



キャッシュレス時報 CASHLESS JIHO

長内 智

㈱大和総研
金融調査部
主任研究員

第13回 新型コロナで浮かぶ店舗の手数料負担

二極化する消費者向けビジネス

●店舗の事業環境が新型コロナで一変

日本のキャッシュレス社会実現に向け、街中の店舗でのキャッシュレス決済をいかに増やすかが重要な課題となっています。近年は、民間のキャッシュバックキャンペーンや政府のポイント還元制度という追い風もあり、キャッシュレス決済を利用する人が着実に増加してきましたが、2020年以降の新型コロナウイルス感染症（以下、「新型コロナ」といいます）の影響により、店舗の事業環境は一変しました。

例えば、飲食業では、政府の緊急事態宣言に伴う外出自粛や時短・休業要請などの影響によって売上が急減し、チェーン店舗の大量閉鎖や倒産・廃業に追い込まれる企業が相次いでいます。他方、自宅で食事をする機会が増えた結果、外食からの需要シフトが起こり、業績が好調なスーパーなどの小売店もあり、影響は二極化の様相を呈しています。

●売上減に苦しむ飲食業で現金回帰の動き

新型コロナで大打撃を受けている代表的な業種が飲食業です。

（一社）日本フードサービス協会によると、2020年の外食産業の売上高（全店ベース）は、前年比15.1%減と、統計を開始した1994年以来、最大の減少率を記録しました。業態別には、ドライブスルーやテイクアウト、デリバリーが好調だった洋食のファーストフードは同5.5%増

の一方、居酒屋・パブが同49.5%減とほぼ半減し、レストランも大幅に減少しました。

売上が急減した一部の店舗では、キャッシュレス決済サービスの提供をやめ、現金払いに戻す動きが出てきているようです。その理由の1つとして、キャッシュレス決済の場合、顧客の支払から入金までにタイムラグが生じることが挙げられています。売上が落ち込み資金繰りが悪化する中、手元の現金確保を優先したいという店舗側の意向が読み取れます。

●非接触型決済へのニーズとコスト

新型コロナの感染防止という観点から、飲食・小売業の店舗では、不特定多数の人が触れる現金を使わなくて済むキャッシュレス決済へのニーズが高まっています。

シェアリングテクノロジーが2020年5月に実施した調査によると、現金の受け渡しに抵抗を「やや感じる」「強く感じる」と回答した消費者は6割超にのぼり、さらにキャッシュレス決済に切り替えたという回答も数多くみられました。

こうした中、キャッシュレス決済による会計業務の非接触化や効率化が重要な経営課題になりつつあるといえます。ただし、新型コロナの影響を受けている店舗では、加盟店手数料が無視できないコストとなる点には注意が必要です。

新型コロナとの共存に向けて

●加盟店手数料の動向が最大の焦点

新型コロナの影響が長期化する中で、店舗の



キャッシュレス決済を一層拡大させるために重要なことは何でしょうか。この点に関して、(一社)キャッシュレス推進協議会が2020年6月に公表した調査結果を確認したいと思います。同調査では、政府のポイント還元事業終了後に現金決済に戻すと答えた事業者に対して、その理由を尋ねています。

調査結果によると「当初想定よりも決済手数料などの費用が割高だったから」という回答が46%と最も多くなっています(図表参照)。ポイント還元事業では、手数料を3.25%以下に抑えることを義務づけていましたが、事業終了後に手数料が引き上げられたケースもあり、それに伴う負担増がキャッシュレス決済をやめる要因になったと考えられます。

●入金までのタイムラグ縮小も課題

また、入金までに時間がかかり資金繰りに困ることを指摘する回答も目立ちます。この問題は、新型コロナの影響を受けている店舗においてより深刻だと思われます。

今後、新型コロナと共存しながらキャッシュレス化をさらに進めるためには、手数料負担の低減とともに、店舗への入金サイクルの短縮化を図ることも重要な課題になるでしょう。

【図表】ポイント還元事業終了後にキャッシュレス決済対応をやめる理由(複数回答)

当初想定よりも決済手数料などの費用が割高だったから	46%
キャッシュレスの支払手段を利用する顧客が少ないから	39%
入金されるまでに一定日数以上かかるため、資金繰りに困ることがあったから	24%
キャッシュレスの支払手段により本社や店舗・事業所等の業務が増えたから	15%
不正利用が不安だから	4%
決済事業者から得られる顧客情報等が少なかったから	2%
上記以外	7%
特に理由はない	17% (n=46)

(出所) (一社)キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス調査の結果について」(2020年6月)より大和総研作成

PayPayが加盟店手数料を全面有料化へ

●人口の約3割が登録する国内最大手

スマートフォンのQRコード決済市場において国内最大手のPayPay(ペイペイ)は、2021年10月から加盟店の決済システム手数料を有料化する予定です。すでに2020年4月1日以降、新たに加盟した年商10億円以上の法人からは手数料を徴収していましたが、それをすべての加盟店にまで拡大させることとなります。

足元のPayPayの事業環境を確認しておく、2021年3月末時点の登録者数は3,803万人であり、これは日本の人口の約3割に相当します。店舗やタクシーなどを含む加盟店数は316万店に達し、利用できる場所も非常に多くなっています。また、2020年4月から2021年3月の決済回数は20億3,892万回と前年(8億563万回)から2倍超に増加しました。

●なぜ有料化するのか?

PayPayが加盟店手数料を全面有料化する主な背景には、これまでの巨額な先行投資を回収するというねらいがあります。キャッシュレス決済システムは、それを構築・維持するために相応の費用が発生します。しかし、PayPayは、市場シェア拡大のために採算度外視ともいえる大型キャンペーンで登録者数を増やし、手数料無料化で加盟店数を急拡大させてきました。その結果、企業業績は大幅な営業赤字状態が続いています。こうした中、PayPayが広く普及してきたのを機に、市場シェア拡大から収益化へと経営の舵を切ったと考えられます。

●加盟店は費用対効果の見極めが重要

これまでPayPayの加盟店数が急拡大したのは、手数料無料化の効果も大きかったとみられ、手数料率次第では加盟店の離脱が相次ぐ可能性もあります。また、新型コロナの影響が残る店舗にとって、有料化の影響は決して小さくないでしょう。今後、加盟店はPayPay導入による業務の効率化と手数料負担を比較して、サービスを継続すべきか考える必要がありそうです。