

電子決済が切り開くキャッシュレス社会の展望

◇◇ ○○¹

1. 序論
 2. 電子決済の取引の動向
 - 2.1 キャッシュレス化が浸透した諸外国の事情
 - 2.2 日本におけるキャッシュレス事情
 - 2.3 多様化する電子決済手段
 3. キャッシュレス化に貢献した 2 つの電子決済手段
 - 3.1 電子決済の礎「クレジットカード」
 - 3.2 日本で普及した「電子マネー」
 4. キャッシュレス化が社会に与える影響
 - 4.1 キャッシュレス化で得られる効用
 - 4.2 キャッシュレス化が浸透する上で懸念される課題
 5. 結論
- 参考文献一覧

1. 序論

現代の消費生活においてクレジットカードや電子マネーなどの電子決済手段が身近な存在になりつつある。例えば EC (Electronic Commerce) 市場では、店頭における対面取引とは違い直接の現金取引が不可能である。こうした場合の決済手段として、クレジットカード等現金以外の利用が必要である。日常生活においても通勤・通学で交通系電子マネーが普及したり、日用品の買い物では街中の小売店やコンビニで自社の電子マネーの宣伝が盛んに行われるようになっていたりしている。「現金は万能」といわれた時代は終焉しつつある。

だが、世界的に見ると日本のキャッシュレス社会はまだ成熟していないのが現実である。日本ではこうした決済手段を利用できる店は全国展開するような大手チェーン店などに限られる。また、電子決済が日本全国の幅広い層に支持されているとは言い難い。しかし諸外国では客単価の低い商店であってもこうしたキャッシュレスの決済環境が整備されており、日本人が現金を使う感覚で電子決済の利用が進んでいるという実態がある。2020 年の東京オリンピック開催が決定し訪日外国人の増加が見込まれる中で、どこでも電子決済が利用できる環境の整備が求められている。

本稿では、キャッシュレス化が進むと社会にどのような効用がもたらされるのかについて諸外国の実例などを取り上げ、比較しながら考察する。また、キャッシュレスに対する利用者の意識

¹ <氏名のよみ> 駒澤大学経済学部経済学科 4 年 EX4153

の実態やキャッシュレス化を推進するプレーヤーとなる国の政策や業界の思惑を分析する。

第2章では、キャッシュレス化が進んだ諸外国と未だ途上にある日本の実情について歴史的経緯や各国の政策などを取り上げ、対比をしながら述べる。第3章では、電子決済の中でもクレジットカードと電子マネーに着目し双方のサービスの展開の経緯や特徴について述べる。第4章では前章までで述べた電子決済の特徴を取りまとめ、キャッシュレス化が社会にもたらす効用を分析する。また、キャッシュレス化が浸透する上で懸念される課題点を提示し解決策を考察する。

2. 電子決済取引の動向

2.1 キャッシュレス化が浸透した諸外国の事情

最初に、諸外国のキャッシュレス事情について簡潔に述べていきたい。ここではクレジットカード利用普及の政策を国策で推し進めた韓国、国家や国民の間でクレジットカードをはじめとする電子決済の積極的な利用が進んでいる米国、世界的なキャッシュレス化の流れと異なる電子決済が普及した中国を例に挙げる。

まずは韓国である。韓国政府は1997年のアジア通貨危機によって大きなダメージを負った韓国経済の復興政策の一つとしてカード決済に着目した。理由はカード決済の普及により個人消費の拡大を図り、付加価値税等の税収増加を狙ったためである。政策として、一定以上の年商がある商店にカード決済の環境整備を義務づける、カード決済の利用者には宝くじに参加できる権利を付与する、各種税金の優遇などを行った。その結果、カード発行枚数や決済金額が増加した。決済金額においては日本を上回るようになった。99年の韓国のカード発行枚数は3899万枚であったが2002年には1億480万枚まで増加した。決済金額も91兆ウォン（約11億円）から623兆ウォン（約76兆円）に増加している。99年から02年の4年間はクレジットカード・バブル状態であった。しかし、03年に韓国最大手のカード会社の経営危機が起き400万人近くの債務不履行者が出るという事態になった。さらに、カード決済を優遇しすぎた余り、カードの乱用が増加するという社会問題が深刻化した²。

次は米国である。米国では古くから小切手という現金取引の代わりに用いる有価証券が利用されていた。小切手は日本ではあまり馴染みがないが、米国のようにある程度キャッシュレス化が浸透した国々では主要な決済手段として利用されていた傾向にある。基本的にはクレジットカードと同様「後払い」の決済である。だが、時代の流れとともに「後払い」の決済手段は紙ベースの「小切手」からデジタルベースのクレジットカードに移り変わっていった³。今や米国はカード決済先進国といわれ、カード無しでの生活には様々な不便を強いられる程である。社会保障費や各種補助金の給付などにもクレジットカードの仕組みを利用したプリペイドカードが用いられるなど、他国では余り見られない行政分野へのキャッシュレス化も進んでいる。さらに、カードを利用して信用を上げる「クレジットヒストリー」というものが重視されている⁴。これはクレジットカードで高い決済額をつくり上げ、返済することで信用が形成されるというものである。住宅ローンの申し込みなどでは、審査の際にクレジットヒストリーを照会され、その決済額の大きさやきちんと返済されていることが確認された上で希望通りの住宅ローンを借りることができる。

² 山下（2009）198・204頁。

³ 山下（2009）56・62頁、72・76頁。

⁴ 本田（2010）132・133頁。

同様の仕組みは日本、韓国などでも存在するが、米国社会はクレジットヒストリーに対する国民の意識が非常に高い。そのため少額の買い物でも積極的にカードを使用する傾向にある。

少し事情が異なるのが中国である。クレジットカードは後払いの決済手段であるため、発行には個人の財産状況の審査が必要であると先に述べたが中国では信用調査機関が未発達であった。そのため中国国内においてクレジットカードは余り利用されてこなかった。そこで登場したのが中国の中央銀行である中国人民銀行が主導した「銀聯^{ぎんれん}カード」である⁵。これは銀行口座から即座に代金が引き落とされるデビットカードである（クレジット型も一部存在する）。多くの諸外国で最も多く利用される電子決済はクレジットカードであるが、中国で主要な電子決済は銀聯カードである。2015年2月の春節休暇頃から、訪日中国人による「爆買い」という大量の消費行動が話題になった。「爆買い」は多くの日本企業にビジネスチャンスとなり、業績向上に寄与した。多数の訪日中国人の来店が見込まれる繁華街の量販店は「爆買い」の恩恵にあずかろうと銀聯カード決済を導入した。各事業者が中国の電子決済手段に着目した理由としては、他国でも両替せずに買い物ができる利便性を提供することで消費額増加を見込んだからである。

2.2 日本におけるキャッシュレス事情

日本における2012年の家計の最終消費支出は約290兆円であったが、その決済の多くは現金あるいは銀行振り込みであった。ある程度、クレジットカードや電子マネーといった主要な電子決済を利用する環境は整備されているが、世界的にみると電子決済の整備率・利用率は低い。調査対象者におけるクレジットカードの保有率は約90%であり、多くの消費者に浸透しているもののクレジットカードのショッピング額は約53.2兆円で家計最終消費支出の約18.4%である⁶。この統計から、クレジットカードは所持しているが使用しない消費者が多いことが分かる。国民の間で現金決済が根強く支持される理由は諸説あるが、主となる要因は「治安」や「貨幣の信用の高さ」、「リーダーシップの不在」であると考えられる。

「治安」に着目すると、外国には大金を持ち歩くと強盗に遭うというリスクがある。世界の治安を比較する場合の例えにおいて日本に自動販売機が多い理由というものがよく挙げられるが、これは自動販売機にいたずらをされるリスクが小さいからである。街中に溢れる自動販売機は日本の治安の良さを象徴している。世界的に見て日本の治安の良さは上位にランクインしている。だが、そんな日本の治安の良さに慣れた日本人は海外旅行の際に多額の現金を持ち込む傾向にあり、海外旅行の際に持ち出す現金の平均額は約20万円だという（2013年）⁷。多額の現金を持ち歩く日本人観光客は犯罪団体のターゲットとなっている。

他方の「貨幣の信用の高さ」に着目したい。外国ではATMで現金を引き出す時や商店でお釣りをもらう度に偽札が混ざるといふことがある。つまり、それだけ偽札の流通量が高いということである。こうした国では商店が偽札を受け取るリスクを回避するため、高額紙幣の利用を断ることがある。このような場合において、電子決済を利用することで確実に代金を徴収できることから普及していったという説がある。電子決済を通して取引をデータ上でのやり取りにすることで、偽札を受け取るリスクからは解放される。一方で、日本において偽札を受け取る心配をすることはあまりない。これは、偽札の流通量が少なく高額紙幣であっても偽札を疑う人が少ないからで

⁵ 山下（2009）172 - 183 頁。

⁶ キャッシュレス社会研究会（2016）26 - 27 頁。

⁷ キャッシュレス社会研究会（2016）16 頁。

あり、人々の中で「日本円」に対する信用が高いことを示している。こうした環境下において、電子決済を使う利点を国民の間で見出すことができなかったことから現金決済が定着したというのが通説である。現在、最も多く使われている電子決済の手段は諸外国同様クレジットカードであるが、ファミリーレストランのようにカード決済を受け付けている業種であっても現金決済の比率の方が高い。この理由としては、先に考察した 3 つの要因によってカードを利用するといった習慣が定着しなかったと考えるのが妥当である。グローバル化の進行に伴い各種電子決済が日本にも登場したが、長く続いた現金を中心とした決済主義の社会に風穴を開けるほどにはならず中途半端な展開にとどまっているのが現実である。

最後に「リーダーシップの不在」である。我が国のキャッシュレス化はクレジットカードの登場以来クレジットカード会社がリードをし、近年になって交通系・流通系の電子マネーがけん引してきた。今日では様々な電子決済が乱立する状態となったが、これらの活用や将来性を示すリーダーシップが縦割り行政の弊害で存在していないという重大な問題がある。例えば、クレジットカードの管轄は経済産業省、デビットカード・プリペイドカードの管轄は金融庁といった具合である⁸。残念ながらこの構図は現在に至るまで変わっていない。しかし 2014 年 6 月 24 日、政府がキャッシュレス化に向けた対応について言及した改訂版「日本再興戦略」を策定し、関係省庁に検討を指示した⁹。これまでの日本において政府が政策の柱としてキャッシュレス化推進の取り組みを行うことはほぼ皆無に等しかったことから、今回、政府がキャッシュレス化に言及したことは大きな一歩を踏み出したといえる。隣国である韓国でクレジットカードが積極的に利用されるようになったのは、国が主体となって推進に力をいれたからであることは明白である。また、こうした国主導の取り組みを行った国は韓国だけではない。英国では政府や金融機関が社会全体で現金や小切手の決済にかかるコストを削減し効率的なキャッシュレス化を進めた結果、消費者や小売業者にも決済の利便性向上やコスト削減の恩恵がもたらされたという¹⁰。これらの事例から、キャッシュレス社会を実現するためには国主導でキャッシュレス化を推進していくことが必要であることが分かる。そのためには統一した意思決定を行うことの出来る司令塔となる組織を早急に定めることが現状の日本においては必要である。

2020 年に東京オリンピックの開催が決まり、官民一体となって訪日外国人の呼び込みに熱心になっているが、ここで課題として浮上したのが「誰もが利用できる決済環境の整備」である。このような歴史的背景から、現金決済が現在でも主流である日本のキャッシュレス環境は世界的に見て遅れた状態になっている。しかし自国のキャッシュレス環境に慣れた訪日外国人は、日本で自国同様のサービスを受けることができないため不満が噴出している状態となっている¹¹。クレジットカードを始めとする電子決済は、両替無しに世界各国で利用できる「手軽さ」が最大の利点であり、その「手軽さ」から消費額増加など様々な経済効果を生み出すことが期待できる。日本は経済面において先進国であるとされているが、決済分野においてもその位置であるかについては危うい状況であると言わざるを得ない。グローバル化が急速に進む国際社会において日本のキャッシュレス環境整備が急がれる。

⁸ キャッシュレス社会研究会 (2016) 21 頁。

⁹ キャッシュレス社会研究会 (2016) 26 頁。

¹⁰ キャッシュレス社会研究会 (2016) 32 頁。

¹¹ キャッシュレス社会研究会 (2016) 156 - 157 頁。

2.3 多様化する電子決済手段

近年、フィンテック (Fintech) という言葉が注目されている。これは金融 (Finance) と技術 (Technology) の二語を組み合わせた造語である。なお、ここでの技術とは具体的に IT 技術を指す。この二者の融合によって続々と誕生する新たなサービスが注目されつつある。資金決済法が 2010 年に改正され、銀行以外の金融機関にも決済サービスが解禁されることとなった¹²。これにより様々な企業が金融業に参入し多様なサービスが展開されるようになった。一例としては従来では高額な費用の掛かった国際間送金が格安な手数料で利用できるようになったことや、スマートフォンを操作し個人間で簡単に資金の移動が可能になったことが挙げられる。これらのサービスはいずれも IT 技術を生かしたものであり、銀行に出向く必要なくして各種金融サービスを受けることができるようになったことから我々の生活において金融を身近なものにした。

キャッシュレスを実現する手段としてはクレジットカードが一定の地位を保っているが、誰でも利用できるという点に課題があった。そんな中、第 2 の電子決済として登場したのが電子マネーであった。なお、この 2 点については次章で詳しく述べる。電子マネーは基本的にプリペイド (前払い式) であるため、クレジットカード程消費額増加の期待はできないが気軽に利用できるという点から、少額の決済でも使われるようになるなど新たな層の開拓に成功した。電子マネーにも様々な種類があるが、認知されているのは IC チップ搭載の非接触型カードや磁気カードである。だが、最近になり新たな電子マネー決済手段が登場した。それはスマートフォンなどモバイル端末と QR コードを利用した決済である。各種メディアではモバイル決済やスマホ決済などと言われる。IC チップなどを利用したシステムとは異なり、画面に表示された QR コードを事業者が読み取るだけで決済が完了するという仕組みである。これまでのカード型電子マネーと比較すると、原始的なサービスであるが中国では利用者が急増した。理由としては、利用者はカードを入手する必要なく手持ちのモバイル端末で済むこと、事業者にとっても高価な決済端末を導入することなく、バーコードリーダーのみで済むこと、両者にとって導入が手軽であったことが挙げられる。さらに中国の携帯電話ユーザー数は 2008 年に 6 億人を超え、世界最大であったことも大きい¹³。中国で急成長を遂げた大手 EC 会社であるアリババがアリペイ (Alipay) というサービスを開始したのに続いて中国で普及する SNS、ウィーチャットを運営するテンセント社はウィーチャットペイ (We Chat Pay) というサービスを開始した。2 社でのユーザー数を合わせると総人口 14 億人のうち 12 億人が利用し、決済額は約 39 兆円 (約 660 億円) と日本の国内総生産を上回る規模となった¹⁴。中国では銀聯カードという決済手段が存在することを先に述べたがそれを上回る普及であり、QR コードを利用したモバイル決済の「手軽さ」が多くの中国国民に支持されたと推測される。また EC 取引・店頭での利用、双方に対応した死角のないサービスとなっているのも特徴である。フィンテックは今後も大きく成長していく可能性を秘めているものと考ええる。

¹² 野村総合研究所 (2010) 114 頁。

¹³ 山下 (2009) 187 頁。

¹⁴ 「中国スマホ決済 660 兆円、2 年で 6 倍に拡大、信用力で特典、利用に拍車」 『日本経済新聞』 2017 年 11 月 28 日。

3. キャッシュレス化に貢献した2つの電子決済

3.1 電子決済の礎「クレジットカード」

キャッシュレス社会を語る上で、欠かすことのできない項目がクレジットカードであり後述する電子マネーなどあらゆる電子決済の礎となった。クレジットカードの起源は、米国で資本主義が発展する1900年代の初頭、ホテルや百貨店が自社のみで使えるカード（ハウスカード）を発行したことが始まりとされる¹⁵。だが、1929年に世界恐慌が起きたこともあり、本格的な普及が始まったのは1950年代からである。尚、当初のクレジットカードは紙製であり、決済の仕組みも現在と異なった。日本においては1960年に国内初のクレジットカード会社が設立された。これは訪日外国人を受け入れるためであり、1964年の東京オリンピックを視野に入れていたとされる。日本におけるキャッシュレスについて社会の意識が高まる契機となった出来事が1960年代の当時においてもオリンピックであったことは非常に興味深い。

クレジットカード決済の仕組みとして、顧客は商品代金を支払う際にカードをクレジットカード加盟店に提示しサインをすることでその場での支払いが完了する。代金は後日、カード会員が登録した銀行預金口座から引き落とされるが、この期間に顧客は一時的な借金をする形となる。そのため、カード発行には個人の資産についての審査が入りカード発行会社側から設定された金額の範囲内でカード決済を利用することになる。日本においてはこの「借金」という形があまり好まれなかったことが、日本が他の諸外国に比べキャッシュレス化に後れをとった一因である。クレジットカード発行会社はカード会社と契約した加盟店から決済総額に応じた手数料を徴収する。この手数料がカード発行会社の利益となり、その一部はポイントサービス等を利用したカード会員への還元や会員獲得のための販促に利用される。単純に考えると、加盟店側としては顧客が現金で払ってくれたほうが手数料を徴収されず販売額の100%を受け取ることができ喜ばしいこととなる。しかし、その場に現金が無くても高額な買い物が出来てしまうという手軽さがクレジットカードにはあり、顧客の「衝動買い」を狙うことで加盟店の収益増加に繋げることができる。こうした点をカード発行会社は加盟店開拓の際に営業セールスで訴求するものと思われる。

クレジットカードはイシューアと呼ばれるカード発行会社の他に決済機能を提供する国際ブランドが存在し、両者の協業によりサービスが提供されている¹⁶。世界的に認知されている国際ブランドを具体的に挙げるとVisa、MasterCard、American Express、Diners Club、JCBがあり、これらは「五大カードブランド」などといわれている。このうちVisaは約16億枚、MasterCardは約9億枚が世界中で発行されており、加盟店数はそれぞれ2800万店を超える¹⁷。純国産ブランドであるJCBは約5700万枚の発行で、加盟店数もアジアを中心とした約1300万店にとどまるなど規模面ではVisa、MasterCardに大きく引けをとられているが、一国が世界に張り合うことのできるカードブランドをもつことは非常に珍しく名誉なことである。にもかかわらず、我が国ではキャッシュレス化があまり浸透していないということは、業界側からするとまだまだユーザーへの訴求力が足りていないのかもしれない。

一方で、近年注目を集めているのが国際ブランドのインフラを利用したデビットカード／プリペイドカードの存在である。デビットカードとは銀行預金口座に直結した決済サービスである。

¹⁵ 山下（2009）14頁。

¹⁶ 本田（2010）138 - 139頁。

¹⁷ 山下（2009）271 - 273頁。

このデビットカードに国際ブランドが付くことでクレジットカードと同じように加盟店で利用できるが、大きな違いは代金が即座に預金口座から引き落とされるという点である。クレジットカードの「借金」感覚が嫌悪される日本においては普及の余地があると考える。銀行側にとっては、カード管理会社が加盟店から徴収するカード決済の取り扱い手数料を銀行側も得ることができるという利点がある。デビットカードの利用者にはクレジットカードと同様年会費以外の手数料の負担はないのが原則であり、決済額に応じたポイント還元などを行うことや、現金と同じ感覚で利用できるといったメリットを訴求し利用者増加を狙う。2016年2月から開始された日本銀行のマイナス金利政策など民間の銀行の収益を取り巻く環境が厳しくなりつつあるなかで、デビットカードを普及させて新たな収入源を開拓したい思惑がある。なお、欧米ではデビットカードはクレジットカード以上に決済手段として利用されている。米国はカード社会であることを先に述べたが、英国においても同様である。これらのクレジットカードが生活必需品となった国では貧困層や自己破産者などクレジットカードの発行が難しい人々が不利益を被ることとなる。しかし、クレジットカードとほぼ同様に利用でき審査を必要としないで利用できるというデビットカードの存在がこれらの層に支持されているという事情がある。

国際ブランドプリペイドカードも即時払いで発行に伴う審査が不要である点はデビットカードと同様である。違いは銀行口座の残高を利用するのではなくカードそのものにチャージされた金額を使用するという点である。従って銀行口座の必要が無いことから、銀行以外の業界が相次いでカード発行に参入している。狙いは銀行がデビットカードに参入する理由同様、カード利用者が使うことで加盟店から得られる手数料を通じて収益を得るためである。有名なところでは、日本の主要携帯電話3社やSNSサービスを運営するLINE、旅行会社大手のJTBなどが参入している¹⁸。

3.2 日本で普及する「電子マネー」

現在の我が国において普及している電子マネーとは基本的にICチップ、通称 Felica の内蔵されたプラスチックのカード或いは携帯電話を決済端末に当てて決済するサービスである¹⁹。電子マネーに明確な定義はなく、「QUO カード」やテレホンカードといった磁気を利用した従来型のカードも広義には電子マネーに含まれるが、キャッシュレス社会を見据えた時に注目すべき決済手段であるとは考えにくい。有名な電子マネーサービスを具体的に挙げると、セブン HD 系の nanaco、国内大手 EC サイトを運営する楽天系の楽天 Edy、イオングループの WAON、JR 東日本の Suica が挙げられる。これらの電子マネーサービスが相次いで開始された 2007 年は、電子マネー元年と呼ばれた。2008 年から 2009 年にかけて電子マネーの決済総額が 1 兆円を超え、民間の最終消費支出 300 兆円のうち少額決済市場 40~60 兆円の一部を占めるようになった²⁰。電子マネーは現金、クレジットカードに次いで多い決済金額となっている。各種電子マネーの特徴として、前者 3 つは流通小売系の電子マネーであり自社グループの店舗などでのポイントや割引などのサービスを提供することで会員を獲得した。一方、Suica は当初こうしたサービスを積極的には提供していなかったが、キャッシュレスの魅力を打ち出すことで首都圏の電車利用客を取り込むことに成功した。以前は鉄道乗車における利用のみであったが、現在ではコンビニなどで

¹⁸ キャッシュレス社会研究会 (2016) 65 - 69 頁。

¹⁹ 岩田 (2008) 18 - 19 頁。

²⁰ 野村総合研究所 (2010) 16 頁。

のショッピング決済にも対応している。Suica の特筆すべき点は、幅広い年齢層に支持されているということである。これには生活に身近な鉄道という領域からアプローチしていった点が大きいのと思われる。

電子マネーは、基本的にチャージ型のプリペイド式であるためクレジットカードのように借金になることはない。また、クレジットカードには「クレジットカード＝高価な買い物専用」というイメージが人々の中にあり、少額の決済には利用しづらい気持ちというものがあったとされる²¹。しかし電子マネーはコンビニ、電車の運賃等で利用されているように少額でも気軽に利用できる。こうした点が支持につながったのではないかと考察する。

一方で電子マネー運営会社側は、クレジットカードの普及も忘れてはいない。電子マネーをより便利に利用してもらおうという建前で自社グループのクレジットカードを発行し電子マネーのオートチャージのサービスなども提供している。自社のクレジットカードに電子マネー機能を付帯したカードを発行している事業者も存在する。電子マネー運営会社側が電子マネーにとどまらずクレジットカードと連携する背景には、決済額が低くなりがちな電子マネーのユーザーの決済額を増加させたいという狙いがある。

国内で普及する携帯電話やスマートフォンには IC チップが内蔵されており、カードを持たなくても携帯電話をカードのように利用することで電子マネーサービスが利用できる「おサイフケータイ」というサービスがある²²。従来の電子マネーを利用するためには、店頭などで実物のカードを入手する必要があったが、この「おサイフケータイ」は現代において生活必需品となった携帯電話だけで電子マネーサービスを利用できることになったことから電子マネーを利用する敷居を低くすることに成功した。また携帯電話の画面操作でチャージが利用できるようになるなどカード型電子マネーでは実現不可能な利便性の向上に成功した。だが、こうした機能は世界に目を向けたものではなく日本国内での電子決済の利便性を重視したものであった。このような過程で日本の携帯電話は「ガラパゴスケータイ（ガラケー）」と呼ばれることとなる。一方で、今日の国内のスマートフォンの約 6 割のシェアを占める米国・Apple 社製のスマートフォン iPhone は長らく日本の電子マネーサービスに非対応であった。なぜなら、日本で支持されたソニーが主体となって開発した電子マネーの IC チップである Felica が国際規格でなく独自規格であったから²³であり、全世界で共通のモデルを発売する Apple 社の方針とは相反したからである。日本の携帯電話シェアにおいて iPhone の人気は非常に高く、以前から日本の規格にあった電子マネー機能搭載の端末の登場が期待されていた。Felica 陣営は IC チップの優れた動作面などで売り込みを掛け IC チップ国際規格の一つとして加わることに成功した。これにより Apple は 2016 年になってようやく日本の規格に準拠した IC チップである Felica を搭載した iPhone 7 を発売し、Apple Pay というサービスを開始した²⁴。Apple Pay では Suica とクレジットカードを利用した電子マネーサービスである iD と QUICpay という電子マネーサービスが利用できる。これら 2 つはこれまでのプリペイド型電子マネーと違いクレジットカードと直に結びついたサービス（ポストペイ型電子マネー）であることから Apple 社と連携することでクレジットカードの利用拡大が期待さ

²¹ キャッシュレス社会研究会（2016）78 - 79 頁。

²² 岩田（2008）117 - 118 頁。

²³ 岩田（2008）24 - 25 頁。

²⁴ 『「かざす決済」わずか 0.1 秒、フェリカ、iPhone 7 に搭載、情報やりとり効率的に、混雑した改札で強み』『日本経済新聞』 2017 年 10 月 7 日。

れる²⁵。

4. キャッシュレス化が社会に与える影響

4.1 キャッシュレス化で得られる効用

キャッシュレス決済の最大の利点は現金決済に比べ優れた「手軽さ」とであると述べたが、その「手軽さ」は社会に様々な効用もたらすことが期待できる。大きくには「迅速性」「経済性」「国際性」の3つである。

「迅速性」とは、現金決済に比較し最もわかりやすく表れる効用の一つである。電子決済手段を用いることで精算にかかる時間を現金決済に比べ、短縮することが可能である。例えばクレジットカードやデビットカードを利用すれば、ATMに行き現金を引き出す手間を省くことができる。例えば、知らない場所でATMを探し回り長蛇の列に並ぶといったストレスから解放される。また、交通機関を利用する際は、交通系電子マネーを使用することで切符をその都度購入するという手間が無くなる。

次に「経済性」である。これは「迅速性」と密接に関わっており、精算にかかる時間が削減されることで現金授受にかかるコスト削減が期待できるということである。この点において興味深い取り組みがある。2017年11月、ファミリーレストラン「ロイヤルホスト」などを運営するロイヤルHDは支払いをクレジットカードと電子マネーに限定した店舗を東京都内に開業した²⁶。画期的な取り組みであるがこのような事例は2007年の時点で米国・ニューヨークに登場している²⁷。このニューヨークにあるレストランでは、来店客の電子決済の利用が増加する中で店主が現金決済にかかるコストに疑問を抱いていた。そこで思い切って店主がキャッシュレス・レストランとして店での現金の取り扱いを廃止しカード決済のみに変更したという。その結果、経費の削減に成功し、煩雑な手続きが軽減されたことで従業員が本来の顧客サービス向上に努められるようになったという。現金決済を廃止するというやり方は少々強引にも見られるかもしれないが、様々な決済手段が利用できる都市部であれば十分に有効な手段であると考えている。

「国際性」はキャッシュレス社会を進める根拠となる効用である。世界200以上の地域で様々な通貨が利用されているが、クレジットカードを始めとする各種電子決済を利用することで両替の手間を省くことができる。なお、通貨ではこの利点がすでに実現されている事例がある。それはユーロであり、ユーロはEU圏内における共通通貨として圏内であれば両替無しに他国でも利用できるという利点がある。しかし、全世界で通貨を共通化してしまうと各国が自由な経済政策を行うことができなくなることから現実的ではない。キャッシュレス決済は、決済インフラの規格を統一させることによって世界各国で自国の通貨を用いることができる。見方によって米ドル、ユーロに続く第3の通貨としてキャッシュレス決済を挙げることができる。

なお、「安全性」においても一定の効用はあるが、これには課題もある。窃盗などの可能性を排除した100%の安全性を担保した社会の実現はキャッシュレス社会においても実現は難しいと前置きした上で、キャッシュレス積極推進派の主張としてはキャッシュレス化により被害を最小外にし、犯罪を引き起こす意欲を下げるができるという効果があるというものである。例とし

²⁵ 岩田（2008）60・61頁、72・73頁。

²⁶ 「現金支払い不可、都内に新型店舗、ロイヤルHD」『日本経済新聞』2017年11月2日。

²⁷ キャッシュレス社会研究会（2016）41頁。

てクレジットカードには不正利用に対する保険がかけられており、明白な利用者の過失がない限り被害額を請求されることのない「ゼロライアビリティ」という仕組みの存在を挙げている²⁸。現金輸送の警備会社などを除き、個人が持ち歩く現金に保険を掛けるということは考えられないことからこの点においてはクレジットカードの「安全性」が優れていることとなるが、全てのクレジットカードが一律に充実した保障を受けることができるわけではないということや、デビットカードや電子マネーにはそもそもこういった仕組みが無いこともある。また、利用者の過失がどこまで認められるのが問題である。キャッシュレスの「安全性」について過信すべきではないと考える。

その他に挙げられる効用としては現金決済に比べ記録が残るという「透明性」や、カード決済がインターネットショッピングの普及を促進したようにキャッシュレス化は新たな市場を開拓できる可能性があるという「市場創造性」などが挙げられる。

4.2 キャッシュレス化が浸透する上で懸念される課題

2014年に政府が策定した日本再興戦略は、キャッシュレス化を推進する上での課題の一つとして「安全に利用できる環境の整備」を挙げた²⁹。決済が電子化される上で想定される犯罪はEC取引における「なりすまし」や「偽造カード」が挙げられる。EC取引における「なりすまし」とは、犯罪集団がインターネットショッピングにおいて利用者になりすまし高額な決済を行う手口である。EC規模の拡大に伴って犯罪件数は増加傾向にある。対面販売と違い本人確認が困難である点を利用した手口である。対策として、EC事業者やカード会社は1回限りの使い捨てパスワードなどを利用したシステムを導入し、こうした手口を未然に防ぐ努力を行っている³⁰。

一方の「偽造カード」の手口としては、クレジットカードの番号や利用者の情報を何らかの手段で盗み取り、それを精巧にコピーしたカードを犯罪者が使用するというものである。カードの情報を盗み取る手段としては街中の決済端末に細工をしてクレジットカードの番号を盗み取るスキミングや通販Webサイトへのサイバー攻撃、偽Webサイトへ誘導するフィッシング等が挙げられる。訪日外国人が増加傾向にあるが、観光客を装い入国し偽造カードを用いてブランド品を詐取する事件などが多発している。この対策として、簡単に複製されないよう従来の磁気を読み取るクレジットカードではなくICチップを利用するカードへの切り替えが進められている。ICチップは取引の情報を暗号化できることから不正利用の対策に大きな効果があるが、国内で発行されているクレジットカードの約2億5000万枚のうち35%が旧式の磁気カードでありカードの不正利用額増加に拍車を掛けている³¹。だが、日本のカード加盟店においてこのICチップを読みとることのできる決済端末が普及しておらず、カード側は切り替えていても店頭で使用できないという本末転倒状態になっている。カード不正利用額は近年増加傾向にあり2015年に120億円を突破している（うち偽造カードによる不正利用額は約20億円）³²。クレジットカード各社は2020年の東京オリンピックまでに国内で発行するクレジットカードの全てをICチップ型に切り替えると共に加盟店側の決済端末の整備も進めていくことを決定した。

²⁸ キャッシュレス社会研究会（2016）102頁。

²⁹ キャッシュレス社会研究会（2016）194頁。

³⁰ キャッシュレス社会研究会（2016）200 - 201頁。

³¹ 「クレジットカード、全てIC型に、ビザなど20年までに、不正防止で、被害の補償、加盟店負担へ」『日本経済新聞』2015年7月26日。

³² 日本クレジット協会 <http://www.j-credit.or.jp/security/status.html> 不正使用の現状より。

次に、個人情報の取り扱いの問題である。クレジットカード、電子マネーには年齢や性別といった利用者の情報が登録されている。これらを利用した消費行動により一つ一つの取引が電子化された記録として残る。これはキャッシュレス化で得られる効用の「透明性」として前項で上げたものである。利用者にとっての利点として記録に残ることから消費行動の管理が容易になるといった点、事業者の利点として年齢などと紐付いた購買履歴をビッグデータとして活用し、マーケティングに利用できるという利点がある。だが、ここで個人情報の取り扱いの問題が発生する。

一例として、JR 東日本が展開する交通系電子マネーSuica の事例がある。2013 年 6 月、JR 東日本が Suica のビッグデータの販売を開始した。だが、販売開始後同社に個人情報に関する問い合わせが殺到し翌月には販売を中止する事態となった。データには個人を特定できるような内容は含まれていなかったというが、事前に利用者に十分な承諾を得なかったことから起きた事態である³³。個人情報の扱いにおいて事業者に不手際があったことは明らかであるが、利用者側にとっても電子マネーにおけるプライバシーを考えさせられることになった事件であった。

ここまでは犯罪やプライバシーにおける課題を挙げたが消費者が電子決済の概要について学ぶ機会が現状では少ないのも課題である。現在進行形の深刻な問題としてクレジットカードによる多重債務者が増加しているという問題がある。電子マネーは基本的にプリペイド式であることからそのようなデータは存在しないがチャージした金額を必要以上に使用してしまう「使いすぎ」を経験した人は多いという。クレジットカードや電子マネーなどの電子決済は現金決済には無い「手軽さ」が利点となるが、この「手軽さ」が「使いすぎ」に繋がってしまうという危険性もある。カード決済が進んでいる国では多重債務者が増加していることを既に述べたが、日本においても既に同様の問題は起きている。特に「借金」感覚が嫌われる日本においてはクレジットカードの利用が長らく定着しておらず、消費者教育の機会も少ないことから、カード決済の手軽さに取りつかれてしまいいつの間にか予定以上の買い物を行ってしまう事例も少なくない。また、「リボ払い」など分割払いの魅力に取りつかれ、多額の金利を負担しなければならない事態に陥ることもある。これでは利用者の衝動買いを狙うカード会社の思うつぼとなってしまう。現金が減る感覚を目で直接見ることができないため、消費者が自らの無駄遣いに気付くのが遅れてしまう傾向にある。ここで重要となってくるのが、キャッシュレス社会における消費者教育の必要性であるが誰が主体となりそれを行うのかを考える必要がある。カード会社など業界は自らの業績に関わる事項のため消費者教育に力を注ぐのは難しいだろう。そのため、来るべきキャッシュレス社会実現に向け国などの公的機関がこうした危険性を周知する消費者教育を充実させる必要があると考える。

5. 結論

「キャッシュレス決済」とは現金のやりとりなしの決済という意味である。キャッシュレスを実現するための手段としては現在のところ小切手、口座振替、クレジットカード、電子マネーが挙げられる。このうち小切手、口座振替は古くから存在し現在でも一定の場面で利用される決済手段であるが、日本では、外国人を含めて誰もが利用できる決済手段とは言い難い。キャッシュレ

³³ 『『宝の山』外部提供に消費者反発—ビッグデータ、誰のもの（真相深層）』『日本経済新聞』 2013 年 7 月 31 日。

ス社会と言うと現金が全く流通しない社会とも受け止められてしまいがちだが、そのような意味ではなく、あくまで日常の取引の多くが現金そのものからクレジットカードや電子マネー等にとって代わる社会と考えるのが妥当である。少なくとも、社会から現金の流通が全廃されることは決してあり得ないと考える。なぜならキャッシュレス社会を実現するクレジットカードや電子マネーといった電子決済は現金を担保とした「預金口座」が存在する上で成立しているからである。よって、日常の全ての取引がキャッシュレス化されるべきだという考えを前提にするのではなく、利用者に支持される社会的インフラとしてのキャッシュレス社会の在り方、諸課題を検討することとした。

日本においては現金決済が主流であるが、現金決済には大きな無駄が生じていることが明らかになった。例えば、我々が現金を入手する際は基本的に銀行の ATM から現金を引き出す場面が想定されるが、給料の入金において口座振り込みという形でデジタル化された処理を現金引き出しという行為によってわざわざアナログに戻しているという「デジタル→アナログ」の流れが我々の生活において頻繁に発生している。仮にキャッシュレス社会が実現すれば、多くの取引がデジタルの形のままで完結できることとなる。この「デジタル→アナログ」の過程では、現金を引き出す時間の無駄、ATM 手数料などコストの無駄など様々な無駄が生じている。だが、残念なことに消費者はこの過程で生じる無駄に気付いていないという実態がある。キャッシュレス化はこれらの無駄を削減することで人々の消費生活の質を向上させることができる。

ここまでは消費生活におけるキャッシュレス化に主眼を置いてきたが、消費生活だけでなく行政分野にも効用が期待できる。日本では税金の納付で自治体が電子決済を受け付けている事例があるが、利用できる自治体が限られていることや手数料を徴収されることがあることから使い勝手が悪い。米国では税金納付において電子決済を利用することが前提になっている場合があることや、税金納付における電子決済にとどまらず社会保障費や補助金の支給にプリペイドカードが用いられている事例がある³⁴。これは現金を取り扱うコストの削減だけではなく、取引の電子化により支給した金額の使途が明らかになるなどの効用もある。日本においても同様の効果が得られることを検証するため 2015 年、大阪市が生活保護の一部をプリペイドカードで支給したが不評であったため試行段階で頓挫した³⁵。カードを使う環境や感覚が浸透していない日本では時期尚早の取り組みであったようだ。そもそも、生活保護者が利用するような価格帯の商店ではカード決済を受け付けている店は限られてしまうという問題があった。行政分野のキャッシュレス化の推進は当面の間、税金の納付等に限られることが想定されるが社会全体にキャッシュレス環境が受け入れられるようになった際には調達分野のみならず、米国のように給付分野にも導入することができるだろう。

一方で、第 4 章で述べたキャッシュレス化が浸透する上で懸念される課題を忘れてはならない。不正利用や詐欺といった電子決済を悪用した犯罪や多重債務などの消費者トラブルの増加は避けられないものと考えられる。その上で、これらの問題にいち早く注目しどう対処するのがキャッシュレス社会を見据える中で重要となる。

序論で述べたが、日本においてクレジットカードの所有率が 9 割であっても全体の決済に占める割合が 2 割に満たない現状では、キャッシュレス社会に向けた道のりはまだまだ長いものと思

³⁴ キャッシュレス社会研究会 (2016) 144 - 155 頁。

³⁵ 「生活保護費支給、プリペイド断念、大阪市、利用低迷で」『日本経済新聞』 2016 年 4 月 14 日。

われる。消費者全体に電子決済を普及させることや全ての事業者に決済環境を整備させることは容易ではないが、キャッシュレスの最大の利点である「容易さ」が社会において様々な効用を生んでいるのは事実である。第2章でキャッシュレス化を推進した韓国や英国の例を挙げたが、それぞれの国はキャッシュレス化により利用者の利便性向上だけでなく事業者の現金決済にかかるコストの削減に成功した。このような例を参考すると、キャッシュレス決済環境の導入にかかるコスト以上に現金決済にかかるコストの削減が期待できる。政策を行う上では、政府が利用者・事業者双方にメリットのあるカード決済推進の政策を行うことが必要であるだろう。2020年東京オリンピック招致活動において「おもてなし」という言葉が日本社会で話題となったが、キャッシュレス化を推進していくことも訪日外国人にむけた「おもてなし」の一つとなり、日本経済を活性化させる有効手段になりうる。官民が一体となってキャッシュレス社会への道筋を描くことが円滑なキャッシュレス化に向かう近道である。

参考文献一覧

1. 伊藤亜紀 (2010) 『電子マネー革命—キャッシュレス社会の現実と希望』 講談社。
2. 岩田昭男 (2008) 『図解 電子マネー業界ハンドブック Ver.1』 東洋経済新報社。
3. 岡田仁志 (2008) 『電子マネーがわかる』 日経文庫。
4. 「キャッシュレス革命 2020」研究会編 (2016) 『キャッシュレス革命 2020 電子決済がつかいやすくなる新しい社会』 日経 BP 社。
5. 北尾吉孝 (2017) 『成功企業に学ぶ実践フィンテック』 日本経済新聞出版社。
6. 野村総研・電通 (2011) 『スマートマネー経済圏 新版』 日経 BP 社。
7. 野村総合研究所 (2010) 『電子決済ビジネス』 日経 BP 社。
8. 本田元 (2010) 『図解カードビジネスのしくみ』 中央経済社。
9. 山下徹 (2009) 『新版・世界のペイメントカード』 シーメディア。
10. 山本正行 (2012) 『カード決済業務のすべて』 金融財政事情研究会。