

# 三重県キャッシュレス推進方針 (案)

令和元年10月  
三 重 県

## ～ 知事メッセージ ～

「Society5.0」※の実現に向けて、新しい技術や文化が次々と生まれている現代。

「分からないから受け入れない」、「受け入れているけれどよく分からない」ではなく、それらを正しく理解し、選び、取り入れていくチカラがより一層求められる時代へと変化しています。

新しい技術や文化を取り入れることは、最初に大きな苦勞がありますが、それを乗り越えた先に「新しい豊かさ」があります。いまこの瞬間も、私たちの身の回りには、先人たちが築き上げた豊かさがあふれています。

「キャッシュレス」を、次の時代を築く“はじまりの合図”と捉え、新しいモノを外から押し付けられるのではなく、常に自ら関わり、取り入れていく三重県となるよう、ともに取り組んでいきましょう。

そして、地域に豊かさのあふれる三重県を将来の世代へ残しましょう。

三重県知事 鈴木 英敬

### 目 次

|                  |   |
|------------------|---|
| 第 1 章 策定趣旨       | 1 |
| 第 2 章 キャッシュレスとは  | 2 |
| 第 3 章 推進の方向性     | 5 |
| 第 4 章 普及に向けた取組   | 7 |
| 第 5 章 三重県庁における取組 | 8 |
| 第 6 章 ロードマップ     | 9 |

※ 狩猟社会 (Society 1.0)、農耕社会 (Society 2.0)、工業社会 (Society 3.0)、情報社会 (Society 4.0) に続く、新たな社会のかたち (超スマート社会)。IoT (Internet of Things) で全ての人とモノがつながり、様々な知識や情報が共有され、今までにない新たな価値を生み出すことで、経済発展と社会的課題の解決を両立する人間中心の社会。内閣府の第5期科学技術基本計画において、目指すべき未来社会の姿として初めて提唱された。

## 第 1 章 策定趣旨

三重県は、本年 10 月の消費税率引上げに伴うキャッシュレス化の機運の高まりを一過性に終わらせないため、ここに「三重県キャッシュレス推進方針」を策定し、事業者の生産性向上や消費者の利便性向上、新たな需要の取り込みに向けて取り組んでいきます。

### ◆ 県内中小企業・小規模企業の生産性向上を図る

中小企業・小規模企業（特に、小売業・飲食業・宿泊業）がキャッシュレス決済環境を整備することで、業務の効率化による労働力不足の解消や現金取り扱いコストからの解放、IT・データ利活用による生産性向上、EC市場の拡大、売上増加の機会獲得など、直面している経営課題の解決を図ることができます。

### ◆ 消費者や観光客の利便性向上を図り、需要を取り込む

キャッシュレス決済を利用することで、消費者にとっては現金を扱う手間と時間が減り、キャッシュレス決済に慣れた訪日外国人旅行者にとってはストレスフリーな観光を楽しむことができるなどのメリットがあります。

この先、2020 年の東京オリンピック・パラリンピックや 2021 年の三重とこわか国体・三重とこわか大会、2025 年の大阪・関西万博などの好機をしっかりと捉え、顧客（特にインバウンド）のニーズに対応していくことで、新たな需要の取り込みが期待できます。

### ◆ 三重県庁の行政サービスも率先して取り組む

県民の生活に密接な税・公金等の支払いにおけるキャッシュレス化により、県民の利便性を高め、行政サービスを向上させます。

### ◆ 「オール三重」で取り組み、地域活性化を図る

事業者・消費者の取組を「オール三重」で行うことにより、県内のどこでも、誰でもキャッシュレスを身近に利用できる環境の実現をめざし、地域全体の活性化を図ります。

### ◆ 「新しいモノ・コト」を積極的に取り入れていく風土の醸成

「Society 5.0」の実現に向けて、将来世代が多様で包容力ある持続可能な社会を形成するために、キャッシュレスを起点として、「新しいモノ・コト」を積極的に取り入れていく風土の醸成に繋がります。

## 第 2 章 キャッシュレスとは

### 1 定義

近年、キャッシュレスという言葉は私たちの日常にたびたび登場するようになりました。より身近な概念へと成長を続けるこの言葉は、経済産業省が2018年に公表した「キャッシュレス・ビジョン」の中で次のように定義されています。

**物理的な現金（紙幣・硬貨）を使用しなくても活動できる状態**

### 2 決済の種類

日本で普及している主なキャッシュレス決済手段とその特徴は【図表1】のとおりです。このほか、先述の定義に当てはめると、口座振替や仮想通貨などもキャッシュレスと捉える見方があります。

【図表1】

| 手段<br>特徴      | クレジット<br>カード   | デビット<br>カード          | 電子マネー                 | コード決済<br>(QR・バーコード)   |
|---------------|--|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 媒体            | プラスチックカード  | プラスチックカード            | プラスチックカード、スマートフォンなど   | スマートフォンなど             |
| 支払時期          | 後払い  | 即時払い                 | 前払い<br>(事前に現金チャージ等)   | 前払い<br>即時払い<br>後払い    |
| 消費者の<br>メリット  | ・現金の持ち歩きが不要  |                      | ・ポイント還元等、各種サービスが受けられる |                       |
|               | 後払いのため支払期限の猶予が受けられる  | 口座残高が限度額のため、使いすぎを防げる | 操作が簡単(タッチ式、暗証番号等が不要)  | スマートフォンだけで決済が完結する     |
| 消費者の<br>デメリット | ・店舗によっては利用できない   |                      | ・第三者による不正利用のリスクがある    |                       |
|               | ・利用には審査が必要<br>・多重債務のリスク  | 残高管理に注意を払う必要がある      | 紛失・盗難時に不正利用されるリスクが高い  | 通信環境によっては決済ができないこともある |
| 事業者の<br>メリット  | ・現金管理業務の削減、効率化、省人化<br>・インバウンド客等の多様な決済ニーズに対応、顧客の取り込みが期待できる            |                      |                       |                       |
| 事業者の<br>デメリット | ・機器導入費用が必要な場合が多く、手数料(売上の数%)が固定経費となる<br>・決済後、事業者が売上金を受領するまでにタイムラグが生じる |                      |                       |                       |

### 3 キャッシュレスをめぐる現状

#### (1) 世界

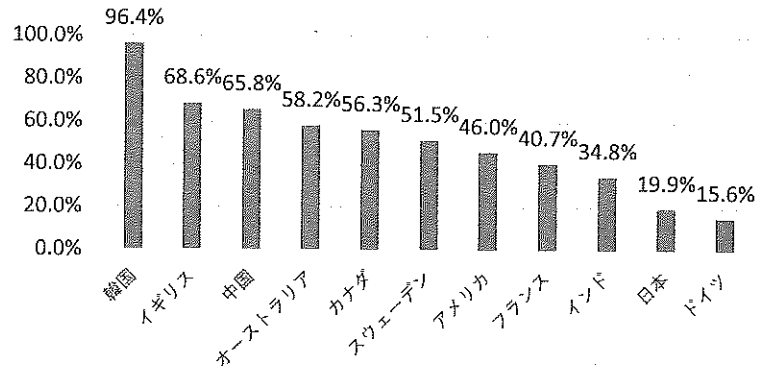
2016年時点での世界各国のキャッシュレス決済比率は【図表2】のとおりです。

日本は、諸外国と比較すると低位にあることから、キャッシュレス社会の実現に向けて国全体の取組が必要になっています。

キャッシュレス決済比率の高い国はその後の伸び率も高いという傾向があり、キャッシュレスが一定程度普及すると、その後一気に浸透する可能性があると言われています。

【図表2】

世界のキャッシュレス決済比率  
(2016年)



<出典>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2019」

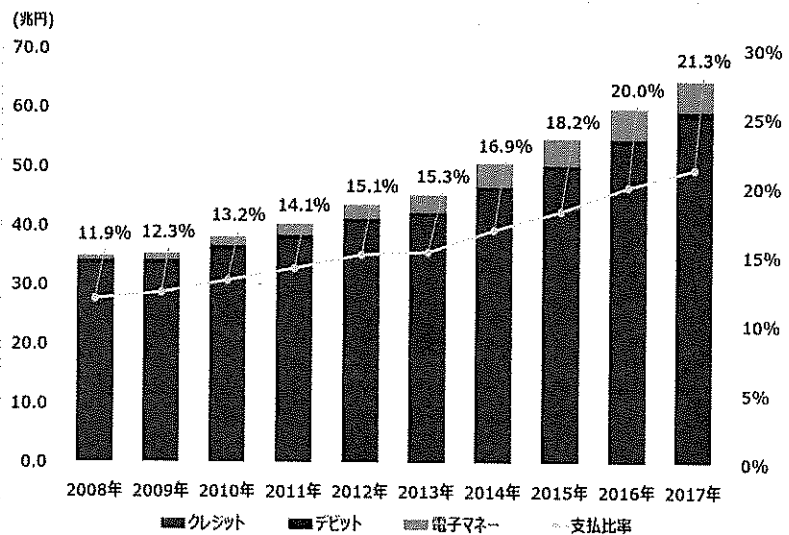
#### (2) 日本

2017年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【図表3】のとおり21.3%で、毎年増加しているものの数パーセントの伸びに留まっています。

キャッシュレス決済の大半をクレジットカード決済が占めており、近年になり急速に普及し始めた「QRコード決済」の項目は含まれていません。

大規模なキャンペーンや統一規格「JPQR」の登場など話題性もあり、今後のキャッシュレス決済比率底上げの要因となることが予想されています。

【図表3】



<出典>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2019」

(3) 三重県

【図表4】及び【図表5】のとおり、県内の小売業における電子マネー及びクレジットカードによる販売が占める割合は19.15%と、全国では上位に位置しており、「キャッシュレス先進県」であることがうかがえます。その要因としては、イオンをはじめとするスーパーマーケットにおけるクレジットカードや電子マネーの利用が高いことが考えられます。

他方で、ある消費者意識調査では、「キャッシュレス決済導入に対して賛成か、反対か」という設問に対する本県の賛成比率は全国45位の52.4%（全国平均65.1%）と、導入に対する消極的なデータも存在します。

(※出典 日経BP社「QR決済」47都道府県キャッシュレス決済普及率ランキング2019)

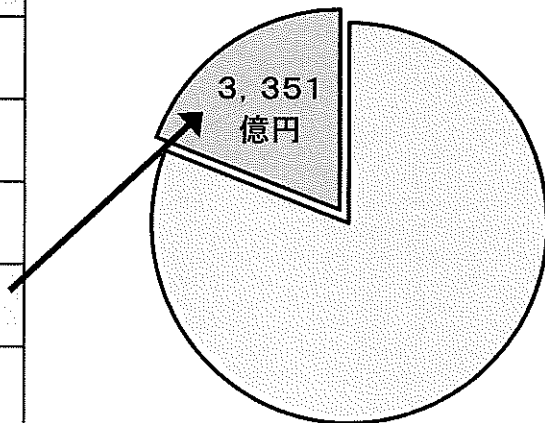
【図表4】

電子マネー、クレジットカードによる販売比率  
(都道府県別)

| 順位 | 都道府県 | 比率     |
|----|------|--------|
| 1  | 東京都  | 21.6%  |
| 2  | 香川県  | 20.6%  |
| 3  | 千葉県  | 19.18% |
| 4  | 三重県  | 19.15% |
| ⋮  | ⋮    | ⋮      |
|    | 全国平均 | 16.1%  |

【図表5】

県内年間商品販売額(小売業)  
約17,495億円  
に占める割合



<出典>経済産業省「平成26年商業統計」第2巻第5表(小売業)

## 第 3 章 推進の方向性

### 1 想定される障壁と対応

#### (1) 事業者の視点

- 導入費用や管理手数料が高い
- 売上金が手元に入るまでにタイムラグがある
- 従業員への教育が必要になる
- 現金に対する高い信頼
- メリットが感じられない

- 導入メリットの周知  
(業務効率化、省力化等)
- 導入に向けた体験機会の提供
- 商工団体や専門家による導入支援

#### (2) 消費者の視点

- 使いすぎ、家計管理への不安
- 安全性、犯罪被害への不安
- 現金に対する高い信頼
- 決済手段が多く、どれを使えば良いか分からない
- ユニバーサルデザインへの対応

- 各消費者が自分に合った決済環境を見つけられるよう、利便性やメリットを周知(忌避意識の解消)
- 体験機会の提供

#### (3) 自治体の視点

- 導入費用(システム改修等)や管理手数料が高い
- 収納事務の煩雑化

- 県民の利便性向上とコストの増大を勘案し、総合的に検討

### 2 関係機関との連携

#### (1) 国との連携

経済産業省は、本年10月から「キャッシュレス・消費者還元事業」を開始し、事業に参加した中小企業等へは導入費用の補助や決済手数料の負担軽減、消費者へは参加店舗においてキャッシュレス決済を行った場合にポイント還元を実施しています。本県ではこれまでに、市町や商工団体等との連携によるセミナー開催や、宣伝チラシ・ポスター等の公共施設への設置などにより普及活動を実施してきました。

また、総務省においても、QRコード決済の統一規格「JPQR」の普及に向けた実証事業を官民連携により実施しています。

これらの事業を皮切りに、今後、キャッシュレスの普及に向けた様々な施策展開が予想されるため、国の動向に注視し、緊密な連携を図ります。



「キャッシュレス・消費者還元事業」ロゴマーク

※経済産業省の商標

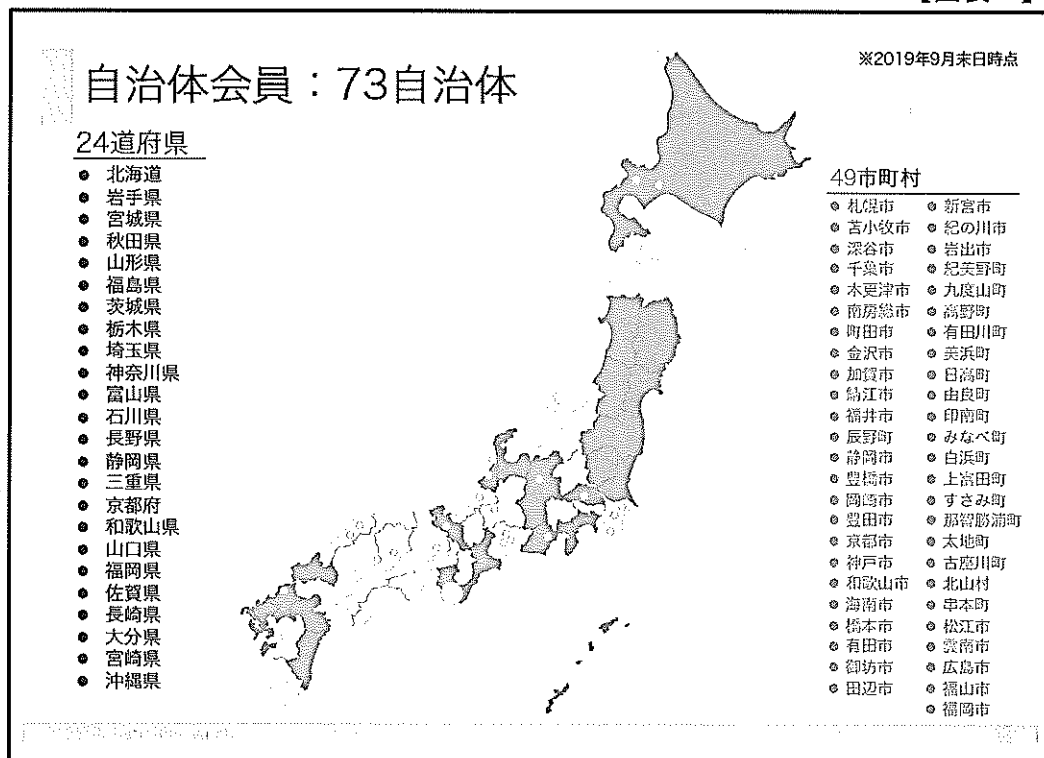
## (2) 一般社団法人キャッシュレス推進協議会との連携

キャッシュレスの普及に向けて産学官が連携し中立的な推進役を担っている一般社団法人キャッシュレス推進協議会では、自治体における普及促進をプロジェクトの一つに位置付け、ワーキンググループを設置し、各自治体の情報共有や課題抽出、対応策の検討などを実施しています。今後、協議会への参画を通じ、事例収集や意見交換によるアイデア創出、施策展開に繋げていきます。

※一般社団法人キャッシュレス推進協議会（Payments Japan Association）とは

経済産業省が2018年4月に公表した「キャッシュレス・ビジョン」において、キャッシュレス（支払い方改革）を推進するにあたり業界横断的かつ産学官が連携した組織の必要性が提言され、内閣官房が同年6月に公表した「未来投資戦略2018」での設立宣言を受けて発足した組織。300を超える企業・団体が協議会員として参画しており、自治体会員にあたる都道府県や市町村（【図表6】）においても、キャッシュレスを活用した「地方創生」に向けて活動しています。

【図表6】



<出典>一般社団法人キャッシュレス推進協議会ホームページ

## 3 ビジョン

### ◆ チャレンジ・フィフティ（キャッシュレス比率 20% ⇒ 50%）

経済産業省の「キャッシュレス・ビジョン」では、現状約20%のキャッシュレス決済比率を、大阪・関西万博が開催される2025年までに40%、将来的には80%をめざすとしています。

本県においては、国の取組に加え、独自の取組を進めることにより、商業統計（小売業）に基づくキャッシュレス比率を、現状の約20%から、2023年時点で2025年の国目標である40%への到達、2025年には50%への上昇を目標とします。

なお、推進にあたっては、年齢や障がいの有無、業態や経営規模など、多様な価値観や様々な状況を踏まえて、取り組むこととします。



## 第 4 章 普及に向けた取組

★…事業者関係

☆…消費者関係

◎…支援機関関係

### 周知・体験

#### < キャッシュレス・フェア > ☆

消費者がキャッシュレス機器を実際に体験し、利便性を実感できる機会の創出。

#### < 普及セミナー > ★◎

講演、導入事例紹介、決済機器紹介等を通じた事業者への周知・啓発。

#### < キャッシュレス導入実証事業 > ★☆☆◎

商工団体や金融機関、キャッシュレス決済事業者等との連携により、地域全体を巻き込んだキャッシュレス決済の導入実証。

◇イベント・観光地での決済環境整備による観光客のストレスフリーな旅行の実現に向けた効果検証と結果の啓発

◇中小企業・小規模企業のキャッシュレス決済導入による生産性向上及び地域活性化効果の検証

### 支援

#### < 事業者への専門家派遣 > ★◎

キャッシュレス決済の導入により生産性向上を図ろうとする事業者への専門家派遣。

#### < 商工団体向け研修会 > ◎

事業者の生産性向上に向けて、経営指導の役割を担う商工団体の経営指導員等を対象にした研修会の開催。

#### < 決済データの利活用 > ★◎

決済データの利活用について関係機関との連携により検討を進め、新事業創出等をめざす。

### 体制

#### < 関係支援機関との推進体制の構築 >

「みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会」を通じて推進体制を構築し、市町や商工団体、金融機関等との連携を強化。

#### < 一般社団法人キャッシュレス推進協議会との連携 >

一般社団法人キャッシュレス推進協議会の会員活動を通じて、情報収集や地域課題解決に向けた取組へ参画。

#### < キャッシュレス決済事業者との連携 >

キャッシュレス決済事業者との連携により、県内における普及・促進をサポート。

## 県 税

### < 自動車税 >

- ◇ インターネットを利用したクレジットカード納付  
(2014年～導入済)
- ◇ スマートフォン専用アプリでの納付  
(2020年5月～導入予定)

## 税 外

## 収 入

### < 三重県ふるさと応援寄附金（ふるさと納税） >

- ◇ インターネットを利用したクレジットカード納付の導入  
(2012年～導入済)

### < 利用料等の支払 >

納入通知書で支払う使用料・手数料等のコンビニ納付・スマホアプリ納付や直営集客施設（博物館等）のキャッシュレス化について、庁内ワーキンググループを設置し検討しており、利便性やコスト等を勘案したうえで導入を進めます。

## 指定管理 施設など

### < 県有施設等管理受託者のキャッシュレス化 >

指定管理者制度を導入している県有施設、県有施設に設置している自動販売機・食堂等を対象に、それぞれの施設・設備の性質を勘案し、キャッシュレス化について検討のうえ、可能なものについては導入に向けて調整を進めていきます。

# 第6章 ロードマップ

