

第四回の議論の振り返り、 インターチェンジフィーに関する分析、 ペーパーレスに向けた取組等について

2021年1月26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. 第四回の議論の振り返り

2. クレジットカード(イシューアー)のコスト構造分析について

3. 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

4. ペーパーレスに向けた取組について

5. その他

第四回の議論の振り返り① (1) 電子マネー・コード決済のコスト構造分析について

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。

(電子マネー・コード決済のコスト構造分析について)

- 電子マネーは、クレジットカードと違い、必ずしも共通するルールに基づいて事業が行われておらず、共通した要素もあるが、特にイシューング事業については、事業者ごとの差異が大きい。
- アクワイアリングについては、事業者間で一定の共通した部分がある。そういった決済事業全体また電子マネー事業の中で事業者間での共通要素を見出して、そこでコストを下げていく議論が必要。
- 情報処理センター経由のコード決済の接続は、大手加盟店のものが中心である。中小店舗向けでは、情報処理センターを介さないシンプルな接続形態が、現時点でも一定規模で存在している。

(イシューア手数料について)

- 加盟店手数料に占めるイシューア手数料の比率が大きい。中長期的にはイシューア手数料を下げ
るような競争環境整備が重要であると認識した。一方で、イシューア手数料を抑えると、加盟店手数料の引下には繋がるが、ポイント還元
の減少など消費者へのデメリットも発生だろう。
- キャッシュレスの普及途上である国内環境を鑑みれば、現時点で、EUのようにインターチェンジフィー
の直接規制を導入するのは難しいと感じた。特にアクワイアリング事業を行っていないイシューング単体の事業者には影響が大きく、その点についても考慮していくべき。

第四回の議論の振り返り② (1) ネットワーク利用料等について

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。

(ネットワーク費用について)

- 決済手段に関わらず、キャッシュレスが進むほど、決済単価は下がることは共通認識であると考えている。低い決済単価においては、特に定額の各種手数料の負担感が大きくなる。
- 価格改定については、将来的な少額決済の拡大のために寄与するものと考える。一方で、決済事業者としては、ネットワーク事業者には、適正な投資により、安定したセンターのシステム運用や、キャッシュレス決済の利便性やセキュリティの向上のためのサービス拡大なども引き続き期待したい。

第四回の議論の振り返り③ (2) 端末価格について

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。

(端末費用に関する分析について)

- 健全な競争を促すためには、消費者に対する決済事業者の過剰なロックインの打破と加盟店側のマルチホーミングを推進していくことが求められる。
- クレジット決済は、仕様として、共通化できる部分は大きいと考える。非接触決済等の新技術に対応して消費者の利便性のみならず、事業者の店頭での利便性向上を意識して、グローバル化にも対応してコストを下げていくという視点での検討も重要である。
- 決済端末について、海外サプライヤーと日本のサプライヤーの間に、価格差と品質の両方で差異がある。そのバランスの議論になると考えている。

第四回の議論の振り返り④ (2) 端末価格について

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。

(端末の各機能に対する意見)

- 中小企業の端末コストに対する意見として、**4～5万円の端末費用は回収に時間を要するため導入を躊躇する**との声がある。
- **用紙のオートカッターは、あれば便利だが無くてもよい**、スピード重視の店舗では助かるという認識。
- 各種控えは、アクワイアラに送付を求められるため送っているが、省略できるならば手間も郵送費も節約できるとの意見があった。

(ペーパーレス・サインレス・PINレスについて)

- **サインレス、PINレス、特に売上票の不要化については、業界団体でも検討**をしている。消費者や加盟店の利便性の観点からも、ぜひ前向きに検討をしていきたいと思っている。
- 消費者側の立場として、日常生活の中でクレジットカードを利用する際、確かにペーパーが要らない場面も多いと思う。一方で、会社の経理処理等で必要になるというケースも考えられるのではないかと。**多様な立場の消費者からヒアリングを行い、意見を集めるべき**である。
- 小売の現場では、**ペーパーレス、サインレスの受容は、定量的にも進んできている**と認識している一方で、リスクとのバランスという観点が重要。
- ペーパーレスについて、改正割賦販売法では、利用明細はデジタルが前提になったとの理解だが、**紙の明細を求められたら拒否できない運用**になっている。この点も更なる整理が必要ではないか。

第四回の議論の振り返り⑤ (2) 端末価格について

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。

(今後の端末の在り方について)

- 端末の接続仕様等は、各事業者が自社の提供サービスの優位性確保のために新たな技術も取り入れながら競争している面もあり、**やみくもな標準化・共通化は健全な競争を阻害する懸念**がある。よって、標準化すべきところとしないほうがよいところを確認しながら検討することが重要。
- **決済機能をハードウェアに依存せず、ソフトウェア化を進めることでコスト削減に繋がる**。スマートフォンのNFCリーダーを使ったTap to phone等、決済端末機能のソフトウェア化はグローバルトレンドでもある。

(その他)

- 端末については、決済事業者から加盟店にご提供する以上、**安全・安心に利用していただくことが重要であり、品質を犠牲にすることが難しい**。加盟店の理解を得ながら進めていくことが必要。

- オブザーバーからの主な意見は、下記のとおり。

- コロナ禍の状況もあり、**店頭での接触時間を減らしたいという意見は、当会のアンケートでも確認**されており、その点でもペーパーレス化は有用。必ずしもレシートは出さないという消費者向けの周知も必要である。
- **端末費用の中でもプリンター関連の機能によるものは相当に大きい**と認識している。法令やルール上の課題もクリアしていくことを検討頂きたい。
- **共同利用端末の仕様において、加盟店に対して過剰になっている機能があると認識**している。加盟店の理解も頂いた上で、費用削減の為に削れる機能についても検討を進めて頂きたい。

第四回の議論の振り返り⑥ (3) 現金のハンドリングコストについて

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。

(試算を行うことに対する意見について)

- 今回の詳細なコスト分析は、各店舗においてこれだけ実際に低減ができるという視点で行われることに意味がある。特に、中小店舗に焦点をあて、キャッシュレス推進の観点から人件費・オペレーションの簡素化について分析する点に、大きな意義がある。
- 現時点での分析も重要だが、今後キャッシュレスが増えて現金が減った時点におけるコスト負担を分析することにも意義があろう。

(分析の手法について)

- キャッシュレスを導入しない主な理由として「自社の商品や取引の形態と合わないから」との理由が挙げられていることから、商品・サービスのカテゴリに分けて分析することに意味があろう。
- 現金とキャッシュレスで二重コストがかかるということを考慮すると、変動費と固定費を分けると良い。
- どのキャッシュレス決済手段を使うかまで落とし込んで確認すべき。キャッシュレス側のコストについても勘案する必要がある。
- どれほどのキャッシュレス化が実現した状況下での試算であるかという条件設定が重要。

第四回の議論の振り返り⑦ (4) その他

- 委員からの主な意見は、下記のとおり。

(今後の政策の方向性について)

- クレジットカードがキャッシュレス決済の手段の中で圧倒的にシェアを占めていることを考えると、クレジットカードにおいて適切に競争が働くと結果的にコード決済や電子マネーのコスト低下に繋がるとはならないか。
- 銀行における手数料の問題が、キャッシュレス全般において重要な影響を及ぼしていることが確認できた。この分野は引き続き行政サイドで銀行に改革を求めることが必要と感じた。
- 決済端末に見られる多機能・高品質化は、日本の他の製品でも同様に見られる事象であり、根本原因をどうとらえるか。市場原理に任せて解決するのであれば一番よいが、日本においては、行政が関与することも仕方がないことなのかもしれない。キャッシュレス決済の分野はテクノロジーが進化している分野であるため、技術中立的な政策が求められる。
- 還元事業を受け、またコロナ対策として自治体がキャッシュレスを推進する状況にあるが、自治体の知見が十分ではない場合がある。経産省やキャッシュレス推進協議会の知見を活かしていただきたく、総合的な取組をできると良いのではないかと。

(キャッシュレス推進協議会のHPにおける中小加盟店向けプランの公開について)

- キャッシュレス推進協議会HPにおけるプラン比較については、自治体が自前で作ることは難しいので、自治体で活用できると良い。
- HPについては、商工会などに都度説明しており地元店舗等に紹介して欲しい旨を依頼している。事業者の声を把握しながら、継続的な改善に努めたい。

1. 第四回の議論の振り返り
- 2. クレジットカード(イシューアー)のコスト構造分析について**
3. 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
4. ペーパーレスに向けた取組について
5. その他

イシューング事業の収支構造に関する認識

- 事業者へのヒアリングによると、ショッピング手数料は減少傾向にあり、会員からの収入（金利・年会費）が加わることで利益が出る構造にある。
- イシューング事業の総コストは、取扱高比約3%を上回る水準と推計される。中でも、「ポイント、会員サービス、販促費用」が、コスト全体の約4割近くを占めている。

※下記モデルケースは、一部事業者へのヒアリング結果であり、全ての事業者に当てはまる訳ではない点に留意。

イシューング事業の収支構造モデルケース（数値は取扱高比。カッコ内はコスト全体に占める構成比率）

収入項目	費用項目
その他収入（年会費等） 0.5%	イシューング事業の利益 0.3%
分割・リボ・キャッシング 手数料収入 1.4%	その他費用※3 0.9%(構成比27%)
	ブランドフィー 0.2%(構成比 6%)
	印刷・郵便費 0.1%(構成比 4%)
	人件費・業務委託費 0.4%(構成比13%)
	システム費用 0.4%(構成比11%)
	カード発行費用 0.1%(構成比 3%)
ショッピング手数料収入※1 1.6%	ポイント、会員サービス、販促費用※2 1.1%(構成比36%)

イシューング事業の総コスト
= 取扱高比 **3.2%**

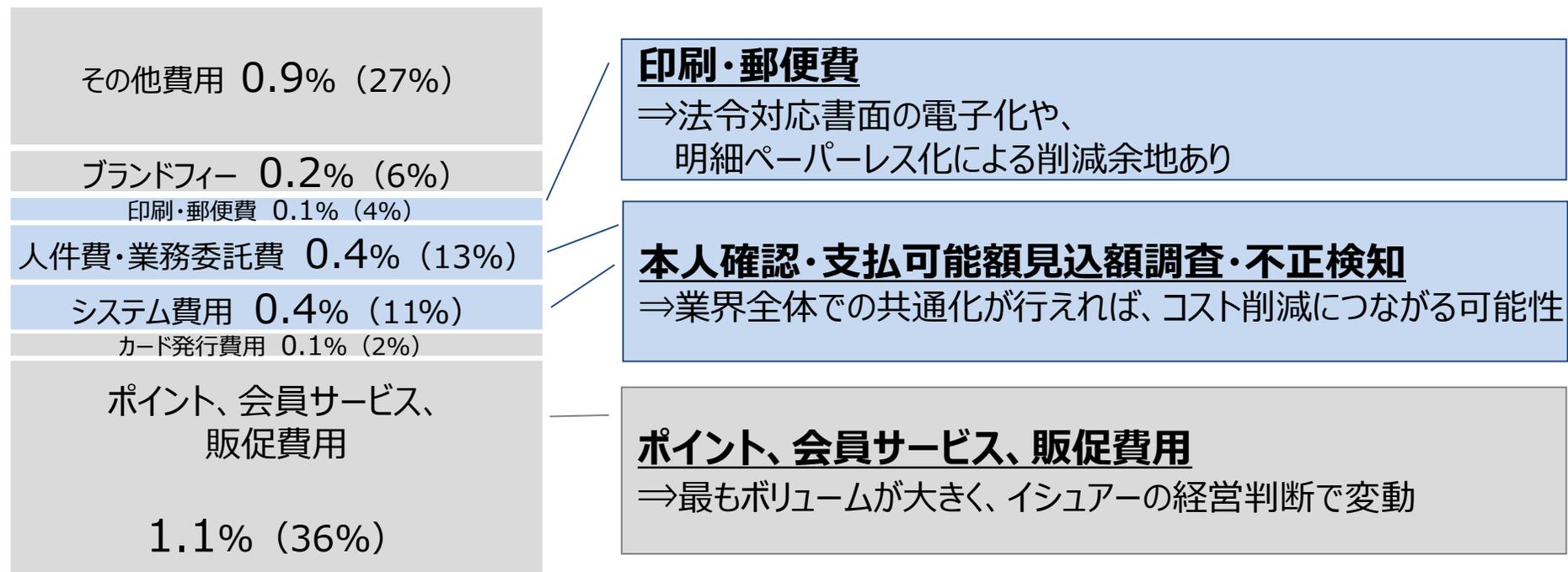
(出典) カード会社ヒアリング等より事務局作成

※1 オフアス取引におけるインターチェンジフィー/IRF（イシューア手数料）に加え、オンアス取引の加盟店手数料のうちイシューング事業配賦分を対象としている
 ※2 提携カード発行先への還元を含む
 ※3 ネットワーク費用、口座振替費用、貸倒関連費用、不正利用関連費用、その他イシューング事業運営費用

イシューング事業のコスト削減に関する観点

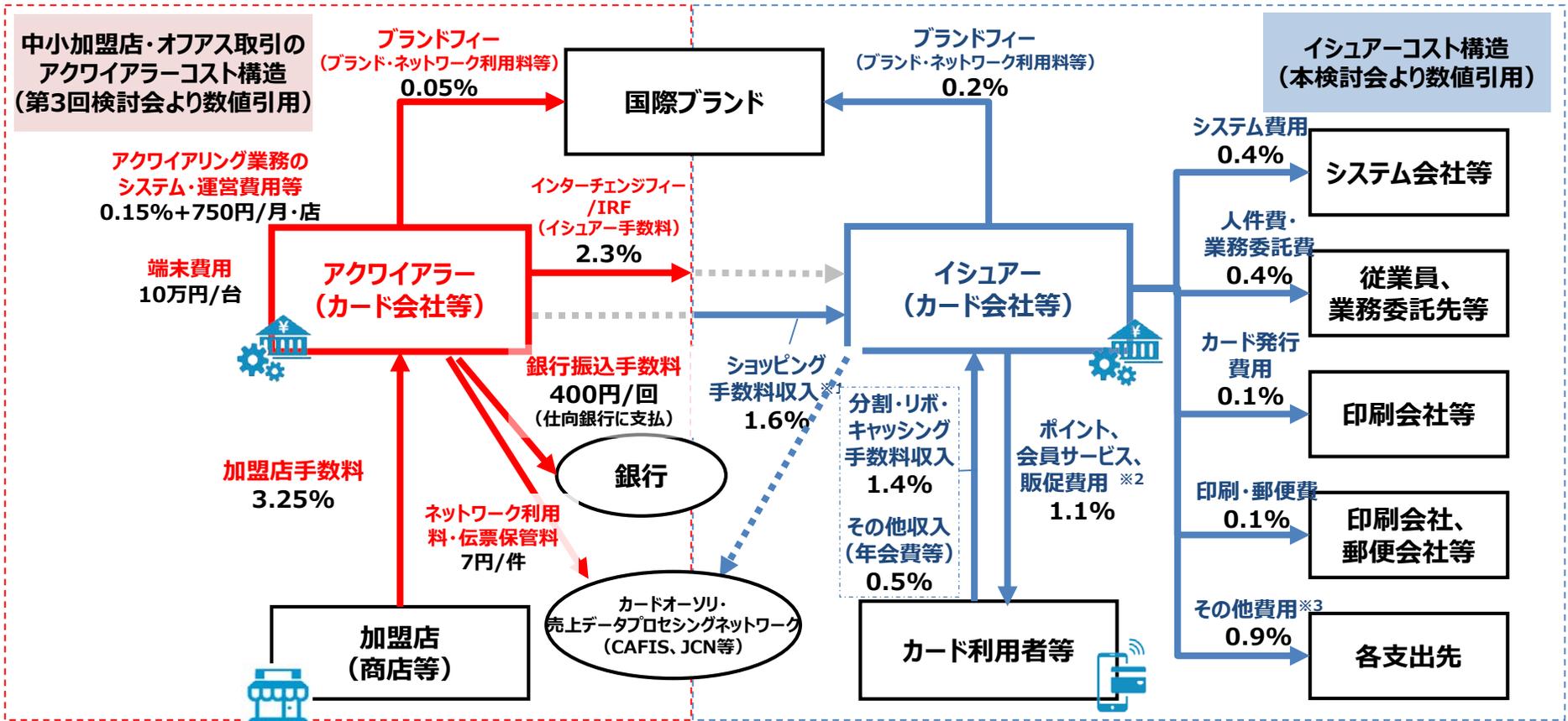
- 事業者による**裁量が最もあるのは会員還元（ポイント等）**であるが、これを削減する場合、消費者のキャッシュレス離れが生じる可能性がある。
- イシューング事業にかかるコストのうち、印刷・郵便費や人件費・業務委託費に計上されている書面発行や法令対応等に関連するコストは、ペーパーレス化、簡素化、共通化を通じた一定の効率化余地が考えられる。
- 共通化の意義が大きい各社共通の「**非競争領域業務**」について、**領域の有無や共通化の要否について整理することも有用**ではないか。

イシューング事業のコスト削減に関する観点



クレジットカードのコスト構造（まとめ）

- 一定の仮定に基づくモデルケースに基づく、アクワイアラー側のコスト分析結果からは、コスト構造のうちインターチェンジフィー/IRF（イシューア－手数料）、ネットワーク利用料、決済端末費用の占める割合が大きいことが確認された。
- また、事業者ヒアリングに基づく、イシューア－側のコスト分析結果からは、「ポイント、会員サービス、販促費用」が占める割合が最も大きいことが確認された。
- 下表は本検討会において判明したアクワイアラー、イシューア－それぞれのコスト構造分析の結果を併記したものであるが、アクワイアラーのコストが中小加盟店を対象としている一方、イシューア－のコストは対象を切り分けていないため、両者の数値及び合計値は一致しない。対象の違いによるコストの差異等を含め、引き続き分析の精緻化が必要。



※1 オフス取引におけるインターチェンジフィー/IRF（イシューア－手数料）に加え、オンス取引の加盟店手数料のうちイシューア－事業配賦分を対象としている

※2 提携カード発行先への還元を含む

※3 ネットワーク費用、口座振替費用、貸倒関連費用、不正利用関連費用、その他イシューア－事業運営費用

1. 第四回の議論の振り返り
2. クレジットカード(イシューアー)のコスト構造分析について
- 3. 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**
4. ペーパーレスに向けた取組について
5. その他

インターチェンジフィー制度の分析について

(注) 本事務局資料上、「インターチェンジフィー」と「インターチェンジフィー/IRF（イシューア手数料）」は同義

- 本検討会（第3回）では、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（イシューア手数料）の占める割合が最も大きいことが確認された。
- 平成31年クレジットカードに関する取引実態調査報告書（公正取引委員会）においては、「標準料率を定めている国際ブランドにあっては、我が国においても、標準料率を公開することが望ましい」とインターチェンジフィー公開に対する言及があったところ。
- これまでの検討会においても、委員からは、
 - EUは規則でインターチェンジフィーの上限規制を導入済みで、EUの規制事例が日本にすぐに適用できるとは限らないが、日本でも参照に値する。
 - キャッシュレスは、インフラであり生活必需サービスになった。店舗も、キャッシュレスを受け入れざるを得ない状況にある。ゆえに、世界の40地域では、消費者及び中小事業者への政策的配慮が必要との観点からインターチェンジフィー規制が導入されている。日本も対応を検討すべきタイミング。との指摘があった。
- 上記を受けて、海外事例なども踏まえながら、日本におけるインターチェンジフィーの取り扱いについて分析を行う。

【参考資料】

公正取引委員会「クレジットカードに関する取引実態調査報告書」（平成31年3月31日） 抜粋

(イ) インターチェンジフィーの標準料率の公開

加盟店管理会社にとって、インターチェンジフィーは重要な費用の一つであるため、インターチェンジフィーの料率の上昇は、加盟店手数料の増加といった影響を生じさせ得るものである。さらに、加盟店手数料の増加は、商品代金の上昇にもつながり得るものである。他方、カード発行会社にとって、インターチェンジフィーは重要な収入の一つであるため、インターチェンジフィーの料率の低下は、カード会員に付与されるポイントの減少やカード会員が支払う年会費の増加といった影響を生じさせ得るものである。

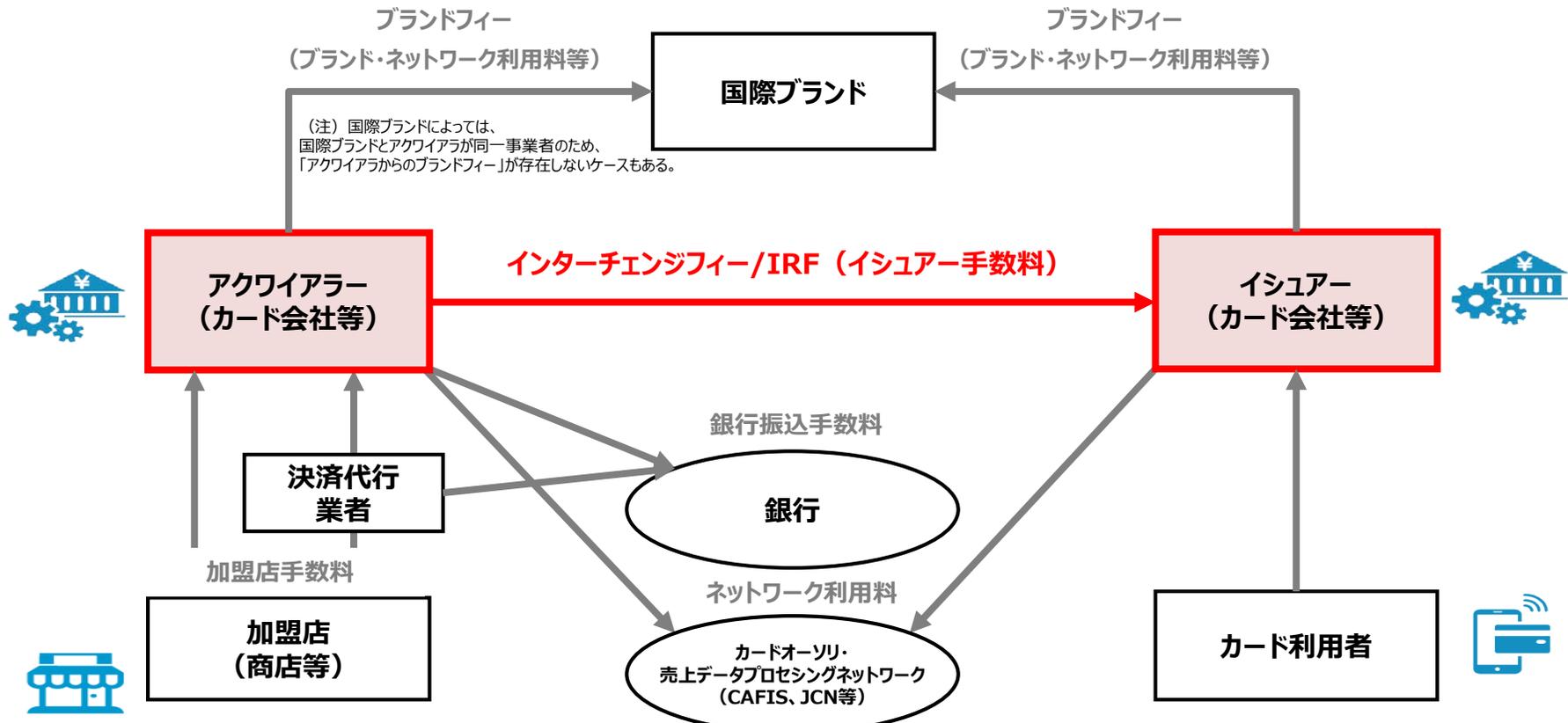
現状、多くの国・地域においては、標準料率が公開されているため、クレジットカード会社に加え、そのような影響を受けるカード会員や加盟店も、インターチェンジフィーの標準料率を知ることができるようになっているが、我が国にあっては、カード会員や加盟店がその水準を知り得ない状況となっている。

仮に、インターチェンジフィーの標準料率が公開されれば、市場の透明性が高まり、カード会員による国際ブランドやクレジットカード会社の選択や、加盟店による加盟店手数料の交渉に変化が生じ（例：標準料率を参照することで、加盟店手数料の引き下げの要請が行いやすくなる）、カード発行市場と加盟店管理市場の双方における競争がより活発になり、これが標準料率に反映されることによって、標準料率はより適切なものになると考えられる。そのため、標準料率を定めている国際ブランドにあっては、我が国においても、標準料率を公開することが望ましい。

なお、一部の国際ブランドからは、インターチェンジフィーの標準料率は機密情報であり、公開に馴染まない旨の意見があったが、標準料率は既に多くの国・地域において公開されており、我が国において公開されることに問題はないと考えられる。

インターチェンジフィー制度とは

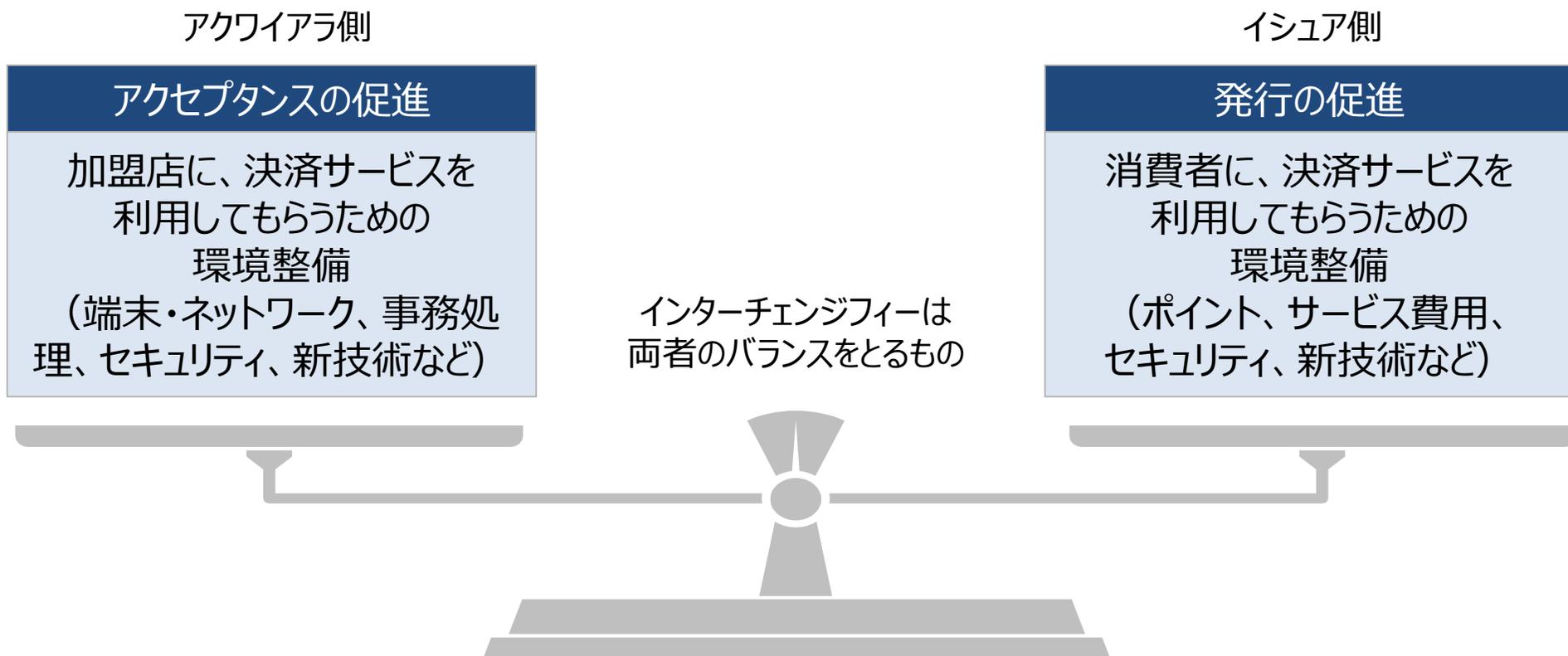
- インターチェンジフィーとは、クレジットカードでの決済があった際に、アクワイアラーがイシューアに支払う手数料のこと。
 - クレジットカードでの決済において、アクワイアラーとイシューアが同じ会社である場合（オンアス取引）には、インターチェンジフィーは発生しない。
- インターチェンジフィーは、国際ブランドが設定するが、国際ブランドではなくイシューアの収益項目。
 - 国際ブランドは、イシューアとアクワイアラーからブランドフィー（スキームフィー）を受け取るが、インターチェンジフィーからは収益を得ていない。
 - イシューアにとって、インターチェンジフィーは主要な収益項目の1つであり、そこから会員管理に係る各種コスト等の支出がされている。



インターチェンジフィー制度の役割①

- インターチェンジフィー制度は、クレジットカードによる取引を成長させるために、国際ブランドによる定期的な見直しが行われており、アクワイアラー・イシューアーにとってのバランスを調整している。

インターチェンジフィー制度の概要

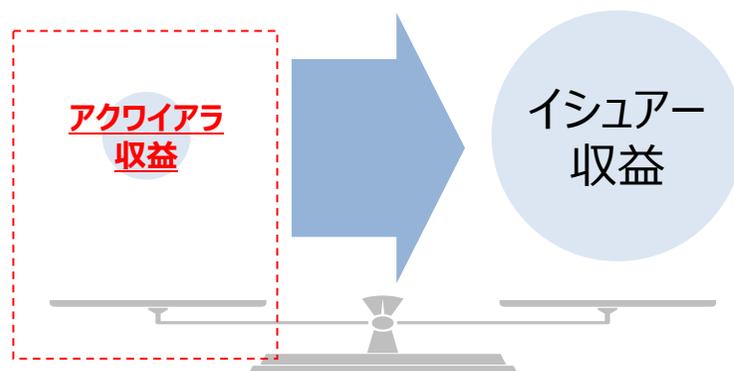


インターチェンジフィー制度の役割②

- インターチェンジフィーの**バランスが適切に取れていない場合**、過剰・過少いずれのケースも、**取扱高に対してマイナスの影響**があり得る。
 - 料率が過剰な（＝アクワイアラー収益が低くなる）場合、加盟店手数料の高額化等が生じうる。
 - 料率が過小な（＝イシューアー収益が低くなる）場合、会員へのサービス低下等が生じうる。

インターチェンジフィーのバランスが適切でない場合の影響

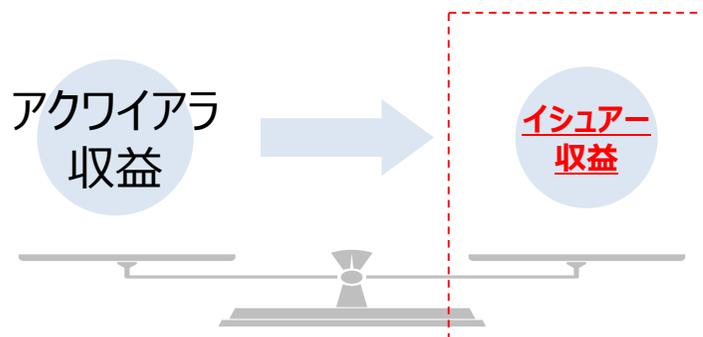
仮にインターチェンジフィーが過剰だった場合



カード取扱高への影響

加盟店手数料の高額化や、アクワイアラの活動縮小により
加盟店数と取扱高にマイナスの影響

仮にインターチェンジフィーが過少だった場合

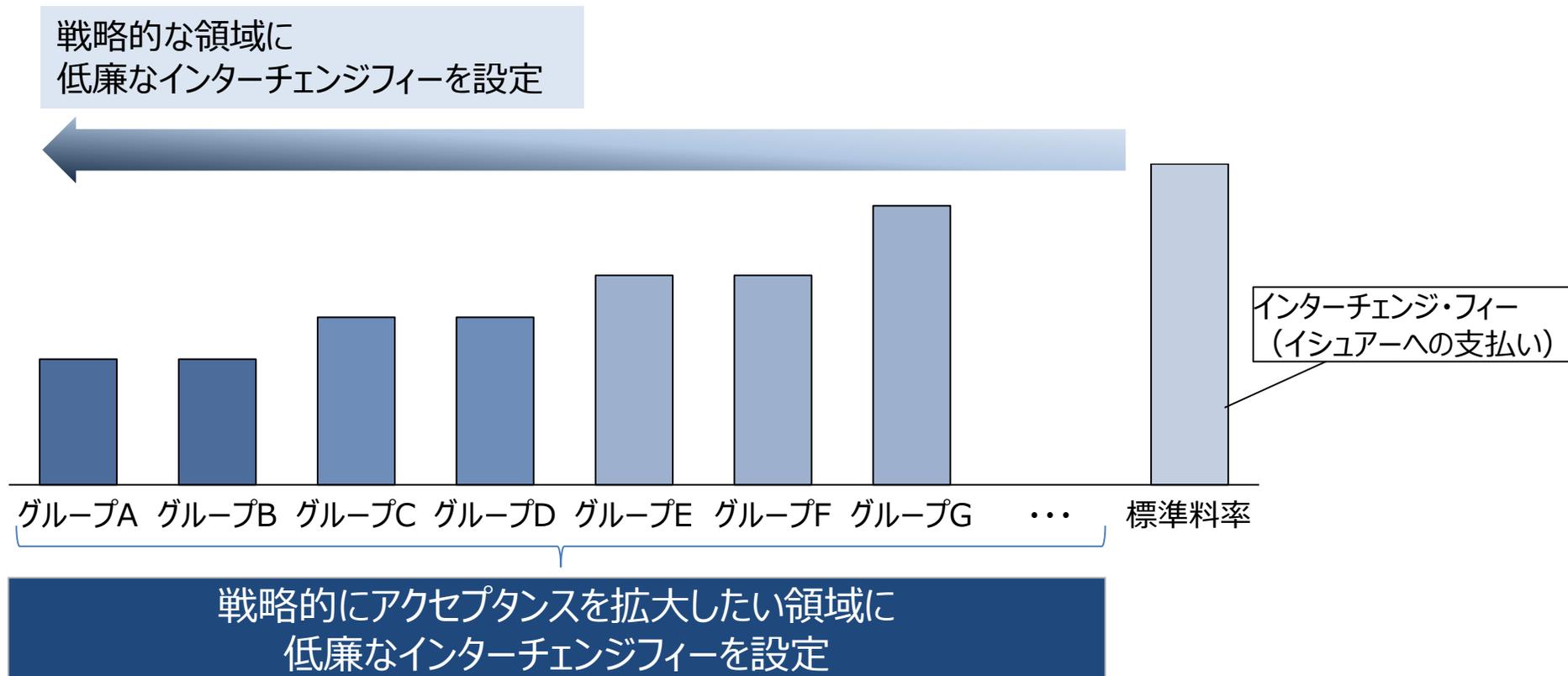


イシューアのイノベーション投資減少や、ポイント還元やサービスの低下により、
カード会員数と取扱高にマイナスの影響

日本のインターチェンジフィー制度の現状①

- 一部の国際ブランドでは、戦略的にアクセプタンスを拡大したい領域（業種、加盟店規模、決済単価）に、低廉なインターチェンジフィー料率を設定している。
- これらの領域では、アクワイアラーはカード決済を受け入れやすい加盟店手数料率を設定することが可能となっていた。

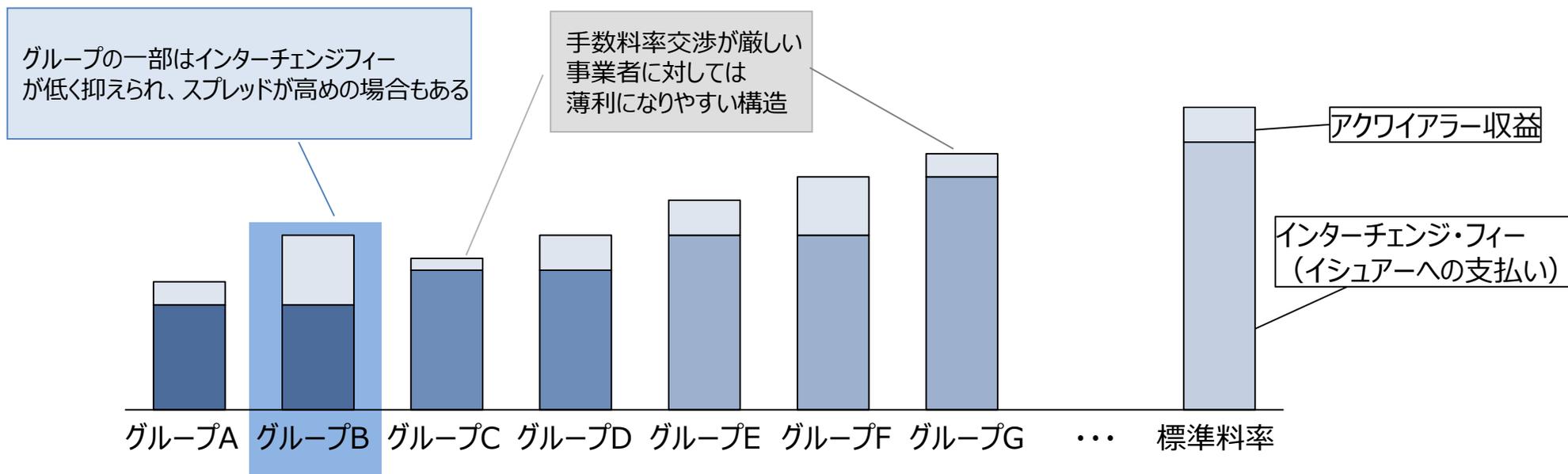
インターチェンジフィーの設定（イメージ図）



日本のインターチェンジフィー制度の現状②

- 現在、アクワイアラーの収入スプレッド（＝加盟店手数料からインターチェンジフィーを差し引いたもの）は、業種間や加盟店間での高低差が生じている。

オフアス取引における加盟店手数料の内訳構造（インターチェンジフィー＋アクワイアラー収益） ※イメージ図



（仮説）

国際ブランドの意図したバランスの調整が、一部は十分作用していない可能性がある。

まずは「インターチェンジフィー水準を公開」することで、透明性が向上し、国際ブランドによるバランス調整機能がより適切に作用するのではないか。

インターチェンジフィーに関する海外事例について

- インターチェンジフィーは、アメリカ・EU・オーストラリア等において上限規制が導入されている。また、各国で背景や位置づけは異なるが、自主的な場合を含め多くの国・地域において既に公開されている。（※）上記に加え、加、伯、印、南アフリカ等を含め計約40カ国において対応が進められている。
- 欧米では加盟店手数料に関する規制が行われていない一方、韓国では加盟店手数料に対する規制が直接行われている。

米・EU・豪・韓・日の決済コストに関する状況

国名	加盟店手数料		インターチェンジフィー		
	上限	サーチャージ ^(*)	上限（デビット・国内）	上限（クレジット・国内）	公開
アメリカ	×	●（自主）	●（法令）	×	●（自主）
EU	×	×	●（法令）	●（法令）	●（合意）
オーストラリア	×	●（法令）	●（法令）	●（法令）	●（法令）
韓国	●（法令）	×	×	×	×
日本	×	×	×	×	×

(*) サーチャージ（加盟店が、決済サービスを利用する消費者に対して手数料を請求し、加盟店手数料を実質的に転嫁すること）を認めない加盟店契約（No-surcharge rule：NSR）を禁止し、サーチャージを解禁すること。

（凡例） 法令：法令による義務づけ
 自主：事業者による自主的な実施
 合意：当局と事業者の合意に基づく実施

出所：各種資料およびヒアリングから事務局作成

海外事例（アメリカ）

【デビットカードの一部でインターチェンジフィーの上限を規制】

- 2006年、インターチェンジフィーを銀行業界内で定めることが、競争法上の懸念を生まないように国際ブランドが自主的に公表。

–従前から、大手小売事業者等がインターチェンジフィーを独禁法違反で訴える（違反なしとの判決）等の動き。

- 2010年、インターチェンジフィーをイシューアの決済処理コストに見合った料率とするため、デビットの一部に上限を導入。

–対象は、大手銀行が発行する個人向けデビットカードのみ（ドッド・フランク法1075条 ダービン修正条項）

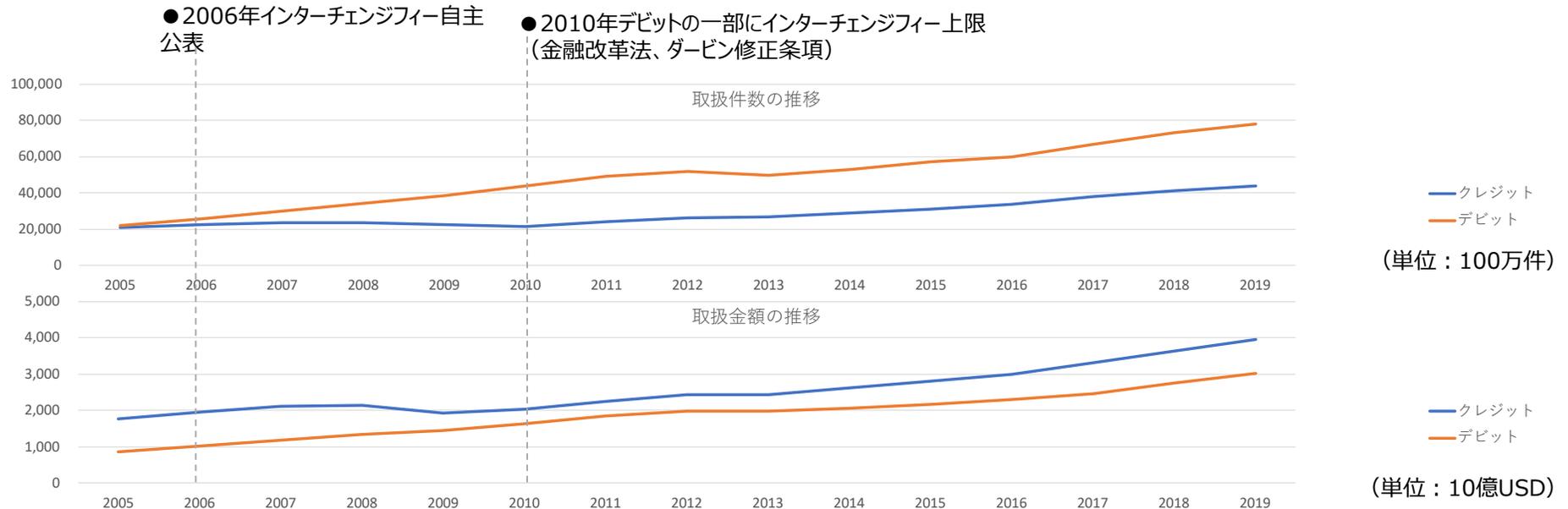
–直接的には加盟店、間接的に消費者を含め保護する目的。

–連邦準備理事会（FRB）は、21セント+取引額の0.05%の合計を上限と規定（Regulation II 235.3(b））。

- 上記規制によるキャッシュレス決済の増加傾向への悪影響は見られていない。

–一方で、銀行の収益悪化、消費者へのサービス劣化、消費者不利益が発生したとの指摘がある。

クレジットおよびデビットの取扱い件数・金額の推移（アメリカ）

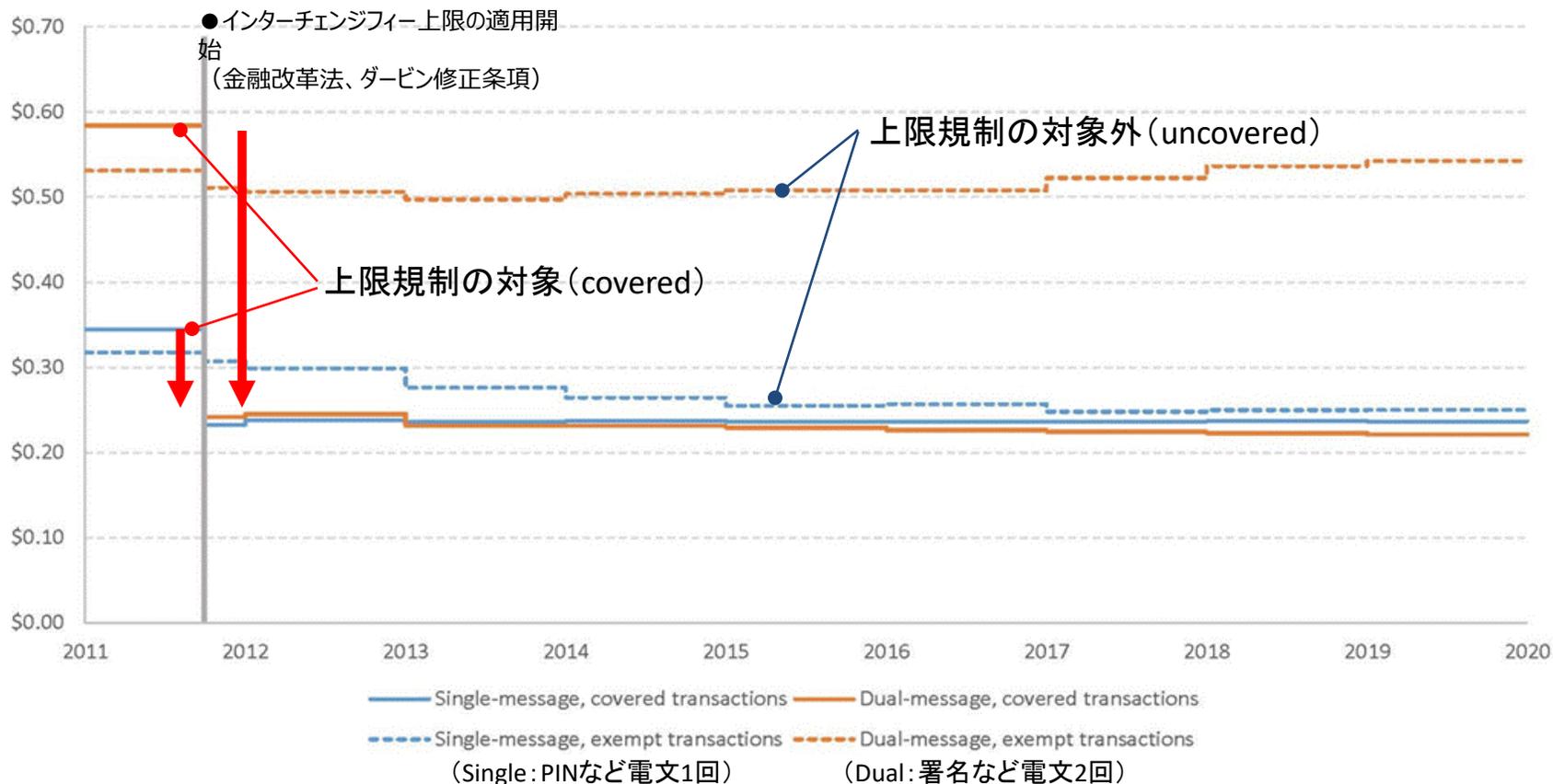


【参考資料】アメリカにおけるインターチェンジフィー規制の事例

- アメリカでは、2010年に上限規制が導入され、デビットカードのうち対象となる取引でインターチェンジフィーが実際に引き下げられた。アメリカでは、加盟店手数料がインターチェンジフィーと連動する傾向にあるため、加盟店手数料も低下した。

－ 資産100億USD未満のイシュア（銀行約5,000行）、社会保障関連カードなどは、上限の対象から除外される。

デビットカードのインターチェンジフィーの推移（出所：FRB）



【参考資料】インターチェンジフィー公開の事例

- VISAの米国におけるインターチェンジフィー（IRF）は、「業種」、「企業規模」、「商品種別」、「クレジット、デビット、プリペイド」、「消費者向けカード、法人カード」といった要素を組み合わせて、細かに設定され、その料率が公表されている。

(参考) 米国における、インターチェンジフィー公開の一例（VISA社における「消費者向けクレジットカード」のインターチェンジフィー）

C Visa U.S.A. Consumer Credit Interchange Reimbursement Fees

Rates Effective July 17, 2020

Fee Program	Visa Signature Preferred / Visa Infinite [†]	Visa Signature / Visa Infinite [‡]	Traditional Rewards	All Other Products
Supermarket Credit—Tier* 0	1.40% + \$0.05	1.40% + \$0.05	1.15% + \$0.05	1.15% + \$0.05
Supermarket Credit—Tier* I	1.55% + \$0.05	1.50% + \$0.05	1.15% + \$0.05	1.15% + \$0.05
Supermarket Credit—Tier* II	1.65% + \$0.05	1.55% + \$0.05	1.22% + \$0.05	1.22% + \$0.05
Supermarket Credit—Tier* III	1.75% + \$0.05	1.60% + \$0.05	1.22% + \$0.05	1.22% + \$0.05
Supermarket Credit—All Other	2.00% + \$0.07	1.65% + \$0.07	1.50% + \$0.07	1.50% + \$0.07
CPS/Retail Credit-Performance Threshold* I	2.10% + \$0.10	CPS/Rewards 1 1.65% + \$0.10	1.43% + \$0.10	1.43% + \$0.10
CPS/Retail Credit-Performance Threshold* II	2.10% + \$0.10	CPS/Rewards 1 1.65% + \$0.10	1.47% + \$0.10	1.47% + \$0.10
CPS/Retail Credit-Performance Threshold* III	2.10% + \$0.10	CPS/Rewards 1 1.65% + \$0.10	1.51% + \$0.10	1.51% + \$0.10
CPS/Retail—All Other	2.10% + \$0.10	CPS/Rewards 1 1.65% + \$0.10	CPS/Rewards 1 1.65% + \$0.10	1.51% + \$0.10
CPS/Small Ticket	2.10% + \$0.10	1.65% + \$0.04	1.65% + \$0.04	1.65% + \$0.04
CPS/Retail 2	2.40% + \$0.10	1.43% + \$0.05	1.43% + \$0.05	1.43% + \$0.05
CPS/Recurring Payments MCCs: 4814 (Telco); 4899 (Cable)	2.40% + \$0.10	1.43% + \$0.05	1.43% + \$0.05	1.43% + \$0.05
CPS/Charity and Religious Organizations	1.35% + \$0.05	1.35% + \$0.05	1.35% + \$0.05	1.35% + \$0.05
CPS/Government	1.55% + \$0.10	1.55% + \$0.10	1.55% + \$0.10	1.55% + \$0.10
CPS/Automated Fuel Dispenser (AFD)	1.15% + \$0.25 (\$1.10 Cap)	1.15% + \$0.25 (\$1.10 Cap)	1.15% + \$0.25 (\$1.10 Cap)	1.15% + \$0.25 (\$1.10 Cap)
CPS/Service Station	1.15% + \$0.25 (\$1.10 Cap)	1.15% + \$0.25 (\$1.10 Cap)	1.15% + \$0.25 (\$1.10 Cap)	1.15% + \$0.25 (\$1.10 Cap)
CPS/Utility	\$0.75	\$0.75	\$0.75	\$0.75

Fee Program	Visa Signature Preferred / Visa Infinite [†]	Visa Signature / Visa Infinite [‡]	Traditional Rewards	All Other Products
CPS/Retail Key Entry	2.10% + \$0.10	CPS/Rewards 2 1.95% + \$0.10	CPS/Rewards 2 1.95% + \$0.10	1.80% + \$0.10
CPS/Card Not Present	2.40% + \$0.10 [^]	CPS/Rewards 2 1.95% + \$0.10	CPS/Rewards 2 1.95% + \$0.10	1.80% + \$0.10
CPS/e-Commerce Basic	2.40% + \$0.10 [^]	CPS/Rewards 2 1.95% + \$0.10	CPS/Rewards 2 1.95% + \$0.10	1.80% + \$0.10
CPS/e-Commerce Preferred Retail	2.40% + \$0.10 [^]	1.80% + \$0.10	1.80% + \$0.10	1.80% + \$0.10
CPS/e-Commerce Preferred Hotel and Car Rental	2.40% + \$0.10	Travel 2.30%+\$0.10	CPS/Rewards 2 1.95% + \$0.10	1.54% + \$0.10
CPS/e-Commerce Preferred Passenger Transport	2.40% + \$0.10	Travel 2.30%+\$0.10	CPS/Rewards 2 1.95% + \$0.10	1.70% + \$0.10
CPS/Hotel and Car Rental Card Present	2.40% + \$0.10	Travel 2.30%+\$0.10	CPS/Rewards 2 1.95% + \$0.10	1.54% + \$0.10
CPS/Hotel and Car Rental Card Not Present	2.40% + \$0.10	Travel 2.30%+\$0.10	CPS/Rewards 2 1.95% + \$0.10	1.54% + \$0.10
CPS/Passenger Transport	2.40% + \$0.10	Travel 2.30%+\$0.10	CPS/Rewards 2 1.95% + \$0.10	1.70% + \$0.10
CPS/Restaurant	2.40% + \$0.10	Travel 2.30%+\$0.10	CPS/Rewards 2 1.95% + \$0.10	1.54% + \$0.10
CPS/Account Funding	2.40% + \$0.10	2.14% + \$0.10	2.14% + \$0.10	2.14% + \$0.10
Non-Qualified Consumer Credit	2.70% + \$0.10 [†]	2.70% + \$0.10 [†]	2.70% + \$0.10 [†]	2.70% + \$0.10 [†]

Note: Fees in this table are listed in U.S. dollars; fees are paid to cardholder financial institutions.

* See page 9 for performance threshold criteria.

[^] Except for B2B which receives 2.10% + \$0.10

[†] Non-Qualified Consumer Credit transactions from AFDs and service stations are eligible for a US \$1.10 cap.

[‡] Visa Infinite (Spend Qualified accounts)

[‡] Visa Infinite (Spend Not Qualified accounts)

【参考資料】インターチェンジフィー公開の事例

- MasterCardの米国におけるインターチェンジフィーは、「業種」、「企業規模」、「対面IC、対面磁気、非対面（ECなど）」、「クレジット、デビット、プリペイド」、「消費者向けカード、法人カード」といった要素を組み合わせて、細かに設定され、その料率が公表されている。

(参考) 米国における、インターチェンジフィー公開の一例 (MasterCard社における「消費者向けクレジットカード」のインターチェンジフィー)



Mastercard 2019-2020 U.S. Region Interchange Programs and Rates

Effective October 18, 2019.

U.S. Region Mastercard Consumer Credit Rates

IRD and Program Name	Core (USD)	Enhanced Value (USD)	World (USD)	World High Value (USD)	World Elite (USD)
Airline	N/A	N/A	N/A	2.30% + 0.10	2.30% + 0.10
Charities	2.00% + 0.10	2.00% + 0.10	2.00% + 0.10	2.00% + 0.10	2.00% + 0.10
Convenience Purchases Base	1.90% + 0.00	1.90% + 0.00	2.00% + 0.00	2.00% + 0.00	2.00% + 0.00
Convenience Purchases Tier I	1.35% + 0.00	1.35% + 0.00	1.45% + 0.00	1.60% + 0.00	1.60% + 0.00
Full UCAF	1.89% + 0.10	2.04% + 0.10	2.05% + 0.10	2.50% + 0.10	2.50% + 0.10
Key-entered	1.89% + 0.10	2.04% + 0.10	2.05% + 0.10	2.50% + 0.10	2.50% + 0.10
Lodging and Auto Rental	1.58% + 0.10	1.80% + 0.10	N/A	N/A	N/A
Merchant UCAF	1.89% + 0.10	2.04% + 0.10	2.05% + 0.10	2.50% + 0.10	2.50% + 0.10
Merit I	1.89% + 0.10	2.04% + 0.10	2.05% + 0.10	2.50% + 0.10	2.50% + 0.10
Merit I (Insurance MCCs)	1.43% + 0.05	1.43% + 0.05	1.43% + 0.05	2.20% + 0.10	2.20% + 0.10
Merit I (Real Estate MCCs)	1.10% + 0.00	1.10% + 0.00	1.10% + 0.00	2.20% + 0.10	2.20% + 0.10
Merit III Base	1.58% + 0.10	1.73% + 0.10	1.77% + 0.10	2.20% + 0.10	2.20% + 0.10
Merit III Tier 1	1.43% + 0.10	1.43% + 0.10	1.53% + 0.10	2.05% + 0.10	2.05% + 0.10
Merit III Tier 2	1.48% + 0.10	1.48% + 0.10	1.58% + 0.10	2.10% + 0.10	2.10% + 0.10
Merit III Tier 3	1.55% + 0.10	1.55% + 0.10	1.65% + 0.10	2.15% + 0.10	2.15% + 0.10
Passenger Transport	1.75% + 0.10	1.90% + 0.10	N/A	N/A	N/A
Payment Transaction	0.19% + 0.53	0.19% + 0.53	0.19% + 0.53	0.19% + 0.53	0.19% + 0.53

IRD and Program Name	Core (USD)	Enhanced Value (USD)	World (USD)	World High Value (USD)	World Elite (USD)
Payment Transaction (Gov't-owned Lottery a)	0.00% + 0.10	0.00% + 0.10	0.00% + 0.10	0.00% + 0.10	0.00% + 0.10
Petroleum Base	1.90% + 0.00 (0.95 max)	1.90% + 0.00 (0.95 max)	2.00% + 0.00 (0.95 max)	2.00% + 0.00 (0.95 max)	2.00% + 0.00 (0.95 max)
Public Sector	1.55% + 0.10	1.55% + 0.10	1.55% + 0.10	1.55% + 0.10	1.55% + 0.10
Restaurant	N/A	N/A	1.73% + 0.10	2.20% + 0.10	2.20% + 0.10
Service Industries	1.15% + 0.05	1.15% + 0.05	1.15% + 0.05	1.15% + 0.05	1.15% + 0.05
Standard	2.95% + 0.10	2.95% + 0.10	2.95% + 0.10	3.25% + 0.10	3.25% + 0.10
Supermarket Base	1.48% + 0.10	1.48% + 0.10	1.58% + 0.10	1.90% + 0.10	1.90% + 0.10
Supermarket Tier 1	1.15% + 0.05	1.15% + 0.05	1.25% + 0.05	1.25% + 0.05	1.25% + 0.05
Supermarket Tier 2	1.15% + 0.05	1.15% + 0.05	1.25% + 0.05	1.25% + 0.05	1.25% + 0.05
Supermarket Tier 3	1.22% + 0.05	1.22% + 0.05	1.32% + 0.05	1.32% + 0.05	1.32% + 0.05
T&E	N/A	N/A	2.30% + 0.10	2.75% + 0.10	2.75% + 0.10
T&E Large Ticket	N/A	N/A	N/A	2.00% + 0.00	2.00% + 0.00
Utilities	0.00% + 0.65	0.00% + 0.65	0.00% + 0.65	0.00% + 0.75	0.00% + 0.75
Consumer Credit Refund Group 1	N/A	N/A	2.42% + 0.00	2.42% + 0.00	2.42% + 0.00
Consumer Credit Refund Group 2	2.09% + 0.00	2.09% + 0.00	2.09% + 0.00	2.09% + 0.00	2.09% + 0.00
Consumer Credit Refund Group 3	1.95% + 0.00	1.95% + 0.00	1.95% + 0.00	1.95% + 0.00	1.95% + 0.00
Consumer Credit Refund Group 4	1.82% + 0.00	1.82% + 0.00	1.82% + 0.00	1.82% + 0.00	1.82% + 0.00
Consumer Credit Refund Group 5	1.73% + 0.00	1.73% + 0.00	1.73% + 0.00	1.73% + 0.00	1.73% + 0.00

a Applies to MCC 7800 - Government-owned Lottery (U.S. region only).

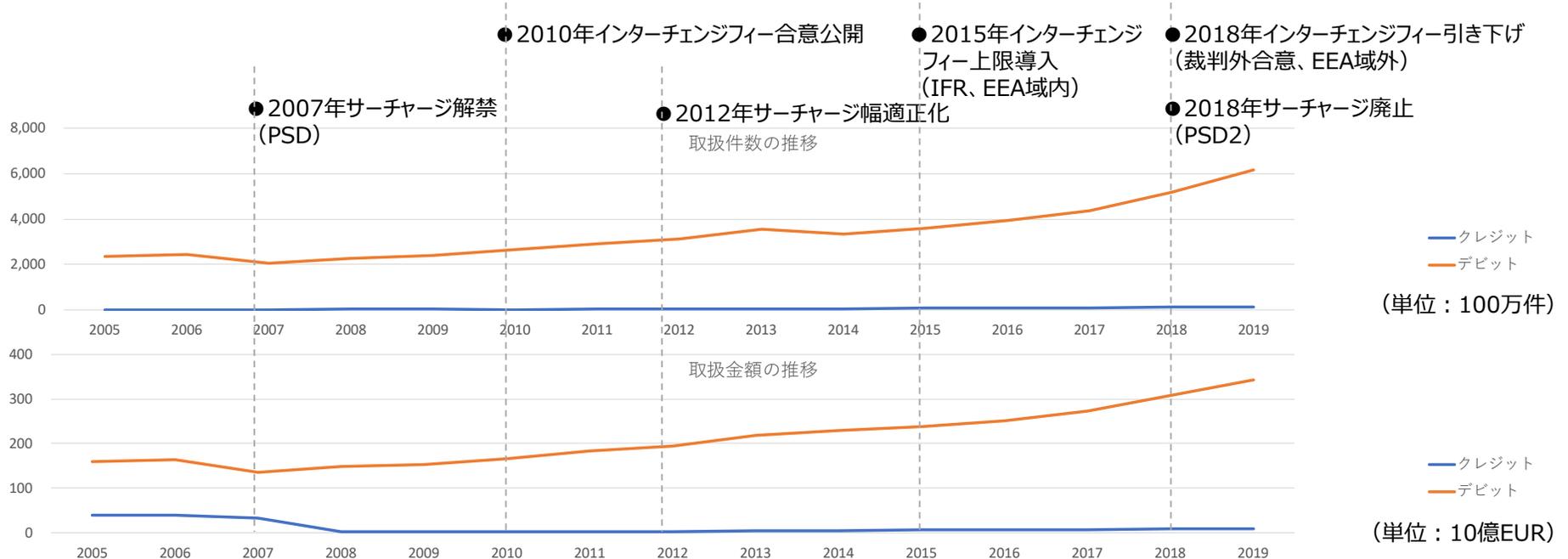
©2019 Mastercard. Proprietary. All rights reserved.

海外事例 (EU)

【クレジット・デビットともインターチェンジフィーの上限を規制】

- 2015年に域内インターチェンジフィーの上限規制を導入し、2018年に域外とのインターチェンジフィーについても引下げに合意。
 - デビットカード：0.2%、クレジットカード：0.3%（IFR (Interchange Fee Regulation 2015/751)）。
 - 反トラスト訴訟の結果、EEA域外とのインターチェンジフィーの引き下げを平均40%引き下げることで合意し訴訟を終結。
 - インターチェンジフィー等を透明化するため欧州委員会との合意のもと公表。
- サーチャージは2007年に解禁したが、インターチェンジフィーへの上限の導入に合わせて廃止された。
- サーチャージ解禁は取扱高減少につながった一方、インターチェンジフィー規制による悪影響は見られない。
 - 一方で、アクワイアラにおいては、加盟店手数料以外のフィーの追加や値上げが発生したとの指摘もある。

クレジットおよびデビットの取扱い件数・金額の推移 (ドイツ)



【参考資料】EUにおけるインターチェンジフィー規制の事例

- EUは、インターチェンジフィー規則で、欧州域内のインターチェンジフィーに上限を導入し、クレジットとデビットカードそれぞれのインターチェンジフィーが実際に引き下げられた。
- 加盟店手数料（MSC）は、クレジットでは引下げ効果があり、アクワイアラーは総額120億ユーロ分を引き下げた（2015年 → 2017年）。



元々インターチェンジ
フィーが低かった
デビットでは変化が乏しい



クレジットでは引き下げ効果が生じた

海外事例（オーストラリア）

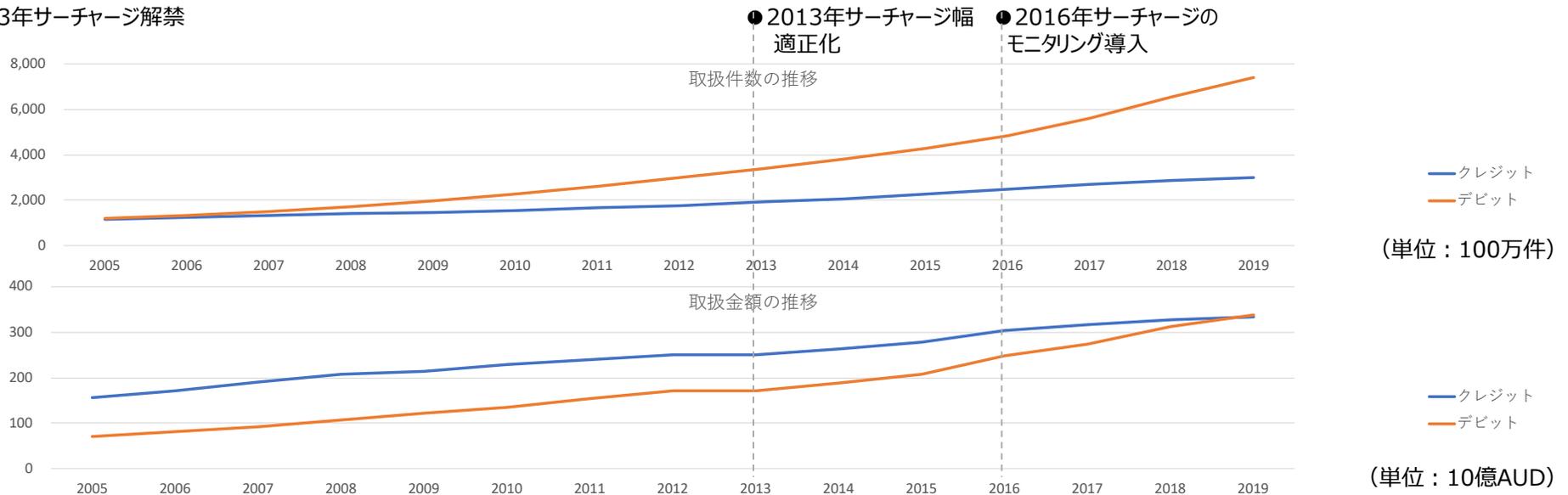
【クレジット・デビットともインターチェンジフィーの上限を規制】

- 2003年に、インターチェンジフィーへの上限導入と、サーチャージの解禁を同時に行った。
 - クレジットカード：最大0.8%、全加盟店の平均で0.5%以下。
 - デビットカード：最大0.2% or 0.15AUD、全加盟店の平均で0.08AUD以下。
 - サーチャージは、2013年に実額を上回るサーチャージに対してブランドがルール化することが認められた。
- 規制導入はキャッシュレス市場の普及初期であったが、その後もキャッシュレスは成長している。

クレジットおよびデビットの取扱い件数・金額の推移（オーストラリア）

● 2001年インターチェンジフィー公開

- 2003年インターチェンジフィー上限導入
- 2003年サーチャージ解禁

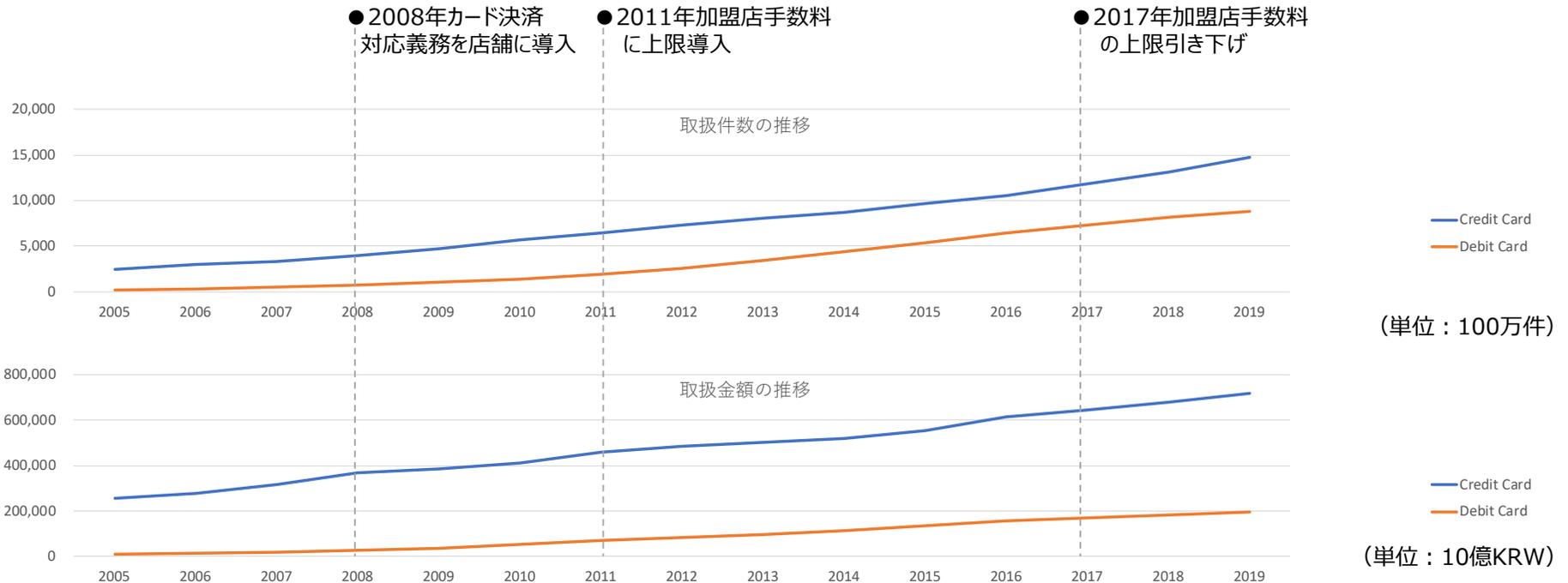


海外事例（韓国）

【中小向け加盟店手数料を直接規制】

- 中小事業者の加盟店手数料負担を軽減するため、**加盟店手数料を直接規制**。
 - 徴税強化のためキャッシュレスを推進し、中小事業者にもクレジットカード対応を義務づけてきた背景。
 - 17年7月以降、売上4-5億ウォンの事業者で1.3%、売上2-3億ウォンの事業者で0.8%
- 取引が全件オンアスで行われるという独自事情から、インターチェンジフィーの施策は講じられていない。
- 加盟店手数料規制の導入後もキャッシュレス市場は成長している。

クレジットおよびデビットの取扱い件数・金額の推移（韓国）



海外事例（小括）

- 主要各国は、消費者保護や中小事業者への配慮といったそれぞれの目的に応じて、**段階的にインターチェンジフィーの対策を講じている。**
 - 欧米では、インターチェンジフィーについて公開に加えて、上限規制が導入されている。
 - 一方、欧米では加盟店手数料そのものへの規制は導入されていない。
- 調査結果の範囲では、公開や規制による**決済件数や金額への影響は明確には見られない。**
 - 上限規制を導入した場合、加盟店手数料を引き下げる効果が生じうる。
 - クレジットのポイント付与量など消費者の便益が低下した例が見られるが、決済の利用自体は成長を続けている。

海外と日本の比較

- 各国固有の事情が大きく影響するため、海外事例が日本に直ちに当てはまる訳ではないことには留意が必要。
- 日本とは異なる海外市場の特徴として、例えば、以下のような点が指摘されている。
 - 海外では、**イシューおよびアクワイアラは銀行**である。このため、個人向けおよび加盟店向けどちらも決済サービス単独で収益性を考慮しておらず、銀行取引全体として扱われる。
 - 海外では、決済のうち**デビットの占める比率が大きい**傾向がある。
- 日本においては、例えば、以下のような市場の特徴が指摘されている。
 - **マンスリークリアが中心**である日本は、海外より金利収入が少ない。
 - 日本では**オンアス取引の比率が海外より高い**ため、インターチェンジフィーが適用されない取引が多い。
 - 日本では加盟店手数料とインターチェンジフィーが必ずしも連動した契約となっていない。
 - 現金の通用性、安全性に対する考え方が海外とは異なる。

インターチェンジフィーの取扱いについて

- 公正取引委員会「クレジットカードに関する取引実態調査報告書」（平成31年3月31日）においては以下のような指摘がされている。

- ・インターチェンジフィーの公開を通じて、市場の透明性が向上し、カード発行市場と加盟店管理市場の双方における競争がより活発になり、これが標準料率に反映されることによって、標準料率はより適切なものになると考えられる。このため、標準料率を定めている国際ブランドにあっては、我が国においても、インターチェンジフィーの標準料率を公開することが望ましい。
- ・なお、一部の国際ブランドからは、インターチェンジフィーの標準料率は機密情報であり、公開に馴染まない旨の意見があったが、標準料率は既に多くの国・地域において公開されており、我が国において公開されることに問題はないと考えられる。

※なお、上記の対象となっているのは、標準料率を定めている国際ブランドである。

- ポイント還元事業を通じて広がりつつあるキャッシュレス決済の裾野を更に拡大していくため、日本においても市場の透明性を高め、インターチェンジフィーによるバランス調整を適切に作用させていくことが必要ではないか。
- 近年の環境変化も踏まえつつ、公正取引委員会により提示された方針を着実に実行に移していくため、インターチェンジフィーの公開を一段階として視野に入れ、合わせて、公開が市場に対してより有効に機能するような環境を整備するための論点を整理していくことが必要ではないか。

インターチェンジフィー公開に関する主な影響

- インターチェンジフィーの公開は、情報の非対称性が解消される加盟店におけるメリットが最も大きい。
- 一方で、加盟店への対応を行う必要があるクレジットカード会社における懸念が大きい。
- さらに、将来的にインターチェンジフィー引下げへも影響が及んだ場合、イシューアの収益性低下・会員へのサービス低下が生じることについても、考慮をする必要がある。

【加盟店視点】

加盟店手数料やインターチェンジフィーに関する要望提示

- 加盟店手数料交渉材料が得られる。
- 中小企業向けの加盟店手数料が引き下がった場合は、これまでカード決済導入をしていなかった店舗による自発的なカード決済導入の促進が期待される。

【アクワイアラー・PSP視点】

既存加盟店への対応（値下げ交渉等）

- 多くの既存加盟店からインターチェンジフィー制度についての問い合わせや、価格交渉が発生することが想定される。
- 新規加盟店の拡大効果への期待に反して、既存加盟店向けの業務負荷の増大や、収益性の低下が発生する可能性がある。

【イシューア視点】

インターチェンジフィー収入が将来的に低下する懸念

- (インターチェンジフィー公開そのものについては、イシューア収益への影響はない。)
- 一方で、将来的にインターチェンジフィー引下げへも影響が及んだ場合は、収益性の低下、サービス低下による会員の離反などにつながることが考えられる。

インターチェンジフィーの公開を巡る論点

- 中小店舗におけるキャッシュレス決済の裾野を更に拡大するため、加盟店手数料の低下に向けた方策を引き続き検討する必要がある。
- インターチェンジフィーの公開がその手段の一段階として有効に機能するように位置づけられるとともに、キャッシュレス決済が国内において更に浸透していくための環境の整備について、官民一体となってより詳細に検討するための関係者協議等を行うことが必要である。特に、他国には存在しない日本特有のキャッシュレスに関する状況には留意する必要がある。
- インターチェンジフィーを公開するに当たっては、適切な公開範囲を設定した上で、アクワイアラー・PSPにとって公開に向けた準備期間を設定することが必要である。

キャッシュレス決済の裾野を更に拡大していくため、加盟店手数料の引き下げに向けた環境を整備

インターチェンジフィーの公開を巡る論点

1. 公開の対象範囲

アクワイアラ・PSPにおいて、本来の狙い（アクセプタンス拡大）に反して、業務負荷の増大や、収益性の低下が発生する可能性を踏まえ、インターチェンジフィーの全てを公開するのではなく、適切な範囲に限定した公開という選択肢も含めた、公開の範囲を定める必要。

標準料率を定めていないブランドや、電子マネー・コード、オンアス取引の多さなど、日本の特殊事情にも留意が必要。

2. 公開に向けた準備期間

端末費用や振込手数料等のコストと事業リスクは、現在アクワイアラー・PSPが担っている構造にあるが、アクワイアラー・PSPが、価格提示の方法を再考するために、公開に向けた準備期間が必要となる。

※例えば、インターチェンジフィーだけでなく、端末費用や振込手数料などの詳細コストを開示・積み上げして加盟店手数料の内訳として明示するなど。

3. 公開による影響

前述した、アクワイアラーの収益性低下や、イシューア収益・会員サービス低下、中小企業におけるアクセプタンス拡大への寄与等についての影響を踏まえた判断が必要である。

期待したアクセプタンス拡大効果が得られず、加盟店手数料競争の激化だけが進展した場合、アクワイアリング事業者の撤退を指摘する声もある。

1. 第四回の議論の振り返り
2. クレジットカード(イシューアー)のコスト構造分析について
3. 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
- 4. ペーパーレスに向けた取組について**
5. その他

ペーパーレス化推進の意義

- 現状、消費者がキャッシュレス決済を行った場合、レシートに加え、**最大で3枚の売上票（会員控、加盟店控、カード会社控）が発行**される。売上票に係る主要なコストとしては、「**ロール紙代**」「**保管料**」「**決済時間の長時間化**」が挙げられる。ペーパーレス化推進の最大の意義は、これら**ペーパーコストの削減**である。
- 特に、会員控については、発行により、**消費者－店員間の「接触時間の長時間化」**や、「**会員控を介した接触**」につながっていると指摘もある。新型コロナウイルス感染症への対応が必要とされる現況下であるからこそ、会員控のペーパーレス化を図り、**衛生的な決済環境の構築を目指す**ことが重要となるのではないか。
- さらに、売上票のペーパーレス化は、消費者による決済情報の電磁的方法を通じた接受、店舗による決済情報の電磁的方法を通じた確認を促進することから、**消費者のデジタルリテラシー向上**や**店舗のデジタル化推進**にもつながり得ると考えられる。

ペーパーレス化推進の意義

ペーパーコストの削減

＜ペーパーコストの例＞

- ロール紙代
- 保管料
- 決済時間の長時間化

衛生的な決済環境の構築

- 消費者－店員間の
- 接触時間の長時間化
 - 会員控を介した接触を解消。

デジタル化推進

- 消費者のデジタルリテラシー向上
- 店舗のデジタル化推進

ペーパーコスト

- 主要なペーパーコストである「**ロール紙代**」「**保管料**」「**決済時間の長時間化**」の詳細な試算は以下のとおり。この他にも、ペーパーに起因した様々なコスト・環境負荷が発生していることが指摘されている。
- ただし、現時点で収集できたデータに基づく試算であり、**POS端末での決済等が含まれていない**ため、ペーパーコストの全体像を把握する観点から、今後これらを加味した精緻な数値を算出することが必要。

ロール紙代

- **1決済当たり4円**の**ロール紙代**がかかる。1決済単価を1,000円とすると、0.4%に相当。**少額決済ほど影響大の可能性あり。**

※決済事業者より聴取。「1箱（20ロール）：2,000円、1ロール：25決済分」と仮定。

保管料

- **1決済当たり1円**の**伝票保管コスト**がかかる。

※保管センターを利用した場合の保管コストを想定。

※ペーパーレス化した場合でも、売上げデータを保存管理するために一定程度的コストが発生すると想定される。

決済時間の長時間化

- **印刷に3.5～4秒**（合計12秒の決済の約3割）を要する。

※印刷時間等：端末メーカーより聴取。売上票の長さ等により印刷時間は変わるため、あくまで一例。

※決済時間：株式会社ジェーシービー「決済速度に関する実証実験結果」（2019年8月）より。「レジ担当者の金額口頭提示」から「商品・レシートのお渡し」までを一会計として計測。

その他のコスト・環境負荷

- 年間のロール紙の長さは、地球約12.2周分に相当。
- CO₂の排出量は約3340トン以上に相当。これは、スギのCO₂吸収量約38万本分に相当
- 年間の伝票印字時間は、延べ103年にのぼる。

※POS端末を含まない。

※次の通り仮定を置いている。（1）年間決済回数約15億件、レシート長100～150mm。（2）レシート1kmあたりの重量3.57kg。（3）用紙1kgあたりのCO₂排出量が生産時1.47kg、廃棄時0.45kg。（4）スギ1本当たりのCO₂吸収量8.8kg/年。（5）レシート印刷速度150mm/秒。

売上票の発行に係るルールの整理①

- 売上票の発行に係るルールについて、決済手段ごとの整理は下表のとおり。
- クレジットカードでは、会員控、カード会社控については、割販法や一部のブランドルール・加盟店規約において、書面の交付義務を設けている場合がある。

		クレジットカード	
		●	書面交付等義務有り
		●	書面交付等義務無し (電磁的方法による提供等可)
		●	書面交付等義務無し (電磁的方法による提供等も不要)
会員控	法律 (割販法※3)	マンスリー	● 書面交付義務無し。電磁的方法による提供も不要。
		分割・リボ	● 原則、書面交付義務無し。電磁的方法による提供可。*3 ただし、一部の例外*4を除き、利用者から書面の交付を求められた時は、書面交付義務有り。
	ブランドルール	● 多くのブランドにおいて、書面交付義務無し、電磁的方法による提供可。ただし、一部のブランドルールにおいて、書面交付義務有り。なお、ブランドによっては、利用者から求められなければ、書面交付・電磁的方法による提供いずれも不要。	
	加盟店規約	● 一般的に、書面交付義務無し。電磁的方法による提供可。	
加盟店控	法律(割販法)	● 書面保管義務無し。電磁的方法による保管も不要。	
	ブランドルール	● 書面保管義務無し。電磁的方法による保管も不要。	
	加盟店規約	● 一般的に、書面保管義務無し。電磁的方法による保管も不要。ただし、一部の加盟店規約において、加盟店に対し、一定期間の保管や、カード会社が請求した場合の提出を義務付け。その場合、電磁的方法による保管も可。	
カード会社控	法律(割販法)	● 書面保管義務無し。電磁的方法による保管も不要。	
	ブランドルール	● 多くのブランドにおいて、書面保管義務無し、電磁的方法による保管も不要。ただし、一部のブランドルールにおいて、アクワイアラに対し、一定期間の保管や、イシューが請求した場合の提出を義務付け。	
	加盟店規約	● 一般的に、書面保管義務有り。加盟店から伝票保管センターやアクワイアラへ売上票を送付する旨の規定あり。	

※1 加盟店規約においては、「会員控」「加盟店控」「カード会社控」と明記していないケースが多いため、ここでは以下のとおり定義することとする。

会員控：会員に交付する売上票

加盟店控：カード会社が請求した場合に提出しなければならないものであり、かつ会員の署名を記載しない売上票

カード会社控：会員の署名を記載する売上票

※2 以下、割販法においては令和3年4月1日施行の改正内容を含む。

※3 書面交付・電磁的方法による提供、いずれかの方法での提供が義務である前提

※4 ①スマートフォン・パソコン完結型サービス、②複数回の書面交付請求の場合

売上票の発行に係るルールの整理②

- 電子マネーでは、会員控について、加盟店規約により、一部書面の発行が必要となる場合がある。
- コード決済（資金移動の場合）では、会員控、加盟店控、カード会社控のいずれにおいても書面の発行義務はない。

電子マネー			
		●	書面交付等義務有り
		●	書面交付等義務無し (電磁的方法による提供等可)
		●	書面交付等義務無し (電磁的方法による提供等も不要)
会員控	法律 (資金決済法)	●	書面交付義務無し。電磁的方法による提供も不要。
	加盟店規約	●	一般的に、書面交付等義務無し。電磁的方法による提供可。ただし、一部の事業者において、決済時に残高を消費者に確認してもらうことを必須としているため、カード型電子マネーで、かつ、決済端末に残高を表示する機能がない場合には、現状、残高を印字して対応することになる。また、一部の事業者において、残高確認ができることを規約上求めていなくても、残高確認ができるように原則印字する仕様で端末メーカーに依頼している。
加盟店控 カード会社控	法律 (資金決済法)	●	書面保管義務無し。電磁的方法による保管も不要。
	加盟店規約	●	書面保管義務無し。電磁的方法による保管も不要。
コード決済			
加盟店控 カード会社控 会員控	法律 (資金決済法)	●	書面交付等義務無し。電磁的方法による提供も不要。
	加盟店規約	●	書面交付等義務無し。電磁的方法による保管も不要。

※コード決済は、紐づけている支払方法によって複数の法規制に服する可能性がある。したがって、クレカ紐づけについては、クレジットカードの場合を、前払式支払手段については電子マネーの場合を参照することとし、ここでは資金移動業としての義務を整理した。

参考：キャッシュレス推進協議会「【PJ18-3】キャッシュレス支払時のペーパーレス」の報告書

ペーパーレス化推進の課題とその検討の方向性①

- 各売上票（会員控、加盟店控、カード会社控）のペーパーレス化を推進する際の各ステークホルダーにおける主要な課題及びその検討の方向性は以下のとおり。

消費者

課題

- 従来、会員控を利用してきた消費者の利便性が低下する可能性あり。
（例）会員控を基に、家計簿等で支出管理をしたい、後日イシューから送られてくる明細書と照合したい等。

検討の方向性

- 官民一体となって、消費者サイドのペーパーレス化への機運を高めることが重要。ルールの周知、書面の代替となり得るサービスの紹介等について検討。
- 決済事業者・加盟店によるルールの周知や代替サービスの充実化等に向けて、関係者間で協議を進めて行くことが必要になるのではないか。
（代替サービスの例）決済内容をメール、アプリ、SMS等でのプッシュ通知でリアルタイムに知らせるサービス

加盟店

課題①

- 一部の消費者から会員控を求められることがあり、割販法との関係から提供せざるを得ない。

検討の方向性①

- 官民一体となって、消費者サイドのペーパーレス化への機運を高めることが重要。ルールの周知、書面の代替となり得るサービスの紹介等について検討。
- 加盟店によるルールの周知等の積極的な取組の推進等に向けて、関係者間で協議を進めて行くことが必要になるのではないか。

ペーパーレス化推進の課題とその方向性②

加盟店

課題②

- 従来、会員控・加盟店控を利用してきた加盟店の利便性が低下する可能性あり。
(例) 加盟店控を基に、必要なタイミングですぐに決済を確認できるようにしておきたい、会員控・加盟店控を基に、取消/返品業務に対応したい等。

検討の方向性②

- 官民一体となって、**加盟店サイドのペーパーレス化への機運を高める**ことが重要。加盟店に対する**ルール**の周知、**書面の代替となり得るサービスの活用**等の取組に向けて検討。
- **決済事業者・情報処理センター**による**代替サービスの充実化**等に向けて、**関係者間で協議**を進めて行くことが必要になるのではないか。
(代替サービスの例) 加盟店向けに決済データを通知するサービス

決済事業者

課題

- 従来のルール・商慣習が必ずしもペーパーレスに対応していない場合、変更を要する可能性あり。また、書面の代替となる手段の提供等の対応についても要検討。

検討の方向性

- **加盟店・消費者に対するルール**の周知や**代替サービスの充実化の検討**等に向けて、**関係者間で協議**を進めて行くことが必要になるのではないか。
- 売上票のペーパーレス化に積極的に取り組む決済事業者を称揚する仕組みの検討も一案。

ペーパーレス化推進に向けた今後の取組（案）

- ペーパーレス化推進に向けて、「ロードマップの策定」「ガイドラインの策定」「店舗実証」を実施していくことが必要ではないか。

ロードマップの策定

- ペーパーレス化の推進に当たっては、消費者、加盟店、決済事業者のみならず、国際ブランド、情報処理センター、端末ベンダー等、ステークホルダーが多岐にわたり、また売上票の発行に係るルールの整備も要することが想定される。
- 適切なタイミングで適切な方策を投じるべく、各主体が実施する必要がある事項を整理し、その実施目標時期を設定する等、官民一体となって関係者でロードマップを策定することが必要ではないか。
- 現在、クレジット取引セキュリティ対策協議会において、2025年までにクレジットカード取引における署名を任意化する方向で検討が進められており、その検討状況にも留意することが必要。

ガイドラインの策定

- ペーパーレス化の推進に当たっては、官民一体となって各ステークホルダーのペーパーレス化への機運を高めていくことが重要。
- “できるところから進めて行く”をモットーに、各ステークホルダーが執るべき事項、代替サービスの紹介、上記ロードマップ等をまとめたガイドラインを策定し、ペーパーレス化推進に向けた運動論を興していくことが必要ではないか。

店舗実証

- 上記のロードマップやガイドラインの策定に資するため、ペーパーレス化のメリットや課題を精緻に検証することが必要ではないか。
- 具体的には、官民連携による実証プロジェクトにおいて、店舗においてデフォルトで会員控を渡さない運用を試行し、「決済時間の短縮」「ロール紙代等のコスト削減」「消費者クレーム等のトラブル」等を定量的に分析することが一案。

1. 第四回の議論の振り返り
2. クレジットカード(イシューアー)のコスト構造分析について
3. 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
4. ペーパーレスに向けた取組について
- 5. その他**

キャッシュレス決済に関する実態調査アンケートについて

- ポイント還元事業後の中小店舗におけるアクセプタンスの更なる拡大等に向け、決済手段毎の加盟店手数料や関連コスト等の実態を把握することを目的として、中小企業団体等の協力のもと、アンケート調査を実施。
- 結果については、回答者等が一般には識別出来ないように加工・とりまとめの上で公表予定。

【対象】

- 事業者全般
 - ※ 中小企業団体等から各事業者に対して周知広報を実施予定。

【期間】

- 2021年1月頃～2021年2月頃

【主な質問事項】

- 店舗の営業形態や規模等に関する情報
- キャッシュレス決済の導入状況
- おおよその決済手数料率
(ポイント還元事業前/現在)
- キャッシュレス決済導入時の課題
- 現金管理に関する費用

【イメージ図】

キャッシュレス決済 実態調査アンケート										
お忙しい中、経済産業省 キャッシュレス決済実態調査アンケートへのご協力ありがとうございます。 弊省では、国としてキャッシュレス決済(※注)の拡大を進める中で、現状における各キャッシュレス決済手										
中略										
【導入しているキャッシュレス決済に関する調査】										
【Q9】ポイント還元開始前(2019年9月以前)に店舗に適用されていた決済手数料率が、平均どのくらいだったかを、導入している決済手段ごとに選んでください。										
	導入してい なかった	0% 台	1%台 前半	1%台 後半	2%台 前半	2%台 後半	3%台 前半	3%台 後半	4% 台	5%以 上
クレジットカード	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○
交通系電子マネー (例: Suica等の鉄道事業者が発行しているもの)	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○
その他の電子マネー (例: WAON等の交通系電子マネー以外のもの)	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○
コード決済 (例: 〇〇ペイ)	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○
【Q10】現在店舗に適用されている決済手数料率が平均どのくらいかを、導入している決済手段ごとに選んでください。										

ポイント還元事業データのRESAS (地域経済分析システム)における公開について

- ポイント還元事業で得られた加盟店数や決済に関するデータについて、本検討会において公開の方法等の議論を行い、加盟店数のデータについては既に公開を行ったところ。
- 中小店舗や自治体、決済事業者等が更に利用しやすい形でデータの「見える化」することを目的として、**RESAS (地域経済分析システム)において、データの公開を行うことについて検討。**



RESAS(地域経済分析システム)とは地域経済に関わるビッグデータを収集し、分かりやすく「見える化」するシステムを構築し、効果的な施策の立案、実行、検証(PDCA)を支援。勘や経験や思い込みではなく、データに基づく政策立案(EBPM)を推進。



公開のイメージ

加盟店数や決済に関して集計したデータについて、地域比較・時系列比較・地域間業種比較等を行えるよう、それぞれ画面を構成することを検討。

キャッシュレス推進施策の方向性について

アフターコロナ時代の「新しい生活様式」の定着においては、非接触・デジタル化の推進が必要であり、社会活動の基本的なインフラである決済分野においても、ツールとしてキャッシュレス決済の普及を推進していくことが重要。

今回の検討会を踏まえた主な推進施策の方向性

キャッシュレス決済のコスト等に関する更なる分析

関係者で更に議論を深化

- 加盟店手数料、入金サイクル等の情報の開示・公表
・昨年6月に策定されたガイドラインを参考に、業界において自主的かつ継続的にその開示・公表内容や手法について不断の検討がなされていくことが望ましい。
- 加盟店手数料、入金サイクル等の実態調査・検証
・中小加盟店向けのアンケート等を複数回実施予定。
- インターチェンジフィーの取扱い等に関して議論を深化
・既に公正取引委員会によって「公開が望ましい」という方針が提示されているインターチェンジフィーの取扱い等について、議論を深化。



キャッシュレス決済の裾野の更なる拡大に向けてコスト構造等の分析・見直し

キャッシュレス決済導入メリットの定量的な検証・「見える化」

店舗等実証（R3年度予算案）、関係者で議論を深化

- 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」する店舗実証を実施。
(例) ・会計処理業務軽減
・レジ待ち時間短縮
・客単価上昇 等
- 現金取扱いコストの試算
・キャッシュレス決済によるメリットとともに、現金取扱いコストの試算結果を広く周知・広報
- 店舗オペレーションの点検・改善
・商慣行に基づく店舗オペレーションの要否を検証し、改善



各事業者・店舗に最適なキャッシュレス決済の導入事例の創出、横展開

キャッシュレスによる店舗等運営変革促進事業

令和3年度予算案額 1.5億円（新規）

商務・サービスグループ
キャッシュレス推進室
03-3501-1252

事業の内容

事業目的・概要

- アフターコロナ時代の「新しい生活様式」の定着においては、非接触・デジタル化の推進が必要であり、社会活動の基本的インフラである決済分野においても、ツールとしてキャッシュレス決済の普及を推進していくことが重要です。
- 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ましたが、手数料等のキャッシュレス決済に係るコストのみならず、キャッシュレス決済導入のメリットが見えづらいことが導入上の課題として挙げられています。
- 本事業では、キャッシュレス決済の更なる普及促進に向けて、キャッシュレス決済のメリットを定量的に評価することを目的として、プロジェクト単位で調査実証等を行います。

成果目標

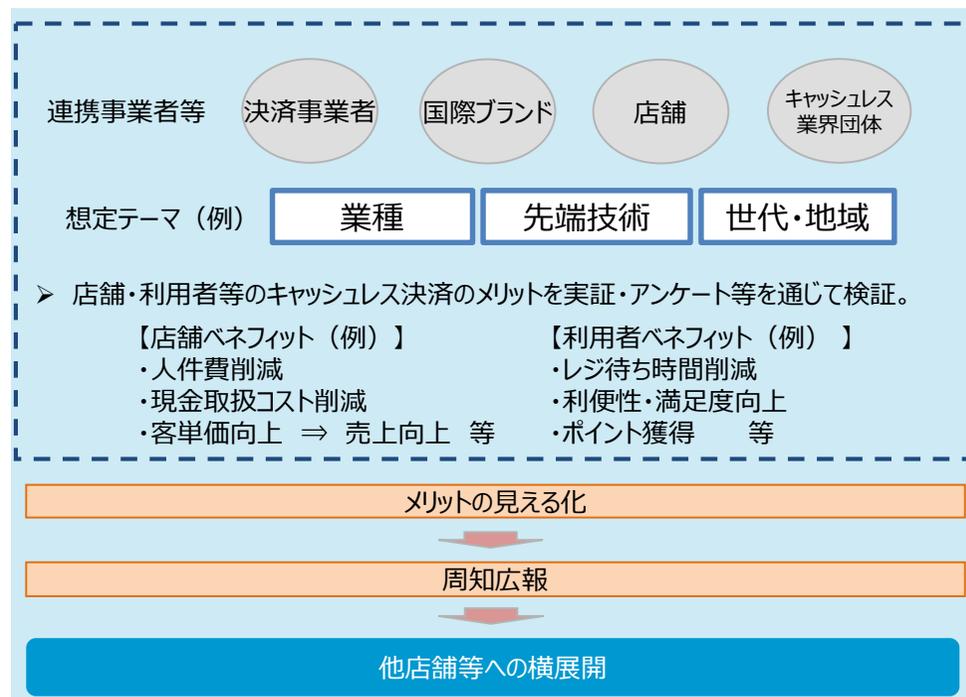
- 本事業の効果も含めて、2025年までに民間最終支出に占めるキャッシュレス決済比率40%を実現します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ

- キャッシュレス決済のメリットを定量的に評価するため、官民連携でプロジェクト単位ごとに調査実証等を実施します。
- 具体的には、決済事業者、店舗等と連携し、業種、先端技術、世代・地域等のテーマを設定のうえ、各テーマごとに、店舗・利用者等のキャッシュレス決済のメリットを実証・アンケート等を通じて検証します。
- 検証結果については、各プレイヤーと連携して周知広報を行い、各事業者・店舗に最適なキャッシュレス決済の導入事例の創出、横展開を図ります。
- 更に、得られたデータ等については、キャッシュレス決済手数料の更なる適性化に向けた環境整備に活用します。



本日も議論いただきたい点

＜ご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、
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
2. ペーパーレスに向けた取組と今後の方向性について
3. 中間整理（案）について

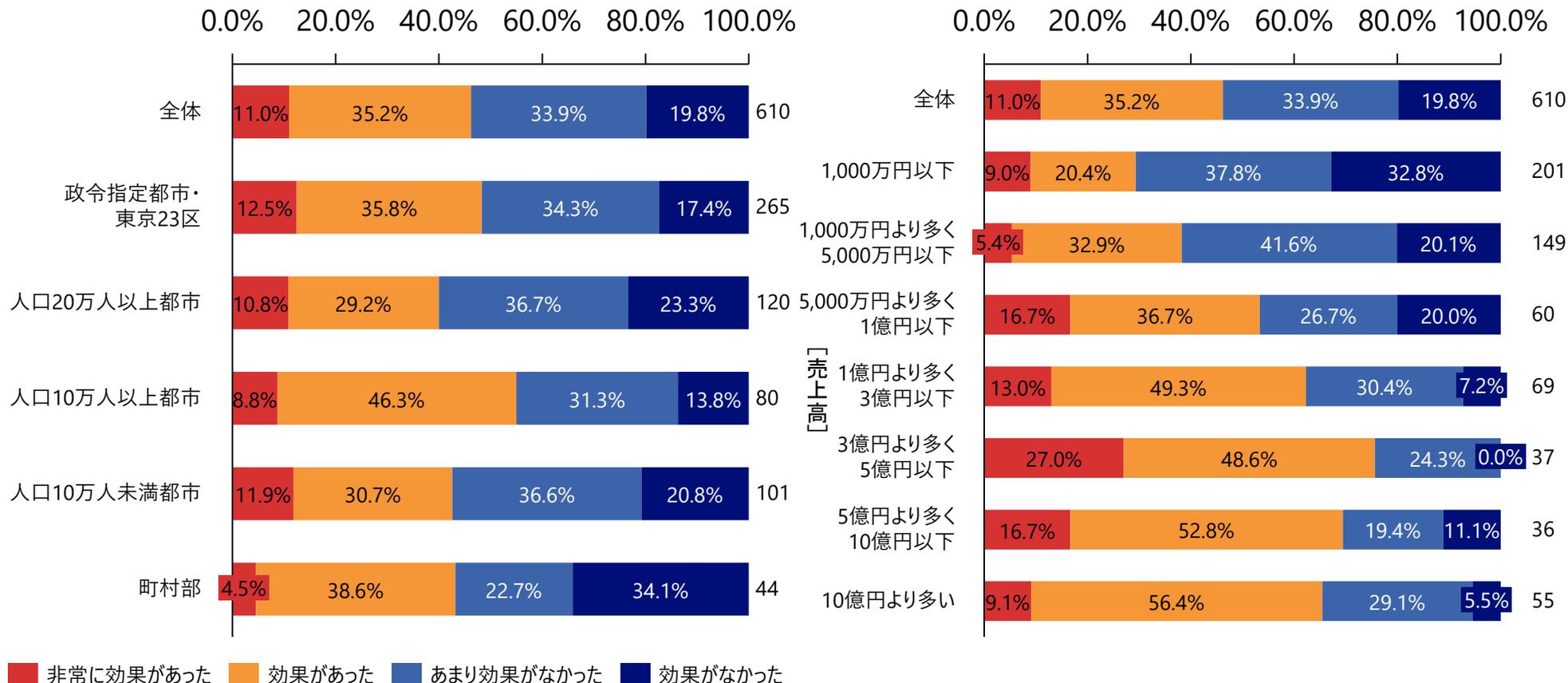
參考資料

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46%は、売上に効果があった。

【※前回（2020年5月）は約40%】

【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したが、還元事業自体に売上確保の効果があったかをお知らせください。



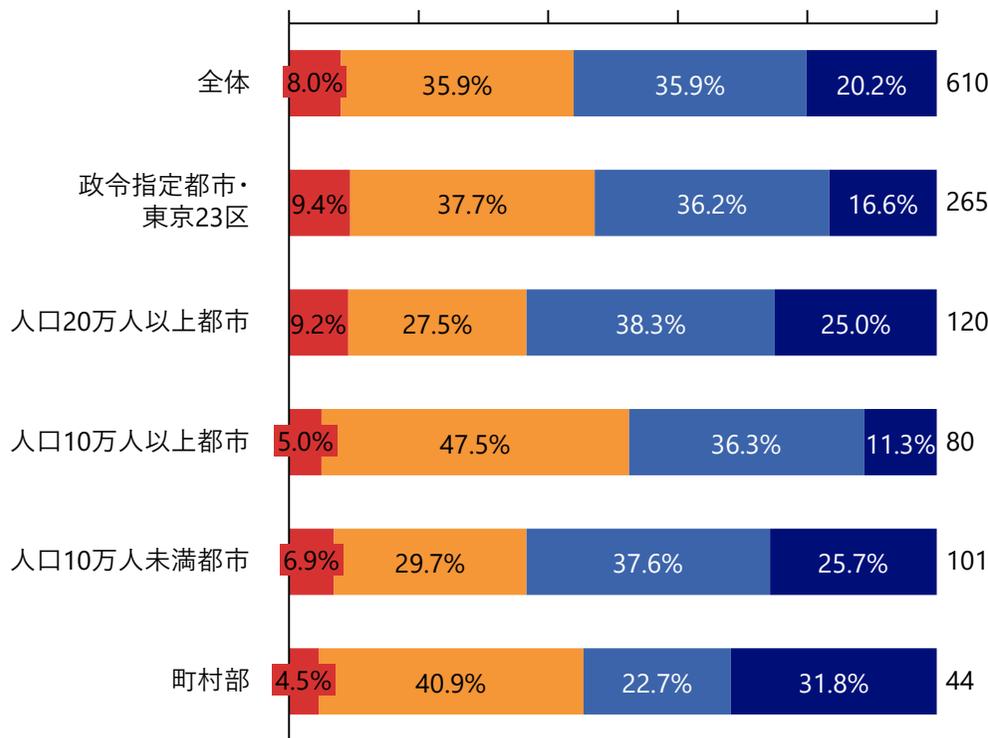
※全体には都市規模や売上高が「不明」の回答が含まれるため、各セグメントの合計値とは一致しない。
 ※キャッシュレス・消費者還元事業に「既に登録した」と回答した事業者（就業者）のみ。

還元事業参加店舗の約44%は、顧客獲得に効果があった。

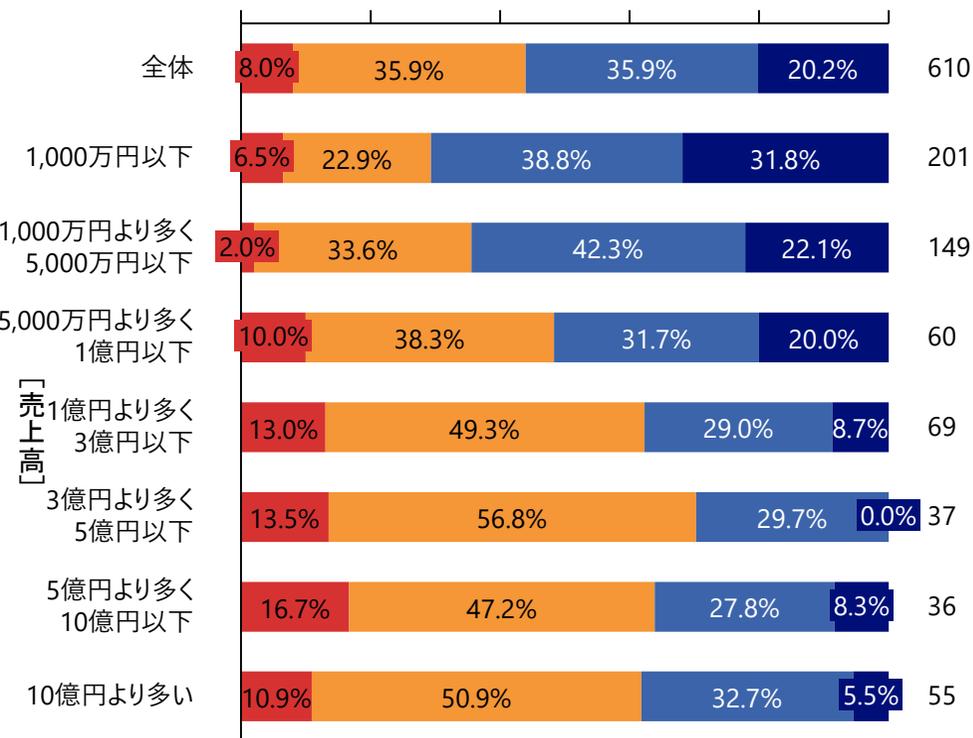
【※前回（2020年5月）は約38%】

【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したが、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。

0.0% 20.0% 40.0% 60.0% 80.0% 100.0%



0.0% 20.0% 40.0% 60.0% 80.0% 100.0%



非常に効果があった 効果があった あまり効果がなかった 効果がなかった

※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。

還元事業による業務効率化効果 地域区分別・売上規模別

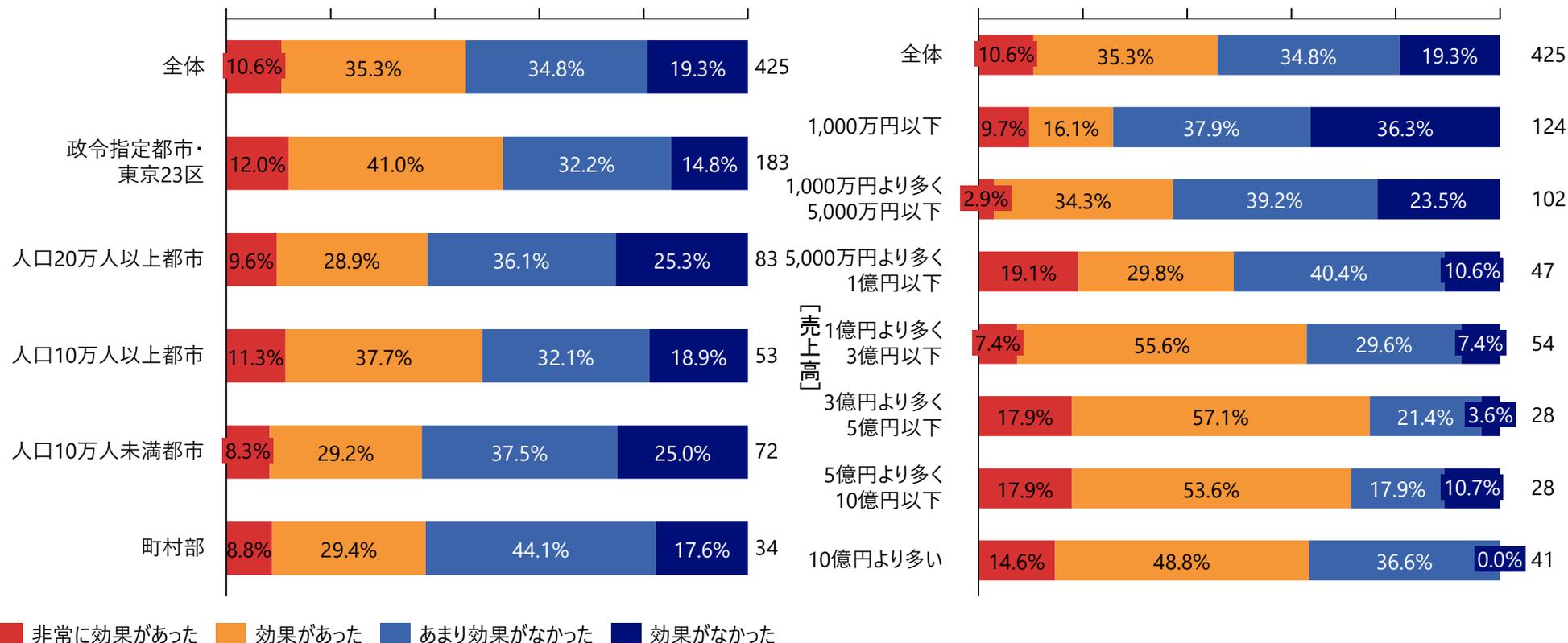
還元事業をきっかけにキャッシュレスを導入又は追加した店舗の約46%が、業務効率化に効果があった。

【前回（2020年5月）は約46%】

【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

0.0% 20.0% 40.0% 60.0% 80.0% 100.0%

0.0% 20.0% 40.0% 60.0% 80.0% 100.0%



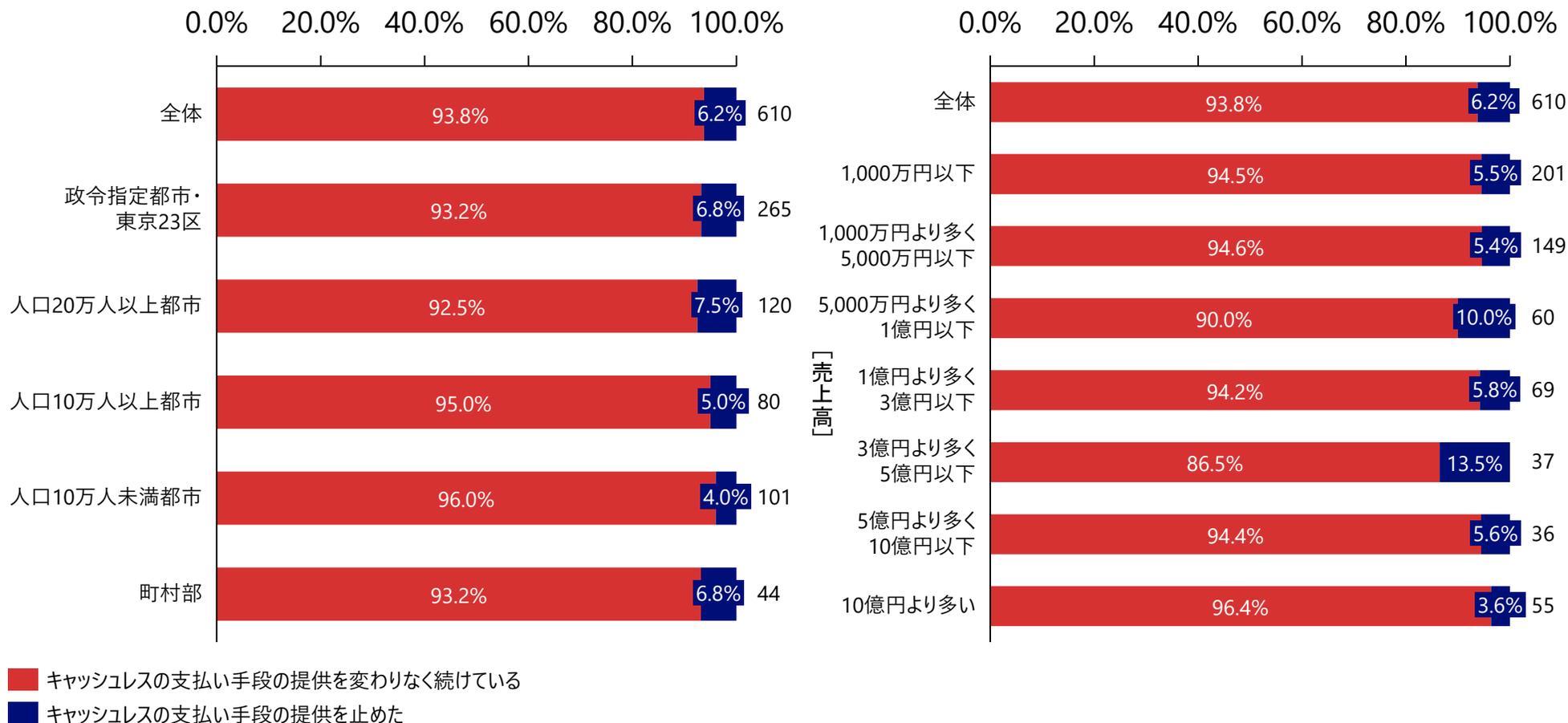
※全体には都市規模や売上が「不明」の回答が含まれるため、各セグメントの合計値とは一致しない。

※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。



※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。

事業終了後もキャッシュレスを利用しているか 地域区分別・年代別

キャッシュレスを利用している消費者のうち、どの地域区分でも、どの年代でも、8割以上が、還元事業終了後もキャッシュレスを利用していると回答。

【設問文】あなたは、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ていますか。最もあてはまるものをお知らせください。

