

# モバイル決済モデル推進事業について

---

平成31年2月  
総務省

## <概要>

モバイル端末を用いたキャッシュレス決済手段の、小規模店舗を含めた広範な普及を図るため、QRコード決済の仕様及び業務の標準化と、安価な手数料での提供について検証する実証等を行う。

【H30補正予算(案) : 8.5億円】

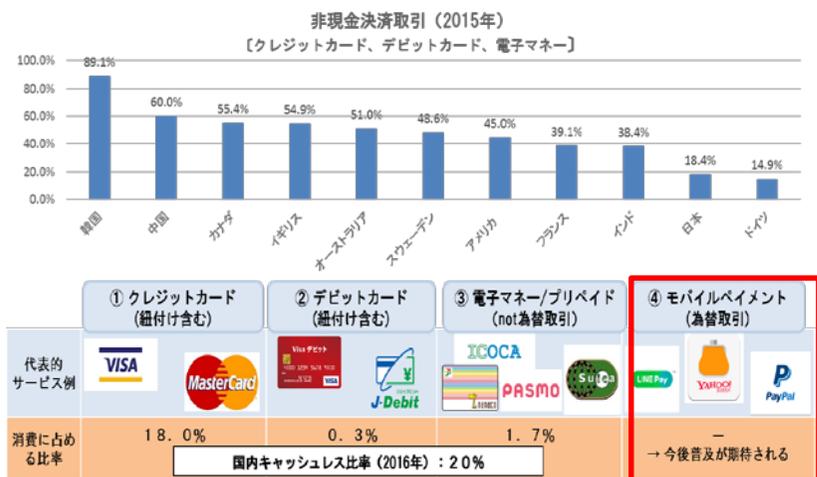
### 【これまでの取組・現状】

- 「未来投資戦略2018」(平成30年6月15日閣議決定)において、今後10年間でキャッシュレス決済比率を倍増することを目標にキャッシュレス化推進を図ることとされた。
- 平成30年7月に、関係団体・事業者等による推進主体として、一般社団法人キャッシュレス推進協議会が設立。

### 【目標・成果イメージ】

- QRコード決済について、仕様及び業務仕様の標準化
- 安価な手数料率でのQRコード決済の提供
- モバイル決済を導入することによる効果の検証 (キャッシュレス化の進展・店舗側での業務効率化・消費者側の利便性向上等)
- 決済データの利活用の検討

現状、諸外国に比べ低いキャッシュレス比率  
→今後10年でのキャッシュレス化比率倍増が目標



## モバイル決済モデル推進事業

### 実証で検証する課題

- 決済用QRコードの標準化
- 決済手数料の低廉化
- 決済データの利活用

### 実証による効果

→QRコード標準仕様等を  
他地域へ展開

情報利活用による  
新たな付加価値の創出

### 【実証概要】

特定地域の店舗等に、安価な手数料で複数の決済事業者の提供するQRコード決済を導入するモデル実証を行い、標準化等について検証

※キャッシュレス推進協議会において行うQRコード決済の標準化と連携



- ✓ **標準化されたQRコード決済の地域への導入**  
一定の生活空間で複数のサービスがある程度使える状況をつくる  
それによってどの程度キャッシュレスが進むのかを検証する
  - ✓ **小規模店舗が受け入れやすい条件を実現**  
低廉な手数料、早い入金サイクル
  - ✓ **継続可能な「地域型」の加盟店開拓モデルを構築**  
地域のプレイヤーが協力することで低コストなモデルを実現し検証する
- [ ✓ 訪日外国人対策 ]
- ✓ **地域が元気になること**

# 実証の前提条件の整理

- キャッシュレス推進協議会参加の県のうち、4県程度で実施。
  - ⇒ キャッシュレス推進協議会参加の県を中心に検討中  
(沖縄、佐賀、福岡、大分、山口、和歌山、長野、栃木、茨城、岩手、北海道)
- 標準化により、県内で、複数のQR決済サービスがある程度の店舗で使える状況をつくる。  
目標は、アクティブな店舗の2～3割。人口100万規模の県で2000～3000店舗程度。  
(KPIイメージは、各県でキャッシュレス対応店舗比率の20%アップ、決済比率20%アップ)  
基本は、店舗は実証参加決済事業者(8程度を想定)のすべてのサービスを置く。
- 店舗の設備・希望に応じた決済方法等とする。
  - A) POS設置の店舗 → CPM(BC) 地域のスーパー等へは県を通じてコンタクト
  - B) タブレット希望有り → MPM(動的) 各地域の説明会によりコンタクト
  - C) タブレット希望無し<sup>(注)</sup> → MPM(静的) 各地域の説明会によりコンタクト

(注) 決済時にQRを表示するためにタブレットは要らないが、管理画面をみて決済の取消等を行う場合は、タブレット・スマホ・PCの何れかが必要。
- 実証ではあるものの通常のサービス契約(実証期間のみ適用するものは明示)、実証後のプロダクションを前提とした契約。ただし、実証後に、各社の判断で手数料等の変更は可能。  
(実証後も契約管理等を継続する場合は、その費用負担に関して関係者の合意が必要。)
- 必要に応じて課題を踏まえて修正を行い、他府県にも展開。

# 都道府県別のキャッシュレス決済比率

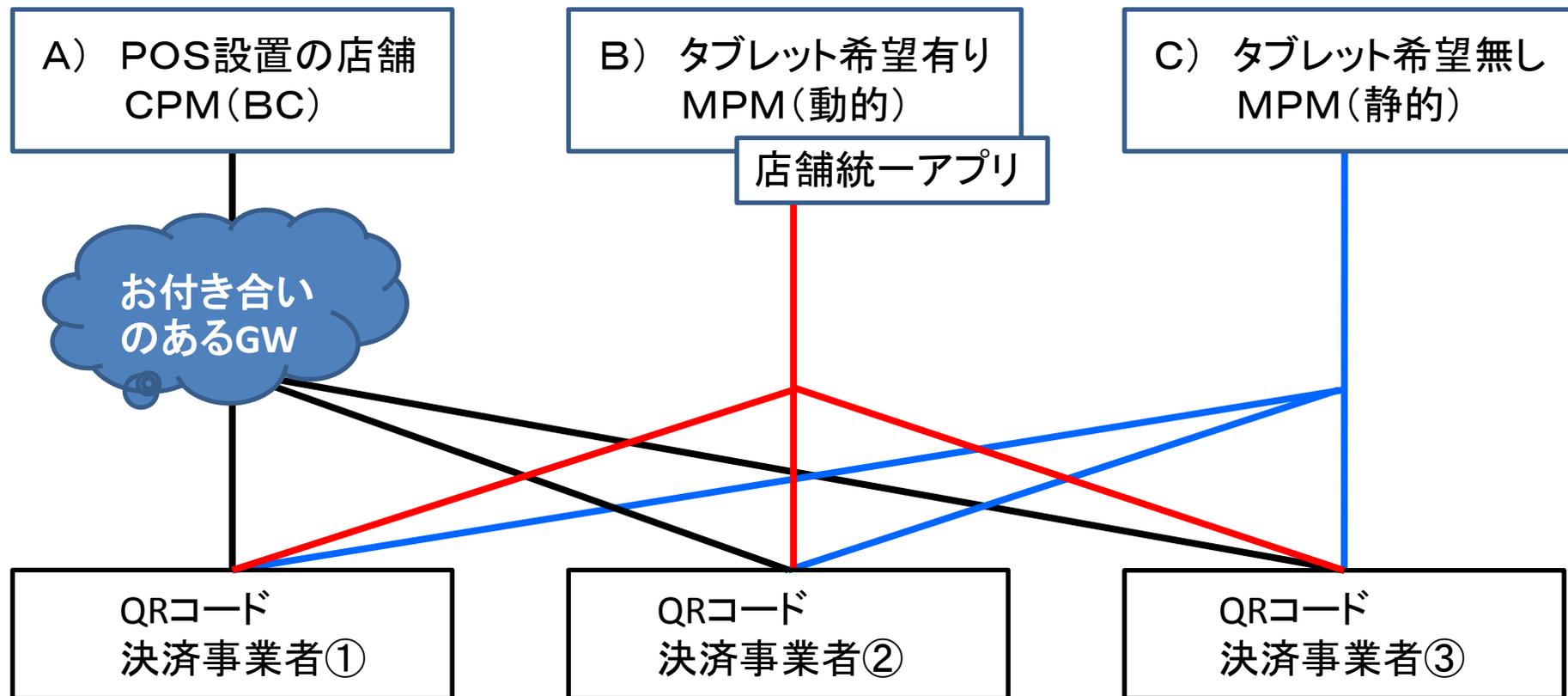
	キャッシュレス決済対応店舗の割合	キャッシュレス決済の比率
1	北海道(42.7%)	東京都(21.6%)
2	千葉県(36.6%)	香川県(20.6%)
3	愛知県(36.4%)	千葉県(19.18%)
4	東京都(36.0%)	三重県(19.15%)
5	神奈川県(35.8%)	神奈川県(17.8%)
⋮	⋮	⋮
43	長崎県(25.8%)	青森県(10.58%)
44	徳島県(24.5%)	福井県(10.57%)
45	高知県(23.9%)	鹿児島県(10.53%)
46	鹿児島県(23.4%)	佐賀県(10.51%)
47	和歌山県(21.6%)	和歌山県(10.3%)

表の出典：総務省・経済産業省(2014)『平成26年度商業統計 第2巻第5表』

キャッシュレス決済対応可能店舗の割合 = 各県のクレジットカードによる販売を行った事業所数/各県の小売業計の事業所数

キャッシュレス決済の比率 = (各県の電子マネーによる年間商品販売額+各県のクレジットカードによる年間商品販売額)/各県の小売業計の年間商品販売額

# 決済方法と接続方式



**前提** ✓ 精算・管理画面はGWが提供。

✓ GWは不要。  
 ✓ 統一的な精算は今回は見送り。

✓ GWは不要。  
 ✓ 統一的な精算は今回は見送り。

**課題** ✓ 一斉切替えとなる場合、店舗のPOS改修が間に合うか？

✓ 地銀等が、統一的な管理画面提供の仕組みをつくれるか？  
 ✓ 店舗統一アプリは誰が開発・運用するか？

✓ 地銀等が、統一的な管理画面提供の仕組みをつくれるか？  
 ✓ QRコードの生成・貼付は誰が行うか？

# QRコード決済の実証(役割分担)

プレイヤー	主な役割
コンサル事業者	実証主体、全体とりまとめ
キャッシュレス推進協議会	標準GLの提供、事業者コード及び加盟店番号の発番・管理、店舗ステッカーのデザイン <sup>(注1)</sup> ・発行、周知広報
決済事業者	標準仕様に準拠したQRコード決済サービスを提供
小売店舗	実証に参加する決済事業者の決済サービスを導入
地銀等の金融機関、GW事業者、フィンテック事業者 等のいずれか	契約の管理 店舗統一アプリ <sup>(注1)</sup> の提供 統一的な管理画面の提供
自治体 商工団体 (商工会議所・商工会等) 等	KPIの設定、店舗等に参加を呼びかけ、説明会実施、店舗の取りまとめ、期間中のQRコード決済普及のための周知広報

(注1) ブランディングについては、ステッカー、店舗統一アプリ、のぼり等において使用することとし、店舗におけるアクセプタンスのロゴとしては使用しない。

# 地域での実証参加説明会の役割分担・イメージ MPMを想定

市町村単位⇨商工会議所・商工会単位を基本として実施(広い県は複数市町村まとめて実施も)

プレーヤー	役割
コンサル事業者	全体とりまとめ、説明①
県	日程調整(県全体)、説明会参加
商工会議所・商工会等	説明会の設定(会場確保、店舗への参加呼びかけ、司会)
地銀等	契約管理主体として説明③
決済事業者	サービスの説明・実演②、各説明会に1~2の事業者が参加
総務省、総合通信局	説明①

(説明会での説明事項)

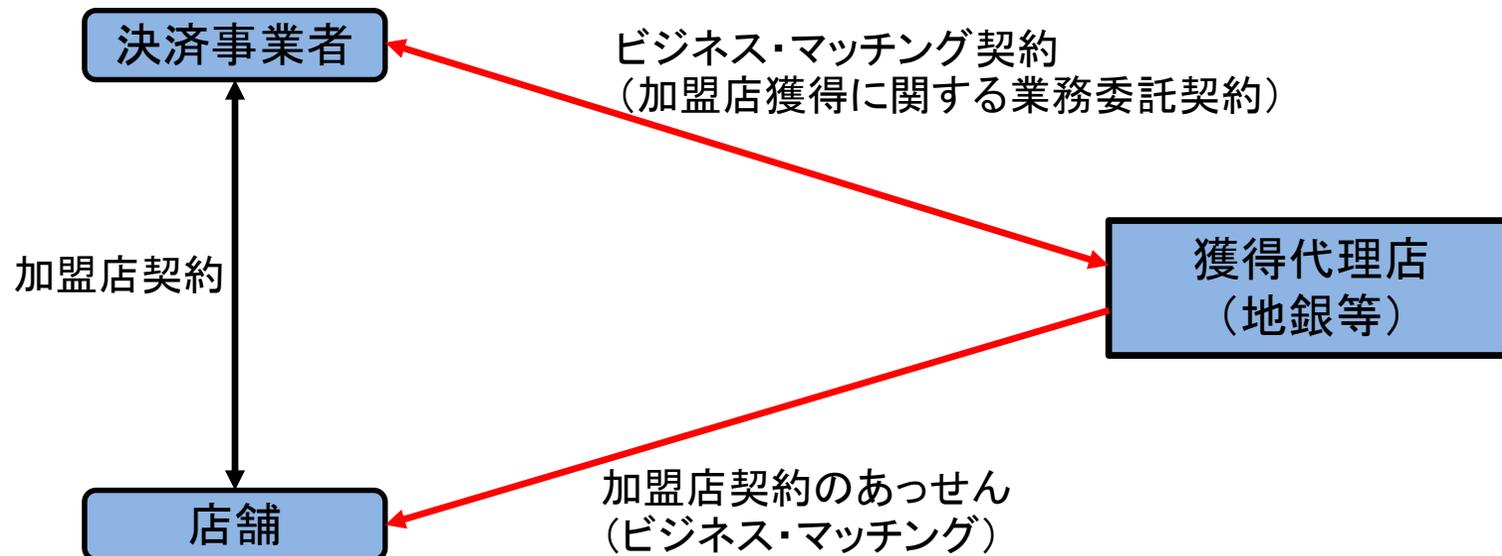
- ① キャッシュレスの概説・総務省の実証
- ② QR決済サービスについて(手数料等)
- ③ 実証への参加手続きについて



- なるべくその場で参加申込み=契約 (Web/紙の申込みを選択)
- 地銀等が申込みとりまとめ、各決済事業者に提供
- 各決済事業者が加盟店審査
- 保留・不参加は商工会議所等がフォロー

# 契約管理主体の役割(案) MPMを想定

- 地銀等が「獲得代理店」となることを想定。(県毎に一つの地銀等が望ましいが、複数の地銀等が「獲得代理店」となることも認める。)
- 決済事業者と地銀等との間で、契約獲得に係る業務委託契約(ビジネス・マッチング契約)を締結。
- 店舗は実証の参加申込み(=加盟店登録の申請)の申請書面を記入。獲得代理店は、それらをとりとまとめ(紙ベースのものはOCRで読み取る等して電子化)、電子的に各決済事業者に対して提供。
- 獲得代理店における所要経費は、実証期間中は実証経費として負担。実証後は、希望する決済事業者と地銀等との間で任意で業務委託契約を継続。



# 契約管理主体の具体的業務 MPMを想定

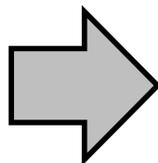
- 各決済事業者との間で、業務委託契約の締結
- 説明会への参加、実証への参加手続きの説明、加盟店登録申請書の記入補助
- 加盟店登録申請書の記載内容のチェック
- 記載内容のデータ化、各決済事業者への提供
- 各決済事業者の審査結果を店舗に伝達(契約成立)
- キャッシュレス推進協議会への加盟店番号の申請
  - ⇒ 発番された加盟店番号を各決済事業者、当該店舗に伝達
- 通信事業者にタブレットを希望する店舗情報を伝達
- 店舗からの問い合わせ対応(商工団体での一次対応、各社の契約内容に係る問い合わせを除く)
- 決済事業者側又は店舗側からの解約手続きの仲介
- 実証期間終了についての店舗への通知(契約条件の変更の確認依頼)

# 契約のイメージ(案) MPMを想定

- 実証の参加申込み(=加盟店登録の申請)の申請書面(紙/ Web)を準備。
- 8程度の決済事業者の加盟店登録の申請を一括で行うイメージ。
- 各決済事業者の加盟店審査を経て、加盟店登録・契約がされる。
- 契約内容については、なるべく揃える方向で調整。
- 決済手数料は、トータルとして店舗側に魅力的な内容とする。  
具体的には、手数料1%程度+月二回の支払、手数料1.8%程度+翌日払い、など。

## 契約のイメージ

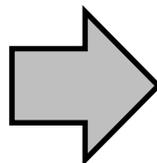
各社共通



例: 法令等の遵守、反社会的勢力の排除、加盟店と利用者の取引についての免責、利用を拒否すべき取引、アクセプタンス表示、情報の取扱、商品への苦情の処理、アクセス障害・システム更新等の場合、規約違反時の取扱、契約解除の条件、損害賠償、審査のための情報収集

など

各社バラバラ



決済手数料

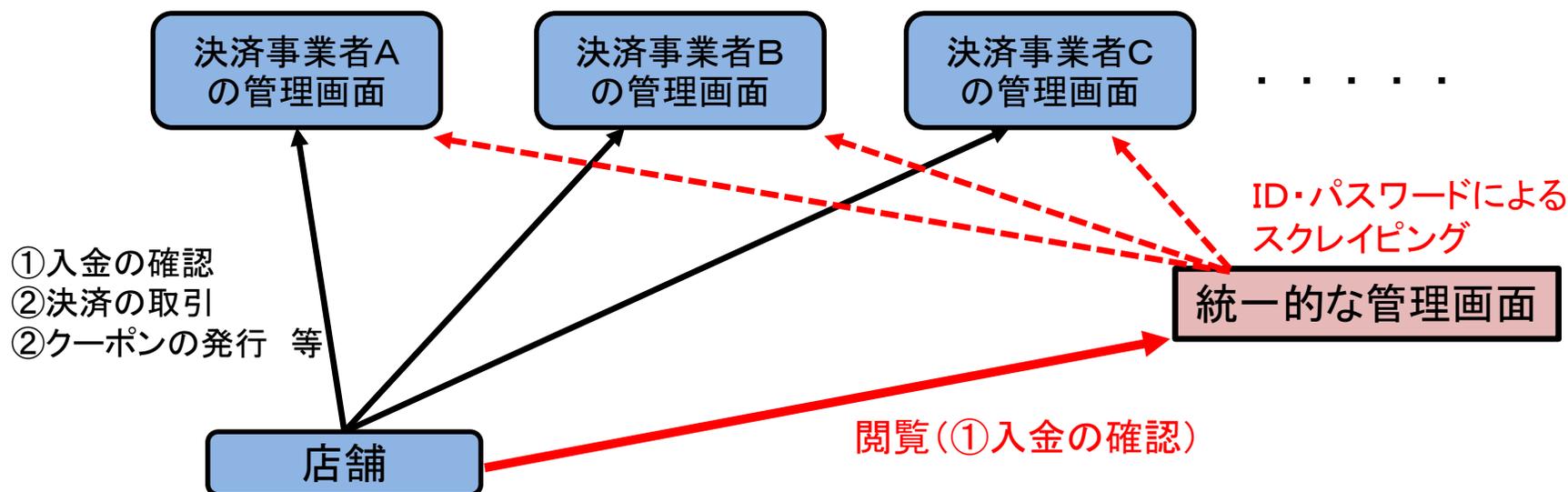
支払サイト

決済手段  
(前払式、ク  
レカ紐付等)

審査基準

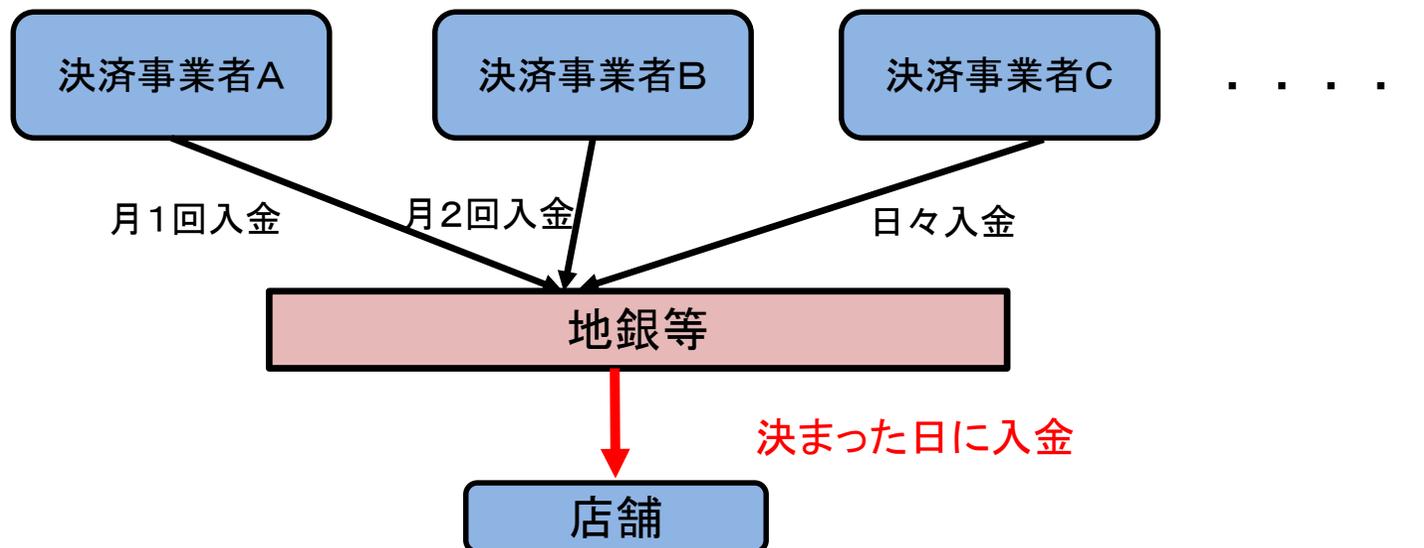
# 統一的な管理画面のイメージ(案) MPMを想定

- 複数の決済事業者と契約した場合、店舗は、それぞれの社が提供する管理画面を見て、①入金(予定)の確認、②決済の取消、③クーポンの発行 等を行うことになる。
- 店舗の手間を省くため、統一的な管理画面の提供が望ましい。他方、そのためには各決済事業者とAPI接続すると開発工期・コストが発生することから、①のみの機能をもつ、スクレイピングによる簡易な参照専用の画面とする。(契約の管理主体である地銀等やフィンテック企業による提供を想定)
- 決済事業者のオペレーションに影響を与えないためにも、店舗と各決済事業者との関係ではそれぞれの管理画面が「正規」のものであることを店舗側に周知するとともに、統一的な管理画面から各社の管理画面への円滑な遷移を可能とする。
- 統一的な管理画面への初回ログイン時に、店舗の同意を取得。なお、実証参加店舗には、利用を推奨するが強制はしない。実証期間中は実証経費として負担、実証後は利用店舗から利用料金か？



# 統一的な精算・入金イメージ(案) MPMを想定

- 複数の決済事業者と契約した場合、店舗は、それぞれの社と精算が必要であり、それぞれの社からバラバラに入金される(入金サイクル・入金日がバラバラ)。
- 間に地銀等が入ることによって、統一的な精算ができないか検討(例えば、店舗からみると毎月15日と月末に入金)。
- 実現には以下の課題があり、31年度の実証では見送ることとする。
  1. 技術的課題(精算額の確定情報の入手、店舗による消し込み)
  2. 債権債務関係の法的整理
  3. 地域の金融機関が複数存在する場合の競争環境への影響



# タブレット／ステッカーの配布(案) MPMを想定

MPM(動的)とMPM(静的)のメリット・デメリットを説明の上、店舗がいずれかの方式を選択。

タブレットの配布	ステッカーの配布
<ul style="list-style-type: none"> <li>● いずれの方式であっても、希望する店舗にはタブレット(又はスマホ)を供与(実証期間終了後も継続して利用可能)。ただし、通信費は店舗の自己負担。</li> <li>● 各県において業務委託を受けた通信キャリアが、店舗に統一アプリをインストール済みのタブレットを配布し、店舗と通信契約を締結。(県毎に一つの通信キャリアを選定。固定系は店舗を訪問して契約、携帯キャリアはショップで契約)</li> <li>● タブレットの使い方については通信キャリアが店舗に説明。問い合わせにも対応。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 協議会から契約管理主体経由で各店舗に共通加盟店番号とQRコードを伝達。</li> <li>● 店舗はPC・プリンターがあれば自分でQRを生成印刷、PC等がなければ商工会議所等においてQRを生成印刷</li> </ul> <p>⇒ 契約管理主体において、一括して生成・各店舗に送付することも一案</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 各QR事業者からアクセプタンス用のキット(シール等)を送付し、それをステッカーに貼付。加盟店番号はオープン情報であり、商工会議所等が特段のセキュリティ対策をとることは不要。</li> </ul>

※ ステッカーの配布方法については、キャッシュレス推進協議会において検討中。MPM(静的)以外の方式についても実証に参加していることが分かる共通認識ステッカーについても検討中。

# 店舗以外でのバーコード／QRコード支払

県経由で、店舗以外の各種支払におけるバーコード／QRコード支払を働きかけ(任意)。これらについては、必ずしも実証期間内に標準化されていることに拘らない。

主体	支払
県	自動車税、県の施設の利用料
市町村	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 税(市・県民税、固定資産税、軽自動車税等)</li> <li>• 水道料金</li> <li>• 証明祖手数料(住民票、税等)</li> <li>• 市町村の施設の利用料(動植物園、博物館、美術館、科学館、地域交流センター、駐輪場)</li> <li>• 市営バス</li> </ul>
タクシー会社・業界団体	タクシー運賃
病院・調剤薬局・業界団体	診察料、調剤料・薬剤料
農協(JA)	農産物直売所、移動購買車

# データ利活用／業務効率化

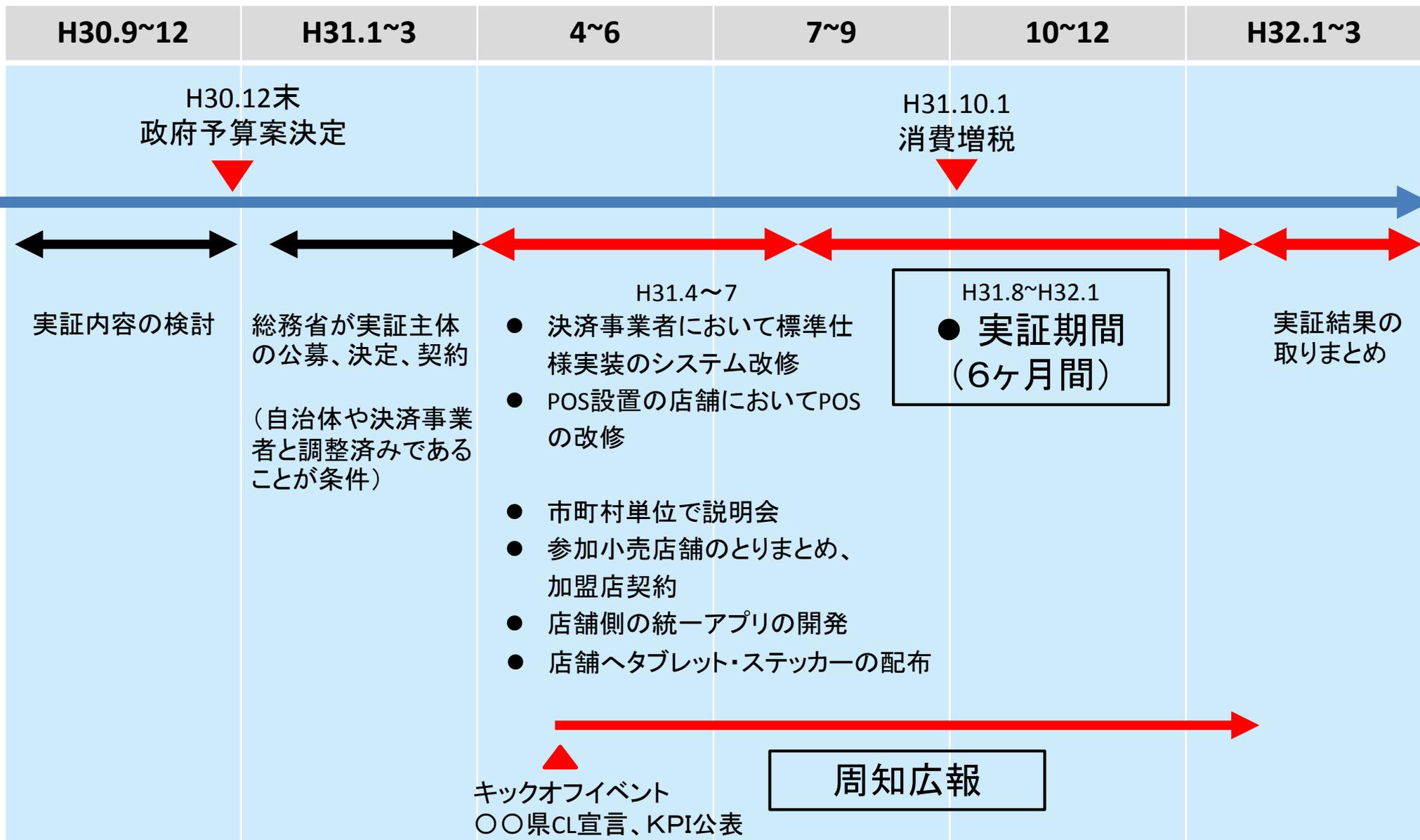
データ利活用	業務効率化
<p>(店舗におけるマーケティング)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● オリガミ、LINEペイ等の決済サービスのプロモーション機能の積極活用を推進することにより、効率的な集客、顧客の属性把握</li><li>● 通常のプロモーション機能に加えて、決済事業者の任意の取組により、地域限定の特別なプロモーション</li></ul> <p>(自治体・商工団体におけるデータ分析)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 地域の決済データを集約することで地域別の消費行動の分析など、地域活性化に向けた分析を実施</li><li>● 決済事業者は、いつ、どのような属性の人が、どこで、幾ら決済したかのデータを提供(決済事業者が提供可能な最小公倍数の単位)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 各地域において、QRコード決済等を使った、オールキャッシュレス店舗(現金NG)、セルフ飲食店等のモデル的な取組に参加する店舗を募集(各県数店舗、任意)</li><li>● 業務効率化の効果について検証</li></ul>

# 利用者向けの周知広報のイメージ(案)

自治体 商工団体 金融機関 JA 携帯ショップ	メディア
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 県・市町村等が主催する産業展・物産展等において「キャッシュレス体験イベント」(高齢者等に事前にアプリをインストール、出店での決済体験)</li> <li>● セミナー・講座・広報誌</li> <li>● 地域のオピニオンリーダー的存在からの情報発信</li> <li>● 携帯ショップのシニア向け無料講習において、「スマホ決済」のコマを追加し、集中実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 著名人によるメディアを活用した周知</li> <li>● QRコード決済の使い方の動画作成(決済事業者毎)、YouTube等へアップ。</li> <li>● 著名人がメディア(テレビ、ラジオ、ケーブルテレビ等)に出演し、動画も活用しつつ周知</li> <li>● 著名人が各県のイベントに参加することで相乗効果</li> </ul>

※ キャッシュレス推進協議会の周知活動とも連携。

# QRコード決済の実証(スケジュール(想定))



# 自治体、商工団体をお願いしたいこと(案)

自治体	商工団体
<p>(実証への参加店舗とりまとめ)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 県から県下の中小企業4団体への協力要請</li> <li>■ 県内のPOS設置のスーパー、ドラッグチェーンなどへの連絡窓口</li> <li>■ 各県のJAへの連絡窓口</li> <li>■ 説明会の開催(4~7月)</li> </ul> <p>(その他)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ KPIの設定(CL店舗の割合、CL支払の割合等)</li> </ul>	<p>(実証への参加店舗とりまとめ)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 会員企業への事前情報提供(3月)</li> <li>■ 商工会議所・商工会単位主催で説明会開催(4~7月)</li> <li>■ 参加希望店舗のとりまとめ、契約管理主体への提供(4~7月)</li> <li>■ 店舗からの問い合わせ一次対応</li> <li>■ ステッカー(紙のQR)の店舗への配布支援</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ タクシーなど個別団体への働きかけ</li> </ul>
<p>(データ利活用)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ モデル店舗の提案</li> <li>■ 地域でのデータ利活用の提案</li> </ul>	<p>(データ利活用)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ モデル店舗の提案</li> <li>■ 地域でのデータ利活用の提案</li> </ul>
<p>(普及推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 公金収納、公共料金収納への導入</li> <li>■ 自治体バス等の交通機関への導入</li> <li>■ イベント、広報誌、高齢者向け使い方講座等</li> </ul>	<p>(利用者への周知等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 広報誌等での周知、高齢者向け使い方講座等</li> <li>■ 地域のオピニオンリーダ的存在からの情報発信</li> </ul>

# 店舗からの問い合わせ一次対応用のFAQのイメージ

- 実証主体(コンサル事業者)が、決済事業者の協力を得て作成。
- ①契約にあたってのFAQと、②8月以降の運用のためのFAQの2種類。
- 商工会議所・商工会で一次対応し、内容に応じて、契約管理主体、各決済事業者に取り次ぐ。
- 問い合わせ内容は、概要をとりまとめの上契約管理主体に提供、FAQを随時更新。

(具体的な質問の例)

①契約前	②運用
<ul style="list-style-type: none"> <li>• クレジットとの違いは？どっちが良いのか？</li> <li>• 店舗の負担は？(店舗は何をすれば良いのか？)</li> <li>• 実証の後はどうなるのか？</li> <li>• どこに入金されるのか？</li> <li>• 訪日外国人は使えるのか？</li> <li>• 消費税対策(ポイント還元)との関係は？</li> <li>• 分からないことは誰に聞けば良いのか？</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ステッカーを無くした。</li> <li>• タブレットの使い方が分からない／動かない。</li> <li>• ちゃんと決済されたか不安だ。</li> <li>• キャンセルの仕方が分からない／立て替えてしまった。</li> <li>• 管理画面の見方が分からない。</li> <li>• 売上の一部が入金されていない。</li> <li>• この決済事業者の取扱いをやめたい。</li> </ul>

# (参考) シンガポールにおける実際の表示例

