



# 我が国事業者におけるキャッシュレス決済サービスの利用実態： 導入が経営成果に与える影響の調査<sup>☆</sup>

中岡 孝剛 ・ 藤原 賢哉 ・ 鞆 大輔

**要旨** 本稿では、2021年11月16日から2021年11月22日にかけて実施された『事業者のキャッシュレス決済サービスの利用実態ならびに経営成果に関する調査』について報告する。また、当該調査で取得されたサンプルを利用して記述統計による分析を実施する。主な結果として、第1に、キャッシュレス決済の導入による効果として経費削減は認められず、売上高の増加に資するような効果も認められないこと、そして第2に、約6割の事業者がキャッシュレス決済の導入による生産性の向上を認めていないことの2点を発見している。

**キーワード** キャッシュレス決済サービス, 経営成果

**原稿受理日** 2022年1月11日

**Abstract** We conducted survey research “Survey on Usage of Cashless Payment Services and its Impacts on Management Performance in Japanese Businesses” from November 16, 2021, to November 22, 2021. This paper introduces the survey and shows descriptive statistics using a sample obtained to reveal the effects of usage level of cashless payments on the businesses’ management performance. We find two main results. Firstly, as an effect of introducing cashless payment, no cost reduction and no contribution to an increase in sales are recognized by businesses. Secondly, about 60% of businesses do not recognize the improvement of productivity as a result of introducing cashless payments.

**Key words** Cashless Payment Services, Management Performance

---

<sup>☆</sup> 本稿は研究プロジェクト「キャッシュレス決済の導入が事業者の生産性向上に及ぼす効果の検証（日本生産性本部生産性研究助成）」の研究成果である。

## 1. はじめに

2018年4月に経済産業省から公表された「キャッシュレス・ビジョン」(以下、経済産業省(2018))では、我が国のキャッシュレス決済比率の低さを指摘している。キャッシュレス決済とは、文字通りお札や小銭などの現金の使用を伴わない決済手段のことであり、クレジットカード、デビットカード、交通系電子マネー(プリペイド式)、QRコード決済などのスマートフォン決済が主な手段である。同(2018)では、我が国の生産性向上のためには、キャッシュレス決済比率を高める必要があることを指摘し、2025年までにキャッシュレス決済の比率を40%とする目標が掲げられた<sup>(1)</sup>。

このような背景もあり、国のキャッシュレス・ポイント還元事業や自治体を実施した還元事業の効果検証においても、消費者のキャッシュレス決済利用率の向上がクローズアップされることが多い印象である。学術研究においても、キャッシュレス決済を愛好する消費者の属性についての研究など、消費者側の要因に注目した研究が多い(例えば、Wakamori and Welte (2017) や藤原(2021)などを参照)。

しかし、キャッシュレス決済の普及には、消費者だけでなく、事業者側の利用率の向上が必要であることは言うまでもない。消費者の利用が進んだとしても、利用する場が少なくなれば、結果としてキャッシュレス決済は社会全体に普及しないであろう。また、事業者側がキャッシュレス決済サービスの導入によって、何らかの付加価値、すなわち、導入コストを上回る経営成果を享受しない限りは、利潤最大化を目指す事業者にとって、持続可能な決済サービスとはならないであろう。キャッシュレス決済サービスの導入が事業者によってどのような経営成果をもたらすのか、実証的な検証が急務である。近年では経済産業省(2021)が全国の1189の事業者に対してキャッシュレス決済の利活用に関するWEB調査を実施しているが、筆者の知る限りこれ以外の本格的な調査は存在していない。

そこで本稿では、2021年11月16日から2021年11月22日にかけてWEBアンケートで実施された『事業者のキャッシュレス決済サービスの利用実態ならびに経営成果に関する調査』(以下、本調査)の結果を紹介する。本調査は、我が国の事業者(加盟店)におけるキャッシュレス決済サービスの実態を把握し、その決済サービスの導入が事業者の経営成果に及

---

(1) 経済産業省(2018)によれば、我が国の2015年時点のキャッシュレス決済比率は18.4%であり、韓国89.1%や中国60.0%など比べて相対的に低い水準にある。キャッシュレス推進協議会(2021)の調査によれば、我が国の同比率は2019年時点で26.8%と上昇がみられるものの、依然として諸外国と比べるとキャッシュレス決済の普及が遅れていると言えよう。

我が国事業者におけるキャッシュレス決済サービスの利用実態（中岡・藤原・柄）

ばす影響について解明することを目的に実施されている。本稿では簡単な記述統計による分析を行うことで、我が国におけるキャッシュレス決済サービスの利用実態とその導入が経営成果にもたらす影響を明らかにする。

本稿の構成は以下の通りである。第2節では本調査の概要について、アンケートの実施方法と分析対象となるサンプルの説明を行う。また、サンプルの基本的な属性について確認を行う。第3節では、キャッシュレス決済サービスの現状と導入による経営成果について整理したうえで、我が国事業者から見たキャッシュレス決済サービスの導入にかかわる課題点を明らかにする。第4節では本稿のまとめを行い、今後の研究課題について議論する。

## 2. 本調査の概要

### 2.1 本調査の実施方法と対象

本調査はマクロミル社のモニター会員向けのWEB調査によって実施した。実施期間は、2021年11月16日から2021年11月22日までの7日間である。アンケートの調査項目については補足資料Aを参照されたい。

また分析の目的から、サンプリングの対象を次のように限定している。

#### サンプル選択基準

- (1) マクロミル社の回答者属性で業種が「飲食店」、「サービス業」、「医療業」、そして「卸売・小売業」の回答者に限定
- (2) マクロミル社の回答者属性で職業が「経営者・役員」の回答者に限定
- (3) キャッシュレス決済サービスの導入に関する担当者あるいは導入に関する決定権を持つ回答者に限定

本調査の実施目的は、我が国事業者のキャッシュレス決済サービスの導入状況とその経営成果の解明である。したがって、分析対象のサンプルを潜在的なキャッシュレス決済サービスの導入需要が大きいと思われるB to Cの業種に限定した（サンプル選択基準(1)）。さらに、会社経営者としてキャッシュレス決済サービス導入による経営成果を把握しており（サンプル選択基準(2)）、その導入判断に携わっている回答者に限定した（サンプル選択基準の(3)）。

一方で、会社経営者でなくとも、キャッシュレス決済サービスの導入判断に携わり、その経営成果について理解している社員も存在する可能性がある。そこで、上記のサンプル選択基準でサンプルの抽出を行ったのち、サンプル選択基準②を「マクロミル社の回答者属性で職業が「会社員」ならびに「自営業」の回答者に限定」として追加のサンプリングを行った。抽出の結果、サンプルサイズは575となっている。以下の表1はサンプル選択基準ごとにサンプルの構成を示している<sup>②</sup>。

表1のパネルAはサンプルの業種構成を示している。飲食業、サービス業、卸売・小売業がそれぞれ3割程度となっている。医療業については、近年キャッシュレス決済の導入が進んでいるが、サンプルでは5%程度にとどまっている。パネルBは職業で見たサンプルの構成を示しており、多くが「経営者・役員」の回答者であることが示されている。したがって、前述の会社員に対する追加のサンプリングを実施したとしても、サンプル構成に本質的な変化を及ぼしていないことが示されている。パネルCはキャッシュレス決済の導入に関与しているかについてみたサンプル構成である。キャッシュレス決済サービスの導入に関して「担当者で、決定権がある」が69.9%と「担当者ではないが、決定権がある」が24.5%となっており、9割程度のサンプルが導入に対して決定権のある回答者となっている。

表1 サンプル構成

パネルA：業種分類			パネルB：職業		
業種	観測値数	割合	職業	観測値	割合
飲食店	187	32.5%	経営者・役員	533	92.7%
サービス業	176	30.6%	会社員	31	5.4%
医療業	32	5.6%	自営業	11	1.9%
卸売・小売業	180	31.3%	合計	575	100.0%
合計	575	100.0%			

パネルC：キャッシュレス決済サービスの導入への関与

キャッシュレス決済への導入関与	観測値	割合
担当者で、決定権がある	402	69.9%
担当者だが、決定権がない	32	5.6%
担当者ではないが、決定権がある	141	24.5%
合計	575	100.0%

注：サービス業には、「旅館」、「その他宿泊所」、「娯楽業」、そして「その他」が含まれる。また卸売・小売業には、「食料・飲料（酒類を除く）」、「酒類」、「衣類・繊維製品」、「石けん・合成洗剤・医薬品・化粧品」、「日用品」、そして「その他」が含まれる。

② なお、サンプルの地理的分布については補足資料Bを参照して頂きたい。

## 2.2 サンプルの基本属性

本節では、本調査で抽出したサンプルの基本属性についてみていきたい。表2は回答者が勤めている会社の形態についてまとめたものである。独立系の会社あるいは個人事業主が全体のおよそ9割を占めている。その他を選択している回答者がわずかに存在するが、これにはNPO法人などが含まれている。表1のパネルCと表2の結果から、多くの回答者が独立的に事業を営んでおり、キャッシュレス決済サービスについても導入の是非を判断していると考えられる。

表3は経営者の属性について年齢と性別の観点からまとめたものである。性別に関係なく、経営者の年齢層としては、50代が最も多くなっている。しかし、女性の経営者に着目すると、男性の経営者よりも若い年齢層（30代未満）や高齢層（70代以上）の割合がやや高くなっており、幅広い年齢層の経営者が存在していることがうかがえる。

表2 勤め先の会社形態

会社形態	観測値数	割合
親会社の子会社ならびにフランチャイズ店	61	10.6%
独立系の会社あるいは個人事業主	507	88.2%
その他	7	1.2%
合計	575	100.0%

表3 経営者の年齢と性別

性別	経営者の年齢								合計
	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	
男性	0 (0.0%)	5 (1.0%)	25 (4.9%)	128 (25.1%)	191 (37.5%)	140 (27.5%)	17 (3.3%)	4 (0.8%)	510 (100.0%)
女性	0 (0.0%)	2 (3.1%)	11 (16.9%)	10 (15.4%)	19 (29.2%)	17 (26.2%)	3 (4.6%)	3 (4.6%)	65 (100.0%)
合計	0 (0.0%)	7 (1.2%)	36 (6.3%)	138 (24.0%)	210 (36.5%)	157 (27.3%)	20 (3.5%)	7 (1.2%)	575 (100.0%)

注：表中の括弧内は行和を100%としたときの割合を表示している。

表4のパネルAからパネルCは営む事業の基本的な属性によってサンプルの特徴を整理したものである。ここでは、従業員規模、売上規模（年商）、社齢（創業からの年数）、そして商品・サービスの主な購入者層（客層）について整理を行った。まずパネルAは従業員数でサンプルの構成を見たものである。結果をみると、9割弱の回答者の勤め先企業が

100人未満の従業員数となっており、中小企業あるいは小規模企業の定義に該当する会社である<sup>(3)</sup>。とくに、5人未満の回答は42.8%と大半を占めており、本調査のサンプルは小規模企業でその多くを構成していることがうかがえる。

表4 事業に関する基本的な属性

パネルA：従業員規模

従業員数	観測 値数	割合	
5人未満	246	42.8%	(42.8%)
5人以上～10人未満	90	15.7%	(58.4%)
10人以上～15人未満	42	7.3%	(65.7%)
15人以上～20人未満	28	4.9%	(70.6%)
20人以上～30人未満	24	4.2%	(74.8%)
30人以上～40人未満	25	4.3%	(79.1%)
40人以上～50人未満	23	4.0%	(83.1%)
50人以上～100人未満	26	4.5%	(87.7%)
100人以上～200人未満	32	5.6%	(93.2%)
200人以上～300人未満	10	1.7%	(95.0%)
300人以上	29	5.0%	(100.0%)
合計	575	100.0%	

パネルB：売上高規模

売上高（年商）	観測 値数	割合	
100万円未満	15	2.6%	(2.6%)
100万円以上～200万円未満	9	1.6%	(4.2%)
200万円以上～500万円未満	23	4.0%	(8.2%)
500万円以上～1,000万円未満	36	6.3%	(14.4%)
1,000万円以上～1,500万円未満	45	7.8%	(22.3%)
1,500万円以上～2,000万円未満	33	5.7%	(28.0%)
2,000万円以上～3,000万円未満	45	7.8%	(35.8%)
3,000万円以上～4,000万円未満	29	5.0%	(40.9%)
4,000万円以上～5,000万円未満	27	4.7%	(45.6%)
5,000万円以上	283	49.2%	(94.8%)
わからない	30	5.2%	(100.0%)
合計	575	100.0%	

パネルC：社齢

社齢	観測 値数	割合	
1年未満	11	1.9%	(1.9%)
1年以上～2年未満	15	2.6%	(4.5%)
2年以上～4年未満	32	5.6%	(10.1%)
4年以上～10年未満	77	13.4%	(23.5%)
10年以上～20年未満	126	21.9%	(45.4%)
20年以上～30年未満	97	16.9%	(62.3%)
30年以上～40年未満	64	11.1%	(73.4%)
40年以上～50年未満	42	7.3%	(80.7%)
50年以上	111	19.3%	(100.0%)
合計	575	100.0%	

パネルD：商品・サービスの主な購入者層（客層）

客層	観測 値数	割合	
10代	5	0.9%	(0.9%)
20代	31	5.4%	(6.3%)
30代	98	17.0%	(23.3%)
40代	205	35.7%	(59.0%)
50代	127	22.1%	(81.0%)
60代以上	109	19.0%	(100.0%)
合計	575	100.0%	

注：表中の括弧内は累積の割合を示している。

(3) 中小企業基本法の定義によれば、従業員数の基準として、卸売業は100人以下、小売業は50人以下、そしてサービス業は100人以下の場合に中小企業者とみなされる。また、これらの業種において、従業員数が5人以下の場合には小規模企業とみなされる。

パネルBは売上規模でサンプルの構成をみたものであり、年商が5,000万未満は全体の45.6%となっている。PayPayなどのコード決済事業者は、売上高10億円未満の中小企業や個人事業主に対して決済手数料を無料化していたが、本調査のサンプルの少なくとも約半数がこの対象となっていると考えられる。加えて、売上高5,000万円以上のサンプルにおいても、売上高10億円未満である企業が多く含まれていると考えられる。

パネルCは社齢でサンプルの構成を見たものである。これをみると、10年以上の社齢を持つサンプルが全体の76.5%となっており、サンプルの多くの企業は成熟期を迎えた事業内容を持つと考えられる。この点は経営者の年齢の分布と整合的な結果となっている。一方で、社齢が4年未満の創業間もない企業（全体の10.1%）もサンプルに含まれている点は興味深い。

最後にパネルDは、商品・サービスの購入者の主な年齢層でサンプルの構成をみたものである。40代をターゲットした事業を営む企業が35.7%と最も多く、次に50代の22.1%、そして60代の19.0%と続いている。この結果から、本調査の企業がターゲットとする主な客層は比較的年齢層が高いことがうかがえる。

つぎに表5は、回答者が勤務する企業の資金繰りの状況と直近の業績について整理したものである。直近の業績については、2020年度と2021年度の業績の見通しについて回答である。2021年度の業績が“見通し”となっているのは、本調査の調査開始時点である2021

表5 資金繰りと業績

資金繰りの良さ	2020年度の実績と2021年度の業績の見通し					
	2期連続 黒字	赤字から 黒字に転換	黒字から 赤字に転落	2期連続 赤字	わからない	合計
とても悪い	9 (4.1%)	3 (4.8%)	5 (7.8%)	59 (31.4%)	3 (7.1%)	79 (13.7%)
やや悪い	14 (6.4%)	9 (14.3%)	15 (23.4%)	59 (31.4%)	5 (11.9%)	102 (17.7%)
良くも悪くもない	88 (40.4%)	34 (54.0%)	34 (53.1%)	56 (29.8%)	24 (57.1%)	236 (41.0%)
やや良い	54 (24.8%)	10 (15.9%)	8 (12.5%)	11 (5.9%)	3 (7.1%)	86 (15.0%)
とても良い	51 (23.4%)	7 (11.1%)	2 (3.1%)	3 (1.6%)	1 (2.4%)	64 (11.1%)
わからない	2 (0.9%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	6 (14.3%)	8 (1.4%)
合計	218 (100.0%)	63 (100.0%)	64 (100.0%)	188 (100.0%)	42 (100.0%)	575 (100.0%)

注：表中の括弧内は列和を100%としたときの割合を表示している。

年11月では業績が確定していないからである。

表5を見ると、コロナ禍にも関わらず、2期連続黒字を達成している会社が全体の37.9%と最も多い。一方で、2次期連続で赤字となった会社も32.7%と多く存在しており、サンプルにおける直近の業績はばらつきをもっていることがうかがえる。資金繰りについては、赤字企業で若干の悪化傾向がうかがえるが、どの業績見通しでも「良くも悪くもない」の回答割合が最も高くなっている。このような結果の背景としては、コロナ対応の事業者向けの助成金や融資（いわゆるゼロゼロ融資）の影響が考えられる。

### 3. キャッシュレス決済サービスの現状

前節では本調査の実施方法ならびにサンプリングの基準について説明したうえで、回答者が営む事業の基本的な属性について整理を行った。結果として、本調査で抽出したサンプルは、上記のサンプル選択基準で示した特徴に加えて、以下のような特徴を持つと考えられる。

#### 本調査サンプルの主な特徴

- (1) 独立系の会社あるいは個人事業主
- (2) 経営者の年齢は40代から60代で男性が多い
- (3) 従業員数が100人未満の中小企業で、そのうちの大半は5人未満の小規模企業
- (4) 社齢が10年以上
- (5) 主な客層は40代以上
- (6) 過去2年間の業績は企業によってばらつきがあるが、資金繰りはそれほど悪くない

本節では、キャッシュレス決済サービスの現状について、導入状況ならびに導入による経営成果の観点から整理を行う。

#### 3.1 キャッシュレス決済サービスの導入状況

図1はキャッシュレス決済サービスの導入状況について整理したものである。およそ半数の企業が調査時点でキャッシュレス決済サービスを導入しているか、過去導入していたと回答している。経済産業省（2021）の調査結果では、約7割の事業者が導入していると回答しており、本調査の結果は同（2021）の結果よりもやや低い。



図1 キャッシュレス決済の導入状況

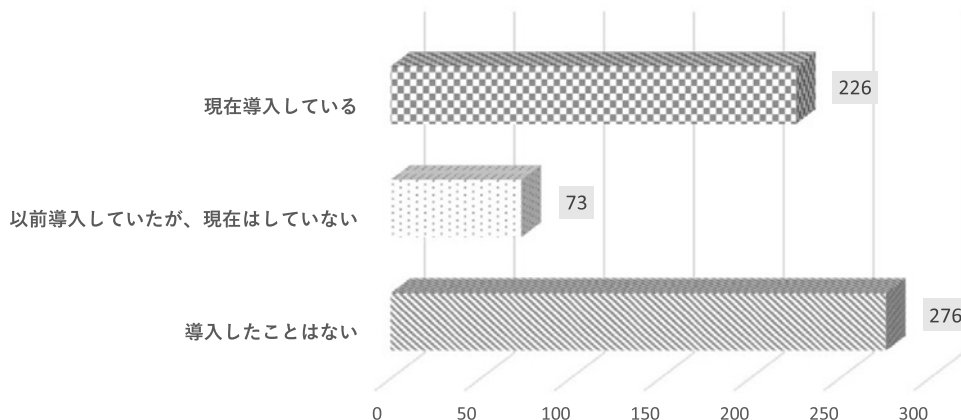


表6は導入しているキャッシュレス決済サービスの種類と、将来的な導入予定について整理している。導入済みのキャッシュレス決済サービスとしては、クレジットカードが最も導入率が高く（36.2%）、続いてコード決済（23.3%）、そしてデビットカード（15.3%）の順で導入率が高くなっている。

将来の導入予定については、交通系電子マネーが21.1%と最も高い。意外にも近年導入が

表6 種類別キャッシュレス決済サービスの導入状況と導入予定

キャッシュレス決済の種類	導入済み	導入する 予定はない	導入する 予定がある	合計
クレジットカード	208 (36.2%)	275 (47.8%)	92 (16.0%)	575 (100.0%)
デビットカード	88 (15.3%)	397 (69.0%)	90 (15.7%)	575 (100.0%)
コード決済（LINEPAY, PAYPAY などのQR・バーコード決済）	134 (23.3%)	338 (58.8%)	103 (17.9%)	575 (100.0%)
交通系電子マネー（PITAPA, ICOCA, PASMO など）	81 (14.1%)	372 (64.7%)	122 (21.2%)	575 (100.0%)
流通系電子マネー（WAON, nanaco, 楽天 Edy など）	73 (12.7%)	386 (67.1%)	116 (20.2%)	575 (100.0%)
その他の電子マネー	62 (10.8%)	401 (69.7%)	112 (19.5%)	575 (100.0%)

注1：表中の括弧内は行和を100%としたときの割合を表示している。

注2：「導入する予定がある」は「3カ月以内に導入予定」、「6カ月以内に導入予定」、「1年以内に導入予定」、そして「導入の目途は立っていないが、将来的に導入したい」の選択肢の回答を合計したものである。

進んでいるコード決済については、導入予定の割合が低く、17.9%にとどまっている。この結果は、上記の本調査のサンプルを構成する企業の特徴である「(2)経営者の年齢は40代から60代で男性が多い」や「(5)主な客層は40代以上」を反映した結果であるかもしれない。

この他、本調査では調査時点でキャッシュレス決済を導入している、あるいは過去導入していたサンプルに対して、その導入に至った理由を尋ねている。図表の掲載は割愛するが、その回答割合を見ると、「キャッシュレス・ポイント還元事業への対応のため」が35.5%と最も高く、続いて「導入費用が無料であったため」が33.8%、「高額決済に対応するため」が30.1%で割合が高くなっている。一方で「感染症対策のため」については、15.4%と低い水準にとどまっている。この他、キャッシュレス決済サービス導入に付随する効果を期待した導入理由である「テイクアウト・デリバリー・EC サイトでの販売を導入するため」や「店舗独自のクーポンの発行を行うため」についてもそれぞれ7.4%と1.0%と低い水準である。

次に、表7はキャッシュレス決済サービスの種類別にその導入時期について整理したも

表7 キャッシュレス決済の導入時期

キャッシュレス決済の種類	1年半以内に導入した	1年半～2年前に導入した (キャッシュレス・ポイント還元事業期間)	2年よりも前に導入した (キャッシュレス・ポイント還元事業期間よりも前)	覚えていない・知らない	合計
クレジットカード	23 (10.8%)	14 (6.6%)	164 (77.0%)	12 (5.6%)	213 (100.0%)
デビットカード	20 (19.4%)	8 (7.8%)	65 (63.1%)	10 (9.7%)	103 (100.0%)
コード決済 (LINEPAY, PAYPAY などのQR・バーコード決済)	42 (28.0%)	50 (33.3%)	49 (32.7%)	9 (6.0%)	150 (100.0%)
交通系電子マネー (PITAPA, ICOCA, PASMO など)	27 (27.6%)	19 (19.4%)	41 (41.8%)	11 (11.2%)	98 (100.0%)
流通系電子マネー (WAON, nanaco, 楽天 Edy など)	23 (25.8%)	16 (18.0%)	38 (42.7%)	12 (13.5%)	89 (100.0%)
その他の電子マネー	16 (18.6%)	18 (20.9%)	30 (34.9%)	22 (25.6%)	86 (100.0%)

注1：表中の括弧内は行和を100%としたときの割合を表示している。

注2：「1年半以内に導入した」は「導入して、1カ月経っていない」、「1カ月～3カ月前に導入した」、「3カ月～6カ月前に導入した」、「6カ月～1年前に導入した」そして「1年～1年半前に導入した」の選択肢の回答を合計したものである。

のである。クレジットカードについては、キャッシュレス・ポイント還元事業（2019年10月から2020年6月まで実施）よりも前に導入されている傾向にあり、同還元事業期間中ならびに期間後については導入が低調である。一方で、コード決済については、同還元事業前の導入比率はそれほど高くなく、同還元事業期間中あるいは期間後の導入していることがうかがえる。また、交通系電子マネーや流通系電子マネーは、導入数自体は少ないものの、1年半以内で導入が進んでいる。

図2は決済全体に占めるキャッシュレス決済の比率のヒストグラムである。平均値は33.52%となっているが、標準偏差は27.35%と大きく、サンプル内でのばらつきが大きいことが示されている。また表8はキャッシュレス決済の内訳に関する記述統計表である。

図2 キャッシュレス決済比率の分布

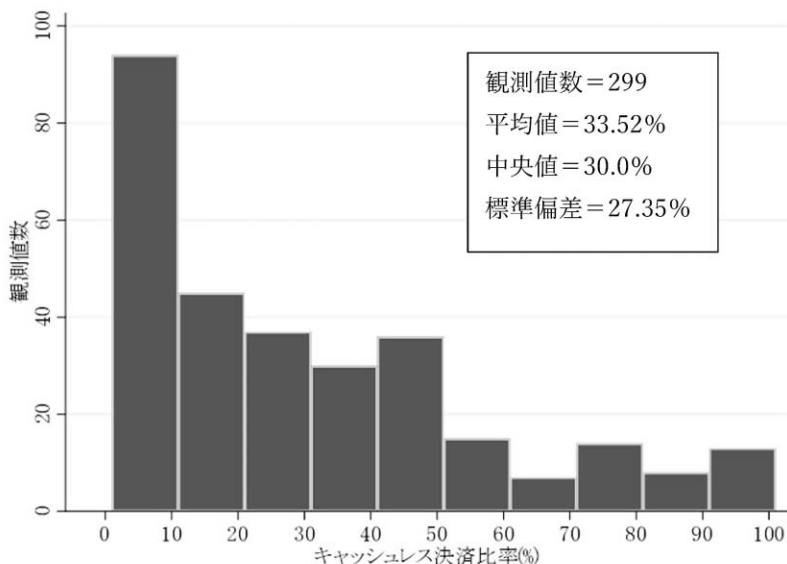


表8 キャッシュレス決済の内訳

キャッシュレス決済の種類	観測値数	平均値	標準偏差	最小値	中央値	最大値
クレジットカード	265	71.4%	29.9%	0.0%	80.0%	100.0%
デビットカード	127	7.9%	15.0%	0.0%	5.0%	100.0%
コード決済（LINEPAY, PAYPAY などのQR・バーコード決済）	180	30.5%	29.3%	0.0%	20.0%	100.0%
交通系電子マネー（PITAPA, ICOCA, PASMO など）	122	11.7%	16.3%	0.0%	10.0%	100.0%
流通系電子マネー（WAON, nanaco, 楽天 Edy など）	110	7.7%	10.7%	0.0%	5.0%	70.0%
その他の電子マネー	108	6.5%	14.4%	0.0%	0.0%	100.0%

キャッシュレス決済のうち、クレジットカードによる決済が平均値で71.44%と最も高く、続いてコード決済が30.52%、交通系電子マネーが11.67%となっている。

本節の最後に、キャッシュレス決済サービスの導入にかかわる費用の構造を見ておきたい。表9のパネルAは、キャッシュレス決済の導入に要する決済手数料の分布状況を示している。決済手数料に関しては、キャッシュレス決済の種類によって若干の相違がみられるものの、「3%前半」が最も割合が多くなっている。この結果は経済産業省（2021）の調査結果と概ね整合的である。同（2021）が指摘しているように、キャッシュレス・ポイント還元事業において、決済事業者の参加要件として決済手数料が3.25%以下とした効果が継続していると考えられる。

しかし、コード決済については、同（2021）の調査結果では0%台が43%と最も高い割合を示しているのに対して、本調査の結果では、「無料」ならびに「0%台」を合計しても10%に満たない割合となっている。また本調査の結果では、コード決済の手数料については「1%後半」についても17.3%と高くなっている。このような結果の違いは、本調査がコード決済事業者による決済手数料の有料化が実施されたあとの期間であることが影響していると考えられる。

表9のパネルBは端末費用の分布状況を示している。クレジットカードやデビットカード、交通系ならびに流通系電子マネーの端末費用がやや高い傾向あることが見て取れるが、どのキャッシュレス決済手段においても「無料（POS回収を含む）」が最も高い割合を示している。しかし、この結果は、回答者がすでに端末費用を回収し終えたことを理由に「無料」と回答している可能性や、補助金などによって実質的に「無料」となっている可能性もあり、初期投資として無料であったかどうか判断が難しいところである。

表9 キャッシュレス決済の費用構造

パネルA：決済手数料の分布	キャッシュレス決済の費用構造										合計
	無料	0%台	1%前半	1%後半	2%前半	2%後半	3%前半	3%後半	4%以上	わからない	
クレジットカード	19 (8.9%)	1 (0.5%)	5 (2.3%)	12 (5.6%)	17 (8.0%)	27 (12.7%)	61 (28.6%)	25 (11.7%)	19 (8.9%)	27 (12.7%)	213 (100.0%)
デビットカード	9 (8.7%)	1 (1.0%)	1 (1.0%)	5 (4.9%)	8 (7.8%)	15 (14.6%)	29 (28.2%)	7 (6.8%)	5 (4.9%)	23 (22.3%)	103 (100.0%)
コード決済 (LINEPAY, PAYPAY などのQR・バーコード決済)	12 (8.0%)	2 (1.3%)	6 (4.0%)	26 (17.3%)	20 (13.3%)	22 (14.7%)	27 (18.0%)	5 (3.3%)	6 (4.0%)	24 (16.0%)	150 (100.0%)
交通系電子マネー (PITAPA, ICOCA, PASMO など)	7 (7.1%)	1 (1.0%)	1 (1.0%)	6 (6.1%)	12 (12.2%)	9 (9.2%)	23 (23.5%)	7 (7.1%)	5 (5.1%)	27 (27.6%)	98 (100.0%)
流通系電子マネー (WAON, nanaco, 楽天Edy など)	3 (3.4%)	0 (0.0%)	1 (1.1%)	5 (5.6%)	10 (11.2%)	11 (12.4%)	21 (23.6%)	6 (6.7%)	5 (5.6%)	27 (30.3%)	89 (100.0%)
その他の電子マネー	7 (8.1%)	0 (0.0%)	1 (1.2%)	4 (4.7%)	6 (7.0%)	10 (11.6%)	18 (20.9%)	9 (10.5%)	2 (2.3%)	29 (33.7%)	86 (100.0%)

注：表中の括弧内は行和を100%としたときの割合を表示している。

(表9のつづき)  
パネルB：端末費用の分布

	無料	1万円未満	1万円以上～2万円未満	2万円以上～3万円未満	3万円以上～4万円未満	4万円以上～5万円未満	5万円以上～10万円未満	10万円以上～20万円未満	20万円以上	わからない	合計
クレジットカード	135 (63.4%)	11 (5.2%)	8 (3.8%)	3 (1.4%)	5 (2.3%)	2 (0.9%)	7 (3.3%)	2 (0.9%)	3 (1.4%)	37 (17.4%)	213 (100.0%)
デビットカード	63 (61.2%)	7 (6.8%)	3 (2.9%)	3 (2.9%)	3 (2.9%)	2 (1.9%)	3 (2.9%)	1 (1.0%)	0 (0.0%)	18 (17.5%)	103 (100.0%)
コード決済 (LINEPAY, PAYPAY などのQR・バーコード決済)	99 (66.0%)	12 (8.0%)	7 (4.7%)	2 (1.3%)	2 (1.3%)	2 (1.3%)	4 (2.7%)	1 (0.7%)	1 (0.7%)	20 (13.3%)	150 (100.0%)
交通系電子マネー (PITAPA, ICOCA, PASMO など)	50 (51.0%)	8 (8.2%)	7 (7.1%)	3 (3.1%)	2 (2.0%)	1 (1.0%)	4 (4.1%)	0 (0.0%)	1 (1.0%)	22 (22.4%)	98 (100.0%)
流通系電子マネー (WAON, nanaco, 楽天Edy など)	44 (49.4%)	7 (7.9%)	7 (7.9%)	2 (2.2%)	3 (3.4%)	0 (0.0%)	3 (3.4%)	0 (0.0%)	1 (1.1%)	22 (24.7%)	89 (100.0%)
その他の電子マネー	45 (52.3%)	6 (7.0%)	3 (3.5%)	1 (1.2%)	2 (2.3%)	1 (1.2%)	2 (2.3%)	1 (1.2%)	1 (1.2%)	24 (27.9%)	86 (100.0%)

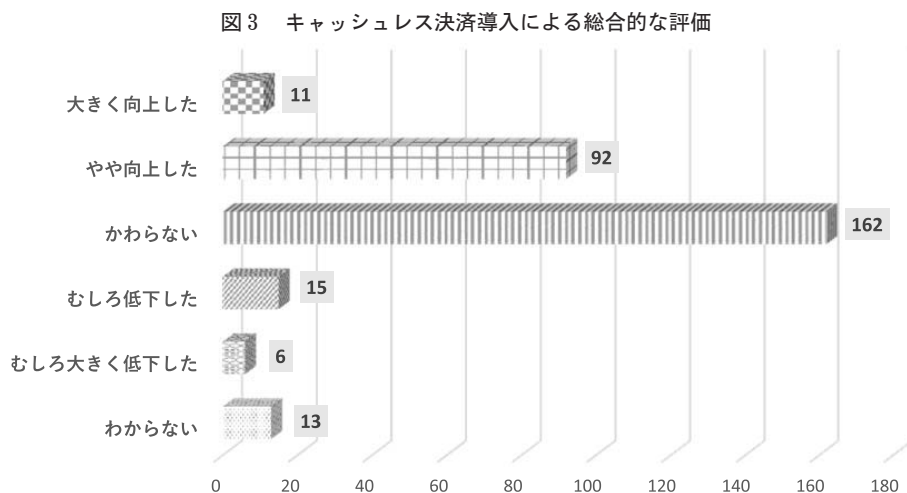
注1：表中の括弧内は行和を100%としたときの割合を表示している。

注2：「無料」にはPOS回収も含まれる。

### 3.2 キャッシュレス決済サービスの導入による経営成果と課題

前節では、キャッシュレス決済の導入状況について本調査の結果をもとに整理した。導入にあたっては、「キャッシュレス・ポイント還元事業への対応のため」や「導入費用が無料であったため」などの理由が多く、また決済金額全体に占めるキャッシュレス決済の割合も平均値で3割程度と低いことが明らかとなった。本節では、キャッシュレス決済の導入が経営成果に与える影響について整理したうえで、キャッシュレス決済サービスの利用における課題について議論を行う。

以下の図3は、キャッシュレス決済導入によって事業の生産性が向上したか否かの回答を整理した結果である。この結果をみると、「かわらない」と回答した事業者は、全体の54.2%となっており、「むしろ低下した」や「むしろ大きく低下した」、そして「かわらない」を含めると、65.6%もの事業者がキャッシュレス決済導入による生産性の向上を感じていないことが示されている。経済産業省（2021）においても、「（キャッシュレス決済）導入のメリットが不明/実感できない」と回答する事業者が多く、現時点では導入による経営成果は顕著に表れていないと考えられる。



より具体的な経営成果について、キャッシュレス決済の導入が良い効果を発揮できたか否かを整理したものが表10である。これを見ると、「非接触決済（感染症対策）の実現」において、「少しあった」と「大きくあった」の回答割合の合計が57.9%と最も高くなっており、感染症対策への貢献はある程度認められている。一方で、「人件費の削減」ならびに「決済時間の短縮」の「少しあった」と「大きくあった」の回答割合の合計は、それぞ

れ32.4%と49.8%となっており、「非接触決済（感染症対策）の実現」に比べると効果の認知度は低い。長谷部（2020）でも指摘されているように、小規模な事業者では、現金決済に伴うハンドリングコストはそれほど大きくなく、また100%キャッシュレス決済に移行しない限り、意味のある経費削減を行うことは困難であろう。本調査の結果は、これらの経費削減がキャッシュレス決済導入による生産性向上の主たるドライバーにはなり得ないことを示唆している。

この他、トップラインである売上高の増加に寄与すると考えられる「客単価の上昇」や「リピート率の上昇」、そして「広告宣伝の効率化」についても効果はあまり認められていない。

表10 キャッシュレス決済導入の効果

経営成果	全くなかった	少しあった	大きくあった	わからない	合計
人件費の削減	171 (57.2%)	77 (25.8%)	20 (6.7%)	31 (10.4%)	299 (100.0%)
決済時間の短縮	118 (39.5%)	104 (34.8%)	45 (15.1%)	32 (10.7%)	299 (100.0%)
非接触決済（感染症対策） の実現	94 (31.4%)	118 (39.5%)	55 (18.4%)	32 (10.7%)	299 (100.0%)
ペーパーレス化	124 (41.5%)	94 (31.4%)	46 (15.4%)	35 (11.7%)	299 (100.0%)
客単価の上昇	151 (50.5%)	78 (26.1%)	30 (10.0%)	40 (13.4%)	299 (100.0%)
リピート率の上昇	137 (45.8%)	85 (28.4%)	23 (7.7%)	54 (18.1%)	299 (100.0%)
広告宣伝の効率化	158 (52.8%)	69 (23.1%)	26 (8.7%)	46 (15.4%)	299 (100.0%)
客層の変化（新規顧客の獲得など）	152 (50.8%)	76 (25.4%)	27 (9.0%)	44 (14.7%)	299 (100.0%)
国や自治体による還元政策 時の売上増加	151 (50.5%)	79 (26.4%)	29 (9.7%)	40 (13.4%)	299 (100.0%)

注：表中の括弧内は行和を100%としたときの割合を表示している。

最後に、キャッシュレス決済サービスの導入における課題についてみておきたい。表11はキャッシュレス決済サービスを調査時点で導入中のサンプル、過去に導入していたサンプル、そして導入しておらず、今後も導入予定のないサンプルごとに抱えている課題を整理したものである。導入中ならびに過去導入していた事業者のサンプルについては、「決



「決済手数料が高い」が最も高い割合を占めており（それぞれ45.7%と33.0%）、導入後にキャッシュレス決済サービスのメリットに比べて、決済手数料の負担の重さを認識した結果が示されているのかもしれない<sup>(4)</sup>。一方、導入予定がないサンプルにおいては、「客層に合わない」が42.4%と最も高い割合を示している。主な客層にキャッシュレス決済サービスが馴染まないのであれば、事業者側で導入をしたとしても、利用されることはなく、導入の費用だけを負担することになり、事業者にとって何らメリットはない。この点については、過去導入のサンプルにおいても、「客層に合わない」の回答が22.0%と比較的高く、同様の傾向がうかがえる。

したがって、これらの結果から、キャッシュレス決済サービスの導入が効果を発揮するためには、導入が売上高の増加に貢献する必要がある、その前提条件として、事業者の客層にキャッシュレス決済サービスが合うことが求められると言えよう。

表11 導入における課題

課題項目	導入中		過去導入		導入予定なし	
	観測値数	割合	観測値数	割合	観測値数	割合
決済手数料が高い	133	45.7%	33	33.0%	77	24.4%
入金サイクルが長い	45	15.5%	12	12.0%	27	8.5%
オペレーションがかえって煩雑	44	15.1%	16	16.0%	25	7.9%
端末導入費用が高い	20	6.9%	8	8.0%	31	9.8%
客層に合わない	23	7.9%	22	22.0%	134	42.4%
トラブル時の対応など導入にかかわるマニュアル作成が面倒	26	8.9%	9	9.0%	22	7.0%
合計	291	100.0%	100	100.0%	316	100.0%

注：回答は複数選択が可能となっている。

つぎに、表12はキャッシュレス決済に付随するサービスの利用状況、ならびに潜在的な利用需要について整理したものである。表12で示されているように、ごく少数の事業者において付随サービスの利用が行われているが、多くの回答者にとっては、今後活用の価値があるか否かで回答した結果である点に注意が必要である。結果を見ると、決済手数料に関係するサービスについての関心が比較的高いことがうかがえる。この結果は、前述の表11で示した結果と整合的である。

(4) 本調査では、キャッシュレス決済の導入による良い効果ならびに事業の継続性を考えた時に、決済サービスの導入に対して支払っても良いと考える対売上高の決済手数料についても尋ねている。全体の40.2%が「無料」、22.3%が1%未満、18.3%が「1%以上～1.5%未満」と回答しており、現状の決済手数料の水準とは大きな乖離がある。

表12 キャッシュレス決済に付随するサービスの利用状況

付随サービス	すでに している	してみたいと 思わない	してみたいと 思う	合計
決済手数料の個別交渉	48 (8.3%)	327 (56.9%)	200 (34.8%)	575 (100.0%)
柔軟な年商規模に応じた 決済手数料の設定	26 (4.5%)	345 (60.0%)	204 (35.5%)	575 (100.0%)
利益率に応じた 決済手数料の設定	21 (3.7%)	349 (60.7%)	205 (35.7%)	575 (100.0%)
売上金サイクルに応じた 決済手数料の設定	25 (4.3%)	356 (61.9%)	194 (33.7%)	575 (100.0%)
地域の持続可能性を考慮した 決済手数料の設定	20 (3.5%)	377 (65.6%)	178 (31.0%)	575 (100.0%)
地域の商圈・店舗集積（ショッ ピングモールや商店街など）を 考慮した決済手数料の設定	21 (3.7%)	394 (68.5%)	160 (27.8%)	575 (100.0%)
行政・業界団体・地域金融機関と の連携による手数料の一部負担	24 (4.2%)	341 (59.3%)	210 (36.5%)	575 (100.0%)
決済手数料の算出期間の選択	23 (4.0%)	389 (67.7%)	163 (28.3%)	575 (100.0%)
決済手数料の繰り越し払い	19 (3.3%)	421 (73.2%)	135 (23.5%)	575 (100.0%)
短期運転資金の融資	18 (3.1%)	408 (71.0%)	149 (25.9%)	575 (100.0%)
決済者情報の開示	18 (3.1%)	422 (73.4%)	135 (23.5%)	575 (100.0%)
決済データの利活用 (需要予測の提示など)	19 (3.3%)	406 (70.6%)	150 (26.1%)	575 (100.0%)
店舗配信サービス（マイスト ア）への参加	18 (3.1%)	427 (74.3%)	130 (22.6%)	575 (100.0%)
EC サイト（楽天、 PayPay モールなど）への参加	26 (4.5%)	408 (71.0%)	141 (24.5%)	575 (100.0%)

注：表中の括弧内は行和を100%としたときの割合を表示している。

この他、「地域の持続可能性を考慮した決済手数料の設定」や「地域の商圈・店舗集積（ショッピングモールや商店街など）を考慮した決済手数料の設定」、そして「行政・業界団体・地域金融機関との連携による手数料の一部負担」についても事業者の関心が高い。政策的な観点からも、これらの点についてはすでに取り組みが始まっている。前者については、経済産業省による「地域におけるキャッシュレス導入支援事業」で推進が図られて

我が国事業者におけるキャッシュレス決済サービスの利用実態（中岡・藤原・鞆）

おり<sup>5)</sup>、後者については日本政策金融公庫が実施する「キャッシュレスを導入する中小・小規模事業者むけの低利融資制度」がある。

#### 4. まとめと今後の課題

最終的なキャッシュレス決済が利用できる環境を整備するのは事業者（加盟店）である。したがって、利潤最大化を目的とする事業者にとって、キャッシュレス決済の導入が単なる決済手段の提供を超えて、何らかの付加価値を創出しない限りは、持続可能な決済手段とはならないであろう。結果としてキャッシュレス決済は普及しないと考えられる。事業者によるキャッシュレス決済サービスの導入がどのような経営成果をもたらすのかについて実証的な検証が急務である。

本稿では、我が国におけるキャッシュレス決済サービスの利用実態と導入による経営成果への影響を明らかにするために、2021年11月16日から2021年11月22日にかけてWEBアンケートで実施された『事業者のキャッシュレス決済サービスの利用実態ならびに経営成果に関する調査』によって取得されたサンプルを利用して記述統計による分析を行った。その主な結果として、(1)決済全体に占めるキャッシュレス決済の割合は3割程度であるが、ばらつきが大きいこと、(2)キャッシュレス決済の内訳としては、クレジットカードの決済割合が7割程度とその多くを占めること、(3)キャッシュレス決済の導入による効果として経費削減は認められず、売上高の増加に資するような効果も認められないこと、そして、(4)約6割の事業者がキャッシュレス決済の導入による生産性の向上を認めていないこと、の4点が挙げられる。

最後に、今後の課題について述べておきたい。本稿では記述的統計による分析にとどまっており、仮説の検証等は実施していない。推測的統計による検証によって、本稿で得られた結果の頑健性を確認する必要がある。また、キャッシュレス決済の導入の効果が事業者の属性に依存するかという点についても検証を実施していない。より深くキャッシュレス決済の導入と経営成果の関係を理解するためには、計量経済学的手法を用いた分析が必要であろう。

---

(5) 当該事業は「災害時のキャッシュレス決済実証事業」と「面的キャッシュレス・インフラの構築支援事業」の2つに分かれており、災害が発生した場合を想定したキャッシュレス決済の運用の検証と、地域で一体的にキャッシュレス決済を導入する取り組みを支援する事業である。

参 考 文 献

- Wakamori, N., and Welte, A. (2017) “Why do shoppers use cash? Evidence from shopping diary data,” *Journal of Money, Credit and Banking*, 49(1), 115-169.
- キャッシュレス推進協議会 (2021) 「キャッシュレス・ロードマップ2021」 (URL: <https://www.paymentsjapan.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/2021/05/roadmap2021.pdf> 閲覧日2022年1月10日)
- 経済産業省 (2018) 「キャッシュレス・ビジョン」 (URL: <https://www.meti.go.jp/press/2018/04/20180411001/20180411001-1.pdf> 閲覧日2022年1月10日)
- 経済産業省 (2021) 「キャッシュレス決済実態調査アンケート集計結果」 (URL: <https://www.meti.go.jp/press/2021/06/20210618002/20210618002-1.pdf> 閲覧日2022年1月10日)
- 長谷部智也 (2020) 『キャッシュレス・マーケティング：ウィンーウィンの仕組みを築く』 日本経済新聞出版。
- 藤原賢哉 (2021) 「消費者購買パネルデータを利用したキャッシュレス統計の構築とその活用可能性について」 国民経済雑誌, 第224巻第1号, pp.91-106。

## 補足資料 A アンケート調査項目リスト

### (1) 回答者の基本属性項目

① あなたの性別をお選びください。(1つだけ)

1. 男性 2. 女性

② あなたの年齢をお答えください。

・数値記入  歳

③ あなたのお住まいをお選びください。(1つだけ)

・都道府県から選択

### (2) サンプル選択の基準項目

① あなたが、現在お勤めの業種をお答えください。(1つだけ)

※複数の会社に在籍されている方は、勤務割合が多い会社についてお答えください。

1. 飲食店 2. サービス業（旅館、その他の宿泊所、娯楽業） 3. サービス業（その他） 4. 医療業 5. 卸売・小売業（食料・飲料 酒類除く） 6. 卸売・小売業（酒類） 7. 卸売・小売業（衣服・繊維製品） 8. 卸売・小売業（石けん・合成洗剤・医薬品・化粧品） 9. 卸売・小売業（日用品） 10. 卸売・小売業（その他）

② あなたの現在のご職業をお答えください。

1. 経営者・役員 2. 会社員（事務系） 3. 会社員（技術系） 4. 会社員（その他） 5. 自営業

③ あなたは、会社で使っているキャッシュレス決済サービスの導入の担当者または決定権をお持ちですか。

1. 担当者で、決定権がある 2. 担当者だが、決定権がない 3. 担当者ではないが、決定権がある 4. 担当者ではなく、決定権もない

### (3) 調査項目

① 自分がお勤めの会社の所在地を教えてください。(1つだけ)

※本社と支店が同じではない場合には、自分が勤めている会社の所在地を教えてください

・都道府県から選択

② お勤めの会社の形態について、お答えください。(1つだけ)

1. 親会社の子会社ならびにフランチャイズ店 2. 独立系の会社あるいは個人事業主  
3. その他

③ 経営者の年齢についてお答えください。(1つだけ)

※共同経営者が複数いらっしゃる場合には、平均年齢をお答えください。

※詳しい年齢が分からない場合には、おおよその年齢をお答えください。

1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代 8. 80代以上

④ 経営者の性別についてお答えください。(いくつでも)

※共同経営者が複数いらっしゃる場合には、全ての性別をお答えください。

1. 男性 2. 女性 3. その他

⑤ 従業員数(役員、親族、パート従業員を含む)をお答えください。(1つだけ)

※本社・支店を含めた全社での従業員数をお答えください。

※正確な人数が分からない場合は、おおよその人数をご回答ください。

1	5人未満	7	40人以上～50人未満
2	5人以上～10人未満	8	50人以上～100人未満
3	10人以上～15人未満	9	100人以上～200人未満
4	15人以上～20人未満	10	200人以上～300人未満
5	20人以上～30人未満	11	300人以上
6	30人以上～40人未満		

⑥ 社齢(創業からの年数)についてお答えください。(1つだけ)

※社齢は、本社の創業からの年数をお答えください。

※正確な社齢が分からない場合は、おおよその年数をご回答ください。

1	1年未満	6	20年以上～30年未満
2	1年以上～2年未満	7	30年以上～40年未満
3	2年以上～4年未満	8	40年以上～50年未満
4	4年以上～10年未満	9	50年以上
5	10年以上～20年未満		

- ⑦ 提供している商品・サービスの購入者の主な年齢層についてお答えください。(1つだけ)  
 ※複数の年齢層がターゲットとなっている場合は、最も売上シェアの高い年齢層を回答してください。

1	10代	4	40代
2	20代	5	50代
3	30代	6	60代以上

- ⑧ 会社全体の1年間の売上高規模（年商）をお答えください。(1つだけ)

1	100万円未満	7	2000万円以上～3000万円未満
2	100万円以上～200万円未満	8	3000万円以上～4000万円未満
3	200万円以上～500万円未満	9	4000万円以上～5000万円未満
4	500万円以上～1000万円未満	10	5000万円以上
5	1000万円以上～1500万円未満	11	わからない
6	1500万円以上～2000万円未満		

- ⑨ 会社全体の資本金の規模をお答えください。(1つだけ)

1	100万円未満	9	3000万円以上～5000万円未満
2	100万円以上～200万円未満	10	5000万円以上～1億円未満
3	200万円以上～300万円未満	11	1億円以上～2億円未満
4	300万円以上～400万円未満	12	2億円以上～3億円未満
5	400万円以上～500万円未満	13	3億円以上～4億円未満
6	500万円以上～1000万円未満	14	4億円以上～5億円未満
7	1000万円以上～2000万円未満	15	5億円以上
8	2000万円以上～3000万円未満	16	わからない

- ⑩ 資金繰りの状況についてお答えください。(1つだけ)

1	とても悪い	4	やや良い
2	やや悪い	5	とても良い
3	良くも悪くもない	6	わからない

⑪ 資金調達の余力についてお答えください。(それぞれ横方向に1つずつ)

1	銀行借入れが容易	わからない	全く思わない	やや思わない	どちらでもない	やや思う	とても思う
2	仕入れ先との掛け取引（代金の後日払い）の拡大や支払期日の延長が容易						
3	親族からの借入が容易						

⑫ 昨年度（2020年度）の実績と今年度（2021年度）の業績の見通しについてお答えください。

1	2期連続黒字
2	赤字から黒字に転換
3	黒字から赤字に転落
4	2期連続赤字
5	わからない

⑬ キャッシュレス決済（クレジットカード、デビットカード、コード決済、交通系電子マネー、流通系電子マネーなど）を導入している方にお伺いいたします。現在導入しているキャッシュレス決済の導入時期について選択してください。(それぞれ横方向に1つずつ)

1	クレジットカード	未導入	導入して、1カ月経っていない	1カ月～3カ月前に導入した	3カ月～6カ月前に導入した	6カ月～1年前に導入した	1年～1年半前に導入した	1年半～2年前に導入した（キャッシュレス・ポイント還元事業期間）	2年よりも前に導入した（キャッシュレス・ポイント還元事業期間よりも前）	覚えていない・知らない
2	デビットカード									
3	コード決済 <sup>(1)</sup>									
4	交通系電子マネー <sup>(2)</sup>									
5	流通系電子マネー <sup>(3)</sup>									
6	その他の電子マネー									

注(1)：LINEPAY、PAYPAYなどのQR・バーコード決済

注(2)：PITAPA、ICOCA、PASMOなど

注(3)：WAON、nanaco、楽天Edyなど



- ⑭ キャッシュレス決済（クレジットカード、デビットカード、コード決済、交通系電子マネー、流通系電子マネーなど）について過去に導入していたものの導入時期を選択してください。（それぞれ横方向に1つずつ）

※導入していた期間ではなく、導入を開始した時期についてお答えください。

※現在も過去もやったことがない項目は、【未導入】を選択してください。

1	クレジットカード	未導入	最近（1カ月未満）導入した	1カ月～3カ月前に導入した	3カ月～6カ月前に導入した	6カ月～1年前に導入した	1年～1年半前に導入した	1年半～2年前に導入した（キャッシュレス・ポイント還元事業期間）	2年よりも前に導入した（キャッシュレス・ポイント還元事業期間よりも前）	覚えていない・知らない
2	デビットカード									
3	コード決済 <sup>(1)</sup>									
4	交通系電子マネー <sup>(2)</sup>									
5	流通系電子マネー <sup>(3)</sup>									
6	その他の電子マネー									

注(1)：LINEPAY、PAYPAYなどのQR・バーコード決済

注(2)：PITAPA、ICOCA、PASMOなど

注(3)：WAON、nanaco、楽天Edyなど

- ⑮ キャッシュレス決済（クレジットカード、デビットカード、コード決済、交通系電子マネー、流通系電子マネーなど）について過去に導入していたが、辞めたものの導入時期を選択してください。（それぞれ横方向に1つずつ）

※導入していた期間ではなく、導入を開始した時期についてお答えください。

1	クレジットカード	未導入	最近（1カ月未満）導入した	1カ月前に導入した	3カ月前に導入した	6カ月前に導入した	1年～1年半前に導入した	1年半～2年前に導入した（キャッシュレス・ポイント還元事業期間）	2年よりも前に導入した（キャッシュレス・ポイント還元事業期間よりも前）	覚えていない・知らない
2	デビットカード									
3	コード決済 <sup>(1)</sup>									
4	交通系電子マネー <sup>(2)</sup>									
5	流通系電子マネー <sup>(3)</sup>									
6	その他の電子マネー									

注(1)：LINEPAY、PAYPAYなどのQR・バーコード決済

注(2)：PITAPA、ICOCA、PASMOなど

注(3)：WAON、nanaco、楽天Edyなど

- ⑯ キャッシュレス決済サービスの導入予定について選択してください。（それぞれ横方向に1つずつ）

1	クレジットカード	導入済み	導入する予定はない	3カ月以内に導入予定	6カ月以内に導入予定	6カ月前に導入した	1年～1年半前に導入した	1年以内に導入予定	導入の目的は立っていないが、将来的に導入したい
2	デビットカード								
3	コード決済 <sup>(1)</sup>								
4	交通系電子マネー <sup>(2)</sup>								
5	流通系電子マネー <sup>(3)</sup>								
6	その他の電子マネー								

注(1)：LINEPAY、PAYPAYなどのQR・バーコード決済

注(2)：PITAPA、ICOCA、PASMOなど

注(3)：WAON、nanaco、楽天Edyなど

- ⑰ 現在導入しているあるいは過去に導入していたキャッシュレス決済について導入に至った理由を全て選択してください。（いくつでも）

1	高額決済に対応するため	7	コード決済会社のキャンペーン実施に便乗するため
2	感染症対策のため	8	テイクアウト・デリバリー・ECサイトでの販売を導入するため
3	キャッシュレス・ポイント還元事業への対応のため	9	店舗独自のクーポンの発行を行うため
4	地方自治体の還元事業への対応のため	10	その他
5	競合他社が導入に対抗するため	11	導入に至った理由はわからない
6	導入費用が無料であったため		

- ⑱ 現金を含む決済金額の全体を 100%とした場合、キャッシュレスでの大まかな決済割合についてお答えください。（数値入力）

※過去キャッシュレス決済を導入していた方は、使用していた時の大まかな決済割合についてお答えください。

・数値記入  %

- ⑲ キャッシュレス決済金額のみを 100%とした場合、その内訳について大まかな割合についてお答えください。（数値入力）

※過去キャッシュレス決済を導入していた方は、使用していた時の大まかな決済割合についてお答えください。

※合計が 100 となるように回答ください。

1	クレジットカード	数値記入 <input type="text"/> %
2	デビットカード	
3	コード決済 <sup>(1)</sup>	
4	交通系電子マネー <sup>(2)</sup>	
5	流通系電子マネー <sup>(3)</sup>	
6	その他の電子マネー	

注(1)：LINEPAY、PAYPAY などの QR・バーコード決済

注(2)：PITAPA、ICOCA、PASMO など

注(3)：WAON、nanaco、楽天 Edy など

- ⑳ 現在導入しているキャッシュレス決済サービスの平均的な決済手数料について選択してください。(それぞれ横方向に1つずつ)

1	クレジットカード	無料	0%台	1%前半	1%後半	2%前半	2%後半	3%前半	3%後半	4%以上	わからない
2	デビットカード										
3	コード決済 <sup>(1)</sup>										
4	交通系電子マネー <sup>(2)</sup>										
5	流通系電子マネー <sup>(3)</sup>										
6	その他の電子マネー										

注(1)：LINEPAY、PAYPAYなどのQR・バーコード決済

注(2)：PITAPA、ICOCA、PASMOなど

注(3)：WAON、nanaco、楽天Edyなど

- ㉑ 現在導入しているキャッシュレス決済サービスの平均的な端末費用を選択してください。(それぞれ横方向に1つずつ)

1	クレジットカード	無料(POS回収を含む)	1万円未満	1万円以上～2万円未満	2万円以上～3万円未満	3万円以上～4万円未満	4万円以上～5万円未満	5万円以上～10万円未満	10万円以上～20万円未満	20万円以上	わからない
2	デビットカード										
3	コード決済 <sup>(1)</sup>										
4	交通系電子マネー <sup>(2)</sup>										
5	流通系電子マネー <sup>(3)</sup>										
6	その他の電子マネー										

注(1)：LINEPAY、PAYPAYなどのQR・バーコード決済

注(2)：PITAPA、ICOCA、PASMOなど

注(3)：WAON、nanaco、楽天Edyなど

- ⑳ 現在導入しているキャッシュレス決済サービスの端末費用の平均的な回収期間（見込みを含む）を選択してください。（それぞれ横方向に1つずつ）回収期間は【Q20の図】を目安として算出してください。※単位は【月】でお考えください。

1	クレジットカード	0 5 1	2 5 6	7 5 12	13 5 24	25 5	わからない
2	デビットカード						
3	コード決済 <sup>(1)</sup>						
4	交通系電子マネー <sup>(2)</sup>						
5	流通系電子マネー <sup>(3)</sup>						
6	その他の電子マネー						

注(1)：LINEPAY、PAYPAYなどのQR・バーコード決済

注(2)：PITAPA、ICOCA、PASMOなど

注(3)：WAON、nanaco、楽天Edyなど

- ㉑ キャッシュレス決済を導入したことによる効果について選択してください。（それぞれ横方向に1つずつ）

※過去キャッシュレス決済を導入していた方は、使っていたことを思い出してお答えください。

1	人件費の削減	全くなかった	少しあった	大きくあった	わからない
2	決済時間の短縮				
3	非接触決済（感染症対策）の実現				
4	ペーパーレス化				
5	客単価の上昇				
6	リピート率の上昇				
7	広告宣伝の効率化				
8	客層の変化（新規顧客の獲得など）				
9	国や自治体による還元政策時の売上増加				

- ②④ キャッシュレス決済を導入することで、事業における生産性は向上しましたか。各種収益指標として認識されるもの、あるいは実感として感じるものを含めて総合的な評価を選択してください。

※過去キャッシュレス決済を導入していた方は、使っていたことを思い出してお答えください。

1	大きく向上した	4	むしろ低下した
2	やや向上した	5	むしろ大きく低下した
3	わからない	6	わからない

- ②⑤ キャッシュレス決済サービスを導入中の方にお聞きします。キャッシュレス決済サービスを運用していくうえで感じている課題を全て選択してください。(いくつでも)

1	決済手数料が高い	5	客層に合わない
2	入金サイクルが長い	6	トラブル時の対応など導入にかかわるマニュアル作成が面倒
3	オペレーションがかえって煩雑	7	その他
4	端末導入費用が高い	8	感じている課題はない

- ②⑥ キャッシュレス決済サービスの提供を取りやめた理由について当てはまるものを全て選択してください。(いくつでも)

1	決済手数料が高い	5	客層に合わない
2	入金サイクルが長い	6	トラブル時の対応など導入にかかわるマニュアル作成が面倒
3	オペレーションがかえって煩雑	7	還元事業への対応のためだけに導入したため
4	端末導入費用が高い	8	その他

- ②⑦ キャッシュレス決済が未導入で、かつ今後も導入する予定がない方にお聞きします。導入しない理由を全て選択してください。(いくつでも)

1	決済手数料が高い	5	客層に合わない
2	入金サイクルが長い	6	トラブル時の対応など導入にかかわるマニュアル作成が面倒
3	オペレーションがかえって煩雑	7	その他
4	端末導入費用が高い		

我が国事業者におけるキャッシュレス決済サービスの利用実態（中岡・藤原・柄）

- ⑳ キャッシュレス決済が未導入で、今後導入する予定の方にお聞きします。導入することで期待する効果について選択してください。（それぞれ横方向に1つずつ）

1	人件費の削減	全く期待しない	少し期待する	大いに期待する
2	決済時間の短縮			
3	非接触決済（感染症対策）の実現			
4	ペーパーレス化			
5	客単価の上昇			
6	リピート率の上昇			
7	広告宣伝の効率化			
8	客層の変化（新規顧客の獲得など）			
9	国や自治体による還元政策時の売上増加			

- ㉑ キャッシュレス決済の導入による良い効果ならびに事業の継続性を考えた時に、決済サービスの提供として、支払っても良いと考える対売上高の決済手数料を選択してください。（1つだけ）

1	0%（無料）	5	2%以上～2.5%未満
2	1%未満	6	2.5%以上～3%未満
3	1%以上～1.5%未満	7	3%以上
4	1.5%以上～2%未満		

③〇 手数料体系ならびに付随サービスの状況について回答してください。(それぞれ横方向に1つつ)

1	決済手数料の個別交渉	すでにしている	してみたいと思わない	してみたいと思う
2	柔軟な年商規模に応じた決済手数料の設定			
3	利益率に応じた決済手数料の設定			
4	売上金サイクルに応じた決済手数料の設定			
5	地域の持続可能性を考慮した決済手数料の設定			
6	地域の商圈・店舗集積（ショッピングモールや商店街など）を考慮した決済手数料の設定			
7	行政・業界団体・地域金融機関との連携による手数料の一部負担			
8	決済手数料の算出期間の選択			
9	決済手数料の繰り越し払い			
10	短期運転資金の融資			
11	決済者情報の開示			
12	決済データの利活用（需要予測の提示など）			
13	店舗配信サービス（マイストア）への参加			
14	ECサイト（楽天、PayPay モールなど）への参加			



## 補足資料 B サンプルの地理的分布

表 A サンプルの地理的分布

都道府県	回答者自身の住まい		勤め先の所在地	
	観測値数	割合	観測値数	割合
北海道	34	5.9%	34	5.9%
青森県	3	0.5%	5	0.9%
岩手県	2	0.3%	3	0.5%
宮城県	11	1.9%	11	1.9%
秋田県	4	0.7%	4	0.7%
山形県	7	1.2%	7	1.2%
福島県	3	0.5%	3	0.5%
茨城県	8	1.4%	8	1.4%
栃木県	5	0.9%	6	1.0%
群馬県	2	0.3%	3	0.5%
埼玉県	38	6.6%	37	6.4%
千葉県	25	4.3%	14	2.4%
東京都	115	20.0%	134	23.3%
神奈川県	32	5.6%	23	4.0%
新潟県	7	1.2%	7	1.2%
富山県	5	0.9%	4	0.7%
石川県	2	0.3%	2	0.3%
福井県	4	0.7%	4	0.7%
山梨県	3	0.5%	3	0.5%
長野県	10	1.7%	10	1.7%
岐阜県	6	1.0%	6	1.0%
静岡県	11	1.9%	12	2.1%
愛知県	36	6.3%	37	6.4%
三重県	6	1.0%	6	1.0%
滋賀県	6	1.0%	5	0.9%
京都府	23	4.0%	20	3.5%
大阪府	59	10.3%	65	11.3%
兵庫県	18	3.1%	17	3.0%
奈良県	8	1.4%	7	1.2%

(表A のつづき)

和歌山県	3	0.5%	2	0.3%
鳥取県	0	0.0%	0	0.0%
島根県	2	0.3%	2	0.3%
岡山県	6	1.0%	6	1.0%
広島県	13	2.3%	13	2.3%
山口県	3	0.5%	3	0.5%
徳島県	0	0.0%	0	0.0%
香川県	2	0.3%	2	0.3%
愛媛県	7	1.2%	6	1.0%
高知県	5	0.9%	5	0.9%
福岡県	18	3.1%	16	2.8%
佐賀県	2	0.3%	3	0.5%
長崎県	4	0.7%	4	0.7%
熊本県	1	0.2%	1	0.2%
大分県	2	0.3%	2	0.3%
宮崎県	2	0.3%	2	0.3%
鹿児島県	4	0.7%	4	0.7%
沖縄県	8	1.4%	7	1.2%
合計	575	100.0%	575	100.0%

注：本社と支店が同じではない場合には、自分が勤めている会社の所在地を回答している。