

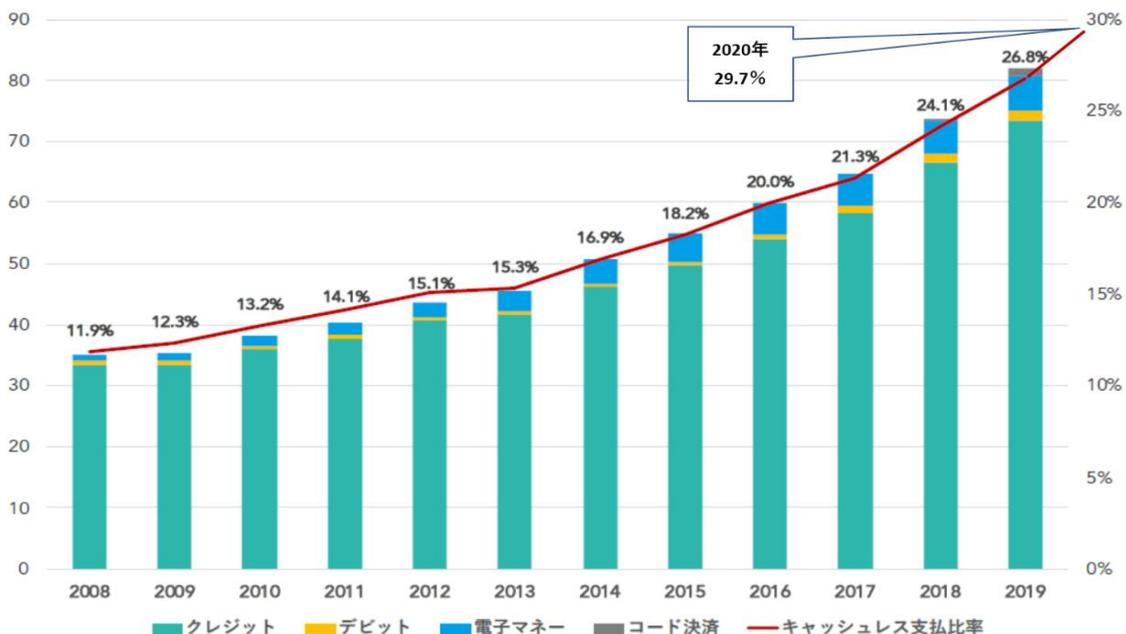
## コード決済無料期間終了で各社に新たな動き

### ◆新型コロナウイルスの流行で、キャッシュレス化にも影響が

諸外国に比べて、決済手段としてのキャッシュレス比率が低いとされる日本だが、政府はその日本のキャッシュレス比率を2025年に40%に高める目標を設定している。18年10月の消費税率引き上げの際に、“TOKYO 2020”オリンピック・パラリンピックでの訪日外国人の利便性向上と、消費税率引き上げによる経済のマイナス面を下支えする政策として実施されたのが、キャッシュレス決済の「ポイント還元事業」（19年10月～20年6月：手数料上限3.25%）だ。これを機にキャッシュレス化を一気に進めようという目論見だったが、新型コロナウイルスのパンデミックのため、オリ・パラの開催は1年延期となり海外からの一般客の受け入れはストップ、開催方法も原則無観客での開催となってしまった。

そのため、20年の日本の民間最終消費支出に占めるキャッシュレス決済の比率は過去最高を更新したものの、前年比2.9ポイント増の29.7%に留まった。

キャッシュレス支払額と民間最終消費支出に占める比率



(出典<sup>1</sup>) 民間最終消費支出 (名目)：内閣府「国民経済計算 (GDP 統計)」  
 クレジットカード：日本クレジット協会「クレジット関連統計」  
 デビットカード：日本銀行「決済動向」  
 電子マネー：日本銀行「電子マネー計数」  
 コード決済：キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」

出所：一般社団法人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2021」

その20年のキャッシュレス決済の内訳は、クレジットカードが25.8%（前年比1.8ポイント増）、電子マネーが2.1%（同0.2ポイント増）、コード（スマホ）決済が1.1%（同0.8ポイント増）、デビットカードが0.8%（同0.2ポイント増）だった。クレジットカードのシェアが高かったのは、巣ごもり需要でのネットショッピングでの利用が後押ししたものだ。コード決済は18年にはほとんど実績がなかったものが、19年に0.3%、20年に1.1%と伸長しているが、コロナ禍のため、主力となる対面決済での利用が期待されたほど伸びなかったとも考えられる。

### ◆各社の決済手数料改定と外資の新規参入の動き

これまで楽天ペイ（手数料3.24%）を除き、シェア拡大のため決済手数料を無料としてきたスマホ決済各社だが、4割強のシェアを持つPayPayは年商10億円未満の中小店舗向け決済手数料を予定通り10月1日から有料化する。月額1,980円（税別）の「PayPayマイストア

決済システム利用料			
PayPay	スマホ決済 会社A	スマホ決済 会社B	クレジットカード 会社
1.60 or 1.98%	3.24%	2.60%	2.50~3.75%

出所：PayPayのニュースリリース

ライトプラン」への加入を条件に手数料を決済金額の1.6%（未加入1.98%）とし、同じグループのLINE Payは1.98%へ有料化する。ライバルのd払いは10月から2.6%の手数を徴収する予定だったが、新規加盟を9月以降に申し込んだ場合、22年9月末まで無料にするとし、同様に有料化予定だったau PAYも手数料の無料期間を10月から1年間、延長すると急遽方針変更を発表した。

これまで手数料なしで利用してきた中小の事業者にとって1.6%超の手数料の負担はかなり大きい。従来手数料が有償だった楽天ペイは10月から新規の中小の手数を1年間無料化すると発表している。有料化するPayPayも10月からの半年間は手数料を上回る決済額の3%を還元するキャンペーンを実施する。

スマホ決済には新たな参入の動きもある。流通最大手のイオンが「イオンペイ」の名称でスマホ決済サービスを9月から開始し、ネット通販など既存のサービスと一体で使えるようにする。またITの巨大企業Googleは送金アプリのPring（プリン）を、ペイパルはペイディを買収し、何れも日本市場に本格参入する。

デジタル化の窓口のキャッシュレス決済の成長が加速するかどうかは、健康保険証、運転免許証などとの一体化をはかろうとしているマイナンバー活用にも影響を及ぼす。この秋からのコード決済各社の動向に注目したい。 【森山博之】