

キャッシュレス・ロードマップ **2021**

2021 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

はじめに	3
1 キャッシュレスの動向.....	4
1.1 キャッシュレス決済比率.....	4
1.2 主要国におけるキャッシュレスの状況.....	8
2 我が国におけるキャッシュレスの動向.....	10
2.1 キャッシュレス・ポイント還元事業の実施.....	10
2.2 マイナポイント事業の実施.....	17
2.3 その他の政府における取組.....	20
2.4 消費者をめぐる動向.....	29
3 キャッシュレス推進協議会の活動状況.....	37
3.1 会員の広がり.....	37
3.2 2020年度の活動状況.....	38
3.3 2021年度の活動予定.....	54
4 キャッシュレス社会の実現に向けて.....	58
4.1 国内外におけるキャッシュレス普及策の実施状況.....	58
4.2 キャッシュレス普及のための3つのアプローチ.....	60
4.3 キャッシュレス社会として目指すべき姿と現状.....	61
4.4 目的実現に向けた課題.....	71
4.5 課題への対応と今後具体化すべき施策.....	76
5 キャッシュレス・ロードマップの進捗状況.....	84
5.1 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.....	84
5.2 キャッシュレス対応の店舗等の方が多い.....	85
5.3 キャッシュレスで支払うとお得.....	87
5.4 支払いという行為が希薄化する.....	88
5.5 送金はデジタルで行われる.....	90
5.6 データの利活用により生活の利便性が向上.....	91
5.7 生活行動シーンのシームレス化.....	92

はじめに

一般社団法人キャッシュレス推進協議会では、毎年約1年をかけて、多くの会員との議論を重ねながら「キャッシュレス・ロードマップ」を策定・公表している。今年度公表する「キャッシュレス・ロードマップ2021」の策定にあたっては、国内外の動向を踏まえ、キャッシュレスの普及に資する具体的な施策の検討を行った。また、これまでに策定してきたロードマップについて、その進捗状況を改めて確認し、ロードマップが示してきた社会にどれくらい近づけているのかについて確認を行っている。

2020年度は、「キャッシュレス・ポイント還元事業」や「マイナポイント事業」等、政府によるキャッシュレスに関する大型の施策があり、社会全体においてキャッシュレスに対するさらなる理解を得、より多くの店舗において導入が進んだと感じられる。他方で、新型コロナウイルス感染症の拡大により、新しい生活様式として、非接触にも注目が集まった年でもあった。消費者のキャッシュレスに対する意識も、利得性から利便性へと徐々に変化しつつあり、普段の生活の中でキャッシュレスが当たり前のように利用されるようになってきている。

しかしながら、不正利用への対策や未導入店舗の存在等、キャッシュレスを広く普及させていくために解決すべき課題も未だ多い。当協議会としては、これらの課題についてひとつひとつ丁寧に対応していくとともに、多くの店舗に導入いただき、消費者の普段の生活の中でご利用いただけるキャッシュレスにするための検討を今後も継続して実施していきたいと考えている。

本書を通じて、キャッシュレスに対する理解がさらに深まり、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。

2021年4月

一般社団法人キャッシュレス推進協議会

1 キャッシュレスの動向

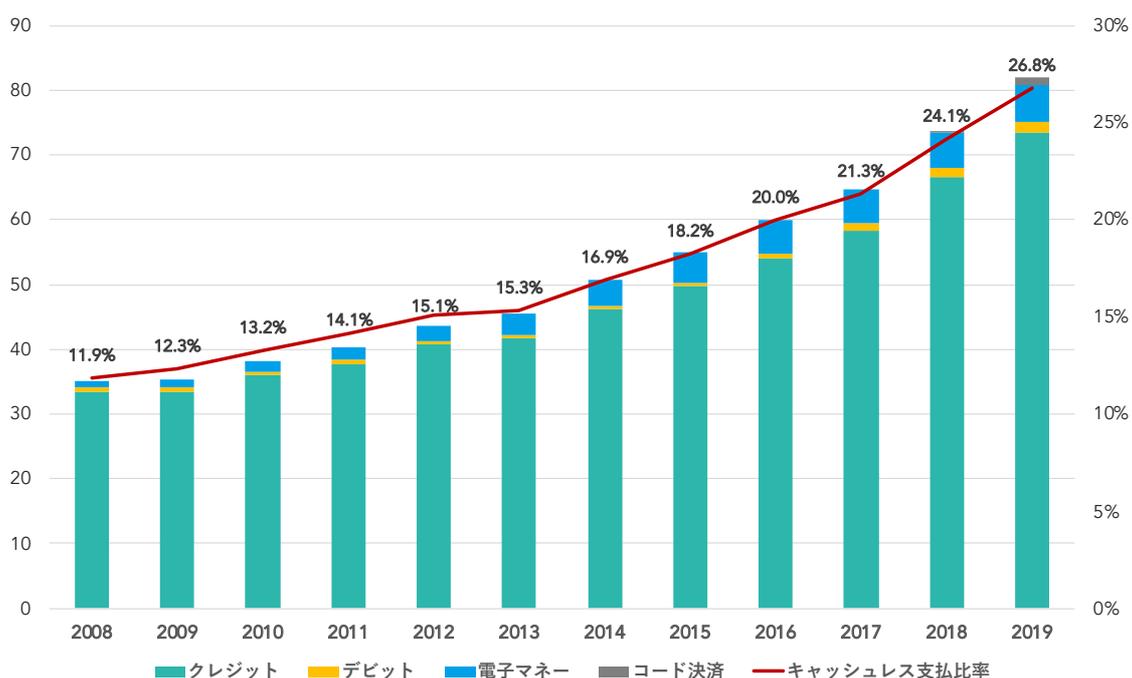
1.1 キャッシュレス決済比率

1.1.1 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、2019年に26.8%まで到達した。対前年比で2.7ポイント増加しており、キャッシュレスの普及が堅調に推移している状況が見取れる。

図表1のキャッシュレス支払比率の増加率を見ると、2008年～2013年までの「+1.0%pt以下」の状況が、2013年～2017年になると「+2.0%pt未満」に傾きが大きくなり、2017年以降は、「+2.0%pt以上」とさらにキャッシュレス決済比率の伸びが急になっている。

図表1 キャッシュレス支払額と民間最終消費支出に占める比率



(出典¹) 民間最終消費支出(名目): 内閣府「国民経済計算(GDP統計)」
クレジットカード: 日本クレジット協会「クレジット関連統計」
デビットカード: 日本銀行「決済動向」
電子マネー: 日本銀行「電子マネー計数」
コード決済: キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」

¹一部の年次における計数については、資料名が異なる場合がある

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キャッシュレスを牽引している状況に変化はないが、キャッシュレス全体の支払額に占めるクレジットカードの割合は、9割を下回った（89.7%）。他方、デビットカード、コード決済は全体額に占める割合が増加傾向にある。

図表 2 キャッシュレス決済手段別のキャッシュレス全体額に占める割合

決済手段	キャッシュレス全体額に占める割合			増減率 ²	
	2017年	2018年	2019年	2018年	2019年
クレジットカード	90.2%	90.5%	89.7%	14.2%	10.1%
デビットカード	1.7%	1.8%	2.1%	18.4%	28.2%
電子マネー	8.0%	7.4%	7.0%	5.4%	5.0%
コード決済	-	0.2%	1.2%	-	512.5%
		キャッシュレス全体額		13.9%	11.1%

(出典³) 民間最終消費支出(名目):内閣府「国民経済計算(GDP統計)」
 クレジットカード:日本クレジット協会「クレジット関連統計」
 デビットカード:日本銀行「決済動向」
 電子マネー:日本銀行「電子マネー計数」
 コード決済:キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」

キャッシュレス全体が伸びている状況にあるため、増減率としては全てのキャッシュレス決済手段でプラスとなるものの、クレジットカード、電子マネーが鈍化しているのに対し、デビットカードは全体の増減率を上回る伸びを見せている。

また、2018年からキャッシュレス決済比率の分子として参入されるようになったコード決済については、キャッシュレス決済全体に占める割合は1.2%と低いものの、増減率は512.5%となっており、今後の成長を注視する必要がある。

1.1.2 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⁴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(2020年1月~6月の累計)を算出している。

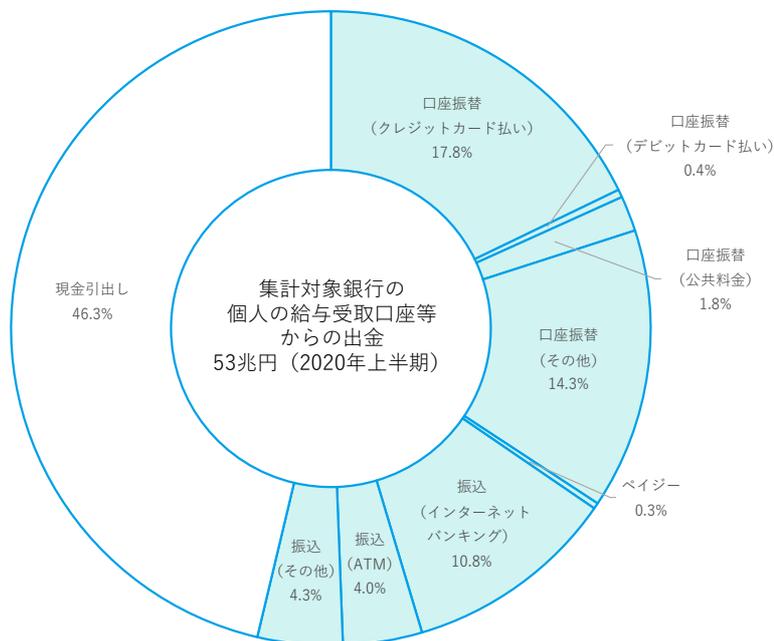
当該調査では、個人の給与受取口座等からの出金のうち、53.7%がキャッシュレスで行われている。なお、2019年上半期調査では、50.9%であった。

² 対象年の金額 ÷ 前年の金額 - 1

³ 一部の年次における計数については、資料名が異なる場合がある

⁴ 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

図表 3 キャッシュレスによる払出し比率の調査結果 (2020 年上半期)



(出典) 一般社団法人全国銀行協会「キャッシュレスによる払出し比率」

1.1.3 全国家計構造調査⁵から算出したキャッシュレス支払いの割合

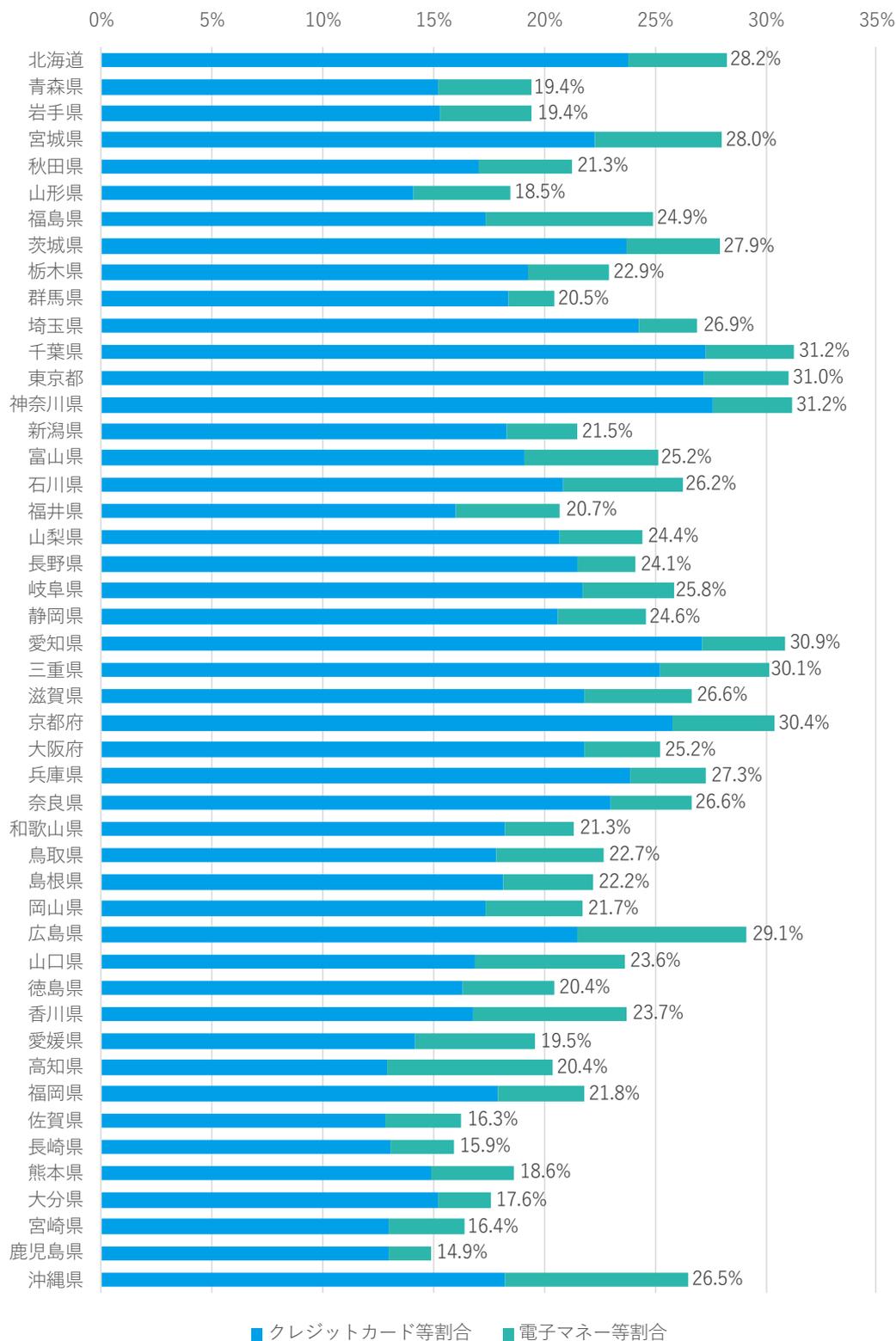
政府が5年に1度実施している全国家計構造調査では、家計の支出額について品目ごとに細かく調査が行われている。さらに、各品目の支出額は、購入形態として「現金⁶」「クレジットカード、掛買い、月賦(電子マネー(ポストペイ)を含む)」「電子マネー(プリペイド)」の別で算出されており、これを基におおよそのキャッシュレス支払いの割合を算出することができる。図表4は、本調査を基に算出した都道府県別のキャッシュレス支払割合を示している。なお、全国平均のキャッシュレス支払割合は23.8%であった。

都道府県別にクレジットカードと電子マネーの支払割合を比べて見ると、宮城、広島、香川、高知、沖縄が比較的電子マネーの割合が高い。いずれの県においても地元の有力スーパーマーケットが電子マネーを積極的に導入しており、一定程度その成果が現れていると考えられる。このように、地域の生活に密着したスーパーマーケットでのキャッシュレスの普及が当該地域のキャッシュレス支払割合を高める効果があると考えられる。

⁵ 全国家計構造調査は、2019年まで「全国消費実態調査」という調査名であった。

⁶ 集計上の「現金」には、支払い方法で「現金」「ポイント」「商品券」「デビットカード」「口座間振込等」及び「自分の店の商品」とされたもののほか、自動引落しによる支払のうち「クレジット、掛買い、月賦」に該当しない支出を含めている。

図表 4 都道府県別キャッシュレス支払い割合

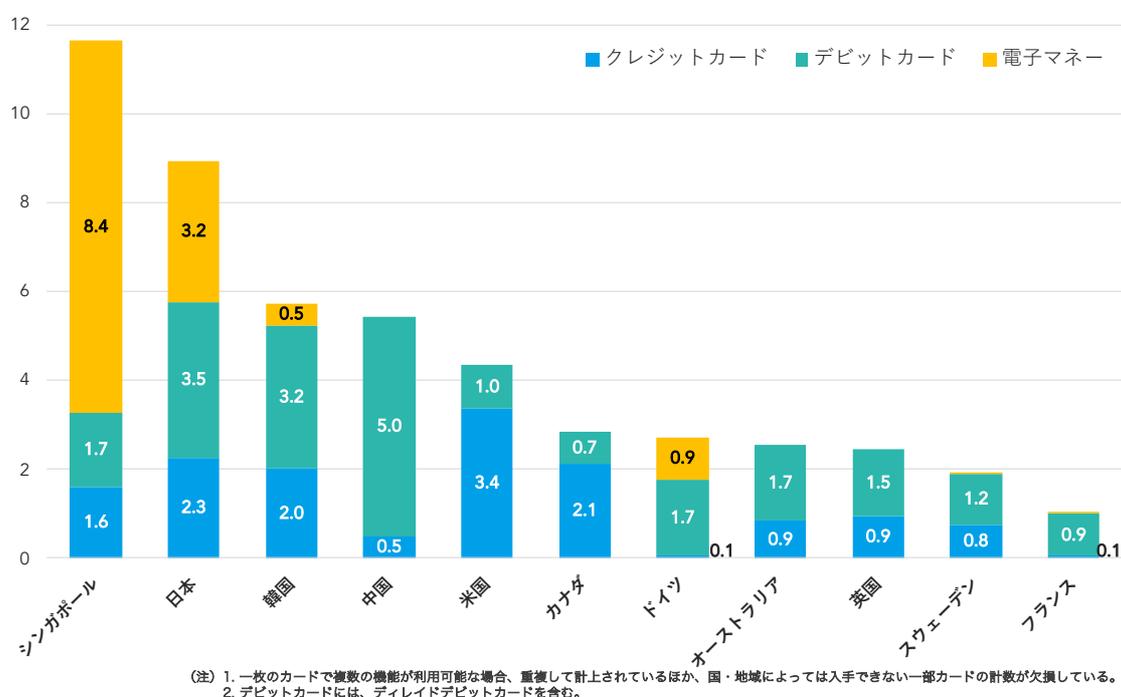


(出典) 2019 年全国家計構造調査

1.2 主要国におけるキャッシュレスの状況

国際決済銀行（BIS）が公表している「Redbook」と呼ばれる主要国における決済関連の統計データによると、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、2018年時点で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2.3枚、デビットカードが3.5枚、そして電子マネーが3.2枚と、合計して約9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 5 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（2018年）



(出典) BIS 「Redbook」

この日本人一人あたりのキャッシュレス決済手段の保有枚数は、2016年は約8手段、2017年は約8.6手段と、毎年約0.5手段ずつ増えている。電子マネーの増加が顕著であるが、他の決済手段も増加傾向にある。またこれらに加え、我が国では近年、コード決済に代表されるアプリ形式のキャッシュレス決済手段が普及しており、利用可能な決済手段としては、さらに増えるものと想定される。

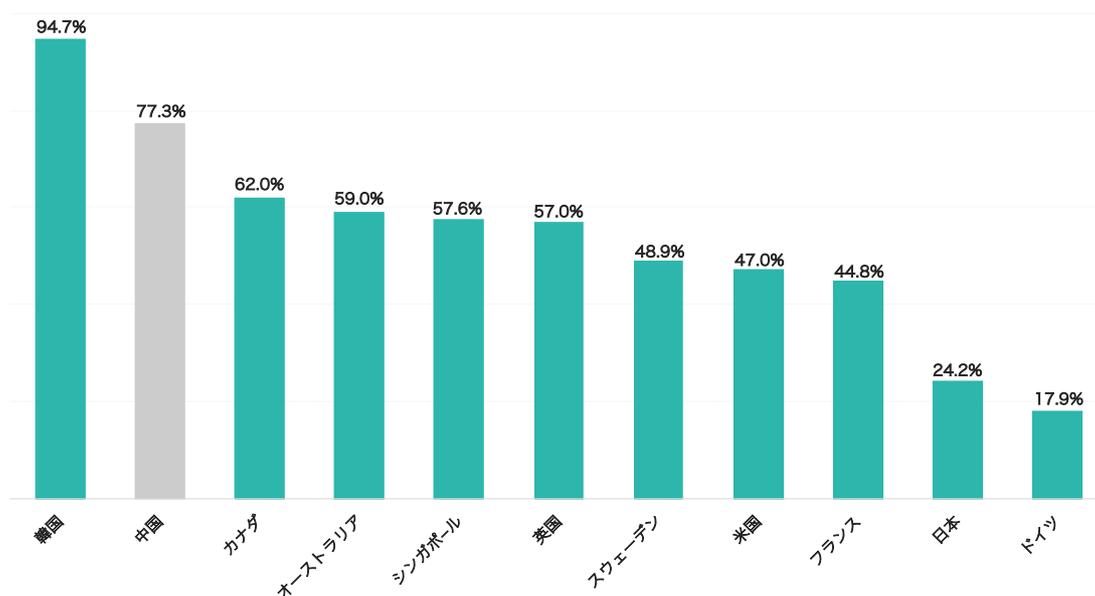
図表 6 我が国のキャッシュレス決済手段の保有状況の推移

決済手段	2016年	2017年	2018年
クレジットカード	2.1枚	2.2枚	2.3枚
デビットカード	3.3枚	3.5枚	3.5枚
電子マネー	2.6枚	2.9枚	3.2枚
合計	8.0枚	8.6枚	9.0枚

(出典) BIS 「Redbook」

また、2018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24.2%である。欧米諸国と比べると依然として低い水準にあるものの、伸び率としては上位にあり、我が国における様々なキャッシュレス普及策の効果が出始めているとも言える。

図表 7 世界主要国におけるキャッシュレス決済状況 (2018年)



(出典) 世界銀行「Household final consumption expenditure (2018年 (2021/2/17版))」、
 BIS「Redbook」の非現金手段による年間支払金額から算出
 ※中国に関しては、Euromonitor International より参考値として記載

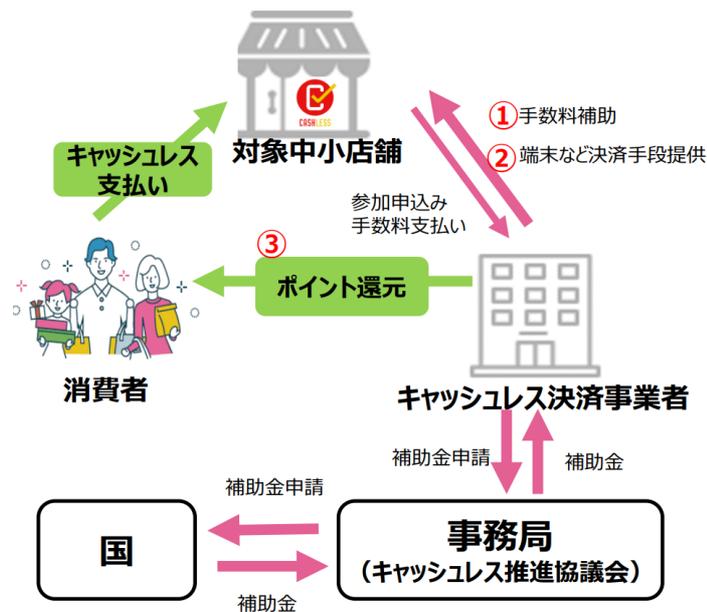
2 我が国におけるキャッシュレスの動向

2.1 キャッシュレス・ポイント還元事業の実施

経済産業省によるキャッシュレス・ポイント還元事業（以下、「ポイント還元事業」）は、2019年10月1日の消費税率引上げに伴い、需要平準化対策として、キャッシュレス対応による生産性向上や消費者の利便性向上の観点も含め、消費税率引上げ後の9か月間に限り、中小・小規模事業者によるキャッシュレス手段を使ったポイント還元を支援する事業として実施された。

当協議会は、ポイント還元事業の事務局として、補助金の申請受付、交付等の事務を行った。

図表 8 ポイント還元事業の仕組み



(出典) 経済産業省「キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた環境整備検討会」第1回事務局説明資料（2020年6月10日）

2.1.1 事業の概要

ポイント還元事業では、以下の4種類の補助金が国より支給された。

a. 決済端末補助

店舗がキャッシュレス決済を実現するために導入する端末に対し、国がその金額の2/3を補助した。なお、決済事業者は1/3を自身の負担とする必要があり、店舗にお

いては金銭的負担無く端末を導入することができた⁷。

b. 手数料補助

ポイント還元事業に参画するにあたり、決済事業者は、本事業に参加する店舗に課する手数料（加盟店手数料）を 3.25%以下に設定することが義務付けられていた。加えて、当該手数料のうち、1/3 を国が補助するため、店舗においては、実質的に 2.17%以下の手数料負担にてキャッシュレス決済を導入することができた⁸。

c. 事務経費補助

ポイント還元事業に参加する決済事業者に対し、本事業の実施に伴い付加的かつ追加的に発生する事業に対し⁹、国がその経費の 1/2 を補助した。

d. 消費者還元補助

消費者がキャッシュレス決済手段を用いてポイント還元事業に参加する中小・小規模の小売店・サービス事業者・飲食店舗等で支払いを行った場合、個別店舗では 5%を、フランチャイズチェーン等に属する中小・小規模事業者では 2%を消費者に還元し、当該還元額について国が全額を補助した。

2.1.2 店舗の状況

a. ポイント還元事業への参加状況

ポイント還元事業では、最終的な登録店舗数は約 115 万店に達した。これは、開始当初想定 の 50 万店程度を大きく上回り、対象となりうる中小・小規模事業者約 200 万店のうち、半数超が参加したこととなる¹⁰。

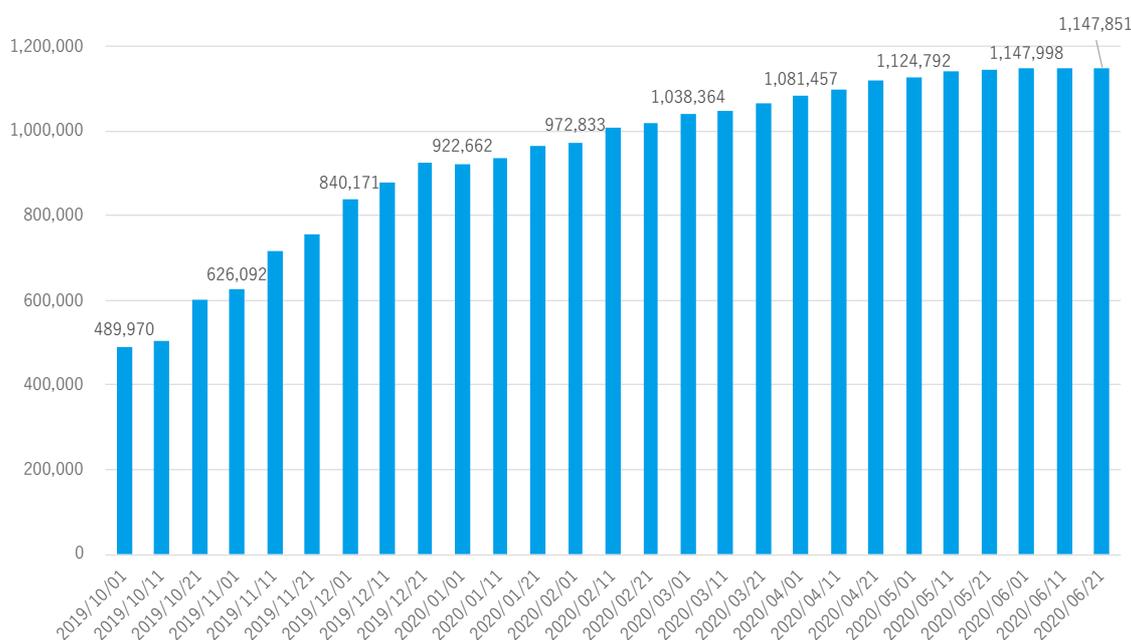
⁷ ただし、端末を利用する際に発生する通信費等については、店舗にて負担する必要がある。

⁸ フランチャイズチェーン等に属する中小・小規模事業者は除く

⁹ 具体的には、付加的かつ追加的に発生する事業の「人件費」「事務経費」「システム開発費」に対し、補助金が支給された。

¹⁰ 経済産業省「キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた環境整備検討会」第 1 回事務局説明資料（2020 年 6 月 10 日）

図表 9 ポイント還元事業における加盟店登録数の推移



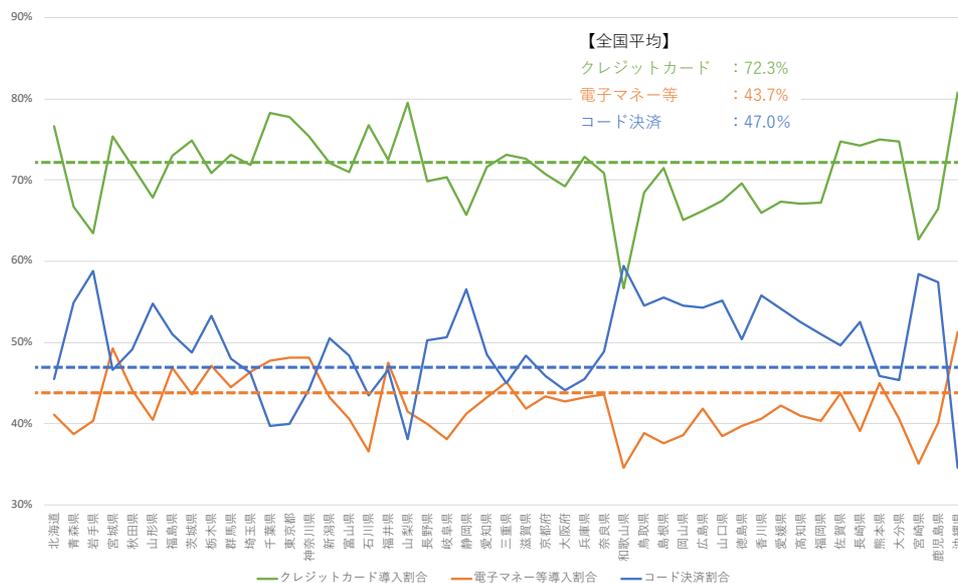
(出典) 経済産業省「ポイント還元事業における登録加盟店数」

これらの店舗のうち、クレジットカード等を利用可能な店舗は約 83 万店、電子マネー等を利用可能な店舗は約 50 万店、コード決済を利用可能な店舗は約 54 万店であった。クレジットカードは、図表 1 に示すとおり、我が国で最も利用されるキャッシュレス決済手段であることから導入店舗が最も多い結果となったと思われる。また、コード決済の導入店舗数が電子マネーの導入店舗数を上回ったことについては、近年のコード決済の伸び¹¹やメディアにおける広告等による認知が影響したものと思われる。

図表 10 は、各地域の登録店舗数に占める各決済手段の導入割合を示しているが、クレジットカードの導入割合を示す折れ線と、コード決済の導入割合を示す折れ線は、上下に線対称となっていることがわかる。また、クレジットカードと電子マネー等はほぼ同じ動きで推移している。このことから、電子マネー等はクレジットカードで用いる決済端末と共用する事が多く、そのため、クレジットカードの導入にあわせて導入が検討されている可能性が高い。また、クレジットカードとコード決済は、どちらかを選択して導入しているとも見て取れる。

¹¹ 1.1.1 にて示したように、絶対額においては電子マネーの方がコード決済を上回る。

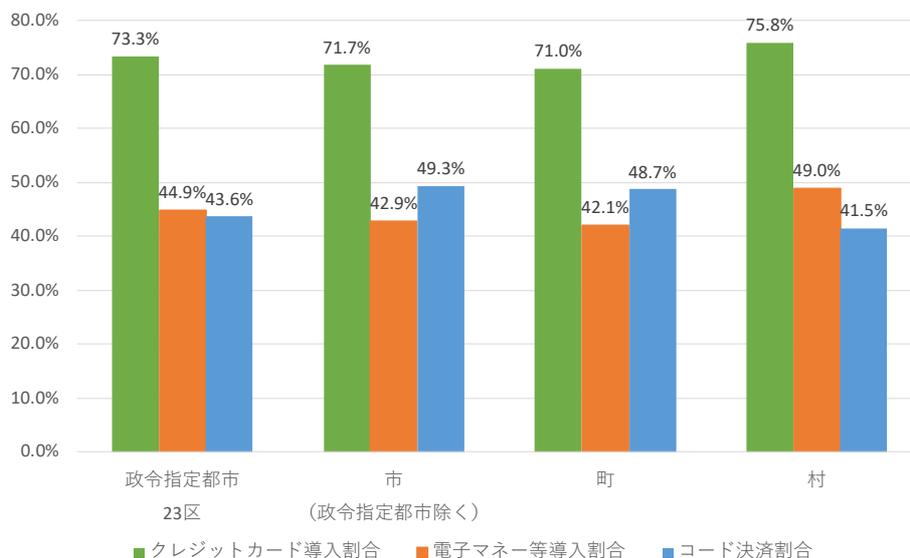
図表 10 ポイント還元事業参加店舗における決済手段の導入割合（都道府県別）



(出典) 経済産業省「ポイント還元事業における登録加盟店数」

図表 11 は、地理的にはではなく、都市の規模別に見た際のキャッシュレス決済手段の導入割合を示している。どの規模においても、7 割超のクレジットカード導入率に対し、5 割弱のコード決済、電子マネー等となっている。若干の違いはあるものの、全体傾向として大きな差はない。

図表 11 ポイント還元事業参加店舗における決済手段の導入割合（都市規模別）

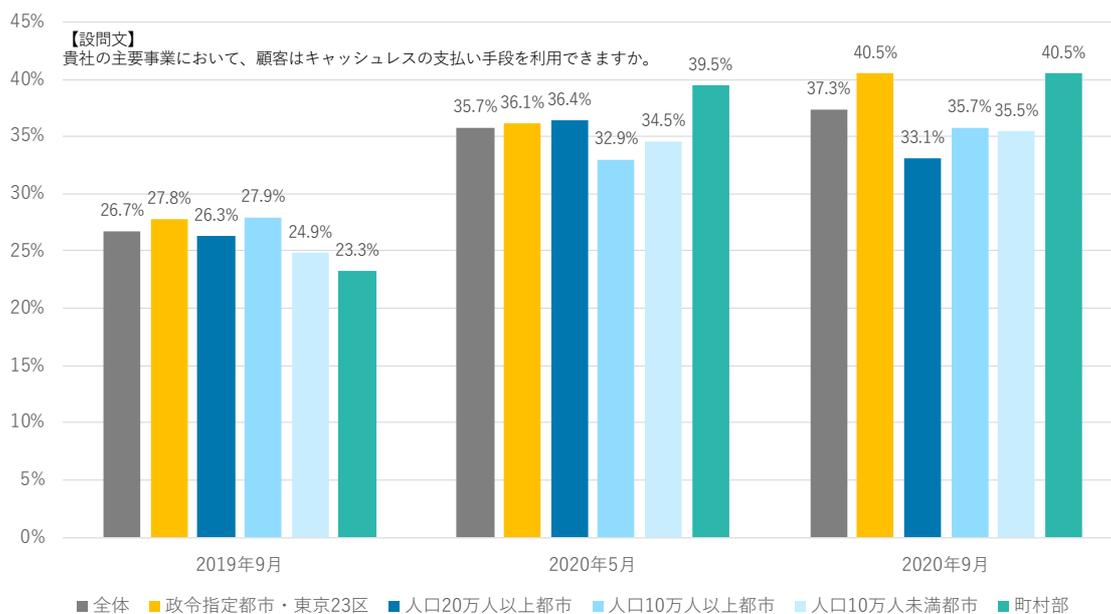


(出典) 経済産業省「ポイント還元事業における登録加盟店数」

b. ポイント還元事業を通じた意識の変化

店舗へのアンケートでは、店舗におけるキャッシュレス決済手段の導入率がポイント還元事業の期間を通じ、大きく伸びていることが伺える。特に、都市部と町村部での伸びが大きい。

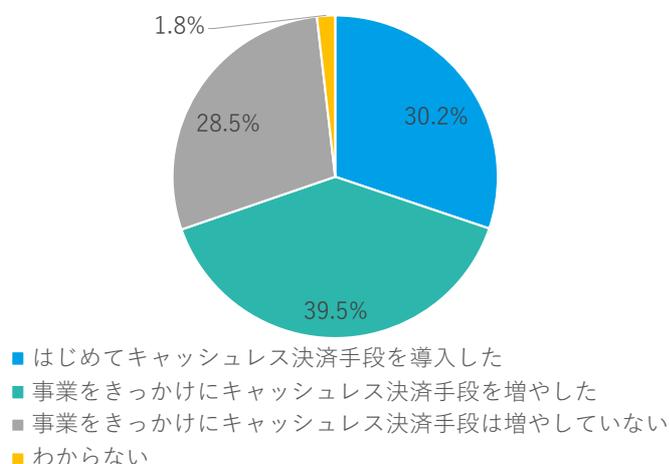
図表 12 キャッシュレス決済手段の導入状況



(出典) キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス調査」

また、ポイント還元事業をきっかけに、キャッシュレス決済手段を初めて導入した、もしくは利用可能決済手段を増やしたとする店舗は約7割に達し、キャッシュレスの裾野を拡げる効果があったものと考えられる。

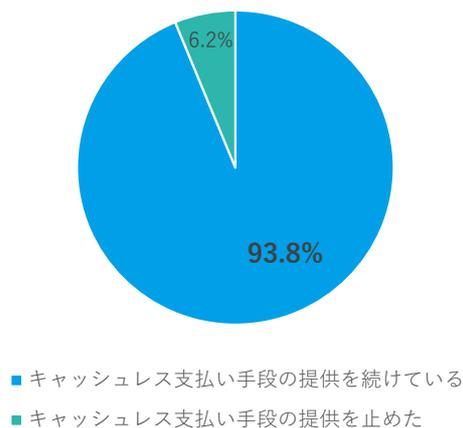
図表 13 ポイント還元事業をきっかけとしたキャッシュレス決済手段の導入状況



(出典) キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス調査」

ポイント還元事業は2020年6月に終了したが、我が国におけるキャッシュレスの普及のためには、事業後の継続利用が重要である。この点について、9割を超える参加店舗が事業終了後も継続して提供を続けるとしている。このことから、ポイント還元事業は、我が国のキャッシュレスの普及、定着に効果があったものとする。

図表 14 ポイント還元事業参加店舗におけるキャッシュレス支払いの継続利用意向



(出典) キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス調査」(2020年9月調査)

2.1.3 消費者の状況

a. ポイント還元事業への参加状況

2019年10月1日～2020年6月30日までの対象決済金額は、約12.3兆円にのぼる¹²。還元額は約5,090億円となった。2019年10月～2020年6月の家計最終消費支出は約209.3兆円¹³であり、おおよそ6%を占める結果となっている。

b. ポイント還元事業を通じた意識の変化

ポイント還元事業における決済単価¹⁴では、クレジットカードでは約4,500円、QRコードは約1,100円、その他電子マネー等では約1,200円であった。特にQRコードその他電子マネー等の決済単価は低価格であり、日常的な支払いにキャッシュレスが利用されつつあることがわかる。また、1回あたりの決済金額の利用価格帯を見ると、1,000円未満の割合が半数を超え、頻度においても低価格帯での利用が進んでいることがわかる。

これまでキャッシュレスの利用に際しては、低価格での利用をためらう傾向もあったが、新たな決済手段の登場や本事業の影響もあり、意識の変化が生じていると認識

¹² 経済産業省「キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた環境整備検討会」第4回事務局説明資料(2020年11月17日)

¹³ 1994年1-3月期～2020年10-12月期2次速報値(2015年(平成27年)基準)

¹⁴ 決済金額を決済回数で除した値

することができる。これまでの高額少頻度での利用から、低額多頻度の利用へと変化が生じる中で、キャッシュレスの仕組みをどのように変化させていくべきなのかを検討していく必要がある。

図表 15 決済金額別の決済回数

決済金額	対象決済回数の割合
500 円未満	約 19.9 億回 (約 35%)
500 円～1,000 円未満	約 13.6 億回 (約 24%)
1,000 円～3,000 円未満	約 14.5 億回 (約 26%)
3,000 円～5,000 円未満	約 4.1 億回 (約 7%)
5,000 円以上	約 4.4 億回 (約 8%)

(出典) 経済産業省「キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた環境整備検討会」第 4 回事務局説明資料 (2020 年 11 月 17 日)

2.1.4 決済事業者の状況

a. ポイント還元事業への参加状況

ポイント還元事業に参加した決済事業者は、大きく 2 つに分類された。一つは「A 型決済事業者」と呼ぶ、消費者に対してキャッシュレス決済手段を提供する事業者であり、ポイント還元等の消費者還元を実施した事業者を言う。もう一つは「B 型決済事業者」と呼ぶ、店舗等に対して、必要に応じてキャッシュレス決済手段を提供する事業者を言う。その他に「準 B 型決済事業者」として、キャッシュレス決済サービスの提供を主たる事業としていないものの、B 型決済事業者と連携し、ショッピングモール等の自社の関連商業施設等のテナント等とのみ加盟店契約を締結し、立替払い等を行う事業者も存在する。実際には、A 型兼 B 型とする決済事業者も相当数存在した。

ポイント還元期間終了時点で、1,103 の決済事業者がポイント還元事業に登録しており、このうち A 型決済事業者は 884 者、B 型決済事業者は 634 者、準 B 型決済事業者は 75 者である¹⁵。2.1.2 にて述べたように、参加店舗数が約 115 万店舗であったことを踏まえると、店舗に対してサービスを提供する B 型及び準 B 型が契約を締結する店舗数の純粋な平均では 1,622 となる。これら決済事業者の売上は店舗におけるキャッシュレス決済による売上の数%となることを鑑みると、規模の経済が働きにくくなっている環境ではないかとも考えられる¹⁶。

¹⁵ https://cashless.go.jp/assets/doc/kessai_touroku_list.pdf (A 型兼 B 型として登録している決済事業者も存在する)

¹⁶ あくまで平均値による推察であり、実際には多くの店舗との契約をする大手決済事業者や非常に限られた地域、業種等に限定した決済事業者も存在することには注意が必要である。

b. キャッシュレス決済サービスにおける事業環境の変化

ポイント還元事業では、参加した決済事業者の手数料率や入金サイクル、連絡先といった導入に向けて参考となる情報が、一覧性があり、比較しやすい形式で開示・公表された。これにより中小・小規模事業者がキャッシュレスを導入する際の参考とすることができ、加えて、決済事業者間での市場競争が促されることが期待される。

また、ポイント還元事業では、消費者がどの店舗でどの決済サービスによるポイント還元が受けられるのかについて、Web やアプリの地図による情報提供を行った。クレジットカードに代表される、消費者向けの決済事業者（A 型決済事業者）と店舗向けの決済事業者（B 型決済事業者）が、それぞれ独立した状況にある業界構造においては、A 型決済事業者において、自社の提供する決済サービスが利用可能な店舗¹⁷が初めて明確になった取組でもあった。また、当協議会を通じて、店舗での利用状況を B 型決済事業者から A 型決済事業者へ連携する仕組み¹⁸も整えられた。今後、決済データの利活用等が検討、導入されることが想定される中、このような情報連携の取組は意義があったものとする。

さらに、ポイント還元事業では、個社のキャンペーンとは異なり、業界を挙げた取り組みとなったことで、広く消費者に「キャッシュレス」を認知いただくことにつながったと考える。今後も、このような業界全体での取組を行うことが期待される。

2.2 マイナポイント事業の実施

総務省によるマイナポイント事業では、スマートフォンやパソコン、所定の店舗等において、ポイント付与の対象とするキャッシュレス決済手段を選択する等の手続きを行うと、チャージ金額もしくは決済金額に対し、25%分のポイント（上限 5,000 円相当）が付与された。

2.2.1 事業の概要

本事業を通じてポイントを取得するためには、消費者はマイナンバーカードを取得し、公的個人認証の設定を行う必要がある。また、マイナンバー自体の利用目的は、社会保障、税、災害対策に限定されていることから、本事業においてはマイキーID¹⁹を取得する必要がある。

¹⁷ ポイント還元事業参加店舗に限る

¹⁸ ポイント還元事業に参加する店舗での決済かどうかを A 型決済事業者単独では判断できないため、当協議会を通じ、B 型決済事業者の把握する事業参加店舗の決済情報を A 型決済事業者へ連携する仕組みが構築された。

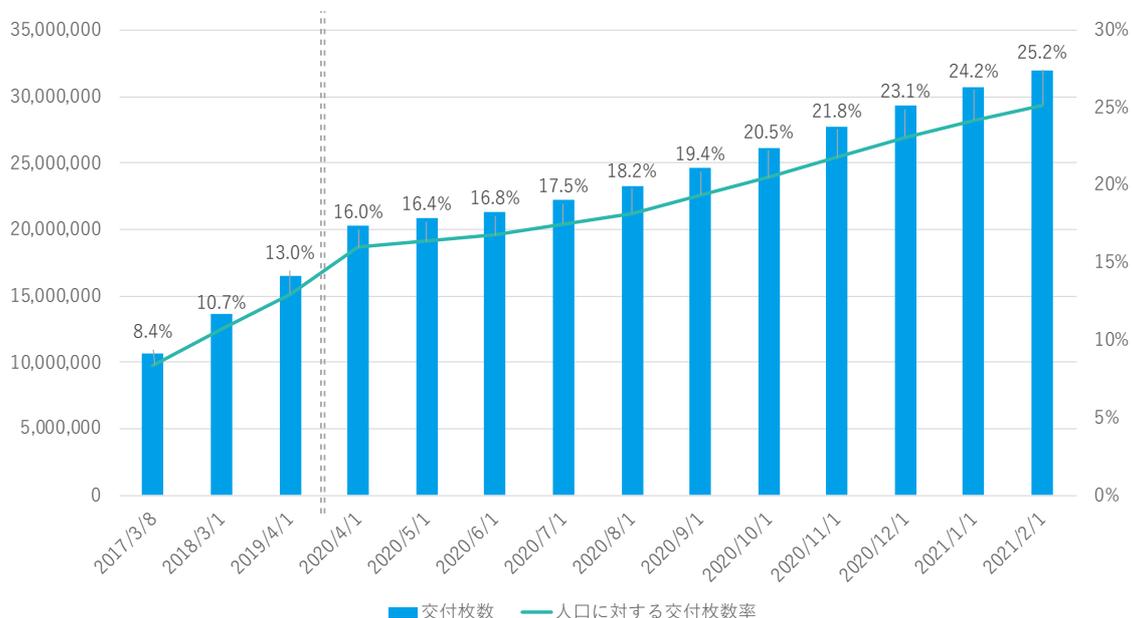
¹⁹ マイナンバーカードの IC チップの中に搭載されている電子証明書を活用して、ウェブ上に作成する ID

2020年7月より利用予約が開始され、2020年9月より実際のポイント付与が行われた。2021年4月までにマイナンバーカードの申請を行い、2021年9月末までのチャージもしくは店舗等での支払いが対象となる。

2.2.2 マイナンバーカードの普及状況

マイナポイント事業の認知にあわせ、マイナンバーカードの交付も増加している。マイナンバーカードは、今後、身元確認を行うための公的個人認証を実現する重要なツールの一つとなる可能性も高く、さらなる普及が進むことで、より安全・安心なキャッシュレスの実現につながることも期待できる。

図表 16 マイナンバーカードの交付枚数と普及率



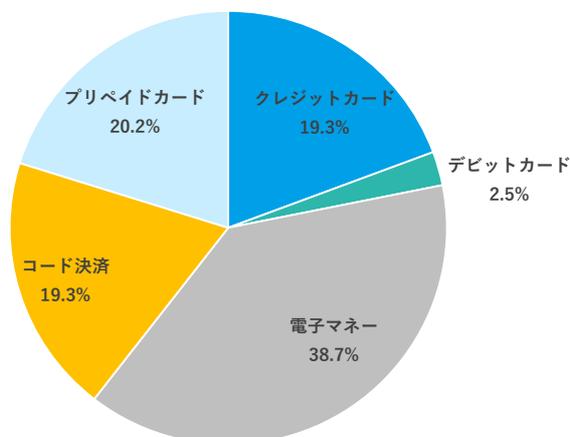
(出典) 総務省「マイナンバーカード交付状況について」

2.2.3 決済事業者の状況

マイナポイント事業には、2021年2月末現在、119の決済サービス²⁰、108の決済事業者が登録されている。

²⁰ チャージでのポイント付与と店舗等での支払い時のポイント付与は別サービスとしてカウント

図表 17 マイナポイント事業参画サービスの種別割合（2021年2月末現在）



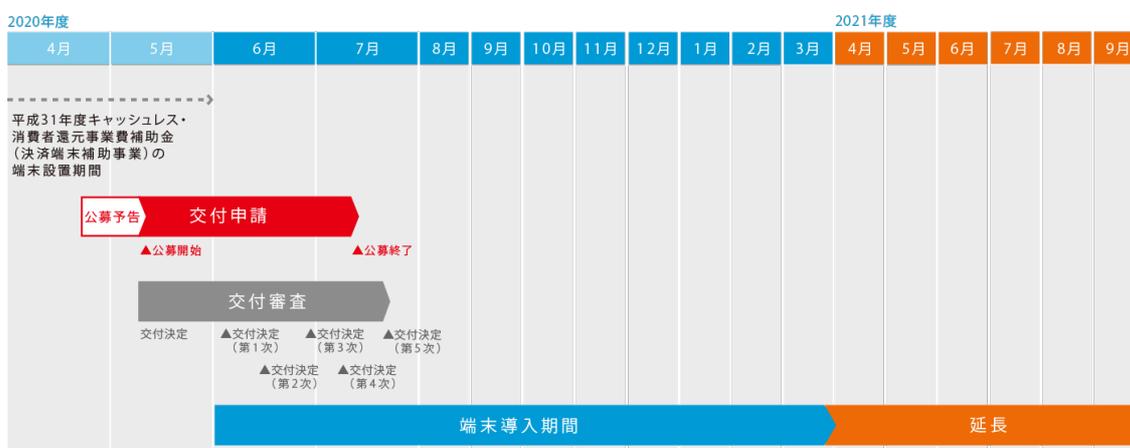
（出典）マイナポイント事業特設サイト（<https://mynumbercard.point.soumu.go.jp/>）

2.2.4 マイナポイント事業実施に伴うキャッシュレス決済端末導入支援事業

マイナポイント事業に関連し、経済産業省はマイナンバーカードを活用した消費活性化策の効果を中小・小規模事業者等にもしっかりと行き渡らせるとともに、中小・小規模事業者等におけるキャッシュレス導入を推進するため、中小・小規模事業者等におけるキャッシュレス決済端末等の導入を支援することを目的とした補助金事業を行っている。この事業には、24の決済事業者が参加した。

当協議会は、本事業の事務局として、補助金の申請受付、交付等の事務を行った。本事業は、2020年5月より決済事業者による交付申請を受け、6月より端末導入を可能とすることで、ポイント還元事業終了後のタイミングで決済端末を導入していなかった中小・小規模事業者において、継続した決済端末の導入に関する補助を行うことで、さらなる普及が実現された。

図表 18 決済端末補助事業のスケジュール



（出典）マイナポイント事業費補助金ホームページ（<https://tanmatsu-hojo.jp/>）

2.3 その他の政府における取組

2.3.1 モニター自治体事業

経済産業省は、2019年度に当協議会にて策定した「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」にしたがって自治体窓口や公共施設におけるキャッシュレス導入を進め、導入の過程や利用において発生するノウハウや課題を集約し、手順書に反映する事業を実施した。全国29の自治体がモニター自治体として選定され、専門家による支援を受けながら、実際の導入に向けた活動を行っている。

図表 19 モニター自治体



(出典) 経済産業省

(https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/cashless/municipality_project/municipality_project.html)

議論の過程においては、領収書の取扱いや売上管理の行い方、会計処理等、キャッシュレスの導入にまつわる具体的な課題が指摘された。このようなモニター自治体との議論を踏まえ、「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」の改訂が進められており、より具体的かつ利用しやすい内容へ改訂された²¹。

今回の改定では、これからキャッシュレスを導入する自治体がイメージしやすいように、必要手続や留意点について整理されている。また、モニター自治体のほか、先進的にキャッシュレスを導入している自治体の事例を掲載することで、具体的な取組

²¹ https://www.paymentsjapan.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/2021/03/LG_ImplementationGL_v2.0.pdf

につながるような構成となっている。

本活動を通じて、自治体におけるキャッシュレス導入の課題がより具体化、明確化した部分もある。当協議会では、今後も継続して自治体におけるキャッシュレスの普及促進に努めていく。

2.3.2 キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた環境整備検討会

中小店舗においてキャッシュレスの導入に向けた課題として、「決済手数料の負担が重い」、「店舗への売上の入金サイクルが長い」、「多種多様な決済サービスの中からどれを選べばよいか分からない」といった声が依然聞かれる。本検討会では、このような課題を解決し、キャッシュレス決済の中小店舗へのさらなる普及促進に向けた方策を検討することを目的に設置された。本検討会の取りまとめ結果として、2021年2月に中間整理が公表されている²²。

a. 中小店舗向け情報の開示

本検討会では、2.1.4において述べた、キャッシュレス決済事業者の中小店舗向けの情報の開示・公表を継続・充実させていくべきとの意見がなされた。その結果「キャッシュレス決済事業者の中小店舗向け開示ガイドライン²³」が策定され、当協議会が情報の開示のためのホームページ²⁴を運営している。ここでは、「中小店舗に適用している決済手数料」「決済手数料以外に発生する費用」「入金に関する条件」「その他中小店舗が決済事業者を選択するにあたって有益と思われる情報」が掲載されている。

b. キャッシュレス決済のコスト構造分析

中小加盟店における決済手数料の引下げに向けた方策を検討する上では、それぞれの機能においてどのような費用が計上されているのか、コスト構造全体を可視化した上で、各コストの適切性を検証することが重要となる。そのため、本検討会では、キャッシュレス決済事業者におけるコスト構造分析も行われた。

i. クレジットカードのアクワイアラ²⁵に関する分析

検討会では、まずクレジットカードのアクワイアラ（もしくはPSP²⁶）に関する分析を行っている。具体的には、店舗の規模や決済単価等により4つのモデルケースが設定され、モデルケースごとに関連する決済事業者の収入、コストが示されている。

²² https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/cashless_payment/20200210_report.html

²³ <https://www.meti.go.jp/press/2020/06/20200626014/20200626014-7.pdf>

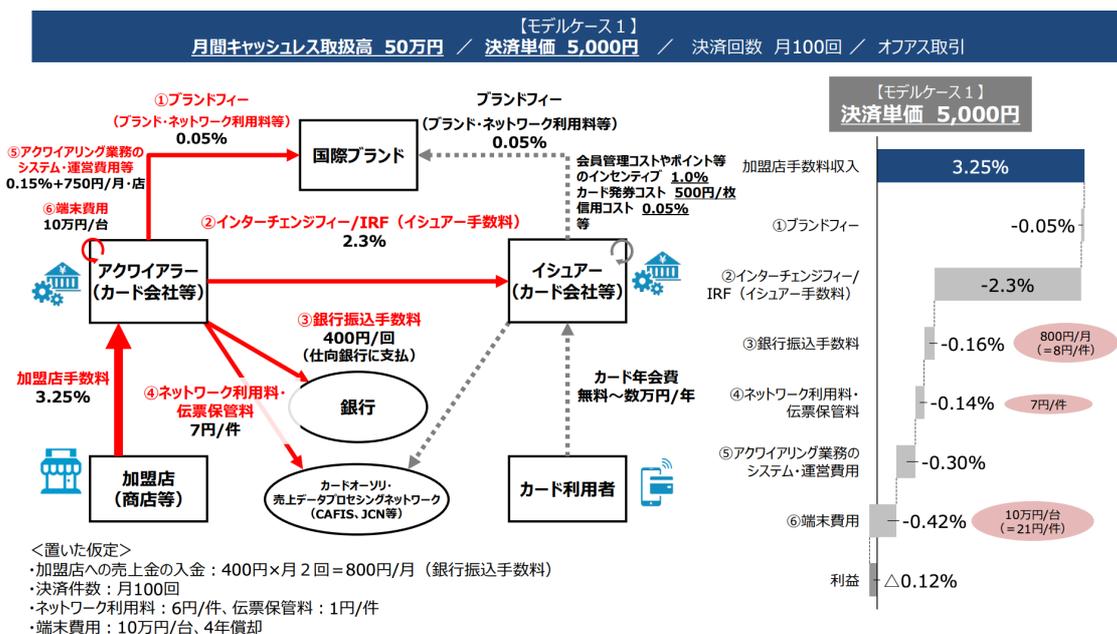
²⁴ <https://area18.smp.ne.jp/area/table/32291/KhEKKJ/M?S=pftjm2lgkfrj>

²⁵ 加盟店管理会社。店舗に対してキャッシュレス手段の導入に係る契約・管理を行う会社のこと。店舗との間で加盟店契約を締結し、イシューへの購入代金の請求や加盟店への代金支払等を行う。

²⁶ Payment Service Providerの略。決済代行業者とも呼ばれ、アクワイアラと店舗の間に立ち、各種決済サービス（情報処理や出入金管理等）を提供している事業者。

その結果、アクワイアラの主なコスト項目として、インターチェンジフィー²⁷、ネットワーク利用料、ならびに端末費用が占める割合が大きいことが示された。また、いずれのケースにおいてもアクワイアラの収益はマイナスとなり、中小店舗向けのアクワイアリング事業は利益を確保しにくい傾向にあることが見えてきた。

図表 20 検討会で示されたモデルケース



（出典）経済産業省「キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた環境整備検討会」第3回事務局説明資料（2020年9月4日）

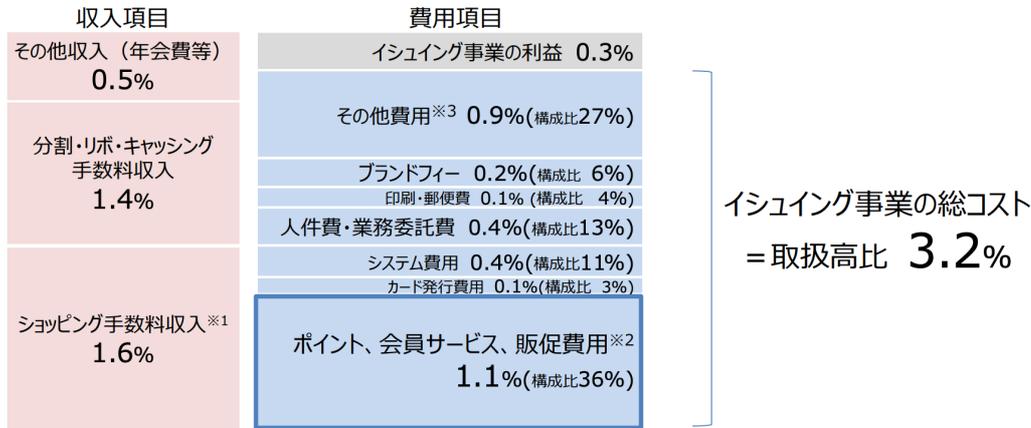
ii. クレジットカードのイシューア²⁸に関する分析

次にクレジットカードのイシューアに関するコスト構造分析が行われた。ここでは、「ポイント、会員サービス、販促費用」が大きな割合を占めることが示されている。イシューア事業（カード発行事業）としては店舗の規模による切り分けを行わず全体で見ると若干のプラスとなっているにとどまり、現状においては、クレジットカード事業全体として過大な収益が得られている訳ではないことが指摘されている。

²⁷ クレジットカードでの決済があった際に、アクワイアラがイシューアに支払う手数料。

²⁸ カード発行会社。消費者と会員規約を締結し、クレジットカード等を発行・提供する会社のこと。消費者の獲得や会員への請求・問い合わせ対応等を行う。

図表 21 イシューング事業の収支構造モデルケース



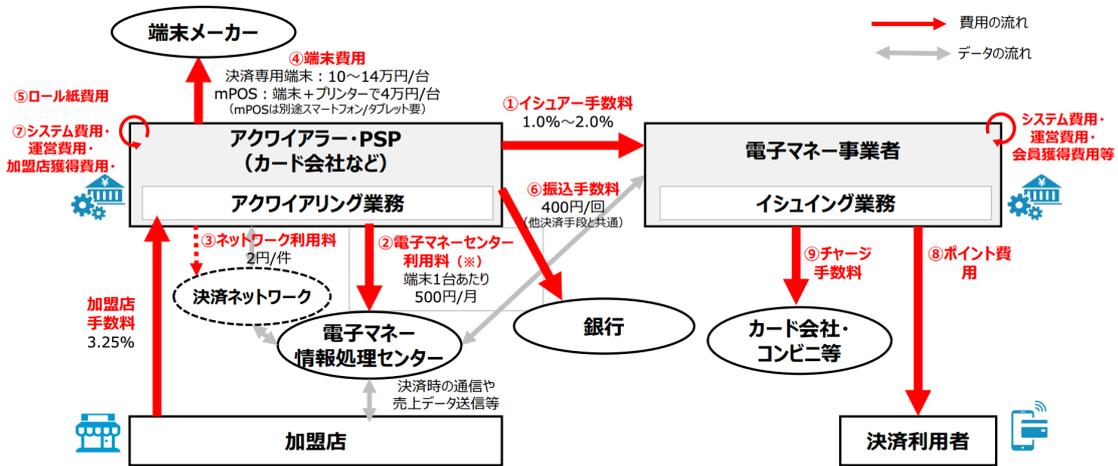
(出典) カード会社ヒアリング等より事務局作成
 ※1 オフアス取引におけるインターチェンジフィー/IRF (イシューア手数料) に加え、オンアス取引の加盟店手数料のうちイシューング事業配賦分を対象としている
 ※2 提携カード発行先への還元を含む
 ※3 ネットワーク費用、口座振替費用、貸倒関連費用、不正利用関連費用、その他イシューング事業運営費用

(出典) 経済産業省「キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた環境整備検討会」
 第5回事務局説明資料 (2021年1月26日)

iii. 電子マネーに関する分析

電子マネーに関するコスト構造分析では、「端末費用」「電子マネーセンター利用料」「イシューア手数料」が主なコスト項目として挙げられている。

図表 22 電子マネー決済のコスト構造



(※) 電子マネーセンター利用料: 決済端末と電子マネー事業者間を中継し、売上データの集計などを行うサービスへの対価

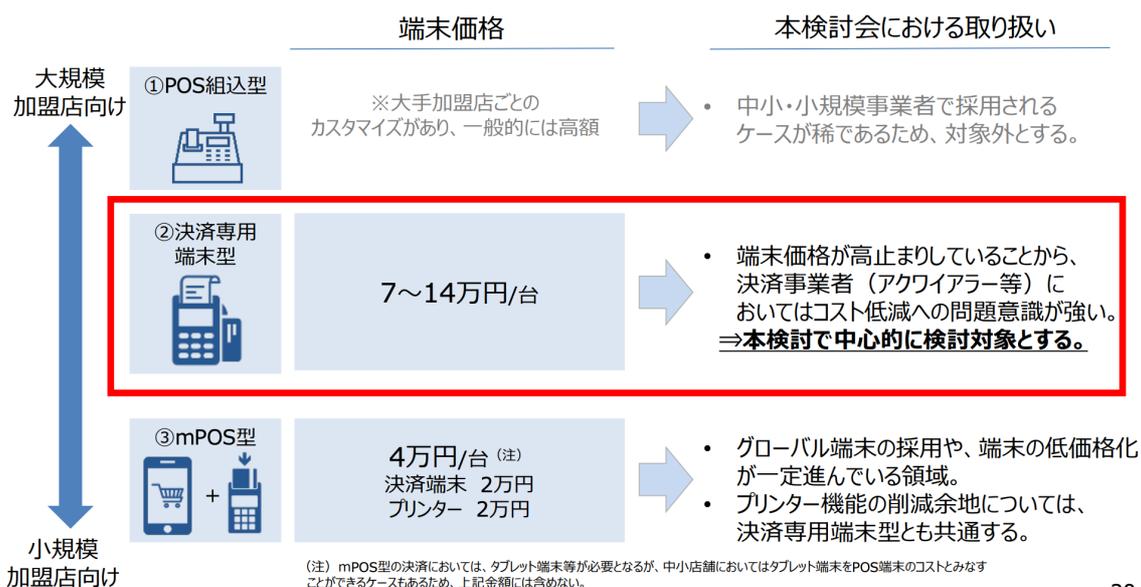
(出典) 経済産業省「キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた環境整備検討会」
 第4回事務局説明資料 (2020年11月17日)

iv. コード決済に関する分析

コード決済では、個社のビジネスモデルが大きく異なり、一様に示すことは難しいとし、あくまで一般的なコスト構造として整理が行われた。ここでは、チャージ式の場合における「チャージ関連費用」、カード連携式の場合における「カード決済の加盟店手数料」が主たるコストとして示され、外部の決済機能との連携部分がコストと

となる要因として、「①諸外国と比べて多機能・高品質な仕様に基づいた端末が主流であり、開発費用が高止まりしていること、②生産ロットが少ないため、部品の調達や開発費用の配賦等でスケールメリットが働かないこと」が示されている。実際に、決済端末は、POS組込型、決済専用端末型、mPOS型等、様々なパターンが存在し、それぞれの機能にも差異がある。

図表 24 決済端末の種類と価格



（出典）経済産業省「キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた環境整備検討会」
第4回事務局説明資料（2020年11月17日）

このような検討を受け、店舗のニーズにそった端末の開発や店舗側での端末の選定に関する周知が重要であると指摘されている。

viii.ペーパーレスに関する検討

売上票（会員控、加盟店控、カード会社控）の発行は、「ロール紙代」「保管料」「決済時間の長時間化」につながるものとして、ペーパーレス化の推進についても検討が行われた。当協議会においても、2018年に「キャッシュレス支払時のペーパーレス」プロジェクトを立ち上げ検討を行ってきた経緯がある。

中間報告では「売上票のペーパーレス化は、消費者による決済情報の電磁的方法を通じた接受、店舗による決済情報の電磁的方法を通じた確認を促進することから、消費者のデジタルリテラシー向上や店舗のデジタル化推進にもつながり得ると考えられる。ペーパーレス化の推進に向けて、「ロードマップの策定」「ガイドラインの策定」「店舗実証」を実施していくことが必要ではないかと考えられる。」とされ、今後、より具体的なペーパーレス化に向けた取組が進められていくと考えられる。

ix. コストの見える化に向けた施策の実施

キャッシュレスの導入に躊躇する店舗においては、コストを課題と捉えることが少なくない。検討会では、「キャッシュレス決済のコストの低減とともに、キャッシュレス決済を導入することによるメリットを可視化し、店舗等が導入を前向きに検討できる環境を整備することが重要である。」とし、具体的な 2021 年度の経済産業省施策²⁹を示した上で、今後の方向性として「キャッシュレス決済のコスト等に関する更なる分析」「キャッシュレス決済導入メリットの定量的な検証・「見える化」が示されている。

当協議会としても、これらの取組に積極的に関与しながら、中小店舗におけるキャッシュレスの普及促進に貢献していきたいと考えている。

2.3.3 災害時のキャッシュレス決済利用

従前より、キャッシュレスについては、災害時に利用できず、現金の方が安全であるとの指摘がある。これについて、災害時にも安全・安心にキャッシュレス決済を利用できるよう、経済産業省においてクレジットカードやコード決済等について災害時における特別な決済方法の実務処理や不正対策等を検証し、決済事業者や店舗の業務運用の整備を目的に、実証実験を含む検討が行われた。

2.3.4 面的キャッシュレス・インフラの構築支援事業

面的なキャッシュレス導入に取り組む地域の商店街振興組合や観光協会等（地域団体）に対する補助を通じて、各店舗のキャッシュレス決済の導入を支援することを目的として、経済産業省において支援事業が行われている。

具体的には、キャッシュレス決済端末や関連ソフトウェア等の導入に係る経費について、国が最大 2/3 を補助し、地域団体が残りを負担することで、店舗における負担をゼロとする。また、地域団体における本事業に関する広報費として定額の補助が受けられる。本事業の応募においては、全部で 4 タームの期間が設定されている。2021 年 3 月末時点で第 3 タームまでの地域団体の採択が完了している。

北海道、東北、中国地方の地域団体が多く参加していることがわかる。

²⁹ キャッシュレスによる店舗等運営変革促進事業

図表 25 面的キャッシュレス・インフラの構築支援事業における採択事業者の状況

ターム	第1ターム	第2ターム	第3ターム
事業者数	6事業者	6事業者	2事業者
事業者の所在地	<ul style="list-style-type: none"> 北海道浜中町 埼玉県久喜市 埼玉県久喜市 鳥取県北栄町 鳥取県美郷町 岡山県玉野市 	<ul style="list-style-type: none"> 山形県白鷹町 福島県会津若松市 長野県箕輪町 滋賀県大津市 愛媛県松山市 高知県四万十市 	<ul style="list-style-type: none"> 北海道江差町 北海道芽室町

(出典) 面的キャッシュレス・インフラの構築支援事業ホームページ (<https://area-cashless.jp/>)

2.3.5 統一QR「JPQR」普及事業

2019年度、総務省により岩手、栃木、長野、和歌山、福岡の5県で実施された統一QR「JPQR」普及事業（以下、「JPQR普及事業」）について、2020年度は全国での事業展開となった。

2020年度のJPQR事業では、JPQR Web 受付として、Web画面にて複数のコード決済サービスに申込みを可能とするPLUG（Platform for Upcoming Guests）が構築され、2021年3月末現在で、20のコード決済サービスへの申込みが可能となった。

これまでにJPQR普及事業を通じて、全国約12,000店舗でJPQR（静的MPM）が導入されている³⁰。

2020年度のJPQR普及事業では、PLUGから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：Global Unified Identifier Linkage Database）及びJPQR印刷配送サービス（DOCK：Delivery of Onboarding Co-packaged Kits）との連携が実現され、申込みからQRコードの配送までがシームレスに実現されるようになっている。

JPQRは2021年度も継続して実施することとなっており、さらなるJPQRの普及が見込まれる。

2.3.6 決済法制等の整備

2020年6月に「金融サービスの利用者の利便の向上及び保護を図るための金融商品の販売等に関する法律等の一部を改正する法律」が可決、成立した。この中では、資金移動業に関する規制の見直しが行われており、これまで資金移動業者が行うことができなかった、100万円超の高額送金を取扱可能な新しい類型（第一種資金移動業）が新設されるとともに、数万円程度の少額送金のみを取扱う事業者（第三種資金移動業）も設定された。資金移動業の提供サービスの拡大とともに、それぞれの提供サービス

³⁰ <https://jpqr-start.jp/>

のリスクに応じた規制がかけられることとなり、より新たなサービスを提供しやすい環境が整えられたと言える。

また、前払式支払手段については、委託先管理義務等の措置が義務付けられるとともに、金融庁による業務改善命令を可能とすることで、より一層の利用者保護が図られるような制度整備が行われた。

なお、一部の収納代行において、いわゆる「割り勘アプリ」のような実質的な個人間送金を提供している事業者については、為替取引に該当することが明記され、事業者破綻時等における利用者保護が図られることとなった。

2.3.7 割賦販売法の改正

2019年12月に公表された、産業構造審議会 商務流通情報分科会 割賦販売小委員会による「当面の制度化に向けた整理と今後の課題 ～テクノロジー社会における割賦販売法制のあり方³¹」を受け、2020年6月に「割賦販売法の一部を改正する法律」が可決・成立した。本改正法では、決済関連のテクノロジーの進展により、決済サービスや主体の多様化が認識され、このような環境変化に対応するための方策が盛り込まれている。

a. 少額の分割後払い規制の導入

ECモール事業者等がモール利用者（消費者）に対し多様な決済手段を提供するようになっている。その中でも、「後払い」や「ツケ払い」と称されるような少額の分割後払いの提供も広がり始めている。

これに対応し、少額（限度額10万円以下）の分割後払いサービスを提供する事業者について、登録制度を創設し、純資産要件や適切な限度額審査に関する要件を定めている。また、消費者保護規制やセキュリティ規制については、従来のクレジットカード会社と同等のものを課すとされている。

b. 審査手法の高度化への対応

データの分析能力が向上し、蓄積されたデータを用いて従来より精度の高い審査が可能となったことを受け、新たな審査手法について認定制度を創設している。認定された審査手法をもって、現行の支払可能見込額調査に代えることが可能とされている。

この方式を採用する場合には、経済産業省による事前と事後のチェックが行われることとなる。事前チェックについては、適切な限度額審査を行わねばならず、審査手法の説明と延滞率の設定が求められる。また、これらの審査手法を適正に運用するための内部管理体制の整備も求められることとなる。事後のチェックとしては、定期的

³¹ https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/shomu_ryutsu/kappu_hambai/pdf/20191220_report.pdf

な報告が求められ、延滞率の管理等が事前に設定した枠内で行われていることが確認される。もし著しく不適正な与信審査や管理が行われている場合には、改善命令や認定取消といった措置が行われることとなる。

c. コード決済事業者等のセキュリティ対策強化

コード決済サービス事業者等の新たなサービス提供主体が登場する中で、情報漏えいリスクへの対応が求められる。このような環境変化に対し、クレジットカード会社、立替払取次業者、加盟店に加えて、新たに決済システムにおいて大量のクレジットカード番号等を取り扱う事業者（決済代行業者、コード決済事業者、EC モール事業者等）に対して、クレジットカード番号等の適切管理を義務を課している。

また、これに関連し、クレジットカード取引セキュリティ対策協議会では、「クレジットカード・セキュリティガイドライン [2.0 版]」を策定、公表し、これらの事業者に求められる指针对応を取りまとめている³²。

d. 書面交付義務の緩和

クレジットカード会社がクレジットカード等を交付等する際の書面交付義務を緩和した。これにより、利用者の承諾を取得することなく電子メール等の電磁的方法による情報提供が可能となる。ただし、消費者が書面による交付を求めた場合においては、一部の例外を除き対応しなくてはならない。

2.4 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、当協議会が定期的に行っている消費者インサイト調査と、株式会社インテージが調査を行っている SCI-Payment の 2 つの調査から、更なる利用拡大に向けた課題を掘り下げる。

2.4.1 消費者インサイト調査

当協議会では、毎年度「消費者インサイト調査」として、毎年 9 月に 5,000 人の消費者に対し Web アンケート調査を実施している。

a. モニタリング指標の動向

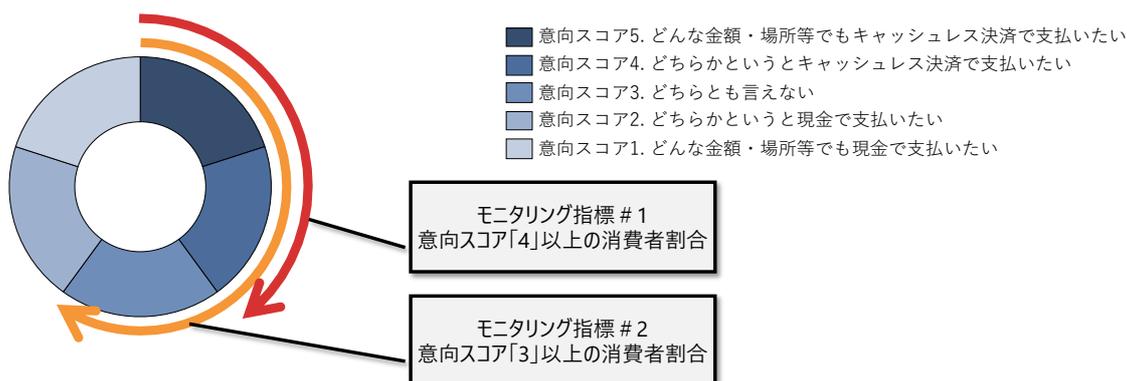
消費者インサイト調査では、4 つのモニタリング指標を設定し、継続的な変化を確認している。モニタリング指標の#1 と#2 は、消費者におけるキャッシュレス決済の利用意向に関する変化を見ている。アンケートにおいて、キャッシュレス決済の利用

³² <https://www.j-credit.or.jp/download/news20210311b1.pdf>

意向を5段階で聞いており、この5段階の割合を確認している。

#1 は、既にキャッシュレス決済の利用に前向きである消費者ボリュームの把握として、利用意向が高い消費者の割合を見る。#2 では、#1 に加え、今後キャッシュレス利用に前向きなセグメントに成長する可能性がある消費者も含めたボリュームの把握を目的とする。

図表 26 モニタリング指標#1、#2 のイメージ



モニタリング指標#3、#4 は、キャッシュレス決済手段の保有率に着目している。#3 は、キャッシュレス決済全体の保有率として、既に何らかのキャッシュレス決済を保有している消費者のボリュームを把握する。#4 では、キャッシュレス決済手段別（7手段）別に保有する消費者のボリュームを確認している。

図表 27 モニタリング指標の結果

#	モニタリング指標	2020 年度結果		2019 年度結果
		結果	昨年度比	
1	CL 利用意向スコア「4」以上の割合	58%	+8%pt.	49%
2	CL 利用意向スコア「3」以上の割合	84%	+12%pt.	72%
3	CL 決済保有率	92%	±0%pt.	92%
4	クレジットカード保有率	82%	+2%Pt.	80%
	内、クレジットカード（接触式）	80%	—	—
	内、クレジットカード（非接触式）	28%	—	—
	デビットカード保有率	24%	+1%pt.	23%
	交通系電子マネー保有率	58%	▲5%pt.	63%
	交通系電子マネー以外の電子マネー保有率	52%	▲7%pt.	59%
	その他のプリペイドカードなど保有率	33%	▲5%pt.	38%
	非接触 IC 型決済アプリ保有率	25%	+1%pt.	24%
	コード型決済アプリ保有率	54%	+12%pt.	42%

※ CL：キャッシュレス

（出典）キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査（2020年度）」

#1、2 については、昨年度と比べてプラスの成長となっている。多くの消費者において、キャッシュレスの利用が定着しつつあることが確認できる。ポイント還元事業

等を通じて、普段の生活シーンにおいてキャッシュレスの利用が進んだことも要因の一つと考えられるだろう。

#3 では、昨年度からの変化はなかった。既に 92%と高い数値となっており、高止まりしているとも考えられる。しかしながら、#4 にて個別の決済手段ごとに確認すると、昨年度からの変化が見られる。電子マネー、プリペイドカードについては、保有率が減少している。反対に、コード決済については保有率が大きく伸びており、電子マネーと同程度の保有率にまで成長している。

b. 各キャッシュレス決済手段の定着率

それぞれのキャッシュレス決済手段保有者のうち、月1回以上利用するとした消費者の割合については、「クレジットカード」「交通系以外の電子マネー」「非接触 IC 型決済アプリ」「コード型決済アプリ」において増加傾向にあった。利用率の増加は、ポイント還元事業により利用経験が増え、慣れてきた結果とも言える。

図表 28 キャッシュレス決済手段別の定着率

キャッシュレス決済手段	月1回以上利用する人の割合	昨年度比
クレジットカード（接触式）	約 88%	+3%pt.
クレジットカード（非接触式）	約 65%	+2%pt.
交通系以外の電子マネー	約 74%	+5%pt.
非接触 IC 型決済アプリ	約 68%	+5%pt.
コード型決済アプリ	約 83%	+10%pt.

（出典）キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査（2020 年度）」

利用シーン毎の増加傾向を見ると、キャッシュレス決済手段により利用するシチュエーションの違いが見えてくる。「クレジットカード（接触式）」では、対面での高額決済、非対面決済での利用が増加しており、反対に、対面での低額決済での利用は停滞気味にある。「クレジットカード（非接触式）」「非接触 IC 型決済アプリ」「コード型決済アプリ」では、対面・低額決済での利用が増加傾向にある。「デビットカード」はインターネットショッピングでの利用が大きく増加している。

このように、消費者はそれぞれのキャッシュレス決済の特徴を踏まえ、利用シーン毎に支払う手段を使い分けるようになってきている。

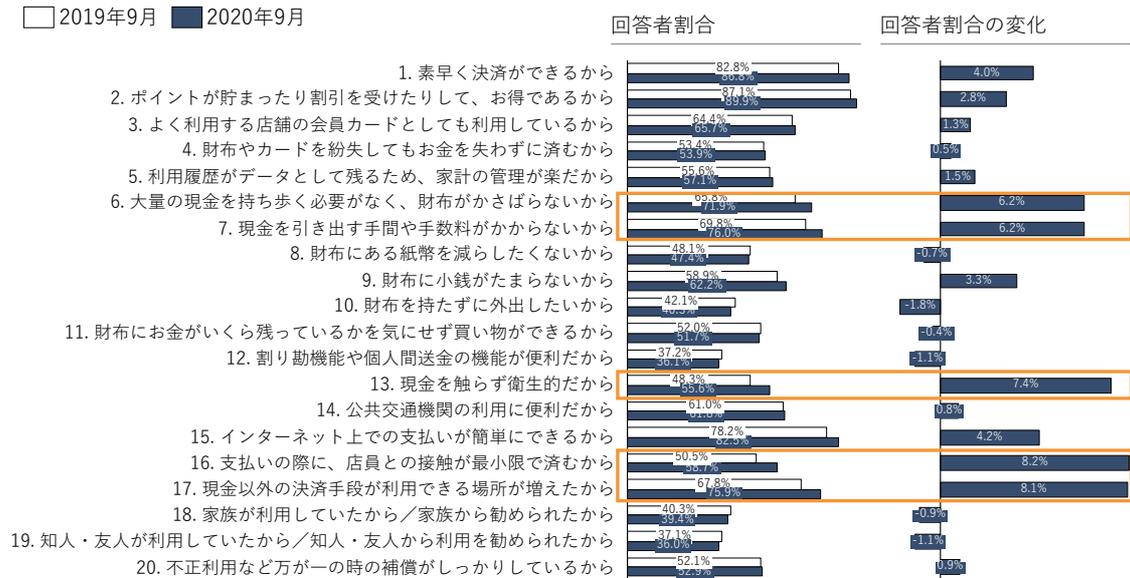
c. キャッシュレス決済手段の利用理由の変化

キャッシュレス決済手段を利用する理由を見ると、昨年度との対比において、利便性に関する項目のほうが大きく伸びている。例えば、「現金を持ち歩かなくて良い」や「現金を引き出す手間がない」「現金以外の決済手段を利用できる場所の増加」を理由とする消費者が増えており、依然としてポイントがたまるといった利得性に着目した回答は大きいものの、使い慣れることによる利便性に着目する回答が伸びてきて

いる。

2.3.2 で述べた、キャッシュレス決済事業者のコスト構造から見ても、決済事業者において、これ以上のポイント還元は事業の収益を圧迫することとなるため、今後はより利便性を訴求する方向へシフトしていくべきではないかと考える。

図表 29 キャッシュレス決済の利用理由



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2020 年度)」

d. キャッシュレスの利用意向に直結しうる消費者心理

今後、さらにモニタリング指標#1 や#2 の値を増加させるために、利用意向の低い層と利用意向の高い層におけるキャッシュレス決済に対する考え方を比較することで、どのような違いがあるのかを把握しておくことは重要である。消費者インサイト調査では、12の仮説を置き、それぞれの仮説について、各層の回答状況の差異を見た。その結果、図表 30 のような結果が得られた。青色背景の項目がキャッシュレス決済の利用意向に直結すると判断された項目である。灰色背景の項目は、各層での回答結果に大きな差異は見られなかった。

図表 30 仮説検証結果

<p>A.興味不足 意向が低いほど、CLへの関心が低い ただし、クレジットカード（非接触式）は、関心をもっている未保有者が多い</p>	<p>B.理解不足 意向が低い層は、高い層と比較して、理解不足。ただし、意向低いほど理解不足ではなく、最も理解不足なのは中立層</p>	<p>C.必要性を感じない 意向が低いほど、必要性を感じていない。特に、現金利用による面倒にも慣れており、不便と感じていない可能性がある</p>
<p>D.使いすぎ回避 意向が高い層でも、CL利用によりお金を使いすぎてしまうと考えている</p>	<p>E.借金に対する嫌悪感 意向が高い層でも、借金に対する嫌悪感はある</p>	<p>F.消費者から見たアクセプタンス不足 意向が低いほど、周囲でCLが利用されていない</p>
<p>G.セキュリティへの不安 意向が高い層でも、セキュリティへの不安は大きい</p>	<p>H.プライバシー懸念 意向が高い層でも、プライバシーへの懸念は大きい</p>	<p>I.家計管理の複雑化回避 意向が低い層ほど、家計管理の複雑化を懸念している</p>
<p>J.利便性比較 意向が高い層でも、CL決済を集約したいと考えている。また、登録のプロセスやチャージは手間だと感じている</p>	<p>K.店舗や他の客への負荷・迷惑回避 意向が高い層でも、周りへ迷惑を掛けることを懸念している</p>	<p>L.接触への嫌悪感が少ない 意向が低いほど、接触に対する嫌悪感が薄い</p>

(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2020 年度)」

キャッシュレス決済の利用意向が低いと、キャッシュレス決済に対する必要性を感じず、その結果、興味や理解も得られていない。また必要性を感じない理由として、周囲の人がキャッシュレス決済を利用していない状況が伺える。また、現金のみであれば家計管理が行いやすいと感じる傾向にある。なお、コロナ禍の状況ではあるが、調査結果においては利用意向が低い人ほど、人との接触に対する嫌悪感は低く、そのこともキャッシュレス決済に対する必要性を感じない理由となっているようである。

2.4.2 SCI-Payment

SCI Payment は、株式会社インテージによる、全国 15~79 歳まで約 3 万人のモニターに対し行う調査である。1 週間あたり 4,000 人、1 ヶ月あたり 16,000~20,000 人に対してスーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストア、ネット通販等での食品や日用品の購入を調査対象としている。スマートフォンのアプリもしくはインテージが配布する専用端末にて商品のバーコードを読み取り、購入した場所、個数、金額、レシートの合計金額と決済手段について調査を行っており、衣料品や耐久消費財、各種サービスへの支出については、アンケート形式により、上記の対象サンプルに対して追加で購入した場所、レシートの合計金額と決済手段についてデータを収集している。

図表 31 SCI Payment において調査対象とする業態

業態	収集定義
スーパー	スーパーにおける、バーコードの付いた食品・飲料・日用雑貨・化粧品・医薬品が含まれるレシート
飲食店	レストラン、カフェ、ファストフード店、居酒屋など ※食事の宅配、デリバリーは除く

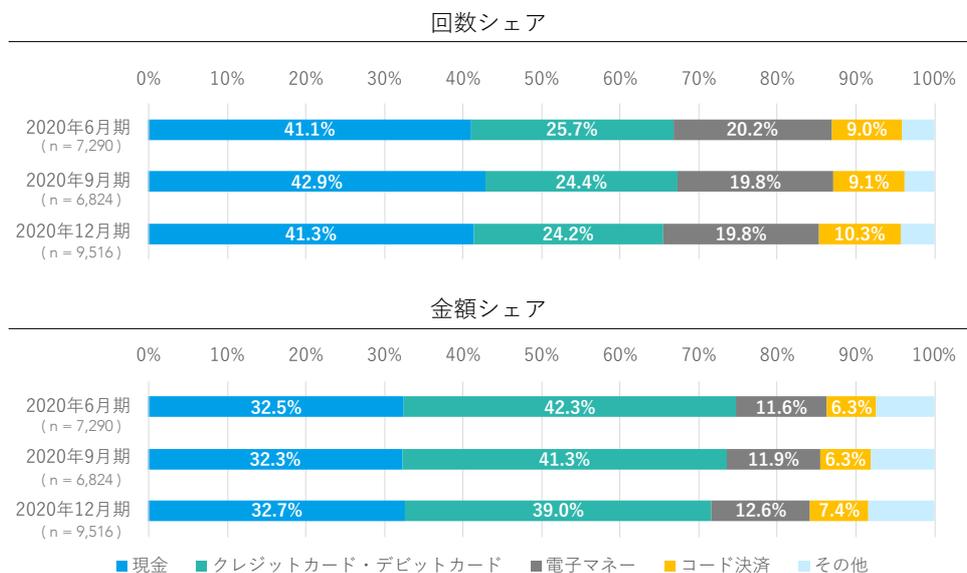
業態	収集定義
薬局・ドラッグストア	薬局における、バーコードの付いた食品・飲料・日用雑貨・化粧品・医薬品が含まれるレシート
コンビニエンスストア	コンビニエンスストアにおける、バーコードの付いた食品・飲料・日用雑貨・化粧品・医薬品が含まれるレシート
交通費	電車、バス、タクシー、飛行機 ※旅行代金を除く
ファッション関連	衣料品店・アパレル店、靴店、眼鏡・コンタクト店・クリーニング店など
自販機	自動販売機における、バーコードの付いた食品・飲料・日用雑貨・化粧品・医薬品が含まれるレシート
ホームセンター/ ディスカウントストア	ホームセンターにおける、バーコードの付いた食品・飲料・日用雑貨・化粧品・医薬品が含まれるレシート
娯楽・趣味・レジャー関連	フィットネス・スポーツ施設、ゴルフ場、テーマパーク、映画館、ゲーム・カメラ・ショップ、楽器店など
宅配・通販（インターネット注文）	インターネット通販における、バーコードの付いた食品・飲料・日用雑貨・化粧品・医薬品が含まれるレシート
保険料金・公共料金	公共料金には、電気、ガス、水道、電話料金、インターネット接続料金などが含まれる
書店・DVD・CDショップ	書店・DVD・CDショップ
食事の宅配、デリバリー、出前	食事のテイクアウトも含む
家電量販店	家電量販店
医療関連	通院・医薬品購入等 ※ドラッグストアは除く
美容関連	美容院・理髪店、エステ、ネイルサロン、マッサージ店など ※ドラッグストアは除く
宅配・通販（カタログ・電話他注文）	カタログ・電話注文における、バーコードの付いた食品・飲料・日用雑貨・化粧品・医薬品が含まれるレシート
旅行関連	ホテル旅館、旅行代理店など
教育関連	2020年9月度より聴取開始。学校・塾・習い事・教材購入など
百貨店・デパート	百貨店における、バーコードの付いた食品・飲料・日用雑貨・化粧品・医薬品が含まれるレシート
駅売店（KIOSKなど）	駅売店における、バーコードの付いた食品・飲料・日用雑貨・化粧品・医薬品が含まれるレシート
その他食料品店	(コーヒー専門店/パン・菓子店/肉屋・魚屋・八百屋/一般食料品店)における、バーコードの付いた食品・飲料・日用雑貨・化粧品・医薬品が含まれるレシート
その他店舗	(100円ショップ/赤ちゃん専門店/ペット用品店/動物部病院/一般酒店/酒のディスカウントストア/化粧品店/雑貨店/大学生協)における、バーコードの付いた食品・飲料・日用雑貨・化粧品・医薬品が含まれるレシート

(出典) 株式会社インテージ「SCI Payment」

a. 全体的なキャッシュレス決済の利用状況

キャッシュレス決済手段の利用回数及び利用金額の割合を見ると、回数ベースで半数以上、金額ベースでは、7割弱がキャッシュレスの利用となっている。

図表 32 購買全体における決済手段毎の利用状況



(出典) 株式会社インテージ「SCI Payment」

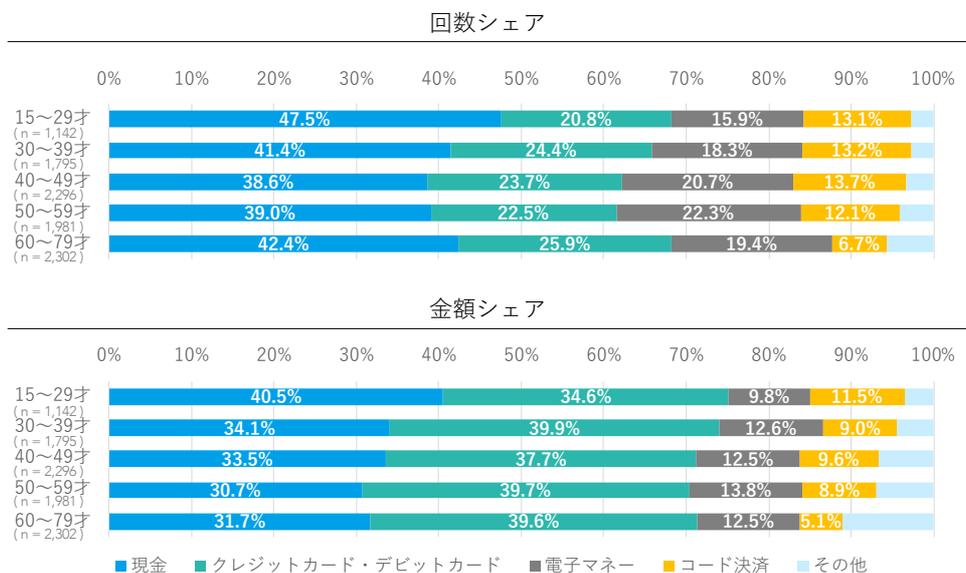
b. 年代別の利用状況

年代別にキャッシュレス決済の利用状況を見ると、回数ベースでは「15～29才」が最も割合が低く、次いで「60～79才」となる。若年層においては、キャッシュレス決済手段を利用したくても利用できないケースもあると思われる。従前からの指摘通り、高齢者層の割合が低い、それでも半数以上がキャッシュレス決済で支払われており、極端に低いという状況にはない。

金額ベースでは、むしろ高齢者層のキャッシュレス支払いの割合が高い。このことから、高齢者層においては、普段遣いのような低価格帯での利用は少ないと推察される。しかしながら、全く利用がない状況ではないため、あらゆる利用シーンでの活用を促すような取組が必要と考える。

ただし、コード決済の利用は、回数、金額ともに「60～79才」の消費者における利用が少ないため、クレジットカード等のいつも利用しているキャッシュレス決済手段の利用シーンの拡大が重要と考える。

図表 33 年代別の決済手段毎の利用状況

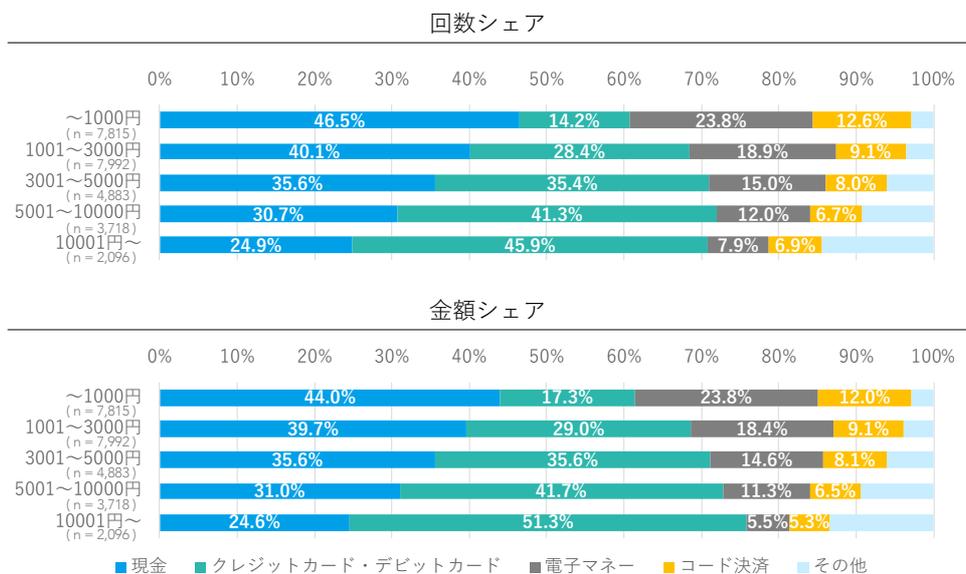


(出典) 株式会社インテージ「SCI Payment」

c. 支払価格帯別の利用状況

支払価格帯別の利用状況を見ると、低価格帯では、電子マネー、コード決済の利用が多く、高価格帯になるに従ってクレジットカードの利用が多くなる。また、現金に着目すると、高額になるにつれ、現金の利用率は低下傾向にある。

図表 34 支払価格帯別の決済手段毎の利用状況



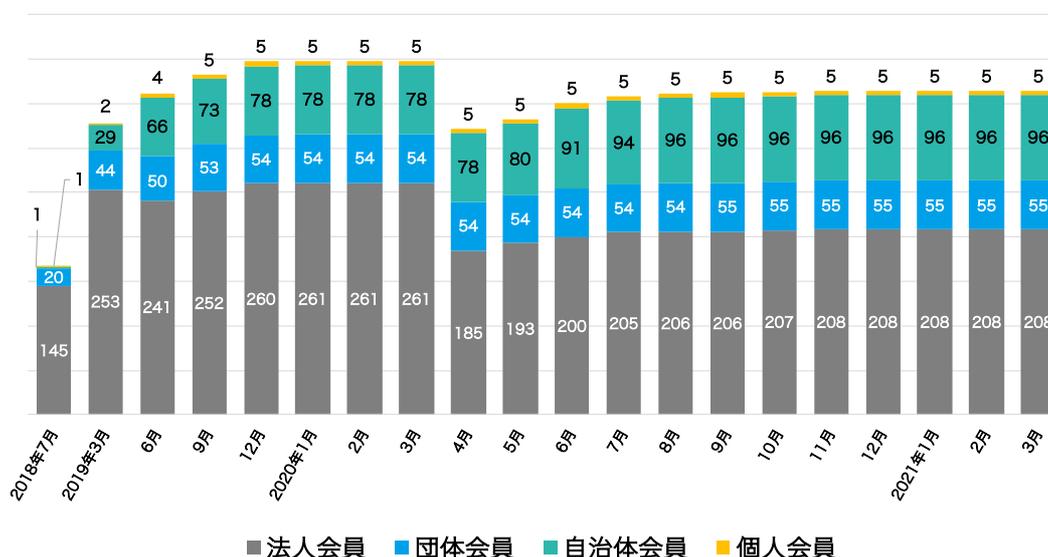
(出典) 株式会社インテージ「SCI Payment」

3 キャッシュレス推進協議会の活動状況

3.1 会員の広がり

キャッシュレス推進協議会の会員は、2021年3月末現在で、法人会員208、団体会員55、自治体会員96、個人会員5と、合計364の企業、団体、個人にご加入いただいている。

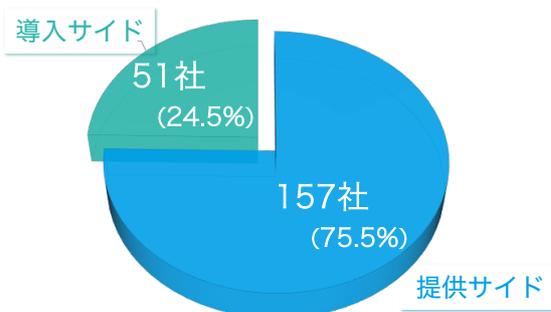
図表 35 会員区分別 加入状況の推移 (2021年3月末現在)



(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、新型コロナウイルス感染症の拡大もあり、特に影響を受けた導入サイドの会員数が減少している。その結果、全法人会員に占める導入サイドの割合はがやや減少したものの、おおよそ全体の1/4を占める。

図表 36 「提供サイド」と「導入サイド」の比率 (2021年3月末現在)

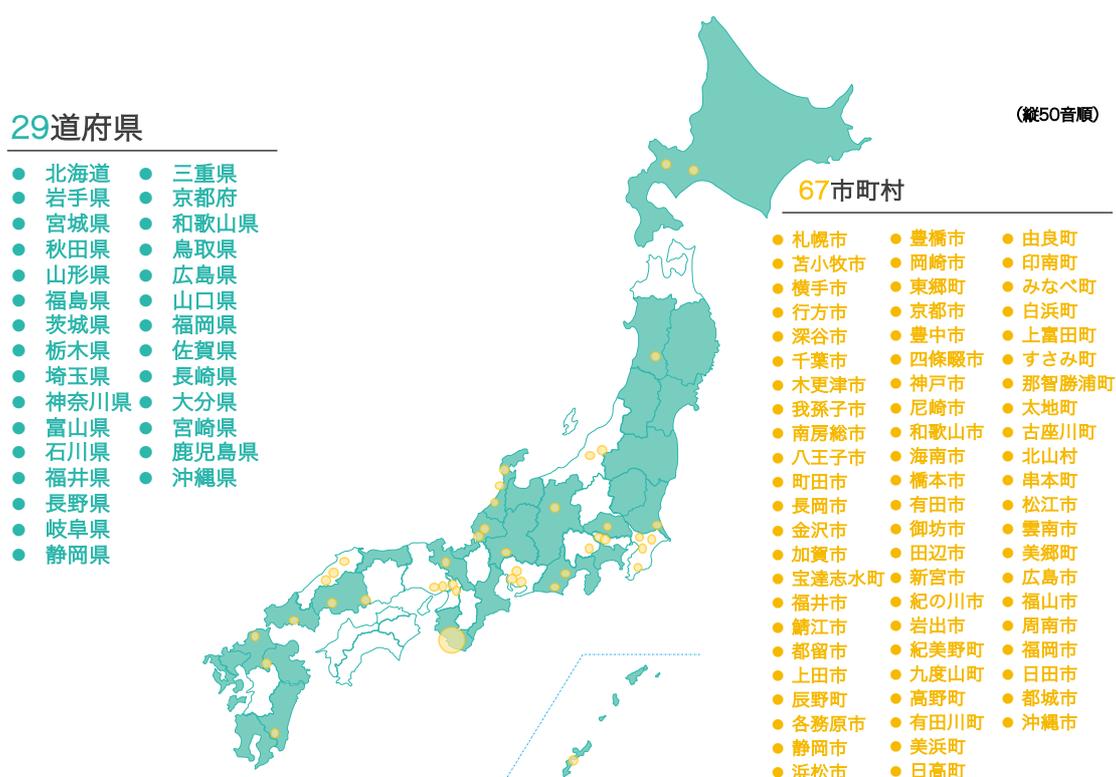


(出典) キャッシュレス推進協議会事務局

当協議会では、キャッシュレスのさらなる普及促進には導入サイドの事業者の声は非常に重要と考えており、さらなる導入サイドの事業者の参画をいただけるよう、働きかけを行っていきたいと考えている。

また、自治体会員については、2021年度末時点で96自治体の参加をいただいている。2020年度末時点では78自治体であったことから、さらなる参加をいただいている。特に2021年度は、自治体自身へのキャッシュレス導入に関するご質問を多く頂いており、自治体においてもより積極的なキャッシュレスの導入が伺える。

図表 37 自治体の加盟状況 (2021年3月末現在)



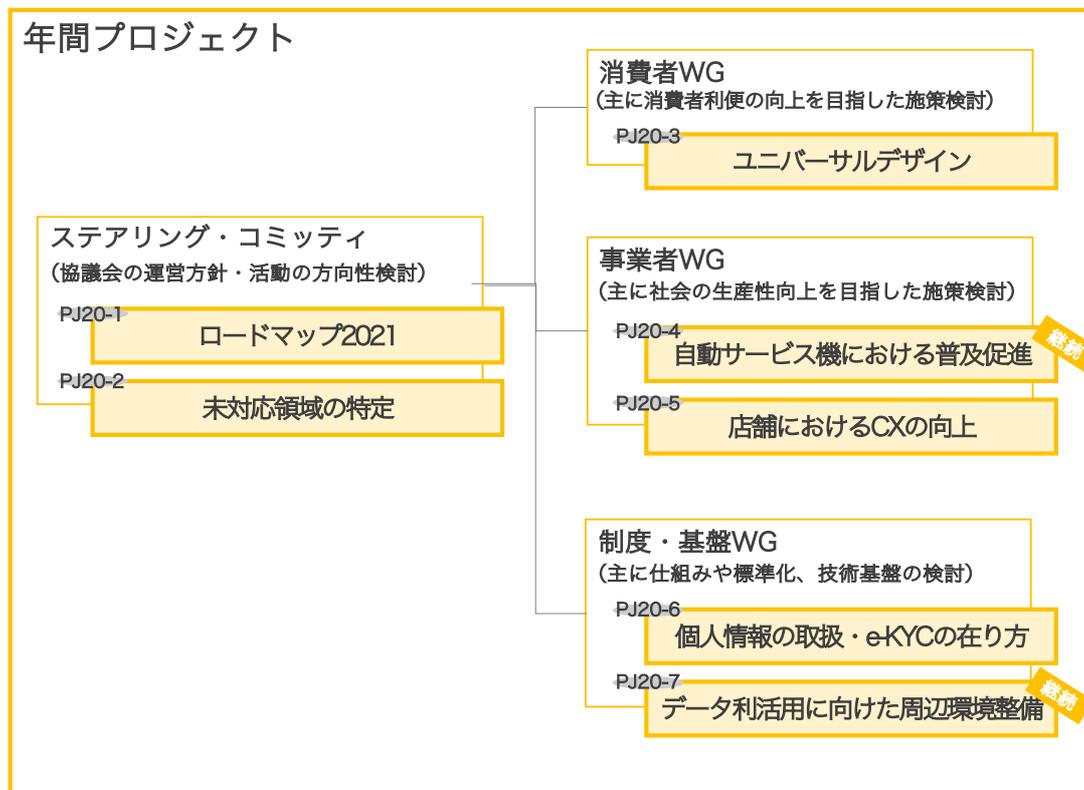
(出典) キャッシュレス推進協議会事務局

3.2 2020年度の活動状況

昨年度策定した「キャッシュレス・ロードマップ2020」で提示した「キャッシュレス社会の姿」を実現するため、2020年度は7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7つの年間プロジェクトのうち、【PJ20-1】の活動成果をとりまとめたものである。

以降に7つのプロジェクトの概要と2020年度の活動内容を紹介する。

図表 38 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

3.2.1 ステアリングコミッティの活動

a. ロードマップ 2021 (PJ20-1)

当協議会の公表物として最も重要な文書の一つである「キャッシュレス・ロードマップ」の策定に向けた検討を行った。また、今年度は、新型コロナウイルス感染症の拡大という新たな社会変動もあったことから、ロードマップの策定に加え、新しい生活様式に沿った、キャッシュレスの提供、利用の実践方法についても議論を行った。本項では、後段の新しい生活様式に沿ったキャッシュレス提供、利用の実践例について記載する。

i. 新しい生活様式に沿ったキャッシュレスの在り方

2020 年全世界を襲った新型コロナウイルスの感染拡大は、日常生活に大きな変化をもたらした。効果的な対策法やワクチン開発が見いだせない中、「接触を避ける＝非接触」が感染拡大を防ぐ手段として一般に浸透し、非接触を求める日常生活が通常となった。厚生労働省が提唱する『『新しい生活様式』の実践例』においても「(3) 日常生活の各場面別の生活様式」として、買い物時に「電子決済の利用」が示されている。

図表 39 新しい生活様式の実践例

(3) 日常生活の各場面別の生活様式	
買い物 <input type="checkbox"/> 通販も利用 <input type="checkbox"/> 1人または少人数ですいた時間に <input type="checkbox"/> 電子決済の利用 <input type="checkbox"/> 計画をたてて素早く済ます <input type="checkbox"/> サンプルなど展示品への接触は控えめに <input type="checkbox"/> レジに並ぶときは、前後にスペース	公共交通機関の利用 <input type="checkbox"/> 会話は控えめに <input type="checkbox"/> 混んでいる時間帯は避けて <input type="checkbox"/> 徒歩や自転車利用も併用する
娯楽、スポーツ等 <input type="checkbox"/> 公園はすいた時間、場所を選ぶ <input type="checkbox"/> 筋トレやヨガは、十分に人との間隔を もしくは自宅で動画を活用 <input type="checkbox"/> ジョギングは少人数で <input type="checkbox"/> すれ違うときは距離をとるマナー <input type="checkbox"/> 予約制を利用してゆったりと <input type="checkbox"/> 狭い部屋での長居は無用 <input type="checkbox"/> 歌や応援は、十分な距離かオンライン	食事 <input type="checkbox"/> 持ち帰りや出前、デリバリーも <input type="checkbox"/> 屋外空間で気持ちよく <input type="checkbox"/> 大皿は避けて、料理は個々に <input type="checkbox"/> 対面ではなく横並びで座ろう <input type="checkbox"/> 料理に集中、おしゃべりは控えめに <input type="checkbox"/> お酌、グラスやお猪口の回し飲みは避けて
	イベント等への参加 <input type="checkbox"/> 接触確認アプリの活用を <input type="checkbox"/> 発熱や風邪の症状がある場合は参加しない

(出典) 厚生労働省『『新しい生活様式』の実践例』

そのため、本プロジェクトにおいて、キャッシュレスの利用に関する具体的なユースケースを示し、感染リスクに応じた場面別の実践例（各ステークホルダーの喫緊課題の明確化）を主体ごとに取りまとめることが、有用であると考えた。

当協議会では、このような考え方に立ち、日々の支払いの際に、少しでも安心してキャッシュレスをご利用いただけるよう、消費者、及びキャッシュレス提供サイド（キャッシュレス決済サービスの運営者等）・導入サイド（店舗等）の方々に参考としていただける実践例を策定・公表した³³。

ii. 各業界の新しい生活様式の推奨

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、多くの業界において拡大防止に向けたガイドラインが策定されている。そのうち、一般の消費者向けに財やサービスを提供している業界においては、キャッシュレスの利用を推奨する内容が定められていることが多い。

図表 40 各業界団体が定めるガイドライン例（抜粋）

分類	策定団体	関連箇所の抜粋
劇場、音楽堂等	全国公立文化施設協会	<ul style="list-style-type: none"> 現金の取扱いをできるだけ減らすため、オンラインでの販売や、キャッシュレス決済を推奨します。 貸館受付窓口や飲食店等では現金の取扱いをできるだけ減らすため、キャッシュレス決済を推奨します。
映画館、演芸場	全国興行生活衛生同業組合連合会	<ul style="list-style-type: none"> 現金の取扱いをできるだけ減らすため、キャッシュレス決済を推奨する。
MICE	日本コンベンション協会	<ul style="list-style-type: none"> 現金の取扱いを極力減らすため、事前参加登録やキャッシュレス決済の導入を検討する

³³ キャッシュレス推進協議会「キャッシュレスの利用、提供における新型コロナウイルス感染症対策に関する実践例」(2021年1月8日)

分類	策定団体	関連箇所の抜粋
博物館	日本博物館協会	<ul style="list-style-type: none"> 現金の取扱いをできるだけ減らすため、オンラインチケットの販売や、キャッシュレス決済の導入を検討する。
外食業	日本フードサービス協会	<ul style="list-style-type: none"> 会計処理に当たる場合は、可能であれば、電子マネー等の非接触型決済を導入する。
商店街	全国商店街振興組合連合会	<ul style="list-style-type: none"> 電子決済の利用を推奨する。
書店	日本書店商業組合連合会	<ul style="list-style-type: none"> 自動精算機・キャッシュレス決済の利用を促進する。
小売業	オール日本スーパーマーケット協会 全国スーパーマーケット協会 日本小売業協会 日本ショッピングセンター協会 日本スーパーマーケット協会 日本専門店協会 日本チェーンストア協会 日本チェーンドラッグストア協会 日本DIY・ホームセンター協会 日本百貨店協会 日本フランチャイズチェーン協会 日本ボランタリーチェーン協会	<ul style="list-style-type: none"> 自動精算機・キャッシュレス決済の利用を促進する。
理容業	全国理容生活衛生同業組合連合会	<ul style="list-style-type: none"> 電子マネー等非接触決済の導入を奨励するとともに支払時にコイントレーの使用などにより、接触機会を減らすよう努める。
美容業	全日本美容業生活衛生同業組合連合会	<ul style="list-style-type: none"> 電子マネー等非接触決済の導入を奨励するとともに支払時にコイントレーの使用などにより、接触機会を減らすよう努める。
宿泊施設	全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会 日本旅館協会 全日本シティホテル連盟	<ul style="list-style-type: none"> カード決済による非対面チェックアウト手続き フロントデスク上にアクリル板等を設置する、カード決済による非対面チェックアウト手続き

(出典) 各業界団体が定めるガイドライン

このように多様な業種、業態においてキャッシュレスの利用が推奨されているが、他方で、感染症対策として安全・安心にキャッシュレスをご利用いただくための方策が明確でない部分もある。そのため、活動の一環として、より具体的にキャッシュレスサービスを提供、利用する際の実践例を定めた。

iii. 実践例における記載内容

当協議会が本プロジェクトの一環として策定・公表した「キャッシュレスの利用、提供における新型コロナウイルス感染症対策に関する実践例」では、店頭でのキャッシュレス利用を想定し、「提供サイド（銀行業、貸金業・クレジットカード業、資金決済業等）」「導入サイド（卸売業、小売業、宿泊業・飲食サービス業等）」「消費者（キャッシュレスにて支払いを行う者（個人・法人））」の3つの視点から、新しい生活様式においてそれぞれが実施すべき事項を記載している。

図表 41 実践例の目次

1	はじめに	1
2	提供サイドにおける実践例	2
2.1	継続的なサービス提供に向けた対応	2
2.2	新たな生活様式への対応	3
3	導入サイドにおける実践例	4
3.1	安全・安心なキャッシュレス利用環境の整備	4
3.2	新たな生活様式への対応	5
4	消費者における実践例	6
4.1	各種ガイドラインの定着に向けて	6
4.2	さらなるキャッシュレスの利活用に向けて	7

(出典) キャッシュレス推進協議会

「キャッシュレスの利用、提供における新型コロナウイルス感染症対策に関する実践例」

b. 未対応領域の特定 (PJ20-2)

2019年のキャッシュレス決済比率は26.8%に到達したが、言い換えれば73.2%がキャッシュレスが浸透していない分野(本プロジェクトにおける「未対応領域」となる。この73.2%の内訳について、できるだけ具体的かつ詳細な領域を特定することで、今後のキャッシュレス推進を強化すべき分野を明確にすることを目的とし、検討を行ってきた。特に、今年度は総務省の「全国家計構造調査³⁴」が公表される年でもあるため、当該調査、及びキャッシュレス・ポイント還元事業におけるデータ等を基に、分析を行った。

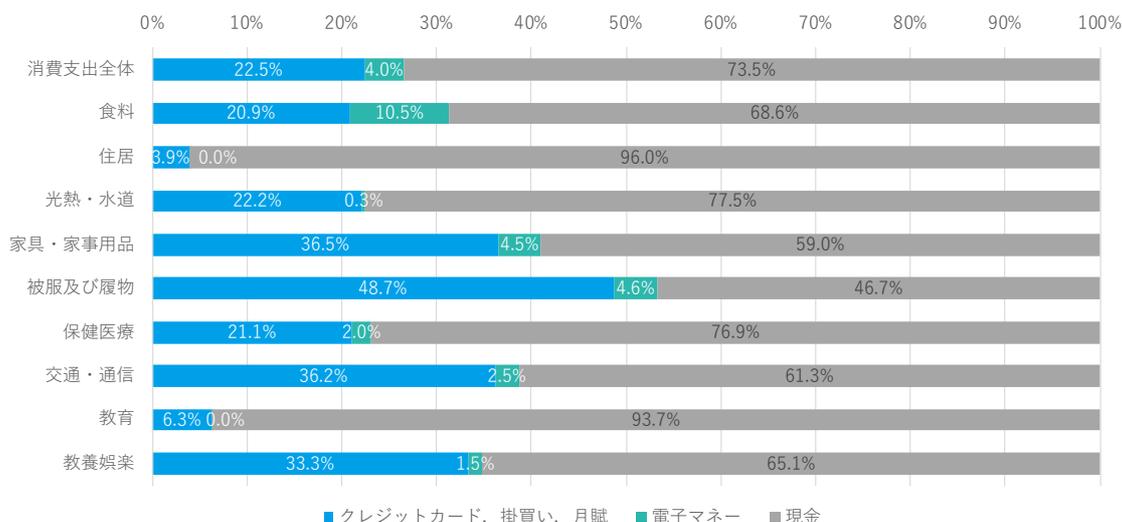
i. 分析の概況

1.1.3でも示したとおり、全国家計構造調査によると、消費支出全体に占めるキャッシュレス支払いの割合は、26.5%であった。支出項目別に詳細を見ると、「被服及び履物」の割合が高く、「住居」は低かった。ただし、本調査において、家賃等の支払に多く利用されていると推察される銀行口座振込については現金として取り扱うため、注意が必要である。

キャッシュレス決済手段別に見ると、食料については電子マネーの割合が他の項目と比べ高くなっている。スーパーマーケットやコンビニエンスストアでの購入が多い支出項目であり、これらの業態における電子マネーの導入率が影響していることに加え、2.4.2で示したとおり、他の支出項目と比べ低価格帯の商品が多くなるため、電子マネーの利用が進んでいると推察される。

³⁴ 家計構造実態調査では、各支出項目における購入形態の確認ができる。購入形態としては「現金」「クレジットカード、掛買い、月賦(電子マネー(ポストペイ)を含む)」「電子マネー(プリペイド)」に分けることができる。

図表 42 支出項目別キャッシュレス支払い割合



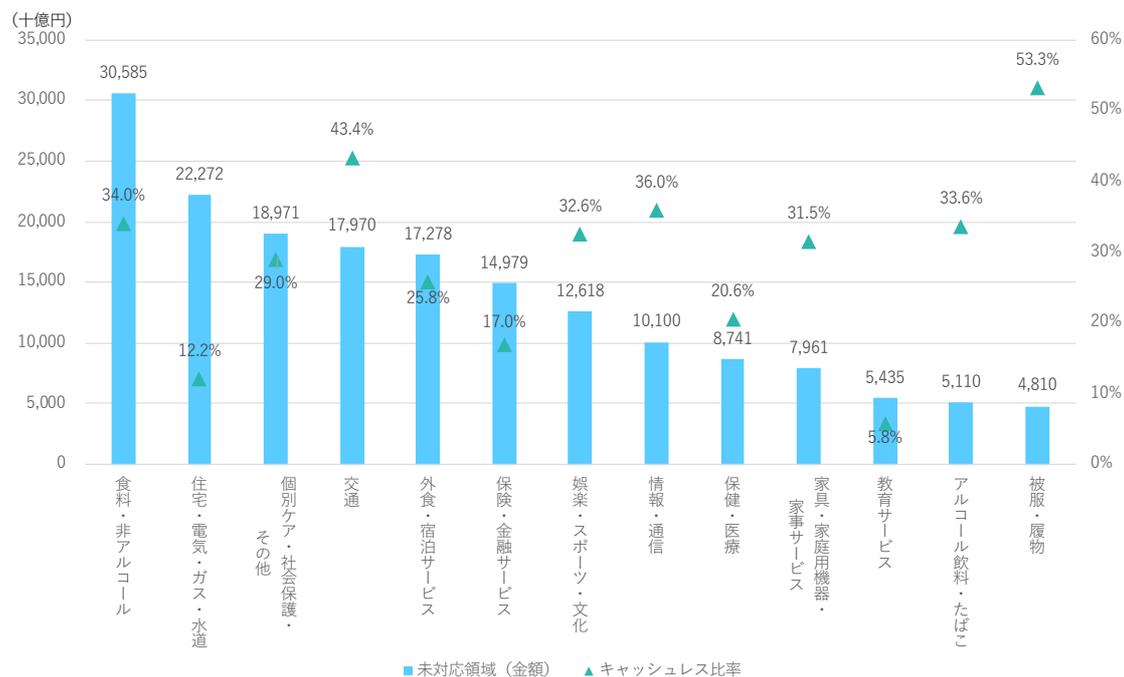
(出典) 家計構造調査 (2019 年)

本プロジェクトでは、全国家計構造調査の支出項目の細分類について、政府の示すキャッシュレス決済比率の分母である民間最終消費支出のうち、持ち家の帰属家賃及び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のどの項目に該当するのかについて再分類を行い、家計最終消費支出の項目別キャッシュレス支払い割合を推計した。さらに、各項目の総額のうち、キャッシュレス支払い割合に相当する額を除いた値を、キャッシュレス未対応金額として試算的に算出した。

結果は、図表 43 に示すとおり、未対応金額としては「食料・非アルコール」が最も大きく、次いで「住宅・電気・ガス・水道」「個別ケア・社会保護・その他」と続く。「食料・非アルコール」のキャッシュレス支払割合は、34.0%と全体割合よりも高い値となっているが、母数となる金額が他の項目に比べ非常に大きいため、結果として未対応金額も大きくなっている。

従って、単にキャッシュレス決済の割合が低い業種を狙うだけでなく、このような現金で支払われていると想定される金額の大きな分野に注力していくことも重要であると考えられる。

図表 43 家計最終消費支出におけるキャッシュレス支払状況の推計



(出典) 民間最終消費支出及び全国家計構造調査よりキャッシュレス推進協議会作成

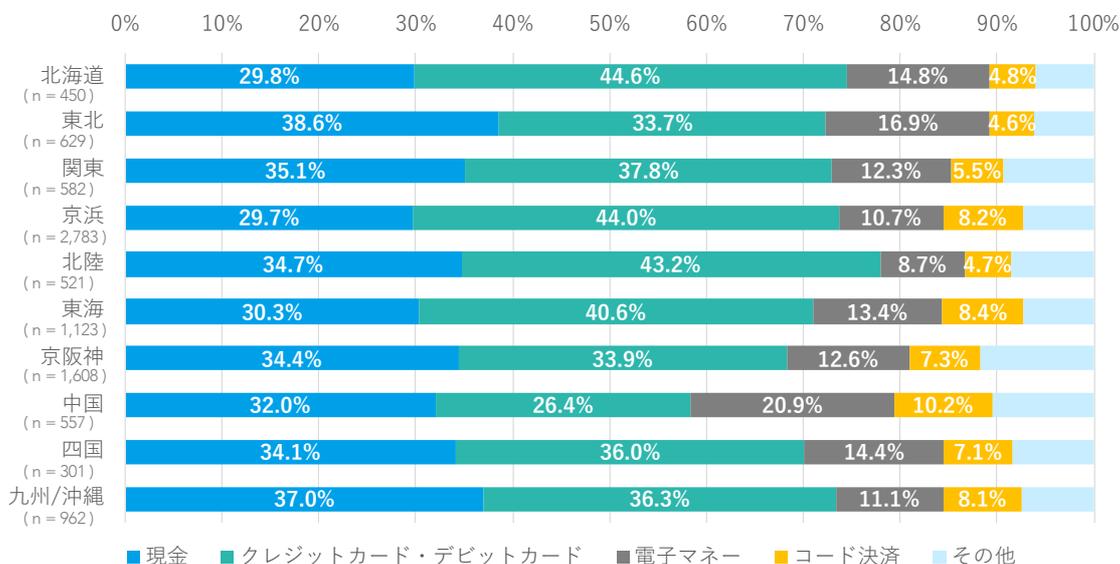
ii. 今後注力が必要と考えられる領域

本プロジェクトでは、さらにそれぞれの項目において深掘り分析を行い、今後キャッシュレスの普及促進に注力すべきと考えられる領域を検討した。ここでは、結論について言及する。

短期的な対応として、スーパーマーケット及び地方交通におけるキャッシュレス利用の向上が効果的であるとした。先程述べたように、食料・非アルコールは未対応金額が大きく、この分野の比率を上げることは全体的なキャッシュレス決済比率への貢献度が高い。また、地方交通とあわせて考えると、いわゆる日常生活の中でキャッシュレスが浸透していくことを意味し、他の分野への波及効果も期待できる。なお、地域的には東北、九州地方における普及促進が求められる。

地域別の基礎としては、図表 4 に示した都道府県別のキャッシュレス支払い比率が基礎となる。東北及び九州地方において他地域と比べ比率が低い結果となっている。株式会社インテージが実施する「SCI Payment」においても、東北地方、九州・沖縄地方の現金比率が高く、同様の結果となっている。当協議会が実施する「消費者インサイト調査」においては、北海道・東北、九州・沖縄地方におけるキャッシュレスの利用意向が低く、今後、これらの地域特性についてさらなる分析を行っていく予定である。

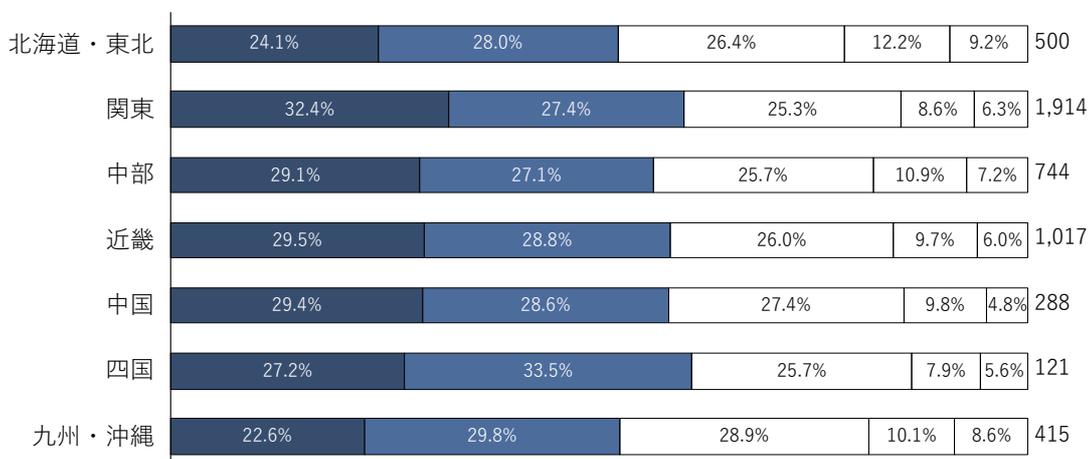
図表 44 SCI-Payment における地域別の支払い状況（金額ベース）



(出典) 株式会社インテージ「SCI-Payment 2020 年 12 月期」

図表 45 消費者インサイト調査における地域別キャッシュレス利用意向

- 1. どんな金額・場所等でもキャッシュレス決済で支払いたい
- 2. どちらかというともキャッシュレス決済で支払いたい
- 3. どちらとも言えない
- 4. どちらかというとも現金で支払いたい
- 5. どんな金額・場所等でも現金で支払いたい



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2020 年度)」

中期的な対応としては、その他の特にキャッシュレス支払い割合が低い領域における普及促進が求められる。具体的には、「外食」「ペット」「書籍」「花」「特に着払いにおける運送費」「家事サービス」「クリーニング」といった領域が挙げられる。

最後に長期的な対応としては、2018 年に経済産業省が公表した「キャッシュレス・ビジョン」において示された、「将来的には世界最高水準の 80% を目指す。」とする目標を到達するためには、現状のクレジットカード、デビットカード、電子マネー、コ

ード決済を分子とする算出方法では十分ではないと考える。そのため、現在の計算方法で2025年までの40%到達を目指しつつも、キャッシュレス決済比率の計算方法の見直しも含めたさらなる議論を行っていく必要があると考える。

3.2.2 消費者WGの活動

a. ユニバーサルデザイン (PJ20-3)

本プロジェクトでは、消費者インサイト調査等の既存調査に加え、障害者団体³⁵へのヒアリング、アンケートを通じて、子ども、高齢者、障害者等、あらゆる方々がキャッシュレスを安全・安心にご利用いただくための方策を検討した。

今後、キャッシュレスがさらに普及すると、完全キャッシュレスの店舗が多数登場することが想定される。他方で、海外での事例として見られるように、現金の受け入れを義務付ける動きも出始めている。店舗において現金業務から開放され、キャッシュレスのみで事業を行うことができれば、さらなる業務の効率化に繋がると考えられるが、現金の取扱が残存する、もしくは必須となると、現金とキャッシュレスの両方に対応するため、業務効率が下がる結果となる。

海外における現金の受け入れを義務付ける動きの背景には、キャッシュレス決済サービスを利用できない消費者が少なからず存在するという事実がある。このような反動が生じないようにするためにも、また、あらゆる方にキャッシュレスのメリットを享受いただくためにも、キャッシュレス決済サービスのユニバーサルデザイン化を進める必要がある。

i. 対応状況の周知

例えば、一般社団法人全国銀行協会では、ホームページにおいて銀行の「障がい者向け相談窓口」を掲載している。このように、安心して連絡できる連絡先がひと目でわかるような環境を整備しておくことは重要である。

ii. 職員による理解促進

サービスの提供においては、サービスを受ける人の状況を理解することが重要である。そのため、「サービス・ケア・アテンダント」「認知症サポーター」「ユニバーサルマナー検定」等の各種資格や検定を職員に取得させ、資格取得の過程における講習や学習を通じて相手方理解の促進に務めることも重要である。

iii. 代理人による対応

子ども等の銀行口座やクレジットカード等を自由に利用できない層においてもキ

³⁵ 一般社団法人全日本ろうあ連盟、社会福祉法人日本視覚障害者団体連合、一般社団法人日本自閉症協会、社会福祉法人日本身体障害者団体連合会にご協力いただいた。

キャッシュレスをご利用いただくためにも、どのようにチャージを実現していくかを検討することは重要である。例えば、三井住友カード株式会社が提供する「かぞくのおさいふ」では、保護者が子どものカードにチャージができる機能を提供していたり、上限額等の利用コントロールをできるようにしたりする。このような正当な権限を持つ代理人が、キャッシュレスの保有、管理を行うことが難しい方のサポートをできるような仕組みを提供していくことは、これまでキャッシュレスが縁遠かった子どもにキャッシュレス決済手段を保有しやすくする取組と言える。

また、一部の視覚障害者や身体障害者においては、紙媒体への記入等が困難な場合が想定される。これについては、キャッシュレス決済事業者の職員による代筆、代読が有効であるが、代筆、代読による対応が有効なものとして取り扱われるよう、社内規程の整備も必要である。

さらに、聴覚障害者においては、電話での本人確認等への対応が困難との指摘がある。これについては、電話リレーサービスが制度化されたこともあり、このような電話リレーサービスを介した電話での取引であっても有効なものとして認めるような規程の整備が重要である。

iv. アクセシビリティの向上

最近ではWebブラウザを介したオンラインでのサービス提供が主流となりつつある。他方で、スパム対応等も必要であり、一部のオンラインサービスでは、複数枚ある画像の中から特定の画像を選択させる等により、ロボットではなく実際に人がアクセスしていることを確認する方式が採用されている。このような方式では、視覚障害者において画像の把握が困難なケースが生じる。そのため、画像の識別が不要な方式を採用する等、アクセシビリティに配慮した対応が求められる。

最近では、一人が複数枚のカードを保有するケースは珍しくない。他方でキャッシュレス関連のカードは、同じ規格で作成されていることもあり、大きさ等でその違いを判別することができない。また、かつてはエンボス加工によりカードの番号等に凹凸があったが、最近ではそのような加工を行わないカードも増えてきている。そこで、希望者に対し、カードを識別可能な点字シールを提供する等の配慮が有効である。利用明細等についても、点字による提供をオプションとして用意する等、視覚障害者に配慮した対応が求められる。

一部の発達障害者においては、画面のリニューアルに対応できなかつたり、数字の理解が困難であったりするケースがある。これについては、例えば、コード決済等のスマートフォンアプリにおいて、「シンプルモード」の設定が可能とする配慮が効果的と考えられる。「シンプルモード」とは、単機能（例えば、払う、送る、チャージするのみ等）にし、その結果ボタンも少なくする。また、金額表示も数字のみではなく

イメージ図等を活用したわかりやすい表現とする等の対応により、簡単な画面表示にすることで、複雑性を苦手とする層にも受け入れられる対応が必要と考える。

3.2.3 事業者 WG の活動

a. 自動サービス機における普及促進 (PJ20-4)

飲料等自動販売機については、これまで主にキャッシュレス決済手段として電子マネーが導入されるケースが多かった。最近では、コード決済やクレジットカード等の非接触決済についても導入が進められつつある。本プロジェクトにおいては、飲料等の自動販売機における実際のコード決済や非接触決済に関する事例について、事業者からヒアリングを行った。

また、駐輪場の精算機においては、コード決済の導入可能性について、実証実験を実施し、その有効性について検討を行った。

b. 店舗における CX の向上 (PJ20-5)

キャッシュレス決済サービスの多様化により、店舗においては多くのキャッシュレス決済サービスを導入するようになってきている。その結果、それぞれの決済サービス、店舗等の違いにより、消費者や店員において少なからず混乱するケースも生じ始めている。本来であれば、キャッシュレスの利用により、その利便性等から CX (Customer eXperience: 顧客体験) は向上するはずであるが、むしろ CX の低下につながるケースも生じている。

本プロジェクトでは、これらキャッシュレス決済サービスや店舗の違いによらず、一様にキャッシュレスを扱えるようにすることで、消費者や店員における理解度を向上させ、よりスムーズなキャッシュレス利用を実現することを目的としている。

消費者や店員がどのような点で不満をいただいているのか、アンケートやヒアリングを通じて情報を収集した。

i. 店舗における CX 低下の事例

キャッシュレスの利用における課題として、例えば、店舗へのヒアリングでは以下のような指摘があった。

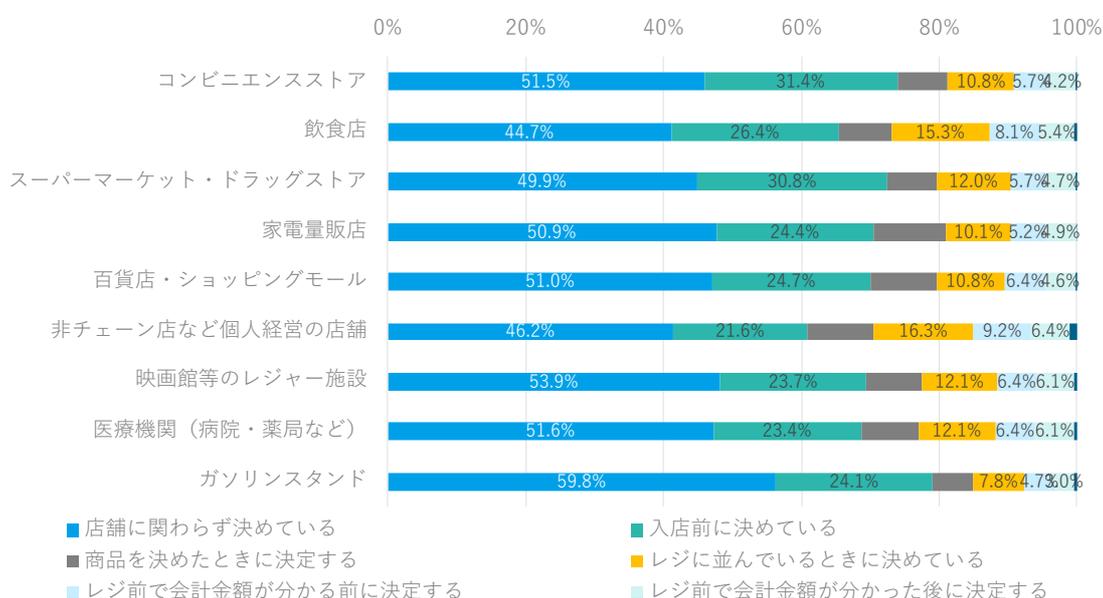
- 店舗により扱えるキャッシュレス決済サービスが異なるが、消費者側でそれらの違いを把握できておらず、利用できない場合においては不満につながる
- サービスによってポイントやクーポンの自動付帯、手動付帯の違いがあったり、処理の順番の制約があったりするため、消費者の期待と異なる結果となる場合がある
- 店員が新しい/多様なキャッシュレス決済サービスに習熟しておらず、消費者の要求に応えきれていない場合がある

- POS レジと決済端末を用意する主体が異なる場合があり、店員においては二重のオペレーションとなっている
- キャッシュレス決済サービス側の障害により、一時的に店舗で利用できない場合がある
- キャッシュレス決済サービスによっては、取扱ができない商品、サービスがある
- 店舗により、キャッシュレス決済サービスの呼称が異なり、消費者との名称の認識で差異が生じる場合がある
- 店頭ではスペースが限られており、十分な情報を消費者に常時提供することが難しい
- 時間帯や金額により、キャッシュレスが利用できないとする店舗が存在する

ii. 消費者が利用するキャッシュレス決済手段を決定するタイミング

消費者インサイト調査では、消費者が店舗において利用するキャッシュレス決済サービスを決定するタイミングについて確認している。約半数の消費者が、店舗によらず予め利用するサービスを事前に決めているが、入店前、そしてレジに並んでいるタイミングで、どのキャッシュレス決済サービスを利用するか決める場合も多かった。

図表 46 消費者における決済手段の決定タイミング



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2020 年度)」

iii. CX 向上に向けた施策

上記の点を踏まえ、本プロジェクトでは、「アクセプトンスマークの掲示」「店員に

よる消費者への声かけ」「決済事業者による消費者への情報提供」「消費者への教育」の4つの施策案を検討した。

これらの施策については、ガイドラインもしくは推奨例として取りまとめていくことを想定しているが、他の課題も含め、次年度の取組に継続し、文書化を行っていく予定である。

3.2.4 制度・基盤WGの活動

a. 個人情報の取扱・e-KYCの在り方 (PJ20-6)

キャッシュレスの進展により、キャッシュレス決済サービスである消費者の決済データを活用するケースも増えてきている。他方で、これらの個人情報の取扱には十分な説明と厳重な取扱が求められる。このことから、個人情報の取扱について、改めて整理を行い、各キャッシュレス決済事業者において適切な対策を求めるとともに、不正利用を防止するに有効なe-KYCのあり方について検討を行った。

i. 個人情報の取扱

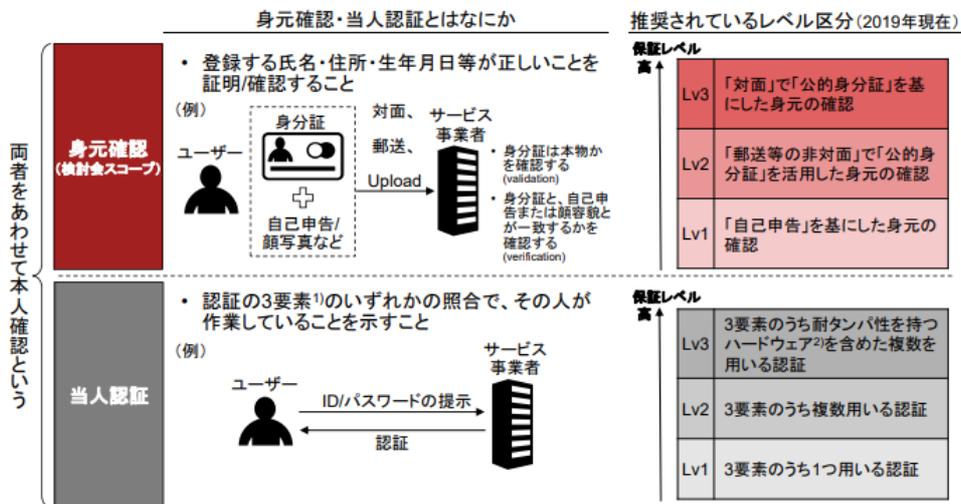
個人情報の取扱に関しては、「キャッシュレスサービスにおける個人情報の利用目的の通知・公表、同意取得等に関するガイドライン」を策定した。このガイドラインでは、現行の個人情報保護法及び関連するガイドラインに基づき、キャッシュレス決済事業者が「守るべき事項」と「考慮すべき事項」を明確化している。

本ガイドラインの策定により、わかりやすく個人情報の取扱に関する事項をとりまとめることで、キャッシュレス決済事業者において、遵守すべき事項等を把握しやすくなり、より適切な個人情報の保護が期待できる。

ii. e-KYCの在り方

e-KYCのあり方としては、広く本人確認のデジタル化として捉え、犯罪収益移転防止法が定める内容に加え、国内外における本人確認のデジタル化に関する取組を調査した。また、当協議会会員へのアンケートを通じ、本人確認のデジタル化に関する課題を抽出し、今後の対応方針について検討を行った。なお、本人確認は、「身元確認」と「当人認証」に分かれる。

図表 47 身元確認と本人認証の違い



(出典) 経済産業省「オンラインサービスにおける身元確認手法の整理に関する検討報告書」

これらを実現するための方策としては、「銀行依拠」「eKYC」「電子認証」の3つの方式があると捉え、それぞれの方式の特徴やメリット/デメリットに関する取りまとめを行った。

2021 年度においては、今期の検討結果を基に、実現方式等を含めたさらなる検討を行っていく予定である。具体的には、3.3.1 を参照されたい。

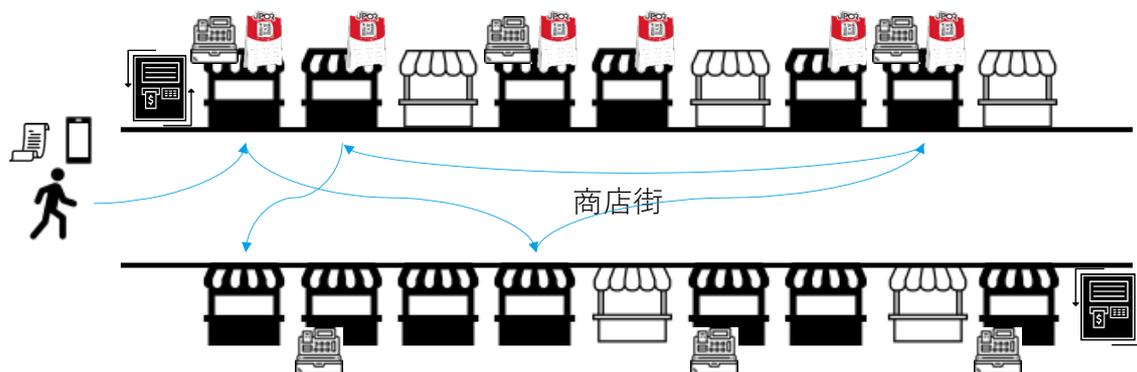
b. データ利活用に向けた周辺環境整備 (PJ20-7)

データ利活用については、2019 年度より当協議会において検討を行ってきた。これまでの検討過程において、データの共有等については、個別の事業者に対してではなく、地域等の公共性のある主体、目的に対してであれば検討可能という方向性が示されていたため、今年度は地域の活性化を目的とした利活用について議論を行った。

また、机上の議論に終わらせず、実際に実行することを目標に議論を行うほうが、より具体的な内容になると考え、2021 年度に実証実験を行う前提で、当該実証実験に必要なデータや周辺環境について確認を行った。

その結果、地域の商店街における人の流れや購買行動について把握し、その結果を商店街や自治体が活用することで、より魅力ある商店街を形成することを目指すこととした。

図表 48 商店街におけるデータ利活用のイメージ図



(出典) キャッシュレス推進協議会

2021 年度には、実際にこれを実施する自治体及び事業者を選定し、データ利活用の可能性、及び課題について具体例をもって確認をする予定である。

3.2.5 2020 年度におけるその他の協議会活動について

本項では、2020 年度に実施した、プロジェクト以外の主な協議会の活動について記載する。

a. 決済動向調査

キャッシュレスの普及促進に向けては、より具体的かつ実際のキャッシュレスに関する統計整備が必要である。この統計整備の必要性については、当協議会の初年度プロジェクトの一つである「【PJ18-4】キャッシュレス関連統計の整備」にて検討を行った経緯がある。2020 年度は、この検討を受け、2020 年度は動向調査として、2 つの新たな指標について調査、公表を開始している。

一つは、2020 年 6 月より公表を開始した「コード決済利用動向調査³⁶」である。この調査では主要なコード決済事業者より、実際の利用金額、回数等について情報提供をいただき、これを集計した結果を公表している。これまで、アンケートや推計によりおおよその利用状況が示されていたが、実際の値としてコード決済の利用状況が表されるようになってきている。コード決済については、店舗等においても、導入意向が比較的高く、このような環境下において、伸展するコード決済の利用状況を公表することは意義があると考えられる。なお、コード決済利用動向調査は、政府のキャッシュレス決済比率にも組み込まれている。

もう一つは、2021 年 2 月より公表している「コンビニエンスストアにおけるキャッシュレス決済動向調査³⁷」である。本調査は我が国の主要なコンビニエンスストア

³⁶ <https://www.paymentsjapan.or.jp/publications/research/pymt-trends/code-payment/>

³⁷ <https://www.paymentsjapan.or.jp/publications/research/pymt-trends/cvs-payment/>

チェーンの協力を得て、現金を含めた支払い方法の割合について示している。日常生活に密接に関係するコンビニエンスストアでの利用状況を把握することは、消費者の利用意向を把握する上で重要であり、我が国に存在する多くのキャッシュレス決済手段が利用可能なコンビニエンスストアの状況は、キャッシュレス決済事業者においても重要な指標となりうる。

b. セキュリティ対策

コード決済サービスを中心に、セキュリティの向上に向けた検討を継続的に実施している。当協議会では、不正なクレジットカードの紐付けによる利用を防ぐため、2019年4月に「コード決済における不正流出したクレジットカード番号等の不正利用防止対策に関するガイドライン」を策定している。その後、当協議会では、他のガイドラインの策定の必要性を含めた継続的なコード決済のセキュリティ強化のための検討を続けており、2020年3月からはコード決済事業者等の協力を得ながら、不正な銀行口座紐付けの防止対策に関する検討会を開催し、その結果として、2020年6月に「コード決済における不正な銀行口座紐づけの防止対策に関するガイドライン」を公表した。

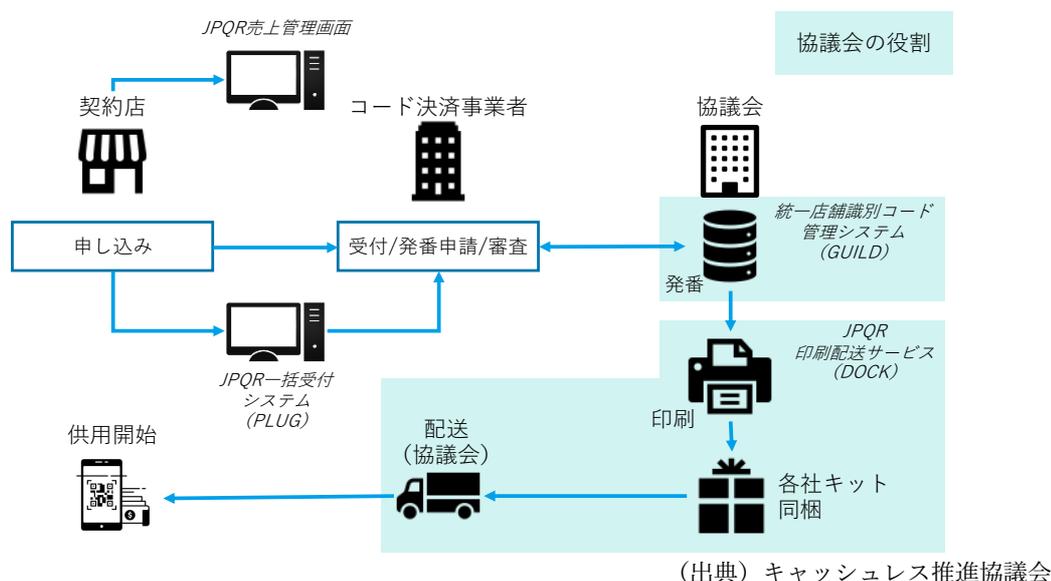
セキュリティ対策については、継続して検討を行っていく予定である。

c. JPQR の運用

2.3.5にて触れたとおり、2020年度は総務省の「JPQR 普及事業」が全国展開を行い、PLUG と呼ぶ Web にてコード決済サービスの申込みを受け付けるシステムが稼働した。これに関連し、当協議会が運営する GUILD 及び DOCK も本格運用を開始している。

当協議会では、JPQR の安定的な運用を実現するため、コード決済事業者等と協力しながら、GUILD 及び DOCK の運用を行っていく。

図表 49 JPQR の運用に関する役割



d. 中小・小規模事業者向けプラン一覧の運用

2.3.2 でも触れたように、経済産業省にて「キャッシュレス決済事業者の中小店舗向け開示ガイドライン」が策定されたことを受け、当協議会にて「中小・小規模事業者向けプラン一覧」を2020年7月より構築、運用している。

このプラン一覧については、決済事業者や業界団体等にも意見を伺い、より適切かつ有効な内容となるよう、2021年1月に更改を行っている。

e. ガイドラインの管理

当協議会で作成、管理している各種ガイドラインについては、定期的にその内容を見直し、必要に応じて改訂を行っている。

2020年度は「キャッシュレス決済データ利活用に係るAPIガイドライン」において、資金移動及びサーバー型電子マネーにおける参照系APIの電文仕様標準として、一般社団法人電子決済等代行業者協会により2020年11月に制定された「電子マネー分野のオープンAPIに係る電文仕様標準」を参照する内容の改訂を行っている。このように、業界団体間での連携をはかることで、より一層効果的なガイドラインとして活用されていくものと考えている。

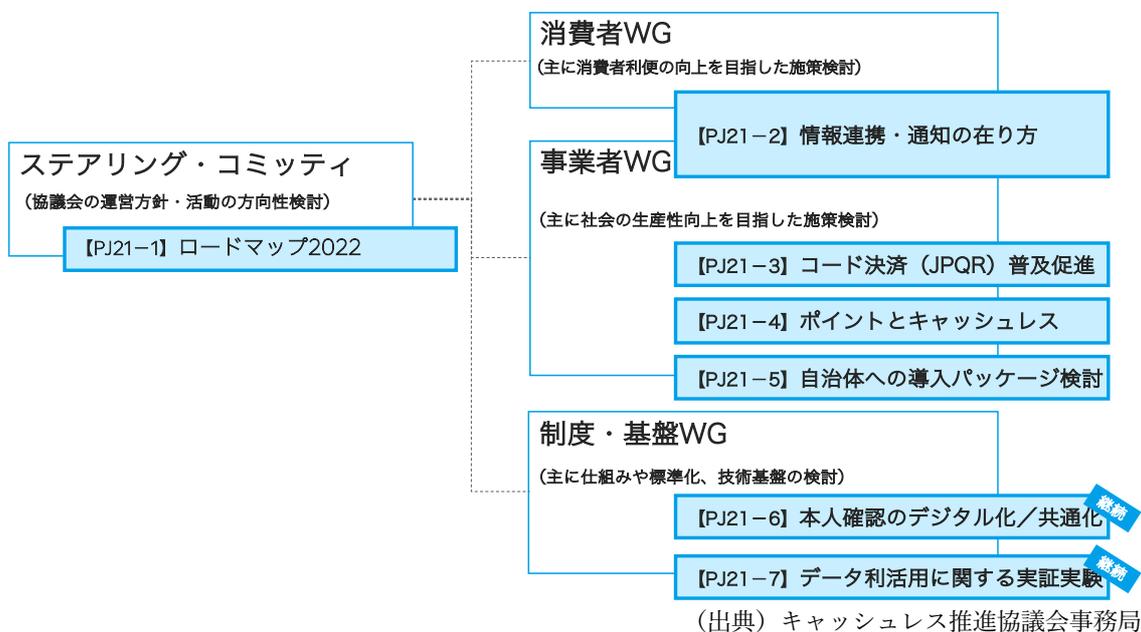
3.3 2021年度の活動予定

3.3.1 2021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。それぞれのプ

プロジェクトの概要等については、当協議会の Web サイト () に掲載しているので、是非ご確認いただきたい。

図表 50 キャッシュレス推進協議会 2021 年度プロジェクト



a. 【PJ21-1】 ロードマップ 2022

本プロジェクトで作成する「キャッシュレス・ロードマップ」は、キャッシュレスに関する現状を把握し、将来の方向性を見極めるもので、当協議会が公表する文書において最も重要な文書のひとつと位置づけられている。

2021 年度は、特に生体認証による決済等の新しいキャッシュレス決済方法について研究を行い、課題の抽出や協調領域の特定等を行っていく予定である。

b. 【PJ21-2】 情報連携・通知の在り方

本プロジェクトでは、キャッシュレス決済に関わる、消費者、店舗、決済事業者の三者間でのコミュニケーションの在り方について検討を行う。すでに、2020 年度において「【PJ20-5】 店舗における CX の向上」において、消費者と店舗、決済事業者との関わりについて目指すべき方向性を示しているが、2021 年度はより具体化を図っていく。特に、昨今のフィッシングサイトに関する問題や、障害発生時の対応等、消費者に混乱を与えないような施策が求められていると認識している。

加えて、キャッシュレス決済利用時に提供される、利用控えについて、ペーパーレス化の可能性についても検討を行う。

c. 【PJ21-3】 コード決済 (JPQR) 普及促進

JPQR 関連システムの安定稼働もあり、2021 年度はさらなる普及を目指し、JPQR

を始めとするコード決済の魅力を上向きさせる施策を検討する。具体的には、JPQR による請求書払いや、JPQR の国際展開の可能性について議論を行う予定である。

d. 【PJ21-4】 ポイントとキャッシュレス

ポイントについては、キャッシュレスと同様に現金を用いず財やサービスの購入ができるツールの一つと広く認識されるようになってきている。他方で、ポイントに関する店舗オペレーションの複雑化や消費者における混乱も生じていると認識する。

本プロジェクトでは、広く、店舗等におけるポイント運用の課題について整理するとともに、ポイントとキャッシュレスの連携強化による各種混乱の解消を検討していく。

e. 【PJ21-5】 自治体への導入パッケージ検討

2.3.1 にて述べたように、2020 年度は経済産業省のモニター自治体事業において、自治体窓口におけるキャッシュレス導入に関する検討が行われた。積極的な議論により、より具体的な手順書の策定には至ったが、議論の過程において、キャッシュレスの導入に関する課題も浮き彫りになっている。

本プロジェクトでは、これら自治体が抱える課題を類型化し、これら課題解決に資するキャッシュレスや POS レジ等の周辺環境について、どのようなソリューションが必要なのかを見極めた上で、各自自治体が導入しやすいよう、これらをパッケージ化したサービスの構築³⁸を目指す。

f. 【PJ21-6】 本人確認のデジタル化／共通化

2020 年度に実施した、【PJ20-6】 個人情報の取扱・e-KYC の在り方 (3.2.4a 参照) を受け、本人確認のデジタル化により特化して検討を行う。

昨今、eKYC の導入が進んでいるが、多様な eKYC ソリューションが存在する中で、決済事業者等とソリューション間の役割分担等が不明瞭となると、効果的な KYC が実行できない恐れがある。また、今後は公的個人認証サービス (JPKI) を活用した公的個人認証や、さらに進めば共通 ID の導入といった展開も想定されることから、共通 ID の導入是非についても議論を行う予定である。

なお、総務省において、マイナンバーカード機能のスマートフォン搭載等に関する検討が進められており³⁹、このような政府施策とも連携をとりながら議論を進めていく。

³⁸ 実際のサービス提供主体は、個別の決済事業者、POS ベンダー等である。

³⁹ https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/mynumber_smartphone/02ryutsu02_04000349.html

g. 【PJ21-7】 データ利活用に関する実証実験

2020年度に実施した、【PJ20-7】データ利活用に向けた周辺環境整備(3.2.4b 参照)の結果を受け、実際に実証実験の実施を目指すプロジェクトである。

3.3.2 2021年度におけるその他の協議会活動について

プロジェクト以外にも自主事業として、図表 51 に示すとおり、いくつかの取組を実施する予定である。2021年度は、特に協議会内外との連携を強める施策に重点をおいており、キャッシュレスやそれに関連する公的セクター、民間セクターの取組を実際の担当者から話を聞く機会を設けたり、当協議会内での会員間連携を深めたりする取組を予定している。

コロナ禍という状況下において、人との接触が難しい状況ではあるが、リモート会議システムの活用等を行いながら、キャッシュレスを軸とした人と人とのつながりを実現していく。

図表 51 2021年度実施する自主事業一覧

決済動向調査	<ul style="list-style-type: none"> ・インサイト調査、SCI-Payment、各種決済動向調査の継続実施及び公表 ・他団体の関連統計等について、当協議会ホームページからのリンク設定を実施 ・新たな公表指標/調査の検討
キャッシュレス情報ハブ	<ul style="list-style-type: none"> ・政府・関連団体等のキャッシュレス関連施策の情報ハブとなるためのアプローチの研究・試行 ・2021年度は有識者を招いての勉強会及び会報「キャッシュレス通信(仮)」の発行から着手予定
横断キャンペーン/イベント	<ul style="list-style-type: none"> ・非接触(NFC、Felica、コード決済)等の統一キャンペーンを実施 ・キャンペーンの形態としては、参加企業の手弁当とならざるを得ないが、統一ロゴの作成、関係省庁の後援取り付け等は、協議会事務局にて実施する ・例：アイデアソン、SNS等を活用した消費者向け参加型イベント、キャッシュレス標語募集
教育と体験	<ul style="list-style-type: none"> ・2019年度に実施した、教育と体験の取り組みの継続実施(教育機関等からの要望に対応する形で講師派遣等) ・診断サイト、デモアプリ等の制作検討
自治体支援	<ul style="list-style-type: none"> ・自治体会員が行うキャッシュレス普及促進に関連する事業への協力(セミナー講師/アドバイザー派遣等) ・自治体から会員への情報発信支援
ネットワーキング	<ul style="list-style-type: none"> ・会員間の交流、および業界内/他業界との交流、マッチング、新規事業創出、情報交換機会促進(取り組み紹介、RFP展開、「〇〇の会」(小売店舗の会 等)の企画・実施)
セキュリティ対策	<ul style="list-style-type: none"> ・キャッシュレスに関連する業界横断的なセキュリティ対策の検討
JPQRの運用	<ul style="list-style-type: none"> ・決済用統一コード仕様「JPQR」の運用に係る各種業務(事業者識別コード及び統一店舗識別コードの発番・管理、店舗提示コードの印刷・発送等)
プラン一覧の運用	<ul style="list-style-type: none"> ・一般向けウェブサイトに掲載中の「中小・小規模事業者向けプラン」について、公表システムの維持、運用を行う
ガイドライン管理	<ul style="list-style-type: none"> ・協議会にて策定したキャッシュレスAPI、JPQR等各種ガイドライン、参考文書等の定期的な見直しと更新

(出典) キャッシュレス推進協議会事務局

4 キャッシュレス社会の実現に向けて

過去2年のキャッシュレス・ロードマップでは、あるべき将来像に向け、キャッシュレス業界が取り組むべき方向性について検討を行ってきた。今年度は、これまでの議論を踏まえつつ、より具体的な施策について検討を行った。今後、当協議会としてこれらの施策を実際に実行することにより、さらなるキャッシュレスの普及を実現したい。

4.1 国内外におけるキャッシュレス普及策の実施状況

具体的な施策を検討する際の参考として、これまでどのような主体が、どのような施策を実施してきたのかを確認する。

4.1.1 公的セクター主導による施策の実施状況

公的セクター（政府、自治体、中央銀行等）主導による施策の実施状況について、欧米では、マネーロンダリングやテロ資金対策に向けた施策を実施する中で、「キャッシュレス・ロードマップ2020」でも触れたが、幾つかの国々で高額な決済における現金利用について、禁止をしたり、本人確認の強化を求めたりといった施策が行われている。その結果として、キャッシュレスの利用が自然と促されるようになってきている。

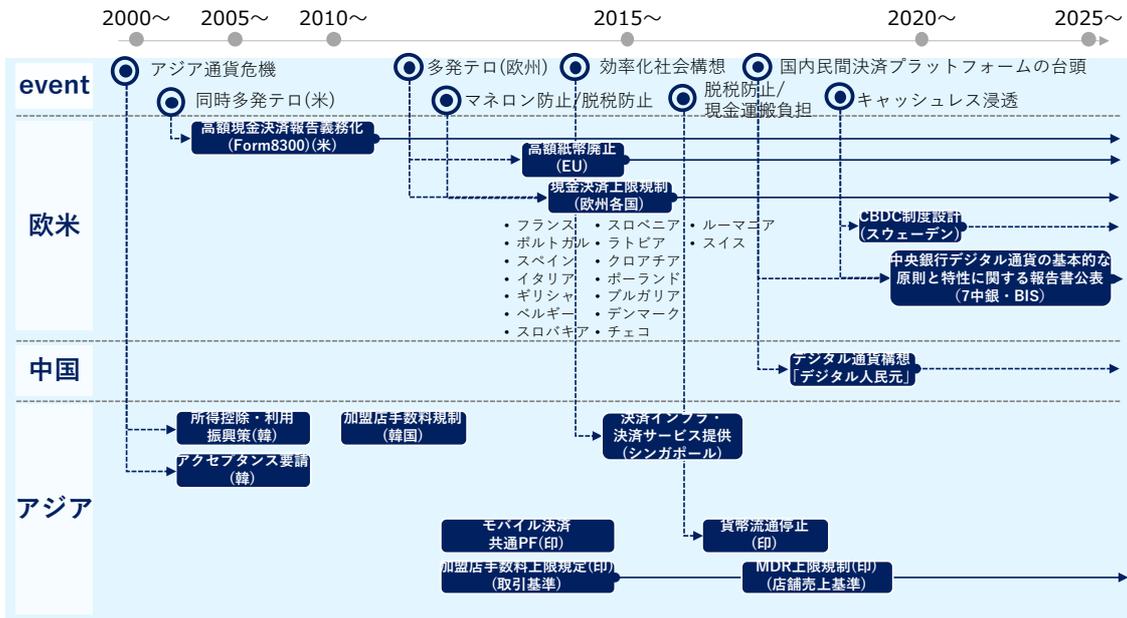
また、近年では世界的にCBDC（Central Bank Digital Currency：中央銀行デジタル通貨）の議論が積極的に行われるようになってきている。我が国においても、日本銀行が2020年10月に「中央銀行デジタル通貨に関する日本銀行の取り組み方針」を公表⁴⁰している。

アジアでは、手数料の規制に加え、インフラの整備に重点が置かれ、欧米とは異なり、直接的なキャッシュレス利用促進に向けた施策が行われつつある。

⁴⁰ https://www.boj.or.jp/announcements/release_2020/rel201009e.htm/

日本銀行は、「現時点でCBDCを発行する計画はないが、決済システム全体の安定性と効率性を確保する観点から、今後の様々な環境変化に的確に対応できるよう、しっかり準備しておくことが重要であると考えている。」としている。

図表 52 公的セクター主導による施策の実施状況

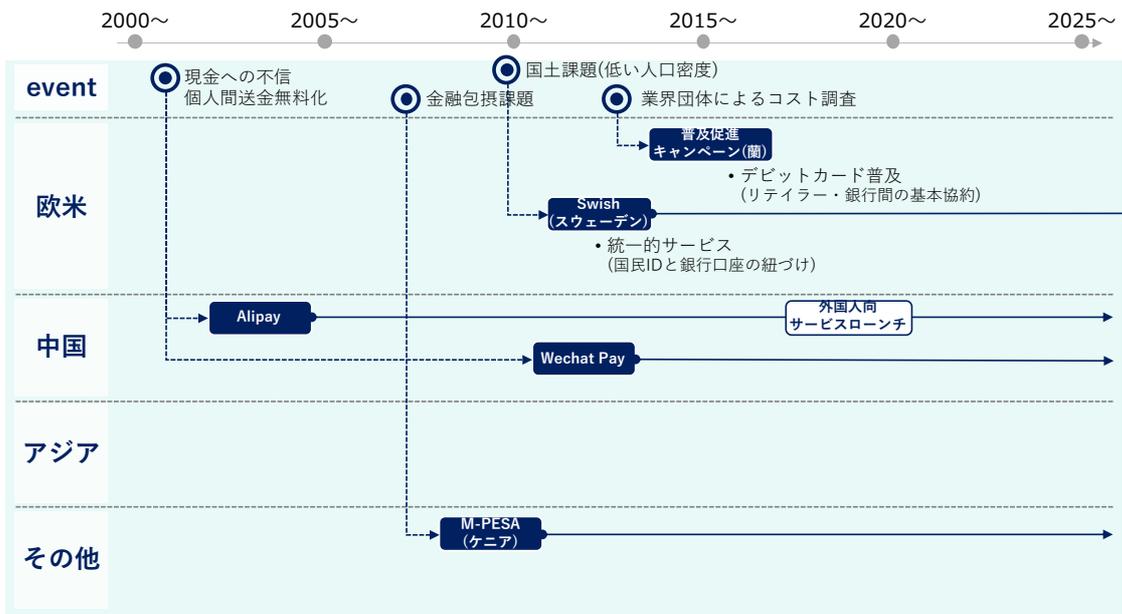


(出典) キャッシュレス・ロードマップ等

4.1.2 民間セクター主導による施策の実施状況

民間セクター主導の施策としては、各キャッシュレス決済事業者が積極的なプロモーションや商品開発を行う一方で、業界全体としての取組も見られた。

図表 53 民間主導による施策の実施状況

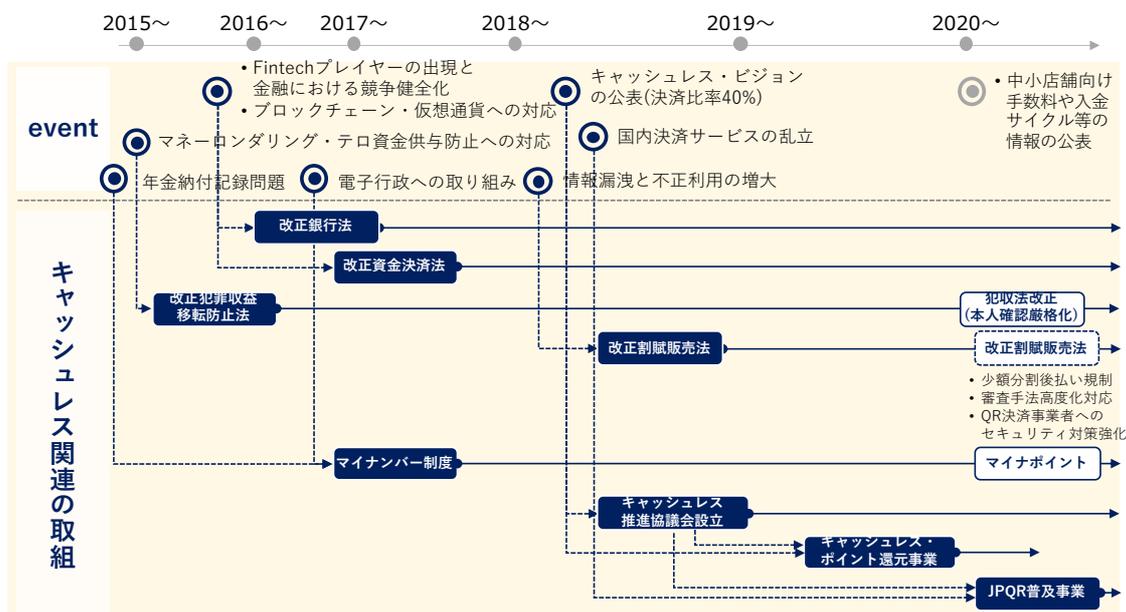


(出典) キャッシュレス・ロードマップ等

4.1.3 我が国における施策の実施状況

我が国では、2010年代の後半からキャッシュレスを取り巻く環境が大きく変化を始めている。特に、当協議会設立のきっかけとなった「未来投資戦略2017」や「キャッシュレス・ビジョン」は、キャッシュレス推進を国策とすることについての明確な政府の意思表示として受け取れる。その後、様々な形で、キャッシュレス普及策が継続的に実施されている。

図表 54 我が国における施策の実施状況



(出典) キャッシュレス・ロードマップ等

4.2 キャッシュレス普及のための3つのアプローチ

このように、各国におけるキャッシュレス普及策を見てみると、「制度支援」「環境整備」「理解浸透」という3つのアプローチから施策が展開されてきたと捉えることができる。我が国における今後の具体的な施策の検討においても、これら3つのアプローチを基とすることが有用であると考えられる。

4.2.1 制度支援アプローチ

制度支援アプローチは、主に政府主導で行われ、法規制等の制度整備や公的事業の実施により、直接的もしくは間接的にキャッシュレスの普及を支援するものである。海外の具体的な事例としては、税制優遇、法規制の制定などが挙げられる。

制度支援アプローチでは、政府の強力なイニシアティブにより、強制力の働く施策

を実施することができ、その施策の実効性は比較的高い。他方で、制度設計や法制化といった点において、施策実施までに時間を要することも想定される。

4.2.2 環境整備アプローチ

環境整備アプローチは、主に民間主導で行われているアプローチであり、各決済事業者が実施主体となる。具体的には、決済端末の整備や業界を挙げてのキャンペーンの実施等がある。環境整備アプローチは、民間企業が主体的に活動することとなるため、スピード感はあるものの、主体となる関係者も多くなることから、目標の目線合わせや実施における協力体制の構築等において、困難さが生じることも想定される。

4.2.3 理解浸透アプローチ

理解浸透アプローチは、店舗や消費者において、キャッシュレスに対する理解を深め、より日常生活での利用を促進させるアプローチである。

このような理解を得るために、キャッシュレスの導入、利用による具体的なメリットを可視化しつつ、これらに関係者に理解してもらうための周知が重要である。しかしながら、多くの店舗や消費者において理解いただくためには、相応の時間を要する。また、店舗や消費者といっても、その業種、業態、地域、年代等多様な側面があり、それぞれの属性にあった理解浸透を目指す必要がある。

4.3 キャッシュレス社会として目指すべき姿と現状

ここまで国内外において実施されているキャッシュレスの普及に向けた様々な取組を確認してきたが、今後の具体的な施策の検討に際しては、改めてキャッシュレス社会として目指すべき姿が何かを明確にしておく必要がある。本書では、目指すべき姿として「新事業創出・促進の支援」「社会の効率化」「リスクへの対応」の3つにおいた。これらの目指すべき姿について説明するとともに、現状においてどのような環境変化が生じているのかを把握することで、キャッシュレスに携わる様々な方々の目線を揃えていきたい。

4.3.1 新事業創出・促進の支援

a. 目指すべき姿

消費者行動や企業行動の変化にあわせた新事業が創出・促進しやすい環境を整備することは、より付加価値提供のできる社会を実現していくために必要不可欠である。特に新しい生活様式を始めとする、消費者行動や企業行動の変化が生じている状態において、旧来型の事業では消費者のニーズにうまく対応できないケースも生じてくる

ことが想定される。

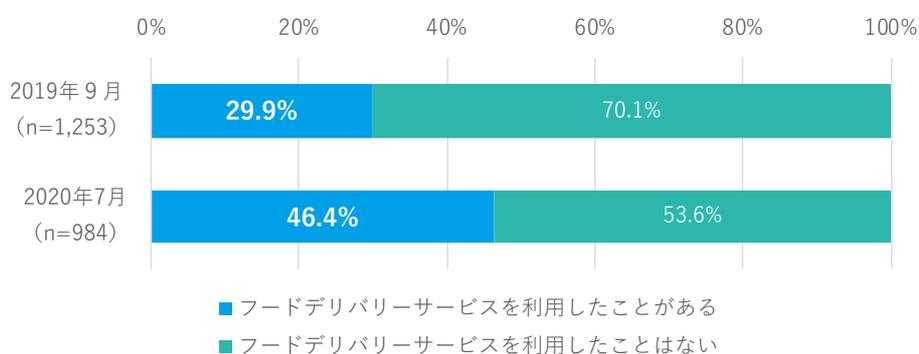
今後登場、発展していく新事業においては、デジタル化がさらに進み、キャッシュレスの存在が前提となっているものも多いであろう。そのためにも、キャッシュレスが普及していくことは重要であり、むしろ、キャッシュレス決済サービスが、このような新事業に選択されるような存在になっていく必要があると考える。

b. 現状の環境変化

新型コロナウイルス感染症の拡大への対策として、これまでの生活様式は大きな変化を余儀なくされた。店舗での待ち時間や接触機会の低減のため、さらには緊急事態宣言等による飲食店等の営業時間の制約に伴い、これまで店頭で行うことが当たり前であった注文や飲食、支払いが自宅等の店舗外の環境で行われるようになってきている。このような変化に対応した、モバイルオーダーやフードデリバリーサービスなどの新たなサービスは、感染拡大前と比較して認知、利用が増加している。

MMD 研究所の調査⁴¹によると、フードデリバリーサービスの利用経験は、2019年9月時点で約3割であったものが、2020年7月には半数弱まで急激に増加している。

図表 55 1年以内のインターネットでのフードデリバリーサービス利用状況

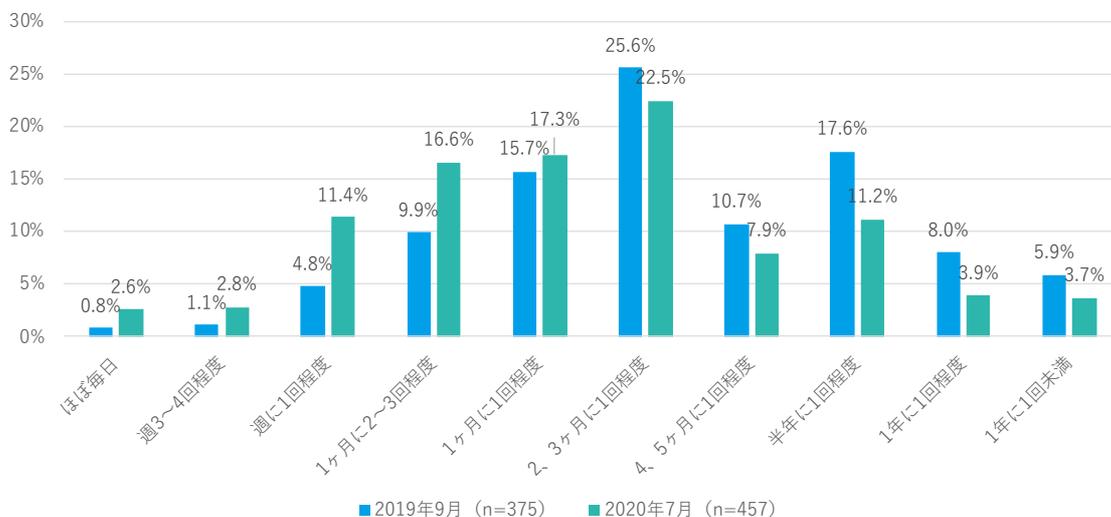


(出典) MMD 研究所「インターネットでのフードデリバリーサービスに関する調査」

フードデリバリーサービスの利用頻度も増加傾向にあり、週に1回以上利用する人の割合は、2019年9月は6.7%であったが、2020年7月には16.8%となっている。利用者の増加と、利用頻度の増加に伴い、フードデリバリーサービス全体の利用が大きく増加していることが伺える。

⁴¹ インターネットでのフードデリバリーサービスに関する調査

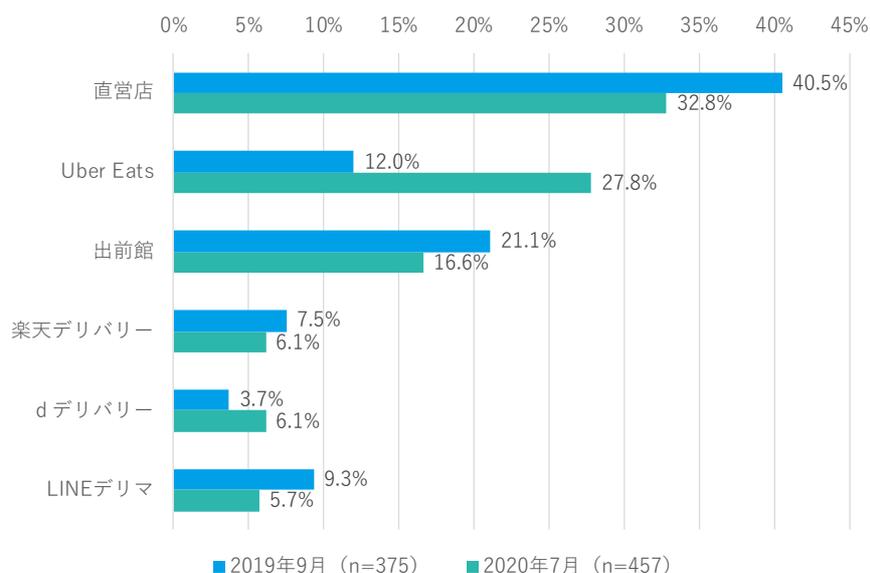
図表 56 フードデリバリーサービスの利用頻度の変化



(出典) MMD 研究所「インターネットでのフードデリバリーサービスに関する調査」

また、個別の店舗が提供するサービスだけではなく、フードデリバリーサービスをプラットフォームとして提供する事業者も増えた。消費者が利用するフードデリバリーサービスを見ると、直営店とする回答が大きく減少し、反対に Uber Eats が大きく伸びている。このように、持ち帰り用の食事を提供する店舗においては、独自の受注システムを用意する必要がなく、支払いから配達までをワンストップで行ってくれるプラットフォームの存在は、特にこのコロナ禍において、店舗の運営に大きな影響を与えていると考えられる。

図表 57 最も利用しているフードデリバリーサービス

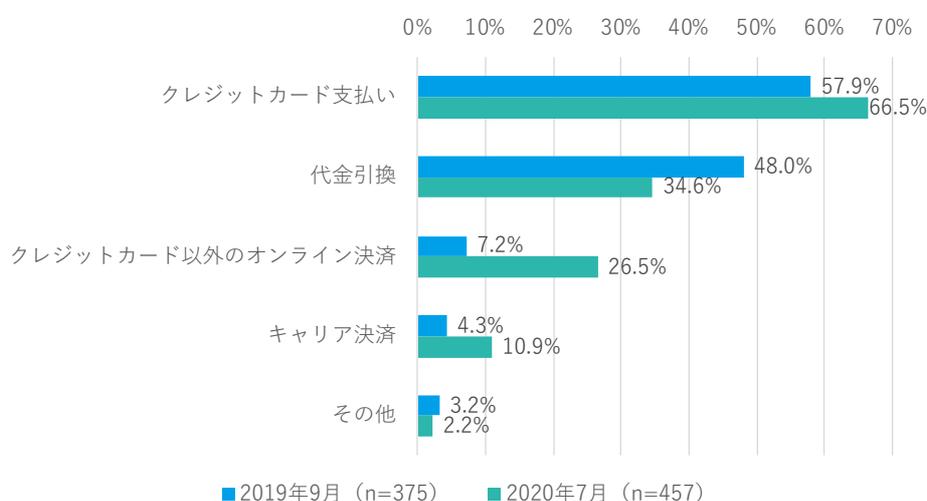


(出典) MMD 研究所「インターネットでのフードデリバリーサービスに関する調査」

フードデリバリーサービスのプラットフォームは、オンラインでの決済を前提としたサービス提供となっている。そのため、フードデリバリーサービス全体で見ると、代金引換が減少し、オンライン決済が増加している。特に最近では、コード決済サービスとの連携も増えており、コード決済サービスのスマートフォンアプリ上で注文が行える仕組みも提供されつつある。

このようにキャッシュレス決済サービスとフードデリバリーサービスはより密接な関係を構築しつつあり、双方が相手方を受け入れやすい環境を構築することで、消費者がシームレスに発注から商品の受け取りまでを実現できるようになっている。

図表 58 フードデリバリーサービスを利用する際の決済方法



(出典) MMD 研究所「インターネットでのフードデリバリーサービスに関する調査」

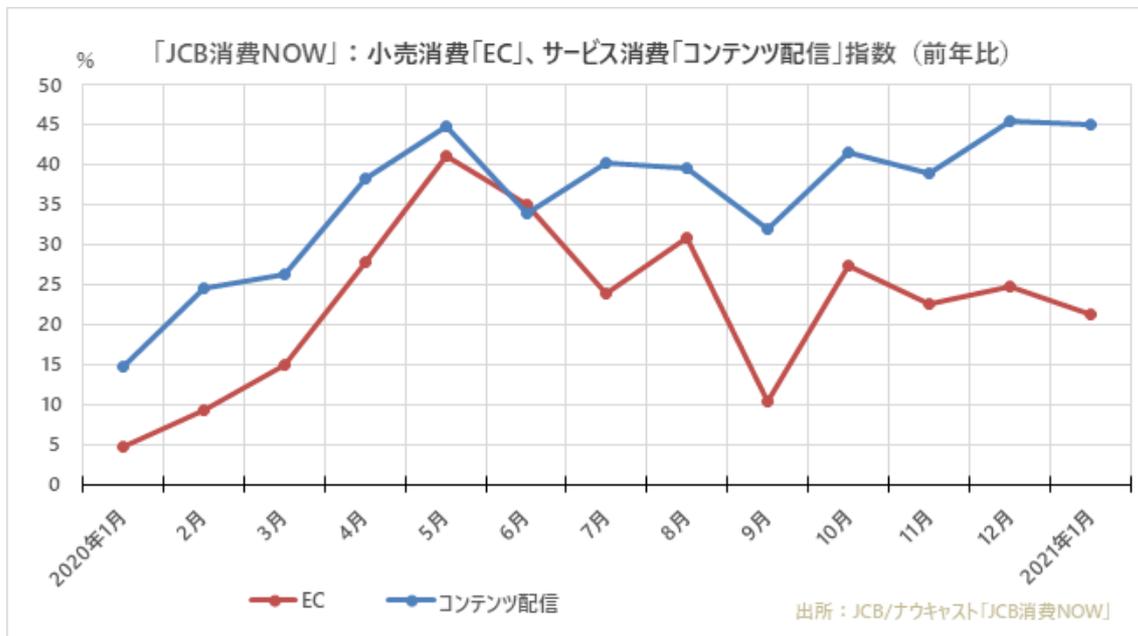
株式会社ジェーシービーと株式会社ナウキャストは、「JCB 消費 NOW」において、巣ごもり消費関連の継続的な拡大を指摘している⁴²。特に「コンテンツ配信」は前年比で大きく伸びている状況がわかる。コンテンツ配信は、いわゆるサブスクリプション型サービスと呼ばれる、定期定額の支払いにより、サービスを一定期間継続的に利用できる仕組みが昨今普及し始めている。このような継続課金の仕組みには、都度の対応負荷なく支払うことができるというキャッシュレスのメリットが活かされる分野であると言える。

これまで、「モノ」を利用するためには、その「モノ」自身を購入して（支払いをして）利用する形式が一般的であったが、これらが「コト」に変化し、サービス化することで、サービス提供事業者は、様々な料金体系、支払いタイミングを設定することができ、消費者もキャッシュレスで支払うことで、簡便に購入ができるようになって

⁴² https://www.global.jcb/ja/press/2021/202102171200_others.html

いる。

図表 59 小売消費「EC」、サービス消費「コンテンツ配信」指数（前年比）



(出典) JCB/ナウキャスト 「JCB 消費 NOW」

新型コロナウイルス感染症の影響がいつまで継続するのかは定かではないが、消費者の生活様式の変化もあり、上述のような新たなサービスが、広く受け入れられつつあるのも事実である。その結果、新たなサービスの前提となっている、キャッシュレスの利用がさらに推し進められている。

4.3.2 社会の効率化

a. 目指すべき姿

社会の効率化は、少子高齢化社会に突入した我が国において、持続可能な社会の実現に向け不可欠である。働き手が減少する状況下において、自動化、簡略化といった対応はますます重要になってくる。このような社会の効率化は、前項の新事業だけではなく、既存の店舗や事業において実現することがむしろ重要である。

そのため、キャッシュレス導入に伴い発生する様々なコストを可能な限り低減するとともに、これらのコストに見合ったメリットを店舗等に提供していかなくてはならない。さらに、現金とキャッシュレスが併存する状況下でも、持続可能で効率的な社会活動の実現に向けた取組みが欠かせない。そのため、「現金併存を前提としたキャッシュレス導入店舗のさらなる拡大」を目指す必要がある。

加えて、単に店舗等がキャッシュレスを導入するだけではなく、実際に利用されなくては効率化を実現できない。社会全体がキャッシュレスに移行していくためには、

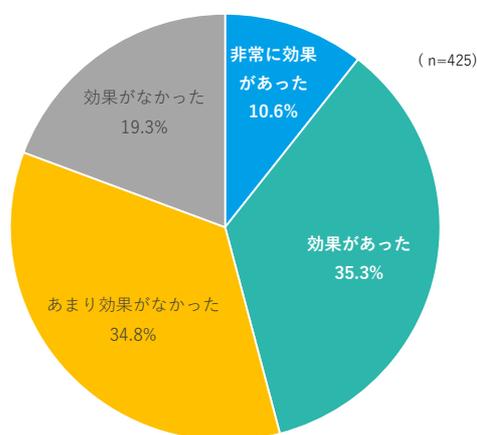
消費者の日常生活におけるさらなるキャッシュレス利用の促進が重要である。そのため、「あらゆる消費者のキャッシュレス利用頻度向上」を目指す。

b. 現状の環境変化

既存の店舗や事業において、キャッシュレスは、現金に関連する業務を削減するだけでなく、販売促進や事業管理等における効率化を実現するために必要不可欠なツールの一つとなりうる。

当協議会が実施したアンケート調査では、ポイント還元事業をきっかけに新たにキャッシュレスを導入した店舗、または利用可能なキャッシュレスを増やしたとする店舗のうち、約46%が業務効率化に効果があったと回答している。

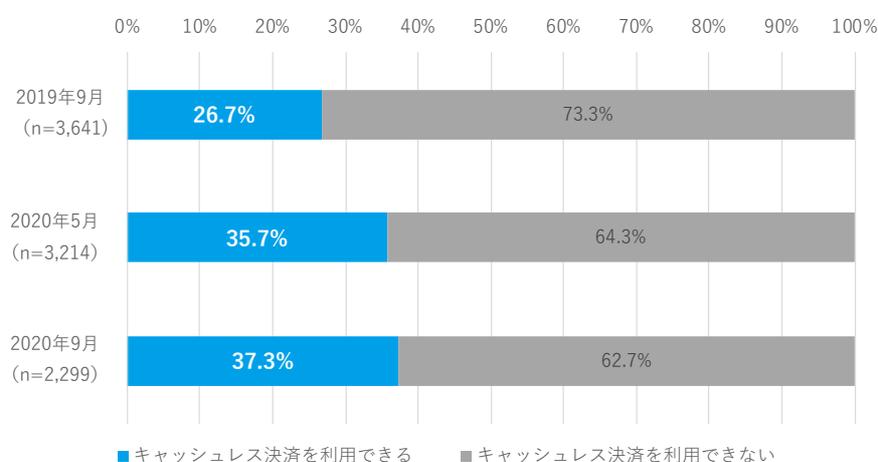
図表 60 ポイント還元事業による業務効率化の効果



(出典) キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス調査」

キャッシュレスにより個々の店舗の効率化が進み、さらにキャッシュレスを利用可能な店舗が増えれば、社会全体の効率化も進むと言える。つまり、あらゆる場面でキャッシュレスを利用可能にすることは、消費者利便の向上だけではなく、社会全体の効率性向上においても重要である。利用可能な店舗の増加という観点では、2.1.2でも述べたように、2020年度はポイント還元事業の効果もあり、キャッシュレスを導入する店舗は増加傾向にあったとも言える。ポイント還元事業への参加を問わず、広く事業者に行ったアンケートでも利用可能店舗が伸びている。

図表 61 キャッシュレス決済導入店舗の割合 時系列比較



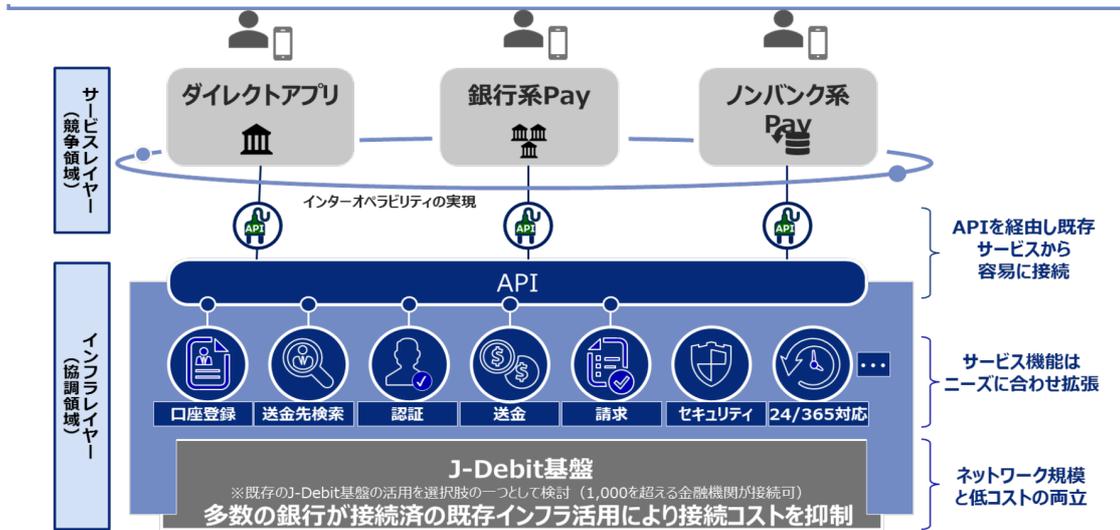
(出典) キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス調査」

店舗における普及の課題としてしばしば挙げられるコスト面についても 2020 年度は様々な改善が進められた。まず、2.3.2 でも触れたように、経済産業省において、キャッシュレス決済のコスト構造を分析し、より具体的かつ詳細に、どの分野にコストが生じているのかを明確にした。このような明確化の過程において、キャッシュレス決済サービスの提供において必要なネットワークコストについて、改善が見られた。大手決済ネットワーク事業者である、CAFIS を運営する株式会社 NTT データと CARDNET を運営する株式会社日本カードネットワークは、少額決済向けに料金改定を行い、1,000 円未満の利用における手数料率を 0.3%としている⁴³。

また、銀行業界では、金融機関相互間の内国為替取引をオンライン処理する「全銀システム」を運営する全国銀行資金決済ネットワークが「次世代資金決済システムに関する検討タスクフォース」を設置し、「資金移動業者の全銀システム参加」や「多頻度小口決済の利便性」について検討を行った。多頻度小口決済の利便性については、都銀 5 行主導で検討されている「ことらプロジェクト」が紹介され、2022 年度早期の個人間送金サービス稼働、さらなる機能拡張についても言及されており、具体的な取組がすでに始まっている。

⁴³ 株式会社 NTT データ ニュースリリース「キャッシュレス決済のさらなる推進へむけて CAFIS で新料金の提供を開始」(2020 年 6 月 10 日)、株式会社日本カードネットワーク ニュースリリース「少額決済取引向け新料金プランのお知らせ」(2020 年 9 月 23 日)

図表 62 ことらプロジェクトの概要



(出典) 決済高度化官民推進会議 (第9回) 全国銀行協会説明資料「決済高度化に関する取組み状況」

4.3.3 リスクへの対応

a. 目指すべき姿

「新事業創出・促進の支援」や「社会の効率化」を実現するためには、安全・安心にいつでも誰でも利用可能なキャッシュレスを実現する必要がある。

セキュリティに関する不正事案が発生すると、当該事案の原因となった決済事業者だけではなく、業界全体の信頼性も毀損し、その回復には相応の時間を必要とする。当然ながら、不正事案は発生してはならない事象であり、未然の防止が重要であることは言うまでもない。安全・安心なキャッシュレス決済サービスを提供するためには、各決済事業者個別の普段の努力はもとより、業界全体としての取り組みも重要である。また、これらの取り組みは未然の防止策はもとより、万一不正が発生した場合においても、その被害が拡大しないような取り組みも重要である。

また、いつでもキャッシュレスが利用できるという点においては、災害時も含める必要がある。しかしながら、いつ生じるかわからない災害に対し、店舗等や決済事業者ともに積極的な投資を行うことは難しいであろう。他方、災害時にキャッシュレスが利用できない状況が発生すると、消費者や店舗等において、「やはり現金の方がいい」という認識を抱いてしまうことも理解できる。

グローバル化が進む中で、我が国の安全は世界の安全によって担保される面も否定できない。テロリズムへの資金供与を絶つ必要があることは言うまでもなく、国際的な基準に我が国も積極的に対応していく必要がある。

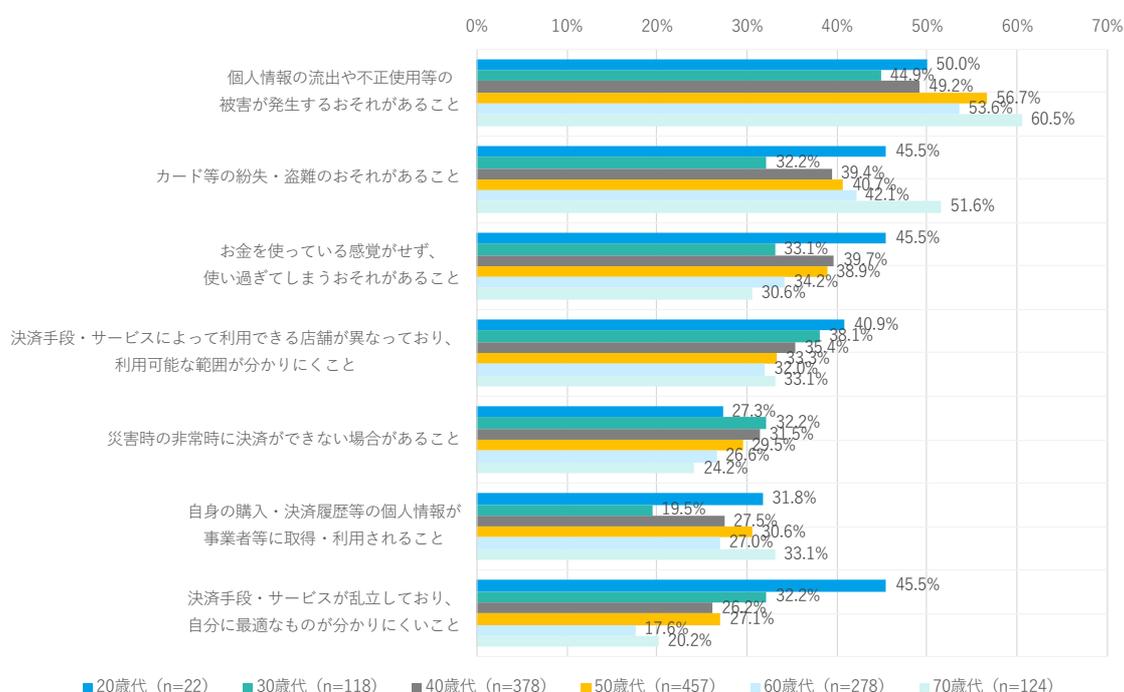
一方、これらのリスクへの対応は、キャッシュレス決済サービスの提供から見ると、直接的な利益を生む取組とは言えない。他方、リスクへの対応無しに安全・安心なキ

キャッシュレス社会を実現することはできない。そのため、いかに効率的に、効果的なリスク対策を実現していくかが重要と考える。

b. 現状の環境変化

今年度、我が国では複数のキャッシュレス決済サービスを介して金融機関の預貯金が不正に引き出される事案が発生した。このような事案が大きく報道されたこともあり、消費者庁の調査結果によると、キャッシュレス決済をまったく利用していない層のキャッシュレス決済への懸念事項として「個人情報の流出や不正使用等の被害が発生するおそれがあること」が最も多い回答となっている。

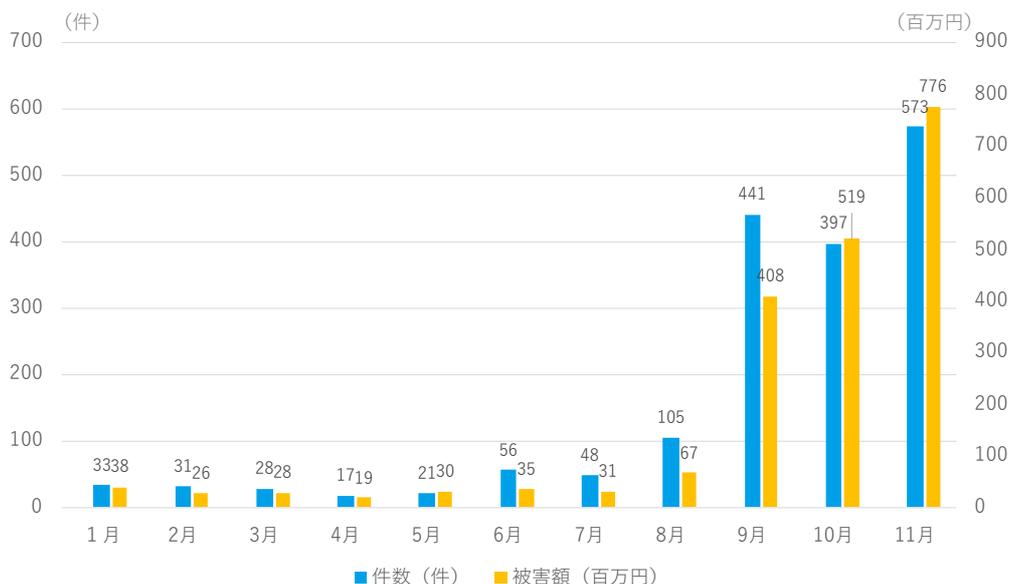
図表 63 キャッシュレス決済利用時の不便・懸念点



(出典)消費者庁『キャッシュレス決済に関する意識調査結果詳細』令和2年

実際に、キャッシュレス決済サービスに関する不正取引は、その利用増加にあわせ、年々増加している。警察庁によると、インターネットバンキングに係る不正送金事犯が、2019年9月以降急増しており、2019年11月時点において、2012年以降、最多の水準になっている。

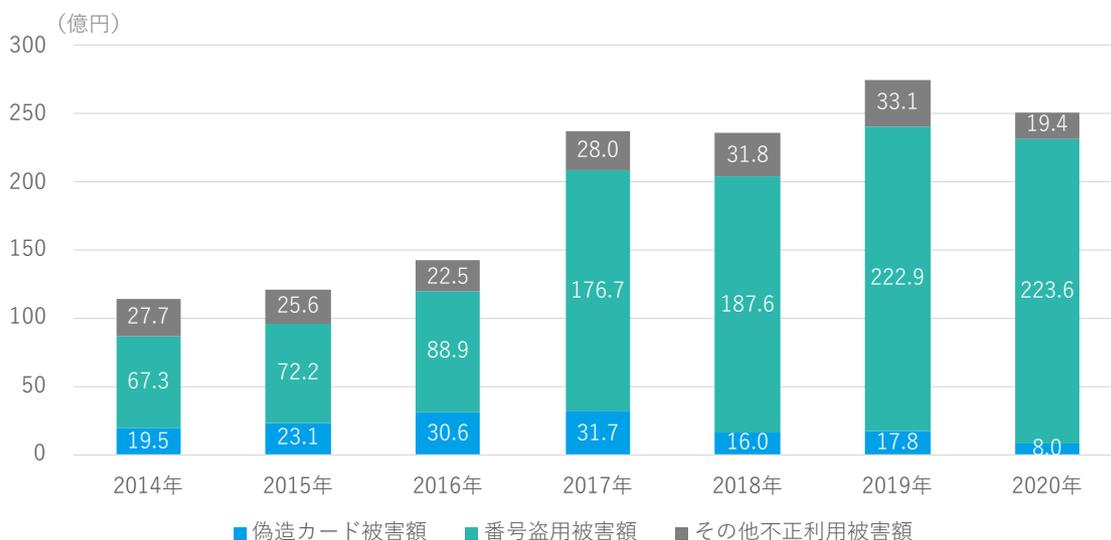
図表 64 不正送金事犯発生状況（2019年11月末現在）



(出典) 警察庁 HP 「フィッシングによるものとみられるインターネットバンキングに係る不正送金被害の急増について (注意喚起)」

また、クレジットカード不正利用被害も増加傾向にある。ICチップ搭載カードの普及もあり、偽造カードの被害は減少傾向にあるが、番号盗用による被害は増加傾向にある。

図表 65 クレジットカード不正利用被害推移



(出典) 一般社団法人日本クレジット協会「クレジットカード不正利用被害額の発生状況」

当協議会においてもセキュリティの向上は、キャッシュレスの普及に向け必要不可欠な要素であると認識し、2019年4月に「コード決済における不正流出したクレジ

ットカード番号等の不正利用防止策に関するガイドライン」を、2020年9月に「コード決済における不正な銀行口座紐づけの防止対策に関するガイドライン」を公表している。当協議会では、今後もセキュリティ向上に向けた取組を、様々な業界関係者とともに継続していく。

また、2020年7月に発生した九州地方豪雨では、球磨川の氾濫により甚大な被害を受けた熊本県人吉市において、停電と通信障害で一時現金しか利用できない状態になった。このように、災害が多い我が国特有の特徴を鑑みて、2019年度は当協議会のプロジェクトの一つとして「災害時に強いキャッシュレスの在り方」を立ち上げ、検討を行ってきた。当該プロジェクトは、2.3.3にて述べたように、経済産業省の検討会として引き継がれ、実証実験等をふまえた具体的な手順書等の作成にまで至っている。

さらに、国際的な観点では、FATF（国際的なマネーロンダリング対策に関する政府間会合）による我が国に対する第4次審査が行われた。新型コロナウイルス感染症の影響を受け、結果の公表については延期となっている。前回の第3次審査では、その結果を受けて、犯罪収益移転防止法を2度にわたって改正する等、大きな変化がもたらされており、今回の審査結果の内容によっては、さらなる対策を講じる必要性も生じる可能性がある。

4.4 目的実現に向けた課題

本項では、前章で述べたそれぞれの目的について、より効果的な施策を検討するために、現状の環境変化を踏まえた課題を確認する。

4.4.1 新事業創出・促進の支援

決済は、より一連のサービスの中に組み込まれ、行為自体をあまり意識しなくても、支払いができるようになってきている。これらの変化は、「溶ける」や「Embedded」と表現されるようになりつつある。

新事業の多くは、UI/UX⁴⁴を重視し、よりよい顧客体験（UX）の提供のために、このようなあまり意識をしない決済を導入していることが多い。今後、キャッシュレス決済サービスも、「溶けやすい」「Embeddable」な形に変化していく必要がある。このような変化は、消費者との支払いに関する接点にあてはまるだけではなく、決済インフラとの連携や支払い以外のサービスにもあてはまると言える。

そして、このような変化が、ビッグデータや認証技術、通信技術等のテクノロジー

⁴⁴ UI：User Interface の略。消費者と財やサービスの接点を意味する。UX：User eXperience の略。消費者が財やサービスの購入や消費等から得られる経験を意味する。

を活用した新たなサービスを早期に立ち上げられるような支援になることが今後ますます求められると想定される。

また、単に決済方法の変化にとどまらず、決済から生まれるデータを活用した新たなサービスを創出・促進したり、コスト面で支援したりといった、取組も同時に求められるであろう。

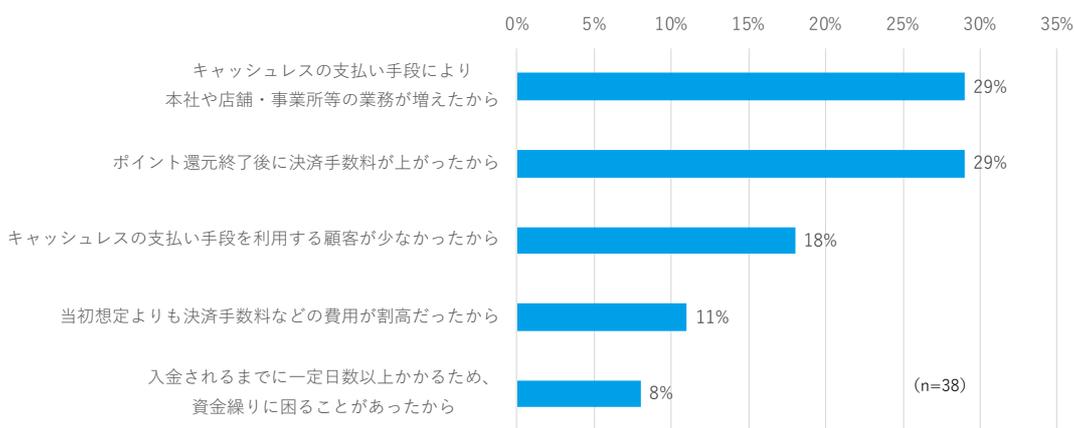
データ利活用を促進させていくためには、決済サービスにおける規格やデータ・コードの統一化など、業界共通のルールを制定することで利活用のためのコストや対応期間を減らし、導入や利用しやすい環境を整えていくことが必要である。コスト面については、手数料の高さや入金までの期間に対する改善要求も高く、提供者・導入者双方がお互いの収益構造を理解し、事業継続可能な取り組みを推進していくことが必要である。

4.4.2 社会の効率化

a. 導入店舗拡大に向けた課題

キャッシュレスによる業務効率化については、一定の評価を得ている。しかしながら、図表 60 を反対の視点から見ると、半数以上が業務効率化に効果がなかったと感じていることとなる。むしろ、キャッシュレス決済の導入により店舗が非効率になっているとの指摘もある。本来であれば、効率化を実現するためのツールであるべきキャッシュレスが、むしろ店舗の業務を圧迫している点については、早急な解決が必要である。実際に、ポイント還元事業に参加した店舗のうち、ごく少数ではあるものの業務の効率性の問題でキャッシュレスの継続導入を行わないとする店舗も存在する。

図表 66 ポイント還元事業終了後に、キャッシュレスの提供を継続しない理由

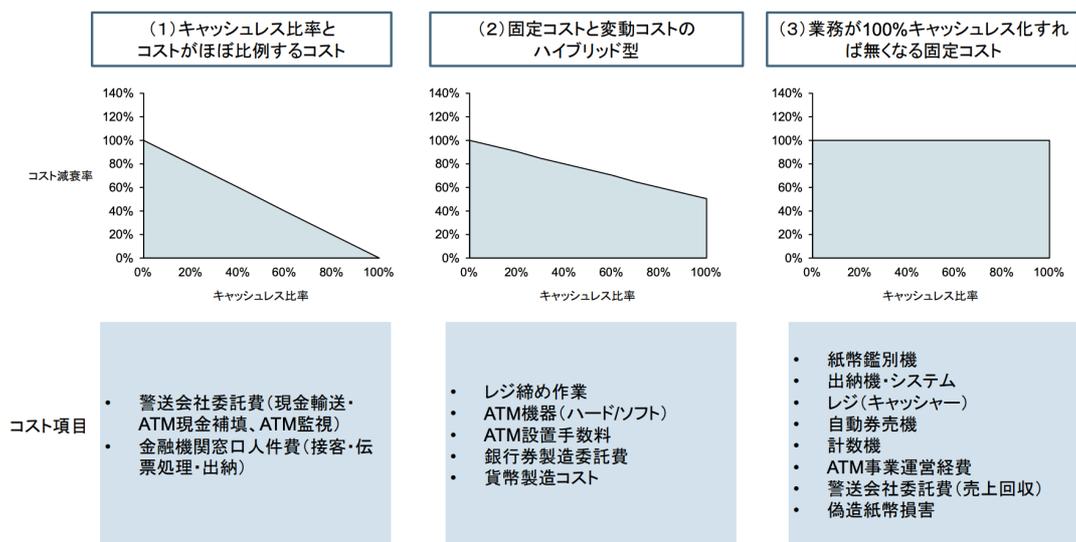


(出典) キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス調査」

業務が増えたとする要因の一つとして、現金との併用が考えられる。現金で支払う消費者は一定程度存在することから、店舗においても現金を受け付ける必要があり、

キャッシュレスに対するコストだけではなく、現金に対するコストも発生している状況にある。キャッシュレスと現金が併存する環境下では、固定費としてのコストが双方に発生することもあり、非効率な状況とも捉えられる。

図表 67 キャッシュレス比率とコストの連動性



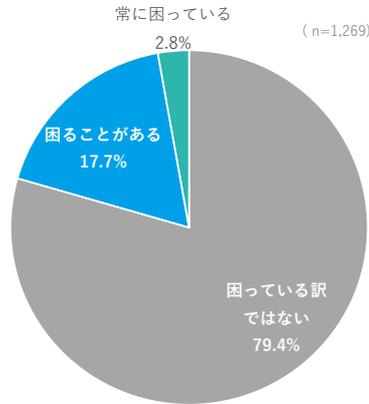
(出典) 経済産業省「キャッシュレス化推進に向けた国内外の現状認識」

決済事業者において発生するコストは、現状、決済事業者の売上の大半は加盟店手数料に依存せざるを得ない状況と考えられ、最終的に店舗への負担への転嫁となってしまう。資金面以外でも、例えば、銀行振込手数料の存在は、決済事業者から店舗への売上金の入金回数の抑制に繋がり、キャッシュレス導入店舗の資金繰りにも悪影響を与えかねない⁴⁵。実際に、約3割のキャッシュレス導入事業者が、入金サイクルの変化により資金繰りに困っていると回答している。

⁴⁵ 公正取引委員会「QRコード等を用いたキャッシュレス決済に関する実態調査報告書」

図表 68 入金サイクルの変化による事業への影響

【設問】 キャッシュレス支払い手段導入に伴う入金サイクルの変化に起因して、資金繰りに困ることがありましたか。



(出典) キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス調査」

このような、キャッシュレスの導入により非効率な状況が発生することは避けなくてはならない。このような課題もあってか、キャッシュレスが利用可能な店舗は増加傾向にあるものの、生活のあらゆる場面においてキャッシュレスのみで生活できる環境には至っていないのも事実である。実際に、図表 61 では、62.7%の店舗においてキャッシュレスの利用ができないことがわかる。

例えば、3.2.1 において述べた、当協議会のプロジェクトの一つである「【PJ20-2】未対応領域の特定」では、定量的にキャッシュレスが十分に浸透していない、業種、業態、地域を特定した。また、消費者インサイト調査では、「キャッシュレス決済手段を利用したいが、利用できない」ケースとして、コンビニ、スーパーマーケット・ドラッグストア、個人経営の店舗、医療機関などが挙げられている。

図表 69 キャッシュレス決済手段を利用したいが、利用できない支払先

	1. コンビニエンスストア	2. 自動販売機(飲料、食品など)	3. 飲食店	4. スーパーマーケット・ドラッグストア	5. 家電量販店	6. 百貨店・ショッピングモール	7. 非チェーン店など個人経営の店舗	8. 映画館等のレジャー施設	9. 医療機関(病院・薬局など)	10. ガソリンスタンド	11. 電車やバスなどの公共交通機関(タクシー除く)	12. タクシー	13. 公共料金・通信費	14. 家賃・保険料	15. インターネットショッピングによる物品購入	16. フードデリバリーサービスの利用	17. アプリ・ゲームなどの課金の購入	18. 動画配信サービスの利用	19. チケット購入・旅行の手配などのオンラインサービス利用	20. その他
1. クレジットカード (接触式) [N=3849]	8.4%	12.0%	9.8%	12.4%	7.8%	6.5%	16.2%	5.0%	15.5%	7.0%	7.2%	5.1%	8.4%	10.2%	6.7%	4.5%	2.7%	2.6%	3.7%	0.8%
2. クレジットカード (非接触式) [N=1164]	8.7%	11.0%	8.5%	11.4%	7.6%	8.1%	15.3%	6.5%	12.9%	6.0%	7.2%	6.0%	7.2%	7.4%	4.6%	4.2%	3.0%	2.9%	2.7%	0.5%
3. デビットカード [N=786]	7.5%	11.3%	8.6%	8.2%	5.3%	6.6%	11.1%	4.1%	8.9%	6.8%	6.9%	6.1%	6.5%	6.9%	5.4%	3.8%	3.7%	1.9%	2.0%	1.1%
4. 交通系電子マネー [N=2512]	8.1%	8.2%	8.3%	9.4%	5.2%	5.4%	13.8%	5.2%	10.9%	4.7%	9.3%	5.8%	6.3%	7.0%	4.8%	4.5%	3.7%	3.2%	3.5%	0.6%
5. 交通系以外の電子マネー [N=2271]	11.3%	8.3%	9.8%	13.3%	5.6%	6.0%	14.7%	4.8%	11.4%	5.6%	6.0%	5.5%	6.3%	7.3%	4.9%	3.8%	3.4%	3.2%	3.5%	0.5%
6. その他のプリペイドカード等 [N=1387]	9.6%	9.6%	10.1%	11.5%	7.0%	6.3%	13.4%	5.8%	10.3%	6.9%	6.0%	5.9%	7.9%	6.9%	5.0%	4.7%	3.7%	3.5%	3.3%	0.6%
7. 非接触IC型決済アプリ [N=1071]	9.2%	9.6%	7.5%	10.8%	6.8%	5.7%	14.3%	5.2%	12.8%	6.7%	6.1%	6.0%	7.6%	8.8%	4.5%	3.4%	3.0%	2.4%	1.8%	0.6%
8. コード型決済アプリ [N=2530]	11.7%	10.9%	10.7%	15.4%	5.6%	6.1%	14.1%	5.8%	13.4%	7.5%	6.1%	5.4%	6.7%	7.9%	5.1%	3.4%	2.9%	2.5%	2.4%	0.7%

(出典)一般社団法人キャッシュレス推進協議会『消費者インサイト調査』

今後、これらの店舗においてキャッシュレスが普及するためには、先程述べた非効率さ、つまりコストをいかに減らすかが重要である。他方、キャッシュレスの導入にかかるコストという課題が大きいことは間違いないが、これらのコストを生じさせている根本課題に着目する必要がある。すでに、経済産業省を始め、政府でもキャッシュレス決済に関わるコスト低減に向けた検討が進められており、今後、コスト構造の明確化や見直しが重要になってくるであろう。

しかしながら、コストをゼロにすることはできない。今後は、コストに見合ったメリットがあることを店舗等のキャッシュレス決済サービスを導入する方々にご理解いただく必要があると考える。また、決済事業者においても、コストを上回るメリットを提供できるサービスを実現していかななくてはならない。

また、キャッシュレスの導入を決断したとしても、その手続の煩雑さ、導入までの期間の長さといった課題は、せつかくの決断をくじけさせる弊害ともなりかねない。導入手続きは、決済事業者にとっても煩雑であると思われ、より簡略な手続きの実現と、それにとまなう迅速な導入を実現していく必要がある。

これらの取組は、単にキャッシュレス決済事業者による努力だけでは実現できず、決済端末の運営事業者やネットワーク事業者等の多様な事業者との協業によって達成できるものとする。

b. 利用する消費者の拡大に向けた課題

上述の通り、店舗等においては、キャッシュレス導入時のコスト（負担）が課題の一つとして認識される。また、コストの大きな要因の一つである現金との併存環境を打開できるのは、消費者によるキャッシュレスの利用促進に他ならない。

キャッシュレス決済手段が多様化し、それぞれの手段を提供する具体的なサービス事業者も多く存在し、かつサービス内容も少しずつ異なる。また、店舗等においても利用可能なキャッシュレス決済手段が異なるのが現実であるが、これらの差異を踏まえてキャッシュレスを利用するのは、個々の消費者である。

あらゆる消費者に、高頻度でキャッシュレスをご利用いただくためには、実際に支払いをする場面において、迷わずキャッシュレスで支払うことができることが重要である。そのためにも、消費者におけるキャッシュレスに対する正しい理解、いわゆるリテラシーの向上が重要である。

図表 63 にて示したように、消費者がキャッシュレスを利用しない理由としては、セキュリティに対する懸念に加え、「紛失」や「使いすぎ」への不安が挙げられるとともに、わかりにくさに関する指摘もある。すでに多くのキャッシュレス決済手段において、「紛失」や「使いすぎ」に向けた対策が行われていることも多く、消費者による関心や認知、理解の不足がその根本課題にあるとも考えられる。

しかしながら、このような課題については、個別の事業者、その業界や関連事業者等による消費者への情報提供が十分でないことも一つの原因であろう。消費者と決済事業者が、お互いが相手のことを理解し、必要な手を差し伸べるような、より近い関係性を構築していく必要がある。

また、これまでキャッシュレスを利用してこなかった方のキャッシュレスの促進だけでなく、すでに利用している方々のさらなる利用推進が重要である。特に、比較的キャッシュレス支払いを主流とする消費者においても、現金で支払う場面については、前述の利用可能店舗の課題以外にも、様々な課題があるのではないかと推察される。これらの課題を明確にし、一つずつ丁寧に対応していくことが、キャッシュレスのさらなる普及への近道であるとも言える。

4.4.3 リスクへの対応

キャッシュレス決済サービスの不正利用については、その犯罪手口の高度化、巧妙化が続き、従来の対策では十分ではない状況も生じている。これらについては、継続して対策を行うとともに、個社単独での対応にも限界があると思われることから、業界全体としての底上げ、情報共有を行っていく必要がある。

また、災害時への対応は、平時におけるキャッシュレスの利用を促すために必要な要件の一つであると認識し、対応策を引き続き検討していく必要がある。特に、災害時という特殊な環境下では、キャッシュレス決済への対応による店舗等への負荷をできるだけ低くしなくてはならない。

別の観点としては、キャッシュレスはデジタル取引であることから取引がデータとして残り、追跡が比較的可能な反面、データの利活用が不十分であることも課題となっている。官民双方において利活用の検討が始められているが、他企業とのデータ連携、データ統合の困難さ、取得同意の取り方が課題となっており、実際に利用できる環境整備は進んでいない。キャッシュレスを中心としたデータの利活用には多様な参加者を含むため、これらの課題を解決しながら利活用を進めるためにも、今後の検討においても、可能な限り多種多様な方々の参加を求める必要がある。

4.5 課題への対応と今後具体化すべき施策

前述の通り、国内外のキャッシュレスに関連する施策の実施状況や足許の動向を踏まえて、本年度に検討すべき領域を設定した上で、キャッシュレス普及を阻害する様々な課題があることを確認してきた。ここでは、これまでの議論を踏まえて、今後具体化すべき施策について整理する。

4.5.1 新事業創出・促進の支援

a. 業界共通ルールの検討

i. 新しい決済手段に関する研究

国内外においては、生体、IC チップ等を用いた新しい認証技術を活用したり、新たなビジネスモデルの一環としてキャッシュレスを利用したりといった事例が見られる。このような動きは歓迎すべきものではあるが、個別の開発、対応等が進んでしまうと、社会全体としての非効率さが生じてしまう恐れがある。

そのため、利便性や安全性の向上と社会の効率的な観点から共通化・標準化の可能性について、新たな技術が幅広く展開される前に業界全体で検討していく必要がある。このような検討に向け、今後活用が見込まれる先進的な認証技術に関する調査・研究を行い、共通化・標準化に取り組むべき協調領域を検討する。

ii. JPQR の魅力向上策の検討

当協議会で定めた決済用統一コード仕様である「JPQR」の更なる普及のため、JPQR が提供可能なサービスの拡充に向けた検討を行う。JPQR は、1枚の QR コードで複数のコード決済サービスの支払いを受け付けることができるメリットがある一方で、その認知度等において不十分な面もあり、普及が十分とは言えない。多くの店舗での導入や利用者認知が進むことにより、コード決済事業者の参画メリットを拡大させることも可能となる。

具体的には、特定の金額のみが支払える QR コードの提供⁴⁶や JPQR を印刷した請求書払いへの対応が考えられる。また、政府の「成長戦略フォローアップ（2020年7月17日）」に明記されている、アジア各国の規格の相互乗り入れによる JPQR の海外展開の実現についても、積極的な検討を進める。

iii. JPQR 導入店舗増に向けた運用・ルールの見直し

JPQR 導入時の手続きにおいては、総務省の「JPQR 普及事業」により整備された「Web 受付システム（PLUG）」が活用されている。これにより、複数のコード決済サービスについて、一度の申請で申込が可能となったが、コード決済サービス間での規約や提供サービスの違い、申込から導入までの期間が長いなどの理由で、申込店舗が導入プロセスの中で離脱するケースも見られる。

店舗等においてより導入しやすく、利用しやすい JPQR とするために、新規導入時の申込み手続きの簡略化、規約等の共通化、当協議会の運営する JPQR 関連システム

⁴⁶ 例えば、定額のお弁当の販売や、無人販売での活用が見込まれる。これにより、消費者は都度支払金額を入力する必要がなく、入力ミスへの対応もなくなる。

の改善について検討する。

iv. API ガイドライン等の範囲拡張

事業者間の連携をより強化し、新たなイノベーションの起爆剤となるオープン API に関して、銀行業界では、未来投資戦略において、KPI として「2020 年 6 月までに 80 行程度以上の銀行におけるオープン API の導入を目指す」を達成（105 行が API 導入済⁴⁷）するとされており、導入フェーズから活用フェーズに移行していくと考えられる。オープン API としては、当協議会においても「キャッシュレス決済データ利活用に係る API ガイドライン」を定めており、より多くのキャッシュレス決済事業者における活用が期待される。そのため、API を利用する事業者、提供する事業者の双方の意見を踏まえながら、より活用しやすいガイドラインへの改訂が必要である。

また、当協議会では、その他にも様々なガイドラインを策定しており、キャッシュレスの分野における各領域の最新の取り組み状況を踏まえて、内容、及び所掌範囲の再確認を行い、必要に応じて所掌範囲の拡大を含めた検討を行う。

v. 自治体ポイント利活用モデルの構築

昨今、各自治体において独自振興券の発行やキャンペーンが実施されており、キャッシュレスによりデジタル化されたことを生かして地域課題の解決、DX 推進のニーズが高まっている。2021 年度より実施が見込まれるマイキープラットフォームを活用した自治体ポイントのキャッシュレス活用について、総務省等関連省庁と連携の上、データ利活用までを含めたモデルを構築し、広く自治体に認知いただくことで有効活用を実現する。

b. 新たなサービスとキャッシュレスの接点の確保

i. 他業界とのマッチングイベントの実施

新事業の創出・促進のためには、キャッシュレス決済サービスが新しい分野に適合していただくだけではなく、新事業の提供者との実際の結びつきが重要である。特に Fintech 企業に代表される、新規分野を目指す事業者は、既存のキャッシュレス決済事業者との関わりが薄く、双方が相手方を認知できていない状況がある。

そのため、マッチングイベント等を通じて、キャッシュレス決済事業者と新サービスの提供事業者とが出会うきっかけを用意して、積極的な相互理解を促す取組が重要である。

ii. アイデアソンの実施

「アイデアソン (Ideathon)」とはアイデア (Idea) + マラソン (Marathon) の造

⁴⁷ 金融庁「未来投資会議 産官協議会「FinTech／キャッシュレス化」会合（第 2 回） 提出資料」

語で、特定のテーマについて多様なメンバーが対話を通じてアイデアを出し合うイベントであり、昨今、新たなイノベーションをおこす手法の一つとして、その取組が広がっている。アイデアソンを実施することで、既存の枠組みに囚われない新しいサービスの発掘も期待できる。

例えば、学生やベンチャー企業向けに、特定の業界×キャッシュレス、社会課題×キャッシュレス等のテーマでコンテストを実施し、アイデアを募るといった取組が考えられる。

4.5.2 社会の効率化

a. 消費者リテラシーの向上

i. デモアプリによる消費者の習熟度向上

新しいサービスの利用においては、利用者において習熟が十分でなく、店舗等の実際の場面での利用をためらうといったケースもある。特に、インターネットやスマートフォンを使い慣れていない層については、店舗での利用の前に、練習できるとよいといった意見もある。

このような意見を踏まえ、スマートフォンを使った決済に関して、デモアプリ（実際の決済は行わず画面遷移を確認できるアプリ）を提供し、店舗等での利用の前に確認できるような環境整備は一定の効果があると考えられる。このデモアプリを自治体等が主催する消費者向けのキャッシュレスセミナー等で活用いただくことで、より安心してご利用いただけることに繋がれると考える。

ii. 教育課程におけるキャッシュレス授業の導入

中学校や高等学校などへの教育支援活動については、業界団体等にて「学習指導要領の改訂」や「成年年齢の引下げ」などを踏まえた授業づくりを進めてきている。一方で、金融広報中央委員会が発表した『金融リテラシー調査 2019 年調査結果⁴⁸』によると、金融リテラシーを測る試験において米国や欧州圏に比べて、日本の正答率が最も低く、我が国の金融教育の遅れは社会的な課題と言われている。

そのため、小学校の家庭科、社会科等において、キャッシュレスに関する授業を実施していただけるように、教材や学習プログラムの検討に加え、文部科学省等関係省庁への働きかけを行う。また、必要に応じて、当協議会（会員からの協力者含む）より講師派遣を行う。授業においては、キャッシュレスに限らず、お金のたいせつさや管理等、幅広いテーマを取り扱っていく。

⁴⁸ https://www.shiruporuto.jp/public/document/container/literacy_chosa/2019/

iii. キャッシュレス利用可能店舗マップの構築・運営

2.1.4 でも触れたように、ポイント還元事業では、キャッシュレスを利用可能な店舗に関するマップを提供した。マップの制作や運用は、情報の正確性等を確保するために相応の労力が求められることとなるが、消費者においては、安心してキャッシュレスを利用できる判断材料の一つとなった。残念ながら、当該アプリやマップはポイント還元事業の終了とともに掲載を停止したが、今後も、このような形での情報提供は消費者ニーズに合致するものであると考える。

このような機能を提供する場合には、消費者が店舗等での利用で感じた課題についても連絡できるような仕組みを整えることで、キャッシュレスに関する課題を収集する窓口となることも期待できる。

b. キャッシュレス利用可能店舗等の拡大

i. 自治体窓口におけるキャッシュレス導入のモデルケース作成

2.3.1 でも触れた経済産業省のモニター自治体事業を通じ、29の自治体における一層のキャッシュレス導入促進に向けた取組が実施される中で、運用面における課題も浮き彫りとなってきている。具体的には、現金以外の方法で金銭を収受することにより、現金とは異なる収入の管理や会計処理が生じ作業負荷が増す場合があり、省力化や業務効率化等のメリットが十分に享受できないといった課題が挙げられている。

そのため、自治体において、よりキャッシュレスを導入しやすい環境を整備するためには、単にキャッシュレスについて検討するだけでなく、前後の事務処理についても、その手順や導入に向けた支援を行っていく必要がある。これに関連し、必要に応じて「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」についても所掌範囲の拡大を含めた検討を行う。

ii. モデル店舗におけるキャッシュレス導入損益試算シートの作成

店舗等においては、キャッシュレスを導入しない理由として、手数料等に関する指摘が多い。他方、キャッシュレスの導入メリットは見えにくく、導入をためらう店舗等においては、どうしてもコストに目が向いてしまいがちである。

店舗等においてキャッシュレスの導入に向けて店舗運営全体でのメリットを把握いただくために、キャッシュレス導入損益試算シートを作成し、各店舗において自身の環境に応じたパラメーターを設定いただくことで、その効果が見える化することには効果があると考えられる。

すでに、当協議会においても一部の事業領域においてキャッシュレス導入時の損益等を試算するためのツールを整備してきているところである。業界特性も踏まえた損益試算シートを作成することで、導入メリットやキャッシュレス導入の必要性につい

てご理解をいただくことが重要である。

c. キャッシュレスに対する関心の向上

i. 消費者等に向けたキャンペーン等の実施

「キャッシュレス」という単語自体は一般的な定着が見られる。また、2020年度はポイント還元事業、マイナポイント事業等、政府による大規模なキャッシュレス関連事業が行われたため、キャッシュレスの認知が非常に高かった。これを一過性のものとせず、さらなるキャッシュレスの普及を実現するためには、継続的にキャッシュレスに対する関心の獲得・維持が必要となる。

これについて、消費者向けのキャンペーン等の実施が考えられる。例えば、SNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）等を活用したイベントの実施や、キャッシュレスに対するポジティブなイメージの定着を図るため、広く一般に支持される標語を制定することも方策の一つとして考えられる。

ii. 消費者向けキャッシュレス選択支援サイトの構築

コード決済や非接触決済等、キャッシュレス決済手段が増え、これに伴い、キャッシュレス決済サービスの種類も多くなってきている。図表 63でも示されている通り、あまりに多い選択肢はかえって消費者に選択ができないような状況を生み出しているようにも思われる。

多岐にわたるキャッシュレス決済サービスの中から、消費者が自らにあったサービスを選択する際の一助となるよう、比較可能な項目での一覧化や、インタラクティブな方式での適合診断等の提供を行う Web サイトの構築が効果的と考える。

iii. 地域におけるキャッシュレス普及状況を確認する標準資料の確立

現在、キャッシュレスの普及状況を把握できるのは、政府が公表するキャッシュレス決済比率にとどまる。このキャッシュレス決済比率は全国の全業種を対象に算出されるものであり、細かい内訳等は、その算出方法の困難さもあり示されていない。例えば、本書では、図表 4にて都道府県別キャッシュレス支払い割合を示しているが、この算出根拠である「全国家計構造調査」は、5年に1度の調査であり、毎年の公表はできない。

そのため、地域別や業種別といった、現在のキャッシュレス決済比率よりも細かい単位でのキャッシュレスの進捗状況が把握可能な指標を策定することが重要であると考える。当該指標の策定により、当協議会を始めとする各種機関におけるキャッシュレス推進施策の策定判断や効果測定に活用することができる。

d. 消費者、店舗等、決済事業者間の円滑なコミュニケーションの実現

i. 完全キャッシュレス店舗への共通ロゴの導入

近年、現金を受け付けず、支払いをキャッシュレスのみに限定した店舗（完全キャッシュレス店舗）が登場している。こうした取り組みを支援し、店頭での混乱を防ぎ、支払いをよりスムーズに行うために、完全キャッシュレス店舗向けの共通ロゴを作成し、消費者認知の向上を図る。

ii. 人材紹介等による知識の共有

自治体等を始めとする多くの組織、事業者において、導入に向けたノウハウ等が不足しており、実際の導入までに時間がかかる、至らないといったケースがある。キャッシュレス決済サービスは、クレジットカード、デビットカード、電子マネー、コード決済等、様々なサービスが存在し、かつ、それぞれが異なる法規制により成立している。

そのため、新規導入等においてキャッシュレスにかかるレギュレーションや情報不足を解消するため、自治体等に向け、決済業界の有識者による導入サポートを受けられるような人材マッチングを可能とする取組が有効であると考えられる。その他にも、キャッシュレス決済サービス及びその周辺のサービス等を網羅したソリューション一覧の提供も有用である。

4.5.3 リスクへの対応

a. 不正や災害、犯罪防止等対策にかかる関係者の役割とコスト負担のあり方検討

i. 業界横断情報共有基盤の構築

不正や災害、犯罪防止等の対策においては、キャッシュレスに関わる各事業者において個別に継続的な取り組みが実施されている中、更なる高度化のためには業界横断的に一定範囲・粒度で情報を共有することが有効であると考えられる。

たとえば、不正アクセス等発生時に、当該不正アクセス者の情報（電話番号、メールアドレス、IP アドレス等）を迅速に共有する基盤が構築できれば、被害の拡大を防ぐことも可能となる。その他にも、決済サービスの障害に関わる情報共有の仕組みを整えば、店舗においてキャッシュレス決済が不能な際の判断に有効な情報を提供できる。

ii. セキュリティに関する周知活動

図表 63 にもあるとおり、キャッシュレスに関する不安として、セキュリティが指摘される。他方、現金に関連する犯罪は、キャッシュレスの不正利用よりも大きいが、

報道等もあり、一般の消費者にはより強く意識されることとなる⁴⁹。

キャッシュレスの不正のいくつかは、消費者におけるセキュリティ設定等により回避できるものも少なくなく、また、不正利用については原則として補償が受けられる状況にある。そのため、キャッシュレス決済に関連する不正利用や個人情報の取り扱いについて正しく消費者に理解いただけるように、業界としての情報発信を積極的に実施する必要がある。例えば、不正利用状況に関する統計情報の公開、消費者が実施可能な具体的な予防措置の情報提供を検討する。

b. 身元確認を行っているキャッシュレスの特性を活かした AML/CTF 対策の検討

i. 現金決済の上限規制に関する検討

マネーロンダリング対策・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。このような現金決済に関する規制は、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。その背景としては、「テロ対策への意識の高まり」や「マイナス金利の導入」等が考えられる。

これら諸外国での現金決済の上限規制等の取り組みを参考に、一定金額以上の支払い時における報告の義務化や決済規制について検討する。

⁴⁹ 法務省の「犯罪白書」では、2018年の現金を対象とした犯罪は年間760億円、警察庁「遺失物取扱状況」では2018年の現金の落とし物は年間191億円であるのに対し、クレジットカードの不正利用は285億円（2018年）、コード決済の不正被害は数千万円であった。

5 キャッシュレス・ロードマップの進捗状況

「キャッシュレス・ロードマップ 2020」では、2030年の社会のライフスタイルを見据えて、7つのキャッシュレス社会の姿を展望してきた。本章ではこれら7つの社会の姿が、どのように進捗してきているかを検証する。

5.1 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

キャッシュレスツールとして、我が国においては多岐にわたる決済手段があり、キャッシュレス普及期においては、サービスの淘汰もされることながら、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状況にある。

消費者にとってはあまりに多い選択肢の中で、本当に自分のライフスタイルにあった選択ができていないか否か、主体的に考えられる情報や知識の獲得を進めていくこと、また、新しいキャッシュレス決済手段に乗り換えようとした時、スムーズに移行できる環境を整備する必要がある。

2020年度には「キャッシュレス教育の拡充」（2027年度まで継続）、「キャッシュレスのユニバーサルデザイン化の進展」（2022年度まで継続）、「JPQR、タッチ決済の普及」（2021年度まで継続）の3つの施策が示されている。

5.1.1 キャッシュレス教育の拡充

2020年度は、自治体や消費者団体等の要請を受け、当協議会においてキャッシュレスに関する消費者向けの講演を複数回実施している。今後、さらなる教育の拡充に向け、4.5.2で示したような教育課程への関与や消費者自身がキャッシュレスについて自主的に学べるような環境整備が重要と考える。

当協議会では、3.3.2にもあるとおり、自主事業として継続して「教育と体験」には注力していく予定である。

5.1.2 キャッシュレスのユニバーサルデザイン化の進展

2020年度は、3.2.2にて述べたように、当協議会においてキャッシュレスのユニバーサルデザインに関する検討を行った。今後、これらが定着していくような取組を行っていく必要がある。

5.1.3 JPQR、タッチ決済の普及

2020年度は、総務省による「JPQR普及事業」が実施された。本事業は2021年度も継続される見込みである。また、最近では非接触のクレジットカード決済も普及し始めており、利用可能な店舗も増えつつある。

この流れをさらに強化するために、4.5.1 で示した JPQR の魅力向上や、4.5.2 のキャンペーンの実施により、広く消費者や店舗に認知、受け入れていただけるような取組を積極的に実施していく必要がある。

当協議会では、3.3.1 にもあるとおり、「【PJ21-3】コード決済（JPQR）普及促進」プロジェクトを設置し、さらなる JPQR の普及に向けた活動を実施していく予定である。

5.2 キャッシュレス対応の店舗等の方が多い

都市部だけでなく、あらゆる地域でキャッシュレス対応の店舗は増加傾向にあると考えられる。一方で、多様なキャッシュレス決済手段に対応できない店舗、キャッシュレス未導入店舗も未だ存在する。

キャッシュレス対応店舗を増やしていくためには、キャッシュレスがもたらす効果が見える化し、未導入店舗においてもご理解いただけるような取組が重要である。また、特定の業種や業態の課題を理解し、それらの課題解決に資するキャッシュレスを提供していく必要がある。また、店舗におけるオペレーションの標準化等により、キャッシュレス導入によっても負担が増えない取組等により、一層の普及に向けて強力に推進していく必要があると考えられる。さらに、災害時や障害時などの社会インフラの基盤として安心・安全なサービスの提供をするための取り組みも欠かせない。

2020 年度には「キャッシュレス効果の見える化」（2021 年度まで継続）、「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」（2027 年度まで継続）、「災害時でも利用可能な環境整備」（2021 年度まで継続）の 3 つの施策が示されている。

5.2.1 キャッシュレス効果の見える化

2020 年度は、2.3.2 にあるとおり経済産業省の「キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた環境整備検討会」において、キャッシュレス決済サービスのコストの見える化が行われ、その中間報告において、今後、現金コストとの比較や効果の見える化について言及されている。

当協議会としても、検討会に参加させていただくとともに、積極的な情報提供を行っている。今後開催予定の検討会についても、同様に関与を行っていきたい。

5.2.2 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

2020 年度は、3.2.1 にて述べたように、「【PJ20-2】未対応領域の特定」プロジェクトを実施し、キャッシュレスの普及が十分でないと思われる領域の特定を行った。また「【PJ20-4】自動サービス機の普及促進」においては、自動サービス機分野における

また、自治体窓口における手数料等の収受に関しては、経済産業省のモニター自治体（2.3.1 参照）の取組により、2019 年度に当協議会が策定した「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」が改訂されている。

2021 年度における自治体向けのキャッシュレス普及促進については、JPQR の活用も視野に入れた自治体の歳入に関するキャッシュレスの実現に加え、「【PJ21-5】自治体への導入パッケージ検討」を実施することで、さらなる自治体への普及を目指す。

2021 年度はさらに、4.5.2 にて記載したように、特定領域の普及状況がわかるような指標の策定を目指す。これにより、より具体的な課題の抽出も可能になると考える。

5.2.3 災害時でも継続可能なキャッシュレス環境の整備

当協議会で 2019 年度に実施した「【PJ19-9】災害時に強いキャッシュレスのあり方」を引き継ぎ、2020 年度は経済産業省にて、実証実験を含む災害時のキャッシュレス対応について検討が行われた（2.3.3 参照）。

2021 年度は、実際に災害が発生した場合において、これまでの検討が実行に移されるように、災害時対応の周知等を実施していく予定である。

5.2.4 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

ロードマップにおいては、2022 年度より着手する予定の項目であるが、3.2.3 にて示したように「【PJ20-5】店舗における CX の向上」として、店員と消費者のコミュニケーション等に関する標準化に関する検討を行った。他方で、POS レジの対応等、即座に実現が困難な分野も明確になってきた。

2021 年度も「【PJ21-4】ポイントとキャッシュレス」の様に、店舗におけるオペレーションの標準化については、当協議会としても積極的に関与していく予定である。

5.3 キャッシュレスで支払うとお得

キャッシュレスで払うことによる「お得」には、資金的な「利得性」の面とキャッシュレスが生活を豊かにするという「利便性」の面がある。これらのインセンティブを消費者に認識していただき、キャッシュレスを利用しようという意識の醸成が重要である。

2020 年度には「利得性、利便性の見える化」（2021 年度まで継続）、「キャッシュレス体験の拡充」（2027 年度まで継続）の 2 つの施策が示されている。

5.3.1 利得性、利便性の見える化

利得性については、キャッシュレス・ポイント還元事業やマイナポイント事業の実

施により、広く意識されるようになった。最近では「ポイ活」等の言葉に代表されるように、利得性を追求するための動きも多くの場所で見られる。しかしながら、利得性を提供するためには、その原資が必要であり永続的に実施できるものではない。

一定の普及を実現できた状況を踏まえ、2021年度は利便性により着目していく必要がある。しかしながら、多岐にわたるキャッシュレス決済サービスの存在等もあり、かえって利便性が損なわれているという見方もある。2022年度以降は、「より利便性に軸足をおいたサービスの提供」が目指されており、この活動につながるような取組を行っていかなくてはならない。

5.3.2 キャッシュレス体験の拡充

コロナ禍という環境もあり、キャッシュレスを体験する機会の提供を積極的に実施できない状況にある。しかしながら、当協議会としては、3.3.2にもあるとおり「教育と体験」には継続して取り組んでいく予定である。

5.4 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の導入が進んでおり、レジに立ち寄って支払うという行為自体がなくなっていくことが予想される。飲食店などにおいても、事前注文サービスがコロナ禍の影響により拡大し、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。

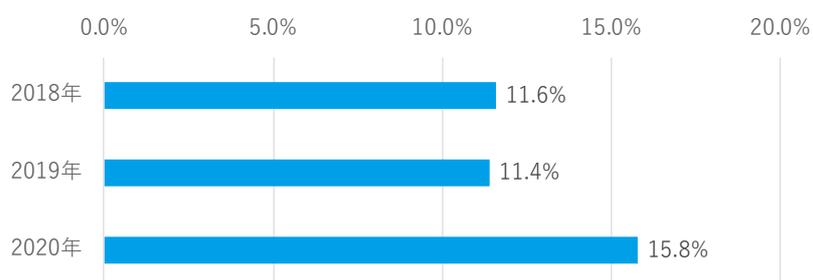
また、サブスクリプションと呼ばれる、財やサービスの利用権を定額の支払いで一定期間得ることのできる課金方法の登場により、利用に応じて支払いをすることが常態化してくると想定される。

2020年度には「セルフレジの普及」（2021年度まで継続）、「消費者への説明のあり方検討」（2023年度まで継続）の2つの施策が示されている。

5.4.1 セルフレジの普及

一般社団法人全国スーパーマーケット協会、一般社団法人日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会が公表する「2020年スーパーマーケット年次統計調査報告書」によると、フルセルフレジの設置率は全体で15.8%となり、前年に比べやや増加している。規模の大きな企業や地方圏の企業で設置率が高いとされている。

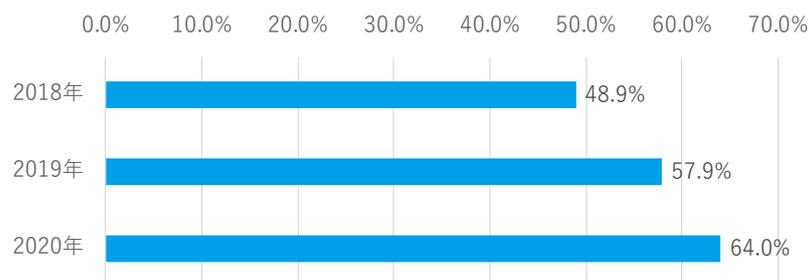
図表 71 フルセルフレジの普及率



(出典) 一般社団法人全国スーパーマーケット協会、一般社団法人 日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会「2020年 スーパーマーケット年次統計調査報告書」

セミセルフレジの設置率は全体で 64.0% となり、増加傾向が続いている。特に、保有店舗数 26 店舗以上の企業では設置率が 90% 近くに達している。

図表 72 セミセルフレジの普及率



(出典) 一般社団法人全国スーパーマーケット協会、一般社団法人 日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会「2020年 スーパーマーケット年次統計調査報告書」

このように、比較的規模の大きなスーパーマーケットでは、セルフレジの普及が進んでいる。また、コンビニエンスストアでもフルセルフレジが多く設置されるようになった。

新しい生活様式の影響もあり、2021 年度はさらなるセルフレジの普及が進むものとする。当協議会においても「【PJ21-4】ポイントとキャッシュレス」において、セルフレジを含む店舗オペレーションの在り方について検討を行うことで、セルフレジの普及にはずみをつけていきたい。

5.4.2 消費者への説明のあり方の整理

2020 年度は、3.2.3 でも述べたように、「【PJ20-5】店舗における CX の向上」プロジェクトにおいて、「アクセプトタンスマーク掲示方法の統一化」や「標準的なキャッシュレス運用方法」として店舗における消費者への声掛け等について検討を行ってき

た。また、決済事業者におけるサービス内容や利用方法等に関する消費者向けの説明方法について、その説明事項等の統一化について検討を行い、消費者自身で必要な情報にアクセスできるような環境整備を進めている。

3.3.1 にて触れたように、2021 年度は「【PJ21-2】情報連携・通知の在り方」において、より具体化しつつ、実行に向けた取組を進めていく予定である。

5.5 送金はデジタルで行われる

これまで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を始めており、コロナ禍という大きな変化もあったことで、個人間の送金に対する意識の変化も起き始めている。

さらに、原則は現金で、銀行口座への振り込みは例外として認められていた給与など賃金について、その例外にスマホなどを使うキャッシュレス決済サービスを加える検討が進められている。

2020 年度には「B2B 領域におけるキャッシュレスの普及」(2022 年度まで継続)、「子供へのお金の渡し方の変化」(2021 年度まで継続)の2つの施策が示されている。

5.5.1 B2B 領域におけるキャッシュレスの普及

B2B 領域におけるキャッシュレスの普及については、成長戦略会議で取りまとめられた「実行計画⁵¹」において、「産業界及び金融界による『約束手形の利用の廃止に向けた行動計画』の策定を検討し、取組を促進する」ことが明記されている。また、中小企業庁の「約束手形をはじめとする支払条件の改善に向けた検討会」において取りまとめられた報告書⁵²では、約束手形の利用の廃止に向けて、産業界および金融界に対し、期間を5年間とする「約束手形の利用の廃止等に向けた自主行動計画」を策定すべきとされた。

それらの社会的要請を踏まえて、一般社団法人全国銀行協会において取りまとめられた「手形・小切手機能の電子化状況に関する調査報告書」において、約束手形の利用の廃止等に向けた自主行動計画等の策定が示されている。

⁵¹ https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/seicho/pdf/jikkoukeikaku_set.pdf

⁵² https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/kenkyukai/shiharaikaizen/2021/210315shiharaikaizen_report.pdf

図表 73 「約束手形の利用の廃止等に向けた自主行動計画」の策定

- ポストコロナ時代を見据え、成長戦略会議が取りまとめた「実行計画」(2020年12月公表)において、「**産業界および金融界に対し『約束手形の利用廃止に向けた行動計画』の策定を検討し、取組みを促進する**」旨が明記された。
- 中小企業庁「約束手形をはじめとする支払条件の改善に向けた検討会」において、具体的な要請内容が提示された。

成長戦略会議「実行計画」

- 成長戦略会議は、2020年12月、「実行計画」を取りまとめ、公表
- 同実行計画において、約束手形の支払いサイトが、現金支払いと比して長期間となっており、受注者側の資金繰りの負担となっていることを踏まえ(現金支払い平均50日程度、約束手形平均100日程度)、「**産業界及び金融界による『約束手形の利用の廃止に向けた行動計画』の策定を検討し、取組を促進する**」ことを明記

「約束手形の利用の廃止等に向けた自主行動計画」の策定

- 中小企業庁の「約束手形をはじめとする支払条件の改善に向けた検討会」は、成長戦略会議の「実行計画」を踏まえ、以下のとおり、**産業界および金融界、それぞれに「約束手形の利用の廃止等に向けた自主行動計画」の策定を要請**

対象	自主行動計画で検討されるべき項目例
産業界	<ul style="list-style-type: none"> ・約束手形の運用改善 ・約束手形の利用廃止 ・支払い条件に関する情報開示の充実
金融界	<ul style="list-style-type: none"> ・決済関連手数料の見直し ・電子的決済サービスの普及促進策 ・約束手形の利用を廃止する事業者への資金繰り支援

「書面・押印・対面手続の見直しに向けた論点整理」

- 金融庁の「金融業界における書面・押印・対面手続の見直しに向けた検討会」は、2020年12月、「書面・押印・対面手続の見直しに向けた論点整理」を取りまとめ、公表
- 同論点整理では、預金取扱金融機関業界の課題の一つとして「**手形・小切手**」を挙げ、「**引き続き官民が連携し、全面的な電子化を視野に入れつつ、手形・小切手機能の電子化をより一層推進する取組みを進めていく**」と整理

(出典) 一般社団法人全国銀行協会「手形・小切手機能の電子化状況に関する調査報告書」(概要版)

同報告書では、2026年度を目標とした、手形・小切手機能の「全面的な電子化」に取組むとされており、検討会の設置を含め、積極的な取組が進められている。

今後、このような銀行業界の動きに加え、当協議会においても他のキャッシュレス決済手段の利用についても積極的な検討を行っていく必要があると認識する。

5.5.2 子供へのお金の渡し方の変化

2020年度プロジェクトである「【PJ20-3】ユニバーサルデザイン」において、銀行口座やクレジットカード等を保有しない子どもにおけるキャッシュレスの普及について検討を行った。

すでに一部のキャッシュレス決済事業者において、家族向けのサービスが提供されていたり、コロナ禍ということもありお年玉等をキャッシュレスで渡したりと、送金サービスの普及による子供へのお金の渡し方に変化がおきている。

このような動きを一過性のものとせず、継続的な実施が行われるようにする必要がある。また、これにあわせ、4.5.2にもあるとおり、子供を含めたキャッシュレス教育にも重点をおいていく必要がある。

5.6 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、各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、地域活性化や地球環境問題への対応等公共性のある社会課題解決に結びつくものもあると思われる。

2020年度には「共通IDの検討」（2021年度まで継続）、「データ利活用に関するルール整備」（2021年度まで継続）の2つの施策が示されている。

5.6.1 共通IDの検討

3.2.4にて述べたように、2020年度は「【PJ20-6】個人情報の取扱・e-KYCの在り方」において、本人確認プロセスのデジタル化が検討され、その中でキャッシュレス決済事業者を始めとする、さまざまな事業者が共通して認識可能なID（共通ID）の可能性についても議論を行った。共通IDとして、民間事業者が利用可能な認証局を設置する案が示されている。

2021年度も継続して「【PJ21-6】本人確認のデジタル化／共通化」として、共通IDの必要性も含めた検討を行っていく予定である。本検討に際しては、総務省によるマイナンバーカードを活用した公的個人認証サービス（JPKI）の推進に関する議論も踏まえながら議論を行っていく。

5.6.2 データ利活用に関するルール整備

当協議会では、2019年度、2020年度とデータ利活用に向けた環境整備に必要な事項に関する検討を行ってきた。他方で、データ利活用は未知の領域も多く、2021年度においては、「【PJ21-7】データ利活用に関する実証実験」として、実際にデータ利活用を前提としたキャッシュレス決済を実行してみることで、より具体的に必要なルールの検討を行っていく予定である。

また、総務省では、地域における決済情報等の利活用について実証が進められており、「地域のデータ利活用基盤」の構築に向けて、決済事業者とデータ連携するための標準APIガイドラインや決済情報・属性情報等のデータの取扱に関するガイドラインの整備が図られている。

5.7 生活行動シーンのシームレス化

2030年の我が国は世界最高水準のキャッシュレス社会を目指すとしている。そのような世界においては、日常生活において決済を意識することなく、スムーズに活動することができる社会となる。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、個人情報を記入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

プッシュ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。

5.7.1 キャッシュレスというライフスタイルへの理解の進展

図らずも、新型コロナウイルス感染症の拡大により、新しい生活様式が提示され、多くの消費者がキャッシュレスを意識するようになった。これにより、キャッシュレスがより日常生活に浸透することとなり、キャッシュレスを前提としたサービスを活用したライフスタイルも定着しつつある。

コロナ禍という特殊な環境に改善が見られた後においても、現在のライフスタイルが継続されるよう、消費者や店舗等における理解をいただく取組みを続けていく必要がある。

図表 74 キャッシュレス・ロードマップ

