

第二回の議論の振り返り、 クレジットカードのコスト構造分析、 今後のキャッシュレス推進施策等について

2020年9月4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. 第二回の議論の振り返り

2. クレジットカードのコスト構造分析について

3. 今後のキャッシュレス推進施策について

4. ポイント還元事業の加盟店データ公開について

第二回の議論の振り返り① (1) 日本のキャッシュレス決済比率について

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。

(決済回数も指標としていく必要性)

- 決済金額とともに、決済回数も見た方が、店舗や利用者の実感と合う。
- 消費者の日常的な実感を把握する観点から、決済件数を指標とすることも有意義。

(キャッシュレス決済比率の算出方法)

- キャッシュレス決済比率の計算において、分母には帰属家賃が入り、分子には銀行口座間取引が入っていない。これらを考慮すると、諸外国より大幅に低いわけではない。実態に沿った数字の公表も必要。

(QRコード決済利用の伸び)

- QRコード決済の利用が伸びた一因は、QRコード決済事業者が、インフラや端末を不要とし、手数料もゼロ近くにするなど、中小企業が参加しやすい形でキャンペーンを促進したこと。

第二回の議論の振り返り② (2) 決済事業者の中小店舗向け開示ガイドラインについて

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。
- ガイドライン案について異議がなかったため、提示した案にて了承された。

(開示ガイドラインとしてソフトな手法が有用)

- ソフトローは、開示項目の追加や変更に対応できるメリットがある。今回の環境整備は、決済事業者の自主的開示により透明性を高め、中小店舗への普及を図ることがポイントであり、各決済事業者の賛同を得られる形で議論することが必要。
- 決済ビジネスは変化が速く、業界で創意工夫して競争する余地が大きいソフトローが望ましい。

(ガイドラインによる公開の意義)

- 今回のガイドラインは、取引条件の明確化の観点から、高く評価できる。
- 透明性を高めコスト構造を明確化することは、中小企業のキャッシュレス化拡大につながる。

(公開に当たっての留意点)

- 決済手数料の上限と下限、あるいは標準料率を示す点について、事業者間で手数料が横並びになり、かえって競争が歪められないようにすべき。

(ガイドライン公表後の更新/効果検証の必要性)

- 透明性を確保した上で、その透明性がどう機能し、中小店舗にどのような影響を与えているかをモニタリングしていく必要がある。

第二回の議論の振り返り③ (2) 決済事業者の中小店舗向け開示ガイドラインについて

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。

(具体的な開示内容/業界による継続的な議論の必要性)

- 各決済事業者が提供する手数料は、一定の条件付きで提供されることがあるため、数字の単純比較で加盟店が混乱しないように工夫すべき。上限と下限や標準料率という項目が適さない事業者もいることに留意が必要。
- 解約方法などの細かい条件も、中小店舗に分かりやすく示してもらえるとよい。
- 中小店舗向け訴求点の開示は大事。自主的に訴求点を提示することも重要だが、俯瞰的に判断できる主体が、キャッシュレス決済全般や手段毎の訴求点を公に出すことが重要。

- オブザーバーからの主な意見は、下記のとおり。

- クレジットカードでは、決済事業者の仕入価格にマージンを加えて料率を設定。仕入価格は、業種や取扱高により複雑に設定される。ネットビジネスでは事業者はかなり低い水準でしのぎを削っている。
- 手数料率の開示は、中小店舗へのキャッシュレス決済の普及促進の一つの手段と理解。開示がどういう結果につながったか、検証が必要。
- 決済手数料は、アクワイアラーなのか、決済代行事業者なのか、オンアスかどうかなどにより変わってくる。店舗への訴求点として、申請後の加盟店審査の早さや、AI等を駆使した独自の審査を行っているかなどの点もある。

第二回の議論の振り返り④（３） 国によるポイント還元事業データの開示の方向性について

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。
 - 開示内容について消費者側、特に個人情報保護法の観点の配慮が必要。データの利用に対する消費者の意識は益々高まっており、消費者への配慮や問合せの対応なども検討する必要があると思われる。
 - 中小企業としてはデータに基づいて経営したいと考えており、国によるデータの開示は重要。
 - 地方毎のキャッシュレス普及データの開示も、自治体の施策を促す意味で望ましい。

第二回の議論の振り返り⑤ (4) 今後の検討会の進め方について (消費者への利用促進)

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。

- 「持続的」が重要なキーワード。加盟店だけでなく、消費者にいかに使ってもらうか。決済事業者は、消費者へのポイント付与や、加盟店の販促、不正利用に対するセキュリティ対策など、安心安全なキャッシュレス社会を維持していくために必要なコストをかけている。
- 全店舗がキャッシュレス対応しても、現金を使い続ける利用者がいる限り、キャッシュレス比率は100%にならない。消費者にどうメリットを提供していくか議論すべき。
- 消費者の中には、ちょっと怖いからという理由で使わない人がいる。セキュリティがしっかり担保されているかをはっきり示すことで、キャッシュレスが広がっていくのでは。
- 消費者への価値については、デジタル体験の拡大が重要であり、請求書の電子化や電子レシートの活用が今後の課題。
- クレジットカードで一定量決済した場合の減税措置も検討してはどうか。

- オブザーバーからの主な意見は、下記のとおり。

- ポイントは消費者への訴求点となるが、いつまでポイントを訴求点として使っていくのか考える必要がある。
- 消費者のニーズを店舗にご理解いただくと同時に、キャッシュレスによる店舗側のメリットをもっと訴求していく、といったことも必要ではないか。

第二回の議論の振り返り⑥ (4) 今後の検討会の進め方について (店舗に対する訴求点、オペレーションの見直しについて)

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。
 - 決済手段の拡大により加盟店のオペレーション負担が上がる問題をどう解消するかは、業界的な論点。
 - 店舗がキャッシュレス決済を受け入れるときの自由度が重要。例えば、消費者に手数料を負担してもらえる場合にキャッシュレス決済を導入してもいいと考える店舗があるかどうか、調査する価値はある。海外では手数料を議論する際は、サーチャージをどの程度認めるかもセットで議論されてきた。※サーチャージ: 加盟店が決済手数料を価格に上乗せしてカード利用者に請求すること
 - 店舗側に自由度（サーチャージの利用有無）を与える点について賛成。後払いの利益を得ている消費者に手数料を負担してもらうことも検討すべき。
 - キャッシュレス決済のメリットを定量的・対外的に出すことを検討してほしい。
 - 手数料引下げの議論に終始すると、非接触対応やデジタル化などの新しい動きへの対応ができなくなる。アクワイアリングが、店舗にどんな付加価値を与えるかを掘り下げたい。

第二回の議論の振り返り⑦ (4) 今後の検討会の進め方について (決済のコスト構造全体の分析の必要性)

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。

- 手数料のコスト構造は複層的であり、何がキャッシュレス決済の促進を阻む原因か、ウェブサイト等を通じて広く共有が必要。
- **決済事業者の固定費と変動費を教えてください。**手数料が下がれば、店舗にとってキャッシュレス決済を続けるインセンティブとなる。
- **業界全体のコスト構造を理解することは必要。またその際には個社レベルの投資判断・値付けというより、業界全体での効率性の観点での掘り下げも必要。**
- 与信の有無で決済のコスト構造が違うため、与信のないリアルタイムペイメントも議論に取り上げたい。

- オブザーバーからの主な意見は、下記のとおり。

- 消費者が安心して使える環境がないとキャッシュレスは広がらない。必要なコストを削ることは困るので、**必要なコストと必要でないコストを分けて検討すべき。**
- **手数料構造の分析について、キャッシュレス決済比率が上がっていった時に、手数料がどこまで下がるかシミュレーション**したらよい。ゴール・イメージを見た上で、改善すべき点はあるか検討するのがよい。

第二回の議論の振り返り⑧ (4) 今後の検討会の進め方について (インターチェンジフィー/IRF (イシュアー手数料) の在り方、海外との比較について)

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。

- 開示についてソフトローで行うことは賛成だが、その上で、インターチェンジフィー/IRF (イシュアー手数料) の上限規制を含めたハードローも、施策のメニューとして維持すべき。
- **手数料構造のどこを無理なく削れるか議論しないと、諸外国と差が付いてしまう。インターチェンジフィー/IRF (イシュアー手数料) 規制も一つの選択肢**としてあり得る。
- EU、豪州、マレーシアが法規制によりどう料率を設定し、事業会社がどう利益を出しているかを研究することで、日本での手数料引下げや入金頻度について提言できるのではないか。
- 海外事例ということでは、**規制されていない国々もあり、そのような国々でどのようにSME (中小企業) に受け入れられているのか**、分析は必要。

- オブザーバーからの主な意見は、下記のとおり。

- コストに焦点が当たっているが、**海外の決済事業者はどう収益を得ているのかも併せて見る必要**がある。

第二回の議論の振り返り⑨ (4) 今後の検討会の進め方について (その他の論点について)

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。

(キャッシュレス推進に向けたKPIの継続的なモニタリング)

- 第三回以降の論点として、進捗モニタリングの仕方やKPIの設定について検討してもよいのではないか。
- キャッシュレスが進まない理由を確認し、そのキャッシュレスが進まない要因にKPIを設定して、その改善度合いをトラッキングしたほうが良いのではないか。その要因を改善させることにターゲットを絞った政策を打てるはずである。

(その他キャッシュレス推進に向けた取組)

- 今後検討すべきこととして、決済サービス企業の競争環境の維持がある。決済サービス企業が統合した場合の独禁法上の論点や、決済サービス企業の寡占的傾向について、海外事例を含め調査することが必要。
- 少額決済と高額決済、与信無しと与信有りがあり、与信無しで少額決済のものは、より低コストのシステムを検討する必要がある。なお、地方自治体が実施するプレミアム商品券事業(紙)を、キャッシュレスで行うことを働きかけるのも一考。

1. 第二回の議論の振り返り

2. クレジットカードのコスト構造分析について

3. 今後のキャッシュレス推進施策について

4. ポイント還元事業の加盟店データ公開について

クレジットカードのコスト構造分析について

- 本検討会では、加盟店手数料や入金サイクルを含む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を議論してきたところ。前回の検討会では、課題に対する方策の一つとして、加盟店手数料や入金サイクル等の情報公開に関する考え方を記した「**キャッシュレス決済事業者の中小店舗向け開示ガイドライン**」を公表した。
- 一方で、本検討会に参画いただいている委員の方からは、
 - 手数料について議論するためには、そもそも業界としてどのようなコスト構造になっているのか、**決済手段毎にコスト構造全体を分析した上で議論していくことが必要**。
 - コストに焦点が当たっているが、**海外の決済事業者はどのように収益を得ているのかも併せてみる必要**がある。ポイントは消費者への訴求点となっているが、いつまでポイントを訴求点として使っていくのか考える必要がある。

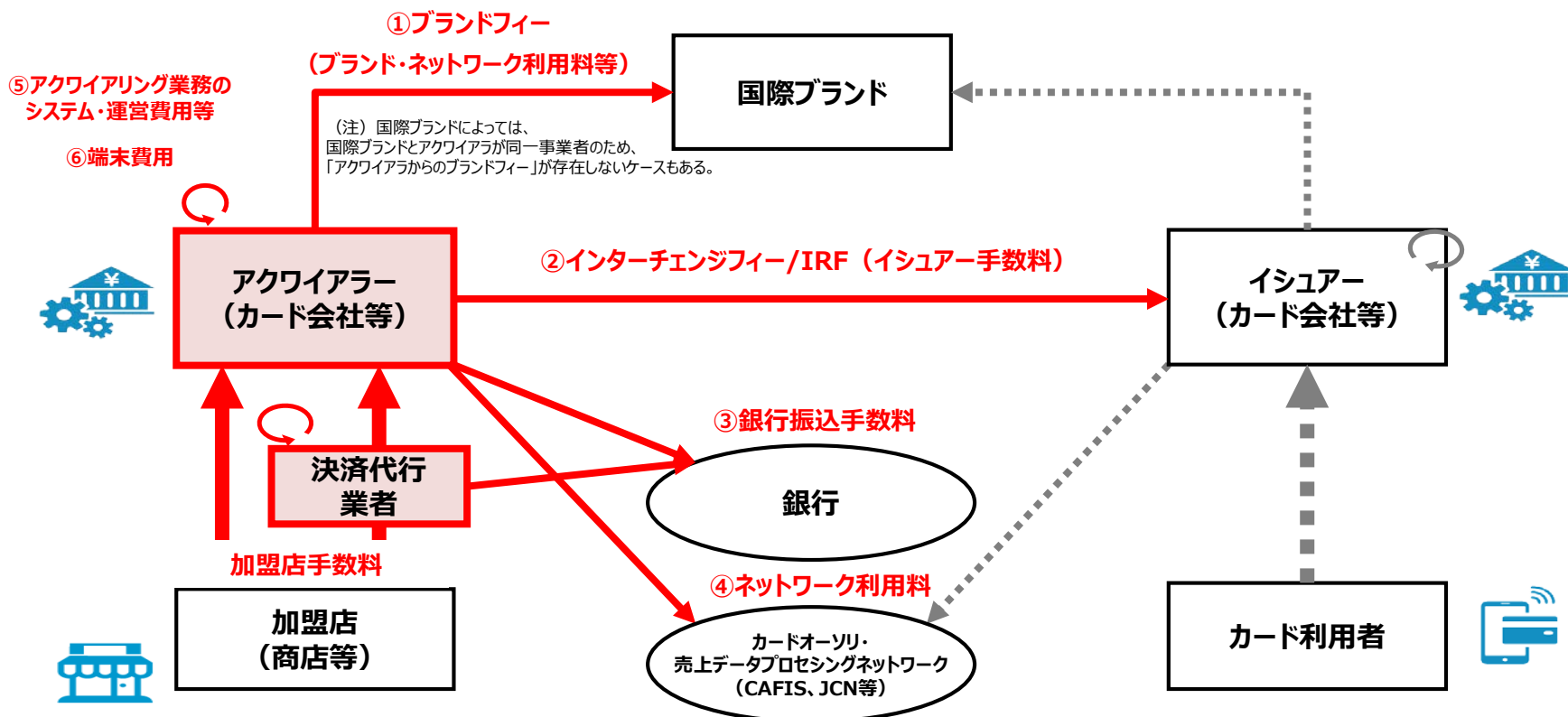
等の意見が見られた。

- こうした意見等を踏まえ、本検討会では、**モデルケースを用いてまずはクレジットカード決済に関するコスト構造の分析を行う**こととし、次回以降、クレジットカード以外の決済手段のコスト構造についても議論を深めていくこととしたい。

クレジットカードのコスト構造の概説

- クレジットカードを用いた決済は、複数の事業者（カード会社、決済代行業者、国際ブランド、決済ネットワーク事業者等）が提供する多様な機能の組合せによって実現するもの。中小加盟店における加盟店手数料の引下げに向けた方策を検討する上では、コスト構造の全体を可視化した上で、各コストの適切性を検証していくことが必要。
- ここでは、「**アクワイアラー（および決済代行業者）**」についての収入・コスト構造分析を行い、イシューアーについての収入・コスト分析は次回以降に行う。

今回のクレジットカードのコスト構造分析の範囲（赤字記載部分）



(参考) 用語の解説

用語	解説
国際ブランド	国際的に通用するクレジットカードブランドのこと。一般的には、VISA, Mastercard (4 party business モデル) ならびに American Express, DinersClub, JCB, Discover Card及び銀聯 (3 party business モデル) の7つを指す。
国際ブランド決済ネットワーク	各国際ブランドが運営する決済ネットワークシステム。国際ブランドとクレジットカード会社や金融機関をつなぎ、取引や決済を処理している。
アクワイアラー (ACQ)	店舗に対して、キャッシュレス手段の導入に向けた契約を行ったり管理したりする会社のこと。加盟店との間で加盟店規約を締結したうえで、イシューアーへの購入代金の請求や加盟店への代金の支払いが主な業務である。
イシューアー (ISS)	消費者と会員規約を締結し、クレジットカード等を発行・提供する会社のこと。消費者の獲得や会員への請求・問い合わせ対応、代金回収、セキュリティ対策等が主な業務である。
決済代行業者 (PSP)	決済代行サービスを提供する会社のこと。
インターチェンジフィー/IRF (イシューアー手数料)	クレジットカードでの決済があった際に、アクワイアラーがイシューアーに支払う手数料のこと。VISAやMastercard、JCB等の国際ブランドが定め、加盟店の業種等によって手数料率が異なる。
加盟店手数料 (MDR)	消費者がキャッシュレス手段で支払いをした際に、加盟店がアクワイアラー/決済代行業者に支払う手数料のこと。

クレジットカードのコスト構造 モデルケースにおいて仮定したコストの出典

※モデルケースにおける各種数値は中小店舗を対象にしており、実際の数値は各種条件によって異なる場合もある。

	コスト項目	モデルケースにおける数値	出典
1	ブランドフィー (ブランド・ネットワーク利用料等)	0.05%	カード会社ヒアリングによる事務局推計。
2	インターチェンジフィー/IRF (イシュアー手数料)	2.3%	カード会社ヒアリングによる事務局推計（4 party businessモデルと3 party businessモデルの両方を対象に含む）。
3	銀行振込手数料	400円/回	カード会社ヒアリングによる事務局推計。
4	ネットワーク利用料	6.0円/件	決済ネットワーク事業者へのヒアリング。オーソリ処理料、売上処理料、CCT端末（共同利用端末）の情報処理センター利用料を含む。
5	伝票保管料	1.0円/件	決済ネットワーク事業者へのヒアリング。
6	決済端末費用	10万円/台・4年償却	カード会社へのヒアリング（中小店舗には、より廉価な端末が導入される場合もあるが、今回のモデルケースではCCT端末の導入を仮定）。
7	アクワイアリング業務のシステム・運営費用	【PSP介在なし時】 0.15% + 750円/月・店 【PSP介在あり時】 アクワイアラー 0.15% + 750円/月・店 PSP 0.2%	カード会社・PSPヒアリングによる事務局推計。
8	加盟店手数料収入	3.25%	キャッシュレス・ポイント還元事業の上限手数料率および主要決済代行業者の手数料率基準から引用。

クレジットカードのコスト構造の可視化について

- 中小加盟店における主な取引である「オフアス取引」を対象に、決済単価による違いや決済代行事業者を介する取引のコスト構造を可視化する。

<コスト構造のモデルケース分析の対象範囲・・・モデルケース 1 ～ 4 >

分析の対象範囲	モデルとする中小加盟店 (月間取扱高50万円)		大規模加盟店		
	オフアス取引	うちPSP経由	オンアス取引	オフアス取引	オンアス取引
	平均的単価 (5,000円)	モデルケース 1	モデルケース 3	※分析対象外	
少額決済 (1,000円)	モデルケース 2	モデルケース 4			

※分析対象外

(注) 以下の取引については、分析対象から外している。

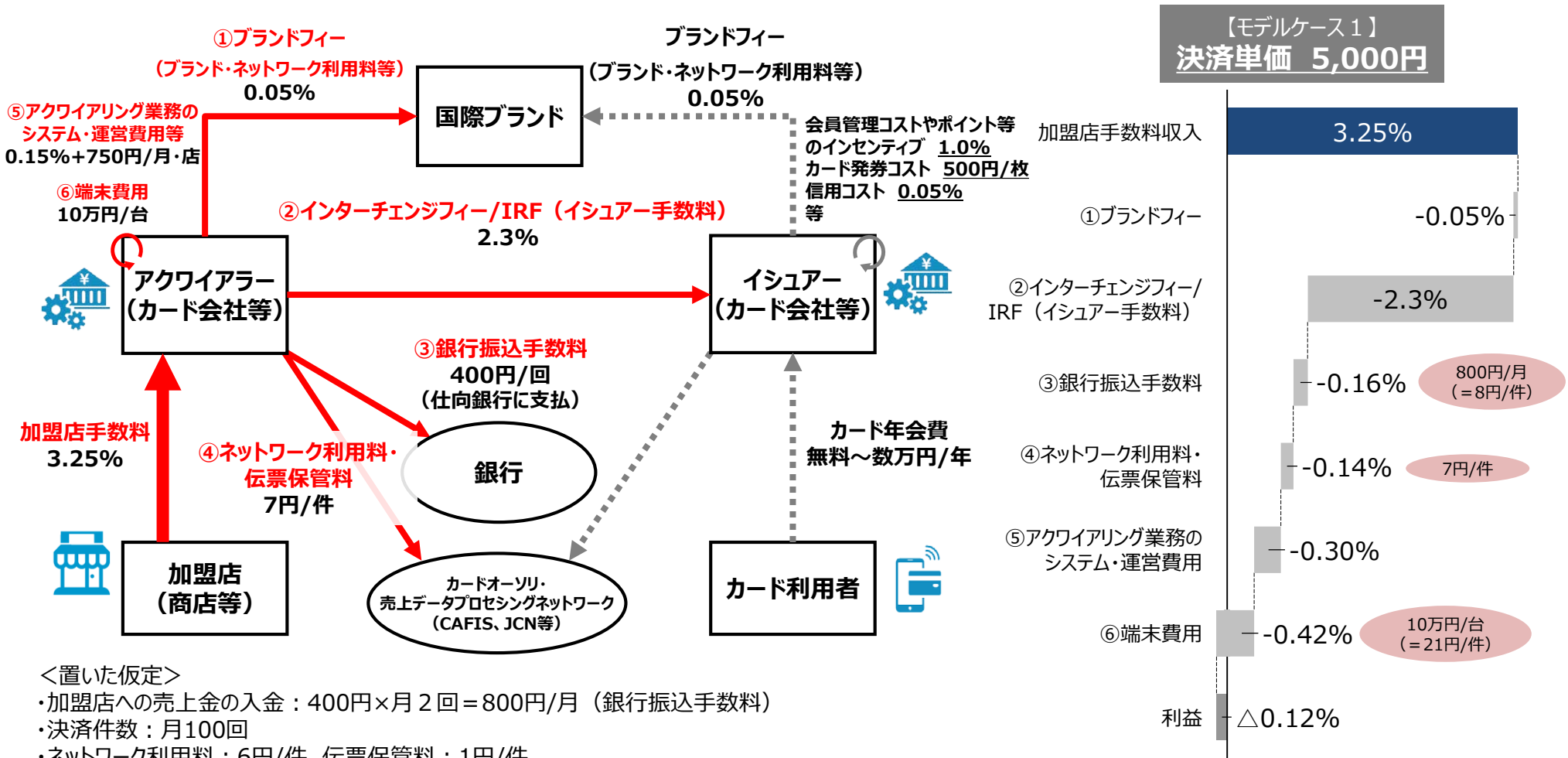
- ・中小加盟店のオンアス取引：中小店舗では1社のアクワイアラー/決済代行業者のみの契約が多く、大半はオフアス取引になるため。
- ・大規模加盟店：本検討会の分析を行う主対象を中小店舗としているため。

※平均的単価は日本クレジット協会「クレジットカード動態調査」を参照した。(https://www.j-credit.or.jp/information/statistics/)

【モデルケース 1】平均的単価での決済を主とする中小加盟店（オフアス取引）

● 主に平均的単価で決済が行われた場合、加盟店手数料収入に占める**インターチェンジフィー/IRF（イシューアー手数料）**や、**アクワイアリング業務のシステム・運営費用**、**端末費用の割合**が大きい。

【モデルケース 1】
月間キャッシュレス取扱高 50万円 / 決済単価 5,000円 / 決済回数 月100回 / オフアス取引



＜置いた仮定＞

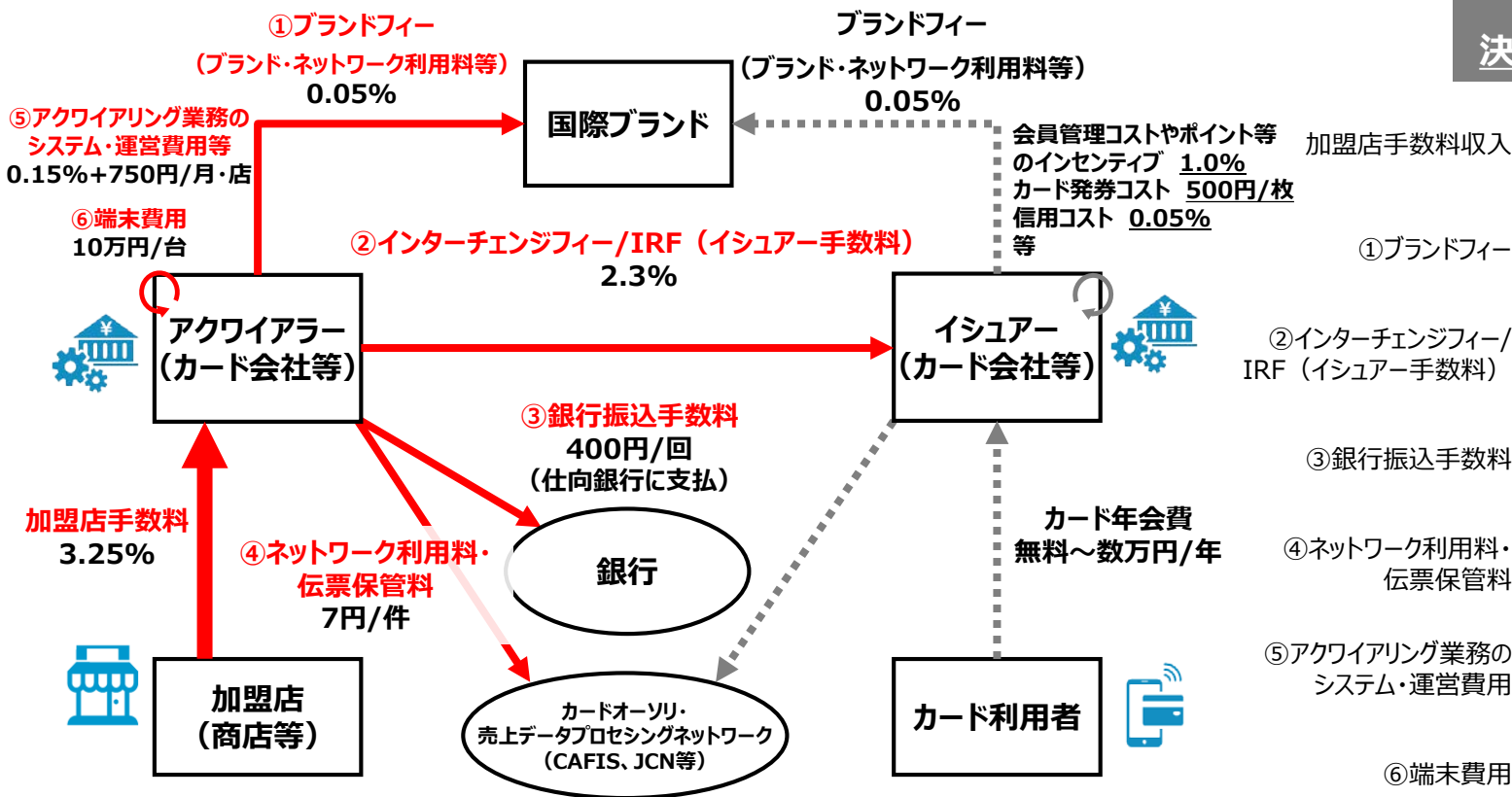
- ・加盟店への売上金の入金：400円×月2回＝800円/月（銀行振込手数料）
- ・決済件数：月100回
- ・ネットワーク利用料：6円/件、伝票保管料：1円/件
- ・端末費用：10万円/台、4年償却

【モデルケース2】少額決済を主とする中小加盟店（オフアス取引）

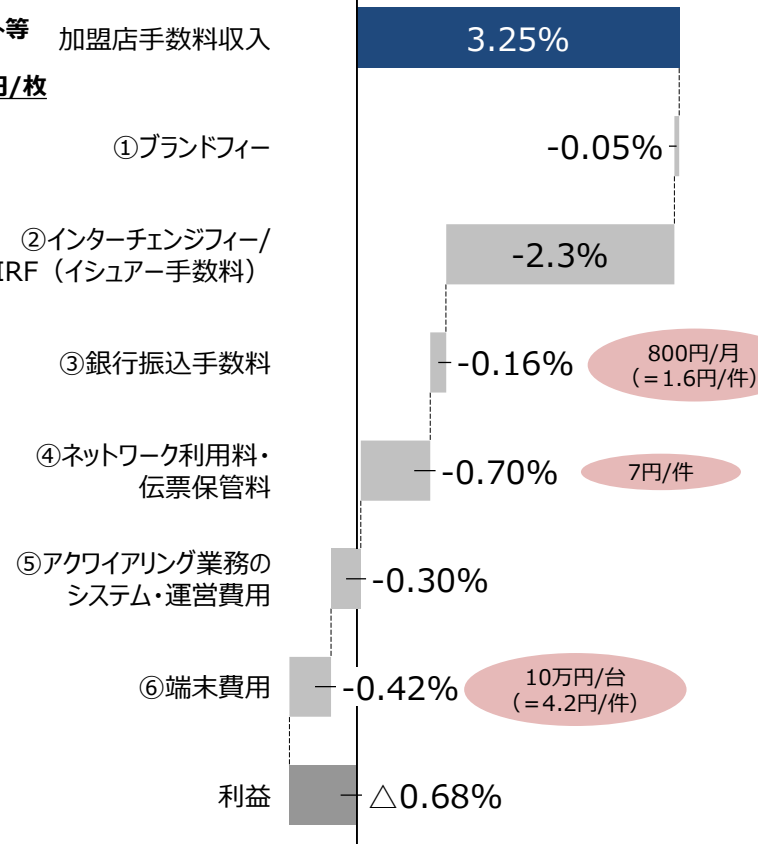
- 主に少額で決済が行われた場合、平均的単価での決済の場合と比較して、加盟店手数料に占める**ネットワーク利用料の割合が大きくなる。**

【モデルケース2】

月間キャッシュレス取扱高 50万円 / 決済単価 1,000円 / 決済回数 月500回 / オフアス取引



【モデルケース2】
決済単価 1,000円



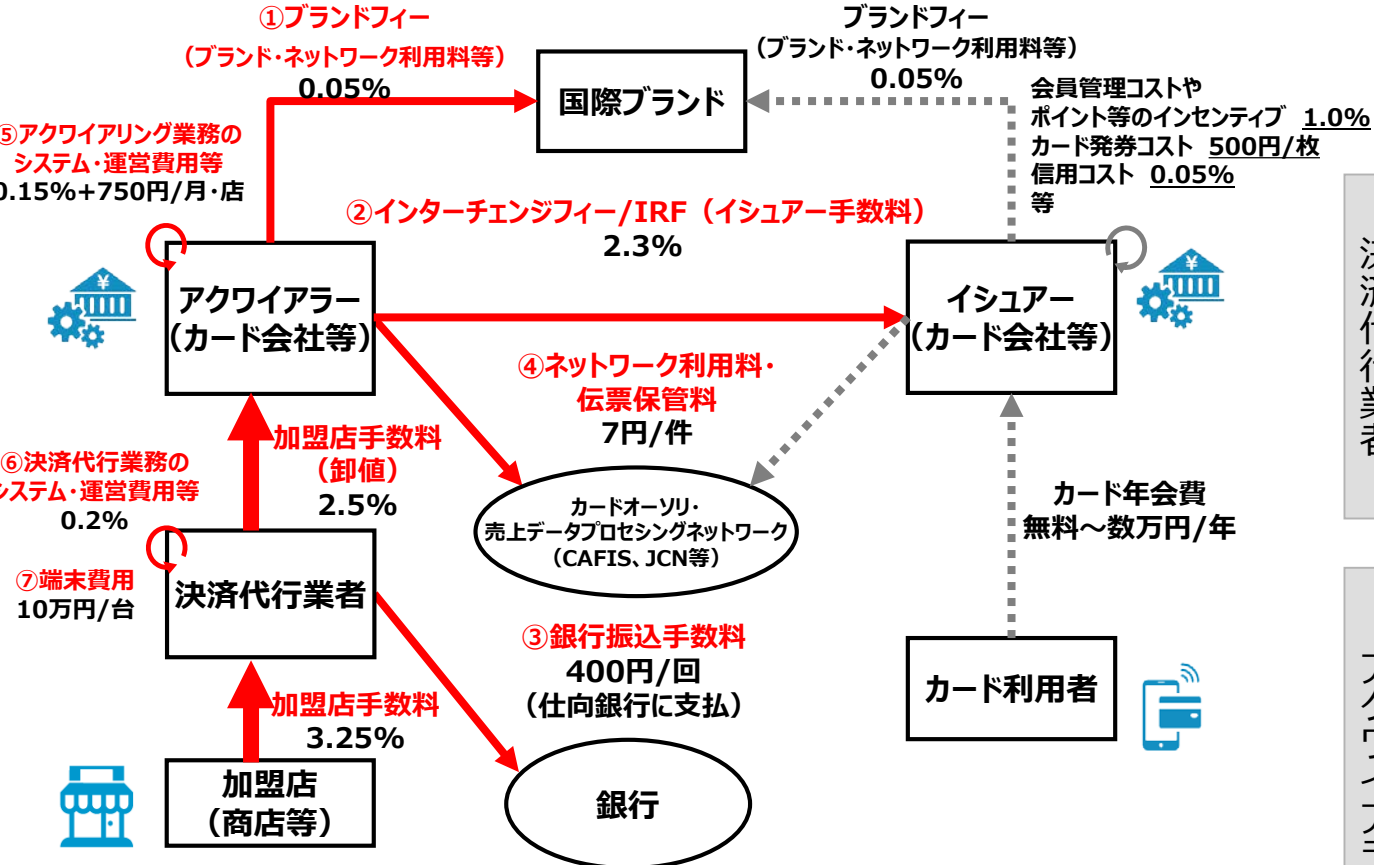
＜置いた仮定＞

- ・加盟店への売上金の入金：400円×月2回＝800円/月（銀行振込手数料）
- ・決済件数：月500回
- ・ネットワーク利用料：6円/件、伝票保管料：1円/件
- ・端末費用：10万円/台、4年償却

【モデルケース3】平均的単価での決済を主とする中小加盟店で、決済代行業者（PSP）が介在

- 決済代行業者（PSP）にとっては、加盟店手数料の構成要素として、アクワイアラーからの卸値が大宗を占める。アクワイアラーからの卸値の中では、インターチェンジフィー/IRF（イシューア手数料）が最大の構成要素となっている。

【モデルケース3】
月間キャッシュレス取扱高 50万円 / 決済単価 5,000円 / 決済回数 月100回 / オフアス取引 / PSPが介在



【モデルケース3】
決済単価 5,000円
PSPが介在

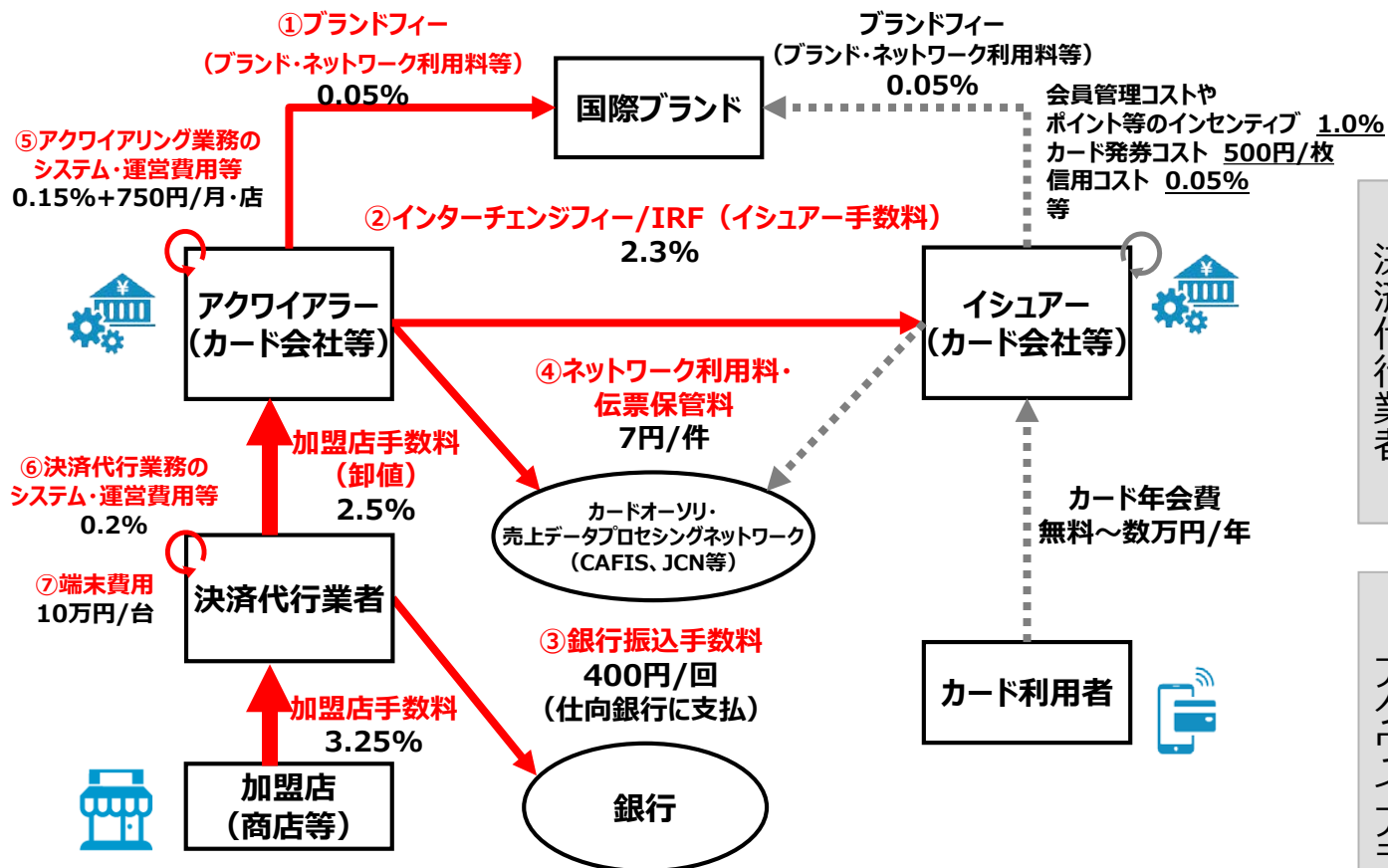
決済代行業者	加盟店手数料収入 (加盟店→PSP)	3.25%
	③銀行振込手数料	-0.48%
	⑥決済代行業務のシステム・運営費用	-0.20%
	加盟店手数料(卸値)	-2.50%
	端末費用	-0.42%
	PSP利益	△0.35%
アクワイアラー	加盟店手数料収入 (PSP→加盟店)	2.50%
	①ブランドフィー	-0.05%
	②インターチェンジフィー/IRF (イシューア手数料)	-2.30%
	④ネットワーク利用料・伝票保管料	-0.14%
	⑤アクワイアリング業務のシステム・運営費用	-0.30%
	アクワイアラー利益	△0.29%

<置いた仮定>
・加盟店への売上金の入金：400円×月6回＝2400円/月（銀行振込手数料）
・決済件数：月100回
・ネットワーク利用料：6円/件、伝票保管料：1円/件
・端末費用：10万円/台、4年償却

【モデルケース4】少額決済を主とする中小加盟店で、決済代行業者（PSP）が介在

● 主に少額で決済が行われた場合、平均的単価での決済の場合と比較して、加盟店手数料の卸値に占めるネットワーク利用料の割合が高まる。

【モデルケース4】
月間キャッシュレス取扱高 50万円 / 決済単価 1,000円 / 決済回数 月500回 / オフアス取引 / PSPが介在



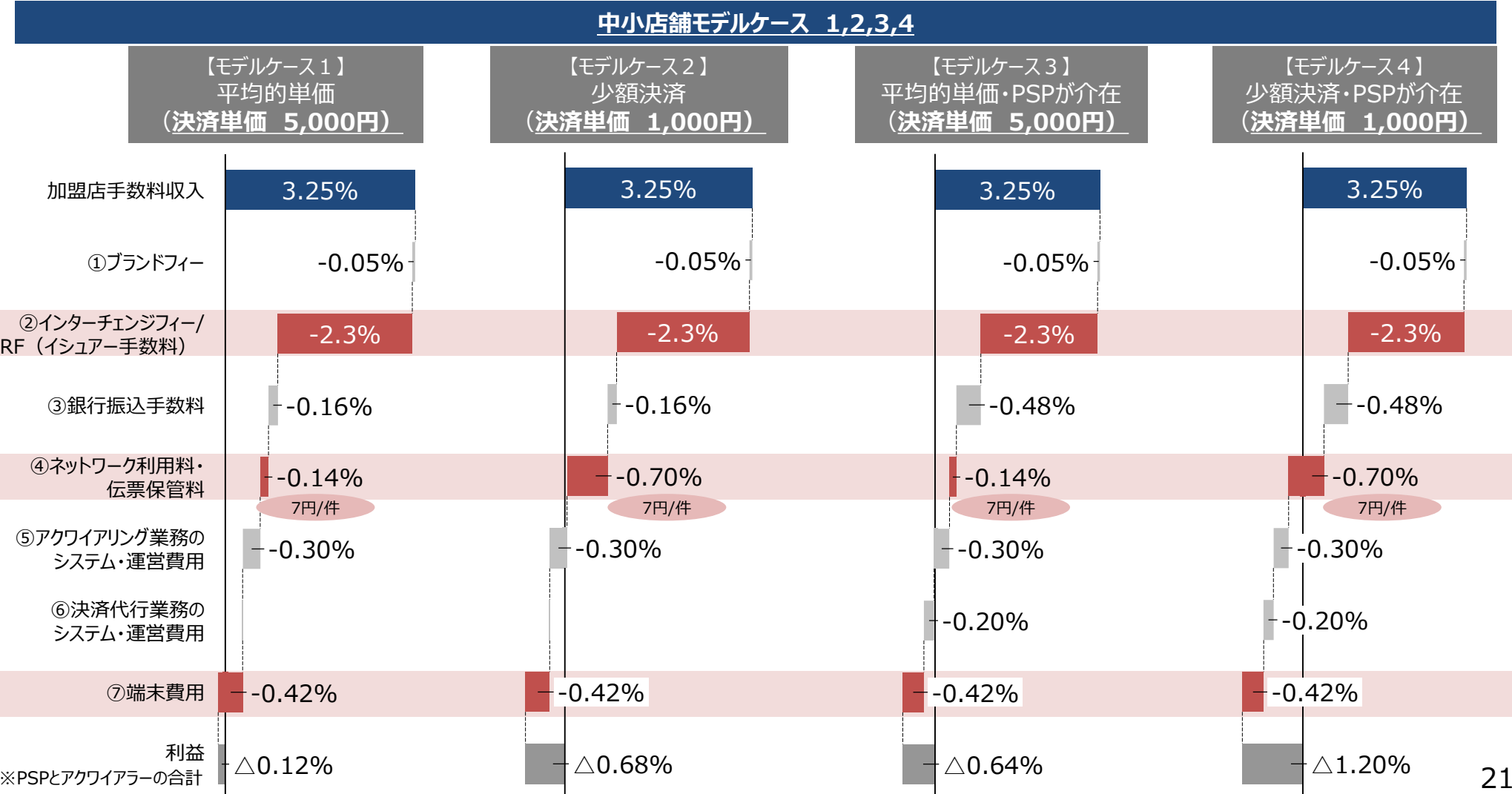
<置いた仮定>
・加盟店への売上金の入金：400円×月6回＝2400円/月（銀行振込手数料）
・決済件数：月500回
・ネットワーク利用料：6円/件、伝票保管料：1円/件
・端末費用：10万円/台、4年償却

【モデルケース4】
決済単価 1,000円
PSPが介在

決済代行業者	加盟店手数料収入 (加盟店→PSP)	3.25%
	③銀行振込手数料	-0.48%
	⑥決済代行業務のシステム・運営費用	-0.20%
	加盟店手数料(卸値)	-2.50%
	端末費用	-0.42%
	PSP利益	△0.35%
アクワイアラー	加盟店手数料収入 (PSP→加盟店)	2.50%
	①ブランドフィー	-0.05%
	②インターチェンジフィー/IRF (イシューアー手数料)	-2.3%
	④ネットワーク利用料・伝票保管料	-0.70%
	⑤アクワイアリング業務のシステム・運営費用	-0.30%
	アクワイアラー利益	△0.85%

モデルケース 1、2、3、4 の比較

- 全てのモデルケースにおいて、インターチェンジフィー/IRF（イシューア手数料）および端末費用の占める割合が大きい。
- 少額取引【モデルケース 2、4】ではネットワーク利用料の占める割合が大きくなる。



クレジットカードのコスト構造の可視化（アクワイアラーコストの総括）

- モデルケースを前提とした分析では、「中小店舗における端末費用」、「ネットワーク利用料」および「インターチェンジフィー/IRF（イシューアー手数料）」の負担が大きい。

#	コスト項目	コスト構造におけるポイント	対象モデルケース
1	端末費用	月間取扱高が50万円（モデルケース）の中小店舗向けであっても、約10万円の決済端末の費用をアクワイアラーが負担し無償提供する形式は多く、4年間の償却モデルにおいて、 <u>取扱高比0.42%のコスト</u> に相当する。	モデルケース1～4
2	ネットワーク利用料・伝票保管料	オーソリ処理料、売上処理料の費用に加えて、「伝票の保管コスト」「サービスデスク料」といった委託費が取引件数に連動して発生し、これらを総合すると <u>1件あたり最大約7円のコスト</u> がアクワイアラーに発生している。（決済単価1000円の少額決済においては、 <u>取扱高比0.70%のコスト</u> に相当）	モデルケース2・4
3	インターチェンジフィー/IRF（イシューアー手数料）	アクワイアラーからイシューアーに支払うインターチェンジフィー/IRF（イシューアー手数料）は、 <u>取扱高比2.3%</u> を占め、アクワイアラーの負担費用のうち約70%を占める。一方で、インターチェンジフィー/IRF（イシューアー手数料）については、イシューアー側で発生しているコスト項目への着目が必要。イシューアーにおいて、ポイント・販促、情報システム、カード発行、印刷郵送費、不正使用、各種人件費（審査・延滞督促・コンタクトセンター等）等の事業運営費用に充当されている。	モデルケース1～4

コスト構造分析を踏まえたまとめ①

【総括】

- 一定の仮定に基づく本分析の結果からは、中小加盟店向けのアクワイアリング事業は総じて利益を確保しにくい傾向にあることが推測される。
- 業界全体のコスト構造を把握する観点からは、下記の点にも留意する必要がある。
 - ① 加盟店手数料は相対で決定するものであり、一律に決定されるものではない
(特に大規模加盟店等は、取扱高が大きく、加盟店手数料が低い傾向にある)
 - ② クレジットカード会社や決済代行業者は、イシューリング業務やデータ管理等の関連サービスを提供するなど収益源の多角化を行っている

【ネットワーク利用料】

- ネットワーク事業者の中には、価格体系の見直しを行っている社も存在すると認識。
- 一方で、クレジットカードの利用時に、通信費用以外にも発生するオペレーションのコストがあり（伝票の保管コスト等）、一定の負担割合を占めていることが確認できた。
- 引き続き、多頻度小口決済が増加する昨今の環境に適した価格の在り方を検討するとともに、通信費用以外の各種オペレーションの運用を含め、削減できる点がないか検討すべきではないか。

コスト構造分析を踏まえたまとめ②

【端末費用】

- 従来より、中小加盟店において、端末導入費用が負担となっていることが指摘されてきたところ。
- 一方で、アクワイアラーへのヒアリングの結果、端末の導入費用は必ずしも加盟店のみによって負担されている訳ではなく、アクワイアラー自身が費用を負担している場合があることが確認された。端末が高価になった背景として、加盟店からの様々な要望に応えた結果、多種多様な機能を備えた端末となっていることが考えられる。
- 中小店舗に真に求められている端末の機能などを洗い出し、機能・費用共に中小店舗に適した端末の在り方について検討すべきではないか。

【インターチェンジフィー/IRF（イシューアー手数料）】

- 今回のモデルケースに基づく分析結果からは、アクワイアラーの支出のうち、インターチェンジフィー/IRF（イシューアー手数料）の占める割合が最も大きいことが確認された。これまでの検討会においても既に様々な言及があったところであり、インターチェンジフィー/IRF（イシューアー手数料）のあり方は論点の一つとして考えるべきではないか。
- 一方で、関係者へのヒアリングにおいて、インターチェンジフィー/IRF（イシューアー手数料）と加盟店手数料の相関関係が必ずしも明らかではないとの指摘があること、また、インターチェンジフィー/IRF（イシューアー手数料）はイシューアーの収益の大宗を占めており、単純な引き下げを図ることは、イシューアーの収益構造に大きく影響を与えること、ポイントの付与等消費者サービスの低下につながる可能性があることに留意して議論を行う必要がある。

1. 第二回の議論の振り返り

2. クレジットカードのコスト構造分析について

3. 今後のキャッシュレス推進施策について

4. ポイント還元事業の加盟店データ公開について

店舗のオペレーション改革に向けたキャッシュレス施策について

- キャッシュレス・ポイント還元事業を通じて、キャッシュレス決済導入店舗は一定程度増加したものの、加盟店手数料を始めとしてキャッシュレス決済に関するコストを指摘する声は多い。
- キャッシュレス決済の更なる普及に向けては、キャッシュレス決済のコスト低減に資する取組を進めるとともに、店舗の改革などを通してキャッシュレス導入による生産性向上等のメリットを定量的に「見える化」する必要があるのではないか。
- 今後のキャッシュレス推進施策として、「環境整備検討会」における検討を深めるとともに、従来型の店舗運営を変革し、生産性の向上を図る取組を後押ししていくべきではないか。

オペレーションの点検

- 法規制や国際ブランドルール上必ずしも必要ではないオペレーションを点検、必要に応じた見直しを行うべきではないか。

(例)

- 利用控え（特にマンスリークリア）の発行
- （1万円以下の決済時の）サイン・PIN入力
- 決済時の一括・分割の確認 等



消費者の利便性も向上

先進事例の検証

- 従来型の店舗運営を変革し、著しく生産性を向上させた先進事例を創出・検証すべきではないか。

(先進的取組 (例))

- オールキャッシュレス店舗
- 釣銭チャージが可能な店舗
- 省人化店舗 等



これら先進事例における売上・生産性等の定量的なデータを取得・活用することで、他の店舗への横展開を後押し

1. 第二回の議論の振り返り

2. クレジットカードのコスト構造分析について

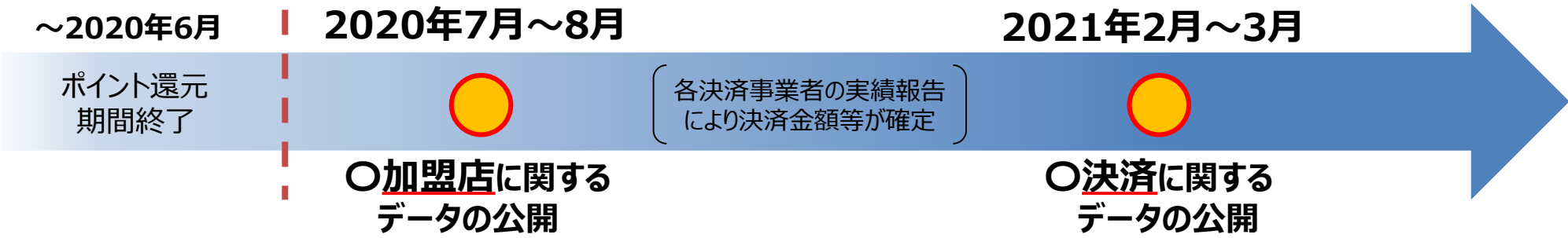
3. 今後のキャッシュレス推進施策について

4. ポイント還元事業の加盟店データ公開について

(第2回検討会資料再掲) ポイント還元事業で得られたデータの開示の方向性について (案)

- 国は、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、中小店舗や自治体、決済事業者が利用しやすい形で公開していくことが必要ではないか。

1. データ公開スケジュール (案)



2. データ公開項目一覧 (案)

加盟店に関するデータ	
都道府県別	登録加盟店数
市区町村別	
業種分類別	
キャッシュレス決済手段別	
消費者還元開始日別	

決済に関するデータ	
都道府県別	決済金額
市区町村別	決済回数
業種分類別	決済手数料率
キャッシュレス決済手段別	アクティブ加盟店数
決済日別	

3. データ公開に当たっての留意点

- ✓ 市区町村別の決済金額、決済回数、決済手数料率等を時系列で公開する場合、登録加盟店数がごく少数の自治体については、店舗の情報が特定される恐れがある。そのため、当該部分のデータについては公開を控えるなど、登録加盟店数が少ない自治体のデータ公開には一定の配慮をすべきではないか。

ポイント還元事業における登録加盟店数のデータ公開について

● 2019年10月1日から2020年6月末までの登録加盟店数（都道府県別、市区町村別、業種分類別、決済手段別）の推移について、以下の形式で公開予定。

ポイント還元事業の登録加盟店数の推移

※本データは、ポイント還元事業に登録された決済事業者からの2020年9月時点における申請情報を取りまとめたものであり、事後的に変動する可能性があります。

都道府県	市区町村	加盟店区分	業種分類	利用可能な決済手段	2019/10/01	2019/10/11	2019/10/21	2019/11/01	2019/11/11	2019/11/21	...	2020/06/21
北海道小計					25917	26484	30964	32043	35407	37504	...	53783
北海道小計			クレジットカード 利用可能店		22249	22791	26396	27366	28687	28993	...	41227
北海道小計			QRコード 利用可能店		7483	7766	9467	9777	10022	10222	...	24473
北海道小計			その他電子マネー等 利用可能店		10445	10729	12272	12900	12698	12289	...	22077
北海道小計		固定店舗	小売業		13907	14049	15983	16444	17536	18253	...	22996
北海道小計		固定店舗	小売業	クレジットカード 利用可能店	12576	12728	14220	14688	15539	16069	...	19533
北海道小計		固定店舗	小売業	QRコード 利用可能店	4904	4949	5715	5893	6403	6870	...	10529
北海道小計		固定店舗	小売業	その他電子マネー等 利用可能店	6116	6175	6853	7095	7373	7599	...	10064
北海道小計		固定店舗	飲食業		3711	3891	4800	4973	5678	6057	...	9682
北海道小計		固定店舗	飲食業	クレジットカード 利用可能店	3051	3211	3933	4128	4607	4884	...	7169
北海道小計		固定店舗	飲食業	QRコード 利用可能店	997	1137	1512	1555	1906	2127	...	5065
北海道小計		固定店舗	飲食業	その他電子マネー等 利用可能店	1495	1580	1875	1987	2160	2282	...	4038
北海道小計		固定店舗	その他サービス業		5950	6153	7460	7703	8534	9217	...	13645
北海道小計		固定店舗	その他サービス業	クレジットカード 利用可能店	5152	5353	6537	6788	7376	7788	...	10921
北海道小計		固定店舗	その他サービス業	QRコード 利用可能店	1339	1412	1894	1974	2374	2800	...	6097
北海道小計		固定店舗	その他サービス業	その他電子マネー等 利用可能店	1904	2019	2479	2610	2873	3036	...	5121
北海道小計		通信販売			1777	1797	2017	2209	2494	2687	...	3860
北海道小計		通信販売		クレジットカード 利用可能店	1019	1027	1164	1195	1318	1375	...	2072
北海道小計		通信販売		QRコード 利用可能店	44	46	58	58	66	70	...	107
北海道小計		通信販売		その他電子マネー等 利用可能店	794	807	892	1053	1221	1366	...	1865
北海道小計		移動販売等（タクシー、屋台など）			572	594	704	714	1165	1290	...	3600
北海道小計		移動販売等（タクシー、屋台など）		クレジットカード 利用可能店	542	542	542	561	847	877	...	1532
北海道小計		移動販売等（タクシー、屋台など）		QRコード 利用可能店	288	288	288	292	505	615	...	2675
北海道小計		移動販売等（タクシー、屋台など）		その他電子マネー等 利用可能店	173	173	173	195	443	449	...	989
北海道	札幌市				9558	9823	11861	12388	13903	14721	...	21745
北海道	札幌市		クレジットカード 利用可能店		7815	8068	9706	10170	11270	11816	...	16263
北海道	札幌市		QRコード 利用可能店		3012	3125	3868	3954	4486	4944	...	9999
北海道	札幌市		その他電子マネー等 利用可能店		4104	4233	4958	5290	5875	6139	...	9395
北海道	札幌市	小売業			4249	4299	5051	5245	5622	5908	...	7641
北海道	札幌市	固定店舗	小売業	クレジットカード 利用可能店	3670	3719	4286	4487	4791	5000	...	6268
北海道	札幌市	固定店舗	小売業	QRコード 利用可能店	1744	1760	2026	2050	2199	2388	...	3623
北海道	札幌市	固定店舗	小売業	その他電子マネー等 利用可能店	2007	2030	2282	2384	2469	2562	...	3499
北海道	札幌市	固定店舗	飲食業		1856	1949	2423	2525	2872	3090	...	4778
北海道	札幌市	固定店舗	飲食業	クレジットカード 利用可能店	1499	1587	1982	2089	2338	2497	...	3572
北海道	札幌市	固定店舗	飲食業	QRコード 利用可能店	500	549	725	745	899	1022	...	2440
北海道	札幌市	固定店舗	飲食業	その他電子マネー等 利用可能店	781	818	962	1021	1099	1144	...	1990
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

本日ご議論いただきたい点

＜議論いただきたい点＞

1. クレジットカード決済のコスト構造分析から得られる示唆、更なる分析の方向性について
2. 店舗のオペレーション改革に向けたキャッシュレス施策について

＜今後の検討会の検討内容（予定）について＞

（１）電子マネー・コード決済のコスト構造について

第四回で議論（予定）

- ・ クレジットカードと同様に電子マネー・コード決済のコスト構造分析を行い、共通するコストの有無を明らかにする。

（２）ネットワーク利用料（ネットワーク利用料、関連サービス費用）について

- ・ ネットワーク自体の利用料だけでなく、関連サービスについても見直しを行う必要があるのではないか。

（３）端末費用について

- ・ 加盟店・決済事業者双方の負担となっている端末費用についても見直しを行う必要があるのではないか。

（４）インターチェンジフィー/IRF（イシューア手数料）、ブランドフィーについて

第五回で議論（予定）

- ・ クレジットカード決済に欠かせない国際ブランドについて改めて役割を理解するとともに、インターチェンジフィー/IRF（イシューア手数料）、ブランドフィーについても、諸外国の議論を参照しつつ、多頻度小口決済が増加しているキャッシュレス環境に即した見直しを行う必要があるのではないか。
- ・ また、インターチェンジフィー/IRF（イシューア手数料）を分析する上で、アクワイアラー（および決済代行業者）に加えて、クレジットカード決済におけるイシューアの収入・コスト分析も行う必要があるのではないか。

（５）全体のとりまとめ

- ・ 検討会を通して得られた知見などをもとに、今後のキャッシュレス決済を取り巻く環境に関する提言を行う。

參考資料

【ポイント還元事業】店舗の種類別の登録状況と利用状況

- 2020年6月末時点の加盟店登録数は、約115万店になりました。
 - 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%）
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%）
コンビニの登録数が約5.5万店（約5%）
登録決済事業者数が1,103社
- 2019年10月1日～2020年6月22日までの対象決済金額は約11.7兆円、還元額は約4870億円です。
 - 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4210億円（約87%）
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150億円（約3%）
コンビニの還元額は約510億円（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。

（1）各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月末
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

（2）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。

	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7.4兆円（約63%）	約0.9兆円（約8%）	約3.4兆円（約29%）
対象決済回数	約16.4億回（約30%）	約8.8億回（約16%）	約29.5億回（約54%）
決済単価	約4500円	約1000円	約1200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。

（※ 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。

（3）決済金額別の決済回数の割合は以下の通り。

	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19.3億回（約35%）	約13.1億回（約24%）	約14.0億回（約26%）	約4.0億回（約7%）	約4.3億回（約8%）

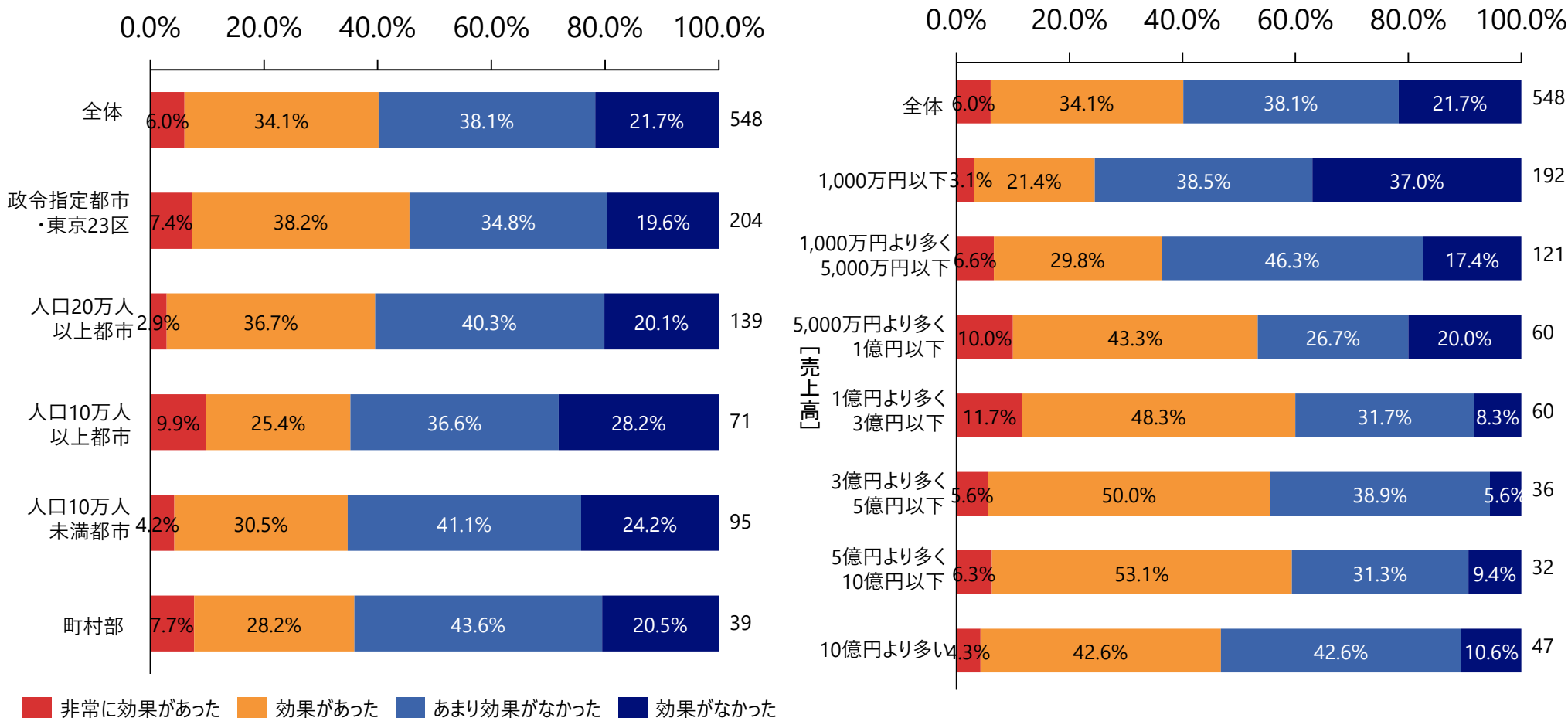
（※）機械的に試算した概数であり、今後変更の可能性がある。

還元事業による売上確保効果 地域区分別・売上規模別

還元事業参加店舗の約40%は、売上に効果があった。

【※前回（2019年11月）は約39%】

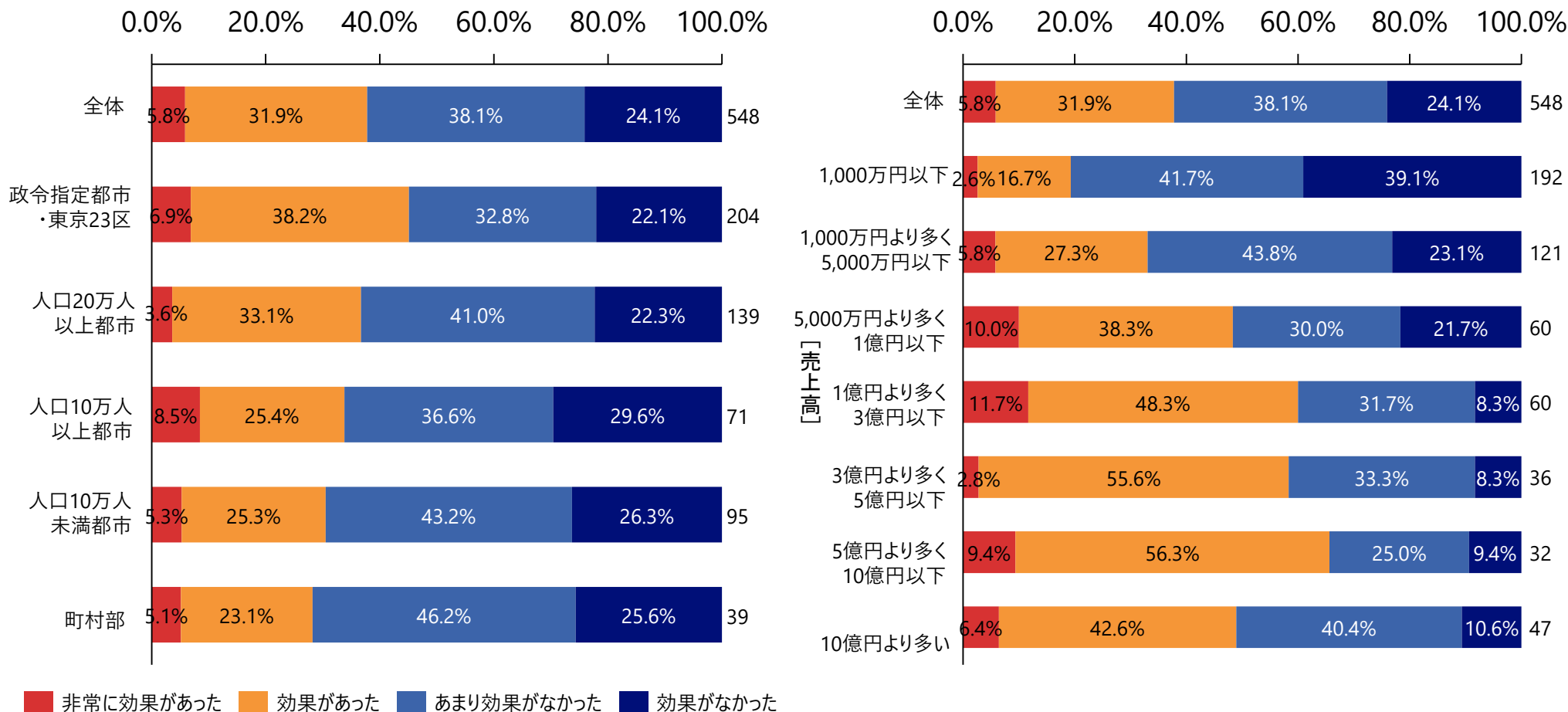
【設問文】貴社での、キャッシュレス・消費者還元事業への参加による売上確保の効果についてお知らせください。新型コロナウイルス感染症が流行し、日本経済は厳しい状況に置かれていますが、還元事業自体に売上確保の効果があつたかをお知らせください。



※全体には都市規模や売上が「不明」の回答が含まれるため、各セグメントの合計値とは一致しない。
 ※キャッシュレス・消費者還元事業に「既に登録した」と回答した事業者（就業者）のみ。

還元事業参加店舗の約38%は、顧客獲得に効果があった。【※前回（2019年11月）は約37%】

【設問文】貴社での、キャッシュレス・消費者還元事業への参加による顧客獲得の効果についてお知らせください。新型コロナウイルス感染症が流行し、日本経済は厳しい状況に置かれていますが、還元事業自体に顧客獲得の効果があったかをお知らせください。

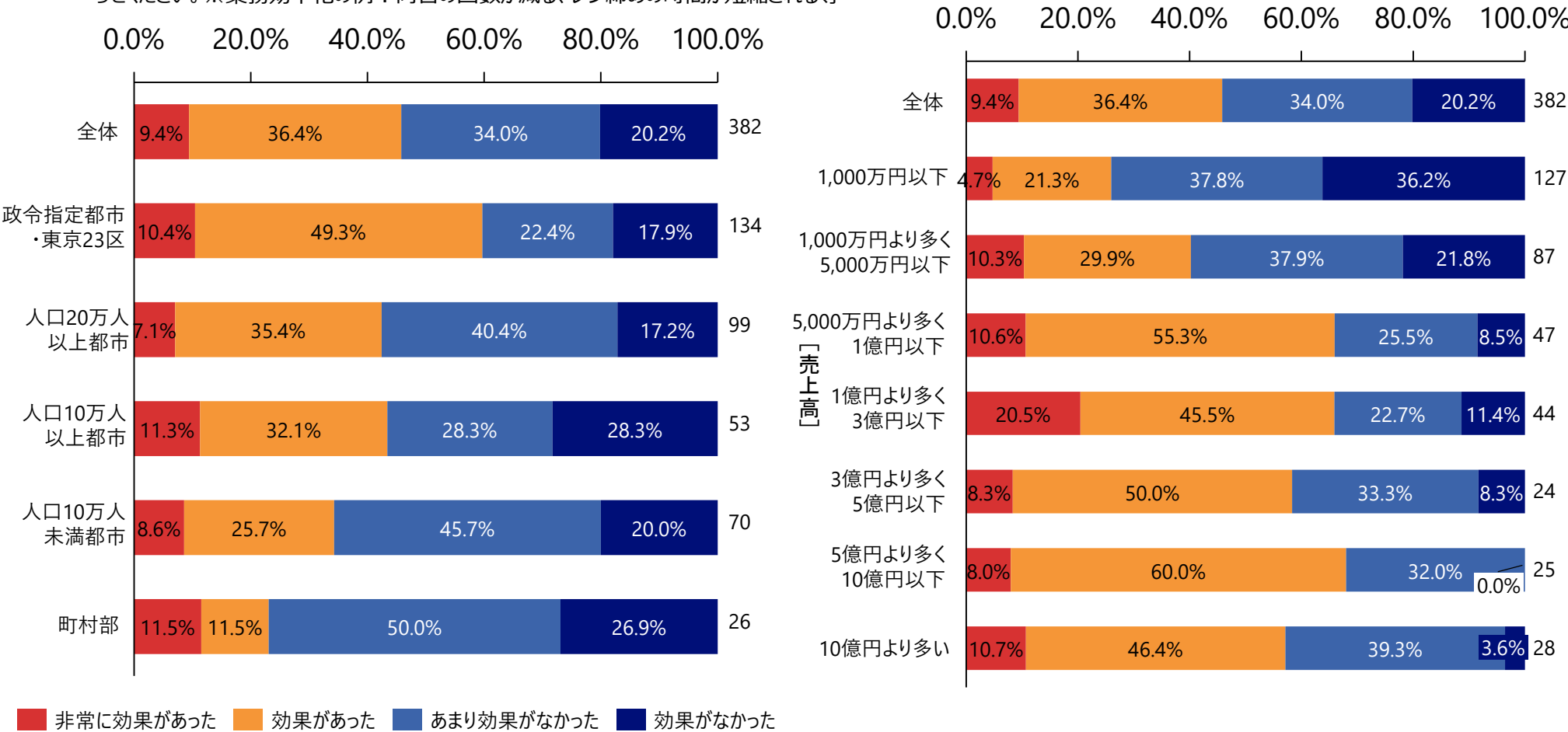


※全体には都市規模や売上が「不明」の回答が含まれるため、各セグメントの合計値とは一致しない。
 ※キャッシュレス・消費者還元事業に「既に登録した」と回答した事業者（就業者）のみ。

還元事業をきっかけにキャッシュレスを導入又は追加した店舗の約46%が、業務効率化に効果があった。

【前回（2019年11月）は約39%】

【設問文】貴社での、キャッシュレス・消費者還元事業をきっかけにキャッシュレスの支払い手段を導入/増やしたことなどによる、業務効率化※への効果についてお知らせください。※業務効率化の例：両替の回数が減る、レジ締め時間が短縮される等

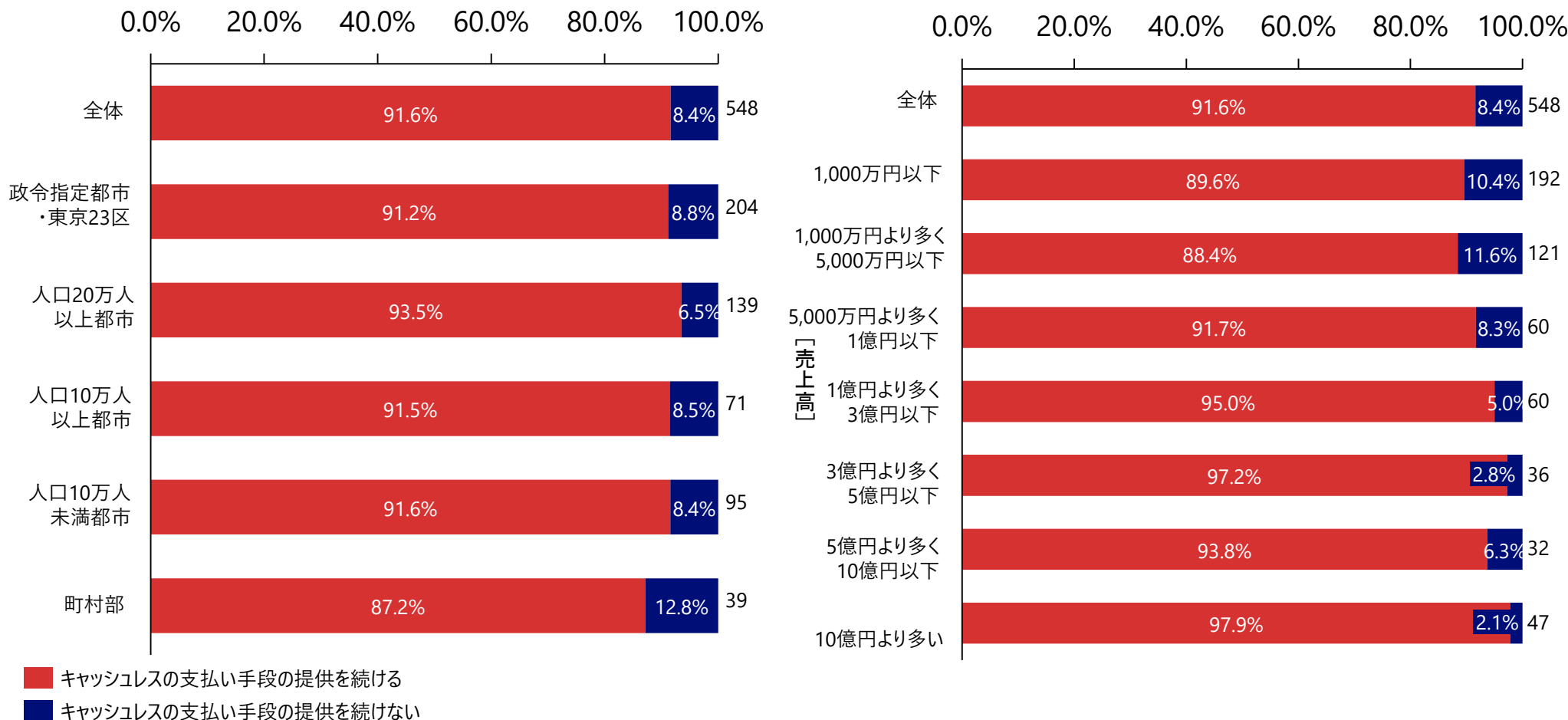


※全体には都市規模や売上高が「不明」の回答が含まれるため、各セグメントの合計値とは一致しない。
※キャッシュレス・消費者還元事業をきっかけに「はじめてキャッシュレスの支払い手段を導入した」「キャッシュレスの支払い手段を増やした」と回答した事業者（就業者）のみ。

還元事業の効果 還元事業終了後の、キャッシュレスの支払い手段の提供

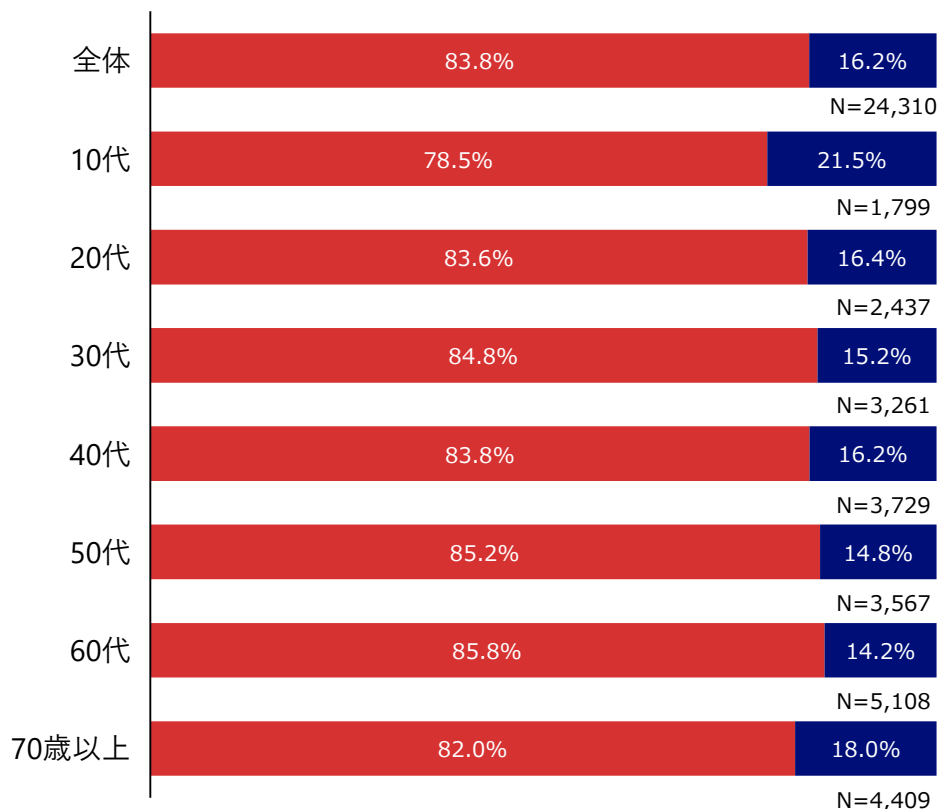
還元事業終了後も、どの地域区分でも、どの売上規模でも、
還元事業参加店舗の9割前後が、キャッシュレスの支払い手段の提供を続けるとしている。

【設問文】貴社における、2020年6月末のキャッシュレス・消費者還元事業終了後の、キャッシュレスの支払い手段の提供についてお知らせください。



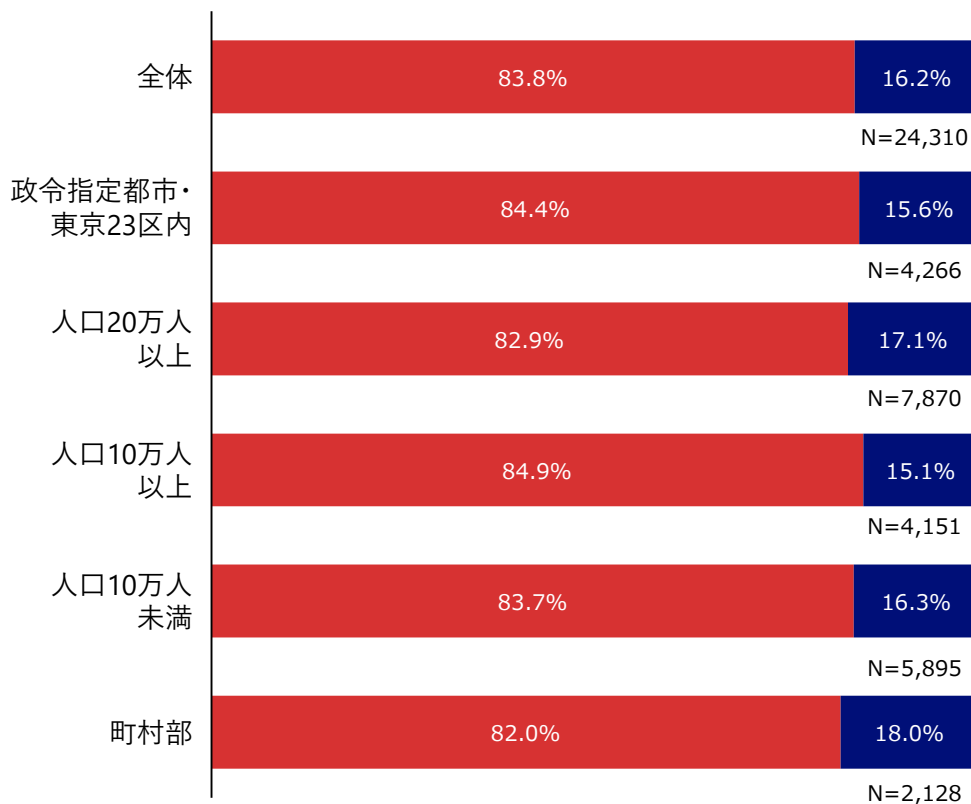
現在キャッシュレスを利用している消費者のうち、どの年代でも8割前後が、還元事業終了後もキャッシュレスを利用したいと回答。

【設問文】あなたは、ポイント還元事業終了後において、これまで（ポイント還元実施期間中）よりもキャッシュレス支払いを利用したいと思いますか。
最もあてはまるものをお知らせください。



■ ポイント還元事業終了後も、キャッシュレス支払いを利用したい

■ ポイント還元事業終了後は、キャッシュレス支払いを利用したくない



※「キャッシュレス支払いは利用していない」を除外して集計