

令和7年度  
地域ポイント付与による  
地域通貨実証実験事業報告

産業経済部 商業観光課

# 目次

P2～5	実証実験の概要
P6～19	利用データ集計結果
P20～26	アンケート・ヒアリング結果
P27～32	考察
P33	まとめ

# 実証実験の概要

## 1. 目的

地域経済循環や地域コミュニティ活性化に有用とされる地域通貨について、これまでの調査分析や把握した課題を踏まえ、市主催事業等で地域ポイント（以下「地域P」）を付与し、付与された地域Pを市内加盟店で利用することによる、地域経済循環及び地域コミュニティ活性化への効果を計る。

## 2. 内容

### (1) ポイント還元キャンペーン（以下「CP」）

#### ○7月 買い物ラリーによるポイント山分けキャンペーン

⇒ 市内加盟店3店舗で、1店舗につき1,000円以上のお買い物をされた方全員で500万ptを山分けする。※1人あたり最大2,000ptまで付与

#### ○10月 チャージで20%ポイント還元&買い物ラリー

①現金チャージ	チャージ額の20%還元（上限2,000pt） ※チャージ回数1人1回、チャージ場所は市内加盟店に限る。
②買い物ラリー	2店舗：500pt、3店舗：1,000pt ※1回の会計金額が500円以上であること ※複数店舗ある加盟店に関しては、複数店舗で買い物をしても1店舗としてカウントする
③ボーナスポイント	500pt ※上記①及び②を達成した方のみ
その他	・上記①のみ、②のみの参加も可能とする ・付与する地域Pの有効期限は令和8年1月31日まで

# 実証実験の概要

## (2) 市の主催事業等の参加者へのポイント付与

事業名	担当課
フレイル予防サポーター養成講座	長寿支援課
認知症サポーター養成講座	
高齢者健康ポイント	
介護保険セミナー	
おさんぽポイント	保健課
計測器を使った健康教室ポイント	
南信州環境メッセ2025	ゼロカーボンシティ推進課
IoTライブシミュレーター体験会	
デマンドレスポンスCP	

事業名	担当課
林道サポート事業	上郷地区
よこね田んぼ	千代地区
天竜川・毛賀沢川堤防美化活動	松尾地区
いきもの大調査inいいだ	環境課
Web口振・水らく地域ポイントCP	経営管理課
飯田焼肉クイズラリー(賞品)	広報ブランド推進課
いいだ親林学校	林務課
飯田きこり養成塾(フェンソー講座)	
飯田市赤十字奉仕団大会	危機管理課
組合未加入者アンケート調査	地域自治振興課

- (3) ポイント付与以外に、ふくまるくんカード加盟店に必要な入会金20,000円(全額)補助  
 ※市内に本社を有する事業者限定

# 実証実験の概要

## (参考) 実証実験に伴う周知広報の実績

実証実験全般	<ul style="list-style-type: none"><li>市ウェブサイト（加盟店募集+R7度実証実験概要）（4/1）</li><li>定例記者会見（加盟店募集+事業説明）（4/16）</li><li>広報いいだ1月号（地域P利用期限案内）（R8/1/1）</li><li>ふくまるくんアプリ（地域P利用期限案内）（R8/1/13,26）</li><li>市公式LINE（R8/1/23）</li></ul>
7月CP	<ul style="list-style-type: none"><li>市内事業者（51者）宛てDM（加盟店募集+R6説明会参加事業者）（6/6）</li><li>市内事業者宛てDM（加盟店募集+R1～6空き店舗補助金利用者19者）（6/13）</li><li>プレスリリース（加盟店募集）（6/16）</li><li>南信州新聞広告（加盟店募集）（6/17）</li><li>週刊いいだ（6/26）</li><li>市公式LINEお知らせ配信（6/27）</li><li>キラヤチラシに併載（6/30）</li><li>ふくまるくんチラシ、広報いいだ7月号、組合回覧（加盟店募集）（7/1）</li><li>YouTubeバンパー広告（7/1～31）</li><li>定例記者会見（加盟店募集）（7/3）</li><li>週刊いいだ（7/17）</li><li>市公式LINEお知らせ配信、市公式X配信（7/25）</li></ul>
10月CP	<ul style="list-style-type: none"><li>週刊いいだ（10月CP告知）、プレスリリース（加盟店募集）（9/25）</li><li>組合回覧（9/30）</li><li>南信州新聞広告、広報いいだ10月号（加盟店募集）、ふくまるくんアプリ（10/1）</li><li>ポスター掲示：本庁A棟・C棟（10/1～31）</li><li>市公式LINEお知らせ配信（加盟店募集）（10/3）</li><li>YouTubeバンパー広告（10/3～31）</li><li>週刊いいだ（10/23）</li></ul>

# 実証実験の概要

## 3. 検証方法

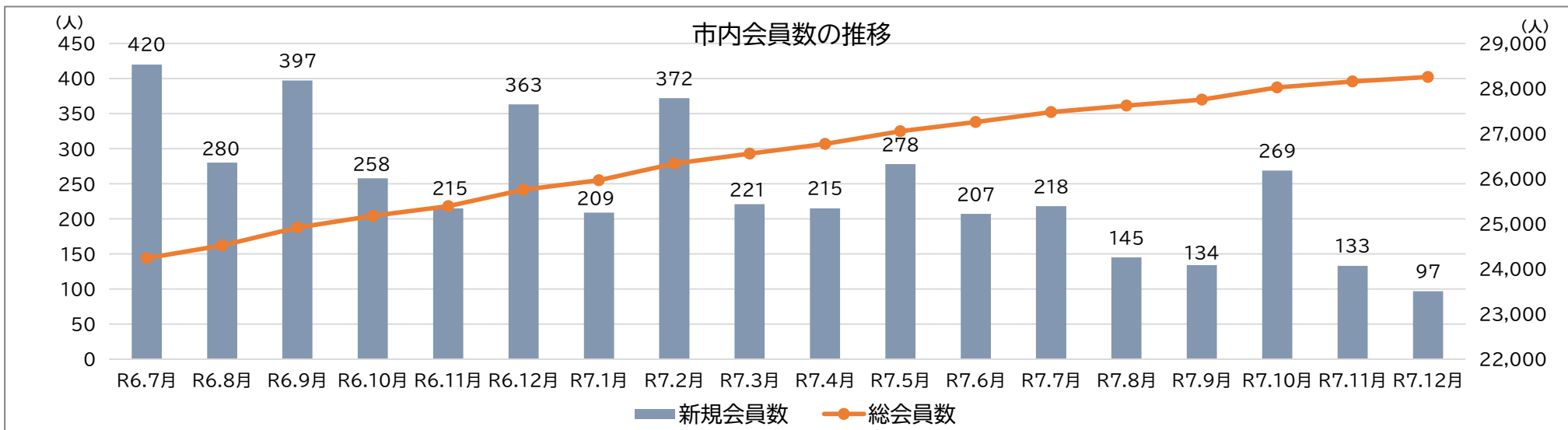
- (1) 利用データ分析（定量分析） ※利用データは断りのない限り令和8年1月末時点
  - ふくまるくんカード所有者（以下「会員」）による、市内ふくまるくんカード加盟店（以下「市内加盟店」）における消費動向
  - 地域P、お買い物ポイントの発行・利用データ 等
- (2) アンケート調査（定性分析）
  - ① 市事業の参加者
    - 期間：通年、回答者数：179人
  - ② 市民（無作為抽出1,300人）
    - 期間：8/18発送、回答期限：9/7
  - ③ 市内事業者（令和4年度電子商品券事業参加加盟店）
    - ※大型店舗、全国チェーン店及び市内加盟店を除く
    - 期間：8/21発送、回答期限：9/15、対象者数：483事業者
  - ④ 市事業各担当課への効果検証調査
    - 1回目回答期限：9/4、2回目回答期限：1/19
- (3) ヒアリング（定性分析）
  - ① 市内加盟店31事業者

# 利用データ集計結果

## 1. 市内会員数

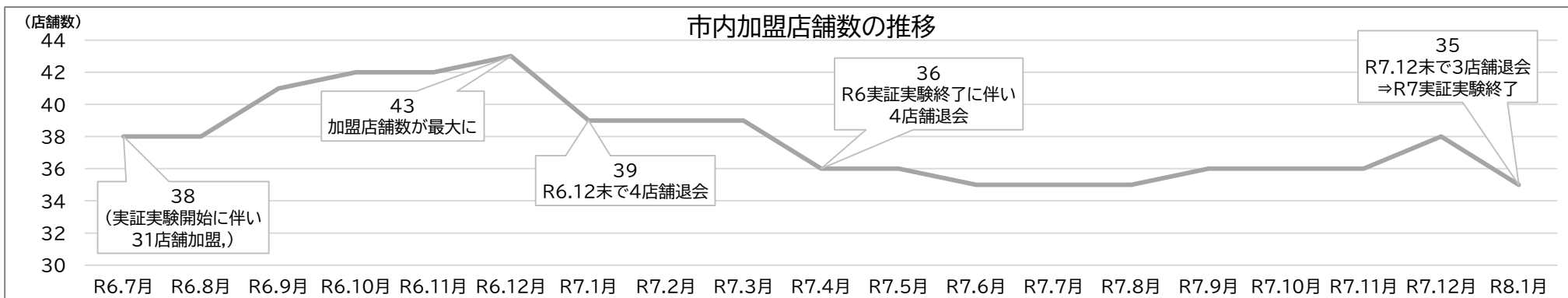
- 28,361人（R6実証実験開始から4,538人増加、うちR7年度は1,803人増加）

※過去1年間利用無し 324人（R7年2月～R8年1月の1年間）



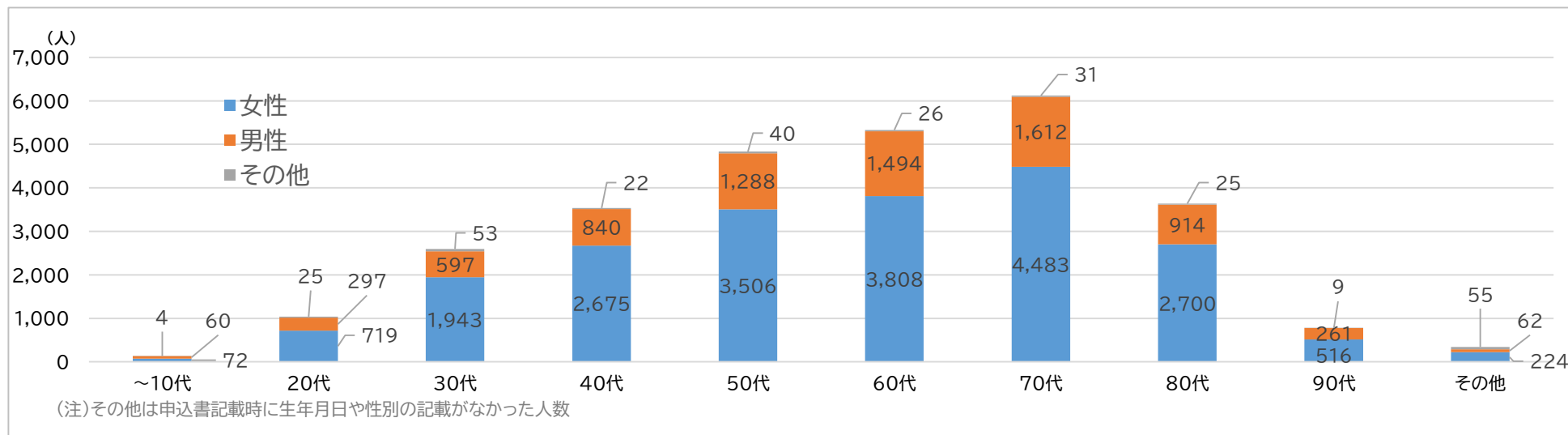
## 2. 市内加盟店舗数

- 35店舗（R6実証実験開始から28店舗増加、R7年度3店舗増加）



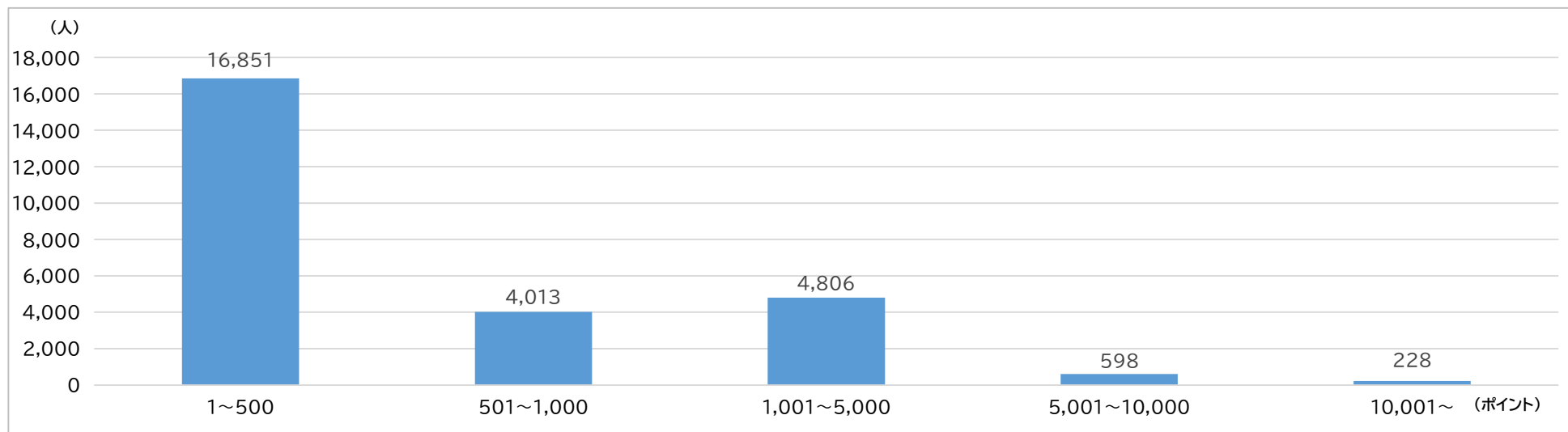
# 利用データ集計結果

## (参考) 市内会員数の性別・年齢別内訳



## (参考) 市内会員のふくまるくんカードお買い物ポイント保有数の内訳

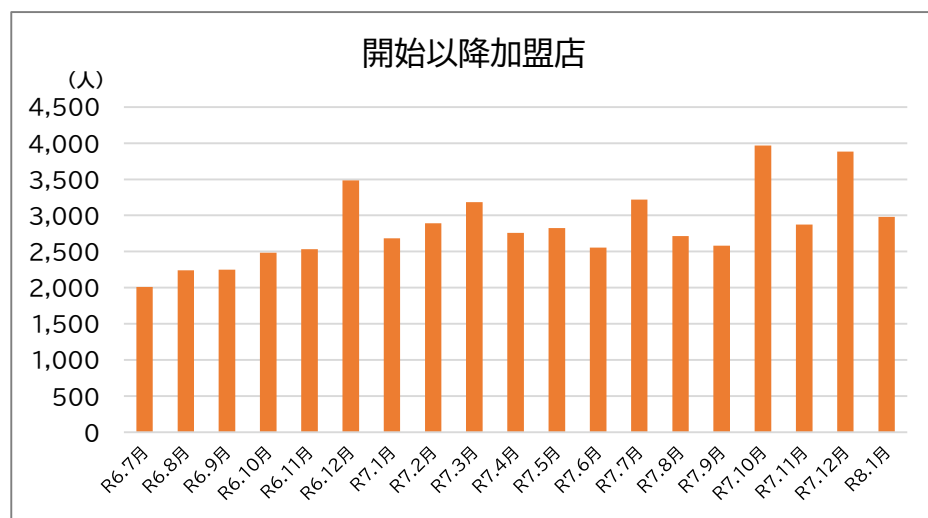
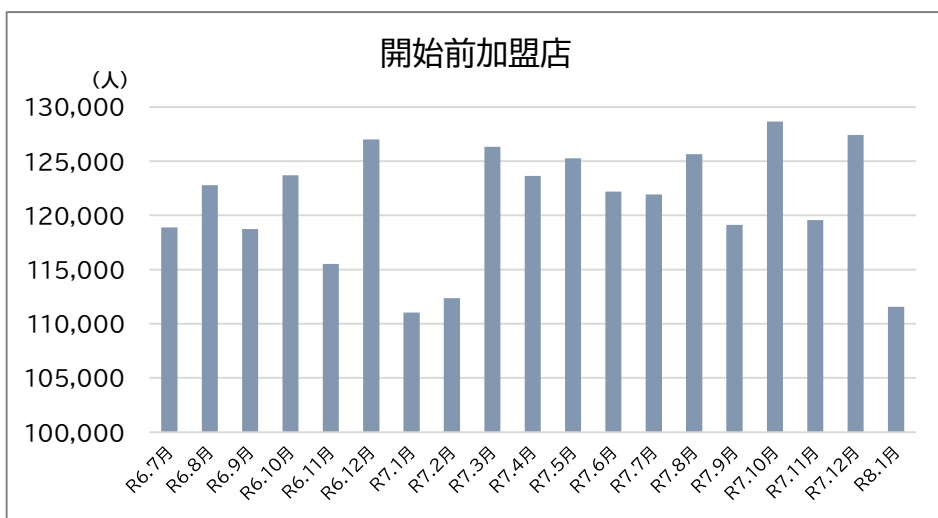
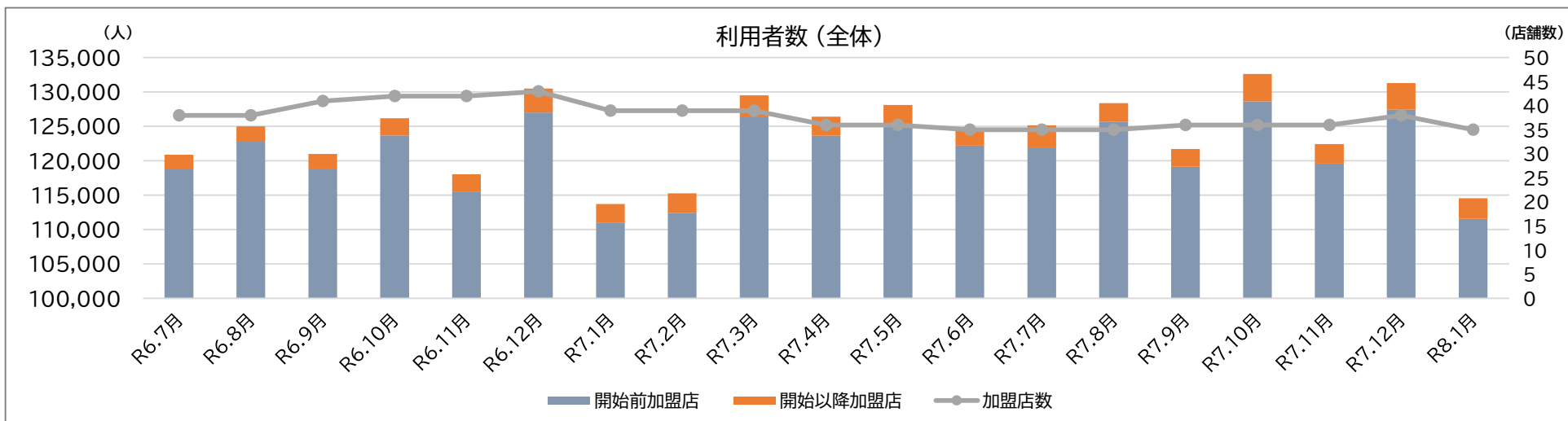
※ お買い物ポイント：加盟店での買物時に、100円につき1P付与されるポイント（以下、買物P）



# 利用データ集計結果

## 3. 市内加盟店の利用者数 ※市内加盟店でふくまるくんカードを提示して買い物をした会員数

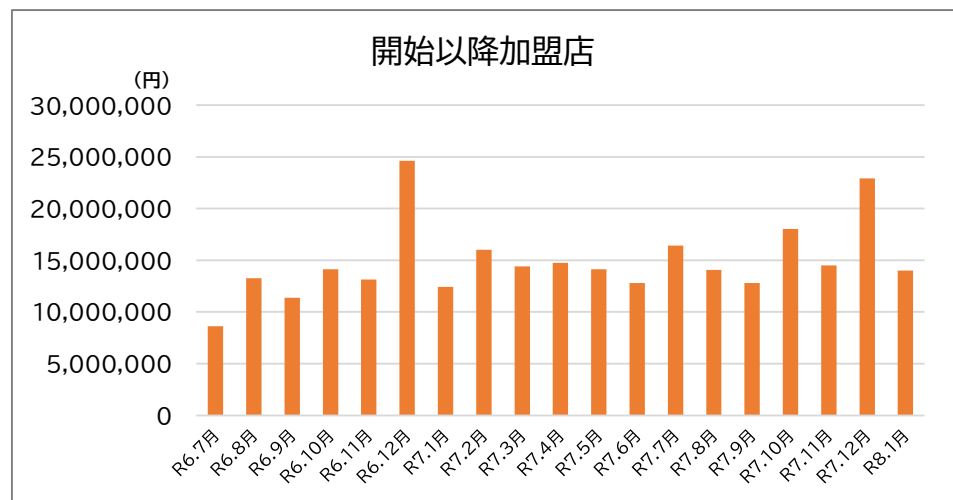
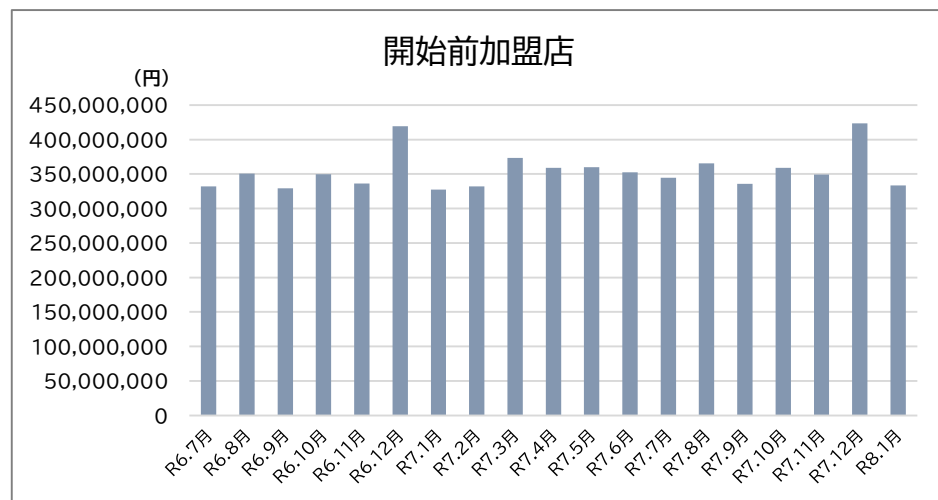
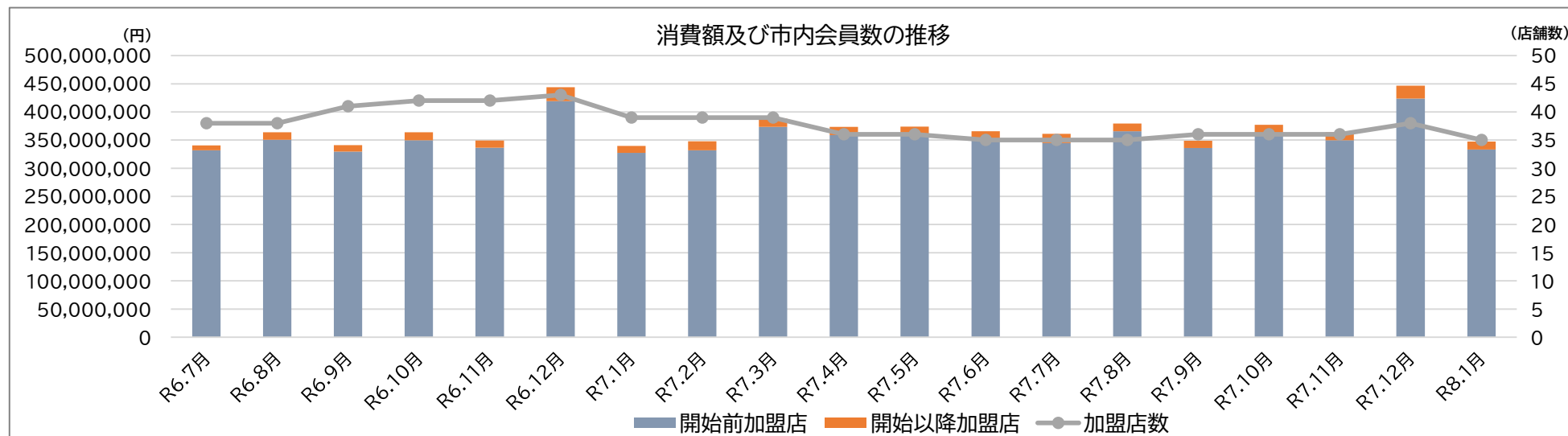
- 利用者数を前年同月と比較すると、R6実証実験開始前の加盟店（以下、開始前加盟店）は概ね同水準で推移している。R6実証実験開始以降の加盟店（以下、開始以降加盟店）は微増傾向にある。



# 利用データ集計結果

## 4. 市内加盟店における消費額 ※会員が市内加盟店でふくまるくんカードを提示して買い物をした際の購入金額

- R7実証実験期間中の消費額は37億3778万1128円
- 1人当たりの平均利用回数：4.5回/月 1人当たりの平均利用金額：17,716円/月



# 利用データ集計結果

## 4. 市内加盟店における消費額 ※会員が市内加盟店でふくまるくんカードを提示して買い物をした際の購入金額

- 開始前加盟店7店舗における消費額比較

対象期間	消費額	開始前との差額	開始前との増減割合
R5.7月～R6.1月	2,315,348,534円	-	-
R6.7月～R7.1月	2,444,813,085円	129,464,551円	5.6%
R7.7月～R8.1月	2,511,965,787円	196,617,253円	8.5%

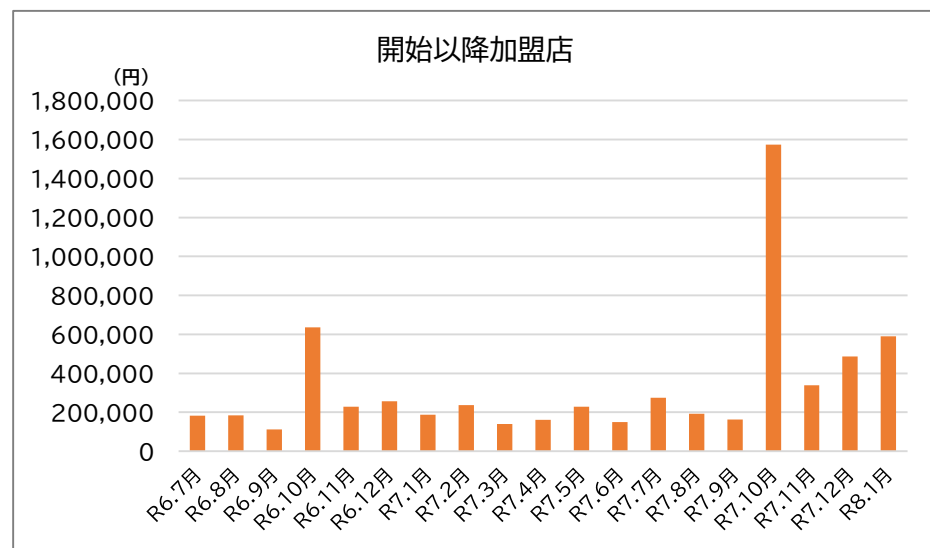
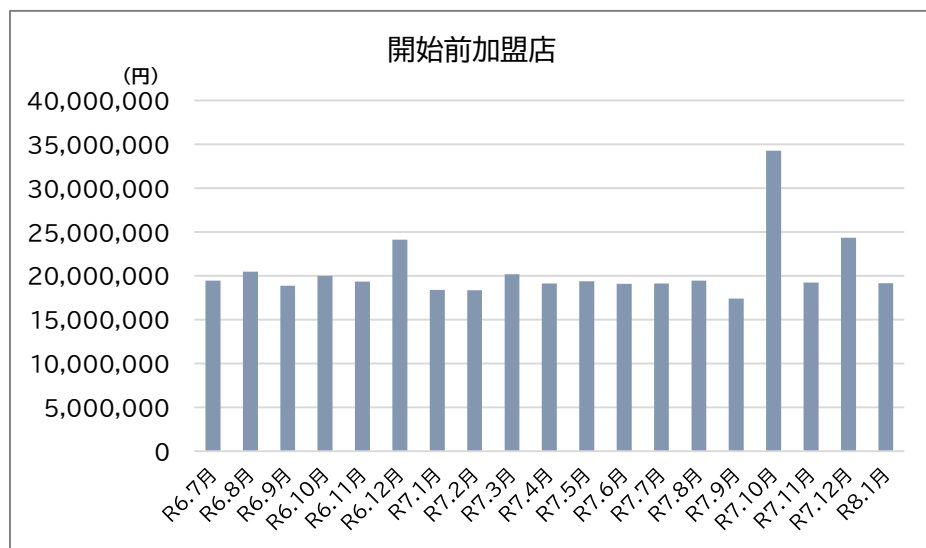
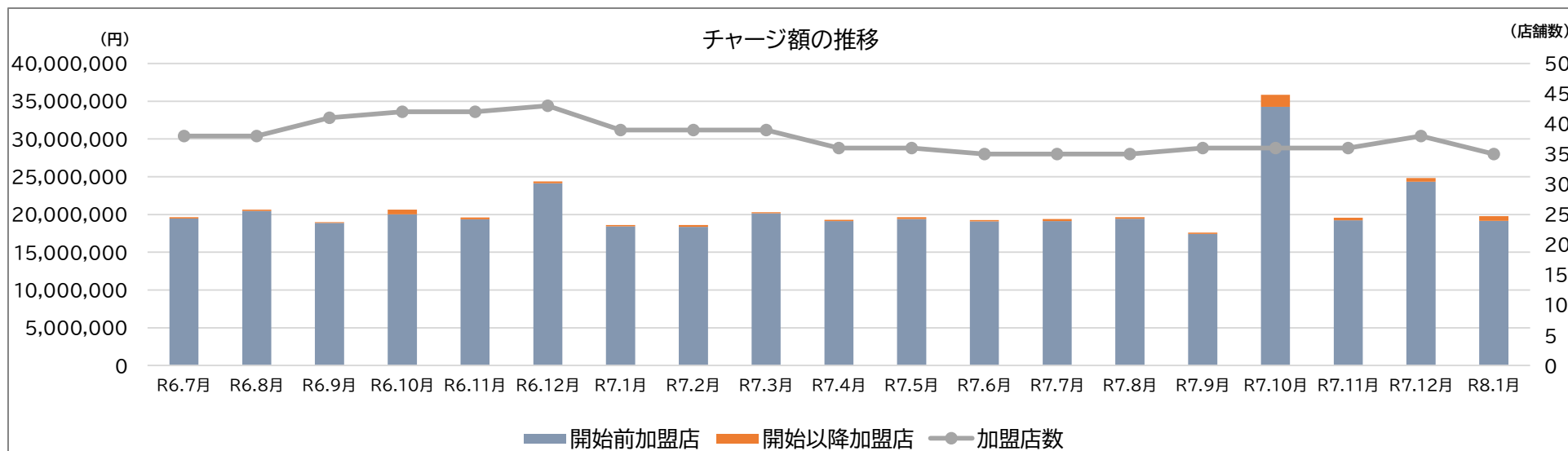
- 開始以降加盟店における消費額比較（継続している店舗のみ）

対象期間	消費額	差額	増減割合
R6.7月～R7.1月	89,778,262円	-	
R7.7月～R8.1月	106,110,453円	16,332,191円	18.2%

# 利用データ集計結果

## 5. 現金チャージ（カード入金）の発行・利用状況

- 現金チャージを1回以上行ったことがある市内会員の割合は6,120人／28,361人（21.6%）

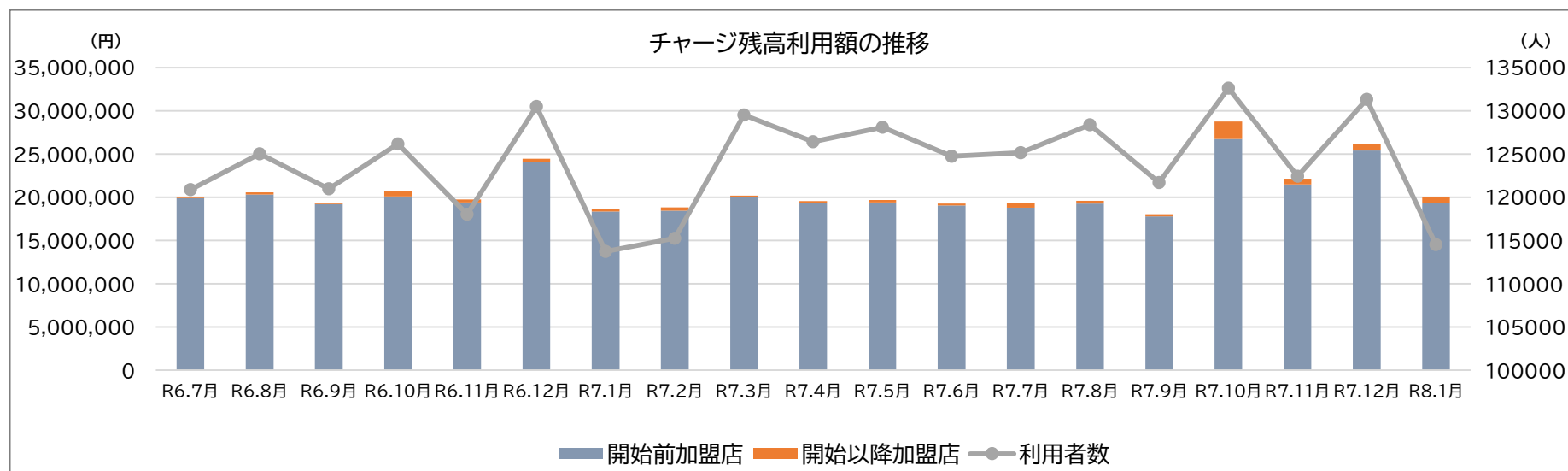


# 利用データ集計結果

## 5. 現金チャージの発行・利用状況

### ・ 市内会員の現金チャージ機能（発行・利用）の利用状況

対象年度	発行額（合計）	発行額（月平均）	利用額（合計）	利用額（月平均）	利用率
2022年度	227,533,376	18,961,115	225,810,368	18,817,531	99.2%
2023年度	254,585,311	21,215,443	254,010,299	21,167,525	99.8%
2024年度	258,141,767	21,511,814	256,269,088	21,355,757	99.3%
2025年度 ※4月～1月	224,994,426	22,499,443	223,374,948	22,337,495	99.3%

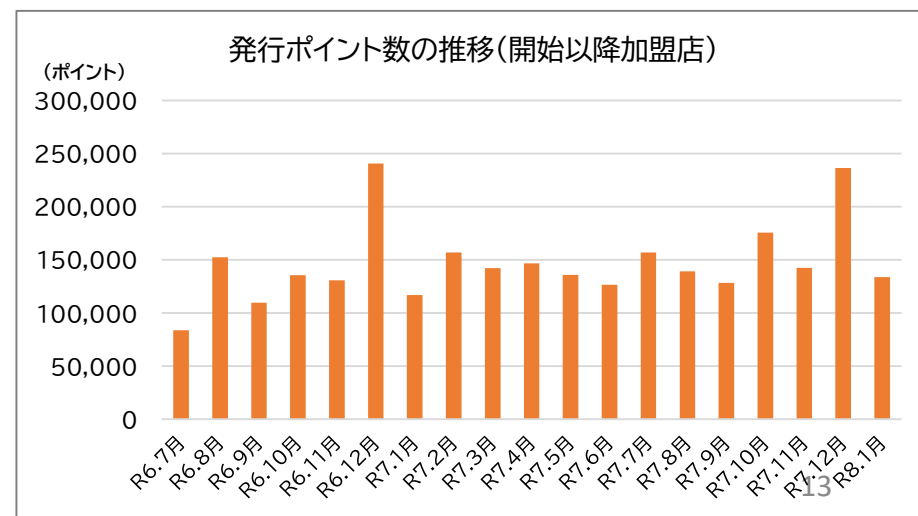
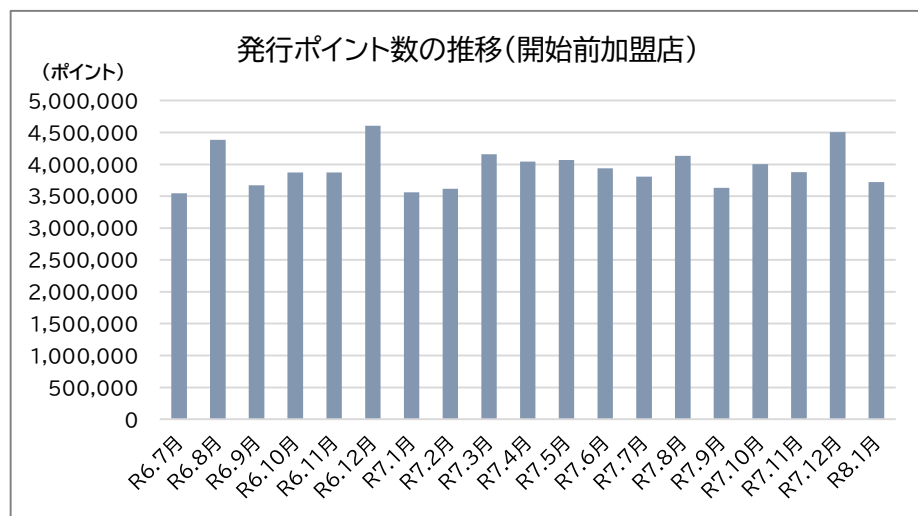
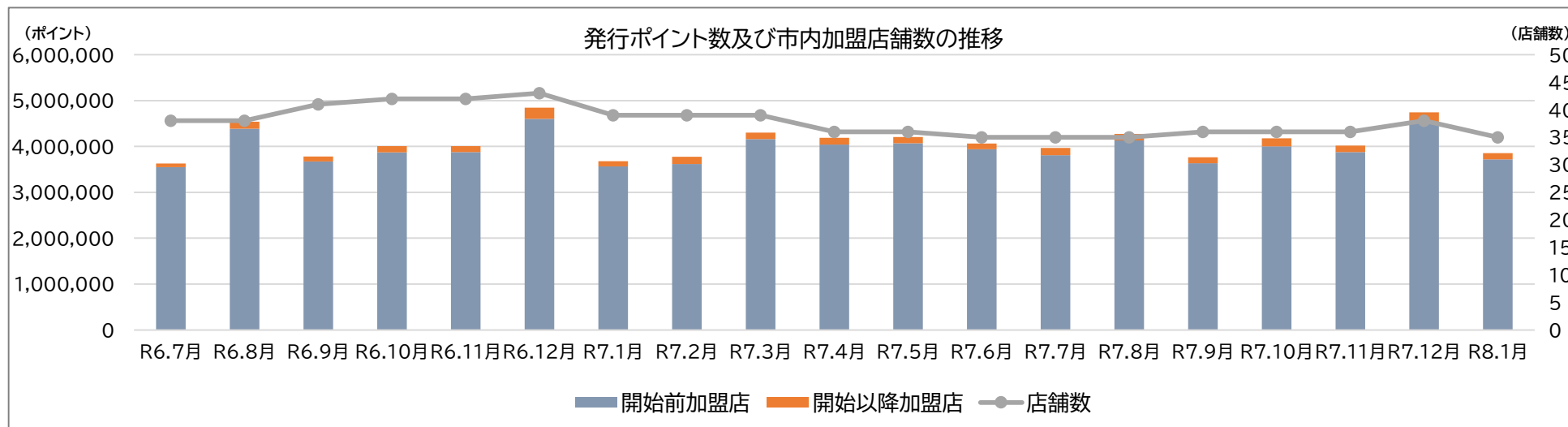


# 利用データ集計結果

## 6. お買い物ポイント発行・利用状況

### (1) 発行状況

- 前年同月比では、開始前加盟店は概ね横ばいで推移、開始以降加盟店は微増傾向。

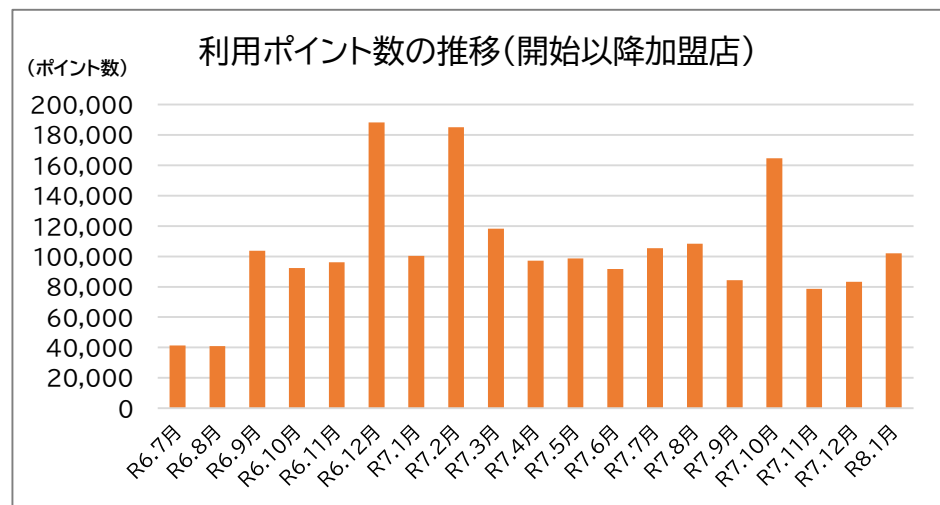
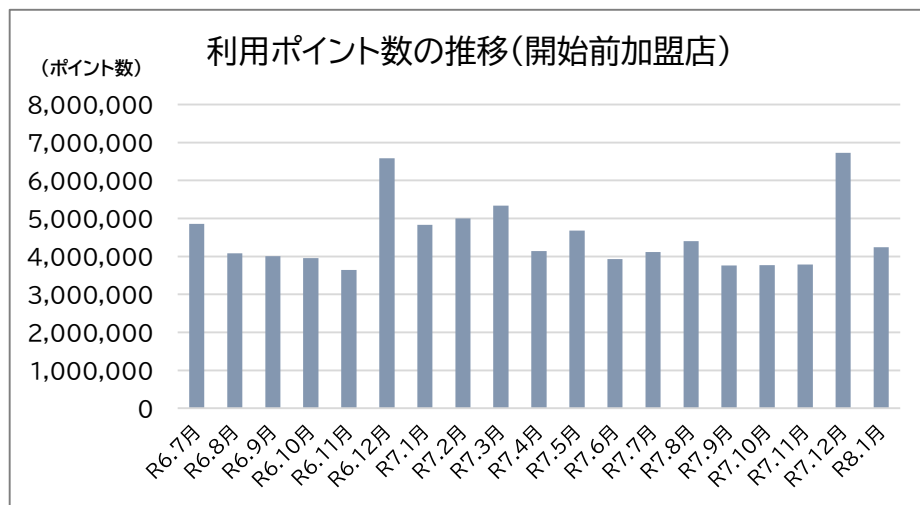
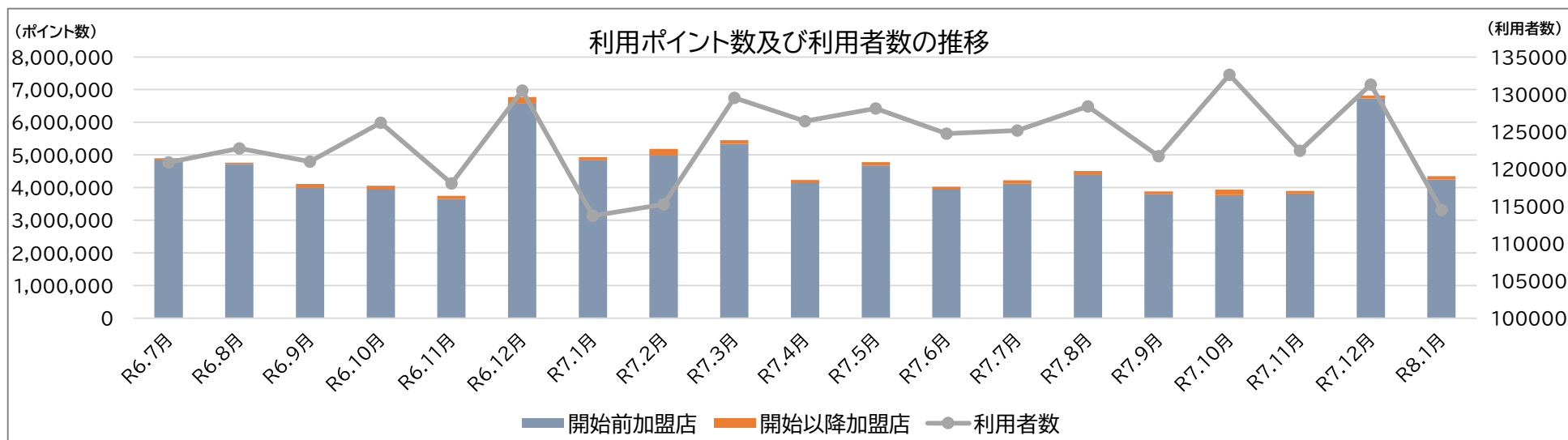


# 利用データ集計結果

## 6. お買い物ポイント発行・利用状況

### (2) 利用状況

- 前年同月比では、開始前加盟店は微減傾向にあるが、開始以降加盟店は増加傾向。

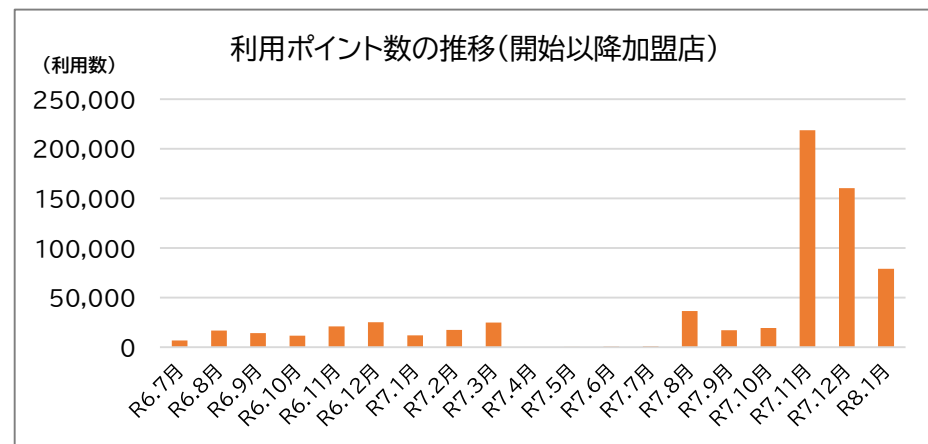
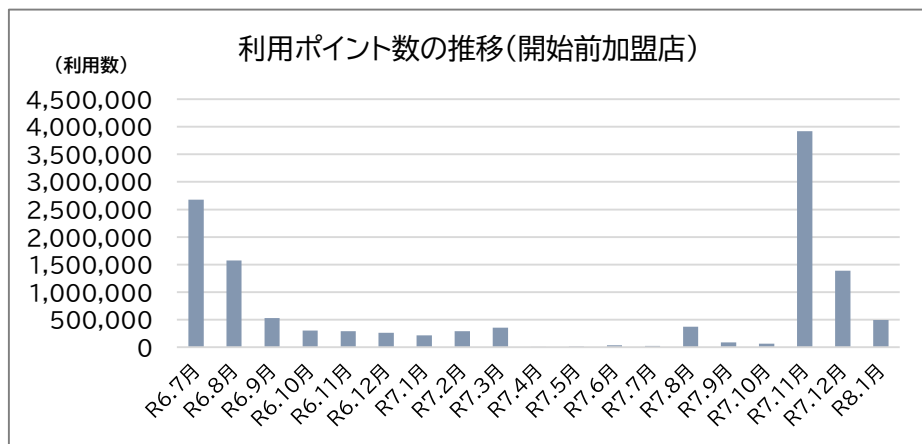
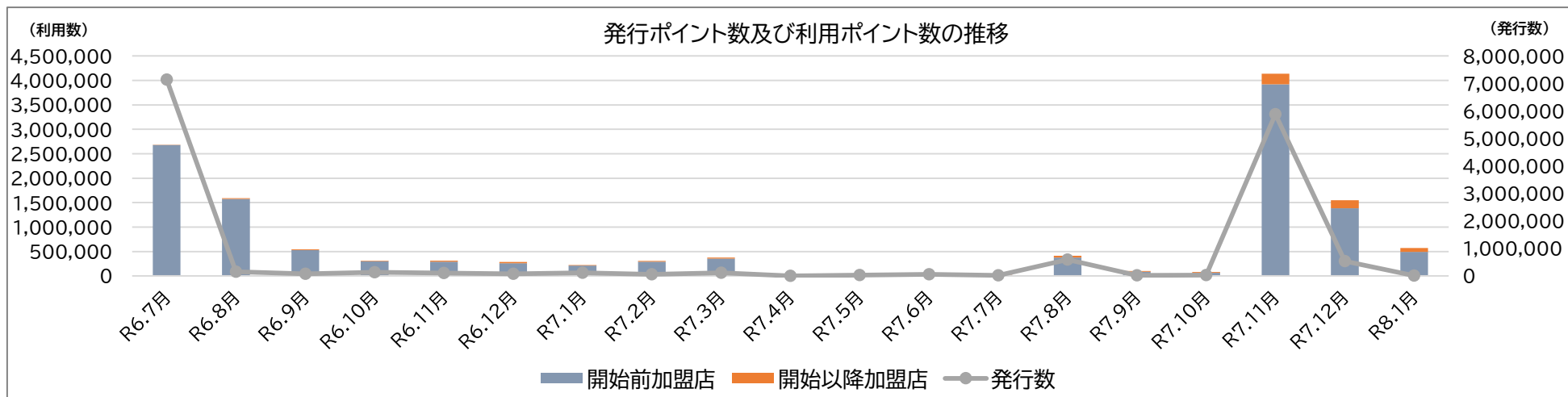


# 利用データ集計結果

## 7. 地域P発行・利用状況

- 発行ポイント数：7,197,942pt (R6実証実験比△797,384pt)
- 利用ポイント数：6,929,041pt (R6実証実験比+276,205pt)
- 利用率：96.3% (R6実証実験比+13.1%)

※開始以降加盟店での利用割合は増加傾向にある。



# 利用データ集計結果

## 8. 市事業のポイント付与状況

事業名	pt数/人	pt付与数 (合計)
フル予防サポーター養成講座	20	800
認知症サポーター 養成講座	20	80
高齢者健康ポイント	20~	340,180
介護保険セミナー	20	1,660
おさんぽポイント	6,000歩：1 8,000歩：1	128,772
計測器を使った 健康教室ポイント	20	2,180
南信州環境メッセ2025	50	4,900
IoTライブシミュレーター体験会	100	7,300
デマンドレスポンスCP	500~	160,000

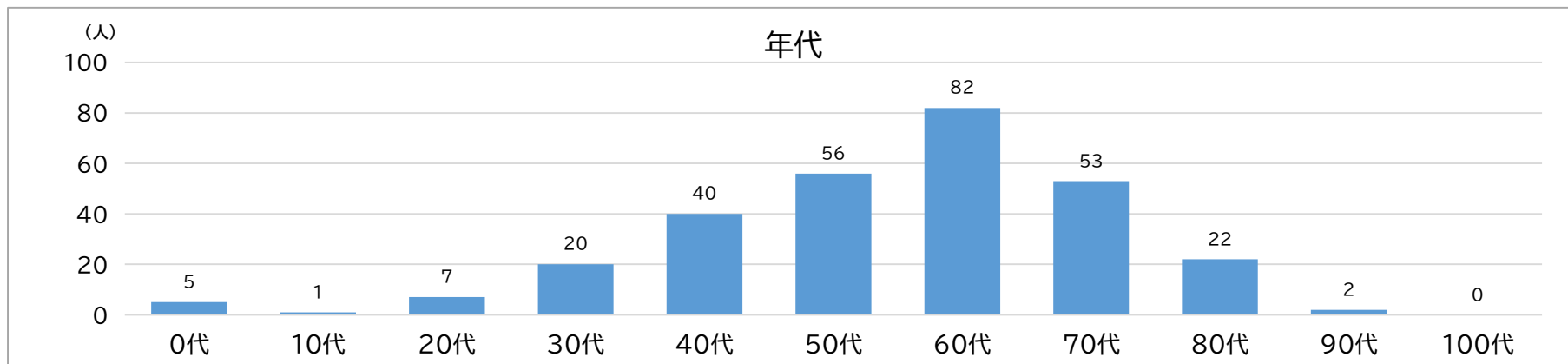
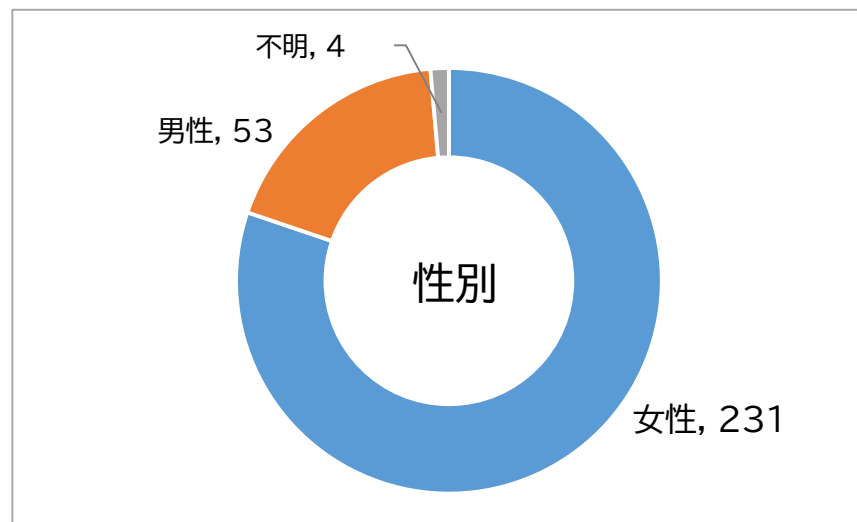
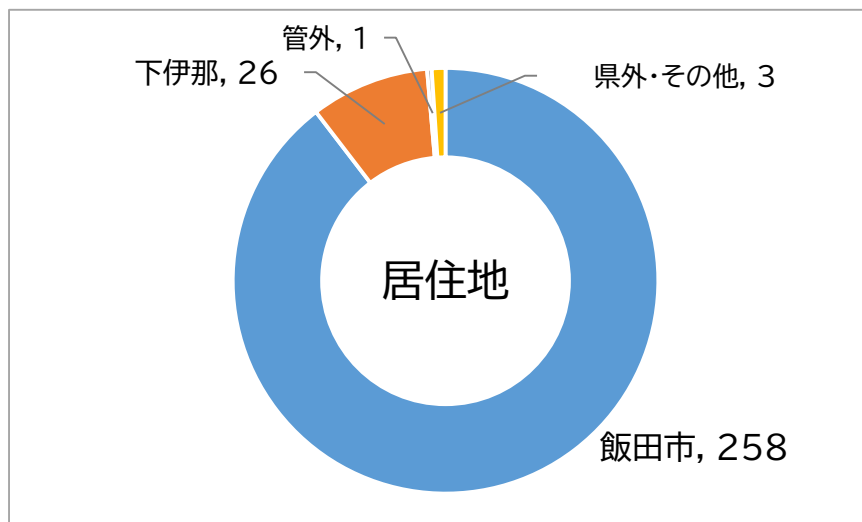
事業名	pt数/人	pt付与数 (合計)
林道サポート事業	100	28,000
よこね田んぼ	30~	19,450
天竜川・毛賀沢川 堤防美化活動	30	960
いきもの大調査inいいだ	500	7,500
Web口振・水らく 地域ポイントCP	50	1,000
飯田焼肉クイズラリー (賞品)	2,000 30	12,960
いいだ親林学校	50	1,300
飯田きこり養成塾 (チェーンソー講座)	200	1,200
飯田市赤十字奉仕団大会	100	30,600
組合未加入者 アンケート調査	300	40,500

# 利用データ集計結果

## 9. CPの結果

(1) 7月 お買い物ラリーポイント山分けキャンペーン

- ポイント付与数：576,000pt
- 実施期間：7月1日～31日、参加者数：288人/46,759人



# 利用データ集計結果

## 9. CPの結果

(2) 10月 チャージで20%ポイント還元&お買い物ラリー (10月1日~31日)

- ポイント付与数(合計付与数) 5,832,600pt

① 参加者数(合計) 3,487人

チャージのみ	お買い物ラリーのみ			チャージ+お買い物ラリー		
1,650人	2店舗	3店舗	4店舗	チャージ+2店舗	チャージ+3店舗	チャージ+4店舗
	979人	58人	5人	352人	425人	18人

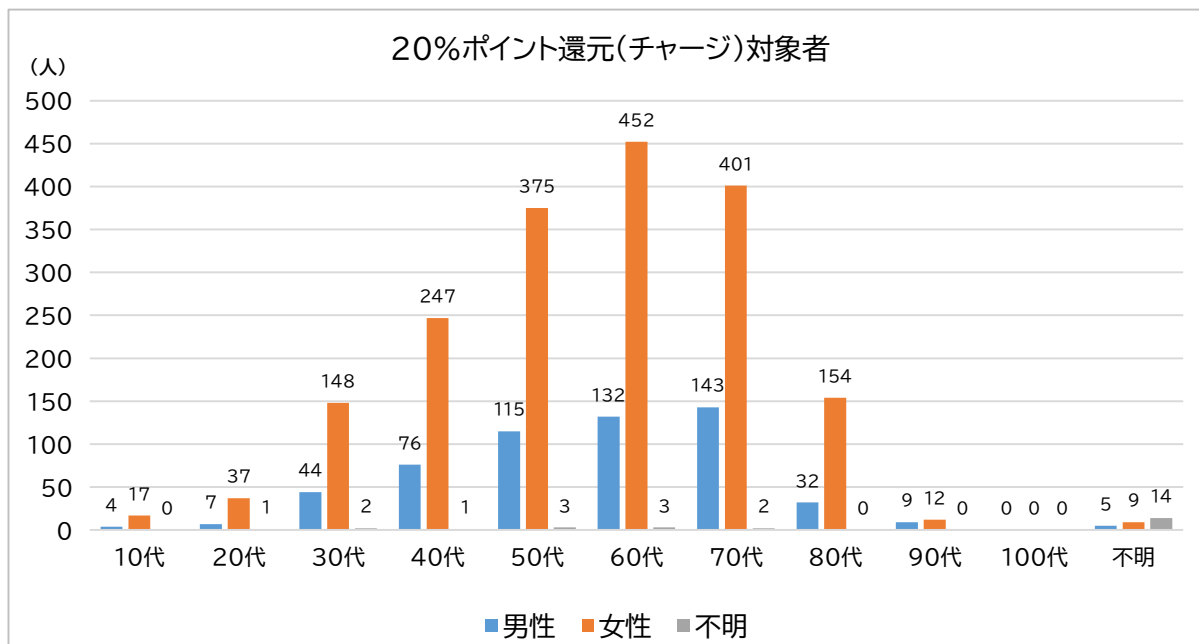
※<チャージ+買い回り達成者の居住地別> 飯田市内：714人、下伊那：61人、その他：20人

② 20%ポイント還元(チャージ)

- ポイント付与数 4,263,600pt

※17,600pt+38,400pt+37,800pt+15,200pt+186,000pt+13,200pt+14,000pt+9,600pt+1,800pt+3,930,000pt

チャージ額(円)	対象者(人)	還元ポイント(pt/人)
1,000	88	200
2,000	96	400
3,000	63	600
4,000	19	800
5,000	186	1,000
6,000	11	1,200
7,000	10	1,400
8,000	6	1,600
9,000	1	1,800
10,000	1,965	2,000
合計	2,445	



※<対象者居住地別> 飯田市内：2,195人、下伊那：213人、その他：37人

# 利用データ集計結果

## 9. CPの結果

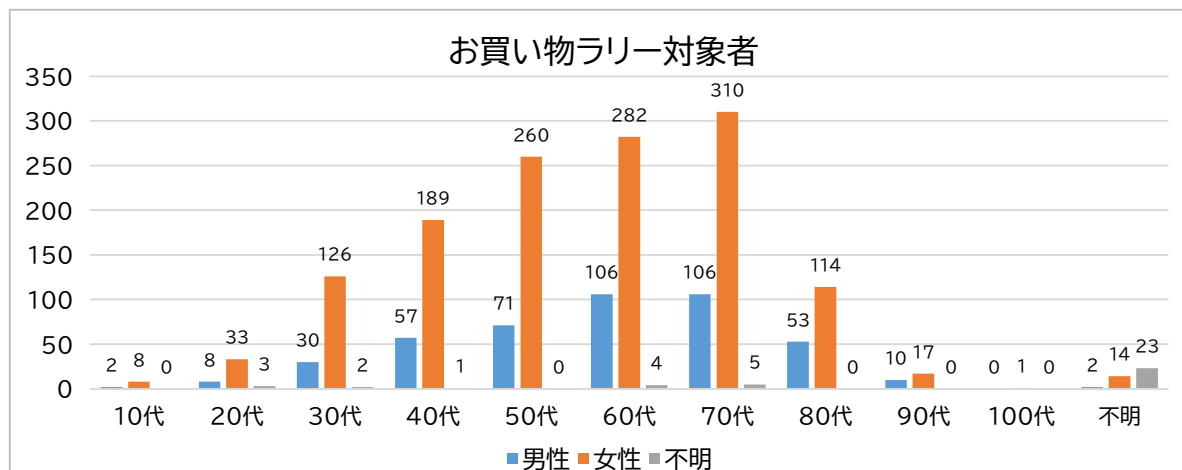
### (2) 10月 チャージで20%ポイント還元&お買い物ラリー

#### ③ お買い物ラリー

- ポイント付与数 1,171,500pt

※ $500\text{pt} \times 1,331\text{人} = 665,500\text{pt} + 1,000\text{pt} \times 506\text{人} = 506,000\text{pt}$

買い回り数	対象者(人)	還元ポイント (pt/人)
2店舗	1,331	500
3店舗	483	1,000
4店舗	23	1,000
合計	1,837	



※<対象者居住地別> 飯田市：1,553人、下伊那：245人、その他：39人

#### ④ ボーナスポイント

買い回り数	対象者(人)	還元ポイント (pt/人)
チャージ+1店舗	1,596	0
チャージ+2店舗	352	500
チャージ+3店舗	425	
チャージ+4店舗	18	

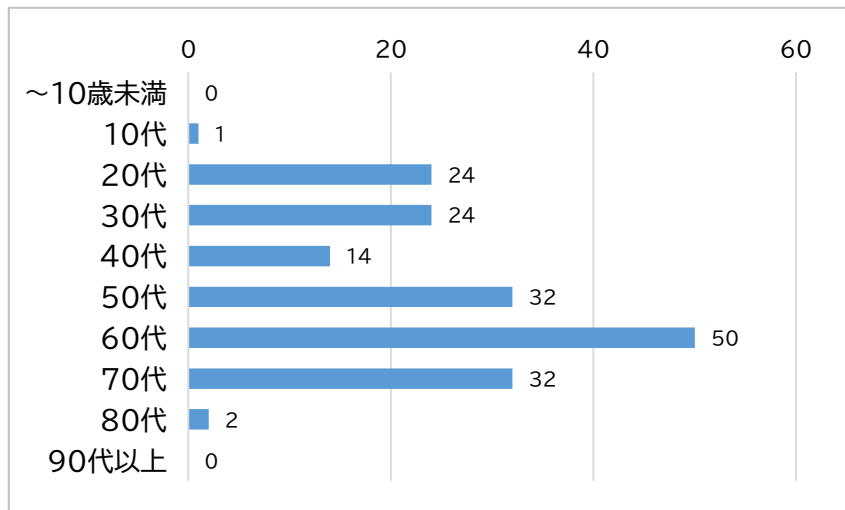
- ポイント付与数 397,500pt

※ $(352\text{人} + 425\text{人} + 18\text{人}) \times 500 = 397,500\text{pt}$

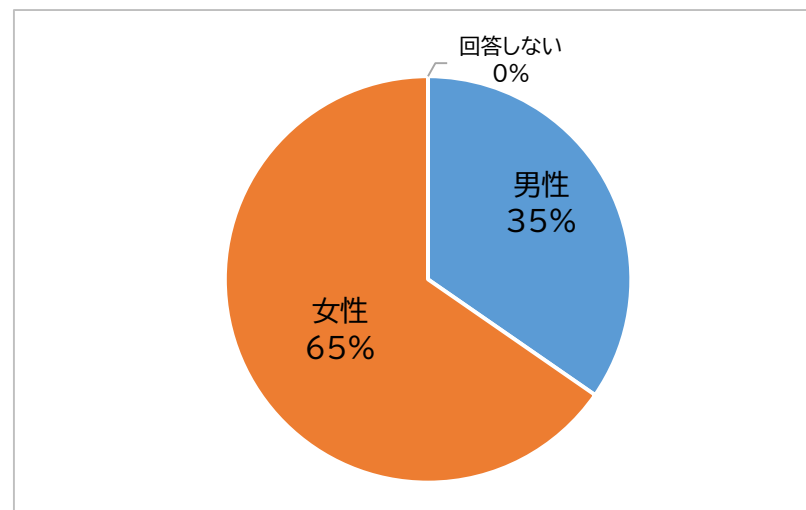
# アンケート・ヒアリング結果

## 1. 市事業参加者アンケート 回答者数:179人

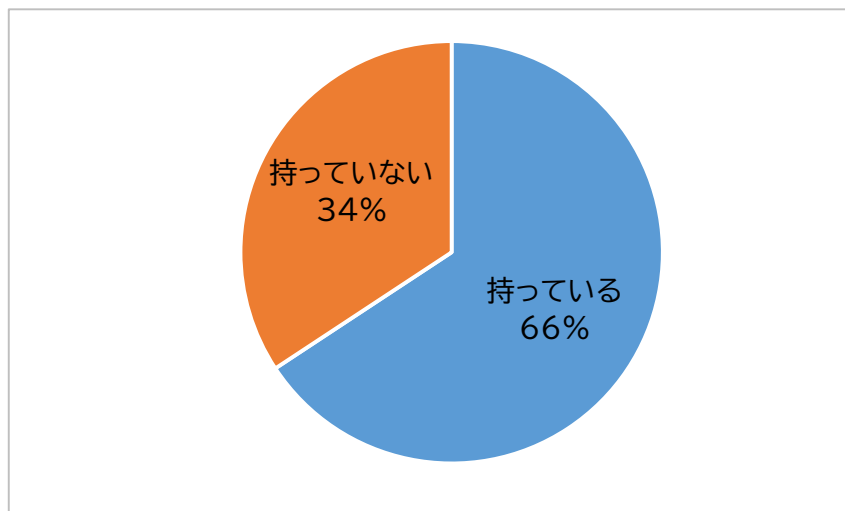
(1) 年代 ※n=179、SA



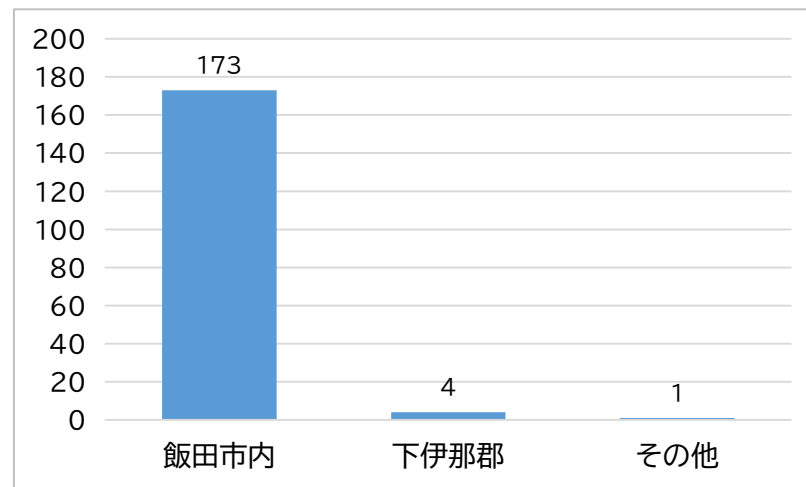
(2) 性別 ※n=179、SA



(3) ふくまるくんカードの保有 ※n=178、SA



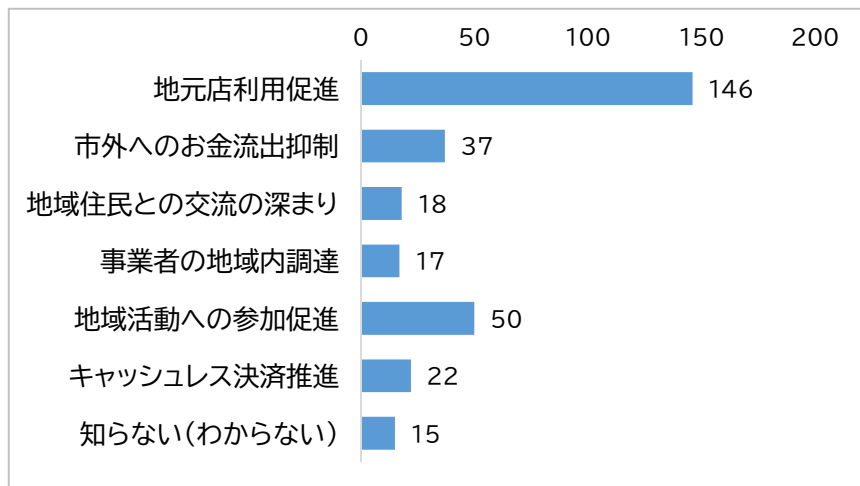
(4) 居住地 ※n=178、SA



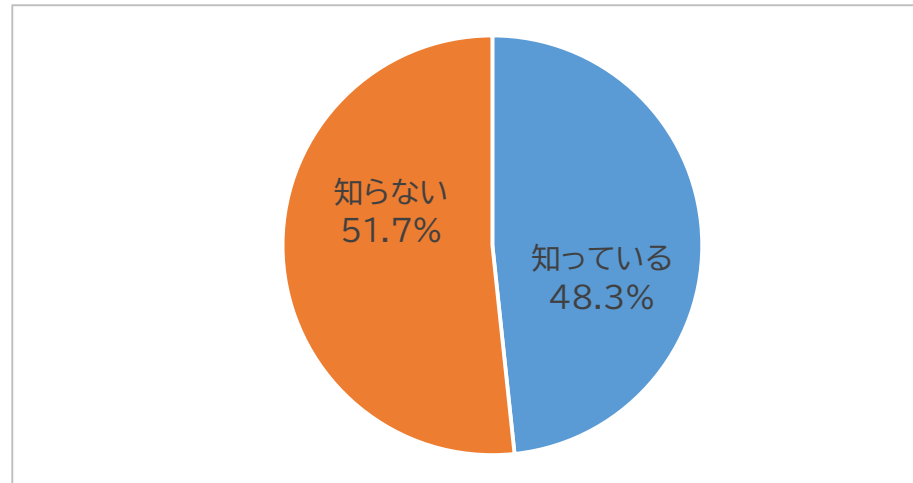
# アンケート・ヒアリング結果

## 1. 市事業参加者アンケート

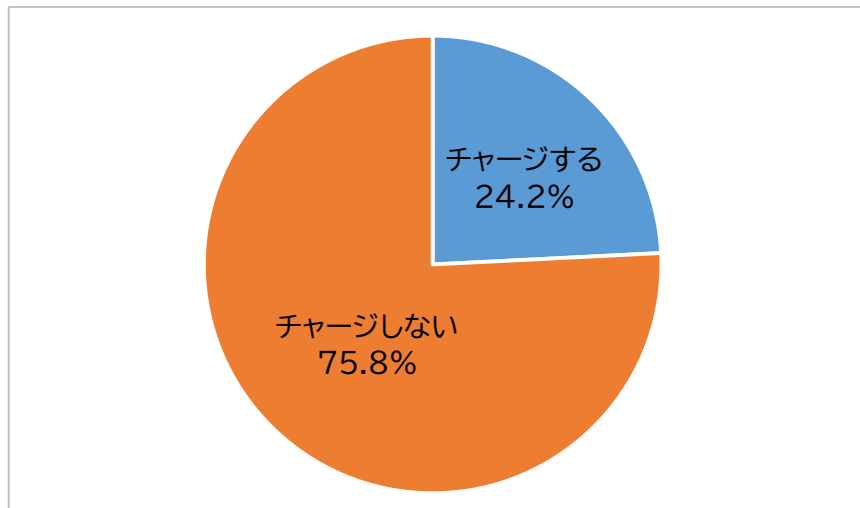
(5) 地域通貨にはどのような効果があると思いますか。  
※n=305、MA



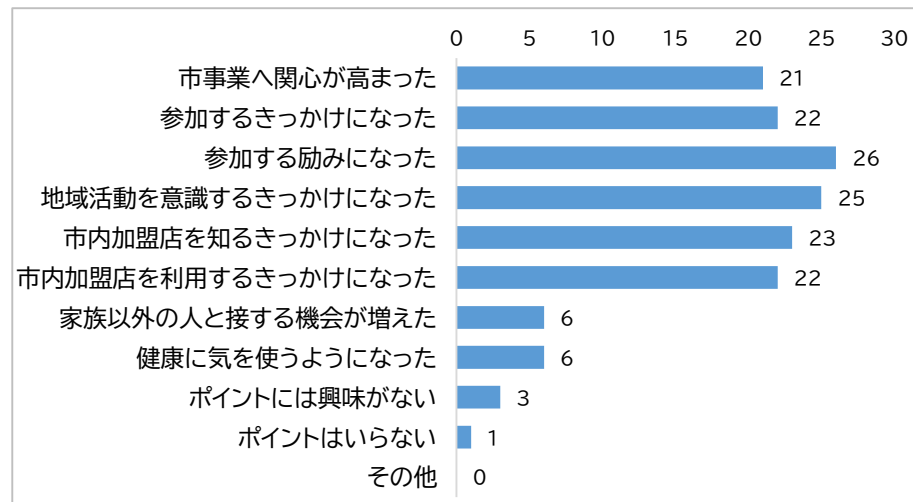
(6) 対象となる市事業へ参加するとポイントがもらえることを知っていますか。 ※n=178、SA



(7) ふくまるくんカードに現金をチャージしますか。  
※n=157、SA



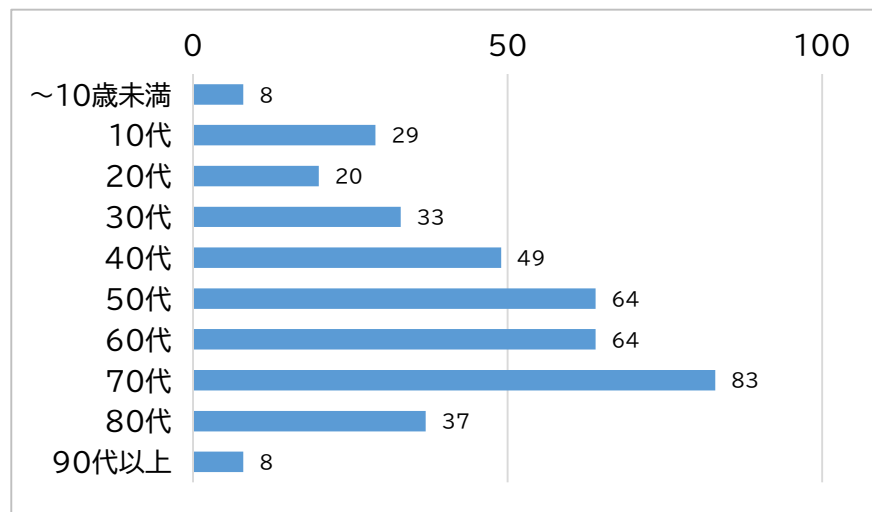
(8) ポイントがもらえることについて感じたことや思ったことを教えてください。  
※上の質問で「知っている」の回答者 ※n=155、MA



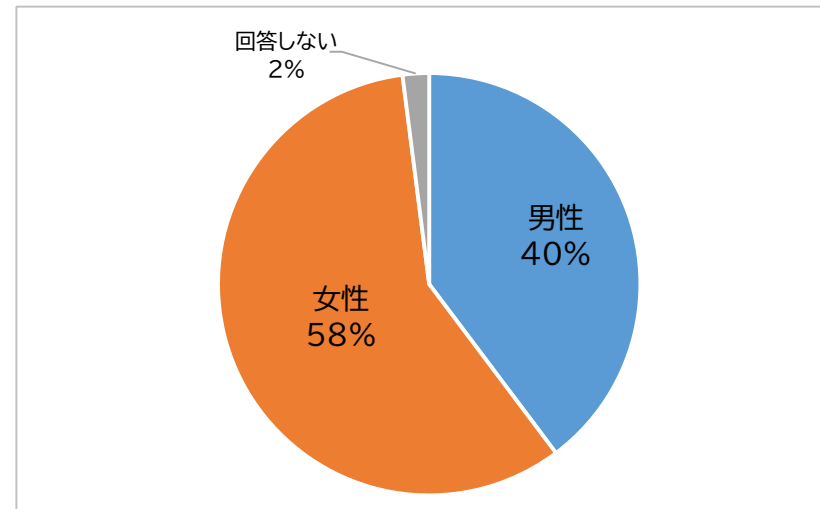
# アンケート・ヒアリング結果

## 2. 市民アンケート 回答率:30.4% ※回答数:395、送付数:1,300

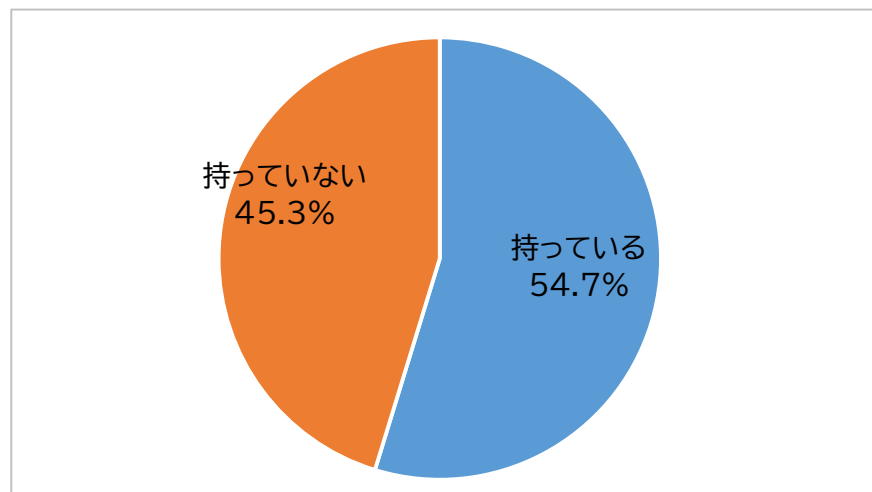
(1) 年代 ※n=395、SA



(2) 性別 ※n=395、SA



(3) ふくまるくんカードをお持ちですか。また、お持ちでない場合は理由も教えてください。 ※n=381、SA



### <持っていない理由>

- カードを多く持ちたくない。
- 利用するメリットがない。
- 近くに加加盟店がない。また、利用店が少ない。
- 利用店が合わない。
- 地元の店舗をあまり利用しないから。
- ふくまるくんカードを知らない。
- 発行してもらえる方法を知らない。
- 家族が持っているから必要ない。
- 持っていると言われて盗まれて悪用されるかもしれないから。
- 他社カードがあるから。

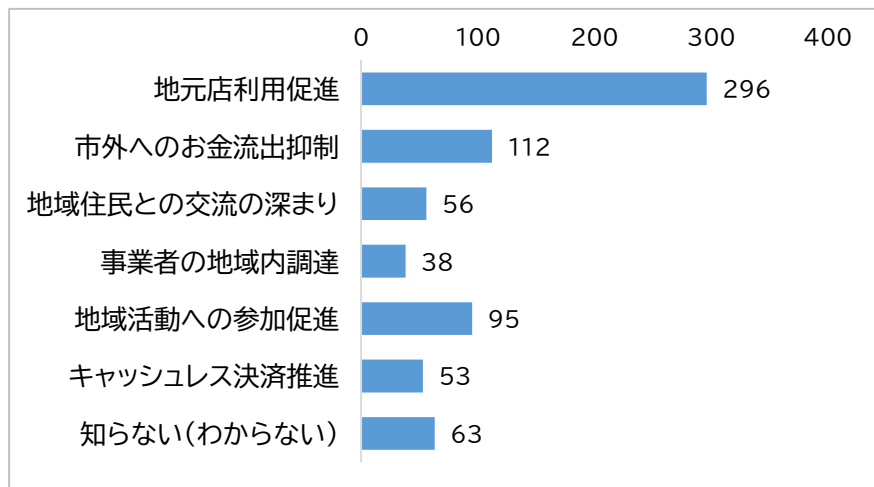
ほか

# アンケート・ヒアリング結果

## 2. 市民アンケート

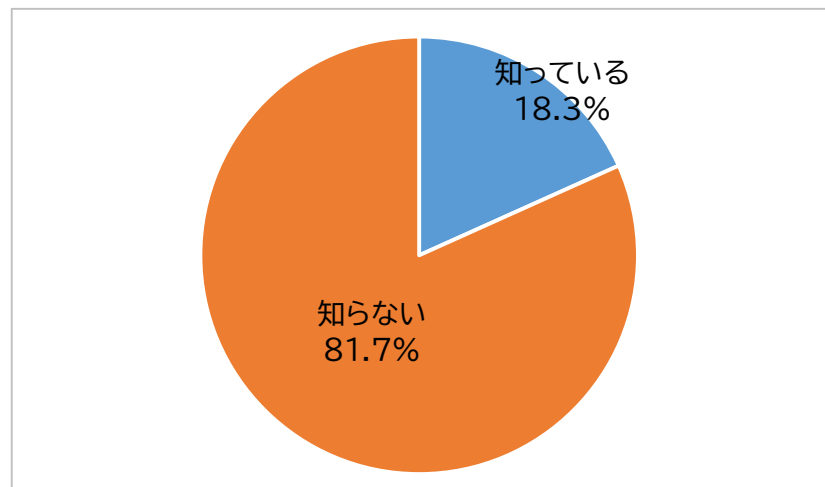
(4) 地域通貨にはどのような効果があると思いますか。

※n=388、MA

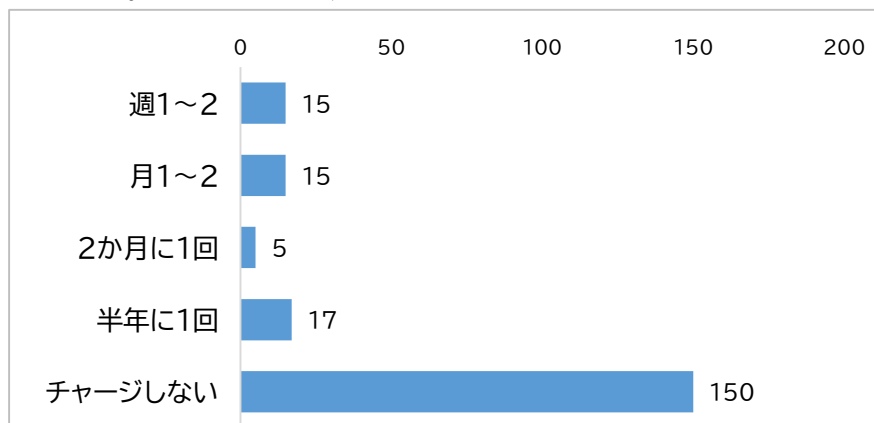


(5) 対象となる市事業へ参加するとポイントがもらえることを

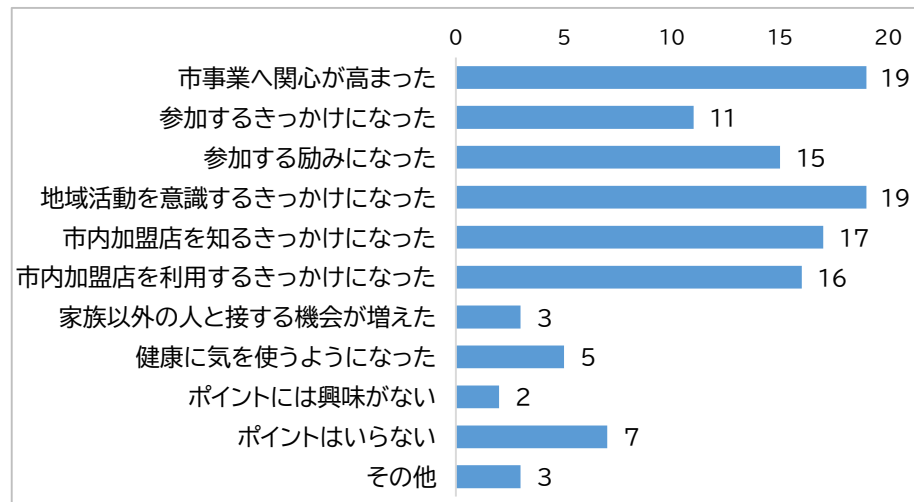
知っていますか。 ※n=383、SA



(6) ふくまるくんカードへ現金チャージする頻度を教えてください。 ※n=202、SA



(7) ポイントがもらえることについて感じたことや思ったことを教えてください。 ※上で「知っている」の回答者 ※n=69、MA



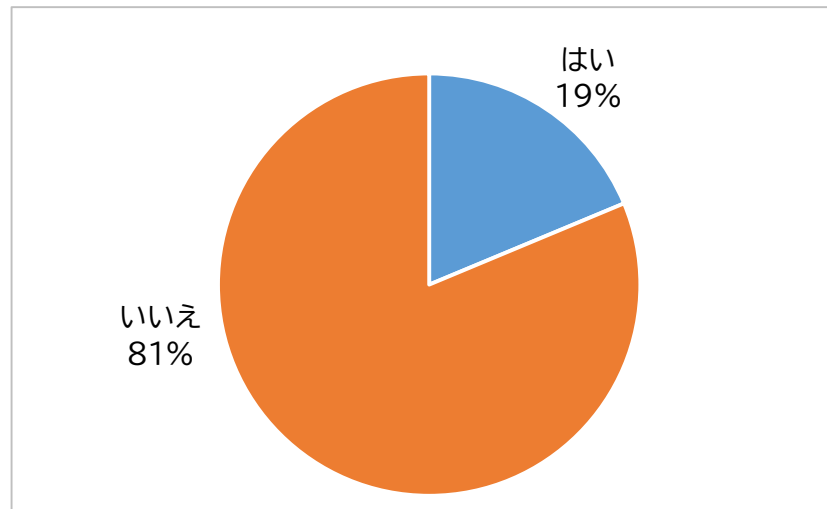
# アンケート・ヒアリング結果

## 3. 市内事業者アンケート 回答者数:514事業者

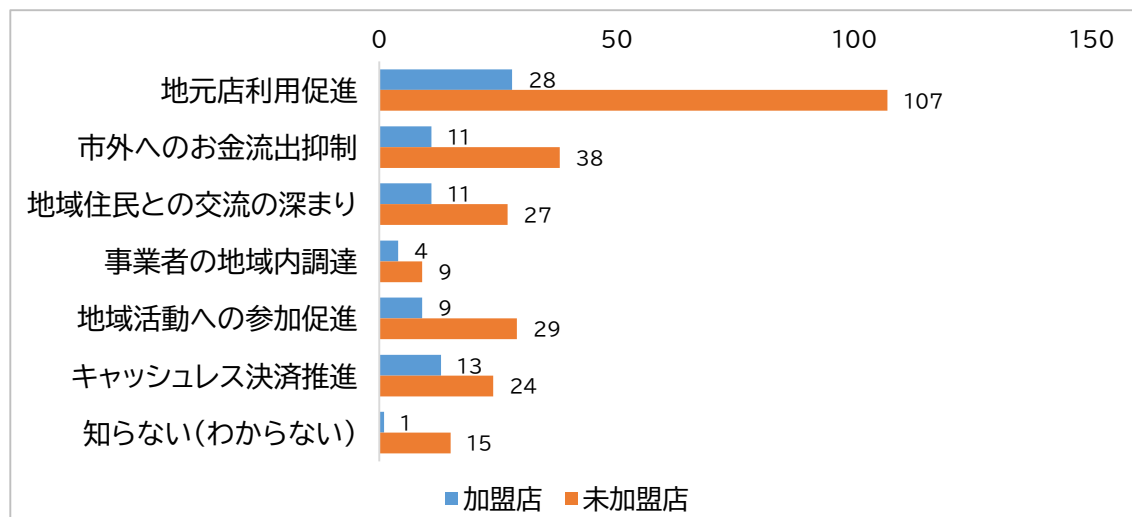
(1) 従業員数を教えてください。 ※n=171、SA

従業員数	事業者数	従業員数	事業者数
~5人	110	~35人	2
~10人	26	~40人	1
~15人	8	~45人	0
~20人	8	~50人	2
~25人	4	50人以上	6
~30人	1		

(2) ふくまるくん加盟店ですか。 ※n=171、SA



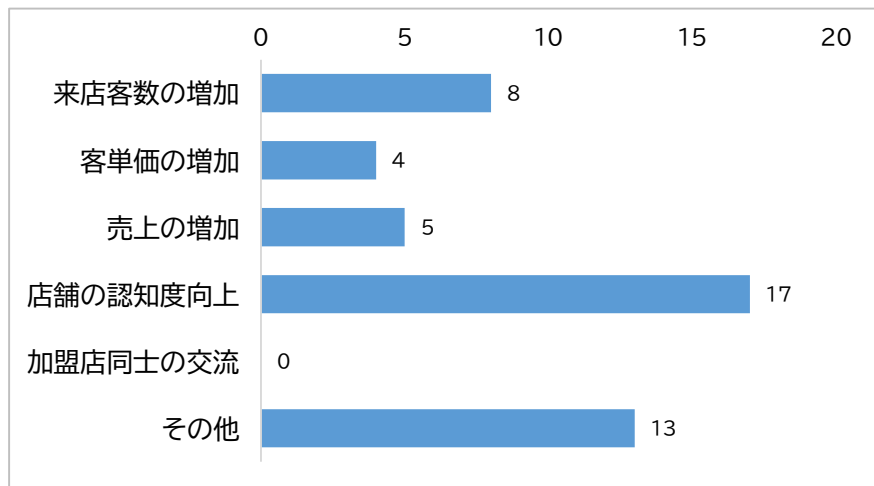
(3) 地域通貨にはどのような効果があると思いますか。 ※n=168、MA



# アンケート・ヒアリング結果

## 3. 市内事業者アンケート

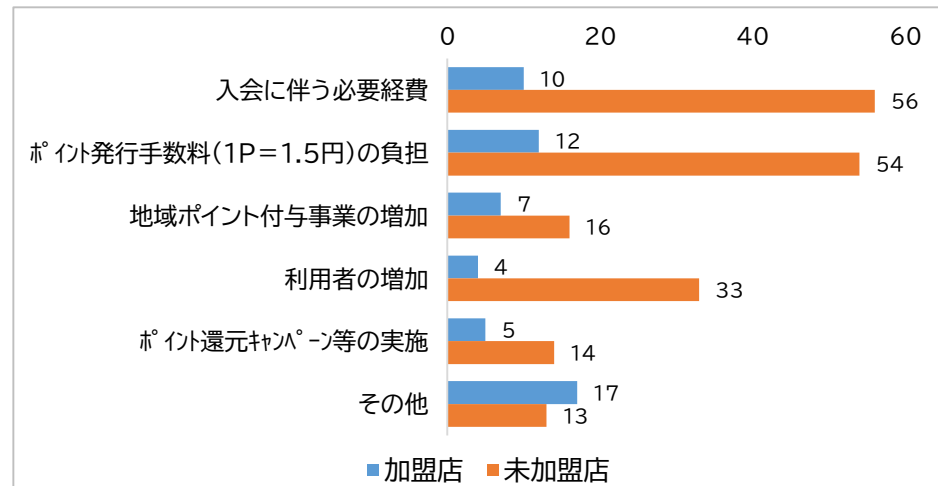
(4) この実証実験により感じている効果を教えてください。  
※n=32、FA ※加盟店限定



<その他>

- ・ 特に効果はない。
- ・ 利便性や地域貢献
- ・ お客様が喜んでくれる。
- ・ まだまだ浸透していないため、ほとんど使われない。
- ・ キャンペーンの効果は感じた。
- ・ ふくまるくん事務局が実施するイベントを経営者として楽しんでいる。
- ・ コーヒーなどの単価の少ないお客様が多く、効果はあまり感じない。

(5) 加盟店の継続や新たに加盟店となる場合に必要な取組みや課題を教えてください。 ※n=115、MA



<その他>

- ・ 市民への周知。また会議所や民間企業との連携など。
- ・ 店舗への周知が広がり加盟店がもっと増えれば、使う人も増えるのではないかと。
- ・ 端末操作の個別指導や気軽に連絡ができる環境など。
- ・ 月会費の負担減。お客様に利用された分だけの手数料負担にしてはどうか。
- ・ 加盟するメリットをもっと示すべき。「経費に対して、これだけの売上につながる」など。ふくまるくんの認知度向上が必要。
- ・ これだけ多くのキャッシュレス決済がある中で、地域に広まるのか疑問に思う。
- ・ 地域通貨の意義をもっと伝えていくことが大事

# アンケート・ヒアリング結果

## 4. 市事業各担当課への調査

- 地域Pの付与によって、市事業等の広報周知につながる可能性があることに加え、参加者の励みや継続するきっかけになると考えられる。
- 僅かなポイントではあるが、ウォーキングのきっかけや歩くことを継続する機会となっている（特に高齢者から、おさんぽポイント事業の認知度が高かった）。
- 地域Pに興味・関心のある層には、参加動機になっていたと感じる。
- 広く・浅く周知する事業であれば、地域Pの効果があるのではないかと感じた。
- 一部事業参加者からは、少額のポイント付与数でも「お得感がある」との声も聞かれる一方で、付与ポイントが少なく参加へのインセンティブとしては限定的と思われる。
- 地域によっては加盟店がなく利用が難しいことや、ポイント付与までの事務手続き(担当課)の煩雑さがある。
- 動員的な地区の活動・事業での参加誘因は限定的と思われる。（作業対価として受け止められがち）
- ポイント付与事業で「地域P」の認知度は確実に向上したが、ポイントカードを保有しない方が新たに市内会員になるまでには至らなかった。

# 考察

## 1. 地域経済循環の効果検証

### (1) 全般

- 市内会員の市内加盟店におけるR7年度消費額は、R6年度の同月比較では500～1,500万円程度増加しているが、市内会員の増加、物価上昇、増加の幅を考慮すると本事業による効果であるか判断が難しい。
- 地域Pの利用状況は、R6年度では特定の店舗に偏りが見られたが、R7年度では他の店舗での利用も増えており、市内加盟店が市民に認知され利用されてきている。しかし依然として地域Pの大半は特定の店舗で利用され、上述の消費額の動向も考慮すると、本事業が市内加盟店で広く消費を促した効果は限定的と考えられる。
- 加えて、本事業の地域経済循環の効果を最大化するため、入会金補助や各種媒体を活用した周知広報の展開など、加盟店確保に取り組んだが、市内加盟店数は減少傾向で、本事業の効果が波及する範囲が限定されている。
- 以上を踏まえると、本事業による地域経済循環の効果は限定的と考えられる。

# 考察

## 1. 地域経済循環の効果検証

### (2) CPによる効果

- 市内加盟店の利用・消費促進を目的として実施したCPは、7月CPの参加は想定を下回ったが、10月CPは想定を超える参加があった。10月CPでは、7月CPの経験を生かし、内容の分かりやすさ、参加のしやすさなど工夫した事業の組み立てが想定を超える参加につながったと推測している。
- CP実施により以下のような市内会員数、利用者数、消費額の増加が見られた。利用者数、消費額に関しては、市内加盟店での買い回りを促し、特に開始以降加盟店では増加が見られ市内加盟店の認知度向上に効果があった。

	市内会員数 前月からの増加数 (人)	利用者数 (人) ※ () 内は前年同月比	消費額 (円) ※ () 内は前年同月比
7月	218	125,167 (+4,280)	361,197,810 (+20,506,621)
10月	269	132,634 (+6,453)	377,185,969 (+13,200,070)

- 10月CPではカードへのチャージ(入金)を促し、開始以降加盟店におけるチャージ、チャージ残高利用が増加した。この傾向はCP終了後も継続し、前年同月比のチャージ額は11月が+11万pt、12月が+23万pt、1月が+40万ptと増加している。チャージ残高は加盟店のみ利用可能なお金で、地域外への流出抑制など地域経済循環につながり定着が望まれる。ただし、加盟店の拡大、費用面で課題がある。
- 本事業で行ったCPの実施によって、スポット的な消費促進効果、加盟店の認知度向上を確認した。即効性を求める事業の一つとして考えていく。

# 考察

## 1. 地域経済循環の効果検証

### (3) 外貨獲得(市外からのお金の流入)の可能性

- R7年度では市外在住者にも地域P付与する事業(7、10月CP)を実施し、外貨獲得の可能性を検証した。
- R7年度に発行した地域P(7,197,942pt)のうち、市外在住者へは703,300pt(9.8%)発行し、市外在住者による市内加盟店での消費額は412,000円(推定額)、市内加盟店でのチャージ額は2,129,000円であった。

	CP内容	市外在住者 対象者数(人)	付与ポイント数(小計)	消費額計(円)
7月CP	買い回り(1,000円/店)	30	60,000	90,000
10月CP	買い回り(500円/店)	284	177,000	322,000
	チャージ還元(20%)	250	425,800	-
	ボーナスP(500p)	81	40,500	-

- 7月CPに比べ10月CPは消費額(外貨獲得額)が増加している。市外在住者にとっても分かりやすい、参加しやすい、魅力ある事業の構築で、外貨獲得の可能性が高まると考えられる。また、本事業の枠組みで、観光客等まで参加、使用を広げていくにはさらなる工夫が必要と考えている。

# 考察

## 2. 地域コミュニティ活性化の効果検証

### (1) 全般

- R7年度実施の市民アンケートでは「市事業への関心が高まった」、「地域活動を意識するきっかけになった」との回答が多く、地域Pに関心を持つ市民に対して、市事業等を認知するきっかけや事業等への参加の励みになることを確認した。
- R6事業で把握した「付与ポイント数が少ない」との意見を受け、R7年度では一部事業で付与ポイント数を増やし実施した。「参加につながった」との意見は少なく、ポイント数の増加による誘引効果は小さかった。また、事業によっては、付与ポイント数を「対価」として認識し、物足りない印象を持つ事例も見られた。
- 地域Pは地域コミュニティ活性化に有用な取組の一つとして、市事業等に対する「関心」や「励み」を持たせる効果はあるものの、「参加」する誘引効果としていくためには、地域Pの意義をさらに訴求し、市民の理解を醸成していくための取組が重要と考えられる。
- R6年度に行った「どこでもポイント(\*)」によるポイント付与では、ポイント化されず失効ポイントが多かったことから、R7年度では端末機器を利用した現場でのポイント付与や参加者の会員番号を控え自動付与する方式に改めた。参加者へ確実にポイント付与ができたが、事務処理や手続きの負担増となった。(\*)レシート発行による市内加盟店等でのポイント後付け方法

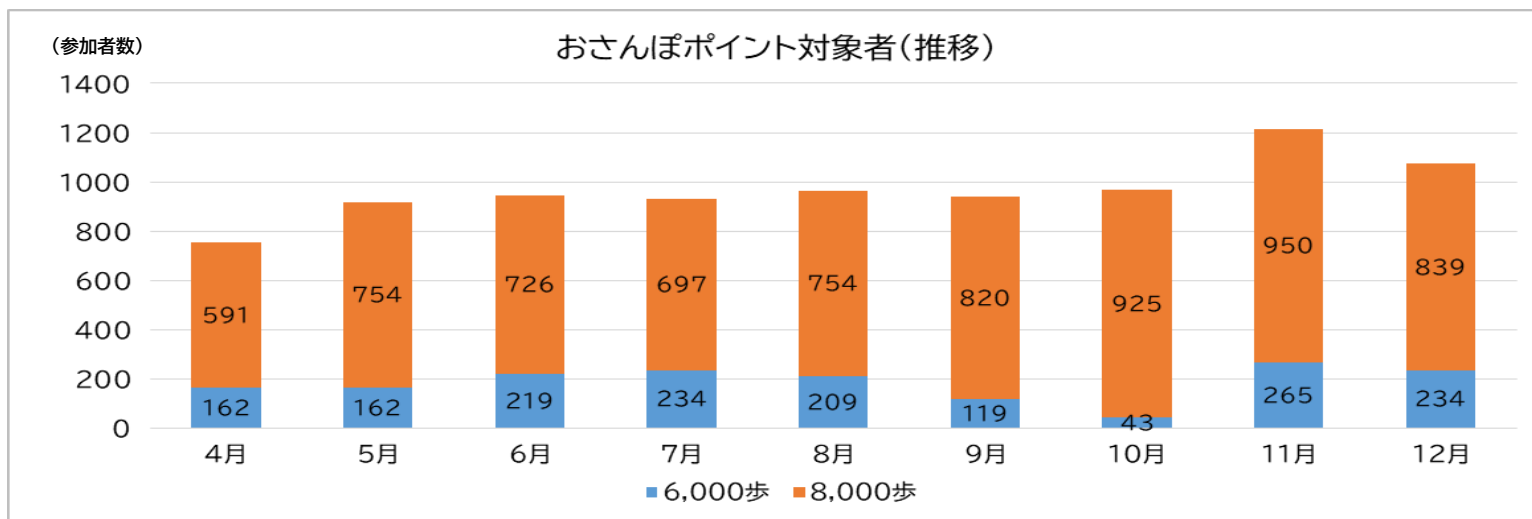
# 考察

## 2. 地域コミュニティ活性化の効果検証

### (2) 各事業の効果

#### ① 健康事業

- 「おさんぽポイント」は、スマートフォンにアプリをダウンロードすれば誰でも参加が可であり、健康意識の高まりなどからポイント付与事業の中でも特に関心が高く、アプリ利用者も増加している。
- R7年度での参加者数は以下グラフのとおり。10月までは概ね横ばいで推移したが、9～11月にかけて行われたウォーキングイベントの効果も相まって、関心が高まったものと考えられる。
- このように「おさんぽポイント」に関しては、「参加」へのインセンティブが認められ、次年度も継続して事業を実施し状況を経過観察する。



# 考察

## 2. 地域コミュニティ活性化の効果検証

### (2) 各事業の効果

#### ② 地域活動

- 松尾地区では、天竜川・毛賀沢川堤防美化活動の参加者へ地域Pを付与した。事業参加者は、まちづくり委員会役員の高割合事業で、事業の特性上、地域Pをきっかけとした参加者は少なかった。また、地区内に加盟店がないなど意見があった。
- 千代地区では、地域作業に応じたポイント数を設定し地域Pを付与した。R7年度では専用端末を自治振興センターへ設置し、地域Pを地元産商品（よこね米、純米酒よこね、りんごジュース等）と交換できる仕組みを構築。これまでに19,450ptを発行、9,650ptが交換され（交換率49.6%）、付与ポイント数、人数ともにR6年度と比べ増加している。一方、地域作業への参加者がポイント数を作業の対価として受け止める傾向が見られた。次年度は地域Pとは異なる方法に取り組む予定である。
- 上郷地区では林道サポート事業への参加者に地域Pを付与した。R6年度は3,270pt(30pt×109人)、R7年度は28,000pt(100pt×280人)で、継続した取組による認知度向上、付与ポイント数の増が関心を持たせるなど効果も考えられる。
- 地域活動への地域Pの付与は、上郷地区のように効果が見られた事業もあるが、まちづくり委員会の方針(例えば地域活性化、作業等の対価)、地域内の加盟店の有無などによって効果が左右される。各地域の実情を踏まえ、(地域P以外の手段も含めて)地域活動への参加へのインセンティブの検討が重要と考えている。

# まとめ

- R5年度に実施した「デジタル地域通貨に関する研究結果」から、決済手段として利用する「地域マネー」では、地域経済循環に一定の効果があるものの、多額の初期費用、運営費の確保や運営体制で課題を把握した。よってR6年度からは、地域経済循環に加え地域コミュニティ活性化にも有用な地域Pに着目した実証実験を、既存の買い物ポイントカードを活用し実施した。
- R6年度事業で把握した課題を踏まえ実施したR7年度事業は、地域通貨の意義や事業の周知と市内会員・加盟店を確保するため、様々な媒体や市民が目にする場を活用した情報発信、買い回りやチャージ等による地域経済への効果を調査するCPの実施、各事業の目的・参加者層等に合わせた地域P付与数を検討・実施した。また、本事業により得られた利用データを分析し、地域Pが地域経済循環、地域コミュニティ活性化に与える効果や可能性を検証した。
- 地域経済循環の観点では、市内加盟店を増加させるため、様々な媒体を活用した周知を行うとともに、7月、10月には買い回りによる地元店舗の利用促進や、地域内で循環する資金の増加をねらい、話題性のあるお得なポイント還元CPを実施した。結果は、市内加盟店の認知度向上、チャージ利用者増加等の効果を確認したが、市内加盟店の拡大には至らなかった。地域経済循環の効果の最大化には多様な加盟店の確保と利用は重要で、地域経済循環に期待した効果も小さく限定的で、費用対効果を含め本事業の枠組みでの継続は困難と判断した。
- しかしながら、7月、10月のCPでは、スポット的ではあるが消費喚起や地元店舗の利用促進の効果を確認している。地域経済の活性化に即効性のある事業に取り組む際の参考にするとともに、本事業全体で得られた知見やノウハウは、今後、別の枠組みなど検討する際に生かしていく。
- 地域コミュニティ活性化の観点では、市の事業や地域活動への参加者の伸び悩む要因の一つに加盟店や付与ポイント数の少なさの影響が考えられたため、各事業の担当課で、柔軟なポイント数の設定を行った。参加者の励み、市の事業等へ関心が寄せられた一方で、付与ポイント数を「対価」として認識される事例も見られた。課題はあるものの市民に関心が持たれインセンティブの効果が見られる「おさんぽポイント」等での取組を継続し、市民の反応等の経過を観察していく。