

消費税対策にも有効なキャッシュレス決済の活用

(全 10 回シリーズ)

一般社団法人キャッシュレス推進協議会

【最終回】キャッシュレス決済のこれから

<2019 年を振り返って>

10 月 1 日にスタートした「キャッシュレス・消費者還元事業」も早 2 カ月が経過し、12 月の登録加盟店数 86 万店、登録申請数 95 万店を突破しました。当初の予想を大幅に超える多くの中小・小規模事業者等（中小小売店等）へキャッシュレス決済導入を後押しできました。今や消費者がキャッシュレス決済を積極的に使用する姿を「当たり前光景」として目にする機会も増え、裾野の拡大と認知度の一層の向上が実感されます。

制度開始後に発生した登録待ちの状況は概ね解消されつつありますが、まだ個別事情により時間の掛かっている申請案件もあるため、引き続きより多くの店舗に速やかに参加いただけるよう、決済事業者と連携して円滑な登録手続きを進めます。

振り返れば、「未来投資戦略 2017」において、わが国のキャッシュレス決済比率を当時の 20% から 40% へ倍増させる目標を掲げて以来、政府も多くの自治体も普及促進に取り組んできました。そして、2019 年はポイント還元制度を通じてキャッシュレス決済の認知度が大きく向上し、数々の新サービスが誕生したことで消費者に対する「導入や利用の選択肢」が広がりました。

こうした普及拡大の一方で、様々な課題も顕在化した年でした。例えば、中小小売店等で従来から言われてきた「3つの壁」（手数料・導入コスト・入金タイミング）に加え、不正利用の防止など安全・安心への配慮や、システム障害なく利用継続できる安定性、年齢・生活習慣・地域性などの違いから生じる情報格差など、新たな課題として浮き彫りになりました。

<2020 年の展望>

2020 年は東京オリンピック・パラリンピック大会の開催でインバウンド観光客の増加が見込まれており、キャッシュレス決済の一層の普及とグローバル化の進展が予想されます。キャッシュレス決済では、更にその先を見据える年になるでしょう。単なる「現金に代わる支払手段」と捉えるにとどまらず、店舗運営における様々な場面で業務効率化のツールとして、導入や活用を検討いただければと思います。また「会計はレジでするもの」という概念自体がなくなるかもしれません。例えばスマホで事前注文して決済まで済ませて実店舗で商品等を受け取るモバイルオーダーや、セルフレジ、無人レジなど、「キャッシュ

レスであること」が前提のビジネスモデルが考えられます。特にキャッシュレス決済のデジタルデータを蓄積・分析することで新市場を創出するなど、今後の経営戦略を考えるうえでとても重要なツールになると思われま。キャッシュレス決済を基軸にした、地域の課題解決、ひいては連携強化・発展へと繋がることを期待しています。

<終わりに>

過去に最先端だったインフラが今では当たり前のツールとなり、生活の一部になっているケースが多くあります。例えば、手紙や葉書は電子メールやSNSに取って代わり、鉄道切符が交通系電子マネーに代わるなど、その変化のスピードはますます加速しています。私たちの将来の生活をより効率的で便利にするツールとして、キャッシュレス決済を活用いただければ幸いです。

