

商店街の皆様へ

キャッシュレス決済をはじめよう!

東京都商店街振興組合連合会



手数料が高いのでは?

別にキャッシュレスにする必要ないし...

キャッシュフローがよくわからない

そのうちやろうとは思ってるよ





もくじ

なんでキャッシュレス?	3
1 キャッシュレス決済とは	4
キャッシュレス決済を導入すべき理由	5
2 商店はどう対応すべきか	6
3 キャッシュレス決済、なぜ今なのか?	10
4 キャッシュレス決済導入方法	11
5 キャッシュレス決済 オススメ比較	12
6 キャッシュレス決済Q&A	14

なんでキャッシュレス？

今から少し前、2019年に施行された「キャッシュレス・消費者還元事業」により、お客様（消費者）のキャッシュレス利用が一気に加速しました。お客様（消費者）は小銭を使わない（持たない）便利さを実感し、キャッシュレス化は浸透しました。キャッシュレスはお財布代わりとなってきたのです。

つり銭をもらい、それをまた使う煩わしさは、特に皆さんは店主としてではなく、消費者として実感されている方も多いかと思います。

残念ながら同事業は2020年6月に終了しましたが、コロナ禍の今「現金」に触れることへの抵抗感と、世界保健機関（WHO）による「紙幣がコロナウイルスを拡散している可能性があるため、現金の代わりに非接触技術を使用するように」との提案が後押しとなり、お客様のキャッシュレス利用はますます進むでしょう。

また、ネットバンキングの新規利用者数も3倍以上になっているそうです。

しかし、商店街にとっては、キャッシュレス決済手数料などの負担は決して少なくありません。一方で、その利便性によりキャッシュレス決済をご利用になるお客様が増え、お客様は「いつも行くお店でキャッシュレス決済が使えない」という不満があるというアンケート結果もあります。

今、少子高齢化がすすみ人口増加が見込めないこのご時世では、国内消費が増加することは簡単ではありません。

現在のお客様へのサービスの一環として、キャッシュレス決済の導入を検討いただきたく、本書でその導入ポイントをご紹介します。



1 キャッシュレス決済とは

「キャッシュレス決済」あるいは単に「キャッシュレス」とも呼ばれますが、これは文字どおり「現金を使わずに支払いを済ませる方法」のことです。消費者が日常的に使える、現金以外の決済方法を指します。こういった現金でのやり取りを行わないキャッシュレス決済の種類が、日本でも確実に増えてきています。

キャッシュレス決済の主な種類

クレジットカード決済

日本のキャッシュレス決済のなかで、圧倒的に多い手段がクレジットカードです。クレジットカードでは支払い回数を選べたり、ボーナス払いなども選べるようになっています。店舗側は、クレジットカード会社に対して決済手数料を支払います。

電子マネー決済

交通系電子マネーやnanacoに代表される電子マネーは、決済する際に専用端末にカードをかざして決済を行います。すぐに決済が完了するので、非常に簡単でスムーズな決済方法です。SuicaやPASMOなどは交通機関やコンビニでも利用できるのも、子どもからお年寄りまで、様々な世代で利用されています。

店舗側は電子マネー決済を行う場合、専用端末の用意と決済手数料が発生します。

QRコード決済

QRコード決済は、①利用者がQRコードを専用端末にかざして決済を行う場合と、②店側が用意(提示)したQRコードを、利用者が自分のスマホで読み取って決済を行う場合という、2種類のパターンがあります。

QRコード決済を導入する場合は、インターネット環境と専用端末を用意します。そして導入後は、基本的には決済手数料と売上金の振込手数料を支払わなければなりません。

決済方法からみたキャッシュレス決済の例

クレジットカード	電子マネー/デビット/プリペイド	コード決済(QR/バーコード/スマホ)
国際ブランド ・VISA・Mastercard ・JCB ・AMERICAN EXPRESS ・Diners Club 国内クレジット ・セゾンカード ・UC ・MUFJカード ・三井住友カード ・楽天カード ・オリコ ・ビューカード ・ジャックス ・JCB	交通系プリペイド ・Suica ・PASMO ・SUGOCA 流通系プリペイド ・nanaco ・WAON ・楽天Edy ポストペイ ・メルペイ ・iD ・クイックペイ 国内デビット ・みずほ銀行 ・三菱UFJ銀行 ・三井住友銀行 ・楽天銀行	共通コード ・JPQR IT系 ・メルペイ ・楽天ペイ ・LINE Pay ・amazon pay ・&Pay 通信キャリア系 ・PayPay ・d払い ・auPAY 銀行系 ・ゆうちょPay ・Bank Pay ・銀行Pay・J-Coin Pay 中国系 ・Alipay ・WeChat Pay

クラウドキャスト株式会社 HP『国内キャッシュレス決済カオスマップ(2019年6月版)』を再編・加工
※すべての決済を網羅しているものではありません。

キャッシュレス決済を導入すべき理由

「買い物の時に現金を持ち歩かなくて良く、支払いも簡単」、「キャッシュレス決済することで、ポイント還元が受けられる」…ポイント還元事業は2019年6月で終了しましたが、消費者はキャッシュレス社会をポジティブに考えていることが判明しています。

キャッシュレス決済利用者は8割以上

キャッシュレス決済を利用したことがある方の割合は8割以上(82.8%)となり、多くの方が現金以外での支払い経験があることが分かりました。



キャッシュレス決済を利用したことがありますか？



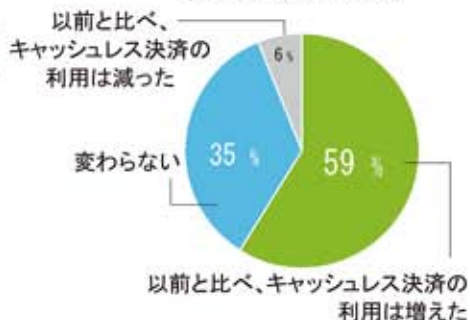
出典：ゼネラルリサーチ株式会社「キャッシュレス決済」に関する調査

新型コロナウイルス感染症の影響で、キャッシュレス決済利用は6割増加！

新型コロナウイルスの感染拡大を機に、キャッシュレス決済を使い始める消費者が増えています。便利でお得といったこれまでの利点に加え、接触を減らす点からも注目が集まっているようです。



コロナウイルスによる影響で、キャッシュレス決済の利用に変化はありましたか。



出典：CREVIEW×キャッシュレスラボ調べ

DX※によってキャッシュレス決済事業の収益構造が変わる??

昨今よく聞かれるようになったDX（※デジタルトランスフォーメーション）とは、データやデジタル技術を活用し、組織や商習慣を変革することで、商品やサービス価値の提供方法を抜本的に変えることです。

金融商品としてのキャッシュレス決済も、DXによってお客様（消費者）の購買行動とキャッシュレス決済のデータ分析により、マーケティングデータを生成するといったビジネスモデルとなり、従来の手数料利益のみを収益モデルとしていたキャッシュレス決済事業から変貌をとげようとしています。

これによって、手数料率が大きく変わる可能性があるのではないかと考えられます。

デジタル庁の創設も現実的となって、国をあげて従来型のビジネスモデルが変革しつつあります。



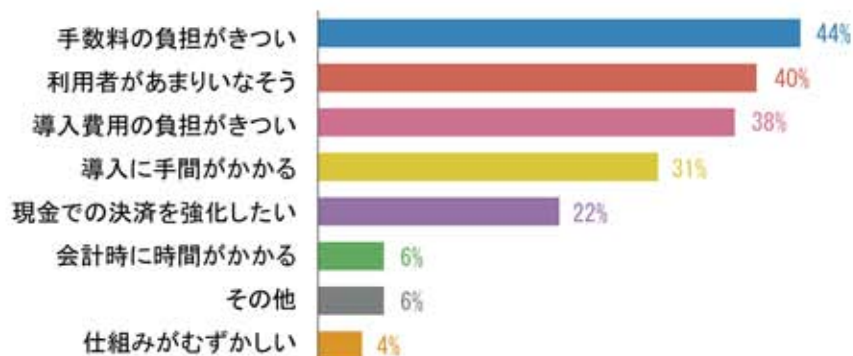
2 商店はどう対応すべきか

商店街は、クレジットカード・電子マネー・QRコードなどのキャッシュレス決済にどう対応していけばよいのでしょうか。

下グラフのように、店舗がキャッシュレス決済を導入していない理由としては「手数料の負担」「導入費用の負担」「利用者があまりいなそう」がそれぞれ4割ほどとなっています。

?! キャッシュレス決済を導入しない理由は4割が「手数料がきつい」ため。

Q. キャッシュレス決済を導入していない理由を教えてください(複数回答可)



出典: CREVIEW × キャッシュレスラボ調べ

大企業であれば対応できたとしても、小さな小売店などでは、キャッシュレス決済を導入する必要があるのか、と疑問を抱く方も多いのではないでしょうか。



そうそう、導入するにも費用がかかるからね。
うちみたいに小さい店には負担が大きいよ・・・



キャッシュレス決済を行うにはカード決済用端末が必要ですね。
端末価格は会社によって異なりますが、通常は導入する際の初期費用として1台あたり約2万～4万円程度の費用がかかります。
ただし最近では端末代が無料や割引になるキャンペーンを実施している会社が増えています。各社のキャンペーンや補助金制度を上手に利用すれば低コストで導入が実現できますよ。





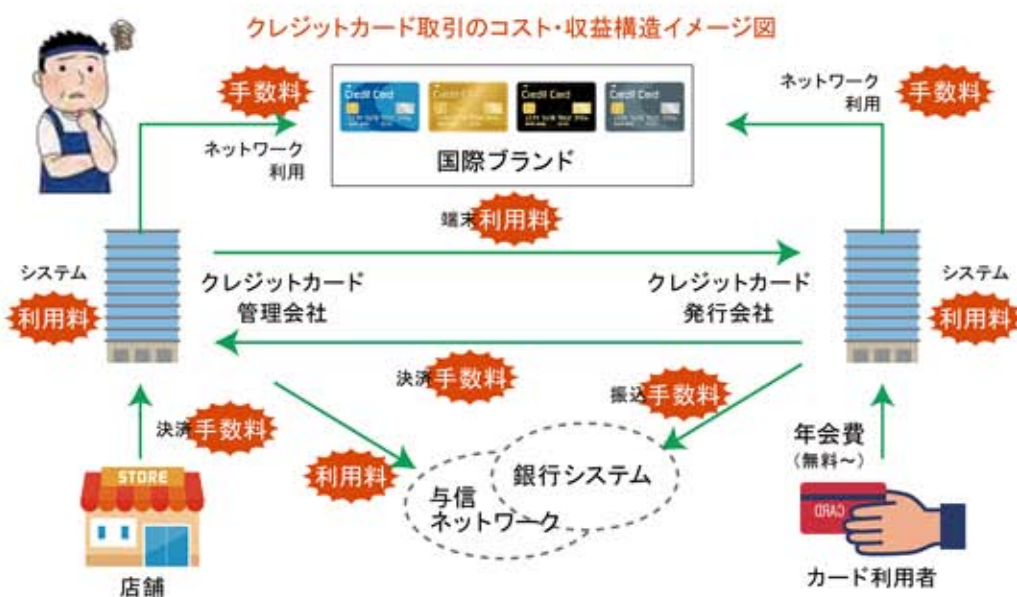
安く導入しても月々手数料がかかるよね。
なんであんなに高いの？



日本人は元々現金への信頼が高く、クレジット払いにする場合でも、【分割払い＝借金】のイメージから、一括払いを好む傾向があります。

そして、一括払いは、お客様(消費者様)には手数料がかからないため、分割による利息等の費用をいただくことができず、販売側の全面的負担にならざるおえない点も否定できません。

また、手数料が高い理由として、セキュリティのための国際的なクレジットルールや、利用者・決済の管理システムなど、複雑なシステムとネットワーク固定費の問題があります。



手数料が高いのは事実ですが、現在の手数料率がどのくらいかご存じでしょうか。数年前までは傾向として、一般的な物販では3~5%程度、飲食店に至っては10%以上にもなることがありました。しかし現在は、手数料は一定のものではなく、つねにシステム運営会社などとの交渉を経て改訂されています。

キャッシュレス決済の比率が大きく伸びていることから、今後は携帯電話同様にネットワークの負担料率は下がってくると思われます。国も経済産業省や公正取引委員会などにより手数料適正化が進められつつあります。

しかしながら、すぐに全体が低料率になるわけではありませんので、適正化を待っているうちにお客様を逃すことになりかねません。

まずは、約4%を決済手数料の目安として、導入または決済事業者を検討することをおすすめします。



ウチはお客さんみんな
現金ではらってくれるから必要ないんだけど・・・



本当にそれで大丈夫でしょうか。

お客様（消費者）はキャッシュレスの便利さに気づき、これからは清潔で衛生的な買い物が安心。という意識が育ち始めています。

また、「お客様からキャッシュレスと頼まれない」とおっしゃるかもしれませんがお客様は「キャッシュレスができなければ、もう来ない」とわざわざ言うてはくれません。

仮にあなたのお店のたったの1割かもしれませんが「キャッシュレス決済をしたい」と思われるお客様がいたらどうでしょうか？

そして「このお店はキャッシュレスできないから他の店に行こう」と思われたらいかがでしょうか。4%未満程度の手数料と手間を惜しむことでキャッシュレスを望むお客様の売り上げがゼロになってしまうのです。



キャッシュレス決済にするメリットって何かしら・・・



新規サービスや費用負担が発生するとき、メリットを求めがちですが、基本キャッシュレス導入はお店にメリットがないと言っても過言ではありません。

そして導入しないメリットは現状維持以外何もありません。

キャッシュレスは導入してもしなくてもメリットはほぼないとお考え下さい。

では何故導入すべきなのでしょう。

それは導入するデメリットより導入しないデメリットの方が大きいからです。

あるキャッシュレス関連の調査結果では、「いつも行っているお店ではキャッシュレス決済ができない」という消費者の不満がランクインしてきました。

お客様が「キャッシュレスを導入して欲しい」とお店に言うのはなかなか勇気が必要です。前出のように借金のイメージが残るキャッシュレスを口にするには、お店につけ払い（借り）をお願いするイメージでもあります。

また、そういった要望を伝えるのはお店に通いたいお気持ちの表れだと思います。要望がないのは必要ないからではないのです。

もしかしたら、黙ってキャッシュレスが使えるほかのお店に変えてしまうかもしれません。

キャッシュレスの最大のメリットは「お客様にキャッシュレス決済サービスを提供できる」ことなのです。

キャッシュレス未導入の店舗はお客様に選ばれなくなる？

「キャッシュレス決済が利用できるかどうかで、利用する店舗を決めたことはありますか？」の質問に、65パーセントの消費者が「ある」と答えています。

消費者にとってキャッシュレス決済はお店選びにおいて無視できない事実になりつつあります。

また、新型コロナウイルス感染症拡大をきっかけとするキャッシュレス決済利用は増加傾向にあり、消費者のキャッシュレス決済へのニーズは無視できないものとなっています。

キャッシュレス決済手段が利用できるかどうかで、利用する店舗を決めたことはありますか？



出典: CREVIEW × キャッシュレスラボ調べ

かつての店舗商売では、信用による掛け売りで月末などに商品代金を支払うことも多くありました。貸し倒れなどもあったようです。戦後、現金商売だから安くするという商法により、現金取引が主となりました。

今や、ものを置いておけば商品でなくても売れる。といった時代も去り、お客様へのサービスによって、差別化をすることが必要との話があります。

そこで、「キャッシュレスは差別化か」というとそうではありません。あつて当たり前のサービスです。当たり前のサービスがないとお客様(消費者)は他へ行くでしょう。

withコロナ afterコロナにより、今後さらにキャッシュレス化が加速することとされます。

お客様にとって同じ商品を買うなら、サービスを置いていないお店を選ぶでしょうか。

今なら行きつけのお店に面倒かけたくないとおっしゃっていただけていますが、長い月日を考えた場合、キャッシュレスに慣れたお客様がいつまで貴店を選んでくれるでしょうか。

大型店舗やWebショップがいい例です。

少しでも他店に差をつけられないためにも、キャッシュレス決済は必要です。

お店の利益はお客様へのサービスで生まれます。

いい商品を取りそろえるのもサービス、お客様にとっての利便性を提供するのもサービスです。

キャッシュレス決済
未導入店舗



キャッシュレス決済
導入済み店舗



以前は日本のキャッシュレス決済の比率は約20%で、他の国と比べて遅れているといわれていました。その理由は、日本の偽札発生の割合は世界でトップクラスの低さで、金融機関やATMの数も群を抜いており、現金で何ら問題がない国だからといえます。この便利さを維持している現金インフラの年間コストは1兆6,390億円といわれます。

キャッシュレスが進むことで、この金融コストが大きく低減されることが見込まれます。そして何よりこれまで紹介したように、お客様（消費者）の現金離れが始まっています。人口が減少する中、国内の消費総額の伸びを期待することは難しい状況です。今ご来店してくれているお客様（消費者）を、自店につなぎ止める必要があります。

国の施策

国は大阪・関西万博開催年の2025年6月までに、キャッシュレス決済比率を倍増し、4割程度とすることを目指すことを閣議決定しました。将来的には世界最高水準の80%を目指すとしています。

インバウンド需要はもちろんですが、デジタル庁の発足で話題となっている、DX（デジタルトランスフォーメーション）*つまり、データやデジタル技術を活用した変革の一環として、購買情報を分析・利活用することにより、高度なマーケティングやターゲット層向けの商品・サービスの開発が可能になることを見込んでいます。

お店へのキャッシュレスの導入は、お店のデジタル活用の一歩目となるのです。

お客様のチャンス

キャッシュレスへのシフトを商機ととらえた決済事業者によって、お客様（消費者）に自社のキャッシュレス決済を使ってもらい、自社の顧客として取り込むキャンペーンはこれからも続きます。

お客様（消費者）にとって、ご自分の購買を支えるキャッシュバック（ポイント付与）は大きなお買い物のチャンスであるだけでなく、今後、小銭入れを使わない衛生的で清潔なお買い物、現金管理がデジタルでできる環境への期待が大きくなっていくものと考えられます。

店舗（商店街）のチャンス

消費総額の伸びが期待できない以上、残念な言い方ですが現状の消費の取り合いとならざるを得ません。お客様（消費者）が、買い物をする店を決める動機付けの一つとなってきているキャッシュレス決済を、ライバル店より1日も早く導入し、貴店を選ぶ動機を発信しお客様をつなぎとめるだけでなく、新規のお客様（消費者様）を獲得しましょう。

時期尚早ではありません。お近くの同業店が一律導入済になったらこの効果はなくなります。

*DX（デジタルトランスフォーメーション） P5 参照

キャッシュレス決済の導入方法、選び方についてご紹介します。

お客様(消費者)の目線で実際にキャッシュレス決済事業者に支払うタイミングと、お店は店頭でどういう処理が必要か、いつ支払われたお金が入金されるのかといったお店の目線を意識してください。

導入方法は大きく分けて2つ

決済代行会社を利用しない方法

決済サービス会社1社ずつと、直接個別で契約を結んで利用する方法です。決済事業者が用意する専用端末を契約したサービスの数だけ用意し、それぞれのサービスの締め日や入金日に合わせて会計管理を行う必要があります。

決済代行会社を利用する方法

キャッシュレス決済を代行する会社1社と契約し、複数のキャッシュレス決済サービスを同時利用する方法です。決済代行会社が用意する端末1台で複数の決済サービスを利用可能で、入金日なども統一されるため会計管理が効率化できます。

選び方

お客様の目線

お客様がキャッシュレス決済を利用する方法としては、前払い式(プリペイド型※)、即時口座引落(デビット型)、後払い式(クレジット型)の3種類があります。

少額は前払い式(プリペイド型)の利用が多く、高額になるほど、即時口座引落(デビット型)、後払い式(クレジット型)となっています。

明確な理由の分析結果はありませんが、小銭入れと札入れの違いとお考え下さい。

またクレジットカードは学生の皆さんはご自分の名義で作成することはできません。

お店にとって何を選択材料にするかということ、一人のお客様がお支払されるお客様単価です。

お客様単価が数千円未満でしたら前払い式(プリペイド型※)の導入を優先してください。

※例:QRコード決済、電子マネー(交通系等)

お店の目線

お店の目線は「キャッシュレス決済の種類」と「手数料」、そして「キャッシュレス決済事業者からの入金サイト」です。

入金サイトとはお客様の決済処理後お店に入金される期間ですが、最短のもので翌営業日、長いと2か月近いものもあります。また今後DX ※の一例としてED (電子データ交換)で銀行や信用金庫等の金融機関システムと接続し、キャッシュフローを助成する融資なども検討されています。



キャッシュレス決済の種類は、クレジットカード、電子マネー、QRコードの3種類あります。

お客様の目線同様に、お店が導入するにあたって何を材料にするかということお客様単価ですが、可能であれば決済3種とも取りそろえることをお勧めします。

クレジットカード決済

クレジットカードのほとんどは国際ブランド「VISA、MASTER、JCB、アメリカン・エクスプレス、ダイナースクラブ」のライセンス契約となっていますので、これらの取り扱いがそろえばほぼすべてのカードが取り扱い可能です。特に「VISA」、「MASTER」の2種はカードを保有しているお客様が圧倒的に多い世界的な2大ブランドカードです。「JCB」は日本人ユーザーがほとんどです。その他として銀聯（中国系）とディスカバー（アメリカ系）がありますがそれぞれの本国ユーザーにほぼ限られますので、お店のお客様層に合わせて選択してください。

導入にはクレジットカード読み取り端末とクレジットカード会社への手数料が必要です。



電子マネー決済

電子マネーはSuicaやPASMOなどの交通系と、nanacoやWAONなどの流通系がありますが、交通系は最低限取り扱えるようにすることをお勧めします。

電子マネー決済を行う場合は、こちらも専用端末の用意と決済手数料が発生します。クレジットカードと電子マネーは同じ決済端末機器で対応出来るものもあります。



▶ ■ ■ ■ デジタル推進とキャッシュレス推進 ■ ■ ■

国のキャッシュレス推進の予算は今後も継続が見込まれます。

特にDX ※の推進も加わりさらに、キャッシュレスが重要になります。売り上げをデジタルデータで管理し、入金(売掛消込)やつなぎ融資などでの金融機関とのネットワーク接続ができる中小企業向けのED I(電子データ交換)などの活用を進める施策が強化されてくると思われます。



※DX (デジタルトランスフォーメーション) P5 参照

QRコード決済

QRコード決済は、クレジットカードと電子マネーのような明確なブランド化は進んでいませんが、携帯電話キャリア系と金融機関系に大きく分かれます。携帯電話キャリア系で1,000万人以上のユーザーを有しているブランドのPayPayは導入するのであれば必須と言えます。

QRコード決済のやり方は、お店に設置したQRコードをお客様のスマートホンで読み込んで決済するMPM方式と、お客様のスマートホンに表示されるQRコードをお店の機器で読み込むCPM方式があります。

MPM方式ではQRコードを印刷した紙を用意するだけでいいので、導入コストはおさえられますが、実際の決済においてはQRコードのブランドごとの契約となり、入金管理などが煩雑になる可能性があります。

CPM方式では決済代行などによる一括契約で入金管理もできますが、店側でQRコードを読み取るためのネット環境とタブレットやスマートフォンなどの入力端末を準備する必要があり、MPM方式と比べて決済手数料率が高くなる傾向があります。



金融機関のQRコード決済

金融機関のQRコード決済は、アプリをダウンロードしてすぐに使い始めることができ、たとえば、離れて暮らす子どもへの仕送りなどでも使うことができます。

口座さえ持っていれば、未成年でも利用は可能で、審査もありません。これらのことから金融機関のQRコード決済も今後期待されます。



Q キャッシュレス決済でお店が負担する費用は何がありますか？

A 決済端末費：現在無料のものが決済事業者からの貸与されます。しかし、新型のマルチ決済端末は有料のもので初期費用が3万～10万円ほどですが、こちらも無料のものもあるので導入時にご確認ください。

決済手数料：およそ4%未満ですが、見直しが繰り返されています。

振込手数料：決済された入金をお店の口座に振り込む手数料です。振込口座銀行や金額などの違いで無料や有料と違いがあります。

通信費：電子マネー決済を利用する際、情報を処理するためにネット通信費用が必要となります。安いものだと月額3,000円程度のものもありますが、サービスや導入方法によって金額は大きく異なり、ネット回線の開通工事などで別途費用が必要になる場合もあります。



Q キャッシュレス導入で人員削減ができますか？

A キャッシュレス決済を導入すると、レジ周りの作業時間を短縮することができます。これによりキャッシュレス無人店舗は人員削減に結び付きやすいですが、本来は人手不足を補うと同時に、品出しなどの店内商品の充足、整理、商品のご案内、フロア清掃による清潔感の維持などお客様サービスがあるべき狙いです。

Q キャッシュレス決済は難しいですか？

A キャッシュレスを導入しない理由の一つに「現場スタッフによる対応が困難」という理由が挙げられることがあります。しかし、近年のセルフレジ（セミセルフレジ）や据え置き型のQRコード決済の普及により、お客様自身がオペレーションしていただくことが増え、キャッシュレス決済のオペレーションに慣れているお客様が増えてきています。

必ずしも現場スタッフ全員が覚えなくてはならない複雑なオペレーションはかなり簡略化されています。





手数料率を教えてください

A

現時点で一般的な手数料と言われているものは下記の通りです。しかし、決済の入金振込手数料が決済事業者によって違っていたり、対面販売とオンライン決済の差などもあるので注意が必要です。必ず確認をして比較検討してください。

クレジット(国際ブランドカード):「VISA」、「MASTER」、「アメリカン・エキスプレス」、「ダイナースクラブ」と「JCB」、「銀聯」によって違いがありますが4%未満が目安です。

電子マネー:交通系や流通系などのブランドにより異なりますが、基本的に基本的に4%未満が目安です。

QRコード: ブランドにより異なります。サービス期間中で手数料が0%のブランドもありますが、3%前後を目安にしてください。



キャッシュフローはキツくありませんか?

A

これまでクレジット決済等においては、月末締め翌月末入金のような長い入金サイクルでした。これは当然ながら商店にとって容認できる長さとは言えませんでした。

特に現金仕入れ、現金販売という短いキャッシュフローの商店にとって、負担は計り知れませんでした。

しかしながら、最近では最短で(平日)翌営業日に指定の銀行口座等に振り込まれるキャッシュレス決済が出現し、長くても月二回締め(例:15日または末日)の翌締め日入金などとなっております。

また、このキャッシュフローを埋めるため、キャッシュレスの売上の売掛の消込(入金)までをデジタルデータ連動によりシステム管理する金融機関からの融資商品なども検討されています。

DX(デジタル技術による変革)は我々商店のすぐ近くにあるのです。





商店街の皆様へ キャッシュレス決済をはじめよう！

2021年2月発行

東京都商店街振興組合連合会

監修：上原 正氏 | 昭和37年(1962年)8月 高円寺パル商店街 紅葉化粧品店に生まれる。
中小企業庁 商工会議所・商工会「小規模事業者支援データ活用指導員研修」講師
東京都商店街振興組合連合会 青年部 元副部長 / 日本イノベーション融合学会 専務理事
経済産業省推進資格 ITコーディネータ / 東京都「商店街ステップアップ応援事業」専門家

表紙イラスト：おがわるいこ