

令和 5 年度 商取引・サービス環境の適正化に係る事業

(B 2 B キャッシュレス取引促進にかかるコンテンツ内容調査事業)

事業報告書

令和 6 年 3 月

DELOITTE

目次

1 調査事業の背景と全体像	2
1-1 調査事業の背景と目的	2
1-2 主な用語の定義	3
1-3 調査事業の期待効果（ゴール）	4
1-4 調査事業のアプローチ	4
1-5 調査結果のまとめ	5
2 コンテンツの作成を通じた訴求要素の取り纏め	8
2-1 本章の位置づけ	8
2-2 結果サマリ	8
2-2-1 コンテンツ作成を通じて洗い出した訴求要素	8
2-2-2 行政機関に求められる役割	10
2-3 導入事例から見た法人カードの導入メリット	11
2-3-1 実施概要	11
2-3-2 調査結果	11
2-4 サービス提供事業者との意見交換	12
2-4-1 実施目的・概要	12
2-4-2 意見交換結果（プロダクト/ターゲット/チャネル/訴求ポイント） ...	14
2-4-3 意見交換結果（行政機関に期待する施策）	22
2-5 導入事業者インタビューを踏まえたコンテンツの作成	26
2-5-1 実施目的・概要	26
2-5-2 インタビュー結果	28
3 コンテンツの訴求要素の磨き込み	31
3-1 本章の位置付け	31
3-2 結果サマリ	31
3-2-1 追加、深堀すべき訴求要素	31
3-2-2 周知・P Rを効率的に実施するための目指すべき姿	33
3-2-3 目指すべき姿の実現に当たっての今後の検討	34
3-3 団体・機関プレゼンによる訴求要素の検証	35
3-3-1 実施目的・概要	35
3-3-2 検証結果	35
3-4 今後の検討方針	38
3-4-1 周知・P Rを効率的に実施するための目指すべき姿	38
3-4-2 今後のアプローチ	39
別紙：コンテンツ	41

1 調査事業の背景と全体像

1-1 調査事業の背景と目的

経済産業省 商務・サービスグループ キャッシュレス推進室では、データがシームレスに連携されるデジタル社会を実現することを目指し、社会全体のキャッシュレス化を推進している。

個人消費に関するキャッシュレス化の観点では、2025 年 6 月までにキャッシュレス決済比率を 40%程度まで伸ばすことを目標としているところ、2022 年にキャッシュレス決済比率が 36.0%となり、キャッシュレス決済は社会に着実に広がっているものと評価できる。

他方で、事業者間取引のキャッシュレス化の観点に於いて、請求・決済行為のデジタル化は中小企業や小規模事業者の経営課題解決に向けた取り組みとして重要なテーマではあるものの、十分に進展していない状況である。

上記の課題を解消し、請求・決済行為のデジタル化の推進をサポートする代表的な手法として、法人カードの利用が考えられる。

昨年度、経済産業省が行った関連する調査¹においては、バイヤー・サプライヤーとも相手がおらず利用機会に課題があることや、カードの魅力が伝達されていない実態を明らかにした。また、与信限度額が低く抑えられ導入障壁になっている可能性や手数料を課題視する加盟店の状況を明らかにした。これら課題のうち、法人カードの魅力を知らしめることが解決に繋がるものについては、PR案を作成していくことの必要性に言及されている。

そこで本調査事業では中小企業や小規模事業者がバイヤーの立ち位置で法人カードを使用するケースを想定したうえで、今後、法人カードの周知・PRを行うために用いるコンテンツを作成し、中小企業や小規模事業者と接点のある団体・機関等へのプレゼンを通じて、今後の周知・PRを効率的に実施していくための基礎情報を得ることを目的とする。

法人カードの普及を見据えるとサプライヤーの加盟店化も重要な論点であるが、本調査事業における検討論点ではないことにご留意頂きたい。

¹ 経済産業省（株式会社矢野経済研究所受託）「[令和 4 年度商取引・サービス環境の適正化等に係る事業（民間主導による企業の会計業務におけるクレジットカード決済データ流通の促進に係る調査事業）](#)」

1-2 主な用語の定義

本調査事業に於いて用いる用語は以下の通り定義した。

用語	定義
コンテンツ	■ 本調査事業に於いては法人カード導入メリットに関する事例を盛り込んだ、周知・PRに用いるためのパンフレットをコンテンツと定義した
サービス提供事業者	■ 本調査事業に於いては発行形式（自社がイシューとして会員に法人カードを発行する場合や、他社との提携によって会員に法人カードを提供する場合等）を問わず、法人カードを企業に提供している事業者をサービス提供事業者と定義した
訴求要素	■ 本調査事業に於いては法人カードの導入メリットだけではなく、以下に大別される法人カードの周知・PRを行ううえで考慮すべき観点であると定義した ➤ プロダクト ➤ ターゲット ➤ タイミング ➤ チャネル ➤ 訴求ポイント（導入メリット）
団体・機関	■ 本調査事業の仕様書で定義された通り、中小企業や小規模事業者が法人カードを訴求していくために必要となる要素の洗い出しの為にコンテンツを用いてプレゼンを行う、中小企業や小規模事業者と接点のある団体・機関を指す
導入事業者	■ 本調査事業に於いては法人カードを導入し、使用している企業を導入事業者と定義した
法人カード	■ 企業が申し込みを行い、企業の財務情報を基に与信判断を行うカードを狭義に法人カードと定義する場合もあるが、本調査事業に於いてはサービス提供事業者が法人向けのカードと謳っている以下のようなプロダクトをすべて法人カードと定義した ➤ ビジネスカード ➤ パーチェシングカード ➤ その他（ビジネスプリペイドカード、ビジネスデビットカード）

1-3 調査事業の期待効果（ゴール）

本調査事業の期待効果およびそれぞれの期待効果を得たことを示すゴールを以下の通り設定した。

- 今後の法人カードの周知・PRを効率的に実施していく為に加味すべき訴求要素を洗い出すこと
- 今後の法人カードの周知・PRを効率的に実施していく為、行政機関による後押しが無くても法人カード利用が進む領域と、行政機関等によって推進が必要な領域を明らかにすること
- 訴求要素の取り纏めだけに留まらず、今後の法人カードの周知・PRを効率的に実施するための目指すべき姿を明確にすること

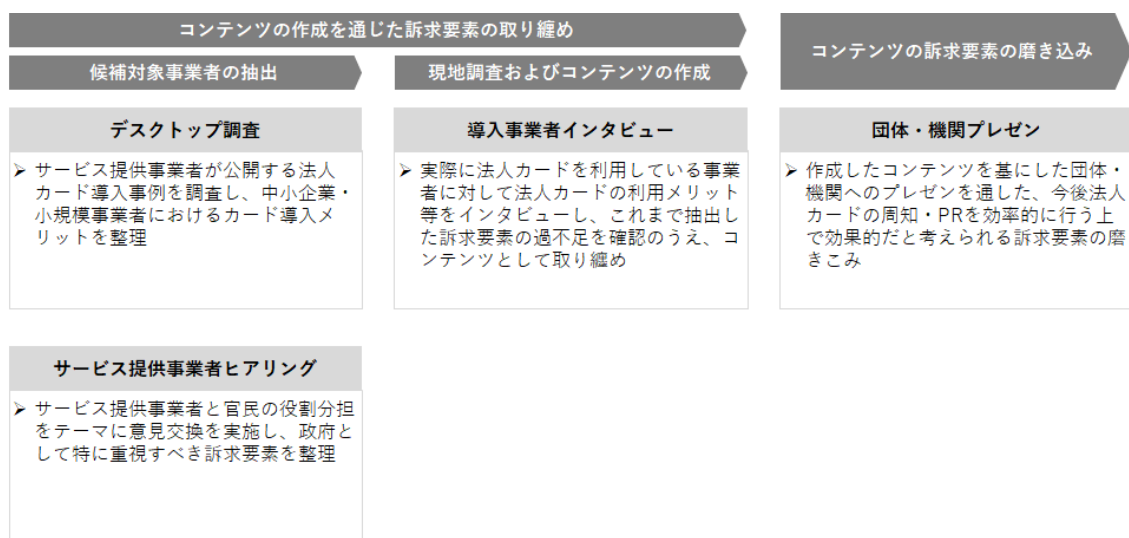
1-4 調査事業のアプローチ

本調査では、前項の期待効果・ゴールを念頭に、以下のステップで調査を実施した。

- 法人カードの導入事例に関わるデスクトップ調査および法人カードを提供する事業者との意見交換を通じた行政機関の役割検討
- 実際に法人カードを導入している事業者（導入事業者）へのインタビューによる事例収集、コンテンツの作成
- 中小企業・小規模事業者と接点のある団体・機関に対するコンテンツのプレゼンおよびフィードバックを踏まえた訴求要素の磨き込み

以下の図表は、上記の調査アプローチの具体的な項目の関係性を図示したものである。

図表 1 アプローチ



1-5 調査結果のまとめ

「1-3 調査事業の期待効果（ゴール）」に記載のゴールに対して、調査を踏まえて、以下のように取り纏めを行った。

- 今後の法人カードの周知・P Rを効率的に実施していく為に加味すべき要素
 - 調査を通じて計 19 個の訴求要素を見出した。又、その訴求要素を踏まえながら周知・P Rに活用するコンテンツを作成した
 - ✓ 上記の訴求要素に基づき作成したコンテンツに関しては別紙を参照のこと
 - 中小企業や小規模事業者と接点のある団体・機関に対するコンテンツのプレゼンおよびフィードバックを踏まえた訴求要素の磨き込みを通して、上記の要素を計 25 個まで拡大した
 - ✓ ターゲットとして業種や経営者の年齢、タイミングとして事業承継、チャネルとして対面にて日々接点のある者からの紹介の必要性を確認した

図表 2 今後の法人カードの周知・P Rを効率的に実施していく為に加味すべき要素

プロダクト	ターゲット				タイミング	チャネル	訴求ポイント
	企業規模	企業所在地	業種	経営者			
ビジネス	中小企業	都市部	IT系	若手	創業期	Web	経営者の公私分離
パーチェシング	小規模事業者・個人事業主	地方	その他	中高年	創業期以降（通常期）	対面（営業等）	従業員の立替処理の効率化
その他 (プリペイド・デビット)					創業期以降（事業承継時）	対面（仲介者からの紹介）	従業員の立替による経済的負担の軽減 経理実務者の支払い業務の効率化 経理実務者の会計業務の効率化 資金繰りの安定 ガバナンスの強化 利得性（ポイントの獲得等）

- 行政機関に求められる役割
 - 小規模事業者に比べて意思決定が複雑で導入が進みづらいと目される中小企業に対して、業務効率化等のメリットを訴求することはポイント等の経済的なメリットの訴求と比較した際に相対的に難易度が高いとサービス提供事業者が認識していることを確認した。このような民間企業の目線では効率が決して良くないといえる領域に関して、行政機関としてサポートする意義がある
 - 業務フローの構築前段階にある等、創業前後の企業（経営者）はカード導入が進

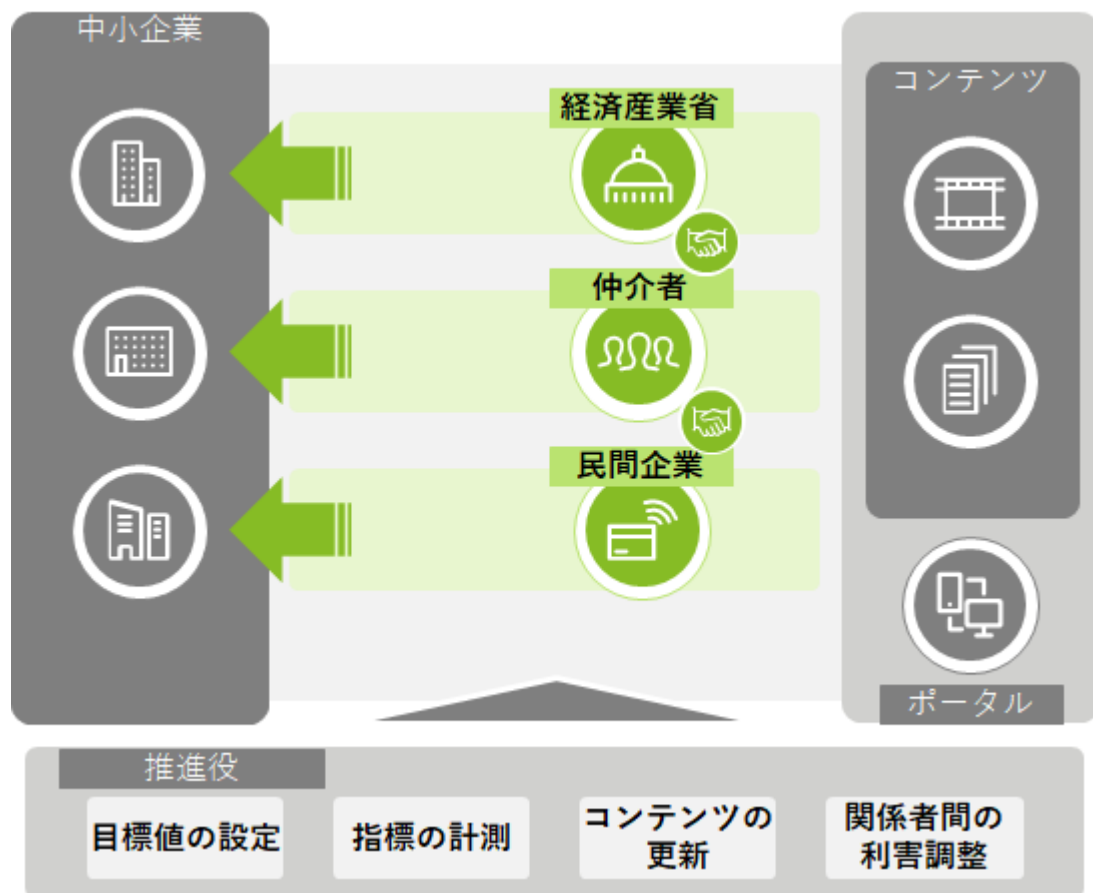
みやすいとの意見を確認した。行政機関は創業前後の企業（経営者）には各種の創業支援等で接点が豊富でありサポートしやすい立ち位置にいることから、この立ち位置を最大限活用することが求められる

- デジタル社会の実現に向けて民間のマーケティング活動や、行政機関等のサポートを効率的かつ確実に行うために、適切な目標値を設定し、その関連指標を調査・開示することにも民間企業からのニーズがあることを確認できた

■ 周知・P Rを効率的に実施するための目指すべき姿

- 今後、法人カード導入推進に向けて目指す姿を以下の通り整理した
 - ✓ 幅広い訴求要素に加えて、その深さも追求したコンテンツを拡充するだけでなく、誰から訴求されるかという論点も検討する価値があるとの意見があった。日々接点がある、地元で同様の事業を営んでいる等、納得感のある仲介者の存在も重要になる
 - ✓ 多様なコンテンツや、仲介者の存在を加味し、簡易に適切なコンテンツを引き出せる仕組みを構築する意義がある
 - ✓ 対応範囲が多岐に渡る中、優先度付けのためには適切な目標設計や指標の計測を実施する必要がある
 - ✓ 周知・P R（コンテンツの拡充含む）や、目標の見直し、指標の計測の中長期的な運用を目論み、民間企業や業界団体を巻き込む必要がある

図表 3 法人カード導入推進に向けて目指す姿



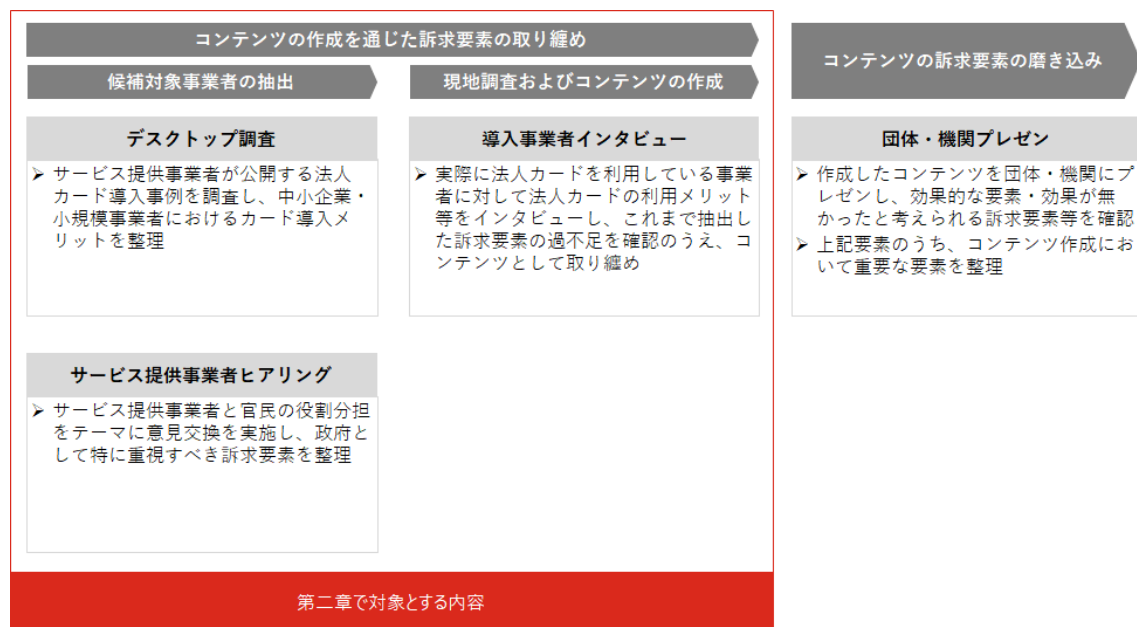
2 コンテンツの作成を通じた訴求要素の取り纏め

2-1 本章の位置づけ

調査事業の全体像の内、本章ではデスクトップ調査やサービス提供事業者ヒアリング、事例収集に向けた導入事業者へのインタビューを通じてコンテンツを作成する中で明らかになった事がらに焦点を当てて記す。

以下の図表は、調査事業の全体像と本章の関係性を図示したものである。

図表 4 調査事業の全体像の内、第二章の位置付け



2-2 結果サマリ

2-2-1 コンテンツ作成を通じて洗い出した訴求要素

コンテンツの作成に向けた各調査を通じて、プロダクトやターゲット等の要素区分に計 19 個の訴求要素を明らかにした。

■ プロダクト

- 各調査（デスクトップ調査・サービス提供事業者ヒアリング・導入事業者インタビュー）を通じて、ビジネスカードと比較した際にパーチェシングカードやその他のカードは認知度が異なる為に周知・PRの方法を変えていく必要があることを確認した

- ターゲット
 - 各調査（デスクトップ調査・サービス提供事業者ヒアリング・導入事業者インタビュー）を通じて、中小企業と小規模事業者や個人事業主では主に経費精算等の業務を専門に担っている部署や人材の存在や導入にあたっての意思決定プロセスの異なりから周知・PRの方法を変えていく必要があることを確認した
- タイミング
 - サービス提供事業者との意見交換や導入事業者インタビューを通じて業務フローの構築前段階にある創業前後の企業（経営者）とそれ以外ではカード導入の難易度が異なることを確認した
- チャネル
 - サービス提供事業者との意見交換を通じて主に Web チャネルと対面での営業によって周知・PRの方法を変えていく必要があることを確認した
- 訴求ポイント
 - デスクトップ調査、サービス提供事業者との意見交換を通じて法人カードの導入メリット（訴求ポイント）は8つに大別されることを確認した。実際の導入事業者インタビューに於いて過不足を検証したが、本調査事業に協力頂いた導入事業者の視点からもこの類型に関しては過不足が無いことを確認した

図表 5 コンテンツ作成を通じて洗い出した訴求要素

調査対象	デスクトップ調査	○	-		○	
	提供事業者との意見交換	○				
	導入事業者インタビュー	○	-	○	-	○
要素	プロダクト	ターゲット		タイミング	チャネル	訴求ポイント
		企業規模	企業所在地			
	ビジネス	中小企業	都市部	創業期	Web	経営者の公私分離
	パーチェシング	小規模事業者・個人事業主	地方	創業期以降	対面（営業等）	従業員の立替処理の効率化
	その他 (プリペイド・デビット)					従業員の立替による経済的負担の軽減
						経理実務者の支払い業務の効率化
						経理実務者の会計業務の効率化
						資金繰りの安定
						ガバナンスの強化
						利得性 (ポイントの獲得等)

2-2-2 行政機関に求められる役割

サービス提供事業者からは、Web チャンネルに親和性が高く、ポイント等の経済的な訴求ポイントに共感する比較的小規模な事業者向けに推進を行うことが多い旨を確認した。

以下の図表（青色部）は、コンテンツ作成を通じて洗い出した訴求要素のうち、民間で自走可能と見込まれる領域を示している。

図表 6 民間主体で自走可能と見込まれる領域

プロダクト	ターゲット		タイミング	チャンネル	訴求ポイント
	企業規模	企業所在地			
ビジネス	中小企業	都市部	創業期	Web	経営者の公私分離
パーチェシング	小規模事業者・個人事業主	地方	創業期以降	対面 (営業等)	従業員の 立替処理の効率化
その他 (プリペイド・デビット)					従業員の立替による 経済的負担の軽減
					経理実務者の 支払い業務の効率化
					経理実務者の 会計業務の効率化
					資金繰りの安定
					ガバナンスの強化
					利得性 (ポイントの獲得等)

デジタル社会の実現に向けて社会全体のキャッシュレス化の進展を企図する中で、民間に委ねることにより、上記以外の領域においてカード導入が遅れる可能性が懸念される。

上記背景を踏まえると、意思決定のプロセスが複雑、ポイント等にメリットを感じづらい等の理由により推進の難易度が高い中小企業に対して、対面で業務効率化等のメリットを訴求していく役割を担うプレイヤーが求められる。

また、一部のサービス提供事業者からは、創業初期にある企業はサブスクリプションサービスの契約契機や、業務フローの構築途上の段階にある等の理由で導入が進みやすいとの意見があった。

行政機関や行政機関と繋がり強い団体・機関では、起業相談や経営相談、助成金・補助金の提供等、創業前や直後の企業（経営者）と広く接点を有している。民間の取り組みを更に後押しするうえでは、創業前後の企業（経営者）に対してカード導入のメリットを十分に訴求する役割を担う意義は大きいと考える。

また、B2C の領域に比して、取組目標や関連指標の提示が不足しており、業界内での自社の立ち位置や、今後の戦略を検討するインプットが乏しいとの意見も一部のサービス提供事業者からはあがった。

そのような背景から、マーケットの全体感およびその方向性を示すため、目標値や指標の制定・運用を行う役割が必要であると考える。

2-3 導入事例から見た法人カードの導入メリット

2-3-1 実施概要

サービス提供事業者が公開している法人カード導入事例を参照し、中小企業や小規模事業者が感じている法人カード導入メリットを確認することで訴求要素を洗い出すべく、以下のステップで調査を実施した。

- 導入事例の確認対象とするサービス提供事業者の選定
 - 国際ブランドや大手イシュア、地方に顧客基盤を有する銀行系カード会社、法人カードサービスを提供する SaaS 事業者等、合計 25 社を調査対象とした
- 導入事例の抽出
 - 選定したサービス提供事業者のうち、Web サイト上で公表されている計 99 事例を確認した
- 事例の収集
 - 各事例で言及されている導入メリットを抽出し、特に中小企業や小規模事業者にて多く言及のあった導入メリットを確認した

2-3-2 調査結果

事例内ではビジネスカードやパーチェシングカード、ビジネスデビットカードに関して、計 8 個の導入メリットに言及された。

図表 7 事例にて言及のあった導入メリット

導入メリット	導入メリットの具体例
経営者の公私分離	個人のクレジットカードと別でビジネスカードを保有することで事業性経費の支払いを明確化
従業員の立替処理の効率化	カード導入に伴い従業員の出張費等に掛かる経費申請業務を見直し、年間で約2,160時間の業務を削減
従業員の立替による経済的負担の軽減	- 出張費等で月10万円程度の立替がある中、カード導入により従業員の経済的負担を軽減 「立替金額が大きすぎて負担」といった声がある中、カード導入により従業員の満足度を向上
経理実務者の支払い業務の効率化	- 毎月発生する経費の支払い管理やスケジュール管理などの業務負担を削減 - 従業員へのカード配布により全国の拠点毎で行っていた小口精算・精算金の管理業務を廃止
経理実務者の会計業務の効率化	- カード明細をダウンロードして活用することで、支払い内容の証跡確認等の業務を効率化 - カードの利用明細と会計ソフトを連携することで帳簿作成、仕訳業務等におけるミスを軽減
資金繰りの安定	- 大手企業との取引により発生する億単位の広告仕入を翌月以降に繰越ことで無借金経営を実現 - 急成長し将来の資金繰りが予測困難な中で突発的な支払いをカードで対応し資金繰りを安定化
ガバナンスの強化	- 支払い状況可視化によって経費未申請の従業員に対してリマインドが可能であり、正確な会計処理や不要な経費の削減に寄与 - 上限額に加えて支払い先の制限機能があり、管理効率化・ガバナンス強化に寄与
利得性 (ポイントの獲得等)	- 決済額に応じてポイント還元による経済的メリットを得ることが可能 - カード導入によって、必要な備品等をより安価で取り扱っているECサイトでの購買が可能

2-4 サービス提供事業者との意見交換

2-4-1 実施目的・概要

(1) 目的

本調査では、各サービス提供事業者の法人カードのマーケティング活動に関わる取り組みについてヒアリングを通じて確認するとともに、社会全体のキャッシュレス化を効率的に推進するために民間主導で導入が進む領域を見極めたうえで行政機関に特に求められる役割を明らかにすることを目的とした。

(2) 意見交換先のサービス提供事業者

カード事業を主とする伝統的な 이슈に限らず、法人カードを提供する SaaS 事業者等、合計 9 社のサービス提供事業者と意見交換を実施した。

図表 8 意見交換先のサービス提供事業者

サービス提供事業者名
株式会社おきぎんジェーシービー
株式会社オリエントコーポレーション
株式会社ジェーシービー
株式会社リクルート
株式会社LayerX
三井住友カード株式会社
きらぼしJCB株式会社
アメリカン・エクスプレス・インターナショナル, Inc.
NTTコミュニケーションズ株式会社

※上記と後続の「サービス提供事業者からの意見」における各社の符号（A-I 社）の順序とは関係が無いものである

(3) テーマ

各サービス提供事業者と法人カードのマーケティング活動に関わる取り組みや、行政機関に対する期待施策に関して意見交換を実施した。

図表 9 テーマ

テーマ	主な質問
プロダクト	✓ 中小企業や小規模事業者向けに提供しているカードの種類は何か ✓ 各プロダクト特性上の課題は何か
ターゲット	✓ ターゲットとしている企業の属性（業種、創業年、従業員規模等）は何か ✓ 獲得に課題のある企業属性は何か
チャネル	✓ 主なアプローチ手法（Web広告、パートナーの活用、対面営業等）は何か ✓ 手法毎の獲得割合はどの程度か
訴求ポイント	✓ カードを販促するうえでの訴求ポイント（振込業務の効率化、立替払いの解消、会計システム等とのデータ連携による業務効率化、資金繰りの改善、ポイント還元等）は何か
行政機関に対する期待施策	✓ 現状抱える課題の解消にあたり、業界団体や行政に期待する施策は何か

2-4-2 意見交換結果（プロダクト/ターゲット/チャネル/訴求ポイント）

(1) 意見交換結果サマリ

プロダクトをテーマとした意見交換を通じて、法人カードの種類によってユーザーの認知度に差異が存在すると認識していることを確認した。

図表 10 意見交換結果（プロダクト）

テーマ	カード種類	サービス提供事業者からの意見（総括）	プロダクトの認知度
プロダクト	ビジネスカード	大半の 이슈가 서비스として保有しており、<u>サービス自体の認知度に対する課題への言及は特段なし</u>。一部 이슈가에서는、直接費用でも利用可能等、利用用途に対する認知度の促進を行っている	- パーチェシングカードやプリペイドカードと比べて、ビジネスカードは中小企業や小規模事業者から認知されている - 一方で、ビジネスカードの<u>利用用途は認知度の向上余地がある</u>
	パーチェシングカード	- 一部の 이슈가가 서비스として保有しており、<u>ビジネスカードと比較して認知度が低いことが課題</u>と感じている - また、パーチェシングカードは顧客単位で取引の管理が可能等の特長があり、<u>パーチェシングカードだからこそ満たせるニーズも存在する</u>	取り扱い 이슈가가限られており、<u>サービス自体の認知度（ビジネスカードとの差異への理解含む）が低い</u>
	プリペイドカード	- 一部の 이슈가가 서비스として保有しており、<u>ビジネスカードと比較して認知度が低いことが課題</u>と感じている - また、与信審査が不要、即日発行が可能*等の特長があり、<u>小規模事業者を中心にニーズは高い</u>	

* 即日発行可能なカードは、バーチャルカードに限る

パーチェシングカードや、プリペイドカードはビジネスカードには無い提供価値が存在し、推進する意義がある。しかしながら、取り扱うサービス提供事業者が限られることもあり、商品自体の認知度に課題がある。まずは、その認知拡大に取り組む役割が必要であると認識した。

パーチェシングカードやプリペイドカードと比較して認知が進んでいるビジネスカードについて行政機関として特に周知・PRすべき領域を明らかにすべく、各サービス提供事業者のマーケティング活動をヒアリングのうえ、民間企業のみでは今後導入が遅れる懸念のある領域を確認した。

図表 11 意見交換結果（ビジネスカードのターゲット/チャネル/訴求ポイント）

テーマ		サービス提供事業者からの意見（総括）	カード導入が遅れている懸念のある企業
ターゲット	規模	大半の事業者で、<u>より小規模な事業者</u>へのカード導入が進んでいる	・<u>中小企業</u>
	地域	・一部の事業者で、地方に比べて<u>都市部</u>への導入が進んでいると感じている	・<u>地方に在る企業</u>
タイミング		・サブスクリプションサービスの契約に伴う導入ニーズが高いことや、業務フロー構築段階で導入障壁が低いことから<u>創業直後の企業</u>へのアプローチを重視している	・<u>創業からの経過年数が長い企業</u>
チャネル		・パートナー営業（会計事務所、銀行等）や、直接営業は行われているものの、大半の事業者において、<u>Webチャネルを主な獲得チャネル</u>としている	・<u>Webチャネルと親和性が低い企業</u>
訴求ポイント	対面営業を主な獲得チャネルとしている事業者	・業務効率化や利得性（ポイント還元、年会費の安さ等）を<u>幅広く訴求</u>している	・（大半の 이슈アがWebを主なチャネルとしていることを加味して、）経理業務の効率化や資金繰り改善といった<u>メリットに強く反応を示す企業</u>
	Webを主な獲得チャネルとしている事業者	・いずれの事業者も効率化や利得性（ポイント還元や付帯サービス）等、広く訴求しているが大半の事業者で、<u>分かりやすい直接的なメリットとして利得性を重視</u>している	

（２）サービス提供事業者からの意見

「（１）意見交換結果サマリ」の裏付けとなる事業者別の意見について、以下にまとめた。

項目	総括
プロダクト	<要旨> ● ビジネスカード ➢ 大半の 이슈アがサービスとして保有しており、サービス自体の認知度に対する課題への言及は特段なし。一部 이슈アでは、直接費用でも利用可能等、利用用途に対する認知度の促進を行っている ● パーチェシングカード ➢ 一部の 이슈アがサービスとして保有しており、ビジネスカードと比較して認知度が低いことが課題と感じている ➢ また、パーチェシングカードは顧客単位で取引の管理が可能等の特長があり、パーチェシングカードだからこそ満たせるニーズも存在する ● プリペイドカード ➢ 一部の 이슈アがサービスとして保有しており、

	ビジネスカードと比較して認知度が低いことが課題と感じている ➤ また、与信審査が不要、即日発行が可能等の特長があり、小規模事業者を中心にニーズは高い ＜サービス提供事業者別の意見＞ ➤ 中小企業や小規模事業者向けの主な決済サービスとして、ビジネスカードに加えて、一部中小企業ではパーチェシングカードのご利用もいただいている。パーチェシングカードは、ビジネスカードと比較して圧倒的に認知が低いため、認知度の拡大に向けた取り組みも積極的に行っている（H社） ➤ 様々な法人向け決済サービスを取り扱っており、その中の1つとしてプリペイドカードを有している。所感としては、プリペイドカード自体の認知はまだまだ低いと考えている。一方で、プリペイドカードであれば、与信枠が不十分でカード導入に至らない法人に対しても導入可能であり、プリペイドカード固有の商品性に対するニーズも高いと感じている（I社） ➤ 中小企業や小規模事業者向けの主な決済サービスとして、ビジネスカードに加えて、一部中小企業ではパーチェシングカードのご利用もいただいている。パーチェシングカードの認知は、ビジネスカードと比較して低い印象である（A社） ➤ 中小企業や小規模事業者向けの主な決済サービスとして、ビジネスカードを取り扱っている。ビジネスカードが交際費や交通費に加えて、仕入れ等にも利用可能なことが認知されていないケースがあり、利用用途の認知拡大に向けた取り組みも積極的に行っている（D社） ➤ 中小企業や小規模事業者向けの主な決済サービスとして、ビジネスカードを取り扱っている。その他、決済加盟店を特定の業種（ガソリンスタンド等）に絞った専用カードやパーチェシングカー
--	--

		ドも扱っているが、まだまだ認知や導入メリットへの理解が低いと感じている（B社）
ターゲット	規模	<総括> ● 大半の事業者で、より小規模な事業者へのカード導入が進んでいる <サービス提供事業者別の意見> ➢ 他事業で獲得した顧客にクロスセルにて法人カードを販促しており、規模に関わらず、中小企業から個人事業主まで幅広くターゲットとしている。カード利用者は、小規模事業者が主である（C社） ➢ 規模に関わらず、中小企業から個人事業主まで幅広くターゲットとしている（H社） ➢ 他事業で獲得した顧客にクロスセルにて法人カードを販促しているため、規模によるターゲティングは実施していない（I社） ➢ 規模に関わらず、中小企業から個人事業主まで幅広くターゲットとしている（A社） ➢ 規模に関わらず、中小企業から個人事業主まで幅広くターゲットとしている。カード利用者は、会計システムや経理システムを導入する前段階の比較的小規模の事業者が多い（D社） ➢ 規模に関わらず、中小企業から個人事業主まで幅広くターゲットとしている。カード利用者は、小規模事業者が多い（E社）
	地域	<要旨> ● 一部の事業者で、地方に比べて都市部への導入が進んでいると感じている <サービス提供事業者別の意見> ➢ 都心・地方のいずれにも、アプローチしている。地方においては、導入に課題があると感じている。地方企業の取りまとめ組織等を通じて販促しているが、現行業務等への課題意識や関心が低く、導入が進まないとの声がある（D社）

		➤ 特定の地域を中心にアプローチしている。都心に比べて、キャッシュレスに対する意識が低いと感じており、商談にすら繋がらないケースが多い（B社） ➤ 都心・地方のいずれにもアプローチをしており、地域別のターゲティングは実施していない。所感として、地方は都心に比べて情報量が限られており、現行業務への課題意識や、その対応策に対する感度が低いと感じている（F社）
タイミング		<要旨> ● サブスクリプションサービスの契約に伴う導入ニーズが高いことや、業務フロー構築段階で導入障壁が低いことから創業直後の企業へのアプローチを重視している <サービス提供事業者別の意見> ➤ 創業間もない企業は、業務プロセス構築途上であり、カード導入障壁が低いことから積極的にアプローチをしている（H社） ➤ 創業間もない企業は、若手経営者が多く、カード導入を積極的に検討する傾向にあることから、積極的にアプローチしている（A社） ➤ 創業間もない企業は、サブスクリプションサービスの契約を契機にカード導入を積極的に検討する傾向にあることから、積極的にアプローチしている（D社）
チャネル		<要旨> ● パートナー営業（会計事務所、銀行等）や、直接営業は行われているものの、大半の事業者において、Webチャネルを主な獲得チャネルとしている <サービス提供事業者別の意見> ➤ 他事業の対面営業が主要な獲得チャネルである。また、直近は、パートナー契約を締結している銀行による代理営業での獲得も増加傾向にある（C社）

	➤ インターネット広告や DM 等、Web チャンネルが主要な獲得チャネルである。また、パートナー契約を締結している銀行による代理営業での獲得も行っている（H 社） ➤ インターネット広告等、Web チャンネルが主要な獲得チャネルである（I 社） ➤ インターネット広告や DM 等、Web チャンネルが主要な獲得チャネルである。また、顧客からの紹介による獲得もある（A 社） ➤ インターネット広告や DM 等、Web チャンネルが主要な獲得チャネルである。また、提携カード発行先の営業や、パートナー先の会計事務所・税理士事務所、銀行による代理営業での獲得もある（D 社） ➤ 対面営業や、パートナー先の銀行による営業での獲得が主要な獲得チャネルである。また、経理業務に関わるサービスを扱う事業者による代理営業での獲得もある（B 社） ➤ インターネット広告等、Web チャンネルが主要な獲得チャネルである（E 社） ➤ 既存顧客とのクロスセル（他サービスとの同時申し込む含む）等やインターネット広告等、Web チャンネルが主要な獲得チャネルである。また、パートナー先の会計事務所・税理士事務所による代理営業での獲得もある（F 社） ➤ パートナー先の銀行からの紹介が主な獲得チャネルである（G 社）
訴求ポイント	<要旨> ● 対面営業を主な獲得チャネルとしている事業者 ➤ 業務効率化や利得性（ポイント還元、年会費の安さ等）を幅広く訴求している ● Web を主な獲得チャネルとしている事業者 ➤ いずれの事業者も効率化や利得性（ポイント還元や付帯サービス）等、広く訴求しているが、大半の事業者で、分かりやすい直接的なメリットとして利得性を重視している

	<サービス提供事業者別の意見> ➤ 業務効率化（全般）や資金繰り改善を訴求している。また、小規模事業者にご利用いただくことが多いため、ポイント還元のあるカードの場合は、分かりやすいメリットとして利得性（年会費の安さやポイント還元等）を打ち出している（C社） ➤ 業務効率化（振込業務の削減や立替払いの解消等）や利得性（ポイント還元）を訴求している。また、ポイント還元においては入会限定プランを打ち出す等、積極的に訴求している。顧客には業務効率化効果・利得性のそれぞれで同程度に好評である（H社） ➤ 業務効率化やガバナンス強化（利用額の制約等により従業員の不要な利用を制限可能等）を訴求している。また、ビジネスカードにはないプリペイドカードならではの特長として、与信審査が不要なことがある。プリペイドカード固有の特長に対する顧客ニーズも高いと感じている（I社） ➤ 業務効率化（資金繰りの改善や会計システム・経理システムとのデータ連携）を訴求している。ポイント還元のあるカードの場合は、分かり易やすいメリットとして利得性（ポイント還元）を打ち出している（A社） ➤ 業務効率化（経営者の私費・事業費の支払い手段の分離、会計・経理システムとのデータ連携）や利得性（ETCカードの無料発行、保険付帯サービス等）を主な効果として訴求している。利得性は、顧客からも好評であり、訴求要素として特に重視している（D社） ➤ 業務効率化（経営者の私費・事業費の支払い手段の分離、公共料金・サブスクリプションサービス等の月次支払い業務の削減等）や利得性（ポイント還元）を訴求要素として重視している（B社） ➤ 業務効率化（経営者の私費・事業費の支払い手段の分離、会計・経理システムとのデータ連携）や
--	--

	利得性（ポイント還元）を主な効果として訴求している。顧客が小規模になるほど、利得性に対して強く反応を示す傾向にあり、訴求要素として重視している（E社）
--	---

2-4-3 意見交換結果（行政機関に期待する施策）

（１）意見交換結果（サマリ）

行政機関に対する期待施策として、サービス提供事業者から受けた意見を以下にまとめた。本調査事業ではコンテンツを用いた周知・PRによるアプローチを前提としているものの、サービス提供事業者の取り組みの後押しとなる法規制等の抜本的な見直しや、キャッシュレス全体の取り組みにおける目標設定・関連指標の策定を要望する意見等も受けたため、以下に取り纏めた。

図表 12 意見交換結果（行政機関に期待する施策）

アプローチ	サービス提供事業者からの意見（総括）
周知・PR	・ビジネスカードの利用用途に対する認知度の向上に協力頂きたい ・バーチャリングカード自体の認知度の向上に協力頂きたい（ビジネスカードとの差異含む） ・プリペイドカード自体の認知度の向上に協力頂きたい（ビジネスカードとの差異含む）
手形の一部代替手段としての訴求	・2026年に廃止予定の紙の手形の一部代替手段として法人カードを積極的にPRをいただきたい
法規制等の抜本的な見直し	・法人カード導入や支払いにおいて、経済的なメリットが出る施策（税制優遇等）を検討いただきたい ・インボイス制度においてカード明細が適格請求書に該当しないため、3万円以上の取引においては、請求書が必要となった。インボイス制度下でもカード支払いによるメリットを十分享受できるような仕組みを検討いただきたい ・地方公共団体への法人カード導入促進による政府主導でのキャッシュレス取引への意識醸成をいただきたい ・地方自治体毎に入札方法が異なるため、営業コストが高い。また、地方自治法等で公務員のクレジットカード支払いに対する制約があり、導入後も決済額が十分に獲得できない
関連指標の策定	・法人カードの実態への理解および取り組み目標を可視化するための指標の設定・各指標の実績を提示いただきたい

(2) サービス提供事業者別からの意見

「(1) 意見交換結果サマリ」の裏付けとなる事業者別の意見について、以下にまとめた。

項目	サービス提供事業者別の意見
周知・P R	<要旨> ● ビジネスカードの利用用途に対する認知度の向上に取り組んでいただきたい ● パーチェシングカード自体の認知度の向上（ビジネスカードとの差異含む）に取り組んでいただきたい ● プリペイドカード自体の認知度の向上（ビジネスカードとの差異含む）に取り組んでいただきたい <サービス提供事業者別の意見> ➢ ビジネスカードが交際費や交通費に加えて、仕入れ等にも利用可能なことが認知されていないケースがある。利用用途における認知拡大によりキャッシュレス推進に寄与する余地はあると考えている（D 社） ➢ 特に各カード会社等がアプローチしない層（経済合理性が低い層）において、キャッシュレス推進に向けた啓蒙を期待する。また、パーチェシングカードは、それ自体の認知度が低いことは課題と感じている。パーチェシングカード自体の認知やビジネスカードとの差異における認知の拡大により、キャッシュレス推進に寄与する余地はあると考えている（H 社） ➢ プリペイドカードは、それ自体の認知度が低いことは課題と感じている。プリペイドカード自体の認知やビジネスカードとの差異における認知の拡大により、キャッシュレス推進に寄与する余地はあると考えている（I 社）
手形の一部代替手段としての訴求	<要旨> ● 2026 年に廃止予定の紙の手形の代替手段として法人カードを積極的に P R いただきたい <サービス提供事業者別の意見> ➢ 2026 年の紙の手形廃止に向けた代替手段として

	電子手形が全面にアピールされている。業界や業種によっては法人カードも代替策となり得るため、法人カードも代替手段としてアピールいただきたい（A 社）
法規制等の抜本的な見直し	<要旨> ● 法人カード導入や支払いにおいて、経済的なメリットが出る施策（税制優遇等）を検討いただきたい ● インボイス制度においてカード明細が適格請求書に該当しないため、3 万円以上の取引においては、請求書が必要となった。インボイス制度下でもカード支払いによるメリットを十分享受できるような仕組みを検討いただきたい ● 地方公共団体への法人カード導入促進による、行政機関主導でのキャッシュレス取引への意識醸成をいただきたい ● 地方自治体毎に入札方法が異なるため、営業コストが高い。また、地方自治法等で公務員のクレジットカード支払いに対する制約があり、導入後も決済額が十分に獲得できない <サービス提供事業者別の意見> ➢ カード利用により、税制優遇等、分かりやすい経済的なメリットにつながるような制度設計を期待している（C 社） ➢ 地方自治体へのアプローチにあたり、地域毎に入札プロセスが異なるため、営業コストがかかる。また、地方自治法等により自治体へのカード導入後も十分なカード利用が見込めないことは課題だと考えている（H 社） ➢ キャッシュレスでの支払いに対する税制優遇等、分かりやすいメリットを打ち出すことが必要だと考える。また、インボイス制度が施行されたため、カード明細が適格請求書と認められず、結局、（3 万円以上の取引においては）請求書が必要となる。カード利用におけるインボイス制度上の適格請求書の位置づけを見直す等の検討も求めた

	い（D 社） ➤ 地方ではキャッシュレスへの意識がまだまだ低いと感じている。地方公共団体がバイヤーとなる取引で積極的にカードを利用する等で、民間のキャッシュレス意識向上に寄与すると考えている（B 社） ➤ 税制優遇等、法人カード利用における分かりやすいメリットの打ち出しが重要だと考える（E 社）
目標・関連指標の策定	<要旨> ● 法人カードの実態への理解および取り組み目標を可視化するための指標の設定・各指標の実績を提示いただきたい <サービス提供事業者別の意見> ➤ B2C の領域に比して、取組目標や関連指標の提示が不足していると考えている。業界内での自社の立ち位置や、今後の戦略を検討するうえで関連指標を積極的に開示いただきたい（G 社）

2-5 導入事業者インタビューを踏まえたコンテンツの作成

2-5-1 実施目的・概要

(1) 目的

本調査では、サービス提供事業者や団体・機関を通じて周知・PRしていくために参考となる事例集に掲載する情報を収集すべく、既に法人カードを導入している事業者インタビューを実施した。

また、デスクトップ調査やサービス提供事業者との意見交換を通じて確認した訴求要素について、過不足を確認した。

(2) インタビュー先の導入事業者

ビジネスカードやパーチェシングカード、デビットカード等を導入中または導入経験のある合計11の中小企業・小規模事業者に対してインタビューを実施した。

図表13 インタビュー先の導入事業者

導入事業者名	従業員数	主な事業内容
株式会社そうそう	20名	・電子技術を活用したエンディングプラットフォームの構築及び本プラットフォームを活用する形での各種サービスの提供 ・前号に付帯関連する一切の事業
株式会社アクスワン	22名	・Webソリューション事業、環境ソリューション事業、セキュリティ事業、通信機器・ネットワーク関連事業 等
株式会社アドフレックス・コミュニケーションズ	45名	・デジタルマーケティング領域における企業の課題解決 ・事業拡大の支援 ・最先端AIソリューションを活用したコンサルティングサービス 等
株式会社フレンド	4名	・内装仕上げ部門 床/クロス/エアコン/室内清掃 ・インテリア部門 オーダーカーテン/ブラインド/ジュタン ・ドイツ（クライデツァイト社） 天然壁材/自然塗料/販売/施工 等
株式会社FEDELTA	171名	・人材派遣事業 ・コールセンターのアウトソーシング事業 等
株式会社HAB&Co.	26名	・自社サービス開発事業 ・クライアントワーク事業 等
株式会社MICIN	約100名	・オンライン医療事業、臨床開発デジタルソリューション事業、デジタルセラピューティクス事業、保険事業 等
株式会社MONSTER DIVE	35名	・Webサイト制作・システムインテグレーション・映像制作・ライブ配信・レンタルスタジオ・Webサービス開発・運営
株式会社mov	80名	・複数ロコミサイトの店舗情報の一括管理、ロコミの一括収集・分析ができるAI店舗支援SaaS「ロコミコム」の提供/国内最大級のインバウンド総合メディア「訪日ラボ」の運営/インバウンドコンサルティング等
株式会社Wizleap	35名	・Webサービス事業（お金の相談プラットフォーム「マネーキャリア」の運営） ・保険代理店事業（ペット保険の比較・相談「MOFFME」の運営） 等
SPECTRUM株式会社	20名	・経営コンサルティング、CG動画/Youtube動画制作、Webサイト制作、アプリ開発（Web/Native）、SNS/広告運用、その他コンテンツ制作

(3) インタビュー項目

導入事業者に対して、カード導入のきっかけや、導入により得られたメリット、課題等をインタビューした。

図表 14 インタビュー項目

項目	質問事項（例）
企業概要	• 資本金はどの程度か • 現在の従業員数は何名か • 主な事業内容は何か
導入ソリューション	• 現在利用しているカードは何か
概要	• カード利用前後の変化点は何か • カード利用のきっかけは何か • 利用開始時（利用に至るまで）の苦労は何か
カード導入背景	• カード利用前に抱えていた課題は何か （カード利用により解決することを期待していた課題は何か）
得られた効果	• 利用によって得られた効果は何か
未解消の課題/ 新たに発生した課題	• カード利用により解決することを期待していたが、利用後も残存している課題は何か • カード利用後に新たに発生した課題は何か

2-5-2 インタビュー結果

(1) 導入効果

インタビューを通じて、デスクトップ調査やサービス提供事業者との意見交換にて確認した計8個の訴求ポイントに過不足がないことを確認した。

図表 15 インタビューで言及のあった導入効果

導入効果	インタビュー結果
経営者の公私分離	・月締めのタイミングでクレジットカード明細から事業性経費と私費を仕訳する手間が削減できた。
従業員の立替処理の効率化	・複数の事業者が、接待・交際費や交通費等の支払いが発生する部署や従業員に法人カードを配布することで、個人のクレジットカード明細や小口支払いの証拠の提出を省略化する等、立替処理の効率化効果を実感している。 ・事業者により、サブスクリプションサービスの利用料や交通費等の支払いが発生する役員に法人カードを配布することで、個人のクレジットカード明細の提出を省略化する等、立替処理の効率化効果を実感している。
従業員の立替による経済的負担の軽減	・複数の事業者が、従業員自身の決済手段（クレジットカードや現金等）で立て替えていた支払いを法人カードに変更することで、個人の資金繰りの改善に寄与している。
経理実務者の支払い業務の効率化	・複数の事業者が、固定費の支払いや複数仕入れ先の支払い等をカード払いに変更することで、銀行窓口への訪問回数の削減や窓口での振込手続きの軽減等の効率化効果を実感している。
経理実務者の会計業務の効率化	・大半の事業者が、法人カードを会計ソフトやワークフローシステムと連携することで、起票や記帳、消込作業等の効率化効果を実感している。 ・事業者により事業成長最中においても経理担当を新規採用することなく、現行体制で運営している。
資金繰りの安定	・複数の事業者が、法人カード導入により支払いサイトが伸びたことで、特に創業期において、資金繰りの安定効果を実感している。 ・事業者により銀行融資が不要になり、金利動向の確認や銀行との金利交渉等、融資業務を削減している。
ガバナンスの強化	・事業者により、従業員に配布しているカード毎に上限額を設定する等で、余剰経費の抑制効果を実感している。
利得性 (ポイントの獲得等)	・複数の事業者が、日々の仕入れや固定費が発生するサービス、従業員の交通費、接待・交際費等をカード払いにすることで、利得性を実感している。 ・事業者により税金の支払い等をカード払いにすることで、振込手数料の削減（振込手数料を上回るポイント還元）等による利得性を実感している。

(2) 新たに発生した課題/未解消の課題

カード導入による効果が確認できた一方で、法人カード導入により新たに発生する課題や、期待通りの効果が得られなかったケース、また導入範囲を拡大するうえでの課題も挙げた為、以下に取り纏める。

図表 16 課題一覧

タイミング	課題	対応の方向性
利用時	従業員の経費申請への意識の希薄化	・【サービス提供事業者にて対応】一部プロダクトではワークフローシステムと連携したうえで、証憑未提出者の確認や、未提出者へのリマインドが簡易に実施可能である。本機能を活用して効率化を実現している事業者も存在することから、サービス提供事業者に対応を委ねたい。
	従業員の不正利用懸念	・【サービス提供事業者にて対応】導入事業者も不正利用（誤利用含む）は発生する前提でカードを利用している。そのうえで複数のプロダクトにて利用上限額の設定や、即時の支払い通知等の機能を具備していた。同機能を活用して不正利用のリスクを低減し、導入範囲を拡大している事例も複数見られたため、本対応はサービス提供事業者に委ねたい。
利用範囲拡大時	カード支払いの受付先が少ない	・【サービス提供事業者/行政機関にて対応】カード支払い受付先の拡大が進まない原因を特定し、適切な対応を打つことが期待される。（サービス提供事業者からは、行政機関に対してアクセプタンス側へのインセンティブを期待する意見もあった。）
	利用上限額が低い	・【サービス提供事業者/行政機関にて対応】与信に左右されないデビットカード等を利用することで、当該課題に対応する導入事業者も存在した。サービス提供事業者に与信額の一律の向上を促すことは困難な一方で、ユーザーから利用上限額の引き上げに関わるニーズが高いことを周知する意義はあると考える。また、市場動向や利用者のニーズ調査を実施し、事業成長に合わせて適したカードを訴求する等、中小企業・小規模事業者に対して適切な周知・PRを模索することが重要である。

（３）対応の方向性

前述の課題において、対応が困難だと考えられる課題も存在するが、各導入事業者へのインタビューを踏まえると以下のように大別できると考える。

- 一部のサービス提供事業者にて既に改善・対応している課題であり、対応要否や対応を各社に委ねる課題
- 行政機関としても取り組む余地がある課題

対応が期待される各課題において、以下に対応の方向性を示している。

図表 17 対応の方向性

タイミング	課題	対応の方向性
利用時	従業員の経費申請への意識の希薄化	・【サービス提供事業者にて対応】一部プロダクトではワークフローシステムと連携したうえで、証憑未提出者の確認や、未提出者へのリマインドが簡易に実施可能である。本機能を活用して効率化を実現している事業者も存在することから、サービス提供事業者に対応を委ねたい。
	従業員の不正利用懸念	・【サービス提供事業者にて対応】導入事業者も不正利用（誤利用含む）は発生する前提でカードを利用している。そのうえで複数のプロダクトにて利用上限額の設定や、即時の支払い通知等の機能を具備していた。同機能を活用して不正利用のリスクを低減し、導入範囲を拡大している事例も複数見られたため、本対応はサービス提供事業者に委ねたい。
利用範囲拡大時	カード支払いの受付先が少ない	・【サービス提供事業者/行政機関にて対応】カード支払い受付先の拡大が進まない原因を特定し、適切な対応を打つことが期待される。（サービス提供事業者からは、行政機関に対してアクセプタンス側へのインセンティブを期待する意見もあった。）
	利用上限額が低い	・【サービス提供事業者/行政機関にて対応】与信に左右されないデビットカード等を利用することで、当該課題に対応する導入事業者も存在した。サービス提供事業者に与信額の一律の向上を促すことは困難な一方で、ユーザーから利用上限額の引き上げに関わるニーズが高いことを周知する意義はあると考える。また、市場動向や利用者のニーズ調査を実施し、事業成長に合わせて適したカードを訴求する等、中小企業・小規模事業者に対して適切な周知・PRを模索することが重要である。

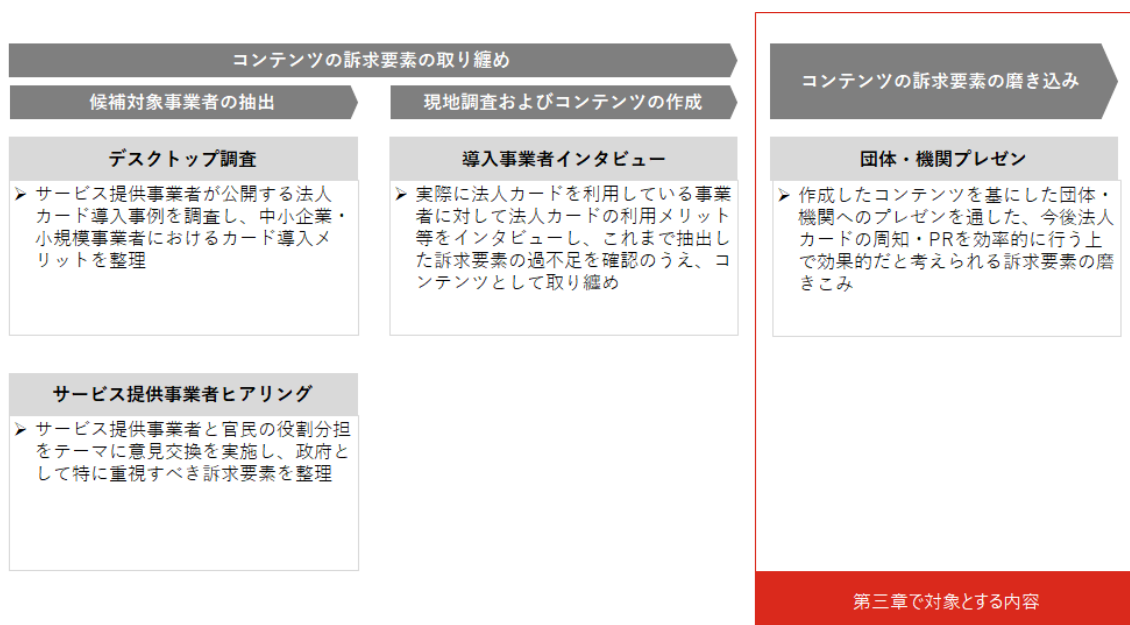
3 コンテンツの訴求要素の磨き込み

3-1 本章の位置付け

調査事業の全体像の内、本章では前章までのプロセスを経て作成したコンテンツを機関・団体にプレゼンし、そのフィードバックを得ることで明らかになった事がらに焦点を当てて記す。

以下の図表は、調査事業の全体像と本章の関係性を図示したものである。

図表 18 調査事業の全体像の内、第三章の位置付け



3-2 結果サマリ

3-2-1 追加、深堀すべき訴求要素

前章までのプロセスを経て作成したコンテンツを機関・団体にプレゼンした結果、総じて本取組やコンテンツ内容に関しては好意的なフィードバックを得た。他方で、日々中小企業や小規模事業者と接点のある団体・機関の視点からは以下の通り、追加すべき訴求要素とその理由に関して言及があった。

- ターゲット（業種・経営者の年齢）

- カード支払いが求められることが多いクラウドサービス等を契約する IT 系の事業

者とそれ以外ではカード導入ニーズに差異がある

- 通帳に直接支払い内容を補記する等のアナログな管理を好む中高年とそれ以外の経営者ではカード導入の難易度に差異がある

■ タイミング（創業からの期間）

- 業務フローの構築前段階にある等の要因から、創業前後の企業（経営者）とそれ以外ではカード導入の難易度に差異がある。また、それ以外でも事業承継のタイミングで業務フローの再構築等に伴い、導入余地がある可能性が高い

■ チャンネル（紹介（信頼できる仲介者））

- 誰から訴求されるかも重要なポイントとして検討すべきである。日々接点がある、地元で同様の事業を営んでいる等、納得感のある仲介者の有無でカード導入の難易度に差が出る可能性が高い

前章までの調査を通して、計 19 個の今後の法人カードの周知・PR を効率的に実施していく為に加味すべき訴求要素を定義したうえでコンテンツを作成していたが、団体・機関に対するコンテンツのプレゼンおよびフィードバックを踏まえ、上記の訴求要素を計 25 個まで拡大した。

これまで挙げた訴求要素に加えて、プレゼンを通じて追加した訴求要素を以下（水色部）に取り纏めた。

図表 19 プレゼン結果を踏まえて見直した訴求要素

プロダクト	ターゲット				タイミング	チャンネル	訴求ポイント
	企業規模	企業所在地	業種	経営者			
ビジネス	中小企業	都市部	IT系	若手	創業期	Web	経営者の公私分離
パーチェシング	小規模事業者・個人事業主	地方	その他	中高年	創業期以降（通常期）	対面（営業等）	従業員の立替処理の効率化
その他（プリペイド・デビット）					創業期以降（事業承継時）	対面（仲介者からの紹介）	従業員の立替による経済的負担の軽減 経理実務者の支払い業務の効率化 経理実務者の会計業務の効率化 資金繰りの安定 ガバナンスの強化 利得性（ポイントの獲得等）

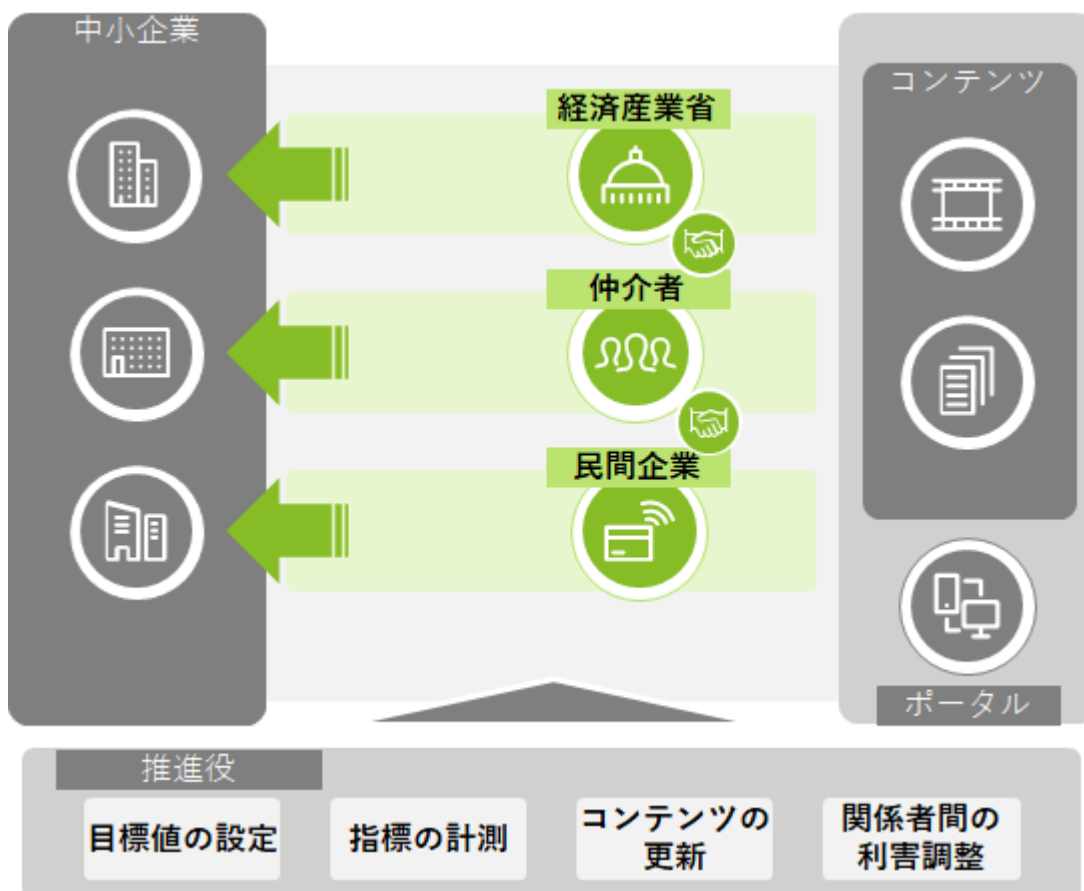
3-2-2 周知・PRを効率的に実施するための目指すべき姿

今後、法人カード導入推進に向けて目指す姿を以下の通り整理した。

- 広い訴求要素を加味し、かつその深さ追求したコンテンツを拡充するだけでなく、誰から訴求されるかという論点も検討する価値があるとの意見があった。日々接点がある、地元で同様の事業を営んでいる等、納得感のある仲介者の存在も重要になる
- 多様なコンテンツや、仲介者の存在を加味し、簡易に適切なコンテンツを引き出せる仕組み（例：ポータルサイト等）を構築する意義がある
- 対応範囲が多岐に渡る中、優先度付けのためには適切な目標設計や指標の計測を実施する必要がある
- 周知・PR（コンテンツの拡充含む）や、目標の見直し、指標の計測の中長期的な運用を見据え、民間企業や業界団体を巻き込むことが重要である

以下の図表は、上記の目指す姿を図示したものである。

図表 20 法人カード導入推進に向けて目指す姿

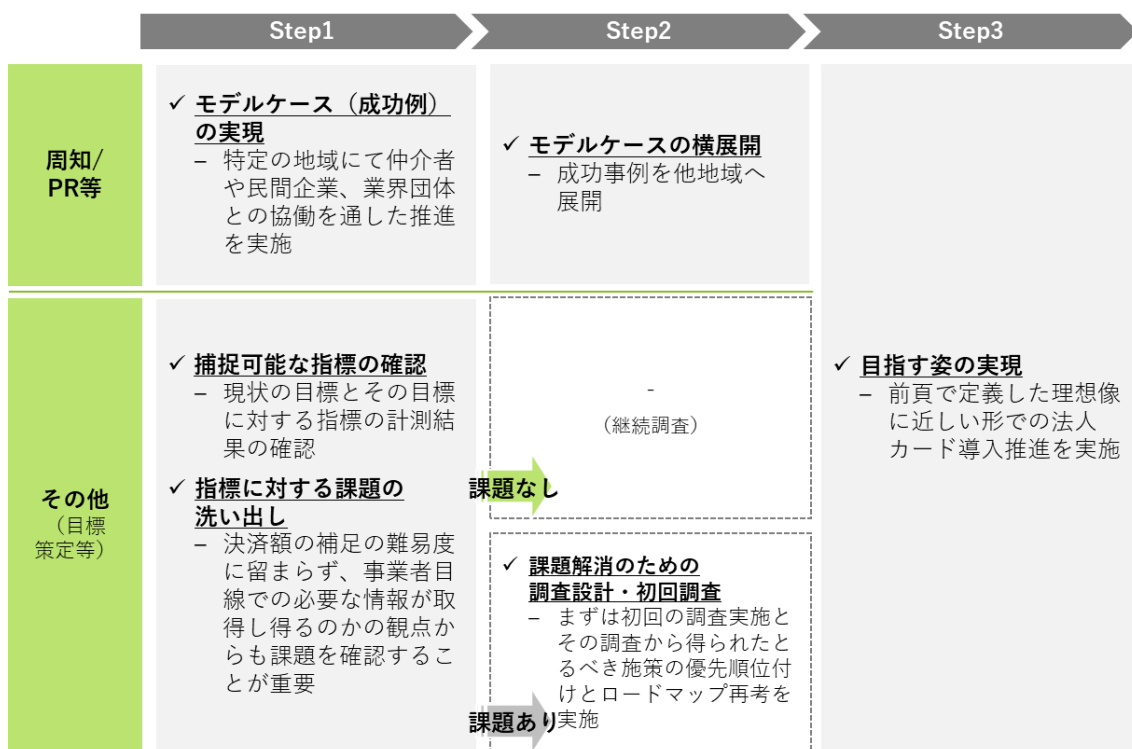


3-2-3 目指すべき姿の実現に当たっての今後の検討

法人カード導入推進の目標設定に関しては現状経済産業省が掲げている 2025 年までに法人カードによる決済金額（取扱高）が 2021 年対比で 5 割増しになること²が出立点になることを確認したが、各サービス提供事業者が法人カードの定義を異なる認識をしている中で決済額そのものが正確に捕捉出来るかの検証が必要なだけでなく、事業者目線での必要な情報が取得し得るのかの観点からも課題があるものと思料する。

目指す姿の実現に向けては下記の図の通り周知・PR だけでなくその周知・PR を効率的に行う為の意思決定をサポートする目標設定の二つの観点から進めることが期待される。

図表 21 目指す姿の実現に向けたアプローチ



² 規制改革推進会議「[規制改革実施計画のフォローアップ結果について](#)（令和 5 年 6 月 1 日）」

3-3 団体・機関プレゼンによる訴求要素の検証

3-3-1 実施目的・概要

(1) 目的

中小企業や小規模事業者と日々接点のある団体・機関に対して作成したコンテンツのプレゼンを行うことで、今後、周知・PRを効率的に行ううえで効果的だと考えられる訴求要素を磨き込むことを目的とした。

(2) 実施概要

行政機関の役割を踏まえて、創業前後にある企業（経営者）や、都市部だけでなく地方の中小企業や小規模事業者と接点のある計6団体に対してプレゼンを実施し、以下の観点でフィードバックを受けた。

図表 22 フィードバックの観点

観点	想定するフィードバック例
普段接している企業との親和性	✓ 普段接している企業は比較的小規模な事業者が多いので小規模事業者の事例が多いと訴求しやすい ✓ 普段接している企業はXXといった業種が多いので似たような業種があると尚よい ✓ XXの年代の社長との接点が多いため、XXが分かりやすいコンテンツにした方がよい・・・等
業務との親和性	✓ 起業後の業務効率化の相談等も受けるので法人間のキャッシュレスの訴求はしやすい（もしくは、起業に係る相談ばかりで業務効率化の観点での訴求はし難い） ✓ 今回のコンテンツは既に行っている××の取り組みと親和性が高いと考えられ合わせ訴求するのが良い・・・等
コンテンツの改善ポイント	✓ 本コンテンツを活用したPRの協力を依頼されたと仮定した場合、コンテンツに××の改善を加えた方がよい・・・等

3-3-2 検証結果

団体・機関からは、本取組やコンテンツ内容に関しては概ね好意的な内容であった。他方で、下記の通り追加もしくは深掘すべき訴求要素に関しては多くのフィードバックがあった。

追加すべき訴求要素に関する、主なフィードバックは以下である。

訴求要素		要旨/主なフィードバック内容
ターゲット	業種	● <u>業種により導入のし易さに差異が存在</u> ➢ IT企業は、カード決済が求められるクラウドサービスやサブスクリプションサービスの需要が高いため、事業者が既に導入しているケースが多い
	経営者の年齢	● <u>経営者の年齢により導入のし易さや、刺さりやすい訴求ポイントに差異が存在</u> ➢ 若手経営者は、カード導入への抵抗が比較的少ない

		く、適切にアプローチすることで前向きに検討する傾向がある ➤ 若手経営者は、自身でクレジットカードを利用している方も多く、法人カード自体への理解もあり導入自体には前向きと想定している。また、会計士、税理士等に頼らず、自身で会計業務を行うことも多い。法人カードを会計システム等と連携することでより効率化に繋がることまでは把握できていない可能性はある ➤ 中高年経営者は、通帳を用いて会計業務を行う傾向（通帳上に支払い内容等を補記）にある。カード明細そのものや、それを活用した会計業務の処理イメージなど、具体的な処理方法がイメージつかないのではないかな ➤ 中高年経営者の中には、横文字に強く抵抗をもつものや、コンテンツの分量が多いと抵抗を示す者も一定存在する
タイミング		● <u>創業年数や事業承継等により導入のし易さや、刺さりやすい訴求ポイントに差異が存在</u> ➤ 創業から 2-3 か月経過した事業者は、実務を行うことで業務負荷や振込手数料のコスト負担を実感しており、比較的前向きに導入を検討する傾向にある ➤ 創業からしばらく時期が経過して業務が属人化している場合は、効率化により自身の業務が削減されることを懸念する経理実務者からの抵抗等により、カード導入に踏み切れない企業が存在する。事業承継によって新たな経営者が就くとデジタル化等の新たな試みに積極的に取り組む場合もある
チャネル		● <u>日々接点のある第三者から訴求することで導入に至る可能性</u> ➤ ターゲットの属性に関わらず、利害関係が無い（恒常的に接点がある）第三者から推奨することで検討の土台に立つ事業者が存在すると想定する。例えば、補助金・助成金の受付担当や、団体・

	機関が管理するコワーキングスペースの管理者等が考えられる ➤ 日々接点があり、地元で同様の事業を営んでいる人からの紹介が効果的と考えられる ➤ サービス提供事業者からの営業に対しては抵抗を示す企業は一定存在する。地域の銀行や信金の担当者等、普段、接点が多く、信頼のある担当から訴求する必要がある
--	--

深掘すべき訴求要素に関する主なフィードバックは以下である。

観点	要旨/主なフィードバック内容
具体化すべき訴求要素	● <u>メリットは知っていても効果をイメージできずに行動(=導入)に至らない事業者には、より具体的に業務効率化のイメージを訴求する必要があると考える</u> ➤ 中高年経営者は、通帳を用いて会計業務を行う傾向(通帳上に支払い内容等を補記)にあり、カード導入後の会計処理のイメージが就かないのではないか ● <u>メリットは知っていても導入上の課題があり行動(=導入)に至れない事業者には、その対応策を提示する必要があると考える</u> ➤ 法人カード導入によって規程等の変更が必要になるが、人的リソース不足でそこまでの対応が困難ではないか ● <u>事業者のリソースが限られる中で対応する施策を捨選択する必要がある、キャッシュレス推進により効率化に繋がることを十分に提示する必要があると考える</u> ➤ 業務効率化に取り組む事業者が多いが、特に製造業等であれば、効果の大きさから生産管理や販売管理に関わる効率化を重視する傾向にある ➤ 法人カードを導入し、会計システム等と連携することでより大きな効率化に繋がることまでは把握していない事業者が多数存在すると考えられる
ネガティブな事項への対	● <u>メリットは知っていても導入後の懸念があり行動</u>

処	<u>(=導入)に至らない事業者には、不正利用に対する懸念が強いと考える</u> ➤ 既に中小企業や小規模事業者に対して法人カードの導入を進める機会があるが、従業員の不正利用を懸念して導入を拒絶する経営者も一定存在する。不正利用に対するマニュアルを作成することや、上限額設定等の機能を具備していることにも言及すべきである
---	---

3-4 今後の検討方針

3-4-1 周知・PRを効率的に実施するための目指すべき姿

本調査事業を通して、今後の法人カードの周知・PRを効率的に実施していく為に加味すべき訴求要素および行政機関に求められる役割を明らかにしてきた。

中小企業や小規模事業者に対して多様なコンテンツを用いて周知・PRを行うことをアプローチの前提とすると、仲介者が中小企業や小規模事業者の属性や課題に合わせて適切なコンテンツを抽出・提示していくことが期待される。紙面のコンテンツのみで本運用を実現することは困難と想定し、ナビゲーションや検索性を伴い、仲介者によって適切な出し分けが可能な仕組みを構築することが重要である。

また、コンテンツの拡充や、仲介者の選定等、今後対応すべき事項は多分にある。前章で言及した通り、サービス提供事業者から要望を受けているが行政機関としてのアプローチを効率化するうえでも目標や関連指標の設計や計測も期待される。

さらには上記運用を中長期的に運営するうえでは、民間企業や業界団体の巻き込みも重要になるであろう。

図表 23 法人カード導入推進に向けて目指す姿

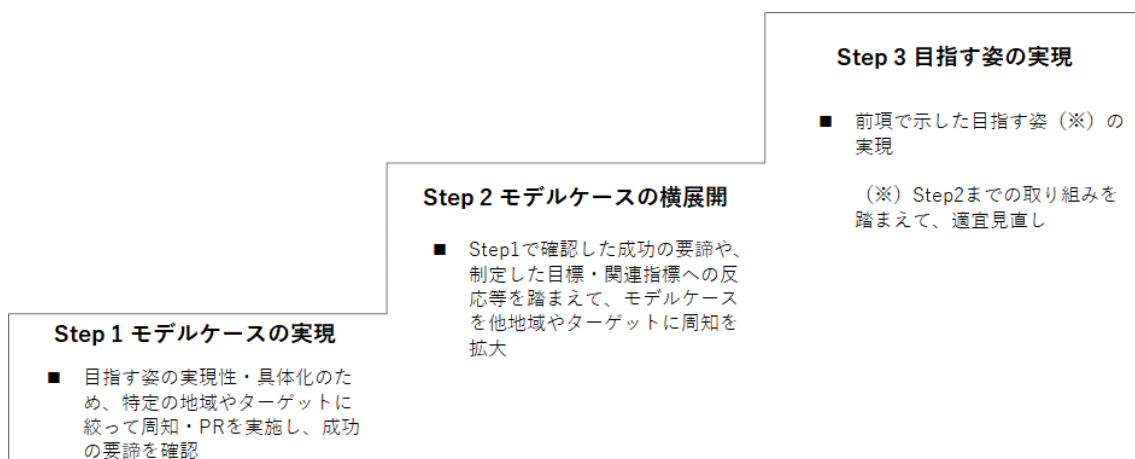


3-4-2 今後のアプローチ

(1) 周知・P Rに関わる今後のアプローチ

前項で言及した決済金額（取扱高）を指標とした 2025 年度の目標等、周知・P Rと並行して目標や関連指標の制定・見直しが進む可能性がある中で、目指す姿の実現に向けた周知・P Rのアプローチを以下に示す。

図表 24 周知・P Rの今後のアプローチ



(2) 目標・関連指標の制定・見直しに関わる今後のアプローチ

2025 年度までの目標が示される中で、以下のような主要論点があるものとする。

- サービス提供事業者が法人カードの定義に関して異なる認識をしている中で決済額そのものが正確に捕捉出来るか
- 運用にあたり、民間企業等から必要な情報が取得し得るのか
- キャッシュレス推進の目的を社会のデジタル化とする中で、目標値は決済額のみで十分か

上記の主要論点を踏まえて、取り得るアプローチを以下に示した。

図表 25 目標・関連指標の制定・見直しに関わる今後のアプローチ



(3) その他の主要論点

(1)、(2) の取り組みを行ううえで、以下の様な役割が求められる。

- 2025 年度以降の目標値の設定
- 実現性のある指標の設定、継続的な計測
- 今回の調査を踏まえたコンテンツの拡充
- 関係者間の利害調整

上記役割の推進役が必要となるが中長期的な運用を見越すと今後は民間企業や、業界団体等との巻き込みが重要であり、それぞれの役割分担は今後検討する必要がある。

別紙：コンテンツ

(カードの種類/カード利用によって得られる効果)

カードの種類	特徴			カード利用によって得られる効果	
ビジネスカード	 ✓従業員の交通費、交際費等の日々の立替が不要	 ✓仕入れに伴う請求書払いが不要	 ✓カード会社が設定した上限額まで利用可能	経営者の公私分離	 個人のクレジットカード明細から毎月、生活費と事業で使った費用を仕分ける必要がある  経費支払いだけで、クレジットカードの上限額を超過してしまう  ビジネスカードの明細で支払い内容の確認が可能のため、個人カードの明細は不要に！  クレジットカードは生活費の支払いのためのため気軽に使えない！
パーチェシングカード	 ✓従業員の交通費、交際費等の日々の立替が不要	 ✓仕入れに伴う請求書払いが不要 ✓特定の取引先との仕入れ等、支払い先の制限が可能	 ✓カード会社が設定した上限額まで利用可能 ✓支払い先を限定するため、ビジネスカードより高い上限額を設定	従業員の立替による経済的負担の軽減	 クレジットカードの明細から毎月、生活費と事業で使った費用を仕分ける必要がある  出張が多く、どの経費を申請したか忘れてしまう  出張が多く、どの経費を申請したか忘れてしまう  カード明細で代金であるため、細かい支払いの経費は不要に！  カード明細と経費システムを連携することで、経費申請状況が明確に！
プリペイドカード	 ✓従業員の交通費、交際費等の日々の立替が不要	 ✓仕入れに伴う請求書払いが不要	 ✓事前にチャージした金額まで利用可能	法人の支払い業務の効率化	 支払いが発生する度に銀行窓口に行かないといけない  支払い先が多くて、毎月、何度も振込手続を行っている  カード支払いによって、銀行窓口への訪問が激減！  支払い先としてカードを登録すれば、振込記録は不要に！
デビットカード	 ✓従業員の交通費、交際費等の日々の立替が不要	 ✓仕入れに伴う請求書払いが不要	 ✓銀行口座の残高分まで利用可能	法人の会計業務の効率化	 請求書をついつい見ながら帳簿を付けており、よく間違えてしまう  月次の繰上作業によって、毎月初、残業している  会計システムにカードを登録して帳簿作成を自動化！  カード明細を活用して繰上作業を効率化！
				資金繰りの改善	 立ち上げたばかりで、商品在庫等で突発的な支払いが発生すると資金繰りが厳しい  銀行融資の手続きが面倒で尻切れしてしまう  カード支払いで支払い回数を繰り越し！  資金繰りの安定により銀行融資が不要に！
その他にも、 ✓振込手数料がかからず、また、支払った分だけポイントを受け取れるのでお得感が満載！ ✓カード支払いの通知が直ぐに受け取れるので、使途不明金の特定が早期化！ 等					

(目次)

経理業務の実施主体		導入の背景						企業名	主な導入効果
専属部署・担当	経営者	経営者の公私分離	従業員の立替処理の効率化	従業員の立替による経済的負担の軽減	法人の支払い業務の効率化	法人の会計業務の効率化 (帳簿作成効率化等)	資金繰りの改善		
✓			✓	✓	✓	✓		株式会社FEDELTA	✓振込業務や経理業務効率化により、経理業務の人員を増員することなく、事業成長を実現
✓			✓	✓		✓		株式会社mov	✓従業員の立替経費申請や経理部の経理処理効率化により、約1-2日/月の工数を削減
✓			✓			✓		SPECTRUM株式会社	✓細々した小口支払いの証拠を不要にし、事業活動にリソースを集中
✓			✓					株式会社フレンド	✓小口現金の管理負担を軽減
✓					✓	✓		株式会社アドフレックス・コミュニケーションズ	✓無借金経営の実現により、銀行融資が不要に
✓					✓		✓	株式会社MICIN	✓カード明細とワークフローシステムとの連携により、立替経費の管理を効率化
✓					✓		✓	株式会社MONSTER DIVE	✓月100-200件の支払いや海外送金をすべてカード対応し、振込処理を効率化
✓					✓			株式会社そうそう	✓経費申請や経理業務に掛かる工数を20%程度軽減
✓					✓			株式会社HAB&Co.	✓ダウンロードしたカード明細の活用により月締め処理を効率化
	✓	✓					✓	株式会社Wizleap	✓経理業務効率化により、経営者の経理業務を新規雇用した担当に移管
	✓				✓	✓	✓	株式会社アクスワン	✓ダウンロードしたカード明細を活用して、経営者の細々した経費の申請処理を効率化

(以下、事例集一式)

経理業務の実施主体		導入の背景					
専属部署・担当	経営者	経営者の公私分離	従業員の立替処理の効率化	従業員の立替による経済的負担の軽減	法人の支払い業務の効率化	法人の会計業務の効率化 (帳簿作成効率化等)	資金繰りの改善

企業概要

企業名	株式会社FEDELTA		
所在地	東京都中央区八丁堀3丁目18-10 S-GATE FIT八丁堀9F	従業員数	171名
設立	2017年2月	資本金	10,000,000円
事業内容	・人材派遣事業 ・コールセンターのアウトソーシング事業 等		

導入ソリューション

ソリューション名	オリコビジネスカードGold
特徴	・事業に関する様々な経費の支払い（交通費や接待・交際費から仕入れ、サブスクリプションサービスの支払い等）に利用可能な法人向けのクレジットカード



<お話を伺った方>
第二営業部 部長 牧野 圭介 様

<日付>
2024年2月



【これまで】カード払いが必須の場合は、役員が保有している個人のクレジットカードで決済していた

【導入のきっかけ】偶然、カード会社の営業担当から連絡を受けたことで導入に至った

【導入時の苦勞】特になし

【今後】現状は役員のみ保有しているが、今後は各部署に配布することも検討したい

導入背景		得られた効果	
従業員の立替処理の効率化	✓ 海外のSaaSやECサイトでの備品購入等、カードでの支払いが必須の場合は、私のクレジットカードを利用していた。そのため、毎月、自身のクレジットカード明細をダウンロードし、立て替えた支払いにマークを付けて経理担当に提出する手間が発生していた。	従業員の立替処理の効率化	✓ 事業性経費を個人のクレジットカードで支払うことがなくなったため、カード明細の提示が不要になった。
従業員の立替による経済的負担の軽減	✓ 普段の生活で自身のクレジットカードを使う際も、事業で必要な経費の金額を加味して上原額を意識しながら使う必要があった。また、経理担当にプライベートの支払い内容を見られることに抵抗があった。	従業員の立替による経済的負担の軽減	✓ 今は上原額を気にせず、自身のクレジットカードを利用できる。また、カード明細を経理担当に提出する必要がなくなったため、気兼ねなく自身のカードを利用している。
法人の支払い業務の効率化	✓ コールセンターの人数に変動がある度に、個別アカウントの発行や削除が必要になる。また、請求書はアカウント毎に発行されるため、毎月、大量の請求書が湧き、支払いや帳簿への入力作業に経理担当4名で10営業日程度かかっていた。	法人の支払い業務の効率化	✓ 毎月の振込処理がほぼ皆無になり、またダウンロードしたカード明細を活用することで手打ちで記帳する手間や入力ミスが削減できた。当時は、経理担当を新たに採用することを考えていたが、業務が効率化できたことで増員する必要がなくなった。
法人の会計業務の効率化	✓ コールセンターの必要経費はお客様に請求するが、照会があれば詳細を提示する必要がある。経費の中には、アカウント利用料やヘッドフォン等の備品の利用料が含まれており、問い合わせがあれば大量の請求書の中から該当の支払いを探す必要があった。	法人の会計業務の効率化	✓ お客様から支払い内容の照会を受けた際も、カード明細上で検索できるの率になった。一部海外サイトでの購入品を除き、明細内容も明確に記載されているため、カード会社に関わり合わせることがほとんどない。
		新たに発生した課題	
		従業員の不正利用懸念	✓ カード紛失や不正利用、誤利用が発生した場合に直ぐに検知できないことを懸念して、従業員に配布することを躊躇っている。カードの利用申請や利用通知がショートメールでやり取りできれば便利である。

42

経理業務の実施主体

導入の背景

専属部署・担当

経営者

経営者の公私分離

従業員の立替処理の効率化

従業員の立替による経済的負担の軽減

法人の支払い業務の効率化
(法人の支払業務の効率化)

法人の会計業務の効率化
(帳簿作成効率化等)

資金繰りの改善

企業概要

導入ソリューション

企業名

株式会社mov

所在地

東京都渋谷区渋谷3-17-4 山口ビル 4F

従業員数

80名

設立

2015年9月

資本金

99,000,000円

事業内容

複数口コミサイトの店舗情報の一括管理、口コミの一括収集・分析ができるAI店舗支援SaaS「口コミコム」の提供/国内最大級のインバウンド総合メディア「訪日ラボ」の運営/インバウンドコンサルティング等

ソリューション名

バクラビジネスカード

特徴

・事業に関する様々な経費の支払い（交通費や接待・交際費から仕入れ、サブスクリプションサービスの支払い等）に利用可能な法人向けのクレジットカード



<お話を伺った方>
コーポレート マネージャー 武野 光晃 様

<日付>
2024年2月



【これまで】他社のカードを利用し、経費支払いや従業員に配布のうえ、接待・交際費等の支払いを行っていた

【導入のきっかけ】既に導入しているバクラの他サービスと親和性の高いバクラビジネスカードのリリースをWeb上で知り導入した

【導入時の苦労】既にある社内フローへの組み込みや従来カードからの切り替え作業に苦労した

【今後】カード支払いのバクラビジネスカードへの統合や正確かつ網羅的なカード利用前票読み及び利用後実績報告の社内浸透

導入背景		得られた効果	
従業員の立替処理の効率化	✓ 従業員が個人のクレジットカード等で支払った場合、経費申請状況の管理が属人化するため、2重申請や申請遅れが発生していた。	従業員の立替処理の効率化 従業員の立替による経済的負担の軽減 法人の会計業務の効率化	✓ ビジネスカードをワークフローシステムと連携することで、システム上で申請遅れの把握やリマインド、申請内容と支払い内容の突き合わせが可能となった。また、支払い内容や登録された証憑は会計システムに自動連携されるため、システムへの入力作業が削減できた。 ✓ カード導入により、従業員の経費申請や経理部の会計業務が効率化でき、およそ1-2程度の工数削減につながったと感じている。
従業員の立替による経済的負担の軽減	✓ 役職者は、自身の出張費用に加えて、スタッフの出張経費も立て替える場合があり、月に20-30万円ほどの支払いが発生する者もいた。 ✓ 金額が多いだけに、従業員からビジネスカード等の導入に対する要望の声も挙がっており、経理担当としても改善したいと考えていた。	ガバナンスの強化 利得性	✓ カード毎に利用上限額や、高額取引発生時の通知設定が可能のため、不明金を早期に検知・確認ができる。また、管理画面上からカードの支払い停止が可能のため、紛失時のリスクも最小限に抑えられる。 ✓ 決済額に応じた還元があり、コスト削減に寄与している。
法人の会計業務の効率化	✓ 従業員から挙げた立替経費については、申請遅れや申請内容の確認をマニュアル作業で行う必要があった。 ✓ また、証憑を見ながら支払い内容を手作業で会計システムに入力する必要があり、非常に手間が掛かっていた。	新たに発生した課題	✓ 個人のカード等で立て替える場合は申請遅れにより立替金の未払いや遅れが生じるが、ビジネスカードで立て替える場合はそのような懸念がなくなり、経費申請に対する当事者意識が低くなったと感じている。

経理業務の実施主体				導入の背景				
専属部署・担当		経営者	経営者の公私分離	従業員の立替処理の効率化	従業員の立替による経済的負担の軽減	法人の支払い業務の効率化（帳簿作成効率化等）	法人の会計業務の効率化（帳簿作成効率化等）	資金繰りの改善
企業概要				導入ソリューション				
企業名		SPECTRUM株式会社		ソリューション名		カード会社発行のビジネスカード		
所在地		東京都新宿区左門町14-61 フォルム四谷外苑東607		従業員数		20名		
設立		2020年3月		資本金		50,000円		
事業内容		・経営コンサルティング、CG動画/Youtube動画制作、Webサイト制作、アプリ開発(Web/Native)、SNS/広告運用、その他コンテンツ制作		特徴		・事業に関する様々な経費の支払い（交通費や接待・交際費から仕入れ、サブスクリプションサービスの支払い等）に利用可能な法人向けのクレジットカード		



<お話を伺った方>
代表取締役/CEO 豊田 聖宇 様

<日付>
2024年2月



【これまで】創業時に申込みを行ったが、カード発行までは個人のクレジットカードで代替していた

【導入のきっかけ】銀行口座開設時にカードを同時申し込みした

【導入時の苦労】申込から発行まで2か月程度かかり、その間、経理処理が面倒であった

【今後】事業の成長に合わせて、他社のカードの見直しも検討したい

導入背景		得られた効果	
従業員の立替処理の効率化	✓ 個人のクレジットカードで支払いをした場合は、カード明細から事業性経費の支払いだけを抽出して、レシートとともに経理申請する必要があった。	従業員の立替処理の効率化	✓ 個人のクレジットカード明細からいちいち事業性経費を確認する必要がなくなり、また、タクシー等の小口支払いにおいてはレシートが不要になったので経費申請の手間が削減できた。
法人の会計業務の効率化	✓ 請求書や個人のクレジットカード明細を見ながら、手作業で日々の支払い内容の記帳や仕訳作業、月次の領収書との付け合わせ等を行っていた。	法人の会計業務の一部効率化 利用上限額が低い	未解消の課題/新たに発生した課題 ✓ 当初はカード導入により、経理部が担っている会計業務も大幅に削減できると考えていた。カード明細を会計システムと連携できるため、帳簿への記帳作業等は効率化できる。一方で、大口の支払いにおいては、税理士からの支払い内容の詳細を求められることがあり、この点は請求書支払いと変わらず手間が掛かっている。 ✓ 事業は成長しているが、カードの利用上限額が増加しない。都度、申請して一時的に支払い上限額を増加することは可能であるが、手間が掛かる。カード支払いの範囲を広げていきたいが、上限額が課題となり、なかなか拡充できない。

経理業務の実施主体				導入の背景			
専属部署・担当	経営者	経営者の公私分離	従業員の立替処理の効率化	従業員の立替による経済的負担の軽減	法人の支払い業務の効率化	法人の会計業務の効率化（帳簿作成効率化等）	資金繰りの改善
企業概要				導入ソリューション			
企業名	株式会社フレンド			ソリューション名	アメリカン・エクスプレス・ビジネス・カード		
所在地	熊本市中央区水前寺公園28-46		従業員数	4名	特徴	・事業に関する様々な経費の支払い（交通費や接待・交際費から仕入れ、サブスクリプションサービスの支払い等）に利用可能な法人向けのクレジットカード	
設立	2009年10月	資本金	1,000万円				
事業内容	・内装仕上げ部門 床／クロス／エアコン／室内清掃 ・インテリア部門 オーダーカーテン／ブラインド／シェード ・ドイツ（クライアツァイト社） 天然壁材／自然塗料／販売／施工 等						
 <お話を伺った方> 代表取締役 杉野 友一様 <日付> 2024年2月				 【これまで】現金での支払いが主だった 【導入のきっかけ】知人からの紹介をきっかけにWeb上で調べて、導入に至った 【導入時の苦労】利用上限額ほどの程度か、支払い可能先はどこか、支払い日はいつか等、商品自体を理解する手間があった 【今後】支払い可能先が増えれば、それに伴い利用範囲を拡大したい			

導入背景		得られた効果	
従業員の立替処理の効率化	従業員が経費支払いを行う場合は従業員から申し出を受けて、都度、現金を手渡していた。また、手元に一定額の現金を持っておく必要があるため、ATMから現金引き出しの手続きを行う頻度が多かった。	従業員の立替処理の効率化	カード払いにすることで都度の現金の手渡しが必要なくなった。また、ATMから現金を引き出す回数も減るため、無駄な作業の軽減や手数料を削減できた。
		ガバナンスの強化	管理者にて、全社員の支払い内容を一括管理して、使い過ぎや無駄な経費を削減している。
		ポイントの獲得	カード支払い分はポイント（マイル移行等が可能）として還元されるため、特に海外出張時はお得感を感じられる。
		新たに発生した課題	
		カード支払いの受付先が少ない	インターネットバンキング等はあるものの、銀行振込よりカード支払いの方が圧倒的に率なためカード支払い先を増やしたいが、商店街等では利用不可の先がある。

経理業務の実施主体				導入の背景			
専属部署・担当	経営者	経営者の公私分離	従業員の立替処理の効率化	従業員の出費による経済的負担の軽減	法人の支払い業務の効率化	法人の会計業務の効率化（帳簿作成効率化等）	資金繰りの改善
企業概要				導入ソリューション			
企業名	株式会社アドフレックス・コミュニケーションズ			ソリューション名	三井住友バチセリングカード		
所在地	東京都港区海岸1丁目2-20 汐留ビルディング21F	従業員数	45名	特徴	・事業に関する特定の経費の支払いに特化し、また部署名・利用用途名など任意の名義で発行可能なため、経費別の費用把握を可能とする法人向けのカード		
設立	2008年3月	資本金	25,000,000円				
事業内容	・デジタルマーケティング領域における企業の課題解決 ・事業拡大の支援 ・最先端AIソリューションを活用したコンサルティングサービス 等						



<お話を伺った方>
代表取締役
ディレクター
シニアエキスパート

藤畑 治彦 様
川本 智仁 様
世井 未桜 様

<日付>
2024年2月





【これまで】広告費の請求書の処理、仕入れ先の媒体への振込等を経理担当2名で実施していた

【導入のきっかけ】三井住友カード社と既に取引があり、カード導入の提案を受けて、導入に至った

【導入時の苦労】フル金が必要等、特殊な工程が存在する仕入れ先への支払い方法の検討には苦労した

【今後】現状、利用上限額いっぱいまで利用している。上限額が上がれば、更なる利用拡大を検討したい

導入背景		得られた効果	
法人の支払い業務の効率化	- 広告の代理配信を行う際に、支払いが滞ると配信が停止してしまう。当時は、毎月200-300枚にのぼる請求書をもとに振込処理を行っていた。また、処理漏れや誤処理防止のため、1つの処理工程が完了する度、請求書に「処理済」のスタンプを押印することや、他の方が目視で確認する等、煩瑣に対応していた。 - また、海外の仕入れ先を利用する場合は海外送金を行っており、都度、銀行の海外送金指示書を作成する手間が掛かっていた。	法人の支払い業務の効率化	- 月次の振込処理が不要になり、誤振込や振込遅れが減少した。また、仕入れ先との初回取引において、カードを登録すれば利用が開始できるため、着金確認まで必要な銀行振込より早期に取引を開始できる。 - 海外送金も、媒体にカードを登録すれば毎回決済ができるため、送金指示書の作成が不要になった。
法人の会計業務の効率化	前述の請求書は、1枚1枚確認して、手入力で経理システムへの登録、消込作業等を行っていた。こちらも、振込時と同様に各処理で誤りがないように確認工程を設けており、手間であった。	法人の会計業務の効率化	管理画面上からカード明細をCSVダウンロードして、月次の振込内容が一覧で確認できるため、経理システムへの登録作業が大きく効率化できた。
		資金繰りの改善	カード支払いによりキャッシュアウトも1-2か月先に繰り越すことができ、銀行融資が不要になった。また、銀行融資が不要になると金利の負担の軽減や銀行との交渉が削減でき、業務時間のみならず、心理的な負担が大きく軽減された。

経営業務の実施主体			導入の背景				
専属部署・担当	経営者	経営者の公私分離	従業員の立替処理の効率化	従業員の立替による経済的負担の軽減	法人の支払い業務の効率化	法人の会計業務の効率化（帳簿作成効率化等）	資金繰りの改善
企業概要				導入ソリューション			
企業名	株式会社MICIN			ソリューション名	バクラクビジネスカード		
所在地	東京都千代田区大手町二丁目7番1号 TOKIWAリッジ12階		従業員数	約100名	特徴	・事業に関する様々な経費の支払い（交通費や接待・交際費から仕入れ、サブスクリプションサービスの支払い等）に利用可能な法人向けのクレジットカード	
設立	2015年11月		資本金	30,000,000円			
事業内容	・オンライン医療事業、臨床開発デジタルソリューション事業、デジタルセラピューティクス事業、保険事業 等						



<お話を伺った方>
 コーポレート部 田中 翔 様
 <日付>
 2024年2月



【これまで】カード払いが必須の場合は、当初契約していたビジネスデビットカードで決済していた
 【導入のきっかけ】カード会社のHPでバクラクビジネスカードを知り、導入に至った
 【導入時の苦労】元々デビットカードを利用していたこともあり、スムーズに導入できた
 【今後】満足に利用できており、引き続き現状通り利用したい

導入背景		得られた効果	
法人の支払い業務の効率化	当時は、広告媒体への出稿費用等にデビットカードを使っていた。広告を出稿する度に、登録しているカードから自動的に支払いがなされるが、支払いが滞ると広告配信が停止されてしまう。デビットカードの場合は、支払い先の口座残高が不足すると支払いができないため、特に広告配信時においては、頻繁に口座の残高確認を行う必要があった。	法人の支払い業務の効率化	ビジネスカードによって、広告の出稿費用等が自動的に支払われるため、頻繁に銀行口座の残高を確認する必要がなくなった。
資金繰りの改善	リスティング広告やSNS広告を一定の規模で運用していることもあり、広告配信を積極的に行うタイミングでは一時的に多額の支出が発生するため、手元資金が少なくなることもあった。	法人の会計業務の効率化	カード明細とワークフローシステムを連携することで、従業員の経費申請遅れの検知やリマインド、申請内容と支払い明細の紐づけが非常に楽になり、業務効率化に繋がった。
		資金繰りの安定	現在利用しているビジネスカードは、十分な利用限度額を設定いただいている。広告配信等で支出が多額になっても、翌月以降に支払いの繰り越しができるため、手元資金は早期に次の運用に回すことができる。
		ガバナンスの強化	カード以外の支払い手段や、カードの種類によっては支払い内容が直ぐに把握できないため、不明金が発生しても従業員が失念し、詳細が特定できないケースがある。現在のカードは支払い内容が即時で連携されるため、不明な支払いが発生した場合も内容確認・特定ができる。

経営主体の実施主体

導入の背景

専属部署・担当

経営者

経営者の公私分離

従業員の立替処理の効率化

従業員の立替による経済的負担の軽減

法人の支払い業務の効率化

法人の会計業務の効率化（帳簿作成効率化等）

資金繰りの改善

企業概要

導入ソリューション

企業名

株式会社MONSTER DIVE

所在地

東京都港区南青山1-26-1 寿光ビル5F/6F

従業員数

35名

設立

2009年4月

資本金

25,100,000円

事業内容

・Webサイト制作・システムインテグレーション・映像制作・ライブ配信・レンタルスタジオ・Webサービス開発・運営

ソリューション名

JCBプラチナ法人カード

特徴

・事業に関する様々な経費の支払い（交通費や接待・交際費から仕入れ、サブスクリプションサービスの支払い等）に利用可能な法人向けのクレジットカード



<お話を伺った方>

代表取締役 岡島 将人 様

<日付>

2024年2月



【これまで】創業直後からカードを導入していた

【導入のきっかけ】Web上から自身で調べて、導入に至った

【導入時の苦労】当時は会計システムを利用しておらず、カード明細を元にした消込作業は大変であった

【今後】他社のカードも利用しているが、可能な限りの支払いをJCBプラチナ法人カードに統合したい

導入背景		得られた効果	
法人の支払い業務の効率化	- 銀行やコンビニなどはオフィスの近くにあるものの、それでも特に立ち上げ当初はスタッフも少なく、繁忙の中、振込のために銀行窓口やATMで並んだり、支払い先別に振込手続きを行うことは、とても煩雑だと感じていた。 - また、銀行振込の手数料が毎回発生することも勿体ないと感じていた。	法人の支払い業務の効率化	インターネットサービスの購入、SaaS・通信費の月額利用料、海外取引先への支払い、従業員の交通費等、月に100-200件程度の支払いをカードで行っている。これらを銀行振込や海外送金で対応すると、とてもではないがこの体制では運用できない。
資金繰りの改善	創業直後は当然ながら今ほどキャッシュフローに余裕がなく、事業を進める上で、必要不可欠な家賃や通信費、サーバ費などの固定費の支払いや、パソコンなどの機材購入などの一時的な支払い増に対し、限られた資金での支払いタイミングの計算など、キャッシュフローの安定性を非常に重視していた。	法人の会計業務の効率化	直近2-3年で会計システムを導入したことでカード明細が会計システムに自動連携できるようになったため、消込作業を大幅に効率化できた。
		資金繰りの安定	支払いタイミングも1-2か月繰り越せるため、特に創業期はキャッシュフローの安定化に大きく役立った。
		ポイントの獲得	カード支払い分はポイントとして還元されるため、銀行振込よりもお得感がある。
		新たに発生した課題	
		利用上限額が低い	業務効率化や振込手数料の軽減、ポイントの獲得に繋がるなどのメリットのため、あらゆる支払いをカードに統合していきたいが、利用上限額が限られていることもあり、限度額の拡大に限界があることにも少しさを感じる。
		カード番号変更に伴う負担	15年程カードを使う中で1度だけ、不正利用懸念によってカード会社の通告によりカード番号を変更した。結果として不正利用は無かったが相当数の支払い先にカード番号情報の修正が必要となり、面倒であった。

経理業務の実施主体				導入の背景			
専属部署・担当	経営者	経営者の公私分離	従業員の立替処理の効率化	従業員の立替による経済的負担の軽減	法人の支払い業務の効率化	法人の会計業務の効率化（新簿作成効率化等）	資金繰りの改善
企業概要				導入ソリューション			
企業名	株式会社そうそう			ソリューション名	カード会社発行のビジネスカード		
所在地	東京都荒川区春日3丁目2番地1号	従業員数	20名	特徴	・事業に関する様々な経費の支払い（交通費や接待・交際費から仕入れ、サブスクリプションサービスの支払い等）に利用可能な法人向けのクレジットカード		
設立	2022年10月	資本金	50,000,000円				
事業内容	・電子技術を活用したエンディングプラットフォームの構築及び本プラットフォームを活用する形で各種サービスの提供 ・前号に附帯関連する一切の事業						



＜お話を伺った方＞
代表取締役 日下 上総 様

＜日付＞
2024年2月



【これまで】サブスクリプションサービスの契約や仕入れへの利用のため、創業直後よりカード導入していた

【導入のきっかけ】Web上で調べて、導入に至った

【導入時の苦労】創業当初から導入しており、特に業務フローの変更等も不要で苦労はなかった

【今後】支払い可能先が増えれば、それに伴い利用範囲を拡大したい

導入背景		得られた効果	
法人の 支払い業務の 効率化	✓ 創業初期の段階から余計なコストは抑制したいと考えていた。その中で、月に数回発生する振込作業が面倒だと考えていた。また補助金の受取に際し、定期的に証拠を提出する必要があるが、本証拠もカード明細で代替できると受けて効率化に繋がると考えた。	法人の 支払い業務の 効率化	✓ 月に15件程度、カードで決済しており、その分の振込業務が不要になるので効率化されている。一部で現金支払いを行っているが約7割の端数処理等が必要でカード払いの方が圧倒的に楽だと感じている。
		従業員の 立替処理の 効率化	✓ カード明細をチャットツールと会計システムと連携することで、チャット上で明細をアップロードするだけで会計システムに自動連携・仕分がされるようになった。各システムの連携後は、 経費申請や経理業務に掛かる工数が凡そ20%程度軽減 された。
		法人の 会計業務の 効率化	
		新たに発生した課題	
		利用上限額が 低い	✓ 一度、利用上限額を超過し、未払いが発生したことがあった。その際は、全カード支払い先に対して未払いの発生有無を確認する必要があり、面倒であった。

経理業務の実施主体				導入の背景			
専属部署・担当	経営者	経営者の公私分離	従業員の立替処理の効率化	従業員の立替による経済的負担の軽減	法人の支払い業務の効率化	法人の会計業務の効率化（帳簿作成効率化等）	資金繰りの改善
企業概要				導入ソリューション			
企業名	株式会社HAB&Co.			ソリューション名	バクラビジネスカード		
所在地	大分県大分市金池町2-1-3 レインボービル3階	従業員数	26名	特徴	・事業に関する様々な経費の支払い（交通費や接待・交際費から仕入れ、サブスクリプションサービスの支払い等）に利用可能な法人向けのクレジットカード		
設立	2017年8月	資本金	84,421,546円				
事業内容	・自社サービス開発事業 ・クライアントワーク事業 等						



<お話を伺った方>
管理グループマネージャー 加藤 綾子 様

<日付>
2024年2月



【これまで】当時、他社カードを利用していたが明細データの連携タイミングに課題があった

【導入のきっかけ】既にバクラシリーズの他サービスを利用しており、バクラビジネスカードのリリースをWeb上で知って導入した

【導入時の苦労】特になし

【今後】バクラビジネスカードでの支払い範囲を広げていきたい

導入背景		得られた効果	
法人の支払い業務の効率化	- 月次決算のスケジュール上、月初3営業日までには仕訳登録を完了する必要がある。当時は他のビジネスカードを利用していたが、カード明細の連携タイミングが翌月になることもあり、上記の締め日に間に合わないケースも多々あった。また、カードでの支払い内容はExcelに転記したうえで会計システムに連携する必要があり、月初の多岐にわたる時期に10時間程度かけて対応していた。 - また、従業員の経費精算以外にも、カード支払いのみしか受け付けられないサービスを多く使用しており、申請等の申請や証拠提出漏れが無いようにExcelですべて管理していた。	法人の支払い業務の効率化	- 現在利用しているカードは原則、即時で明細が連携されるため、決算スケジュール内で締め作業を行えるようになった。また、管理画面からエクスポートしたカード明細を会計システムにインポートすることで記帳や仕訳が可能のため、作業時間を半減できた。 - また、カード明細をワークフローシステムと連携することで、従業員のカード支払い状況をリアルタイムで確認でき、証拠の提出が未済の経費を早期に検知し、効率的にリマインドができるようになった。
		利用上限額が少ない	現在は問題ないが、カード会社によっては利用上限額が少ない場合や、上限額の引き上げ手続きが面倒な場合がある。事業の成長に合わせて利用上限額を増額していただければ、複数のカードを利用・管理する手間も軽減できて、より効率的になると考えている。
		カード支払いの受付先が少ない	小規模事業者や個人事業主の場合は、カード支払いを受け付けていない先がほとんどである。SaaSの支払いや従業員の接待費・交際費等をカード支払いにするだけでも十分な導入メリットはあるが、支払い先が広がれば更なる効率化に繋がる。

経理業務の実施主体			導入の背景				
専属部署・担当	経営者	経営者の公私分離	従業員の立替処理の効率化	従業員の立替による経済的負担の軽減	法人の支払い業務の効率化	法人の会計業務の効率化（帳簿作成効率化等）	資金繰りの改善
企業概要							
企業名	株式会社Wizeleap						
所在地	東京都渋谷区神宮前2-34-17 住友不動産原宿ビル19F		従業員数	35名			
設立	2017年2月		資本金	350,000,000円			
事業内容	・Webサービス事業（お金の相談プラットフォーム「マネーキャリア」の運営） ・保険代理店事業（ペット保険の比較・相談「MOFFME」の運営）等						
導入ソリューション							
ソリューション名		創業期：カード会社（A社）発行のビジネスカード 拡大期：銀行発行のビジネスデビットカード 成長期：カード会社（B社）発行のビジネスカード					
特徴		様々な経費の支払いに利用可能な法人向けクレジットカード（①③）・デビットカード（②）（※） ※デビットカードとは、支払いと同時に自身の銀行口座から引き落としとされる仕組みのカード					



<お話を伺った方>
代表取締役兼CEO 谷川 昌平 様
<日付>
2024年2月



【これまで】広告費の仕入れに関わる支払い等を役員の個人カードで決済していた
【導入のきっかけ】カード会社の営業担当から連絡を受けて、導入に至った
【導入時の苦労】当初は利用上限額が低く、利用し辛かった
【今後】現状は広告費の仕入れ等が主だが、今後は各部署の小口支払い等、決済範囲を拡大していきたい

導入背景・新たに発生した課題/得られた効果				
導入背景/ 新たに発生した課題	創業期	拡大期	成長期	
	経営者の公私分離	利用限度額が低い	資金繰りの改善	
	当初はCTOが個人のクレジットカードで決済をしていた。月締めのタイミングでクレジットカード明細から事業費・私費を仕訳する必要があり、面倒だった。	事業拡大に伴いカードの利用上限額を超えるケースが増えてきた。上限額を超える際は毎回、カード会社に事前連絡し、指定額を振り込む必要があり、面倒だった。	更なる事業成長を目指していく中で1回数千万円の仕入れが、月に複数回発生する場合もあった。高額な取引が増える中で、手元の口座残高より高額な支払い余力を得ることが重要になった。	
得られた効果	従業員の立替処理の効率化	限度額変更手続きの手間の削減	資金繰りの安定	法人の会計業務の効率化
	ビジネスカードの導入により、立替経費分を逐次、個人のカード明細から抽出する必要がなくなった。	ビジネスデビットカードを利用することで、引き落とし先の口座に十分なお金を入金しておけば、カード会社とのやり取りなく決済ができるため、便利になった。	創業期とは別のカード会社にて、カードを発行した。本カードの導入により、カードだけで資金繰りが可能となった。融資が不要になったことで融資に必要な銀行との諸手続きにおける負担が解消された。	管理者画面上で、証憑登録遅れのある支払いを特定できる等、経理処理がやり易くなった。経理処理の簡素化に伴い、私が行っていた経理業務を新たに採用した担当に引き渡せるようになった。

経理業務の実施主体				導入の背景			
専属部署・担当	経営者	経営者の公私分離	従業員の立替処理の効率化	従業員の立替による経済的負担の軽減	法人の支払い業務の効率化	法人の会計業務の効率化（帳簿作成効率化等）	資金繰りの改善
企業概要				導入ソリューション			
企業名	株式会社アクスワン			ソリューション名	オリコビジネスカードGold		
所在地	東京都墨田区押上3-30-10-2F	従業員数	22名	特徴	・事業に関する様々な経費の支払い（交通費や接待・交際費から仕入れ、サブスクリプションサービスの支払い等）に利用可能な法人向けのクレジットカード		
設立	2019年7月	資本金	10,000,000円				
事業内容	・Webソリューション事業、環境ソリューション事業、セキュリティ事業、通信機器・ネットワーク関連事業 等						



<お話を伺った方>
代表取締役社長 藤原 知明 様

<日付>
2024年1月



【これまで】経営者である私が、本業の傍ら、銀行振込みや月締め作業を行っていた

【導入のきっかけ】カード会社の営業担当から連絡を受けて、導入に至った

【導入時の苦労】営業担当による丁寧なサポートもあり、スムーズに導入できた

【今後】既に役員にも配布して、広く活用している。現状通り利用を続けていきたい

導入背景		得られた効果	
法人の支払い業務の効率化	カード導入から2年間は、本業の傍ら、私自身が振込業務や月締めの業務を行っていた。毎月、銀行窓口に向き、多数の支払い先に対して振込処理を行っていた。また、請求書も1枚1枚確認して、金額等に間違いがないかを精査のうえ、記帳していた。	法人の支払い業務の効率化	銀行振込で対応する支払いが減ったことで、銀行窓口への訪問や、振込処理の負担軽減につながった。
法人の会計業務の効率化		法人の会計業務の効率化	- カード明細をダウンロードして支払い内容を一覧で確認できるため、私が経理処理をしていた際も、記帳や確認作業が楽になったと感じていた。 - また、現在は経理担当を雇い、私は経費申請のみを行っている。申請にあたり、支払い内容やインボイス番号等をExcelに記帳しているが、ダウンロードしたカード明細を活用することで効率的に対応できる。
資金繰りの改善	設立当初から資金で困ることはほとんどなかった。それでも大型案件の受注に伴って、突発的に高額の仕入れが発生すると、次の案件の獲得に動きづらくなることはあった。	資金繰りの安定	突発的に発生した支出をカードで支払うことで、支払いタイミングを繰り越すことができるため、積極的に案件獲得に動くことができる。
		ポイントの獲得	カードによってはポイントが還元される。税金の支払い等をカードにすることで振込手数料が不要なうえに、ポイントが獲得できてお得感がある。
		新たに発生した課題	
		利用限度額が低い	利用限度額の上限もあり、現在、支払い用途やブランド別に複数のカード会社のカードを利用している。真意としては、複数社のカードを利用すると管理画面が分かれて煩雑になるため、どこかに統合したい。