


会員限定

2019年9月度  
金融マーケティング研究会  
2019年8月29日(木)

# キャッシュレス化政策の効用と限界、 そしてキャッシュレスのあるべき姿

**講師：浅見 淳**

一般社団法人 金融財政事情研究会  
月刊「消費者信用」編集長

 金財情報システム「金融マーケティング研究会」事務局

# CONTENTS

---

## 目次

### キャッシュレス化政策の効用と限界 そしてキャッシュレスのあるべき姿

Slide 2 本日のアジェンダ .....	4
I キャッシュレス化の変遷と 2019 年度の成長戦略 .....	6
Slide 3 キャッシュレス化政策の変遷 .....	6
Slide 4 キャッシュレス化政策の変遷 .....	6
Slide 5 「成長戦略フォローアップ」の KPI .....	8
Slide 6 クレジットカード市場の推移 .....	8
Slide 7 電子マネー市場の推移 .....	10
Slide 8 デビットカードの現状 .....	10
Slide 9 キャッシュレス市場の予測 .....	12
Slide 10 「成長戦略フォローアップ」 .....	12
Slide 11 決済分野の法制的横断化・柔構造化 .....	14
Slide 12 資金決済法の改正 .....	14
Slide 13 ポストペイについて .....	16
Slide 14 割賦販売法の改正 .....	16
Slide 15 労働基準法施行規則の改正 .....	18
Slide 16 ポイント還元策の概要 .....	18
Slide 17 事業予算 (2798 億円) の内訳 .....	20
Slide 18 登録決済事業者の顔ぶれ .....	20
Slide 19 キャッシュレス・消費者還元事業の課題 .....	22
II 新しいビジネスモデルの仕組みと課題 .....	22
Slide 21 多様化する決済サービス .....	24
Slide 22 mPOS (スマホ決済) .....	24
Slide 23 Square レジ (アプリ) の機能 .....	26
Slide 24 クラウド決済 (ネット上) の仕組み .....	26
Slide 25 クラウド決済の進化 .....	28
Slide 26 QR コード決済 (PayPay) .....	28

Slide 27	LINE Pay の資金の入り口と出口	30
Slide 28	QR コード決済の仕組み (CPM)	30
Slide 29	新旧モデルの違い	32
Slide 30	QR コード決済の可能性	32
<b>III キャッシュレス市場で生じているイノベーションの本質</b>		<b>34</b>
Slide 32	決済 (送金) に必要な情報	34
Slide 33	クラウド決済と ID 連携による革新	36
Slide 34	クラウド決済と ID 連携の融合	36
Slide 35	ポストペイ型電子マネーの仕組み	38
Slide 36	日本版 Apple Pay の仕組み	38
Slide 37	決済・送金の基本構成要素の変化	40
Slide 38	EMV Contactless の普及も加速	40
<b>IV 消費の顧客体験の変革と一体化したキャッシュレス化の必要性</b>		<b>42</b>
Slide 40	いまのキャッシュレス化に足りないもの	42
Slide 41	コインランドリーの UX 改善	44
Slide 42	Amazon Go	44
Slide 43	ライフスタイル認証	46
Slide 44	無人 AI レジ	46
Slide 45	RFID (電子タグ) を利用した決済	48
Slide 46	生体認証決済	48
Slide 47	クラウド・ID 連携決済の可能性	50
Slide 48		50
<b>◆ 質疑応答</b>		<b>52</b>



ただいまご紹介いただきましたように、ここ何年か、毎年8月か9月の初めにキャッシュレス化をテーマに、この金融マーケティング研究会で話をさせていただいています。キャッシュレス市場の動きを定点観測みたいな感じでご報告しているといってもよいかもしれません。今回も、キャッシュレス市場の動向を、最新のトピックスを織り込んで紹介をさせていただきたいと思います。

本日は「キャッシュレス化政策の効用と限界」というタイトルを掲げていますが、国のキャッシュレス化政策を批判しようというわけではありません。ただ、政府はキャッシュレス化の旗を振っていますが、商店街の方々と話してみると、皆さん、「キャッシュレス化という言葉がよく出てくるが、とにかくよくわかんない」とおっしゃるんですね。わからないというのは、政府のキャッシュレス化政策に呼応するように、新しいサービスがいろいろ出ているけれども、そういうものがどんな仕組みなのか、あるいは本当に流行っていくのかよくわかんないという意味でもありますし、そもそも政府がキャッシュレス化を目指す目的がよくわかんないという意味でもあります。

私もセミナーの講師を頼まれて一通り話をしたりもしますが、「何のためのキャッシュレス化か全然理解できませんでした」といわれてしまうことがよくあります。経済産業省の担当官も、加盟店というか事業者側のそういう認識をよく理解されているようですから、やっぱり同じような反応に直面しているのだと思います。

副題に「キャッシュレスのあるべき姿」ということを挙げています。ただ、ちゃんとした答えがあるわけではない。あれば簡単な話ですけれども、きょうは、キャッシュレス化を促進するために種々の施策が打ち出されていますけれども、それぞれの施策の課題について、私も思っているところを率直に話させていただきます。

それと、「キャッシュレスのあるべき姿」という言葉のなかには、現在のようにQR決済事業者などの決済事業者が主導しているキャッシュレス化に対する疑問も含んでいます。今、商取引の形が大きく変わろうとしています。商取引というものの中で、消費者も感じているし、売るほうも感じているストレスというものがあると思います。そういったものをどうやって解消していくか、という観点からいろいろな工夫がなされている。また、労働力が不足してくるなかで、どうやって効率的な店舗運営を行うかという観点からも、いろいろなアプローチが行われています。決済はそれ単

独で変わるものではなく、そうした商取引のUX(顧客体験)や生産性の向上という変化に寄り添いながら変革していかなければいけないのではないかと。まず、決済を変えましょうではなく、そうした大きな変化のなかでキャッシュレス化のあるべき姿を考えていかなくちやいけないのではないかと。今みたいな、決済事業者が自分たちのサービスを売らんがためにキャッシュレス化を叫んでいる姿というのはやっぱりどこか違うだろうと思っているものですから、そういうことで少し参考になるような事例を紹介させていただければと思います。

きょうはいろんな方がお集まりでございます。そんなことは知っているよという話もあるでしょう。ただ、できるだけ多くの方にわかっていただくために少し基本のところもお話をさせていただきますので、そのへん、知っている方は辛抱してお付き合いいただければと思います。

## Slide 2 本日のアジェンダ

まず最初は、4つのアジェンダを挙げております。

2019年9月度  
金融マーケティング研究会

東京: 2019年8月29日

大阪: 2019年8月30日

# キャッシュレス化政策の効用と限界 そしてキャッシュレスのあるべき姿

月刊消費者信用  
The Consumer Credit Monthly

編集長 浅見 淳

1

## 本日のアジェンダ

### I キャッシュレス化の変遷と 2019年度の成長戦略

- ①キャッシュレス化政策の変遷
- ②2019年度版成長戦略のKPI
- ③各キャッシュレス手段の市場規模
- ④キャッシュレス市場の成長予測
- ⑤成長戦略フォローアップで掲げられた施策

### II 新しいビジネスモデルの 仕組みと課題

- ①mPOS(スマホを決済端末にするサービス)
- ②クラウド決済の仕組み
- ③QRコード決済の仕組み
- ④QRコード事業者の強みと弱点

### III キャッシュレス市場で生じている イノベーションの本質

- ①決済分野でのイノベーションとは何か
- ②クラウド決済とID連携がすべて
- ③決済の基本構成要素の変化

### IV 消費の顧客体験の変革と一体化した キャッシュレス化の必要性

- ①マスターカード・ラボの示唆
- ②Amazon Goなどレジレス化の試み
- ③加盟店のUX変革をどうサポートするか
- ④クラウド決済とID連携の次の進化

2

## I キャッシュレス化の変遷と2019年度の成長戦略

### Slide 3 キャッシュレス化政策の変遷

「キャッシュレス化の変遷と2019年度の成長戦略」というところで、若干小難しい話も含めて、させていただこうかと思っております。

### Slide 4 キャッシュレス化政策の変遷

「キャッシュレス化政策の変遷」。2014年、キャッシュレス化を政府が成長戦略に組み入れたというところから始まって、今年6月に骨太の方針とか成長戦略フォローアップというのが閣議決定をされました。その中にも前年にも増してキャッシュレス化に関する施策が織り込まれているという状態ですが、この間の流れを見てみると、おそらく最初の起点は、2020年にオリンピック・パラリンピックをやるので、それまでに外国人観光客がたくさん来ても不便にならないような決済環境を整備しようという発想だったのが、だんだん、ビッグデータの利活用が主題になってきました。

今年も「Society 5.0」とか「データ駆動型社会」といったキーワードが成長戦略の前面に押し出されていますけれども、キャッシュレス化の目的も、決済データを利活用するかとか、利活用をすることによって、消費を喚起して日本の景気を良くしようとか、企業のモノを売るという企業の活動の生産性を高めようとか、そういう点に視点が移ってきたという変化があったのではないかと思うわけです。



## I キャッシュレス化の変遷と 2019年度の成長戦略

- ①キャッシュレス化政策の変遷
- ②2019年度版成長戦略のKPI
- ③各キャッシュレス手段の市場規模
- ④キャッシュレス市場の成長予測
- ⑤成長戦略フォローアップで掲げられた施策

## キャッシュレス化政策の変遷

- 2014年6月:「日本再興戦略 改訂2014」で初めてキャッシュレス化が成長戦略に掲げられ、同年12月:6省庁連名で「キャッシュレス化に向けた方策」を策定。
- 2015年6月:「日本再興戦略 改訂2015」で、「キャッシュレス化に向けた方策の着実な実施を盛り込み、カード決済情報のビッグデータとしての利活用の環境整備の検討を要請。
- 2016年3月:「明日の日本を支える観光ビジョン」で、2020年までに、外国人が訪れる主要な商業施設、宿泊施設および観光スポットで、「100%のクレジットカード決済対応」「100%の決済端末のIC対応」を目指すと表明。
- 2016年6月:「日本再興戦略2016」で、キャッシュレス化、ビッグデータの利活用が引き続き取り上げられ、観光ビジョンと同じ目標示す。
- 2017年6月:「未来投資戦略 2017」で、キャッシュレス決済比率を10年後(2027年)までに約4割に倍増させるKPIを策定。
- 2018年4月:経済産業省が「キャッシュレス・ビジョン」を取りまとめ、「支払い方改革宣言」として、2年前倒しし、2025年までにキャッシュレス決済比率40%を達成、将来的に80%を目指すと標榜。また、キャッシュレス推進協議会の設立方針を打ち出す。
- 2018年6月:「未来投資戦略 2018」が2027年4割のKPIを維持しつつも、「将来的には世界的にも遜色のない比率とする」と表明
- 2018年7月:キャッシュレス推進協議会発足。
- 2019年4月:キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス・ロードマップ」
- 2019年6月:骨太の方針、成長戦略を閣議決定



## Slide 5 「成長戦略フォローアップ」の KPI

ここは「成長戦略フォローアップの KPI」ということで、KPI についての進捗状況を評価するという部分がありますけれども、ここで一つ大きな変化がありました。これを見ますと、昨年は、2027 年 6 月まで、2017 年を起点に 10 年後にキャッシュレス決済比率を 4 割にするよという目標だったのが、今年は 2025 年 6 月までにということで、2 年前倒しになったというのが一つ大きなポイントです。

実は、18 年 4 月 11 日に経済産業省が取りまとめた「キャッシュレス・ビジョン」という報告書があって、その中では 2025 年に 4 割という目標を掲げていたんですね。それを政府も取り入れるのかなと思っていたら、見送って、27 年という目標のままだったんですけども、今年はキャッシュレス・ビジョンに合わせてきたということで、成長戦略の KPI も 2 年前倒しにしました。

前倒しにした理由ははっきりしませんが、後から出てきますけれども、それなりに今キャッシュレス化がうまく進んでいるんだという認識があるのではないかと思います。

## Slide 6 クレジットカード市場の推移

「クレジットカード市場の推移」です。

このあと、クレジットカードと電子マネー、デビットカードの市場規模がどういふふうに進んでいるかを見ていきますけれども、2018 年のクレジットカードは約 66 兆 7,000 億円の市場になりました。長い間高い成長力を維持していますが 14.2% 伸びて、またぐっと伸びた感じなんですね。14% 伸びたという数字はカード業界の方もちょっと信じられないような受け止め方ではありますけれども、民間の最終消費支出に占める割合も、クレジットカード単独で 21.9% まで上がりました。これが昨年の状況です。