

2019年10月23日

No. 19-321

株式会社いよぎん地域経済研究センター

愛媛におけるキャッシュレス決済の利用動向に関する調査

～キャッシュレス社会への模索～

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称 IRC、社長 重松 栄治）では、このたび、「愛媛におけるキャッシュレス決済の利用動向に関する調査」を取りまとめましたので、下記のとおりお知らせいたします。なお、詳細は2019年11月1日発行の「IRC Monthly」2019年11月号に掲載いたします。

記

【調査概要】

- ・ キャッシュレス決済に関して、日本ではクレジットカードが主流だが、近年「LINE Pay」や「PayPay」など、フィンテック企業が続々と参入し、キャッシュレス決済が多様化している。
- ・ 日本政府は現在約2割にとどまるキャッシュレス決済比率を2025年までに4割程度に引き上げる目標を掲げている。その実現によって、①生産性・効率性の向上、②インバウンド増加への対応、③データ活用による消費喚起などといった効果が期待されている。
- ・ 愛媛の小売業におけるキャッシュレス決済比率は11.4%で、全国の平均値(16.1%)を大きく下回り、キャッシュレス化が遅れている。一方、10月1日からスタートした「キャッシュレス・消費者還元事業」については、愛媛では約7千社(9月25日時点)が加盟店登録申請を行い、政府の後押しのもとでキャッシュレス化の更なる浸透が期待される。
- ・ 県内居住者向けのアンケートでは、キャッシュレス決済について、クレジットカードの利用率が約8割、電子マネーの利用率が約5割、スマホ決済が約3割であることが明らかになった。また、キャッシュレス決済のメリットについて、約8割の人が「ポイントが貯まる」、約5割の人が「会計がスムーズにできる」など、キャッシュレス決済がもたらすお得感と利便性を評価している。さらに、キャッシュレス化の普及には消費者が求める「安心であること、お得であること、便利であること」がキーワードとなる。
- ・ 消費者側からみれば、「お金の使いすぎの心配」や「セキュリティへの不安」、事業者側からみれば「コストの負担」や「サービスの乱立」など、キャッシュレス化の推進にはまだ多くの課題が残されている。キャッシュレス化の流れが加速していくなか、長期的視点でビジネス基盤の強化、また、消費者・事業者双方にとって利用しやすい環境整備が求められる。

以上

はじめに

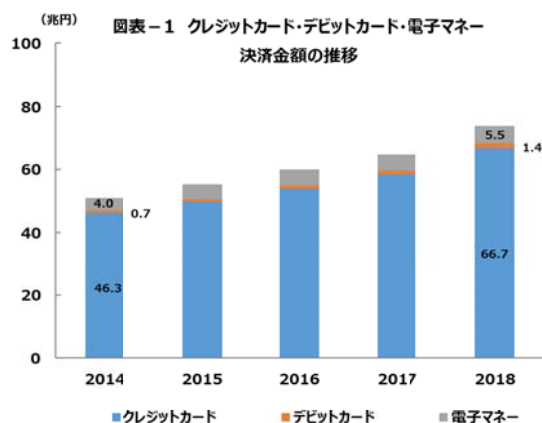
令和元年は「キャッシュレス元年」と称される。スマートフォンの普及やフィンテックの進化に伴い、新しい決済手段が続々と登場し、キャッシュレス決済が多様化している。

今回は、県内居住者向けにアンケートを実施し、キャッシュレス決済の利用意向を調査した。また、県内事業者側の取組についてヒアリング調査を行い、課題と今後の方向性を取りまとめた。なお、広義でのキャッシュレス決済には、口座振替なども含まれるが、本調査では「クレジットカード」「デビットカード」「電子マネー」「スマホ決済」を中心に考察する。

1. キャッシュレス決済の現状

(1) 日本におけるキャッシュレス決済の市場規模

直近5年間のクレジットカード、デビットカード、電子マネーの決済金額をみると、いずれも増加傾向にあり、キャッシュレス化は徐々に浸透していることが分かる(図表-1)。しかしながら、韓国や中国、欧米先進国と比べると、まだまだ遅れている。

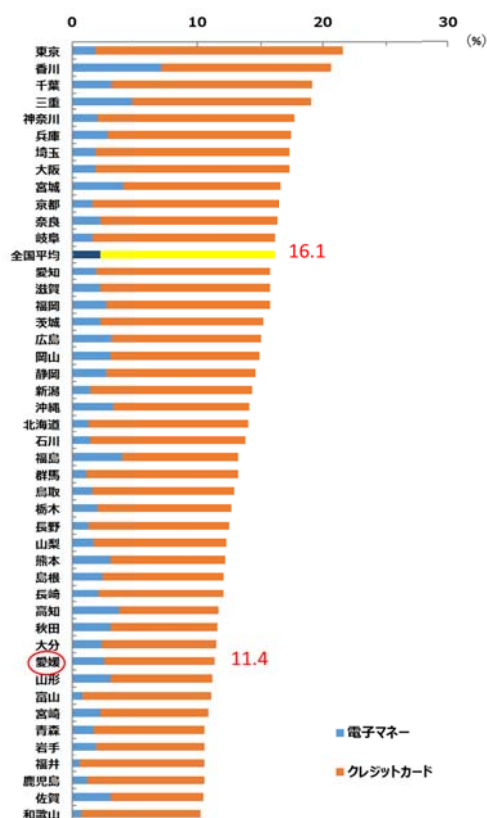


資料：日本クレジット協会「日本のクレジット統計」(2018年版)、日本銀行統計「決済動向」を基にIRC作成
注：クレジットカードの決済金額は暦年ベース、電子マネーとデビットカードの決済金額は年度ベース。

(2) 愛媛におけるキャッシュレス化の浸透状況

小売業における都道府県別キャッシュレス決済比率のランキング(2014年)では、愛媛が11.4%で、全国平均値(16.1%)を4.7ポイント下回り、普及する余地が大きいと言える(図表-2)。

図表-2 都道府県別キャッシュレス決済比率(小売業、2014年)



資料：経済産業省「商業統計表」(2014年)を基にIRC作成
注：キャッシュレス決済比率 = (クレジットカードによる年間販売額 + 電子マネーによる年間販売額) ÷ 年間販売額合計。徳島県、山口県は、販売額の内訳記載がなく、算出不能。

10月の消費税率引き上げに伴い、政府は「キャッシュレス・消費者還元事業」を実施している。9月25日時点で、全国で加盟店申請を行っているのは約73万店、愛媛は約7,539店である。政府の後押しのもとで、キャッシュレス化の更なる浸透が期待される。

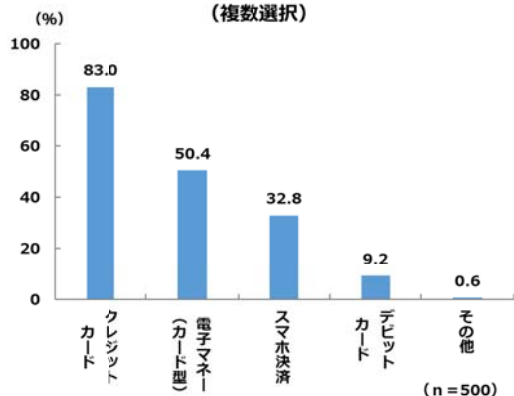
2. 県内消費者のキャッシュレス決済利用意向に関するアンケート

調査概要	
調査対象	愛媛県内居住者
調査方法	インターネット調査(楽天インサイト)
調査期間	2019年8月下旬
有効回答数	500人
性別	男性 (52.2%) 女性 (47.8%)
年代別	10代 (3.2%) 20代 (17.6%) 30代 (16.8%) 40代 (16.6%) 50代 (16.8%) 60代 (16.6%) 70代 (12.4%)
概要	本調査ではキャッシュレス決済の種類を以下のように分類している。 ①クレジットカード ②デビットカード ③カード型電子マネー (ICカード、エフカ、楽天Edy、Suica、WAON等) ④スマホ決済 (QRコード決済、おサイフケータイ、Apple Pay等)

(1) 利用する決済手段

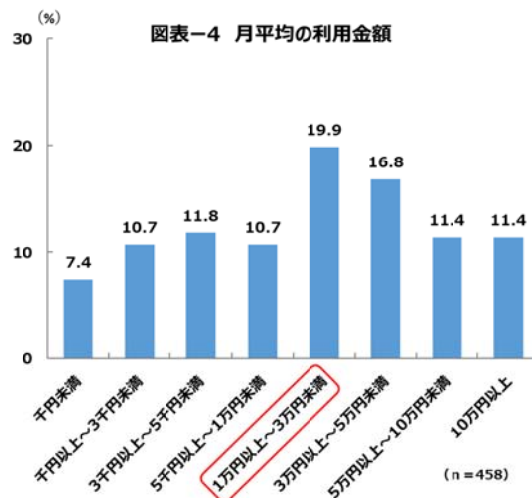
直近1年間で利用したことのある決済手段について尋ねたところ、現金以外に最も多く利用されているのはクレジットカード(83.0%)であり、その次が電子マネー(50.4%)、スマホ決済(32.8%)、デビットカード(9.2%)の順となった(図表-3)。

図表-3 直近1年間で利用したキャッシュレス決済手段 (複数選択)



(2) キャッシュレス決済額は月1万~3万が最多

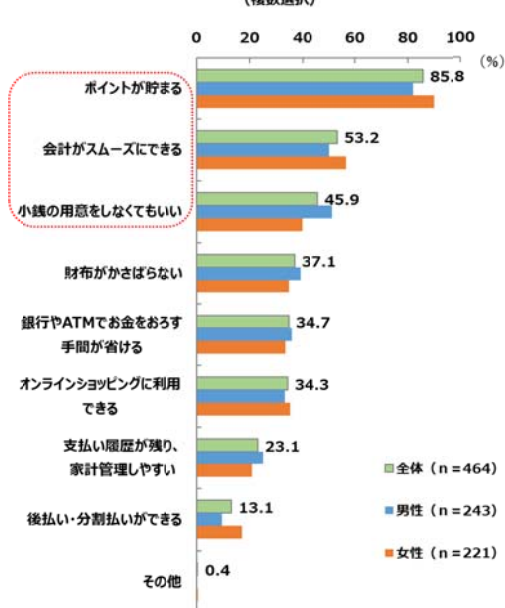
キャッシュレス決済による月平均の利用金額は、「1万円以上~3万円未満」が最も多く、全体の2割弱を占めた(図表-4)。



(3) キャッシュレス決済を利用する理由

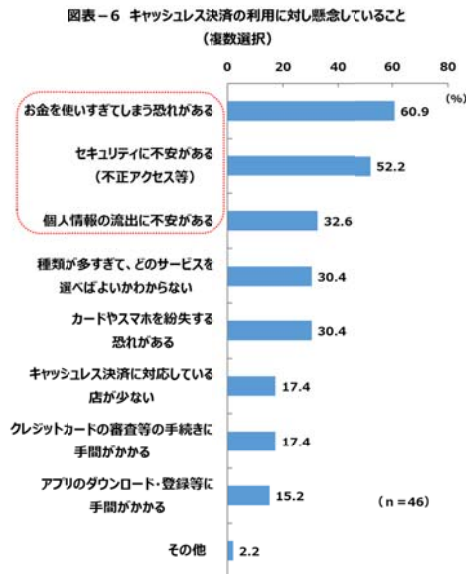
キャッシュレス決済を「利用している」または「利用したい」理由については、「ポイントが貯まる」が多く、全体の8割超を占めた。次いで「会計がスムーズにできる」(53.2%)、「小銭の用意をしなくてもいい」(45.9%)、「財布がかさばらない」(37.1%)の順となった。性別でみると、「ポイントが貯まる」は男性より女性の方が10ポイントほど高く、女性の方が金銭的なメリットに関心が高いことが分かる(図表-5)。

図表-5 キャッシュレス決済を「利用している」「利用したい」理由 (複数選択)



(4) お金の使いすぎや安全性が懸念

キャッシュレス決済を利用したことがない人に懸念していることを尋ねると、「お金の使いすぎを心配している人」が全体の6割を占めた。その次が「不正アクセス」(52.2%)、「個人情報の流出」(32.6%)の順となり、セキュリティ面に不安を感じる人が多いようだ(図表-6)。



3. キャッシュレス化の課題と方向性

(1) 消費者観点から

アンケートでは、多くの消費者はキャッシュレス決済がもたらすお得感と利便性を評価している。一方、「お金の使いすぎの心配」や「セキュリティへの不安」、「種類が多すぎて、どのサービスを選べばよいかわからない」という戸惑いがキャッシュレス決済の利用を阻害していることが分かる。そこで、キャッシュレス決済を推進させるには、消費者が求める「安心であること、お得であること、便利であること」がカギを握る。

(2) 事業者観点から

導入の課題：コスト負担

事業者側の観点からみれば、現金決済であれば本来発生しないコスト(初期導入費、決済手数料)が

生じるので、これを考慮し導入に二の足を踏む事業者がいる。

方向性：長期的視点でビジネス基盤を強化

導入時の初期費用や手数料は発生するが、キャッシュレス化によって、レジ締にかかる時間の短縮や出入金作業の軽減など効率化が期待できる。事業者にとって決済手段の充実とは長期的視点でみればビジネス基盤の強化につながる。

運用の課題：決済サービスの乱立

日本は他国では例をみないほど決済サービスが乱立している。「キャッシュレス決済に対応していないと、機会損失が生じる」と事業者側も認識はしているが、増え続けるキャッシュレス決済に都度対応するのも限界があるようだ。

方向性：利用しやすい環境整備へ

経済産業省は2018年にキャッシュレス化推進協議会を立ち上げ、「規格の統一化」など課題の解決に取り組んでいる。8月1日から「JPQR」普及事業がスタートされ、実証検証が行われている。また、「AirPAY」のような数種類のクレジットカードや電子マネーを1つの端末で対応できる決済代行サービスがある。事業者側は客層の特徴を把握したうえで、自社にあった決済サービスを選択することで、導入時間と労力が軽減でき、オペレーションの対応改善にも期待できる。

おわりに

政府の「キャッシュレス・消費者還元事業」の後押しのもとで、県内でもキャッシュレス化の波がすこしずつ広がっている。

キャッシュレス化の推進においてコストの負担やサービスの乱立等といった課題が残されるなか、長期的視点でビジネス基盤を強化する取組み、また、消費者・事業者双方にとって利用しやすい決済インフラの構築が求められる。

(孫 璇)