2019.10　No.90

三井住友信託銀行

調査月報

SUMITOMO MITSUI
TRUST BANK

時論

フリーランチは続かない……1

経済の動き

国内三大都市のオフィス市場見通し
～堅調な中にも高まる下振れリスク～……3

産業界の動き

ポイント還元事業とキャッシュレス推進
～ポイント還元事業で景気対策とキャッシュレス推進の一石二鳥となるか～……9

時論

フリーランチは続かない

少し仰々しい言い方にはなるが、わが国は令和という時代において、人類史上かつて経験したことがないような、高齢化と人口減少社会を迎えることになる。そうした背景もあってか、金融庁のワーキングペーパーが発端となった「老後の 2000 万円」や厚生労働省の財政検証における「年金2割削減」など老後のおカネに関する話題が注目を浴びるようになっている。

金融庁のワーキングペーパーによると、老後の収入は約 21 万円で、その内 19 万円が年金（社会保障給付）である。一方、支出は約 26 万円で、収入との差額の5万円が、「年金だけでは暮らせない」と大騒ぎになった部分である。老後を 65 歳から 100 歳までの 35 年間と仮定すると、その間の収入は年金が約 8000 万円、金融資産の活用など自助努力による分が約 2300 万円となる。

しかし、支出の中身を見ると生活費である衣食住に関する支出は約 18 万円と、概ね年金支給額の範囲内に収まっており、生活費以外の支出としては、「教養娯楽費」が 2.5 万円と交際費、こずかいなどが含まれている「その他」が 5.4 万円となっており、5万円の大半は、老後の人生を楽しむために使われているようである。

次に老後の生活資金の柱である年金の持続性を財政検証から見て行きたい。

財政検証とは現役世代の負担の上限（国民年金は 17000 円、厚生年金は所得の 18.3%）と年金の給付水準の下限目標（所得代替率 50%）、税金による負担（基礎年金の国庫負担 1/2）を前提として、年金制度の持続性が確保できるのかを検証したものである。「所得代替率 50%」とは、新規に年金を受給する夫婦二人世帯の公的年金額が、現役男子の平均手取り収入額の 50%を下回らないという事を意味し、これが 50%を維持できなくなると、年金制度が見直されることになる。

財政検証では経済成長と労働参加に応じて、楽観から悲観まで6つのシナリオが提示されているが、最も楽観的なシナリオⅠでは、現在 22 万円の夫婦二人世帯の年金支給額が、2040 年には現在から 13.6%増の 25 万円となり、最も悲観的なシナリオⅥにおいては、2040 年で同 9.5%減の 19.9 万円、中位シナリオであるケースⅢでは、2040 年は同 2.7%減の 21.4 万円と試算されている。

財政検証の結果を伝えた一部の新聞には「年金水準2割減」「30 年後に2割減」という、ショッキングな見出しが並んだが、これは現役世代の所得の伸びとの比較によるもので、年金の受取額が「2割減」となるわけではない。将来の年金の受取額は物価上昇を割り戻した実質値なので、経済成長が停滞し、労働参加も進まないという最悪のケースでも、現在の価値で 20 万円前後の年金支給が可能と試算されている。

では、これで我々の老後の生活は安泰と言えるのであろうか。

昨年度は税収がバブル期の水準を超え戦後最高となったことが話題となったが、歳入がようやく 30 年前の水準を回復した一方で、歳出はバブル期の 60 兆から、100 兆円へと 1.5 倍以上拡大しており、結果として、政府の債務残高は 200 兆円から 1000 兆円に膨張している。

ここまで財政赤字が増加した最大の要因は、年金を含む社会保障費の増加である。

厚生労働省が作成した社会保障給付費の見通しによると、2018 年度の約 120 兆円が、団塊の世代が後期高齢者となる 2025 年度には 140 兆円、日本の総人口1億人割れが視野に入り始めてくる 2040 年には 190 兆円と、今後 20 年間で約 70 兆円の増加が見込まれている。増加の内訳を見ると年金は 16 兆円と比較的抑制されているが、医療が 30 兆円、介護が 15 兆円と医療介護分野の増加には歯止めがかかっていない。

この先の社会保障の持続を確保するためには、医療、介護など社会保障に対する支出を抑制することと同時に財源を確保することが重要となる。本来であれば、社会保険制度は年金、医療、介護のように使途が明確に分かれており、それぞれにおいて負担と受益が対応するように設計されている。しかし、わが国の社会保障制度の多くは、国費の投入や制度間での複雑な資金融通が行われた結果、負担と受益の関係が薄れ、支出抑制に対するインセンティブや、負担増加に対する納得性が希薄になっている。

一例として、日本の健康保険制度を見ると、現役世代の多くが加入する、組合健保や共済組合の支出の約 40%は高齢者向けの支援金に当てられている。一方で、後期高齢者医療制度は約 14 兆円の支出に対して高齢者が実際に負担しているのは1兆円程度に過ぎず、その穴埋めとして、現役世代の健保からの支援金が約6兆円、国費が約7兆円投入されている。

つまり、現役世代にとっては受益実感の伴わない負担が増加する一方で、高齢者には負担を伴わない受益が提供されていることになる。

国民の税や社会保障費の負担割合を示す国民負担率を見ても、わが国は、海外主要国に比べて税負担率が低く、社会保障費負担率が高いという顕著な特徴があり、人口減少と高齢化の進展により人口バランスが変化する中において、現役世代に過度に依存する社会保障制度は限界を迎えつつある。

既に、危機的な水準にまで悪化したわが国の財政を持続可能なものにするためには、誰も痛みを伴わない対応を期待することは限界であり、各経済主体や各世代が負担能力に応じて痛みを広く分かち合うことが不可避の状況にある。そのためには、消費増税や所得税の課税最低額の引き下げなどを通じて税負担の裾野を広げる一方で、低所得層に対する逆進性の緩和策として給付型の税額控除のような新たな税・社会保障システムの構築が必要となる。

考えられる選択肢としては、①負担は増やさずに、受益を減らす（小さな政府）、②負担を増やして、受益を減らす（財政再建重視）、③負担を増やさずに、受益を増やす（フリーランチ）、④負担を増やし、受益も増やす（大きな政府）の4つに大別される。しかし、経済活動にはフリーランチは存在しない、財政や社会保障の持続性を確保するためには、年金にせよ医療にせよ、受益を増やすためには、負担を増やす、負担を増やさないのであれば、受益を減らすことが必要である。

将来世代に食べ散らかしたフリーランチの負担を一方的に押し付けないためにも、危機感の共有と痛みを分かち合う覚悟が必要である。

（調査部審議役　上席研究員　寺坂　昭弘：Terasaka_Akihiro@smtb.jp）

※ 調査月報に掲載している内容は作成時点で入手可能なデータに基づき経済・金融情報を提供するものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。また、執筆者個人の見解であり、当社の公式見解を示すものではありません。

国内三大都市のオフィス市場見通し

～堅調な中にも高まる下振れリスク～

＜要旨＞

国内三大都市（東京・大阪・名古屋）のオフィス市場は、空室率の低下と平均募集賃料の上昇が続いている。海外景気の減速、米中貿易摩擦の混迷などから製造業の業況が悪化する中で、オフィス需要の多くを占める非製造業の業況は堅調であり、非製造業のオフィス需要増加が現在のオフィス市況を支えている。

当調査部では国内景気は下振れリスクを伴いながらも、この先もオフィス需要は底堅い伸びを続け、低水準の空室率のもとで賃料上昇が継続すると予想している。

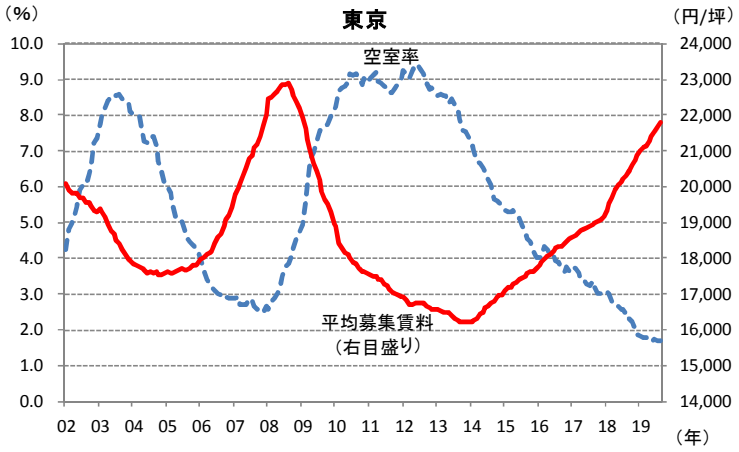
しかし、足元では、設備投資の減少や有効求人倍率の低下など、企業の先行きに対する見通しの悪化を懸念させる動きも出てきている。非製造業も含め人員増加などの前向きな動きが止まり、いずれはオフィス需要にも悪影響が及ぶリスクは、従来よりも高まったとみている。

足元は堅調なオフィス市場だが、市況が変調するリスクは徐々に高まっていることを意識し、企業の先行きに対する見通しが反映される設備投資や求人関連の指標を注意して見ていく必要がある。

1．三大都市のオフィス市場は引続き堅調

オフィス仲介会社の三鬼商事(株)が公表している「オフィスマーケットデータ」によると、2019 年8月時点の東京都心5区（千代田、中央、港、新宿、渋谷）の平均空室率は 1.71%とバブル期以降の最低水準で推移しており、平均募集賃料は 21,784 円/坪と 2008 年8月の前回ピークには及ばないものの、2014 年以降の上昇局面が継続している（図表1）。

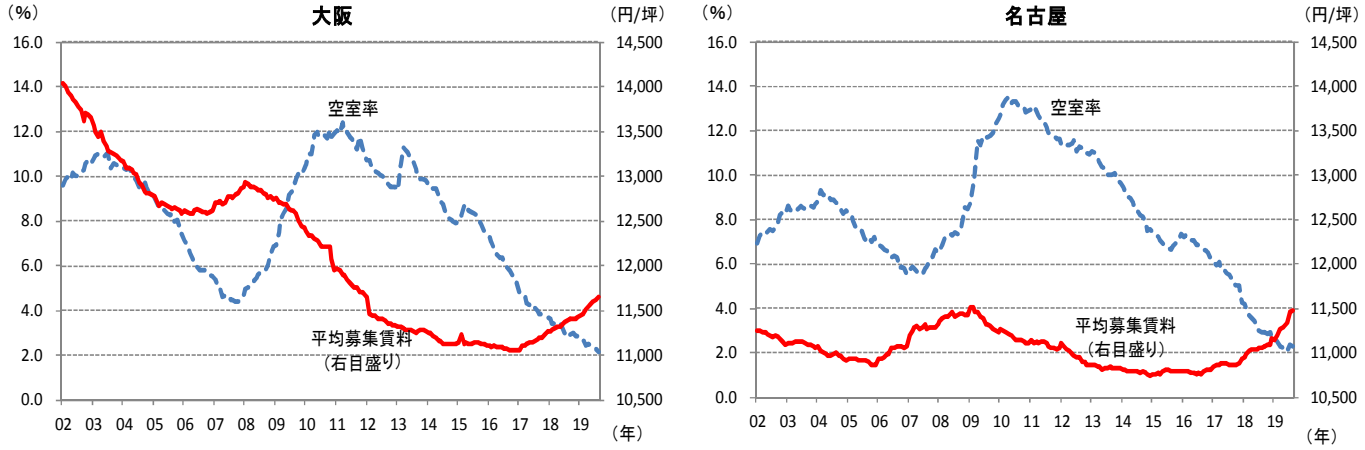
図表1　東京都心5区　空室率と平均募集賃料



（資料）三鬼商事「オフィスマーケットデータ」より当調査部作成

オフィス市況が堅調なのは大阪と名古屋についても同様であり、大阪・名古屋とも空室率は2%台前半に低下し、平均募集賃料の上昇が続いている（図表2）。大阪の平均募集賃料は過去の水準に比べればまだ回復力は弱いが、名古屋については前回ピークと同水準まで回復している。両都市とも完全にビルオーナー優位の「売り手市場」となっており、現地仲介会社によれば、名古屋ではビルオーナーが入札のような形でテナントを決める事例も出てきている。

図表2　大阪・名古屋　空室率と平均募集賃料

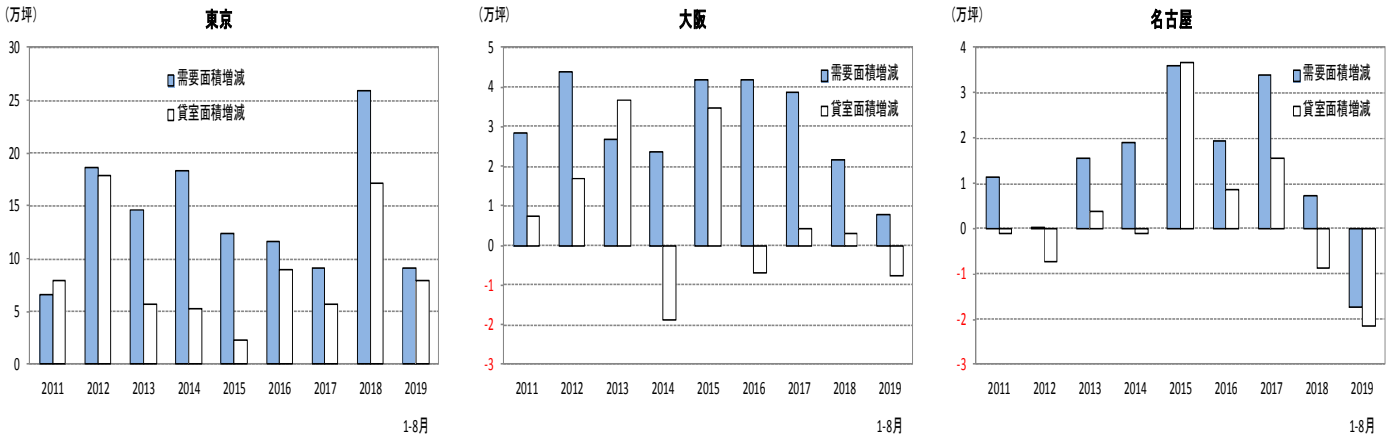


（資料）三鬼商事「オフィスマーケットデータ」より当調査部作成

堅調な市況の背景には、オフィス需要の増加が続いていることがある。東京のオフィスストック（貸室面積）はほぼ一貫して増加を続けているが、2012 年以降は需要の増加が貸室面積の増加を上回っている。2018 年は大規模ビルの竣工が相次ぎ、貸室面積は 17 万坪増加したが、需要はそれを大きく上回る 26 万坪の増加を示した（図表3）。2019 年、2020 年も多くの大型オフィスビルが竣工するが、各種報道等によると 2019 年竣工ビルのテナント誘致には目処がついており、2020 年竣工ビルについても順調な進捗が伝えられている。

大阪は 2013 年に、名古屋は 2015 年に大型ビルが竣工したが、それ以外は供給が限定的である。老朽化したビルの取り壊しにより貸室面積が減少した年もあり、需要が供給を上回る状況が続いている。なお名古屋が 2019 年に需要面積・貸室面積とも大きく減少しているのは、3月に「中部日本ビルディング（中日ビル）」が建替えのために閉館したことが要因である。

図表3　貸室面積と需要面積の増減



（注）需要面積＝貸室面積－空室面積
（資料）三鬼商事「オフィスマーケットデータ」より　当調査部作成

SUMITOMO MITSUI TRUST BANK

2. 非製造業の堅調な収益がオフィス需要を支えている

国内景気は輸出減速や円高により、製造業中心に下振れ懸念が強まっているが、今のところ三大都市のオフィス市場に市況の変調は表れていない。

この理由について、当調査部ではオフィスビルの主な借り手である非製造業の業況が堅調さを保っていることにあるとみている。業種別のテナント構成に関する統計的なデータではないが、オフィス特化型Ｊリートの開示資料からテナントの業種別構成比を推測すると、テナントのおよそ8割が非製造業とみられる（図表4）。

足元の企業収益を 2019 年4～6月期の法人企業統計で確認すると、製造業の経常利益（季節調整値）は前年同期比で3割減益となったが、非製造業は前年並みを維持している（図表5）。

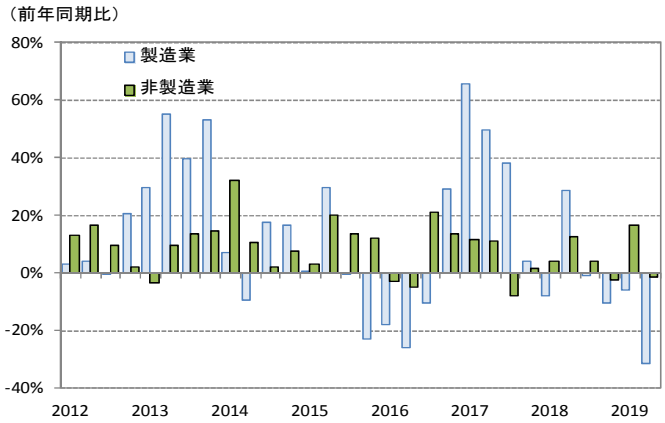
製造業の収益はマイナスとなっているが、オフィス需要の8割を占める非製造業は依然堅調であることから、オフィス需要は減速せず堅調なオフィス市況が続いているものと考えられる。

図表4　オフィス特化型Ｊリートのテナント構成

投資法人名	時点	テナント構成	
		製造業	非製造業
日本ビルファンド	2019年6月	23.7%	76.3%
ジャパンリアルエステイト	2019年3月	17.0%	83.0%
グローバル・ワン	2019年3月	17.8%	82.2%
ケネディクス・オフィス	2019年4月	13.3%	86.7%
いちごオフィスリート	2019年4月	14.0%	86.0%
大和証券オフィス	2019年5月	16.7%	83.3%
ジャパンエクセレント	2019年6月	15.1%	84.9%
インベスコ・オフィス	2019年4月	14.4%	85.6%
サンケイリアルエステート	2019年4月	34.1%	65.9%
平均	―	18.5%	81.5%

（資料）投資法人の開示資料より当調査部作成

図表5　法人企業統計　経常利益（季調済み）前年同期比



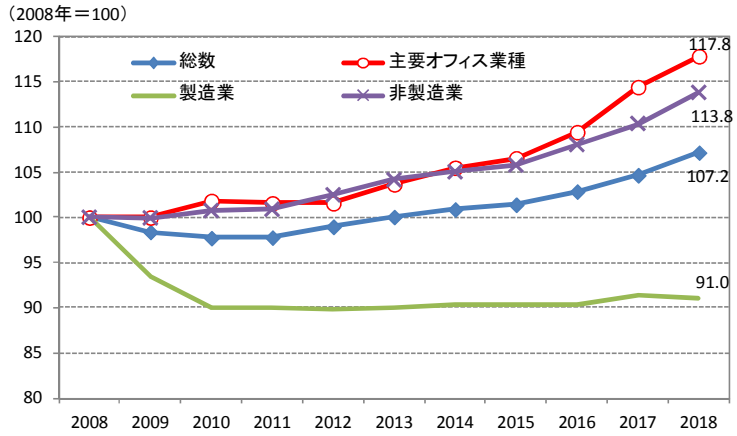
（資料）財務省「法人企業統計」より当調査部作成

また、南関東（東京・神奈川・埼玉・千葉）、近畿、東海の3地方合計の就業者数（15 歳以上）は、2008 年～2018 年の 10 年間で+7.2%増加したが、内訳をみると製造業が▲9.0%減少しているのに対して非製造業は+13.8%と増加している（次頁図表6）。

非製造業のなかでも、主要なオフィス使用業種である「情報通信業」「金融・保険業」「学術研究、専門・技術サービス」（以下、主要オフィス業種）の就業者数が+17.8%と大きく伸びており、直近2年間はその傾向が顕著になっている。

主要オフィス業種の 10 年間の伸び率を 2008 年～2013 年と 2013 年～2018 年に分けてみると、前半5年間の伸び率+3.7%に対し、後半5年間は+13.7%と伸び率が高まっていることから、主要オフィス業種の就業者数増加が加速した時期と、オフィス市況改善の時期は一致していることが分かる。

図表6　南関東・近畿・東海　就業者数推移（2008 年＝100）



主要オフィス業種	伸び率
2008年～2013年	3.7%
2013年～2018年	13.7%

（注）主要オフィス業種は「情報通信業」「金融・保険業」「学術研究、専門技術サービス」の合計
（資料）総務省「労働力調査」より当調査部作成

また、シェアオフィスやコワーキングスペース事業者が新たな借り手として存在感を増していることや、人材確保を目的に都市中心部の利便性が良く設備が整ったビルへ移転するニーズが強いことも、オフィス需要増加に繋がっている。

このように、非製造業の就業者数増加という量的拡大に、働き方の多様化や人手不足という社会的変化による需要増加も加わることで、三大都市のオフィス市場は好調な市況が続いている。

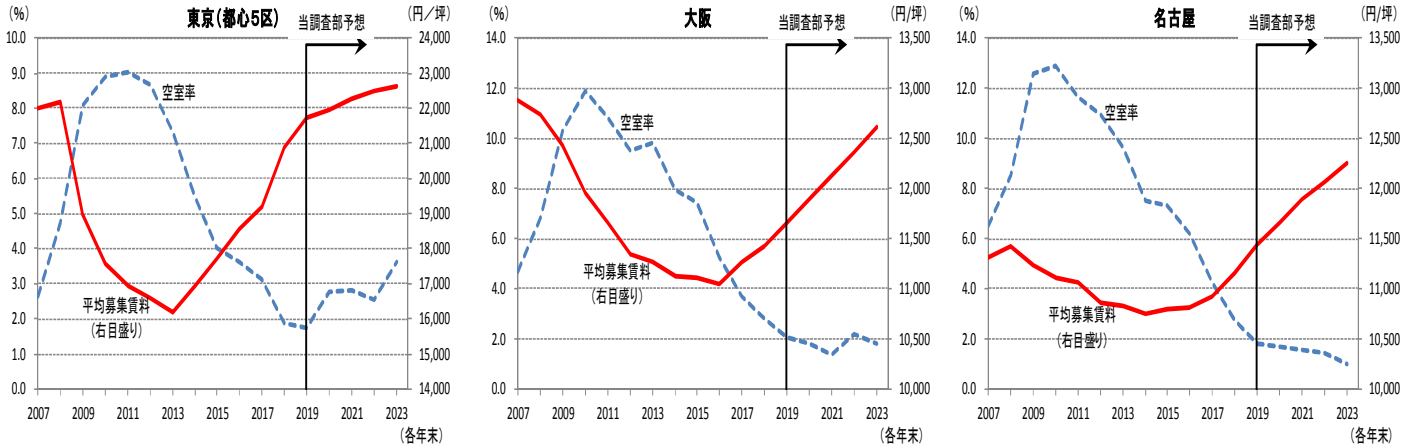
3．国内三大都市オフィス市場の見通し

当調査部では、国内景気は下振れリスクを伴いながらも、この先もオフィス需要は底堅い伸びを続けるとみており、2023 年までの国内三大都市オフィス市場は、低水準の空室率のもとで平均募集賃料の上昇が続くと予想している。

3都市のなかでは、今後の新規供給が少ない名古屋は、平均募集賃料が前回ピークを超えて上昇するが、東京は 2018～2020 年の大量供給に続き 2023 年も供給が増加するため、賃料上昇ペースは鈍化すると予想しており、今後の供給動向により賃料上昇に強弱が生じるとみている。

東京・大阪・名古屋の各オフィス市場の見通しは以下のとおりである（図表7）。

図表7　国内三大都市のオフィス市場見通し



（資料）三鬼商事「オフィスマーケットデータ」、予想は当調査部

SUMITOMO MITSUI TRUST BANK

(1)東京(都心5区)

東京オフィス市場では、2019～2020 年に高水準の新規供給が予定されているが、前述のように新築ビルのテナント誘致は順調に進捗しており、需給バランスは大きく崩れないとみている。

IT 企業のオフィス需要増加や、人材確保を目的とする好立地のハイグレードビルへの移転需要等を含めオフィス需要の増加が続き、空室率は 2023 年まで4%を下回る水準で推移すると予想。平均募集賃料は 22,000 円台半ばまで緩やかな上昇を予想している。

(2)大阪

大阪のオフィス市場では、新規供給が限定的ななか、空室の減少から需要面積の増加ペースは徐々に鈍化しているが、引き続き需要は強く空室率は 2020 年に2%を切り、平均募集賃料も年率2%程度の上昇が続くと予想している。

一方、2022 年以降は梅田と淀屋橋で複数の大型ビルが竣工を予定している。2022 年に竣工する梅田の大型ビルはテナント誘致が進捗しつつある模様だが、現状の極めてタイトな需給バランスも、長期的には供給増加により緩む可能性がある。

(3)名古屋

名古屋のオフィス市場は、大阪と同様に空室が減っているため、需要面積の増加ペースは鈍化している。しかし、今後の新規供給も少ないためオフィスの不足感が強い状況が続き、空室率は 2023 年末に 1.0%前後へ低下するとみている。平均募集賃料はタイトな需給バランスを背景に上昇が続き、前回ピークを上回る水準まで上昇すると予想している。

なお、名古屋は自動車など輸出産業の業況がオフィス市場のセンチメントを左右する傾向があり、輸出低迷が長引くと、今後のオフィス需要にマイナスの影響を与える懸念があることに留意が必要である。

4. 企業の先行き見通しの悪化には注意

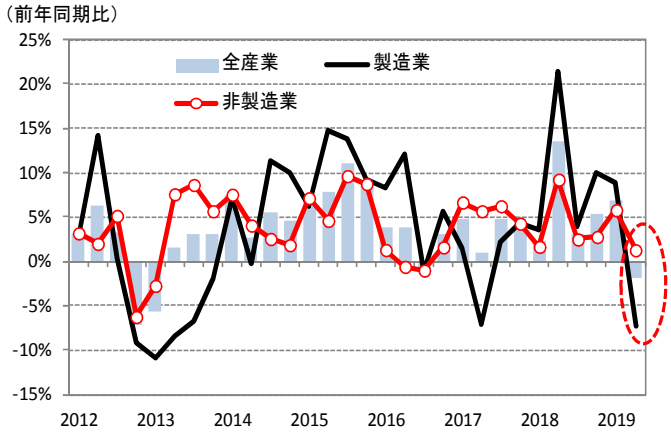
以上のオフィス市場見通しが下振れするリスク要因は、『企業収益が悪化しオフィスのテナント需要が縮小すること』であり、そのリスクは6ヶ月前よりも高まったとみている。このリスクが顕在化した場合は、需要の伸びが想定を下回り、空室率は予想よりも悪化する。実際に足元では、次のようなオフィス市況に対し懸念となる動きも出てきている。

2019 年4～6月期の法人企業統計では、設備投資が全産業ベースで前年同期比▲1.9%となり、2016 年7～9月期以来 11 四半期ぶりにマイナスとなった(次頁図表8)。設備投資は短期的には企業の先行きに対する見通しが反映され、先行きの見通しが明るければ企業は積極的な設備投資を行うが、見通しが悪化すれば消極的になる。

オフィスに対する需要も、設備投資と同様に先行きの見通しが反映される。将来の業容拡大が見込めれば、企業は積極的に人員を増やし、オフィススペースの拡張が必要となる。しかし、先行きの見通しが悪化すれば、人員の増加を抑えるので、オフィススペースの拡張も必要なくなる。

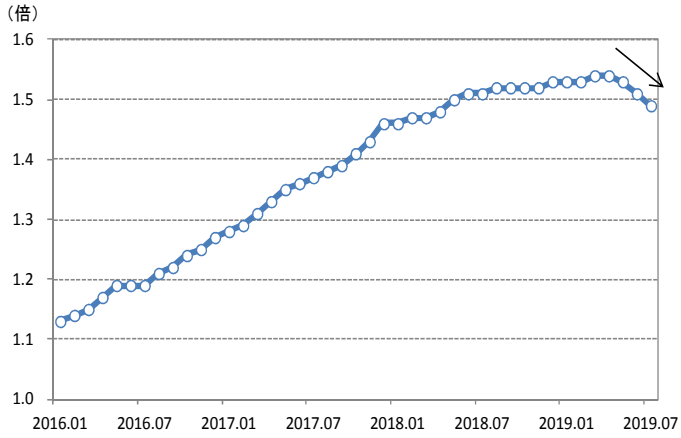
また、2019 年7月の有効求人倍率が3ヶ月連続で低下しており、ピークアウト感が表れている。企業が人員を増やす基調に変化が生じている可能性があり、気掛かりな動きである（図表9）。

図表8　法人企業統計　設備投資（前年同期比）



（資料）財務省「法人企業統計」より当調査部作成

図表9　有効求人倍率（パート除く、季節調整値）



（資料）厚生労働省「一般職業紹介状況」より当調査部作成

今のところ、非製造業の設備投資はプラスを維持しており、有効求人倍率も水準としては高いところにあるので、当調査部ではこれらの動きが直ぐにオフィス需要縮小に繋がるとはみていない。

しかし、このような設備投資の減少や有効求人倍率の低下が、企業の先行き見通しの悪化を示しているとすれば、非製造業も含め人員増加など企業の前向きな動きが止まり、いずれはオフィス需要にも悪影響が及ぶ。

足元は堅調なオフィス市場だが、オフィス市況が変調するリスクは徐々に高まっていることを意識し、企業の先行きに対する見通しが反映される設備投資や求人関連の指標を注意して見ていく必要がある。

（不動産調査チーム　小林　俊二：Kobayashi_Shunji@smtb.jp）

※ 調査月報に掲載している内容は作成時点で入手可能なデータに基づき経済・金融情報を提供するものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。また、執筆者個人の見解であり、当社の公式見解を示すものではありません。

ポイント還元事業とキャッシュレス推進

～ポイント還元事業で景気対策とキャッシュレス推進の一石二鳥となるか～

＜要旨＞

政府が本年 10 月に消費税率引き上げと同時に実施する「キャッシュレス・消費者還元事業（以下、ポイント還元事業）」は、景気対策と同時にキャッシュレス（クレジットカード、電子マネー、QR コードなど現金以外の決済）推進も盛り込んだ、一石二鳥を狙う施策である。

わが国は諸外国に比べキャッシュレス化の比率が低く、その要因として様々なことが指摘されているが、特に大きな足かせは、キャッシュレスサービスに伴う様々なコストを、消費者、店舗、サービス事業者（クレジットカード会社など）それぞれの間で、どのように分担するかという点にあるとみている。

今回のポイント還元事業の施策は、なかなかキャッシュレス化に踏み切れない中小・小規模事業者を優遇する内容であり、その点においては的を得たものである。したがって、ひとまずは中小・小規模事業者の店舗を中心に、一定のキャッシュレス導入の活性化を期待できそうである。しかし、先に述べたコストの分担については、未だに着地点を見通せない状況にあり、その点についてもう一段深掘りした検討を進めていかないと、キャッシュレス化は一時的な盛り上がりに終わってしまうおそれがある。

本年 10 月に消費税率の8%から 10%への引上げが行われる。政府はこれと同時に景気対策とキャッシュレス推進を狙いとした、ポイント還元事業を実施する。キャッシュレス化について考える場合、そもそもの意義について議論する必要もあろうが、ここではそれを一旦横に置き、キャッシュレス推進を前提とし、今回のポイント還元事業遂行による効果の見通しを考察したい。

1. ポイント還元事業の目的と概要

(1)事業の目的

ポイント還元事業は、2019 年 10 月の消費税率引上げ（8%⇒10%）に合わせ、経済産業省主導で行われる大規模な政策事業である。その目的は次の通り大きく3つに分けられる。

① 増税前後における消費の平準化

特に増税後の消費冷え込みが大きくなると、景気全般に深刻な影響を及ぼすおそれがあるため、増税前の駆け込み需要とその反動を極力平準化しようとするものである。

② 中小・小規模事業者に対する支援

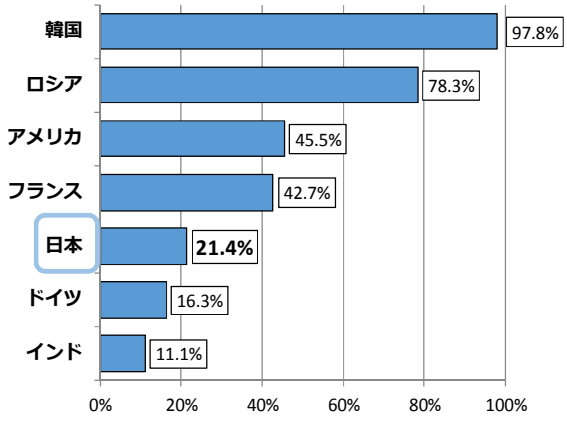
中小・零細企業などが増税の影響で業績不振に陥り、経営悪化に見舞われるリスクを軽減しようとするものである。

③　キャッシュレスの推進

経済産業省は2017年6月に閣議決定された「未来投資戦略 2017」において、わが国のキャッシュレス決済比率を 2027 年までに現行の2割程度から4割程度に引き上げる目標を掲げた。参考までに、日本と諸外国のキャッシュレス決済比率（図表1）をみると、日本の同比率 21.4%は、全体の中では低い水準にある。

過去においても消費税率を引上げた際、消費の平準化や企業業績に対する支援などの景気対策は行われた。今回はそれにキャッシュレス推進という新たな目的が加わり、いわば一石二鳥を狙う事業である点に特徴がある。

図表1　日本と諸外国のｷｬｯｼｭﾚｽ決済比率（2017 年）



（資料）一般社団法人日本ｸﾚｼﾞｯﾄ協会
日本のｸﾚｼﾞｯﾄ統計 2018 年

(2)事業の概要と目玉の施策

事業の概要は次の通りであり、その目玉は2つある。ひとつは消費者のメリットであるポイント還元、もうひとつは中小・小規模事業者の支援として実施される、キャッシュレス決済関連コストの補助である。

＜事業の概要＞

事業の大枠	・消費者が中小・小規模事業者等の店舗でキャッシュレス決済を利用して買い物をすると、購入金額の2%もしくは5%換算のポイントが還元される。 ・ポイント還元を受けられる店舗は、本事業の制度に従い事前登録されていることが前提条件になる。事前登録されている店舗のうち、制度で認められた中小・小規模事業者やそのフランチャイズ加盟店は原則5%、それ以外は2%の還元になる。
事業期間	・2019 年 10 月から 2020 年6月までの9ヶ月間。
事業費用	・ポイント還元、中小・小規模事業者のキャッシュレス決済コストの補助、事業の運営や PR などのための各種費用は、政府予算約 2,800 億円で賄われる。

＜目玉の施策＞

ポイント還元	・消費者は、購入金額の2%もしくは5%相当のポイント還元を通じて、実質的な値引き効果を得ることができる。なお、ポイント還元の方法やそのタイミングは、キャッシュレス決済事業者（クレジットカード会社など）によって異なる。
キャッシュレス決済関連コストの補助	・制度で認められた中小・小規模事業者は、キャッシュレス決済に必要なコストの一部、例えばクレジットカード決済に利用する端末の初期導入費や、クレジットカード会社などに決済の都度支払う加盟店手数料について、政府から一部補助を受けることができる。加盟店手数料率には、上限 3.25%の制限も加えられる。

なお、ポイント還元率を平均 3.5%（2%還元と5%還元が半々と想定）、予算 2,800 億円の内 2,000 億円程度がポイント還元に使われるとすると、購入金額換算で約 5.7 兆円とかなり大掛かりな事業規模である。

2. わが国のキャッシュレス普及の阻害要因から浮かび上がる問題点

(1)わが国のキャッシュレス普及の阻害要因

経済産業省は、2018 年4月に公表した「キャッシュレス・ビジョン」において、わが国でキャッシュレスが普及しにくい要因を次の通り指摘している。

①　現金の利便性の高さと安全性

わが国では、現金を簡単に引き出し、基本的にはどこでも決済に利用できる環境が整っている。また、偽造紙幣が少なく、盗難などのリスクも低い治安の良さから、未だに現金主義が根強い。

＜現金の利便性の高さと安全性＞

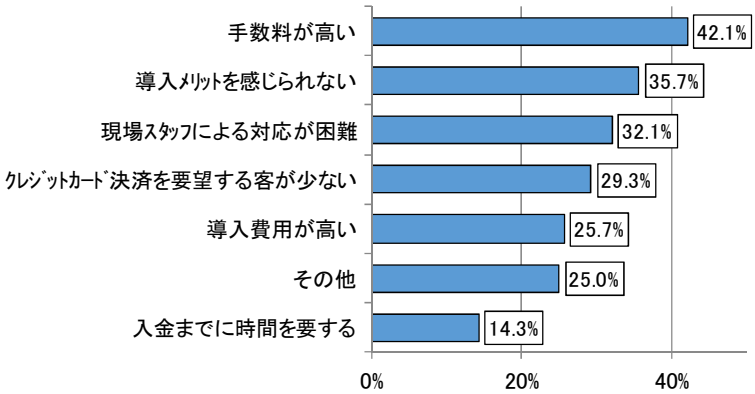
利便性の高さ	・コンビニの ATM 設置などによって、現金の引出し場所や時間の制約が少ない（いつでも、どこでも現金を引き出せる環境が整っている）。 ・現金はほぼどこでも決済に利用できる。 ・店舗のレジなどの性能が高く、現金決済が正確かつスムーズ（キャッシュレスに比べ、決済の利便性で大きく劣っているわけではない）。
安全性	・偽造紙幣が少ない（現金に対する信頼度が高い）。 ・治安の良さから、現金を持ち歩くリスク（盗難など）が低い。現金決済が多いことによって、犯罪（強盗、脱税など）が頻発する状況でもない。

②　店舗のキャッシュレス導入コスト負担の重さや資金繰り懸念など

キャッシュレス決済を広めるためには、決済に利用するインフラを整えなければならないが、それを行う店舗側にもネックがある。主にはキャッシュレス決済導入に伴うコスト負担の重さ、現金決済をやめることよる資金繰りの心配、従業員が新たなオペレーションを習得しなければならない負担などである。

図表2は、経済産業省が 2016 年に実施した「観光地におけるキャッシュレス決済の普及状況に関する実態調査」のうち、店舗にキャッシュレス支払（クレジットカード）を導入しない理由を質問した結果である。これによると、キャッシュレス未導入の理由としては、やはりコストの問題や現場スタッフの負担に関するものが目立つ。加えて、導入メリットを感じない、あるいはクレジットカード決済を要望する客が少ないなど、キャッシュレス普及そのものに疑問を感じているとみられる意見も多い。

図表2　店舗にｷｬｯｼｭﾚｽ（ｸﾚｼﾞｯﾄｶｰﾄﾞ）を導入しない理由



（資料）経済産業省

SUMITOMO MITSUI TRUST BANK

また、こうした課題や意見を持つ店舗の多くは、今回のポイント還元事業の対象である中小・小規模事業者と考えられる。なぜなら、かれらの経営規模は小さく、キャッシュレス導入による効率化程度では、なかなかメリットを生み出せなかったり、現金商売を日々の資金繰りの源泉にしているからである。

＜中小・小規模事業者におけるキャッシュレス導入コスト負担の重さや資金繰り懸念など＞

コスト負担の重さ	・キャッシュレス決済に利用する端末などの設備導入コスト、決済の都度支払う各種手数料の負担が大きい（新たな費用が利益を圧迫する懸念）。
資金繰りの懸念	・現金決済は売上を即時回収できる一方、キャッシュレス決済では、売上金回収のタイミングが後日にずれるため、資金繰りや取引先に対する支払いサイトに影響が生じる。
業務オペレーションの負担	・従業員が様々な業務を掛け持ちしている小さな店舗などでは、新たにキャッシュレス決済端末の操作方法などを習得し、かつ生産性を向上させることが難しい。また、大企業では生産性が向上すれば、人員削減などでコスト削減を図りやすいが、夫婦経営の零細企業などでは、そもそも削減できる対象人員がいない。

さらに「キャッシュレス・ビジョン」では、キャッシュレス決済未導入の店舗が未だに少なくないことを問題視しているが、これも中小・小規模事業者に多い課題と考えられる。一例として、中小企業におけるキャッシュレス決済の導入状況に関する調査結果（図表3）をみると、キャッシュレスを活用していない（未導入）先の比率が最も高く、半分近くの 47％に達している。大企業に関する同様のデータを確認することはできないが、おおよそ半分がキャッシュレスを活用していないという事実は、明らかに浸透度の低さの表れと言える。

図表3　中小企業のキャッシュレス導入状況（複数回答）

クレジットカード	30%
デビットカード	3%
口座振替（自動引落）サービス	28%
その他	23%
活用していない	**47%**

（資料）信金中央金庫　第 175 回全国中小企業景気動向調査

③　キャッシュレスサービス事業者のコスト負担の限界

クレジットカード、電子マネー、QR コード決済などのサービスを提供する企業は、既存のサービス運営にかなりのコストを費やしており、キャッシュレス推進のためにさらに大幅な追加コストを負担する余地が限られている。既存のサービス運営に掛かるコストとは、顧客開拓のための広告宣伝費用、各種ポイント制度の運営費用、サービス運営のシステム維持、開発費用などであり、キャッシュレス推進のための追加コストとは、新しいサービスの開発や設備投資、顧客囲い込みのための手数料引き下げなどである。

こうした点を明確に表す客観的データをなかなか示すことはできないが、確かにキャッシュレスサービス事業者の代表格であるクレジットカード会社について考えると、その多くは数％から7～8％程度の加盟店手数料で様々なコストを賄っており、決して余裕のある収益構造とは思われない。また、諸外国ではクレジットカード会社の利益が、リボルビング払いやカードキャッシングなど、加盟店手数料に比べかなり高い収益性のビジネスに支えられていることも珍しくない中で、わが

国のクレジットカード会社の殆どは、加盟店手数料を利益のベース[1]にしている。そのため、現実にはクレジットカードビジネスだけでなく、その他の複数の事業（不動産事業や自動車ローン事業など）を手掛けて収益を下支えしている先も多い。

（2）阻害要因から浮かび上がる問題点

わが国のキャッシュレス普及の阻害要因を改めてみると、それぞれの要因が共通する重要な問題点に関係している。その問題点とは、キャッシュレス決済というサービスを受けるために必要なコストを、消費者、店舗、キャッシュレスサービス事業者の3者でどのように分担するかということである。このような見方をするのは、次のような考え方に基づくものである。

・現金の利便性と安全性が高い状況下、消費者は自らコストを負担してまでキャッシュレスに移行しようとはしない。仮にコスト負担を強いられるのであれば、現金決済に回避することがいつでも可能な状況にある。
・キャッシュレスサービス事業者においても、これ以上のコスト負担は厳しい。ビジネスとしてキャッシュレスサービスを提供する以上、採算を確保できないほどのコスト負担はできない。
・以上の結果、現状では店舗にコスト負担がのし掛かっている。そうした中で、特に中小・小規模事業者は、コスト面以外にも資金繰りや業務オペレーションの不安を抱えており、キャッシュレス化になかなか踏み切れない。
・このような、コストの押し付け合いとも言える状況は、突き詰めればキャッシュレス化によって犠牲を払う見返り、つまりメリットが今ひとつはっきり見えないということの表れとも言える。

3. まとめ

本稿の目的は冒頭に述べたとおり、ポイント還元事業がわが国のキャッシュレス推進にどの程度貢献できそうか考察することである。最後のまとめとしてこの点に関する見解を述べたい。

まず結論から言うと、今回のポイント還元事業は、キャッシュレス推進に一定の効果を期待できそうである。しかし、キャッシュレスサービスに必要なコストの分担という、未解決な課題に関する最終的な着地点を見据え、もう一段深掘りした検討を進めていかないと、キャッシュレス化は一時的な盛り上がりに終わってしまうおそれがある。

わが国のキャッシュレスの実態を考えると、中小・小規模事業者に対して、キャッシュレスのインフラを浸透させることが非常に重要である。その点からすると、中小・小規模事業者に限定してコストを補助し、かつ消費者に対するポイント還元においても、中小・小規模事業者の還元率を優遇する今回の施策は、的を得たものと評価できる。

しかし、先に指摘したキャッシュレスサービス提供のためのコストを消費者、店舗、サービス事業者でどのように分担するかという、重要な問題点については引続き解決策を探っていかねばならない。この着地点が見えないままであると、とりわけ中小・小規模事業

[1] 日本のクレジットカード会社の一部も、2006 年の貸金業法改正前までは一定のカードキャッシング収益を確保していたが、同改正により総量規制（顧客の借入額の上限規制）導入や上限金利の引き下げが行われ、その影響などからカードキャッシング収益が大幅に減少した経緯がある。

者はキャッシュレス導入に踏み切りづらく、場合によっては一旦キャッシュレスを導入しても、ポイント還元事業終了後に再び現金決済を主体とするかたちに逆戻りしてしまうかもしれない。参考までに中小企業庁の基準で集計[2]した中小企業・小規模事業者の数は、2016 年6月時点で 357.8 万社。これに対し今回のポイント還元事業に登録し参加予定の中小・小規模事業者は、事業開始直前の9月初旬時点で58万社程度に止まっている。こうした状況は、ポイント還元事業終了後のキャッシュレスのメリット享受に不安を抱き、参加に及び腰になっている先が少なくないことを示しているのではないだろうか。

（調査部 次長 林 信行：Hayashi_Nobuyuki@smtb.jp）

[2] 中小企業庁が2018年11月に公表した中小企業・小規模事業者の数（2016年6月時点）の集計結果。

※ 調査月報に掲載している内容は作成時点で入手可能なデータに基づき経済・金融情報を提供するものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。また、執筆者個人の見解であり、当社の公式見解を示すものではありません。

SUMITOMO MITSUI TRUST BANK