

大阪電気通信大学
総合情報学部 デジタルゲーム学科
2021 年度 卒業論文

日本におけるキャッシュレスの 現状と普及阻害要因の分析

HW18A029 小川 春輝
デジタルアーキテクチャ研究室
指導教員：上善 恒雄

2022 年 1 月 25 日

概要

近年, 新型コロナウイルス感染症の影響もあり, 世界中でキャッシュレス化が注目されている. さらには仮想通貨の登場で通貨という概念すら変わり始め, 急速に法整備が進められている. 日本は 2019 年から 2020 年にかけて, 数多の政策や施策を打ち出した. 特に QR 決済が注目を浴び, コマーシャルや広告等で目にした人も多いだろう. キャッシュレス先進国の韓国はキャッシュレス決済比率 90% 台に達しているが日本のキャッシュレス決済比率は 20% 台にとどまっており, 日本は諸外国と比較するとキャッシュレス後進国となっている. キャッシュレス化には課題も多く, 日本特有の問題も多く存在する. 本研究では, 諸外国のキャッシュレスの動向と日本のキャッシュレスの現状を調査し, 現状を把握した上で日本のキャッシュレス化を支援する提案を行った.

目次

1	はじめに	1
1.1	研究の背景	1
1.2	研究の目的	1
1.3	本論文の構成	1
2	キャッシュレスの概要	2
2.1	キャッシュレスとは	2
2.2	キャッシュレス決済の種類	2
2.3	キャッシュレス化推進がもたらす恩恵	2
3	諸外国のキャッシュレスの動向	5
3.1	キャッシュレス決済比率の状況	5
3.2	諸外国のキャッシュレス推進例	7
4	日本のキャッシュレスの現状	11
4.1	国の政策	11
4.2	日本の普及率	15
4.3	新型コロナウイルス感染症によるキャッシュレス化への影響	17
4.4	普及を妨げている背景	18
5	普及阻害要因の分析	23
5.1	先行研究による普及阻害要因の分析	23
5.2	先行研究に対する私の意見	24
5.3	諸外国から学ぶキャッシュレス化への軌跡	26
6	まとめ	29

1 はじめに

1.1 研究の背景

近年, 世界中でキャッシュレス化が注目されている. 日本でも 2019 年 10 月 1 日の消費税率引き上げに伴い, 消費税率引き上げ後の 9 ヶ月間に限り, 中小・小規模事業者によるキャッシュレス手段を使ったポイント還元を支援する事業を施行した. しかし, 日本国内におけるキャッシュレス決済比率は諸外国と比較しても低く, キャッシュレス化は非常に遅れている現状である. そこで本研究では, 日本のキャッシュレス化が遅れている現状を把握し, 諸外国の事例を参考にしながら, 日本におけるキャッシュレス化推進を提案し, キャッシュレス化の今後を考察する.

1.2 研究の目的

本研究の目的は, 日本がキャッシュレス後進国となっている現状を調査し, 日本におけるキャッシュレスの普及阻害要因を分析した上で, キャッシュレス化を支援することである.

1.3 本論文の構成

本論文では, 諸外国のキャッシュレスに関する調査と, 日本のキャッシュレスに関する調査, 今後についての考察を行う. 本章では, 本研究をはじめた背景と, 目的について述べた. 本論文の以下の構成は次のようになっている. 第 2 章では, キャッシュレスの概要について述べる. 第 3 章では, 諸外国のキャッシュレスの動向について述べる. 第 4 章では, 日本のキャッシュレスの現状について述べる. 第 5 章では, 日本におけるキャッシュレスの普及阻害要因の分析を行う. 最後に, 第 6 章で本論文のまとめを述べる.

2 キャッシュレスの概要

本章ではキャッシュレスの概要, 及びキャッシュレスの種類, キャッシュレス化がもたらす恩恵について述べる.

2.1 キャッシュレスとは

経済産業省が平成 30 年に公表した「キャッシュレス・ビジョン」の中では「物理的な現金（紙幣・硬貨）を使用しなくても活動できる状態」[1] と定義されている.

2.2 キャッシュレス決済の種類

キャッシュレス決済手段は「プリペイド（前払い）」, 「リアルタイムペイ（即時払い）」, 「ポストペイ（後払い）」に分別することが可能である.

「プリペイド（前払い）」の主なサービスは電子マネーである. 主な特徴は利用金額を事前にチャージし, タッチ式（非接触）で支払いを行う. 2020 年の民間最終消費支出に占める比率は 2.1% である.

「リアルタイムペイ（即時払い）」の主なサービスはデビットカードとスマホ決済である. デビットカードの主な特徴はリアルタイム取引, スライド式（磁気）, 読み込み式（IC）で支払いを行う. 2020 年の民間最終消費支出に占める比率は 0.8% である. スマホ決済の主な特徴はリアルタイム取引, カメラやスキャナで QR コードを読み込んで支払いを行う. 2020 年の民間最終消費支出に占める比率は 1.1% である.

「ポストペイ（後払い）」の主なサービスはクレジットカードである. 主な特徴は後払いや与信機能, スライド式（磁気）, 読み込み式（IC）で支払いを行う. 2020 年の民間最終消費支出に占める比率は 25.0% である.

2.3 キャッシュレス化推進がもたらす恩恵

2.3.1 消費者の利便性の向上

キャッシュレス決済は, 現金を持ち歩く必要がなく財布を落としたり盗まれるリスクがない. 加えて, 現金での支払いよりもスピーディーな決済が可能である. さらに, 消費履歴の情報のデータ化により, 家計管理が簡易になる. そして, 決済事業者が独自にポイント還元をしたり, お得な割引クーポンを配信するなど, 現金払いでは受けられないポイント還元がある.

2.3.2 店舗の効率化・売上拡大

現金管理の手間の削減が可能になる. 図 1 によると 1 店舗当たりのレジ締め作業の平均時間が 1 日 30 分と出ている. これを 1 年にすると年間稼働率 300 日で 150 時間になる. 時給 1,000 円の人が

この作業に携わっているとすれば、15 万円になる。オーダーされた品のレジへの打ち込み時間、現金の受け取り、お釣りを返す時間なども削減されることになる。

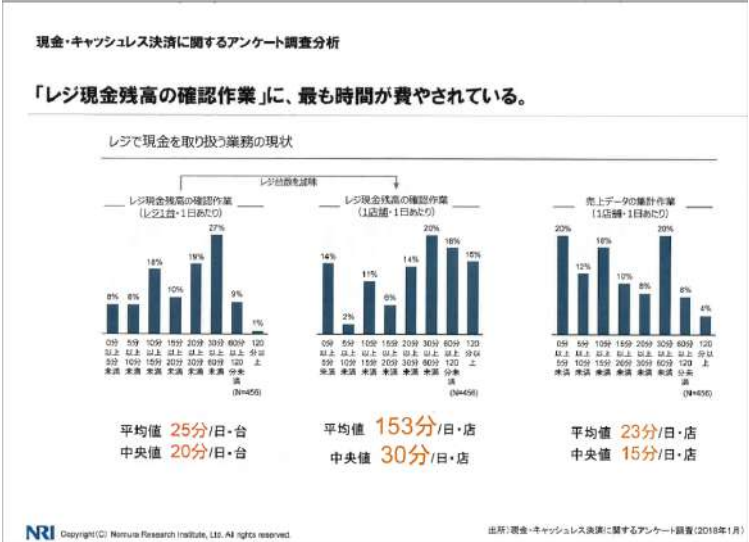


図 1 レジ締め作業の時間 [2]

2.3.3 現金決済インフラのコスト削減

図 2 によると、現在、日本では現金決済インフラを維持するために、年間 1.6 兆円を超える直接コストが発生している。この数字には、紙幣や硬貨の製造コストや ATM 機器の設置および維持コストのほか、レジ締めなど現金関連業務に伴う人件費などが含まれている。

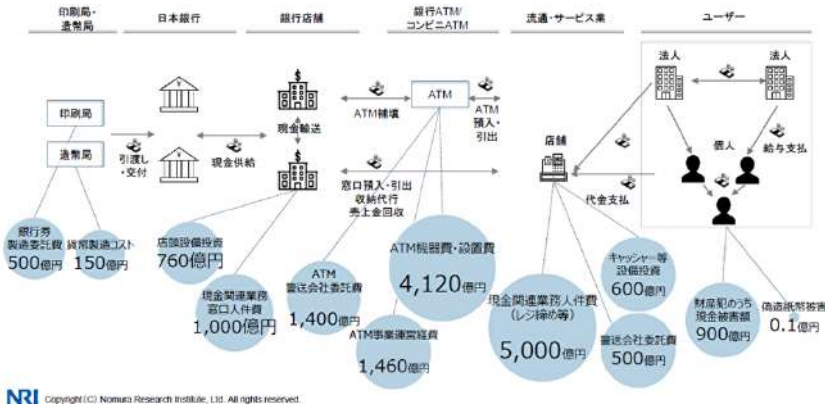


図 2 現金インフラの直接的な社会コスト（年間） [2]

2.3.4 データの利活用

決済データを把握することで、集客においても効率的なプロモーションが実現できる。どんな層の人がどんな消費活動をしているのか分析・利活用することにより、高度なマーケティングや特定のターゲット層に向けた商品やサービスの開発が可能になる。

3 諸外国のキャッシュレスの動向

本章では諸外国のキャッシュレス決済比率、各国のキャッシュレス推進例をもとに諸外国のキャッシュレスの動向について述べる。

3.1 キャッシュレス決済比率の状況

図3に基づき、世界主要国の決済比率を見ると、韓国は94.7%に達するなど、キャッシュレス化が進展している国でも40%から70%台に到達する中、日本は24.2%にとどまる。諸外国比でみた日本のキャッシュレス決済比率は、相対的に低い値にあると分かる。

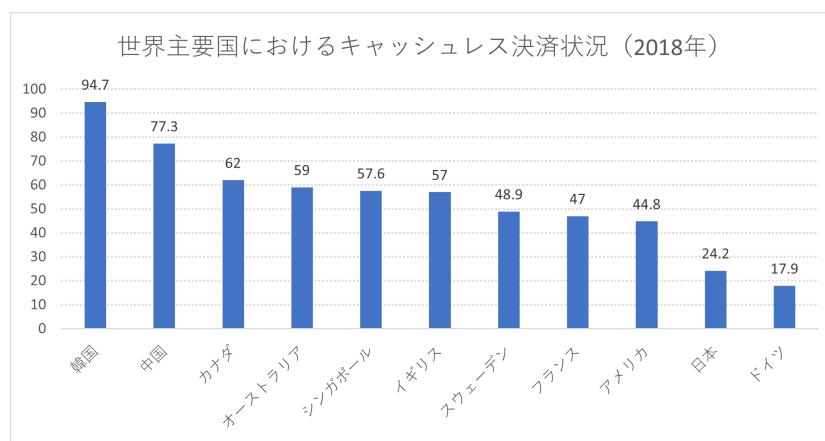


図3 世界主要国におけるキャッシュレス決済状況（2018年）[3]

また、図4の諸外国のキャッシュレス決済手段別に見ると、クレジットカード決済が主流のグループとデビットカード決済が主流のグループに分別でき、日本は、韓国やカナダと共にクレジットカードが主流のグループに区別される。中国に関しては、スマホ決済が主流である。中国のスマホ決済ユーザーの人数は5億185万人。スマホユーザーの69.7%がスマホ決済をしている。

図5、表1によると2016年は約8手段、2017年は約8.6手段と、毎年0.5手段ずつ増えている。これはシンガポールに次いで大きな値であり、日本人は、世界的に見ても現金以外の決済手段を多数保有していることがわかる。加えて、日本ではスマホ決済に代表されるQR決済が普及しており、利用可能な決済手段はさらに増加すると想定される。

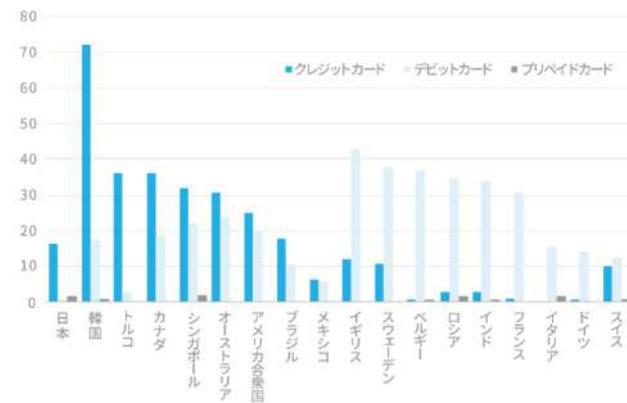


図4 各国のキャッシュレス手段別民間最終消費支出に占める割合（2015年）[4]

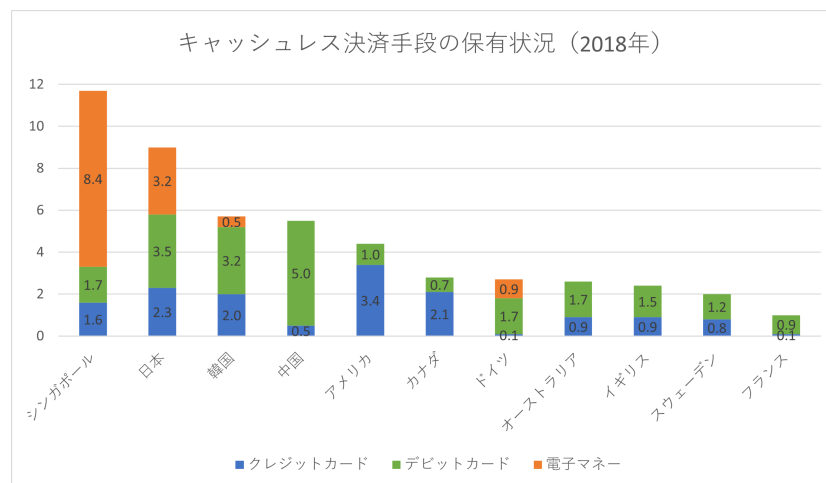


図5 世界主要国におけるキャッシュレス決済手段の保有状況（2018年）[5]

表1 日本のキャッシュレス決済手段の保有状況の推移 [5]

決済手段	2016 年	2017 年	2018 年
クレジットカード	2.1 枚	2.2 枚	2.3 枚
デビットカード	3.3 枚	3.5 枚	3.5 枚
電子マネー	2.6 枚	2.9 枚	3.2 枚
合計	8.0 枚	8.6 枚	9.0 枚

3.2 諸外国のキャッシュレス推進例

3.2.1 韓国

韓国は、キャッシュレス決済比率が世界で最も高い国である [3]。その背景には

1. 北朝鮮によるテロをめぐる対策のため個人番号が早くから普及し、クレジットカードにも同番号が紐付けられていたこと。
2. 1997 年の東南アジア通貨危機の影響を受け、その打開策として「実店舗等の脱税防止」や消費活性化を目的に、政府主導による「クレジットカード利用促進策」を実施したこと [1]。

これらの背景が、その一因である。政府による「クレジットカード利用促進策」としては、主に以下の 3 つの取り組みが挙げられる。

- 宝くじ権利の付与（1,000 円以上利用で毎月行われる当選金 1 億 8 千万円の宝くじの参加券）
- 店舗でのクレジットカード取扱義務付け（年商 240 万円以上の店舗対象）
- 年間クレジットカード利用額の 20% の所得控除（上限 30 万円）

図 6 によると、これらの結果、1999 年から 2002 年にかけて、クレジットカード発行枚数は 2.7 倍、クレジットカード利用額は 6.9 倍に急拡大した。



図 6 韓国でのキャッシュレス化促進策とクレジットカード市場の成長 [1]

また、韓国では硬貨の発行、流通、管理の社会経済コストとして、2015 年の硬貨発行コストが 540 億ウォン（約 54 億円）に上り、古い硬貨の廃棄に 22 億ウォン（約 2.2 億円）かかった。硬貨に対する方策として韓国中央銀行は、2017 年 4 月から「コインレス」に向けたパイロットプログラムを開始している。パイロットプログラムでは、消費者が現金で買い物をした際のおつりを、直接その人のプリペイドカード等に入金し、つり銭が出ないようにする方策を実施している [1]。

3.2.2 中国

中国は、スマホ決済が主流の国である。その背景には

1. 40% の中国人が銀行口座を所有していない経済背景により、スマホを金融プラットフォーム

の代替として利用したこと

2. 中国政府が「インターネット +」, 「大衆創業・万衆創新」などの政策を通じて, インターネットの利用を促進したこと

これらの背景が一因である。近年では, アリペイ等の個人間ベースの支払いサービスがオンラインとオフラインの両方で普及したことも, キャッシュレスを加速させた要因である。また, 2002 年 3 月に中国国内の 80 強の金融機関によって共同で銀聯が設立され, 金融機関間の決済システムやルールの標準化, 銀聯加盟の金融機関同士をオンラインで結ぶ決済オンラインでネットワークの整備を行った。図 7 によると 2016 年の中国国内における銀聯の取扱高は, 72.9 兆元 (約 1,116 兆円) に達している。

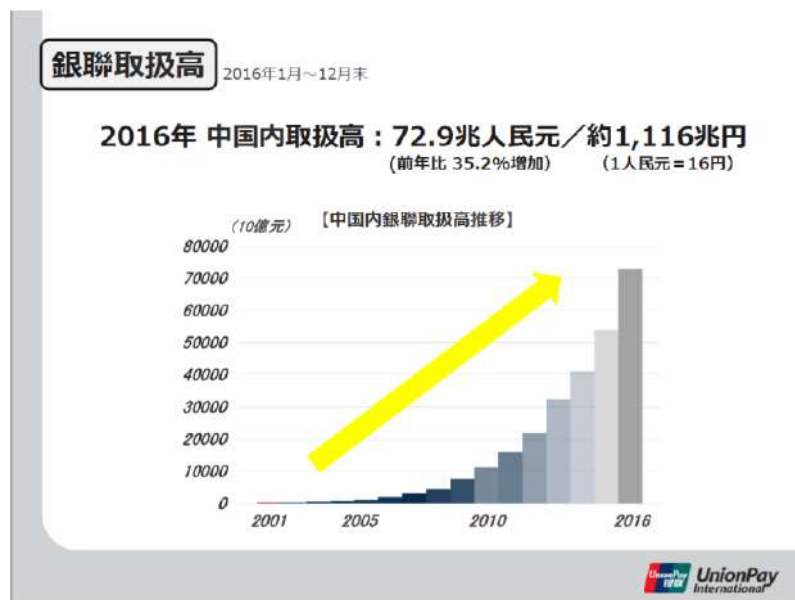


図 7 銀聯の取扱状況の推移 [6]

銀聯の登場に加えて, アリペイの登場が中国国内のスマホ決済を促進している。アリペイは 2004 年 12 月にオンラインショップにおける消費者の不安に対処するため, エスクロー機能を有する支払いサービスとして登場した。今後 10 年間で世界 20 億人が利用するプラットフォームに成長することを目指している。タクシーやホテルの予約, 映画チケットの購入, 公共料金の支払いなどが可能である。また, アリババグループのアント・フィナンシャルサービス傘下の独立した信用サービス機構である芝麻信用は, 2015 年 1 月に中国人民銀行が個人信用スコアサービスの開業準備を認めた 8 社のうちの 1 社である。芝麻信用はクラウドコンピューティングと機械学習, AI などの先端技術によって個人や企業の信用状況に対して評価を行っており, クレジットカード, 消費者金融, 融資・リース, 担保ローン, ホテル, 不動産, レンタカー, 旅行, 結婚恋愛, 学生サービス公共事業などに信用調査サービスを提供している [7]。

3.2.3 スウェーデン

スウェーデンはほぼキャッシュレス社会となった数少ない国の 1 つである。その背景には

1. 1980 年代後半に発生したバブル経済が 1990 年代初頭に崩壊し、金融危機に陥ったことから、金融機関を中心に国家を挙げて生産性向上を目指したこと
2. 2003 年の国民投票で、欧州統一通貨ユーロへの参加が否決され、自国通貨に対応した決済システム等を維持・確保する必要性が生じたこと
3. 現金を取扱う金融機関や交通機関等での強盗事件が後を絶たず犯罪対策としてキャッシュレスが推進されたこと
4. 金融会が市場規模を踏まえ、協調して共通インフラを構築した結果、非接触型の決済アプリである「Swish」[10] が普及したこと

これらの背景が一因である。金融機関は、1990 年代に小切手利用に関する手数料体系を導入したことから、小切手の利用率が徐々に減少する一方、カード支払いシステムの設備と普及に伴い、小切手の代替手段としてのデビットカード利用が増加した。また、2007 年 3 月より、公共交通機関における現金取扱を止め、電子マネーを中心としたキャッシュレス支払いのみを受け付けるようになっていく。金融機関も現金を取り扱わない店舗を導入するなどキャッシュレスを進めており、2010 年から 2012 年にかけて 500 の営業店が現金を取り扱わない店舗へと移行を完了し、900 台の ATM が撤去された。



図 8 スウェーデンの現金お断り店（店頭の張り紙）[9]

加えて、スウェーデンには国民 ID と銀行口座が紐付けられた「Bank ID」という決済認証システムがある。その決済基盤をベースに、2012 年にスウェーデン国立銀行と大手銀行 6 行が協力して「Swish」という個人間送金サービスを提供するスマホ向けアプリを開発した。

3.2.4 カナダ

カナダは、世界主要国における決済状況で第 3 位の国である [3]。その背景には

1. カナダ政府が少額通貨を廃止したこと
2. 中央銀行がデジタル通貨を発行したこと

これらの背景が一因であると考えられている。カナダ政府は、鑄造コストの高騰、タンス預金等の増加による流通量の減少、取扱いコスト高等を背景に 2012 年に、当時最小通貨であった 1 セント硬貨の段階的廃止を発表し、2012 年に鑄造を終了、2013 年に供給を終了した。なお、1 セント硬貨の流通は廃止されたが、1 セントという単位は廃止されていない。そのため、クレジットカード取引等では、流通廃止前と同様に 1 セント単位まで処理されるが、現金取引では、1 セント単位の端数を切り上げあるいは切り捨てするルールが定められた。また、カナダ銀行は、6 つの民間銀行、カナダ決済協議会（Payments Canada）とともに、分散型台帳技術等による大口決済の実現可能性を検証するための実証実験「Project Jasper」を実施した。この実証実験は、カナダ銀行が、参加銀行がカナダ銀行に預け入れたカナダドルと同額のデジタル通貨「CAD-coin」を発行し、参加者間のリアルタイム決済に使用するもので、参加者はカナダ銀行を通じて「CAD-coin」をカナダドルに戻すことも可能である [11]。

3.2.5 イギリス

イギリスは、デビットカード主流の国である。その背景には

1. 2012 年ロンドン・オリンピック開催に合わせて国際カードブランドと英国金融業界が協力し、小売店等での非接触型のカード等による決済が可能な環境を積極的に整備したこと
2. 金融機関各社が、利用者のカード更新時に非接触型のカードに置き換える施策を取ったこと

これらの背景が一因であると考えられている。2012 年のロンドン・オリンピックで会場内では端末にかざすだけで精算が済む Visa のタッチ決済（Visa payWave）が採用されたうえ、大会をきっかけにバスや電車、タクシーなどの交通機関では、日本での Suica のようなプリペイドカード式の交通式 IC カード「Oyster Card」が使用されるようになり、キャッシュレスへの移行が少しずつ始まった。また、イギリス国内で 2 番目の大手スーパーマーケットである Sainsbury's は、2019 年 4 月に、キャッシュレス化の波に乗り、レジをなくし、モバイル決済のみを受け付ける店舗をオープンした。現金払いを希望する消費者のためにヘルプデスクが設置されているだけで、セルフレジもなく、スマホで商品バーコードをスキャンし決済する独自の決済システム「Pay&Go」での支払いが主となる。加えて、2015 年の Monzo の誕生を筆頭に次々と登場したチャレンジャーバンクの存在がイギリスのキャッシュレスを大きく推進する要因となった。チャレンジャーバンクは、入出金の照会がスマホからできるようになり、デビットカードの金銭管理がより簡易化された [12]。

4 日本のキャッシュレスの現状

本章では国が施行した政策や、普及率の推移、普及を妨げている背景をもとに日本のキャッシュレスの現状について述べる。

4.1 国の政策

日本政府は 2025 年の大阪万博までにキャッシュレス決済比率を 40% とする KPI（重要業績評価目標）を掲げている [1]。

4.1.1 キャッシュレス・ポイント還元事業の実施

経済産業省によるキャッシュレス・ポイント還元事業は、2019 年 10 月 1 日の消費税率引き上げに伴い、需要平準化対策として、キャッシュレス対応による生産性向上や消費者の利便性向上の観点も含め、消費税率引き上げ後の 9 ヶ月間に限り、中小・小規模事業者によるキャッシュレス手段を使ったポイント還元を支援する事業として実施された。

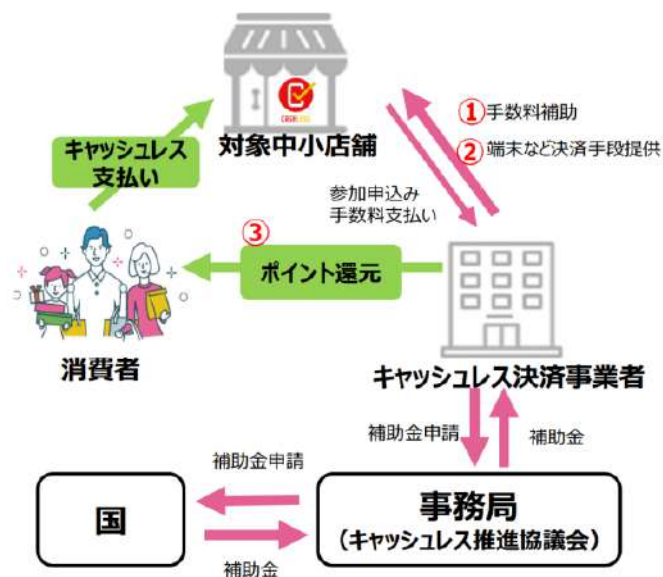


図 9 キャッシュレス・ポイント還元事業の仕組み [13]

キャッシュレス・ポイント還元事業では、以下の 4 種類の補助金が国より支援された。

1. 決済端末補助
2. 手数料補助
3. 事務経費補助
4. 消費者還元補助

決済端末補助は、店舗がキャッシュレス決済を実現するために導入する端末に対し、国がその金額の 2/3 を補助した。なお、決済事業者は 1/3 を負担する必要がある、店舗においては金銭的に全く負担なく端末を導入することができた。ただし、端末を利用する際に発生する通信費等については、店舗にて負担する必要がある。

手数料補助は、キャッシュレス・ポイント還元事業に参画するにあたり、決済事業者は、本事業に参加する店舗に課する手数料（加盟店手数料）を 3.25% 以下に設定することが義務づけされていた。加えて、当該手数料のうち、1/3 を国が補助するため、店舗においては、実質的に、2.17% 以下の手数料負担にてキャッシュレス決済を導入することができた。

事務経費補助は、ポイント還元事業に参加する決済事業者に対し、本事業の実施に伴い付加的一つ追加的に発生する事業（人件費、事務経費、システム開発費）に対し、国がその経費の 1/2 を補助した。

消費者還元補助は、消費者がキャッシュレス決済手段を用いてキャッシュレス・ポイント還元事業に参加する中小・小規模の小売店・サービス事業者・飲食店舗等で支払いを行った場合、個別店舗では 5%、フランチャイズチェーンに属する事業者では 2% を消費者に還元し、当該還元費については国が全額を補助した。

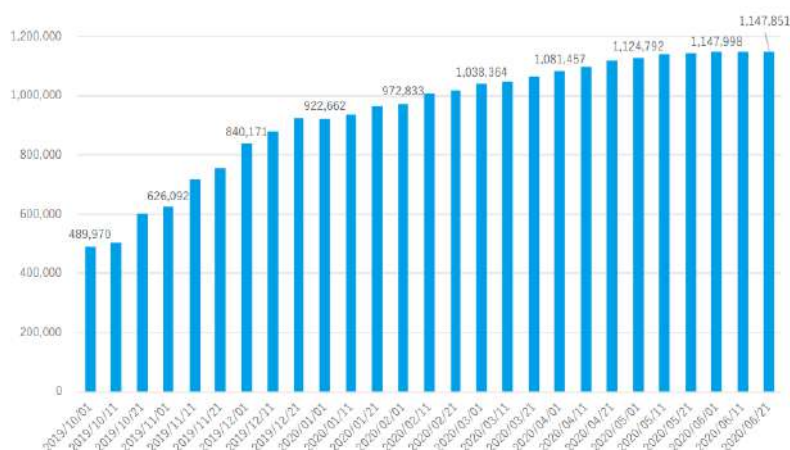


図 10 キャッシュレス・ポイント還元事業における加盟店舗登録数の推移 [14]

図 10 によると、キャッシュレス・ポイント還元事業では、最終的な登録店舗数は約 115 万店に達した。これは、開始当初想定 50 万店程度を大きく上回り、対象となりうる中・小規模事業者約 200 万店のうち、半数超が参加したこととなる。これらの店舗のうち、クレジットカード等を利用可能な店舗は約 83 万店、電子マネー等を利用可能な店舗は約 50 万店、コード決済を利用可能な店舗は約 54 万店であった。クレジットカードは我が国で最も利用されるキャッシュレス決済手段であることから導入店舗が最も多い結果となったと思われる。また、コード決済の導入店舗数が電子マネーの導入店舗数を上回ったことについては、近年のコード決済の伸びやメディアにおける広告等による認知が影響したものと思われる。

また、キャッシュレス・ポイント還元事業をきっかけに、キャッシュレス決済手段を初めて導入し

た、もしくは利用可能決済手段を増やしたとする店舗は約 7 割に達し、キャッシュレスの視野を広げる効果があった。キャッシュレス・ポイント還元事業は 2020 年 6 月に終了したが、日本におけるキャッシュレスの普及のためには、事業後の継続利用が重要である。この点について、9 割を超える参加店舗が事業終了後も継続して提供を続けるとしている。このことから、ポイント還元事業は、日本のキャッシュレスの普及、定着に効果があった。

キャッシュレス・ポイント還元事業における消費者の状況について、2019 年 10 月 1 日から 2020 年 6 月 30 日までの対象決済金額は約 12.3 兆円 [15]。還元率は約 5,090 億円となった。2019 年 10 から 2020 年 6 月の家計最終消費支出は約 209.3 兆円であり、おおよそ 6% を占める結果となっている。キャッシュレス・ポイント還元事業における決済単価では、クレジットカードは約 4,500 円、電子マネーでは約 1,200 円であった。QR コードは約 1,100 円、特に電子マネーや QR コードの決済単価は低価格であり、日常的な支払いにキャッシュレスが利用されつつあることがわかる。

表 2 決済金額別の決済回数 [15]

決済金額	対象決済回数の割合
500 円未満	約 19.9 億回 (約 35 %)
500 円 1,000 円未満	約 13.6 億回 (約 24 %)
1,000 円 3,000 円未満	約 14.5 億回 (約 26 %)
3,000 円 5,000 円未満	約 4.1 億回 (約 7 %)
5,000 円以上	約 4.4 億回 (約 8 %)

表 2 によると、1 回あたりの決済金額の利用価格帯によると、1,000 円未満の割合が半数を超え、頻度においても低価格帯での利用が進んでいることがわかる。これまでキャッシュレス利用に際しては、低価格での利用をためらう傾向もあったが、新たな決済手段の登場や本事業の影響もあり、意識の変化が生じていると認識することができる。これまでの高額少頻度での利用から、低額多頻度の利用へと変化が生じる中で、キャッシュレスの仕組みをどのように変化させていくべきなのかを検討する必要がある。

キャッシュレス・ポイント還元事業に参加した決済事業者は、大きく 2 つに分類された。1 つは「A 型決済事業者」と呼び、消費者に対してキャッシュレス決済手段を提供する事業者であり、ポイント還元等の消費者還元を実施した事業者を言う。もう 1 つは、「B 型決済事業者」と呼び、店舗等に対して、必要に応じてキャッシュレス決済手段を提供する事業者を言う。その他に「準 B 型事業者」として、キャッシュレス決済サービスの提供を主たる事業としていないものの、B 型事業者と連携し、ショッピングモール等の自社の関連商業施設等のテナント等とのみ加盟店契約を締結し、立替払い等を行う事業者も存在する。実際には、A 型兼 B 型とする決済事業者も相当数存在した。

ポイント還元事業終了時点で、1,103 の決済事業者がキャッシュレス・ポイント還元事業に登録しており、このうち A 型決済事業者は 884 者、B 型決済事業者は 634 者、準 B 型決済事業者は 75 者である [16]。

4.1.2 マイナポイント事業の実施

総務省によるマイナポイント事業では、スマホやパソコン、所定の店舗等において、ポイント付与の対象とするキャッシュレス決済手段を選択する等の手続きを行うと、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）が付与された。本事業を通じてポイントを取得するためには、消費者はマイナンバーカードを取得し、公的個人認証を行う必要がある。また、マイナンバー自体の利用目的は、社会保障、税、災害対策に限定されていることから、本事業においてはマイキー ID を取得する必要がある。マイキー ID とは、マイナンバーカードの裏面に搭載されている IC チップ内の利用者証明用電子証明書を利用し、本人が任意で作成する ID である。



図 11 マイナンバーカードの交付枚数と普及率 [17]

図 11 によると、マイナポイント事業の認知にあわせ、マイナンバーカードの交付も増加している。マイナンバーカードは、今後、身元確認を行う公的個人認証を実現刷する重要なツールの 1 つとなる可能性も高く、さらなる普及が進むことで、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。

4.1.3 モニター自治体事業の実施

経済産業省は、2019 年度に自治体窓口や公共施設におけるキャッシュレス導入を進め、導入の過程や利用において発生するノウハウや課題を集約し、手順書に反映する事業を実施した。全国 29 の自治体がモニター自治体として選定され、専門家による支援を受けながら、実際の導入に向けた活動を行っている。



図 12 モニター自治体 [18]

4.2 日本の普及率

4.1 にて述べたように政府は 2025 年の大阪万博までにキャッシュレス決済比率を 40% とする KPI（重要業績評価目標）を掲げている。2020 年のキャッシュレス決済比率を概算すると、キャッシュレス決済額が前年比で約 3% 増加した一方で民間最終消費支出が 5.5% 減少し、29% にまで達したものと見られる。

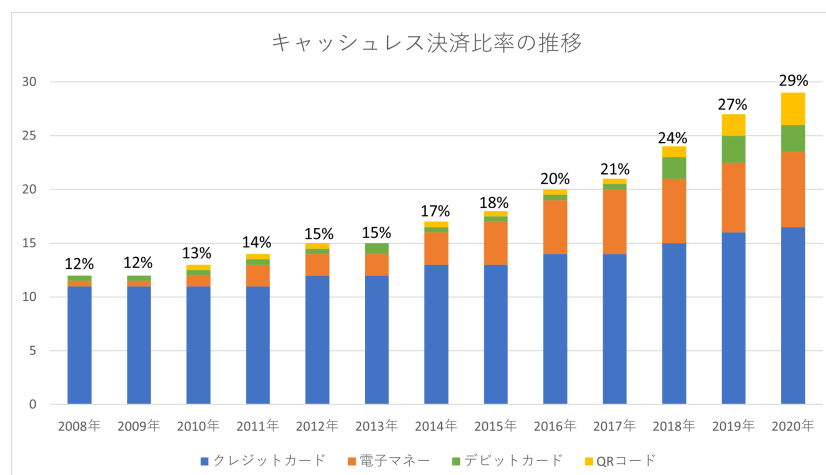


図 13 キャッシュレス決済比率の推移

キャッシュレス決済比率は決済額を民間最終消費支出で除して測られる指標である。

$$\text{キャッシュレス決済比率} = \frac{\text{キャッシュレス支払い手段による年間支払額}}{\text{国の家計最終消費支出}}$$

分母である「国の家計最終消費支出」とは、GDP（国内総生産）の内訳の1つで、個人企業を除いた消費主体としての家計の新規の財貨・サービスに対する支出を意味している。家の財布から支払われたお金の総計と理解すればよい。

分子である「キャッシュレス支払い手段による年間支払額」とは、国際決済銀行の発表しているデータを参照して、クレジットカード決済額と電子マネー決済額、QR 決済額の合計を意味している。非現金決済の総計と理解すればよい。

このキャッシュレス決済の指数関数的な伸びをこれまで牽引していたのがクレジットカードである。経済産業省の特定サービス産業動態統計調査によると、販売信用におけるカード決済額は中長期で指数関数的に増加してきたことが分かる（図 14）。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の拡大により、緊急事態宣言が発出されるなど外出自粛が呼びかけられた時期を境に、決済額は伸び悩んでいる。

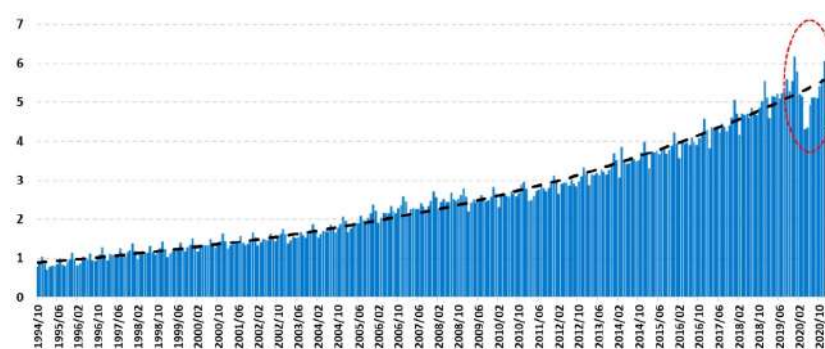


図 14 クレジットカードによる決済額の推移（兆円：月次）

電子マネーの利用状況は、2019 年との比較で決済額は約 3,000 億円増加し、2020 年の民間最終消費支出に対する決済額の割合でみると 2.1% となっている。電子マネーはチャージの上限額が数万円程度のサービスが多く、少額決済での利用が中心になっている。新型コロナウイルス感染症の拡大の最中においてもあまり影響を受けず、電子マネーによる決済額は直線的に増加してきたものと見られる（図 15）。

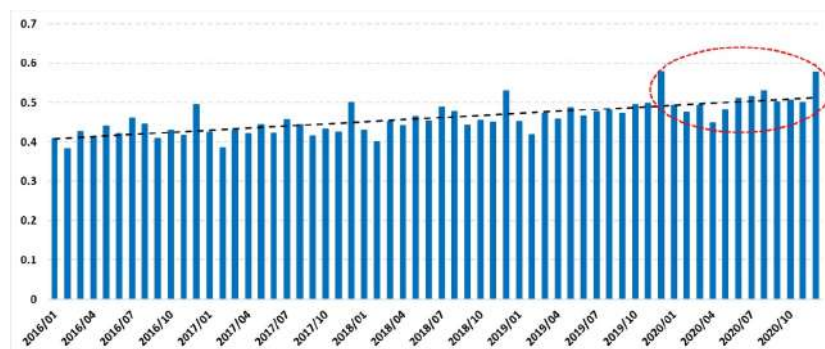


図 15 電子マネーによる決済額の推移（兆円：月次）

デビットカードも長期的に徐々に利用量は伸びているが、民間最終消費支出に対する決済額の割合でみると、0.8% 程度の利用となっている。

QR コード決済は、2019 年度の 9,600 億円から大きく決済額を伸ばしており、2020 年 1 月から 9 月までの累計が 2.3 兆円となっている。このままの拡大ペースでいくと年間で 3 兆円前後になるものと予想され、民間最終消費支出に対する決済額の割合でみると 1.1 %程度に達すると見られる。

4.3 新型コロナウイルス感染症によるキャッシュレス化への影響

図 16 によると、2019 年から 2020 年までのクレジットカード、電子マネー、デビットカード、民間最終消費支出の各四半期の前年同期比の推移を示したものである。新型コロナウイルス感染症の拡大に伴って、クレジットカード決済額が伸び悩んでいる。2020 年 1 月から 3 月までは政府のポイント還元策もあってクレジットカードの決済額が約 10%（前年同期比）の伸びを示していたが、緊急事態宣言が発出された 2020 年 4 月から 6 月の決済額は約 10%（前年同期比）減少し、民間最終消費支出よりも減少率が大きかったことが分かる。それ以降、クレジットカード決済額の伸び率は前年同期比で同等の水準まで回復しているが、これまでの指数関数的な伸び率を回復したわけではない。

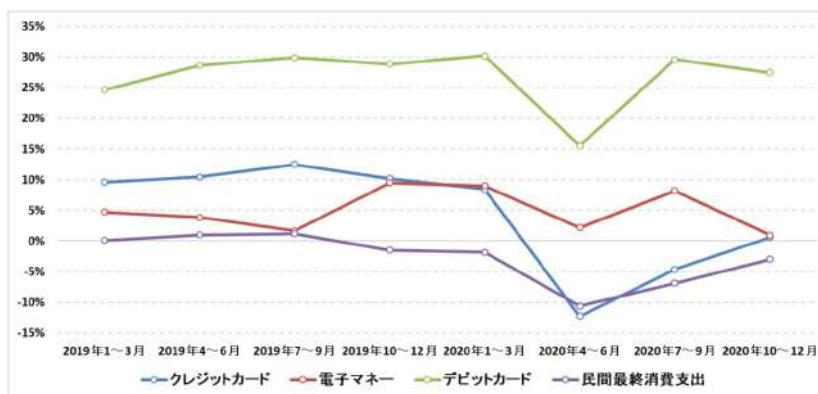


図 16 各キャッシュレス決済手段と民間最終消費支出の伸び率の推移（前年同期比）[19]

日本におけるキャッシュレス決済において、その決済額の 8 割から 9 割をクレジットカードによるものが占めている現状を考えると、特に緊急事態宣言などで消費者の消費行動が制約された 2020 年 4 月から 6 月は、キャッシュレス決済比率が低下していた可能性がある。民間最終消費支出が大幅減少するような状況下において、住居費や公共料金などの固定費の支払いで利用される口座振替サービス（口座振替は、キャッシュレス決済比率に算入されない）の影響が無視できなくなり、口座振替よりも変動費の決済手段として使用されることが多いクレジットカードの決済額の減少率の方が大きくなるものとする [19]。

図 17 によると、コロナ渦であっても信販系のクレジットカードの決済額が延びていることが分かる。一方で、銀行系と商業系（百貨店、量販店、流通業）のクレジットカードの決済額は減少している。一般的に、銀行系や商業系よりも信販系のクレジットカードはポイント還元率が高く、ポイント移行などのサービスの汎用性も高いことが多い。消費者の多くはポイント還元率やサービスの中身を吟味してキャッシュレス決済を選択するようになっているのかもしれない [19]。

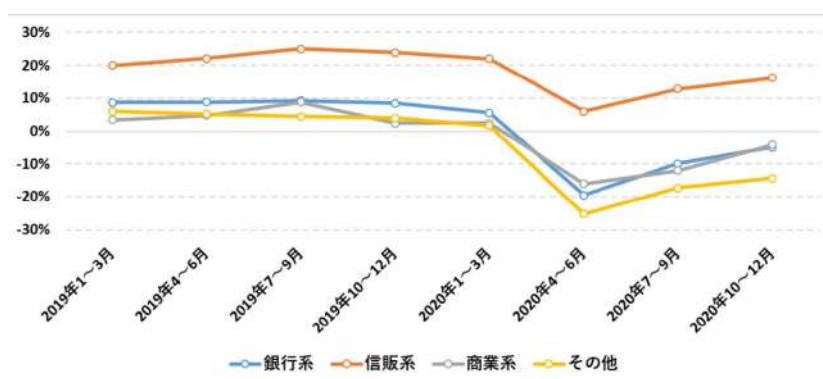


図 17 クレジットカードの会社系統別の取り扱い高の推移（前年同期比） [19]

4.4 普及を妨げている背景

日本において、キャッシュレスの普及を妨げている背景を社会情勢、消費者の観点で調査する。

4.4.1 社会情勢

キャッシュレスの普及を妨げている社会情勢においては

1. 盗難の少なさや、現金を落としても帰ってくると言われている治安の良さ
2. きれいな紙幣と偽札の流通が少なく現金に対する高い信頼
3. 店舗等の POS の処理が高速かつ正確であり、店頭での現金取扱の煩雑さが少ない
4. ATM の利便性が高く現金の入手が容易

上記の背景もあり、日本は「現金流通高（預金等ではなく、実際に世の中に出回っている現金の

量)」が他国と比較して著しく高い.

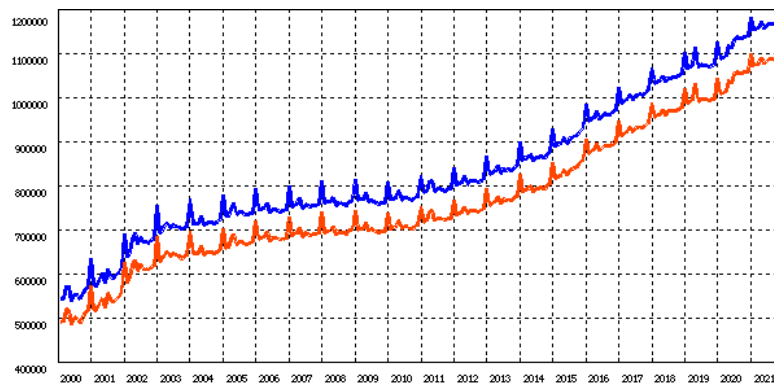


図 18 現金流通高の推移 [20] から作成

日本銀行によると、2021 年末の紙幣の流通量（青色線）は 117 兆円超えであり、前年同期比で 4% 増加している。また、現金流通高に占める 1 万円札の割合（橙色線）は 93% に達しているが、1 万円札はタンス預金のような貯蓄目的で利用されていると指摘されており、日常の支払い目的以外での利用が増加している状況にあると推察されている。タンス預金が増加する背景には、日本銀行が 2013 年 4 月以降、大規模な金融緩和による金利低下により、銀行の定期預金につく利息は皆無になり、タンス預金が増加した。

一方で、1 円（橙色線）と 5 円硬貨（青色線）の流通高は年々減少している（図 19）。人手不足を背景に飲食店などで券売機の普及が進んでいることから、100 円（青色線）と 50 円硬貨（橙色線）の流通高はほぼ横ばいで推移している（図 20）。

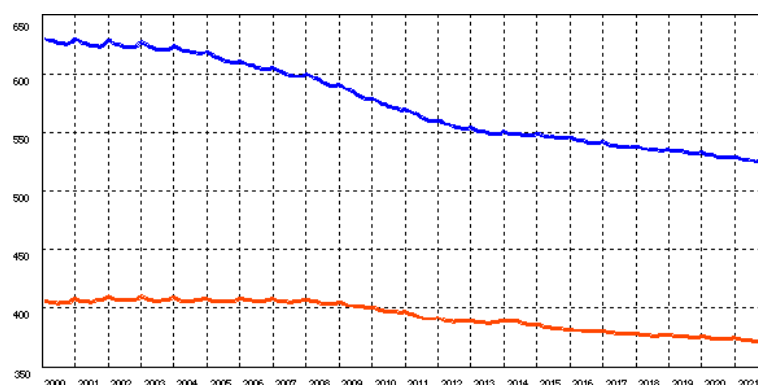


図 19 1 円と 5 円硬貨の流通高の推移 [20] から作成

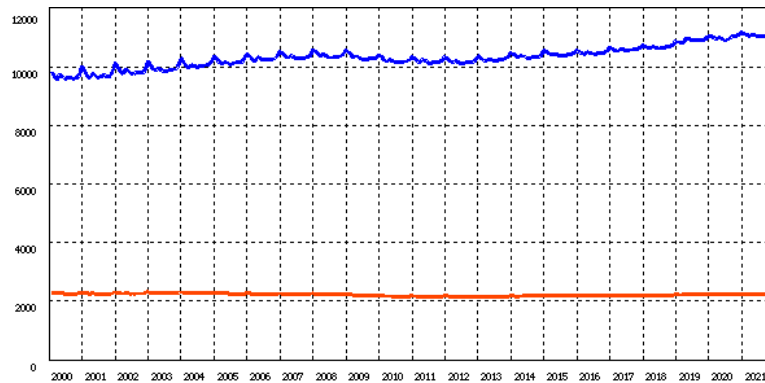


図 20 50 円と 100 円硬貨の流通高の推移 [20] から作成

4.4.2 消費者

キャッシュレスの普及を妨げている消費者においては

1. キャッシュレス支払いに対応していない実店舗等の存在
2. キャッシュレス支払いに対する各種不安

上記の背景もあり、キャッシュレスが普及しにくいと考えている。

キャッシュレス支払いに対応していない実店舗等の存在については、現金支払いにしか対応していない実店舗等が存在し続けると、消費者は、現金を常に携帯した行動から変化しようとしにくい。また、消費者支店で利便性の非常に高いサービスが提供されているとしても、消費者にとってこれらを経験できる機会は少ない、もしくは限られているのであれば、結果として消費者にキャッシュレス利便性を感じてもらったり、安心であることの認識を高めたりすることは困難である。中には、キャッシュレス支払いに対し、実店舗において、良い顔をされなかったという経験をする人もあり、このような経験が消費者にとって次からキャッシュレス支払いを躊躇する一因になっている可能性もある。また、キャッシュレス支払環境は整っているものの、キャッシュレス支払いに対し一定金額以下はお断りであったり、昼食時はお断りであることで、現金を持ち歩く必要性があることも一因である。

キャッシュレス支払いに対する各種不安については、[21] の生活者意識調査によると、キャッシュレス社会に「なった方がよい」「ならない方がよい」のどちらの気持ちに近いかの質問に対して、キャッシュレス社会に「なった方がよい」63%、「ならない方がよい」37% との結果になっている。ただし「なった方がよい」と回答したのは、男性が約 7 割存在するのに対して、女性は約 6 割にとどまっている。また、キャッシュレスに反対する理由として、「浪費しそうだから」、「お金の感覚が麻痺しそうだから」といった使いすぎの不安を挙げる声は女性に多かった(図 22)。消費者の不安感として、セキュリティ面の不安も挙げられる。前述の博報堂生活総合研究所の生活者意識調査に

おいても、キャッシュレス社会に反対の理由として、システムダウンに対する懸念や暗証番号や個人情報流出に対する不安、システムの脆弱性をついた不正の可能性が挙げられている。このようなセキュリティに対する不安の声は男性に多い。

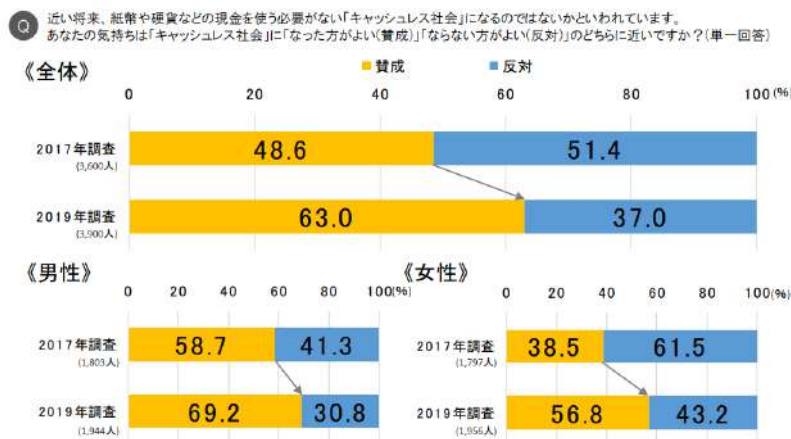


図 21 お金に関する意識調査 [21]

《キャッシュレス社会に賛成/反対の理由》

キャッシュレス社会に「賛成」の理由 ※自由回答を集計したトップ5、%は賛成した人ベースで算出

賛成の理由	全体	男性	女性	男・女	理由の具体例
1位 利便性が高いから	25.5	23.2	28.3	-5.1	・スマホひとつで決済でき、とても便利で良い(男性35歳・埼玉県) ・現在利用していて非常に便利だと実感しているから(女性51歳・愛知県)
2位 楽だから・手軽だから	11.1	9.6	12.9	-3.3	・家だし時間もかからないから(男性30歳・岐阜県) ・送金が楽にできるから(女性41歳・愛知県)
3位 やりとりがスムーズだから	9.6	8.6	10.7	-2.1	・現金を取り扱わないことで、様々な作業の効率化ができ、効率が良くなるから(男性44歳・大阪府) ・レジに時間がかからずスムーズになり、迅速便利になるから(女性40歳・神奈川県)
4位 現金を持たなくてよいから	9.2	8.0	10.7	-2.7	・現金を持ち歩く必要がなくなり、コンビニ強盗などが減ると思うから(男性48歳・兵庫県) ・お金の紛失を防げる。持ち物の削減ができるから(女性24歳・大阪府)
5位 お得だから	6.3	5.6	7.1	-1.5	・現金よりもポイント還元があるぶん、得だから(男性38歳・東京都) ・ポイントがたまったり、クーポンがもらえるから(女性47歳・愛知県)

キャッシュレス社会に「反対」の理由 ※自由回答を集計したトップ5、%は反対した人ベースで算出

反対の理由	全体	男性	女性	男・女	理由の具体例
1位 お金の感覚が麻痺しそうだから	9.3	8.6	9.9	-1.3	・お金を使っている感覚がなくなってしまうようで怖い(男性29歳・岐阜県) ・子供にお金の感覚を養えるのが難しいのではないかと(女性41歳・大阪府)
2位 浪費しそうだから	8.8	6.6	10.4	-3.8	・ついお金を使い過ぎてしまうから(男性39歳・奈良県) ・浪費の方が所持金の把握がしやすく無駄遣いをしないから(女性37歳・千葉県)
3位 セキュリティに不安があるから	7.6	8.2	7.2	+1.0	・便利だが、個人情報流出など懸念され、万一のことがあったら被害が大きすぎるので怖い、セキュリティに絶対大丈夫はない(女性46歳・神奈川県)
4位 ついていけない人があるから	7.3	4.7	9.3	-4.6	・現金でなければやっていけないお店もあり、高齢者にはまだ浸透していないから(女性39歳・兵庫県) ・便利だけど、高齢の人やスマホを持っていない人には難しいと思う(女性43歳・大阪府)
5位 災害・停電の際に困るから	6.1	3.9	7.8	-3.9	・停電したときに困るから(男性41歳・大阪府) ・日本は自然災害が多いのでいざというときに現金がないと困るのでは(女性36歳・愛知県)

図 22 キャッシュレス社会に反対する理由 [21]

5 普及阻害要因の分析

本章では先行研究の分析や諸外国から学ぶキャッシュレス化への提案について述べる。

5.1 先行研究による普及阻害要因の分析

ここでは、先行研究の分析 [22] による、諸外国でキャッシュレス社会を促進させた要因と、日本が現金主義化した要因をまとめる。

1. クレジットカードやデビットカードが普及した国は、日本と比較してインフラ整備が整っている
2. 非現金決済の進んでいる国は、国民にカードを利用させるような政策や制度を実施している
3. 小切手の代替手段としてデビットカードが用いられるようになった
4. 日本人はカード決済に対して強い抵抗を持っている

1. について、日本における人口 1 万人あたりのカード端末台数は約 134 台であるのに対し、アメリカは約 185 台、イギリスでは約 178 台、フランスでは 215 台、韓国では 649 台と比較的少ない水準であるため、我が国でカード決済を行いたいと思う人がいても出来ないという場面が多いということが想定される。つまりこれは、日本におけるキャッシュレス社会化の制約要因と先進諸国におけるキャッシュレス社会化の普及要因であると考えられる。

2. について、フランスでは現金での高額決済を禁止したり、韓国ではカード決済を行うことで税制が優遇され、様々な特典を得られたりなど、カードを利用せざる負えない状況や、カード利用者が多くのメリットを享受できるような政策や制度が実施された。こうした国では必然的に現金決済を行う場面が少なくなると考えられるだろう。

3. について、小切手は金融機関にとって処理コストが高く、また加盟店にとっても回収リスクがあるため、それに代わる手段としてデビットカードが利用されるようになった。日本では小切手を利用する文化がほとんど無いといっても過言ではなく、そういった点でデビットカードを使う文化に移行できなかったと考えられる。

4. について、カードの偽造や盗難、また使いすぎてしまうかもしれないなどの不安がカードの利用を阻害しているとアンケートの結果から読み取れる。

以上を、[22] はキャッシュレス化に関する諸外国の推進要因と日本の制約要因としている。

5.2 先行研究に対する私の意見

これまで、3.2、4.1 や 5.1 で諸外国のキャッシュレスの動向、日本のキャッシュレスの現状や先行研究を紹介したが、それぞれの要因に対する私の意見を述べる。

(1) クレジットカードやデビットカードが普及した国は、日本と比較してインフラ整備が整っている

確かに人口に対するカード端末台数は諸外国と比較して少ない。というのも、加盟店がカード会社に支払う手数料率は、世界では 1~2% が相場と言われているのに対し、日本では 3~7% と破格に高いのが原因であると考えられる [23]。しかし図 22 のアンケートでキャッシュレス社会に反対の理由の上位 5 位以内に「カードが使えるお店や場所が少なすぎるから」という答えは存在しない。経済産業省のポイント還元事業の成果もあり、キャッシュレスの環境は概ね整った。

(2) 非現金決済の進んでいる国は、国やカードを利用させるような政策や制度を実施している

日本も 2019 年から 2020 年にかけてキャッシュレス利用を促す政策を打ち出してきた。しかし、その内容は、政策期間内限定のキャッシュレス導入コストの削減や利用できる店舗数を増やすなどといったもので、これらの政策はあくまでもカードを利用できる環境を整えたに過ぎず、国民がカードを使いたくなるような政策ではない。したがって、韓国のようにカードを利用したくなるような政策を打ち出せば、日本人も進んでカード決済を行うかもしれない。

(3) 小切手の代替手段としてデビットカードがもちいられるようになった

諸外国の小切手文化は、発祥の地イギリスはもちろん、アメリカでは西部開拓時代に安全にお金を持ち運ぶ手段として、フランスでは高額な決済を現金で行うことが禁止されているため、韓国では最も高額な紙幣が 5 万ウォン札（日本円で約 5 千円）であり、高額な決済が不便であるなどの理由で発達した。日本は治安が良く、現金決済に対する障壁がすくないため小切手が登場する場面がなかったのかもしれない。よって小切手文化がない日本ではデビットカードが普及しにくいと考えられる。しかし、同様に小切手文化のないドイツでは、現金主義国であることは日本と変わらないが、デビットカードの利用率は 23.3%(図 23) と日本の 0.8% と比較して圧倒的に高い。その理由として、ドイツの銀行が発行するキャッシュカードにはデビットカードのサービスが付随されているためだと考えられる。よって、日本でデビットカードが普及しないのは小切手文化がないからとは一概に言えない。

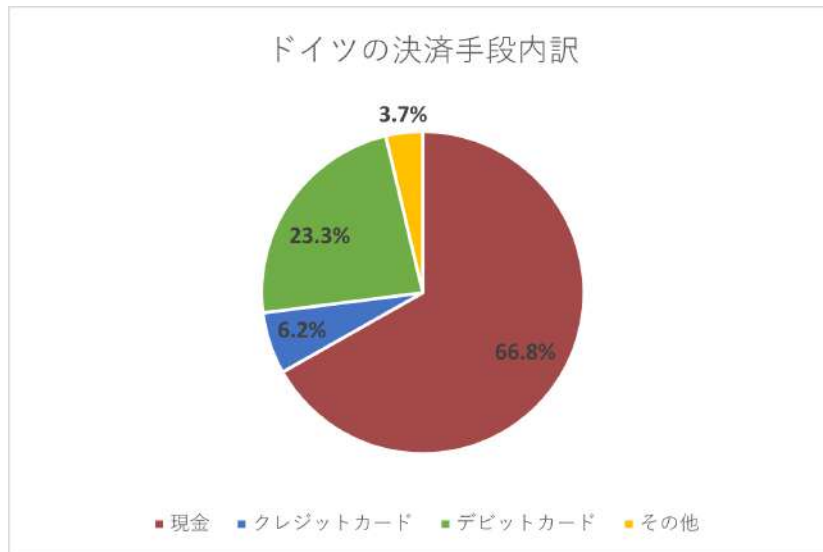


図 23 ドイツの決済手段内訳 [24]

(4) 日本人はカード決済に対して強い抵抗を持っている

図 22 のアンケートで、日本人はカード決済に対してネガティブなイメージを持っていることが判明した。確かに、先ほど述べた通り日本人はクレジットカードを使う環境が整っていないとは考えていなく、また図 1 を見て分かる通り、他のクレジットカード大国と比較して 1 人当たりの保有枚数は少ないところか多い状態にあるため、保有している本人の意識の差が他国とある。しかし、日本のクレジットカード利用率は 25.8% であるのに対し、キャッシュレス化の進んでいるイギリスでは 10.6% と低い水準にある。こういったことを考慮すると、日本では思っている以上にクレジットカードは普及しているのではないだろうか。

(5) 日本はキャッシュレス化が進む一方、現金の流通高も増加している

図 13, 図 18 でも分かる通り、キャッシュレス決済比率は年々増加している一方、現金の流通高も年々増加している。加えて、財務省は 2019 年 4 月に新紙幣を刷新することを発表した。この発表に対して、キャッシュレス化に逆行しているのではないかと考える人も多いと感じる。このタイミングで新紙幣を刷新した狙いは、家の金庫などに保管されている眠るお金の目を覚まし、消費や投資に向かわせる副次効果と脱税目的のタンス預金をあぶり出すことである。キャッシュレスのメリットは国が金の流れを把握できる点がある。これを良く思わない政治家や個人営業の飲食店などが多く存在し、キャッシュレス化の障害になっている。

5.3 諸外国から学ぶキャッシュレス化への軌跡

5.2 では先行研究による、キャッシュレス化のための諸外国の普及要因と日本の普及阻害要因の分析し、それに対する私なりの意見を述べた。それらを通じて、諸外国から見倣って日本がこれからキャッシュレス化を果たすためにはどうすべきかをここでは述べる。

まず、5.2 で述べた私の意見を振り返る。

- ・ カード端末台数で見ると、確かに日本は他国よりも劣っているが、クレジットカードを使える場所や店が少ないと感じる日本人は少ないため、インフラの整備がカードの利用を阻害しているとは言い難い。
- ・ フランスは高額決済を現金で行うことを禁止し、韓国はクレジットカードを利用することで税制が優遇されるなど、クレジットカード大国ではカードを利用せざるを得ないような制度や政策を打ち出しているため、日本もそういった動きを見せればカード利用率は上がるかもしれない。
- ・ アメリカやイギリス、フランスでは小切手の代替手段としてデビットカードが普及したと考えられるが、小切手文化のないドイツにおいても銀行のカードにデビットカードを付随させることで広まったため、日本でもデビットカード市場は開拓の余地が十分存在する。
- ・ 日本人はクレジットカードの利用に対して強い抵抗を持っているが、実際にはキャッシュレス社会化が進んでいるイギリスとクレジットカード利用率を比較すると、日本のほうが高い状況にある。よって日本が現金主義国家である理由はクレジットカード以外にあるのではない。

これらの意見をまとめ、私なりに考えた日本がキャッシュレス社会化を成し遂げるためにすべきことは以下の通りである。

1. 政府や各クレジットカード会社は、国民がクレジットカードを安心して、かつ気軽に使えるような政策や制度を作ることはもちろん、使いたいと思えるような政策や制度を打ち出す。
2. クレジットカード利用率を上げることはもちろん、日本ではほぼ未開拓であるデビットカードの利用を促進させるために、各銀行が新規口座を立ち上げる顧客などに対して積極的な案内やキャンペーンを始め、所持者が問題なく利用できるようインフラの整備を行う。
3. 急速しつつあるスマホ決済と仮想通貨を用いた決済の政策や制度を打ち出す。

1 に関しては、上で述べた通り日本ではクレジットカードを使いやすくなるような政策や制度は存在したが、韓国のように使いたいと思えるようなものは少ないように感じたためこのような考えを出した。2019 年から 2020 年にかけて経済産業省が行ったポイント還元事業でキャッシュレス化の土台は多少作られたと感じている。そこから日本でキャッシュレス化をより促進させるには、国

民が使いたいと思えるような政策や制度を続けて打ち出すことである。今世界を席卷しているネットショッピングとクレジットカードを掛け合わせることで、利用者がお得と感じるサービスを提供できるのではないか。その2つがうまくマッチしているのが、楽天が発行する楽天カードである。楽天カードを用いて楽天で買い物をするとポイントが2倍になる、加えて独自の経済圏があり、経済圏のサービスを利用するとよりポイントが貰えるようになり、カード所持者は進んで楽天を利用するため、楽天、利用者双方にとって Win-Win のサービスであることが分かる。

このように、クレジットカードは現金に代わるものといった考えから脱却し、カード決済は現金決済よりも我々にメリットをもたらすという印象を国民に植え付ければ、日本人はよりクレジットカードを利用するのではないか。

2 に関しては、デビットカード市場は今後の日本において伸びしろがあると判断したからだ。図 13 を見ても分かる通り、デビットカードは民間最終消費支出に対する決済額の割合でみると、0.8% 程度の利用となっている。クレジットカードでの買い物は借金をしていると考える利用者がいるのも事実であり、デビットカードは真逆の機能を持っている。口座からすぐに引き落とされるというシステムはそういったネガティブなイメージを持つ層にも問題なく利用してもらえる。表 1 を見ても分かる通り、日本人はクレジットカードよりデビットカードの方が保有枚数は多い、にも関わらずここまで利用率が低いのは、クレジットカードとデビットカードの特性を理解している人が少ないからである。日本は他の先進国と比較して金融リテラシーが低い [25]。日本人の金融リテラシーを高め、デビットカードを利用するという選択肢を増やすべきではないか。近年、Suica など交通系 IC カードの普及でインフラの整備は進んでいるため、今がデビットカードを推進する絶好の機会である。

3 に関しては、近年爆発的に普及しスマホ決済と仮想通貨を用いた決済についてである。スマホ決済の中でも主流なのが QR コード決済である。2019 年から 2020 年にかけて経済産業省が行ったポイント還元事業で注目され、様々な飲食店で利用できるようになった。また、クレジットカードと連携させることでチャージする手間も省けるため、さらに人気が高まった。特に PayPay は手数料が無料という点が人気に火をつけた要因である。2021 年 10 月以降は、1.6% の手数料を課したものの、他のスマホ決済やクレジットカードの手数料の半分の値となっている。QR コード決済はクレジットカードやデビットカード同様に小銭を扱う煩わしさがなかったり、決済時に残高が表示されるため計画的な利用が可能であったりとメリットも多い。

仮想通貨についてはまだまだ発展途上ではあるが、中国は 2022 年 2 月の北京冬季五輪でデジタル人民元を世界に発表する準備を着々と進めている。国が発行するデジタル通貨はビットコインとは異なり、価格変動が少ないため安心して利用できる。仮想通貨の特徴である、利用者同士で交換ができるという点は、飲み会等の会計で効果を発揮する。従来では割り勘となったらクレジットカードなどは使えず、現金決済を余儀なくされたが、仮想通貨が普及すれば幹事がスマホを通じて参加者から各自の支払額を回収できる。各種非現金決済では不可能であったことが可能になり、仮想通貨は痒い所に手が届くための一役を担うかもしれない。以上のように、電子マネーや仮想通貨はク

レジットカードやデビットカードとは似て非なるものであり、これらがキャッシュレス社会化の障壁の一つとなっている少額支払という課題を解決するかもしれない。

6 まとめ

これまで述べてきた通り、2019年から2020年にかけてはイベントも多く、キャッシュレス決済にとって大きな節目となる可能性が高い。キャッシュレス決済に関するさまざまなハードルを軽減させる取り組みを、決済事業者や店舗といった人々が実施していくことで、さらに消費者がキャッシュレス決済に触れる機会を増大させられる。

キャッシュレス決済が浸透すれば、決済そのものを便利にするだけでなく、現金流通を支えている年間1.6兆円を超える社会コスト[2]の削減につながるといわれている。また、店舗においては、現金を取り扱い管理するレジ周りのコストの低下がサービスや従業員の働き方改革につながる可能性もあれば、キャッシュレスによる会計の電子化・自動化が経理業務の効率化のみならず経営のデジタル化につながる可能性もあると考えている。一方、消費者においても、キャッシュレス化の影響で家計の可視化・資産の可視化が進む中で、家計のストック・流動性が明らかになっていく。キャッシュレス決済利用者は全体と比べ資産運用経験の割合が高いことがわかっており、家計のキャッシュレス化が進むことが、余剰資金の一部を投資や金融サービスの利用に回すきっかけになることも期待される。これら、キャッシュレス化による潜在的な経済効果は約10兆円と試算されており[26]、キャッシュレス決済の浸透は、現金決済の社会コストを削減するのみならず、家計所得や事業者収益の増大、インバウンドによる消費支出の増加といった経済効果も期待できる一石二鳥の施策である。

一方、決済事業者や行政が一体となりキャッシュレス化が進む中で、国のみならず地方自治体においても、キャッシュレス決済の浸透に本腰を入れることが、地域全体の富の創出につながると考えている。上記の通り、現金決済の社会コストを削減するのみならず、家計所得や事業者収入の増大、インバウンドによる消費支出の増加といった効果がキャッシュレス化の浸透によってもたらされるのであれば、商店街が衰退し、消費者の高齢化が進む地方においてこそ、積極的にキャッシュレス化を推進する意味がある。心理的なハードルを取り除けば、高齢者にとっても現金により取り回しの楽なキャッシュレス決済は浸透すると考え、キャッシュレス化による経済効果は都市部だけでなく地方も享受される。

実際、キャッシュレス・ポイント還元事業が、地方自治体や地域を支える金融機関にどのように影響を与えるのかについて今後注目する必要がある。現在世界は新型コロナウイルスの影響で良くも悪くもキャッシュレス決済が浸透したといえる、この勢いを消すことなく、より国民にキャッシュレスの気軽さ、便利さを植え付けることができれば、日本も他の先進国のようにキャッシュレス利用率は増加する。

参考文献

- [1] 経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」(参照 2021-11-26)
<https://www.meti.go.jp/press/2018/04/20180411001/20180411001-1.pdf>
- [2] 経済産業省「キャッシュレスの現状及び意義」(参照 2021-11-26)
https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/cashless/image_pdf_movie/about_cashless.pdf
- [3] 経済産業省「キャッシュレス・ロードマップ 2021」(参照 2021-11-26)
<https://www.paymentsjapan.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/2021/05/roadmap2021.pdf>
- [4] 日本クレジットカード協会 (参照 2021-11-26)
<https://www.j-credit.or.jp/information/statistics/>
- [5] BIS「Redbook」(参照 2021-11-26)
https://www.bis.org/statistics/payment_stats/tutorial.htm
- [6] 経済産業省 ゲストスピーカー説明資料(銀聯国際 日本支社)(参照 2021-11-27)
https://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoryu/credit_carddata/pdf/007_06_00.pdf
- [7] 総務省 第1部 特集 人口減少時代のICTによる持続的成長(参照 2021-11-27)
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd127310.html>
- [8] 国立国会図書館 キャッシュレス決済の動向(参照 2021-11-27)
https://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_11350017_po_1066.pdf?contentNo=1
- [9] 毎日新聞(参照 2021-11-27)
<https://mainichi.jp/articles/20171127/ddm/001/020/195000c>
- [10] モバイル決済の国際比較研究(参照 2021-11-27)
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jamsjsaam/26/0/26_91/_pdf/-char/ja
- [11] 金融調査研究会報告書 キャッシュレス社会の進展と金融制度のあり方(参照 2021-11-27)
https://www.zenginkyo.or.jp/fileadmin/res/news/news300731_2.pdf
- [12] Square イギリスのキャッシュレス事情(参照 2021-11-27)
<https://squareup.com/jp/ja/townsquare/cashless-world/uk>
- [13] 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整備討論会」第1回事務局説明資料(参照 2021-12-02)
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/cashless_payment/pdf/001_04_00.pdf

- [14] 経済産業省「ポイント還元事業における店舗の種類別の登録状況と利用状況」（参照 2021-12-03）
https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/cashless/cashless_payment_promotion_program/200611_cashless_progress.pdf
- [15] 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整備討論会」第4回事務局説明資料（参照 2021-12-03）
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/cashless_payment/pdf/004_03_00.pdf
- [16] 経済産業省 登録決済事業者リスト（参照 2021-12-03）
https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/cashless/cashless_payment_promotion_program/kessai_touroku_list.pdf
- [17] 総務省「マイナンバーカード交付状況について」（参照 2021-12-03）
https://www.soumu.go.jp/kojinbango_card/#kouhu
- [18] 経済産業省「自治体のキャッシュレス化に関する取り組み」（参照 2021-12-03）
https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/cashless/municipality_project/municipality_project.html
- [19] ニッセイ基礎研究「コロナ禍における日本のキャッシュレス化の進展状況」（参照 2022-01-06）
<https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=67252?pno=2&site=nli>
- [20] 日本銀行時系列統計データ検索サイト（参照 2022-01-06）
<https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=67252?pno=2&site=nli>
- [21] 博報堂生活総合研究所「お金に関する生活者意識調査」（参照 2022-01-07）
<https://www.hakuhodo.co.jp/uploads/2020/02/20200204.pdf>
- [22] 経済産業省「我が国におけるキャッシュレス社会の今後の進展に関する調査分析」（参照 2022-01-07）
https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/9919854/www.meti.go.jp/meti_lib/report/2011fy/E001270.pdf
- [23] bizle クレジットカード手数料, 今秋一斉に引き下げか（参照 2022-01-08）
<https://bizble.asahi.com/articles/2021090600010.html>
- [24] 日本デビットカード推進協議会（参照 2022-01-08）
<https://www.debitcard.gr.jp/about/dl/j-news-050415-4.pdf>
- [25] Financial Literacy Around the World（参照 2022-01-09）
https://gflec.org/wp-content/uploads/2015/11/3313-Finlit_Report_FINAL-5.11.16.pdf?x20348
- [26] みずほフィナンシャルグループ「キャッシュレス社会の実現に向けた取り組み」（参照 2022-01-10）
https://www.soumu.go.jp/main_content/000569101.pdf