

2024年7月2日 全8頁

キャッシュレス化の現在位置と今後の展望

新紙幣発行の裏で進む一万円札の減少

金融調査部 主任研究員 長内 智

[要約]

- 日本の2023年のキャッシュレス決済比率は39.3%と過去最高を更新した。キャッシュレス決済比率を4割程度に引き上げるとする政府の目標は2024年中に達成される公算が大きい。日本は現金志向が強く、当初、政府目標達成のハードルはかなり高いという見方が大勢であったが、それを覆す形で順調にキャッシュレス化が進展してきた。
- キャッシュレス化の進展に貢献した具体的な支払い手段を確認すると、最も寄与度が大きいのはクレジットカードである。この背景には、ネットショッピングの利用拡大に加え、店舗での支払いにおける現金回避の動きなどがある。寄与度が2番目に大きいのはQRコードやバーコードを使うコード決済であり、2019年以降に利用が急増した。
- 紙幣の流通枚数に関しては、長期的に増加傾向にあった一万円札が2023年半ばから減少傾向にあることが注目される。銀行ATMの設置台数（総数）は減少傾向にあるが、業態別にはコンビニ銀行で増加傾向にあり、市場シェアの拡大が続く。日本の課題とされるキャッシュレス決済サービスの乱立状態については、企業の自前主義的な戦略などを背景に今後も継続すると見込まれる。

はじめに

国際的に見て現金志向の強い日本においても、近年はキャッシュレス化の動きが着実に進展している。2023年のキャッシュレス決済額は、現行の政府目標（4割程度）にかなり接近した。日常的にキャッシュレス決済を利用する人が増えてきていることを改めて認識できる結果といえる。こうした中、本稿では、日本のキャッシュレス化の現状と注目される3つの論点を取り上げる。第1章では、政府目標の進捗度を確認し、これまでキャッシュレス化を大きく後押ししてきた要因を整理するとともに、現在検討が進められている新指標を取り上げる。第2章では、キャッシュレス決済に関して、①通貨（紙幣、貨幣）、②銀行ATM、③サービスの乱立状態、に関する論点を考察する。

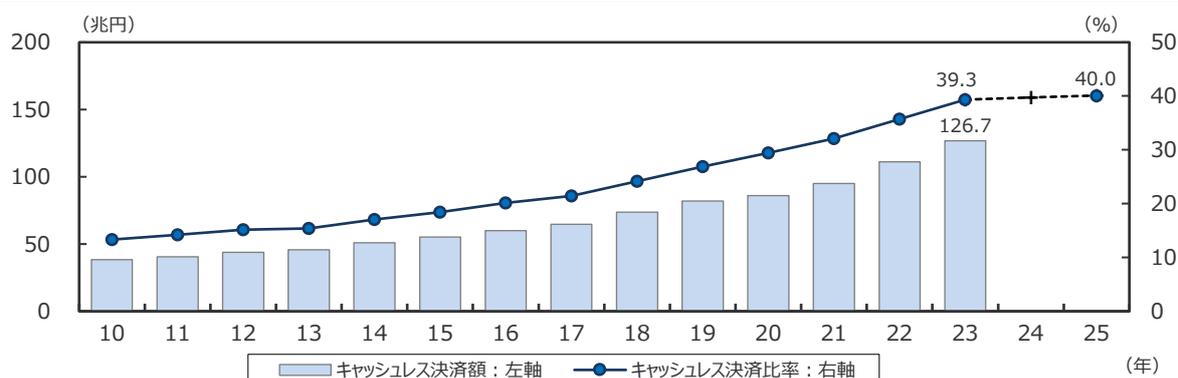
1. キャッシュレス化に関する政府目標の進捗度

(1) 4割目標は2024年に前倒し達成の公算

日本の2023年のキャッシュレス決済額は126.7兆円、キャッシュレス決済比率は39.3%となり、いずれも過去最高を更新した(図表1)¹。政府は、2025年6月までにキャッシュレス決済比率を4割程度に引き上げるという目標(図表2)を掲げており、この目標を達成するには1年半の間に+0.7%pt程度上昇するだけでよい。直近3年間の年間上昇ペースの平均値(+3.3%pt程度)や足元のクレジットカードの利用動向等を踏まえると、この目標は2024年中に前倒しで達成する公算が大きい。

政府が4割程度という数値目標を掲げたのは2017年6月に遡る。当時、日本は国際的に見て現金志向が強く、政府のキャッシュレス推進策が初めて導入された2019年頃までは、筆者も含め、政府目標達成のハードルはかなり高いとみる向きが大勢であった²。しかし、日本のキャッシュレス化は大方の見方を覆す形で順調に進展してきたと評価できる。

図表1：日本のキャッシュレス決済比率の推移



(注1) キャッシュレス決済比率 = キャッシュレス決済額 ÷ 民間最終消費支出。
 ※キャッシュレス決済は、クレジットカード、デビットカード、電子マネー、コード決済(クレジットカードからの利用を除く)。
 ※2018年以降は、QRコードやバーコードを使うコード決済(クレジットカードからの利用を除く)を含む。
 ※民間最終消費支出は、2024年1-3月期二次速報値(2次QE)ベース。
 (注2) データの基準変更や接続方法の影響があるため、古い時期の数値は幅を持ってみる必要がある。
 (出所) 内閣府、日本銀行、一般社団法人キャッシュレス推進協議会、一般社団法人日本クレジット協会より大和総研作成

図表2：政府のキャッシュレス決済比率目標に関する出来事

日付	概要
2017年6月	政府は、「未来投資戦略2017」(成長戦略)において「今後10年間(2027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」というKPI(重要業績評価指標)を新たに設定した。
2018年4月	経済産業省は、「キャッシュレス・ビジョン」において大阪・関西万博(2025年)に向けて「未来投資戦略2017」の「キャッシュレス決済比率40%の目標を前倒し」とし、さらに、「将来的には、世界最高水準の80%を目指していく」とした
2018年6月	政府は、「未来投資戦略2018」においてキャッシュレス決済比率を4割程度とする目標の達成時期を2027年6月までとして、「未来投資戦略2017」から据え置いた
2019年6月	政府は、「成長戦略フォローアップ」においてキャッシュレス決済比率を4割程度とする目標の達成時期を2025年6月までとして、「未来投資戦略2018」から2年前倒しした【現在もこの目標が継続】

(出所) 各種資料より大和総研作成

¹ 経済産業省の算定式に基づく大和総研の試算値であり、同省の公表値と同じ値となっている。同省のウェブページ「2023年のキャッシュレス決済比率を算出しました」(2024年3月29日)を参照。

² 長内・矢作(2019)などを参照。

(2) キャッシュレス化進展の主な要因

日本のキャッシュレス化を大きく後押しした要因としては、①民間企業の各種キャンペーン、②政府のキャッシュレス推進策、③新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナ）に起因する消費者の行動変容、の3点が挙げられる。

第一に、民間企業の動向に関しては、QRコード決済を提供する大手キャッシュレス決済事業者が、先行事業者に追いつき、追い越すために2018年末から複数回実施した大型ポイント還元キャンペーンが注目すべき出来事である。2019年に入ると、先行事業者も対抗キャンペーンを打ち出すなど、キャンペーン合戦の様相を呈した。それまでは、日本でQRコード決済を利用する人はかなり限定的であったものの、各事業者のキャンペーンをきっかけにQRコード決済の普及が急速に進んだ。一般社団法人キャッシュレス推進協議会の調査によると、QRコードやバーコードを使うコード決済の店舗利用金額は2018年の1,650億円から2019年の1兆1,206億円へと約6.8倍、店舗利用件数は同5,199万件から同8億1,594万件へと15.7倍に急増した。

第二に、政府は、2019年10月以降、キャッシュレス化の推進やマイナンバーカードの取得拡大などを促すため、「ポイント還元制度」と「マイナポイント制度」という2つのポイント政策を実施してきた。日本では、決済手段の選択においてポイントという金銭的メリットを重視する人が多く、これらの政策はキャッシュレス化の推進という点で効果を発揮した³。

第三に、2020年以降の新型コロナの感染拡大に伴うネットショッピングや非接触型決済に対する需要の高まりもキャッシュレス化の追い風となった⁴。新型コロナ下での外出自粛を機に、「巣ごもり消費」が増加し、そこではクレジットカードなどのキャッシュレス決済で支払うことが基本となる。さらに、店舗での支払いの際、現金との接触を避けるためにキャッシュレス決済に切り替える人も増えた。新型コロナの影響で2020年の個人消費（名目民間最終消費支出）は前年比マイナス4.1%と大幅に減少したにもかかわらず、現金からキャッシュレス決済へのシフトなどにより、キャッシュレス決済額は前年比プラス4.8%（大和総研試算）となった。

また、キャッシュレス化の進展に貢献した具体的な支払い手段を確認するために、2015年以降のキャッシュレス決済比率の累積変化を寄与度分解したのが次頁図表3である。

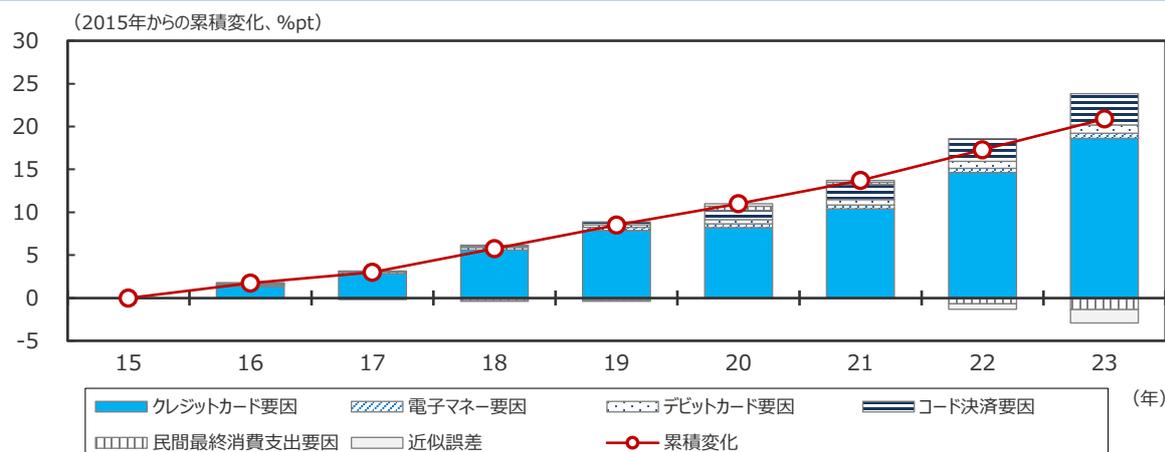
まず、寄与度が最も大きいのはクレジットカードであり、この背景には、ネットショッピングの利用拡大に加え、店舗での支払いにおける現金回避の動きなどがある。他には、店舗での支払いの際、決済端末にカードやスマートフォン（クレジットカード機能付）をかざすだけで支払いを行える「タッチ決済」の普及もプラス要因と考えられる。

寄与度が2番目に大きいのはコード決済である。コード決済の支払い額のデータを利用できるようになった2018年時点では、電子マネーとデビットカードより寄与度は小さかった。しかし、2019年と2020年にQRコード決済の利用が大幅に増加した結果、クレジットカードに次ぐ2位に浮上した。その後もコード決済の利用シェアは増大し、電子マネーとデビットカードとの差は拡大した。

³ 長内（2019a）、長内（2019b）、長内（2023）などを参照。

⁴ 長内（2022c）などを参照。

図表 3 : 日本のキャッシュレス決済比率の累積変化



(注1) 2018年以降は、QRコードやバーコードを使うコード決済（クレジットカードからの利用を除く）を含む。

(注2) 民間最終消費要因は、民間最終消費が増加（減少）した場合に、マイナス（プラス）に寄与する。

(注3) 経済産業省の「FinTech ビジョン」（2017年5月8日）で示されたキャッシュレス決済比率の最新時点である2015年を基準としている。

(出所) 内閣府、日本銀行、一般社団法人キャッシュレス推進協議会、一般社団法人日本クレジット協会より大和総研作成

(3) 今後の80%目標と算定式の変更

実際に、キャッシュレス決済比率を4割程度にするという政府目標を2024年中に前倒しで達成した場合、その後は、経済産業省の「キャッシュレス・ビジョン」で示された80%を目指すことになる想定される（前掲図表2）。その際に注意しておきたいのは、2025年度以降、キャッシュレス決済比率の算定式を変更した新指標がベンチマークになる可能性があるという点だ。やや技術的な内容となるため、最初に押さえておくべきポイントを示しておく、現在の算定式で計算されたキャッシュレス決済比率は実態に比べて低い値になっているとみられ、新指標が採用された場合、その比率は現在の水準より切り上げられると想定される。

具体的には、現在の算定式の分子（＝キャッシュレス決済支払額）に関しては、①銀行口座振替・振込、②クオカードや図書カードなどのプリペイドカード、③交通系電子マネーの乗車や乗車券購入に利用された分、が含まれないといった問題が指摘されている。分母（＝名目民間最終消費支出）については、家計以外の民間非営利団体の消費額が含まれていることや、実際の支払いを伴わない概念的な「持ち家の帰属家賃」が含まれている。

要するに、現在、分子と分母のいずれにおいてもキャッシュレス決済比率が過小推計される状況にあり、経済産業省は、それらを考慮した2025年度以降の新指標の作成・公表を検討している⁵。同省の資料の概算値に基づく、2021年のキャッシュレス決済比率は、現行の算定式から新たな算定式に変更することにより、21.7%pt（32.3%→54.0%）上方修正されることになる。仮に、2023年の数値（39.3%）も同じだけ上方修正されとした場合、キャッシュレス決済比率は61.0%となり、80%目標まで残り19.0%pt程度となる。国際比較においてはデータの利用可能性から現行の算定式がベースになるとみられる一方、日本のキャッシュレス化の議論においては、実態を反映し、現在検討が進められている新指標の動向も注視していく必要がある。

⁵ 経済産業省（2023）「キャッシュレスの将来像に関する検討会 とりまとめ」（2023年3月20日）の「3.3. 新指標の設定」を参照。データの始期は不明であり、過去の数値も試算値等として公表される可能性がある。

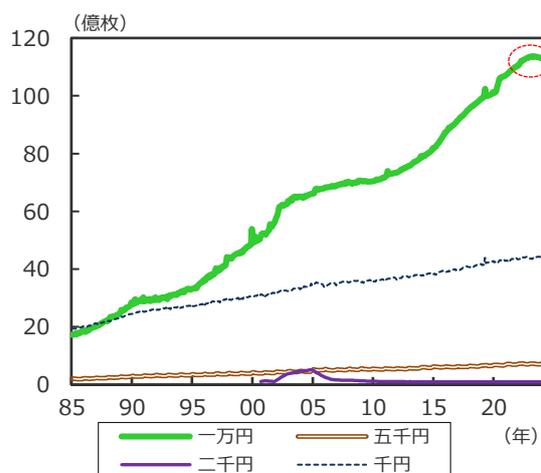
2. キャッシュレス決済に関する3つの論点

(1) 新紙幣の登場と一万円札の減少

日本では、2024年7月3日に3種類の紙幣（一万円札、五千円札、千円札）が改刷される⁶。現在、政府がキャッシュレス化を推進していることから、今回の新紙幣の発行は政府の取組みと矛盾するのではないかと感じる人もいると思われる。しかし現実には、国内で紙幣が多く流通している限り、偽札などの不正防止対策が課題となる。最先端の偽造防止技術を取り入れた今回の新紙幣の発行も不正防止対策の一環と位置付けることができる。日本は、スウェーデンなどのキャッシュレス先進国に比べ、通貨（紙幣、貨幣）の流通高がかなり多い。国内の紙幣の流通枚数を確認すると、一万円札は、前回2004年11月の紙幣改刷から大幅に増加していることが分かる（図表4）。足元でも流通枚数が高水準にあることを踏まえると、今後も必要に応じて不正防止対策を強化していく必要性がある。

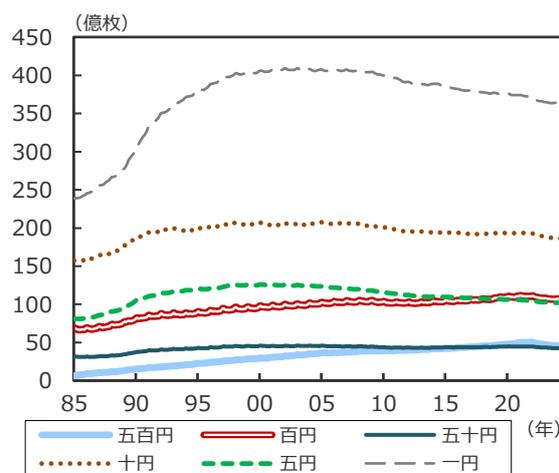
新紙幣の発行に関しては、民間事業者が機器改修費のかからないキャッシュレス決済の導入を進め、国内のキャッシュレス化を促すという見方がある。ただし、実際には、完全キャッシュレス化にしなければ、キャッシュレス決済の導入費用と新紙幣に伴う機器改修費の両方を負担しなければならず、かえって費用が増大する。自動販売機や発券機の一部をキャッシュレス専用にすることは比較的容易と考えられるため、新紙幣の発行を機に、キャッシュレス専用機に切り替える動きが増えることも想定される。一方、店舗の完全キャッシュレス化については、現実的に難しいというケースが多いとみられる。また、近年、日本では、スーパー等の小売店で「セルフレジ」の普及が進んできた⁷。通常、キャッシュレス先進国のセルフレジでは現金を使えないのに対し、日本では現金も使えるセルフレジが多い。その結果、前回の紙幣改刷時よりレジの設置台数（通常のレジ+セルフレジ）が増えた店舗においては、その分、新紙幣対応コストも増加したと見込まれる。

図表4：紙幣（日本銀行券）の流通枚数



(注) 一万円と千円は大和総研による季節調整値、他は3ヵ月移動平均値。
(出所) 日本銀行より大和総研作成

図表5：貨幣の流通枚数



(注) 3ヵ月移動平均値。
(出所) 日本銀行より大和総研作成

⁶ 長内（2024）などを参照。

⁷ 長内（2022a）などを参照。

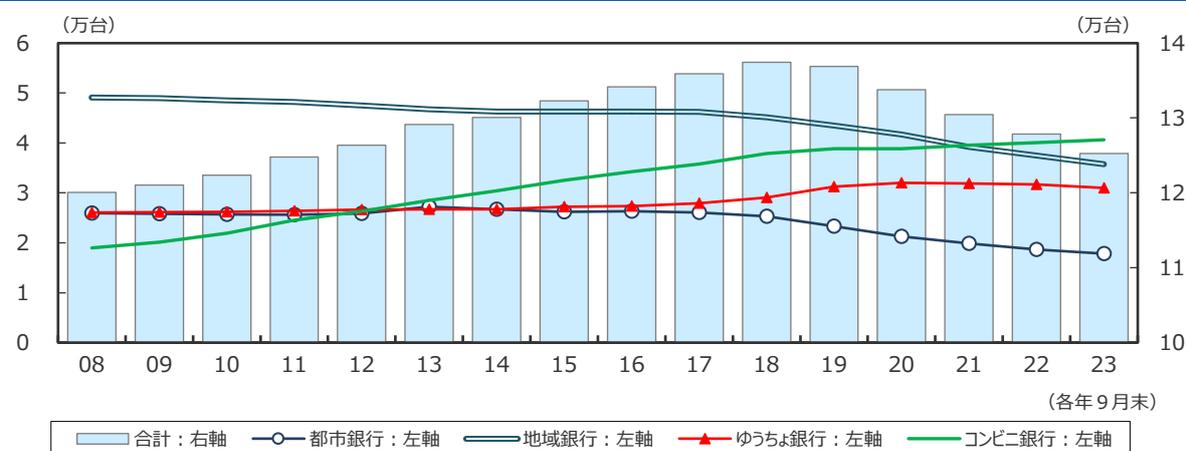
諸外国の事例に目を向けると、新紙幣の発行がキャッシュレス化を強く促す場合がある。具体的には、新紙幣発行から一定期間が過ぎると、偽造リスクの高い旧紙幣を店舗の支払いなどで利用できなくなるというケースである。こうした国では、「タンス預金」のデメリットは非常に大きい。他方、日本では旧紙幣もこれまで通り利用できるため、新紙幣が発行されても、「タンス預金」として旧紙幣をそのまま貯蔵し続ける人は多いと思われる。

通貨のうち紙幣の流通枚数に関しては、長期的に増加傾向にあった一万円札が2023年半ばから減少傾向にあることが注目される（前掲図表4）。キャッシュレス化の進展を受けた歴史的転換なのか、それとも短期的な調整局面なのか、今後の推移を見極めていくことが重要となる。五千円札と千円札の流通枚数は横ばい圏となっている。貨幣の流通枚数についても確認すると、キャッシュレス化が進む中で五十円以下の少額の貨幣は減少傾向が続く（前掲図表5）。百円と五百円は長期的に緩やかな増加基調にあったものの、2022年頃から減少傾向に転じつつある。将来的にキャッシュレス化が一段と進んで通貨の流通枚数が大幅に減少するような場合や、今回改刷された新紙幣の偽札がほとんど出回らないような場合には、今後の紙幣の改刷間隔は現行の20年程度より長くなることも想定される。

（2）銀行 ATM 網の減少と勢力図の変化

キャッシュレス化の進展に伴い、銀行（都市銀行、地域銀行、ゆうちょ銀行、コンビニ銀行）のATM（現金自動預払機）設置台数は、2018年をピークに減少に転じている（図表6）⁸。業態別の動向を確認すると、都市銀行と地域銀行は2017年頃まで微減もしくは横ばいで推移した後、2018年以降は明確な減少傾向となり、全体の減少に大きく寄与している。ゆうちょ銀行は、2017年頃まで都市銀行と同じような推移であったものの、提携先のコンビニエンスストアに小型ATMの設置を進めたことなどにより2018年以降に増加し、その後、2020年以降は横ばいの推移となっている。異業種から参入してきたコンビニ銀行は増加傾向が続き、2021年に地域銀行を上回り、最もATM設置台数の多い業態となった。

図表6：銀行ATMの設置台数



(注) 地域銀行は地方銀行と第二地方銀行、コンビニ銀行はセブン銀行とローソン銀行。

(出所) 一般社団法人全国銀行協会、ゆうちょ銀行、セブン銀行、ローソン銀行より大和総研作成

⁸ 長内（2022b）を参照。

先行きについては、国内のキャッシュレス化が着実に進展する中、銀行全体の ATM 設置台数は一段と減少する見通しである。ただし、キャッシュレス先進国と比較すると、日本は通貨の流通高が多く、現金の出し入れのために ATM を利用する人も多い。さらに、日本では、キャッシュレス決済サービスに現金でチャージ（入金）する際、コンビニ ATM を利用するという諸外国にはない活用方法も見られる。こうした状況を勘案すると、日本の ATM 設置台数の減少ペースは、街中でも ATM の数が限られるキャッシュレス先進国ほど急激なものとはならないと考えられる。業態別には、コンビニ銀行のシェア拡大が今後も継続すると見込まれる。

（3）決済サービスの乱立状態は継続へ

日本のキャッシュレス化の課題としては、キャッシュレス決済サービスの「数」が多く、乱立状態となっていることがよく指摘される。こうした中、2024年6月に同一企業グループの大手 QR コード決済サービス（LINE Pay、PayPay）が一本化されることが明らかとなった。もし、サービス集約化の動きが広く波及すれば、乱立状態の解消につながる。しかし、日本の現状を踏まえると、サービスの集約は、基本的に今回のような同一企業グループの場合や、サービスの継続が難しくなり他社に売却して統合される場合⁹などに限られると考えられる。その結果、数多くのサービスが併存する状態そのものは今後も続くと思込まれる。その主な背景として、以下の3つを指摘できる。

1つ目は、日本では元々顧客の囲い込みのために独自のポイントカードなどを発行してきた企業が多く、こうした従来からの自前主義的な顧客獲得戦略がキャッシュレス決済サービスの乱立につながっている面がある。実際、過去には、ある企業が新たにキャッシュレス決済サービスを始めたら、同業他社がそれに対抗するように新規参入するケースが見られた。なお、中国のキャッシュレス決済市場は、「プラットフォーマー」と呼ばれる巨大 IT 企業傘下のキャッシュレス決済サービス（Alipay、WeChat Pay）が市場シェアをほぼ2分しているが、自前主義的な様相を呈している日本では、プラットフォーマーが市場を占有するのは難しい状況にある。

2つ目は、経営体力のある大企業傘下のキャッシュレス決済サービスの場合、その収益性が低くても、顧客の囲い込みなどを優先してサービスを継続できるという点が挙げられる。現在、大手キャッシュレス決済サービスの多くが該当している。さらに、最近では「消耗戦」のようなキャンペーン合戦も行われておらず、こうした競争環境もサービスの継続という点で都合がよい。

3つ目は、各企業の広範な企業連携に対する慎重姿勢である。海外では、スウェーデンの Swish（スウィッシュ）のように大手銀行が連合を組んで送金・決済サービスを開発し、送金分野で圧倒的な国内シェアを獲得するケースも見られた。しかし、日本では、「ポイント連携」という形の企業連携は多いものの、異なる企業が連合を組んでキャッシュレス決済サービスを統一するという動きは顕在化していない。この背景には、顧客の購買情報（＝決済データ）を共有化することへの懸念もあると思われる。なお、日本でも送金サービスに限れば、「ことら送金」が企業連携の事例となっており、今後の動向が注目される。

⁹ 例えば、経営の悪化した「Origami Pay」が2020年に「メルペイ」に統合された事例が挙げられる。

<参考文献>

- 長内智 (2019a) 「キャッシュレス決済の『ポイント還元制度』の意義と課題～『消費増税の影響緩和』と『キャッシュレス化推進』の二兎を追えるか?」、大和総研レポート、2019年9月11日
https://www.dir.co.jp/report/research/capital-mkt/it/20190911_021025.html
- 長内智 (2019b) 「キャッシュレスの推進は消費喚起の救世主にあらず」、『週刊エコノミスト』、2019年9月17日号、毎日新聞出版、pp. 75-76
- 長内智 (2022a) 「広がりを見せるセルフレジでの支払」、中央経済社、『税務弘報』(2022年2月号)、pp. 106-107
- 長内智 (2022b) 「キャッシュレス化が促す銀行 ATM 網の縮小」、中央経済社、『税務弘報』(2022年5月号)、pp. 132-133
- 長内智 (2022c) 「キャッシュレス市場に吹く追い風と今後の展望～コロナ下で見られた消費行動と支払方法の変化」、時事通信社、『金融財政ビジネス』、2022年7月7日、第11078号、pp. 14-17
- 長内智 (2023) 「政府のポイント政策の効果と浮かび上がった課題～ポイント重視という国民性により制度利用者が上振れ」、大和総研レポート、2023年12月8日
https://www.dir.co.jp/report/research/capital-mkt/it/20231208_024135.html
- 長内智 (2024) 「日本の紙幣が20年ぶりに改刷」、『KINZAI Financial Plan』、2024年6月号、pp. 44-45、一般社団法人金融財政事情研究会
- 長内智、矢作大祐 (2019) 「キャッシュレス新時代の扉を開くための6つの鍵～『トリプル・ウィン』の精神で全体最適の実現へ」、大和総研レポート、2019年5月22日
https://www.dir.co.jp/report/research/capital-mkt/securities/20190522_020803.html