

金融経済 ニュースの着眼点

株式会社大和総研
金融調査部 主任研究員

長内 智



第17回 新たに導入される「マイナポイント制度」の注目点

キャッシュレス決済の利用によりポイントが付与されるマイナポイント制度の開始が目前に迫ってきました。この制度は、ポイントの還元率が25%と高いこともあり、世間の関心を集めています。また、新型コロナウイルス（以下、新型コロナ）の感染拡大で急激に落ち込んだ消費を活性化させる効果を期待する向きもあります。そこで今回は、マイナポイント制度とその狙いを概観した上で、この制度の課題や新型コロナの影響について考えていきたいと思います。

① 新たなキャッシュレス推進策の導入 — ～高い還元率で世間の関心も高まる

政府は、9月にマイナポイント制度という新たなキャッシュレス推進策を導入します。2019年10月から2020年6月までは、消費増税の影響緩和策としてキャッシュレス決済額の5%もしくは2%をポイントで還元、または直接的に割り引くというポイント還元制度（キャッシュレス・ポイント還元事業）が実施されていましたが、今回の制度はそれに代わるものとなります。

マイナポイント制度の具体的な内容は、マイナンバーカードの保有者が、制度に登録された民間のキャッシュレス決済サービスでチャージ（入金）や買い物をした場合、その金額の25%分に相当する「マイナポイント」と呼ばれるポイントが付与（上限は1人当たり5000円分）されるというものです。消費者にとっては、ポイントの還元率が25%と高いことが大きな魅力であり、制度開始を目前に控えて世間の関心も急速に高まってきました。

この制度には主に、①2020年6月1日時点で普及率が16.8%（総務省資料）にとどまるマイナンバーカード保有者の増加、②個人消費の活性化、③キャッシュレス化の促進、という三つの狙いがあります。日本の消費者には、決済手段を選択する際にポイントや割引など金銭的なメリットを重視する傾向が強く見られます。そ

のため、還元率の高いマイナポイント制度は、消費者にマイナンバーカードの取得を促すきっかけとなり、消費活性化やキャッシュレス化という点でも一定の効果が見込まれているのです。

② 消費活性化の効果は限定的 — ～制度を利用しない人も多い？

このように注目度が高まっているマイナポイント制度ですが、実際には課題もあります。ここでは3点ほど取り上げたいと思います。

第一に、手続きが面倒なので利用しないという人や、そもそもマイナンバーカードを作りたいくないという人が少なくないと見られる点です。後者の背景としては、実生活で利便性をあまり感じられないことや個人情報流出に対する不安などが挙げられます。制度の利用・普及の段階からつまづいてしまう可能性があるのです。

第二に、政府は、この制度を消費活性化策の一つに位置付けていますが、その予算規模に基づくと、日本全体の消費を活性化させる効果はかなり限定的なものになると見込まれます。この点について具体的な数字で確認しましょう。日本全体の2019年度の個人消費額は約300兆円でした。これに対し、マイナポイント制度の2020年度の予算額は2478億円であり、個人消費額の約0.1%にとどまります。そのため、予算を全て使い切ったとしても、個人消費を直接押し



上げる効果はあまり期待できないというのが現状です。

第三に、キャッシュレス決済の推進という面では、この制度の実施期間が2020年9月から2021年3月までの7カ月間に限定されていることや、利用するまでの手続きが面倒であることが課題になります。短期的かつ一定の効果は見込まれるものの、その効果の持続性や大きさについては慎重に見ておく必要があるでしょう。

③ 新型コロナが変える家計の消費行動 ～キャッシュレス決済で感染予防も

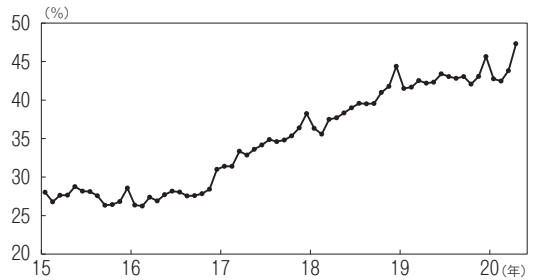
今後のマイナポイント制度の普及やキャッシュレス化の動向を見通す上で、新型コロナの感染拡大に伴う消費行動の変化について考えることも重要になっています。

例えば、新型コロナの感染爆発を防ぐために政府が2020年4月に「緊急事態宣言」を出し、外出と対面営業の自粛を要請したことにより、ネット通販や動画配信サービス、食事の配送サービスといった「巣ごもり消費」が活発化することとなりました。

総務省の統計を確認すると、インターネットを通じて注文をした世帯の割合が2020年4月に大きく上昇し、統計開始以来最高を記録しています【図表】。季節的に見て、年末商戦のある12月でなく4月に大幅な上昇を示すというのは極めて異例のことであり、外出と対面営業の自粛要請の影響の大きさが見てとれます。

「巣ごもり消費」の増加は、消費者の支払いの場を店舗での「対面」から「ネット」へとシフトさせました。そこではキャッシュレス決済が

【図表】 インターネットを通じて注文をした世帯の割合



出所：総務省「家計消費状況調査結果」より大和総研作成

主要な決済手段となります。つまり、今回の外出と対面営業の自粛要請には、自宅でのキャッシュレス決済の利用拡大を促すという側面があったのです。緊急事態宣言が5月に解除され、経済活動が正常化する中、「巣ごもり消費」から実際の店舗での消費へ回帰する動きが進んでいます。とはいえ、新型コロナの流行前と比べると、ネットショッピングとそれに伴うキャッシュレス決済のニーズは確実に高まっているといえます。

さらに、キャッシュレス決済は新型コロナの感染予防の観点からも静かに注目されています。現金はウイルスの感染経路になり得ますが、現金のやりとりが不要なキャッシュレス決済はその点安全です。現金とウイルスの問題に関しては、中国の民間銀行や中央銀行が新型コロナの感染予防のため、現金を大量に消毒したという話が有名です。

こうした新型コロナに伴う金融面の「新しい生活様式」が、マイナポイント制度やキャッシュレス化の追い風になっており、その影響については今後も注目したいポイントです。 P

おさない さとし 2006年早稲田大学大学院経済学研究科博士課程単位取得退学、大和総研入社（金融資本市場担当）。2008～10年大和証券に外向（海外市場担当）、2010年大和総研に帰任（新興国、日本経済担当）。2012～14年内閣府参事官補佐として経済財政白書、月例経済報告などを担当。2014年大和総研に帰任（日本経済担当）、2018年より現職（金融資本市場担当）。執筆書籍：『この1冊でわかる 世界経済の新常識2019』日経BP社、2018年、共著。『日経プレミアシリーズ：トランプ政権で日本経済はこうなる』日本経済新聞出版社、2016年、共著。『リーダーになったら知っておきたい 経済の読み方』KADOKAWA、2015年、共著。CFP®。