

# 經濟水道委員会

## 説明資料

令和3年12月3日  
經濟局

# 目 次

	頁
1 事業手法のメリット及びデメリット	1
2 電子商品券と紙商品券の発行割合の考え方	2
3 電子商品券と紙商品券のメリット及びデメリット	3
4 事業者に対するキャッシュレス推進の方法	4
5 事務費の内訳	5
6 参加事業者の申込手続きの流れ	6
7 電子商品券に係る購入手続きの流れ	7
8 商品券の換金手続きの流れ	8
9 参加が見込まれる業種別民営事業所数及び令和3年度参加事業者の業種別 店舗内訳	9
10 産業連関表に基づく経済波及効果	10
11 一人5口・冊を上限とした場合の最低当選者数	10
12 令和2年度事業と令和3年度事業の購入冊数構成比	11
13 令和2年度事業における主な業種別利用状況	12
14 令和2年度参加事業者の主な意見	13

# 1 事業手法のメリット及びデメリット

区 分	内 容	
既存のペイメントを活用したポイント還元	メリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・参加事業者募集が不要</li> <li>・事業開始までの準備期間が短い</li> <li>・事務費が安価</li> </ul>
	デメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・参加事業者から既存ペイメントへ決済手数料の支払いが必要</li> <li>・還元したポイントが市外店舗に流出するおそれ</li> <li>・対象者を市内在住者に限定することが困難</li> </ul>
既存のペイメントを活用し、独自のアプリによるポイント還元	メリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・還元したポイントの使用先を市内店舗に限定可能</li> </ul>
	デメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・独自アプリと既存ペイメントのシステムを連携させる必要があり、システムが複雑</li> <li>・独自アプリで読み取った後に既存ペイメントを選択して支払うことから、利用者にとってスマートフォンの操作が煩雑</li> <li>・参加事業者募集が必要</li> </ul>
電子地域通貨を活用したポイント付与	メリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・付与したポイントの使用先を市内店舗に限定可能</li> <li>・付与したポイントが換金されることなく流通可能</li> <li>・システム使用料が不要</li> </ul>
	デメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・名古屋市域を対象とした運営事業者が不存在</li> <li>・参加事業者募集が必要</li> </ul>
電子商品券によるポイント付与	メリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・付与したポイントの使用先を市内店舗に限定可能</li> </ul>
	デメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・参加事業者募集が必要</li> </ul>

注 地域通貨とは、ある特定の地域またはコミュニティの内部のみで流通する価値の媒体のこと

## 2 電子商品券と紙商品券の発行割合の考え方

区 分	内 容
名古屋市人口 (A)	2,323,643人
うち、65歳以上 (B)	764,357人
スマートフォンを所有する市民数 (C)	1,547,213人
うち、65歳以上 (D)	197,472人
QRコード決済の認知度 (E)	71.5%
QRコード決済を利用できる市民数 ( $F=C \times E$ )	1,106,258人
うち、65歳以上 ( $G=D \times E$ )	141,193人
QRコード決済を利用できる市民の割合 ( $H=F/A$ )	47.6%
QRコード決済を利用できる65歳以上の市民の割合 ( $I=G/B$ )	18.5%

注1 名古屋市人口は、令和3年5月1日現在

2 スマートフォンを所有する市民数は、総務省「令和2年通信利用動向調査」を基に推計

3 QRコード決済の認知度は、民間調査機関の調査による

### 3 電子商品券と紙商品券のメリット及びデメリット

#### (1) 事業者側

区 分	電子商品券	紙商品券
メリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・システムで自動集計されるため、商品券の集計・送付手続が不要</li> <li>・現金管理の手間が削減</li> <li>・売上から換金までの所要期間が短い</li> <li>・非接触による衛生的な取引が可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・他の金券と同様、取り扱いに慣れている店舗が多い</li> </ul>
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・決済システムの取り扱い方法の習得が必要</li> <li>・利用者から利用方法の説明を求められることがある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品券の集計・送付手続が必要</li> <li>・売上から換金までの所要期間が長い</li> </ul>

#### (2) 利用者側

区 分	電子商品券	紙商品券
メリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1円単位での利用が可能</li> <li>・現金を持ち歩かなくてよく、スマートフォンだけで買い物が可能</li> <li>・非接触による衛生的な取引が可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現金に準じた取り扱いであり利用しやすい</li> </ul>
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スマートフォンを所有して、アプリのダウンロードなどが必要</li> <li>・利用にあたっては、スマートフォンの操作が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・額面以下での利用ではお釣りが出ない</li> </ul>

#### 4 事業者に対するキャッシュレス推進の方法

- ・決済システムの取り扱い方法などの説明会を開催し、事業者に対して丁寧に説明
- ・QRコードを設置するだけで参加でき、事業者には決済機器の購入といった費用負担がかからない方式を採用
- ・決済手数料や換金時の振込手数料を市が負担
- ・換金回数を月2回以上とすることで、比較的速やかに売上金が事業者へ入金される方式を採用

5 事務費の内訳

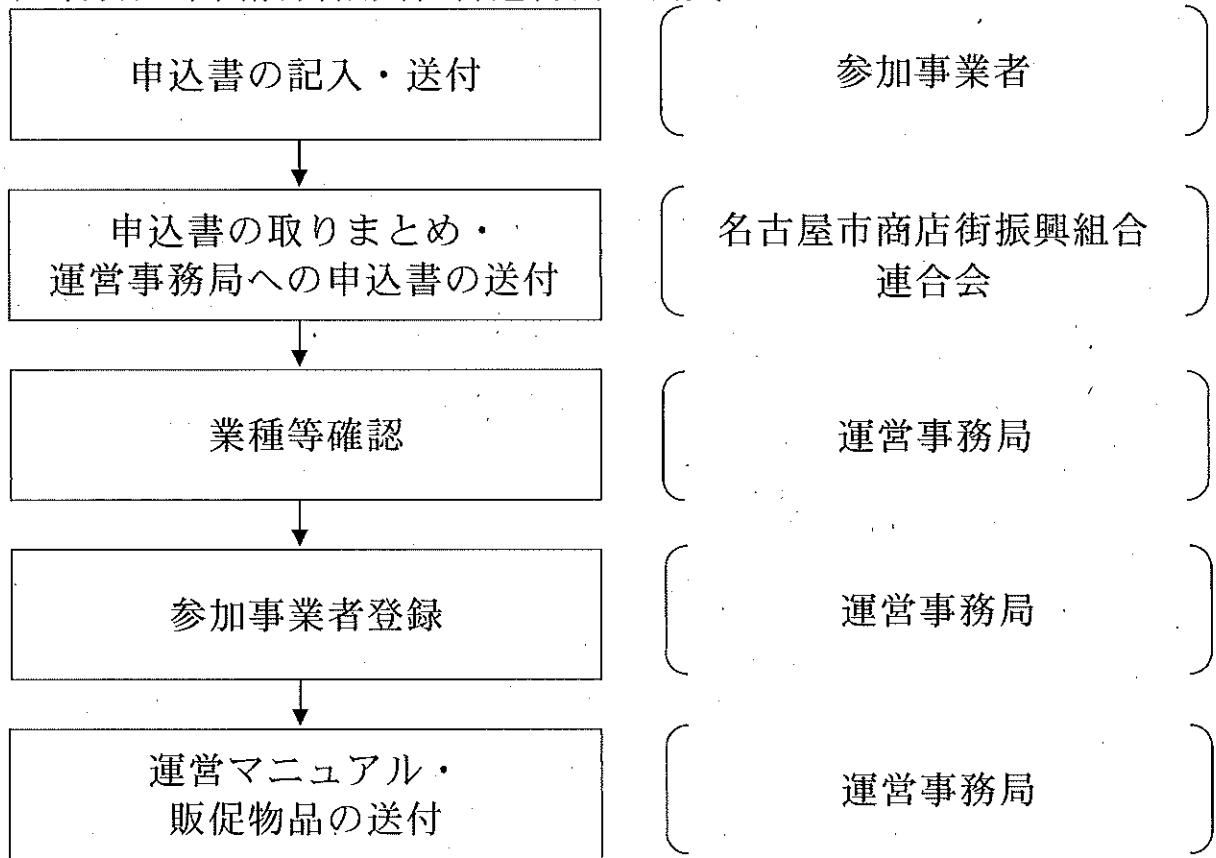
(単位：千円)

区 分	令和3年度 事業	令和4年度事業			
		電子	紙	共通	計
コールセンター	29,791	363	363	143,246	143,972
商品券発行	165,828	556,944	396,557	242	953,743
決済(販売)手数料	101,400	225,456	286,795	0	512,251
システム使用料	0	255,915	0	0	255,915
商品券印刷	38,055	0	55,926	0	55,926
店舗掲示用QR コード	0	34,146	0	0	34,146
抽選・当選通知 業務等	26,373	41,427	53,836	242	95,505
参加店舗募集・管理	4,585	0	0	17,059 (2,178)	17,059 (2,178)
説明会・広報	32,701	97,397	13,619	42,906	153,922
利用者向け説明	0	59,206	0	0	59,206
店舗向け説明	2,870	18,559	0	5,081	23,640
広報・ウェブサ イト	29,831	19,632	13,619	37,825	71,076
精算業務	87,471	48,640	135,758	0	184,398
使用済商品券回 収等	45,364	0	95,947	0	95,947
振込手数料等	42,107	48,640	39,811	0	88,451
報告業務等	9,624	1,656	2,703	9,664 (117)	14,023 (117)
計	330,000	705,000	549,000	213,117 (2,295)	1,467,117 (2,295)

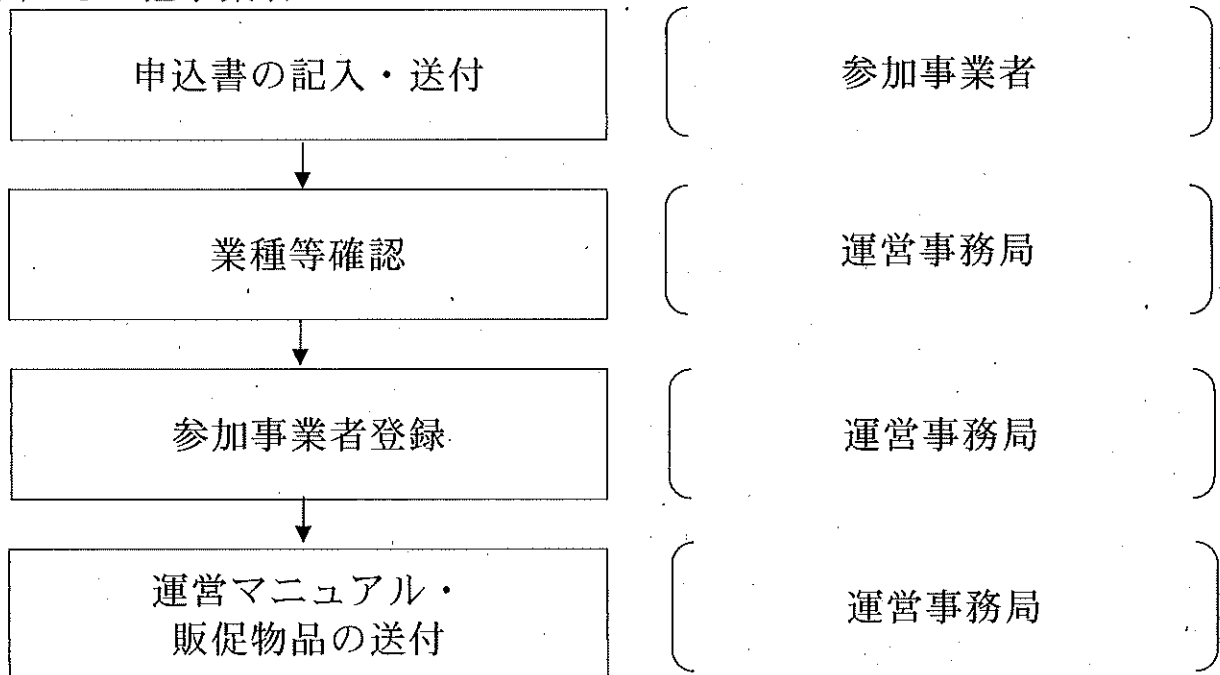
注 ( ) 書きは令和3年度の支出予定額で内数

6 参加事業者の申込手続きの流れ

(1) 名古屋市商店街振興組合連合会の会員

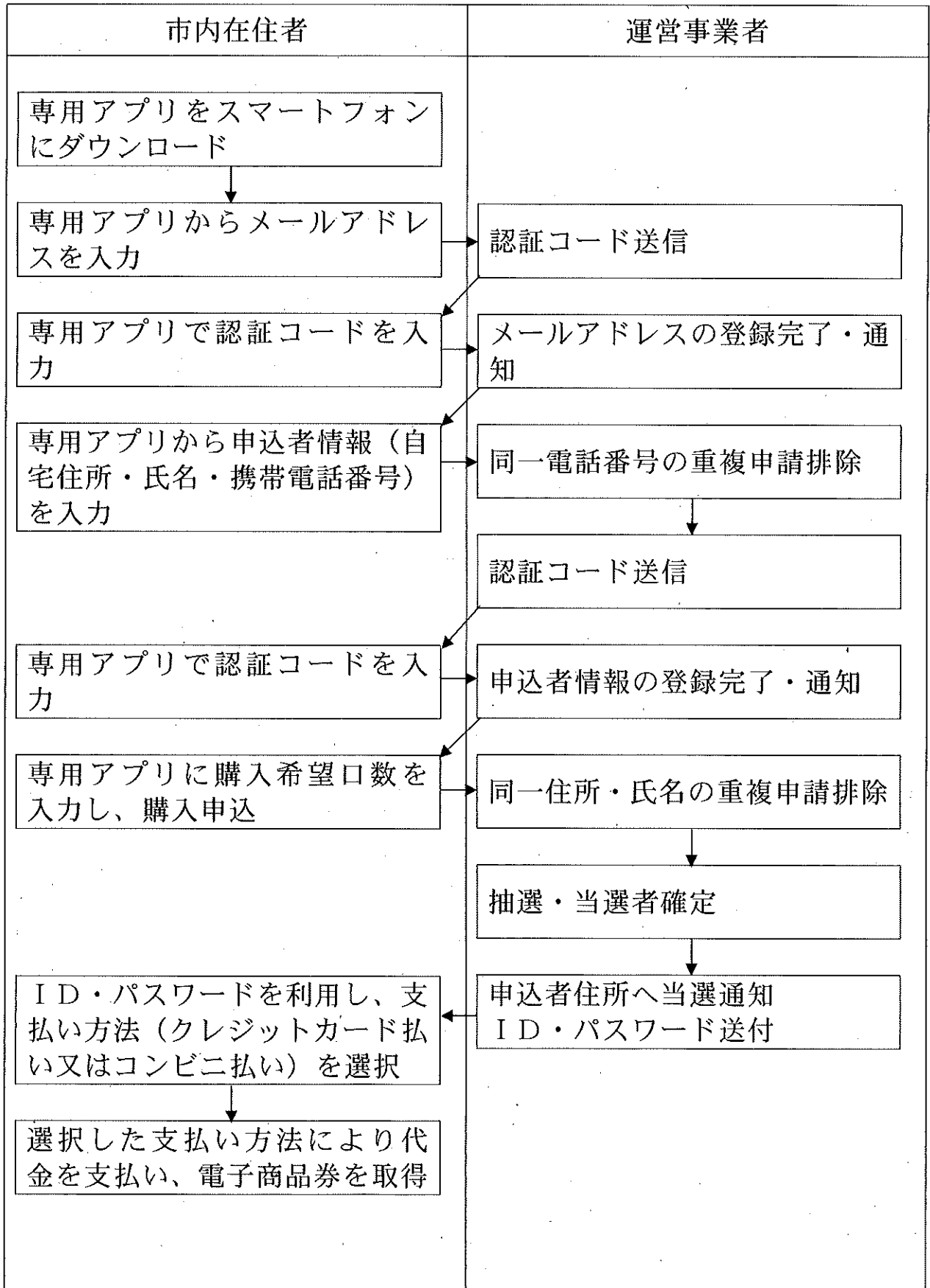


(2) その他事業者

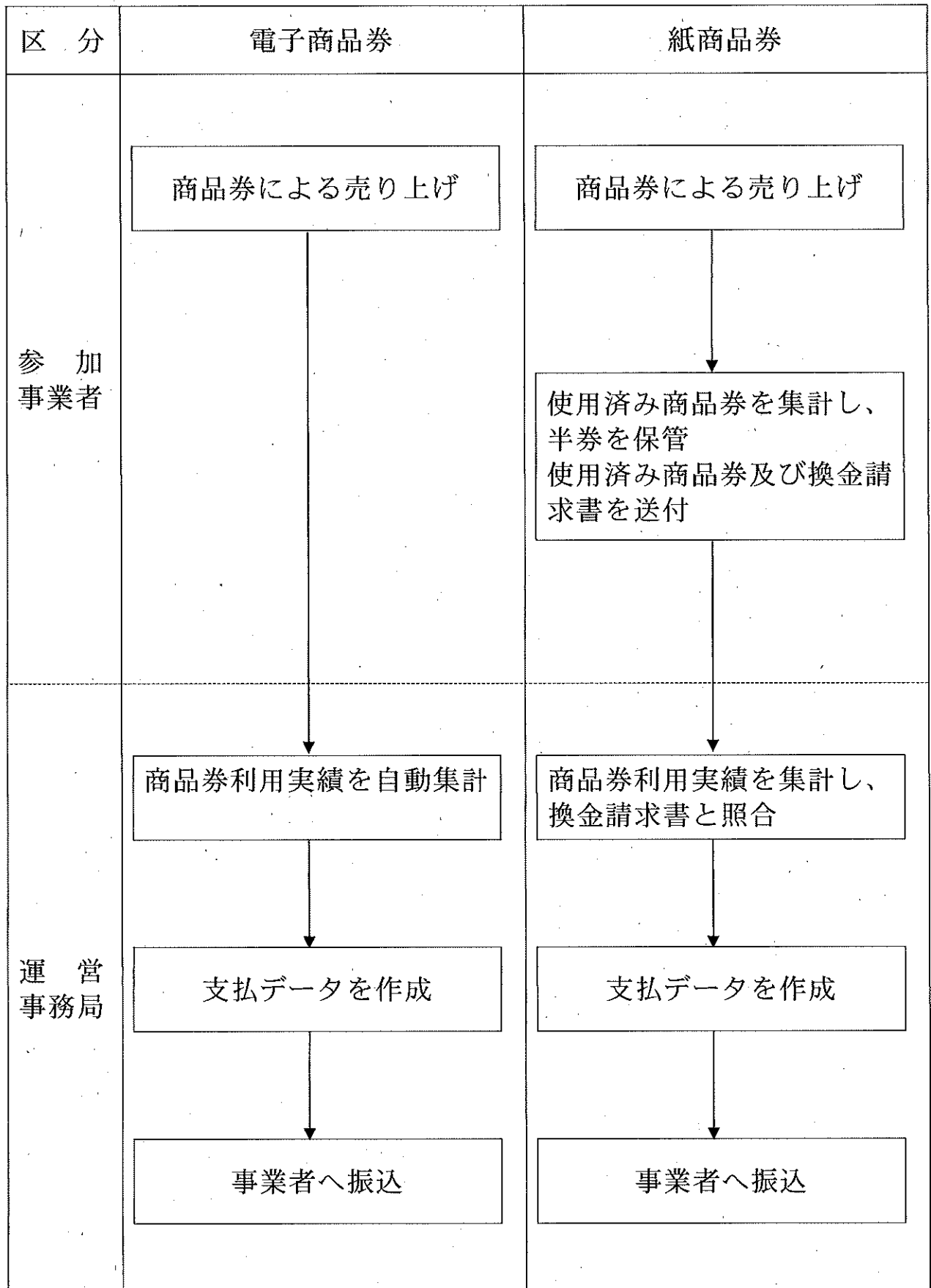




7 電子商品券に係る購入手続きの流れ



8 商品券の換金手続きの流れ



9 参加が見込まれる業種別民営事業所数及び令和3年度参加事業者の業種別店舗内訳

(1) 参加が見込まれる業種別民営事業所数

区 分	事 業 所 数
小売業	18,028
飲食店、持ち帰り・配達飲食サービス業	14,227
洗濯・理容・美容・浴場業	6,593
その他のサービス業	1,703
計	40,551

注1 平成28年経済センサスによる

2 事業所数は、対象外業種を除く

(2) 令和3年度参加事業者の業種別店舗内訳

区 分	店 舗 数
ショッピングセンター	2,177
百貨店	1,448
コンビニ	449
ドラッグストア	413
衣料・身の回り品扱い店	407
飲食料品店	282
スーパー	208
家電販売店	97
雑貨店	59
化粧品店	9
その他小売店	706
飲食店	1,809
理容・美容店	87
クリーニング	50
その他サービス業	383
計	8,584

注1 令和3年11月30日現在

2 業種分類は、プレミアム商品券事業実行委員会の分類に基づき、各店舗の申請による

10 産業連関表に基づく経済波及効果

(1) 直接効果

(単位：百万円)

商品券		事務費(B)	計(C=A+B)
発行額	消費喚起額(A)		
21,840	12,427	1,467	13,894

注 消費喚起額は、本事業をきっかけとした商品券及び現金等での推計支払額

(2) 経済波及効果

(単位：百万円)

区 分	金 額
直接効果(C)	13,894
第1次間接波及効果(D)	4,317
第2次間接波及効果(E)	3,823
経済波及効果(F=C+D+E)	22,034

注 平成27年愛知県産業連関表に基づく試算

11 一人5口・冊を上限とした場合の最低当選者数

区 分	人 数
電子商品券	168,000
紙商品券	168,000

1.2 令和2年度事業と令和3年度事業の購入冊数構成比

(単位：%)

区 分	令和2年度	令和3年度
1 冊	6.0	2.2
2 冊	9.7	5.7
3 冊	84.3	7.7
4 冊	—	0.8
5 冊	—	83.6
計	100.0	100.0

注 令和2年度は3冊が購入上限

1.3 令和2年度事業における主な業種別利用状況

区 分	金 額	構成比
	千円	%
ショッピングセンター	283,115	22.0
その他小売店	227,935	17.7
百貨店	203,172	15.8
ドラッグストア	178,398	13.8
スーパー	175,976	13.7
飲食店	87,194	6.8
家電販売店	48,194	3.7
その他サービス業	40,323	3.1
衣料・身の回り品扱い店	27,110	2.1
飲食料品店	10,919	0.8
その他	6,031	0.5
計	1,288,367	100.0

注 区分は、プレミアム商品券事業実行委員会の分類に基づき、各店舗の申請による

#### 14 令和2年度参加事業者の主な意見

- ・レジ精算時にプレミアム商品券を切り離す為に、会計時間がかかる。
- ・商品券がミシン目から切り取りにくく、またミシン目も分かりづらく、不便。
- ・本タイプの券でなく、バラの券にできたらしてほしい。
- ・プレミアム商品券の裏側に店名を押印する作業は大変手間がかかった。
- ・費用負担分の効果がなく、赤字で終わりました。
- ・換金がラクになり、助かりました。
- ・前回は振込の時に手数料を引かれたので、大変不満でしたが、今回は引かれずに満足。
- ・換金方法は前回時の方が良かったです。
- ・前年の様に、銀行へ持ち込めると助かります。
- ・換金用封筒が小さくて、一週間分で送らなければいけない。もう少し大きめの封筒を用意して頂けると助かります。

