

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
環境整備検討会

中間整理（案）

令和3年1月26日
商務サービスグループ
キャッシュレス推進室

目次

1. はじめに	2
2. 決済手数料の引下げに向けたコスト構造分析	3
2.1 決済事業者の中小店舗向け開示ガイドラインについて	3
2.2 決済手数料の引下げに向けたコスト構造分析について	3
2.2.1 加盟店管理会社（「アクワイアラー」）の収益構造	4
2.2.2 アクワイアラーの収益構造に影響を与える主な項目	6
2.2.3 カード発行会社（「イシューアール」）の収益構造	9
2.2.4 電子マネー・コード決済のコスト構造	10
3. コスト構造分析を踏まえた対応の方向性	14
3.1 インターチェンジフィー	14
3.2 ネットワーク利用料	17
3.3 端末費用	19
3.4 オペレーションの簡素化（ペーパーレスに向けた取組）	20
4. その他検討会での議論項目	22
4.1 現金取扱いコスト	22
4.2 キャッシュレス決済のメリットの定量的な見える化	23
5. 終わりに	24
(参考1) キャッシュレス・ポイント還元事業のアンケート調査	25
(参考2) キャッシュレス・ポイント還元事業における平均決済手数料率	28
(参考3) 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	29
(参考4) 我が国のキャッシュレス支払い額及び比率の推移、キャッシュレス決済比率の内訳	29
(参考5) 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環境整備検討会 開催状況	30
(参考6) 委員／オブザーバー名簿	31

1. はじめに

キャッシュレス決済は、消費者の利便性向上だけでなく、店舗のレジ精算業務の削減など現金管理の手間や時間の削減、消費者の手持ち現金不足による機会損失の防止などにつながる。また、現金に触れず、従業員と顧客の接触機会を減らすことで衛生的な取引が可能になる、現金では取得できなかったデータが得られることで、顧客に対しよりよいサービスを最適なタイミングで提供できるようになるなど、店舗に様々なメリットをもたらす。

政府は、消費税率引上げに伴い、平成31年10月から令和2年6月末までキャッシュレス・ポイント還元事業を実施し、消費者のキャッシュレス決済の利用促進と中小店舗におけるキャッシュレス決済の環境整備を進めてきた。本事業の最終的な登録店舗数は約115万店となり、中小店舗にもキャッシュレス決済が一定程度広がってきたと言える。他方、中小店舗からは、「決済手数料の負担が重い」、「店舗への売上の入金サイクルが長い」、「多種多様な決済サービスの中からどれを選べばよいか分からない」といった声が依然聞かれる。更なるキャッシュレス推進に当たっては、こうした課題を解決していく必要がある。

キャッシュレス推進室では、キャッシュレス・ポイント還元事業の総括を行うとともに、キャッシュレス決済に関わる店舗や決済事業者、ネットワーク事業者等の観点を踏まえ、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や方策を検討するため、令和2年6月以降、計5回に及ぶ「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環境整備検討会」（以下、「キャッシュレス検討会」）を開催してきた。

本中間整理では、キャッシュレス検討会でのこれまでの議論について、キャッシュレス決済事業におけるコスト構造分析を中心に項目毎に整理するとともに、今後の取組の方向性について記している。

2. 決済手数料の引下げに向けたコスト構造分析

2.1 決済事業者の中小店舗向け開示ガイドラインについて

2020年6月に開催された第2回検討会において、経済産業省としてポイント還元事業終了後も中小店舗向け情報の開示・公表を継続・充実させていくべき旨まとめた中小店舗向け開示ガイドラインを策定した。これを踏まえ、2020年7月以降、一般社団法人キャッシュレス推進協議会のホームページ¹にて決済手数料や入金サイクル等を一覧性のある形で公開している。キャッシュレス決済市場の変化が速く柔軟な対応が求められること、決済手段毎にその特徴や求められる情報が異なることを踏まえると、今後は、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行われていくことが望ましい。加えて、ポイント還元事業終了後の加盟店手数料や関連コスト等について、アンケート等を通じて実態把握を行っていく。

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 骨子

- **手数料等の情報の開示・公表は、決済事業者間の市場競争が促される。今後もその継続・充実が重要**
- 開示内容やその手法等については、**業界において、自主的かつ継続的に不断の検討**がなされることが望ましい
- 各決済事業者による個別の開示に加え、**各事業者の情報が比較可能な一覧性のある公表**も重要
- **下記の情報を、中小店舗に分かりやすい形で開示・公表することが推奨**される
 - (1) **中小店舗に適用している決済手数料**
 - ・ 決済手数料の上限と下限の幅、あるいは、標準料率、及び、決済手数料の設定方法
 - ・ 今後の手数料変更の可能性がある場合にはその旨及び変更が行われる条件
 - ・ 現在の日本の決済インフラ・コスト構造を踏まえると現行の決済手数料が不当に高いとは言えない決済事業者と店舗の間でそのコスト構造に関する認識を共有することも重要。
 - (2) **決済手数料以外に発生する費用**
 - (3) **入金に関する条件**
 - ・ 入金の頻度や入金手数料の負担者及びその額、特別な条件による入金が行われる条件と費用
 - ・ 一定の条件下で加盟店への入金を停止したりなどする可能性がある場合には、その旨及び条件
 - (4) **その他中小店舗が決済事業者を選択するに当たって有益と思われる情報**
 - (ア) 中小店舗向けの訴求点
 - (イ) 対面・非対面（オンライン）の別
 - (ウ) その他（対応可能なブランド/サービス、サービス提供エリア、対応可能な決済端末の種類）

2.2 決済手数料の引下げに向けたコスト構造分析について

キャッシュレス決済インフラは、複数の関係事業者が提供する多様な機能（決済ネットワーク・国際ブランド・決済手段の提供・加盟店の開拓等）の組み合わせによって成立している。そして、それらの機能を提供する関係事業者が計上するコストが組み合わせり、最終的に決済手数料という形で可視化されている。したがって、中小加盟店における決済手数料の引下げに向けた方策を検討する上では、それぞれの機能においてどのような費用が計上されているのか、コスト構造全体を可視化した上で、各コストの適切性を検証することが重要となる。

¹https://area18.smp.ne.jp/area/table/28299/J0C5hg/M?S=%6F%6A%71%68%6B%32%6C%65%6C%65%71%66&_page_28299=1

平成 30 年 4 月にとりまとめられた「キャッシュレス・ビジョン」²において、このコスト構造の一端が示されたが、決済手段毎に網羅的に分析を行った事はないため、キャッシュレス検討会では、コスト構造を中心に議論を行ってきた。

2.2.1 加盟店管理会社（「アクワイアラー」）の収益構造

第 3 回検討会では、モデルケースを用いてクレジットカード決済に関するコスト構造分析を実施した。なお、ここでは、アクワイアラーにおける収入・コスト構造分析を行い、カード発行会社であるイシューアの分析については、第 5 回検討会で実施した。

※ アクワイアラー：店舗に対してキャッシュレス手段の導入に係る契約・管理を行う社のこと。店舗との間で加盟店契約を締結し、イシューアへの購入代金の請求や加盟店への代金支払等を行う。

イシューア：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・問い合わせ対応等を行う。

本分析で用いた各モデルケースは以下の通り。決済単価による違いや PSP を介するかどうかにより、モデルケースを 4 つ設定した。

【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

【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 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 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

※ PSP (Payment Service Provider)：決済代行業者のこと。アクワイアラーと加盟店の間に立ち、各種決済サービス（情報処理や出入金管理等）を提供している。

モデルケースを前提としたアクワイアラーのコスト分析によると、アクワイアラーの収益はマイナスとなり、中小加盟店向けのアクワイアリング事業は利益を確保しにくい傾向にあることが読み取れる。(図表 1)

また、いずれのケースにおいても、アクワイアラーがイシューアに支払うインターチェンジフィーおよび端末費用の占める割合が大きく、少額取引【モデルケース 2, 4】では、定額課金であるネットワーク利用料の占める割合が大きくなっている。(図表 2)

なお、業界全体のコスト構造を把握する観点からは、①決済手数料は各決済事業者と加盟店との間で個別に決定するものであり（特に大規模加盟店は取扱高が大きく決済手数料が低い傾向にあ

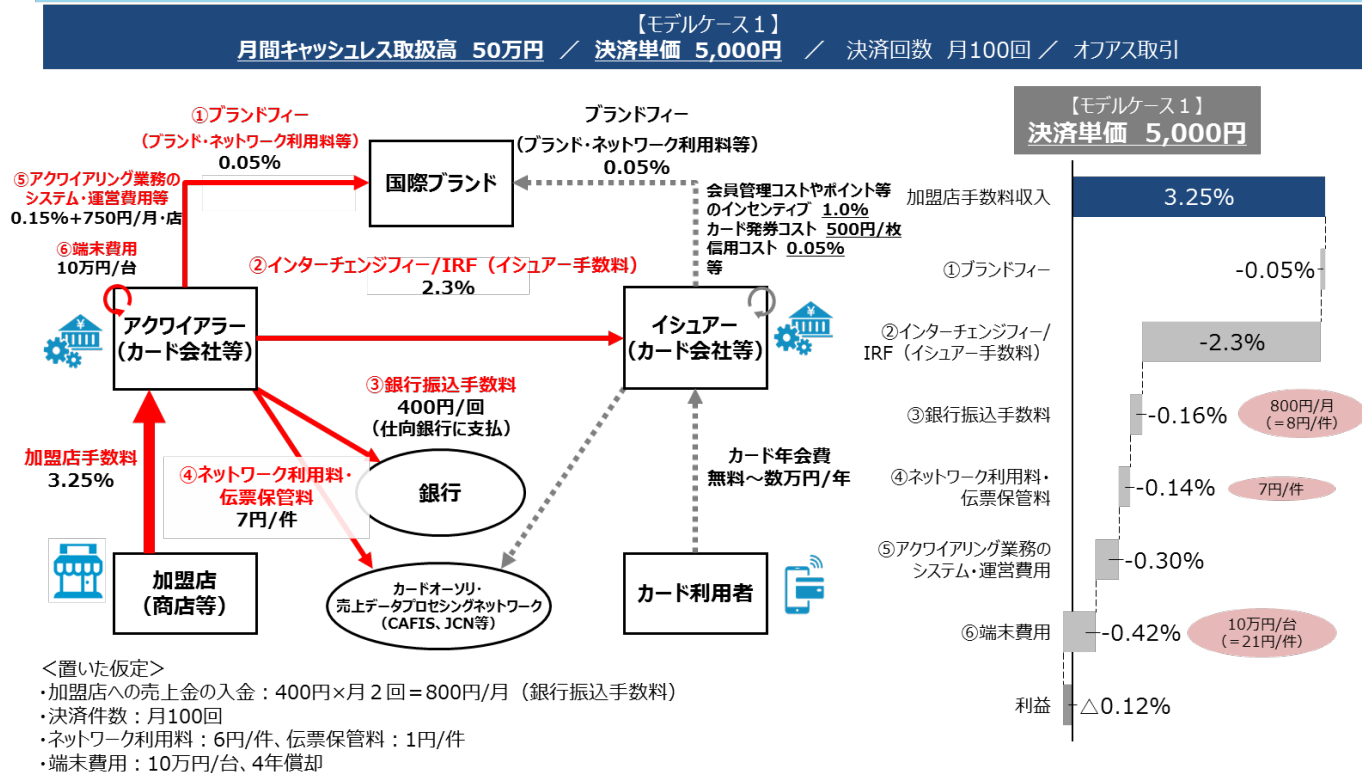
² <https://www.meti.go.jp/press/2018/04/20180411001/20180411001-1.pdf>

る)、②決済事業者は、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ことなど収益源の多角化を図っている点には留意する必要がある。

図表1 クレジットカード取引のコスト構造 (第3回事務局資料より抜粋)

【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)

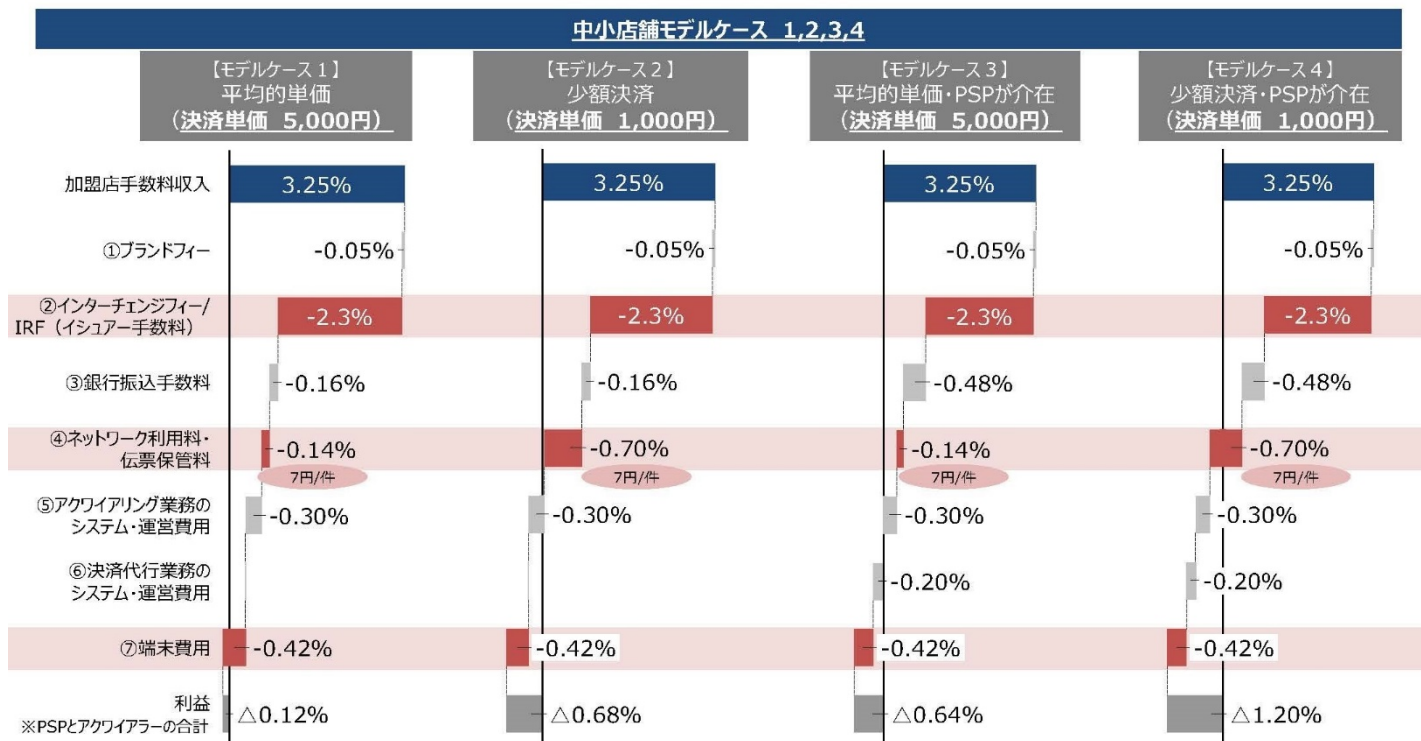
- 主に平均的単価で決済が行われた場合、加盟店手数料収入に占める**インターチェンジャー/IRF (イシューア手数料)**や、**アクワイアリング業務のシステム・運営費用**、**端末費用**の割合が大きい。



図表2 モデルケース毎のアクワイアラーのコスト分析（第3回事務局資料より抜粋）

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。**



2.2.2 アクワイアラーの収益構造に影響を与える主な項目

前項で示されたとおり、アクワイアラーの主なコスト項目として、インターチェンジフィー、ネットワーク利用料ならびに端末費用が挙げられた。以下では、各項目について要点を記している。³

(ア) インターチェンジフィー

インターチェンジフィーは、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である。各ブランドは、国際ブランド⁴、イシューア、アクワイアラー、消費者（カード会員）、加盟店で構成される決済ネットワークにおいて、クレジットカード取引を拡大する観点から、インターチェンジフィーを設定している。なお、アクワイアラーとイシューアが同一会社等によって行われている場合には、インターチェンジは発生していない⁵。

本検討会での分析では、アクワイアラーからイシューアに支払うインターチェンジフィーは、取扱高比2.3%を占め、加盟店手数料を3.25%と置く場合、アクワイアラーの費用負担のうち約70%を占めている。

³ 銀行間手数料については、一般社団法人全国銀行資金決済ネットワーク（全銀ネット）において議論を実施している。

⁴ 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、American Express、DinersClub、JCB、Discovercard、UnionPayの7つを指している。

⁵ オンアス取引と呼ばれており、インターチェンジフィーが発生するオフアス取引と区別される。

(イ) ネットワーク利用料

キャッシュレス決済インフラにおいて、イシューアードとアクワイアラー間の決済データの処理にかかる費用は、ブランドネットワークの利用料として国際ブランドが請求している。一方で、加盟店とアクワイアラー間の決済データの処理は、別のネットワーク事業者⁶によって提供され、ネットワーク利用料として別途費用が請求されている。

ネットワーク利用料は、与信審査（オーソリゼーション）処理料、売上処理料ならびに CCT 端末（共同利用端末）を中心とする決済端末の情報処理センター利用料等から構成されるが、これらの費用に加えて、伝票の保管コスト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、1 決済あたり最大約 7 円のコストがアクワイアラーに発生している。（決済単価 1,000 円の少額決済においては、取扱高比 0.70%のコストに相当。）

ネットワーク利用料は、原則として一決済あたりの固定単価で計算されることとなっているため、決済金額に応じた加盟店手数料から収益を得ている決済事業者にとっては、低単価の決済が高頻度で発生するほどコストの割合が高くなり収益性が落ちることとなる。こうした構造が決済単価の小さい業種の加盟店に対する手数料コストの増加の要因となっているとの指摘もある。

⁶ 株式会社エヌ・ティ・ティ・データや株式会社日本カードネットワークなどがある。

(ウ) 端末費用

「決済端末等の導入費用が高い」との声は従前から存在しており、キャッシュレス・ポイント還元事業では、決済事業者が決済端末等を導入する際の費用の3分の2を国が補助し、残りを決済事業者が負担することで、加盟店に対して無償で決済端末を導入していた。

今回の分析での前提とした月間取扱高が50万円の中小店舗向けであっても、決済端末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、端末費用を約10万円と設定すると、4年間での償却モデルにおいて、取扱高比0.42%のコストが発生している。

第3回検討会での主な意見は以下の通り。

(端末について)

- 加盟店やアクワイアラーとしては端末費用が安くなることはメリットであるが、海外との決済環境の違いや法令対応などでの必要機能があるのではないかと。過剰な費用の引下げによりセキュリティ面や耐久性が低下し、安心・安全なキャッシュレス決済が損なわれる状況は回避すべき。
- 端末のテクノロジーも変化しつつある。例えばスマートフォンにソフトウェアをインストールするだけでカード決済を実現するなど、テクノロジーの進歩により、コストの問題も解決されるのではないかと。
- 端末に関するシステムの運用や端末仕様の作成をしている団体としても、端末費用の低廉化を検討している。中小店舗に適した端末の在り方についての検討には、是非連携させていただきたい。

(プレイヤー間のコスト負担について)

- イシューアー、国際ブランド、システム提供会社、消費者などの中に得をしているプレイヤーがいるのか分析し、仮に得をしているプレイヤーがいるならコストの負担をして欲しい。

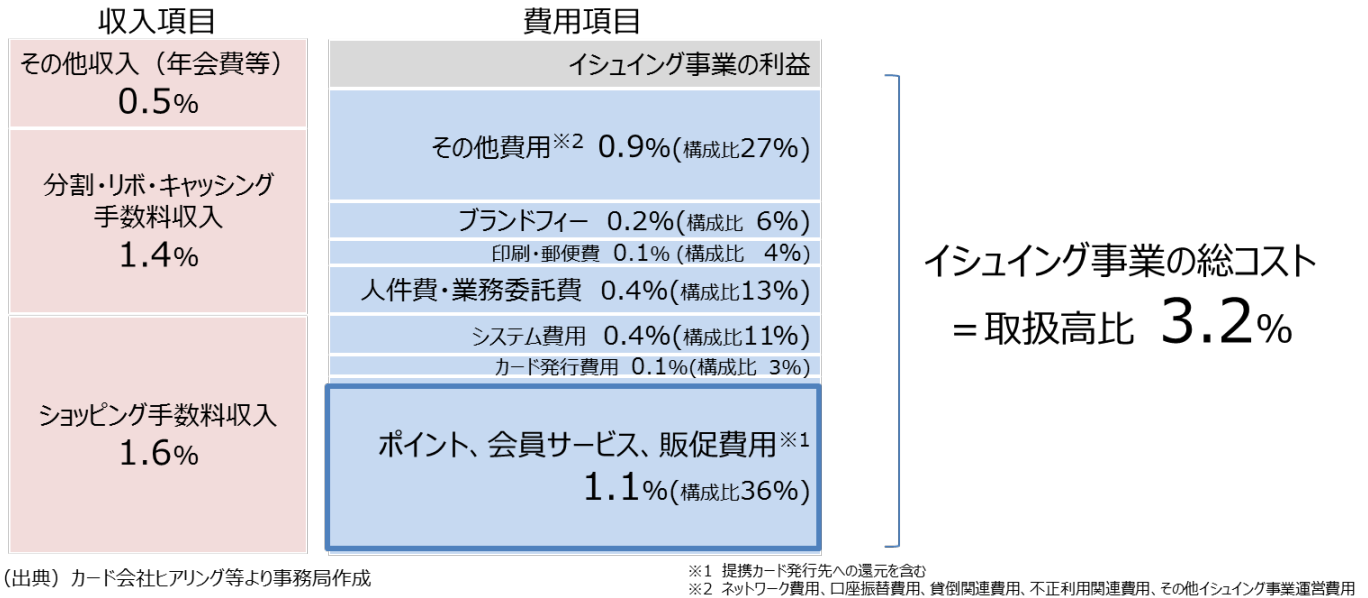
(他のキャッシュレス手段との関係性)

- 決済手段の多様化と端末の額が比例関係にあるわけではない。クレジットカード決済と電子マネーなど他の決済で、共有する部分は割り引いて考えるのがよいのではないかと。

2.2.3 カード発行会社（「イシューア－」）の収益構造

第5回検討会では、イシューアの収益構造について、分析を行った。事業者へのヒアリングによると、イシューイング事業の総コストは、取扱高比約3.2%と推計されており、下表のように、ショッピング手数料に、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。

図表3 イシューアの収支構造モデルケース（第5回事務局資料より抜粋）



コストの支出増減について、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点には留意が必要である。

イシューイ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、ペーパーレス化や共通化等を通じた一定の効率化余地が考えられ、特に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と考えられる。

会員還元について、ポイント還元事業におけるアンケート調査の結果⁷では、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しており、一旦キャッシュレス手段を使い始めるときはポイントなどの利得性が重視されるが、1度使い始めると、キャッシュレス手段が本来有する利便性を重視するようになる可能性が示唆されている⁸。こうした点キャッシュレス決済が一定程度進みつつある現況において、ポイントを中心とした消費者誘因を続けることが持続可能なものであるかどうか、一考が必要とも考えられる。⁹

⁷ https://cashless.go.jp/assets/doc/201211_questionnaire_report.pdf

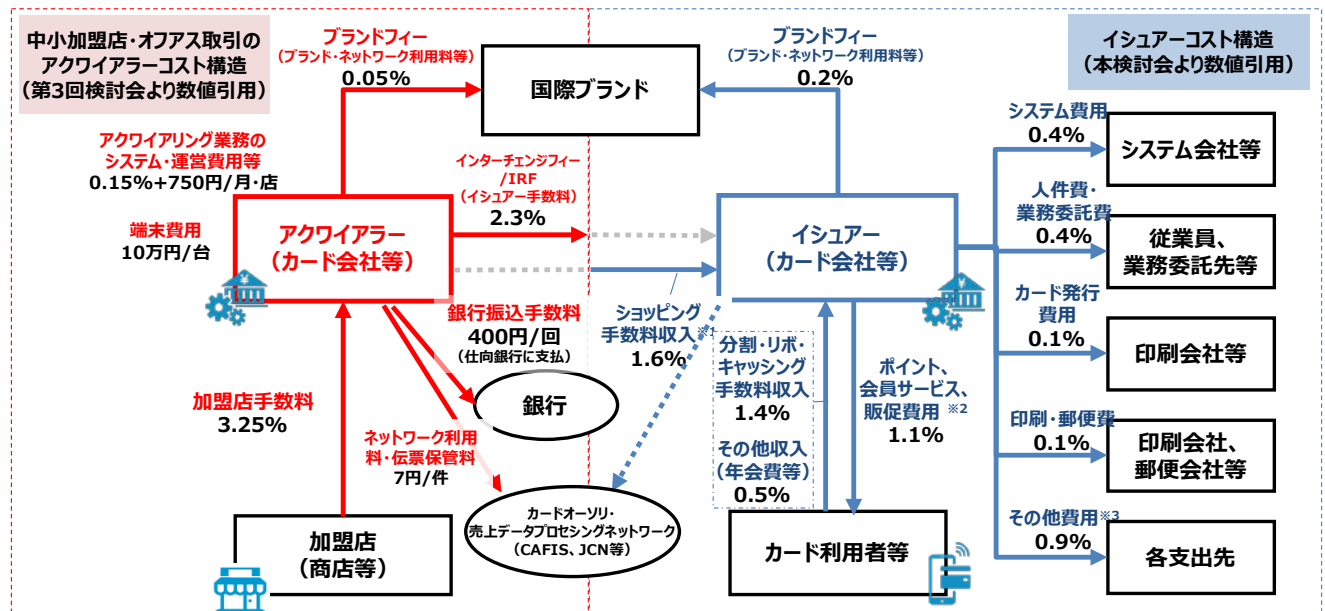
⁸ 「キャッシュレス社会の実現に向けた調査報告書（平成31年2月、日本クレジットカード協会）」

（http://www.jcca-office.gr.jp/visit/0218_report.pdf）においては、キャッシュレス決済者は、利得性を契機に利用を開始し、利便性により利用が習慣化したとのアンケート結果を紹介している。

⁹ 決済事業者へのヒアリングによると、年会費収入は減少傾向との指摘もあった一方で、「キャッシュレス・ビジ

(参考) クレジットカードのコスト構造 (まとめ) (第5回事務局資料より抜粋)

- 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 (イシューアース手数料)**、**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、イシューアラー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、イシューアラー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、イシューアラー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を含め、引き続き分析の精緻化が必要。**



※1 オフアス取引におけるインターチェンジフィー/IRF (イシューアース手数料) に加え、オンアス取引の加盟店手数料のうちイシューアラー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、その他イシューアラー事業運営費用

2.2.4 電子マネー・コード決済のコスト構造

第4回検討会では、主要なキャッシュレス決済手段毎のコストの共通点や相違点を見出し、キャッシュレス決済のコスト改革へ向けた示唆を獲得する観点から、クレジットカードに加えて、電子マネー・コード決済についても、コスト構造分析を実施した。

(ア) 電子マネーのコスト構造

電子マネーは、利用する前にチャージを行うプリペイド方式の電子的な決済手段を指しており、主には、交通系・小売系企業が電子マネーを提供している。電子マネーは、クレジットカードと同様に、加盟店管理を行うアクワイアラーと電子マネーを発行するイシューアラーに大別される。特に中小店舗への電子マネーのアクワイアリング業務は、端末が共用できることも踏まえ、クレジットカード決済のアクワイアラー・PSP が兼ねているケースが一般的とされており、アクワイアラー・PSP では、決済端末費用、電子マネーセンター利用料¹⁰ならびに電子マネー事業者に対するイシューアラー手数料等の費用が発生している。

「ヨン」では、クレジットカード含むカードの保有状況は、総人口一人当たり 7.7 枚であり、シンガポールに次いで大きな値となっているとの指摘がある。

¹⁰ 電子マネーセンター利用料とは、決済端末と電子マネー事業者間を中継し、売上データの集計などを行うサー

電子マネー事業者は、本業側のコスト削減や売上拡大を見込んで、電子マネー事業を運営している。例えば、鉄道事業者における改札のメンテナンスコストの削減や、流通事業者における顧客関係管理などがこれに該当する。また、会計上の整理として、カード発行費用や、ポイント・サービスの提供に係る費用を本業側で計上することで、電子マネー事業者のイシューング事業のコストを抑制し、イシューア手数料を安価に提供している電子マネー事業者も存在していた。

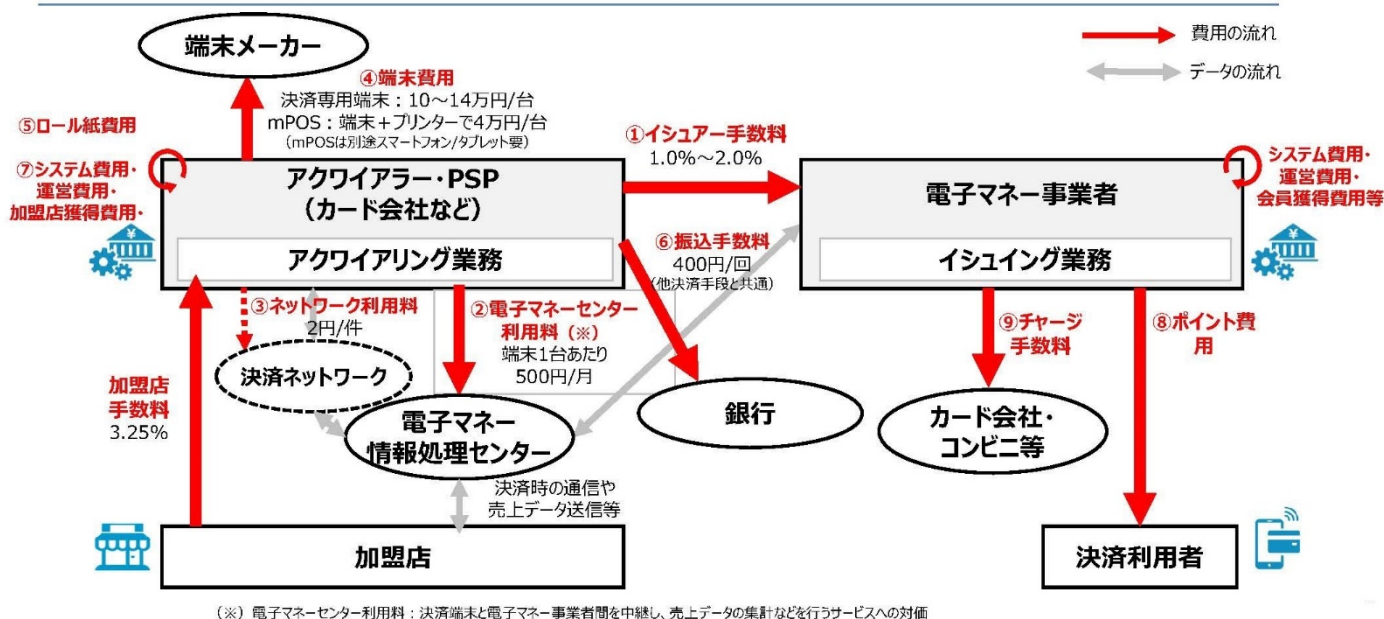
中小加盟店向けの決済端末は、シンクライアント型の電子マネー情報処理センターへ接続する形式が主流であり、その場合は電子マネーセンター利用料として、1台あたり月額固定費用が発生する。

図表4 電子マネー決済のコスト構造（第4回事務局資料より抜粋）

電子マネー決済のコスト構造

- 特に中小店舗への電子マネーのアクワイアリング業務は、クレジットカード決済のアクワイアラー（カード会社）やPSP（決済代行事業者）が兼ねているケースが一般的。
- アクワイアラー・PSPでは、「端末費用」「電子マネーセンター利用料」「イシューア手数料」等の費用が発生。

電子マネー決済のコスト構造



（イ）コード決済事業者のコスト構造

コード決済は、スマートフォンアプリ等においてバーコードやQRコードを用いた決済手法である。市場成長期¹¹であることから、各コード決済事業者は、加盟店手数料を一定の期間までゼロと

ビスの対価として、電子マネー処理センターに対して支払う費用である。

¹¹ QRコード決済の利用金額（クレジットカード利用分及びクレジットカードチャージ分等を除く）は、2018年から2019年にかけて約6倍に伸びている。（出所：（一社）キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」）

するサービスを実施する等により、利用者・加盟店獲得に大きなコストを割いている。このため、ユーザー獲得に要するポイント付与や販売促進に係る費用が大きく計上される傾向にあると考えられる。

一方で、事業者へのヒアリングによれば、消費者が自身のコード決済サービスにチャージする際にコード決済事業者が金融機関やネットワーク事業者に支払う手数料が高いとの指摘があり、チャージ関連費用は、自社での削減が難しいコスト項目として負担となっている。更に、本人確認の強化への要請などに伴い、不正利用対策のための投資が発生し、今後のコスト上昇の一因となる可能性がある。

コード決済には、専用の端末を必要としない決済方式も存在し、導入店舗ごとに発生する初期投資が低い場合が多い。例えば、店舗のタブレット等にコード決済機能を付加する場合には、追加の機器投資は不要となる。また、紙やステッカー等でQRコードを店舗が提示する決済形式（MPMと呼ばれる）であれば、店頭端末そのものを必要としない。

図表5 コード決済のコスト構造（第4回事務局資料より抜粋）

コード決済のコスト構造

- コード決済事業者ごとに、加盟店契約形態や、会員請求・チャージ形式、手数料率などの**ビジネスモデルが大きく異なっている**ため、下記の概念図は、あくまで一般的なコスト構造を整理したものであり、**今後大きく市場構造が変化することもある**。
- **チャージ関連費用（チャージ式の場合）**、または**カード決済の加盟店手数料（カード連携式の場合）**が主たる共通するコストとなっている。
- 決済端末に関する費用が発生しない場合も多い。



第4回検討会での主な意見は以下の通り。

- 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。

3. コスト構造分析を踏まえた対応の方向性

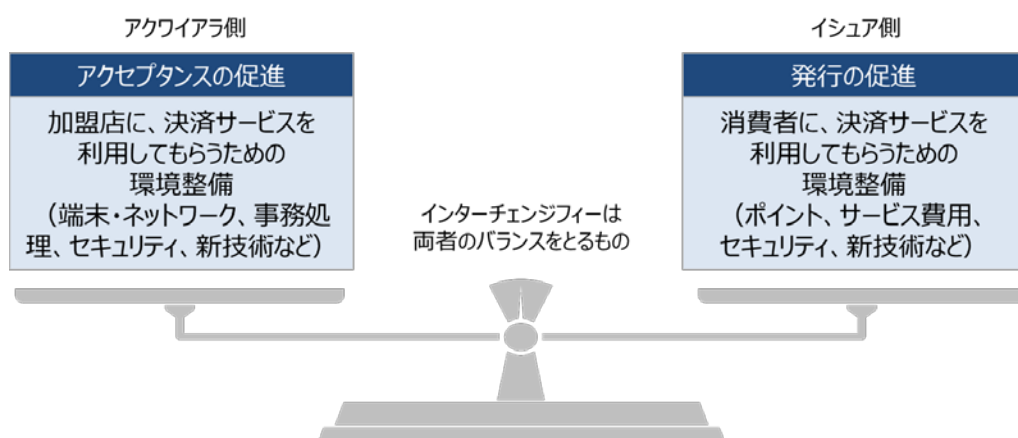
第4回以降の検討会では、コスト構造分析で焦点を当ててきたインターチェンジフィー、ネットワーク利用料、端末費用について、対応の方向性について議論を行った。また、アクワイアラースのコスト削減の観点から、オペレーションの簡素化、特にペーパーレスに向けた取組について議論を行っており、以下では、それらについて記載している。

3.1 インターチェンジフィー

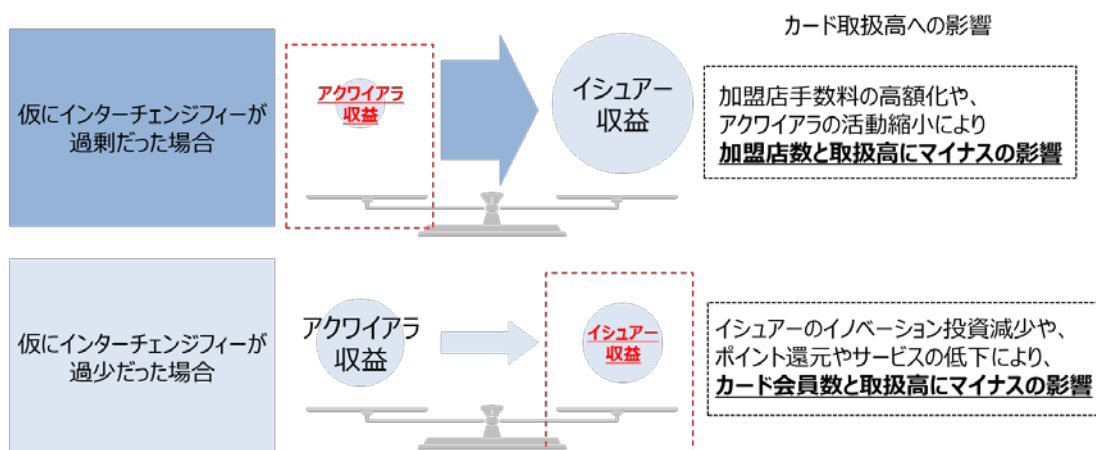
国際ブランドが定めるインターチェンジフィーとは、オフアス取引において、アクワイアラースからイシューアースへ支払う手数料のことである。クレジットカードによる取引を促進する観点から、両者のバランスを調整する機能を有しており、定期的に見直しが行われている。

国際ブランドは、業種、加盟店規模、決済単価等を勘案して、戦略的にアクセプタンスを拡大したい領域に対して、低廉なインターチェンジフィーを設定しており、これらの領域では、アクワイアラース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る。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、決済取扱高に対してマイナスの影響が出る可能性が考えられる。

図表6 インターチェンジフィー制度の役割（第5回事務局資料より抜粋）



図表7 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（第5回事務局資料より抜粋）



また、諸外国においては、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、アメリカ・EU・オーストラリア等においてインターチェンジフィーの上限規制が導入されている¹²。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。

各国の決済環境を巡る差異に留意が必要であるが、今回の調査では、主要各国の対応の結果として、以下のような点が明らかとなった。

- 米国では、2010年にデビットカードの一部で上限規制が導入され、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。米国では、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が低下した一方で、銀行の収益悪化、消費者へのサービスの低下等が生じたとの指摘もある。
- 欧州では、クレジット・デビットカードについて、2015年にEEA域内インターチェンジフィーの上限規制を導入した。加盟店手数料については、クレジットカードでは引下げ効果があり、アクワイアラーは総額120億ユーロとの調査もある。一方で、加盟店手数料以外のフィーの値上げ等が発生したとの指摘もある。

なお、公開や規制による決済件数や決済金額への影響は明確には見られていない。

図表8 諸外国の対応状況（第5回事務局資料より抜粋）

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

¹² 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。

https://www.kansascityfed.org/media/files/publicat/psr/dataset/pub-auth_payments_var_countries_august2018.pdf

図表9 海外と日本の決済状況の比較（第5回事務局資料より抜粋）

- **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あ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。

国内においては、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、我が国においても、インターチェンジフィーの標準料率¹³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。

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と考えられる一方で、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く、将来的にインターチェンジフィー引下げが生じた場合、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。

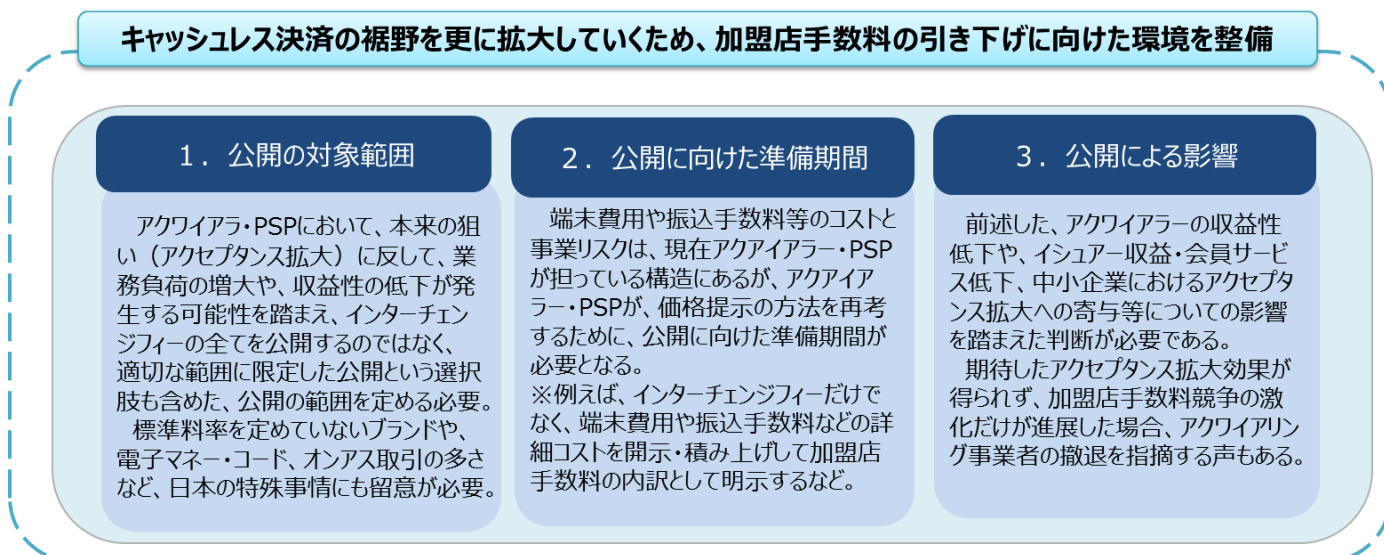
¹³ 同報告書によると「一部の国際ブランドは、加盟店の業種等の別にインターチェンジフィーの料率を自ら設定し、当該料率を標準料率として位置付け、カード発行会社と加盟店管理会社の間で個別にインターチェンジフィーの料率を設定しない場合には当該標準料率を用いるとの仕組みを設けている」と記載されている。

図表10 インターチェンジフィー公開に関する主な影響（第5回事務局資料より抜粋）

【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	【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)	【イシュー視点】 インターチェンジフィー収入が 将来的に低下する懸念
<ul style="list-style-type: none"> • 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。 	<ul style="list-style-type: none"> • 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。 	<ul style="list-style-type: none"> • (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。

日本においては、クレジットカードを中心としたキャッシュレス決済が拡大しており、今後ますますその動きが広がっていく事が想定される中、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あると考えられる。このため、近年の環境変化や日本市場の特性も踏まえつつ、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について、官民一体となって整理していくことが求められる。

図表11 インターチェンジフィー公開を巡る論点（第5回事務局資料より抜粋）



3.2 ネットワーク利用料

キャッシュレス決済時には、イシューアが与信審査（オーソリゼーション）により売上承認をし

た後、アクワイアラーが加盟店から受け取った売上データの電文をイシューアに伝送する取引フローが一般的である。これらに要する費用として、ネットワーク利用料をアクワイアラーが負担している。

クレジットカード・電子マネー・コード決済それぞれにおいて、情報処理センターは異なり、複数の事業者が参入している。一般的には設置する端末または契約するアクワイアラー・PSPによって、接続する情報処理センターが定められている。

一部の決済ネットワーク事業者においては、少額決済向けにネットワーク利用料を定額から定率型へ変更した新たな料金プランを提示している。クレジットカード決済の平均単価（約 5,000 円/件）を考慮すると、料金改定の恩恵を得られる取引（1,000 円未満の取引）に限られ、決済手数料引き下げ効果は限定的であると考えられる。一方で、決済単価の低下が進んでいる現状を踏まえると、今回の料金改定は将来へ向けて意味のある改定と考えられ、今後も、多頻度小口決済の増加などのキャッシュレス決済の利用状況に即した価格体系の継続的な見直しが望まれる。

第 4 回検討会での主な意見は以下の通り

- ▶ 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する。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。

図表 1 2 決済ネットワーク事業者による少額決済向け料金改定（第 4 回事務局資料より抜粋）

CAFISにおける新料金プラン

CARDNETにおける新料金プラン

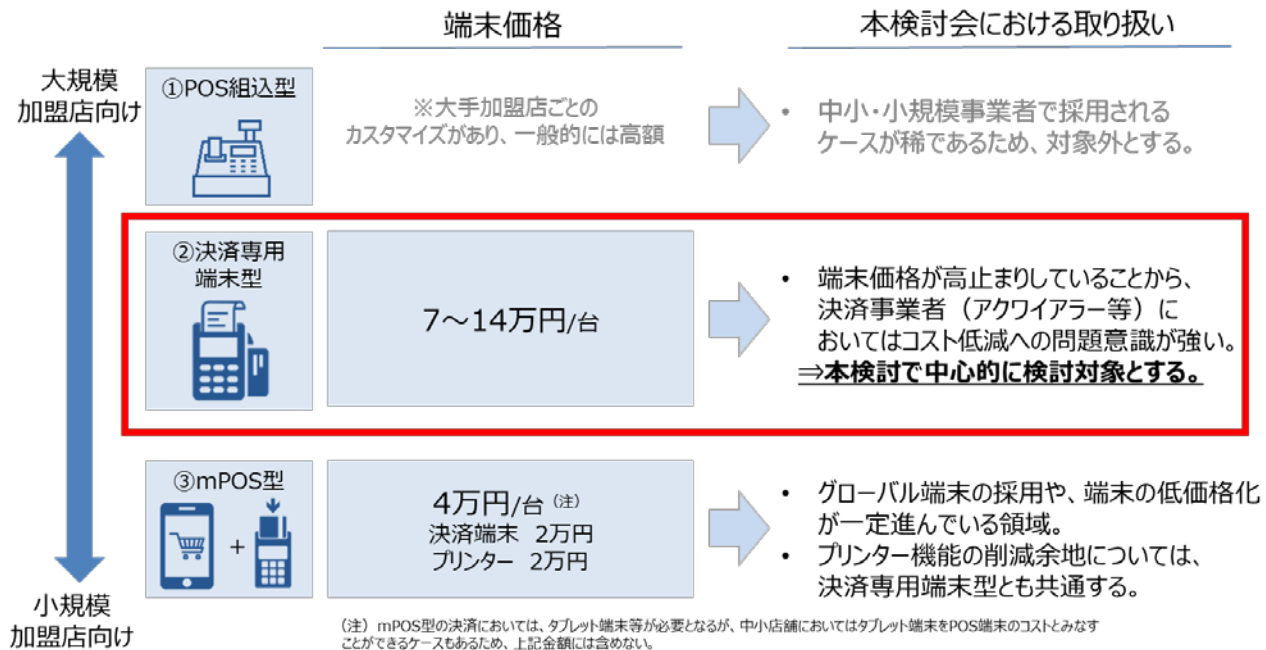


・1000円未満のクレジット決済：最大3.15円/件⇒0.3%
 ・即時口座振替：最大3.15円/件⇒1円/件（出所）NTTデータ

・1000円未満の決済：0.3%
 （出所）日本カードネットワーク

3.3 端末費用

本検討会では、中小・小規模事業者における決済端末環境や端末価格の現状を踏まえ、決済専用端末型に着目している。



現状の決済端末は、海外で汎用的に流通している端末と比べ高額とされている。その要因は、①諸外国と比べて多機能・高品質な仕様に基づいた端末が主流であり、開発費用が高止まりしていること、②生産ロットが少ないため、部品の調達や開発費用の配賦等でスケールメリットが働かないことの2点が主な要因であると考えられる。

第4回検討会では、①については、情報処理センター毎に接続仕様が異なっているため、端末メーカーは接続先毎に端末のソフトウェア部分の開発が必要になっていること、②については、少ロット、日本独自の仕様に対応した決済端末は、グローバルメーカーの生産台数に比べて、桁違いに生産規模が小さく、開発費用等を回収するために単価が上昇しやすい傾向にあることを、それぞれ指摘している。

様々な主体が接続仕様やオペレーションの共通化を整理し、コスト低減に向けて協力することは有用であり、加盟店のスペックにあった端末の導入に向けた周知も必要と考えられる。

第4回検討会での主な意見は以下の通り

(端末費用に関する分析について)

- ▶ 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。

(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、アクワイアラー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。

(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。

3.4 オペレーションの簡素化（ペーパーレスに向けた取組）

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。ペーパーレス化を推進することで、これらペーパーコストの削減が可能となる。

特に、会員控については、その発行により、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の指摘もある。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、売上票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。

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。

ペーパーレス化の推進に向けて、「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と考えられる。

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を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のある事項を整理し、その実施目標時期を設定する等、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、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。

第4回検討会での主な意見は以下の通り

- 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。

4. その他検討会での議論項目

4.1 現金取扱いコスト

店舗における決済関連コストとして、キャッシュレス決済のコスト（決済手数料等）が指摘されることが多いが、実態としては現金の取扱いにもコストが発生している。現金決済インフラを維持するために、年間約 1.6 兆円を超える直接的な社会コストが発生しており、そのうち流通・サービス業の店舗単位では約 6,000 億円のコストが発生しているとの試算もある¹⁴。しかし、キャッシュレス決済のコストに比して、店舗からは現金取扱いコストは見えづらくなっている。

現金決済に係る主要なコストとしては、「①現金関連業務（人件費）」、「②レジ接客時間（人件費）」ならびに「③（キャッシュレス決済と比べた現金決済の）逸失利益」等が挙げられる。これら現金取扱いコストを定量的に“見える化”することで、店舗において、キャッシュレス決済のコスト（決済手数料等）と現金取扱いコストを比較することが容易になり、キャッシュレス決済のメリット等も加味しつつ、キャッシュレス決済の導入の可否を適正に判断することが可能となる。

試算された現金取扱いコストについては、キャッシュレス決済によるメリットとともに、官民一体となって広く周知・広報し、店舗や消費者に広く認識してもらうことで、キャッシュレス決済導入の意義を更に浸透させていく環境を整備することが必要ではないかと考えられる。

第 4 回検討会での主な意見は以下の通り

（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。

¹⁴ 平成 29 年度 我が国における FinTech 普及に向けた環境整備に関する調査検討（株式会社野村総合研究所）

4.2 キャッシュレス決済のメリットの定量的な見える化

キャッシュレス決済の更なる推進に向けては、キャッシュレス決済のコストの低減とともに、キャッシュレス決済を導入することによるメリットを可視化し、店舗等が導入を前向きに検討できる環境を整備することが重要である。来年度の予算事業を活用し、店舗・利用者等によるキャッシュレス決済のメリットを検証するための調査実証事業を官民連携して行うことを想定している。

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）**

事業の内容	事業イメージ
<p>事業目的・概要</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 <p>成果目標</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 <p>条件（対象者、対象行為、補助率等）</p> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> </div>	<p>事業イメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 <div style="border: 1px dashed #0070C0; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <p style="text-align: center;">連携事業者等</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid #0070C0; border-radius: 50%; padding: 5px;">決済事業者</div> <div style="border: 1px solid #0070C0; border-radius: 50%; padding: 5px;">国際ブランド</div> <div style="border: 1px solid #0070C0; border-radius: 50%; padding: 5px;">店舗</div> <div style="border: 1px solid #0070C0; border-radius: 50%; padding: 5px;">キャッシュレス業界団体</div> </div> <p style="text-align: center; margin-top: 5px;">想定テーマ（例）</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid #0070C0; padding: 2px 5px;">業種</div> <div style="border: 1px solid #0070C0; padding: 2px 5px;">先端技術</div> <div style="border: 1px solid #0070C0; padding: 2px 5px;">世代・地域</div> </div> <p style="margin-top: 5px;">▶ 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。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 5px;"> <div style="width: 45%;"> <p>【店舗ベネフィット（例）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人件費削減 ・現金取扱コスト削減 ・客単価向上 → 売上向上 等 </div> <div style="width: 45%;"> <p>【利用者ベネフィット（例）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・レジ待ち時間削減 ・利便性・満足度向上 ・ポイント獲得 等 </div> </div> </div> <div style="margin-top: 10px;"> <p style="text-align: center; background-color: #FFD700; padding: 5px;">メリットの見える化</p> <p style="text-align: center; background-color: #FFD700; padding: 5px;">↓</p> <p style="text-align: center; background-color: #FFD700; padding: 5px;">周知広報</p> <p style="text-align: center; background-color: #FFD700; padding: 5px;">↓</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070C0; color: white; padding: 5px;">他店舗等への横展開</p> </div>

検討会での主な意見は以下のとおり

- ▶ 先進的な事例などによって、キャッシュレス導入前後の売上や集客に関するデータを定量的に示すことで、手数料が妥当であるかがはっきりするのではないか。キャッシュレスと対比すべきは現金であるため、現金ハンドリングコストとの比較も重要。両替手数料や現金回収のためにもコストはかかるが、キャッシュレスによってこれらのコストはなくなる。

5. 終わりに

本中間整理では、これまでのキャッシュレス検討会での議論を記すとともに、検討会を踏まえた今後の施策の方向性を示している。

具体的には、キャッシュレス決済の裾野を更に拡大していくため、キャッシュレス決済のコスト構造等に関する分析を更に深めていくとともに、キャッシュレス決済導入によるメリットを定量的に検証し、現金取扱いコストの試算とともに可視化することで各事業者・店舗に最適なキャッシュレス決済の導入事例を創出し、横展開していく。

今後、本中間整理を踏まえ、各論点について具体的な施策として実現していくため、関係者による検討を官民一体となって更に深めていく。

図表 1 3 今回の検討会を踏まえた主な推進施策の方向性(第 5 回事務局資料より抜粋)

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

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

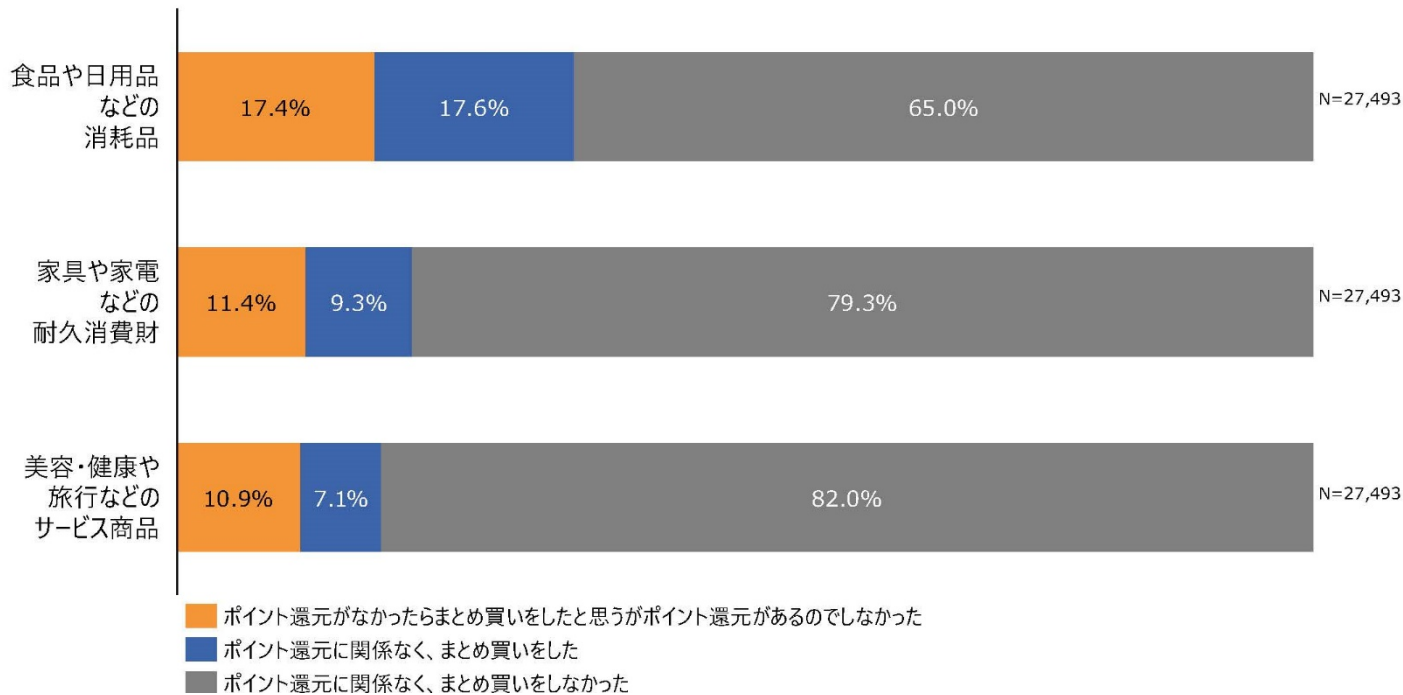
各事業者・店舗に最適なキャッシュレス決済の導入事例の創出、横展開

(参考 1) キャッシュレス・ポイント還元事業のアンケート調査

還元事業による需要平準化効果 商品別

消耗品（食品・日用品）、耐久消費財（家具・家電）、サービス商品（美容・健康・旅行など）全てにおいて、**10月の消費税率引上げに当たり、まとめ買いをした可能性のある消費者の約半数がポイント還元を理由にまとめ買いをしなかった。**

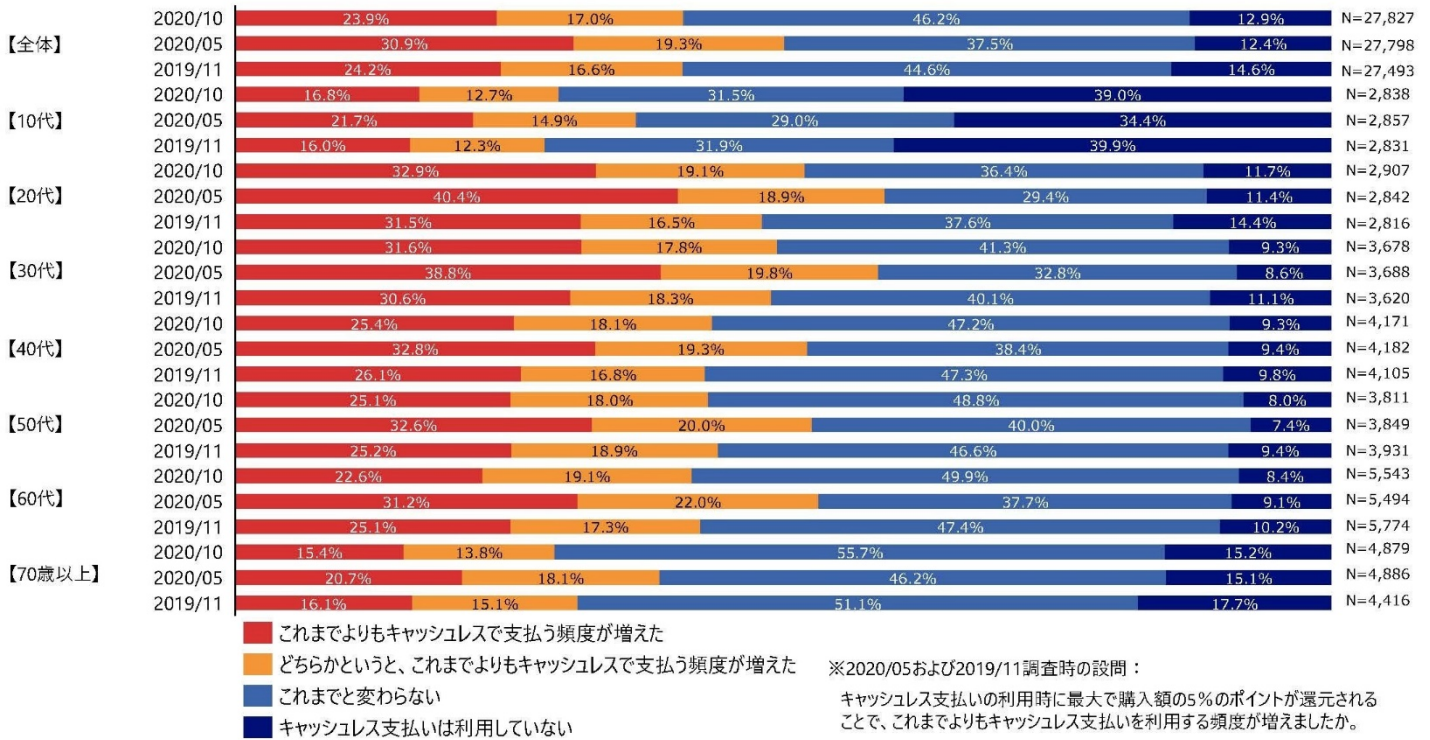
【設問文】2019年10月に消費税率が10%に引き上げられましたが、あなたもしくはあなたのご家庭では、消費税率が引き上げられる直前に、まとめて商品やサービスを購入しましたか。それぞれ最もあてはまるものをお知らせください。



還元事業によるキャッシュレス頻度の変化 年代別

20代～60代の約4割以上、10代・70代以上の約3割弱の消費者が、還元事業終了後も、還元事業開始前と比べて利用頻度を増やしている。

【設問文】キャッシュレス・ポイント還元事業が始まる昨年10月より前と比べて、キャッシュレス支払いを利用する頻度が増えましたか。最もあてはまるものをお知らせください。

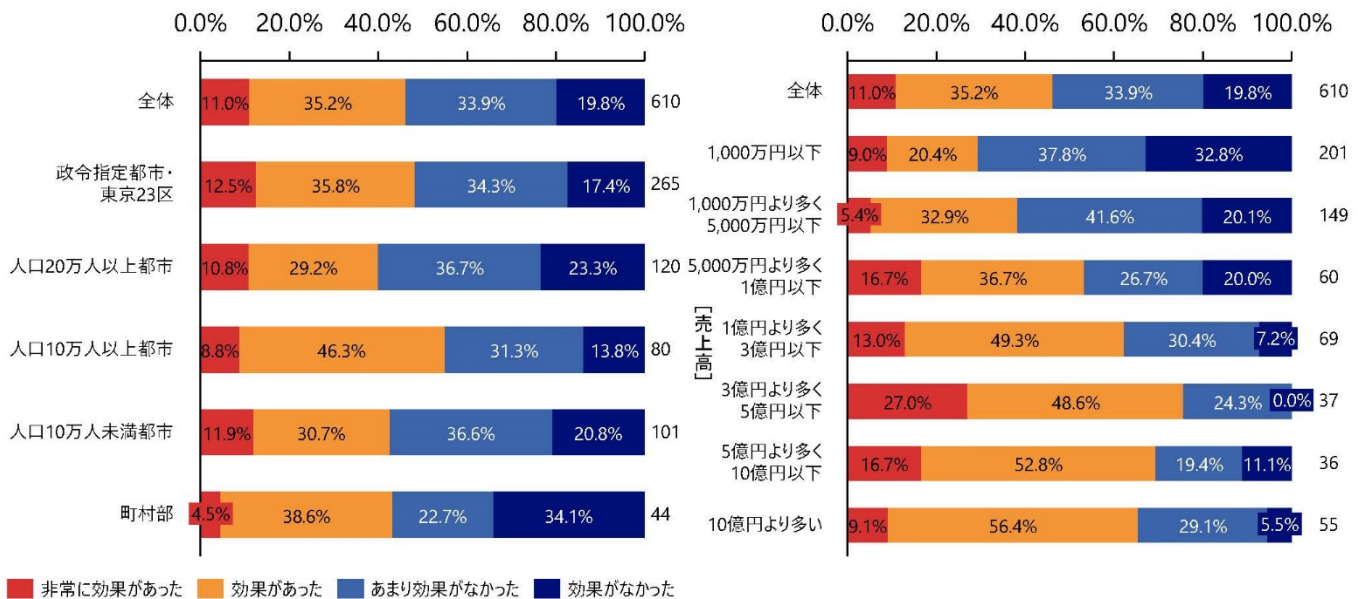


還元事業による売上確保効果 地域区分別・売上規模別

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。

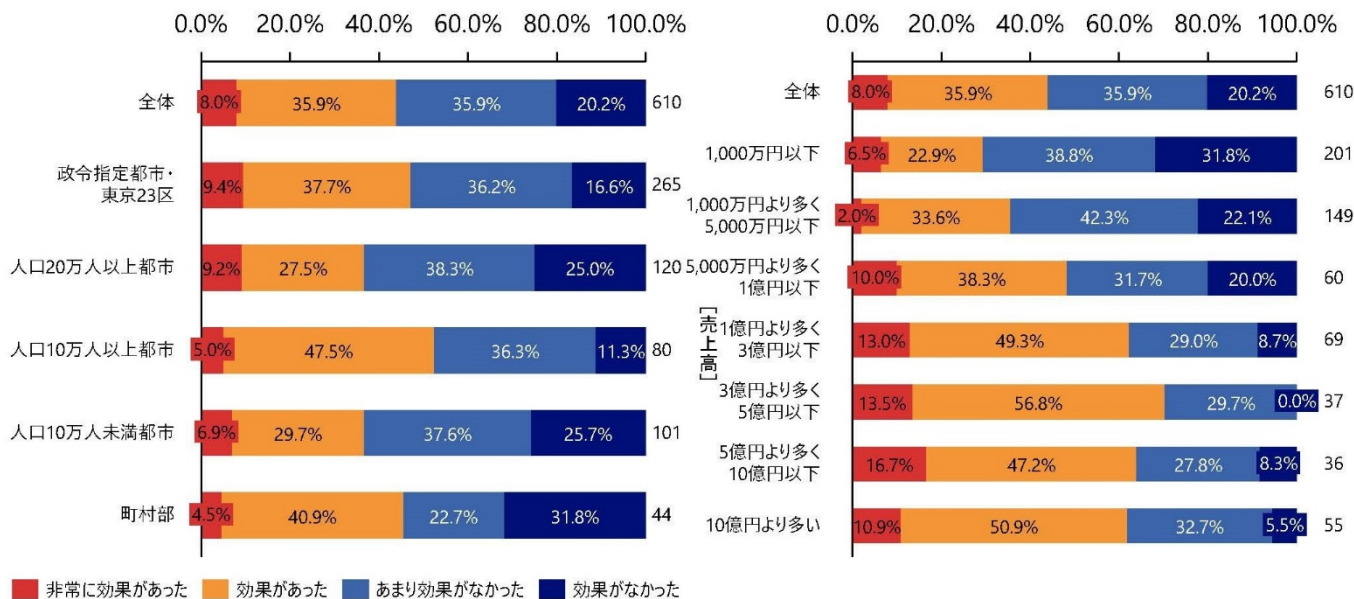


※全体には都市規模や売上高が「不明」の回答が含まれるため、各セグメントの合計値とは一致しない。
※キャッシュレス・消費者還元事業に「既に登録した」と回答した事業者（就業者）のみ。

還元事業による顧客確保効果 地域区分別・売上規模別

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。

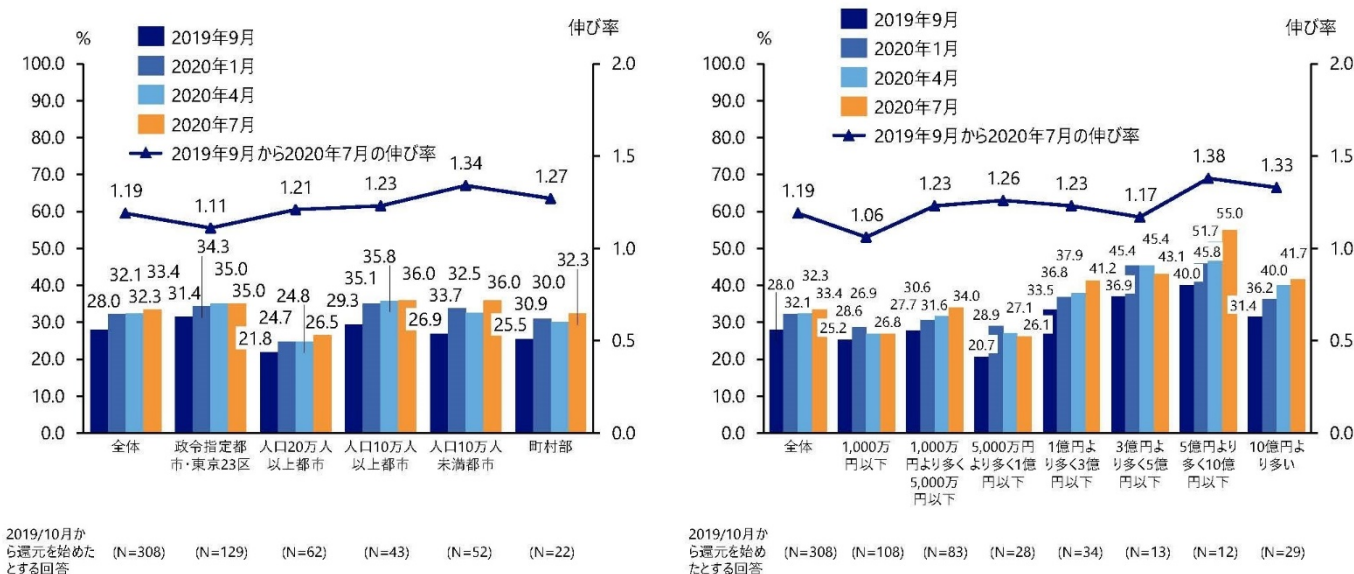


※全体には都市規模や売上高が「不明」の回答が含まれるため、各セグメントの合計値とは一致しない。
※キャッシュレス・消費者還元事業に「既に登録した」と回答した事業者（事業者）のみ。

還元事業参加企業のキャッシュレス比率 時系列比較 地域区分別・売上規模別

2019年10月時点で還元事業に参加していた店舗の売上に占めるキャッシュレス決済比率は、2019年9月から2020年7月にかけて、平均約28%から約33%と約1.19倍に上昇している。 【※前回（2020年5月）は約1.25倍】

【設問文】貴社での、2019年9月、2020年1月、2020年4月、2020年7月における、売上金額に占めるキャッシュレスの支払い手段の比率※をそれぞれお知らせください。※金額ベース



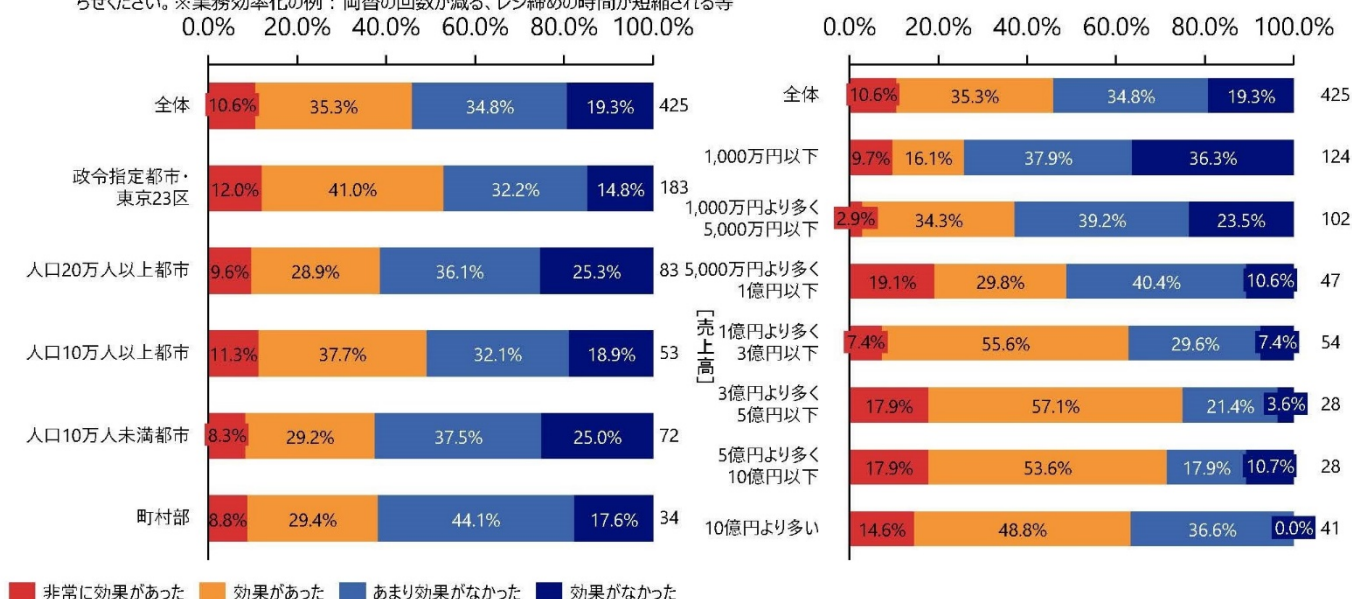
※全体には都市規模や売上高が「不明」の回答が含まれるため、各セグメントの合計値とは一致しない。
※第4回調査で2019年9月（還元事業開始前）、2020年1月、2020年4月、2020年7月でのキャッシュレス比率を聴取した結果。
※2019年10月時点で還元事業に参加していた店舗の回答のみ。

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（事業者）のみ。

(参考2) キャッシュレス・ポイント還元事業における平均決済手数料率

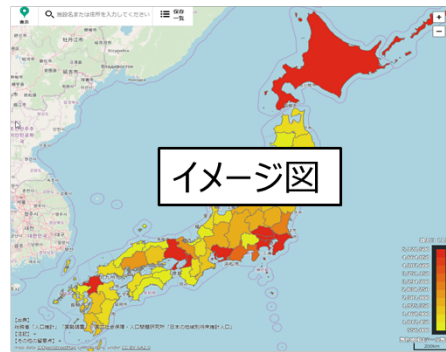
	2%還元	5%還元
	手数料額の合計 / 決済金額の合計	手数料額の合計 / 決済金額の合計
全体	1.97%	2.38%
クレジットカード	1.57%	2.76%
QRコード	0.80%	0.28%
電子マネーなど	2.08%	1.84%

(参考3) 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

- 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」を目的として、**RESAS（地域経済システム）において、データの公開を行うことについて検討。**

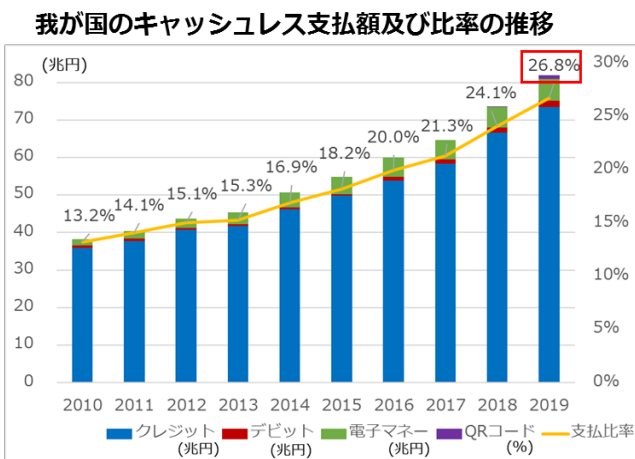


RESAS（地域経済システム）とは
 地域経済に関わるビッグデータを収集し、分かりやすく「見える化」するシステムを構築し、効果的な施策の立案、実行、検証（PDCA）を支援。勘や経験や思い込みではなく、データに基づく政策立案（EBPM）を推進。



公開のイメージ
 加盟店数や決済に関するデータについて、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。

(参考4) 我が国のキャッシュレス支払い額及び比率の推移、キャッシュレス決済比率の内訳



キャッシュレス決済比率の内訳の推移

年	2014	2015	2016	2017	2018	2019
クレジット	15.4%	16.5%	18.0%	19.2%	21.9%	24.0%
デビット	0.15%	0.14%	0.30%	0.37%	0.44%	0.56%
電子マネー	1.3%	1.5%	1.7%	1.7%	1.8%	1.9%
QRコード	-	-	-	今回追加	0.05%	0.31%
計	16.9%	18.2%	20.0%	21.3%	24.1%	26.8%

注: クレジット (+2.7%), デビット (+0.07%), 電子マネー (+0.1%), QRコード (+0.1%), 計 (+2.8%) の推移を示す矢印が図中に描かれています。

$$\text{キャッシュレス決済比率} = \frac{\text{クレジットカード支払額} \times 1 + \text{デビットカード支払額} \times 2 + \text{電子マネー支払額} \times 3 + \text{QRコード決済支払額} \times 4}{\text{民間最終消費支出} \times 5}$$

(出典)
 ※1 (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、2013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。
 ※2 日本デビットカード推進協議会(～2015年)、2016年以降は日本銀行「決済システムレポート」・「決済動向」
 ※3 日本銀行「決済動向」
 ※4 (一社)キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」
 ※5 内閣府「国民経済計算」(名目)

(参考5) 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環境整備検討会 開催状況

第1回 令和2年6月10日(水) 13:00~15:00

- ・日本のキャッシュレス化の現状
- ・ポイント還元事業の効果と得られる示唆

第2回 令和2年6月23日(火) 10:00~12:00

- ・日本のキャッシュレス決済比率
- ・決済事業者の中小店舗向け開示ガイドライン(案)について
- ・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

第3回 令和2年9月4日(金) 13:00~15:00

- ・クレジットカードのコスト構造分析について
- ・今後のキャッシュレス推進施策について
- ・ポイント還元事業の加盟店データ公開について

第4回 令和2年11月17日(火) 10:00~12:00

- ・電子マネー・コード決済のコスト構造分析について
- ・ネットワーク利用料について
- ・端末費用について
- ・店舗における現金の取り扱いコスト試算について

第5回 令和3年1月26日(火) 10:00~12:00

- ・クレジットカード(イシューアー)コスト構造分析について
- ・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
- ・ペーパーレスに向けた取組について

(参考6) 委員／オブザーバー名簿

赤松 兄規	株式会社ジェーシービー 総合企画部部長
井尾 慎之介	コインー株式会社 取締役
梅澤 拓	長島・大野・常松法律事務所 パートナー弁護士
加藤 正敏	日本商工会議所 中小企業振興部長
川田 博樹	PayPay 株式会社 CEO 室 室長
河野 修平	A.T.カーニー株式会社 パートナー
ジェフ・シプリー	合同会社 西友経営管理本部トレジャリー&ペイメントシニア・ダイレクター
祖山 智幸	東日本旅客鉄道株式会社 MaaS・Suica 推進本部決済事業部門 次長
林 秀弥	名古屋大学大学院 法学研究科 教授
藤原 静雄	中央大学大学院 法務研究科 教授
淵田 康之	野村資本市場研究所 シニアフェロー
柳瀬 隆志	嘉穂無線ホールディングス株式会社 代表取締役社長
吉村 美衣子	一般社団法人 日本ヒープ協議会 代表理事
渡邊 賢	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ IT サービス・ペイメント事業本部カード &ペイメント事業部戦略・ビジネス企画統括部 統括部長
渡辺 壮一	ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社 政府渉外部長

(五十音順・敬称略)

※ 以下、オブザーバーとして参加

【関係団体】

EC 決済協議会

一般社団法人 キャッシュレス推進協議会

一般社団法人 全国銀行協会 (三菱 UFJ 銀行)

日本クレジットカード協会

一般社団法人 日本クレジット協会

一般社団法人 日本資金決済業協会

一般社団法人 Fintech 協会

【関係省庁・課室】

金融庁 監督局 銀行第一課

経済産業省 商務・サービスグループ 商取引監督課

経済産業省 経済産業政策局 産業資金課

公正取引委員会 事務総局 経済取引局 調整課

日本銀行 決済機構局 決済システム課

(五十音順)