

「キャッシュレスの活用を改めて考える」

アズライト代表 榎本 博之

いよいよ、10月から消費増税となる(執筆時、7月16日)。これと合わせて、国は「キャッシュレス・消費者還元事業」(以下、キャッシュレス事業)を進めている。これを機にキャッシュレスの活用・導入を進める事業者も少なくない。一方で、キャッシュレスの必要性は理解しつつも、活用法が不透明で、どうしてよいか分からないという声も聞こえてくる。中小事業者がどのようにキャッシュレスを活用するか考えてみたい。

日本は本当にキャッシュレス後進国か？

キャッシュレスの推進の根拠としているのが「日本国内におけるキャッシュレス普及率の低さである。確かに、クレジットカードやQRコードの決済は諸外国と比較して利用率が低いとされる。とはいえ、決済のすべてを現金のみに頼っているわけでもない。日本銀行の「生活意識に関するアンケート調査(2018年6月)」によれば、「現金以外は使わない」と回答した人は10%未満である。さらに、キャッシュレス事業推進の対象であるクレジットカードや電子マネーの利用割合は年々増えており、著しく普及が遅れているわけではない。

また、キャッシュレス利用者の中心を若者とみなしがちであるが、実際は高齢者にも支持が広がっている。日経BP『QR決済』で行ったアンケートによれば、年代が上がるにつれ、キャッシュレスの手段を多く持ち、現金を利用したいと考える割合が減っている。意外かもしれないが、高齢者の側に立てば必然の流れだ。年を取ると指先は力が弱く乾燥しがちで、お札や小銭を触ること自体が負担になるからだ。レジ前でお札を出しにくく、手間取ってしまう。または、小銭が出しにくく、お札ばかりを出してしまい、財布の中が小銭で一杯になる。現金のやり取り自体がかなりのストレスなのだ。食品スーパー等で自社の電子マネーの導入が進んでいるが、利用者にもレジ決済における利便性の面でメリットが大きいゆえだろう。もちろん、資金繰りやお客様の取り込みにおいてもメリットがある。

上記を考えれば、「われわれには関係ないからキャッシュレスを導入しても意味がない」とか、「お客様がキャッシュレスを利用したいのか不明だ」と決めつけるのは早計である。10月になっていきなり全員が全員キャッシュレスを利用するわけではないが、徐々にその浸透は進む。特に高齢者はキャッシュレスの使い勝手を体験すれば、現金決済からの移行は思いのほか早いだろう。今後のキャッシュレス活用は、0か100かではなく、バランスこそ違うが何らかの形で誰もがキャッシュレスを使う状況になると考えるべきである。そのための準備は進めていかないと、購入・利用時の選択肢に残らないことになってしまう。

キャッシュレス活用の方向性

次に、キャッシュレスによる自店の期待効果について考えてみたい。優先すべきは既存顧客に対するアプローチだ。キャッシュレスを導入したからといって、いきなり新規顧客が「キャッシュレスだから」という理由のみで来店はしないだろう。キャッシュレスの導入は目的ではなく、手段である。キャッシュレスのメリットをまずは既存顧客に伝えることを最優先に意識したい。

10月以降、国がキャッシュレス決済でのポイント還元を実施する予定だ。加えて、QR決済事業者を中心に高還元でのキャンペーン実施が見込まれる。これらについては、自社の負担がなく販売促進がかけられる。QR決済の利用データを見ると、継続的なキャンペーンが利用者の拡大につながっている。このあたりは、導入の告知や利用者のサポートから自店への利用につなげていきたい。

続いては、客単価向上に向けた取り組みである。専門店では、クレジットカードの導入によって客単価が向上する傾向が高い。決済手段が増え、「今、買える」という気分を引き出しやすくなり、「手持ちがない」という理由での機会損失を減らせる。また、使いすぎるという懸念に対しては、先払い方式の電子マネーやQRコードを使えば、自分が予め入金した金額で買い物するので、予算内で判断ができる。また、レジ待ちが少なくなると来店頻度が上がるというデータもあり、客数増の効果も期待できる。

販売促進については限定的な部分に留まっている。購買データに基づいた来店誘導はすでに可能であるが、知名度の高いチェーン店に利用が流れやすい。中小店における顧客接点の作りやすさでは、LINEの「1:1トーク」が該当する。LINEは高齢者も導入割合が多く、アプローチもしやすいだろう。LINE@（ビジネス向けのアカウント）によるメッセージやクーポンと組み合わせながら、きめ細かいフォローをしていけば、お客様の要望をくみ取った対応も柔軟にできる。

一方で注意すべきなのは、キャッシュレスは消費の起爆剤にはならない点だ。国は今回、キャッシュレス事業を消費増税の経済対策の一環として行っているが、本来キャッシュレス活用と増税による消費の落ち込み解消は一致するものではない。実際に、中小店のQRコード決済の利用率は1%程度である。補助金だからと安易に入れるのではなく、その活用まで模索しなければ、せっかくのチャンスを見逃すことになる。周りに流されず、自店の今後を踏まえたキャッシュレス活用を考えたい。