

地域キャッシュレス/DXのご提案

～ プレミアム商品券デジタル化を契機とした
地域通貨/自治体給付プラットフォーム ～

2021年11月

株式会社インキュリオン



インキュリオン グループ紹介

Incursion

Invent the Future.
Grow the Talent.

Software Engineering

Product Design

Business Development

Project Management

Quality Assurance

Marketing

Operations

Finance

Human Resources

Legal

Compliance

IT Support

Facilities

Security

Insurance

Accounting

Tax

Banking

Investment

Real Estate

Transportation

Utilities

Telecommunications

Media

Entertainment

Food & Beverage

Retail

Healthcare

Education

Government

Non-Profit

Research & Development

Manufacturing

Construction

Energy

Environment

Climate Change

Sustainability

Corporate Social Responsibility

Public Policy



インフキュリオンは、決済・金融領域を強みとして社会のDXを実現するテクノロジー企業

BaaSプラットフォーム



デジタルウォレット
プラットフォーム

ブランドカード発行
プロセッシング

加盟店向けサービス



決済ゲートウェイ&
端末ソリューション

キャッシュレス決済
ダッシュボード

コンサルティングサービス

Infcurion Consulting

Business Transformation (BX)	Digital Transformation (DX)	Strategy
Service Design	UX/UI Design	Operation

その他、スタートアップ支援サービス

関連サービス



自動貯金サービス

MK-Gate

マイキーPF接続ゲートウェイ

GWサービス



QR決済ゲートウェイ

JPQR向け加盟店システム

メディア・シンクタンク



決済業界・Fintechの最先端情
報メディア



決済専門情報誌

代表者紹介

■主な委員・講演歴

一般社団法人Fintech協会常務理事（前 代表理事会長）
一般社団法人キャッシュレス推進協議会 理事

内閣官房 産官協議会「FinTech/キャッシュレス化」

金融庁 金融審議会 決済法制ワーキング・グループ

全銀協 オープンAPI検討委員会
全銀ネット有識者会議

経済産業省 FinTech研究会・FinTech検討会合
産業構造審議会 割賦販売小委員会
クレジットカードのAPI連携検討会（キャッシュレス検討会）

総務省 マイナポイント活用官民連携タスクフォース
（システム検討WG・自治体施策推進WG）

日本銀行 FinTechフォーラム（第2回）
東大・日銀共催カンファレンス

東京都 東京のグランドデザイン検討委員会
海外金融系企業の誘致促進等に関する検討会



丸山 弘毅

Hiroki Maruyama

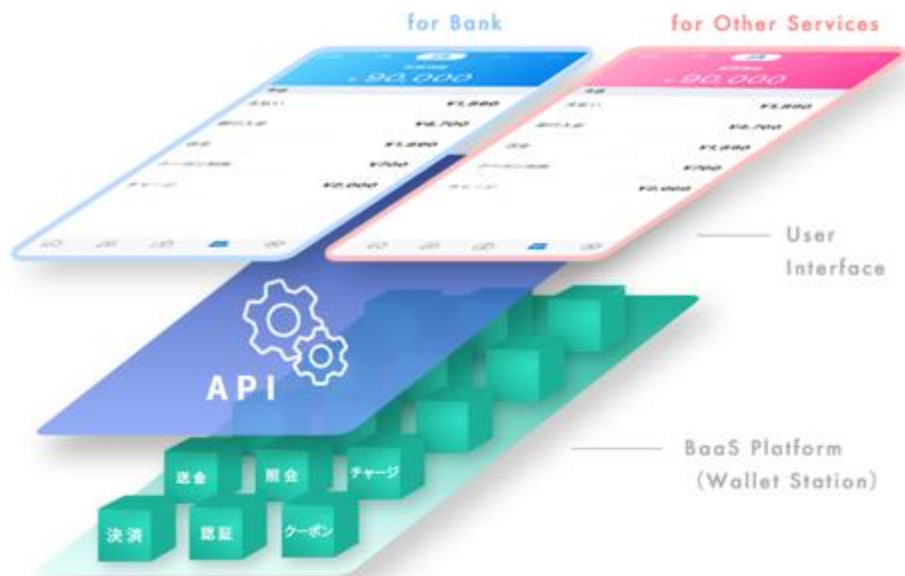
慶應義塾大学商学部卒業後、株式会社ジェーシービー入社。信用管理部門・マーケティング部門を経て、新規事業開発・M&A部門の設立メンバーとして参画。2006年インキュリオンを創業し、グループの経営戦略、新規事業を担当。2015年一般社団法人Fintech協会を設立し代表理事会長に就任。業界発展・法改正などに貢献。2018年一般社団法人キャッシュレス推進協議会理事に就任。日本のキャッシュレス推進に向け実務・政策の両面から貢献。

BaaSプラットフォーム「ウォレットステーション」

- りそな銀行・埼玉りそな銀行・関西みらい銀行、鹿児島銀行に加え、2020年3月に新生銀行、2020年5月マネータップにウォレットステーションの提供を開始

本プロダクトを、デジタル商品券～地域通貨プラットフォームに応用

Infcurion BaaS (Banking as a Service)
プラットフォーム



地方銀行
開発中

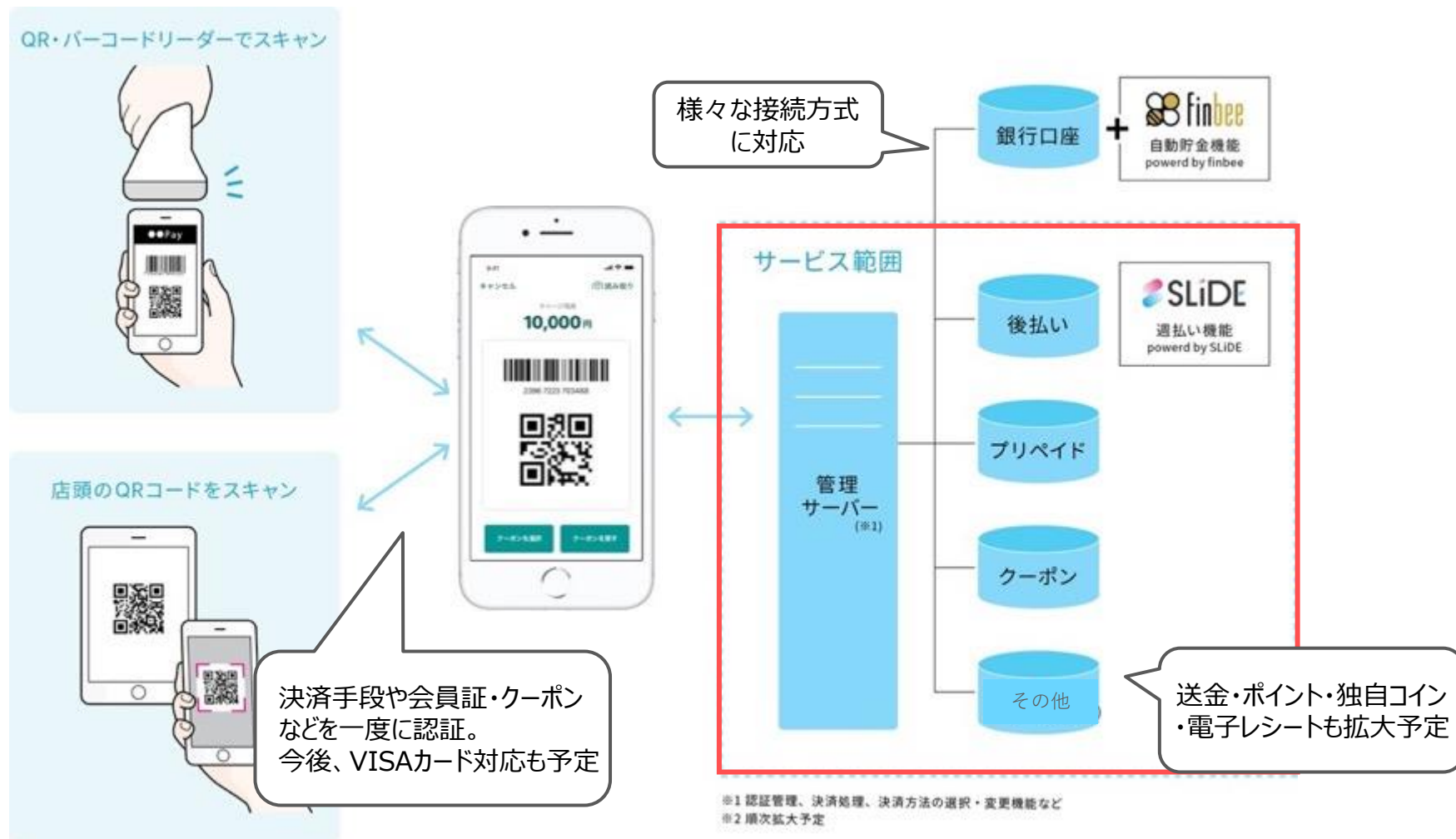
非金融事業者
開発中

デジタル商品券1st案件



「ウォレットステーション」概要

- ・ 認証と決済手段や関連サービスを自由に横断できる仕組み
- ・ 金融機関や決済事業者向けにウォレット基盤をホワイトラベル提供することも可能



地域キャッシュレスをとりまく環境
～地域課題解決への活用～

地域社会における課題は山積

課題は複合的・重層的なうえ、地域により重点に差あり



中央集権、縦割りでは解決困難 → **地域主体・横断的な対応要**

＜高頻度で登場する課題例＞

- ・人口減（子育て・教育・若年層流出抑止・U/Iターン推進・・・）
- ・高齢化（健康増進・予防医療・医療費抑制・・・）
- ・事業者減（ICTでの業務効率化・雇用確保・事業承継・・・）
- ・所得の域外/大資本への流出（ペイロール・域内還流促進・・・）
- ・公共交通/物流環境の劣化（MaaS・ドローン・・・）
- ・防災/減災（情報提供の最適化・高齢者避難支援・・・）
- ・環境保全（再生可能エネルギー・集住・・・）
- ・観光振興/六次産業化（国内外からの入域者による外貨獲得・・・）
- ・行政サービス維持困難（財源確保・各種給付業務の効率化・・・）
- ・その他・・・



解決に向けた
横断的キーワード
(順不同)

情報提供

オンデマンド

ICTリテラシー

本人認証

代金決済

キャッシュレス/与信

電子化/ICT実装

コスト効率化

利便性

利得性

エンタメ性

キャッシュレス(決済)は解決手段の一要素

直近社会情勢(コロナ禍・経済停滞・インバウンド減)を踏まえたキャッシュレス動向

未曾有の情勢を受け、**大きな社会変革(地殻変動)**が起きつつある

■コロナ禍(接触減・移動自粛)でキャッシュレス意義の再認識？

- ・個人：現金(不潔)忌避、ATM行列(密集)の回避 等 (利便性> 利得性)
- ・事業者：単価/売上機会変化(非対面シフトも含)、生産性向上(両替等の減少)、盗難リスク回避 等
- ・社会全体：外需頼みの限界露呈、近隣消費(マイクロツーリズム含)の再評価
 - **在住者消費を基盤とした地域経済安定化、+αとしての外貨(観光収入)**
 - データ利活用による効率化 等**

■行政のAfter/Withコロナ対応

- ・消費回復～活性化支援「GoTo(Eat/Travel/Event/商店街)キャンペーン」
- ・自治体の各種支援(コロナ対策給付 等)
 - **政府補助金(中小企業振興・DX推進・観光誘致)拡大、**
 - 現金バラ撒き給付への疑問(DXでの解決が浮上、マイキープラットフォーム活用も)**

■都市部への過度な人口集中の見直し

- ・テレワーク・サテライトオフィス等の定着
 - **受入れ側地域のDXで都市部からの人口流入・消費受け入れにも適合**

■自治体率先(公共施設のペーパーレス/キャッシュレス化＝潜在ニーズの顕在化)

- ・従来慣習上の課題(会計処理・議会承認・条例策定等)解決へ
 - **METI「自治体キャッシュレス」等で協議 → 将来の給付・納税等への拡大**

・・・ピンチをチャンスにできるか！？

なぜQRによる地域キャッシュレス化か？

■大都市比リアルインフラ非効率をカバー

- ・ATM・店頭端末等のインフラが貧弱(整備コスト負担者の投資対効果が×)
- ・店側の生産性も上がらない(釣銭両替・日締処理 等)

→ **コスト格安なQR・スマホアプリ活用でインフラ整備可能**

■若年層への訴求強化(スマホ特性・データ利活用)

- ・「不便な街」のイメージ、勤住接近のメリット付けがない
- ・クルマ社会で、効果的な公共広告媒体が少ない

→ **スマホアプリへの直接配信(デジマ)、物流集配、非対面取引の活用でマイナス面(地域差)を払拭**

■進む高齢化への対応

- ・コロナ禍で否応なしにキャッシュレスニーズ増(非接触・ATM行列忌避)

→ **地域行政の業務効率化観点からも「情報授受媒体」として整備**

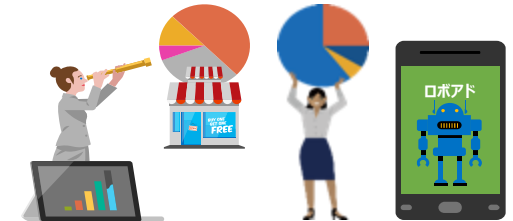
■冷え込む入域者消費を分離して検討

- ・クレカ等の既存スキームは手数料割高・端末整備コスト要で導入が停滞

→ **地域消費の店と外需受け入れ店の分離**

外需店のみクレカ等対応オールインワン端末を設置(手数料は割高も、元来「+α売上」と割り切る)

アプリから予約・来店・事前注文



個人・店舗のデータ利活用

ここ数年でのICT・スマホ普及で機が熟した

非都市部の域内消費こそQRのメリット大！

キャッシュレス決済普及～地域課題解決の流れ（案）

これまでは、個人や事業者毎の各個判断（＝地域連帯が不足）



地域が一体となり議論し、複合的な課題解決を推進

Phase 1

- ・**地域に、機能する「面」を造成** ～地域(市民・事業者)へのインフラ整備～
「デジタル商品券」のプレミアム(行政補助)が効果を発揮(モチベーションup)

Phase 2

- ・**継続的に稼働する構造を付加** ～「行政の各種給付基盤」として機能追加～
認証にはマイキープラットフォーム活用も検討

Phase 3

- ・**補助金を脱し、自走可能な構造を獲得** ～「地域通貨」として所得の域内還流を実現～
スマホを媒介とした他機能も同居させ、機能向上(＝情報授受媒体化)

**今こそ、キャッシュレスをDXの入口に、
地域一丸で社会課題解決＝地域活性化へ！**

プレミアム商品券・地域通貨 デジタル化パッケージについて

プレミアム商品券のデジタル化とは・・・

- プレミアム商品券はこれまでも定期的に発行
- コロナ禍での地域経済活性化目的で、今後も発行が見込まれる
- 「行政デジタル化」潮流で、従来の“紙”から“デジタル”へ移行が急務



- 商品券を機に一度整備した利用インフラ(店舗・利用者アプリ)は、行政による各種給付基盤、地域通貨への応用も可能

全国の自治体数 : 約1,700
年間発行規模 : 2,000億円／年
予算規模 : 3,000億円
(事業助成金含む)

<旧来・・・紙の商品券>

- ・ 印刷、郵送などが必要
- ・ 精算業務が煩雑（集計・換金・保管など）



<プレミアム商品券デジタル化パッケージ>

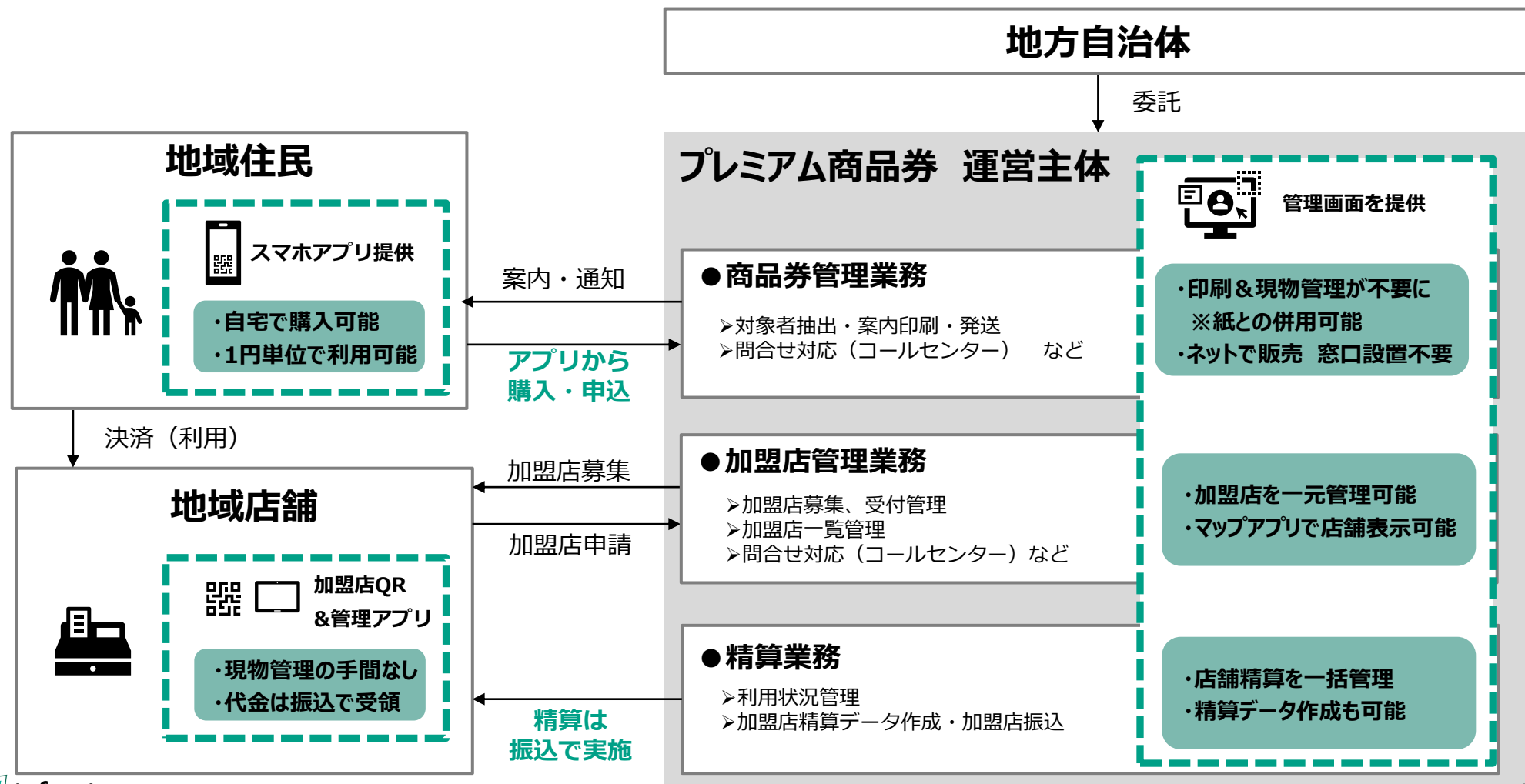
- ・ Wallet Station活用でペーパーレス化
- ・ 利便性向上および業務合理化を実現



※画面は開発中のものです

プレミアム商品券をデジタル化することで・・・

- 紙の商品券と比較して、事務局運営負荷/コスト削減、ユーザー・加盟店の利便性向上を実現
- 従来の「プレミアム商品券」のスキームを基盤に、デジタル化に必要なシステムをパッケージ化してご提供



プレミアム商品券デジタル化のメリット

- プレミアム商品券スキームをアナログ運用することによる業務負荷およびコスト削減が可能で、自治体サービスのDXに貢献
- キャッシュフローの改善や1円単位での利用など、加盟店や消費者にもそれぞれメリットを提供可能

加盟店メリット

- キャッシュフローの改善（売上の早期振込）
- 決済状況のデジタル管理、一元化
- 紙券利用、精算に伴う業務負荷軽減、人的コストの削減
- 初期投資がほぼ不要で開始可能（MPM方式の場合）
- 決済端末やタブレット設置の場合、将来的なキャッシュレス(併用)環境整備につながる

消費者メリット

- スマートフォン一つで、決済や履歴確認が可能
- オンライン購入が可能で、購入時の負荷軽減
- 1円単位で利用可能（従来の紙券はおつり対応不可）

地域事業者メリット

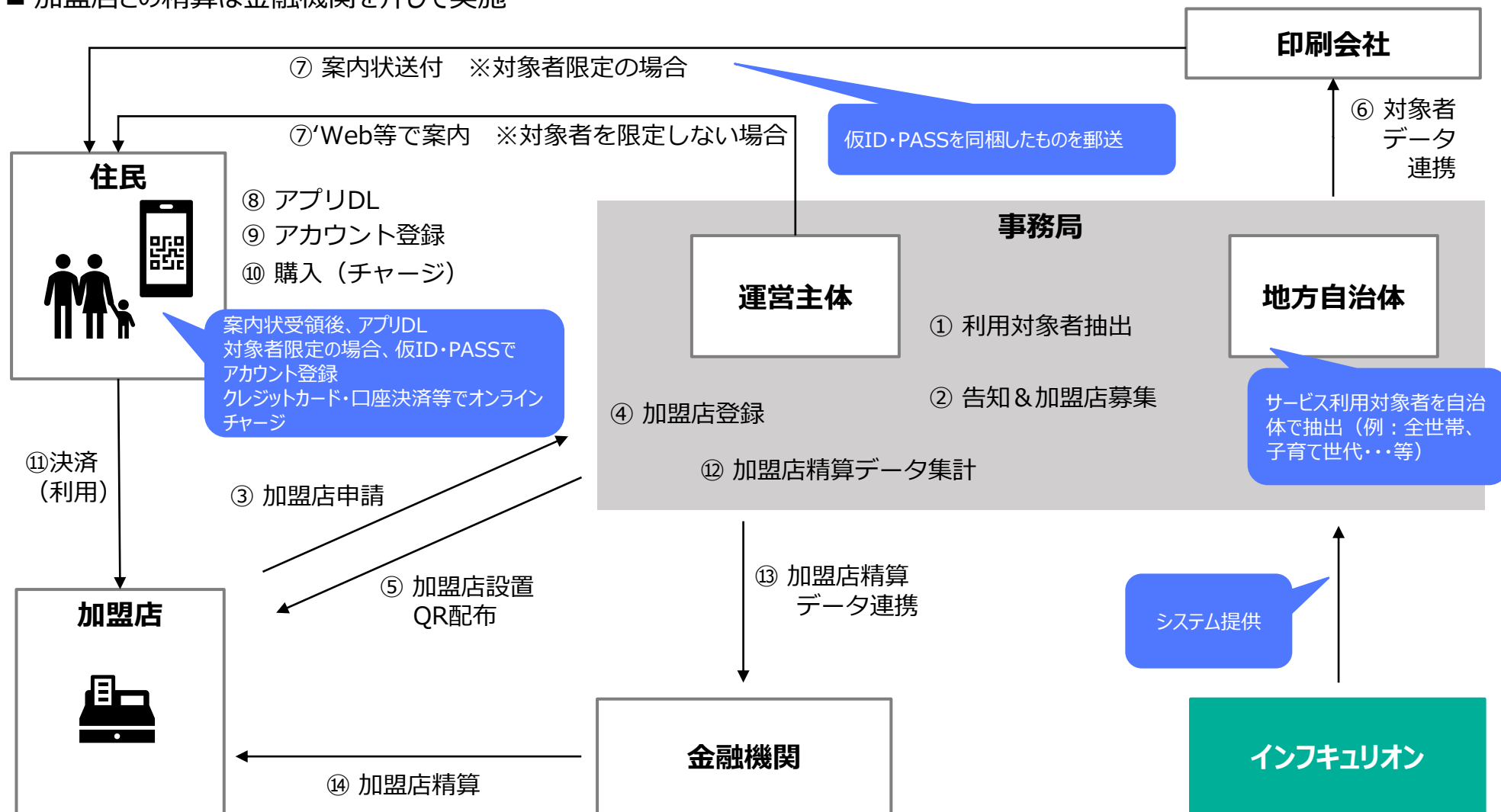
- 自治体へのソリューション提供により新たな収益源になる可能性
- キャッシュレス推進(生産性向上・売上増)の一環
- 地域店舗(加盟店)との接点強化

自治体メリット

- 紙券発行に伴う煩雑な業務および関連コスト削減（印刷・配布・回収・換金・保管…）
- 継続発行時の初期投資(公金から拠出)削減
- 自治体サービスのDX推進
- サービス運用全体での対面機会減少による感染症対策

利用フローのイメージ ～プレミアム商品券～

- 「子育て世帯」など、対象を限定する場合は、自治体が抽出した対象者へ案内状を送付
- 同梱のID・PASSにより、スマートフォンアプリからアカウント登録しオンラインチャージを実施
- 決済時は加盟店設置のQRコードを利用者スマホアプリで読み取り(MPM)
- 加盟店との精算は金融機関を介して実施



利用者アプリイメージ① ～アカウント有効化～

■ アプリダウンロード後、事前に送付されている「仮ID・仮パスワード」にてアカウント有効化 ※利用者限定の場合のみ

※利用者限定が必要な場合のみ



アカウント本登録へ

利用者アプリイメージ② ～アカウント本登録～

- アカウント登録に必要な情報を入力し完了
- 電話番号 または SMSにて二要素認証

The image displays three sequential screenshots of a mobile application interface for account registration.

Screen 1: メールアドレス登録 (Email Address Registration)

- Progress bar: 1 (電話番号認証), 2 (パスワード設定), 3 (メール認証), 4 (登録完了).
- Text: 登録するメールアドレスを入力してください
- Form: メールアドレス (abcd@premiumgift.com)
- Button: 次へ
- Additional info fields (dashed boxes): 氏名, 生年月日, 性別.

Screen 2: メールアドレス認証 (Email Address Verification)

- Progress bar: 1 (電話番号認証), 2 (パスワード設定), 3 (メール認証), 4 (登録完了).
- Text: 6桁のコードを送信しました
- Text: abcd@premiumgift.com
- Text: に送信された認証コードを入力してください
- Form: 6-digit code input boxes
- Text: 認証コードを再送する
- Button: 次へ

Screen 3: 〇〇区 プレミアム付商品券 (Premium Gift Certificate)

- Text: お支払可能残高 6,500円
- Text: 〇〇商店街商品券
- Text: 利用期限: 10月1日～12月25日
- Text: アカウント登録完了
- Text: 登録が完了しました 商品券を購入して対象店舗で お得にご利用ください
- Button: OK
- Text: 〇〇商店街商品券
- Text: 販売期間: 10月1日～12月25日
- Text: 先着6,000枚限り
- Text: この商品券を見る
- Bottom navigation: ホーム, 利用履歴, 使えるお店, マイページ

<追加取得可能情報>

- ・電話番号
- ・メールアドレス
- ・氏名漢字・フリガナ
- ・生年月日
- ・性別
- ・端末情報

利用者アプリイメージ③ ～商品券購入・チャージ～

- アプリ内で商品券購入やチャージが可能（クレジットカード・銀行口座決済（BankPay）など）
- クレジットカード情報・銀行口座情報は、マイページからも登録、変更が可能



利用者アプリイメージ④ ～ホーム画面～

■ 以下の様な画面をご提供

●ホーム画面



●利用履歴画面



●店舗マップ画面



●マイページ



利用者アプリイメージ⑤ ～店頭でのご利用(決済)～

■ ホーム画面より、使用したい商品券を選択

■ QRコードを用いてキャッシュレス決済可能

－ ユーザーアプリでQRを表示し、店舗で読み取る方式（CPM方式）

－ 店舗に掲示されたQRコードをユーザーアプリで読み取る方式（MPM方式）

→ 両方の方式に対応



弊社標準提供範囲

■ デジタル商品券に関わる一連のシステムを提供可能です。

項目		内容	備考
利用者向け			
	スマートフォンアプリ	利用者がDLし、アカウント登録や決済に利用するスマートフォンアプリ 商品券毎に、ロゴや色味等を一部修正可能	標準版で一通りの機能は実装。原則、商品券毎の機能追加はしない想定
	Web会員ページ	スマートフォンのWebブラウザ経由で、アカウント登録や決済をするための会員ページ	スマートフォンアプリとほぼ同様の機能実装を想定。但し、プッシュ通知などは利用不可
加盟店向け			
	管理画面（Web）	加盟店PCで利用可能な管理画面。利用状況や加盟店情報変更などが可能	
	タブレットアプリ	決済および管理機能を有する加盟店向けアプリ 管理画面機能に加え、CPM方式にも対応可能	WS標準機能を活用 運営主体側がCPMを希望する場合に使用
運用主体向け			
	管理画面（Web）	自治体および商工会議所等の運用主体向け管理画面。利用者や加盟店情報などを確認可能	金融機関や印刷会社向けのデータも管理機能で作成可能。正し、データ自動連携は不可
その他			
	チャージ拠点向け管理画面・アプリ	リアル拠点での現金チャージに対応する管理機能	現金に関わる業務は別途事務局や金融機関で対応する必要あり
	外部事業者向け管理画面	金融機関や印刷会社等、外部事業者へ提供する管理画面	対象者抽出リストや加盟店精算データなどを本機能を使って外部事業者が入手する想定

地域商品券 関連業務について

自治体(運営主体)様 ご担当業務

■ サービス企画・運用業務をご担当いただきます。

※運用業務については地域の運営主体に委託される想定

項目		内容	備考
事業企画			
	サービス企画	プレミアム商品券に関するサービスの企画、スキーム検討・構築	
	提携事業者の決定 および 契約	弊社含めサービス運用に必要な外部事業者の選定及び契約	システム提供者、業務委託者、金融機関、印刷会社、コールセンター事業者等を想定
	サービスの周知	自治体HPなどを通して、利用者および加盟店双方への告知	可能であればメディアを通しての周知も
業務			
	購入可能対象者の抽出	サービス企画に沿った対象者を抽出	
	加盟店募集・管理	商品券利用可能な加盟店の募集 および 登録・管理	
	加盟店精算データ集計	加盟店精算データの作成	加盟店との精算サイクルは要調整
	問い合わせ対応	利用者及び加盟店からの問い合わせ対応。 運営委託先が実施、またはコールセンター事業者への委託を想定	事業規模によって、運営委託先でも対応可能と想定。難しい場合には、コールセンター事業者へ委託（コスト高）

地域事業会社/金融機関様 ご担当業務

■ 自治体への営業・運用支援、および 加盟店精算業務を実施いたします

項目		内容	備考
自治体向け営業活動・商品企画			
	自治体との折衝	自治体への周知、折衝 導入が決まった場合には、条件調整や契約締結	
	事務局支援	自治体や商工会議所等で運営する事務局の支援	
	サービス企画	金融機関様にてWallet Stationを導入済の場合、 既存サービス（ウォレット）との連携なども検討	金融機関ウォレットとは別に、単独サービスとして提案する場合は不要
業務			
	加盟店募集支援	自治体・商工会議所との連携による加盟店募集支援	
	加盟店との精算	事務局からのデータを元に、加盟店向け振込を実施	弊社パッケージにて、振込依頼データを生成可能
	問い合わせ対応	自治体担当者・商工会議所などからの問合せ対応	

地域デジタル通貨の可能性 ～継続的な自走モデル化～

デジタル地域通貨（＝時限性地域通貨）の広がり

域内の発行主体(＝逃げない存在)がDXを主導、サービス向上・業務効率化・コスト削減を推進

地域通貨・商品券を電子化

NTTデータとフィンテック企業のインフュリオン（東京・千代田）は、地方銀行など地域金融機関向けに地域通貨サービスを始め、地銀が自治体と連携し、デジタル上で地域通貨やプレミアム商品券を住民に提供する際、お金を直接チャージできる電子財布の仕組みを提供する。

インフュリオンが開発した基盤を使って銀行の勘定システムとサービスをつなぐ。利用者は銀行口座から地域通貨やプレミアム商品券用の電子財布へ直接チャージできるように、QRコード決済やバーコード決済を通じて買い物ができる。

銀行口座から直接チャージ

紙のプレミアム商品券の電子化は地方自治体や商工会議所の管理コスト削減にもつながるといえる。

地域経済の活性化のため、プレミアム商品券や地域通貨を電子的に発行したい自治体や地域金融機関のニーズは高まっている。NTTデータが持つ地方銀行のネットワークを活用し、導入金融機関を広げる計画だ。同サービスはインフュリオンが金融機能を提供するBaaS（バンキング・アズ・ア・サービス）基盤を使っており、他の金融機能が追加しやすい特徴もある。



News Release

2020年10月30日
株式会社 鹿児島銀行

Payどんを活用したデジタル地域振興券の発行について



マイキープラットフォームと連携しての住民認証等も視野に(令和3年度実証事業 等)

「所得の域内還流」「地域主体のデータ利活用」には何が最適か？

給与・給付のデジタル化 ～現金振り込みから多様化～

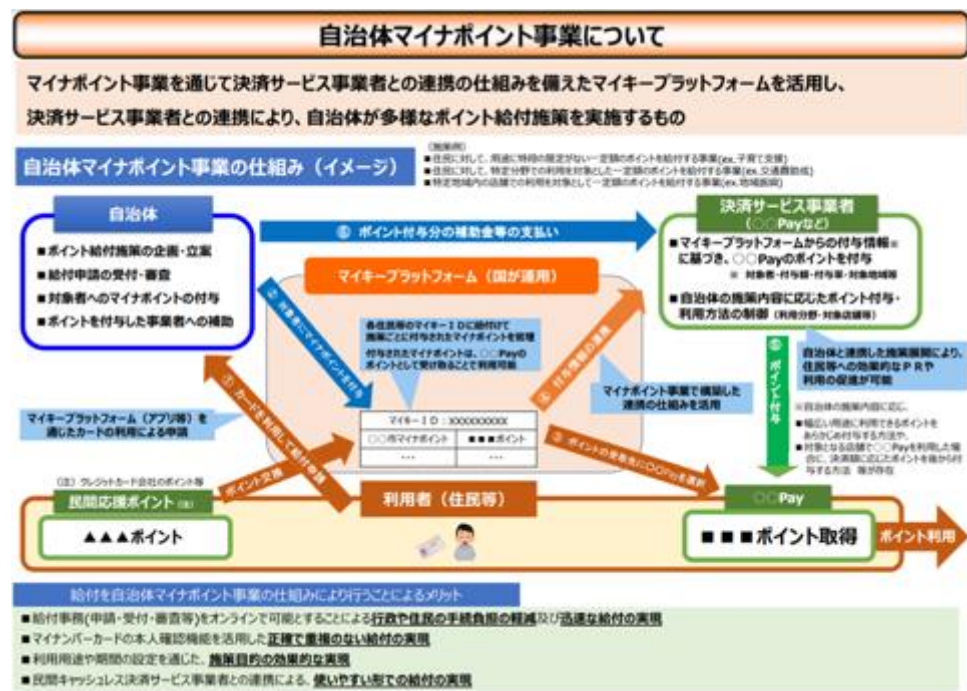
給与のデジタル化の検討。資金移動業アカウントに
(一部の) 給与を直接チャージする方向

政府によるマイナポイント給付に加え、自治体による給付のデジタル化も加速

日本經濟新聞

**給与デジタル払い 確実に
厚労省案 債務保証要件で資金確保**

厚生労働省が解禁を検討している給与のデジタル払いに関する制度案が分かった。キャッシュレスサービスを手掛ける資金移動業者に対し、破綻に備えた債務保証や、不正な取引の際の損失補償などの要件を設ける。安全性を懸念する声があることを踏まえ、確実に支払われるよう担保する。



現金と異なり、利用期間や範囲の規定も可能に → 各種決済スキームが意欲

「所得の域内還流」「地域主体のデータ利活用」には何が最適か？

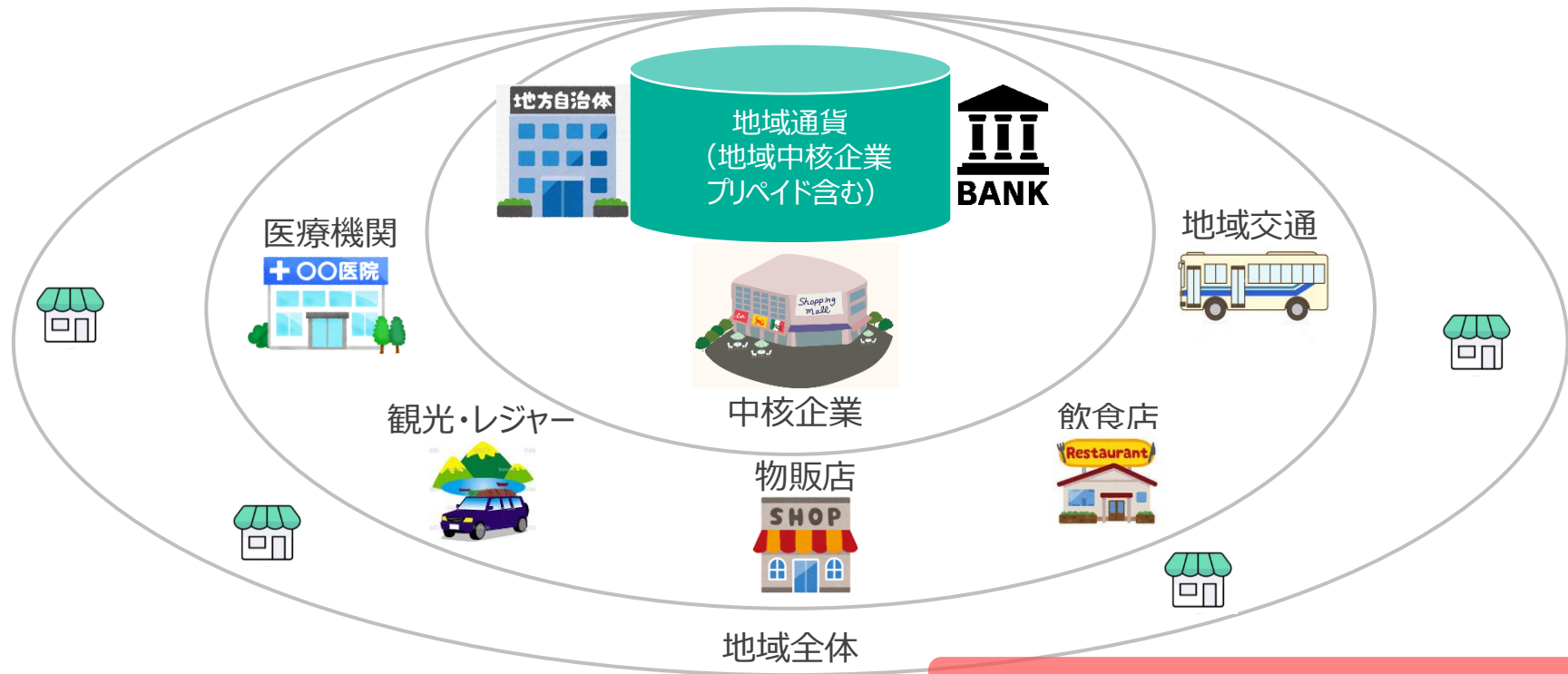
地域プレイヤー（行政・事業会社・金融機関・・・）による地域創生

「デジタル商品券」の資産・・・多数のスマホユーザー(住民)・域内加盟店網(面的)



「期間限定・使い切り」から、地域の住民や事業者のニーズにあわせ継続・拡大

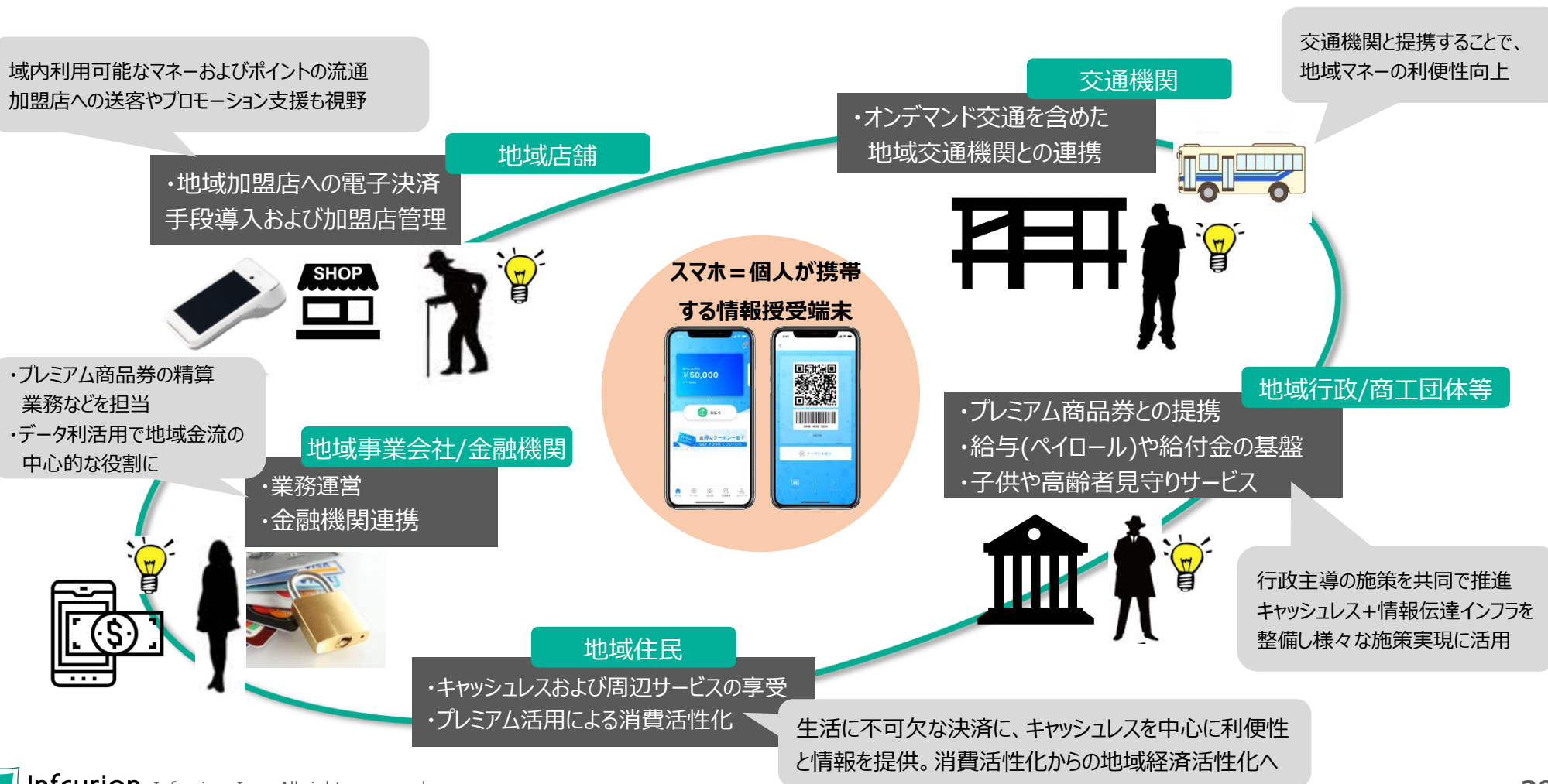
「地域独自の通貨(電子マネー)」「地域中核企業ハウスプリペイド」等



地域での「自走」には、運営経費の拠出が必要

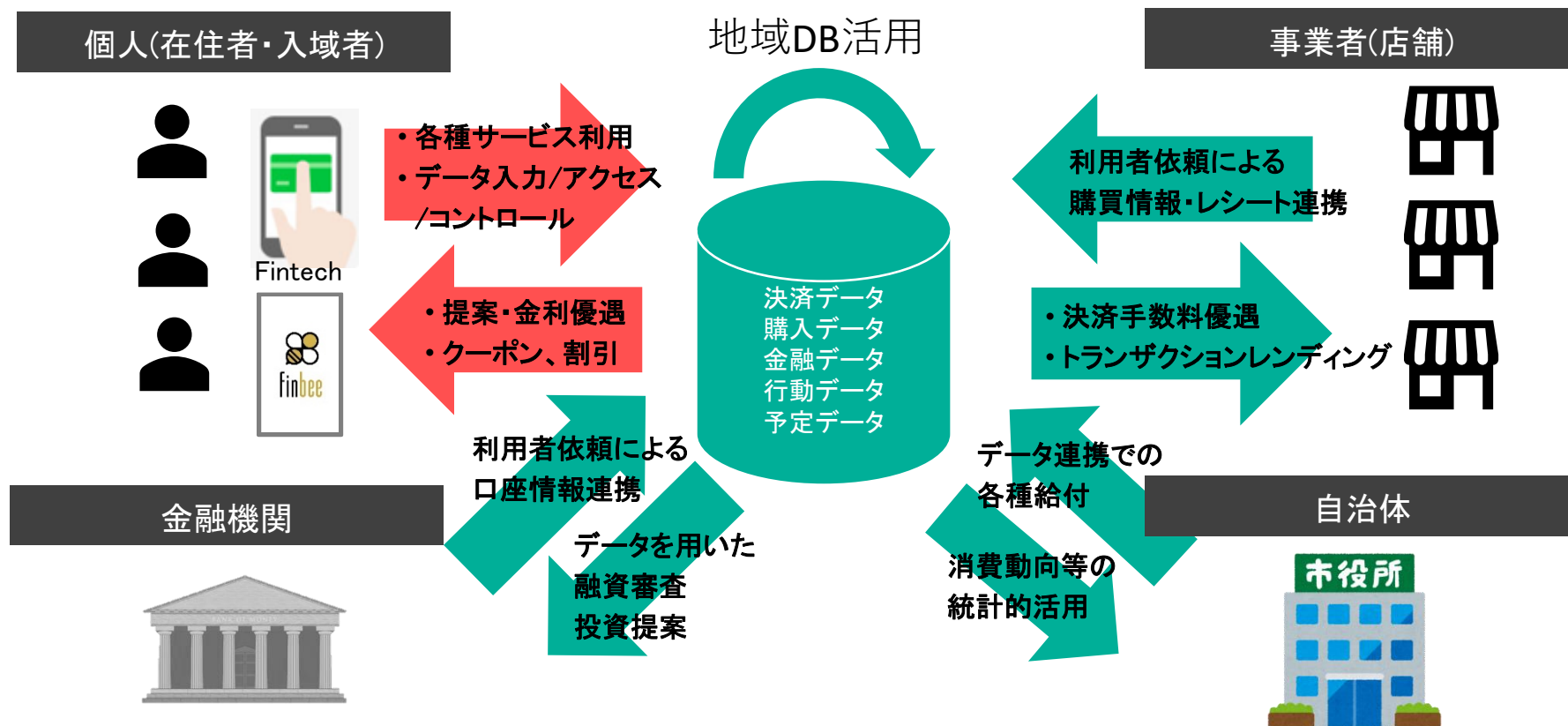
地域通貨のあるべき姿・将来像

- 特定地域で利用可能な地域マネー/ポイント(利用期限設定による流通促進)にて、域内キャッシュレスを推進
- 地域事業会社・金融機関・商工団体・行政の連携により、サービスを主体的に維持・拡張(自走モデル化)
- 地域加盟店・ユーザーがそれぞれ利便性・利得性を享受することで、地域資金の域内還流、地域経済の活性化を実現
- 蓄積される決済データは、各プレイヤーにより地域経済活性化に利活用



【発展形】地域におけるデータ利活用イメージ

- ・個人、事業者、金融機関それぞれの情報の一元管理がデータ利活用の要点
- ・「利用者主導」でのデータアクセス・コントロールが最も重要
- ・行政もプラットフォームとして活用し効率化



(メモ) キャッシュレス/DXによる地域活性化に向けた考慮事項

地域の運営主体は「逃げない存在」 活性化の主役には「主体性(やる気)」と「戦略」が不可欠

■ 有力プレイヤー（自治体・金融機関）への声掛け/巻き込み

- ・補助金頼みではない（初期は活用）
- ・「ビジネスモデル」と「覚悟」を明示

■ リテラシー格差への対応

- ・高齢者への説明会（キャリアの協力 等）
- ・過渡期の措置 （紙券併用・現金チャージ・・・）

■ 加盟店開拓

- ・地域に「面」を作る 参加働きかけ
- ・大型店の巻き込み（補完関係 ≠ 対立）
→ 「便利な（＝住みよい）街」づくり

■ 運営経費

- ・手数料は受益者負担 事業として自走
固定費＋利用に応じて応分負担（相対は現金ハンドリング経費・機会損失回避）
Ex. 大型店からは維持費見合いで高めに頂戴する？

今こそ、地域主体の「やる気」と「戦略」で地域活性化！

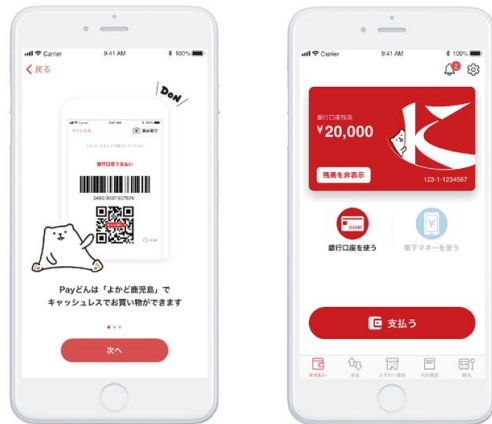
インフキュリオン地域DX事例

Wallet Station活用による地域展開事例（鹿児島銀行様）

- ・ウォレットサービスの「Payどん」を展開（独自QR、プリペイド）し、商業施設運営にも活用
- ・鹿児島県内自治体の地域振興券をウォレット上で販売、支払にも使用できる独自サービスを提供開始（現在、鹿児島市をはじめ6自治体が採用中）

■ 自行ウォレット

- ・自行口座からチャージ、利用に応じポイントも付与



※2019年6月リリース予定

■ 地域活性化プラットフォーム（地域振興券事業）

- ・アプリ内で地域振興券を選択し購入（プレミアムは付与）
- ・Payどん加盟店（QRコード）で使用可能



- ・完全キャッシュレス決済商業施設「よかどKAGOSHIMA」運営



デジタル商品券プラットフォーム 地域導入事例

「GO TO IKEBUKURO プレミアム付き商品券」 事業概要

- 事業主体：池袋西口駅前商店会 名称：GO TO IKEBUKURO プレミアム付き商品券
<https://ikebukuro-westgate.jp/goto/>
(財源：東京都豊島区による「令和3年度 豊島区商店街プレミアム付地域商品券事業」に採択)
- 事業目的：商店街店舗への送客増進（地域住民サービスではないため、購入者資格制限なし）
- プレミアム率：25% 購入単価10,000円/名(スマホ端末で制御)につき2,500円補助
- 販売数：2021年9月30日AM9:00より、限定600口先着順販売+店頭利用開始（～同年12月31日）
- 特徴：デジタル(スマホWebブラウザ)100%(=紙券廃止) QRコード決済(スマホカメラで店頭QR読取=MPM)
店頭ポスター・店舗HP/SNSに購入導線(URLリンク)設置、即時非対面購入(クレカ)&決済利用可能
商店会作成の事前アンケートページにて利用者属性(郵便番号・生年月日・性別のみ)取得、後日分析予定
加盟店 全290店舗（駅前立地につき駅ビルテナント等も多数加盟） 売上入金：月2回(締日15日後)

インキュリオン サービス提供範囲

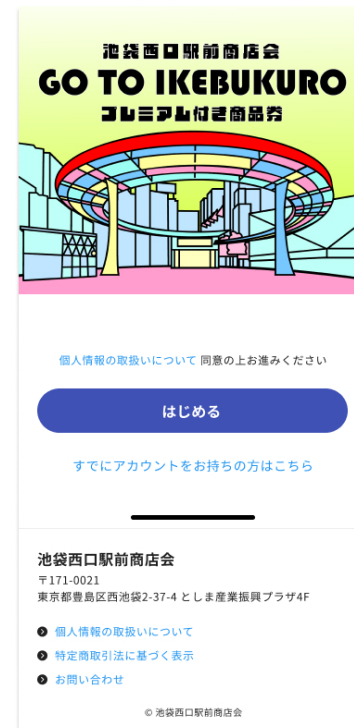
- エンドユーザー利用のWebブラウザ ※スポット施策ではアプリDLはユーザハードル高/コスト高
(機能：マイページ・商品券の非対面購入・利用履歴表示・加盟店地図検索 等)
- 事務局向け/加盟店向け 業務用管理画面（各種情報登録・確認・精算データ生成 等）
※商店会にて、ユーザ問合せ窓口(メール受付フォーム・委託コールセンター)設置 FAQ等はICがサポート

導入後の概況

- 商品券販売：発売開始後30時間で600口完売
- 決済利用：累計決済件数777件 金額2,052,611円(全販売額比進捗27.4%、平均単価2,642円)

※10月26日(1カ月経過)現在

ユーザ向けスマホブラウザトップページ



商店会作成チラシ(右下に購入導線QR)



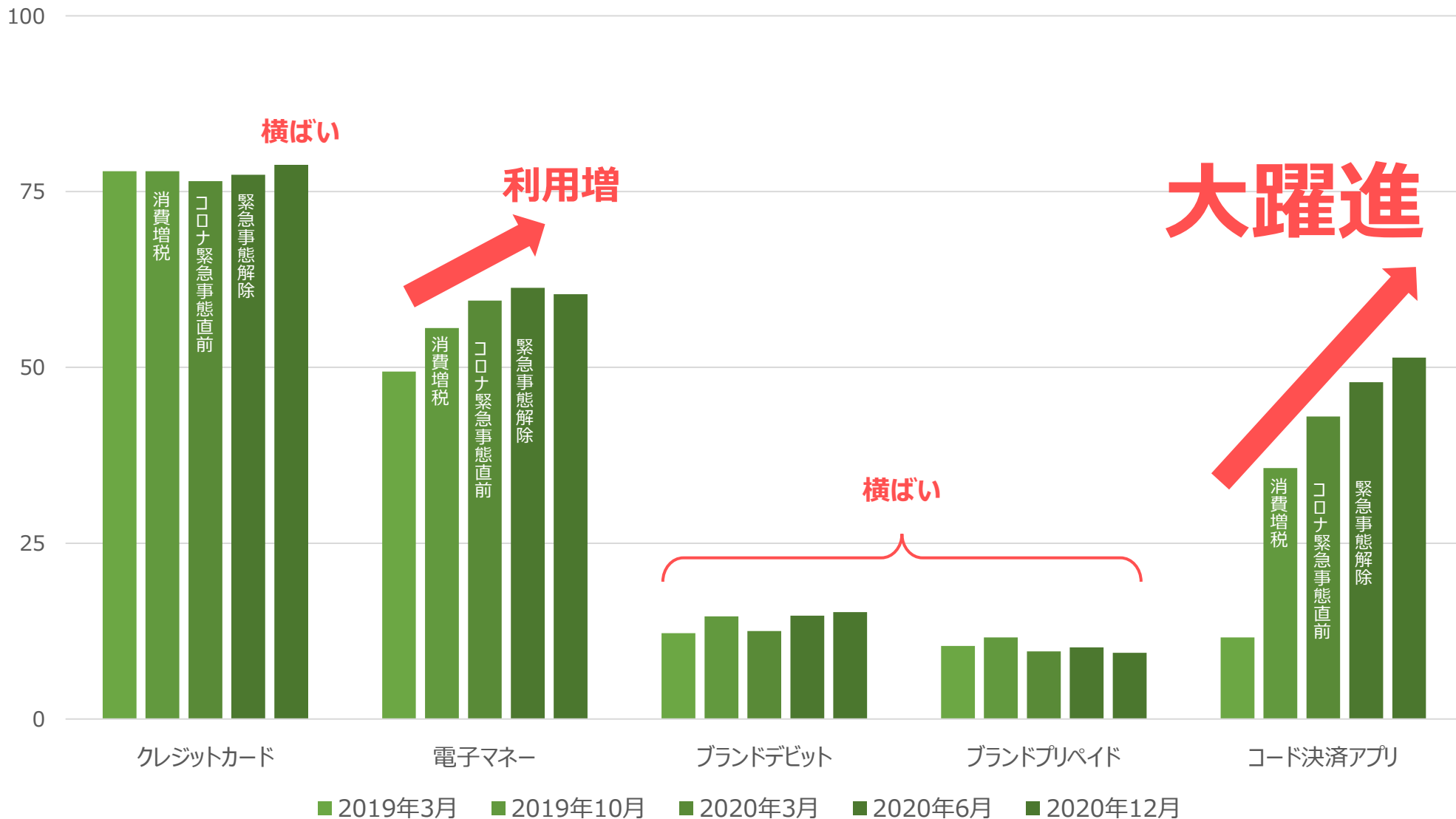
【Appendix】

キャッシュレス普及の環境 インキュリオン「決済動向調査」より

各カテゴリーのうち、いずれかのサービスを「利用している」と回答した割合

(複数回答; 2020年12月以外はN=20,000; 2020年12月のみN=5,000)

(%)



年代別「キャッシュレス決済利用率」

コード決済はすべての年齢階層にまんべんなく浸透している
50代以上でも約4割と年齢を問わず市民権を得てきている

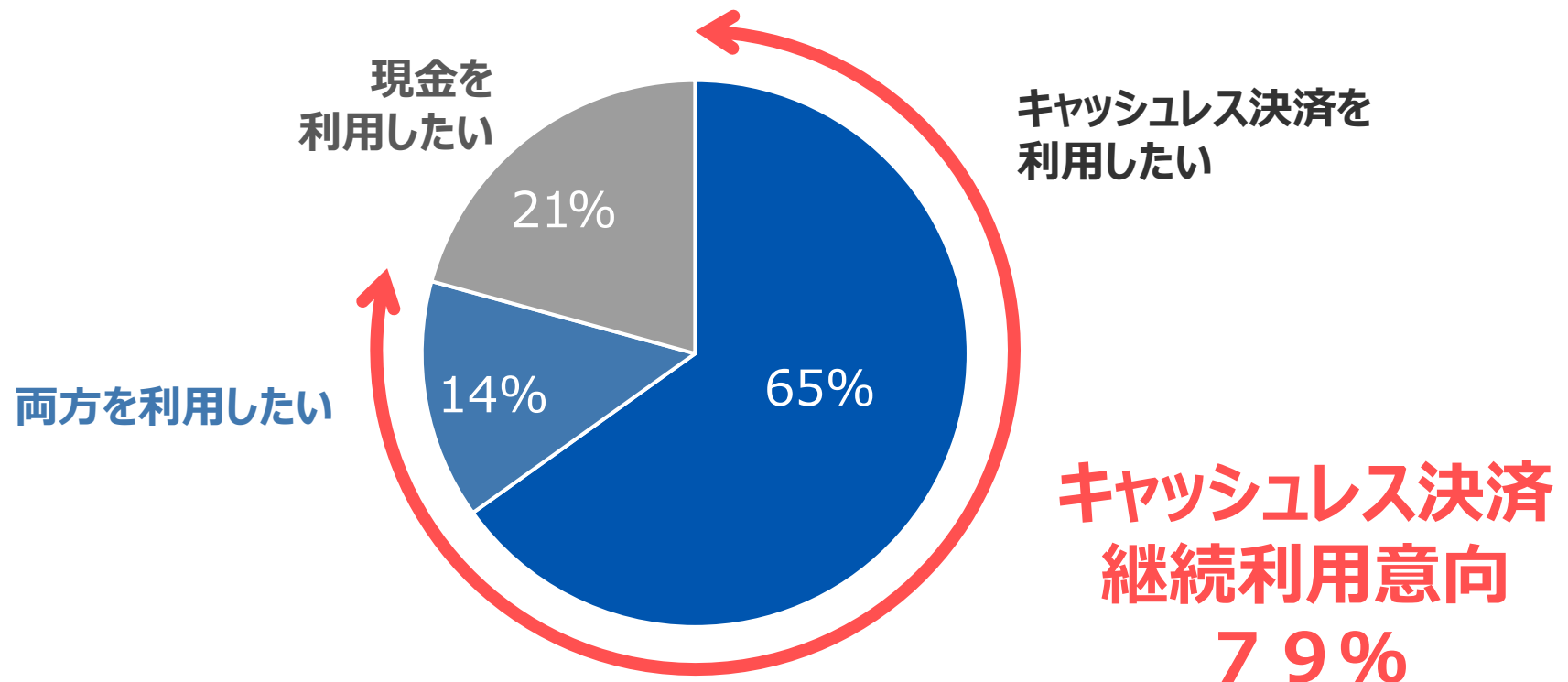
(単位：%)

	クレジットカード	電子マネー	ブランドデビット	ブランドプリペイド	コード決済アプリ
全体 (N=5000)	79	60	15	9	51
16才～19才 (N=284)	26	51	24	14	49
20才～29才 (N=731)	72	55	22	13	54
30才～39才 (N=921)	78	59	17	11	56
40才～49才 (N=1085)	83	63	14	8	57
50才～59才 (N=911)	86	64	10	8	49
60才～69才 (N=1068)	69	62	12	8	42

今後のキャッシュレス決済の利用意向

現金のみを利用したい人は21%

両方を利用したい人を合わせると、79%がキャッシュレス決済を継続利用意向



年代別「キャッシュレス利用意向」

50代以上でも約8割がキャッシュレス利用意向を示している

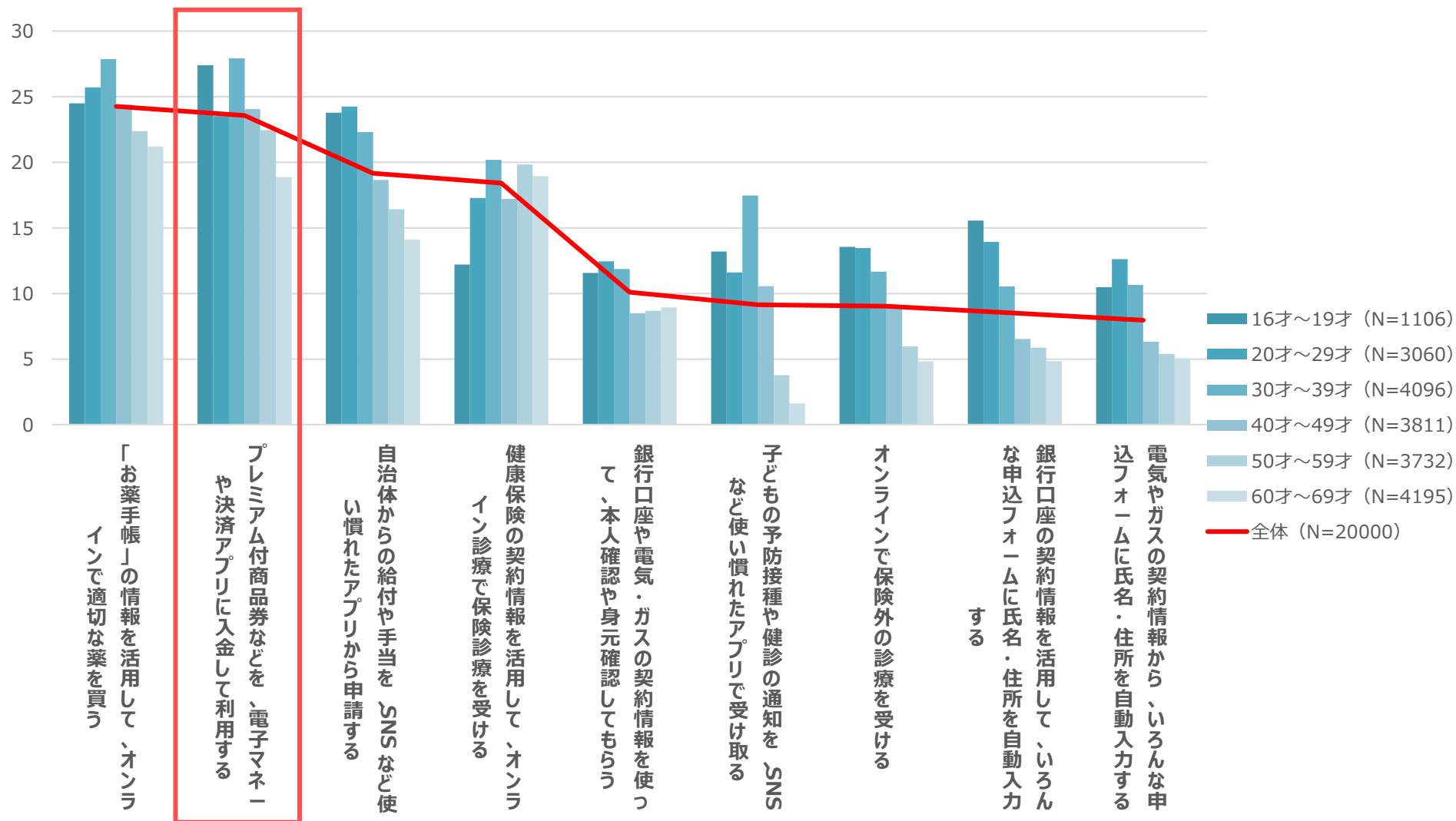
(単位：%)

	キャッシュレス利用意向	内訳	
		キャッシュレス決済 を利用したい	両方を利用したい
全体 (N=20000)	79	65	14
16才～19才 (N=1106)	73	48	24
20才～29才 (N=3060)	78	61	17
30才～39才 (N=4096)	80	65	15
40才～49才 (N=3811)	79	65	13
50才～59才 (N=3732)	79	66	13
60才～69才 (N=4195)	82	71	11

デジタル公共サービスの「あったらいいな」

(%)
(複数回答)

プレミアム商品券のデジタル化ニーズが全体の2位
年代を問わず高いニーズを得ている

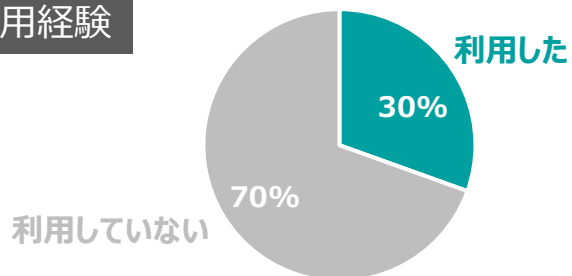


自治体プレミアム付商品券利用動向

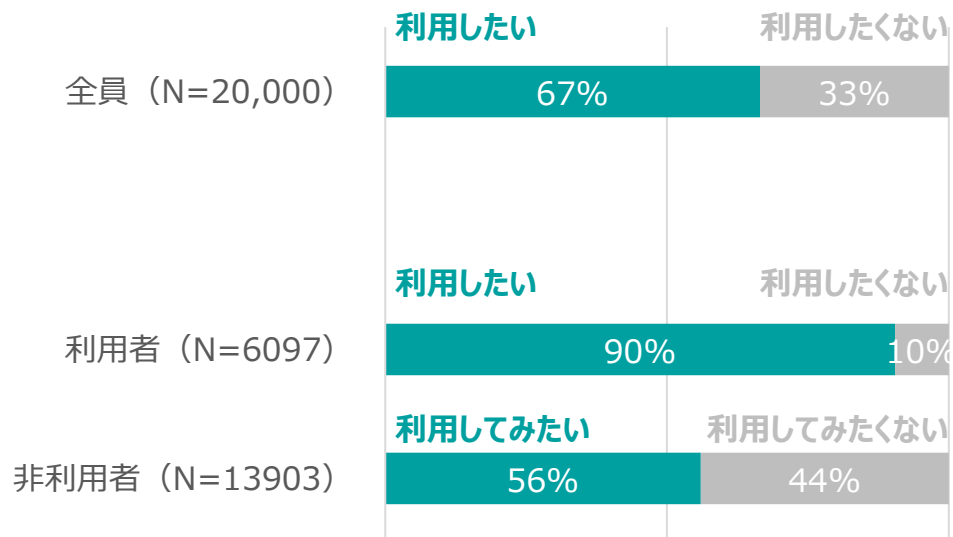
※N：20,000人

紙のプレミアム付商品券

1年以内の利用経験

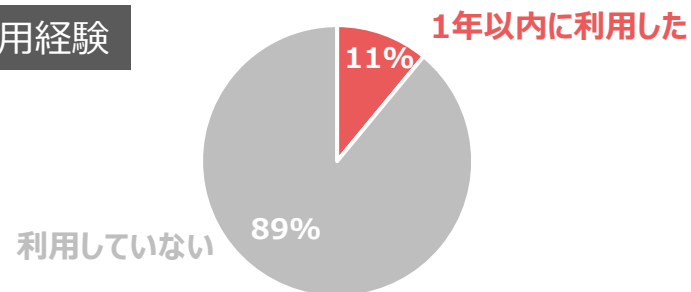


今後の利用意向

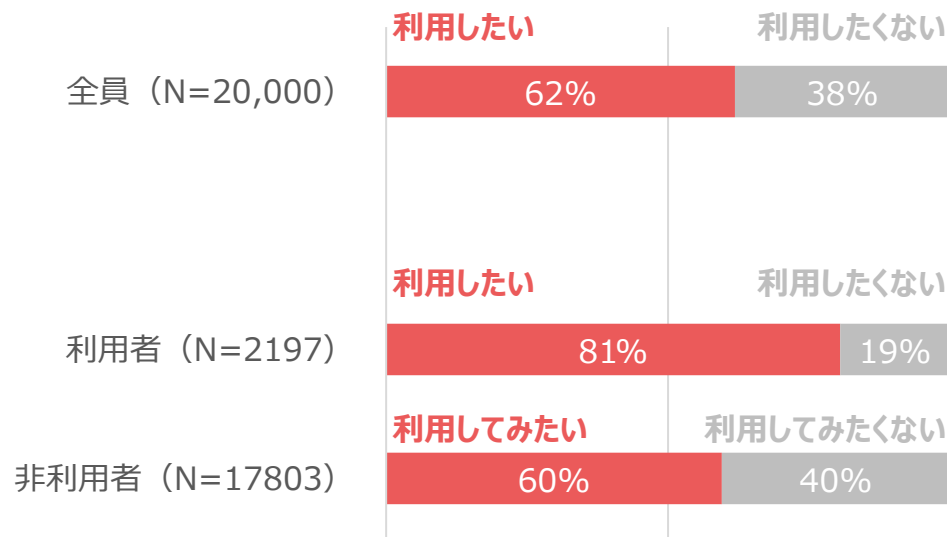


デジタル版のプレミアム付商品券

1年以内の利用経験



今後の利用意向



今までの購入回数と直近の購入金額

あなたは事前アンケートにて、「プレミアム付商品券を利用したことがある」とお答えになりました。

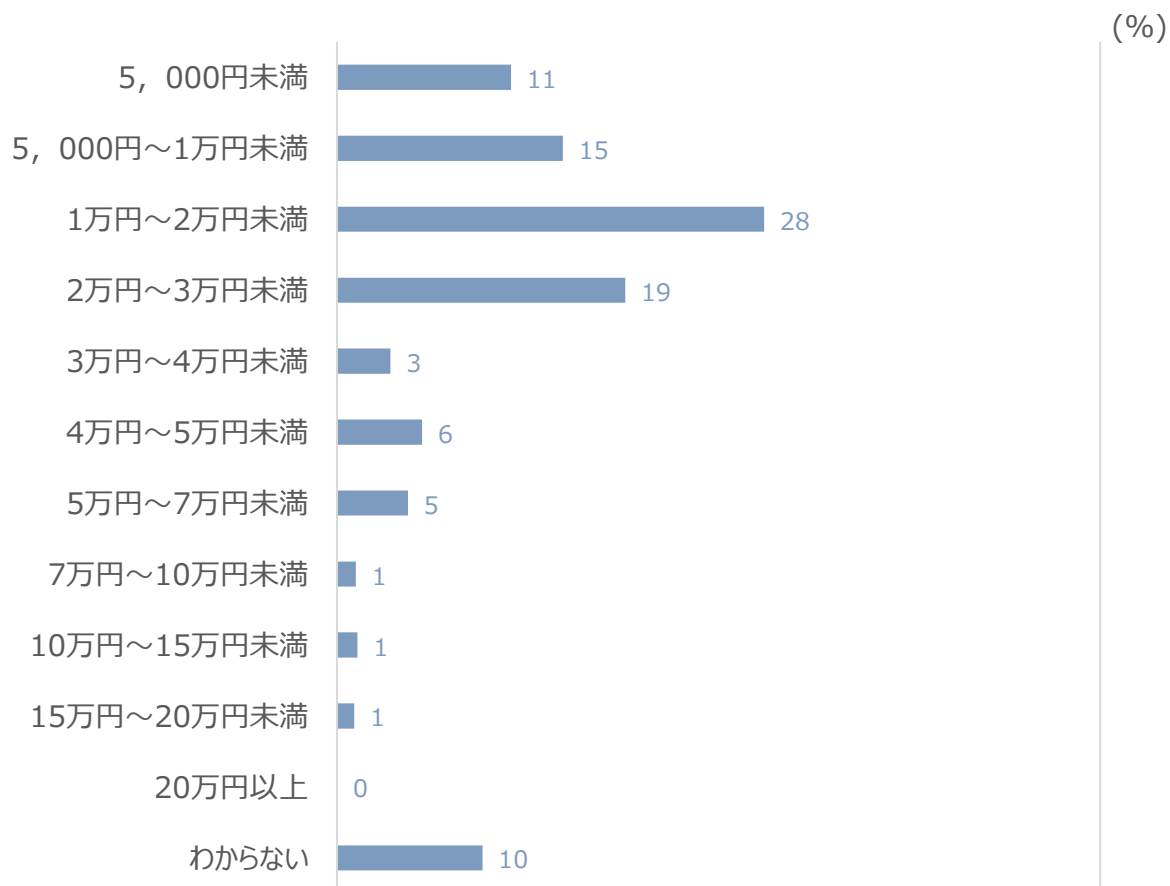
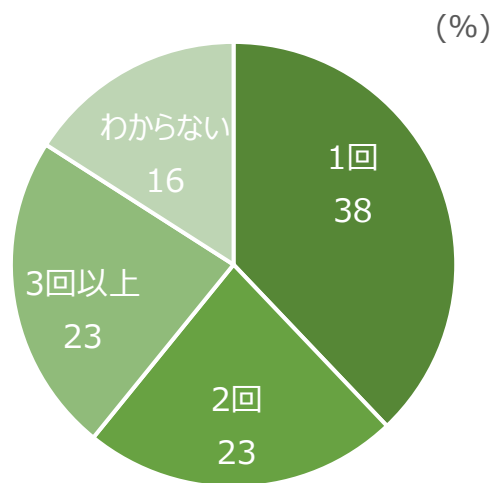
これまでに何回、プレミアム付商品券を購入したことがありますか。

※お店での利用回数ではなく、今までにプレミアム付商品券を入手した回数をお答えください。

「プレミアム付商品券」の購入金額をお知らせください。

※複数回購入したことがある方は、直近の購入についてお答えください。

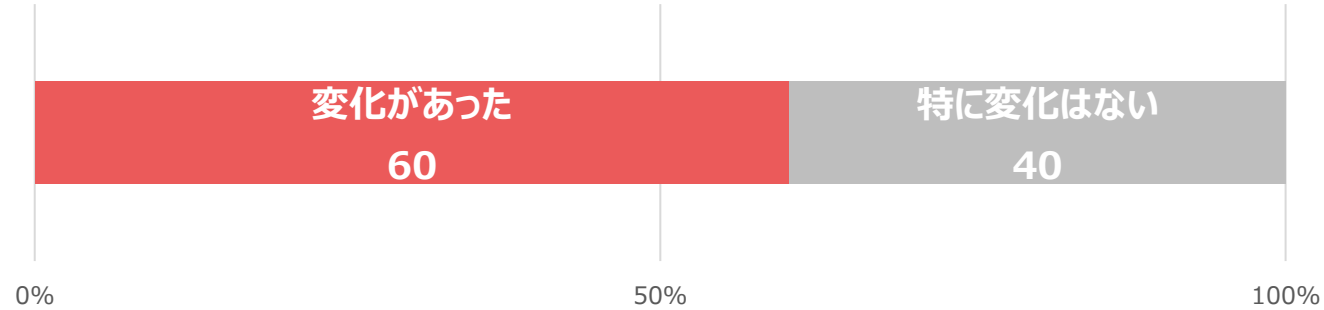
N=293;プレミアム付商品券利用経験者



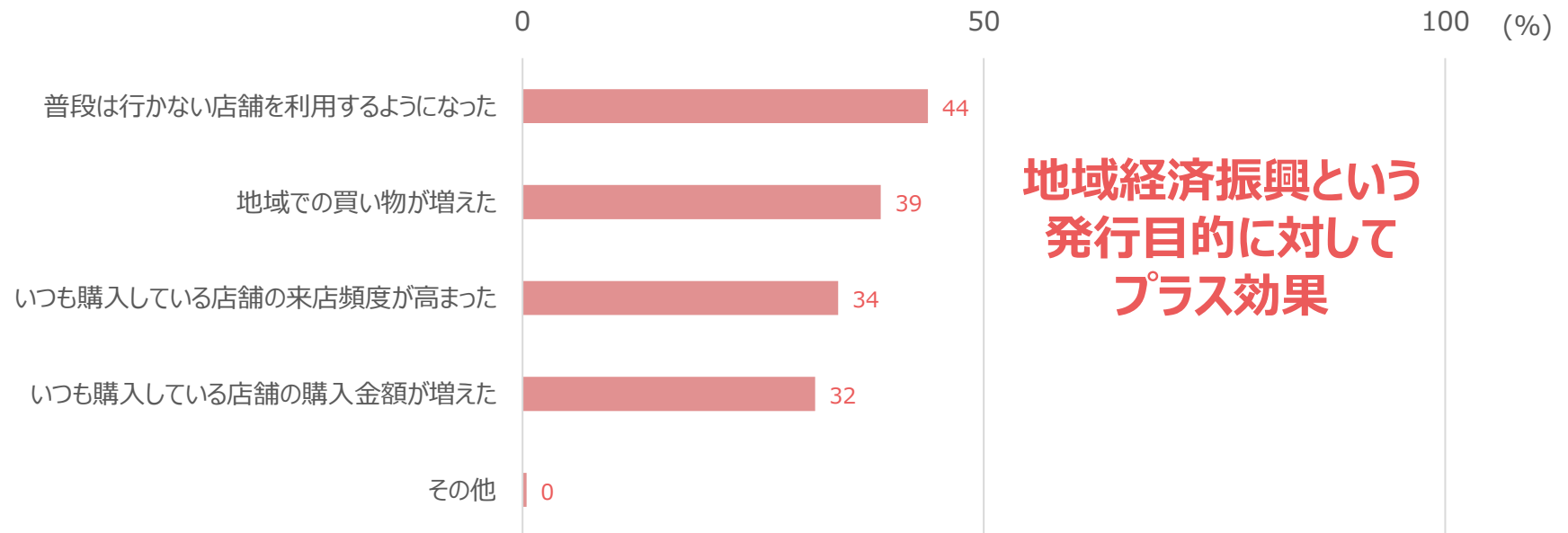
プレミアム付商品券による行動変化

「プレミアム付商品券」を使うことがきっかけで、店舗の利用に変化がありましたか？（いくつでも）

N=293;プレミアム付商品券利用経験者



変化があった177人における
回答結果



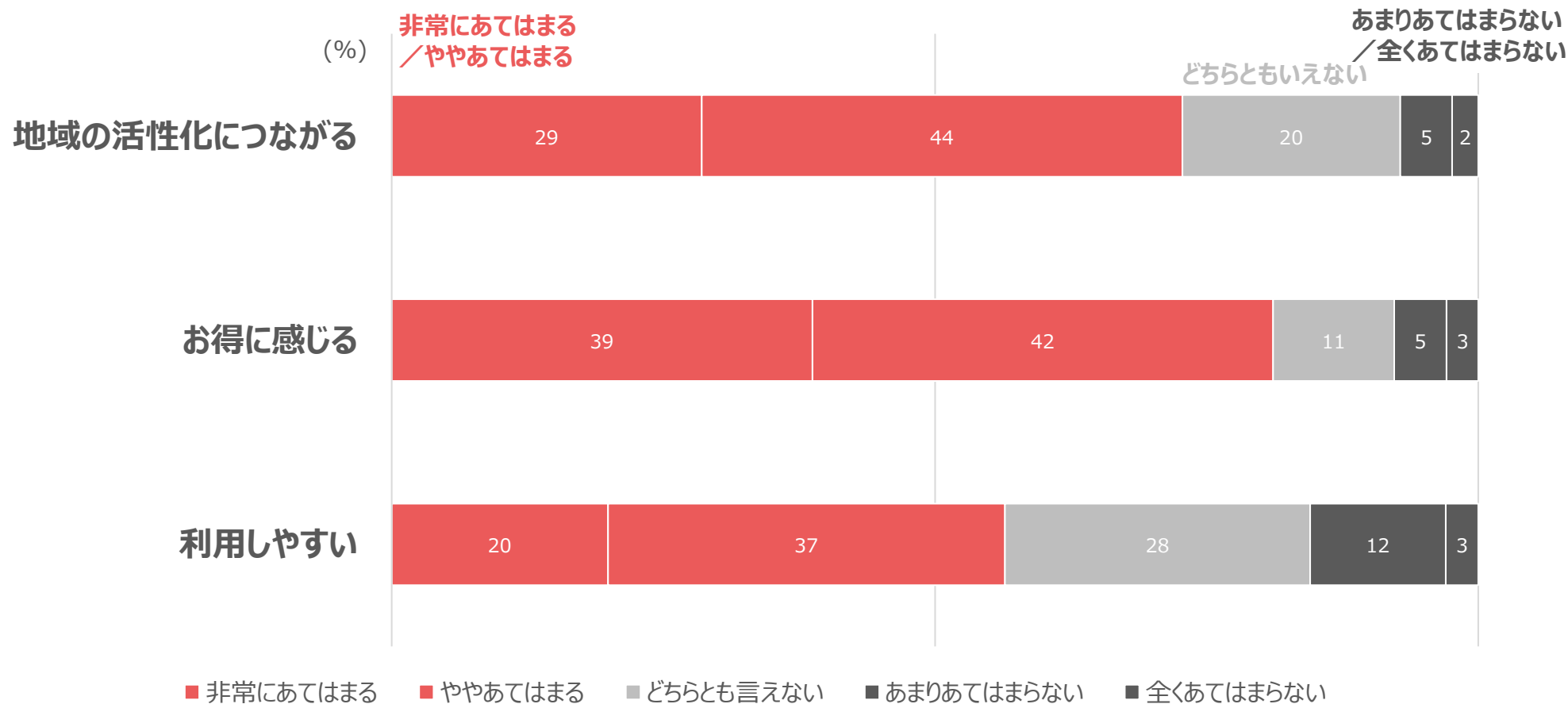
地域経済振興という
発行目的に対して
プラス効果

利用者の感想

「プレミアム付商品券」を利用して、どのように感じましたか？

N=293;プレミアム付商品券利用経験者

利用者の大部分は好意的

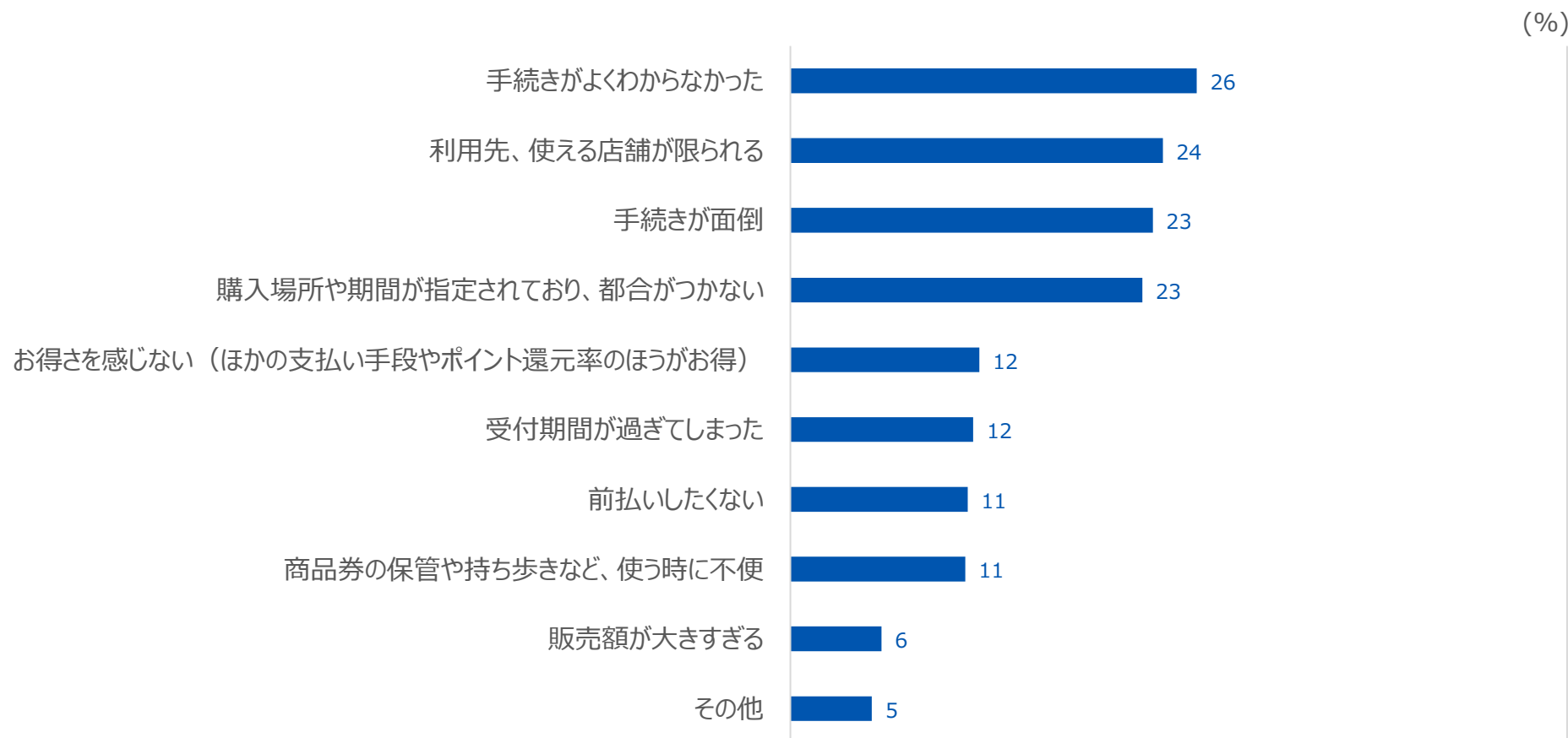


非利用理由

あなたは事前アンケートにて、「1年以内にプレミアム付商品券を利用したことがない」とお答えになりました。利用しなかった理由としてあてはまるものをお選びください。（いくつでも）

N=531;直近1年以内でのプレミアム付商品券非利用者

手続きの簡便さ・告知が最重要

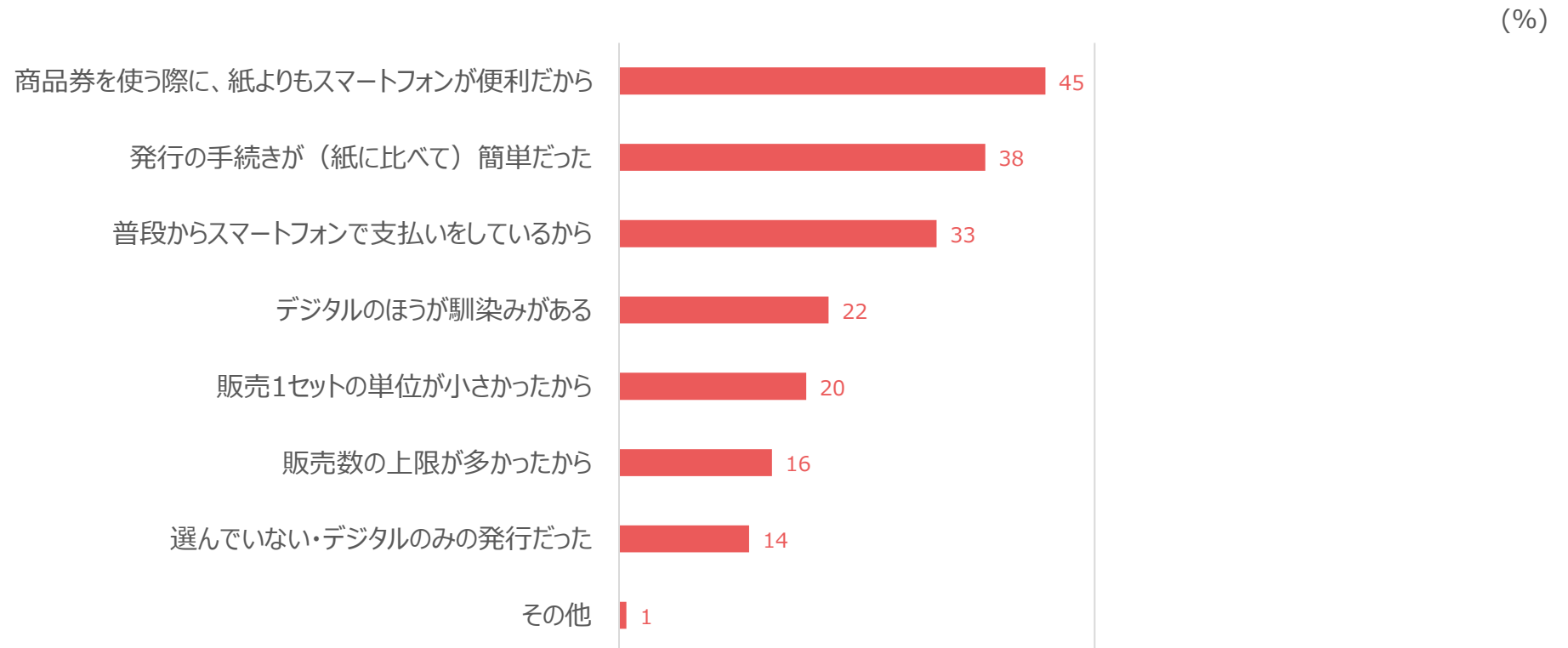


デジタル版の利用理由

あなたは事前アンケートで、「デジタル版のプレミアム付商品券」を購入されたことがあるとお答えになりました。
そのときデジタル商品券を選んだ理由をお知らせください。（いくつでも）

N=94; デジタル版プレミアム付商品券利用経験者

デジタルの利便性を評価



紙版のみ利用経験ある人のデジタル非利用理由

1年以内に「デジタル版のプレミアム付商品券」を利用したことがない方に伺います。
デジタルではなく紙の商品券を選んだ理由をお知らせください。（いくつでも）

N=199;紙版のプレミアム付商品券のみ利用経験のある人

紙を積極的に選んだ訳ではない

