

キャッシュレス・ロードマップ 2024

2024 年 12 月

一般社団法人キャッシュレス推進協議会

目次

はじめに	3
1 キャッシュレスの動向	4
1.1 キャッシュレス決済比率.....	4
1.2 主要国におけるキャッシュレスの状況.....	11
2 我が国におけるキャッシュレスの動向.....	23
2.1 総務省「マイナポイント事業」	23
2.2 地方税統一 QR コードを活用した地方税の納付	24
2.3 「クレジットカード・セキュリティガイドライン」の改定	26
2.4 消費者をめぐる動向.....	27
3 キャッシュレス推進協議会の活動状況.....	43
3.1 会員の状況	43
3.2 2023 年度の活動状況	45
3.3 2024 年度の活動予定	53
4 諸外国におけるキャッシュレス普及に資する施策	55
4.1 台湾 -2025 年までにモバイル決済普及率 90% -	55
4.2 韓国 -脱税防止を目的としたクレカ推奨-	62
4.3 シンガポール -E-PAYMENTS SOCIETY 構想-	70
4.4 デンマーク -店舗における現金取扱-	78
4.5 我が国への示唆	79
5 キャッシュレス・ロードマップの進捗状況.....	84
5.1 自分のライフスタイルにあったキャッシュレスツールが選択可能	84
5.2 キャッシュレス対応の店舗等の方が多い	88
5.3 キャッシュレスで支払うとお得.....	91
5.4 支払いという行為が希薄化する	93
5.5 送金はデジタルで行われる	95
5.6 データの利活用により生活の利便性が向上.....	97
5.7 生活行動シーンのシームレス化.....	98

はじめに

キャッシュレスの普及を実際に肌で感じるシーンが増えてきている。読者の周囲でも、新たにキャッシュレスを利用し始めたり、現金をほぼ使わない生活を過ごしたりしている人が増えてきているのではないだろうか。また、店舗に目をやると、これまで現金だけ受け付けていた店舗がキャッシュレスにも対応したり、キャッシュレスのみで運営している店舗が増えたりしているのを見かける。キャッシュレス決済比率もより増加傾向にあり、政府目標である4割も目前に迫っている。また、これまでは店舗でのキャッシュレス利用について語られることが中心であったが、最近では行政機関窓口等でのキャッシュレスの導入や支払での利用、そして企業間（B2B取引）での活用も見られ、キャッシュレスの裾野がさらに拡大してきていると感じる。

一般社団法人キャッシュレス推進協議会（以下、「当協議会」）では、少子高齢化が進み、より一層の社会の効率化、生産性の向上が求められる我が国において、キャッシュレスは必須のツールであると考えており、その普及は、一個人や一店舗のためだけでなく、社会全体の発展のためにも必要不可欠であると認識している。

「キャッシュレス・ロードマップ2024」では、キャッシュレス先進国とも言える他国における政策等を学び直し、これらの国々と我が国との背景の違いにも留意しつつ、さらなる普及に向け、社会全体としてどのような取組が効果的かについて整理を行った。一個人や一店舗の利害等を踏まえキャッシュレスの利用を判断することは言うまでもないが、他方で、社会としてあるべき姿を明確にし、当該あるべき姿について社会からの賛同を得、その実現に向けて様々な取組を行うことで、個別の利害を超えたキャッシュレスのメリットを認識頂くことも重要であると考え。本ロードマップの策定に向けては、多くの会員・関係者との議論を重ねてきた。諸外国における取組の中から、我が国の取組として有効なヒントを導出することで、キャッシュレスに携わる様々な方々のヒントとなれば幸いである。

キャッシュレスが一定程度まで普及することで初めて実施できる取組もあると認識する。また、キャッシュレスの普及は当協議会や会員だけでは実現できないことも事実である。今後の政策、施策、行動等のそれぞれのレベルにおいて、あらためてキャッシュレスの効果をご認識いただき、より一層のキャッシュレス普及につながることを期待する。

2024年12月

一般社団法人キャッシュレス推進協議会

1 キャッシュレスの動向

1.1 キャッシュレス決済比率

1.1.1 日本のキャッシュレス決済比率の推移

a. 金額ベース

我が国のキャッシュレス決済比率は、2023年に39.3%まで到達した。対前年比で3.3%pt増加し、政府が掲げる「2025年6月までに、キャッシュレス決済比率を倍増し、4割程度とすることを目指す。」というKPI¹についても、その達成が目前に迫っている。

昨年の「キャッシュレス・ロードマップ2023」において、キャッシュレス決済の利用がクリティカル・マス²へ到達した可能性を指摘した。キャッシュレス決済比率が継続して上昇傾向にあり、加えてその上昇ペースも早まってきていることを踏まえると、我が国のキャッシュレス普及も新たなステージに突入してきているとも見て取れる³。

2023年のキャッシュレス支払額は総額で126.7兆円となった。2023年12月末時点での現金（紙幣及び貨幣）の発行残高（約127.5兆円⁴）と同水準である。なお、この額はあくまで現金の発行残高であり利用額ではないことから、単純に比較することによる具体的な意味の導出は困難ではあるが、現金と同様にキャッシュレスが利用され始めていることの証左の一つとして見ることはできるだろう。

なお、令和5年度の政府の一般会計における支出額は127.5兆円であった⁵。これもキャッシュレスの利用規模を推察する参考情報となるのではないだろうか。

¹ 成長戦略フォローアップ（2020年7月閣議決定）

² 新しい商品やサービスが普及していく過程において、ある割合を過ぎると急激に普及率が伸びる場合がある。このように急激に普及率が伸び始めるポイントに当たる普及率のことをクリティカル・マスと呼ぶ。

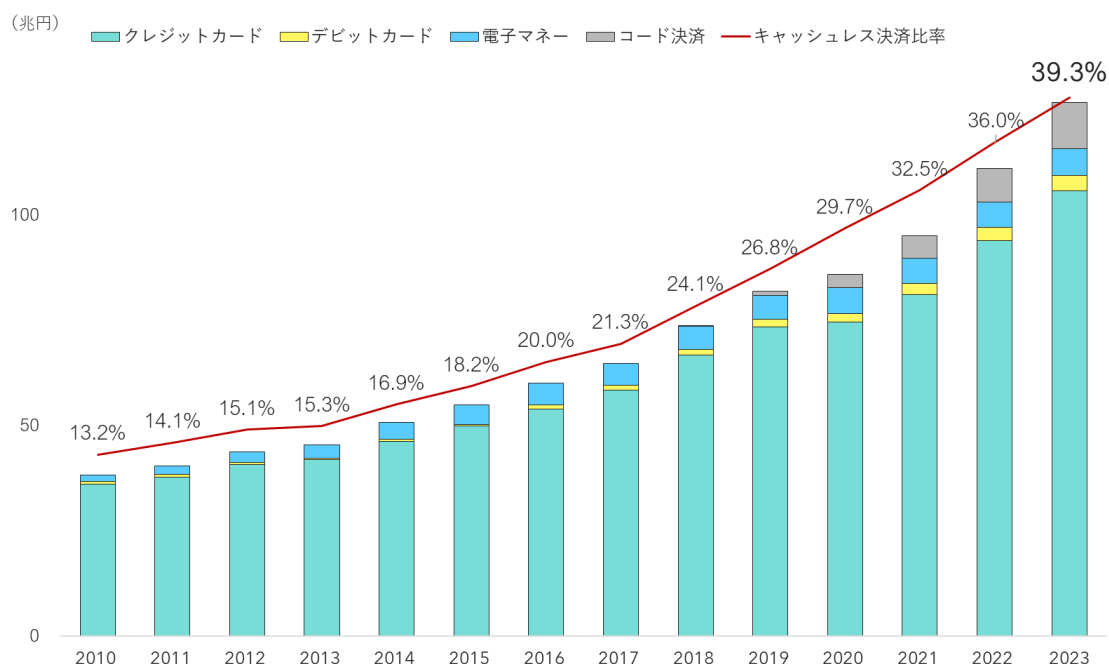
³ 他国との比較による、40%の位置づけについては、1.2.2aを参照されたい。

⁴ 日本銀行「マネタリーベース平均残高（うち日本銀行券発行高及び貨幣流通高）」

⁵ 財務省「令和5年度決算概要(令和6年7月31日)」

(https://www.mof.go.jp/policy/budget/budger_workflow/account/fy2023/index.html)

図表1 キャッシュレス支払額と民間最終消費支出に占める比率



(出典⁶) 民間最終消費支出(名目): 内閣府「国民経済計算(GDP統計)」
 クレジットカード: 日本クレジット協会「クレジット関連統計」
 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」

次に、キャッシュレス支払額全体に占める決済手段別の割合の状況について見る。クレジットカードの割合は徐々に減少しつつあるものの、83.5%と極めて高い水準にある。また、キャッシュレス全体の利用額は伸びている状況にあるため、クレジットカードの決済手段間でのシェアは減っていても、利用金額を前年と比較すると12.7%増と、1割以上の伸びを確認することができる。

コード決済は、全手段の中でもっとも増加率が高い。利用額を見ても、コード決済は2020年にはデビットカード、2022年には電子マネーを抜き、クレジットカードに次いで我が国で2番目に利用されている決済手段となっている。ただし、これまで利用額の増加率は50%を超えていたが、2023年は37.5%と非常に高い成長を遂げているとは言え、若干の鈍化も見られる。この変化はコード決済が普及した結果の現れであるとも言える⁷。

⁶ 一部の年次における計数については、資料名が異なる場合がある。

⁷ 実際に、当協議会が公表する「コード決済利用動向調査」では、2023年12月末時点における調査対象事業者のアカウント数の総計は、約2億4,800万アカウントであり、平均すると国民1人あたりコード決済を2アカウント有していることとなる。

電子マネーの増減率は2021年、2022年には大きな成長がなかったが、2023年には5.3%増となっている。他の決済手段では増加率が鈍化しているのに対し、数値としては小さいものの、増加の動きが見られた。これは、コロナ禍も収束し再び人々の動きが活発になってきたことで、公共交通機関等の乗車において交通系電子マネー等の利用が増え⁸、これに伴いチャージも頻繁に行われるようになったことから、普段の購買においても電子マネーを利用する機会が増えてきているのではないかと推察される。

図表2 キャッシュレス決済手段別のキャッシュレス全体額に占める割合⁹

決済手段	キャッシュレス全体額に占める割合				増減率		
	2020年	2021年	2022年	2023年	2021年	2022年	2023年
クレジットカード	86.8%	85.3%	84.5%	83.5%	8.8%	15.8%	12.7%
デビットカード	2.5%	2.8%	2.9%	2.9%	25.1%	19.3%	13.7%
電子マネー	7.0%	6.3%	5.5%	5.1%	▲1.1%	1.9%	5.3%
コード決済	3.7%	5.6%	7.1%	8.6%	66.3%	50.3%	37.5%
キャッシュレス全体の金額の増減率					10.6%	16.9%	14.1%

(出典¹⁰) 民間最終消費支出(名目): 内閣府「国民経済計算(GDP統計)」

クレジットカード: 日本クレジット協会「クレジット関連統計」

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」

b. 件数ベース

次に、キャッシュレス決済手段別に利用件数の状況を確認する。ただし、上述のキャッシュレス決済比率の算出に用いる出典と一部異なる統計を用いているため、注意が必要である¹¹。

⁸ 図表1等における電子マネーの利用額において、交通系については、乗車や乗車券購入に利用されたものは含まれていない。

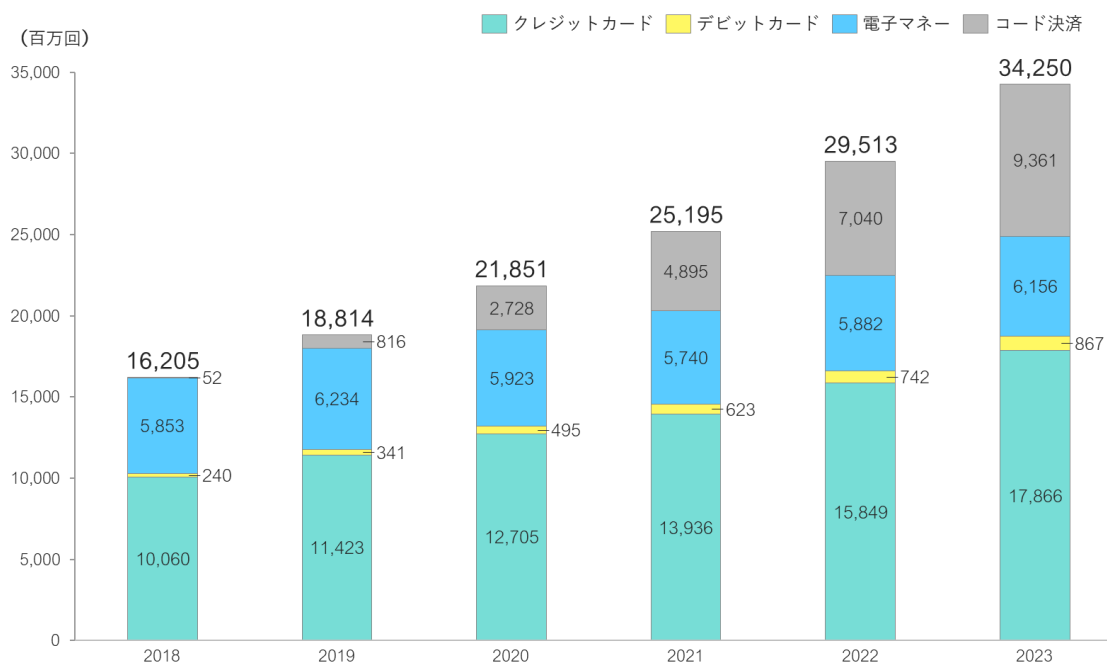
⁹ 増減率 = 対象年の金額 ÷ 前年の金額 - 1

¹⁰ 一部の年次における計数については、資料名が異なる場合がある。

¹¹ 前述の通り、金額ベースの比率の算出には全てのクレジット取引が記録される信用情報機関の情報を活用しているのに対し、件数ベースの比率の算出には一部(27社)のクレジットカード会社に対する調査であることに注意が必要である。なお、調査対象である27社での取扱金額(2023年)は、全クレジット取引の86.1%を占める。

2023 年は、342.5 億回もの決済がキャッシュレスで行われた。おおよそ 1 日約 1 億回のキャッシュレス決済が行われている状況である。また、2022 年には 295.1 億回であったことから、1 年で 50 億回近い増加となっている。

図表 3 キャッシュレス決済手段別の支払件数の推移



(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」

件数の推移について決済手段別に見ると、金額ベースと同様クレジットカードが最も多く利用されている事がわかる。ただし、金額ベースでは全体に占める割合が 8 割超であったが、件数ベースでは約半分 (52.2%) となっている。コード決済は、全体に占める割合が 27.3% と四分の一を超えた。

図表4 キャッシュレス決済手段別のキャッシュレス全体件数に占める割合¹²

決済手段	キャッシュレス全体件数に占める割合				増減率		
	2020年	2021年	2022年	2023年	2021年	2022年	2023年
クレジットカード	58.1%	55.3%	53.7%	52.2%	9.7%	13.7%	12.7%
デビットカード	2.3%	2.5%	2.5%	2.5%	25.9%	19.1%	16.8%
電子マネー	27.1%	22.8%	19.9%	18.0%	-3.1%	2.5%	4.7%
コード決済	12.5%	19.4%	23.9%	27.3%	79.5%	43.8%	33.0%
キャッシュレス全体の件数の増減率					15.3%	17.1%	16.1%

(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」

c. 平均利用金額ベース

最後に、金額と件数から各決済手段の平均利用金額を算出した。中央値ではなく平均利用金額であるため注意が必要であるが、それぞれのキャッシュレス決済手段が担う利用価格帯に違いがあることがわかる。

平均利用額については、ここ数年で急激な変化は起きていない。クレジットカードは、平均すると1回当たり約5,000円の利用であり、比較的高額帯での利用が行われている。デビットカードがこれに次いで、約4,200円となっている。これらに対し、電子マネーは約1,000円と低額帯をカバーしている。また、コード決済はクレジットカードと電子マネーの間に位置し、1,600円程度となっている。

デビットカードの平均利用金額は徐々に減少傾向にあり、より低額な支払いにおいても利用されつつある一方で、コード決済の平均利用金額は上昇傾向にあり、これらの決済手段においては、利用シーンの拡大が推察される。

キャッシュレスを日常的に利用するようになったことで、支払う金額に応じた各決済手段の使い分けがより明確になっている可能性がある。

¹² 増減率：対象年の件数 ÷ 前年の件数 - 1

図表5 キャッシュレス決済手段別の平均利用金額¹³

決済手段	平均利用金額（円）				増減率		
	2020年	2021年	2022年	2023年	2021年	2022年	2023年
クレジットカード	4,984.4	4,994.6	5,087.8	5,094.7	0.2%	1.9%	0.1%
デビットカード	4,359.0	4,331.8	4,338.3	4,219.7	▲0.6%	0.1%	▲ 2.7%
電子マネー	1,018.8	1,040.0	1,034.4	1,040.7	2.1%	▲0.5%	0.6%
コード決済	1,539.8	1,501.2	1,533.9	1,586.3	▲2.5%	2.2%	3.4%
キャッシュレス全体	3,465.3	3,398.5	3,413.4	3,385.0	▲1.9%	0.4%	▲ 0.8%

（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」

1.1.2 全国銀行協会における調査

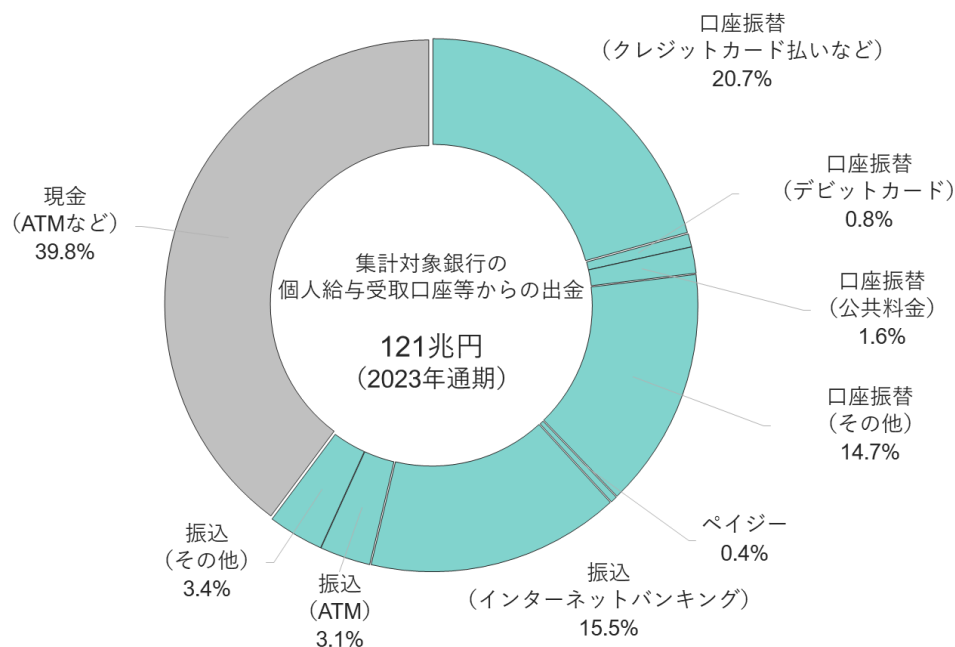
一般社団法人全国銀行協会では、調査の対象銀行¹⁴における、個人給与受取口座等からの払出しに占める口座振替・振込の割合を算出している。2023年は、個人の給与受取口座等からの出金のうち、60.2%が振込等を含めたキャッシュレスで行われており、本調査の開始以降、初めて6割を超えた。

出金の内訳で見ると、クレジットカード利用分の引き落としのための口座振替が大きく伸びている（2022年は19.3%）。また、インターネットバンキングによる振込も伸びた（2022年は13.9%）。その他の手法では大きな変化は見られないが、ATMやその他の振込において0.3%pt.程度の減少が見られ、ATM等による振込については過去から継続した減少が見られる。これは、ATMについては台数そのものが減少傾向にあり、ATMに触れる機会が少なくなってきているのに対し、スマートフォン等を活用したインターネットバンキングの利用が増加したことで、振込手法のシフトが影響していると推察される。

¹³ 対象年の金額 ÷ 前年の金額 - 1

¹⁴ みずほ銀行、三菱UFJ銀行、三井住友銀行、りそな銀行、埼玉りそな銀行、ゆうちょ銀行

図表6 給与受取口座におけるキャッシュレスによる払出し比率（2023年通期）

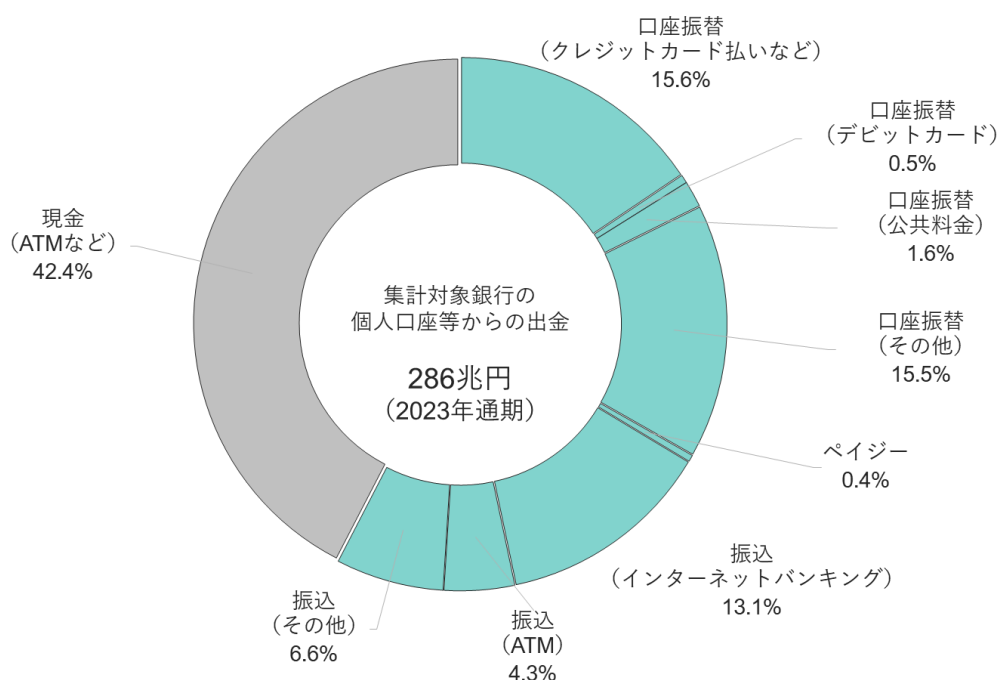


(出典) 一般社団法人全国銀行協会「キャッシュレスによる払出し比率」

また、全国銀行協会では2022年より、上記の個人の給与受取口座に加え、個人口座全体を対象とした調査結果についても公表している¹⁵。こちらでは、キャッシュレスによる払出しの比率が57.6%となっており、給与受取口座と比較して若干下がっている。つまり、ATMなどによる現金の引出しが多くなっている。

¹⁵ 給与受取口座をベースとした調査の公表は2023年までとされており、今後は、個人口座全体の値が継続して公表されることとなる。

図表7 個人口座におけるキャッシュレスによる払出し比率（2023年通期）



(出典) 一般社団法人全国銀行協会「キャッシュレスによる払出し比率」

1.2 主要国におけるキャッシュレスの状況

本節では、国際決済銀行（BIS）が公表している主要国における決済関連の統計データ等に基づき、主要国におけるキャッシュレスの状況について各国比較を行う。

BISでは、キャッシュレスを始めとする金融に関するデータについて、同一のフォーマットで比較できるよう提供を行っており、本書ではこれを活用している。なお、今年度の調査から、外部からの問合せの多いイタリアについても調査対象としている。

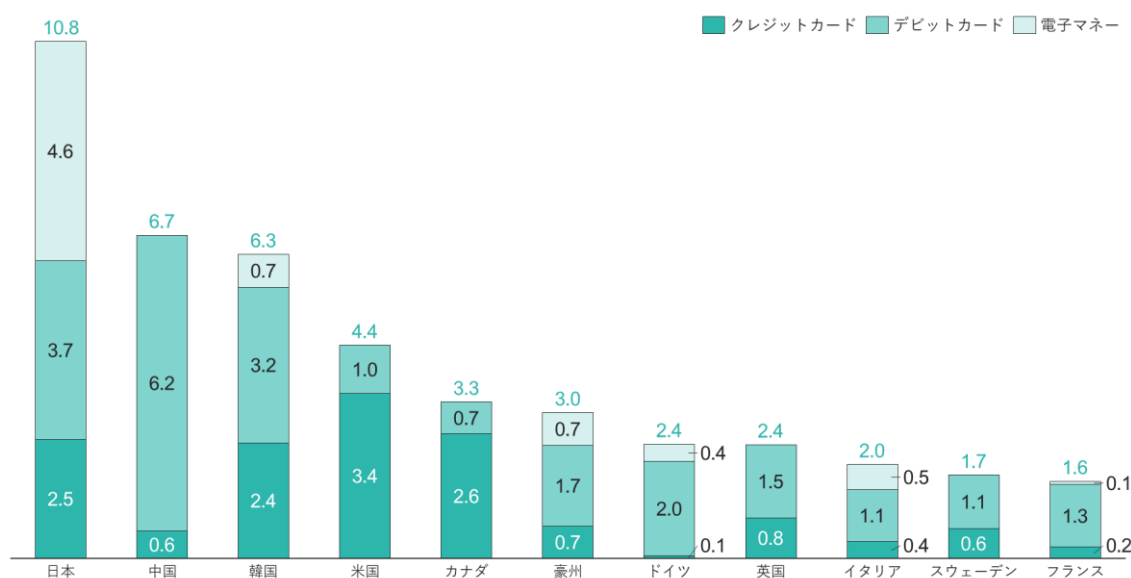
1.2.1 キャッシュレス決済手段¹⁶

まず、主要国におけるキャッシュレス決済手段の保有状況について見る。2022年時点で日本は一人あたり平均してクレジットカードの保有枚数が2.5枚、デビットカードが3.7枚、そして電子マネーが4.6枚と、合計して約10.8枚を保有しており、諸外国と比べ、一人あたりで見ると多くのキャッシュレス決済手段を保有していることがわかる。特に電子マネーの保有枚数が他国と比べ突出して多く、特徴的である。これは、近年のモバイル化の

¹⁶ シンガポールについては、2020年以降にデータ更新が行われておらず、「キャッシュレス・ロードマップ2022」より掲載対象外としている。

影響も大きいと考えられる。スマートフォンの普及に伴い、電子マネーもモバイル搭載が進んでいる一方で、旧来のカード型も並行して保有しているケースが増えてきていると推察される。また、諸外国が特定のキャッシュレス決済手段に集中しているのに対し、我が国の保有状況は3つの決済手段それぞれについて相応の枚数を保有している状況にある。

図表8 主要国におけるキャッシュレス決済手段の保有状況（枚数）（2022年）



（出典）BIS 「Red Book」

この日本人一人あたりのキャッシュレス決済手段の保有枚数は、キャッシュレス・ロードマップにおいて各国比較を開始した2018年から年々増加している。さきほど、我が国の電子マネー保有枚数が突出して多いことを指摘したが、保有枚数の伸びを牽引しているのが電子マネーである。実際に、クレジットカードやデビットカード¹⁷の値は大きく変動しないが、電子マネーについては、毎年約0.4枚程度増えている状況にある。

¹⁷ 我が国で発行されるキャッシュカードについては、大半にデビット機能が付帯されている。カードの券面上、国際ブランドのマークの付いたデビットカードに加え、特にマークの記載がない場合においても、J-Debit が自動付帯されている。

図表9 我が国のキャッシュレス決済手段の保有状況の推移

決済手段	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
クレジットカード	2.3枚	2.3枚	2.3枚	2.4枚	2.5枚
デビットカード	3.5枚	3.6枚	3.6枚	3.7枚	3.7枚
電子マネー	3.2枚	3.6枚	3.9枚	4.2枚	4.6枚
合計	9.0枚	9.5枚	9.9枚	10.2枚	10.8枚

(出典) BIS 「Redbook」

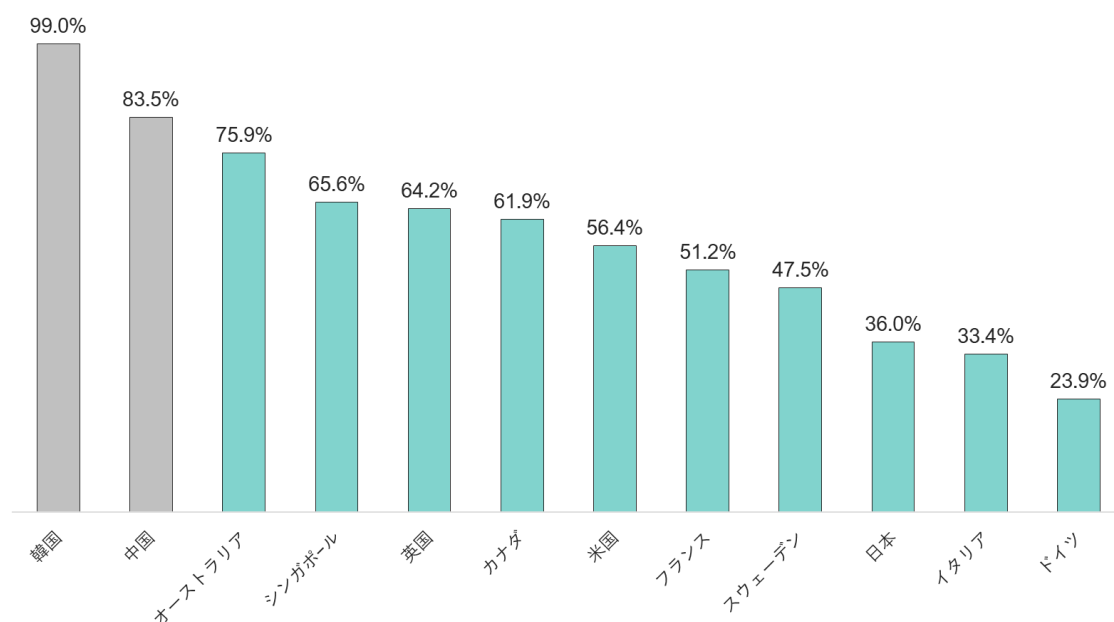
1.2.2 キャッシュレス決済比率の国際比較

次に、2022年のキャッシュレス決済比率¹⁸について、各国との比較を行った。キャッシュレス決済手段の保有状況については、諸外国に比べ非常に多く、かつ、特定の手段に偏らない形で所有しているのが日本の特徴であったが、キャッシュレス決済比率については、依然として低い水準にあることがわかる。

今回新たに調査対象としたイタリアは、キャッシュレス決済比率が低く、日本とドイツの中間に位置している。

¹⁸ また、BISの統計データ上、日本のキャッシュレス決済比率にはコード決済の利用額も含まれている。

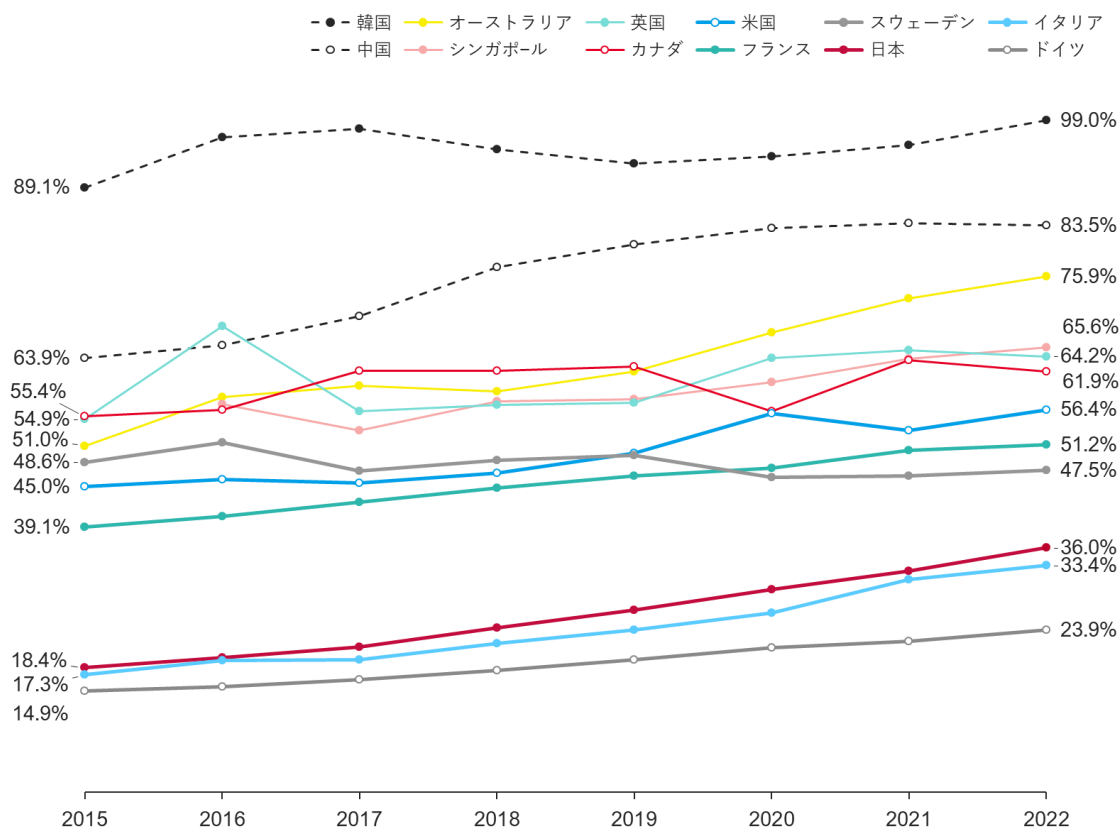
図表 10 主要国におけるキャッシュレス決済比率（2022 年）



（出典）世界銀行「Household final consumption expenditure（2022 年（2023/6/28 版）」、
 BIS「Red Book」の非現金手段による年間支払金額から算出。
 韓国、中国に関しては、Euromonitor International より参考値として記載。

この主要国のキャッシュレス決済比率について、2015年以降の推移を、図表 11に示す。我が国のキャッシュレス決済比率は、伸びしろが大きいこともあり堅調に伸びている。また、オーストラリアも大きく比率を伸ばしてきていることがわかる。オーストラリアは2015年時点でも51.0%と決して低い数値ではなかったが、2019年以降はよりキャッシュレスの利用を伸ばしている状況にある。反対に、英国、スウェーデン等では、本調査で表すキャッシュレス決済比率においては、むしろ減少傾向にある。

図表 11 主要国におけるキャッシュレス決済比率の推移



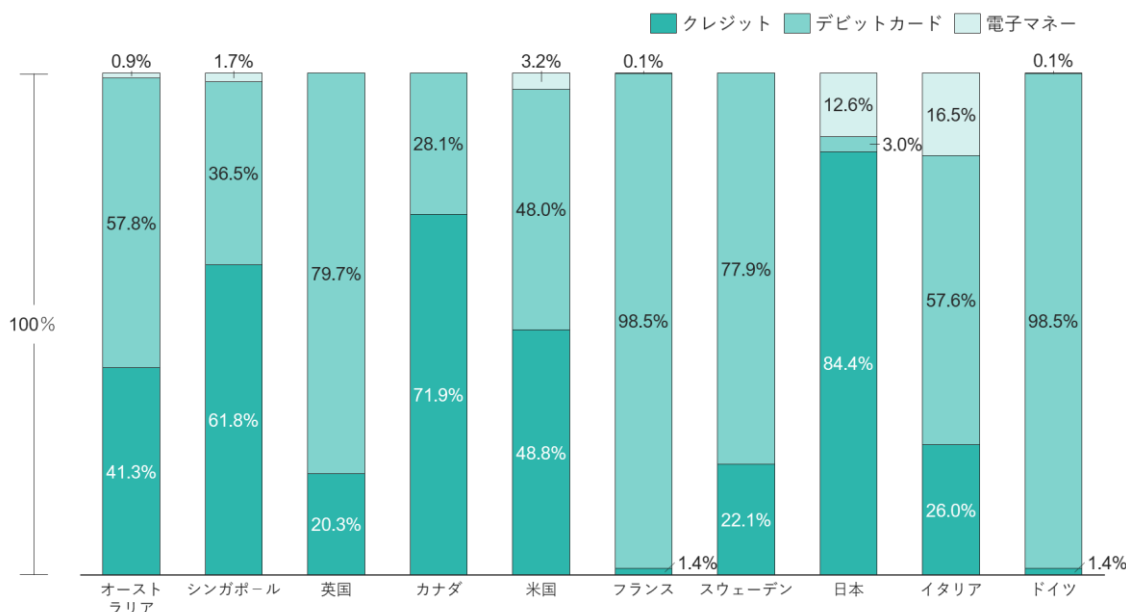
(出典) 過去のキャッシュレス・ロードマップより作成

各国のキャッシュレス決済額を100%とした場合の手段別の割合を図表 12に示す。

欧州では、デビットカードの利用割合が非常に高く、キャッシュレス決済のうち8~9割がデビットカードで決済されている。その他の国においてもデビットカードの利用割合は一定程度あり、日本の3.0%がいかに低いかがわかる。反対に日本では、クレジットカードの利用割合が非常に大きく、調査対象国の中で最もクレジットカードの利用傾向が高い国となっている。また、電子マネーの利用も比較的高いことが特徴と言える。イタリアも日本と同様に電子マネーの利用が多い。イタリアでは、特にコロナ禍を契機に現金からキャッシュレスへの流れが加速しており、PayPal¹⁹や郵便局で販売されているPostepayの利用が進んでいる。

¹⁹ オンラインでの利用イメージが強い PayPal ではあるが、イタリアでは実店舗利用も進んでいる。

図表 12 キャッシュレス決済額の手段別割合（2022 年）



（出典）BIS「Redbook」の非現金手段による年間支払金額から算出

今年度のキャッシュレス・ロードマップでは、第4章においてキャッシュレスの進展に貢献したと考えられる各国の政策等を取扱うことも踏まえ、このような各国における特徴的な変化について、少し掘り下げてみる。

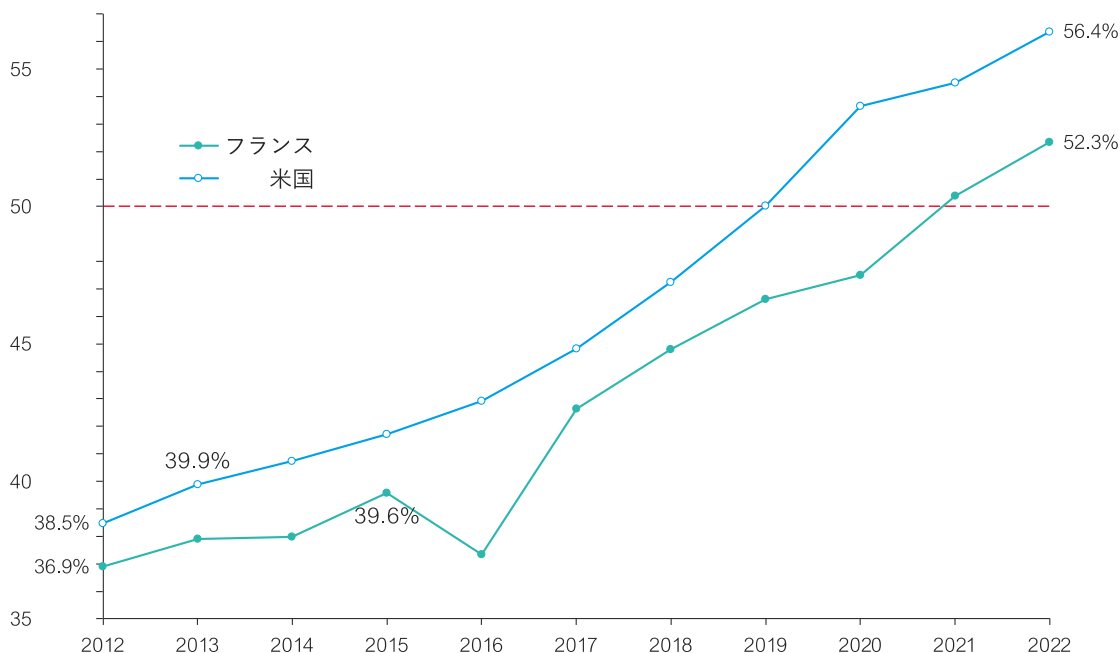
a. 40%以降の伸び

我が国のキャッシュレス決済比率は、諸外国と比して低い状況にあるが、いずれの国においても当初から高い比率であったわけではない。各国のキャッシュレス決済比率について、現在取得できる最も古い2012年以降のデータを再取得²⁰した。その結果、フランスと米国において、40%を下回っていた時期があることが確認できた。

両国とも、おおよそ40%に到達した年から6年後に50%にまで到達している事がわかる。同じような変化をたどるとした場合、我が国においても39.3%の到達が2023年であるならば、2030年ごろまでには50%に到達すると予想できる。また、昨今の技術進化のスピードを踏まえれば、よりキャッシュレスの進展が加速することも想定され、それよりも早期に50%まで到達する可能性も十分にあると考えられる。

²⁰ データの取得タイミング、その後のデータ修正、為替レートの変動等もあり、再取得においては、図表11と異なる値が取得されている。

図表 13 2012 年以降のフランス及び米国におけるキャッシュレス決済比率の推移



(出典) 世界銀行「Household final consumption expenditure」、
BIS「Red Book」の非現金手段による年間支払金額から算出。

b. オーストラリアにおける比率の上昇

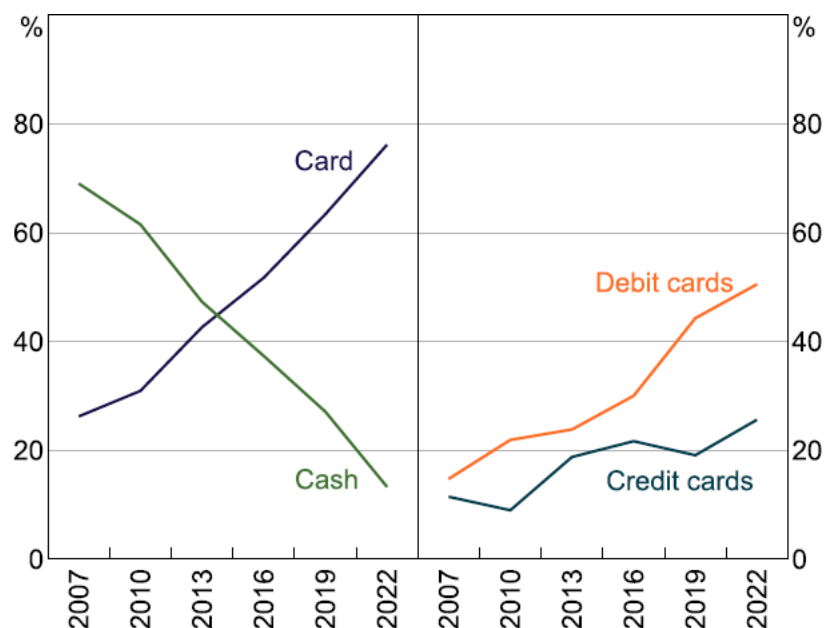
オーストラリアは、キャッシュレス決済比率が3番目に高い(図表 10)。オーストラリアでは、近年、非接触デビットカードの利用の進展が、キャッシュレス決済比率の向上に貢献していると言われている。

オーストラリア準備銀行(Reserve Bank of Australia: RBA)が3年毎に実施する「Consumer Payments Survey²¹」によると、2007年当時には金額ベースで38%、回数ベースで69%の決済が現金で行われていた。これが、2022年には、金額ベースで8%、回数ベースで13%にまで減少する。

現金の代わりに利用されるようになったのが、デビットカードである。デビットカードは、2022年時点において金額ベースで39%、回数ベースでは51%と、決済全体の2回に1回は利用されている状況にある。なお、クレジットカードは金額ベースで26%、回数ベースも同じ26%となっている。

²¹ <https://www.rba.gov.au/publications/rdp/2023/2023-08.html>

図表 14 オーストラリアにおける現金決済とカード決済の利用状況



(出典) RBA 「The Evolution of Consumer Payments in Australia: Results from the 2022 Consumer Payments Survey」

このようにカード決済、特にデビットカードの利用が進んだ理由について、RBAは非接触決済の普及を挙げている。非接触決済はその決済スピードが早いことから消費者に歓迎されていることに加え、小規模の店舗においても導入が進んだことが普及の原因と考えられており、また、コロナ禍がそれに拍車をかけた²²と分析している。RBAによると、そもそもオーストラリア国民は、クレジットカードの利用により後払いを行うよりも、銀行口座にある資金から直接支払いたいという傾向にあり、特に、若年層はこの傾向が高いと指摘する。加えて、クレジットカードのリワードプログラム²³の手厚さが従前より低下していること、クレジットカードよりもデビットカードの方がサーチャージ²⁴を低く抑えられることが、デビットカードを選好する要因と見ている。

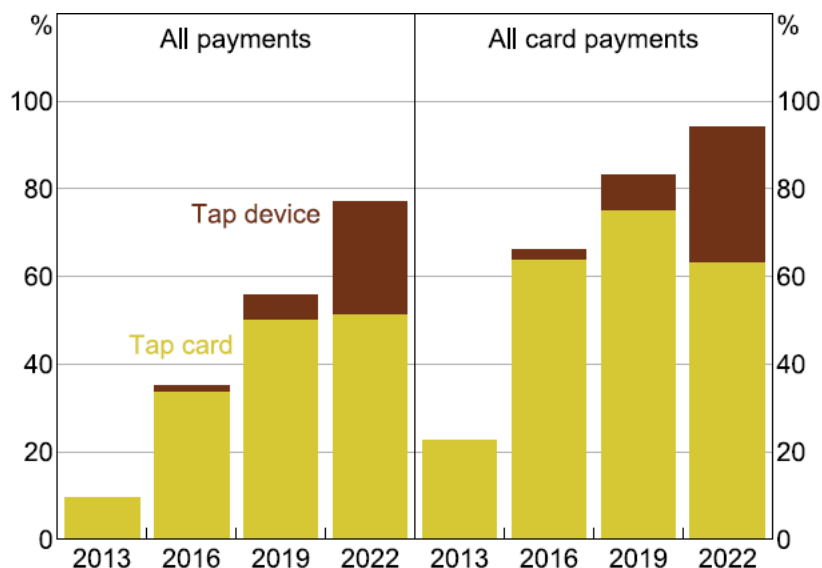
対面決済において非接触決済を利用する回数は、2019年には56%であったが2022年には77%にまで拡大している。カード決済に限定してみれば、2022年には95%の決済が非接触方式にて行われている状況にある。特に近年ではカード利用からモバイルデバイス利用へのシフトも進んでいる。

²² オーストラリアの一部の銀行は、コロナ禍において、デビットカードを作成していなかった顧客に対し、デビットカードを自動で送付するといった施策も行われている。

²³ ポイント還元や特別サービスの提供等、クレジットカードの保有、利用に応じて提供される特典

²⁴ オーストラリアでは、店舗が特定の決済手段の利用に対し、顧客に手数料を徴収すること（サーチャージ）が認められている。

図表 15 非接触決済の占める割合

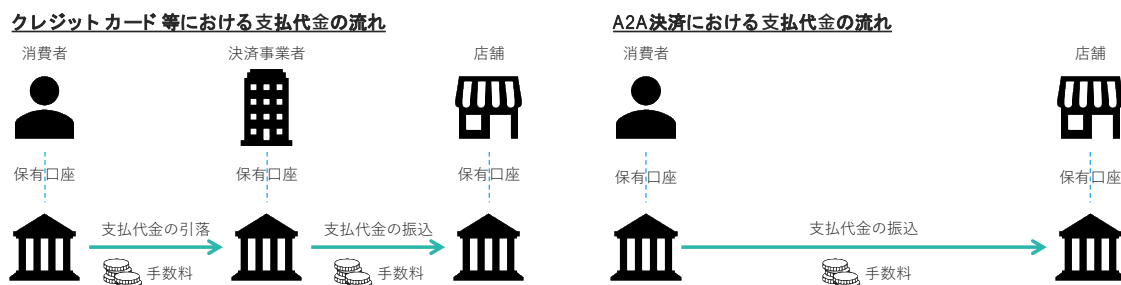


(出典) RBA 「The Evolution of Consumer Payments in Australia: Results from the 2022 Consumer Payments Survey」

c. 欧州における A2A 決済

欧州諸国では、店舗での支払においても A2A (Account to Account) 決済と呼ばれる銀行の口座振込により決済を行う仕組みの利用が増えてきている。一般的に、店舗での支払におけるクレジットカードや電子マネー等の従来型のキャッシュレス決済サービスの利用では、消費者の銀行口座から代金を引落とし、店舗の銀行口座へ代金を入金する仲介役として決済事業者が存在し、一時的に決済事業者の口座を経由して代金がやり取りされることとなる。A2A 決済では、支払人の銀行口座から直接、受取人の銀行口座へ送金を行う形で支払を行う。そのため、そのスピードや手数料の安さから諸外国において注目されつつある分野である。

図表 16 従来型のキャッシュレス決済手段と A2A 決済における支払代金の流れ

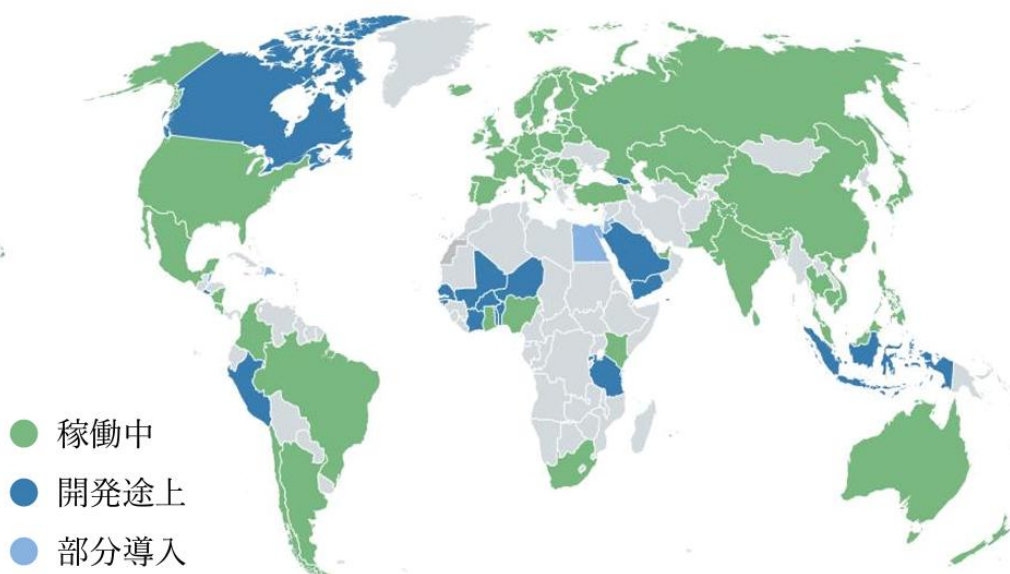


このような A2A 決済の利用額は、銀行の口座振替の仕組みを利用するため、図表 10 の比率として現れない。例えば、スウェーデンでは店舗における現金利用が

10%とされている²⁵のに対し、図表 10 で示されるキャッシュレス決済比率は 47.5% となっている。このような店舗におけるキャッシュレス利用の実態とキャッシュレス決済比率に乖離がある場合に、A2A 決済が利用されている可能性が考えられる。

A2A 決済は、銀行間決済の 24 時間 365 日リアルタイム化の進展にあわせ、導入が進みつつある。我が国においては、銀行間決済を実現する仕組みである全銀システムが 1970 年代より異なる銀行間であってもリアルタイムに送金可能な仕組みが構築されていた²⁶こともあり、銀行間決済のリアルタイム化は一般的な仕組みとも捉えられがちであるが、世界的に見るとこのような動きは、2000 年代後半から始まった動きである。

図表 17 世界における銀行間リアルタイム決済の導入状況（2021 年 9 月時点）



(出典) 金融庁「アジア諸国での金融デジタル化及び電子決済サービスの動向と、我が国との国際協調の展望に関する委託調査」

リアルタイム銀行間送金は、導入当初は主に個人間送金を中心に利用されていたが、その後、店舗での支払にも利用できるようにする動きが生じている。例えば、スウェーデンでは 2012 年 10 月に Swish が導入され個人間送金のリアルタイム化を

25 スウェーデン中央銀行の調査では、直近の店舗での支払で現金を利用した人の割合は 10%とされている。(https://www.riksbank.se/en-gb/payments--cash/payments-in-sweden/payments-report--2024/trends-in-the-payments-market/cash-is-rarely-used-and-the-supply-of-cash-services-is-decreasing/)

26 全銀システムは、当初、平日の 8:30~15:30 に限定して稼働していたが、2018 年より 24 時間 365 日でのリアルタイム送金を実現する仕組み（モアタイムシステム）が提供されている。また、1.1.2 において示したように、我が国においても銀行口座を利用した支払いは相応に発生している。特に、光熱費等の定期的な発生する支払いにおいて口座振替の利用は多い。

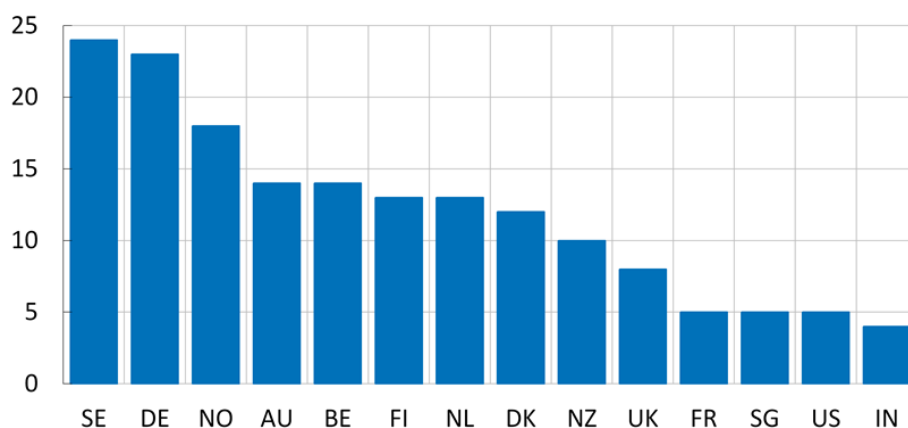
実現した後、2014年に店舗向け決済サービスとして Swish for companies が導入されている。同様に、シンガポールでは、2017年7月に PayNow が導入され、2018年に PayNow Corporate が始まっている²⁷。

各国とも基本的な機能は同様であり、個人間送金においては、送金したい先の銀行口座番号に紐づけられている情報（電話番号やメールアドレス等）を指定することで、通常の銀行間送金としてリアルタイムに相手に届く。企業版（店舗向け）では、この紐づけられている情報が店舗の識別子（加盟店番号等）に置き換わり、かつ、指定する方法としてスマートフォン等に識別子を直接入力するのではなく、店頭に置かれた QR コードを読み取る等により実現することとなる²⁸。

d. BNPL の普及

キャッシュレス決済比率に現れにくい決済サービスの1つに BNPL も挙げられる。BNPL は、後払い決済サービスとも呼ばれ、消費者は商品やサービスの購入代金を購入時ではなく購入後に、分割等して支払うことを可能とするサービスである。BNPL 事業者は、商品等の購入代金を店舗等に対し立替払いし、後日、消費者から代金を回収する。スウェーデンでは、特にこの BNPL の利用が進んでおり、EC 決済のうち約 24%が BNPL で行われている²⁹。

図表 18 EC 決済のうち BNPL で行われる割合



²⁷ 英国では、2014年4月から PayM と呼ばれる個人間送金サービスが提供され、個人事業主への支払にも利用されていたが、2023年3月にサービス終了となっている。終了については、いくつかの理由が考えられるが、FinTech 企業等が銀行 API (Application Programming Interface) を利用した新たな A2A 決済サービスに置き換わっていったことも影響していると考えられる。

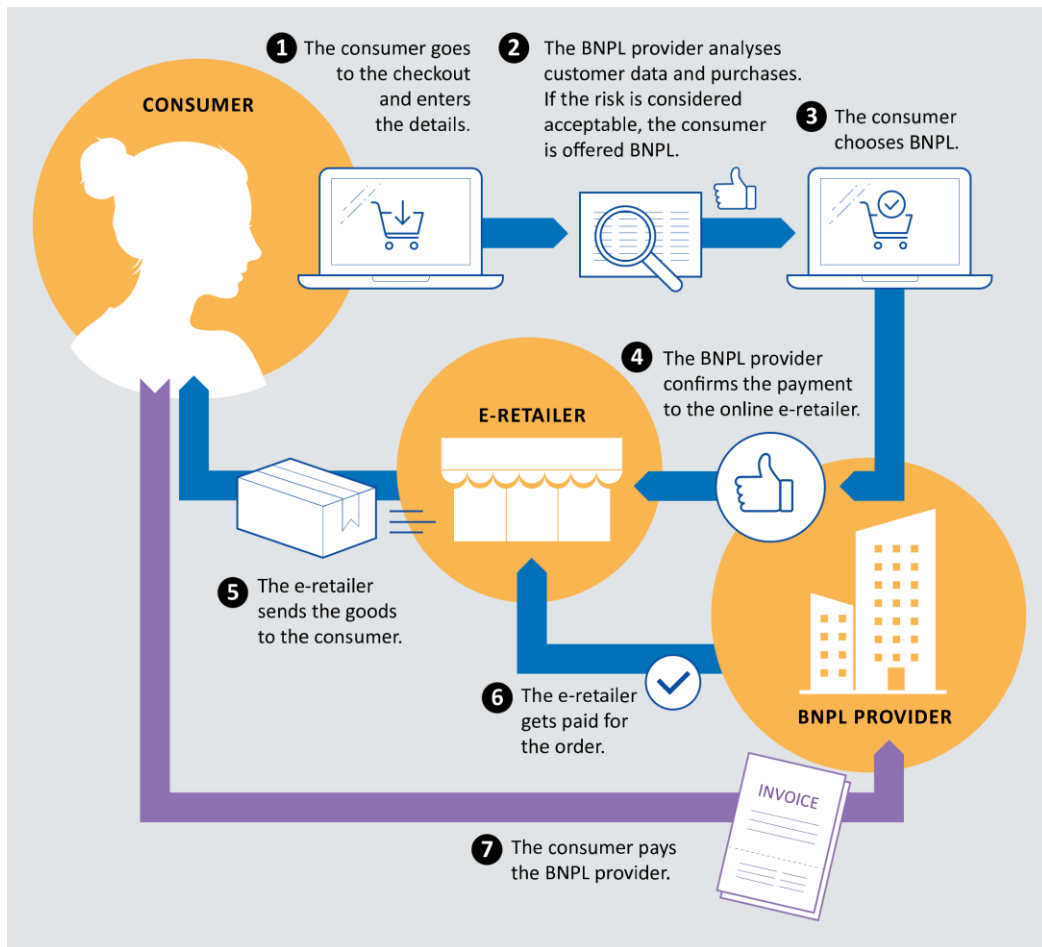
²⁸ 同様の仕組みは、オーストラリア (NPP: 2018年2月導入)、ブラジル (PIX: 2020年11月導入) 等でも提供されている。

²⁹ スウェーデンでは、EC サイトの売上が小売全体の 17%を占めている。(https://www.riksbank.se/en-gb/press-and-published/publications/staff-memos/buy-now-pay-later--a-threat-to-financial----stability/)

(出典) スウェーデン中央銀行

後払いの回収の方法としては、クレジットカードやデビットカードが利用される場合もある。この場合、図表 10 においても（クレジットカードやデビットカードの利用分として）算入されることとなるが、スウェーデンでは支払方法として銀行口座を指定する方式が一般的となっており、これもスウェーデンの決済比率が低くなる要因の1つであると考えられる。

図表 19 スウェーデンにおける BNPL の利用方法



(出典) スウェーデン中央銀行

2 我が国におけるキャッシュレスの動向

2.1 総務省「マイナポイント事業」



2.1.1 事業の概要

総務省によるマイナポイント事業は、消費の活性化、生活の質の向上、マイナンバーカードの普及促進及び官民キャッシュレス決済基盤の構築を行うことを目的³⁰に実施された。取得したマイナンバーカードを用いて、スマートフォンやパソコン、所定の店舗等において手続きを行うと、自身が選択したキャッシュレス決済手段のポイントが付与される。

マイナポイント第1弾事業（2020年9月1日～2021年12月末日）では、マイナンバーカードの取得を条件として、チャージ金額もしくは決済金額に対し、25%分のポイント（上限5,000円相当）が付与されていた。マイナポイント第2弾事業では、2022年6月よりマイナンバーカードの健康保険証としての利用申込みや公金受取口座の登録を行った場合に、それぞれ7,500円相当のポイントの申込が追加の施策として開始された。本事業におけるマイナポイントの申込は、2023年9月末で終了している。

当協議会は、本事業第2弾の事務局として、補助金の申請受付、交付等の事務を担った。

2.1.2 消費者の状況

マイナポイント事業の実施に伴い、マイナンバーカードの交付も増加している。2024年3月末時点で、累計交付枚数³¹は約9,800万枚に達した。保有枚数³²は9,200万枚に到達し、人口に対する保有枚数率は73.5%に到達した。これは、有効なパスポート（約2,151万冊³³）、運転免許証（約8,186万枚³⁴）を上回る交付状況となっている。

マイナンバーカードは、身元確認を行うための公的個人認証を実現する重要なツールでもあり、今後、マイナンバーカードによる身元確認や本人認証が一般化することで、より安全・安心なキャッシュレスの実現につながることも期待できる。

³⁰ マイナポイント利用規約より。

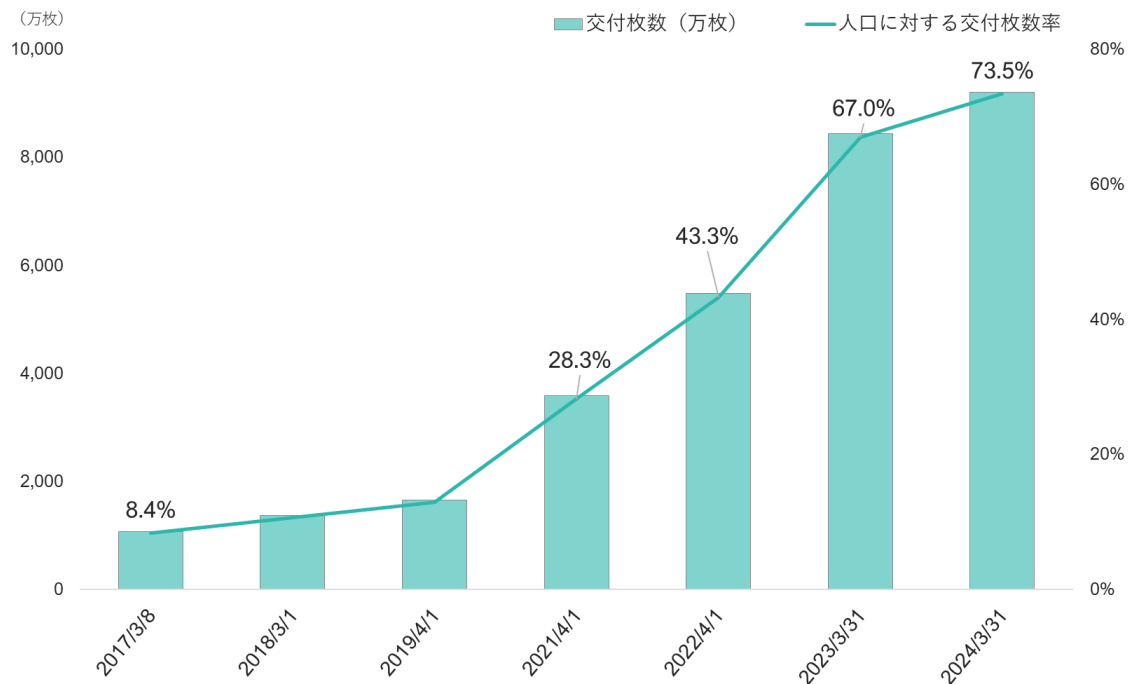
³¹ 再交付、更新を含むこれまでに交付されたカードの累計枚数

³² 現に保有されているカードの枚数（交付枚数から死亡や有効期限切れなどにより廃止されたカードの枚数を除いたもの

³³ 外務省「旅券統計（令和5年）」

³⁴ 警察庁「運転免許統計（令和5年版）」

図表 20 マイナンバーカードの交付枚数と普及率



(出典) 総務省「マイナンバーカード交付状況について」

2.2 地方税統一 QR コードを活用した地方税の納付

2.2.1 eL-QR の概要

2023年4月1日より、地方税統一QRコード（eL-QR）³⁵を活用した地方税の納付が開始された。固定資産税や自動車税種別割等の地方税について、地方自治体から送られる納付書にeL-QRが付される。住民はコード決済アプリ等により、このeL-QRを読み取ることで納付することが可能となり、いつでも、どこでも納税ができる環境が整えられた。

eL-QRの導入により、どの自治体の納付書であっても、eL-QRを介することで同一の納付手段、納付手続により納付することが可能となった。また、地方税共同機構が運営する「地方税お支払サイト」からも納付が可能となり、手続の一元化が図られている。

また、金融機関においても、eL-QRがあればどの自治体の納付書でも受け付けることができ、これまで自治体宛に送付していた領収済通知書についても不要となり、電子化による業務効率化が進められることとなった。

³⁵ eL-QR は決済用統一 QR コード規格である JPQR の一類型である。

自治体においても、電子化による消込作業等の効率化に加え、地方税共同機構が主体となって納付手続きの一元化を進めるため、自治体自身が個別の金融機関や決済事業者との契約を締結する必要はなくなり、全国で均質なサービス提供を行うことが可能となった。

図表 21 地方税統一QRコード(eL-QR)印刷イメージ



- eLTAXを通じた納付を行うために地方団体において納付書に印字する必要があるもの
- ① 地方税統一QRコード：納付情報等を格納したもの。
 - ② eL-QR (えるきゅーあーる)：印字したQRコードが、地方税統一QRコードであることを明示的に示すための文言。
 - ③ eL番号(えるばんごう)：地方団体が発付する納付書を一意に特定するための情報で、地方税統一QRコードに格納される情報の一部を記載するもの。
 - ④ eLマーク(えるまーく)：共通納税システムに対応する納付書であることを、利用者や金融機関窓口職員が確認するためのマークとして、地方税共同機構が制定したマーク。

(出典) 総務省 Web サイト (https://www.soumu.go.jp/main_content/000872819.pdf)

2.2.2 eL-QR の活用状況

a. 地方公共団体での対応状況

2024 年 1 月時点において、eL-QR に対応している地方公共団体は、1,779 団体 (47 都道府県、1,732 市区町村) に及び、全国体のうち 99.5%が対応している。いずれの団体においても、基本 4 税目と呼ばれる「固定資産税」「都市計画税」「自動車税種別割」「軽自動車税種別割」に対応している。

未対応の地方公共団体は 9 団体となったが、これらのうち 2 団体については 2024 年度中に対応し、残りの 7 団体も 2026 年度中には対応を完了する見込みである。

また、基本 4 税目以外の税目についても、その対象を拡大³⁶しており、地方公共団体への納付の利便性がより向上することが期待されている。

³⁶ 不動産取得税、個人事業税、個人住民税 (普通徴収)、国民健康保険税等

b. 金融機関の対応状況

2023年12月時点で、eL-QRに対応可能な金融機関は、373機関存在する。この時点では、信用組合、JA系統金融機関、JF系統金融機関が未対応ではあるものの、今後対応見込みであり、我が国にあるほぼすべての金融機関窓口でeL-QRの受付が可能となる。

また、2023年12月時点で、23のスマートフォン決済アプリからの納付が可能となっている。

c. 実際の利用状況

2023年4月から6月までの共通納税システムを活用した納付件数は、約4,700万件にのぼる。このうち、銀行窓口での納付が約3,200万件と最も多く、スマートフォン決済アプリからの納付は約650万件、クレジットカードによる納付は約330万件、インターネットバンキングを介した納付は約520万件となっている³⁷。

2.3 「クレジットカード・セキュリティガイドライン」の改定

「クレジットカード・セキュリティガイドライン」は、安全・安心なクレジットカード利用環境を整備するため、クレジットカード会社を始めとする決済事業者や店舗等のクレジットカード決済に係る事業者が実施すべきクレジットカード情報の漏えい及び不正利用防止のためのセキュリティ対策の取組を取りまとめたものである。同ガイドラインは、割賦販売法に規定するセキュリティ対策義務の「実務上の指針」として位置づけられている。

2024年3月の改定では、クレジットカード情報保護対策と不正利用対策について具体的な実現方法が定められている。

2.3.1 クレジットカード情報保護対策

2025年4月以降、全てのEC加盟店は、「セキュリティ・チェックリスト」記載のぜい弱性対策等のセキュリティ対策を実施することが求められている。そのため、アクワイアラや決済代行業事業者等の店舗に導入する立場の決済事業者は、EC加盟店に対して「セキュリティ・チェックリスト」に記載されているセキュリティ対策を実施する必要性を周知することとされている。

³⁷ 地方税統一QRコード（eL-QR）の活用状況と今後の取組みについて
(https://www.soumu.go.jp/main_content/000901829.pdf)

2.3.2 不正利用対策

原則全てのEC加盟店では、2025年3月末までにEMV 3-Dセキュア³⁸を導入する必要がある。これに向けて、EC加盟店、店舗に導入する決済事業者（アクワイアラ）や決済代行事業者、クレジットカードを発行する事業者（イシュア）それぞれの取組が明記された。

EC加盟店では、EMV 3-Dセキュアの導入計画を策定し、早期の導入に着手することが明記され、特に不正利用が多発している場合は、即時導入に着手することが求められている。これに関連してアクワイアラに対しては、EC加盟店への働きかけが求められている。

イシュアでは、自社の顧客（カード会員）に対し、EMV 3-Dセキュアの登録を強く推進するための取組を行い、2025年3月末時点においてEC利用会員ベースで80%のEMV 3-Dセキュア登録を目指すこととされている。また、2025年3月末時点でEMV 3-Dセキュア登録会員ベースで100%の「静的（固定）パスワード」以外の認証方法への移行を目指す。

2.4 消費者をめぐる動向

ここでは、キャッシュレスに対する消費者の意識（深層心理・潜在意識等）や行動について、当協議会が定期的に行っている消費者インサイト調査を中心に、更なる利用拡大に向けた消費者視点での課題を掘り下げる。

当協議会では、毎年度「消費者インサイト調査」として、毎年消費者に対しWebアンケート調査を実施している。2023年度の調査では、3,000人を対象としたアンケート調査をもとに、回答者を回答内容から機械的に5つのクラスター（集団）に分け、各クラスターの特徴についても分析している。

なお、調査対象の年代として、これまで20代～60代以上としていたものを、2023年度では20代～70代以上とし、高齢者層の状況をより詳細に把握できるよう見直している。

図表 22 消費者インサイト調査の実施概要

1. 調査手法	WEBアンケート調査
2. 調査実施期間	2023年11月上旬
3. 対象者数	3,000名※ ※今回から70代を追加
4. 質問項目	<ul style="list-style-type: none">• 消費者の属性（性年代、居住地、年収など）• キャッシュレス決済の認知状況、保有状況、利用状況• キャッシュレス利用意向• キャッシュレス利用実態• キャッシュレス決済の利用理由• キャッシュレス決済に関する知識• キャッシュレス決済に関する価値観• ポイントの利用状況、使用状況• ポイントに関する意識・行動 など

³⁸ 不正利用防止のため、リスクに応じてクレジットカード利用者の本人認証を行う手法。

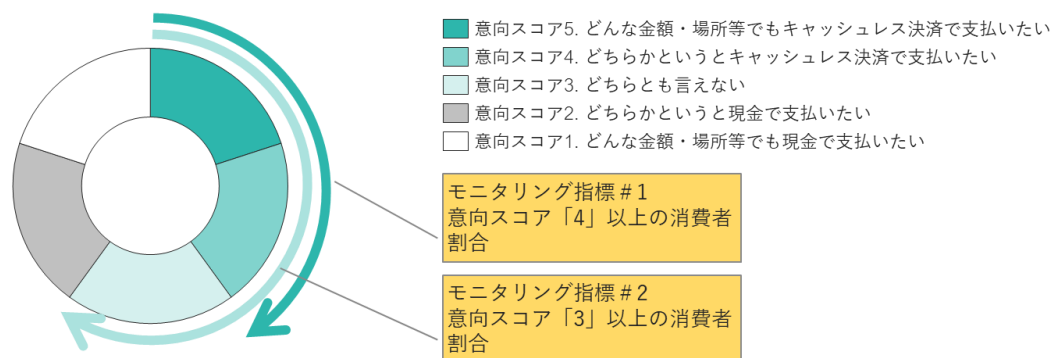
2.4.1 モニタリング指標の動向

消費者インサイト調査では、4つのモニタリング指標を設定し、継続的な変化を確認している。モニタリング指標の#1と#2は、アンケートにおいて、キャッシュレス決済の利用意向を5段階で聞いており、この5段階の割合を確認している。

#1は、既にキャッシュレス決済の利用に前向きである「キャッシュレス派」の消費者ボリュームの把握として、利用意向が高い消費者の割合を見る。#2では、#1に加え、今後キャッシュレス利用に前向きなセグメントに成長する可能性がある「中立派」の消費者も含めたボリュームの把握を目的とする。

図表 23 モニタリング指標 # 1、# 2 のイメージ

キャッシュレス決済の利用意向



モニタリング指標の位置づけ

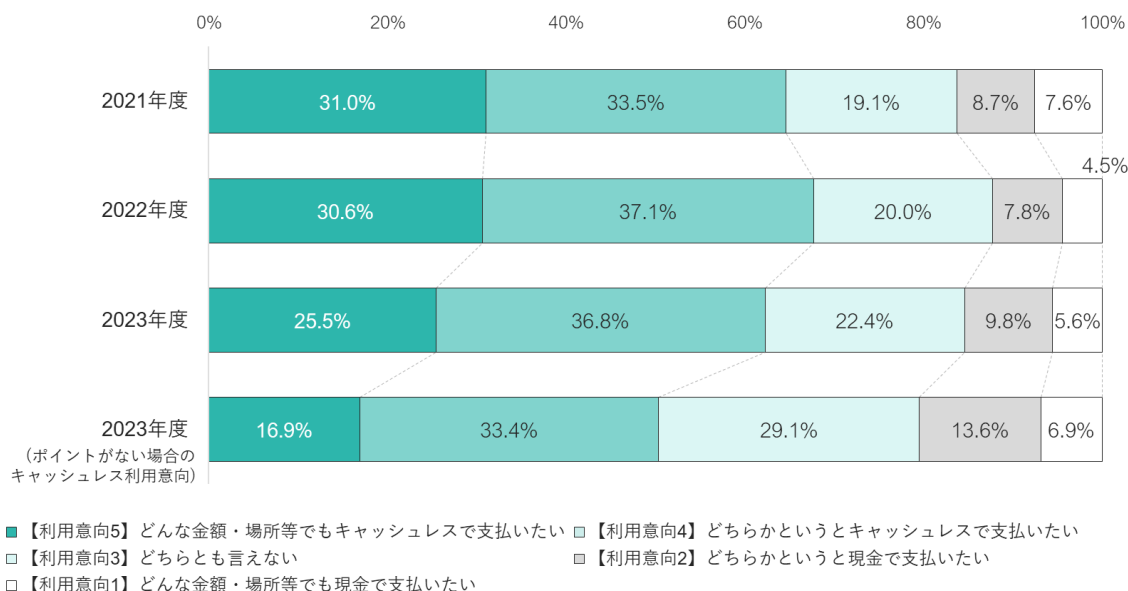
- #1 意向スコア4以上の消費者割合
既にキャッシュレス利用に前向きである消費者のボリュームの把握
- #2 意向スコア3以上の消費者割合
今後キャッシュレス利用に前向きなセグメント（意向スコア4以上）に成長する可能性がある消費者も含めたボリュームの把握

(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2023 年度)」

モニタリング指標 # 3、# 4 は、キャッシュレス決済手段の保有率に着目している。#3 は、キャッシュレス決済全体の保有率として、既に何らかのキャッシュレス決済を保有している消費者のボリュームを把握する。#4では、キャッシュレス決済手段別の保有者のボリュームを確認している。

2.4.2 モニタリング指標 # 1、# 2 の状況

図表 24 キャッシュレス利用意向の変化



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2023 年度)」

指標 # 1 (キャッシュレス派の割合) については昨年度から6%pt.の減少となっている。内訳を見ると、利用意向「4」の割合が大きく変化していないのに対し、利用意向「5」が大きく減少している。これらキャッシュレス利用意向が高い層の減少は、現金利用意向が高い層の増加に繋がる結果となっている。なお、利用意向「3」は昨年度より増加しており、指標 # 2 については3%pt.の減少にとどまっている。

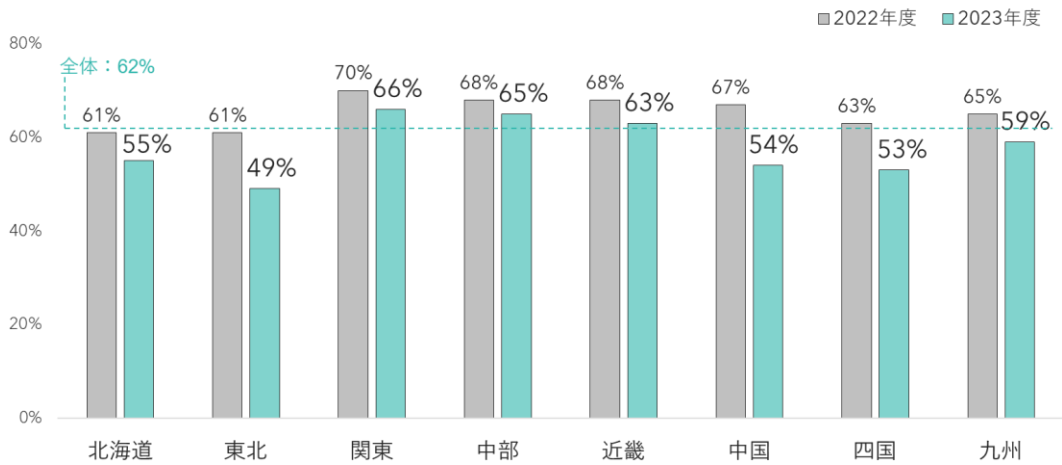
また、2023年度調査では、通常の利用意向の確認に加え、仮にキャッシュレスの利用によるポイント付与がないとした場合での利用意向についても確認している。結果、利用意向「5」は大きく減少し、「4」についても減少した。一定程度の消費者において、キャッシュレスを利用する理由が利得性によるものであることが示唆されている。つまり、利便性の面では現金の方が優位であると認識する消費者もいると捉えることができる。

a. 地域別の状況

次に、指標 # 1 について地域別の状況を見る。関東、中部、近畿といった大都市圏を有する地域においては全体平均を上回る結果となっている。他方で、東北、四国については低くなっている。

2022 年度調査との比較では、全体的に利用意向が低下している状況にあるが、キャッシュレスの利用意向が高い関東、中部、近畿における低下率よりもその他の地域の低下率が大きく、昨年度と比較して、地域間の格差が広がる結果となった。

図表 25 地域別のモニタリング指標 #1 の割合

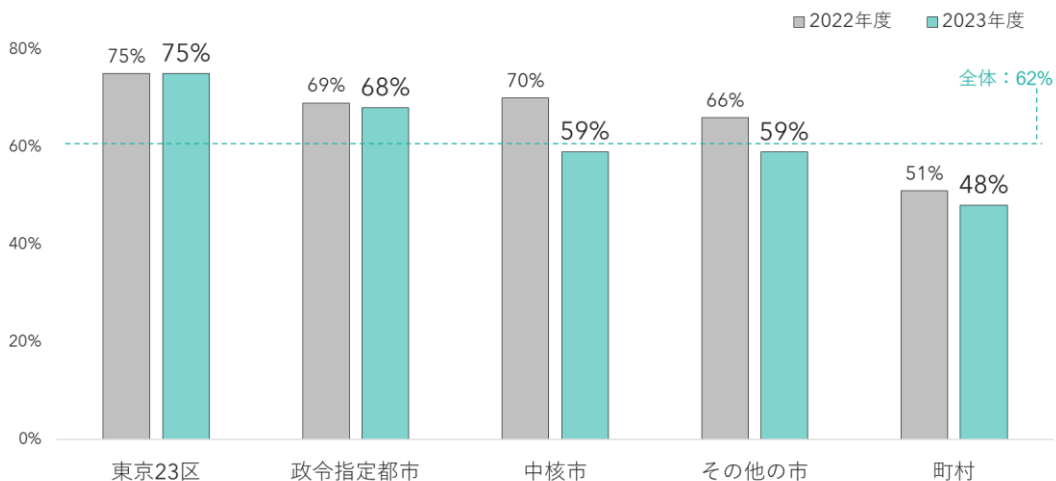


(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2022 年度・2023 年度)」

b. 都市規模別の状況

都市規模別では、東京 23 区及び政令指定都市の都市部において利用意向が高く、また、昨年度と比較しても大きな違いは発生していない。しかし、中核市等の市では昨年度結果との比較において、大きく落ち込んでおり、全体の利用意向を押し下げている原因となっている。町村部における利用意向は低い状況に変わりはないが、昨年度と比較しても大きく下落している状況にはない。全体的な利用意向の落ち込みは、中核市以下の市部における利用意向の変化の影響が大きいと考えられる。

図表 26 都市規模別のモニタリング指標 #1、#2 の割合



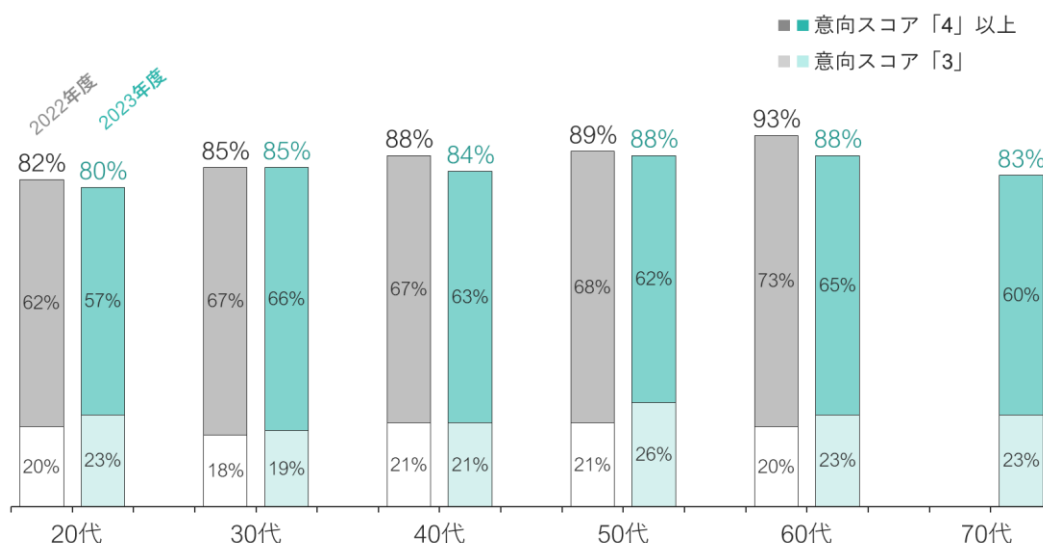
(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2022 年度・2023 年度)」

c. 年代別の状況

最後に年代別を見る (図表 27)。モニタリング指標 #1 については、30 代が最も

高く、20代が最も低い結果となった。モニタリング指標#2においては、50代、60代が高く、20代が低い結果となっている。2022年度との比較で見ると、40代、60代の利用意向の低下が顕著である。今回始めて調査を行った70代については、83%と20代を上回る結果となったものの、他の年代と比較するとやや低い結果となっている。

図表 27 年代別のモニタリング指標 #1、#2 の割合



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2022年度・2023年度)」

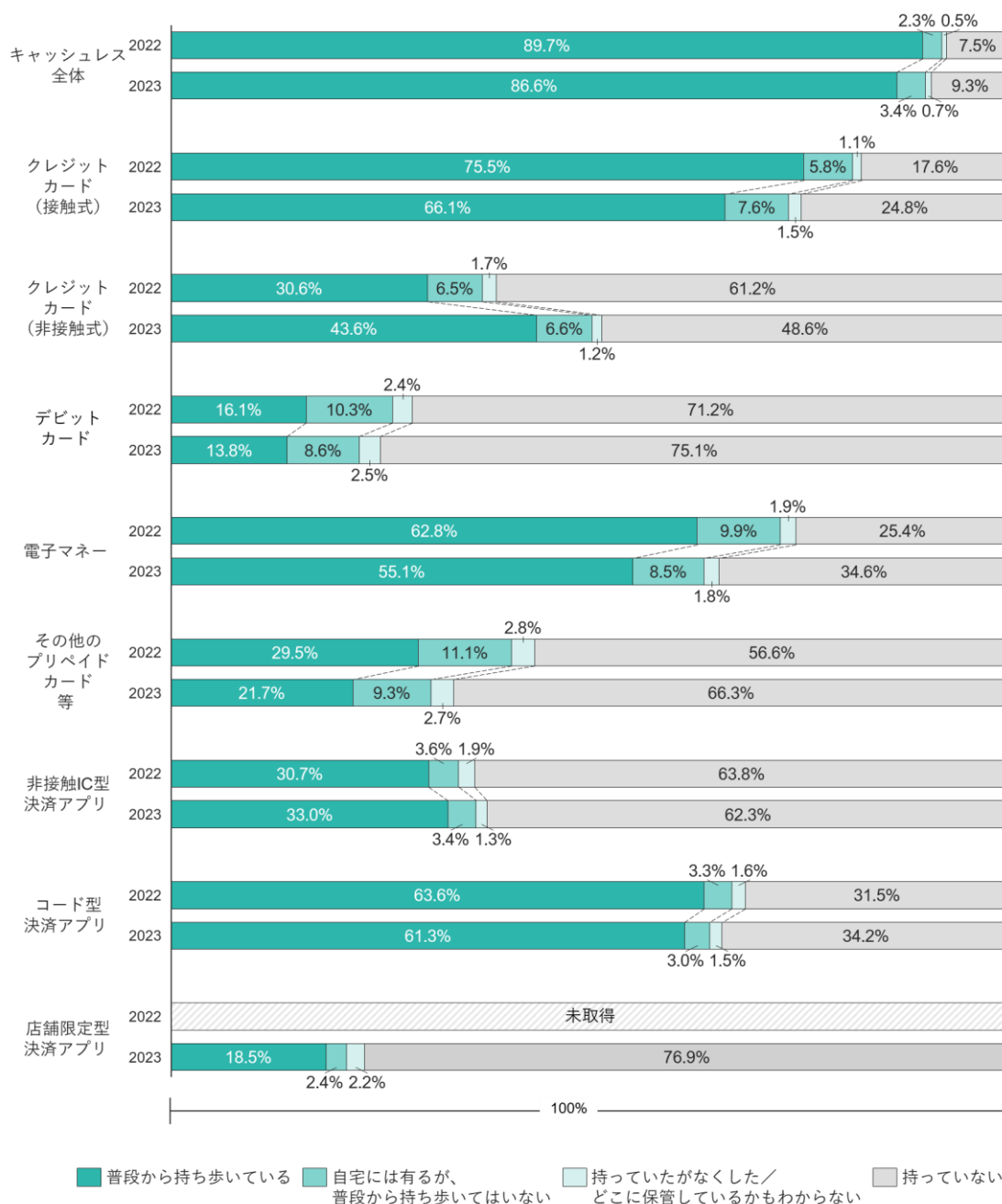
上記の結果より、これまで積極的に実施されてきたキャンペーン等の利得性を訴求する動きが一段落し、平時のポイント還元率も従前より変化してきている状況において、キャッシュレスの利用において利得性のメリットが薄れ、常にキャッシュレスを利用しようという意向は落ち着いてきていると考えられる。ただし、全体的なキャッシュレス決済比率が上昇していることを踏まえると、一部のキャッシュレス積極利用層が牽引してきた状況から変化し、これまで利用してこなかった消費者や店舗もキャッシュレスを利用するようになり、社会全体としてのキャッシュレス利用は進んでいると捉えることができる。

特に、地域別では東北、中国、四国の、都市規模別では中核市以下の市部での落ち込みが大きいことを踏まえて推察すると、キャッシュレスを利用可能な店舗が多いと想定される地区では、現金を持たなくても生活できるため、キャッシュレスの利便性の観点から引き続き利用意向が高まる。一方、キャッシュレスの利用可能店舗が比較的少ないと想定される地区では、利得性のメリットが薄れるに伴い、無理にでもキャッシュレスを利用するのではなく、現金の利用も含めて購買を行う消費者像が想像できる。

2.4.3 モニタリング指標 # 3 の状況

指標 # 3（キャッシュレス決済手段の保有率）については、キャッシュレス全体を見ると昨年度から大きな変化はなかった。キャッシュレス決済手段の保有率は、既に90.7%と高い数値となっており、高止まりしているとも考えられる。

図表 28 モニタリング指標 # 3、# 4 の状況（キャッシュレス決済手段別の保有率）



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2023年度)」

指標 # 4（キャッシュレス決済手段別の保有率）を確認すると、決済手段の特徴が現れる。2022年度調査と比較して、「クレジットカード（非接触式）」の保有数が大きく増加している。また「非接触IC型決済アプリ」も増加しており、全体として非接触決済の保有数が増加傾向にある。「電子マネー」の保有率の減少幅が、他の決済手段と比較して大きい。これはモバイル化の影響も考えられる。

a. 各キャッシュレス決済手段の定着率

それぞれのキャッシュレス決済手段保有者のうち、週1回以上利用すると消費者の割合について見る。キャッシュレス決済全体（何らかのキャッシュレス決済手段を保有している人が、それを利用する割合）では、昨年度と比較して+1%pt.と増加した。決済手段別に見ると、「コード型決済アプリ」の保有者の約半数が週1回以上利用するとしており、コード決済が普段からよく利用されていることがわかる。

昨年度との比較においては、デビットカード、非接触 IC 型決済アプリの伸びが大きくなっている。特に非接触 IC 型決済アプリは、37%の方が週1回以上利用するとしており、非接触決済の利用頻度が高まってきていると感じる。前述の電子マネー保有率の減少とあわせて考慮すると、非接触化にあわせモバイル化の動きも進んでいると推察される。

図表 29 キャッシュレス決済手段別の定着率

キャッシュレス決済手段	週1回以上 利用する人の割合	昨年度比
クレジットカード（接触式）	34%	±0%pts.
クレジットカード（非接触式）	30%	-1%pt.
デビットカード	22%	+5%pts.
電子マネー	29%	-1%pt.
その他のプリペイドカード	17%	+3%pts.
非接触IC型決済アプリ	37%	+4%pts.
コード型決済アプリ	49%	-2%pts.
店舗限定型決済アプリ	28%	-
キャッシュレス決済全体	68%	+1%pt.

（出典）キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査（2023年度）」

2.4.4 クラスター分類による考察

2022年度に引き続き、2023年度のインサイト調査においても、消費者の回答内容を基に回答者を5つのクラスター³⁹に分け、クラスターごとの分析を行っている。2023年度調査では、キャッシュレスとは直接的に関係のない、ライフスタイルに関する質問事項を基にクラスターの分類を行っている。これにより、普段のライフスタイルがキャッシュレスの選択や利用にどのように影響するかを確認することができると考えている。

クラスターの作成については、具体的に、消費生活に関する32の設問を「資金力重視」「情報収集重視」「こだわり重視」「周りの人重視」「コスパ重視」の5つの要素成分に分け、各設問の回答内容に応じて、これら5要素の重み付けを各人に行うことで生成されるかたまりをK-meansクラスター分析という手法を用いて、分類している。

分類した5つのクラスターは、回答内容に応じ分かりやすさのために命名をしている。

- 生活スタイルにあまり関心を示さないタイプ (Cluster-I)
- 情報収集をしっかり実施するタイプ (Cluster-II)
- 「周りの行動」を気にするタイプ (Cluster-III)
- こだわりを重視するタイプ (Cluster-IV)
- 費用対効果を重視するタイプ (Cluster-V)

図表 30 各クラスターの割合



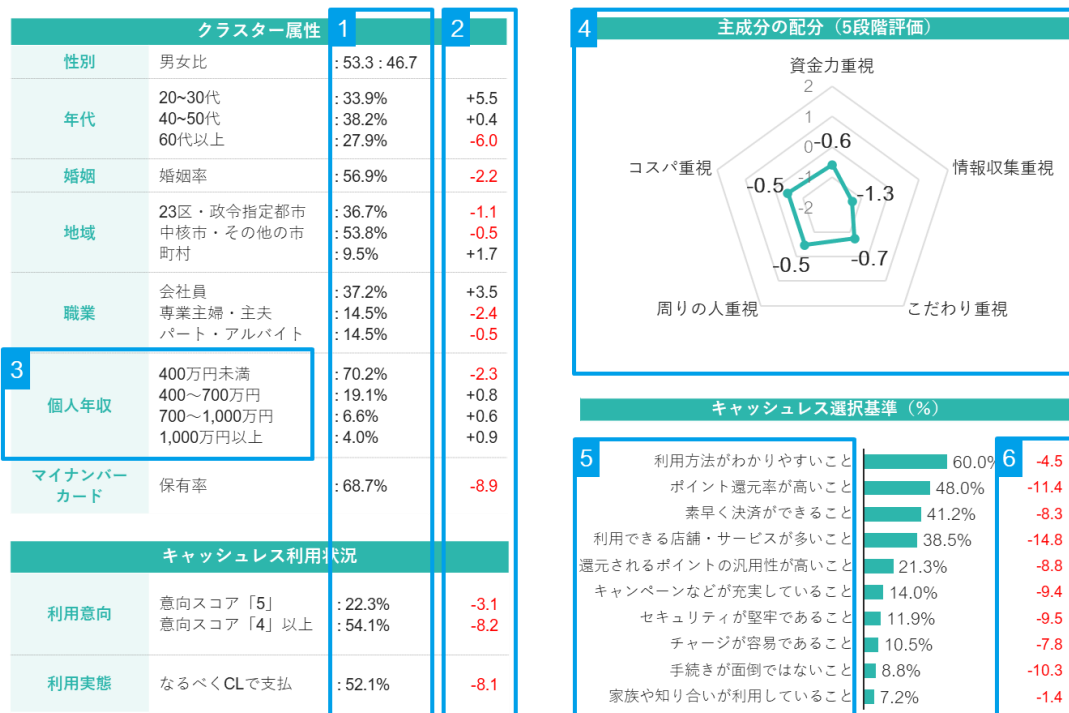
(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2023 年度)」

以降、生成された5つのクラスターについて、その内容を見ていく。文中の図表の見方について、図表 31に示す。

なお、各クラスターの分析においては、各クラスターの多数を占めると想定される方々の属性を中心に議論する。あくまで分かりやすさの観点での説明手法であり、当該クラスターに属する方が、全て一律に同様の属性であることを意味しているわけではない点にご留意いただきたい。

³⁹ 大きな集団の中から、類似する傾向を持つ者同士を集めて分類したグループ。

図表 31 分析結果の見方

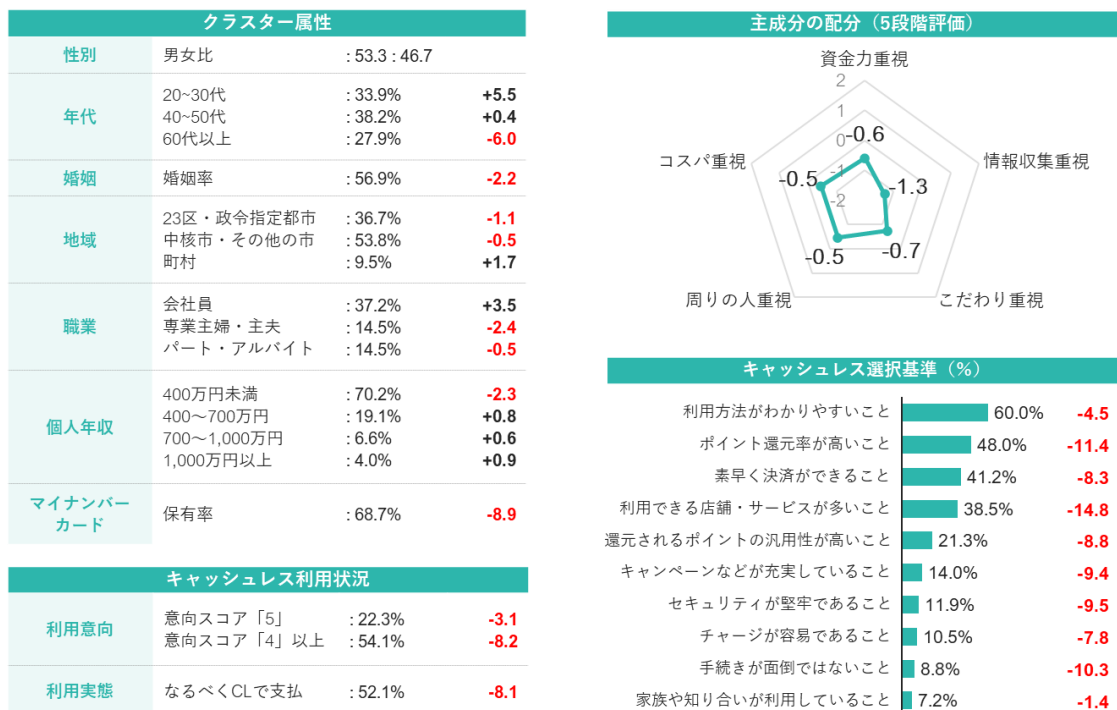


- 1 全体に占める割合を表示。年代、地域、保有状況の割合合計が100%になるが、小数点第1位切り捨てのため、見た目上は合計値100%にならない場合がある。職業は、多い順に3つまで表示。
- 2 全体との差分を表示、単位はポイント (pts.)。
- 3 個人年収は、「わからない/知らせたくない」と答える人を集計上除外した。
- 4 5段階評価は、各クラスターにおいて主成分がどの程度反応しているかを示している。
- 5 キャッシュレスの選択基準 (%) は上位8項目を表示している。
- 6 全体平均との差分を表示、単位はポイント (pts.)。

(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2023 年度)」

a. Cluster- I : 生活スタイルにあまり関心を示さないタイプ

図表 32 Cluster- I の概況



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2023 年度)」

Cluster- I は、生活スタイルにあまり興味を示さないタイプである。他のクラスターと比較して、20-30 代の町村部在住の方に多く見られ、会社員で比較的安定的な収入が得られる状況にある。マイナンバーカードの保有率は全クラスターで最も低い。

ライフスタイルへの関心が低く、キャッシュレスの利用意向は最も低い。本クラスターが全体の半数を占めており、全体的なキャッシュレス利用意向の低下ともつながっているとわかる。利用実態としても、なるべくキャッシュレスで支払うとする人の割合は、半数程度に留まっている。

キャッシュレスサービスの選択においても、特に強い意向は見られず、全ての選択基準項目において、他よりも低い結果となっている。

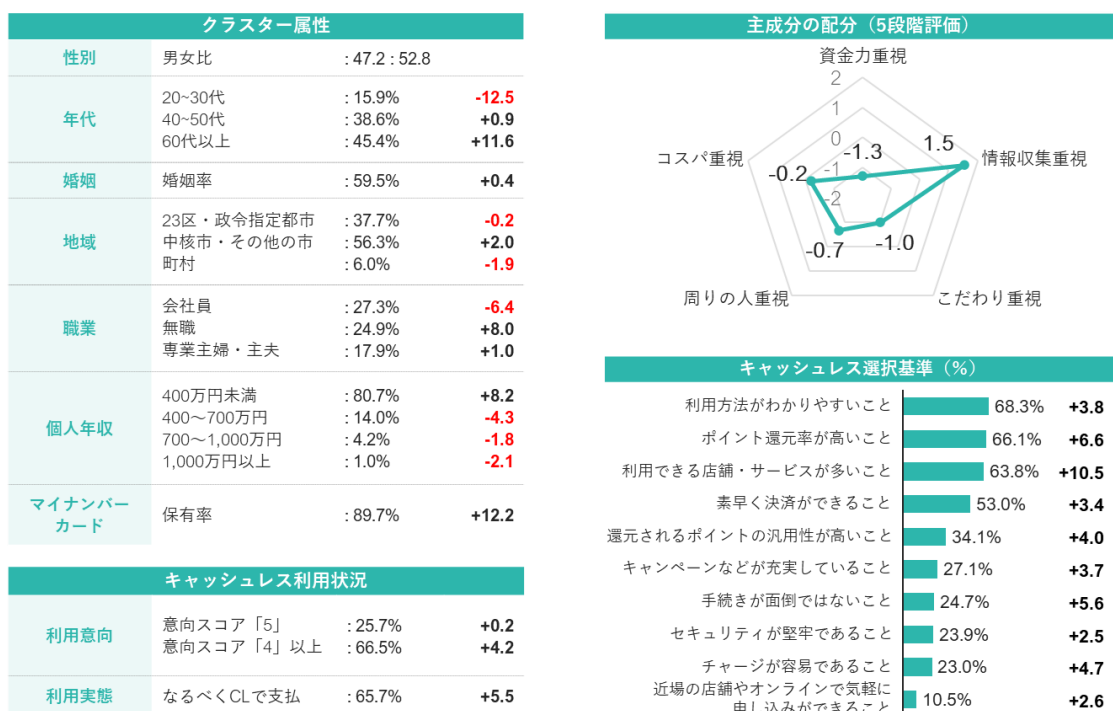
キャッシュレス決済手段については平均的な保有状況にある。本クラスターに属する人の年代が比較的若い傾向にあるという理由もあると考えられるが、人生で初めて保有した決済手段を今も継続して利用している割合が高い。

他の決済サービスとの比較についてもあまり関心がなく、利用可能店舗数等の全体で見ても比較的重要視される要素についても関心度が低い。基本的に現金を利用しており、キャッシュレスを利用する場合には、従前から所有し使い慣れたサービスを継続して利用する傾向にある。

主に企業やサービスの公式サイトやマスメディアの情報（広告含む）、ネットニュースから情報収集を行っており、口コミや SNS といった媒体は敬遠する傾向にある。ただし、いずれの媒体についても、他のクラスターよりも選択割合が低く、そもそも積極的な情報収集は行っていないとも考えられる。

b. Cluster-II：情報収集をしっかりと実施するタイプ

図表 33 Cluster-II の概況



（出典）キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査（2023年度）」

Cluster-II は、情報収集をしっかりと実施するタイプである。クラスター構成の根拠となる主要成分の配分において、情報収集への関心が突出して高いことがわかる。

他のクラスターと比較して、60代以上の無職とされる方が多く、また個人収入も低い点に特徴がある。左記のことから、仕事をリタイアした方中心と考えられる。マイナンバーカードの保有率は全クラスターで最も高い。なお、キャッシュレスの利用意向は平均的である。

キャッシュレスの選択基準においては、他のクラスターとの比較において「利用できる店舗・サービスが多いこと」「手続きが面倒ではないこと」をより重視する傾向にあり、利得性よりも利便性を重視していることが伺える。

キャッシュレス決済手段については平均的な保有状況にある。本クラスターに属する人の年代が比較的高い傾向にあるという理由もあってか、現在メインで利用し

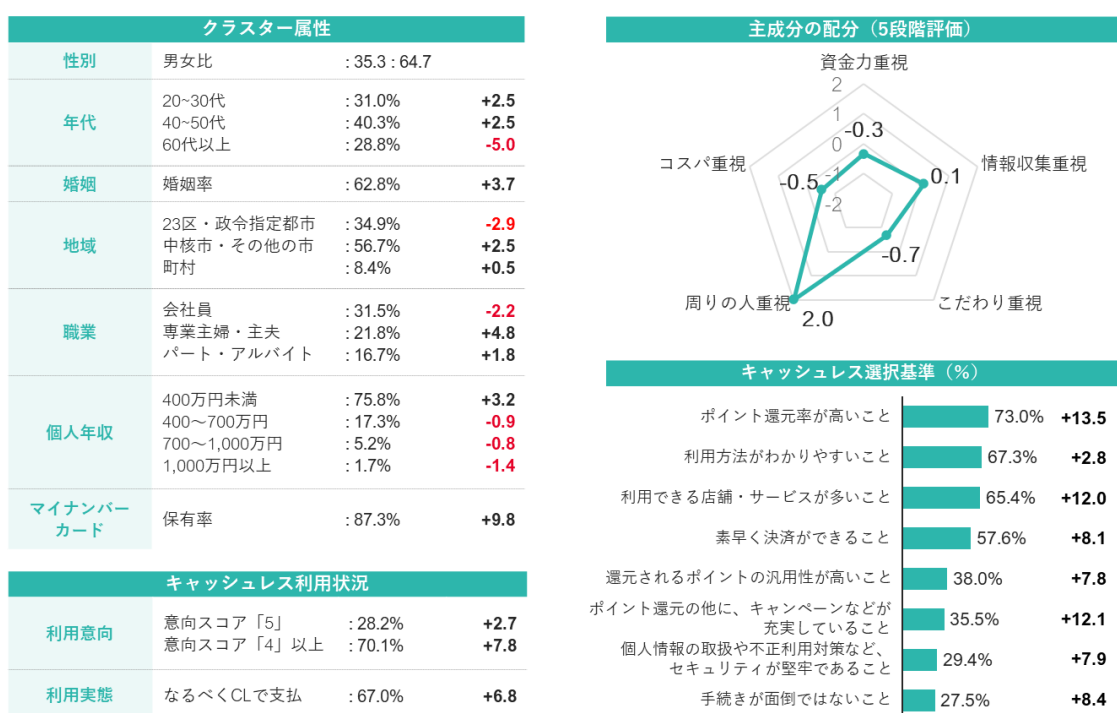
ている決済手段は、初めて保有した決済手段ではない方が比較的多い。ただし、初めて保有した決済手段を継続して利用している方においては、他サービスとの比較・検討を行っていない割合が高い。仮に、高齢者が中心であると仮定した場合、本クラスターに属する方々が初めて決済手段を作成したであろう 20-30 代の時代には、今より決済サービスの比較・検討を行うに十分な情報の収集が困難であったことも想定される。

他の決済サービスへの乗り換え可能性については、やはり利用可能店舗の数を重視する傾向にあるが、その他の項目については平均的な結果となっている。

普段参考とする情報源としては、マスメディアの割合が最も高く、このクラスターの特徴となっている。インターネットニュース、公式サイトと続き、比較的信頼性が高いと考えられる情報源を好む傾向がある。

c. Cluster-III：「周りの行動」を気にするタイプ

図表 34 Cluster-IIIの概況



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2023 年度)」

Cluster-IIIは、「周りの行動」を気にするタイプである。他のクラスターと比較すると、50代以下の女性が多い。個人年収も400万円以下の割合が高く、いわゆる専業主婦層が中心となっていると考えられる。なお、マイナンバーカードの保有率は全クラスターで2番目に高い。

主要成分の配分においては、周りの人を重視する傾向があり、情報収集についても関心があることが確認できる。このことから、家族や友人等の日常的に交流のある人から聞いた情報を活用していると考えられる。なお、なるべくキャッシュレスで支払うとした割合が比較的高い一方、利用意向については平均的な結果となっている。

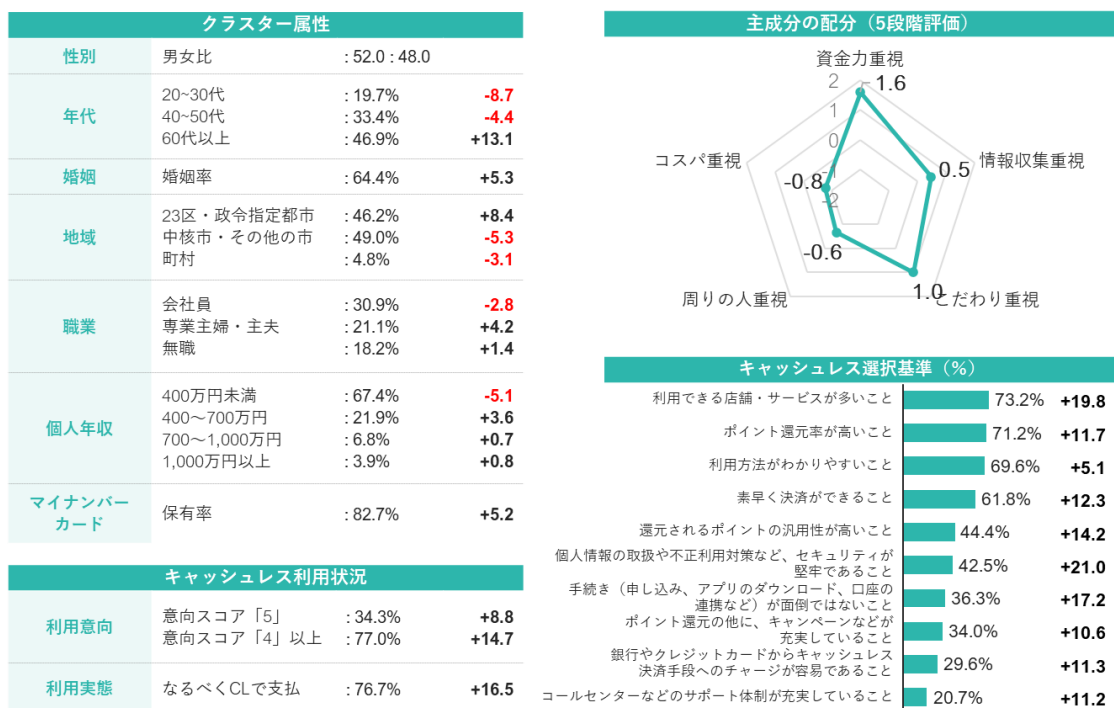
キャッシュレスの選択においては、ポイント還元率やキャンペーンの充実さについて重視している。マイナンバーカードの保有率が高い理由も、政府のマイナポイント施策が活用された結果ではないかと推察される。

キャッシュレス決済手段については、コード決済の保有数が多い。キャンペーンが比較的多い決済手段を選好し、キャンペーンを実施するサービスにあわせ保有数が増加した可能性がある。現在メインで利用している決済手段についても、人生で初めて所有した決済手段ではないとする割合が比較的高く、ポイント付与やキャンペーンの実施状況に応じてメインで利用する決済手段を選択していると考えられる。

普段参考とする情報源としては、他のクラスと比べて家族や友人からの口コミを重視する傾向にある。また、直接知っている人だけではなく、口コミサイトやレビューの情報についても同様に重視しており、実際に利用している人の生の声を広く参考にしていると考えられる。

d. Cluster-IV：こだわりを重視するタイプ

図表 35 Cluster-IVの概況



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2023 年度)」

Cluster-IVは、多少値段が高いとしても品質の良いもの、サービスの良いものを購入したいとする「資金力重視」、個性的であったり自分のライフスタイルにあったりといった、いかに自分にあっているかを重視する「こだわり重視」の傾向が高い。また、それらを実現するために「情報収集重視」の傾向もある。

このクラスターは、大都市に住む 60 代以上の方が多く、個人年収も比較的高い状況にある。キャッシュレスの利用意向も高く、実際にキャッシュレスで支払っている割合も全クラスターの中で最も高い。

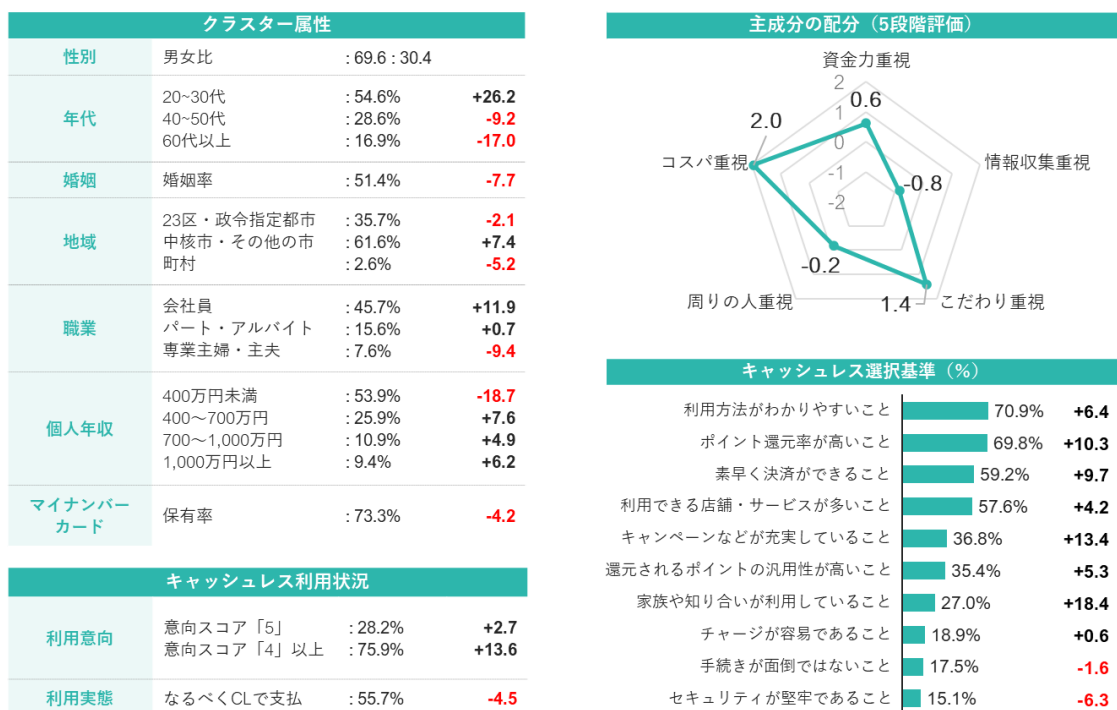
キャッシュレスの選択基準として、セキュリティを挙げる方の割合が高いことも特徴であり、手続きの簡便さも重視していることがわかる。また、利用可能な店舗等の幅広さも非常に重要視している。

保有するキャッシュレス決済手段としては、クレジットカードの保有枚数が他と比較して多く、電子マネーやコード決済も高いことから、複数の決済手段を使い分けている状況が想定される。そのためか、現在メインで利用している決済手段は、人生で初めて保有した決済手段ではない割合が最も高くなっている。

参考とする情報源は、公式サイトやネットニュース等のオンライン媒体をよく参照しており、それに伴い、インターネット広告を参考とする割合が、他のクラスターより高い結果となっている。

e. Cluster-V：費用対効果を重視するタイプ

図表 36 Cluster-V の概況



(出典) キャッシュレス推進協議会「消費者インサイト調査 (2022 年度)」

Cluster-Vは、費用対効果を重視するタイプである。ただし、構成割合が小さいことに注意が必要である。他のクラスターと比較して、20-30代の男性が占める割合が非常に大きい。職業も会社員の割合が高く、個人年収も他と比較して高い傾向にある。なお、婚姻率が最も低く、独身の方が多い状況にある。

クラスター構成の根拠となる主要成分の配分において、「コストパ重視」「こだわり重視」「資金力重視」の傾向が示されている。比較的若い世代の会社員ということであれば、生活のための資金に非常に余裕があるという状況ではないと推察される一方、個人のライフスタイルへのこだわりも持ちたいと考えていることから、結果としてコストパフォーマンスが重要視されているのではないだろうか。

キャッシュレスの選択においては、家族や知り合いが利用していることを重視しており、普段の生活の中で個人間送金等を活用している可能性が高い。また、キャンペーンやポイント還元率など利得性も重要と考えている。

キャッシュレス決済手段は、全ての決済手段において他のクラスターよりも多く種類を保有している。特にデビットカード、電子マネーの保有が多い傾向から、現状保有する資金の中で決済を完結させたいとする意向が伺える。なお、人生で初めて保有した決済手段をそのまま継続利用している割合が高く、かつ、当該決済手段

を保有する際には、他の決済手段との比較・検討は行っていない。先程の家族や知り合いが利用している決済手段に合わせて自身も保有したという可能性がある。

本クラスターは、月に1度以上買い物をする先として、他のクラスターが全てスーパーマーケットを挙げているのに対し、コンビニエンスストアとする割合が最も高い。また、ファストフード店の利用も多い。ここからも、独身の若年層が中心のクラスターであることが伺える。

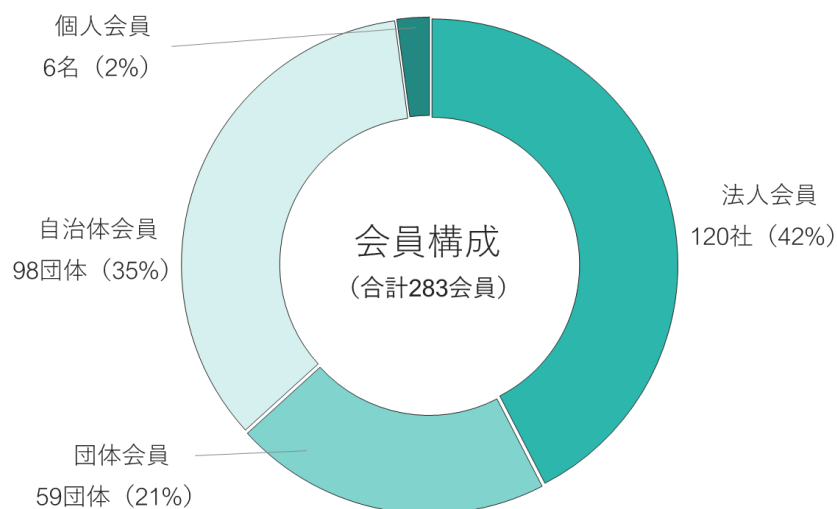
参考とする情報源では、テレビCMや新聞広告を挙げる割合が他と比べて高く、同様にインターネット広告や企業の公式SNSの情報も参考としている。内容を選択してじっくり確認するというよりも、目に入りやすい物から様々な情報を得ていると思われる。他方で、雑誌や書籍といった紙媒体を参考としている割合も他と比べて高い点も本クラスターの特徴である。

3 キャッシュレス推進協議会の活動状況

3.1 会員の状況

キャッシュレス推進協議会の会員は、2024年3月末現在で、法人120、団体59、自治体98、個人6と、合計283の会員にご参画いただいている。

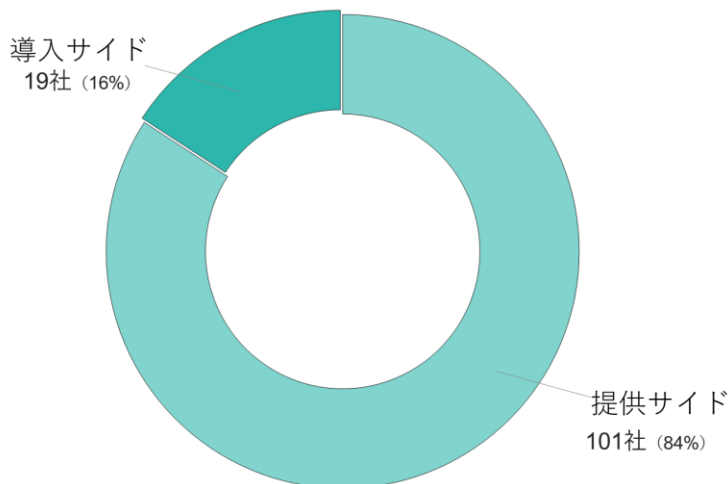
図表 37 会員区分別 加入状況（2024年3月末現在）



法人会員については、総じて減少傾向にある。一方、団体会員やオブザーバーを通じて当協議会の活動についてご理解をいただき、複数社の新規入会につながったケースもあり、会員自体の入れ替わりも生じている。

会員のうち、事業会社で構成される法人会員の内訳を見ると、キャッシュレス決済サービスを提供もしくは支援する「提供サイド」が84%、キャッシュレス決済サービスを導入し活用する「導入サイド」が16%となっている。キャッシュレスの普及には、導入サイドの意見も重要であり、今後も継続して、導入サイドの意見を集約する方策を検討していく必要があると認識する。

図表 38 法人会員「提供サイド」と「導入サイド」の比率（2024年3月末現在）

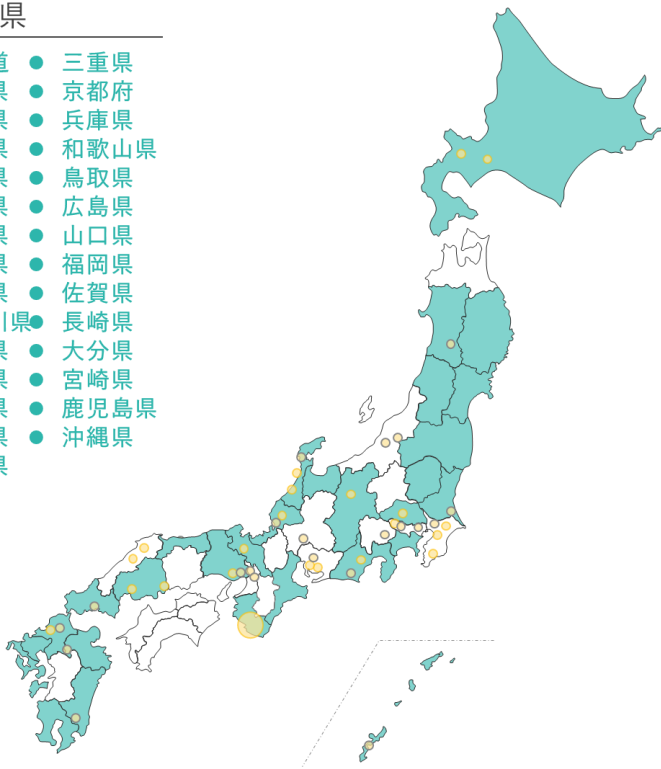


自治体会員については、2023年度末時点で98自治体の参加をいただいている。地域商店へのキャッシュレス導入促進にとどまらず、住民向けの講座の実施、自治体の歳入や歳出におけるキャッシュレスの活用、地域通貨・地域ポイント等による地域振興等、自治体への情報提供機会が増えていっている。自治体は、地域のキャッシュレス普及において重要な役割を担っていただけると考えており、今後も積極的かつ丁寧に関係を築いていきたい。

図表 39 自治体の加盟状況（2024年3月末現在）

29道府県

- 北海道
- 岩手県
- 宮城県
- 秋田県
- 山形県
- 福島県
- 茨城県
- 栃木県
- 埼玉県
- 神奈川県
- 富山県
- 石川県
- 福井県
- 長野県
- 静岡県
- 三重県
- 京都府
- 兵庫県
- 和歌山県
- 鳥取県
- 広島県
- 山口県
- 福岡県
- 佐賀県
- 長崎県
- 大分県
- 宮崎県
- 鹿児島県
- 沖縄県



(縦50音順)






69市町村

- 札幌市
- 苫小牧市
- 横手市
- 行方市
- 深谷市
- 千葉市
- 木更津市
- 我孫子市
- 南房総市
- 北区
- 八王子市
- 町田市
- 長岡市
- 金沢市
- 加賀市
- 富達志水町
- 福井市
- 鯖江市
- 都留市
- 上田市
- 辰野町
- 各務原市
- 静岡市
- 浜松市
- 豊橋市
- 岡崎市
- 東郷町
- 京都市
- 豊中市
- 四條畷市
- 神戸市
- 尼崎市
- 和歌山市
- 海南市
- 橋本市
- 有田市
- 御坊市
- 田辺市
- 新宮市
- 紀の川市
- 岩出市
- 紀美野町
- 九度山町
- 高野町
- 有田川町
- 美浜町
- 日高町
- 由良町
- 印南町
- みなべ町
- 白浜町
- 上富田町
- すさみ町
- 郡智勝浦町
- 太地町
- 古座川町
- 北山村
- 串本町
- 松江市
- 雲南市
- 美郷町
- 広島市
- 福山市
- 周南市
- 福岡市
- 飯塚市
- 日田市
- 都城市
- 沖縄市

3.2 2023年度の活動状況

当協議会は設立以降、キャッシュレス普及に向けた業界横断の課題について、会員間で議論を重ねながら、それを乗り越えていく方策を検討してきた。5期を経てある程度の普及が見えてきたことから、2023年度はキャッシュレスのさらなる普及に向けた検討はもとより、これまで検討してきた方策を実現していく活動をより重視するために、新たにタスクフォースという枠組みを設置し、具体的かつ積極的な議論を行えるよう取組んでいる。

図表 40 2023年度における活動方法の変化

2022年度までの活動	2023年度以降の活動
<p>【シーズ志向のプロジェクト】</p> <ul style="list-style-type: none"> プロジェクトでは、今後成長していくであろうキャッシュレス分野（シーズ）に焦点をあて、芽吹かせの方策を検討してきた 業界共通的に認識された課題を解決し、一定程度の成果をあげてきた 	<p>【プロジェクト数の縮小】</p> <ul style="list-style-type: none"> 5期で30のプロジェクトを実施し、新たなシーズは減少しつつある そのため、プロジェクト数は縮小する 
<p>【ニーズ志向の自主事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> プロジェクトで検討した各施策について、事務局が自主事業として、さらなる成長に向けて活動してきた ニーズ志向期では、特定の業態や事業者等の関与が求められ、誰でも参加可能なプロジェクトとは異なる運用が求められた 	<p>【ニーズ志向のタスクフォース創設】</p> <ul style="list-style-type: none"> 2023年度以降は、芽吹かせたシーズをより確実に育てていくフェーズ（黎明期から成長期へ）となる 成長を促進させるための検討会（タスクフォース）を新設する 
	<p>【安定運営を目指す自主事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> 自主事業は成熟状態になった各施策を安定的に運営していくための活動にフォーカスする 

図表 41 2023 年度の活動テーマ（全体）

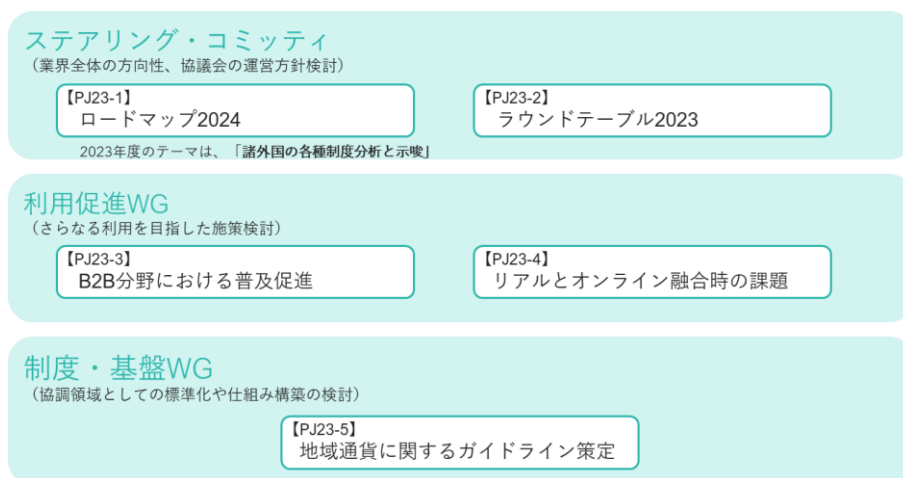


3.2.1 プロジェクトの活動

2023年度は、5つの年間プロジェクト（テーマ別の検討会）を設置し、キャッシュレスそのものに加え、周辺領域も含め、キャッシュレスの裾野を広げるための様々な検討を行った。本書は5つの年間プロジェクトのうち、【PJ23-1】の検討内容や議論をとりまとめたものである。

以降に、各プロジェクトの概要と、その他の今年度実施事業の内容を紹介する。

図表 42 キャッシュレス推進協議会 2023 年度プロジェクト



a. ロードマップ 2024 (PJ23-1)

当協議会の公表物として最も重要な文書の一つである「キャッシュレス・ロードマップ」の策定に向けた検討を行った。2023年度は、主に諸外国におけるキャッシュレス普及施策について調査・分析を行い、我が国への適用可能性について検討を行った。検討の結果、キャッシュレス先進国として認識でき、かつ経済状況、規模感等が日本と大きく乖離しない国の施策を中心に調査対象とすることとし、台湾における「2025年までにモバイル決済の普及」、シンガポールにおける「E-Payment Society 構想」、韓国における「脱税防止を目的としたクレカ推奨」を中心に、我が国において、さらなるキャッシュレスの普及を実現させていくためのヒントとして、これらの施策の内容、効果、推進体制、法規制、そしてデメリット等について詳細を確認した。

具体的には、第4章をご参照いただきたい。

b. ラウンドテーブル 2023 (PJ23-2)

ラウンドテーブルは、新たなプロジェクト形式として2022年度から設置している。本プロジェクトでは、特定のテーマ設定をせず、参加者から示されたテーマについて、様々な業種の参加者同士が意見交換を行う場として参加を募った。

2023年度は、参加メンバー数が少ないことも踏まえ、本プロジェクトにおいては対面開催を基本としたが、年度後半に差し掛かると予定がうまくあわず、全メンバー揃っての会議実施が困難となった点については、運営する事務局として反省すべき点がある。

c. B2B分野における普及促進 (PJ23-3)

本プロジェクトでは、企業間決済のうち、いわゆる「請求書支払い代行サービス⁴⁰」に着目し、当該サービスにおける現状把握、課題抽出、対応策の検討を実施した。

本来キャッシュレスの普及促進に向けてはキャッシュレスのアクセプタンス⁴¹拡大に取り組むべきという考えもあるところではあるものの、業種業態によりサプライチェーンや商慣習が大きく異なるB2B領域においても、このサービスはキャッシュレス普及に向けた手段の一つとして捉えられる。他方、本サービスは、現状において具体的な規制等が存在せず、サービス設計や提供方法において、提供者の裁量

⁴⁰ 企業間決済において、クレジットカード等のキャッシュレス決済手段を受け付けていないサプライヤー（売り手）に対し、バイヤー（買い手）におけるキャッシュレスによる支払いを可能とするサービス。本プロジェクトにおいては、日本語呼称は「請求書カード払い」、略称（英語呼称）はBIPS（B2B Invoice Payment Service）と定め、定義を明確化した

⁴¹ 店舗等においてキャッシュレスを導入し、キャッシュレスによる支払を受け付けられるようにすること

によるところが大きい。参入障壁が低くニーズもあることから、今後取引が拡大することが期待されている領域ではあるものの、一定のルールなしでは不正利用や不当な利用が発生しうることが想定される。

このような背景を受け、まずは現状を正確に理解し、問題の発生しうるポイントを明確にしたうえで、(必要に応じて)自主的なルールを定める等、業界として安全・安心な利用を目指した環境整備を行うことを目的とした。

今年度の活動では、検討メンバーへのアンケートやヒアリングを通じ、本サービスの代表的なビジネスモデル、資金の流れ等を確認したうえで、対応すべきリスクの明確化を実施した。その結果を踏まえ、2024年度はこれらの議論結果を踏まえ、実際のルール策定や、実効性担保のための具体的な仕組みの検討を実施していく。

d. リアルとオンライン融合時の課題 (PJ23-4)

本プロジェクトでは、リアル店舗においてもオンライン決済サービスを活用する場面と、メタバース等オンライン環境における決済の利用におけるリスクや課題、懸念事項等を整理し、さらにリアルとオンラインが融合してくる将来を見据え、ルール、インフラ等の整備の必要性についての検討を実施した。

リアル店舗におけるオンライン決済では、同一店舗であっても、リアル決済とオンライン決済で利用可能な決済手段、消費者向けの特典、決済の実行(端末操作等)・確認方法、手数料率等が異なる場合があり、不都合や混乱が生じつつある懸念や、これらがリアル決済とオンライン決済でサービス提供者、リスクの捉え方、責任分界、セキュリティ対策の観点等が異なることが利用拡大の足かせとなりうる点などが指摘された。

具体的なユースケースに基づき、これらの違いや、利用における今ラインを回避しつつ安全なサービスを提供するための最低限の取り決め(ルール)の必要性についても議論がなされ、関係団体等との調整を進めることとなった。

メタバース空間等のオンライン環境における決済利用については、法律の専門家による現行の整理等を踏まえ、サービス提供における留意点等を確認した。

e. 地域通貨等に関するガイドライン策定 (PJ23-5)

本プロジェクトでは、昨今増加傾向にある各種地域通貨において、導入検討の際に考慮すべきポイントをまとめ、推奨する対応方針を明確にすることを目的とした。

検討メンバーからは、地域活性化等の地域課題の解決策としては様々な手法が存在する中で、それぞれの手法を選択する目的、理由を明確にしたほうがよいとの意見があり、地域通貨のパターンや分類を整理・定義した上で、それぞれの特徴や、導入主体(自治体等)の課題解決への効果、運用に向けた参考情報をガイドラインとして取りまとめている。

本ガイドラインは、今後も定期的な更改を予定している。

3.2.2 タスクフォース

2023年度より新たな取組としてタスクフォースを設定したが、タスクフォースの数が多くなったこと、また、一部のタスクフォースでは参加人数が限られたこと等もあり、効率的な運営を実現することが出来なかった。

この点について、事務局において反省を行い、2024年度以降においては、着実に実行するための方策を検討する必要があると認識している。

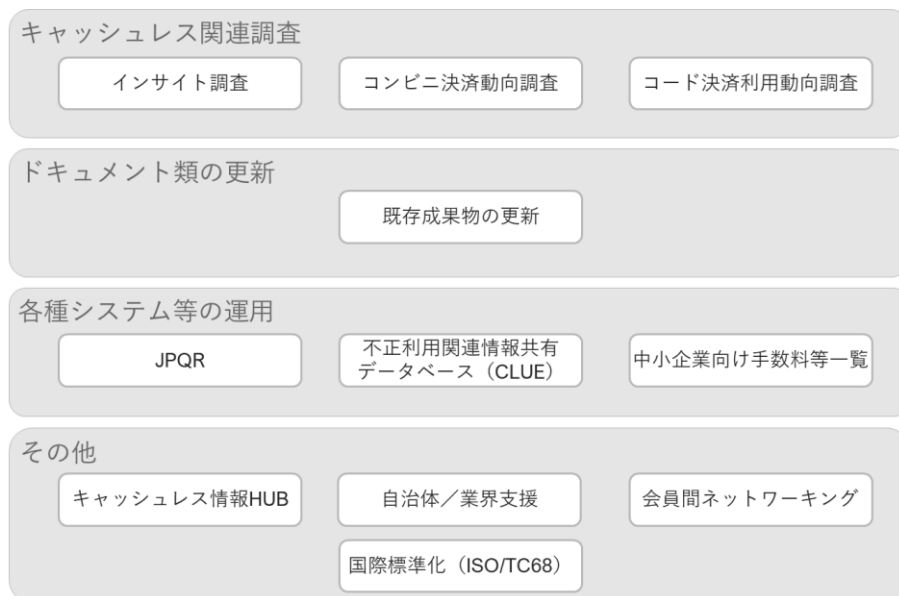
図表 43 キャッシュレス推進協議会 2023 年度タスクフォース



3.2.3 その他の協議会活動について

本項では、2023年度に実施した、プロジェクト及びタスクフォース以外の主な協議会の活動について記載する。

図表 44 キャッシュレス推進協議会 その他の取り組み



a. 消費者インサイト調査

本調査では、アンケートを通じてキャッシュレスに対する消費者の意識（深層心理・潜在意識等）や行動、利用意向について4つのモニタリング指標を設定し、定期的にその変化を確認している。5期目となる2023年度は、70代まで調査対象を拡大し、消費者3,000名に対するWebアンケート調査を実施している。また、昨年度から始めたクラスター分析の精度をさらに向上させ、消費者の一般的な行動特性別にキャッシュレスに対する意識調査を実施した。詳細は第2.4章をご参照いただきたい。

b. 決済動向調査

i. コード決済利用動向調査⁴²

本調査では、主要なコード決済事業者から実際の利用金額、回数等について四半期ごとに情報提供をいただき、集計した結果を公表している。また、コード決済利用動向調査は、政府によるキャッシュレス決済比率にも組み込まれている。なお、本調査は多方面から注目されており、よりタイムリーな情報開示が求められていることから、情報提供をいただいている各社にご協力をいただき、集計・公表サイクルの早期化に努めるとともに、必要な調査項目を見直し、コード決済の利用状況をより多面的にとらえられる指標とするための取り組みも実施している。

⁴² <https://paymentsjapan.or.jp/publications/research/code-payment/>

ii. コンビニエンスストアにおけるキャッシュレス決済動向調査⁴³

本調査では、我が国の主要なコンビニエンスストアチェーンの協力を得て、店舗決済のうち、現金を含めた支払い方法⁴⁴の割合について四半期ごとに情報提供を頂き、集計した結果を公表している。我が国に存在する多くのキャッシュレス決済手段が利用可能であり、日常生活に密接に関係するコンビニエンスストアでの利用状況の推移は、消費者のキャッシュレス利用意向やその変化を把握する上で重要であり、キャッシュレス決済事業者においても広く参考となる指標となりうる。今後も調査を継続するとともに、他の業態における動向の把握も実施していく。

c. **キャッシュレス情報 HUB**

政府・関連団体等のキャッシュレス関連施策の紹介、有識者による講話、当協議会内の発表等、キャッシュレスに関する最新の動向を会員やオブザーバーと共有する場として、2021 年度より本取り組みを開始した。

図表 45 キャッシュレス情報 HUB 実施状況

～2023年度の実施テーマ

年度	テーマ	登壇者
2021	2021年度のキャッシュレス関連施策	経済産業省 キャッシュレス推進室 総務省 デジタル企業行動室
	指定納付受託者制度	総務省 自治行政局
	公的個人認証サービスの活用	内閣官房IT総合戦略室（現デジタル庁）
	新たな決済インフラ「ことら」	株式会社ことら
	生体認証技術の動向と決済サービスへもたらす影響	富士通株式会社富士通研究所
	デジタル通貨フォーラムのご紹介	株式会社ディーカレット
	CBDCの潮流と日本銀行における取組	日本銀行 決済機構局
2022	デジタル田園都市国家構想総合戦略について	内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局
2023	フィンテックを活用したサービスに関するフォローアップ調査について	公正取引委員会事務局経済取引局
	大阪・関西万博におけるキャッシュレスについて	公益社団法人2025年日本国際博覧会協会
	民間事業者向けデジタル本人確認ガイドライン ⁴⁵ について	一般社団法人OpenIDファウンデーション・ジャパン
	キャッシュレス決済の現状と将来像	経済産業省 キャッシュレス推進室
	「利用シーンに応じた『顔認証』導入ガイドライン」のご紹介	ID認証技術推進協会（JICSAP）

d. **自治体・業界支援**

当協議会では、自治体や業界団体等の公的・中立的な組織に向けてキャッシュレス普及に向けた各種支援を可能な範囲で実施している。

⁴³ <https://paymentsjapan.or.jp/publications/research/cvs-payment/>

⁴⁴ 国際ブランド決済については、国際ブランドが提供する、クレジットカード・デビットカード・プリペイドカードを含むすべての決済手段（非接触含む）とする。電子マネー決済には、iD、QuicPayを含む。

2023年度は佐賀県武雄市において、地域の店舗におけるキャッシュレス導入促進を目的とした事業が実施され、事務局では本事業を支援する形で、FAQ集や配布資料等に関する作成支援を行っている。また、熊本県中小企業団体中央会からの依頼を受け、熊本県内の中小企業のうち、キャッシュレスの導入を検討している事業者2社に対し、アドバイスを行っている。

このような自治体や業界団体に対する支援は、地域や業界の信頼が厚い団体を経由したキャッシュレスに関する支援ができることから、効果が高いと感じている。事務局リソースもあり積極的に受けることは難しいが、可能な範囲で対応していくことが重要と考える。

e. JPQRの運用

2023年度は、総務省事業において、JPQRの地域通貨活用の可能性が検討された。具体的には、地域通貨アプリにおいてJPQRにて決済を行えるように対応していたきつつ、JPQR申込受付システム（EXTEND）による申込受付、また、地域通貨実施主体がデータを整備することを前提とした一括登録の仕組みを構築した。その結果、地域通貨と全国版決済サービスを同時申込みする店舗も一定数存在し、キャッシュレスの裾野の拡大に貢献できたと考える。

今後は、EXTENDの機能改善等を行っていくことを予定しているが、システム改修コストや決済事業者への負担等も踏まえ、慎重に対応を検討していくこととする。

f. ガイドライン管理

当協議会では、キャッシュレスに関連する様々な文書を策定・公表している。過去に取り組んだガイドラインについても定期的な見直しを実施し、必要に応じてアップデートを実施することとしている。

2023年度は、当協議会の2019年度プロジェクトにて初版を策定・公表した「公共施設・自治体窓口におけるキャッシュレス決済導入手順書」について、経済産業省と連携し、最新の状況を踏まえ、事例の更新等も行いながら、第4版を公表した。

また、JPQRの国際連携を控え、海外の決済サービスがJPQRを利用するようになることを想定し、「コード決済に関する統一技術仕様ガイドライン【店舗提示型】」を改訂している。

g. 政府施策への貢献

当協議会は、総務省が実施した「マイナポイント第2弾事業」について、2022年2月に本事業の補助金執行団体として採択され、事業を開始している。

本事業を通じマイナンバーカードの普及と利便性向上に貢献することで、キャッ

キャッシュレスサービスにおける安全・安心な本人確認手段としての活用も広がると期待される。また、本事業の一環として、マイナンバーカードの普及促進を強力に後押しするとともに、地域独自のポイント給付施策をオンラインで迅速かつ効果的に実現するための自治体マイナポイントの取り組みも実施している。

h. グローバル連携

i. ISO/TC68 への参加 (2019 年～)

協議会事務局員 2 名が、ISO（国際標準化機構）における金融サービス向けセキュリティに関する標準を定める TC68/SC2 にエキスパートとして参加し、WG16「FinTech 業者のセキュリティ要件」、WG19「バーコード決済（QR コード等を含む）のセキュリティ要件」の 3 つの WG へ参加している。

これらは、協議会にて策定したコード決済関連ガイドラインの国際標準への組み込みや海外の取り組みの最新動向の確認にあたり重要な活動と捉え、今後も積極的な参加を予定している。

ii. JPQR GLOBAL の検討

2020 年 7 月に閣議決定された「成長戦略フォローアップ」、2020 年 12 月に経協インフラ戦略会議にて決定された「インフラシステム海外展開戦略 2025」、2023 年 12 月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」において、JPQR のアジア各国の統一規格との相互利用を可能とする取組を進めることが示されている。

また、国際的にも 2023 年 8 月の日 ASEAN 経済大臣会合合意として、同様の合意がなされ、経済産業省においてインドネシア（2022 年 12 月）、カンボジア（2023 年 12 月）とそれぞれ協力覚書が締結されている。

上記を受け、当協議会が所管する決済用コードの統一規格である JPQR の海外連携対応を進めており、現在、アジア 8 カ国との協議を進めている。また、協議会会員と協力しながら国内体制整備も進めている。

3.3 2024 年度の活動予定

3.3.1 2024 年度の活動方針について

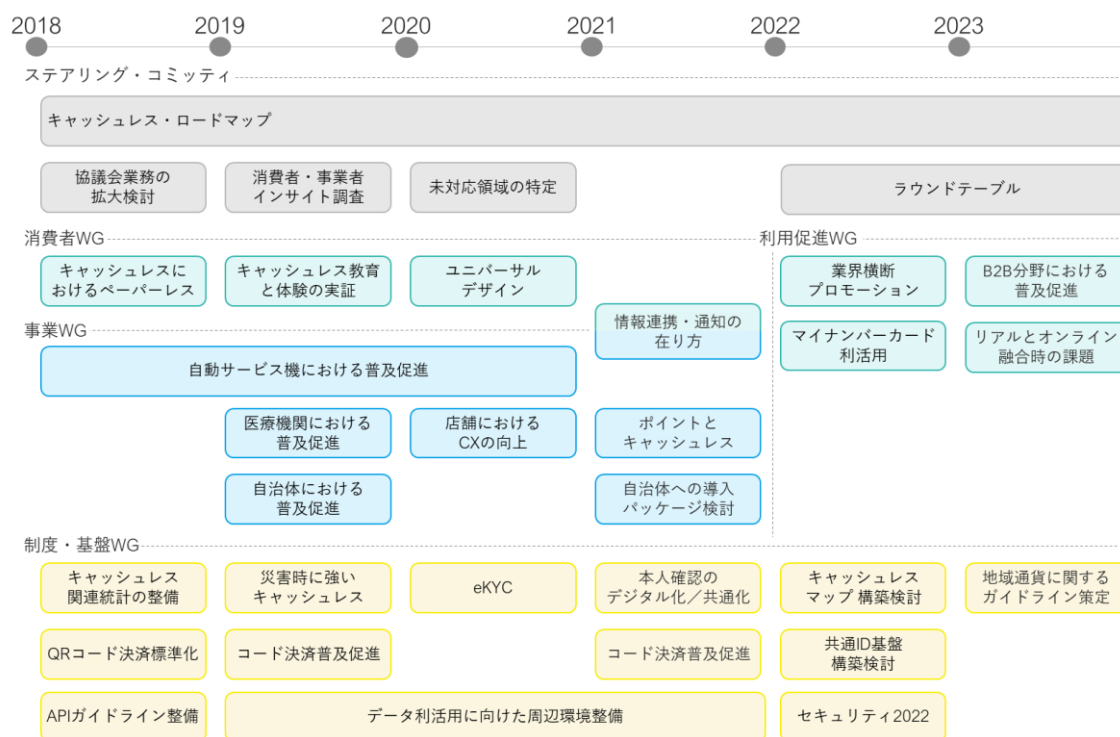
キャッシュレス決済比率は2023年に39.3%に達し、2025年の40%達成という政府目標は目前に迫っている。このことから、キャッシュレスの普及は次のステージへ移行していくと考える必要がある。協議会では、これまでB2C分野に関する議論が中心となってきたが、今後は、B2B分野やCBDC等の新たな分野における議論も加え、社会全体としてのキャッシュレス普及を実現していく必要がある。また、JPQRやCLUEといった協議会が

運営する各種スキームを安定的に提供しつつ、必要に応じてキャッシュレス業界が効率的かつ効果的に活動できる環境整備についても検討が求められている。

なお、補助金事業として、2022年度より継続してマイナポイント第2弾事業を実施してきた。本事業は2024年3月末をもって終了している（2024年6月現在、未使用の補助金について、国への返還手続きを実施中）。他方で、マイナポイント第2弾事業の一環として実施した「自治体マイナポイント事業」については、2024年度以降の継続を自治体等から期待されており、規模を縮小させて継続提供を行う。ただし、本事業については毎年度見直しを行い、自治体等のニーズ縮小に応じて、継続要否の検討を行っていく。

会員数は減少傾向にあるが、行政機関等との連携はむしろ強化されており、今後の協議会運営について、全体的に再考する時期に来ていると考える。

図表 46 過去の年間プロジェクト



3.3.2 プロジェクト等の活動内容

2024年度は、5つのプロジェクト（検討会）の実施を予定している。それぞれのプロジェクトの概要等については、当協議会のWebサイト⁴⁵に掲載しているので、是非ご確認いただきたい。

⁴⁵ <https://paymentsjapan.or.jp/>

4 諸外国におけるキャッシュレス普及に資する施策

我が国のキャッシュレス決済比率も諸外国の比率に並ぼうとしている。これまでは、キャッシュレス普及の余地が大きかったこともあり、順調に進展してきたと言える。キャッシュレスを利用していない消費者や導入していない店舗も多く、これらの消費者や店舗がキャッシュレスの利用を始めることで大きな利用増を実現することができた。しかしながら、今後のさらなる普及に向けては、これまで以上の利用であったり、キャッシュレスを敬遠している層での利用であったりといった生活スタイルやお金に対する考え方のより大きな変化が必要であり、このような変化を実現するためには、より積極的な取組も求められると考える。

キャッシュレスの普及に資する様々な取組として、すでに我が国においても「キャッシュレス・ポイント還元事業」や「マイナポイント事業」、「IT補助金」といった施策が行われてきている。このような政府の施策に加え、当協議会においても様々な課題に取組み、会員を始めとする様々な企業・団体の協力を得ながら取組を行っている。もちろん、個別の事業者による利用促進も行われてきている。しかしながら、これまでと同様の取組を実施しているのは、いずれキャッシュレスの普及が頭打ちになる可能性も否定できない。そのため、キャッシュレスの普及に直結する施策だけではなく、結果としてキャッシュレスの普及に資するような間接的な施策も含めて継続的に実施していくことで、より一層の社会の効率化実現を目指していかなくてはならないと考えている。

そこで、本書では、改めてキャッシュレス先進国とも言える諸外国における取組を分析し、我が国における取組の参考とできる点を探っていくこととする。社会的、文化的背景も異なるため、諸外国の施策をそのまま取り入れることが適切とは言えない部分もあるだろうが、その背景や目的を理解したうえで、実際の取組みを分析することは、多くの示唆を得られるものと考えられる。

今回の分析が、行政や事業者の施策の検討に資する資料となり、また、多くの方々の参考となることで、さらなる普及に向けたご支援をいただけると幸いです。

4.1 台湾 – 2025年までにモバイル決済普及率 90% –

台湾の国家発展委員会（National Development Committee: NDC）⁴⁶は、モバイル決済産業の後押しを目的に、2025年までにモバイル決済の普及率を90%にする取組を2017年より進めている。ここで言う「モバイル決済普及率」とは、スマートフォン所有者のうち

⁴⁶経済安全保障、スタートアップ育成、AI・半導体戦略など、台湾の成長戦略を担う中枢機関。日本における内閣官房のような位置づけ。

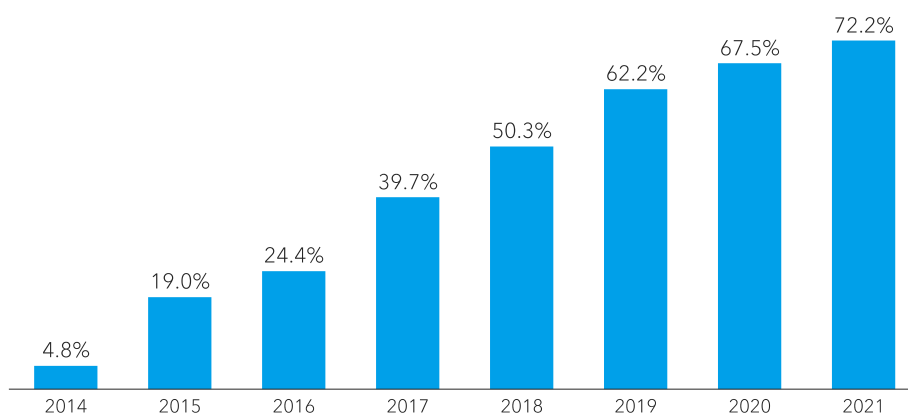
モバイル決済の利用者の割合を指す。また、「モバイル決済」とは、コード決済及び NFC⁴⁷によるタッチ決済の両方を含んでいる。

この施策を実現するため、経済部（Ministry of Economic Affairs: MOEA）、金融監督管理委員会（Financial Supervisory Commission: FSC）、交通部（Ministry of Transportation and Communications: MOTC）を中心とした15の関係省庁による会議体が設置され、国全体を挙げた取組の実行態勢が整えられている。

4.1.1 台湾のモバイル決済の現状

台湾のモバイル決済普及率は、施策開始当初の39.7%から、2021年までに72.2%に到達している。特にコロナ禍を経て、非接触決済への関心の高まりとともに、モバイル決済の普及がより進んでいる。

図表 47 台湾におけるモバイル決済普及率の推移

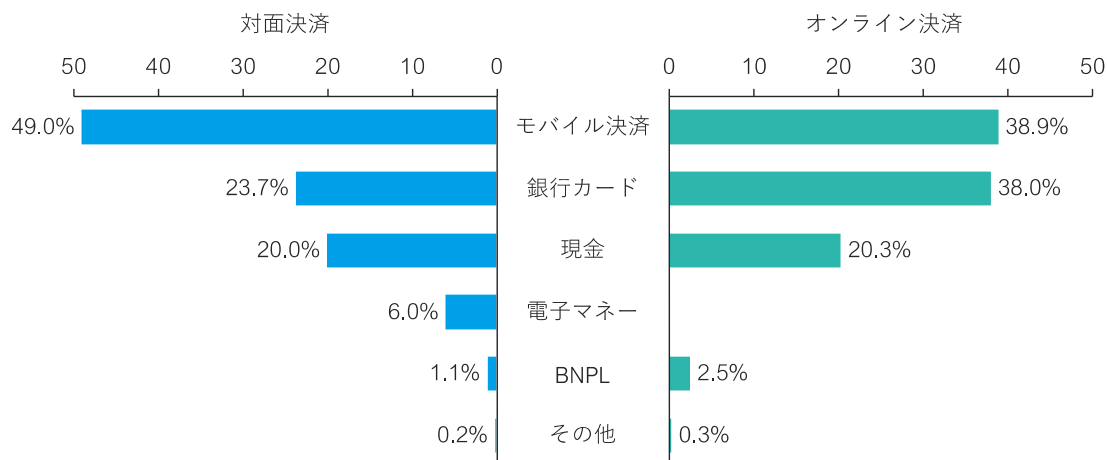


(出典) NDC

また、台湾の政府系シンクタンクである「財団法人資訊工業策進会 (Institute for Information Industry: III)」の一部局であるMIC (Market Intelligence & Consulting Institute)の調査によると、台湾人は対面決済、オンライン決済の双方においてモバイル決済の利用を選好する傾向がわかる。

⁴⁷ Near Field Communication (近距離無線通信)

図表 48 対面決済、オンライン決済において希望する決済手段（2022年・単一選択）



（出典）Market Intelligence & Consulting Institute 「The Usage Rate of Mobile Payment Exceeds 70% for the First Time in Taiwan: MIC (May 05, 2023)」

MICの同調査では、モバイル決済の利用頻度が対面決済、オンライン決済ともに増加傾向にあり、対面決済での利用頻度が高まったとするユーザーは15.5%増加し、オンライン決済での利用頻度が高まったとするユーザーも4.9%増加している⁴⁸。

このように、台湾でのモバイル決済は単に店舗での利用にとどまらず、オンラインでの利用も進んでいることがわかる。

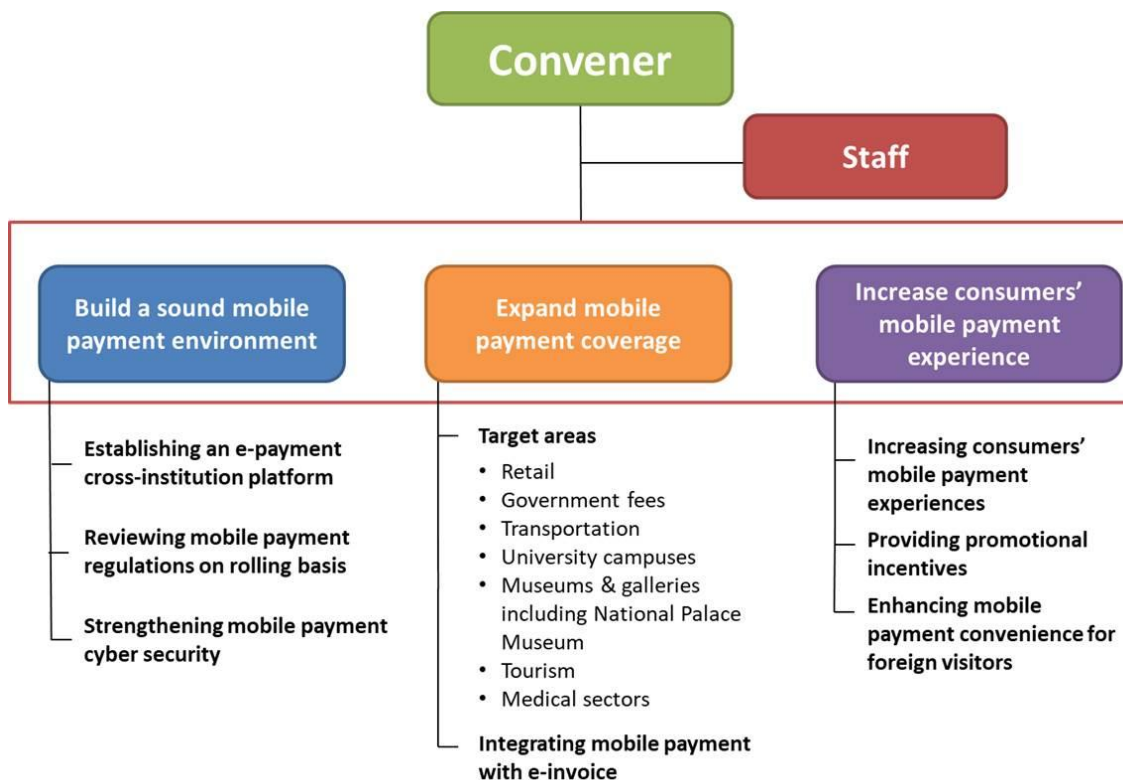
4.1.2 本施策の内容

NDCは、モバイル決済普及率90%の実現には、健全なモバイル決済環境の構築、モバイル決済の適用範囲拡大、消費者におけるモバイル決済体験の拡充が必要だとしている。

本施策では、これら3つの方向性をさらに細かく、具体的な取組に落とし、実行に移している。

⁴⁸ https://mic.iii.org.tw/English/PressRelease_Detail.aspx?sqno=13425

図表 49 NDC の提示するフレームワーク



(出典) NDC Web サイト (https://www.ndc.gov.tw/en/Content_List.aspx?n=7C9EF622BDBD18E1)

a. 健全なモバイル決済環境の構築

健全なモバイル決済環境の構築に向けては、3つの施策が示されている。

i. 業界横断のキャッシュレスプラットフォームの構築

2021年に施行された「改正電子決済機関法」において、業界横断プラットフォームの設置が明文化された。

本改正では、決済事業者を含む金融機関間の清算メカニズムにおいて再整理が行われている。その結果、業界横断プラットフォーム上での金融機関間の清算業務を円滑に行うことができる法整備が整えられた。

実際の業界横断プラットフォームは、FISC (Financial Information Service Co, Ltd.) が構築、運営しており、2021年10月よりサービスを提供している。2022年末までに9つの決済事業者間で資金移動を行うことができるようになっている。FISCは業界横断プラットフォームの運営に際し、金融監督管理委員会による承認を得ており、行政としても積極的にプラットフォームの安定的な運営、提供サービスの拡大に関与している。さらに、2023年10月からは台湾の統一QR規格である「TWQR」が策定され、順次プラットフォームの活動の幅を広げている。

ii. モバイル決済関連法制の見直し

モバイル決済関連法制として、これまで個別に存在していた「電子決済機関管理法」と「電子マネーの発行等に関する法律」の統合が目指された。

2021年に施行された「改正電子決済機関管理法」では、決済に関連して行われる業務を定義づけることで、決済サービスに関与する様々な事業者が遵守すべき規則等を明確にしている。これら定義づけられた業務内容は、「電子マネーの発行等に関する法律」により規定されていた分野もカバーできるようになり、法律間の重複や適用すべき規制の明確化が実現できている。

新法では、モバイル決済を含むキャッシュレス決済に関する業務を「コア業務」と「周辺業務」の2つに大別している。コア業務には、収納代行、決済用資金の預かり、送金業務が含まれ、これら業務を決済事業者が行うことができるとしている。周辺業務には、加盟店獲得・管理、共用決済端末の提供、決済情報等の連携、統一インボイスシステムの提供、ポイントサービス等が含まれており、これには決済事業者だけではなく、ITベンダー等の事業者も含まれる。

上記のように、現状にあわせた法規制の整備が行われることにより、2022年に「電子マネーの発行等に関する法律」は廃止された。

iii. モバイル決済のセキュリティ強化

台湾では、従来「電子決済機関の情報システム標準及びセキュリティ管理に関する法」が存在したが、これについても「改正電子決済機関管理法」に吸収され、2023年に廃止となっている。

改正電子決済機関管理法では、変化する実務や情報技術の進展に対応するため、実際のシステム標準やセキュリティ管理規則については、業界団体が当局の承認を受け制定することができるとされている。

b. モバイル決済の適用範囲拡大

より多くのシーンでモバイル決済が利用できるよう、具体的な普及のターゲットを定め導入が進められている。

i. 利用場所

具体的なターゲットとして、行政機関での手数料、病院・診療所、国立公園、市場などが示されている。また、すべての国営ガソリンスタンドが、モバイル決済サービスを導入するために、古いセルフ給油設備を新しいものに取り替える取組も進められている。加えて、デジタル化との連携により、交通、観光、学校分野でのモバイル決済利用を促進し、若年層のモバイル決済利用率を高める取組も進められている。

その結果、公共料金、ガソリンスタンド、税金、手数料など 114 の支払いシーンでモバイル決済が利用可能となっている。特に、新幹線、台湾鉄道、桃園空港 MRT、高雄高速鉄道では、スマートフォンの利用のみで台湾中を移動できるようになった。また、4 大コンビニチェーン、レストランチェーン、大学・専門学校の半数以上、病院の 90%近くでモバイル決済が利用可能となっている。

ii. 電子インボイスとの統合

行政機関での利用拡大に向けては、前述の業界横断プラットフォームにおいて、2022 年 3 月から、納税の請求書を取り扱えるようになっており、国税や地方税に加え、様々な請求書払いに対応している。

c. **消費者のモバイル決済体験の増加**

中央政府と地方政府が協力し、協働しながらモバイル決済を提唱し、モバイル決済を体験できる機会を拡げていくことが必要だと指摘している。具体的には、地域のお祭りとお組み合わせたイベントを開催し、モバイル決済のテーマ別プロモーションを実施することで、多くの方にモバイル決済を実際に体験できる場を提供する等の取組が行われている。

一例として、2019 年のランタンフェスティバルでは、自治体が「決済体験センター」を設置し、来場者に様々な決済を実際に体験できる場を提供した。この「決済体験センター」には、自動販売機形式のミニコンビニやロボットが対応する店舗等の先進的な形態の出店を行い、様々な決済を受け付け、来場者が実際に体験できるようになっていた。同時に、キャッシュレスの利用で賞品を獲得できるキャンペーンを実施し、モバイル決済の利用体験や利用促進に資する取組を様々な実施した。

また、中小企業庁は台北駅のメインホールで「モバイル決済に関する共同成果発表会」を開催している。この発表会には MOEA の副部長（副大臣）が開会の挨拶を行い、NDC の大臣をはじめとする他の政府機関のトップも招待された。発表会では、コンビニエンスストア、レストランチェーン、交通、キャンパス、医療、観光、税公金など多方面にわたるアプリケーションが展示された。また、地元の農家や文化創意生産者の商品も販売され、モバイル決済で購入できた。

さらに、MOEA は、カフェ、レストラン、コンビニエンスストア、ホテル、土産物メーカーなど 300 の企業と協力し、台湾全土の 7,500 の事業所や店舗で 1 ヶ月間、大口モバイル決済の割引を提供している。

このように多様な行政機関が様々なイベントを活用し、モバイル決済の体験をできる機会を提供していた。

4.1.3 同時に行われた小規模事業者向け減税施策

財政部（Ministry of Finance）は、本施策の実施にあわせ、月商20万台湾ドル（約100万円）以下の小規模事業者に対し、モバイル決済を導入することで、通常5%の営業税を1%に減税する措置を採っている。また、減税措置にあわせ、政府が定める統一請求書の利用についても免除するとした。

本措置については、2017年1月より開始され、2024年12月末までの実施とされている。

4.1.4 本施策の効果

金融監督委員会（Financial Supervisory Commission: FSC）は、2019年に金融包摂指標を設定し、2020年以降、その進捗状況を毎年公表している。金融包摂指標は、①様々な消費者（遠隔地に居住する、特別なニーズを有する等）が存在する中で、金融サービスの利便性や利用しやすさを向上させることを目的に設定された7つの指標、②消費者が預金や融資等の金融サービス、モバイル決済やデジタル預金、オンライン保険購入等のデジタル金融サービス、マイクロ保険等も含めた保険商品の利用向上を目的に設定された8つの指標、③金融リテラシーの向上、金融サービスの質の向上、公平な顧客の取扱、紛争発生時の速やかな解決を目的に設定された6つの指標からなる。

このうち、モバイル決済に関連する「成人10万人あたりのモバイル決済の回数」「15歳以上の人がデジタル決済を利用している割合」について、図表50に示す。

図表50 モバイル決済に関連する金融包摂指標

年	成人10万人あたりのモバイル決済の回数	15歳以上がデジタル決済を利用している割合
2020	1,529,730	68.1%
2021	2,432,874	68.1%
2022	2,833,011	95.5%
2023	4,239,956	95.5%

（出典）FSC「金融包摂指標（各年）」

この指標を確認する限り、台湾におけるモバイル決済は順調に増加しており、（モバイル決済を含む）デジタル決済の利用割合も90%を超えていることがわかる。

4.2 韓国 ―脱税防止を目的としたクレカ推奨―

韓国では、店舗等の売上の把握が困難であり、適切な徴税を行う仕組みの構築が求められていた。そのため、売上の明確化を実現するためにキャッシュレスを活用した様々な取組が行われている。

4.2.1 税制の改正

a. キャッシュレジスターの導入

韓国では、1977年に事業者における取引の見える化を目的に、VAT（付加価値税）が導入された。売上の明確化を目的に、一部の事業者に対し、キャッシュレジスターの導入義務化も行われている。非導入の事業者に対しては、罰金として50万韓国ウォン⁴⁹（KRW）が課せられる。また、導入促進策として、キャッシュレジスターの導入事業者においては、0.5%の所得税控除が認められるとともに、消費者に対しては、レシートの提出により、購入額の1%の還付が受けられる仕組みがとられた。

これに呼応し、商工会議所と消費者団体は、全国的なレシート発行／受領キャンペーンを実施した。しかしながら、実際には、消費者がレシートを要求しなければレジに登録をしない状況が慢性化し、結果として、十分な効果を得ることはできなかった。この失敗には、消費者における認知不足、還付手続きの煩雑さ、還付額に上限があることに加え、還付自体も遅延気味であったことが指摘されている。

このような状況を受け、1980年には消費者向けの還付制度は廃止されている。また、1994年にはキャッシュレジスターの義務化は廃止され、任意導入となっている。任意となった後も、事業者に対する税額控除は継続したものの、1996年には控除自体も廃止された。

b. クレジットカードへの着目

上記のようなキャッシュレジスター施策がうまく進まないことに対し、税務当局はクレジットカード等のキャッシュレスに注目するようになる。

まず、1984年に大企業（年商100億KRW以上）に対し、税控除が可能となる交際費の明細の提出を義務化する。ただし、クレジットカードによる支払いについては、明細の提出を免除することで、クレジットカードの利用へシフトするよう促している。また、1986年に、国税庁はクレジットカード会社に対し、顧客の利用明細の提出を求める措置を初めて行った。ただし、実際には交際費の多くが現金取引で

⁴⁹ 当時の日本円レートで約15万円。

あったため、効果は限定的であった。

1990年代中頃に、個人事業主の所得税の納付方式が賦課課税方式から申告課税方式に変更となる。ただし、レシート発行のない現金取引が多く、実際には過少申告が多発する結果となった。これを受け、1994年に店舗におけるクレジットカード利用に対する優遇税制を導入することとなる。具体的には、クレジットカード決済を行った消費者に対し、利用額の0.5%を税額控除するものであった。この税額控除は、その後、拡大を見せる。1996年には、控除率を0.5%から1%に変更された。1999年に、控除上限として3百万KRW（約30万円）が定められるも、2000年には、控除率2%、上限額500万KRW（約50万円）と控除枠が拡大している。

消費者によるクレジットカード利用は拡大したものの、店舗での導入が十分でなかったことから、1998年に国税庁が店舗に対し、クレジットカードの導入を推奨することが可能となるよう所得税法、VAT法が改正され、店舗に対するクレジットカードの利用奨励施策が開始される。国税庁による推奨ということもあり、実質的には義務化に近い状況であった。クレジットカードの導入義務化は、1999年以降、小規模店舗へも対象が向けられ、2008年以降は年間売上が2,400万KRW（約250万円）以上の店舗が対象となった。また、同年の法改正では企業の実務費に対する規制も強化され、これまでは単に明細提出の控除といった事務手続の簡略化であった内容から、5万KRW超の実務費についてはクレジットカード払いもしくは請求書払いでないと控除されないと変更され、各企業は対応を余儀なくされた。

このように、利用する側、利用される側の両方の側面にアプローチする施策が行われ、徐々にクレジットカードの利用が進むようになる。

それでも売上をごまかす事業者もあり、2007年にはクレジットカードの利用控えを発行しない事業者に対する追徴課税を実施し、発行しなかった対象額の5%（対象額が5,000KRW以下の場合、5,000KRWとみなす）の課税が行われた。

c. 還付の手続き簡素化

キャッシュレジスター施策での失敗の1つに、還付手続の煩雑さ、上限額の設定が挙げられている。これについても、国税庁は対応を行っている。

1999年に、TIETP（Tax Incentives for Electronically Traceable Payments: 電子的に追跡可能な決済手段に対する税制優遇）が導入されている。ただし、税収への影響をおさえるため、優遇対象となるのは労働所得に限定されている⁵⁰。課税最低限、控除限度額が定められ、2002年までの期間限定の施策とされた。具体的には、クレジットカード等の電子的に追跡可能な決済手段（ETP: Electronically Traceable

⁵⁰ 実際には不労所得への優遇は別施策が存在していた。

Payments) の利用額の 10% を労働所得から控除する⁵¹のものであった。ただし、税金や公共料金等の ETP による支払額は対象外とされた。税金や公共料金については、控除対象とすることが適切ではないとされ、かつ、支払先が過少申告する可能性がほぼないことが理由と考えられる。

期間限定施策であった TIETP は 2000 年に法制度化されることとなる。給与所得者は還付を受けるために、雇用主を通じて労働所得申告書とともにクレジットカード等の取引履歴を国税庁に提出する必要がある。そのため、クレジットカード会社は、利用者の求めに応じて取引履歴を発行しなくてはならないとされた。実際には、日本の保険会社が所得控除証明書を利用者へ送付するように、自動的に送付されるのが慣例となっている。また、クレジットカード会社は、加盟店における利用データを定期的に国税庁に提出する義務も負っている。なお、この給与所得者が提出する取引履歴についても、2012 年からは国税庁が提供する Web サイトに対し個人の ID でログインすることで、既に記入済みの申告書が作成されている状況となり、給与所得者は内容を確認するだけでよく、雇用主への提出も当該 Web サイトを通じて行えるようになっている。

また、優遇措置の年限は、毎年延長される状況にある。控除割合については、韓国政府が注力したい分野⁵²にあわせて、優遇税制の対象を変更しているようである。年限についても、少なくとも 2024 年末までは継続されている。

d. クレジットカード以外の施策

このように、店舗の売上の明確化を目的に、クレジットカードという追跡可能な手法の利用が進められている韓国であるが、クレジットカード以外でも売上の明確化という目的達成に向けた施策が行われている。

国税庁は、2001 年に、クレジットカード及びデビットカードの利用における宝くじ制度を導入した。当選金額は、最大で 1 億 KRW であった。これはクレジットカードの利用による控除の恩恵を受けにくい低所得者層においてもクレジットカードの利用のインセンティブを与えることを目的としている。ただし、本施策については、クレジットカードについて 2006 年に、デビットカードについても 2010 年に終了している。

2005 年には現金決済レシート (ETCR: Electronically Traceable Cash Receipts) が導入された。ETCR では、現金での支払時に専用カード (物理カードの他に、モバイル方式も存在) もしくは個人番号を店舗に伝えることで、専用端末を通じてレ

⁵¹ 上限額として、300 万 KRW もしくは労働所得の 10% までとされた。

⁵² 例えば、コロナ禍においては一時的に控除率を 80% まで引き上げている。また、伝統的な市場での購入に対する控除率の引き上げ等も行われている。

シートが発行される。この ETCR においてもクレジットカード同様に控除を受けることが可能となる。また、店舗での ETCR の利用は自動的に国税庁へ連携されることとなる。

図表 51 ETCR カードとモバイルアプリ



e. 税額控除の変遷

1999 年に始まった税額控除は、2001 年に控除率を 20%に引き上げられ、上限額の引き上げも行われている。クレジットカード、デビットカードで始まった施策も、2004 年には電子マネー、2005 年には ETCR が加わり、利用可能な手法も多様化している。また、2012 年には、特に小規模店舗が多い伝統的な市場での利用については個別に控除率が設定されるようになり、2013 年には公共交通の利用についても個別の控除率が設定されるようになった。

2019 年に始まるコロナ禍においては、一時的な措置ではあるが、控除率を 80%にまで引き上げ、控除の上限額も引き上げられている。さらに、2021 年には消費の落ち込み対策として、前年比で 5%以上購買額が向上した場合、その増加分について 10%の控除（上限 100 万 KRW）が行われている。

このように、韓国政府の施策の内容や経済状況にあわせ、控除額に変化をつけている状況にあると見て取れる。

図表 52 控除率等の変化

年	対象決済	控除率	控除限度額	上限（少ない方）
1999	クレ、デビ	10%	労働収入の10%	3百万KRW or 労働収入の10%
2001	〃	20%	〃	5百万KRW or 労働収入の20%
2003	〃	20%、30%	〃	〃
2004	クレ、デビ、電マネ	20%	〃	〃
2005	クレ、デビ、電マネ、ETCR	〃	労働収入の15%	〃
2006	〃	15%	〃	〃
2008	〃	20%	労働収入の20%	〃
2010	クレ、デビ、電マネ、ETCR	20%、25%、25%、20%	労働収入の25%	3百万KRW or 労働収入の20%
2012	クレ、デビ、電マネ、ETCR 市場	20%、30%、30%、20% 30%	〃	〃
2013	クレ、デビ、電マネ、ETCR 市場、公共交通	15%、30%、30%、30% 30%、30%	〃	〃

クレ：クレジットカード、デビ：デビットカード、電マネー：電子マネー

（出典）The Benefits of Electronic Tax Administration in Developing Countries:
A Korean Case Study and Discussion of Key Challenges

4.2.2 決済手数料に対する規制

a. 与信金融会社法の改正

2013年に施行された「改正与信金融会社法（Specialized Credit Finance Business Act）」において、金融監督院（Financial Services Commission: FSC）が3年ごとに、対象となる総費用の再評価に基づき、カードの手数料率を調整することが義務付けられている。

同年FSCは、大規模小売事業者に対し、クレジットカード会社に不当に低い手数料率を求めることを禁止すると同時に、手数料を支払うことに対して何らかの見返りを求めることも禁止している。さらに、年間売上が2億KRW以下の企業等に対する優遇手数料について、1.8%の標準手数料を1.5%に引き下げることを求めた。また、通常の手数料についても全体平均で2.1%レベルであったものを1.9%レベルまで引き下げるとしている。このような施策により、クレジットカードの全加盟店のうち68%の加盟店が引き下げの恩恵を受けられると試算されている。また、大規模小売店と中小店舗との手数料格差も縮小し3%pt.あった差が、1%pt.に縮まるとしている。

b. 2016 年の手数料見直し

2016 年には、加盟店手数料をさらに 0.3~0.7%pt.引き下げている。大規模店舗によるカード会社に対する不当なリベート要求を禁止したこと、低金利による資金の調達コストが減少したことから、クレジットカード会社のコストが低減されると見ており、そのコスト低減により手数料の引き下げが可能になると見込んでの決定である。これにより、238 万加盟店で総額 6,700 億 KRW の利益が生じると試算されている。

図表 53 FSC が示す新しい加盟店手数料 (2016 年)

merchants classification (by annual sales)			current	to be	%p cut
credit card	small and medium-sized merchants (preferential rates)	~ KRW 200 million	1.5%	0.8%	0.7%p
		KRW 200 million ~ KRW 300 million	2.0%	1.3%	0.7%p
	general merchants (average estimates)	KRW 300 million ~ KRW 500 million	about 2.15%	about 1.85%	0.3%p
		KRW 500 million ~ KRW 1 billion	about 2.22%	about 1.92%	0.3%p
		KRW 1 billion~	about 1.96%	about 1.96%	no change
	ceilings on merchant fees		2.7%	2.5%	0.2%p
	tax payment service fees		1.0%	0.8%	0.2%p
debit card	small merchants	~ KRW 200 million	1.0%	0.5%	0.5%p
	medium-sized merchants	KRW 200 million ~ KRW 300 million	1.5%	1.0%	0.5%p

(出典) FSC Web サイト (<https://www.fsc.go.kr/eng/pr010101/22108>)

c. 2019 年の見直し

2019 年には、クレジットカードの加盟店手数料の優遇対象範囲について店舗の年間売上を 5 億 KRW 以下から 30 億 KRW に拡大した。これにより、年間売上 5~10 億 KRW の企業等では 2.05%から 1.4%へ、10~30 億 KRW の企業等では 2.21%から 1.6%に引き下げられることとなった。デビットカードについても同様に優遇対象範囲を拡大し、5~10 億 KRW の企業等では 1.56%から 1.1%に、10~30 億 KRW の企業等では 1.58%から 1.3%に引き下げられた。

加えて、加盟店手数料の算出根拠となるクレジットカード会社におけるマーケティング費用の算定方式の見直しを行った結果、さらなる手数料の引き下げが可能と判断し、年間売上 500 億 KRW 以下の一般加盟店の手数料を 2%以内とするようにした。

d. 2022 年の見直し

2022 年には、以下のクレジットカード及びデビットカードの手数料引き下げ措置を決定した。なお、括弧内の数値はデビットカードの手数料を意味する。

- 年間売上 3 億 KRW 以下の企業等：0.8% (0.5%) から 0.5% (0.25%) へ
- 年間売上 3～5 億 KRW の企業等：1.3% (1.0%) から 1.1% (0.85%) へ
- 年間売上 5～10 億 KRW の企業等：1.4% (1.1%) から 1.25% (1.0%) へ
- 年間売上 10～30 億 KRW の企業等；1.6% (1.3%) から 1.5% (1.25%) へ

今回の手数料率調整では、加盟店全体で約 4,700 億 KRW の手数料負担軽減につながる試算されている。この削減効果のうち約 60%は、年間売上が 3 億 KRW までの企業等で恩恵を受けることになる予想されている。

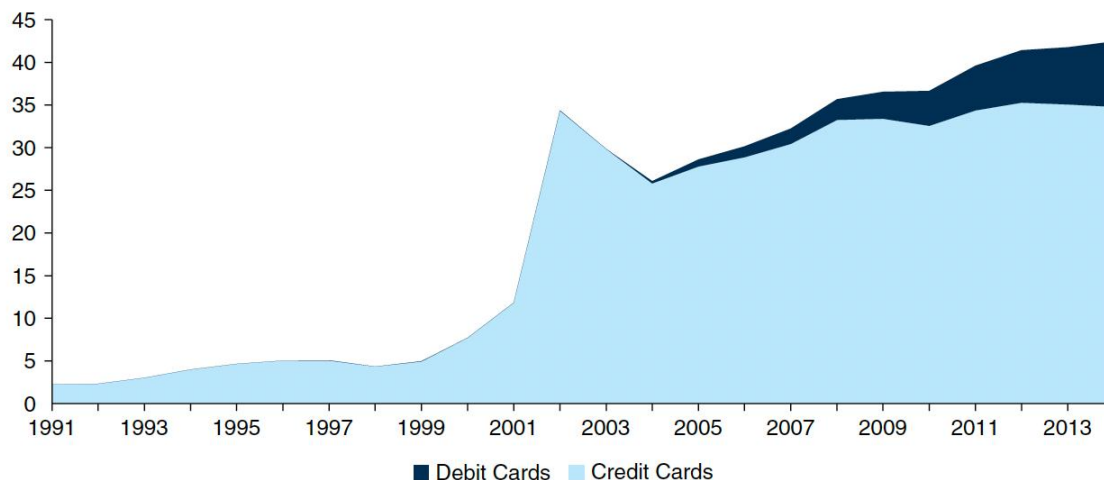
また、FSC は 2022 年第 1 四半期に関係者で構成されるタスクフォースを設置し、カード会社のデジタル、データ、プラットフォーム分野への事業拡大を促進する方策を打ち出すとしている。

4.2.3 本施策の効果

a. クレジットカード利用の伸び

施策の認知向上、控除率の増加もあり、韓国におけるクレジットカードの利用は 2001 年に大幅に増加する結果となっている。本来は徴税目的で行われた一連の施策ではあるものの、結果として、施策実現のツールとして採用されたキャッシュレスの利用が伸びている事がわかる。また、クレジットカードよりもデビットカードの控除率が高まると、それにあわせてデビットカードの利用が増えていることから、施策の内容にあわせ、利用するキャッシュレス決済手段が選択されている状況が伺える。

図表 54 GDP に占めるクレジットカード、デビットカードの利用



Source: Authors' aggregation of data from Bank of Korea (<http://ecos.bok.or.kr>).

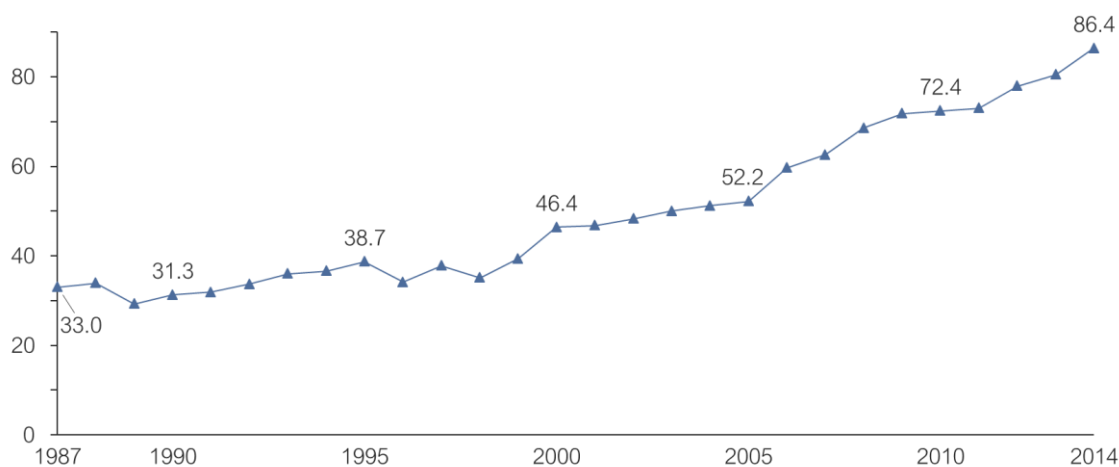
Note: a. Debit card payments include check cards. b. Electronically traceable cash receipt payments are not included. c. Payments by all consumers, including not only wage and salary income earners but also self-employed businesses.

(出典) World Bank 「The Benefits of Electronic Tax Administration in Developing Countries: A Korean Case Study and Discussion of Key Challenges」

b. 納税率の向上

施策本来の目的である徴税について見てみる。図表 55 は、申告対象となる個人事業主のうち、実際に納税を行っている人数の割合を示したものである。一連の施策を実施した結果、売上が明確になったことで、個人事業主の納税者割合が伸びていることがわかる。

図表 55 個人事業主に占める納税者の割合



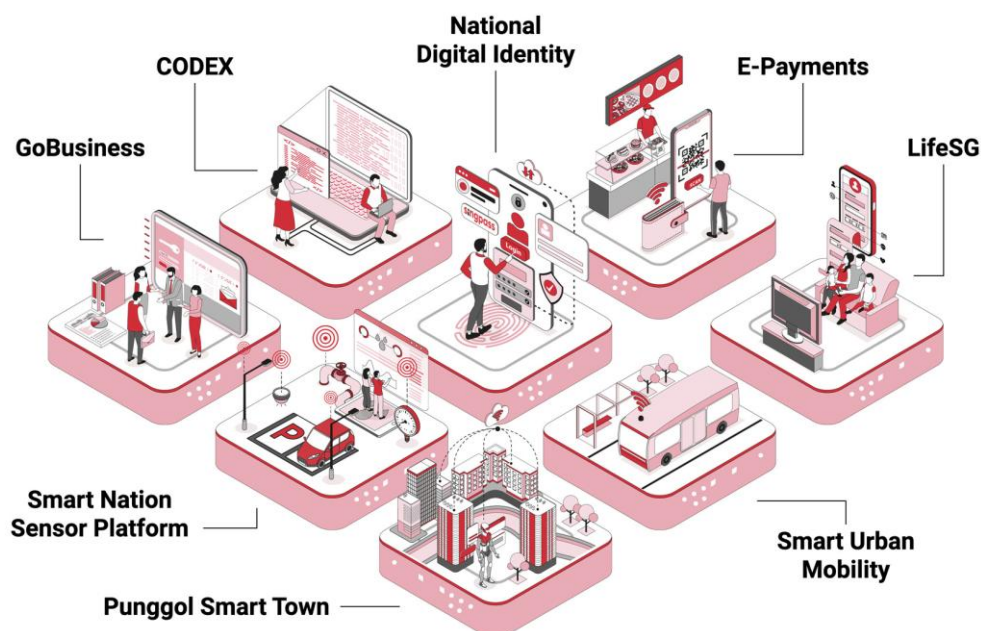
(出典) World Bank 「The Benefits of Electronic Tax Administration in Developing Countries: A Korean Case Study and Discussion of Key Challenges」

4.3 シンガポール – E-Payments Society 構想 –

シンガポールのE-Payments構想は、2014年にリー・シェンロン首相が施政方針演説で表明した、Smart Nation Projectsの柱の一つとされている。このプロジェクトは、国民誰もが充実した人生を過ごせる国家を形成するために、テクノロジーを活用して生活水準向上、コミュニティ強化、新規事業創造を促進することを目標としている。

2017年には関連する部局の統合により、政府横断的な取り組みを取りまとめる組織として、首相府直下にスマートネイション・デジタル政府グループ（SNDGG）が設立されている。

図表 56 シンガポールの Smart Nation Projects



(出典) World Bank 「National Digital Identity and Government Data Sharing in Singapore」

a. Smart Nation Projects における他の柱 (Pillar)

i. Go Business

シンガポールにおいて事業を円滑に実施するための情報を提供する政府ポータルが整備されている。

「Business Grants Portal」は、企業が複数の機関にアプローチすることなく、ニーズに応じた補助金を申請できるワンストップ・ポータルである。BGPは、企業向けの政府補助金を一つの場所に集め、企業がニーズや分野に応じて補助金を申請しやすくすることを目的としている。また、企業は助成金申請をより適切に管理・追

跡できるようになる。

「GoBusiness Licensing Portal」は、企業が、事業開始に必要なライセンスを確認でき、ライセンスの申請、変更、更新、終了について、複数の機関に対し同時に行うことができるポータルサイトである。

ii. CODEX

CODEX (Core Operations Development Environment and eXchange) は、行政と民間が共有するデジタル・プラットフォームである。CODEX の整備にあたり、シンガポール政府は様々な取組を実施している。例えば、行政機関が保有する様々なデータについて、その標準化や共通フォーマットによるデータ共有等を実現するためのデータアーキテクチャを策定したり、機密性の低い政府システムやデータについて一般の商用クラウドへ移行したり、SGTS (Singapore Government Technology Stack) と呼ばれる、行政が開発したソフトウェアやインフラなどのデジタルコンポーネントを異なる行政機関間で共有可能にする仕組みを整備したりといった取組が挙げられる。

この CODEX の実現により、MyInfo (個人情報一元管理サービス) を民間銀行でも利用可能とするプロジェクトにおいて、通常は開発期間だけで約 1 年を要すところを、4 ヶ月間で提供できたり、求職者と求人企業のマッチングサイトである MyCareersFuture.sg の開発では、既存のコンポーネントを活用することで開発コストが 40%削減され、開発期間についても 2 年から 8 ヶ月に短縮できたりといった成果が挙げられている。

iii. National Digital Identity

国民が政府や民間のサービスを受ける際に使用するデジタル認証 (ID) システムである。NDI は、既存の ID 基盤である「SingPass」と「MyInfo」をベースとして、官民双方が利用できる堅牢かつ利便性の高い認証システムを目指す取組であり、2018 年 10 月には、スマートフォンの指紋認証や顔認証を利用できる「SingPass Mobile」を導入された

そもそも「SingPass」は、行政機関毎に異なっていた認証方法の統一を目的として、2003 年に導入された共通認証基盤である。15 歳以上のシンガポール居住者が対象とされ、出生時に割り当てられる NRIC (National Registration Identification Card、国民登録番号カード) の番号とパスワードを使い、各種行政サービスをオンラインで利用できる仕組みとなっている。また、SingPass の法人版である「CorpPass」も 2016 年より開始されている。

また、「MyInfo」は、行政サービスの利用時に一度個人情報を登録すれば、他のサービス利用時に当該情報が自動的に入力されるサービスである。行政機関や利用

サービス毎に何度も同じ情報を入力する手間を省くことができ、「個人情報の収納庫」といえる機能とされる。2016年に導入され、2017年には銀行の口座開設やクレジットカード申請時にも MyInfo を使うことができるようになっている。

iv. Life SG

LifeSG は、2018年にリリースされた幼児を持つ家族や高齢者をサポートするアプリである「Moments of Life」を2020年にリブランドしたものである。このLifeSGにはいくつかの機能が実装されている。

例えば、「Navigate Various Services」では、40以上の行政サービスを利用可能とする。情報は、家族・子育て、仕事・雇用、ヘルスケア、住宅・財産など、関心のあるトピックごとにグループ化されている。

また、「Create a Personal Dashboard」では、自分専用のダッシュボードを設定・作成し、必要な情報を受け取ることができる。このファミリーサポート機能を使えば、おすすめのコテンツや政府の給付金等を閲覧可能となる。例えば、出産時に電子出生登録でベビーボーナス（給付金）と子供の図書館の会員資格の申請を同時に提出できる。また、子供の成長に合わせて、保育園・幼稚園の詳細や空き状況、料金などの情報、病院の診療予約や予防接種、子供の健康状態の記録・管理も可能である。

v. Smart Nation Sensor Platform (SNSP)

SNSP は、センサーを使って必要不可欠なデータを収集、分析しスマート・ソリューションを生み出すための全国的な統合プラットフォームである。SNSPとして、稼働しているいくつかの機能を紹介する。

「Tracking Water Usage and Leaks」は、スマートメーターによりリアルタイムの水使用量データを収集し、モバイルアプリを介して水漏れを検出することにより、住宅所有者の節水に役立っている。

「Drowning Detection System at Public Pools」では、公共プールにおいて、画像分析により溺死の可能性を検知することができる。このシステムは、ライフガードに警告を発するのに役立ち、遭難した泳者や困っている泳者に迅速に対応することができる。

「Personal Alert Button for Elderly」は、賃貸住宅に住む高齢者向けにパーソナル・アラート・ボタン（PAB）を設置することで、緊急時に援助を要請することができる。PABが作動すると、モバイル回線を通じて行政のシニア・アクティビティ・センターに通知され、スタッフが状況を迅速に把握することができる。双方向の音声通話機能も搭載されており、双方向のコミュニケーションも実現でき、救助を迅速に派遣することもできる。

vi. Smart Urban Mobility

国土が狭く、人口が増加しているシンガポールでは、効率的な交通インフラが必要とされる。

「Improved Commuting Experience」では、通勤客の交通系 IC カードから得られる匿名化されたデータを分析することで、陸運局（LTA）は混雑している駅や路線を把握することで、適切な運行管理を行うことができる。LTA が開発したアプリ「Beeline」は、利用者と民間バス事業者をマッチングするサービスであり、利用者が出発地と目的地、利用日や到着希望時刻を入力すると、バス事業者からルートが複数提案され、座席の予約と支払いを同時にできるサービスである。

「Hands-Free Ticketing Technology」として、高齢者、幼児を連れた家族、移動が困難な通勤客が、カードリーダーにカードをタップすることなく、駅やバスにアクセスできるハンズフリー運賃ゲートの使用が検討されている。

「Self-driving Shuttles」では、2015 年より公道における自動運転の試験を開始されている。2017 年には道路交通法の改正により、より実証実験を行いやすい環境が整備され、また、同年には、自動運転技術やその安全性を検証するための機関として、CETRAN（Center of Excellence for Testing and Research of Autonomous Vehicles）を設立されている。

b. E-Payments の実現に向けたインフラの整備

シンガポールにおいて、キャッシュレスは、シンプル、迅速、シームレスで安全なデジタル取引であるとされ、すべての個人、法人にとって不可欠な決済手段となっていくと考えられている。

そのため、シンガポールでは、Smart Nation Projects の一環として E-Payments が配置されており、金融取引がよりシームレスで効率的なものになるよう、さまざまなシステムで運用されるシンプルで安全なプラットフォームの構築を目指している。

2014 年には「FAST (Fast and Secure Transfers)」が導入され、24 時間・365 日リアルタイムで銀行間の送金が可能な環境が整備された。2017 年には「PayNow」が始まり、送金先の相手の銀行口座番号を知らなくても、携帯電話番号や NRIC を使って送金が可能となっている。2018 年には、PayNow の利用領域を拡大し、「PayNow Corporate」として、行政や法人が支払いや受取りに PayNow を利用できるサービスが提供されている。この PayNow Corporate では、法人の識別子である UEN (Unique Entity Number) を銀行口座とリンクさせることにより支払いが可能となっている。

2018 年には、NETS (シンガポールの電子マネー、決済インフラ運営企業) が、

小規模店舗（200のコーヒーショップ、25のホーカーセンター、20の企業食堂）におけるアクワイアラとして決済環境を導入し、これまでキャッシュレスが利用できなかった店舗への導入を積極的に進め、同年、決済用QRコードの統一規格であるSGQRも策定され、さらに小規模店舗でもキャッシュレスを導入しやすい環境が整えられた。

銀行以外の決済事業者の増加にあわせ、2021年には、これまで銀行のみが接続可能であったFASTについて、ノンバンク事業者への開放も行われている。

c. Payment Services Act の成立

MASは、2006年に成立した「Payment System (Oversight) Act」と1979年に成立した「Money-Changing and Remittance Business Act」の2つの法について、見直しと統合を行い、2019年に、Payments Service Actとして1つの法規制にまとめられた。本法では、決済サービスの多様化や決済サービスと他のサービスとの連携が進む中で、適切な法規制を行うために、柔軟な対応ができる枠組みが整備されている。

具体的には、指定制度とライセンス制度の2種類の規制制度が制定された。シンガポールにおいて重要な決済システムについてはMASによる指定が行われる。また、消費者や店舗向けサービスの提供を行う決済事業者に求められるライセンス制度では、提供サービスが「口座の発行管理」「国内送金」「海外送金」「加盟店獲得」「電子マネー発行」「デジタルトークンの交換」「両替」の7種に分類され、決済事業者は自身が提供するサービスにあわせ、これらの分類から必要な要素を組み合わせることでライセンスを申請することができる。また、かけられる規制についても各サービス分類のリスクに応じて行われることとなる。最終的に提供されるライセンスは「両替事業者」「一般決済事業者」「主要決済事業者」の3つのクラスに分類され単純化される。



d. Singapore Payments Roadmap

このようなE-Paymentsの取組の基礎となっているのが、シンガポール通貨監督庁（Monetary Authority of Singapore：MAS）により2016年に公表された「Singapore Payments Roadmap」である。

Singapore Payments Roadmapでは、4つの施策（「決済スキームや相互運用性の確保」「競争環境の整備、透明性確保に向けた規制枠組みの合理化」「新しいガバナンスモデルの構築」「キャッシュレスの促進」）に対しそれぞれ4つの具体的な取組が紹介されている。

i. 決済スキームの相互運用性確保に向けた取組

図表 57 決済スキームの相互運用性確保に向けた取組

 <p>Unified point-of-sale</p>	消費者にシームレスな体験を提供するため、実店舗での統一POS端末の開発と導入を促進
 <p>Central addressing scheme</p>	携帯電話番号や、NRIC、UEN、EメールアドレスなどによるFAST利用を可能にする Central Addressing Schemeを構築 セキュリティとプライバシー保護の確保も重要視
 <p>Seamless bill payments and collections</p>	口座引き落としの電子承認を可能にする 請求書払いに関するデータベースを銀行間で統合 また、請求書払いに変わる手段として、Request to Payを導入
 <p>ATM Interoperability</p>	ATMネットワークの統合

(出典) KPMG 「Singapore Payments Roadmap」

本取り組みでは、これまでアクワイアラ銀行ごとに個別に設置されていた決済端末を統一し、1つのPOS端末⁵³にてあらゆる決済を受け付けられるようにすることが示されている。この統一POS端末は、シンガポールの主要3行が出資する決済インフラ企業であるNETSが開発し、加盟店獲得、端末提供まで含めて一括してサービス提供を行っている。

本施策は、単に機械としてのPOS端末を統一するだけではなく、サービス自体までを共通化、インフラ化していると言える。

⁵³ 日本でいうところの決済端末

図表 58 NETS が提供する統一 POS 端末







(出典) NETS Web サイト (<https://www.nets.com.sg/nets/for-business/unified-pos>)

また、これまで銀行口座を指定することで実施していた銀行間送金について、前述の NRIC や UEN、メールアドレスを指定することで送金可能にする仕組みを構築することが目指されている。これは、前述の「PayNow」として実現されている。

ii. 競争環境の整備、透明性確保に向けた規制枠組みの合理化

図表 59 競争環境の整備、透明性確保に向けた規制枠組みの合理化

 <p>Adapting the regulatory framework for the future</p>	<p>決済システム法や両替・送金業法などの既存の決済関連法を統合し、新たなリテール決済サービス事業者を規制する際の相乗効果を促す</p>
 <p>Regulating payment activities</p>	<p>決済事業者が提供するサービスに関する規制は、技術的に中立で、商品ではなく活動に基づくべき活動は、決済のバリューチェーン全体をカバーすべきであり、G/Wの運営、アクワイアリング、送金、イシューイングなどが含まれる。</p>
 <p>Creating a level playing field</p>	<p>決済システムへのアクセスを拡大し、民間部門のイノベーションと改善を促進するため、認可要件を含む規制の枠組みを強化</p>
 <p>Maintaining security and enhancing consumer protection</p>	<p>消費者保護の強化、セキュリティ要件の導入、公平な競争条件を設けるだけでなく、より迅速な決済（D+1、翌日決済など）を設定すべき</p>





(出典) KPMG 「Singapore Payments Roadmap」

決済関連法の統合については、前述のとおり、アクティビティベースで規制を行う「Payments Services Act」に集約された。これにより、新たな決済サービスへの対応や規制範囲、求められる要件等が明確になった。

また、前述の FAST で決済される資金は、最終的に MAS が運営する RTGS システム⁵⁴である MEPS+にて銀行間の清算が行われることとなる。FAST 上でやりとりされる決済は、最終的に MEPS+上で1日2回清算されることで決済リスクの低減を実現している。

iii. 新しいガバナンスモデルの構築

図表 60 新しいガバナンスモデルの構築

 <p>Construct of the Payments Council</p>	<p>Payments Councilは、リテール決済に関連するプロジェクトを主導する実行部門としての役割を果たす</p>
 <p>Composition of the Payments Council represents the voice of the industry</p>	<p>Payments Councilは、公正かつバランスの取れた視点を促進するため、決済の供給側と需要側の両方からほぼ同等の代表で構成されるべき 国家戦略と整合させるため、MASは Payments Councilの議長を務めるべき</p>
 <p>Functioning of the Payments Council</p>	<p>Payments Councilは、公的機関や民間事業者を横断する決済開発プロジェクトのプロジェクト管理部門として持続可能性を確保するため、多様な部門が設置されるべき</p>
 <p>Reinforcing the governance of Singapore's retail payments landscape</p>	<p>Payments Councilの責務は、シンガポールの決済戦略を推進し、キャッシュレスの競争とイノベーションを促進するためのイニシアティブを確立すること</p>

(出典) KPMG 「Singapore Payments Roadmap」

Singapore Payments Roadmap では、Payments Council の設立が宣言されている。実際に MAS は、2017 年 8 月に銀行や決済事業者、事業会社、業界団体といった、決済サービスの提供者、利用者双方からなる Payments Council を設立している。議長には、MAS の Managing Director が就任している。ここでは、PayNow のような新しい決済サービスの開発促進、店舗における統一 POS 端末の導入・展開の支援、消費者の利益を保護し革新的な決済ソリューションを促進するための新たな決済法制の導入検討が行われる。検討結果については、MAS に対し助言・勧告を行うこと

⁵⁴ Real-Time Gross Settlement システム：中央銀行における金融機関間の口座振替の手法の一つ。RTGS では、振替の指図が中央銀行に持ち込まれ次第、一つ一つ直ちに実行される。

ができる。

iv. キャッシュレスの促進

図表 61 キャッシュレスの促進

 <p>Drive up the utilisation of FAST across market segments</p>	FASTの利用を増やすためには、使いやすさ、価格設定、インセンティブを通じて消費者や企業へのアクセスを拡大すること、そして官民が協力して価値提案を行い、それを伝えることが重要
 <p>Reduce cash and cheque usage</p>	コスト削減を利用者に還元することで、現金や小切手の利用を減らす これにより、より効率的で安全なキャッシュレスへの移行が加速される
 <p>Eliminate surcharging for payment card use</p>	消費者におけるカード利用を妨げる主な要因は価格の高止まりである サーチャージを廃止することで、キャッシュレスへの移行が急速に進むはず
 <p>Continue to monitor the impact of interchange caps</p>	他国では、IRFや加盟店手数料の引き下げを行ってきたが、これらの長期的な影響と成功は、まだ完全には見えていない。 MASは、IRF規制の影響を引き続き監視・分析すべき

(出典) KPMG 「Singapore Payments Roadmap」

シンガポールのいくつかの店舗では、PayNow を含むキャッシュレスを利用する際に消費者に対し手数料（サーチャージ）が徴収されていた。実際、このサーチャージについては法規制等において明示的に禁止されていなかったため、サーチャージを行う店舗と行わない店舗が混在していた。

これについて、2024年3月にPayNowのスキームオーナーであるシンガポール銀行協会（Association of Banks in Singapore: ABS）が、明示的に店舗におけるサーチャージを禁止した。

4.4 デンマーク – 店舗における現金取扱い –

4.4.1 デンマークの現状

デンマーク中央銀行は、2022年3月に「The use of cash in society」を公表し、デンマーク国内における現金の利用状況について取りまとめている。

そこでは、対面決済のうち12%が現金で行われているとし、店舗での決済の大半がキャッシュレスであることが示されている。個人間送金の4回に1回は現金で行われており、特

に小遣い等の目的に現金が利用されている。そして、デンマーク人の3人に1人がタンス預金を行っており、特に預金金利が低い状況においては、現金の価値が相対的に高まっていると分析している。

また、アンケート調査の結果として、88%の国民がキャッシュレス決済に対して満足している状況にあるものの、4割以上の国民は、店舗での現金受取拒否は許されないと考えており、3割の人はキャッシュレス決済の代替手段として現金は必要だと認識している。

このように、実生活においてはキャッシュレスがかなり普及している状況にあっても、キャッシュレスの代替方法としての現金の重要性が認識されている。

4.4.2 現金関連の法規制

a. Cash Rule

デンマークの Payments Act には、「Cash Rule」として知られる、現金を受取る義務を定めた条項が存在する。

Cash Rule では、実店舗にスタッフが常駐し、キャッシュレスに対応している場合、店舗は現金の受取を拒否することはできないとされる。ただし、スタッフがいないオンライン取引や無人ガソリンスタンドなどのセルフサービス環境を含む遠隔取引には適用されない。

なお、有人店舗であっても、22:00 から 6:00 までの間は、現金を受け付ける義務は生じない。さらに、強盗のリスクが高い地域では、20:00 から Cash Rule の適用が免除される。ただし、産業・商業・金融担当大臣は、例えば 24 時間営業の薬局など、特定の種類の支払先には常に現金の受け取りを義務付ける規則を定めることができる。

b. 現金支払に関する上限規制

デンマークでは、AML 法により、AML 法の規制対象外の企業における 2 万デンマーク・クローナ (DKK) を超える現金の受取を禁止していたが、これを 2024 年 3 月から 15,000DKK (約 32 万円) に引き下げている。

これには、AML の観点はもとより、デジタル化の推進という意味も込められている。

4.5 我が国への示唆

ここまで、4 カ国の施策を見てきた。キャッシュレスに直接資する施策もあれば、間接的にキャッシュレスを推進する結果となった施策も存在した。これらの施策は、各国の歴史、背景等を前提に設定されているものであり、我が国に直接導入することが適切ではな

い可能性もある。そのため、ここでは各国の施策に共通する部分等、重要と考えられる要素を抽出し、分析することとする。

4.5.1 政府によるリーダーシップと連携

調査対象が政府施策であることから当然の帰結ではあるものの、いずれの国においても行政機関が決済という経済活動において重要な仕組みに対して明確なあるべき姿を示したうえで、施策実施の主導権を持ち、主体的に進めている。また、施策が広範囲に及ぶ場合においても、行政機関間の十分な連携が行われ、各機関が実施する施策が相互に補完し合う状況となっている。これにより、施策の効果において相乗効果もたらされ、より十分な成果が得られていると感じる。

キャッシュレスはあらゆる経済活動に直結する分野であることから、特定の行政機関だけに閉じてその普及を実現することは困難である。また、個別の行政機関がそれぞれ別の方向性を示すことも国内の混乱を生じる。そのため、国民だけでなく行政全体が共有できる、我が国のキャッシュレスが進むべき方向性や具体的な将来像を示すことが重要であり、実現に向けてアクションをとることが求められる。

また、民間企業は、マーケットの競合や営業秘密等、自主的な協力体制を構築するには制約が多くなるのも事実である。そのため、具体的な施策を進めていく上では、いわゆる総論賛成各論反対といった自体になりかねない。そのため、行政のリーダーシップにより（半ば強制的にでも）決済環境を整えていくことが、我が国の競争力向上にも繋がると考える。とはいえ、不必要な決済環境の変化は、かえって好ましくない結果をもたらす可能性もあることから、行政機関においては様々なステークホルダーとの対話、協力を踏まえたリーダーシップの発揮を期待する。

4.5.2 時代にあわせた法規制の変化

台湾とシンガポールの事例において、決済に関する法規制の見直しが行われている。いずれも、それまでに存在した複数の法規制を現状にあわせ一元化し、かつ、今後誕生するであろう新しい形式にも対応できるよう、キャッシュレスの本質⁵⁵を捉えた、行為を基準とした規制（アクティビティベース規制）となっている。

我が国の法規制は、キャッシュレスの歴史⁵⁶の経過において、それぞれの時代に応じた社会の要請にあわせた法規制の整備が行われてきた。その結果、銀行法、資金決済法、割賦販売法をはじめとする複数の決済関連法制が存在することとなった。また、それぞれの

⁵⁵ キャッシュレスは単純化すれば、消費者から店舗に資金を移動させるものであり、多様なサービスが存在するとは言え、消費者の管理、店舗の管理、資金の管理といった基本機能は共通している。

⁵⁶ キャッシュレスの年表は、当協議会 Web サイト

(<https://paymentsjapan.or.jp/publications/reports/chronicle/>) を参照

法律も、法整備のニーズやそれに伴う保護対象、規制対象の経緯から、微妙に異なる観点
が盛り込まれており、消費者や店舗においては「キャッシュレス」という1つの単語で括
れるサービスも、複雑な法体系のもとで運営されている状況にある。また、今後も新しい
キャッシュレスサービスが登場する可能性のある中で、現在の法規制ではカバーできない
領域も誕生することも想定される。

決済関連法規制の終局的な目的が、消費者や店舗の資金や情報の保護、AML/CFTを含
む不正な利用の排除であるならば、これらの目的達成に向け論理的に必要な措置を講じ、
全体的な法体系の在り方を検討することも重要ではないだろうか。

4.5.3 現金に対する考え方

現金は、秘匿性が高く、かつ、物理媒体として存在することから犯罪に狙われやすいと
いう認識が諸外国では一般的である。そのため、現金利用に対する上限金額等の規制をか
けたり、取扱における時間制限を認めたりといった施策が実施されている。他方で、日本
においては諸外国の社会環境とも異なるため、秘匿性の高さや犯罪に狙われやすいとい
う認識は相応にはあると想定されるものの、上記のような規制が即座に必要という意識は社
会的にまだ醸成されていないと感じる。

しかしながら、このような制限は、本当に不要なのだろうか。特にお金に関する事件や
事故が増えつつある昨今、犯罪等の抑止において、現金管理のもたらす影響を再度考え直
す必要があるのではないか。例えば、秘匿性を必要とする決済とはどういったものなの
だろうか。ここでは、第三者が自由にキャッシュレスに関する個人のデータを確認できるよ
うな事態は想定していない。適切なプライバシー確保がなされる状況であれば、むしろ取
引等の正当性を確認できたり、不正を防げたりといったメリットの方が大きいのではない
だろうか。

他方で、ロシアのウクライナ侵攻を契機に、特に欧州諸国では、キャッシュレスの代替
手段としての現金に再び注目が集まっている。非常時における現金の利便性は、我が国に
おける自然災害の例においても同様である。ただし、重要なのは、あくまでキャッシュレ
スの代替手段としての現金という点である。現状の我が国においては、社会全体を見る
と、まだ現金の代替手段としてキャッシュレスが存在するような状況にある。これが、キ
ャッシュレスに関するコストを付加的なものとして捉えてしまう一因になっていると考えられ
る。

キャッシュレスを主とし、それを補完する位置づけとして現金を置くならば、現金にか
かるコストを大幅に削減すること⁵⁷も可能ではないだろうか。

⁵⁷ 例えば、基本はキャッシュレスで受け、現金を特例とすれば、レジや事務作業に対する考え方が変わ
り、より効率的な投資や業務を実現できる可能性がある。

4.5.4 行政主導の共通基盤の存在

諸外国では、より効率的な社会の実現に向けて、行政が主導して決済事業者が活用可能な共通基盤が構築されている。キャッシュレス決済は間接ネットワーク効果⁵⁸が存在するビジネススキームであり、消費者（キャッシュレスサービスを利用している会員というネットワーク）と店舗（キャッシュレスサービスを導入している加盟店というネットワーク）の2つのネットワークを繋ぐことで、ビジネスが成立する。そのため、消費者にとって自身の決済手段を使うことのできる店舗が多ければ多いほど、その決済手段の利便性は大きくなり、店舗にとって導入した決済手段を利用する消費者の数が多ければ多いほど、その決済手段の利便性が大きくなる。

他方で、決済事業者にとって消費者や店舗の獲得（自身のネットワークに参加させる）はコストがかかるものであり、このように苦労して獲得したネットワークを他者に容易に提供しないことで、これまで発生したコストを回収したいインセンティブが働く。つまり囲い込みを行うことで、自社内に利益をとどめ他者に流出させない戦略も採用される。

恐らく、社会全体から見れば、キャッシュレスの間接ネットワーク効果は極大化、つまり全ての人が全ての店舗で利用可能となることが望ましい状況ではある。現状、我が国でこの状況を創出するには、すべての決済事業者が自身の顧客を他者に開放することになるが、これは囲い込みと相反する方向性となる。また、仮に開放することとなった場合においても、システム仕様やルールの違いから、容易に相互開放というわけにはいかず、そこには各種の調整（誰のルールを基準とするのかといった内容も含む）が生じることとなる。これには、コスト負担の問題も生じる。特に、大規模な顧客ネットワークを有する決済事業者と小規模な顧客ネットワークを有する決済事業者が相互に接続する場合、小規模事業者は大規模事業者の基盤にフリーライドできる状況となり、競争せずとも経営基盤を獲得できることから、事業者間の適切な競争を鈍化させる可能性もある。

このように、キャッシュレスに関する社会全体の最適化と、サービスを提供する個々の事業者の最適化に乖離が生じるため、各国においては行政機関等の中立かつ強制力を持つ立場から、相互接続等の相互運用性を確保するためのインフラが構築されるケースが多い。構築や運営のコストについても、公費や参加者による公平な負担が行われ、誰か一人が突出して利益を獲得／創出することが避けるよう配慮されている。

シンガポールでは、さらに一歩進んで、決済インフラの提供事業者であるNETS自身が店舗を獲得する役目も担っている。このように協調領域を拡大させることで、競争領域がより先鋭化し、各事業者において選択と集中が行いやすくなる。その結果、事業者は自身

⁵⁸ プラットフォームを通して、複数のグループ（ネットワーク）が相互作用するときの効果。キャッシュレスの場合、決済事業者をプラットフォームとして、消費者と店舗の2つのネットワークが相互作用していると言える。

のネットワークを財産とするのではなく、サービス内容自体が財産と捉えることができ、投資がサービス内容の充実に集中することで、よりイノベーティブな取組が実現されると考えられる。

5 キャッシュレス・ロードマップの進捗状況

「キャッシュレス・ロードマップ 2020」では、2030年の社会のライフスタイルを見据えて、7つのキャッシュレス社会の姿を展望してきた。本章ではこれら7つの社会の姿が、どのように進捗してきているかを検証する。

5.1 自分のライフスタイルにあったキャッシュレスツールが選択可能

我が国においては非常に多岐にわたる決済手段、サービスが提供されている。多くのサービスが提供されることは、決済事業者間の競争環境を生み、より消費者に選択されるためのサービス開発が進み、結果として、消費者や店舗に選択される決済環境が整えられることに繋がる。その意味では、自分のライフスタイルにあったキャッシュレスツールが選択可能と言える一方で、あまりに多い場合に、かえって選択が困難となるといった声も散見される。

消費者自身が多岐にわたる選択肢の中で、本当に自分のライフスタイルにあった選択とは何かを主体的に考えるための情報や知識の獲得が可能な環境を整えること、また、新しいキャッシュレス決済手段を取り入れようとした時、スムーズに利用開始できる環境を整備する必要がある。

2023年度には「キャッシュレス教育の拡充」（2027年度まで継続）、「キャッシュレスのユニバーサルデザイン化の進展」（2023年度で完了）、「キャッシュレス決済手段間のインターオペラビリティ実現」（2025年度で完了）の3つの施策が示されている。

5.1.1 キャッシュレス教育の拡充

2023年度も当協議会においてキャッシュレスに関する消費者向けの講演を複数回実施している。キャッシュレスへの十分な理解を得られていない状況もあり、深い理解を得られるような活動とともに、キャッシュレスに関心をもつていただく活動も重要である。

当協議会では、「【TF23-EDU】教育機関向け教材の改訂」において、より深くキャッシュレスを理解いただくためのコンテンツの整備を行い、「【TF-PROMO】業界横断プロモーション」の中で、幅広い方々にキャッシュレスに対する認知をいただく活動に向けた検討を行っている。

特に今年度は、公益社団法人2025年日本国際博覧会協会とともに、大阪・関西万博における全面キャッシュレス運営の周知啓発と兼ね、キャッシュレスに関する正しい知識を広めるためのコンテンツ準備及び展開について検討を行った。

当協議会としては引き続き、地域の消費生活センター等を通じた住民への講義を実施しつつ、大阪・関西万博をきっかけとして、当協議会会員とともに実施する周知キャンペーンや教育機関等に対する授業提供等の取り組みを行っていく予定である。

5.1.2 キャッシュレスのユニバーサルデザイン化の進展

誰もが安全・安心にキャッシュレスをご利用いただくためには、サービスのユニバーサルデザイン化が重要である。近年、徐々にこのユニバーサルデザイン対応のキャッシュレス関連サービスが登場しつつある。

例えば、キャッシュレスの利用において重要なシーンの1つであるチャージにおいて、コンビニエンスストア等に設置されているATMを利用するケースも増えてきているが、このATMのユニバーサルデザイン化が進んでいる。

a. セブン銀行 ATM の事例

セブン-イレブンを中心に設置されている株式会社セブン銀行のATMでは、様々な利用者を想定した機能が搭載されている。最新型（第4世代）のATMでは、画面が従来型より20%サイズアップし、大きな画面・文字で、見やすさを向上させている。また、画面の表示についてもカラーユニバーサルデザイン認証（CUD 認証）⁵⁹を取得しており、テンキーの色や画面内の配色についても配慮がなされている。

図表 62 セブン銀行 ATM の画面の様子



（出典）株式会社セブン銀行 Web サイト

(https://www.sevenbank.co.jp/branding/purpose/article/20240515_01/)

また、視覚障害者に向けて音声ガイダンスサービスを搭載し、残高等は画面に表示されず、盗み見の防止に配慮している。また第三者の操作を防止するため、インターホンによる取引を選択した時点で、テンキーやタッチパネルでの操作ができなくなる機能を搭載している。

⁵⁹ 特定非営利活動法人カラーユニバーサルデザイン機構が行う、色覚の多様性に対応している製品だと認定する認証。

b. ローソン銀行の事例

ローソンに設置されている株式会社ローソン銀行の ATM では、「誰もが便利に利用できる」をコンセプトに、ユニバーサルデザイン視点を踏まえた筐体デザインにより、セブン銀行 ATM と同様、CUD 認証を取得した配色としている。また、車いすを利用する顧客がアクセスしやすいよう筐体の設計が行われ、タッチパネルのレイアウトにも配慮がなされている。

図表 63 ローソン銀行の車いす利用の顧客に配慮した筐体設計



(出典) 株式会社ローソン銀行 プレスリリース

(https://www.lawsonbank.jp/corporate/release/pdf/20240126_02_release.pdf)

c. 東日本旅客鉄道 (JR 東日本) の事例

東日本旅客鉄道株式会社は 2023 年 3 月より、障害者割引が適用されるお客さま向けに、障がい者用 Suica のサービスを開始している。

第 1 種身体障害者または第 1 種知的障害者の大人のお客さま⁶⁰を対象とする障がい者用 Suica (本人) と、障がい者本人を介護する任意の 1 名のお客さまを対象とする障がい者用 Suica (介護者) の 2 種類が用意されており、ご本人と介護者のお客さまが同時かつ同一行程で乗車される場合に、自動改札機にて割引運賃を自動精算してシームレスかつ快適に Suica をご利用いただける。

図表 64 障がい者用 Suica (本人)



(出典) 東日本旅客鉄道株式会社 Web サイト

⁶⁰ 2025 年 4 月 1 日よりサービス対象を拡大し、第 1 種精神障害者の大人のお客さまにもご利用いただけるようになる。

(https://www.jreast.co.jp/suica/whats/pwd_suica.html)

d. 日本コカ・コーラの事例

コカ・コーラの自動販売機で利用可能なアプリ「Coke ON」は、当初から自動販売機の高い位置にあるボタンに手が届かなくても、手元のスマートフォンの操作で商品を購入できる仕組みが整えられていた。これに加え、2023年12月からはアプリ内に文字の大きなクイックメニューを搭載したり、アプリの操作ボタンの大きくしたりと見やすさに配慮した取組が行われている。また、音声操作により商品を選択できる機能も追加予定とされ、高齢者や障害者でも利用しやすい購買体験を提供している。また、デジタル障害者手帳との連携により、障害者割引の提供も行っている。

図表 65 「Coke ON」で自動販売機を利用する際の主なアクセシビリティ機能



(出典) 日本コカ・コーラ株式会社プレスリリース

(<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000898.000001735.html>)

本施策については、2024年度以降の「あらゆる方がキャッシュレスを利用可能に」に引き継がれ、より幅広い方々にご利用いただけるような対応が進められるよう、当協議会としても取り組んでいきたいと考えている。

5.1.3 キャッシュレス決済手段間のインターオペラビリティ実現

キャッシュレスが一般に普及し、多くの方にご利用いただけるようになり、相互運用性(インターオペラビリティ)が重要となってくる。これまでキャッシュレス決済サービスは、顧客の囲い込みが重要な要素の一つであったが、より利用の幅を広げていくためには、インターオペラビリティによる社会全体での利用可能領域の拡大が求められる。

キャッシュレス決済手段間のインターオペラビリティには様々な実現方法が考えられるが、例として異なる事業者間での送金や異なる事業者が提供するQRコードでの決済といったものが挙げられる。そのような意味では、2022年に開始された「ことら送金サービス」等の銀行間決済サービスに、コード決済事業者等の銀行以外の決済事業者がどの程度参加してくるのが重要になってくるだろう。

5.2 キャッシュレス対応の店舗等の方が多い

都市部だけでなく、あらゆる地域でキャッシュレス対応の店舗は増加傾向にあると考えられる。一方で、キャッシュレス未導入店舗も未だ存在する。キャッシュレスの普及のためには、消費者だけでなく店舗への導入促進も重要であることは言うまでもない。

店舗等におけるキャッシュレス対応を進めるためには、店舗において納得感のあるサービスを提供していく必要があるとともに、キャッシュレスの効果を理解していただくことも重要である。店舗等におけるさらなる導入の拡大に向けては、単に加盟店手数料等の店舗におけるコストの問題だけに着目するのではなく、このような理解促進のための活動も必要になると考える。

2023年度には「特定領域における課題に対応したキャッシュレスの普及促進」（2027年度まで継続）「店舗におけるオペレーションの標準化」（2025年度まで継続）の2つの施策が示されている。

5.2.1 特定領域における課題に対応したキャッシュレスの普及促進

キャッシュレスの利用シーンの拡大が進んでいるとはいえ、さほど利用が進んでいない特定の業種や業態も存在する。当協議会では、これまでも特定領域におけるキャッシュレス普及促進を目指し、導入に向けた課題解決に取り組んできた。2023年度は、これまで指摘の多かった行政機関や医療機関における環境整備が進められ、キャッシュレスの利用が進んできている。

a. 行政機関におけるキャッシュレスの導入

2.2でも触れたように、eL-QRの導入により、地方公共団体における税公金の納付でのキャッシュレス利用がより進んでいる。また、特許料等の支払が必要な特許庁に対する納付も2022年4月よりクレジットカードの利用が可能となっている。さらに、国民年金保険料についても、既にクレジットカードによる納付は可能となっていたが、2023年5月より、新たに納付書に記載されたバーコードを読み取るこ

とでコード決済での納付が可能となっている⁶¹。

このように様々な行政機関への納付がキャッシュレスで行えるようになっており、納付書やオンラインでの対応だけでなく、窓口での導入も進められ、従前のように行政機関は現金のみといった状況から大きく変化してきている⁶²。

特に埼玉県では、2023年10月より各種申請手続きの際に必要な手数料等の支払について、これまで現金で購入する証紙により行われていたものを、全面的にキャッシュレスに切り替えている。この対応により、収入証紙の販売も2024年3月末で終了している。

図表 66 埼玉県によるキャッシュレス決済の案内

キャッシュレス決済で暮らしをもっと快適に

埼玉県では県の窓口での支払手続きにキャッシュレス決済を推進しています！

キャッシュレス決済の方法は2種類！

窓口でのキャッシュレス決済

クレジットカード・デビットカード
Visa, Mastercard, JCB, American Express, Diners Club
電子マネー
nanaco, WAON, 楽天Edy

交通系電子マネー
Kitaca, Suica, PASMO, TOICA, manaca/マナカ, ICoca, SUGOCA, nimoca, はやかけん (※PiTaPaはご利用になれません)

コード決済 (スマートフォン)
PayPay, au PAY, 楽天ペイ, d払い, PayPay, au PAY, 楽天ペイ, d払い

電子申請 来庁不要！24時間手続可能！

クレジットカード
Visa, Mastercard, JCB, American Express, Diners Club

コード決済 (QRコード)
PayPay, au PAY, 楽天ペイ, d払い

ペイジー
mySissy

彩の国 埼玉県 関係会社 埼玉県出納総務課 TEL: 048-830-5739 MAIL: a5710-14@pref.saitama.lg.jp

(出典) 埼玉県

⁶¹ <https://www.nenkin.go.jp/oshirase/taisetu/2023/202302/0220.html>

⁶² 国 (国庫金) のキャッシュレス等による納付については、日本銀行の Web サイト (https://www.boj.or.jp/note_tfjgs/kokko/elec/cless_nofu.htm) を参照

b. 医療機関におけるキャッシュレスの導入

厚生労働省保健局医療課より 2023 年 9 月に発出された、事務連絡「医療機関等における一部負担金のキャッシュレス支払いについて」⁶³において、「医療機関等における一部負担金の支払いにおいて、現金と同様の支払い機能を持つクレジットカードや、一定の汎用性のある電子マネーによる支払いを利用することは、患者の利便性向上、医療機関等における事務の効率化の観点から差し支えありません。」と明言された。

保険医療機関や保険薬局における保険診療等においては、ポイントの付与について、いわゆる療担規則や薬担規則において原則禁止されていることから、ポイントが付与される可能性のあるキャッシュレス決済の導入については消極的な側面もあったが、本通知によりキャッシュレス決済の取扱が明確になり、より導入が進むものと想定される。

5.2.2 店舗におけるオペレーションの標準化

店舗におけるキャッシュレスの利用では、店舗により端末の操作方法が異なったり、呼称が異なったりと、わかりにくい状況が続いている。店舗の各系列においては、マニュアル化や自動化が進み、標準化が進む一方で、異なる業種、業態、系列では標準化が実現できていない。

当協議会としては、消費者のわかりやすさ、ひいては店舗の利用しやすさに繋がるものと考え、継続して検討、活動を行っていききたい。

5.2.3 災害時でも継続可能なキャッシュレス環境の整備

災害時でも継続可能なキャッシュレス環境の構築に向けては、2019年度に当協議会のプロジェクトとして、2020年度は経済産業省の事業の一環として検討を実施されている。しかしながら、実際に継続利用可能な状況には至っていない。

自然災害が多発する現状を踏まえると、本取組についてはより積極的に対応していく必要があると考える。当協議会としては2024年1月に発生した能登半島地震等の最近の自然災害発災地における対応等についても調査しながら、必要な環境整備について、継続して検討していくこととする。

⁶³ <https://kouseikyoku.mhlw.go.jp/chugokushikoku/gyomu/gyomu/tsuchi/000291801.pdf>

5.3 キャッシュレスで支払うとお得

キャッシュレスで払うことによる「お得」には、資金的な利得性の面と、キャッシュレスの利用により時間や管理に余裕が生じることによって生活を豊かにする利便性の面がある。これらのインセンティブを消費者に認識していただき、キャッシュレスを利用しようとする意識の醸成が重要である。

2023年度には「より利便性に軸足をおいたサービスの提供」（2027年度で完了）、「キャッシュレス体験の拡充」（2027年度まで継続）の2つの施策が示されている。

5.3.1 より利便性に軸足をおいたサービスの提供

キャッシュレスサービスが成熟化する中、決済事業者により様々なサービスが提供されるようになってきている。当協議会では、先進的な事例等の会員との共有や標準化等の活動を通じて、よりよいサービスを提供しやすい環境整備を実現していきたいと考えている。

既に、API等を通じた情報連携により、複数の決済サービスの利用状況を一覧化できる家計簿サービス等が誕生していたり、コード決済サービス以外にカードの発行を行い多くの店舗で利用できるようにしたりと、様々な取組が進められている。

5.3.2 キャッシュレス体験の拡充

2023年度も、各地の消費者向け講座等に登壇し、キャッシュレスの利用に向けた講義を複数回実施している。すでに多くの方がキャッシュレスそのものを認識頂いている現状において、このような草の根運動を継続していくことで、キャッシュレス利用の輪の拡大を目指す。

また、個別の事業者でもキャッシュレス体験の拡充が進められている。au PAYを提供するKDDI株式会社は、2022年より「キャッシュレス学園祭」の取組を進めている。このキャッシュレス学園祭では、現金や金券などの支払方法が一般的な学園祭において、支払方法としてau PAYを導入し、学園祭に参加する生徒や来場者がキャッシュレス決済の仕組みや利便性などについて学ぶことができる。特にリアルタイムで売り上げがわかるなど、普段は体験できない出店者側のメリットも体験することができる。

図表 67 キャッシュレス学園祭の様子



(出典) KDDI 株式会社 Web サイト (https://newsroom.kddi.com/news/detail/kddi_pr-950.html)

楽天ペイメント株式会社は、小学校低学年向けに「親子で学ぼうキャッシュレス教室」を開催している。教室では、基礎的な知識の提供だけでなく、楽天Edyを使って実際のコンビニエンスストアを利用した買い物体験も行える。また、保護者向けのコンテンツも用意され、キャッシュレス時代における子どものマネーリテラシーの向上の必要性についても説明が行われている。

図表 68 親子で学ぼうキャッシュレス教室の様子



(出典) 楽天ペイメント株式会社 Web サイト (<https://payment.rakuten.co.jp/news/2023052400/>)

5.4 支払いという行為が希薄化する

我が国においても、業務効率化等の観点からもレジレス店舗や無人店舗の展開が進められており、レジに立ち寄って支払うという行為が減少していくことが予想される。飲食店などにおいても、モバイルオーダーが一般的なものとして受け入れられつつあり、注文から支払いまでのプロセスが自動化されることによりスムーズかつ短時間でられるようになってきている。

お支払いという行為が、その他の活動の中に溶け込むことで、希薄化（自動化）が進み、シームレスな社会を実現できるようになってきた。

2023年度には「レジレス店舗の普及」、「消費者への説明のあり方検討」の2つの施策が示されている。

5.4.1 レジレス店舗の普及

これまでレジレス店舗としては、店内に設置されたカメラやセンサーにより顧客が手に取った商品を識別し、出店時に自動的に支払が行われる「ウォークスルー型店舗」が一般的であり、多くの実証実験等を通じて、一般化されつつある。このウォークスルー型の実現には、設備投資が発生することから比較的小規模の店舗での導入が中心となっている。一般社団法人全国スーパーマーケット協会、一般社団法人日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会が公表する、2023年の「スーパーマーケット年次統計調査 報告書⁶⁴」では、レジレス⁶⁵の導入企業割合は3.0%（2022年版では、0.9%）となっている。

このような動きに対し、スマートフォンをレジとする動きも活発化している。これは、商品のバーコードを消費者のスマートフォン（専用アプリのインストールが必要）で読み取ることで、レジにおける商品のスキャンを省略でき、スマホ上で決済も完了させれば、そのまま退出することができる。この方式であれば、既存の店舗での導入ハードルも下げられ、大規模店舗での設備投資が少なくすむというメリットがある。また、消費者は常にスマートフォンに商品をスキャンさせるため、購入した商品に関する情報提供や店舗が伝えたい情報のプッシュ配信も可能となる。消費者にとっても、レジに並ぶ必要がなくなるため、時間短縮が期待できる。前述の「スーパーマーケット年次統計調査 報告書」で

⁶⁴ 国内にスーパーマーケットを保有する 952 社を対象とした調査。(https://www.super.or.jp/wp/wp-content/uploads/2024/01/2023nenji-tokei-FIX202401.pdf)

⁶⁵ 同報告書では「レジレス」を、お客様自身（顧客）が選んだ商品をセンサー等で自動的に読み取り、自動的に決済を行う（レジを通さない）システムと定義している。

は、セルフバーコードスキャンの導入企業の割合は13.2%（2022年版では、7.6%）となっている。

a. イオンのレジゴー

イオンリテール株式会社は、イオン系列のスーパーマーケット等で利用可能な「レジゴー」を提供している。レジゴーでは、貸出スマートフォンもしくはレジゴーアプリをインストールした自身のスマートフォンで、購入する商品のバーコードをスキャンし、店舗出口の専用レジにて支払のみを行うことで購入ができる。店員がまとめて商品のスキャンを行うのではなく、顧客が店から商品を取る都度スキャンを行うことができるため、レジの待ち時間を大幅に短縮できる。

図表 69 レジゴーの使い方



（出典）イオンリテール株式会社 Web サイト (<https://www.regigo.jp/>)

レジゴーは、現時点では出口に設置された支払用のセルフレジにて支払をする必要があるが、将来的にはイオングループの提供するキャッシュレス決済手段等にて支払うことで、セルフレジの利用すら不要になることが想定されている。また、クーポン等を自動適用する機能も予定されており、顧客にとって大きなメリットがある。

また、店舗側にとっても、レジへの人員配置やレジそのものの削減も可能となり、店舗側にとってのメリットも非常に大きい。

5.4.2 消費者への説明のあり方の整理

決済サービスが多様化してきたことで、消費者や店舗においてキャッシュレス利用に関する混乱や誤解が生じているのも事実である。混乱や誤解の理由の1つに、用語の不統一、各社による利用方法や説明内容のばらつきが考えられる。

このような混乱や誤解は、キャッシュレス普及の大きな阻害要因にもなるため、用語の統一や説明内容の標準化といった取組を行っていく必要があると認識する。

5.5 送金はデジタルで行われる

これまで現金が基本であったライフスタイルから、キャッシュレスを前提としたライフスタイルへの変化を始めている。普段から現金を持たずに生活する方も増えてきている。そのため、急な現金ニーズが生じたときに対応できないといった事象も発生しており、社会全体として、お金のやりとりはデジタルで行うことができる環境を整える必要がある。

2023年度には「B2B領域におけるキャッシュレスの普及」（2023年度で完了）、「冠婚葬祭シーンにおけるキャッシュレスの普及」（2027年度まで継続）の2つの施策が示されている。

5.5.1 B2B 領域におけるキャッシュレスの普及

B2B領域におけるキャッシュレスの利用ニーズが高まっている。企業は支払方法をクレジットカード等の1つの決済手段に集約することで、資金管理や明細管理といった経理業務を一元化することができ、業務の利便性につながる。他方で、B2B領域においてはクレジットカード等での支払を受け付ける企業が十分ではなく、支払側（バイヤー）と受取側（サプライヤー）との間でキャッシュレスに対するニーズが異なっている場合が存在する。キャッシュレスは支払側と受取側の双方の環境が整って初めて利用可能となるため、B2B領域においてクレジットカードの利用があまり進まない理由の1つとなっている。

このようなバイヤーとサプライヤーのギャップを解消するようなサービスが登場している。「請求書カード払い」と呼ばれるサービスでは、請求書カード払い（Business Invoice Payment Service: BIPS）事業者がバイヤーとサプライヤーの間に入り、クレジットカードの利用を支援する。BIPS市場は拡大傾向にあり、様々な事業者が参入しつつある。当協議会では、BIPSに関するサービス提供のあり方を検討する「【PJ23-3】B2B分野における普及促進」においてBIPSを取り上げており、2024年度も継続して議論を行っていく予定である（3.2.1cを参照）。

5.5.2 冠婚葬祭シーンにおけるキャッシュレスの普及

結婚式等の冠婚葬祭シーンでもデジタル化が進み、それにあわせキャッシュレスの利用も進んでいる。従前より、冠婚葬祭等の相手に気持ちを伝えるイベント等におけるデジタル化の進展には抵抗感を感じる方も多いのは事実である。他方で、その感覚も少しずつ変化してきている状況もある。

冠婚葬祭ではないが、相手に気持ちを伝えるものの1つに年賀状が挙げられる。日本郵便株式会社は、購入・作成・送付・受取・保存といった一連の年賀状体験を“すべて LINE 上で完結”できるサービス「スマートねんが」の提供を行っている。

図表 70 日本郵便が提供する「スマートねんが」



(出典) 日本郵便株式会社 プレスリリース

(https://www.post.japanpost.jp/notification/pressrelease/2023/00_honsha/1201_01_01.pdf)

このような変化は、徐々にではあるが冠婚葬祭シーンにも及びつつある。

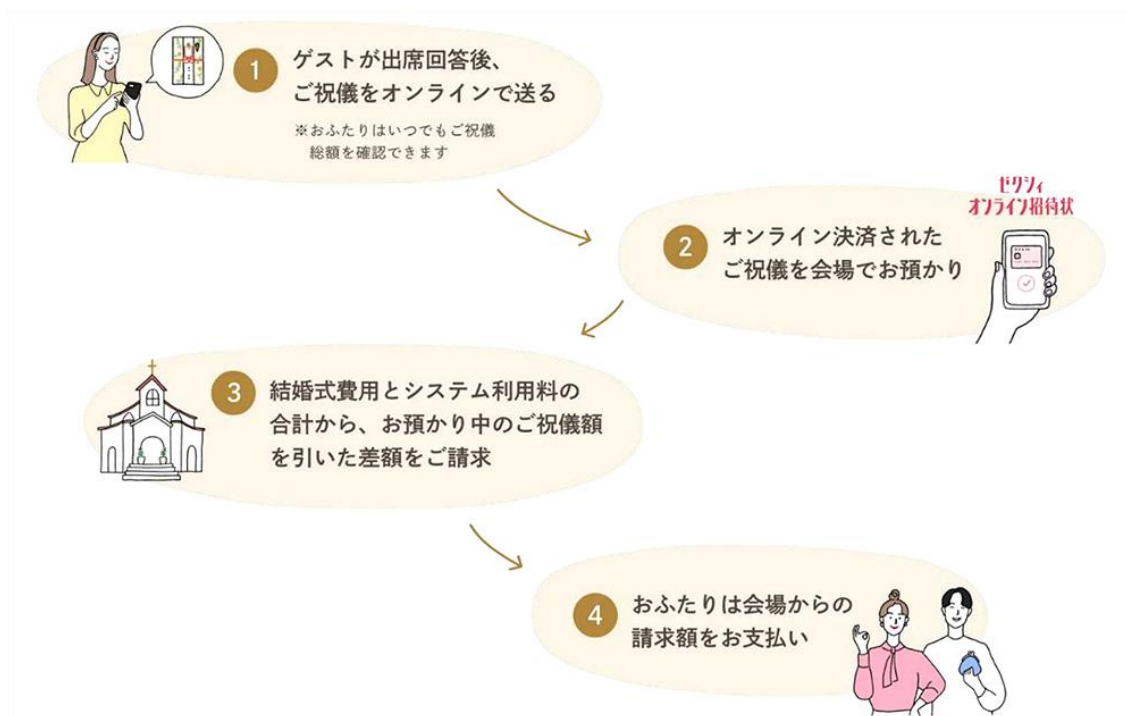
a. リクルートの「ゼクシオオンライン招待状」

株式会社リクルートは、「WEB 招待状」「ゲスト情報管理」「オンラインご祝儀決済」の 3 機能を備えた新サービス「ゼクシオオンライン招待状」を 2023 年 6 月より本格提供している。

このゼクシオオンライン招待状では、スマートフォンから参列者への招待状を作成、送信できたり、招待状の回答状況を管理できたりするだけでなく、希望にあわせてご祝儀のオンライン決済も可能となる。支払われたご祝儀は、結婚式費用の一部として会場へ入金が行われる。

ご祝儀のキャッシュレスが進むことで、結婚式当日のご祝儀の管理が不要になり、ゲストも祝儀袋やお札の準備が不要になり、より気軽に参列することができる。

図表 71 「ゼクシィオンライン招待状」によるご祝儀の流れ



(出典) 株式会社リクルート プレスリリース

(https://www.recruit.co.jp/newsroom/pressrelease/2023/0614_12348.html)

5.6 データの利活用により生活の利便性が向上

データの利活用については、各企業のビジネス上の競争領域と捉える部分が多いものの、一定程度の協調領域も存在すると考えられる。また、データ利活用の目的も、個別企業の競争優位性を確立するのみならず、地域活性化や地球環境問題への対応等公共性のある社会課題解決に結びつくものもあると思われる。

2023年度には「消費者におけるデータ利活用の受容拡大」（2024年度まで継続）、「データ利活用に向けたシステム環境整備」（2024年度まで継続）の2つの施策が示されている。

5.6.1 消費者におけるデータ利活用の受容拡大

消費者におけるデータ利活用に対する受容性は十分ではない。三菱UFJ信託銀行株式会社が提供していた情報銀行サービスである「Dprime」は、2024年5月にサービスを終了することを発表した。その原因の1つとして「個人ユーザーの情報管理不安を起因とする積極的な活用が進まなかった」と指摘している。

他方で、JR東日本では、Suicaの利用データを活用したレポート「駅カルテ」の販売を2022年から開始している。

我が国において、データ利活用に対する受容性の拡大には、まだしばらくの時間がかかる可能性があるものの、どのようなデータをどのように利用するかといった第三者が把握できる内容の工夫により、データ利活用そのものは進展する可能性も秘めていると考える。

5.6.2 データ利活用に向けたシステム環境整備

当協議会では、2023年12月より、CLUE（不正利用情報確認データベース）の提供を行っている。CLUEでは、決済事業者が検知した不正利用に関するデータを一箇所に集約し、他の事業者と共有することで、業界全体の不正利用防止に役立てる仕組みである。迅速なデータ連携により、不正に取得された情報や不正に作成された身分証明書の利用を防ぐことができる。同様に、一般社団法人全国銀行協会においても、AML/CFT⁶⁶業務の高度化・共同化を図ることを目的とした株式会社マネー・ローンダリング対策共同機構を2023年1月に設立している。

このように、協調分野としての不正防止等におけるデータ利活用は進みつつある。データの共有や利活用において、慎重な対応が求められることは言うまでもないが、このような分野を起点として、他の分野にデータ利活用が発展していく可能性を秘めている。

5.7 生活行動シーンのシームレス化

キャッシュレスの普及により目指すゴールの1つに「社会の効率化」が挙げられる。そして、キャッシュレス等のデジタル化により社会が効率化することで、生活行動のシームレス化（様々なサービスを容易に継続して利用できる状態）を実現できると考えている。

5.7.1 あらゆる行動のシームレス化

キャッシュレスというライフスタイルは、これまでの現金をベースとしたライフスタイルと大きく異なると考えている。それは、フィーチャーフォン（ガラケー）がスマートフォンへ変化を遂げた際の変化に近いと考えている。ガラケー時代の携帯電話の役割は、主に通話とeメールであった。スマートフォンへ変化した現状では、通話とeメールの利用が占める割合は減少し、動画やSNS、ゲームといった新しい利用方法が提供され、これにより人々のライフスタイルは大きく変わった。

⁶⁶ マネー・ローンダリング、テロ資金供与対策

キャッシュレスにおいても同様のことが言えると考えている。キャッシュレスを単に現金の代替物として捉えるのではなく、キャッシュレスを前提としたライフスタイルへの変化を認識いただきたいと考えている。

既に、モバイルオーダーやサブスクリプションなどが浸透しつつあり、新しいライフスタイルは始まっているのである。

図表 72 キャッシュレス・ロードマップ

2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2030



東京オリンピック・パラリンピック競技大会



大阪・関西万博
キャッシュレス決済比率40%

2027
日本全国
どこでも、誰でも
キャッシュレス

2030
世界最高水準の
キャッシュレス社会の姿

キャッシュレス社会の姿 (2027年 日本全国、どこでも誰でもキャッシュレス)

① ライフスタイルにあった
キャッシュレスツールが
選択可能

キャッシュレスのユニバーサルデザイン化の進展

あらゆる方がキャッシュレスを可能に

JPQR、タッチ決済の普及

キャッシュレス決済手段間のインターオペラビリティ実現

キャッシュレス効果の見える化



ツールの違いを
問わなくなる

② キャッシュレス対応の
店舗等の方が多い

特定領域における課題に対応したキャッシュレスの普及促進

災害時でも継続利用可能な環境整備

店舗におけるオペレーションの標準化



すべての店舗が
キャッシュレスに
対応

③ キャッシュレスで
支払うとお得

利得性、利便性の見える化

より利便性に軸足を置いたサービスの提供

キャッシュレス体験の拡充



利便性ニーズの
高まり

生活行動の
シームレス化

④ 支払いという行為が
希薄化する

セルフレジの普及

レジレス店舗の普及

レジレス店舗における表示方法の整理

消費者への説明のあり方の整理



何も持たずに
生活が可能

⑤ 送金はデジタルで
行われる

B2B領域におけるキャッシュレスの普及

キャッシュレスを判断材料とした融資の普及

子供へのお金の渡し方の変化

冠婚葬祭シーンにおけるキャッシュレスの普及



現金に対する
意識の変化

⑥ データの利活用により
生活の利便性が向上

共通IDの検討

消費者におけるデータ利活用に対する受容拡大

データ利活用に関するルール整備

データ利活用に向けたシステム環境整備

地域でのデータ利活用の普及

データ利活用が
前提の社会

キャッシュレスがもたらすライフスタイル改革 (2030年 世界最高水準のキャッシュレス社会の姿)

⑦ 生活行動シーンの
シームレス化

キャッシュレスというライフスタイルへの理解の進展

あらゆる行動のシームレス化

朝起きてから寝るまで、
決済を意識することなく
スムーズに活動できる



キャッシュレス・ロードマップ2024 プロジェクト参加メンバー一覧

法人会員 (52社)

株式会社アイコム総研	アイティアアクセス株式会社
イオンフィナンシャルサービス株式会社	株式会社インタージ
ウェルネット株式会社	株式会社WOEC Japan
auペイメント株式会社	SMBCFファイナンスサービス株式会社
SCSKサービスウェア株式会社	株式会社NTTデータ
株式会社オリエントコーポレーション	株式会社Ology
株式会社カウリス	共同印刷株式会社
株式会社ジィ・シィ企画	J-NET株式会社
株式会社静岡銀行	株式会社ジャックス
信金中央金庫	株式会社すかいらくホールディングス
株式会社西武ホールディングス	株式会社セブンイレブン・ジャパン
ソニーフィナンシャルグループ株式会社	ソフトバンク株式会社
高島屋フィナンシャル・パートナーズ株式会社	TFペイメントサービス株式会社
東京海上日動火災保険株式会社	トランス・コスモス株式会社
株式会社西日本フィナンシャルホールディングス	ニューランドAIDCジャパン株式会社
農林中央金庫	パナソニックコネクト株式会社
東日本旅客鉄道株式会社	ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社
ビュルガーコンサルティング株式会社	株式会社ファミリーマート
株式会社フライトソリューションズ	PayPay株式会社
PayPayカード株式会社	株式会社ペイルド
株式会社ほくほくフィナンシャルグループ	Mastercard
株式会社みずほ銀行	三井住友トラストクラブ株式会社
株式会社三菱UFJ銀行	株式会社横浜銀行
ライフカード株式会社	LINE Pay株式会社
楽天カード株式会社	楽天ペイメント株式会社
株式会社りそなホールディングス	株式会社ローソン

個人会員 (3名)

明治大学政治経済学部 教授 小早川 周司
昭和女子大学 研究員 尾室 拓史

筑波大学 准教授 平山 賢太郎