

数十年先を見据えたキャッシュレスインフラの構築

「令和」という新しい時代が幕を開けてからはや4カ月、10月からの消費税率引き上げが目前に迫ってきた。わが国において消費税が導入されたのはちょうど30年前、平成元年のことである。

令和元年は「キャッシュレス決済元年」とも呼ばれる。私たちは日常生活において、現金だけでなく、クレジットカードや電子マネー、デビットカード、スマートフォンを使ったQRコードによるモバイル決済など、多様な決済手段を選択できるようになりつつある。1年前にキャッシュレス決済機能付きの腕時計を購入した筆者は、小銭入れを持ち歩かなくなり、財布を持たずに手軽に外出できるようになった。また、都内だけでなく、地方出張の際にも飲食店やタクシー等でキャッシュレス決済手段を利用する機会が少しずつ増えている。

政府は、国内のキャッシュレス決済比率を2025年までに40%程度（現状20%程度）まで引き上げる目標を掲げ、10月から来年6月末までの9カ月間、消費税増税に伴う経済対策の一環として、中小の店舗においてキャッシュレス決済手段で買い物をした消費者にポイントでの決済相当額の一部還元等を行う「キャッシュレス・消費者還元事業」を実施する。

キャッシュレス化の推進は、支払いにおける消費者の利便性を高めるとともに、レジ周りの省人化や業務効率化によるコスト削減、客数・客単価の上昇による売り上げ増大、決済データを活用した新しいマーケティング手法の確立等、店舗にとってもさまざまなメリットが期待できる。また、社会全体として現金決済に必要なインフラ維持に年間1.6兆円を費やしており、そのコスト負担を縮減するという点で社会的な意義も大きい。

一方で、容易に支払いができることによる浪費の可能性や情報セキュリティへの不安、決済端末導入や手数料等のコスト負担、地域間・世代間によるITリテラシーのギャップなど、キャッシュレス化の推進における課題も多く指摘されている。キャッシュレス決済手段を全国に広く浸透させるためには、導入店舗の拡大を一気に進めるだけでなく、店舗・消費者双方の認知・理解を広げつつ、段階的に普及を促していくことも重要である。

決済はあらゆる経済活動に欠かせないものであり、キャッシュレス化した決済プラットフォームは私たちの生活やビジネスの仕組みを効率化・高度化する重要な社会インフラとなる。その意味で、今回の「キャッシュレス・消費者還元事業」は、消費税率引き上げに伴う需要の平準化やキャッシュレス決済比率の向上という短期的な目標にとどまらず、未来のデジタル社会を支える基盤として、これからの少子高齢化社会や人生100年時代における新しいライフスタイルやビジネスモデルを創出するための先行投資となる。

令和の次の時代を迎えるとき、キャッシュレス決済は新しい価値を生み出す社会インフラとして進化しているに違いない。

社会システムコンサルティング部
ソーシャルデザイングループマネージャー
水石 仁