

京丹後デジタルポイントあり方検討会会議録（概要）

- 1 会 議 名 第1回京丹後デジタルポイントあり方検討会
- 2 開催日時 令和5年8月8日（火） 午前10時00分～12時00分
- 3 開催方法 オンライン開催
- 4 出席者氏名
 - (1) 検討委員
 - 京丹後エムズカード会 会長 宮腰 英明
 - 京丹後市観光公社 事務局長 中山 彰人
 - 京丹後市商工会 事務局長 板倉 俊明
 - 振興課長 岡 朋博
 - 同課 志村 忠相
 - 経営支援員 竹中 沙織
 - 京都北都信用金庫 地域創成事業部長 森田 悦夫
 - 京丹後市商工観光部 部長 高橋 尚義
 - 商工振興課長 金木 美由紀
 - 同課主任 古橋 大志
 - 同課主事 光原 真子
 - (2) アドバイザー ○たんご法律事務所 弁護士 藤居 弘之
- 5 内 容 京丹後デジタルポイントのあり方の検討について
- 6 議 題
 - 制度の概要、令和4年度の実績について
 - 令和5年度の取り組み
 - 意見交換
 - アンケート調査の実施について
 - 今後の予定について
- 7 主な意見等

協議会事務局 皆さんおはようございます。

このあり方検討会は昨年からはまったデジタルポイント事業について、現状に加えていろいろな課題があると認識しているところであり、今後どのように制度を進めていけばいいのかということをお皆さんのご意見をいただきながら、望ましい姿に変えていくために会議を進めていきたいと考えております。

市では今後、9月の下旬に改めて各世帯にポイントを付与する事業を始めたいと思っておりますが、できる限り多くの方に使っていただけるような環境を整えるということが当面の課題だと思っております。

まずは、第1回が今日、それから第2回を今月中に開催し、その中で9月末からスタートするポイント付与事業を、どのような形、どのような仕組みにしていけばより望まれる姿になるのかを、いわゆる「あり方」として検討していきたいと考えておりますので皆さんの忌憚のないご意見いただければと思っておりますし、また、アドバイザー様におかれましては法的な面からアドバイスをいただければと思っておりますのでよろしくお願い致します。

委員 利用者を増やすことは大変。貰う側のワクワク感とか生活が助かったということもなく、ちょっとしたおまけをいただいたという感じになっている。

ポイントに関しては、利用者が貯めることに意味を持つようなことを考えないと業者も増えないし、まずは利用者が増えないと加盟店も増えない。

加盟店を増やそうと思うと、利用者からお店に対してこのポイントカードを扱ってないんですかと問い合わせるような状況にならないと難しい。

それが今のところデジタルポイントではできてないのではないかな。

ポイントはもらえたが、使ってなくなったら終わりという感じになっている。

委員 既にデジタルポイントをご存知である方もあるが、もしかしたらこのカード自身のことをご存知ない、関心がない方はまだまだ市民の中に多くいらっしゃるのではないかな。

制度の周知をして、関心を持っていただく、使ってみようと思っただく取り組みが必要。

パッと見てこれなら簡単に使える、簡単に貯まる、ちょっと貯めたらいいことがあってワクワクする、くじを引く瞬間まで楽しいというようなことが大事。

加盟店側の人もお客さんがカードを出してなかったら出してくださいという状況にならないと循環していかないし、中途半端なまま制度が始まったことが一つの原因であるが、加盟店側にもご理解をいただいて進めていく必要がある。

委員 利用者が少ないことと加盟店が少ないことは切り離せない関係にあると重々理解している。

利用者が少ないので加盟店で利用が少ない。加盟店が少ないので利用者も利用しないという負のループに陥っている。

委員 加盟店が少ないということだが、加盟店が減った理由がわかればそこを改善することで新店舗取得も考えられるのでは。

委員 現在の収支はどうか。1.2 円がどれぐらい利益を上げているのか。

協議会事務局 収入として、加盟店が発行した 130 円につき 1 円分のポイントが 2,538,183 円。協議会の運営に充てさせていただく 0.2 円分が 508,583 円。合計で 3,046,766 円。

利用された 1 円分の金額が 1,797,311 円あり、加盟店が発行したポイントと差し引くと、740,872 円が令和 5 年度への繰越となっている。

委員 それを踏まえても 1.2 円が辛いと言われる声は多いか。

協議会事務局 全体的な売り上げが少ない店舗は負担を感じておられるようで、身出しが少なければ少ないほど良いという印象。

委員 デジタルポイントを始める時にいろいろな視察に行ったが、利用料として月額 1,000 円は取らずに、支払金額に合わせてポイントをとる方式で 1 ポイントにつき 1.5 円の負担を取られているところもあった。

1.5 円ぐらいは普通に取ってもいいのではないかと思うが、さっきから聞いていると 1.2 円が重たいと言われるお店が多いとなかなか難しいかもしれない。

ただし、お客さんからお店に対してカードが使えないのかという声があれば、少々高くてもお店は導入しようとなるので、お客さんの声が一番。

委員 自治体ポイントをどんどん入れていかないと制度的に成り立たないので。今後、ウォーキングイベント等で、その歩数に応じてポイントを付与するなどの支援をしていけば利用者も増加し、お得感やメリット感も出ると思うがどうか。

委員 現状は利用者が確かに少ないが、利用されている方はきちっと利用されている印象があり、チャージも制度ができた後には一定の方が行われているので、きちっと利用されている方にも焦点を当てたほうが良い。

利用者を増やすか、事業者を増やすかという考え方では、やはり利用者が増えてこそ取り扱う事業者が増えていくのではという印象である。

確認だが店舗が発行したポイント×130 円が、店舗としての売り上げという理解でよろしいか。

協議会事務局 そのとおり。

委員 今でも 4 億円程度の売上が立っていることになり、このポイントの発行率からいくと 1,000 円の売上に対して 8 円ぐらい負担されるような割合になるが、クレジットカード等の手数料率よりもはるかに安いので、利用が活性化してくれば事業者の方はそれほど負担に思われないのではないか。

利用者数、利用金額を増やしていく戦略も一つ必要なのでは。

委員 おひとりの方がたくさん使うことでも利用金額は上がるが、母数が増えればそれだけ利用金額も上がるので、店舗も収入が増えるためそこに力を入れていく必要がある。

協議会事務局 資料 1 の概要で説明をさせていただいたが、まずデジタルポイントで何がしたいのかについては、当然市内でお金が循環していく仕組みの一つとして捉えている。

これを拡大して地域循環に結びつけていくことがこの事業の一つの目的。利用者が少ない、事業者が少ないというのは一つの現状であって、いかにして利用者、事業者を増やしていくのが課題だと認識しているところ。

委員 旧町でポイント制度をやられている団体があるが、その団体ではもしデジタルポイントに入ったら必ず両方のポイントを発行しないといけないようだ。

今までのものも捨てられないし、新しいこともしたいと思う事業者もあって、なかなか両方発行するということが難しいという話を聞いたことがある。

その地域をよく知られた団体の方たちを少しずつ巻き込んでいくような形でないと、市内の各制度が一つに合わさせていくっていうのはなかなか難しい。

他の団体ともいろいろ話をして、デジタルポイントをベースにしながら、なおかつイベントはその地域でやっていただくという形が良い。

あと、旅館やホテル等にも協力いただいて、観光で来られている方にもポイントをどんどん出せば、帰り道に飲食店でポイントを使っただけになるになるので、市外で食べようと思っていた人も京丹後市内で食べていき循環していく。

宿泊の割引の代わりにポイントを発行して、そのポイントで飲食やお土産を買うことができたなら、その売り上げをもって各団体が自立してイベントを独自にできるようになるので、そうすればカードの移行化という議論ができるのではないかな。

私が一番憂慮しているのはやはりお客さんが混乱することで、特にエムズカード会は同じシステムを運用しているので、お客さんの混乱はできるだけ早く解消して楽しんでもらいたいです。

やはり多くの方から面白いイベントを考えてと言われるようになれば加盟店は増えるし、最終的にはお客さんからデジタルポイントに加盟していないお店に対して言ってもらうのが一番効果的。

委員 各町大体一つずつぐらい昔からされているポイントの仕組みがあるが、そことの関係も大きな課題の一つ。

エムズカード会はどちらかのポイントを発行する仕組みですが、デジタルポイントの方を発行すると、エムズカード会の運営費用が減るという話も聞いている。

他の商店会でもデジタルポイントをベースに使っていただき、イベントは各商店会でしていただける仕組みも早く構築できたらと思うが、そうした仕組みを構築するには、各商店会とのしっかりした話し合いが必要となることも認識している。

委員 お店同士の取引の中でデジタルポイントの流通というのはどのようなイメージを持たれているか。

委員 岐阜県のポイント制度では、事業者同士が仕入れや取引の中でポイントを活用しており、独自のポイントが 4 回使われると現金化できるようになると聞いたことがある。

その制度では確か銀行がベースとなってやられていたはず。

現金化するとすぐ地域外に出ていってしまうので、そうした仕組みがあ

ればお金は外に出て行かなくなるので面白い仕組みだと思うが、そのポイントにマークを付ける仕組みは難しい。

でも、実際にやっておられるところもあり、業者間でやりとりをすれば、使ったお金が京丹後市内で回っていく。

委員 企業間取引については、当然当事者同士の契約に基づくものであったり、事前取引における同意を得た上でということになると思うが、もしご存知であれば企業間取引等にデジタル地域通貨を使うときに気をつけることがあればアドバイスやコメントいただきたい。

アドバイザー 今すぐに、具体的な何法に基づいてこういった問題があるかをご提案申し上げることはできないが、企業間取引になると動く金額が大きいため、それに伴っていろいろな問題が出てくると考えられる。

委員 巡回をしていて、このデジタルポイントがきっかけで初めて加盟された店舗ではどのように会計処理をしていいかわからないという質問を受けたことがある。

このあいだからチャージという新しい概念も増えており、実際に複式簿記なり単式なりの処理をする中でこういった会計処理をしていいのかよくわからない、また、請求書の発行や計算の仕方が基本的によくわからないと言われる方がおられた。

できたらこのアンケートに、会計処理やその他困っている部分をつけ足してはどうか。

あと、現在の加盟店と今後加盟を検討される店舗向けに説明会等のお話をする機会を設けられる必要があるのではないかと。

委員 売上に対するポイント発行、また、ポイントが使われた場合の、加盟店における一般的な取り扱いについて教えていただきたい。

委員 お店によって違いはあると思うが、ポイント発行した分は広告宣伝費や手数料的の扱いで処理されることが多い。

一方で、100 円の売上のうち 50 円をポイントで支払ったという場合、100 円の売上は立つが、使われた 50 ポイントは協議会に対する売掛けの扱いで処理される。加盟店によって処理がまちまちで、やりやすいように処理されている。