

DCプランナーのためのスキルアップ塾④

「スキルアップ生活設計」

キャッシュレス決済の普及と消費税増税のポイント還元政策について

最近、キャッシュレスという言葉が報道等でよく取り沙汰されています。本稿では、キャッシュレスとは何かを説明し、そしてそれが資産形成にどう寄与するのかを考察しつつ、2019年度の政府の取り組みである「キャッシュレス・消費者還元事業」についてご紹介します。



一般社団法人キャッシュレス推進協議会
事務局長(常務理事)

福田 好郎(ふくだ よしお)

プロフィール/慶應義塾大学卒業後、国家公務員、野村総合研究所を経て、2007年にNTTデータ経営研究所入社。決済分野を担当するコンサルタントとして活躍する。2018年7月、キャッシュレス推進協議会設立より現職。年間プロジェクトの運営管理とファシリテーションを担う。

まず、一般社団法人キャッシュレス推進協議会について簡単にご紹介いたします。本協議会は、2018年4月に経済産業省より公表された「キャッシュレス・ビジョン」および政府の「未来投資戦略 2018」を受け、2018年7月2日に設立されました。多くの決済事業者が各種サービスを提供しているなか、中立的な立場から、わが国におけるキャッシュレス社会の早期実現に向けた取り組みを、産官学連携で推進しています。現在、300を超える会員に参画をいただき、日々、わが国におけるキャッシュレスの在り方と、さらなる普及に向けた検討を行っております。

●日本におけるキャッシュレスの現状

世界各国のキャッシュレス決済比率を比較すると、韓国や英国といったキャッシュレス先進国が60～80%であるのに対して、日

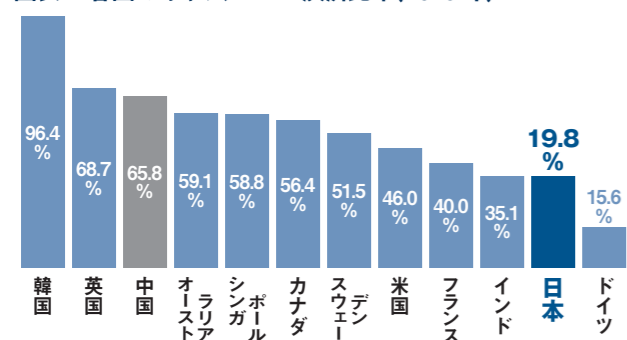
本はわずか20%にとどまっています(図表1参照)。一方で、クレジットカードや電子マネー等のキャッシュレス決済手段は、1人当たり約8種保有しており、主要国で見るとトップクラスの多さです(図表2参照)。日本人は、多くのキャッシュレス決済手段を保有しているながら、実際には使っていないことが見て取れます。

これは、なぜなのでしょう。キャッシュレスの利用が進まない要因はたくさんありますが、代表的な要因として、使える場所が少ないから消費者もわざわざ持たない(消費者が持っていないからお店もわざわざ導入しない)という点が指摘されています。なぜ、使える場所が少ないのかと言うと、お店においてキャッシュレスを使える環境を整えるために乗り越えなくてはならない「3つの壁」が大きく立ちちはだかっています。

1つ目の壁は、キャッシュレス決済の導入コストです。タッチ決済を実現する端末やICチップを読み取る端末等、決済機能の高度化に伴い、端末自体の価格も高くなっています。2つ目の壁は、決済時に発生する手数料です。お店は低い利益率の中で努力しながら運営をしていますが、現金だと必要のない手数料を支払うということに抵抗感を感じるお店も多いです。3つ目は入金サイクルです。お店がキャッシュレスでお支払いを受けると、その売上金がお店の銀行口座に入金されるまでに半月から1か月かかるといったケースもあります。明日の仕入れに必要な資金が、すぐに手に入れることができないという課題が発生します。

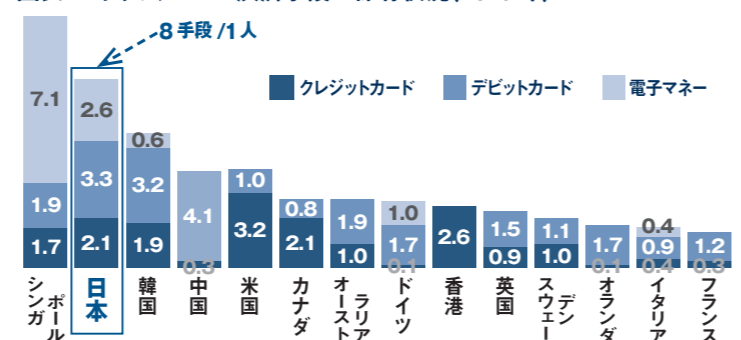
消費者はどうでしょうか。キャッシュレス決済を避ける消費者にその理由を聞くと、「使いすぎが怖い」「お金のありがたみがなく

図表1 各国のキャッシュレス決済比率(2016年)



(出典) 世界銀行「Household final consumption expenditure (2015年(2017/8/2版)、2016年(2019/1/25版))」、および BIS「Redbook Statistics (2015年、2016年)」の非現金手段による年間支払金額から算出。*中国に関しては、Euromonitor Internationalより参考値として記載。

図表2 キャッシュレス決済手段の保有状況(2016年)



(注) 1. 一枚のカードで複数の機能が利用可能な場合、重複して計上されているほか、国・地域によっては入手できていない一部カードの計数が欠損している。2. 2016年計数が存在しない場合、2015年計数を使用。3. デビットカードには、デビットカードを含む。(出典) BIS「Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPML countries—Figures for 2016」

図表3 支払い・決済等によるキャッシュレスの分類

何で払うか?		カード		スマートフォン	
支払い方		接触		非接触	アプリケーション
いつ払うか?	前	プリペイドカード	ギフトカード	電子マネー	コード(チャージ)
	いま	デビットカード			
	後	クレジットカード			
					決済(クレカ紐付き)(キャリア決済)

なりそう」といった声がよく上がります。現金だと目に見えるのに、キャッシュレスだと目で確認することができないので、なんとなく不安といった感覚をお持ちの方が多いです。

実際には、技術の発展によって、お店の3つの壁も下がりつつあります。また、消費者に目を向けると、家計簿アプリ等、現金よりも精緻に、かつ容易に資産を管理することができるサービスも登場しています。このように、徐々に阻害要因も解消されつつありますが、従前からあるイメージをなかなか払拭(ふっしょく)できないのも事実です。

キャッシュレスは、これからますます少子高齢化が進み、働き手が少なくなり、賃金も上昇しつつあるわが国において、お店運営の効率化、本業へのリソース集中を実現できる手段として非常に重要です。消費者においても、キャッシュレスの活用により資金管理をしっかり行うことができ、より貯蓄や投資に回す資金の増加につながることも期待できます。最近では、DCをはじめ多くの金融商品を、一括して管理することができるサービスも登場してきています。これにより、いままでは多くのWebサイトにアクセスし、自ら情報を収集して回らなくてはならなかった苦労から開放され、手元のスマートフォン上で、自身の金融資産の総額がタイムリーに確認することができるようになります。

●キャッシュレス決済手段の多様性

しかしながら、キャッシュレスの種類が多過ぎるというご指摘もあります。確かに、ちまたには〇〇カードや〇〇ペイといった、い

ろいろなキャッシュレス決済手段が登場しています。少し分類してみましょう。

消費者から見ると、お買い物をした代金を、いつ自分の資金から充当するのかという点で分けられます。お買い物の「前もって」なのか「いま」なのか「後で」なのかです。「前もって」の代表格は、Suicaやnanaco、waon等に代表されるプリペイド式の電子マネーです。「いま」は支払いの都度、銀行口座から引き落としがかかるデビットカード、「後で」はクレジットカードがその代表選手と言えるでしょう。最近、登場してきたバーコードやQRコードを使ったコード決済は少し複雑です。実際には、コード決済といっても1つというわけではなく、その後ろに紐の付いている資金の拠出元によって、この3つのどれかに分類することができます。

そしてお支払時に、これらをどのようにお店に伝えるのかも分類できます。1つはプラスチックカード、もう1つの手段はスマートフォンです。この3×2の分類で分けてみると、図表3のように分けることができます。

冒頭にもお伝えしたとおり、日本人は、実は多様なキャッシュレス決済手段をすでに保有していますし、スマートフォンの普及により、さらにそのバリエーションが増えることでしょう。自身のライフスタイルに合ったキャッシュレス決済手段は何かを考えることも重要です。

●キャッシュレス・消費者還元事業

2019年10月1日の消費税率引き上げに伴う需要平準化対策として、経済産業省は



2019年度の当初予算で2,798億円を計上しました。税率引き上げ後の9カ月間、中小企業・小規模事業者(中小小売店等)に対しては決済手数料やキャッシュレス決済手段(決済端末等)導入コストの補助、キャッシュレスで支払った消費者に対しては最大5%のポイント還元や割引を補助する、「キャッシュレス・消費者還元事業」を実施予定です。

本事業は、消費税率引き上げ後の中小小売店等における需要喚起策を支援すると同時に、中小小売店等と消費者の双方にメリットのあるキャッシュレス決済の普及・活用を目指すものであり、政府が目標とするわが国のキャッシュレス決済比率の引き上げにも大いに貢献し得るものと考えています。

具体的には、中小小売店等においてキャッシュレスで決済した消費者にポイントを付与したり割引したりするための経費の一部を、国がキャッシュレス決済事業者に補助します。中小小売店等に対しては、端末負担の軽減や決済手数料への補助が行われます。これにより、消費者は消費税率の引き上げ率以上のポイント還元が期待でき、このポイントを狙って中小小売店におけるキャッシュレス支払が増加することが予想されます。

また、中小小売店等においても、キャッシュレス環境を整える絶好の機会です。事業期間中は、これまでキャッシュレス決済を避けてきた消費者、中小小売店等において、実際にキャッシュレス決済を体験する機会となるでしょう。こうした体験を通じて、キャッシュレス決済に対する不安や懸念が払拭され、そのメリットが広く認識されれば、わが国にキャッシュレス決済が根付き、より効率的、効果的な支払環境が実現できるようになるでしょう。