

会員限定

2020年9月度合同研究会

金融マーケティング研究会

金融システム研究会

2020年9月23日～29日

『キャッシュレスを巡る最新の動向と With CORONA 時代の キャッシュレスのあり方』

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 研究会事務局

CONTENTS

目次

キャッシュレスを巡る最新の動向と with コロナ時代のキャッシュレス

Slide2 本日のアジェンダ	4
Slide 3 キャッシュレス市場 (2019 年)	6
Slide 5 デビットカード市場	8
Slide 6 電子マネー市場	8
Slide 7 QR コード決済	10
Slide 8 QR コード決済の勝敗	10
Slide 9 ポイント還元事業の実績	12
Slide 10 ポイント還元事業の最新の状況	12
Slide 11 ポイント還元事業とカード売上げの推移	14
Slide 12 ポイント還元事業の評価 (私見)	14
Slide 13 QR コード決済の利用頻度が上昇	16
Slide 14 現金からキャッシュレスへのシフト	16
Slide 15 マイナポイント事業の概要	18
Slide 16 マイナポイントの仕組み	18
Slide 17 成長戦略フォローアップ①	20
Slide 18 成長戦略フォローアップ②	20
Slide 19 成長戦略フォローアップ③	22
Slide 20 成長戦略フォローアップ④	22
Slide 22 チャージ等の取引構造	24
Slide 23 チャージ取引の問題点	26
Slide 24 チャージ取引に関する問題提起	26
Slide 25 振込 (加盟店入金) の取引構造	26
Slide 26 振込取引に関する問題点	26
Slide 24 チャージ取引に関する問題提起	26
Slide 27 振込取引の問題点	30
Slide 28 振込取引に関する問題提起	30
Slide 29 経産省のキャッシュレス検討会	32
Slide 32 NTT データの対応	34

Slide 33	全銀協の対応	36
Slide 34	QRコード決済はノンバンク・バンキング	36
Slide 35	貸金支払い規制の緩和	38
Slide 36	LINE Payの資金の入り口と出口	38
Slide 37	デジタルアイデンティティの可能性	40
Slide 38	デジタルアイデンティティと取引	40
Slide 39	カードショッピング取扱高の推移(伸長率)	42
Slide 40	日本クレジット協会動態調査	42
Slide 41	クラウド決済とID連携の融合	44
Slide 42	コインランドリーのUX改善	44
Slide 43	Amazon go	46
Slide 44	生体認証決済	46
Slide 45	ライフスタイル認証	48
Slide 46	無人AIレジ	48
Slide 47	RFID(電子タグ)を利用した決済	50
Slide 48		50

金融システム研究会・金融マーケティング研究会の9月度のセミナーを始めさせていただきたいと思いをします。

私は、本日の講師を務めさせていただきます「月刊消費者信用」編集長の浅見淳でございます。よろしくお願ひ申し上げます。

毎年、8月とか9月に、この研究会で年に1回、キャッシュレスに関わるいろんな動向を整理して、皆さんにお話をさせていただいております。

今年もいろんな動きが出てまいりまして、そしてまた予期せぬ新型コロナウイルスの感染症の拡大というような非常に重大な局面を迎えていますけれども、そういったことも踏まえて、今後、キャッシュレスがどんなふうになっていくのかというあたりを概観してみたいと思っております。

「キャッシュレスを巡る最新の動向と with コロナ時代のキャッシュレス」ということで、今日はお話を進めさせていただきたいと思ひます。

Slide2 本日のアジェンダ

本日のアジェンダです。

最初にキャッシュレス市場の現状。市場規模がどれぐらいになってきているかを捉えてみて、それから、キャッシュレスポイント還元事業——消費者還元事業というのが正式名ですが、このポイント還元事業の成果を整理してみたいと思っております。

それと、今年の成長戦略に掲げられたキャッシュレス化施策にどんなものがあったのかを見て、今年は決済のインフラのあり方を何十年ぶりに見直すことを事業者に求めるような、そういう機運も高まっており、大変興味深いものになっています。

後半は、新型コロナウイルス禍が今キャッシュレス市場にどう影響を与えているのかを見て、ではそういう時代にこれからどういふビジネスモデルが受け入れられていくのだろうかということをおし考えてみたいと思っております。

Slide 2) これがキャッシュレス市場です。

2019年の数字ですが、統計のあるクレジットカードとかデビットカード、電子マネー、今年からキャッシュレス推進協議会が取りまとめるようになりましたけれどもQRコード決済の数字、この4つを足して、政府はキャッシュレス市場という捉え方をしています。もちろん、このほかにも銀行振込、銀行口座振替といったものもあり、これもキャッシュレスじゃないかということをおしやる方もいらして、それはその

とおりでなと思うわけですが、一応政府はこの4つを捉えてキャッシュレスというふうにして、この数字を2025年までに40%にするという目標を掲げています。2019年の段階で、その比率は26.8%まで上がってきています。

キャッシュレス市場を全部合わせると81兆8,578億円という数字になるわけですが、決済手段別の構成比を見ると、クレジットカードが89.7%と圧倒的なシェアを占めているという現状にあります。QRコード決済は、話題にはなるけれども、まだ決済額は年間1兆円に満たず、構成比からすると1.2%ぐらいしかないというのが現状です。

2020年9月度

キャッシュレスを巡る最新の動向と with コロナ時代のキャッシュレス

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

- キャッシュレス市場の現状
- キャッシュレス・ポイント還元事業の成果
- 2020年度版成長戦略に掲げられたキャッシュレス化施策
- 公正取引員会の報告書と経済産業省の検討会
- 新型コロナウイルス禍がキャッシュレス市場に与えた影響
- with コロナ時代のキャッシュレスのあり方

2

Slide 3 キャッシュレス市場 (2019 年)

これがクレジットカード市場で、確かに右肩上がり
で市場が拡大しておりまして、73.4 兆円まで来たとい
うことです。

クレジットカード単体で見ても、決済比率は民間最
終消費支出に対して 24%あるということです。

キャッシュレス市場(2019年)

(単位: 億円、%、%ポイント)

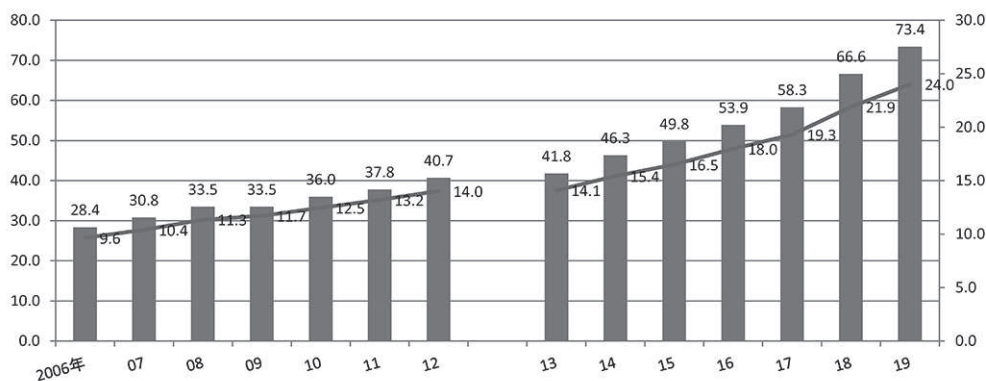
	2018年		2019年		構成比
クレジットカード(A)	666,877	(14.2)	734,311	(10.1)	89.7
デビットカード(B)	13,387	(18.2)	17,153	(28.1)	2.1
電子マネー(C)	54,790	(5.4)	57,506	(5.0)	7.0
QRコード決済(D)	1,569	(-)	9,608	(512.5)	1.2
合計(E=A+B+C+D)	736,623	(-)	818,578	(11.1)	100.0
民間最終消費支出(F)	3,044,279	(0.6)	3,057,771	(0.4)	-
キャッシュレス比率(E/F)	24.2	(-)	26.8	(2.6)	-

(注)①カッコ内は前年比増減率(%)。キャッシュレス決済比率は増減実数(%ポイント)。②構成比は年実績に基づく。③QRコード決済の集計は19年から始まったため、18年のQRコード決済及び合計値の増減率、キャッシュレス決済比率の増減実数は不明。QRコード決済については、重複を避けるため、クレジットカード及びブランドデビットカード紐付け利用分、クレジットカード及びブランドデビットチャージ分を除いた数値を使用した。

(出典)クレジットカードは日本クレジット協会の「日本のクレジット統計2019年版」、デビットカード、電子マネーは日本銀行の「決済動向」、QRコード決済はキャッシュレス推進協議会の「コード決済利用動向調査」、民間最終消費支出は内閣府の「国民経済計算」(8月3日公表の第2次速報(改定値))。各決済手段の集計方法については、各市場について記述したページの図表の注釈を参照。

3

クレジットカード市場



(注)カード決済比率は民間最終消費支出(名目暦年)に対するクレジットカードショッピング取扱高(暦年)の比率。カードショッピング取扱高については、13年に集計方法の見直しを行ったため、以前の数値との連続性はない。民間最終消費支出については、20年8月3日公表の2次速報(改定値)に基づく。なお、16年に国民経済計算の作成基準が改定されている。

(出典)カードショッピング取扱高は日本クレジット協会の統計、民間最終消費支出は内閣府「国民経済計算」に基づく。

4

Slide 5 デビットカード市場

これがデビットカードです。

デビットカードは、日銀が「決済動向」という動態統計の中でまとめているので、決済金額で見ると19年度に1兆8,287億円になったということです。

右にあるのは、今、VISA、マスターカード、JCB、この国際ブランド別にブランドデビットを発行している銀行を列挙しています。VISAが31、マスターカードが3、JCBが33ということで、ブランド別に見ると、JCBブランドのデビットカードを発行している銀行が一番多いという状況になっています。

ちなみに、こちら(Slide 8)に出ている日銀の統計はJ-デビットも含めています。ですから、ブランドデビットとJ-デビットの合計額ということですが、こちらはブランドデビットですね、その発行銀行をまとめるとあるということで、実を言うと、これが去年からすごい増えたかという、あまり増えていません。

今年は6月になって山梨中央さんが発行を始めましたけれども、本体発行をしていた銀行もある一定数になったところで打ち止め感が出てきて、あまり全体に広がっていかなかった歴史がありますけれども、デビットの場合も、もしかしたら、それほど、どの銀行もデビットを発行しているという状況にはならないかもしれないとも感じています。ただし、JCBさんなどでも今年もまた何行か発行を開始するという話をされていますので、もう少しは増えると思いますけれども、これがすべての銀行、金融機関、例えば協同組織金融機関まで含めて発行するようになるかという、すぐにそうはならないと思われま。

そういう意味で、デビットカードはもしかしたら、早いうちに頭打ち感が出てくる可能性があるのではないのでしょうか。

Slide 6 電子マネー市場

これは電子マネー市場です。日銀の決済動向の表をそのまま貼り付けさせていただいています。

決済金額を見ていきますと、一時、2017年に1.1%増という形で、それまで2桁増をずっと続けてきたのですが、ちょっと失速しました。

その要因は、イオンリテールさんが現金でもポイントのつくカードを発行した。そうしたら、皆さん、現金でいいということになって、電子マネーのWAONを使わなくなってしまいました。WAONの取扱高が減ってしまったことが反して、電子マネー市場全体が

伸び悩んだのだと言われてます。

ただ、18年、19年を見ると5%ぐらいの成長を続けておりまして、ちょっと回復してきて堅調に推移しているところです。

デビットカード市場

(単位: 億円、百万件、%)

年度	決済金額	決済件数
15	7,747 (10.6)	78 (39.2)
16	9,180 (18.5)	114 (46.1)
17	11,327 (23.4)	178 (56.1)
18	14,131 (24.8)	260 (45.7)
19	18,287 (29.4)	378 (45.4)
19.1~3	3,759 (24.7)	70 (39.4)
4~6	4,070 (28.6)	79 (39.5)
7~9	4,471 (29.9)	88 (32.9)
10~12	4,853 (28.9)	104 (53.5)
20.1~3	4,894 (30.2)	108 (54.2)

(注) 日本でデビットカードを取り扱っている日本電子決済推進機構(JEPPPO)、ジェーシービー、ビザ・ワールドワイド・ジャパン、銀聯国際日本支社の4調査先から提供された計数を集計。国内外の加盟店取引と海外ATMにおける利用を含む。国内ATMにおける利用は含まない。

(出典) 日本銀行「決済動向」

Visa	マスターカード	JCB
スルガ	住信SBIネット	千葉
楽天	トマト	大塚共立
ジャパンネット	楽天	北洋
りそな		楽天
埼玉りそな		山口
関西みらい		北九州
あおぞら		もみじ
三菱UFJ		東邦
イオン		イオン
琉球		愛媛
ソニー		西日本シティ
住信SBIネット		福岡
北國		セブン
三井住友		みずほ
西日本シティ		北陸
常陽		紀陽
北陸		七十七
北海道		秋田
みずほ		沖縄
滋賀		名古屋
福井		親和
GMOあおぞらネット		熊本
愛知		三菱UFJ
ゆうちょ		京都
池田泉州		十六
広島		八十二
大光		池田泉州
中京		中国
岩手		広島
SMBC信託		鹿児島
山梨中央		阿波
		auじぶん
		栃木

(注) 20年8月15日現在。異なる。このほか、銀聯ブランドのデビットカードを中国の銀行が在日拠点で発行している。

5

電子マネー市場

(括弧内は前年比%)
(a)

年・月	決済件数 (百万件)	決済金額 (億円)	1件当り 決済金額 (円)	発行枚数 ² (万枚)	うち 携帯電話	端末台数 ^{2,3} (万台)	残高 ⁴ (億円)
Year・month	Volume of Transactions (millions)	Value of Transactions (100 million yen)	Value per Transaction (yen)	Number of Electronic Money Instruments Issued ² (b)	Of which Mobile Phones	Number of Terminals ^{2,3} (b)	Value Outstanding ⁴ (c)
2017	5,423 (+4.5)	51,994 (+1.1)	959	35,833	3,328	230	2,747
2018	5,853 (+7.9)	54,790 (+5.4)	936	39,077	3,624	273	2,975
2019	6,234 (+6.5)	57,506 (+5.0)	923	42,371	4,007	357	3,233
19/6	511 (+3.1)	4,656 (+3.0)	911	40,677	3,795	303	...
7	530 (-0.3)	4,763 (-2.6)	899	40,933	3,821	309	...
8	534 (+2.0)	4,816 (+1.3)	903	41,175	3,846	317	...
9	517 (+7.9)	4,718 (+6.7)	913	41,470	3,886	323	3,233
10	551 (+8.5)	4,943 (+8.8)	896	41,812	3,937	332	...
11	552 (+11.2)	4,980 (+10.6)	903	42,089	3,972	349	...
12	575 (+12.6)	5,776 (+9.1)	1,004	42,371	4,007	357	...
20/1	538 (+12.3)	4,929 (+9.3)	916	42,609	4,039	371	...
2	518 (+13.8)	4,751 (+13.6)	917	42,882	4,074	377	...
3	512 (+0.3)	4,937 (+4.7)	964	43,134	4,109	385	3,424
4	401 (-19.9)	4,490 (-1.8)	1,120	43,343	4,150	393	...
5	408 (-21.2)	4,814 (-1.2)	1,179	43,478	4,161	481	...
6

(注) 調査対象先8社(具体的には、専業系:楽天Edy、交通系:SUGOCA、ICOCA、PASMO、Suica、Kitaca、流通系:WAON、nanaco)のデータを集計したもの。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めていない。

(出典) 日本銀行「決済動向」

6