



令和7年度

政策提言

建設経済常任委員会

— 地域通貨さむかわPayの利用拡大について —

INDEX

- | | | | |
|---|------------|---|-------|
| 1 | 政策提言理由 | 5 | 意見交換 |
| 2 | スケジュール | 6 | 行政視察 |
| 3 | 地域通貨について | 7 | 比較・分析 |
| 4 | さむかわPayの現状 | 8 | 政策提言 |

【建設経済常任委員会】

Samukawa Town Standing Committee on Construction and Economic Affairs

委員長：杉崎 隆之 副委員長：茂内 久代
委員：福岡 正也 廣田 淳生 柳田 遊 関口 光男
 青木 博 馬谷原光織 小泉 秀輔 吉田 悟朗

政策提言理由

近年、全国の自治体において、デジタル技術を活用した地域経済活性化の手法として、電子地域通貨の導入が進んでいる。

寒川町でも令和7年2月3日から「さむかわPay」が始まった。

さむかわPayにおける地域通貨の可能性を高め**導入目的の達成**を目指す為、先進事例等の研究を踏まえ、政策提言するものである。

【さむかわペイ 導入目的】

1

地元店の
売上
アップ



2

地域経済の
底上げ



3

キャッシュレス
決済の普及



4

行政サービスの
デジタル化



5

消費・
地域活動の
活性化



地域通貨とは？

特定の地域やコミュニティ内で流通する通貨で、国の法定通貨である円などとは異なり、自治体や市民団体などが**独自に発行**しているもの。

地域経済の活性化やコミュニティの再構築などを目的として、**地域内でのみ**使用が限定され、電子マネーや紙の地域商品券などの形で提供されている。

【地域通貨の主な特徴】

- ▶ **地域限定性**：使用できる範囲が特定の地域やコミュニティ内に限定
- ▶ **発行主体**：政府ではなく、地域の自治体、商店街組合、市民団体などが独自に発行
- ▶ **多様な目的**：地域経済の活性化、資金の地域外流出防止、地域コミュニティの活性化、ボランティア活動の促進、地域の価値の再発見など、様々な目的で活用
- ▶ **形態の多様性**：紙幣方式、商品券、電子マネー（アプリなど）など、様々な形態がある。
近年はスマートフォンの普及によりデジタル形式での発行が増えている
- ▶ **有効期限**：消費を促すため、法定通貨とは異なり、有効期限が設定されている

さむかわPayの現状

※現状データ：2025年12月時点



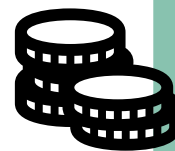
累計ユーザー数 : 9,377名
さむかわペイ店舗登録数 : 208店舗



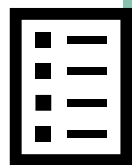
行政ポイントの発行
記念品・補助金・アンケート等



加盟店での主に買い物に利用
次に飲食店での利用
平均支払単価 : 7月 3,292円
12月 3,557円



セブン銀行ATM : チャージ利用可
ローソン銀行ATM : チャージ利用可
チャージ機 : 商工会のみ
BankPay : 地域金融機関登録済み



利用店分類 (店数)

食べる	52店	暮らす	65店
買う	84店	遊ぶ	7点



チャージ総額 ※2025年12月
利用件数 20,289件
チャージ総額 2億1665万円

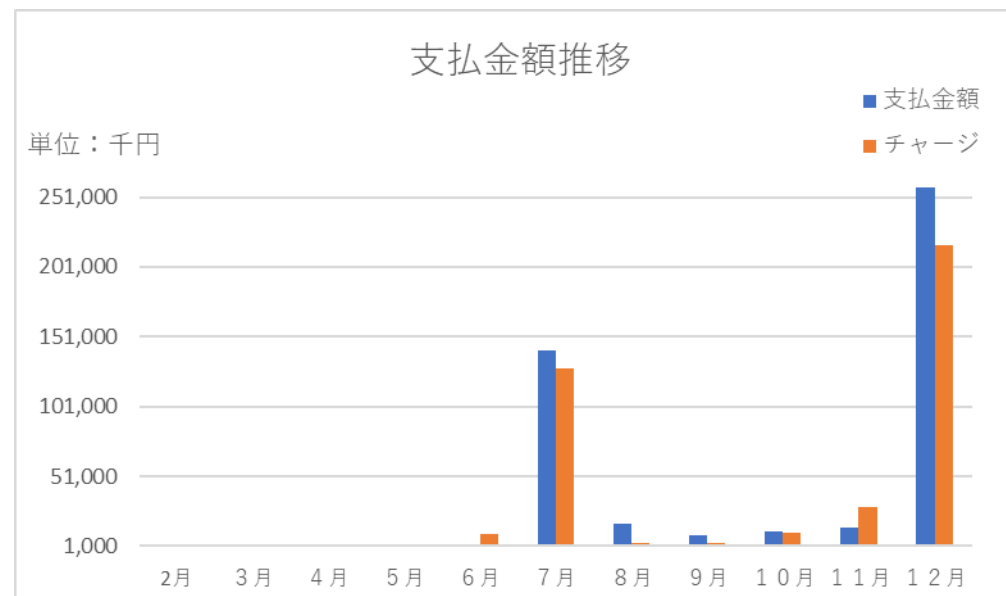
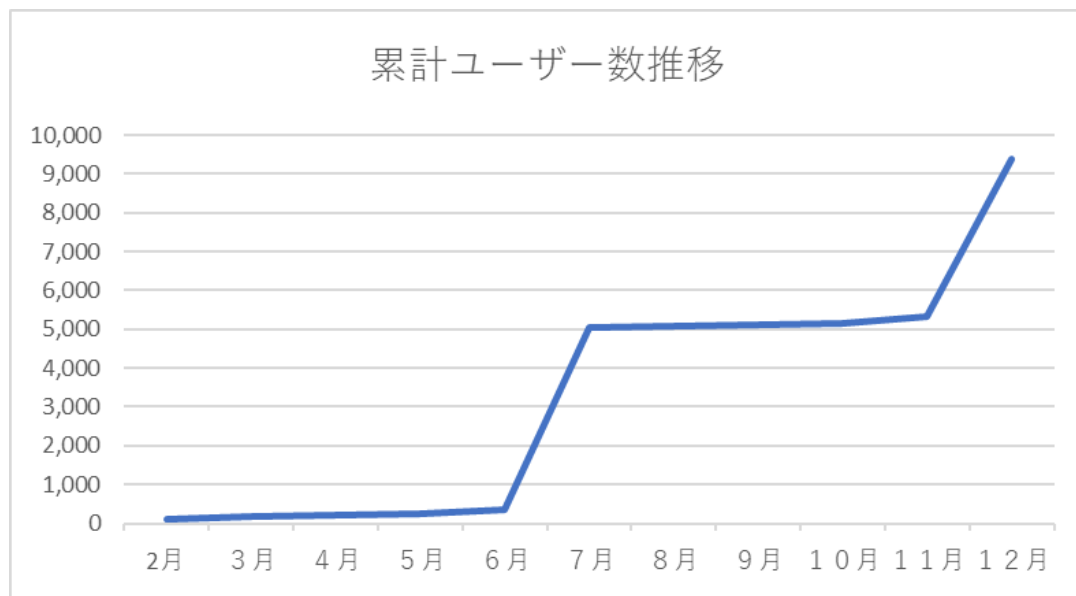
さむかわPayの利用推移（1）

2025年（単位：人）

	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
月間アクティブ利用ユーザー数	107	154	128	110	181	4,943	2,994	1,820	1,520	1,616	8,424
新規ユーザー	107	75	28	40	104	4,694	37	20	53	181	4,038
継続ユーザー	0	79	95	70	68	168	2,951	1,244	812	860	1,489
継続率	—	73.80%	61.70%	54.70%	61.80%	92.80%	59.70%	41.50%	44.60%	56.60%	92.10%
復活ユーザー	0	0	5	0	9	81	6	556	655	575	2,897
累計ユーザー	107	182	210	250	354	5,048	5,085	5,105	5,158	5,339	9,377
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
チャージ											
チャージユーザー	149	129	74	79	537	4,701	222	190	541	1,299	7,770
新規ユーザー	149	65	24	0	499	4,228	9	4	59	415	3,679
累計ユーザー	149	214	238	238	737	4,965	4,974	4,978	5,037	5,452	9,131
支払											
新規ユーザー	107	75	28	40	104	4,694	37	20	53	181	4,038
累計ユーザー	107	182	210	250	354	5,048	5,085	5,105	5,158	5,339	9,377
登録											
新規ユーザー	828	314	312	605	2097	4,370	246	228	518	1,905	3,955
累計ユーザー	828	1,142	1,454	2,059	4,156	8,526	8,772	9,000	9,518	11,423	15,378

データ：2025年12月時点 ・ 月間アクティブユーザー：当月に初めて支払いをした人・新規ユーザー：初めて支払いをした人・継続ユーザー：2か月連続での利用した人

さむかわPayの利用推移 (2)



	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
チャージ	件数	219	248	135	120	683	14,004	425	393	1,153	2,131	20,289
	金額(千円)	1,427	1,817	1,090	1,139	9,924	127,851	3,420	3,541	10,593	28,642	216,654
	平均月額 (円)	6,516	7,327	8,074	9,492	14,530	9,130	8,047	9,010	9,187	13,441	10,678
支払い	件数	434	961	628	530	731	42,982	9,180	4,669	5,804	6,796	72,416
	金額 (千円)	552	1,916	1,003	823	1,785	141,478	17,099	8,954	11,968	14,139	257,572
	平均単価 (円)	1,272	1,993	1,597	1,553	2,441	3,292	1,863	1,918	2,062	2,081	3,557
	平均支払回数	4.06	6.24	4.91	4.82	4.04	8.70	3.07	2.57	3.82	4.21	8.60

商工会との意見交換

【意見交換内容】

論点	質問・意見	主要答弁・コメント
高齢者対応	スマホを持たない層向け IC カード導入を提案	カード方式は初期投資が大きく、当面はアプリ普及を優先
決済フローの煩雑さ	ユーザーが金額入力→店側確認は混雑時に不便。店舗側読み取り方式を提案	現方式は端末費ゼロが利点。新方式は開発・端末コストを要する
クレカ連携	若年層取り込み・即時チャージに有効。手数料負担の先進事例調査を要請	手数料 2~5% が恒常コスト。採算面にて懸念有
ポイント設計	30%還元は一過性。常時付与率を上げた方が定着効果	付与率を上げると年約 900 万円の追加負担。行政ポイントとの組合せで差別化を図る
公共分野への活用	コミュニティバス運賃や税・保険料支払いでの活用を提案	運行事業者や法令の制約を整理が必要

- 日時：2025年5月26日
- 場所：寒川町役場 第一委員会室
- 出席者：商工会幹部・建設経済常任委員

【今後の戦略見通し】

1

さむかわPay 戦略委員会の設置

2

行政ポイント・大規模キャンペーンの活用の検討

3

プッシュ通知・スタンプラリー等の活用

先進事例の調査

後発のメリットを活かし先行事例を参考にするため、
下記の地域について調査・研究を行った。

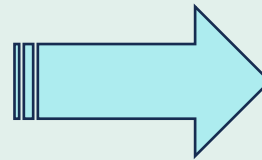
さむかわPay

後発取り組み

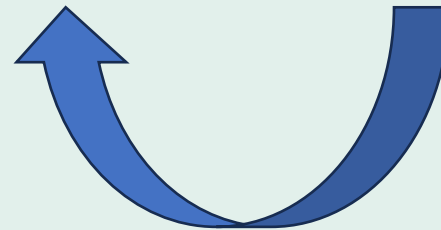


TTP

(徹底的にパクリ)



フィードバック



さるぼぼコイン
(飛騨高山地域)



最大手地域通貨

- ・行政対応
- ・観光施策

OMOTANコイン
(秦野市)



近隣成功事例

- ・行政対応
- ・イベント対応

行政視察 — 秦野市 OMOTANコイン —

秦野市における「OMOTANコイン」の活用

- ・ 事業者：「魅力ある商品・サービスを提供する」
- ・ 消費者：「地元で買えるものは地元で買う」
- ・ 行政：「電子地域通貨システムの運営・運用」

店舗PR、限定商品・サービス等の創出
イベントやキャンペーン活用

秦野市の目指している姿

地域経済の活性化！

事業者、市民、行政が一丸となって

「みんなで」地域を盛り上げる

行政視察 — 秦野市 OMOTANコイン —

秦野市の行政活用への取り組み

秦野市は行政活用への取り組みとして下記項目に地域通貨OMOTANコインを導入している。

1

各種キャンペーン

プレミアムポイント・ダウンロード3万突破キャンペーンを実施

2

地域通貨事業アンケート

※アンケートユーザーにはポイントをプレゼント

3

健康ウォーキングポイント

7月末時点 登録者数121,62人

4

地域貢献券の電子化

市の主催（共催）事業に参加・協力した方への配布

5

行政窓口手数料の電子化

33の部署の手数料を電子化

6

公共施設使用料の電子化

体育館・公民館等の使用料

7

山岳トイレに係る環境維持協力金

登山客の小銭用意の軽減

8

広域連携事業の副賞

クイズラリー等

行政視察 ー 高山市さるぼぼコイン ー

【 概 要 】

- ・スマートフォンアプリを使った電子通地域通貨
- ・高山市・飛騨市・白川村の**2市1村**で利用可能
→ 区域内人口：約11万人（飛騨市2.3万人・白川村1.3千人）
- ・運営は**飛騨信用組合**が担っている
- ・加盟店として連携した地元企業・商店での資金流通を促進
→ 地域経済の活性化のほか、観光客向けの決済手段の多様化も同時に目指している



普及状況
(2025年9月時点)

※出展：飛騨信用組合

ユーザー数
約35,000人
(31.8%)

加盟店数
2,090店

累計決済額
142億

行政視察 — 高山市の取り組み —

【行政活用への導入目的】

市税や使用料の納付は、これまで口座振替やコンビニ払いで便利になってきたが、近年は電子マネーやクレジットカードでの支払いが普及している。

そこで、市としても多様な支払い方法を導入し、利便性を高める事を目的に導入。

【導入事例】

- ▶ さるぼぼコイン区域内では、単なる観光・商業利用にとどまらず、行政サービスの支払い手段としても導入。
- ▶ 市民窓口手数料等（戸籍謄本、住民票等）をさるぼぼコインで支払えるようにした。
- ▶ 公共施設の使用料、税・公共料金の納付などにも対応。
※結果、地域通貨が行政手続きと 市民生活に自然に受け込む形になっている。
- ▶ 地域住民のみならず、移住者支援の一環としても活用されており、移住者に対してさるぼぼコインが奨励金・インセンティブとして渡される例もある。



さむかわPay と他の地域通貨との比較

基本項目の比較 各地域通貨の基本項目を比較し、さむかわPayの課題と伸ばすべき論点を整理する。

項目	さむかわPay	OMOTANコイン	さるぼぼコイン
対象エリア	神奈川県 寒川町	神奈川県 秦野市	岐阜県 飛騨地域
広域連携	単独自治体	単独自治体	2市1村
提供／開始時期	2025/2/3	2024/12/1	2017/12/1
運営プラットフォーム	フィノバレー	フィノバレー	フィノバレー
運営主体	町商工会	秦野市	飛騨信用組合
区域人口	約48,000人	約159,000人	約110,000人
利用者数	15,378人	約33,000人	約35,000人
利用者率（％）	32.0%	20.8%	31.8%
加盟店数	208店舗	588店舗	2090店舗

※2025年12月時点

※2025年7月時点

※2025年10月時点

さむかわPay と他の地域通貨との比較

項目	さむかわPay	OMOTANコイン	さるぼぼコイン
チャージ方法			
コンビニ	○セブン・ローソン	○セブン	○セブン
金融機関	○(BANKPay)	○(横浜銀行)	○(飛騨信組)
クレカ	—	—	—
公共料金			
市民税	—	○	○
固定資産税	—	○	○
窓口手数料	—	○	○
公共施設	—	○	○
ふるさと納税	—	○	○
支払先			
BtoB	—	—	○
通信販売	—	—	○
地域交通	—	—	○
手数料			
払戻手数料	1.37%	1.5% (他)	1.50%
送金手数料	—	—	0.50%
ポイント付与			
個人店	1%	※1%	1%
大型店	1%	1%	1%
行政ポイント	付与	付与	付与
その他		個店ポイント有り	

【各地域通貨の特徴】

さむかわPay

- ・ 始めたばかり
- ・ 払戻手数料が一番安い
- ・ 30%還元キャンペーン実施（夏と冬の2回）

OMOTANコイン

- ・ 山岳トイレ利用可 ※登山客をターゲット
- ・ 行政取り組みが多い
※11の行政ポイントと33課の手数料支払可
- ・ 運営として市が主体となっている

さるぼぼコイン

- ・ 金融機関が主体となり行政がそこに積極的に支援をしている。
- ・ ふるさと納税・通信販売等、BtoB対応に積極的に取り組まれている。
- ・ 裏メニュー、特別企画などの販促策が充実

地域通貨の分析

S W O T 分析 各地域通貨の特徴を分析し、さむかわPayの課題と伸ばすべき論点を整理する。

項目	さむかわPay	OMOTANコイン	さるぼぼコイン
強味 (Strong)	<ul style="list-style-type: none">・後発の為、他事例が多い・地元志向が強い・換金コストが安い	<ul style="list-style-type: none">・加盟店が多い・観光（登山）利用客の利用	<ul style="list-style-type: none">・地域通貨として最大の規模・公共料金支払いの利便性が高い・金融機能が充実
弱味 (Weakness)	<ul style="list-style-type: none">・利用可能範囲が狭い・店舗数が少ない・公共料金が支払えない	<ul style="list-style-type: none">・知名度が低い・換金コストが高い	<ul style="list-style-type: none">・広域連携による調整増・他金融機関との連携・換金コストが高い
機会 (Opportunity)	<ul style="list-style-type: none">・物価高騰対策や 様々な行政施策との 連動余地	<ul style="list-style-type: none">・登山客への観光DX・地元イベントでの活用	<ul style="list-style-type: none">・観光客数の増加・ふるさと納税の活用
脅威 (Threat)	<ul style="list-style-type: none">・他キャッシュレスとの競争・住民のキャンペーン慣れ・規模小による経費高	<ul style="list-style-type: none">・地元店舗と大型店の競争・市の財政状況の影響	<ul style="list-style-type: none">・運営体の経営リスク・観光客減少リスク

現状の課題（1）

【利用者アンケート】

アンケート期間：2026年1月19日～2月6日時点

回答者数：2818人

利用継続への不満理由（消極不満含む）

- ①不便（チャージ・支払方法等）・・・17.7%
- ②他のキャッシュレス決済の方がお得・・・27.4%
- ③利用店舗・普段使かっているお店が未導入・・・33.9%
- ④ポイントの有効期限が短い・・・11.2%
- ⑤その他・・・10.6%

	(R7) 2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	(R8) 1月	2月
アプリ利用者	107	154	128	110	181	4,943	2,994	1,820	1,520	1,616	8,424	6,034	3,919
アプリ登録者	828	1,142	1,454	2,059	4,156	8,526	8,772	9,000	9,518	11,423	15,378	15,818	16,120
利用率	12.9%	13.5%	8.8%	5.3%	4.4%	58.0%	34.1%	20.2%	16.0%	14.1%	54.8%	38.1%	24.3%

現状の課題（2）

【加盟店アンケート】

アンケート期間：2026年1月19日～2月6日時点

回答数：29店舗

さむかわPay利用者継続への必要施策 (※意見の多い順)

- | | | |
|--------------------|-----|----|
| ①還元・キャンペーンの実施 | ・・・ | 4件 |
| ②ポイント制度・仕様の改善 | ・・・ | 2件 |
| ③加盟店拡大・周知 | ・・・ | 1件 |
| ④データ・効果測定 | ・・・ | 1件 |
| ⑤クレジット紐づけ・チャージ方法改善 | ・・・ | 1件 |

向き合うべき課題

【今、向き合うべき7つの現実】

- ①チャージ機からのチャージが少ない
- ②他のQRコード決済との優位性がない
- ③町内限定の為、市場規模が小さい
- ④キャンペーン以外の利用拡大施策が無い
- ⑤利用がコンビニ、大手スーパー、ドラッグストアに集中
- ⑥関係者においてやるべき役割が明確でない。
- ⑦運営事業者のマンパワー不足



— 政策提言 —

先進事例の視察により得られた成果を踏まえ、今後の改善と展開の方向性を提言します。

政策提言 (1)

● 利用者を増やす。(ユーザーベースの拡大)

単なる「お得」だけでなく、生活に溶け込むきっかけを作る。

・ 提言：行政ポイントのさらなる充実

内容： 特定検診の受診、敬老のお祝い、防災・地域活動ポイント等の特典を「さむかわPayのポイント」で行う

理由： 「お得だから使う」人だけでなく、「もらったから使う」層を強制的に作り出すことで、スマホ操作に不慣れな層の背中を押し、利用者の裾野を確実に広げる

・ 提言：「ロイヤリティ・プログラム（ランク制）の導入

内容： 月額利用状況に応じてポイント付与設定を変えていき、優良顧客（ロイヤルカスタマー）を醸成する

理由： 一律の付与率ではなく「使えば使うほど得をする」仕組みにすることで、ユーザーは「今月はあと数千円でランクが上がるから、あのお店（加盟店）で買おう」という心理にさせる

政策提言 (2)

● 利用を増やす。(日常的な決済の習慣化)

キャンペーン中だけ使うから「毎日使う」状態へシフトさせる。

・ 提言：チャージ機会の増加

内容： 来場者が多い所や利用機会の多い場所にチャージ機を設置し、
利用したい時に利用できる環境を整える

理由： デジタル地域通貨の普及において最も高い壁となる
「現金派の取り込み」と「心理的ハードルの解消」に繋げる

・ 提言：公共施設・公共料金への支払い拡大

内容： コミュニティバス（もくせい号）の運賃や、公民館の施設利用料、窓口手数料・
固定資産税等の公共料金支払い等をさむかわPayで支払えるようにする

理由： 公共サービスへ展開する事で「他のQRコード決済との差別化」・
「使う習慣」を作ることで利用を促す

政策提言 (3)

● 加盟店のやる気を支援する。(持続可能な決済機能の定着)

- ・ **提言：大型店と個人店でのポイント付与に差を設ける**
 - ・ **内容**：例として、キャンペーン含め大型店での買い物は1%～10%
個人店での買い物は5%～20%
 - ・ **理由**：使用される店舗が大型店中心となり個人店の努力を活かしてきていない。
「個人店で使うとお得」を作ることで積極的な利用を促す(個人店の定義は要検討)
- ・ **提言：加盟店からユーザーへの直接の広告展開**
 - ・ **内容**：雨の日のサービス・混雑状況のお知らせなど、加盟店が自社の宣伝や販促を
アプリ内で行い、来店を促す仕組みを作る(クーポン画面から直接予約等も)
 - ・ **理由**：他アプリとの差別化、さむかわPayにしか出来ない施策で店舗努力を応援する
- ・ **提言：さむかわPayならではのオリジナル商品・企画(モノ・コト)の提供**
 - ・ **内容**：さむかわPayでしか買えない商品や企画(例、裏メニュー・グッズ・体験)などの展開
 - ・ **理由**：さむかわPayならではの特典を活用し、販売促進を狙う加盟店を増やしていく