

クレジットカードの取引に関する  
実態調査報告書  
(概要)

令和4年4月

## 調査趣旨

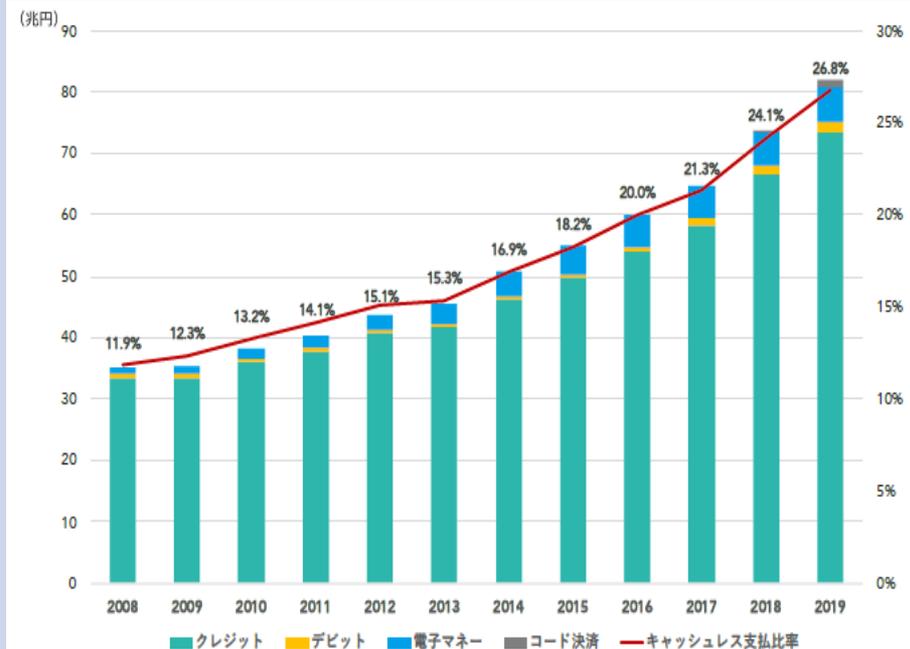
- 成長戦略実行計画（令和3年6月閣議決定）において、「我が国では、キャッシュレス決済導入の拡大への課題の一つとして、クレジットカード加盟店手数料が高額であることが指摘されている。ヒアリングによると、加盟店手数料の約7割をインターチェンジフィー（クレジットカードでの決済があった際に、お店と契約する決済会社が、利用者と契約する決済会社に支払う手数料）が占めている。こうした点を踏まえ、公正取引委員会による調査…を実施する」とされた。
- また、「緊急提言～未来を切り拓く『新しい資本主義』とその起動に向けて～」（令和3年11月新しい資本主義実現会議）において、「…インターチェンジフィー…について、公正取引委員会において、標準料率の公開状況等の実態調査を行い、競争政策上の課題の有無について、本年度末までに取りまとめる」とされた。
- 公取委は、平成31年3月に「クレジットカードに関する取引実態調査報告書」を公表したところ、成長戦略実行計画等を踏まえ、今般、改めて実態調査を実施した。

## 調査期間・対象・方法

- 期間：令和3年7月～令和4年2月

対象	書面調査	聴取調査
国際ブランド	5名 (回収率100%)	5名
クレジットカード会社等	336名 (回収率81.5%)	21名
販売店	5,462名 (回収率23.7%)	38名
消費者	4,200名	—
他の決済事業者	—	6名
加盟店団体	—	3名
決済システム事業者	—	1名
有識者	—	5名

## クレジットカード決済の動向



出所：一般社団法人キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス・ロードマップ2021」を基に当委員会作成

## 本報告書での国際ブランドの分類

### カテゴリーⅠ

自らはカード発行や加盟店管理を行わない国際ブランド（国内取引取扱高のシェア：70.2%）  
 ➔ Visa, Mastercard, Union Pay（銀聯）

### カテゴリーⅡ

自らもカード発行や加盟店管理を行う国際ブランド（国内取引取扱高のシェア：29.8%）  
 ➔ JCB, American Express, Diners Club

## 本報告書でのクレジットカード取引の分類

### 国際取引

国外で発行されたカードが国内で使用される取引（インバウンド取引）及び  
 国内で発行されたカードが国外で使用される取引（アウトバウンド取引）

### 国内取引

国内で発行されたカードが国内で使用される取引

### オンアス取引

イシュー（カード会員と会員契約を締結するクレジットカード会社）と  
 アクワイアラ（加盟店と加盟店契約を締結するクレジットカード会社）が同一である取引

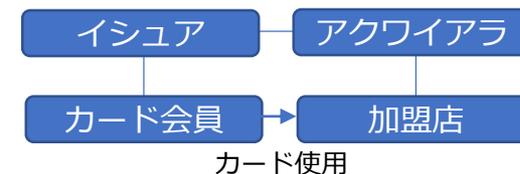
### オフアス取引

イシューとアクワイアラが異なる取引

### 【オンアス取引の例】



### 【オフアス取引の例】



### 国内・国際取引別取扱高

区分	取扱高	割合
国際	3.2兆円	4.4%
国内	70.6兆円	95.6%
合計	73.8兆円	100%

### オンアス・オフアス取引別取扱高

区分	取扱高	割合
オンアス	38.6兆円	54.6%
オフアス	32.0兆円	45.4%
合計	70.6兆円	100%

### カテゴリーⅠ・Ⅱ別オフアス比率

カテゴリー	オフアス取引の割合
カテゴリーⅠ	46.7%
カテゴリーⅡ	44.8%
合計	45.4%

## インターチェンジフィー

### イシュア手数料とは…

- オフアス取引が発生した場合に、アクワイアラからイシュアへ支払われる手数料。

### インターチェンジフィーとは…

- イシュア手数料のうち、カテゴリーⅠのオフアス取引（主に大手クレジットカード会社間のオフアス取引）で発生する手数料。

### インターチェンジフィーの標準料率とは…

- イシュアとアクワイアラが個別にインターチェンジフィーの料率を設定していない場合に適用されるデフォルトの料率。
- カテゴリーⅠの各国際ブランドが独自に設定しており、カードの種類、加盟店の業種、取引の種類等によって異なる。

### イシュア手数料がオフアス取引に占める割合

	イシュア手数料の割合
カテゴリーⅠ	1.56%
カテゴリーⅡ	1.56%

出所：調査結果を基に当委員会作成

## 加盟店手数料

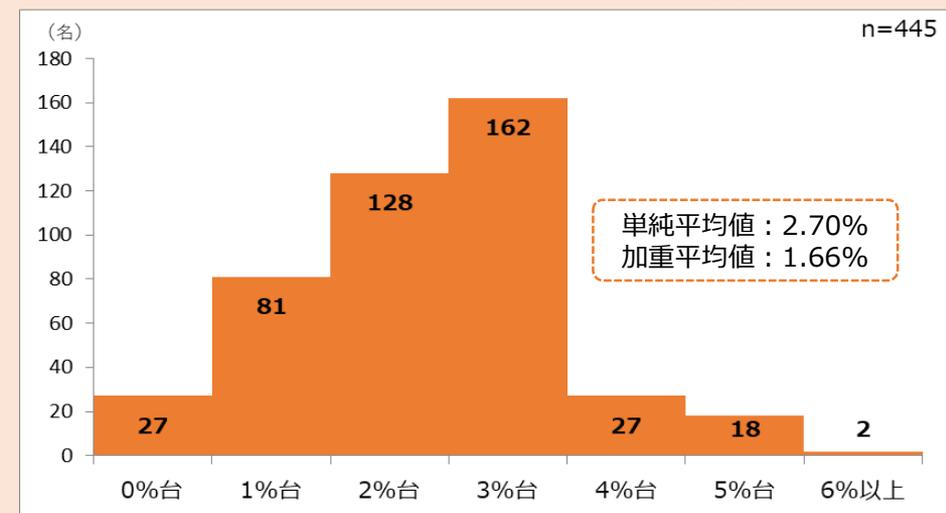
### 加盟店手数料とは…

- 加盟店でクレジットカード決済が発生した場合に、加盟店からアクワイアラに支払われる手数料。
- アクワイアラは、イシュア手数料のほか、加盟店の取扱高・売上高、他のアクワイアラが提示する手数料、同一産業区分の他の加盟店に適用する手数料等を考慮して設定。

### 平均加盟店手数料率

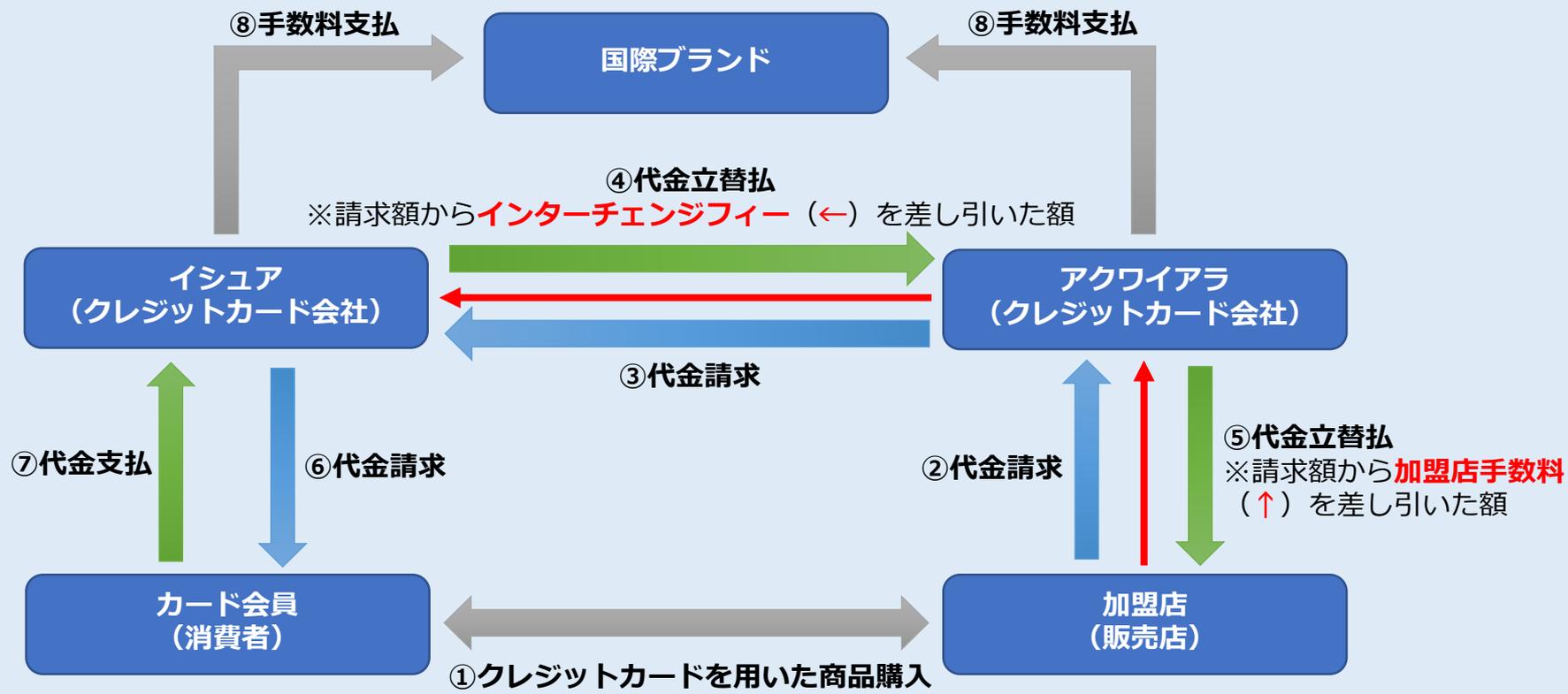
	平均加盟店手数料率
カテゴリーⅠ	2.63%
カテゴリーⅡ	2.89%

### 加盟店に適用されている加盟店手数料率の分布



出所：調査結果を基に当委員会作成

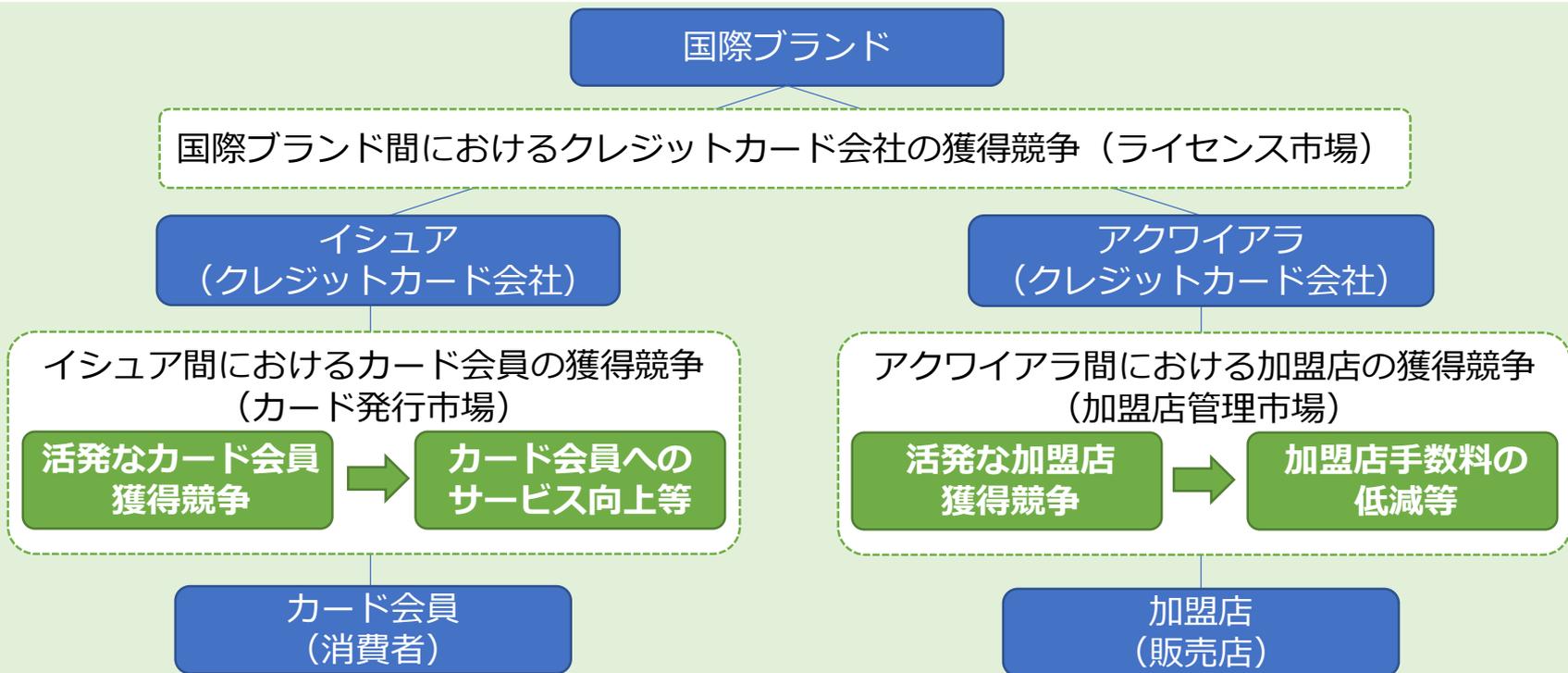
## 取引の流れ（カテゴリーIのオフアス取引の場合）



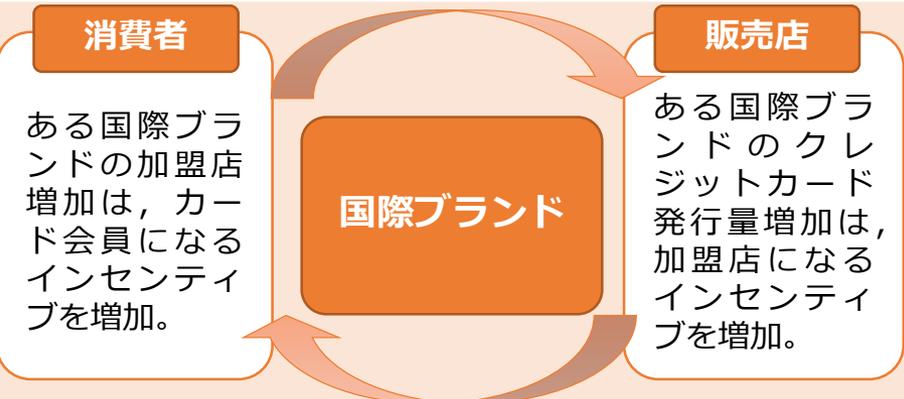
- ① カード会員が加盟店にて、クレジットカードを用いて商品を購入する。
- ② 加盟店は、アクワイアラに商品代金を請求する。
- ③ アクワイアラは、国際ブランドを經由して、イシューアに商品代金を請求する。
- ④ イシューアは、国際ブランドを經由して、アクワイアラに商品代金の立替払をする。イシューアは、当該立替払をする際に、**インターチェンジフィー**を差し引く。
- ⑤ アクワイアラは、加盟店に商品代金の立替払をする。アクワイアラは、当該立替払をする際に、**加盟店手数料**を差し引く。
- ⑥ イシューアは、カード会員に商品代金を請求する。
- ⑦ カード会員は、イシューアに商品代金を支払う。
- ⑧ イシューア及びアクワイアラは、国際ブランドに手数料を支払う。

# クレジットカード市場の概要④

## 事業者間の競争



## 間接ネットワーク効果



## イシュア手数料



ただし、間接ネットワーク効果の存在を踏まえると、イシュア手数料の増減がクレジットカードの発行量や加盟店の数に与える影響は一概にはいえない。

# インターチェンジフィーの標準料率の公開と 加盟店管理市場の競争促進①

## 実態（インターチェンジフィーの標準料率関係）

### 標準料率を定めている国際ブランド

カテゴリー I	<ul style="list-style-type: none"> <li>● イシュア・アクワイアラ向けに<b>インターチェンジフィーの標準料率を設定</b>。</li> <li>● 標準料率はイシュア・アクワイアラが個別にインターチェンジフィーの料率を設定しないときに適用されるデフォルトの料率。</li> </ul>
カテゴリー II	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自ら又は特定のクレジットカード会社がアクワイアラになり、個別のイシュアとの間でイシュア手数料を設定。</li> <li>● イシュア手数料率は個別のイシュアごとに異なり得る。</li> </ul>

※前回報告書では、「標準料率を定めている国際ブランド（＝カテゴリー I の国際ブランド）にあつては、我が国においても、標準料率を公開することが望ましい」と提言。

### 標準料率の適用状況

標準料率を適用している  
クレジットカード会社 ※ライセンス契約  
上は標準料率以外の料率を適用  
することが可能。

100%

### オフアス比率

	オフアス取引の割合
カテゴリー I	46.7%
カテゴリー II	44.8%

### イシュア手数料の割合

	イシュア手数料の割合
カテゴリー I	1.56%
カテゴリー II	1.56%

### 標準料率の公開状況



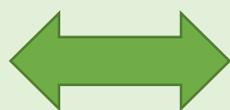
- 我が国では、標準料率も他のイシュア手数料率も公開されていない。
- 海外をみると、**60超の国において、カテゴリー I のうち1者以上の国際ブランドの標準料率が公開**されており、**米国のように、公開を義務付ける規制がないにもかかわらず公開されている国も存在**。他方、カテゴリー II のイシュア手数料率が公開されている国は確認できない。

# インターチェンジフィーの標準料率の公開と 加盟店管理市場の競争促進②

## 実態（加盟店手数料関係）

### オンアス取引とオフアス取引の加盟店手数料

加盟店手数料の設定で  
影響の大きい要素  
「イシュア手数料」  
**47.3%**



オフアスよりも  
オンアスを低く設定  
**19.2%**

低く設定している  
取引の割合  
「10%未満」  
**76.0%**

低く設定している  
場合の料率の差  
「0.5%未満」  
**60.0%**

➡イシュア手数料は加盟店手数料に一定の影響を与えるものの、多くのクレジットカード会社がオンアス取引の加盟店手数料をオフアス取引の加盟店手数料と分けて設定している状況にはない。

### カテゴリⅠとカテゴリⅡの加盟店手数料

	平均加盟店手数料率
カテゴリⅠ	2.63%
カテゴリⅡ	2.89%

➡カテゴリⅡの平均加盟店手数料率はカテゴリⅠよりも高い。

### 加盟店管理市場での国際ブランド間競争

カード会員が保有している国際ブランドの平均数  
**1.8ブランド**  
加盟店において利用可能な国際ブランドの平均数  
**4.9ブランド**

➡加盟店管理市場の国際ブランド間の競争圧力はカード発行市場に比べて弱い可能性。

### 国際ブランド内のアクワイアラ間の競争

カテゴリⅠ	● 国際ブランドとライセンス契約を締結しているアクワイアラ間で加盟店獲得競争。
カテゴリⅡ	● 国際ブランドや、国際ブランドとフランチャイズ契約を締結しているクレジットカード会社（フランチャイジー）がアクワイアラとなっているが、 <b>アクワイアラ間の加盟店獲得競争が活発でない可能性。</b>

# インターチェンジフィーの標準料率の公開と 加盟店管理市場の競争促進③

## 独占禁止法上の考え方（インターチェンジフィーの料率設定に係る留意点）

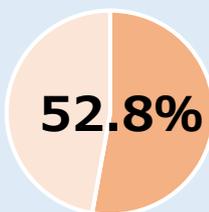
### 不当な取引制限等

- ①国際ブランドが共同して標準料率を決定すること、②クレジットカード会社が共同して、国際ブランドが定める標準料率を用いることを決定すること、③国際ブランドとクレジットカード会社が共同して標準料率を決定することは、独占禁止法上問題（不当な取引制限等）となるおそれがある。

## 競争政策上の考え方（インターチェンジフィーの標準料率の公開①）

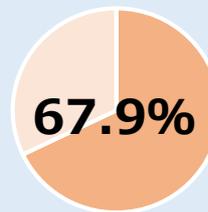
- 書面調査によれば、標準料率が公開されれば、カテゴリーIの国際ブランドカードについて、加盟店・アクワイアラ間の加盟店手数料の交渉が活発化し、アクワイアラ間の競争が促進される可能性。その結果、加盟店手数料が引き下がることも考えられる。

### 標準料率の公開と加盟店手数料の交渉



標準料率が公開された場合、  
加盟店による加盟店手数料の交渉に  
変化は生じると考える

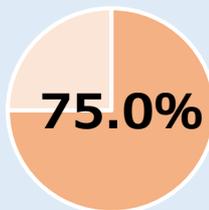
（クレジットカード会社）



自社のインターチェンジフィーの料率を  
知ることとなった場合、その料率を  
加盟店手数料の交渉材料の一つにする

（加盟店）

### 加盟店手数料の交渉と料率の変化



加盟店手数料の交渉により  
加盟店手数料率が下がった

（加盟店）

	平均加盟店手数料率
改定交渉を行ったことがある	2.42%
改定交渉を行ったことがない	2.83%

## 競争政策上の考え方（インターチェンジフィーの標準料率の公開②）

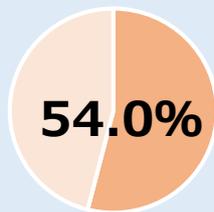
- 多くのクレジットカード会社はオンアス・オフアス取引の加盟店手数料を分けて設定していない。そのため、**オフアス取引の加盟店手数料のみならず、オンアス取引の加盟店手数料にも影響を及ぼす可能性**。
- 聴取調査によれば、加盟店管理市場においても国際ブランド間の競争圧力は一定程度存在すると考えられる。そのため、**カテゴリⅡの加盟店手数料にも一定程度影響を及ぼす可能性**。

### クレジットカード会社の意見

- 国際ブランド間の加盟店手数料を比較すると、カテゴリⅠの方が安いので、加盟店から、カテゴリⅡの加盟店手数料も引き下げてほしいといった要望を受けることはある。

- 書面調査や聴取調査によれば、**他の決済方法の加盟店手数料にも一定程度影響を及ぼす可能性**。

### 他の決済方法の加盟店手数料への影響



クレジットカードの加盟店手数料に変化があった場合、他の決済方法の加盟店手数料に**影響がある**

（クレジットカード会社）

出所：調査結果を基に当委員会作成

### クレジットカード以外の決済事業者の意見

- 標準料率の公開により、クレジットカードの加盟店手数料率が下がることになると思うので、その中で、QRコードも含めて他の決済方法も加盟店手数料が下がっていくのではないかと。これにより、加盟店はキャッシュレス決済を導入しやすくなると思う。

- 以上より、クレジットカードや他の決済方法の加盟店管理市場において、加盟店・アクワイアラ間の加盟店手数料の交渉や、アクワイアラ間の競争を促進する観点から、**標準料率を定めている国際ブランドにあつては、我が国においても、標準料率を公開することが適当**。

## 競争政策上の考え方（カテゴリーⅡのイシュア手数料の取扱い）

- カテゴリーⅡには、標準料率のようなイシュア手数料の料率が存在しないこと等を踏まえると、まずはカテゴリーⅠの国際ブランドに対し、標準料率の公開を促していくことが適当。
- ただし、カテゴリーⅡの主な国際ブランドにあつては、加盟店から要望があつた場合には、アクワイアラとして自らのイシュア手数料について可能な範囲で説明することが望ましい。
- また、カテゴリーⅠの国際ブランドから、「カテゴリーⅠの標準料率のみが公開されると、カード発行市場において、カテゴリーⅠがカテゴリーⅡに比べて競争上不利になる」との懸念が示されていることを踏まえると、標準料率が公開された場合には、国際ブランドごとに、標準料率を含むイシュア手数料率の動向、カード発行枚数の動向、国内取引の取扱高の動向等について、その後も注視するとともに、必要に応じて競争政策上の課題とそれへの対応を検討することが適当。
- さらに、カード発行市場における国際ブランド間の公正な競争条件を確保するとともに、クレジットカード市場全体の透明性を高める観点から、国際ブランドにあつては、カテゴリーⅠ・Ⅱにかかわらず、インターチェンジフィー又はイシュア手数料の平均的な料率を公開することが望ましい。
- 加えて、クレジットカード会社の中から、「カテゴリーⅡの方がカテゴリーⅠよりも加盟店手数料が高い原因として、カテゴリーⅡではアクワイアラ間の競争が働いていないことがある」との意見が示されていることを踏まえると、加盟店管理市場において、カテゴリーⅡの国際ブランド内のアクワイアラ間の競争を促していくことが適当。

## 競争政策上の考え方（加盟店管理市場における競争促進）

- カテゴリーⅡの主な国際ブランドの一部のフランチャイジーの中には、他のフランチャイジーが既に加盟店契約を締結している加盟店に対し、新たに営業をしてはならないといった認識を持つ者がみられた。
- 当該国際ブランドにあっては、フランチャイジー間の加盟店獲得競争が制限されていない旨をフランチャイジーに周知徹底するなどにより、可能な限りフランチャイジー間の加盟店獲得競争を生じさせていくことが望ましい。

## 独占禁止法上の考え方（加盟店管理市場における競争促進）

- アクワイアラとしての国際ブランドやクレジットカード会社にあっては、次の点にも留意する必要。

### 不当な取引制限

- アクワイアラとしての国際ブランド又はそのフランチャイジーが共同して、相互に他のフランチャイジーが加盟店契約を締結している加盟店と取引しないことを取り決めることは、独占禁止法上問題（不当な取引制限）となるおそれ。

### 拘束条件付取引

- アクワイアラとしての国際ブランドがフランチャイジーの加盟店手数料を拘束すること（例：フランチャイジーが地域市場の競争状況に応じて国際ブランドが希望・提示する加盟店手数料を下回る加盟店手数料を設定することを制限すること）は、その行為がフランチャイジー間の加盟店獲得競争や他の国際ブランドのアクワイアラとの加盟店獲得競争を減殺するおそれがある場合には、独占禁止法上問題（拘束条件付取引）となるおそれ。

## 実態

- **サーチャージ**：加盟店がカード会員に対し、商品価格に加盟店手数料の全部又は一部を上乗せした料金等、商品価格よりも高い料金を請求すること
- **現金割引**：加盟店が現金利用客に対し、カード利用客に請求する商品価格から一定率又は一定額を割り引いた料金等、カード利用客に請求する商品価格よりも低い価格を請求すること

### サーチャージ禁止条項

定めている  
**5者**  
(国際ブランド)

定めている  
**88.3%**  
(クレジットカード会社)

### 加盟店

**82.1%** サーチャージ可能な場合であっても、商品価格よりも高い料金を請求しない

### 現金割引禁止条項

定めている  
**3者**  
(国際ブランド)

定めている  
**51.5%**  
(クレジットカード会社)

### カード会員

特定店舗で商品価格の3%をサーチャージされる場合	商品価格 1,000円	商品価格 50,000円
手持ちの現金があれば、現金を使用	<b>38.3%</b>	30.3%
不要不急の買い物であれば、その店舗での買い物をやめる	29.9%	<b>42.0%</b>

出所：調査結果を基に当委員会作成

## 独占禁止法上の考え方

### 拘束条件付取引

- 国際ブランドが、加盟店が同一商品についてカード利用客と現金利用客に異なる料金を設定することを一律に禁止することは、この行為が加盟店間の顧客獲得競争を減殺するおそれがある場合には、独占禁止法上問題（拘束条件付取引）となるおそれ。クレジットカード会社（アクワイアラとしての国際ブランドを含む。）が禁止する場合も同様。

### 不当な取引制限

- サーチャージが可能な場合において、加盟店が共同して、サーチャージを行うことを決定することは、独占禁止法上問題（不当な取引制限）となるおそれ。

# ステアリング禁止条項

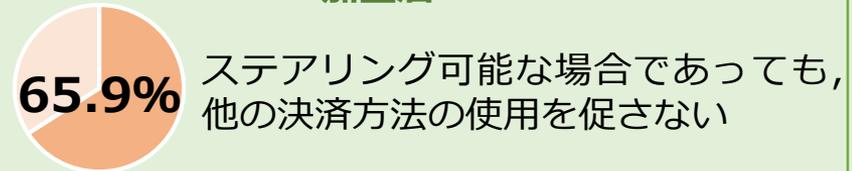
## 実態

- **ステアリング**：カード会員が有効なクレジットカードを提示した際、加盟店がカード会員に対し、他社発行カードや現金等、他の決済方法の利用を求め、又は促すこと

### ステアリング禁止条項



### 加盟店



### 他の決済事業者の意見

- 今のところ、ステアリング禁止条項により、**自らの取引機会が減少する**といった弊害はない。

出所：調査結果を基に当委員会作成

### カード会員

	商品価格 1,000円	商品価格 50,000円
使用しようとしたカードによる 支払を拒否された場合		
手持ちの現金があれば、 現金を使用	<b>40.1%</b>	22.3%
不要不急の買い物であれば、 その店舗での買い物をやめる	26.2%	<b>41.0%</b>

## 独占禁止法上の考え方

### 拘束条件付取引

- ライセンス市場における有力な国際ブランドが加盟店によるステアリングを禁止すること（例：加盟店がカード会員に対してカード会員・加盟店双方の利益になる他の決済方法の利用を提案することを禁止すること）は、この行為が他の決済方法の提供事業者を排除するおそれがある場合には、独占禁止法上問題（拘束条件付取引）となるおそれ。加盟店管理市場における有力なクレジットカード会社（アクワイアラとしての国際ブランドを含む。）が禁止する場合も同様。

## 実態

### クレジットカード会社の回答

特定の国際ブランドの取扱高が60%以上

**68.9%**

国際ブランドの変更は困難

**84.3%**

国際ブランドとの契約を打ち切ったことがある

**1.4%**

### 国際ブランドの変更が困難な理由（複数回答）

契約解消の場合、既存会員のカード番号の変更が必要となり、既存会員に迷惑が掛かるため	83.5%
当該国際ブランドは顧客に対して強いブランド力を有しているため	55.8%
当該国際ブランドの取扱高が大きいため	42.4%

### クレジットカード会社の意見

- 仮に納得のいかない行為を受けたとしても、既存のカード会員のクレジットカードを他の国際ブランドに切り替えるということは容易ではない。
- 国際ブランドから理不尽な行為を受けたからといって、ライセンスを返上すると、当社の加盟店で当該国際ブランドが使用できなくなる。加盟店への影響を考えると、国際ブランドに背くわけにはいかない。

出所：調査結果を基に当委員会作成

## 独占禁止法上の考え方

### 取引依存度の大きさ

約7割のクレジットカード会社は、1者の国際ブランドの取扱高が取扱高全体の60%以上を占める。

### 取引先変更の困難性

約8割のクレジットカード会社は、国際ブランドとの取引について「取引先の変更は困難」と回答。

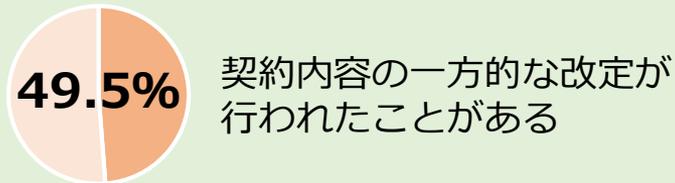
### 国際ブランドの市場における地位

一部の国際ブランドは、ライセンス市場における有力な事業者。

特定の国際ブランドは、取引開始後において特定のクレジットカード会社に対して優越的地位にある蓋然性があり、特にライセンス市場における有力な国際ブランドについては、その蓋然性が高い。

## 実態

### クレジットカード会社の回答



### カード会社が被るおそれのある不利益（複数回答）



出所：調査結果を基に当委員会作成

### 国際ブランド・クレジットカード会社の意見

#### <国際ブランド>

- クレジットカード業界は変化が激しい業界であり、カード会社一社一社の合意を得ることは難しい。

#### <クレジットカード会社>

- 大きなルール変更でも、事前に協議が行われるわけではなく、通知されるのみ。
- 国際ブランドの裁量でルールを作っては、違約金を徴収している。特に、ある国際ブランドは違約金を徴収することが多く、クレジットカード会社間で問題視されている。
- 国際ブランドが譲歩してくれる場合も出てきており、良い方向に向かっている（※）。

※ 「手数料とサービスの内容が見合っていない」や「手数料引上げ時に説明の機会がなかった」との回答の割合は前回調査よりも総じて低下。

## 独占禁止法・競争政策上の考え方

### 優越的地位の濫用

- 取引上の地位が優越している国際ブランドが、クレジットカード会社の意見を十分考慮することなく契約内容を一方的に改定する行為によって、クレジットカード会社に不利益を与える場合には、独占禁止法上問題（優越的地位の濫用）となるおそれ。
- 国際ブランドは、契約内容の改定を行う理由等について、根拠を示して十分な説明を行うことが望ましい。また、クレジットカード会社から意見が寄せられた場合には、当該意見をできる限り考慮することが望ましい。

# 非接触決済手段（タッチ決済）の搭載義務化及び対応端末の導入義務化に伴う費用負担

## 実態

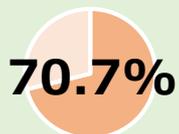
### 国際ブランド及びクレジットカード会社の回答

<国際ブランド>

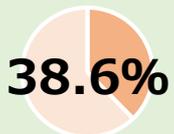


タッチ決済の搭載を義務付けている又は義務付ける予定

<クレジットカード会社>



搭載義務付けの通知を受けた  
※前回調査比40ポイント増



費用増加とメリットが見合っておらず、将来的にも見合うことはない

### 国際ブランド及びクレジットカード会社の意見

<国際ブランド>

- 新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、消費者からのタッチ決済に対するニーズが拡大している。
- 対応端末の導入義務化については、多くのアクワイアラに賛同してもらっている。

<クレジットカード会社>

- タッチ決済の搭載については、今のところ、コストに利益が見合っていない。
- 加盟店の性質や規模にかかわらず、一律に対応端末の導入義務化というルールは、受け入れがたい。例えば、高額決済のみの加盟店の場合、導入するメリットは全くない。
- 対応端末の導入のため、年間数億円のコスト増を見込んでおり、加盟店手数料に転嫁せざるを得ない。

出所：調査結果を基に当委員会作成

## 独占禁止法・競争政策上の考え方

### 優越的地位の濫用

- 取引上の地位が優越している国際ブランドが、クレジットカード会社の意見を十分考慮することなく一方的に、搭載や導入に伴い発生する相当程度の費用の全てをクレジットカード会社に負担させるなどの行為によって、クレジットカード会社に不利益を与える場合には、独占禁止法上問題（優越的地位の濫用）となるおそれ。
- 国際ブランドは、搭載や導入の必要性について十分な説明を行うことが望ましい。また、クレジットカード会社に義務付けに応じることが困難な事情が存在するときには、当該クレジットカード会社への義務付けを免除することが望ましい。

- 国際ブランド及びクレジットカード会社が、本報告書を独占禁止法違反行為の未然防止に役立て、競争促進的な取組を行うことにより、クレジットカード市場における競争が促進され、消費者利益の向上が図られることを期待。
- 引き続き、クレジットカード市場の動向を注視し、特に、カテゴリー I の国際ブランドによって標準料率が公開された場合には、標準料率を含むイシュー手数料率の動向等について注視するとともに、独占禁止法に違反する行為に対しては厳正に対処。