

2018年4月24日  
みずほ銀行 産業調査部

# Mizuho Industry Focus Vol. 208

## 日本の決済市場の現状とキャッシュレス化進展に向けて ～日本に求められる現金社会からキャッシュレス社会への進化～

堀 加奈子

### 〈要旨〉

- 現金を介さないキャッシュレス決済がグローバルで拡大する中、日本でも様々な事業者によって多様な決済サービスが提供されるとともに、クレジットカードや非接触 IC 型電子マネーを中心にキャッシュレス化が進展しつつある。しかし、国際的に見ると日本のキャッシュレス化は劣後している状況にあり、その背景には現金決済の優位性の高さがあると考えられる。
- 日本ほど現金決済の優位性が高く、現金決済システムが高度に構築されている国は存在しないが、その優位性は、金融機関の充実した支店・ATM網、偽札の少なさ、治安の良さ等に支えられている。一方、米国や中国では FICO スコアや芝麻信用のような消費者にキャッシュレス決済利用のインセンティブを高める仕組みが存在し、英国やスウェーデンでは政府等が強力にキャッシュレス決済を推進していること等からキャッシュレス化が進展している。
- 今後、バーゼルⅢに代表される金融機関に対するグローバルな規制強化の流れ、少子高齢化等日本特有の社会的課題の進展等による事業環境の悪化によって、現金決済システムを現在のレベルで維持することが困難になり、現金決済の優位性が低下する可能性がある。また、ECやシェアリング・エコノミー等のキャッシュレス決済を前提とするサービスが拡大していくことで、自然とキャッシュレス決済が浸透していくことも想定される。
- しかし、日本では様々な事業者が提供する多様な決済サービスが乱立している状態にあり、現在の延長線上で日本のキャッシュレス化が進展すると、様々なサービスが分散して成長していく可能性が高い。その場合、消費者の利便性向上を目的に開発・展開されているキャッシュレス決済サービスは、結果としてキャッシュレス化のペースを遅らせる可能性が高く、日本はキャッシュレス化というグローバルな方向性から取り残される懸念がある。
- 日本においてキャッシュレス化を進展させ、その主なメリットである①インバウンド対応、②現金社会コストの低減、③決済情報の活用を享受するためには、統一感のあるキャッシュレス決済環境を整備し、現金決済に対する優位性を構築する必要がある。そのために、中長期視点のもと、金融機関を中心とした民間企業の果敢な決断によって、統一感のあるキャッシュレス決済インフラの構築を目指すと同時に、社会全体でキャッシュレス文化を醸成し、キャッシュレス社会を迎える準備を丁寧かつ迅速に進めることが求められる。

目次日本の決済市場の現状とキャッシュレス化進展に向けて  
～日本に求められる現金社会からキャッシュレス社会への進化～

I. はじめに.....	2
II. 日本におけるキャッシュレス化の状況.....	4
III. 海外各国におけるキャッシュレス化の状況.....	20
IV. キャッシュレス社会が成り立つ要件と想定される日本の環境変化.....	29
V. 日本に求められるキャッシュレス化推進の方向性.....	35

## I. はじめに

### 1. グローバルで拡大するキャッシュレス化に焦点

人々の生活と関係が深い決済分野の FinTech に注目

近年拡大する FinTech の中でも、決済分野への注目度は高い。それは、お金を払うという行為が日常生活に組み込まれた当たり前の行動であり、決済シーンの変化が社会全体に影響を与えるからである。実際に中国では、Alipay と WeChatPay というそれぞれ 5 億人、6 億人を超えるユーザーを持つと言われるスマートフォンのアプリを使った決済が急速に拡大しており、その影響は中国社会全体に及んでいる。また、米国では個人間送金の Venmo が若者を中心に浸透する等、グローバルで現金を使わないキャッシュレス決済サービスが拡大し、生活様式に変化をもたらしている。

日本ではキャッシュレス化の遅れを取り戻すことが政策目標に

現金を介さない決済が増加することを意味する「キャッシュレス化」がグローバルで浸透する中、日本では現金決済の優位性の高さ等の理由からキャッシュレス化が遅れていると言われている。2017 年に閣議決定された未来投資戦略 2017 では、そのような状況を解消すべく、キャッシュレス比率<sup>1</sup>を現状の約 20% から 10 年間で 40% に引き上げることが KPI<sup>2</sup>として目標設定されており、国を挙げてキャッシュレス化の遅れを取り戻す取組が始まっている。

日本のキャッシュレス化に向けた論点を整理

本稿では、国としての課題であるキャッシュレス化の推進について考察するにあたり、まず日本の決済市場について概観し、キャッシュレス化の状況を分析する。続いてⅢ章では、海外におけるキャッシュレス化の進展について各国の状況や背景を整理する。Ⅳ章では、Ⅱ章及びⅢ章を踏まえ、キャッシュレス化の進展に求められる要件を分析するとともに、今後、日本のキャッシュレス化に影響を与える可能性のある事象について説明する。最後に、日本のキャッシュレス化を加速させるための論点及び方向性を考察する。

目指すキャッシュレス社会は現金をほとんど使わなくても不自由ない社会

なお、本稿において目指す「キャッシュレス化」は、年齢や性別問わず大半の人々が日常生活において現金を全く使わない、もしくはほとんど使わなくても不自由なく生活できる社会となることを想定しており、そのような社会を「キャッシュレス社会」と定義する。また、現金に加え振込や口座振替、クレジットカード等のあらゆる支払手段を含めて「決済手段」と総称する。

### 2. キャッシュレス化の意義、及びキャッシュレス社会のメリットについて

日本におけるキャッシュレス化の意義は三点

本題に入る前に、日本におけるキャッシュレス化の意義、及びキャッシュレス社会のメリットについて整理する。大別すると、①インバウンド対応、②現金社会コストの低減、③決済情報の活用という点で大きな意味を持つ。

一つ目はインバウンド対応

一つ目はインバウンドへの対応である。政府は、訪日外国人観光客数を、東京オリンピック・パラリンピックが開催される 2020 年には 4,000 万人、2030 年には 6,000 万人とする目標を掲げている。一方、観光庁による「外国人旅行者に対するアンケート調査結果」では、旅行中に困ったこととしてスタッフとのコミュニケーション、無料公衆無線 LAN 環境、多言語表示の少なさ、公共交通の利用に次いで、両替・クレジット／デビットカードを利用できる場所の少なさが

<sup>1</sup> 決済のうち、現金以外の決済手段を使った決済の割合。ここでは、クレジットカードと J-Debit、及び非接触 IC 型電子マネーのうち、楽天 Edy、SUGOCA、ICOCA、PASMO、Suica、Kitaca、WAON、nanaco の 8 種類が対象。

<sup>2</sup> Key Performance Indicator の略。

挙げられている。以前と比較すると改善されてきているものの、外国人観光客にとって利便性の高い決済環境を提供することは、インバウンド消費の獲得を成長戦略の一つとする日本にとって不可欠である。海外諸国でキャッシュレス化が進む中、日本において外国人観光客に対するキャッシュレス決済環境の整備がこれ以上遅れた場合、自国でキャッシュレス決済に慣れた外国人観光客が日本で感じる不便さは益々大きくなり、インバウンド消費獲得の機会を失う可能性もある。観光地を中心として、日本の隅々でキャッシュレス決済手段が利用できる体制を早急に整えることが求められる。

### 二つ目は現金社会コストの低減

二つ目は現金社会コストの低減である。現金決済は、紙幣や硬貨の物理的なやり取りのみで取引が完了することから、表面的にはコストが低い決済手段に見える。しかし、現金流通を支える ATM 運営コストだけでも日本全体で 2 兆円/年とも言われ、更に、支払いを受ける側である小売事業者等の現金管理コスト、現金の盗難を防ぐためのセキュリティコスト等、様々なコストを社会全体で負担している。金融機関の支店・ATM 網が全国に張り巡らされている日本では、金融機関や企業がコストの大部分を負担していることになる。このように日本における現在の現金社会システムには大きなコストがかかっていることから、キャッシュレス化による効率化の意義は大きい。

### 消費者や企業にも機会費用が発生

更に、消費者が ATM に立ち寄って現金を引き出す時間や小売店舗でレジ担当者が現金を数える時間等、現金を取り扱うことによる間接的な機会費用も発生している。世界的な電子決済ネットワークである VISA による調査結果「キャッシュレスシティ: デジタル決済がもたらす恩恵の実現」<sup>3</sup>では、消費者は ATM から現金を引き出すために年間平均 6.4 時間を費やし、企業は現金の入金に対して月間収入の 2~3% を支払っていることが指摘されている。また、同調査では、「各都市において、全人口のデジタル決済の利用水準が、現在のデジタル決済の利用における上位 10% のユーザーと同じ水準まで移行する」ことを前提として、都市毎にデジタル決済採用に関連する純便益も分析している。その結果、現金に関する犯罪の減少、現金や小切手を受け入れる企業が負担しているコストの抑制等に加え、消費者が現金決済に費やしている時間が削減されることも影響し、調査対象の 100 都市全体で年間 4,700 億ドル、東京だけでも年間 490 億ドルの潜在的な利益が生まれると予想している。今後、人口減少や少子高齢化が進行していくことが想定される日本では、この現金決済に関する非効率を改善していくことが重要である。

### 三つ目は決済情報の活用によるマーケティングの高度化

三つ目の決済情報を活用したマーケティングの高度化や消費喚起もキャッシュレス化の意義の一つである。従来の現金決済では捕捉出来ていなかった決済情報が、キャッシュレス決済では、誰が、何時、何処で、何を買ったかというレベルで入手可能になる。個人情報保護への配慮は必要なものの、そのデータを活用することが出来れば、従来と比較して高度なマーケティングが可能になると考えられている。未来投資戦略 2017 においても、決済に関するビッグデータを活用することで国内消費におけるニーズの多様化に対応するだけでなく、外国人観光客の動向も的確に把握することで、消費喚起及び販売機会の拡大に繋げることが課題として挙げられている。

<sup>3</sup> VISA が、2017 年に発表したデジタル決済利用の増加が与える経済的恩恵についての調査結果。

脱税やマネーローンダリング対策としてのキャッシュレス施策も

上記に加え、キャッシュレス化が進展することによる一般的なメリットとして、脱税やマネーローンダリングの排除、マイナス金利の有効性向上等が挙げられる。2016年11月、インドのモディ首相が突如として最高額紙幣である1,000ルピー紙幣と500ルピー紙幣の利用停止を宣言した。これによって旧紙幣は銀行に預け入れることで新紙幣と交換されることとなったため、人々が銀行窓口やATMに殺到し、インド国内は一時的に大きな混乱に見舞われた。更に、新紙幣の準備不足が発生したことで、この高額紙幣廃止施策は経済の停滞を招いたとの批判を浴びることとなった。しかし、この施策は、高額紙幣を廃止しキャッシュレス化を進展させることで決済の透明性を高め、現金による脱税やマネーローンダリングの抑止を目的とするものである。新紙幣が不足したことで、強制的にキャッシュレス決済を使わざるを得ない状況を作り出したことは、少なからずキャッシュレス化の進展に貢献した可能性が高い。

海外では高額紙幣の廃止も実施

高額紙幣の廃止を通じた現金利用抑制策は、他の海外諸国においても実施されている。地下経済やテロ資金供与の縮小を企図したキャッシュレス化施策として、EUでは500ユーロ紙幣の発行停止が発表<sup>4</sup>されており、シンガポールでは10,000シンガポールドル紙幣の発行が中止<sup>5</sup>されている。

キャッシュレス社会への移行によりマイナス金利政策の影響範囲が拡大

ハーバード大学のケネス・ロゴフ教授は、著書「The Curse of Cash」の中で、キャッシュレス社会へ移行すれば、マイナス金利政策は実態経済により大きな効果をもたらす可能性があるとして主張している。本書では、現金流通高には、銀行の金庫やATMに保管されている現金、小売店舗のレジで保有されている現金や個人が保有する現金には含まれない現金が大量に存在しているため、マイナス金利の効果が限定的になっているとしている。よって、キャッシュレス社会の実現により、現在世の中に出回っている所在不明の大量の現金が預金されることで、多額のお金が金融システムの中に組み込まれることとなり、マイナス金利政策の効果を最大化できると説明している。

上記キャッシュレスの意義を踏まえ、II章以降では日本におけるキャッシュレス化推進に向けて、日本の決済市場の現状把握と課題・論点を考察していく。

## II. 日本におけるキャッシュレス化の状況

本章では、現在日本で利用されている決済手段及び決済サービスを取り上げ、クレジットカードや電子マネー等キャッシュレス決済市場の動向を把握する。また、他国との比較も含め日本のキャッシュレス化の進捗状況を確認し、キャッシュレス化の遅れに繋がっていると考えられる現金決済を支える様々な要素について整理する。

### 1. 個人の決済手段について

決済手段は現金決済と非現金決済に分類可能

現代社会における個人の決済手段は、現金決済と現金を利用しない非現金決済(キャッシュレス決済)に分けることができる(【図表1】)。現金決済は、それ自体に価値がある紙幣や硬貨を物理的にやり取りするだけで即時に決済が完了する。そのため、金銭的価値以外の情報が切り離されているという観点

<sup>4</sup> 2016年、欧州中央銀行は2018年末までに500ユーロ紙幣の発行停止を発表している。

<sup>5</sup> 2014年に発行を中止。

で匿名性が高く、決済時には特設設備を必要としないというメリットがある。一方、現金決済を行うために消費者は金融機関の窓口や ATM から現金を引き出して持ち運ぶ必要があり、金融機関も消費者が何時幾ら現金を引き出しても不足しないよう ATM に現金を準備しておくことが前提となっている。

【図表 1】個人の決済手段の分類

	取引の方法	主な決済手段の種類	主なサービス提供者
現金決済	■ 紙幣や硬貨の交換	-	-
非現金決済 (キャッシュレス決済)	■ 支払能力があることを示す情報の交換	■ 為替(内国・外国) ✓ 振込・送金 ✓ 口座振替	■ 金融機関 ■ 資金移動業者
		■ カード ✓ クレジットカード ✓ プリペイドカード ✓ デビットカード	■ クレジットカード会社 ■ 信販会社 ■ 金融機関 ■ 前払式支払手段発行者
		■ その他 ✓ 仮想通貨	-

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

現金決済を支える  
様々なプレイヤー  
が存在

また、消費者から現金の支払いを受ける側である小売事業者等にも、現金の管理負担が発生する。そして、これら現金を物理的に取り扱うことには紛失や盗難のリスクが伴うため、金融機関や小売事業者等は警備保障会社等に現金輸送を委託することが多く、警備保障会社が ATM や小売業者に保管されている現金を厳格かつ効率的に輸送している。決済を行う段階では単純に見える現金決済も、実際には、ATM を運営する金融機関だけでなく、高機能な ATM を製造するメーカーや現金輸送を担う警備保障会社等、様々な事業者によって複層的に支えられている。

キャッシュレス決済は情報の交換

キャッシュレス決済は、紙幣や硬貨ではなく、支払能力があることを示す情報を交換することで取引が行われる。金融機関が提供する代表的な為替取引である振込・送金は、指定された預金口座宛に資金を払い込むサービスであるが、実際に紙幣や硬貨が移動することはなく、送金人の口座残高の減少と受取人の口座残高の増加が情報として記録される。物理的なモノの受け渡しが行われないことから、現金決済には向かない遠隔地への送金も可能となる。

口座振替は生活に  
欠かせないインフラ

毎月の公共料金やクレジットカード等の各種サービス利用代金の支払いを、申込者が指定した預金口座から引き落とす口座振替サービスも、金融機関が提供するキャッシュレス決済の一つである。日本では 50 年以上も前から提供されており、小切手を郵送して生活費等を支払うことが一般的であった欧米と異なり、日本においては生活に欠かせないインフラの一つとなっている。

カード事業には  
多様な事業者が  
参入

現在、一般的に利用されているカードは三種類に分類され、それぞれ取引の前提となる資金や発行者、適用される法律が異なる(【図表 2】)。カード事業は、銀行以外のノンバンクも提供可能なため多様な事業者が参入しており、銀行、EC 事業者や小売事業者等様々な業態を出資母体とするカード会社が展開するクレジットカードと、日本において独自に発展した決済サービスである交通系事業者や小売系事業者が提供する非接触 IC 型電子マネーに代表されるプリペイドカードが広く普及している。

【図表 2】カードの分類

カードの種類	クレジットカード	プリペイドカード (前払式支払手段)	デビットカード
取引の前提となる資金	与信枠 (クレジットカード会社が提供)	事前に入金された前払口座残高	銀行口座残高 (非与信)
主なカード発行者	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ クレジットカード会社</li> <li>■ 信販会社</li> <li>■ 銀行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 前払式支払手段発行者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 銀行</li> </ul>
規定している法律	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 割賦販売法</li> <li>■ 銀行法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 資金決済法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 銀行法</li> </ul>

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

EC 事業者や小売事業者が提供するクレジットカードが拡大

クレジットカードは、職業や年収等に基づいて事前にカード会社から付与された与信枠内で、商品の購入等が可能となる決済手段である。欧米では利用したクレジットカード代金を小切手を使って支払うことが一般的だが、日本では、クレジットカードに登録した銀行口座から自動的に引き落とされるケースが多い。また、その代金全額を一括で払うのではなく、分割して毎月決まった金額のみを支払うリボルビング払いも利用されている。1960年代から始まった日本のクレジットカード事業には既に様々な事業者が参入し、近年ではクレジットカードを自社の顧客を囲い込む手段として活用するEC事業者や小売事業者が、取扱高を大幅に伸ばしている。

前払式支払手段は価値の記録場所によって四種類に分類

プリペイドカードは資金決済法上の「前払式支払手段」に該当し、利用者からモノやサービスの代金として事前に対価を受け取っているもの<sup>6</sup>と定義されている。よって、前払式支払手段には、古くから使われている商品券、ギフト券や図書カードも含まれるが、価値が記録されている場所の違いによって大きく四種類に分類される(【図表 3】)。電子マネーという言葉には明確な定義がなく、文脈によって使われ方が異なるものの、多くの場合、サーバ型か非接触 IC 型電子マネーを指して使われている。ただ、非接触 IC 型電子マネーには、JCB が提供する QUICPay や NTT ドコモが提供する iD のようなプリペイド型ではなく後払い機能を持つポストペイ型の電子マネーも存在する。

<sup>6</sup> 紙幣や郵便切手等の他の法律により効力が与えられているもの、乗車券や映画のチケット、有効期限が6カ月以内のもの等は含まれない。



【図表 3】プリペイドカード(前払式支払手段)の分類

価値が記録されている場所	例	
紙	■ 商品券、ギフト券、ビール券等	
磁気	■ テレホンカード、QUOカード、図書カード等	
サーバ	電子マネー	ハウス型プリペイドカード ■ 自社や自社グループ内でのみ利用可能(スターバックスカード等)
		国際ブランドプリペイドカード ■ クレジットカードの国際ブランド(Visa、MasterCard、JCB等)の決済システムを利用し、その国際ブランドの加盟店であれば利用可能
		オンライン電子マネー ■ インターネットやモバイルでの利用可能(iTuneカード、Amazonギフト券、ウェブマネー等)
非接触IC型	■ 交通系事業者や小売が発行する非接触IC電子マネー(nanaco、WAON、Suica等)	

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

デビットカードには J-Debit とブランドデビットの二種類が存在

デビットカードは、商品の購入等に利用した金額が即時に銀行口座から引き落とされる非与信の決済手段である。日本のデビットカードには、1999 年に開始された J-Debit と今後普及が期待されるブランドデビットの二種類がある。J-Debit は、金融機関で発行されたキャッシュカードを店舗での支払い等にそのまま利用できるサービスであり、2017 年 12 月末時点で 1,000 以上の金融機関から発行されている。一方、クレジットカードのネットワークを活用し、VISA や JCB のような国際ブランドと提携した金融機関が発行するブランドデビットの発行金融機関数は、現状 40 行程度である。カード会社からの与信提供であるクレジットカードと異なり、口座残高からそのまま引き落とされるデビットカードは、信用力が比較的強くクレジットカードを持つことが出来ない若年層や、クレジットカードの使い過ぎを懸念する人々のニーズを獲得していくことが見込まれている。

ビットコインも決済手段の一つ

最近注目度の高いビットコイン等の仮想通貨も、新たな決済手段の一つである。2017 年の資金決済法改正により貨幣と同等の支払手段として規定されたこともあり、仮想通貨の中でも最大の時価総額を誇るビットコインは EC サイトだけでなく大手小売・サービス事業者も決済手段として導入し始めている(【図表 4】)。

【図表 4】ビットコイン決済が可能な大手事業者(店舗)

導入時期	事業者名
2017年4月	ビックカメラ(現状全店舗にて取扱可能)
2017年7月	メガネスーパー(現状全店舗にて取扱可能)、コジマ
2017年8月	マルイ(新宿マルイアネックスにて試験導入)
2017年9月	HIS(首都圏内にある38店舗にて取扱可能)
2017年10月	ぐるなび(決済サービス「ぐるなびPay」としてぐるなび加盟店舗に提供)
2018年1月	ヤマダ電機(都内2店舗で取扱可能)

(出所)各社公開情報よりみずほ銀行産業調査部作成



仮想通貨の保有は投機目的が中心

しかし、現状個人がビットコインを保有する主な理由はビットコイン価格の値上がりを期待した投機目的と考えられ、一般的な決済手段として浸透したとは言い難い。今後も、決済手段の拡充を目的にビットコイン決済を導入する事業者は増えることが想定されるものの、価格変動リスクが大きいビットコインを一般消費者が決済手段として利用するようになるとは想定しづらい。

為替取引を営む金融機関以外の事業者は資金移動業者に該当

資金決済法では、為替取引を営む金融機関以外の事業者を、資金移動業として規定している。資金移動業者は、①営業店型、②カード・証書型、③インターネット・モバイル型の三つのタイプに分けられる。営業店型は主に稼働者が自国に送金する際に利用する送金事業者、カード・証書型は海外のATMで現地通貨の引き出しを可能にする国際プリペイドカードを発行するカード会社を中心とする。比較的新しいインターネット・モバイル型は、インターネット上やスマートフォンのアプリにあるアカウント間で送金、預金口座への払い戻しが可能なサービスである。

正確に把握することは困難なもの、日本の現状のキャッシュレス比率は34%程度

クレジットカード代金の口座振替による引き落としやクレジットカードによる非接触IC型電子マネーへのオートチャージ等、各キャッシュレス決済手段間の重複があるため、正確な数値を把握することは困難であるものの、キャッシュレス決済手段別の決済金額及び決済比率は【図表5】の通りとなる。未来投資戦略2017においてKPI設定されているキャッシュレス決済比率には含まれない決済手段も含めると、日本のキャッシュレス比率は34%程度と推定される。

【図表5】キャッシュレス決済手段別の決済金額及び決済比率(対2017年名目民間最終消費支出)

決済手段		決済金額	決済比率
為替	振込・送金・口座振替(2017年)	27.7兆円	9.1%
	資金移動業(2016年度)	0.8兆円	0.3%
カード	クレジットカード(2017年)	52.3兆円	17.2%
	前払式支払手段(2016年度)	20.6兆円	6.8%
	主要非接触IC型電子マネー(2017年)	5.2兆円	1.7%
	デビットカード(2016年度)	0.9兆円	0.3%
合計		102.3兆円	33.7%

(出所) ユーロモニター、一般社団法人日本資金決済業協会「資金移動業の実績推移」及び「発行事業実態調査統計」、経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」、日本銀行決済関連統計、日本銀行「最近のデビットカードの動向について」よりみずほ銀行産業調査部作成

(注) 振込・送金・口座振替の数値は、ユーロモニターによる数値から算出

## 2. 決済サービスの多様化について

決済の媒体としてスマートフォンや人そのものを活用するサービスも登場

前節で述べた通り、日本では、決済手段が多様化し消費者の選択肢が増加している。加えて、近年、スマートフォンや人そのものを媒体とする新しい決済サービスも登場している。スマートフォン決済は、事前に決済アプリとクレジットカード番号や銀行口座を紐付けておくことでスマートフォンを決済に利用できるサービスである。人そのものを媒体として利用する決済サービスは、指紋や顔、手のひら等の生体情報をクレジットカード等の情報と紐付けることで高いセキュリティと利便性を実現している。現在は実験段階であるサービスが多いものの、生体認証による決済サービスが広く実用化される未来はそう遠くない。このような動きは、これまでプラスチックカードを前提としていたカード決済手段から、情報を記録する媒体(プラスチックカード、スマートフォン、人)の要素が切り離され、クレジットカード会社が提供する与信枠等の支払能力を示す情報に変化しつつあると捉えることができる。

カードのインターフェースは磁気ストライプからICチップへ

また、従来磁気ストライプを読み取ることでデータのやりとりを行っていたプラスチックカードのインターフェースは、より高いセキュリティを担保したICチップを利用したものが主流になりつつある。さらに、そのICチップを使った決済にも、接触と非接触の二種類が存在する。日本では、クレジットカードは接触ICチップが大宗であるのに対し、交通・小売系電子マネーについてはSonyが開発した近距離無線通信技術方式であるfelicaを採用した非接触ICチップが浸透している。一方、海外ではVISAのpayWaveやMasterCardのPayPassに代表される近距離無線通信技術であるNear Field Communication(以下、「NFC」)を活用した非接触決済サービスが拡大している。

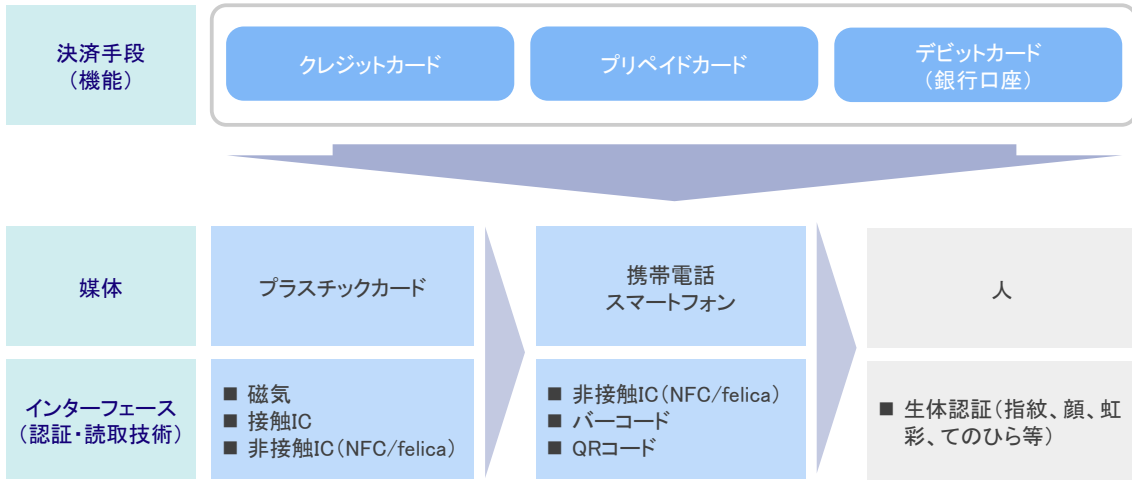
スマホ決済には複数のインターフェースが存在

スマートフォン決済のインターフェースには、カード同様非接触ICチップが利用されている他、スマートフォンにバーコードやQRコードを表示して店舗側の端末で読み取る、もしくはスマートフォンのカメラで、店舗の決済端末に表示、印刷されたQRコードを読み取る等の仕組みが構築されている。

多様な媒体、インターフェースの登場で決済サービスは複雑化

これらのことから、現在の決済サービスは、個人が支払いを行うために相手に資金を渡す方法や、支払能力があることを示す情報である決済手段、決済手段を機能させるための情報を記録・携帯するための物理的な媒体、及び媒体に記録された情報を伝達するための通信方法であるインターフェースの組み合わせで構成されていると理解できる。それぞれの要素が多様化していることから、日本で提供されている決済サービスは一層複雑化している(【図表6】)。

【図表 6】 決済サービスを構成する要素の多様化



(出所) みずほ銀行産業調査部作成

EC 決済方法も多様化

近年市場が拡大している EC 取引においても、前述の決済手段を利用することが一般的となってきたが、市場拡大に伴い利用者のニーズも多様化したため、それに対応するように様々な EC 決済サービスが登場している。総務省の通信利用動向調査によれば、EC の主な決済手段には、クレジットカード、振込や電子マネー等前述したものが多く含まれる一方、消費者のあらゆるニーズに対応するための決済サービスも発達・浸透してきている(【図表 7】)。

【図表 7】 EC 取引時特有の決済サービス

決済のタイミング	サービス	概要	主な事業者
購入申込時	キャリア決済	■ ECサイトでの支払いを、通信事業者が通信料と合算して決済するサービス	■ NTTドコモ ■ KDDI ■ ソフトバンク
	ID決済	■ 一度ユーザーが登録したアカウントとアカウントに紐づいた決済手段を利用して、別のサイトでも決済が可能なサービス	■ Yahoo!ウォレット ■ PayPal ■ PAY ID
購入申込後、商品到着時、商品到着後	代金引換	■ ECサイトで購入した商品の代金を物流事業者が代行して回収するサービス	■ ヤマトフィナンシャル ■ 佐川急便
	コンビニ収納	■ ECサイトで購入した商品の代金をコンビニで支払うサービス	■ 電算システム ■ 地銀ネットワークサービス
	Pay-easy	■ 税金や公共料金、各種料金等の支払いを、パソコンやスマートフォン、ATMから支払うことができるサービス	■ 日本マルチペイメントネットワーク
	後払い	■ ECで購入した商品到着後、請求書を使ってコンビニや銀行で支払うことができるサービス	■ ネットプロテクションズ ■ ヤマトクレジットファイナンス ■ GMOペイメントサービス

(出所) みずほ銀行産業調査部作成

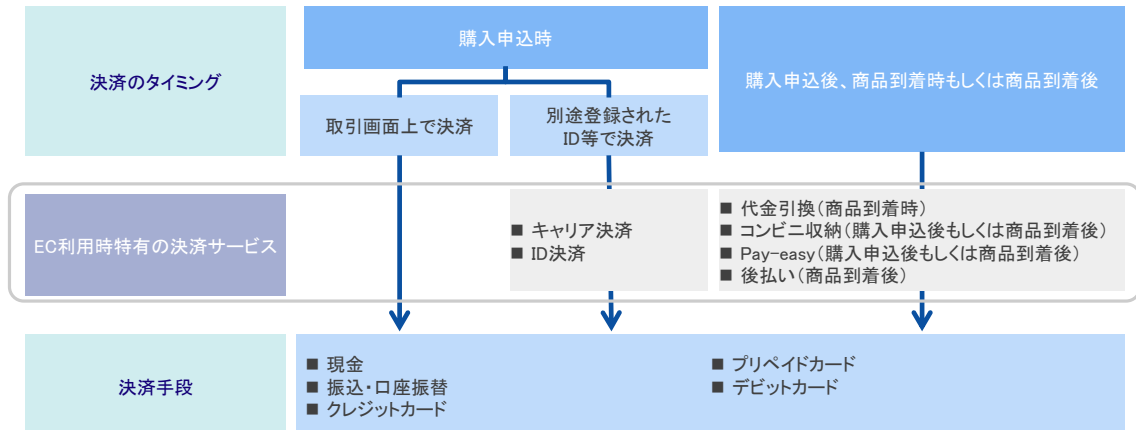
後払い決済サービスはEC事業者、利用者双方に大きなメリット

EC 取引はインターネットを通じて購入の申し込みが行われるため、利用者は購入時点で商品自体の確認ができず、商品が予定通りに届くかどうか、期待した通りの商品が届くかどうか分からない。また、情報セキュリティの観点から、銀行口座やカードの情報をインターネット画面に入力することに不安を感じる利用者も多い。そのため米国では ID 決済である PayPal が普及し、中国では Alibaba のエスクロー機能<sup>7</sup>として成長した Alipay が拡大している。日本では、クレジットカードが最も一般的な EC 決済手段となっているが、EC 事業者が販

<sup>7</sup> 売り手と買い手の間に第三者を仲介させて取引の安全を担保する仕組み。

売機会を逃さないよう、購入者のニーズによって購入代金を支払うタイミングを後ろ倒しできる決済サービスも導入されている。特に、後払い決済サービスは、利用者にとっては購入した商品の中身を確認してから代金を支払えるというメリットがあり、EC 事業者にとっては後払い事業者が購入代金を立て替えて入金するため、未払いリスクを回避できるというメリットがあり、双方にとって非常に利便性が高い決済サービスとなっている（【図表 8】）。

【図表 8】 EC 決済サービスの位置付け



(出所) みずほ銀行産業調査部作成

決済代行会社も  
台頭

カード会社が多数存在するだけでなく、上記 EC 取引特有の決済サービスが複数登場していることから、EC 事業者が各決済サービスを提供する企業と個別に契約を締結し、システム面も含めた EC 決済環境を整えていくことは、一部の大手事業者を除き現実的ではない。そのため、EC 事業者とカード会社を含めた決済サービス提供者の間に入り、契約やシステム連携等を行う決済代行会社(ペイメントサービスプロバイダー)も台頭している（【図表 9】）。

【図表 9】 主な決済代行会社一覧

事業者名	設立
ソフトバンク・ペイメント・サービス	2004/10
GMOペイメントゲートウェイ	1995/3
ベリトランス	1997/4
ソニーペイメントサービス	2006/9
ペイジェント	2006/5

(出所) みずほ銀行産業調査部作成

3. キャッシュレス化の進展について

振込・送金、口座  
振替の規模は約  
28 兆円

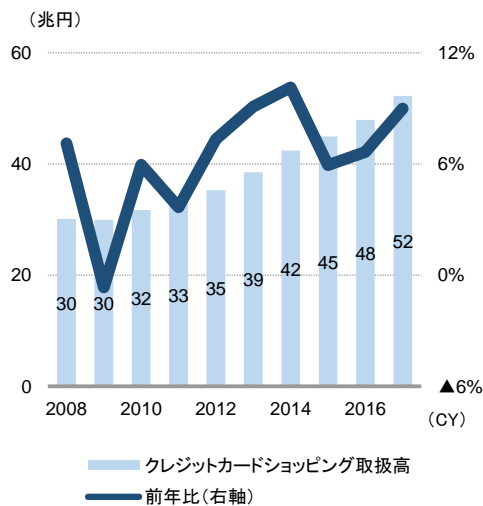
日本のキャッシュレス化の進展度合いについて、【図表 5】で示した決済手段毎にみていきたい。現状、個人の振込・送金や口座振替のそれぞれの取扱高を統計から正確に把握することは困難であるが、調査会社ユーロモニターによる数値から推計すると、2016 年の個人の振込や口座振替の金額は約 28 兆

円となる。

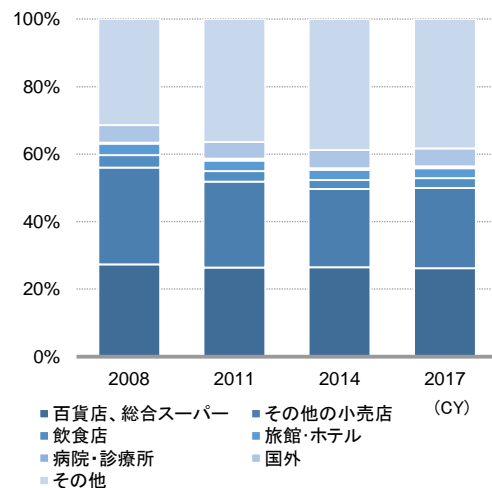
クレジットカードが日本のキャッシュレス化を牽引

日本の決済市場において、キャッシュレス化を最も牽引している決済手段はクレジットカードである。クレジットカードショッピング取扱高は、リーマンショックや東日本大震災等の影響による成長の鈍化やマイナス成長があったものの、過去10年間拡大し、足下では52兆円に達している(【図表10】)。業務種類別では、小売店(百貨店、総合スーパーとその他小売店の合計)のシェアが下がり、その他が拡大傾向にある(【図表11】)。その他には、クレジットカード決済が全体の6~7割を占めると言われるEC決済の他、家賃や税金等も含まれることから、近年の国内EC市場拡大やクレジットカードの利用可能領域の拡大を背景に増加していると考えられる。

【図表10】クレジットカードショッピング取扱高の推移



【図表11】業務種類別クレジットカードショッピング取扱高シェアの推移



(出所)【図表10、11】とも、経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」よりみずほ銀行産業調査部作成

決済代行業者の登場により加盟店の裾野が拡大

EC決済と同様に、実店舗事業者向けの決済代行業者の登場に伴いカード加盟店の裾野が拡大していることも、クレジットカード市場の拡大に影響している。米 Square や Coiny はスマートフォンに装着するだけでカード決済が可能となるカードリーダーを、楽天カードやリクルートGはスマートフォンやタブレットと Bluetooth 等で通信するカード決済端末を開発し、カード会社との直接契約よりも低い手数料で決済サービスを展開している。これらのサービスの登場により、従来手数料の高さ等から導入を躊躇していた中小規模の小売店舗事業者もカード決済を採用しやすくなっている。

楽天カードはポイントを活用したメインカード化に成功

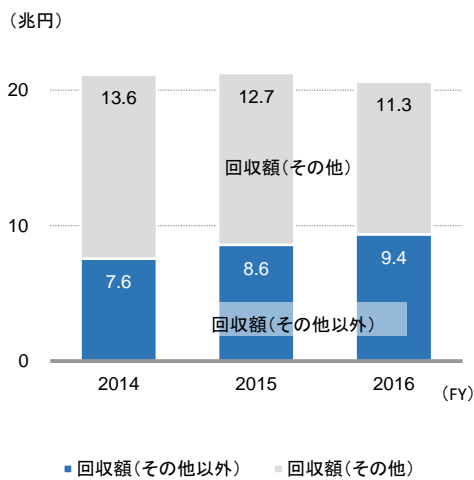
楽天カードは、近年のクレジットカード市場の成長を牽引するカード会社の一つである。楽天カードのカードショッピング取扱高は、ここ数年前年度比+20%以上の成長を維持しており、足下では三井住友カードや三菱UFJニコス等の銀行系カード会社を凌駕するまでに至っている。楽天カードは、カードへの入会と同時にポイントを付与することで楽天市場の膨大なユーザーをカード会員に誘導することに成功している。そして、カードの利用件数や総額に応じてポイント付与率を変える等、カード会員に楽天経済圏のみならずそれ以外の支払いにも楽天カードを利用するようにインセンティブを与えることでメインカ

ード化に繋げている。モバイル経由の EC 利用拡大に伴い、モバイルからのカード申込の簡素化等カード事業のモバイル戦略重視への転換も功を奏している。

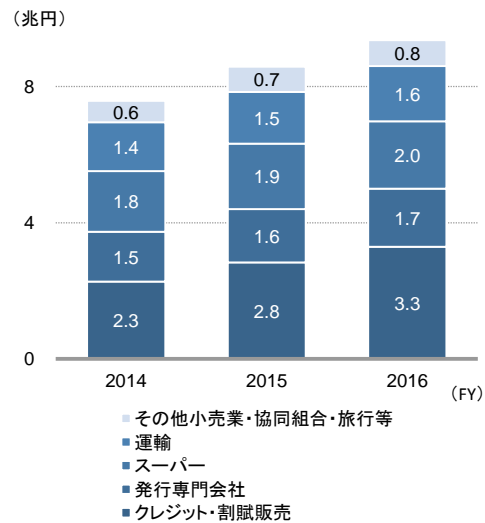
カード会社や小売事業者が展開する前払式支払手段も拡大

前払式支払手段(プリペイドカード)の使用総額を表す回収額は、近年横ばいで推移している(【図表 12】)。しかし、そのうち 10 兆円以上を占める「その他<sup>8</sup>」を除いた業種別回収額は拡大傾向にあり、クレジット・割賦販売や発行専門会社、次いでスーパーや運輸が上位を占める(【図表 13】)。

【図表 12】 前払式支払手段の発行額と回収額の推移



【図表 13】 業種別前払式支払手段回収額の推移(除く「その他」業種)



(出所)【図表 12、13】とも、一般社団法人日本資金決済業協会「発行事業実態調査統計」よりみずほ銀行産業調査部作成

国際ブランドプリペイドカードと非接触 IC 型電子マネーが拡大

前払式支払手段市場拡大の背景には、カード会社や信販会社が従来のクレジットカード加盟店で利用可能な国際ブランドプリペイドカードの発行を強化していることや、交通系や小売系事業者の非接触 IC 型電子マネーの普及がある。2013 年に始まった交通系 IC カード全国相互利用サービス<sup>9</sup>により、1 枚の交通系 IC カードが全てのエリアの鉄道・バス、加盟店で利用可能となっている。各交通系発行事業者が、駅ナカや街ナカの店舗、自動販売機やコインロッカーの加盟店開拓を推進しているため、この相互利用サービスは大きな効果を発揮し、消費者の利便性は一層向上していると考えられる。

非接触 IC 型電子マネーは小額決済ツールとして浸透

また、セブン&アイ・ホールディングスが提供する nanaco やイオングループの WAON に加え、ユニー・ファミリーマートホールディングスの uniko や全国のスーパーマーケットで構成される CGC ジャパンが展開する CoGCa 等、多くの流通系事業者も非接触 IC 型電子マネーを発行し、取扱高を伸ばしている。これらのことから、非接触 IC 型電子マネー市場は成長を続け、足下の決済金額は 5 兆円を突破しており(【図表 14】)、電子マネーは、小額決済ツールとして

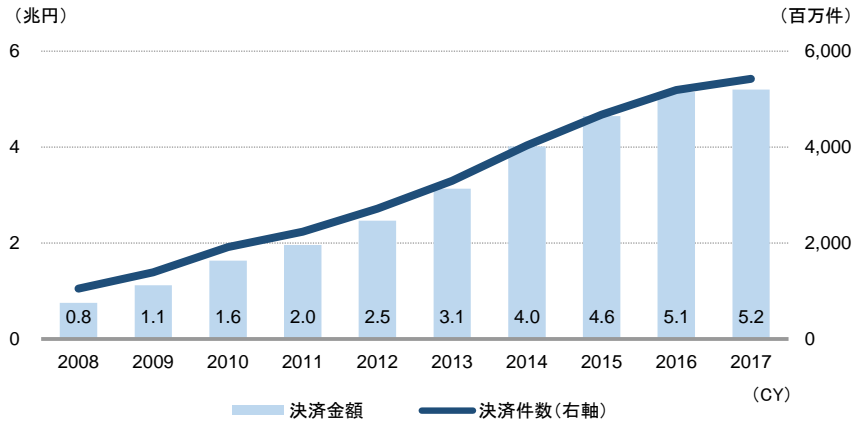
<sup>8</sup> 「その他」業種には、遊学目的の前払式支払手段が多く含まれていると考えられる。

<sup>9</sup> 「Kitaca」(北海道旅客鉄道)、「PASMO」(パスモ)、「Suica」(東日本旅客鉄道)、「manaca」(名古屋交通開発機構他)、「TOICA」(東海旅客鉄道)、「PiTaPa」(スルッと KANSAI)、「ICOCA」(西日本旅客鉄道)、「はやかけん」(福岡市交通局)、「nimoca」(ニモカ)、「SUGOCA」(九州旅客鉄道)の 10 種類の交通系 IC カードで展開。「PiTaPa」は、プリペイドではなくポストペイ方式のため、乗車券での相互利用のみ。



消費者の生活に浸透しつつあることが分かる。

【図表 14】 主要非接触 IC 型電子マネーの決済金額と決済件数の推移



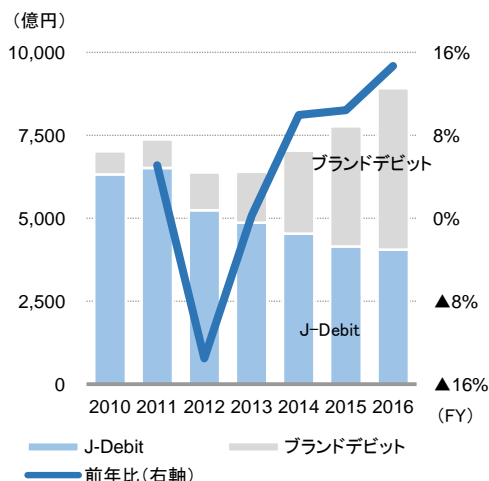
(出所) 日本銀行決済関連統計よりみずほ銀行産業調査部作成

(注) 主要電子マネーは、楽天 Edy、SUGOCA、ICOCA、PASMO、Suica、Kitaca、WAON、nanaco の 8 種類

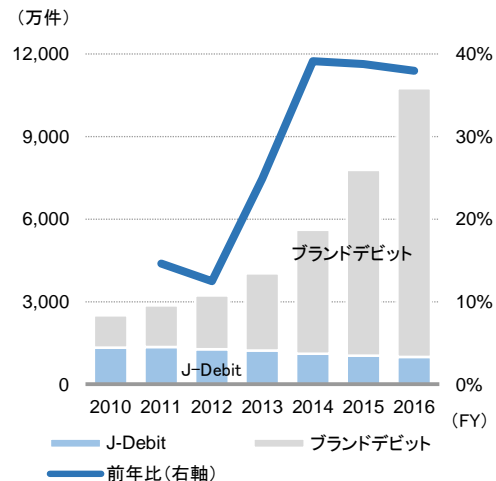
デビットカード市場  
はまだ小さい規模

デビットカード市場は、国際ブランドデビットの拡大により決済金額、件数ともに増加傾向にあるものの、市場規模は 9,000 億円程度とまだ小さい(【図表 15、16】)。足下発行金融機関が増加していることでブランドデビットが急速に成長しており、既存のクレジットカード加盟店で利用できることから、今後もその傾向が続くものと想定される。

【図表 15】 デビットカード利用状況  
(決済金額)



【図表 16】 デビットカード利用状況  
(決済件数)



(出所) 【図表 15、16】とも、日本銀行「最近のデビットカードの動向について」よりみずほ銀行産業調査部作成

J-Debit の取扱  
高は 10 年間で半減

一方、日本独自のデビットカードである J-Debit の取扱は、2016 年に約 4,000 億円となり 10 年間で半減した。2017 年 5 月に公表された日本銀行の「最近のデビットカードの動向について」では、この要因としてスーパーやコンビニエ

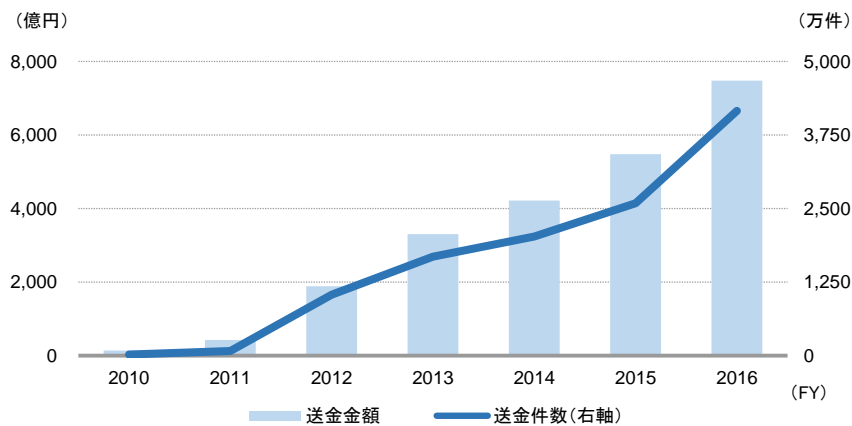


ストア等の加盟が限定的であることが考えられると指摘されている。1,000 以上の金融機関が発行するキャッシュカードを持つ全ての人という膨大な会員基盤を持ちながら、加盟店開拓が進んでおらず、その会員基盤を十分に活かしていない状況となっている。

#### 資金移動業者の実績も拡大

資金決済法が施行された 2010 年以降、米国発祥の送金業者であるウェスタンユニオンや個人間送金サービスである LINE Pay 等、資金移動業者数は拡大しており、送金金額・件数も増加している(【図表 17】)。なお、個人間送金サービスには、paymo や Kyash のように資金移動業者としての形をとらずに事業を展開している企業<sup>10</sup>も存在するため、この実績に含まれない送金が行われていることも踏まえておく必要がある。

【図表 17】 資金移動業者の実績推移



(出所)一般社団法人日本資金決済業協会「資金移動業の実績推移」よりみずほ銀行産業調査部作成

#### キャッシュレス化が進展

このように日本でもクレジットカードや非接触 IC 型電子マネーを中心とするプリペイドカードの利用が拡大し、キャッシュレス化が進んでいる。デビットカード市場も、金融機関によるブランドデビットの取組強化や消費者の認知度が向上することによって、今後、日本のキャッシュレス化を後押ししていくと考えられる。

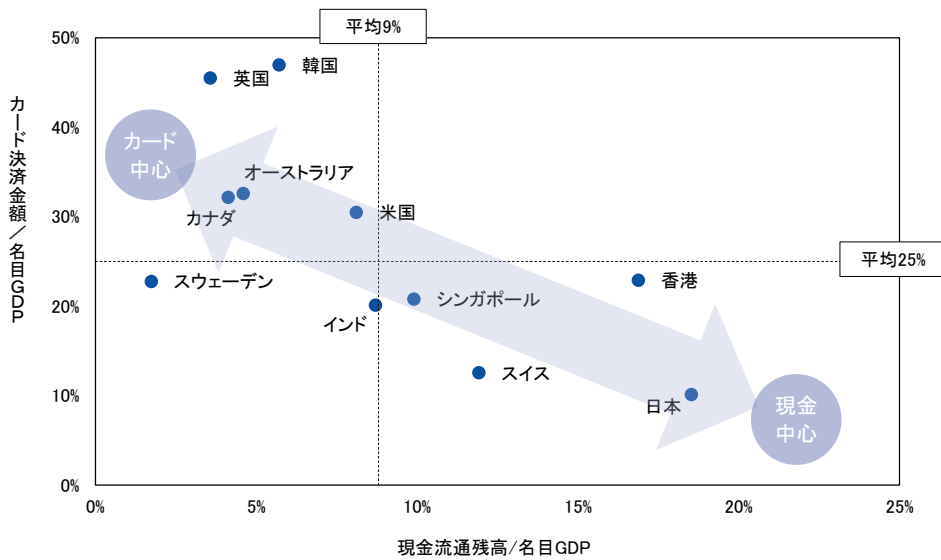
#### しかし、日本のキャッシュレス化は国際的には劣後

しかし、国際的にみれば、日本のキャッシュレス化は劣後している状況にある。国際決済銀行 (BIS) の決済・市場インフラ委員会 (Committee on Payments and Market Infrastructures、以下、「CPMI」) は、毎年「CPMI メンバー国<sup>11</sup>の決済システム統計書」を公表している。そのデータを元に現金流通残高とカード決済金額の対名目 GDP 比率を見ると、カード決済の比率が高い程現金流通残高が小さくなるという相関関係が認められる。すなわち、カード決済比率が低く、現金流通残高が多い右下に位置している日本は、相対的にキャッシュレス化が進展していない状況にあることが確認できる(【図表 18】)。

<sup>10</sup> Paymo は収納代行業者、Kyash は前払式支払手段発行者として事業展開。

<sup>11</sup> オーストラリア、ベルギー、ブラジル、カナダ、中国、ユーロ圏、フランス、ドイツ、香港、インド、イタリア、日本、韓国、メキシコ、オランダ、ロシア、サウジアラビア、シンガポール、南アフリカ、スウェーデン、スイス、トルコ、英国、米国。

【図表 18】 現金流通残高とカード決済金額の対名目 GDP 比率



(出所) Bank For International Settlements, *Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPMI countries - Figures for 2016* よりみずほ銀行産業調査部作成

(注) カード決済金額は、クレジットカード、電子マネー、デビットカードによる決済金額の合計。

日本の現金流通残高対名目 GDP 比率は突出して高い

日本の現金流通残高対名目 GDP 比率は、2016 年で約 20%と CPMI の平均である 9%と比較して突出して高く、加えてまだ増加傾向にある。また、日本銀行「BIS 決済統計からみた日本のリテール・大口資金システムの特徴」では、現金には法定通貨としての強制通用力や一般受容性に加え、物理的な受け渡しにより決済を終了させることができる支払完了性、匿名性等のメリットがあり、これらのメリットを反映して日本ではカード決済より現金決済が選ばれていると指摘している。

日本はデビットカードの決済比率が特に低い

日本のカード決済比率の内訳を見ると、クレジットカードの決済比率は現金流通残高が突出して低いスウェーデンやキャッシュレス化が進展している英国と比較して高い一方で、デビットカードの決済比率がかなり低いことが分かる(【図表 19】)。これは、日本で加盟店の少なさ等から J-Debit があまり普及せずデビットカード市場の成長が伸び悩んでいる中、他の国ではクレジットカードを取得するための審査のハードルが高く、多くの人がデビットカードを使っていることが背景にあると考えられる。日本では、クレジットカード発行の審査が相対的に厳しくないため、多くの人がクレジットカードを持つことが可能であり、デビットカードより先に浸透した。

【図表 19】日本、スウェーデン、英国及び CPMI 平均のカード決済比率

	日本	スウェーデン	英国	CPMI平均
クレジットカード	10.0%	5.2%	7.9%	12.1%
電子マネー	1.0%	0.0%	-	0.43%
デビットカード	0.0%	17.5%	37.6%	12.7%

(出所) Bank For International Settlements, *Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPMI countries - Figures for 2016* よりみずほ銀行産業調査部作成

電子マネーの決済比率が高いことは、日本の決済市場の特徴

絶対水準が極めて低いものの、電子マネーの決済比率が相対的に高いことは日本の決済市場の特徴である。交通系や流通系事業者が発行する非接触 IC 型電子マネーが、加盟店の拡大や交通系 IC カードの相互利用サービス導入により利便性が高まり、消費者の日々の決済手段として浸透していることから、独自の成長を見せている。なお上記数値の内、電子マネーは日本銀行の決済統計で調査されている主要な非接触 IC 型電子マネー8 種類<sup>12</sup>のみ、デビットカードは J-Debit のみが対象となっている。前払式支払手段に該当するプリペイドカードやブランドデビットの数値を含めると、日本のカード決済比率はもう少し高いことが想定されるものの、それでも主要先進国のカード決済比率には追い付かない。

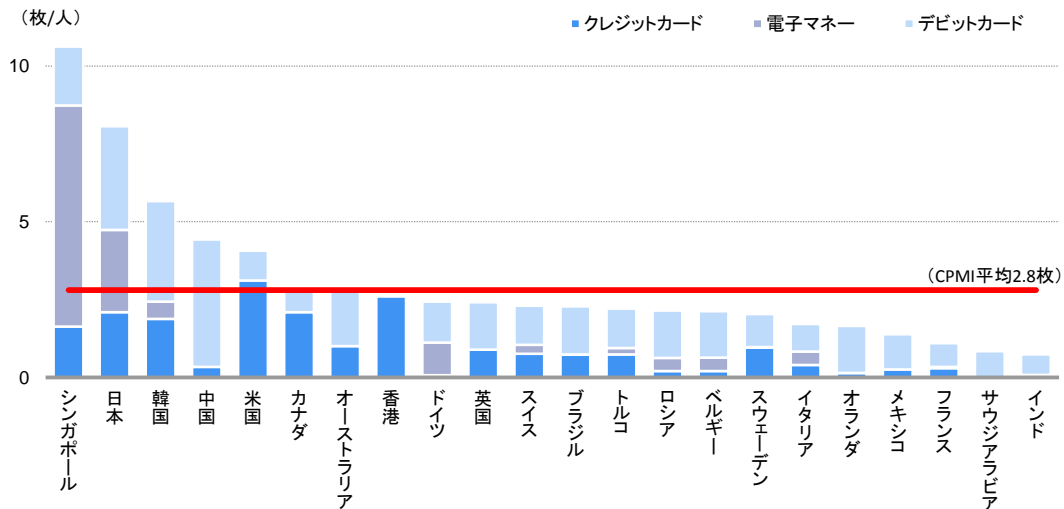
#### 4. 現金決済を支える要素について

日本人はカード保有枚数は多いものの、利用は少ない

一人あたりのカード保有枚数を見ると、日本は他国を上回っている(【図表 20】)。金融機関が発行するキャッシュカードが J-Debit カードとして計上されていることを勘案しても、CPMI 平均の 2.8 枚に比べて多い水準にあると言える。日本の消費者はカードを複数保有しているにも関わらず、あまり使っておらず、現金決済を中心に行っていることになる。

<sup>12</sup> 主要電子マネーは、楽天 Edy、SUGOCA、ICOCA、PASMO、Suica、Kitaca、WAON、nanaco の 8 種類。

【図表 20】 種類別カード保有枚数

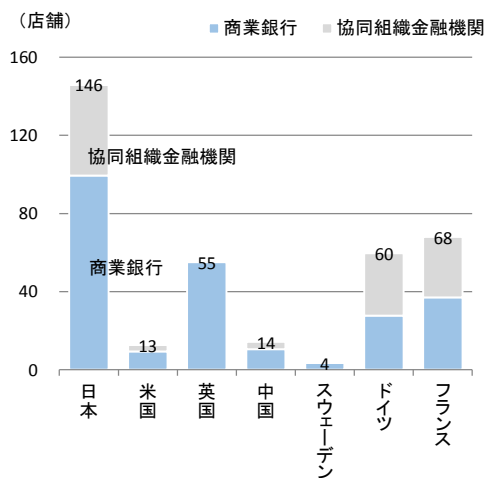


(出所) Bank For International Settlements, *Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPMI countries -Figures for 2016* よりみずほ銀行産業調査部作成  
 (注) 2016 年の数値がない場合は 2015 年の数値を使用。

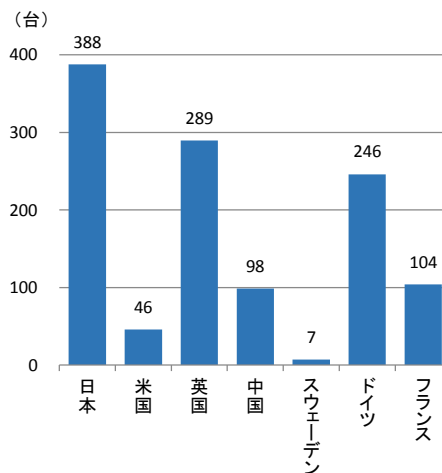
日本は金融機関の支店・ATM 網が充実

そうした現金決済選好を支えている一因が、充実した金融機関の支店・ATM 網にある。日本の金融機関は膨大なコストと時間を費やし、主要都市を中心に支店網を構築してきた。更に、それを補完するように駅や SC 等の人が集まる場所に多くの ATM を設置している。金融機関に留まらず大手コンビニエンスストアも傘下に銀行や ATM ネットワーク会社を抱え、来店客数の増加や売上管理等小売業とのシナジーも狙い、日本全国に点在するコンビニ店舗に ATM を設置している。その結果、日本の金融機関店舗数・ATM 数は国土の広さを踏まえると他の先進諸国より多い状況にある(【図表 21、22】)。

【図表 21】 1,000 km<sup>2</sup>あたり金融機関店舗数



【図表 22】 1,000 km<sup>2</sup>あたり ATM 数



(出所) 【図表 21、22】とも、IMF, *Financial Access Survey* 等よりみずほ銀行産業調査部作成  
 (注 1) 日本の商業銀行店舗数にはゆうちょ銀行代理店としての郵便局を含む。欧米諸国には、商業銀行、協同組織金融機関に含まれない金融機関も存在。  
 (注 2) 各国入手可能な最新数値を使用。

ATM 自体の改良による利便性の向上も

金融機関や ATM 製造メーカーの努力により、ATM で現金を引き出すまでに要する時間の短縮や操作方法の改善も進んでいる。最近では生体認証も取り入れられ、事前に登録しておけば指紋を照合するだけで現金を引き出せる等、現金の引き出しにかかる利便性は更に向上している。

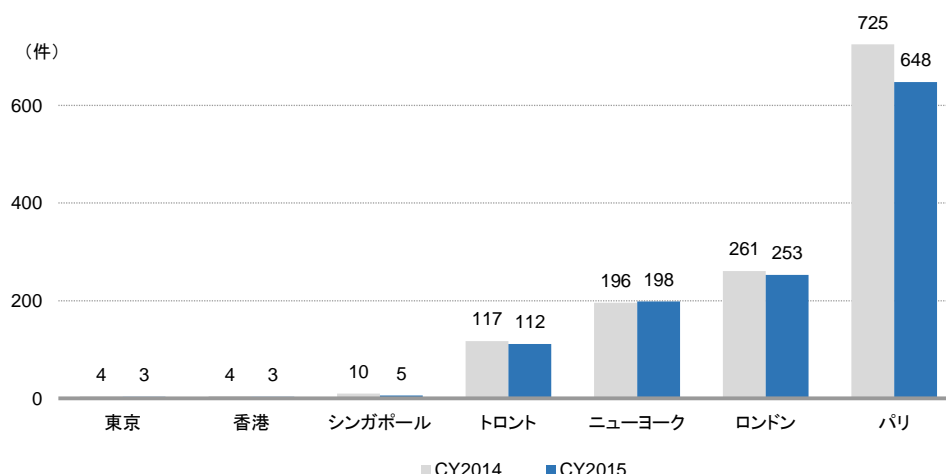
通貨への信頼の高さは現金決済にもプラス

現金決済が選ばれるもう一つの理由として、紙幣そのものへの信頼の高さも指摘できる。日本銀行券の偽造防止技術は世界最高峰と言われており、偽造するとしても多大なコストを要することが想定される。結果、日本の偽造通貨流通量は低く抑えられており、国立印刷局の資料によると、ユーロ券、ドル券、ポンド券の偽造紙幣発見枚数は、それぞれ日本銀行券の 223 倍、659 倍、1,585 倍となっている。日本の紙幣に対する信頼の高さは、安心感のある現金決済の実現に繋がっている。

治安の良さも現金決済が選ばれる理由に

また、海外の主要都市と比較すると、日本は犯罪認知件数が少なく、極めて治安が良い国である(【図表 23】)。実際、普段身の危険を感じることはほとんどないことから、特に躊躇することなく、現金を持ち歩いているのではないだろうか。この治安の良さも現金決済比率が高い理由の一つと考えられる。

【図表 23】人口 10 万人あたりの犯罪認知件数(窃盗)



(出所) 香港警察「Police in Figure2016」よりみずほ銀行産業調査部作成

店舗側でも現金決済の効率性が向上

消費者側の現金決済志向を反映して、現金を受け取る側である店舗においても現金取扱のオペレーションが向上している。消費者から受け取った現金をレジに投入すれば、自動的におつりが出てくる自動釣銭機や店員がいなくても支払いが可能なセルフレジも登場しており、現金決済の効率性向上に繋がっている。

ここまで述べてきたように、日本にはキャッシュレス決済手段が多く存在するにも関わらず、多大なコストをかけて現金社会システムが支えられており、消費者が現金決済を選びやすい環境が提供されている。

### Ⅲ. 海外各国におけるキャッシュレス化の状況

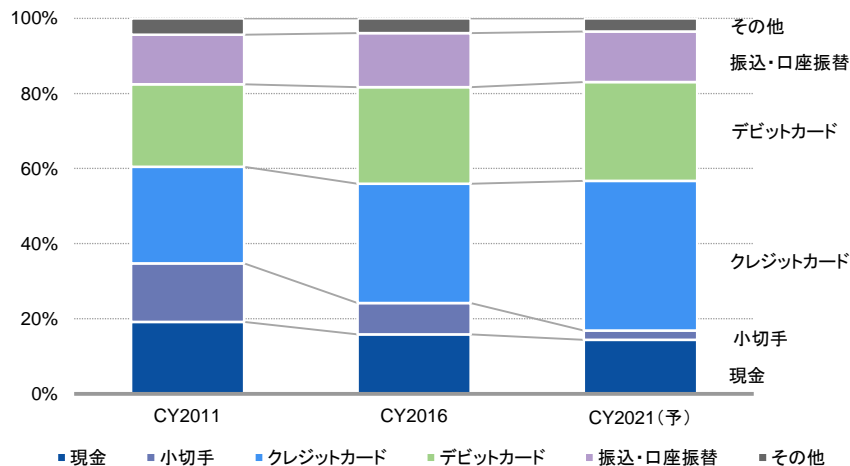
本章では、日本におけるキャッシュレス化推進の参考にすべく、キャッシュレス化が進んでいると考えられる米国、英国、スウェーデン、及び中国に注目し、各国でどのようにキャッシュレス決済が普及しているのかを把握し、その背景等について分析する。

#### 1. 米国

米国では現金決済比率が既に15%程度に低下

カード決済大国である米国では、キャッシュレス化が進展しており、2016年の個人消費のうちクレジットカード決済は30%超、デビットカード決済は約25%であり、合わせて55%を超える一方、現金決済比率は15%程度まで低下している(【図表24】)。2021年には、クレジットカードを中心として更にキャッシュレス化が進み、現金決済比率は15%以下となり、これまで一般的な決済手段であった小切手決済も大きく比率を落とすことが予想されている。

【図表24】米国の個人消費に対する決済手段別シェアの推移(決済金額)



(出所) THE NILSON REPORT よりみずほ銀行産業調査部作成

(注) 2016年の米国個人消費は12.8兆ドルであり、そのうち商品やサービスの購入は9.9兆ドル。残りの2.9兆ドルは、軍隊含む従業員への食料や衣料の支給等決済を伴わないものであるため、THE NILSON REPORTでは9.9兆ドルを個人消費として決済手段シェアを算出。

米国では個人信用情報機関がFICOスコアを提供

日本と同様、米国にも個人信用情報を提供する信用情報機関<sup>13</sup>がある。個人信用情報機関は会員である金融機関等の事業者に対し、消費者の氏名や住所等の属性情報に加え、口座の開設日や貸付残高、返済期日の遵守状況等の信用情報を提供している。その信用情報には、フェア・アイザック社が開発したスコアリングモデルを使って計算されたFICOスコアも含まれている。FICOスコアは、その消費者がどの程度の確率で期日通りに返済するかを評価した数値であり、銀行等の会員事業者が、クレジットカード等信用取引や保

<sup>13</sup> 米国にはEquifax、Trans Union Credit Information、Experianという3大個人信用情報機関が存在。日本には、経済産業大臣が指定する個人に関する指定信用情報機関である、全国銀行個人信用情報センター、シー・アイ・シー、日本信用情報機構の3社が存在。

	<p>険取引、雇用調査等を行う際の重要な判断材料の一つとされているため、米国で生活する個人にとって必要不可欠なものとなっている。</p>
<p>FICO スコア向上は米国消費者のクレジットカード使用のインセンティブに</p>	<p>金融機関等はこの個人信用情報機関の存在によって、自社だけでは収集できない規模の消費者信用情報に加え、FICO スコアという米国全土で統一された個人の支払能力を評価した数値も入手可能となることから、効率的にクレジットカード事業を展開できる。また、FICO スコアは個人がクレジットカードを使って期日通りの支払いを重ねることで評価が上がる仕組みになっているため、米国の消費者にとって、クレジットカードを使用するインセンティブを高めていると考えられる。</p>
<p>デビットカードは小切手を代替</p>	<p>クレジットカードから 30 年以上遅れて登場したデビットカードは、2008 年の金融危機により、金融機関の経営状況悪化に伴い与信が厳格化され、クレジットカードの発行制限や利用上限の引き下げが行われたため、利用者が急速に増加した。また、同じ非与信取引としてこれまで主流であった小切手の代替手段としても利用が広がっている。</p>
<p>米国では IC カードへの切り替えが課題</p>	<p>米国カード業界は、セキュリティの弱さという課題を抱えていた。磁気ストライプ型カードはデータが暗号化されておらず比較的簡単にスキミングできるため、偽装カードが作られる要因の一つになっていた。このことは米国だけでなく欧州も含めた世界のカード業界にとって大きな問題であり、情報が暗号化された状態で保管される安全性の高い IC チップ搭載型カードへの切り替えが求められていた。欧州では、欧州中央銀行が主導したことから、IC カードの統一規格である EMV<sup>14</sup>化の進捗が早かった一方、米国ではその遅れが指摘されていた。カード決済発祥の地である米国では従来の磁気ストライプ型カードを前提にカード決済のエコシステムが社会の隅々まで高度に構築されており、新たな決済サービスが普及しにくい状況に陥っていたと考えられる。</p>
<p>ハッキング事件を契機に EMV 化が急速に進捗</p>	<p>かかる状況下、2013 年 11 月に大手ホームセンター Target のシステムがハッキングされ数千万人分の個人情報盗まれる事件が発生し、その他の企業においても POS システムへの進入等による情報漏えいが相次いで発生した。これを契機として 2014 年 10 月、オバマ大統領が IC チップ搭載型カードの普及を目的にクレジットカード使用の安全性強化を企図した大統領令に署名したことを受け、米国でも足下急速に EMV 化が進んでいる。その EMV 化に合わせて、小売店側では非接触 IC チップ (NFC) への対応も進んでおり、スマートフォン決済サービスの土壌が急速に整いつつある。</p>
<p>Apple はセキュリティの高さを売りに Apple Pay を展開</p>	<p>Google は 2011 年、NFC を使用した米国で最初のスマートフォン決済サービス Google Wallet を開始した。しかし当時は NFC による決済に対応した店舗が少なかつたため、すぐには普及しなかつた。その後、Apple は、前述の個人情報漏えい事件を経験した米国消費者に対し、セキュリティの高さを差別化要素としてアピールする Apple Pay を 2014 年に発表した。Apple Pay では支払時に iPhone の指紋認証機能を使って本人確認を行うとともに決済処理にトークン化<sup>15</sup>の技術を使用しており、クレジットカード番号等の個人情報を iPhone やクラウド上に残さない仕組みになっている。更に、Samsung Pay も登場し、加盟店の非接触 NFC 対応が進んできたことで、米国のスマートフォン</p>

<sup>14</sup> Europay、MasterCard、VISA が定めた IC カードに関する標準仕様。EMV 仕様に準拠するカードや決済端末、ATM 等の総称。

<sup>15</sup> Tokennization。カード番号等の機密データを乱数により生成する別の文字列に置き換え、保存・利用する技術。

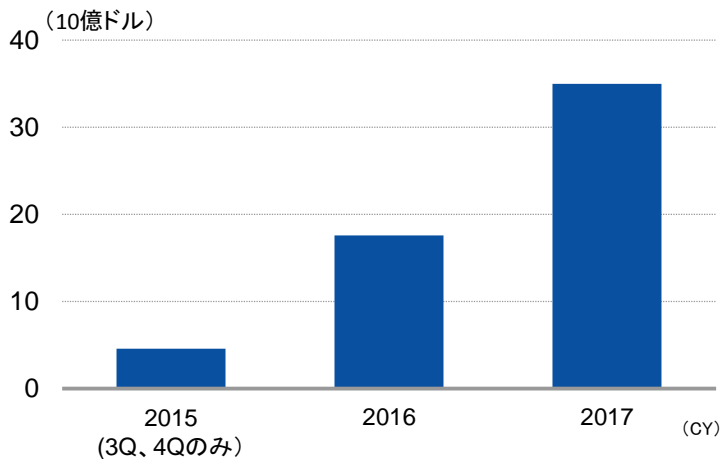


決済はようやく本格普及期に入ったと考えられる。

Venmo、Zelle を  
中心に広がる個人  
間送金

個人消費の決済手段ではないが、個人間送金市場も成長している。PayPal 傘下の Venmo は、事前に銀行口座やデビットカード等をアプリに登録しておくことで簡単に個人間送金を可能とするサービスであり、SNS の役割も果たすことから若者を中心に利用が拡大している(【図表 25】)。この勢いに対抗すべく Wells Fargo や Citibank 含む大手銀行団が 2017 年に立ち上げたのが Zelle である。Zelle は、電話番号やメールアドレスを使ってリアルタイムに送金することができ、各金融機関が提供しているモバイルバンキングアプリ内で提供される決済サービスである。2017 年の一年間で Zelle を使った送金は 750 億ドルに達し、サービス開始以降も参加行は増加し、2018 年 3 月現在、合計 60 行を超えている。

【図表 25】 Venmo 決済金額の推移



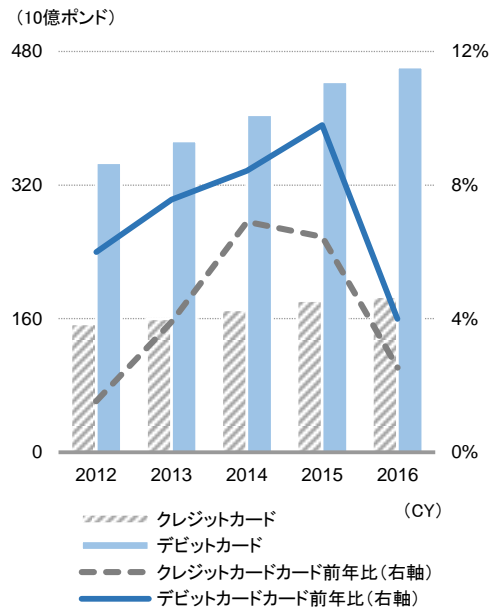
(出所) PayPal Financial Release よりみずほ銀行産業調査部作成

## 2. 英国

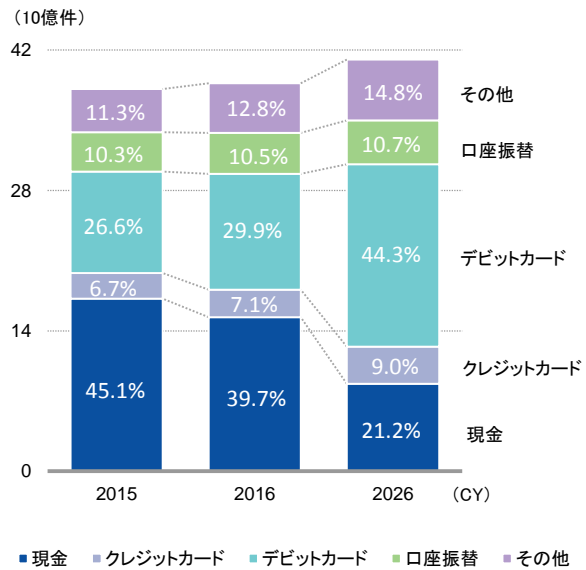
英国ではデビット  
カードがキャッシュ  
レス化を牽引

英国ではデビットカード決済が成長しており、2016 年の決済金額は既にクレジットカードの倍以上となっている(【図表 26】)。決済件数においても、2016 年の 1 年間で決済件数全体に占めるデビットカードのシェアは 3%PT 以上上昇する一方、現金決済のシェアは約 5%PT も低下した(【図表 27】)。英国の金融全般に関わる業界団体である UK Finance によると、今後もこの傾向は継続することが見込まれ、2026 年にはデビットカードは 45%弱までシェアを高める一方、現金は 21%程度まで半減することが予想されている。

【図表 26】カード決済取扱高の推移



【図表 27】決済手段別件数の推移



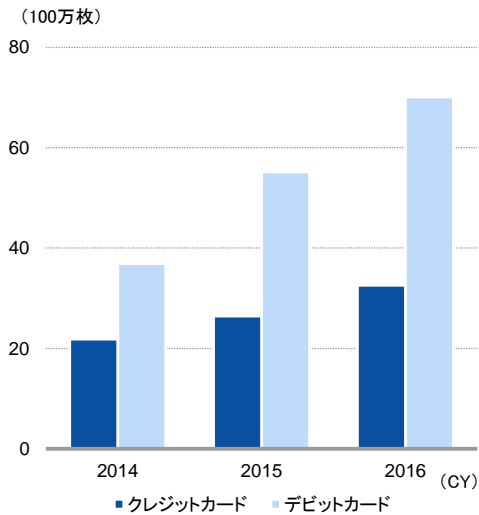
(出所) 【図表 26、27】とも、UK FINANCE, *Quarterly Market Trends*, *Payments UK*, *UK Payment Markets 2016*, *2017 Summary* よりみずほ銀行産業調査部作成

非接触 EMV カードが普及

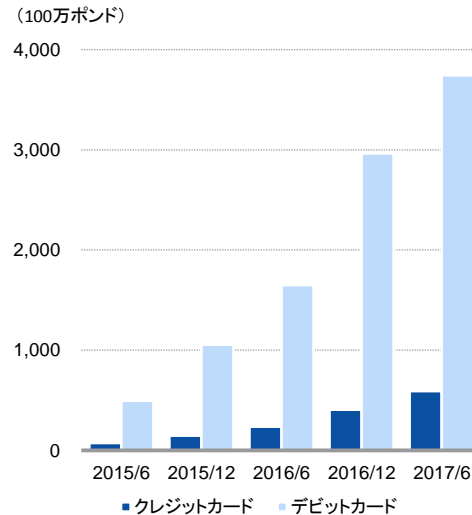
米国と異なり早期に EMV 化 100%を達成した英国では、非接触 EMV カード<sup>16</sup>の発行が伸びており、累計発行枚数は、2016 年末でクレジットカード 3,200 万枚、デビットカード 7,000 万枚、合計で 1 億枚を突破している (【図表 28】)。発行枚数の増加に伴い、月間決済金額もこの 2、3 年間で大きく増加している (【図表 29】)。VISA Europe の調査では、最も非接触決済に積極的な層は 18 歳から 35 歳のミレニアル世代であり、彼らの 75%以上は非接触 EMV カードを用いた買い物を経験していると報告されている。

<sup>16</sup> EMV 仕様に準拠するカードのうち、NFC を活用した非接触カード。VISA の payWave や MasterCard の PayPass が代表的。

【図表 28】非接触カード累計発行枚数の推移



【図表 29】非接触カード月間決済金額の推移



(出所)【図表 28、29】とも、UK FINANCE, *Contactless card statistics* よりみずほ銀行産業調査部作成

英国のデビットカードによる決済額は非接触 EMV 化により継続的に成長

ロンドン交通局では、VISA や MasterCard が発行する非接触 EMV カードである payWave や PayPass を、バスや鉄道の乗車券としてそのまま使えるサービスを開始しており、既にキャッシュレス 100%を達成している。公共交通に加え、スーパーやファーストフード店等でも EMV 対応が進んでいる。従来小切手の代替として成長していた英国のデビットカード市場は、近年非接触による利用が浸透することでこれまで現金が中心であった小額決済手段としても利用されており、継続的に成長している。

英国では決済分野を政府が牽引

英国の特徴は、政府が FinTech を含めた決済分野の改革に積極的な姿勢をとっていることである。2000 年代、英国では、公正取引庁を中心に決済分野の競争とイノベーションを促進させることを目的としたペイメント・システム・タスクフォースが設置された。2007 年には同タスクフォースに代わり、Payments Council (英国決済協議会) が設立され、小口決済システムである BACS や、大口決済システムである CHAPS、24 時間 365 日ほぼリアルタイム送金を実現する銀行間決済システムである Faster Payments 等の推進を担っていた。その後、Payments Council は小切手の取扱いに関連して国民の反発を買ったことを契機に消滅したものの、決済分野の競争政策を担う規制当局として、2014 年に Payment Service Regulator が新たに設置された。

個人間送金サービス Paym が登場

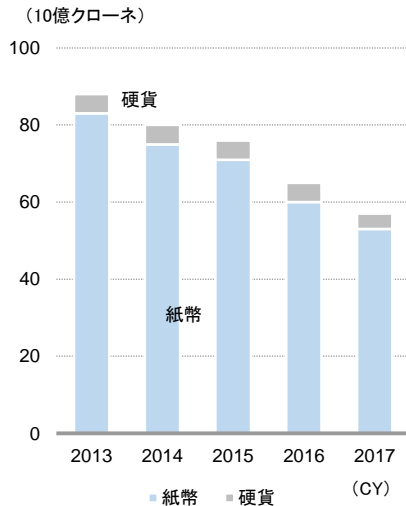
近年、新たな決済サービスも登場してきた。Paym は、消費者がダウンロードしたアプリ上で自分の銀行口座と携帯電話番号を登録しておくことで、簡単に送金することができるサービスである。これは、Faster Payments または ATM ネットワークシステムである LINK を経由するため、リアルタイム決済が可能となっている。参加金融機関によって立ち上げられた運営組織 Mobile Payment Service Company (以下、「MPSCo」)によると、2016 年 1 月～6 月までの取扱金額は約 100 万ポンド(2015 年 7 月～12 月は約 76 万ポンド)、登録ユーザー数は 400 万件となっている。

### 3. スウェーデン

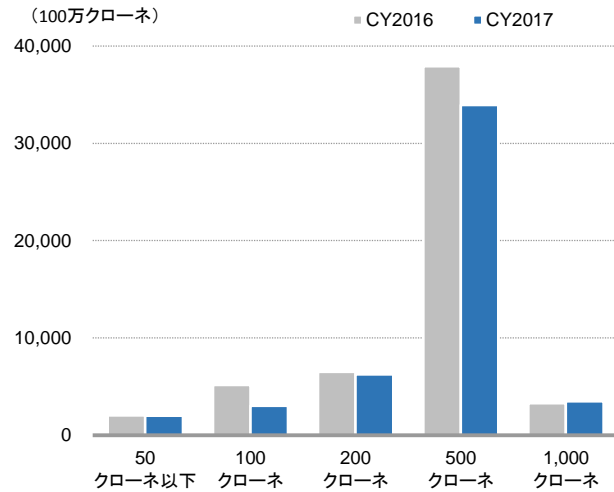
スウェーデンの現金流通残高は圧倒的に低い

スウェーデンは、現金流通残高が圧倒的に低い国である(【図表 18】)。1年前と比較しても約 12%減少している。特に 100 クローネ紙幣と 500 クローネ紙幣を中心に流通残高が減っていることを確認できる(【図表 30、31】)。

【図表 30】現金流通量の推移



【図表 31】金額別紙幣の流通残高

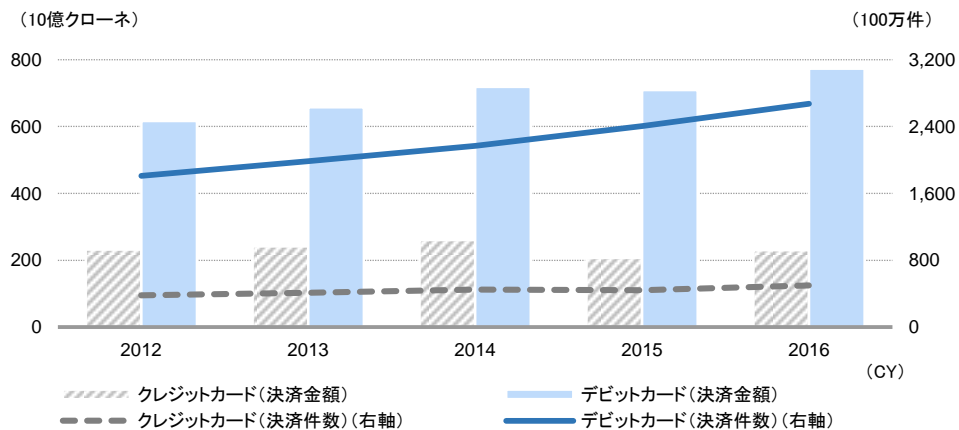


(出所)【図表 30、31】とも、Riksbank, *Statistics on notes and coins* よりみずほ銀行産業調査部作成

デビットカード決済比率は名目 GDP の約 17%

その一方、カード決済においては、デビットカード市場が拡大しており、2016年のデビットカードの決済金額は約 8,000 億クローネ、スウェーデンの名目 GDP 対比 17%に達している(【図表 32】)。

【図表 32】クレジットカード・デビットカードの決済金額・件数の推移



(出所)Riksbank, *Payment statistics* よりみずほ銀行産業調査部作成

スウェーデンのキャッシュレス化の背景には、様々な要因

スウェーデンのキャッシュレス化が進んでいる背景には、スウェーデン政府や中央銀行の脱税対策、コスト削減、犯罪対策等複数の要因が存在する。欧州の他の国と同様、小売事業者による付加価値税納付逃れに悩まされていたスウェーデン政府は、小売店のレジに売上情報を政府に伝える装置の設置を義務付けた。この脱税対策は、スウェーデン社会の現金離れの推進を後押しすることに繋がったと考えられる。また、紙幣発行業務のコスト削減の観点から、中央銀行は段階的に高額紙幣を廃止してきた。更に、銀行強盗回避に向けた民間銀行の労働組合の要求を受け、スウェーデンの多くの銀行では支店における現金の取扱停止や ATM の撤去が進んでいる。

Swish が現金決済の減少に追い付き

スウェーデンの主要 6 銀行が協働し 2012 年に創設した Swish は、現金決済の減少に拍車をかけている。スウェーデン全人口 975 万人のうち、既に 600 万人が利用する Swish は、電子認証サービスであるモバイル Bank ID と連携することで受取人の携帯電話番号を利用した送金を可能とするサービスである。銀行間の 24 時間 365 日リアルタイム決済システムである bankgirot とリンクしているため、即時決済が可能となっており、2017 年 5 月からは QR コードも使えるようになっている。利用者には手数料がかからないことから、サービス開始以降、爆発的にその利用が広がっている。

電子通貨「e クローナ」の発行を検討

スウェーデンの中央銀行である Riksbank は、法定通貨クローナのデジタル版である「e クローナ」の発行について検討を開始している。「e クローナ」は、発行主体が存在しない仮想通貨とは異なり、現金同様、国が発行主体となって中央銀行が発行量を操作する通貨である（【図表 33】）。物理的な紙幣や硬貨の発行ではなくデジタルデータであることから、支店や ATM を全国に展開する必要がないため、従来中央銀行と消費者の間に存在した民間銀行を介在しなくても、中央銀行が消費者の口座を管理し直接電子通貨を発行することも可能となる。その場合、決済分野において民間銀行の役割・存在意義が大きく低下することも想定される。

【図表 33】 通貨の種類毎の特徴

	法定通貨		仮想通貨
	現金	電子通貨	
形態	紙幣・硬貨	デジタル	デジタル
発行主体	国	国	なし
発行量	中央銀行が操作	中央銀行が操作	操作不可能
追跡	不可能	可能	可能

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

社会全体の効率化を追求

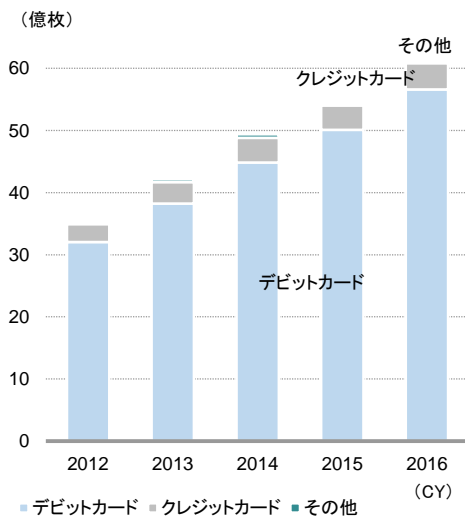
このようにスウェーデンでは、政府及び大手銀行の主導によりキャッシュレス化が強力に推し進められている。しかし、スウェーデン政府も全国民が基本的な決済サービスにアクセスできることが必要不可欠であると考えており、現金を完全に無くすことを目標にしているわけではない。日本のマイナンバーにあたる個人識別番号が格納されているモバイル Bank ID を利用すれば確定申告に要する作業も 5 分程度で完了する等、様々なサービスのデジタル化を推進していることから分かるように、効率的な社会の構築を追求しており、キャッシュレス化はその一環であると考えられる。

4. 中国

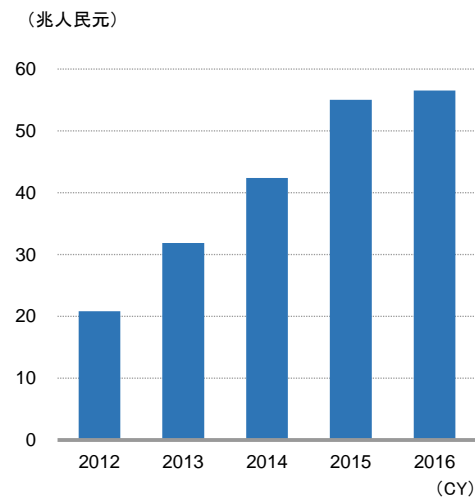
2000年代以降デビットカードが普及

中国では決済分野の進化が社会のあり方を変えようとしている。中国人民銀行主導で中国銀聯が設立された 2002 年以降、デビットカードを意味する「借記カード」を中心にカード発行枚数が増加している（【図表 34】）。中国の 2016 年時点の人口は 13.8 億人であることから、クレジットカードは一人当たり 0.3 枚、デビットカードは 3.6 枚保有していることになる。また、中国人民銀行が毎年発行しているアニュアルレポートによると、デビットカードとクレジットカードを合わせた銀行カードによる決済金額は、約 56 兆人民元に達している（【図表 35】）。但し、足下その伸びが鈍化しており、その背景には、以下で説明する決済アプリの拡大が影響していると推察できる。

【図表 34】カード発行枚数推移



【図表 35】銀行カードによる決済金額推移



(出所)【図表 34、35】とも、THE PEOPLE'S BANK OF CHINA Annual Report よりみずほ銀行産業調査部作成

様々な要因がカード利用を後押し

カード市場の急速な成長の背景には、政府や人民銀行がカード決済ネットワークの整備を主導したことや、北京オリンピックや上海万博等に向けてカード利用環境の推進に努めた政府の後押しがある。また、従来中国では偽札が大量に流通しており、消費者の銀行券に対する信用度が低かったこと、中国で発行されている紙幣の最高券面金額は 100 元という日本円で 2,000 円にも満たない小さな額であり、高額商品の購入には大量の紙幣を持ち歩く必要があるという不便さも影響した。

決済アプリの Alipay と WeChatPay の登場

かかる状況下、Alipay と WeChatPay というモバイル決済アプリの登場によって、中国のキャッシュレス化は他の先進国を追い抜く程にまで急拡大している。それぞれの 5 億人、6 億人とも言われるユーザー数を擁する Alipay と WeChatPay は、事前にスマートフォンにダウンロードしたアプリにデビットカードやクレジットカードを登録してアカウントにチャージしておけば、店舗における支払い時にはスマホに表示される QR コードを POS 端末で読み取ってもら

うか、店舗側に表示されている QR コードをスマートフォンのカメラでスキャンすることで、即時に決済できる仕組みとなっている。この二つのアプリの爆発的な普及は、決済市場だけでなくその他のサービスや人々の生活様式までも変えようとしている。

Alipay は Alibaba のエスクロー機能として開始

Alipay は、中国最大の EC サイトを運営する Alibaba の金融子会社 Ant Financial が展開するオンライン・モバイル決済サービスである。もともとは個人間の EC 取引において、安心できる決済を実現するためのエスクロー機能として開始されたため、中国の EC 市場拡大を背景にユーザーを獲得していった。それが現在では、QR コードを用いて実店舗での決済にも使われるようになり、利用者は 5 億人、年間決済金額は 1.7 兆ドルに上っているとの報道もある。

その手軽さから加盟店が一気に拡大

当然、Alipay の利用拡大の裏には Alipay 加盟店の拡大がある。Alipay アカウントを保有し、QR コードを紙に印刷して店頭で提示しておけば支払いを受けられるため、中小・零細小売事業者から屋台まで、端末を導入する必要がないことから、加盟店は一気に中国全体に広がった。

QR コードを活用したシェアサイクルも浸透

中国では、QR コード決済を活用したシェアサイクルも急速に浸透している。このシェアサイクルは、自転車に付いている QR コードを読み取ることによって自転車の鍵が解除され、自動的に決済が行われる仕組みになっているため、店舗も店員も存在しない。本人認証と決済を一気に済ませることができる QR コードの登場は、新たな事業展開のハードルを下げ、様々なイノベーションの創出に一役買っていると考えられる。

アプリを通じて様々なサービスを提供

Ant Financial の傘下には、Alipay に加え個人情報サービス会社である芝麻信用、オンライン投資信託である余额宝やオンラインデジタル銀行である My Bank 等が存在する。Alipay 口座保有者に対しアプリを通じて様々な金融サービスが提供されていることも、Alipay の成長を支えている。

芝麻信用の存在が Alipay 利用を促進

芝麻信用では、Alipay を中心に Alibaba グループが様々なサービスを提供することで得たビッグデータを用いて、個人の信用スコアを算定している。その信用スコアは Alibaba グループにおける商品購入、Alipay を使った支払いや、投資等の実績を積み重ねる程スコアが上がる仕組みになっている。そして、そのスコアに応じて、借入金利や借入上限が変わるだけでなく、スコアが高ければホテル予約時にデポジットが無料になる等、高スコア保有者は Alibaba グループ内外のサービスを利用する際に様々なメリットを享受することができる。従って、多くの中国人消費者はスコアを上げるために積極的に Alipay を使っており、その情報を活用した新たなサービスが開発されることで Alipay の利便性が更に高まり、利用者が更に増加するという好循環を生み出している。

WeChatPay は SNS 顧客基盤を活用

WeChatPay は、提供しているアプリや仕組みは Alipay と大きな差はないものの、その運営主体や利用者獲得の経緯が異なる。WeChatPay は、中国最大のソーシャルメディアである WeChat を運営する、中国大手 IT 企業 Tencent によって運営されている。Alipay より後発であるものの利用者数で WeChatPay が Alipay を上回ることができたのは、WeChatPay が利用頻度の高いチャットアプリに組み込まれているものであったからと考えられる。日本のお年玉にあたる紅包を利用してキャンペーンを実施し一気に利用者を広げ、チャットアプリの一部として常にユーザーの目に付くところに配置されることで、6 億人以上のユーザーを獲得し、決済金額は 1.2 兆ドルとも言われている。



米国、英国、スウェーデン、中国のキャッシュレス化の状況をまとめると【図表 36】の通りとなる。最もキャッシュレス化を牽引する決済手段は国によって異なるものの、キャッシュレス化進展の背景には、消費者や政府等に現金ではなくキャッシュレス決済手段を利用する、もしくは利用を促す理由が存在することが分かる。また、複数の国において、本来競合関係にある銀行の協働によって新たな決済サービスの創出が行われている。

【図表 36】各国のキャッシュレス化の状況のまとめ

	米国	英国	スウェーデン	中国
現金流通残高対名目GDP比率	8%	4%	2%	-
キャッシュレス化を牽引する決済手段、サービス	クレジットカード	デビットカード	デビットカード	デビットカード Alipay、WeChatPay
キャッシュレス化進展の主な背景	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ クレジットカードを利用し、期日通りに支払いを重ねることで評価が上がるFICOスコアの存在</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 非接触EMVカードの利用範囲拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 政府の脱税対策</li> <li>■ 銀行における犯罪対策</li> <li>■ 中央銀行のコスト削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Alipay利用により評価が上がる芝麻信用の存在</li> <li>■ 偽札の大量流通</li> </ul>
銀行間の協働による決済サービス	Zelle	Paym	Swish	-

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

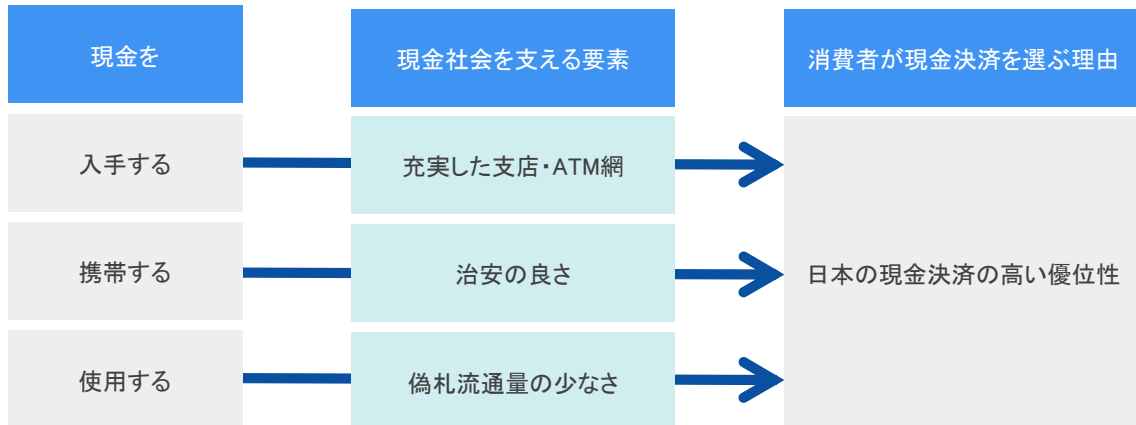
#### IV.キャッシュレス社会が成り立つ要件と想定される日本の環境変化

##### 1. キャッシュレス社会が成り立つ要件の整理

日本では現金決済の優位性が高い

現金決済が紙幣や硬貨というそれ自体に価値があるものの物理的な交換であるのに対し、キャッシュレス決済はカードやスマートフォン等の媒体に記録された「その人が代金を支払えるか」を表す情報の交換である。よって、現金決済では、それ自体に価値がある紙幣や硬貨を入手し、携帯し、実際に価値として使用できることが不可欠である。日本の現金決済を支える要素である①金融機関の充実した支店・ATM 網、②治安の良さ、③偽札流通量の少なさは、その一連の行為において、①が現金を入手することの利便性を向上させ、②が現金を持ち歩くことの安全性に繋がり、③では現金そのものが期待通りの価値で利用できることを担保している。こうした背景から、日本の現金決済は高い優位性を構築できていると考えられる(【図表 37】)。

【図表 37】日本における現金決済の優位性を構築している要素



(出所)みずほ銀行産業調査部作成

キャッシュレス決済には店舗側の環境整備が重要

キャッシュレス決済は、支払う側がその代金を支払えることを示す情報を記録したカードやスマートフォンを持っているだけでなく、支払いを受ける店舗側にもその情報を読み取る環境が必要となる。過去、J-Debit が膨大な会員基盤を持ちながら、加盟店の少なさ等の理由で普及しなかったことを勘案すると、キャッシュレス社会が成立するためには、支払いが行われるあらゆる場所においてキャッシュレス決済を受ける環境が整うことが重要である。この観点で、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向けて政府主導で進められている主な商業施設や宿泊施設の「100%のキャッシュレス決済対応」<sup>17</sup>は、訪日外国人に限らず日本全体のキャッシュレス化に資する政策である。

キャッシュレス決済が選ばれるためには現金決済と比較した優位性確立が必要

しかし、例えば支払いを受ける側の「100%のキャッシュレス対応」が実現したとしても、キャッシュレス決済が大幅に増加するとは限らない。キャッシュレス決済が選択されるためには現金決済に対する優位性を構築することが必要となる。現状、日本ではクレジットカードを中心にポイントプログラムが展開されており、カードを利用した金額に応じてポイントが貯まり、貯まったポイントを商品の購入に使えるといった現金決済にはない経済的メリットを享受できることがキャッシュレス決済の優位性を構築する一つの要素として機能している。しかし、キャッシュレス決済が限定的な利用に留まっていることを考えると、ポイントプログラムによって高められたキャッシュレス決済の優位性が、現金決済の優位性を上回る場面はそれ程多くないものと考えられる。

キャッシュレス先進国では、現金決済の優位性が低い

前章で述べたキャッシュレス化が進展している国々では、日本と比較すると、金融機関の支店・ATM 網が充実しておらず、盗難や偽札流通量も多いことから、現金決済の優位性は低い。そのため、キャッシュレス決済に優位性を付加する必要もなく、消費者はキャッシュレス決済を選びやすい状況にある。加えて、米国や中国では個人信用情報機関が提供する FICO スコアや Alipay の芝麻信用スコアの存在が、消費者がキャッシュレス決済を利用する動機を高めている。

<sup>17</sup> 2016年3月30日に公表された「明日の日本を支える観光ビジョン ―世界が訪れたくなる日本へ―」に記載。

キャッシュレス決済の優位性を高く維持することが必要

つまり、キャッシュレス社会に移行するためには、店舗等でキャッシュレス決済環境が整っていることに加え、キャッシュレス決済を利用することにインセンティブを与えるか、現金決済にディスインセンティブを与えるかのどちらか、または両方が必要であり、現金決済と比較したキャッシュレス決済の優位性を高く維持することが重要となる。アジア通貨危機後、韓国政府はクレジットカード利用額に応じた所得控除やカード領収書のくじ制度<sup>18</sup>を含むクレジットカード利用促進策を実施した。延滞の大量発生やカード会社が経営難に陥る等の問題はあったものの、この政策はカード決済比率の大幅上昇をもたらすことに成功し、足下では韓国のクレジットカード決済比率は民間最終消費額の 70% 以上に達している。

一方、日本でもキャッシュレス化を後押しする環境変化が生じつつある。現金決済の優位性を支える一つとなっている金融機関の支店・ATM 網の縮小と、キャッシュレス決済を前提としたサービスの拡大である。

## 2. 金融機関を取り巻く厳しい環境について

日本の金融機関の事業環境は厳しい

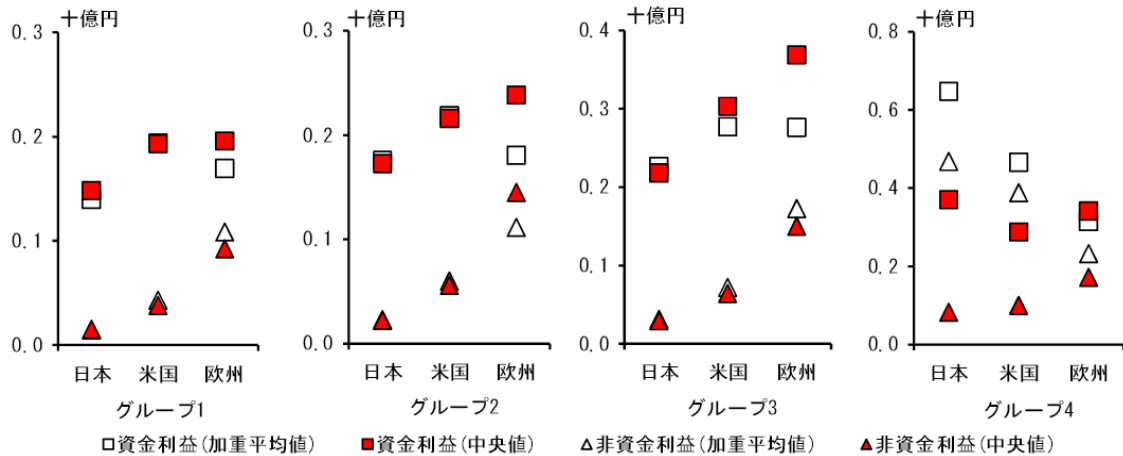
今後、日本の金融機関を取り巻く環境は益々厳しくなる。2017 年に最終化されたバーゼルⅢは、金融危機の再発を防ぎ、国際金融システムのリスク耐性を高める観点から、金融機関に対しより高い自己資本比率や保守的なリスクテイク等を求めている。この国際基準に基づき、金融庁は国内のみで営業する金融機関に対する国内法の検討も進めており、これらの規制強化に伴い、日本の金融機関は自己資本の積み増し等規制対応コストの増加が避けられない状況にある。

人口減少等の社会的課題は日本の金融機関の収益を圧迫

日本銀行の「金融システムレポート」でも指摘されている通り、人口減少や経済成長の長期鈍化等の日本特有の社会的課題は、金融機関の支店・ATM 網の存続に大きな影響をもたらす可能性がある。従来、日本の金融機関は出来る限り多く出店して預金を集め、規模を拡大することで利益拡大を実現してきたため、狭い国土に店舗が密集しており、激しい店舗間競争に陥っている。加えて、他行への預金流出を危惧し、預金関連手数料等を徴収していないことから、欧米の金融機関と比較して手数料収入の多様化も進んでいない(【図表 38】)。収益が資金利益に依存しているこの状況下、ゼロ金利政策に加え、顕現化しつつある人口や企業数の減少は金融機関の貸出競争に拍車をかけ、収益を更に圧迫している。このような厳しい事業環境への変化を受け、金融機関は現金決済を支えていた店舗や ATM 等の伝統的な金融インフラも含むビジネスモデルの見直し、収益性の向上を図ることが急務となっている。

<sup>18</sup> クレジットカードの利用控えに記載された番号を対象に、毎月賞金があたる抽選が実施される制度。

【図表 38】金融機関 1 店舗あたりの資金利益と非資金利益



(出所) 日本銀行「金融システムレポート」

(注) グループ 1 は規模が小さい金融機関、グループ 4 は規模が大きい金融機関

金融サービスのオンライン利用拡大に伴い、金融機関の店舗の存在意義は低下

Digital Bank<sup>19</sup>の登場等、IT 技術を活用した金融サービスが先行して発展している英国では、大手行による既存インフラの見直しが進んでいる。英国の大手銀行の一つである HSBC は、デジタルチャネル開発に多額の資金を投資する一方、2015 年からの 2 年間で全体の 27% にあたる 321 支店を閉鎖した。この動きは、HSBC 以外の英国大手行にも広がっている。今後、日本においても、パソコンやスマートフォンを活用し、インターネット経由で金融サービスを利用する人が増加していくことが想定される中、金融機関の店舗の存在意義が見直されていくことは必然である。2017 年度に入り、日本のメガバンクは今後の支店削減方針を既に発表しており、更に口座維持手数料の導入を検討しているとの報道もある。

支店・ATM 網の縮小はキャッシュレス化を加速

つまり、金融機関に対するグローバルな規制強化の流れ、日本特有の社会的課題や IT の進展は、日本の金融機関が現在の支店・ATM 網を維持し、預金、貸出や決済等の金融サービスを低価格で提供することを困難にする可能性がある。しかし、このことは日本のキャッシュレス化という観点では必ずしもマイナスにはならない。現金社会を支える要件の一つである充実した支店・ATM 網が縮小していくことで、消費者が現金決済を選ぶ理由となっている現金を入手する際の利便性は低下する。現金決済の優位性が低下すれば、従来現金決済を選択していた消費者がカード等のキャッシュレス決済を行うようになり、キャッシュレス化は加速することになる。

### 3. キャッシュレス決済を前提としたサービスの拡大について

EC 市場拡大はキャッシュレス化を牽引

近年、EC を中心にパソコンやスマートフォンのアプリを通じたウェブサービスが成長している。EC 決済全体のうち 6~7 割がクレジットカード決済といわれているため、今後も EC 市場の拡大とともに自然とキャッシュレス化は進展する。仮に、EC 市場におけるクレジットカード決済の割合を 6 割とした場合、EC に

<sup>19</sup> 英国では、銀行免許を取得し、銀行業の根幹である預金、貸出、決済分野へ進出している FinTech 企業のことを Digital Bank と呼ぶ。

伴うクレジットカード取扱高の増加率は、クレジットカード市場全体の増加率を上回ることになる(【図表 39】)。つまり EC 市場の拡大はキャッシュレス化を牽引する一つの要素になっていると言える。

【図表 39】 EC 市場規模とクレジットカードショッピング取扱高の推移

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
EC市場規模	9.5兆円	11.2兆円	12.8兆円	13.8兆円	15.1兆円
うちクレジットカード決済 (6割)	5.7兆円	6.7兆円	7.7兆円	8.3兆円	9.1兆円
前年比	12.5%	17.4%	14.6%	7.6%	9.9%
クレジットカード ショッピング取扱高	35.3兆円	38.5兆円	42.4兆円	45.0兆円	47.9兆円
前年比	7.4%	9.1%	10.1%	6.0%	6.7%

(出所) 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査及び平成 28 年度電子取引に関する市場調査」より  
みずほ銀行産業調査部作成

#### シェアリングエコノミーは、キャッシュレス決済を活用

EC 以外でも、シェアリングエコノミーを含め今後拡大が期待されているサービスには、クレジットカード等の事前登録が前提となっているものが多い。米国発の配車アプリである UBER は、日本では規制等の問題から拡大が難しい状況にあるものの、既に世界 70 カ国以上で展開され、累計乗車回数は 50 億回を超えている。UBER では、降車後、アプリに登録されているクレジットカードに乗車代金が請求され、自動的に決済が行われる仕組みになっている。この仕組みは、運転手にとって代金をとり損ねるリスクを、利用者にとって法外な料金を要求されるリスクを無くし、配車アプリというストレンジャー・シェアリング<sup>20</sup>を実現・普及させる上で重要な役割を担っている。シェアリングエコノミーのような個人間のモノやサービスのやり取りを活性化させるためには、サービス提供者と利用者双方が安心して取引・決済を実行できる仕組みが必要であり、結果、エスクロー機能やクレジットカードのような利用者の支払いを担保できるキャッシュレス決済の活用を促進すると考えられる。

#### キャッシュレス決済はコンビニの機会ロスを削減

実店舗の決済においても、従来以上にキャッシュレス化が促進される可能性がある。ローソンはキャッシュレス決済手段の導入に積極的であり、QR コード等の新たなインターフェースを含めた多様な決済サービスへの対応を進めている。コンビニでは混み合う時間帯にレジ待ちの行列ができるため、その行列を見て購入を断念する利用者も多い。ローソンは多様なキャッシュレス決済を導入してレジ支払いにおけるキャッシュレス比率を高めることで、支払いが終わるまでに要する一人当たりの時間を短縮するとともに、顧客の決済に関するストレスを軽減し、機会ロスを無くそうと考えている。

#### Amazon Go は決済に関するストレスから顧客を解放

より先進的な事例も登場している。2018 年 1 月、米国シアトルで無人コンビニ店舗である Amazon Go の 1 号店が開店した。Amazon Go では、顧客は入り口のゲートでスマホに表示された QR コードをかざして入店し、読み取った QR コードからその顧客の Amazon ID が認証される。顧客が選んだ商品がセンサ

<sup>20</sup> 赤の他人との共有。

一等により自動で認識され、商品の購入代金については ID に紐付けられたクレジットカードに自動課金されるため、顧客は棚から商品を選んでそのまま店を出ることができる。このように Amazon Go では、既存の無人レジとは異なり、そもそもレジで支払うという行為自体が不要となるため、レジ待ちや財布・スマートフォンを取り出す等の決済に関するストレスから顧客を完全に解放する事例となる。

実店舗でユーザー・エクスペリエンスが追及されることで、キャッシュレス化に貢献

EC では、市場の成長に伴い商品の探し易さ等が改良されるとともに、都度ユーザー登録を行わなくても一つの ID が別の EC サイトでも使えるようサイト間の連携も進んできた。購入・決済のプロセスにおいても、クレジットカード等を登録しておけばユーザーはワンクリックするだけで一文字も入力する必要なく決済が完了する等、一定のセキュリティを確保しつつ、利用者の負担を可能な限り軽減する仕組みが導入されてきている。今後は、EC 市場と同様に、実店舗においても、ユーザー・エクスペリエンスの追求が重要となり、Amazon Go のような顧客にストレスを感じさせない決済方法も導入されることで、キャッシュレス化が浸透していくと考えられる。

#### 4. キャッシュレス化のペース鈍化について

日本のキャッシュレス化は今後も進展していくが、そのペースは遅い

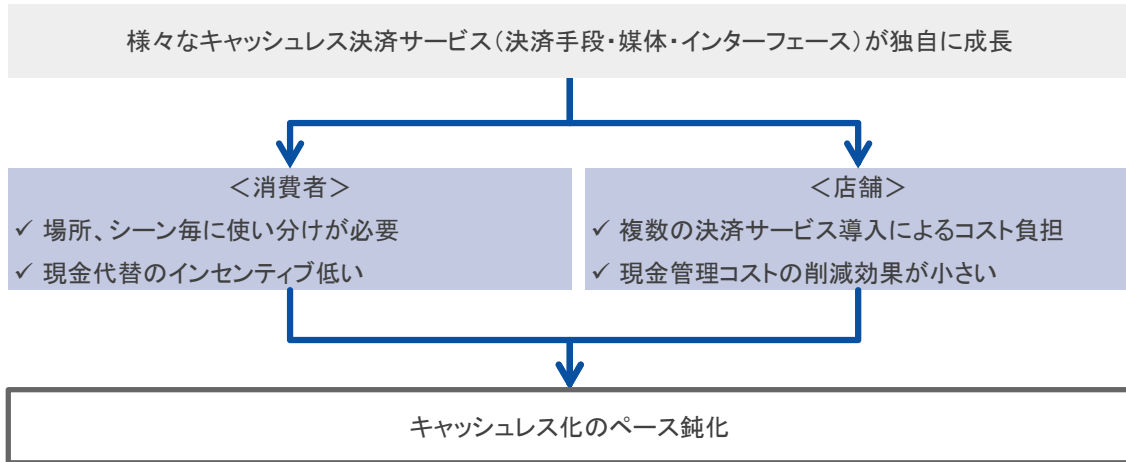
今後の日本では、金融機関の支店・ATM 網の縮小、シェアリングエコノミー等のキャッシュレスを前提としたサービスの普及やユーザー・エクスペリエンスを追及した実店舗の登場により、キャッシュレス化が後押しされることになるだろう。しかし、一部の金融機関は支店・ATM 網の縮小方針を打ち出してはいるものの、顧客の利便性を維持しながら、日本の金融機関がビジネスモデルを大きく転換するには相応の時間を要することが想定される。また、治安の良さ、紙幣への信頼感や現金決済を支える多くの事業者の存在によって、支払いを受ける店舗側が、レジ支払いのキャッシュレス化を進めるインセンティブは他国と比較して高まりづらい状況にあると言える。さらに、シェアバイクの利用が急拡大した中国と異なり、タクシーや都市交通網が十分に発達している日本では、新たなサービスが急激に浸透することも考えにくい。つまり、日本のキャッシュレス化は、様々な外部環境の変化に伴い進捗していくものの、そのスピードは遅く、既にキャッシュレス化が進展している国々との差を縮めることは容易ではない。

このままでは統一感のないキャッシュレス化が進展

加えて、日本では異なる媒体とインターフェースを組み合わせた決済サービスが乱立している状態にあり、現在の延長線上でキャッシュレス化が進展すると、様々なサービスが分散して成長していく可能性が高い。この場合、消費者は支払う場所やシーンによって決済手段を使い分ける必要が生じ、どこでも同じように使える現金決済からシフトするインセンティブが低くなるだろう。また、支払いを受ける店舗にとっても、多くの決済サービスに対応したとしても、コスト負担が重くなる上に、現金管理コストの低減に繋がるとも限らない。様々な事業者が、消費者の利便性向上のために独自の決済サービスを開発・展開している日本のキャッシュレス化は、結果としてそのペースを遅らせることに繋がる可能性が高い(【図表 40】)。



【図表 40】キャッシュレス化のペース鈍化



(出所)みずほ銀行産業調査部作成

## V.日本に求められるキャッシュレス化推進の方向性

このままではキャッシュレス化の進展において新興国にも劣後

日本のキャッシュレス化がこのまま緩やかに、かつ様々なサービスに分散して進捗した場合、日本のキャッシュレス社会への到達は、既にキャッシュレス化が進展している国だけでなく、今後、中国同様「Leapfrog」<sup>21</sup>を遂げようとしている国々にも先を越される可能性が高い。シンガポールに本社を置きインドネシアやフィリピンを含む東南アジア数カ国で展開する Grab やインドネシア発のベンチャー企業 GO-JEK は、登録ドライバー数がそれぞれ 240 万人、90 万人を超え、足下急拡大している配車サービスである。これらの配車サービス会社は、乗車代金の支払いに使える決済サービス Grab Pay 及び GO-PAY をそれぞれ提供しており、配車以外にも加盟店を拡大することで、汎用的なモバイル決済サービスに育てる方針を示している。先進国と比較して金融サービスが未発達な東南アジアにおいては、配車アプリで獲得した顧客基盤を活用した決済サービスが爆発的に広がる可能性がある。Alibaba のエスクロー機能から中国を代表する決済サービスに成長した Alipay のように、あるサービスを補完する決済サービスがアジア各国で一気に拡大してキャッシュレス化が進展すれば、日本はキャッシュレス化の進展において新興国にも劣後することとなる。

日本のキャッシュレス化推進は不可欠な取組

日本がキャッシュレス化というグローバルな方向性から取り残されるということは、I 章で指摘した通り、インバウンド消費獲得の機会を失うことのみならず、現金社会コストを負い続けなければならないこと、決済情報を活用したマーケティングの高度化の観点においても諸外国に遅れをとることを意味する。一方で、金融機関の支店・ATM 網の縮小が顕現化していくことで現金決済の優位性は崩れていくことになる。好むと好まざるに関わらず、キャッシュレス化の推進は今後日本が直面する課題を乗り越える上で不可欠な取組と言える。

日本国内どこでも使える決済サービスが生み出されることが重要

日本がキャッシュレス化を進展させるためには、早期に店舗等におけるキャッシュレス決済環境を整え、現金決済に対するキャッシュレス決済の優位性を構築する必要がある。決済環境の整備においては、消費者が日本国内どこでも利用できるキャッシュレス決済サービスとなっていることが重要である。しかし、

<sup>21</sup> 新興国において、段階的な発展を経ず、最先端の技術やサービスが一気に広がること。



消費者は引き続き利用する決済サービスを決める選択肢を持つ	例えば利便性の高い新たな決済サービスが開発されたとしても、手数料負担の増加を避けたい店舗や依然としてキャッシュレス決済の導入を躊躇している店舗が大多数であることから、各事業者が自力で加盟店を獲得し、日本全国に展開していくことは時間とコストの観点からも非現実的である。
大手事業者間の連携による統一感のあるキャッシュレス決済インフラの整備が必要	また、II章で述べたように、様々な事業者が決済サービスを提供してきた日本では、消費者がその多様な選択肢の中から利用するサービスを自分で選ぶことが当たり前となっている。その日本の消費者にとって、選択肢を与えられず、全員が同一のキャッシュレス決済サービスの利用を強いられる状況は受け入れられない可能性が高い。日本では、引き続き多様な事業者が自社の顧客を囲い込むために様々なキャッシュレス決済サービスを提供し、消費者はその中から自分で利用するものを決める選択肢を持つ状態が継続する可能性が高いと考えられる。
消費者にとっての一貫性と加盟店にとっての汎用性が重要	つまり、日本のキャッシュレス決済環境の整備に求められることは、消費者に選んでもらえるよう各事業者が他社との差別化を図る競争領域を維持しつつ、大手事業者の連携によるキャッシュレス決済インフラの整備を通じて日本の決済のスタンダードを創出することである。米国やスウェーデンでは、競合関係にある大手銀行団の協調により、個人間送金の分野では Zelle や Swish といった新たな決済サービスが創出され、キャッシュレス化に貢献している。日本では、対面決済の分野において、日本のスタンダードの創出に向け金融機関に限らず小売や外食事業者等店舗を持つ様々な業態が協調し、支払いが行われるあらゆる場所において統一感のあるキャッシュレス決済インフラを整備することが必要なのではないだろうか。そのインフラを土台として、様々な決済サービスが競争することで、キャッシュレス化も進展していくのではないだろうか。
各事業者は中長期的視点で果敢な決断をすべき	加えて、そのキャッシュレス決済インフラ上で様々な決済サービスが提供されても、加盟店への重複的な負担とならない仕組みも合わせて構築されることが望ましい。日本のキャッシュレス環境整備において重要なことは、同一のキャッシュレス決済サービスをどこでも使えるという消費者にとっての利便性の高さと、一つのキャッシュレス決済インフラを整備すればあらゆる決済サービスに対応できるという加盟店にとっての汎用性の高さを両立させることであると考えられる。
政府のイニシアティブが必要な局面も	しかし、キャッシュレス化という方向性は同じでも、キャッシュレス化によって得られるメリットは業界によって異なるため、金融機関や小売事業者含めて幅広い事業者が、それぞれの意向を尊重しながら、統一感のあるキャッシュレス決済インフラの整備に向けて連携していくことは容易ではない。キャッシュレス社会のメリットを享受できるようになるまでには、相応の時間を要することが想定される中、各事業者には今の日本の決済市場が置かれている状況を踏まえ、中長期的視点にたった果敢な決断が求められる。I章で説明したキャッシュレス社会のメリットを日本の社会全体で享受するためには、今までの概念を越えた幅広い事業者間の協働が必要不可欠となるだろう。
	また、多くの業界・業態が関与することになるため、関係者間の利害調整が必要となることも想定され、その際には、政府のイニシアティブが必要となる局面もあるだろう。加えて、日本の隅々までキャッシュレス決済インフラを整備するために、その導入・利用に際して、店舗側に発生するコストを政府として負担

することができれば、キャッシュレス決済環境の整備もよりスムーズに進展していくと考えられる。政府が実施している種々の中小企業支援施策の一環で、コスト負担能力の低い中小の小売・飲食店等に対して、キャッシュレス決済インフラの整備に関する補助金を交付する等のサポートを実施することは、キャッシュレス社会の実現に資するだけでなく、日本全体の生産性向上にも繋がる政策となる。

ポイントプログラムを活用して個別事業者に負担を課すことは適切ではない

IV章で述べたように、統一感のあるキャッシュレス決済環境が整った上で、消費者にキャッシュレス決済を選択させるためには現金と比較した優位性を構築する必要がある。現状、日本ではカード会社が利用代金に応じて付与するポイントプログラムが、現金決済にはない経済的メリットを享受できるものとして消費者がキャッシュレス決済を利用する主なインセンティブになっている。このポイントプログラムによるインセンティブ効果を更に高めるためには、消費者への経済的メリットを増加させることが必要となる。しかし、ポイントプログラムは本来カード会社や小売事業者等が自社顧客を囲い込むための戦略として自ら費用を抛出して運営しているものである。そのため、日本の消費者全般を対象としてキャッシュレス決済の優位性を向上させることを目的に、従来のポイントプログラムを活用して個別事業者に追加負担を期待することは難しいと考えられる。

強行なキャッシュレス化推進は混乱を招く可能性あり

海外諸国では、キャッシュレス決済の優位性を高めることを目的として、政府による電子決済促進策や現金決済抑制策が実施されている(【図表 41】)。日本でも、このようなキャッシュレス推進政策は大きな効果を生むことが想定される。しかしながら、日本においてキャッシュレス化を強行に推し進めれば、これまで現金社会システムを支えてきた業界や現金決済の高い優位性に慣れた消費者に大きな混乱を招く可能性がある。

【図表 41】 海外諸国の主なキャッシュレス化推進政策

	国	概要
電子決済促進策	韓国	■ 利用額に応じた所得控除やカード領収書を活用したくじ制度を含むクレジットカード利用促進政策
現金利用抑制策	ベルギー、フランス、イタリア	■ 現金による高額取引の禁止 ■ ベルギー: 3,000ユーロ、フランス: 1,000ユーロ、イタリア: 1,000ユーロ
	EU、インド、シンガポール、カナダ	■ 高額紙幣の廃止 ■ EU: 500ユーロ、インド: 1,000ルピー、500ルピー、シンガポール: 10,000シンガポールドル、カナダ: 1,000カナダドル
	スウェーデン、ノルウェー、ニュージーランド	■ 小額硬貨の廃止 ■ 現金で支払う場合、最小桁を四捨五入等の方式で丸める手法が採用されるケースが多い(電子決済の場合はそのまま)

(出所) みずほ銀行産業調査部作成

キャッシュレス化の進展は、現金社会システムを支える業界に大きな影響

既に述べたように、現在の日本の現金社会システムは、利便性の高い金融インフラを構える金融機関のみならず、より機能性を高めるために ATM 自体の改良を重ねてきた ATM 製造メーカー、ATM や小売店舗等から現金輸送を行う警備保障会社等様々な事業者によって支えられている。治安の良さや少ない偽札流通量も含め、この現金社会システムは他の国にはない国家全体としての努力の結果と言える。しかし、キャッシュレス化が進展すると、このシステムを支えてきた業界の現金決済関連事業の縮小は避けられない状況となる。

現金決済の優位性の低下は、消費者の反発を買い、高齢者が決済にアクセスできない事態に

また、現金決済の優位性が高く維持されてきた日本において、突如として現金利用抑制策が実施され現金決済にディスインセンティブが与えられることになれば、現金決済を好んで利用する消費者から強い反発を買い可能性が高い。更に、今後高齢化が一層進行していく日本において、強制的に現金利用が抑制されることは、IT 弱者とも言われる高齢者の多くがキャッシュレス決済に対応できずに、決済という基本的な金融サービスにアクセスできない事態に繋がる虞もある。

キャッシュレス決済の優位性の構築には、政策的な準備が必要

つまり、これまで現金社会システムを支えてきた業界や社会への影響を見定めるとともに、キャッシュレス決済文化の醸成や高齢者へのサポート等、現金社会からキャッシュレス社会への移行に向けた準備を政策的に進めることが、日本におけるキャッシュレス決済の優位性構築に向けた優先課題となる。その上で、韓国が実施したような電子決済促進政策によりキャッシュレス決済にインセンティブを与えるとともに、現金利用抑制策を実施すれば、消費者にキャッシュレス決済を選択させる際の抵抗感を大きく和らげることが可能となるだろう。

キャッシュレス社会の実現は国全体としての課題

キャッシュレス決済の優位性構築の観点で、キャッシュレス社会への移行に向けた準備は慎重に行う必要がある一方、金融機関が今の支店・ATM 網を維持し、従来通りに金融サービスを提供することが困難になりつつある中、全ての国民に対する利便性の高い決済環境の提供を維持するための取組は、早急に取り組むべき国全体としての課題と言える。更に、I 章で説明した通り、日本におけるキャッシュレス化の意義の一つであるインバウンド消費獲得の機会として、2020 年の東京オリンピック・パラリンピックが一つのターゲットとなっていることから、外国人観光客に対するキャッシュレス決済環境も早期に整備することが求められる。よって、金融機関を中心とした民間企業が主導し、状況に応じて政府の力も活用しながら統一感のあるキャッシュレス決済インフラの構築を目指すことが、先行して対応すべきインバウンド消費獲得含め、日本のキャッシュレス化に向けた至上命題となろう。同時に、社会全体でキャッシュレス決済文化を醸成し、キャッシュレス社会を迎える準備を迅速かつ丁寧に進めることが求められる。

キャッシュレス社会への移行が実現すれば、他の国に対する大きな示唆に

日本ほど高度に現金決済システムが構築されている国は存在しない。よって、日本が目指すキャッシュレス社会への道のりは、他の国が歩んできたものとは異なるものとなる。国民や周辺産業への影響が複雑である分、官民一体となり日本社会全体で取り組むことが必要であろう。高度な現金決済社会を実現してきた日本が効率的なキャッシュレス社会への進化を実現できれば、日本は決済先進国としての地位を改めて確立できるとともに、これからキャッシュレス化を目指す他の国に対しても大きな示唆を与えるものとなる。

みずほ銀行産業調査部  
事業金融開発チーム 堀 加奈子  
kanako.b.hori@mizuho-bk.co.jp

## 【主要参考文献等】

## 1. 書籍・資料等

- 淵田康之「キャッシュフリー経済」(2017) 日本経済出版社
- ケネス・S・ロゴフ「現金の呪い」(2017) 日経 BP マーケティング
- 一般社団法人 全国銀行協会「平成 27 年版決済統計年報」
- 日本銀行「金融システムレポート」(2017 年 10 月)
- 日本銀行「BIS 決済統計からみた日本のリテール・大口資金決済システムの特徴」(2017 年 2 月)
- 日本銀行「最近のデビットカードの動向について」(2017 年 5 月)
- VISA「キャッシュレスシティ: デジタル決済がもたらす恩恵の実現」
- みずほ銀行「日本産業の中期見通し 一向こう 5 年(2017-2021 年)の需給動向と求められる事業戦略」『みずほ産業調査 56 号』(2016 年 12 月 29 日)
- みずほ銀行「Digital Bank がもたらす金融サービスのデジタル化 ～国内金融機関に求められる Digital Bank の活用～」『Mizuho Industry Focus Vol. 204』(2018 年 1 月 16 日)

## 2. ホームページ、リリース資料等

- 日本カードセキュリティ協議会 (<http://www.jcdsc.org/>)
- 一般社団法人 全国銀行協会 (<http://www.zenginkyo.or.jp/>)
- 信金中金 地域・中小企業研究所 (<http://www.scbri.jp/>)
- 全国信用協同組合連合会 (<http://www.zenshinkumiren.jp/>)
- 労働金庫連合会 (<http://www.rokinren.com/>)
- JA バンク (<http://www.jabank.org/>)
- IMF, *Financial Access Survey* (<http://data.imf.org/FAS>)
- 日本デビットカード推進協議会 (<http://www.debitcard.gr.jp/>)
- 一般社団法人日本資金決済業協会 (<https://www.s-kessai.jp/>)
- Venmo (<https://venmo.com/>)
- Zelle (<https://www.zellepay.com/>)
- Paym (<https://paym.co.uk/#>)

©2018 株式会社みずほ銀行

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、弊行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、弊行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされますよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士等にご相談のうえお取扱い下さいますようお願い申し上げます。

本資料の一部または全部を、①複写、写真複写、あるいはその他如何なる手段において複製すること、②弊行の書面による許可なくして再配布することを禁じます。

**MIZUHO**



**One**MIZUHO  
未来へ。お客さまとともに

