観光立国実現に向けた
クレジットカード業界としての取り組み

～アクセプタンス実証実験・地方ヒアリング調査～

平成 29 年 2 月

日本クレジットカード協会

Copyright2017 JCCA

目　次

今年度の取り組みの概要 …… 1

1.　アクセプタンス実証実験：しもきた商店街における実証…… 2

2.　地方ヒアリング調査 …… 8

参考　これまでの３年間の取り組み実績…… 11

今年度の取り組みの概要

- 今年度は、過去 2 年間で判明した課題への対応策を検討するとともに、インバウンド観光客のクレジットカード利用環境整備を円滑効率的に進める上で参考となるよう次の施策を実施した
  - ✓ アクセプタンス実証実験
  - ✓ 地方ヒアリング調査

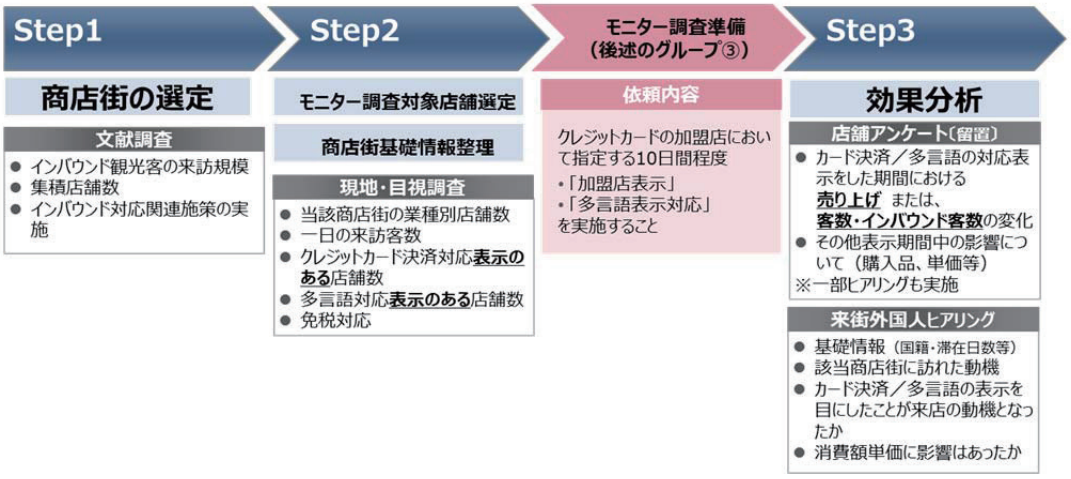
- これらの調査を通じて、クレジットカード利用環境向上に向けた取り組みのポイントとして、以下を抽出した
  - ✓ 店頭表示はクレジットカードが利用できる店舗全体の約 3 割（65 店舗中 20 店舗、回収ベース（**図表 3**）、これを進めることでインバウンド観光客の集客や売上の向上に一定の効果がある
  - ✓ クレジットカードによるインバウンド市場拡大効果は、個店の経営（売上増、利益増）につながるものであり、このことをわかりやすく示していくことが重要
  - ✓ 店頭表示とともに、多言語対応、免税対応などを組み合わせることによって、売上向上効果は大きくなると想定される
  - ✓ 政府施策と連動しつつ、行政、商工会、DMO、商店街などの地域取りまとめ団体と連携して取り組みを進めることが重要

1. アクセプタンス実証実験：しもきた商店街における実証

(1) 実証実験の目的

インバウンド観光のための環境整備で重要なクレジットカード利用環境向上は政策的な後押しがあるのみならず、観光客からのニーズも高い。このことを実証するため、店舗におけるクレジットカードの利用可否や利用可能表示の有無などのアクセプタンスの状況によって、どの程度来訪者の消費行動が変化するかを把握する。今後、地方におけるクレジットカード利用環境向上につなげる示唆を得るため、実証実験対象地域を最小エリア単位である「商店街」とし、来街者の行動及び実験による変化、変化の結果が集客や消費に与える影響についての調査を実施した。

図表 1「しもきた商店街」実証実験の見取り図



(2) 対象地域の選定

全国の商店街について、商業統計を用いて立地特性や規模などを整理し、DMO の対象地域となっているかを含む関連政策の実施状況を取りまとめた。

モデル商店街は、実証実験の成果を地方における展開のための基礎資料とすることから、全国で展開されている関連施策が実施されていること（「2015 年度補正予算　商店街インバウンド推進支援事業」の対象）、また一定のインバウンド観光客が来街していること等に基づいて、「しもきた商店街」とした。

なお、実証実験は店舗に負担をかけることとなるが、しもきた商店街では、取りまとめ団体（商店街組合）がインバウンド振興に熱心であり定常的に組合店舗とやり取りをしていること、またキーパーソン（理事長）とのネットワークがあること、等の実現可能性も担保されていた。

(3) 実証実験の枠組み

実証実験は以下の枠組みのもと行った。

まず、対象地域の店舗を以下の 4 つのグループに分けた（**図表 2**）。

グループ①： 本来クレジットカードの決済を導入しておらず、またカードの利用可否に関して店外表示を行っていない店舗（そのうち 16 店舗から回答を回収）

グループ②： 本来クレジットカードの決済を導入していたものの、カードの利用可否に関して店外表示を行っていなかった店舗（そのうち 28 店舗から回答を回収）

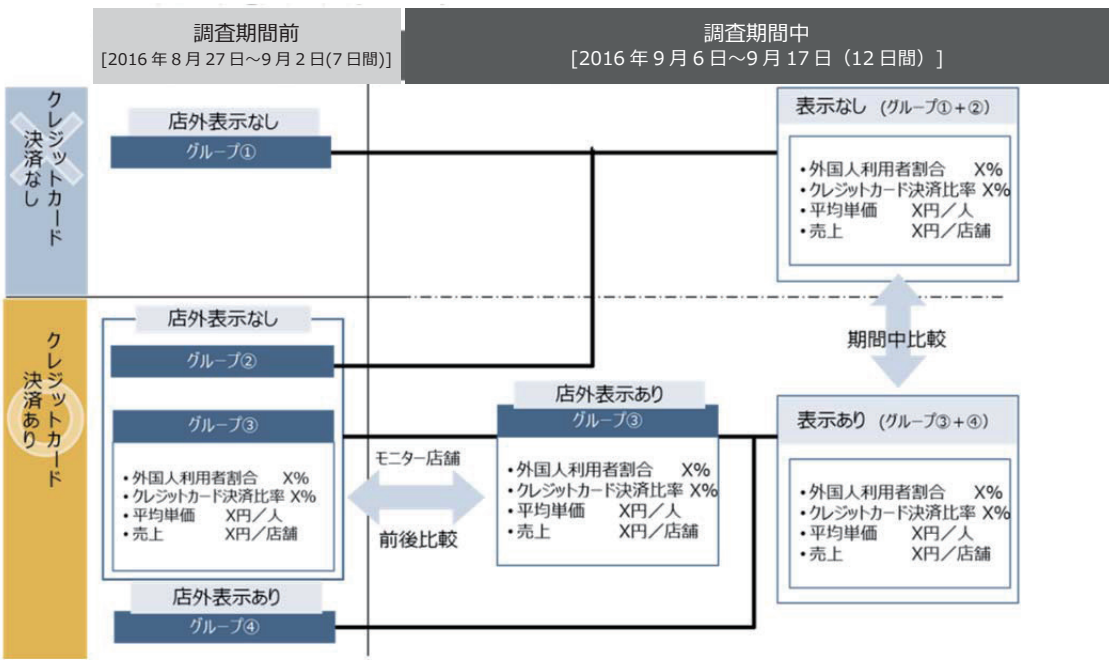
グループ③： 本来クレジットカードの決済を導入していたものの、カードの利用可否に関して店外表示を行っていなかった店舗で、かつ調査期間中に関しては、カードの利用が可能であることを店外に表示してもらった店舗（そのうち 17 店舗から回答を回収）

グループ④： 本来クレジットカードの決済を導入しており、かつカードが利用できることを店外に表示していた店舗（そのうち 20 店舗から回答を回収）

このようなグループ分けをした上で、クレジットカード利用可能表示を新たに実施した前後（実証実験期間（12 日間）2016 年 9 月 6 日～9 月 17 日，比較対象実施前期間（7 日間）8 月 27 日～9 月 2 日）の状況について、外国人の利用者割合、クレジットカード決済比率、平均単価、売り上げ、という観点から比較を行った。なお、調査を承諾した 108 店舗のうち回答をいただいたのは 81 店舗であった。また、各グループごとの業種の内訳は、**図表 3** の通りである。

※クループ③が、今回の実証実験で店外表示を行った店舗

図表 2「しもきた商店街」実証実験の枠組み



図表 3 実験の対象となった店舗についてのグループ別基本情報

■ 回収率は75%（81件）を確保。本実験で店外表示を行ったグループ③の回収は17件。

実施概要

実証実験期間：実証実験期間（12日間）2016年9月6日~9月17日
対象店舗数： 108 （114配布、うち回答拒否6）
回答店舗数：81（回収率75%）

うち	グループ①（クレジットカードの対応なし）	16
	グループ②（クレジットカード対応あり、店舗外表示なし）	28
	グループ③（クレジットカード店舗外表示を依頼した店舗）	17
	グループ④（クレジットカード対応あり、店舗外表示あり）	20

	グループ①	グループ②	グループ③	グループ④	計
飲食	6	1	1	3	11
飲食（喫茶店・カフェ）	5	0	3	0	8
飲食（バー）	0	0	0	0	0
飲食（テイクアウト専門）	1	0	0	1	2
小売（百貨店・総合スーパー	0	1	0	0	1
小売（服飾・ファッション小物	1	14	11	11	37
小売（医薬品・化粧品）	0	2	1	0	3
小売（家電・カメラ）	0	0	0	1	1
小売（雑貨）	0	4	0	4	8
小売（コンビニ）	0	0	0	0	0
小売（食料品）	1	1	1	0	3
サービス	1	3	0	0	4
その他	1	2	0	0	3
計	16	28	17	20	81

参考 ステッカー配布枚数

マスターカード	25
VISA	25
ダイナースクラブ	21
アメリカンエキスプレス	17
JCB	17
銀聯	13
合計	**118**

※グループ③が、今回の実証実験で店外表示を行った店舗

図表 4 実証実験の様子（グループ③のクレジットカード利用可能店外表示の前後比較）

実験前（店外表示なし） 実験中（店外表示）

(4) 取り組み（アクセプタンス向上）効果

しもきた商店街における実証実験結果からは、次のようなアクセプタンス向上による影響・効果が明らかとなった。

図表 5 アクセプタンス向上による効果

	効果検証シナリオ	効果
1	クレジットカード利用可能の店外表示により、インバウンド誘客が進み、その売上が向上する	・新たに店外表示をした店舗のうち、1/4の店舗で、外国人の集客力が上がった ・これら店舗が集客した外国人はクレジットカードを利用し、購入単価も従前より高かった ［店舗アンケート（n=81）］
2	多言語対応、免税対応の表示（アクセプタンス向上）により、インバウンド誘客が進む また、クレジットカード対応により購入単価が上がる	・多言語対応、免税対応に表示などにより6割～7割の外国人の誘客が進む ・カード決済により、半数が、より高額の買い物を、またカードでの決済を選ぶ ［来街者アンケート（n=61）］
3	インバウンド誘客促進を目指す（多言語対応、免税対応をしている）店舗では、クレジットカード利用及び店外表示に積極的である	・免税対応店舗は100%、クレジットカードにも対応している ・外国語対応に積極的な店舗は、クレジットカード利用可能の店外表示にも取り組んでいる ［店舗アンケート（n=81）］

1） 店外でのクレジットカード利用可能表示の効果

実験前と実験期間中を比較すると、変化が最も大きくプラスに転じたのはグループ③（今回、利用可能の店外表示を実施した実証実験対象店舗）。店外表示をしなかったグループ②[1]で外国人割合が減っていることに対し、来店者に占める外国人の割合が上昇した。

図表 6 外国人割合の向上

	通常	実験期間中	変化分（期間中－通常）	サンプル数
グループ①	5.8%	5.9%	+0.1	7
グループ②	7.8%	5.3%	-2.5	12
グループ③		8.2%	+0.4	11
グループ④	9.1%	7.6%	-1.5	10
計	7.1%	6.0%	-1.1	40

さらに、実験前と実験期間中を比較すると、グループ③（今回、利用可能の店外表示を実施した実証実験対象店舗）では外国人のクレジットカード利用割合が増加した事業所が約1/4（24%）

また、グループ③では外国人のクレジットカード利用単価が向上した事業所が 12%となった。

[1] グループ②は、グループ③のコントロールグループ（比較対象）

図表 7 外国人のクレジットカード利用の拡大

外国人のクレジットカード利用割合の変化

	増加	減少	無変化	無回答
グループ①クレジットカードの対応なし(n=16)	0%	0%	0%	100%
グループ②クレジットカード対応あり、店舗外表示なし(n=28)	7%	0%	25%	68%
グループ③クレジットカード店舗外表示を依頼した店舗(n=17)	24%	12%	35%	29%
グループ④クレジットカード対応有り、店舗外表示有り(n=20)	10%	20%	20%	50%
計(n=81)	10%	7%	21%	62%

外国人のクレジットカード利用単価の変化

	増加	減少	無変化	無回答
グループ①クレジットカードの対応なし(n=16)	0%	0%	0%	100%
グループ②クレジットカード対応あり、店舗外表示なし(n=28)	4%	0%	21%	75%
グループ③クレジットカード店舗外表示を依頼した店舗(n=17)	12%	6%	47%	35%
グループ④クレジットカード対応有り、店舗外表示有り(n=20)	5%	5%	20%	70%
計(n=81)	5%	2%	22%	70%

2） 多言語対応、免税対応などとの連携により、クレジットカード利用環境向上効果も促進

しもきた商店街での来街外国人調査によると、多言語表示、免税表示などは外国人の 6~7 割に対して誘客効果がある。また、カード決済により、約半数が、より高額の買い物をおこなうと回答している。クレジットカード対応（単価向上効果：約 5 割）に加えて、多言語表示・免税表示（誘客向上効果：約 6 ~7 割）を組み合わせることで、個店でのインバウンド観光客の誘客、単価向上、そして売上向上という効果のスパイラルが形成されると想定される。

図表 8 アクセプタンス向上による誘客、単価向上効果

	お店に入店する際、多言語の表示のある店は、表示のない店に比べて、より入ってみようと思いましたか？	お店に入店する際、免税の表示のある店は、表示のない店に比べて、より入ってみようと思いましたか？	カード決済が利用できると、店では、利用できない店に比べて、より高いもの（あるいはより多くのものを）を購入する可能性がありますか？	カード決済できる店では、現金より、カードで決済しようと思いますか？	全て、「はい」
	1．はい 2．いいえ 3．どちらでもない 4．特になし	1．はい 2．いいえ 3．どちらでもない 4．特になし	1．はい 2．いいえ 3．どちらでもない 4．特になし	1．はい 2．いいえ 3．どちらでもない 4．特になし 5．その他	
はい	41	35	27	28	10
構成比（効果）	67.2%	57.4%	44.3%	45.9%	16.4%
いいえ	13	17	28	27	
どちらでもない	5	9	6	3	
その他	2			3	
合計	61	61	61	61	61

はい、の理由（例）	・多言語標記がある方が良い(中国) ・大きい買い物の場合（カナダ）	・購買意欲が増す(台湾) ・絶対に免税店の方が入りたくなる(ドイツ)	・現金だと限りがある(イスラエル) ・カード利用が不可の場合は、高価なものは買わない(オランダ)	・カードの方が便利。現金はできるだけ後の時にとっておきたい(ニュージーランド) ・デンマークではクレジットカード払いで現金は使用しない。日本ではカードが使用できない店舗も多いと聞いたので、現金を用意した(イタリア、アメリカ)	［国籍］ 米国、中国、スペイン2名、オランダ、台湾3名、カナダ、ドイツ

3） 多言語対応、免税対応などとの連携の有効性

免税対応店舗は100%、クレジットカードにも対応している。また、外国語対応に積極的な店舗は、クレジットカード利用可能の店外表示にも取り組んでいる。すなわち、インバウンド対応を進めている店舗は、必然的にクレジットカード対応、表示促進をおこなっている。

図表 9 アクセプタンス向上における多言語対応、免税対応との連携の有効性

	免税対応を実施している (n=10)	免税対応を実施していない (n=63)	無回答・無効 (n=1)
カード決済なし	0	16	0
カード決済あり、店の外から見えるように表示している	2	16	0
カード決済ありレジ脇で表示している	8	28	1
カード決済ありその他の方法で表示している	0	3	0

カード決済なし	0%	25%	0%
カード決済あり、店の外から見えるように表示している	**20%**	25%	0%
カード決済ありレジ脇で表示している	**80%**	44%	100%
カード決済ありその他の方法で表示している	0%	5%	0%

	外国語対応を実施していない (n=42)	外国語対応を実施している (n=32)	商品・サービスの表示を外国語で行っている (n=9)	外国語で接客できる店員がいる (n=17)	その他 (n=8)
カード決済なし	8	8	4	4	0
カード決済あり、店の外から見えるように表示している	9	9	1	6	2
カード決済ありレジ脇で表示している	23	14	3	6	5
カード決済ありその他の方法で表示している	2	1	1	1	1

カード決済なし	19%	25%	44%	24%	0%
カード決済あり、店の外から見えるように表示している	21%	**28%**	11%	**35%**	25%
カード決済ありレジ脇で表示している	55%	44%	33%	35%	63%
カード決済ありその他の方法で表示している	5%	3%	11%	6%	13%

2. 地方ヒアリング調査

(1) 地方ヒアリング調査の対象

地方ヒアリングは、インバウンド観光客振興の段階ごとに実態及び課題を把握するため、先進事例（高山市）のみならず、インバウンド観光客振興への取り組みを始めたばかりの事例（妙高市、奈良もちいどのセンター街）についても実施した。

さらに、地域取りまとめ団体について、行政（岐阜県／高山市、妙高市）、商工会（高山市）、DMO（妙高市）、商店街組合（奈良もちいどのセンター街）というさまざまなレベルに対してヒアリング調査を実施した。

(2) 地方ヒアリング調査結果のポイント

［地域取りまとめ団体との連携による取り組みの加速化］

地方ヒアリングをおこなった地方自治体（妙高市、高山市）あるいは商店街（奈良もちいどのセンター街）の事例より、これらの地域取りまとめ団体がインバウンド観光振興に力を入れることで、補助金の確保や機運醸成がなされ、クレジットカード利用環境の向上が加速化する可能性が示唆された。

地域とりまとめ団体は、当初はクレジットカード利用環境向上をあまり意識していないが、高山市のようなインバウンド振興が進み、誘客が実現している地域の団体、あるいは商店街という決済に直結している団体では、クレジット利用環境の向上についての課題認識が進んでいる。

こうしたことから、アクセプタンス向上の活動を行う場合は、インバウンド観光誘客が進んでいる地域から、取り組みの端緒にある地域については先進地域での課題認識を伝えることで、促進を図っていくことが考えられる。

図表 10 地方ヒアリング調査から得られた主な知見

１．取り組みの連携先について

インバウンド取り込みのためアクワイアリングに関わる推進を行う場合、直接店舗、商店街組合に働きかけるのではなく、市や DMO の理解を得てそこを中心に行う方が円滑

２．クレジットカード導入必要性、有用性の説明について

外国人旅行者の意識を店舗に知ってもらうことが重要

・現金は危険であるとの意識
・国でのカード利用は日常的なもの
・両替して持っている日本円はいざというときまで使いたくない
・小銭が増えることは面倒と感じる

３．利用可能表示（ステッカー）の充実について

アクワイアラーごとに作成したステッカーは貼りにくく、統合されたものが良いという意見もある

４．利用可能表示（パンフ、HP）の充実について

「店舗を紹介するパンフや HP を作成する場合、カードが使えるかを表示するのが常識である。」ということを、作成者（市、DMO、旅行誌出版社）などに働きかけることが必要

５．多言語対応について

外国語メニュー（その用意があることを示す店頭表示を含む）や商品説明等の手法等をアドバイスすることも必要

6．地方自治体等の施策について

各地で関連する施策が実施されており、連携や紹介をしつつ店舗や商店街に働きかけることが重要

高山市：メニュー等の外国語対応への補助金制度、決済端末導入費用補助金制度
岐阜県：宿泊施設の HP の外国語対応、パンフレット等の多言語表記対応費用に対する補助金制度
妙高市：市内在住の外国語が話せる人のサポート支援

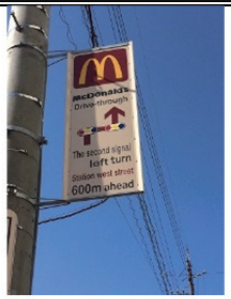
7．外貨稼ぐためのネット通販について

インバウンド観光客の訪日時の消費だけでなく、帰国後の輸出等で外貨を稼ぐことも重要視されており、越境 EC でのクレジットカード利用の利便性を訴えることもポイント

8．その他のインバウンド振興策との連携について

クレジットカード取り扱いを勧める際には、多言語対応、免税などの知識・ソリューションを持って働きかけることが重要。また、決済基盤を通じて得られるインバウンド観光客データを自治体や DMO と連携することで、地域全体のインバウンド振興に大きく貢献できることへの対応も検討すべき

図表 11 先進地域におけるアクセプタンスの状況（高山市）

		
ショーウインドウでの利用可能表示	英語道案内看板	高山 免税カウンター設置店舗
高山市多言語メニュー（店外表示）	店頭ステッカー	免税店舗

図表 12 決済端末導入費用補助金制度のリーフレット（高山市）

電子決済端末等の導入費用を補助します

1台につき5万円まで！

電子決済端末普及促進補助制度

飛騨高山WAONカード

電子マネーカード　クレジットカード

平成27年9月に高山市とイオン株式会社は、観光・商業・農林畜産業の振興など地域の活性化、市民サービスの向上を目的とする地域連携協定の締結し、「飛騨高山WAON」を発行しました。本カードを使って支払われた金額の一部が、高山市に寄付され、飛騨高山のまちづくりに役立てられます。

飛騨高山WAONカードが導入できる店舗

イオン各店舗のほか、高山市内では次の店舗等でご購入いただけます。

飛騨・高山コンベンション協会（本町1丁目）、まるっとプラザ（本町2丁目）、道の駅なぎさ（久々野町）、道の駅ななもり（清見町）、高山市役所売店（本庁舎 地下1階）

目　的

観光客や市民がキャッシュレスで買い物できる環境の整備を促進します。

対象となる電子決済端末は次の①～③のいずれかに該当するもの

① クレジットカード決済が可能な端末　② 電子マネー決済が可能な端末　③ ①及び②の機能を有する端末

対象条件

対象となる方

・市内で飲食店、小売店、観光施設、宿泊施設、サービス業などを営む事業者。

・市内に法人登録、住民登録をされている事業者。

対象要件など

・1店舗につき、1台を対象とする。

・既存の端末を更新する場合は、買い物環境の利便性の向上が認められる場合（取り扱いカード種類を増やすなど）に対象となります。

助成内容

・1台につき限度額5万円

・電子決済端末の導入費用および通信回線工事費用（ただし、消費税及び地方消費税の額を除く）

・事業に着手する前に、事業計画認定の申請が必要

申請様式のインターネットダウンロード

・まちづくり飛騨高山公式HP（URLは下記参照）よりダウンロードできます。

事業のご案内

お問い合わせ先　株式会社まちづくり飛騨高山（高山商工会議所内）

電話番号　0577-57-8765　FAX番号　0577-57-8764

Mail　info@machidukuri-hidatakayama.com

URL　http://www.machidukuri-hidatakayama.com/

参考　これまでの３年間の取り組み実績

- 日本クレジットカード協会としては、これまでの３年間に、初年度に整理した取り組み体系に基づき、指差しシートの作成やKPIの行政への作成依頼、JNTOや海外ガイドブックへの情報提供、おもてなし規格認証制度へのアプローチなどを実施し、観光立国実現に向けて業界として取り組んできた

ここでは、2015年１月にプレスリリースした７つの課題についての取り組み実績をとりまとめた。

７課題全てについて、着実に取り組みを進めている。今後は、施策実現に向けて作成したツールの効果的な活用（利用可能表示促進／加盟店拡大のためのアクワイアラ向けツールの活用）の業界としての運用・マネジメント、また現在進行形で進む関連する政府施策との連携、さらにIC化等もにらみつつ、最新の技術開発動向を把握して効率的な進め方を検討して行くこと等が、重要なポイントとなる。

図表　13 これまでに実践してきた取り組み

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 ※　今年度実施
○　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