

生活文化常任委員会行政視察概要

令和 4 年 8 月 3 日（水）

於 福岡市議会 第 1・2 応接室

午前 9 時 5 5 分 ～ 午前 1 1 時 3 0 分

「福岡市プレミアム付電子商品券（ネクスペイ）事業及び次世代商店街支援事業について」

●福岡市プレミアム付電子商品券（ネクスペイ）事業

福岡市経済観光文化局総務・中小企業部政策調整課 課長

同

係長

プレミアム付電子商品券のシステムの流れとしては、①スマートフォンを用いて市や実行委員会の運営する電子商品券アプリに接続する、②一定金額をチャージする、③チャージした金額に加えて、プレミアム分が付与され、使用可能となる、④店舗側は、利用可能店舗として登録する、⑤市内の登録店舗で利用する、⑥紙などに印字したQRコードを店舗内に掲示し、それを読み取ることで決済が完了する。

福岡市プレミアム付電子商品券（ネクスペイ）は、域内経済の活性化に向けた消費喚起の取り組みとして、昨年度及び本年度に 2 回実施されており、プレミアム率は 20%、登録された市内の百貨店・家電量販店・スーパーマーケット・ホームセンター・商店街・飲食店など約 7 千店舗で利用できるものである。



主な質疑応答

問 電子商品券のメリット・デメリットについて

答 メリットとしては、商品券の申込受付・抽選・販売・換金に要する費用・手間が削減できる。また、紙では、購入できる場所・時間に制約があったが、電子商品券は、これまで仕事等で購入できなかった層に対してもアプローチできる。換金に関しては、月 2 回の締日を設け、締日から 5 営業日後に入金されるサイクル

である。

デメリット・課題としては、スマートフォンが使えないと利用できない。対応策として、スマートフォンの操作が苦手な人には市内の携帯ショップにて無償の個別操作説明を実施した。

問 大手スーパーマーケットにおいても利用できる理由について

答 全国展開する大手スーパーマーケットでも、生鮮食料品は地元・近隣から仕入れを行っており、域内経済への波及効果があると考えたため。

なお、本事業の他に、個別の商店街単位で利用できる紙・電子の商品券事業を行っており、利用可能金額の一部は個人商店のみで使用できるようにしている。

問 紙の商品券と比較して購入者層に変化はあったか。

答 電子商品券は、全世代が満遍なく購入・利用している。20代以下が15%、30代が22%、40代が28%、50代が21%、60代以上が14%となっている。

問 既存のペイ系アプリではなく、独自のアプリを用いた理由について

答 本事業は、県と市がプレミアム分の原資を折半する仕組みであるが、事業要件として後付けポイント方式である既存のペイ系アプリは使用できなかった。理由としては、独自のアプリでは、全額が域内で消費されるが、後付けポイント方式は消費喚起の効果を把握できないため。

問 今後の展開について

答 個人を特定できないかたちで利用者の居住地、年齢、1回あたりの利用金額、時間帯、品目などの販売傾向を分析することで地域の行動実態の把握ができる。それによって、将来の施策展開への参考、利用店舗に対するフィードバックができるようにし、効率的な販売促進・商業の底上げにつなげたい。

●次世代商店街支援事業

福岡市経済観光文化局総務・中小企業部地域産業支援課 課長
同 係長

新型コロナウイルス感染症の影響により、市民生活において「新しい生活様式」が求められる中、一過性のイベント開催に止まらず、市民に身近な商店街が自ら取り組む「新しい生活様式」を踏まえた商店街活動や新しい商店街の仕組みづくりを支援するために、対象経費の一部を補助するものである。補助金額は200万円を限度とし、補助率は補助対象経費の5分の4となっている。

申請があったものは、事業内容に関する助言を目的とした審査会を経て、全て採択されている。また、新しい生活様式にあわせた商店街づくりを実施、検討する際の勉強会等へ講師を派遣している。

具体的な内容としては、街バルのチケット・キャッシュレス商品券機能を備えた商店街のアプリの開発、近隣の住民向けに混雑する時間帯を避けた時間帯限定クーポンの発行、キッチンカーの共同所有、商店街と地域の魅力・防災情報をまとめたオンライン情報広場の提供などがある。



主な質疑応答

問 派遣される講師はどのような方か。

答 商工会議所の職員、消費生活アドバイザーが講師として派遣された。

問 ECサイトが台頭する中、商店街の将来像についてどのように捉えているか。

答 特に郊外にある商店街は、住民とのつながりも強固であり、コミュニティの場であると考えている。加えて、商店街を観光の目玉にし、ブランド化できないか他の支援事業と併せて検討している。

以上