

研究指導 青木 孝弘 准教授

小規模事業者におけるキャッシュレス化の要因分析

—理美容業界を中心に—

宮田 伸一

1. はじめに

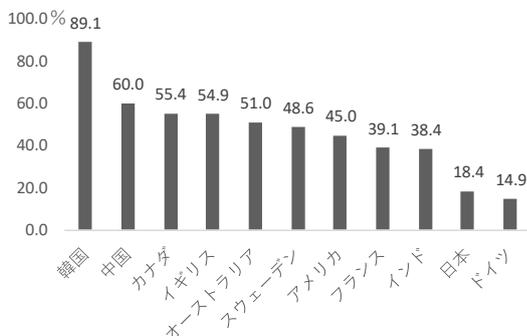
経済産業省(2018a)[1]はキャッシュレス化の普及率を2027年までに4割程度とすることが目指されている。理由として「今後我が国は少子高齢化や人口減少に伴う労働者人口減少の時代を迎え、国の生産性向上は喫緊の課題といえる。キャッシュレス推進は実店舗等の無人化省力化、不透明な現金資産の見える化、流動性向上と不透明な現金流通の抑止による税収向上につながると共に、支払データの利活用による消費の利便性向上や消費の活性化等国力強化につながる様々なメリットが期待される」としている。

2. 世界各国のキャッシュレスの現状

2.1 世界の現状

経済産業省(2018b)[2]の調査によると、韓国が89.1%、中国60.0%、カナダ55.4%、イギリス54.9%、オーストラリア51.0%、スウェーデン48.6%、アメリカ45.0%、フランス39.1%、インド38.4%と40%~60%であるのに対し日本は18.4%と低い。

図表 1 世界各国のキャッシュレス状況



出典 経済産業省(2018b)を基に筆者作成

2.2 日本のキャッシュレスが普及しない理由

経済産業省(2018b)[2]によると、小規模事業者¹側の意見は、1位導入費用が高い、2位手数料が高い、3位決算端末を設置する適切な場所がない、4位入金までに時間を要する、5位クレジットカード決済を要望する声が少ないとなっている。また、消費者側の意見は、1位使い過ぎが気にかかる、2位セキュリティ

など安全性に不安がある、3位原則は現金払い主義、4位金利負担が生じるのを避けたい、5位サインや暗証番号の入力が面倒となっている。

3. 先行研究

渡邊(2018)[4]では、キャッシュレス化の推進が経済活動にどのような影響を与えるのか、時系列分析の手法を用いてキャッシュレス化と経済活動との間に安定的な因果関係があるのかを分析している。その結果、長期だけではなく短期的にも効果があることが判明した。

井立他(2018)[5]では、日本よりキャッシュレス化が進んでおり特徴的なキャッシュレス化を遂げているという観点から、中国・スウェーデン・韓国・アメリカ・ケニアに絞り、日本に最も合うキャッシュレス化の流れを探った。結論として、企業や銀行・政府との関係、社会の構造から、スウェーデンの事例²のように進めることができるのであれば、日本のキャッシュレス化を成功させることができるのではないかとしている。

4. 研究の目的と新規性

先行研究からのレビューより、決済の迅速化やコスト削減などの観点からキャッシュレス化のポジティブな研究はあるがネガティブな研究はない。

日本政府はキャッシュレス化を推進しているが、売上規模の小さい小規模事業者のほとんどが現金取引である。小規模事業者は現金が入ることで諸経費を支払うことができ、日々の生活も成り立っている。しかし、キャッシュレス決済を導入すると、その現金が入らなくなる。さらに、カード会社への手数料も発生する。これが小規模事業者にどんな影響を与えているのか。

中小企業庁(2019)[6]によると2016年の企業数の割合は大企業が約1.1万者(0.3%)、中規模企業約53.0万者(14.8%)、小規模事業者約304.8万者(84.9%)となっており全企業の8割以上を占めている。

理美容業は約37万者あり小規模事業者の約12%を占める。自身にも関わりのある理美容業に注目し小規模事業者におけるキャッシュレス化の要因を分析することを目的とし、理美容業者、一般消費者それぞれにアンケート調査を行った。

¹ 小規模事業者の定義[3]は、常時使用する従業員数が(1)製造業、運輸業、建設業 20人以下、(2)卸売業 5人以下、(3)サービス業 5人以下、(4)小売業 5人以下としている。

² G(政府)、B(企業や銀行)、C(消費者)の関係からGとBの連携による相乗効果で効率良くCへ影響を与えるとしている。

5. 理美容業者アンケート

5.1 概要

理美容業者にキャッシュレス決済に対するの考えや導入実績,導入予定についてアンケート調査を実施。

調査目的は、理美容業者がキャッシュレス化をどのように考え、どう対応しているかを明らかにする。

調査期間:2019年11月11日

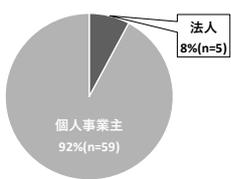
調査対象:福島県美容業生活衛生同業組合員の
経営者及び従業員

調査方法:集合調査法

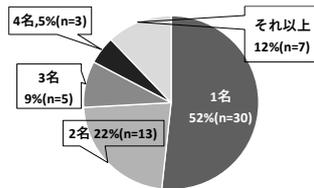
有効回答数:71人

図表2より、経営形態は法人8%、個人事業主92%となっており、この業界は個人事業主が圧倒的に多いという特徴がある。図表3より、従業員数は1名が52%、2名が22%合わせると2名以下が74%と全体の約3/4を占める。これもこの業界の特徴といえる。

図表 2 経営形態



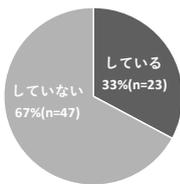
図表 3 スタッフ数



5.2 結果

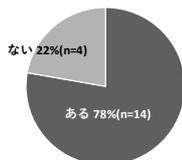
図表4より、キャッシュレスを導入している店舗は、導入しているが33%、していないは67%であった。

図表 4 キャッシュレス導入割合



図表5より、導入している店舗において影響はあるが78%、ないが22%と予想通り影響が大きいことがわかった。

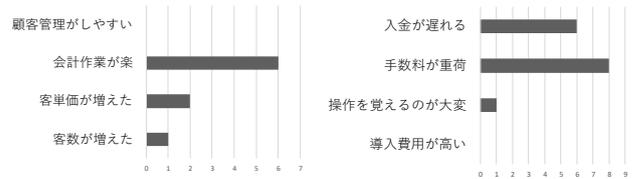
図表 5 キャッシュレスの影響



図表6より、メリットは回答数が少なかったが会計作業が楽と答えた店舗が最も多く、客単価増や客数増が続いた。図表7より、デメリットは手数料が重荷、入金が遅れるが多く、この2つの回答は予想通りの結果

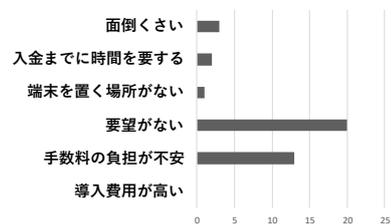
となった。

図表 6 メリット(単位:人) 図表 7 デメリット(単位:人)

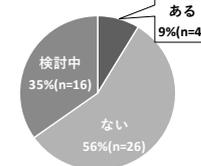


図表8より、導入していない店舗にその理由を伺ったところ、要望がない20店舗、手数料の負担が不安13店舗と続いた。図表9より、導入予定はあるかの問いに、ない56%、ある9%となっているが、検討中も35%いることがわかった。

図表 8 導入していない理由(単位:人)

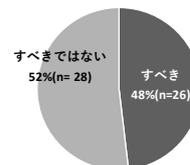


図表 9 導入予定



図表10より、理美容業界はキャッシュレス化に対応すべきかに対して、すべきが48%、すべきではないが52%と拮抗している。これはこの業界にある根強い現金主義が影響していると考えられる。

図表 10 理美容業界はキャッシュレス化すべきか



6. 一般消費者アンケート

6.1 概要

一般消費者に支払方法やキャッシュレスの現状のアンケート調査を実施。

調査目的は、消費者のキャッシュレス化はどこまで浸透しているか、どう考えているかを明らかにする。

調査期間:2019年11月11日~11月26日

調査対象:会津若松市の企業及び会津坂下町地域づくり協議会他4社

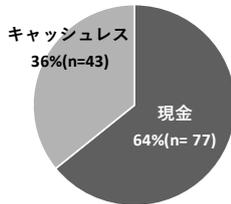
調査方法:留置き調査法

有効回答数:120人

6.2 結果

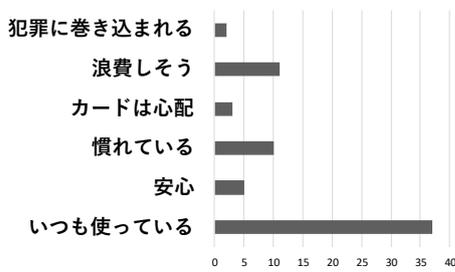
図表11より、一般消費者の支払方法は現金が64%、キャッシュレスが36%と現金の方が多い。これは経済産業省(2018a)の目標数値に近づいていることがわかった。

図表 11 支払方法



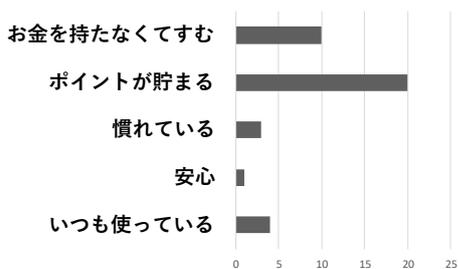
図表12より、一般消費者の支払方法において現金が多い理由が、いつも使っているからが37人と最も多く、次いで浪費しそうが21人となった。犯罪に巻き込まれるが2人と少なかったのが意外な結果となった。

図表 12 支払方法「現金の理由」(単位:人)



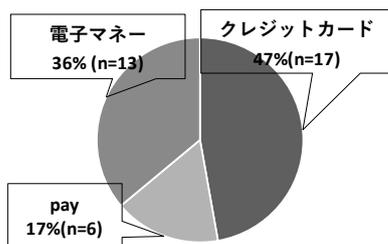
図表13より、一般消費者の支払い方法でキャッシュレスが多いと答えた人の理由はポイントが貯まるが20人、お金を持たなくて済むが10人と続いた。

図表 13 支払方法「キャッシュレスの理由」



図表14より、使用するキャッシュレスはクレジットカード47%、電子マネー36%、pay17%とクレジットカードが最も多いことが分かった。

図表 14 使用するキャッシュレス



7. 分析

7.1 分析方法

本調査ではカイ二乗検定による分析を行った。理由は、分析に使うデータが質的データであり、かつ2郡以上のデータでキャッシュレス導入に関係があるかを明らかにするためである。

7.2 分析結果

図表15の売上とキャッシュレス導入の関係性は、現状維持と売上減少によるキャッシュレス導入の割合がほぼ同じだったため関係性はないと考えられる(P値0.8147)。

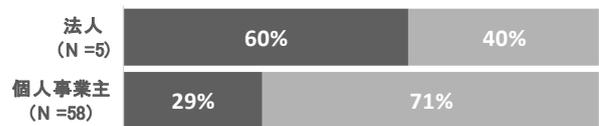
図表 15 売上とキャッシュレス導入の関係性



■ 導入している ■ 導入していない

図表16経営形態とキャッシュレス導入の関係性は割合としては違いがみられるが、カイ二乗検定による差はみられなかった(P値0.3608)。

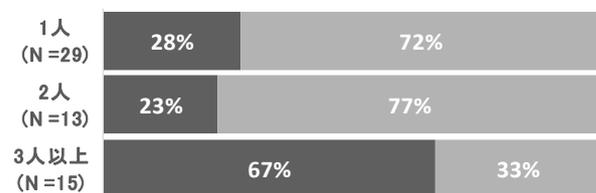
図表 16 経営形態とキャッシュレス導入の関係性



■ 導入している ■ 導入していない

図表17従業員とキャッシュレス導入の関係性は1人及び2人は20%台とほぼ同じであったが、3人以上は70%近くと割合に違いはみられた。また、カイ二乗検定においての差も見られた(P値0.0196*)。

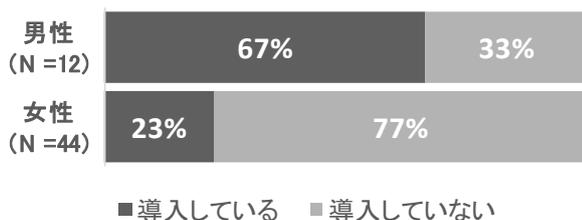
図表 17 従業員数とキャッシュレスの関係性



■ 導入している ■ 導入していない

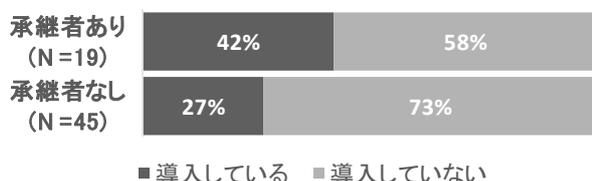
図表18経営者の性別とキャッシュレス導入の関係性は男性67%、女性23%と割合に違いがみられた。また、カイ二乗検定においても差も見られた(P値0.0111*)。

図表 18 経営者の性別とキャッシュレス導入の関係性



図表19事業承継者とキャッシュレス導入の関係性は承継者ありが42%，なしが27%と割合に違いはみられたが、カイ二乗検定による差はみられなかった(P値0.3564)。

図表 19 事業承継者とキャッシュレス導入の関係性



8. 考察

まず、理美容業界におけるキャッシュレス化の要因をカイ二乗検定で分析した結果、売上、経営形態、承継者の有無には関係性がなく、従業員数、経営者の性別では関係性があることが確認された。

次に、消費者のキャッシュレス化の浸透率は36%と、政府が2027年までに4割としている目標にすでに近づいている。また、ポイントが貯まる53%，お金を持たなくてすむが26%と消費者はキャッシュレス化をポジティブに捉えていることが伺える。

しかし、理美容業界のキャッシュレス導入率は33%と低い。また、キャッシュレス化はすべきではないが53%と半数以上を占めている。これは分析の結果から理美容業界のキャッシュレス化に消極的な女性経営者や個人事業主が多いためと考えられるが、消費者はキャッシュレス化をポジティブに考えている傾向がある。とするならば、理美容業界は消費者のニーズを捉えていないのではないか。さらに、日本政府はより一層のキャッシュレス化を推進していくことが予測される。このことを鑑みると、37万者も存在し理美容業界全体の市場規模が減少している現状において、消費者のキャッシュレスニーズに答えることは、この業界で生き残っていく手段の一つと考えるべきであろう。

キャッシュレス導入の予定は「ない」が56%と半数以上が否定的だが、「検討中」と「ある」と答えた人も合わせると44%いる。この44%の理美容業者は、「手数料が重荷」、「入金が遅れる」といったデメリットはあるが、メリットの上位に「客単価が増えた」、「客数が増えた」は売上を上げるためには重要な要素である経

営資源の「ひと、モノ、金、情報」を活かすことで差別化を図れるのではないだろうか。

9. 今後の課題

本研究では理美容業界からみたキャッシュレス化について分析したが、理美容業界の就業者は女性が多いことは良く知られている。同じように女性の活躍される業種には飲食店や教育関係などがある。女性起業家の輩出が期待されている昨今、さらに業種の範囲を広げた調査を行うことが、女性を含めた小規模事業者のキャッシュレス化の要因を探れるのではないかと考える。これらを今後の課題としたい。

謝辞

本研究にご多忙の中、アンケートにご協力いただきました福島県美容業生活衛生同業組合の皆様と、会津若松市の企業及び会津坂下町地域づくり協議会他4社の皆様に厚く御礼申し上げます。

参考文献

- [1] 経済産業省(2018a)「キャッシュレスビジョン」『日本再興戦略』改訂 2014
- [2] 経済産業省(2018b)「キャッシュレスの現状」
- [3] 中小企業庁「小規模事業者定義について」
- [4] 渡邊真治(2018)「キャッシュレス化が経済活動に与える影響に関する時系列分析」『経営情報学会全国研究発表大会要旨集』
- [5] 井立雄太,勝部広平,境晋太郎,平田鈴奈(2018)「政府・企業・消費者の関係から導く日本のキャッシュレス化」『早稲田社会科学総合研究別冊 2018年度学生論文集』
- [6] 中小企業庁(2019)『2019年版小規模企業白書』