

2024 年 5 月 30 日
日 本 銀 行

2023 年度・国庫金のキャッシュレス納付推進に関する アンケート結果について

2024 年 1 月から 3 月にかけて、金融機関あてに国庫金のキャッシュレス納付推進に関するアンケートを実施しました。結果は別紙のとおりです。

本アンケートの結果をみると、2023 年度はほぼ全ての金融機関で昨年度以上の取り組みが実施されたほか、2024 年度においてもほぼ全ての金融機関で取り組みの強化・継続が計画されており、多くの金融機関がキャッシュレス納付推進に積極的に取り組んでいる様子が確認されました。一方、課題としては、取引先の電子化の遅れなどが挙げられており、継続した働きかけや広報・周知の充実といった取り組みの必要性が窺われます。

なお、この間、各地域において「キャッシュレス納付推進宣言」が実施されるなど、官民一体での取り組みが拡大しています。日本銀行でも、社会全体のデジタル化の推進を後押しするとともに、国税当局等との連携のもとキャッシュレス納付に関する取り組みを積極的に行ってまいります。

【本件に関する照会先】

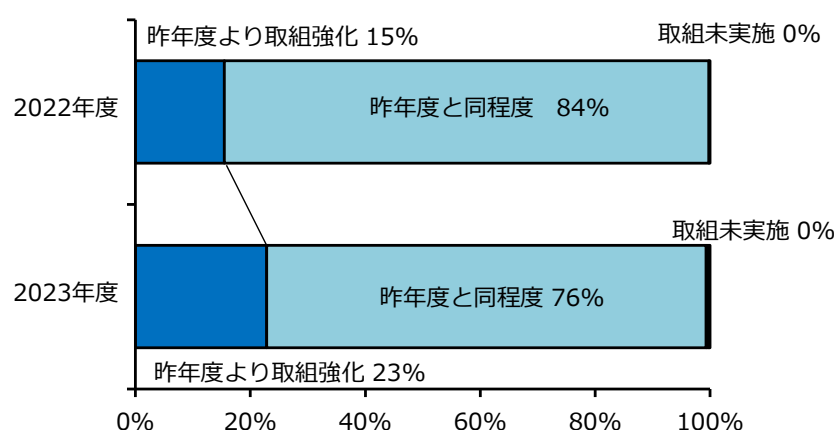
日本銀行業務局総務課 国庫業務企画グループ（03-3277-2043）

2023 年度・国庫金のキャッシュレス納付推進に関する アンケート結果¹

1. 2023 年度のキャッシュレス納付の推進に関する取組状況

アンケートにご回答頂いた 446 金融機関²中、国庫金のキャッシュレス納付の利用推進に向けた取り組みを昨年度よりも強化した先は 23%、昨年度と同程度の先は 76%と、ほぼ全ての金融機関でキャッシュレス納付推進の取り組みを強化・継続していました。2022 年度と比較しても、昨年度よりも強化した先が+8%P 増加するなど、キャッシュレス納付推進に積極的な先が増えています（図表 1）。

<図表 1>2023 年度のキャッシュレス納付の推進に関する取組状況



2. 経営方針上の位置付け

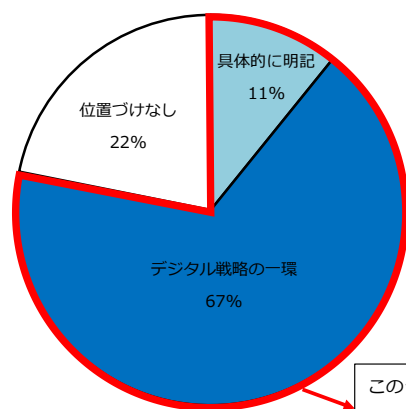
各金融機関における、キャッシュレス納付推進の経営方針上の位置付け（図表 2-1）をみると、大半（67%）の先でキャッシュレス納付をデジタル戦略の一環として位置付けていたほか、11%の先では具体的に経営方針（業務運営計画等）に明記していました。もっとも、具体的に明記している先とデジタル戦略の一環として位置付けている先のうち、定量的な数値目標（KPI<Key Performance Indicator>）を設定している先は、一部（7%）にとどまりました。

具体的な KPI（図表 2-2）としては、電子納付件数の増加率や、窓口における納付書の削減枚数、キャッシュレス納付に移行した取引先数などがみられています。

¹ 本資料記載の回答割合は、有効回答数を分母として算出しています。

² 歳入代理店引受金融機関等のうち国庫金電子収納事務取扱金融機関 446 先に対してアンケートを実施し、全対象先からご回答頂きました。

＜図表 2-1＞経営方針上の位置付け・KPI 設定状況 ＜図表 2-2＞具体的な KPI 例

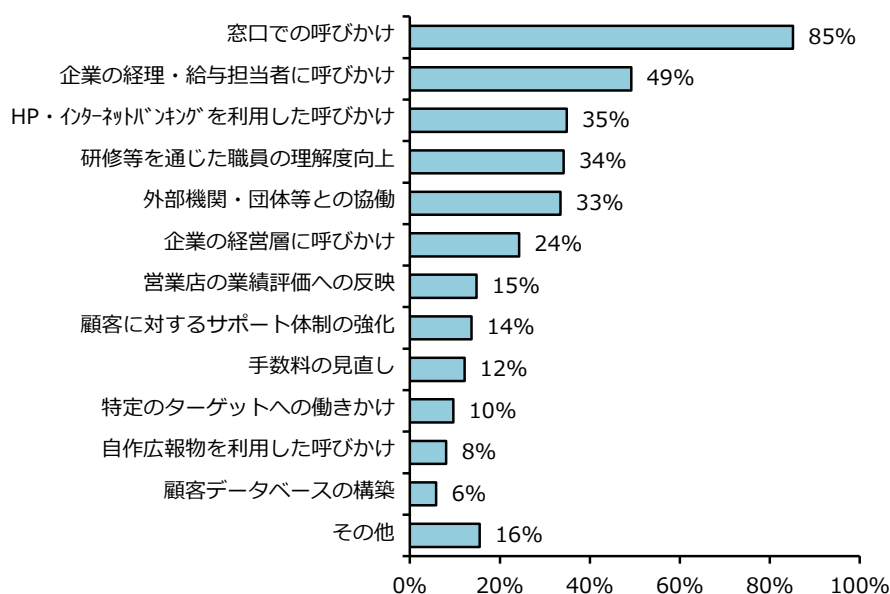


- ・電子納付件数の増加率
- ・窓口における納付書の削減枚数
- ・インターネットバンキングの契約数
- ・キャッシュレス納付に移行した取引先数
- ・ダイレクト納付の利用先数

3. 具体的な施策

2023 年度に実施した具体的な施策（図表 3-1）をみると、窓口での書面納付者への呼びかけ（85%）、渉外活動時の企業の経理・給与担当者への呼びかけ（49%）、ホームページやインターネットバンキングを利用した呼びかけ（35%）といった納付者への働きかけや、研修等を通じた職員の理解度向上（34%）、外部機関・団体等との協働（33%）など推進体制・枠組の整備などが実施されています。

＜図表 3-1＞2023 年度に実施した具体的な施策

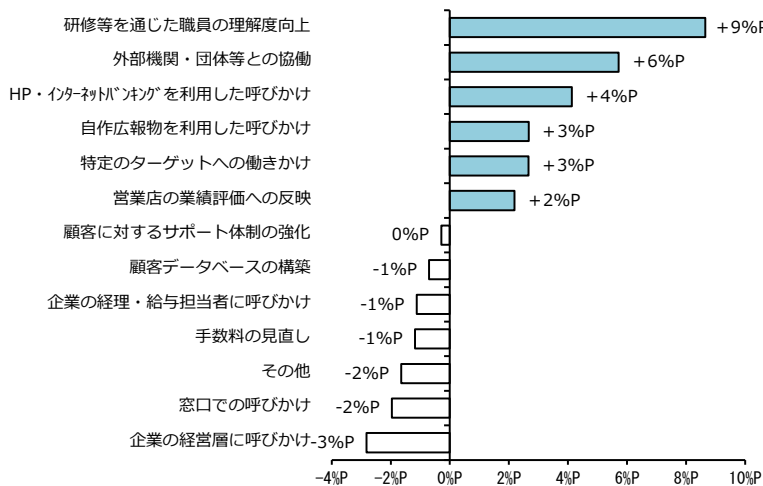


（注）複数回答可。

2022 年度実績との比較（図表 3-2）をみると、研修等を通じた職員の理解度向上（+9%P）、外部機関・団体との協働（+6%P）、HP・インターネットバンキングを利用した呼びかけ（+4%P）、特定のターゲットへの働きかけ（+3%P）などの施策が増加しています。このうち、特定のターゲットへの働きかけの具体例では、合理化の効果が高い法人に加え、納税者と接点の多い税理士事務所などにも働きかけが広がっている様子が窺えます（図表 3-3）。

＜図表 3-2＞2022 年度実績と 2023 年度実績の比較

＜図表 3-3＞特定のターゲットへの働きかけの例

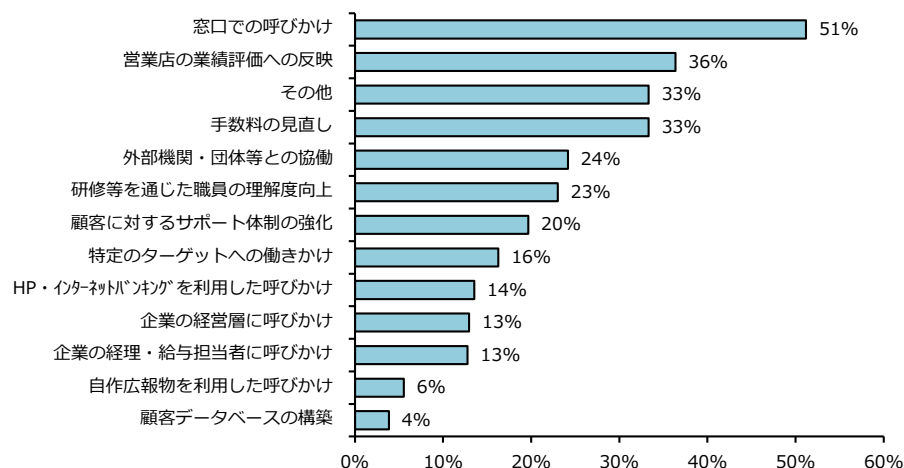


- ・納付件数が多いなど、合理化効果が
高い法人
- ・インターネットバンキングを既に契
約済みの法人
- ・税理士事務所
- ・源泉徴収先

（注）2022 年度アンケートと 2023 年度アンケートで同一の選択肢となっている項目について比較。

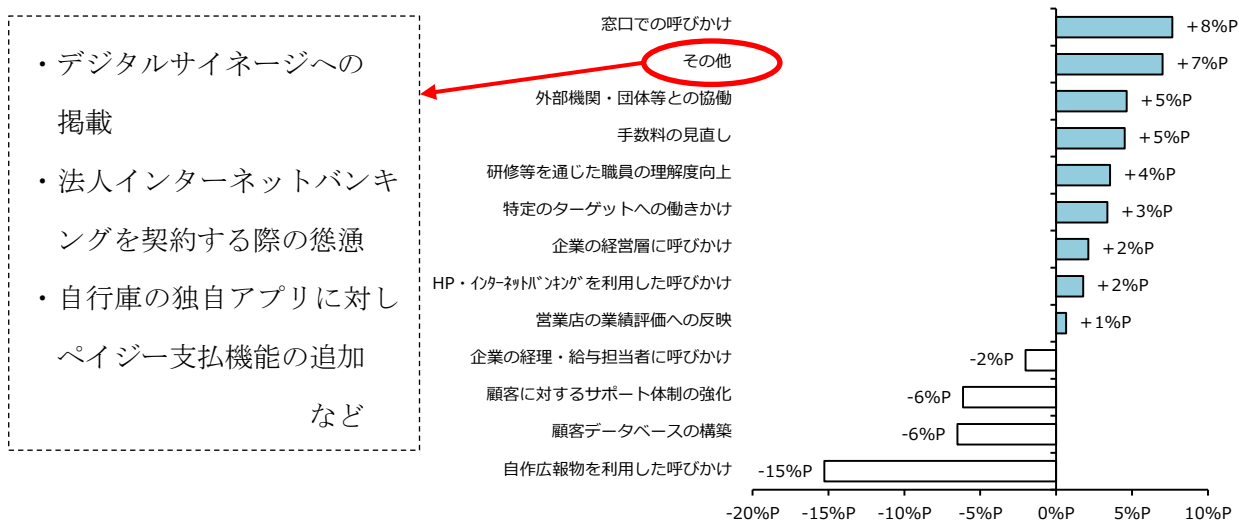
また、最も効果があるとされた施策（図表 3-4）としては、窓口での呼びかけ（51%）に続いて、営業店の業績評価への反映（36%）、インターネットバンキング等の手数料の見直し（33%）、その他（33%。金融機関における独自の取り組み）が上位となっています。2022 年度と比較すると、窓口での呼びかけやデジタルサイネージの掲載・独自アプリの機能強化など、金融機関における独自の取り組みが特に増加しています（図表 3-5）。

＜図表 3-4＞最も効果があるとされた施策



（注）各取組方法の実施先数に占める、当該取り組みを最も効果があるとした先数の割合として算出。

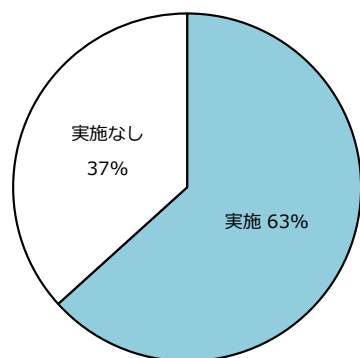
＜図表 3-5＞最も効果があるとされた施策の 2022 年度との比較



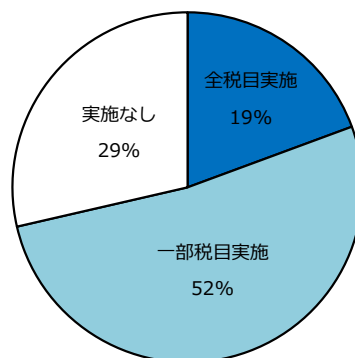
(注) 各取組方法の実施先数に占める、当該取り組みを最も効果があるとした先数の割合として算出。

地方税と一体での国税のキャッシュレス納付推進の取り組み（図表 4）については、6 割超と、多くの金融機関が実施していることがわかります。また、金融機関自身のキャッシュレス納付（図表 5）についても、全税目または一部税目について実施している先が合わせて 71%と、大半の金融機関においてキャッシュレス納付が普及しています。

＜図表 4＞国税・地方税一体でのキャッシュレス納付推進の実施状況



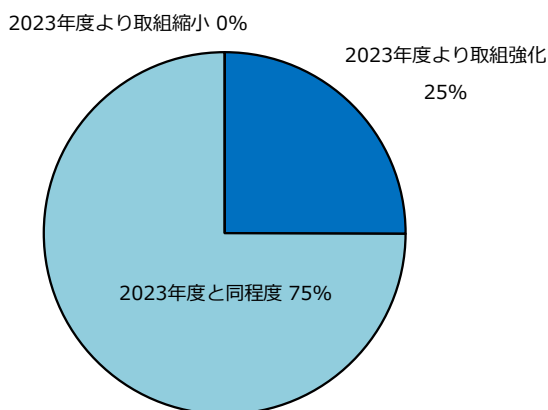
＜図表 5＞金融機関自身のキャッシュレス納付の実施状況



4. 2024 年度の取組方針

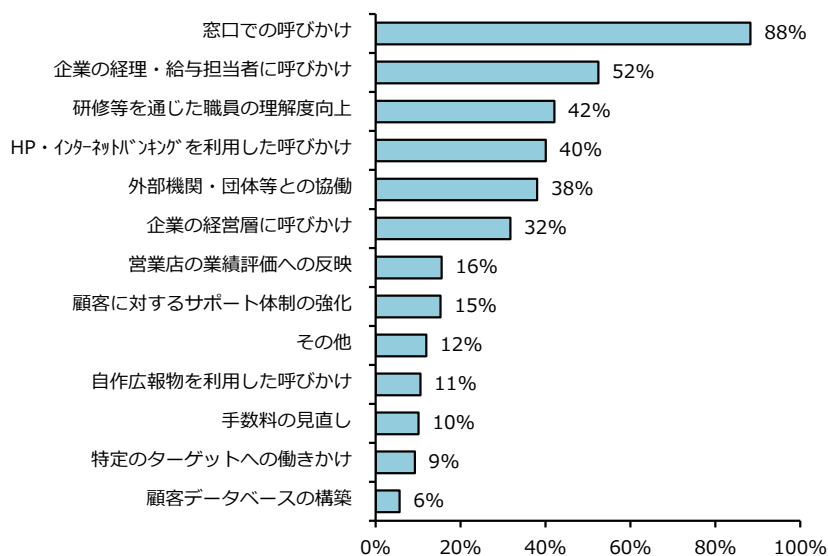
2024 年度の取組方針（図表 6）をみると、2023 年度より取り組みを強化する先が 25%、2023 年度と同程度の取り組みを実施する先が 75%と、全体として、キャッシュレス納付推進に積極的なスタンスが継続されていることが確認されました。

＜図表 6＞2024 年度の取組方針



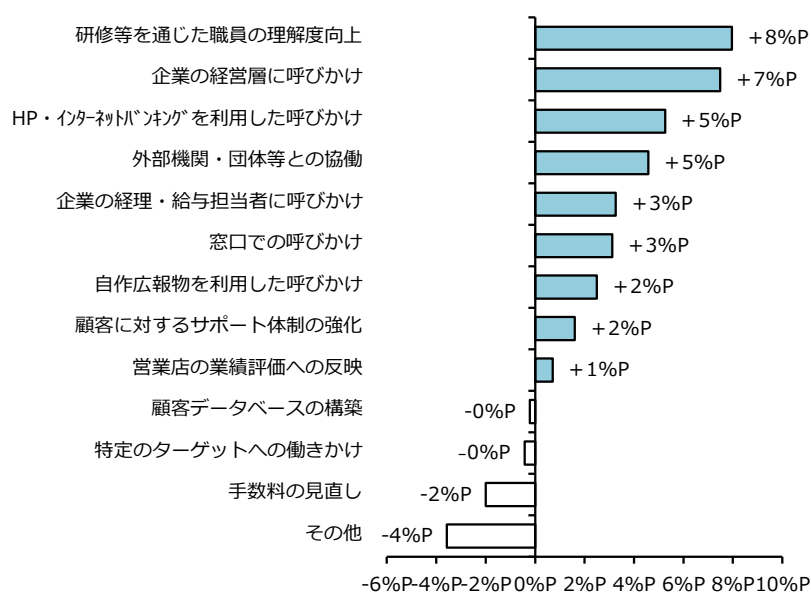
2024 年度に計画している具体的な施策（図表 7-1）をみると、引き続き、窓口での呼びかけ（88%）が多くを占めるほか、渉外活動時の企業の経理・給与担当者への呼びかけ（52%）や研修等を通じた職員の理解度向上（42%）など、幅広い取り組みが計画されていることが確認されました。また、2023 年度実績との比較（図表 7-2）をみると、研修等を通じた職員の理解度向上（+8%P）を強化することに加え、一段と深度のある取り組みを実施すべく、企業の経営層への呼びかけ（+7%P）や外部機関・団体等（+5%P）との協働を計画する先が増加しています。

＜図表 7-1＞2024 年度に計画している具体的な施策



（注）複数回答可。

<図表 7-2> 2023 年度実績と 2024 年度計画の比較

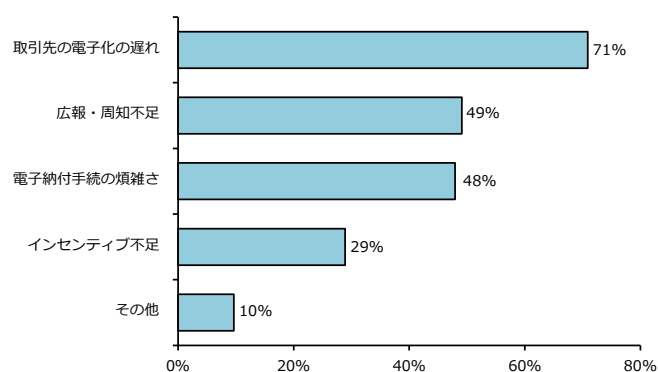


5. キャッシュレス納付の更なる普及に向けて

以上のとおり、キャッシュレス納付の推進について、全体として積極的なスタンスを継続して頂いているほか、金融機関における経営層・本部のコミットメントを強めつつ、納付者への働きかけに加え、外部機関・団体等を巻き込んだ推進や推進体制・枠組の整備といった施策も実施頂いていました。

一方で、現状、キャッシュレス納付の浸透は道半ばです。この点、本アンケートでご回答頂いたキャッシュレス納付推進に向けた課題（図表 8-1）をみると、取引先の電子化の遅れ（71%）が最も多く、次いで、広報・周知不足（49%）、電子納付手続の煩雑さ（48%）が指摘されています。具体的には、取引先における PC 操作の苦手な担当者に対する推進の難しさや金融機関における職員の知識不足等といった課題が挙げられています（図表 8-2）。

<図表 8-1> キャッシュレス納付推進に向けた課題



（注）複数回答可。

<図表 8-2> 課題に関して聞かれた声

- ・取引先における PC 操作の苦手な担当者への推進が困難
- ・職員の知識不足や営業店の人員不足
- ・電子納税導入時の費用・手間がかかる
- ・税理士が書面納付を行っている

以 上