

キャッシュレス推進検討会
とりまとめ

2025 年 12 月
商務・サービスグループ
商取引・消費経済政策課

目次

はじめに	1
1 キャッシュレス推進の社会的意義	2
1.1 将来像検討会以降の振り返り.....	3
1.2 環境変化と社会的意義への影響	10
2 目標	12
2.1 指標の定義	12
2.1.1 現指標の定義と課題	12
2.1.2 国内指標	13
2.1.3 留意事項	15
2.2 決済件数（参考情報）	15
2.3 目標	16
3 課題と取組の方向性	20
3.1 官民で対応すべき課題	20
3.2 各課題に対する取組の方向性.....	23
3.2.1 低利用領域のキャッシュレス利用拡大	23
3.2.2 キャッシュレス効果の認知拡大	25
3.2.3 加盟店手数料/インフラコストに関する課題.....	27
3.2.4 セキュリティ.....	33
3.3 課題と取組のまとめ	34
Appendix 大阪・関西万博の全面的キャッシュレス決済運用の効果	36
A.1 全面的キャッシュレス決済運用の概要.....	36
A.2 総評	36
A.3 来場者の評価.....	37
A.4 加盟店における効果・課題.....	39
A.4.1 加盟店の評価.....	39
A.4.2 加盟店における効果	40
A.4.3 加盟店における課題	43
A.5 全面的キャッシュレス決済運用の留意事項	44

はじめに

我が国では、2018 年度に公表された「キャッシュレス・ビジョン」のもと、キャッシュレス決済の普及・拡大に向けた取組を進めてきた。

「キャッシュレス・ビジョン」は、当時、主要国と比較して低調であった我が国のキャッシュレス決済比率を踏まえ、「2025 年 6 月までに 4 割程度」という目標を設定するとともに、将来的には世界最高水準である 80%を目指す方向性を示したものである。

キャッシュレス決済の導入は、消費者の利便性向上、店舗の業務効率化等につながる重要な取組であり、以降、政府・民間事業者が連携しながら、キャッシュレス推進に向けた多様な取組が展開されてきた。

2022 年度に開催した「キャッシュレスの将来像に関する検討会」（以下、「将来像検討会」と記載する。）では、スマートフォン普及や AI 技術の進展、決済データ活用など当時の環境変化やデジタル庁の創設や行政のオンライン化等の政府のデジタル化推進がキャッシュレス拡大の追い風となり、社会的意義をより広く捉え直す契機となったことから、その社会的意義と今後の方向性が整理された。

その後、政府・民間事業者の取組により普及が順調に進んだ結果、キャッシュレス決済比率は 2024 年に 42.8%に達し、目標を前倒しで達成することとなった。

一方で、キャッシュレス決済が社会に広く浸透するにつれ、加盟店における決済端末導入コストや決済手数料負担、中小企業での普及の遅れなど、新たな課題も顕在化している。

また、近年では、中央銀行デジタル通貨（Central Bank Digital Currency。以下、「CBDC」と記載する）・ステーブルコイン等新たな決済手段の検討や人手不足の進行、AI の進化・活用拡大など、キャッシュレスを取り巻く環境は大きく変化している。

本検討会は、更なるキャッシュレス推進のため、2026 年以降の中間目標を設定するとともに、目標達成に向けた課題及び取組の方向性について、有識者と検討を行うことを目的として開催されたものである。

本報告書では、

- キャッシュレス推進の社会的意義
- キャッシュレスの進捗を測る指標の定義と 2026 年以降の目標
- 課題と重点的に取り組むべき方向性

を提示し、今後の政策検討および民間事業者の取組の参考とするものである。

2025 年 12 月

1 キャッシュレス推進の社会的意義

本検討会においては、将来像検討会において整理されたキャッシュレス推進の社会的意義について、その後の状況変化を踏まえ、改めて整理を行った。

将来像検討会においては、キャッシュレス化の意義として、「現金決済に係るインフラコストの削減」、「業務効率化/人手不足対策」等、8つの意義が挙げられた。

図表 1. キャッシュレス推進の社会的意義

キャッシュレス推進の社会的意義 | 概要

- キャッシュレス化の意義として考えられる項目の概要は以下のとおり。

キャッシュレス推進の社会的意義		社会的意義の概要
既存の課題を解決する	 消費者の利便性向上	・ 現金の「引出」「支払」「家計管理」に係る消費者の行動が、簡単かつ効率的に実施できることにより、消費者の利便性向上に寄与できる
	 現金決済に係るインフラコストの削減	・ 現金の「発行」「輸送」「管理」に係る社会的インフラコストの低減および、それに伴う事業者の新たな投資促進に貢献する
	 業務効率化 / 人手不足対応	・ 事業者における販売業務、行政機関における窓口手続き業務などを効率化することで、人手不足の解消に貢献する
	 公衆衛生上の安心の実現	・ 人との接触機会の多い現金利用を、非接触 / 非対面決済にすることによって、Covid-19をはじめとする感染症リスクへの不安の解消に貢献する
	 現金の保有や取引機会の減少による不正 / 犯罪抑止	・ 現金の保有や現金の取引に伴う、窃盗・内部不正・脱税・犯罪組織への資金流入といった不正・犯罪の抑止に貢献する
新たな未来の創造	 データ連携・デジタル化	・ 個人／事業者／行政機関の決済データの分析・活用を通して、“経済発展と社会課題の解決を両立する人間中心の社会”実現に貢献する
	 多様な消費スタイルを創造	・ シームレスな消費体験や、消費者同士のインタラクティブな消費の場の形成、インバウンド消費の拡大等、多様な消費スタイルを創造する
	 脱炭素社会への貢献	・ 現金の「発行」「輸送」「管理」に要するCO2排出量の削減・データ利活用による行動変容の促進を通して、2050年ゼロエミッションの実現に貢献する

出所：経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会とりまとめ」（2023 年 3 月）

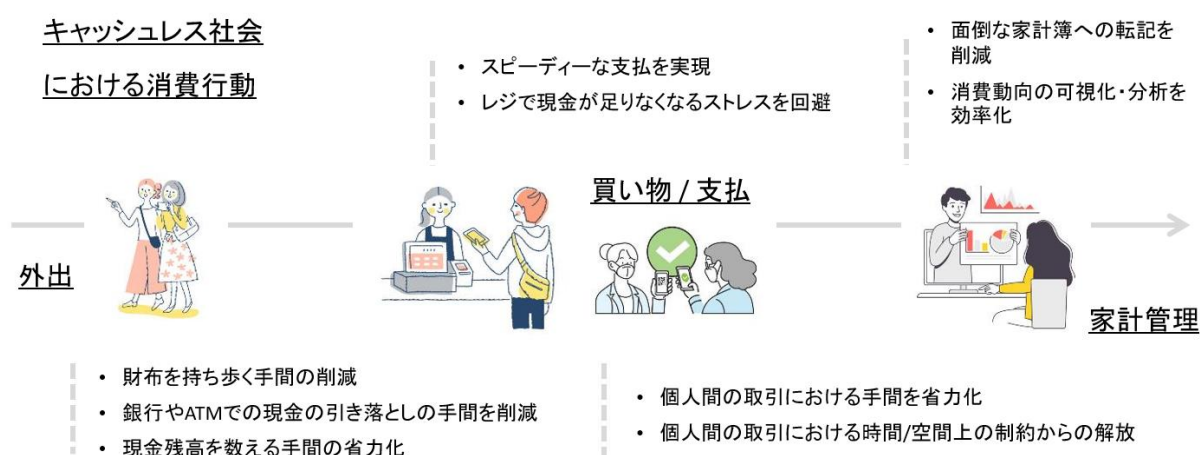
1.1 将来像検討会以降の振り返り

まず、将来像検討会以降のキャッシュレスの普及に伴い、社会的意義が実現されてきたのか振り返りを実施した。

消費者の利便性向上

将来像検討会では、外出、買い物/支払、家計管理それぞれにおいて利便性が高まることが示された。キャッシュレス決済の頻度が高まるほど利便性も高まる関係性にあるため、キャッシュレス決済の普及に伴い、利便性は向上しているものとする。

図表 2. 将来像検討会で示された「消費者の利便性向上」の例



出所：経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会とりまとめ」（2023 年 3 月）

例えば、キャッシュレス決済を使った場合、現金と比較して支払時間が短くなることが過去検討会¹で示されているが、これは決済の都度得られる効用であり、キャッシュレス決済の頻度が高まれば、利便性は更に向上する。

図表 3. 決済手段別の支払時間

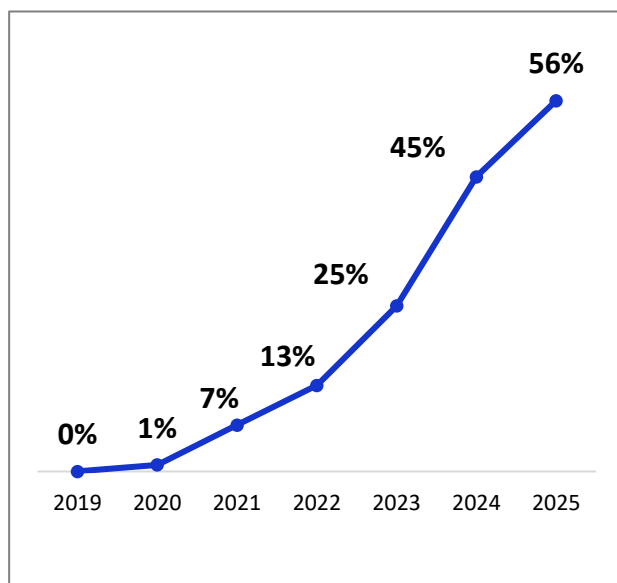
決済手段		支払時間（平均値）
現金	-	26.1 秒
キャッシュレス	接触(端末等へ差込む方式)	21.2 秒
	非接触(国際ブランドのタッチ決済、各種電子マネー)	14.3 秒
	コード決済	16.2 秒

出所：「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」（2022 年 3 月）の情報を元に経済産業省で作成。

¹ 経済産業省「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」（2022 年 3 月）

それに加えて、昨今では支払時間の短い非接触決済（国際ブランドのタッチ決済、または各種電子マネー）の割合も増えている。図表 3 に示した通り非接触決済は他のキャッシュレス決済手段より支払時間が短いため、非接触決済の普及により、よりスピーディーな支払が実現できているものとする。

図表 4. Visa の対面決済におけるタッチ決済の普及率（件数ベース）



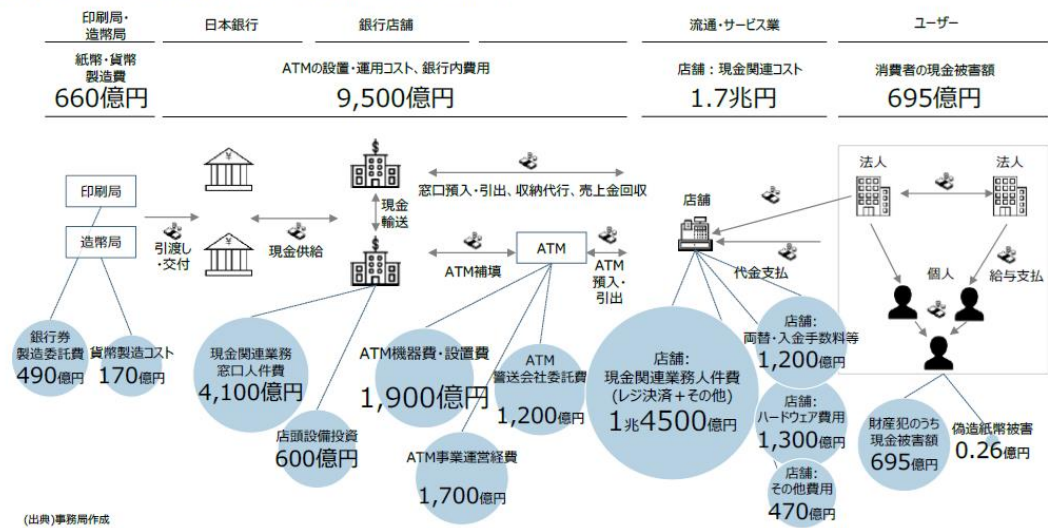
出所：ビザ・ワールドワイド・ジャパン

インフラコストの削減

将来像検討会では、現金決済に係るインフラコストが年間約 2.8 兆円であり、そのうち店舗における現金関連コストが約 1.7 兆円かかっているとの試算が示された。

図表 5. 将来像検討会において示された現金決済に係るインフラコスト

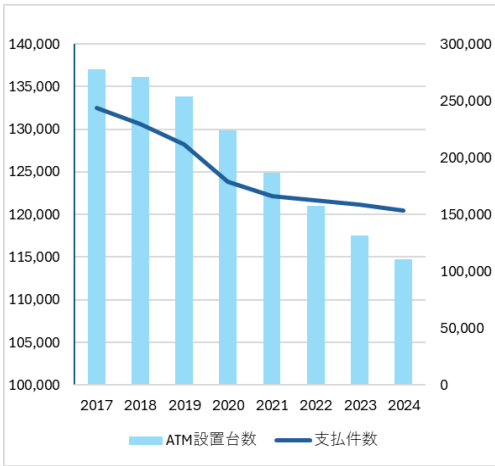
図表 35 現金決済インフラの直接的な社会コスト（年間）



出所：経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会とりまとめ」（2023 年 3 月）

2017 年以降、キャッシュレス決済の普及と同時期に ATM 台数が減少していることから、インフラコストのうち ATM の設置・運用コストは削減されていると想定される。

図表 6. ATM 台数と支払件数²



出所：一般社団法人全国銀行協会のデータを元に経済産業省で作成。

² 都市銀行、地方銀行等の 9 業態の台数の合計であり、コンビニ ATM 等は含まれていない。

また、過去検討会³において示された通り、キャッシュレス化により店舗の現金関連コストが削減できることから、キャッシュレス決済の普及とともに社会全体における店舗の現金管理コストも削減されていると想定する。

図表 7. キャッシュレス化による店舗における現金関連コストの削減効果

分類	削減効果
セルフレジ	・両替の作業時間 67%減 ・両替の手数料 60%減
モバイルオーダー	・レジ対応の作業時間 20%減 ・売上金振込・両替の作業時間 50～80%減
フルキャッシュレス	・違算金確認の作業時間 100%減 ・売上金振込・両替の作業時間 100%減

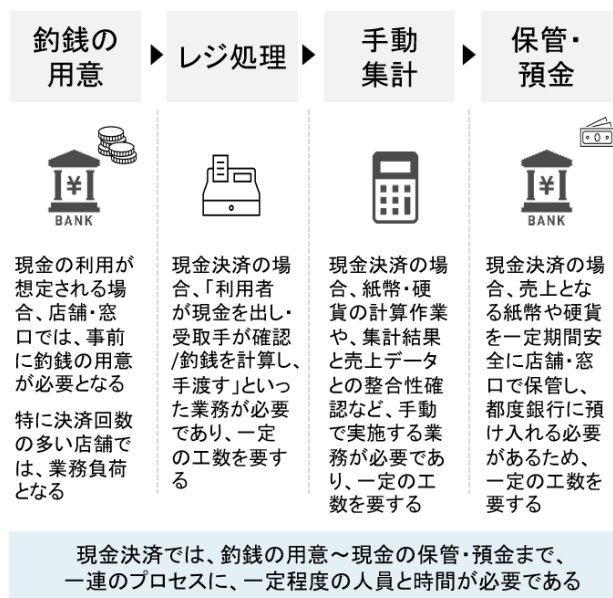
出所：「キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた環境整備検討会」（2022 年 3 月）のデータを元に経済産業省で作成。

業務効率化/人手不足対応

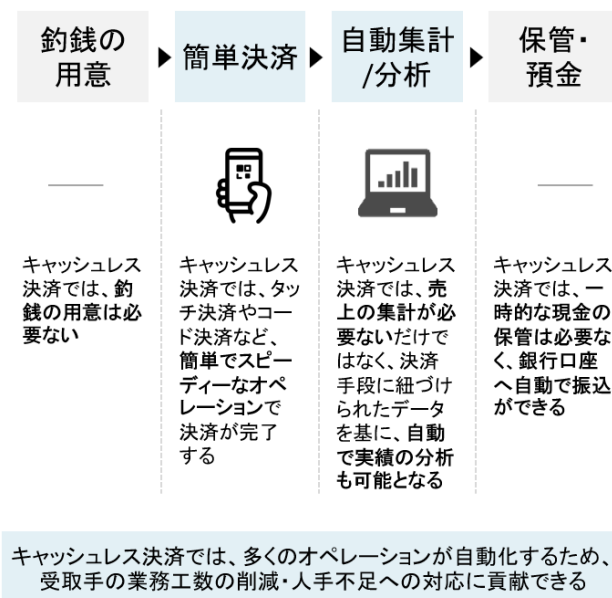
将来像検討会では、キャッシュレス化により、釣銭の用意、レジ処理、手動集計、保管・預金など、多くのオペレーションが削減・自動化されるため、店舗業務工数の削減・人手不足への対応に貢献することが示された。

図表 8. 将来像検討会で提示された「業務効率化/人手不足対応」の効果

「現金利用」における受取側の業務



「CL利用」における受取側の業務



出所：経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会とりまとめ」（2023 年 3 月）

³ 経済産業省「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」（2022 年 3 月）

現状では、セルフレジ、モバイルオーダーなど、付加価値を持つサービスも含めた提供が行われており、店舗における業務効率化が進んでいる。具体例としては、図表 9 に示すようなレジ処理や両替等における効率化が挙げられる。

図表 9. キャッシュレス化による業務効率化の事例

店舗	効率化の内容
飲食店 A	持ち運び可能な決済端末によりテーブルとレジの間の行き来の時間がなくなった。
飲食店 B 小売店 A	決済のセルフ化により、レジ処理時間が減り、顧客への商品提供時間が短縮された。
飲食店 C	両替のために銀行に行く機会が減った。

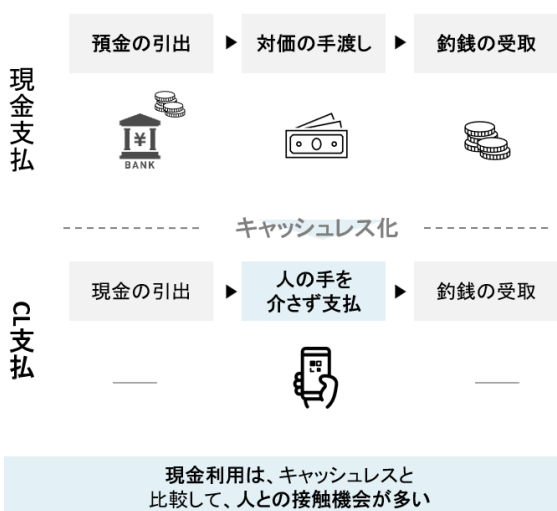
出所：検討会参加各社のホームページを元に経済産業省で作成。

公衆衛生上の安心の実現

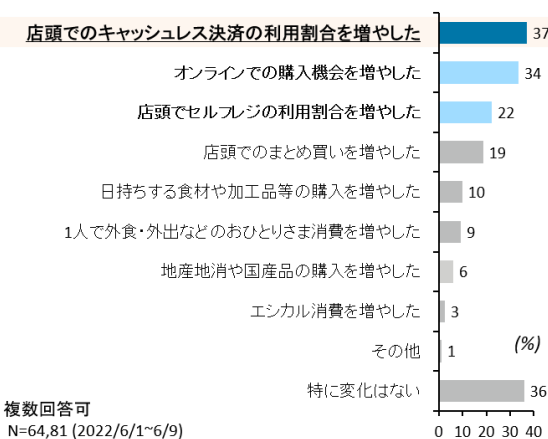
将来像検討会では、キャッシュレス化は人との接触機会を減らすため、Covid-19 をはじめとする感染症リスクへの消費者の心理的な不安の解消に資することが示された。

図表 10. 将来像検討会で提示された「公衆衛生上の安心の実現」の効果

現金利用とCL利用の行動



新型コロナ前後の消費行動様式の変化



実際に、コロナ前後の行動様式の変化を見ると、現金利用に対する不安や懸念があったことが伺える

出所：内閣府「第5回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」（令和4年7月22日）※なお国際決済銀行BISの報告書（Auer, Raphael, Cornelli, and Frost. "Covid-19, cash, and the future of payments." BIS Bulletins -2020）では現金決済そのものによる感染リスクは低い見解を示している

出所：経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会とりまとめ」（2023 年 3 月）

内閣府の調査⁴によれば、新型コロナ前後の消費行動様式の変化として、「店舗でのキャッシュレス決済の利用割合を増やした」と回答した人の割合が約 37%と最も多かったことから、一定の効果があったと考えられる。

現金の保有や取引機会の減少による不正/犯罪防止

将来像検討会では、キャッシュレス化は、「現金そのもの」の保有や利用を減少させることを通じて、不正や犯罪の抑止に貢献できるとされた。

図表 11. 将来像検討会で提示された「不正/犯罪防止」の例

- 現金の保有や現金の取引は不正/犯罪のリスクを生じさせている
 - CL化推進により、窃盗・内部不正の抑止や犯罪組織の資金特定に寄与できる

キャッシュレス化による不正 / 犯罪の抑止(例)

個人の利益		窃盗・強盗の抑止 …	- 現金を保管・保有することで、侵入強盗/窃盗やひったくりにあうリスクが存在する - CL化による認証機能や保証制度の存在が金銭的被害の抑制につながることに加え、身体や財に対するその他の法益侵害リスクの低減にも寄与できる
		不正取引の抑止 …	- 現金という犯罪の痕跡が残りにくい手段によって、特殊詐欺や闇金融といった不正な取引を十分に抑制できない側面が存在する - CL化によって、資金の流れや量が明らかになることで、犯罪の認知や抑止に寄与できる
事業者の利益		内部不正の抑止 …	- 現金決済では、小売店におけるレジの空打ち・取引履歴消去や持ち出し / 事業者内部に経理業務の不正操作など、金銭が流出するリスクが存在する - CL化によって、物理的な不正の抑止や、不審な取引の検知に寄与できる
		通貨偽装被害の抑止 …	- 現金決済では、通貨そのものが偽造され、取引の場では認知できないリスクが残る - CL化によって一元的なシステムで不正を抑止することで、個々の取引の場における被害を抑制することに寄与できる
社会の利益		脱税の抑止 …	- 現金決済では、「実態のない取引」や「帳簿に現れない取引」が発生することによって、脱税が行われるリスクが存在する - CL化によって、資金の流れや量が明らかになることで、脱税の抑止に寄与できる
		犯罪組織の資金特定 …	- 現金は、その匿名性の高さから、犯罪組織の資金源として利用される - CL化により、資金の流れや量が明らかになることで、犯罪組織の資金特定に寄与できる

出所：令和3年「警察白書」第2章-第1節 4.国民の財産を狙う事犯への対策、第2章-第4節 犯罪収益対策など

出所：経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会とりまとめ」（2023 年 3 月）

将来像検討会で例示された不正/犯罪については、キャッシュレスが普及するほどリスク低減が期待される。大阪・関西万博では全面的キャッシュレス決済を行ったが、加盟店アンケートの中で過不足金が発生しなかったとの結果が出ている⁵。過不足金の発生原因は必ずしも不正/犯罪とは限らないものの、キャッシュレス化が不正/犯罪抑止に有効であり、キャッシュレスの普及とともにリスクが低減することを示すデータと言える。

⁴ 内閣府「第 5 回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」（2022 年 7 月）

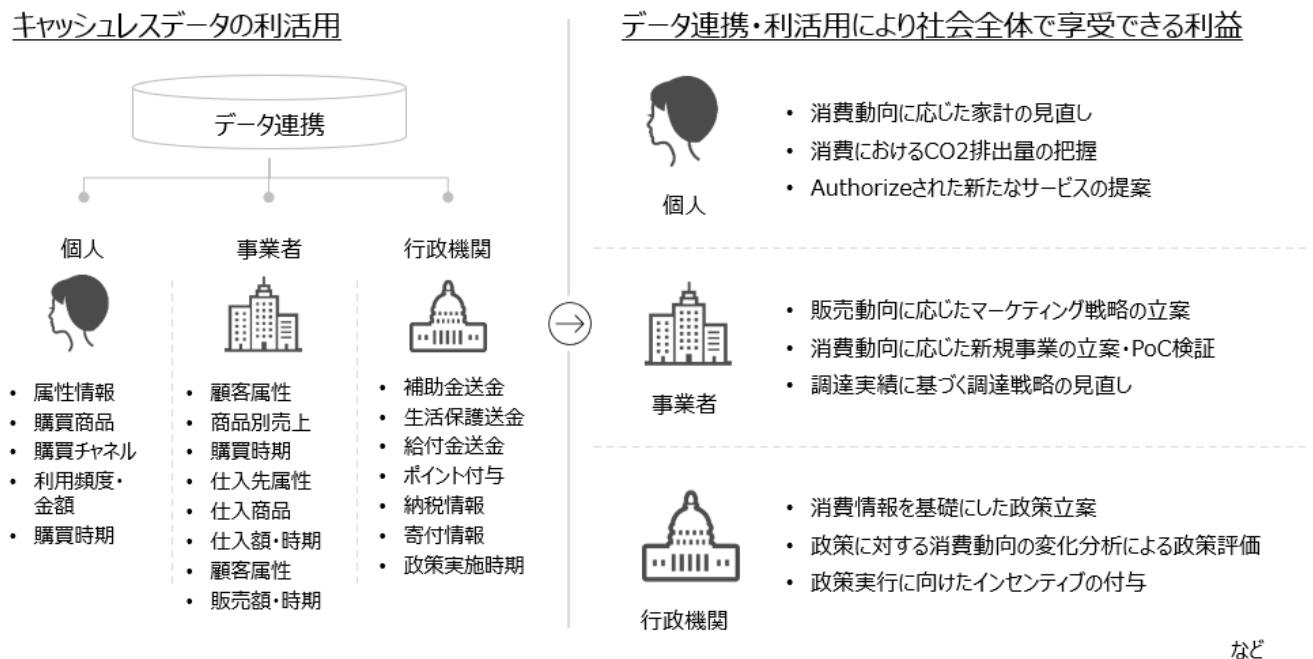
⁵ 出所：公益社団法人 2025 年日本国際博覧会協会「大阪・関西万博 全面的キャッシュレス決済運用の効果検証報告書」（2025 年 11 月）
個別に 7 店舗に対して 1 ヶ月間に過不足金は何件発生したかアンケートを実施したところ 0 件（通常店舗では 13 件/店発生）との結果が出た。

データ連携・デジタル化

将来像検討会では、以下 2 つが示された。

- ・キャッシュレス決済では、取引記録が自動的にかつ正確に記録され、データ化されること
- ・適切なデータ保護のもとで決済データを利活用することにより、社会全体で新たな利益を享受できること

図表 12. 将来像検討会で提示された「データ連携・デジタル化」の効果



出所：経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会とりまとめ」（2023 年 3 月）

現状、AI の進化・活用拡大が進んでおり、決済データにより享受できる利益がより大きくなっていると考えられる。例えば、将来像検討会では、「新たな消費機会の提案」が価値の例として示されたが、AI の進化・活用拡大によって、提案される消費機会の質・量の両方が向上していると想定される。

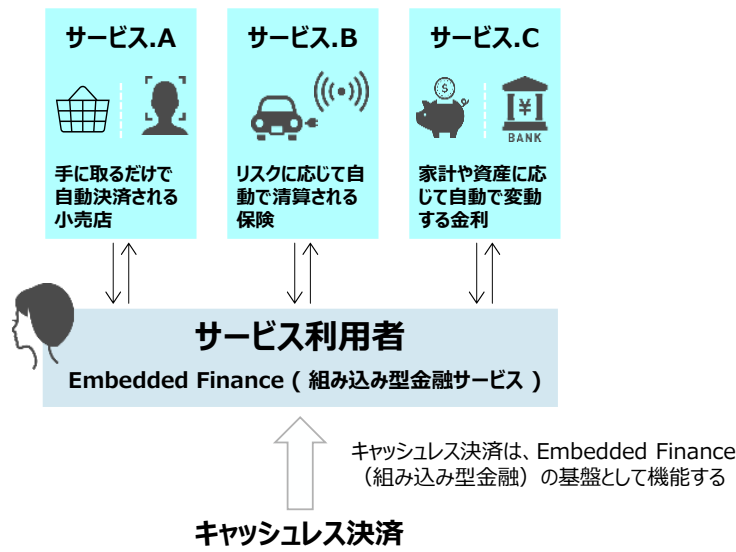
多様な消費スタイルの創造

将来像検討会では、様々なデジタルサービスとキャッシュレスが紐づけられることを通じて、多様な消費スタイルの創造に貢献できるとされた。例えば、商品を手に取るだけで自動決済される小売店や、料理をスマートフォンアプリで注文するフードデリバリーサービスなど、非金融事業者が自らのサービスに金融サービスを組み込む Embedded Finance（組み込み型金融）により様々なサービスが提供されている。

このようなサービスは日々進んでいると認識しているが、今後 AI の進化・活用拡大によって、このようなサービスが増加・進化し、サービス利用者の利便性が更に高まることが期待される。例えば、昨今では生成 AI 上に決済

機能を導入することで、生成 AI 上で商品検索から決済までを完結できるようなサービスも出てきている。

図表 13. 将来像検討会で提示された「多様なスタイルの創造」の例



出所：経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会とりまとめ」（2023 年 3 月）を元に経済産業省で作成。

1.2 環境変化と社会的意義への影響

次に、将来像検討会以降で出てきた環境変化とそれによるキャッシュレス推進の社会的意義への影響について考察する。本検討会の中では社会的意義に影響しうる環境変化として、「新紙幣発行」、「CBDC・ステーブルコインの検討」、「人手不足の進行」、「コロナ収束」、「AI の進化・活用拡大」が挙げられた。

図表 14. 主な環境変化と社会的意義への影響

主な環境変化	キャッシュレス推進の社会的意義への影響
新紙幣発行	・新紙幣未対応の店舗もあり、現金の利便性が低下しているケースも発生。 ・キャッシュレスによる「 消費者の利便性向上 」、「 インフラコストの削減 」は引き続き重要。
CBDC・ステーブルコインの検討	・CBDC・ステーブルコインとキャッシュレスが併存し、社会的意義を果たすことになると想定するため、 意義は変わらない 。
人手不足の進行	・2030年代になると更に進行すると予想されるため、「 業務効率化／人手不足対応 」の意義はより大きくなる。
コロナ収束	・新たな感染症の発生リスクはあるため、「公衆衛生上の安心の実現」は引き続き重要。
AIの進化・活用拡大	・決済データ活用や購買シーンでのAI活用が進んでおり、「データ連携・デジタル化」は引き続き重要。

新紙幣発行

2024 年 7 月に 20 年ぶりに新紙幣が発行された。これにより、ATM や自動販売機等の機材では新紙幣対応が必要になったが、2025 年時点においても新紙幣に未対応の機材もあり、現金の利便性が低下しているケースもある。キャッシュレス決済ではこのような対応が不要ことから、キャッシュレス化による「消費者の利便性向上」、「インフラコストの削減」は引き続き重要である。

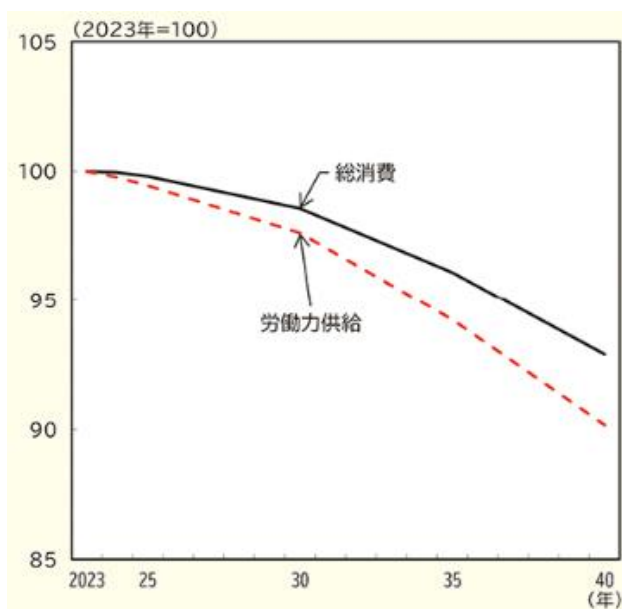
CBDC・ステーブルコインの検討

CBDC・ステーブルコイン等の新たな手段の検討が国内外で進んでいる。一方で、これらの新たな決済手段が登場しても、既存のキャッシュレス決済と適切に連携して、社会全体における利便性を向上させる⁶と考えられるため、キャッシュレス推進の社会的意義は変わらない。

人手不足の進行

人手不足については、現在も進行しており、特に中小企業における人手不足が顕著である。加えて、厚生労働省「令和 6 年版 労働経済の分析 ―人手不足への対応―」によれば 2030 年代に向けて労働力供給は総消費よりも速いペースで減少していくため、更に人手不足が進行すると予想される。そのため、キャッシュレス化による「業務効率化/人手不足対応」の重要性が一層増していると考ええる。

図表 15. 総消費と労働力供給



出所：厚生労働省「令和 6 年版 労働経済の分析 ―人手不足への対応―」（2024 年 9 月）

⁶ CBDC 関係府省庁・日本銀行連絡会議 第 2 次中間整理（2025 年 5 月）

コロナ収束

コロナについては、2025 年時点では収束しているところではあるが、今後も新たな感染症のリスクはあるため、「公衆衛生上の安心の実現」は引き続き重要である。

AI の進化・活用拡大

キャッシュレスの分野においては、決済データ活用や購買シーンでの AI 活用が進んでいるところであり、「データ連携・デジタル化」は引き続き重要である。

上記の通り、環境変化とその社会的意義への影響を踏まえても、キャッシュレスの社会的意義は引き続き重要であり、特に人手不足が進行する環境下で、「業務効率化/人手不足対応」の意義はより大きくなっている。

2 目標

2.1 指標の定義

キャッシュレスの進捗を測る指標については、一定程度キャッシュレスが浸透した現在では、国内の利用実態に沿ったものとするのが求められており、将来像検討会等において「より消費者実感に即した新指標」が議論されてきたところである。本検討会においても、現指標の課題を改めて整理した上で、新指標の検討を行った。

2.1.1 現指標の定義と課題

現指標は、「国際比較が可能であり、かつ 2018 年 2 月現在において取得可能なデータにより生成する」という方針に基づき「キャッシュレス・ビジョン」で設定された。「国民の生活に密接に関係する事業者と消費者間の支払（B2C）」を対象にしているため、クレジットカード、デビットカード、電子マネー、コード決済の 4 つの取扱高の合計を民間最終消費支出で除して比率を算出している。

図表 16. 現指標の定義

【現指標】

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

（出所）

※1 （一社）日本クレジット協会調査、※2 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」。クレジットカード及びブランドデビットカードとの紐付け利用分、クレジットカード及びブランドデビットカードからのチャージ分は除く

※5 内閣府「国民経済計算」（名目）

しかし、現指標については、将来像検討会において

- 口座振替等の銀行取引が算入されていない点
 - 民間最終消費支出には支払実態の伴わない「持ち家の帰属家賃」等が含まれる点
- など複数の課題が示されている。

このため、本検討会では過去の議論を踏まえ、新指標の検討を行った。ただし、これまでの継続性や国際比較可能性の観点から現指標も併用することとし、現指標は国際比較の目的で利用する「国際比較指標」、新指標は（国内の）キャッシュレスの進捗状況把握の目的で利用する「国内指標」と定義した。

図表 17. 2026 年以降の指標の考え方

現在		2026年以降	
指標	用途	指標	用途
現指標	（国内の）キャッシュレスの進捗の測定、国際比較の2つの目的で利用。	現指標	国際比較の目的で利用。 「国際比較指標」と定義。
		新指標	（国内の）キャッシュレスの進捗を測る目的で利用。 「国内指標」と定義。

2.1.2 国内指標

新たな指標の策定にあたり、比率の計算に用いられる分子、分母それぞれについて議論を行った。

分子

銀行取引（口座振込・口座振替）をキャッシュレス決済として扱うことも検討したが、現時点では正確な統計が存在せず、新指標に含めることは困難であることから、現指標（国際比較指標）の分子から変更しない方針とした。なお、銀行取引がキャッシュレス推進の社会的意義を満たす点を踏まえ、将来的に統計整備が進展した場合には柔軟に対応する。

分母

より個人消費の実態に沿ったものとする観点から「家計最終消費支出－持ち家の帰属家賃⁷」とする。まず、現指標（国際比較指標）で使用されている「民間最終消費支出」には、非営利団体の消費⁸が含まれていることから「家計最終消費支出」に変更する。また、「持ち家の帰属家賃」は支払実態を伴わない費用であることから、分母から減算する。

図表 18. 国内指標の定義

【国内指標】

キャッシュレス決済比率 =
$$\frac{\text{クレジットカード支払額※1} + \text{デビットカード支払額※2} + \text{電子マネー支払額※3} + \text{コード決済支払額※4}}{\text{家計最終消費支出※5} - \text{持ち家の帰属家賃※5}}$$

(出所)

※1 (一社) 日本クレジット協会調査、※2 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」。クレジットカード及びブランドデビットカードとの紐付け利用分、クレジットカード及びブランドデビットカードからのチャージ分は除く

※5 内閣府「国民経済計算」(名目)

定義変更による影響

2024 年実績で国内指標と国際比較指標を比較すると、金額においては、国内指標の分母は国際比較指標と比較して約 57 兆円減少する。また、比率においては、国内指標ではキャッシュレス決済比率は 51.7%となり、国際比較指標より約 9 ポイント高い値となる。ただし、比率の経年推移の傾向に大きな差異はなかった。

図表 19. 各指標のキャッシュレス決済金額・比率推移

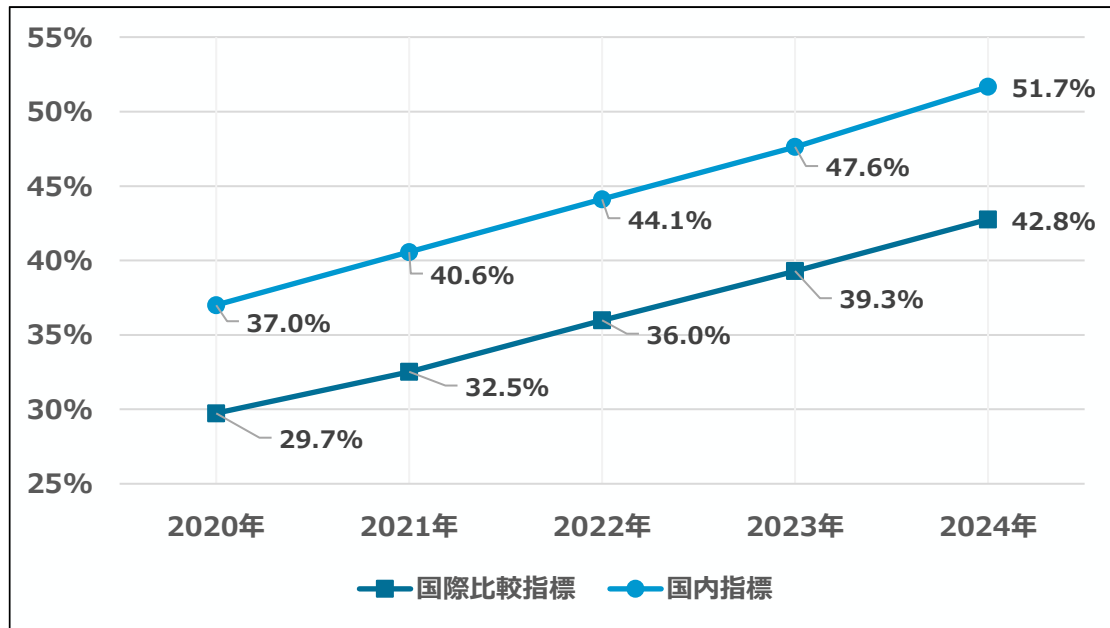
	現新	項目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
1	共通	キャッシュレス決済額（分子）	85.8	95.0	111.0	126.7	141.0
2	国際比較指標	民間最終消費支出（分母）	288.6	292.0	308.5	322.4	329.8
3		キャッシュレス決済比率	29.7%	32.5%	36.0%	39.3%	42.8%
4	国内指標	家計最終消費支出－持ち家の帰属家賃（分母）	231.9	234.1	251.7	266.0	272.9
5		キャッシュレス決済比率	37.0%	40.6%	44.1%	47.6%	51.7%

※金額の単位は兆円。

⁷ 実際には家賃の支払いを伴わない自己所有住宅（持ち家住宅）についても、通常の借家や借間と同様のサービスが生産され、消費されるものと仮定して、それを一般市場価格で評価したもの。

⁸ 家計に対して財やサービスを無償または低価格で提供する民間の非営利団体（宗教団体、社会・文化・教育活動を行う NPO 法人、医療・福祉を提供する非営利団体等）が、自らの最終消費のために行う支出。

図表 20. 各指標のキャッシュレス決済比率の推移



なお、CBDC やステーブルコインといった新しい決済手段の検討が進んでいることや、現時点では統計上の制約で銀行取引の考慮が難しい状況を鑑みて、今後、CBDC やステーブルコイン等の新たなキャッシュレス手段が登場した場合や、統計の整備等でより正確な情報を取得可能になった場合には、柔軟に対応していく方針とする。

2.1.3 留意事項

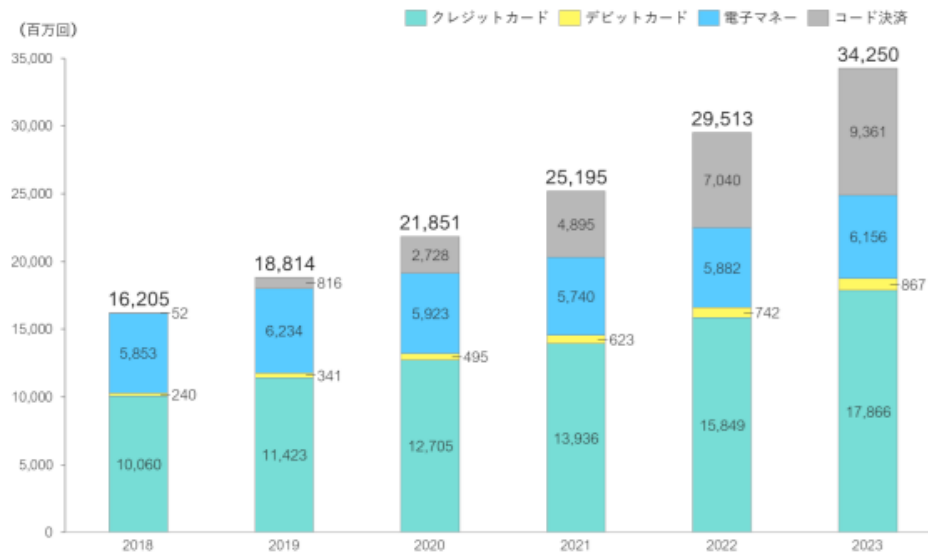
各国において持家比率や、銀行取引の利用度合い等が異なるため、国際比較には一定の留意が必要である。特に「わが国の場合、銀行口座での引き落としのほか、振込の割合が大きいのが特徴である」⁹ため、他国と比べてキャッシュレス決済比率が低く算出される可能性がある。

2.2 決済件数（参考情報）

キャッシュレス決済件数は、消費者の利便性や加盟店の業務効率化といった社会的意義の進捗を測定する上で有用な場合がある。他方で、分母（現金も含めた総決済件数）を出すのが困難であることから、キャッシュレス決済比率公表時に参考情報としてキャッシュレス決済件数を公表する。

⁹ 内田眞一「業務からみた日本銀行日本金融学会 -2025 年度春季大会における講演-」（2025 年 6 月）

図表 21. キャッシュレス決済件数



(出典) クレジットカード：日本クレジット協会「クレジットカード動態調査」
 デビットカード：日本銀行「決済動向」
 電子マネー：日本銀行「決済動向」
 コード決済：キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」

出所：一般社団法人キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス・ロードマップ 2024」（2024 年 12 月）

また、決済件数については以下のような前提条件が存在する点に留意する必要がある。

- クレジットカードの件数は一部のカード会社（26 社）に対する調査結果であること
- クレジットカードとコード決済の重複（例：クレジットカードを紐付けたコード決済で支払った場合、2 件とカウントされてしまう）があること

2.3 目標

将来目標

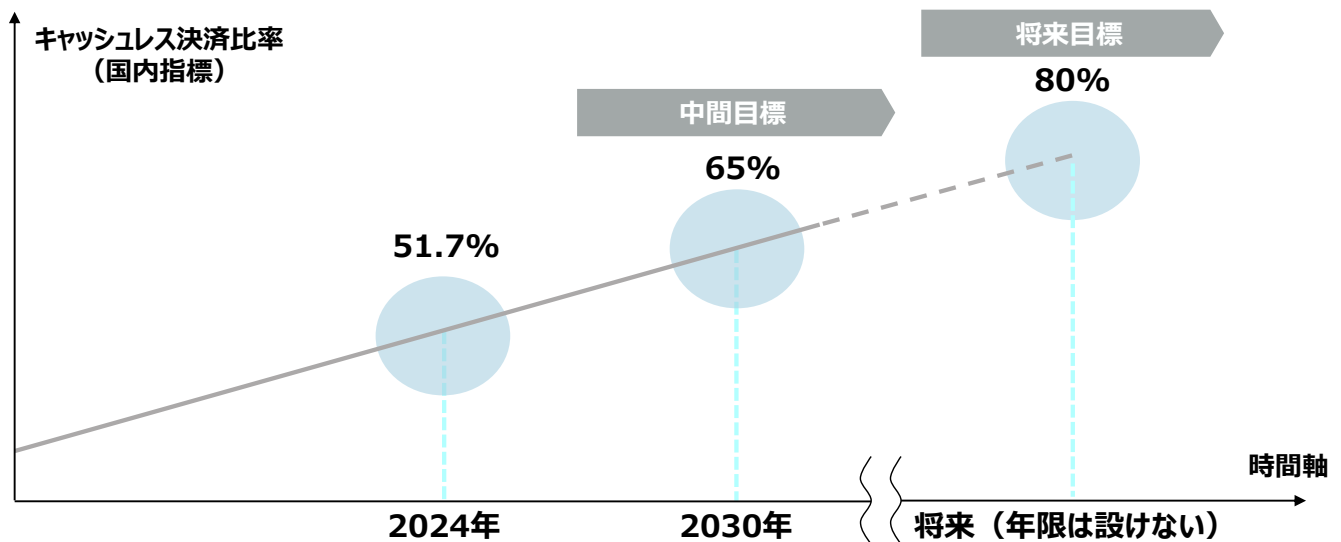
将来的な目標（キャッシュレス決済比率 80%）については、国際比較指標の分母には持ち家の帰属家賃等が含まれており、約 57 兆円（約 17%相当）を占めることから、「国内指標でキャッシュレス決済比率 80%」と設定するとともに、可能な限り早期の達成を目指す。

中間目標

国内指標で、2024 年実績の 51.7%と将来目標 80%の中間値である 65%（国際比較指標で 55%¹⁰）とし、達成年次については、先に国際比較指標で 40%を達成した諸外国の推移を参考に、2030 年とする。

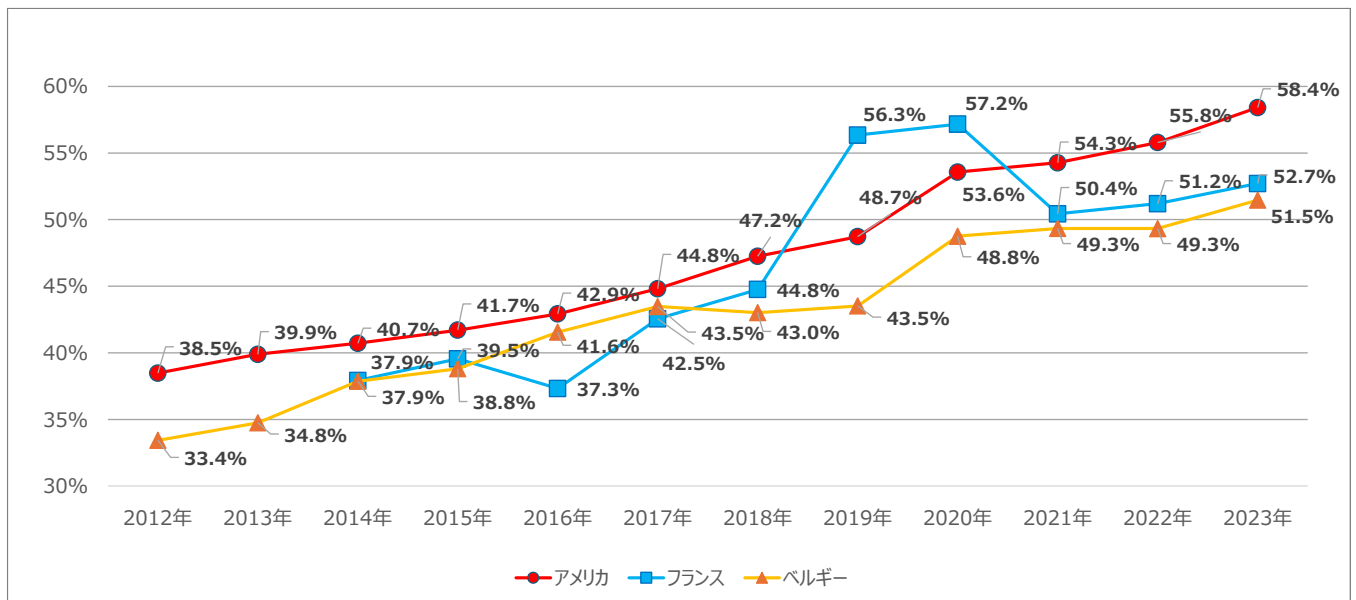
¹⁰ 国内指標と国際比較指標では、2020 年～2024 年の実績において国内指標の方が 8～9%程度高いことを考慮し設定。

図表 22. 将来目標と中間目標



国際決済銀行（Bank for International Settlements。以下、「BIS」と記載）等のデータから、日本に先駆けて 2010 年代にキャッシュレス決済比率 40%に達した先進国はアメリカ、フランス、ベルギーであり、このうちキャッシュレス決済比率 40%達成以降、2023 年までの平均的な伸び率が最も高いのはアメリカである。アメリカが 42.9%から 55.8%へ到達するまでに 6 年を要していることを踏まえ、2030 年を目標達成年次と設定する。

図表 23. 海外におけるキャッシュレス決済比率の推移



出所：世界銀行「HOUSEHOLDS AND NPISHS FINAL CONSUMPTION EXPENDITURE（2025/10/7 版）」、BIS「『PAYMENT STATISTICS』の非現金手段による年間支払金額」を元に経済産業省にて作成。

日本のキャッシュレス決済比率は 2017 年以降順調に上昇しており、直近 5 年間の実績では年間 3%程度伸びている。これは、新型コロナウイルスの流行によるキャッシュレス化の進展等の特殊要因があったことも影響していると考えられる。それに加え、キャッシュレス決済比率の高まりに伴い、拡大余地が徐々に小さくなっていくことも鑑みて、40%に先に到達した先進国の推移を参考に目標を設定している。ただし、この目標設定は日本における年間 3%程度の伸びが鈍化することを予見するものではない。

なお、国内指標でキャッシュレス決済比率が 65%に達している状態は、国内指標に銀行取引が含まれていないことを鑑みると、購買の多くが広義のキャッシュレス決済（現金を使わない取引全般）で取引される状態だと考えられる。

消費者視点では、キャッシュレス決済を利用する意思のある消費者が、日常生活の大半の場面でキャッシュレス決済を利用できる状態と考えられる。それにより、現金を持ち歩かずに生活することも可能となり、スピーディーな支払いや家計管理の手間削減等、キャッシュレス推進の社会的意義で挙げられた利便性の向上が今以上に期待される。

加盟店視点では、キャッシュレス決済を受け入れる加盟店の取引の大半がキャッシュレス決済となることが見込まれる。これにより、レジ締め作業の簡素化や現金管理・釣銭準備の負担軽減などが進み、今以上に業務効率化が期待される。

社会全体の視点では、現金の流通が減ることで、インフラコストの削減や不正/犯罪抑止が更に進むことが期待される。

このように、キャッシュレス決済比率が 65%に達すれば、キャッシュレス推進の社会的意義に掲げた効用が社会全体でより大きくなるものと想定している。

有識者検討会での主な意見は以下の通り。

国内指標の定義

- 持ち家の帰属家賃を分母から除いた方が適切であり、国内指標の変更内容に賛成。

指標の併用

- 他国との比較の観点や、「キャッシュレスが進んでいる」という国民の誤解を招かないためにも、現指標と新指標の併用が望ましい。

決済件数（参考情報）

- 昨今、キャッシュレス決済の単価が落ちていることや券種ごとに単価が異なること等を踏まえ、決済金額だけでなく決済件数で測るということも考える。
- 指標を件数ベースにするのは難しいが、周辺情報として記載するのは一案。
- キャッシュレス決済の件数情報を参考情報として記載することは電子マネーやコード決済が少額決済領域を中心に幅広くカバーする国内の状況を表しており、意義があると考え。

目標

- キャッシュレス比率が 65%まで達成した場合、指標の定義には口座振替が含まれていないことを鑑みれば、「キャッシュレス決済を利用したい消費者が利用出来る」、「キャッシュレスを導入したい店舗も導入できる」段階に達すると考えるため、十分に高い水準と考えている。
- CBDC やステーブルコイン等の新たな決済手段の議論が進展する可能性も鑑みて、キャッシュレス比率の目標を 2030 年に 65%とし、将来の環境変化に応じて柔軟に見直す方針が妥当と考える。
- 65%は達成可能かつ現実的な目標値だと理解しているものの、本検討会の主旨である、「キャッシュレス決済のさらなる普及を目指す」ことを鑑みた場合、65%を超える水準を目指すという、より意欲的な姿勢を示すべきではないか。
- 65%という目標値は受け取り手によって高低の捉え方が異なるを考える。そのため、キャッシュレス比率 65%が実現された状態とはどのような状態なのか、同時に発信することが有効ではないか。
- 65%が野心的であることを明確にするためにも、キャッシュレス推進上の課題に対して政府・事業者は継続して取り組む必要があるといった、明確な姿勢を同時に発信することが必要だと考える。

3 課題と取組の方向性

3.1 官民で対応すべき課題

将来像検討会で挙げられた課題は、「キャッシュレス拡大上の課題」と、「キャッシュレス化における社会的課題」の2つに整理される。

将来像検討会では、加盟店、消費者それぞれにおいてキャッシュレスを拡大させるための課題が示されており、本書では「キャッシュレス拡大上の課題」と定義する。

「キャッシュレス化における社会的課題」については、将来像検討会において「インフラコスト」、「加盟店負担」、「不正利用」、「ユーザビリティ」の4つの課題が示されている。いずれもキャッシュレス化によるメリットが限定的になる、またはキャッシュレス化によりデメリットが発生するといった課題であり、キャッシュレス推進と同時に解決すべき社会的課題である。

図表 24. 将来像検討会で挙げられた課題

課題		説明
キャッシュレス拡大上の課題	加盟店	キャッシュレス効果の訴求、市場競争による手数料低減等による低利用領域でのキャッシュレス利用拡大 例) 特定業界、中小企業等
	消費者	消費者のキャッシュレスへの不安解消、フリクションの小さい決済手段の導入等による低利用層、現金層へのキャッシュレス拡大
キャッシュレス化における社会的課題	インフラコスト	キャッシュレス決済のインフラコスト※の低減 ※キャッシュレス提供に必要なシステムや運用コスト
	加盟店負担	キャッシュレス決済導入による加盟店負担（金銭・非金銭）の低減 ・キャッシュレス対応端末やPOS改修費用等の初期コスト ・キャッシュレス手数料等の運用コスト ・キャッシュレスオペレーションの追加等の業務工数
	不正利用	不正利用件数の減少
	ユーザビリティ	どのような時も・全ての人が使える状態に向けたユーザビリティの向上 例) 災害時のキャッシュレス利用

本検討会においては、これら課題を整理・評価し、官民が連携して優先的に取り組むべき課題として、「低利用領域のキャッシュレス利用拡大」、「キャッシュレス効果の認知拡大」、「加盟店手数料/インフラコストに関する課題」、「セキュリティ」の4点を取り上げ、議論を行った。

図表 25. 官民で取り組む必要性の高い課題

将来像検討会（2022年）		本検討会	
課題		課題	説明
キャッシュレス拡大上の課題	加盟店	低利用領域のキャッシュレス利用拡大	・人手不足が進行しており、低利用領域におけるキャッシュレス利用拡大は引き続き重要課題。 ・キャッシュレス決済比率を更に高めるためにも必要。
	消費者	キャッシュレス効果の認知拡大	・官民で周知を行っているが、認知の広がりは一時的。 ・キャッシュレス推進の意義そのものに関わる課題であり重要。
キャッシュレス化における社会的課題	インフラコスト	加盟店手数料/インフラコストに関する課題	・低利用領域のキャッシュレス拡大の阻害要因。 ・インターチェンジフィー公開等を踏まえ、民間事業者による加盟店手数料の引き下げが行われた。 ・他方で、既存加盟店（特に中小加盟店）では、キャッシュレス決済比率の伸びに伴い手数料の負担感は大々くなっている。 ・キャッシュレス事業者も大きな利益が出ているわけではなく、インバウンド取引における逆さやのような構造上の課題も顕在化。 ・各社がそれぞれ決済システム及びネットワーク等を保有・利用しており、業界全体では非効率な部分がある。
	加盟店負担		
	不正利用	セキュリティ	・キャッシュレスの普及には、セキュリティが確保されることが重要。 ・割賦販売法では不正利用状況に留意した対策を求めている。
	ユーザビリティ	-	災害時にサービス継続できるようなオフラインでの決済継続や取引ルートの冗長化（対面／非対面、ネットワーク）のような取組が民間事業者で対応が行われている。

キャッシュレス拡大上の課題

将来像検討会では、消費者へのアンケートから「キャッシュレスを使用する割合」と「キャッシュレスが使えるイメージ」の2軸で業種を分類し、分類ごとに課題と取組の示唆をとりまとめた。本検討会では、課題が相対的に大きいと考えられるキャッシュレス低利用の領域（「キャッシュレスを使用する割合」と「キャッシュレスが使えるイメージ」ともに低い業種）のキャッシュレス利用拡大（以下、「低利用領域のキャッシュレス利用拡大」）を課題設定した。これらの領域は依然としてキャッシュレス決済比率が低いことが想定され、これらの領域の利用拡大をすることは、キャッシュレス決済比率 65%の目標達成のために重要であるとする。

また、将来像検討会で示された加盟店向けアンケート結果において、キャッシュレスを導入しない理由として、「現金で困っていない」、「手数料が高い」が上位に挙げられたことから、「キャッシュレス効果の認知拡大」、「加盟店手数料/インフラコストに関する課題」も課題として設定した。

なお、将来像検討会では、加盟店、消費者それぞれの課題が挙げられていたが、人手不足が進行している中で「業務効率化/人手不足対応」の重要性が高まっている状況も鑑みて、加盟店に着目して議論を行った。

キャッシュレス化における社会的課題

インフラコストについては、これ自体が課題であると同時に、加盟店負担の大きな部分を占める加盟店手数料に関する課題の原因にもなっていることから、本検討会においては、インフラコストと加盟店手数料を1つの課題（加盟店手数料/インフラコストに関する課題）として検討した。

加盟店負担については、将来像検討会において、「初期的コスト」、「手数料コスト」、「追加的な工数」の大きく3つが取り上げられていたが、市場における加盟店の声が特に大きく、これまで官民で継続的に取組を行ってきた手数料コスト（加盟店手数料）を中心に議論を行った。加盟店手数料については、前述の通り、インフラコストと密接な関係があるため、1つの課題（加盟店手数料/インフラコストに関する課題）として検討した。なお、初期的コスト（キャッシュレス対応端末のコスト等）については、決済事業者が加盟店手数料も含めて総合的な判断から価格設定しているため、加盟店手数料の課題に対応することで、初期的コストの対応にも繋がる。

不正利用については、消費者・加盟店が安心安全に使える環境整備がキャッシュレスを推進する上で非常に重要であることから、本検討会でも「セキュリティ」に関する課題として議論した。

ユーザビリティについては、将来像検討会において、「どのような時も・全ての人が使える状態は実現できていない」という課題が示されていた。しかし、具体的な課題として挙げられていた災害時の対応については、サービス継続できるようなオフラインによる継続や取引ルートの冗長化（対面/非対面、ネットワーク）といった取組が民間事業者において行われているため、本検討会の議論対象からは除外した。

3.2 各課題に対する取組の方向性

3.2.1 低利用領域のキャッシュレス利用拡大

ターゲットの選定

将来像検討会では飲食（個店）・クリーニング・理美容・病院などを低利用領域と位置付けていた。このうち、飲食、病院については大企業（飲食（チェーン）や病院（20床以上））ではキャッシュレス決済比率が比較的高く、中小企業（飲食（個店）、診療所（19床以下））のキャッシュレス決済比率が低い。また、クリーニング、理美容は中小企業が多い市場である。加えて、各業界において業界固有の課題も大きくないことから、キャッシュレス導入にあたって直面している課題は、中小企業共通の課題に起因する部分が大いと考えられる。また、中小企業の市場規模は約144.3兆と推定され、この領域のキャッシュレス決済比率を高めることができれば、中間目標である2030年にキャッシュレス決済比率65%（国内指標）の達成に大きく寄与すると考える。

図表 26. 低利用領域の普及状況と課題

分類0	分類1	普及状況、課題等	市場規模
業界	飲食（個店）	飲食（チェーン）はキャッシュレス決済比率が比較的高く、飲食（個店）のキャッシュレス決済比率が低い。飲食特有の課題は大きくない。	約24.2兆 ※1
	病院	病院（20床以上）のクレジット導入率（2024年）が約65%に対して、診療所（19床以下）は2024年時点で約36%と導入率が低い。固定された診療報酬等の業界固有の課題はあるが、規模の差がキャッシュレス普及に大きく影響しており、中小企業共通の課題が大いと考えられる。	約5.9兆 ※2
	クリーニング	中小企業が多く、キャッシュレス決済の利用率が低い。クリーニング業界特有の課題は大きくない。	約0.3兆
	理美容	中小企業が多く、キャッシュレス決済の利用率が低い。理美容業界特有の課題は大きくない。	約2.1兆
規模	中小企業	事業者ヒアリングからクレジット導入率は約4割、コード決済の導入率は約6割であり、依然として大企業と比較して進んでいない。	約144.3兆 ※3

※1：外食産業（料理品小売業含む）の市場規模であり、飲食業全体の規模ではない。また、個店以外も含まれる。

※2：国民医療費のうち患者等負担分（患者負担及び自動車損害賠償責任保険による支払い分）

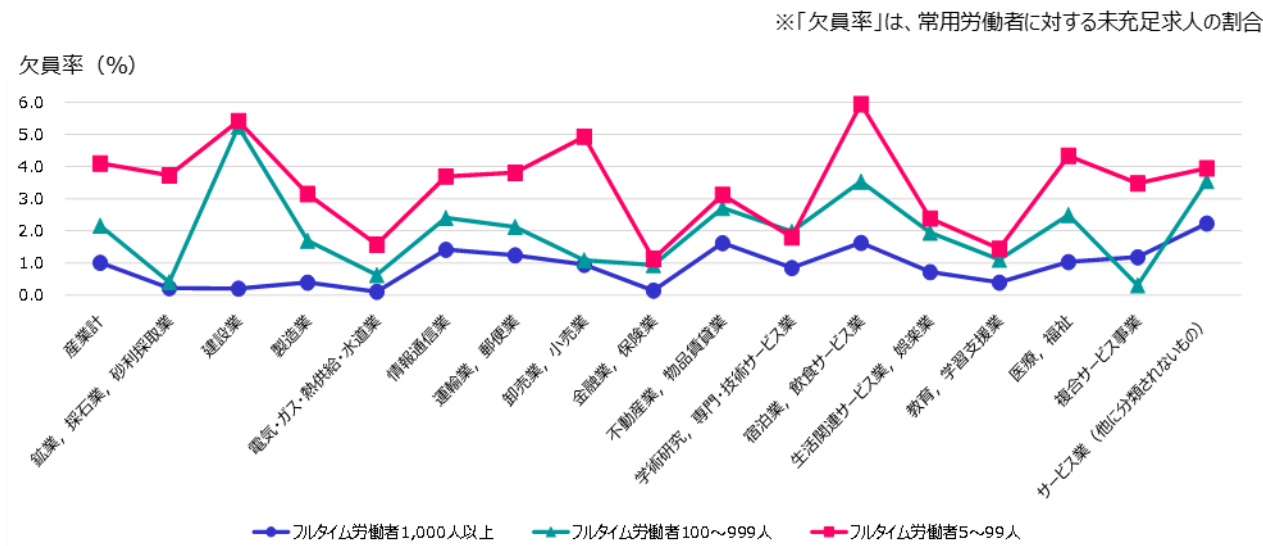
※3：B2C取引が多い小売業、宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽、教育・学習支援業、医療・福祉の合計値。

「2025年版中小企業白書 産業別規模別売上高」から2020年の業界別売上高を抽出。家計の目的別最終消費支出を元に2020年から2023年の名目成長率を算出し、2020年の業界別売上高に乗ずることで2023年の業界別売上高を推計。

出所：厚生労働省「令和6年度 医療機関における外国人患者の受入に係る実態調査結果報告書」、厚生労働省「令和5(2023)年度 国民医療費の概況」、中小企業庁「2025年版中小企業白書 付属統計資料」、中小企業庁「中小企業実態基本調査 令和6年確報（令和5年度決算実績）」、経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会 とりまとめ」、内閣府「2023年度国民経済計算 付表(12)家計の目的別最終消費支出の構成」、一般社団法人日本フードサービス協会「令和4年・5年（各年1月～12月） 外食産業市場規模推計について」、矢野経済研究所「クリーニング関連市場に関する調査を実施（2023年）」、矢野経済研究所「理美容サロン市場に関する調査を実施（2025年）」、各事業者へのヒアリング。

加えて、加盟店にとって大きな意義を持つ「業務効率化/人手不足対応」の観点で見ると、図表27に示す通り、企業規模が小さい（フルタイム労働者が少ない）企業ほど人手不足が深刻であるという傾向がみられる。このことから、中小企業の方が、相対的にキャッシュレス導入の意義が大いと考えられる。

図表 27. 企業規模別・産業別欠損率



出所：厚生労働省「令和 6 年版 労働経済の分析 一人手不足への対応―」（2024 年 9 月）を元に経済産業省で作成。

以上のことから、「低利用領域のキャッシュレス利用拡大」では中小企業に着目し、課題と取組の方向性について議論を行った。

課題

将来像検討会では、中小企業がキャッシュレス決済を導入しない理由として、「現金で困っていない」、「手数料が高い」を上位に挙げている。このことから、「キャッシュレス効果の認知拡大」、「加盟店手数料/インフラコスト」の課題に対応することにより、「低利用領域のキャッシュレス利用拡大」についても対応可能である。

図表 28. キャッシュレス決済を導入しない理由（キャッシュレス未導入企業へのアンケート結果）

CL決済を導入しない理由は？(複数回答)		
	#1	#2
生活関連	65% ・ 手数料が高い	63% ・ 現金で困ってない
飲食	60% ・ 現金で困ってない	46% ・ 手数料が高い
小売	55% ・ 手数料が高い	42% ・ 現金で困ってない
娯楽	56% ・ 現金で困ってない	33% ・ 手数料が高い
宿泊	40% ・ 現金で困ってない	20% ・ 手数料が高い

出所：経済産業省「キャッシュレス将来像の検討会（概要版）」（2023 年 3 月）

有識者検討会での主な意見は以下の通り

低利用領域のキャッシュレス利用拡大

- キャッシュレス化による事業者にとっての効率化という観点で定量的な効果を示す必要がある。
- 今後のキャッシュレス普及の最大の課題は、中小企業のキャッシュレス化と認識。中小企業におけるキャッシュレス導入率を引き上げることができれば、最終目標であるキャッシュレス決済比率 80%の達成につながるため、具体的にどのようなことに対処すべきか議論する必要がある。
- 日本におけるキャッシュレス普及では 290 万の小規模事業者を取り残さないことが大事。中小企業・小規模事業者の間では、手数料の高さ、端末等の設備投資・維持にかかる負担、入金までのタイムラグといった課題が指摘されており、費用対効果が見込めない場合にはキャッシュレス導入が進まないのではないか。

3.2.2 キャッシュレス効果の認知拡大

キャッシュレスについては、利用にあたり費用がかかる一方で、業務効率化等の効果がある。また、キャッシュレスの課題についても改善が進んでいる部分がある。このような状況を踏まえ、加盟店が費用対効果を正しく認識し、導入の意思決定ができるようすることが重要である。そのため、周知にあたっては、コスト削減、業務効率化、売上向上といった加盟店にとってのメリット（プラス要素）と導入負担やトラブル懸念等のキャッシュレス未導入理由、導入後の課題（マイナス要素）の両方を総合的に示すことが重要である。

特に、キャッシュレス効果については、これまで定量データが不足していたところ、万博の全面的キャッシュレスの効果検証で定量データが取得できているため、その結果を活用する。加えて、キャッシュレス未導入の中小企業も効果を実感できるよう過去アンケート調査、民間事業者の事例等を補足する。また、周知については、民間事業者、各団体、経済産業省で協力して進めていくことが重要である。

周知に活用し得る情報としては、概ね以下のような点が挙げられる。なお、大阪・関西万博の全面的キャッシュレス決済の効果については、「Appendix 大阪・関西万博の全面的キャッシュレス決済運用の効果」参照。

プラス要素

● 全面的キャッシュレス決済で期待される効果

大阪・関西万博の全面的キャッシュレス決済の検証結果を用いて可能な限り定量データを周知する。具体的には以下のような内容が想定される。

- ✓ 1 スタッフあたりの売上効率が約 3 倍となったこと
- ✓ 現金関連業務時間が約 1/10 に短縮されたこと（1 ヶ月あたり 1,443 分→130 分）
- ✓ レジ締め時の過不足金の発生がゼロとなったこと

- 現金/キャッシュレス併用でも期待される効果

大阪・関西万博の全面的キャッシュレス決済の検証結果の中で、現金/キャッシュレス併用でも期待される効果、または、過去検討会で行ったアンケート・調査結果や民間事業者の事例を用いて周知する。

- ✓ レジ処理時間が約半分となり（56 秒→29 秒）、レジ対応時間が削減できるとともに、（店舗状況によっては）売上増にもつながること
- ✓ 両替作業や売上金振込等の現金関連業務時間が短縮できること
- ✓ 売上金と売上実績の照合作業の負担が軽減されること

マイナス要素への対応

- キャッシュレス未導入理由や、導入後の課題を払拭する内容

過去検討会で行ったアンケート・調査結果等を参考に、キャッシュレス未導入理由や導入後の課題を抽出し、それぞれに対する業界の取組等の実態を提示する。

- ✓ 加盟店手数料
 - ◇ 現金取扱コストと比較した場合に、必ずしもキャッシュレスが高コストとは限らないこと（万博の全面的キャッシュレス決済の事例では、現金管理業務の作業時間が約 1/10 となっている）
 - ◇ （中小企業向けに）低手数料のプランが各社から提供されていること
- ✓ 初期費用
 - ◇ 汎用端末¹¹での決済等の登場もあり、初期費用が安価、または無料のサービスが出てきていること
- ✓ 入金サイクル
 - ◇ 決済事業者によっては翌日入金や週次での入金に対応するサービスが提供されていること
- ✓ 災害時の利用
 - ◇ 民間事業者において災害時にサービス継続できるようなオフラインにでの決済継続や取引ルートの冗長化¹²といった対応が行われていること

¹¹ 決済専用のハードウェアでない、様々な用途に利用可能なハードウェアを指す。

¹² 対面決済ができない場合に非対面決済で処理する、ネットワークを冗長化する等の対応。

有識者検討会での主な意見は以下の通り

キャッシュレス効果の認知拡大

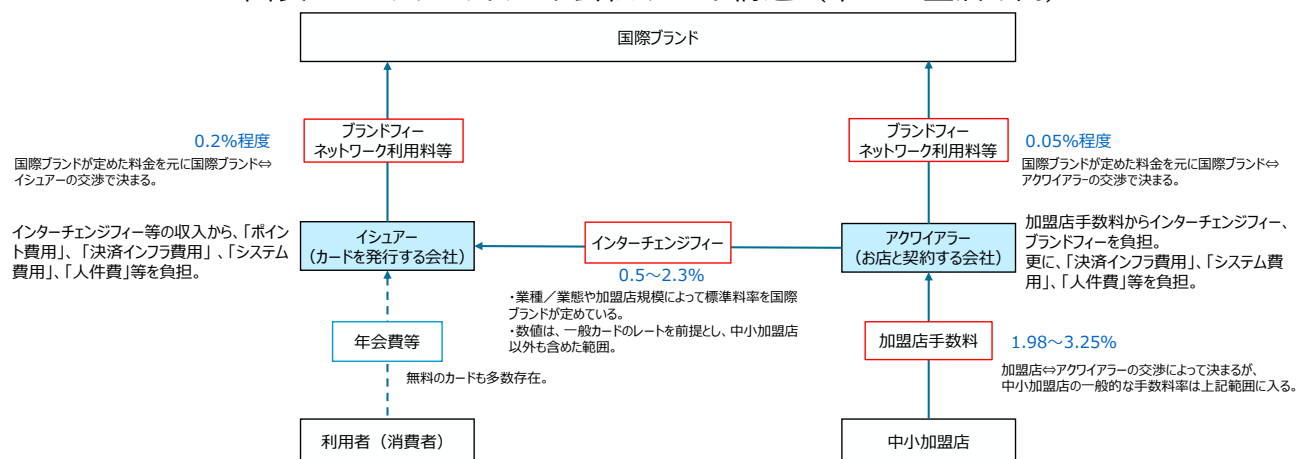
- キャッシュレス決済のメリットだけでなく、心理的なマイナス要素を減らすメッセージの両輪で発信することも重要だと考える。
- 大阪・関西万博のフルキャッシュレス実施は、現金を取り扱うコストが発生することを可視化した事例であり、現金取り扱いが無償ではないという事実を伝える絶好のきっかけであったため、この観点は引き続き強調していただきたい。
- 大阪・関西万博での効果検証で示された、現金取り扱いコスト・リスクの削減、労働生産性向上に関する定量的データの認知拡大を行い、普及につなげることが重要であり、どのように国民・事業者に啓発していくのかについて、丁寧に議論を深めることが重要である。
- 災害時、現金の毀損・盗難リスクから必ずしも現金が優れているとは言えない。昨今では予備電源の整備やオフライン決済の整備により、災害時でもキャッシュレスが活きることを認知拡大する必要がある。

3.2.3 加盟店手数料/インフラコストに関する課題

現状

キャッシュレス決済比率の上昇に伴い加盟店（特に中小加盟店）の手数料負担感は高まっている。他方で、各カード会社は手数料（インターチェンジフィー、ブランドフィー）以外にも、決済インフラ費用、システム費用等を負担しており、キャッシュレス決済事業者も必ずしも大きな利益を上げているわけではない。そのため、消費者、加盟店、決済事業者それぞれの状況を考慮しながら環境整備を進めていく必要がある。

図表 29. クレジットカード会社のコスト構造（中小加盟店の例）



出所：各所情報を元に経済産業省で作成。数値は例。

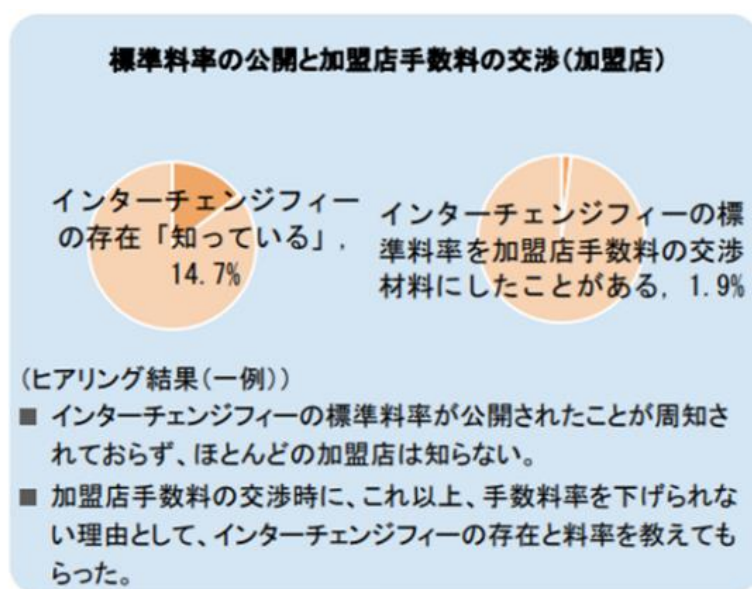
具体的には、「情報の非対称性の解消、交渉/競争の促進」、「インバウンド逆ざやに関する課題」、「インフラコストの低減」の3つについて議論を行った。

情報の非対称性の解消、交渉/競争の促進

2022年に経済産業省と公正取引委員会は、①加盟店（特に中小加盟店）と決済事業者間の交渉の促進、②決済事業者間の競争促進を目的にインターチェンジフィーの標準料率を公開することが適当であるとの考え方を示し、同年に経済産業省から国際ブランドに対して公開の要請を行った。

「①加盟店と決済事業者間の交渉の促進」については、公正取引委員会が実施した加盟店に対する実態調査¹³によれば、インターチェンジフィーを交渉材料にしたことがある加盟店は1.9%、インターチェンジフィーの存在を認知している加盟店も14.7%にとどまっているという結果が出ており、交渉は限定的な状況である。

図表 30. インターチェンジフィーの認知率と交渉の状況



出所：公正取引委員会「クレジットカードの取引に関する実態調査の事後検証について」（2025年6月）

また、「②決済事業者間の競争促進」については、インターチェンジフィーの公開や決済手段間の競争を背景に、2024年秋以降、複数の民間事業者から中小企業向けのクレジットカードの低手数料プランが提供されており、クレジットカードの手数料率が0.7～1.3%程度低下している事例も確認されている。しかしながら、こうしたプランの存在は必ずしも広く認知されておらず、実際の普及も限定的である。

¹³ 公正取引委員会「クレジットカードの取引に関する実態調査の事後検証について」（2025年6月）

図表 31. クレジットカードの低手数料プランの例

決済事業者	手数料率 *カッコ内は標準プランの料率			月額利用料(税込)
	Visa/MasterCard	JCB/American Express/Diners	(参考)QR コード決済 ¹⁴	
A 社	1.98% (3.24%)	2.38%(3.24%)	3.24% (3.24%)	3,300 円（無料）
B 社	1.98% (2.70%)	2.48%(3.24%)	3.24% (3.24%)	3,300 円(3,300 円)
C 社	2.20% (3.24%)	2.20%(3.24%)	2.20~3.56% (3.24~3.56%)	2,200 円（無料）
D 社	2.48%(3.24%)	2.48%(3.24%)	3.24% (3.24%)	無料（無料）
E 社	2.48%(3.24%)	2.48%(3.24%)	3.24% (3.24%)	無料（無料）
F 社	2.5% (3.25%)	2.5% (3.25%)	3.25% (3.25%)	無料（無料）

出所：各社ホームページの情報（2025 年 10 月時点）をもとに経済産業省で作成。

交渉が限定的である一方、各社から低手数料プランが提供されている現状を踏まえると、中小加盟店が低手数料プランを認識することにより条件の良いプランを選んだり、それらの情報を使って切り替えを図ったりすることが重要であると考え。低手数料プランについては、現状もアクワイアラー/決済代行事業者が周知（営業）を行っているが、低手数料プランの更なる充実・普及に向けて、政府も協力しながら、関係者が積極的な取組をすることが必要である。具体的には、図表 32 に示すような低手数料プランの条件について、各関係者の置かれている状況も踏まえながら見直しに向けた議論を進めていく。

図表 32. クレジットカードの低手数料プランの条件例

項目	条件例
従業員数・資本金	中小企業庁の定める中小企業者の定義に該当すること。
業種	適用外の業種あり。 例）不動産、ホテル・旅館、宅配 等
決済金額	金額の上限が定められている。 例）国際ブランドX社の直近1年間の決済金額が2,000万円以下
その他	他決済事業者のサービスを利用していないこと。

出所：各決済代行事業者のホームページの情報（2025/10 時点）をもとに経済産業省で作成。

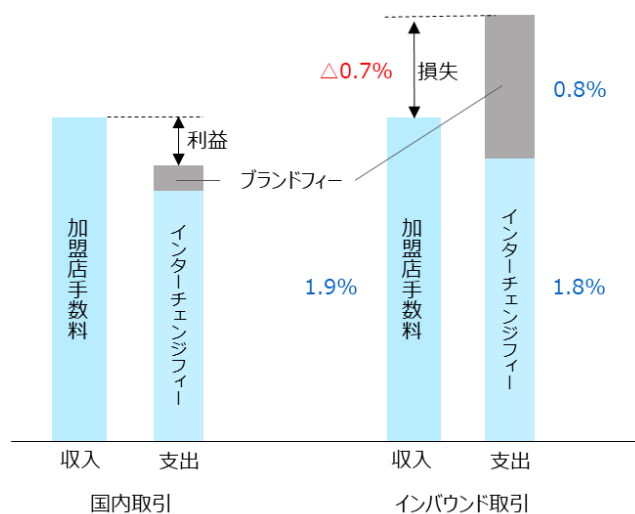
¹⁴ インターチェンジフィーはクレジットカードの制度であり、QR コード決済には影響しない。

インバウンド逆ざやに関する課題

キャッシュレス業界におけるコスト構造上の課題が顕在化している例として、インバウンド取引における逆ざやに関する課題がある。

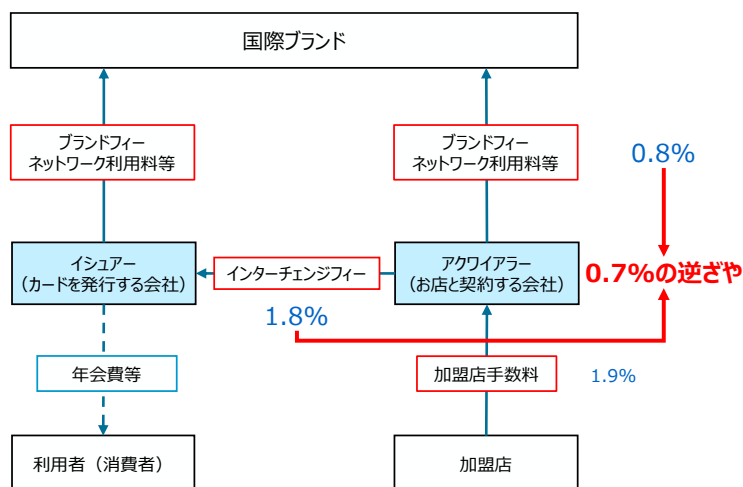
インバウンド取引においては、国内取引と比して提供コストが多くかかる等の理由から、インターチェンジフィー、ブランドフィーが高くなる。一方で、日本では、国内取引とインバウンド取引の加盟店手数料が同一であるケースが多いことから、インターチェンジフィー、ブランドフィーの増分をアクワイアラーが負担することになり、逆ざやになるケースがある。

図表 33. 国内取引とインバウンド取引の収支比較（例）



出所：各所情報を元に経済産業省で作成。数値は例。

図表 34. インバウンド取引におけるフィー構造（例）

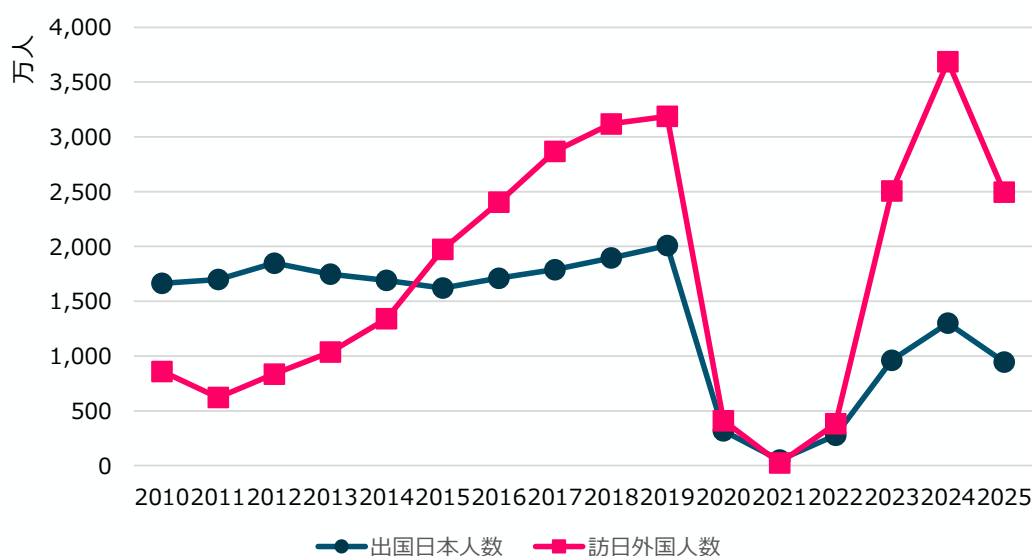


出所：各所情報を元に経済産業省で作成。数値は例。

インバウンド取引においてフィーが国内取引と比して高くなるのは経済的合理性があるものと考えるが、インバウンド取引の受益者は、消費者、加盟店の両方であるにも関わらず、インバウンド取引でのフィーの増分をアクワイアラが負担し、逆ざやになっている構造は継続性の観点から望ましくなく、課題である。

また、訪日外国人数の推移をみると増加傾向にあり、2024 年実績ではコロナ前の数を上回っている。観光立国推進基本計画（第 4 次）において、2030 年の政府目標は 6,000 万人となっていることから訪日外国人数は今後更に増えることが予想されるため、逆ざやは更に大きくなっていくと想定される。

図表 35. インバウンド/アウトバウンドの推移



※2025 年は 2025 年 1 月～7 月の暫定値。

出所：日本政府観光局（JNTO）「日本の観光統計データ」を元に経済産業省で作成。

このように訪日外国人の増加に伴いアクワイアラのコストが増加している現状も踏まえ、関係者間で課題や取組の方向性を検討していく。

インフラコストの低減

キャッシュレス決済のインフラについては、決済事業者各社が決済システムやネットワーク等を個別に保有・運用しているケースが多く、業界全体としてみると非効率な可能性があるとの指摘がある。

他方で、昨今では民間事業者において共同センタや汎用端末での決済の活用など、インフラ提供コストを低減する新しい取組が進んでいる。これら取組や新たな技術の活用（例：クラウドサービスの利用等）によってコストの低減がはかられることが期待される。

図表 36. インフラコスト低減の取組例

取組例	説明	削減が期待されるコスト
共同センタ	カード会社ごとにシステムを作るのではなく、共同システムを構築し、複数社が利用することで、1社あたりのシステム費用を下げていく。	カード会社のシステム費用
汎用端末での決済	スマートフォン等の汎用端末※で決済できるサービス。これにより決済端末の購入費用が不要になる。 ※決済専用のハードウェアでない、様々な用途に利用可能なハードウェアを指す	端末費用

有識者検討会での主な意見は以下の通り

加盟店手数料/インフラコストに関する課題

- 加盟店手数料に含まれるインターチェンジフィーには複数コストが含まれており、コスト分解したときに加盟店が支払うだけの妥当なコストかを掘り下げて議論すべき。インターチェンジフィーの中にポイント等の原資が含まれているが、それが加盟店の送客につながっているという実感を加盟店が持っていないのではないか。
- 加盟店手数料を引き下げるだけでなく、ステークホルダー各自が適正な利益を確保できる状態（ビジネスとしてサステイナブルな状態）を目指すことが求められる。
- 加盟店手数料の高さが注目される傾向にあるが、現金の取扱いコストを定量化しキャッシュレスの提供価値と比較することも、キャッシュレス導入のきっかけになると考える。
- 中小企業の加盟店手数料を下げると、大手企業の手数料にも影響する可能性があるため、それも踏まえた議論が必要である。
- 中小企業向け手数料・インターチェンジフィーの調整により、中小企業のキャッシュレス導入が進むことで、全体のトランザクション量が増加し、将来的に全ての事業者の利益増加に繋がる可能性がある。
- インターチェンジフィーについて、加盟店が分かりやすい形で情報を公開することが必要である。情報が理解しにくい状況は、中小企業の負担に直結するため、条件の簡素化や公表方法の改善等を通じて手数料構造の透明化を進めることがキャッシュレス導入の促進に資する。

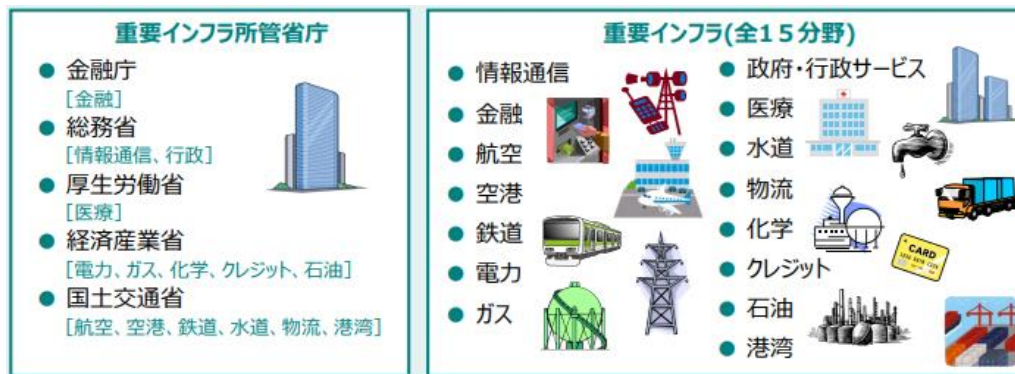
中小企業向け低手数料プランの普及拡大

- 中小企業の中には、「中小企業向け低手数料プラン」を知らない事業者が多い。普及を阻害している要因を整理し、適切に解消していくことが極めて重要である。
- 中小企業向け低手数料プランについては、営業手法や加入ルールの制約、取引高上限といった条件があり、これらによって恩恵を受けている加盟店が限定的になっている。
- アクワイアラー、イシューアーを含む全ての関係者がメリットを享受できる形で制度運用を進めていく必要があるため、まずは関係者が納得できる範囲から現行ルールの見直しを行い、その効果を検証したうえで、次の施策を検討することが重要である。

3.2.4 セキュリティ

キャッシュレスの普及には、サイバーセキュリティをはじめとするセキュリティの確保が重要。クレジットについては、サイバーセキュリティ基本法に基づく重要インフラ分野に指定されており、高いセキュリティ対策が求められている。

図表 37. 重要インフラのサイバーセキュリティに係る行動計画（抜粋）



出所：国際サイバー統括室「重要インフラのサイバーセキュリティに係る行動計画の概要」（2024 年 4 月）

割賦販売法では加盟店に対して各社の不正利用リスクに応じた対策の実施が義務づけられており、不正利用被害額及び不正利用発生率などの不正利用の発生状況にも留意した対策を求めている（2025 年 9 月「割賦販売法（後払分野）に基づく監督の基本方針」改正）。

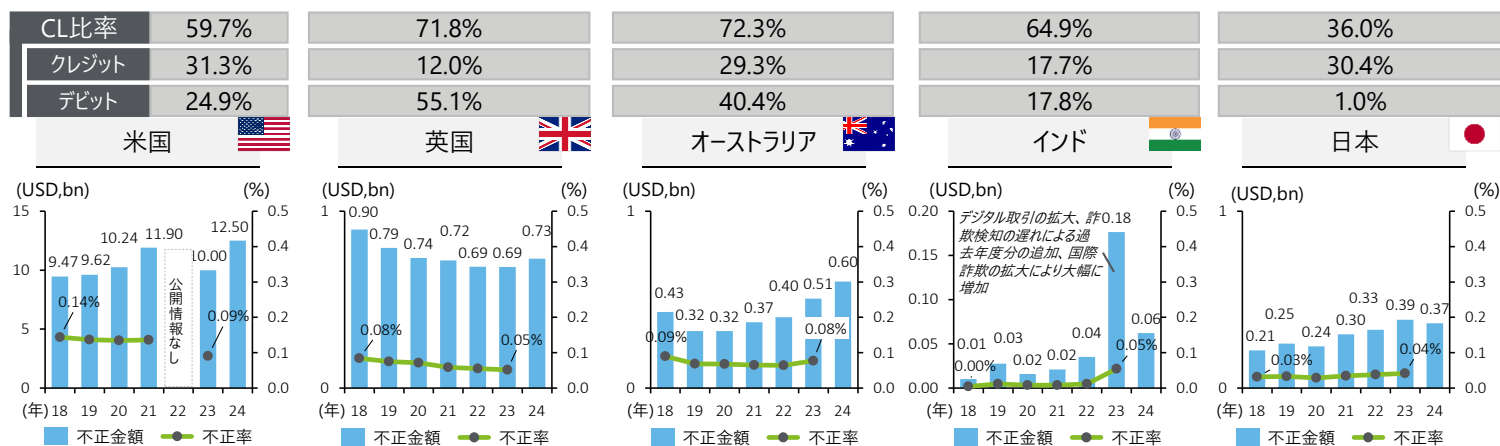
図表 38. 割賦販売法（後払分野）に基づく監督の基本方針

Ⅱ-2-2-5-5 加盟店におけるクレジットカード番号等の適切な管理等 クレジットカード番号等は、不正に取り扱われた場合には、利用者等の財産被害に直結し得るものであり、要保護性が高い情報であり、クレジットカード番号等を取り扱う事業者それぞれがクレジットカード番号等を適切に管理し、クレジットカード番号等が不正に取り扱われることを防止するための措置を講じる必要がある。 これらを踏まえ、割賦販売法では漏えい等の事故、不正利用及び自社の役職員等によるクレジットカード番号等の不適切な方法による取扱いを防止するための措置を講じることを義務付けている。 クレジットカード番号等の漏えい等の事故の防止措置及び不正利用の防止措置に関しては、法令においてはセキュリティ確保に不可欠な機能のみを定め、その実現手段及び方法については、各事業者の創意工夫に基づく多様な手法に対してオープンなものとする「性能規定」の考えの下、加盟店に対して必要かつ適切な措置を講ずることを求めている。この「必要かつ適切な措置」については、最新の技術動向等を踏まえて毎年見直しが行われるガイドラインに掲げられる措置が実務上の指針となるものであり、ガイドラインに掲げる措置又はそれと同等以上の措置を講じている場合には「必要かつ適切な措置」が講じられているものと認められる。 <u>なお、上記の「必要かつ適切な措置」のうち、加盟店が講ずる不正利用を防止するための措置については、当該加盟店の不正利用発生額及び不正利用発生率などに留意し、リスクに応じた措置を講ずることが求められる。</u>
--

出所：経済産業省「割賦販売法（後払分野）に基づく監督の基本方針」

日本の不正率は海外と比較して抑えられている状況ではあるが、今後も状況を注視し、引き続き不正発生状況のモニタリングと必要な対策を実施する。

図表 39. 不正率/不正金額の各国比較



3.3 課題と取組のまとめ

本検討会では 2030 年にキャッシュレス決済比率 65%（国内指標）の目標達成に向け、「低利用領域のキャッシュレス利用拡大」、「キャッシュレス効果の認知拡大」、「加盟店手数料/インフラコストに関する課題」、「セキュリティ」の 4 つの課題を挙げ、対応するための取組について議論を行ってきた。

2025 年時点でキャッシュレス決済比率は 51.7%（国内指標）まで進んでいるため、多くの領域ではキャッシュレスが浸透している状況であると考え。そのため、「低利用領域のキャッシュレス利用拡大」は目標達成に向けて重要な課題である。利用拡大を進める低利用領域については、将来像検討会で実施した消費者アンケート結果を元に議論を行った結果、中小企業をターゲットに設定した。中小企業の利用拡大に向けては、将来像検討会で示された加盟店アンケートの結果等を踏まえ「キャッシュレス効果の認知拡大」、「加盟店手数料/インフラコスト」の課題に対応するが重要であると結論づけた。

「キャッシュレス効果の認知拡大」については大阪・関西万博の全面的キャッシュレス決済の効果検証において現金取扱コスト（現金取扱にかかる金銭・非金銭のコスト）が定量的に把握できたことも踏まえ、周知を進めていく。

「加盟店手数料/インフラコストに関する課題」については、インターチェンジフィー公開等を経て中小企業向けの低手数料プランが出ている一方で、その広がりが限定的なことを踏まえ、更なる充実・普及に向けた検討を行っていく。具体的には、低手数料プランの条件について、各関係者の置かれている状況も踏まえながら見直しに向けた議論を政府も協力しながら、関係者で進めていく。あわせて、「インバウンド取引における逆ざや問題の課題・取組の検討」、「インフラコストの低減」も進める。

また、「セキュリティ」についても、2025 年 9 月に改正した「割賦販売法（後払分野）に基づく監督の基本方針」に基づいた対応を進めるとともに、官民で状況を注視し、必要に応じて対応していく。

図表 40. 課題と取組のまとめ

課題	取組	主体	説明
低利用領域でのキャッシュレス利用拡大	キャッシュレス効果の周知	民間事業者 業界団体 経済産業省	・大阪・関西万博の全面的キャッシュレス決済の検証結果を活用するとともに、キャッシュレス未導入層にも訴求できる情報も含めて周知する。 ・周知については、民間事業者、各団体、経済産業省で協力して進めていく。
キャッシュレス効果の認知拡大			
加盟店手数料/インフラコストに関する課題	低手数料プランの更なる充実・普及に向けた検討	民間事業者 経済産業省	・中小加盟店の低手数料プランの認知が拡大するよう経済産業省も協力しつつ、関係者が積極的な取組をしていく。 ・具体的には、低手数料プランの条件について、各関係者の置かれている状況も踏まえながら見直しに向けた議論を進める。
	インバウンド取引における逆ざや問題の課題・取組の検討	民間事業者 経済産業省	・訪日外国人の増加に伴いアクワイアラーのコストが増加している現状を踏まえ、関係者間で課題や取組の方向性を検討する。
	インフラコスト低減の取組	民間事業者	・共同センタや汎用端末での決済等の取組や新たな技術の活用（例：クラウドサービスの利用等）によってコストの低減をはかる。
	不正利用リスクに応じた対策	民間事業者 経済産業省	・2025年9月に改正した「割賦販売法（後払分野）に基づく監督の基本方針」に基づいた対応を進めるとともに、官民で状況を注視し、必要に応じて対応していく。
セキュリティ	不正利用リスクに応じた対策	民間事業者 経済産業省	・2025年9月に改正した「割賦販売法（後払分野）に基づく監督の基本方針」に基づいた対応を進めるとともに、官民で状況を注視し、必要に応じて対応していく。

なお、これらの取組や市場の状況を確認し、各取組の効果が乏しい場合や望ましくない影響、または大きな環境変化が生じた場合には、様々な観点から必要なルール整備等を含め官民で対応を検討する。

Appendix 大阪・関西万博の全面的キャッシュレス決済運用の効果

A.1 全面的キャッシュレス決済運用の概要

大阪・関西万博（以下、「万博」と記載する。）では、会場全体を「未来社会の実験場」と位置づけ、2025年4月13日から10月13日までの184日間にわたり、万博史上初となる「現金を一切取り扱わない全面的キャッシュレス決済」による運営を実施した。累計約2,900万人という極めて多くの来場者を迎える中で、会場内235店舗で73種類におよぶ国内最多クラスの決済ブランドを利用可能とした。また、来場者の理解促進と会期中のスムーズなキャッシュレス運用を目指し、キャッシュレス関連企業および業界団体と連携しながら、会期前から全国的な周知・啓発活動を展開した。

A.2 総評

会期中にシステム障害等による決済停止は一度も発生せず、システム面、運用面ともに大きな問題がなく完了した。キャッシュレス決済手段を持たない来場者に対しても、会場内でのプリペイドカードの販売等、サポート体制を構築し対応したが、プリペイドカード購入者は全入場者の約0.02%にとどまった。このことから、ほとんどの来場者は来場前から何らかのキャッシュレス手段を保有しており、会場内での支払において対応が可能であったと考えられる。

全面的キャッシュレス決済に対しては、来場者・加盟店双方から総じてポジティブな評価が得られている。来場者からは大きな不満が出ず、キャッシュレス決済の効率性や利便性、使いやすさを評価する声が多かった。会場内でのキャッシュレス決済は普段キャッシュレス決済を利用しない消費者にとっても利用しやすいものとなっていたと考えられ、現金志向が高いと言われる我が国においても、利便性の高い環境を用意すれば、高齢者を含む消費者に全面的キャッシュレスが受け入れられる素地が十分にあることが確認できた意義は大きいと考える。

また、加盟店においても、全面的キャッシュレスの意義が改めて確認された。現金管理の手間の削減や業務効率の向上、現金取扱リスクの削減を感じた店舗は9割を超えている。通常の店舗と比較すると、現金関連作業に要する合計時間は10分の1に短縮され、また、レジ1回当たりの決済時間は約半分に短縮し、レジ業務の効率化や現金管理負担の大幅な削減等、業務効率化の観点からも大きな効果が確認された。他方、全面的キャッシュレスの課題として、手数料等の運営コストの増加、キャッシュレス以外の選択肢がないことへの顧客からの苦情、機器・通信等のトラブルによるキャッシュレス決済利用不能などが挙げられている。今後、社会全体のキャッシュレス決済比率を上げていくためには、こうした課題への対応が鍵になるものと考えられる。

今回の実証は、来場者に対してはキャッシュレス決済による快適な来場体験を提供し、営業店舗に対しては現金管理の負担軽減を通じて業務効率化と円滑な運営を実現するなど、万博史上初の全面的キャッシュレス決済の取組として大きな成果を収めたと考えている。

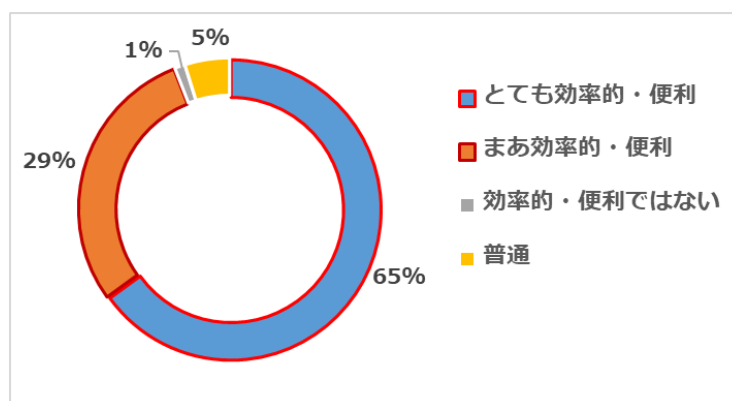
A.3 来場者の評価

来場者のキャッシュレス決済に対する評価として、「現金よりも効率的・便利」が9割超、「使いやすい」「会場での体験が快適になった」が8割超といずれも高い評価を得た。さらに、「今後、日常生活でも利用したい」が9割を超えるなど、万博をきっかけに日常利用へと行動が変化する可能性が示された。これらの結果により、キャッシュレス決済は万博会場の来場者に対して極めて高い満足度をもたらしたことが示された。

効率・便利さに関するアンケート

現金よりも効率的・便利だと思う（「とても効率的・便利」「まあ効率的・便利」の合計）との回答が94%。

図表 41. 効率・便利さ（現金との比較）

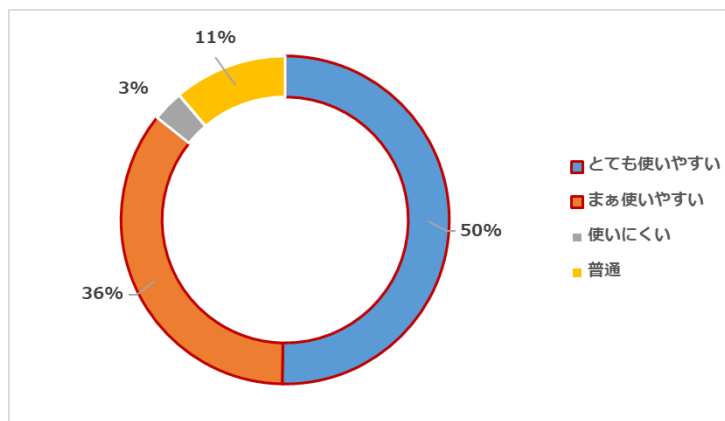


出所：公益社団法人 2025 年日本国際博覧会協会「大阪・関西万博 全面的キャッシュレス決済運用の効果検証報告書」（2025 年 11 月）（以下、「報告書」と記載する。） P7

キャッシュレス決済の使いやすさに関するアンケート

キャッシュレス決済は使いやすい（「とても使いやすい」「まあ使いやすい」の合計）との回答が86%。

図表 42. キャッシュレス決済の使いやすさ

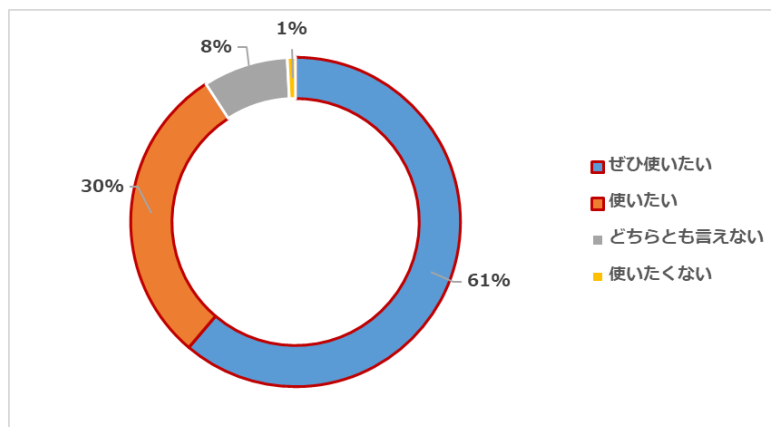


出所：報告書 P7

今後のキャッシュレス決済の利用意向に関するアンケート

今後、普段の生活でもキャッシュレス決済を使いたい（「ぜひ使いたい」「使いたい」の合計）との回答が 91% となり、万博をきっかけに日常利用へと行動が変化する可能性が示された。

図表 43. キャッシュレス決済の利用意向



出所：報告書 P8

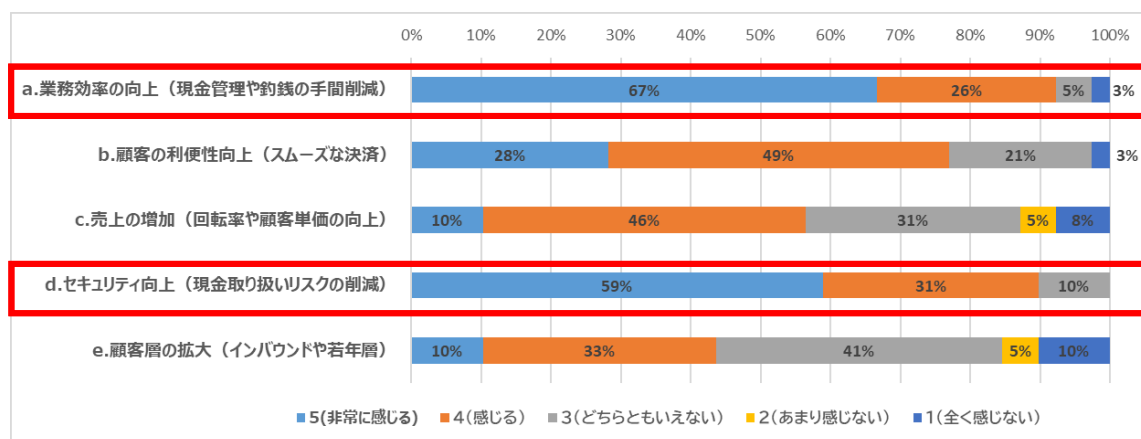
A.4 加盟店における効果・課題

A.4.1 加盟店の評価

会場内店舗による全面的キャッシュレス運営の総合評価（5段階）では、「5（非常に良かった）」および「4（良かった）」と回答した店舗が7割を超え、運用効果として「業務効率向上」や「セキュリティ向上」が特に高く評価された。また、評価した理由としては、「違算がなく、決済までのスピードが早い」、「釣銭の必要が無いこと」、「精算時間が短縮された。業務軽減にも大いに繋がった」、「レジ業務（会計）の時間短縮（1人あたりの時間）が格段に向上した」というポジティブなコメントが多数あった。

「業務効率の向上」では、「5（非常に感じる）」と「4（感じる）」の合計が93%と圧倒的に高く、現金管理や釣銭対応といったオペレーション負荷の軽減効果が最も強く実感されていた。また、「セキュリティ向上」も「5（非常に感じる）」と「4（感じる）」の合計が90%に達しており、現金を扱わないことによる盗難・紛失リスクの低減が高く評価された。

図表 44. 全面的キャッシュレス決済の評価（複数選択可）



出所：報告書 P17

A.4.2 加盟店における効果

加盟店への個別調査（7社対象）から、以下のような効果が確認された。いずれも、現金を扱わないことによる影響が大きく、キャッシュレス/現金併用時と比べて大きな効果である。

生産性

万博店舗のスタッフ1人あたりの売上効率は通常店舗の約3倍になった。これは万博店舗の「集客力の高さ」に加え、「回転率の高さ」が貢献しているものとする。後述の通り、通常店舗と比較して万博店舗のレジ処理時間は約半分になっており、それが「回転率の高さ」の1要因であると考えられる。

図表 45. 通常店舗と万博会場内店舗の生産性の比較（1ヶ月・1店舗あたり）

	通常店舗	万博店舗
1日あたりの売上規模	387,000円	2,317,286円
1日あたりの来客数	199人	1,262人
平均客単価	1,945円	1,836円
1日あたりスタッフ数	7人	14人
スタッフ1人あたりの売上効率	55,286円	165,520円
座席数	30席	66席
POSレジ台数	2台	4台
店舗の営業時間	14時間	12時間

出所：報告書 P21

現金関連作業

現金を取り扱わない全面的キャッシュレス決済により、釣銭対応、レジ締め処理、売上報告、売上金回収が不要となり、現金管理や報告業務の総作業時間は通常店舗の約1/10以下にまで削減されている。

図表 46. 通常店舗と万博会場内店舗の現金関連作業時間の比較（1ヶ月・1店舗あたり）

		通常店舗	万博店舗
釣銭対応について	金融機関での現金の両替および引出業務	182分	
	釣り銭をレジに準備する業務	195分	
レジ締め処理について	レジ現金残高の確認作業（中間確認等含む）	453分	
売上報告について	売上データの集計・報告業務（現金残高の確認作業除く）	300分	130分
売上金の回収について	売上金（現金）を銀行口座に入金する業務	313分	
	合計	1,443分	130分

出所：報告書 P23

レジ処理時間の短縮

万博店舗では、レジ 1 回あたりの決済時間が通常店舗の約半分（56 秒→29 秒）に短縮され、レジ業務の効率化や顧客回転率の向上に大きく寄与したと考えられる。

図表 47. 通常店舗と万博会場内店舗のレジ処理時間の比較（1 決済あたり）

通常店舗	万博店舗	差分
56秒	29秒	27秒

出所：報告書 P23

レジ業務の効率化の効果を来客数規模に応じて示した結果は図表 48 の通りであり、清掃や品出し、バックヤード整理、接客強化等に時間の再配分が可能だと考える。例えば、来客数 1,200 人/日規模の店舗であればレジスタッフを 1 人減らすことが可能である。

図表 48. 来客数規模ごとのレジ業務効率化効果

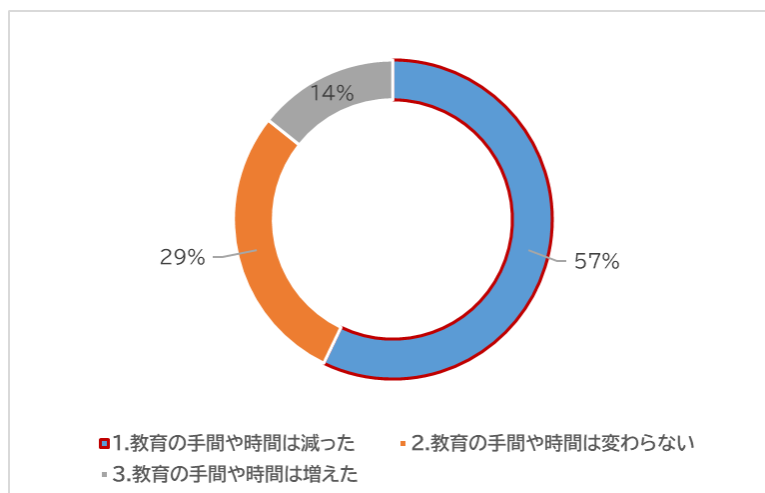
来客数規模	合計節約時間	別業務に使える 合計人時	レジ以外の業務に宛てられるイメージ
200人	5,400秒	1.50人時	・スタッフ1人を1時間半、レジ以外の業務(清掃・補充など)に回せる
500人	13,500秒	3.75人時	・スタッフ1人を半日シフト分（約4時間）レジ以外の業務(配送など)に回せる ・スタッフ3人をそれぞれ1時間15分ずつ他業務（商品整理など）に回せる
1,000人	27,000秒	7.50人時	・ほぼスタッフ1人のフル業務（1日分）を全く別業務に配置できる ・スタッフ3人をそれぞれ2時間半ずつ別業務（バックヤード業務など）に配置できる
1,200人	32,400秒	9.00人時	・ほぼスタッフ1人のフル業務（1日分）プラスαを全く別業務に配置できる ・複数スタッフで分担し、ピーク時の補充・接客機会にも充当可能

出所：報告書 P23

教育コストの減少

現金の取り扱いが不要になった結果、教育コストや従業員の負担に関しては、教育の手間や時間が減ったとの回答が 57%となり、全体として概ね教育負担の削減傾向が見られた。

図表 49. 通常店舗と万博会場内店舗の教育コストの比較



出所：報告書 P24

レジ締め時の過不足金発生頻度

1ヶ月あたりのレジ締め時の過不足金の発生頻度を見ると、通常店舗では 13 回/店舗（約 2 日に 1 回）発生しているのに対し、万博店舗では 1 ヶ月間で 1 回も発生しなかった。

図表 50. 通常店舗と万博会場内店舗の過不足金の発生頻度の比較（1ヶ月・1店舗あたり）

通常店舗	万博店舗
13	0

出所：報告書 P24

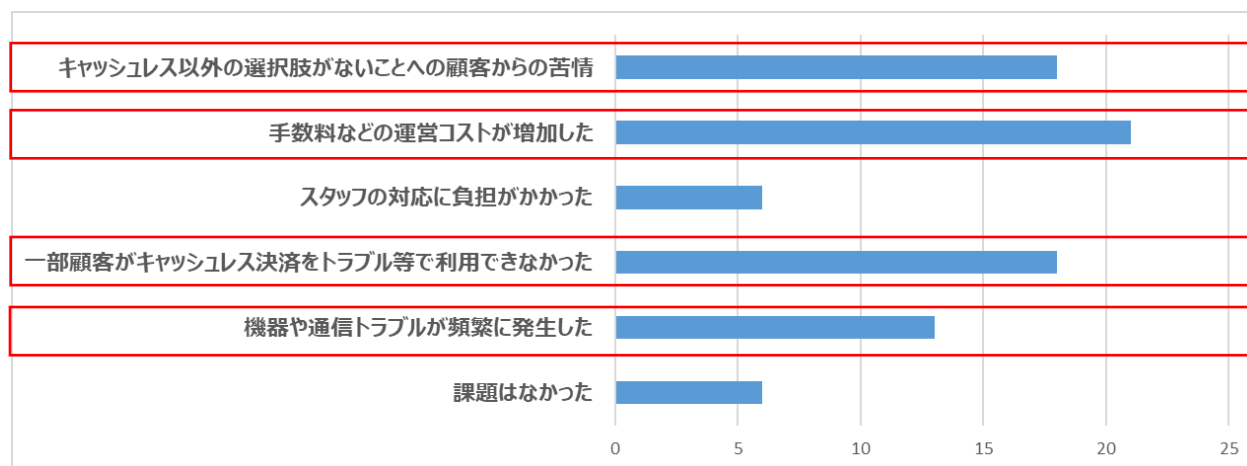
その他、以下の効用が示されている。

- 顧客の利便性向上（スムーズな決済）を実感した加盟店が 77%（「5（非常に感じる）」と「4（感じる）」の合計）
- 売上の増加（回転率や顧客単価の向上）を実感した加盟店が 56%（「5（非常に感じる）」と「4（感じる）」の合計）
- 売上データがリアルタイムで確認できることにより、売上等を高精度で予測できることで改善がスムーズに進められる
- 「全ての訪日客対応においてスムーズに対応できた」との回答が 86%

A.4.3 加盟店における課題

「手数料などの運営コストが増加した」、「キャッシュレス以外の選択肢がないことに対する顧客の苦情」、「機器や通信トラブル」等の課題があった。全面的キャッシュレスはメリットも大きいいため、各加盟店が費用対効果を判断し、まずは費用対効果が高い分野から進むことを期待する。

図表 51. 全面的キャッシュレス決済の課題（複数回答可）



出所：報告書 P17

手数料などの運営コスト

「手数料などの運営コストが増加した」との課題が最も多く選択され、約 54% であった。全面的キャッシュレスの場合、現金/キャッシュレス併用時と比較して手数料は高くなるため、このような課題が多く挙げられたものと考ええる。

他方で、前述のとおり、全面的キャッシュレス導入により業務効率化等で大きな効果が得られるため、手数料が高くなっても効果が費用を上回る場合もある。効果の大きさは業種業態等によって様々であるため、各加盟店が費用対効果を評価した上で、全面的キャッシュレス決済の採否を判断する必要がある。

キャッシュレス以外の選択肢がないことに対する顧客からの苦情

キャッシュレス以外の選択肢がないことへの顧客苦情は約 46% の加盟店が課題として挙げた。キャッシュレス決済比率が 51.7%（国内指標ベース）の現時点においては、現金利用層が依然として一定程度存在するため、全面的キャッシュレス決済を一律に導入できる状況には至っておらず、全面的キャッシュレス決済の親和性が比較的高い場面・領域から段階的に導入を進めていくことが現実的であると考えられる。

機器/通信トラブル

機器/通信トラブルのような局所的、一時的なトラブルに関連する課題も多く挙げられた。今回の万博においては、端末やネットワークの多重化等の対策が講じられたほか、各決済サービスにおいてもオフラインでの取引継続等の取組が行われている。今後、こうした技術的・運用的な対策が一層進展するとともに、消費者・加盟店の間でこれらの仕組みに対する理解が広がることで、課題が徐々に縮小していくことが期待される。

全面的キャッシュレス決済は業務効率化等で大きな効果が期待できる一方で、上記のような課題もあり、一律に導入できるような状況ではない。そのため、各加盟店において、キャッシュレスの効果や費用、課題を理解した上で全面的キャッシュレス決済の採否を判断する必要がある、まずは全面的キャッシュレス決済の親和性が高く、費用対効果の高い分野（場面・領域）から進んでいくことを期待する。また、今後、3.3 で示した官民での課題への取組やキャッシュレス決済比率の高まりによって課題が改善していき、全面的キャッシュレスの費用対効果の高い分野が広がっていくことも期待される。

A.5 全面的キャッシュレス決済運用の留意事項

大阪・関西万博における全面的キャッシュレス決済の取組は、成功事例として今後の展開に向けて活用すべきものである。特に、以下の点が成功要因として挙げられ、大規模イベント以外においても全面的キャッシュレス決済を導入する際に留意すべき内容である。

図表 52. 大阪・関西万博における取組と留意点

内容	大阪・関西万博における取組	全面的キャッシュレス決済導入時の留意点
消費者向けの周知	・開催10か月前から、全国の公共交通機関や新聞紙面、ウェブサイト等でのポスター掲示を通じて大々的に周知。 ・会場内でも、店頭やレジ等に利用可能な決済手段が掲示された。	・全面的キャッシュレスの開始前に、店頭やレジ付近など消費者の目にとまりやすい場所やウェブサイト等で周知を行うことが望ましい。 ・利用可能な決済手段を、店頭やレジ等に掲示することが望ましい。
多様な決済手段の用意	・会場内では、多様な決済手段を受け入れ、来場者が既に保有しているキャッシュレス手段を受け入れる環境が整えられた。	・主要な決済手段（クレジットカード、デビットカード、電子マネー、コード決済の主要事業者）への対応で大半の利用者がカバー可能。 ・決済事業者1社との契約で主要な決済手段に対応可能なサービスが存在。

消費者向け周知の徹底

大阪・関西万博では、全国の公共交通機関や新聞紙面、ウェブサイト等でのポスター掲示を通じて全面的キャッシュレス決済の事前周知を行った。これにより、事前の段階から多くの消費者に対して「全面的キャッシュレス決済であること」が浸透し、会期中の混乱防止に寄与したと考えられる。

全面的キャッシュレス決済を導入する加盟店においても、店舗内やウェブサイト等で全面的キャッシュレス決済の周知を十分に行う必要がある。

多様な決済手段の用意

会場内では、73 種類に及ぶ国内最多クラスの決済ブランドが利用可能とされ、クレジットカード、デビットカード、電子マネー、コード決済等、来場者が既に保有している多様なキャッシュレス手段を受け入れられる環境が整えられた。他方で、万博会場での決済手段別利用実績から、主要な決済手段（クレジットカード、デビットカード、電子マネー、コード決済の主要事業者）で大半の利用者がカバーできていたことが判明している。

個々の加盟店の特性も考慮する必要があるが、必ずしも全ての加盟店が万博レベルの決済ブランドを準備する必要はなく、加盟店によっては主要な決済ブランドのみで十分な場合もある。主要な決済ブランドについては、1社でカバーしている決済事業者も存在しているため、そのような事業者が提供するサービスを活用することで、契約手続き等の事務手間の削減も可能である。そのため、決済手段をどこまで用意するかについては、加盟店の特性に応じて判断する必要がある。

以上