



# USインサイト

2019年6月号

最近、ニューヨークは初夏の過ごしやすい気候になってきました。観光客が増え、食事や買い物などを楽しんでいる姿が多く見受けられます。米国では、現金のみを決済手段とする店舗は少なく、自動販売機などでもクレジットカードの読み取り機が取り付けられています。外国人観光客も普段通りの感覚で、慣れない通貨での支払いにわずらわしさを感じることなく支払いをすることが可能です。

さて、今月は以下のテーマでお送りいたします。

米国におけるキャッシュレス決済の現状

千葉銀行ニューヨーク支店

## 1. はじめに

米国では IT 技術の進歩とともに、飲食店や小売店など、多くの店舗でキャッシュレス決済が進んでいます。現金支払いを一切受け付けない、キャッシュレス専門店も出てきており、人々の日常に広く普及しています。

本レポートでは、キャッシュレス決済の日米間の違いや、キャッシュレス化がもたらす影響についてみてまいります。

## 2. 米国におけるキャッシュレス決済の普及状況

### (1) キャッシュレス決済とは

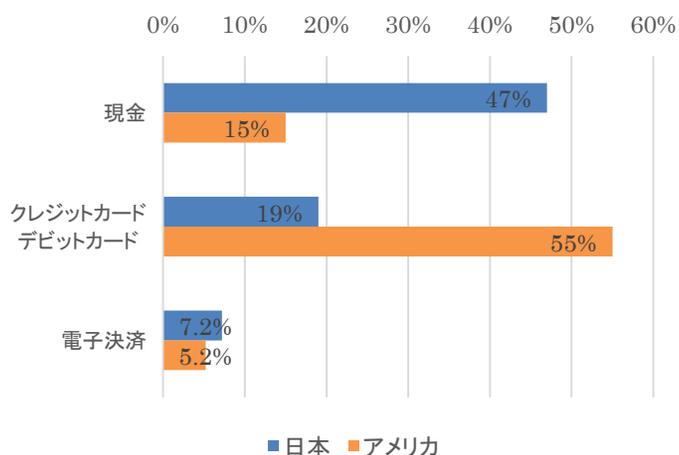
キャッシュレス決済とは「現金を使用しない決済方法」を指します。クレジットカードやデビットカード、電子マネーのほかにも、米国では個人間でお金のやりとりができるアプリが普及しており、決済手段は多岐に渡ります。

### (2) 決済手段の日米比較

日米の決済手段を比較すると、日本では半数近くが現金決済を行っているのに対し、米国では半数以上がクレジットカードまたはデビットカード決済を行っています。

また、経済産業省が 2018 年に発表した「キャッシュレス・ビジョン」によると、米国のキャッシュレス普及率は 45.0% であるのに対し、日本では 18.4% に留まっています。相対的に米国でキャッシュレス化が先行していることが窺われます。

日米消費者の決済手段の比較（推計）



出所：ウォールストリートジャーナル

### (3) キャッシュレス比率の変化

野村総合研究所は、2007 年と 2016 年の日米両国のキャッシュレス比率を発表しました（右図）。日本よりも米国の普及率の増加幅が大きく、普及スピードが速いといえます。

【日米のキャッシュレス比率】

	2007年	2016年	07→16年
日本	13.6%	19.8%	+6.2%
アメリカ	33.7%	46.0%	+12.3%

出所：野村総合研究所

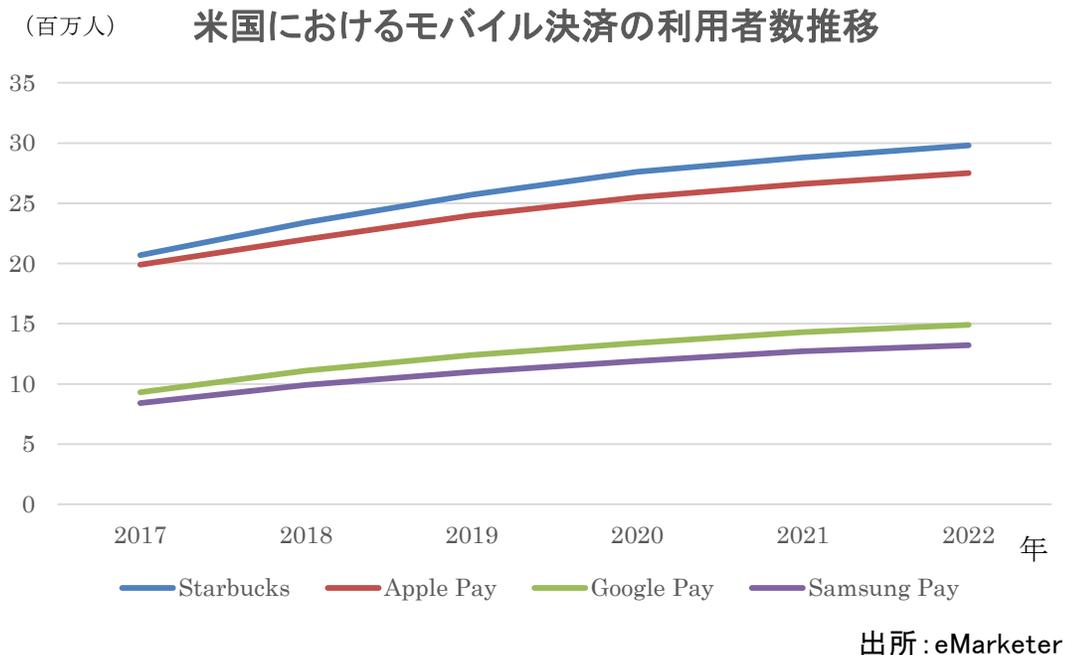
### (4) モバイル決済

モバイル決済とは、スマートフォンやタブレット端末を使う決済手段を指します。

2018年に発表された米国の調査会社 eMarketer による「実店舗でのモバイル決済の利用者数のデータ」によると、2017年にアメリカで最も多く利用されたモバイル決済は、コーヒーショップチェーン大手のスターバックスが提供するアプリでした。

次いで「Apple Pay」、「Google Pay」、「Samsung Pay」の順となりましたが、eMarketer は「この順番は2022年まで変わらない」と予測しています。

スターバックスの店舗でしか利用できないアプリの利用者数が、より多くの店舗で利用できる「Apple Pay」や「Google Pay」の利用者数を上回る結果となった要因としては、①スターバックスが他に先駆けてサービス提供を開始したこと、②端末の制限がないこと、③利用頻度が上がるとともに様々な特典が付くこと、等が挙げられます。企業側の戦略が、利用者数の拡大に繋がった好事例と言えそうです。



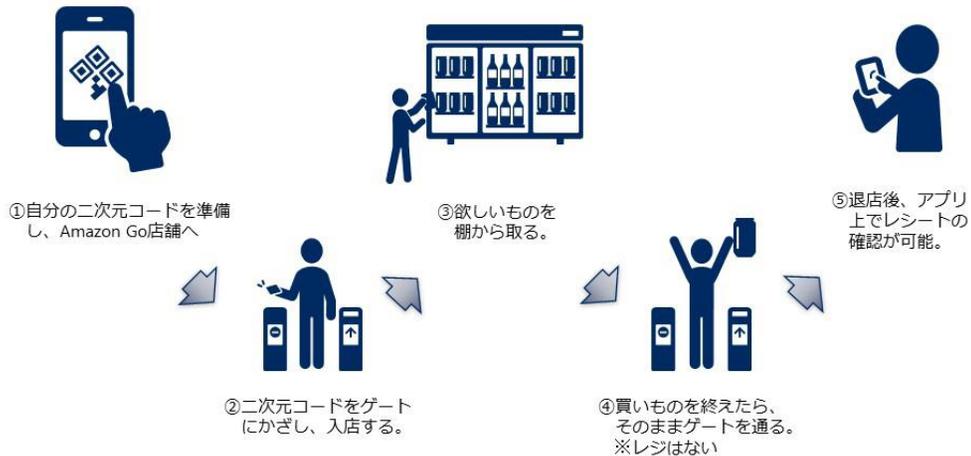
### 3. キャッシュレス決済によるサービスの多様化

#### (1) レジなしコンビニの事例

インターネット通販大手のアマゾンには、店内にレジがないコンビニ「アマゾンゴー」を展開しています。①専用アプリをダウンロードして、②店舗の入口でQRコードをかざして入店し、③欲しい商品を手に取り店舗から出ると、④自動的に決済される、という流れで買い物をすることができます。

当初、同社は本社があるシアトルのみでアマゾンゴーを運営していましたが、その後、サンフランシスコ、シカゴ、ニューヨークにも出店しました。

## 利用の流れ



出所: NEC BUSINESS LEADERS SQUARE wisdom

### (2) 飲食店での活用事例 ～事前注文から決済まで～

スターバックスだけでなく、他のコーヒーショップやファストフード店等多くの飲食店で、アプリによる決済を導入しています。これらアプリは決済機能だけでなく、商品を事前に注文することが可能なものもあります。決済の流れは下図のとおりです。

#### 【アプリを活用した決済の流れ】

①専用アプリで商品を選択

②事前に登録済のクレジットカード等で支払い

③受け取り店舗を選択し、待ち時間を確認

④店舗に行き商品を受け取る

この仕組みは店舗での待ち時間の短縮に一役買っています。その他にも利用額に応じて食べ物や飲み物が無料となるサービスを行っている店や、メニューを細かく自分好みにカスタマイズできる店もあり、消費者は利便性以外のメリットも享受できます。

### (3) シェアリングサービスでの活用事例

米国ではスマートフォンアプリを通じてモノやサービスを共有するシェアリングサービスが普及しており、これがキャッシュレス決済普及の一因となっています。

サービスの代表例として、配車アプリ「UBER」や、ニューヨーク市を中心に展開されている自転車共有システム「City Bike (シティバイク)」などが挙げられます。これらの利用にはクレジットカードやデビットカードの登録が必要になります。UBER 利用時には運転手との

直接の現金のやりとりは発生せず、Citi Bike 利用時には煩わしい現金の授受が発生しないことから、外国人観光客にとってメリットが大きいといえます。

## 4. キャッシュレス決済のメリット・デメリット

### (1) メリット

キャッシュレス決済を進めることは利用者の利便性を高めるだけでなく、提供する店舗にとっても多くのメリットがあります。

#### 【利用者のメリット】

- ① 現金をもたなくてよい
- ② ATM で現金をおろす手間がない
- ③ レジの待ち時間の短縮
- ④ 購入記録のデータ管理
- ⑤ 利用実績ごとに受けられるサービスの多様化
- ⑥ 外国人旅行者の負担軽減

#### 【店舗のメリット】

- ① 釣銭の間違いがなくなる
- ② 会計のスムーズ化によりレジに配置する人員の削減が可能
- ③ レジに現金を置く必要がなくなることで強盗被害がなくなる
- ④ 購入履歴から顧客のデータ収集が可能

### (2) デメリット

上記のような多くのメリットがある一方で、デメリットもあります。

キャッシュレス店が増えると、貧困層が不自由するという課題が出てきます。サンフランシスコ連銀のデータによると、世帯収入が低いほど、現金決済の割合が高く、収入が高くなるにつれて、キャッシュレス決済の割合が高くなります。キャッシュレス決済を利用するためには銀行口座を保有する必要がありますが、利用条件に満たない場合は口座維持手数料を求める銀行が多く、コストがかかります。

また、米国ではクレジットカードの審査の際に、その人の信用力を表す「FICO スコア」というクレジットスコアが利用されていますが、スコアが低いためにカードを作成できない人や、スコアを算出するための十分な信用情報がなく、カードを作成できない人も存在します。

このような背景から、フィラデルフィア州ではキャッシュレス専門の店舗を禁止する法律を施行する予定です。また、ニューヨークやサンフランシスコ、シカゴなどでも同様の法案を検討しており、今後の行政の動向やキャッシュレス化を進めてきた企業側の対応も注目されます。

## 5. おわりに

日本では、2018年に経済産業省が、「2027年までにキャッシュレス決済比率を4割程度まで上げることを目指す」と発表しました。

米国におけるキャッシュレス決済の拡大は、新たなビジネス展開を含めて多くのメリットがある一方で、取り組むべき課題も見えてきています。今後、米国での動向が注目されます。

### 【参照ウェブサイト】

- ・ウォールストリートジャーナル：  
([https://jp.wsj.com/articles/SB10905485610916124090804585159001934194256?mod=article\\_inline](https://jp.wsj.com/articles/SB10905485610916124090804585159001934194256?mod=article_inline))  
(<https://jp.wsj.com/articles/SB12619421010000814641304585166813733521550?mod=searchresults&page=1&pos=3>)
- ・eMarketer：  
(<https://www.emarketer.com/newsroom/index.php/starbucks-app-leads-mobile-payment-competitors/>)
- ・NEC BUSINESS LEADERS SQUARE wisdom：  
(<https://wisdom.nec.com/ja/business/2018021301/index.html>)
- ・amazon：  
(<https://www.amazon.com/b?node=16008589011>)
- ・野村総合研究所：  
([https://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoryu/credit\\_carddata/pdf/009\\_03\\_00.pdf](https://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoryu/credit_carddata/pdf/009_03_00.pdf))
- ・経済産業省：  
(<https://www.meti.go.jp/press/2018/04/20180411001/20180411001-1.pdf>)
- ・サンフランシスコ連銀：  
(<https://www.frbsf.org/cash/publications/fed-notes/2016/november/state-of-cash-2015-diary-consumer-payment-choice/>)

以 上

※ ここに掲載されているデータや資料は、情報提供のみを目的としたもので、投資勧誘等を目的としたものではありません。投資等の最終決定は、ご自身の判断でなされるようお願いいたします。また、弊行は、かかる情報の正確性や妥当性については、責任を負うものではありません。

※ 本レポートに関するお問合わせは、市場営業部海外支店統括グループまでご連絡下さい。  
(tel:03-3231-1285 email: kaigai\_tokatsu@chibabank.co.jp)