

# 令和4年度「キャッシュレスの将来像に関する検討会」

## 第2回 議事要旨

日時: 令和4年 10月 25日(火) 10時 00分～12時 00分

場所: AP 虎ノ門 11階 D室、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. 第一回検討会の振り返りについて

委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- キャッシュレスの脱炭素に対する効果に関して、第一回検討会資料では、モバイル決済について、カード発行や決済端末の製造/利用分に係る CO2 排出量が差し引かれていると理解している。海外ではスマートフォンの製造/利用に係る環境負荷が注目されており、CO2 排出量についてグラフに足す必要があるものが存在すると考える

### 2. 実態調査を踏まえたキャッシュレス普及拡大の方向性について

委員からの主なコメントは、下記のとおり。

#### 加盟店の実態調査結果に関して

- 店舗側がキャッシュレスの効果・メリットを感じていない理由に、加盟店に効果・メリットが「見えていない」「わかっていない」ことがあると考えられる。キャッシュレスの効果やメリットをどのように加盟店に示すかは、事業者側の取り組みと考える
- キャッシュレスが世の中のデジタル化に繋がり、生産性の向上に繋がることを含めて啓発を行う必要があるのではないか。デジタル化とセットで消費者・店舗に対して説明を行うことが重要だと考える

- 加盟店のアンケート結果に、可能であれば実際のキャッシュレス利用の割合とポイントサービスの提供有無を追加頂きたい。キャッシュレス単体では、業務効率化でも顧客単価の増加においても効果がない。店舗においては、キャッシュレスの利用率が10%程度では逆に業務負荷が増加するが、40%程度を超えると業務効率化等が実現されると聞く。また会員サービスを紐づけることで顧客単価の増加に繋がるケースが多い
- キャッシュレスのコストを転嫁しづらい店舗ほど、キャッシュレスを導入しづらいと考えている。例えば低単価の店舗は「低単価」を売りとしているため、キャッシュレスに係るコストを顧客への販売価格に転嫁しづらい。また、病院もコストの価格転嫁が難しいと考えるため、可能であれば、調査サンプルに加えると良い
- キャッシュレス未導入店舗に関しては、現金が利用される社会が大きく変化しなければ、このような店舗へのキャッシュレス導入は難しいのではないかと考える。その際、事業者による加盟店手数料削減努力には限界があるため、政府の後押しが必要だと考える
- 各決済事業者の努力で入金サイクルは短くなっていると認識している。但し、平均的な飲食店から決済事業者が得られる収益は少なく、仮に毎日精算する場合、銀行振込手数料のために赤字になる。「ことら」等の新サービスでコストの削減は見込めるが、課題として認識している
- 消費者は低単価帯の店舗の利用回数が多いため、消費者の体感ベースでのキャッシュレス導入比率はもっと低いのではないかと考える。低価格帯の店舗について、業種別での分析等、ユーザー目線での深掘りが必要と考える
- 会計システムとの連動等、店舗全体のイノベーションと並行してキャッシュレスの導入が進んでいることが明らかとなり、キャッシュレスの推進が想定した方向に進んでいることに安心した。一方、キャッシュレスの利用率は想定より少ない。加盟店に報いるには消費者の利用を更に促進する必要がある
- 消費税増税の際の電車運賃のように、キャッシュレスによりプライシングの自由度が高まるため、業種業態によってイノベーションの機会があるのではないかと考えており、そのようなユースケースがあるのではないかとと思われる

#### 普及拡大施策の方向性に関して

- 消費者への施策について、高齢者はプリペイドのカード型決済が利用しやすいと言われている。また、若者はデビットカードの利用も増えていると聞くため、デビット等の即時型決済も後押しされると良いのではないかと考える
- プリペイド型決済が現金利用層の消費者に響くのであれば、デビットカードも普及拡大施策に含まれてくるのではないかと考える
- 税理士の中には店舗のデジタル化を前向きに検討している税理士も増えてきている。積極的にコラボレーションするのが良いと考える
- 施策内容は、既に決済事業者が取り組んでいるものが多いという印象を受けた。キャッシュレス決済が進んでいない分野(病院、学校、家賃支払い、行政など)に焦点をあて、決済事業者と経済産業省が協力してキャッシュレスを推進するなど、具体性をもった戦術で面を拡大するという方法もあるのではないかと考える

- 低単価の店舗にキャッシュレスの導入を拡大し、キャッシュレス決済比率を高めるという方向性には賛成する。但し、決済事業者が担っているコストの中には、金額比率ではなくトランザクションあたりの単価が固定となっているものもある。全てが比率になってはいないため、低単価決済の場合は決済事業者側のコストが膨らむ可能性もあり、業界で取り組むべき課題と認識している
- 現金層がキャッシュレスを利用しない理由を解決しても、そのような消費者の行動は変わらないと考える。使わない理由の把握と同時に、キャッシュレスを歓迎するメッセージを訴求する必要もあると考える。例えば、店舗から「キャッシュレス歓迎」ということを訴求するなどしてはどうか
- 加盟店のカバーを広げるだけでなく、消費者に対し、キャッシュレス利用による加盟店のメリットを伝えるなど「臆することなく利用すること」を促すことが重要と感じた

### 3. キャッシュレス将来像の検討について

#### コンセプト・全体観について

- 2018年の「キャッシュレス・ビジョン」で提示された、B2C以外にも議論を拡大するという方向性に沿っていると認識している。
- 「現金を利用せずに生活できる社会」が本質であると考えており、「フルキャッシュレス社会」は良いコンセプトだと考える。
- 全体的によくまとめて頂いている。デジタル化の振興によりキャッシュレスが振興するという建付けは良いと考えており、その流れで進むのが自然だと考える
- 認証やデータは常に進化する分野であり、キャッシュレスだけでなく、他の分野のイノベーションを享受する必要がある。また、キャッシュレスの振興が他の産業・業界のイノベーションを促すようなことが、目指すべき姿のポイントになると考えている。キャッシュレス業界とその他の情報を持っている業界が協調して、イノベーションを行うことが重要なのではないか。キャッシュレスの推進は他の産業のイノベーションの前提となり、産業発展全体に資すると考えている
- 個人事業主も存在するため、事業者・個人の区分が難しいと考える。事業者や個人の定義は、指標数値の大幅な変化の誘因となる可能性があるため、検討の必要があると考える
- 事業者・個人・行政の三者による取り組みも有効と考える。例えば、事業者と行政、医療機関などが地域で結びつき実施する取り組みは、地域の活性化・利便性向上に繋がると考える
- 「支払いを意識せずに生活できる」というイメージがあることは良いと考えており、支払いを意識せずに消費者の生活が豊かになることが長期的な方向性として望ましいと考える。そのためには、キャッシュレスの支払いとその裏にある資金移動が一体となって、良いサービスを提供することが必要不可欠。特に B2B の世界などでは、決済とファイナンスが組み合わせられサービスのレベルが上がることで、支払いを意識しない状況に到達できると考える
- テクノロジーの進化は事業構造の変化に繋がる。例えば、ファイナンスの機能が加盟店・消費者により深く関わり、使い易さが向上していくと、自然とテクノロジーの進化に繋がると考える
- キャッシュレス化と社会のデジタル化が両輪として進み、相互に影響を及ぼしうることを踏ま

え議論していただきたい

### 認証手段について

- 認証手段の統一でコストが削減される可能性はあるが、人によって使いたい認証手段は異なる。必ずしも統一される必要はないと考えており、多様でセキュアな認証手段が選択されることが良いのではないかと
- 決済手段を全て統一する必要はなく、決済手段に応じた認証手段の「安心安全」と「利便性」のバランスを取ることが重要だと考えている
- 認証技術とコストは表裏一体である。認証技術が進化し多様化することで、対象領域が拡大するという整理でも良いのではないかと。専用端末だけでなく様々なデバイスに認証機能が組み込まれることで、生活を変化させる形で対象領域が拡大する時期が到来していると考え
- 現在の決済は、接触・本人確認・支払いという手間がかかるもので、キャッシュレス化によって取引のトランザクションの手間が縮まることを期待している。決済の認証の進化により人的経営資源にも良い影響が期待される。また、認証と決済が一度で完結することが産業構造に変化をもたらすことを期待している

### データ連携について

- データ連携に関して「目指す姿」を実現するには、データ保有方法の標準化等、実務面の課題が多いと思うが、データ活用の面で海外に遅れをとっていることもあり、本邦全体で競争力を高める取り組みが必要と考える
- 消費者の購買データは決済と密接な関係にある。一方、レシートの電子化等は標準化されているにも関わらず浸透していない。論点はクリアなため、課題解決まで手が届けばよいと考えている

### 事業者間決済視点での目指す姿について

- B2B 領域は、決済周りでの人的負担を含めた取引コストが大きく、今後、民間主導でキャッシュレス化が必然的に進む領域だと考えている。例えば、与信一つを取っても、クレジットカードがなければ、各事業者が取引相手の与信を審査するか、現金で決済するかの二択になってしまう、後者は取引相手の資金繰り上難しいという問題があるであろう。この点で、一般消費者の方の一部にキャッシュレス化のメリットを感じにくい方がいらっしゃる B2C とは毛色が異なる議論だと感じている
- 個々の事業者を超えた業界と官による業界ルールの整備において B2B のキャッシュレス化を取り上げるに当たっては、キャッシュレス化の先にある請求書と支払の突合作業等まで含めた最適化が必要であろう。なぜなら、究極の目標は、事業者が支払・回収を業務として意識なくて済む社会の実現であり、例えば、現金払いを銀行振込に置き換えるだけという話では世の中に新たな価値を創造するという文脈でのキャッシュレス化となり得るのか疑問に感じる。ただ、これをどのような指標で測るかの検討が難しいことは理解している。紙とハンコが必要な法人間の口座振替の登録等、決済取引両側にアナログな作業や代金未回収のリスクが発生している現状、遅れている法人向け銀行 API の公開、インフラの最適化など取り組むべき課題は山積しており、B2B の領域での指標設定は一筋縄ではいかないであろう

- 政府が関わる意義としては、裏側の仕組みが円滑に構築されるように、価値あるキャッシュレス化のありかたの提示やインフラの最適化・オープン化といった課題を協調して解決する音頭を取ることにあつたのではないかと考えている

### 行政視点での目指す姿について

- 行政のキャッシュレス化において、納税の簡素化のためには税制の簡素化が必要だと考える。例えばエストニアやスウェーデンでは確定申告が数分で終わるが、これは税制が簡素化されているためである

### 新指標の定義について

- 指標に関しては目的や使い方が大事であり、その点を含めての議論が重要である
- 従来の指標には課題があつたと認識しているが、新指標も議論の整理が必要だと考える。特に、銀行口座振替が算入されることによる影響、分母・分子の整合性の検討が必要と考える
  - ✓ 例えば自動車購入を考えると、購入代金 100 万円分(例)は民間最終消費支出に算入されるが、代金を銀行振込で支払う場合は、振込を分子から除外する場合は含まれないことになる
  - ✓ また銀行以外からオートローンを借りる場合は、分子にはオートローンが年数分に分割されて算入されることになるので分母とのタイミングのずれが生じる。クレジットカードの場合は、多くが基本的にマンスリークリアなので、年単位のズレは問題になりにくい、1年を超えるローンなどの場合は留意が必要と考える
  - ✓ 住宅の場合は、購入代金は投資になるので分母には含まれないが、銀行以外の住宅ローンの支払いなどは振替として分子に含まれることになる。また家賃は口座振替としてカウントされる。
  - ✓ どのようなデータになっているか全国銀行協会との協議が必要と考えておいる
- 法改正によって行政のデジタル化/キャッシュレス化が進むと想定されるが、その場合データのノイズが増えるため、考慮する必要があると考える
- B2C に焦点をあてるのであれば、分母は民間最終消費支出ではなく、家計最終消費支出でも良いのではないかと考える
- 分子にペイジーを算入することも検討できるが、税金などの支払いにも使われるので、G2C 等の範囲も含むことになる。また、クレジットカード等による行政関連の支払いが増加しているという社会の変化を踏まえると、今後キャッシュレス決済金額にも行政関連の支払いが含まれるようになり、数値が大きくなることが考えられる
- 現状のスタートポイントと最終的な数値がどの程度になるかという観点で、KPI の策定を行う必要があると考える
- フルキャッシュレス社会を目指すには日常でどの程度利用されているかを、金額だけでなく決済回数でも把握する必要があると考える。但し、データの取得方法は引き続き検討が必要である
- 「前払式支払い手段」という記載では、コード事業者の資金移動業分が算入されていないように見受けられるため、記載は留意頂きたい。また、口座振替をそのまま算入すると、コード

- 決済による支払い分とチャージの分が重複してカウントされる恐れがあるため、留意が必要
- 企業・政府・個人のそれぞれの視点で関係性を見ると違いが出てくる。完全な指標の作成は困難だが、可能な限り数値化を行いながら、キャッシュレス拡大に力を入れるべき領域を確認することができれば良いのではないか

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