

## 令和7年度 第5回デジタル地域通貨利用促進委員会会議録

1. 開催日時  
令和8年1月29日（木）10時00分～12時00分
2. 開催場所  
名取市役所 西棟第2会議室
3. 出席者  
宮崎委員長、熊谷委員、千葉委員、佐藤委員、松野委員、小松委員
4. 欠席者  
小平副委員、渡部委員、赤間委員、
5. 出席者（委員長要請による出席者）  
名取市商工会：高橋主査  
名取市 商工観光課：越河様 政策企画課：針生課長  
㈱NTTカードソリューション：川原崎課長（リモート）  
NTT 東日本㈱宮城支店：久保課長、谷平、原田（リモート）  
（事務局）  
DX 推進室 成田室長、新開室長補佐、伊藤主査
6. 事務局より
  - ・傍聴者の報告及び会議の記録方法の確認
  - ・本委員会は公開対象とし、本日の傍聴者は0名。
7. 宮崎委員長あいさつ
  - ・なとりコインプレミアムデータの整理が出来てきた。それを振り返りつつ、物価高騰対策でのデジタル地域通貨の活用も北海道がテレビで取り上げられているので、日本全体がどうなるのか見ていきたい。  
名取もどうなるか。認知度等を確認したい。  
利用者アンケートは賛同する声がありつつ、アプリ化の声も存在しているので、皆さんの意見を聞いていきたい。
8. 資料
  - (1) なとりコインの利用実績について … 【資料1】
  - (2) なとりコインプレミアムの流通結果について … 【資料2】
  - (3) なとりコイン利用者向けアンケートの結果について（速報） … 【資料3】
  - (4) 加盟店向けアンケートの内容について … 【資料4】
9. 議事内容のポイント（課題等）
  - (1) 検討事項
    - ・加盟店向けアンケート  
⇒Q3、Q4は満足度の具体的な選択肢をいれ、その理由を補足してもらう形にする。

⇒Q7 は併用を認めているか、併用できない場合は理由を聞く。または、アンケートの設問ではなく別にお知らせをする。

(2) 宿題事項

- ・12月のユーザ数の増加について年代別のデータ等は次回以降で報告する。

10. 議事内容

◇なとりコインの利用実績について

(事務局)

- ・1月13日時点で登録者数は13,600名である。12月に421名の新規登録があった。給付事業やキャンペーン周知の影響と想定される。性別や年齢構成の変化はなかった。人口ピラミッドは全世代で女性が多い、特に40代前半。住民基本台帳でシェア率を出した。
- ・チャージ金額は、なとりコインプレミアムや重点支援地方交付金による給付事業を除いて集計している。合計は約1,150万円であり、令和7年度に限ると約295万円のチャージがあった。週単位では5/19の週と1/5の週のチャージが多く、なとりコインプレミアムを開始した週と10%還元キャンペーンが開始された週となっている。男女比は半々、中年層が70%を超えている。若年層は著しく低く約16.5万円となっている。人口ピラミッドでは40代は男性が多い、女性は50代後半が多く主婦層で生活費をコントロールしていると推察している。10歳未満のチャージがあり、お小遣いとしてなとりコインが使われているいいなと考えている。
- ・決済金額の総額は約2,150万円で令和7年度に限ると約1,300万円の決済があった。最高の決済額は8/25の週で約66.7万円であった。なとりコインプレミアムでの支払いに合わせてチャージした残高を使った可能性があると考えている。市外ユーザの決済総額は約100万円の利用促進キャンペーンの影響があったと考えている。年齢層別では若年層のチャージが16万円であるのに対して決済額は107万円あった。令和7年度から実施している新生児に1万円分のなとりコインを配布する事業の影響と考えられる。
- ・店舗側の利用状況は1万円未満の決済が多く、大型店の利用は50%（プレミアム時は60%）だった。地区別や上位店舗への集中傾向もプレミアム時と変化はなかった。

◇なとりコインプレミアムの流通結果について

(事務局)

- ・流通結果については販売額が2億9515.2万円、決済額は約2億9304.6万円で99%以上の決済率だった。前回以前のプレミアム商品券事業と比べて同程度かやや伸びているという結果だった。決済総額がリアルタイムで分かるので、ナトぼたやHPでの周知が出来たことが高い決済率につながったと考えられる。オンライン、紙カードとも決済率は99%を超えている。

(委員長)

- ・プレミアム期間の伸びが顕著だった。終わってからも新規ユーザが微妙に伸びた要因は何か。

(事務局)

- ・12月のタイミングで1万円の給付事業が出たり、10%還元キャンペーンも広報に掲載された。

(委員長)

- ・1万円はどういう人に給付したのか。

(事務局)

- ・これから行う。

(委員長)

- ・これから行う物価対策に対して登録してもらえたということか。

(事務局)

- ・なとりコインプレミアムのPRは広報なとりのみだったが、そこでは認知しなかった人がニュースを見て登録したと考えられる。

(事務局)

- ・ナトぼたで熊の地図情報を出したらダウンロード数が増え、熊と津波で登録者が急増した。熊

のお知らせの際に、ナトぼたとなとりコインを両方登録した人に500円分のなとりコインを付与することも書いてあったので、それも影響していると考えられる。

(委員長)

- ・広告キャンペーンよりも危険や生活の窮地で登録者が伸びる。メディアとか広報なとり以外も使う必要がある。

(委員)

- ・1万円の給付に関して、新規登録者421人の年代別の傾向は分かるか。ナトぼたのダウンロード者と同じ傾向か。いままで届いていなかった層なのか。また、年代別の人口ピラミッドデータでユーザ数が15歳～19歳と20歳～24歳では20歳～24歳の方が1割ぐらい少ないが、チャージはないが決済が多いとかいびつになっている。若者層の使われ方が気になる。

(事務局)

- ・12月のユーザ数の増加はデータがないので次回以降の報告とする。チャージはないが決済が多いのは、紙カードや行政ポイント、紙を子供にあげて使ったと想定している。

(委員)

- ・親子割的なアプローチもありかと思う。

(委員長)

- ・なとりコインは譲渡ができない。アンケートであったのは紙の方が親子で使える。子どもがもらった紙カードをチャージすることで利用の決済額が上回っているのではないか。紙からチャージして個人間でやりとりは出来るので紙カードを残して欲しいという意見は高齢者の利用も含めて意見があった。

(委員)

- ・高校授業料の無償化とか、そういう層も育てやすい名取という見せ方もある。

(委員長)

- ・子育て支援の自治体は移住者が増える。富谷とか。そういう人にも伝わると広がる。プレミアムの構成は今までと変化はないか。買い回り品や主婦がメインだが、40代の父親も使っている。家庭内の役割分担、飲み屋やランチで利用か。飲食を含めて用途として新たなターゲットとしてもよいと思う。エリアは変わりがないか。

(事務局)

- ・変わりはないが、大型店はプレミアムの方が向上していた。

(委員長)

- ・今後どう広げるか。少額決済が中心だが、プレミアムを使った家電購入もある。ふるさと納税とかで、なとりコインだから使えるものとか選択肢を工夫するとメディアでもお店で取り上げてもらえる。

(委員)

- ・人口ピラミッドのチャージと決済を見ると、男性の35歳～39歳と55歳～59歳という2つの谷がある。家庭内の力関係なのか、伸びしろはあると思う。

(事務局)

- ・55歳～59歳は年代による家庭内の役割的な説明がつくかもしれないが、35歳～39歳が谷になっている要因は気になっていた。

(委員長)

- ・収入の多い少ないがあるのか。ユーザ数はそれなりにいる。

(委員)

- ・子どもや孫が生まれて我慢させられているとかか。

(NTT 東日本 久保)

- ・名取市の人口的に少ないということはないか。

(事務局)

- ・人口比では谷になっていない。

(委員長)

- ・同世代の職員の声を拾うと見えて来るかもしれない。家庭の状況、世代の行動傾向とか。そこから類推してヒントにするか。

(委員)

- ・55歳～59歳が谷なのか、他が突出しているのか。3世代世帯が多いのか。孫や住環境など、今後の狙いが見えるかも。女性の55歳～59歳だと男性の方が年齢は。3世代キャンペーンとか。

(委員長)

- ・一部は市外も含まれている。仙台市の子どもが使うとか。

#### ◇利用者向けアンケート

(事務局)

- ・なとりコインプレミアムを購入者から無作為抽出した2,000名（オンライン1,000名＋ハガキ申請1,000名）。オンラインはデジタル郵便受けにフォームを送付。紙カードはアンケート用紙と返信用封筒を郵送。12月10日～12月24日まで実施して831件（オンライン432件、郵送399件）の回答があった。
- ・性別や年代はユーザの構成に近い。地区は増田、増田西、愛島、ゆりが丘の順で回答者が多かった。
- ・申込、購入はオンラインが243件、ハガキが596件とハガキが多かった。これは周知の差かと思う。
- ・オンラインを選択した理由は、「窓口購入が不要」「早く購入できる」「インセンティブ（200円）」が多かったが、オンラインの特徴である「いつでも購入できる」は少なかった。
- ・ハガキは「オンラインより簡単」「やり方がわからない」が多かった。スマホやマイナンバーカードを持っていない人もいるので紙カードの支援策は必要と考えている。
- ・紙カードからスマホに取り込んだ人が48%いた。
- ・購入セット数は、5セット以上が61%と多くを占めた。
- ・利用用途は食料品、日用品の購入が多く（97%）、生活の下支えというプレミアムの主旨に合うものだった、一方で外食も約30%の利用があった。
- ・事業の満足度は昨年度よりも向上している。5割り増しが影響した可能性もあるが、使い方のマニュアルを配布した効果はあったと思う。申込方法は75%以上が簡単と回答しているが、新規登録は47%と数字が落ちている。ID、パスワード、メールアドレスの認証などで躓きがおおいのかと思う。
- ・支払いは63%が肯定的な回答だった。
- ・加盟店の数やジャンルは48%が肯定的だったが、十分ではないとの回答も30%あった。
- ・プレミアム率（50%）は91%が肯定的な回答だった。
- ・大型店、一般小売店、飲食店の区分は64%が問題なく利用出来たと回答。
- ・プレミアムがオンラインのみだった場合の購入は概ね半々の回答で、「いいえ」と選択した理由は「やり方が分からない」「スマホやマイナンバーカードを持っていない」などの回答であり、今後も紙カードの継続や相談窓口の支援が必要と考えている。また、41%が面倒と回答しているが、販売スキームの簡素化や1つのアプリで完結する仕組みにすれば解決すると思う。

(委員長)

- ・回答率は2,000件を対象に831件の回答があり40%と非常に高い。無作為抽出の方法はどうしたのか。バランスを取ったのか。

(事務局)

- ・単純に1,000人とした。バランスは見えていない。

(委員長)

- ・若干偏りがあるので見方を注意した方がよい。利用者は30代～50代がメインだが、アンケートの回答者は60代、70代が多かった。ハガキの回答が多いと思うが、デジタル郵便受けはみんな見ているのか。

(事務局)

- ・なとりコインプレミアムの購入時にしか使っていないので日常的には使っていない。

(委員長)

- ・そこも若い世代の回答が少ない理由になっている可能性はある。
- ・アンケートの回答者はオンラインとハガキが半々だが、購入は「ハガキが70%」になっている。無作為抽出の対象者がハガキの人が多かったのか。

(事務局)

- ・オンラインとハガキから1,000件ずつ半々に抽出しているが、オンライン購入者へのアプローチはメールアドレスが分からないのでデジタル郵便受けのみとなっている。読まれた確認が取れたのは425件であった。プッシュ機能はあるが端末側で切られている可能性はある。

(委員長)

- ・回答のバラつきがあるのは全体を通して認識した方が良い。
- ・ハガキを減らしてオンラインに移行できるかの観点で見ると、20代~40代でオンラインが半数程度、ハガキは50代~70代で7~8割ぐらい。若い世代が何故ハガキを使うかを見ると20代~40代は、「オンラインよりも手続きが簡単で安心だから」という利便性を考慮していたり、「手続きが分かりにくい」とか「ネット上の個人情報のやり取りが不安」という方も一定数いる。手続きの方で、若い人でもハガキの方が優位になっているのをどう改善するかがポイント。次回オンライン限定で販売した場合、50代、60代でも受け入れている。逆に30代、40代でもNoという方が一定数いる。理由としては「手続きが面倒くさい」と敬遠されている。その辺の工夫が必要。

(委員)

- ・結果に矛盾を感じている。紙で買った人がアンケートはQRから回答している。スマホで出来るではないか。手続きがQR程度ならいいがそれから先はやりたくないということかと思う。買わない理由を額面通りに取る必要ない。60代でもオンラインが優勢、買わないと回答している人も半数は買うのではないか。手続きを簡単にする方向がいい。ハガキありきではない。得ならやると思う。プレミアム事業として紙カードは他の市の人にあげられるので、正しい使い方ではない。オンライン限定で買わない人はアンケートをハガキで回答しているのか。

(委員長)

- ・バイアスを含めて、裏を読む必要もあるかと思う。

(委員)

- ・オンラインは1,000件を抽出する必要があったのか。オンラインは1,000件でなく全員に送っても良かったのではないか。その中の回答率を見た方がよかった。回答にはお礼は付けているのか。

(事務局)

- ・お礼に100円分のなとりコインがあげている。

(委員長)

- ・だから回答率が高い。

(事務局)

- ・QRで回答した時のみ100円のインセンティブがもらえる。

(委員)

- ・アンケートデータに基づいて、紙とかコールセンタの件を検討すると思うが、どういう市民社会でありたいか、依存関係を築ける仕組みを残すところを前提にした設計がよい。インセンティブがいいかは分からないが、紙が減ってオンラインに移行する絵を書ければと思う。

(委員長)

- ・本来目指す方向性ではある。

(委員)

- ・楽な方を取ってしまう。熊とか津波とか必要性があればオンライン化できる。

(委員長)

- 利便性や使い勝手の良さの声は出ている。デジタルだと変な使い方はできないが、デジタルだからこそ、こういう活用できるという方向にいけば、市民社会的な活用の議論にもっていける。本来デジタル地域通貨は単なる経済対策だけではない。今回はプレミアム中心だったが、今後どうするか考えられるとよい。

(委員)

- モノ申したい人の不満が見える。新規登録や加盟店など。プレミアムよりも、なとりコインそのものの利用。ありがたいクレームと考えればいいデータだと思う。

(委員長)

- 新規登録はハードルが高いがやれないわけではない。サポートがあればいいと思う。相談窓口は市役所とコールセンタの2つ。サポート体制が出来ればよい。ソフトバンクとかの携帯事業者がやっても良いという話はある。加盟店の追加やジャンルを増やすことは地道にやらないといけない。新規開拓をやっていくとよい。

(委員)

- 紙カードの販売所では登録方法のサポートをしたのか。

(事務局)

- 販売時にはサポートをしている。それ以外は市役所。

(委員)

- 販売時に行うのが一番効率がよい。紙カードを継続するなら、その時のサポートを手厚くすれば効率がよい。

(委員長)

- その時どのくらい来ていたか。

(事務局)

- 日に20件ぐらいいは来ていた。委託事業者1名と市職員2名の計3名でサポートしていた。販売はお店側で実施した。

(委員長)

- 販売時に説明があることも事前に周知しておくとい。

(委員)

- 日常に申請の仕方の刷り込む方法として、なとりん号の車内広告に申込方法を書いておくとか。名取駅とか。スーパーのレジ待ち時とか。

(委員長)

- 4月とか10月とか人の異動がある時期がよい。

#### ◇加盟店向けアンケートの内容について

(事務局)

- 前はメールだけの想定だったが郵送を追加した。実施対象は244店舗で2月中に周知、回収予定。業態や資本関係を聞いていたが負担軽減のため割愛した。加盟店になった理由も自由記述とした。代金支払い時になとりコインの残高が不足していた場合の対応を追加した。併用してもらうことを意図としている。プレミアム時になとりコインの残高が不足して使えなかったという意見があった。

(委員長)

- こちらは全数取る。前は件数が少なかったのが個別ヒアリングを行ったが、今回は数が多いので、この形にした。

(委員)

- プレミアム事業全体の満足度を聞かれても何を答えていいかわからないのではないかと。Q3とQ4は逆の方が良い。

(委員長)

- プレミアムと普段の比較ができればと思うが、誰が答えるかで難しい。

(委員)

- ・少し説明があると良い。  
(委員)
- ・新しいお客さんが来たとか。  
(委員)
- ・具体的な選択肢があると良い。なとりコインプレミアムで良かったことは「売上が増えた」とかを羅列して、それ以外を記述にする。不満だったこと、やりにくかったこととして「説明が大変だった」とか「理解していない人が来た」とか。具体的な選択肢を書いた上で、その他の意見があればという方が答えやすい。  
(委員長)
- ・前回は選択肢は作ってなかった。今回は全体とシステムの部分を分けた。  
(事務局)
- ・前回は同じ作りをしていた。  
(委員)
- ・例が具体的に書いてあるので、これをそのまま選択肢にしたらいいと思う。  
(事務局)
- ・前回、選択肢より自由記述の方が回答しやすいという意見があった。  
(委員)
- ・前回の自由記述の回答が出やすいと思うので、それを候補にするとか。他にある人には書いてもらう。  
(委員)
- ・選択肢があったほうが、自由記述も出やすい。  
(委員)
- ・複数回答で選ぶか。  
(事務局)
- ・良かったことと不満それぞれ。  
(委員)
- ・アンケートで何を知りたいかの前提が分からない。  
(事務局)
- ・店舗側での改善点とか使い勝手を考えていた。  
(委員)
- ・なとりコインの満足度とシステムの部分は明確に分けた方がいい。  
(委員)
- ・機能改善であれば、機能が分かれていた方が回答しやすい。  
(委員長)
- ・満足度でない方がいい。  
(委員)
- ・なとりコインプレミアムと、なとりコインそのものの使い勝手とかであれば分けて。  
(委員長)
- ・プレミアムとなとりコインを分けたいとの意図はあった。  
(委員)
- ・なとりコイン以外での支払いをお願いした理由を教えてくださいのところは、併用出来ない理由を聞いた方がいい。店として併用を禁止しているところもある。  
(委員)
- ・イオンモールはキャッシュレス決済同士の併用は出来ない。クレジット会社の規約で出来ない。差額を現金でいただくことは出来る。それをお店で対応してくれるかの話。  
(委員)
- ・レジの中にはキャッシュレスと現金は分けて登録できる機能はあるが、併用出来ないと断られることはよくある。レジの機能を知らないのか、会社が禁止しているかは分からない。その理

由を聞ければよいが併用はハードルが高い。

(委員)

- ・お客様の利便性としては併用出来た方がいいが、商品券も差額は現金しかできない。

(事務局)

- ・レジとか債権の理由ということが分かったので、アンケートの設問ではなくて、別にお知らせをする。

(委員長)

- ・Q3、Q4は満足度の具体的な選択肢をいれ、その理由を補足してもらおう形にする。Q7は併用を認めているか、併用できない場合は理由を聞く。

(委員長)

- ・残高がちょっとだけ残っていると使えないという人への対策。

(委員)

- ・残高不足の人がいたか、どういう対応をしたかを聞いたらいいいのではないか。

(委員)

- ・店側の理由もあって併用できない。

(委員)

- ・100円分のなとりコインをもらっても使えないのではないか。

(事務局)

- ・選択肢で、「併用を認めたか」「会社ルールで認めていない」「そういう客が来たか」とかの選択肢があった方がいいのか。

(委員)

- ・選択肢はあった方がいいが。

(委員長)

- ・そもそもこれを聞くか。

(事務局)

- ・アンケートの設問ではなく、対応をお願いするか。

(委員)

- ・チャージをお願いするか。

(委員)

- ・現金なら対応してくれると思う。

(委員長)

- ・Q3、4、7は役所で検討。

(事務局)

- ・2月中に完了したいので設問は委員長、商工会とも相談し、事務局に一任とさせて欲しい。

◇その他：なとりコインを活用した物価高騰対策の給付事業について

(事務局)

- ・全世帯に1万円分のなとりコインを配布。カードで自宅に届ける。2月中旬ごろに配布。なとりコインに触れる方が大きく増える。

(委員長)

- ・送付物にはチャージの仕方とかの説明は入れるのか。

(事務局)

- ・事業のご案内となとりコインの使い方として新規登録、チャージの仕方とかを入れる。チラシで紙カードのままでも使える店舗を入れる。

(委員長)

- ・スマホに取り込めるといふのを書いた方がいい。

(事務局)

- ・そのようにする

(委員長)

- ・紙のネックは使える店が制限されてしまう。

(委員)

- ・紙カードをイオンに持ってくる人の対応で、チャージしないと使えないと説明するのが大変。紙カードが使える店を視覚的に出して欲しい。

(針生課長)

- ・紙カード送付時のチラシに「紙カードで使える店はここ」「スマホチャージで使える店はここ」というように分けて周知するようにしている。量がおおいので配布だけでも2月中旬～下旬までかかる。

(委員)

- ・イオンでも紙カードは使えないことを再周知する。

(委員)

- ・1万円使って終わりにならないようにユーザとのコミュニティまでいけたらよかったと思う。

(針生課長)

- ・まずは普及率の拡大が最重要。全世帯に配るので登録者が増えると思う。次のステップでは考えている。

(委員長)

- ・寄付とかの仕組みはあるか。市民活動での利用とか。

(針生課長)

- ・国の方のお金なので景気対策に使わないといけない。

## 11. 次回のスケジュール

(事務局)

- ・第6回は3/24(火) 13:30 から6階第1会議室。

## 12. 閉 会