

令和3年度「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」

第3回 議事概要

日時: 令和4年3月2日(水曜日)10時00分～12時30分

場所: オンライン会議(一部の委員は、経済産業省別館6階628会議室)

出席者:

藤原座長、井尾委員、磯田委員、梅澤委員、江口委員、加藤委員、川田委員、河野委員、坂口委員、祖山委員、林委員、淵田委員、柳瀬委員、吉村委員、渡邊委員、渡辺委員

- 議題:
- 1 日本におけるキャッシュレス決済の現状、キャッシュレス決済のコスト構造について
 - 2 キャッシュレス決済の政策的意義について
 - 3 キャッシュレス決済加盟店舗等の状況について
 - 4 とりまとめ(案)について

議事要旨:

テーマ毎に事務局より説明後、自由討議を実施。

1 日本におけるキャッシュレス決済の現状、キャッシュレス決済のコスト構造について

(日本におけるキャッシュレス決済の現状について)

決済サービスの提供側の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- キャッシュレスの普及促進に、店舗・消費者の両方の観点があることは、教科書的にはまさしくその通りであるが、双方を並行して取り組む必要性について異論がある。キャッシュレス決済が黎明期の段階であれば、加盟店拡大と消費者利用拡大は並列することも考えられる。使える場所が少ない状況下では、加盟店拡大を優先すべき局面もあると思う。一方、4割の中小店舗が未導入という状況であるが、これが日本全国での消費利用額に占める割合がどの程度か、という議論が必要である。現在の日本の状態を俯瞰した場合に、消費者の利用拡大の優先度の方が圧倒的に高い時期にあると考える。
- 中小店舗における課題と日本全体の課題は一緒でないと思うが、ここでは混在している。

(インターチェンジフィーの公開について)

決済サービスの提供側の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- 昨年度から続いているインターチェンジフィーの公開に向けた議論は、海外は規制や公開がある中で、事務局は、日本のマーケットのユニークな状況について、かなり踏み込んで分析したと理解している。この点については評価している。

- 市場の透明性を高めるための情報の不均衡が解消されること自体は歓迎すべきこと。目に見えていないメリットとデメリットをはっきりさせるためには、情報の不均衡を解消していく以外に方法はないと思う。それにより中小店舗に還元できるような環境が整えばよい。
- インターチェンジフィー公開に賛成である。各加盟店が正しい情報を理解して判断できる環境にしていくことが大事である。加盟店側に正しい情報を伝えるという意味で、公開が非常に重要である。
- インターチェンジフィー公開は業界全体に与える影響が大きく、賛同できない。具体的には、イシューの収益圧迫や消費者向けのサービスの低下が考えられる。キャッシュレス決済を使うためのインフラが整っているコンビニにおいても、利用率は4割であり、6割は現金を使っている。つまり、加盟店網を拡大するだけでは不十分であり、いかに消費者にキャッシュレスを利用してもらうかが、まず重要である。
- 消費者側の利用を促進する方策としては、今は利得性が重要。(インターチェンジフィーの)手数料率の引き下げで、イシューの収益が落ちることになると、将来的には消費者へのポイント還元等のサービスが低下することが懸念される。これによるキャッシュレス化の鈍化は避けるべきである。また、セキュリティ対策も不可欠な取り組みであり、かつコストも年々増加していることを、実情としてお伝えしたい。
- インターチェンジフィーについて、公開に適さないと考えている。インターチェンジフィーの料率は、国際ブランドが自ブランドカードの利用を最大限とするために様々な観点で決定している。料率が公開されるとブランドが考える加盟店開拓やカード発行の方向性が公になる環境になるため、ブランド間の自由な競争環境がある現状において、バランスが狂ってしまう。
- 日本の場合、特に中小加盟店においては、ブランドによっては、インターチェンジフィーがあるゆえにアクワイアラ間で競争が起こり、加盟店に様々なサービスを提供し、その中で加盟店手数料を決めている。一方、そのような仕組みを持たないブランドもあり、そうしたブランドはキャッシュレス・ポイント還元事業後に料率を上げている状況の中で、アクワイアラ間の競争が働いているブランドの仕組みについて、さらに透明性を上げて競争を促す方向性には、かなり違和感がある。
- 日本では、消費者がいつでもどこでも現金に逃避できる環境が存分に整っている以上、規制等により消費者のキャッシュレス決済の利用意欲を削ぐことに繋がりがかねない施策は、不得策であると考えている。
- 加盟店説明が必要という見解については、現在も、取り扱いの状況等を踏まえて、個別に加盟店とお話しているという認識であるが、決済サービス提供側と導入側でそれぞれの意見があることは理解した。この結果も踏まえ、加盟店はもちろん、各ステークホルダーとの契約等も踏まえて、どのような改善が可能か、継続的に検討していきたい。ただ、プレイヤーも含めて議論が多岐にわたるため、時間を要することは理解して頂きたい。
- どのようなブランドでもイシューに対してのコスト、あるいはイシューングのコストは当然のことながら計算されていると考えられ、加盟店に対する説明で透明性を確保する観点からは、アクワイアラや PSP 等、加盟店に対してサービスを提供する全ての事業者が横並びで説明する責任があると考えます。したがって、仮にインターチェンジフィーを公開した場合、インターチェンジフィーだけ説明し、それ以外で説明がないと、当然アクワイアラ間の事務的負担も変わり、加盟店にも混乱が起きると考えている。そのような点も含め、現状ではインターチェンジフィーを公開するのに十分な状況に至っていないと考えている。

- 一度インターチェンジフィーの公開を宣言すると、後戻りできないと思っている。モニタリングにあたっては、加盟店のみならず、消費者への影響に伴いキャッシュレス推進が鈍化していないか、という点も対象とし、問題が発生した場合には、見直しや改善が必要だと考える。また、検証の方法やタイミング、例えば資料に記載の環境が整ってからどのくらいの期間が経過した後には検証を行うのかについても、慎重に検討すべき。
- 実施した施策の PDCA をしっかり回し、その上で順次、次の施策を考えていくべきである。既に実施されている手数料率の開示については第1回検討会で問題提起して既に半年経過しているが、誰も我が事として考えていないように思っており、このままではまた砂上の楼閣を作るだけになるのではないかとと思っている。
- 先ほどブランド側で市場が崩れる懸念があると意見があった。海外において公開の結果として市場が拡大している例もあると思うので、公開した上で、どのように正しく市場を成長させるか、どうすれば各事業者が正しい収益を上げられるか、という点を考えていくフェーズに移っていると思っている。そういった議論を進めていく必要がある。

決済サービスの導入側の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- 手数料負担の上昇で現状の決済手段の維持が難しくなりつつあることと、キャッシュレス決済の更なる普及には手数料負担低減が不可欠であることが明記されたことは評価。
- 中小加盟店の立場としては、キャッシュレス決済比率の向上という政府目標の達成には、アンケート結果にもある通り、3つの課題である加盟店手数料、端末代、入金までのタイムラグの改善が必要である。
- 消費者側の需要の掘り起こしについて、パイの拡大は必要である。政府の実施したキャッシュレス・ポイント還元事業は、キャッシュレス決済事業者の積極的な取り組みと相まって、需要の掘り起こしに大きな効果があったと思う。他方、中小加盟店側は長引くコロナ禍で飲食店や旅館、小売、サービス業は特に大きな影響を受けており、政府と自治体における売り上げの回復に資する足の長い施策を待っている状況で、例えば政府のいわゆる Go To 事業や地方自治体における旅行支援の県民割、プレミアム商品券等の支援事業において、紙から電子クーポンにすることや、キャッシュレス決済を組み合わせることが有効ではないかと思う。
- 中小店舗にとっては情報が非常に不足している環境であるため、インターチェンジフィー公開により自社が属する業種の状況を把握できることは、導入に向けて一つの重要な指標になると考えており、インターチェンジフィー公開に向けた取り組みを進めることを願いたい。
- 中小加盟店の営業利益率が1～2%台の中、それを超える加盟店手数料は中小加盟店の経営として持続的ではない。諸外国では加盟店手数料やインターチェンジフィーの上限規制を導入している中で、公正取引委員会が2019年3月の報告書で、インターチェンジフィーの公開が望ましいと公表してから既に3年が経過している。中小加盟店の持続的な経営に資する加盟店手数料の引き下げに向けて、まずインターチェンジフィーの公開が重要である。

その他の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- インターチェンジフィー公開に賛成である。インターチェンジフィー公開により中小に限らず加盟店が増えることは、消費者のメリットになる。業界横断で対応いただきたい。
- 今回は、インターチェンジフィー公開に関する論点を整理できたことが大きな成果である。イ

ンターチェンジフィーは加盟店手数料の7割を占めるため、他で努力をしたところで、ここが変わらなければ報われない。

- 決済事業者に対して様々なデータの報告や公開を要求する権限のある国も多いが、我が国の場合は、政策判断に使うデータが限られている、という問題がある。そうした中でインターチェンジフィーが公開されることで、ようやく日本の状況について、データに基づいた議論を前進させることが出来る。国際比較や時系列比較も可能になっていくと、これに基づく政策的対応も進んでいくことが期待される。
- インターチェンジフィー公開は、アクワイアラへの交渉力の乏しい加盟店にとって、情報格差を解消するという点で大きなメリットがある。インターチェンジフィーが明らかになると、カード会社はそれを意識せざるを得ず、競争水準を超えたインターチェンジフィーでサービスを提供したいカード会社が存在しても、そこに競争的な牽制効果が働かうという意味で、一種の競争効果が働くのではないか。
- 詳細な実態調査を基に、公開による決済件数や金額への影響は明確には見られないとある以上、また主要先進国は既に公開しており、特段消費者に有意な弊害は生じていない以上、日本市場の特殊性を過度に強調して公開に適さないというのは、消費者、国民に対して合理的な説明がつかない。それでも公開に適しないと主張するならば、主張する側で定量的な情報を提出し、EBPM(証拠に基づく政策立案)ベースでの議論を進め、それを第三者が検証すべきである。
- 市場の透明性を高める意味でも、公正取引委員会の報告書において詳細な実態を踏まえてインターチェンジフィーの公開が提言されており、その提言は新しい資本主義の実現会議の緊急提言に盛り込まれている。そのため、公取等の他省庁とも連携し、インターチェンジフィー公開を目指してしっかり作業を進めていく段階だと考える。
- 金融業界に関わらず、手数料率の公開は全ての産業のトレンドである。頂戴するところから頂戴し、必要以上にもらっているところについて、競争して削っていくことは、産業全体の流れではあり、否定するものではない。
- インターチェンジフィー公開により却って協調促進効果を生じさせることがないよう、内容や方法は詰めていく必要がある。今後検討していくべきである。
- 実施状況や影響のモニタリングをして、必要があればルール整備を含めた対応を検討していくことは、特に重要だと思う。インターチェンジフィーが競争原理を通じて下がりにくいということは指摘されてきた経緯があり、公開して民間の交渉に任せるだけでは、良い結果が得られない可能性が高い。モニタリング体制の構築を含め、決済分野に対する政策的な取り組みの強化に期待している。
- 発生することが想定される事象と発生した場合にどのように対応するのか、といったストーリーを最初に作ってから、きちんとモニタリングすることが必要である。

オブザーバーからの主なコメントは、下記のとおり。

- 大きく捉えると日本では加盟店が手数料を負担し、マンスリークリアやポイントという利便性をユーザーが享受してきた。これを加盟店の負担から少しずつシフトしていく、大きな業界の流れとして捉えていくべきと思っている。
- 昨年の中間整理でもあるように、アクワイアリングで赤字、イシューングでさほど利益が出ていないコスト構造がある中で、確かに海外に比べて高い状況ではあるが、加盟店手数料を下げなければならない、と決めつけることには違和感がある。

- 海外に比べても、イシューングのコスト構造のうち、消費者への還元部分が非常に大きい。これまでキャッシュレスは利得性により進め、相当キャッシュレスが進んできた中で、足元では利便性についての位置づけが相当高まっている状況である。利得性でなく利便性にシフトするという観点からすると、消費者への還元を多大にしているコスト構造を前提としたものが持続可能なものかどうかといった点は、中間整理でも指摘されており、やはり考えるべきである。
- インターチェンジフィー公開により加盟店手数料の低減を意図するなら、インターチェンジフィーを引き下げざるを得ないと考えるが、海外に比べて消費者還元のウェイトが高い日本において、消費者がそれに依存している状況を是とするか否かは別として、キャッシュレス離脱の影響が本当に小さいのかは、よく考える必要がある。
- E コマースの領域ではキャッシュレス決済が大宗を占めている。これは必要性と有用性があるためと理解しており、その中で非対面を中心とする PSP 各社はセキュリティ投資を行いつつ、手数料についても競争原理に基づいてビジネスを行っている。コスト構造は非常に厳しい状態にある。資料で提示いただいた通り、インターチェンジフィーの公開による手数料率、スプレッドの低下の可能性があり、非対面の PSP は100社程度あると言われているが、影響が懸念される。我々としては不正対策を強化しつつ、手数料競争が激化する環境に置かれることを懸念している。
- モニタリング自体は問題ないが、「加盟店手数料の低減効果が乏しいという場合…」といった記載のように、加盟店手数料水準自体がおかしい、とされることに違和感があり、むしろ納得感のある適正なものに収斂していくことが重要である。加盟店側として、実際にコストがそれぐらいかかる、ということの納得感が得られる中で、加盟店手数料の低減効果が表れることが重要であり、低減ありきで決めつけることは依然として違和感がある。
- インターチェンジフィー公開について、透明性が上がりイノベーションや改善をモニタリングしていくのは非常に良い。
- モニタリングの時には手数料だけというよりも、キャッシュレス全体にどのような影響がでるのか、他の業界との関連性、ユーザーの利便性に対する感度もモニタリングする必要がある。
- 必要性と有用性を合わせて、事業者と消費者に継続して訴求する取り組みもやはり必要である。

(協調領域について)

決済サービスの提供側の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- 協調領域について、既存の取り組みと新たな領域の2つのスコープを定めて検討することは非常に大きな前進である。一方、市場において協調と競争の区分はセンシティブであり、フィジビリティスタディを行うことに大いに賛成である。
- 協調領域については、まさしく協調する部分と競争する部分が必要であると思っており、それによりコストダウンがあり得ると認識している。一方、過去に加盟店のニーズに応じて共同利用端末やコードの統一化が進められたが、結果としてコスト増やイノベーションの遅れに繋がったという認識を持っている。そういった観点で、バランスをとって進めていく必要がある。
- 協調することで業界全体のコストダウンを模索するという考え方は理解した。ただ、整理して頂いている通り、各社の基幹システムはバラバラであり、共通インターフェースを作るのも簡単ではないのが実態である。より効果が大きいと思われる領域に当たりをつけ、それを事業者のみならず第三者的な立場のプレイヤーがフィジビリティを検証することが必要だと思う。
- クレジットカードについて申し上げると、資料に記載されているカード発行や請求、コールセン

ター等は、それぞれがそれ自体で差別化を図ろうとしている分野である。

- システムにしても、一部を切り出して共通化しコストを下げるということは、口で言うのは簡単だが相当な改修を要するはずであり、このことを念頭に置き、フィージビリティスタディを進めてほしい。過去の事例からすると、コスト倒れする蓋然性が非常に高く、やり方を考えなくてはいけない。
- 日本では各種の決済手段が提供されているが、そもそも決済手段の中でデータが外部に対して連携されていない。全体的には日本は DX を進めており、そのために連携するという大きな方向がある中で、狭い範囲で閉じるのではなく、例えば API を活用しデータ連携を行う、あるいは標準化する形での競争環境整備が必要ではないか。
- 既存の歴史があるスキームと、電子マネー等の比較的新しいスキームでは、既に標準化されている部分のレベル感が異なっているのが実感である。例示で記載のある大枠の費用項目だけでなく、異なる要素がある中で、それぞれの業界ごとの枠組みの中でさらに共通部分のすり合わせを検討していくと、協調の実施に加え、実施の告知やフィージビリティスタディに向けてやるべきことを検討すること自体のハードルが高いと考えている。検討やフィージビリティスタディに進めるためには、決済手段を横断的に俯瞰した分析、フィージビリティスタディの枠組みをきちんと設けたうえで進められることが、検討の最終的な整理も、その先の具現的な達成にとっても重要と考えている。
- 協調領域については論理的には資料に書いてある通りであるが、実践しようとするとき非常に難易度が高い。かつ、これを実践して仮に一部の領域が協調領域として共同で運営できるものがあつたとして、それを原因としてグローバルなイノベーションや様々な最新技術が取り込めなくなる可能性も十分に危惧されるため、費用対効果の検証の中に技術的発展の検証も入れ込んでいく必要があると思う。
- 協調領域は、各民間事業者での検討も重要と思う一方、やはり官の働きかけの方が重要である。事業者が考えると短期的な視点で収益が落ちるためやりたくないという発想になりがちである。一方、中長期的に見れば市場拡大につながり、各事業者の収益増にもつながるといふ点も出てくると思うので、中長期的な市場拡大という観点から官側の働き掛けも重要と考えている。
- 政府主導で介入する際に大事な点として、デジタル化の加速が市場での論点になっており、キャッシュレスの売上票等の電子化は歩調を整えることが必要であるため、政府サイドがリードするという大きな論点だと思う。今後、API 等を経由して加盟店などが繋がっていく中においては、消費者の身元確認のみならず、加盟店の身元確認といった論点も浮上してくるため、協調領域の検討はぜひ進めていただけるとありがたい。

その他の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- システムの共同化も、多くの産業において基幹系システムの統合が1つのトレンドであるので、否定し得るものではない。他方、他の業界を見ても、15年ぐらいの単位で少しずつ進めるものであり、どこから始めればよいか、官主導で部分的に決めていき、少しずつ進めていくというアプローチが必要である。

オブザーバーからの主なコメントは、下記のとおり。

- 協調領域は資料のような形で進めることが非常に重要である。非常に難しい話ではあるが、重要なのは水平分業の考え方である。今のテック業界では SaaS ビジネス、バーティカル SaaS、ホリゾンタル SaaS といったいろいろな見方があるが、縦横をどのように分業していくかについて、API を活用して効率化していくのは、レガシーな産業でも共通した課題であり、進展しているところである。グローバルの事例を見ても、決済領域において API を活用して単機能を提供するようなケースも出てきているので、今後は密結合の基幹システムの入れ替えではなく、一部でも API を活用して、外部化できるエコシステムが非常に重要なのではないかと考えている。

2 キャッシュレス決済の政策的意義について

(社会的意義について)

決済サービスの提供側の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- 今後実現が想定される社会で、キャッシュレスがどのような形で貢献するのか、キャッシュレスの進展によってどういう社会を目指すのかといった、より高尚な議論があるべきである。単にコストや経済効果を語るのではなく、何をを目指すのか、ということが重要である。
- 現金の位置づけは、まさに政策的意義として今後のキャッシュレスの推進と表裏一体で議論するべきである。日本では現金の取扱は半ば聖域化されているが、今後日本がデジタル社会を標榜するのであれば、検討課題の一つとして避けて通れない。経産省の枠からはみ出すことかもしれないが、逆にはみ出して議論を進めていくべきではないかと強く思っている。
- 現金の利便性が非常に高いところから、それをキャッシュレスに変えていくことのメリットや、その価値を見るときに、誰がステークホルダーになっていくのか、運用主体は誰なのか、コストは誰が負担するのか、という方向性でも議論が進むとよい。
- 経済効果の部分について、あくまでも一定の条件を置き項目を絞った上でのマクロの試算であり、プレイヤー単位で見ると、効果の度合いが異なるものや項目として入っていないものもあると理解している。一部のみが切り取られて誤認を与えることや数字が独り歩きすることは避けるべきであり、あくまで一定の前提を置いた試算である点、共有しておきたい。
- 実現が難しい話ではあると思うが、成長戦略やデジタル化社会への実現に向けた各種政府文書の中に、キャッシュレスのテーマが必ず入ってくるようにすると、将来のイメージの中に、キャッシュレスも入ってくるのではないかと。

その他の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- 手数料削減だけでなくパイを増やしていくことが重要という指摘に全面的に同意。その上で、経済効果の追求という観点から今後キャッシュレス化の進展に伴う社会全体への効果という点について、追加経済効果として記載されている部分については十分説得力のある数字として出していく必要があると考えている。ある程度詳細な数値として記載するなど、見せ方を工夫するとよいと思う。
- 昨今、ゆうちょ銀行なども現金の受け入れ手数料を取るようになった。金融業界の中でもこう

いった動きは止められなくなりつつあると考えており、現金自体が中小店舗にとってのコストになる現状は社会全体でも理解されてきていると思っている。

(新たな指標について)

決済サービスの提供側の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- どういう社会を目指すのか、何をを目指すのかが明確になれば、どのような指標が好ましいかは自ずと出てくるはずであり、もう少し議論のフィールドを広げて色々考えることが必要ではないかと思う。現金の聖域化はキャッシュレスの市場の中でシェアを奪い合う話になるので、そこを広げようという側面もあると思う。ぜひ次年度以降の課題としてほしい。
- 店舗側と消費者側の促進の2つの方向性があると事務局から提示があった。促進に向けた要因は複数存在しており、その多面性を捉えることが重要である。従来通り金額ベースの指標を維持することは、時系列比較の観点から重要であるが、単一の指標だけでは多面性を捉えたものにはならず、キャッシュレスをより一層進める段階においては、不足している部分がある。金額だけでは実感と比例しない場合、比率ではなくボリューム感を見るという発想になるため、事務局資料にある新指標案2は有効と考えている。具体例としては、交通分野での非接触ICカードの利用を考えると、比較的金額の小さい近距離と、金額が大きい中長距離(新幹線や特急等)の利用を見た場合に、中長距離は磁気券の利用が一定程度ある。しかし一般的なイメージとしては、交通分野においてはキャッシュレスの使用が非常に進んでいると思われると思う。これは、金額ベースよりも回数ベースの方が消費者のキャッシュレス利用の実態イメージとリンクしているという証左の一つである。このような例を踏まえ、回数の多面性を捉える点を指標に入れるのは賛成である。また計測の側面だけでなく、店舗、消費者へのキャッシュレスの普及のアピールにも資すると思っている。
- 指標案1~3について、すべて賛成である。特に新指標案3の加盟店部分をぜひ進めてほしい。現状では、中小店舗の加盟店を広げようとする中で、対象がどのくらいあるのかわからない。キャッシュレスのカバレッジがどのくらい進んでいるのか、どこが漏れているのかが常に確認できるという点で、加盟店数の把握や利用者の把握はダブルカウント等難しい点があることは理解しているが、進めて頂きたい。
- キャッシュレス決済の定義の明確化の項目について、おそらくこれらの項目は既にそれぞれの事業の中で一定程度把握されていないと事業運営自体がきちんとされていないものと認識されている。いわゆる事業としてのレベル感の測定で各社ある程度はもっている数字だと思うので、明確化・精緻化に使っていくということは可能だと考えている。
- 指標の見直しにおける追加等にあたっては、その目的と照らして、実現可能性を見極める必要があると考えている。そのあたりを踏まえて、事業者や関連プレイヤーに過度な負担とならないような配慮して頂き、設定して頂く必要があると思う。

(消費者への周知・広報について)

決済サービスの導入側の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- キャッシュレス決済の促進は、今後のデジタル社会の進展による決済の利便性向上の意味で非常に重要である。国も方針として出し、広報活動を進めてほしい。個別の事業者、もしくは加盟店がそれぞれ個別に消費者に対してアピールするのは限界があるため、国としての

明確な方針発信と、消費者にとってのメリット、加盟店にとってのメリットを明確に発信してもらえると非常に助かる。

その他の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- キャッシュレス決済の推進には、消費者の利用を促進することが最も重要だと思っている。その点について、「使いましょう」という抽象的な話も大事だが、事例(キャッシュレスのメリット)を発信していくことが重要である。例えば、家計簿アプリで(支出の管理を)一元集約できること、現金を持たないことによって時間の節約になる、といった情報を知らない方は意外に多いと思う。消費者はロコミを重視しており、誰かが「これすごくいいよ」と言ったところから派生していく部分もあると思うので、政府(経産省)のみならず各キャッシュレス決済事業者も、メリットを押し出した広報が出来るとういと思う。

3 キャッシュレス決済加盟店舗等の状況について

(店舗への調査について)

決済サービスの提供側の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- キャッシュレスの導入メリットについては、定性面に加えて定量的に評価されたことは、キャッシュレスの導入メリットの可視化ができたという観点で非常に重要であったと思う。
- 店舗アンケート・ヒアリング、実地調査はいずれも有効かつ有意義なデータであり、こういった調査はこのタイミングだけでなく、継続的に実施してほしい。
- 第2回でキャッシュレス導入無しで不自由していない店舗がかなり存在するはずと申し上げたとおり、6割が不自由していないと判明したことが非常に有意義であった。
- キャッシュレス決済とそれに連動するサービスを併用することで、更に効果的であることが示された。クレジットカード会社は、共同利用端末を中心としたキャッシュレス促進を行っているため、例えば、中小企業の生産性向上の観点も考慮したより効果的なサービスの導入を支援するような支援策を、可能であれば政府でも検討して頂きたい。
- 本調査によってメリットが明示されていることが、社会的なデジタル化の進行の一部に既に包含されていると考える。これらをベースに中長期の論点に拡大できるのであれば、非常に合理的なものだと思っている。社会の過渡期における一時的な負担増は当然発生するが、それらも含めてデジタル化した社会への移行という整理ができれば、キャッシュレス化の進展に資すると思う。
- 調査の中で出てきたキャッシュレスと連動するサービスを利用することにより見えるメリットがある一方、店舗からするとキャッシュレスのメリットは現状でも何となく見えているが、今後連動するサービスを利用すれば得られるメリットが見えてくることと、これが積み重なっていくことが重要だと思っている。そのため、メリットが数字としてこういうものがあるということと、今後こういうサービスが利用可能ということが合わさってくることで、腑に落ちることがあると思っている。

(店舗への周知・広報について)

決済サービスの提供側の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- 広報活動について、挙げられているいくつかの具体例だけでなく、経産省自身が周知することでキャッシュレスの市場拡大を促進していくとともに、キャッシュレス決済に関係する事業者が今回の調査結果を使用して店舗にキャッシュレスの有効性を説明できる環境にしていくことも重要である。

その他の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- 消費者がキャッシュレス決済未導入店舗を避けるという調査結果に関して、数値として出てくることによって、事業者側にキャッシュレス化のメリットがあることを知ってもらう観点からインパクトがある。コンテンツを工夫し、その点について周知広報ができると良い。

オブザーバーからの主なコメントは、下記のとおり。

- キャッシュレス導入はゴールではなく、新しいことを始める際にキャッシュレスが必要不可欠と考えている。そういった観点から、足元の課題を解決することに加えて、今後はより未来に向けた議論ができると良い。デジタル化についても、目的達成のための手段の一つであり、具体的に手触り感が伴うメリットや、社会的にメリットや意義がある、ということ店舗や消費者に理解してもらえるような周知・広報を進めてほしい。

(キャッシュレス決済におけるペーパーレスについて)

決済サービスの提供側の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- 売上票のデジタル化においては、まだ課題が存在しており、POS システムと決済デバイスの連動など、非常に分散している状況である。実際にそれらを進めていく上での課題もあるので、時間が許せばそういったところも考えて頂けると良い。
- ペーパーレスの方向性を示したことは評価するが、既存のものをなくすことの大変さもある。キャッシュレスと連動するサービスの中にペーパーレス化を含めていくことができれば、更にメリットが見えてくるため、別々ではなく、そうしたサービスと統合した形で店舗に提案できるようにすることが、検討すべき方向と考えている。

その他の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- ペーパーレス化について、引き続き検討していくことについて異議はない。デジタル庁の発足に伴い、成長戦略の実行計画の中でも未来志向のデジタルトランスフォーメーションを推進し、デジタル化の恩恵を全国民に届けるという目標が示されている。キャッシュレス決済時に紙の証票が残る点については法制面のみならず、民間でも議論していると理解しているが、横断的な検討をデジタル化という視点からもやっていただくと良い。
- ペーパーレスを含むキャッシュレス化の推進が、デジタル社会の形成にとって不可欠であることを強調しても良いと考えている。政策的意義にも関係するが、ペーパーレス化を含むキャッシュレス化は、個人の便益、利便性だけでなく、社会的利益に資するということを周知・広報できると良い。

オブザーバーからの主なコメントは、下記のとおり。

- 会計ソフトや家計簿アプリ等のフィンテックのサービスと連動すると、むしろ紙がないほうが、

管理が楽であるということを店舗や消費者に実感してほしい。PSP を利用している場合は、クラウド会計との連動が進んでいる場合もあるが、アクワイアラと直接契約の場合は進展していない場合もあるので、今後、業界の API 連携、データ連携の部分で、家計簿アプリやクラウド会計が活用され、ペーパーレスを進めていく中で、業界全体として、どのような仕組みを作れるのか、ということを検討してほしい。

4 とりまとめ(案)について

決済サービスの提供側の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- キャッシュレスの拡大は店舗側と消費者側の両面での対応が必要と考えている。ただ、消費者の利用拡大は会員数を拡大するのみではなく、いかに使っていただくかが重要である。そのためには、キャッシュレスの魅力づけや動機づけが必要である。今年度の整理で挙げられた低頻度利用者向けに不安を解消するような施策の対応に加え、多くの消費者の利用動機となっている利得性、利便性は損なわないことが重要である。
- 各委員の認識が違うことが理解でき、それぞれ非常に重要な意見であり、世の中の様々な現状認識を反映しているものだと感じた。
- デジタル化の進展に伴って、今後どうすべきか、やるべきことの意見が色々出たと認識しており、今後の課題として現金の扱いも含め何らかに記載されてはどうか。議論の過程で出た話は課題認識として書いておいた方が良いのではないかと感じた。

決済サービスの導入側の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- 今は利得性が必要なステージかもしれないが、消費者還元は行き過ぎているのではないかと感じた。その負担が中小加盟店に来ているのではないかと疑問を感じている。

その他の委員からの主なコメントは、下記のとおり。

- とりまとめ案に全体としては賛同である。消費者への周知広報の、消費者の不安解消に向けた取り組みの推進が必要であるという点について、一つの要望として、相談したくても適切な窓口がどこか分からないことがあるため、消費者がキャッシュレス決済で困ったときに相談できるような一元的な相談窓口のようなものを官民主導で構築してもらえないか。掲載されているチラシ案にその電話番号を載せるなども含めて検討してほしい。

オブザーバーからの主なコメントは、下記のとおり。

- とりまとめ案にコスト構造分析を含めて記載して頂いた点は良いが、前回の中間整理でもあったように、ポイント還元といった消費者に対する還元への販促費用のウェイトが高く、持続可能なのかについて書いておく方が良いのではないかと感じた。
- 加盟店手数料の引き下げに向けた取り組みについては、様々な取り組みを実施した結果として下がることが期待される、とすべきであり、それが目的である、と言い切ることには違和感がある。

とりまとめの方針

とりまとめ(案)については、本検討会を踏まえた修正を委員に確認の上で公開することです
承を得た。

以 上

お問い合わせ先:

商務情報政策局 商務・サービスグループ キャッシュレス推進室

電話:03-3501-1252