

キャッシュレス普及に一役

〈2020年6月29日付 朝日新聞朝刊3面より〉

●記事と下の「言葉の解説」を読んで、次の問いに答えなさい。

1 2020年6月末に終わったポイント還元制度についてまとめた次の文中の①～⑥にあてはまる語句を語群から選びなさい。

19年10月の(①)に合わせて始まったポイント還元制度は、(①)の影響を受けやすい(②)の売り上げの下支えと、キャッシュレス決済の普及を促した政策だ。新型コロナウイルスの感染拡大をきっかけに、接触を減らす点からも注目が高まる。(③)は制度に参加する登録店舗数を、対象となる約200万店の約2割と想定していたが、最終的に6割弱の約115万店まで達した。政府は普及率を25年に40%、将来的に(④)%にする目標を掲げる。ただ、今の勢いが続くかは不透明だ。店側が(⑤)に支払う手数料は主要国より高く、導入時の壁になってきたからだ。一方、ここ数年で台頭してきたQRコード決済では、各(⑤)がそれぞれ専用のQRコード規格を使っている。これが店側の負担になり、(⑥)にも不便だとされてきた。このため、総務省は20年度から統一規格「JPQR」を本格導入する。

語群〔 消費者 決済事業者 80 中小店舗 消費増税 経済産業省 〕

2 記事には、ポイント還元制度が終わる7月以降、キャッシュレス決済の普及の流れが鈍る可能性があると考えられます。普及の流れが鈍ると考えられる理由を、簡単に説明しなさい。

3 ポイント還元制度はキャッシュレス決済の普及にどのような効果があったと考えますか。あなたの考えを、100字程度で書きなさい。

言葉の解説

- *QRコード……白黒のモザイク模様で情報を表す四角いコード。1994年、デンソーウェーブ(当時は自動車部品大手・デンソーの一部門)が開発。もともとは工場での生産管理用だった。QRはクイック・レスポンスの略。
- *JPQR……「一般社団法人キャッシュレス推進協議会」が策定したQRコード決済の統一規格。QRコードを統一することで店側の負担を減らし、キャッシュレス決済をより普及させるねらいがある。

キャッシュレス普及に一役

〈2020年6月29日付 朝日新聞朝刊3面より〉

解答

- 1 2020年6月末に終わったポイント還元制度についてまとめた次の文中の①～⑥にあてはまる語句を語群から選びなさい。

19年10月の(① **消費増税**)に合わせて始まったポイント還元制度は、(①)の影響を受けやすい(② **中小店舗**)の売り上げの下支えと、キャッシュレス決済の普及を促した政策だ。新型コロナウイルスの感染拡大をきっかけに、接触を減らす点からも注目が高まる。(③ **経済産業省**)は制度に参加する登録店舗数を、対象となる約200万店の約2割と想定していたが、最終的に6割弱の約115万店まで達した。政府は普及率を25年に40%、将来的に(④ **80**)%にする目標を掲げる。ただ、今の勢いが続くかは不透明だ。店側が(⑤ **決済事業者**)に支払う手数料は主要国より高く、導入時の壁になってきたからだ。一方、ここ数年で台頭してきたQRコード決済では、各(⑤)がそれぞれ専用のQRコード規格を使っている。これが店側の負担になり、(⑥ **消費者**)にも不便だとされてきた。このため、総務省は20年度から統一規格「JPQR」を本格導入する。

語群〔 消費者 決済事業者 80 中小店舗 消費増税 経済産業省 〕

- 2 記事には、ポイント還元制度が終わる7月以降、キャッシュレス決済の普及の流れが鈍る可能性があるとあります。普及の流れが鈍ると考えられる理由を、簡単に説明しなさい。

(例)

これまで低く抑えられていた手数料が、ポイント還元制度の終了によって上がると、中小の店舗では負担が重くなり、キャッシュレス決済をやめる店が出てくるから。

- 3 ポイント還元制度はキャッシュレス決済の普及にどのような効果があったと考えますか。あなたの考えを、100字程度で書きなさい。

(例1) キャッシュレス決済比率が前年より上がったので、キャッシュレス決済の普及に一役買ったと考える。CMなどでQRコード決済も幅広い世代に知られるようになったので、今後もキャッシュレス決済は増えていくだろう。

(例2) キャッシュレス決済の普及はある程度進んだかもしれないが、QRコード決済の必要性を感じないと答える店もあるので、今後は鈍るのではないかと懸念される理由を答える。普及を進めるには、中小店舗の負担が重ならないよう手数料を下げるべきだ。

解説

- 1 記事を参考に空欄を埋める。新型コロナウイルスへの感染対策として、キャッシュレス決済が注目されている。小規模店などにキャッシュレス決済システムを提供する企業が加盟店のデータを分析したところ、キャッシュレス決済件数が現金利用を上回る店は3月下旬まで20%台前半。ゴールデンウィーク直後には27%へ伸びたという。
- 2 記事3～7段目「補助終了ならやめる店も」の見出しの箇所から、普及が鈍ると懸念される理由を答える。
- 3 記事1段目にある通り、巣鴨地藏通り商店街にある店でも、キャッシュレス決済の売り上げが伸び、必要性を感じる店と、比率が低く、必要性を感じない店があり、受け止め方は異なる。

SAMPLE

キャッシュレス普及に一役

消費増税対策 ポイント還元あす終了

キャッシュレスで決済したら、支払額の最大5%分のポイントが還元される政府の制度が6月末に終わる。昨年10月の消費増税に合わせて始まり、この9カ月間で目的の一つだったキャッシュレス決済の普及はある程度進んだ。ただ、7月以降はその流れが鈍る可能性がある。

(益田暢子、鈴木友里子、久保智)

対象の6割 15万店が登録

お年寄りが客の多くを占める東京・巣鴨地蔵通り商店街では、高齢者でもキャッシュレス決済が増えることを見て、振興組合主導で決済用端末の導入を進めた。日本茶販売店を営む塩原有輝さん(37)もクレジットカード決済に加えて、昨年秋にスマホを使うQRコード決済を導入。当時、キャッシュレス決済は売り上げ全体の1割ほどだったが、今年4月には全体の2割を占めた。「現金だけでなく、お客に店が選ばれない時代が来る」と話す。

ポイント還元制度は、増税の影響を受けやすい中小店舗の売り上げの下支え

補助終了ならやめる店も

政府は普及率を25年に40%、将来的に80%にする目標を掲げる。ただ、今の勢いが続くかは不透明だ。店舗が決済事業者を支払う手数料は主要国より高く、導入時の壁になってきたとされる。経産省は還元制度の間、小規模事業者で

対象は中小店舗で、還元率は商店街などの個人店が5%、コンビニなどのチェーン店は2%。経済産業省は制度に参加する登録店舗数を、対象となる約200万店の約2割と想定していたが、最終的に6割弱の約115万店まで達した。4月中旬までの還元対象の決済額は8・5兆円だった。実際、利用も増えている

今回のポイント還元事業で政府は、事務作業を「一般社団法人キャッシュレス推進協議会」に19年度約190億円、20年度約149億円を委託。だが協議会は、19年度はその98%にあたる186億円で業務の大半を電通など3社に再委託した。法律で義務づけられた決算公告もしておらず、新型コロナ対策の

電通などに再委託 給付金事業と同様

「持続化給付金」に絡む電通などの「中抜き」問題と同じ構図だったことが分かってい

「このような態勢で事業を受託する場合は事業者側の判断。適切なプロセスと仕事の実態に応じた支払いがされている限り、特段の問題はない」との認識を示している。

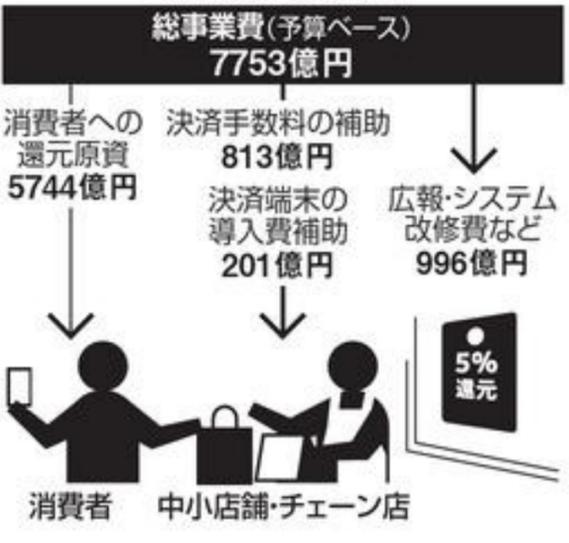
最近では接触を減らす点からコンビニでは、今年5月も注目が高まる。セブンイレブンで45%、ローソンで29%となり、それぞれ昨年9月より10ポイント上昇した。

競争を促す方針だ。一方、ここ数年で台頭してきたQRコード決済では、各決済事業者がそれぞれ専用のQRコード規格を使っている。これが店舗側の負担になり、消費者にも不便だとされてきた。このため、総務省は今年度から統一規格「JPCR」を本格導入するが、最大手の「PayPay」は、専用のQRコードを使う店舗は、手数料を原則無料にする一方、JPCRに乗り換える場合は1・99%の手数料を取る戦略を打ち出した。PayPayは、ポイント還元が始まる前から巨額の費用をかけて加盟店を開拓し、囲い込みを進めてきた。他の決済事業者も使

乗り「されてしまう」との懸念も透ける。ほかの社も手数料率を大幅に下げるキャンペーンを展開し、加盟店を奪い合ってきた。巣鴨地蔵通り商店街にある洋傘店では3社に加盟したが、売り上げ全体に占めるQRコード決済の比率は2%ほど。「必要性はあまり感じない。手数料が上がるタイミングでQRコード決済は1種類程度に絞るつもり」と、店主の小林哲さん(52)は話す。

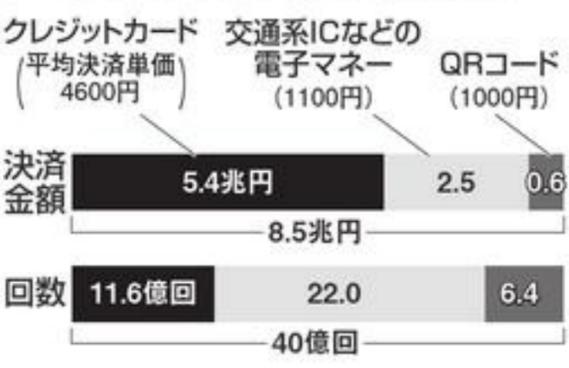
キャッシュレス決済によるポイント還元制度の結果は?

経済産業省の資料から



サービスごとの決済金額と回数

19年10月~20年4月13日。数字は概数



巣鴨地蔵通り商店街の洋傘店には決済用のQRコードが並び、あまり使われていないという17日、東京都豊島区

この手数料率を、7月以降に元に戻す決済事業者もある。特に利益率の低い中小の店舗では、負担が重くのしかかる。ある大手カード会社関係者は「還元事業が終われば、一定数の店舗は離れていく」と見る。経産省は今後も手数料率を低く抑えるため、決済事業者に手数料率の公開を求め、

還元5000億円規模 消費の反動減懸念

増税後の消費の「反動減」を抑え、下支えするというのが本来の目的の効果はどうだったのか。

投じられた税金は、登録店舗数の増加もあって膨れた。19年度と20年度当初予算の計約5500億円では足りず、各年度の補正予算にも追加計上。最終的な総事業費は約7753億円になった。経産省によると、消費者への還元額は4月中旬までで約3530億円。最終的に約5千億円になる見込みだが、ある経済官庁幹部は「効果を計るのは新型コロナの影響もあり、なかなか難しい」と話す。

大和総研の小林俊介シニアエコノミストは「増税後の消費の反動減が起きるタイミングをずらしただけの政策ではなかったか」と指摘する。消費増税前後では、キャッシュレス決済で買いやすい日用品などに需要の変化があまりみられず、「部分的な効果があった」と評価。ただ、6月に家電などで駆け込み需要が起こっている可能性が高く、7月以降の反動減が懸念されるとする。

政府は、9月に始めるマイナンバーカード所有者を対象にした新たなポイント還元策「マイナポイント」事業にも消費喚起効果を見込むが、カードの普及目的の側面が強く、効果は見通せない。