



経済産業省
近畿経済産業局

関西企業フロントラインNEXT Vol.15

～関西における「キャッシュレス」の取組実態と新たな兆し～

令和元年8月28日

近畿経済産業局

総務企画部中小企業政策調査課
産業部流通・サービス産業課
2025NEXT関西企画室



はじめに

物理的な現金（紙幣・硬貨等）を使用しなくても消費活動ができる「キャッシュレス」。

近年、従来のクレジットカードとは異なる、電子マネーやQRコードなど様々な新しいキャッシュレス決済サービスが話題となっています。また、本年10月1日からキャッシュレス・消費者還元事業が開始されることもあり、世間の関心をさらに高めています。

我が国においては、2019年6月に閣議決定された「成長戦略フォローアップ」において「2025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」としています。

今後人口減少の時代を迎え、事業者の生産性向上は喫緊の課題であり、「キャッシュレス」は地域の中小・小規模事業者の経営課題解決へ向けて効果をもたらすことが期待されています。

こうした流れの中、今回関西地域で既にキャッシュレス決済を導入された事業者に対して、実際の導入プロセスや効果等についてヒアリング調査を実施し、フロントラインNEXTとして取りまとめました。

調査の中では、キャッシュレスの導入により売上増加や客単価の増加による収益面のメリットや現金管理コストの削減やオペレーション時間の短縮などのコスト面のメリットなど生産性向上に繋がる効果が見られました。また、一部には「完全キャッシュレス」などの新たな付加価値創出に向けた兆しも見えました。

次ページ以降、企業事例を交えつつキャッシュレスの導入効果等について紹介します。

目次

はじめに	1
第一章・・・キャッシュレスの現状認識	3
第二章・・・ヒアリング調査から見たキャッシュレス導入の実態	
§ 1 ヒアリング調査の概要	7
§ 2 キャッシュレス導入のねらいと効果	11
§ 3 キャッシュレス導入における課題と解決策	20
§ 4 キャッシュレスの取り組みがもたらす新たな兆し	25
＜＜参考＞＞ キャッシュレス導入に関する支援施策	34
おわりに	38

第一章 キャッシュレスの現状認識

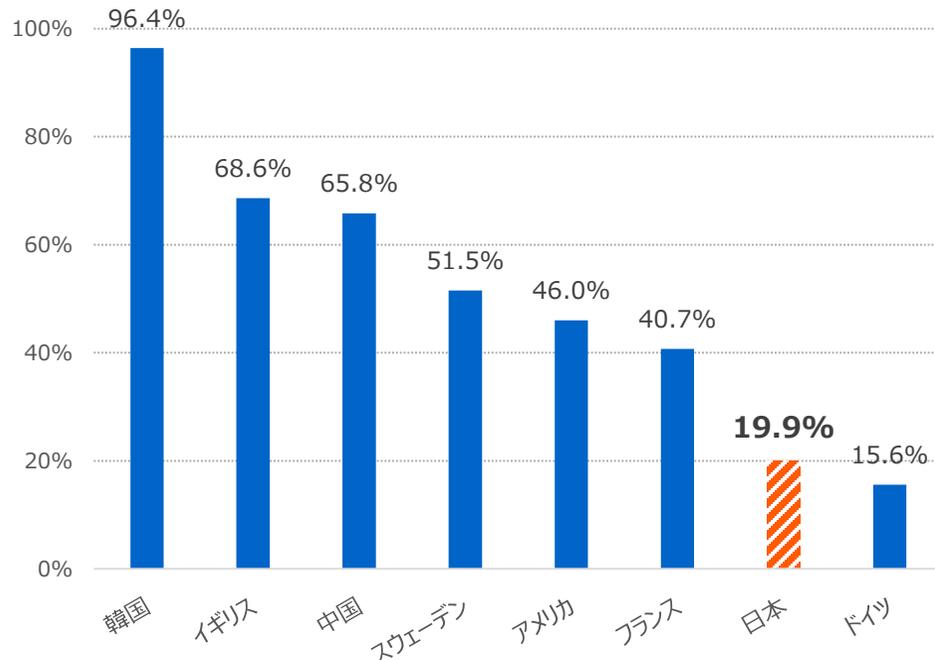
【本章の参考文献】

- (一社) キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス・ロードマップ 2019」(2019年4月)
- 経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」(2018年4月)
- 電子決済研究所/山本国際コンサルタント/カード・ウェイブ「電子決済総覧 2017-2018」(2017年8月)
- 経済産業省「平成26年度商業統計」(2015年12月)

第一章 キャッシュレスの現状認識

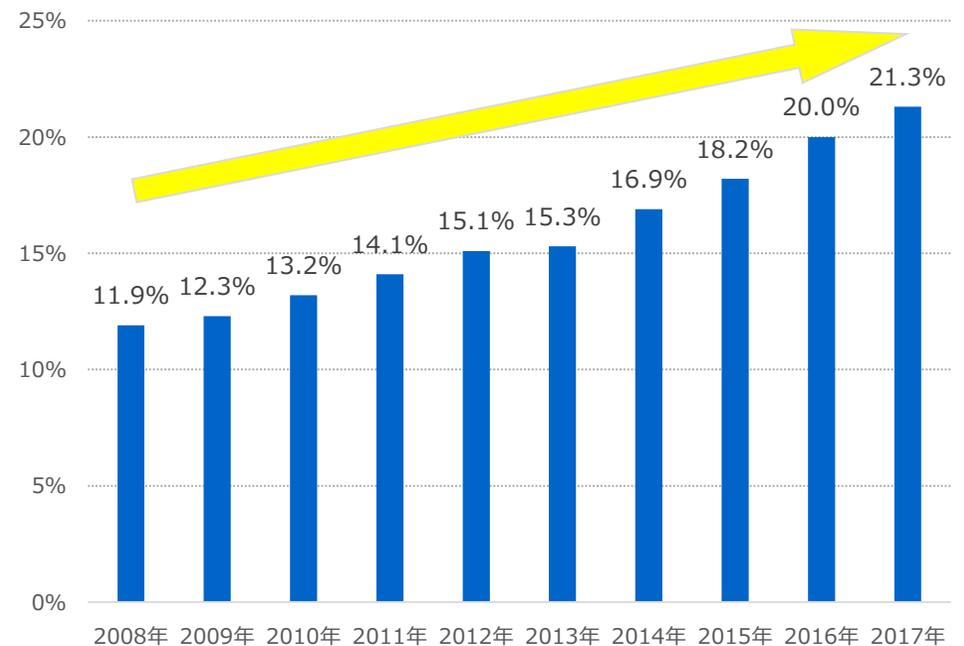
- キャッシュレス決済比率を国際比較すると、日本が後れを取っていると言わざるを得ない状況です。
【図表 1】
- 国内のキャッシュレス比率は2017年時点では21.3%で2008年より9.4ポイント上昇しています。
【図表 2】

【図表 1】各国のキャッシュレス決済比率の状況
(2016年)



(出典)「キャッシュレス・ロードマップ 2019」P14図表10を基に、近畿経済産業局が再編加工。

【図表 2】日本の民間最終消費支出に占める
キャッシュレス支払額の比率の推移

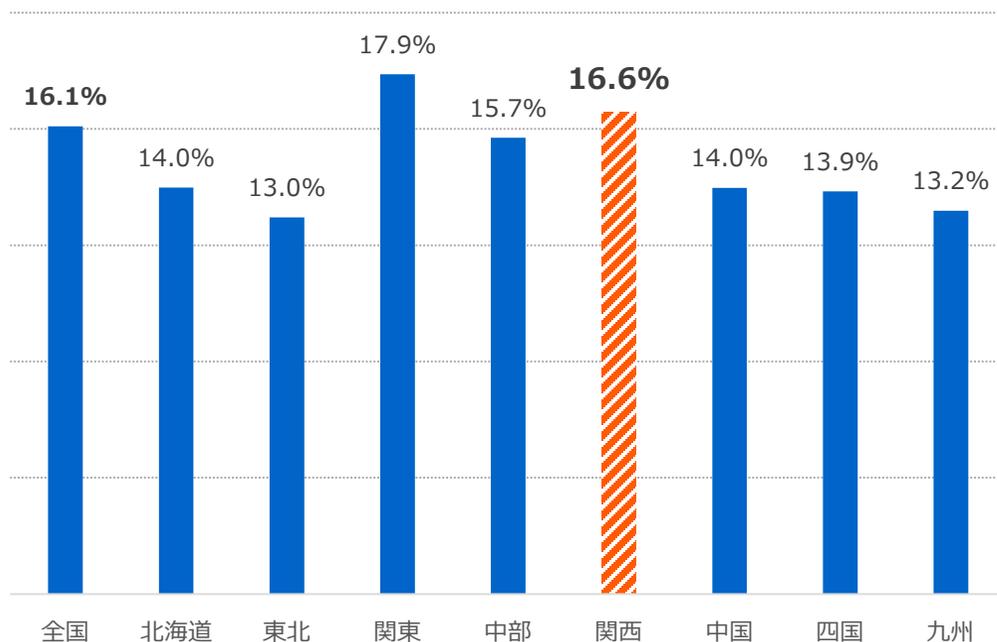


(出典)「キャッシュレス・ロードマップ 2019」P8図表4を基に、近畿経済産業局が再編加工。

第一章 キャッシュレスの現状認識

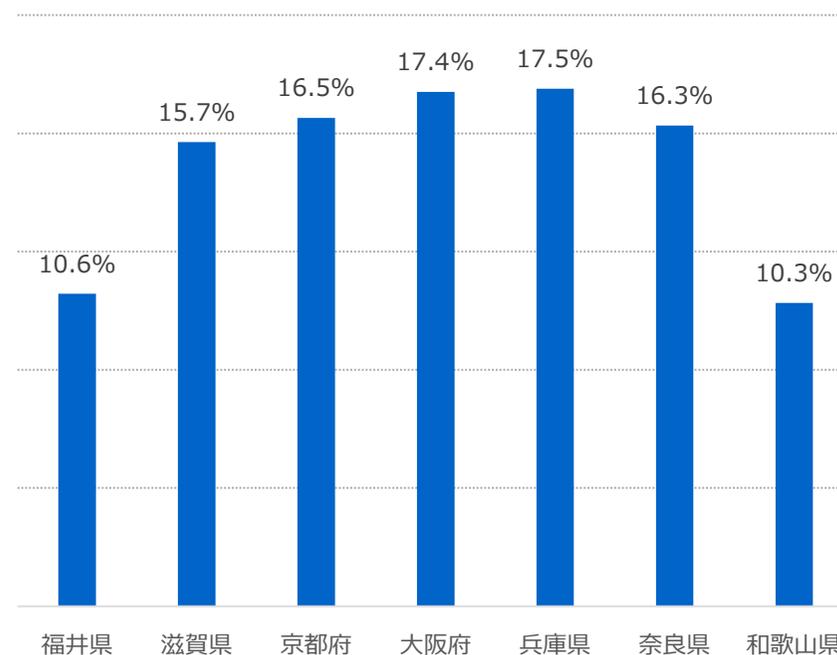
- 関西のキャッシュレス比率は全国比優位にあります。【図表3】
- 各府県のキャッシュレス比率には大きな差があります。【図表4】

【図表3】日本の小売販売に占めるキャッシュレス決済の比率
(2014年度)



(出典) 「平成26年度商業統計 第2巻第5表」を基に、近畿経済産業局が再編加工。
キャッシュレス決済比率 = 各県の電子マネー及びクレジットカードによる年間商品販売額 / 各県の小売業計の年間商品販売額

【図表4】同左について関西の各府県における同比率



(出典) 同左

第一章 キャッシュレスの現状認識

- 今後のキャッシュレス決済比率の予測推測では今後も堅調にキャッシュレスは浸透していくとみています。【図表5】
- 代表的な検索エンジンでのインターネット検索頻度推移から見ても「キャッシュレス」の関心度は日増しに高まってきています。【図表6】
- 「キャッシュレス・ビジョン」（経済産業省）では大阪・関西万博の開催される2025年までにキャッシュレス決済比率を40%程度まで上昇させることを目指しています。

【図表5】日本のキャッシュレス支払額と
民間消費最終支出に占める比率の予測推移



「キャッシュレス・ロードマップ 2019」P9図表5より引用
(出典) 「電子決済総覧 2017-2018」を基に、NTTデータ研究所が作成。
※2018年～2020年と2025年はカード・ウェブの推計、
2021～2024年はNTTデータ経営研究所の推計

【図表6】「キャッシュレス」検索頻度
(対象期間2017/8/1～2019/7/31)



(出典) Google Trendsのデータを基に近畿経済産業局が再編加工。

第二章 ヒアリング調査から見たキャッシュレス導入の実態

§ 1 ヒアリング調査の概要

第二章 §1 ヒアリング調査の概要

これから新たにキャッシュレスの導入を検討したい、もしくは、これまであまり積極的にキャッシュレスを利用していなかった中小・小規模事業者の参考とするため、関西地域で既にキャッシュレス決済を導入した事業者に対して、実際の導入プロセスや効果等についてヒアリング調査を実施しました。

【調査の概要】

調査対象： 21社・機関

- ◆近畿経済産業局管内(福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県)に本社を構え、実店舗でキャッシュレス対応を実施している事業者15社

«対象事業者の抽出条件»

直近5年以内に新たなキャッシュレス決済手段を導入している

(過去よりクレジットカードを導入しているが、新たにQR決済等の新たな手段を導入したのも含む)

業態についてはなるべく幅広い企業を選定

新聞・インターネット情報、行政機関・支援機関等からの提供情報等から抽出

- ◆支援機関等6社・機関

調査方法：職員による訪問・ヒアリング

調査期間：2019年6月下旬～8月上旬

調査項目：

- ・ キャッシュレス導入のきっかけ・狙い
- ・ キャッシュレス導入によって得られた効果
- ・ 現状のキャッシュレス決済比率
- ・ キャッシュレス導入検討時の課題・ネック
- ・ 課題・ネックの解決方法

第二章 §1 ヒアリング調査の概要

【図表7】キャッシュレス対応を実施している事業者15社の概要一覧

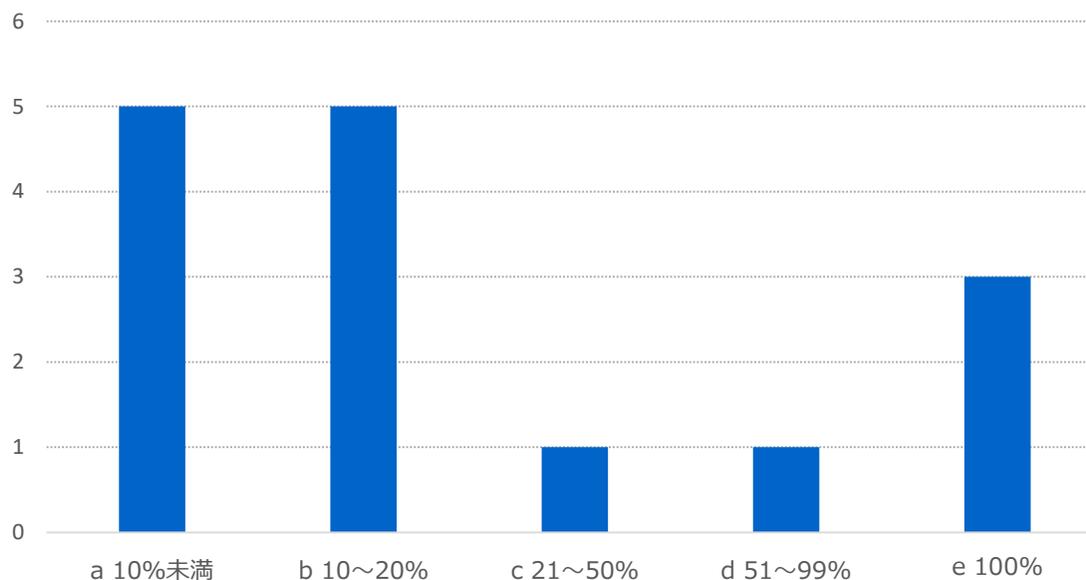
業態	所在地 (府県)	資本金 (百万円)	従業員数 (人)	対応しているキャッシュレス決済手段			完全キャッシュ レス実施
				クレジット	電子マネー	QRコード	
食料品小売業	京都府	10~30	50~100	○	-	○	-
宿泊業	京都府	~10	50~100	○	-	○	-
食料品小売業	京都府	~10	~20	○	○	○	-
旅客運送業	大阪府	50~100	201~	○	-	-	-
生鮮野菜小売業	大阪府	10~30	20~50	○	○	○	-
子供服小売業	大阪府	~10	20~50	○	-	○	-
写真サービス業	大阪府	~10	~20	○	○	○	-
理容美容業	大阪府	~10	~20	○	○	○	○
弁当小売業	大阪府	~10	~20	○	○	○	-
野菜直売所	大阪府	~10	~20	○	-	○	○
紳士服小売業	大阪府	個人事業	~20	○	○	○	-
宗教法人	大阪府	-	~20	○	-	○	-
学校法人	大阪府	-	201~	○	-	○	-
喫茶店運営	兵庫県	50~100	201~	○	○	○	一部店舗
プロスポーツクラブ	兵庫県	50~100	50~100	○	○	○	○

第二章 §1 ヒアリング調査の概要

調査対象法人のキャッシュレス決済比率【図表8】

- 調査対象事業者の2/3が2017年の国内のキャッシュレス決済比率（21.3%）を下回っています。
- 国内のキャッシュレス決済比率が大きく前進するためには、中小・小規模事業者へのキャッシュレス決済の一層の浸透が重要です。

【図表8】調査対象事業者のキャッシュレス決済比率



N=15

第二章 ヒアリング調査から見たキャッシュレス導入の実態

§2 キャッシュレス導入のねらいと効果

第二章 §2 キャッシュレス導入のねらいと効果

1. 導入のねらい

- 回答の半数が「顧客ニーズ対応」や「世間の関心の高まり」といった外的要因であり、消費者のキャッシュレス対応ニーズに応えることを目的として導入を決めた事業者が多く見られました。
- 実際に利用客からの対応要望も多く、キャッシュレス対応していないことで機会損失が発生している可能性がうかがえます。

導入のねらい① 顧客ニーズ対応

- 利用客からの対応要請を受け、導入する事業者が多くありました。
- また、このうち1/3の事業者はインバウンドのキャッシュレスニーズに応えるために導入しています。

「事業者の声」

- キャッシュレス対応していないことで**購入を諦める来店客**がいた。(小売業)
- **高額決済**時に現金以外の支払手段がなくて利用者が困ったケースがあった。(その他)
- **インバウンドをターゲットとしており、キャッシュレス対応は必須**であった。(サービス業)

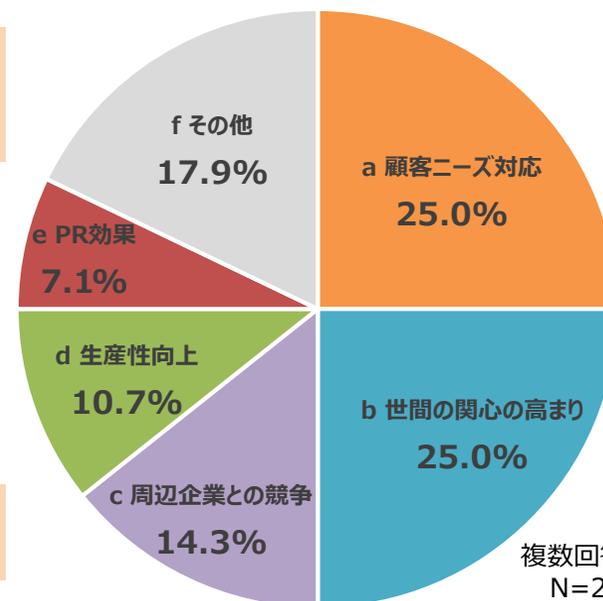
導入のねらい② 世間の関心の高まり

- 最近のキャッシュレスの盛り上がりを受け、その流れに乗るため導入を決めたという意見が多くありました。

「事業者の声」

- 世間的に流行し始めていて、**消費者目線での利便性**も感じていたため。(小売業)
- キャッシュレスへの関心が高まっていることに着目し、それに対応した店舗対応をした。(飲食業)

【図表9】キャッシュレス導入のねらい



複数回答可
N=28

第二章 §2 キャッシュレス導入のねらいと効果

導入のねらい③ 周辺企業との競争

- 周辺事業者が導入していないため差別化を図るためといった意見や、逆に周辺事業者が既に導入していたので遅れないように導入した、という両方の意見がありました。

《事業者の声》

- 周辺同業者がキャッシュレス対応しておらず、**差別化を図るため**対応した。(サービス業)
- 周辺店舗が既にキャッシュレス対応を進めており、**比較負けしたくなかった**。(小売業)

導入のねらい④ 生産性向上

- 主に現金管理コストの削減を狙って導入を検討したとの意見がありました。

《事業者の声》

- **各店舗レジへの現金準備の負担が大きく**、キャッシュレスでそれを軽減できると考えた。(小売業)
- 現金管理に係る事務コストをなくし、その分接客に集中することで来店客の満足度を高めることをねらった。(サービス業)

導入のねらい⑤ PR効果

- 消費者還元事業への加盟によるPR効果と決済事業者が展開するキャンペーン等のPR効果の利用により自社の宣伝に繋がるとの意見がありました。

《事業者の声》

- 消費者還元事業への加盟で**競合する大手企業と差別化**を図りたい。(小売業)
- **決済事業者が展開する大規模PR・キャンペーンの恩恵を受ける**ため。(サービス業)

第二章 §2 キャッシュレス導入のねらいと効果

2. 導入の効果

- 「売上・客単価増加」「生産性向上」「顧客満足度向上」がそれぞれ25%近くの回答を占めました。
- また、「PR効果」「データ利活用」の回答も一定数見られました。
- 導入の効果は「売上・客単価増加」といった収益性を高める効果がある一方で、「現金管理コストの削減」や「レジ時間短縮による業務効率の改善」のようなコスト削減に繋がる効果もあり、事業者の半数近くが収益力向上に大きな効果があると回答しました。

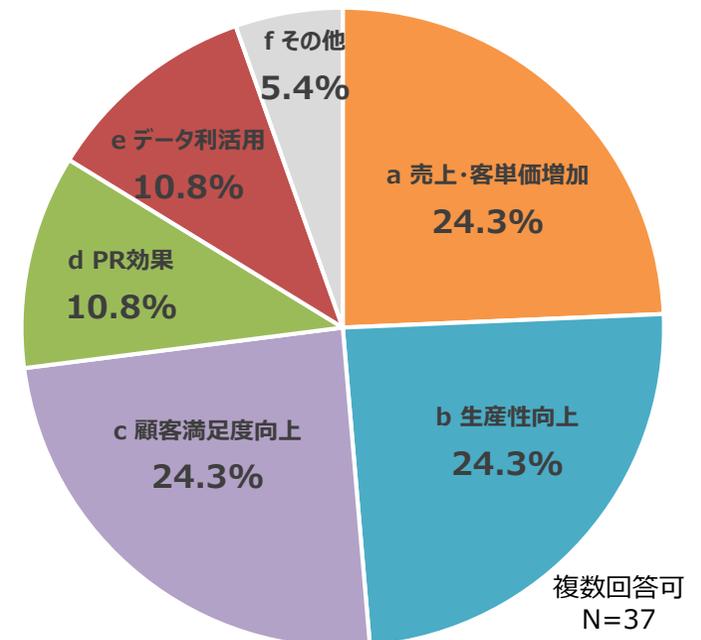
導入の効果① 売上・客単価増加

- キャッシュレスの導入により売上や客単価が上がっているという声が複数ありました。
- 内容を見てみると、インバウンド等の新規顧客取り込みやキャンペーン効果などによる客単価の向上で、売上増強が図られていると考えられます。

《事業者の声》

- 決済事業者の大規模キャンペーン期間中に多くの**利用客がキャンペーンを利用して購入**してくれた。(小売業)
- 周辺の同業者がキャッシュレス対応していないことが多く、**インバウンドはキャッシュレス対応できている当社を選んで**来てくれている。(サービス業)
- クレジットカード対応店舗の方が現金決済のみ店舗に比べ客単価が高い。(小売業)
- 普段より単価の高い商品や一品多く注文してくれているため、**客単価が上がっている**。(飲食業)

【図表10】キャッシュレス導入によって得られた効果



第二章 §2 キャッシュレス導入のねらいと効果

導入の効果② 生産性向上

- レジの釣銭準備や現金保管による盗難・紛失リスク、毎日のレジ締め作業の時間短縮、レジ誤差の発生抑制等の現金管理コストの削減に繋がるという意見が多くありました。
- また、レジ作業短縮により本来業務に費やす時間が増えて業務効率改善に寄与しているという意見もありました。

《事業者の声》

【業務効率向上】

- 高額現金を外出先で持ち運ぶことが少なくなった。(その他)
- キャッシュレス決済ではレジ誤差の発生がなく、正確なレジ集計の一助となっている。(サービス業)
- 完全キャッシュレス店舗では**現金管理に係る業務時間を1時間程度短縮**できた。(飲食業)
- 店員側としても現金を取り扱わないことでストレスが軽減され、**来店客への接客に集中することができる**ようになる。(サービス業)
- 来店客が多く忙しい時間帯はレジで利用客が小銭を財布から出すのを待ったり、こちらが釣銭を出す時間があったくない。キャッシュレスではそれがないので**お互い待ち時間がなくストレスがない**。(小売業)

導入の効果③ 顧客満足度向上

- 多様な決済手段を利用客に提示できるため柔軟に顧客ニーズに対応できる、顧客満足度の向上に繋がる、といった意見がありました。

《事業者の声》

- 利用客からの要望に応えることができたのは大きな効果。(サービス業)
- 利用客が**自分の好きな決済手段を選んでもらう**ことで、気持ちよく買い物してもらえている。(小売業)
- キャッシュレスで**スマートな決済を利用客に体験**してもらうことで、店舗利用の印象を強く残すことができる。(サービス業)

第二章 §2 キャッシュレス導入のねらいと効果

導入の効果④ PR効果

- 決済事業者のキャンペーンやアプリ内での加盟店紹介など、事業者自身が費用を負担し広告を打つよりも大きな宣伝効果を得られる点にメリットを感じているという意見が複数ありました。

《事業者の声》

➢ QR決済事業者のアプリ内で「周辺の利用できるお店」を紹介してくれているので、**無料でPR効果が生まれている**。(サービス業・小売業)

導入の効果⑤ データ利活用

- キャッシュレスによる決済データをスムーズに収集・管理できるという意見が複数ありました。
- また、その決済データを自社の今後の事業展開に活かすべく、マーケティング等に活用している事例も一部にありました。

《事業者の声》

- キャッシュレス決済データはWeb上ですぐさま確認でき、売上管理に役立っている。(小売業)
- 販売データを蓄積し、次の販促展開への参考情報としている。(サービス業)
- **販売データを生産者に還元**し、生産計画や販売計画の参考情報としてフィードバックしている。(小売業)

導入の効果⑥ その他

《事業者の声》

- キャッシュレス決済は現金に触れないので**衛生管理面で優れている**。(小売業)
- 学生の金融リテラシーの向上に寄与すると考える。(その他)

「キャッシュレス導入事例」

東京からのビジネス客のニーズに対応

① 日本交通株式会社（大阪府）

POINT

- ・乗務員の提案からキャッシュレスを導入
- ・現金管理等のコスト削減効果に期待

事業概略

- ・業界トップクラスのハイヤー・タクシー、バス事業を中核とする総合交通サービス会社。

キャッシュレスへの取り組み

- ・伊丹空港での**関東圏からのビジネス客のキャッシュレスニーズに対応**するため、**乗務員からの提案でキャッシュレス決済導入**。
- ・乗務員の要望に応じてキャッシュレス決済端末を設置しており、保有車両の2/3で設置済み。

キャッシュレスで得られた効果

- ・売上が増加してことに加え、顧客ニーズに対応できたことが一番の効果。
- ・従業員の確保が厳しい業界であり、キャッシュレス決済比率を高めることにより、現金管理等の業務コスト削減効果に期待。

 日本交通株式会社



キャッシュレスでインバウンド対応

② 株式会社ティーエーティー（京都府）

POINT

- ・インバウンド対応でキャッシュレスを導入
- ・高級感・デザイン性とともにキャッシュレスを差別化戦略に

事業概略

- ・外国人旅行客をターゲットに、高級感漂うデザイン性が高いホステルを市内に3ヶ所展開している。

キャッシュレスへの取り組み

- ・宿泊客の決済ニーズに対応し、現金決済のみの**周辺業者との差別化を図る**ため開業当初よりキャッシュレスを推進。

キャッシュレスで得られた効果

- ・**順調にインバウンド需要を取り込み**、宿泊客の利便性が向上している。
- ・現在キャッシュレス比率は50%程度であるが、今後完全キャッシュレスからフロント業務の完全自動化まで見越した取組を検討している。



「キャッシュレス導入事例」

「キャッシュレスお布施」 お寺でQR決済

③ 宗教法人 正宣寺（大阪府）

POINT

- ・高額決済を現金以外の支払い手段を提供
- ・新たな門信徒の増加にも繋がっている

事業概略

- ・住宅街の路地裏にある小さな浄土真宗本願寺派の都市型寺院。

キャッシュレスへの取り組み

- ・葬儀では急遽高額現金を準備する必要があり、遺族に精神的なストレスを与えることがあり、現金以外での決済が可能となるようにキャッシュレス決済を導入。

キャッシュレスで得られた効果

- ・門信徒・寺側共に**多額の現金を保管・管理するリスクが軽減**されることが一番大きなメリット。
- ・都市型寺院でありインターネットで検索での依頼も多く、キャッシュレス対応できることが選択の決め手となった事例もある。



多種多様なキャッシュレス決済に対応

④ hina deli合同会社（大阪府）

POINT

- ・利用客の決済に対する利便性を高めるために導入
- ・多種多様なキャッシュレスに対応することで販売機会を創出

事業概略

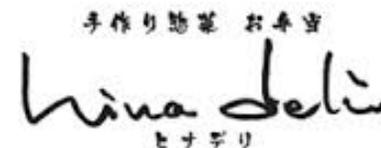
- ・手作り総菜・お弁当の販売業。地域住民や近隣の会社に勤める会社員に弁当や総菜を提供。1日の平均利用客数は、平均60～80人。

キャッシュレスへの取り組み

- ・利用客から「現金以外の決済はできないの？」との問い合わせや現金以外での決済ができないことで購入を取り止めるケースが複数あり、**販売機会の損失を感じ、キャッシュレス導入**。
- ・利用客に気持ちよく購入してもらうために、多種多様なキャッシュレスを導入に対応し、決済の選択肢を増やした。

キャッシュレスで得られた効果

- ・店舗運営の面で現金に比べ、**レジ作業が短縮化**できた。
- ・多種多様なキャッシュレス決済に対応できるようにしたことで、新たな顧客獲得に寄与している。



「キャッシュレス導入事例」

あらゆるQR決済導入による宣伝効果

⑤ 株式会社ポジティブライト（大阪府）

POINT

- ・あらゆるQR決済手法を導入
- ・決済事業者の宣伝効果に期待

事業概略

- ・ 保育園の出張撮影や七五三や成人式・家族写真等の人物撮影をメインとするDPE店。

キャッシュレスへの取り組み

- ・ 大阪商工会議所のキャッシュレスセミナーを受けて、QR決済を導入。
- ・ **消費者還元事業に向けて**、あらゆるQR決済手法を導入。

キャッシュレスで得られた効果

- ・ 決済事業者が「QR決済が使えるお店」としてHP等に掲載してくれる**宣伝効果が一番大きなメリット**。
- ・ モバイル決済端末により、出張撮影会時の屋外でのキャッシュレス決済にも対応できるなど、利用客の満足度も向上。



QR決済が使える商店街を積極アピール

⑥ 地下鉄あびこ中央商店街振興組合（大阪府）

POINT

- ・既存イベントとキャッシュレスとのタイアップイベント
- ・QR決済が使える商店街としての積極的なアピール

事業概略

- ・ 大阪メトロ御堂筋線あびこ駅東側に広がる商店街。愛称は「あびんこ商店街」。

キャッシュレスへの取り組み

- ・ 大阪商工会議所や決済事業者の協力を得て、従前から実施している「100円商店街」イベントに合わせ、来店客・商店向けのキャッシュレス導入イベントを実施。イベントをきっかけに9店舗が新規導入し、組合員の約30%がQR決済に対応済み。
- ・ 先行的にQR決済に取り組む理事が先導。

キャッシュレスで得られた効果

- ・ 周辺住民に対し「**キャッシュレス対応商店街**」のイメージを**積極的にアピール**。
- ・ 常にチャレンジする商店街として、キャッシュレス導入も商店街に変化をもたらすツールとして活用。



第二章 ヒアリング調査から見たキャッシュレス導入の実態

§ 3 キャッシュレス導入における課題と解決策

第二章 §3 キャッシュレス導入における課題と解決策

1. 導入の課題

- 「運用面の不安」が4割近くの回答を占めました。
- 決済手数料の負担を課題と認識している事業者も多くあります。

導入の課題① 運用面の不安

- これまで馴染みのなかったキャッシュレス決済導入に当たり専用端末が必要となることや、QRコードを読み取ってもらって利用客側に金額を入力してもらう等、初めて行う作業に不安を覚えるという意見が多くありました。

「事業者の声」

- レジを使用するスタッフが**端末を使いこなせるか不安**があった。(小売業)
- 決済端末の**トラブルがあった際にスムーズに対応できるか**不安があった。(サービス業)
- 決済の種類によってオペレーションが異なり、負担感を感じた。(その他)

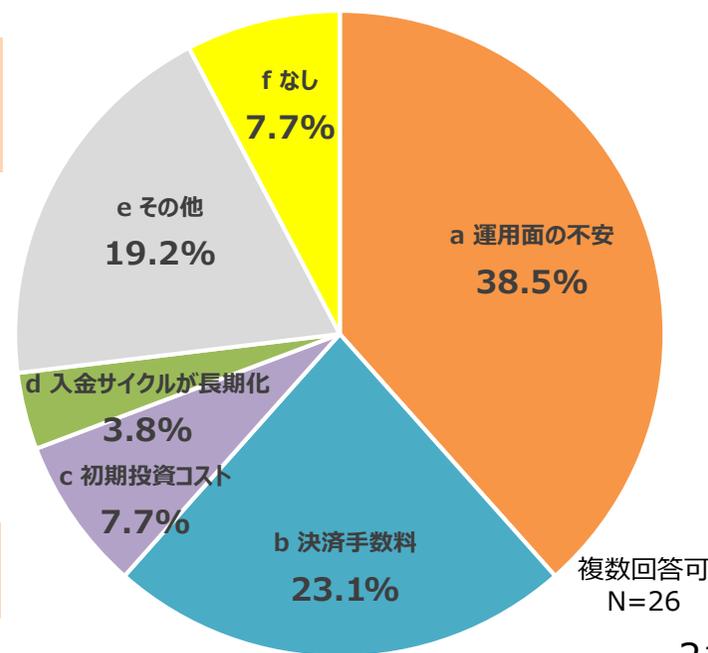
導入の課題② 決済手数料

- 現金と比較し、キャッシュレスは決済手数料が発生する点がネックであるとの意見が多くありました。

「事業者の声」

- 利益率が低いので決済手数料の影響は大きい**。(小売業)
- キャッシュレス比率が高まると決済手数料のインパクトもそれなりに大きくなる。(飲食業)

【図表11】キャッシュレス導入時の課題



第二章 §3 キャッシュレス導入における課題と解決策

導入の課題③ 初期投資コスト

- 決済端末を準備するためのコストやキャッシュレス決済に対応するためのネット環境の整備など、キャッシュレス化に伴うコスト負担を課題とする意見がありました。

《事業者の声》

- 相当数の決済端末を準備する必要があった。(サービス業)
- 導入の前に**インターネット環境を整備する**必要があった。(その他)

導入の課題④ 入金サイクルが長期化

- 現金決済と比べキャッシュレス決済は入金サイクルが長期化するケースが多く、資金繰りへの影響を危惧する意見がありました。

《事業者の声》

- キャッシュレス化に伴い入金が翌月になる。(サービス業)

導入の課題⑤ その他

《事業者の声》

- 決済事業者への**加盟店手続きが負担**に感じた。(サービス業)
- 完全キャッシュレス化では、現金が使えないことで利用を控える人がいることを想定しておかなければならなかった。(サービス業)

第二章 §3 キャッシュレス導入における課題と解決策

2. 課題の解決策

- 導入時に課題として認識されていた「運用面の不安」については、慣れることで大半が解消されていました。また、「決済手数料」については導入のメリットが上回るという意見が多くありました。

課題の解決策① 運用面

- 「うまく使用できるか」という課題は、**実際に使用することで一定期間後に解消**することが大半でした。
- 端末トラブル等は決済事業者の適切な対応力により解消されるケースも多くありました。

《事業者の声》

- ▶ パート従業員が当初は戸惑っていたが、**2、3カ月もすれば問題なく使用することができている**。(小売業)
- ▶ 運用開始前に決済事業者から使用方法のレクチャーを受け、レジ担当者の端末運用についての理解を高めてもらった。(サービス業)
- ▶ 端末にトラブルがあった場合は、決済事業者に連絡しスムーズに対処できている。(サービス業)

課題の解決策② 決済手数料

- **手数料負担を導入のメリット面で吸収**しているという意見が多くありました。
- ただし、キャッシュレス決済比率がまだ低く、実際に発生する手数料負担が少ないため、現状ではそれほど気にはならないという意見も見られました。

《事業者の声》

- ▶ 客単価が増加したので、決済手数料全てをカバーしたわけではないが補うことはできていると考えている。(飲食業)
- ▶ 現金管理業務の削減を含めた**業務効率の改善で決済手数料はカバーすることが可能**だと考える。(サービス業)
- ▶ 決済事業者のPR効果があり、決済手続きも便利になったので、決済手数料はそれに対する対価だと認識している。(小売業)
- ▶ 手数料より販売促進効果の方が大きい。今後手数料負担が大きくなればその分を加味した**価格改定を検討する可能性**はある。(サービス業)

第二章 §3 キャッシュレス導入における課題と解決策

3. 社会インフラ整備等への期待

- 決済システムの統一化といった「利便性の向上」や、停電・災害時の対応や不正利用対策といった「安全性の強化」などの社会インフラの高度化への期待の声がありました。
- また、全体的な決済手数料の将来的な負担軽減への期待の声もありました。

《事業者の声》

- 利用客がどの決済手段を利用するか決済端末で選択する必要があり操作が面倒。**システム統一化を早急に進めてほしい**と思う。(小売業)
- **停電や災害の発生時**にキャッシュレス決済が使用できなくなったときに、どう対応するか検討をする必要がある。(飲食業)
- **不正利用等のトラブル**が発生し利用客からクレームがあった場合、現場では対応できないという声が社内から挙がっている。(小売業)
- キャッシュレス決済がさらに普及してくれば、決済事業者は**手数料率の引き下げを検討してほしい**。(小売業)

第二章 ヒアリング調査から見たキャッシュレス導入の実態

§4 キャッシュレスの取り組みがもたらす新たな兆し

第二章 §4 キャッシュレスの取り組みがもたらす新たな兆し

1. 完全キャッシュレスに見られる新たな兆し

- キャッシュレスを単なる決済手段の一つとして留めることなく、完全キャッシュレスを切り口とした新たな付加価値創出に取り組む事業者がありました。
- 完全キャッシュレスの導入により、効率化をより一層進展させた事例や決済データ・利用客の購買動向を分析し、自社のマーケティング等に活用する事例がありました。

◎ 導入企業の「完全キャッシュレス」のねらい・効果

① 現金管理に係る事務負担・コストの排除

釣銭準備やレジ締め作業が不要となり、**生産性が一段と向上**しています。

② 接客サービス等への集中

現金管理業務が削減されるため接客等の**本来業務に集中**することができます。

③ 同業他社との大きな差別化

「完全キャッシュレス」と際立たせることで世間からの**大きな関心を集める**ことができます。

④ キャッシュレス決済データの収集・活用

決済データ・利用客の購買動向を分析し、自社の販促活動に利用することは**キャッシュレス導入の付加価値が向上**しています。

《完全キャッシュレス導入事例》

時代の流れを汲んだ完全キャッシュレス店舗を設置

⑦ UCCフードサービスシステムズ（兵庫県）

POINT

- ・支払い手段をキャッシュレス決済に限定した、完全キャッシュレス店舗を試験的に設置
- ・利用客の客単価向上につながった上、店舗運営の効率化も実現

事業概略

- ・ UCCグループの外食事業部門として、「上島珈琲店」「UCCカフェプラザ」をはじめとする複数ブランドの外食サービスを提供。
- ・ 百貨店内のフルサービス店舗や、セルフサービス店舗等様々な特色を持った店舗を全国に展開。
- ・ 「キャッシュレス」という時代の流れを汲んだ新たな取り組みとして、今回の完全キャッシュレス店舗の導入を実施。
- ・ 完全キャッシュレス店舗以外にもロボットがコーヒーを淹れてくれるサービス（上島珈琲店 No.11 店舗内 現在はサービス終了）を提供するなど、ユニークな取り組みで効率的な店舗運営を試行している。

キャッシュレスへの取り組み

- ・ 完全キャッシュレス決済を来店の呼び水とすべく、キャッシュレス決済比率が以前から高かった上島珈琲店大手町店を2019年2月から完全キャッシュレス店舗へモデルチェンジし、試験的に運用を開始。
- ・ 完全キャッシュレス化1か月前から告知や交通系電子マネーの利用に伴うキャンペーンを打ち出すことで、スムーズな完全キャッシュレス化に成功している。

キャッシュレスで得られた効果

- ・ キャッシュレス決済で支払いを行う事で、利用客の購買意欲の向上に繋がり、**客単価が若干増加**している。
- ・ 両替作業やレジの締め上げ作業など**現金管理業務の負担削減に繋がっている**。
- ・ 今後、キャッシュレス決済で得られた決済データを活用し、リピーターの獲得や自社アプリサービスやプリペイドカード利用に繋がるプロモーションの展開を目指す。



UCC
Good Coffee Smile

ユーシーシーフードサービスシステムズ株式会社

《完全キャッシュレス導入事例》

スタジアム全面キャッシュレス化

⑧ 楽天ヴィッセル神戸株式会社（兵庫県）

POINT

- ・グループ内の相乗効果でキャッシュレスサービスの普及促進
- ・来場者、スタジアム内店舗との緊密なコミュニケーションによりスムーズな導入

事業概略

- ・Jリーグチームヴィッセル神戸の運営を行っている楽天グループの企業。
- ・近年、アンドレス イニエスタら世界的ビッグネームを獲得し、昨シーズン、Jリーグ史上最高営業収益96.6億円を計上。
- ・スタジアムツアーなどホーム「ノエビアスタジアム神戸」を活用した各種イベントの企画を行っており、2018年12月に楽天と神戸市が包括連携協定を締結したのを受け、神戸市の魅力発信や地域経済の活性化に向けた新たな企画にも取り組んでいる。

 **VISSEL KOBE**



キャッシュレスへの取り組み

- ・今シーズンより、楽天グループ内のキャッシュレスサービスの普及と決済データの取得を目的にノエビアスタジアム神戸を全面キャッシュレス化している。(東北楽天ゴールデンイーグルスの本拠地も今シーズンより完全キャッシュレス化)
- ・グループ内のキャッシュレスサービスを利用するため、関連決済事業者と密に連携が取れることが強み。
- ・来場者に事前の告知を徹底的に行い、売店側にはキャッシュレス決済の研修や情報交換を積極的に行うことで事前準備をしている。当日の運営についても専用デスクを設ける等して対応することで、大きな混乱なく運用できている。

キャッシュレスで得られた効果

- ・売店としては釣銭準備やレジ締め作業の必要性がなくなり、現金管理コストが削減された。
- ・**来場者数が増えていることもあり、決済データは順調に蓄積**されてきている。
- ・今後は蓄積された**決済データをもとに効率的なマーケティングに活用**できるよう、決済データの利活用方法を検討していく予定。

《完全キャッシュレス導入事例》

完全キャッシュレスによる合理化でハイセンスなおもてなしの提供に集中

⑨ Barber the GM : ギークマン株式会社 (大阪府)

POINT

- ・完全キャッシュレスでオペレーションを簡素化しスタッフは接客に集中
- ・高度な技術と快適な空間を低コストで提供し、ブランド価値向上にも寄与

事業概略

- ・“バーバースタイル”専門の理髪店「Barber the GM」を運営。
- ・「おしゃれでありながらお客さんが入りやすい」をコンセプトに男性ビジネスマンをメインターゲットに2018年創業。現在は府内に2店舗を展開。
- ・スタイリストが稼げる理髪店を目指し、スタッフ人件費比率を高め、高い技術力とおもてなしマインドを持ったスタッフを積極的に採用。

キャッシュレスへの取り組み

- ・複数の企業の立ち上げ、バイアウト等を経験した代表者が本事業を立ち上げる際に、オペレーションを簡素化するため、完全キャッシュレスを導入。



- ・高い技術力と接客術で快適空間を提供するためにも、スタッフのオペレーションをいかに減らすかがポイント。完全キャッシュレス以外にも、予約システムを採らず、インターネットで混み具合を配信することで待ち時間を少なくする接客やクラウドカルテによりリピート客のオーダーを適切に反映するシステムなど、合理化と高度化に取り組んでいる。

キャッシュレスで得られた効果

- ・完全キャッシュレスの導入により、**スタッフは現金を扱うストレスから解放され、接客に集中**することができている。
- ・また、日々のレジ締めや現金回収、デリバリーなどの作業が不要となるなど、オペレーションが大きく簡素化されている。
- ・利用客は完全キャッシュレス決済によるスマートな接客が顧客体験となり、**印象に残る店となるなどブランディング面でも貢献**。
- ・現金客を失う可能性が大きなデメリットだが、見込み以上の売り上げに繋がっており、現状では問題視していない。
- ・また、手数料負担も織り込み済みであり、徹底した店舗業務の合理化で吸収している。
- ・端末やサーバー等のトラブル時には、銀行振り込みや次回来店時にあわせて支払ってもらうなど、現金レスの対応を維持。

《完全キャッシュレス導入事例》

農業生産者を支援するIT企業が展開する完全キャッシュレスの無人野菜直売所

⑩ YACYBER株式会社（大阪府）

POINT

- ・キャッシュレスにより、空きスペースで無人野菜直売所の運営が可能
- ・購入データは生産者にフィードバックし、作付け計画や販売計画に活用

事業概略

- ・2015年設立のIT関連企業。農業生産者と消費者の出会いを創出する様々な事業を実施。
- ・新鮮野菜が購入できる生産者直売所や、農業体験ができる生産者を検索することのできるシステム「YACYBER（ヤサイバー）」の開発、運営を行っている。
- ・また、食と農のお役立ちメディア「やさコレ」の企画運営や、教育機関と連携した食育農業体験事業など、「食」や「農」に特化した事業を展開している。
- ・2018年には、自社で運営する無人野菜直売所「YACYBER STORE」を松原市にオープンした。

キャッシュレスへの取り組み

- ・無人野菜直売所「YACYBER STORE」において、キャッシュレスによる決済システムを導入。専用のアプリから値札のQRコードを読み込み購入を行う仕組みとなっている。
- ・主に子育て世代の層をターゲットとしており、保育園や幼稚園にも不定期にキャッシュレスの無人直売所を設けている。

キャッシュレスで得られた効果

- ・現金の盗難リスクが無くなり人手が必要ではないため無人での直売所の運営が可能であり、空きスペースがあればどこでも直売所を設置することができる。
- ・新鮮な野菜をスマホのみで容易に購入することができ、**消費者の利便性を向上するとともに、販売高のアップ**により生産者の利益にもつながっている。
- ・購買情報により、生産者は販売状況をリアルタイムで知ることができる。また、販売価格は店内のディスプレイに表示されており、遠隔地からリアルタイムで価格を変更することができる。
- ・直売所での**購買データの蓄積を行っており、生産者にデータをフィードバック**することで、生産者は作付け計画や販売計画にデータを活用することができる。将来的には、農業の効率化やフードロスの削減に寄与することが期待される。



第二章 §4 キャッシュレスの取り組みがもたらす新たな兆し

2. 地域における新たな兆し

- キャッシュレスの推進に当たり、地域で面的に展開している自治体がありました。
- 「キャッシュレス実証実験」を行うことでキャッシュレスを地域全体で一体的に推進している事例や「地域ポイントシステム」を活用した地域振興を行っている事例など地域における新たな兆しが見受けられます。
- 地域全体でキャッシュレス化を進めることは事業者単体での取り組みより効率的であるという支援機関の意見もありました。

《支援機関の声》

- 地域の小さな事業者は横の繋がりが強く「あそこがやるならうちもやる」といった**波及効果が大きい**。
- 地域全体で取り組むことで、1社あたりの負担は少ないが大きな宣伝効果が得られる。
- キャッシュレスに積極的な中心人物が推進役を買って出てくれるので、導入に踏み切れない事業者の後押しをしてくれる。

○ 統一QRコード実証事業によるキャッシュレス導入支援(和歌山県)

- 総務省の統一QRコード「JPQR」普及事業にキャッシュレス比率の向上を目指して参画。

○ 行政施策と市民をつなぐキャッシュレス「泉佐野ポイントカード さのぽ」(大阪府泉佐野市)

- 行政が推進したい取組やイベントに連動するポイントを付与し、利用履歴データから地域の活性化や商店の誘致に活用を目指す。

◀地域キャッシュレス推進事例▶

統一QRコード実証事業によるキャッシュレス導入支援

⑪ 和歌山県/総務省近畿総合通信局

POINT

- ・総務省が統一QRコード「JPQR」普及事業を4県(岩手県・長野県・和歌山県・福岡県)において実施
- ・管内では、和歌山県がキャッシュレス比率の向上を目指して参画

事業概略

- ・キャッシュレス推進協議会が策定した統一規格ガイドラインに基づき、総務省が統一QRコード「JPQR」普及事業を、令和元年8月1日から、4県において実施。
- ・和歌山県はキャッシュレス決済対応店舗割合、キャッシュレス決済比率ともに低く、キャッシュレス比率の向上を目指して参画。
- ・県内商工会議所、商工会の協力を得て、6月～7月にかけて県内35ヶ所で説明会を開催し、多くの事業者が参加。
- ・説明会とセットでの申込み受付の実施や、**身近な商工団体での相談対応もあり、申込み店舗が着実に増加している。**
- ・一つの申請書で参画している8つの決済サービス(※)の加盟店登録が可能と利便性が高い。(地域金融機関が契約事務を代行(入力代行)) (※)和歌山県ではYOKA!Pay(福岡銀行)を除く7つの決済サービスの加盟店登録が可能
- ・決済事業者との通常のサービス契約であり、実証事業終了後も継続活用が可能。(実証後の手数料は一部変更あり)
- ・**事業設計にあたり、地域の意見を吸い上げて反映することで、効果的な事業実施に柔軟に対応。**

普及事業のメリット

- ・実証事業期間中は、手数料は0%～1.8%と通常よりかなり低く設定。
- ・**統一規格のQRコード1つで複数サービスを導入可能であり、オペレーションが簡素化され、事業者も消費者も便利に。**
- ・「キャッシュレス・消費者還元事業」も同時申込みが可能。
- ・訪日外国人向けのAliPay、WeChatPayもオプション申込みが可。(統一QRコード外)

今後の取組

- ・今後、消費者向けの普及にも取り組んでいく予定。
- ・本事業を契機に県内のキャッシュレス比率が高まることを期待。



キックオフイベント(令和元年6月21日
於:和歌山県白浜町)の様子



「JPQRスタート」で検索!

<https://jpqr-start.jp/>

申込書のダウンロードや必要書類の確認などが可能です

◀地域キャッシュレス推進事例▶

行政施策と市民をつなぐキャッシュレス「泉佐野ポイントカード さのぼ」

⑫ 大阪府泉佐野市

POINT

- ・行政が推進したい取組やイベントに連動するポイント付与制度
- ・ポイント利用履歴データから地域の活性化や商店の誘致に活用を検討中

事業概略

- ・泉佐野市内の加盟店でお買い物をしたり、泉佐野市主催の事業やイベント等への参加でポイントが貯まり、ポイントを使って（1ポイント1円）お買い物ができる「地域ポイント」。
- ・ポイントカードホルダーは2万2千名(2019年6月末現在)
- ・加盟店は市内のみで186店舗(2019年7月1日現在)
- ・加盟店にはipad、カードリーダー、レシート印刷機を無償貸与。翻訳アプリも取り込んでおり、多言語対応を可能としている。

キャッシュレスへの取り組み

- ・加盟店でお買い物した際にポイント付与。店舗で付与されたポイントは店舗負担。
- ・1ポイント=1円として加盟店での使用が可能。有効期限は購入された日の翌々度の3月31日まで。
- ・ポイントの現金チャージのタイミングは地域商品券発行時のみで通常はできない。ポイントの付与は、健康マイレージなど**行政が推進したいイベントに参加することで得られる**ものもある。
ex. 免許証返納(1人10万ポイント、人数上限あり)
町会加入(5,000ポイント)
市内で家を建てて町会に加入(最大30万ポイント)

キャッシュレスで得られた効果

- ・月約1億円の消費額であり、その消費に対しても1%の事業者負担ポイントが増えているため、市内循環を生んでいる。
- ・**加盟店側は新しい顧客が増えた**との声もある。
- ・購入データは「いつ」「誰が」「何を」「どこで」買ったかを全て把握可能なことから、これまでの2年間をビックデータ積み上げ期間とし、今後、中心市街地の活性化を進めていくために、どのエリアでどの店舗が流行るのかを定量的に明確化し、他地域からの店舗の流入促進を図る形で地域活性化に繋がりたい。



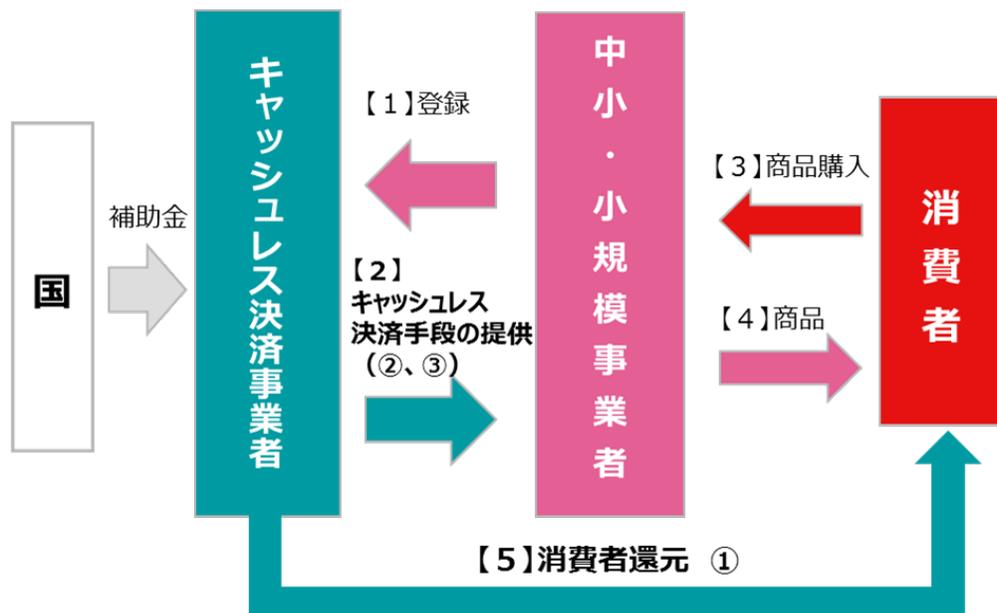
≪参考≫ キャッシュレス導入に関する支援施策

1. キャッシュレス・消費者還元事業（ポイント還元事業）
2. 中小企業・小規模事業者等消費税軽減税率対策補助金

1. キャッシュレス・消費者還元事業（ポイント還元事業）

- 消費税率引上げに伴い、需要平準化対策として、キャッシュレス対応による生産性向上や消費者の利便性向上の観点も含め、中小・小規模事業者によるキャッシュレス手段を使ったポイント還元を支援する事業
- 実施期間：2019年10月より9か月間（2020年6月まで）
- 支援内容：
 - 一般の中小・小規模事業者については、
 - ① 消費者還元5%
 - ② 加盟店手数料率 約2%代以下（決済事業者へ3.25%以下への引下げを条件。更に国がその1/3を補助）
 - ③ 中小企業の負担ゼロで端末導入（1/3を決済事業者、残り2/3を国が補助）
 - フランチャイズ等の場合は消費者還元2%（端末費用及び加盟店手数料の補助はなし）

消費者還元の仕組み



本事業のメリット

✓ 消費者還元で集客力アップ!

✓ 今なら端末導入のご負担なし
端末本体と設置費用などが無料

✓ 決済手数料が約2%台!



1. キャッシュレス・消費者還元事業（ポイント還元事業）

お問い合わせ先



キャッシュレス・消費者還元事業

キャッシュレス・消費者還元事業は、2019年10月1日の消費税率引上げに伴い、需要平準化対策として、キャッシュレス対応による生産性向上や消費者の利便性向上の観点も含め、消費税率引上げ後の9カ月間に限り、中小・小規模事業者によるキャッシュレス手段を使ったポイント還元を支援する事業です。

<https://cashless.go.jp/>

ポイント還元窓口 キャッシュレス決済事業者向け
(キャッシュレス・消費者還元事業)

 0570-012141
(IP電話専用) 042-303-4204

受付
時間

平日10:00～18:00(土・日・祝日を除く)

ポイント還元窓口 中小・小規模事業者向け
(キャッシュレス・消費者還元事業)

 0570-000655
(IP電話専用) 042-303-4203

受付
時間

平日10:00～18:00(土・日・祝日を除く)

※上記の受付時間外は自動音声対応となります。

2. 中小企業・小規模事業者等消費税軽減税率対策補助金

消費税軽減税率制度の実施に伴い対応が必要となる中小企業・小規模事業者等に対して、**複数税率対応レジや券売機の導入や改修、受発注システム、請求書管理システムの改修等に要する経費の一部を補助**することにより、導入等の準備が円滑に進むよう支援する制度。

事業の概要

○対象事業

- ・複数税率対応レジと周辺機器の導入等支援
- ・受発注システムの改修等支援
- ・請求書管理システムの改修等支援

○補助率：3/4(自己負担額は1/4です。)

○補助金申請手続き：2019年9月30日までにレジの導入・改修に関する契約等の手続きを完了し、2019年12月16日の補助金申請期限までに設置・支払いを完了し、申請(事後申請)してください。

※2019年8月28日に手続き要件を変更しました。

※代理申請協力店による代理申請可能です。

※個人事業主、免税事業者、軽減税率対象商品のみ販売している事業者も対象です。

○予算額：累計1,000億円超



お問い合わせ先：軽減税率対策補助金事務局

TEL:0120-398-111 URL:http://kzt-hojo.jp/



今年10月から「消費税軽減税率制度」スタート!

あなたのお店のレジは軽減税率に対応していますか?

-SUPER MARKET-	
領収書	
2019年11月30日(土)12:00	
※ たまねぎ	¥223
※ じゃがいも	¥256
※ にんじん	¥198
※ 鶏肉	¥538
スプーン	¥498
紙ナプキン	¥162

8%対象	¥1,215
10%対象	¥660
合計	¥1,875

ルール No.1 軽減税率対象品目にチェック!

ルール No.2 税率ごとに合計金額を記載する

※印は軽減税率(8%)対象品目

あなたの店のお客様が仕入税額控除を行う場合、税率ごとに合計金額が記載されたレシートの保存が必要です

今、軽減税率対応のレジを導入すればレジ・システム補助金が使えます

レジ1台あたり20万円まで
経費、費用の3/4補助

軽減税率対応のレジを早め導入しておく、スムーズに対応できます

補助金の申請はレジメーカー・販売店等による代理申請も利用可能です。入れ替えの際はレジメーカー・販売店等にお問い合わせください。

おわりに

今回の関西企業フロントラインNEXTでは、地域における「キャッシュレス」への取り組み事例を取り上げました。

関西の中小の小売・サービス事業者で「顧客ニーズの対応」等のためにキャッシュレス決済を導入する動きは着実に広まりつつあり、「売上・客単価の増加」や「オペレーション時間の短縮」、「PR効果」を実感していることがうかがえました。

導入時に感じられた「運用面での不安」の大半は、実際に使用してみれば解消されたケースが多く、本年10月から始まるキャッシュレス・消費者還元事業(ポイント還元事業)等の施策を上手に活用していただくことで、地域の取り組みが一層加速することが期待されます。

また、「完全キャッシュレス」を導入し、さらに生産性を向上させようと取り組む動きも現れ始めています。

「キャッシュレス・ビジョン」で述べられたように、2025年大阪・関西万博に向けて取り組む「支払い方改革宣言」の実行により、今後ますますのキャッシュレス社会の実現を目指しています。

今回のフロントラインNEXTをきっかけに、今後関西の中小・小規模事業者がキャッシュレスの取り組みに関心を高め、生産性向上のためキャッシュレスの活用が進むことを期待します。

最後になりますが、ヒアリングにご協力いただきました事業者、支援機関等の皆様に心より御礼申し上げます。

～これまでの「関西企業フロントライン」の調査項目～

- | | |
|---|---------------|
| 第1回：大手家電・電機メーカーの構造変化を受けた関西中小企業の事業転換の実態 | (平成29年6月30日) |
| 第2回：関西長寿企業に学ぶ中小企業の持続的成長 | (平成29年9月13日) |
| 第3回：関西中小企業の事業承継時におけるM&Aの活用の実態 | (平成29年10月19日) |
| 第4回：関西ベンチャー企業の創業・成長環境における資金調達の実態 | (平成30年1月17日) |
| 第5回：人手不足下における関西中小企業の人材確保の実態 | (平成30年2月21日) |
| 第6回：関西中小企業における外部人材の要職への活用実態 | (平成30年3月28日) |
| 第7回：関西中小企業における売上拡大を目指す設備投資の原動力の実態 | (平成30年5月16日) |
| 第8回：関西企業を取り巻く「新しい働き方」普及の実態 | (平成30年7月18日) |
| 第9回：地域産業の持続的成長に寄与する関西中小企業の事業統合の実態 | (平成30年9月20日) |
| 第10回：【データ編】最新の経済データから見た関西中小企業の動向 | (平成30年10月17日) |
| 第11回：関西における「中小企業の頼りになる支援人材」と支援機関の活用・評価の実態 | (平成30年11月29日) |
| 第12回：関西における外国人起業家の動向 | (平成31年1月24日) |
| 第13回：関西中小企業における外国人材の雇用・活躍の実態 | (平成31年2月20日) |
| 第13回：別冊：関西におけるベトナム人増加の実態 | (平成31年3月20日) |
| 第14回：「人材」が育つ関西のオープンファクトリー | (令和元年6月17日) |

※各レポートは、当局ホームページからご覧頂けます。

<http://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/report.html>

令和元年8月
近畿経済産業局 総務企画部 中小企業政策調査課
Tel.06 - 6966 - 6057