

# 令和4年度「キャッシュレスの将来像に関する検討会」

## 第1回 議事概要

日時: 令和4年9月28日(水)10時00分～12時00分

場所: AP 新橋4階、オンライン会議併用

出席者:

伊藤座長、井尾委員、大澤委員、川田委員、福本委員、堀委員、丸山委員、宮城委員、渡邊委員、渡辺委員

- 議題:
1. 関係者ヒアリング(キャッシュレス化の動向)
  2. 事務局説明(キャッシュレス決済の利用に係る消費者調査の結果)
  3. 事務局説明(キャッシュレスの更なる普及促進に向けた方向性)
  4. 事務局説明(キャッシュレス将来像の検討)

議事要旨:

テーマ毎に発表後、自由討議を実施。

### 1. 関係者ヒアリングについて

委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- 消費者の行動バイアスに関して、大都市圏と地方を比較した場合、金融リテラシーに違いがあるわけではないが、地域経済での人間関係が重要視される地方では、加盟店での手数料負担を考慮してキャッシュレスを控えることは想定される。
- インターフェースの多様性に関し、消費者は使い方の違いを意識しておらず、むしろ店舗の方が違いに対する意識が高い。オムニチャネルでの販売にシフトしている中で、例えば、対面では顧客ロイヤルティを高めるために接点を深め、オンラインでは効率化を図るといった意識を持っている。
- 店舗にとって、キャッシュレス化をコスト削減や運営の効率化に繋げることには限界がある。キャッシュレスが売上向上にどう寄与するかを訴求することが重要である。店舗のデジタル化とセットでメリットを普及・認知する仕掛けが必要である。
- これまで無料の顧客満足度ツールとして利用されていたキャッシュレスが、店舗が手数料を負担する時代に転換することに伴い、集客ツールになると考えている。そのため、キャッシュレスが売上向上に繋がることを説明できると良いと考えている。また、決済サービス事業者がデータを収集し広告やマーケティングに繋げるサービスが、中小企業に展開されることが重要である。

## 2. キャッシュレス決済の利用に係る消費者調査の結果について

委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- キャッシュレスの積極利用層が多数となった社会であれば、利得性が半減してもキャッシュレスを利用し続けることはあり得るが、実態は現金との併用層が多い。また実質賃金が上がらない中で、ポイントは家計を助けている側面もある。そのため、利得性はキャッシュレス化の加速に必要と考えており、利得性の減少はむしろキャッシュレス推進のスピードを弱めかねないのではないか。
- キャッシュレスを利用する理由が「特にない」という定量調査の結果を実感している。ポイントの効果検証として、キャッシュレスの使い方の説明を行うという実験を行ったことがあるが、キャンペーン等は行わずともキャッシュレス決済比率が上昇した。それを踏まえると、キャッシュレスの推進には一定程度消費者のリテラシーを上げることが必要である。また、キャッシュレス決済は3回利用すると現金へのリターン率がほぼ0%になる(100%定着する)ことから、継続的な利用を促すフォローが必要である。
- キャッシュレスが使いすぎに直接繋がっていないことは大きな示唆。キャッシュレス推進の過渡期において、事業者のオペレーションの慣れにギャップがあると考えており、事業者の立場として対応が必要な点である。
- カードを利用して家計簿アプリで家計を管理する層はリテラシーが高い一方、貯金に対する意識がある層はリテラシーが低くなる。家計管理で一括りにするのではなく、これら2つの要因を分けて分析をすると新たに明らかになることもあるのではないかと。
- 「手数料に対して申し訳ない」と考える点をより深堀できたら良い。地域差や利用者の職業という視点で分析を深めるのが良いのではないかと。比較的現金受け入れ層が多い職業の方が、売り手から買い手に回り、現金循環層として存在していることも考えることができる。現金循環層か否かという視点で、さらに分析を深められるのではないかと。
- 現金の支払いが習慣となり無意識に利用する人の中には、「手元に財布がある」から現金を利用する人もいないのではないかと。そのような人は、免許証やマイナンバーカード等のカードを持つために財布を持っており、財布を持っているから現金を持っていると考えられる。そのため、財布を持たなくても良いように、スマホ等活用したデジタル化の推進が必要になると考えている。
- 「残高が分かりにくい」や「返品処理が面倒」という調査結果を踏まえて、デジタル化社会に向けて誰もがキャッシュレスを使い易くなるよう考慮する必要があると改めて認識した。
- キャッシュレスの推進にあたり、キャッシュレスのポジティブな部分を訴求するだけでなく、現金のネガティブな部分を訴求することも良いのではないかと。
- セキュリティへの不安を理由にキャッシュレスの利用を躊躇っているという定量調査の結果がある一方で、注意喚起するために消費者にセキュリティの話をする、かえって「危ない」というネガティブなイメージを持たれる可能性があり、セキュリティの訴求に踏み出せない現状がある。

## 3. キャッシュレスの更なる普及促進に向けた方向性について

事務局にて説明。

#### 4. キャッシュレス将来像の検討について

委員からの主なコメントは、下記のとおり。

##### キャッシュレスの社会的意義について

- キャッシュレスは支払い手段の一つのため、「善悪」という単純な整理は難しいと考えているが、現状のキャッシュレスサービスが提供する付加価値を踏まえて、意義を補強する方法は良いと考えている。
- キャッシュレス化推進の大義名分は必要。キャッシュレスのインフラコストが現金より優位である、もしくは行政コストが低くなる等のわかりやすい明示の仕方が求められる。
- 社会的意義は、消費者や加盟店に伝わることにより意味あるものとなるが、現状未導入の加盟店や未利用の消費者には、既存の課題解決に関する社会的意義に共感頂くところまで至っていない。社会的意義に新たな意味合いを加え、加盟店や消費者がメリットを最大限享受できるようにする必要がある。
- 社会的意義の議論は有意義であると考えている。海外でもそのような検討をしている事例は聞いたことがなく、素晴らしい取り組みと感じる。事業者のそれぞれが担う立場に応じて、必要な取り組みとしてまとめられれば良いと考える。
- 現金を持つコストのうち、最も影響が大きいものはインフレコストであり、インフレが現実性を帯びている中で、一般国民に対して、キャッシュレスは社会インフラとして大きな意義がある。キャッシュレス化の検討を進める一方で、現金の動向にも注視する必要があると考えている。現金の発行量等の現状を捉え、キャッシュレスと現金のバランスを検討していく必要がある。
- 消費者が利用している媒体やコマースが明らかになれば、どの媒体面でコミュニケーションをとるか等、具体的なアクションが明確になるのではないかと考える。

##### デジタル化・データ利活用とキャッシュレス

- データ駆動型社会の実現は、キャッシュレス推進の目的・意義として重要だと考えている。マクロ経済状況に変化がある中で、事業者・国の視点でお金の状態を可視化し「健康状態」を把握して、正しい施策を打ち出すことの重要性が高まっている。
- 社会的意義は、キャッシュレス・デジタルによる本質回帰であると考えている。キャッシュレスは決済手段として独立で議論されがちだが、お金が動くシーンの目的は別にあり、目的のデータに従ってキャッシュレスが動くことになる。
- 「新たな未来を創造する」の社会的意義の中で、特にデータ利活用でもたらされる付加価値は注目する必要がある。
- データがインタラクティブに利用できることを意識する必要がある。他のデータを利用することでキャッシュレスが活きるという社会では、決済データが外の環境と繋がることで利用内容を詳細かつすぐに確認できるなど安心感につながるサービスも実現可能と考えている。インタラクティブにデータが利用できる社会では、蓄積されたデータを利用するだけでなく、リアルタ

イムでデータが連携することが将来像の前提になる。

- 一事業者だけでデータを可視化することは困難なため、今回の検討会で課題を抽出し、データ駆動型社会実現に向けた手段を検討できると良い。
- キャッシュレスは「データ化」に必要な不可欠な要素であると考えている。データ利活用の観点では、消費者の過去の購買行動(いつどこで買われたか)を基に、消費者へ割引情報等の告知方法を最適化している。売上向上のためにはデータの共有は必要だと考えており、ある程度は、国として共有化するような仕組みが望ましい。
- 決済手数料とデータ駆動型社会の実現に向けたデータの利活用は密接に結びついている。データを切り出した販売や各社間でのデータ共有が可能となり、収益を得られる仕組みができれば、決済事業者が店舗から手数料を得る必要性は無くなると考えている。
- 事業者が所有するデータのみではデータ駆動型社会は実現できず、特に POS 事業者との連携は必要であると考えている。但し、複数企業が連携するデータ分析は、個人情報保護法が課題となり事業化の難易度が高いため、法律とのバランスに関する議論が必要になると考えている。

#### 脱炭素社会への貢献について

- 「脱炭素社会への貢献」は消費者には響きにくい内容。日本は、環境先進国と比較して、環境に配慮した行動に対する意識が低く、プレミアムを支払って取り組むことに関して許容度が低い。
- 現時点で「脱炭素」が響く層は少ないとしても、継続的に政府が発信することが重要である。
- キャッシュレスが脱炭素に繋がるかは十分理解が及んでいないが、仮に繋がるのであれば、社会的な教育が必要。脱炭素に向けた施策は政府からも打ち出されているため、手数料の一部に対して補助金を出す等の施策も一案となり得る。

#### 非接触経済について

- 「非接触経済の実現」が良いことなのか、言葉の選択も含めて引っかかっている。新型コロナウイルスの拡大で非接触経済への対応は求められているが、店舗にとっては顧客ロイヤルティを高める観点で、顧客との接触は深い方が良いとも言える。
- 「ロケーションに差別されない」「〇〇で左右されない」等に文言を変更すると、ポジティブなメッセージになるのではないか。

#### 新たな消費の喚起について

- インバウンド消費の呼び込みにあたり、キャッシュレス環境整備は重要である。
- 新たな消費の喚起に関しては、越境 EC 等、インバウンド復活後の顧客のリポートにキャッシュレスが貢献できることを打ち出すのが良いと考えている。
- 消費の喚起に関しては、社会的意義として適切でないのではないか。経済が伸びていない時は正しく見えるが、引き締める必要がある時もあるため、目的にはならないと考えている。また国民全体の債務が膨らむ懸念もある。

#### 不正/犯罪防止について

- 脱税のデータが無いためこれまで十分な議論がされてこなかったが、ブラックマネーや脱税に関するデータが数値化されれば、議論が進むと考えている。
- 不正/犯罪防止の削減は、データ駆動型社会実現後の結果論であると考えている。

お問い合わせ先:

商務情報政策局 商務・サービスグループ キャッシュレス推進室

電話:03-3501-1252