紙幣・硬貨を引き出す必要がある。キャッシュレスにおいては、初期登録や残高のチャージ等の手間はかかるものの、現金を引き出す手間よりは時間を節約できる（機会費用が小さい）。

（3）資産管理の変化

当協議会が 2019 年度に実施したプロジェクト（検討会）の一つである「PJ19-2 消費者・事業者インサイト調査」において、キャッシュレスを敬遠する消費者にお話を伺ったところ、多くの方が、キャッシュレスを敬遠する理由として、キャッシュレスを進めると利用可能資金の残高管理が困難になると感じていることがわかった。

キャッシュレスの特徴の一つとして、「記録が残る」という特性がある。これを活かすことで、家計簿アプリ等による資金管理が容易になることがメリットの一つとして挙げられるが、これらは多くの場合「いつ、いくら使ったか」の管理であると言える。他方、キャッシュレスを敬遠する方々は、「あといくら使えるか」を把握したいと考えており、このような管理の考え方のギャップが存在することが判明した。

（4）多様な選択肢の存在

現金決済は、各国の法定通貨に基づく紙幣や硬貨を用いることになり、他に選択肢は存在しない。他方、キャッシュレスには多様な選択肢が存在する。選択肢が存在すること自体は、消費者にとって、自身のライフスタイルに合う方法を選択できることになり好ましいとは言えるものの、あまりに多い選択肢は、かえって選択が困難になることもありうる。

（5）決済の非接触化

新型コロナウイルス感染症流行を受け、オンライン決済の増加や、実店舗でも現金の手渡しという従業員と顧客の接触機会を削減するという観点から、非接触型を中心としたキャッシュレス決済に注目が集まっている。

¹³ 株式会社ジェーシービー「決済速度に関する実証実験結果」
(<https://www.global.jcb/ja/press/00000000162855.html>)

1.4.2 店舗等にとってのメリット／デメリット

(1) 外国人旅行者の消費促進

外国人旅行者にとっては、訪問先において、現金決済の場合における為替コスト（両替にあたっての手数料等）が大きいこと、現地の紙幣・硬貨に慣れておらず、取引に当たっての心理的な障壁があることから、母国と同じ方式で支払いができるキャッシュレスのメリットは特に大きいものと思われる。店舗側から見ても、キャッシュレスによって、外国人旅行者の消費促進につながることを期待される。

(2) 店舗における働き方改革の実現

前項においても述べたが、キャッシュレス決済は、現金決済に比べると、大幅な効率化が期待できる。支払いの効率化は、少子高齢化の進展とともに労働力不足が懸念される中、店舗等における総労働時間の縮小につながるものと考えられる。

店舗等においては、支払いの場面だけではなく、営業前の釣銭の準備や、営業後のレジ締め（売上金の確認や金融機関への入金等）といった場面においても効率化が実現でき、キャッシュレスがもたらすメリットは大きいと思われる。

(3) キャッシュレスによる新たなコストの発生

店舗等においてキャッシュレス決済が利用されると、店舗等は決済事業者に対し手数料を支払うことが一般的である。これは、現金決済の場合には（店舗等に現金ハンドリングコストは生じるものの）対外的な支払が生じないことと比較すると、新たな負担の発生と言えるものの、キャッシュレスの導入により得られる便益との比較衡量も重要であると考えられる。また、キャッシュレス決済を実現する環境の整備にかかるコスト発生やキャッシュレス決済に係る代金の入金にも相応の期間を要する場合がある。

最近では、キャンペーン価格ではあるものの手数料ゼロや、翌営業日入金を実現するサービス、コード決済においては印刷されたQRコードを提示するのみであり導入コストがかからないサービスも登場しており、キャッシュレス決済サービスにおける新たな動きともいえる。

(4) 決済の非接触化

新型コロナウイルス感染症流行を受け、オンライン決済の増加や、実店舗でも現金の手渡しという従業員と顧客の接触機会を削減するという観点から、非接触型を中心としたキャッシュレス決済に注目が集まっている。

1.4.3 決済事業者等にとってのメリット

(1) 金融機関における現金関連コストの低減

預金者の利便性向上のために、これまで銀行は稠密な ATM 網とその相互利用のシステムを形成してきた。しかし、貸出金利の縮小等を背景として、近年では支店網の削減とともに ATM 網の削減への動きもみられてきている。キャッシュレスが進展することで、現金に対する需要が減少するため、ATM の台数を減少させることができ、ATM の設置や維持管理、セキュリティ、現金輸送等のコストが減少することに繋がる。

特に、2024 年度上期に予定されている新紙幣の発行は、当該紙幣に対応するための ATM 等の改修が必要とされ、稼働率の低い ATM を中心に撤去等が行われることも想定される。

(2) 迅速な信用供与

キャッシュレスにより、その利用履歴等が情報として蓄積されることで、金融機関等における与信判断への活用が可能となる。例えば、スコアレンディングと呼ばれる手法による新たな信用供与も既に始まっている。

このような動きは、消費者にとって、妥当な金利での融資が受けられるようになるとともに、金融機関にとっても適切な信用供与が可能になるといえる。

1.4.4 経済全体にとってのメリット

(1) キャッシュレスに伴い得られるデータの利活用

キャッシュレス決済は、デジタル化された価値の移転であることから、膨大なデータが生み出され、それらを民間ビジネスや公共政策へ利用することも実現できる。キャッシュレス決済データと店舗の売上データを関連付けることにより、企業のマーケティング（販売促進や商品開発、店舗設計等）に活用できるほか、売れ筋の商品や時間帯を分析して需要予測の精度が高まれば生鮮食品や総菜・弁当類の廃棄を減らすこともでき、社会問題化している食品ロス対策にもなりうる。また、最近はキャッシュレスを見守り機能として利用し、一人暮らしの高齢者の安全・安心につなげている事例も出てきている。

(2) 中小・小規模業者等に対する金融包摂—金融機能の提供

我が国のキャッシュレスの推進は歴史的にクレジットカード会社が消費者に対して積極的に与信機能を提供し、利用されてきた。一方で、店舗等に対しては、主に集客や売上増を見込んだサービス提供が中心であり、金融サービスそのものに重きが置かれてこなかった。結果として、店舗等にとって一般的に現状のキャッシュレス決済手段は、融資等の金融サービスではなく、決済サービスの利用という側面が強くなっている。一

方で、我が国においては、事業会社の金融サービスは、銀行を始めとする金融機関が、口座や資金調達を通じて提供されてきた。

本来であれば、金融サービスと決済サービスは、資金を扱うという面で、一体的に提供されることが望ましいとも言えるが、特に個人事業主や中小・小規模事業者においては、これらが分離して提供されているようにも見える。

キャッシュレスが普及することで、店舗等における資金の動きが見える化され、これまで資金調達が難しいとされてきた個人事業主や中小・小規模事業者においても、資金調達が容易となる可能性がある。近年、FinTech 企業や金融機関等が、いわゆる取引情報を判断材料とした融資（トランザクションレンディング）を提供し始めており、我が国において 9 割を占める中小・小規模事業者の発展に資することも期待される。

(3) 新産業の発展

テクノロジーの進展や新たなビジネスモデルの誕生が相次いでいるが、キャッシュレスの分野においても同様である。我が国では、かつて銀行法により、為替取引（送金）を行う場合は必ず銀行法による免許が必要とされてきた。2010 年に施行された資金決済法においては、1 回あたり 100 万円以下の為替取引のみを行う業者について銀行免許不要とされた。これによりこの分野への参入障壁が一気に下がり、新たな産業分野として確立し、経済発展に寄与している。

また、キャッシュレスに関連するデータの利活用やセキュリティといった、周辺産業も合わせて発展している。

最近では、飲食店における注文を来店前に行い、支払いまでをスマートフォンで済ませておき、店頭では引き取るだけといったプレオーダーサービスも多数登場し始めている。このように、キャッシュレスを一つの機能として予約注文サービスと組み合わせる仲介サービスも展開されてきている。

1.4.5 社会全体にとってのメリット

(1) 硬貨・紙幣の製造・メンテナンスコストの低減

中央銀行のコストとして、現在、日本では紙幣は年間約 30 億枚印刷されており、500 億円程度の製造コストがかかっている。一方、硬貨は年間 11 億枚以上が製造されており、150 億円程度の製造コストがかかっている¹⁴。その他、発行後においても運搬や管理のためのコストがかかっている。キャッシュレスが進展することで、これらのコストが低減することは、余剰資金をその他の投資にあてがうことができるようになるため、社会全体にとってメリットと言える。

¹⁴ 齊藤美彦「第 2 章 キャッシュレス化のメリットと実現可能性について」『CCR 第 8 号』一般社団法人日本クレジット協会（2018 年 12 月）

(https://www.j-credit.or.jp/information/download/ccr_08/ccr_paper_8-3.pdf)

(2) 偽造対策の手間とコストの解消

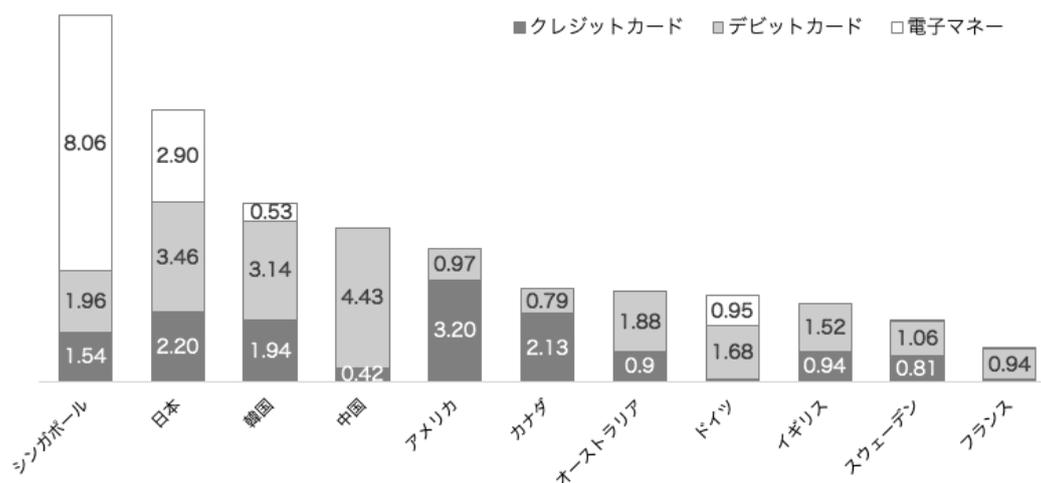
偽札が多い国においては、店舗等において紙幣の鑑定機が設置されており、これもコストを構成している。我が国においては、偽札による被害は大きな問題とはなっていないものの、偽造対策を含め、一定のコストは発生しているものと考えられる。キャッシュレス化によって偽造対策の手間とコストが低減されることは社会全体にとってメリットといえる。

2. 世界のキャッシュレスの動向

2.1 主要国のキャッシュレス決済比率の状況

国際決済銀行 (BIS) が公表している年次報告書「Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPMI countries¹⁵⁾」によると、主要国におけるキャッシュレス決済手段の保有状況について、日本は一人あたり平均してクレジットカードの保有枚数が 2.2 枚、デビットカードが 3.46 枚、そして電子マネーが 2.9 件と、合計して約 8.5 手段を保有しており、諸外国と比べて多くのキャッシュレス決済手段を保有していることがわかる。

図表 7 世界主要国におけるキャッシュレス決済手段の保有状況(2017 年)



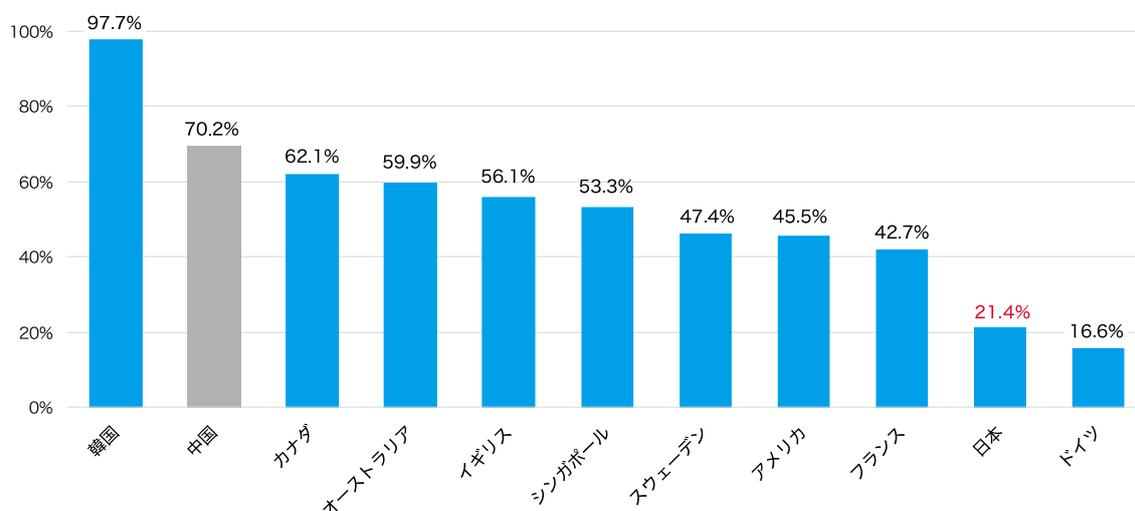
(出典) BIS「Redbook (2017年)」のカードの枚数¹⁶⁾から算出 (枚数÷人口)

また、2017 年のキャッシュレス決済比率の国際比較において、日本のキャッシュレス決済比率は 21.4%である。2016 年の 19.9%から若干上昇しているとはいえ、欧米諸国と比べると依然として低い水準にあり、キャッシュレス社会の実現に向けて引き続き国や業界が一体となって取り組む必要があるといえよう。

¹⁵⁾ 1) 一枚のカードで複数の機能が利用可能な場合、重複して計上されているほか、国・地域によっては入手出来ない一部カードの計数が欠損している。 2) 2017 年計数が存在しない場合、2016 年計数を使用。 3) デビットカードには、ディレイドデビットカードを含む。

¹⁶⁾ BANK FOR INTERNATIONAL SETTLEMENTS 「Red Book: CPMI Countries」における “number of payment cards” (<https://stats.bis.org/statx/toc/CPMI.html>)

図表 8 世界主要国におけるキャッシュレス決済状況(2017 年)



(出典) 世界銀行「Household final consumption expenditure (2017 年 (2019/12/19 更新))」、
BIS「Redbook (2017 年)」の非現金手段による年間支払金額¹⁷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 主要国におけるキャッシュレス普及促進に向けた動向

2.2.1 英国

英国における直近の動向としては、ATM 関連会社 LINK Scheme 社が中心となり 2019 年 3 月に公表したキャッシュレスとその影響についての調査レポート「Access to Cash Review Final Report, March 2019¹⁸」とイングランド銀行（英国中銀、Bank of England）が 2019 年 6 月に公表した「Future of Finance¹⁹」で紹介されている。

(1) Access to Cash Review Final Report

本レポートでは、英国では過去 10 年間で現金による支払がすべての支払いに占める割合が 63%から 34%に減少し、2017 年には現金とデビットカードによる支払いはほぼ同額となり、今後はさらに現金が急速に減少していくと予想されている。

¹⁷ 中国の比率に関しては、Euromonitor International のデータに基づき参考値として記載

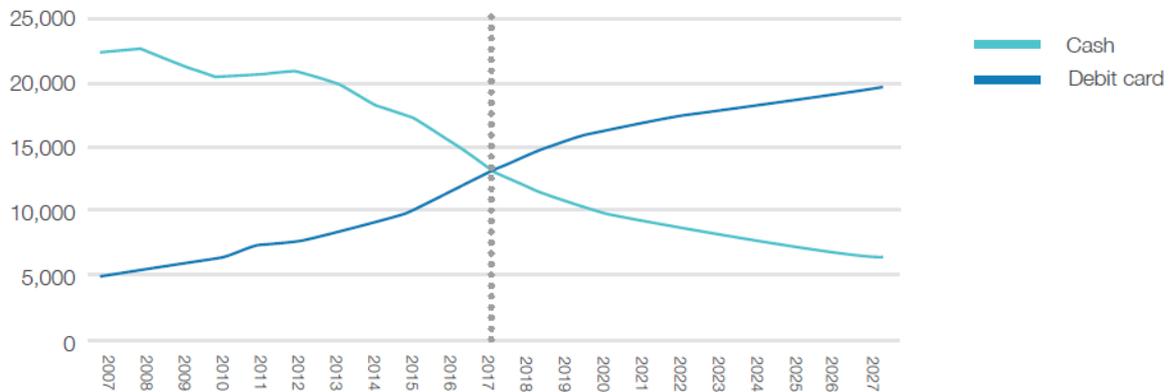
¹⁸ <https://www.accesstocash.org.uk/media/1087/final-report-final-web.pdf>

「Access to Cash Review」の調査レポートへ資金を拠出しているのは LINK Scheme 社で、英国の ATM ネットワークを構築する会社である。本レポートの内容はこのような背景事情を理解した上で参考にすべきところであるが、本レポートからは ATM（現金）の重要性を認知しつつも、今後を見据えると社会的にキャッシュレスを進めざるを得ないという同社スタンスが伺える。

¹⁹ <https://www.bankofengland.co.uk/report/2019/future-of-finance>

図表 9 現金による支払いが急速に低下、一方で、デビットカードが急増

Payment volumes cash vs. debit cards (millions) 2007 to 2017 actuals, 2018 to 2027 forecast



(出典) Access to Cash Review Final Report (March 2019)

他方、英国国民の17% (800万人) がキャッシュレス社会で不便を強いられると試算されており、現時点ではキャッシュレスへの準備が完全でないとしている。消費者の現金ニーズに対応するため、むしろ現金インフラを徹底的に見直す必要があるとしている。しかし、最終的にはすべての人々がキャッシュレスを選択肢の一つとすることができるようになる必要があるとしている。そのためには、政府や規制当局、産業界はキャッシュレス80%といった水準ではなく、むしろキャッシュレス100%に向けた解決方策の設計をすべきであり、キャッシュレスがすべての人にとっての決済手段となるまで根気強く取組みを続けるべき、と提言している。

—レポートの提言—

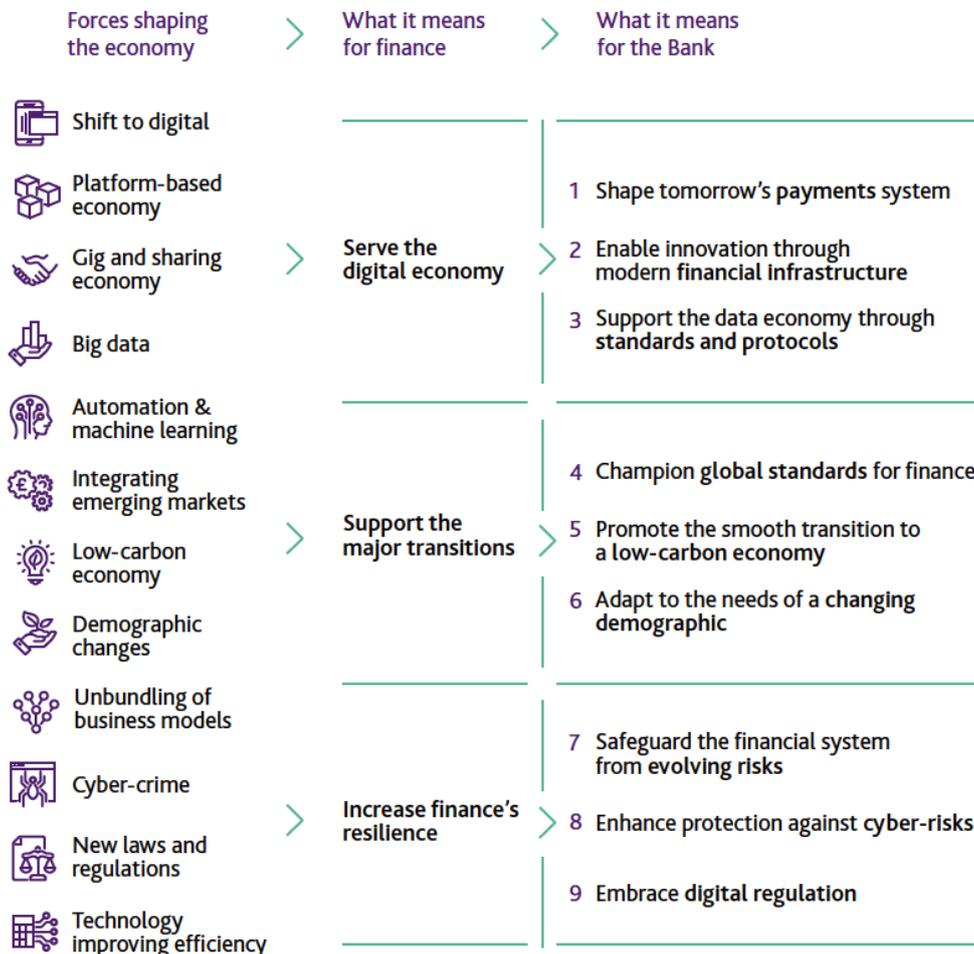
1. 消費者が現金を使用できることを保証すべき
2. 消費者は現金を広く使い続けられるようにすべき
3. 現金の取扱量が減少したとしても効率的、効果的、弾力的な現金基盤を構築する
4. 電子決済を誰でも使用できるものにする
5. 規制当局による現金システム全体の統合的な体系監視や規制を確認する

(2) Future of Finance

イングランド銀行は、今後の英国に起こり得る変化とそれらに対応する英国の金融制度の未来像について、約9ヶ月に渡り関係各所と実施した調査結果と提言事項を取りまとめ、2019年6月に「Future of Finance」として公表した。

Future of Finance 策定のアプローチとして、まず、技術進化や人口動態の変化、気候変動等が未来にもたらす社会・経済構造の変容を整理した。その変容が金融業にとって何を意味し、将来の金融制度のあり方や、それに向けイングランド銀行がどのような態勢を整備すべきかを深掘りしている。

図表 10 社会の変化が金融業界に与える影響



(出典) Future of Finance

Future of Finance の示唆を受け、イングランド銀行は同年 10 月、今後の方向性として、足元のアジェンダとして取り組む 5 つの優先分野²⁰を「Our Response²¹」として示した。優先分野のうちの一つとして、決済制度の見直しがあり、そこには英国財務省による National Payments Strategy Review に積極的に関与し、関係当局とともに決済関連法制の見直しに取り組む旨が示されている。

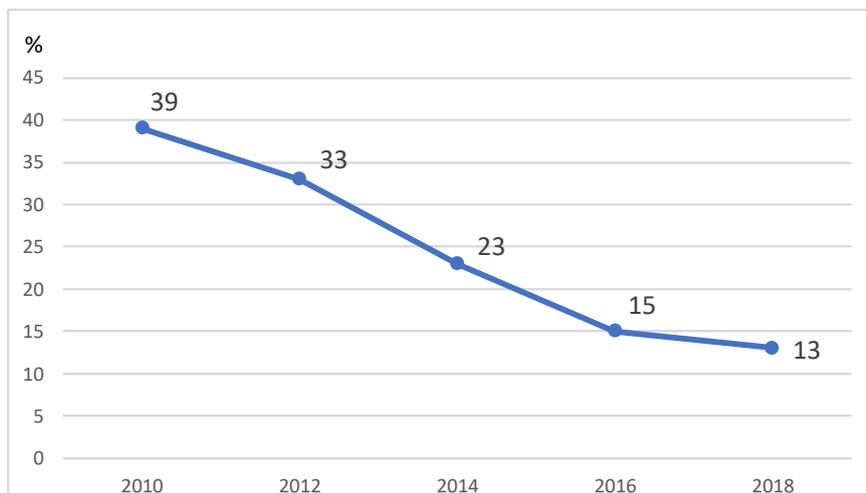
²⁰ 1) 決済制度の見直し 2) 中小企業金融におけるデータ活用 3) レグテック及びデータ戦略 4) クラウド等の新テクノロジーの活用 5) 気候変動リスク

²¹ <https://www.bankofengland.co.uk/research/future-finance>

2.2.2 スウェーデン

スウェーデンはキャッシュレス先進国として知られており、2018年時点では実店舗での支払いに現金を使った人は13%と、急速な勢いで現金離れが進んでいる。

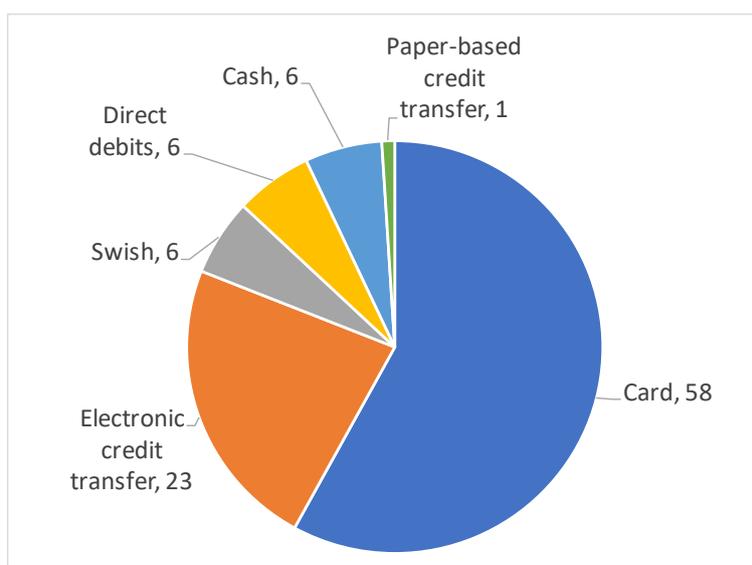
図表 11 直近の実店舗での支払いで現金を使った人の割合の推移



(出典) Payments in Sweden 2019

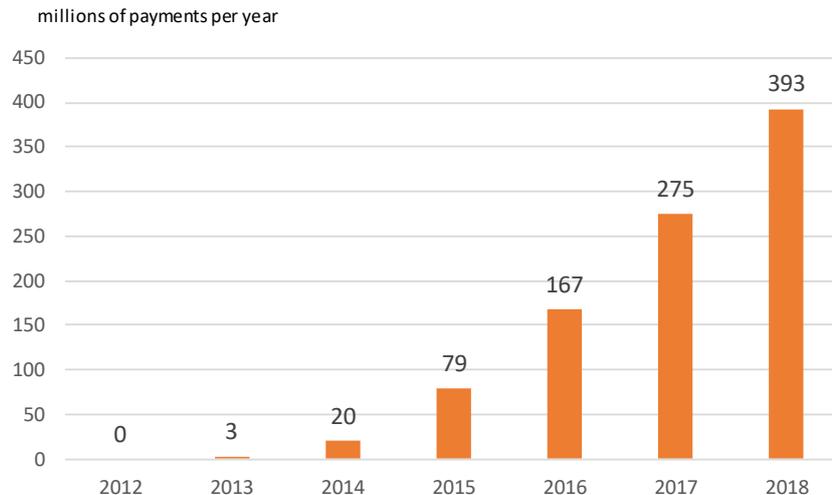
決済手段として最も多いのはクレジットカードやデビットカード等のカード利用で支払回数全体の58%を占めているが、他方で、スマートフォンアプリを用いたSwishによる支払回数も急増している。

図表 12 スウェーデンにおける支払回数別の決済手段利用状況



(出典) Payments in Sweden 2019

図表 13 Swish による年間決済額の推移



(出典) Payments in Sweden 2019

スウェーデンでは金融界が過当競争に陥ることを避け、共通の決済インフラや認証サービスを構築するなど、主要銀行がともに取り組んでいる。その結果、同国の現金（紙幣＋硬貨）の流通高の対名目 GDP 比率は 1950 年代から低下が続き、2017 年には約 1.2%にまで低下²²した。このように、社会における現金そのものへのニーズが減少する中、Riksbank（スウェーデン中央銀行）では、中央銀行発行デジタル通貨（Central Bank Digital Currency: CBDC）である「e-krona」の制度設計の検討も進められている。

かつて、スウェーデンでは現金輸送車が襲われるなどの事件もあり、犯罪対策や治安対策面から急速にキャッシュレスが進み、国民の支持も得てきた。しかし、ATM が次々と撤去され、現金が使えない店舗等や銀行支店が増えるにつれ、キャッシュレスに馴染めない高齢者、移民、障がい者、地方に住む人々のために、銀行は現金の取扱いを続けるべきという意見が出てきている。さらに、2018 年 6 月に Riksbank が公表した「Secure access to cash」という中間報告書では、すべての銀行は現金を扱う義務があると述べられている²³。

また、決済システムの脆弱性に備えて、金融機関に現金の取扱いを義務づける等の法案が 2019 年 9 月に国会に提出された。なお、Riksbank が e-krona の検討を進めている背景には、民間主導でキャッシュレスが進んだ場合の信頼性や安全性の担保への不安もあると指摘されている²⁴。

²² 通貨流通残高の対名目 GDP 比で見ると、主要先進国の中では日本は上昇傾向が継続し 20%程度の高水準にあり、ユーロ圏や米国でも 10%前後であるものの上昇傾向では一致している。その中でスウェーデンにおいては低下傾向が続いている(小部晴美「スウェーデンのキャッシュレス化・ドイツのキャッシュレス化」『ファイナンス』2019 Jul.

(https://www.mof.go.jp/public_relations/finance/201907/201907i.pdf)

²³ <https://www.riksbank.se/globalassets/media/remisser/riksbankens-remissvar/engelska/2018/consultation-response-on-secure-access-to-cash.pdf>

²⁴ <https://www.riksbank.se/globalassets/media/rapporter/e-krona/2018/the-riksbanks-e-krona-project-report-2.pdf>

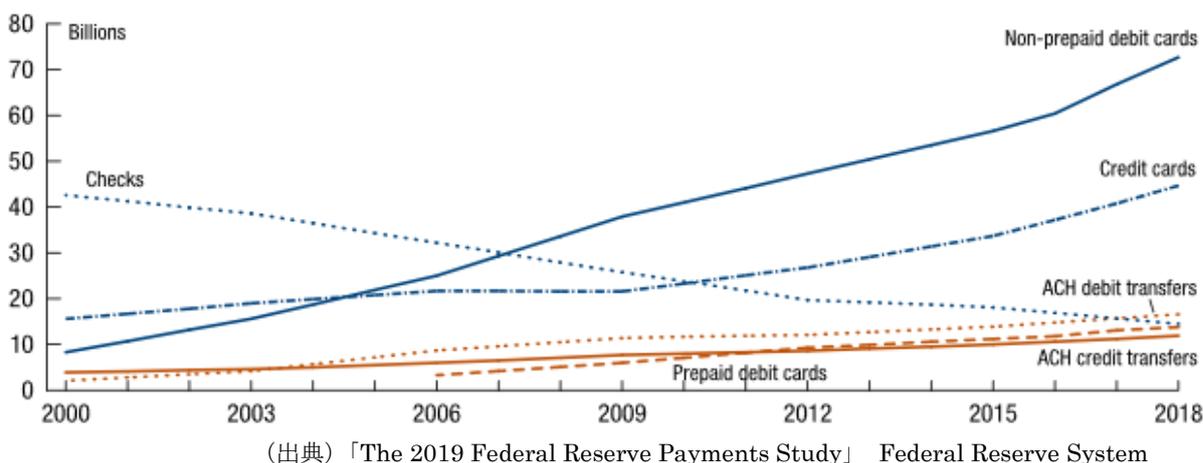
2.2.3 米国

クレジットカード大国の米国は、オンラインサービスの増加を背景にキャッシュレスの普及が進んでいる。小口決済においては従来より小切手支払の文化があり、これを電子化した手段である ACH (Automated Clearing House) を含め決済手段も多岐にわたる。2019 年に実施された連邦準備制度による支払実態調査によると、2015 年から 2018 年にかけての主なキャッシュレス (ACH、カード、小切手) の支払状況は、ACH の支払件数は年間 6%増加し、クレジットカードとデビットカードの支払件数は年間 8.9%増加し、一方、小切手による支払件数は年間 7.2%減少した²⁵。

しかし、最近相次いでキャッシュレスに歯止めをかける動きも出てきている。フィラデルフィア市は条例で、現金決済の受入を義務付けた²⁶。これに続いて、ニューヨーク市、ニュージャージー州、サンフランシスコ市でも同様の条例や法律が可決されている²⁷。他方、シカゴ市では、2018 年に類似の条例案が議会に提出されたが、可決に至らなかった。

ニューヨーク市の条例はタクシー等の配車サービスや食事配達サービスなども現金決済受入義務化の対象となっている。ニューヨーク市では 9 世帯に 1 世帯は銀行口座を有しておらず、また、5 世帯に 1 世帯は銀行口座を保有していても現金中心の生活をおくっており、小切手の換金などにも銀行を利用していないという実態がある。現金受入の義務化の背景には、低所得者層を中心とした銀行口座非保有層への配慮があるものと推察され、実際、ブロンクス区では銀行口座を持っていない人の割合は 2 倍に増えるとの指摘がなされている²⁸。

図表 14 米国におけるキャッシュレスによる決済手段(件数ベース)



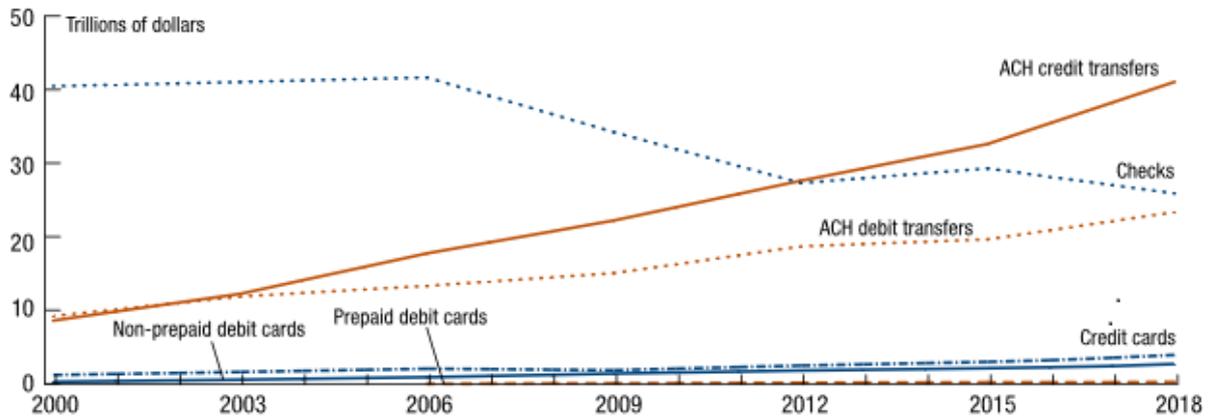
²⁵ <https://www.federalreserve.gov/paymentsystems/fr-payments-study.htm>

²⁶ <https://www.vox.com/the-goods/2019/3/8/18256601/cashless-stores-philadelphia-law-amazon-go-sweetgreen>

²⁷ <https://www.nytimes.com/2020/01/23/nyregion/nyc-cashless-ban.html>

²⁸ <https://www.nytimes.com/2020/01/23/nyregion/nyc-cashless-ban.html>

図表 15 米国におけるキャッシュレスによる決済手段(金額ベース)



(出典)「The 2019 Federal Reserve Payments Study」 Federal Reserve System

他方、米国では予てより、マネーロンダリング対策・脱税防止を目的に、事業及び取引に関して1取引につき1万ドル(約110万円)超の現金²⁹支払いを受けた者は、内国歳入庁および財務省金融犯罪取締ネットワークへの報告を銀行秘密法³⁰で義務付けている。(個人間を対象外)一方で、捜査機関が届出義務違反を広く検知することは難しい為、実際には、現金決済の割合が高い業種(中古車、宝石・貴金属、不動産等)に対する脱税・マネーロンダリング捜査のフックとして用い、仮に立件に至らない場合でも不提出罪により刑事訴追を行う等に活用している模様である。

²⁹ “現金”には、小切手、銀行手形等も含まれ、資金の流れが把握できる手段(クレカ・デビット・プリカ等)以外を対象としている

³⁰ 銀行等に対する機密性が高くまたは不審な現金払いおよび海外との金融取引等に関する報告義務を規定。報告は「Form8300」という定型フォーマットを用いる。

図表 16 Form8300 書式

IRS Form 8300 Report of Cash Payments Over \$10,000 Received in a Trade or Business
 (Rev. August 2014) Use this form for transactions occurring after August 29, 2014. Do not use prior versions after this date.
 Department of the Treasury Internal Revenue Service For Privacy Act and Paperwork Reduction Act Notice, see the last page.

Part I Identity of Individual From Whom the Cash Was Received
 2 If more than one individual is involved, check here and see instructions
 3 Last name: Brown 4 First name: Fat 5 M.I.: A 6 Taxpayer identification number: 93-25101015-3535
 7 Address (number, street, and apt. or suite no.): 100 Main Street 8 Date of birth: 11/01/55
 9 City: Hometown 10 State: CA 11 ZIP code: 10101 12 Country (if not U.S.):
 14 Identifying document ID: Driver's License: CA325-00-32523
 15 If this transaction was conducted on behalf of more than one person, check here and see instructions
 16 Individual's last name or organization's name: Brown 17 First name: Fat 18 M.I.: A 19 Taxpayer identification number: 93-25101015-3535
 20 Doing business as (DBA) name (see instructions):
 21 Address (number, street, and apt. or suite no.):
 22 City: Hometown 23 State: CA 24 ZIP code: 10101 25 Country (if not U.S.):
 27 Alien identification ID: PA 28 Date cash received: 01/10/15 29 Total cash received: \$ 18,000.00 30 If cash was received in more than one payment, check here: 31 Total price if different from item 29: \$.00
 32 Amount of cash received (in U.S. dollar equivalent) (must equal item 29) (see instructions):
 a U.S. currency \$ 18,000.00 (Amount in \$100 bills or higher \$.00)
 b Foreign currency \$.00 (Country:)
 c Cashier's check(s) \$.00 (Issue's name(s) and serial number(s) of the monetary instrument(s))
 d Money order(s) \$.00
 e Bank draft(s) \$.00
 f Transfer's check(s) \$.00
 33 Type of transaction:
 Personal property purchased Real property purchased Personal services provided Business services provided Intangible property purchased
 Debt obligations paid Exchange of cash Escrow or trust funds Bail received by court clerk Other (specify in item 34)
 34 Specific description of property or service shown in 33. Give serial or registration number, address, cockpit number, etc. (See Part 4 - donor serial no. xx - ABCDEFG-1234567)
Part IV Business That Received Cash
 35 Name of business that received cash: Small Town Camp 36 Employer identification number: 1:0:1:2:5:4:5:6:7
 37 Address (number, street, and apt. or suite no.): 5000 Industrial Avenue 38 City: Hometown 39 State: CA 40 ZIP code: 10101 41 Nature of your business: Car Dealership
 42 Under penalties of perjury, I declare that to the best of my knowledge the information I have furnished above is true, correct, and complete.
 Signature: Fat Brown Authorized official: Title: Sales Manager
 43 Date of signature: 01/10/15 44 Type or print name of contact person: Fat Brown 45 Contact telephone number: 999-999-0999
 IRS Form 8300 (Rev. 8-2014) OIG No. 621335 FICEN Form 8300 (Rev. 8-2014)

出典：米国内国歳入庁³¹、預金保険研究/預金保険機構³²

2.2.4 ドイツ

ドイツ財務省は 2016 年にマネーロンダリングやテロ資金を封じるため、現金取引の上限額を 5,000 ユーロ (約 60 万円) にする法案を議会に提案したが、否決となった。消費者だけではなく議員からも、現金による取引の匿名性を維持することは民主主義憲法下で守られるべき自由であるとの意見が出された³³。このように、ドイツは現金に対する評価が総じて高く、支払いの匿名性のためにも現金が維持されるべきだと考える国民が全体の 88% を占め、現金廃止は国民の自由を侵害するという考え方も 81% の国民が支持している³⁴。

一方で、欧州の多くの国同様に、ドイツでも高額紙幣の発行を廃止する動きがある。ブンデスバンクが実施した支払手段の利用状況調査を紹介している財務省のレポート³⁵によれば「回数ベースでは約 4 回に 3 回は現金で支払うとされているものの、金額ベー

³¹ <https://www.irs.gov/publications/p1544>

³² <https://www.dic.go.jp/content/000010212.pdf>

³³ <https://www.theguardian.com/world/2016/feb/08/german-plan-prohibit-large-5000-cash-transactions-fierce-resistance>

³⁴ ドイツの中央銀行である、ドイツ連邦銀行 (Deutsche Bundesbank) による支払い手段の実態調査 (<https://www.bundesbank.de/en/publications/reports/studies/payment-behaviour-in-germany-738024>)

³⁵ 小部晴美「第 6 章 スウェーデン及びドイツにおけるキャッシュレス化の現状と課題」『デジタル時代のイノベーションに関する研究会 報告書』2019 年 6 月

(https://www.mof.go.jp/pri/research/conference/fy2018/digital2018_report06.pdf)

スでは現金の割合は 5 割を切っている。デビットカードの利用も回数ベースで約 2 割、金額ベースで 35%となっており、クレジットカードは取引回数で 2%、金額で 5%である。すなわち、日常的な少額の支払では現金の利用割合は高いが、現金一辺倒ではなく、支払額が大きくなるとデビットカードの利用が増え、50 ユーロ以上の支払では一位となっており、使い分けの傾向がうかがわれる。これは 500 ユーロ札の新規発行が既に停止された事情とも整合的であろう」と紹介されている。

同レポートではドイツのキャッシュレス化が遅れている背景には、ドイツの歴史的な背景などの国情が影響していると分析している。ドイツは東西分断の歴史を持ち、ベルリンでは都市分断の下に永らく国による「中央監視」が行われてきた歴史的な経緯がある。それゆえに国民感情において匿名性の価値が極めて高く、利用履歴がデータとして残るキャッシュレスは中央監視を想起させ、抵抗感を生み出している可能性があるとしている。また、ドイツは連邦国家であり、「強い分権性」が通用力の高い現金を支持させているという指摘も紹介している。

とはいえ、ベルリンはフィンテックを中心とするスタートアップ（起業）の集積地として知られており、営業店を持たず、インターネットやスマートフォンのみを通じてサービスを提供するデジタルバンクも早期より輩出している。また、2019 年には小売取引における決済額において、キャッシュレス決済が現金決済を上回ったとの報告³⁶もあり、今後はキャッシュレスが進展する可能性もある。

なお、同国では、欧州における第 5 次マネーロンダリング指令（5th Anti-Money Laundering Directive: AMLD5）の施行を受けた国内法整備の一環として、iPhone の NFC チップを Apply Pay 以外の電子マネーインフラ運営者に対して開放することを義務付ける法案が成立し、2020 年 1 月 1 日から施行されている³⁷。本法はマネーロンダリングの防止法を修正する内容であるが、Apple 社が提供するサービス以外でも iPhone の NFC チップの利用が可能となる³⁸。これは、Apple 社によるオンライン決済の寡占を警戒した動きと捉えられている。

2.2.5 オランダ

オランダでは、日常的な決済の殆どを「Pinnen」というデビットカード 1 枚で済ませることができる。2019 年の決済手段は Pinnen を中心としたデビットカードが 66.4%、現金が 32.1%を占めており、クレジットカードによる決済は極めて少ない³⁹。スマートフォン等による決済はまだほとんど普及していないが、モバイルアプリ等による効率的な決済手段は個人間取引を始め、今後広がる可能性があると思われる。

同国における Pinnen の使用範囲は広く、小売店、スーパーマーケット、レストラン、

³⁶ <https://www.ehi.org/de/pressemitteilungen/liebe-zum-bargeld-laesst-nach/#>

³⁷ [https://www.bundesrat.de/SharedDocs/drucksachen/2019/0501-0600/598-19\(B\).pdf?__blob=publicationFile&v=1](https://www.bundesrat.de/SharedDocs/drucksachen/2019/0501-0600/598-19(B).pdf?__blob=publicationFile&v=1)

³⁸ <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=01e51365-3e74-4fc4-ab84-0ef009d5ccfd>

³⁹ <https://factsheet.betaalvereniging.nl/en/>

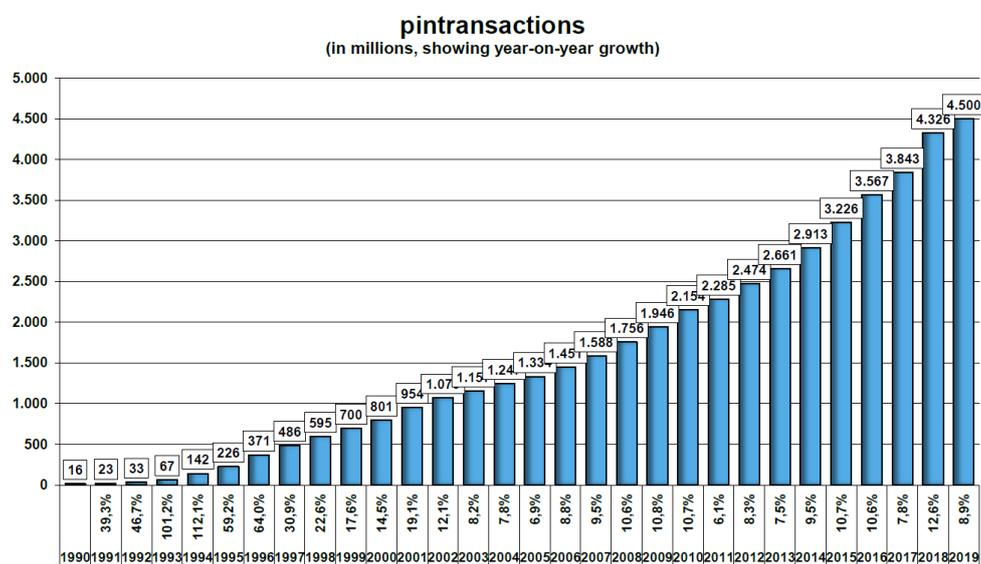
レジャー施設などはもちろん、市場の屋台でも使えるところもある。オランダでは、1987年頃からデビットカードは存在していたが、なかなか普及しなかった。今日のように爆発的な普及に至った起爆材は銀行間の連携と、2005年に締結された小売業界と銀行業界の基本協約にある。

銀行間での連携・協働により共通の決済インフラができ、決済にかかるコストは欧州で最も低くなっていたが、小売業界と銀行業界の交渉が膠着状態にあったことから、詳細なコストに関する調査を実施した結果、デビットカードよりも現金の方がコスト高であることが判明し、これにより、膠着状況にあった小売業界と銀行業界がキャッシュレスの普及に向けて協力できる土壌が整った⁴⁰。

2013年に実施された最新のコスト計算では、決済ごとにかかるコストは現金が24セント、デビットカードが19セント、コンタクトレス（非接触型）が15セントとなっており、このコスト計算は銀行への手数料ではなく、現金の勘定、輸送、保管、管理など、主に店舗運営にかかるコストを評価項目として算出されている⁴⁰。

2015年に消費者協会の全面的な協力を得て Dutch Payments Association（オランダ決済協会）が旗振り役となってデビットカードの利便性を訴求する「PINNEN JA GRAAG（英語では Pinnen, yes, please）キャンペーン」を展開し、デビットカード決済の受入に消極的であった小規模店舗なども巻き込みながら急速に普及したという経緯がある⁴⁰。

図表 17 オランダにおけるデビット決済金額の推移(単位:百万ユーロ)



(出典) Dutch Payments Association 「ANNUAL REPORT 2017」⁴¹

⁴⁰ MUFG フィンテック「キャッシュレス社会はいかにして広まったか キャッシュレス最先端の国、オランダの現状」(<https://innovation.mufg.jp/detail/id=199>)

⁴¹ <https://www.betaalvereniging.nl/wp-content/uploads/Annual-Report-Dutch-Payments-Association-2017.pdf>

2.2.6 シンガポール

シンガポールでは、我が国と同様、少子高齢化が進み社会の効率化が求められている。そのような中、2014年に Smart Nation（スマート国家）構想を掲げ、官民挙げて先端技術とデータ利活用を基軸とするデジタル・イノベーションに取り組んでいる。その一環として 6 分野における戦略的国家プロジェクトが進められている。その1つが「E-Payments」であり、キャッシュレス社会に向けたキャッシュレスの普及促進が目指されており、キャッシュレス決済の仕組みも政府主導で進められている。

同国では、シンガポールの主要 3 銀行が株主となっている NETS（Network for Electronic Transfers (Singapore) Pte Ltd）が、FAST（Fast And Secure Transfers）と呼ばれるリアルタイム銀行間決済インフラや店舗等向けの決済インフラを運営している。同時に、彼ら自身も電子マネーやコード決済などのサービスを提供している。シンガポールの銀行は、この FAST を活用しながらコード決済サービス等を展開している。

シンガポールは、ASEAN における地理的、経済的背景から、決済分野における影響力を増しており、決済分野における二国間連携やインフラ輸出にも注力しており、ASEAN 域内での個人間送金や統一規格でのコード決済の相互乗入れが進められている。

シンガポール国立大学では、2019年8月からスタートアップ企業である Octobox 社が無人コンビニサービスを開始している。手のひら静脈認証のみで入店・決済できるため、人件費を削減でき、安価で商品を提供することが可能となっている。シンガポール政府も無人店舗を後押しし、中小企業庁にあたる Enterprise Singapore は導入費の 70% まで支援している⁴²。大手企業も無人店舗に参入している。シンガポールの通信会社 Singtel は 2019年6月に 24 時間営業で顔認証により入店する無人店舗 Unboxed を開店させた。キャッシュレス以外での特徴はモジュール式の可動式店舗という点で、店舗は数か月ごとに移動させることができ、交通機関のハブや大学キャンパスなどの需要が見込まれる場所で適宜店を開いて営業ができるようになっている。

2.2.7 中国

コード決済や生体認証による決済、レジレス店舗、無人店舗等、キャッシュレスに関する新しい取組が進む中国であるが、本項では、いくつか特徴的な事例を紹介する。

(1) Alipay の Tour Pass

中国では、Alipay WeChat Pay 等のコード決済の普及により、街なかで現金決済を行うことはかなり減少したが、この状況は、Alipay や WeChat Pay 等を利用できない外国人観光客にとって過ごしにくい環境となっているのも事実である。

2019年11月に、Alipay は、Tour Pass という、外国人旅行者向けのミニアプリと呼

⁴² <https://asia.nikkei.com/Business/Retail/Singapore-s-unmanned-convenience-stores-study-China-failures>

ばれる機能を提供した。従来、Alipay は中国国内にある銀行口座と紐付けることで利用可能となるが、Tour Pass では中国国外発行のクレジットカードやデビットカードから Alipay にチャージができるようになった。Tour Pass の利用開始に際しては、携帯電話番号とパスポートの写真を送信する必要がある。Tour Pass 自体は、上海銀行が提供する 90 日間有効なプリペイドカードの形態をとっており、入金上限額は 2,000 元（約 3 万円）である。有効期限を過ぎると、残高が自動的に払い戻しされる仕組みとなっている。

これにより、中国国内の多くの Alipay 利用可能店舗において外国人旅行者であっても支払いができるようになった。

(2) 多様なミニアプリの登場

かねてより、中国の決済アプリはスーパーアプリと呼ばれ、多様な機能を有し、1つのアプリで生活全般のあらゆることが行えるようになっていた。このように、決済アプリをスーパーアプリとして機能させているのが、前述にもあった「ミニアプリ」や「ミニプログラム」と呼ばれる機能である。これらの機能は、独立したスマートフォンアプリではなく、あるアプリの中の一機能であり、メインのアプリさえインストールしておけば、個別にインストール等は不要である。

例えば、WeChat Pay が提供するミニプログラムには、飲食店での予約、注文、支払いを可能にするものであったり、医療機関の予約から受付、支払までを行えたりするものも存在する。これらの施設の利用者は、スマートフォンに WeChat Pay アプリが入っていれば、手ぶらでサービスを受けることができる。また、公共交通機関においても、ミニプログラムを使った乗降が可能になり始めている。ミニプログラムはサードパーティの開発事業者でも提供が可能であり、WeChat Pay を中心とした様々なサービス提供がさらなる拡がりを見せている。

(3) デジタル人民元発行に向けた準備

中国の中央銀行である中国人民銀行は、デジタル通貨の研究を 2014 年から開始し、その実用化に向け、深センにデジタル通貨研究所を 2017 年に立ち上げている。

現在予想されるデジタル人民元は、金融機関の準備金と同額のデジタル通貨を発行する。そのため、市中に出回る通貨発行額に変化は生じない。また、中国人民銀行は金融機関に対しデジタル人民元を提供し、企業や消費者は金融機関からデジタル人民元を取得する事となる。いわゆる 2 階建ての構造を取ると見られる。

2.3 諸外国のキャッシュレス事情における注視すべき動向

キャッシュレスが進展したきっかけや経緯、そして社会経済をとりまく諸事情には国ごとに違いがあり、他国の事例がそのまま日本に当てはまるものではない。しかし、その違いを理解した上で、参考となる点も非常に多い。本項では、先に取り上げた主要国のキャッシュレス事業なども踏まえ、海外の動向として「現金取引の上限規制」「現金決済を義務付ける動き」「デジタル通貨をめぐる動向」の3点につきとりまとめる。

2.3.1 現金決済の上限規制

(1) 各国における現金決済の上限規制の導入状況

脱税・マネロン防止・税収の向上(脱税防止)を目的に、特に欧州において、高額な現金決済を禁止する国が年々増加傾向にある。欧州以外にも、一部のアジアや中南米の国でも導入されつつあり、高額な物品の購入等においては、現金以外の手段(小切手、銀行為替、クレジットカード等)で代替している。このような制度の導入に際しては、税法や犯罪収益移転防止法(犯収法)等の既法令へ規定を追加するケースと、新法として制定するケースが存在する。

(2) 欧州での導入の背景

欧州では既に10カ国以上で現金決済の上限規制が導入されている。導入が進んでいる背景として、「テロ対策への意識の高まり」「マイナス金利の導入」等が考えられる。

具体的には、パリ同時多発テロ(2015年1月)を発端に「テロ対策」への意識が高まり、欧州各国における政策の一環として現金決済の規制が受け入れられやすい環境であったこと(陸続きの欧州各国へ波及)が挙げられる。

また、欧州の中央銀行(ECB)では世界に先駆け「マイナス金利政策」を導入(2009年スウェーデンが初、2014年にECBも導入)している。これにより、預金に対して金利手数料がかかるため、預金の引き出しを誘発する懸念があったが、預金口座を前提とした電子決済(デビットカードや口座引き落とし等)に誘導することで、現金の引き出しが抑制され、金融機関は口座から金利手数料を得ることが可能となっている。

図表 18 欧州における現金決済の上限規制

国名	上限金額	備考
フランス	€1,000(約12万円)	・€10億の歳入増を見込み、2015年に€3,000から€1,000へ引き下げ ・非居住者の上限は€15,000
ポルトガル	€1,000(約12万円)	・一般税法に規定 ・非居住者は上限€10,000

スペイン	€2,500 (約 30 万円)	・非居住者は上限€15,000 ・罰金は支払額の約 25%
イタリア	€2,999 (約 36 万円)	・イタリア救済法(高額現金決済禁止法)に規定 ・罰金は€3,000～支払額の 40%
ギリシャ	€500 (約 6 万円)	・€300 への引き下げ検討中
ベルギー	€3,000 (約 36 万円)	・AML 法に規定 ・不動産は金額問わず現金不可
スロバキア	€5,000 (約 60 万円)	・個人間取引は上限€15,000
スロベニア	€5,000 (約 60 万円)	・AML 法に規定
ラトビア	€7,200 (約 86 万円)	・税法に規定
クロアチア	€15,000 (約 180 万円)	・EU 加盟もユーロ未導入先 ・ユーロ単位で規定
ポーランド	€15,000 (約 180 万円)	
ブルガリア	9,999LV(約 62 万円)	・EU 加盟もユーロ未導入先 ・本国通貨単位で規定
デンマーク	50,000DKK(約 80 万円)	
チェコ	350,000 CZK/日(約 175 万円)	
ルーマニア	10,000 RON/日(約 25 万円)	
スイス	100,000 CHF(約 1,100 万円)	・EU 未加盟

※イギリス、ドイツ等は未導入。

(出典) 欧州消費者消費者センターウェブサイト⁴³、
Mossavar-Rahmani Center for Business and Government 「Limiting the Use of Cash for Big Purchases⁴⁴」、ポルトガル政府ウェブサイト⁴⁵、CashEssential⁴⁶

(3) オーストラリアでの検討経緯

2016 年 2 月、違法な経済活動の取り締まりに向け、政府主導で「ブラック・エコノミー・タスクフォース」を設立。同機関の調査では、違法な経済活動は同国 GDP の 3% (500 億豪ドル/約 3 兆 7 千億円) に達する可能性があるとし、その防止手段の一つとして「現金払いの制限」が推奨された⁴⁷。

政府は、同機関の報告内容に加え、シェアリングエコノミー (Uber や Airbnb 等) のビジネスモデルの登場による脱税増加を懸念し、「現金払の制限」の検討を開始。2020 年 1 月からの導入に向け法案提出・審議中も、業界団体 (商工会議所、公認会計士等) から強い反発を受けたが、法案は下院を通過し、上院から経済法制委員会へ調査を付託。委員会は施行にあたって配慮すべき点 (企業側の準備に十分な時間を確保すること、施行後に効果や影響等を検証すること等) を指摘しつつも、導入を肯定する内容で報告がなされ (2020 年 2 月 28 日)、上院も通過予定とされている⁴⁸。

⁴³ <https://www.europe-consommateurs.eu/en/home/>

⁴⁴ https://www.hks.harvard.edu/sites/default/files/centers/mrcbg/files/80_limiting.cash.pdf

⁴⁵ <https://dre.pt/home/-/dre/108030505/details/maximized>

⁴⁶ <https://cashesentials.org/ecb-calls-for-greece-to-drop-cash-payment-limitations-but-what-about-the-other-countries/>

⁴⁷ オーストラリア政府HP (<https://treasury.gov.au/consultation/c2018-287474>、
<https://treasury.gov.au/review/black-economy-taskforce/final-report>)

⁴⁸ ABC News (Australia) (<https://www.abc.net.au/news/2019-10-25/cash-ban-law-under-inquiry-post-mp-concerns-on-freedom-breach/11640124>)

図表 19 オセアニアにおける現金決済の上限規制

国名	上限金額	備考
オーストラリア	※法案提出・審議中 A \$9,999(約 74 万円)	・新法(現金取引制限法)として議会提出 ・可決なら 2020 年 1 月 1 日施行(下院通過) ・導入後 4 年間で約 A \$30 億の歳入増目指す

(出典) オーストラリア政府ウェブサイト (<https://treasury.gov.au/>)、オーストラリア議会ウェブサイト (<https://www.aph.gov.au/>)、CashEssential⁴⁹

(4) アジア、中南米における導入状況

図表 20 アジアにおける現金決済の上限規制

国名	上限金額	備考
インド	200,000 Rs (約 31 万円)	・所得税法に規定(Section 269ST)
マレーシア	※導入検討中 25,000 RM (約 65 万円)	・通貨法の一部に規定することを検討中(2020 年～) ・当初 50,000RM で検討も、引下げ

(出典) Income Tax Department government of india⁵⁰
「Malaysia to impose cash transaction limit of RM25,000 next year⁵¹」 The Star

図表 21 中南米における現金決済の上限規制

国名	上限金額	備考
ジャマイカ	1,000,000 JMD (約 82 万円)	・犯罪収益法に規定
メキシコ	①200,000 MXN(約 115 万円) ②500,000 MXN(約 290 万円)	①対象:車、高級品、宝くじ ②対象:不動産
ウルグアイ	5,000 US \$ (約 55 万円)	・現地通貨(ペソ)ではなく、米ドルで規定

(出典) Mossavar-Rahmani Center for Business and Government
「Limiting the Use of Cash for Big Purchases⁵²」

2.3.2 現金決済を義務付ける動き

各国において、現金取引の上限規制を設ける動きが高まる中で、キャッシュレスの進展とともに、現金を利用する権利、あるいは現金の支払いを受け入れる義務についても法規制化する動きがみられるようになっている。

具体的には前述したように、キャッシュレス先進国である英国、スウェーデン、米国では、急速なキャッシュレスの進展から取り残された人々や地域の問題がクローズアッ

ABC News (Australia) (<https://www.abc.net.au/news/2020-02-28/cash-ban-bill-set-to-pass-after-senate-inquiry-approves/12011488>)

⁴⁹ <https://cashesentials.org/ecb-calls-for-greece-to-drop-cash-payment-limitations-but-what-about-the-other-countries/>

⁵⁰ <https://www.incometaxindia.gov.in/Pages/default.aspx>

⁵¹ <https://www.thestar.com.my/business/business-news/2019/11/07/malaysia-to-impose-cash-transaction-limit-of-rm25000-next-year>

⁵² https://www.hks.harvard.edu/sites/default/files/centers/mrcbg/files/80_limiting.cash.pdf

プされ、近年は「現金を使う権利を保証する」ことへの要望が強まり、キャッシュレスに逆行する動きも出始めている。

これから本格的にキャッシュレスへ移行しようとしている我が国にとって教訓になる要素もあると考えられ、キャッシュレス弱者を生み出すことなくキャッシュレスの普及を進めていくことの重要性を示唆している。

2.3.3 中央銀行によるデジタル通貨の動向

各国の中央銀行による CBDC (Central Bank Digital Currency : 中央銀行発行デジタル通貨) に向けた動きも散見されるようになってきた。CBDC は、(1) デジタル化されていること、(2) 法定通貨建てであること、(3) 中央銀行の債務として発行されること、という 3 つの要件を満たすものであると言われている⁵³。

BIS が 2020 年 1 月に公表した、66 の中央銀行を対象に行なった調査報告書⁵⁴によると、66 の中央銀行のうち 80%は何らかの形で CBDC に取り組んでおり、40%は実証実験等、より具体的な段階での検討に進んでいた。ただし、約 70%の中央銀行は CBDC を近い将来に発行する可能性は低いと回答している。一方、残りの約 30%は何からの形でデジタル通貨を発行する積極的なプランがあると回答している。

このように CBDC に注目が集まってはいるものの、そのほとんどは検討段階にあるものの、CBDC がキャッシュレスに与える影響について検討を行っていくこととする。

⁵³ <https://www.boj.or.jp/announcements/education/oshiete/money/c28.htm/>

⁵⁴ <https://www.bis.org/publ/bppdf/bispap107.pdf>

3. 日本のキャッシュレスの動向

キャッシュレス・ロードマップ 2019 においては、キャッシュレス決済比率の向上等の目標達成に向け、「キャッシュレス導入が従来行われてきた市場」に加え、「キャッシュレス導入の裾野が広がる市場」の検討の重要性が示されている。本書においても、これらの問題意識をふまえ、両市場における我が国のキャッシュレスに関する決済事業者、店舗等、消費者、行政・自治体等の取組や課題、今後の方向性等について最新動向や政策トレンドをまとめる。

3.1 決済事業者をめぐる動向

3.1.1 決済事業者における取組

ここでは、決済事業者の最新動向について記載する。近年、既存の金融機関に加え、情報通信業や流通業等異業種からの決済事業への参入や業界再編が加速しており、各社がキャッシュレスを起点にそれぞれのサービス拡張に向けた取組を強化している。

(1) 株式会社三菱 UFJ フィナンシャル・グループ

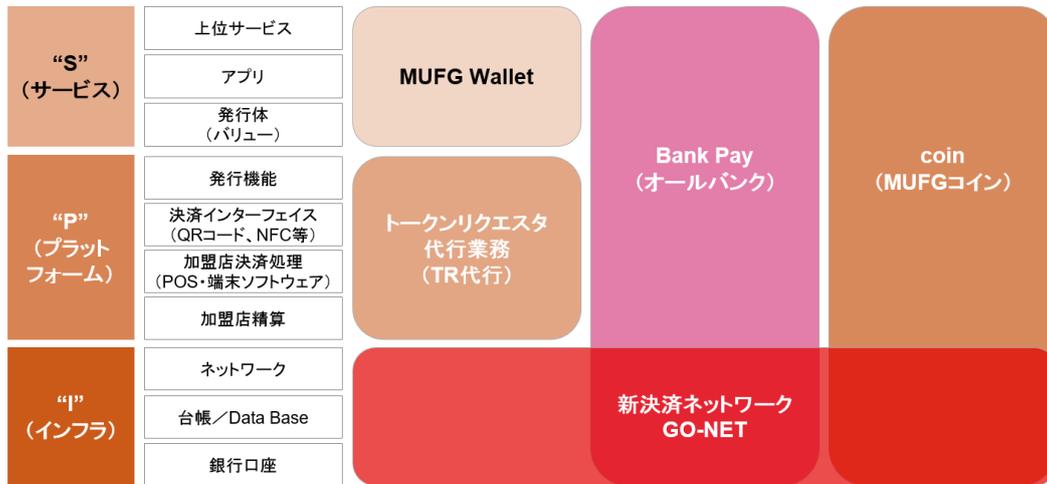
株式会社三菱 UFJ フィナンシャル・グループ (MUFJ) では、決済ビジネスをサービス (S)、プラットフォーム (P)、インフラ (I) の 3 領域に分けて定義し、各領域で様々な取組を強化している⁵⁵。決済サービスは土台となるプラットフォームとインフラが連動して提供されており、サービス領域における異業種参入が活発化する中、よりオープンで安全な仕組みを構築している。

例えば、MUFJ と Akamai Technologies, Inc. の共同出資会社である Global Open Network Japan 株式会社⁵⁶は、ブロックチェーン技術を活用したオープンなネットワーク「GO-NET」のサービス提供に向けて準備を進めている。GO-NET は大容量・安価・安全なデジタルプラットフォームとして、キャッシュレス普及の諸課題を解決すると共に、IoT 時代におけるマイクロペイメント等の新たな領域を切り拓くことを目指している。

⁵⁵ 株式会社三菱 UFJ フィナンシャル・グループ「MUFJ Report 2019」
(<https://www.mufj.jp/ja/ir2019/pdf/all.pdf>)

⁵⁶ Global Open Network Japan 株式会社 (<https://go-net.jp/japan/>)、株式会社三菱 UFJ フィナンシャルグループニュースリリース「Global Open Network Japan 株式会社」設立について、2019 年 4 月 19 日公表 (https://www.mufj.jp/dam/pressrelease/2019/pdf/news-20190419-001_ja.pdf)

図表 22 決済ビジネスのレイヤー構造



(出典) 株式会社三菱 UFJ フィナンシャル・グループ

(2) 株式会社三井住友フィナンシャルグループ

株式会社三井住友フィナンシャルグループ (SMFG) の三井住友カード株式会社は、2019年10月に、事業者が抱えるキャッシュレス決済システム全体の複雑さに起因する非効率・コスト構造を解消しつつも、新たなテクノロジーの登場や事業者・利用者双方のニーズの高度化に柔軟かつスピーディーに応えるために、次世代決済プラットフォーム「stera」を発表した⁵⁷ほか、事業者が抱えるデータ活用やマーケティングの課題の解決策として、同社が保有する膨大なキャッシュレス決済データを統計化し、取引先等に対するデータ分析支援サービス「Custella」の提供を開始した⁵⁸。また、2020年1月には、カード番号等の情報を全て裏面に記載した「次世代カード」、・アプリによる「安心利用制限サービス」の提供など、実際にキャッシュレスを利用する顧客が、これまでにない「安全・安心」「便利」「お得」を実感できる新たなキャッシュレス決済エクスペリエンスの提供をすると発表している⁵⁹。

図表 23 三井住友カードの次世代カード



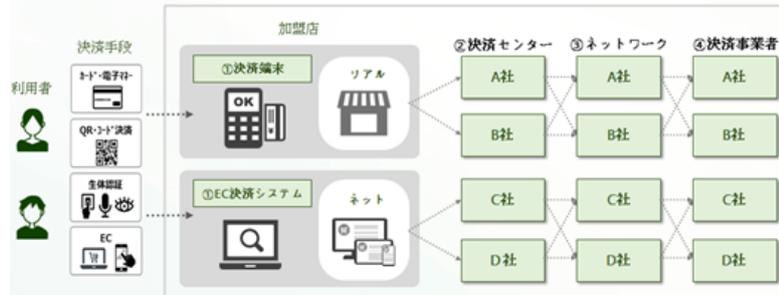
⁵⁷ 三井住友カード株式会社プレスリリース 2019年10月2日 (<https://www.smbc-card.com/company/news/news0001477.jsp>)

⁵⁸ 三井住友カード株式会社プレスリリース 2019年10月18日 (<https://www.smbc-card.com/company/news/news0001478.jsp>)

図表 24 三井住友フィナンシャルグループのキャッシュレスへの取組み

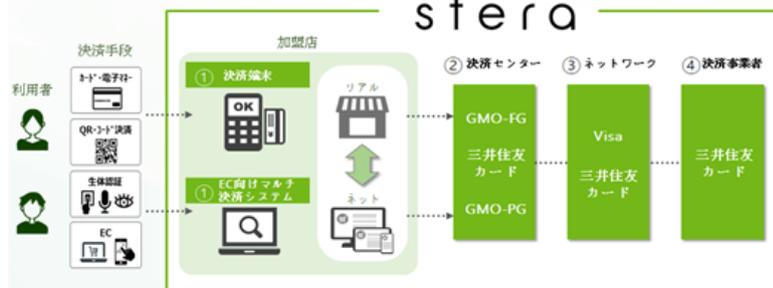
■ 一般的な日本の決済サービスの仕組み

端末で受けた決済データを、決済センター、ネットワークを経由し決済事業者へ送信
(様々なプレーヤーが混在し、運用・精算が煩雑)



■ steraの事業領域と仕組み

端末から決済センター、ネットワークまで一気通貫でカバーした総合決済プラットフォーム



(出典) 三井住友カード株式会社主催「新決済プラットフォームに関する発表会」(2019年10月2日)

(3) 株式会社みずほフィナンシャルグループ

株式会社みずほフィナンシャルグループ (MHFG) の中核子会社である株式会社みずほ銀行が提供する QR コードを活用したスマホ決済サービスである J-Coin Pay を提供している。

2020年1月には、企業向け新サービス「J-Coin Biz」を提供開始した⁶⁰。本サービスでは、従業員の交通費や出張費等の経費精算について、企業から従業員への送金を J-Coin Pay で実現する。これにより、企業は銀行振込で利用していた振込データを J-Coin Biz の専用 Web サイトにアップロードすることで、追加の事務負担なく、1件当たり 10万円未満の個人宛送金を安価に実現可能となる。

⁶⁰ 株式会社みずほフィナンシャルグループ、株式会社みずほ銀行ニュースリリース「企業向け新サービス『J-Coin Biz (B2P 送金サービス)』を提供開始～<みずほ>内では昨年12月より利用開始～」、2020年1月14日公表 (https://www.mizuho-fg.co.jp/release/20200114release_jp.html)

図表 25 J-Coin Biz の仕組み



（出典）株式会社みずほフィナンシャルグループ、株式会社みずほ銀行「企業向け新サービス『J-Coin Biz (B2P 送金サービス)』を提供開始」

（４）日本郵便株式会社

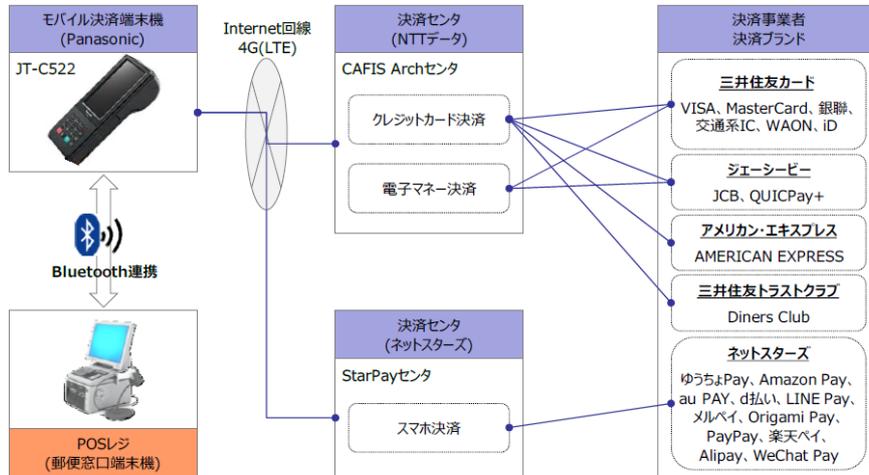
日本郵便株式会社は、顧客の利便性向上および増加する訪日外国人観光客への対応を図るため、2020年2月から郵便局の郵便窓口でのキャッシュレス決済を順次導入している⁶¹。

消費者は、①郵便料金または荷物（ゆうパック、ゆうメールなど）運賃の支払い、②切手、はがき、レターパックなどの販売品（印紙を除く）の支払い、③カタログ、店頭商品などの物販商品の支払いの際に、キャッシュレス決済を利用できる。決済種類・ブランドは、クレジットカード6ブランド、電子マネー4ブランド、スマホ決済11ブランド（2020年3月現在）と、多様な決済種類・ブランドを用意している。

⁶¹ 日本郵便株式会社プレスリリース「郵便局におけるキャッシュレス決済の導入 ～郵便窓口で取り扱う決済ブランド、導入局などの決定～」、2019年10月25日公表

（ https://www.post.japanpost.jp/notification/pressrelease/2019/00_honsha/1025_01.html ）

図表 26 郵便局におけるキャッシュレス決済の全体スキーム



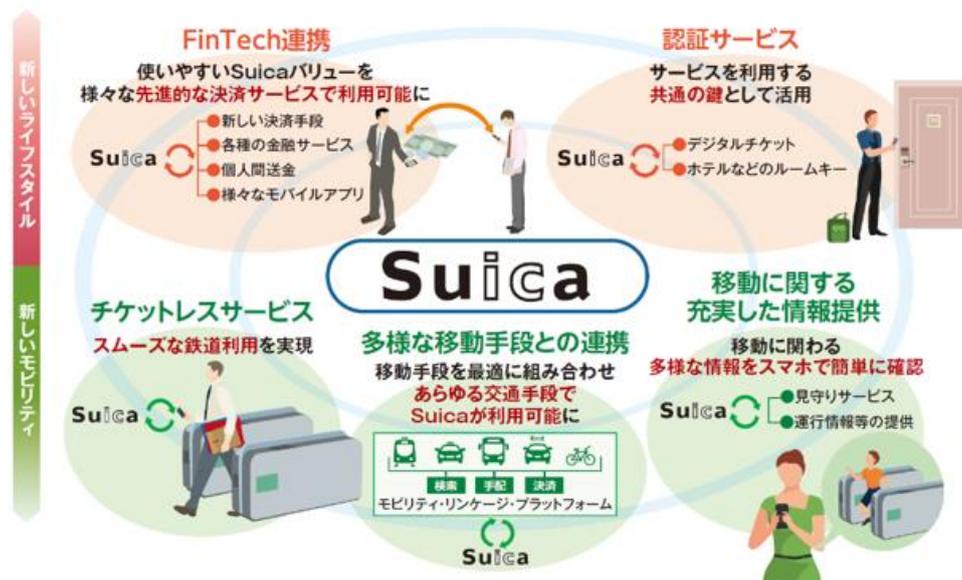
(出典) 日本郵便株式会社「郵便局におけるキャッシュレス決済の導入～郵便窓口で取り扱う決済ブランド、導入局などの決定～」

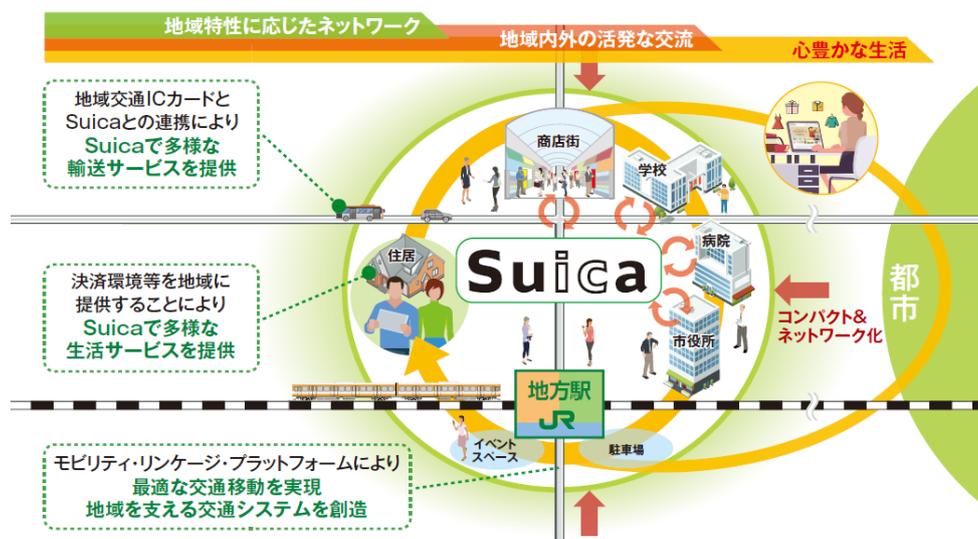
(5) 東日本旅客鉄道株式会社

東日本旅客鉄道株式会社は、Suica等の技術やインフラを活用し、都市、地方、インバウンド対応等で新たな付加価値の提供に取り組もうとしている。具体的には、Suicaを多様な決済手段やアプリと連携し、共通基盤化を推進することで、あらゆる生活シーンで利用できる環境の整備を目指す。

さらに、同社は、「JR 東日本グループ経営ビジョン「変革 2027」」において、都市を快適にするため、「移動のシームレス化」と「多様なサービスのワンストップ化」を推進することで、生活者に最適なサービスを提供する環境の実現を目指している。

図表 27 Suicaの共通基盤化、スマートトレイン



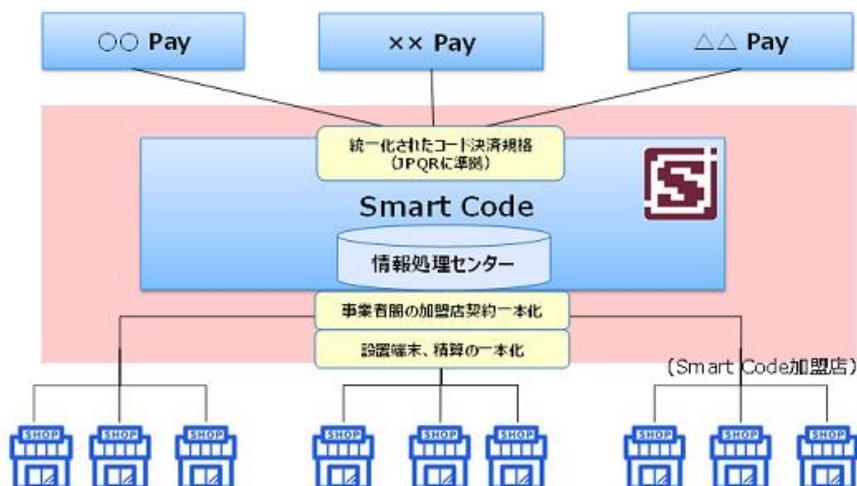


(出典) 東日本旅客鉄道株式会社『JR 東日本グループ経営ビジョン「変革 2027」』

(6) 株式会社ジェーシービー

JCBは、クレジットカードのアクワイアラとしての経験、及び子会社の日本カードネットワーク（CARDNET）が提供する決済インフラの運営ノウハウを基に、当協議会が定める統一 QR コード・バーコード「JPQR」に準拠したコード決済スキーム「Smart Code」を提供している。Smart Code の提供する情報処理センターを中心に、コード決済サービス事業者と店舗をつなぐことで、これまで店舗がコード決済サービスごとに締結する必要があった契約を、Smart Code の利用契約に一本化し、また、提供するシステムも情報処理センターとの接続に集約することで、コード決済サービスごと、店舗ごとのカスタマイズを不要としている。

図表 28 Smart Code のスキーム概念図



(出典) JCB ウェブサイト (<https://www.global.jcb/ja/press/00000000162837.html>)

2020年3月現在、Smart Code は利用者提示型（CPM方式）に対応している。

また、タイの大手商業銀行であるカシコン銀行が提供するコード決済サービス「K PLUS」が既に利用可能になっている他、JCB 自身も消費者向けのコード決済サービスの提供を予定しており、訪日外国人旅行者が母国で利用しているサービスをそのまま日本でも利用可能にする環境が整えられている。

図表 29 Smart Code 参加決済事業者(2020年2月末現在)

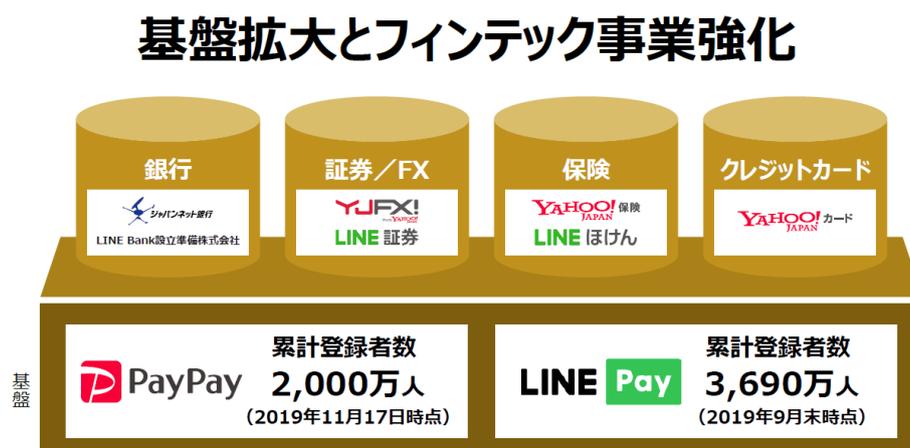


(出典) JCB ウェブサイト (<https://www.global.jcb/ja/press/00000000162837.html>)

(7) Zホールディングス株式会社

ソフトバンクグループ株式会社の子会社であるZホールディングス株式会社とLINE株式会社は、日本・アジアから世界をリードするAIテックカンパニーづくりを目的として、2019年11月にグループの経営統合を決定した⁶²。本統合では、利用者基盤の拡大およびFinTech事業強化として、銀行、証券、保険、クレジットカードの4領域でのシナジーを期待している。

図表 30 ZホールディングスとLINEの経営統合によるフィンテック事業におけるシナジー



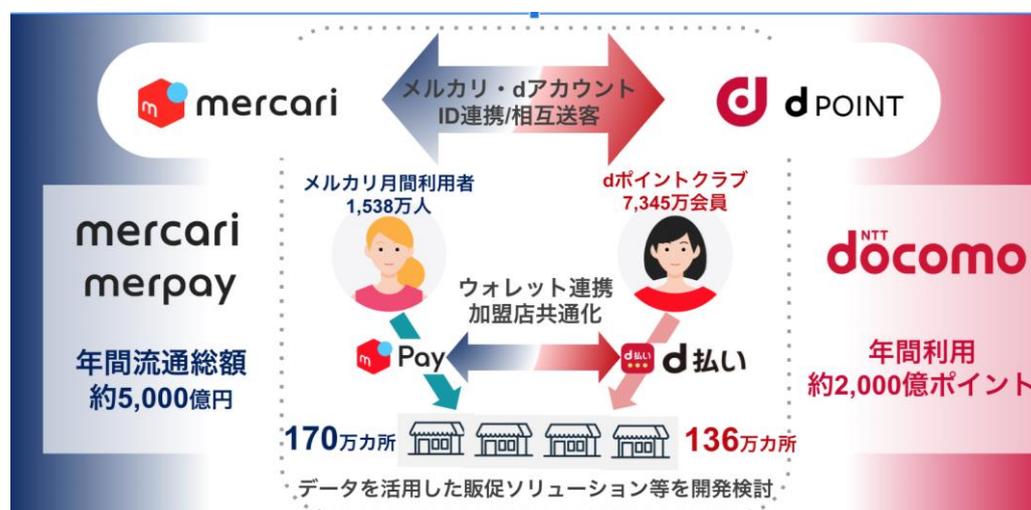
(出典) Zホールディングス株式会社「Zホールディングス(株)とLINE(株)の経営統合について」

⁶² Zホールディングス株式会社プレスリリース「経営統合に関する基本合意書の締結について」、2019年11月18日公表 (<https://www.z-holdings.co.jp/pr/press-release/2019/1118/>)

(8) メルカリグループ(メルペイ)

メルカリグループの株式会社メルペイ（以下「メルペイ」）は、2019年2月にスマホ決済サービス「メルペイ」を開始した。フリマアプリ「メルカリ」の年間5,000億円超の売上金が利用できること(売上金がなくても100行以上の銀行からチャージが可能)、非接触決済サービス「iD」とコード決済の両方に対応しており、全国170万か所のさまざまな店舗およびECサイトで利用できること、また、事前の銀行チャージ無し（チャージレス）で、商品購入代金を翌月にまとめて支払うことができる「メルペイスマート払い」など、お客様にとって使いやすいサービスであることが強み。利用者数は、2020年1月に600万人を突破した。2020年2月には株式会社 Origami を子会社化(株式会社メルカリの孫会社化)し、今後、顧客・加盟店への一定の周知期間を経た後に「Origami Pay」を「メルペイ」に統合するとともに、関係3社および信金中金の4社共同で、地域の中小事業者への「メルペイ」導入の推進によりキャッシュレス社会の実現を目指している。また、同月にNTTドコモとの業務提携を発表し、今後は月間利用者数約1,500万人の「メルカリID」と7,345万を超える会員基盤をもつ「dアカウント®」のIDを連携させることにより、国内最大級の顧客基盤を活かし、ポイントと決済の融合により新たな顧客体験の実現に向けた事業展開をしていくとしている（2020年5月開始予定）。

図表 31 メルカリ/メルペイとNTTドコモの連携



(出典) メルカリ・メルペイ・NTTドコモ業務提携発表会資料

(9) 楽天グループ

楽天グループでは、楽天株式会社、楽天カード株式会社、楽天ペイメント株式会社、楽天 Edy 株式会社、楽天銀行株式会社などが一体となり、キャッシュレス決済に関する多様なサービスを提供することで相乗効果を高め、「楽天経済圏」の更なる発展につなげることを目指している。

例えば、楽天株式会社、楽天カード株式会社、楽天ペイメント株式会社、楽天 Edy 株式会社、株式会社楽天野球団、楽天ヴィッセル神戸株式会社が一体となり、完全キャッシュレスの「スマートスタジアム構想」を推進している。「楽天生命パーク宮城」及び「ノエビアスタジアム神戸」の店舗等を完全キャッシュレスとすることで、スポーツ観戦時における決済に関わるストレスを減らし、キャッシュレス決済に触れていただく機会を創出するとしている⁶³。キャッシュレス決済のお得さ、便利さを体感していただくことで日本におけるキャッシュレス決済普及を後押ししていきたいと考えている。

図表 32 楽天の総合的キャッシュレスプロダクト群

サービス	プロダクト
スマホ決済	R Pay QR決済 個人間送金* 加盟店向けサービス
電子マネー	R Edy カードグッズ モバイル
クレジットカード	Rakuten Card
ポイントカード	R POINT ポイントカード Rakuten チェック 来店ポイント
銀行	Rakuten 楽天銀行 スマホアプリ デビットカード

*「楽天キャッシュ」の個人間送付
(出典) 楽天グループ

(10) 国内におけるタッチ決済の普及

国内外で、カードやスマートフォン、そしてスマートウォッチを始めとしたウェアラブル端末等によるタッチ決済（非接触決済）が増加しつつある。また、店舗においても、EMV 仕様のタッチ決済を国内・海外発行を問わず利用できる端末が普及しつつある（昨年末時点で前年比 360%増の設置実績）。Visa では、オーストラリアにおける対面取引の 95%がタッチ決済、シンガポールでは 88%⁶⁴、Visa 全体でも 50%⁶⁵となっている。我が国においても、国内発行カードのうち、約 1,900 万枚がすでにタッチ決済に対応している。日本では、Felica 仕様のタッチ決済は一定程度の普及をみせているが、これに加え、EMV 仕様のタッチ決済の普及は、我が国の主要なキャッシュレス決済手段

⁶³ 楽天株式会社、株式会社楽天野球団、楽天ヴィッセル神戸株式会社ニュースリリース (https://corp.rakuten.co.jp/news/press/2019/0110_02.html)

⁶⁴ シンガポール、オーストラリアは、2019 年 10 月現在の対面取引における件数の割合

⁶⁵ 米国を除く（米国主要 10 金融機関のうち 8 社がタッチ決済対応カードを発行しており、2020 年末までに、3 億枚のタッチ決済対応カードが発行見込み）。全世界の取引のうち、3 件に 1 件がタッチ決済

であるクレジットカードのタッチ決済を実現するだけでなく、インバウンド消費の取
 込という側面においても重要であり、今後、更なる展開も期待される。

図表 33 Visa におけるタッチ決済の普及状況



(出典) VisaNet

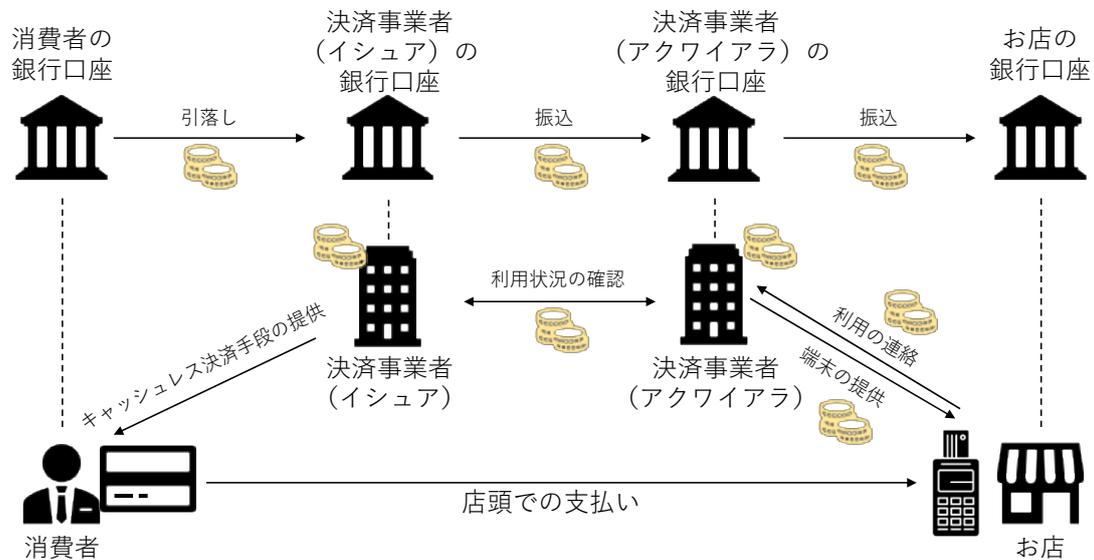
3.1.2 事業環境等の課題

キャッシュレスの更なる普及には、消費者の意識・行動の課題に加え、事業環境等の課題もある。

(1) 既存のビジネスモデルからの脱却の必要性

現在、キャッシュレス決済には、預金口座等を有する銀行等の金融機関、決済事業者（アクワイアラ、イシュア）、ネットワーク事業者等の多様な事業者が関わっている。例えば、決済事業者がクレジットカードやスマホ決済サービスを提供するためには、銀行口座間の振込手数料やチャージ手数料、ネットワーク利用料等、様々なコストがかかっている。我が国におけるキャッシュレス普及促進の課題の一つとして、導入店舗が負担する決済手数料の水準が挙げられるが、決済事業者はサービス提供にあたり、上記のコストに加え、店舗の資金の立て替えや信用調査費用なども負担しており、しかるべき対価として決済手数料を徴収している。手数料がキャッシュレス導入のネックとなっているとの意見があるからには、新たなビジネスモデルの設計や付加価値の創出を通じて、それぞれのキャッシュレス決済手段における収益・コスト構造だけではなく、決済事業者者に要求される基本的な役割（消費者保護やサービス利便性の維持・向上、その他法規制対応等を含めた安定持続的なサービス提供）が十分に遂行されることをふまえた検討を進め、キャッシュレスの普及が十分でない領域に適合する新たなサービスの登場も期待する。

図表 34 キャッシュレス決済業界のコスト構造



(出典) キャッシュレス推進協議会 事務局

(2) 新規参入の乱立

近年の IT 技術の急速な発展や、スマートフォン等のモバイル機器の普及、規制緩和を受け、キャッシュレス分野への参入障壁が下がり、異業種の事業者も数多く進出した結果、多様な主体が独自のビジネスモデルを築き、サービス提供を競っている状況となっている。競争により、消費者に選ばれるためのサービス開発が進み、イノベーションの喚起につながる点は歓迎すべきではあるものの、あまりに多い選択肢が、かえって利用者（消費者および店舗等）に混乱を招いている点も否定できない。

そもそもキャッシュレスがネットワーク効果を発揮し、かつ規模の経済の効果がやすい業態であることを踏まえると、サービス間のインターオペラビリティ（相互互換性）の確立や、UI/UX⁶⁶の一定程度の共通化についても検討される必要があるのではないだろうか。

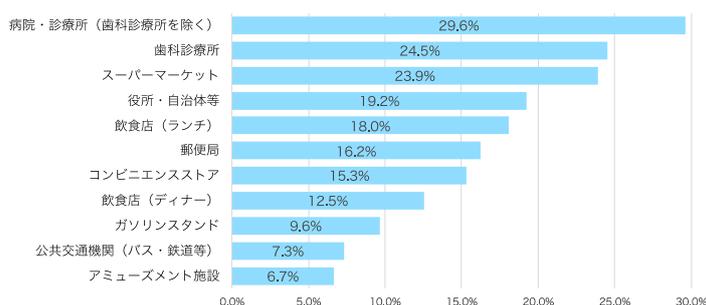
国際ブランドカードを例に挙げると、どのイシュア・アクワイアラであっても相互運用性が確保され、その結果として、一貫した UX の提供が可能となっている。UI においては、これまで、従来の磁気ストライプと比較しより安全性の高い IC チップの普及を、業界を挙げて推進してきた。2018 年 6 月に改正割販法が施行され、2020 年 3 月には実店舗における決済端末の 100%IC 対応が義務化された。

⁶⁶ User Interface（利用者と製品・サービスの接点）、User Experience（利用者が製品・サービスを通じて得られる体験）の略

3.2 店舗等をめぐる動向

当協議会が実施した「消費者・事業者インサイト調査」(以下、「インサイト調査」)では、消費者に対し、「キャッシュレス決済を利用したいが、利用できない場所」を聞いており、病院・診療所が最も高い結果となった。次いで、スーパーマーケット、役所・自治体等と続いている。

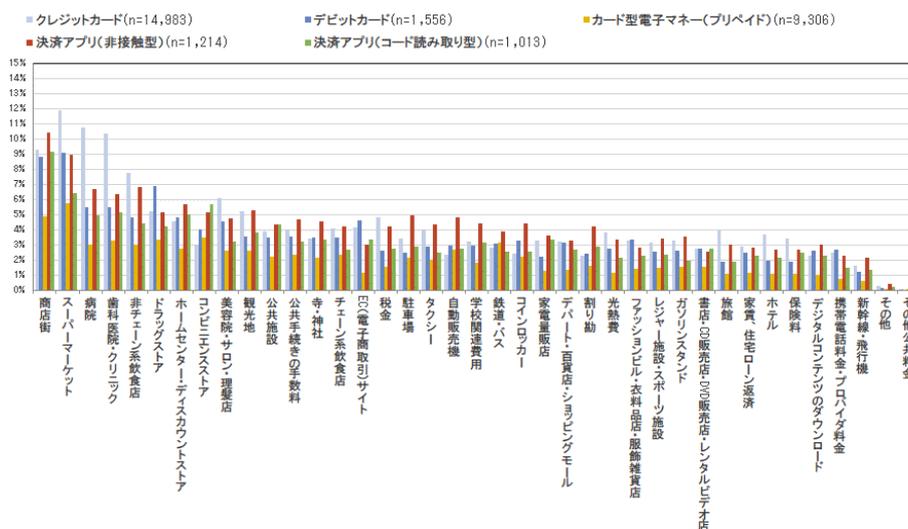
図表 35 キャッシュレス決済を利用したいが、利用できない場所



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者・事業者インサイト調査」

また、経済産業省が実施したアンケート調査では、キャッシュレスが使えなくて困った場所として、「商店街」、「スーパーマーケット」、「病院」、「歯科医院・クリニック」、「非チェーン系飲食店」などが挙げられており、類似の結果となっている。生活者が日常的に訪れる小売・飲食店、医療機関が多いことがわかる。

図表 36 キャッシュレスが使えなくて困った場所



(注) キャッシュレスツールを保有している人に質問(複数回答)

(出典) 株式会社NTTデータ経営研究所「平成30年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業(中小・小規模事業者や消費者向け普及・啓発事業/消費者向けインセンティブ措置の調査事業 最終報告書)」

3.2.1 キャッシュレスの裾野の拡大

(1) 商店街における取組

(ア) 近江町市場商店街（石川県金沢市）の取り組み

石川県金沢市の近江町市場商店街⁶⁷では、2019年3月28日から、コード決済サービス「PayPay」の導入を開始した。この取組は、金沢市が2018年10月に発表した「新産業創出ビジョン」で掲げられた電子決済の普及を推進するとして市の方針と、2019年10月から開始した、経済産業省による「キャッシュレス・ポイント還元事業」への対応として、近江町市場商店街振興組合（以下「振興組合」）が中心となり、進められている。

近年、店主・顧客ともに高齢化が進むなか、早期よりキャッシュレス決済へ慣れ、若年層顧客やポイント還元開始時のキャッシュレス需要の取り込みが目指されていた。

近江町市場では、①決済手続きが煩雑、②端末の導入費用がかかる、③売上金の入金に時間や費用がかかる、④キャッシュレスに対する不安、等の先入観を持つ店舗が多く、振興組合は、導入ハードルを下げるために、数々の工夫ときめ細かな対応を行ってきた。全組合員を対象に説明会を実施し、参加できなかった店舗には個別に説明も行っている。

2019年3月～2020年2月を「お試し期間」として、振興組合がPayPayと包括加盟契約を結び、契約手続き等の一部を担い、売上金の入金についても振興組合が各店舗へ配分する仕組みを取り入れ、導入の手間や売上金の入金サイクル等に関する課題解決に努めた。PayPayと直接契約を結ぶことにした店舗に対しても、手続きや運用のフォローを行うことで、導入に対する不安の解消にも取り組んだ結果、導入開始時点で、130店舗が導入、そのうち80店舗が包括契約で導入を行った。

更に、導入開始直後の2019年3月28日～30日は、スタンプラリー等の利用活性化策も実施され、3日間で900回の決済、決済金額100万円という実績があがった。

(イ) 仙台市中心部商店街「杜の都キャッシュレスタウン」

仙台市では、仙台市中心部商店街活性化協議会、仙台市、仙台商工会議所、株式会社日専連ライフサービス、株式会社七十七銀行、株式会社七十七カード、株式会社仙台銀行と株式会社NTTドコモ東北支社が協力して、中心部商店街エリア全体のキャッシュレス普及促進により「日本一買い物しやすい街」を目指しており、2019年8月～9月には「杜の都キャッシュレスタウン スマホでスタンプラリーキャンペーン」を開催し、キャッシュレス決済利用促進を図っている⁶⁸。

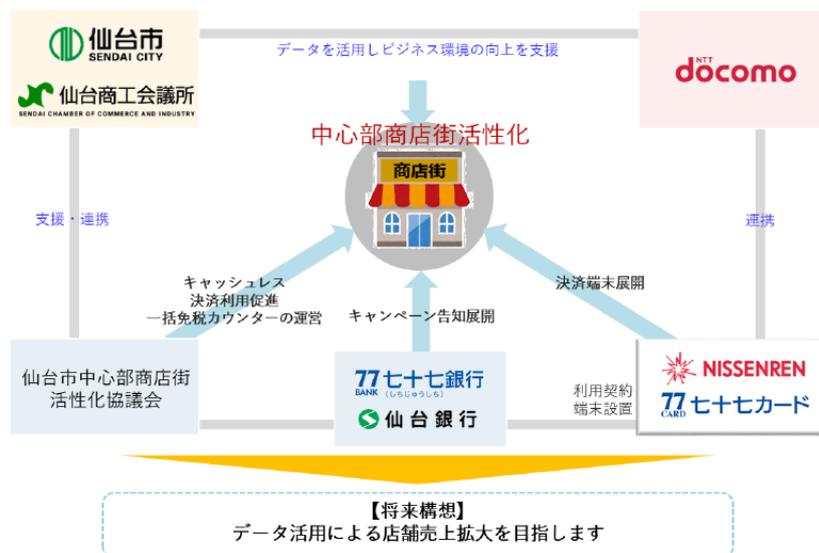
2020年2月～3月にかけてはキャッシュレスキャンペーンの第2弾として、消費者がキャッシュレス決済に関して様々な相談ができる「キャッシュレス決済ワンストップ

⁶⁷ 江戸時代から300年に渡り、「金沢市民の台所」として親しまれてきた、海の幸や生鮮食品などをはじめとする食品・日用品の販売や食事処等、現在も185店舗が介した金沢市最大規模の商店街

⁶⁸ 仙台市「仙台市中心部商店街『杜の都キャッシュレスタウン』の取り組み」、2019年8月8日 (<https://www.city.sendai.jp/shogyoshinko/centershoppingstreet/documents/20190808cashless.pdf>)

相談センター」を期間限定で開設し、同期間中は中心部商店街の店舗で 500 円以上のキャッシュレス決済または d ポイントで 500 ポイント以上利用した際のレシートを提示するとガラポン大抽選会に参加できるイベントを実施した。また、株式会社 NTT ドコモ東北支社と仙台市との連携協定に基づく取り組みの一環として、d ポイント利用による消費拡大や購買データの利活用による地域活性化を図るために、仙台市タイアップデザインによる 2 種類のご当地 d ポイントカードの配布を行った。

図表 37 仙台市中心部商店街「杜の都キャッシュレスタウン」



(出典) 仙台市ホームページ「仙台市中心部商店街『杜の都キャッシュレスタウン』の取り組み」

(2) 医療機関等における取り組み

また、医療の分野では、キャッシュレスを活用することで、診察等の後、会計までの待ち時間を解消するサービスもでてきた。ライフカード株式会社は「エクスプレス会計」と呼ばれる、会計の待ち時間の短縮を実現するサービスを提供している。このサービスでは、患者が診察券番号や会計に使用するクレジットカード情報等をあらかじめ登録し、通院等の際、受付機もしくは窓口において後払いサービスの利用を設定することで、診察後は窓口を利用票を提出するだけで病院をあとにすることができる。患者は登録料および利用料ともに無料で、診察等を受けてから 4、5 日後に、事前登録したクレジットカードに対し、診察料等が請求される。これにより、医療機関等では会計の待ち時間の解消だけではなく、診療費等の未回収問題への対応や、院内業務の効率化といった様々なメリットを享受できるようになる。患者においても、診察前には未確定の医療費に対し余裕のある現金を用意する必要がなくなり、場合によっては分割払い等も可能になるといったメリットが挙げられる。

図表 38 エクスプレス会計の導入医療機関



(出典) ライフカード社提供資料

(3) シニアへの対応

シニアへの対応として、一定年齢以上の利用者を対象に、優待等を提供するキャッシュレスサービスもある。事例を見ると、自社又はグループにおいてコンビニやスーパー等を経営する流通系電子マネー、あるいはスーパー等が発行するハウス型プリペイドカードに多い傾向があり、店頭レジや専用機で現金をチャージでき、ポイント特典もあり、シニア層のリピート利用に成功している。

イオングループ（イオンリテール株式会社、株式会社イオン銀行）では、55歳以上の顧客をグランド・ジェネレーション（Grand Generation：G.G）世代と称し、「G.G WAON」及び65歳以上の方を対象とした「ゆうゆう WAON」を発行し、通常のWAON決済やポイントサービスに加え、割引やポイント還元率アップなどのお得な限定サービスを提供している⁶⁹。特に「G.G WAON」は、稼働率、利用金額ともに高く、シニア層の囲い込みに成功している⁷⁰。

図表 39 G.G WAON の取組



(出典) イオンリテール株式会社

⁶⁹ イオングループホームページ「55歳以上のお客さま限定のおトクなWAON」
(<https://www.waon.net/card/gg/>)

⁷⁰ 「キャッシュレス化の動向とWAONの取組」、2019年12月10日

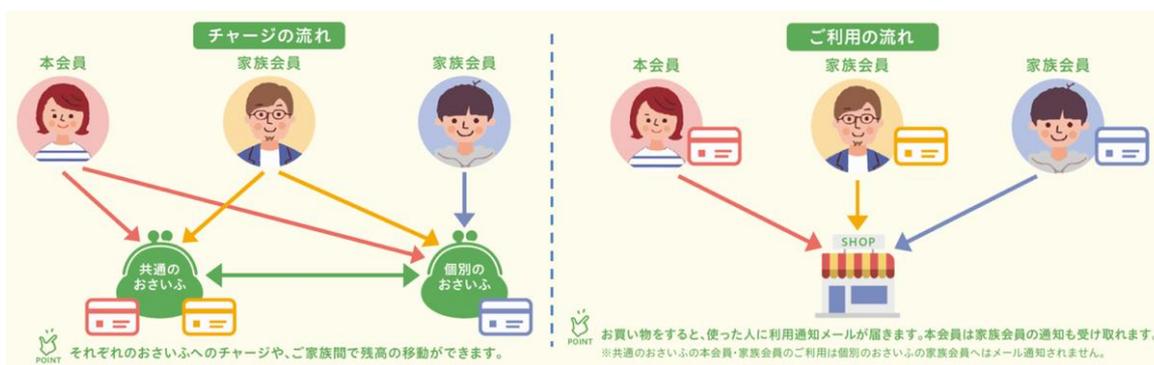
(4) 子供への対応

(ア) 三井住友カードによる「かぞくのおさいふ」

三井住友カードは、2020年3月16日、家族間のお金のやりとりをキャッシュレスで一元的に管理・見える化できる新しいプリペイド決済サービス「かぞくのおさいふ」の提供を開始した⁷¹。「家計の共有」ができる『共通のおさいふ』と、「家族の見守り」ができる『個別のおさいふ』で構成されている。

『共通のおさいふ』は、家計の管理者が予めクレジットカード等でチャージした残高を、2枚のプリペイドカードで共有・利用できる。一方、『個別のおさいふ』は、家計管理者が、おこづかいや仕送りとして『個別のおさいふ』に入金し、家族は、入金された範囲で Visa のプリペイドカードを利用して支払う。利用すると本会員と利用者本人に利用通知メールが届くため、家族の利用を見守ることができる。

図表 40 家庭のより快適なキャッシュレスライフをサポートする「かぞくのおさいふ」



(出典) 三井住友カード ニュースリリース⁷²

家計の管理者は、ウェブサイトやモバイルアプリから、カード毎のチャージ設定・残高管理をはじめ、紛失時等の利用停止、海外、ネットショッピングでの利用制限等の設定が可能であり、メール等で利用通知を受け取ることもでき、家族にとって安全かつ利便性の高いサービスを実現するための様々な機能が備わっている。

いわゆるクレジットカードの「家族カード」にも近い仕組みだが、「かぞくのおさいふ」はプリペイドカードのため、6歳以上（小学生以上）であれば利用することができる（家族カードは18歳以上）。Visaのタッチ決済やモバイルでのiD決済が利用可能な店舗では、国内外を問わず、決済端末へタッチするだけで決済が可能であることから、カード利用者の利便性も高い。

各カードの利用時は、口座管理者に加え利用者にも利用内容が通知されるため、子ども自身が利用金額や残高を自覚することができ、デジタル化されたお金の使い方や管理についての意識醸成も期待される。

⁷¹ <https://www.smbc-card.com/company/news/news0001514.pdf>

⁷² https://www.smbc-card.com/prepaid/scene/pocket_money.jsp

なお、小中学生のこどもを持つ母親を対象としたアンケート調査⁷³によると、殆どの家庭がおこづかいを現金で渡しており、6割以上の回答者が、「用途や管理状況が把握しづらい」「紛失の心配がある」等、こどものおこづかいの管理について悩みがあると回答しており、このようなキャッシュレスを活用した仕組みが悩みの解消に繋がることが期待される。

(イ) 教育機関の取り組み

キャッシュレスが社会に浸透する中、教育機関における学生の身分証明書に電子マネー機能を搭載することで、決済の円滑化や校内における現金紛失等のリスクを解消する動きが出始めている。

宇都宮短期大付属中・高（宇都宮市陸町）は今春、生徒らの身分証明書として電子マネー「nanaco（ナナコ）」の機能を付けた IC カードを導入した。事前に残高をチャージしておけば、レジ等で決済端末にタッチするだけで決済できる。電子マネー機能付き身分証明書の導入に伴い、校内のコンビニエンスストアのレジや食堂の食券機、飲料の自販機等、校内のキャッシュレス対応も進めた。

これにより、昼休み時の校内コンビニ等での支払いの迅速化による混雑の解消や、学生が現金を携帯することによる現金の紛失等の防止も見込まれている。

また、教材販売において児童の学校への現金持ち運びをなくすことによる「安全性確保」や教職員の代金回収等業務の削減による「生産性向上」を目的として、株式会社電算システム（岐阜県）の教材注文システムと連動したペーパーレスコンビニ収納代行サービスは、教育現場におけるキャッシュレスを提供している⁷⁴。

(5) 障がい者への対応

障がい者への対応としては、スルッと KANSAI 協議会⁷⁵は、第1種身体障がい者・第1種知的障がい者の方を対象とした「特別割引用 IC カード」を提供している。本サービスでは、本人用カードと介護者用カードを同時に使用することによって、それぞれの乗車運賃が半額となる。また、バスや一部の鉄道会社・交通局では本人単独の利用も可能であり、乗車運賃が半額となる。このような障がい者の方のための運賃制度に応じたカードの利用を可能にすることによって、障がい者の方の外出を支援している。

また、磁気乗車券の購入時や利用時には、手帳の呈示が必要だが、特別割引用 IC カードは、申込時と1年に1回の本人確認と障がい者手帳確認手続きを行うことにより、乗車ごとの障がい者手帳確認手続きを省略（但し、手帳の呈示を求められた場合は、手帳の呈示が必要）しており、利用者の利便性向上が期待される。

⁷³ https://www.smbc-card.com/prepaid/scene/pocket_money.jsp

⁷⁴ 株式会社電算システム ニュースリリース『全国の小学校向け教材販売での「コンビニ決済サービス」の導入について』、2019年5月24日（<https://www.densan-s.co.jp/wp/wp-content/uploads/2019/05/ec20190524.pdf>）

⁷⁵ 関西を中心に岡山、静岡を含めた64の鉄道・バス事業者で構成されている協議会

(6) 冠婚葬祭等での活用

キャッシュレス社会の進展に向け、日常的な買い物や公共交通機関の利用の他、「お祝い金（誕生日、お年玉、入学・卒業、就職祝）」、「結婚式のご祝儀」、「葬儀の香典」等、慣行として現金の利用が根強い冠婚葬祭の分野でもキャッシュレス活用の動きがある。

お祝い金、結婚式のご祝儀の分野では、個人間で口座情報をやり取りすることなく手軽に送金が可能なスマートフォンアプリのサービスが、キャッシュレスによる新たなライフスタイルの提案を呼び掛けている。株式会社 NTT ドコモは、実際の結婚式で、「d払い⁷⁶」を活用し、ご祝儀をキャッシュレスで贈る⁷⁷取り組み「#キャッシュレスご祝儀 チャレンジ」の様相⁷⁸と、キャッシュレス時代のご祝儀マナー集を公表した⁷⁹。本企画実施に当たり、令和になって結婚式を挙げた、もしくは数年以内に挙げる予定のある20代～30代の男女600名を対象に調査⁸⁰を実施したところ、全体の65.5%が、結婚式のご祝儀をキャッシュレスでもらっても良いと考えており、自身が結婚式に参加する際、準備で最も煩わしいことは「ご祝儀袋の用意」と感じていることが明らかになった。また、ご祝儀がキャッシュレスで対応できるようになったとしても、マナーや礼儀は必要だと考えている人は、83.9%にのぼった。単に便利になれば良いというわけではなく、これまで重んじられてきた想いや礼儀作法は引き継いでいくべきと考えていることがうかがえる。

図表 41 新たなライフスタイルを提案するご祝儀へのキャッシュレス活用



出典 NTT ドコモ プレスリリース

実施に利用した参加者からは「ご祝儀袋や新札を用意する手間を省略できた」「持ち物を減らすことができた」等の肯定的な意見が、導入した新郎新婦からは「お金の管理の負担が減り、多くの参加者に楽しんでいただけた」などの声があがっている⁸¹。

⁷⁶ d払いは株式会社 NTT ドコモの登録商標です

⁷⁷ 送金、受取とも1アカウントにつき1か月20万円が上限

⁷⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=6yh1r-V9hGA&feature=youtu.be>

⁷⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=6yh1r-V9hGA&feature=youtu.be>

⁸⁰ 2020年2月26日 株式会社NTTドコモ プレスリリースより

⁸¹ BITDAYS 『結婚式もキャッシュレス PayPayでご祝儀を済ませれば、スマホひとつで出席できる』

結婚式の案内や出席管理サービスにおいても、ご祝儀や会費等、金銭のやり取りの新たな選択肢の一つとしてキャッシュレスが活用されている事例もある。

Biluce（ビルーチェ）⁸²は、クレジットカードによるご祝儀・会費の事前受付機能に加え、新郎新婦が SNS 等オンラインで相手先に送る Web 招待状や出欠確認機能、欠席時にも決済可能な仕組み等も併せて提供している。ハガキ等による招待状のやり取りや出欠の管理作業、当日の受付係や金銭管理が不要となり、主催者、参列者共に当日の行事に集中することができるということで、今後更なる活用が期待される。

葬儀分野でも同様に、参列者が香典や供物を事前にキャッシュレスで送る事が可能なサービスのシステム開発等を営む株式会社アイビーシステム（新潟県新潟市）が、葬儀にかかわる金品の手配をネット上で完結できるシステムを開発する。参列者は香典や供物を事前にキャッシュレス決済し、香典は葬儀会社を通じて喪主に渡る仕組みであり、実証試験を始める予定である。

その他、宗教法人正宣寺（大阪府）は、「キャッシュレスお布施」として、お布施のクレジットカード受領を導入している。同寺は、葬儀の際に急ぎよ高額現金を準備しなければならない遺族の精神的負担の緩和を企図する。門信徒・寺側共に多額の現金を保管・管理するリスクが軽減されることが一番大きなメリット。同サービスの導入により、キャッシュレス対応できることが法要儀式の依頼先選択の決め手となった事例もある。

（7） 訪日外国人（インバウンド）対応

株式会社 JTB が運営している法人・自治体向けサイト「JTB の訪日インバウンドビジネスソリューション⁸³」に掲載された「インバウンド市場動向 2019 インバウンド消費の決済動向は？キャッシュレスを考える」によれば、訪日旅行客が日本滞在中に使用した決済手段では、現金派も一定数残るものの、どの国からの訪日客も約半数がキャッシュレス決済を使用しており、インバウンド消費の取り込みには、キャッシュレス決済への対応の必要性が伺える。

テイクミー株式会社は、国内の飲食店を中心に、訪日外国人向けプロモーション、メニューの多言語対応、「TakeMe Pay」によるマルチ決済サービスの提供、インバウンドコンサルティングなどの支援サービスを展開している。一連のサービスを通じて、訪日旅行客の「旅マエ」「旅ナカ」にアプローチすること可能とし、訪日観光客にとっては体

2019年10月5日 (<https://bitdays.jp/special/interview/35415/>)

⁸² <https://biluce.net/>

⁸³ 「JTB の訪日インバウンドビジネスソリューション」 JTB が運営している法人・自治体向けに訪日インバウンド関連情報を提供するソリューションサイト

験価値の向上に、店舗にとっては客数増加並びに業務効率化につなげている。

「旅マエ」では、日本に訪れる前のシーンでは、同社が提携する各国の旅行クチコミサイト等のプラットフォーム上において、日本のレストランに関する情報収集、席予約、事前決済などを可能としている。事前決済を可能とすることで、ノーショー問題の解決策としても期待される。

「旅ナカ」では、各プラットフォーム上でのプロモーションのみならず、直接店舗を訪れる訪日客が利用できる、各国で用いられているキャッシュレス決済 100 種類に対応した「TakeMe Pay」とともに、決済というタイミングを活用したターゲティングクーポンやアンケート機能の搭載などのマーケティングサービスを提供している。

図表 42 テイクミー(株)の提携サービス



(出典) テイクミー株式会社

3.2.2 生産性向上への取組

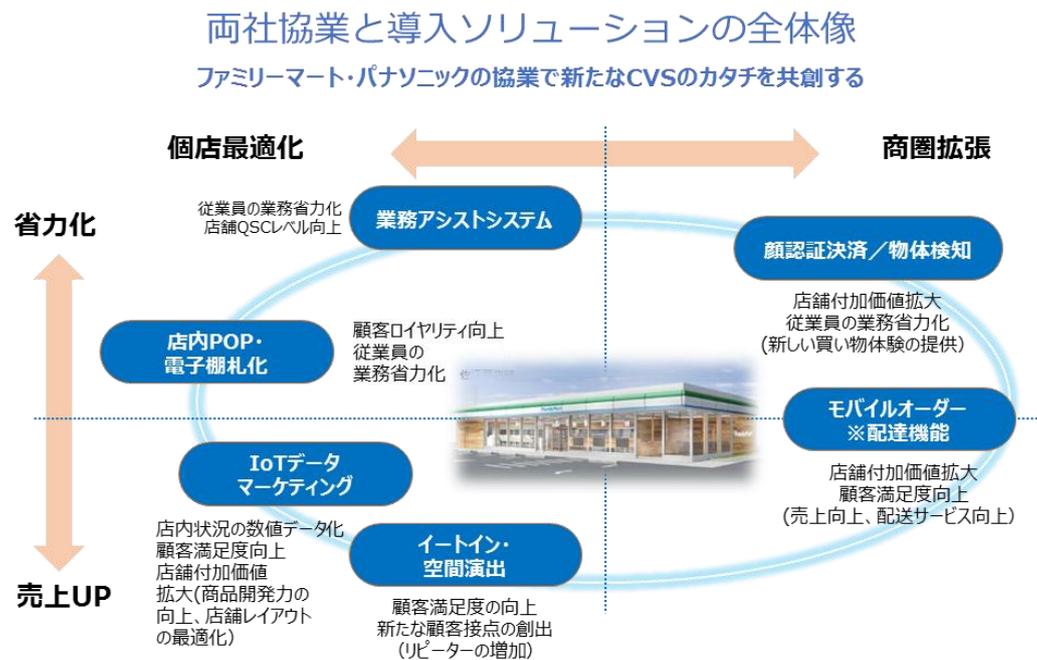
少子高齢化による生産労働人口の減少や市場変化など、各種産業を取りまく環境が厳しくなる中、小売・飲食店を中心に生産性向上や働き方改革への取組を余儀なくされており、業務効率化、生産性向上に向けた各種施策が進められている。これら施策の中にはキャッシュレスを重要な生産性向上ツールの一つとして捉え、活用を進めているものもある一方で、キャッシュレスツールが単に現金に代わるもの、という位置づけから一歩進んで「支払い作業」そのものを無くすことで、全体の流れにおける顧客満足度向上に成功している。

(1) 株式会社ファミリーマート

株式会社ファミリーマートは、2019年4月にIoTを活用した次世代型コンビニエン

ストアの実現に向けた実証実験店舗を開店した⁸⁴。パナソニック株式会社等との協業により、個店の最適化に加え、商圈拡大に資する顔認証決済や物体検知、モバイルオーダー（スマホで注文・決済した商品の店舗でのピックアップ・配達する仕組み）等の多様なソリューションを導入し、省力化や売上アップにつながる仕組みを模索している。

図表 43 新たなコンビニの実現に向けた協業(株式会社ファミリーマート)



(2) 株式会社ローソン

ローソンは、加盟店の経営支援として、デジタル技術を活用し店舗運営の省人化・省力化の取組みを強化しており、処理速度を向上させた新ストアコンピューター導入、セルフレジの全店導入、スマホレジの導入拡大、無人店舗実験等を推進している⁸⁵。

2019年8月からは、深夜無人店舗の実証実験を開始しており、専用のQRコードや顔写真の機能で入店管理をする機器やスマホレジ等を用いたオペレーションにより、人手不足の解消に向けた取組を強化している。

⁸⁴ 株式会社ファミリーマート ニュースリリース『ファミリーマートとパナソニックが協業 「行きたい、働きたい」をシンカ(進化) IoTを活用した「次世代型コンビニストア」実現へ 2019/4/2 佐江戸店オープン』(https://www.family.co.jp/company/news_releases/2019/20190402_01.html)

⁸⁵ 株式会社ローソン「行動計画進捗状況」、経済産業省『新たなコンビニのあり方検討会』、2019年11月12日 (https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/new_cvs/honbuhearing/pdf/001_04_00.pdf)

図表 44 コンビニの深夜無人店舗の実験(株式会社ローソン)



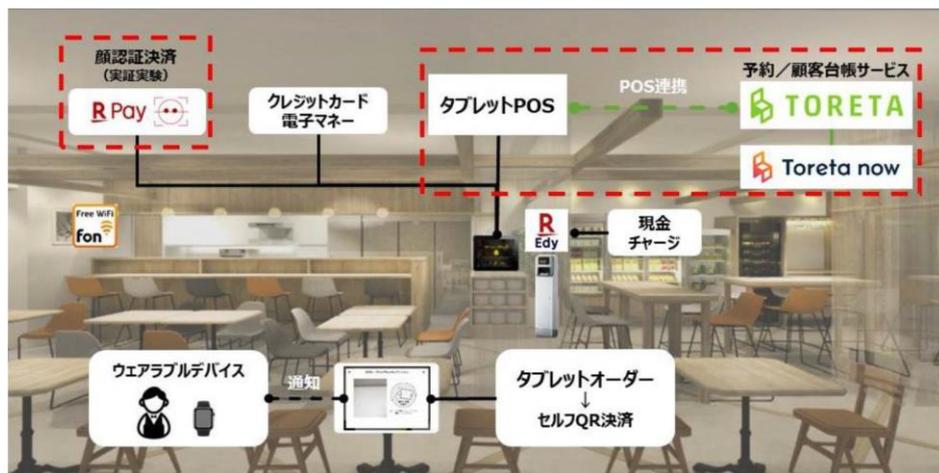
(出典) 株式会社ローソン「行動計画進捗状況」、
経済産業省『新たなコンビニのあり方検討会』、2019年11月12日

(3) ロイヤルホールディングス株式会社

ロイヤルホールディングス株式会社は、生産性向上と働き方改革の両立を追求した新たな店舗形態として、2017年に研究開発店舗「GATHERING TABLE PANTRY 馬喰町」(東京都中央区)を開店した。少人数でも効率的な店舗運営ができるよう、様々な工夫がなされているが、中でも、現金を取り扱わない、完全キャッシュレス店舗であると

いう点が大きな特徴として注目を集めた⁸⁶。さらに、2019年12月には、これまでの店舗運営で蓄積したノウハウを活かし、「GATHERING TABLE PANTRY 二子玉川」（東京都世田谷区）を開店した。馬喰町の店舗同様の工夫や、完全キャッシュレスである点に加え、先端テクノロジーを活用して更なる業務の効率化を図り、人による調理や接客等のサービスを向上させるための新たな取組も随所に見られる。例えば、一部の決済手段について、テーブルに配置されているタブレットを通じて会計を済ませる事が可能な「セルフ決済」を導入し、会計のための待ち時間の解消のみならず、レジに立ち寄る行為そのものの省略を実現した。顧客がセルフ決済を済ませると、従業員が着用しているスマートウォッチへ通知が届くため、店員に声をかけることなく店舗をあとにする顧客の見送りもスムーズにできる。この他、簡単な調理でお店と同じ味を自宅で楽しむことができる「フローズンミール」の販売等、店舗運営にとどまらず、顧客へ新たな価値や快適な食体験の提供を目指している。楽天ペイメントによる顔認証決済の実証実験の場としても活用されており、今後の更なる進化が期待されている⁸⁷。

図表 45 完全キャッシュレスのレストラン(ロイヤルホールディングス株式会社)



(出典) ロイヤルホールディングス株式会社 プレスリリース 2019年12月24日

(4) 一般社団法人日本アミューズメント産業協会

ゲームセンター等に代表されるアミューズメント施設には、約43万台の機器が設置されている。このうち、約10万台(約23%)がキャッシュレスに対応していると言われる⁸⁸。アミューズメント施設利用者のニーズへの対応に加え、100円硬貨等の管理コスト削減に向けても、キャッシュレス決済を導入する効果は大きい。アミューズメント

⁸⁶ ロイヤルホールディングス株式会社 プレスリリース 2017年11月6日公表 (<https://www.royal-holdings.co.jp/release/backnumber/2017/3562.php>)

⁸⁷ ロイヤルホールディングス株式会社 プレスリリース 2「GATHERING TABLE PANTRY 二子玉川、12月24日オープン、「ロイヤルデリ」を本格展開」、2019年12月24日公表 (<https://www.royal-holdings.co.jp/release/backnumber/2019/4921.php>)

⁸⁸ 当協議会 2019年度プロジェクト「自動サービス機における普及促進」検討資料より

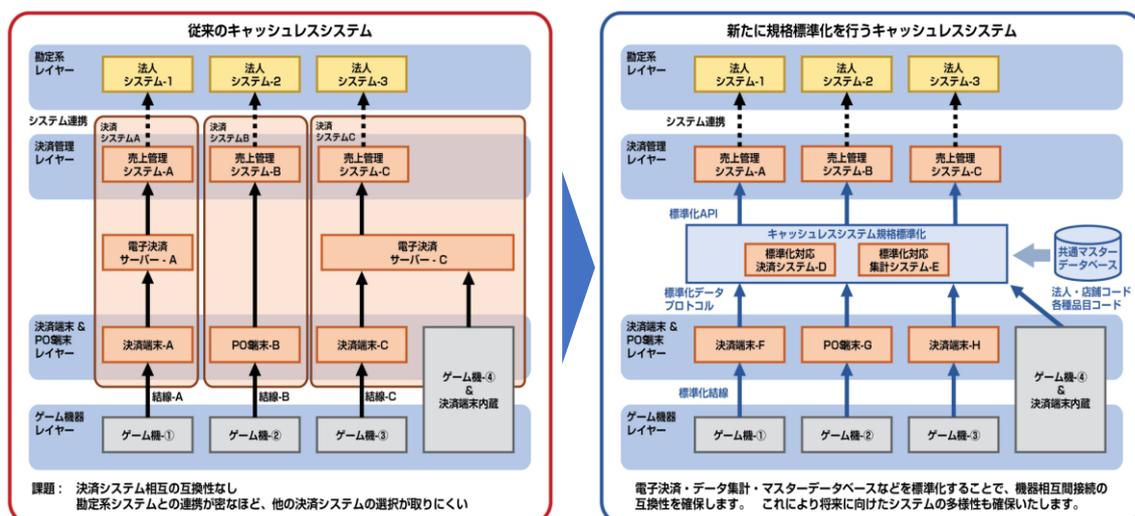
施設では、その利用単価から電子マネーの導入傾向が高いが、決済端末やシステムの乱立が業界の課題であった。また、ゲーム機は多くが数ヶ月から2年以内という短期間での入れ替えが発生するため、施設側の対応が頻繁に発生し、施設運営者（店舗）への負担がより大きなものとなっていた。

当協議会でも、2018年度より自動サービス機におけるキャッシュレス普及促進の一環として、アミューズメント施設を取り上げてきたが、その中でも改めて決済システムやその後方システムの相互互換性の必要性が認識されてきた。

上記の背景を受け、一般社団法人日本アミューズメント産業協会（以下、「JAIA」）では、2019年7月より電子マネー決済端末の規格統一に向けた分科会が設立され、同年10月には、「アミューズメント業界における電子マネー決済端末統一に向けた取り組みについて」を公表し⁸⁹、2020年2月には、ジャパンアミューズメントエキスポ（JAPEO2020）において、アミューズメント業界における電子マネー決済システムの規格標準化を発表した。これにより、異なる事業者間であっても同一規格にて決済システムの開発、運用が可能となり、複数のアミューズメント機器を導入する施設運営者にとって、その運用コストを低減につながるだけでなく、機器の開発事業者の開発コスト削減にも寄与することとなった。

これまで、決済端末やシステムは、これらを開発する機器ベンダーやシステムベンダーの独自規格が中心であったが、アミューズメント施設に関連する多くの事業者が、コスト低減という業界の共通目的を見据えて一致団結し、主導的な検討を進めることで、業界全体のキャッシュレス普及、効率化を実現できている。

図表 46 電子マネー決済規格標準化新旧相関図



出典 一般社団法人日本アミューズメント産業協会

⁸⁹ 一般社団法人日本アミューズメント産業協会 ニュースリリース（2019年10月23日）
 「アミューズメント業界における電子マネー決済端末統一に向けた取り組みについて」

3.2.3 その他（国際行事、災害等への対応）

（1）国際イベントの開催に伴う対応

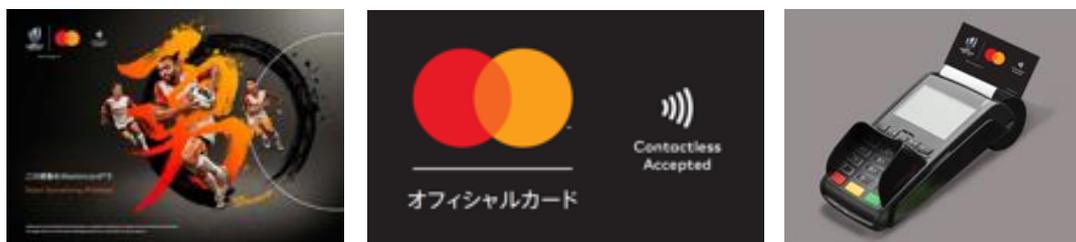
我が国では、今後数年のうちに大規模な国際イベントが複数控えている。このような国際イベントの開催に伴う訪日外国人の受入環境整備策の一つとして、キャッシュレスへの対応を加速する動きがある。

2019 年は、ラグビーワールドカップ 2019（以下「RWC2019」）が開催された。RWC2019 は、国内 12 の都市において競技が行われ、公益財団法人ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会は、その経済波及効果を 4,300 億円（内、訪日外国人によるものは 1,057 億円）と予想していた⁹⁰。実際に、観客動員数は延べ 170 万 4,443 人に上り、サー・ビル・ボウモント ワールドラグビー会長も大会終了後の記者会見において「2019 年日本大会はおそらく過去最高の RWC 杯として記憶されるだろう」と述べている。

RWC2019 では、Mastercard（以下、マスターカード）がスポンサーとなり、地方公共団体や決済事業者等関係機関と協力のもと、キャッシュレス対応環境の整備を実施。全国 12 スタジアム、20 ファンゾーン⁹¹における飲食やグッズ販売等の出店店舗 1,137 店舗のうち、94.1%の 1,072 店舗でキャッシュレス決済端末を完備し、12 スタジアムのうち 8 会場、20 ファンゾーンのうち同じく 8 会場においては、100%対応（全出店店舗でキャッシュレス決済端末導入）を実現した。

RWC2019 のスタジアム及びファンゾーンでは、スポンサーシップの関係により、各店舗の店頭におけるアクセプタンスマークの表示はマスターカードに限られたが、実際には店舗が希望するすべての国際ブランド、各種電子マネーを始めとする多様なキャッシュレス決済手段の導入も認められていた。また、店頭に設置されたすべてのキャッシュレス決済端末に EMV⁹²非接触決済を含む、国際ブランドのタッチ決済機能を完全搭載し、サービス提供が行われた。

図表 47 RWC2019 におけるアクセプタンスの表示例と決済端末



（出典）マスターカード

⁹⁰ <https://www.rugbyworldcup.com/news/321850>

⁹¹ パブリックビューイングや、ラグビーファン交流の場として、大会公認の無料で入場可能なエリア

⁹² 決済システムの EMV IC カード仕様を管理、保守、および効果を高める目的で、1999 年に Europay、MasterCard、Visa により設立。その後、2004 年に JCB、2009 年に American Express、2013 年に UnionPay と Discover が加入。EMV 仕様を制定しそのテスト手順を整備することにより、世界規模での決済の相互運用性と共に安全な決済取引の受入を推進している。 <https://www.emvco.com/>

図表 48 RWC2019 開催都市



(出典) RWC2019 公式サイト⁹³に基づきキャッシュレス推進協議会が作成

マスターカードにおける RWC2019 期間中のスタジアム売上（飲食売店のみ、グッズ店除く）の約 62%は訪日外国人が占め⁹⁴、売上全体の平均単価は約 2,200 円であった。平均単価の内訳を見ると、日本人（国内発行カードによる）利用は平均単価が約 1,300 円であったのに対し、外国人（国外発行カードによる）利用の平均単価は約 3,800 円であり、外国人の購入単価が日本人の約 2.8 倍であった。訪日外国人による消費の取込に大きく影響を与えていることが伺える。さらに、外国人による売上額の約 12%が非接触機能（タッチ決済）で行われていた。海外においてはタッチ決済の普及が進みつつあり、訪日外国人においても、母国と同様の決済方式にて支払いを行えることの必要性が伺える。

RWC2019 開催期間（2019 年 9 月 20 日～11 月 2 日）直前に行われたキャッシュレス対応準備については、開催各地の自治体、決済事業者各社による迅速な対応、協力が不可欠であったが、加えて同時期に行われた政府施策、すなわち経済産業省による「キャッシュレス・ポイント還元事業⁹⁵」も大きな後押しにあったと考えられる。出店した店舗の大半は中小・小規模事業者であり、店舗が導入費用を負担することなく、端末を導入可能な支援策などが実施されたことにより、この機にキャッシュレス環境整備を行おうとする中小・小規模事業者が一定程度存在した。また、POS レジ機能を有するタブレット端末（タブレット POS レジ）等、決済端末やその周辺システム・機器の利便性に

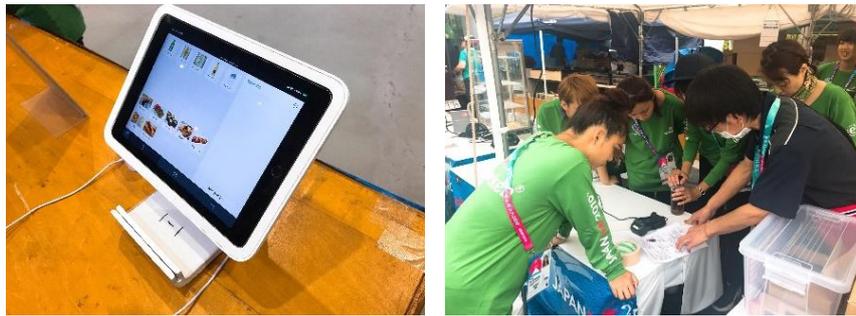
⁹³ <https://www.rugbyworldcup.com/2019>

⁹⁴ マスターカード売上に占める海外発行カード売上比率

⁹⁵ 「キャッシュレス・ポイント還元事業」については、3.4.1（1）を参照

ついて、現物を見て初めて知ったという店舗も多く存在し、キャッシュレス決済やその周辺オペレーションの効率化による店舗運営に対するメリットを十分に訴求できていない状況も散見された。これらについては、今後の課題として店舗に対する周知・啓発に関する改善を検討していく必要がある。他方で現地では、本来従業員が操作する予定であったタブレット POS レジの画面を消費者に提示し、直接タッチで操作（注文入力）するように促したことにより、会計の待ち時間短縮を図ろうとする動きもあり、現場で様々な工夫を行いながら店舗運営を行う姿も見られた。

図表 49 出店店舗に設置されたタブレット POS と決済端末操作を確認するスタッフの様子



(出典) マスターカード

一方で、幾つかの課題も認識された。キャッシュレス導入の初期段階、あるいは開催都市におけるキャッシュレスに対する温度差により、国際イベントにおけるキャッシュレス環境整備の必要性について中小・小規模事業者へ理解が浸透せず、導入準備作業の遅延や未整備といった会場も存在した。なお、開催都市の自治体などからは、出店を希望する中小・小規模事業者への事前説明に際し、キャッシュレス環境整備の必要性に併せて、効果事例(Before/After)の提供が有効であるとの意見が寄せられた。今後我が国において開催が予定される各種国際イベントにおいて、RWC2019 で得られた貴重な成功事例、効果実績が生かされることが有効であると考えられる。

(2) 災害時の対応

キャッシュレスに対する懸念の一つとして、今後普及が進むと、地震等の災害により停電や通信障害等が発生した際、キャッシュレス決済を支えるネットワーク等のインフラが機能不全に陥ると、「クレジットカード等のキャッシュレスツールは手元にあるが、現金がない」といった状況が発生する懸念もあり、このような事態への対策検討が、キャッシュレスの普及促進に必須であると考えられており、関連業界とともに取組が進められている。

例えば、コンビニエンスストア「セイコーマート」を運営する株式会社セコマ（北海道札幌市）によると、2020年9月末までに、運営するセイコーマート全店で、長期停電時にもキャッシュレス決済を利用できる仕組みを整える。2018年9月に発生した北海道胆振東部地震での全域停電では、営業を続けるも支払いは現金のみの対応だった。

2020 年度には携帯電話回線を経由して決済データをやりとりできるバックアップ機器を店舗に設け、有線と携帯電話の2回線の体制にすることで、一方が切断してもキャッシュレス決済に対応できるようにする。停電時には多くの ATM が使用できなくなるため、同社では通常よりもむしろキャッシュレス決済への需要が高まると判断し、ブラックアウトへの対応を強化する。なお、同社は2019年11月には北海道ガスと災害時のコンビニのエネルギーシステムに関する連携協定を締結するなど、大規模停電などの非常時でも安定して店舗を継続できる体制構築に力を入れている。

当協議会においても、2019年度に「災害時に強いキャッシュレスのあり方」プロジェクト⁹⁶を開催し、停電や通信不能路においても、店舗等においてキャッシュレス決済が継続して利用可能にするための方策を検討してきた。災害対策では、店舗等の努力だけでは解決できない課題も多く、地域を始めとする様々なステークホルダーが一体となって取組を検討する必要性についても、改めて認識された。

3.3 消費者をめぐる動向

ここでは、キャッシュレスに対する消費者の意識（深層心理・潜在意識等）や行動について、当協議会の2019年度プロジェクトの一つである消費者・事業者インサイト調査（「インサイト調査」）の結果を踏まえとりまとめたうえで、更なる利用拡大に向けた課題を掘り下げる。

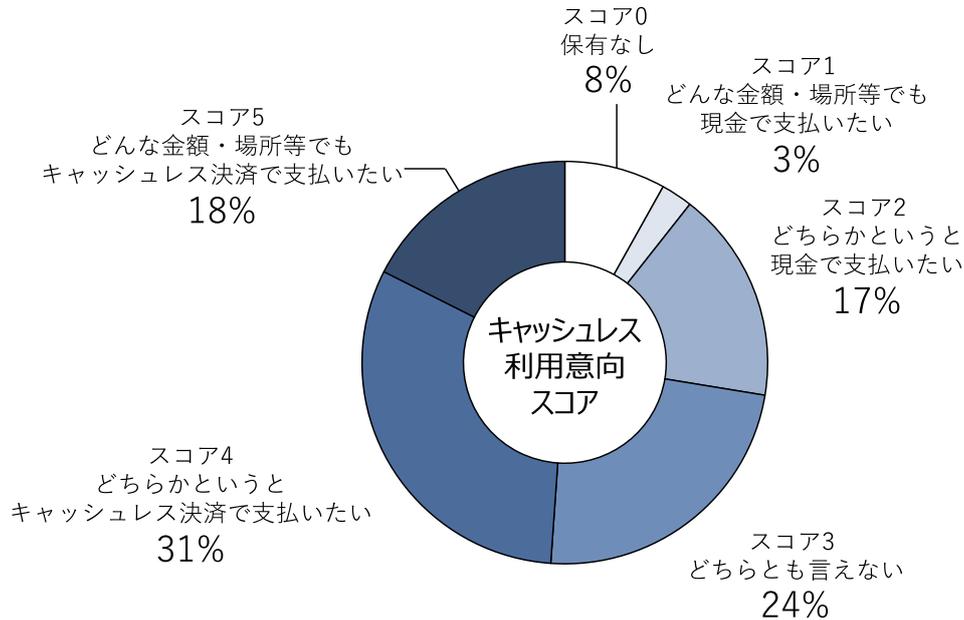
3.3.1 キャッシュレスに対する消費者意識・行動に関する動向

インサイト調査では、消費者のキャッシュレス利用意向を5つのスコア⁹⁷に分け、各セグメントが対面決済において「キャッシュレス利用可能シーン」（自身が保有するキャッシュレス決済手段が、店舗において実際に利用できたかどうか）と「キャッシュレス決済利用額」について定量的に把握した。

⁹⁶ 詳しくは、4.2.4（3）を参照

⁹⁷ 消費者によるアンケートへの回答（自己申告）を基に、「どんな金額・場所等でもキャッシュレスで払いたい（スコア5）」「どちらかというキャッシュレスで払いたい（スコア4）」「どちらともいえない（スコア3）」「どちらかという現金で払いたい（スコア2）」「どんな金額・場所等でも現金で払いたい（スコア1）」に分類している。

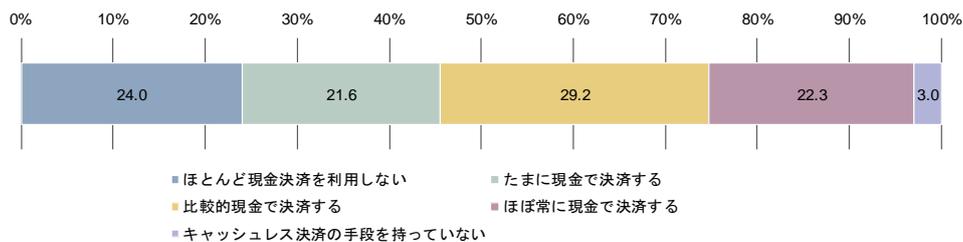
図表 50 キャッシュレス意向スコアの分布



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者・事業者インサイト調査」より

また、内閣府が昨年実施した、「消費者の行動変化に関するアンケート調査⁹⁸」によると、現金決済の利用頻度について、「ほとんど利用しない」、「たまに利用する」という回答が約 45%を占めた。インサイト調査と同様、半数近くの消費者にとっては、キャッシュレスが決済手段の選択肢として一定程度受容されていることが見て取れる。

図表 51 キャッシュレス決済の利用頻度



(出典) 内閣府「令和元年度 年次経済財政報告—「令和」新時代の日本経済—」
<https://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je19/pdf/p01023.pdf>

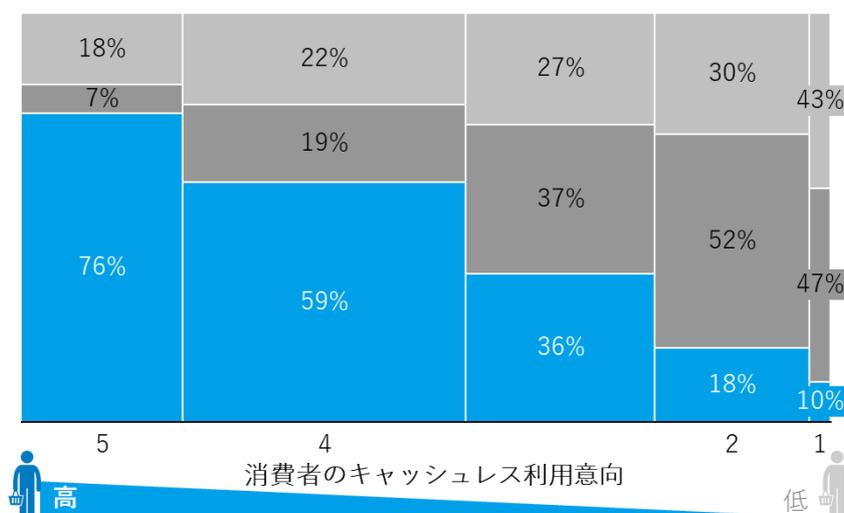
消費者からみた店舗のキャッシュレス受入状況としては、「非選択的現金決済割合（自身が持っているキャッシュレス決済手段が店舗で利用できないと消費者が認識し、現金で支払った場面）」「選択的現金決済割合（自身が持っているキャッシュレス決済手段が店舗で利用できると消費者が認識しつつも、現金で支払った場面）」「キャッシュレス決済

⁹⁸ 調査対象：20～69歳の男女。有効回答数：10,352人。調査期間：2019年3月8日～3月10日。
 調査概要：付注1 - 2参照。(https://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je19/pdf/all_01.pdf)

割合（キャッシュレスで支払った場面）」の3つに分類した。

上記のスコアと消費者から見たアクセプタンスを合わせると、図表 52 のとおりとなる。当然ながら、スコアが高いほど、キャッシュレス決済割合が高く、スコアが低いほど、非選択的現金決済割合が高くなる結果であった。図の見方を再度確認すると、スコア 5 の方は、店舗で支払いした金額の総額のうち、18%はキャッシュレス決済手段が使えなかったため現金で支払ったことを意味する。そして、キャッシュレス決済手段が使えたものの現金で支払った割合が 7%、キャッシュレス決済手段で支払った割合が 76%と読むことができる⁹⁹。

図表 52 スコア別キャッシュレス利用可能シーンの分類



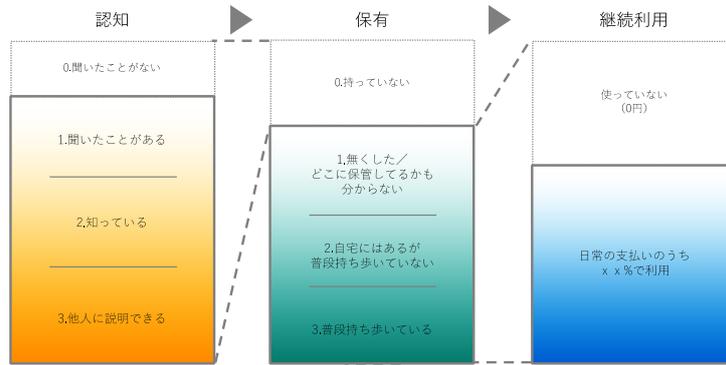
キャッシュレス推進協議会「消費者・事業者インサイト調査」より

インサイト調査では、キャッシュレス決済手段¹⁰⁰に対する「認知」「保有」「利用」の状況についても聞いている。具体的には、全回答者に各キャッシュレス決済手段の保有状況を確認し、保有していない方には、そのキャッシュレス決済手段の理解度を確認している。反対に保有している方には、その利用状況を確認している。

⁹⁹ 割合は、個別の回答者ごとに3つの割合を算出し、当該割合の対象スコア別に平均化したもの

¹⁰⁰ クレジットカード、デビットカード、交通系電子マネー、交通系電子マネー以外の電子マネー、その他のプリペイドカード等、非接触 UC 型決済アプリ、コード決済アプリについて確認している。

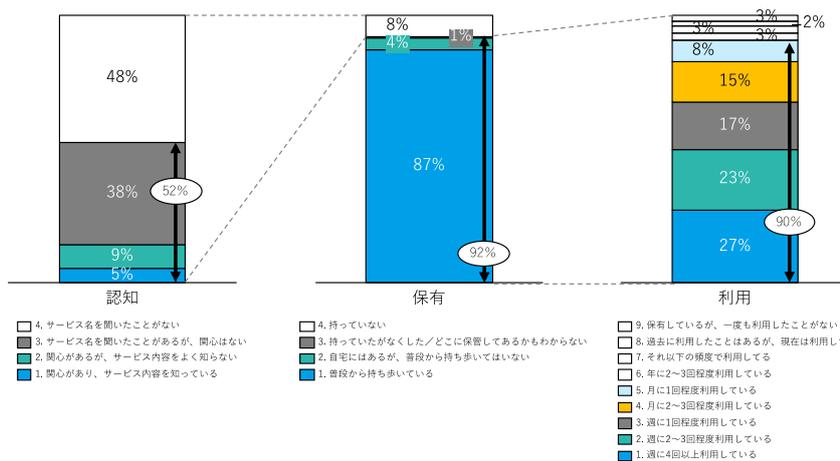
図表 53 「認知」「保有」「利用」の各段階における確認事項



キャッシュレス推進協議会「消費者・事業者インサイト調査」

キャッシュレス決済全体で見ると、何らかのキャッシュレス決済手段を有している方の割合は、9割を超えた。また、その利用においても9割が月に1回以上利用しており、消費者にキャッシュレスが根付いていることがわかる。

図表 54 キャッシュレス決済の認知、保有、利用状況

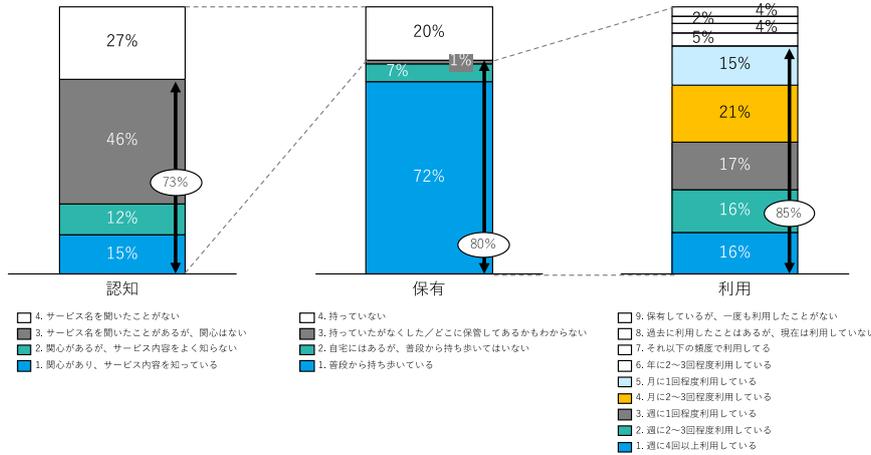


(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者・事業者インサイト調査」

以下、個別のキャッシュレス決済手段として、クレジットカード、デビットカード、コード決済アプリについて見ていく。

まず、クレジットカードについては、保有率が非常に高く、普段から持ち歩いている割合も大きい。また、たとえクレジットカードを有していなくても、認知率も高い。利用率も高く、高頻度の利用も多い。我が国のキャッシュレス決済比率の約9割は、クレジットカードが担っており、やはりクレジットカードがキャッシュレスの主たる決済手段として消費者に理解されていることがわかる。

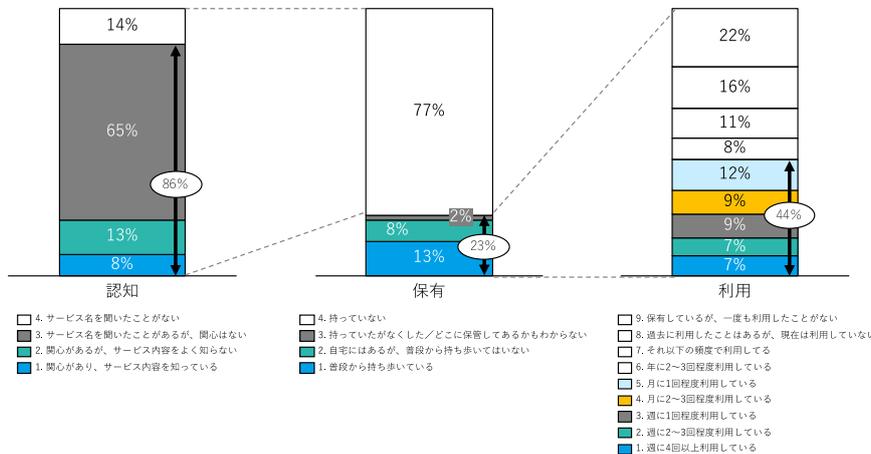
図表 55 クレジットカードの認知、保有、利用状況



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者・事業者インサイト調査」

デビットカードは、今回調査したすべてのキャッシュレス決済手段のうち、保有率が最も低い結果となった。また、保有していた場合であっても、その利用率は他のキャッシュレス決済手段と比較して最も低い結果となった。ただし、保有していないとしても認知は一定程度存在するものの「サービス名を聞いたことがあるが、関心がない」と回答した割合が最も高く、デビットカードへの関心の低さが伺える。

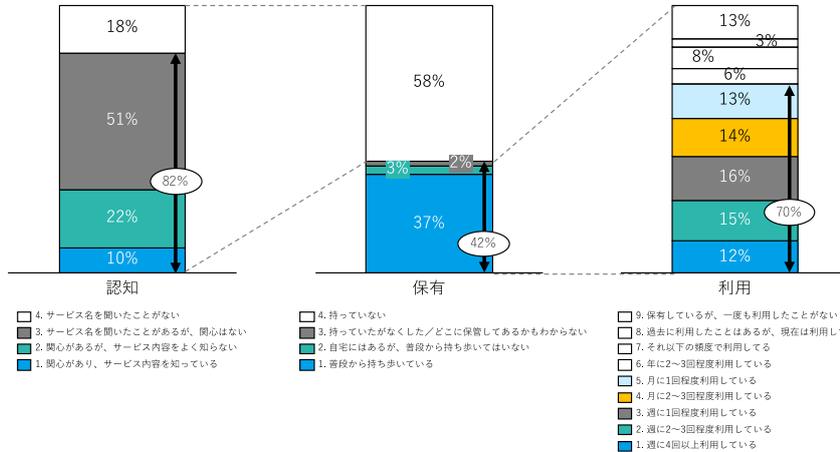
図表 56 デビットカードの認知、保有、利用状況



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者・事業者インサイト調査」

最後に、コード決済アプリを見ると、その保有率は 42%と、半数には至っていない。ただし、利用率は比較的高く、導入すれば使うといった状況も見て取れる。また、保有していなくても、その認知として「関心がある」と回答した方の割合は、調査対象の全てのキャッシュレス決済手段のうち最も高く、コード決済事業者各社の販促活動もあってか、認知自体は進んでいる状況にある。

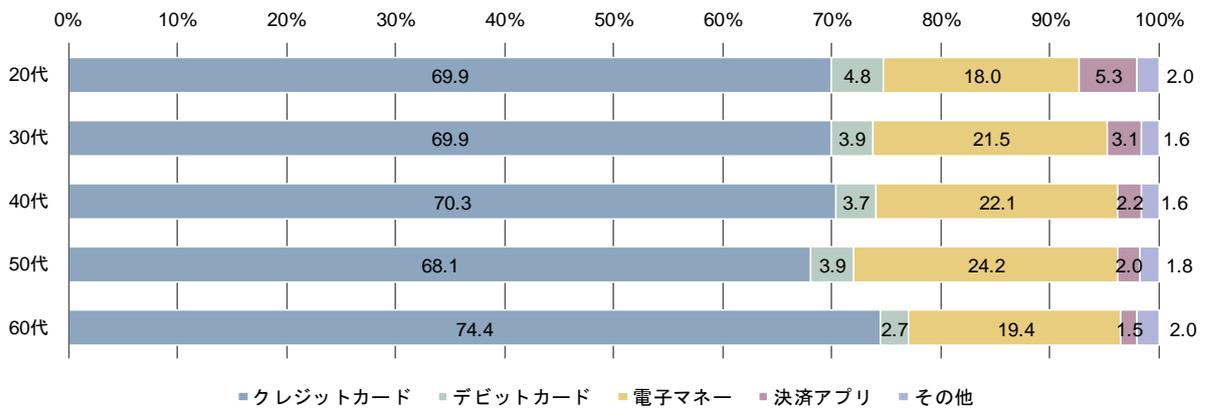
図表 57 コード決済アプリの認知、保有、利用状況



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者・事業者インサイト調査」

前述の内閣府の調査では、回答者の年代別に、各キャッシュレス決済手段の利用状況を調査している。電子マネーの利用率が、50代のピークに向け年代が上がるごとに層化する傾向にある。反対に、決済アプリは20代が最も利用率が高くなっている。

図表 58 キャッシュレス決済のうち最も利用するもの(年代別)



(出典) 内閣府「令和元年度 年次経済財政報告—「令和」新時代の日本経済—」
<https://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je19/pdf/p01023.pdf>

3.3.2 キャッシュレスの更なる普及に向けた課題

このように、最近の調査から、キャッシュレスに対する消費者の意識や利用状況がわかってきたが、更なる普及に向けた課題も浮き彫りになった。

(1) 消費者の意識・行動における阻害要因

「インサイト調査」の結果、消費者においてキャッシュレスを受け入れない要素として、以下の観点が明確になった。

(ア) 興味不足

キャッシュレス決済手段を保有していない方々に、その保有していない決済手段について関心があるかを聞いたところ、手段によらず 7~8 割の方が「関心がない」と回答した。また、スコア¹⁰¹が低い人ほど、新しいキャッシュレス決済サービスに関心がないと回答している。

キャッシュレス決済サービスは、日々新たな魅力的なサービスが市場に投入されている状況ではあるが、そもそも「知ろう」といった考え方が持たれておらず、サービスの有効性を理解されるまで到達していないと考えられる。

(イ) 必要性を感じない

興味不足と類似するが、そもそもキャッシュレス決済サービスに必要性を感じていない消費者が多く存在する。例えば、周囲にキャッシュレス決済サービスを活用している知人等がおらず現金で十分と考えていたり、現金を扱うことの手間（ATM での引き出しや小銭の管理等）を不便とは感じていなかったりする。

(ウ) 使いすぎを回避したい

スコアの低い方ほど、キャッシュレス決済では使いすぎてしまうと感じていることがわかった。ただし、実際にそのような経験をしたことがあるのかを尋ねると、スコアの低い人ほどその経験はなく、むしろスコアの高い人の方が使いすぎを実際に経験していることがわかった。

(エ) 消費者から見た利用可能シーンの欠如

スコアの低い人ほど、店舗で周りのお客がキャッシュレス決済を行っているのを見かけていない。つまり、その店舗ではキャッシュレス決済ができることを目で見て理解していないことがわかった。さらに、いつも現金で支払いを行っている店で、新たにキャッシュレス決済を使い始めることに抵抗があるとの結果が出た。

キャッシュレスに対する基本的な関心がないため、店舗でキャッシュレスが使えるかどうかを気にしていないということと、通い慣れた店において、これまでの習慣とはことなる支払い方法をわざわざ選択することを考えてもいないことが判明した。

(オ) 家計管理の複雑化回避

キャッシュレスを敬遠する方において、支出の管理を課題として挙げる人が多かった。具体的には、今週（今月、次の給料日まで等）をあと〇〇円で生活しなくてはならないといった、利用可能残高の管理を行っている。キャッシュレス決済手段を導入することにより、ひと目で利用可能残高がわからなくなるということを回避したいという回答が

¹⁰¹ 3.3.1 参照

あった。

最近では、家計簿アプリ等、支出を管理するためのツールも多く存在するが、データの連携がリアルタイムでなかったり、「いくら使えるか」ではなく「いくら使ったか」の管理となったりと、消費者のニーズに完全に対応できていない面もある。

(カ) 現金の利便性

スコアの低い方ほど、現金の方が支払いにおいて便利であると感じていることがわかった。慣れればキャッシュレス決済の方が早いということは理解しつつも、店員の習熟度やネットワークの不安定さを理由に、現金の方が早いと考えている方が多かった。

(2) 消費者が抱く課題への対応

キャッシュレスを避ける消費者の多くは、関心がなかったり、正しい情報に到達していなかったりする。そのため、当協議会では、2019年度に「キャッシュレス教育と体験」プロジェクトを実施している¹⁰²。できるだけ多くの方々に、キャッシュレスに対する正しい理解をいただき、その理解を持った上で改めてキャッシュレスの是非を判断いただきたいと考えている。また、実際の利用に向けては、消費者自身が体験をし、よい経験を得ることが重要である。そのため、キャッシュレス体験会やキャッシュレス専用レーンの設置による実験等、様々な場面でキャッシュレスを体験いただく機会を設定していきたい。

3.4 行政・自治体をめぐる動向

ここでは、国における主な事業や施策、現時点において確認できるそれらの効果等を照会した上で、全国各地の自治体が取り組んでいる、自治体そのものの歳入、歳出におけるキャッシュレス対応についてまとめる。特に、昨年度のロードマップ 2019 に記載されていない事例を通じ、各地における取組の裾野拡大の状況を示す。

3.4.1 国における取組

(1) キャッシュレス・ポイント還元事業

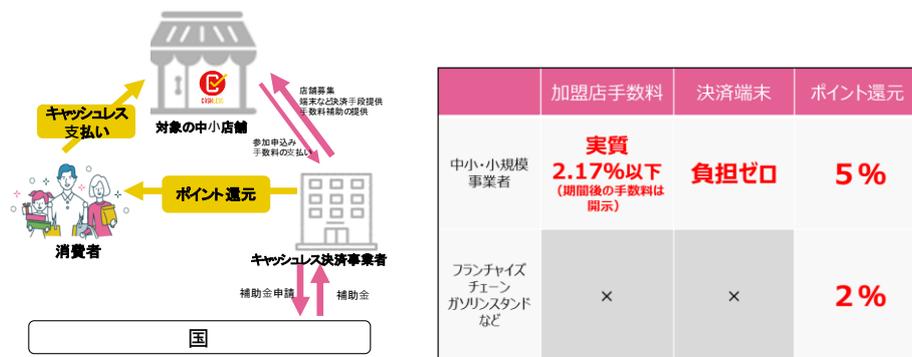
経済産業省とキャッシュレス推進協議会は、2019年10月1日に実施された消費税税率の引き上げと同時に、その影響として起こりうる消費の落ち込みを緩和し、更に、中小・小規模事業者におけるキャッシュレス決済の受入環境を整備することを目的に、9ヶ月間に渡り「キャッシュレス・ポイント還元事業」を実施している¹⁰³。中小・小規模事業者には決済端末の導入や決済手数料等、キャッシュレス導入の課題となっていたコス

¹⁰² 4.2.2 (1) 参照

¹⁰³ キャッシュレス・ポイント還元事業 (<https://cashless.go.jp/>)

ト負担が軽減され、消費者は本制度に登録した中小・小規模事業者が経営する店舗等でのキャッシュレス支払額に対し、最大5%のポイント還元を受けることができる。

図表 59 キャッシュレス・ポイント還元事業の仕組みと支援内容



(出典) 経済産業省 商務・サービスグループキャッシュレス推進室 (2019)
「キャッシュレス・ポイント還元事業 中小・小規模店舗向け説明資料」

経済産業省によると、2020年3月21日時点の「キャッシュレス・ポイント還元事業」への加盟店登録申請数は約111万店、加盟店登録数は約107万店であり、2019年10月から増加の一途を辿っている。

本事業における、人口1人当たりの登録加盟店数は、都道府県別では石川、東京、京都、福井の順で、エリア別では沖縄、北海道、近畿の順で大きい。「キャッシュレス・ポイント還元事業」の開始以降、2020年1月20日までの対象決済金額は約4.6兆円、還元額は約1,880億円である。対象決済金額に占める決済手段の内訳は、クレジットカードが約2.9兆円(約64%)、QRコードが約0.3兆円(約7%)、その他電子マネー等が約1.4兆円(約30%)である¹⁰⁴。

また、このようなキャッシュレス決済の進展を受け、経済産業省は、キャッシュレス・ポイント還元事業を切れ目なく実施できるよう、令和元年度補正予算にて約1500億円を、令和2年度当初予算にて約2700億円を措置した¹⁰⁵。

¹⁰⁴ 経済産業省ニュースリリース-2020年3月23日公表

(<https://www.meti.go.jp/press/2019/03/20200323007/20200323007.html>)

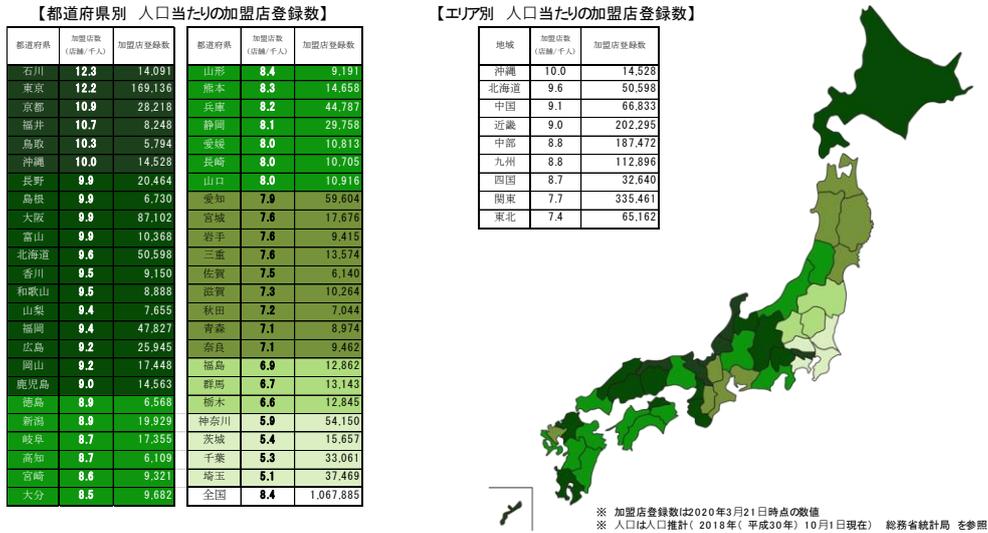
¹⁰⁵ 経済産業省『経済産業省関係 令和元年度補正予算案(概要)』、2019年12月

(https://www.meti.go.jp/main/yosan/yosan_fy2019/hosei/pdf/hosei_yosan_1213.pdf)

経済産業省『経済産業省関係 令和2年度当初予算の概要』、2020年3月

(https://www.meti.go.jp/main/yosan/yosan_fy2020/pdf/keisanshoyosan2.pdf)

図表 60 ポイント還元事業 登録加盟店の地域分布



(出典) 経済産業省ニュースリリース 104

(2) 日本政策金融公庫による低利融資制度

キャッシュレス決済を導入する中小・小規模事業者の資金繰りを支援するため、日本政策金融公庫の「企業活力強化資金」の枠組みにおいて低利融資制度を創設した。キャッシュレスを導入したいが、入金サイクルの遅れ等による資金繰りの悪化を心配する中小・小規模事業者が利用可能な制度として、2020年2月14日より受付を開始している106。

(3) JPQRの普及に向けた実証事業

総務省では、2019年度、当協議会が策定した決済用統一QRコード・バーコード(JPQR)仕様の普及に向けた実証事業を実施した。実施地域は、福岡・和歌山・長野・岩手の4県全域に及ぶ。決済事業者は、NTTドコモ(d払い)、Origami¹⁰⁷、KDDI(auPAY)、福岡銀行(YOKA!Pay)、PayPay(※MPMのみ)、みずほ銀行(J-CoinPay)、メルペイ、ゆうちょ銀行(ゆうちょPay)、LINE Payの9社が参加した。

本事業は、地域の中小・小規模店舗を主なターゲットとし、広範なコード決済・キャッシュレスの普及を目的としている。特に店舗提示型(MPM方式)では、主に商会議所・商工会の働きかけにより4県で7,142の中小・小規模店舗を中心とした事業者が参加した。また、利用者提示型(CPM方式)では、全国展開のコンビニ3社が展開する3,838店舗、及び各県の地元スーパー5社が展開する540店舗が参加した。

106 経済産業省ニュースリリース-2020年3月3日公表

(<https://www.meti.go.jp/press/2019/03/20200303007/20200303007.html>)

107 Origami Payは、2020年6月30日に、Origamiアプリの全機能を停止予定である。

(<https://about.origami.com/press/2020/0228/>)

店舗提示型（MPM方式）については、2019年6月から地域での説明会を開催し、紙の申込書による各コード決済サービスの加盟店申込みを受け付けた。8月からOrigami、J-CoinPay、メルペイが、10月からauPAY、YOKA!Pay、ゆうちょPayが、12月からd払いがJPQRによって決済が可能となっている。LINE Payは2020年4月を予定している。

参加店舗へのアンケート（1,114サンプル）で、JPQRについて非常に満足、もしくは満足と回答した事業者において、その満足理由を確認すると、「決済手数料の低さ¹⁰⁸」を挙げる店舗は約5割、「初期コストがかからないこと」は8割弱、「一括申込み¹⁰⁹」では5割強の店舗がその理由としており、これらが比較的大きな割合を占めた。他方、「紙の申込書」については約3割、「売上一括管理画面」については約2割が満足の理由として選択するにとどまり、これらの事項の改善が今後の課題としてうかがえる。また、約3割の店舗では初期設定が完了していないなどの理由でまだ店頭には置かれていないことが分かった。

他方、導入前後（2019年7月と2020年1月）の利用者へのアンケートを比べると、最もよく利用する決済手段に関して、キャッシュレス決済（非現金）はどの県でも大幅に増加している。県によりばらつきはあるものの概ね10%程度増えて50%程度となった。このうち、コード決済の増加がもっとも大きい4県中2県では、コード決済が10%を超えており急速に利用が広がっていることが分かる。

2020年度には、総務省によるJPQR普及に向けた施策として、ウェブサイトからの一括申込みや、各コード決済事業者が提供する管理画面の設定支援、また、本事業において提供されているJPQRによる売上を一括して管理できる画面の機能拡張による店舗側の利便性向上についても検討が行われている。

図表 61 JPQR 普及事業 周知イメージ



(出典) JPQR 普及事業ウェブサイト

¹⁰⁸ 本事業を通じて申し込んだ店舗においては、2020年6月まで手数料が最大1.8%程度

¹⁰⁹ 実証に参画するコード決済事業者のサービスに対し、一括で申し込みことができる仕組み

(4) スマートモビリティチャレンジ

経済産業省と国土交通省の共催事業として、2019年6月に日本全国の28地域において「スマートモビリティチャレンジ」プロジェクトが開始された。

同プロジェクトでは、スマートモビリティチャレンジ推進協議会の活動を通じ、具体的なニーズや解決策に関する情報共有をしながら、新しいモビリティサービスの地域における事業性・社会受容性向上のポイント、地域経済への影響、制度的課題等を整理し、ビジネス環境整備を進めている。この中で、MaaS (Mobility as a Service) として、乗り物のサービス化への対応とともに、キャッシュレスも推進されている。

図表 62 「スマートモビリティチャレンジ」プロジェクトのスキーム



(出典) 経済産業省 (2019) 「スマートモビリティチャレンジプロジェクト」

また、国土交通省は、MaaSにおける地域横断的な取組として、事業者間のデータ連携の推進、運賃・料金の柔軟化、キャッシュレスの活用、まちづくり・インフラ整備との連携、新型輸送サービスの推進等を挙げている¹¹⁰。

横断的な取組の一つとして、キャッシュレスの推進が明示され、地方のバス等の中小交通事業者が決済システム及び乗車時確認手段を導入する際の投資負担等の課題が示されている。今後は、これらの課題解決に向け、クラウド技術やコード決済等、比較的低コストで導入可能なシステム構築に向けた支援が期待される。

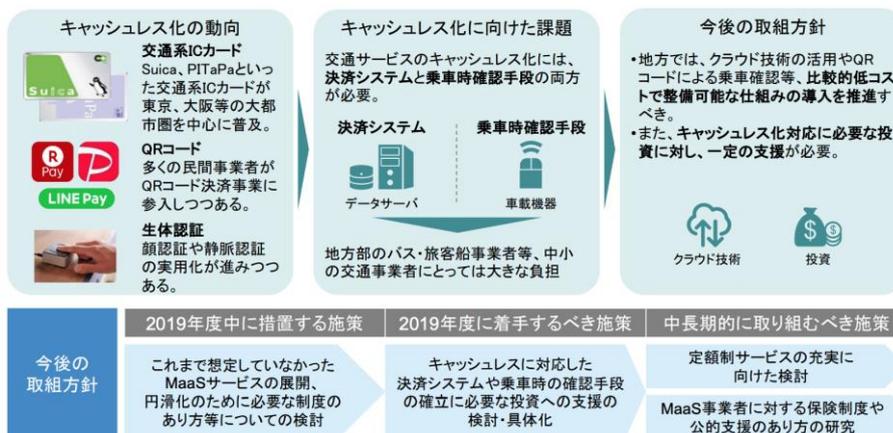
¹¹⁰ 国土交通省「都市と地方の新たなモビリティサービス懇談会」
(http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/transport/sosei_transport_tk_000089.html)

図表 63 MaaSにおける地域横断的な取組

(1) 事業者間のデータ連携の推進	<ul style="list-style-type: none"> 連携データの範囲及び連携ルールの整備 データ形式の標準化 API仕様の標準化・設定の必要性 	<ul style="list-style-type: none"> データプラットフォームの実現 災害時の情報提供等データの公益的利用 	APIとデータ共有
(2) 運賃・料金の柔軟化、キャッシュレス化	<ul style="list-style-type: none"> 事前確定運賃 サブスクリプション(定額制サービス) ダイナミックプライシング 	<ul style="list-style-type: none"> 旅行業法の適用 MaaSの展開を見据えた制度のあり方の検討 キャッシュレス化 	ICカードの普及状況
(3) まちづくり・インフラ整備との連携	<ul style="list-style-type: none"> 都市・交通政策との整合化 多様なモード間の交通結節点の整備(拠点形成) 	<ul style="list-style-type: none"> 新型輸送サービスに対応した走行空間の整備(ネットワーク形成) まちづくり計画への移動データの活用 	サイバー空間とフィジカル空間
(4) 新型輸送サービスの推進	<ul style="list-style-type: none"> 新型輸送サービスの実証実験に対する支援の実施 自動運転による交通サービスの提供の拡大に必要な施策の検討 関連する規制のあり方について不断の見直しの検討 		オンデマンド交通
(5) その他の取組の方向	<ul style="list-style-type: none"> 交通事業者間の連携・協働を円滑化するための競争政策の見直し プロジェクトマネジメントや制度設計を担う地域の核となる人材の育成 「日本版MaaS」を発信しつつ、グローバルでユニバーサルなMaaS実現に向けた国際協調 		公共交通に係る競争政策

(出典) 国土交通省「都市と地方の新たなモビリティサービス懇談会中間とりまとめ概要」

図表 64 MaaSにおけるキャッシュレスの取組



(出典) 国土交通省「都市と地方の新たなモビリティサービス懇談会中間とりまとめ概要」

(5) デジタルマネーによる賃金支払

2019年12月18日に開催された第42回国家戦略特区諮問会議において、「デジタルマネーによる賃金支払い（資金移動業者への支払い）の解禁」が重点的に進めるべき規制改革項目の一つとして決定された¹¹¹。

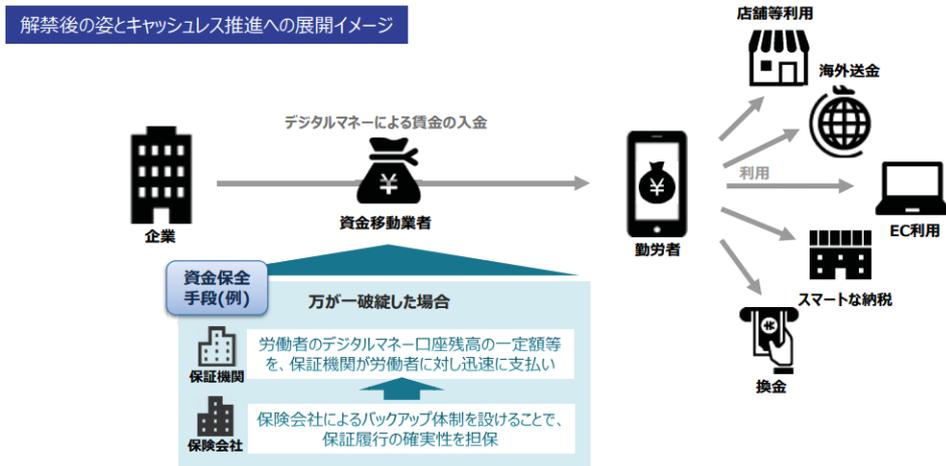
そこでは、現金での直接支払いや銀行口座への振込等に限定されていた賃金の支払いについて、労働者本人の同意を前提に、資金移動業者の口座への支払いを解禁することを目指すものである。これについては、2020年度早期の実現が目指されている。

なお、資金移動業者の口座への支払いを解禁する前提として、資金移動業者の破綻時

¹¹¹ <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/kokusentoc/topic03.html>

における労働者の保護手段の設計の具体化が求められている。また、必要なマネーロンダリング対応についても求められている。

図表 65 デジタルマネーによる賃金支払いの解禁に関する展開イメージ

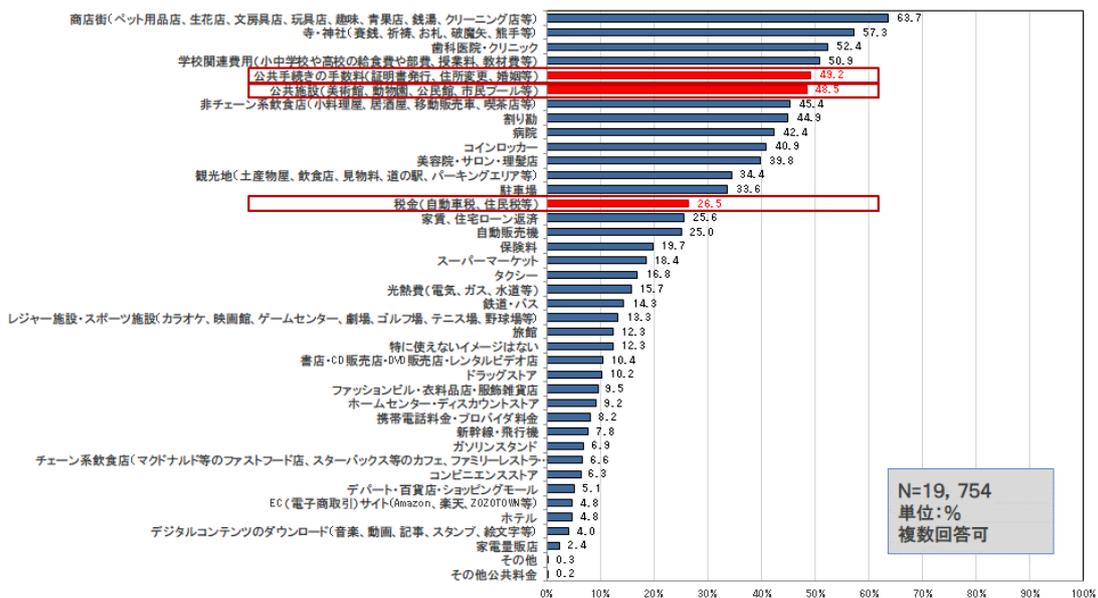


(出典) 第 42 回 国家戦略特別区域諮問会議 配布資料

3.4.2 自治体の取組

NTT データ経営研究所の消費者アンケート調査結果によると、公的サービスや公共施設はキャッシュレスツールが使えない場所の上位に挙げられており、今後のキャッシュレス化の推進が求められる。

図表 66 キャッシュレスツールが使えないイメージの強い場所



(出典) 株式会社 NTT データ経営研究所 (2019) 「平成 30 年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業 (中小・小規模事業者や消費者向け普及・啓発事業/消費者向けインセンティブ措置の調査事業 最終報告書)」

(1) 窓口・施設、給付・支払でのキャッシュレス導入の動向

全国各地の自治体では、窓口業務・施設受け付け、給付・支払におけるキャッシュレス導入を進めている。特に、窓口・施設におけるキャッシュレス導入は、都道府県だけでなく、市区レベルの自治体を含めて各地域で広がり始めている。

図表 67 自治体におけるキャッシュレス導入事例

自治体名	概要
北海道釧路市	戸籍住民課、市民税課の窓口で、住民票や所得（課税）証明などの交付手数料を、電子マネーなどで支払うことができる実証実験を開始（2020年3月）
福島県郡山市	水道料金・下水道使用料のクレジットカード継続払いを開始（2020年1月）
茨城県日立市	市役所の窓口や観光施設等で電子マネー決済を導入（2019年7月）
群馬県富岡市	キャッシュレス化の推進による市民サービスの充実におけるクレジットカード・電子マネー決済を導入（2019年7月）
東京都渋谷区	住民税の支払等でQRコード決済を導入（2019年5月）
神奈川県	県税（自動車税種別割、個人事業税、不動産取得税）の支払にQRコード決済を導入（2019年1月）
新潟県三条市	市税等の納付を含む窓口におけるほぼ全ての支払に市役所窓口でのQRコード決済を利用可能導入（2019年12月）
岐阜県高山市	電子地域通貨による市税や各種証明書等の手数料の納付が可能（2019年7月）
岐阜県大垣市	キャッシュレスによる税証明書や住民票の写しなどの交付手数料等の受付開始 ・電子マネー、クレジットカード、デビットカード（2019年1月） ・コード決済を活用した納付環境の整備開始（2019年9月）
大阪府大阪市	「LINE Pay 請求書支払い（スマホのおサイフサービス）」を利用した市税等の納付（2018年12月）
兵庫県神戸市	須磨区役所の市民課と北須磨支所の市民係で、住民票の写しや印鑑登録証明書、戸籍謄抄本の際の証明発行手数料などの支払いに、キャッシュレス決済を導入（2020年3月25日）
愛媛県松山市	道後温泉の市観光施設等でキャッシュレス決済を導入（2020年3月）
福岡県福岡市	公共施設等でQRコードを用いたスマホ決済を導入（2019年4月）

（出典）自治体プレスリリース、ホームページから作成

(ア) 福岡県福岡市

福岡県福岡市では、2018年6月から公民連携で、キャッシュレスの実証実験を推進してきた。2019年4月からは、市内の公共施設におけるコード決済「LINE Pay」を本格的に導入し、各区役所の窓口、観光施設等において支払いが可能となっている。

図表 68 福岡市における窓口・施設でのキャッシュレス導入例

所数	窓口・施設	QRコード決済で支払える主な手数料等
7窓口	各区役所の市民課窓口	住民票の写しなど証明書の発行手数料
8窓口	各区役所の課税課及び財政局納税管理課窓口	税務証明等の証明書の発行手数料
3窓口	天神・博多駅・千早証明サービスコーナー	住民票の写しなど証明書の発行手数料 税務証明等の証明書の発行手数料 (税務証明は天神・千早のみ)
2窓口	入部・西部出張所の窓口	住民票の写しなど証明書の発行手数料 税務証明等の証明書の発行手数料
13施設	唐人町駅自転車駐車場 井尻駅自転車駐車場(駅前・東) 高宮駅自転車駐車場(西・東) 金山駅自転車駐車場 今宿駅西自転車駐車場 九大学研都市駅自転車駐車場(東・西) 福工大前駅東自転車駐車場 笹原駅東自転車駐車場 香椎駅東自転車駐車場 香椎駅南自転車駐車場	一時利用駐車料(自転車)
7施設	各区体育館	競技場等の施設専用使用料
7施設	各区市民プール	プールの施設専用使用料
1施設	福岡市民体育館	競技場等の施設専用使用料
1施設	ももち体育館	競技場等の施設専用使用料
1施設	アミカス(福岡市男女共同参画推進センター)	施設の利用料
3施設	西部・博多南・和白地域交流センター	多目的ホール等の施設専用使用料
1施設	福岡市美術館	コレクション展示の入場料
1施設	福岡アジア美術館	常設展示(アジアギャラリー)の観覧料
1施設	福岡市博物館	常設展示の入場料
1施設	「博多町家」ふるさと館	入館料及び、みやげ処の商品購入代金
1施設	福岡市動植物園	入園料
1施設	はかた伝統工芸館	商品購入代金

(出典) 福岡市ホームページ (https://www.city.fukuoka.lg.jp/soki/joho/shisei/qrcode_settlement.html)

(イ) 東京都

東京都では、キャッシュレスによる支出の取組として、資金前渡を推進している。支出に関するキャッシュレス化の取組事例は、まだ限られているが、今後、窓口・施設と同様、徐々に対応が進展するものと見込まれる。

図表 69 東京都における支出に関するキャッシュレス導入事例

◆資金前渡の取組（会計管理局）

【資金前渡による支払について】

- ・各所属において「（1件5万円以下の）文房具類・日用品等の購入」等を現金で支払い
- 各所属数：817、本業務に従事する管理者（資金前渡受者）と事務担当者：1,600人以上
- 平成28年度実績：166,149件、3,830,838千円

<取組状況>

- 調査委託の実施（平成30年7月～）
 - ・ブランドデビットカード（※）及びクレジットカード等のスキーム及び課題整理
 - ・所属特性（本庁・事業所、地域等）に応じた本決済手段の利用可能性等を分析
 - ・現金支払に加えて、ブランドデビットカードの導入等を検討
- ブランドデビットカードの試行実施（平成31年1月～）



※カード利用と同時に銀行口座から代金が引き落としされるカード。クレジットカード対応店舗で利用可能

<今後の予定>

- 平成31年度から試行拡大、マニュアル作成、研修実施、検査体制の確立等

（出典）一般社団法人キャッシュレス推進協議会「自治体キャッシュレス推進」分科会資料

（2）地域活性化に向けたキャッシュレス施策

（ア）北海道札幌市

札幌市では、キャッシュレス SAPPORO 推進キャンペーン実行委員会¹¹²が、外国人観光客の増加や消費税率の引き上げに伴うキャッシュレス決済に対する関心の高まりを踏まえ、各種決済手段に対応する決済端末の導入を促進し、札幌市内店舗におけるキャッシュレス環境を整備することを目的として、「キャッシュレス SAPPORO 推進キャンペーン」を実施している。

具体的には、2019年9月9日～2020年6月30日の期間において、キャッシュレス×データ利活用を目的に「キャッシュレス SAPPORO 0（ゼロ）円パック」を市内店舗へ導入営業し、PR イベント等を通じて導入への働きかけと機運の醸成を進めている。

決済端末の導入にあわせて、POSレジアプリを導入し各店舗の購買データを SARD¹¹³ に提供することによって、札幌市 ICT 活用プラットフォーム¹¹⁴を活用した「購買データ

¹¹² 札幌市、札幌商工会議所、札幌市商店街振興組合連合会、一般社団法人札幌観光協会、株式会社北洋銀行、株式会社北海道銀行、株式会社札幌北洋カード、道銀カード株式会社、株式会社ニッセンレンエスコート、株式会社ほくせん、札幌総合情報センター株式会社、東日本電信電話株式会社、株式会社北海道新聞社、一般財団法人さっぽろ産業振興財団、一般社団法人札幌圏地域データ活用推進機構

¹¹³ 一般社団法人札幌圏地域データ活用推進機構の略称。市民生活の向上や経済活動の活性化等に資するため、地域で発生し官民が保有する様々なデータ（いわゆる「官民データ」）を協調して利活用できる環境を整備し、官民がこぞってデータ利活用を促進することによって札幌圏における「データの地産地消」を実現することを目的に設立された団体。（<https://www.sard.or.jp/>）

¹¹⁴ 札幌市が2017年に策定した「札幌市 ICT 活用戦略」のイノベーションプロジェクトに位置付けられている取組であり、データを活用して新たな価値を生み出すための共通基盤として、一般財団法人さっぽ

を見える化して分析する機能」が提供される。この機能を飲食メニューや販売商品、プロモーションの改善等に役立て、店舗における経営の改善・高度化につながることを期待されている。

(イ) 福井県

福井県は、商工団体や観光団体、金融機関の計 16 機関でつくる推進連絡会議を立ち上げ、12 月から、小売業や飲食業など約千店舗を対象にキャッシュレス導入の実態調査を行っている¹¹⁵。

北陸新幹線の県内延伸を控え、県外や外国からの観光客増加が見込まれる中、クレジットカードやスマートフォンで買い物ができる環境整備の重要性や、店舗事業者にとっての業務効率化、データ利活用など、経営課題解決に結びつくとし、キャッシュレスの普及促進を推進している。

実態調査は、県内の主要駅や主要観光地から半径 1 キロ以内にある小売り、飲食、宿泊、サービス業者を対象に、キャッシュレス決済の導入状況や顧客の利用状況、売り上げ、利益面への影響を調べるとしている。

(ウ) 三重県

三重県は、2019 年 10 月に「三重県キャッシュレス推進方針」を策定し、キャッシュレス決済の利用に寄る事業者の生産性向上や消費者の利便性向上、需要の取り込みに向けて、県全体で取り組むこととしている。本方針では、今後、県内のキャッシュレス決済比率を 2023 年に 40%、2025 年に 50%とすることを目標に、キャッシュレスがもたらす地域社会の姿や「Society5.0」を見据えたロードマップを提示している。

2020 年 3 月に同県が策定した「みえ ICT・データサイエンス推進構想¹¹⁶では、キャッシュレス推進におけるデータ活用の方向性として、キャッシュレス決済から得られたデータが中小企業・小規模企業の経営課題解決に繋がると見込んでおり、2020 年度は、地域活性化に繋がるキャッシュレス決済のモデル事業として、商店街等を核とした一定エリアを対象に、キャッシュレス決済を導入した店舗や地域において、データの利活用等が可能な決済事業者と連携して実証事業を行い、店舗の売上拡大や生産性向上に繋がるとを検証することとしている。

その他、県庁においても、県税や各種使用料・手数料、博物館等の集客施設の入館料といった行政サービスや、県有施設に設置している自動販売機、食堂等についても、キャッシュレス決済の導入及び導入に向けた検討を進めている。

る産業振興財団が構築し、札幌市と共同で運営を行っているもの。(https://data.pf-sapporo.jp/)

¹¹⁵ https://www.juraca.jp/article/1271/

¹¹⁶ https://www.pref.mie.lg.jp/ENERGY/HP/energy/000200333.htm

図表 70 三重県のキャッシュレス推進方針(概要)

三重県キャッシュレス推進方針の概要 1 / 2		令和元年10月
<p>知事メッセージ (全文)</p> <p>・「Society5.0」の実現に向けて、新しい技術や文化が次々と生まれていく現代。 ・「分からないから受け入れない」、「受け入れていくけれどよく分からない」ではなく、それらを正しく理解し、選び、取り入れていくチカラがより一層求められる時代へと変化しています。 ・新しい技術や文化を取り入れることは、最初に大きな苦労がありますが、それを乗り越えた先に「新しい豊かさ」があります。いまこの瞬間も、私たちの身の回りには、先人たちが築き上げた豊かさがあります。 ・「キャッシュレス」を、次の時代を築く「はじまりの合図」と捉え、新しいモノを外から押し付けられるのではなく、常に自ら関わり、取り入れていく三重県となるよう、ともに取り組んでいきましょう。そして、地域に豊かさのあふれる三重県を将来の世代へ残しましょう。</p>		
<p>第1章 策定趣旨</p> <p>◆ 県内中小企業・小規模企業の生産性向上を図る</p> <p>中小企業・小規模企業（特に、小売業・飲食業・宿泊業）がキャッシュレス決済環境を整備することで、業務の効率化による労働力不足の解消や現金取り扱いコストからの解放、EC市場の拡大、売上増加の機会獲得など、経営課題の解決を図ることが可能。</p> <p>◆ 消費者や観光客の利便性向上を図り、需要を取り込む</p> <p>キャッシュレス決済を利用することで、消費者にとっては現金を扱う手間と時間が減り、キャッシュレス決済に慣れた訪日外国人旅行者にとってはストレスフリーな観光を楽しむなどのメリットがある。この先、2020年の東京オリンピック・パラリンピックをはじめとした好機をしっかりと捉え、顧客（特にインバウンド）のニーズに対応していくことで、新たな需要の取り込みが期待できる。</p> <p>◆ 三重県庁の行政サービスも率先して取り組む</p> <p>県民の生活に密接な税・公金等の支払いにおけるキャッシュレス化により、県民の利便性を高め、行政サービスを向上させる。</p> <p>◆ 「オール三重」で取り組み、地域活性化を図る</p> <p>事業者・消費者の取組を「オール三重」で行うことで、県内のどこでも、誰でもキャッシュレスを身近に利用できる環境の実現をめざし、地域活性化を図る。</p> <p>◆ 「新しいモノ・コト」を積極的に取り入れていく風土の醸成</p> <p>「Society 5.0」の実現に向けて、将来世代が多様で包容力ある持続可能な社会を形成するために、「新しいモノ・コト」を積極的に取り入れていく風土の醸成に繋げる。</p>	<p>第2章 キャッシュレスとは</p> <p>1 定義</p> <p>物理的な現金（紙幣・硬貨）を使用しなくても活動できる状態 （出典：経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」）</p> <p>2 決済の種類</p> <p>※日本で普及している主なキャッシュレス決済手段（クレジットカード、デビットカード、電子マネー、コード決済）について、特徴や消費者及び事業者双方の視点でのメリット・デメリットを記載。</p> <p>3 キャッシュレスをめぐる現状</p> <p>(1) 世界 2016年時点の先進諸外国のキャッシュレス決済比率を比べると、日本は低位にある。また、比率の高い国はその後の伸び率も高い傾向にあり、キャッシュレスが一定程度普及すると、その後一気に浸透する可能性を示唆。 （出典：（一社）キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス・ロードマップ2019」）</p> <p>(2) 日本 2017年時点のキャッシュレス決済比率は21.3%。 （出典：（一社）キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス・ロードマップ2019」）</p> <p>(3) 三重県 2014年の商業統計では、県内小売業の商品販売額に占める電子マネー・クレジットカードによる販売比率は全国4位（19.15%）と「キャッシュレス先進県」。他方で、キャッシュレス決済の導入（普及）に対しては消極的というデータも（「キャッシュレス決済導入に対して賛成か、反対か」賛成比率全国45位52.4%（全国平均65.1%））（出典：日経BP社「QR決済」）。</p>	

三重県キャッシュレス推進方針の概要 2 / 2	
<p>第3章 推進の方向性</p> <p>1 想定される障壁と対応</p> <p>(1) 事業者の視点</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 導入費用や管理手数料が高い ● 売上金が手元に入るまでのタイムラグ ● 従業員への教育が必要になる など <p>(2) 消費者の視点</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 使いすぎ、家計管理への不安 ● 安全性への不安 ● ユーザー・デザインへの対応 など <p>(3) 自治体の視点</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 導入費用(システム改修等)や管理手数料が高い ● 収納事務の煩雑化 <p>○ 導入メリットの周知(業務効率化、省力化等)</p> <p>○ 導入体験機会の提供や専門家等による導入支援</p> <p>○ 各消費者が自分に合った決済環境を見つけられるよう、利便性やメリットを周知(忌避意識の解消)</p> <p>○ 体験機会の提供</p> <p>○ 県民の利便性向上とコストの増大を勘案し、総合的に検討</p> <p>2 関係機関との連携</p> <p>(1) 国</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ 経済産業省：2019年10月から「キャッシュレス・消費者還元事業」を開始 ◇ 総務省：QRコード決済の統一規格「JPQR」の普及実証事業 <p>今後、さまざまな施策展開が予想されるため、国の動向に注視し、緊密な連携を図る。</p> <p>(2) 一般社団法人キャッシュレス推進協議会</p> <p>キャッシュレスの普及に向けて産学官が連携し中立的な推進役を担う組織。自治体における普及促進をプロジェクトの一つに位置付けていることから、各自治体の情報共有や課題抽出、対応策の検討を通じて、県の施策展開に繋げる。</p> <p>3 ビジョン</p> <p>◆ チャレンジ・フィフティ（キャッシュレス比率 20% ⇒ 50%）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」での目標値 ・ 現状20% ⇒ 2025年(大阪・関西万博)40% ⇒ 将来80% ・ 県では、商業統計の現状値約20%から、2025年の国目標40%に2023年時点での到達、2025年には50%への上昇を見据える。 ・ なお、推進にあたっては、年齢や層がいの有無、業態や経営規模など、多様な価値観や様々な状況を踏まえて取り組んでいく。 	<p>第4章 普及に向けた取組</p> <p>周知・体験</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費者向けキャッシュレス・フェア：利便性を体験する機会の創出 事業者向け普及セミナー：導入事例や決済機器紹介等を通じて周知 <p>支援</p> <ul style="list-style-type: none"> キャッシュレス導入実証事業： <ul style="list-style-type: none"> ◇ 観光客のストレスフリーな旅行の実現に向けた効果検証と結果の啓発 ◇ 事業者の導入による生産性向上及び地域活性化効果の検証 専門家派遣：機器等を導入しようとする事業者への専門家派遣 商工団体向け研修会：経営指導員等を対象に研修会を開催 決済データの利活用：関係機関と連携し、新事業創出をめざす <p>体制</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会を通じた連携 ◇ 一般社団法人キャッシュレス推進協議会との連携 ◇ キャッシュレス決済事業者との連携 <p>第5章 三重県庁における取組</p> <p>県税</p> <ul style="list-style-type: none"> < 自動車税 > <ul style="list-style-type: none"> ◇ インターネットを利用したクレジットカード納付【2014年～導入済】 ◇ スマートフォン専用アプリでの納付【2020年5月～導入予定】 < 三重県ふるさと応援寄附金（ふるさと納税） > <ul style="list-style-type: none"> ◇ インターネットを利用したクレジットカード納付の導入【2012年～導入済】 <p>税外収入</p> <ul style="list-style-type: none"> < 利用料等の支払 > <ul style="list-style-type: none"> 納入通知書で支払う使用料・手数料等のコンビニ納付・スマホアプリ納付や直営集客施設（博物館等）のキャッシュレス化について、庁内ワーキンググループを設置し検討。利便性やコスト等を勘案したうえで導入を進める。 <p>施設管理</p> <ul style="list-style-type: none"> < 県有施設等管理受託者のキャッシュレス化 > <ul style="list-style-type: none"> 指定管理者制度を導入している県有施設、県有施設に設置している自動販売機・食堂等を対象に、それぞれの施設・設備の性質を勘案し、キャッシュレス化について検討。可能なものについては導入に向けて調整を進めていく。

(出典) 三重県「三重県キャッシュレス推進方針」、2019年10月

(エ) 大阪府泉佐野市「泉佐野ポイントカードさのぼ」

大阪府泉佐野市は関西国際空港の玄関口に位置し、増え続けるインバウンドに対応するためキャッシュレス化に力を入れており、水道料金の支払いにスマホ決済サービスを導入したり、同時通訳やキャッシュレス決済サービスなどの機能を搭載したタブレットを市内の観光施設に設置して実証実験に取り組んだりしている。店舗の負担が少ないQR決済を中心とするキャッシュレス化を促進し、将来的には100%近いキャッシュレス化を目指しており、キャッシュレス化の裾野を広げるために「泉佐野ポイントカードさのぼ」を展開している。「さのぼ」は泉佐野市が推進する取組や地域イベントに連動するポイント付与制度で、行政施策と市民をつなぐ手段としてキャッシュレスを活用したユニークな取組といえる。今後、ポイント利用履歴等のマーケティングデータを活用して、地域の活性化や商店の誘致等へつなげることも検討されている。

図表 71 大阪府泉佐野市の「泉佐野ポイントカード さのぼ」

行政施策と市民をつなぐキャッシュレス「泉佐野ポイントカード さのぼ」	
⑫ 大阪府泉佐野市	
POINT ・行政が推進したい取組やイベントに連動するポイント付与制度 ・ポイント利用履歴データから地域の活性化や商店の誘致に活用を検討中	
事業概略 <ul style="list-style-type: none"> 泉佐野市内の加盟店でお買い物したり、泉佐野市主催の事業やイベント等への参加でポイントが貯まり、ポイントを使って(1ポイント1円)お買い物ができる「地域ポイント」。 ポイントカードホルダーは2万2千名(2019年6月末現在) 加盟店は市内のみで186店舗(2019年7月1日現在) 加盟店にはipad、カードリーダー、レシート印刷機を無償貸与。翻訳アプリも取り込んでおり、多言語対応を可能としている。 	キャッシュレスで得られた効果 <ul style="list-style-type: none"> 月約1億円の消費額であり、その消費に対して1%の事業者負担ポイントが増えているため、市内循環を生んでいる。 加盟店側は新しい顧客が増えたとの声もある。 購入データは「いつ」「誰が」「何を」「どこで」買ったかを全て把握可能なことから、これまでの2年間をビッグデータ積み上げ期間とし、今後、中心市街地の活性化を進めていくために、どのエリアでどの店舗が流行るのかを定量的に明確化し、他地域からの店舗の流入促進を図る形で地域活性化に繋げたい。
キャッシュレスへの取り組み <ul style="list-style-type: none"> 加盟店でお買い物した際にポイント付与。店舗で付与されたポイントは店舗負担。 1ポイント=1円として加盟店での使用が可能。有効期限は購入された日の翌々年度の3月31日まで。 ポイントの現金チャージのタイミングは地域商品券発行時のみで通常はできない。ポイントの付与は、健康マイレージなど行政が推進したいイベントに参加することで得られるものもある。 ex. 免許証返納(1人10万ポイント、人数上限あり) 町会加入(5,000ポイント) 市内で家を建てて町会に加入(最大30万ポイント) 	

(出典) 近畿経済産業局(2019)「関西企業フロントラインNEXT～関西における「キャッシュレス」の取組実態と新たな兆し～Vol.15」

(オ) 広島県庄原市「ほ・ろ・か」

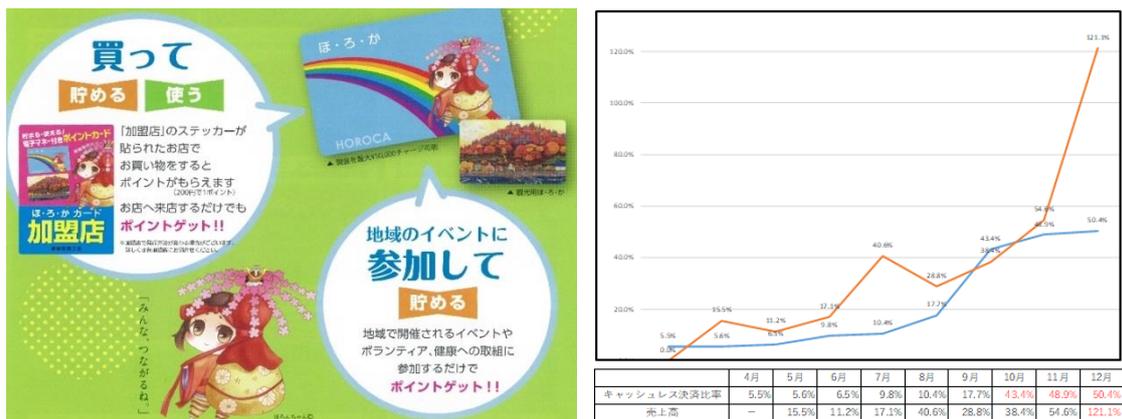
広島県庄原市東城町では、東城町商工会が町内での資金循環による地域活性化を目的として、2014年頃から地域通貨を活用したカード事業の検討を開始した。事業性や関係者の意見を踏まえ、2019年4月から地域限定で提供する電子マネー「ほ・ろ・か」の発行を開始した。対応する端末とインターネット接続環境などがあれば低コストで容易に導入が可能であり、該当地域の飲食店、酒屋、電気店、菓子屋、スーパー、酒蔵、美容院、クリーニング店、ガソリンスタンドなど55の事業者が導入し既に東城町の人口の

8割に相当する6,700枚以上のカードが配布されている。町内の加盟店で「ほ・ろ・か」に現金をチャージすることにより、キャッシュレスで買い物ができるとともに、利用に応じたポイントを受け取ることができる。同町におけるカードを利用した売上に占めるキャッシュレス決済比率は、2019年12月には50%を超える高い利用率となっている。

また、東城町商工会が「ほ・ろ・か」の発行元となることで、加盟店の決済手数料が町外へ流出しない仕組みが構築されている。

「ほ・ろ・か」には住民向けと観光客向けと小学生用の3種類のカードがある。住民向けには事前に情報を登録した高齢者が1週間カードを使わなかった場合に遠方の家族に通知するサービスを提供している。観光客向けには、3,000円のチャージで150円分のプレミアを付与し、町内での土産物の購入やネット販売での決済に活用が可能となっている。小学生用には、電子マネー機能は備わっていないが、児童が登下校等の際にカードを玄関のカードリーダーにかざすと保護者にメールで通知され、ポイントが付与されるといった見守りサービス等、決済以外にも町民の生活に寄り添った「安全・安心」の提供も注目されている。

図表 72 東城町商工会の「ほ・ろ・か」の概要と利用状況の推移



(出典) 東城町商工会

(カ) 山口県

山口県は2019年4月、全県的なキャッシュレス化に向けた推進体制を整備し、県内小売店舗等へのキャッシュレス決済の導入を促進するため、山口県庁、地域の商工団体、地場の金融機関が構成する「やまぐちキャッシュレス化実現会議¹¹⁷」を設置した。

同会議では、セミナー開催等の理解促進、相談窓口の設置、キャッシュレス導入のコーディネーター配置、普及施策への助成等を通じた域内におけるキャッシュレスの普及促進活動に取り組んでおり、店舗の声を集めるためのアンケート調査等も実施している。

¹¹⁷ <https://www.pref.yamaguchi.lg.jp/cms/a16100/cashless/jitugenkaigi.html>

(キ) 長崎県平戸市

平戸市では、2019年4月に平戸市の商工会議所、商工会、銀行、観光協会、長崎県が中心となり「キャッシュレス研究会」を発足した。当該研究会では、キャッシュレスに関する講習や説明会の実施に加え、店舗向けにキャッシュレス決済に関するFAQ集を策定し、各キャッシュレス決済手段の特徴や、混同しがちな軽減税率制度とキャッシュレス決済に関わるポイント還元制度の違いについて周知に努めた¹¹⁸。

(ク) 地域交通を起点としたキャッシュレスの裾野拡大に向けた取り組み

愛知県豊明市では、産業集積地帯の変化と人口減少による公共交通機関の衰退、そして病気や免許返納制度の厳格化のため自ら移動手段を持たない高齢者の外出機会の減少を大きな課題と認識していた。このような「交通弱者」（買い物や通院など日常生活の移動に不便な思いをする方々）が抱える課題に対応するため、「チョイソコ」というデマンド型乗り合い送迎サービスを2018年7月から試験導入している。

チョイソコは会員からの電話予約に基づき、最寄りの停留所から目的地（近くの停留所）までの最適な経路を計算し、移動を実現するサービスである。このサービスは乗合旅客サービス¹¹⁹として認められ有償での実証実験に至っており、豊明市の他にも兵庫県猪名川町など全国の自治体で導入が検討されはじめている。

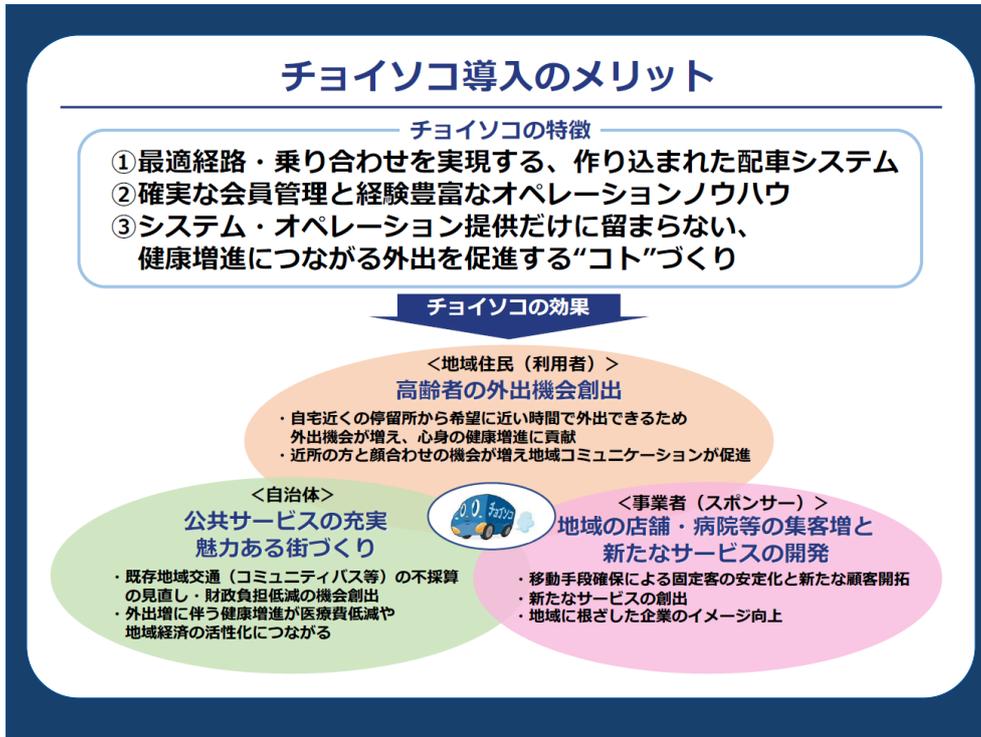
猪名川町では高齢者の移動手段に加え、キャッシュレス決済/見守りサービスと組み合わせることで、交通空白地域に住む学生向けの安全・安心な通学送迎の手段としても期待されている。

この仕組みではトヨタグループのアイシン精機株式会社が車両運行システム等を提供し、トヨタファイナンス株式会社がキャッシュレス決済と決済データを活用した見守りサービスを提供していく。今後、チョイソコの乗車料支払いに使われるキャッシュレスの決済手段を移動先の商店等でも利用できるようにすることで、消費者利便を高めるだけではなく、チョイソコで収集した移動データとキャッシュレス決済を通じて生成される購買情報等の様々なデータを組み合わせることにより、さらなる地域の発展につなげていくことを目指している。

¹¹⁸ <https://www.city.hirado.nagasaki.jp/kurashi/industry/syokou/hojyo/hj04.html>

¹¹⁹ 道路運送法第二十一条二項では、「一般乗合旅客自動車運送事業者によることが困難な場合において、一時的な需要のために国土交通大臣の許可を受けて地域及び期間を限定して行うとき」に乗合旅客の運送が認められている

図表 73 地域におけるデマンド方乗り合い送迎サービスの導入メリット



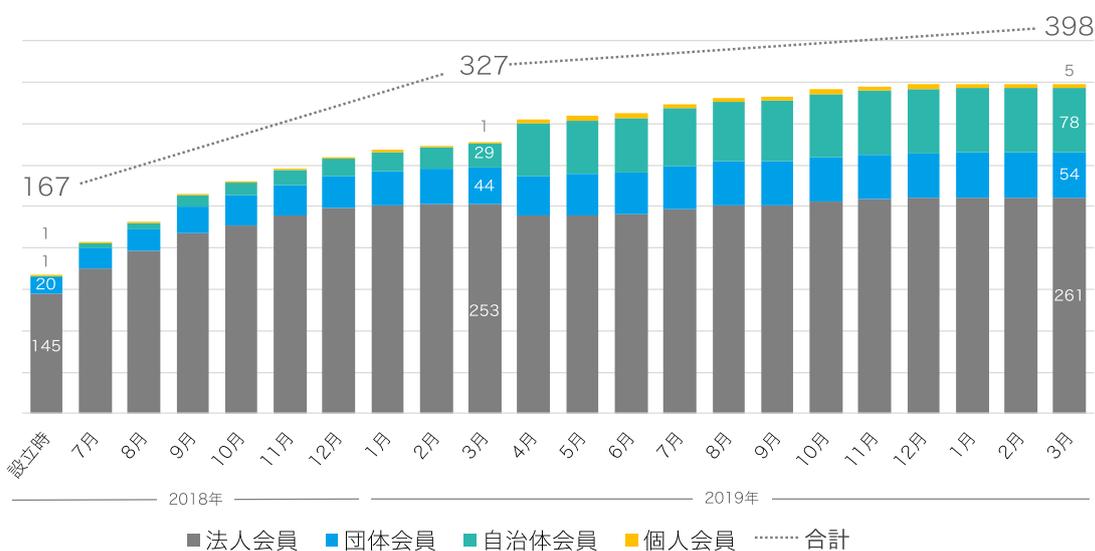
（出典）トヨタファイナンス

4. キャッシュレス推進協議会の活動状況

4.1 会員の広がり

キャッシュレス推進協議会の会員は、2020年1月末現在で、法人会員261、団体会員54、自治体会員78、個人会員5と、合計398の企業、団体、個人にご加入いただいている。

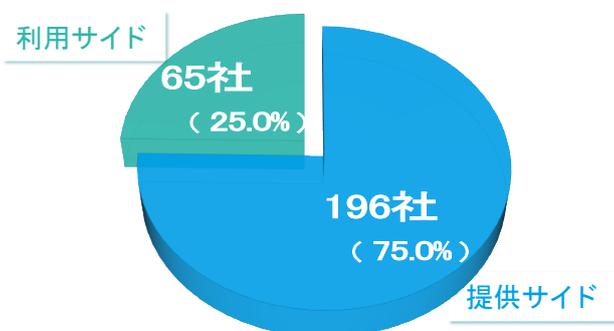
図表 74 会員区分別 加入状況の推移（2020年3月末現在）



(出典) キャッシュレス推進協議会事務局

法人会員については、設立当初、全法人会員の1/4を下回る加盟数であったが、その後の加入の増進もあり、現在では全法人会員の1/4を占めるにまで至っている。

図表 75 法人会員における「提供サイド」と「利用サイド」の比率（2020年3月末現在）

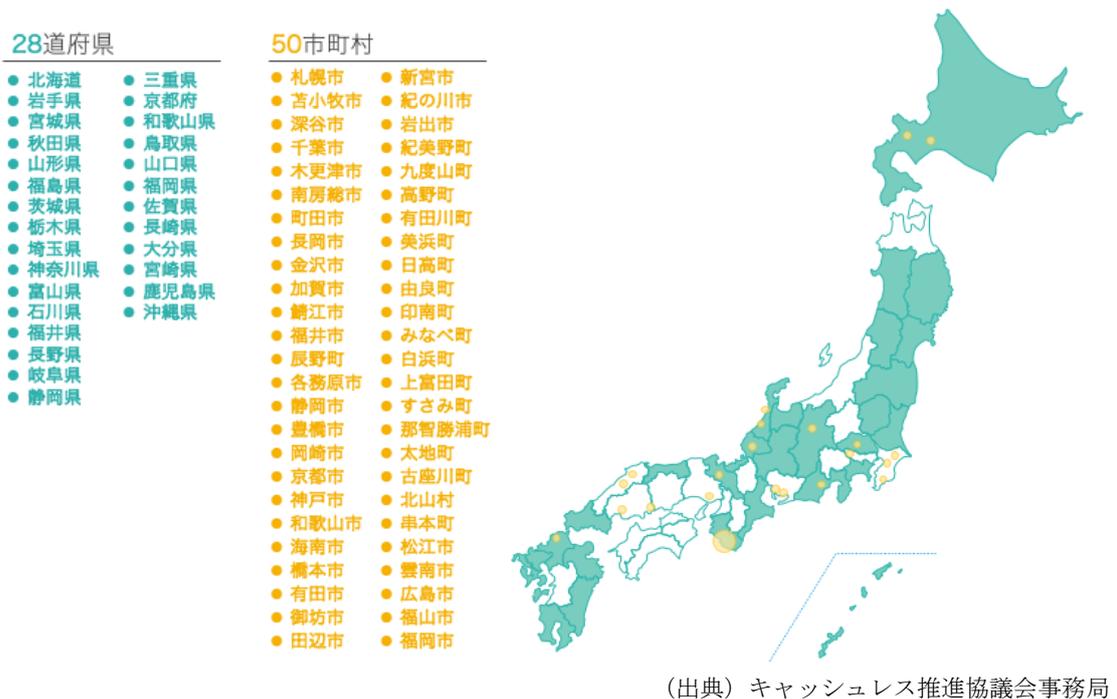


(出典) キャッシュレス推進協議会事務局

なお、当協議会では、さらなる利用サイドの方々に参画いただけるような働きかけを行っていき、利用サイドの声を提供サイドに届けるという重要な役割を担っていきたいと考えている。

また、自治体会員については、2019年度末の加盟数が29であったのに比べ、2020年度には、78まで急激に増加している。自治体におけるキャッシュレスへの関心の高まりが伺える。

図表 76 自治体の加盟状況 (2019年3月末現在)

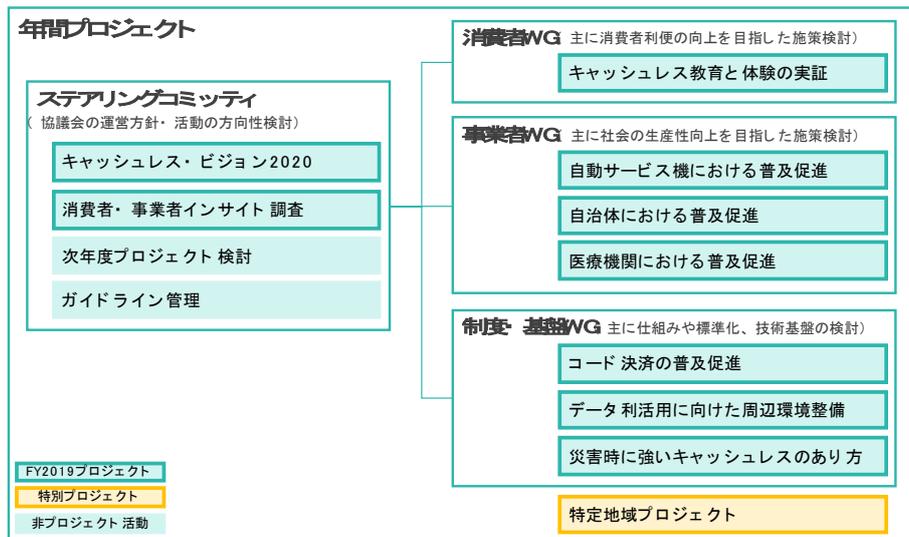


4.2 2019年度プロジェクト活動状況

昨年度策定した「キャッシュレス・ロードマップ2019」で提示した「キャッシュレス社会の姿」を実現するため、2019年度は9つの年間プロジェクト（テーマ別の検討会）活動を展開した。本書は9つの年間プロジェクトのうち、【PJ19-1】の活動成果をとりまとめたものである。

次項以降に9つのプロジェクトの概要と2019年度の活動内容を紹介する。

図表 77 キャッシュレス推進協議会 2019 年度プロジェクト



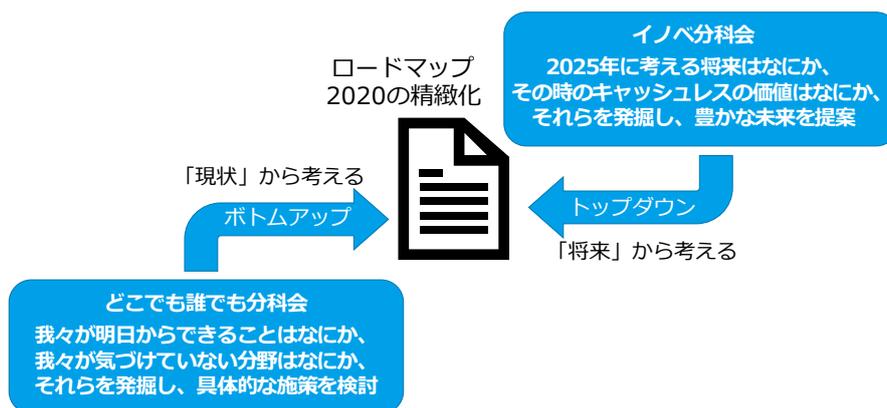
(出典) キャッシュレス推進協議会事務局

4.2.1 ステアリングコミッティの活動

(1) キャッシュレス・ロードマップ 2020(PJ19-1)

本書の作成にあたり、「キャッシュレス・ロードマップ 2020」では、「どこでも誰でも分科会」「イノベ分科会」という2つの分科会を立ち上げ、ロードマップ 2020 の精緻化につなげることにした。

図表 78 2つの分科会の設置と位置づけ



(出典) キャッシュレス推進協議会事務局「キャッシュレス・ロードマップ 2020」検討資料

なお、具体的な実施事項は本ロードマップの「5. キャッシュレス社会の実現に向けた活動の方向性」を参照されたい。

(2) 消費者・事業者インサイト調査(PJ19-2)

「消費者・事業者インサイト調査」では、5,000人の消費者アンケート、15名の消費者インタビュー、11の事業者インタビューを実施し、キャッシュレスに対する消費者及び事業者の考え方について調査を行った。詳細については、別途公表される報告書を参照いただきたい。

消費者に対する調査の結果、特筆すべき点としては、現金を選好する消費者の多くが、「あといくら使えるのか」を管理したいと考えており、その管理においてはキャッシュレスよりも現金の方が優れていると考えていることが判明した。このような考え方を持つ消費者の多くは、「今週は、この1万円で生活する」等、独自の目標を設定しており、常に残高（今週の残りの生活費）を気にする傾向にあった。キャッシュレスは、家計簿アプリのように、「いくら使ったか」を管理しやすい仕組みは整いつつあるものの、「いくら使えるか」を示すことに主眼をおいたサービスはまだ多くない。また、家計簿アプリも全てのキャッシュレス決済サービスを管理できるわけではないことを踏まえると、このような利用可能残高を把握したい等の各消費者の独自ルールに則って生活する場合においては、現金の方が即していると判断されている。

また、事業者においては、これまでキャッシュレスの特徴として指摘されていた「新規顧客の獲得」や「顧客単価の向上」については、一定程度の効果は認識されつつも、店舗運営業務の効率化や、従業員による不正防止等、運用上の効果の方が、キャッシュレスを導入するインセンティブとして働くことがわかった。

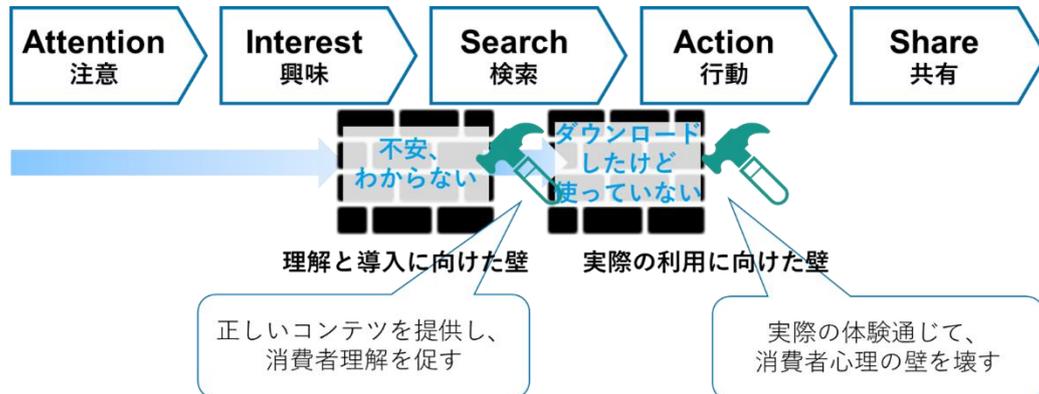
4.2.2 消費者 WG の活動

(1) キャッシュレス教育と体験の提供(PJ19-3)

「キャッシュレス教育と体験の提供」では、キャッシュレスに対する正しい理解の促進と、実際の利用につなげるための体験を組み合わせた消費者向けのコンテンツ開発を主な目標としている。

消費者が実際にキャッシュレスを継続的に利用し始めるには、大きく2つの壁が存在すると考えている。一つは、「種類が多くて選択できない」や「借金のイメージがある」といった、キャッシュレス決済手段に対する知識が不足することによる漠然とした不安を抱く点である。もう一つは、キャッシュレスの特性は理解するものの、実際に申込やインストールが煩雑と感じ、実際の利用に結びつかない点である。

図表 79 キャッシュレス決済手段に関する消費者心理のプロセス



(出典) キャッシュレス推進協議会事務局「教育と体験の提供」検討資料

教育においては、クレジットカード事業者、銀行、電子マネー事業者、コード決済事業者等の協力を得ながら、クレジット、ブランドデビット、J-Debit、電子マネー、コード決済のそれぞれについて、その「概要」「前提条件」「申込方法」「利用方法」「確認方法」「困ったときの対応方法」「メリット/デメリット」「お店のメリット」「セキュリティ」等について解説書を作成した。加えて、キャッシュレスの意義等を理解いただくためのコンテンツも作成した。これらコンテンツについては、小学校、中学校、高等学校、大学において試行的に授業を行い、アップデートを行っている。協議会では、2020年度以降も継続して、授業の提供を行っていく予定である。

また、体験として、実際の店舗をイベント会場とし、当該店舗の一部をキャッシュレス専用レジとして設定し、消費者、店舗双方において、キャッシュレスを体験し、その効果を体感していただくイベントを予定¹²⁰している。イベント実施時には、キャッシュレス決済手段を保有していない消費者もいることが想定されることから、店舗周辺において、入会やインストールのお手伝いを、決済事業者により実施する予定である。加えて、キャッシュレス専用レジの利用状況、処理スピード、レジ締め等のバックオフィス業務の効率化について、時間を計測する等により、効果を見える化していく予定である。

4.2.3 事業者 WG の活動

(1) 自動サービス機における普及促進(PJ19-4)

「自動サービス機における普及促進」では、飲料自販機や駐車場精算機といった、非対面で機械等が対応する支払い分野におけるキャッシュレスの普及促進について、2018年度に引き続き、検討を行った。

このうち、駐車場精算機に関する検討においては、キャッシュレス決済手段を導入時

¹²⁰ 2020年3月現在、新型コロナウイルス感染症の拡大を踏まえ、当初予定していたイベントは延期とした。2020年度に改めて実施予定である。

の損益分岐点を導出するための簡易診断ツールを作成した。これにより、駐車場におけるキャッシュレス決済比率がどの程度まで進展すれば、キャッシュレス決済手段の導入に伴う初期費用やランニング費用がまかなえるのかをおおよそ把握することができる。

(2) 自治体における普及促進(PJ19-5)

「自治体における普及促進」では、「窓口・施設等での支払」と「歳出や地域活性化」について検討を行った。キャッシュレスの普及に際しては、消費者の生活動線上のあらゆる場面においてキャッシュレスを活用できるようにする必要があり、自治体の公共施設や窓口もその対象となる。しかし、当該場面でのキャッシュレス普及は途上にあり、さらなる普及が望まれるところではあるが、自治体においては、その導入方法に関する知識や理解が十分でないケースも多く、本プロジェクトにおいて課題解決を試みた。

図表 80 PJ19-5 における検討体制

		現状	検討方針(案)
歳入	税公金 (納付書送付)	<ul style="list-style-type: none"> 口振設定やクレジットカードの導入推進に加え、収納用紙のデジタル化・スマホアプリの活用などの検討開始 ※全銀協資料参照 	<ul style="list-style-type: none"> 全銀協にて推進(当協議会での対象外とするが、全銀協と当協議会で連携して推進)
	分科会① 窓口・施設等での支払 (手数料・利用料)	<ul style="list-style-type: none"> 窓口でのキャッシュレス支払のニーズがあり、一部自治体での事例も出てきている 音楽ホールや公共施設、公共交通機関(電車、バス等)でのキャッシュレス支払が期待されている。 非対面での定額小為替や、収入印紙の購入や事務効率化のニーズもある 	<ul style="list-style-type: none"> 当協議会のメインテーマとして検討を想定。自治体の事例をもとに課題抽出と対応案を整理。
歳出	分科会② 調達・経費支払	<ul style="list-style-type: none"> 自治体での法人カード(クレジット・デビット)、電子マネー利用導入などの事例が出ている 	<ul style="list-style-type: none"> 加盟各社・自治体から意見募集し、検討内容・方向性を検討 カード業界とも協議予定
	支給	<ul style="list-style-type: none"> 過去の事例(プリペイドでの給付)や、最近の新たな事例も出てきている 	<ul style="list-style-type: none"> 同上
地域経済活性化		<ul style="list-style-type: none"> 地域企業と連携など、地域活性化の活動が必要。その一類型として、地域コインなども存在 	<ul style="list-style-type: none"> 同上

(出典) キャッシュレス推進協議会事務局「自治体における普及促進」検討資料

「窓口・施設等での支払」に関しては、「公共施設・自治体窓口におけるキャッシュレス決済導入手順書」を策定した。本手順書では、キャッシュレス決済導入の重要性やメリット、実際の導入手順について記載している。各自治体の公共施設や窓口においてキャッシュレスを導入しようとする際に、本手順書を参照いただくことで、必要な検討事項やその方向性について把握することができるようになっている。

他方、歳出については、検討を行っている自治体がまだ多くなく、自治体に対するヒアリングにおいても、十分な課題の集約には至らなかった。そのため、自治体職員の支払におけるキャッシュレス導入等について、提言として取りまとめた。

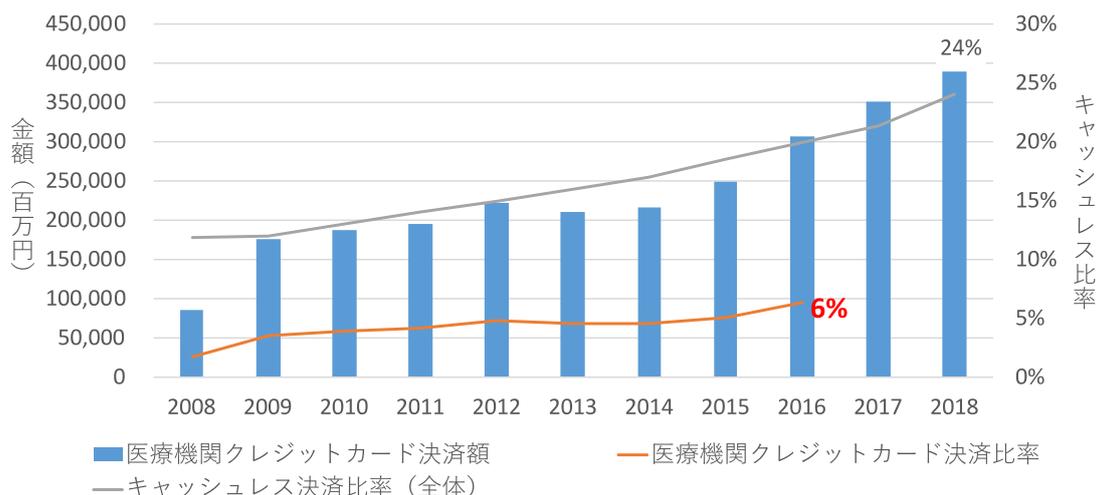
2020年度は、経済産業省において「自治体窓口及び公共施設のキャッシュレス化に取り組むモニター自治体」を募集し、キャッシュレスを進める他の自治体との意見交換の場や、専門家から自治体のキャッシュレス導入について助言を受ける機会を提供して

いく予定である¹²¹。

(3) 医療機関等における普及促進(PJ19-6)

「医療機関等における普及促進」では、消費者ニーズが高いものの、キャッシュレス導入が進んでいないとされる医療分野における普及策について検討を行った。

図表 81 医療機関におけるクレジットカードの利用率



(出典) 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」及び厚生労働省「国民医療費の概況」¹²²

本プロジェクトでは、日本医師会、日本歯科医師会、日本薬剤師会にも参加いただき、普及の阻害要因、具体的なキャッシュレス決済手段の紹介等を行った。

医療機関等におけるキャッシュレスの普及阻害要因としては、保険医療機関及び保険医療養担当規則（療担規則）、及び保険薬局及び保険薬剤師療養担当規則（薬担規則）の存在が指摘された。療担規則、薬担規則では、保険診療及び調剤等に係る一部負担金等の受領に応じて専らポイントの付与及びその還元を目的とするポイントカードについては、ポイントの付与が原則禁止されている。これに関連し、キャッシュレス決済に伴い発生する各種ポイント等が規則に違反するとの見解もある。他方、2012年に医療課長通知として「保険医療機関及び保険医療養担当規則及び保険薬局及び保険薬剤師療養担当規則の一部改正に伴う実施上の留意事項について」が発出されており、この中で、現金と同様の支払い機能を持つクレジットカードや、一定の汎用性のある電子マネーによる支払いに生じるポイントの付与は、これらのカードが患者の支払いの利便性向上が目

¹²¹ <https://www.meti.go.jp/press/2019/03/20200313004/20200313004.html>

¹²² キャッシュレス決済比率（全体）：図表 5 と同じ。

医療機関クレジットカード決済額：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」より取得。

医療機関クレジットカード決済比率：上記クレジットカード決済額÷保険診療患者負担額として算出^{*}。

保険診療患者負担額：厚生労働省「国民医療費の概況」より取得。

^{*}医療機関クレカ決済比率の算出に用いた保険診療患者負担額は年度の統計値であるのに対し、その他の値は全て暦年の統計値のため、分子と分母で数値の取得期間が異なる。
あくまで本検討における参考値として用いたもの。

的であることに鑑み、当面、やむを得ないものとして認めるとされている。また、保険診療が公定価格であることを踏まえると、手数料の発生するキャッシュレス決済に見合わないとの指摘もあった。

他方、すでにいくつかの医療機関等においてキャッシュレス決済が導入されつつあるのに加え、前述のとおり、消費者のニーズも高いことも事実である。

本プロジェクトでは、医療機関や保険薬局側、決済事業者側双方の相互理解を実施し、導入に向けた検討を行っていただいている。

なお、本プロジェクトの過程において、日本医師会、日本歯科医師会、日本薬剤師会において、それぞれアンケートを実施いただいている。アンケート結果については非公表ではあるものの、導入が十分に進んでいない状況や実際の利用も多くない現状が明らかとなった。また、各団体によるキャッシュレス決済導入に向けた取りまとめニーズが一定程度あることも判明した。

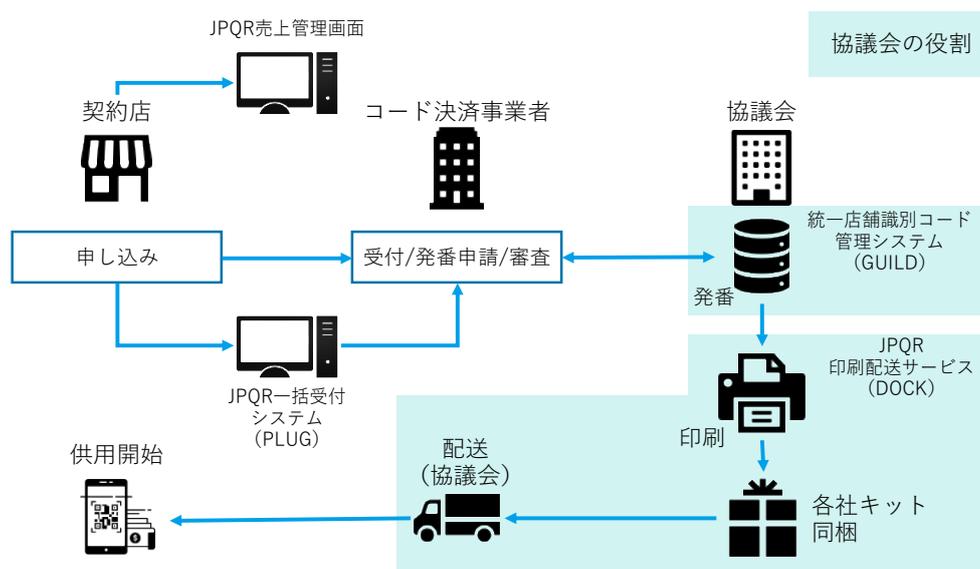
4.2.4 制度・基盤 WG

(1) コード決済の普及促進(PJ19-7)

「コード決済の普及促進」では、2018年度に策定したJPQRの普及促進に焦点が置かれた。利用者提示型(CPM)に関しては、実際にJPQR仕様に基づいたサービスが提供され、当協議会が管理する、コード決済サービスを一意に特定することのできる事業者識別コードを消費者の提示するバーコードやQRコードで表す取組が進んでいる。

店舗提示型(MPM)では、当協議会が運営する統一店舗識別コード管理システム(GUILD)やJPQR印刷配送サービス(DOCK)の導入検討が行われ、2020年度初にはこれらのサービスが稼働し、JPQRの本格展開が予定されている。

図表 82 静的 MPM における協議会の提供サービス



(出典) キャッシュレス推進協議会事務局「コード決済の普及促進」検討資料

また、セキュリティの向上にも積極的に取り組んでおり、ガイドラインの改定や運用に関する考え方の取りまとめを行い、安全・安心なキャッシュレスサービスの提供が行われるよう、業界をあげて取り組んでいる。

(2) データ利活用に向けた周辺環境整備(PJ19-8)

「データ利活用に向けた周辺環境整備」では、キャッシュレスを始めとする様々な消費活動等がデジタル化される中で、活動の結果生じる各種データをどのように活用していくのか、活用に向けた課題は何かについて議論が行われた。

データの利活用については、多くの企業において試行の段階にあるものの、より効率的、効果的な利活用の実現に向けては、協調領域におけるインターオペラビリティ（相互運用性）の重要性が認識されるに至った。また、個別の企業活動に対し、他の企業等が協力することは、企業戦略上困難な面もあるものの、社会課題に対しては、企業間の壁を超えて協力できる可能性があることが示された。

本プロジェクトでは、継続して議論を行うこととし、協調領域における具体的な施策について、さらなる検討を行っていく予定である。

図表 83 キャッシュレス決済データの利活用の構造



(出典) キャッシュレス推進協議会事務局「データ利活用に向けた周辺環境整備」検討資料

(3) 災害時に強いキャッシュレスのあり方(PJ19-9)

「災害時に強いキャッシュレスのあり方」では、停電や通信障害が発生した際においても、キャッシュレスでの支払いができるようにすることを目的に、具体的な実現方法について検討が行われた。クレジットカードについては、業界団体において検討が進め

られていることから、当協議会では、電子マネーやコード決済等、クレジットカード以外のキャッシュレス決済手段について検討が行われた。また、対象としては災害時において消費者ニーズが高まると想定される、コンビニエンスストア、ガソリンスタンド、ドラッグストアでのキャッシュレス継続利用が目的とされた。

電子マネーについては、カード上の IC チップにそのバリューが記録されていることから、通信がなくても決済を行うことは理論上可能である。ただし、昨今の決済端末はシンククライアント化が進んでおり、オフラインで決済端末が稼働できるケースは少ないことが判明した。そこで、検討においては、実際にオフラインでも決済が可能な端末の存在確認や、当該端末の展開をどのような手順で誰が行っていくのかについて議論が行われた。

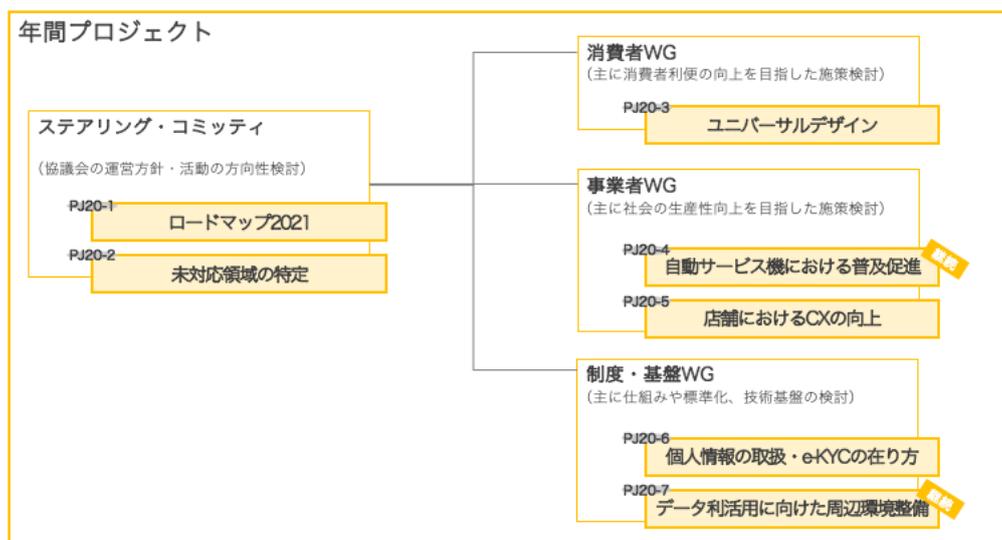
他方、コード決済については、コンビニエンスストア、ドラッグストアの多くで、利用者提示型（CPM）が導入されているが、これらは POS レジの稼働が前提とされている。停電時は POS レジそのものが稼働しなくなるため、CPM 方式による災害時利用は、（非常用電源等で POS レジが稼働し、本部との通信回線が正常な場合等を除き）困難であると判断された。これに対し、店舗提示型（MPM）への切替も検討されたが、これについては店舗側のオペレーションが煩雑となることと想定されることから、今後も継続して、具体的な災害時対応について検討することとなった。

4.3 2020 年度の活動予定

4.3.1 2020 年度実施予定のプロジェクトについて

2020 年度は、7つのプロジェクト（検討会）の実施を予定している。

図表 84 キャッシュレス推進協議会 2020 年度プロジェクト



(出典) キャッシュレス推進協議会事務局

(1) ロードマップ 2021

当協議会では、毎年度「キャッシュレス・ロードマップ」を作成、公表してきた。2020年度においてもその活動は継続していく。ただし、これまでキャッシュレス全般を広範囲に取り扱ってきたが、2020年度では、分野を特定し、特化したテーマを扱っていく予定である。

取り扱うテーマの案として、各国の制度や法規制と我が国の状況との比較がある。この比較では、単純に法規制等を比較するだけではなく、当該法規制が導入された社会的背景も含め、我が国との相違点を明確にすることも重要であると考ええる。

(2) 未対応領域の特定

キャッシュレス決済比率 40%の実現、さらにその先の世界最高水準を目指すため、キャッシュレスの普及が十分でない領域（業種や業態等）について、定量的に把握することを目指す。具体的には、参加メンバーによる統計情報や類似データの共有により、我が国におけるキャッシュレスの詳細な普及状況を明確にすることを目的とする。

(3) ユニバーサルデザイン

キャッシュレスの普及には、あらゆる方がキャッシュレスを利用でき、使いたいと思っていただくことが重要である。そのため、当協議会ではキャッシュレス決済サービスのユニバーサルデザインが重要であると考えている。例えば、子供、シニア、障がい者、認知症患者等が使いやすいキャッシュレス決済サービスの登場が必要であろう。

当協議会の検討における方針の一つである「消費者、契約店、事業者の『三方よし』を実現する」ためにも、これらのサービスが不採算事業とならないための工夫も必要である。

(4) 自動サービス機における普及促進

当協議会では、設立当初から自動サービス機における普及をプロジェクトの一つとして実施してきた。2020年度においても継続して実施していく。

人手不足が主要な社会課題の一つとして認識される現在、店舗における自動サービス機の導入は、今後さらなる増加が見込まれる。これらの自動サービス機においてキャッシュレスが導入されることは、社会全体のキャッシュレス普及においても非常に重要出ると考える。

(5) 店舗における CX の向上

2019年度は、多くの店舗等において、新たにキャッシュレス決済が導入されたり、利用可能なキャッシュレス決済手段を増やしたりした年であった。他方、多くのキャッシュレス決済手段が登場した結果、店舗において、消費者自身が保有するキャッシュレス

決済手段が利用可能か悩んだり、店員もその扱い方の習熟が必要であったりといった場面も見られた。

本プロジェクトでは、店舗におけるわかりやすいキャッシュレスの利用を実現するための各種施策について検討する。

(6) 個人情報の取扱・e-KYC の在り方

キャッシュレスの普及に伴って、そのデータ利活用にも注目が集まるようになっていく。他方、消費者においては、情報漏えいや不正取引等の心配も高まっている。

これらを解決するため、事業者、消費者の双方にとって理解しやすい表現やルールの設定が必要であると考えられる。また、消費者を基軸としたデータ利活用が進む中で、どのように消費者を特定、把握するのかといった点も重要であろう。

本プロジェクトでは、共通 ID といった面も含め、幅広く個人情報を取り扱う際の課題を抽出し、当該課題に対する打ち手を検討していく。

(7) データ利活用に向けた周辺環境整備

2019 年度からの継続プロジェクトとなる。2019 年度は協調領域の特定にまで至ったことを受け、2020 年度は実際に実現していくための方策を検討する。特に、社会課題や地域課題といった公共的な課題解決に向け、必要なシステムの整備を目的に、データの標準化、共通マスタの整備、利用ルールの策定等を目指す。

4.3.2 2020 年度におけるその他の協議会活動について

2020 年度では、プロジェクト以外にも様々な活動を行っていく予定である。

(1) インサイト調査

2019 年度実施した「消費者・事業者インサイト調査」について、継続してアンケート調査等を行っていく、経年での変化の把握や、新たなトピックの追加を行っていく。

(2) 教育と体験

2019 年度に策定した、教育コンテンツを基に、できるだけ多くの機会を捉え、消費者へキャッシュレスに関する知見を深めていただく。また、実際にキャッシュレスに触れて、その良さを実感いただくための体験会についても実施を予定している¹²³。

(3) JPQR の普及・運用

2019 年度は、JPQR が本格的に動き出した年でもあった。また、GUILD や DOCK といった JPQR の運用を支える仕組みも導入される。2020 年度は JPQR を安定的かつ

¹²³ 実際の教育や体験の実施においては、新型コロナウイルス感染症の感染状況を踏まえ、時期、場所等の判断を行っていく。

発展的に運用していくための活動を行っていく。

(4) セキュリティ対策

キャッシュレスの普及に伴い、セキュリティ対策の必要性が改めて認識されている。これまで個社で対応していたセキュリティ対策も、決済ビジネスの複雑化、高度化にともない、事業者や業態をまたいだ連携も求められるようになってきている。

当協議会では、キャッシュレスを軸に多様な参加者に集まっていきたいという特性を活かし、セキュリティの向上にも務めていく。

5. キャッシュレス社会の実現に向けた活動の方向性

5.1 本書作成の過程における2つの分科会

4.2.1(1)において述べたように、本書の作成に向けては、「どこでも誰でも分科会」と「イノベ分科会」という2つの視点の異なる分科会をプロジェクト（検討会）の中に設置し、議論を行った。

5.1.1 どこでも誰でも分科会

(1) 議論の進め方

「どこでも誰でも分科会」（以下、「どこ誰分科会」）では、文字どおり「日本全国、どこでも誰でもキャッシュレス」の実現に向けて、まだ手当が不十分な領域を特定し、当該領域におけるキャッシュレスの普及に向けた課題を抽出し、誰が何にどう取り組むべきかという対応策の検討を行った。

キャッシュレス化に優先的に取り組むべき領域をどのように特定し、課題を抽出するかについては、生活スタイルや人生スタイルを切り口に検討を行うこととした。

生活スタイルや人生スタイルを切り口に検討を行うため、ある「家族」の「ある一日の生活」「ある一年の生活（季節のイベントなど）」に着目してキャッシュレスとの接点（コンタクトポイント）を洗い出し、キャッシュレスの課題や普及に向けた対応方策についての検討を行った。

具体的には、ペルソナ分析¹²⁴の手法を採用し、国勢調査にみる家族構成も踏まえながら、世帯構成や居住地（都市、地方）の違いを考慮して以下のように4つのバリエーションを持たせることとした。

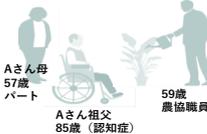
- ① 家族×都市 → 複数世帯の都市生活におけるキャッシュレスとの接点
- ② 家族×地方 → 複数世帯の地方生活におけるキャッシュレスとの接点
- ③ 個人×都市 → 単身世帯の都市生活におけるキャッシュレスとの接点
- ④ 個人×地方 → 単身世帯の地方生活におけるキャッシュレスとの接点

上記のバリエーションそれぞれのペルソナについて、より多くのキャッシュレス化へのコンタクトポイントをカバーでき、かつ、社会課題解決の視点も組み込めるよう、以下のようなプロフィールを設定した¹²⁵。

¹²⁴ 「ペルソナ」と呼ばれる、架空の消費者像を設定し、当該消費者像の想定される活動を通じて、満足度を向上させるように、商品やサービスを設計するマーケティング方法のこと

¹²⁵ 実際にはより詳細な設定を行っているが、本紙ではその概略を示す

図表 85 Aさんファミリーのペルソナ設定

ペルソナの類型	ペルソナの設定	留意事項
<p>①家族×都市</p> 	<p>Aさん 33歳 会社員 Bさん(妻) 29歳 養護学校教員 娘 7歳 小学校2年生 息子 5歳 幼稚園年中</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・サラリーマン生活 ・障がい者対応 ・家族行事、冠婚葬祭 ・学校教育、お小遣い
<p>②家族×地方</p> 	<p>Aさんの父 59歳 農協職員 Aさんの母 57歳 パート職員 Aさんの祖父 82歳 無職</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・地方におけるキャッシュレス ・認知症対応、介護対応
<p>③単身×都市</p> 	<p>Aさんの従弟 19歳 大学生</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタル世代 ・学生生活、趣味、アルバイト ・シェアリングサービスの利用 ・クレジットカード非保持
<p>④単身×地方</p> 	<p>Bさんの祖母 78歳 訪日外国人受入ボランティア</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・交通弱者 ・単身高齢者が多い集落 ・訪日外国人 ・観光地 ・医療機関等の利用

(2) 「どこでも誰でも」の実現に向け取り組むべき領域

「どこ誰分科会」では、ペルソナごとの主なキャッシュレス決済の利用場面（コンタクトポイント）の中から、キャッシュレスの普及が進んでおらず、かつ、優先的に議論すべき領域を抽出した¹²⁶。

(ア) 子供に関する支払い

- 学校に関する支払い。特に修学旅行費や給食費等、集金袋等を使った現金の集金
- 小遣いやお年玉、子供への金銭の提供

(イ) 公共交通機関における支払い

- 地域のローカル路線等における支払い
- 地域のタクシーでの支払い

¹²⁶ 数多く抽出された接点（タッチポイント）の中から、①～④のペルソナ特有の課題を優先事項として重点的に議論した。

(ウ) 冠婚葬祭や宗教行事における贈与

- 祝い金、祝儀、香典等、冠婚葬祭イベントにおける贈与
- お布施、玉串料、賽銭等、宗教行事や宗教施設における支払い

(エ) 仮設店舗等における支払い

- フリーマーケット、祭りの屋台、学園祭等、常設店舗以外での支払い
- 募金等の投げ銭

(オ) 行政・公共性の高い施設等における支払い

- 税・公金、公共施設の利用等、自治体が関与する場面での支払い
- 町内会費等コミュニティへの支払い

(カ) 特定施設における支払い

- 介護施設等における支払い
- 病院・診療所・薬局における支払い
- 自動サービス機における支払い
- ガソリンスタンドにおける支払い
- 飲食店（学生食堂等）における支払い

(キ) 行楽施設、娯楽施設での支払い

- 海の家、スキー場等、季節性のある行楽施設での支払い
- 映画館、アミューズメント施設等での支払い
- 民宿、レンタサイクル等、個人事業主が営む店舗での支払い

(ク) 個人間送金

- 割り勘等での支払い

5.1.2 「イノベ分科会」

(1) 議論の進め方

キャッシュレス・ロードマップ 2019 では、2025 年にはキャッシュレス決済比率が 40%に達し、2027 年には「日本全国どこでも誰でもキャッシュレス」が実現した社会の姿、そして、その達成に向けたロードマップを示した。イノベ分科会ではさらにその先に到来する世界最高水準のキャッシュレス社会の姿を描くことを目的とした。

キャッシュレスを現金の代替物と捉えるのではなく、将来的に「支払い」という行為自体が意識されなくなり、あらゆる場面、時間で支払いが行われていくと考えられる。また、技術の進展により、キャッシュレスだけではなく生活のあらゆる場面で現状とは

大きく異なるライフスタイルが実現されていると考え、そのライフスタイルを描くことを目標とした。

図表 86 キャッシュレス・ロードマップ 2019

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
期間で行う活動 スポットで行う活動								
イベント	ラグビーワールドカップ 消費者還元事業	東京杯「J」杯 消費者還元事業						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（不正利用検出・災害に強い）							
②キャッシュレス対応の店舗等の方 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軽減 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直し（キャッシュレスソ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 専用レーン対応	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				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） 相互運用性が確保された個人間送金 （異なるアプリ間のサービス間の送金が可能に）			
⑥データ利活用により 生活の利便性が向上	各種利用 内容検討	地域でのデータ蓄積 （実店舗向け対応等）		地域でのデータ利活用 （地域活性化・マーケティング）		地域でのデータ利活用 （地域活性化）		
	「データヘルス」 内容検討	業界共通 「データヘルス」 内容検討		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		

世界最高水準のキャッシュレス社会のライフスタイルは？

そこで、イノベ分科会では、2030年（10年後）をターゲット年と設定した上で、その時のライフスタイルをどう描くかについて分科会で検討した。具体的な手法としては、2020年のペルソナと2030年のペルソナは、基本的な生活の目的（働く、就学する、医療行為を受ける等）は変化がないものの、その実施方法に大きな変化があると考え、どのようなライフスタイルに変化しているかを明確にすることで、2030年の社会の姿を描くこととした。つまり、ペルソナ（消費者像の設定）は「どこ誰分科会」と全く同じペルソナを設定した¹²⁷。

（2）2030年の姿を展望する

イノベ分科会では、どこ誰分科会において取組むべきとされた領域において、2030年の社会における新たなライフスタイルの変化について主に議論した。

（ア）生体認証の普及

- 生体認証（顔認証、歩容認証、指紋認証など）が一般に普及しており、支払いだけでなく、あらゆる場面で活用されている
- 生体認証が進む結果、財布やスマートフォンを持たなくても一定程度の生活ができるようになる

¹²⁷ 2020年のAさん家族の10年後の姿を描くのではなく、同じような家族構成の人々の2020年と2030年を対比させる。

(イ) 多様な消費者におけるキャッシュレスの受容進展

- 生体認証や音声対応のスピーカーなどの補助により、高齢者や障がい者が活動しやすい社会が実現している
- 「両替」という概念は過去のものとなり、訪日外国人も入国した瞬間から不自由なくモノやサービスを楽しむことができる
- 国内外を問わず、現金授受ではなく個人間送金が一般的になる

(ウ) キャッシュレスに対する理解の向上

- 学校教育において「キャッシュレス教育」の重要性が増す
- 支払い行為が希薄化することに伴い、大人や高齢者への「キャッシュレス」の知識や理解の必要性が認識される

(エ) 新たな課金形式の導入

- 定額課金（サブスクリプション）と従量課金が主たる課金体系になっていく
- ダイナミックプライシング¹²⁸が一般的になり、時間という概念に価格が反映されるようになる

(オ) 日常生活における支払い行為の希薄化

- 自宅を出てから帰宅するまで、「支払い」という行為はなくなり、「認証」のみで支払いが完了する。また、「認証」はあらゆる場面に適用され、ビル入館、交通機関の利用、会員サービスの利用等においても、同じ認証で利用できる
- MaaS が浸透し、地方の交通の不便さも解消され、移動及び移動先における購買行動にかかる一連の費用の支払いが、一気通貫で行われる

(カ) 安全・安心にキャッシュレスを利用するための仕組みが普及

- オープン API の普及等により、いつ、どこで、いくらお金を使ったかが瞬時に判明し、利用者の望んだ方式で集計、表示される仕組みが整う
- 子供や被後見人等の利用状況を把握できる見守り機能や、複数の決済サービスを横断した利用上限額の設定等、使いすぎ防止のための機能が一般的に普及する

(キ) その他

- マイナンバーカードの利活用が進む
- 個人の行動データ等に基づいた、新たな融資判断基準の導入が進み、少額融資（後払い等）が普及する

¹²⁸ 財やサービスの価格を、需要と供給の状況に合わせて変動させること

5.2 ロードマップの実現に向けて

5.2.1 ロードマップの精緻化へ向けて

昨年度の「キャッシュレス・ロードマップ 2019」（以下、「ロードマップ 2019」）では、5つのキャッシュレス社会の姿を展望し、その実現に向けたロードマップを策定した。今年度の「どこでも誰でも分科会」では、キャッシュレスの普及に向け取り組むべき領域を検討し、早期に実施可能な取組み等について検討を行っている。一方、「イノベ分科会」では、ロードマップ 2019 で見据えた 2027 年より先の 2030 年のキャッシュレス社会のライフスタイルを展望した。

これらのボトムアップとトップダウンからの主な検討に加えて、国内外の動向（2章～3章）、及び他プロジェクトの検討結果（4章）なども踏まえつつ、キャッシュレス・ロードマップの改訂を行った。

（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

我が国は諸外国に比べてキャッシュレス決済手段の保有数が多い。また、クレジットカード等における国際ブランドに加え、J-Debit や流通系、交通系といった電子マネー、様々なコード決済サービス等、その種類も多岐にわたる。選択肢の幅が広がることで、消費者は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になっているとも言える。他方、あまりに多い選択肢は、かえって選択をすることの難しさにもつながっているとも言える。消費者や店舗等においては、自身が利用するキャッシュレスを新たに選択した場合に、もし当該手段が自身のライフスタイルに合わない場合に他のキャッシュレス決済手段に乗り換えようとしても、そのコストが高いために乗り換えることが困難と感じ、結局、はじめから選択しないという判断を行う場合もある。

選択という観点では、他国の事例にもあるとおり、非常に限られた選択肢、もしくは一択という方が、キャッシュレスの普及につながることも考えられる。すでに、一部のコード決済サービスでは合従連衡の動きも出始めており、規模の経済¹²⁹が働くと言われる決済サービスにおいては、今後もこのような動きが継続して出てくることも予想される。その結果、消費者において選択肢が検討可能な数にまで減少すれば、さらなる普及に繋がることも想定できる。しかし、現状のキャッシュレス普及期においては、サービスの淘汰もさることながら、さらなる新規参入も想定され、一朝一夕に集約が図られるとは言い難い。

そこで、一度の選択で、その後のライフスタイルが固定してしまわないよう、相互運用性（インターオペラビリティ）を高めるということも重要である。例えば、どのキャッシュレス決済手段を選択したとしても、キャッシュレスで支払いできる店舗であれば

¹²⁹ 事業の規模が大きくなるほど効率性が向上し、単位あたりのコストが低下するという考え方

確実に支払いが行える、であるとか、他の魅力的なサービスが誕生した際に、現在利用しているサービスから新しいサービスへ容易に乗り換えることができるようになれば、初期選択の難しさを軽減する可能性もある。

また、消費者や店舗等がキャッシュレスに対する理解が深まることも重要である。自身のライフスタイルにあうためには、どのようなキャッシュレス決済手段を選択すればよいのか、主体的に考えられるような情報や知識を獲得する必要がある。最近では、報道等でもキャッシュレスが取り上げられたり、教育機関でもキャッシュレスを題材にしたりすることも増えてきているが、さらなる理解を体系的に得る必要もあると考える。

また、ライフスタイルという意味においては、子供や高齢者、障がい者、認知症患者、大都市在住者、地方在住者等、多様な側面が存在する。海外では、キャッシュレスがライフスタイルに合わず、現金を選択する方々もいる中で、完全キャッシュレスとする店舗等を禁止する動きもある。この点については、あらゆる方々のライフスタイルにあったキャッシュレス決済手段が誕生し、利用されるようになれば、完全キャッシュレスの店舗であっても問題なく支払いができ、禁止することにはならないであろう。特に、世界に先駆けて高齢化が進行している我が国が、高齢者等に受け入れられるキャッシュレスを実現することは、非常に重要である。

- キャッシュレス教育の拡充
- キャッシュレスのユニバーサルデザイン化
- キャッシュレス決済手段の集約化
 - JPQR のさらなる普及
 - キャッシュレス決済手段間のインターオペラビリティ実現

(2) キャッシュレス対応の店舗等が多い

キャッシュレス・ポイント還元事業や国際イベントの開催もあり、新たにキャッシュレスに対応する店舗等は増えていると感じる。また、自治体や商工団体が中心となり、地域におけるキャッシュレスへの取組も多くなり、都市部だけではなく、あらゆる地域でキャッシュレス対応の店舗が増加傾向にあると考えられる。他方、行政機関や行楽施設、仮設店舗等においては、現金での支払が主流であり、地理的な拡充に加え、業種・業態の拡充も必要になってくる。

個別の店舗を見てみると、多様なキャッシュレス決済手段に対応できない店舗も存在する。店舗等においては、消費者が保有するどのキャッシュレス決済手段にも対応できたり、店舗での利用状況の管理等が統一化されたりすれば、導入に対する心理的なハードルも下がるであろう。

他方、コンビニやスーパーではキャッシュレスに対応したセルフレジの導入や、レジレス店舗、無人店舗も増えつつある。これらは、単にキャッシュレスへの対応にとどま

らず、店舗運営の効率化に向けた取組であると言え、少子高齢化、人手不足が課題となっている我が国において、キャッシュレスというツールを使った生産性向上の好事例と言える。このような社会的課題に対応するためにも、キャッシュレス対応の店舗の増加は実現していく必要があると考える。

店舗等におけるキャッシュレスの普及を阻害する要因の一つとして手数料を指摘する人は多い。確かに、キャッシュレスの導入、運用にはコストが発生する。しかし、店舗運営全体で見た時の費用対効果は、現金のそれよりも上回ると想定される。ただ、これらが明確に見える化されている状況にはなく、足元の手数料が際立ってしまうのも事実である。今後、キャッシュレスの効果について、多様な観点から具体的な数値として見える化していく必要があると考える。

加えて、店舗としてキャッシュレスを継続的に受け入れていくためには、災害（停電や通信障害等）時においてもキャッシュレス決済での支払いを可能にする必要がある。発生頻度が低いと認識される状況であっても、キャッシュレス環境を整えるための取組は重要である。

- キャッシュレスのもたらす効果の見える化
- 特定領域における課題に対応したキャッシュレスの普及促進
 - ▶ 医療機関、公共施設、教育機関、娯楽施設等
 - ▶ フリーマーケット、屋台等の仮設店舗等
- 店舗におけるキャッシュレスに関するオペレーションの標準化
- 災害時でも継続利用可能なキャッシュレス環境の整備

(3) キャッシュレスで支払うとお得

キャッシュレス・ポイント還元事業や、決済事業者各社が提供するキャンペーンでは、消費者に「キャッシュレスで支払うとお得」という実感を持たせることに一定の効果があつたと言える。ただし、このような「利得性」をフックとしたにキャッシュレスの普及には、お得を提供するための原資が必要であり、永続的に実施できるものではない。

利得性には、単にポイントやキャッシュバックといったインセンティブの付与だけでなく、1円単位での資金のやりとりが煩雑にはならないことの特徴から、非常に細かい単位での価格設定であっても受け入れやすくなる。そのため、これまで10円単位、100円単位で提供されていた財やサービスにおいても1円単位での価格設定が可能となり、現金で購入するよりも有利な価格設定が可能となり、店舗等において価格優位性を発揮しやすくなると見込まれる。

また、実際に「お得」には幾つかの側面がある。一つは、先程挙げた、資金的な「利得性」である。これに加え、キャッシュレスが生活を豊かにするという「利便性」もある。例えば、支払いのための時間の短縮や、現金を確保するための時間やコストの削減、

可搬性の容易さなど、キャッシュレスがもたらす利便性は多い。

消費者においても、継続的にキャッシュレスを利用するためには、利得性だけでなく利便性にも注目してもらう必要がある。そのためには、消費者に実際に体感してもらうことがその近道であろう。

- キャッシュレスのお得（利得性、利便性）の見える化
- 実際にお得を体験できる場の提供

（４）レジという概念がなくなる ⇒ 支払いという行為が希薄化する

我が国においてもレジレス店舗や無人店舗が、導入されつつある。また、生体認証と決済を紐付けた支払い方法も登場し、レジに立ち寄って支払うという行為自体がなくなりつつある。また、事前注文サービスも増え、注文時にあらかじめキャッシュレスで支払っておくといったことが日常になってきている。また、すでに交通系電子マネーの登場により、切符を買うという行為がなくなり、その結果、支払いという行為を消費者はあまり意識せず電車に乗るようになっていっている。

今後、次世代通信規格である 5G の導入や、IoT のさらなる進展も想定され、これまで購買行動は人が行っていたものが、機械が人の代わりに発注しておくといった場面がますます増えてくると考えられる。また、サブスクリプションと呼ばれる、財やサービスの利用権を定額の支払いで一定期間得ることのできる課金方法の登場により、利用の都度支払うといったことも減少傾向にある。

このような支払い方法の変化は、レジという支払いのための拠点を無くすだけでなく、支払うという行為自体を希薄化、無意識化させることに繋がると考えられる。一部の店舗等では、支払いのために従業員を配置するコストを踏まえ、サービスを無償提供していたり、出店を取りやめたりしたケースもあったと考えられるが、支払いという行為がなければ、必要な額を必要な人から回収することも可能となる。

他方、支払いを意識しなくなる結果、消費者の想定と異なる金額を支払う等のトラブルが発生することも想定される。そのため、支払い行為の希薄化した社会における支払いのあり方についても検討が行われる必要があるだろう。

- レジレス店舗における、消費者がわかりやすい表示等の整理
- 消費者が理解しやすい支払いに関する説明のあり方（利用規約、同意取得、金額提示等）の整理

（５）送金はデジタルで行われる

個人間送金は割り勘などの機能をきっかけに話題となっているが、一般的に広く浸透

しているとは言い難い状況にある。多種多様なキャッシュレス決済手段が相次いで登場する中、同じキャッシュレス決済手段を持つ相手としか送金ができないという不便さもある。また、異なるアプリ間では資金移動できないという問題も指摘されている。

送金に関しては、金融審議会「決済法制及び金融サービス仲介法制に関するワーキング・グループ」の報告¹³⁰において、「高額」（100万円超）送金を取り扱う事業者や「少額」（数万円程度）送金を取り扱う事業者等、その利用状況に応じた法規制の整備を示すなど、送金ニーズの多様化にあわせた法規制の見直しも行われている。

高額の送金が可能になれば、これまで店舗の仕入れ等において現金での決済を行ってきたような領域においてもキャッシュレス決済が可能となり、これまで指摘されてきた、入金サイクルの課題（店舗等にてキャッシュレスで支払われると、入金までにタイムラグが生じ、仕入れの際に原資が手許にない）についても解消されうる。

個人間だけではなく、あらゆる送金に関するニーズが高まれば、これまで現金の授受が主であった冠婚葬祭等においても、キャッシュレスでの資金の授受が行われるようになる可能性が高い。このような変化は、現金が基本であったライフスタイルから、キャッシュレスを前提としたライフスタイルへの変化と言ってもよいであろう。すでに、現金のマナーに加え、キャッシュレスのマナーというものも登場し始めており、このような変化は今後も続くものと考えられる。

- 仕入れ等、B2B 領域におけるキャッシュレスの普及
- 冠婚葬祭等におけるキャッシュレス利用マナーの確立

（6） データの利活用により生活の利便性が向上

データの利活用については、当協議会の「データ利活用に向けた周辺環境整備」プロジェクトにおいて検討が進められたが、データの所有権の問題、データのラベリングや識別子、フォーマット統一に向けた問題等、依然として多くの課題がある。データの利活用は企業のビジネス上の競争領域と捉える部分が多いものの、一定程度の協調領域も存在すると考える。例えば、共通 ID 等によりデータの紐付けや管理をしやすくする仕組みも考えられる。また、データ利活用の目的も、個別企業の競争優位性を確立するのみならず、公共性のある社会課題解決に結びつくものもあるであろう。公共性のある課題の例として、地域活性化への活用や地球環境の改善といったものも考えられる。

また、データの利活用は消費者も、情報漏えいや意図しない利活用等に対し、センシティブになりやすいと想定され、業界全体で安全・安心にデータの提供や利用が行える環境を継続して整備していく必要があると考える。特に、消費者自身がデータ利活用の目的を正しく理解し、当該目的を理解した上で、自身が提供するデータを判断できるよ

¹³⁰ https://www.fsa.go.jp/singi/singi_kinyu/tosin/20191220.html

うな仕組みは重要になるであろう。

データ利活用は、多くの企業においてその重要性が認識されつつも、その活用方法や効果が十分把握されているとは言い難く、このような事例を積み重ねていくことも必要になってくると思われる。

- 消費者におけるデータ提供に関する安全・安心の確立
- データ流通に向けたシステム的环境整備
- 企業間流通におけるデータ流通に関する考え方の統一
- データ利活用に関する実証実験の実施と、効果の見える化

(7) 世界最高水準のキャッシュレス社会を展望するトップダウンからの検討

キャッシュレス普及の目的の一つは、社会の生産性向上・効率化である。そして、社会の生産性向上・効率化を実現するためには、現状の延長線上（現金前提の社会からの変化）ではなく、キャッシュレスを前提とした新たな社会を想起する必要がある。

世界最高水準のキャッシュレス社会においては、「生活行動シーンのシームレス化」が進んでいると考える。朝起きてから夜寝るまで、その間に通過するあらゆる場面において、交通機関や店舗のみならず、生活行動シーンのすべてが滞りなくスムーズにつながり、支払いや入退場を意識することなく、待ち時間が発生したり、個人情報を入力したりする必要はなくなっていくだろう。顔認証や歩容認証の浸透で手ぶら決済が当たり前となり、様々なサブスクリプションサービスや課金サービスが生活の中に浸透し、一日の行動によって発生した財やサービスの消費は自動精算され、いつでも、好みの表現方法で、簡単に確認ができるようになり、人々はその確認を当たり前に行うようになる。

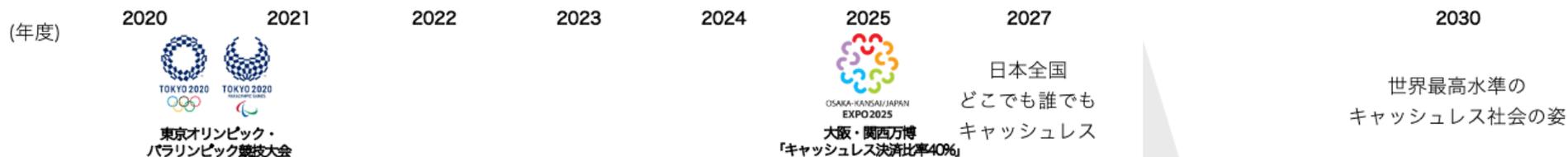
キャッシュレスによる「生活行動シーンのシームレス化」は利便性だけではなく、高齢者や障がい者といった、現状においてキャッシュレスから縁遠いとされる方々にもライフスタイル改革をもたらす。「決済」にかかる生活行動データを、生活そのものの安全確保に活用し、支払うという行為を無くすことで、行動に支障がある場合においても気兼ねなく、自身が欲しい物を欲しいタイミングで手に入れることができるようになる。

これまで人が介在することで成り立っていた、配送や移動といったサービスも自動化され、今まで別々だった生活シーンを横断的にひとまとめにして提供することが可能になったり、これまで存在しなかった新しいサービスの提供が可能になったりするだろう。

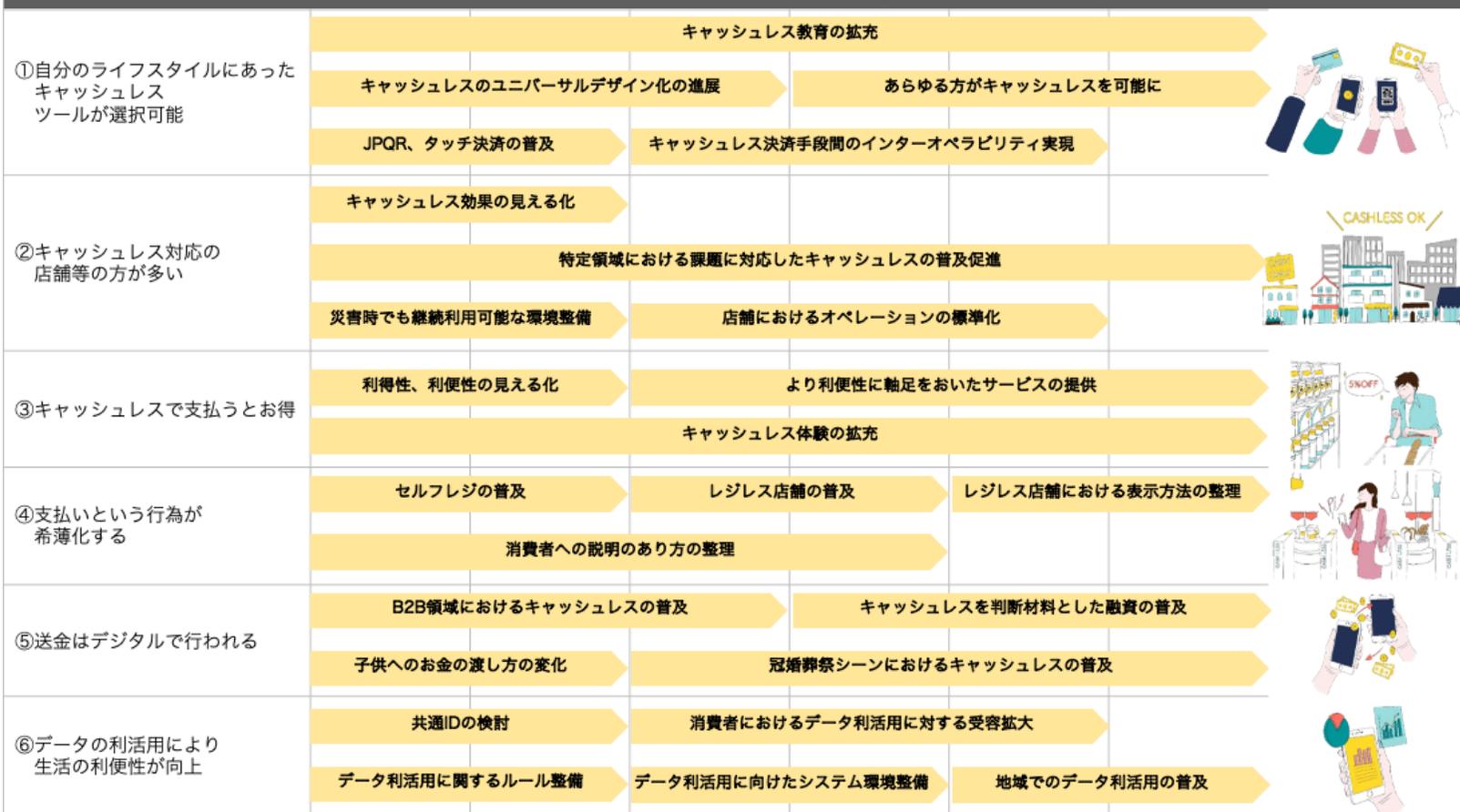
決済事業者においても、キャッシュレスの提供サービス以外の分野で収益を挙げられるようになり、キャッシュレス決済そのもので利益を確保する必要がなくなり、より付加価値の高いサービス提供へシフトしていく可能性もある。

これらを可能とするにはデータが利活用できることが前提になるが、キャッシュレスがもたらすライフスタイル改革は我々が想定している以上に大きな波及効果をもたらす可能性がある。

5.2.2 キャッシュレス・ロードマップ 2020



キャッシュレス社会の姿 (2027年 日本全国、どこでも誰でもキャッシュレス)



ツールの違いを問わなくなる

すべての店舗がキャッシュレスに対応

利便性ニーズの高まり

何も持たずに生活が可能

現金に対する意識の変化

データ利活用が前提の社会



キャッシュレスがもたらすライフスタイル改革 (2030年 世界最高水準のキャッシュレス社会の姿)



朝起きてから寝るまで、決済を意識することなくスムーズに活動できる