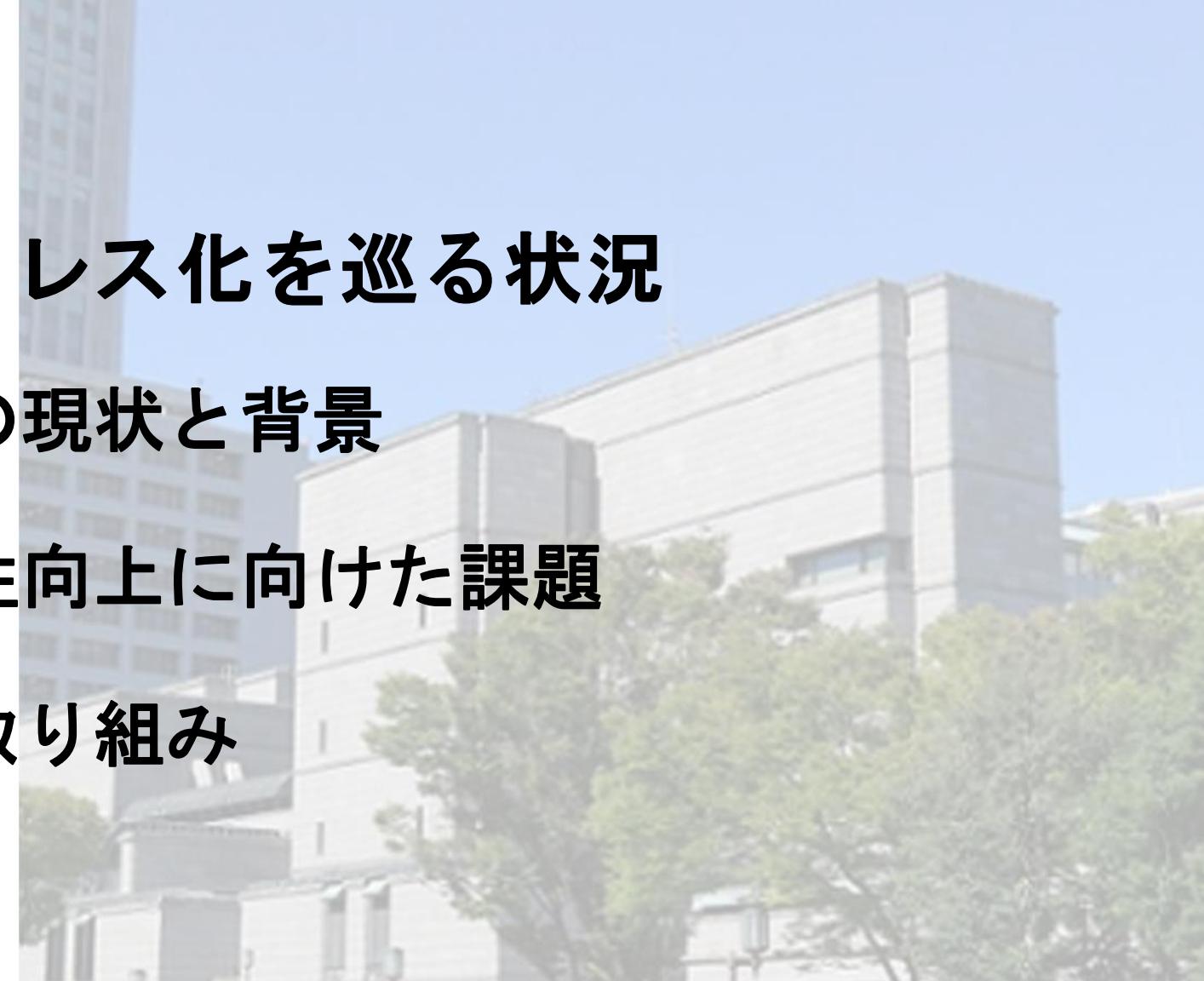




BANK OF JAPAN

# 関西におけるキャッシュレス化を巡る状況

1. キャッシュレス化の現状と背景
2. 更なる普及・利便性向上に向けた課題
3. 事業者等における取り組み



- ・本稿で示された内容や意見は、日本銀行の公式見解を示すものではありません。
  - ・本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行大阪支店までご相談ください。転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。
- 【照会先】  
日本銀行大阪支店営業課 (TEL : 06-6206-7727)

2026年2月3日  
日本銀行大阪支店



## 【要旨】

- 関西では、大阪・関西万博における「全面的キャッシュレス」等を契機として、キャッシュレス決済への関心が高まっている。以下では、関西におけるキャッシュレス化を巡る状況について紹介する。
  - わが国では、インバウンド（訪日外国人）観光客の増加等を背景に、官民でキャッシュレス化に向けた様々な取り組みが行われてきた。関西でも、インバウンド需要や経済的メリットに敏感な消費者の要望等を背景に対応が進められており、キャッシュレス決済比率は上昇している。
  - こうした中、関西の事業者等からは、どこでも利用できるキャッシュレス決済手段の存在や、多数の決済手段が存在することへの対応が課題として挙げられている。また、決済データの活用についても、関係者間での連携が課題として聞かれている。
  - こうした課題に対し、交通機関や観光地では、どこでもキャッシュレス決済を使える環境を目指して取り組みが進められているほか、全面的なキャッシュレス化が行われた大阪・関西万博では、多くの消費者や事業者が利便性を体感した様子がうかがわれた。決済データの活用についても研究開発が進められており、活用事例もみられ始めている。今後もこうした前向きな取り組みが期待される。



BANK OF JAPAN

# 1. キャッシュレス化の現状と背景





BANK OF JAPAN

# キャッシュレス化推進の背景

- わが国では、「インバウンド観光客の増加」への対応や「売上機会の向上、業務効率化」といったメリットを背景にキャッシュレス化が推進されてきた。こうした動きは、「コロナ禍の非接触決済への関心の高まり」も相まって、ここ数年で加速した。

## 背景1：インバウンド観光客の増加



## 背景2：売上機会の向上、業務効率化

### 日本商工会議所（2018年、2019年）

- 顧客の利便性の向上と同時に、レジ対応の省力化、現金残高の確認作業の削減など、事業者側にもメリットが生まれる。
- 中小小売店等は「キャッシュレス決済」に対応しないと、消費者から選ばれない可能性がある。

### 経済同友会（2019年）

- 日本は、経済大国にしては現金使用率が高すぎる。様々な事務負担を生むだけでなく、犯罪を惹起しやすいという点においても、キャッシュレス化を進めるべきだ。

## 背景3：コロナ禍の非接触決済への関心の高まり

### 日本商工会議所（2019年）

- キャッシュレス決済が進んでいる国・地域からのインバウンドが急増するなかで、（各地の商工会議所からの回答によれば）5割近くの地域で対応が行われていない状況が見られる。
- 決済手段としてのキャッシュレス環境など訪日外国人の滞在中の利便性確保が求められる。

### 日本経済団体連合会（2021年）

- デジタル技術の恩恵により、消費者は安全を確保しながら手軽に、オンライン、キャッシュレスで取引や決済を行うようになっている。感染症の拡大が契機となり、（中略）こうした傾向が加速している。

(注) グラフは、訪日外客統計をもとに、四半期ごとの入国者数を示したもの。直近は25/7-9月期。

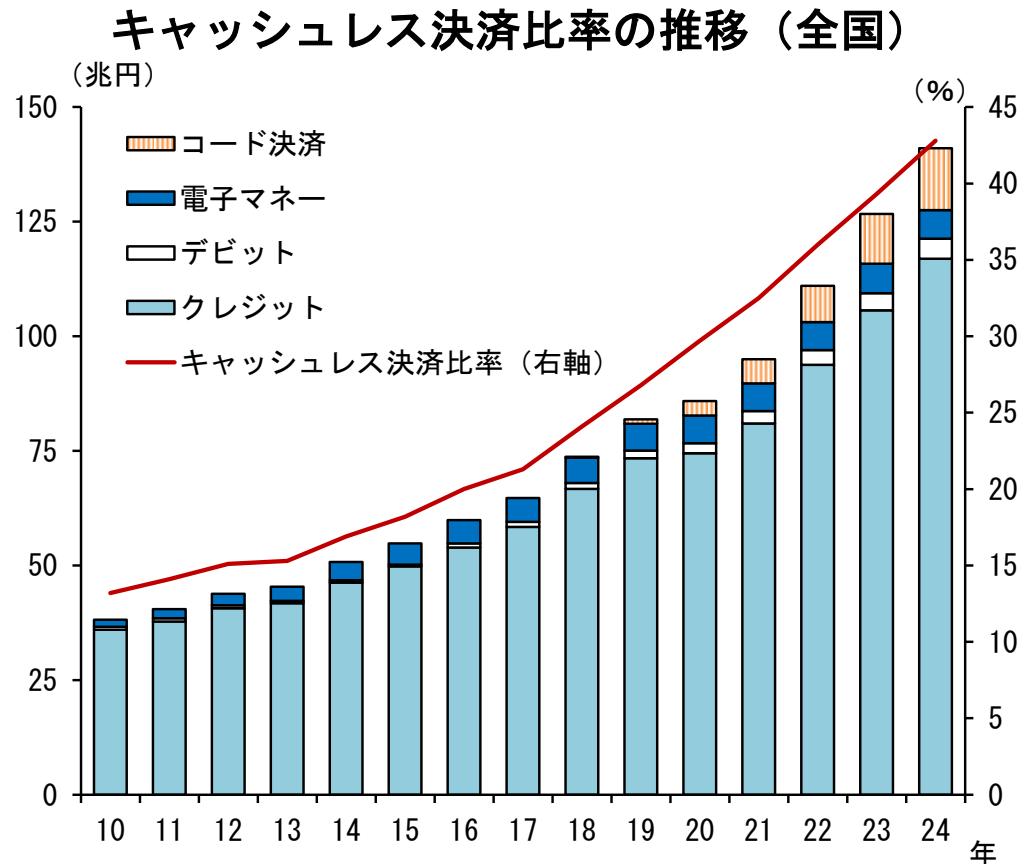
(出所) (独法)国際観光振興機構、日本商工会議所、(公社)経済同友会、(一社)日本経済団体連合会



BANK OF JAPAN

# これまでの政府のキャッシュレス政策

- 政府も2018年に「キャッシュレス・ビジョン」を策定し、大阪・関西万博が開催される2025年までにキャッシュレス決済比率を4割に高めることを目標として設定※。
- 民間での各種施策や、政府のキャッシュレス・ポイント還元事業やマイナポイント事業等の後押しもあり、キャッシュレス決済比率は2024年に4割に到達した。



## これまでの政府の主な方針・施策

### 経済財政運営と改革の基本方針2018

- ・中小企業・小規模事業者のIT・決済端末の導入やポイント制・キャッシュレス決済普及を促進する。

### 経済財政運営と改革の基本方針2019

- ・新規事業者の参入と様々なサービス間の競争を通じた、柔軟で利便性の高いキャッシュレスペイメント手段を実現する。
- ・キャッシュレス・消費者還元事業（中略）により、消費税率引上げ前後の需要変動を平準化し、消費を喚起・下支えする。

### 経済財政運営と改革の基本方針2020

- ・マイナポイントを活用した消費活性化策を着実に実施すること等により消費を下支えする。



キャッシュレス・ポイント還元事業

2019年10月～2020年6月



マイナポイント事業

2020年9月～2021年12月  
2022年1月～2023年9月

(※) 2025年12月、経済産業省は「キャッシュレス推進検討会 とりまとめ」において、2030年にキャッシュレス決済比率65%を達成するという新たな目標を示した。

(出所) 経済産業省、内閣府、総務省

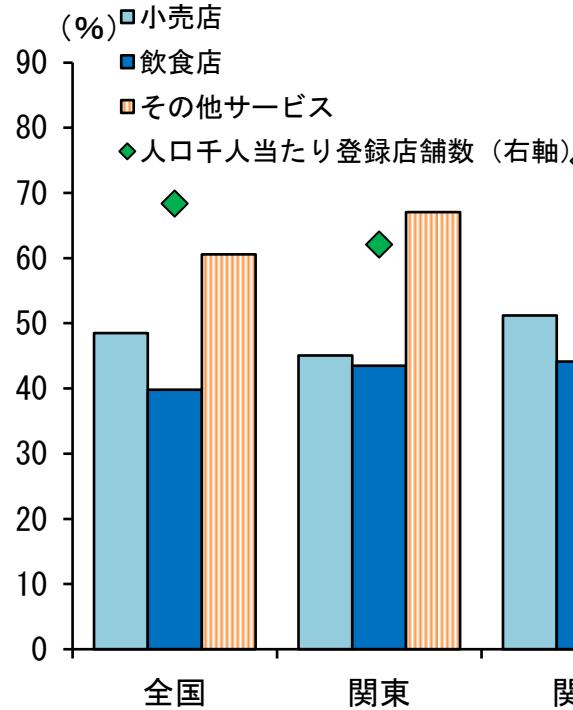


BANK OF JAPAN

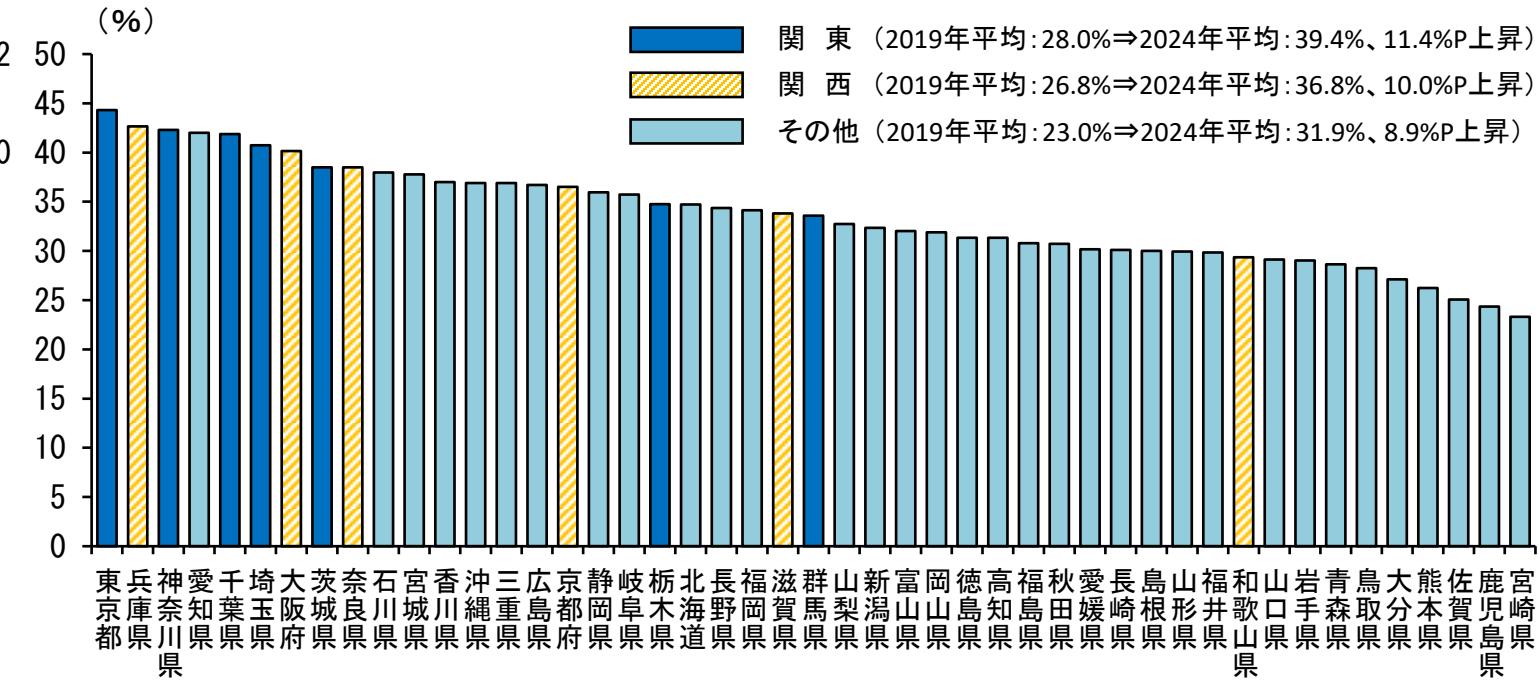
# 関西におけるキャッシュレス化の動向

- 店舗の導入比率をみると、インバウンド観光客の多い関西では、2020年時点において全国や関東対比高く、早い段階から導入が進んでいると考えられる。
- 家計の支出に占める割合をみると、関西での利用割合は全国と比較して高く、数年前と比べてもキャッシュレス化が進捗している様子がみられる。

**キャッシュレス・ポイント還元事業  
の登録店舗比率等 (2020年)**



**1世帯当たりの平均支出額に占める  
キャッシュレス決済の割合 (2024年)**



(注) 左図は、政府の「キャッシュレス・ポイント還元事業」に登録された店舗数を、経済センサス（2021年）の事業所数と国勢調査（2020年）の人口から比率化したもの。  
右図は、全国家計構造調査（2019年、2024年）による。凡例に記載の地域別平均は単純平均。  
関東は1都6県（東京都、茨城県、千葉県、埼玉県、神奈川県、群馬県、栃木県）、関西は2府4県（大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県）、以下同じ。

(出所) 経済産業省、総務省



# 関西の店舗におけるキャッシュレス決済導入の背景

- 全国的に、顧客からの要望がキャッシュレス決済導入の主な理由となっている。
- 関西の店舗でも、インバウンド観光客への対応や経済的メリットに敏感な消費者からの要望が、導入の決め手になったとの声が聞かれる。

## 全国の状況（経済産業省（2023年3月）「キャッシュレスの将来像に関する検討会とりまとめ」）

- 社会全体でのキャッシュレスの普及拡大に伴い、顧客からキャッシュレス導入の要望を受けること、また現金を持たない顧客が増加したこと、（中略）新たにキャッシュレス決済を導入する際の要因となっている。

## 経済団体

- 関西では、インバウンドへの対応のほか、コロナ禍やインボイス・銀行券改刷対応等のイベントにより導入が進展。
- キャッシュレス化はほぼ一巡しており、導入していない先は、利用意向の高い顧客が限定的で、メリットが薄い様子。

## 小売事業者

- 「クレジットカードを使えるようにしてほしい」という顧客からの要望や競合他社の動向を踏まえ、キャッシュレス化を決断。
- 現金ハンドリングコストの低減や働き方改革なども見越してはいたが、定量的に捉えることが難しく、主たる要因となりにくい。

## キャッシュレス事業者（コード決済）

- 他国のコード決済サービスとも提携しており、当社サービスを導入するだけで他国の提携先サービスも利用可能になる。そのため、インバウンドへの対応として導入されるケースが多くみられる。
- 関西は、他地域対比、ポイント還元を伴う営業施策において、加盟店開拓の効果が高い。客から店主に対して「なぜこの店舗ではポイント還元対象のキャッシュレス決済が使えないのか」という声が入ることで、加盟店になるケースが多い様子。

## キャッシュレス事業者（決済代行）

- コロナ禍でキャッシュレス決済が普及したほか、現金の取り扱いに慣れていないインバウンドや、現金を持ち歩かない若者が増加しており、現在ではキャッシュレス決済端末を不要と考える新規店舗は稀である。
- 大阪府内で新たに開店する飲食店のほぼすべてが、何らかのキャッシュレス決済に対応している。



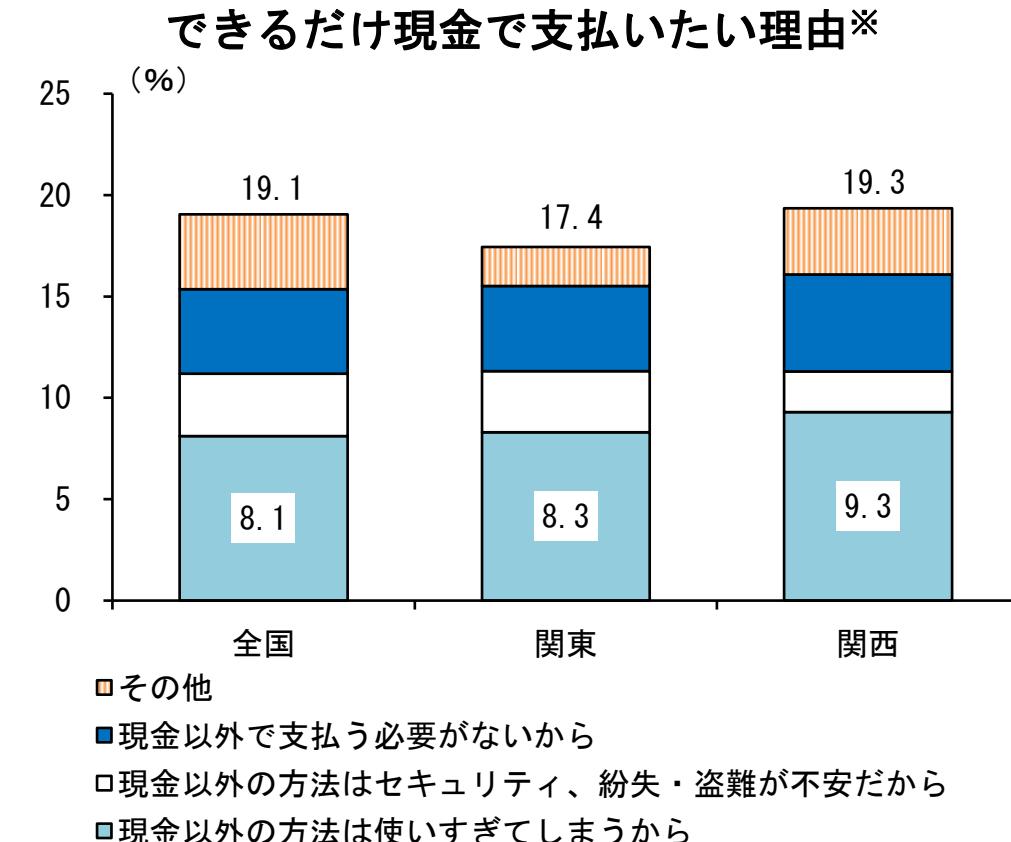
# (参考) 関西の消費者のキャッシュレス決済に対する意識

- ヒアリングからは、関西の消費者は、他地域対比、ポイント還元等の経済的利点を重視し積極的にキャッシュレス決済を利用する層と、過度な支出への懸念から利用を控える層がはっきりと分かれているとの指摘があった。  
——「お金にシビア」と評される関西特有の消費者意識が、キャッシュレス決済の利用動向にも反映されているのではないかとの声もあった。

金融機関
<ul style="list-style-type: none"><li>従来よりも利得性を高めたキャッシュレス決済手段の提供を始めた。この商品の関西での普及率は、全国や首都圏対比で好調であり、ポイント還元等に敏感な関西の気風が表れている。</li><li>関西は、関東対比キャッシュレス決済を使っている人が少ない印象。キャッシュレス事業者が連携して、利便性や安全性等を消費者に伝えることも大切ではないか。</li></ul>

小売事業者
<ul style="list-style-type: none"><li>セキュリティ面や使いすぎに対する不安によって、現金志向が強い若年層もいる。不正利用対策の強化や、若年層へのキャッシュレス教育が進むことにより不安が解消できれば、利用率は一層高まるのではないか。</li></ul>



(※) (公財)NIRA総合研究開発機構の「キャッシュレス決済実態調査2023」の個票データをもとに作成。総数は、最も利用したい支払い手段として「できるだけ現金で支払いたい」と回答した方の割合。

(出所) (公財)NIRA総合研究開発機構、ヒアリング情報



BANK OF JAPAN

## 2. 更なる普及・利便性向上に向けた課題





# キャッシュレス化を進めるうえでの課題（関西事業者の声）

- 関西の事業者や経済団体からは、更なるキャッシュレス化の推進に向けた課題として、「消費者にとって分かりやすく、どこでも利用できる」決済手段が無いことや、キャッシュレス決済手段が多数存在していることが挙げられている。また、決済データの店舗経営への活用のニーズが聞かれつつも、現状では難しいという声が多く聞かれた。

## 消費者の状況に関する声

- 「ややこしくない」「どこでも同じように利用できる」分かりやすいキャッシュレス決済手段が求められている。
- プリペイド型の交通系ICは、高齢者や障がい者でも日常的に使える「シンプルで誰も取り残さない決済手段」として設計しているが、店舗に端末が無ければ利用できない。
- コード決済は、バーコードを見せるタイプの使い方と、QRコードを読取るタイプの使い方があり、これら2つが混在していることにより、どこでも同じように使えないという点に困惑する消費者もいる。

## 店舗の状況に関する声

- 決済サービスを追加、維持するにはコストがかかるため、消費者に普及するか分からぬ段階で、新たな決済サービスに対応することには抵抗がある。
- 決済手数料に加えPOSシステム改修や機器の保守費用等がかさんでいる。スーパーでは、全店舗でのキャッシュレス決済の導入に際して、郊外に小規模店舗を出店する程度の設備投資が必要な事例もみられた。
- 様々なキャッシュレス決済手段を準備するのは手間もかかるため、手数料率が相対的に低く、入金スパンの短いコード決済のみを導入している店舗が多い。

## 決済データの活用に関する声

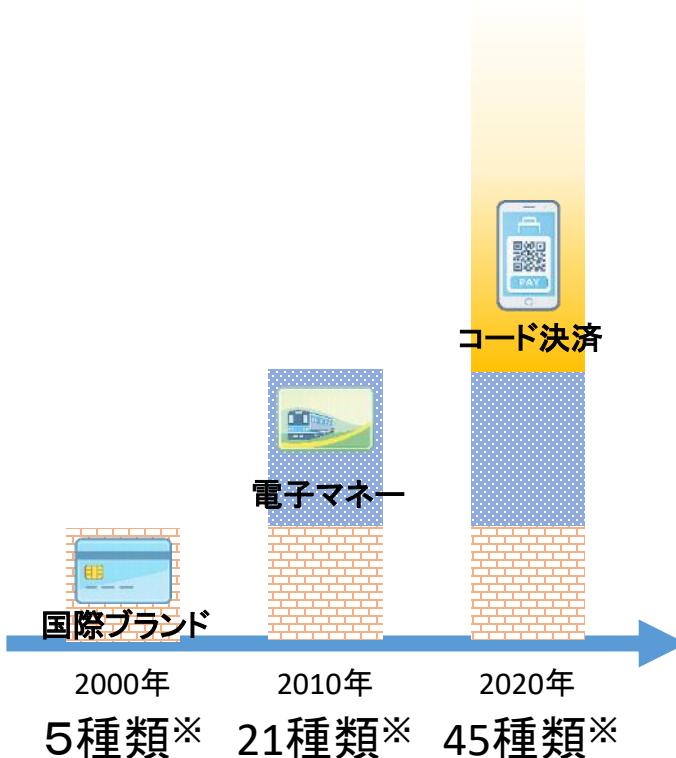
- 現状、キャッシュレス決済は光熱費のようにコストでしかないが、決済データの店舗経営への活用を進めることができれば、小売事業者としても普及させたくなるだろう。
- 決済手段の多様化が進む中でキャッシュレス事業者間の連携ができておらず、消費者の決済行動を時系列で把握することが困難。仕入や販売施策等、店舗経営に役立つ活用が難しい。



# キャッシュレス化を進めるうえでの課題（参考図解）

- キャッシュレス市場では、事業者の新規参入が相次ぐ中で、店舗側の対応コストが増している。
- こうした中、消費者は、店舗が導入しているキャッシュレス決済手段しか利用できず、現金とは異なり、「どこでも利用できる」状況にない。消費者の利便性向上のために多数のキャッシュレス決済手段を導入している店舗もあるが、金銭的・事務的なコストに見合う収益が見込まれないと導入は難しい。
- 決済データは決済手段ごとに蓄積されており、個別の消費動向を統合的に把握しにくい状況にある。

## 増え続けるキャッシュレス決済手段



## 市場構造上の課題イメージ

### 消費者

現金と異なり、どこでも同じように利用できるキャッシュレス決済手段が無いため、「このお店で使えるか？」を確認しなければならない。

相互に関係

### 店舗

「お客様が使いたい決済手段」が分散しており、複数のキャッシュレス決済手段を導入・維持せざるを得ない。

### 決済データ

決済データがキャッシュレス決済手段ごとに蓄積（サイロ化）されており、個別の消費動向を統合的に把握しにくい状況にある。

（※）大阪・関西万博で利用可能な73種類のキャッシュレス決済手段について、各年の年初時点において、日本国内で利用可能だったもの（日本銀行大阪支店調べ）。

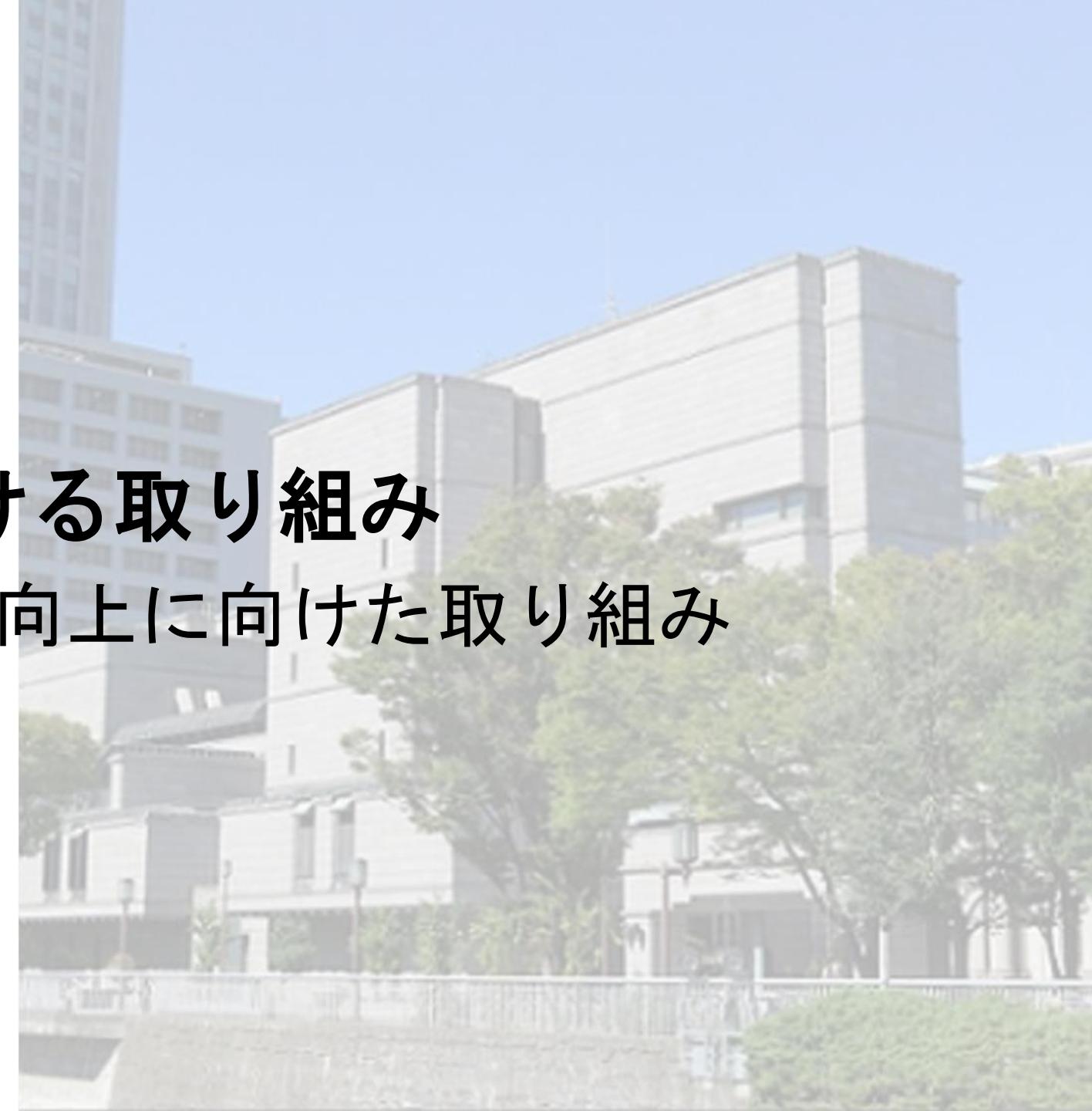
（注）イラストはChatGPTで作成。



BANK OF JAPAN

### 3. 事業者等における取り組み

#### 3-1. 更なる利便性向上に向けた取り組み

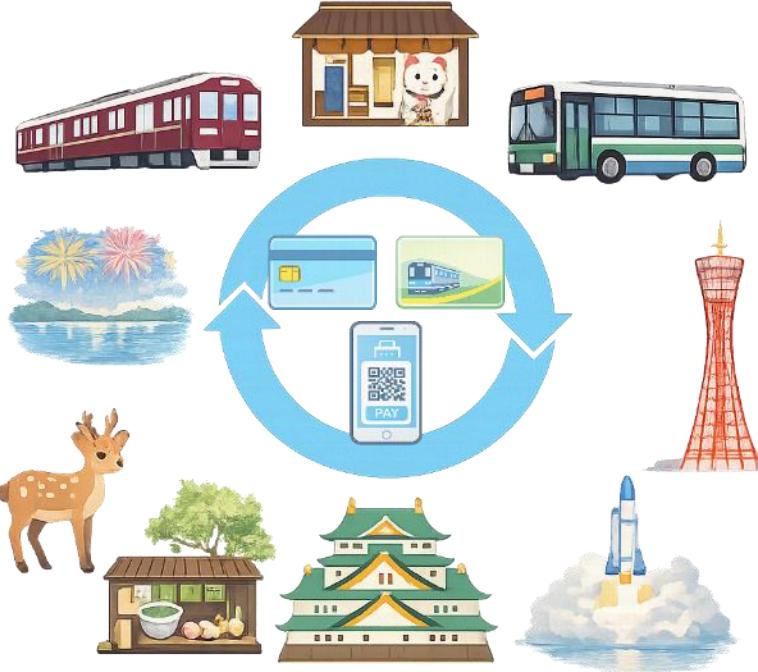




# 関西においてキャッシュレス化を推進している業種

- 関西の交通事業者やキャッシュレス事業者では、「どこでもキャッシュレス決済が利用できる」環境を目指し、キャッシュレス決済の導入・利用比率が相対的に低い、鉄道・バスをはじめとした公共交通機関や、文化財・土産物店をはじめとした観光地でのキャッシュレス化に取り組んでいる。

## 現金を持たずに周遊できる環境



### 交通事業者からの鉄道・バスに関する声

- 足もとの関西地域の鉄道利用者のIC化率は約90%と高水準であるものの、お得な切符等の回数券文化が根付いていることなどから、関東対比やや低い。
- バスのキャッシュレス決済比率は鉄道と比べてかなり低い。キャッシュレス化によって運転手の作業負担を軽減できれば、定時運行率の向上にも繋がる。運転手のなり手が減少する中、運転手の作業負担の軽減や運休・減便の抑制の観点からもキャッシュレス化が期待される。
- 交通各社では、キャッシュレス決済の利便性に加えて、ポイント還元等の利得性を足すことで、利用率向上を目指している。

### キャッシュレス事業者からの観光地に関する声

- 「自宅を出発してから帰宅するまで、カード1枚で支払いを完結できる」仕組みを実現することで、観光客の周遊や購買の利便性を高めることができる。
- すべての方にとって支払いをしやすい環境を整えることで、観光地周辺の消費の活性化に取り組んでいる。

(注) イラストはChatGPTで作成。

(出所) ヒアリング情報

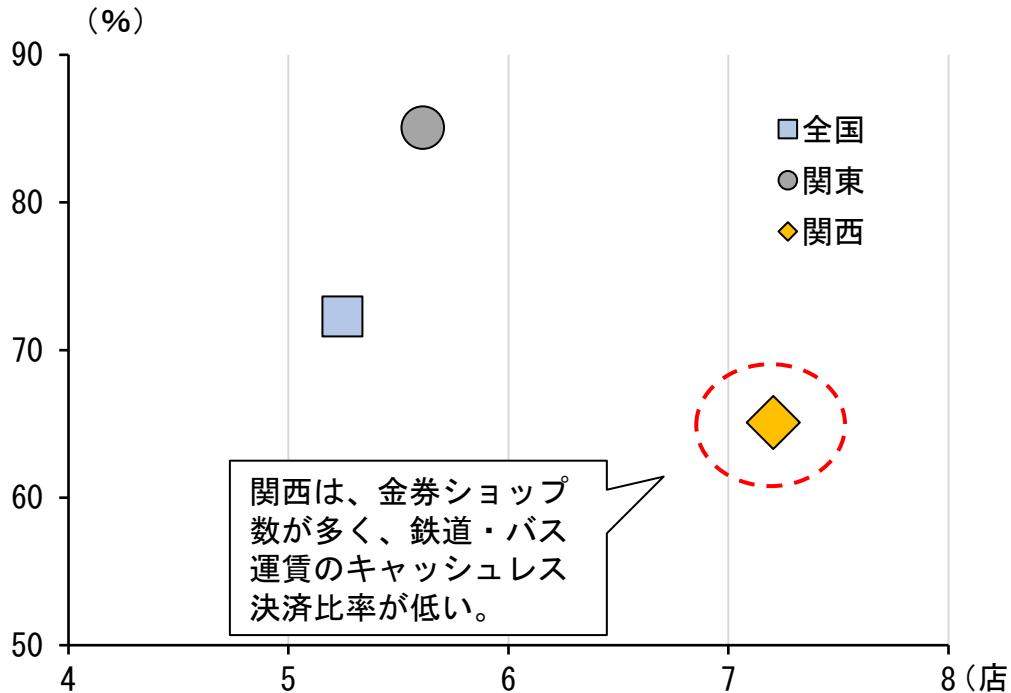


BANK OF JAPAN

# 公共交通機関におけるキャッシュレス化

- 関西の鉄道・バスにおけるキャッシュレス決済比率は、全国や関東と比較して低い水準にある。
- 背景として、利得性に敏感な関西の消費者の特徴が影響していると考えられており、交通事業者では、利得性を向上させることで、キャッシュレス決済の利用率を高めようと取り組んでいる。

## 鉄道・バス運賃のキャッシュレス決済比率と 金券ショップの人口100万人当たり店舗数※



## 主要な交通事業者の取り組み

### スルッとKANSAI協議会

- 当協議会が発行するPiTaPaは国内唯一のポストペイ型の交通系ICカード。
- 個別の交通機関の利用実績に応じて割引するサービスを提供することで、関西の土壤にもマッチさせている。

### JR西日本

- 回数券を廃止する代わりに、交通系ICカード（ICOCA）へのポイント付与を開始。回数券や割引切符と同様の利得性を持たせている。
- コロナ禍を経てキャッシュレス化が進展したことや、汎用的に安価な小型決済端末の普及により、鉄道に加え、街ナカ決済の利用も進んでいる。

(※) (公財)NIRA総合研究開発機構の「キャッシュレス決済実態調査2023」の個票データをもとに、鉄道・バス運賃のキャッシュレス決済比率は、支払いに「クレジットカード」「デビットカード」「プリペイド式の電子マネー」「QRコード・バーコード決済」「スマホやスマートウォッチによるタッチ決済」「NFT・暗号資産」を利用したとする回答を集計。金券ショップの人口100万人当たり店舗数は、2025年11月時点でNAVITIMEに掲載された金券ショップ数を国勢調査（2020年）の人口から比率化。

(注) 「QRコード」は(株)デンソーウェーブの登録商標。

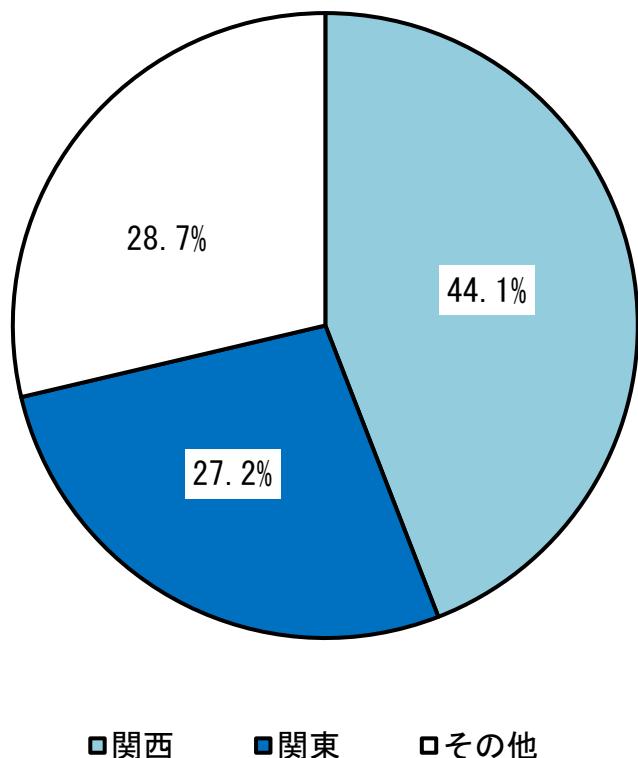
(出所) (公財)NIRA総合研究開発機構、総務省、(株)ナビタイムジャパン、ヒアリング情報



# 観光地におけるキャッシュレス化

- 関西を代表する文化財やその周辺の土産物店では、観光客を中心としたキャッシュレス決済の需要の高まりを受け、キャッシュレス化の取り組みを進めている。
- 地域金融機関でも、取引先支援の一環としてキャッシュレス決済の導入支援を行う事例がみられる。

国宝・重要文化財  
都道府県別指定割合（2026年1月）



## 地域金融機関等の取り組み

### 地域金融機関

- 寺院への拝観料やお守りなどの物販、周辺の土産物店におけるキャッシュレス決済の導入支援を行っている。キャッシュレス決済により、高額な掛け軸などの購入が容易になったことで、売上促進の効果が感じられたという声も聞かれている。
- 近年では、クレジットカードに加え、交通系ICカード決済も導入したことで、より利便性を向上させている。

### キャッシュレス事業者

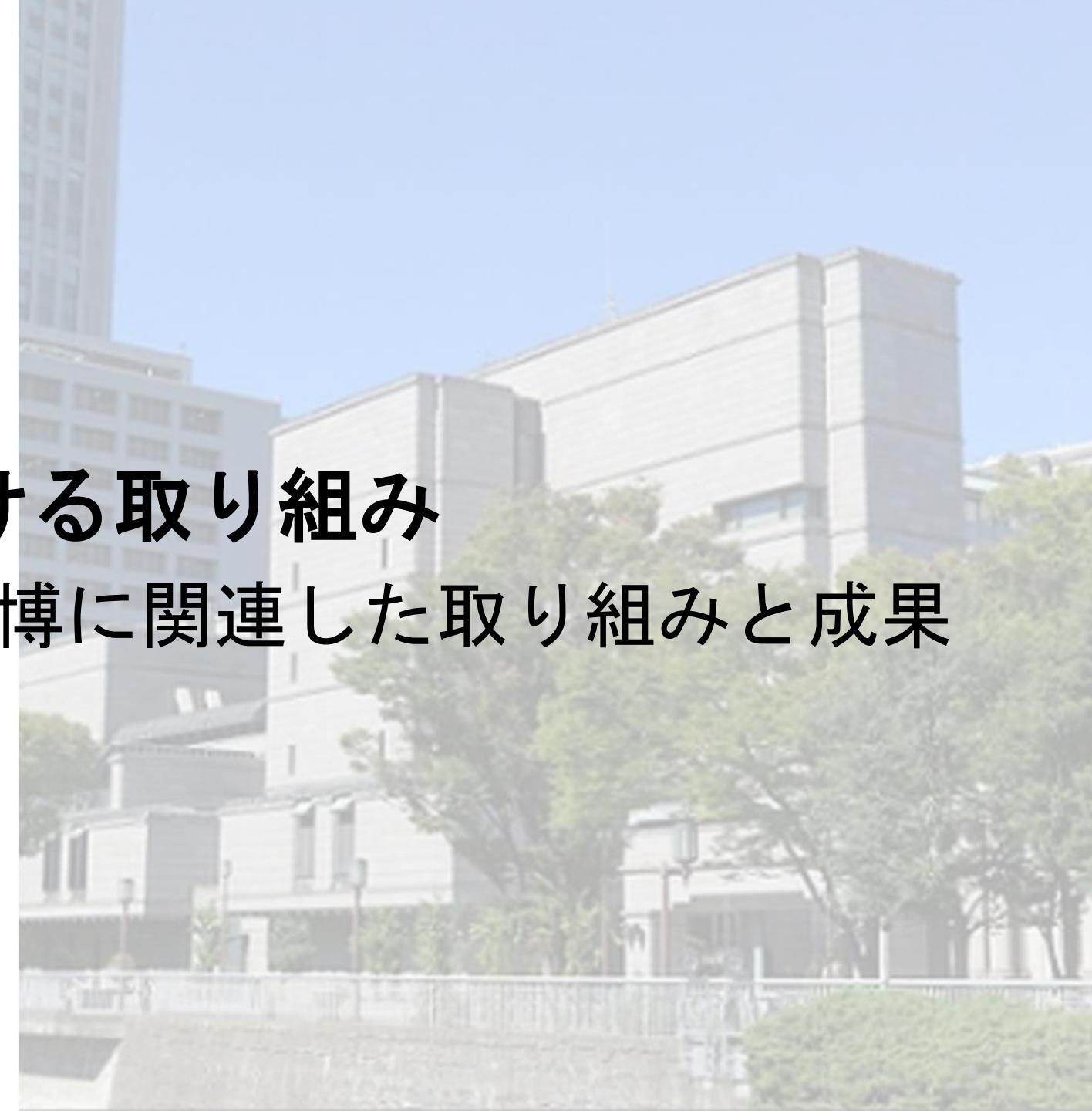
- 神社仏閣や周辺の土産物店を重点開拓領域として位置付け、キャッシュレス化を推進している。
- こうした観光スポットでは、現金を持ち歩いていないインバウンドの存在に加え、金融機関の両替手数料の値上げも重なったことで、キャッシュレス決済の導入に踏み切った事例が多い。



BANK OF JAPAN

### 3. 事業者等における取り組み

#### 3-2. 大阪・関西万博に関連した取り組みと成果





# 大阪・関西万博における全面的キャッシュレス

BANK OF JAPAN

- 大阪・関西万博では、「全面的キャッシュレス」を掲げ、会場内で現金を一切取り扱わない運営を実施。
- 国内最多クラスのキャッシュレス決済手段に対応し、「誰でもキャッシュレス決済を使える」状態を実現。
- 店舗からは、レジ処理の時間短縮やレジ締めの効率化等、メリットを感じられたとの声が聞かれた(BOX2参照)。
- 2,900万人を超える来場者が訪れた中でも、目立った混乱はみられなかった。

## 国内最多クラスの決済手段

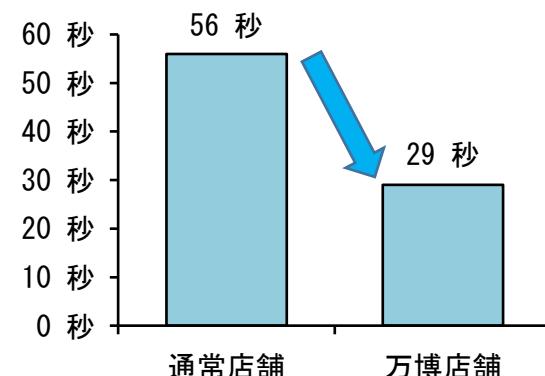
**73** 種類



- ・ 万博会場では、国際ブランドカード、電子マネー、コード決済の計73種類のキャッシュレス決済手段に対応。
- ・ 会場には、ATMと電子マネーカードの販売機・チャージ機を設置し、現金からのチャージも可能とした。

## 店舗運営のメリット

レジ処理の平均時間



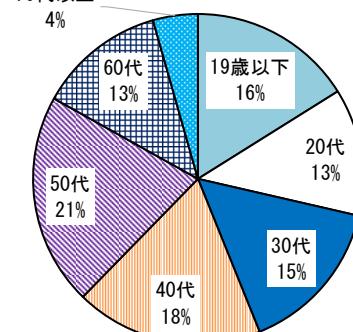
- ・ 会場外の店舗と比べて一会計当たりの所要時間が約半分になるなど、店舗運営上のメリットがみられた。
- ・ 店舗へのアンケートでは、現金を取り扱わることによるセキュリティ向上もメリットとして挙げられた。

## 多数の来場者

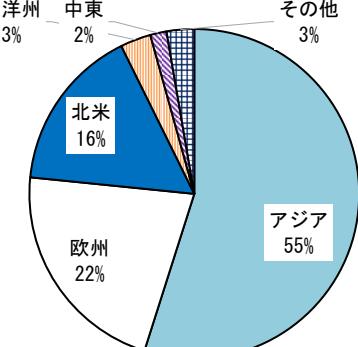
**2,902** 万人



### 年代別来場者比率



### 地域別海外来場者比率



(注) 大阪・関西万博の全面的キャッシュレスに関する具体的な成果については、(公社)2025年日本国際博覧会協会(2025年12月25日)「大阪・関西万博 全面的キャッシュレス決済運用の効果検証報告書(更新版)」参照。来場者数および比率は、同(2025年12月24日)「2025年12月24日臨時理事会資料」による。イラストはChatGPTで作成。

(出所) (公社)2025年日本国際博覧会協会



# (参考) 大阪・関西万博における全面的キャッシュレスの評価

BANK OF JAPAN

## 2025年日本国際博覧会協会

- 現金とキャッシュレス決済が併存する形は運営コストが最も高くなることから、万博会場を「未来社会の実験場」と位置づけ、日本におけるキャッシュレス化を推進することを目的として、万博史上初となる全面的キャッシュレス決済の導入に踏み切った。
- 73種類に及ぶ国内最多クラスのキャッシュレス決済手段を導入し、現金を一切取り扱わない会場運営を実施した。
- 万博会場での決済利用満足度は9割を超え、決済利用者の日常生活におけるキャッシュレス決済の利用意欲の向上にも繋がった。

## キャッシュレス事業者

- 全面的キャッシュレスによる大きな不満は聞こえておらず、利便性を体感した顧客が多いと考えている。
- 現金が全くないことで、多くの人数を捌くことができるほか、レジ締めが圧倒的に早くなることが分かった。人手不足対応の一環としてキャッシュレス決済の有用性が確認できた。

## 金融機関

- 万博の全面的キャッシュレスの取り組みは、世間のキャッシュレス決済に対する抵抗感を減らす効果があったと考えており、先行きのキャッシュレス決済比率の向上に繋がることを期待している。

## 経済団体

- 全面的キャッシュレスの不満がそれほど聞かれていないことは意外。高齢者がキャッシュレス決済に触れる良いきっかけになった。
- 今回の事例を踏まえ、今後「オールキャッシュレスの商業ビル」が登場することも予想される。

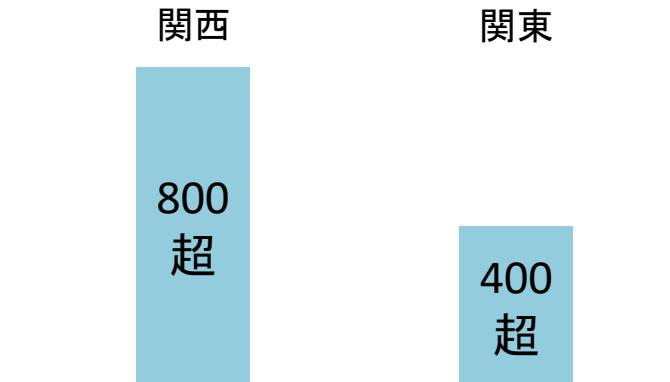


BANK OF JAPAN

# 万博会場周辺のキャッシュレス化

- 大阪・関西万博を契機に、万博会場周辺の交通機関においても、キャッシュレス環境の整備が進んだ。
- 鉄道の改札では、交通系ICカードを保有していないインバウンド観光客に向けて、クレカタッチやスマートフォンを活用したデジタル乗車券の導入が進んだほか、顔認証改札も実用化されつつある。

## 私鉄でのクレカタッチ改札対応駅数※



- インバウンド観光客が、切符や交通系ICカードを購入せずとも、手持ちのクレジットカードで改札を通過可能な状態を整備することを目的に導入が進展。

## デジタル乗車券の導入



- 関西の私鉄各社では、2024年からQRコードを活用したデジタル乗車券サービス「スルッとQRtto」を通じて、路線をまたいだ企画乗車券を発売。
- JR西日本でも、2025年からQRチケットサービスを開始。それに合わせ、広域型MaaS「KANSAI MaaS」でJR西日本・関西私鉄相互連携の企画乗車券を発売。

## 顔認証改札の登場



- 大阪府内の鉄道では、2023年から全国に先駆けて顔認証改札機の実証実験が開始されている（写真はJR大阪駅）。大阪市内の地下鉄でも、2025年から顔とデジタル乗車券を紐づけることで、顔認証改札機を利用する仕組みを実用化している。

(※) 2025年12月現在、日本銀行大阪支店調べ。

(注) 「スルッとQRtto」は(株)スルッとKANSAIの登録商標。「QRコード」は(株)デンソーウェーブの登録商標。

(出所) (株)スルッとKANSAI、西日本旅客鉄道(株)、ヒアリング情報



BANK OF JAPAN

### 3. 事業者等における取り組み 3-3. 決済データの活用





# 決済データの店舗経営への活用

- 小売事業者では、商品ラインナップの最適化などの多様化する消費者ニーズへの対応を進める中で、決済データ活用に対する関心が高まっている。
- こうした中、キャッシュレス事業者では、決済データを仕入れや販売促進等の店舗経営に活用するための研究開発を進めている。今後、関係者間の協力を通じて、より広範な活用が進むことが期待される。

## 小売事業者

- 決済手段の多様化が進み、消費者の決済行動を時系列で把握することが困難になっている中で、決済データへの期待は大きい。
- 現在は独自のポイントカードを用いて消費者の購買行動を分析し仕入れ等に活用しているが、キャッシュレス事業者から提供されるデータが消費者の情報と連携されれば、データ活用の幅は大きく広がる。
- キャッシュレス決済や決済データの活用をさらに普及させるためには、キャッシュレス事業者間での協調的な取り組みが不可欠である。プライバシーの配慮とデータの活用を両立させる仕組みを構築してほしい。

## キャッシュレス事業者（クレジット）

- 他社のキャッシュレス決済手段が使われた場合は、決済情報の把握ができないため、利用可能な情報は限られている。
- また、自社のサービス利用者の個人情報についても、プライバシーへの配慮から、決済データの開示・結び付けには制約がある。
- こうした制約の中でも、加盟店における決済データの有効活用の方策について、広告などの分野にて一部取り組みを進めている。今後も研究開発を進めていきたい。

## 金融機関

- 決済データの利活用には大きな可能性があると考えられるものの、消費者の権利とプライバシーを守りつつ進めることが重要。更なる研究開発を進め、より有益な情報を提供できるように努めている。
- 「うめきた」等の大きな都市開発の一環として、決済データをもとに消費に関する情報基盤を構築できれば、消費者に対しておすすめの店舗を紹介したり、店舗にとっても売り上げの予測が立てやすくなるなど、メリットが大きいだろう。



# 決済データの人流・消費動向分析への活用

- 関西では、決済データと個人の属性情報を結び付け、観光客の人流や消費動向を分析し、その結果を広く公表する取り組みがみられ始めている。
- 大阪・関西万博においても、万博会場内外の決済データ等をもとに、決済利用者の特徴や来場後のキャッシュレス決済の利用の変化等を取りまとめた報告書が作成されるなど、決済データが利活用されている(BOX2参照)。

## 奈良県観光データポータルサイト「みるなら」



- ・ 奈良県観光局では、県内の観光関連のデータを「見える化」したポータルサイト「みるなら」を開設。
- ・ 「みるなら」では、データ提供元のキャッシュレス事業者が保有する決済データについて、匿名化・統計化し、日本人とインバウンドに分けた観光消費の動向を公開。決済データを活用した効果的な観光振興とその機運醸成が期待される。

## 万博における全面的キャッシュレスに関する報告書



- ・ 2025年日本国際博覧会協会では、会場内外の決済データ等を活用した分析レポートを公表。
- ・ 協賛しているキャッシュレス事業者の決済データをもとに、どういった趣向（アート＆カルチャー施設好き、レジャーパーク好き等）の方がどの時期に来場したか等の分析結果を掲載。大規模イベントにおける決済データの活用例となっている。



# (参考) キャッシュレス決済に関する主体別の保有情報

BANK OF JAPAN

- 1つのキャッシュレス決済手段を取り上げてみても、そこには多様な主体が関与している。それぞれの主体が保有する情報には以下のように相違があり、この点が決済データの活用に影響を及ぼしている。
- 決済データの活用には、大きく分けると、個別取引の詳細情報を必要としない人流・消費動向分析等の「マクロ的な活用」と、詳細情報をもとにした店舗経営への活用等の「ミクロ的な活用」の2つがある。
- このうち、「マクロ的な活用」ではキャッシュレス事業者が保有する情報のみである程度分析可能(赤点線)。他方、「ミクロ的な活用」では、店舗側で消費者の属性を把握できず(青実線)、単独での分析に困難が生じている。

情報 \ 主体	消費者 (A)	消費者が契約する キャッシュレス事業者 (B)	キャッシュレスブランド ※ (C)	店舗が契約する キャッシュレス事業者 (D)	店舗 (E)
1 何を 購入したか	○	×	×	×	○
2 どの店舗で 購入したか	○	○	○	○	○
3 いくら 支払ったか	○	○	○	○	○
4 どのカード を使ったか	○	○	○	○	×
5 消費者の 属性	○	○	△	△	×

(※) ここでは、キャッシュレス決済を利用する際に必要となる仕組みやネットワークを提供し、利用者や加盟店が現金を使用せず取引を行えるようにするサービスの総称を指す。

(注) ヒアリング情報に基づき日本銀行大阪支店作成。「△」は、原則として情報を取得できないものの、5CはB=Cの場合「○」となり、5Dは、B=Dの場合「○」となることを示す。



BANK OF JAPAN

## 參考資料（BOX）



- 更なるキャッシュレス化に向けた問題意識は全国と関西で共通している。
- 分かりやすい決済手段を求める声や、どこでも同じように利用できるキャッシュレス決済手段を求める声に応えることが、キャッシュレス決済の普及に資すると考えられる。

## 全国：政府が示している社会的な課題

### キャッシュレス決済の「ユーザビリティ」



現行のCL決済には、現金に比して「災害時には利用できないリスクがある」側面や、「一定のデジタルリテラシーや登録の手間が必要となる」側面がある。“誰もが・いつでも使えるCL”的実現が求められる

### キャッシュレス決済に係る「インフラコスト」



現行のCL決済には、決済システム・端末・書類の印刷/郵便/カードの発行など、多くのインフラコストが必要とされる。より安価なインフラの構築が求められる

### キャッシュレス化に伴う「業務工数」



現行のCL決済には、「CL決済特有のシステム操作」や、「現金売上・CL売上の集計業務」など、CL化に伴い追加的な業務工数が発生している。より簡単に導入・運用できる仕組みの実現が求められる

### キャッシュレス手段の「不正利用」



現行のCL決済では、詐欺やスキミングなどによる不正利用の被害額が年々増加する傾向にある。“誰もが・安全に安心して使えるCL”的実現が求められる

## 関西：ヒアリングで聞かれた声

### 「ユーザビリティ」に関する声

- 「ややこしくない」「どこでも同じように利用できる」分かりやすいキャッシュレス決済手段が求められている。

### 「インフラコスト」に関する声

- 決済サービスを追加、維持するにはコストがかかるため、消費者に普及するか分からぬ段階で、新たな決済サービスに対応することには抵抗がある。
- 決済手数料に加えPOSシステム改修や機器の保守費用等がかかる。キャッシュレス決済の導入に際して、郊外に小規模店舗を出店する程度の設備投資が必要だった。

### 「業務工数」に関する声

- キャッシュレス端末の利用方法の習得等が負担との声が聞かれている一方で、業務の効率化やレジ業務の簡素化を目的として、キャッシュレス決済を導入する事例もみられている。

### 「不正利用」に関する声

- 使いすぎや不正利用への不安からキャッシュレス決済の利用に二の足を踏む顧客もいる。

(注) 左表における“CL”とは「キャッシュレス」の意味。

(出所) 経済産業省（2023年3月）「キャッシュレスの将来像に関する検討会とりまとめ」、ヒアリング情報



# ①キャッシュレス決済の「ユーザビリティ」に関する声

- キャッシュレス化の更なる進展には、「どの店舗でも利用できるキャッシュレス決済手段」や「より簡単な操作性」等の分かりやすさに関するニーズに応えることが重要なとの声が聞かれた。
- キャッシュレス決済手段の選択肢が増えすることで消費者の利便性向上に繋がるもの、経済団体や小売事業者からは各決済手段に対応する際の事務負担や運用コストの増加を指摘する声も聞かれている。

## キャッシュレス事業者（コード決済）

- キャッシュレス決済が使えるからという理由で店舗を選ぶという方もいる。
- 関西の加盟店数は、首都圏対比でも高い水準にあり、手数料の低いQRコード決済だけを導入している店も多い。

## キャッシュレス事業者（交通系）

- 大阪・関西万博では、これまで運賃支払いにしかICカードを利用してこなかった方が、会場内で初めて決済に利用した事例がみられるなど、キャッシュレス決済を使う良いきっかけとなった。
- プリペイド型の交通系ICカードは、高齢者や障がい者でも日常的に使える「シンプルで誰も取り残さない決済手段」として設計。クレジットカードや銀行口座がない方でも現金で入金できるなど、初めてのキャッシュレス決済手段として使いやすい様子。

## 経済団体

- 経営者の声を聞いてみると、「ややこしくない」「どこでも同じように利用できる」分かりやすいキャッシュレス決済手段が求められていると感じる。消費者目線では、全店舗で利用できるキャッシュレス決済手段がなく、それぞれ操作が異なることが混乱の一因となっている。
- 決済サービスを追加、維持するにはコストがかかるため、消費者に普及するか分からない段階で、新たな決済サービスに対応することには抵抗がある様子。新たな決済サービスでは加盟店が増えにくくなっているのではないか。

## 小売事業者

- 個別にキャッシュレス決済手段を導入することは、契約の事務負担のほか、従業員への教育負担が重くなるため、一度に複数の手段を導入できる決済プラットフォームを購入した。



## ②キャッシュレス決済に係る「インフラコスト」に関する声

- 小売事業者にとって、キャッシュレス決済の手数料負担やPOSシステムの改修費用等の導入・維持費用が負担となっている。
- キャッシュレス事業者からは、小売事業者の厳しい価格意識のもとで加盟店獲得に苦戦しているとの声が聞かれる。

### 小売事業者

- 手数料に加えPOSシステム改修や機器の保守費用等がかさんでいる。導入に際して、郊外に小規模店舗を出店する程度の設備投資が必要だった。
- コストはかかっているものの、キャッシュレス決済を廃止するという選択は顧客の利便性を落とすことに繋がるため採り得ない。キャッシュレス決済の手数料は、水道光熱費と同種のものとして捉えている。
- キャッシュレス決済の利用による手数料は生じるもの、現金ハンドリングコストに比べれば低額。コスト削減のためにも引き続き導入を進めていく。

### 経済団体

- キャッシュレス決済では現金化までの日数がかかるケースが多くある。このため、入金スパンの短いキャッシュレス決済手段のみを導入している店舗もある。

### キャッシュレス事業者

- キャッシュレス決済未導入の店舗からは、手数料負担が重く導入しづらいという声が多数聞かれているため、中小企業限定の手数料率を下げたプランを用意しており、導入を後押ししている。
- キャッシュレス決済を導入済みの店舗でも、手数料負担を考慮して、低単価の顧客のキャッシュレス利用を断るケースもみられる。
- 関西では、手数料等の費用に対してシビアな態度を取る店舗も多く、加盟店の開拓が他地域に比べて困難な状況にある。
- セキュリティ強化やサービス維持のためのコストが上昇している中でも、営業努力により、手数料率を5年前と比べて1割程度低下させている。



## ③キャッシュレス化に伴う「業務工数」に関する声

- 小規模店舗からは、キャッシュレス端末の利用方法の習得や、顧客からの操作内容についての問合せが負担との声が聞かれている。
- 一方で、業務の効率化やレジ業務の簡素化を目的として、キャッシュレス決済を導入する事例もみられている。
- 多くの店舗がキャッシュレス決済の導入によるメリットを享受できるよう、周知や啓発、負担を感じる店舗への支援の充実が期待される。

### 経済団体

- 現金をあまり使わずに育った若者や、日本の通貨に馴染みの薄い外国籍の人々が店舗の店員として就労するケースが増えている。彼らにとって、「お金を受け取り、お釣りを計算して渡す」という動作を難しく感じることもあるよう、店舗側が業務効率化や店員の採用時のハードルを考慮し、キャッシュレス決済を導入するケースもみられる。
- 商店街にあるような小規模な店舗からは、キャッシュレス端末の操作が難しいとの声も聞かれている。特に、IT機器に不慣れな高齢の店主にとっては、それが原因でキャッシュレス決済の導入を躊躇するケースもみられる。
- 消費者からキャッシュレス決済手段の使い方の説明を求められることが相次ぎ、結果として、店舗が「スマホ教室」のような役割を担う事例も発生している。このような負担が、店舗運営の妨げになるケースもみられる。

### キャッシュレス事業者

- 大阪・関西万博における全面的キャッシュレスでは、現金に比べて圧倒的にレジにかかる時間が短くなっていた。こうした業務工数の削減はキャッシュレス決済の大きなメリットと考えている。
- キャッシュレス決済が省人化や業務効率化に役立つ点について、店舗側への更なる周知や啓発の必要性を感じている。
- 今後、労働力が不足する社会において、キャッシュレス決済が担う業務効率化の役割はますます重要になる。



## (BOX2) 大阪・関西万博 全面的キャッシュレス決済運用の効果検証報告書

- 2025年日本国際博覧会協会が、大阪・関西万博の全面的キャッシュレスに関する報告書を公表。「未来社会の実験場」として全面的キャッシュレス決済運用に取り組み、その効果検証結果を多面的にまとめている。
- 会場外店舗との比較やアンケート等の調査を通じて、従来、定量的な把握が難しかった現金のハンドリングコストを見える化している(3-2参照)ほか、決済利用者への調査や決済データを使った利用者の特徴分析等も実施。
- 全面的キャッシュレスを行う際の課題も示されており、更なる普及に向けた有益な資料となっている。

### 会場内営業店舗への調査



### 決済利用者への調査



### 決済データの分析



#### ！課題

「課題として、手数料等の運営コストの増加、キャッシュレス以外の選択肢がないことへの顧客からの苦情、機器・通信等のトラブルによるキャッシュレス決済利用不能などが挙げられている」

#### 💡 成果

「現金志向が高いと言われる我が国においても、利便性の高い環境を用意すれば、高齢者を含む消費者に全面的キャッシュレスが受け入れられる素地が十分にあることが確認できた」

(注) イラストはChatGPTで作成。

(出所) (公社) 2025年日本国際博覧会協会 (2025年12月25日) 「大阪・関西万博 全面的キャッシュレス決済運用の効果検証報告書 (更新版)」



# (参考) 報告書で紹介された決済利用者および店舗の評価

## 決済利用者の評価（一例）

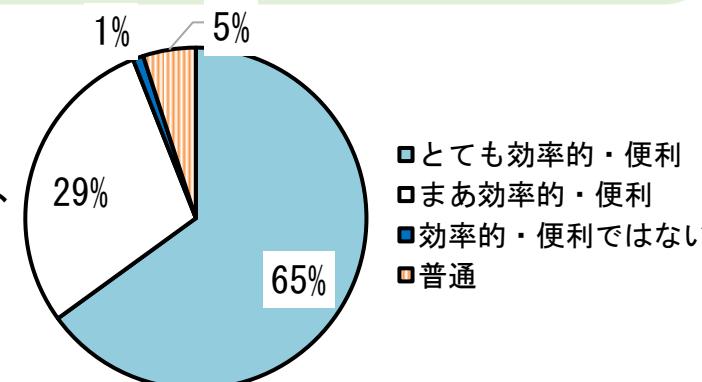
### ✓ 高い利便性と満足度

「現金よりも効率的・便利だった」と回答した方が**9割超**。

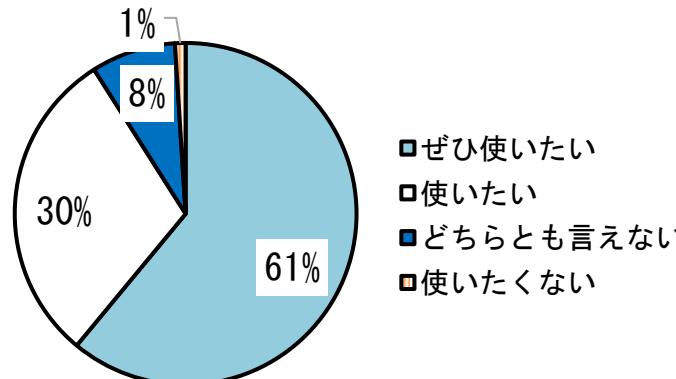
### ✓ 行動変容の促進

「普段の生活でもキャッシュレス決済を使いたいとの意向を示す利用者が**9割を超えた**」。

Q. 会場内でキャッシュレス決済を使うことは、現金よりも効率的・便利だと思いますか



Q. 今後、普段の生活でもキャッシュレス決済を使いたいと思いますか



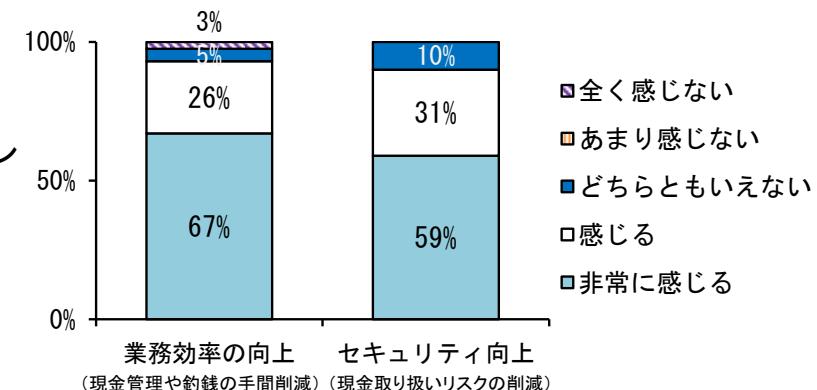
### ✓ 業務効率化

「現金管理の手間の削減や業務効率の向上、さらに現金取り扱いリスクの削減を感じた店舗は**9割**を超えてる」。

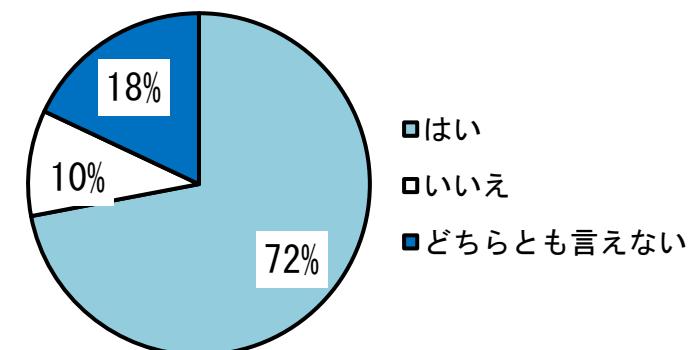
### ✓ 前向きな評価

「**7割超**の店舗が『今後もキャッシュレスを取り入れたい』と回答」。

Q. 全面的キャッシュレス運用における評価



Q. 万博後もキャッシュレス決済を取り入れたいか





# BANK OF JAPAN【 データ出所・引用元・参考文献一覧 】

## 【本文引用元】

- ・ 経済産業省. “キャッシュレスの将来像に関する検討会 とりまとめ”. 2023-03-20. [https://www.meti.go.jp/shingikai/mono\\_info\\_service/cashless\\_future/20230320\\_report.html](https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/cashless_future/20230320_report.html)
- ・ (公社)経済同友会. “経済同友会代表幹事の記者会見発言要旨”. 2019-09-03. [https://www.doyukai.or.jp/chairmansmsg/pressconf/2019/190903\\_1931.html](https://www.doyukai.or.jp/chairmansmsg/pressconf/2019/190903_1931.html)
- ・ 内閣府. “経済財政運営と改革の基本方針2018”. 2018-06-15. <https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2018/decision0615.html>
- ・ 内閣府. “経済財政運営と改革の基本方針2019”. 2019-06-21. <https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2019/decision0621.html>
- ・ 内閣府. “経済財政運営と改革の基本方針2020”. 2020-07-17. <https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2020/decision0717.html>
- ・ 日本商工会議所. “新たな段階に入った観光をめぐる課題への対応”. 2019-04-18. [https://archive.jcci.or.jp/chiiki/20190418\\_ikensho\\_honbun.pdf](https://archive.jcci.or.jp/chiiki/20190418_ikensho_honbun.pdf)
- ・ 日本商工会議所. “中小企業・小規模事業者の生産性向上に向けた商工会議所の経営支援における「FinTechの活用支援」について”. 2019-03-13. <https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/kenkyukai/smartsme/2019/190313smartsme06.pdf>
- ・ 日本商工会議所. “地域・中小企業におけるIT・IoT等の活用推進に関する意見”. 2018-07-19. [https://archive.jcci.or.jp/it/2018/iot\\_honbun.pdf](https://archive.jcci.or.jp/it/2018/iot_honbun.pdf)
- ・ (一社)日本経済団体連合会. “コロナ禍を受けた消費者の行動や意識の変化と企業の取組み”. 2021-09-14. <https://www.keidanren.or.jp/policy/2021/079.pdf>
- ・ (公社)2025年日本国際博覧会協会. “大阪・関西万博全面的キャッシュレス決済運用の効果検証報告書（更新版）”. 2025-12-25. <https://www.expo2025.or.jp/news/news-20251225-01/>

## 【データ出所】

- ・ 経済産業省. “2024年のキャッシュレス決済比率を算出しました”. 2025-03-31. <https://www.meti.go.jp/press/2024/03/20250331005/20250331005.html>
- ・ 経済産業省. “キャッシュレス・ポイント還元事業（2019年10月～2020年6月）”. [https://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/cashless/cashless\\_payment\\_promotion\\_program/index.html](https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/cashless/cashless_payment_promotion_program/index.html)
- ・ (独法)国際観光振興機構. “訪日外客統計”. <https://www.into.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>
- ・ 総務省・経済産業省. “令和3年経済センサス - 活動調査”. 2021.
- ・ 総務省. “令和2年国勢調査”. 2020.
- ・ 総務省. “2019年全国家計構造調査”. 2019.
- ・ 総務省. “令和6年全国家計構造調査”. 2024.
- ・ (株)ナビタイムジャパン. “NAVITIME”. <https://www.navitime.co.jp/>
- ・ (公社)2025年日本国際博覧会協会. “大阪・関西万博全面的キャッシュレス決済運用の効果検証報告書（更新版）”. 2025-12-25. <https://www.expo2025.or.jp/news/news-20251225-01/>
- ・ (公社)2025年日本国際博覧会協会. “2025年12月24日臨時理事会資料”. 2025-12-24. <https://www.expo2025.or.jp/news/news-20251224-01/>
- ・ (公財)NIRA総合研究開発機構. “キャッシュレス決済実態調査2023”. 2023-09-29. <https://www.nira.or.jp/paper/research-report/2023/212309.html>
- ・ 文化庁. “文化財指定等の件数”. <https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/shokai/shitei.html>

## 【画像出所】

- ・ 経済産業省. “キャッシュレス・ポイント還元事業 消費者向け説明資料”. [https://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/cashless/cashless\\_payment\\_promotion\\_program/index.html](https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/cashless/cashless_payment_promotion_program/index.html)
- ・ (株)スルッとKANSAI. “スルッとQRtto”. <https://surutto-qrtto.com/>
- ・ 総務省. “マイナポイント事業リーフレット”. [https://warp.ndl.go.jp/20210124/20210104000025/https://mynumbercard.point.soumu.go.jp/doc/jp\\_leaflet.pdf](https://warp.ndl.go.jp/20210124/20210104000025/https://mynumbercard.point.soumu.go.jp/doc/jp_leaflet.pdf)
- ・ 奈良県庁. “奈良県観光データ ポータルサイト「みるなら」”. <https://nara-tourism-data.pref.nara.jp/>
- ・ 西日本旅客鉄道(株). “未来の駅を作ろう！☆JRWEST LABO☆ 第2弾として、顔認証改札をご紹介！”. [https://x.com/expo2025\\_jrwest/status/1809059663838917020](https://x.com/expo2025_jrwest/status/1809059663838917020)
- ・ (公社)2025年日本国際博覧会協会. “大阪・関西万博全面的キャッシュレス決済運用の効果検証報告書（更新版）”. 2025-12-25. <https://www.expo2025.or.jp/news/news-20251225-01/>

## 【その他参考文献】

- ・ 経済産業省. “キャッシュレス推進検討会 とりまとめ”. 2025-12-26. [https://www.meti.go.jp/shingikai/mono\\_info\\_service/cashless\\_promotion/20251226\\_report.html](https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/cashless_promotion/20251226_report.html)
- ・ 内閣官房. “令和元年度革新的事業活動に関する実行計画”. 2019-06-21. <https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/seicho/pdf/ps2019.pdf>
- ・ 奈良県庁. “奈良県観光データ ポータルサイト「みるなら」について”. <https://www.pref.nara.jp/68200.htm>
- ・ (公社)2025年日本国際博覧会協会. “大阪・関西万博の会場内で対応するキャッシュレス決済ブランドを発表”. 2025-02-14. <https://www.expo2025.or.jp/news/news-20250214-02/>
- ・ (公社)2025年日本国際博覧会協会. “大阪・関西万博会場で「JPQR Global」による決済サービスを開始”. 2025-07-04. <https://www.expo2025.or.jp/news/news-20250704-03/>
- ・ (株)ネットスターZ. “「JPQR Global」にインドネシア統一QRコードが対応、大阪・関西万博で利用開始”. 2025-08-17. <https://www.netstars.co.jp/news/8447/>
- ・ (株)みずほ銀行・ユーシーカード(株). “2025年日本国際博覧会でのJ-Coin Payの利用開始について”. 2025-07-04. <https://prtetimes.jp/main/html/rd/p/000000132.000058981.html>
- ・ 三井住友カード(株). “クレカでタッチ決済乗車が使える事業者”. [https://www.smbc-card.com/camp/visa\\_transit/kamei\\_list.jsp](https://www.smbc-card.com/camp/visa_transit/kamei_list.jsp)