

日本のキャッシュレス決済普及の条件

日本のキャッシュレス決済比率のさらなる向上のために必要なこととは何か。海外の動向も踏まえ、AIエージェントなどの最新技術と、決済に関する商慣行の両面から議論した。

谷口 栄治

調査部金融リサーチセンター
上席主任研究員

桂田 健吾

調査部金融リサーチセンター
副主任研究員

渡邊 大喜

先端技術ラボ
エキスパート

間瀬 英之

三井住友フィナンシャルグループ
シリコンバレー・デジタルイノベーションラボ
兼 JRI America Director, Senior Researcher

高度化する決済技術と「受容性」の壁

谷口：コード決済の普及もあり、日本のキャッシュレス比率は着実に高まりました。しかし、まだスマートフォンやカードという「人間が操作する」決済の段階であり、さらなる比率向上のためにはAI連携など、決済の高度化・自動化が欠かせません。

渡邊：キャッシュレスの進化において注目されているのが、ユーザーに代わってAIがネット上で商品の検索から決済までを自律的に行う「エージェント・コマース」です。米国では、小売事業者の関心も非常に高いですが、実際に購買決定や決済までをAIに委ねるユーザーはまだ少ない。従来の購買行動を変えるには、心理的ハードルを解消する強い動機づけが必要です。

間瀬：モビリティ分野は、すでに普及している配車

アプリもキャッシュレス決済が中心ですし、自動運転が社会実装される未来では完全キャッシュレスへ移行していくでしょう。例えば無人のロボタクシーが自律的に充電スタンドへ向かい、非接触充電や決済まで完了するイメージです。AIエージェントと同様に、人間が介在することなく取引や決済が完結するサービスは増えていくと思います。

桂田：決済の自律化とは少し文脈が異なりますが、キャッシュレス化では、CBDC（中央銀行デジタル通貨）の役割も見逃せません。法定通貨としての信用力が大きな特徴です。CBDCにとくに前向きなのが中国とユーロ圏です。ただ、中国はAlipayやWeChat Payといった民間の決済サービスがすでに深く浸透しており、ユーザーが乗り換えの必要性を感じにくいのが現状です。

ユーザー・企業のメリットとセキュリティの確保

谷口：技術が高度化しただけでキャッシュレスが普及するわけではありません。現金決済からの乗り換えコストを上回るだけのメリットを、ユーザーや事業者にどう提示していくかが重要になります。それを考えるうえでのキーワードの1つがインバウンドです。小売店の「手数料が高いためキャッシュレスに踏み切れない」心理は理解できますが、現金対応のみではインバウンドの売り上げを相当取りこぼしてしまいます。

間瀬：その機会損失の大きさは日米の対比を通して



左から谷口、桂田

感じますね。私がいま駐在している米国では、都心部に限らず山奥でさえも、基本的にクレジットカードやApple Payが利用できます。普段の生活でも、周りで現金を使う人はほとんど見かけません。

桂田：日本は売上金を店内に置いていても海外に比べて防犯上のリスクが低く、預け入れるATMも街中にある。現金管理に伴う隠れたコストや手間に気づく機会がなかなかなかったのかもしれない。

谷口：キャッシュレス化すれば決済データをマーケティングなどにも活用できます。手数料単体の多寡ではなくトータルでのメリットとして捉えれば、従来とは違う景色が見えてくるはずですよ。

渡邊：国を越えたシームレスな決済として、米国を中心にブロックチェーン上のステーブルコインへの注目も高まっています。また、現地通貨の価値が不安定な国では「ドル建てで保有したい」というニーズが強く、ステーブルコインで給与を受け取ったり、日常の支払いに利用したりする動きも広がっています。

間瀬：イーロン・マスクが率いるSNSの「X」でも、アプリ上で送金・受け取りができる金融サービス「Xマネー」を発表しており、シームレスで、手数料が不要か極めて低い決済モデルは今後もグローバルで増加していくでしょう。

桂田：民間の決済サービスは多様な事業者が介在する分、手数料がかさみがちです。その点、CBDCはクレジットカードなどよりも相対的に手数料を抑えられる可能性が高い。また、ユーロ圏がデジタルユーロを目指す背景には、米国のカード会社に決済の主導権を握られたくないという思惑があり、中国も、デジタル人民元を通じて国家管理を強めたい。各国の事情がキャッシュレスを強力に後押しする側面もあるでしょう。

間瀬：普及に向けては、セキュリティに関する深い議論も不可欠です。ユーザーの意思に反する取引を防ぐ権限管理や安全性をいかに設計するかがカギです。

渡邊：AIエージェントに関しては、決済の安全性を確保するため、カードネットワーク業界を中心に、エージェントの権限や購入指示の正当性を確認する仕組みの開発が進んでいます。その一方で、人間が直接関与しない取引では、利用者の意図しない購買が起こる可



左から渡邊、間瀬

能性もあります。その際、誰がどう責任を負うのかなど、法整備やルールづくりも欠かせません。

シームレスで利便性の高い 新たな消費体験へ

渡邊：ユーザーニーズを踏まえた提案を行うAIエージェントは、先ほど言及されたデータ活用との親和性が非常に高く、小売店の参加を促すフックになりえます。まずは多くの人たちが使う状態をつくり、「市場」を育てることが先決です。AIエージェントが決済手段やポイント還元率を比較して真に最適な買い方を選んでくれれば、ユーザーも価値を感じるでしょう。

間瀬：日本では、キャッシュレスへの不信感などから現金主義のユーザーも依然多く存在します。リテラシーの啓発からアプローチするのも1つの方法です。お金を払うことによつわる面倒なプロセスを極力排除した先に、新しい消費体験が広がっているはずです。

桂田：経済全体がデジタル化していくなかで、さまざまな決済手段が乱立した状況のままでは全体最適にはなりにくい。どこが覇権を取るにしろ、シームレスな相互利用と高い安全性は欠かせないでしょう。

谷口：ステーブルコインやCBDC、AIエージェント、金融機能を備えた自動運転車などは人々の暮らしの向上にも直結します。セキュリティ面などの課題を解決しつつ、グローバルに協調しながら、日本でも利便性の高いキャッシュレス社会が構築されることに期待したいですね。 **X**