

令和7年度 第6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3月24日（火）13時30分～15時15分
2. 開催場所
名取市役所 6階第1会議室
3. 出席者
宮崎委員長、小平副委員長、熊谷委員、千葉委員、佐藤委員、赤間委員
4. 欠席者
渡部委員、松野委員、小松委員
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：越河係長 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
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、今野係長、伊藤主査、岩野主事
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
 - ・今年度最後の委員会ということで、1年を振り返りとプレミアム商品券事業は無事に終了した。いまは物価高騰対策で、なとりコインを配布しているところであるが、次の段階として今後何を目指して行くかを議論できればと思う。
8. 資料
 - (1) なとりコインの利用実績について … 【資料1】
 - (2) 利用促進キャンペーンの実施結果について … 【資料2】
 - (3) なとりコイン加盟店アンケートの結果について … 【資料3】
 - (4) なとりコイン利用者向けアンケートの結果について … 【資料4】
 - (5) 令和8年度のデジタル地域通貨利用促進委員会の進め方について … 【資料5】
9. 議事内容のポイント（課題等）
 - (1) 決定事項
 - ・委員会の事務局をDX推進室から商工観光課に移管する。
 - ・開催は、基本は年3回とし必要に応じて随時開催も可能な形にする。
 - ・委員の任期が7/22までのため7/23に委嘱状を交付する。
 - ・物価高騰対策後に子ども1人あたり3,000円のなとりコインを配布する。
 - ・新生児への1万円のなとりコイン配布を継続して行う。

(2) 検討事項

- ・キャンペーン関連
開催時期をどうするか。(次年度は、アプリ化のリリース時と年末の2回を予定)
商工会の年末キャンペーンとの抱き合わせ、プレミアム商品券事業や給付事業との同時開催によるチャージ促進。キャンペーンの目的や目指す結果の明確化。
- ・なとりコインPR 関連
アプリ化の完了と合わせたPRグッズのリニューアル。市役所等の公共施設でのポスター掲示など。(チャージや決済方法の分かりやすい周知を含む)
- ・プレミアム商品券事業
「はがき」との併用か、オンラインに振り切るのか。併用の場合、紙カードで購入してチャージしてもらう利用方法を推奨するなど、紙とデジタルそれぞれの良さを組み合わせる方策の検討が必要。オンラインで購入する際の手続きの簡素化。
利用区分をどうするか。
- ・加盟店
地域ごとのバラつきを含めて数や種類をどう増やすか。紙カード対応店舗を増やすのはオンライン化と逆行するので本筋ではない。
- ・全体
デジタル地域通貨で何を実現するのか、ビジョンやステップアップをどうするか。

(3) 宿題事項

- ・次回(6/23)の委員会で、物価高騰対策における紙カード利用状況(スマホへの取り込みなど)をプレミアムとの比較を含めて報告する。

10. 議事内容

◇なとりコインの利用実績について

(事務局)

- ・3月2日時点で登録者数は16,895名である。給付事業に合わせて2月以降の登録者数が伸びており、2月だけで2,636名の登録があり、過去2番目の登録者数の伸びがあった。男女比や中年層のボリュームゾーンについては大きな変化はないが、若年層の割合が若干高まっている。人口ピラミッドは前回と同様。
- ・チャージ額は12,514,260円で、3/31以降に限ると3,795,885円であった。1月に10%還元の利用促進キャンペーンを実施したが若干の増にとどまった。年代別等は前回と変化がなかった。人口ピラミッドは50代後半、60代前半の女性が優位であり家庭内の役割が表れていることに変化はなかった。
- ・決済額は、物価高騰対策は含まずに作成した。合計は23,721,492円で、3/31以降に限ると15,152,331円であった。最高の決済額は1/26の週の672,834円で利用促進キャンペーンの最終週であったことから駆け込みの利用があったと思われる。物価高騰対策の1万円の給付事業に関しては2月中に3,670万円ほどの利用があった。
- ・店舗別については利用促進キャンペーンの影響で1%ほど飲食店の利用が伸びた。

(委員長)

- ・物価高騰対策は入っていないのか。

(事務局)

- ・ユーザ数には入っているが、それ以外は除外している。

(委員)

- ・キャンペーンの効果が見えない。

(委員長)

- ・2つの大型の施策[プレミアム商品券事業、給付事業]に挟まれていたのでキャンペーンで増えた部分が目立たない。

◇利用促進キャンペーンの実施結果について

(事務局)

- ・特定の飲食店での決済を要件とした10%還元キャンペーンで1/16～1/31の15日間実施した。決済金額は1,218,066円で対象店舗に絞ると442,113円であった。還元額は予算200万円に対して84,841円、参加ユーザは142名と低調な結果となった。低迷の原因としては3つ想定され、1つ目が回遊要件の誤認（対象店舗だけが10%還元と認識）であり、改善策としてシンプルな利用促進策にすべきと考えている。2つ目は還元上限額を1,000円に引き下げたことで参加メリットが薄れてしまったと想定しており、要件をシンプルにするとか還元額の上限引き上げという改善策が考えられる。3つ目は実施時期のミスマッチで次回は年末の12月での実施を検討したい。ただし対象店舗では利用額が通常の4.6倍に増加した。
- ・令和8年度は、わかりやすく参加しやすいキャンペーンを2回実施予定。決済そのものを対象に抽選と還元で実施する。なとりコインのアプリのリリースと合わせて9月に抽選キャンペーンを展開したい。5,000円以上の決済で1口応募。ユーザ数が増えても予算管理しやすいため抽選方式にしたい。2つ目は年末の商工会の歳末キャンペーンとの相乗効果を狙って12月に実施したい。10%還元キャンペーンで上限額は9月のキャンペーンの状況もみて効果的な金額を設定したい。

(委員長)

- ・これまでの実績とキャンペーン結果の2つを合わせて意見をいただきたい。

(委員)

- ・9月は決済額が多くない、夏休み過ぎで財布の紐が固くなっているのではないかな。夏休みに実施した方がいいのではないかな。12月もなとりコインの決済額は多くない。

(事務局)

- ・夏休みはそのとおりでと思うが、なとりコインアプリのリリースに合わせたい。12月も伸びているわけではないが、社会的な動向に合わせたい。

(委員)

- ・今回のキャンペーンのように想定を下回ったらつらい。広報が必要。

(委員長)

- ・ネイティブアプリ化のリリースとのタイミングは戦略を立てて行わないといけない。いままでのユーザはネイティブアプリで使いやすくなるとともに、まだ利用していない方にとっては、新しいものが出来るので参加してもらえるとという2つの軸がある。そこに届けられるようにしたいが対象は新規のみか。

(事務局)

- ・キャンペーンは誰でも参加できる。

(委員長)

- ・そうであれば、これまで使っていた方は飛びついてくるかもしれないし、使っていない方にも触れていただく機会になる。なとりコインは2024年8月に立ち上がったので、何周年記念的にやるのがベストだと思う。NTTカードソリューションでスピードUPできるかが関係すると思うが。
- ・年末のイベントについては、タイミングとやり方を年度内のどの時期にどういうキャンペーンをしたか、どの時期が効果的かを整理した方がよい。商工会の年末の取り組みのように、毎年どの時期にどういうキャンペーンがあるのか分かるようにするとよい。年末のキャンペーンと組み合わせる行うのは個人的には良いと思う。決済金額はキャンペーンや給付金の影響もあり、上がったたり下がったりしている。落ち込んでいるように見える時期も11月はプレミアム商品券事業の終了に合わせて駆け込みで上がっていると理由も考慮する必要がある。

(委員)

- ・プレミアム商品券事業や物価高騰対策の期間に合わせてキャンペーンを実施してはどうか。プレミアム商品券や給付はもらった金額を使って終わりというのが多いと思う。そこでチャージしたいと思わせたいが、何もない時期よりはチャージしてもらえトリガーになるのではない

か。年末は競合するキャンペーンが多いのでどうなのか。制度的に可能か分からないがプレミアム商品券事業や物価高騰対策に抱き合わせてチャージを促す施策をした方が良い。

(委員長)

- ・プレミアム商品券事業や物価高騰対策は時期が認知され、話題にもなりやすいので、その時にキャンペーンをやればチャージが増えると思う。物価高騰対策はいつまでか。

(事務局)

- ・物価高騰対策は5月末まで。

(委員長)

- ・そういうタイミングでの抱き合わせはありだと思う。

(委員)

- ・名取は支援がデジタルで来るという認識はされてきている。そのタイミングで使ってみよう、もらった1万円+もう1個というモチベーション。

(委員長)

- ・今回、紙カードは全世帯に配布していて、ユーザ数は2,600ぐらいの増なので紙カードでの利用が圧倒的多数。その人たちがチャージするきっかけとしてキャンペーンでポイントが付くなら合算して使う方向になると思う。

(委員)

- ・カード配布に合わせてキャンペーンをやるから登録してチャージしませんかと促す。

(委員長)

- ・市役所の中でも課をまたいで実施する施策で連携も必要になると思うが検討していきたい。

(委員)

- ・利用促進の定義があいまいで、何をやって効果が出たのかが分からない。飲食店の利用促進をを狙っていたはず。ユーザ側の利用を促進するのか、飲食店側なのか。いまがダメで時期を変えるだけではどうなのか。今回は上手くいっていないと判断するか、実は上手くいっているのか。

(委員長)

- ・地元飲食店の売上向上が狙いでもあったが、ユーザから見ると利用区分を細かく設定すると使い方が分からなかったりする。飲食店が独自のキャンペーンをやってもよい。これまでの利用促進はユーザ側に偏っていたが、そこはある程度落ち着いてきた段階だと思うので、次の狙いをどうするかは考える必要がある。

(委員)

- ・利用促進キャンペーンの対象店舗は4.6倍の決済があったので、目的は果たせており大失敗ではないと思う。キャンペーンの目的やどういう結果が成功なのかが見えないままだと泥沼に嵌ってしまう。4.6倍の決済は成果だと思うので、そこに行ってくれたユーザがどういう属性の人なのかは知りたいと思う。キャンペーンの目的の一つは果たせていると思う。目的の本質を見ずに失敗として変えてしまうのはもったいない。

(委員長)

- ・ユーザの動きはデータを見れば分かる。決済金額など。還元額は少ないが決済額は増えている。

(委員)

- ・4.6倍は凄いと思う。

(委員長)

- ・飲食店も来てもらう機会が増えたのであれば成果があったと思う。要件を分かりやすくして続けることも必要だと思う。決済者のデータは追えるか。

(事務局)

- ・一人一人を追えば決済の傾向は見られる。

◇加盟店アンケートの結果について

(事務局)

- ・対象は244店舗で、メールと郵送で依頼してオンラインフォームで回答。調査期間は2/13～3/1までで、回答数84件、回答率34.42%であった。
- ・回答者は大型店が32店舗、一般小売店が32店舗、飲食店が12店舗、サービス業が8店舗で、規模別では大型店が32店舗、一般小売店等が52店舗であった。
- ・加盟店になった理由は、売上向上が65店舗、プレミアム商品券事業への参加が29店舗、手数料が安いからが9店舗あった。また、その他として商工会やイオンモールからの勧誘があった。
- ・満足度調査は、レジでの決済操作については概ね満足いただいております、安定して運用をいただいている。管理画面の使い勝手はレジと比べると普通との回答の割合が増えた。換金/返金の処理は全体的に肯定的だが、一般小売店等では決済額が5,000円未満の場合は翌月繰り越しとなっているので、その点を不満に上げている可能性がある。サポート体制では紙カード非対応の大型店においてユーザが決済を希望してトラブルとなった事象があり、ユーザへの周知を徹底して欲しいとの意見があった。
- ・不満、やや不満と回答した具体的な理由としては、システム面では決済完了時に音が出ないので決済が未完了になったとか、管理画面を簡潔にして欲しいとの意見があった。運用方法、ユーザ対応については決済時にログインに時間がかかるなどの意見があった。
- ・プレミアム商品券事業でプラスと感じた点については、新規客の来店につながったが31件、既存客の来店頻度が上がったが21件あったが、特にメリットを感じないも27件あった。
- ・キャンペーン実施の周知は市が配布したチラシが67件、ステッカーが39件と基本は市が配布したもので周知いただいた。他に店舗のSNSが14件、店舗が独自に作成した物も7件あった。
- ・PRで支給して欲しいグッズについては、あるが25件、なしが61件だった。配布物としてはポスター、のぼり旗、ステッカーなどの要望があった。キャンペーンだけでなく汎用的にPRできるものをリニューアルして欲しいという主旨かと思うのでアプリ化の完了と合わせてリニューアルを予定している。
- ・ご意見/ご要望では、紙カードの素材をもう少ししっかりしたものにして欲しいとか、市役所等の公共施設で年間を通じてのポスターでのPR、チャージや決済の方法を分かりやすく周知して欲しいとの意見があった。これらについては、ポスター掲示など対応できるものは実施していきたい。

(委員長)

- ・加盟店アンケートは全244店舗のうち84店舗から回答いただいた。昨年は個別ヒアリングをしたが店舗数が増えたのでアンケートにした。満足度、利用状況、システムの使い勝手について、なとりコインだけでなく他の電子マネーも関連していると思うが、市の方で優先的に改善したいものはあるか。

(事務局)

- ・システムについては、ユーザへの分かりやすい周知をしたい。給付やプレミアム商品券の事業を行う場合は周知をより丁寧に行う。市役所など公共施設へポスター掲示などを行いたい。

(委員長)

- ・出来ることから対策するという事かと思う。
- ・紙カードが使えないお店の周知が足りていないと思うが、ナトぼたでは見えるのか。

(事務局)

- ・注釈までいかないと見られない。

(委員長)

- ・その辺を分かりやすくして説明が足りないところには補足が必要。スマホの利用については説明会とかを定期的にショッピングセンターなどで行っている自治体もある。コールセンターだけでは難しい。使い勝手は変えられないので、頑張ってもらえない

(事務局)

- ・アプリ化はユーザ側だけで加盟店は変わらない。ユーザ側は現行ではログインしてから1年経過すると自動でログアウトしてしまう。大型の施策が1年間空いて久しぶりにお店で使おうとするとログアウトされている。アプリ化すると自動でログアウトされることはなくなる。

(委員長)

- ・アプリ化した際にログインまでの手続きに手間がかかるのと、それを保持する仕組みを説明しないとイケない。スマホの使い方を説明しないとイケないのでアプリ化してすぐ解決とはならない。ただ、これまでの不満は解消されてくると思う。

◇利用者向けアンケート結果

(委員長)

- ・利用者向けアンケート結果は前回報告しているが、いくつか絞って傾向とか今後に向けたパターンを考えてみた。
- ・なとりコインプレミアムの購入総数は9,950名で名取市民の12.5%ぐらい。オンライン販売が46%、「はがき」が54%で、「はがき」の方が多かった。
- ・購入者の世代は40~60代が多く、70代も30代より多かった。プレミアム商品券に慣れている世代なのかなと思う。30代、20代は少なかった。人口ピラミッドは60代の壁で60代未満はオンラインが多く、60代以上は「はがき」が多い。ただ、60代未満の「はがき」購入も多い。ここに対してどうやってオンラインに振り向けるかが課題。高齢者もオンラインを使える人もいるので、今後はオンライン層が増えていくとは思う。
- ・高齢者の回答が多いことを加味しての分析となる。回答者の年代は若年層が8%、中年層が35.1%、高年層56.9%で、購入者の層よりも高年者層が多く反映されている。若年層で「はがき」で購入したユーザをどうするか。
- ・回答状況と購入状況の矛盾点については、回答方法としてはWebだと100円のなとりコインがもらえるのでオンラインに誘導できる状態であった。購入の方は40代、50代でも「はがき」で申し込んだユーザの割合が多かった。この方々がオンラインを使えない訳ではないので、なぜオンラインを使わないのかを理由を分析した。
- ・分析の視点として4つ考えた。①オンラインへの移行が上手くいかない要因、②「はがき」を選んだ理由、③申請手続きや加盟店の数、プレミアム率、利用区分の満足度、④利用区分の設定。
- ・次回以降オンライン限定での販売となった場合の購入意思としては、購入しないという人が40代~60代で結構な割合存在している。この方々が実際に何で購入したかをみると、ほぼ「はがき」で購入している。オンラインに対してネガティブな人をどのようにしてオンラインに振り向けるかがポイントになる。
- ・「はがき」で購入した理由は、オンラインより簡単安心、オンラインより手続きが分かりにくい、スマホを持っていない、マイナンバーカードを持っていない、個人情報ネット上でやり取りするのが不安などであったが、それをスコアで換算すると、次回オンラインで購入する人たちより阻害要因としての数値が高く出ている。手続きの分かりにくさや安心感とかが基準になっていると思うので分かりやすく伝える必要がある。
- ・どの世代が選んでいるかは、手続き方法がわからないから「はがき」を選んだのは60代/70代が多かった。年齢層が上がると数が増えるので、手続きの伝え方がポイント。
- ・スマホの取り込みについては60代以上でも取り込み出来ている人が一定数存在している。この方々にどのようにしてオンラインを使ってもらおうかが今後のカギになる。使い勝手を工夫して説明していく必要がある。
- ・満足度は、手続きについては①申請方法、②購入方法、③新規登録の3つをまとめて平均値化した満足度は高く出ている。プレミアムの割合については5点満点で4.61とかなり高い割合だった。加盟店と利用区分の満足度が低く、特に加盟店の数や種類については満足度を下げる要因になっていた。個別には紙カードで使える店舗数が限られているとか、利用区分で使える店が限定されていたので端数を別な店で使おうとしたが使えなかった、利用区分が細かすぎ

るといった意見があった。特に高齢世代。利用区分は60代/70代の満足度が低かった。その辺をどうするかも今後の課題である。

- ・ご意見/ご感想として評価された点は、プレミアム率50%のお得感、普段いかない店に行くことで消費行動の変化/地域利用のきっかけになった、市役所の支援への感謝などがあった。不満/課題としては、デジタル弱者のハードルが高かった、利用区分の使い勝手の悪さ、紙カードで使える店が限られていることへの不公平感、加盟店の拡大要望などがあった。改善の方向性としては完全にスマホに移行するのか、その場合のステップをどうするのがポイントとなる。今回は全戸配布できているので使い勝手を考えると紙カードを残すということも1つだが、デジタル化という点では完全にスマホでやった方が簡潔である。オンライン手続きはアプリ化や認証負担の軽減で簡単になると使い勝手が良くなる。利用区分は今後継続するのか簡素化するのも見直しのポイントとなる。残高に端数が出た場合、チャージできる点ではオンラインで使ってもらった方が良い。加盟店をどうやって増やすか、地域でのバラつきもあるのでその辺の対応も必要。ユニバーサル設計をどう考えていくか。
- ・総評としては、今回の結果はプレミアム商品券事業全体ではないことは前提として、オンラインへの完全移行や利用区分の設定は今回の材料をもとに検討しないといけない。満足度は好意的な意見が増えているが、一部、紙カードの対応問題があるのでシステム等での改善や利用店舗の拡大で対応する必要がある。これまでデジタル地域通貨は経済性を優先度高く取り組んできたが、次のステップとしては、それを継続して高めるのか、それ以外にも目を向けるのか、デジタル地域通貨で何を実現するのか、ビジョンとかステップアップをどうするか考えていければよい。

(委員)

- ・紙かデジタルか、全体としては高齢者もデジタルで使えるように頑張っていくといけない。

(委員長)

- ・現在は使い勝手の議論しか出ていないが、最終的にどうすればいいかのビジョンがあると良い。市の方でどうするかもあるが。

(委員)

- ・プレミアムだと公平にやらないといけないというのがある。なとりコイン単体の方がいい。

(委員長)

- ・プレミアムというより全体の意見になっているか。ターゲットを絞ってこの問題点をクリアするとかが今回のアンケートでの意味かなと思うが、偏りがありオンラインの利用が多い中年層の意見が取り入れられていない。今後どのように紙とデジタルを組み合わせるか、デジタルに振り切るのかを考える材料になればと思う。

(委員)

- ・チャージした方がよいと思わせるのが大事。スマホ×世代のところで60代以上の250人が紙カードのまま使ったのはかたくなだと思う。それだと紙カードを使えるところが少ないので不公平だと思われる。デジタルで購入するのはマイナンバーカードとか大変だが、紙カードをチャージするのはそんなに大変でない。紙カードで買ってチャージすれば利便性が上がることを認識してもらうことが必要。紙カードの対応店を増やすとデジタルに移行しないので紙カードで使える店を増やすのは違うと思う。紙カードをチャージして使う方向にしたほうが良い。さらにキャンペーンでチャージしてもらう。

(委員長)

- ・若年層が紙カードを買う理由に分けられるのが良いというのがある。デジタルだと個人間送金が出来ない。紙カードだと家族で分けられるので、それぞれがチャージしたり紙カードで使ったりの幅が出せる。紙カードで買ってチャージという流れを推奨できるとよい。

(委員)

- ・チャージの方が簡単。普通の電子マネーと変わらない。

(委員長)

- ・マイナンバーのハードルが下がる。紙カードは印刷コストや在庫管理が必要なので、その辺との兼ね合いにはなる。ただ、紙カードがあることが他の地域通貨との違いでもあるので上手く使えるとよい。

(委員)

- ・1回チャージすれば追加のチャージのハードルは高くない。

(委員長)

- ・今回の全戸配布でどれくらいそういう使い方がされるか。次回以降は物価高騰対策での紙カード利用の状況が見られると思う。

(事務局)

- ・3/18時点のユーザ数が19,000人なので、それだけの人がスマホに取り込んだと想定される。次回の委員会は6/23で、物価高騰対策の流通期間は5月末なのでの結果は示せると思う。

(委員長)

- ・今回のプレミアムとの違いが見られるとよい。

(副委員長)

- ・本来はデジタルにした方が経費がかからないのでそうしたいが、紙カードを作った理由はデジタルが使えない人向けという想定だった。ただ、紙カードの方が分けて使えるという想定外のことがあった。もう一つプレミアムで想定と違ったのはデジタルの申込みは3割ぐらいしかないだろうと想定していたが半数がマイナンバーカードで申請してもらえた。その辺は収穫だった。色んなユーザに使ってもらう道具として紙カードも仕方ないかなと思う。

(委員長)

- ・これから「はがき」とオンラインのユーザに対して紙の使い勝手とデジタルの良さを組み合わせる実施できるとよい。次年度に向けて検討できるとよい。

◇令和8年度のデジタル地域通貨利用促進委員会の進め方について

(事務局)

- ・事務局をDX推進室から商工観光課に移管する。委員会も年3回とし、そのほか必要に応じて随時開催する形にする。委員の任期は7/22までとなっており、7/23に委嘱状を交付させていただく。利用促進キャンペーンは年2回の実施としたい。ネイティブアプリは9/1にリリースする。物価高騰対策後に子ども1人あたり3,000円のなとりコインを配布する。新生児への1万円のなとりコイン配布も継続して行う。

(委員長)

- ・開催時期を月1回から年3回に変更する。体制を変えてすすめていければと思う。アプリ化をメインに子育て支援とかの施策があるので、なとりコインを使ってもらう方策の意見をいただければと思う。

(委員)

- ・DX推進室の方が商工観光課に行くのか。

(事務局)

- ・一名DX推進室から商工観光課に行く。

(委員)

- ・安心しました。

(委員長)

- ・継続性はあります。DX推進室の方々にはデジタル化の対応を支援いただいたが、今後は商工観光課の方々とすすめていければと思う。

◇その他

(事務局)

- ・1年を振り返って意見があればいただきたい。⇒特になし

11. 次回のスケジュール
(事務局)

- ・令和8年度の第1回は6/23(火) 10:00から西棟1階会議室。

12. 副委員長長あいさつ

- ・今年度も6回の促進委員会に来ていただきありがとうございます。なとりコインも市民に認知されてきている。行政に参加いただくツールでもあるが最終的には市民の活動で使ってもらうことを念頭に進めている。来年度も引き続き利用が促進されるように知恵を拝借したい。

13. 閉 会