

キャッシュレス・消費者還元事業について

平成31年2月22日

近畿経済産業局
流通・サービス産業課

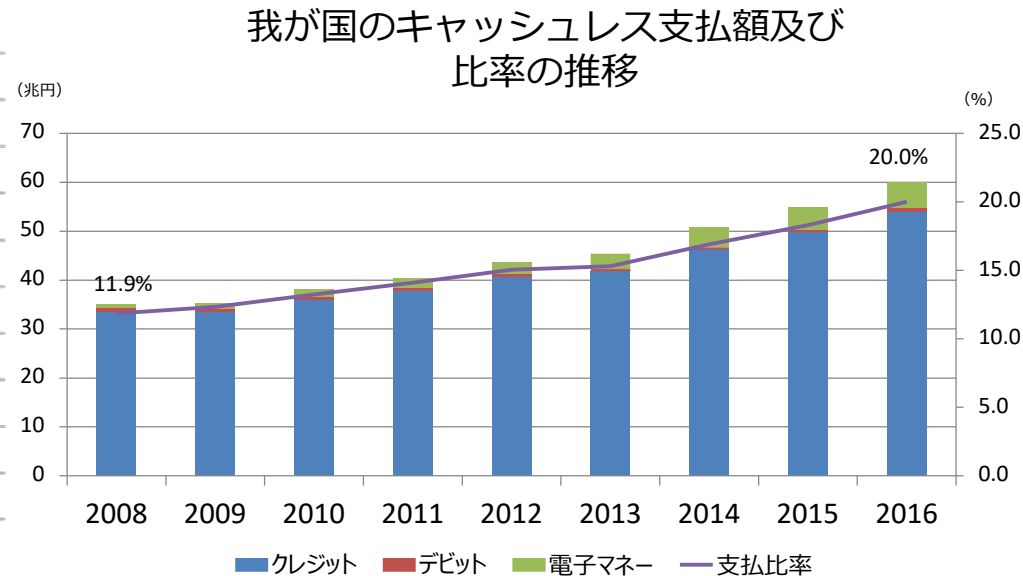
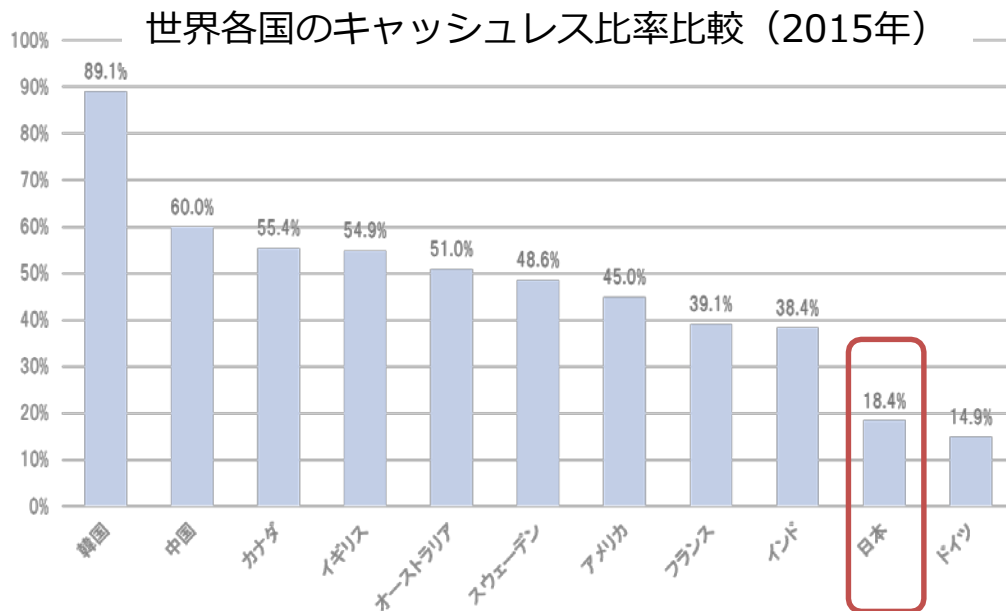
近畿経済産業局HP

<http://www.kansai.meti.go.jp/5ryusa/cashless/cashless.html>

「キャッシュレス・ビジョン」概要

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の比較を行うと、キャッシュレス化が進展している国は40%~60%台であるのに対し、我が国は約20%にとどまっている。
- 世界的なキャッシュレス化の流れを踏まえ、キャッシュレスを通じたデータの利活用により、国全体の生産性が向上し、実店舗等、消費者、支払サービス事業者がそれぞれ付加価値を享受できる社会の実現を目指していくことが必要。

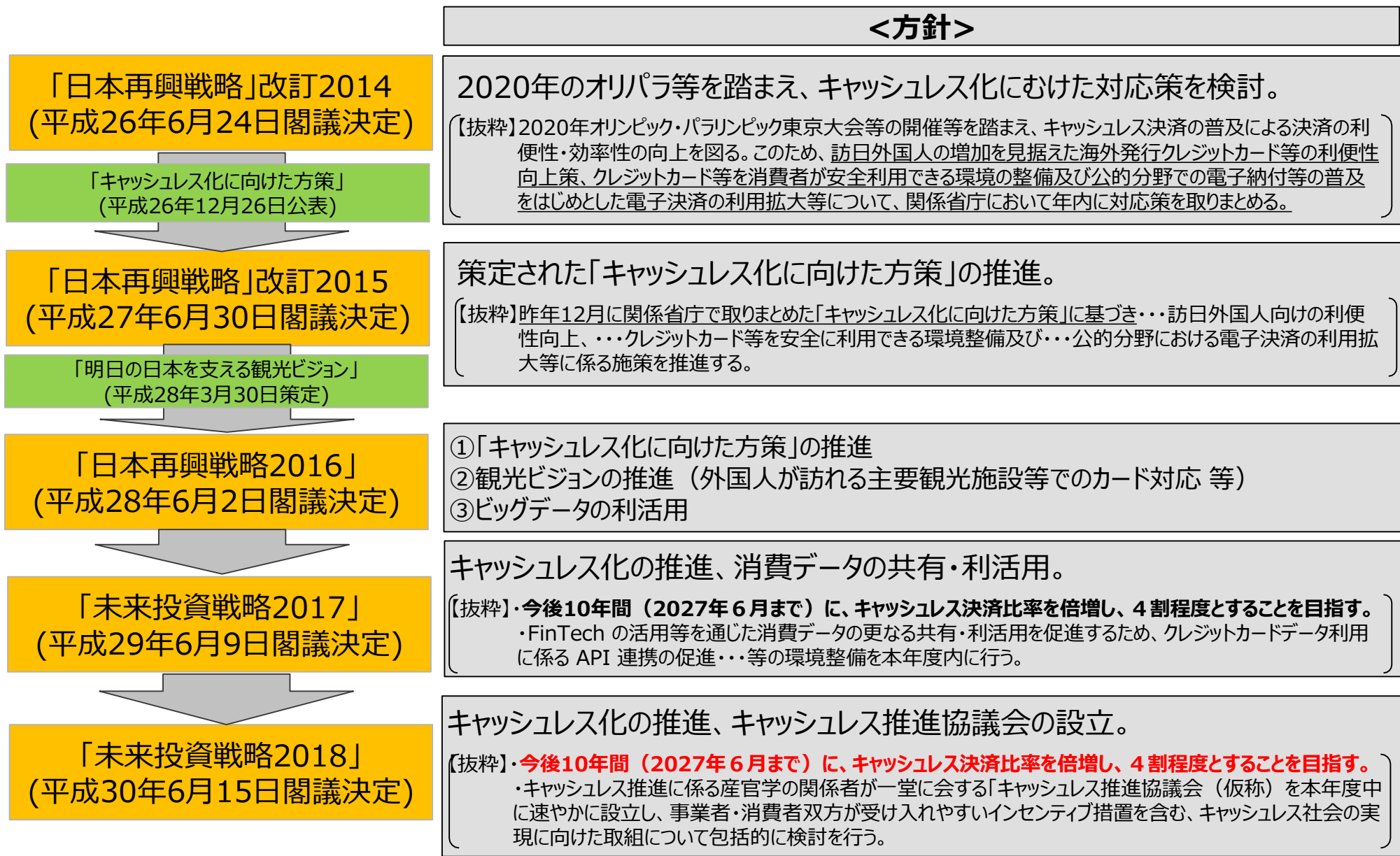


(出典)世界銀行「Household final consumption expenditure(2015年)」及びBIS「Redbook Statistics(2015年)」の非現金手段による年間決済金額から算出
※中国に関してはBetter Than Cash Allianceのレポートより参考値として記載

(出典)・内閣府「2015年度国民経済計算年報」民間最終消費支出：名目
・(一社)日本クレジット協会調査(注)2012年までは加盟クレジット会社へのアンケート調査結果を基にした推計値、平成25年以降は指定信用情報機関に登録されている実数値を使用。
・デビット：日本デビットカード推進協議会(J-debit)2016は日本銀行「最近のデビットカードの動向について」
・電子マネー：日本銀行「電子マネー計数」

キャッシュレス推進に向けたこれまでの経緯

- 「日本再興戦略」をはじめ、様々な場でキャッシュレス推進の方針を打ち出してきた。



【参考】キャッシュレスの主なメリット

- キャッシュレス決済は、消費者に利便性をもたらすほか、事業者の生産性向上につながり、また経済全体にも大きなメリットがある。

消費者

- データの利活用により利便性が向上（自動家計簿など消費履歴情報の管理が容易）
- 手ぶらで簡単に買い物が可能（大金や小銭の不便さの解消）
- ネット取引で不可欠
- カード紛失・盗難時の被害リスクが低い（条件次第で全額保証）

事業者

- 個人の購買情報を蓄積し、ビッグデータを分析することにより、マーケティングを高度化
- 人手不足対策（レジ締、現金取り扱い時間の短縮）
- 従業員による売上現金紛失・盗難等のトラブル減少
- 従業員が紙幣・通貨に触れないので衛生的
- 現金の搬出入回数の減少
- 訪日外国人の54%がクレジットカードを利用。インバウンド需要を取り込むには不可欠

公共的観点

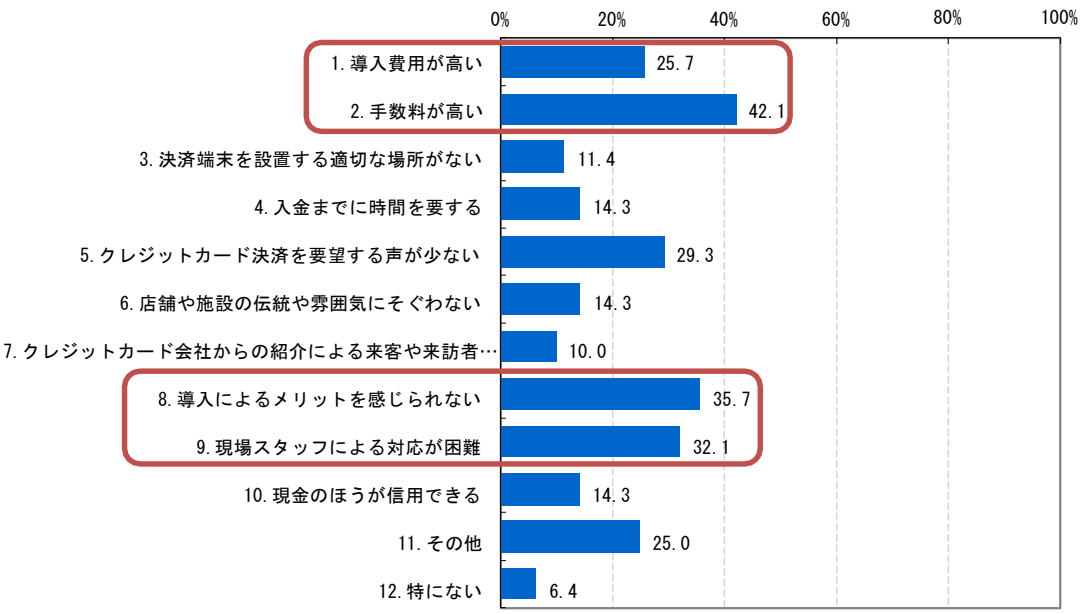
- 脱税の減少
- マネーロンダリングの抑制

日本のキャッシュレスの状況（推進に係る課題）

- 日本でキャッシュレス支払が普及しにくい背景としては、
 - ・ 治安の良さや偽札の少なさ等の社会情勢
 - ・ 消費者が、現金に不満を持たず、キャッシュレスに漠然と不安を持つ
 - ・ 店舗における端末負担コスト、ネットワーク接続料、加盟店手数料等のコスト構造の問題等が挙げられる。
- 近年は実店舗における人手不足やインバウンド対応、スマートフォンを活用した支払サービスの登場等、キャッシュレス推進の追い風なりうる動きも。

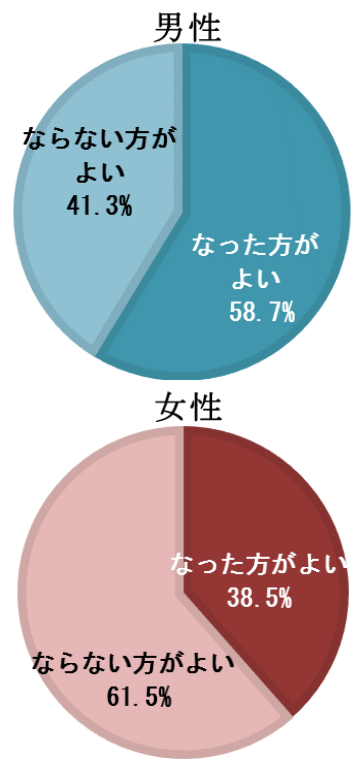
【加盟店側の課題】

クレジットカードの未対応理由 (n=140)

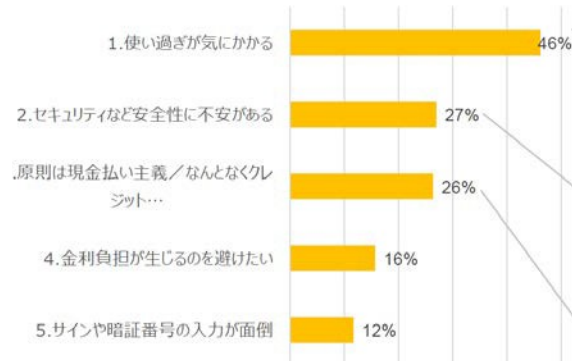


(平成28年度商取引適正化・製品安全に係る事業「観光地におけるキャッシュレス決済比率の普及状況及び加盟店におけるクレジットカードに係るセキュリティ対策の実施状況に関する実態調査」)

【消費者側の課題】



クレジットカードを利用していない理由 上位5位 (MA)



出所：日本銀行「生活意識に関するアンケート調査 (第45回)」
キャッシュレスに反対の理由 (自由回答集計トップ5)

反対の理由	全体	男性	女性	男-女
1位 浪費しそうだから	10.9	7.9	13.3	-5.4
2位 お金の感覚が麻痺しそうだから	10.1	5.4	13.8	-8.4
3位 お金のありがたみがなくなりそうだから	7.9	5.7	9.6	-3.9
4位 現金は必要だから	6.0	8.6	3.9	4.7
5位 犯罪が多発しそうだから	5.7	9.5	2.7	6.8

キャッシュレス化を求める声(キャッシュレスの追い風)

- 昨今、働き方改革やデータ利活用の視点から、小売・外食等のサービス企業側からもキャッシュレスを志向する動きが強まっている。



(出典) ロイヤルホールディングス社 検討会発表資料(第六回)

【ロイヤルHD】：働き方改革の視点

- ・「働き方改革」の一環で、2017年11月に完全キャッシュレス店舗を馬喰町にオープン(決済手段は各種クレジットカードと主要電子マネー)。
- ・完全キャッシュレス化により、「締め処理」を始めとする売上管理業務の作業工数の軽減等を実現。

【参考】決済環境の整備がもたらすインバウンド消費の拡大

- 訪日外国人の約7割が、クレジットカード等が利用できる場所が今より多かったら、「もっと多くお金を使った(おそらくを含む)」と回答。
- 特に中国(訪日客数1位※)、タイ(同6位※)は86%と高い回答。※JNTO調べ

Q. 日本で外貨両替やクレジットカード・キャッシュカードを利用できる場所が、もし今より多かったら(回答は1つ)

居住地域	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2545	311	358	380	388	310	221	131	142	76	111	57	60
もっと多くのお金を使ったと思う	31%	20%	39%	38%	27%	42%	22%	34%	38%	25%	22%	11%	18%
おそらくもっと多くのお金を使った	37%	32%	47%	29%	39%	44%	38%	39%	35%	29%	25%	26%	28%
お金を使う額は変わらないと思う	28%	43%	11%	29%	30%	12%	30%	20%	27%	41%	44%	49%	47%
分からない	5%	5%	3%	4%	4%	2%	10%	8%	1%	5%	9%	14%	7%

(出典) DBJ・JTBF アジア・欧米豪
訪日外国人旅行者の意向調査(平成28年版)

日本の現状を踏まえた対応の方向性／対応の方向性を踏まえた具体的な方策（案） 抜粋

大分類	小分類	方策(案)
実店舗等におけるキャッシュレス支払にかかるボトルネック解消	①キャッシュレス支払導入を促進させるための環境整備	●キャッシュレス支払の受入・推奨・義務化
	②支払手数料改善のための環境整備	●「軽い」仕組みの構築 ●低額支払いに関する仕組み整備
	③生産性向上のための環境整備	●証票の電子化促進 ●キャッシュレス専用レーン等の推進
	④キャッシュレス支払受入の動機付け	●補助金の付与 ●キャッシュレス支払導入に伴う税制面の優遇措置
	⑤キャッシュレスの意義、効果に関する事業者理解の増進	●国・地方自治体等による周知
	⑥サービスの統一規格や標準化等の整備	●キャッシュレス支払に関する技術的仕様や支払データの標準化等 ●既存インフラの改善
消費者に対する利便性向上と試す機会の拡大	①真の消費者ニーズの把握	●消費者インサイト分析の実施
	②キャッシュレスの利便性や安心感の向上	●デファクトスタンダードサービスの整備 ●消費者の抱く不安感の除去 ●消費者への周知と教育
	③キャッシュレス支払利用の動機付け	●キャッシュレス支払の優遇措置

<支払い方改革宣言>

- 大阪・関西万博（2025年）に向けて、「未来投資戦略2017」で設定したキャッシュレス決済比率40%の目標を前倒しし、より高いキャッシュレス決済比率の実現を検討会として宣言。
- さらに、将来的には、世界最高水準のキャッシュレス決済比率80%を目指し、必要な環境整備を進めていく。この取組みは、今後、「キャッシュレス推進協議会（仮称）」にて、産官学が連携して進めていくこととする。

キャッシュレス・消費者還元事業

平成31年度予算案額 2,798億円（新規）

事業の内容

事業イメージ

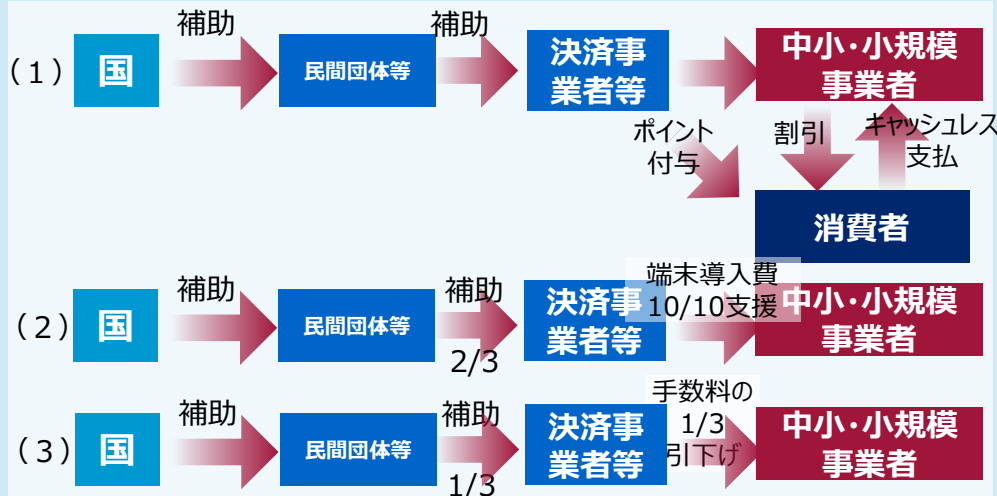
事業目的・概要

- 平成31年10月1日の消費税率引上げに伴い、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、消費税率引上げ後の一定期間に限り、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・割引を支援します。
- 本支援を実施することで中小・小規模事業者における消費喚起を後押しするとともに、事業者・消費者双方におけるキャッシュレス化を推進します。

成果目標

- 本事業の効果も含めて、2025年までに民間最終消費支出に占めるキャッシュレス決済比率40%を実現します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



(1) 消費者への還元

- 平成31年10月1日の消費税率引上げ後9か月間について、消費者がキャッシュレス決済手段を用いて中小・小規模の小売店・サービス業者・飲食店等で支払いを行った場合、個別店舗については5%、フランチャイズチェーン加盟店等については2%を消費者に還元します。

①社会通念上不適切と考えられる者、②換金性の高い取引、③別途の需要平準化対策が講じられる取引、④一部の消費税非課税取引がその取引の太宗を占めると考えられる者などを除き、幅広く中小・小規模事業者を対象とします。

- なお、決済事業者は、当該中小・小規模事業者に課す加盟店手数料を3.25%以下にしておく必要があります。
- 補助にあたっては、決済事業者が中小・小規模事業者に提供するキャッシュレス決済のプランを提示し、その中から、中小・小規模事業者が自らに望ましいプランを選択します。

(2) 決済端末等の導入補助

- (1)の枠組みに沿って中小・小規模事業者がキャッシュレス決済を導入する際に、必要な端末等導入費用の1/3を決済事業者が負担することを前提に、残りの2/3を国が補助します。

(3) 決済手数料の補助

- (1)の枠組みに沿って中小・小規模事業者がキャッシュレス決済を行う際に決済事業者に支払う加盟店手数料(3.25%以下)の1/3を、期間中補助します。

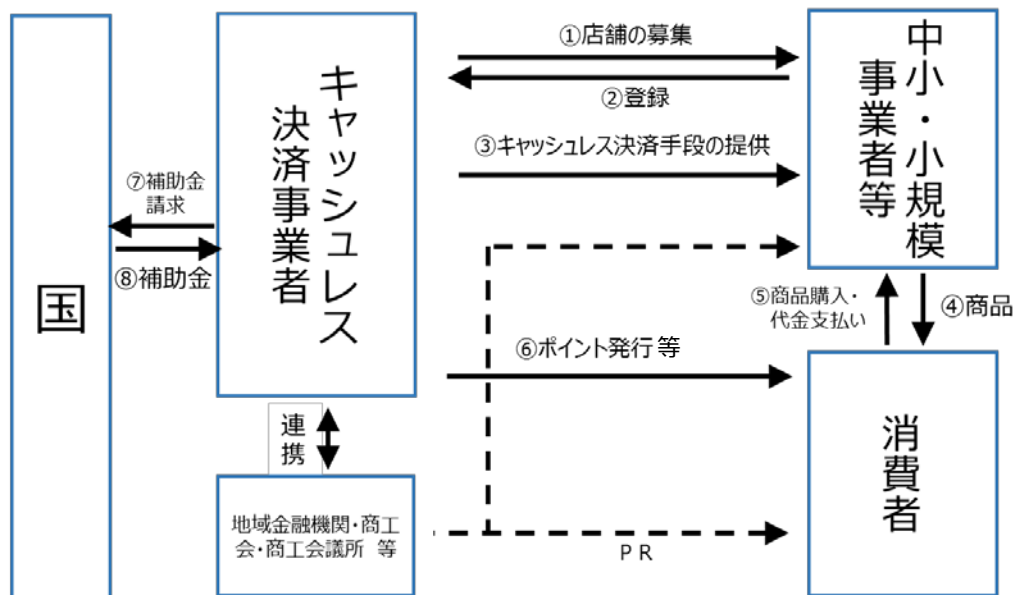
(4) キャッシュレス決済の周知・普及

- キャッシュレス決済は、中小・小規模事業者にとって、レジ締めの手間やコストが省けるなど生産性を高めることができ、消費者にとっても、A T Mから現金を引き出す手間が省けるなどのメリットがあります。
- こうしたキャッシュレス化のメリットや本事業の内容を分かりやすく周知・普及します。

キャッシュレス・消費者還元事業の制度詳細

- 実施期間 : 2019年10月より9か月間（2020年6月まで）
- 条件 : 補助期間中、本制度を利用する中小・小規模事業者に対し、3. 25%以下の手数料率
- 支援内容 :
 - 中小・小規模事業者向け支援 ⇒ ①消費者還元率5%
 - 中小・小規模事業者向け支援 ⇒ ②端末費用2/3（1/3は決済事業者が負担）
 - 中小・小規模事業者向け支援 ⇒ ③手数料補助1/3
 - フランチャイズ等向け支援 ⇒ 消費者還元率2%
- 対象加盟店 : 一部の例外業種を除き、原則全ての業種が対象
- 対象決済手段 : クレジットカードのみならず、電子マネーやQRコード決済も対象

消費者還元の仕組み

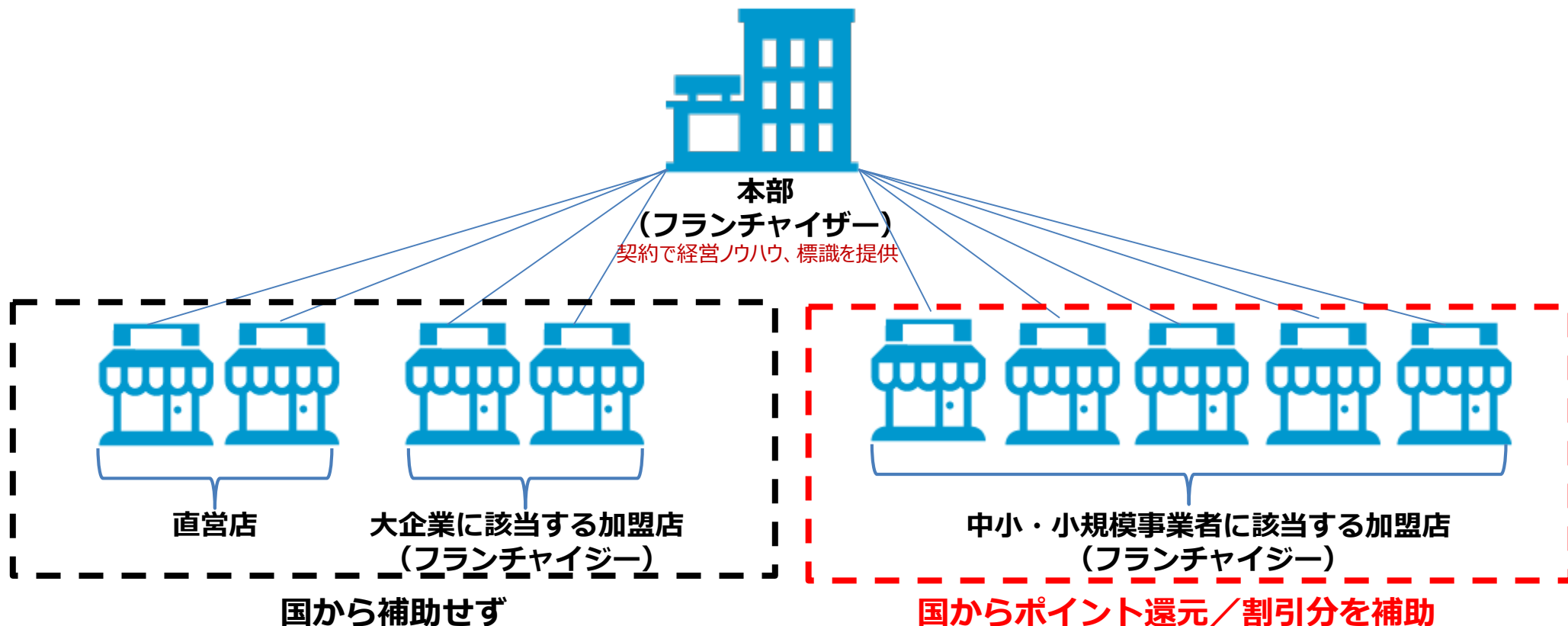


キャッシュレス決済の例

主なサービス例	クレジットカード	QRコード	電子マネー
特徴	後払い、与信機能	スマホで利用可能	※ポイント機能のある交通系ICカードも対象
主な支払い方法	スライド式 読み込み式 タッチ式	カメラ読込 (QRコード) 提示 (QRコード)	タッチ式 (非接触)

フランチャイズ加盟店への支援（2%還元）

コンビニエンスストア等のフランチャイズチェーンについては、中小・小規模事業者に該当する加盟店についてのみ、国からポイント還元／割引分の補助を実施。
直営店や、大企業の加盟店におけるポイント還元／割引については、国から補助せず。



(注) フランチャイズとは、事業者（「フランチャイザー」）が他の事業者（「フランチャイジー」）との間に契約を結び、自己の商標、サービス・マーク、トレード・ネームその他の営業の象徴となる標識、および経営のノウハウを用いて、同一のイメージのもとに商品の販売その他の事業を行う権利を与え、一方、フランチャイジーはその見返りとして一定の対価を支払い、事業に必要な資金を投下してフランチャイザーの指導および援助のもとに事業を行う両者の継続的關係。

※（一社）日本フランチャイズチェーン協会HPより抜粋

対象業種について

本制度においては、基本的に、全ての業種が対象。
一部の業種については対象外とすることを検討しており、例えば以下のとおり。

①従来、公的な資金の使途として社会通念上、不適切と整理されている者

- ・風営法上の風俗営業等
- ・暴対法上の暴力団等に関するもの

②別途の需要平準化対策が講じられる取引

- ・自動車の購入、新築住宅の購入

③換金性の高い非課税取引

- ・郵便切手類の譲渡、印紙の譲渡、地方公共団体が行う証紙の譲渡
- ・商品券・プリペイドカード等の譲渡、外国為替業務に係る役務提供

④一部の消費税非課税取引がその取引の太宗を占めると考えられる者

- ・医療・福祉・学校等

○制度の濫用によるポイント取得の防止

- ・業者間での取引を繰り返すことによるポイントの不正取得等については、厳しい対応をとる。

キャッシュレス・ポイント還元制度の周知・普及について

年度内から、決済事業者の登録や加盟店（中小・小企業事業者）の募集を開始。4月以降の加盟店によるキャッシュレス対応、10月からの消費者還元の円滑な実施に向け、周知・普及を進めていく。

