

国立市デジタル地域通貨事業 事業計画

1 事業背景

本市では、超高齢社会や人口減少社会の到来を目前に、持続可能なまちであるために、コロナ禍によって失われた人々のつながりやまちの活気を取り戻し、まちの魅力を高め、国立ブランドを向上させていくために、様々な角度から政策を実行していく必要がある。

その一つとして、コロナ禍で多大な影響を受けた地域経済をサポートし、急速に進展した社会のデジタル化に適応していくことが求められている。

このことから、デジタル技術を活用した上で、国立市内での消費を促進し、経済の好循環を推進するような仕組みづくりとして、地域経済発展に資するデジタル地域通貨のプラットフォームを構築し、住民福祉の向上を目指す。

2 事業目的

(1) 国立市におけるデジタル地域通貨事業の基本的な考え方

経済的インセンティブを付与することで『国立市民の生活行動様式に有益な変化をもたらす』ことを目的とし、その実現ツールとしてデジタル地域通貨を用いる。

(2) デジタル地域通貨事業が目指すまちの姿

- ① 域内消費が活性化することで、市内経済の好循環が生まれる。
- ② より多くの市民が市政に関心を持つようになり、市の施策・事業をより効果的に推進することができる。
- ③ 加盟店のキャッシュレス化や市民のデジタル意識の向上により、市内全体のDXが推進される。
- ④ 利用者、加盟店双方の日常の経済活動が域内消費という地域貢献につながることを意識することで、国立市への愛着心がより一層醸成される。

3 試験的導入内容と評価

(1) 令和5年度に実施した試験的導入内容と評価

① 試験的導入内容

・国立市民を対象に、令和5年10月2日から12月31日まで市内加盟店舗で利用できる地域通貨を最大3,000ポイント付与した。結果、申込者数14,706人に対し44,118,000ポイントを付与し、市内加盟店144店で41,792,634ポイントが利用された（利用率94.7%）。

・「天下市」、「くにたちウォーキング」、「いい日くにたちおでかけマップ×健康ポイント実施」の参加者等に対し、1,311,000ポイントを付与した。

最終的に令和5年度合計で45,429,000ポイントの付与に対して、43,024,767ポ

イントの利用があった。

- ・最大 3,000 ポイント付与に関し、年齢別の申込率は下表のとおりであった。

※申込率＝申込者数÷令和 5 年 8 月 1 日時点人口

年代	申込率 (%)	年代	申込率 (%)
10 歳未満	34.3	60～69 歳	15.9
10～19 歳	29.4	70～79 歳	13.5
20～29 歳	8.2	80～89 歳	9.5
30～39 歳	20.8	90～99 歳	5.8
40～49 歳	28.4	100 歳以上	16.7
50～59 歳	18.8	全年齢	19.3

② アンケート結果

期間：令和 5 年 12 月 15 日（金）から令和 6 年 1 月 15 日（月）

対象：国立市デジタル地域通貨利用者：約 15,000 名

国立市デジタル地域通貨取り扱い加盟店：144 店舗

加盟店向けアンケートでは、

- ・ 63.0%がデジタル地域通貨の利用満足度に関して「とても満足」「満足」と回答
- ・ 39.3%がデジタル地域通貨の導入で売上が増加したと回答
- ・ 41.1%がデジタル地域通貨の導入で来店者数が増加したと回答

利用者向けアンケートでは、

- ・ 70.0%がデジタル地域通貨の利用満足度に関して「とても満足」「満足」と回答
- ・ 58.7%がデジタル地域通貨を利用する際、普段より多く購入したと回答
- ・ 63.8%がデジタル地域通貨の導入によってそれ以前比べて市内の店舗を利用するようになったと回答
- ・ 94.9%がデジタル地域通貨の利用用途として「買い物」と回答

③ 試験的導入の評価

- ・ 幅広い年代から申込があったが、20 代や高齢者の申込率が低かった。これは、20 代については市からの情報が届きにくいこと、高齢者についてはキャッシュレス決済に馴染みが薄いことが原因であると推測される。
- ・ カードタイプでも利用できること、カードからアプリへの残高移動が可能なこと、既存のキャッシュレス決済同様の使い勝手等、機能面での満足度は高かった。
- ・ 普段と異なるお店で買い物をしたり、普段より多く買い物をしたりと、利用者の

消費行動の変化につながった。

- ・加盟店及び利用者共に 7 割程度の満足度となっているが、特段の条件なしに 1 人 3,000 円分のポイント付与を行ったことを踏まえれば、若干低い数値であった。
- ・利用者側では約 6 割が普段と異なる購買行動を選択したのに対し、加盟店側の売上増加又は来客増加は約 4 割にとどまっており、加盟店間でも導入効果に差があることが推察される。
- ・キャッシュレス決済の利便性、地域への貢献等が好意的に受け止められている一方、加盟店の少なさ、申請の煩雑さ、アプリのわかりづらさ等を指摘する声があった。
- ・他のキャッシュレス決済が普及している中で、市としてこの事業を行う意義を問う声もあった。

4 国立市デジタル地域通貨の名称

(1) 名称アンケート結果

試行実施の加盟店及び利用者を対象にアンケートを実施し、その一項目として名称案を募集した。その中から 3 案を候補として絞り込み、3 月 29 日から 4 月 30 日まで市 HP 上でアンケートを実施した。結果、1,148 件の投票があり、下記のとおり結果となった。

①くにたちペイ	268 票
②くにニャンペイ	350 票
<u>③くにペイ</u>	<u>530 票</u>

(2) 決定した名称

アンケート結果及びすでに普及している民間 QR コード決済の名称を勘案し、国立市デジタル地域通貨の名称を、

くに^{ペイ}Pay

とした。

5 デジタル地域通貨の機能

(1) ポイント付与機能

- ① 給付事業として、市から市民へ直接ポイントを付与する。
- ② 健康まちづくり事業やカーボンニュートラル事業などへの取組に対するインセンティブとして、参加者にポイントを付与する。

(2) スマホアプリ・カードタイプによるキャッシュレス決済機能

- ① 現金と同様に加盟店での買い物等に利用できる。
- ② 一部の店舗を除き、カードタイプの利用にも対応する。

(3) チャージ機能

継続的な利用を促進するため、クレジットカード、ATM、公共施設等、様々なチャネルから（現金の）チャージに対応する。

(4) 加盟店精算機能

加盟店は、利用者から受け取った地域通貨に応じて日本円の支払いを受けることができる。

6 幅広い利用者に対応するための施策

(1) カードタイプの発行

スマートフォンなどを所有していない方に対しても、デジタル地域通貨を活用できるように、ATMで現金チャージ可能な磁気カードを発行する。

(2) コールセンターの設置

利用者の様々な疑問点や不明点に対応するため、休日も開設しているコールセンターを設置する。

(3) 高齢者に対するスマホ教室の実施

高齢者支援課が実施する市民向けスマホサロン等で、デジタル地域通貨の概要説明やchiicaアプリの取扱い説明会を対面で実施し、スマートフォン等の操作に不安がある方にも対応する。

7 本事業に参画する加盟店の考え方

(1) 加盟店の範囲

- ① 国立市に所在する実店舗を有している事業所
- ② 市内に所在する大規模店舗や全国チェーン店については、ポイントの利用先として需要があるが、市内事業者（中小加盟店）への来客数が減少するようであれば、一定の条件を設ける。

(2) 加盟店手数料率

本事業の運営経費を市と加盟店で折半する考え方を基本とし、民間決済事業者の

例も踏まえて決済手数料率は1.5%を基本としつつ、各加盟店の商工会加入等の状況に応じて差を設ける等の措置を講じるものとする。ただし、事業開始時の一定の加盟店数を確保するため、令和6年度の加盟店手数料率は1%（全加盟店共通）とする。

なお、運用状況等を踏まえながら商工会等と協議し、適宜見直しを行う。

8 実施体制

実施主体は市とし、加盟店管理等を始めとして国立市商工会と連携する。また推進会議を設置することを想定し、国立市商工会、国立市観光まちづくり協会、国立市社会福祉協議会、国立市スポーツ協会、Kuni-Bizなどの関係団体と連携する。なお、国立市のデジタル地域通貨圏のプラットフォーム運営については、引き続き株式会社トラストバンクに委託する。

9 デジタル地域通貨活用のための施策

(1) 市内連携の推進

運営事業者と連携して先行自治体での活用例などを紹介する市内向け研修を実施するとともに、市内向け活用ガイドラインを策定し、市内における積極的な活用を促進する。

(2) 民間事業者との連携

民間事業者や団体等の資金を原資に、独自のポイントを発行し、地域の活性化を図る。例えば、商店会のイベントとして独自のポイント還元キャンペーンを行うこと等が考えられる。

(3) 基金活用の検討

円滑な運用及び利用促進のため、チャージによる収入やデジタル地域通貨の流通額等に応じ一定額を積み立てる等、基金の造成及び運用について検討を行う。

10 デジタル地域通貨活用の積極的な活用

デジタル地域通貨がその目的を十分に果たすためには、市内に広く流通し、市民生活に浸透することが重要である。そのため、市の行う様々な分野の事業において既存の予算を組み替えるなどの手法によりこれを積極的かつ効果的に活用し、流通額及び利用者を増加させることで、「2 事業目的」に掲げる目的の達成を目指す。

1.1 KPI（重要業績評価指標）

（1）流通額（アウトプット）

地域経済活性化に寄与するよう、域内のポイント流通量（ポイント付与額とチャージ金額の合計）を確認する。なお、当面の目標として年間流通額 3億円 を目指す。

令和5年度 (実績)	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
45,429千円	100,000千円	150,000千円	200,000千円	250,000千円	300,000千円

（2）加盟店舗数（アウトプット）

地域通貨サービスでポイントを発行するだけでなく、利益の受け皿となる市内加盟店舗が遡増していくよう取り組み、当面の目標として 200店舗 を目指す。

令和5年度 (実績)	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
144店舗	160店舗	170店舗	180店舗	190店舗	200店舗

（3）利用者数（アウトプット）

アプリ及びカードタイプの利用者数（発行枚数）の合計値を把握することで、より活用されるよう取り組み、当面の目標として 3万人 を目指す。

令和5年度 (実績)	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
16,424	20,000	22,500	25,000	27,500	30,000

（4）加盟店舗の事業満足度（アウトカム）

デジタル地域通貨の加盟店舗の満足度を把握し、本事業のブラッシュアップを行う。

令和5年度 (実績)	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
63%	66%	69%	72%	75%	78%

(5) 利用者の事業満足度（アウトカム）

デジタル地域通貨の利用者の満足度を把握し、本事業のブラッシュアップを行う。

令和5年度 (実績)	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
70%	72%	74%	76%	78%	80%