

京丹後デジタルポイントあり方検討会 会議概要

- 1 会 議 名 第3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11月21日（火） 午後5時55分～8時10分
- 3 開催場所 京丹後市網野保健センター 2階集団指導室
- 4 出席者氏名

（1）検討委員（協議会事務局含む）

○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
○京丹後市商工会	事務局次長	山本	由美子
	振興課	志村	忠相
	経営支援員	竹中	沙織
○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
		神保	博美
		藤居	弘之

（2）アドバイザー ○たんご法律事務所 弁護士

- 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

- 第2回検討会の振り返りとその後の対応
- 令和5年度実施中のキャンペーンの進捗状況
- 京丹後デジタルポイント運用見直し（案）の修正について
- 「Tango Pay」との連携可能性について

7 主な意見等

協議会事務局 第3回京丹後デジタルポイントあり方検討会よろしくお願いします。
前回に引き続き運用見直し案を提示させていただきますので、ご意見を頂きたいと思います。

委員 スーパーサズデーを第4木曜日にした理由は。

協議会事務局 毎日の売上を見ていくと、以外にも木曜日の売上げが多かったため、付加価値をつけるために木曜日とした。

アドバイザー 今後、継続的に毎月第4木曜日をスーパーサズデーとしてポイント2倍にするのか。

協議会事務局 試算上は継続しての実施が可能。

アドバイザー 12月は28日が第4木曜に当たるが仕事納めの日。1日ずらして29日にすればもっと売上げが上がるのではないかな。

「スーパー〇〇」という広報ができなくなるかもしれないが、毎月実施日を変えても良いのではないかな。

協議会事務局 決まった曜日で周知したいと考えている。周知方法については検討の余地があると考えている。

アドバイザー スマホであればプッシュ通知により、今月は何日に実施という通知ができるのではないかな。

準備を進めているのだから、無理なら今後の課題でよいが。

協議会事務局 スマホのプッシュ通知はすぐに実施可能だが、多くの利用がカードであるためそこが課題。

参考資料3に、カードの交付枚数とアプリのダウンロード数をまとめているが、カードは世帯主宛に交付をしており現在約24,000人分でそのうちカードと連携をされてるアプリが4,577人。

アドバイザー カードと連携をしてるアプリとは何か。

協議会事務局 カードをお持ちの方は、アプリでカードのQRコードを読むと連携ができ、カードでもアプリでも使える状態になる。

アプリダウンロード数の総数が5,402人。カード連携を抜いた825人が純粋なアプリだけで利用している方で、市外の方や世帯主でない方ということになる。

アプリのプッシュ通知は、アプリを登録している約5,400人の方々にしか届かない。

スマホは持っているが電話とメールしかしないという方への対策や、若い方に周知して利用者を増やすというところが課題。

アドバイザー 協議会としてはスマホを使う人を増やしたいのか。

協議会事務局 はい。

委員 アプリを増やしたい場合には 1 ポイント発行の特典では難しいのではないかと。500 ポイント、最低でも 100 ポイントを付与しないとアプリをダウンロードしようとは思わない。

委員 期間限定での実施は良いのではないかと。今アプリを入れたら 300 ポイントもらえるというように。

アドバイザー 世帯主にカードを送ったということだが、もらっていないという方が意外と多い。その声は届いているのか。

協議会事務局 送付した郵便物が返送されていなければ届いてるはずと説明しているが、どうしてもない場合は、電話で再交付の申請を受け付け、カードを送付する対応をしている。

また、世帯主がカードを利用しているが、奥さんもカードがほしいという場合も、改めて申請をいただくことで奥さんに対するカード発行を行っている。

委員 再発行の場合、カードに残ってるポイントは移行できるのか。

協議会事務局 再交付の場合は、もともと残ってたポイントを新しいカードに移行した状態で送付している。

アドバイザー 1 人につき 1 枚ずつカードを送らないのは経費の問題か。

協議会事務局 アプリで使える人に使っていただくというのがこの事業のスタートだったが、スマホを持ってない方への対応としてカードを発送しようという形になった。

世帯の 1 人 1 人に送付する場合、生まれたばかりの子からご高齢の方までが対象となるが、経費の問題やいつまでカード送付を続けるのかという議論もある。

特に希望された方には新規のカードを交付している。

委員 その交付も市役所だけか。

- 協議会事務局 住民異動のデータを市から提供いただきカードを送付しているので店舗で対応していただくというのは難しい。
- 委員 特定の店舗にカード発行をお願いすることはできないか。
市役所は土日が休みで、平日も17時で窓口が閉まるため、会社勤めの方では申請に行く時間がないという話を聞いたことがある。
- 協議会事務局 電話、メールでも受け付けている。
- 委員 電話での再発行申請が可能なのか。
市役所に行かないと手続きできないと思っていたので、電話で再発行ができることは知られていないのでは。
- 協議会事務局 12月については第4木曜日のほかに、12月29、30、31日の年末年始で2倍または3倍のポイントを付与し、また、アプリもダウンロードすると例えば100ポイント付与というのは可能性がある。
アプリダウンロードの促進のため、期間限定という意見が出ているかどうか。
- アドバイザー 予算的には大丈夫なのか。
- 協議会事務局 期間限定であれば可能。
- アドバイザー 周知の方法は市の広報になるのか。
- 協議会事務局 市の広報紙、あとは防災行政無線となる。
防災行政無線ではキャンペーンの広報はしているが、再交付については申請方法については広報できていない。
- 委員 データを見ていたが、参考資料3と4。3のところていくと利用者数は令和4年度末から令和5年10月末にかけて約1,000人の増加だが、延べ人数は倍になっているので、得だと気付いている人はたくさん使っている。
売上もそれに応じて増えているのもう一歩という感じ。信用金庫の内部でも全支店に利用促進について周知しているが、使っていない

職員に聞くと、どこで使えるのかわからないと言っていた。

京丹後市内の企業経由で使ってもらえるようなことは出来ないか。京丹後市民の従業員も多いと思うので企業ネットワークを活用できないだろうか。

使うまでが大変で、使いかけると延べ人数を見てわかるように、使う人は使う。キャンペーンの追い風もあるかもしれないが、売上を大きく伸ばす潜在能力は十分出ている。

協力できることはさせていただきたい。

委員 大型店舗と調整中と書いてあるがどういうことか。

協議会事務局 大型店舗でも使いたいと利用者の声は以前から多くいただいております、現在調整中。

委員 大規模店舗は利用者にとっては非常にいいことだが、既存の加盟店が半分ぐらい離れていくのではないか。大型店で利用できるようになった場合、買物支援キャンペーンで 1,000 円付与されても大型店で買ってしまう。

それでも生き残れるのは、集客を独自でできる能力のある店で、一部の散髪屋やお菓子屋などだけ。

京丹後市が発行したお金は大手に吸い上げられ、市内でお金を回すということからは確実に外れる。割り切って小さい店舗を無視するというのも運営の考え方だと思うが、大型店舗が加盟するとそうした動きが生じる。

協議会事務局 大型店舗での利用はスマホのみで、カードは利用できない取り扱いで検討している。

委員 アプリ利用者は増えるだろうが、加盟店からすると京丹後市が使ったお金は大手に流れて、自分たちには回ってこないという本末転倒なことになる。お金が回っていくという発想は切り捨てた形になる。

この会議で大型店舗の導入を止めさせることはできないが、エムズカード会としても加盟店に周知していく必要があるので、そうなるとデジタルポイントに残る店と退会する店の二つに分かれる。

協議会事務局 この会議はデジタルポイントの今後の方向性について、意見をいた

だくというもの。

いただいた意見を踏まえて、デジタルポイント運営協議会として、商工会の考え方、北都信金の考え方、そして市の考え方を持ち寄って決めていくことになる。

委員 大型店舗の導入は決定事項なのか。

協議会事務局 決定前のアイディアとして本日ご意見を伺うというもの。

委員 そうであれば、京丹後市が使った予算を京丹後市内で回していくという目的はどうするのか。

また、既存の加盟店にも影響が出るし、加盟店数も大型店が入ると影響してくる。しっかり周知をして、加盟店が納得するアイディアがないと大型店に踏み込むのは難しい。ただ、スタート時に聞いていた話と変わってくるので本末転倒だと思った。

協議会事務局 事業者側の意見と利用者側の意見とがあるので、そこも当然考えていくべきこと。

利用者側の意見としては、なぜ大型店舗で使えないのかという意見が多くある。

一方で、今のデジタルポイントは市内の中小のお店が中心で、中小企業向けの施策としては良いが、店舗の方の動きはまだまだ少ない。

店舗を増やさないと利用者は増えない、増やそうと思うと使える場所を増すしかない。

委員 せつかくの制度なので、利用者も事業者も共存できる施策になればいいと望んでいる。

全体的な組み立てとして、会費を取らずに決済手数料、売上高に応じた費用を頂戴することで自走していくという方向性や、大型店でも使いたいという市民の声も理解できる。

地元の商店が有利になるように、価格競争を中和することは出来ないか。大型店舗以外の所で利用するとポイントが多く付くというような制度にならないか。

利用者が増えることで自走が可能となるという観点と、従来の目的である小規模事業者の方に売上がまわるということが共存できないか。

商店街がその地域にとって大事な役割を持っているのは、重々承知している。

その中で、いかに使ってもらえるか、いかに地元の商店に還元ができるかという考えのもと、この間様々に意見を伺いながら今回こうした案を提示させていただいた。「店舗関連」の(4)「ポイント利用時の店舗ポイントの発行廃止」というのは、利用者が店舗で買い物した際にもらったポイントを次に店舗での支払いに使う場合、店舗ではそのポイント利用分にはポイントを発行しなくてもよいとするもの。他の類似制度にはこのようなことをしていないのがほとんどだと、加盟店に聞き取りした際にあった意見であるが、利用者からみれば、この変更によって、店舗で買い物した際に発行されたポイントを利用する際、これまでは付いていたポイントが付かなくなるという運用変更となるもの。

(買い物支援ポイントなど行政から給付されたポイントは、これまでどおり、ポイント利用の際にポイントを付ける)

それから、(5)「店舗のポイント発行に伴う店舗の負担分の運用見直し」については、月額 1000 円の会費と売上 130 円につき 1.2 円分を負担いただくこれまでの店舗負担の在り方から、売上額に対する決済手数料として負担いただく方法へ変更（この負担額内から、利用者には 130 円につき 1 ポイント付与は継続）する案を提示させていただいている中で、この手数料の一部を地域の商店会や商業グループが行う売り出しイベントなどの広告費等で利用いただけるよう還元し、地域商業の活性化につなげていただくという案。

また(7)、「商店会等商店グループが独自に発行するポイントとデジタルポイントの交換」については、利用者が保有するデジタルポイントを、地域の商店会や商業グループが実施されているポイント等と対等に交換ができるようにする案で、地域の商店会等との取組みとも両者が成り立つ仕組みも提案の中にある。

したがって、大規模店など一部の店舗だけにお客さんが集中して、小規模店への配慮がないという案ではなく、地域商店会等の独自の活動を促進させていく狙いを持たせている案と理解いただきたい。

これら、正式に決定したら分かりやすく明記しないといけないが、4 番の「本運用見直しに伴うその他見直し事項」では、地域、同業種、異業種グループの組織化を促進と記載しているが、新たにグループを作ってもらえれば、そのグループの取組みに対してもデジタルポイント協議会が応援していくしくみになるものなので、そうした可能性の議論をこの場でいただけるとありがたいとの思いで案を提示させてい

ただいている。

委員 グループを作るのが簡単ではないことは歴代の方々はみんな知っている。グループを作るならデジタルポイントの中で進めた方がいい。

委員 売上げに対して 1.98%という率で精算方法を変えていくということだが、今は会費が 0 円で、現状 130 円で 1 ポイント発行し、1.2 円を負担していただくため、逆算すると 0.9%の負担となる。

仮に全店舗が 1.98%に移行するとなると、加盟店は倍の負担となる。

その場合に順調にお店が増えていくのか、いきなり制度が変わって今のお店が理解できるのか。

どういう意味合いで 1.98%なのか。大型店だけ 1.98%なのか。

協議会事務局 資料 1 の 4 ページで、コジカカード、ペイペイ、クレジットカード、エアペイとの比較を行い、また、他の市町村の事例も参考にし、案として、一般的な手数料よりは安い手数料率で案を提案させていただいた。

委員 会費にしても 300 店舗になるまでは取らないという前提だったので、試算の 240 店舗であっても会費は発生しないはずが負担は倍になる。

今の率でかろうじて加盟している店舗もある。負担が倍になるとどうか。

委員 加盟店に対してこのカードには夢がある、このカードを使うとこんなにおもしろい商売ができる、そんな打ち出しは出来ないか。

コンサルタントを呼んで、お店に夢を持たせてあげるセミナーなどを開催できないか。そうすれば、同じ 1.98%でもペイペイよりもデジタルポイントを選ぶ動機になるのではないか。

協議会事務局 売上に伴って手数料で精算していく方式に変更することに併せ、その額を地域の商店会等とデジタルポイント協議会で利用するという提案については、バランスは考えていく必要がある。

また、決済手数料等の設定、デジタルポイントで売り上げを伸ばすセミナーの実施など、正式に決定した場合には、加盟店への説明をしっかりとさせていただくことが必要だと思っている。

協議会事務局 いろいろなキャッシュレスサービスがある中、新たに「Tango Pay」というサービスが開始となる。敵対関係ではなく、連携の可能性について検討が必要。

今後、「Tango Pay」と相談しながら、お互いの意義となるように、また、利用者が店舗にとっても有効に使っていただけるよう進めていきたいが、どうか。

委員 観光公社では、「Tango Pay」のアプリと観光情報の発信という部分で連携を考えている。

キャッシュレス決済のいいところは、取引銀行との紐づけで、アプリ内でいつでもチャージができること。

北都信金の力も借りながら、デジタルポイントもその利便性が向上すると普及率はあがっていく。

「Tango Pay」では、わざわざ店舗に現金を持って行きチャージする必要がないので、そこは連携していく方がいい。

委員 連携は非常に良い事だと思うが、それぞれの特色を出していかないといけない。クーポンなどで差別化を図り、それぞれのいいところを伸ばしていくべき。

デジタルポイントはコアなファンを取り込む方がいい。全体が一緒になると弱い方は飲み込まれてしまう。

委員 アプリの店舗検索でも、デジタルポイントが使えるお店、丹後ペイが使えるお店など、いろいろなイベントでクーポンを発行して還元するような部分で連携していきたい。

委員 大型店舗も大事だが、民宿やホテルにもデジタルポイントに加盟してもらい、市外から来たお客さんを取り込んで売り上げを伸ばすということも大事。

商売人からすると、景気というように売る側にも買う側にもやる気や元気を起させる仕組みを考えることが大事。

宿泊代の支払いで付与されたポイントで旅行の帰りにお土産店で使うというように、連携を図ることで売上が上がり、加盟店が増え、1.98%でも加盟したいと思わせる。

ポテンシャルは絶対にあるので、北都信金と観光公社と連携するこ

とでデジタルポイントはなんとでもなる。

委員

単価が高いものを取り扱っている店舗で、一部だけポイントをつけるというのは可能か。車屋さんから同業者はどうしているのか聞かれたことがある。

協議会事務局

例えばクレジットカードの支払いにはポイント付けないとか、現金で車検費用を支払う場合でも一部だけポイントを付けるとか、車屋さんに限らず他の店舗でもあると思うが、その判断は各店舗にお任せしている。

協議会事務局

本日提示した運用見直し案について、今日のご意見をいただいて修正等を協議会で検討し、後日とりまとめを提示させていただきます。

それでは本日の在り方検討会を終了させていただきます。ありがとうございました。