

大学発アーバンイノベーション神戸 研究成果報告書

令和4年5月13日

申請区分		複合領域・民間企業連携型	課題番号	B21102
研究課題名		地域デジタル通貨による、地域コミュニティ再構築および経済活性化に関する効果研究		
研究期間		令和３年度		
研究代表者	氏名	保田 隆明		
	大学等	国立大学法人神戸大学		
交付決定額(研究期間全体)		10,200,000 円		

○研究成果の概要（400 字以内）

神戸市灘区の水道筋商店街において、約2ヶ月間に渡りデジタル地域通貨の実証実験を行った。

結果、利用者の多くは商店街で日常的に買い物をする人たちであり、最大の利用動機はプレミアム付によるお得さであったものの、商店街が好きだから利用をした層も多く存在し、また、それらのうち一部利用者はプレミアムが付されなくともデジタル地域通貨を利用したであろうと回答した。

また、デジタル地域通貨の利用をきっかけとして、これまで利用したことのない店舗を訪問する利用者が一定数存在したこと、また、利用者が感じる商店街の魅力度増加が観察されたことから、商店街の活性化にも寄与しうるものである。

今後のデジタル地域通貨に必要な機能としては、利用者も店舗側も半数程度がプレミアム地域振興券との統合を望んでおり、デジタルベースでの一体化が必要であることが示唆された。一方、行政のアプリやポイントとの統合を望む声はあまり多くなく、自治体主導によるデジタル地域通貨の導入は、供給者目線ではなく、利用者目線に立った慎重な機能設計が求められることが示唆される結果となった。

○研究成果の学術的意義や社会的意義（200 字以内）

地域通貨は、地域経済活性化を目的として自治体や金融機関が主導で導入するものと、何らかの同一の目的を有する比較的つながりの強いコミュニティで導入されるものに大別されるが、今回実証実験を行ったデジタル地域通貨は、その中間的な位置付けであり、商店街利用者という既存の緩やかなコミュニティ上に導入したことに特色がある。

今回の実証実験の結果は、すでに存在する緩やかなコミュニティ上に導入することで、コミュニティへの愛着がデジタル地域通貨に反映され、更にデジタル地域通貨がコミュニティへの愛着を促進する可能性を示している。

1. 研究開始当初の背景

地域デジタル通貨は民間事業者が提供するもの（ICOCA、LINEPay や Paypay など）が存在し、地域ポイントはプレミアム商品券がその性質を帯びているが、前者については、決済手段のDX化は実現しているもののそれによる地域活性化への貢献は未知数であり、後者については地域への効果は一過性であり、また、持続させるための原資をどうするかという問題が出てくる。その点、地域デジタル通貨およびポイントは域内人口の地域内での購買や地域活動へのコミットメントを引き出す可能性がある。そこで、地域デジタル通貨およびポイントを通じた地域活性化、市民生活のデジタル化（DX化）について実証分析をもとに研究し、今後の神戸市をはじめとする地域に対しての政策的、実務的な示唆を導出

する必要があった。

2. 研究の目的

本研究は、地域経済の活性化・コミュニティの再構築における、地域デジタル通貨およびポイントの有用性を検証することを目的とする。そのために、市民にとって魅力のある地域ポイントの付与方法やプロモーション方法の検討、さらに、令和4年度以降に自立運営していくための、学術機関・民間企業・行政の役割および体制を検討する。将来的な神戸市スマートシティの取り組みとの連携や、市民の生活圏を考慮した広域展開を目指すものである。

3. 研究の方法（実施概要）

[概要]

実証実験の場所は、神戸市灘区の水道筋商店街とした。阪急王子公園駅および JR 摩耶駅から徒歩圏にあり周りは住宅街である。神戸市の中心駅である阪急神戸三宮駅や JR 三ノ宮駅から約 3.5km の距離にある。商店街の延長は 1.2 km、中心部は約 450m のアーケードで覆われた全天候型であり、店舗数は約 500 軒、1 日の利用者数は約 13,000 人である。

実証実験で用いたデジタル地域通貨は、さるぼぼコインやアクアコインで採用されている株式会社フイノバレーが展開する Money Easy のアプリを採用し 8)、水道筋商店街でのデジタル地域通貨「すいすいコイン」と命名した。スマホのみで利用可能である。Money Easy で提供している機能は一通り備えたが、2 ヶ月間限定の実証実験であったためチャージは 1 人 1 回 5,000 円のみ、期限切れのコインは強制的に失効する設計とした。また、チャージ金額に対して 20%のプレミアム（1,000 円相当）を付与した。

これは PayPay が導入時に実施したキャンペーンが 20%プレミアムであったこと、また、本実証実験期間の直前まで神戸市プレミアム付商品券（紙媒体）が水道筋商店街でも利用可能であったが、それも 20%のプレミアムが付いていたことから、それらとプレミアム率を合わせて、比較検証を可能とした

なお、実証実験の期間と実施体制等は以下のとおりである。

[実験期間]

- ・参加者応募期間：2021/10/15～2021/11/9
- ・加盟店募集期間：2021/10/2～2021/11/30
- ・利用期間：2021/11/15～2022/1/15 の 2 か月間

[体制]

- ・研究担当：神戸大学保田隆明、多摩大学崎濱栄治
- ・振込業務：NPO 法人わくわく西灘
- ・地域イベント：株式会社 W（廣岡大亮）
- ・PR、問い合わせ対応：NTT 西日本兵庫支店

[利用者募集]

新聞掲載、ポスティング（15,000 部）、ポスター掲示を実施。

[加盟店募集]

PayPay 導入済み店舗を中心に、118 店舗へ訪問し、70 店舗が加盟店に。

[地域イベント]

- ・概要：地域通貨利用者を対象に、ポイントがもらえる地域イベントを開催。

- ・実施期間：2021/11/28～2022/1/6 のうち、のべ 13 日間
- ・実施イベント：6 種類
- ・参加者数 189 名

[問い合わせ対応]

- ・現地対応：2021/11/15～2021/11/30 までチャージ機横で利用者のサポート。
- ・メール対応：81 件

4. 研究成果（実施結果）

960 人の募集枠に対して 1,331 人の応募があった。実証実験であるため、利用後のアンケートに協力意思のある 1,190 名に当選通知を電子メールにて送信し 882 名が参加。

利用者属性は、女性比率 70%、平均年齢 48 歳であり、さるぼぼコインと似た結果となった。ただし、PayPay など他の決済手段では男女比に大きな違いはないため、女性比率の高さは地域密着型決済手段の特徴なのかもしれない。なお、神戸市灘区の人口分布に比べると、利用者に占める 70 歳以上の比率は低い結果であった。スマホでしか利用できない設計であったことから、高齢者にとってやや心理的ハードルが高く、一部は申込および利用を控えた可能性がある。

利用者がどの業態の店舗ですいすいコインを利用したかを確認すると、決済金額で最も大きいのはスーパーで 53%、次いでドラッグストアが 10%であった。さるぼぼコインもスーパー、ガソリンスタンド、ドラッグストアでの決済金額合計が 64%であったことから（保田 2019）、すいすいコインも同様に多くは日々の消費行動に充当されたと見受けられる。

利用者への事後アンケートによると、利用者の利用動機（複数回答可）については 90%の人たちが「お得だと思った」ことを挙げたが、69%は「商店街が好き」だからとも回答した。そして、その「商店街が好き」と回答した人たちは、「商店街が好き」とは回答しなかった層に比べると、「鮮魚店」、「精肉店」、「豆腐/お惣菜」、「パン屋」、「飲食店」の利用割合が高いことが判明した。

また、すいすいコインをきっかけとして、これまで利用したことのない店舗を訪問する利用者が一定数確認され、利用者が感じる商店街の魅力度増加が観察された。

店舗への事後アンケート結果は、すいすいコインが新規顧客の獲得に繋がったかを問うた結果は、「思う・やや思う」が 37%、「やや思わない・思わない」が 32%、残りが「分からない」であった。また、すいすいコインがお客とのコミュニケーション発生につながったかを問うた結果は、「思う・やや思う」が 52%、「やや思わない・思わない」が 42%、残りが「分からない」であった。

※詳細な分析結果については、学術論文として取りまとめ、現在学会誌に投稿中です。掲載が決定しましたら、またご報告申し上げます。