

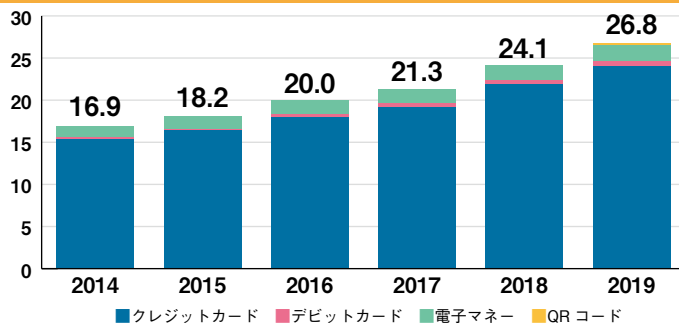
特集

キャッシュレス決済の未来

国は2018年4月に策定した「キャッシュレス・ビジョン」において、2025年の大阪万博開催までに国内におけるキャッシュレス決済比率を40%まで引き上げる目標を立て、2019年10月の消費税率引上げのタイミングに合わせて経済産業省が中心となってキャッシュレス決済ポイント還元事業を実施。その結果、キャッシュレス市場は加盟店・利用者とも大幅に増加した。世界的にキャッシュレス化が進む中、国内におけるキャッシュレス決済は今後どのように推移していくのか。

今後、中小企業への普及は進むのか

グラフ1 国内におけるキャッシュレス決済比率の推移



(出典) (一社) 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」より一部抜粋

グラフ1は、国内におけるキャッシュレス決済比率の推移を示したものである。2018年度の合計が24.1%、2019年度の合計が26.8%で、2020年度は新型コロナウイルスによる非接触型決済の利用が増え、推計値で29.0%と続伸している。

国内において一番利用度合いの高いキャッシュレス決済手段はクレジットカードで、金額ベースでは全体のおよそ9割を

占める。2018年頃よりサービスの提供を開始したQRコード決済（ペイペイ、ラインペイ、メルペイなど）は、国のキャッシュレス決済ポイント還元制度も追い風となり、店舗側にとっても決済手数料がかからないこともあって、登録店・ユーザーともに大きく増加した。

一方でこの秋より、各種QRコードの店舗側の決済手数料が順次有料化されることになっており、中小事業者にとっては手数料負担が増えることから、普及の進捗に影響が出るのが予想される。そこで当所では先月、会員事業所を対象に「キャッシュレス決済導入状況に関するアンケート調査」を実施した。結果からはQRコード決済を「継続利用する」が約6割、「利用をやめる」は僅か5%にとどまる一方で、「判断できない」が3割に上っている。

今回の特集では、アンケートに回答いただいた事業所の中から数社に、自店のキャッシュレス決済利用の現状と今後について伺った。

県外客の利便性を考慮し

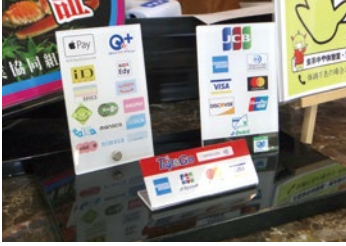
利用を継続



ホテル割烹石丸
女将
石丸 博子 氏

ホテル割烹石丸は日本海に面し、近海で水揚げされた越前ガニや天然あわびを求めて県内外から観光客が訪れる人気の宿泊施設。夏場は海水浴客も多く訪れる。

同店はホテルとレストランが併設



ホテルのフロントには利用できるキャッシュレス決済が表示されている

されており、レストランの飲食ではQRコード、ホテルの飲食・宿泊料金はクレジットカードおよびQRコード、電子マネーが利用可能となっているが、県外からの宿泊客についてはほとんどがクレジットカードを利用している。

同店女将の石丸博子氏は「キャッシュレス決済については入金されるまで時間がかかるため、本音でいえば現金支払いがありがたい。しかし、県外からの旅行者は現金をそれほど持ち歩かず、クレジットカードやQRコードで支払うのが当たり前となっている。特に若い人はQRコード（ペイペイやメルペイ、d払い）の利用頻度が高い」と顧客の動向を分析する。

今秋からQRコードの決済手数料が順次有料となるが、石丸氏は「今は新型コロナウイルスの影響で県外客の利用が低調となっているが、北陸新幹線の福井延伸により県外客の増加が期待できる。利用するお客様の利便性を考えれば、継続利用せざるを得ない」と述べ、「QRコードについては手数料を比較・絞り込みを行ったうえで、万全の体制を整えてお客様をお迎えしたい」と今後は展望した。

新たな客層を維持するため

取捨選択が必要



(株)オリーブ
代表取締役
梯 隆幸 氏

(株)オリーブは市内SC内で衣料品・雑貨販売店を3店舗運営しており、10〜40代の女性客が主な顧客層となっている。今の時期、冷感タオルやハンディ型扇風機など夏の暑さを取り除くための商品が数多く店頭と並ぶ。

同社では、QRコードを含むほぼ全てのキャッシュレス決済が利用可能となっている。特にQRコードについてはSC事務局の主導でかなり早いタイミングで導入が行われた。

同社におけるキャッシュレス決済の利用率は30%程度だが、同社の梯社長は「テレビCMの影響もあり、新型コロナウイルスの拡大で非接触式の会計を使う顧客が従来に比べて著実に増えてきた」と現状を分析する。

同社のレジには決済手段ごとのボタンが設定され、梯社長は「会計時の釣り銭が不要で、お客様には非接



季節にマッチした見た目もかわいい雑貨が数多く並ぶ店頭

触の安心感を与えられるため、新たな客層も増えた」とキャッシュレス決済の効果を実感している。

ただ、今秋のQRコード決済手数料有料化後の継続利用については迷いが生じている。なぜなら、QRコードごとに手数料も異なり、「継続利用することで維持できる売上」と「利用をやめることで減少する売上」を天秤にかけたとき、どちらに重配があがるかが不透明なためである。梯社長は「利幅を確保するために手数料は2%台までに抑えたい。今後、SC内でもQRコードごとの取捨選択が行われるだろう」と今後の見通しを語った。

時流に合わせた

決済方法の導入



ステーク鉄船
代表
小野谷 佳剛 氏

ステーク鉄船は福井市中心部に平成30年9月に武生の老舗料亭「鎌仁別荘」がオープンさせた全く新しいスタイルのステーク店で、ミシュランガイド北陸2021特別版にも掲載された名店である。

同店では、キャッシュレス決済と



市中心部にありながら凛とした風情に溢れる店舗入口

してクレジットカードおよびQRコード、電子マネーが利用可能となっている。顧客のキャッシュレス決済利用割合は50%以上と非常に高く、そのほとんどがクレジットカードの利用である。

同店代表の小野谷氏は「キャッシュレス決済ポイント還元キャンペーンが実施されていた頃はQRコードの利用もそれなりにあったが、それ以降の利用は減っている」と現状を説明。

その上で「金銭授受がないため決済時の時間短縮につながり人為的なミスも防ぐことができる。顧客・店双方にメリットがある」とキャッシュレス決済導入の効果を認識。また、QRコード決済の決済手数料が有料となることについては、「お客様の利便性を優先する」ため継続するとのこと。

キャッシュレス決済の増加に伴い一時的に手元資金が不足する事態も危惧されるが、「時流に合わせた変化も必要」と前向きに捉え、「QRコードの利用者層は拡大しつつあると聞く。料亭の本分をしっかり守りつつ、柔軟に対応していきたい」と今後の事業展開に力を込めた。

一部の利用客への

配慮をどうするか



菓匠二幸庵
富田 貴子 氏

菓匠二幸庵は福井市社地区に平成26年8月にオープンした和洋菓子販売店である。「あんころ餅」や「みたらし団子」が看板商品で、今の季節は「わらびもち」や「くずまんじゅう」など涼を感じさせる和菓子が人気を集めている。

同店では、現金以外にQRコードが利用可能となっている。キャッシュレス決済ポイント還元キャンペーンの時期に営業マンから導入を勧められ「今なら決済手数料もかからない」ということで導入に至った。

ただ、現状でQRコードを利用される顧客は全体の1割程度とそれほど多くはない。同店の富田貴子氏は「ポイント還元キャンペーンの頃は珍しさも手伝って利用される方が多かったが、当店はもともと年配のお客様が多く、キャンペーン終了に伴い徐々に利用されるお客様は少なく



涼を感じさせる和菓子が並ぶショーケース。午前中に売り切れる商品も。

レジ横には決済用のQRコードが設置されている。

なった」とこれまでを振り返る。今後、同店はQRコードの手数料有料化に伴い利用をやめることを検討している。利用客もそれほど多くなく、商品単価が安いいため少額の手数料でも積み重なればおそれるおそれる出来ないというのが理由である。

だが富田氏は「1割程度でもQRコードを利用されるお客様がいることを考えると、いきなり取り扱いはやめてもいいものか迷っている」と胸の内を明かし、他社の動向も踏まえながら最終的な判断を下す予定と語った。

顧客への利便性提供以外にメリットが期待できるか

民間シンクタンクとして北陸地域の経済情勢を分析している（一財）北陸経済研究所の藤沢和弘氏と辻野秀信氏から、現在のキャッシュレス決済を取り巻く現状と中小企業における今後の対応についてアドバイスを伺った。



（一財）北陸経済研究所 調査研究部
藤沢 和弘 氏(左)、辻野 秀信 氏(右)

北陸地域は国内においてもキャッシュレス決済の導入割合が低いエリアだったが、国のキャッシュレス決済ポイント還元事業の影響でQRコードを中心に普及が一気に拡大した。金沢の近江町市場では7割近くの店舗がQRコードを導入済みで、2018年12月には金沢市中心部に、支払いがキャッシュレス決済に限定された現代版屋台村「とおりゃんせ金沢フードラボ」もオープンしており、流れの加速が如実に表れている。

ただ、キャッシュレス決済ポイント還元事業が終了して以降、ユーザーにはQRコード利用について目立ったインセンティブが少ない。それに比べるとクレジットカードはECサイトでの決済手段として広く普及しており、コロナ禍による巣ごもり需要で急拡大したネットショッピングで強い存在感を示している。日本におけるクレジットカードの普及率の高さがそれを裏付けている。

QRコードは登録ユーザー数こそ増えたが、国内における利用割合ではクレジットカードに遠く及ばない。また、店舗側の決済手数料も3%台では高い。秋以降も利用を継続する事業所は多いかも知れないが、半分以上は非自発的継続（本音はやめたいが、利用者のためやむなく続ける）というのが正直なところではないか。

QRコードの利用を継続するのであれば、今後、手数料負担の増加に対応するため、商品・サービス価格の見直し（手数料分の値上げ）を行う必要があると思う。もともと利幅の薄い業種で、さらなる負担増に耐えることは難しい。また、顧客に対する利便性提供以外のメリット（導入によるPR強化・新規顧客増等）が期待できるかを見極める必要がある。

業種や顧客層に応じた

決済手段の選択が必要

今の時代、財布を開けばキャッシュカードや電子マネー、スマートフォンにはQRコードのアプリが複数インストールされ、キャッシュレス決済の利用はもはや当たり前となっている。

キャッシュレス決済は、ユーザー側にとって現金を持ち歩く必要がなく、会計手続きもスムーズでメリットは多い。一方で店舗側にとってはメリットもあるが、「決済手数料」や「入金までのタイムラグ」など負担も大きく、時代の流れや顧客の利便性だけで利用するには疑問が残る。もはやキャッシュレス決済導入は他店との差別化ポイントとはならない。しっかりと自社の事業や顧客層を見極め、決済手段をいくつかに限定することも必要で、敢えて利用しないという選択肢も残っている。今回紹介した4つの事例を参考に、改めて自社のキャッシュレス化について考えて頂きたい。