

民泊とキャッシュレスを両輪とする 地域を巻き込んだ観光立国推進に向けて

報告書（概要版）



報告書＜要旨＞

○政府は「未来投資戦略2017」において、地方創生の切り札として観光を掲げ、国内外の観光客を全国各地に分散・拡大する方針を謳っている。インバウンド消費の恩恵は引き続き地方に波及することが期待されるものの、①ゴールデンルート等の一部地域に需要が偏在していること、②宿泊施設、多言語対応、キャッシュレス等のボトルネックが存在すること、等が観光立国に向けたオールジャパンでの取組に影を落としていたことも否定できない。

○日本クレジットカード協会では、2014~2016年度の3年間、継続的に観光立国とキャッシュレス推進を融合した取組を推進してきたが、2017年度は、冒頭で示した課題を踏まえ、観光資源が潜在化し、宿泊施設等の観光インフラが整わず、観光需要の恩恵に浴する機会のなかった地域で、改めて「民泊」による長期滞在型観光を軸とした地域おこしに焦点を当てた取組を進めてきた。具体的には、本年施行の民泊新法を契機に地域への観光客が増え、経済効果の高まりが期待されるなか、キャッシュレス決済の環境整備によって民泊で誘発された消費需要の取り込みを極大化する事業モデルを設定し、浜松市において、ヒアリング・アンケートを通じてその実現可能性を検証した。

○検証結果からは、以下の3つのインプリケーションを得た。

- ① 民泊の拡大による新たな消費需要の拡大は、これまでインバウンドの恩恵に浴する機会のなかった地域での経済活性化に結び付く可能性が大きいこと
- ② 加えて、民泊で誘発された新たな来訪者は訪日外国人、都会在住者や若年層等、キャッシュレス決済に親和性の高い層であり、新規に創出される消費の取込を極大化させるためにはキャッシュレス環境の整備が不可欠であること
- ③ ちなみに、クレジットカード決済による購買単価は、現金決済に比べて、全業種平均で1.7倍と高く、キャッシュレス決済導入は当該コスト発生等を勘案しても、地域経済活性化に向けて検討すべき最重要課題のひとつであると考えられること

○こうした検証結果をもとに、以下の4つの施策を提言したい。

- ① 民泊による地域おこしの実現に向けた広範な小売・サービス事業者をターゲットとしたキャッシュレス推進施策の立案
- ② キャッシュレス推進に関するコンテンツを組み入れた民泊を契機とした地域活性化セミナーの開催
- ③ インバウンド来訪客に対して滞在地域のキャッシュレス環境をアピールするなどした「プラス1泊」推進
- ④ 民泊代金のクレジット決済拡大等を展望した民泊・キャッシュレス推進を実現する企業・業界との協業

目次

1. クレジットカード業界が観光立国関連施策の推進に取り組む背景・意義	4
(1) 地方創生における観光の重要性	4
(2) インバウンド対策の重要性	5
2. 民泊を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果	8
(1) 住宅宿泊事業法（民泊新法）施行の背景	8
(2) 民泊新法施行後の地域における変化	10
「民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデル」	
① 来訪客の質・量両面にわたる変化	11
② 滞在期間の長期化（来訪目的多様化）	13
③ 観光客のキャッシュレスニーズの高まり	15
④ 地域の消費動向の変化	18
⑤ 地域の小売・サービス業者の意識変化	19
⑥ 行政・地域DMO・観光協会等の意識変化	21
⑦ キャッシュレス推進サポート	21
⑧ キャッシュレス環境の整備・強化	22
・ クレジットカード決済と現金決済の単価比率調査	
3. 提言・今後の取組	23
・ 地域におけるキャッシュレス推進取組事例	23
・ 4つの提言	25

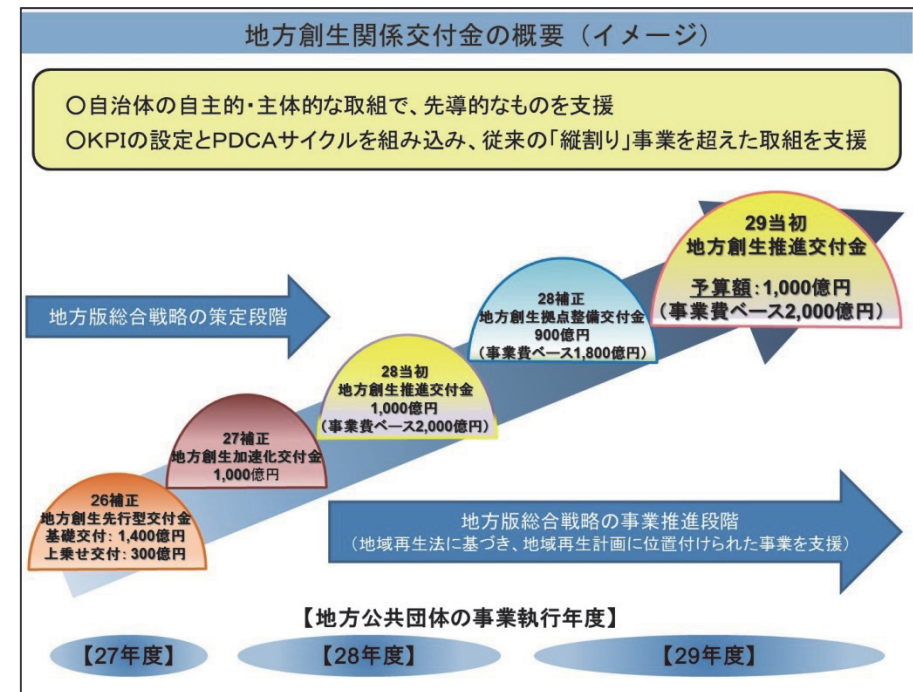
1. クレジットカード業界が観光立国関連施策の推進に取り組む背景・意義

(1) 地方創生における観光の重要性

- 政府は、2017年度をまち・ひと・しごと創生総合戦略の中間年として、既存の取組を加速化するための新たな施策により地方創生の新展開を図る方針。ローカル・アベノミクスを一層推進し、地方の「平均所得の向上」を図るため、地方創生交付金も引き続き用意されるなど、地方創生の重要性は一段と増大。
- 「未来投資戦略2017」において、観光を地方創生の切り札と位置付け、観光が持つ広範な経済波及効果を念頭に、「インバウンド」と「国内観光」の両輪による観光振興を図るとともに、特定の地域に集中している国内外の旅行者を全国各地に分散・拡大させる方針。



「まち・ひと・しごと創生基本方針2017 (概要版)」より



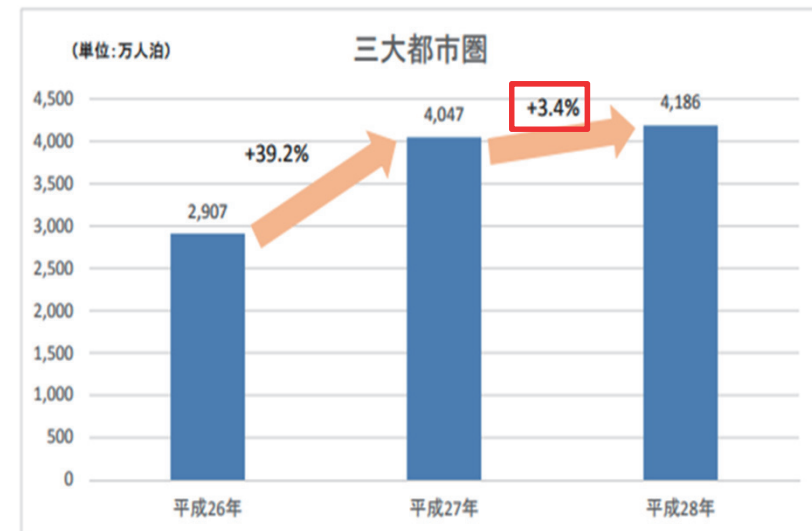
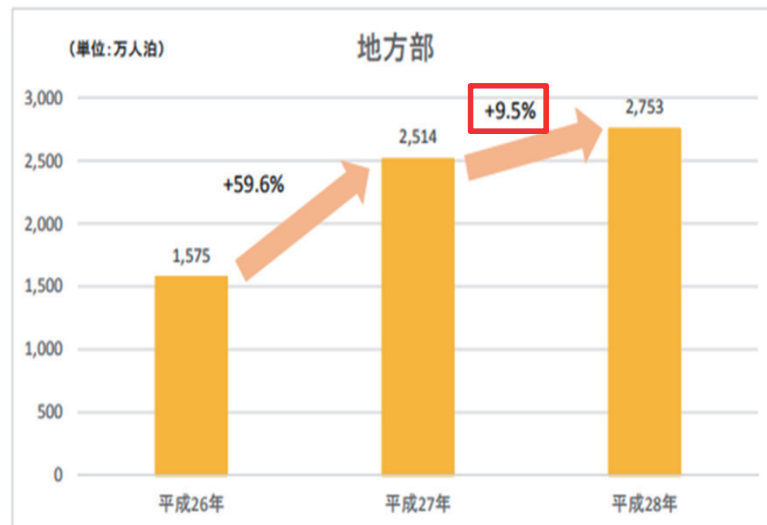
「地方創生関係交付金の概要 (イメージ)」 (まち・ひと・しごと創生本部HPより)

1. クレジットカード業界が観光立国関連施策の推進に取り組む背景・意義

(2) インバウンド対策の重要性（続き）

- 近時はインバウンドの延べ宿泊者数の伸びは、三大都市圏よりも地方部の方が顕著で、いわゆるゴールデンルート以外の地域にも拡散。地域での旅行消費に寄与しており、それを効果的に取り込むためのキャッシュレス決済環境整備は喫緊の課題。

三大都市圏及び地方部における外国人延べ宿泊者数比較



(観光庁 宿泊旅行統計調査: H29.6)

1. クレジットカード業界が観光立国関連施策の推進に取り組む背景・意義

(2) インバウンド対策の重要性（続き）

- 日本クレジットカード協会は、過去3年間でインバウンド観光客を主要ターゲットとした観光立国の実現に向けて業界として各種施策に取り組み。

日本クレジットカード協会の取り組み実績（前年度報告書より）

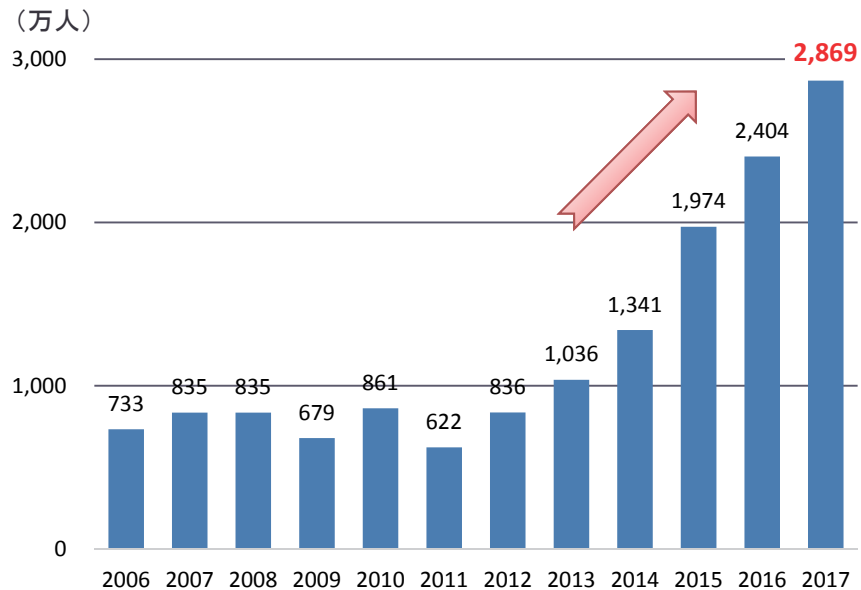
観光立国実現に向けた7つの課題	概 要	これまでの取り組み実績
○ 利用環境の認知	ガイドブック、インターネットまたは旅行代理店などでの情報提供の促進	・ 実態調査の実施 ・ JNTO、ロンリープラネット等への働きかけ
○ 利用可能表示	カード利用可能表示の促進	・ 利用可能表示効果の確認 ・ 利用可能表示促進のためのアクワイアラ向けツールの作成
○ 加盟店における言語対応	言語ツールの取り入れ等、コミュニケーションを円滑にする取り組みの促進	・ 指差しシートの作成、配布 ・ 言語追加などの充実
○ 利用可能場面の拡大	利用可能店舗の拡大	・ クレジットカード利用による単価向上効果の算定 ・ 利用可能場面（＝加盟店）拡大のためのアクワイアラ向けツールの作成
○ 関係機関との情報共有	アンケート結果等から明らかとなった情報の関係機関との共有	・ 経済産業省、総務省、観光庁、JNTO、東京都等への情報提供、意見交換 ・ 最新の政府施策、取り組みとの連携
○ サポーターの育成	地方公共団体、観光関連団体等のサポーターの育成	・ 上記の情報提供を通じたネットワーク構築、強化 ・ 地方自治体、DMO、商店街等へのヒアリングを通じたネットワーク構築
○ その他の課題	政府・自治体等が実施する訪日外国人に関する統計調査におけるカード利用環境に対する満足度の把握	・ 東京都統計における指標化

2. 民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果

(1) 住宅宿泊事業法（民泊新法）施行の背景

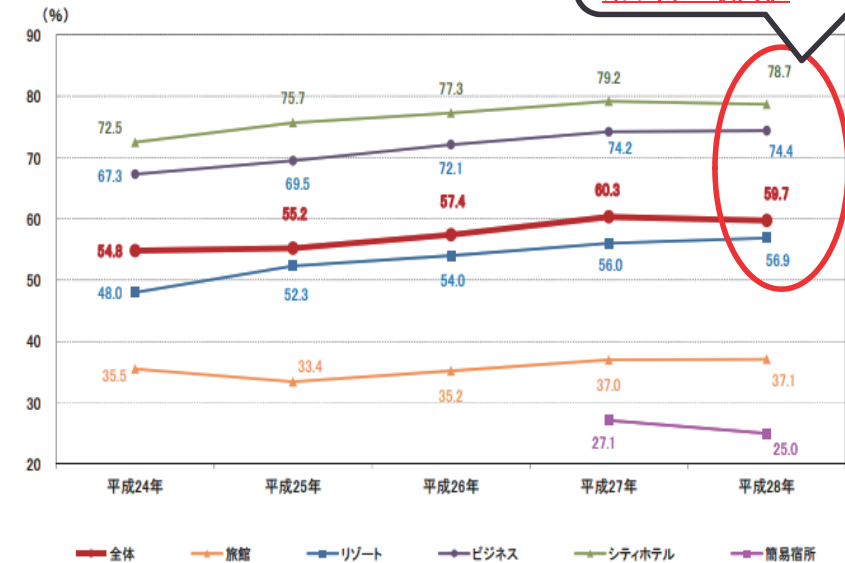
- インバウンドの急増により、主に都市部において安価な宿泊施設が不足気味という課題への対応として、800万戸といわれる空室の利活用に注目。安心安全な民家での宿泊を可能とすることを目的に、住宅宿泊事業法（民泊新法）が成立。
- 宿泊施設が少ないことで、通過型の観光地に甘んじていた地域でも、民泊施設を整備して、観光資源を魅力あるよう磨き上げ、PRすることで観光地としての恩恵を享受することが可能に。

訪日外国人総数



「訪日外国人数の推移」
(JNTO発表統計よりJTB総合研究所作成：H30.1)

施設タイプ別客室稼働率の推移



ビジネスホテル・リゾート
ホテル・旅館の客室稼
働率はH22年の調査開
始以降の最高値

「宿泊旅行統計調査」(観光庁：H29.6)

2. 民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果

(1) 住宅宿泊事業法（民泊新法）施行の背景（続き）

【東京都大田区における特区民泊の事例】

民泊を地域経済の活性化に繋げる施策が展開

<施策1>

東京都大田区は、民泊新法施行前に国家戦略特別区域法（特区法）により旅館業法の特例として民泊（特区民泊）に取り組み。2016年1月より条例を施行し、1年3カ月でのべ771名（うち外国人459名）が宿泊するなど高い実績。

● 特区民泊を実施した目的は以下の2点。

① 「国際都市おおた」を目指す

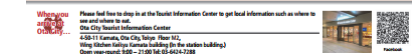
大田区は羽田空港を有する地域であり、区内の宿泊施設不足に対応すると同時に、安全性や衛生面に配慮した滞在施設が提供できる体制を目指す

② 地域の商店街活性化を目指す

大田区は東京特別区の中で最も多い商店街数を有しており、6泊7日以上が原則の民泊の宿泊者が商店街を利用することで地域の活性化を目指す

<施策2>

地域経済の活性化に繋がる具体的な施策として東京特別区で最も多い銭湯を活かした取り組み。これは民泊利用者に「無料タオル・シャンプー引換券」を配布し、地域資源を効果的に活用して地域を周遊させる仕組み。

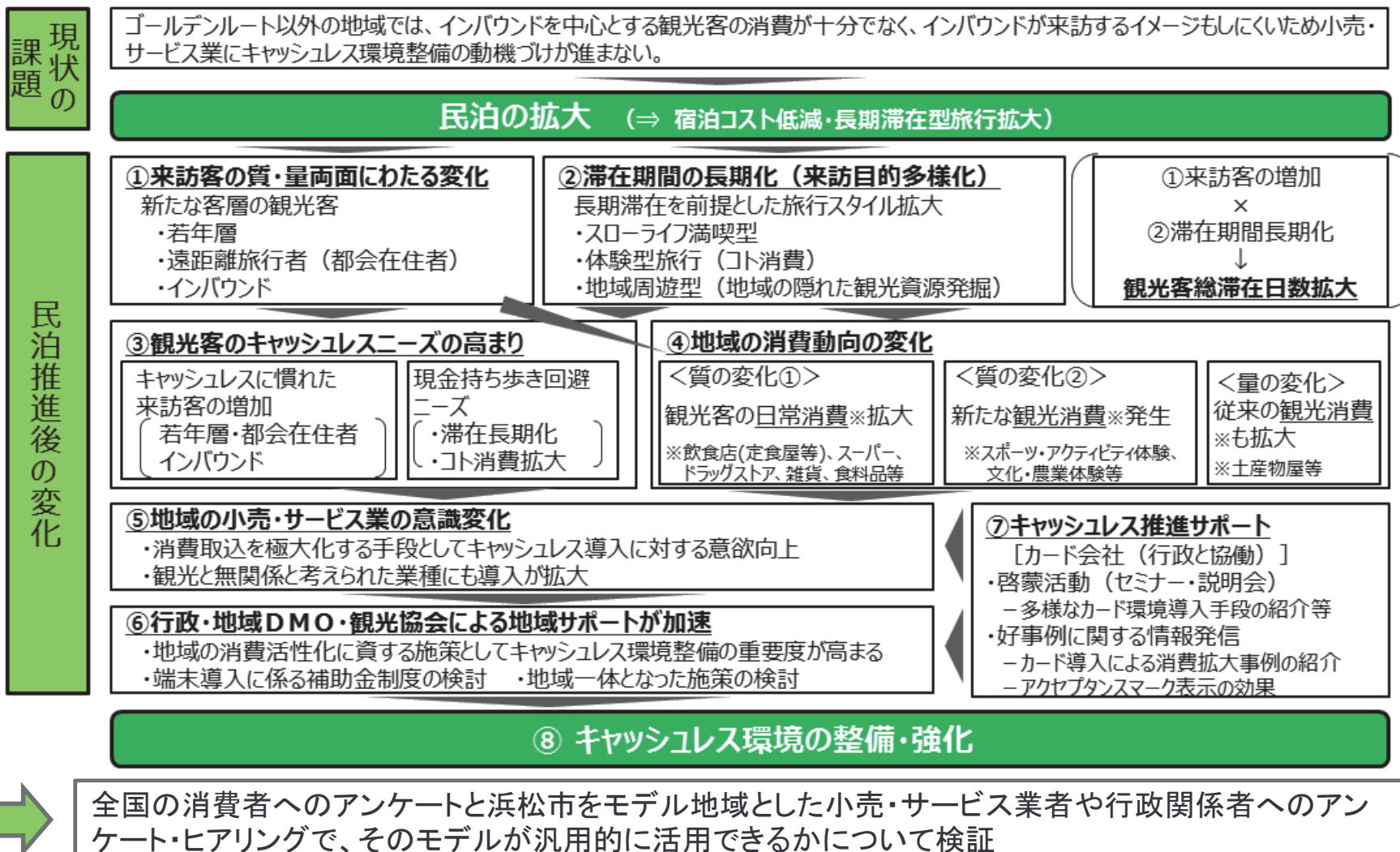


「インバウンド向けパンフレット」
(大田区HP)

2. 民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果

(2) 民泊新法施行後の地域における変化

- 民泊新法施行を契機に増加する観光客の消費取り込みに向けて、キャッシュレス決済の環境整備が進行するプロセスを仮説として設定。「民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデル」とした。

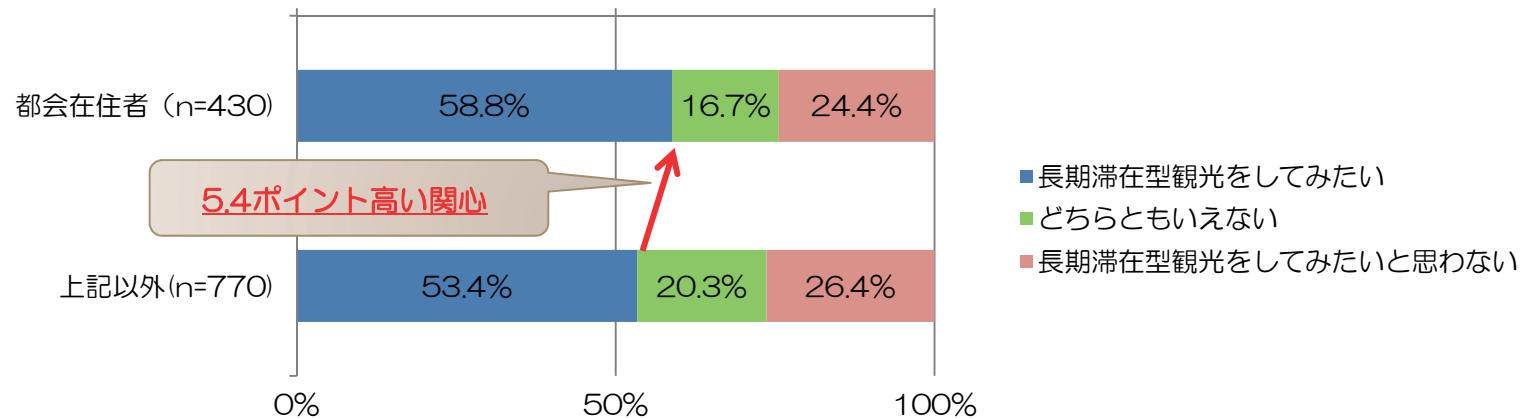


2. 民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果

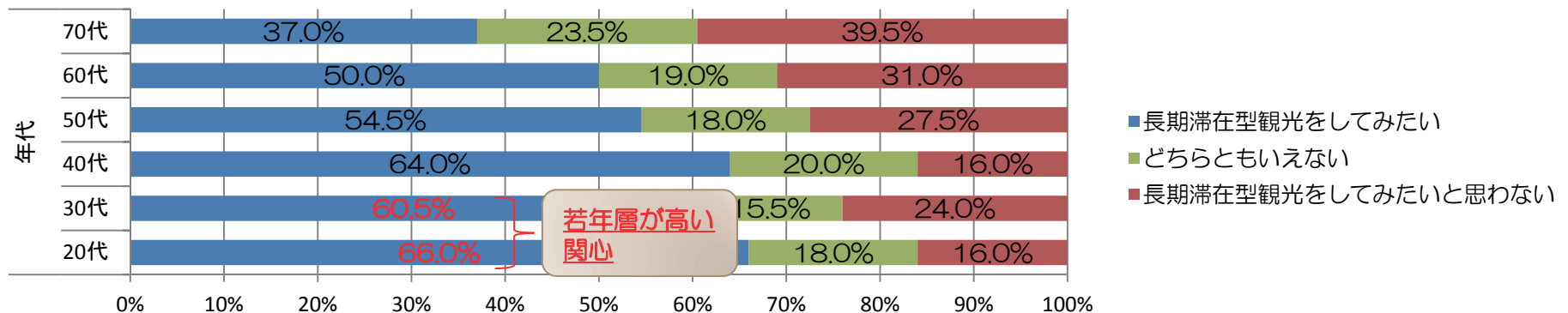
① 来訪客の質・量両面にわたる変化

- 民泊の拡大により、安価で宿泊できる施設が地域にも拡大。インバウンド、都会在住者や若年層など新たな客層が地域を訪れる可能性が高まる。消費者アンケートの結果からは、都会在住者や若年層は民泊を活用した長期宿泊旅行で地域を訪れたいというニーズが高いことを確認。

長期滞在型観光への関心（居住地別比較） ※政令指定都市および東京特別区在住者を都会在住者とした



長期滞在型観光への関心（年代別比較）

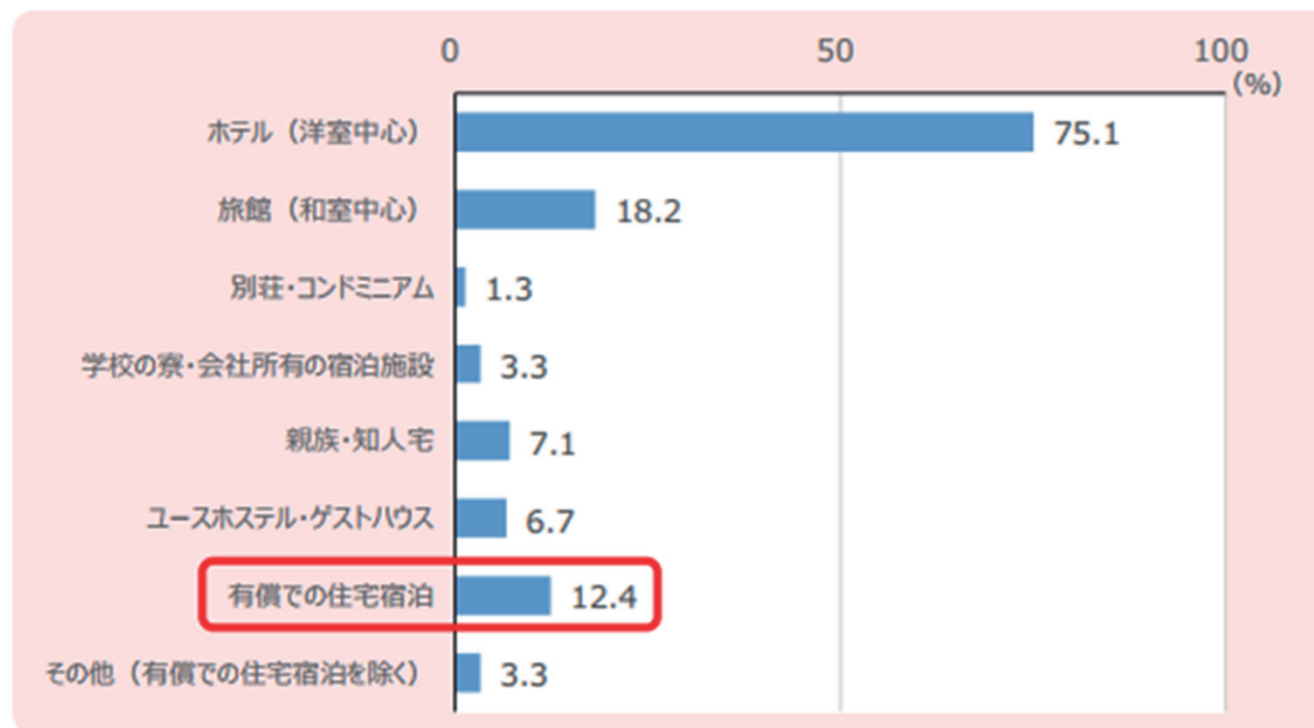


2. 民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果

① 来訪客の質・量両面にわたる変化（続き）

- インバウンドが民泊を利用する割合は高く、また前述（P6）の通り地域を回遊する比率が大都市部に比べて大きな伸びを示していることから、地域に民泊が拡大することで、インバウンドが民泊を利用して地域を訪れ長期間滞在する場面の増加が期待できる。

日本滞在中の宿泊施設利用率(2017年7-9月期、複数回答)



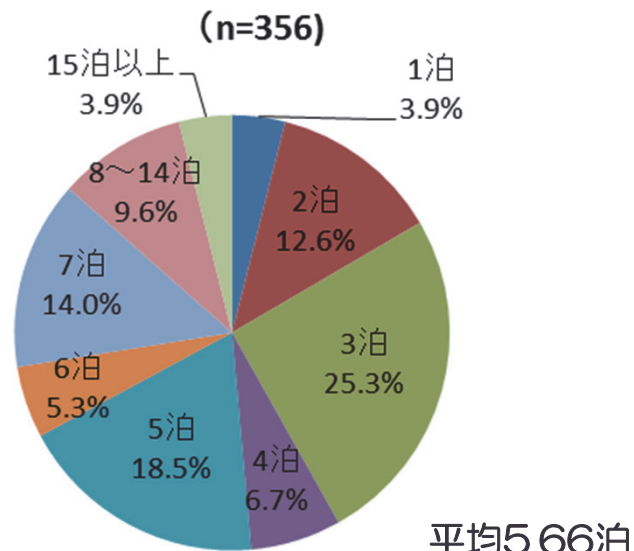
「訪日外国人消費動向調査」（観光庁：H29.11）

2. 民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果

② 滞在期間の長期化（来訪目的多様化）

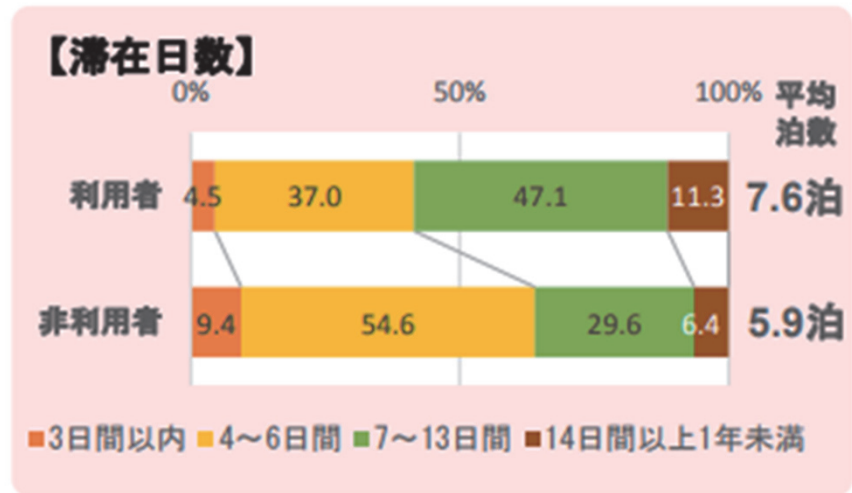
- 現状は宿泊コストがネックとなり長期滞在型観光が定着していないと考えられるが、民泊の拡大により、安価に宿泊できる宿泊施設の選択肢が増えることから、長期滞在型観光の市場が拡大する可能性大。
- 消費者アンケートでは、民泊を活用する場合は長期間宿泊したいという傾向が確認でき、インバウンドに関しては民泊を活用した場合、滞在日数が長くなるという調査結果もあり。

適当と考える空家等での宿泊日数



「消費者アンケート」（日本クレジットカード協会：H29.10）

<インバウンド> 訪日滞在日数（民泊利用者と非利用者）

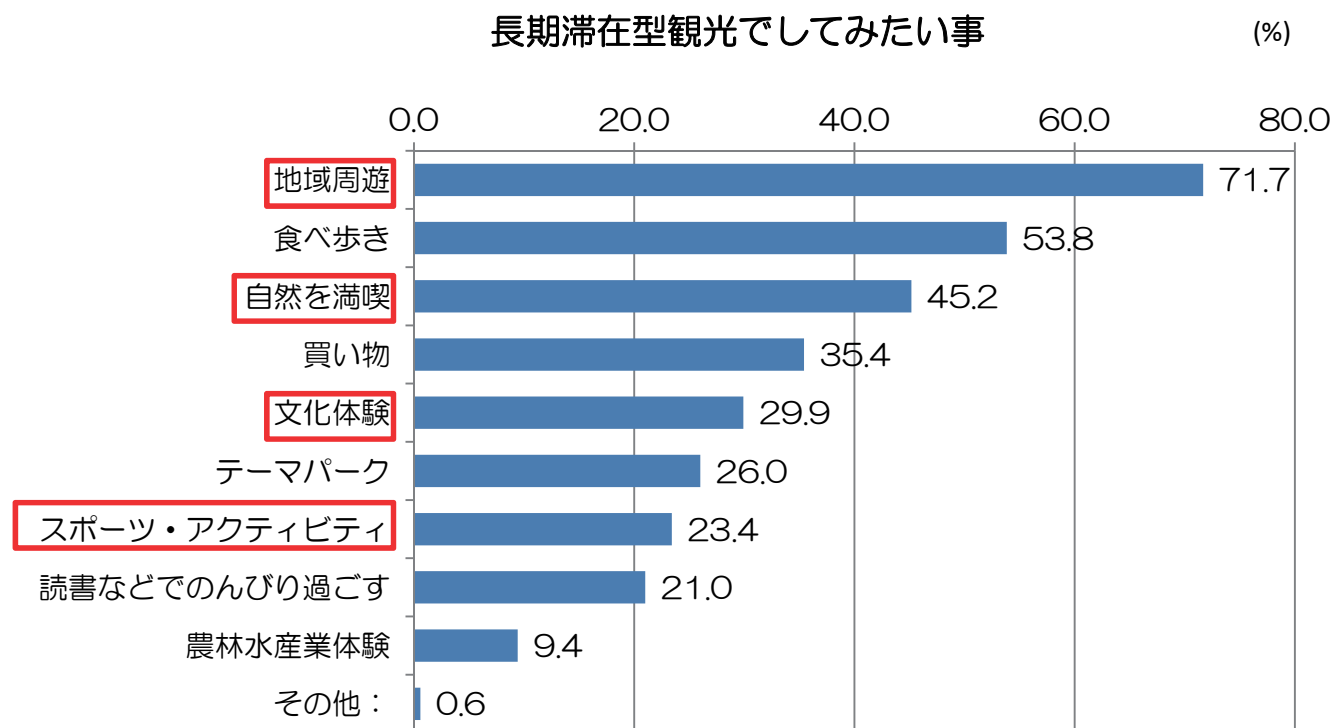


「訪日外国人消費動向調査」（観光庁：H29.11）

2. 民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果

② 滞在期間の長期化（来訪目的多様化）（続き）

- 長期滞在型観光では旅行の目的も多様化。消費者アンケートでは、じっくり時間をかけて地域を周遊する旅行や、スポーツや文化を体験する体験型旅行、のんびり景観を愛でるスローライフ満喫型旅行をしたいという意見が一定数存在。



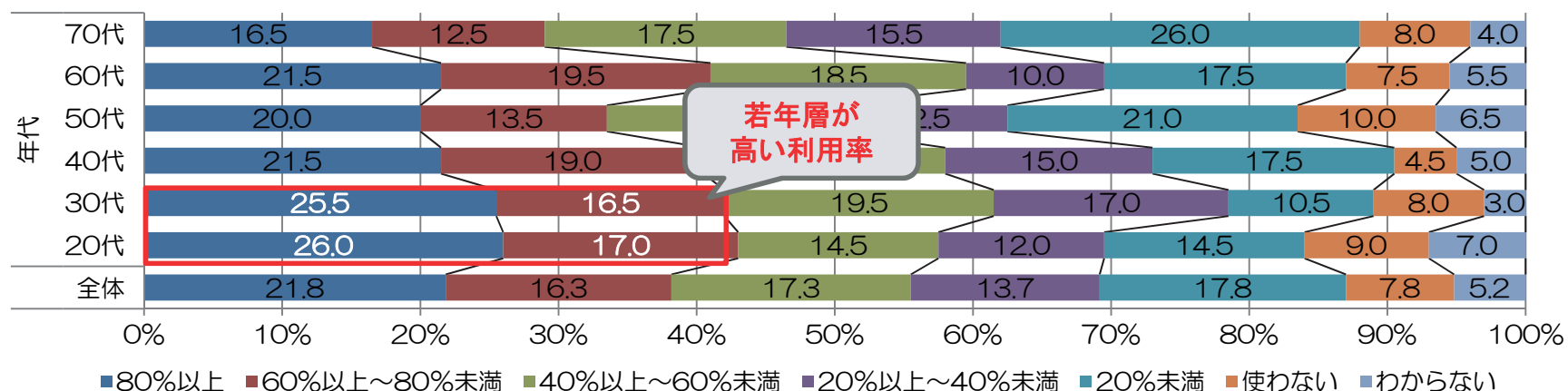
「消費者アンケート」（日本クレジットカード協会：H29.10）

2. 民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果

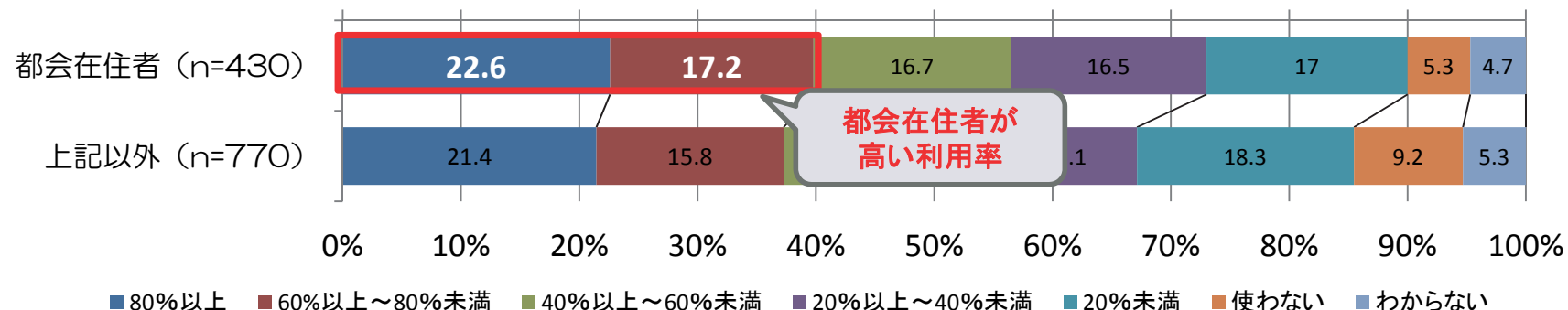
③ 観光客のキャッシュレスニーズの高まり

- インバウンド、都会在住者や若年層は、日常生活における消費の決済はキャッシュレスが中心。地域に長期間滞在することになると、手持ちの現金をなるべく少額にしてキャッシュレスで決済したいというニーズが拡大。

日常生活でのキャッシュレス利用割合（年代別）



日常生活でのキャッシュレス割合（居住地別）



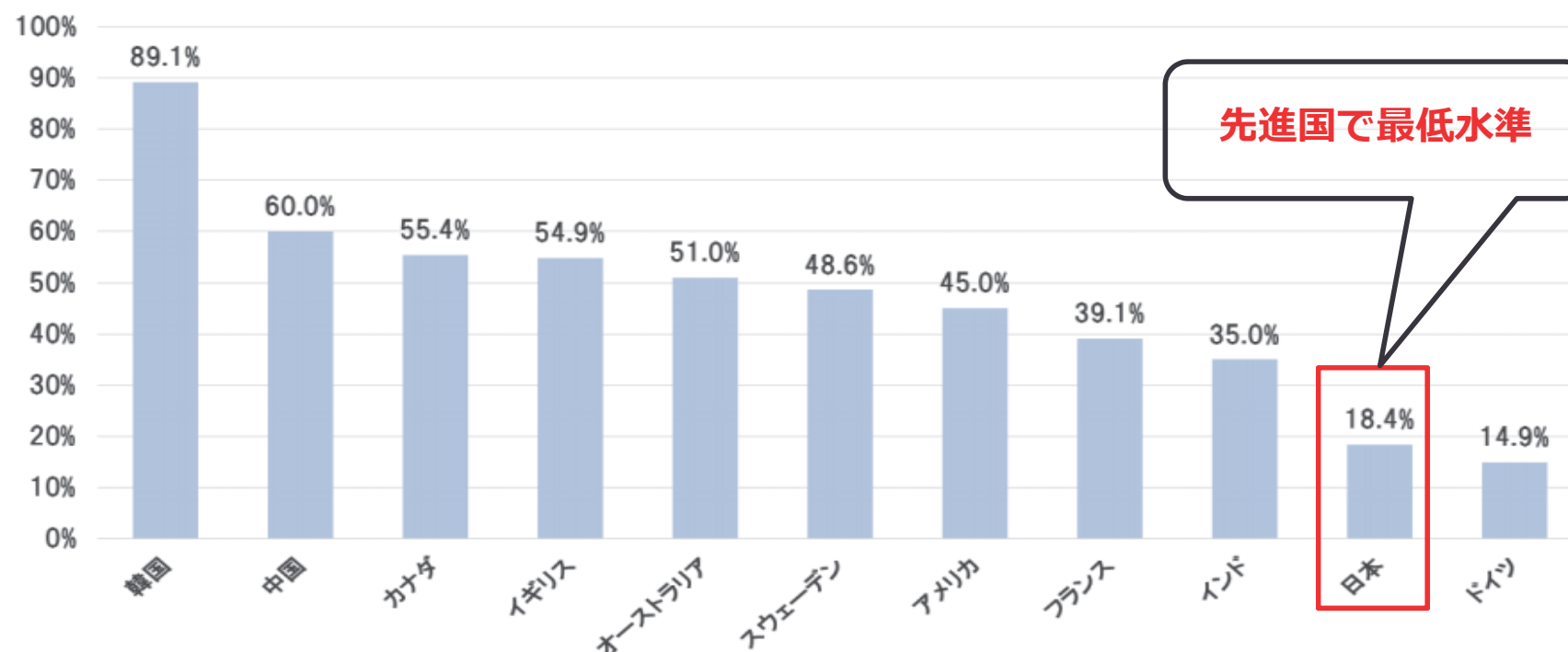
「消費者アンケート」（日本クレジットカード協会：H29.10）

2. 民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果

③ 観光客のキャッシュレスニーズの高まり（続き）

- 2015年の日本のキャッシュレス決済利用率は20%未満で、先進国内では最低の水準。インバウンド観光客は日本に比べて高いキャッシュレス決済環境に慣れ親しんでいる場合が多く、訪日後もキャッシュレス決済へのニーズは高い。

非現金取引の割合（2015年）



クレジットカードデータ利用に係るAPI連携に関する検討会資料（経済産業省：H29.11）

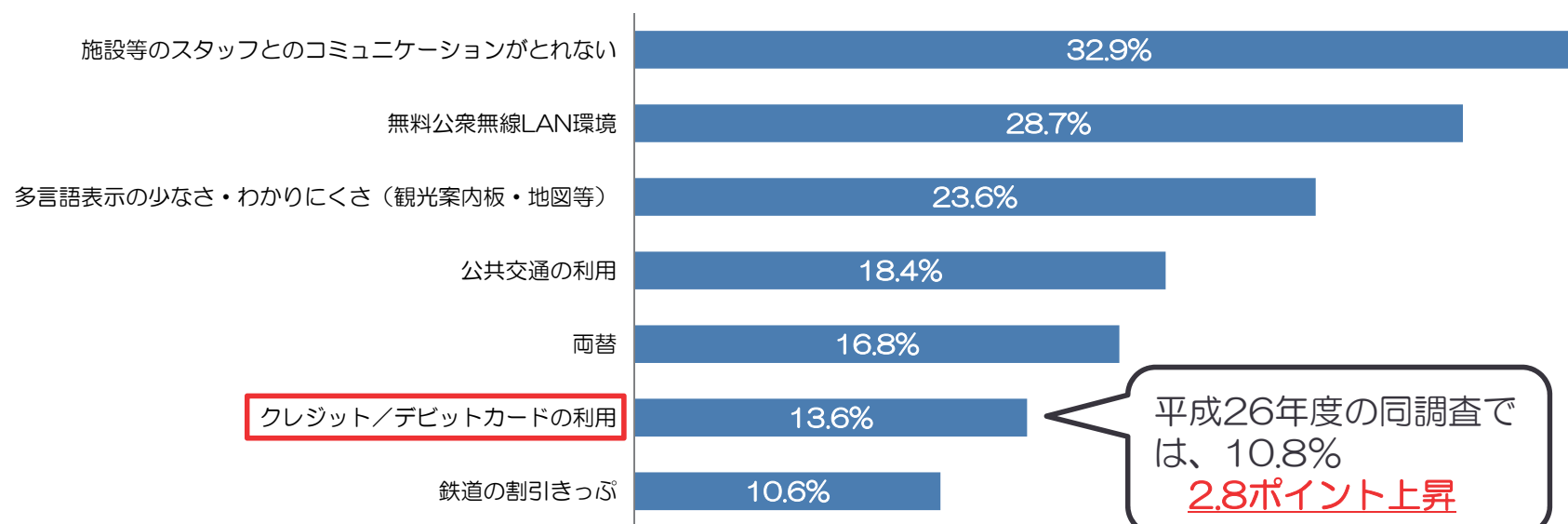
2. 民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果

③ 観光客のキャッシュレスニーズの高まり（続き）

- インバウンド観光客の13.6%が、日本国内を旅行する際に困ったこととして「クレジット/デビットカードの利用」を挙げており、2年前の調査に比べて2.8ポイント上昇。

訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート 旅行中に困ったこと（複数回答）

※10%以上の回答があったもの

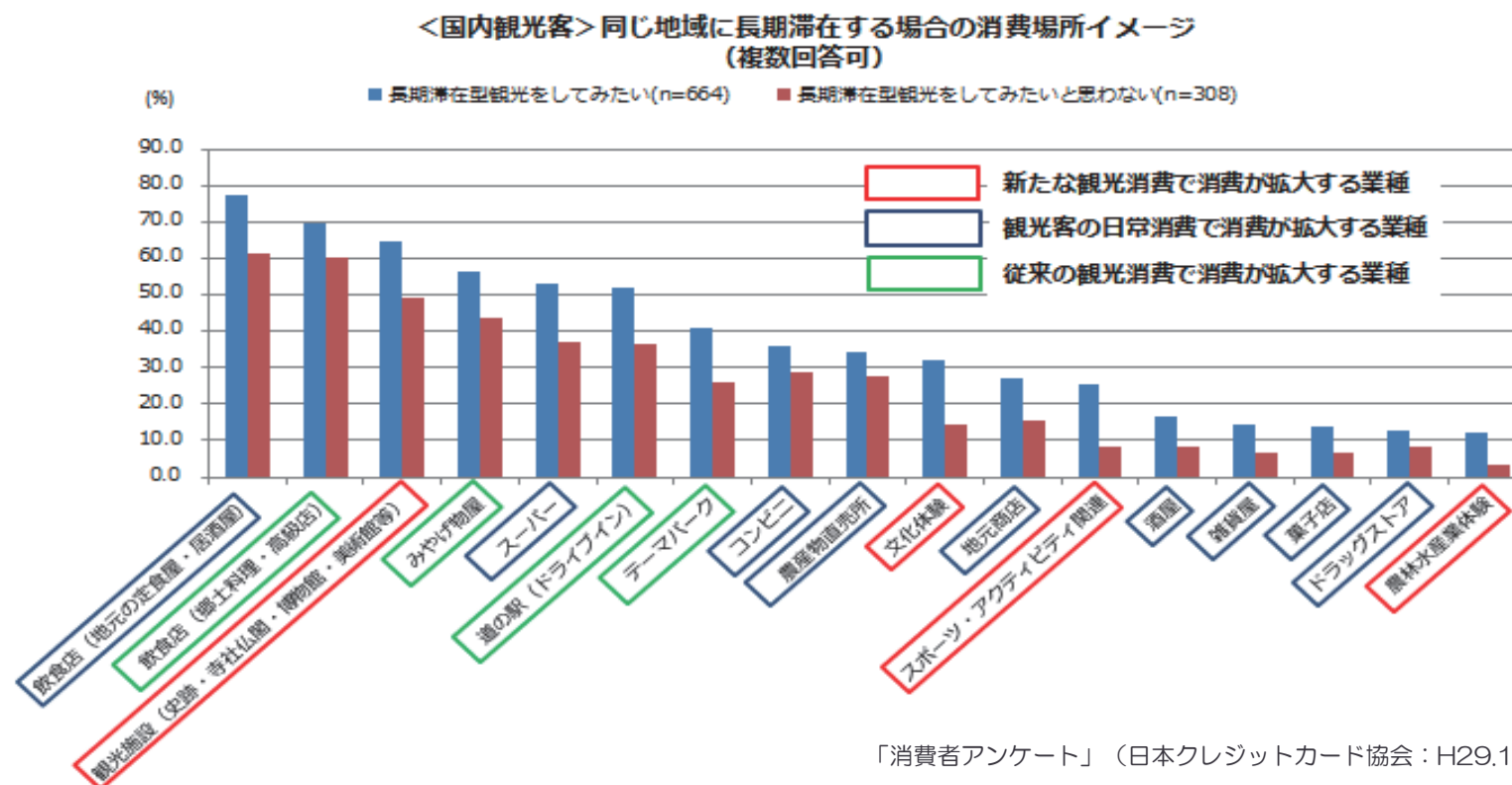


「訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関するアンケート結果」
（観光庁：H29.2.）

2. 民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果

④ 地域の消費動向の変化

- 長期滞在型観光の拡大では、体験型旅行に代表される地域での「コト消費」が進むことはもとより、従来の観光関連産業に留まらず様々な業種に消費が拡大することが想定。地域住民を主要顧客とする小売・サービス業にも観光客の消費が広がる可能性。
- 長期滞在型観光での消費場面として、体験型旅行であるスポーツ・アクティビティ関連、文化体験を挙げる消費者が一定数存在し、地域を周遊する観光で観光施設やみやげ物屋での消費の高まりも確認。
- 長期滞在型観光をしたいと考える消費者はそうでない消費者に比べて旺盛な消費意欲があり、地域での消費拡大のために積極的に取り込むべき存在。

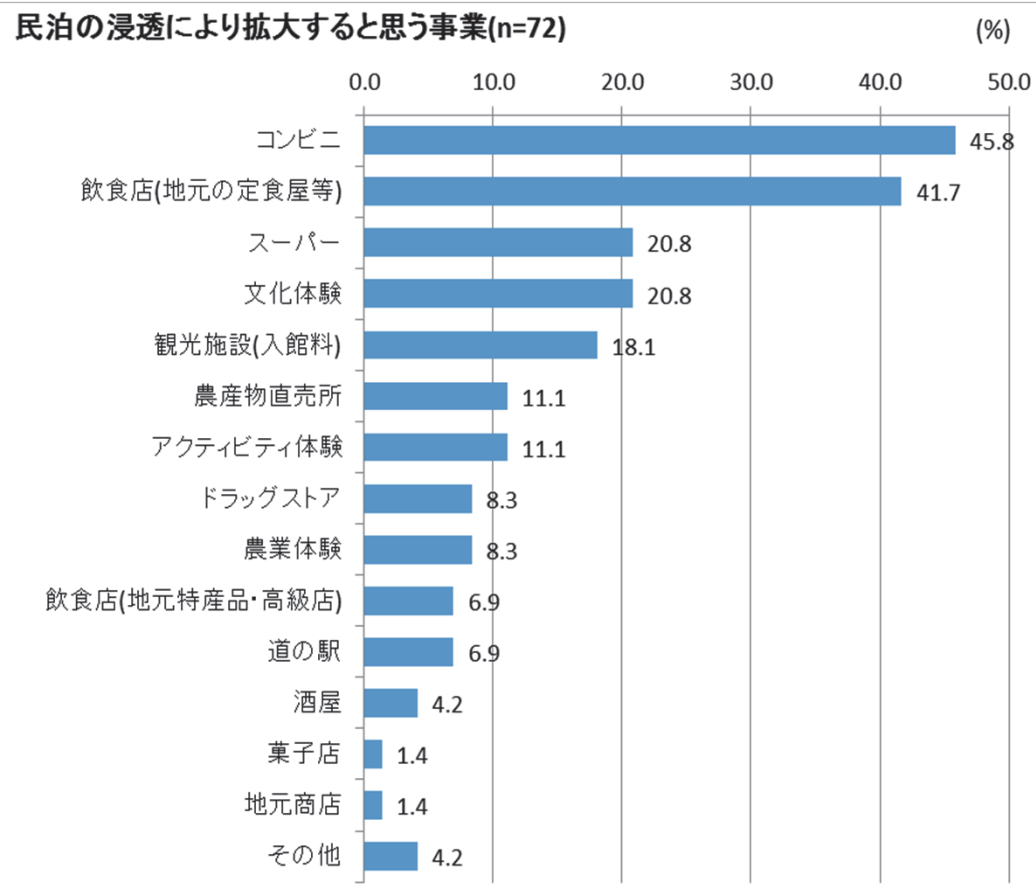


「消費者アンケート」 (日本クレジットカード協会 : H29.10)

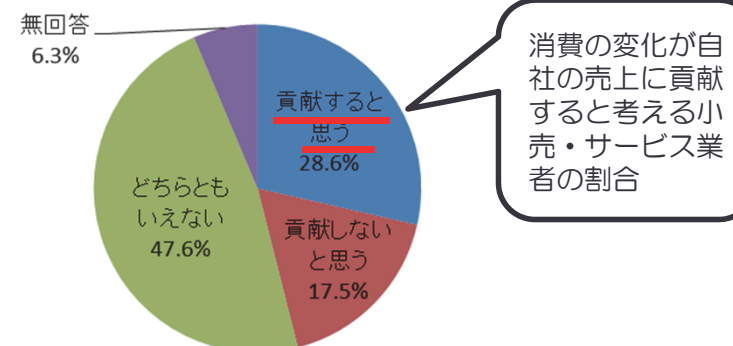
2. 民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果

⑤ 地域の小売・サービス業者の意識変化

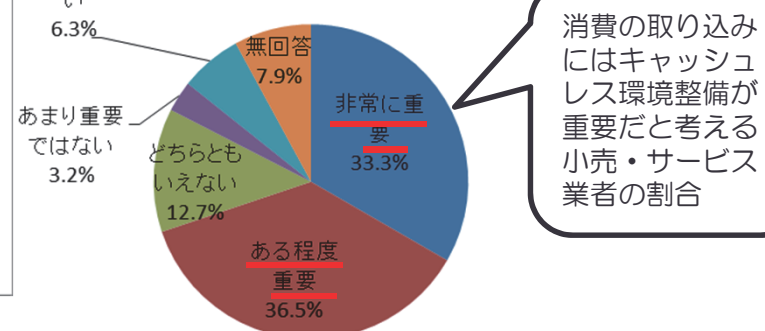
- 民泊拡大により地域の消費に量的・質的な変化が起こることを、小売・サービス業者が実感出来れば、消費取り込みのためのキャッシュレス決済環境整備への機運が向上。今まで観光に無関係と考えられていた業種にも、決済場面に応じたキャッシュレス環境整備が拡がり、地域の経済効果を極大化。



地域周遊型旅行等を目的とした観光客増
加の売上貢献度(n=63)



観光客の消費の取込に現金以外の
決済手段の必要性(n=63)



「モデル地域における小売・サービス業者アンケート」
(日本クレジットカード協会：H29.11～12)

2. 民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果

⑤ 地域の小売・サービス業者の意識変化（続き）

（浜松市におけるヒアリングより）

- 浜松市は、ビジネス目的のインバウンドが多いという特徴。既に来訪しているインバウンドに対して、観光目的の滞在期間を延ばす「プラス1泊」の取組は地域での消費拡大に有効。
- 地域の特性に応じた消費拡大策の展開は、地域の小売・サービス業者にとって効果をイメージしやすく、消費を取り込むためのキャッシュレス決済環境整備の重要性の認識が拡大。
- キャッシュレス環境整備の重要性認識の拡大と合わせて、アクセプトマーク表示の重要性の認識も小売・サービス業者の店舗で進み、消費者にとって快適なキャッシュレス観光ができるベースが完成。

モデル地域における行政関係者、サービス・小売業者へのヒアリング結果 （ビジネス目的のインバウンドの該当部分）

ヒアリング先	内容
浜松市産業部シティプロモーション課	✓ ビジネスを目的としたインバウンドは多い。商談目的の来訪者もいるが、研修生の数が多い。 ✓ インバウンド研修生に対して休日の過ごし方として観光を勧めていきたい。
浜松観光コンベンションビューロー	✓ インドなどからもビジネス目的のインバウンドが来訪しているが、現在はビジネス後に浜松に留まり観光することは少ない。地域を回遊する仕組みを整えると地域にとって効果が高い。
サービス・小売業者	✓ ビジネスで浜松に来訪しているインバウンドがマリンスポーツを体験しに浜名湖に来ている。 ✓ 浜松はビジネス目的のインバウンドが多く、そういった方が地域に留まるような取り組みは面白い。 ✓ 浜松には武将隊や三ヶ日のみかん狩りなどの農業体験、マリンスポーツなど、インバウンドにうけるコンテンツが揃っている。

2. 民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果

⑥ 行政・地域DMO・観光協会等の意識変化

- 地域の小売・サービス業者のキャッシュレス決済環境整備の機運の高まりに対し、行政・地域DMO・観光協会がサポートして地域の経済効果を最大化。地域の消費場面に合ったキャッシュレス決済環境整備の提案や経済効果の啓蒙などが重要であるとの認識が、行政・地域DMO・観光協会に浸透。

モデル地域における行政関係者、サービス・小売業者へのヒアリング結果 (キャッシュレス決済環境整備へのサポート)

ヒアリング先	内容
浜松市産業部シティプロモーション課	✓ 小売・サービス業者には、観光客増加の具体的な実数や、キャッシュレス決済環境整備による売上増加の具体的な根拠を示すことで導入が進むと考える。
浜松商工会議所	✓ インバウンド専門家を派遣する「インバウンド支援・専門家派遣」を商工会議所事業として取り組んでおり、そこでキャッシュレス決済環境整備に関しても支援していく。
奥浜名湖商工会	✓ 大河ドラマのゆかりの地として、観光客の取り込みなど地域活性化セミナーを開催した際、その一コマにキャッシュレスセミナーを実施した。具体的なイメージが湧いたせいか、2～3件導入した。
小売・サービス業者	✓ 導入する場合、自社にどんな仕組みが適しているのかよく分からない。他と比較した際のメリットも分からない。

⑦ キャッシュレス推進サポート

- 地域カード会社は、地域の小売・サービス業者や行政・地域DMO・観光協会のキャッシュレス推進に向けた意識変化に対応して、有効な施策※の実現に向けてサポート。

※ 後述「3. 提言・今後の取組」に示す地域の取組事例や施策提言等を参考にされたい。

2. 民泊新法を契機とするキャッシュレス推進モデルの検証・調査結果

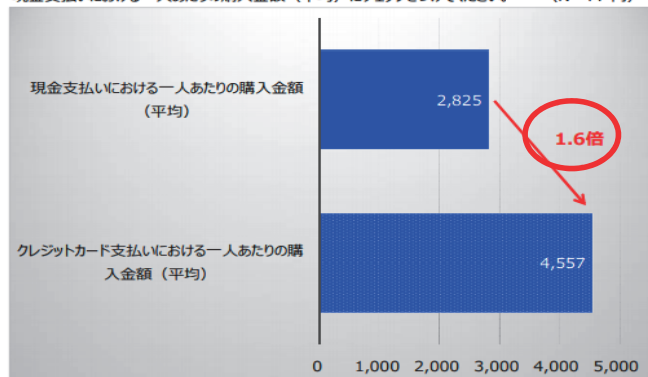
⑧ キャッシュレス環境の整備・強化

- 民泊の拡大による新たな消費需要の拡大は、これまでインバウンドの恩恵に浴する機会のなかった地域での経済活性化に結び付く可能性大。
- 加えて、民泊で誘発された新たな来訪者は訪日外国人、都会在住者や若年層等、キャッシュレス決済に親和性の高い層であり、新規に創出される消費の取込を極大化させるためにはキャッシュレス環境の整備が不可欠。
- ちなみに、クレジットカード決済による購買単価は、現金決済に比べて、全業種平均で1.7倍と高い。キャッシュレス決済導入は当該コスト発生等を勘案しても、地域経済活性化に向けて検討すべき最重要課題のひとつ。

【参考】2015年度日本クレジットカード協会調査 クレジットカード・現金支払いの一人あたりの購入金額(平均)

クレジットカード支払による購入金額は、現金支払の購入金額の「1.6倍」となっている。

クレジットカード支払いにおける一人あたりの購入金額（平均）にチェックをつけてください。
現金支払いにおける一人あたりの購入金額（平均）にチェックをつけてください。（N=44・円）



(2017年度日本クレジットカード協会調査)

クレジットカード決済と現金決済の単価比率

家計簿アプリ利用者のデータからクレジットカード決済と現金決済の購入単価の平均値を調査したもの
(単価比率＝クレジットカード決済単価／現金決済単価)

業種名		単価比率
全体（@1,000円以上）※		1.71
小売店	スーパーマーケット	1.58
	コンビニ	1.55
	ドラッグストア	1.85
	衣料品専門店	2.30
	雑貨・文具	2.54
交通機関	新幹線・特急列車	1.71
	高速バス	1.22
	タクシー	2.06
飲食店	@3,000円以上	1.39
	@1,000～@3,000円未満	1.11
	@1,000円未満	1.14
ホテル・旅館・宿泊施設		1.28

(協力：株式会社マクロミル)

※「全体」は、調査結果に歪みを与える影響が大きい、現金のみ利用店を除外する観点から、便宜上、単価1,000円未満の消費件別を除外して算出

「浅草・仲見世商店街におけるクレジットカード利用動向」調査
(日本クレジットカード協会H28.1)

3. 提言・今後の取組

- インバウンド・国内観光客の訪問先が地域に拡大している状況において、地域におけるキャッシュレス決済環境整備は、「世界一の滞在環境」の実現のための重要な取り組み。

＜地域におけるキャッシュレス推進取組事例＞

自治体等		内容
1	福井県および市町	「小規模事業者キャッシュレス決済推進事業」 ✓ 福井国体や北陸新幹線延伸により、県外や海外から観光客の増加が見込まれる。2018年夏には交通系ICカード「ICOCA」が北陸新幹線の福井県内区間でも導入される。 ✓ 1事業者につき最大8万円（補助率：県1/3以内、市町1/3以内）
2	株式会社まちづくり飛騨 （岐阜県高山市）	「電子決済端末普及促進補助制度」 ✓ 1事業者につき最大5万円（補助率：全額） ✓ 平成27年度、本補助制度を活用して新たにクレジットカード決済を導入したのは14店舗。
3	佐賀市観光協会 （佐賀県佐賀市）	「佐賀市電子決済普及促進地域活性化事業」 ✓ 端末1台につき最大5万円。ただし、複数台購入する場合は購入台数に5万円を乗じた額とし、1事業者20万円を上限とする。（補助率：2/3以内）
4	野沢温泉商工会 （長野県下高井郡野沢温泉村）	「モバイル決済セミナー」 ✓ 2013年に長野県、野沢温泉商工会が中心となりモバイル決済セミナーを実施。 ✓ インバウンドのスキー客が多く訪れる同エリアで、セミナー後に導入店舗が増加し、わずか4カ月間で65百万円の決済が発生。
5	大洗町商工会 （茨城県東茨城郡大洗町）	✓ 人気アニメ「ガールズ&パンツァー」の舞台として有名な茨城県大洗町。 ✓ アニメとコラボレーションしたクレジットカードが新規発行されるのにあわせ、地域での祭りの際に商店街でのスタンプラリーを開催。同時に商工会に加盟している地元店舗に対してクレジット決済システムの提供を推進。取り組み開始後3カ月で20店舗程度に導入。

3. 提言・今後の取組

自治体等		内容
6	田辺市熊野ツーリズムビューロー (和歌山県田辺市)	「KUMANO TRAVEL」 ✓ 独自に開発したインターネット予約システム。小規模な旅館が多い熊野地域では、予約や決済を個々の旅館で行うのが困難であるため、田辺市熊野ツーリズムビューローが代行して手続きを行うもの。
7	ぬまづみなと商店街協同組合 (静岡県沼津市)	「商店街まちづくり事業」を活用したインフラ整備 ✓ 補助金「商店街まちづくり事業（中小企業庁平成25年）」を活用して、最先端の決済インフラを36店舗に導入。 ✓ 補助金は事業費の3分の2を上限に給付され、本件では1台当たりの導入単価は15万円程度に抑制。
8	長崎浜んまち商店街振興組合連合会 (長崎県長崎市)	「クレジット包括決済事業」 ✓ 2002年にクレジット包括決済事業を開始。 ✓ 補助金「商店街まちづくり事業（中小企業庁平成25年）」を活用してカード決済端末整備。（端末置き換え約200台）
9	広島シティカード協同組合 (広島県広島市)	「広島シティカード」 ✓ 中振連の商店街に加盟すると、クレジット決済端末（クレジットカード・デビットカード・銀聯カード・電子マネー対応）の貸出が無料。 ✓ シティカードがクレジット会社と提携しており、安い手数料率。 ✓ 補助金「商店街まちづくり事業（中小企業庁平成25年）」を活用してカード決済端末整備。（端末置き換え約180台）
10	衣笠商店街 (神奈川県横須賀市)	「衣笠商店街プレミアム商品券」発行と決済端末の導入。 ✓ 20%上乘せのカード型プレミアム商品券を発行。カード読み取りのクラウド型マルチ決済システムを利用可能店舗に導入。 ✓ 平成26年度補正「地方創生交付金」採択案件。 ✓ 商品券利用に参加したのは52店舗。そのうち4割が売上増加を実感。

3. 提言・今後の取組

- キャッシュレス決済環境整備は、地方自治体・地域DMO・観光協会・地域経済団体、地域カード会社がそれぞれの役割に応じた推進活動を展開することが重要。
- 日本クレジットカード協会は、民泊を契機としたキャッシュレス推進施策として4つの施策を提言。

＜施策1＞【主体：地方自治体（地域経済団体）・地域DMO・地域カード会社】

民泊による地域おこしの実現に向けた広範な小売・サービス業者をターゲットとした キャッシュレス推進施策の立案

- 長期滞在型観光客は、今までの観光消費に加え、体験型や地域周遊型などの新しい観光消費や地域での日常消費を行うため、地域での消費場面は従来の観光産業に留まらない。
- インバウンドや若年層に代表される来訪者の変化からも、消費の質・量の変化を確実に取り込むにはキャッシュレス環境整備が重要。クレジットカード決済の購入単価は現金決済に比べて1.7倍という調査結果もあり、キャッシュレス環境整備で民泊拡大による地域消費額取込を極大化することも重要な検討課題。
- 従来の観光産業以外にもキャッシュレス環境整備が有効な業種が広がるため、本書を参考に、各地域の現状と起こり得る変化とのギャップを認識の上、補助金制度の整備を含めた施策を展開することで、キャッシュレス決済環境導入の機運を高めていくことが重要。

＜施策2＞【主体：地方自治体（経済団体）・地域カード会社】

キャッシュレス推進に関するコンテンツを組み入れた民泊を契機とした地域経済活性化 セミナーの開催

- 今回の調査でモデル地域とした浜松市の小売・サービス業者にヒアリングしたところ、キャッシュレス環境整備のためには、来訪客の増加による売上拡大の可能性について具体的な根拠を示しつつアプローチすることが効果的だという声が多数。
- キャッシュレス導入に関心を持たない小売・サービス業者へのアプローチのために、民泊を契機とした地域経済活性化セミナー等を行政等が主催し、地域カード会社との協働により、そのプログラムの中にキャッシュレス推進に関するコンテンツを組み入れ、自社の売上拡大に直結する筋道を実感してもらうことが効果的。

3. 提言・今後の取組

＜施策3＞ 【主体：地方自治体・地域DMO・地域カード会社】

インバウンド来訪客に対して滞在地域のキャッシュレス環境を アピールするなどした「プラス1泊」推進

- ビジネス目的・観光目的のインバウンドに、滞在地域において「プラス1泊」を働きかけることは地域経済にとって効果的な取組。
- 訪日前に、滞在する地域の観光情報とともにキャッシュレス環境整備状況を周知できれば、訪日外国人に対して安心して長期滞在できる環境であるアピールが可能。地方自治体の行う訪日プロモーションにおいても、キャッシュレス環境整備状況の周知を含めることが効果的。
- 地域では、アクセプタンスマークの表示により安心して消費できる環境をアピール。例えば、地域で同一のマークを分かりやすい個所に表示する取組を、地域カード会社が主体となって推進することなどが効果的。



訪日外国人向けクレジットカード利用促進
POP・ステッカー（日本クレジット協会提供）

＜施策4＞ 【主体：地方自治体・地域カード会社】

民泊代金のクレジット決済拡大等を展望した民泊・キャッシュレス推進を実現する 企業・業界との協業

- 現在、民泊事業者が運営する予約プラットフォームでは、宿泊施設の他に各種体験プランの申込も可能。地域で民泊を契機として長期滞在を促し、キャッシュレス消費の拡大を図るためには、民泊事業者との連携も効果的。民泊利用代金はその多くがクレジットによる事前決済であり、民泊利用者はその旅程の中でキャッシュレスを前提とした決済を行う可能性が高い。ECを利用したクレジット事前決済も含め、地域での消費を最大化する施策について、行政、地域カード会社、民泊事業者の三者による協業を検討。
- 民泊の分野でシンボリックな企業との協業実現で、プレス効果で地域でのキャッシュレス推進機運の高まりも期待。