

マイナポイント事業を通じて QRコード・バーコード決済の 利便性を浸透させたい

株式会社NTTドコモ

2020年9月にスタートしたマイナポイント事業。その目的の一つ「官民キャッシュレス決済基盤の構築」において、決済基盤を提供する「キャッシュレス決済サービス事業者」の役割や、キャッシュレス決済の今後の展望を、NTTドコモの田原 務氏にお聞きしました。



マーケティングプラットフォーム本部
ウォレットビジネス部 部長
田原 務氏

マイナポイント事業は、 キャッシュレス決済を 定着させるための施策

マイナポイント事業とは、利用者が100種類以上の決済サービスから一つを選んで事前に登録することで、その決済サービス利用分の25%(一人最大5,000円相当)のポイントが付与されるという制度です。

「この制度の基盤を担う『キャッ

シュレス決済サービス事業者』は、これまで『キャッシュレス・ポイント還元事業*』を通じて、キャッシュレス決済を推進してきました。ポイント還元事業は2020年6月に終了しましたが、この期間中にキャッシュレス決済を始める人が大幅に増えたので、一定の成果があったと言えます。ただし、始めた人は多いものの、実際の決済手段を見ると、現金が大部分を占めていることに変わりはありません。そこで、キャッシュレス決済を定着させるための施策として、『マイナポイント事業』がスタートしました。一般的に、マイナポイント事業はマイナンバーカードの普及促進として理解されていますが、官民キャッシュレス決済の基盤構築という目的もあります。政府と動きを合わせてキャッシュレス決済の基盤を作ることで、事業者は消費を活性化させるための施策が取りやすくなります。また、

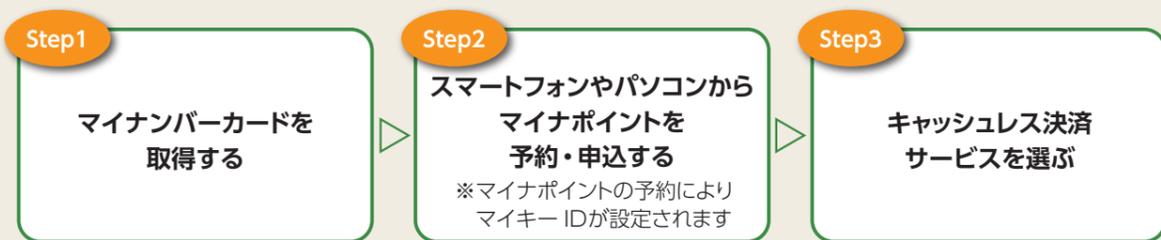
都市部だけでなく、地方の観光施設や小売店などと連携することにより、コロナ禍において課題となっている地方経済の活性化にも貢献できると思います(田原氏)

テレビCMなどにより認知・ 理解は進んだが、登録完了 までのプロセスが課題

開始直前の8月半ばからは、テレビCMや雑誌、ウェブの記事で「マイナポイント」を見聞きすることが増え、全国的に認知・理解が高まっているようです。

「その点は評価できますが、一方で、登録を完了していただくまでのプロセスが長いところが心配ですね。まず、『マイナンバーカード』を取得し、次にマイナポイントの予約・申込をして、さらに決済サービスを選択しなければなりません(図1参照)。実際に、スマートフォンを使い慣れていない方にとってはプロセスが複雑だと

【図1：マイナポイントの登録方法】



【図2：マイナポイント手続サポーター】

マイナポイント事務局の委託を受け、以下の事業者がマイナポイント予約・申込手続を支援しています。 ※一部設置していない拠点があります。

マイナポイント事務局
委託事業者

銀行、携帯電話ショップ、郵便局、コンビニエンスストア、家電量販店など

市区町村窓口

全国の市区町村窓口では、マイナポイントの予約・申込手続を支援しています。市区町村窓口だけでなく、地域の商業施設やイベント会場など特設会場を設置する場合があります。

感じるのではないのでしょうか。NTTドコモは、『マイナポイント手続サポーター』(図2参照)として、登録方法を丁寧に説明するウェブサイトに掲載したり、全国に2,300店舗以上(2020年8月1日時点)あるドコモショップに専用の端末を設置して、登録を支援しています(田原氏)

「QRコード・バーコード決済 (以下、コード決済)」は、 新しい購買スタイルを 体験できる

消費者にとって一番のメリットは、やはりキャッシュレス決済の25%分のポイント付与です。25%という数字のインパクトが大きいことに加え、決済事業者独自でボーナスポイントを設けているところもあり、利用者にとってはおトク感があります。

「加えて、電子マネーやコード決済など、さまざまなキャッシュレス決済の方法を知らなかった方、使ったことがなかった方が『一度使ってみようかな』と考える機会になるのではないのでしょうか。実際に使ってみると、『意外と簡単に設定できる』『使ってみたら便利』と感じていただけたと思います(田原氏)

普段、クレジットカードや電子マ

ネーには慣れていても、コード決済にはためらってしまうという人もいるのではないのでしょうか。

「重要なのは、『なぜコード決済が便利なのか』を理解してもらうことだと思っています。コード決済は、スマートフォンの画面からさまざまな情報を得ることができます。一口にスマートフォンの情報といっても、現状はレジでクーポンを提示するくらいで、支払いはクレジットカードや現金を使うことが多いと思います。今後は、アプリ上でおトクなメニューを選び、事前予約・注文を行い、店頭では商品をピックアップするだけで、決済もアプリ上で完結する、という新しい購買スタイルが増えていくと考えています。場所にとらわれずに支払いができ、さらにクーポンやポイントなどの特典が受けられることで、現金よりもコード決済が便利だと感じてもらえるのではないのでしょうか(田原氏)

利用者には「おトク感」以上の 価値を訴求し、キャッシュレス 決済を定着させたい

「マイナポイント」を含め、今後キャッシュレス決済が定着するためには、どのようなことが重要に

なるのでしょうか。

「現在、キャッシュレス決済事業者はさまざまなキャンペーンを行っているため、コード決済は『おトク』というイメージが非常に強くなっていると思います。『おトク』は、利用のきっかけとしては大事ですが、時間や場所にとらわれずに支払える、対面接触を減らすことでコロナ以降の『新しい生活』に適している、共通ポイントが貯まることで利便性が高まる、など日々の生活が『便利』になることをご理解いただきたいですね。コード決済の利便性がしっかりと伝われば、もっとキャッシュレス決済の利用が進むと思います(田原氏)

※同事業は2019年10月1日の消費税率引き上げに伴い、需要平準化対策として2019年10月～2020年6月まで実施されました。



●会社概要
会社名：株式会社NTTドコモ
設立：1991年(平成3年)8月
本社所在地：東京都千代田区永田町2丁目11番1号 山王パークタワー
代表取締役社長：吉澤 和弘
資本金：9,496億7,950万円
(2017年3月31日現在)
事業内容：通信事業、スマートライフ事業など
URL : <https://www.nttdocomo.co.jp/>

