

# キャッシュレス・ロードマップ 2023

2023 年 8 月

一般社団法人キャッシュレス推進協議会

## 目次

はじめに .....	3
<b>1 キャッシュレスの動向 .....</b>	<b>4</b>
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.....	9
<b>2 我が国におけるキャッシュレスの動向.....</b>	<b>14</b>
2.1 総務省「マイナポイント事業」 .....	14
2.2 経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会」 .....	16
2.3 その他の政府等における取組 .....	26
2.4 消費者をめぐる動向.....	32
<b>3 キャッシュレス推進協議会の活動状況.....</b>	<b>47</b>
3.1 会員の広がり .....	47
3.2 2022年度の活動状況 .....	49
3.3 2023年度の活動予定 .....	57
<b>4 キャッシュレスの社会貢献.....</b>	<b>59</b>
4.1 SDGs への貢献.....	60
4.2 二酸化炭素排出量への影響 .....	90
<b>5 キャッシュレス・ロードマップの進捗状況.....</b>	<b>107</b>
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 .....	107
5.2 キャッシュレス対応の店舗等の方が多い .....	108
5.3 キャッシュレスで支払うとお得.....	109
5.4 支払いという行為が希薄化する .....	110
5.5 送金はデジタルで行われる .....	113
5.6 データの利活用により生活の利便性が向上.....	114
5.7 生活行動シーンのシームレス化.....	116

## はじめに

生活の多くの場面でキャッシュレスが利用されるようになってきた。我が国のキャッシュレス決済比率も堅調に上昇しており、キャッシュレスが日常の中に浸透してきていることが伺える。最近では、キャッシュレスそのものが生活の一部として認知されつつあり、現金をあまり使わないという生活者も増えてきた。

一般社団法人キャッシュレス推進協議会（以下、「当協議会」）では、少子高齢化が進み、より一層の社会の効率化、生産性の向上が求められる我が国において、キャッシュレスは必須のツールであると考えており、その普及は、一個人や一店舗のためだけではなく、社会全体の発展のためにも必要不可欠であると認識している。

今年度の「キャッシュレス・ロードマップ2023」の策定に向けては、このような社会の発展に不可欠なキャッシュレスの位置づけを改めて見直すとともに、その必要性をより多くの方にご理解いただくために、社会の共通課題であるSDGs（Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標）の達成においてもキャッシュレスが貢献できることを明確にするとともに、環境問題の原因として取り上げられる二酸化炭素の排出量におけるキャッシュレスの関与について多くの会員・関係者との議論を重ねてきた。このように一見すると、関係がないように見える社会課題や環境問題の解決にキャッシュレスが資することを見える化することで、キャッシュレスを日常的に利用すること自体が、これらの課題解決に繋がっていくことをお伝えできれば幸いである。

これまでキャッシュレスそのものに関心がなかった方々にも、キャッシュレスが幅広い社会課題にも貢献することをご理解いただき、キャッシュレスをご利用いただくことが、個人の利得性や利便性の向上だけにとどまらず、よりよい社会実現に向けて効果があることについても着目いただき、より一層のキャッシュレス普及につながることを期待する。

2023年8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の推移

#### a. 金額ベース

我が国のキャッシュレス決済比率は、2022年に36.0%まで到達した。対前年比で3.5%pt増加し、これまでで最も大きな成長を遂げている。比率が大幅な上昇を見せていることから、クリティカル・マス<sup>1</sup>を超えたとも見て取れる。

キャッシュレス決済比率の増加の状況を見ると、2008年～2013年までの「前年比+1.0%pt以下」の状況が、2013年～2017年になると「前年比+2.0%pt未満」に傾きが大きくなり、2017年～2021年においては、「前年比+2.0%pt以上」と、その成長スピードが早まっている状況にある。さらに2021年～2022年にかけては「前年比+3.5%pt」とさらに加速している。実際に、図表1を見ると、キャッシュレス決済比率を示す折れ線グラフの傾きが徐々に大きくなっていることがわかる。増加が顕著になり始めた2017年は、まさに政府が成長戦略の中でキャッシュレス決済比率をKPIとして定めた年であり、我が国全体の大きな動きとして普及が進んだと考えられる。

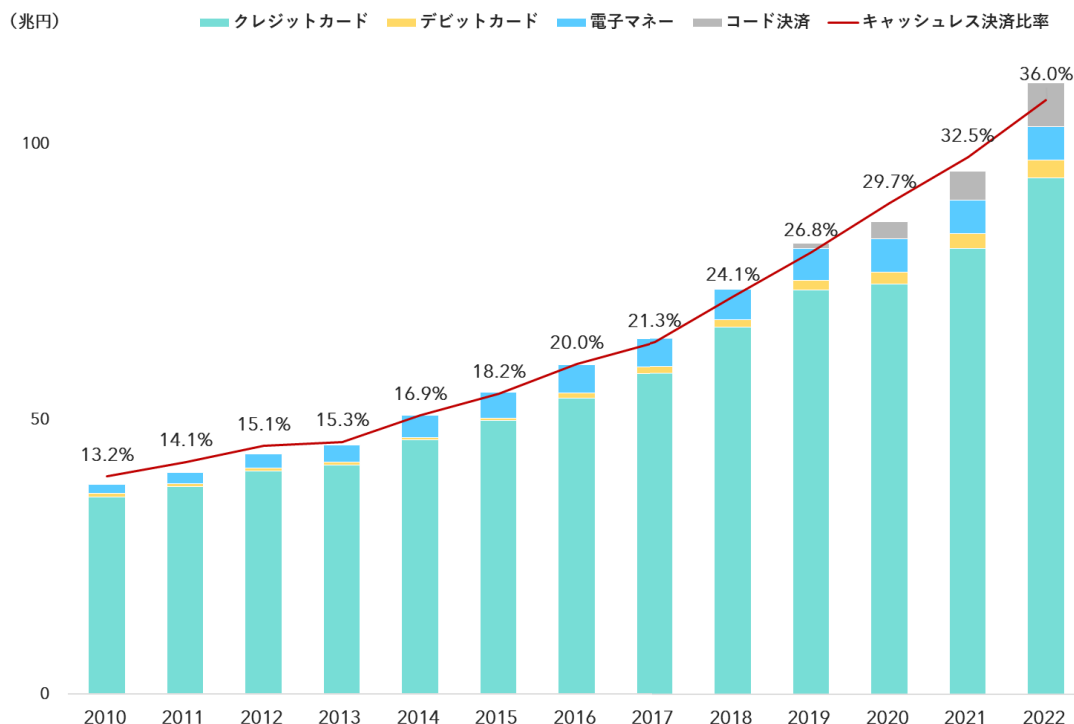
政府は「2025年6月までに、キャッシュレス決済比率を倍増し、4割程度とすることを目指す。」というKPIを掲げており<sup>2</sup>、残り約2年でこの状況を踏まえると、KPIの達成はかなり現実味を帯びていると言える。

---

<sup>1</sup>新しい商品やサービスが普及していく過程において、ある割合を過ぎると急激に普及率が伸びる場合がある。このように急激に普及率が伸び始めるポイントに当たる普及率のことをクリティカル・マスと呼ぶ。

<sup>2</sup>成長戦略フォローアップ（2020年7月閣議決定）

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<sup>3</sup>) 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「決済動向」  
 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」

次に、キャッシュレス全体に占める決済手段別の支払金額の状況について見る。キャッシュレス全体の支払金額が大きく成長しており、各決済手段とも取扱金額を伸ばしている。

その中でもコード決済は、2020年にはデビットカード、2022年には電子マネーを抜き、我が国で2番目に利用されている決済手段となった。増加率も50%を2年連続で超え、急激に普及してきていることがわかる。電子マネーは2021年にマイナス成長となったものの、2022年には再びプラスに転じている。しかしながら、キャッシュレスに占める割合は減少傾向が続いている。この変化については、様々な原因が考えられるが、コロナ禍の影響に伴い電車等による人の移動が減少したことにより、日常的に交通系を始めとする電子マネーへのチャージや利用の機会の減少が影響しているとも考えられる。デビットカードは堅調に割合を増やしてきており、増加率も2番目の高水準で推移している。また、これまで通りクレジットカー

<sup>3</sup>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。

ドの存在感は大きく、増加率については 2010 年以降で最も大きな値となっている。ただ、キャッシュレス全体額が大きくなっているため、キャッシュレス全体額に占める割合は減少傾向にある。クレジットカードのタッチ決済も普及してきており、クレジットカードをより日常利用する機会が増えてきたことも影響していると考えられる。

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<sup>4</sup>

決済手段	キャッシュレス全体額に占める割合			増減率	
	2020年	2021年	2022年	2021年	2022年
クレジットカード	86.8%	85.3%	84.5%	8.8%	15.8%
デビットカード	2.5%	2.8%	2.9%	25.1%	19.3%
電子マネー	7.0%	6.3%	5.5%	▲1.1%	1.9%
コード決済	3.7%	5.6%	7.1%	66.3%	50.3%
キャッシュレス全体の金額の増減率				10.6%	16.9%

(出典<sup>5</sup>) 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「決済動向」

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」

## b. 件数ベース

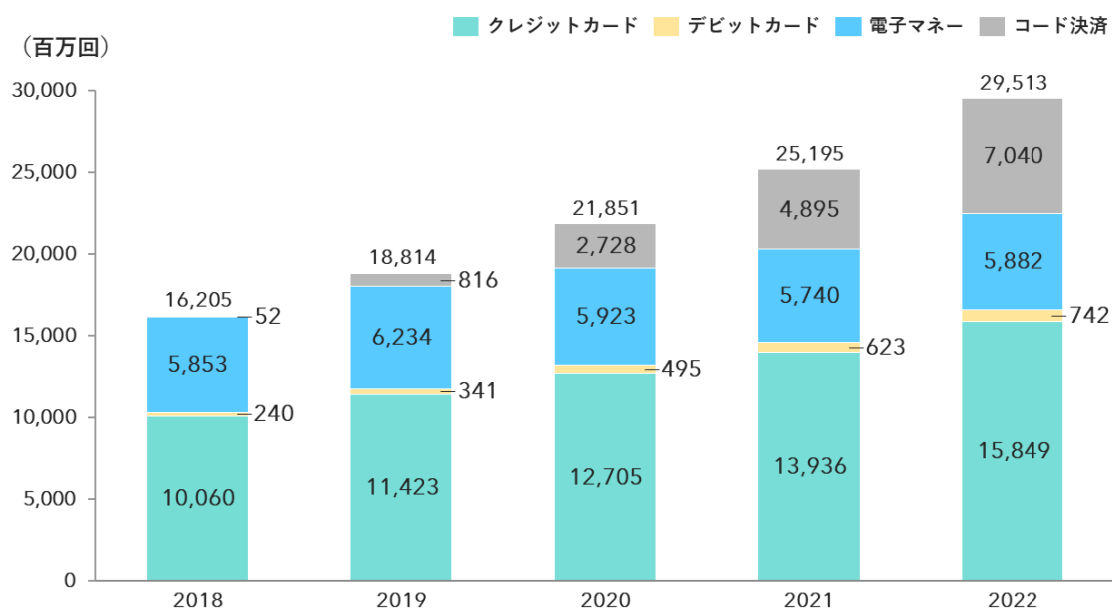
上記の比率は取扱金額をベースとした算出であるため、比較的利用単価が高い傾向にあるクレジットカードの割合が高く示される傾向にある。そこで、キャッシュレス決済手段別に利用件数の割合を確認する。ただし、上述のキャッシュレス決済比率の算出に用いる出典と一部異なる統計を用いているため、注意が必要である<sup>6</sup>。

<sup>4</sup> 増減率 = 対象年の金額 ÷ 前年の金額 - 1

<sup>5</sup> 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。

<sup>6</sup> 前述の通り、金額ベースの比率の算出には全てのクレジット取引が記録される信用情報機関の情報を活用しているのに対し、件数ベースの比率の算出には一部(大手 28 社、ただし 2021 年 2 月以降は 27 社が対象)のクレジットカード会社に対する調査であることに注意が必要である。なお、大手 27 社での取扱金額(2022 年)は、全クレジット取引の 86.0%を占める。

図表3 キャッシュレス決済手段別の支払件数の推移



(出典) クレジットカード：日本クレジット協会「クレジットカード動態調査」  
 デビットカード：日本銀行「決済動向」  
 電子マネー：日本銀行「決済動向」  
 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」

2022 年はすべての決済手段で増減率がプラスとなっており、キャッシュレス決済手段を利用するシーンが着実に増えてきていることがわかる。クレジットカードは件数ベースで見ても最も利用される状況に変化はないが、キャッシュレス全体に占める割合としては、金額ベースと比較すると割合が小さく、半分強となる。デビットカードについては金額ベースと大きな割合の違いはない。電子マネーは比較利用単価が少額なこともあり、割合は金額ベースと比較すると割合が多くなるものの、利用回数に占める割合は年々減少傾向にあり、他の決済手段と動きが異なる。ただし、増減率については 2022 年に増加へ転じており、電子マネーそのものの利用が減少しているわけではないことがわかる。コード決済は、電子マネーと同様、クレジットカードやデビットカードと比較すると利用単価が低いため、金額ベースよりも件数ベースの方が高い割合を占めることがわかる。2022 年には我が国のキャッシュレス決済においておおよそ 4 回に 1 回がコード決済で行われていることとなる。

図表4 キャッシュレス決済手段別のキャッシュレス全体件数に占める割合<sup>7</sup>

決済手段	キャッシュレス全体件数に占める割合			増減率	
	2020年	2021年	2022年	2021年	2022年
クレジットカード	58.1%	55.3%	53.2%	9.7%	13.7%
デビットカード	2.3%	2.5%	2.6%	25.9%	23.6%
電子マネー	27.1%	22.8%	19.9%	▲3.1%	2.5%
コード決済	12.5%	19.4%	23.8%	79.5%	43.8%
キャッシュレス全体の件数の増減率				10.6%	16.9%

(出典) クレジットカード：日本クレジット協会「クレジットカード動態調査」  
 デビットカード：日本銀行「決済動向」  
 電子マネー：日本銀行「決済動向」  
 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」

c. 平均利用金額ベース

最後に、金額と回数から各決済手段の平均利用金額を算出した。中央値ではなく平均利用金額であるため注意が必要であるが、それぞれのキャッシュレス決済手段が担う利用価格帯に違いがあることがわかる。このことから、生活者は利用金額にあわせ決済手段を選択している可能性が高く、日々の生活シーンにあわせて使い分けが進んでいると考えられる。なお、キャッシュレス全体の平均利用金額は約3,400円となっている。

平均利用金額については、減少傾向が続いていたが、最近はそのそれぞれの決済手段で安定してきている状況にある。

図表5 キャッシュレス決済手段別の平均利用金額<sup>8</sup>

決済手段	平均利用金額（円）			増減率	
	2020年	2021年	2022年	2021年	2022年
クレジットカード	4,984.4	4,994.6	5,087.8	0.2%	1.9%
デビットカード	4,359.0	4,331.8	4,338.3	▲0.6%	0.1%
電子マネー	1,018.8	1,040.0	1,034.4	2.1%	▲0.5%
コード決済	1,539.8	1,501.2	1,533.9	▲2.5%	2.2%
キャッシュレス全体	3,465.3	3,398.5	3,413.4	▲1.9%	0.4%

(出典) クレジットカード：日本クレジット協会「クレジットカード動態調査」  
 デビットカード：日本銀行「決済動向」  
 電子マネー：日本銀行「決済動向」  
 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」

<sup>7</sup> 増減率：対象年の件数 ÷ 前年の件数 - 1

<sup>8</sup> 対象年の金額 ÷ 前年の金額 - 1

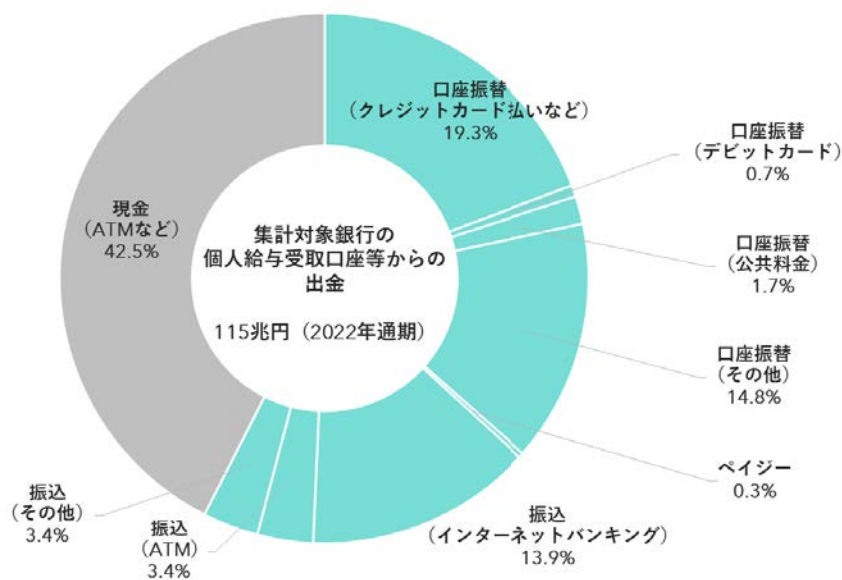


### 1.1.2 一般社団法人全国銀行協会における調査

全国銀行協会では、本調査の対象銀行<sup>9</sup>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・振込の割合を算出している。2022年は、個人の給与受取口座等からの出金のうち、57.5%が振込等を含めたキャッシュレスで行われている。なお、2021年調査では、55.4%であった。

出金の内訳で見ると、クレジットカード払いのための口座振替が大きく伸びている（2021年は、17.8%）。また、インターネットバンキングによる振込も伸びた（2021年12.6%）。現金以外で減少傾向にあるのは、ATMやその他の振込において、0.3%pt.程度の減少が見られた。

図表6 キャッシュレスによる払出し比率の調査結果（2022年通期）



(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」

## 1.2 主要国におけるキャッシュレスの状況

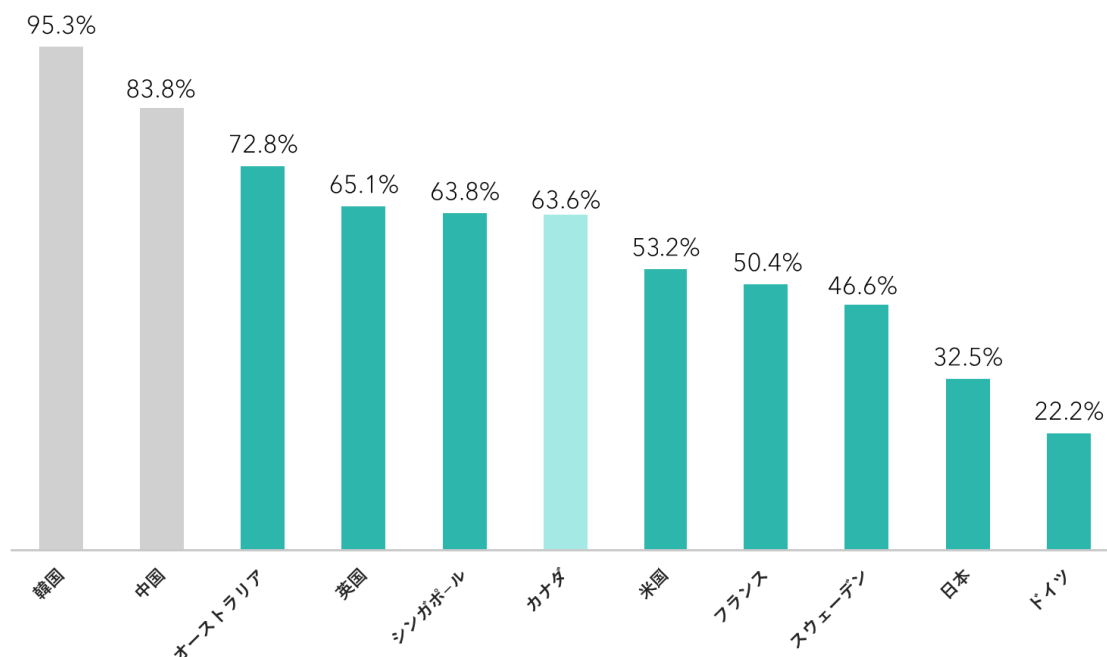
### 1.2.1 キャッシュレス決済比率の国際比較

国際決済銀行（BIS）が公表している「Red Book」と呼ばれる主要国における決済関連の統計データ等に基づき、2021年のキャッシュレス決済比率について、各国との比較を行うと、日本のキャッシュレス決済比率は32.5%と上昇したものの、欧米諸国と比べると依然として低い水準にあることがわかる。

<sup>9</sup> 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

政府は、2025 年にキャッシュレス決済比率 40%に到達することを目標としているが、他国と同水準でのキャッシュレス普及を目指すためには、40%到達後も継続して、キャッシュレスの普及を進めていく必要があると考える。

図表7 世界主要国におけるキャッシュレス決済比率（2021年）



出典) 世界銀行「Household final consumption expenditure (2021年 (2023/3/1版))」  
BIS「Redbook」の非現金手段による年間支払金額から算出

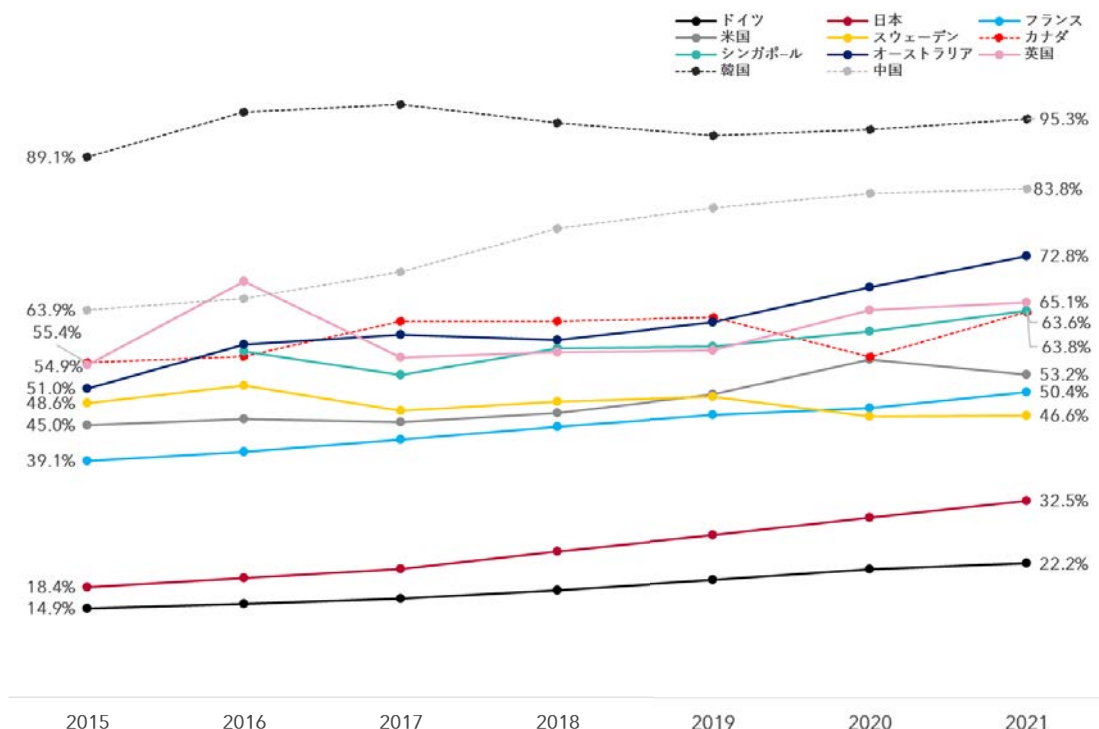
※韓国、中国に関しては、Euromonitor International より参考値として記載  
※カナダに関しては、Payments Canada「CANADIAN PAYMENT  
METHODS AND TRENDS REPORT 2022」より算出

今回の国際比較では、韓国、中国<sup>10</sup>に加え、カナダの値も参考値としている。これは、出典元である BIS の「Redbook」において、カナダのクレジットカードの値が示されていないためである。そのため、カナダの決済インフラを運営する Payments Canada が公表している値を用いて算出を行っている。このように、キャッシュレスの取扱高という値だけでも国により取得可能な情報に違いがある。当協議会では、今後も継続して国際比較について公表を行っていく予定であるが、このように同一の情報源によるデータ取得が困難となりつつある事も踏まえ、データを取得する情報源の見直しや新たな指標の検討等についても行っていく必要性を感じている。

<sup>10</sup> 韓国、中国を参考値とする理由については「キャッシュレス・ロードマップ 2022」を参照。

次に、2015 年以降の各国のキャッシュレス決済比率の推移を、図表 8 に示す。

図表 8 主要国におけるキャッシュレス決済状況の推移



(出典) 過去のキャッシュレス・ロードマップより作成

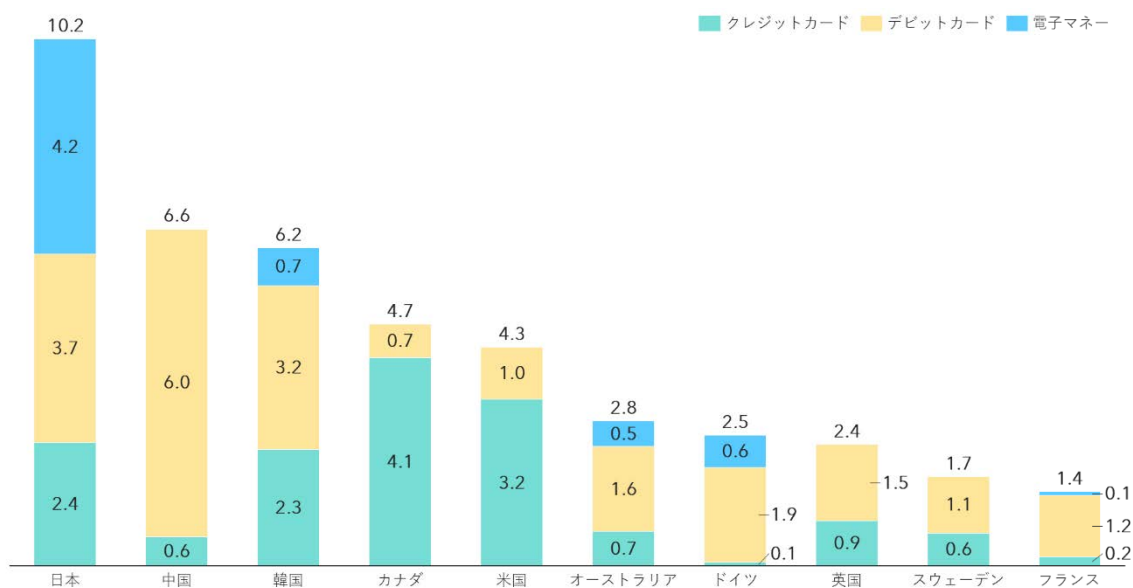
我が国のキャッシュレス決済比率は、伸びしろが大きいこともあり堅調に伸びている。実際に直近5年では最も成長が大きい。また、他国も同様に上昇傾向にあり、グローバル全体でのキャッシュレス利用が進展している事がわかる。今後、再び多くのインバウンド観光客を迎え入れる状況になりつつ中で、海外でもさらに伸びているキャッシュレス決済の利用を国内の消費につなげるためにも、より一層の店舗におけるキャッシュレス導入が必要と考える。

## 1.2.2 各国の主要なキャッシュレス決済手段

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、2021 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 2.4 枚、デビットカードが 3.7 枚、そして電子マネーが 4.2 枚と、合計して約 10.2 枚を保有しており、諸外国と比べ、一人あたり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<sup>11</sup>。

<sup>11</sup> シンガポールについては、2020 年以降、Redbook のデータ更新が行われておらず、今回から掲載対象外としている。

図表9 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（2021年）



（出典）BIS「Red Book」

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、当協議会において初めて「キャッシュレス・ロードマップ」を公表して以降、年々増加している。クレジットカードやデビットカードの値は大きく変動しないが、電子マネーについては、毎年約0.3枚程度増えている。

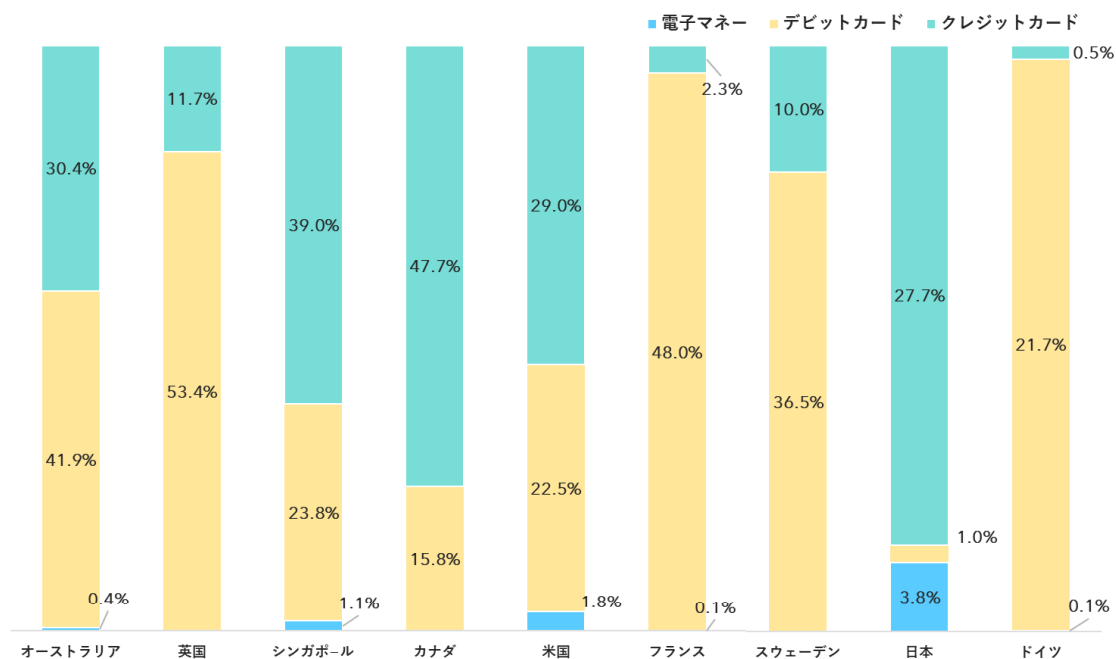
図表10 我が国のキャッシュレス決済手段の保有状況の推移

決済手段	2018年	2019年	2020年	2021年
クレジットカード	2.3枚	2.3枚	2.3枚	2.4枚
デビットカード	3.5枚	3.6枚	3.6枚	3.7枚
電子マネー	3.2枚	3.6枚	3.9枚	4.2枚
合計	9.0枚	9.5枚	9.9枚	10.2枚

（出典）BIS「Redbook」

また、各国のキャッシュレス決済額を100%とした場合の手段別の割合を図表11に示す。

図表 11 キャッシュレス決済額の手段別割合（2021 年）



出典) BIS「Redbook」の非現金手段による年間支払金額から算出  
 ※カナダに関しては、Payments Canada「CANADIAN PAYMENT METHODS AND TRENDS REPORT 2022」より算出

欧州では、デビットカードの利用割合が高く、その他の国では、おおよそクレジットカードとデビットカードの利用が均衡していることがわかる。それに比べ、日本はクレジットカードの利用割合が非常に高いことに加え、電子マネーの利用割合も大きい。また、日本人一人あたりの保有枚数としては、クレジットカードを上回る状況にあるものの、デビットカードの利用が他国に比べ極端に少ないことも特徴として捉えられる。

経済産業省の調査<sup>12</sup>において、海外、特に欧州では、比較的クレジットカードの審査が厳しい等が指摘されており、保有に制約の少ないデビットカードの利用が進んでいると考えられる。このことは、前述の図表 9（キャッシュレス決済手段の保有状況）からも読み取れる。

<sup>12</sup> 令和元年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業「諸外国におけるクレジットカード等に関する規制と国内事業者の与信審査等の実態に関する調査」

## 2 我が国におけるキャッシュレスの動向

### 2.1 総務省「マイナポイント事業」

#### 2.1.1 事業の概要

総務省によるマイナポイント事業は、消費の活性化、生活の質の向上、マイナンバーカードの普及促進及び官民キャッシュレス決済基盤の構築を行うことを目的<sup>13</sup>としている。取得したマイナンバーカードを用いて、スマートフォンやパソコン、所定の店舗等において手続きを行うと、自身が選択したキャッシュレス決済手段のポイントが付与される。

マイナポイント第1弾事業では、マイナンバーカードの取得を条件として、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）が付与されていた。マイナポイント第2弾事業では、2022年6月よりマイナンバーカードの健康保険証としての利用申込みや公金受取口座の登録を行った場合に、それぞれ7,500円相当のポイントの申込が追加の施策として開始されている。本事業におけるマイナポイントの申込期限は、2023年9月末を予定している。

当協議会は、本事業第2弾の事務局として、補助金の申請受付、交付等の事務を担っている。

#### 2.1.2 消費者の状況

マイナポイント事業の実施に伴い、マイナンバーカードの交付も増加している。2022年度当初43.3%であった人口に対する交付枚数率は、2023年3月末時点で、67.0%にまで増加し、交付枚数も約8,400万枚に達した。これは、有効なパスポート（約2,170万冊<sup>14</sup>）、運転免許証（約8,184万枚<sup>15</sup>）を上回る交付状況となっている。また、申請数においては、2022年3月末時点で、約9,614万件となり、人口の約76.3%に相当する。

マイナンバーカードは、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でもあり、今後、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。

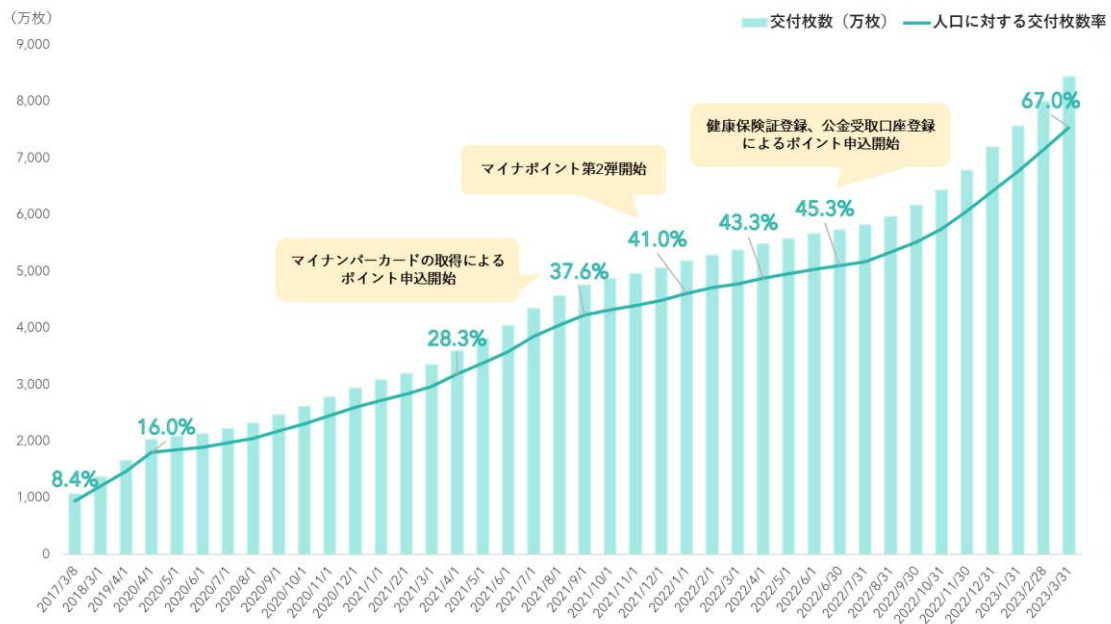
---

<sup>13</sup> マイナポイント利用規約より。

<sup>14</sup> 外務省「旅券統計（令和4年）」

<sup>15</sup> 警察庁「運転免許統計（令和4年版）」

図表 12 マイナンバーカードの交付枚数と普及率

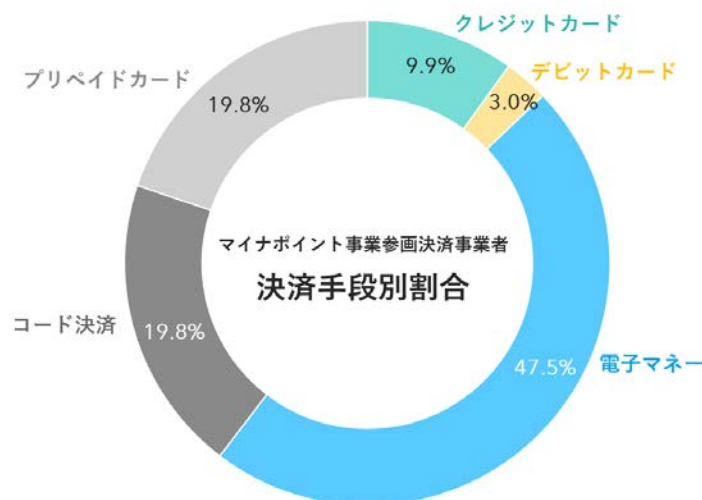


(出典) 総務省「マイナンバーカード交付状況について」

### 2.1.3 決済事業者の参加状況

マイナポイント事業には、2023年3月末現在、101の決済サービスにおいてマイナポイントの受取が可能となっている。これら決済サービスのうち、電子マネーが約半数を占め、次いで、コード決済、プリペイドカードとなる。

図表 13 マイナポイント事業参画事業者のサービス種別割合 (2023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/>)

#### 2.1.4 自治体マイナポイント事業

2022年7月より、全国版のマイナポイント事業に加え、自治体マイナポイント事業も開始されている。自治体マイナポイント事業とは決済事業者との連携の仕組みを備えたマイキープラットフォームを活用し、決済事業者との連携により、地方自治体等の様々な取組みであるポイント給付施策を実施する事業である。

自治体マイナポイント事業を実施したい自治体や、ポイントの受け口としてサービスを提供したい決済事業者は当協議会が運営するポータルサイトにアカウントを開設いただく必要がある。その後、自治体は実施したい施策（ポイントを付与する事業内容）を登録し、決済事業者は登録されている施策から自社で取り扱いたい施策を選択する。自治体側において自身の施策に参画を希望している決済事業者から事業者を選定（マッチング）することで、給付施策を実現可能とする。

2023年3月末時点で、ポータルサイトにアカウントの登録を行っている自治体数は58、決済事業者数は16となっており、実際に22自治体の41施策が実施されている。マッチングした数（各施策に参加した決済事業者の延べ数）は、160となっている。

自治体マイナポイント事業は、これまで自治体が個別に各決済事業者と調整した作業を、ポータルサイトに集約することで事務コストの削減を期待できるとともに、より多くの決済事業者に施策実施を依頼することができるようになる。2023年度以降は、より多くの自治体、施策、決済事業者の登録をいただくことで、より効率的な給付を実現できることを期待している。

## 2.2 経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会」

経済産業省は、2022年9月より「キャッシュレスの将来像に関する検討会」を開催した。本検討会における議論内容については、「キャッシュレスの将来像に関する報告書」としてとりまとめられ、2023年3月に公表された<sup>16</sup>。

キャッシュレスの将来像に関する検討会では、消費者への実態調査等により日本のキャッシュレスに関する現状を改めて確認するとともに、キャッシュレスの社会的意義、足元の動向や今後想定される技術・ビジネス環境の変化等を見据えたキャッシュレスの将来像、目標とすべき新たな指標等について、検討が行われた。

本書では、当協議会が特に注目する論点について取り上げる。

---

<sup>16</sup> [https://www.meti.go.jp/shingikai/mono\\_info\\_service/cashless\\_future/pdf/20230320\\_1.pdf](https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/cashless_future/pdf/20230320_1.pdf)



## 2.2.1 日本におけるキャッシュレスの現状

### a. 消費者調査

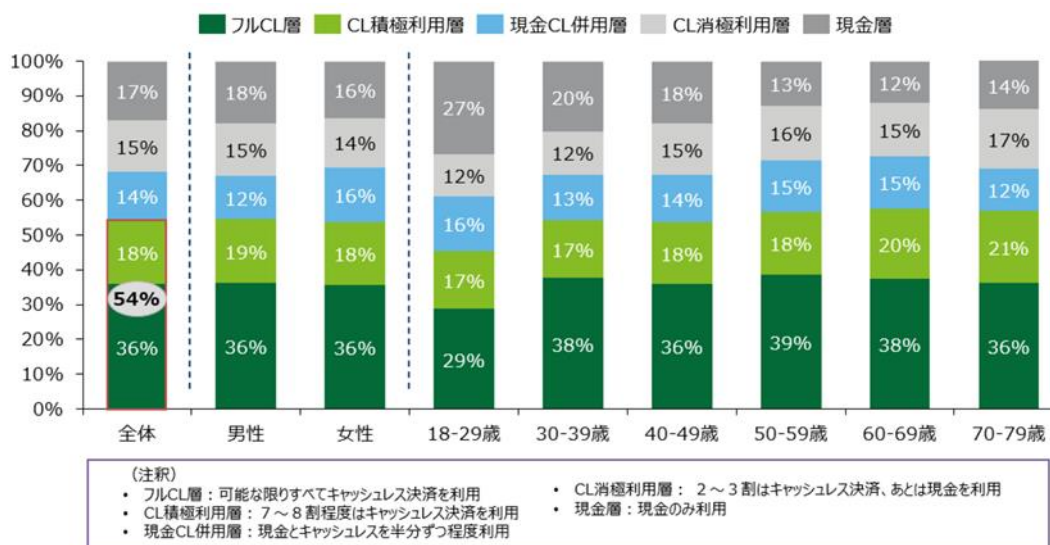
キャッシュレス決済比率が、実態の感覚と必ずしも合致しない（実際のキャッシュレス利用状況より比率が低いと感じる）という意見がある中、我が国におけるキャッシュレスの普及実態をより正確にかつ網羅的に把握するために、経済産業省は消費者に対する実態調査を実施し、調査結果として、以下が示されている。

#### i. キャッシュレス利用の全体像

日常生活において「7～8割程度以上キャッシュレスを利用する」と回答した人が全体の54%を占めた。年代別に見ると、18-29歳は46%、30-49歳は全体の割合と同程度の54%程度、50歳以上は57%程度と、おおよそどの年代でも過半数がキャッシュレスを利用しているが、18-29歳のみ過半数以下となり、ほかの年代と傾向が異なることがわかる。一般的に、高齢者はキャッシュレスを利用しないといったご意見もあるが、本調査によれば、むしろ50歳以上の方が全体のキャッシュレス利用割合に比べやや高い利用率であることがわかる。

また、18-29歳においては「現金層」が27%とほかの年代に比べて高い割合となっている。これは、学生等でクレジットカードを保有できない者がいることに起因するのではないかと推測する。

図表 14 性別/年代別のキャッシュレス利用割合（頻度ベース）



(出典) 経済産業省「消費者に対する Web 調査（令和 4 年 11 月 19 日～11 月 20 日実施、n=4,800）」

キャッシュレス決済比率は金額ベースで算出されるのに対し、本結果は頻度ベース（回数ベース）で質問していることから、日常生活における利用においてキャッシュレスの利用が進展していると考えられる。

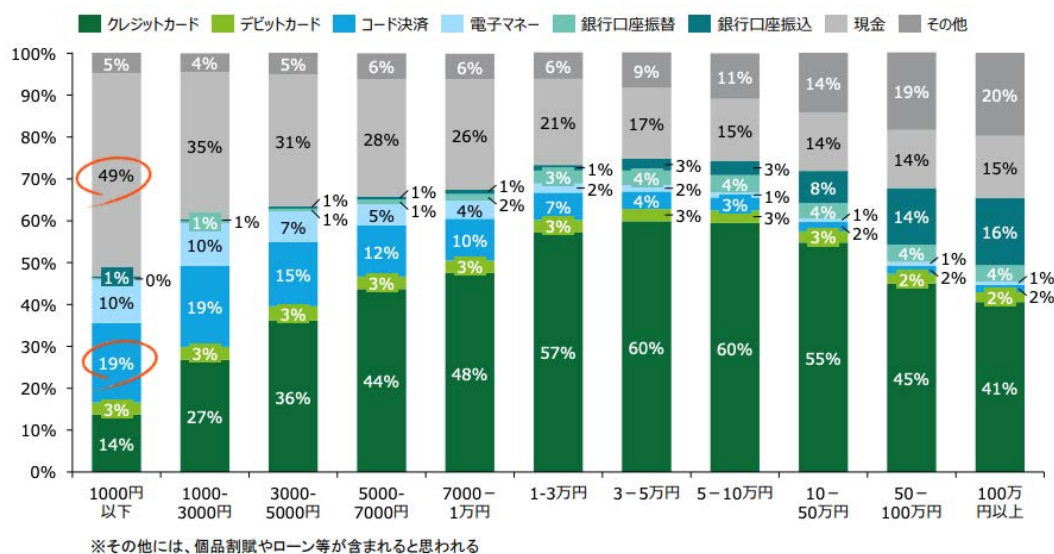
なお、月々の支出金額に占めるキャッシュレス決済の割合は 47% となり、口座振込/口座振替を含めると 67% という結果となっている。

## ii. 決済単価別の傾向

また、決済金額別のキャッシュレス利用割合を見ると、単価が下がるにつれキャッシュレスの利用割合も低下し、1,000 円以下の価格帯において最も現金の利用が多い結果となった。

1,000 円以下の決済単価においては、「可能な限り全てキャッシュレス決済を利用」と回答した人でも 24% が主に現金で支払うとしており、低価格の店舗ではキャッシュレスが利用できないシーンが多いと思われる調査の分析結果（経済産業省公表）でも指摘している。

図表 15 決済金額別のキャッシュレス利用割合



(出典) 経済産業省「消費者に対する Web 調査 (令和 4 年 11 月 19 日~11 月 20 日実施、n=4,800)」

低金額帯でもキャッシュレス利用が進む傾向にある中で、低単価の店舗においては、より多くの顧客への販売が必要になると考えられることから、顧客獲得、効率化等のメリットを享受できるキャッシュレスの導入は有効と考える。

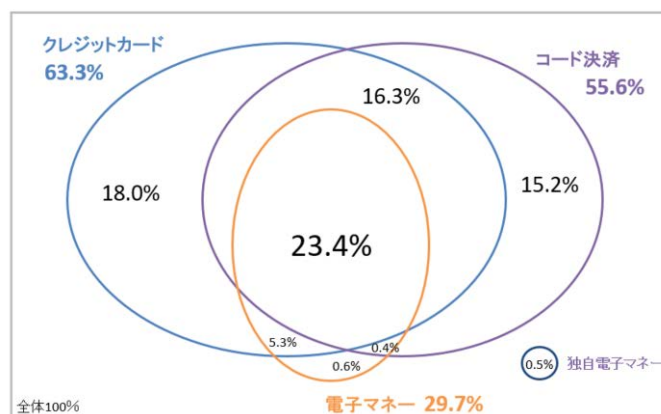
## b. 加盟店調査

2021 年度に実施した加盟店向け Web アンケートの調査結果について、深掘り分析が行われている。

### i. キャッシュレス導入状況

何らかのキャッシュレス決済手段を導入している店舗の割合は、80%であった。一方、クレジットカード、電子マネー、コード決済の全てを導入している店舗は 23.4%となっており、店舗のおかれた状況により、導入する決済手段を選別していることがうかがえる。

図表 16 キャッシュレス導入状況

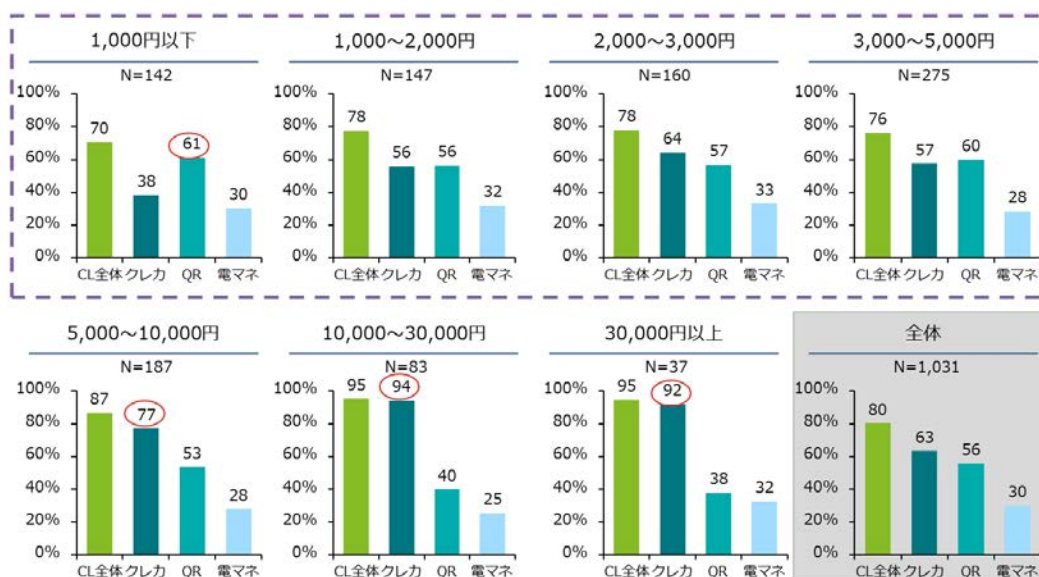


(調査対象業種:小売、飲食、宿泊、生活関連、娯楽の中小企業1,031社)

(出典) 経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会 とりまとめ」

顧客単価別にキャッシュレス決済手段の導入状況を見ると、顧客単価が高まるにつれクレジットカードの導入率が高まり、反対に顧客単価が低い店舗ではコード決済の導入が進んでいる。また、顧客単価が 5,000 円以下となるとキャッシュレス決済そのものの導入率が低くなることが示されている。

図表 17 平均客単価別のキャッシュレス決済手段別導入率



(出典) 経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会 とりまとめ」

ii. キャッシュレス導入理由・効果

店舗がキャッシュレス決済を導入した結果として、どのような効果があったかについては、「レジ決済時間の短縮」といった効率化に関する要素が大きいとしている。ただし、約半数の店舗では効果を実感されていないこともわかった。

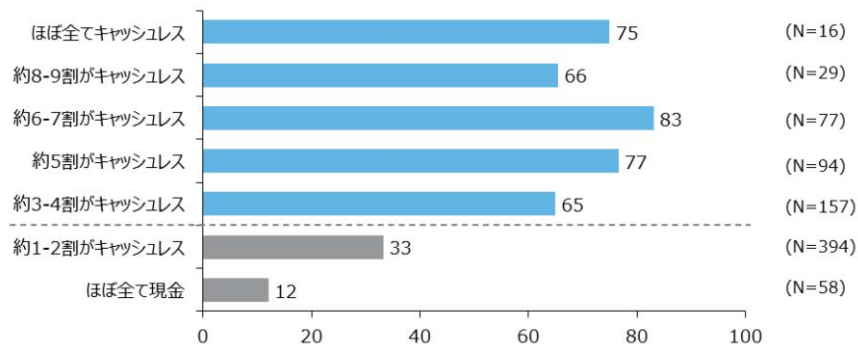
図表 18 キャッシュレス導入効果

	キャッシュレス導入割合	キャッシュレス決済導入によって得られた効果/メリット (複数回答)				
		#1	#2	#3	#4	#5
飲食 (n=404)	82%	53% ・特に効果や メリットなし	17% ・レジの決済時間 が短縮された	14% ・売上が増えた	13% ・来店客数が増えた	11% ・1人あたりの 売上が増えた
生活関連 (n=268)	72%	57% ・特に効果や メリットなし	15% ・レジの決済時間 が短縮された	8% ・1人あたりの 売上が増えた	8% ・レジ残高確認の 手間が減った	8% ・釣り銭準備が 減った
小売 (n=259)	85%	43% ・特に効果や メリットなし	21% ・売上が増えた	16% ・レジの決済時間 が短縮された	15% ・1人あたりの 売上が増えた	14% ・来店客数が増えた
娯楽 (n=51)	80%	46% ・特に効果や メリットなし	15% ・レジの決済時間 が短縮された	15% ・売上未回収 リスクが減った	12% ・来店客数が増えた	10% ・レジ残高確認の 手間が減った
宿泊 (n=49)	84%	46% ・特に効果や メリットなし	22% ・レジの決済時間 が短縮された	12% ・売上未回収 リスクが減った	12% ・レジ残高確認の 手間が減った	10% ・レジ締め違算金 の頻度が減った
合計 (n=1,031)	80%					

(出典) 経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会 とりまとめ」

大半の店舗で「特に効果やメリットなし」との回答となっているように見えるが、これら導入効果を実感しているかどうかを売上に占めるキャッシュレス比率を軸に見ると、キャッシュレス比率が約3-4割を超えると、導入効果を感じる割合が高まることもわかった。

図表 19 売上に占める CL 割合別の「CL 導入に効果を感じている」回答者の割合



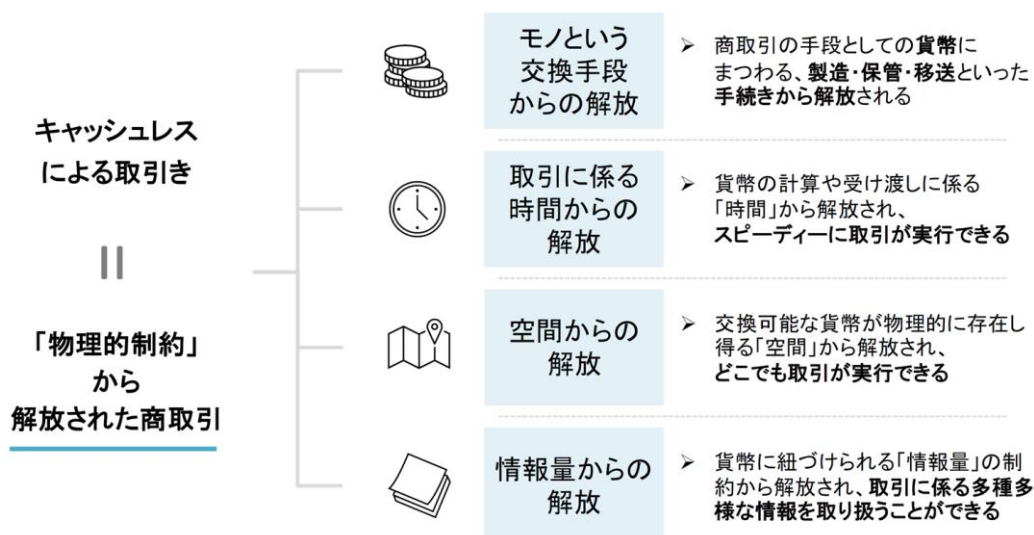
(出典) 経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会 とりまとめ」

大半が現金での支払いとなる場合、キャッシュレスが追加的な決済手段として取り扱われるため、むしろ手間が増えている可能性も否定できない。全体的なキャッシュレスの利用促進により、多くの店舗においてよりキャッシュレスが利用される状況を醸成し、店舗において導入効果を実感いただけるようにしていくことが重要であると考えます。

## 2.2.2 キャッシュレスの社会的意義

検討会では、まずキャッシュレスには、「物理的な制約である『モノ・空間・時間・情報量』から解放される」特性があると分析している。

図表 20 キャッシュレスの特性



(出典) 経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会 とりまとめ」

このような特性から、望ましいキャッシュレスの姿を「請求・認証・精算全てがデジタル化され、請求データに基づき精算が自動実行されるもの」と設定し、キャッシュレスの社会的意義を「『人々と企業の活動』に密接に関わる『決済』を変革することで、既存の課題を解決し、新たな未来を想像する」ことにあるとしている。

図表 21 キャッシュレス推進の社会的意義

既存の課題を解決する	消費者の利便性向上	・ 現金の「引出」「支払」「家計管理」に係る消費者の行動が、簡単かつ効率的に実施できることにより、消費者の利便性向上に寄与できる
	現金決済に係るインフラコストの削減	・ 現金の「発行」「輸送」「管理」に係る社会的インフラコストの低減および、それに伴う事業者の新たな投資促進に貢献する
	業務効率化 / 人手不足対応	・ 事業者における販売業務、行政機関における窓口手続き業務などを効率化することで、人手不足の解消に貢献する
	公衆衛生上の安心の実現	・ 人との接触機会が多い現金利用を、非接触 / 非対面決済にすることによって、Covid-19をはじめとする感染症リスクへの不安の解消に貢献する
新たな未来の創造	現金の保有や取引機会の減少による不正 / 犯罪抑止	・ 現金の保有や現金の取引に伴う、窃盗・内部不正・脱税・犯罪組織への資金流入といった不正・犯罪の抑止に貢献する
	データ連携・デジタル化	・ 個人／事業者／行政機関の決済データの分析・活用を通して、“経済発展と社会課題の解決を両立する人間中心の社会”実現に貢献する
	多様な消費スタイルを創造	・ シームレスな消費体験や、消費者同士のインタラクティブな消費の場の形成、インバウンド消費の拡大等、多様な消費スタイルを創造する
	脱炭素社会への貢献	・ 現金の「発行」「輸送」「管理」に要するCO2排出量の削減・データ活用による行動変容の促進を通して、2050年ゼロエミッションの実現に貢献する

(出典) 経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会 とりまとめ」

## 2.2.3 キャッシュレスによって目指す社会

### a. キャッシュレスの目指す姿

検討会では、キャッシュレスの目指す姿（将来像）に求められるコンセプトが、「支払を意識しない決済<sup>17</sup>が広がり、データがシームレスに連携されるデジタル社会」となっていくと指摘している。また、目指す姿に変化していくことで、現状におけるキャッシュレスの利用領域や決済方法、提供される主な付加価値も変化が生じると想定されている。これらの変化に向けて、テクノロジーやデータ連携、イノベーションがキードライバーとなり後押しすると見られている。

図表 22 キャッシュレスの目指す姿と現状に対する変化

		現状のキャッシュレス	→	キャッシュレスの目指す姿
<b>コンセプト</b>		キャッシュレス決済が十分認知され、利用が拡大しつつある社会	→	支払を意識しない決済が広がり、データがシームレスに連携されるデジタル社会
<b>実現した姿</b>	<b>対象領域</b>	「個人⇄事業者」の決済活動が中心	→	「個人⇄事業者」に加えて、「事業者⇄事業者」「個人⇄個人」や「個人/事業者⇄行政」の決済活動へ拡大
	<b>決済方法</b>	サービスごとに多様な認証手段が存在（物理カード/コード/タッチ、等）	→	安全性と利便性、コストのバランスが取れた認証手段が普及することにより、あらゆる場面でキャッシュレス活用が広がる
	<b>主な付加価値</b>	利便性向上・業務効率化の促進	→	左記に加えて、「新たな付加価値の創造」にも寄与する。
<b>実現を後押しするドライバー</b>	<b>技術</b>	認証技術の進化（デジタル化が進みスマートフォン等のデジタル端末を用いて決済が可能）	→	認証技術の進化に加えて、AI等を活用したデータ分析技術の進化（データを活用して付加価値の創出が可能）
	<b>データ連携</b>	決済データを中心とした業界内での連携	→	決済データと決済に紐付く他のデータを組み合わせた業界を超えた連携
	<b>イノベーション</b>	決済業界の内部でのイノベーション	→	CL業界とその他の業界が協調してイノベーションが起こる

注：「支払を意識しない決済」とは、支払の意思は自分でコントロールしつつ、特別な意識を払わずとも決済が行える状態を指す

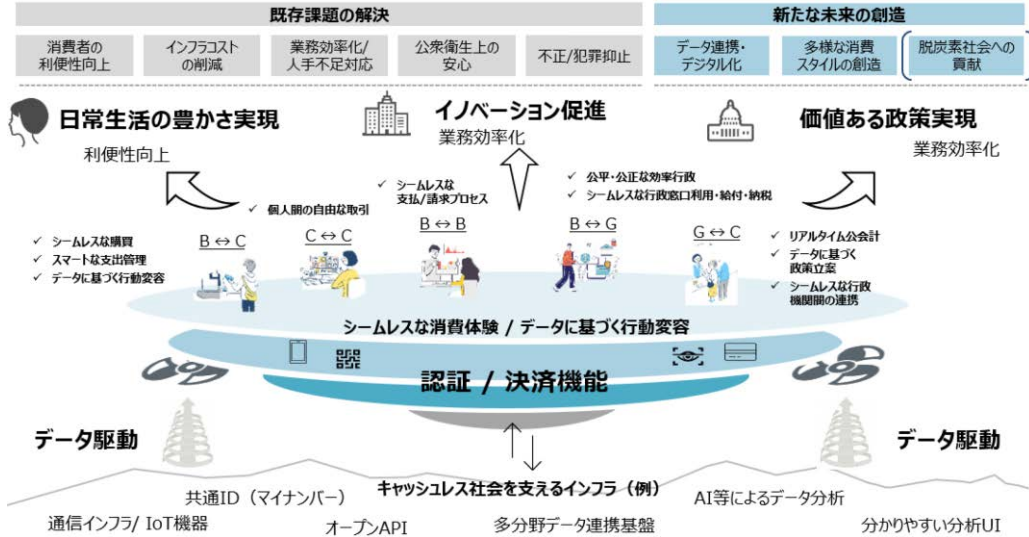
（出典）経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会 とりまとめ」

その結果、「支払を意識しない決済が広がり、データがシームレスに連携されるデジタル社会」は、「認証/決済機能を土台としながら、社会の主なステークホルダーである個人・事業者・行政機関が、シームレスに消費を行い/データに基づく行動変容を促す社会を創造する。こうした将来像は、キャッシュレスを支えるデジタルインフラによって支えられ、データを駆動力にすることによって、更に付加価値の高いデジタル社会へと昇華することを目指す。このような将来像の実現を通じて、

<sup>17</sup> 「支払いを意識しない決済」とは「支払意思のある利用者が支払のための明示的な行為を意識しなくとも決済が完了することを指しており、利用者の預かり知らないところで勝手に決済が行われることを指すものではないこと」を意味する。

個人は利便性向上のみならず日常生活の豊かさを獲得し、事業者は業務効率化のみならず経営/事業におけるイノベーションを実現し、行政機関は業務効率化のみならずより価値ある政策の実現を可能とする」社会になるとしている。

図表 23 キャッシュレスの目指す姿（概念図）



(出典) 経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会 とりまとめ」

b. 新指標の設定

検討会では、「足下のキャッシュレス決済の状況を踏まえると、より利用実態を反映した KPI の設定が求められており、(中略) 具体的な情報取得の実現可能性等を含め新たな指標」が設計されている。

図表 24 新しい「キャッシュレス決済比率」の算定式の改定案

**【今後のキャッシュレス決済比率算定式：改訂案】**

$$\text{キャッシュレス決済比率} = \frac{\text{銀行口座振替}^{\ast 6} + \text{クレジットカード支払額}^{\ast 1} + \text{デビットカード支払額}^{\ast 2} + \text{前払式支払手段の決済額}^{\ast 7} + \text{資金移動業分の決済額}^{\ast 8}}{\text{家計最終消費支出}^{\ast 5} - \text{持ち家の帰属家賃}}$$

(出典) ※1 (一社) 日本クレジット協会調査、※2 日本銀行「決済システムレポート」・「決済動向」、※5 内閣府「国民経済計算」(名目) ※6 全国銀行協会(今後協議) ※7 (一社) 日本資金決済業協会「前払式支払手段の発行額等の推移」内の「年間回収額」。集計値には、電子マネー、コード決済、プリペイドカードが包括的に含まれる(ただし個別内訳は算出不可) なお、プリペイドカードにおいては、発行日から有効期限が6か月以内のものは含まない(資金決済法の対象外) ※8 (一社) 日本資金決済業協会「資金移動業の実績推移」から国内分

(出典) 経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会 とりまとめ」

なお、新指標によるキャッシュレス決済比率の変化について試算も行われている。これによると、分子において、口座振替が追加されたこと、「電子マネー支払額」と「コード決済支払額」が「前払式支払手段の決済額」及び「資金移動業分の決済額」を用いたことにより、それぞれ分子が 18 兆円、15.3 兆円の増加となった。分母側は、「民間最終消費支出」から「家計最終消費支出」への変更、持ち家の帰属家賃の除外により、それぞれ 8.2 兆円、48.5 兆円の減少となった。結果として、



2021 年で比較した場合、現行指標におけるキャッシュレス比率が 32.3%であるのに対し、新指標では、54.0%との結果となった。ただし、新指標において、今後検討が必要される項目についても、以下のような課題が指摘されている。

- 分子の口座振替に含まれる住宅ローンの支払は、分母上は含まれない住宅の購入に充てられている
- 分子に含まれない家賃の支払い（口座振込）は、分母の家計最終消費支出には含まれている（自動車ローンも同様）
- 「資金移動業分の決済額」には、個人間送金も含まれている
- クレジットカードやデビットカード、銀行口座から、コード決済や電子マネーの残高へのチャージについて重複計上されることとなる
- 分母の「家計最終消費支出」には、今回除外している持ち家の帰属家賃以外にも、自営業者の混合所得、農家の自家消費等、支払実態のない項目が依然として存在する
- 家計最終消費支出には、税金の納付額が含まれていない一方で、キャッシュレスによる税金の納付分は含まれる

## 2.2.4 施策の方向性

キャッシュレスの目指す姿を実現するために必要な要件として「取引」「支出管理/業務効率化」「付加価値創出」「基盤」の4要素を基に、要件が整理されている。さらに、これらの要件に対し、現状を踏まえ、課題が抽出されている。

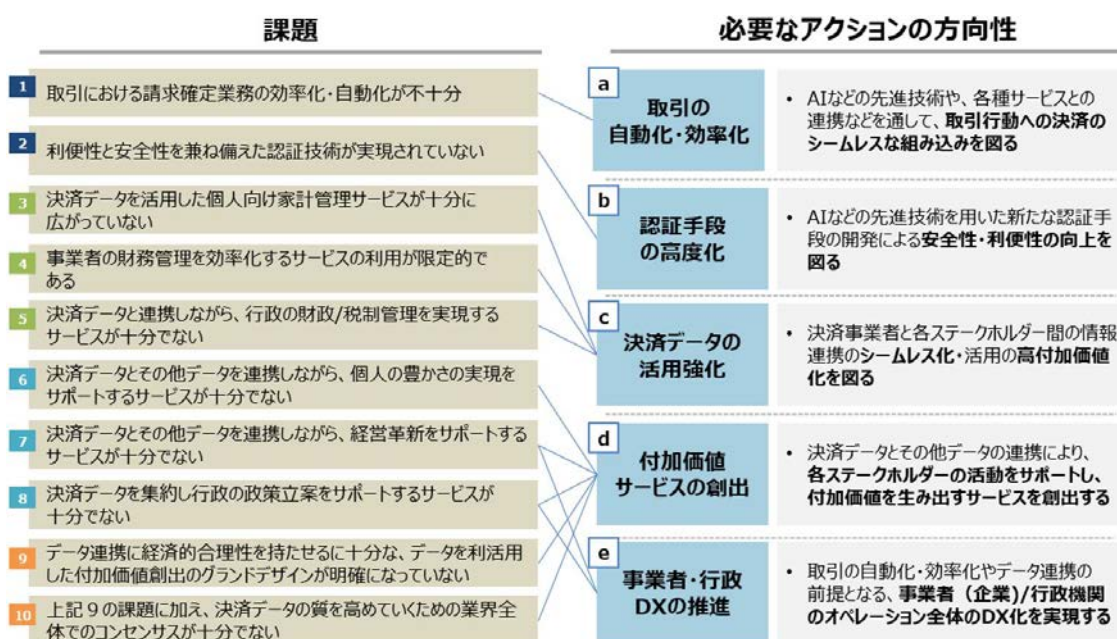
図表 25 目指す姿実現の要件に対する現状課題

	目指す姿実現の要件	目指す姿実現に向けた現状	課題
取引	1 自動あるいは簡便な操作で、取引内容に基づき請求金額や支払先情報がリアルタイムに提示されること	支払請求内容を提示するには、一定程度複雑なプロセスが必要である	取引における請求確定業務の効率化・自動化が不十分
	2 支払者が特段の意識をしなくとも本人による正規の取引であることが認証され、リアルタイムに決済が完了すること	支払のために意識的な行為が必要で、また不正取引も増加傾向にある	利便性と安全性を兼ね備えた認証技術が実現されていない
支出管理/業務効率化	3 個人の意向に応じて、アカウント・口座が、個人の家計管理とリアルタイム連携されること	決済事業者による家計管理機能の提供は限定的であり、家計管理サービス提供者とのデータ連携も十分とは言えない	決済データを活用した個人向け家計管理サービスが十分に広がっていない
	4 事業者の意向に応じて、アカウント・口座が、事業者の財務管理の仕組みとリアルタイム連携されること	決済事業者とシステム事業者がデータ連携することで、企業の財務管理の効率化が可能なサービスが提供されているが、その拡がりはまだ途上である	事業者の財務管理を効率化するサービスの利用が限定的である
	5 全てのアカウント・口座が、行政機関の財政・税制管理の仕組みとリアルタイム連携されること	現状ではそのような仕組みは実現できていない	決済データと連携しながら、行政の財政/税制管理を実現するサービスが不十分でない
付加価値創出	6 個人の購買データとそれに紐づく個人情報や行動データから、日常生活の豊かさ実現につながる価値を提供できること	一部の取り組みを除いて、決済データとその他のデータを連携した取り組みは進んでいない	決済データとその他のデータを連携しながら、個人の豊かさの実現をサポートするサービスが不十分でない
	7 決済データとそれに紐づくデータから、業務効率化や満足支援等、経営の高度化/創出する価値を提供できること	一部の取り組みを除いて、決済データとその他のデータを連携した取り組みは進んでいない	決済データとその他のデータを連携しながら、経営革新をサポートするサービスが不十分でない
	8 適切な統計処理が施された個人/事業者の決済データが、全体像を捕捉できる形でリアルタイムに集約されること	一部の決済事業者で先行的な取り組みは実施されているが、全体性やリアルタイムの観点で不十分である	決済データを集約し行政の政策立案をサポートするサービスが不十分でない
基盤	9 決済とそれに紐づくデータを業種横断で連携する仕組みが整備されること	業種横断での決済関連データ連携は限定的である	データ連携に経済的合理性を持たせるに十分な、データを活用した付加価値創出のグランドデザインが明確になっていない
	10 ネットワーク/決済事業者が、支出管理/業務効率化や付加価値創出を可能とする質の高いデータを提供できること	ネットワーク/決済事業者から提供されるデータの包括性・正確性・適時性など、十分とは言えない	上記9の課題に加えて、決済データの質を高めていくための業界全体でのコンセンサスが不十分でない

(出典) 経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会 とりまとめ」

これらの要件と現状のギャップ、そして抽出された課題を解消するために求められるアクションとして、「取引の自動化・効率化」、「認証手段の高度化」、「決済データの活用強化」、「付加価値サービスの創出」、「事業者・行政 DX の推進」が挙げられている。

図表 26 今後必要なアクションの方向性



(出典) 経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会 とりまとめ」

## 2.3 その他の政府等における取組

### 2.3.1 インターチェンジフィーの公開

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」のとりまとめ<sup>18</sup>（2022年3月22日公表）、公正取引委員会の「クレジットカードの取引に関する実態調査報告書<sup>19</sup>」（2022年4月8日公表）において、クレジットカードや他の決済方法の加盟店管理市場における加盟店・アクワイアラ間の加盟店手数料の交渉や、アクワイアラ間の競争を促進する観点から、自らがカード発行や加盟店管理を行わない国際ブランドにあっては、我が国においても、インターチェンジフィーの標準料率を公開することが適当である等との考え方が示されている。

<sup>18</sup> [https://www.meti.go.jp/shingikai/mono\\_info\\_service/cashless\\_payment/20220318\\_report.html](https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/cashless_payment/20220318_report.html)

<sup>19</sup> <https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/apr/220408.html>

これを踏まえ、経済産業省および公正取引委員会では、国際ブランドにおけるインターチェンジフィーの標準料率の公開に向けた取組を進め、Mastercard、Union Pay（銀聯）及び Visa がクレジットカードのインターチェンジフィーの標準料率を公開している<sup>20</sup>。

## 2.3.2 資金決済法等の改正

2022年6月3日に「安定的かつ効率的な資金決済制度の構築を図るための資金決済に関する法律等の一部を改正する法律」が成立し、資金決済法および犯罪収益移転防止法が改正された。今回の改正により、資金決済法では「高額電子移転可能型前払式支払手段」が新たに定義され、これを犯罪収益移転防止法上の特定事業者として取扱うことが定められた。また、銀行等から委託を受け、為替取引に関する取引のモニタリング等を共同化して実施する「為替取引分析業」が創設されている。

### a. 高額電子移転可能型前払式支払手段

「高額電子移転可能型前払式支払手段」は、従前からある前払式支払手段の一類型とされる。そもそも前払式支払手段は、原則として払戻しが禁止されていることから、犯罪収益移転防止法において、特定事業者とされておらず、取引時確認義務<sup>21</sup>や疑わしい取引の届出義務<sup>22</sup>が課されていない。

しかし、前払式支払手段として定義されるサービスの中には、価値の移転ができないものだけではなく、価値を電子的に移転可能なもの（電子移転可能型前払式支払手段）も存在する。前者（価値移転できないもの）としては、交通系 IC カードがその代表例として挙げられる。後者（価値移転可能なもの）についてはさらに、一部のコード決済サービス（資金移動を除く）等で提供されているような同一サービス内で残高の譲渡が可能なもの（残高譲渡型）、ギフトカードに代表される番号等の通知により、電子的価値を移転することが可能なもの（番号通知型）、国際ブランドのついたプリペイドカードといったものが存在する。

電子移転可能型前払式支払手段のうち、特に AML/CFT<sup>23</sup>観点から対策が重要と考えられる 1 回当たりの譲渡額や 1 ヶ月当たりの累計譲渡額が高額なもの<sup>24</sup>について

---

<sup>20</sup> <https://www.meti.go.jp/press/2022/11/20221130005/20221130005.html>

<sup>21</sup> 口座開設等の特定取引において本人確認を行わなければならない義務。

<sup>22</sup> 顧客から收受した資金が犯罪収益又はテロ資金である疑いがある場合または顧客がその取引でマネー・ロンダリングを行っているのではないかと疑われる場合に、速やかに主務大臣に届出を行わなければならない義務。

<sup>23</sup> Anti-Money Laundering/ Countering the Financing of Terrorism（マネー・ロンダリング及びテロ資金供与対策）の略。

<sup>24</sup> 1 回当たりの譲渡額・チャージ額が 10 万円超、または、1 カ月当たりの譲渡額・チャージ額の累計額が

「高額電子移転可能型前払式支払手段」として定義づけられた。

高額電子移転可能型前払式支払手段を発行しようとするときは、業務実施計画を内閣総理大臣に届け出る義務が課されている。

#### b. 為替取引分析業

為替取引分析業は、複数の銀行等からの委託を受け、委託元である銀行等の為替取引等について、顧客等が制裁対象者に該当するか否かを照合しその結果を銀行等に通知する業務（取引フィルタリング）と、取引に疑わしい点があるかどうかを分析しその結果を銀行等に通知する業務（取引モニタリング）を行うこととしている。

為替取引分析業を行う場合は、許可を受けることが求められ、兼業が禁止される。また、個人情報の適切な取扱いが求められ、当局による検査、監督を受けることとなる。

#### 2.3.3 賃金のデジタル払い

厚生労働省は、2022年11月28日に労働基準法施行規則を改正し、これまで現金を原則とし、労働者の同意により銀行口座や証券総合口座への払込を可能とした賃金の支払いについて、資金決済法により定義されている資金移動業者のうち、要件を満たし厚生労働大臣の指定を受けた業者の口座への払込も認めることとした。指定資金移動業者には、以下7つの要件を満たすことが求められている。

- 破産等により資金移動業者の債務の履行が困難となったときに、労働者に対して負担する債務を速やかに労働者に保証する仕組みを有していること
- 口座残高上限額を100万円以下に設定又は100万円を超えた場合でも速やかに100万円以下にするための措置を講じていること
- 労働者に対して負担する債務について、当該労働者の意に反する不正な為替取引その他の当該労働者の責めに帰すことができない理由により当該労働者に損失が生じたときに、当該損失を補償する仕組みを有していること
- 最後に口座残高が変動した日から少なくとも10年は口座残高が有効であること
- ATMを利用すること等により口座への資金移動に係る額（1円単位）の受取ができ、かつ、少なくとも毎月1回は手数料を負担することなく受取ができること。また、口座への資金移動が1円単位でできること
- 賃金の支払に関する業務の実施状況及び財務状況を適時に厚生労働大臣に報告できる体制を有すること

- 上記のほか、賃金の支払に関する業務を適正かつ確実にを行うことができる技術的能力を有し、かつ、十分な社会的信用を有すること

2023年4月より厚生労働大臣の指定を受けるための申請受付は始まっており、遅くとも2023年度中には実際のデジタル払いが開始されるものと見られる。

#### 2.3.4 情報通信技術を利用する方法による国の歳入等の納付に関する法律

「情報通信技術を利用する方法による国の歳入等の納付に関する法律」（いわゆる「キャッシュレス法」）が2022年11月より施行された。本法は、「国の歳入等の納付の方法について定めた他の法令の規定にかかわらず、情報通信技術を利用する方法による国の歳入等の納付を可能とし、もって当該納付に係る関係者の利便性の向上を図ることを目的とする」（第1条）とされており、国に対する納付についてキャッシュレスの利用が可能となった。

本法の成立を受け、デジタル庁では「モデル省令」および「ガイドライン」を策定・公表している。

#### 2.3.5 自治体におけるキャッシュレスの進展

内閣府では、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止とともに、感染拡大の影響を受けている地域経済や住民生活を支援し地方創生を図るため、地方公共団体が地域の実情に応じて、きめ細やかに必要な事業を実施できるよう、「新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金」を創設している。このような交付金を活用し、地域の経済再生、安全・安心な生活の実現を目指し、自治体においてキャッシュレスに関連する施策も行われている。

内閣官房・内閣府のサイト<sup>25</sup>では、交付金を活用した自治体の事業計画が一覧として掲載されており、キャッシュレスに関連した施策の規模について当協議会が独自に取りまとめた。なお、以下のとりまとめでは、キャッシュレスに関連するものを取り上げているものの、全てがキャッシュレスのためだけに活用されているわけではない（周辺設備の整備等へ活用された額も含む）ことに注意されたい。

##### a. 施策の分類と実施状況

###### i. 自治体窓口等のキャッシュレスを推進するもの

接触回避、自治体運営の効率化の観点等から、自治体の窓口等にキャッシュレスを導入する動きが加速している。自治体の庁舎や自治体が運営する施設の窓口等に

<sup>25</sup> <https://www.chisou.go.jp/tiiki/rinjikoufukin/index.html>

において、これまで現金でのみ受け付けていたところを、キャッシュレスでも受付可能とする取組が進められている。実施自治体数は 209 と 5 つの分類の内 2 番目に多い値となっている。

当協議会においても、自治体向けにキャッシュレス導入手順書<sup>26</sup>等を公表しており、これに関する問い合わせも増加傾向にあることから、自治体自身のキャッシュレス導入に高い関心があることが伺える。

- 自治体数：209
- 総事業費：4,568 百万円

#### ii. 公共交通において交通系 IC カード等を導入するもの

地域の電車やバス等の公共交通において、交通系 IC カード等のキャッシュレスでの乗車を可能とする取組が進められている。地方交通は、赤字経営となっている路線も少なくない一方で、利用者の利便性を考慮すると、交通系 IC カード等のキャッシュレスの利用が求められている。

実施自治体数は少数であるものの、1 施策あたりの事業費が大きい自治体もあり、公共交通機関へのキャッシュレス導入に向けたハードルの高さも認識される。

- 自治体数：39
- 総事業費：2,233 百万円

#### iii. 地元商店におけるキャッシュレス環境の整備

地元商店に対し、キャッシュレス導入に関する経費を補助金として提供し、地域のキャッシュレスを推進する動きである。これまで国や自治体等において様々なキャッシュレス導入支援策が実施されており、新たにこのような店舗向けの施策を実施する自治体は少ない。なお、本施策にはキャッシュレス関連に限らず、レジや会計システム等の店舗の DX 化を進めるものが多く、実際にキャッシュレスのためにどの程度利用されているかは不明である。

- 自治体数：46
- 総事業費：1,202 百万円

#### iv. 消費喚起に向けたキャンペーン施策の実施

コロナ禍等で落ち込んだ地元の消費活動に対し、全国版のキャッシュレス決済サービス等によるポイント還元キャンペーンを実施し、消費を喚起する施策。(本分類には、地域通貨による消費喚起施策は含まれていない)

実施自治体数は最も多く、事業費も大きい。事業費の大半がポイント還元の原資

---

<sup>26</sup> [https://paymentsjapan.or.jp/wp-content/uploads/2022/09/LG\\_ImplementationGL\\_v3.0.pdf](https://paymentsjapan.or.jp/wp-content/uploads/2022/09/LG_ImplementationGL_v3.0.pdf)

として割り当てられており、その他には決済事業者への委託費、広報費等に利用されている。

- 自治体数：224
- 総事業費：107,413 百万円

v. 地域通貨の発行や既存地域通貨のキャンペーン実施

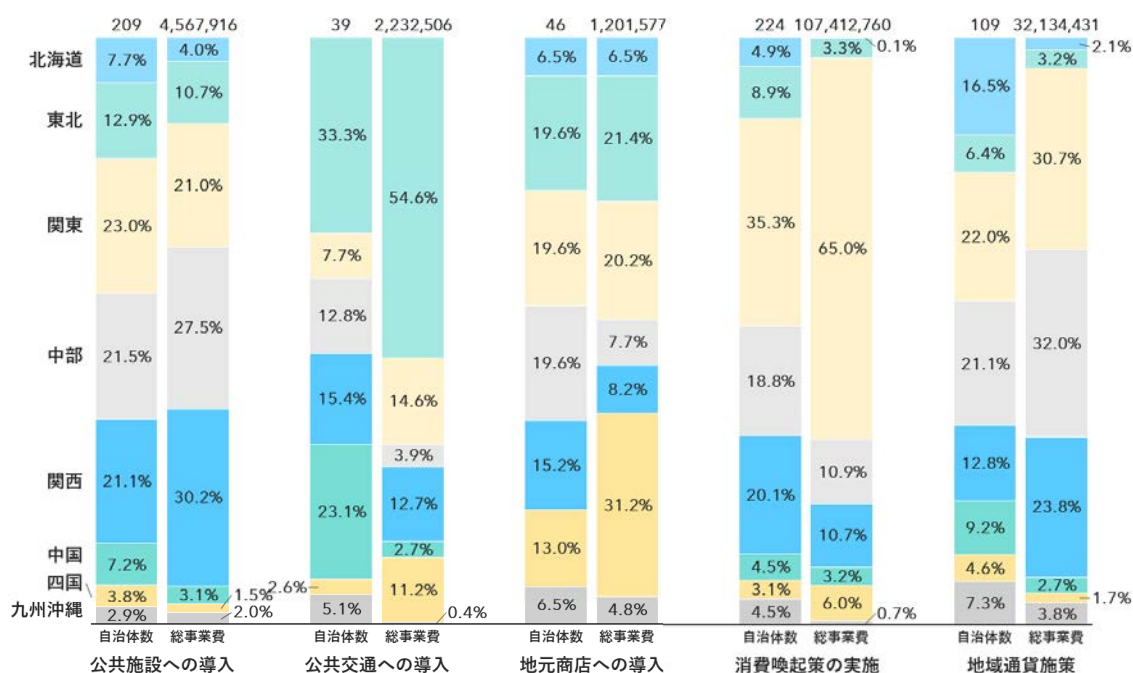
新たに地域通貨を発行したり、既存の地域通貨におけるキャンペーンを支援したりすることを目的とした施策。なお、地域通貨には様々な種類があるが、今回の調査では、チャージをして利用する一般的なコード決済サービスと同様の方式を採用のもの他に、プレミアム商品券のデジタル化や地域ポイント等の地域独自施策も含めている。

- 自治体数：109
- 総事業費：32,134 百万円

b. 地域別の状況

上記の施策について、地域別にまとめると図表 27 のとおりである。

図表 27 各施策の地域別実施状況



(出典) 内閣官房資料よりキャッシュレス推進協議会作成

地域によって、自治体数や人口が異なるため、単純に比較できるものではないことに留意する必要があるが、各施策について地域性があることも見て取れる。例えば、「公共交通への導入」については、東北地方が実施自治体数、事業費ともに高

い割合となっており、今後の公共交通機関を中心としたキャッシュレスの普及が期待される。「地元商店への導入」では、四国地方が事業費数で多くなっており、店舗のDX化に積極的に取り組んでいることが伺えるが、これまで十分な店舗のDX化が進んでいなかったためとも考えられる。「消費喚起策の実施」については、関東地方が多く、人口も多いため事業費も大きく膨らんでいる。

自治体においては、このような交付金を活用したキャッシュレスを含めたデジタル化の実現や、2.1.4において述べた自治体マイナポイント事業等、引き続きキャッシュレスを活用した行政事務の効率化、住民サービスの向上が期待される。

## 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を中心に、更なる利用拡大に向けた消費者視点での課題を掘り下げる。

### 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月に消費者に対しWebアンケート調査を実施している。

2022年度の調査では、3,000人を対象としたアンケート調査をもとに、回答者を回答内容から機械的に6つのクラスター（集団）に分け、各クラスターの特徴についても分析している。

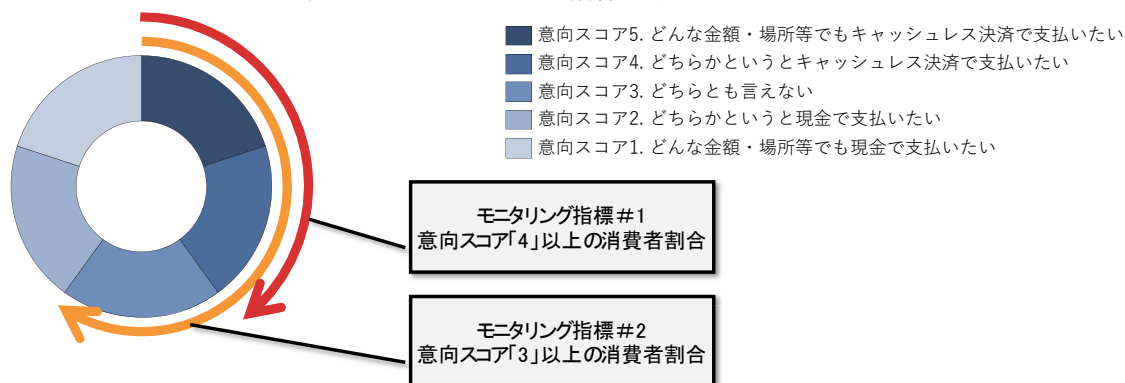
#### a. モニタリング指標の動向

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「キャッシュレス派」の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「中立派」の消費者も含めたボリュームの把握を目的とする。



図表 28 モニタリング指標#1、#2 のイメージ



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2022 年度)」

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 29 モニタリング指標の結果

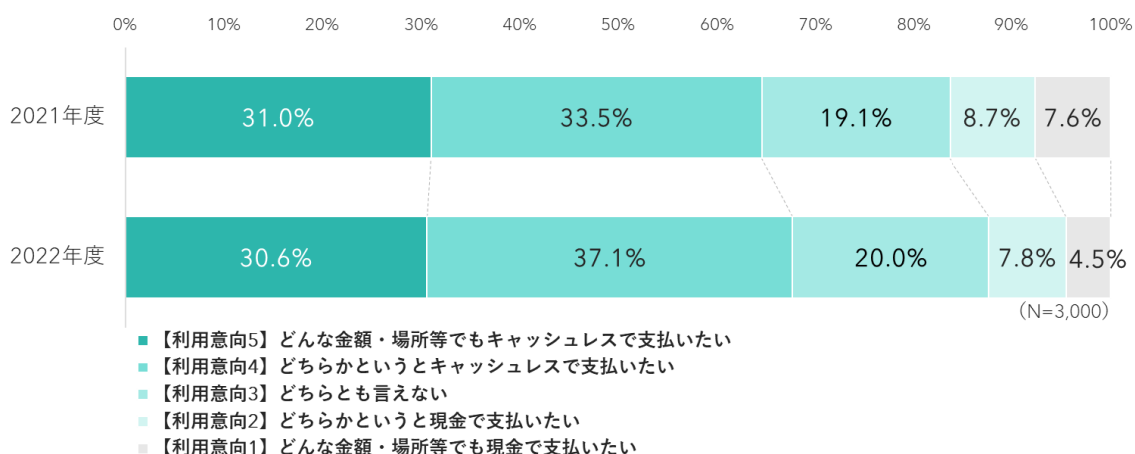
#	モニタリング指標	2022年度結果		2021年度結果
		結果	昨年度比	
1	CL利用意向スコア「4」以上の割合	68%	+3%pt.	65%
2	CL利用意向スコア「3」以上の割合	88%	+4%pt.	84%
3	CL決済保有率	93%	+1%pt.	92%
4	クレジットカード (接触式) 保有率	82%	±0%Pt.	82%
	クレジットカード (非接触式) 保有率	42%	+3%Pt.	39%
	デビットカード保有率	24%	-5%pt.	29%
	電子マネー保有率	73%	-1%pt.	74%
	その他のプリペイドカードなど保有率	39%	-4%pt.	43%
	非接触IC型決済アプリ保有率	35%	-1%pt.	36%
	コード型決済アプリ保有率	73%	+4%pt.	69%

(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2022 年度)」

指標#1 (キャッシュレス派の割合) については昨年度から 3%pt.の増加となっ  
 ている。本指標は、2019 年度の初回調査以降継続して増加傾向にあり、キャッシ  
 ュレスの利用意向の高まりが確認できる。指標#2 についても 4%pt.の増加とな  
 り、こちらも初回調査以降一度も減少することなく推移している。実際に、利用  
 意向別の分布を昨年度調査と比較すると、利用意向「2」以下が減少している  
 ことがわかる。このことからキャッシュレス利用の底上げがなされつつあると  
 理解でき、あらゆる

方々にキャッシュレスをご利用いただきつつあることがわかる。キャッシュレス決済比率の急激な進展も、この利用意向の変化から裏付けられるとも考えられる。

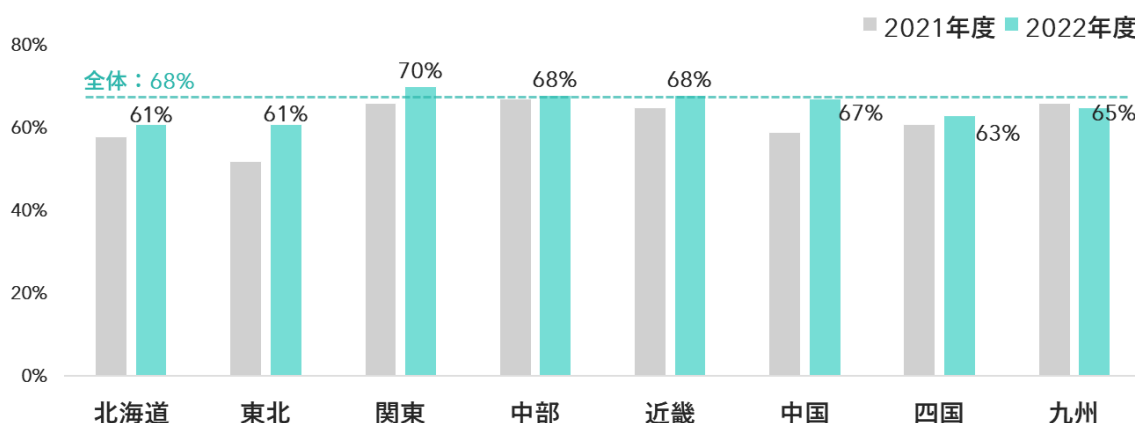
図表 30 キャッシュレス利用意向の変化



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2022 年度)」

次に、指標#1 について地方別の違いを見ると、北海道、東北、四国において、相対的に低い値となっている。しかしながら、全ての地域で 6 割を超えており、地域間の格差も昨年度調査と比較すると減少していることがわかる。特に東北 (52%→61%) および中国 (59%→67%) は大きな伸びを見せており、キャッシュレスの普及が全国に及んでいると考えられる。

図表 31 地域別のモニタリング指標 #1 の割合



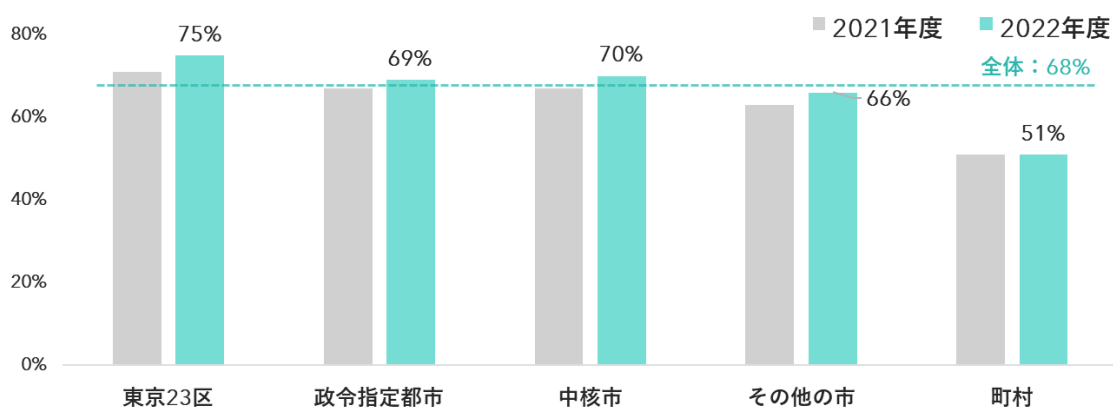
(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2021 年度・2022 年度)」

都市規模別では、東京 23 区等の都市部において利用意向が高く、町村部では低い傾向が見られた。東京 23 区では、意向スコア「4」以上の割合が大きく伸び、反対に意向スコア「3」は減少していることから、よりキャッシュレスを積極的に利

用していこうとする動きが確認できる。政令指定都市や中核市、その他の市では、意向スコア「4」以上も伸びつつ、意向スコア「3」も増加ないし横ばいとなっている。その分、現金利用を選考する人の割合が減少することから、着実なキャッシュレス普及が進んでいると考えられる。しかしながら町村では、意向スコア「4」以上には変化がないものの、意向スコア「3」が減少しており、全体で現金の利用意向が増加していることが確認できた。

前述の地域別の状況と合わせてみると、キャッシュレスの普及が関東、中部、近畿の各地域からその他の地域へ到達しつつあることが確認できるため、今後は各地域内において都市部から町村部へその波及が広がっていくことが期待される。

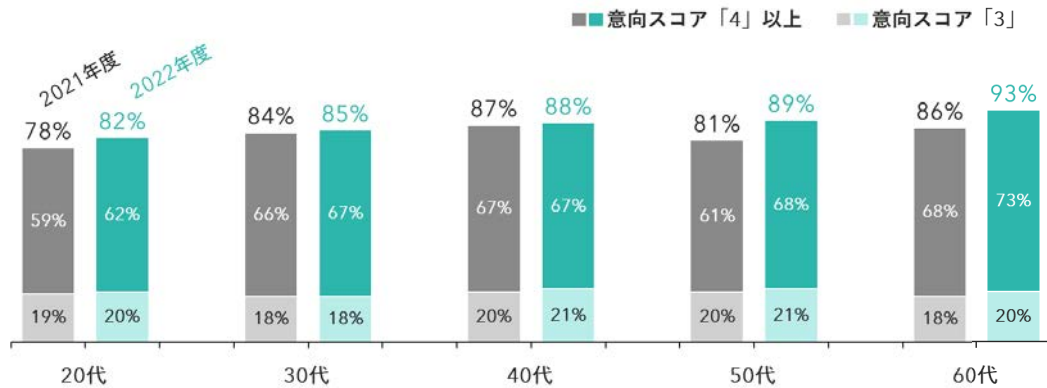
図表 32 都市規模別のモニタリング指標 # 1、# 2 の割合



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2021 年度・2022 年度)」

最後に年代別を見る (図表 33)。モニタリング指標 # 1 (意向スコア「4」以上) については、60 代が最も高く、年代順に徐々に低下し、20 代が最も低い結果となった。モニタリング指標 # 2 (意向スコア「3」以上) も同様である。2021 年度と比較すると、2021 年度調査において特に低かった 20 代および 50 代での伸びが大きく、年代別においても全体的な底上げが見られる。

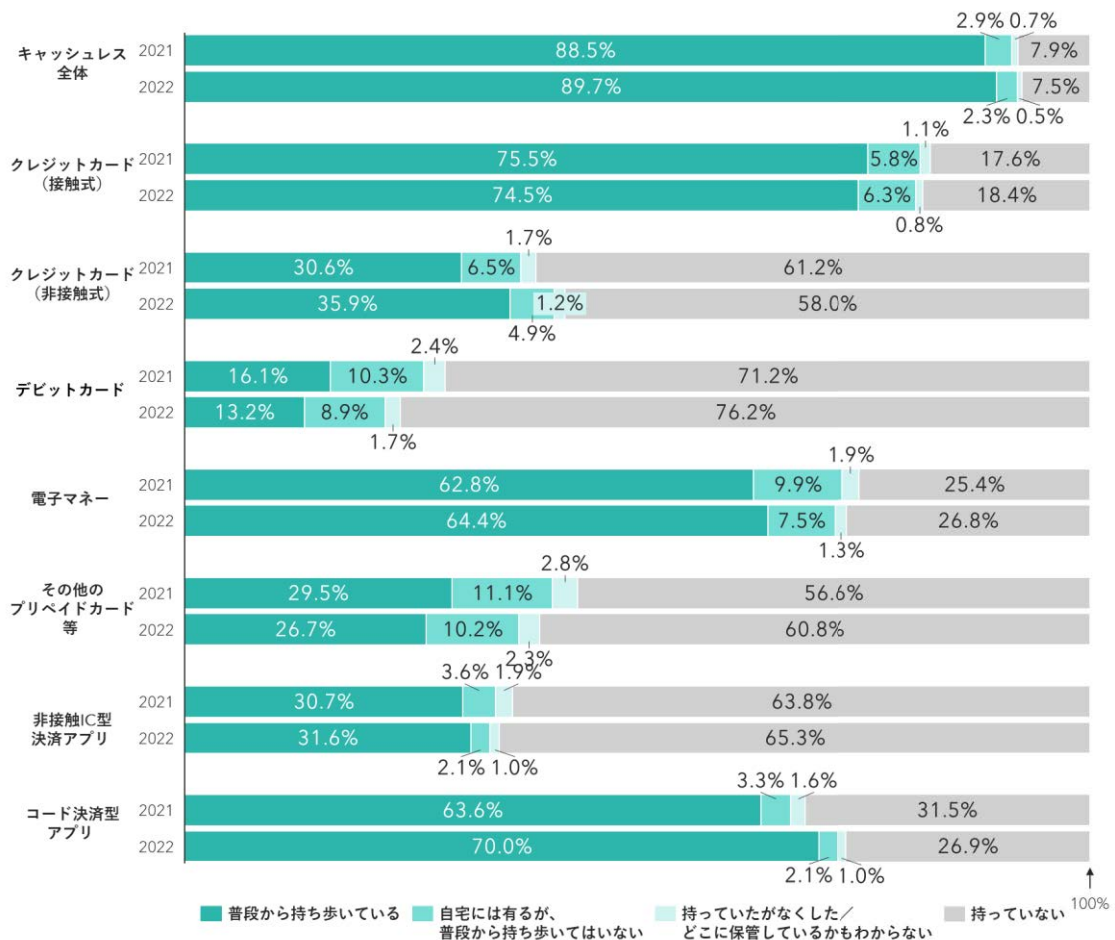
図表 33 年代別のモニタリング指標 #1、#2 の割合



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2021 年度・2022 年度)」

指標#3 (キャッシュレス決済手段の保有率) については、キャッシュレス全体を見ると昨年度から大きな変化はなかった。キャッシュレス決済手段の保有率は、既に 92.5% 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。

図表 34 モニタリング指標 #3 キャッシュレス決済手段別の保有率



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2021 年度・2022 年度)」

指標#4（キャッシュレス決済手段別の保有率）として個別の決済手段ごとに確認すると、決済手段の特徴が現れる。2021 年度調査と比較して、「クレジットカード（非接触式）」と「コード決済型アプリ」の保有数が大きく増加しており、かつ、これらの決済手段は普段から持ち歩くとする回答が多い。「デビットカード」と「その他のプリペイドカード」は保有率が減少傾向にあり、その他の決済手段は横ばいであった。また、多くの決済手段において、保有していれば常に持ち歩くという状況にあるが、その他のプリペイドカードは持ち歩かない割合が比較的高い結果となっている。

#### 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、週1回以上利用すると消費者の割合については、キャッシュレス決済全体で+2%pt.と増加した。昨年度の同値は、-7%pt.であったことから、回復傾向にある。コロナ禍の落ち着きとともに、外出も以前と同じような状況に戻りつつある中で、消費に伴うキャッシュレス利用が進んでいると考えられる。決済手段別に見ると、「コード決済型アプリ」が半数を超えており、普段から利用する際の決済手段として多くの方が選択していることがわかる。その他の決済手段はおおよそ保有者の1/3が週1回以上利用するとしている。

図表 35 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	週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）	34%	-6%pts.
クレジットカード（非接触式）	31%	±0%pts.
デビットカード	17%	-4%pts.
電子マネー	35%	-1%pt.
その他のプリペイドカード	14%	-3%pts.
非接触IC型決済アプリ	33%	-3%pts.
コード型決済アプリ	51%	+3%pt.
キャッシュレス決済全体	67%	+2%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（2022年度）」

#### c. クラスター分類による考察

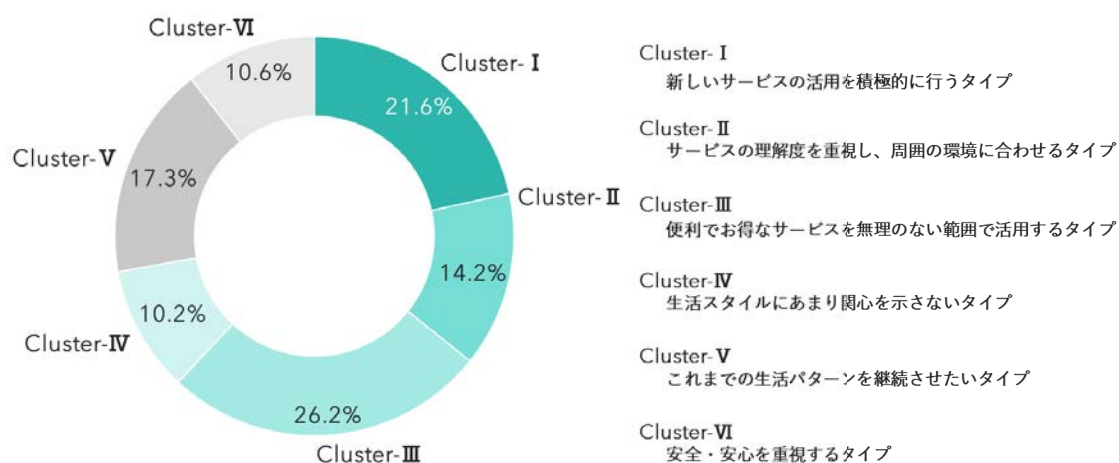
2022 年度のインサイト調査より、消費者の回答内容から回答者を6つのクラスター<sup>27</sup>に分け分析を行っている。来年度以降の調査も踏まえ、精緻化していく必要があるが、今年度は暫定的に6つのクラスターを以下のように分類した。

<sup>27</sup> 大きな集団の中から、類似する傾向を持つ者同士を集めて分類したグループ。

- 新しいサービスの活用を積極的に行うタイプ（Cluster-I）
- サービスの理解度を重視し、周囲の環境に合わせるタイプ（Cluster-II）
- 便利でお得なサービスを無理のない範囲で活用するタイプ（Cluster-III）
- 生活スタイルにあまり関心を示さないタイプ（Cluster-IV）
- これまでの生活パターンを継続させたいタイプ（Cluster-V）
- 安全・安心を重視するタイプ（Cluster-VI）

今回のクラスター分析手法としては、何らかのキャッシュレス決済手段を保有している 2,495 名について、キャッシュレスに対する考え方等の設問 59 問の回答内容を基に、K-means クラスター分析という手法を用いて、分類している。

図表 36 各クラスターの割合

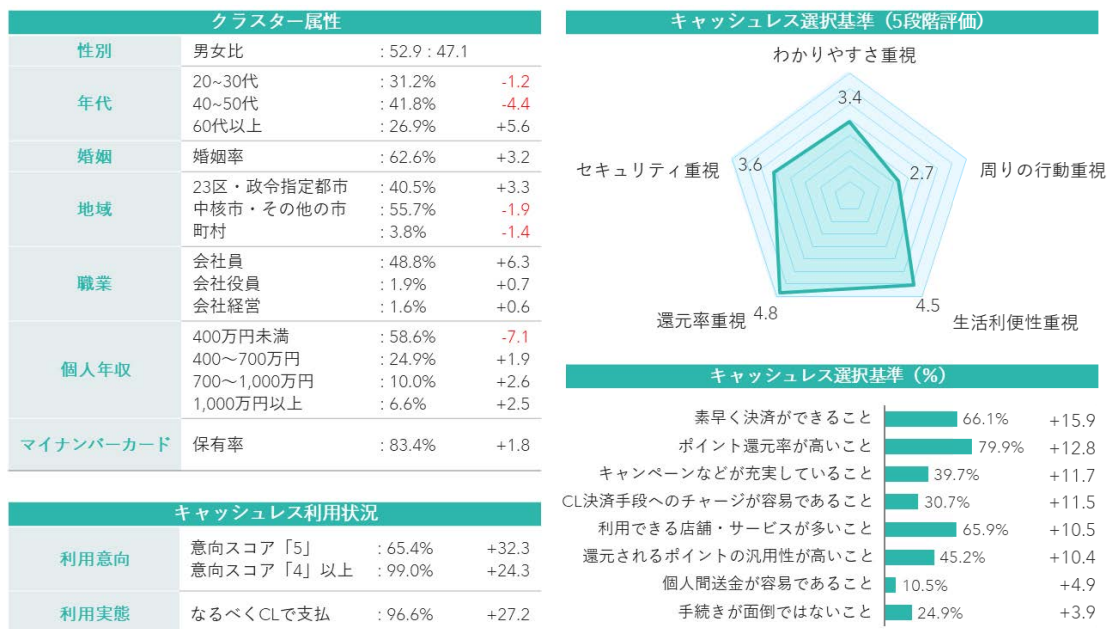


（出典）キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査（2022年度）」



i. Cluster- I : 新しいサービスの活用を積極的に行うタイプ

図表 38 Cluster- I の概況



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2022 年度)」

Cluster- I のキャッシュレスの利用意向は非常に高く、なるべくキャッシュレスで支払っている人は 96.6%とほぼ全員がキャッシュレスでの支払いを希望している。

Cluster- I では、他のクラスターと比較して、キャッシュレスの選択基準として、「利得性」と「利便性」というキャッシュレスの主な特性に対する反応が非常に強いという特徴がある。また、これらの特性が高いことに比べて、わかりやすさ、周りの行動への反応度は相対的に低く、自らが選んだツールを理解しようとして使いこなそうという特徴が伺える。

決済手段についても、複数所有している割合が他のクラスターより高く、エントリーが必要なキャンペーンへの参加等についても積極的に利用している傾向があり、いかに使いこなしていくのかを考えているクラスターとも言える。キャッシュレスの利用場所としてコンビニエンスストアと回答した割合は、全クラスターの中で最も高く、日常生活の中で常にキャッシュレスを利用している事がわかる。

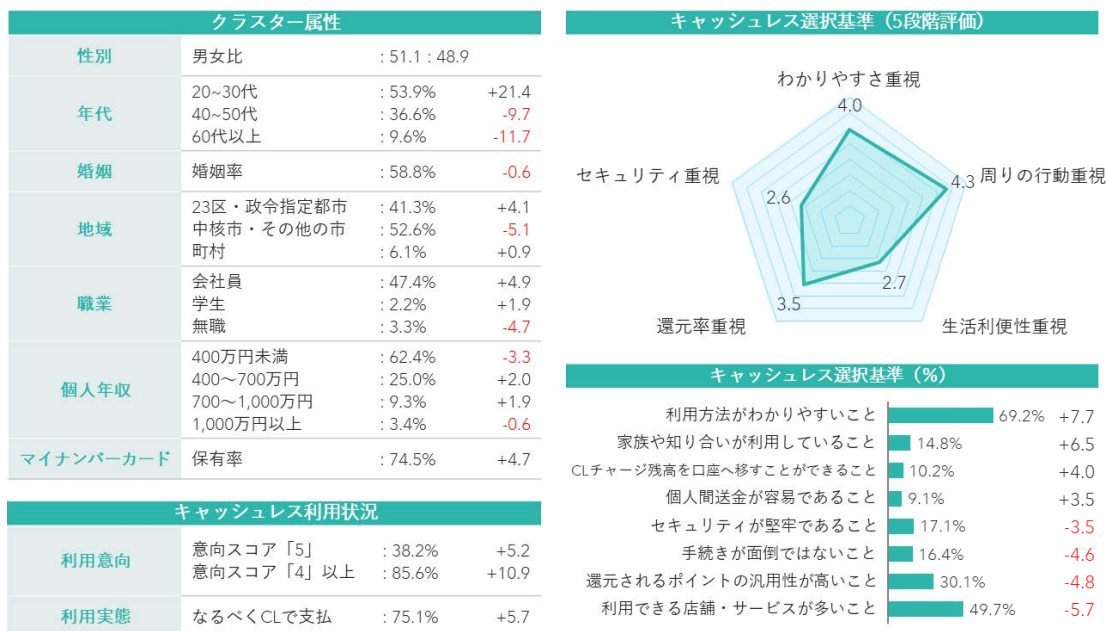
なお、Cluster- I は、重要視する情報源として、公式サイト等の情報に加え、口コミサイト等も好む一方、書籍や知人からのオススメについてはそれほど重要視していないことがわかった。

このクラスターは既にキャッシュレスをフル活用している傾向が伺え、新たに推進策を行っていく必要はないと考える。



ii. Cluster- II : サービスの理解度を重視し、周囲の環境に合わせるタイプ

図表 39 Cluster- II の概況



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2022 年度)」

Cluster- II のキャッシュレスの利用意向は比較的高く、なるべくキャッシュレスで支払っていると回答する人は 75.1%である。

Cluster- II では、他のクラスターと比較して、キャッシュレスの選択基準として、「わかりやすさ」と「周りの行動」を重視する傾向がある。反対に、「利便性」や「セキュリティ」は低く、自分の周りにいる人達が使っており、それらの人たちが教えてくれる等、わかりやすく利用できていると考えられる。利用できる店舗の多さというよりも、自分たちが行く店舗での導入状況を考慮していると推察される。さらに、個人間送金も重視しており、割勘等での利用をするため、周囲とキャッシュレスサービスを揃えているとも考えられる。

そのため、他の比較的キャッシュレス利用が多いクラスターと比べ、保有する決済手段の種類も 1~2 手段と比較的少なくなっている。また、複数のポイントを使い分けたり、エントリーが必要なキャンペーンには参加しなかったりと、利得性よりも手軽さを重視している。また、主なキャッシュレス利用箇所は「ガソリンスタンド」「家電量販店」「百貨店」等の比較的高単価な店舗が多く、この傾向は、一般的なキャッシュレス利用と大きな違いはない。

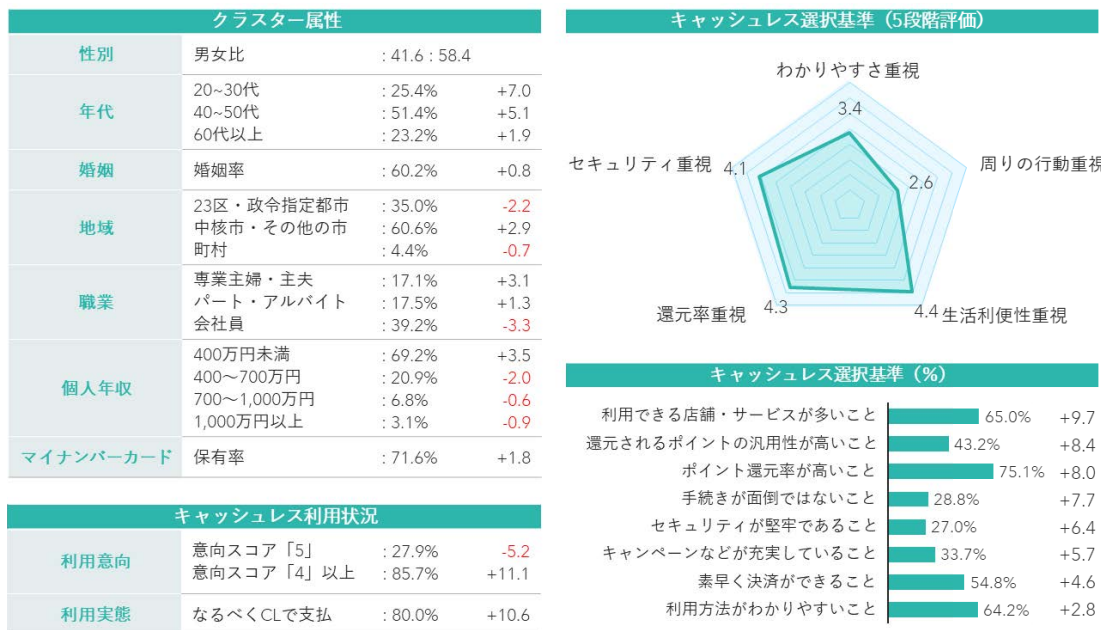
Cluster- II は、重要視する情報源として、他のクラスターと比べ、店員からのオススめ、知人からのオススめや SNS を重視する傾向がある一方、口コミサイト等は重視していない。このことから、情報源として自身に近い存在を重要視してい

ることがわかる。

このクラスターは、比較的キャッシュレスを利用する傾向があるものの、常にキャッシュレスを利用することを重要視しているわけではない。他方で、周囲がより利用すれば、自身も利用すると見ることもでき、社会全体の利用増加が重要であると考えられる。

iii. Cluster-III：便利でお得なサービスを無理のない範囲で活用するタイプ

図表 40 Cluster-IIIの概況



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2022年度)」

Cluster-IIIのキャッシュレスの利用意向は高く、なるべくキャッシュレスで支払っていると回答する人は80.0%である。他方で、キャッシュレス利用意向スコアが「5」の割合は全体平均より低く、スコア「4」は全体平均を11.1%pt上回るという結果となっており、積極的に利用しないものの、利用できるシチュエーションでは利用していこうという方向性が見える。

Cluster-IIIでは、他のクラスターと比較して、キャッシュレスの選択基準として、「利得性」と「利便性」はさることながら「セキュリティ」も重視している。キャッシュレスを選択する際には、様々な要因を踏まえて検討していることもわかる。

保有する決済手段の種類は1種類とする割合が高く、Cluster-IIよりも少ない。「周りの行動」をあまり重視しない傾向があることから、自らが厳選したキャッシュレス決済手段を使い続ける傾向があると思われる。おそらく選択したキャッシュレスサービスを使いこなしており、エントリーが必要なキャンペーンやポイント残

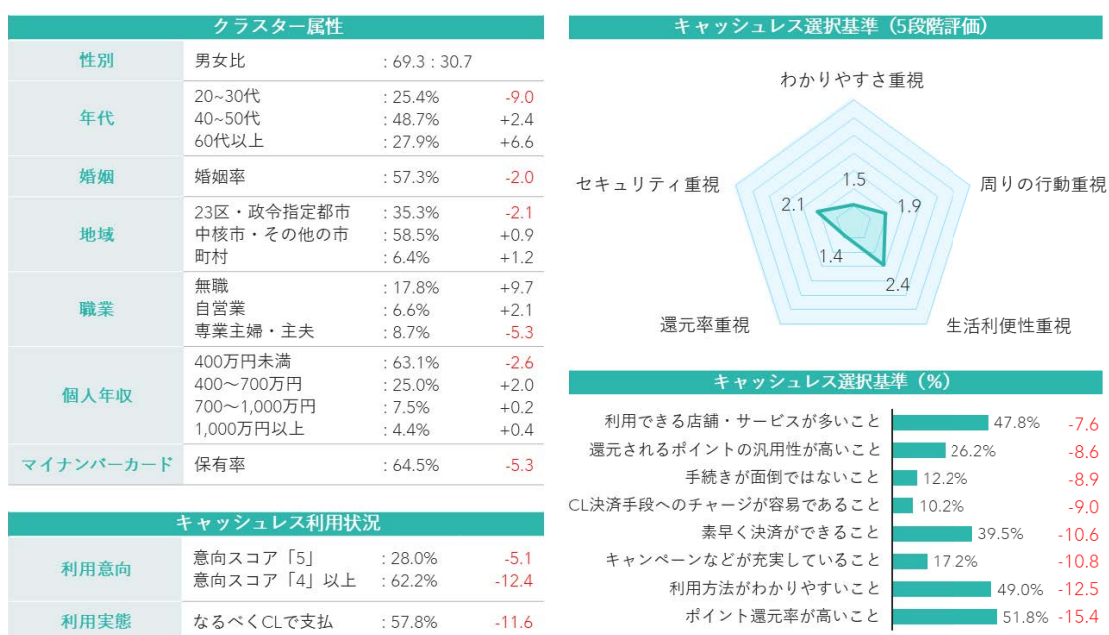
高の確認も行っていることがわかる。

Cluster-IIIの重要視する情報源としては、公式サイト等の公式情報、口コミサイトといった、インターネットを活用するものに加え、知人からのオススメも重要視する等、多方面からの情報収集を行いながら、自分にとってよりよい選択肢を行えるように心がけていると見られる。

このクラスターは、特定のキャッシュレスサービスを使い続ける一方、特定のサービス以外を追加で持つことはしない傾向にある。そのため、当然ではあるが、店舗で自身のキャッシュレス決済手段が利用できない場合は現金での支払いとなってしまう。このことから、Cluster-IIIの利用をより推進していくためには、店舗が多様な決済手段を受け入れられるようにしていく必要があると考える。

#### iv. Cluster-IV：生活スタイルにあまり関心を示さないタイプ

図表 41 Cluster-IVの概況



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2022年度)」

Cluster-IVのキャッシュレスの利用意向はやや低くなる。なるべくキャッシュレスで支払っていると回答する人は 57.8%であり、利用意向スコアが「5」や「4」の割合も全体平均を下回る。

Cluster-IVの特徴は、キャッシュレスの利用に対する好意的な設問、否定的な設問のどちらに対しても反応度が低く、そもそもあまり関心がないことが伺える。その結果、キャッシュレスに対しても否定的な見解を持っている訳では無いが、積極的に利用しようとする意思も弱いようである。参考とする情報源も、全てのクラス

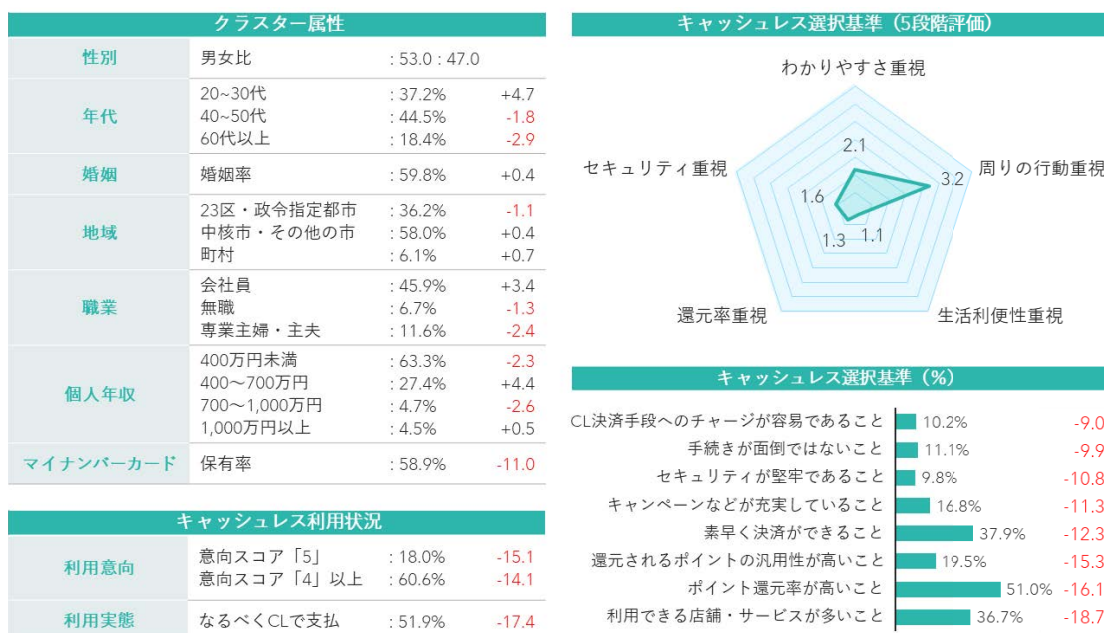
ターの中で唯一平均を上回る情報源が存在せず、自分から能動的に情報を取得しようとしなない傾向がある。

しかしながら、値としては平均を下回るものの、なるべくキャッシュレスで支払っているとする割合は一定数存在しており、積極的にキャッシュレス利用を避けているわけではない。

このクラスターは、新しい情報に関心をあまり示さないことから、キャッシュレスのよさを伝えることが非常に困難であると考えられる。どのようにキャッシュレスを理解いただき、ご利用いただけるようにするかを検討する必要がある。

v. Cluster-V：これまでの生活パターンを継続させたいタイプ

図表 42 Cluster-V の概況



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2022 年度)」

Cluster-Vでは、なるべくキャッシュレスで支払おうとする割合が、かろうじて半数を超える状況にある。キャッシュレスの選択に際しても、全般的に関心がないように見えるが、「周りの行動」については比較的高い値がでている。

Cluster-Vでは、おそらく、よく行く店舗でいつもの支払方法をつかって買い物をしていると考えられ、自身がよく利用するキャッシュレス決済手段が利用できない場合に、他のキャッシュレス決済手段を用いる割合が低いだけでなく、現金に切り替えるとする割合も低くなっている。つまり、確実に自身の利用するキャッシュレスサービスが確実に利用できる店舗を選択しているものと推察される。

「利得性」に関する反応度も低く、ポイント等に関する活動はあまり行われてい

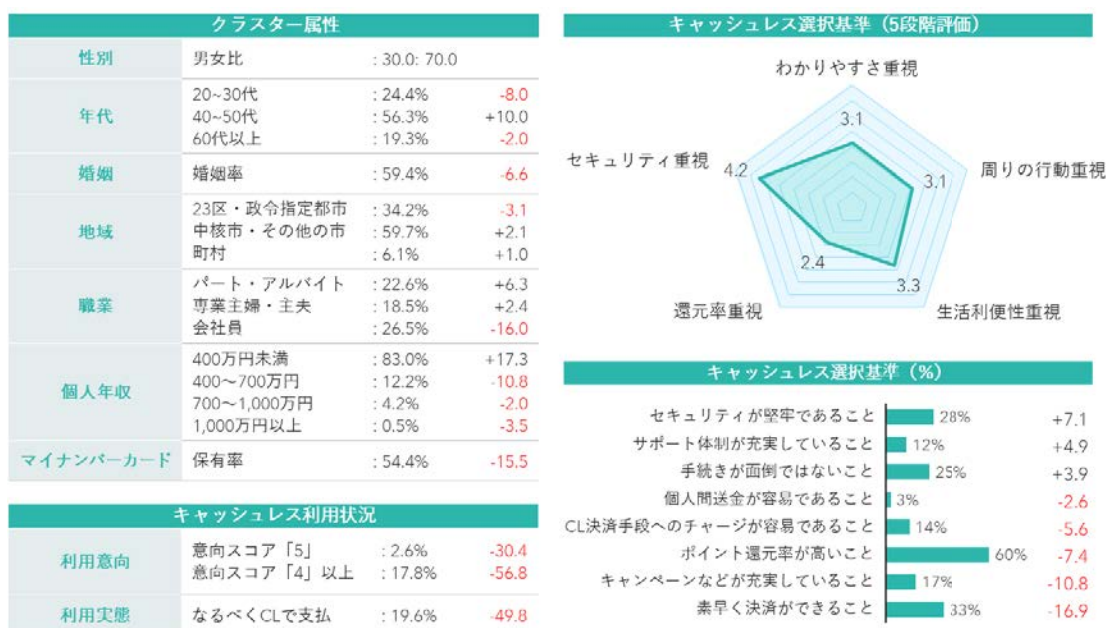
ない。特に積極的な行動を要するキャンペーンへの参加やポイント残高の確認、ポイントを貯めるためのアプリの活用は、他のクラスターの平均より大きく下回っている。

重視する情報源としては、店員からのオスズメや書籍が相対的に高くなっている。反対に、比較的参照する情報として上位に挙げられる公式サイト等の公式情報に対しては、参考とする割合が低く、自身の暮らしているコミュニティの中で情報を収集している可能性が高い。これは、キャッシュレスの選択基準として「周りの行動」が高くなっていることから裏付けられる。

Cluster-Vは、日々の生活から大きく逸脱することを避け、これまで通りの生活を継続させたい傾向があると考えられる。他方で、自身の生活スタイルが属しているコミュニティの変化には影響を受ける可能性があることから、よくいく店舗でのキャッシュレス利用推進等が有効であると考えられる。

vi. Cluster-VI：安全・安心を重視するタイプ

図表 43 Cluster-VIの概況



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2022年度)」

Cluster-VIは、なるべくキャッシュレスで支払うとする割合が6つのクラスターの中で最も低く、利用意向スコア「5」および「4」も極めて低くなっている。しかしながら、キャッシュレスの選択基準を見ると、積極的な選択をしていることが確認でき、特に「セキュリティ」に重きをおいていることがわかる。消極的な結果としてキャッシュレスを利用しない傾向にある Cluster-IVやVに比べ、あえてキャッ

シュレスを避けていることが伺える。

セキュリティの他にもサポート体制や手続き面を重要視しており、決済事業者としてしっかりとしているかを見ているように思われる。

Cluster-VIのキャッシュレスの利用場所としては、キャッシュレスの利用が前提となりつつある公共交通機関や、ガソリンスタンド、家電量販店が上位にあり、日常利用の店舗での利用は積極的ではない。

情報源として、テレビや新聞等のマスメディアを重視する傾向があり、SNS、口コミサイト等は相対的に低くなっている。このことから、従来信頼性が高いとされるものを好む一方、新しいサービスについては懐疑的であり、安全性を重視しているのではないかと推察される。ただし、古いものがよいというわけではなく、自身が信頼できるものであるかが重要であると考ええる。

Cluster-VIへのアプローチとしては、キャッシュレスがより一般的なものとなることが重要である。一般的に普及し、サービス自体の信頼性を獲得することで、納得してご利用いただけるようになると考える。業界として安全性を保ち、これらを訴えていくことが重要なのは言うまでもないが、当事者からの情報発信よりも客観的かつ自身にとって信頼度が高いと認識する主体からの情報入手が必要となると思われる。

#### d. 今後の消費者インサイト調査

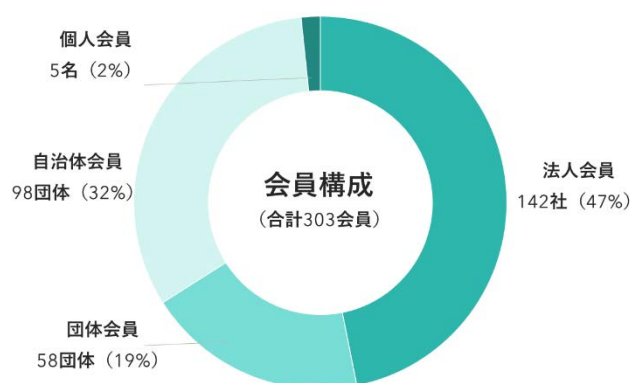
今回実施したクラスター分析については、今後も継続して調査結果を分析していくことで、より精度の高い分析を行えるようになると思う。また、これまでの単純な「キャッシュレス派」「現金派」といった分類ではなく、それぞれの生活スタイルや考え方に近づけることによって、より効果的な推進策の検討ができるようになると考えている。

### 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、2023年3月末現在で、法人会員142、団体会員58、自治体会員98、個人会員5と、合計303の企業、団体、個人にご加入いただいている。

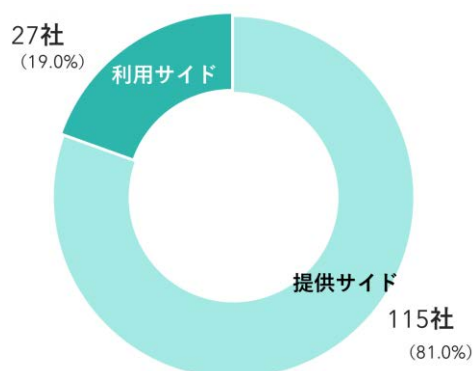
図表 44 会員区分別 加入状況（2023年3月末現在）



（出典）キャッシュレス推進協議会

法人会員については、昨年度に続き、新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、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がやや減少し、おおよそ全体の2割程を構成している。

図表 45 「提供サイド」と「導入サイド」の比率（2023年3月末現在）



（出典）キャッシュレス推進協議会

当協議会における活動には、キャッシュレスを導入する立場の会員等の参加や発言を前提とするものもある。キャッシュレスの普及が進めば、さらなる促進に向け

ての課題も変化する。そのため、導入サイド、提供サイドが活発に意見交換できる場の確保は、高水準なキャッシュレス社会を目指す当協議会にとって不可欠であり、今後も引き続き、導入サイドからのご参画をいただけるように働きかけて行くとともに、年間の活動もよりご関心をお持ちいただけるように工夫していく。

なお、これまでコロナ禍の影響もあり、2019年以降、検討の多くがオンラインにて行われてきた。新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類感染症になったことも受け、検討会を始めとする当協議会の会合等において対面の機会を増やし、より会員間のリレーション構築、コミュニケーション円滑化を進めていきたいと考えている。これにより、当協議会を仲介にキャッシュレスに関わる様々なステークホルダーとのネットワーク形成が可能となると考えている。

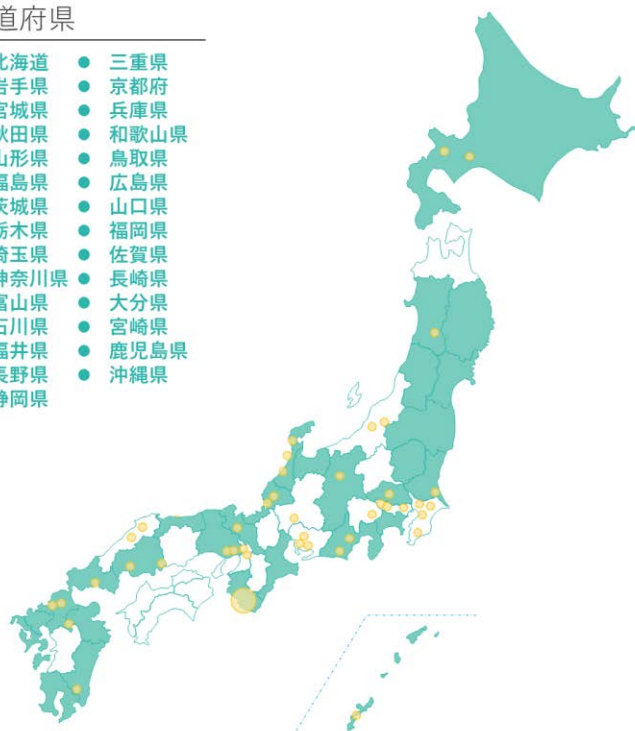
なお、法人会員の比率としては提供サイドが大きく上回っているが、団体会員を含む業界単位では、多様な導入先によって構成されている。当協議会へのご入会をきっかけに、業界におけるキャッシュレス導入に向けた取り組みを加速できたという事例も複数あるため、今後も団体会員との連携を充実させていきたい。

また、自治体会員については、2022年度末時点で98自治体の参加をいただいている。2021年度以降、公共施設等のキャッシュレス導入に向けた取り組みが本格化しており、より具体的な質問や問い合わせを受けるケースが増えてきている。

図表 46 自治体の加盟状況（2023年3月末現在）

29道府県

- 北海道
- 岩手県
- 宮城県
- 秋田県
- 山形県
- 福島県
- 茨城県
- 栃木県
- 埼玉県
- 神奈川県
- 富山県
- 石川県
- 福井県
- 長野県
- 静岡県
- 三重県
- 京都府
- 兵庫県
- 和歌山県
- 鳥取県
- 広島県
- 山口県
- 福岡県
- 佐賀県
- 長崎県
- 大分県
- 宮崎県
- 鹿児島県
- 沖縄県



69市町村

(縦50音順)

- 札幌市
- 苫小牧市
- 横手市
- 行方市
- 深谷市
- 千葉市
- 木更津市
- 我孫子市
- 南房総市
- 北区
- 八王子市
- 町田市
- 長岡市
- 金沢市
- 加賀市
- 宝達志水町
- 福井市
- 鯖江市
- 都留市
- 上田市
- 辰野町
- 各務原市
- 静岡市
- 浜松市
- 豊橋市
- 岡崎市
- 東郷町
- 京都市
- 豊中市
- 四條畷市
- 神戸市
- 尼崎市
- 和歌山市
- 海南市
- 橋本市
- 有田市
- 御坊市
- 田辺市
- 新宮市
- 紀の川市
- 岩出市
- 紀美野町
- 九度山町
- 高野町
- 有田川町
- 美浜町
- 日高町
- 由良町
- 印南町
- みなべ町
- 白浜町
- 上富田町
- すさみ町
- 那智勝浦町
- 太地町
- 古座川町
- 北山村
- 串本町
- 松江市
- 雲南市
- 美郷町
- 広島市
- 福山市
- 周南市
- 福岡市
- 飯塚市
- 日田市
- 都城市
- 沖縄市

(出典) キャッシュレス推進協議会



## 3.2 2022 年度の活動状況

2021 年度は、キャッシュレスそのものに加え、周辺領域も含めた施策を中心に検討を行ったが、2022 年度は、キャッシュレスが一定程度普及した環境におけるさらなる推進施策や、社会全体におけるキャッシュレスの位置付けや役割（単に支払手段としてのキャッシュレスではなく、キャッシュレスを活用した社会活動の変化や、普及したことにより生じる課題等）の変化へどのように対応していくのかを、より意識した検討が増加した。このことにより、これまでのような、課題抽出とそれへの対応の検討にとどまらず、着実に実行していく必要性が感じられた。そのため、2022 年度に実施したプロジェクトの多くは、2023 年度から新たに設定した枠組みであるタスクフォース<sup>28</sup>の中で、引き続き具体化を行っていくこととなった。

また、2022 年度は、各プロジェクトの分類（ワーキンググループ）の構成や検討の進め方の見直しを通じ、よりわかりやすく、参加・議論がしやすい運営を目指した。

### 3.2.1 活動の見直し

#### a. ワーキンググループの再構成

2021 年度まで、各プロジェクトについては、「ステアリング・コミッティ」「消費者 WG」「事業者 WG」「制度・基盤 WG」の4つに分類してきた。このうち、「消費者 WG」と「事業者 WG」については、当協議会内での議論が進むにつれ、どちらか一方のみに焦点を当てた議論に限界が生じることがあった。そのため、消費者、事業者（店舗等の導入側）の両観点から、さらに利用を進めるための検討を行うために、これらのワーキンググループを統合し、「利用促進 WG」とすることとした。

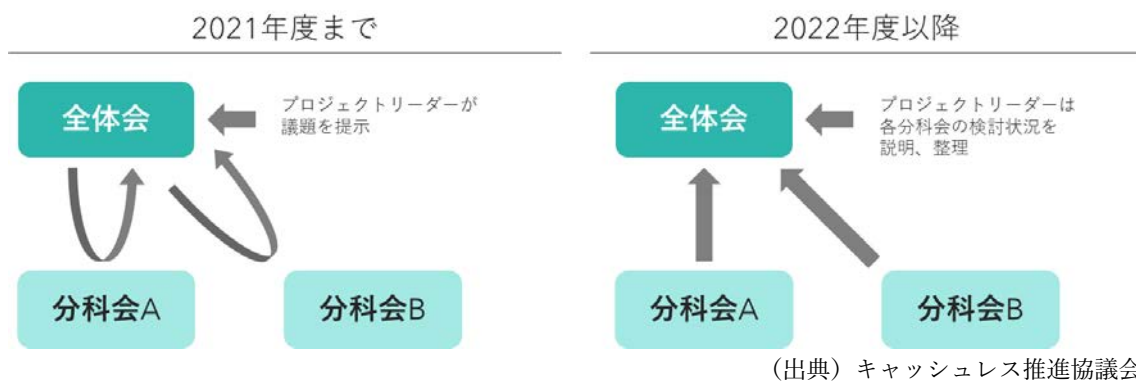
#### b. プロジェクト検討の進め方の見直し

2022 年度は、オンラインでも活発な議論が行えるよう、多くのプロジェクトにおいて複数の分科会を設置した。少人数で議論可能な分科会ベースに検討を進め、大人数が参加する全体会は各分科会での検討状況を共有し、大きな方向性を示すための場と位置づけた。全体会、分科会、アドホックな個別協議を含めると、2022 年度は 63 回の検討会を実施しており、2021 年度と比較すると 2 倍弱の回数となった。また、年度を通したテーマを設定せず、会員同士の課題感を共有し、ディスカッションを行う新しい形式のプロジェクトも設置した。

---

<sup>28</sup> タスクフォース（TF）の内容等については、2023 年度協議会活動方針を参照。

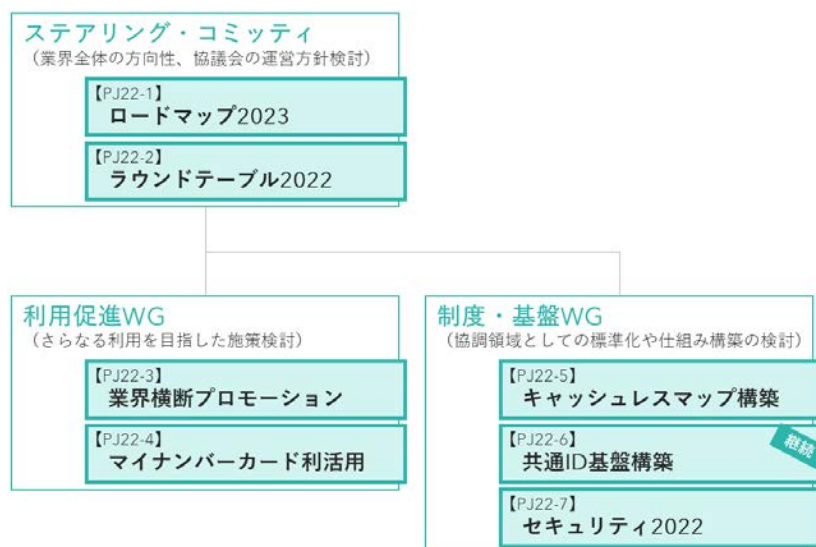
図表 47 検討体制の見直し



2022年度は、7つの年間プロジェクト（テーマ別の検討会）に取り組み、キャッシュレスそのものに加え、周辺領域も含め、キャッシュレスの裾野を広げるための様々な検討を行なった。本書は7つの年間プロジェクトのうち、【PJ22-1】の活動成果をとりまとめたものである。

以降に、各プロジェクトの概要と、その他の今年度実施事業の内容を紹介する。

図表 48 キャッシュレス推進協議会 2022年度プロジェクト



### 3.2.2 ステアリング・コミッティの活動

#### a. ロードマップ 2023 (PJ22-1)

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。今年度は、キャッシュレス推進の具体的な社会的意義について、客観的かつ分かりやすい伝え方を模索し、SDGs や CO2 削減

減等の社会全体の共通課題をテーマの中心にすることとした。これまで、官民において様々な普及促進策が実施されてきたが、利得性を中心としたものが多く、さらなる普及に向けては、キャッシュレスが社会的にも重要なツールであることを広く認知していただくことが重要であると考えた結果である。キャッシュレスが SDGs や CO2 削減へどのように貢献しうるのかを示すことにより、これまでキャッシュレスそのものに対して関心を持っていただけなかった層にも、社会課題の解決策としてキャッシュレスが有効であることを認知いただきやすくなることが期待される。具体的には、第4章をご参照いただきたい。

#### b. ラウンドテーブル 2022 (PJ22-2)

ラウンドテーブルは、新たなプロジェクト形式として 2022 年度から設置している。本プロジェクトでは、特定のテーマ設定をせず、参加者から示されたテーマについて、様々な業種の参加者同士が意見交換を行う場として参加を募った。通常の年間プロジェクトでは、期首に設定したテーマについて年度を通して取り組むが、ラウンドテーブルではそれぞれの参加者が足元の課題や将来的な見通しへの懸念、疑問等を共有しあうことで、より機動的に、かつ各当事者の声を反映した形でキャッシュレス推進を検討していくことを狙いとした。

2022 年度は、少人数（5～6 名程度）のグループを複数組成し、各グループ 3 回のディスカッションを実施したうえで、更に深掘りするテーマを定めた。少人数制ということも有り、どのグループにおいても参加者間で積極的な議論が行われた。

### 3.2.3 利用促進 WG の活動

#### a. 業界横断プロモーション (PJ22-3)

本プロジェクトでは、キャッシュレスが一定程度普及した今日の日本において、一個人の生活における利便性や利得性といったメリットに加え、キャッシュレスの安全性、社会的重要性についても訴求していくことが重要と考え、キャッシュレスそのものに対する関心の有無に関わらず、広範に周知を行っていく方策について検討を行った。キャッシュレス業界全体として、共通の「打ち出し」をすることで、消費者認知を高めるとともに、キャッシュレスへの正しい理解の浸透を実現できると考えている。そのため、これらの認知、理解の浸透を実現していく上で必要な、アプローチすべきセグメント、実施すべき周知広報施策について検討を行った。

参加メンバーへのアンケートや検討会での議論を通じ、「若年層を中心に、社会的重要性を説くオンラインプロモーション」「中高生を対象とした、キャッシュレスのよさと不安解消をテーマとする金融教育」「こどもとその保護者を対象に、夏休みや祝祭日等イベントとセットの体験講座」「キャッシュレス未導入店舗向け施

策検討」の4施策について検討を実施した。

#### b. マイナンバーカード利活用（PJ22-4）

キャッシュレスの利用が進むにつれ、より安全・安心に利用できる環境の整備が重要となってくる。そのような中、セキュリティの高いマイナンバーカードを活用した公的個人認証が、キャッシュレスサービスの申し込み等における身元確認に活用されつつある

マイナンバーカードがより身近な存在になることで、より多くの方がマイナンバーカードを持ち歩き、決済サービスの本人確認に活用することにつながるとの考えから、現行の利活用事例を踏まえ、マイナンバーカード保有者において利便性の高いサービスを提供可能な IC チップやマイナポータルの情報活用について検討を行った。実際に検討結果として作製したサービスモデルについては、総務省や J-LIS とも打ち合わせを行い、実現可能性に向け、より具体的な検討を進めることができた。

2023 年度は、本プロジェクトで検討された内容を具体的に実行することを目的に、タスクフォースを立ち上げ、さらなるサービスモデルの精緻化に向けた検討を実施する。

### 3.2.4 制度・基盤 WG の活動

#### a. キャッシュレスマップ構築（PJ22-5）

キャッシュレスマップとは、各店舗で利用可能なキャッシュレス決済手段を地図上に表示するものを指す。キャッシュレスマップ（及びマップの元データとなる、業界横断で加盟店を一意に特定できる共通加盟店マスタ）の構築は、キャッシュレスサービスの提供者、導入者、利用者、地域（自治体等）等、さまざまな視点から有用性が認識されている一方、情報収集、データクレンジング、マッピング、表示、運用等、作成に向けた各ステップにおいて、実現に向けた課題がみられることから、分科会活動を通じ、議論・整理を行った。マップ（マスタ）の実現に際しては、表示（収集）する情報の信頼性や量の充実が求められるが、これには決済事業者や店舗が情報を提供・更新するインセンティブとなる根拠や対価が必須となることが指摘されており、具体的な実現に向けては改めてハードルが高いことが確認された。

今後の進め方としては、特定の地域等、実施する範囲を限定し、スモールスタートで実施しつつ、加盟店情報の集約の重要性を関係各機関が実際に認知できる形を実現していくことが必要であるとし、2023 年度以降は、ご協力をいただける地域とともに本取り組みを推進していく。

## b. 共通 ID 基盤構築 (PJ22-6)

本プロジェクトは、2020 年度「PJ20-6:個人情報の取扱・e-KYC の在り方」、2021 年度「PJ21-6:本人確認のデジタル化／共通化」の継続として取り組んだ。

2021 年度の検討において、マイナンバーカードの普及促進とともに、公的個人認証のキャッシュレスサービスにおける本人確認への活用が進みつつある一方、コスト面等の負担も大きいことが示された。そのため、2022 年度は、本プロジェクトにおいて、キャッシュレスサービス提供者が共同利用できる公的個人認証の基盤構築に向けた具体的な検討を実施した。加えて、当該基盤に、キャッシュレスサービスに共通するデジタル ID の仕組みを付加することで、より安全且つ利用者利便に適ったサービス間の情報連携が期待されることから、共通 ID に関する論点整理も行った。2023 年度は、既存の公的個人認証サービスの活用可能性、運用モデル等を具体的に検討していく。

## c. セキュリティ 2022 (PJ22-7)

当協議会では、かねてよりキャッシュレスの安全性を底上げするためのルール整備等に自主的に取り組んでおり、その一環として、コード決済サービスにおける不正被害の拡大防止に有効な仕組みとして「不正利用関連情報確認データベース (CLUE)」の設計・構築を行った。本プロジェクトでは、CLUE の機能や利用範囲の拡張可能性について検討したところ、EC サイトを中心とした不正利用防止への活用可能性が示された。また、各業界におけるセキュリティ対策の状況、不正利用のユースケースや対策の方向性等について業界横断的に情報共有をする場の設定に関する検討も実施した。

## 3.2.5 2022 度におけるその他の協議会活動について

本項では、2022 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. 消費者インサイト調査

本調査では、アンケートを通じて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、利用意向について 4 つのモニタリング指標を設定し、定期的にその変化を確認している。4 期目となる 2022 年度は、消費者 3,000 名に対する Web アンケート調査を実施し、特に「キャッシュレスだと使いすぎてしまう」「家計管理が複雑になる」「現金が便利」といった代表的なネガティブ意見について深掘りを行った。加えて、新たな試みとして調査結果のクラスター分析を行い、キャッシュレスの利用意向に応じた消費者の特徴や傾向の類型化に取り組んだ。詳細は 2.4.1 参照。

## b. 決済動向調査

### i. コード決済利用動向調査<sup>29</sup>

本調査では、主要なコード決済事業者から実際の利用金額、件数等について四半期ごとに情報提供をいただき、集計した結果を公表している。これまでは、消費者アンケートや推計によりおおよその利用状況を把握してきたが、本調査により、実績値としてコード決済の利用状況を示すことができるようになった。コード決済サービスは、店舗等においても導入意向が比較的高く、伸展するコード決済の利用状況を公表することは普及拡大の観点からも意義深いものと考えている。

なお本調査を通じて公表しているコード決済サービスの店舗利用金額は、政府によるキャッシュレス決済比率にも組み込まれている。また、比較的新しい決済手段であるコード決済の利用動向は多方面から注目されており、よりタイムリーな情報開示が求められている。そのため、各社にご協力をいただき、集計・公表サイクルの早期化に努めるとともに、調査項目の拡張等、コード決済の利用状況をより多面的にとらえられる指標とするための取り組みも実施している。

### ii. 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<sup>30</sup>

本調査では、主要なコンビニエンスストアチェーンの協力を得て、店舗決済の手段別<sup>31</sup>内訳（現金含む）について四半期ごとに情報提供を頂き、集計した結果を公表している。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であり、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の推移は、消費者のキャッシュレス利用意向やその変化を把握する上で重要であり、キャッシュレス決済事業者においても広く参考となる指標となりうる。

## c. キャッシュレス情報 HUB

政府・関連団体等のキャッシュレス関連施策の紹介、有識者による講話、当協議会内の発表等、キャッシュレスに関する最新の動向を会員やオブザーバーと共有する場として、2021 年度より本取り組みを開始した。

---

<sup>29</sup> <https://paymentsjapan.or.jp/publications/research/code-payment/>

<sup>30</sup> <https://paymentsjapan.or.jp/publications/research/cvs-payment/>

<sup>31</sup> 国際ブランド決済については、国際ブランドが提供する、クレジットカード・デビットカード・プリペイドカードを含むすべての決済手段（非接触含む）とする。電子マネー決済には、iD、QuicPayを含む。

図表 49 キャッシュレス情報 HUB 実施状況

2022年までの開催実績	
テーマ	登壇者
2021年度のキャッシュレス関連施策	経済産業省 キャッシュレス推進室   総務省 デジタル企業行動室
指定納付受託者制度	総務省 自治行政局
公的個人認証サービスの活用	内閣官房IT総合戦略室（現デジタル庁）
新たな決済インフラ「ことら」	株式会社ことら
生体認証技術の動向と決済サービスへもたらす影響	富士通株式会社 富士通研究所
デジタル通貨フォーラムのご紹介	株式会社ディーカレット
CBDCの潮流と日本銀行における取組	日本銀行 決済機構局
2021年度消費者インサイト調査のご報告	株式会社野村総合研究所
デジタル田園都市国家構想総合戦略について	内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局

（出典）キャッシュレス推進協議会

#### d. JPQR の運用

当協議会では、2021 年度をもって終了した総務省による一連の普及事業を受け、新たに JPQR の申し込みを受け付けるシステム（EXTEND）を構築し、運用を行っている。

JPQR は、店舗による申し込みの窓口、参加事業者に通ずる店舗情報管理、販促物の配送等を一元的に取りまとめることにより、申込み店舗と事業者両者のコスト削減と効率化を実現するための仕組みである。JPQR の運用コストや付加機能は随時見直しを図り、最適な状態で持続可能な仕組みの確立を目指すとともに、引き続き自治体や業界団体を中心に導入支援を実施していく。

#### e. ガイドライン管理

当協議会では、キャッシュレスに関連する様々な文書を策定・公表している。過去に取り組んだガイドライン等についても定期的に見直し、必要に応じてアップデートを実施することとしている。

2022 年度は、経済産業省とともに「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」の改訂を行うとともに、協議会独自に、自治体がキャッシュレスを導入する際に参考となる、具体的な業務フロー、キャッシュレス関連プロダクト、導入に向け考慮すべき事項をとりまとめた別冊を作成し、自治体限定で公表している。この別冊は 100 を超える自治体に配布を行っており、手順書本体とともに今後も改訂を継続して行っていく予定である。

## f. 政府施策への貢献

### i. 経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会」

2.2 にもあるとおり、経済産業省において 2025 年から先のキャッシュレスのあるべき姿に関する検討会が設置された。当協議会は、本検討会へのオブザーバーとして参加している。

### ii. 総務省「マイナポイント第 2 弾事業」

2.1 にも記載のとおり、総務省では 2020 年度よりマイナポイント事業を行っている。当協議会は、2022 年度に実施されるマイナポイント第 2 弾事業の補助金執行団体として採択され、2022 年 2 月より事業を開始している。

本事業を通じてマイナンバーカードの普及と利便性向上に貢献することで、公的個人認証のキャッシュレスサービスにおける安全・安心な本人確認手段としての活用も広がると考えている。

### iii. 総務省「統一QR コードの利活用促進及び利便性向上に係る調査」

当協議会は、総務省事業を受託し、JPQR の普及に向けた環境整備を行っている。JPQR の新しい受付システムを構築するとともに、全国各地で説明会を実施している。また、2023 年度以降の活動に向け、今後の普及施策に向けた課題を抽出し、当協議会自身としても実行に移していく予定である。

## g. 地域におけるキャッシュレス推進活動の支援

### i. 関東経済産業局「SISC Kanto」

関東経済産業局では、地域のサービス事業者の労働生産性の向上・競争力強化に向けた取組を強力に推進するための支援機関、関係省庁、関東経済産業局等で構成する広域関東圏での支援ネットワークである「SISC（シスク）Kanto（Service Industry Support Consortium in Kanto）」に参加し、地域のサービス事業者やサービス業支援に取組む自治体・支援機関向けの情報発信を行っている。

当協議会も SISC Kanto に参加し、キャッシュレスによる生産性向上の実現に向けた情報提供等を行っている。

### ii. 新潟県長岡市「長岡市のサービス産業競争力強化・労働生産性向上の取組み」

事務局長は、新潟県長岡市において日本生産性本部が実施した「長岡市のサービス産業競争力強化・労働生産性向上の取組み」における支援パートナーに就任し、長岡市で開催された検討会への参加や各種助言を行った。



### iii. その他の支援

2022 年度は、東京都、埼玉県等におけるキャッシュレス推進や導入に向けた支援を実施している。

### h. グローバル連携

協議会事務局員 2 名が、ISO（国際標準化機構）における金融サービス向けセキュリティに関する標準を定める TC68/SC2 にエキスパートとして参加し、WG16「FinTech 業者のセキュリティ要件」、WG18「オンラインでの顧客の本人確認方法の標準化（e-KYC）」、WG19「バーコード決済（QR コード等を含む）のセキュリティ要件」の 3 つの WG へ参加している。

これらは、協議会にて策定したコード決済関連ガイドラインの国際標準への組み込みや海外の取り組みの最新動向の確認にあたり重要な活動と捉え、今後も積極的な参加を予定している。

## 3.3 2023 年度の活動予定

### 3.3.1 2023 年度の活動方針について

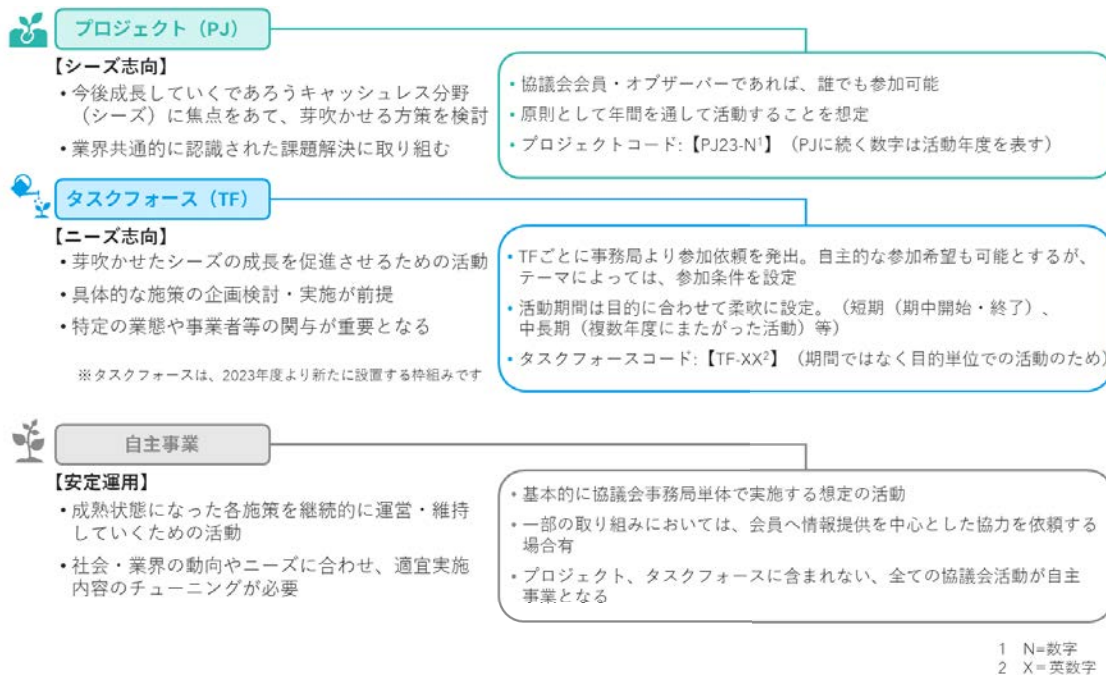
当協議会では、設立以降、キャッシュレスの普及に向けた業界横断の課題について、会員の皆様と議論を重ねながら、それを乗り越えていく方策を検討してきた。5 期を経てある程度の普及が見えてきたことから、今後はさらなる普及に向け、これまで検討してきた方策を実現していく活動をより重視していく方針である。

2022 年度までは、大きくプロジェクトと自主事業の 2 つの枠組みに基づき活動してきた。プロジェクトでは、今後成長していくであろうと考えられるキャッシュレス分野（シーズ）に焦点をあて、芽吹かせる方策を検討してきた。これにより、業界共通的に認識された課題を解決し、一定の成果をあげてきたと考えている。自主事業では、プロジェクトで検討した各施策について、事務局が活動の主体となり、さらなる成長に向けて活動してきた。このような活動には、特定の業態や事業者等の関与が求められ、誰でも参加可能なプロジェクトとは異なる運用が求められた。

2023 年度からは、プロジェクト、自主事業の間に位置するタスクフォースと呼ぶ枠組みを新たに設置し、より実効性のある取り組みを推進していく予定である。プロジェクトでは、これまでと変わらず、キャッシュレスに関する様々な共通課題について検討を行っていく。つまり、さらなるキャッシュレスの普及に向けた種（シーズ）を見つけ、これを芽吹かせていくための活動と言えよう。新たに設置するタスクフォースでは、芽吹かせたシーズをより確実に育てていくフェーズ（黎明期から成長期へ）となる。そのため、プロジェクトで定めた方向性を着実に実施し

ていくための具体的な施策について検討していくこととなる。最後に、自主事業では、タスクフォースにより成熟状態になった各施策を安定的に運営していくための活動にフォーカスする。

図表 50 各枠組みの位置づけ



（出典）キャッシュレス推進協議会

### 3.3.2 プロジェクト等の活動内容

2023年度は、5つのプロジェクト（検討会）の実施を予定している。それぞれのプロジェクトの概要等については、当協議会のWebサイト<sup>32</sup>に掲載しているので、是非ご確認いただきたい。

<sup>32</sup> <https://paymentsjapan.or.jp/>

## 4 キャッシュレスの社会貢献

キャッシュレスは、ツーサイド・ネットワーク効果が大きく働くビジネスモデルである。一般的に「ネットワーク効果」は、ある人がネットワーク（ここでいうキャッシュレス決済サービス）に加入することによって、その人の効用を増加させるだけでなく他の加入者の効用も増加させる効果をいう。ツーサイド・ネットワーク効果は、2つのグループ（ここでは、キャッシュレスの利用者と導入店舗）に対しサービスを提供することで、片方のグループが増加するともう片方のグループにとってもサービスの価値が高まることを言う。これを踏まえると、キャッシュレスサービスは、消費者だけ、もしくは店舗だけの利用が高まってもその効果は高まらないのが特徴と言える。

これまで、キャッシュレスサービスを普及させるための方策として、利用する消費者や導入する店舗等のキャッシュレスの利用者にとって利便性や利得性の点でメリットがあると訴求されてきた。つまり、実際に利用する個人や導入する店舗においてメリットを享受できるといった側面が強い。その結果として、ツーサイド・ネットワークのそれぞれのグループが拡充され、全体としてのネットワーク効果がより強くなる結果となっている。例えば、個人の支払い方として現金でもキャッシュレスでもいい場合において、キャッシュレスを選択いただくほうが、受ける店舗においてメリットがある場合もあるし、店舗の受け方として現金でもキャッシュレスでも良い場合において、キャッシュレスを選択肢として用意いただくほうが、支払をする個人においてメリットがある場合もある。

また、キャッシュレス普及の目的は、個人や店舗等の利便性や利得性の向上だけにあるのではない。キャッシュレスを通じてあらゆる場面のデジタル化を促進させ、よりよい社会を実現させることは重要な目的である。言い換えれば、キャッシュレスの利用や導入によって、デメリットはないとしても直接的なメリットを感じられない場合においても、キャッシュレスを利用いただくこと自体が社会全体のメリットに繋がるのである。

しかしながら、これまでキャッシュレスがよりよい社会の実現に貢献できるという点について、あまり指摘されてこなかったのも事実である。実際に、ほとんどの消費者や店舗がキャッシュレスを導入し、活用いただける状況にならなければ、その社会全体への貢献度は見えにくく、認識されることも少なかったのではないだろうか。

そこで、本書では、多くの方にキャッシュレスがよりよい社会の実現に貢献できる内容を改めて整理を行うことで、多くの方に社会全体に貢献するキャッシュレス利用のメリットをご認識いただく機会を得たいと考えている。整理の方針として、

社会の認知度の高い SDGs (Sustainable Development Goals) や二酸化炭素の排出量といったテーマに沿って説明することとする。

キャッシュレスの利用が個別の消費者、店舗の利便性や利得性のためだけではなく、一人ひとりの利用がよりよい社会の実現につながるものであることをご理解いただき、より積極的な利用／導入が進むことを期待する。また、行政機関等においては、キャッシュレスがよりよい社会を実現するための必要不可欠なツールの一つであることをご理解いただき、さらなる普及に向けたご支援をいただけると幸いです。

## 4.1 SDGs への貢献

SDGs は、2015 年 9 月の国連サミットにおいて全会一致で採択された、「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のため、2030 年を年限とする 17 の国際目標である。

図表 51 SDGs の 17 のゴール



設定されたゴールは多岐に渡り、一見するとキャッシュレスと何ら関係性のなさそうなゴールも存在する。しかしながら、キャッシュレスが直接貢献できるゴールがあれば、キャッシュレスの存在がゴールの実現を間接的に後押しできるものもあると考える。

検討に際しては、この直接的、間接的な貢献の 2 種類があることにも着目しつつ、SDGs の目標年である 2030 年に向けて生じると想定される課題について、課題解決手段としてキャッシュレスがいかに貢献でき、また、そのような状態にキャッシュレスがなるために求められる取組むべき事項について幅広い意見集約を行った。

以下では、各テーマに関する 2030 年に向けて生じると想定される課題について状況を説明した後、これらの課題解決に向けてキャッシュレスが貢献できると考えられる事項を取りまとめている。さらに、そのような貢献できる環境を整えるために必要な取組むべきことについても考察している。

#### 4.1.1 資産再配分のツールとしてのキャッシュレス



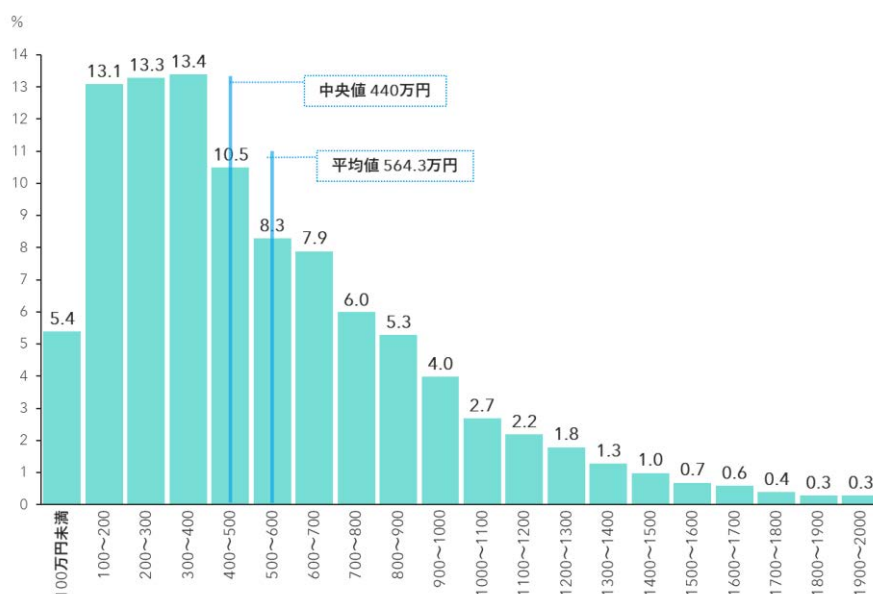
##### a. 2030 年に向けた課題

###### i. 行政機関による再分配

近年、高齢化や世帯人員の減少等の社会構造が変わりつつある中で、格差が拡大してきている。また、正規・非正規労働の分化が進むことで、労働形態の違いによる所得の格差拡大も生じている。特に最近では、新型コロナウイルス感染症の拡大やロシアのウクライナへの侵攻等による原材料費の高騰等もあり、経済的格差はさらに広がっているようにも感じられる。

実際に世帯の所得金額を見ても、平均所得金額が 564.3 万円なのに対し、中央値は 440 万円となっており、平均所得金額以下の世帯の割合は 61.5%となっている。

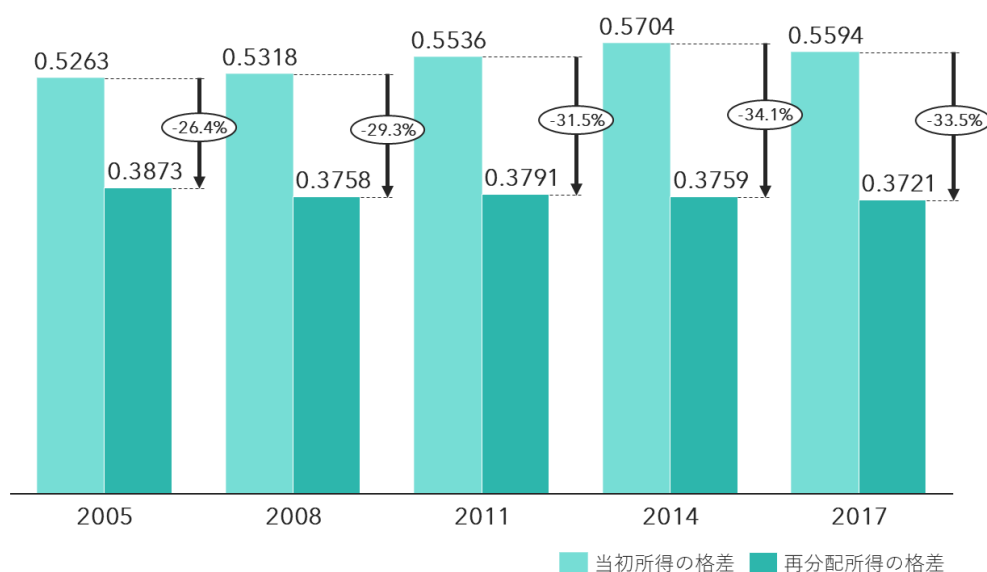
図表 52 所得金額階級別世帯数の相対度数分布



(出典) 厚生労働省「2021 年国民生活基礎調査」

このような格差に対し、行政は税と社会保障により所得の再分配を行うことで、格差を小さくする取組を実施している。図表 53 を見ると、所得の再分配を行う前後で、所得格差を表すジニ係数<sup>33</sup>が 30%前後、改善していることがわかる。このように、再分配は経済格差を縮める上で非常に有効な手段であり、再分配前のジニ係数が拡大傾向にある中で、再分配により安定的な数値となっていることを踏まえると、社会の安定をもたらしているとも言える。

図表 53 所得再分配によるジニ係数の変化



(出典) 厚生労働省制作統括官「平成 29 年所得再分配調査報告書」

行政による社会保障の一類型として給付金があり、その種類も多様化している。例えば、厚生労働省が Web サイト<sup>34</sup>で公開している「生活を支えるための支援」において以下の給付金が挙げられている。

- 令和 4 年度低所得の子育て世帯に対する子育て世帯生活支援特別給付金
- 電力・ガス・食料品等価格高騰緊急支援給付金
- 住居確保給付金
- 新型コロナウイルス感染症対応休業支援金・給付金
- 高等職業訓練促進給付金
- 小学校休業等対応支援金

給付金の多様化や高頻度化は、行政事務が複雑化、煩雑化し、施策の実行におい

<sup>33</sup> ジニ係数の値は 0 から 1 の間をとり、係数が 0 に近づくほど所得格差が小さく、1 に近づくほど所得格差が拡大していることを示す。一般に 0.5 を超えると所得格差がかなり高い状態となり是正が必要となると言われている。

<sup>34</sup> [https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage\\_13694.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_13694.html)

て遅延や誤ご給付が発生しかねない。また給付を受ける側においても、申請手続きが複雑化する等により、必要な人へ必要なタイミングで給付を届けることができなくなる可能性もある。給付にかかる事務手続きを簡素化することは、交付までの期間の短縮化や事務コストの削減につながる。そして、これらの効率化により削減できたコストを給付額の増加として活用することができる。もちろん、的確な給付の実現が必要なことは言うまでもない。

## ii. 民間事業者等による給付

行政による再分配だけではなく、募金等を通じた民間団体による再分配とも言える活動も行われているが、最近は募金額の減少が続いている状況にあり、募金を集める手法の多様化が求められていると考えられる。

図表 54 では、我が国の代表的な募金事業である「赤い羽根共同募金」の実績と目標達成率を示しているが、目標達成率が 9 割を下回っており、十分な再配分を実現できていないと考えられる。

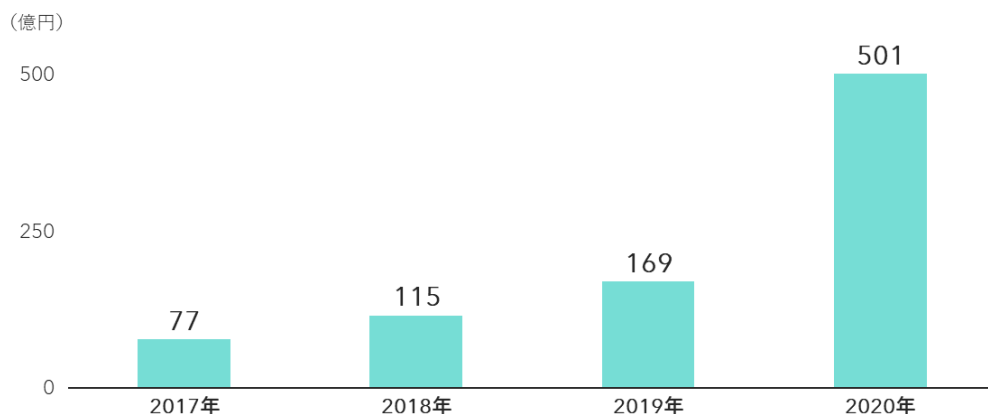
図表 54 共同募金実績額・目標達成率の推移



(出典) 中央共同募金会「一般募金・歳末たすけあい募金の目標額と実績額の推移」

他方で、新たな寄付の形としてクラウドファンディングが活用されるケースも増加している。クラウドファンディングとは、インターネット上で不特定多数の人から資金を集める資金調達方法の一つであり、「crowd (群衆)」と「funding (資金調達)」を組み合わせよう呼ばれている。クラウドファンディングには様々な形態があるが、寄付型（および購入型の一部）と呼ばれる方式が資産の再配分に利用されている。旧来型の募金等と異なる点は、インターネットを中心とした活動であること、具体的なプロジェクトに対し資金調達を行うことが挙げられる。

図表 55 購入型（寄付型含む）クラウドファンディング市場規模の推移

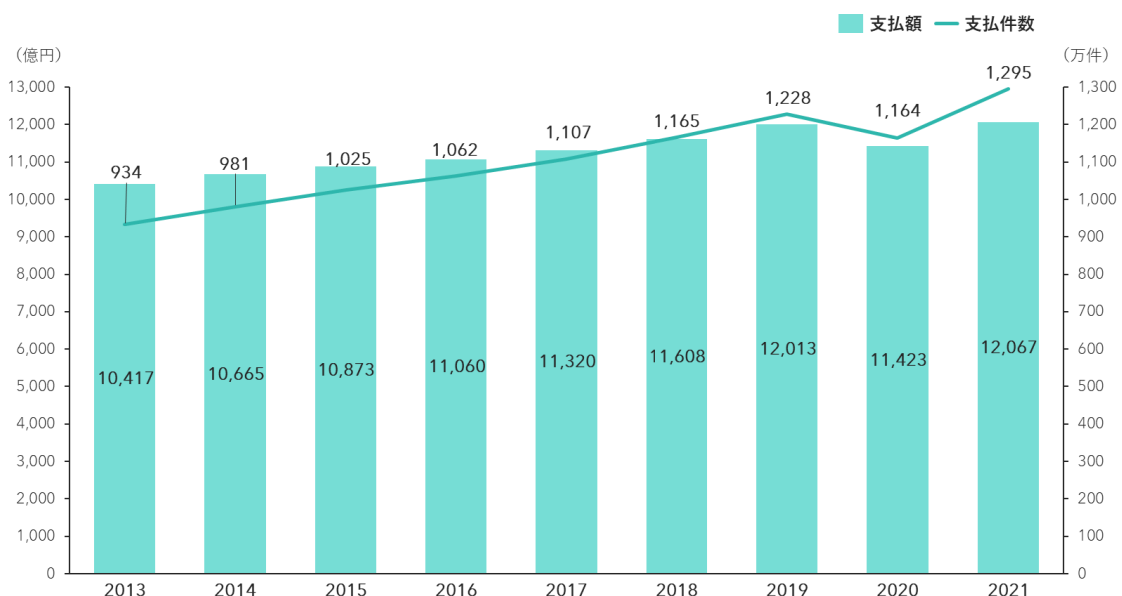


(出典) 一般社団法人日本クラウドファンディング協会

クラウドファンディングは、キャッシュレスによる支払いも可能としており、資金提供者が関心のある具体的なプロジェクトに対し、資金提供を行いやすいことが成長の原因の一つと考えられる。

また、少子高齢化が進む我が国において、保険の利用が進んでいる。例えば、入院・手術給付金といった急を要する保険金の支払件数は年々増加しており、病院等への支払を考慮すると、保険会社による迅速な支払が期待される。保険会社においても、保険金の支払いにかかるコストが増加していると考えられ、行政による給付金同様、安価かつ迅速、確実な支払方法が求められていると言えよう。

図表 56 入院・手術給付金の支払額・支払件数の推移



(出典) 一般社団法人生命保険協会「生命保険の動向」



生命保険だけではなく、損害保険でも同様のことが言える。2022年の台風14号における被害に対する損害保険金の支払件数は157,958件、金額は約1,045億円。同年の台風15号では、支払件数が27,095件、金額は約534億円にもものぼる<sup>35</sup>。自然災害で被害にあわれた方におかれては、迅速な保険金の支払いが望まれるところである。

一般社団法人生命保険協会が行ったアンケート結果<sup>36</sup>によると、このような手続きの増加に伴い、保険手続きのデジタル化も進んでおり、オンラインで完結する手続きも増えていることがわかる。このような企業のデジタル化、そしてそれに伴うキャッシュレスでの支払いが進むことで、全体的なコスト削減、ひいては給付金への反映も期待される。

#### b. キャッシュレスが貢献できること



格差をなくすための資産の再配分方法として、デジタル化が進められることで、より迅速かつ的確な給付を実現できるようになる。さらに、普段から利用されているキャッシュレスを対象とすることで、給付の目的にかなった適切な利用につながりやすい<sup>37</sup>と考える。マイナポイント事業においても、ポイントの付与先としてキャッシュレス決済手段が選ばれており、同様の仕組みで様々な給付等が可能になると考える。

また、募金等においてもキャッシュレスは活用できる。現金は持っていないが、キャッシュレスならあるという方も増えてきており、いつでも好きな金額で寄附できるというだけでなく、使われなくなった残高を寄附として提供する等の方策も考えられる。

このようにキャッシュレスは、資産の収集と配分の両側面において効率化を実現可能であると考えられる。



この場合に、実際に医療費等をお支払いするキャッシュレス決済手段に対し、速やかに保険金が支払われることで、安心して医療等を受けることができるようになるだろう。

保険会社としても、現金での保険金の支払よりも低コストで支払うことができるようになれば、より多頻度での保険金支払いも可能になり、医療費等の支払いの都度、保険金を受け取れるような仕組みを構築することも考えられるようになる。

<sup>35</sup> <https://www.sonpo.or.jp/report/statistics/disaster/weather.html#anchor-2022>

<sup>36</sup> [https://www.fsa.go.jp/singi/shomen\\_oin/shiryoku/20220301/01.pdf](https://www.fsa.go.jp/singi/shomen_oin/shiryoku/20220301/01.pdf)

<sup>37</sup> 例えば、出産に対する給付であれば子育て用品を販売する店舗でのみ利用可能とする等が考えられる。

### c. 今後取組むべきこと

#### i. キャッシュレスのユニバーサル化

給付を受ける手段としてキャッシュレスを活用していくためには、あらゆる方がキャッシュレスで給付を受けられる環境を整えていく必要がある。各決済サービスの特徴により、年齢、収入、障害の有無等によらず、利用可能かつ利用しやすいなキャッシュレス決済手段が必ず存在し、実際に多くの店舗で支払うことができるようになることが重要である。キャッシュレスが社会的なインフラとして機能するようになるためには、単にボリュームゾーンをカバーするだけでなく、ユニバーサルにカバーできるようになる必要がある。

#### ii. 給付機関と決済事業者間の連携方式標準化

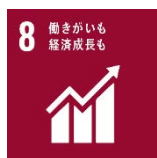
給付に向けては行政機関等の給付を行う機関との連携が重要となる。これらの機関からすると、決済手段ごとに連携方式が異なるとなると、その事務が煩雑になる。反対に給付機関との連携方式が異なる場合も、決済事業者においてコスト増となる。効率化により迅速かつ低コストでの給付を目指すためには、このような給付事務の標準化<sup>38</sup>が必要と考える。

#### iii. 寄附を実現可能なキャッシュレスの拡大

現状、寄附は財やサービスの対価として支払うものではないことから、送金（為替業務）として扱われることとなる。この場合、銀行法や資金決済法で認められた特定の決済サービスのみが寄附に対応できることとなる。確かに、犯罪収益のために利用されないような対応は必要ではあるが、特定の安全性が確認された団体への寄附のみ可能とする等により、寄附を行うことができる決済サービスの拡大に向けた法規制等の見直しが行われることを期待する。

業界としても、寄附を足がかりとした犯罪や不正利用が発生しないよう、セキュリティ等に関する取り組みをより一層強化していく必要があると考える。

### 4.1.2 グローバル連携を加速させるキャッシュレス



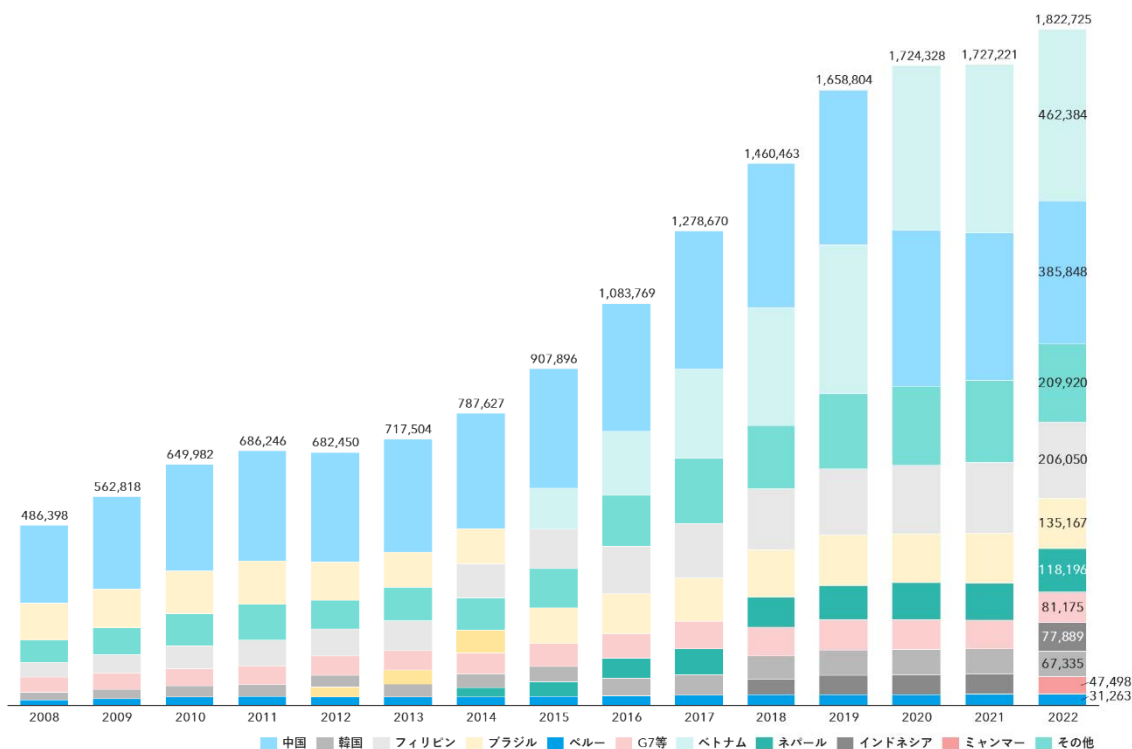
<sup>38</sup> 例えば、給付対象者が受け取りたい手段（銀行口座、キャッシュレス決済サービス等）を自由に選択できるようにすることは、より活用される給付になると考えられる。

## a. 2030年に向けた課題

### i. 外国人労働者の増加

我が国の労働人口は減少傾向にあり、今後も確実な経済成長を遂げていくためには、外国人の力を借りることも重要である。2019年には出入国在留管理庁が設置され、政府による在留支援が本格稼働し、外国人が日本に拠点を置いて生活するための取り組みも本格化しつつある。すでにグローバルでは人材獲得競争が激化しており、我が国に優秀な人材が定着するためには、外国人が生活しやすい環境を整えていくことは重要である。実際に外国人労働者数は毎年増えており、2022年には180万人を超えている。国籍別に見ると、ベトナムが最も多く、中国、フィリピンと続く。

図表 57 国籍別外国人労働者数



(出典) 厚生労働省『『外国人雇用状況』の届出状況まとめ』

外国人労働者は、日本での収入を母国の家族に送金するが多い。しかしながら、外国送金の手数料は比較的高額であり、頻繁に送金することをためらうこともある。実際に送金を行う場合、金融機関の窓口において手続きを行わなければならないケースがあり、その場合、平日の昼間に対応しなくてはならない。このような環境は、外国人労働者にとって働きやすい環境とは言い難い。今後はより一層、いつでも、どこでも、簡単に安く送金できる環境整備が求められるだろう。

グローバル化が進展したことで、外国送金を行う主体も、上記のような外国人労働者だけではなく、海外へ留学しているこどもへの送金等、送金目的も多岐にわたると考えられる。反対に、日本からのアウトバウンド送金以外にも、日本へのインバウンド送金についてもニーズが高まっていく可能性はある。

しかしながら、海外送金は資金洗浄等の目的で利用されることも多く、安易な海外送金の実現は、かえって我が国を犯罪の温床としてしまう可能性があることに留意する必要がある。

## ii. 決済という社会生活基盤の整備

グローバルな発展は我が国の発展においても重要である。SDGs についても、単に国内だけ達成できればよいのではなく、開発途上国においても達成されることが求められる。そのためには、我が国も積極的に支援を行っていく必要がある。政府が 2020 年 12 月に公表した「インフラシステム海外展開戦略 2025」<sup>39</sup>においても、「質の高いインフラと、現地との協創モデルの推進」として金融インフラも対象とされており、「金融インフラは、社会のデジタル変革や SDGs 達成、FOIP<sup>40</sup>実現への対応に資する。このため、現地の社会課題の解決につながる社会生活基盤の一つと位置付け、その普及促進と海外展開のため、所要の取組を実施する。」とされている。

円滑な決済の実現は、その国の経済成長において不可欠な要素である。そのため、各国では金融包摂（Financial Inclusion）として、あらゆる人々が金融サービスを受けられるよう環境整備が進められている。我が国は金融サービスの提供に関し長い歴史と深い知見を有しており、今後の国際連携において、日本の決済サービスや決済インフラの輸出も積極的に実施することで、対象国の発展のみならず、我が国との連携強化、グローバルな発展を目指していく必要があると考える。

## b. キャッシュレスが貢献できること

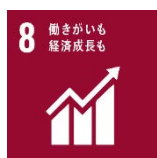


海外送金を安価にかつ円滑に実施できることは、外国人労働者の家族を助けることに繋がる。開発途上国においては、銀行等の金融機関口座を所有していない層も一定数存在することから、安全・安心に外国送金を可能とする仕組みは、今後、より一層重要となるだろう。特に海外のキャッシュレス決済手段に直接送金ができたり、頻度高く送金を

<sup>39</sup> <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keikyou/dai49/siryou2.pdf>

<sup>40</sup> Free and Open Indo-Pacific：自由で開かれたインド太平洋。インド太平洋地域全体の平和と繁栄を保障し、いずれの国にも安定と繁栄をもたらすために、ASEAN の中心性、一体性を重視し包括的かつ透明性のある方法で、ルールに基づく国際秩序の確保を通じて、自由で開かれたインド太平洋地域を「国際公共財」として発展させるという構想。

可能としたりといった環境を整えることで、貧困をなくす一助になると考えられる。



少子高齢化が進む我が国において、優秀な外国人労働者の確保は急務であると考えられる。今後、グローバルな人材獲得競争が激化すると考えられる中で、外国人労働者が働きやすい環境を整えることは重要である。給与のデジタル払いの制度も整備された中、キャッシュレスを活用した報酬の受取等により、我が国の労働環境の利便性を向上させることで、経済成長にも貢献できるものと考えられる。



SDGs に代表されるように、諸外国の安定的な発展は、我が国の発展においても重要な要素である。我が国の安全・安心な決済サービスや決済インフラを海外に提供することは、開発途上国における産業の基盤を構築することにほかならない。加えて、我が国と同様の仕組みが相手国に存在することは、日本企業が当該国へ進出する際の障壁を低くすることにもつながると考えられる。

### c. 今後取り組むべきこと

#### i. 安全・安心な国際ネットワークの連携や確立

経済のグローバル化にあわせ、決済のグローバル化もより一層進めていく必要がある。これまでは銀行による外国送金、国際ブランドを通じた決済が中心であったが、送金や決済方法の多様化が求められると考える。既存の手法も含めて、より安価で迅速な送金や、より利用しやすい決済手段の導入、利用が進んでいくものと考えられる。また、これらの国際ネットワークの仕組み自体も利用目的や手段にあわせ、多様化する可能性がある。例えば、特定の国がネットワークを独占するのではなく、グローバルな枠組みの中で相互に対等な関係性によるネットワーク構築も進められるようになるだろう。JPQR の海外連携に向けた活動も始まっており、様々な決済分野での多様なネットワーク構築の中に、我が国も積極的に参加していくべきである。

他方で、AML/CFT 対応も重要である。我が国の経済活動がテロや犯罪の助長につながらないよう、情報連携や国際的なモニタリング等の活動も進めていく必要がある。また、経済安保の観点から、継続して我が国がサービスを利用、提供できるような制度整備や枠組みが必要である。

#### ii. 我が国の決済インフラの海外展開

我が国におけるインフラ輸出は、これまで港湾や電力設備といったハードインフ

ラが中心であったが、これからは法制度や仕組み、システムといったソフトインフラにも注力していく必要がある。特に決済を始めとする経済関連のインフラシステムは、我が国のこれまでの知見を活かせる分野であるとともに、対象国の経済をより強固にすることに貢献できる。すでに、いくつかの国々へ中央銀行システムの輸出が始まっており、このような一国の根幹をなす決済インフラの輸出は、その後の民間部門への進出にもつながるものであり、より積極的に進めていく必要があると考える。

ただし、このような動きは、民間企業単独では限界があり、政府による各種支援も求められるところである。

#### 4.1.3 必要な人に必要な資金を供給可能とするキャッシュレス



##### a. 2030年に向けた課題

###### i. 個人における資金ニーズ

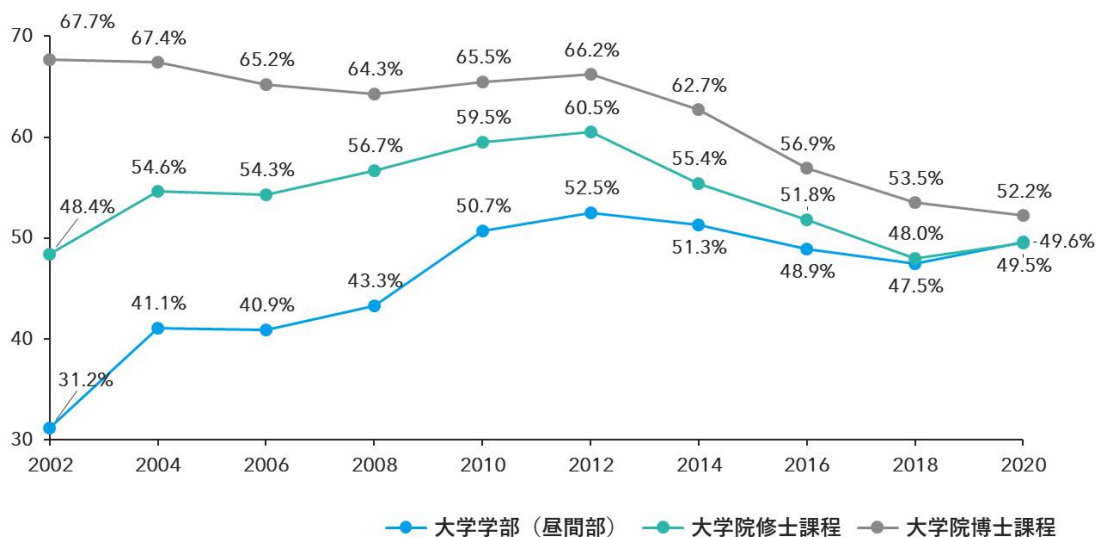
これまで、キャッシュレス分野で与信を行っていたのはクレジットカードが中心であった。手元に資金がない状況であっても、クレジットカードを利用することで、必要な時に必要なものを購入することができる。最近では、クレジットカードの他に BNPL (Buy Now Pay Later: あと払い決済サービス) 事業者やコード決済事業者が、あと払いや貸金といった与信サービスを提供するようになってきており、サービスの多様化が進んでいる。

あと払いを含めた決済方法の多様化は、消費者による支払方法の選択肢が増えるという意味で歓迎すべきことではあるが、他方で、十分な仕組みの理解がないまま、サービスを利用しトラブルとなるケースも散見されるため、利用者への十分な情報提供が重要となる。日本後払い決済サービス協会では、消費者保護に向けた取り組みを実施しており、トラブルを未然に防げるよう進めている。

日々の購買だけではなく、大学等の高等教育を受けるために、奨学金を受給する生徒も増えている。奨学金については、これまで大学院以上の学生における利用が多かったが、大学生の利用も多くなり、直近の調査結果である 2020 年では、大学以上の教育機関に通う学生のうち、約半数が奨学金を受給している状況にある。ま

た、2022年度の大学進学率は56.6%<sup>41</sup>と、過去最大を記録しており、高等教育機関への進学希望を実現する奨学金の利用は、今後も増加すると考えられる。

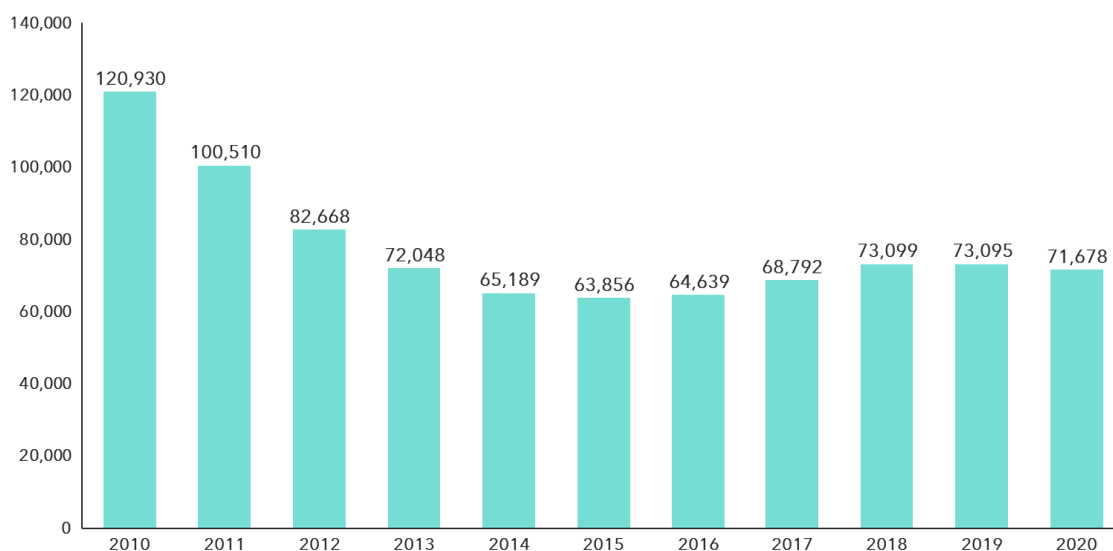
図表 58 奨学金の受給状況の推移



(出典) 日本学生支援機構「令和2年度学生生活調査」

しかしながら、借入をしやすい環境が整備される一方、近年、破産件数も増加傾向にある。破産に至らずとも、返済に苦慮する個人も増えてきていると考えられ、この傾向は、貸付を行う事業者にとっても悪影響を与えることとなる。

図表 59 個人の破産件数の推移



(出典) 裁判所「司法統計」

<sup>41</sup> 文部科学省「学校基本調査」

このような状況を打開するためにも、貸付時に過度な貸付とにならないような判断が求められるとともに、返済時においても返しやすい仕組みの整備を行うことで、より安心して利用されるサービスとなるべきであると考えられる。特に成人年齢の引き下げもあり、事業者側がより適切な措置を講じておくことが重要となってくる。

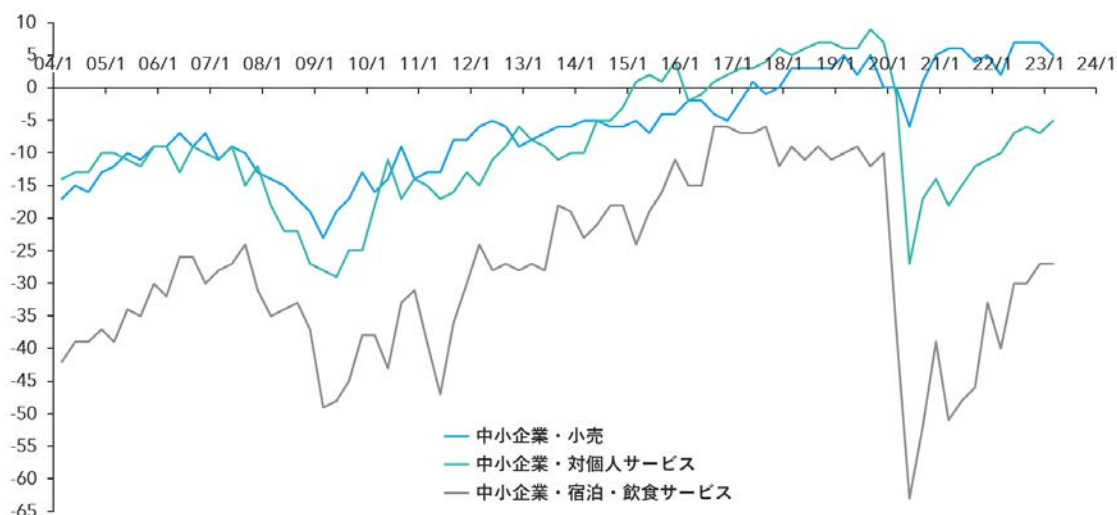
貸付時には、借入可能額の限度として、総量規制である収入の3分の1を目安としているが、副業が認められるようになってきている現状において、個人の収入は多様化してきており、収入の判断がより複雑になってきている。また、2021年4月に施行された改正割賦販売法では、「認定包括信用購入あっせん業者」が新設され、これまでの利用者を取りまく様々なデータを活用した与信判断を行うことが可能となった。これを受け、単に収入ベースではなく、個人の行動そのものに着目して与信判断を行う事業者も登場してきている。

返済についても、キャッシュレスが普及してきている現状においては、返済方法を多様化させることで、より返しやすい環境整備ができるのではないかと考える。

## ii. 企業における資金ニーズ

企業の側面から見ても、中小企業を中心に、資金繰りに関する不安が潜在的にあると考えられる。特にサービス業は慢性的に資金繰りが苦しい状況にあり、安定的な事業運営のために資金確保のための手段が求められている。

図表 60 中小企業（小売、サービス業）における資金繰り



(出典) 日本銀行「全国短観・判断項目(資金繰り)」

起業時や業績拡大時等における資金ニーズ等への対応において、これまでの財務諸表を中心とした与信判断の方法では十分に対応できない場合もあると推察され、新しい与信判断の手法の確立が期待される。特に行動をベースとした支払可能額の



算定等は、借入ニーズの充足という側面だけではなく、返済見込みを正確に判断できるといった点において、貸出側の保全の意味においても重要であると考えられる。

また、キャッシュレスの普及により、生活のあらゆる場面でキャッシュレスが利用されるようになりつつあるが、売上の入金サイクルが月に数回と限られているケースも多く、店舗においては仕入れへの支払に影響を与えている状況も生じている。キャッシュレス決済比率がさらに上昇することで、売上と仕入れの構造変化が起きない場合は、影響がより深刻なものになると考えられる。

特に企業においては、企業運営の指標の一つであるキャッシュ・コンバージョン・サイクル（CCC）等の短期化等、資金繰りの安定、キャッシュフローの改善が重要視されるようになってきており、キャッシュレスの普及がこれらを阻害する要因とならないような配慮も必要であると認識する。

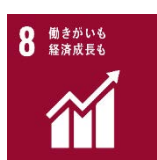
## b. キャッシュレスが貢献できること



貸付や返済の方法について、キャッシュレス決済手段を含めて多様化させることは、利用者ニーズを充足させる意味において重要である。特により生活に密着した分野における資金ニーズについては、即時の利用であったり、可能なタイミングでの返済であったりと、タイミング、手法を問わず利用できるような環境が有用である。キャッシュレスが普及してきている現状において、これら手法の一つとしてキャッシュレス決済手段を含めることは、消費者の生活を安定させる意味においても有効であると考えられる。



大学等の高等教育機関を受験する際には、遠隔地から受験する学生も多い。受験料や授業料をキャッシュレスで支払可能とすることは、手続き面等の簡略化にも繋がり、利便性が高まる。また、多くの学生が奨学金を利用している現状においては、上述の貸付金の返済と同様、タイミング、手法を問わず返済できるようにすることで、より返しやすい環境が整えられると考える。



起業時や業績拡大時等においては、当座の運転資金が不足する場合もあり、このような資金ニーズを充足させるために、クレジットカード等のキャッシュレスの利用が効果的となる。また、消費者への販売においてキャッシュレス利用が進んでいる現状を踏まえると、サプライチェーン全体においてキャッシュレス決済の利用が進むことで、資金繰り等の安定化にもつながると考えられる。

### c. 今後取り組むべきこと

#### i. キャッシュレス関連データの利活用

キャッシュレスの利用により生じるデータは、利用者の行動を表す重要なデータの1つである。そのため、これらのデータを本人の意思のもと、自由に利活用できるようにになれば、与信判断への利用を始め、様々な活用が可能となる。

ただし、キャッシュレス決済手段によってデータフォーマット等が異なると、データを受ける側での対応が煩雑となる。そのため、データの利活用シーンを想定し、標準的なフォーマット、設定内容を定めておくことが重要である。

また、これらのデータは個人等の活動を示すものであるため、その利活用については、本人の意思に基づいて行われなければならない。今後、このようなデータ利活用の意思表示について、より明確に示すことができ、また、データの移転が可能となるような仕組みの整備も必要になると考えられる。

#### ii. キャッシュレスへの払出、キャッシュレスでの払出

これまでキャッシュレス決済手段を利用して、購買以外でお金を送金することは、基本的に個人間送金を中心であった。これについて、企業への送金や企業からの送金等の多様性を拡充することで、いつでも手軽に資金の授受が可能となる。

すでに一部のキャッシュレス決済サービスでは企業からの送金受取を実現している。また、今後、給与のデジタル払い等が実現すれば、企業からの資金の受け取り方の多様性が拡充する。しかしながら、1つの企業では1つのキャッシュレスサービスにのみ対応しているケースが多く、今後はより多様性が求められることになるだろう。

場合によっては、企業とキャッシュレス決済サービスをつなぐ、ハブとなるインフラの登場も想定される場所である。

#### iii. 企業間取引でのキャッシュレス普及

さらなるキャッシュレスの普及に向けて、キャッシュレスの利用を現状の個人の決済から企業間の決済へと拡充させていく必要がある。企業間決済については、銀行振込等のデジタル化された手法が採用されている場合も多いが、商慣習等により、現金を介した支払も一定数存在すると考えられ、これら取引について、キャッシュレスをご利用いただけるようなサービス設計、環境整備が求められる。

#### 4.1.4 生産者と消費者をつなげるキャッシュレス

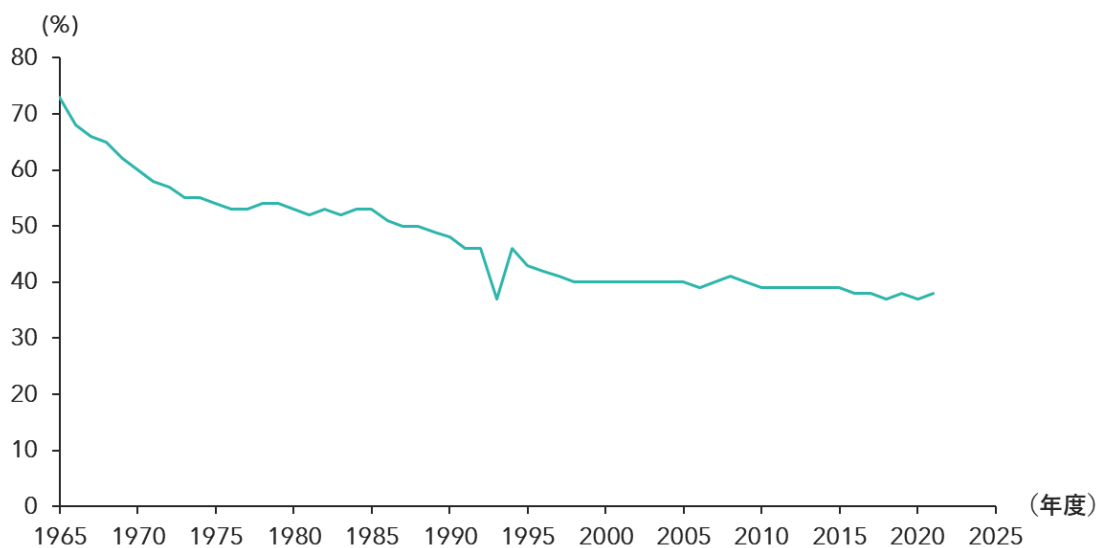


##### a. 2030年に向けた課題

###### i. 産直 EC サイトの発展

インターネットの普及、流通網の発展等により生産者と消費者の垣根が低くなってきている。例えば、農産物は農協等の流通を担う中間事業者やスーパーマーケット等の小売事業者により、生産者と消費者をつないでいたが、最近では生産者が EC サイト上で直接消費者に農産物を販売するケース（いわゆる「産直 EC サイト」）も増えてきている。特に、キズ等で一般に出荷するには難しいが、食べるには問題のない作物や、高級な作物等、一般の流通経路には乗りにくい商品が扱われている。これにより、これまでは廃棄せざるをえなかった農産物を販売できるようになったり、より付加価値をつけて販売できたりと、生産者の収入の一助となっている。我が国の食料自給率は年々低下傾向にある。安定的な食料確保を実現するために、生産者における安定的な収入確保が求められており、このような産直 EC サイトの存在は、食料自給率確保の意味においても重要であると考えられる。

図表 61 供給熱量ベースの総合食料自給率の推移



(出典) 農林水産省「日本の食料自給率」

## ii. プロシューマーの登場

消費者の一部には、プロシューマーと呼ばれる、生産活動を行う消費者も登場している。太陽光発電等により自宅で発電し売電を行うケース、アクセサリ等の商品を作製しフリマサイトで販売するケース等が挙げられる。企業が担ってきた生産プロセスに消費者自身が参入することで、生産方法の多様化、商品の多様化が進み、画一的な製品ではない商品の提供を求める消費者も増加してきている。

さらに、電気やガスといった、これまで大企業が生産から流通までを担ってきたものも、規制緩和等により生産と流通が分化され、様々な事業者による参入が続いている。

## iii. サプライチェーンの変化

このような、これまで大手企業の介在によって成り立っていた流通は、徐々に小規模事業者や個人が直接販売することができるように変化してきており、キャッシュレスの普及により、この流れはさらに加速できると考える。

生産者と消費者が直接つながる動きは、大企業が担ってきた品質維持や支払の確実性といった売買に欠かせない要素を担保できて普及するものである。そのためには、取引の透明性やトレーサビリティが求められる。また、多くの生産者が登場することとなることで、契約関係が多くなったり、支払先が増えたりと事務手続きが煩雑化してしまう可能性がある。

このような多様化する流通網の実現には、サプライチェーン全体の DX 化が求められ、流通過程におけるあらゆる場面での自動化等による迅速化が必要となる。

## b. キャッシュレスが貢献できること



農業生産者と消費者がつながることで、農業生産者が安心して農作物を生産し続けることができるようになる。そして、農業生産者が安定すれば、継続して農作物が提供されることとなり、安定的な食料供給が期待できる。また、廃棄される予定であった農産物を販路にのせることは、貴重な農産物の有効活用にもつながる。キャッシュレスは、この農業生産者と消費者の繋がりを円滑にするための役割を担う。



再生可能エネルギーは、大手企業だけではなく一般家庭を含む様々な規模の主体において生産可能となっている。生産されたエネルギーを効率的に配電していくために、売買の仕組みやネットワークが構築されようとしている。キャッシュレスはリアルタイムに売買される電力取引の決済手段として不可欠な要素となると考える。



サプライチェーンの変化により、様々なパートナーシップが誕生すると想定される。キャッシュレスおよび関連するサービスの利用により、これらパートナーシップの関係がより円滑になると想定される。また、このような関係は一つに定まるものではなく、柔軟かつ多様な関係性が生じることが想定され、どのような相手方であったとしても、同様の手順にて取引が成立するためには、キャッシュレスを緩衝材の役割として活用できると考える。

### c. 今後取り組むべきこと

#### i. 誰もが購入しやすい環境の構築

産直 EC サイトや直売所等における農産物の販売について、より多くの消費者が購入をできるような環境を整備する必要がある。特に農産物の直売所や無人販売所においてはキャッシュレスの導入割合が比較的低いと想定され、このような場所でも気軽に購入ができるようキャッシュレスの導入を進めていく必要がある。

#### ii. トレーサブルな取引制度や仕組みの整備

消費者がプロシューマーとなることで、生産者が多様化し、その数も多くなる。品質や生産者の特定等を行うことができる制度や仕組みを整備し、生産物と支払の交換が対等に行われるような環境を整えていく必要がある。キャッシュレスは、このような制度や仕組みを支えるツールとして、多様な支払方式を実現する役割を期待されている。

#### iii. キャッシュレスを軸とした、取引の標準化

これまでの取引相手とは異なる相手との新しい関係性の構築において、ゼロから手続きを定めるのではなく、一定程度の標準化された手続きがあることが望ましい。これまで、特定業界内における標準化については様々な場所で検討されてきているところであるが、業種を超えたり、規模の非対称性が大きかったりする場合においては、これまでの慣習を適用できない可能性がある。キャッシュレスは、全ての経済活動に共通して利用いただけるサービスであり、既存の枠組みを超えるような取引については、このキャッシュレスを軸とした手続き等の標準化を定めることが社会全体の効率化につながると考える。

#### 4.1.5 柔軟な価格設定による適切な対価の獲得



##### a. 2030年に向けた課題

###### i. 食品ロス

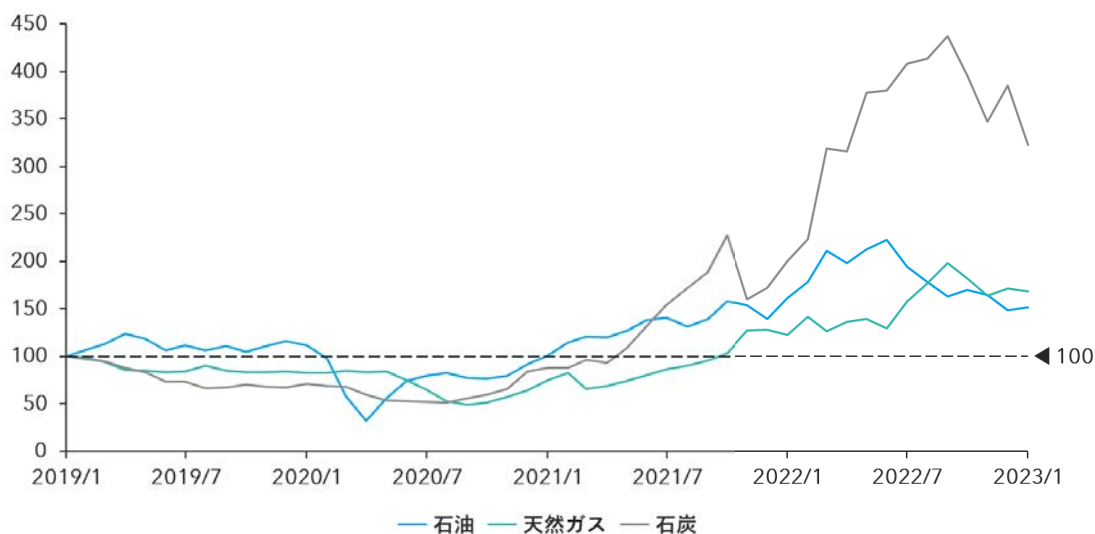
近年、本来食べられるのに捨てられてしまう、いわゆる「食品ロス」が問題視されている。単にもったいないというだけではなく、廃棄にかかるコストや環境負荷も発生することから、社会全体に与える影響は大きい。実際に我が国では、年間約522万トンの食品ロスが発生しており、そのうち事業系が約275万トン、家庭系が約247万トンとさえている<sup>42</sup>。これは、国民1人あたり約41kg/年にあたり、年間1人あたりの米の消費量である約53kgに近い値となっている。

###### ii. エネルギー価格の高騰

2019年1月の価格を100とした場合の石油、天然ガス、石炭の価格の推移を見ると、2021年以降、はコロナ禍の落ち着きに伴い経済活動が活発化してきたこと、世界的な災害、化石資源への構造的な投資不足、地政学的な緊張等の複合的な要因により、エネルギー供給が世界的に拡大せず、エネルギー価格が高騰している状況にある。2022年にはロシアによるウクライナへの軍事侵攻が、価格高騰に拍車をかけている。

<sup>42</sup> 農林水産省「食品ロス及びリサイクルをめぐる情勢」（令和5年1月時点版）

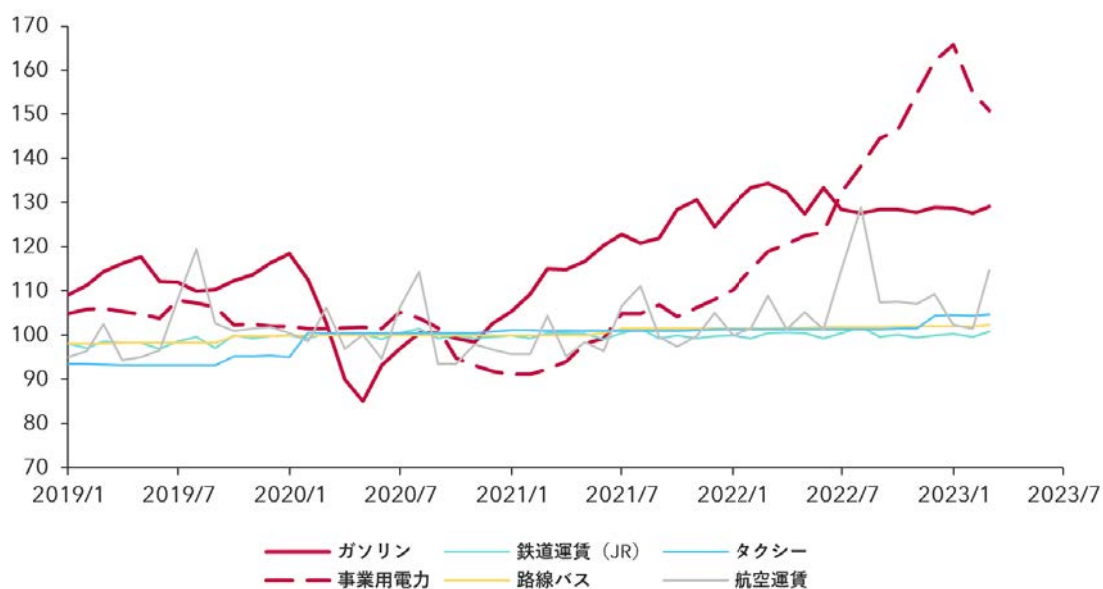
図表 62 エネルギー価格の推移



(出典) World Bank 「World Bank Commodity Price Data (The Pink Sheet)」  
 石油：Crude oil, WTI、天然ガス：Liquefied natural gas, Japan、石炭：Coal, Australian

しかしながら、これらエネルギー価格の高騰が、消費者物価に適切に反映されていないのが現状である。図表 63 では、ガソリン、事業用電力といったエネルギー価格について日本銀行の企業物価指数、公共交通機関の価格について総務省の消費者物価指数から取得し表している。

図表 63 エネルギー価格と公共交通運賃の推移



(出典) 日本銀行「企業物価指数 (ガソリン、事業用電力)」  
 総務省「消費者物価指数 (鉄道運賃 (JR)、タクシー、路線バス、航空運賃)」

エネルギー価格の変動に対し、運賃はほぼ一定であり、仕入れ価格変動に対する価格の転嫁が十分に行えていないことが伺える。今後も継続的に公共交通を維持運営していくためには、仕入れ値であるエネルギー価格の変化に応じた柔軟な価格設定が必要であると思われる。

もちろん、これはエネルギーに限らず、すべての産業において仕入れ値が向上している状況にあると推察され、安定的な財やサービスの提供に向けて、必要な措置とも考えられる。

### iii. 価格設定方法の多様化

最近では原材料価格の急激な高騰もあり、仕入れ価格と販売価格のバランスが崩れ、継続的な販売が困難になっているケースも見受けられる。そのため、店舗では販売内容の変更を行ったり、値上げを行ったりといった対応を行わざるを得ない状況になっているところもある。

また、サブスクリプションサービスを始め、従来であればモノを購入・所有し利用していたものも、最近では所有せず利用するといった消費行動へ変化しつつある。この変化は、対価としての支払行為にも影響を与えており、高額の買い切りから低額の継続課金への変化と連動している。

消費期限の近い食品や利用期日に近いホテルの予約等、その商品やサービスに対する需要状況にあわせて販売価格を柔軟に変更することができれば、需要の平準化を図ることができ、無駄な廃棄等を防ぐことができる。しかしながら、店舗において価格をダイナミックに変更することは、価格の表示方法や会計処理の問題から対応することが難しい場合も多い。実際に、お釣りの確保や会計処理の効率化の観点から、1円単位での価格変更に対応できない店舗も存在する。自動販売機等の自動サービス機においては、基本的に10円以上の取扱となっており、こちらも1円単位での価格設定に対応できない場合が多い。

会計行為自体がコストと見る場合もある。例えば、回転率を重視する考え方から、計算をしやすくお釣りが発生しないよう、売価をきりのいい一律の価格にしたり、本来の受益者が負担すべきコストを別の人が肩代わりせざるを得なかったりといった場合もある。



## b. キャッシュレスが貢献できること



レストランの予約における「ノーショー」問題等、安易なキャンセルが食品ロスにも繋がっている。このような安易なキャンセルを防ぐためにも、予め料金を支払っておく等のデポジットが有効であると考えられる。期限を守ったキャンセル等はデポジットを変換すればよいが、このような対応も考慮すると、キャッシュレスサービスを活用することで、利用による支払いも簡単となることから、店舗、消費者双方にメリットがあると考えられる。



エネルギーの適切な利用に向けては、エネルギー価格を社会全体で公平に分担することが重要である。しかしながら、現状、エネルギー価格は事業者側の負担となっており、最終的な受益者である消費者への転嫁は極めて小さい。特に公共交通機関においてはその負担は大きくなっており、安定的な交通の確保に向けては柔軟な価格設定（経済的弱者に向けた特別対応も含む）が必要であり、キャッシュレスはそのような柔軟性に対応可能であると考えられる。



新たな課金体系が登場し、継続的課金のしやすさからキャッシュレスサービスを利用されることが多い。他方で、十分な理解をできないままサービスを利用しトラブルとなるケースも散見される。そのため、キャッシュレスサービス側から利用状況の確認や必要な手続きが行える等、様々なサービスとの連携を強化することで、消費者がコントロールしやすい環境の整備が実現できると考える。

## c. 今後取り組むべきこと

### i. サービス間の連携強化

キャッシュレスが他のサービス提供事業者との連携を強化することで、柔軟な価格設定や利用状況の見える化が可能となる。消費者にとっては、サービスの利用から支払までを一貫して捉えることができるようになることで、意図しない支払いを防げる等のトラブルの減少にも繋がるとともに、必要なサービスはより利用されるようになるメリットも生まれると考えられる。

これらの連携強化には、単にシステム的な連携だけではなく、ルールや運用といったオペレーショナルなものも含まれるべきであり、業界全体で安全・安心にサービスを利用できるようにするための取組が重要である。

#### 4.1.6 お支払いを誰でも簡単に、廉価で、障害なく

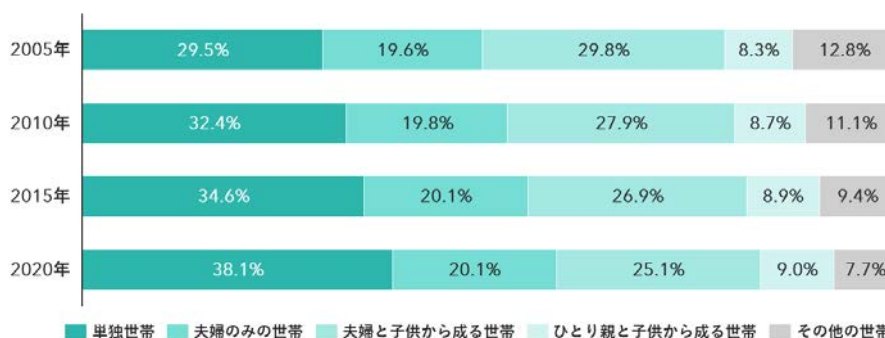


##### a. 2030年に向けた課題

###### i. 家族構成の変化

核家族化、単身世帯の増加等、家族の構成が変わりつつある。このような変化を受け、資金管理のあり方も大きな家族単位から小さな家族単位、そして個人単位へと変わりつつある。個人がそれぞれでお金を管理するようになり、夫婦であってもそれぞれが個別の資産を持ち、それらを分けて管理する用になりつつある。他方で、家族という単位でのお金の管理も求められ、1つの家族の中で様々な管理単位が混在する状況になっている。

図表 64 一般世帯の家族類型別割合の推移



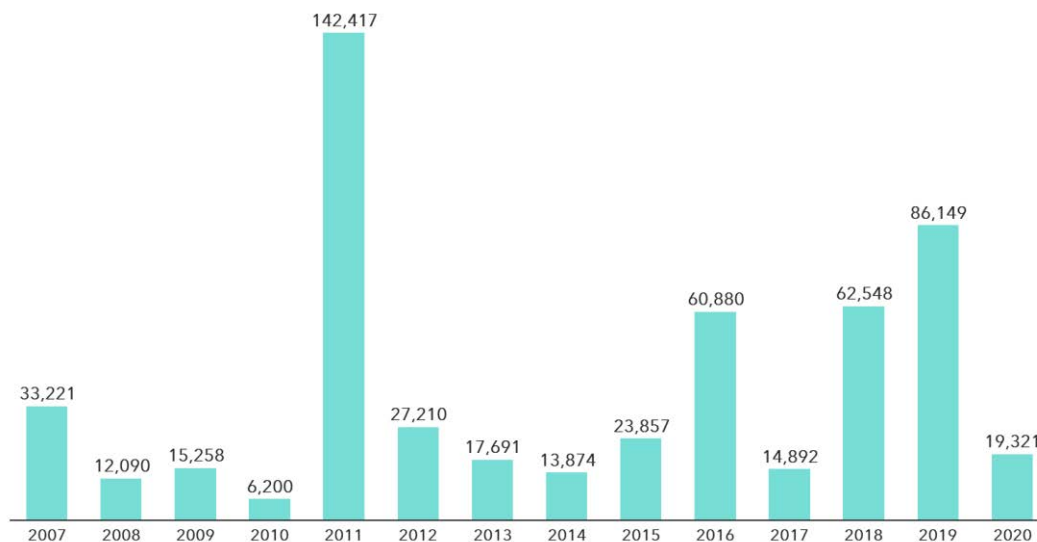
(出典) 国勢調査

個人として自立した生活を送るためには、資金管理の状況にあわせて、キャッシュレス決済サービスの使い分けも行われることになるだろう。資金管理が一極集中することなく、家族のそれぞれが公平にお金を利用できるようにしたり、パートナーとの資金管理をできるようにしたりと、各個人のおかれた状況にあわせたサービスが提供されることで、より自立した生活をおくることができるようになる。

###### ii. 自然災害等の頻発

また、近年、気候変動の影響もあり、自然災害も増えつつある。自然災害の発災時においても、生活できる基盤は求められるのは言うまでもない。しかしながら、自然災害は多くの社会インフラにダメージを与えるため、日常生活をおくることが困難が生じる。

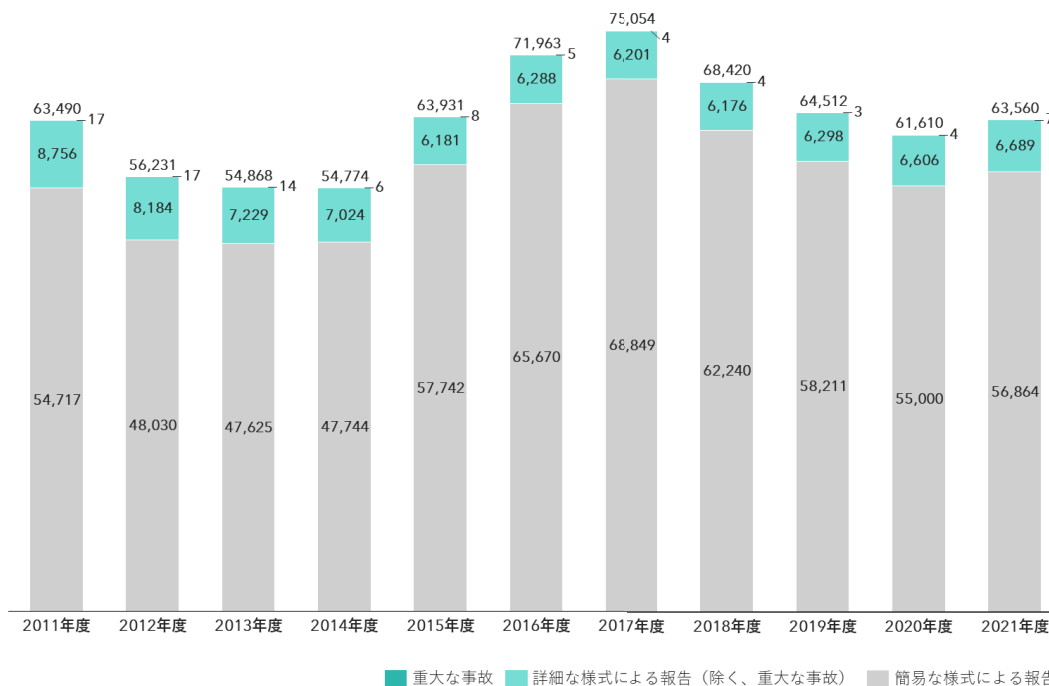
図表 65 自然災害によるり災者数の推移



(出典) 総務省統計局「日本の統計」

また、新たな災害とも言える通信障害も多く発生している。固定回線や携帯電話等の電気通信サービスを提供する事業者は、このような事故が発生しないよう、日夜努力を重ねているところであるが、このようなサービスの利用が年々増加していることを踏まえると、その影響度合いはより大きくなってきているとも考えられる。

図表 66 電気通信サービスの事故発生状況



(出典) 総務省「電気通信サービスの事故発生状況」

キャッシュレス決済サービスは、電力や通信ネットワークを活用することから、災害や通信障害が発生すると利用できない状況となる。普段からキャッシュレスを利用する生活においては、発災時においてもキャッシュレスが利用できるようにしておく必要がある。キャッシュレスはもはや生活インフラの一部とも言え、インフラとしての役割を認識し、どのような状況においても継続して利用できるような対策、仕組みを整備していく必要がある。

### iii. キャッシュレスに対する理解

キャッシュレスが普及し、徐々に現金の取扱が少なくなりつつある。キャッシュレスにより、お金がデジタル化されることで、人によっては、スマートフォンだけで日々の生活を問題なく暮らすようになり、身軽な日常を過ごしている方も増えてきた。

このようなキャッシュレスが日常生活に密接に関わるようになったことを受け、学校教育等の場面において、キャッシュレスに関する正しい知識を獲得いただけるような取組が必要である。また、学生等の若い世代だけではなく、高齢者や障害者、収入の状況等によらず、あらゆる人が利用しやすいキャッシュレス決済サービスを提供していく必要がある。

また、キャッシュレスを導入する店舗について見ると、残念ながら現状では、キャッシュレスが利用できない店舗も存在する。キャッシュレスは店舗運営の効率化等、店舗に対してもメリットを提供できるが、少なくとも店舗運営者にとってはそのメリットを享受できると感じていないと思われる。利用する人、利用できる場所がそろって初めてキャッシュレスは機能するのであり、さらなる普及に向け、キャッシュレスに関する認知、理解を進めていく必要がある。

### iv. 外国人観光客の増加

新型コロナウイルス感染症の拡大も一段落し、再び外国人観光客も増加してきている。これら観光客による消費は地域の重要な収入源の一つになっており、着実な消費の取り込みが求められる。

外国人観光客への対応については、長く続いたコロナ禍の影響により、店舗側の準備が十分とは言えない可能性がある。また、これまでは国際ブランドの決済への対応や訪日観光客が多い中国向けの対応が中心であったが、各国における決済手段の多様化や中国以外のアジア諸国からの観光客増加も考えられ、これらの支払ニーズに対応していくことが、インバウンド消費を取り込むために重要になると考えられる。

## b. キャッシュレスが貢献できること



キャッシュレスは生活に不可欠なツールとなりつつある。キャッシュレスをあらゆる方が利用可能な状況にすることで、生活の質を向上させることができるだろう。キャッシュレスは様々な媒体、方式で提供可能であり、これまで現金でのお支払いが困難であった方々にとっても、簡単に生活を送ることができるよう貢献することができる。



キャッシュレスは既に社会インフラの一部とも言える状況にある。学校においてキャッシュレスの利用に関する教育を行うことは、必要最低限の生活スキルを学ぶという意味において重要であると考えられる。加えて、特に子どもが現金を保有し管理することは、トラブルの原因にもなりやすいことから、学校そのものにおいてもキャッシュレスを利用できる環境を整えることで、過ごしやすい学校生活が送れるようになるだろう。



共働きの増加や資金管理の多様化に伴い、お支払いについても家族の役割に応じた支払い方が求められる。資金管理が個人単位で行われることで、対等な立場となることができる。また、パートナーとの生活等、様々な家族形態が登場しつつある中で、法的な関係性だけではない間柄においても協働して資金管理が行えたり、お支払いが行えたりすることも重要だろう。



再び、様々な国から観光客が訪日してきている。このような外国人観光客が我が国での消費において困らないよう、キャッシュレスを受け入れる環境を整えていく必要がある。外国人の消費を我が国に取り込むことは、少子高齢化が進む我が国において、非常に重要な収入源の一つとなる。2025年には大阪・関西万博も予定されており、さらなる外国人観光客の増加が期待される。様々な国の方々が母国で慣れ親しんでいる決済手段を我が国で利用できることは、SDGsのゴールの一つである不平等をなくすことにもつながると考える。



キャッシュレスが普及するにつれ、キャッシュレスが社会インフラとして担う役割はより重要となってくる。そのため、発災時においても通常時と同様、キャッシュレスが利用できるようになることは重要である。むしろ、キャッシュレスがあるからこそ、災害が発生したとしても一定程度の生活を送ることができるような取組が必要と考える。

また、自治会やサークルといった、小さなコミュニティの中でも会費の徴収等、お支払いに関わる活動が行われている。多くが現金による回収が行われていると考えられるが、ここにもキャッシュレスを活用できる環境を整えやすくすることで、持続的なコミュニティ維持に貢献できると考える。

### c. そのために取り組むべきこと

#### i. キャッシュレスに対する理解の浸透

キャッシュレスをさらに普及させていくためには、多くの方にキャッシュレスの良さを理解していただく必要がある。この理解を浸透させていくためには、学校教育だけでなく、あらゆる場面を通じて正しい理解をいただけるよう業界をあげて取り組んでいく必要がある。

#### ii. キャッシュレスのユニバーサルデザイン化

店舗が安心してキャッシュレスを導入できるように成るためには、あらゆる方がキャッシュレスを利用する状況となる必要がある。そこには、子ども、高齢者、障害者も含まれ、それぞれの特性に応じたサービスが展開されるようになる必要がある。

#### iii. 多様なサービスとの連携

決済事業者単独で様々なサービスを提供するには限界がある。必要に応じてサードパーティとの連携を実現できるよう、API 等の外部接続性を高める取組も必要となってくると考える。これにより、上記のユニバーサルデザイン化についても促進していくことが期待される。

#### iv. 安定したサービス提供

社会インフラとしてキャッシュレスが認知されるようになる中で、サービスを安定的に提供していくことがより重要となる。通信インフラ等の外部要因による不具合も想定される中で、決済事業者においては、そのような状況も踏まえた対策について準備をしておく必要がある。

#### v. 低額低頻度でも導入可能な環境整備

キャッシュレスを広く普及させていくためには、金額や頻度の大小に関わらず、導入、利用できるような環境を整備する必要がある。キャッシュレス業界のコスト構造を踏まえながら、このような低額低頻度でも導入できるサービスの提供が必要と考える。

#### 4.1.7 キャッシュレス業界自身としても SDGs に貢献



##### a. 2030 年に向けた課題

我が国のキャッシュレス決済は、1960 年代のクレジットカード誕生以降、様々な事業者が参入し、業界自体が大きくなってきている。そのため、SDGs についても、キャッシュレス業界自身が真摯に取り組んでいく必要があると考える。

キャッシュレス業界が SDGs に貢献していくには、提供するキャッシュレス決済サービスだけではなく、企業体としても取組む姿勢が重要である。

また、キャッシュレスを始めとする金融業界は、大切なお金を取扱うという特性上、様々な法規制等の制約を受けざるを得ないのも事実であり、いかに消費者保護とイノベーションを両立させていくのかが課題となる。

他方で、これまで述べてきたように、キャッシュレス業界は社会の様々な活動の中で必要不可欠なお金の流れを司るものであり、適切なサービスを提供することにより、SDGs の達成をより加速させることが可能となるとも言える。

##### b. キャッシュレス（業界）が貢献できること



キャッシュレス業界の各企業において、ジェンダー平等を実現していくべきである。キャッシュレス決済サービス自体が、特定のジェンダーを対象としていないこともあり、多様な意見を企業運営に取り込んでいくことは、その企業の成長においても必要不可欠であろう。



上述したように、キャッシュレス業界は、消費者保護の観点から法規制を始めとする各種のルールに従う必要がある。これらのルールは財産保護の観点から必要である一方、イノベーティブなサービスへの挑戦という意味においては、障壁となってしまう場合もある。例えば、明確な撤退条件を定めることで新しいサービスを市場で試してみる事ができる等の制度整備についても検討する余地があるのではないだろうか。



キャッシュレスは、生活において必要不可欠な要素となりつつある。そのため、これらのサービスを提供するにおいて、決済事業者

を始めとするキャッシュレス業界の各企業は、安全性や継続性といった責任をしっかりと認識することが重要である。また、キャッシュレスサービスを使う側が正しく利用できるよう、必要な説明をわかりやすく、かつ確実に利用者へ伝えていく責任があると認識する。



気候変動対策への関心が高まる中で、個々の消費者において対策に貢献したいと考えるようになってきている。キャッシュレスの利用で付与されるポイント等についても、このような気候変動対策への活用を選択肢に含めることは、消費者ニーズにかなひ、また、SDGs への貢献にもつながると考えられる。

### c. そのために取り組むべきこと

#### i. キャッシュレス業界全体の意識向上

キャッシュレス業界に關係する各企業が、SDGs を始めとする社会課題の解決について、より積極的に意識していくことが重要である。これは単に提供しているサービスについてだけではなく、企業内部や従業員個人といった様々なレベルで行われていく必要がある。

#### ii. 標準化によるわかりやすさの提供

キャッシュレスが社会インフラとして認識されるようになりつつある一方、各サービスの違いが消費者や店舗への訴求ポイントともされている。よりよいサービスを提供していくために、各企業が切磋琢磨していく環境は重要である一方、あまりに違いを強調することは、かえってキャッシュレスそのもののわかりやすさを損ねてしまう可能性がある。

キャッシュレス業界として、協調領域と競争領域を分けつつ、必要な協調領域については、標準化等による普遍性やわかりやすさの提供に向けた活動も必要と考える。

#### iii. 利用者保護を前提としたイノベーションを生みやすい環境の整備

キャッシュレス業界は、所管官庁への登録等、求められる要件が厳しく、比較的参入障壁が高い業界でもある。また、消費者保護のために参入後も遵守すべき事項は多い。他方で、このような要件があることで、市場からの撤退も行いにくくなっている。つまり、容易にサービスを提供することが困難な業界であり、参入には慎重な判断が求められることになる。



すでにサンドボックス制度<sup>43</sup>等、新たな技術やサービスを検証するための制度整備も行われているが、より健全な事業運営を実現するためにも、新たなサービスの提供や終了を行いやすい制度整備もイノベーションを起こしていく上では効果的であると考えます。

---

<sup>43</sup> 参加者や期間を限定すること等により、既存の規制の適用を受けなく、新しい技術等の実証を行うことができる環境を整えることで、迅速な実証を可能とするとともに、実証で得られた情報・資料を活用できるようにして、規制改革を推進する制度。

## 4.2 二酸化炭素排出量への影響

地球温暖化による影響は深刻化しており、世界全体で取り組まなくてはならない課題として認識されている。我が国においても、2020年10月に当時の菅内閣総理大臣の所信表明演説において2050年までにカーボンニュートラル<sup>44</sup>の実現を目指すことが表明され、2021年5月には地球温暖化対策推進法が改正され、2050年までのカーボンニュートラルの実現が明記された。

すでに国内外で様々な気象災害が発生しているが、気候変動に伴い、今後、世界的な豪雨や猛暑のリスクが更に高まることが予想されている。気候変動の原因となっている温室効果ガスは、経済活動・日常生活に伴い排出されている。国民一人ひとりの衣食住や移動といったライフスタイルに起因する温室効果ガスが我が国全体の排出量の約6割を占めるという分析もある<sup>45</sup>。

そこで、キャッシュレスという新しいライフスタイルが、このような温室効果ガス排出にどのような影響を与えるのかについて、試算的に分析を行った。なお、本書では温室効果ガスのうち、もっとも排出量の大きい二酸化炭素に着目することとする。

なお、繰り返しとなるが、本書で算出する値は、あくまで目安であり、今後、業界全体としてより正確な値を算出できるような協力体制が構築されることを期待する。

### 4.2.1 基本的な考え方

#### i. 全体的な考え方

二酸化炭素排出量の算出にあたり、お支払という行為のために必要な要素を全て含めることとする。そのため、現金やキャッシュレス決済サービスのライフサイクルに基づき、対象とするスコープを決定する。一般的には、このようなサービスのライフサイクル全体の環境負荷を定量的に評価するには、ライフサイクルアセスメント（LCA: Life Cycle Assessment）と呼ばれる手法が定められており、国際規格としても定められている。

短期間でLCAを正確に算出することは困難であるため、ここでは現金、キャッシュレスそれぞれにおいて、「製造」「利用」「廃棄」という3つのプロセスに着目し、現金やキャッシュレス決済サービスの提供に必要なサイクルの各活動における試算の合算値を、二酸化炭素排出量として認識することとする。

---

<sup>44</sup> 温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させること。

<sup>45</sup> 環境省 Web サイト「脱炭素ポータル」

なお、今回の試算においては、現金とキャッシュレスの違いに着目していることから、お支払いに利用するレジ等の機器については、現金、キャッシュレスを問わず利用することから、今回の算出対象には含めていない。

また、各情報源から取得する値については、基準年等を統一せず、本ロードマップ作成時点で入手可能な最新の情報を利用している。

## ii. 稼働時間に関する考え方

本書では、お支払いにおける機器の稼働時間を考慮する項目がいくつか存在する。基本的に、利用プロセスにおいて二酸化炭素の排出原因となるのは電力消費であり、いかに電力消費を抑制できるかが二酸化炭素の排出量に大きく影響を及ぼす。

そこで、店舗におけるお支払いの稼働時間について、我が国の代表的な小売店舗であるコンビニエンスストアを対象とし、経済産業省の公表している実測値、および当協議会の「コンビニエンスストア決済動向調査」から、計算を行った。

まず、コンビニエンスストア決済動向調査より、キャッシュレス決済の支払回数およびその割合から、コンビニエンスストアにおける現金を含めた決済回数を算出する。店舗の規模によりレジの設置台数も様々であるが、1店舗あたり2.5台の設置台数と想定し、同調査にご協力いただいている、セブンイレブン、ファミリーマート、ローソンの店舗数を乗じ、全レジ台数を算出。経済産業省資料におけるお支払いに必要な時間により、現金とキャッシュレスのそれぞれで年間に生じる時間を計算している。

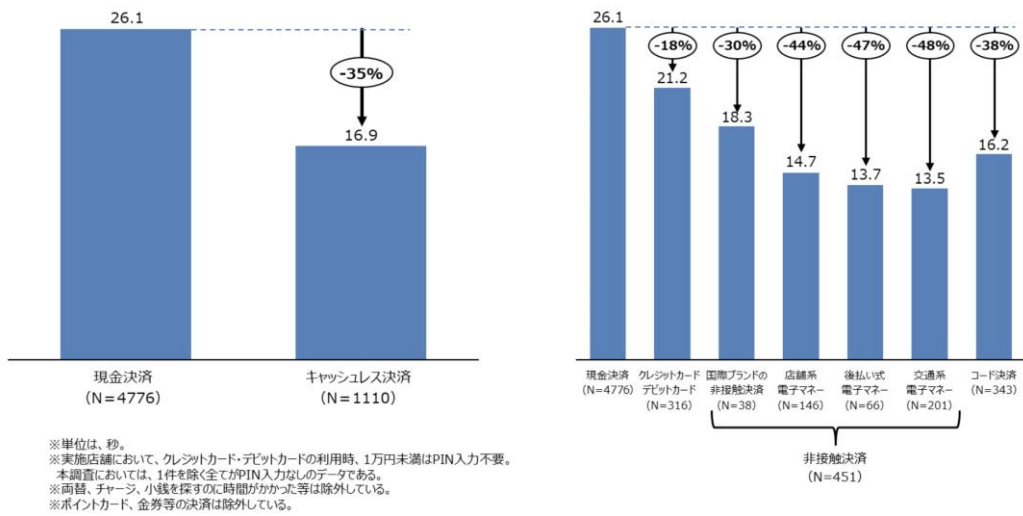
その結果、1日にレジ1台あたり2時間がお支払のために稼働しているものとして以降の計算を行う。

図表 67 店舗における稼働時間の計算式

計算式	キャッシュレス 決済件数	÷	キャッシュレス 支払割合	÷	レジ数	×	会計時間
算出根拠	コンビニ 決済動向調査 (キャッシュレス支払件数)	÷	コンビニ 決済動向調査 (キャッシュレス支払割合)	÷	各社IR資料 × 1店舗2.5台 (想定)	×	経済産業省 調査資料
実数	6,050.7百万件	÷	40.5%	÷	60,572店 × 2.5台	×	現金：26.1秒 キャッシュレス： 16.9秒
結果	1店舗における年間決済件数：246,648.6回 ※レジ打ち（商品チェック）の時間は含まない ・現金：146,755.9回 ⇒ 1.2時間/日/レジ ・キャッシュレス：99,892.7回 ⇒ 0.5時間/日/レジ ⇒ 合計1.7時間稼働/日/レジ						

(出典) キャッシュレス推進協議会

図表 68 決済手段別の会計処理に要する時間

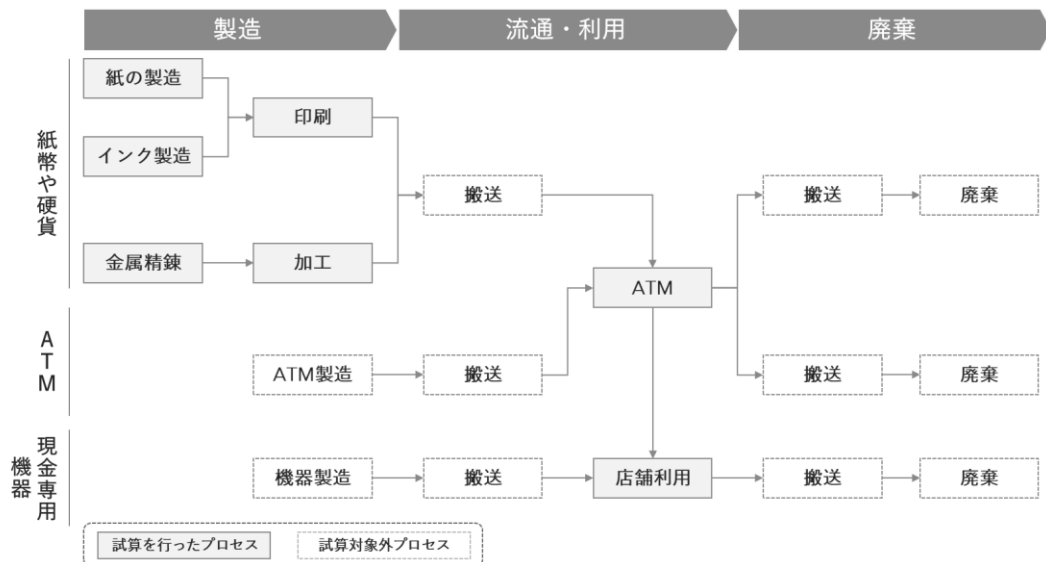


(出典) 経済産業省「キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた環境整備検討会」

#### 4.2.2 現金利用のライフサイクル

現金利用に関する二酸化炭素排出量の試算において、紙幣や硬貨といった現金そのものに加え、現金の利用において必要不可欠な ATM および店舗で利用されている自動釣銭機等の現金があるからこそ必要な機器についても対象とした。

図表 69 試算対象とした現金利用のライフサイクル



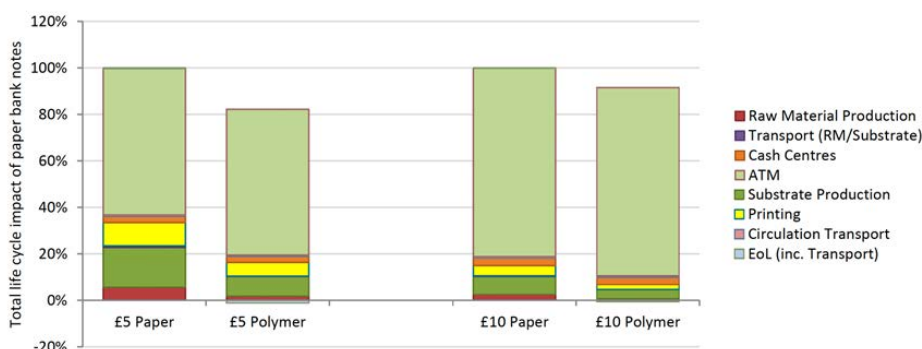
(出典) キャッシュレス推進協議会

一方、ATM や現金専用機器の製造や搬送および廃棄に関する排出量は参考文献が乏しく、試算することができなかった。また、現金の搬送についても、具体的な

輸送キロトンが不明瞭なため算出できていない。

なお、英国の中央銀行 Bank of England が公表している資料によると、紙製とポリマー製の紙幣に関する二酸化炭素排出量の比較検討を行っているが、その中では、ATM 利用や紙幣の製造プロセスが占める割合が大きく、搬送や廃棄のプロセスにおける排出量は少ないことがわかる。

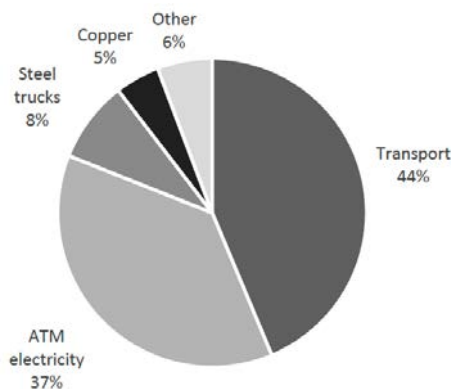
図表 70 英国紙幣のライフサイクルにおける二酸化炭素排出量の割合



(出典) Bank of England 「Carbon Footprint Assessment」

また、オランダ中央銀行公表の資料では、環境に与える影響度を CO<sub>2</sub>e<sup>46</sup>として算出しており、これについては、輸送が占める割合が 44%と高くなっている。ライフサイクルとして含めるスコープや計算方法の違いにより値（割合）が大きく異なる点は注意が必要である。

図表 71 現金利用のライフサイクルにおける CO<sub>2</sub>e の割合



(出典) De Nederlandsche Bank N.V. 「Life cycle assessment of cash payments」

#### a. 紙幣の製造プロセス

我が国の紙幣は、独立行政法人国立印刷局にて製造されている。国立印刷局では、

<sup>46</sup> CO<sub>2</sub> equivalent. 活動量に対して GWP (Global Warming Potential) を乗じて算出された二酸化炭素が与える温室効果に換算された値。

紙幣のもととなる用紙や印刷に用いるインクの作成から行っており、紙幣の製造に必要な全てのプロセスを担っていると言える。

図表 72 紙幣の製造プロセス



(出典) 国立印刷局

i. 計算式

紙幣の製造は、国立印刷局でほぼ完結して行われていることから、国立印刷局全体で排出される二酸化炭素に対し、全体の活動のうち占める紙幣製造の活動の割合を乗じることで算出することとする。紙幣製造の活動割合については、国立印刷局の支出額全体のうち、紙幣に関する支出額の割合をもって代替するものとする。

結果として、紙幣の製造（紙、インクの製造から紙幣の印刷まで）では、年間26,079.1トンの二酸化炭素が排出されていると試算した。

図表 73 紙幣製造に関する計算式

計算式	国立印刷局全体のCO2排出量	×	$\frac{\text{国立印刷局の支出額（銀行券）}}{\text{国立印刷局の支出額（全体）}}$
算出根拠	国立印刷局「環境報告書2022」	×	$\frac{\text{国立印刷局「令和3年度決算報告書」}}{\text{国立印刷局「令和3年度決算報告書」}}$
実数	36,230t	×	$\frac{53,779,991,987 \text{ 円}}{74,713,098,380 \text{ 円}}$
結果	<b>26,079.1 t</b>		

(出典) キャッシュレス推進協議会

b. 硬貨の製造プロセス

硬貨は、独立行政法人造幣局が製造している。造幣局では硬貨の原料となる銅やニッケルなどの材料を溶かし、様々な加工を施しながら硬貨として仕上げている。そこで、硬貨の製造プロセスについては、まず原材料の精製における二酸化炭素排出量を算出し、次いで、造幣局における製造プロセスにおける排出量を計算した。

まず、原材料の精製においては、1年に作成される各硬貨の重さを基に、硬貨の原材料である銅やニッケル等の非鉄金属の精錬において排出される二酸化炭素量を算出対象とした。

図表 74 硬貨製造に必要な金属の精製に関する計算式

計算式	製造硬貨の重量	×	非鉄金属精錬に係るCO2原単位
算出根拠	造幣局「年銘別貨幣製造枚数」	×	日本鉱業協会「非鉄金属製錬事業における地球温暖化対策の取組」
実数	1円：845 kg      50円：36,532 kg 5円：37,999 kg    100円：1,757,438 kg 10円：626,099 kg   500円：2,484,531 kg	×	1.421t-CO <sub>2</sub> /t (2020年度実績)
結果	<b>7,024.6 t</b>		

(出典) キャッシュレス推進協議会

次に、造幣局におけるプロセスについては、国立印刷局における試算と同様、造幣局全体の二酸化炭素排出量に対し、造幣局全体の支出額のうち硬貨の製造に關す

る支出額の割合を乗じて算出した。

図表 75 造幣局における硬貨製造プロセスに関する計算式

計算式	造幣局全体のCO2排出量	×	$\frac{\text{造幣局の支出額（貨幣製造事業）}}{\text{造幣局の支出額（全体）}}$
算出根拠	造幣局「事業活動環境報告書」（令和3年度分）	×	$\frac{\text{造幣局「令和3年度決算報告書」}}{\text{造幣局「令和3年度決算報告書」}}$
実数	7,073t	×	$\frac{17,953 \text{ 百万円}}{42,994 \text{ 百万円}}$
結果	<b>2,953.5t</b>		

（出典）キャッシュレス推進協議会

結果として、硬貨の製造（金属の精錬から硬貨の製造まで）には、年間 9,978.1 トンの二酸化炭素が排出されていると試算した。

### c. ATM の利用プロセス

我が国には全国に 18 万台を超える ATM が設置されており、現金流通において重要な役割を果たしている。ATM では、現金の入出金以外にも様々な機能を有しているが、ここでは ATM 全体の排出量を現金の排出量として算入することとする。なお、ATM の製造、廃棄プロセスについては、具体的な資料を発見できず算出できていない。

ATM 1 台あたりの消費電力については株式会社セブン銀行が公表している ATM の消費電力量から試算した。セブン銀行では、ATM の世代交代により大幅な消費電力量の削減を行っており、二酸化炭素排出量は大幅に減少している。ここでは最新型の第 4 世代の値を利用している。

この 1 台あたりの二酸化炭素排出量を基に、我が国に存在する ATM の台数を乗じて試算する。ATM の台数については、一般社団法人全国銀行協会が公表する「決済統計年報」および当該統計に含まれない、コンビニ系 ATM の台数を各行の最新の公表値を用いている。



図表 76 ATM 利用プロセスに関する計算式

計算式	セブン銀行ATM (第4世代) 1台あたり消費電力	×	ATM全台数	×	CO2排出係数
算出根拠	セブン銀行 Webサイト	×	全国銀行協会 決済統計年報 (2021年度) 等	×	東京電力 2021年度CO2排出係数
実数	$\frac{20,000 \text{ kWh}}{25,000 \text{ 台}}$	×	184,815台*	×	0.451 kg-CO2/kWh
結果	<b>147,852.0t</b>				

※全国銀行協会決済統計年報「7-2 業態別CD・ATM設置状況等 CD・ATM設置台数合計及びゆうちょ銀行参考値に、セブン銀行、イーネット、イオン銀行、ローソン銀行の2023年3月末時点のATM設置台数を各社公表資料より抽出、加算

(出典) キャッシュレス推進協議会

ATM の稼働による二酸化炭素排出量は大きく、年間 147,852.0 トンと試算した。

#### d. 現金専用機器の利用プロセス

店舗における現金専用の機器として、自動釣銭機と両替機が存在する。これら機器の利用において必要な電力消費量に基づき、二酸化炭素排出量を試算する。

電力消費量については、代表的な機器メーカーである、グローリー株式会社が公表しているカタログ等を参考としている。

図表 77 自動釣銭機の利用プロセスにおける計算式

計算式	自動釣銭機1台 あたり 消費電力	×	稼働状況	×	自動釣銭機 台数	×	CO2排出係数
算出根拠	グローリー社 カタログ	×	参考資料 参照	×	グローリー社 IR資料	×	東京電力 2021年度CO2 排出係数
実数	動作時：140W 待機時：20W	×	動作時：140W 待機時：20W	×	18万台	×	0.451kg-CO2/kWh
結果	58.4t/日 → <b>21,316t/年</b>						

(出典) キャッシュレス推進協議会

図表 78 両替機の利用プロセスにおける計算式

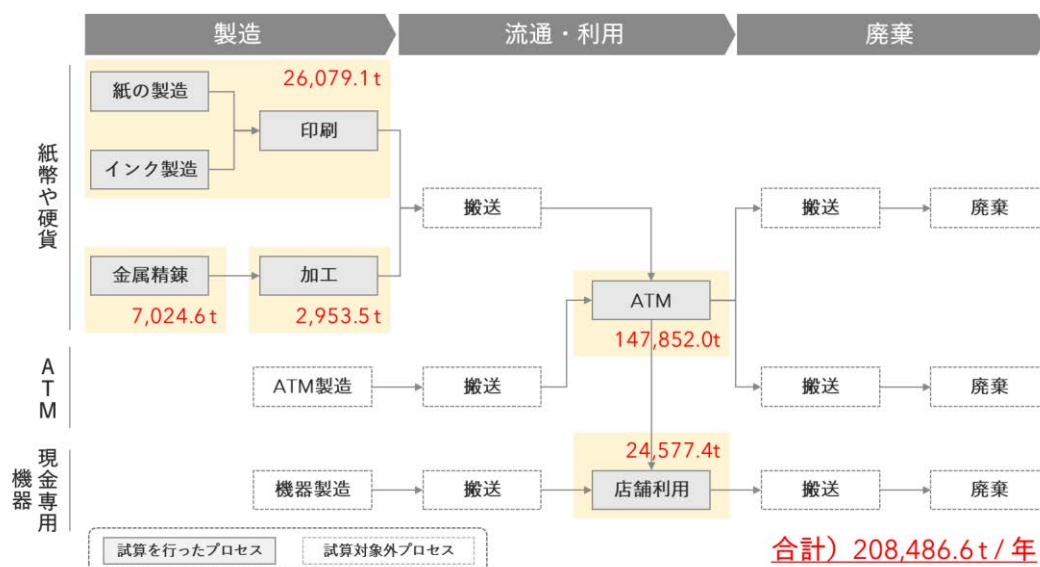
計算式	自動釣銭機1台 あたり消費電力	×	両替機台数	×	CO2排出係数
算出根拠	グローリー社 カタログ	×	日本自動販売 システム機会工業会 「普及台数」	×	東京電力 2021年度 CO2排出係数
実数	13W × 24h × 365日	×	63,500台	×	0.451 kg-CO2/kWh
結果	<b>3,261.4t</b>				

(出典) キャッシュレス推進協議会

e. まとめ

現金を利用できる環境を整えるために、年間約 20.8 万トンの二酸化炭素量が排出されていると試算することができた。特に ATM や店舗利用等の電力を利用しつつ、設置台数が多いものが大きな影響を与えている。

図表 79 現金利用に関連する年間の二酸化炭素排出量



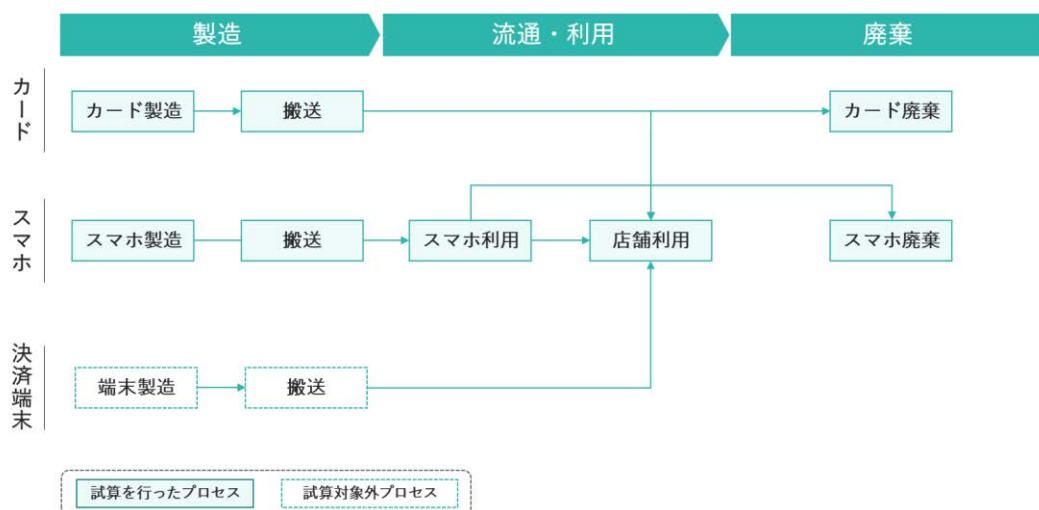
(出典) キャッシュレス推進協議会

4.2.3 キャッシュレス利用のライフサイクル

キャッシュレスによる支払いに際し、一般的に消費者は媒体としてプラスチックカードもしくはスマートフォンの利用が想定される。また、店舗においてこれらを

利用するためには、決済端末が設置されている必要がある。そのため、キャッシュレスのライフサイクルでは、これら3つの媒体について試算の対象とした。

図表 80 試算対象としたキャッシュレス利用のライフサイクル



(出典) キャッシュレス推進協議会

a. カードの製造・廃棄プロセス

一口にカードと言っても、様々なキャッシュレス決済手段で利用するカードが存在する。本書では、クレジットカード、デビットカード、電子マネーを対象とする。参照した各統計において、2022年の発行枚数から2021年の発行枚数を差し引いた値を新規発行枚数として採用した。なお、電子マネーについては携帯電話搭載分については算入していない。また、クレジットカードにおいてはカードの有効期限が設定されていることから、更新による一定程度のカード発行があるため、ここでは有効期限を5年と仮定し、既発行分のうち5分の1が更新対象になると想定した。

図表 81 我が国におけるカード発行枚数の試算

計算式	クレジットカード 新規発行枚数	+	クレジットカード 更新発行枚数	+	デビットカード 新規発行枚数	+	電子マネー 新規発行枚数
算出根拠	日本クレジット協会 クレジットカード 発行枚数調査結果	+	日本クレジット協会 クレジットカード 発行枚数調査結果	+	日本銀行 決済動向	+	日本銀行 決済動向
実数	235万枚	+	5,906万枚	+	577万枚	+	2,287万枚
結果	<b>9,340万枚</b>						

(出典) キャッシュレス推進協議会

結果として、我が国では毎年約 9 千万枚を超えるカードがキャッシュレスのために発行されているものと考えられる。また、廃棄されるカードとしては、更新期限が到来したクレジットカード分として想定する。

IC カードの製造から廃棄プロセスにおいて排出される二酸化炭素量は、三井住友カード株式会社の IR 資料によると、製造から廃棄までのプロセスで 1 枚あたり 25g の排出量とされている。

図表 82 カードの製造から廃棄プロセスにおける二酸化炭素排出量

計算式	カードの発行枚数	×	カード 1 枚の製造から廃棄までに 発生する二酸化炭素量
算出根拠	前出 「カードの発行枚数」	×	三井住友カード IR資料
実数	9,340万枚	×	25g-CO2/枚
結果	<b>2,335.0t</b>		

(出典) キャッシュレス推進協議会

また、カードについては消費者の手元に届けるため郵送する必要がある。ただし、電子マネーについては、一般的にその場で入手できるケースが多く、郵送を行わないため、枚数には参入しないこととする。なお、郵送する際に各種案内状等も同封されるが、それらの製造等にかかる二酸化炭素排出量は参入していない。

図表 83 カードの搬送プロセスにおける二酸化炭素排出量

計算式	カードの発行枚数	×	郵便 1 通に係る CO2 原単位
算出根拠	前出 「カードの発行枚数」	×	日本郵便 「日本郵便株式会社のエネルギー消費量 および温室効果ガス排出量」
実数	7,053 万枚 ※ 電子マネーは除外	×	23g-CO2/通
結果	<u>1,622.2 t</u>		

(出典) キャッシュレス推進協議会

その結果、我が国においてキャッシュレスのためにカードを製造、流通、廃棄するために発生する二酸化炭素量は、3,957.2 トンと試算した。

#### b. スマートフォンの製造から廃棄プロセス

スマートフォンを利用したキャッシュレス決済サービスが増えてきている。スマートフォンを利用することで、上記のカードに関する二酸化炭素排出量を削減することが可能となるが、スマートフォンの製造等自体から排出されることは無視できない。ただし、スマートフォン自体がキャッシュレス決済サービスのためだけにあるわけではないことを考慮すると、どの程度の割合をキャッシュレス決済サービスに利用しているかを推定する必要がある。

経済産業省の調査によると、キャッシュレスによる平均会計時間は 16.9 秒である。1 日に平均して 3 回の決済を行うと想定すると、50.7 秒となる。恐らく、履歴の確認やアプリの起動も含め、1 日 3 分がキャッシュレスのために利用されているスマートフォンの時間と推定した。これに対して、NHK が公表している「メディア利用の生活時間調査」によると、スマートフォンの 1 日の平均利用時間は 1 時間 18 分とされている。これらの結果から、スマートフォン利用に占めるキャッシュレスの割合は 3.8% と推定できる。

スマートフォン自体の二酸化炭素排出量については、Apple 社が公表している製品環境報告書に基づき、原材料の調達から回収までの全てのサイクルを含めて確認することができる。ここでは、iPhone13 をサンプルとして採用した。

また、スマートフォンを利用したキャッシュレス決済サービスは、主にコード決済によるものと非接触決済によるものの 2 種類が存在すると思われる。これらサー

ビスの利用延べ数については、コード決済は 6,062.9 万ユーザー<sup>47</sup>、非接触決済のうち代表的な電子マネーは 5,697 万枚<sup>48</sup>であり、比較的値が近似している。多くの利用者が複数のサービスを利用していると想定され、コード決済と非接触決済も同一ユーザーがスマートフォンにインストール等していると想定されることから、コード決済の MAU 数（マンスリーアクティブユーザー数）を基に、当協議会で実施している「消費者インサイト調査」から、1人あたりの平均利用コード決済サービス数である 1.9 で除することで、31,910 千台がキャッシュレスを利用可能なスマートフォンの台数とした。

図表 84 スマートフォンの製造から廃棄プロセスにおける二酸化炭素排出量

計算式	$\frac{\text{スマホ1台あたりのCO2排出量}}{\text{平均利用年数}} \times \text{スマホのキャッシュレス利用割合} \times \frac{\text{キャッシュレス利用のスマホ台数(ユーザー数)}}{\text{一人あたりの利用サービス数}}$
算出根拠	$\frac{\text{Apple「製品環境報告書」}}{\text{内閣府「消費動向調査」}} \times \text{前述} \times \frac{\text{キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」MAU数}}{\text{キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査」手段別利用サービス数}}$
実数	$\frac{64\text{kg}}{4.3\text{年}} \times 3.8\% \times \frac{60,629\text{千台(ユーザー)}}{\text{約}1.9\text{サービス}}$
結果	<b>18,047.7t</b>

(出典) キャッシュレス推進協議会

上記より、キャッシュレス決済のスマートフォン利用に伴う二酸化炭素の排出量は、年間 18,047.7 トンと試算した。

### c. 決済端末の利用プロセス

決済端末の製造プロセスや廃棄プロセスにおける二酸化炭素排出量については不詳であるが、代表的な決済端末のカタログスペック上の消費電力量より、利用プロセスにおける二酸化炭素排出量は試算できる。ここでは、パナソニック コネクト株式会社が製造する「JT-C60」の仕様を基に算出を行った。本来、我が国にある決済端末の台数を計算する必要があるが、正確な値はわからない。そのため、日本クレジットカード協会が公表している共同利用端末の設置台数や、キャッシュレス・ポイント還元事業における参加店舗数を算出根拠とし、約 300 万台と想定した。

<sup>47</sup> キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」(MAU 数)

<sup>48</sup> 日本銀行「決済動向」(発行枚数(うち携帯電話))

図表 85 決済端末の利用プロセスにおける二酸化炭素排出量

計算式	決済端末 1台あたりの 電力消費量	×	決済端末稼働時間	×	決済端末の台数	×	CO2排出係数
算出根拠	パナソニック コネクタ社 「JT-C60」仕様	×	前述	×	日本クレジットカード協会 「共同利用端末設置台数」等*	×	東京電力 2021年度 CO2排出係数
実数	動作時：48W 待機時：0.3W	×	0.5時間/日 23.5時間/日	×	365日 × 約300万台	×	0.451 kg-CO2 /kWh
結果	<b>15,333.9t</b>						

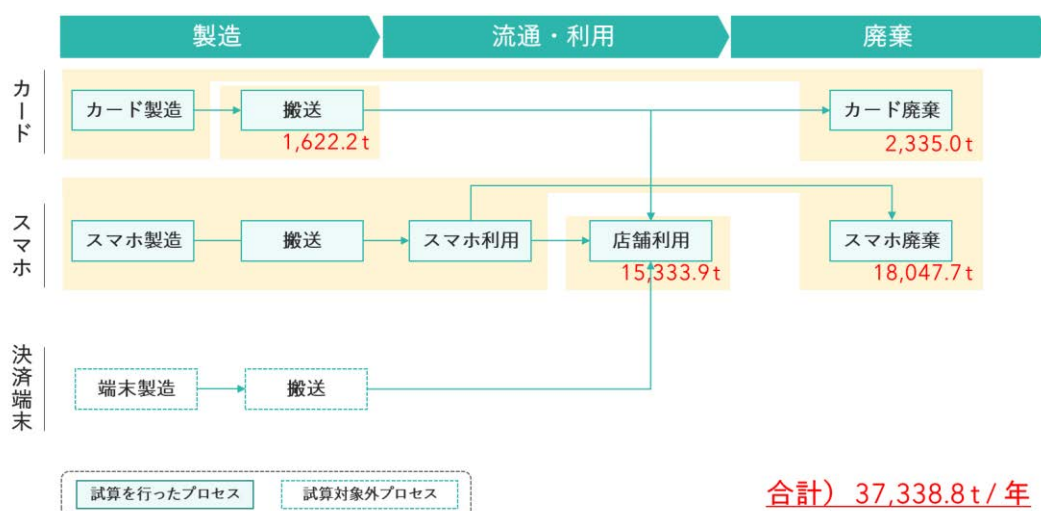
(出典) キャッシュレス推進協議会

決済端末は、基本的にお支払時のみ利用するものであるが、待機時間においても電力消費があることから、全体で年間 15,339.9 トンと試算できた。

d. まとめ

キャッシュレスを利用できる環境を整えるために、年間約 3.7 万トンの二酸化炭素量が排出されていると試算することができた。特にスマートフォンと店舗利用という、端末における電力消費が占める割合が非常に大きい。また、今回は正確に算出できなかったが、決済端末の数によってはより大きな値となりかねないことに注意が必要である。

図表 86 キャッシュレス利用に関連する年間の二酸化炭素排出量



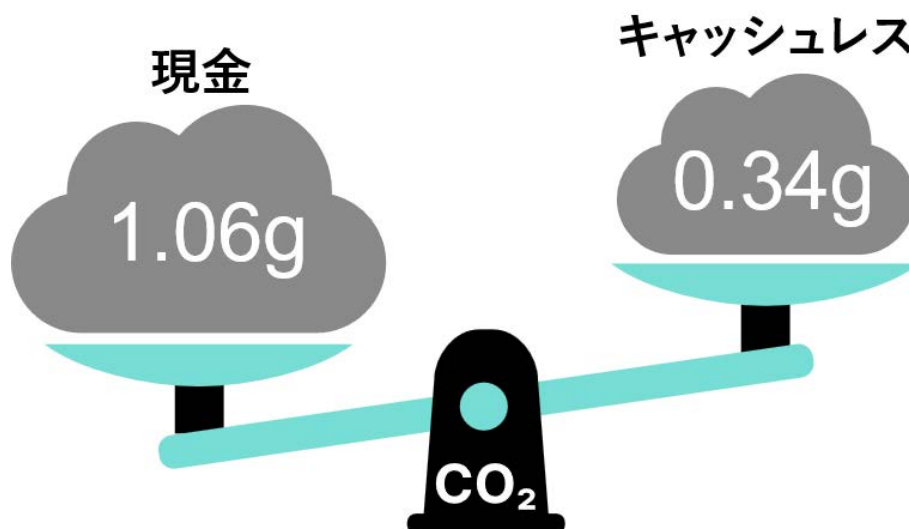
(出典) キャッシュレス推進協議会

#### 4.2.4 キャッシュレスが環境に与える影響

今回の試算では、明確な値を算出できなかった項目も多く、正確性に欠けることに十分注意を頂きたい。しかしながら、それぞれの決済手段における環境負荷への割合等についてはおおよそ把握できたと考える。

仮に今回の値を、一時的にせよ利用するとした場合、政府の公表するキャッシュレス決済比率の算出根拠となるデータに基づく、2022年には現金決済が197,513,717百万円の利用であり、単純計算では1.06g/千円の二酸化炭素排出量となる。キャッシュレス決済は、111,023,683百万円の利用であり、単純計算では0.34g/千円の二酸化炭素排出量となる。あくまで試算とはいえ、キャッシュレスを利用いただくことが、二酸化炭素排出量を抑制できると考えられる。

図表 87 現金とキャッシュレスの二酸化炭素排出量の比較（千円あたり）



(出典) キャッシュレス推進協議会

今後、キャッシュレスがより普及すると利用頻度が向上することで、キャッシュレスのための電力利用が増加すると考えられる。この場合、千円あたりの二酸化炭素排出量が悪化する可能性もある。キャッシュレス業界としては、より環境負荷を軽減する取組を継続する必要がある。

#### 4.2.5 今後の算出における留意点

カーボンニュートラルは、国の目標ともなっており、国全体でより積極的に取り組まれていく事となるであろう。今回の試算はあくまで公表値等より算出可能な値を用いて暫定的に計算したものであり、正確性に欠けることは否めない。

今後、より正確な値を算出していくにあたり、以下の点に注意が必要なことを明



記しておくことで、業界のさらなる発展に貢献できることを願う。

**a. 現金の搬送により発生する排出量**

今回、現金の輸送にかかる排出量は参入していない。これは、現金輸送のトンキロ数<sup>49</sup>が不詳であったためである。

現金輸送は、国立印刷局や造幣局から日本銀行を経て、銀行等の金融機関へ輸送される。また、各金融機関では ATM や営業店へ現金は輸送されている。店舗においても営業時間後に銀行等へ持ち込み預けいれているだろう。

これらの輸送には自動車が利用されるケースが多いと想定され、これら自動車が排出する二酸化炭素量についても考慮が必要と思われる。

**b. キャッシュレスのデータセンター等に関する排出量**

試算を通じて、電力の利用による排出量が占める割合が非常に大きいことがわかった。キャッシュレスはデジタルに処理されるため、コンピューターシステム等の電力を必要とする仕組みを多く利用する。

今回は、特に電力を消費すると思われるデータセンター等の大規模施設について算入を行えなかった。これらの値についても明確化していく必要があると思われる。

他方で、現金の利用においても電力消費を伴う機器が多く利用されている。現金専用として分離することが難しい場合もあると想定されるが、公平性の観点から、可能な限りこれらの値についても条件を設定した上で参入することが望まれる。

**c. 各種機器の製造、廃棄に関する排出量**

今回、多くの機器について、その製造や廃棄、さらには輸送に関する二酸化炭素排出量を算出できていない。複雑な加工等を行う場合もあり、相応の排出量があると想定される。

**d. キャッシュレスが利用可能な店舗数や端末数**

キャッシュレスの試算において、決済端末の占める割合が大きいことがわかった。そのため、決済端末の数が二酸化炭素排出量に大きく影響を与えることがわかる。しかしながら、我が国には、具体的なキャッシュレス利用可能店舗数や決済端末の設置数に関する値が存在しない。

キャッシュレスの成長を把握するためにも、これらの値は把握できるようにする必要があると考える。

---

<sup>49</sup> 1 トンの貨物を 1km 輸送する場合の単位。

**e. 誰もが利用可能な算出方法の策定**

今回、現金とキャッシュレスのライフサイクルに着目して試算を行った。キャッシュレスのカーボンニュートラルへの貢献の見える化に向けて、このような算出方法について規格化し、各決済事業者が自身の取組を評価できるような枠組みを整備することが望ましいと考える。

**4.2.6 キャッシュレス業界として取組むべきこと**

キャッシュレスの方が環境負荷は低いとはいえ、少なからず環境に影響を与えていることがわかった。今後、キャッシュレス業界はカーボンニュートラルの実現に向けて様々な取組を実現していく必要がある。

すでにリサイクルプラスチック材を利用したカードの製造や、購入履歴からキャッシュレス利用者の行動が環境に与える影響が見える化するといった取組が進められている。一つ一つの影響は小さいかもしれないが、キャッシュレスがより普及し、より多くの利用がなされることで、全体的な影響は大きくなると考えられる。

また、今回の試算において電力消費が与える影響の大きさについても再確認された、決済端末等のキャッシュレス関連機器においても、より一層の省電力化に向けた取組が期待される。

消費者においても、環境意識の高まりから、より環境負荷の低いサービスを選好するようになると思われ、このような市場ニーズにあったサービスの提供が行われることが期待される。

## 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、サービスが提供されている。多くのサービスが提供されることで、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と言える一方で、あまりに多い場合に、かえって選択が困難となるといった声も散見される。

消費者自身が多岐にわたる選択肢の中で、本当に自分のライフスタイルにあった選択ができているか否か、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を取り入れようとした時、スムーズに利用開始できる環境を整備する必要がある。

2022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）、「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」（2021年度で完了）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

2022年度も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。コロナ禍の影響も薄れつつあることもあり、実施回数は再び増加傾向にある。

当協議会では、「【PJ22-3】業界横断プロモーション」の中で、キャッシュレス教育についても取り上げ、業界全体で利用可能な教育コンテンツの拡充を目指すことが確認された。2023年度以降、作成した教育コンテンツを広く利用いただけるよう会員等へ展開するとともに、教育機関等への説明にも注力していきたいと考えている。

#### 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

誰もが安全・安心にキャッシュレスをご利用いただくためには、サービスのユニバーサルデザイン化が重要である。最近では、スマートフォンのOSにおいてアクセシビリティ機能が提供されており、これらに対応することで、比較的容易に高齢

者や障がい者等における利用の容易性を向上させることができるようになっている。

本施策については、時年度以降の「あらゆる方がキャッシュレスを利用可能に」に引き継がれ、より幅広い方々にご利用いただけるような対応が進められるよう、当協議会としても取り組んでいきたいと考えている。

### 5.1.3 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

このように、キャッシュレスが一般に普及し、多くの方にご利用いただけるようになっている。このようにキャッシュレス決済手段がインフラとしての役割を担うようになるにつれ、相互運用性（インターオペラビリティ）が重要となる。

すでに、JPQR を始めとする、共通して利用できる QR コードの提供等が進められているところであるが、2022 年 10 月には「ことら送金サービス」が開始され、銀行等の金融機関が提供するサービスに限定されるものの、異なるキャッシュレス決済サービス間での送金が実現された。

現状、「ことら送金サービス」を利用可能なのは、銀行系のキャッシュレス決済サービスに限定されるが、このようなサービス間のインターオペラビリティが進むことで、消費者にとっては安心・便利に利用可能な環境が整えられると考える。他方で、決済事業者側から見ると、資金の流入だけではなく流出も想定する必要がある、より多くのキャッシュレス決済サービスによる利用が可能となるためには、もうすこし市場の成熟が必要になるとも考えられる。

## 5.2 キャッシュレス対応の店舗等が多い

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未対応の店舗、キャッシュレス未導入店舗も未だ存在する。キャッシュレスの普及のためには、消費者だけでなく店舗への導入促進も重要であることは言うまでもない。

店舗等におけるキャッシュレス対応を進めるためには、店舗において納得感のあるキャッシュレス決済サービスを提供していく必要があるとともに、キャッシュレスの効果を理解していただくことも重要である。店舗等におけるさらなる導入の拡大に向けては、単にコストの問題だけではなく、このような理解促進のための活動も必要になると考える。

2022 年度には「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）「店舗におけるオペレーションの標準化」（2024 年度まで継続）の 2 つの施策が示されている。

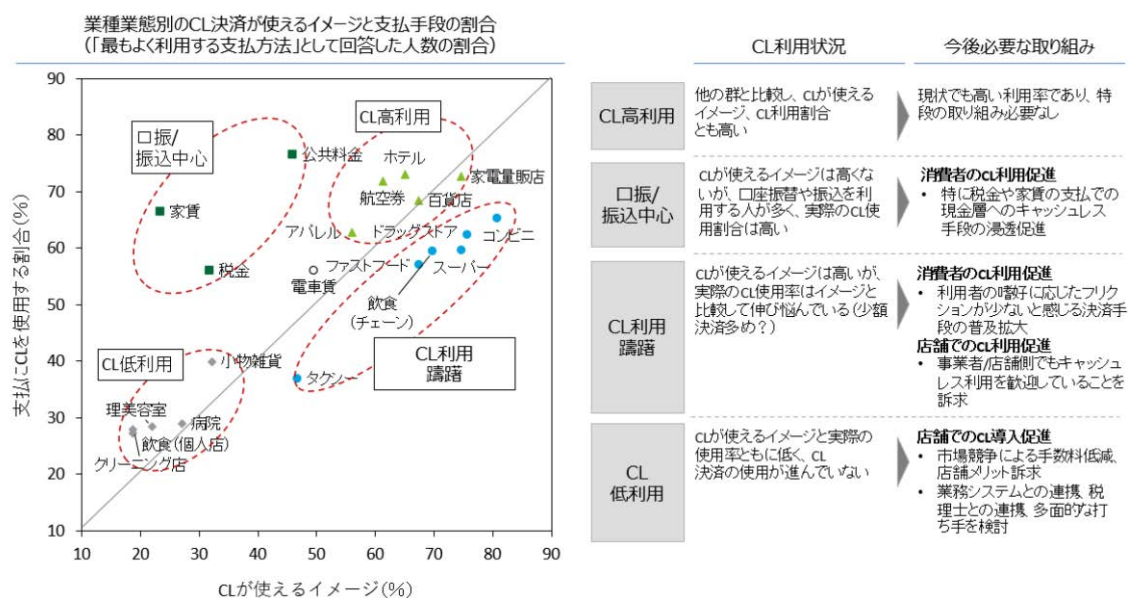
## 5.2.1 特定領域における課題に対応したキャッシュレスの普及促進

キャッシュレスが広く利用されてきているとはいえ、さほど利用が進んでいない特定の業種や業態も存在する。

当協議会では、これまでも特定領域におけるキャッシュレス普及促進を目指し、導入に向けた課題解決を行ってきた。2022年度は、これまで法整備も含め対応が進められてきた行政機関のキャッシュレス利用が大きく進んだと実感している。

他方で、経済産業省の調査では、キャッシュレスが利用できないと感じる業種も未だ存在し、これらの業種については、当協議会としても積極的な働きかけが必要と考えている。

図表 88 キャッシュレスの使えるイメージと実際の利用割合



(出典) 経済産業省「消費者に対する Web 調査 (令和 4 年 11 月 19 日～11 月 20 日実地、n=4,800)」

## 5.2.2 災害時でも継続可能なキャッシュレス環境の整備

災害時でも継続可能なキャッシュレス環境の構築に向けては、2019年度に当協議会のプロジェクトとして、2020年度は経済産業省の事業の一環として検討を実施されている。しかしながら、実際に継続利用可能な状況には至っていない。

自然災害が多発する現状を踏まえると、本取組についてはより積極的に対応していく必要があると考える。

## 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する意識の醸成が重要である。

2022年度には「より利便性に軸足をおいたサービスの提供」（2027年度で完了）、「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 より利便性に軸足をおいたサービスの提供

キャッシュレスサービスが成熟化する中、決済事業者により様々なサービスが提供されるようになってきている。

当協議会では、先進的な事例等の会員との共有や標準化等の活動を通じて、よりよいサービスを提供しやすい環境整備を実現していきたいと考えている。

#### 5.3.2 キャッシュレス体験の拡充

2022年度は、各地の消費者向け講座等に登壇し、キャッシュレスの利用に向けた講義を複数回実施している。すでに多くの方がキャッシュレスそのものを認識頂いている現状において、このような草の根運動を継続していくことで、キャッシュレス利用の輪の拡大を目指す。

また、2023年度以降は、キャッシュレス決済が本格導入される大阪・関西万博の開催に向けた助走期間として、児童や生徒に向けたキャッシュレスの教育活動も行っていく予定である。

### 5.4 支払いという行為が希薄化する

我が国においても、業務効率化等の観点からもレジレス店舗や無人店舗の展開が進められており、レジに立ち寄って支払うという行為が減少していくことが予想される。飲食店などにおいても、モバイルオーダーが一般的なものとして受け入れられつつあり、注文から支払いまでのプロセスが自動化されることによりスムーズかつ短時間で行われるようになってきている。

お支払いという行為が、その他の活動の中に溶け込むことで、希薄化（自動化）が進み、シームレスな社会を実現できるようになってきた。

2022年度には「レジレス店舗の普及」（2023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。

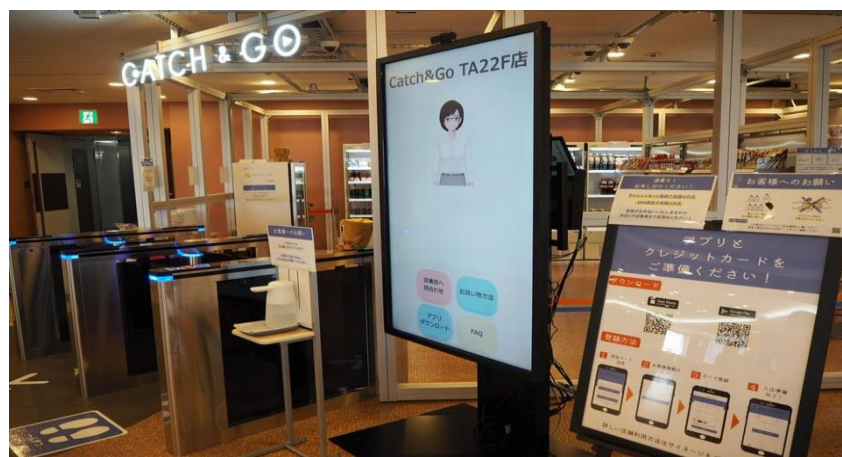
#### 5.4.1 レジレス店舗の普及

セルフレジが普及し、一部の店舗においては店内の無人化を実現している。ただし、ここでは最後にレジを通過し、支払いを行うという行為が存在することとなる。

そこからさらにレジレスを実現した、「ウォークスルー型店舗」が実証実験段階ではあるが、複数登場してきている。

株式会社 NTT データは、2021 年 9 月に株式会社ダイエーとともに、NTT データ社内に「CATCH&GO」と呼ばれるウォークスルー型店舗をオープンしている。

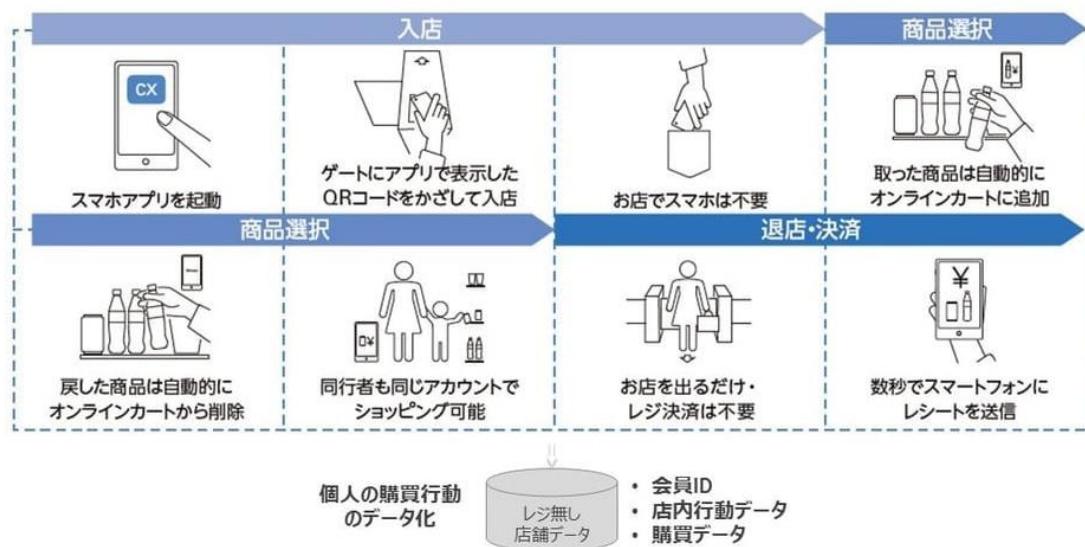
図表 89 CATCH&GO の外観



(出典) NTT データ Web サイト

利用者は、専用のアプリに表示される QR コードをゲートにかざして入店し、欲しい商品を手にとって退店するだけで購入が可能となる。退店後に自動的にアプリに登録しているクレジットカードにより購入代金の支払いが行われる。

図表 90 CATCH&GO の利用イメージ



(出典) NTT データ Web サイト

株式会社ローソンは、2022年10月に、「Lawson Go MS GARDEN 店」を三菱食品株式会社本社内にオープンしている。

基本的な流れは、CATCH&GOと同様、専用アプリに表示されるQRコードを用いてゲートを通過、店内で購入したいものを手にして退店することで、自動的に登録されたクレジットカードで決済されることとなる。

図表 91 Lawson Go MS GARDEN 店の外観



(出典) ローソン Web サイト

いずれの店舗も、社屋の中に設置された店舗であり、特定の顧客が利用することが想定されている。今後、このような店舗が一般化し、通常の店舗でも同様にウォークスルー方式が採用されるようになると、シームレスな購買体験をより多くの方が実感できるようになるだろう。

#### 5.4.2 消費者への説明のあり方の整理

決済サービスが多様化してきたことで、消費者においてキャッシュレス利用に関する混乱や誤解が生じているのも事実である。



## 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は既に起きている。

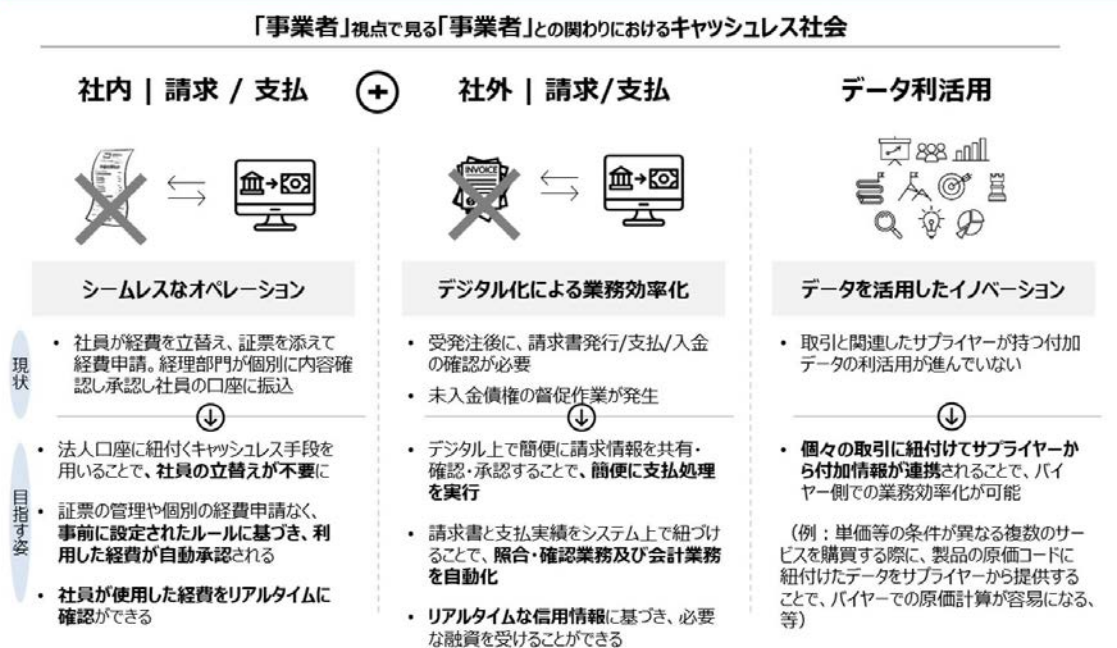
2022 年度には「B2B 領域におけるキャッシュレスの普及」（2022 年度で完了）、「冠婚葬祭シーンにおけるキャッシュレスの普及」（2025 年度で完了）の 2 つの施策が示されている。

### 5.5.1 B2B 領域におけるキャッシュレスの普及

経済産業省の検討会（2.2 参照）において、B2B 領域におけるキャッシュレスの将来像が示されている。

図表 92 キャッシュレスの目指す姿 | 事業者⇄事業者

- 「事業者」は、事業者との関わりの中で、より効率的・戦略的な業務を実現する



(出典) 経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会 とりまとめ」

今後、より具体的な業種や業態の特性にも着目しながら、普及に向けたより具体的な対策を行っていく必要がある。そのような背景から、当協議会においても 2023 年度は「B2B 分野における普及促進」プロジェクトを設置し、集中的に本分野に関する検討を進めていく予定である。

## 5.5.2 冠婚葬祭シーンにおけるキャッシュレスの普及

コロナ禍により、人が集まることが避けられるようになったことを受け、ご祝儀や香典といった冠婚葬祭シーンにおいてもキャッシュレスが注目されるようになった。キャッシュレスを活用することで遠隔地であっても、急な欠席となった場合であっても気持ちを伝えることができる。実際に、一部の結婚式においては Web 招待状による案内から、出欠の確認、ご祝儀のお渡しまでをオンラインで完結できるサービスも登場してきている。

冠婚葬祭は、日常の購買よりも気持ちが重視されるシーンであることは間違いない。このようなシーンであってもキャッシュレスを利用することが当たり前と成るためには、よりキャッシュレスが普及し一般化することが重要である。

## 5.6 データの利活用により生活の利便性が向上

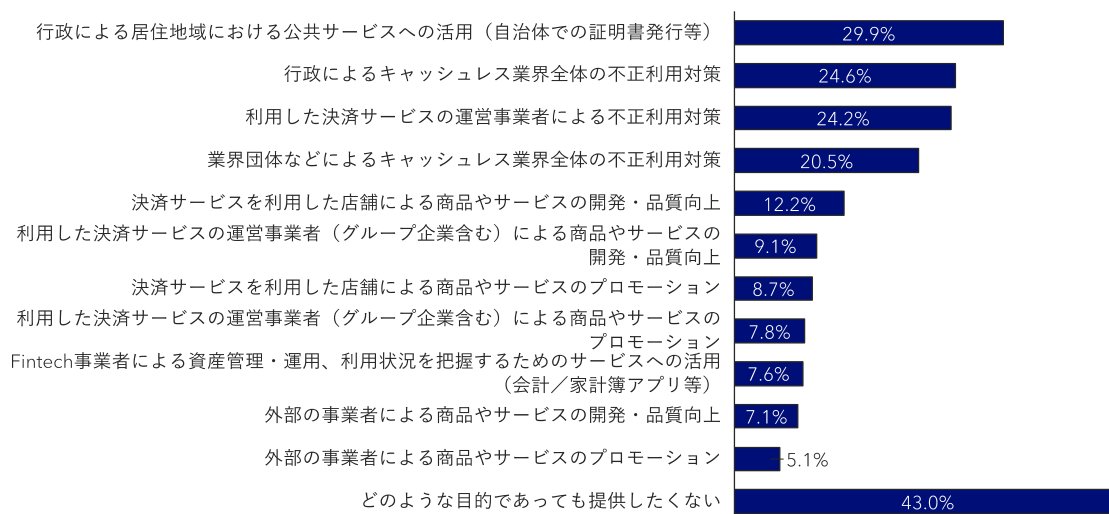
データの利活用については、各企業のビジネス上の競争領域と捉える部分が多いものの、一定程度の協調領域も存在すると考えられる。また、データ利活用の目的も、個別企業の競争優位性を確立するのみならず、地域活性化や地球環境問題への対応等公共性のある社会課題解決に結びつくものもあると思われる。

2022 年度には「消費者におけるデータ利活用の受容拡大」（2024 年度まで継続）、「データ利活用に向けたシステム環境整備」（2024 年度まで継続）の 2 つの施策が示されている。

### 5.6.1 消費者におけるデータ利活用の受容拡大

消費者インサイト調査において、キャッシュレス決済の利用履歴などのデータについて、どのような目的のためであれば、提供しても良いと考えるかを聞いたところ、提供したくないとする人の割合は 43.0%であった。2021 年度と同質問では 43.8%であり、大きな変化はない。

図表 93 キャッシュレスデータの提供に対する受容性



（出典）キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査（2022年度）」

今後、消費者が自身の選択としてデータ提供を安心して行えるような仕組みの構築が必要になると考えられる。そのためにも、次に述べる「データ利活用に向けたシステム環境整備」が重要となる。

### 5.6.2 データ利活用に向けたシステム環境整備

当協議会では、2022年度に【PJ22-6】共通ID基盤構築として、キャッシュレス業界を始めとする様々な事業者が利用可能な共通IDを実現するためのシステム基盤構築に向けた検討を行っている。

本基盤は、利用者の意思に基づき、自身の情報をコントロールできるようにすることを前提に、異なる事業者をまたいで利用者を一意に特定できるようにする取組である。共通IDが実現できれば、そのデータ利活用に向けた意義は大きいと考える。

また、【PJ22-5】キャッシュレスマップ構築では、共通加盟店マスタとも呼べる、キャッシュレスを利用可能な店舗の一元管理についても検討を行っている。消費者、店舗双方の共通IDが整うことで、より正確なデータ利活用が実現できる。

ただし、これらの取組はあくまで関係するステークホルダーの同意が得られて初めて実現できる施策であり、今後は、合意形成等も含めたより具体的な対応を行っていく必要があると考えている。

## 5.7 生活行動シーンのシームレス化

経済産業省の検討会（2.2 参照）においても、キャッシュレスの目指す姿（将来像）に求められるコンセプトとして、「支払を意識しない決済が広がり、データがシームレスに連携されるデジタル社会」としている。

このように日々の生活において、キャッシュレスの利用を含めたデジタル化が浸透していくことで、より効率的な活動が行えるようになると考えている。

### 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

キャッシュレスというライフスタイルは、これまでの現金をベースとしたライフスタイルと大きく異なると考えている。それは、フィーチャーフォン（ガラケー）がスマートフォンへ変化を遂げた際の変化に近いと考えている。ガラケー時代の携帯電話の役割は、主に通話と e メールであった。スマートフォンへ変化した現状では、通話と eメールの利用が占める割合は減少し、動画や SNS、ゲームといった新しい利用方法が提供され、これにより人々のライフスタイルは大きく変わった。

キャッシュレスにおいても同様のことが言えると考えている。キャッシュレスを単に現金の代替物として捉えるのではなく、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認識いただきたいと考えている。

既に、モバイルオーダーやサブスクリプションなどが浸透しつつあり、新しいライフスタイルは始まっているのである。

図表 94 キャッシュレス・ロードマップ



## キャッシュレス・ロードマップ2023 プロジェクト参加メンバー一覧

## 法人会員 (66社)

株式会社アイコム総研	株式会社アイティフォー
旭精工株式会社	アメリカン・エクスプレス・インターナショナル・ インコーポレイテッド
アララ株式会社	イオンクレジットサービス株式会社
イオンフィナンシャルサービス株式会社	株式会社インテージ
ウェルネット株式会社	SMB Cファイナンスサービス株式会社
S B ペイメントサービス株式会社	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社
株式会社NTTデータ	株式会社エポスカード
株式会社エムアイカード	株式会社エム・ソフト
株式会社オリエントコーポレーション	株式会社カウリス
チャンネルペイメントサービス株式会社	銀聯国際 日本支社
株式会社クレディセゾン	グローリー株式会社
株式会社ジィ・シィ企画	株式会社静岡銀行
システムギア株式会社	株式会社ジャックス
信金中央金庫	株式会社ストランザ
株式会社西武ホールディングス	株式会社セブナーイレブン・ジャパン
ソニーフィナンシャルグループ株式会社	大日本印刷株式会社
T A C H I & C o m p a n y 合同会社	中国工商銀行東京支店
T F ペイメントサービス株式会社	東京海上日動火災保険株式会社
有限責任監査法人トーマツ	トヨタファイナンス株式会社
トランス・コスモス株式会社	株式会社西日本フィナンシャルホールディングス
農林中央金庫	パナソニックコネクト株式会社
東日本旅客鉄道株式会社	ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社
株式会社百五銀行	ビュルガーコンサルティング株式会社
株式会社ひろぎんホールディングス	株式会社ファミリーマート
株式会社フィンクロス・デジタル	株式会社ふくおかフィナンシャルグループ
ヘイ株式会社	株式会社ほくほくフィナンシャルグループ
マーチャント・サポート株式会社	M a s t e r c a r d
三井住友トラストクラブ株式会社	三井不動産リアルティ株式会社
株式会社三菱UFJ銀行	ユーシーカード株式会社
株式会社横浜銀行	ライフカード株式会社
L I N E P a y 株式会社	楽天ペイメント株式会社
株式会社りそなホールディングス	株式会社リンクス
株式会社ローソン	有限会社和晃

## 個人会員 (4名)

小早川 周司 (明治大学政治経済学部 教授)	平山 賢太郎 (九州大学法学研究院 准教授)
藤原 賢哉 (神戸大学大学院経営学研究科 教授)	唯根 妙子 (公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・ コンサルタント・相談員協会)