

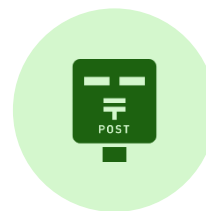
なとりコインプレミアム 販売方式比較分析

オンライン申込 VS ハガキ申込による実地販売
～ユーザビリティ・事務負担2つの観点からの比較～



オンライン申込

VS



はがき申込

■ なとりコインプレミアム概要

★ プレミアム特典

購入金額
4,000円
→
利用可能金額
6,000円

50%プレミアム

申込・販売方法



オンライン申込

デジタル方式

有効申込件数 : 3,655
有効申込セット数 : 17,607

- ✓ マイナンバーカード + xIDアプリ
- ✓ xIDアプリ内の「デジタル郵便受け」に結果通知
- ✓ スマートフォンで完結（スマホ残高に追加）
- ✓ 5/19に購入開始
- ✓ 抽選で15,000セット×200円分のなとりコイン進呈



事業詳細

対象

名取市民（住民登録している世帯）

限度

1世帯5セットまで

申込期限

令和7年4月15日まで（第1弾）

使用期限

令和7年11月30日まで

販売数

50,000セット（3億円分）

※オンライン・ハガキ申込合計

その他

特設コールセンター・個別相談窓口 設置



はがき申込・店舗販売

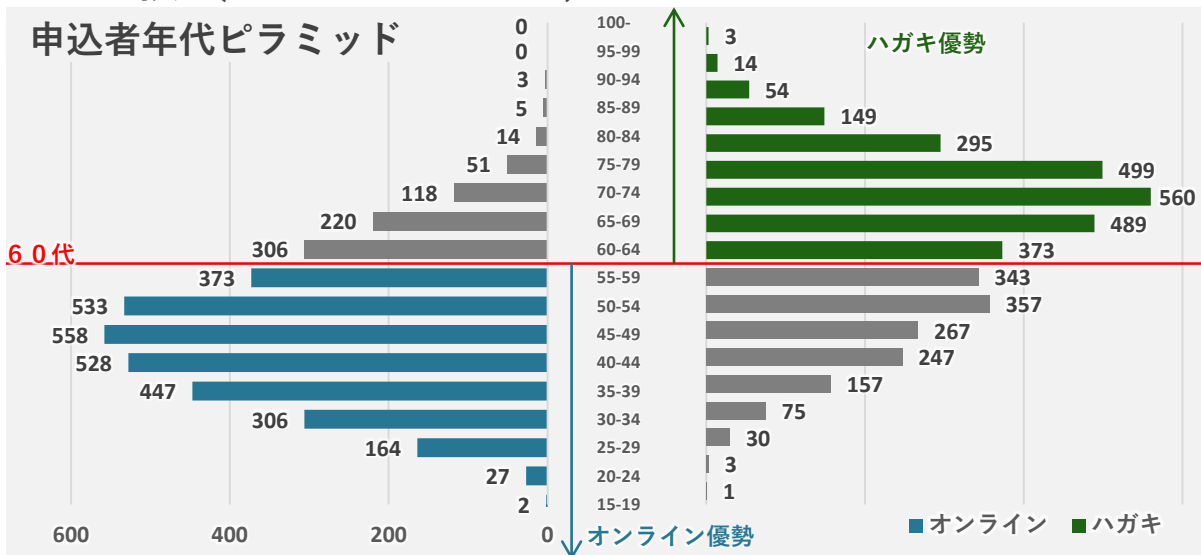
従来方式

有効申込件数 : 3,916
有効申込セット数 : 18,598

- ✓ 広報折込のはがきで申込
- ✓ 当選結果ははがきで受領
- ✓ 紙カード形式で購入
- ✓ 6/21,22 に購入開始

■ 比較 (ユーザビリティ)

申込者年代ピラミッド



申込件数比較 () 内は%

セット数	オンライン	ハガキ
1	42 (1.15%)	60 (1.53%)
2	99 (2.71%)	151 (3.86%)
3	91 (2.49%)	132 (3.37%)
4	21 (0.57%)	25 (0.64%)
5	3,402 (93.08%)	3,548 (90.60%)
合計	3,655	3,916

購入件数比較

セット数	オンライン	ハガキ
1	30	3,737 (95.8%)
2	90	
3	87	
4	20	
5	3,297	
合計	3,524 (96.4%)	

比較観点

①利用者層の違い

- ✓ 若年層・中年層が多い (60歳↓)
- ✓ スマートフォンを活用可能
- ✓ デジタルリテラシー↑?

②申込・購入の手間 (申込セット数に有意な差はなし)

- ✓ 当選通知を受領後、すぐに購入
- ✓ 完全オンライン完結・24時間スマホから購入
- ✓ 支払はクレジットカード対応 (orコンビニ支払)
- ✗ 購入手続が複雑 (xID・などリコイン登録、パスワード)

③販売スピード・売れ行き

- ✓ 申込後1ヶ月弱で販売可能 (4/15×切→5/19販売)
- ✓ 長期間の販売期間を設定可能
- ✓ リアルタイムで販売状況を確認可能→リマインド等対処が可能
- ✓ 申込者のうち96.4%が購入

④利用傾向の違い

次回以降報告

- ✓ MNC認証により転売等の不正リスクは低い
- ✓ 自分の好きなタイミング場所で購入可能
- ✗ デジタルペイドによる参加障壁 (MNC認証)

⑤公平性・不正リスク

はがき申込 従来方式・実地販売

- ✓ 高齢者層が多い (60歳↑)
- ✓ デジタル機器に不慣れ・マイナンバーカード未所持
- ✓ 60代以下はインセンティブ等によりオンラインへ誘導できる可能性

- ✗ 購入まで期間を要する
- ✗ 指定日・指定場所でのみ購入可能
- ✗ 支払は現金のみ
- ✓ デジタルに不慣れでも購入可能

- ✗ 申込から購入まで期間を要する (4/15×切→6/21販売)
- ✗ 人力の販売につき、販売期間は短期間で設定する必要
- ✗ 売れ行きが不調でもリマインドする手段がない
- ✓ 短期間の一括販売なので販売スピードは速い

次回以降報告

- ✗ 購入引換券、紙カードの転売について、抑止不可能
- ✗ 販売場所の混雑・待ち時間 (熱中症リスク)
- ✓ ハガキ申込につき参加障壁は低い (本人確認が容易)

■ 比較（受付・販売の事務負担）

比較観点	人日 (8h/d)	オンライン申込 デジタル方式・完全オンライン 【延べ190人日】	はがき申込 従来方式・実地販売 【延べ296人日】	人日 (8h/d)
担当		【オンライン販売・なとりコインを使うことによる増加分の業務】 名取市役所（DX推進室）、名取市商工会	【従来方式に係るロジ全般】 名取市役所（商工観光課）、名取市商工会	
企画・プロモーション 加盟店営業（共通）	89人日	<ul style="list-style-type: none"> × なとりコインを使うことによる企画業務（実施主体：商工会→市、商品券→オンライン残高orQRコード付カード、抽選方法） ✓ 加盟店営業（既存のなとりコイン加盟店は不要（プレミアムの説明のみ））【34人日】 ✓ PR資料の印刷や広報なとり折込資料の作成（広報なとり折込資料・ステッカー・ポスター作成）【55人日】 • 決済用端末購入費用補助（店舗向け 3万円/台） 		89人日
受付処理		<ul style="list-style-type: none"> ✓ LOGOフォームによる自動集計【即時対応】 【受付人数】3,764名（18,092セット） 【うち有効申請件数】3,655名（17,607セット） 	<ul style="list-style-type: none"> × 商工会にはがきが届き市へと手渡し、ナンバリングし保管。 × はがきが届くまでのタイムラグがある。 【受付人数】3,941名（18,670セット） 【うち有効申請件数】3,916名（18,598セット） 	
データ整備	0.5人日	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Excel突合（所要時間：3.5時間・1名）→チェック（1時間・1名） • フォーム作成・購入コード発行依頼（所要時間：1時間・1名） • LOGOフォームデータの重複申請等を削る • 住基データとの突合処理（Excel関数） 	<ul style="list-style-type: none"> × 手作業によるデータ入力（所要日数：14日間・9名） • 入力内容の確認（所要時間：7時間・1名） 	64人日
データ整備 （共通部分）	1人日	オンラインとハガキのデータをマージし抽選の要否を確認（→結果抽選はなし） 1世帯で5セットを超える申込があった場合に5セット以内に調整		1人日
通知対応	1人日	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 当選者の「デジタル郵便受け」へプッシュ通知（即時配信） × 「デジタル郵便受け」未開設者へのリカバー対応 【4/24】73名→メール配信→【5/12】23名→リマインドメール→【5/19】4名 →通知文発送→【5/27】0名 	<ul style="list-style-type: none"> × 郵送はがきにより当選通知・落選通知を発送（時間↑） × はがきのデザイン、宛名データの調製（販売場所指定） × はがき発送作業と並行して、カード販売を店舗へと委託 	10人日
販売対応 （スケジュールの柔軟性）	0.5人日	<ul style="list-style-type: none"> 【スケジュールの柔軟性有】 ✓ 購入パスコードの発行→プッシュ通知 ✓ オンライン販売（システム自動処理） 	<ul style="list-style-type: none"> 【スケジュールの柔軟性無】 × 販売店舗の選定・委託契約 × 人員配置、現金取扱・販売日に来れない人のフォロー × カードのデザイン・印刷 	34人日
問合せ対応 （共通）	98人日	<ul style="list-style-type: none"> × 特設コールセンター 委託→526人/42日 ・平均12.52人/日（最高31人/日） × 特設スマホ相談窓口 委託&人員配置（全庁的に動員）→603人/55日 ・平均11.82人/日（最高33人/日） ✓ 前年以前のプレ商業では商工会が直営で対応している 		98人日

総括

- ユーザビリティの視点では、オンライン申込の方が「来店不要でいつでも好きな時に買える」ことや「はがきに比べて早期に購入可能」なことから優位性がある。ただし、デジタル弱者や高齢者の購入機会確保のため、はがき申込は必要。
- 受付処理・データ処理・通知対応・販売対応全てにおいて、オンラインの方が事務負担が少ないと思われる。その一方で、申込・購入のサポートとして問合せ窓口やコールセンターの設置は不可欠。
- オンラインとはがきが半々の販売割合だと二正面作戦（オンラインと従来ロジ）となり、販売・人的コストの負担が大きい→オンライン販売のインセンティブを拡大するなど、段階的にハガキ申込を縮小しオンライン比重を高める必要がある。