

キャッシュレス決済に係る費用・収益構造に関する調査 報告書

2026年3月
一般社団法人キャッシュレス推進協議会

目次

| | | |
|----|---------------------------------|----|
| 1 | 本調査の背景と目的 | 1 |
| 2 | キャッシュレス事業とは | 1 |
| 3 | 調査対象事業及び対象事業者 | 9 |
| 4 | 決済事業者における費用・収益構造の内容 | 10 |
| 5 | 加盟店における費用構造の内容 | 16 |
| 6 | 調査の手法 | 19 |
| 7 | 決済事業者における費用・収益の状況 | 20 |
| 8 | 送金事業者における費用・収益の状況 | 47 |
| 9 | 加盟店における費用の状況 | 50 |
| 10 | その他、コストの試算において参考となる基本的な指標 | 54 |
| 11 | 我が国全体でのキャッシュレス決済に係る費用 | 59 |

1 本調査の背景と目的

政府が公表した2024年のキャッシュレス決済比率は42.8%に到達し、2025年6月を目標年限とした40%という政府目標を1年前倒しとなる2024年に達成した。このように、我が国のキャッシュレスの利用は堅調に推移している。また、日本のキャッシュレス決済手段の現状を概観すると、クレジットカード、デビットカード、電子マネー、コード決済といった多様なキャッシュレス決済手段が並立し、消費者や店舗等の運営事業者における選択肢も広がりを見せている。

こうしたキャッシュレス決済に関しては、そのサービスを提供するにあたり、システム構築・維持費用、端末設置費用、加盟店手数料、セキュリティ対策費用など決済事業者独自の費用・収益構造が存在していると考えられる。

決済は経済活動に不可欠な行為であり、それを成立させる（消費者が提示する支払手段を加盟店が受け付けられるようにする）仕組みは、社会インフラとしての性格を有しているとも捉えることができる。

そこで、本調査では、キャッシュレスサービスの提供（以下「キャッシュレス事業」という）に係る費用・収益の全体像を把握することを目的とし、決済事業者におけるキャッシュレス事業の費用・収益構造及びキャッシュレス決済を受け入れる店舗運営事業者にて生じる費用について分析を実施した。

2 キャッシュレス事業とは

キャッシュレス事業は、関係する事業者が多岐にわたり、そのビジネス構造、業務及びシステムも複雑化している。また、近年、決済事業者の多くにおいて、いわゆる決済（店舗等での支払い等）以外の事業も多く提供され、かつ、それらの事業とキャッシュレス事業が一体不可分となっているケースも存在する。そこで、まず本章では本調査において対象とするキャッシュレス事業の範囲を明確にするため、その構造について整理を行う。

本報告書では、2種のキャッシュレス事業について調査・分析を行う。1つは、店舗等での支払いにおけるキャッシュレス（以下「決済事業」という）であり、もう1つは送金におけるキャッシュレス（以下「送金事業」という）である。

2.1 用語について

以下、類似する用語が登場することを踏まえ、以下に本報告書において頻出する用語及びその意味を示す。

図表 1 本報告書における語句の用法

| 語句 | 意味 |
|-------------|--|
| アクワイアラ | アクワイアリング業務を担う決済事業者 |
| アクワイアリング業務 | 決済事業者が加盟店に対して行う業務の総称。加盟店の申込受付・審査、キャッシュレス決済の受入環境の提供、利用代金の加盟店への支払等が含まれる |
| イシュア | イシューイング業務を担う決済事業者 |
| イシューイング業務 | 決済事業者が会員に対して行う業務の総称。会員の申込受付・審査、決済手段の提供、利用代金の回収等が含まれる |
| オフアス取引 | イシューイング業務とアクワイアリング業務を異なる決済事業者がそれぞれ提供する取引 |
| オンアス取引 | 同一の決済事業者がイシューイング業務とアクワイアリング業務の双方を提供する取引 |
| 会員 | キャッシュレス決済手段を利用可能な個人や法人等 |
| 加盟店 | キャッシュレス決済により支払を受け入れることが可能な店舗等 |
| 基幹システム | キャッシュレス決済事業の運営に不可欠なシステムの総称。取引管理・会員管理・加盟店管理の各システムが含まれる |
| キャッシュレス | 物理的な媒体（現金等）を用いずに経済活動を行える状態 |
| キャッシュレス決済 | 店舗等において、現金を用いずに支払を行うこと |
| キャッシュレス決済手段 | キャッシュレス決済を実現するために、支払う人が利用する媒体。カードやスマートフォンアプリ等。文中では、単に「決済手段」として記す場合もある。 |
| キャッシュレス送金 | 現金等を用いずに相手方に資金を移動させること |
| 決済事業 | キャッシュレス決済をサービスとして提供する事業 |
| 決済事業者 | 決済事業または送金事業を行う者 |
| 決済代行業者（PSP） | 複数のキャッシュレス決済手段を一括して加盟店に導入・管理するサービスを提供する事業者（Payment Service Provider） |
| 顧客 | 決済事業者のサービス対象となる会員及び加盟店の総称 |
| 国際ブランド | 国際的に利用されるキャッシュレス決済サービスのルール・決済ネットワーク等を提供し、多数のイシュアとアクワイアラをハブとして繋ぐ事業者 |
| 送金事業 | キャッシュレス送金をサービスとして提供する事業 |

2.2 決済事業

決済事業は、決済事業者が提供するキャッシュレス決済手段を用いて、商品やサービスの代金を支払いたい消費者（以下「会員」という）と、キャッシュレス決済手段の利用を通じて売上を受け取りたい店舗等（以下「加盟店」という）との間をつなぎ、会員と加盟店との間の購買により発生する金銭債権及び債務の解消を実現する事業と言える。

2.2.1 基本的な構造

上述の金銭債権及び債務の解消を実現する最もシンプルな構造として、会員、加盟店、決済事業者の3者のみで構成される基本的な構造について確認する。

まず、実際の決済に先立ち、消費者や店舗等は、キャッシュレス決済サービスを利用できるようにするために（会員や加盟店となるために）、決済事業者に利用・導入の申込を行う必要がある。決済事業者は、申込内容を精査し、自社のサービスを提供するに問題ないことを確認したうえで、会員に対しキャッシュレス決済手段を提供し、加盟店に対しサービスを利用可能にする環境（決済端末やQRコード¹等）を提供する。

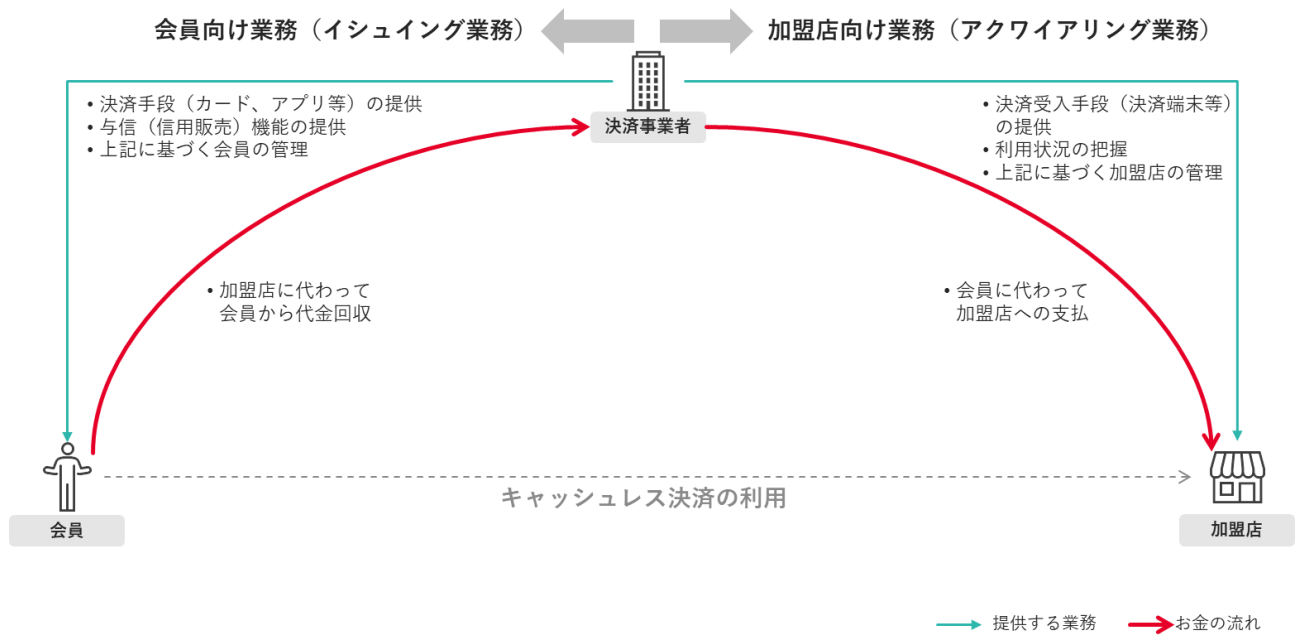
会員は、提供されたキャッシュレス決済手段を加盟店で利用することで、加盟店に対し支払の意思を示す。キャッシュレス決済の利用があった加盟店は、決済事業者へその利用があった内容を通知する。その結果、決済事業者は、どの会員がどの加盟店でいくら利用したかを把握することができる。また、加盟店は会員の代わりに決済事業者から代金を受領する権利を獲得する。決済事業者は、会員が加盟店に代金を支払う代わりに、会員から利用額の弁済を受けるためこれを徴収する。この一連の行為が、決済事業の基本形である²。

これらの活動のうち、決済事業者が行う会員向けの業務をイシューイング業務と呼び、加盟店向けの業務をアクワイアリング業務と呼ぶ。

¹ QRコードは、株式会社デンソーウェーブの登録商標です。

² 会員、加盟店と決済事業者の間に生じる法律構成には様々な形態があるが、ここでは理解のしやすさを重視するため、厳密な法的構成や一部のキャッシュレス決済サービスとは異なる記述が含まれる場合がある。

図表 2 決済事業の基本的な構造



イシューイング業務とアクワイアリング業務には、おおよそ以下の行為が含まれる。

a. イシューイング業務

- 会員登録を希望する消費者からの申込受付、審査
- 会員へのキャッシュレス決済手段の提供
- 会員のキャッシュレス決済手段の利用に関する精査 (不正対策等) や利用状況の把握
- 会員に対する利用状況等の通知
- ポイント等の特典の付与
- 会員からの利用代金の回収³

b. アクワイアリング業務

- 加盟店登録を希望する店舗等からの申込受付、審査
- 加盟店へのキャッシュレス決済の受入環境の提供
- 加盟店でのキャッシュレス決済の利用に関する精査 (不正対策等) や利用状況の把握
- 加盟店に対する利用状況等の通知
- 加盟店への利用代金の支払

c. その他の事業実施に必要な業務

イシューイング業務、アクワイアリング業務に依らず、決済事業の実施にあたり共通して

³ チャージ式のキャッシュレス決済サービスの場合、会員があらかじめチャージした資金 (バリュー) から利用代金を徴収し、クレジットカードの場合は、一定期間に利用のあった額をまとめて、会員の銀行口座等から回収 (引き落とす等) する。

必要な業務として、以下の行為が挙げられる。

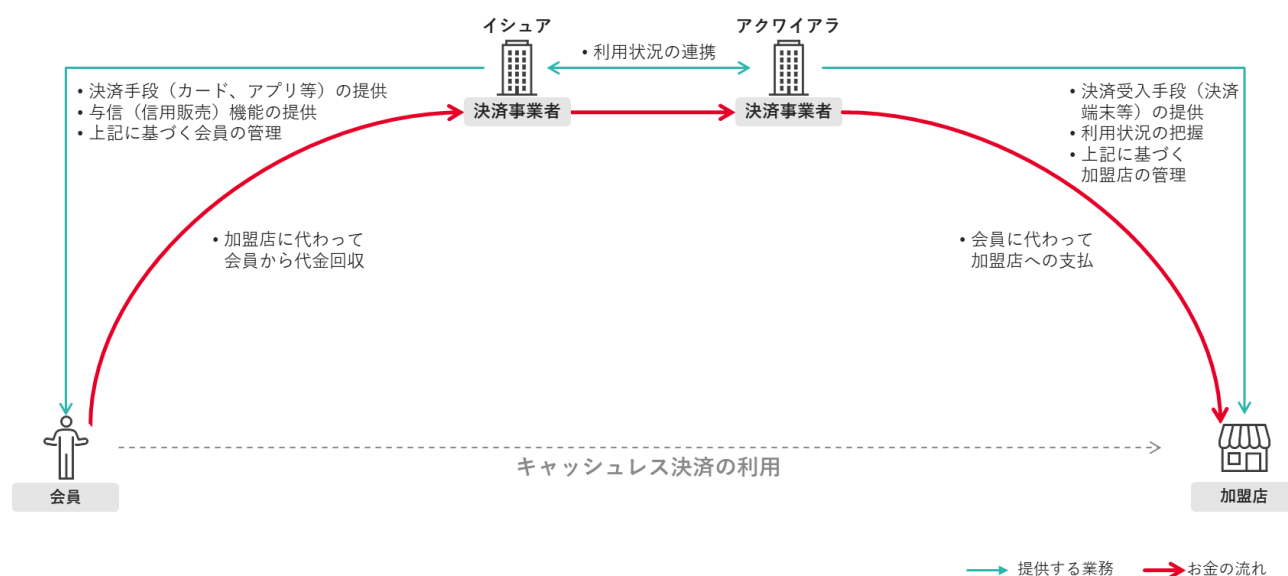
- 会員や加盟店からの手数料の回収
- 宣伝等営業活動
- 会員や加盟店からの問合せ対応
- 法規制への対応
- 不正利用時の対応（補償等）

2.2.2 構造の高度化1（イシューイング業務とアクワイアリング業務の分離）

キャッシュレスは、ネットワーク外部性が強く働く。ネットワーク外部性とは、そのサービスを利用する人（ここでは、会員と加盟店となる）が多く存在すればするほど、そのサービスの価値が高まるというものである。また、会員もしくは加盟店のどちらか一方のみではなく、その両方について十分な数が必要となる。

できるだけ多くの会員と加盟店の確保を行うために、1つのキャッシュレス決済サービスについて、複数の決済事業者がイシューイング業務やアクワイアリング業務を分担して提供することで、会員数や加盟店数の増加を目指すことが可能である。このとき、イシューイング業務を行う決済事業者をイシューア、アクワイアリング業務を行う事業者をアクワイアラと呼ぶ。なお、1つの決済事業者について見ると、イシューイング業務とアクワイアリング業務の双方を行うケースが多い。そのため、キャッシュレス決済の利用状況（どの会員がどの加盟店で支払うか）により、ある決済事業者がイシューアとなる場合もあれば、アクワイアラとなる場合もある。

図表 3 イシューイング業務とアクワイアリング業務の分離



ある取引について、同一の決済事業者がイシューイング業務（会員が自社の顧客）とアクワイアリング業務（加盟店が自社の顧客）の双方を提供する場合、これを「オンアス取引」

と呼ぶ。反対に、イシューイング業務とアクワイアリング業務を異なる決済事業者がそれぞれ提供する場合、これを「オフアス取引」と呼ぶ。

2.2.3 構造の高度化2（ネットワークの拡大）

会員や加盟店の数を効率的に拡大し、利便性を高めるために、決済事業はさらに高度な分業体制へと進化している。

a. 国際ブランドによる相互接続

多数のイシューとアクワイアラが個別に接続することは非効率であるため、国際的に利用されるキャッシュレス決済サービスのルールを遵守し、決済ネットワーク等を提供する「国際ブランド」がハブ（中心）となり、非常に大規模なイシューとアクワイアラを繋ぐ仕組みが提供されている。これにより、会員は国内だけでなく世界中の加盟店で決済が可能となる。また、決済事業者は個別の決済事業者と契約することなく、多様なイシューが発行するキャッシュレス決済手段を受け入れることが可能になり、また、多様なアクワイアラと契約している加盟店を利用することが可能となる。

b. 提携事業者の登場

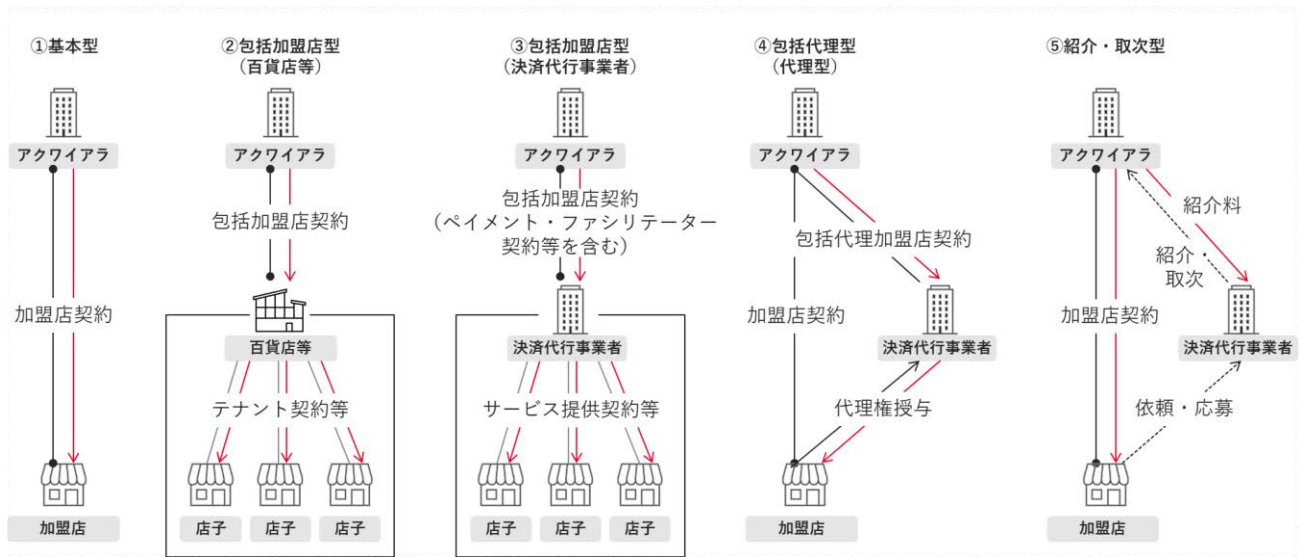
決済は経済活動の根幹をなす行為であるため、イシューが対象とする顧客は、全ての消費者とも言える。この点、消費者と強固な接点を持つ事業者（例えば、流通業者や航空会社等）の顧客ネットワークを活用できることは非常に効果的である。このような強固な顧客ネットワークを有する「提携事業者」が会員獲得の窓口となり、新たな会員を増やす一方で、これら提携事業者自身でイシュー業務を行うことは困難であることから、決済実務を専門のイシューが担う形態が採られる。その結果、提携事業者は自社の顧客ロイヤリティ向上を図ることができ、イシューは効率的に会員基盤を拡大することができる。

c. 決済代行事業者の役割

特にオンライン決済や中規模加盟店において、複数の決済手段を一括して導入・管理する「決済代行事業者（PSP: Payment Service Provider）」が介在することが多い。決済代行事業者の存在により、加盟店は多様なキャッシュレス決済サービスに対応するために、複数の決済事業者（アクワイアラ）と複数の契約を締結する必要がなくなり、契約やシステム接続に関する負担を大幅に軽減することができる。

また、実務上、主に下図のようなケースが想定されている。

図表 4 決済代行業者と加盟店、アクワイアラとの契約関係

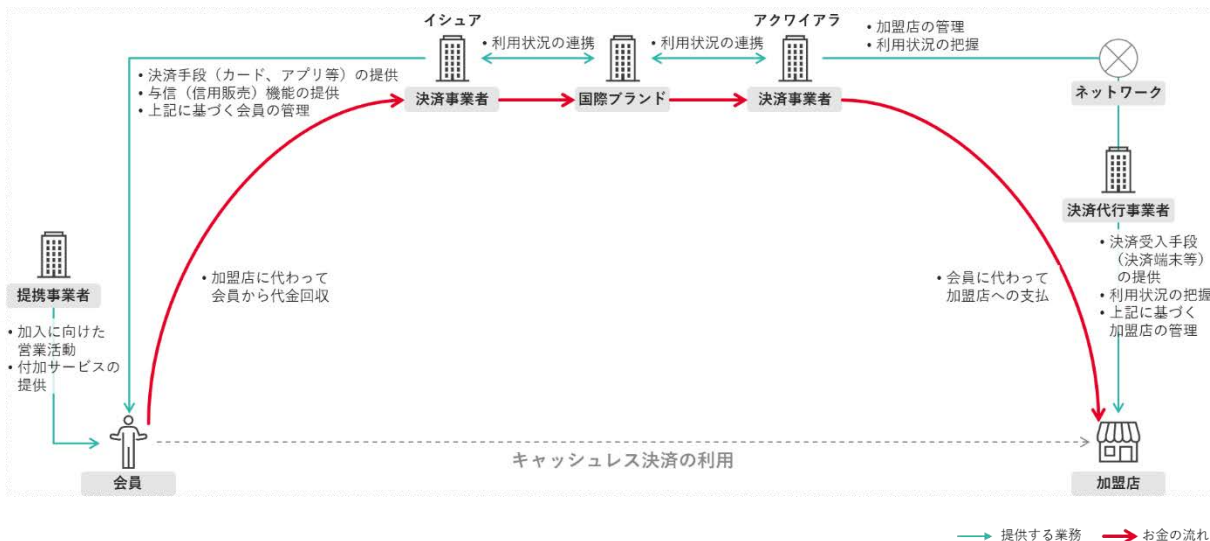


(出典) 経済産業省「割賦販売法について」をもとに作成

d. 中継ネットワーク

多様なキャッシュレス決済サービスや決済代行業者の登場を受け、加盟店や決済代行業者は多くのアクワイアラとシステム的な接続を構築しなくてはならない。このような複雑かつ煩雑な状態を解決するため、ネットワーク事業者がステークホルダー間のシステム連携を担うことで簡素化させることができる。

図表 5 国際ブランドや決済代行業者を介した多層的なネットワーク構造



このように、キャッシュレス決済事業は巨大なネットワークとシステムにより実現される事業であり、装置産業⁴であるとも言える。ただし、このように複雑な分業体制が構築されたとしても、キャッシュレス決済事業全体で見れば、イシューング業務とアクワイアリ

⁴ 製品やサービスを提供するために、巨大な機械設備（プラントやシステム）を必要とする産業のこと。

ング業務で成り立っており、その基本的な構造が変わることはない。

2.3 キャッシュレス送金（送金事業）

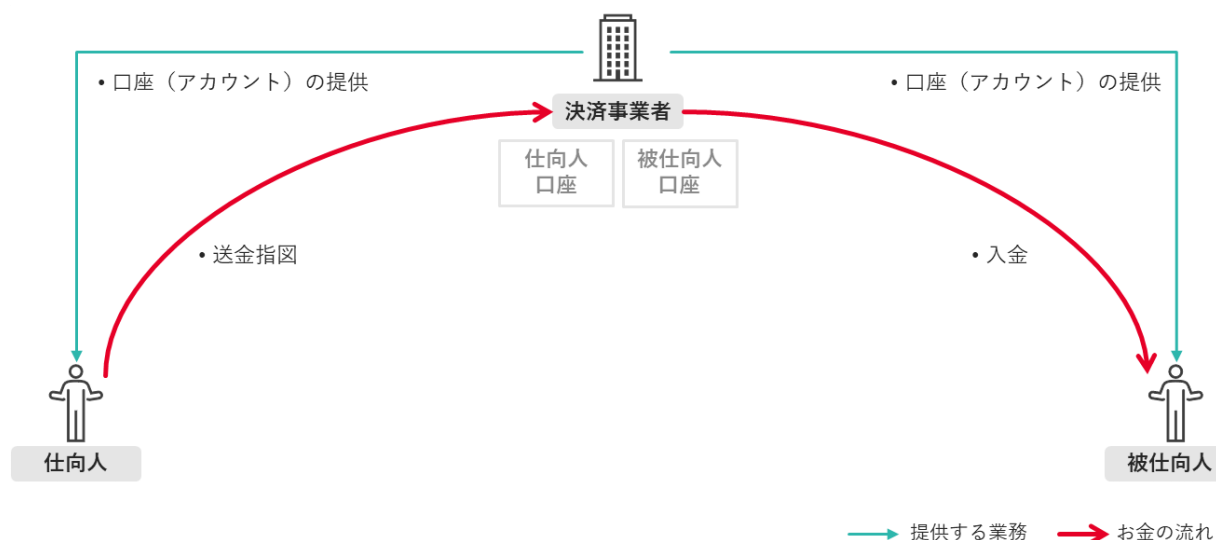
キャッシュレス送金の利用も近年増加している。代表的な例としては、銀行振込やコード決済事業者の提供する個人間送金が挙げられる。

送金事業では、支払いたい人（以下「仕向人」という）と受け取りたい人（以下「被仕向人」という）との間に決済事業者⁵が介在し、物理的な現金の移動を伴わずに資金の移動（為替取引）を実現する。

2.3.1 基本的な構造

送金事業における最も基本的な構造は、仕向人、被仕向人の双方が同一の決済事業者の顧客であり、当該事業者の管理する口座（アカウント）間で資金の移動を行う形態である。この場合、実質的な資金は決済事業者の内部に留まったまま、事業者内部の帳簿上の振替処理のみで完結する。そのため、処理が迅速であり、外部ネットワーク利用料等が発生しないことから、安価かつ安定的にサービスを提供できるという特徴がある。

図表 6 送金事業の基本的な構造



2.3.2 構造の高度化（仕向人の決済事業者と被仕向人の決済事業者の分離）

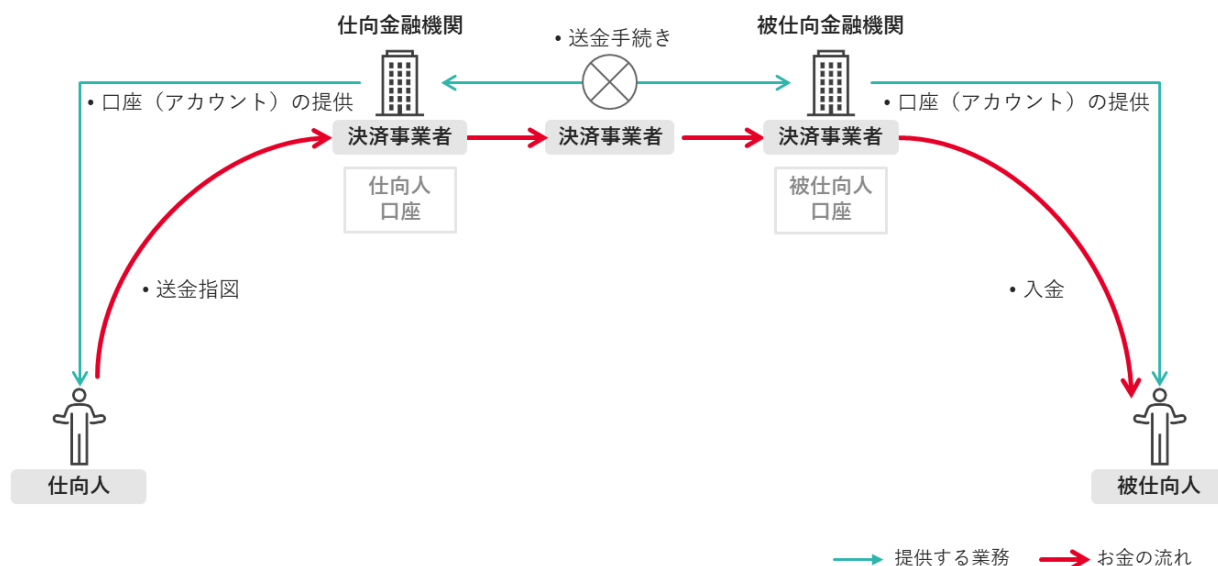
送金事業においてもネットワーク外部性が強く働くが、現実には仕向人と被仕向人が異なる決済事業者を利用しているケースも多い。そのため、異なる決済事業者間であっても円滑に資金移動を実現するための仕組みが必要となる。

この場合、決済事業における国際ブランドと同様に、複数の決済事業者を相互に接続する決済ネットワーク（清算・決済インフラ）が介在する。仕向人が口座（アカウント）を

⁵ 我が国において、為替取引を行うことができるのは、銀行等の預金取扱等金融機関及び資金移動業者に限定される。

有する仕向金融機関と被仕向人が口座（アカウント）を有する被仕向金融機関がこのネットワークに接続することで、自社以外の顧客に対しても安全かつ確実な送金が可能となる。

図表 7 決済事業者の分離



3 調査対象事業及び対象事業者

本調査では、決済事業と送金事業を対象とする。具体的には、決済事業として、現在広く我が国で提供されているクレジットカード、IC型電子マネー、コード決済及びデビットカードの各サービスを対象とし、送金事業として、銀行振込及び資金移動業者であるコード決済事業者による送金サービスを対象とする。なお、デビットカードについては、我が国で発行されている2種類のデビットカード（J-Debit及びブランドデビット）のうち、国際ブランドの付されたブランドデビットカードを調査の対象としている。また、IC型電子マネーはプリペイド型を対象とした。

これらの調査対象事業について、「本調査の背景と目的」にも記載の通り、本調査では、キャッシュレス決済事業の費用・収益構造及び加盟店側で生じる費用を調査、分析することを目的としている。

第2章で述べたとおり、キャッシュレス事業全体で見れば、様々な事業者が関与している状況にある。本調査では、キャッシュレス決済事業の中核をなす決済事業者（イシュー・アクワイアラ）と加盟店を対象とする。調査対象事業者の選定にあたっては、一般社団法人日本クレジット協会、日本銀行及び当協議会が公表する統計・調査資料を参考に、各決済手段において我が国のキャッシュレス決済の大半を担うと考えられる事業者を抽出する方針を採り、財務省との協議を経た上で、最終的には当協議会において決定した。これらの事業者に対し、決済手段ごとにヒアリング調査を実施した。なお、調査対象となった個

別事業者名については、調査協力の条件として秘匿の要請を受けていることから、本報告書では開示しない。

なお、実際の調査では決済事業者及び加盟店におけるキャッシュレス事業を支える中継ネットワーク事業者、決済事業者向けシステム提供事業者、POS レジ製造事業者、決済端末製造事業者、IC カード製造事業者へもヒアリング調査を行っている。これら事業者に対するヒアリング結果については、各決済事業者の費用・収益構造に関する調査結果との整合性確認、及び第 11 章に示す我が国全体でのキャッシュレス決済に係る費用試算の補完的な根拠として活用している。

4 決済事業者における費用・収益構造の内容

4.1 イニシャル費用

イニシャル費用とは、決済事業を新たに開始するにあたり、サービス提供環境を整備するために必要な初期投資にかかる費用をいう。原則として事業開始時に集中して発生するものであり、取扱件数や取扱金額の増減によらず固定的に生じる点で、事業規模に応じて継続的に発生するランニング費用とは性質が異なる。主な項目は以下のとおりである。

4.1.1 基幹システムに関する設計・構築費用

決済事業を運営するために不可欠な、取引管理・会員管理・加盟店管理の各システムを設計・構築するために要する費用である。これらのシステムは決済事業の根幹をなすものであり、事業開始に先立って確実に整備しなければならない。また、セキュリティに関するシステムの設計・構築についても本費目に含めることとする。

取引管理システムは、会員や加盟店から通知される取引内容をリアルタイムで把握・処理する機能を基本とし、オーソリゼーション（決済の承認）処理、不正利用防止に向けたセキュリティ対策（3D セキュア等）及び取引のモニタリング機能を含む。

会員管理システムは、会員ごとの属性情報・利用可能枠・利用状況を管理する機能に加え、Web 明細等の利用状況通知や、紛失・盗難届等の各種申請を受付・処理するフロントエンド機能の構築を含む。

加盟店管理システムは、加盟店の審査情報・精算サイクル・手数料率等を管理する機能に加え、加盟店専用ポータルを通じた売上管理や各種申請受付機能の構築を含む。

4.1.2 システムインフラに関する構築費用

4.1.1 に掲げる各システムを安定的に稼働させるために必要なハードウェア及びネットワークの整備に要する費用である。具体的には、サーバーの購入・設置、データセンターの確保、通信回線の敷設等が含まれる。近年はクラウドサービスの活用により、事業規模

に応じた柔軟なインフラ構築が可能となっており、初期投資の抑制につながっている側面もある。

4.2 ランニング費用

ランニング費用とは、サービス提供環境を整備した後、実際に決済事業を継続的に提供するにあたり生じる費用をいう。取扱件数や取扱金額、会員数等の事業規模に応じて変動するものが多く、事業が継続する限り発生し続ける点でイニシャル費用とは性質が異なる。

ランニング費用はサービスの提供時期や事業規模等により異なる⁶ため、本調査では調査対象とした各決済事業者における 2024 年度 1 年間の費用を調査対象としている。主な項目は以下のとおりである。

4.2.1 基幹システムに関する改修、運用費用

4.1.1 で構築した基幹システムを安定的に維持・改善するために継続的に発生する費用である。具体的には、サーバーの維持管理費、OS やミドルウェアのライセンス更新費、セキュリティパッチの適用費用、及び法改正や利用者ニーズの変化に対応したシステム機能の改善に要する費用が含まれる。決済事業においてシステムの安定稼働は事業継続の根幹であり、本項目はランニング費用の中でも特に重要な位置を占める。

4.2.2 システムインフラに関する保守運用費用

基幹システムを稼働させるためのハードウェア及びネットワークに対する管理・保守に要する費用である。障害発生時の迅速な対応体制の維持や、定期的な機器の点検・更新に要するコストが含まれる。取引件数の増加に伴い処理負荷が高まるため、事業規模の拡大に応じてインフラの増強も必要となる。

4.2.3 セキュリティ対策に関する改修、運用費用

キャッシュレス決済サービスを安全に提供し続けるために継続的に要する費用である。具体的には、不正アクセスの防止・検知システムの導入及び運用費用、EMV 3D セキュア⁷等の本人認証技術への対応費用、並びに PCI DSS⁸等の国際的なセキュリティ基準であり、割賦販売法に規定するセキュリティ対策義務の「実務上の指針」として位置づけられている「クレジット・セキュリティガイドライン」において定められているセキュリティ基準への準拠に要する委託費用及びシステム改修費用が含まれる。これらの対策は主にショッピング業務において求められるものであり、費用水準は決済手段の特性により異なる。な

⁶ 例えば、経済産業省が実施した「キャッシュレス・消費者還元事業」や総務省等が実施した「マイナポイント事業」においては、多額のポイント原資の提供が政府から行われ、当該施策を実施するための事務取扱費用に関する補助金も拠出されている。

⁷ インターネット上でクレジットカード決済をより安全に行うための本人認証サービス。

⁸ 決済事業者や決済代行業者、加盟店等において、クレジットカードの会員データを安全に取り扱うことを目的として策定された、国際セキュリティ基準。

お、不正利用が実際に発生した際の補償対応は4.2.10「不正利用等に対する対応費」として別途計上している。

4.2.4 外部ネットワーク利用料

国際ブランドや国内決済ネットワークを経由して取引データを中継する際に発生するネットワーク利用料である。キャッシュレス決済は複数の事業者が連携して成立するサービスであるため、各事業者間のシステム接続に対するコストが継続的に発生する。具体的には、ブランドフィーや中継ネットワーク事業者への接続料等が含まれており、取扱金額に応じて変動することが多い。

4.2.5 インターチェンジフィー

オフアス取引においては、アクワイアラからイシューに対してインターチェンジフィーと呼ばれる手数料が支払われる。これは、イシューがクレジットカードの発行・与信管理・代金回収等のイシューイング業務を担うことへの対価として位置付けられるものである。費用としてはアクワイアラ側に計上される一方、収益としてはイシュー側に計上されるため、キャッシュレス業界全体で見れば相殺される。

4.2.6 会員からの代金回収・チャージに係る手数料

会員から利用代金を回収する際に、銀行等の外部機関に支払う手数料である。クレジットカードにおける銀行口座からの引落手数料、コンビニエンスストアを通じた収納代行手数料、及びプリペイド型決済サービスにおけるチャージ時（銀行振込やクレジットカードチャージ等）に発生する手数料が含まれる。会員数や取引件数の増加に伴い費用総額も増大するため、事業規模に連動して変動する費用項目である。

4.2.7 加盟店への売上入金に関する手数料

決済事業者が加盟店に対して決済代金の精算（振込）を行う際に生じる銀行振込手数料である。精算頻度（早期振込オプションの有無等）や加盟店数によって費用総額は変動する。なお、決済代行事業者を経由して加盟店と契約している場合は、加盟店への振込業務を決済代行事業者が担うケースが多いため、決済事業者が直接負担する費用は限定的となる場合がある。

4.2.8 キャッシュレス決済手段の製造に関する費用

会員向けに提供する物理カードの製造・発行に継続的に要する費用である。ICチップ代、カードのエンボス加工・印刷費に加え、会員へ安全に届けるための郵送費（書留等）及び発行事務手数料が含まれる。新規入会時のカード発行が大半を占めるため、会員数の増加規模と連動して費用が変動する傾向がある。

4.2.9 顧客対応に係る人件費・業務委託費

顧客（会員及び加盟店）からの入会申込審査、並びに利用方法やトラブルに関する問合

せ対応を担う事務処理センター及びコールセンターの運営に要する費用である。自社スタッフの人件費に加え、外部のBPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）事業者への委託費用が含まれる。決済事業者と顧客との接点を担う業務であるため、サービス品質の維持という観点からも重要な費用項目である。

4.2.10 不正利用等に対する対応費

第三者によるなりすまし等の不正利用が発生した際に、会員を保護するために行う補償（チャージバック負担等）に関連する費用である。不正利用はキャッシュレス決済手段の窃盗や番号盗用等を起因として発生することが多く、イシューとしての取扱金額に応じてリスクが高まる性質がある。また、不正検知システムの運用や、不正利用調査を担う専門チームの人件費・事務費用も本項目に含まれる。

4.2.11 法令対応等に関する人件費

資金決済法・割賦販売法・銀行法等の法規制、及びマネー・ローンダリングとテロ資金供与対策（AML/CFT）等に継続的に対応するために要する費用である。具体的には、継続的な顧客確認（eKYCの運用等）、内部統制の整備、及びコンプライアンスチェックを担う専門人材の確保・育成に要する費用が含まれる。法規制対応は事業規模の大小にかかわらず一律に求められるものであり、特に新たな法改正が生じた際には追加的なコストが発生する。

4.2.12 販売促進費

会員及び加盟店の新規獲得、並びに自社サービスの利用頻度向上を目的として投下される費用である。新規入会キャンペーンの広告宣伝費、利用金額に応じて会員に付与されるポイントの原資、及び加盟店向けの手数料割引キャンペーン等の原資が含まれる。キャッシュレス決済はネットワーク外部性が強く働く事業であることから、会員数・加盟店数の拡大が事業価値の向上に直結するため、本項目は事業者によっては最大のコスト項目となることもある。

4.3 収益

収益とは、決済事業を継続的に提供するために必要な費用を賄うための収入をいう。収益は大きく、会員から受け取るもの、加盟店から受け取るもの、及びデータ活用等の付帯サービスから得られるものの3つに分類される。主な項目は以下のとおりである。

4.3.1 会員から支払われる年会費

クレジットカード等のキャッシュレス決済サービスの利用資格に対して、会員が定期的（通常は年単位）に支払う固定の手数料である。旅行保険や空港ラウンジの利用といった付帯サービスの充実度に応じて、無料のものから数十万円のものまで幅広く設定されており、決済事業者にとっては利用件数に依存しない安定的な収益源となっている。なお、年

会費を徴収しないカードも多く存在する。

4.3.2 会員から支払われる分割手数料等

会員が後払い型の決済サービスにおいて分割払いやリボルビング払い(以下「リボ払い」という)を選択した際に発生する手数料収益である。一括払いの場合は会員への手数料負担は生じないが、支払い回数を複数に分けた場合や、毎月一定額ずつ支払うリボ払いを利用した場合には、利用残高に対して一定の手数料率が適用される。決済事業者にとって、年会費と並ぶ会員側からの主要な収益源の一つである。

4.3.3 加盟店から支払われる加盟店手数料

キャッシュレス決済が利用されるごとに、加盟店が売上代金の一定割合を決済事業者へ支払う手数料であり、本事業における最も主要な収益源である。手数料率は、加盟店の業種・規模・取扱金額等に応じて個別に設定されており、一般に取扱規模の大きい加盟店ほど低い料率が適用される。なお、4者構造(国際ブランドを介した取引)においては、加盟店手数料はアクワイアラが受領した後、インターチェンジフィーとしてイシュアへ、ブランドフィーとして国際ブランドへとそれぞれ配分される仕組みとなっている。

4.3.4 加盟店から支払われる月額利用料(固定費)

決済端末のレンタル料や、決済システムへの接続・維持費として、加盟店が毎月固定で支払う料金である。加盟店手数料が取引件数・金額に連動する変動費であるのに対し、月額利用料は取引の有無にかかわらず発生する固定費であり、決済事業者にとっては安定的な収益として機能する。なお、近年は中規模加盟店の獲得促進を目的として、月額利用料を無料とする事業者も増加している。

4.3.5 インターチェンジフィー

4.2.5 参照。

4.3.6 付帯サービスの提供に係る利用料

決済事業に付帯するサービスから得られる収益である。付帯サービスには、購買データの分析・提供、アプリ内広告の掲載、クーポン・ポイントプログラムの運営受託など様々なものが含まれ得るが、本調査においては購買データの活用を中心に調査を行った。具体的には、キャッシュレス決済の利用を通じて蓄積された購買データを統計的に処理・匿名化した上で、加盟店や外部企業向けのマーケティング分析ツールや市場レポートとして提供することで得られる収益が該当する。決済事業者は日々膨大な取引データを取得しており、これを活用した付帯サービスは、従来の手数料収益を補完する新たな収益源として近年注目されている。

4.4 調査の結果、対象外とした費用

調査開始時において、調査対象の費用項目としていたが、調査の結果、本調査の対象で

ある決済事業者では基本的に対応を行っていないケースが多い以下の項目については、対象外とした。以下、項目の概要と調査対象外とした理由について述べる。

4.4.1 決済手段等に関する設計・構築費用

会員向けに提供されるキャッシュレス決済手段(物理カード・スマートフォンアプリ等)を設計・構築するために要する費用である。物理カードについては、券面デザインやICチップの仕様設計(EMV規格準拠等)が含まれる。スマートフォン向けには、バーチャルカードの発行基盤及びUX・UIを重視した決済アプリの設計・開発に要する費用が含まれる。

本費目については、各決済事業者において個別に設計する部分もあるが、国際基準等に基づき設計する部分が多いこと、また、一度設計することで長期にわたり活用可能なこと、費用として多額ではないことから対象外とした。

4.4.2 決済端末等に関する設計・構築費用

加盟店向けに提供される決済端末(据置型・モバイル型等)を設計・構築するために要する費用である。端末内のアプリケーション開発、セキュリティ認証(PCI-PTS等)の取得、及び決済センターとの接続テストに要する開発費用が含まれる。

本費目については、決済事業者が直接決済端末等を設計・開発することはなく、基本的に決済事業者が提示する仕様に基づき、決済端末提供事業者等が独自に設計・開発しているため、対象外とした。

4.4.3 決済端末の購入等に関する費用

加盟店に決済端末を提供するために要する費用であり、端末の購入費用に加え、提供前の端末設定(キッティング)や、加盟店への配送・設置にかかる物流費用も含まれる。

決済端末の商流は大きく2つに分類される。CCT(Credit Center Terminal)端末⁹については、端末メーカーがネットワーク事業者を介し、またはメーカーから直接、アクワイアラや決済代行事業者へ販売され、これらの事業者が加盟店に対し有償または無償で貸与する形が主流となっている。この場合、決済端末はアクワイアラもしくは決済代行事業者の資産として計上される。一方、非CCT形態では、加盟店が直接決済端末ベンダーから購入するケースも存在し、リース会社が介在する場合もある。

本調査の対象である決済事業者自身が端末を提供するケースは極めて少ないことが確認されたため、対象外とした。

4.4.4 加盟店から支払われる決済端末等の購入費(初期費用)

加盟店がキャッシュレス決済サービスを新たに導入する際に生じる、決済端末に関する初期費用である。

⁹ 決済事業者のシステムとオンラインでつながれた加盟店に設置された端末機のこと。世界標準規格で設計されている。

前述のとおり、現状の主流である CCT 端末については、端末はアクワイアラや決済代行事業者の資産として管理されており、加盟店はこれを貸与される形となる。そのため、決済事業者自身が端末を販売する事例は限定的となっており、本調査においては対象外とした。

5 加盟店における費用構造の内容

キャッシュレス決済を導入・運用するにあたっては、決済事業者側だけでなく、加盟店側においても相応の費用が発生する。加盟店は、キャッシュレス決済を受け入れるための環境整備（イニシャル費用）と、導入後の継続的な運用（ランニング費用）の双方において費用を負担する構造となっている。

加盟店が負担する費用の構造は、その事業規模やレジ周辺のシステム環境によって大きく異なる。本調査では、大規模加盟店、中規模加盟店、小規模加盟店の3つの区分に基づき費用構造の分析を行う。各区分の詳細については、それぞれ 5.1 から 5.3 に示すとおりである。なお、各区分の具体的な想定規模及びキャッシュレス決済額については、第 11 章に示すとおりである。

5.1 大規模加盟店

大規模加盟店は、本部が管理する基幹システムに接続した POS システムが全店舗に導入されており、POS レジと決済端末が連動して決済処理を行う形態（POS 連動型）を想定する。システムの整備・管理を本部が一括して担う体制が一般的であり、新たな決済手段を導入する際の対応もこの体制の下で実施される。

5.1.1 イニシャル費用

a. POS レジ改修費用

新たな決済手段を追加する際には、POS レジのユーザーインターフェース（決済選択ボタンの追加等）の変更に加え、本部サーバーや決済ゲートウェイとの通信プロトコルの改修が必要となる。また、売上管理データ（ジャーナル）のフォーマット変更や、経理システムとの自動連携機能の改修に伴う費用も含まれる。大規模加盟店では多数の店舗・レジに対して一括して対応する必要があるため、改修規模が大きくなりやすい。なお、コード決済形式を採用する場合は、決済サービスごとの差異をネットワーク事業者側で吸収する仕組みが整っているため、POS レジ側の改修負荷は比較的小さく、ゼロとなる場合もある。

b. 決済端末購入・設置費用

POS レジと接続する外付けのマルチ決済端末の購入費用である。全店舗のレジ台数分を一括導入するため、投資規模が大きくなる傾向にある。また、店舗への配送・設置設

定及び既存端末の撤去に係る施工費用も含まれる。ただし、近年はネットワークを通じて配布される端末のソフトウェア更新や接続しているネットワーク事業者側での対応により新たな決済手段に対応できるケースも増加している。

c. キャッシュレス決済に関する教育費

新しい決済サービスの導入時に実施する全店舗の従業員向けマニュアルの改訂及びレジ操作トレーニングに要する人件費である。また、端末故障時の代替機交換やソフトウェアアップデート等の保守サポート費用も含まれる。近年はマニュアルの電子化が進み、各店舗の担当者を通じた周知が行われるケースが一般的となっている。

d. その他周辺システム

大規模加盟店では、業務の自動化、システム化が進められており、キャッシュレス決済の導入により、周辺のシステムに影響が及ぶ場合がある。具体的には、決済手段ごとに異なる売上データの仕訳区分への対応や、経理システムとの自動連携機能の見直しが必要となるケースがある。これらの費用はキャッシュレス決済の導入形態や既存システムの構成によって大きく異なり、場合によっては相当規模の改修費が見込まれることもある。

5.1.2 ランニング費用

本調査では、決済事業者への調査と同様、調査対象とした加盟店における 2024 年度 1 年間の費用を調査対象としている。

a. 加盟店手数料

キャッシュレス決済の実行に伴い、決済事業者へ支払う従量制の手数料であり、ランニング費用の中で最も大きな割合を占める費用項目である。大規模加盟店では取扱金額の大きさを背景とした交渉力により、他の規模の加盟店と比べて相対的に低廉な手数料率が実現できている傾向にある。ただし、取扱件数が極めて大きいため、絶対額としての負担は相当規模に達する。

b. システム利用料

決済データを中継する情報処理センター（ASP）の利用料や、決済情報の照会ごとに発生するトランザクション料である。大規模加盟店では、キャッシュレス決済ネットワークを直接利用するケースが多く、この費用が継続的に発生する。取扱件数に応じて変動する費用項目であり、事業規模との連動性が高い。

c. キャッシュレス決済に関する通信費

決済データの送受信に要する専用線またはインターネット回線の維持費用である。大規模加盟店では本部と店舗間で常時多くの通信が発生しており、キャッシュレス決済関連の通信費をその他の通信費から切り出して算出することは困難なケースが多い。そのた

め、本調査においても独立した費用項目として計上することが困難であった。

d. キャッシュレス決済に関する販促費用

特定の決済手段を対象とした共同キャンペーンの原資負担、または自社アプリ等と連動させた際のポイント付与費用である。基本的にキャンペーンの原資は決済事業者が負担するケースが多いが、店頭での POP 掲示等の告知対応は加盟店側の負担となる。

5.2 中規模加盟店

中規模加盟店では、大規模加盟店のような POS 連動型ではなく、主に「スタンドアロン型（レジと連動しない独立した決済端末）」または「タブレット POS セット」の導入形態を想定する。これらの加盟店では、複数の決済サービスを一括して導入・管理できる決済代行事業者（PSP）と契約するケースが大半を占める。決済代行事業者を利用することで、複数の決済事業者（アクワイアラ）と個別に契約する必要がなくなり、契約管理やシステム接続の負担を大幅に軽減できるメリットがある。一方で、決済代行事業者の利益分が加盟店手数料等に上乗せされるため、大規模加盟店と比較して手数料率は高くなる傾向がある。

5.2.1 イニシャル費用

a. 機器整備費用

タブレット POS を導入する場合、タブレット本体・レシートプリンター・キャッシュドローア等の周辺機器の購入費用が発生する。多くの事業者においてアプリ自体は無償で提供されており、導入費用はハードウェアの購入費用が中心となる。なお、事業者によっては特定業種の加盟店を対象として機器を無償提供するケースもある。

また、最近は既存のスマートフォンを活用した決済対応も可能となっており、この場合は加盟店自身で決済事業者以外から機器を調達することが主流であり、新規購入が不要となる。

b. 端末導入費用

決済代行事業者が提供する決済端末の購入費用である。標準的な価格帯は 5～10 万円程度とされているが、多くの事業者においてキャンペーン等により実質無料で提供されているケースも多い。

5.2.2 ランニング費用

a. 加盟店手数料および月額利用料

決済金額に応じた従量制の手数料に加え、端末のレンタル料や POS アプリの月額サブスクリプション料金が含まれる。複数の決済手段を一括して契約できる決済代行事業者経由での契約が一般的であるため、手数料率は決済代行事業者の利益分が上乗せされた

水準となり、大規模加盟店と比較して高くなる傾向がある。また、月額利用料については固定費として毎月発生するものの、事業者によってはキャンペーン等により無料とするケースも見られる。

5.3 小規模加盟店

小規模加盟店では、コード決済のうち静的 MPM（店舗側に印刷された QR コードを会員が読み取る方式）を導入する形態を想定する。静的 MPM の場合、印刷された QR コードを設置するだけで決済受入環境を整備できるため、専用の決済端末や専用のインターネット回線が不要であり、導入障壁が極めて低い点が特徴である。また、決済時の通信は会員のスマートフォンのみで完結するため、店舗側のシステム整備をほぼ必要としない。

その結果、小規模加盟店において実質的に発生する費用は、加盟店手数料及び売上入金に係る手数料のみとなり、他の区分と比較して費用構造は非常にシンプルである。

6 調査の手法

本調査では、以下の手順に従い、決済事業者及び加盟店における費用・収益構造の把握を行った。

6.1 文献調査

まず、関係省庁・業界団体・当協議会が公表する統計・調査資料による先行調査、各決済事業者や加盟店における公表情報、諸外国における先行調査等を参照し、各調査項目におけるおおよその実態把握を行った。

6.2 各決済事業における抽象的なモデルの構築

次に、上記の文献調査をもとに、費用・収益の対象範囲を明確にするため、各決済手段及び送金事業について、費用や収益の流れを示した抽象的なモデル（以下「事業モデル」という。）を構築した。

構築した事業モデルは、主要なステークホルダーの関係性、資金の流れ、及び費用・収益が発生する各段階を図示する形で整理し、後述のヒアリング調査における確認事項及び質問項目の設定に活用した。

6.3 個別事業者へのヒアリング

ヒアリング調査は、2025 年 10 月から 2026 年 3 月にかけて実施した。

6.3.1 決済事業者へのヒアリング

6.1 で構築した事業モデルを基に、決済手段ごとに複数の決済事業者に対してヒアリング調査を実施し、費用・収益の具体的な金額及びその算出根拠に関する情報を収集した。

ヒアリングは、事前に調査票を送付した上でオンラインでの実施も含め個別面談形式にて実施した。調査票では、第4章及び第5章に示す費用・収益の各項目について、イニシャル費用、ランニング費用として2024年度1年間の実績値、収益として2024年度1年間の実績値について確認するとともに、各項目の算出根拠を確認した。また、ヒアリングの結果として得られた情報については、必要に応じて追加確認を行い、情報の精度向上を図った。

6.3.2 加盟店へのヒアリング

加盟店へのヒアリングについては、第5章に記載の3つの加盟店区分のうち、大規模加盟店を対象に行なっている。中規模加盟店、小規模加盟店については、文献調査により実態の把握を行っている。

6.3.3 関連事業者へのヒアリング

文献調査、ヒアリング調査を補完することを目的に、決済事業に関連する様々な事業者にてヒアリングを実施した。具体的には、国際ブランド、ネットワーク事業者、POSベンダー、決済端末ベンダー、ICカードベンダーに対しヒアリングを行い、これら事業者が決済事業者及び加盟店から得られる収益（決済事業者及び加盟店から見ると費用）について確認を行っている。

6.4 単位あたりへの換算

収集した情報について、事業者間の比較可能性を確保するため、費用・収益の各項目をその性質に応じた基準により単位あたりに換算した。取引件数や取扱金額に応じて変動する費用については取扱件数または取扱金額を、会員数や加盟店数に応じて変動する費用については会員数または加盟店数を、事業者の規模によらず一律に発生する費用については事業者数を、それぞれ換算基準として用いた。各項目における具体的な換算基準については、第7章及び第8章の各項目の記述中に示している。

なお、コード決済事業については、調査対象事業者間で取扱金額に最大60倍の開きが確認されたほか、システム構成や他事業との一体的な運営形態が事業者により大きく異なることから、他の決済手段と同様に単位あたりコストを幅で示すことが困難であった。そのため、コード決済事業については、各事業者の単位あたりコストの実数に取扱規模を乗じた上で加重平均を算出する方法を採用している。

7 決済事業者における費用・収益の状況

基本的な構造は、どの決済手段でも同様ではあるが、キャッシュレス決済手段により、その処理や代金の回収方法に差異がある。

また、調査対象とした事業者の取扱金額や取扱件数について、同一のキャッシュレス決

決済手段を扱っている事業者同士で比べた場合においても、10倍以上の差が生じる。全体的な傾向としては、事業規模の比率に比べコストの比率の方が小さく、全体として規模の経済の効果が働き、1件や1円あたりといった単位あたりでのコストは事業規模の大きい事業者の方が安く、効率性が上がることが確認された。

7.1 クレジットカード事業

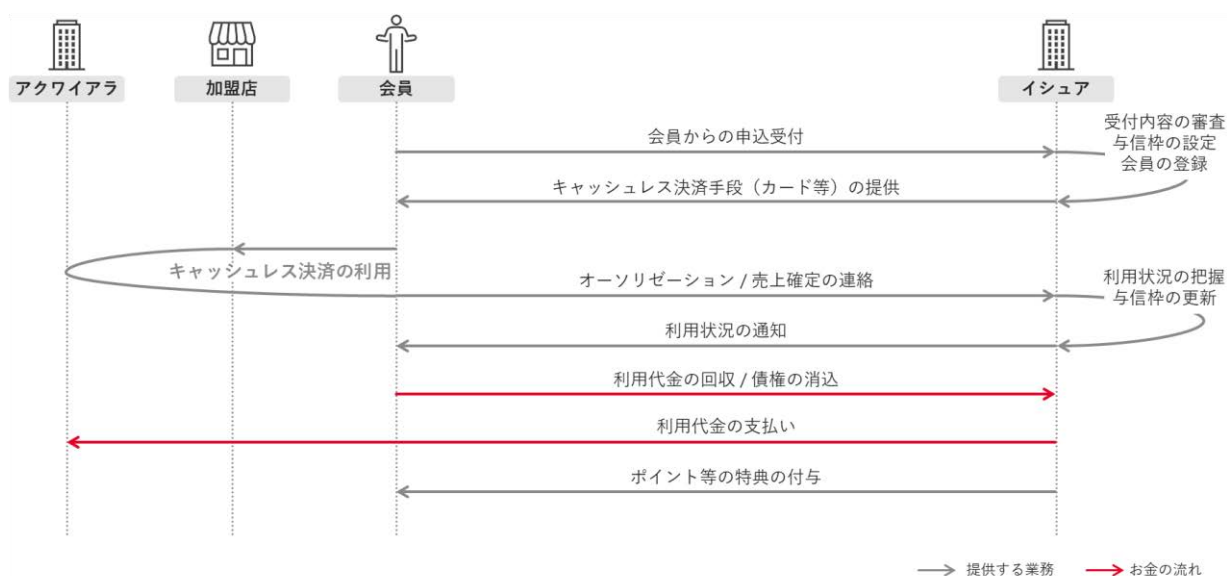
クレジットカード事業については、他の決済手段よりも明確にイシューング業務とアクワイアリング業務をわけて考えることができる。

イシューング業務を行うイシューは、まず、申込時に会員の信用力¹⁰をはかり、与信枠¹¹をあらかじめ設定する。この与信枠は、各会員の利用状況等に応じて変化する。各会員はイシューから与えられた自らの与信枠の範囲内で決済（購買）を行うことができる。

イシューは、アクワイアラ等から連絡される日々の決済を確認（オーソリゼーション）し、不正利用ではないか、また、与信枠を超過していないかを確認する。これらの利用について、イシューは一定期間ごとに利用額を集計し、店舗への支払額をアクワイアラに引渡す。また、会員から徴収する。

このとき、一部の会員からは利用代金を回収できない場合がある。この場合、イシューは継続して代金の回収を行う（督促状を出す等）が、それでも回収できない場合は、アクワイアラに引渡した額はイシュー自身の負担となることもある。このように利用から代金回収の間の不確実さ（信用リスク）をイシューは許容することとなる。

図表 8 クレジットカード事業におけるイシューの主な業務



¹⁰ 対象となる会員がどのくらい債務を履行することができるのかを示す指標。

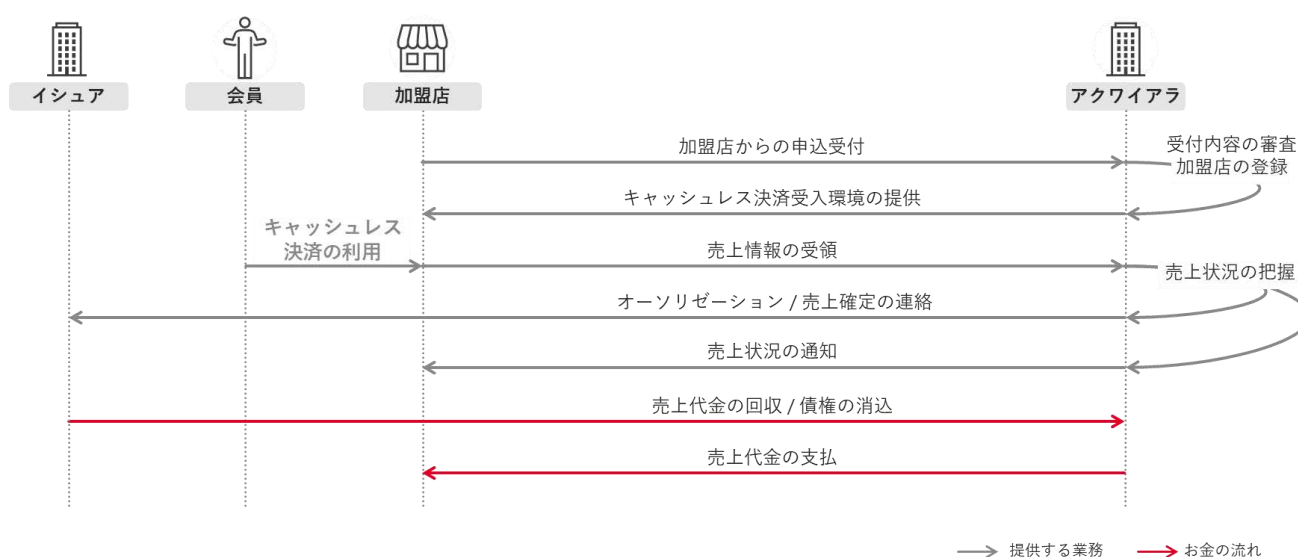
¹¹ 決済事業者が会員における後払いを許容する限度額。

また、アクワイアラは、加盟店においてクレジットカードを利用できる環境を整え、加盟店の業態や規模等に応じた手数料設定を行う。

会員がクレジットカードを加盟店で利用すると、加盟店はその利用があったことをアクワイアラへ伝達する。アクワイアラはイシューに対し、カードが利用可能な状態にあるか、また当該利用額が与信枠の中に収まるかを確認（オーソリゼーション）し、加盟店に対し利用可能かどうかを回答する。

オーソリゼーションが問題なければ、イシューはアクワイアラに、アクワイアラは加盟店に対しそれぞれ利用額の支払いを確約し、イシューは後日、会員から代金を回収する。

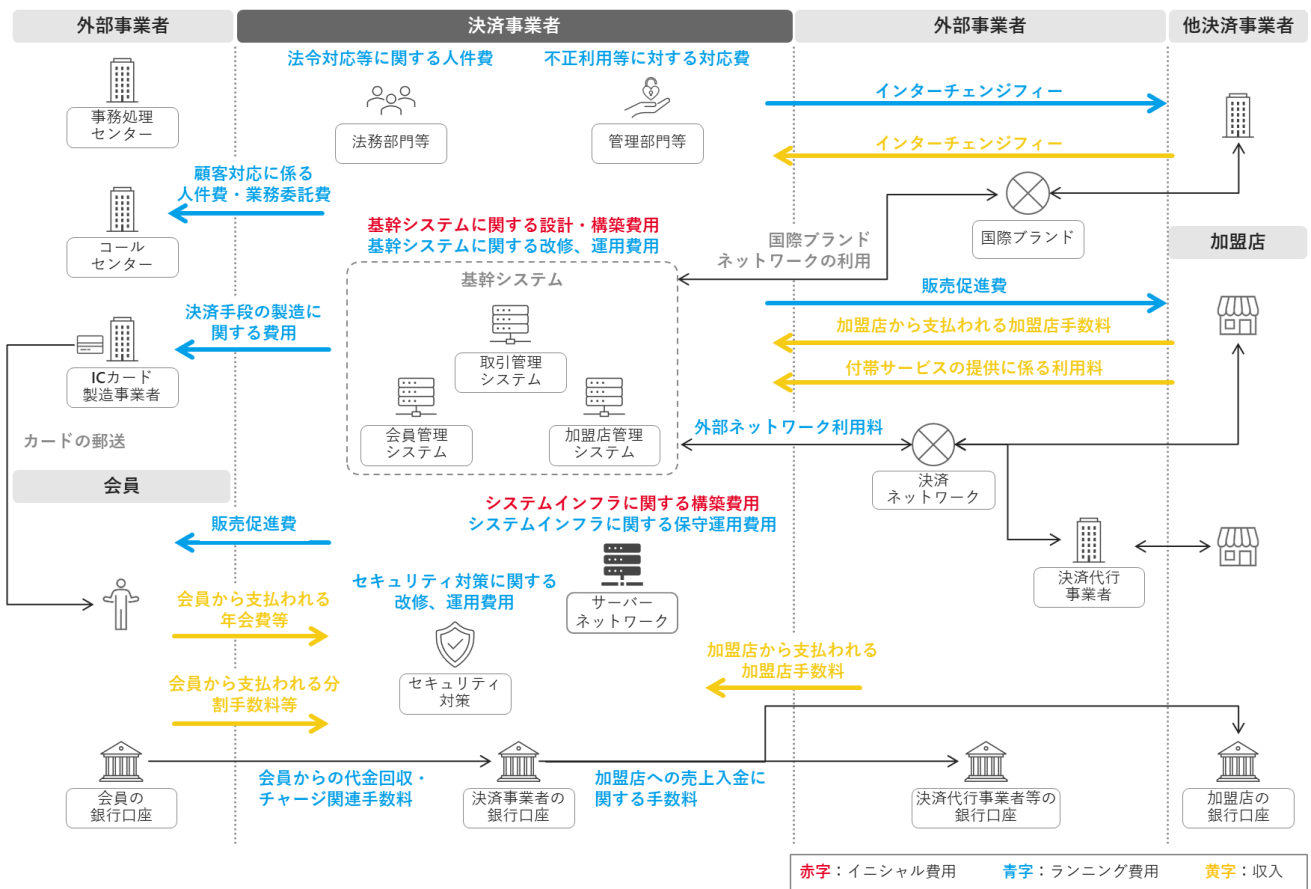
図表 9 クレジットカード事業におけるアクワイアラの主な業務



クレジットカード事業において、大手決済事業者ではシステムを自社で構築しているが、最近では、クラウドサービスの利用や業務のアウトソーシングが進展している。特に新規参入を目指す FinTech 企業においては、クレジットカード業務に必要なシステムを、システムベンダーが提供するサービス等に依存することで、初期コストを抑える傾向がある。

なお、前述の通りではあるが、近年、決済端末の提供は決済代行業者やネットワーク事業者が担っており、大手決済事業者においては、直接加盟店に対し決済端末を提供することはかなり限定的となっている状況にある。

図表 10 クレジットカード事業の事業モデル



7.1.1 イニシャル費用

a. 基幹システムに関する設計・構築費用

少なくとも本調査の対象とする範囲において、クレジットカード事業者の業務は同一であり、その結果、構築すべきシステムは、事業者による大きな違いは発生しないと考えられる。そのため、規模の大小についてはシステムインフラ（サーバー台数等）に影響するものと思われるが、ソフトウェアについてはそのような違いは発生しにくいと判断でき、また、実際の調査結果として、事業者による大きな変化は見られなかった。そのため、本項目については事業者単位で示す。

600～700 億円/事業者

b. システムインフラに関する構築費用

クレジットカード会社の多くで、クラウドサービスの利用が進んでおり、必要に応じてサーバーの増強が行える状況にある。そのため、イニシャルとしてどの程度の規模を見込むかにより大きく異なる¹²と想定される。しかしながら、想定される利用件数を基に

¹² 例えば、スモールスタートで始め、規模の拡大にあわせてサーバー等を増強するといった方策を採ることも可能であるし、反対に、安定性を重視し、一定程度の余裕を持った環境構築を行うことも考えられる。

初期構築を行うであろうという前提を置き、本調査では、直近年度1年間¹³の取扱件数を基に1件あたりの費用を算出することとした。

0.3～0.7 円/件

7.1.2 ランニング費用（年間）

a. 基幹システムに関する改修、運用費用

基幹システムのイニシャル費用同様、本調査の対象においては、事業者により実施する事業そのものに大きな違いは発生しないと考えられる。そのため、基幹システムに関する改修、運用費用については、イニシャルコストと同様、事業者単位で示すこととする。

40～70 億円/事業者

b. システムインフラに関する保守運用費用

システムインフラに関する保守運用費用は、設置するサーバーの台数、ネットワークの複雑性が関連すると想定される。また、これらは処理すべき件数により変動するものと考えられる。そのため、保守運用費用については、各社の年間取扱件数に基づき算出した。

0.5～1.0 円/件

c. セキュリティ対策に関する改修、運用費用

セキュリティ対策には、不正アクセスの防止や不正利用の検知、EMV 3DS の導入等が挙げられる。これらは主にイシューとしての対策が主となると考えられる。そのため、費用については、最新の会員数単位¹⁴で算出することとした。

10～30 円/会員

d. 外部ネットワーク利用料

決済用ネットワークや決済代行業者等の外部ネットワーク利用料は、料率により定められているケースが多かった。実際には月額利用料等の固定費も存在するが、その割合は料率部分に比べると極めて小さいようである。そのため、本調査では、一律取扱金額に対しての割合で示すこととする。

全体取扱金額に対し、0.02～0.06%

e. インターチェンジフィー

オフアス取引時に、アクワイアラの立場である決済事業者がイシューに対し支払うコス

¹³ 調査対象の決済事業者により、会計年度の対象期間の違いや暦年でのデータ提供もあったが、各調査対象事業者において算出可能な直近の1年間で集計している。

¹⁴ ここでいう会員数は、決済事業者が管理する全会員を意味しており、実際の利用が発生していない会員も含む。

トである。インターチェンジフィーは最終的に決済事業者の収入にもなり、クレジットカード事業全体では相殺される結果となる。具体的な費用感については、後述の「収益」を参照のこと（イシューとしての収益がアクワイアラとしての費用と同額となる）。

f. 会員からの代金回収・チャージに係る手数料

クレジットカード事業では、会員から代金回収を銀行からの引落で処理することが一般的である。その際に銀行等に支払う引落手数料は、イシューとしての取扱金額に応じることとなる。そのため、イシューとしての取扱金額に対しての割合で示す。ただし、銀行の手数は、引落1回当たりの課金であることが多く、また、利用がない場合は課金されないこととなる。

イシューとしての取扱金額に対し、0.05%～0.07%

g. 加盟店への売上入金に関する手数料

加盟店に売上金を入金する際に銀行等に支払う振込手数料は、加盟店の数もしくは取扱金額に応じるものと考えられる。また、決済代行事業者等を経由して加盟店と契約を締結している場合、当該加盟店への振込業務は決済代行事業者により行われることがほとんどである。そのため、加盟店数の数には比例しないと想定され、本調査では、アクワイアラの取扱金額を基準とすることとした。

アクワイアラとしての取扱金額に対し、0.01%

h. 決済手段の製造に関する費用

クレジットカード会社の多くは、自社のカードについて印刷会社に製造を依頼し、また、会員への配送も委託しているケースが多かった。また、実際に決済手段であるカードを製造するケースとしては新規入会時が大半を占めると考えられる。そのため、カードの製造及び配送に関するコストを1年間の会員増加数¹⁵で除した数値を算出した。

1,000円/会員増加数

なお、近年、クレジットカードのスマートフォンへの搭載が進んでおり、各社においても対応が進められている。我が国では、Apple Pay¹⁶もしくはGoogle Pay¹⁷の利用が主流であると考えられるが、これら企業に支払われるコストは機密事項として、調査対象各社から開示はなされなかった¹⁸。そのため、スマートフォンへのバーチャルカード搭載に対応するためのアプリ改修・運用費用も発生しているが、本調査においては物理カー

¹⁵ 1年間の会員数の差分で計算しているため、一部の会員増加数は会員の減少数により相殺されている。

¹⁶ Apple Pay は Apple Inc.の商標です。

¹⁷ Google Pay は Google LLC の商標です。

¹⁸ 参考情報として、諸外国において開示されている資料に基づく想定は、「10 その他、コストの試算において参考となる基本的な指標」を参照のこと。

ドの製造・発行費用に限定して計上している¹⁹。

i. 顧客対応に係る人件費・業務委託費

コールセンターでは、会員や加盟店といった顧客からの問合せを受け付ける業務を行っている。そのため、費用の算出においては、各社の委託費用を最新の顧客数（会員数＋加盟店数）で除した値を用いることとした。ただし、コールセンターを利用する問合せ主体としては、会員からのものが多いと推察され、各事業者における会員数と加盟店数の割合において、会員数が多くなると、コストが割高になる傾向があることがわかった。

15～150 円/顧客

次に申込みや各種手続きを受付ける事務センターについては、主に新規申込の受付処理及びその後の審査業務に多くの時間を要するものと推察される。そのため、事務センターに要する費用については、1年間の会員及び加盟店の増加数を用いた。なお、事務センターでの申込受付業においては、加盟店の審査業務や登録業務等の方が会員に比して業務量が多いと推察される。

550～2,000 円/顧客増加数

j. 不正利用等に対する対応費

不正利用は、基本的に会員が保有するカードに起因する（窃盗や番号盗用等）ものと想定される。そのため、イシューとしての取扱金額に依るものとして算出した。なお、クレジットカード会社によっては保険での対応を行っており、この場合、実際の不正利用に伴う補填額とは異なる可能性がある。

イシューとしての取扱金額に対し、0.01～0.02%

なお、一般社団法人日本クレジット協会が公表する「クレジットカード不正利用発生率」は、クレジットカードの利用金額に対し、おおよそ 0.05%²⁰となっている。

k. 法令対応等に関する人件費

法令対応については、資金決済法・割賦販売法・銀行法等の法規制、及びマネー・ローンダリングとテロ資金供与対策（AML/CFT）等への対応が事業者の規模の大小によらず一律に求められるものである。一方、本調査においては、事業者間で一定の差異が確認された。これは、対応を担う専門人材の内製化・外部委託の選択や、グループ内での法令対応機能の集約度合い等によるものと考えられる。そのため、法令対応等に関する

¹⁹ Apple Pay、Google Pay への一般的な対応事項については、10.5 を参照のこと。

²⁰ 一般社団法人日本クレジット協会の「日本のクレジット統計」及び「クレジットカード不正利用被害の発生状況」によれば、クレジットカードの不正発生率は、2022年：0.047%、2023年：0.051%、2024年：0.047%、2025年：0.038%と推移している。

人件費については、事業者単位で範囲を示すこととする。

5～15 億円/事業者

1. 販売促進費

各事業者において、多くのコストが費やされている費目であった。ただし、各事業者の特性やキャンペーン原資の費用負担の考え方等は様々であり、一概に比較することは困難であった。

ヒアリングの結果、各社における利用金額に対するポイント還元率はカードにより異なるものの²¹、おおよそ 0.5% を各社負担にてポイントとして提供していることが確認された。また、広告宣伝費等その他の販売促進施策に関する費用については、ポイント還元費用の約 1 割程度であることがヒアリングにより確認されており、販売促進費全体として以下のとおり設定した。

イシューとしての取扱金額に対し、0.55%

7.1.3 収益

a. 会員から支払われる年会費等

クレジットカード会社が発行するクレジットカードには、年会費が発生しないものも多く存在する。今回のヒアリングではカードの発行種別の内訳まで確認できていないが、年会費による収入について、各社の会員数で除した値を用いることとした。

150～400 円/会員

b. 会員から支払われる分割手数料等

分割払いやリボ払いをどの程度利用するかは、各社の会員属性等に依る部分が大いと思われる。ただし、決済金額が大きい場合には、分割払い等を利用する傾向が高まると想定されるため、イシューとしての取扱金額をベースに算出した。

イシューとしての取扱金額に対し、0.5～0.9%

c. 加盟店から支払われる加盟店手数料

加盟店手数料は、加盟店での利用額に応じて算出されるものであるため、アクワイアラとしての取扱金額を基準に算出した。加盟店手数料については、その契約形態や取扱規模等に応じて変動する。一般に言われている、2～3% という手数料率は、中規模・小規模加盟店を対象にしたものであり、取扱規模の大きい大規模加盟店に対してはそれよりも割安な加盟店手数料が提供されている状況にある。

²¹ 例えば、ポイント還元を行わないカードや提携事業者によるポイント還元が行われ、決済事業者自身の負担のないカードも存在する。また、一部の店舗では高還元率を提供するカードも存在する。

アクワイアラとしての取扱金額に対し、0.9～1.0%

d. 加盟店から支払われる月額利用料（固定費）

ヒアリングの結果、調査対象としたクレジットカード事業者には月額利用料を収益としている事業者は存在しなかった。

e. インターチェンジフィー

インターチェンジフィーは、アクワイアラからイシュアに支払われるものである。前述の通り、アクワイアラの立場では費用となるが、イシュアの立場となれば収益となる。そのため、キャッシュレス業界全体では費用と収益が一致する形となる。

イシュアとしての取扱金額に対し、0.7～1.0%

f. 付帯サービスの提供に係る利用料

ヒアリングの結果、クレジットカードの利用状況に基づく統計データの提供等が行われていることが確認された。ただし、現時点では全体の収益に占める割合は限定的である。また、自社会員向けのターゲティング広告による収益についても一部の事業者において確認されたが、実施事業者間での収益規模に大きな差異があり、一般化が困難であったため本調査の試算対象からは除外している。

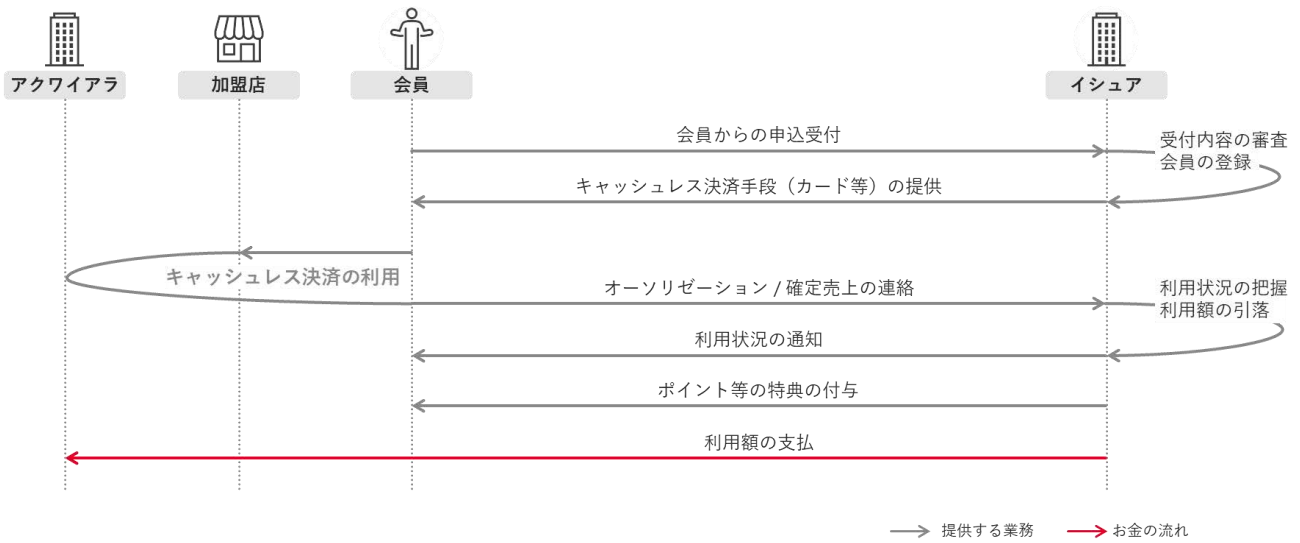
7.2 デビットカード事業²²

デビットカード事業では、加盟店でのキャッシュレス決済を利用の都度、決済事業者は会員の銀行口座残高から利用額を即時に回収する。そのため、クレジットカード事業のような決済事業者における信用リスクは発生しない。

また、デビットカード事業者は、クレジットカード事業者のようなアクワイアリング業務は基本的に行わない。これは、ブランドデビットカードは既に多く存在するクレジットカード事業者の加盟店において利用可能であり、デビットカード事業者自身で加盟店をゼロから獲得する必要がないこと、預金取扱等金融機関においてアクワイアリング業務の経験が少なく実施が難しいこと、デビットカード事業が銀行顧客への付加価値サービスとして捉えられており重要な収益源の1つとして認識されていないこと等の理由が考えられる。

²² 第3章でも述べた通り、本調査ではブランドデビットを対象としている。

図表 11 デビット事業における決済事業者の主な業務



なお、我が国で提供されているデビットカード事業では、その大半が銀行等の預金取扱等金融機関が発行しており²³、かつ、今回対象としたブランドデビットカードについては、多くの事業者においてデビットカード業務のほとんどを外部事業者に委託している現状にあった。この場合、今回のヒアリングにおいては、費用の大半が委託料として計上されている。

このような事業構造を反映し、デビットカード事業における費用の多くは外部委託先への委託費に集約されており、他の決済手段と比較して費用項目の数は少ない。以下では、調査により確認できた費用・収益について記載する。

²³ 銀行代理業等、預金取扱等金融機関以外の事業者がデビットカードを発行しているケースも存在する。

b. システムインフラに関する構築費用

システムインフラに関する構築費用は、上記の基幹システム関連費用と一体不可分として回答する事業者が多かったため、上記に内包することとする。

7.2.2 ランニング費用（年間）

a. 基幹システムに関する改修、運用費用

ここでは、外部委託先への委託費として計上する。委託費については、様々な要素が関係してくるものと想定される。本調査では、詳細な費用内訳や課金体型までを把握するに至らなかったが、おおよそ取扱金額によるものと想定される。そのため、取扱金額をベースに算出した。

取扱金額に対し、1.2～1.8%

b. システムインフラに関する保守運用費用

イニシャル費用と同様、基幹システムに関する費用と密接に関係していることから、本項目だけを分けて算出することができなかった。そのため、基幹システムに関する改修、運用費用に含めて計上している。

c. セキュリティ対策に関する改修、運用費用

セキュリティ対策費用及びシステムインフラに関する保守運用費用については、外部委託先への委託費である基幹システムに関する改修、運用費用に含まれているため、独立した費用項目としての計上は行っていない。

d. 外部ネットワーク利用料

外部ネットワーク利用料については、基幹システムの外部委託先への委託費である基幹システムに関する改修、運用費用に含まれており、独立した費用項目としての把握は困難であった。

e. インターチェンジフィー

デビットカード事業者は、アクワイアリング業務を行っていないため、費用としてのインターチェンジフィーは発生しない。

f. 会員からの代金回収・チャージに関する手数料

デビットカードの利用額は、自行の顧客口座から引き落とされる。この引落に関する処理については、各金融機関の既存の仕組みを活用しており、手数料として切り出すことはできない。また、他の機関を介さないことから、非常に低廉であると考えられる。

g. 加盟店への売上入金に関する手数料

デビットカードの利用額については、国際ブランドを経由してアクワイアラへ展開される。そのため、デビットカード事業者から見ると、振込先は国際ブランドに限定される

こととなる。振込先が少数の国際ブランドのみであることから、振込手数料の年間総額は極めて僅少であり、本調査においては独立した費用項目としての計上対象としていない。

h. 決済手段の製造に関する費用

デビットカードは、預金取扱等金融機関が発行するキャッシュカードとして一体的に発行されるケースが大半であるため、カード製造費用をデビットカード分として切り出すことは困難であった。なお、カード 1 枚あたりの製造費用の参考値については、第 10 章を参照されたい。

i. 顧客対応等に関する人件費

コールセンターでは、会員からの問合せを受け付ける業務を行っている。そのため、費用の算出においては、各社の委託費用を会員数で除した値を用いることとした。

なお、クレジットカード事業者では申込審査を中心とした事務センター業務が費用の一角を占めるが、デビットカード事業では申込受付・審査業務の多くが外部委託先において処理されることから、デビットカード事業者自身が負担する事務センター費用は極めて限定的であった。

100～150 円/会員

j. 不正利用等に対する対応費

デビットカードは利用時点で口座残高から即時引き落とされるため、クレジットカードのような信用リスク（代金未回収リスク）は発生しない。本調査では、不正利用への対応費について切り出して確認することが困難であった。

k. 法令対応等に関する人件費

法令対応については、事業者の規模の大小によらず、一律に同様の対応が求められる。本調査においても、法令対応に関する人件費等において、事業者間での大きな違いは見られなかった。そのため、法令対応等に関する人件費については、事業者単位で示す。

5 億円/事業者

1. 販売促進費

デビットカード事業においても、ポイント還元等の施策が行われているが、クレジットカード事業等の他の決済事業と比べると、その還元率は低くなっていた。

取扱金額に対し、0.2～0.5%

7.2.3 収益

デビットカードは利用と同時に会員の銀行口座から即時に引き落とされる決済手段であるため、クレジットカードのような後払いや分割払いの仕組みは存在せず、分割手数料・

リボ払い手数料等の収益は発生しない。また、本章冒頭で述べたとおり、デビットカード事業者は基本的にアクワイアリング業務を行わないことから、加盟店手数料も収益として計上されない。したがって、デビットカード事業者の収益は実質的にインターチェンジフィーのみとなる。

a. 会員から支払われる年会費等

我が国のデビットカードの多くが年会費無料で発行されているため、収益項目としては生じない。

b. 会員から支払われる分割手数料等

デビットカードは後払い式ではないため、分割やリボ払いへは対応しない。そのため、それらの方式を前提とした収益は発生しない。

c. 加盟店から支払われる加盟店手数料

デビットカード事業者は、銀行が中心であり、ヒアリング対象事業者においてはデビットカードの利用に関するアクワイアリング業務を行っていなかった²⁴。

d. 加盟店から支払われる月額利用料（固定費）

上記と同様。

e. インターチェンジフィー

上述の通り、顧客からの直接的な収入はほとんど発生しないため、デビットカード事業者の収入は、インターチェンジフィーによるものが大半を占める。

イシューとしての取扱金額に対し、1.4~1.7%²⁵

f. 付帯サービスの提供に係る利用料

データ活用等の付帯サービスによる収益については、そのようなサービスを提供していないとする事業者も多く、本調査では把握が困難であったため対象外とした。

7.3 IC型電子マネー事業²⁶

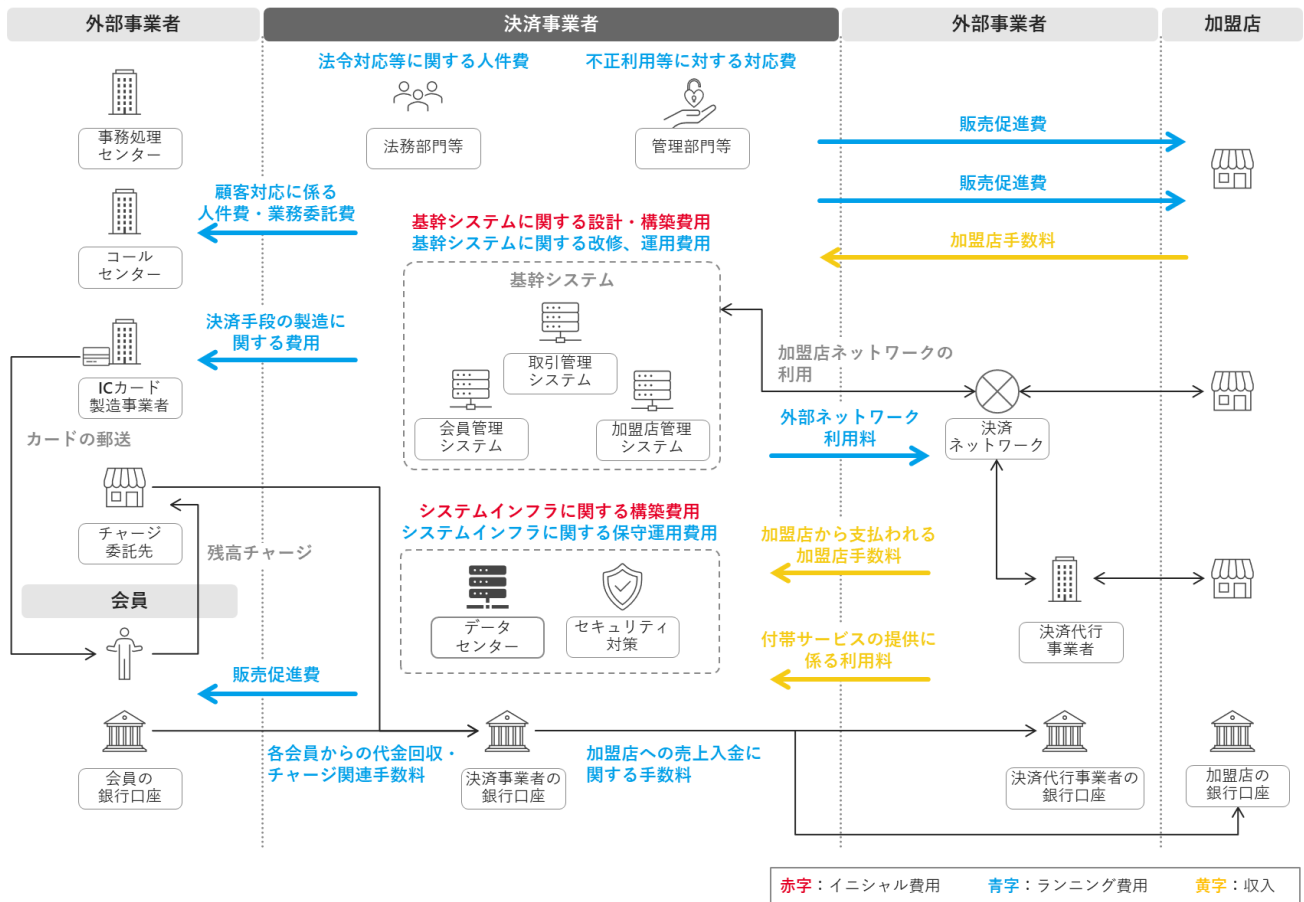
IC型電子マネーでは、カードに内蔵されたICチップそのものに資金（バリュー）が記録されている。会員はあらかじめ資金をチャージしておく必要があり、利用の都度、ICチップに記録された資金残高の情報が、決済端末を通じて更新される。ただし、加盟店は別

²⁴ 子会社や自行が属するフィナンシャルグループのクレジットカード事業者がアクワイアリング業務を行っているケースはある。

²⁵ デビットカード事業者にとって、全ての取引はオフアス取引となるのに対し、前述のクレジットカード事業者においては、一部オンアス取引も発生する。オンアス取引の場合、インターチェンジフィーは発生しないため、デビットカード事業者よりも割合が減少する事となる。

²⁶ 第3章でも述べた通り、本調査ではプリペイド型のIC型電子マネーを対象としている。

図表 14 IC型電子マネー事業の事業モデル



7.3.1 イニシャル費用

a. 基幹システムに関する設計・構築費用

IC型電子マネーには、会員カードとしての機能も含まれているものも多く、グループ企業において担う役割がかなり広範に及ぶ状況にある。そこで、本調査では、決済事業を運営するために必要な基本的な機能のみに着目して、イニシャルコストを抽出し、算出した。

その結果、IC型電子マネー事業者による金額の大きな違いは発生しなかった。ただし、業務委託を前提としたデビットカード事業を除く、クレジットカード事業やコード決済事業に比して、金額が低くなっている。これはIC型電子マネーのほとんどが、会員の身元確認を行う必要がなく会員管理を比較的簡易にできること、基本的に決済端末へのタッチで利用でき本人認証を要しないことが要因の一つとして考えられる。

20～50億円/事業者

b. システムインフラに関する構築費用

グループ会社が運営する様々なシステムを稼働させるためのインフラに組み込まれているケースが多く、単純にIC型電子マネー部分のみを抽出することは困難であった。

そのため、一部の事業者については、企業グループ全体のシステムインフラのうち、どの程度を IC 型電子マネー事業で利用しているかの想定に基づき、企業グループ全体のコストから利用割合に応じて算出している。

2～9 円/件

7.3.2 ランニング費用（年間）

a. 基幹システムに関する改修、運用費用

基幹システムについては、各 IC 型電子マネー事業者における改修、運用費用として計上されている外部委託先への費用も含めて算出している。ただし、一部の事業者においてはネットワーク利用料等も含めたコストとなっている点には注意が必要である。IC 型電子マネー事業者においても、事業者間での大きな違いはなかった。

4.5～6 億円/事業者

b. システムインフラに関する保守運用費用

イニシャル費用と同様、一部の事業者においてはグループ全体でのシステムインフラに関する保守費用に対し、IC 型電子マネーが占めるであろうと想定される割合から試算している。また、一部の事業者では、システムインフラに関する保守運用費用を、前述の基幹システムに関する改修、運用費用に含めている場合があり、その場合、本項目の算出対象としては考慮していない。

0.2～3.0 円/件

c. セキュリティ対策に関する改修、運用費用

IC 型電子マネーは、加盟店の読み取り端末へのタッチにより処理が完結し、本人認証を要しない仕組みであるため、クレジットカードと比較してセキュリティ対策に係る費用は限定的である。また、プリペイド式の性質から決済事業者における信用リスクが発生しないため、不正利用補償等に係る対応費の規模も小さく、本調査においては独立した費用項目としての計上は見られなかった。

d. 外部ネットワーク利用料

加盟店と決済事業者を繋ぐネットワークにおいて、IC 型電子マネーを取り扱うことは、自社が加盟店に提供するサービスの価値を向上させ、加盟店から手数料を得る機会と捉えられている。また、クレジットカードと異なり、IC 型電子マネーについては、イシューアである IC 型電子マネー事業者が加盟店管理を行うことが金融庁の事務ガイドライン²⁷において求められており、IC 型電子マネー事業者とネットワーク事業者の関係性は、クレジットカードのそれとは多少異なる様相を呈する。

²⁷ 金融庁「事務ガイドライン 5 前払式支払手段発行者関係」II-3-5 加盟店の管理

結果として、外部ネットワーク利用料に対する費用は極めて小さいのが現状である。

e. インターチェンジフィー

IC型電子マネー事業において、インターチェンジフィーは発生しない。

f. 会員からの代金回収・チャージに係る手数料

IC型電子マネーの場合、特に流通事業を行うグループ企業においては、チャージ箇所がレジであることも多い。この場合、グループ内取引とされるため、グループ内でコスト按分がなされると想定されるが、他の決済サービスに比べ、極めて低廉であると考えられる。

取扱金額に対し、0.01～0.1%

g. 加盟店への売上入金に関する手数料

利用の多くがグループ内企業である場合、売上入金に関する手数料はゼロに近くなると考えられる。また、グループ外企業での利用に際しては、多くが決済ネットワーク事業者を経由する場合であり、入金先は限定的となる。

そのため、IC型電子マネー事業者における売上入金に関する手数料は、極めて低廉であると考えられる。

h. 決済手段の製造に関する費用

多くのIC型電子マネー事業者は、カード発行時にデポジットとして300～500円を徴収している。ICカード製造事業者へのヒアリングや後述する「10.1 カードの製造等に要するコスト」を踏まえると、おおよそこのデポジット額がカードの製造費用に関する費用と見てよいと考える。

カードを発行する他の決済事業（クレジットカード、デビットカード）と異なり、申込の後にカードに個人情報等を記録する必要がない。そのため、ほとんどのIC型電子マネー事業者は、あらかじめ製造したICカードをグループ企業を中心とした販売委託先へ提供し、会員は申込を行った際に即時にカードを受け取ることができる。

300～500円/枚

また、利用者向けに提供されているスマートフォンアプリやApple Pay、Google Payへの対応（仕様変更等に伴うシステム改修）については以下のとおりである。これは、上記のICカード製造とは別に発生している。ただし、直接Apple社やGoogle社へ支払うコストについては、他の決済手段と同様、確認することはできなかった。

1.0～2.5円/会員

i. 顧客対応に係る人件費・業務委託費

IC 型電子マネーについては、申込と同時にカードが発行されるケースがほとんどであり、会員情報はカード発行の後、別途、カード番号と紐づけする形でシステム側で処理される。また、無記名式と呼ばれる会員情報を管理しない IC 型電子マネーについては、そのような処理も行わない。

さらに、企業グループに属さない加盟店の獲得については、ネットワーク事業者や他の決済事業者等が担っており、IC 型電子マネー事業者自体が加盟店獲得のための対応を行うことは少ない。そのため、事務センターやコールセンターの多くの業務が、会員向けとなっている。

4～9 円/顧客

j. 不正利用等に対する対応費

IC 型電子マネーは、IC カードそのものに価値（バリュー）が記録されていることから、盗難や拾得があった場合に、不正利用を防ぐ手段を講じることが困難である²⁸。そのため、不正利用に対する対応費も対応可能な手段が限られるため、金額としてはかなり小さい。

k. 法令対応等に関する人件費

法令対応については、各事業者において一律に同様の対応が求められ、これらは顧客数や取扱数によって変動するものではない。本調査においても、事業者間において大きな違いは見られなかった。そのため、法令対応等に関する人件費については、事業者単位で示す。

5 億円/事業者

l. 販売促進費

各事業者において、最も多くのコストが費やされている費目であった。ただし、各事業者の特性やキャンペーン原資の費用負担の考え方等は様々であり、一概に比較することは困難であった。

ただし傾向としては、提供している IC 型電子マネーが、企業グループにおいてポイント等を活用した販売促進の方策としての活用も視野に含まれているかどうかによってその割合は大きく異なる（当然、販売促進の方策として捉えられている方が費用割合が高まる）。また、そのような利用の場合、グループ企業から加盟店手数料やそれ以外の手

²⁸ 一部の記名式の IC 型電子マネーでは、紛失、盗難時に決済事業者に通知することで利用停止や補償を受けることができるが、あくまで決済事業者に通知後、決済事業者において利用停止措置が行われた後の残額に対してであって、紛失、盗難時のバリューが補償されるわけではない。

数料の収入も見込まれる。

なお、各社とも一般的なポイント還元率は 0.5%であったため、ここでは当該値を採用する。

取扱金額に対し、0.5%

7.3.3 収益

IC 型電子マネーの収益は、その事業構造から加盟店手数料が中心となる。以下に各収益項目の該当状況を示す。

a. 会員から支払われる年会費等

多くの IC 型電子マネーが無記名式または年会費無料で発行されているため、本収益項目は生じない。なお、カード発行時に徴収するデポジット（300～500 円）はカード返却時の返金を前提とした預かり金であり、収益には含まれない。

b. 会員から支払われる分割手数料等

IC 型電子マネーはプリペイド式であり、後払いや分割払いの仕組みが存在しないため、本収益項目は生じない。

c. 加盟店から支払われる加盟店手数料

IC 型電子マネーの多くは、グループ内で利用されることが多い。この場合、加盟店手数料は、他の決済手段のように利用額に応じた料率とはならない場合がある。例えば、利用回数に応じた課金や定額といったものが挙げられる。これは、IC 型電子マネーのグループの中での役割が送客（創客）と見られているためであり、また、グループ内コストの最適化が図られているためでもある。そのため、安易に取扱金額に応じた手数料とは言えない部分もあるが、企業グループ外の加盟店も含めて強いて算出すると、下記のとおりとなる。

1.0～1.5%/取扱金額

d. 加盟店から支払われる月額利用料（固定費）

ヒアリングの結果、調査対象とした IC 型電子マネー事業者には月額利用料を収益としている事業者は存在しなかった。

e. インターチェンジフィー

IC 型電子マネーには単独のアクワイアラが存在せず、イシューである IC 型電子マネー事業者が終局的に加盟店管理を担う構造上、インターチェンジフィーは発生しない。

f. 付帯サービスの提供に係る利用料

データ活用等の付帯サービスによる収益については、そのようなサービスを提供していないとする事業者も多く、本調査では把握が困難であったため対象外とした。

7.4 コード決済事業

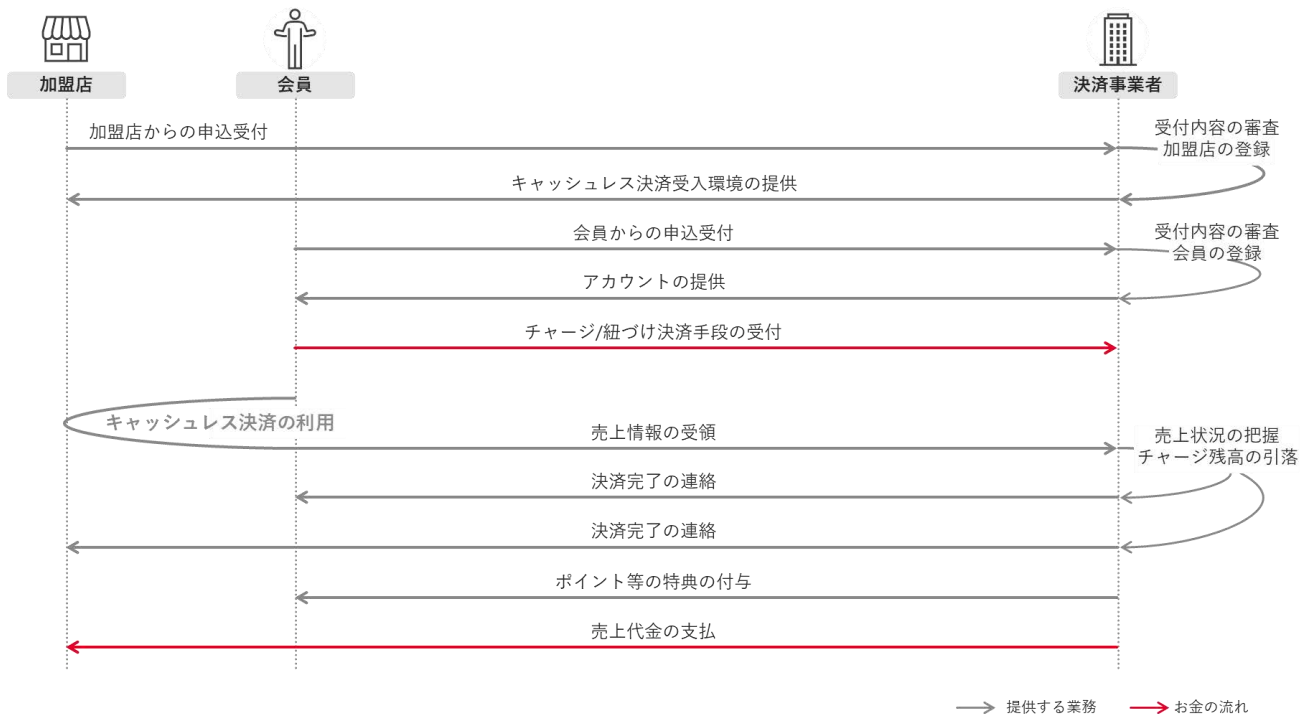
コード決済事業では、会員は専用のスマートフォンアプリを通じてサービスを利用する。物理的なカードの発行を必要とせず、アプリ上での本人確認手続きにより利用開始できるため、他の決済手段と比較して会員獲得に係る事務処理が少ない点が特徴である。また、決済時の資金源についても、銀行口座紐づけ・クレジットカード紐づけ・チャージ式等、複数の方式が存在し、事業者によりその構成が大きく異なる。

コード決済の利用方法には以下の2つの方式が存在する。

- 利用者提示型（CPM: Consumer-Presented Mode）
- 店舗提示型（MPM: Merchant-Presented Mode）

このうち、CPM は会員のスマートフォンアプリに表示されるバーコードや QR コードを加盟店で読み取り処理をする方式であるが、このコードには決済事業者と会員を特定するための符号が設定されており、いわばクレジットカード番号（PAN: Primary Account Number）と同様の役割を果たす。加盟店はどの会員がいくら支払ったかを決済事業者に通知することで、決済を実現することができる。

図表 15 CPM の業務フロー



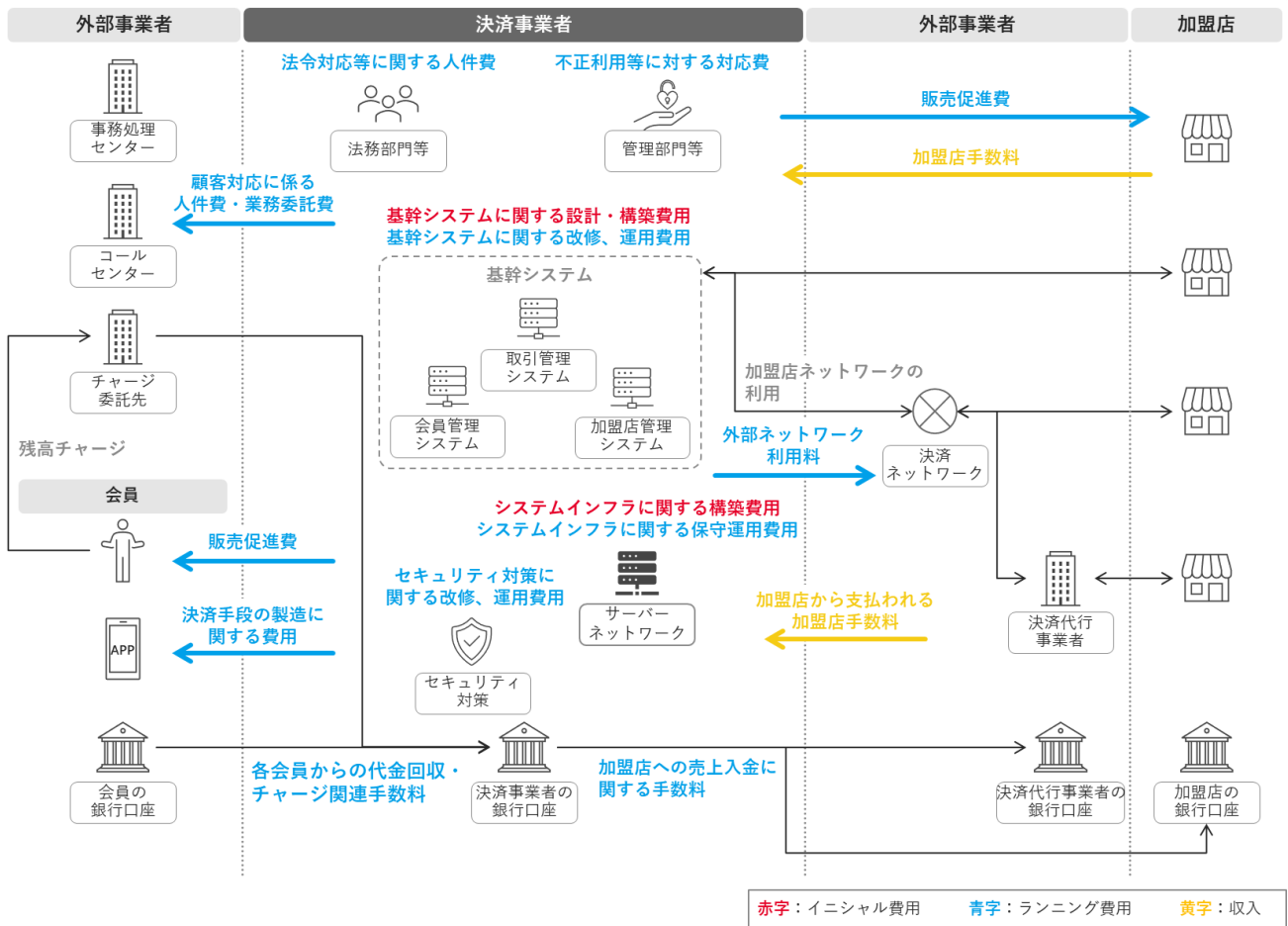
MPM は加盟店に設置された QR コードを会員のスマートフォンで読み取り処理をする方式であるが、この加盟店に設置された QR コードには加盟店を特定する情報が格納されており、会員のスマートフォンを通じて会員がどの加盟店でいくら支払ったかを通知することで、決済を実現する。

図表 16 MPM の業務フロー



なお、本調査においては、ゼロからシステムを構築している事業者と外部ベンダーのサービスを活用している事業者が混在しており、また他事業との一体運営の度合いも事業者により大きく異なる。加えて、調査対象事業者間の取扱金額には最大 60 倍の開きが確認された。これらの事情から、コード決済事業のコストについては他の決済手段と同様の幅での表示が困難であり、各事業者の実数に基づく加重平均により算出している。第 6 章に記載の通りであるが、本章のデータを参照する際には留意されたい。

図表 17 コード決済事業の事業モデル



7.4.1 イニシャル費用

a. 基幹システムに関する設計・構築費用

冒頭で述べた通り、今回の調査対象には、ゼロからシステムを構築し事業を展開している事業者と、外部ベンダーが提供する基礎となるサービスを活用している事業者の2パターンが存在した。その結果、これらパターンによるイニシャルコストの違いが生じている。また、一部の事業者においては、かなり以前の構築となるため、把握することが困難であるとの回答であった。ここでは、回答を得られた事業者について記載する。

50~400 億円/事業者

b. システムインフラに関する構築費用

いずれの事業者においても、切り離しての算出が困難であったため、システムインフラに関する構築費用については、上記の基幹システムに関するイニシャル費用に含めている。

7.4.2 ランニング費用（年間）

a. 基幹システムに関する改修、運用費用

冒頭で述べた通り、決済事業者のサービス提供方法により、コストに違いが確認された。

なお、コード決済事業では、決済事業、送金事業について一体不可分で提供されている他、様々な事業（貸金、クーポン、給与受取等）が提供されており、これらについても基幹システムの中に含まれている。加えて、当該事業者が属するグループ企業との連携も他の決済事業と比べて密接になっている。そのため、各事業者において提供する機能や連携の状況により、コストが大きく異なる状況となっている。

60 億円/事業者

b. システムインフラに関する保守運用費用

ヒアリングの結果、システムインフラに関するコストについては、取扱規模が大きい事業者ほど安価（費用対効果が高い）であった。

1.24 円/件

c. セキュリティ対策に関する改修、運用費用

セキュリティ対応については、インフラ側と一体不可分となっていたり、基幹システムと一体不可分となっていたりと、各社によって回答内容が異なる状況にあった。これについても、各決済事業者におけるシステム構成に対する思想の違いが見える。

本調査においては、ヒアリングにより得られた各社の基幹システム、セキュリティ、インフラのコスト割合を基に、他の決済手段の状況も参考にしながら、「基幹システムに関する設計・構築費用」に配分し、試算することとした。

d. 外部ネットワーク利用料

決済用ネットワークや決済代行業者等の外部ネットワーク利用料は、料率により定められているケースが多かった。他の決済事業と同様、実際には月額利用料等の固定費も存在するが、その割合は料率部分に比べて小さいことから、ここでは取扱金額に対する割合で示すこととする。

取扱金額に対し、0.02%

e. インターチェンジフィー

コード決済事業において、インターチェンジフィーは発生しない。

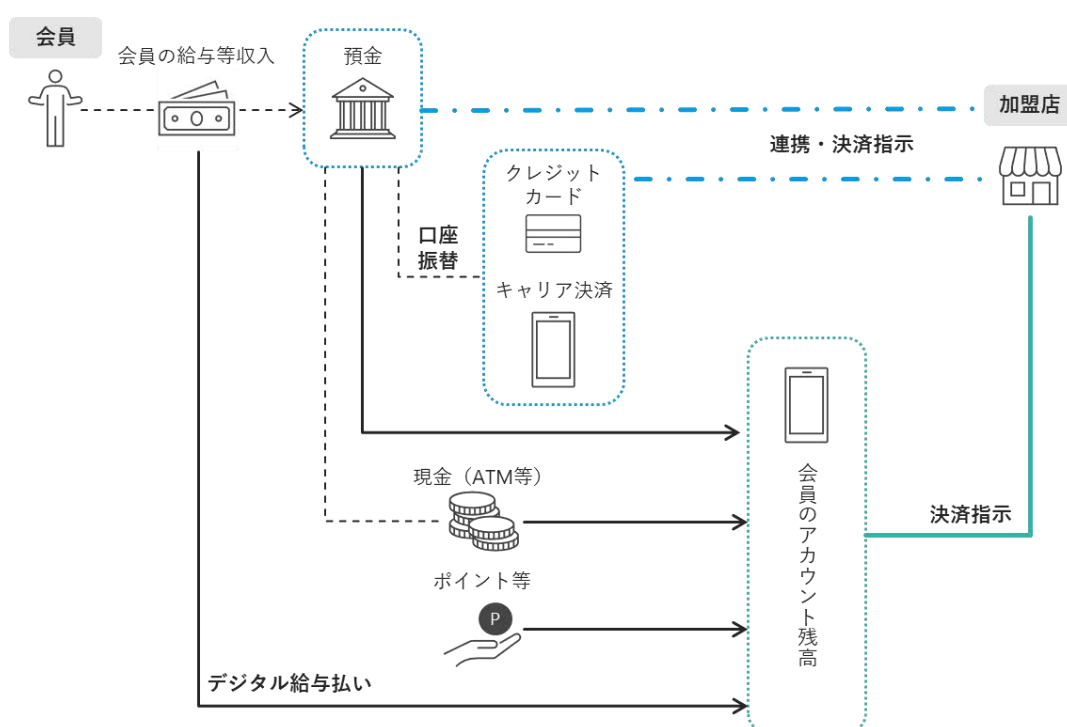
f. 会員からの代金回収・チャージに関する手数料

コード決済は、様々な要素が関係するため、注意が必要である。まず、その資金源には様々な種類が存在する。代表的なものとして、以下が挙げられる。

- 銀行口座紐づけ式
- クレジットカード紐づけ式
- 携帯電話料金合算式（キャリア決済式）
- チャージ式

チャージ式の場合においても、そのチャージ方法は様々であり、銀行口座チャージ、クレジットカードチャージ、キャリア決済チャージ、ポイントチャージが主なチャージ方法として挙げられる。また、資金移動業登録をしており厚生労働大臣からの指定を受けたコード決済事業者においては、会員の給与をデジタル払いとして、直接企業から受け取ることもできるようになっている。

図表 18 コード決済サービスの利用料金（原資）の種類



(出典) 公正取引委員会「フィンテックを活用したサービスに関するフォローアップ調査報告書」をもとに作成

このように様々な決済指示方式、チャージ方式があり、またどの方式が利用されるかは、コード決済事業者の特性に依るものと想定される。本調査では一律、取扱金額をベースにチャージコストの総額から算出している。

取扱金額に対し、0.32%

g. 加盟店への売上入金に関する手数料

ヒアリングの結果、売上入金に関する手数料については、決済ネットワーク等への支払が大半をしめており些少であるとする事業者と、銀行に対する手数料として把握しており、上記のチャージ手数料に含まれているという事業者に別れた。そのため、本調査では、基本的に上記のチャージ手数料に含めるものとする。

h. キャッシュレス決済手段の製造に関する費用

コード決済事業では、スマートフォンアプリを通じてサービスを提供している。ただし、このアプリの開発は、基幹システムの開発と一体不可分となっており、アプリの改修等が生じると必ず基幹システムにも影響し、その反対も然りであった。そのため、本費目については基幹システムに内包するものとする。

i. 顧客対応に係る人件費・業務委託費

コールセンターでは、会員や加盟店といった顧客からの問合せを受け付ける業務を行っている。また、特にコード決済の場合、加盟店の問合せは、コード決済事業者自身ではなく、決済代行業者やネットワーク事業者が一次窓口となる場合が多い。そのため、コールセンターを利用する問合せ主体としては、他の決済手段と比べて、より会員からの比率が高いと推察される。そのため、会員数を基準に算出した。

18.7 円/会員

次に申込みや各種手続きを受付ける事務センターについては、他の決済手段と同様、主に新規申込の受付処理及びその後の審査業務に多くの時間を要するものと推察される。そのため、事務センターに要する費用については、1年間の会員の増加数を用いた。

ただし、事業者の算出方法において純粋に委託分のみを計上する場合と、それに加えて事務処理の企画等を検討する従業員のコストも計上する場合があります、事業者の回答内容において若干のスキープのズレも生じている点については留意いただきたい。

266 円/会員増加数

j. 不正利用等に対する対応費

今回のヒアリングでは、不正利用対応等に対する対応費について、いずれの事業者においても、下記の法令対応等に関する人件費に含めて回答を得た。そのため、本費目については計上しないこととする。

なお、本調査の対象としたコード決済事業者の半数以上が資金移動業者²⁹である。一般社団法人日本資金決済業協会が公表する「会員の資金移動業者が提供する資金移動サービスに関する不正取引の発生状況等に関する取りまとめ結果について」(2025年9月22日公表)によれば、2024年1年間での不正利用金額は1億7,700万円³⁰であり、件数ベースではあるがその内9割以上について資金移動業者から補償がなされている³¹。

²⁹ 資金移動業者においては、資金移動業者に関する内閣府令第29条の2第5項において、「為替取引に係る業務に関し利用者の意思に反して権限を有しない者の指図が行われたことにより発生した利用者の損失の補償その他の対応に関する方針」を定め利用者に情報提供することが求められている。

³⁰ 当協議会のコード決済利用動向調査を基に利用金額に対する不正利用金額の割合を見ると、0.001%とかなり小さい。

³¹ この不正利用金額が全てコード決済事業者で発生し、当該金額をコード決済事業者が補償したと仮定した場合、不正利

k. 法令対応等に関する人件費

法令対応についても事業者による違いが見られたが、法令対応は取扱金額や件数による影響は受けないものと想定される。そのため、本項目については加重平均ではなく、各事業者の回答に基づく幅で示すこととする。

0.7～16 億円/事業者

1. 販売促進費

各事業者において、最も多くのコストが費やされている費目であった。また、販売促進費の内訳ではポイント原資が占める割合が極めて高い状況にあった。そのため、事業者の取扱金額に対する割合を加重平均で示すこととする。

なお、各事業者が実施するキャンペーンのうち、ポイント原資をキャンペーン実施主体が負担するケースが存在する。この場合は本項目に当該原資相当額は含めていない。

取扱金額に対し、0.75%

7.4.3 収益（年間）

a. 会員から支払われる年会費等

コード決済事業では、基本的なサービスを利用する限りにおいて、会員から年会費等を徴収していない。

b. 会員から支払われる分割手数料等

一部のコード決済事業者では、貸し付けによる利息収益が発生している。ただし、当該収益は、決済事業と密接な関係にはないため、本調査では調査対象から除外している。

c. 加盟店から支払われる加盟店手数料

加盟店手数料については、取扱金額から算出した。第9章にて示す通り、同じコード決済サービスであっても、その提供形態や加盟店の規模により、加盟手に対し提示される加盟店手数料が異なることが多い。本調査では、コード決済事業者から提供された加盟店手数料の総額を各社の取扱金額で除した値を用いている。

取扱金額に対し、0.9～1.8%

d. 加盟店から支払われる月額利用料（固定費）

一部のコード決済事業者では、加盟店から月額利用料等として固定金額を定期的な収益としている事業者も存在する。なお、本調査では、月額利用料等の固定費について、上記の加盟店手数料に含めた形で回答を得られたため、個別の費目としては算出しない。

用等に対する対応費は、「取扱金額に対し、0.001%」となる。（本調査では、不正利用等に対する対応費は、法令対応等に関する人件費に含まれており、二重計上を避けるため、本文中には記載しない）

e. インターチェンジフィー

コード決済事業では、オフアス取引が存在せず、全てオンアス取引として処理されるため、インターチェンジフィーは発生しない。

f. 付帯サービスの提供に係る利用料

ヒアリングの結果、クーポン発行等を加盟店向けの付帯サービスとして提供し、クーポンの発行に応じて収益を得ている事業者が確認された。ただし、これらの事業者における付帯サービスの提供は、当該コード決済事業者の他の事業とも密接に関連しており、当該利用料分を切り分けて提示することが困難であるとのことで、対象外とした。

8 送金事業者における費用・収益の状況

今回、送金事業として、銀行振込及びコード決済事業者による送金サービスを対象として調査を行った。ただし、ヒアリングの結果、以下の事情により個別事業者レベルでの費用・収益の切り出しは困難であったため、本章では公表情報に基づき、全銀システム及びことらに係るランニングコストを我が国全体として試算する。

銀行振込については、「全銀システム」を介した振込と「ことら」を介した送金の2つのパターンを対象とした。全銀システムについては、銀行側のシステムがかなり以前より構築されたものを活用しており、そのイニシャルコストを現時点で算出することはできなかった。また、ことら利用分については、ことらの手数料が利用者向けに無料とされていることから各行において収支管理が行われておらず、加えて各行がかねてより利用しているCAFIS等のコストが混在するため、切り出すことはできなかった。

コード決済事業者による送金サービスについては、コード決済事業者の決済事業と一体的に運営されており、送金サービス部分のみを切り出して費用・収益を算出することは極めて困難であったため、本章の試算対象外とした。

以上の事情を踏まえ、本章では全銀システム及びことらのシステム利用に関するランニングコスト（全国全体）の試算に限定して記述する。なお、ことらの試算については、急速な利用拡大が続いている時期のデータを基に年換算しているため、実態よりも高めに試算される可能性がある点に留意されたい。

8.1 全銀システム

a. システムコスト

全銀システムを運営する一般社団法人全国銀行資金決済ネットワーク（以下「全銀ネット」という）では、「全銀システムに関するコストについて」を公表³²し、そのコストを

³² https://www.zengin-net.jp/zengin_net/cost/

詳細に説明している。まず、全銀システムのコストは、全銀システムを構築・運営するシステムベンダーへ支払うコストを全加盟銀行が件数等に応じ毎月按分する負担方式が採用されている。また、仕向人の銀行（仕向銀行）から被仕向人の銀行（被仕向銀行）に対して支払われる費用についても、全銀ネットが内国為替制度運営費として定め、各行はこれに基づき費用、収益が発生している。

上記資料において、システムコストについては、以下の通りの例が示されている。

図表 19 全銀システム参加に伴うコストの負担例

| 規模別件数・金額 | コスト負担例（月間） |
|--|------------|
| 大規模加盟銀行の一例 仕向・被仕向合計件数：350万件／月 仕向・被仕向合計金額：8,000億円／月 | 約1,500万円 |
| 中規模加盟銀行の一例 仕向・被仕向合計件数：130万件／月 仕向・被仕向合計金額：5,000億円／月 | 約850万円 |
| 小規模加盟銀行の一例 仕向・被仕向合計件数：6万件／月 仕向・被仕向合計金額：350億円／月 | 約300万円 |

（出典）一般社団法人全国銀行資金決済ネットワーク「全銀システムに関するコストについて」

また、全銀システムに新規加盟時には、銀行は加入金を負担する必要がある。この加入金は、加盟時期のより変動するものの、全銀システムに清算参加者として加盟する場合は約7,000万円、代行決済委託者として加盟する場合は約1,400万円が発生する。

なお、上記コストについて2024年度の実績を踏まえた為替取引1件当たりのコストは、約8.3円と試算されている。

b. 内国為替制度運営費

内国為替制度運営費は、内為制度を安定的に運営するため、仕向銀行から被仕向銀行に対して支払われる費用である。全銀ネットにおける内国為替制度運営費の設定に当たっては、被仕向銀行が受取人口座への入金等の為替処理を行うために必要となる費用等を適切に反映した社会通念上合理的な水準としている。

この内国為替制度運営費は、現在、為替取引1件当たり62円と設定されている。このうち、被仕向対応コストが50円、為替事業利益相当分が12円とされている。

8.2 ことら

ことらの運営費や参加金融機関の利用料については、公表されていない。また、ことら

の利用料は一般顧客向けには無料とされており、全銀システム同様、1件あたりのコスト負担ではないものと想定される。

株式会社ことらの2024年度決算公告によれば、売上高は約7億3,000万円であった。当該企業の主たる事業がことら送金であることを踏まえ、この売上全体を参加金融機関がことらに支払う送金システムの利用料として捉えることとする。

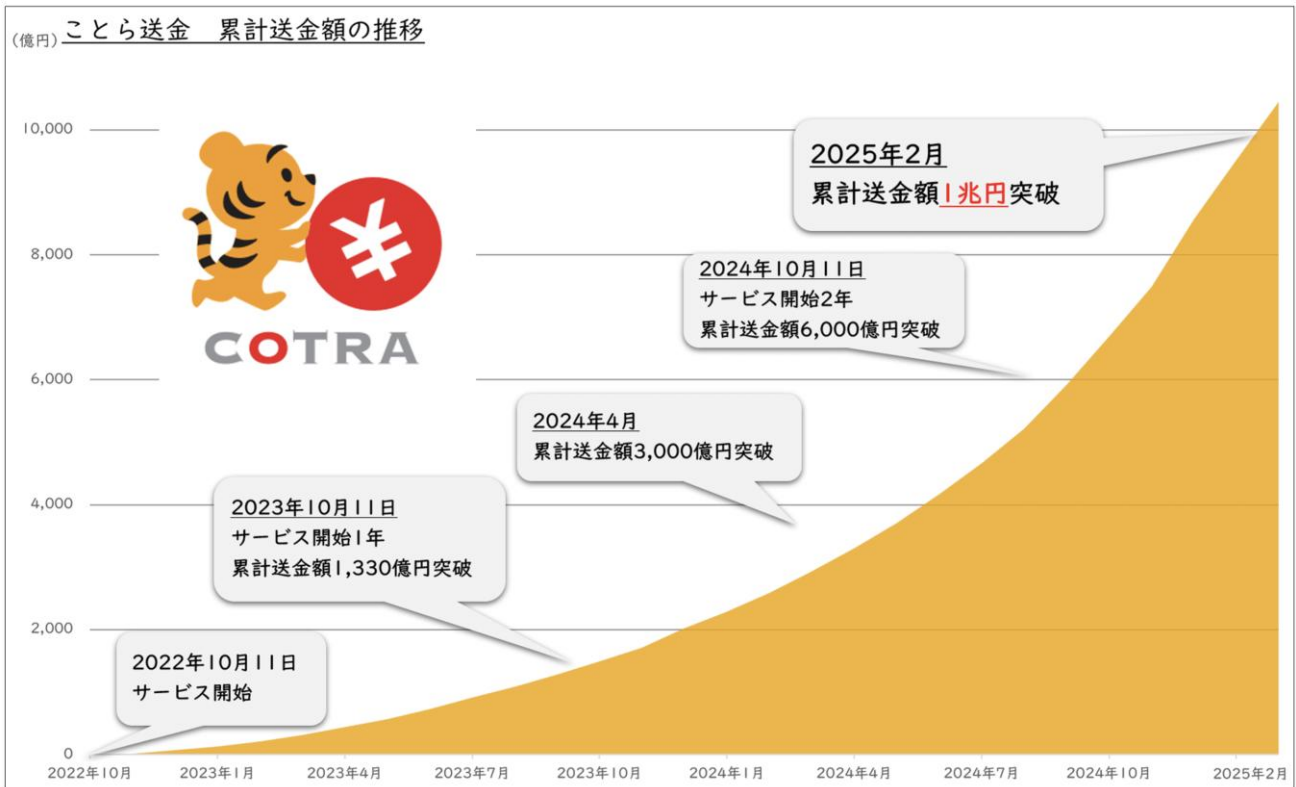
次に、ことら送金の年間送金額であるが、認知度の高まりとともに利用が大きく伸びており、公表されている具体的な年間数値は存在しない。そこで、株式会社ことらが公表しているニュースリリースを基に以下のとおり試算した。

同リリースによれば、2024年10月時点での累積送金額は6,000億円を超え、2025年2月時点では1兆円を突破している。この間の4ヶ月間における増加額は約4,000億円と試算されることから、これを3倍した年間換算値として約1兆2,000億円を本試算における年間送金額として採用した。

ただし、ことら送金は現在も急速な利用拡大が続いているフェーズにあり、利用が増加傾向にある時期のデータを単純に年換算していることから、実態の年間送金額と比較して高めに試算されている可能性がある。この点については、本試算の限界として留意されたい。

結果として、システム利用コストは1円あたりで0.0006円となり、仮に平均送金額を1万円と仮定した場合、1件あたり約6円のコストとなる。

図表 20 ことら送金の累計送金額の推移



(出典) 株式会社ことら 2025年3月5日ニュースリリース
<https://www.cotra.ne.jp/news-releases/download/96/news-releases-file>

9 加盟店における費用の状況

第5章では費用の構造・項目を整理したが、本章では各区分における具体的な金額水準を示す。

9.1 大規模加盟店

大規模加盟店では、ほとんどの加盟店において、かなり以前よりキャッシュレス決済サービスが導入されていることから、新たなキャッシュレス決済サービスを導入するケースをイニシャルとし、ヒアリングを行った。ヒアリングでは、新しいサービスの導入において、クレジットカード等のICチップを活用するものと、コード決済のようにバーコードスキャナーで読み取るものとは、その対応負荷に大きな違いがあることがわかった。

また、いずれの加盟店においても、オペレーションへの負荷をいかに軽減させるかを重視しており、できるだけ既存のサービスと同じオペレーションで対応できることが望ましいとする。そのため、新しいサービスを受け入れるためにPOSレジに新たなボタン等³³を設置しなくてはならない場合、その対応負荷、コストは非常に大きなものとなる。なお、

³³ 多くの大規模加盟店において、タッチ式画面のPOSレジが導入されており、ボタンの追加といっても、物理的なボタンではなく画面上表示されるボタンを意味することが多い。

コード決済の形式を採る場合、加盟店側ではバーコード等の内容を読み取り、それをネットワーク事業者へ引渡すだけでよく、決済サービスごとの違いはネットワーク事業者内で吸収してくれるため、導入負荷は比較的小さいとのことであった。

9.1.1 イニシャル費用

a. POS レジ改修費用

前述の通り、コード決済型の場合の POS レジ対応負荷は小さく、かなり低廉に抑えることも可能であるとのことであった。他方で、IC 型の場合、加盟店側での対応が複雑となるため、POS レジの改修が必要となる。

2,000 円～3,000 円/POS レジ³⁴

b. 決済端末購入・設置費用

既存の決済サービスの仕様 (Type-A/B 仕様もしくは FeliCa 仕様) を利用できる決済サービスの場合、ネットワークを通じて配布される端末のソフトウェア更新や接続しているネットワーク事業者側での対応により新たな決済手段に対応できる仕組みの整備が進んでおり、ほとんどの大規模加盟店では、決済端末のリプレースを行うことなく対応が可能である。このサーバー対応については、一括してセンター側で行うことから、おおよそ加盟店単位³⁵でのコスト算出が可能となる。

1,500～4,000 万円/加盟店

c. キャッシュレス決済に関連する教育費

新しい決済サービスを導入時に、店員向けの教育が行われる。近年ではマニュアルの電子化が進み、各店舗の担当者による説明が一般的となっている。加盟店の店舗数や運営形態にもよるところではあるが、おおよそ以下のとおりであった。

数百万円/加盟店³⁶

d. その他周辺システム

新しい決済サービスの導入により、会計上の仕訳の見直しが必要になる場合がある。仮に、会計システムの修正が必要な場合、数千万円規模の改修費が見込まれるとの回答があった。

³⁴ コード決済の場合、POS レジでの対応をかなり簡易にすることが可能であり、その場合コストをかなり低廉に抑えることが可能。

³⁵ ここでいう加盟店は、決済事業者と契約をしている事業体単位を意味する。

³⁶ ここでいう加盟店は、決済事業者と契約をしている事業体単位を意味する。

9.1.2 ランニング費用

a. 加盟店手数料

大規模加盟店では、その取扱金額の多さから、他の規模の加盟店と比べ、決済事業者との交渉力が高まる。その結果、比較的低廉な加盟店手数料を実現できている。(ただし、取扱件数が非常に大きいため、絶対額としての加盟店手数料は高額である)

決済金額に対し、1.0～1.5%

b. システム利用料

大規模加盟店では、キャッシュレス決済の利用において、情報処理センターや決済ネットワークを直接利用している。なお、実際の課金体系では1件あたり、端末1台あたり、月額様々な料金体系が存在する。

決済金額に対し、0.03～0.2%

c. キャッシュレス決済に関連する通信費

大規模加盟店では、キャッシュレス決済関連以外にも多くの通信を本部と店舗間で行っており、通信費についてはキャッシュレス決済分のみを切り出して算出することは不可能であった。

また、その通信全体に占める割合も非常に小さいものであるとのことであった。

d. キャッシュレス決済に関する販促費用

キャッシュレス決済に関連する販売促進(特定サービスを利用時のキャンペーン等)は、基本的に決済事業者負担であり、店舗側での負担は発生していない。

ただし、POPの掲示等、加盟店側での作業は発生しており、告知物の配布等も含め、おおよそ1加盟店あたり数百万円程度が発生している。

9.2 中規模加盟店

中規模加盟店では、「スタンドアロン型」または「タブレットPOSセット」の導入を想定する。この場合、加盟店は決済代行業者と契約するケースがほとんどとなる。加盟店においては、複数の決済サービスを1つの契約で1度に導入することができ、また、決済代行業者がまとめて売上を入金するため、サービスごとの管理を行う必要がないというメリットが生じる。

他方で、最終的なアクワイアラと直接契約をするわけではないため、決済代行業者の利益分が加盟店手数料等に上乗せされることとなる。

9.2.1 イニシャル費用

a. 機器整備費用

タブレット POS を導入する場合、スマートフォンやタブレットのアプリを導入することとなる。多くの事業者においてアプリは無償で提供されており、導入費用は発生しない。ただし、スマートフォンやタブレット自体は加盟店側で用意する必要がある。

また、POS レジ専用の機器を販売している事業者もある。この場合でも 3~10 万円程度の価格で販売されている他、事業者によっては特定業種の加盟店を対象にする等して、無償で提供されるケースも多い。

また、オプション機器としてキャッシュドローワーやレシートプリンター等が販売されており、加盟店では必要に応じてこれらの機器を購入することとなるが、購入しない場合であってもキャッシュレス決済の導入は可能である。

b. 端末導入費用

決済代行業者が提供する決済端末を購入する必要がある。おおよそ 5~10 万円の価格帯が示されているが、ほとんどの事業者においてキャンペーン等により無料で提供されている。

最近では、既存のスマートフォンを活用することも可能となっており、この場合、機器の導入は不要で、専用のアプリをダウンロードすることで対応ができる。

また、決済端末にもレシートプリンター等のオプション機器が提供されている。

9.2.2 ランニング費用

a. 加盟店手数料及び月額利用料

複数の決済代行業者における中規模加盟店向けプランを確認したところ、クレジットカードについて 2.0~2.7%程度、IC 型電子マネー及びコード決済については 3.24%と手数料を設定する事業者が多かった。

これらを我が国の決済手段別構成比（クレジットカード約 85%、コード決済約 11%、電子マネー約 4%）で加重平均すると、実質的な平均キャッシュレス決済手数料率は約 2.48%と試算される。

また、月額利用料として 1,000~3,000 円程度を徴収する事業者が多かったが、端末導入費用と同様、キャンペーン等により月額利用料を無料とする事業者も複数確認された。

9.3 小規模加盟店

コード決済のうち、静的 MPM を導入する店舗では、決済を受け入れる環境整備として、印刷された QR コードの設置のみで足りる。また、決済事業者との通信も顧客のスマート

フォンのみで完結できるため、インターネット回線の整備も必須ではない。結果として、小規模事業者加盟店では、加盟店手数料及び売上入金に対する手数料のみが発生する。

ここでは、キャッシュレス推進協議会が提供する JPQR を利用した場合の各社の手数料を掲載する。

図表 21 JPQR 参画決済サービス一覧（2025 年 12 月 15 日時点）

| 決済サービス | 参画決済事業者 | JPQRからの申込みを行った場合の条件 | | | 入金手数料 |
|-----------------|--------------------|---------------------|---------|---|--|
| | | 手数料率等 | 入金サイクル | | |
| JPQR Global | 株式会社ネットスターズ | 1.5% (別) | 月1回 | 月末締/翌月末払 | 200円 (別) |
| atone | 株式会社ネットプロテクションズ | 2.4% (非) | 月1回 | 月末締/翌月末払 | 100~700円 (別) *入金額及び金融機関により異なる |
| AEON Pay | イオンフィナンシャルサービス株式会社 | 2.5% (別) | 月1回 | 月末締/翌月15日払 | 無料 |
| au PAY | KDDI株式会社 | 2.6% (別) | 月2回 | 15日締/翌月15日払及び月末締/翌月末払 | 無料 |
| commoney | 株式会社コモニー | 3.25% (別) | 月1回 | 月末締/翌月末払 | 55円~176円 (込) *入金額及び金融機関により異なる。 なお、10万円以上は無料。 |
| d払い | 株式会社NTTドコモ | 2.86% (込) | 月2回 | 15日締/月末払及び月末締/翌月15日払 | 無料 |
| 楽天ペイ (アプリ決済) | 楽天ペイメント株式会社 | 3.24%~ | 日次又は月1回 | 日次：当日締/翌日払 または 入金依頼の翌営業日払 (金融機関により異なる) 月1回：月末締/翌営業日払 | ~300円 (別) *金融機関により異なる |
| WeChat Pay | 株式会社ネットスターズ | 1.5% (非) | 月1回 | 月末締/翌月末払 | 200円 (別) |
| みやまんコイン | 株式会社コモニー | 0.0% | 月1回 | 月末締/翌月上旬払 | 160円/回 |
| kamica | 高知県香美市 | 0.7% (別) | 月2回 | 15日締/月末払及び月末締/翌月15日払 | 無料 |

(出典) 一般社団法人キャッシュレス推進協議会「JPQR 総合情報サイト」

図表 21 の他、国内で利用されている主要なコード決済事業者が公表している加盟店手数料を平均すると、**2.7%**となる。加えて、コード決済事業者は月に1~2回、売上を各加盟店へ入金しているが、その際の手数料として0~700円を徴収しており、これらを平均すると**100円/月**が入金手数料として必要となる。

10 その他、コストの試算において参考となる基本的な指標

10.1 カードの製造等に要するコスト

カードの製造においては、部材の調達や印刷を行うことを踏まれば、その発注数により変動することが想定される。特に発行枚数が多いと想定される一般カードと特に利用が多い会員に提供されるゴールドカード等においては、発行枚数が大きく異なると考えられ、また、顧客としての会員数も決済事業者により異なる。

参考として、直近でのマイナンバーカードの例を挙げる。地方公共団体情報システム機構(J-LIS)では、2025年12月に合計1,000万枚のマイナンバーカード用ICカード製造業務に関する調達を行っている。落札結果は約32.6億円であり、1枚あたり約330円で製造されている。

なお、この製造は個人情報が含まれないカードであるため、実際にマイナンバーカード

として利用するためには、J-LIS におけるパーソナライズが必要である。この点、各自治体が公表しているマイナンバーカードの再交付手数料が参考となる。多くの自治体においてマイナンバーカードの再交付手数料³⁷は 1,000 円（電子証明書が不要な場合は 800 円）としており、上記の 330 円との差額（670 円）がパーソナライズに要するコスト（人件費含む）と考えられる³⁸。

10.2 加盟店向け決済用ネットワーク接続料金

特にクレジットカードとデビットカードにおいて、加盟店と決済事業者を繋ぐネットワークは、株式会社 NTT データが提供する CAFIS と株式会社日本カードネットワークが提供する CARDNET が主流となっている³⁹。

キャッシュレス決済の利用の高まりにあわせ、両社とも 2023 年に料金改定を公表⁴⁰しており、現状、アクワイアラにおいて以下の接続料が発生しているものと推察される。

- 決済金額が 2,000 円以下の場合：決済金額の 0.15%
- 決済金額が 2,001 円以上の場合：1 件あたり最大 3.15 円

上記に加え、それぞれのネットワークの利用形態に応じ月額費用等が発生する。また、各社とも取引量に応じたボリュームディスカウントも行われていると考えられる。ただし、主要な決済事業者においては、支払額の多くは上記の料率を基準にしたものと考えられる。

10.3 チャージ手数料

IC 型電子マネーやコード決済等のチャージを要する決済サービスにおいては、チャージを行う際にコストが発生する。

これについて、公正取引委員会が 2020 年 4 月に公表した「QR コード等を用いたキャッシュレス決済に関する実態調査報告書」及び 2023 年 3 月に公表した「フィンテックを活用したサービスに関するフォローアップ調査報告書」（以下、「フォローアップ報告書」）において、コード決済事業者におけるチャージに関するフローやコストについて示されている。フォローアップ報告書ではコード決済事業者に焦点が当てられているが、IC 型電子マ

³⁷ マイナンバーカードの再交付を受け取る際は、身元確認が必要であるため、自治体窓口での手交が行われおり、配送費は含まれない。他方でクレジットカード等は配送が主であり、その配送方法（書留、本人限定郵便、宅配事業者による配送等）も様々である。このような、配布コストに違いが出る点に注意が必要である。

³⁸ マイナンバーカードで用いられている非接触 IC カードの規格は Type-B であり、現在我が国で一般的に利用されているキャッシュレス決済手段としての非接触 IC カードの規格（Type-A）とは異なる。また、マイナンバーカードとキャッシュレス決済手段のカードでは、その製造数、セキュリティ対策等が異なる点には注意が必要である。

³⁹ 公正取引委員会「QR コード等を用いたキャッシュレス決済に関する実態調査報告書」（令和 2 年 4 月）

⁴⁰ CAFIS： <https://www.nttdata.com/global/ja/news/release/2022/111600/>

CARDNET： <https://www.cardnet.co.jp/release/20230308.html>

ネー事業者においても同様の内容があてはまるものと考えられる。

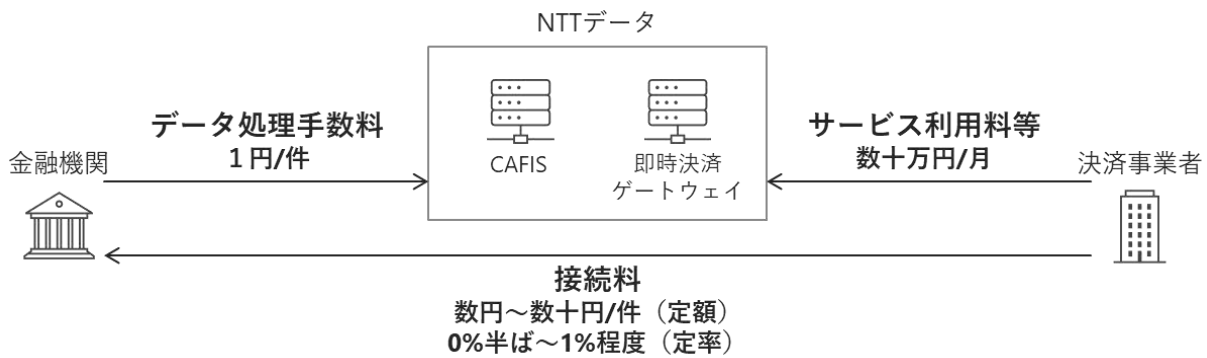
図表 22 ノンバンクのコード決済事業者が
クレジットカード及びATMを利用したチャージ等の提供に当たり支払う費用

| | 初期費用 | 従量費用（チャージ等あたり） |
|--------------|------------|----------------------------|
| クレジットカード | なし | 1%台後半(自社カードの場合は、料率0%台後半程度) |
| ATMからの現金チャージ | 数百万～千数百万程度 | 料率1%未満 + 十数円 |

(出典) 公正取引委員会「QRコード等を用いたキャッシュレス決済に関する実態調査報告書」

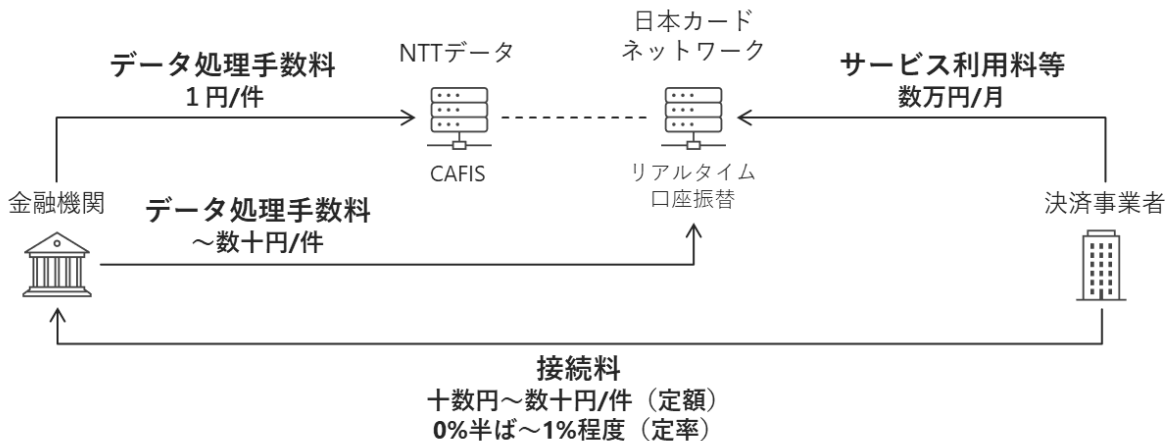
また、銀行口座からチャージを行う場合、フォローアップ報告書によれば、NTT データや日本カードネットワークが提供するサービスを利用することが多く、また、最近では日本電子決済機構が提供する「Bank Pay」の利用も増えてきている。これら、銀行口座からチャージを行う際の費用について、以下の図にて示す。

図表 23 NTT データが提供する即時決済ゲートウェイサービスを利用する場合



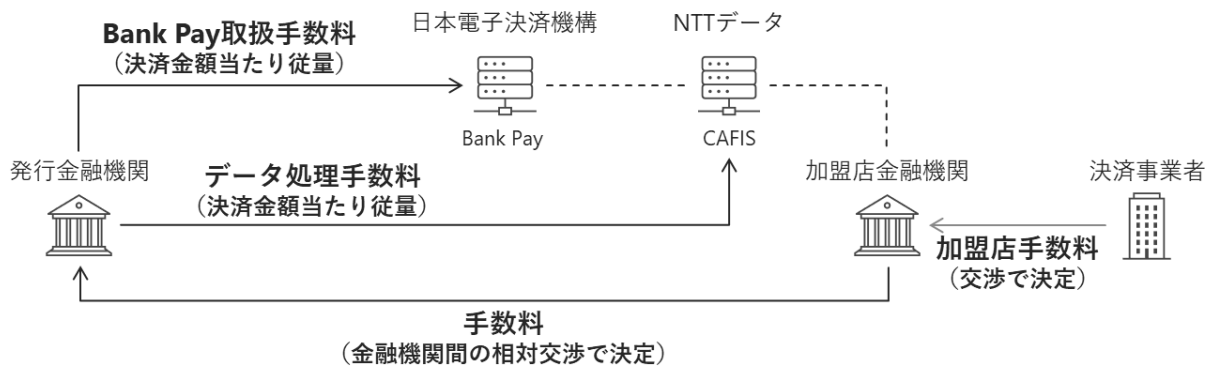
(出典) 公正取引委員会「フィンテックを活用したサービスに関するフォローアップ調査報告書」をもとに作成

図表 24 日本カードネットワークが提供する
リアルタイム口座振替サービスを利用する場合



(出典) 公正取引委員会「フィンテックを活用したサービスに関するフォローアップ調査報告書」をもとに作成

図表 25 日本電子決済機構が提供する Bank Pay を利用する場合



(出典) 公正取引委員会「フィンテックを活用したサービスに関するフォローアップ調査報告書」をもとに作成

10.4 ブランドフィー

クレジットカードやデビットカードの利用に応じて、決済事業者間を繋ぐ国際ブランドに支払う手数料一般をここではブランドフィーと呼ぶ⁴¹。ブランドフィーについては、各ブランド、地域等により異なるものと推測されるが、ここでは公表資料により確認可能なブランドフィーについて説明する⁴²。

例えば、Visa Canada では、Standard Acquiring Assessment Fee として、0.09%が発生するとしている⁴³。同様に Mastercard Canada では、Acquirer Volume Assessment Fee として、0.09%が発生する⁴⁴。また、米国ノースカロライナ州の州政府は政府が導入するキャッシュレス決済サービスに関する契約を公表⁴⁵しており、そこでは、Acquirer Assessment Fee として 0.1017%が発生することが確認できる。オーストラリア準備銀行 (RBA: Reserve Bank of Australia) の資料⁴⁶においても、アクワイアラのスキームフィーとして 0.103%が示されている。これらより、アクワイアラにおいて、おおよそ取引額の 0.1%がブランドフィーとして発生しているものと推測される。

また、上述の RBA 資料には、イシュー側のスキームフィーも示されており、これは 0.03%である。

⁴¹ ブランドフィー (ネットワークフィー) は、基本的に 4パーティモデル (国際ブランド自身はカード等を発行しない形態) において発生する。

⁴² 経済産業省の「キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた環境整備検討会 とりまとめ」(令和 4 年 3 月公表) では、イシュー側のブランドフィーを 0.05%、アクワイアラ側のブランドフィーを 0.05%として示している。

⁴³ https://www.visa.ca/en_CA/support/small-business/interchange.html

⁴⁴ <https://www.mastercard.com/content/dam/mccom/ca/en/business/documents/network-assessment-fee-may-2025.pdf>

⁴⁵ https://www.ncosc.gov/sites/default/files/2025-04/Appendix%20G%20Pass%20Through%20Fee%20Schedule_0.pdf

⁴⁶ <https://www.rba.gov.au/payments-and-infrastructure/review-of-retail-payments-regulation/backgrounders/backgrounder-on-interchange-and-scheme-fees.html>

10.5 Apple Pay、Google Pay の利用に関する費用

近年、タッチ決済（非接触決済）の普及が進んでいる。これまでのタッチ決済は IC 型電子マネーでの利用が多かったが、近年、国際ブランドのタッチ決済対応が進み⁴⁷、クレジットカードやデビットカードでもタッチ決済が行えるようになった。このようなタッチ決済が普及した要因の一つには、スマートフォンでタッチ決済を利用できる Apple Pay、Google Pay の存在が大きい。

Apple Pay や Google Pay（以下、「スマホウォレット」という）の利用（決済事業者としての自社カードの提供）については、Apple 社や Google 社との契約が必要であるが、この契約内容及び契約金額については個別契約ということもあり、一般には公表されておらず、ヒアリングにおいても明確な回答を得ることはできなかった。

そのため、ここではヒアリングや海外の参考文献から、Apple Pay や Google Pay への対応において求められる事項や決済事業者が支払うと想定される費用項目について概説する。なお、下記の3つのうち、プロセッシングについては米国の裁判資料⁴⁸において、コストが示されており、クレジットカードの場合は、0.15%が Apple からイシュアに対し請求されることが示されている。

a. DPAN の発行

スマホウォレットではクレジットカードの券面等に記載されている番号 (PAN: Primary Account Number) を直接利用するのではなく DPAN (Device Primary Account Number) と呼ばれる特定の目的（この場合、スマホウォレットでの利用）でのみ利用可能なトークン番号を適用する。この DPAN の発行は国際ブランドが行っており、イシュアは、DPAN の発行を国際ブランドに対し依頼する。

b. プロビジョニング

イシュアは、Apple や Google に対し、取得した DPAN をスマホウォレット上に表示するよう求める。これをプロビジョニングという。プロビジョニングすることで、実際のスマホウォレット上に、カード券面が表示され、加盟店で利用できるようになる。また、これら DPAN の管理費用（月額等）も発生する場合がある。

c. プロセッシング

実際の加盟店で利用されると、スマホウォレットは登録されている DPAN を加盟店の端末へ提供する。その後は通常のカード決済と同様、アクワイアラから国際ブランドを経由してイシュアに伝達される。

⁴⁷ 我が国では、2005 年より FeliCa 規格に基づく、QUICPay や iD を介したクレジットカード等のタッチ決済利用が可能であり、いわゆる国際ブランドによるタッチ決済は、2014 年頃から我が国で利用され始めている。

⁴⁸ イリノイ州南部連邦地方裁判所、Case No. 3:23-cv-3942-DWD

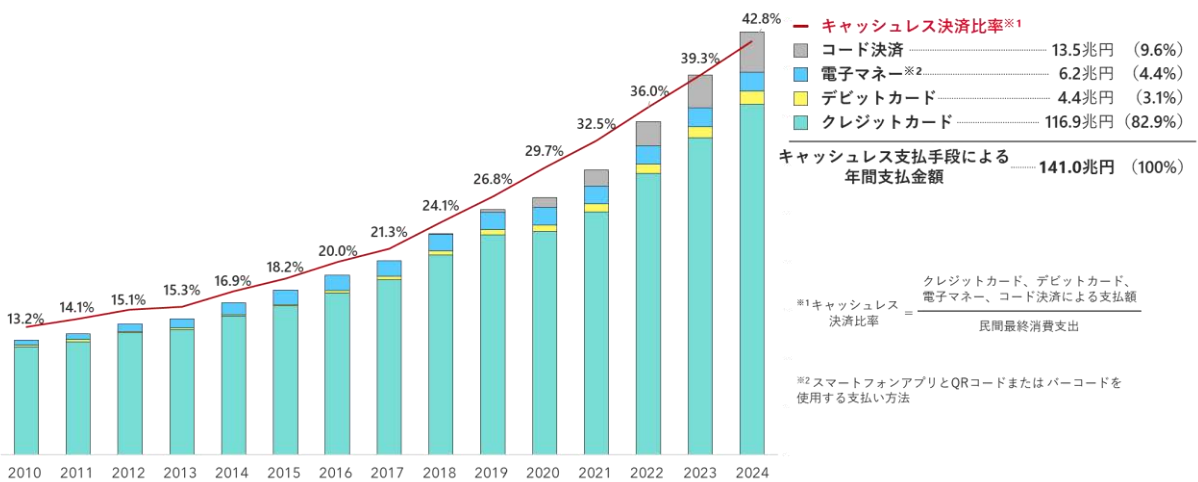
11 我が国全体でのキャッシュレス決済に係る費用

以上の調査結果を踏まえ、2024年にキャッシュレス決済に係る費用がどの程度生じているかを試算する。なお、本試算はあくまで、今回の調査結果に基づき試算するものであり、実際のコストとは異なる点にご留意いただきたい。

11.1 キャッシュレス決済の取扱量

2024年のキャッシュレス決済比率は、42.8%に到達した。キャッシュレス決済額は年間141兆円に上る。このうち、クレジットカードの利用額が最も大きく約8割を占める。

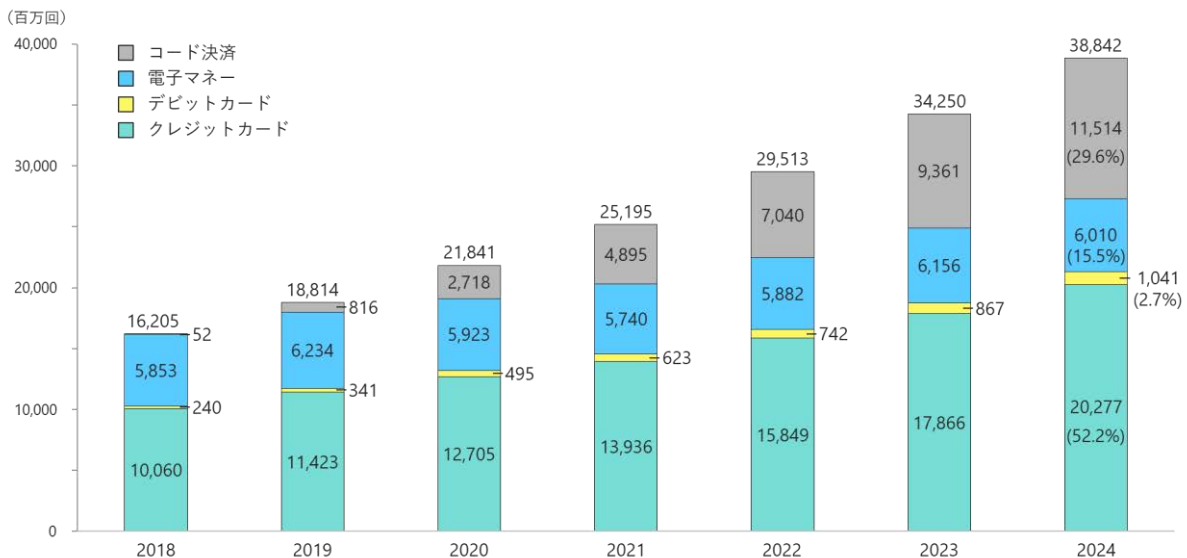
図表 26 キャッシュレス決済比率の推移と2024年の利用金額



(出典) 経済産業省

次に取扱量であるが、各決済手段の利用されるシーンの違いもあり、金額とは異なる様相を呈する。キャッシュレス決済全体では約388億回に達している。

図表 27 キャッシュレス決済の利用回数



(出典) クレジットカード：日本クレジット協会「クレジットカード動態調査」

デビットカード：日本銀行「決済動向」

電子マネー：日本銀行「決済動向」

コード決済：キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」

11.2 キャッシュレス決済事業者について

11.2.1 事業者数

我が国には、大小様々な決済事業者があり、地域通貨等も含めると数百とも言われる。今回の調査対象事業者はこのうち大手事業者であるが、この大手事業者で 11.1 にて示した金額、件数双方の大半をカバーすることができる。言い換えれば、我が国のキャッシュレス決済のほとんどをカバーするために必要なコストと言い換えることもできる。

今回の試算では、以下の値を用いることとした。

a. クレジットカード

図表 27 の根拠としている、一般社団法人日本クレジット協会が公表している「クレジットカード動態調査」の調査対象である 26 社とした。

b. デビットカード

我が国で国際ブランドが付されたデビットカードを発行している金融機関として、各社の公表資料を参考に 40 社を社数として採用した。

c. IC 型電子マネー

キャッシュレス決済比率、決済回数の根拠としている日本銀行の決済動向において調査対象としている 4 社⁴⁹を対象とした。

d. コード決済事業者

キャッシュレス決済比率、決済回数の根拠としている当協議会のコード決済利用動向調査において対象としている事業者のうち、全体の 9 割以上を占める 7 社を対象とした。

11.2.2 会員数

会員数は、日本銀行の「決済動向」や各業界団体が公表している資料を基に算出した。

a. クレジットカード

一般社団法人日本クレジット協会が公表している「クレジットカード発行枚数調査結果」によれば、2024 年の発行枚数は 3 億 1,364 万枚である。一人複数枚のカードを保有している状況にあるが、異なるイシューで発行していたり同じイシューであっても管理が異なったりすると想定されるため、会員数としてはこの数値（約 3.1 億人）を採用した。

会員増加数としては、同調査の 2023 年の発行枚数である 3 億 860 万枚との差分である、約 500 万人を採用した。

⁴⁹ 交通系電子マネーについては、全体で 1 社としてカウントした。

b. デビットカード

日本銀行の「決済動向」ではデビットカードの発行枚数が示されているが、この値には J-Debit の枚数も含まれている。我が国のキャッシュカードの大半には、J-Debit のデビット機能が付与されている一方、我が国で実際に利用されているデビットカードは、国際ブランドの付されたブランドデビットであると考えられる。

Visa の報道発表によれば、同社のデビットカード発行枚数は 2024 年 6 月時点で 2,500 万枚に到達している。また、我が国では他の国際ブランドもデビットカードを発行しており、これについては今回の調査対象事業者の発行状況も踏まえ、全体として 4,000 万枚の発行（会員数）があるものとして試算した。

c. IC 型電子マネー

日本銀行が公表する「決済動向」において、IC 型電子マネーの発行枚数が示されている。同調査によれば、2024 年末の発行枚数は、約 5.6 億枚である。

また、会員増加数としては、同調査の 2023 年の発行枚数である約 5.3 億枚との差分である、約 3,000 万人を採用した。

d. コード決済事業者

当協議会が公表する「コード決済利用動向調査」によれば、2024 年末のコード決済全体でのアカウント数は、約 2 億 7,400 万アカウントである。

また、会員増加数としては、同調査の 2023 年末時点におけるコード決済全体でのアカウント数は約 2 億 4,900 万アカウントであり、年間約 2,500 万アカウントが増加していることが確認できる。

11.3 加盟店について

11.3.1 加盟店数

現状、我が国の加盟店数について網羅的に把握した統計は存在しない。また、決済を受け付ける「店舗数」についても、決済用途に即した形で整理された統計は公表されていない。そこで、本稿では母集団となる店舗数について、経済産業省が実施した「経済センサス 活動調査」をもとに試算を行った。

卸売業等の事業者間取引を専ら行うと想定される事業所を除き、対面決済が想定される業種として、小売業、飲食業、生活関連サービス業、医療・福祉、宿泊・レジャー等を抽出したところ、概ね以下の規模となる。

- 小売：約 90 万店舗
- 飲食業：約 55 万店舗
- 生活関連サービス業：約 35 万店舗

- 医療・福祉：約 18 万店舗
- 宿泊・レジャー等：約 12 万店舗

以上を合計すると、我が国の対面型店舗は約 210 万店舗と試算される。

また、経済産業省が実施した店舗向けアンケート⁵⁰では、72%の店舗が何らかのキャッシュレス決済を導入していることが示されている。そこで、本稿では 210 万店舗の 72%にあたる約 150 万店舗を加盟店と仮定し、以下のとおり規模別の試算を行った。

a. 大規模加盟店

大規模加盟店については、主要なチェーン型小売・サービス業態の店舗数を基礎に試算した。具体的には、コンビニエンスストア、飲食チェーン、ドラッグストア、スーパーマーケット、100 円均一ショップ、ホームセンター、GMS、百貨店等を対象とし、これらの店舗数を基準に約 25 万店舗とし試算した。

b. 中規模加盟店

中規模加盟店としては、個店飲食、理美容、医療機関、地域小売店等を中心とする店舗が該当すると考えられる。また、決済代行事業者が公表している加盟店規模も参考にすると、このセグメントは加盟店の中核を占めると考えられる。これらを踏まえ、仮説として約 80 万店舗と試算した。

c. 小規模加盟店

上記以外の加盟店については、小規模事業者による店舗と考えられる。具体的には、個人商店、小規模飲食店、屋台・移動販売等の事業者が含まれると想定される。残差として試算すると、このセグメントは約 45 万店舗となる。

11.3.2 加盟店の増加数

まず、大規模加盟店については、従来よりキャッシュレス決済を導入していると考えられるため、純増数には加味しない。ここでは、2023 年から 2024 年の加盟店の増加は、中規模加盟店及び小規模加盟店の伸びであると想定する。

この場合、2019 年 10 月～2020 年 6 月に経済産業省が実施した「キャッシュレス・消費者還元事業」が参考となる。本事業の公表資料によると、2020 年 6 月時点で「中小・小規模事業者」の参加は約 105 万店舗に至った。前節での仮説において、中規模加盟店及び小規模加盟店を合わせた店舗数は、125 万店舗であり、2020 年から 2024 年までに 20 万店舗が増加したと考えられる。

この 4 年間での成長を CAGR（年平均成長率）に換算すると約 4.5%となり、これに基づく直近の 2023 年から 2024 年にかけての 1 年間で、約 5.3 万店舗が増加したと見るこ

⁵⁰ 経済産業省「キャッシュレス決済実態調査アンケート」（調査実施期間：2021 年 1 月 27 日～3 月 31 日）

とができる。さらに、この増加分の内訳について、前述の通り、2024年時点の全体構成のうち、中規模加盟店が80万店舗、小規模加盟店が45万店舗と仮定した場合、直近1年間の両セグメントの伸びは以下の通りとなる。

- 中規模加盟店：約 3.4 万店舗の増加
- 小規模加盟店：約 1.9 万店舗の増加

11.3.3 加盟店の売上規模及びキャッシュレス決済の利用率

また、各セグメントの売上規模についても試算を行った。売上規模の試算に当たっては、主要な対消費者向け産業の市場規模を参考にし、これを店舗数で除することで平均的な店舗売上を算出する方法を採用した。

具体的には、小売業、飲食業、生活関連サービス業、医療・福祉、宿泊・レジャー等の主要産業の売上規模は、政府統計（商業統計調査、外食産業統計等）や各業界団体が公表している統計によれば概ね以下の規模とされている。

- 小売業：約 150 兆円
- 飲食業：約 25 兆円
- 生活関連サービス業：約 25 兆円
- 医療・福祉：約 50 兆円
- 宿泊・レジャー等：約 20 兆円

これらを合計すると、対消費者向け市場の規模は概ね 270 兆円程度となる。この市場規模を、前述の対面型店舗数（約 210 万店舗）で除すると、平均的な店舗売上は約 1.3 億円程度となる。

ただし、実際には店舗規模によって売上水準には大きな差が存在する。例えば、コンビニエンスストアやスーパーマーケット等のチェーン店舗では1店舗当たり数億円規模の売上が一般的である一方、個人経営の飲食店や小規模サービス業では数千万円規模にとどまる場合が多い。このため、本調査では上記の平均値を基準としつつ、店舗規模に応じて以下のような水準を仮定した。

- 大規模店舗：約 5 億円／店舗
- 中規模店舗：約 1.3 億円／店舗
- 小規模店舗：約 3,000 万円／店舗

また、店舗規模によってキャッシュレス決済の利用割合にも差が存在すると考えられる。一般に、コンビニエンスストアやスーパーマーケット等の大規模チェーンではキャッシュレス決済の利用比率が高く、個人商店や小規模店舗では現金利用が依然として多いとされる。これらの傾向を踏まえ、本稿では売上に占めるキャッシュレス決済の割合を、大規模

加盟店で約 55%⁵¹、中規模加盟店で約 40%、小規模加盟店で約 20%と仮定した。

なお、我が国のキャッシュレス決済額は約 141 兆円、キャッシュレス決済比率は 42.8%とされており、算出根拠となる内閣府が公表する「国民経済計算 (GDP 統計)」によれば、民間最終消費支出は約 330 兆円である。ただし、同統計にも示されている通り、民間最終消費支出には、非営利団体等の支出 (約 8.5 兆円) が含まれている他、それを除いた家計最終消費支出にも実際には資金の移動が発生しない持ち家の帰属家賃 (約 48.4 兆円) が含まれている。これらを控除すると、2024 年の家計における支払額は、約 273 兆円となる。さきほどの対消費者向け市場 (約 270 兆円) と大きな乖離はなく、消費者の支出と店舗側の売上に整合性が確認できる。

この値にはオンライン取引も含まれている。経済産業省の「電子商取引に関する市場調査」によれば、我が国の BtoC-EC 市場規模は約 26 兆円とされており、これを対消費者向け市場の試算値から控除すると対面型消費市場の規模は概ね 244 兆円程度と試算される。

上記を踏まえ、加盟店の規模別売上規模及びキャッシュレス決済による支払割合は以下の通りと試算する。各セグメント別の試算による社会全体でのキャッシュレス決済による支払割合は約 46.6%となる。この点についても 2024 年の実績値である 46.6%⁵²と乖離はないと考える。

図表 28 本調査における加盟店規模別の仮説

| 加盟店規模 | 店舗数 | 売上規模 (全体) | キャッシュレス決済での支払割合 |
|--------|---------|-----------|-----------------|
| 大規模加盟店 | 約25万店舗 | 約125兆円 | 約55% |
| 中規模加盟店 | 約80万店舗 | 約104兆円 | 約40% |
| 小規模加盟店 | 約45万店舗 | 約13.5兆円 | 約20% |
| 合計 | 約150万店舗 | 約242.5兆円 | 約46.6% |

11.4 キャッシュレス決済事業者における費用

本節では、第 7 章の調査結果と、本章で整理した取扱量・事業者規模を組み合わせ、2024 年における我が国全体のキャッシュレス決済事業者のランニング費用を試算する。

なお、本試算はあくまでヒアリング結果に基づく試算であり、実際に各決済事業者においてはヒアリング対象項目以外の費用も多く発生している (イニシャルの減価償却、会社

⁵¹ 参考値として、当協議会の公表する「コンビニエンスストアにおけるキャッシュレス動向調査」では、2024 年 1 年間の主要コンビニ 3 社におけるキャッシュレスによる支払割合は、46.3%であった。

⁵² EC 利用分は全てキャッシュレスでの支払と考え、2024 年のキャッシュレス利用額約 141 兆円から EC 利用分 (約 26 兆円) を差し引いた約 115 兆円を分子におき、民間最終消費支出から非営利団体の支出や持ち家の帰属家賃、EC 利用分を除いた約 247 兆円を分母においた場合。

としての維持運営、販促費等) ため、本試算のみを以て、キャッシュレス決済事業者全体の実コストとはならない点に留意いただきたい。

11.4.1 クレジットカード

改めて、クレジットカード事業のランニング費用を試算するための要素を再整理する。各費目の試算にあたり、以下の数値を前提として用いる。なお、単位当たりコストの範囲については中間値を基本値として試算を行った。

図表 29 クレジットカード事業の費用試算の前提

| 項目 | 数値 (いずれも概算値) | 根拠 |
|--------------|--------------|--------|
| 事業者数 | 26社 | 11.2.1 |
| 取扱金額 | 116.9兆円 | 11.1 |
| 取扱件数 | 203億件 | 11.1 |
| 会員数 | 3.1億人 | 11.2.2 |
| 年間会員純増数 | 500万人 | 11.2.2 |
| 加盟店数 | 105万店舗 | 11.3.1 |
| 年間加盟店純増数 | 3.4万店舗 | 11.3.2 |
| 顧客数 (会員+加盟店) | 3.11億 | 上記の合算値 |
| 年間顧客純増数 | 503.4万 | 上記の合算値 |

試算したところ、年間費用は約 1 兆 166 億円であった。

a. 基幹システムに関する改修、運用費用

55 億円/事業者 (中間値) × 26 社 = 1,430 億円

b. システムインフラに関する保守運用費用

0.75 円/件 (中間値) × 203 億件 = 152 億円

c. セキュリティ対策に関する改修、運用費用

20 円/会員 (中間値) × 3.1 億人 = 62 億円

d. 外部ネットワーク利用料

0.04% (中間値) × 116.9 兆円 = 468 億円

e. インターチェンジフィー

最終的に、決済事業者の収益とバランスするため試算対象外とする。

f. 会員からの代金回収・チャージに係る手数料

0.06% (中間値) × 116.9 兆円 = 701.4 億円

g. 加盟店への売上入金に関する手数料

0.01% (中間値) × 116.9 兆円 = 116.9 億円

h. キャッシュレス決済手段の製造に関する費用

1,000 円/年間会員純増数 × 500 万人 = 50 億円

i. 顧客対応に係る人件費・業務委託費

82.5 円/顧客 (中間値) × 3.11 億 = 257 億円 (コールセンター)

1,275 円/顧客純増 (中間値) × 503.4 万 = 64 億円 (事務センター)

j. 不正利用等に対する対応費

0.015% (中間値) × 116.9 兆円 = 175 億円

k. 法令対応等に関する人件費

10 億円/事業者 (中間値) × 26 社 = 260 億円

l. 販売促進費

0.55% × 116.9 兆円 = 6,429.5 億円

11.4.2 デビットカード

デビットカード事業のランニング費用を試算するための要素を再整理する。各費目の試算にあたり、以下の数値を前提として用いる。なお、単位当たりコストの範囲については中間値を基本値として試算を行った。

図表 30 デビットカード事業の費用試算の前提⁵³

| 項目 | 数値 (いずれも概算値) | 根拠 |
|------|--------------|--------|
| 事業者数 | 40社 | 11.2.1 |
| 取扱金額 | 4.4兆円 | 11.1 |
| 取扱件数 | 10億件 | 11.1 |
| 会員数 | 4,000万人 | 11.2.2 |

試算したところ、年間費用は約 **1,064 億円**であった。

a. 基幹システムに関する改修、運用費用

1.5% × 4.4 兆円 = 660 億円

⁵³ デビットカード事業では、アクワイアリング業務を行わないため、加盟店数については考慮しない。また、試算上、年間会員純増数は用いないため示さない。

b. システムインフラに関する保守運用費用

「基幹システムに関する改修、運用費用」に内包される

c. セキュリティ対策に関する改修、運用費用

「基幹システムに関する改修、運用費用」に内包される

d. 外部ネットワーク利用料

「基幹システムに関する改修、運用費用」に内包される

e. インターチェンジフィー

アクワイアリング業務を行わないため発生しない

f. 会員からの代金回収・チャージに係る手数料

7.2 に記載の通り、即時決済型であり、かつ自行口座保有者を会員とするデビットカード事業者においては、代金回収に係る費用は限定的である。本試算においては省略する。

g. 加盟店への売上入金に関する手数料

7.2 に記載の通り、売上の入金先が限定されており、その手数料は極めて低廉である。本試算においては省略する。

h. キャッシュレス決済手段の製造に関する費用

7.2 に記載の通り、キャッシュカードとの一体化も行われており、デビットカード機能部分のみを切り出して試算することは困難なため、省略する。

i. 顧客対応に係る人件費・業務委託費

125 円/会員（中間値）× 4,000 万人 = 50 億円

j. 不正利用等に対する対応費

7.2 に記載の通り、試算することが困難であったため、省略する。

k. 法令対応等に関する人件費

5 億円/事業者 × 40 社 = 200 億円

l. 販売促進費

0.35%（中間値）× 4.4 兆円 = 154 億円

11.4.3 IC 型電子マネー

改めて、IC 型電子マネー事業のランニング費用を試算するための要素を再整理する。各費目の試算にあたり、以下の数値を前提として用いる。なお、単位当たりコストの範囲については中間値を基本値として試算を行った。

なお、IC 型電子マネー事業については、費用・収益ともに企業グループ内での最適化が図られているケースが多く、他の決済手段と単純に比較することはできない点に留意が必

要である。

図表 31 IC型電子マネー事業の費用試算の前提

| 項目 | 数値（いずれも概算値） | 根拠 |
|-------------|-------------|--------|
| 事業者数 | 4社 | 11.2.1 |
| 取扱金額 | 6.2兆円 | 11.1 |
| 取扱件数 | 60億件 | 11.1 |
| 会員数 | 5.6億人 | 11.2.2 |
| 年間会員純増数 | 3,000万人 | 11.2.2 |
| 加盟店数 | 105万店舗 | 11.3.1 |
| 年間加盟店純増数 | 3.4万店舗 | 11.3.2 |
| 顧客数（会員＋加盟店） | 5.61億 | 上記の合算値 |

試算したところ、年間費用は約 647 億円であった。

a. 基幹システムに関する改修、運用費用

5 億 2,500 万円/事業者（中間値）× 4 社 = 21 億円

b. システムインフラに関する保守運用費用

1.6 円/件（中間値）× 60 億件 = 96 億円

c. セキュリティ対策に関する改修、運用費用

7.3 に記載の通り、IC 型電子マネーは、セキュリティ対策に係る費用は限定的である。本試算においては省略する。

d. 外部ネットワーク利用料

7.3 に記載の通り、IC 型電子マネー事業者が負担する外部ネットワーク利用料は極めて小さいため、本試算においては省略する。

e. インターチェンジフィー

IC 型電子マネー事業において、インターチェンジフィーは発生しない。

f. 会員からの代金回収・チャージに係る手数料

0.055%（中間値）× 6.2 兆円 = 34 億円

g. 加盟店への売上入金に関する手数料

7.3 に記載の通り、売上入金に対応すべき先が限定されており、本試算においては省略する。

h. キャッシュレス決済手段の製造に関する費用

400 円/枚⁵⁴ (中間値) × 3,000 万枚 = 120 億円 (IC カード)

1.75 円/会員 (中間値) × 5.6 億人 = 10 億円 (利用者向けアプリ)

i. 顧客対応に係る人件費・業務委託費

6.5 円/顧客 (中間値) × 5.61 億 = 36 億円

j. 不正利用等に対する対応費

7.3 に記載の通り、IC 型電子マネー事業者において不正利用への補償等への負担は小さく、本試算においては省略する。

k. 法令対応等に関する人件費

5 億円/事業者 × 4 社 = 20 億円

l. 販売促進費

0.5% × 6.2 兆円 = 310 億円

11.4.4 コード決済

改めて、コード決済事業のランニング費用を試算するための要素を再整理する。各費目の試算にあたり、以下の数値を前提として用いる。なお、コストについて幅で示したものについては、その中間値を用いて試算を行った。

図表 32 コード決済事業の費用試算の前提

| 項目 | 数値 (いずれも概算値) | 根拠 |
|--------------|--------------|--------|
| 事業者数 | 7社 | 11.2.1 |
| 取扱金額 | 13.5兆円 | 11.1 |
| 取扱件数 | 115億件 | 11.1 |
| 会員数 | 2億7,400万人 | 11.2.2 |
| 年間会員純増数 | 2,500万人 | 11.2.2 |
| 加盟店数 | 150万店舗 | 11.3.1 |
| 年間加盟店純増数 | 5.3万店舗 | 11.3.2 |
| 顧客数 (会員+加盟店) | 2.76億 | 上記の合算値 |

試算したところ、年間費用は約 2,210 億円であった。

⁵⁴ 多くの IC 型電子マネー事業者はカード発行時に 300~500 円のデポジットを徴収しており、製造費用の相当部分が実質的に充当されている点に留意が必要である。

a. 基幹システムに関する改修、運用費用

60 億円/事業者 × 7 社 = 420 億円

b. システムインフラに関する保守運用費用

1.24 円/件 × 115 億件 = 142.6 億円

c. セキュリティ対策に関する改修、運用費用

7.4 に記載の通り、「基幹システムに関する設計・構築費用」もしくは「システムインフラに関する構築費用」のどちらかに包含されている。

d. 外部ネットワーク利用料

0.02% × 13.5 兆円 = 27 億円

e. インターチェンジフィー

コード決済事業において、インターチェンジフィーは発生しない。

f. 会員からの代金回収・チャージに係る手数料

0.32% × 13.5 兆円 = 432 億円

g. 加盟店への売上入金に関する手数料

7.4 に記載の通り、コード決済事業者が負担する売上入金手数料は、チャージ手数料に内包する。

h. キャッシュレス決済手段の製造に関する費用

7.4 に記載の通り、コード決済事業者が負担する利用者向けアプリ等の改修・運用費用は、基幹システムに関する改修、運用費用に含まれている。

i. 顧客対応に係る人件費・業務委託費

18.7 円/会員数 × 2 億 7,400 万人 = 51.2 億円 (コールセンター)

266 円/会員純増数 × 2,500 万人 = 66.5 億円 (事務センター)

j. 不正利用等に対する対応費

7.4 に記載の通り、コード決済事業者が負担する不正利用等に対する対応費は、法令対応等に関する人件費に含まれている。

k. 法令対応等に関する人件費

8 億 3,500 万円/事業者 (中間値) × 7 社 = 58.5 億円

l. 販売促進費

0.75% × 13.5 兆円 = 1,012.5 億円

11.5 加盟店におけるランニング費用

キャッシュレス決済の維持・運用において加盟店が継続負担する費用は、決済取扱高に応じて発生する「決済手数料」と、インフラを維持するための「システム利用料」に大別される。本節では、11.3 節で定義した加盟店数、売上規模、及びキャッシュレス決済比率の試算に基づき、我が国の実店舗市場におけるランニング費用の全容を定量的に分析する。

11.5.1 費用構造の概要

加盟店が負担するランニング費用の大部分は、クレジットカード、IC型電子マネー、コード決済等の各決済手段に対して支払われる決済手数料である。大規模加盟店では、ネットワークを通じて配布される端末のソフトウェア更新やセンター側での一括処理等のシステム効率化により手数料率が抑制されている一方、中規模加盟店では、決済代行業者（PSP）を介した従量課金モデルが一般的であり、決済取扱高に比例して費用負担が増大する構造となっている。

11.5.2 規模別ランニング費用の試算

前節の試算値を基に、各規模における年間のランニング費用を以下の通り算出した。我が国の対面決済市場におけるキャッシュレス決済の受入を維持するコストは、全体で年間約2兆441億円に達すると試算される。

図表 33 本調査における加盟店におけるランニング費用の試算値

| 加盟店規模 | キャッシュレス決済額 | 平均加盟店手数料 | ランニング費用 |
|--------|------------|----------|----------|
| 大規模加盟店 | 約68.8兆円 | 1.25% | 約9,390億円 |
| 中規模加盟店 | 約41.6兆円 | 2.48% | 約1兆317億円 |
| 小規模加盟店 | 約2.7兆円 | 2.7% | 約734億円 |

なお、大規模加盟店の費用には、決済手数料（約8,600億円）のほか、システム利用料（約790億円）を包含して試算している。また、小規模加盟店には決済手数料（約729億円）に入金手数料（5.4億円⁵⁵）を加算している。

11.5.3 規模別の費用特性

a. 大規模加盟店

主要なチェーン型小売・サービス業を含む大規模加盟店は、実店舗におけるキャッシュレス決済額の約60.8%（68.8兆円）を占める最大の市場である。近年はネットワークを通じて配布される端末のソフトウェア更新や接続しているネットワーク事業者側での対応で完結できる仕組みが整えられたことにより新たな決済手段の導入負荷は軽減さ

⁵⁵ 入金手数料100円 × 45万店舗 × 12ヶ月

れているとはいえ、1店舗あたりの年間負担は約376万円に達する。大規模な取扱高を背景とした料率低減が図られているものの、絶対額としての費用負担は極めて大きい。

b. 中規模加盟店

個店飲食や医療機関等を含む中規模加盟店のキャッシュレス決済額は41.6兆円に達する。本稿の加重平均による実質手数料率は2.48%となり、セグメント全体の費用負担は年間1兆円を超える。1店舗あたりで見れば、約129万円となる。本層は決済代行事業者の主力ターゲットであり、固定費が抑えられている反面、キャッシュレス決済比率のさらなる上昇が加盟店の利益率に与える影響が最も大きい層と言える。

c. 小規模事業者

静的QRコード決済を主とする小規模事業者では、決済手数料率が約2.7%となっている。決済額そのものは他セグメントと比較して小さいが、売上に対する手数料負担率は最大である。なお、入金手数料も含めた1店舗あたりの費用で見れば、約16万円となる。また、決済手数料以外のシステム維持費をほとんど要しない構造は、小規模な対面決済を維持する上での合理的な選択となっている。

11.6 最後に

本調査では、我が国のキャッシュレス決済事業における費用・収益構造の全体像を把握することを目的として、クレジットカード、デビットカード、IC型電子マネー、コード決済の4つの決済手段及び送金事業を対象に、決済事業者及び加盟店へのヒアリング調査を実施し、その結果を定量的に試算した。

試算の結果、2024年における我が国のキャッシュレス決済事業者のランニング費用は、調査対象とした主要費目の合計として、クレジットカードで約1兆166億円、デビットカードで約1,064億円、IC型電子マネーで約647億円、コード決済で約2,210億円と試算し、その総額は1兆4,087億円に達する。一方、加盟店が負担するランニング費用は全体で約2兆441億円に達しており、その大部分は加盟店手数料（約1兆9,600億円）が占めている。

この加盟店手数料と決済事業者のランニング費用の差額は、一見すると決済事業者の利益に相当するようにも見えるが、必ずしもそうではない。加盟店手数料の一部は国際ブランド・ネットワーク事業者・決済代行事業者等の本調査における対象外事業者に分配されているほか、システム構成や他事業との一体的な運営形態等の事情により切り出しが困難であったコストも試算値には反映されていない。加えて、試算した費用のうち最大の費目である販売促進費の大部分はポイント還元原資として会員へ再分配されるものであり、このように、キャッシュレス決済に係る費用・収益は決済事業者・加盟店・会員をはじめとする多様なステークホルダーの間で複雑に分配される構造となっており、特定の一者のみ

に帰着するものではない。

また、本調査を通じて、キャッシュレス決済事業においては規模の経済が強く働き、事業規模の大きい事業者ほど単位あたりのコストが低くなる傾向にあることも確認された。

本試算はヒアリング結果に基づくものであり、イニシャル費用の減価償却分・本社管理費等の調査対象外の費用を含んでいないため、実際のコスト総額とは異なる点に留意が必要である。今後、本調査の対象外となった事業者も含めた包括的な分析を行うことで、決済エコシステム全体の費用構造のさらなる解明が期待される。

我が国においてキャッシュレス決済の利用は引き続き拡大することが見込まれる中、本調査が、費用・収益構造の透明性向上及び今後の政策立案の一助となれば幸いである。