

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

とりまとめ 概要

2022年3月

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

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について

1. 概要

- ・ **キャッシュレス・ポイント還元事業の成果により、中小店舗に一定程度キャッシュレス決済が広がった。**
- ・ 他方、加盟店手数料の負担が重いことや、キャッシュレス決済導入のメリットが見えづらいこと等が更なる普及の課題として挙げられている。
- ・ 本検討会では、キャッシュレスのメリット・デメリットを定量的に評価し、社会・加盟店・消費者にとってのキャッシュレス決済のメリットの見える化と、加盟店・消費者両面への周知・広報により、キャッシュレス決済の更なる普及を目指す。
- ・ 令和3年度は、**クレジットカード等のコスト構造分析の詳細化やコスト低減に向けた取組みの検討、キャッシュレス決済の更なる推進の社会的意義の検証、キャッシュレス決済導入の店舗にとってのメリットの定量化・見える化**を実施した。

2. 開催状況

第1回 2021年8月27日、 第2回 2021年10月18日、 第3回 2022年3月2日

3. 委員/オブザーバー（敬称略）

【委員】

- | | |
|-------------------------------|------------------------------|
| ・ 藤原 静雄（中央大学大学院）【座長】 | ・ 坂口 康則（株式会社ジェーシービー） |
| ・ 井尾 慎之介（ヘイ株式会社） | ・ 祖山 智幸（東日本旅客鉄道株式会社） |
| ・ 磯田 太郎（三井住友カード株式会社） | ・ 林 秀弥（名古屋大学大学院） |
| ・ 梅澤 拓（長島・大野・常松法律事務所） | ・ 淵田 康之（野村資本市場研究所） |
| ・ 江口 法生（一般社団法人 日本スーパーマーケット協会） | ・ 柳瀬 隆志（嘉穂無線ホールディングス株式会社） |
| ・ 加藤 正敏（日本商工会議所） | ・ 吉村 美衣子（一般社団法人 日本ヒープ協議会） |
| ・ 川田 博樹（PayPay 株式会社） | ・ 渡邊 賢（株式会社エヌ・ティ・ティ・データ） |
| ・ 河野 修平（A.T.カーニー株式会社） | ・ 渡辺 壮一（ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社） |

【オブザーバー（関係業界・省庁など）】

- ・ 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 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、日本クレジットカード協会
- ・ 経済産業省（産業資金課・商取引監督課）、金融庁、公正取引委員会

1. キャッシュレス決済のコスト構造

1.1 コスト構造分析

1.2 IRFの公開に係る検討

1.3 協調領域

1.4 キャッシュレス決済のコスト構造に関する調査のまとめ

2. キャッシュレス決済の政策的意義

2.1 社会的意義（追加経済効果やコスト削減(現金コスト)）

2.2 新たな指標

2.3 消費者への周知・広報

3. キャッシュレス決済加盟店舗等の状況

4. キャッシュレス推進施策の方向性

コスト構造分析の対象

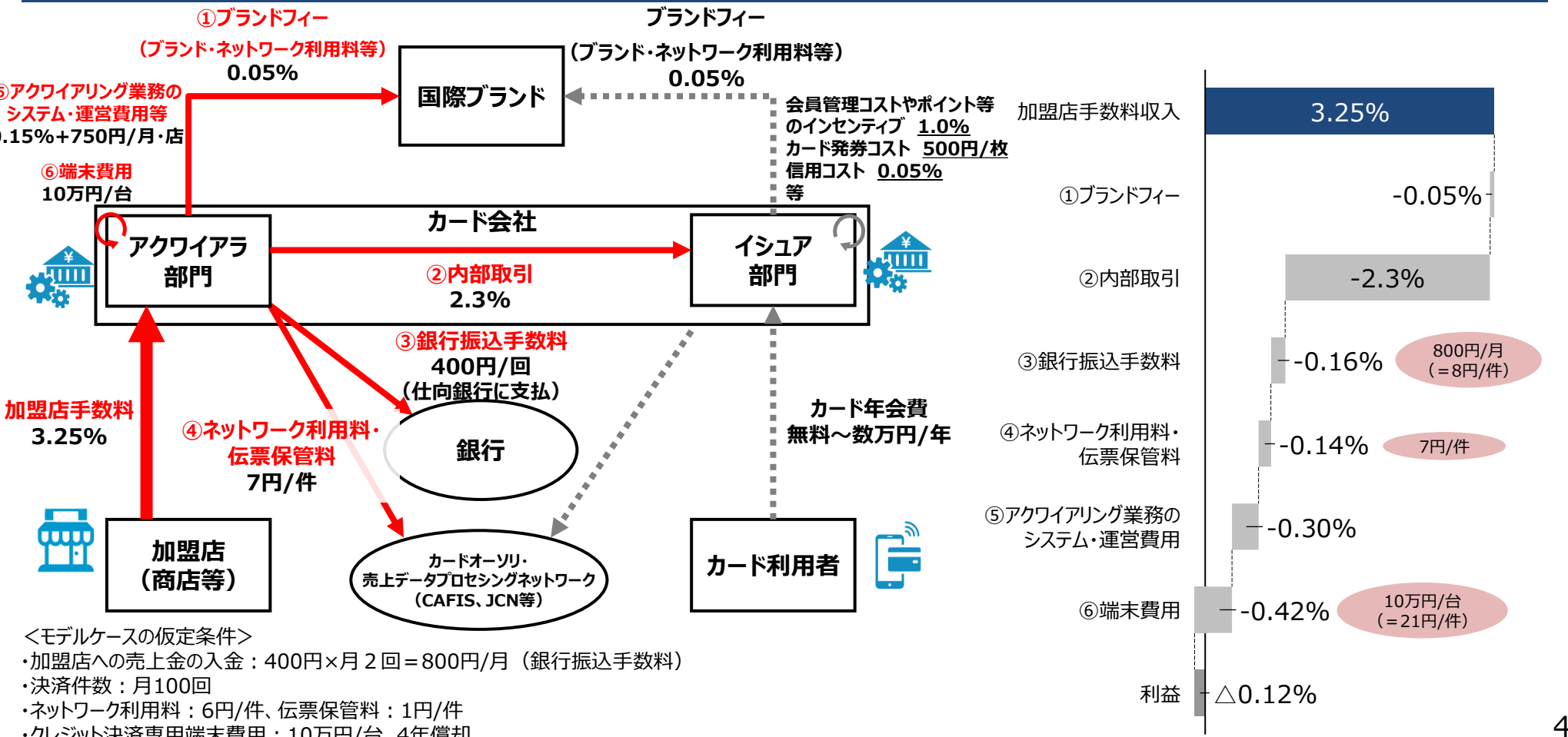
- 令和2年度検討会では、クレジットカードのオフアス取引を主な対象としてコスト構造分析を実施。電子マネーおよびコード決済に関してもコスト要素の洗い出し等の簡単な分析を実施。
- 中間整理では、「キャッシュレス決済の裾野の更なる拡大に向けてコスト構造等の分析・見直し」を施策の方向性の一つとして示した。
- これを受けて、今回は、以下の事項についてより精緻化するための追加の分析を実施した。
 - － クレジットカードのオンアス取引、及びイシューイングコスト
 - － 電子マネー
 - － コード決済

クレジットカードのオンアス時のアクワイアリングコスト構造の全体像

- オンアス決済時には、カード会社内でインターチェンジフィー/IRF（イシュー手数料）と同水準での内部取引が行われる（※）。
- 加盟店が複数のアクワイアラと契約する場合、アクワイアラ側のコストが重複して発生する場合がある。

※複数事業者へのヒアリングに基づく

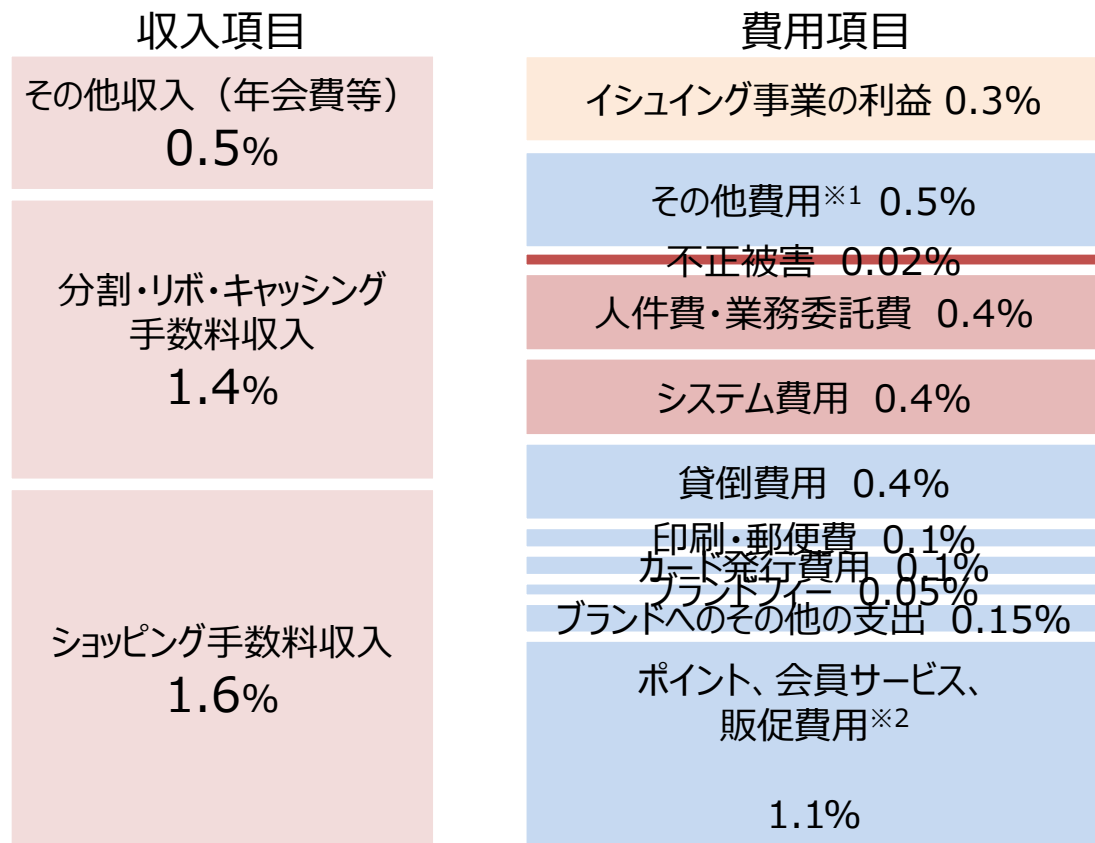
月間クレジット取扱高 50万円 / 決済単価 5,000円 / 決済回数 月100回 / オンアス取引



クレジットカードのイシューイングコスト構造の全体像

- イシューイングのコストの内、ポイント・会員サービス・販促費用の占める割合が高い。
- 後払い型の商品であるため0.4%程度の貸倒が発生している。また、番号の流出等による不正被害も発生している他、不正対策のためのシステム・業務コスト等も一定程度発生すると考えられる。

イシューイング事業の収支構造モデルケース（数値は取扱高比）



カード会社には、不正によって直接的な負担が発生するだけでなく、システムや業務によって不正対策を行うことによるコストも発生する。

ターゲット・サービスの異なる商品においては収支構造が一定異なる

上級カードの場合、ポイント、会員サービス、販促費用比率が高いが、取扱高が大きく、収益性は高い

提携カードの場合、提携企業側への還元が大きく、カード会社の収益性は一般的に低い

※ 1 その他費用は、ネットワーク費用、口座振替費用、その他イシューイング事業運営費用

※ 2 ポイント、会員サービス、販促費用は提携カード発行先への還元を含む

※ 3 収入及び費用項目としては、決済事業に関わるもののみを算入。

データ利活用を始めとする付加価値ビジネスに関するものなどは算入していない。

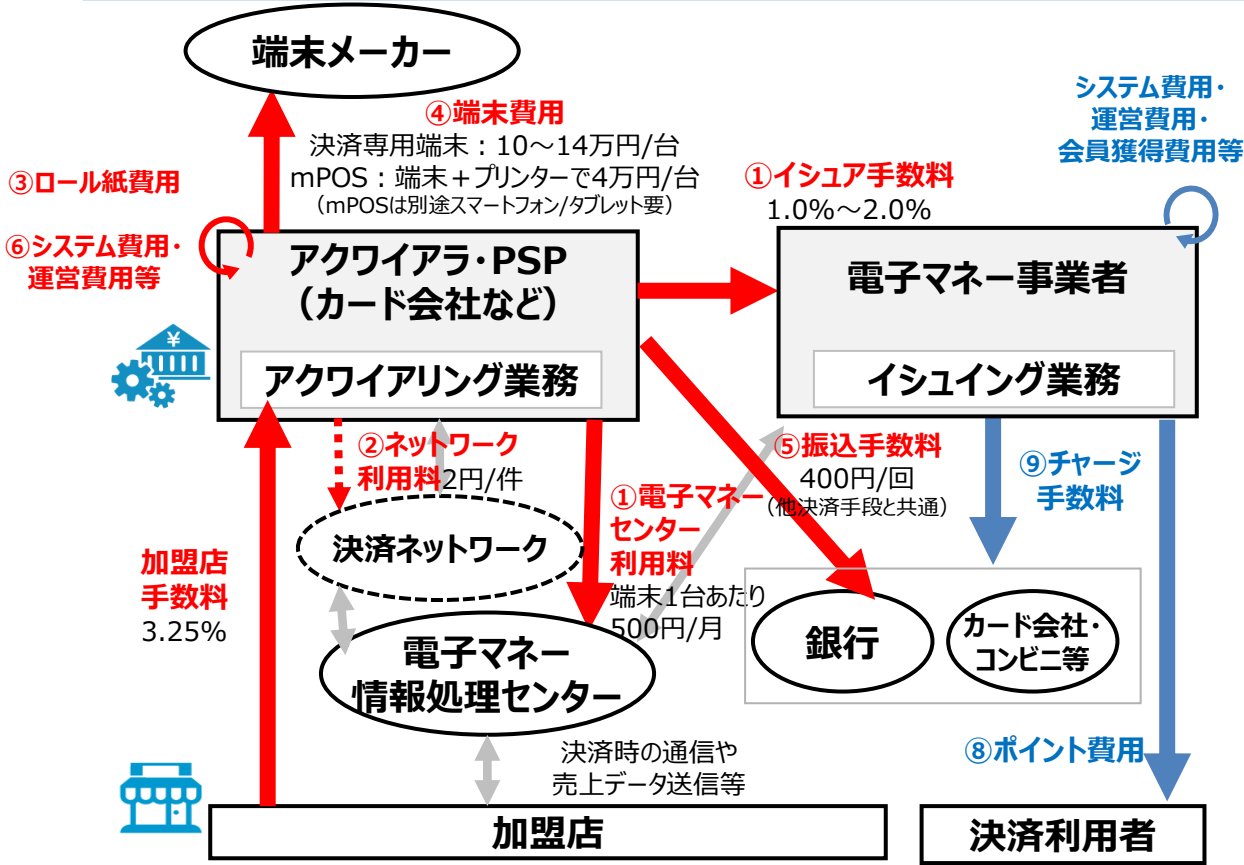
※ 4 複数の大手カード会社へのヒアリングに基づいているが、会社規模等により各項目の構成比率は異なる可能性がある。

電子マネーのアクワイアリング/イシューングコスト構造の全体像

- **中小加盟店の獲得は、決済代行事業者や他アクワイアラを介して行われる**ことが一般的である。電子マネー事業者が直接契約する加盟店は、グループ内の事業者や大規模な小売事業者に限定される。
- イシューングコストでは、**チャージ関連の費用が最大の費用項目**で取扱高の0.6%程度だと推定される。また、ポイントを付与している事業者においては、同費用もイシューングコストの1/3を占める。

月間電子マネー取扱高 25万円 / 決済単価 1,000円 / 電子マネー決済回数 月250回

電子マネー決済のコスト構造



加盟店手数料収入	3.25%
①電子マネーセンター利用料	-0.20%
②ネットワーク利用料	-0.20%
③ロール紙費用	-0.08%
④端末費用	-0.42%
⑤振込手数料	-0.16%
⑥システム費用・運営費用	-0.30%
⑦イシュー手数料	-1.50%
アクワイアラ・PSP利益	0.39%

<モデルケースの仮定条件>

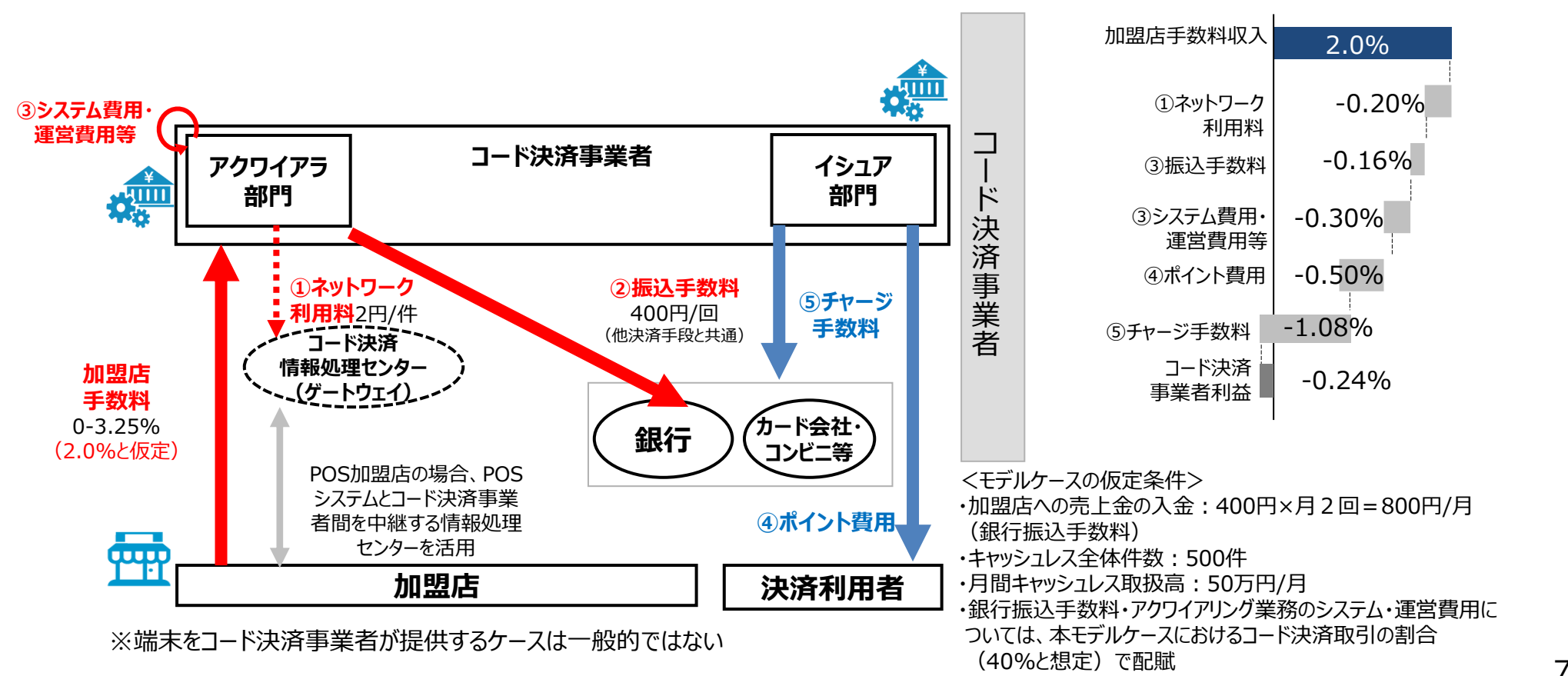
- ・加盟店への売上金の入金：400円×月2回＝800円/月（銀行振込手数料）
- ・キャッシュレス全体件数：500件
- ・月間キャッシュレス取扱高：50万円/月
- ・クレジット・電子マネー共用端末費用：14万円/台、4年償却
- ・端末費用・銀行振込手数料・アクワイアリング業務のシステム・運営費用については、本モデルケースにおける電子マネー決済取引の割合（50%と想定）で配賦

コード決済のアクワイアリング/イシューングコスト構造の全体像

- コード決済事業者のシステム・業務は、アクワイアリング・イシューングでの分別してのコスト算出が難しいとの声が聴かれるため、両者を合わせたものとして推計を行っている。また、現在、利用者・加盟店獲得のための戦略的投資が広く行われ、各社戦略も大きく異なっているが、そうした個別事情を除く、一般的モデルを仮定している。
- 結果として、**チャージ関連費用の負担が大きく、コストの約半分**を占めている。

チャージ型 / 月間コード決済取扱高 10万円 / 決済単価 1,000円 / コード決済決済回数 月100回

(チャージ型) コード決済のコスト構造



1. キャッシュレス決済のコスト構造

1.1 コスト構造分析

1.2 IRFの公開に係る検討

1.3 協調領域

1.4 キャッシュレス決済のコスト構造に関する調査のまとめ

2. キャッシュレス決済の政策的意義

2.1 社会的意義 (追加経済効果やコスト削減(現金コスト))

2.2 新たな指標

2.3 消費者への周知・広報

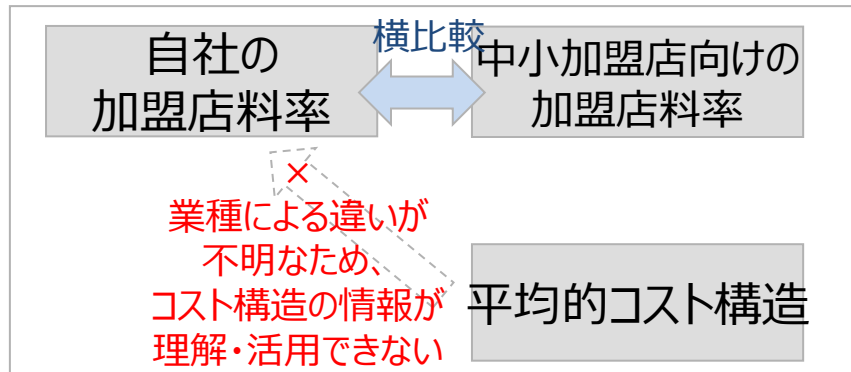
3. キャッシュレス決済加盟店舗等の状況

4. キャッシュレス推進施策の方向性

IRF公開の意義

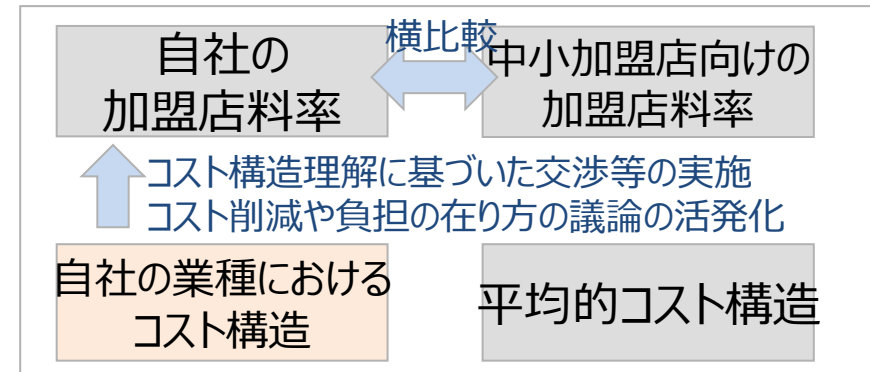
- IRFの公開により、市場の透明性をより高め、加盟店の価格交渉等に活用できる情報を増やすことにより、キャッシュレス利用拡大に伴い上昇する加盟店負担の軽減、アクセプタンスの拡大、及びコスト負担の在り方等に関する議論の活発化を図る。

現在、加盟店が確認できる情報



- ✓ 業種等のカテゴリの違い等を考慮せずに標準的なMDRとの横比較を行う事しか出来ない
- ✓ 自社の水準が中小加盟店向けの標準的水準より高い場合に、アクワイアラの乗り換えやMDR低減の交渉を行うにあたって、相場感等の情報が乏しい

IRF公開により、加盟店が確認できる情報



- ✓ 業種によるコスト構造の違いを理解し、相場観等を踏まえて目標値を持った価格交渉や乗り換え検討が可能となる
- ✓ 各業種の実態等により即したアクワイアライシュー間のコスト負担の在り方等について議論を活性化

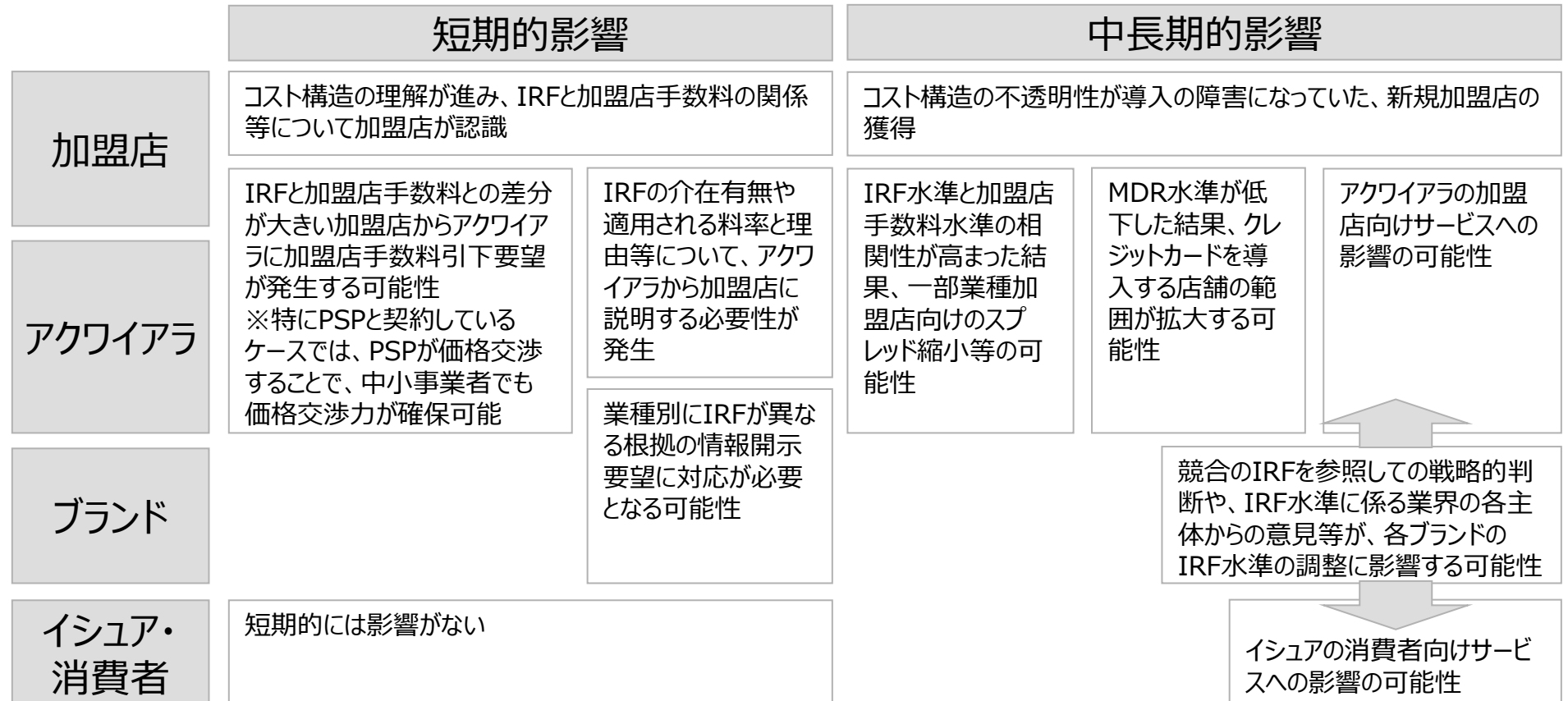
上記のIRF公開その他の施策により、**中小店舗**のキャッシュレス化を促進

中小店舗の
キャッシュレス化で
狙う効果

- ✓ 大企業に比して投資余力が乏しい中小店舗においても、生産性の向上を図る
- ✓ 消費者が現金で決済しなければいけない場面を減らし、キャッシュレスの消費者利便性向上

IRF公開による影響の整理

- 短期的には、IRFと加盟店手数料の差分が大きい場合等に、加盟店とアクワイアラ、およびPSPの間で加盟店手数料に係る価格交渉が発生し、加盟店手数料が低下する場合がある。
 - － PSPにおいては、アクワイアラとの価格交渉により低下した加盟店手数料の減少分を、適切に加盟店にも還元することが期待される。
- 長期的には、IRF水準やアクワイアラの加盟店向けサービス、イシュアの消費者向けサービスの変化に繋がる可能性もある。
- 日本においては、アクワイアラ・イシュア間における加盟店手数料の配分を個別の相対契約により決定する仕組みを取っている国際ブランドも有力であり、国際ブランド間の競争にも影響を与える可能性も指摘されている。



IRFが介在する取引の範囲

- アクワイアライシュア間の利益配分に関して標準料率を設定しているのは4パーティモデルの取引を基本とするVISA及びMastercardの2ブランド。3パーティモデルを基本とするJCB及びAmerican Express等においてもアクワイアラとイシュアが異なる形態も存在するが、標準料率の設定は行われていない。
- また、海外においては、多くはシングルアクワイアリングであり、大部分の取引に標準料率が介在する一方、日本においては、VISA及びMastercardにおいても日本特有のマルチアクワイアリング環境により、標準料率が介在しない取引が多く存在する。
- これらを踏まえたヒアリングによれば、VISA及びMastercardの標準料率を公開対象として考えた場合、これによりカバーされる範囲は取扱高に占める割合で3割程度*と推定される。
- また、一般的にマルチアクワイアリングは大手加盟店において多く、中小店舗向けに実施した調査においては、VISA及びMastercardの契約形態としては、直契約によるシングルアクワイアリングとなっている店舗の割合が5割強となっており、シングルアクワイアリングの場合にはオフアス取引の割合が相対的に多くなることから、取扱高に占める割合としても、中小店舗においては前述の「3割程度」よりさらに大きいものと想定される。
- ただし、オンアス取引においても社内取引価格として標準料率を使用しているとのコスト分析の結果等を踏まえると、この部分についても一定程度の影響を期待。

	VISA	Mastercard	JCB	American Express
オンアス取引	社内取引等による、イシュア部門への価格移転			
オフアス取引	標準料率の適用対象		イシュアとの相対契約に基づき配分	

*ヒアリング等に基づく情報（取り扱い比率）。正確な数字についてはさらに確認が必要

1. キャッシュレス決済のコスト構造

1.1 コスト構造分析

1.2 IRFの公開に係る検討

1.3 協調領域

1.4 キャッシュレス決済のコスト構造に関する調査のまとめ

2. キャッシュレス決済の政策的意義

2.1 社会的意義 (追加経済効果やコスト削減(現金コスト))

2.2 新たな指標

2.3 消費者への周知・広報

3. キャッシュレス決済加盟店舗等の状況

4. キャッシュレス推進施策の方向性

業界協調によるコスト削減について

- ネットワーク・端末費用やセキュリティ/不正検知に関しては、業界各主体による業界協調の取組が継続しており、コスト削減にも資するものと認識している。
- 今後、それ以外のシステム・運営におけるコモディティ部分についても、新たな業界協調に向けて、フィージビリティを含め検討すべき。

費用項目

ネットワーク費用

端末費用

システム・
運営費用

セキュリティ/不正検知

加盟店獲得・管理

会員獲得・管理

その他各種業務

現状行われている業界協調・ コスト削減に資する取組

業界団体等
による仕様標準化

各社による少額決済
向け料金設定

ペーパーレスの推進

既に取組みが
行われている領域

業界団体による
不正情報共有

各社個別の協調の取組みが一部存在
(業務やシステム運用の受託等)

更なる取組み

既存取組みの継続と深化

- ✓ 利用主体の増加
- ✓ 廉価な端末を可能とする
ルール緩和の継続検討
- ✓ その他料金低減に
繋がる活動・議論

新たな業界協調に向けた
議論を加速

- ✓ プロセッシング業務部分の
共同インフラ化
- ✓ 加盟店情報の管理や更
新・売上集計や精算等
の業務共通化
- ✓ システムアーキテクチャの
共通化 等

1. キャッシュレス決済のコスト構造

1.1 コスト構造分析

1.2 IRFの公開に係る検討

1.3 協調領域

1.4 キャッシュレス決済のコスト構造に関する調査のまとめ

2. キャッシュレス決済の政策的意義

2.1 社会的意義 (追加経済効果やコスト削減(現金コスト))

2.2 新たな指標

2.3 消費者への周知・広報

3. キャッシュレス決済加盟店舗等の状況

4. キャッシュレス推進施策の方向性

キャッシュレス決済のコスト構造に関する調査結果を受けて

- コスト構造分析で得られた結果を踏まえ、事業者間ないし決済サービスの横断的な比較により、大きなコスト要因の分析や、協調等によるコスト低減の可能性に関する検討を進めていく。
- 新たに実施したコスト構造分析を踏まえると、オンアス取引の部門間の内部取引はIRFと同水準とされており、IRF公開により、オフアス取引に加え、その直接の範囲外であるオンアス取引も含めて、市場の透明性を高め、競争性を高めることができると期待。
- 他方、市場の透明性の向上には、IRFの料率（IRFの適用がある場合）、イシューイングコスト等、アクワイアリングとイシューイングのコスト配分に関する情報について、アクワイアラから加盟店に対して十分な説明がなされることも併せて必要。
- 加えて、現状の事業構造では決済事業者においても個社でのコスト低減努力には限界がある状況が伺えることから、今後、効率化によるコスト低減の実現に向けて事業者間で協調可能な分野について、各社の実態把握も含め、引き続き検討を進めていく。当該検討を通じて、協調を志向する事業者間で、費用対効果等の検証を含めた具体的な検討が進むことが期待される。
- 以上のような取組み等を通じて、中小店舗等がキャッシュレス決済を導入しやすい環境整備を引き続き進めていく。

1. キャッシュレス決済のコスト構造

1.1 コスト構造分析

1.2 IRFの公開に係る検討

1.3 協調領域

1.4 キャッシュレス決済のコスト構造に関する調査のまとめ

2. キャッシュレス決済の政策的意義

2.1 社会的意義 (追加経済効果やコスト削減(現金コスト))

2.2 新たな指標

2.3 消費者への周知・広報

3. キャッシュレス決済加盟店舗等の状況

4. キャッシュレス推進施策の方向性

追加経済効果やコスト削減、キャッシュレス決済コストの検討

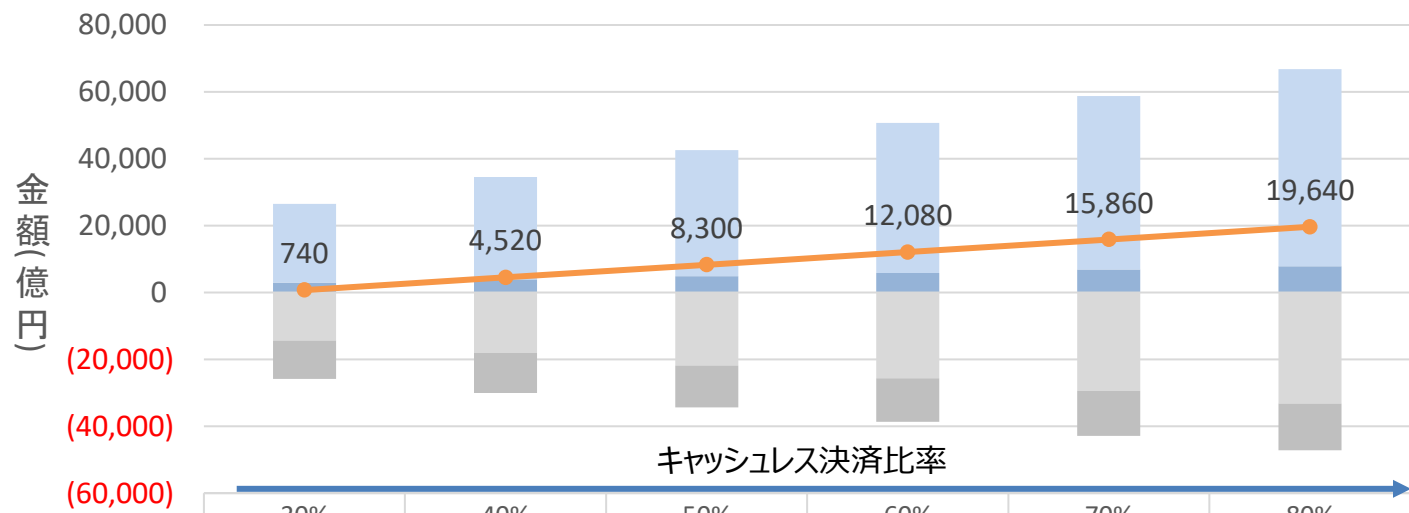
- キャッシュレス化の進展により想定される社会全体としての効果・影響に関して、経済効果・コスト削減・キャッシュレス決済コストの3点から、以下の観点に基づき推計を行った。

経済効果発生個所		概要
経済効果	経済・ファイナンス市場	・ クレジットカードの年会費、分割、リボ、キャッシングに係る手数料
	機会損失解消による粗利益増	・ 「国内居住者」および「訪日外国人観光客」に係る、キャッシュレス決済が使用できないことに起因して発生した機会損失の解消 ・ キャッシュレス決済普及率の増加に紐づく消費増加効果
	金融サービス市場	・ キャッシュレス化が進んだ場合に新たに創出される、周辺産業の市場規模（資産運用、保険）
現金コスト削減	店舗	・ 現金関連業務に係る人件費等
	ATM設置、運営、銀行内費用	・ ATM、並びに銀行における現金コスト
	その他の現金コスト	・ 消費者の現金被害などの総額 ・ 貨幣の鋳造、並びに紙幣の発行に伴うコスト
キャッシュレス決済コスト	キャッシュレス決済インフラコスト	・ キャッシュレス決済環境を維持するためのインフラコスト（端末費用、カード発行費用等）
	キャッシュレス決済事業コスト	・ キャッシュレス決済事業を運営に伴うコスト（消費者リワード、貸倒費用等）

追加経済効果やコスト削減(現金コスト)、キャッシュレス決済コストの詳細

- 現状のキャッシュレス決済比率（30％）においても、キャッシュレス決済のインフラ/事業コストを上回る経済効果・現金コスト削減効果が得られている。
- キャッシュレスの普及拡大に伴い、さらなる効果が期待される。

キャッシュレス化の進展に伴う社会全体への効果



経済効果	23,610	30,680	37,750	44,820	51,890	58,960
現金コスト削減効果	2,940	3,920	4,900	5,880	6,860	7,840
キャッシュレス決済インフラコスト	(11,500)	(12,000)	(12,500)	(13,000)	(13,500)	(14,000)
キャッシュレス決済事業コスト	(14,310)	(18,080)	(21,850)	(25,620)	(29,390)	(33,160)
効果－コスト	740	4,520	8,300	12,080	15,860	19,640

※ キャッシュレス決済比率＝(クレジットカードの支払額＋デビットカードの支払額＋電子マネーの支払額＋QRコード決済支払額)÷民間最終消費支出

1. キャッシュレス決済のコスト構造

1.1 コスト構造分析

1.2 IRFの公開に係る検討

1.3 協調領域

1.4 キャッシュレス決済のコスト構造に関する調査のまとめ

2. キャッシュレス決済の政策的意義

2.1 社会的意義 (追加経済効果やコスト削減(現金コスト))

2.2 新たな指標

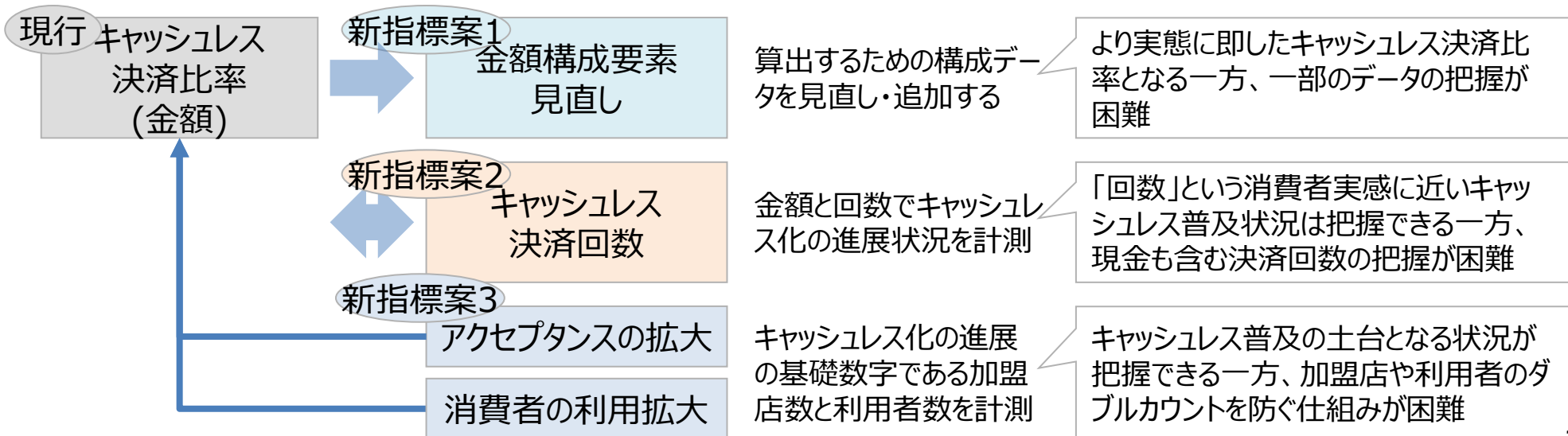
2.3 消費者への周知・広報

3. キャッシュレス決済加盟店舗等の状況

4. キャッシュレス推進施策の方向性

新指標の位置づけと意義

- 現行の指標は国際比較可能性を重視し、民間消費に占めるキャッシュレス決済金額の比率を算出。但し、口座振替等の現金を伴わない支払が分子に含まれないなどの課題もある。
- 現行の指標にて従来掲げている「2025年までにキャッシュレス決済比率40%」という目標を引き続き堅持する一方、国内の状況についてより消費者実感に即した新たな指標を並行して算出・公表することを検討している。
- 以下の3案を新たな指標の候補とした。
 1. 現在のキャッシュレス決済比率の構成要素を見直す
 2. 全体のキャッシュレス化状況を測る指標として、新たに「キャッシュレス決済回数」に基づく指標を設ける
 3. キャッシュレス化の進展には、加盟店のアクセプタンス拡大と消費者の利用拡大の双方が必要であることから、それぞれの進捗を測る二つの指標を設ける



新指標についての今後の進め方

- 委員からいただいた意見を踏まえ、口座振替、銀行引落、キャリア決済、交通系ICによる乗車等に関して、指標に算入するキャッシュレス決済の範囲を明確化する。
- また、国際比較の必要性については委員の意見が割れたため、全ての指標案について、国際比較可能性を必須とせずに検討を進めつつ、国際比較可能な算出方法にも可能な限り留意する。
- ①「金額比率の調整」に関しては、指標に算入するキャッシュレス決済の範囲を踏まえ、追加で集計すべき内容と方法の整理を行う。B2Bの扱いは精査したうえで各決済で平仄を合わせる。また、分母については消費支出から帰属家賃等の金銭の授受を伴わない項目を除く。
- ②「決済回数」についても、①と同様の対応を行う。また、回数の情報を各社・各業界団体の公表情報から取得するとともに、より適切な情報の取得可能性について調整を行う。
- 他方、③「アクセプタンスの拡大・消費者の利用拡大」に関しては、情報の有用性が確認された一方、算出方法に課題があり、実現に向けて更なる検討が必要。

1. キャッシュレス決済のコスト構造

1.1 コスト構造分析

1.2 IRFの公開に係る検討

1.3 協調領域

1.4 キャッシュレス決済のコスト構造に関する調査のまとめ

2. キャッシュレス決済の政策的意義

2.1 社会的意義 (追加経済効果やコスト削減(現金コスト))

2.2 新たな指標

2.3 消費者への周知・広報

3. キャッシュレス決済加盟店舗等の状況

4. キャッシュレス推進施策の方向性

消費者への周知・広報に関する取組の全体像

- 消費者への意識調査により、キャッシュレス決済に対して何らかの不安を抱いているためにキャッシュレス決済の利用頻度が低い、もしくは利用していない消費者について、詳細を調査。
- 抽出された不安要素を解消するための簡単なメッセージを作成し、不安を抱いていた消費者に対してこれらのメッセージを提示することで不安を解消する効果が得られるか確認した。
- 調査対象の消費者へのヒアリング等によりさらにメッセージの改良を実施した上で、これを活用した周知・広報媒体案を作成した。

	調査事項	実施調査
ナッジの活用方法の検討	・ ナッジの活用方法の調査 ・ ナッジを活用する上で留意すべきポイントの確認	・ 行動経済学有識者ヒアリング
ターゲットの選定 課題要因の特定	・ ターゲットの選定 (性別/年代/利用頻度/居住地等) ・ キャッシュレス決済を利用しない原因の特定	・ 第1回消費者意識調査 (11月26日～12月2日)
メッセージ案の検討と提示 効果検証①	・ 上記意識調査結果を踏まえたメッセージ案の検討 ・ 再意識調査によるメッセージ案の提示と行動変容の確認	・ 第2回消費者意識調査 (12月4日～12月10日)
効果検証②	・ キャッシュレス決済の利用済/未経験者にヒアリング ・ 行動変容を促す、より好ましいメッセージの検討	・ 消費者ヒアリング
周知・広報案の作成	・ 上記効果検証を踏まえたメッセージの作成 ・ 広報媒体の検討	・ 周知・広報案の作成

メッセージの作成

- 意識調査の結果、ナッジを活用したメッセージは、キャッシュレス決済の利用経験有無に関わらず、リスクや不安感の解消に統計的に有意な効果を示した。
 - － 「盗難・紛失リスク」「不正利用や悪用のリスク」など一部のメッセージは、同調効果をメッセージに含めることで、より大きな効果が生じた。
- 意識調査及びヒアリング結果を踏まえ、消費者の行動変容を促すのに効果的と考えられるメッセージを作成した。

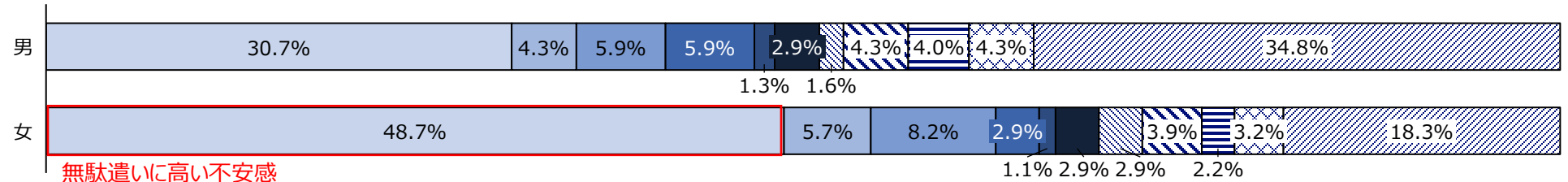
	同調効果	各リスクの低減、感染症対策効果を伝えるためのメッセージ
無駄遣いリスク	高いキャッシュレス経験率を伝えることで、安心感や同調効果を生むことが出来る。	キャッシュレス決済は家計簿アプリとの連携が簡単にでき、いくら使ったかの把握が容易でとても便利！あなたもキャッシュレス決済、始めませんか。
盗難・紛失リスク	キャッシュレス経験率は既に85%！ 家族やお友達も"いつの間にか"利用を始めています。	"盗難・紛失が不安"と感じているあなた。キャッシュレス決済には、不正利用で被害に遭ったときに備えた補償制度があります。あなたもキャッシュレス決済、始めませんか。
個人情報流出リスク		"個人情報流出が不安"と感じているあなた。決済事業者は"個人情報の取扱いに関するガイドライン"を順守することで、業界全体として安全・安心なキャッシュレスサービスの提供に努めております。あなたもキャッシュレス決済、始めませんか。
不正利用・悪用リスク		"不正利用が不安"と感じているあなた。キャッシュレス決済には、不正利用で被害に遭ったときに備えた補償制度があります。あなたもキャッシュレス決済、始めませんか。
感染症対策効果	-	キャッシュレス決済は自分のカードやスマートフォンで決済が出来るため、とても衛生的。 接触回数も少なく、店員さんもあなたも気持ち良くお買い物ができる！

情報発信方法

- 性別や世帯構成、職種等のセグメントに応じ、キャッシュレス決済に抱くリスクや不安感は異なる。
- セグメントに応じた適切な広報媒体で、最も効果的なメッセージを訴求することが望まれる。

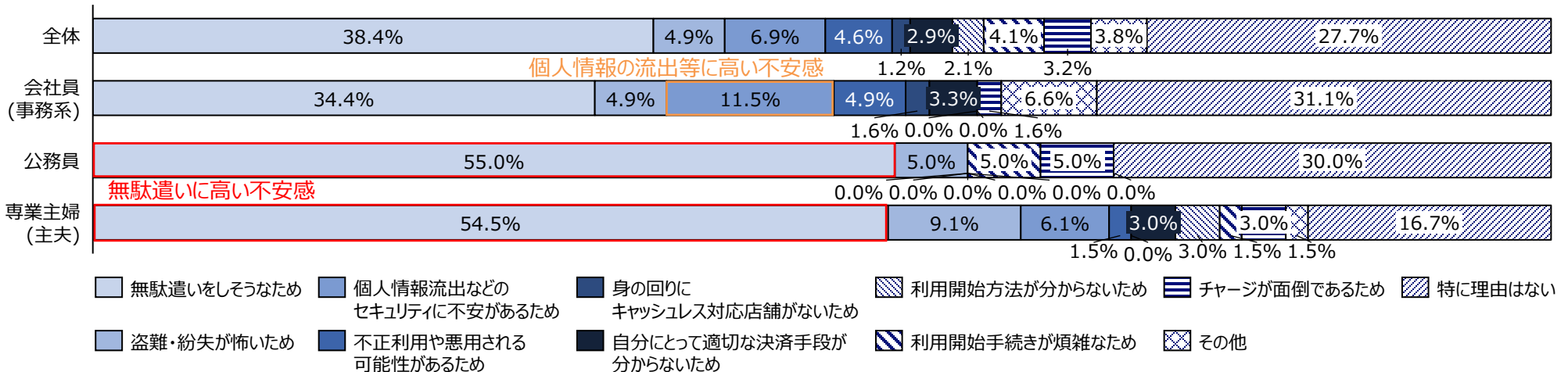
意識調査結果：例）性別による回答の差異

【設問】クレジットカードを使っていない理由で最もあてはまるものをお答えください。



意識調査結果：例）職種による回答の差異

【設問】クレジットカードを使っていない理由で最もあてはまるものをお答えください。



消費者への周知・広報についての今後の進め方

- 広報媒体についても効果が大いターゲットに違いがあることを念頭に、アプローチの検討が必要。
- キャッシュレス決済低頻度利用者に関しては、既存のパスなどを活用して民間でのアプローチが有効ではないかと想定される。一方、キャッシュレス決済未利用者に関しては、メッセージの有効性等も加味し、官民双方において適切なアプローチ方法を検討する。

● 広報媒体別の特徴の整理

広報媒体	予算 目安	キャッシュレス決済に係る特徴	ターゲットとの親和性※	
			CL低頻度 利用者	CL 未経験者
CM	大	- ながら見を前提とした広告展開にて、多画面想定スマートフォンへの連動を促し、キャッシュレス決済の開始手続きのきつかけを作れる可能性がある - 世帯の中で複数人での視聴傾向が高い番組であれば、家族内での手続き支援や促進を期待できる可能性がある	○	○
Web広告 (SNS広告含)	大	ターゲティングをする前提とした広告展開にて、スマートフォンへの連動を促し、キャッシュレス決済の開始手続きのきつかけ、キャッシュレス決済の利用、キャッシュレス決済への理解度向上を図れる可能性がある	○	○
交通広告 (駅構内・電車内等)	中	直前リーチを前提とした広告展開にて、購買行動へ連動させ、キャッシュレス決済の利用を促す可能性がある	○	△
屋外広告	中		○	△
新聞折込チラシ	中	世帯リーチを前提とした展開によりキャッシュレス決済の利便性の理解を深める可能性がある	△	○
新聞	中	キャッシュレス決済の利便性を説明する展開により、理解を深める可能性がある	△	○
雑誌	小		△	○
ラジオ	小	- ながら聴取を前提とした広告展開にて、購買行動へ連動させ、キャッシュレス決済の利用を促す可能性がある - キャッシュレスについての漠然とした不安点を解消する説明を音声で訴求することにより、リスナー自身の態様変化に加えて、周囲に自身の声で伝達促進するエバンジェリスト（伝道師）化が期待できる可能性がある	-	○
パンフレット	n/a	キャッシュレス決済の利便性を説明する展開により、理解を深める可能性がある	△	△
店頭POP (レジ横POP等)	n/a	直前リーチを前提とした広告展開にて、購買行動へ連動させ、キャッシュレス決済の利用を促す可能性がある	○	-
ソーシャルメディア	n/a	信用する友人による情報展開により、キャッシュレス決済への理解度向上を図れる可能性がある	△	△

※ターゲットの性年代や広報媒体の特徴から、親和性の高さを○・△・-の3段階で評価

1. キャッシュレス決済のコスト構造

1.1 コスト構造分析

1.2 IRFの公開に係る検討

1.3 協調領域

1.4 キャッシュレス決済のコスト構造に関する調査のまとめ

2. キャッシュレス決済の政策的意義

2.1 社会的意義 (追加経済効果やコスト削減(現金コスト))

2.2 新たな指標

2.3 消費者への周知・広報

3. キャッシュレス決済加盟店舗等の状況

4. キャッシュレス推進施策の方向性

キャッシュレス決済加盟店舗等の状況

- 令和2年度の検討会において、キャッシュレス決済を店舗に導入するメリットが見えづらい事が指摘された。キャッシュレス決済導入のメリットを「見える化」することにより、各事業者・店舗がキャッシュレス決済導入の要否を適切に判断し、自社に最適なキャッシュレスを選ぶ環境を整備する必要がある。
- 「キャッシュレス決済の店舗におけるメリットの定量化」、「周知・広報の手法の検討」、「ペーパーレス化についての検討」のため、中小規模の店舗に対し、以下の調査を実施した。

アンケート・ヒアリング

アンケートを実施し、回答者の事業規模やキャッシュレス決済導入の有無、メリット・デメリットなどの回答を元に、対象を抽出。抽出した店舗へキャッシュレス決済のメリット・デメリット等の聞き取りを実施した。

- ◆ アンケート回答数：全体：1,031件（キャッシュレス決済導入済み：825件、未導入：206件）
- ◆ ヒアリング実施件数：全体：9件（キャッシュレス決済導入済み：5件、未導入：4件）

先進店舗へのヒアリング

キャッシュレス決済導入に加えて先進的な取り組みを導入している店舗に対し、メリット・デメリット等の聞き取り調査を行った。

- ◆ 調査対象：セルフレジ/セミセルフレジ（キャッシュレス券売機を含む）、モバイルオーダー、フルキャッシュレス、会計システム連携を導入している店舗
- ◆ ヒアリング実施件数：全体：15件

計測調査

レジ業務に要する時間として、「店員が合計金額を口頭で伝える」ときから「店員がお釣りとレシートをトレイに置く／手渡しする」までの時間を計測した。

- ◆ 調査対象：キャッシュレス決済導入済み4店舗、未導入（現金決済）1店舗
- ◆ サンプル数：合計5,886件（キャッシュレス決済：1,110件、現金決済：4,776件）

キャッシュレス決済加盟店舗等の状況（周知・広報）

- 各種調査の実施によって、定性的なメリットだけでなく、定量的なメリットを見える化するとともに、それらのメリットを増加させる工夫についてヒアリングを行った。
- これらの結果を踏まえ、キャッシュレス決済のメリット等に関するコンテンツを、来年度以降に作成し、周知・広報を行う予定。
- キャッシュレス業界からも発信することが有効と考えられることから、官民それぞれの立場から情報を発信し、店舗がよりメリットを享受できる環境の整備を進めていくことが望まれる。

ヒアリング調査や計測調査等の各種調査で把握したメリット等は以下のとおり。

<機会損失に関する意識喚起>

- 4割強のキャッシュレス決済利用者は、キャッシュレス決済非対応店舗の利用を避ける

<定量的なメリット・定性的なメリット>

- キャッシュレス決済は、レジ業務に要する時間を約35%短縮
- キャッシュレス決済は、現金よりも素早く安定して決済が完了
- セルフレジ（キャッシュレス対応券売機含む）で両替の頻度が2/3減
- モバイルオーダーで注文受け時間が最大80%減
- フルキャッシュレスで違算金の確認時間が最大100%減
- 会計システムと連携させることで、売上伝票入力や確定申告に要する時間と費用が最大100%減
- 精神的な負担の軽減

<メリットを増加させる工夫>

- キャッシュレス決済と連動したサービスを併用することでキャッシュレス決済のメリットが増す

キャッシュレス決済におけるペーパーレス

- 現状、消費者がクレジットカードによる決済を行った場合、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。
- キャッシュレス決済に係るコストの削減に向けては、売上票のペーパーレス化が重要。昨年度は、決済手段別の書面控の交付・保管義務について現状整理を行った。
- なお、業界団体において、クレジットカード取引におけるカード会社控への署名を任意化する方向で検討が進められている。その状況を踏まえ、今年度は、消費者控と店舗控を検討の対象とすることにした。

消費者控

- ◆ 消費者にキャッシュレス決済の消費者控の取扱状況を調査したところ、請求明細の照らし合わせや店舗から返品に必要と言われたといった理由で、約7割が受け取っている。
- ◆ なお、消費者控を電子データで受領することについて、約7割が不都合はないと回答している。ただし、一部の消費者は電子化に「間違いがないかその場ですぐに確認したい」「電子機器の操作に不安がある」「会計処理、会社の経費処理、確定申告等に使用している」といった理由で不都合という回答をしており、一定の配慮が必要。
- ◆ このような消費者のニーズや商慣習も踏まえつつ、ペーパーレス化によるコスト削減の意義も考慮し、その在り方については引き続き検討していく。

店舗控

- ◆ 店舗におけるキャッシュレス決済の店舗控の取扱状況について調査したところ、約8割の店舗で紙の店舗控を発行していると回答している。
- ◆ 紙の店舗控の発行がある場合は、法令上、保存義務が発生する。調査においても、約4割の店舗が税務処理上の必要性を理由として店舗控を保管していると回答している。
- ◆ 一方で、紙での発行義務自体はないため、店舗控を電子データで代替することによって、紙での保管による負担を軽くすることが出来る可能性がある。
- ◆ ただし、電子データではなく紙の店舗控が必要と回答している店舗もあることから、店舗に不利益が生じないよう、注意する必要がある。（紙の店舗控を必要とする理由の例：「紙の方が管理が楽」「トラブルの予防やトラブル発生時の対応等のために紙の店舗控が欲しい」「機器の故障やデータ破損等が心配」「機器の操作に不安がある」）
- ◆ この点、業界団体において、紙の店舗控の発行をオプション化しようという動きがあり、店舗のニーズに応じて柔軟に対応していくことが望まれる。

1. キャッシュレス決済のコスト構造

1.1 コスト構造分析

1.2 IRFの公開に係る検討

1.3 協調領域

1.4 キャッシュレス決済のコスト構造に関する調査のまとめ

2. キャッシュレス決済の政策的意義

2.1 社会的意義 (追加経済効果やコスト削減(現金コスト))

2.2 新たな指標

2.3 消費者への周知・広報

3. キャッシュレス決済加盟店舗等の状況

4. キャッシュレス推進施策の方向性

キャッシュレス推進施策の方向性

- キャッシュレス決済の普及に向けては、店舗側の導入拡大と消費者側の利用拡大の両方が相互に影響し合いながら成長することが必要。
- キャッシュレス導入のメリットを実感しうまく活用している店舗が存在する一方、加盟店手数料負担等により、コストに比較してメリットが実感できていない店舗が存在することが、今年度の検討を通じて判明。
- 店舗における更なるキャッシュレス導入拡大に向け、加盟店手数料の低減に向けて取り組むとともに、本検討会で見える化した店舗のキャッシュレス決済導入メリット等については、来年度以降、コンテンツを作成した上で、周知・広報を行い、普及を図る。
- これにより、キャッシュレス決済の更なる推進に向け、店舗側がコストとメリット双方を勘案して、自店舗に最適なキャッシュレス決済を店舗が納得して選択できる環境整備を目指す。
- 消費者側についても、無駄遣いやセキュリティ等に対する不安から利用をためらっている層の不安を解消するための取組みを進めていく。

キャッシュレス決済を店舗が納得して選択できる環境整備

- IRF標準料率の国際ブランドによる公開及びアクワイアラによる主要なコスト項目の説明
- 協調等によるコスト削減・効率化

 **加盟店市場での透明性向上・競争活発化、加盟店手数料の引下げ**

- 店舗にとってのメリットの訴求
- よりメリットを大きく感じられるキャッシュレス決済の導入方法のノウハウの展開

 **各事業者に最適なキャッシュレス決済の導入促進**

消費者の利用拡大

- 消費者不安の解消に資するサービス（家計簿アプリ、利用上限設定等）や不正対策の取組みの訴求

 **消費者が利用する際にボトルネックとなるキャッシュレス決済の不安要素の解消等**

- 社会全体の意義や、より実態を示す新指標の検討

 **キャッシュレスの将来像を示すとともに、日常利用が進むキャッシュレスの実態を提示**