

キャッシュレス決済を取り巻く環境の変化と 本検討会で議論いただきたい点

2020年6月10日

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

1. 日本のキャッシュレス化の現状

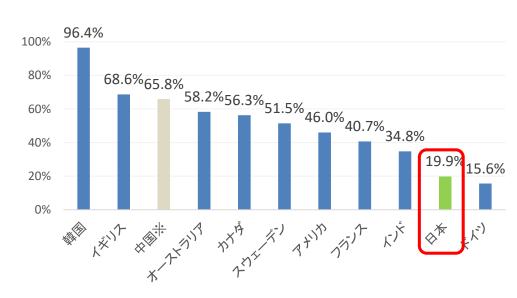
2. ポイント還元事業の効果と得られる示唆

3. 本検討会で議論いただきたい点

日本のキャッシュレスの現状と目標

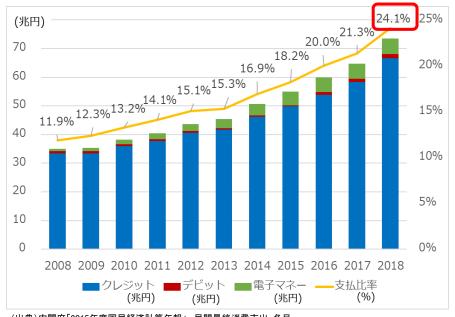
- 日本のキャッシュレス決済比率は約20%にとどまっているが、主要各国では40%~60%台。
- キャッシュレス決済比率を**2025年までに4割程度、将来的には**世界最高水準の**80%**を目指す。

世界各国のキャッシュレス比率比較(2016年)



(出典)キャッシュレス・ロードマップ2019

我が国のキャッシュレス支払額及び比率の推移(2018年)



(出典)内閣府「2015年度国民経済計算年報」 民間最終消費支出:名目 (一社)日本クレジット協会調査(注)2012年までは加盟クレジット会社へのアンケート調査結果を 基にした推計値、平成25年以降は指定信用情報機関に登録されている実数値を使用。 デビット:日本デビットカード推進協議会(J-debit) 2016以降は日本銀行レポート。 電子マネー:日本銀行「電子マネー計数」

「成長戦略フォローアップ」(令和元年6月21日閣議決定)

【抜粋】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。

「キャッシュレス・ビジョン」(平成30年4月11日 キャッシュレス検討会策定)

【抜粋】 大阪・関西万博(2025年)に向けて、「支払い方改革宣言」として「未来投資戦略2017」で設定したキャッシュレス決済比率 40%の目標を前倒し、高いキャッシュレス決済比率の実現を本検討会として宣言する。 さらに将来的には、世界最高水準の80%を目指していく。

キャッシュレス推進の意義・メリット

1. **消費者**の**利便性**の向上

- 手ぶらで**簡単に買い物**が可能に(大金の持ち歩きや小銭の管理が不要に)
- お買い物の消費履歴の管理が簡単に(自動家計簿など)
- カード紛失・盗難時の被害リスクが低い(条件次第で全額保証)

2. 店舗の効率化・売上拡大

- **現金管理の手間の削減**が可能に
 - レジ締めに係る作業時間はレジ1台当たり25分、1店舗当たり平均1日153分。これらの<u>作業時間の短縮に</u>。
 - 従業員による売上現金紛失・盗難等のトラブル減少
 - 現金の搬出入回数の減少
- 衛生的な取引が可能に
 - 従業員・消費者が、ウイルスを媒介する可能性のある現金に触れる機会を削減。
- インバウンド需要取込など売上拡大が可能に
 - **訪日外国人の約7割**が、**クレジットカード等が利用できる場所が今より多かったら「もっと多くお金を使った」**と回答。こうした**訪日外国人の需要をつかむ**ことが可能

3. **データの利活用**

● 個人の購買情報を分析・利活用することにより、**高度なマーケティング**やターゲット層向けの商品・サービスの 開発が可能に

衛生面から注目されるキャッシュレス決済

- 新型コロナウイルス感染症流行を受け、**オンライン決済の増加や、実店舗でも現金に触れないため衛生的、従業員と 顧客の接触機会を減らす**という観点から、キャッシュレス決済に注目が集まっている。
- 新しい生活様式や、各業界の定めるガイドラインでも、キャッシュレス決済の利用が推奨されている。

<新しい生活様式(2020年5月4日 厚生労働省)>

(3)日常生活の各場面別の生活様式

買い物

□通販も利用

• •

□電子決済の利用

• • •

く業界の新型コロナウイルス感染症に対応したガイドライン>

○小売業

○外食業

小売業の店舗における新型コロナウイルス感染症 感染拡大予防ガイドライン(2020 外食業の事業継続のためのガイドライン(2020年5月14日 日本年5月14日 12の小売系業界団体) フードサービス協会、全国生活衛生同業組合中央会)

- (1) 店舗における感染予防対策
- ・従業員と顧客の接触機会を減らし、飛沫感染を防止するため、以下のような取り組みを行う。

• •

✓ 自動精算機・キャッシュレス決済の利用を促進する。

○劇場、音楽堂等

「劇場、音楽堂等における新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン」 (2020年5月14日 公益社団法人全国公立文化施設協会)

4 施設管理者が講ずる具体的な対策 現金の取扱いをできるだけ減らすため、キャッシュレス決済 を推奨します。 3. お客様の安全

会計処理に当たる場合は、可能であれば、**電子マネー等 の非接触型決済を導入**する。

○旅行業

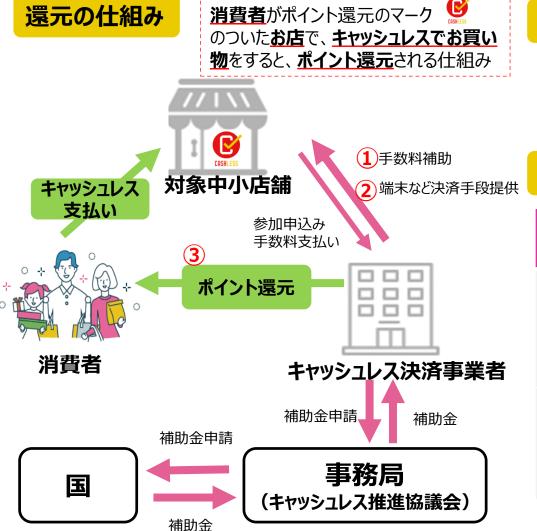
「旅行業における新型コロナウイルス対応ガイドライン(第1版)」 (2020年5月14日 日本旅行業協会全国旅行業協会)

5 お客様向けの対策 旅行代金の支払いは、振込やカード決済等、非来店・ キャッシュレスを促進する。

キャッシュレス・ポイント還元事業 概要

下記 **3 つを目的**として、**9か月間に限り実施**する事業。

- (1)消費税率引上げ後の**消費喚起**(需要平準化)
- (2) 消費税率引上げの影響を受ける中小店舗への支援
- (3) キャッシュレス推進による消費者の利便性や店舗の効率化・売上拡大



実施期間

2019年10月から2020年6月まで(9か月間)

支援内容

| | ①手数料 | ②決済端末 | ③ポイント 還元 |
|---------------------------------------|---|---|-------------------------------|
| 中小·小規 模事業者 | 実質 2.17%以下 (手数料は3.25%以 下とし、更に国が その1/3を補助) | 負担ゼロ (国が2/3補助、 残り1/3を決済事 業者が負担) | 5% (原資は全額、 国が補助) |
| フランチャイ ズチェーン ガソリンスタ ンド など | × | × | 2% (原資は全額、 国が補助) |

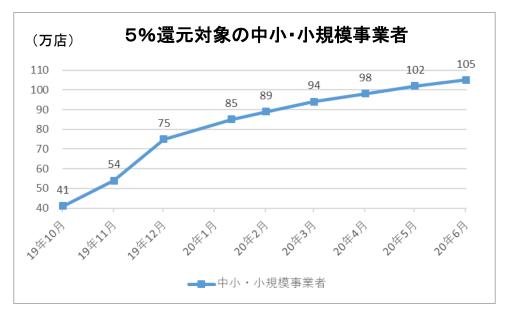
- 1. 日本のキャッシュレス化の現状
- 2. ポイント還元事業の効果と 得られる示唆
- 3. 本検討会で議論いただきたい点

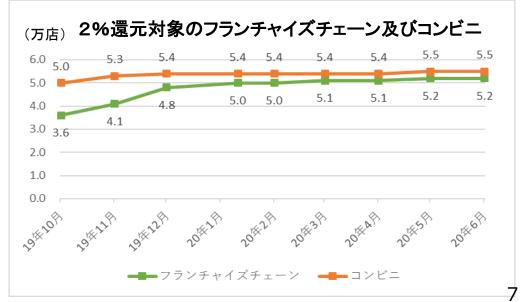
ポイント還元事業の効果 -登録加盟店の推移-

- キャッシュレス・ポイント還元事業の最終的な加盟店登録数は、約115万店【開始当初想定:50万店程度】となる予定。対象となりうる中小・小規模事業者約200万店のうち半数超が参加したこととなる。
 - このうち、5%還元対象の中小・小規模事業者(個店)の登録数が約105万店(約91%) 【当初想定:27万店程度】
 2%還元対象のフランチャイズチェーン(コンビニ以外)の登録数が約5.2万店(約5%) 【当初想定:15万店程度】
 コンビニの登録数が約5.5万店(約5%) 【当初想定:5万店程度】

ポイント還元事業における店舗区分ごとの加盟店登録数の推移は以下のとおり。

| | 10月1日 | 11月1日 | 12月1日 | 1月11日 | 2月1日 | 3月1日 | 4月1日 | 5月1日 | 6月1日 | 6月11日 |
|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 中小•小規模事業者 | 約41万店 | 約54万店 | 約75万店 | 約85万店 | 約89万店 | 約94万店 | 約98万店 | 約102万店 | 約105万店 | 約105万店 |
| フランチャイズチェーン | 約3.6万店 | 約4.1万店 | 約4.8万店 | 約5.0万店 | 約5.0万店 | 約5.1万店 | 約5.1万店 | 約5.2万店 | 約5.2万店 | 約5.2万店 |
| コンビニ | 約5.0万店 | 約5.3万店 | 約5.4万店 | 約5.4万店 | 約5.4万店 | 約5.4万店 | 約5.4万店 | 約5.5万店 | 約5.5万店 | 約5.5万店 |





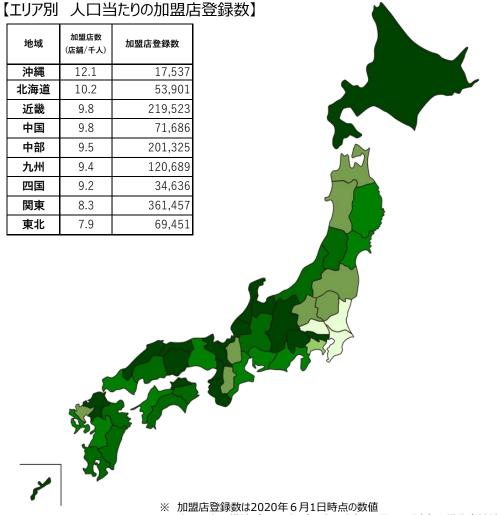
ポイント還元事業の効果 -登録加盟店の地域分布-

- 全1718市町村のうち、ポイント還元対象店舗が存在しないのは2自治体のみ。
- 本事業において、人口1人当たりの加盟店数は、都道府県別でみると東京、石川、京都、沖縄の順で、エリア別 でみると沖縄、北海道、近畿の順で大きくなっている。

【都道府県別 人口当たりの加盟店登録数】

| 都道府県 | 加盟店数 (店舗/千人) | 加盟店登録数 | |
|------|-----------------|---------|--|
| 東京 | 13.2 | 181,789 | |
| 石川 | 13.0 | 14,844 | |
| 京都 | 12.2 | 31,666 | |
| 沖縄 | 12.1 | 17,537 | |
| 福井 | 11.3 | 8,777 | |
| 鳥取 | 11.2 | 6,262 | |
| 大阪 | 10.7 | 94,461 | |
| 長野 | 10.7 | 22,065 | |
| 島根 | 10.5 | 7,160 | |
| 富山 | 10.5 | 10,985 | |
| 北海道 | 10.2 | 53,901 | |
| 和歌山 | 10.1 | 9,465 | |
| 香川 | 10.1 | 9,727 | |
| 山梨 | 10.0 | 8,147 | |
| 福岡 | 10.0 | 50,913 | |
| 岡山 | 10.0 | 18,886 | |
| 広島 | 9.8 | 27,731 | |
| 鹿児島 | 9.8 | 15,787 | |
| 岐阜 | 9.5 | 18,902 | |
| 徳島 | 9.4 | 6,928 | |
| 新潟 | 9.4 | 21,090 | |
| 宮崎 | 9.3 | 10,079 | |
| 高知 | 9.2 | 6,484 | |
| 山形 | 9.0 | 9,830 | |

| 都道府県 | 加盟店数 (店舗/千人) | 加盟店登録数 |
|------|--------------|-----------|
| 大分 | 9.0 | 10,267 |
| 熊本 | 8.9 | 15,601 |
| 静岡 | 8.9 | 32,431 |
| 兵庫 | 8.8 | 48,357 |
| 長崎 | 8.6 | 11,533 |
| 愛媛 | 8.5 | 11,497 |
| 愛知 | 8.5 | 64,084 |
| 山口 | 8.5 | 11,647 |
| 岩手 | 8.2 | 10,158 |
| 宮城 | 8.1 | 18,764 |
| 三重 | 8.0 | 14,305 |
| 佐賀 | 7.9 | 6,509 |
| 滋賀 | 7.9 | 11,183 |
| 秋田 | 7.7 | 7,538 |
| 青森 | 7.6 | 9,584 |
| 奈良 | 7.5 | 10,086 |
| 福島 | 7.3 | 13,577 |
| 群馬 | 7.1 | 13,918 |
| 栃木 | 7.0 | 13,679 |
| 神奈川 | 6.4 | 59,074 |
| 茨城 | 5.9 | 16,935 |
| 千葉 | 5.8 | 36,106 |
| 埼玉 | 5.5 | 39,956 |
| 全国 | 9.1 | 1,150,205 |



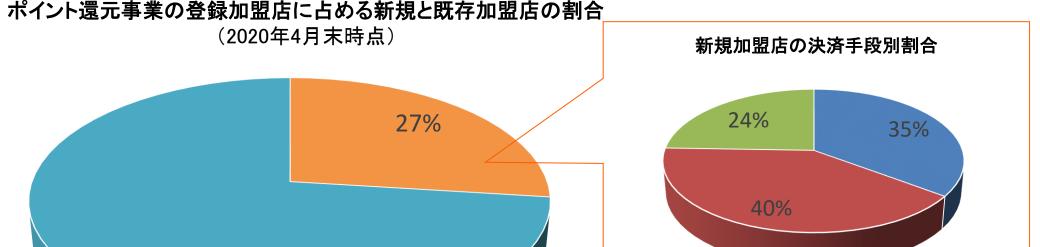
※ 人口は人口推計(2018年(平成30年)10月1日現在) 総務省統計局 を参照 8

ポイント還元事業の効果 -新規加盟店の開拓-

- 2020年4月末時点の登録加盟店に占める新規加盟店の割合は約27%。
 - 決済事業者から申告された数字を基に計算。

73%

- 店舗数のカウントに当たっては、1店舗が複数の決済事業者と契約している場合、複数としてカウントしている。
- 新規加盟店は、新規に決済事業者と契約を結んだ加盟店であり、乗換えや決済事業者の追加も含む。



新規既存

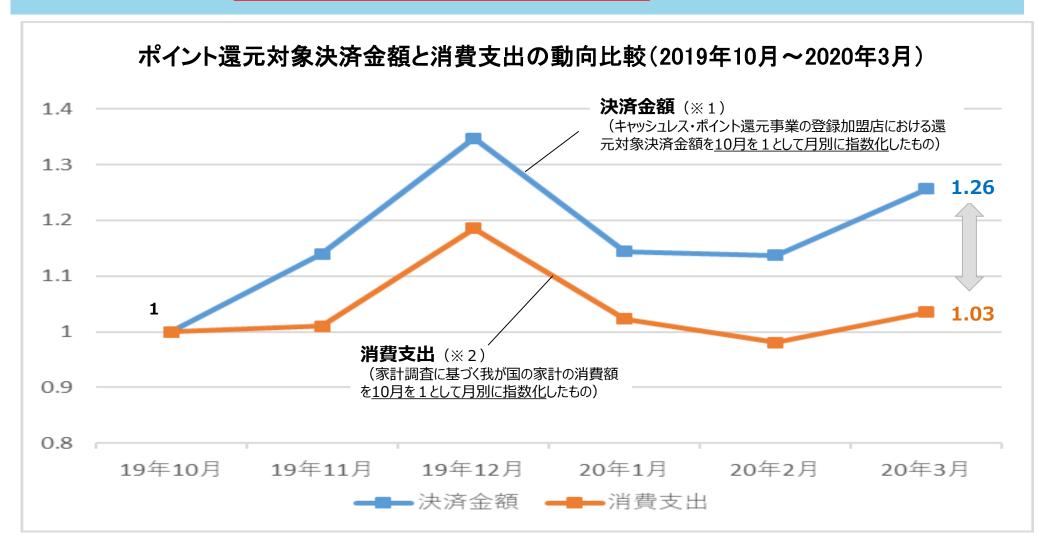
■ クレジットカード

■その他電子マネー

■ OR⊐—ド

ポイント還元事業の効果 -キャッシュレス決済比率の増加-

ポイント還元事業参加店舗において、対象決済金額が消費支出全体の傾向を上回る割合で増加。(2019年10月の数値を1とした場合、2020年3月の消費支出全体は1.03であるのに対し、2020年3月の対象決済金額は1.26。) 対象店舗におけるキャッシュレス決済比率の増加の裏付け。



^{(※1)2019}年10月1日有効の加盟店のみに限定して試算。

ポイント還元事業の効果 -少額決済でのキャッシュレスの浸透-

- 2019年10月1日~2020年3月31日までの対象決済金額は約7.9兆円、還元額は約3290億円。
 - このうち、5%還元対象の中小・小規模事業者(個店)の還元額は約2840億円(約86%)
 2%還元対象のフランチャイズチェーン(コンビニ以外)の還元額は約110億円(約3%)
 コンビニの還元額は約340億円(約10%)

(注)決済データの連携のタイミングが加盟店や決済事業者毎に異なるため、上記の決済金額及び還元額が事後的に変動する可能性がある。

- ポイント還元事業の対象決済のうち、約6割が1000円以下の買い物(平均単価は2000円強)。
- ポイント還元事業の開始前後で、クレジットカードの決済回数は増加し、1回当たりの決済単価は減少。

ポイント還元事業における対象決済金額・対象決済回数に占める各決済手段の内訳は以下のとおり。【2019年10月1日~2020年3月31日】

| | クレジットカード | QRコード | その他電子マネー等 |
|--------|---------------|--------------|---------------|
| 対象決済金額 | 約5.0兆円(約64%) | 約0.6兆円(約7%) | 約2.3兆円(約29%) |
| 対象決済回数 | 約10.9億回(約29%) | 約5.9億回(約16%) | 約20.4億回(約55%) |
| 決済単価 | 約4600円 | 約1000円 | 約1100円 |

^(※1) 各決済事業者が登録した決済データをもとに算出。ただし、コンビニ等一部決済データから決済手段が判別できない加盟店については、ヒアリングをもとに補正。

ポイント還元事業における決済金額別の決済回数の割合は以下の通り。【2019年10月1日~2020年3月31日】

| | 500円未満 | 500円~1000円未満 | 1000円~3000円未満 | 3000円~5000円未満 | 5000円以上 |
|-----------|---------------|--------------|---------------|---------------|-------------|
| 対象決済回数の割合 | 約13.8億回(約37%) | 約9.0億回(約24%) | 約9.2億回(約25%) | 約2.5億回(約7%) | 約2.8億回(約8%) |

^(※)機械的に試算した概数であり、今後変更の可能性がある。

クレジットカードの決済額・決済回数・1回当たりの決済単価の推移 (※ポイント還元事業に限らない)

| | 2019年2月 | 2019年10月 | 2020年2月 |
|------------|-------------|---------------|---------------|
| 決済額合計(百万円) | 4,558,662 | 5,225,314 | 5,186,136 |
| 決済回数(回) | 815,810,143 | 1,009,793,820 | 1,025,860,345 |
| 決済単価(円/回) | 5,588 | 5,175 | 5,055 |

※クレジットカード発行会社28社を対象

出所:日本クレジット協会「クレジットカード 動態調査」(2020年5月)を元に作成

^(※2) いずれも機械的に試算した概数であり、今後変更の可能性がある。

少数の主要決済事業者が大部分のシェアを占める(ポイント還元事業により得られる示唆)

- 2019年10月~2020年3月までの決済金額が100億円以上の大型決済事業者62者(10%弱)だけで 全体の90%超の金額・80%超の加盟店数を占めており、その他の587者の決済事業者(90%強)は全体の10%弱の金額・20%弱の加盟店数に過ぎない。
- ポイント還元事業に参加しているアクワイアラー(加盟店を事業に登録する役割の決済事業者)の登録加盟店における決済金額を集計。
- アクティブ加盟店数については、2019年10月1日~2020年3月31日までに一度でも決済のあった加盟店を「アクティブ加盟店」として計上。

ポイント還元事業における大型決済事業者とその他の決済事業者の決済金額及びアクティブ加盟店数

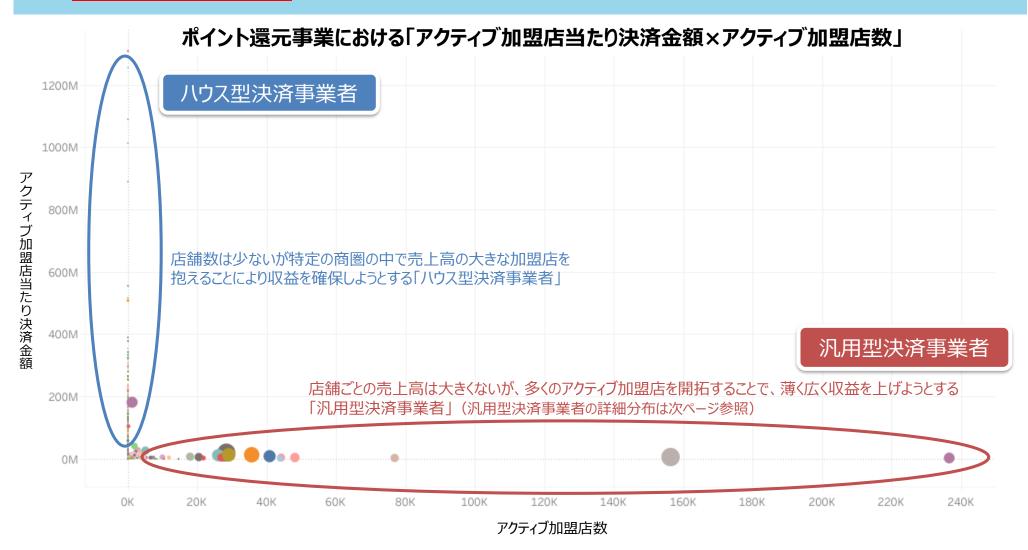
| | 決済 | | 油 文 泰 哲 | | アクティブ | |
|----------------------------------|------|--------|---------|--------|------------|--------|
| | 事業者数 | シェア | 決済金額 | シェア | 加盟店数 ※) | シェア |
| 大型決済事業者 (期間中決済金額が 100億円以上) | 62社 | 9. 6% | 7. 2兆円 | 90. 9% | 82. 6万店 | 91. 9% |
| その他の決済事業者 (上記以外) | 587社 | 90. 4% | O. 7兆円 | 9. 1% | 15. 9万店 | 17. 7% |

⁽注) 2019年10月1日~2020年3月31日までの実績

^(※)アクティブ加盟店のうち、大型決済事業者とその他の決済事業者の両方に登録されている加盟店は二重に計上。したがって、シェアの合計が100%にならない。

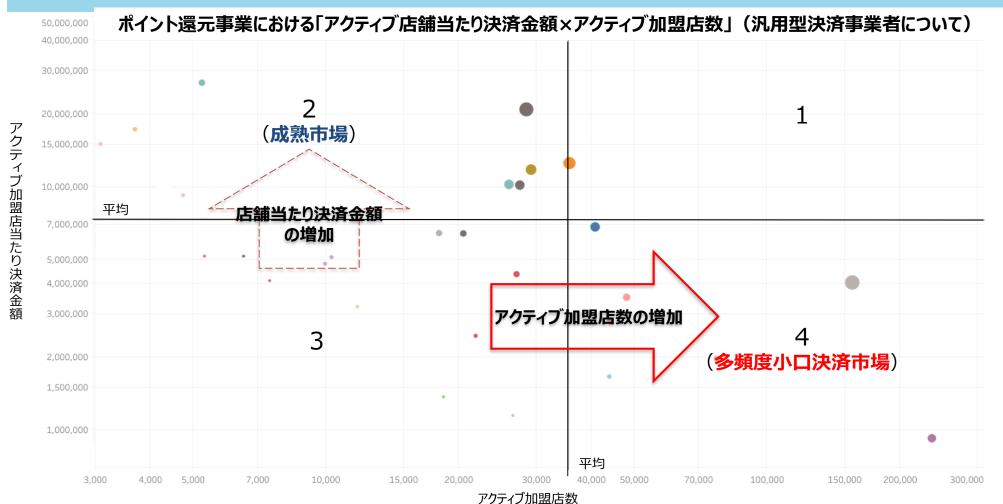
決済事業者のビジネスモデルは二極化 (ポイント還元事業により得られる示唆)

決済事業者は、アクティブ加盟店を広く増やし、店舗当たりの決済金額が小さくても全体のボリュームを確保する 「汎用型決済事業者」と、特定のアクティブ加盟店で、店舗当たりの決済金額を重点的に増やそうとする「ハウス 型決済事業者」に二極化。



汎用型決済事業者の今後の加盟店開拓の在り方(ポイント還元事業により得られる示唆)

- 汎用型決済事業者のうち、アクティブ加盟店数及びアクティブ加盟店当たり決済金額のいずれも相対的に低い事業者(第3象限)が、アクワイアラーとして今後も成長していくためには、アクティブ加盟店を増やす(第4象限へ進出)が、店舗当たり決済金額を増やす(第2象限へ進出)必要。
- ただし、**店舗当たり決済金額の大きい層(第2象限)は、既にマーケットとして成熟し未開拓加盟店が少ない**。 **アクティブ加盟店を増やす(第4象限)ため**には、**多頻度小口決済に適したビジネスモデルの構築**が必要。



中小店舗へのキャッシュレス決済導入の阻害要因

• **手数料**が高い

- 一般に中小店舗向けの手数料 率は、約5~7%と言われる。

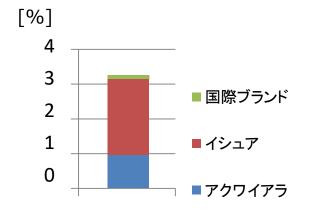
• 端末導入費が高い

- 専用線に対応するために特殊 な端末を都度開発

• **入金サイクル**が長い

- 決済事業者は、銀行口座への 振込の際に振込手数料を負担する 必要があり、入金頻度に影響

手数料率の一例 (3.24%の場合)



【出典】東芝TEC HP

入金サイクルに関するアンケート(2019年11月時点) (設問: 貴社ではキャッシュレスの支払い手段導入に伴う

(設問:貴社ではキャッシュレスの支払い手段導入に伴う 入金サイクルの変改に起因して、資金繰りに困ることがあ りましたか。)



- 入金サイクルの変化に困っている訳ではない
- 入金サイクルの変化に困ることがある
- 入金サイクルの変化に常に困っている

【出典】(一社)キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス調査」(2019年12月)

- ※中国(銀聯)では、最大0.55%、 医療・教育・福祉・介護等0%
- ※QRコード支払いでは、 銀行口座直結で1%未満も登場

クレジットカード端末:<u>数万〜数十万円</u> POS連動すると更に高価

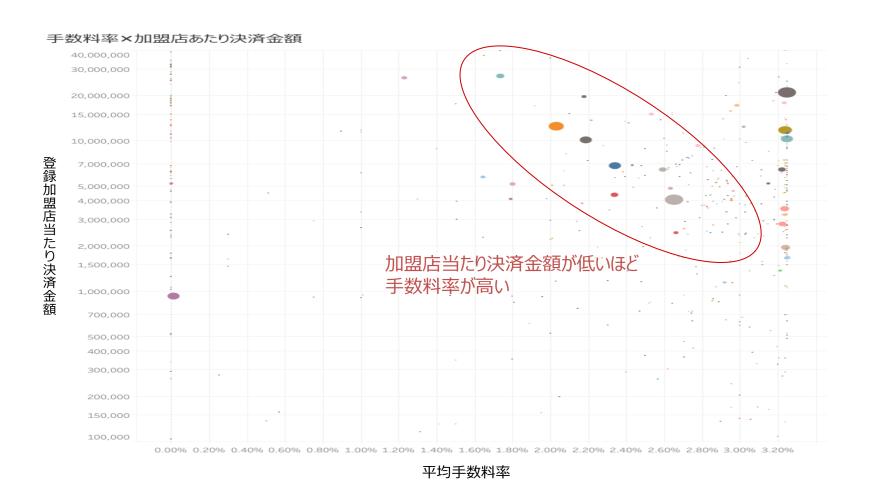
- ⇒最近では、比較的安い端末も登場 (数千円~2万円)
- ※QRコード支払いでは、専用端末不要

全体平均で約2割強のキャッシュレス導入中 小店舗が、「キャッシュレス導入に伴う入金サイクルの変化に起因して 資金繰りに困ることがある」と回答

手数料率と店舗当たり決済金額の関係 (ポイント還元事業により得られる示唆)

- 店舗当たり決済金額が小さくなるほど、加盟店手数料率は高くなる傾向にある。
- 各決済事業者ごとに登録加盟店に適用される加盟店手数料率を決済金額で加重平均したものを横軸とし、登録加盟店当たりの決済金額を縦軸に配置。

ポイント還元事業における「登録加盟店当たり決済金額×手数料率」



ポイント還元事業の効果 -手数料率の引下げ-

- ポイント還元事業において、決済事業者に、事業期間中の手数料に加え、期間終了後の手数料の取扱い等の公表を義務付け。
- 還元事業参加店舗の平均手数料率は約2.41% (2020年3月末時点)。 ※一般に中小店舗向けの手数料率は、約5~7%と言われている。
- 事業終了後も、<u>半数以上</u>の決済事業者がこの手数料率を継続。
- ⇒ **手数料の「見える化」**により、**決済事業者間で市場競争が働いた**と考えられる。

ポイント還元事業における決済事業者の期間終了後の手数料の取扱い

| | | 期間中の手数料率 | | | | | |
|---------|----------------|----------|---------|--------|--------|--------|-----|
| | | 3%台 | | 2 %台 | 1%台 | 0 %台 | 合計 |
| | | 3.25% | 3.24%以下 | 2 /0 🗖 | 1 /0 🗖 | 0 /0 🖂 | |
| 期間終了後の | 継続 | 101 | 57 | 9 | 14 | 46 | 227 |
| 手数料の取扱い | の取扱い 非継続 137 : | | 24 | 3 | 1 | 4 | 169 |
| 合計 | | 319 | | 12 | 15 | 50 | 396 |
| | | 238 | 81 | 12 | 13 | 30 | 330 |

入金サイクルの短い決済サービスについて

- 中小店舗からは、キャッシュレス決済による取引は、現金決済と異なり入金までに時間を要するといった懸念が示されている。
- 最近は、入金が最短翌日のものや、月6回の入金を選択できるものなど、中小店舗としても導入しやすい決済サービスも様々登場。
- ⇒ 入金サイクルの「見える化」により、これらの様々な決済サービスを中小店舗に分かりやすく示していくことが重要と考えられる。

入金サイクルの短い決済サービス

- 決済代行事業者A社
- ·入金サイクルは、月6回、または、月1回
- ※支払いサイクルは、口座によらず選択可能。
- 決済代行事業者C社
- ・入金サイクルは、最短翌日
- ※三井住友銀行、みずお銀行の口座の場合は翌日。それ以外は週1回。

- 決済代行事業者B社
- ·入金サイクルは、月6回、または、月3回
- ※みずま銀行、三菱UFJ銀行、三井住友銀行の口座の場合は月6回、それ以外は3回。
- QRコード事業者D社
- ・入金サイクルは、最短翌日
- ※ジャパンネット銀行の口座の場合は翌日。それ以外は最短、翌々日。

出所:各社HP

- 1. 日本のキャッシュレス化の現状
- 2. ポイント還元事業の効果と得られる示唆
- 3. 本検討会で議論いただきたい点

まとめ

● ポイント還元事業により、中小店舗のキャッシュレス化が進展

- 登録加盟店数は約115万店。
- 登録加盟店のない自治体は、全国で2自治体のみ。
- 登録加盟店に占める新規加盟店の割合は約27%。

● 多頻度小口決済が進展

- ポイント還元事業では、6割が1000円未満の決済、平均単価は2000円強。
- クレジットカードの決済単価は減少。(約5600円(2019年2月)⇒約5100円(2020年2月))

● キャッシュレス決済市場は二極化

- 少数の決済事業者が、市場の大部分のシェアを占める。
- ・決済事業者のビジネスモデルは、「ハウス型決済事業者」と「汎用型決済事業者」に二極化。
- 汎用型決済事業者が成長するためには、アクティブ加盟店数の増加が必要。そのためには、 多頻度小口決済に適したビジネスモデルの構築が必要。

● 未開拓中小店舗へのキャッシュレス導入の課題として、手数料と入金サイクルが挙げられる

- 店舗当たり決済金額が小さいほど、加盟店手数料が高い。
- ポイント還元事業による手数料の「見える化」で、市場競争が働き、手数料は一定程度低減。
- 最近は、入金サイクルの短いサービスも登場。

本検討会で議論いただきたい点

<議論いただきたい点>

- 1. ポイント還元事業により、キャッシュレス決済市場に生じた変化
- 2. キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた課題
- 3. 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方策

<方策の方向性について>

第一回・第二回で議論

(1)決済事業者及び国の開示のあり方

く決済事業者>

- ポイント還元事業において、決済事業者は、加盟店手数料や入金サイクル、手数料の他に係る費用等を開示。
- 2020年7月以降も、加盟店手数料や入金サイクル等の情報の開示を充実させることが必要ではないか。

<国>

• 国も、ポイント還元事業で得られた加盟店や決済に関するデータを、中小店舗等が利用しやすい形で開示する ことを検討する必要があるのではないか。

(2) 多頻度小口決済に合わせたコスト構造

第三回以降で議論

• 多頻度小口決済の拡大を踏まえて、ネットワーク利用料や端末利用料のあり方について検討することが必要ではないか。(※現状は、決済単価の多寡にかかわらず決済一件ごとの固定価格で規定。)

(3) 手数料引下げに向けたコスト構造の変革

• 上記(1)(2)に限らず、加盟店手数料を構成する各要素について、引下げに向け、コスト構造の変革 を検討する必要があるのではないか。

21

参考資料

【参考】キャッシュレス決済とは ~ 主なキャッシュレス決済の例

クレジットカード



- **✓後**払い
- ✓与信審査あり
- ✓ スライド式/読込 (IC)式 /タッチ式

デビットカード



- **✓ 即時**払い
- ✓ 与信審査なし
- ✓ <u>スライド式/読込 (IC)式</u> /タッチ式

電子マネー (プリペイドカード)



- ✓ 前払い
- ✓ 与信審査なし
- ✓ <u>タッチ式</u> (非接触)

モバイルウォレット (QRコードなど)



- ✓ 他の決済手段と紐づけ スマートフォンで決済
- ✓ <u>カメラ読込</u>(QR) /**タッチ式**

【参考】QRコードの種類

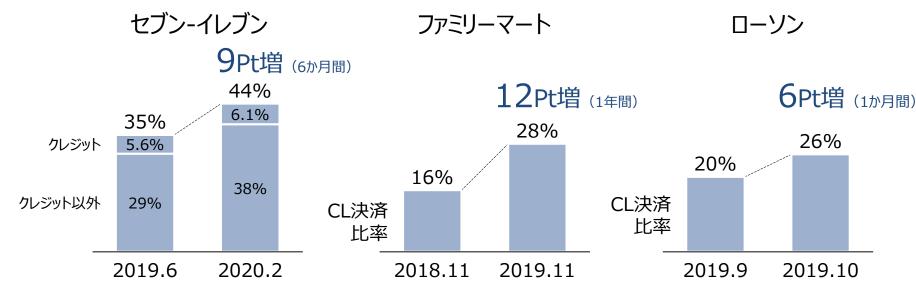


【参考】少額決済でのキャッシュレスの浸透

-コンビニエンスストアのキャッシュレス比率-

- ポイント還元事業の開始前後で、コンビニエンスストアのキャッシュレス比率は大きく上昇。
- 少額決済領域(コンビニエンスストアの客単価:600円台※)でのキャッシュレス化が進むことで、キャッシュレス決済業界全体の平均単価が引き下がる構造にある。
 - ※大手チェーンの客単価は、セブン-イレブン 639円、ファミリーマート 603円、ローソン 687円 (いずれも2018年度)

大手コンビニエンスストアにおける、ポイント還元事業前後でのキャッシュレス決済比率の変化



(出所) キャッシュレス決済比率

株式会社セブン&アイホールディングス 2020年2月期 決算説明会資料 https://www.7andi.com/ir/file/library/ks/pdf/2020_0409ks_01.pdf 株式会社ファミリーマート 2020年2月期第2四半期決算説明会資料 https://www.family.co.jp/content/dam/family/ir/library/presentation/1911presentation_dj5.pdf Bloomberg「キャッシュレス決済、想定上回るペースで拡大 - 経済対策で普及に弾み」 https://www.bloomberg.co.jp/news/articles/2019-11-27/PZFWE1T0AFB601

客単価

「セブン-イレブンの横顔」 https://www.sej.co.jp/library/common/pdf/yokogao2019-2020_all.pdf 株式会社ローソン「決算補足資料」 https://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/hosoku/hosoku_45_all.pdf ファミリーマート決算参考資料 https://www.family.co.jp/content/dam/family/english/ir/library/references/1902 fact jp oi4.pdf

【参考】B 2 Cの市場認識

● 店舗当たり取扱高の大きい大手の加盟店は既にキャッシュレス促進が進んだ開拓済み市場。したがって、決済事業者のトップライン向上のためには、アクティブ加盟店当たり決済金額の増加よりもアクティブ加盟店の増加が必要であり、キャッシュレス未導入市場への進出が必要。

B2Cのキャッシュレス市場

