

## 地元の声:コロナ禍における南魚沼市内の企業への支援戦略

国際大学 国際関係学研究科 JUNG Jiwon (チョン・ジウォン)

国際経営学研究科 CHOW YuenLeng(チャオ・ユンリン)

国際経営学研究科 舟橋 學

### 1. はじめに

コロナウィルスの対策や持続可能な事業運営に必要な資源や課題に関する議論は、地方都市に比べて経済、社会、技術、医療などのインフラが充実している都市部に集中しているのが実情です。さらに、COVID 流行時の売上低迷から中小企業を回復させるために、政府が個人消費を刺激するための代替手段として、地域通貨が注目されています。しかし、食べ物の注文やタクシーを呼ぶためのモバイルアプリケーション、キャッシュレス決済、人との接触が少ないデジタルクーポンなど、都市環境で成功したビジネス戦略は、地方での実施には適さないかもしれません。

このような地域性やコミュニティの特徴があり、地域通貨としてのクーポン券制度が普及しているにもかかわらず、特に新潟県南魚沼市のような日本の地方都市や小規模事業者にとっては、それが実際に商店やコミュニティの生活にどのような影響を与えているのかについては、ほとんど注目されていない。この事実を事業者の視点から見るために、本研究では2つの目的を掲げている:

- (1)南魚沼市におけるプレミアム商品券の効果を把握し、その継続や改善について検討すること。
- (2) 地方企業の持続的なデジタル化を促進するため、南魚沼市における事業者の電子決済システムの利用意向と利用能力を調査すること。

最終的に本研究では、地方自治のデジタル化の一歩として、南魚沼市での電子決済システムの利用を推進する中小企業経営者の声を集め、どのような懸念があり、今後に向けての提案ができるのかを明らかにしたいと考えています。

### 2. 南魚沼市の「プレミアム商品券」プログラム

地域通貨の一部として導入された商品券プログラムは、コロナウィルス時に日本全国に広まりました。南魚沼市でも2020年末から3年間、コロナウィルスなどの危機的状況下において、景気変動などの不安定要素を軽減する手段として、プレミアム商品券が採用されています。また、地域通貨は、地域コミュニティの構築や協同活動、地域経済の支援に貢献することが期待されています。地域通貨は、小規模事業者が経営する地域の小売店に限定して使用することで、大型ディスカウントショップの売上を小規模事業者に移転させる効果も期待できます。そこで、本市では、共通券と限定券の2種類の引換券を取り入れています。共通券は取扱店舗のすべて(2022年の場合、779か所)で、限定券は取扱店舗のうち、市内に本店を有さず、国内・県内で幅広くチェーン展開している店舗・事業所等(42か所)では使えないものとなっております。この2種類の導入により、中小企業が保護され、クーポン券が大きなチェーン店で商品券をすべて使用されることがないようにするためのものです。

プレミアム商品券は、8月～12月に指定場所で購入でき、8月～翌年1月に利用できるプレミアムクーポンです(2022年の場合)。対象は南魚沼市内に住所を有している者(年齢制限等なし)です。市民にとってのメリットは、例えば、2022年のプログラムでは、10,000円で1,000円単位の商品券を13,000円分購入できたことです(制限:1人2冊まで+後に1人1冊まで追加可能)。南魚沼市は1,000円単位ですが、近隣の魚沼市や新潟県の「Go To Eat 券」は500円単位の券を配布していました(Go To Eat は1万円で、総額

12,500円分の券を配布)。南魚沼の参加店舗からは、「500円単位の券があったほうが市としてはいいのでは」という意見もありましたが、「高単位だから高額商品も売れた」という意見もありました。



2021年・2022年南魚沼市のプレミアム商品券

### 3. 研究方法と参加者

コロナウィルスが5類感染症に指定された今、このプログラムを継続できるかどうか、また継続できるのであればどのように発展させるかが検討されています。プログラムの利用についてより多様な意見を聞くためには、匿名性が重要な事項であると思われました。研究者と市役所は、2022-23年にプログラムに参加したすべての加盟店にアンケート(郵送とオンライン形式の両方)を配布し、意見を回収しました。2022-23年の商品券プログラムに参加した779事業者のうち、送付先や連絡先が確認できた761事業者にアンケートを配布しました。なお、2023年1月31日に商品券が終了したため、2月にアンケートを配布し、2023年2月28日まで回答を回収しました。回答率は52.7%で(761事業者中401事業者)、うち13.5%はインターネットで回収、残りは郵送で受領しました。

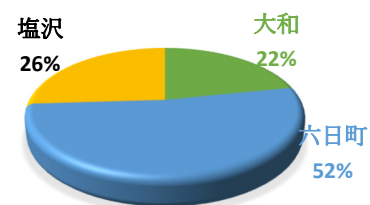


図1. 回答された参加店舗(地域別)

回答店舗の約半数(52%)が六日町エリアであり、参加店舗全体に占める六日町エリアの割合(52%)とほぼ同じでした。また、塩沢は26%(参加店全体では28%)、大和エリアは22%(同20%)となっています(図1参照)。参加店舗は、南魚沼市内で平均35.6年と長く営業されている小規模店舗(従業員数5名以下の店舗が70%)が中心です。従業員数が10名以上の店舗は約16%。回答店舗のほぼ3分の1が40年以上経営しており、開業10年以下は18.5%でした。回答した401店舗のうち、64.6%(259店舗)が3年間すべての商品券プログラムに参加しています。一般的に、加盟店の店主は、プレミアム商品券のプログラムは、顧客にとってもメリットのある、良いものだと考えています。

### 4. 研究結果

#### 4.1. プレミアム商品券の有効性

##### 4.1.1. 売上げの増加について

2022年8月から2023年1月までの2022-23年の具体的なプログラムについては、63%の店舗が商品券の前後で売上があまり変わっていないと回答しています。売上が上がった」と回答した3割の店舗でも(図2参照)、売上が10%未満の店舗が大半を占め、5分の1が11~20%程度の売上増でした。20%以上売上げが伸びたと回答した店舗は約9%です。したがって、景気刺激策は、参加者の売上高の一部に貢献したものの、経営者にとっては十分なものではなかったのかもしれない。

小規模な企業(従業員 5 人以下)では、66%がプログラム前後で売上高に変化はなかったが、26%が売り上げの増加を経験し、3%が売上高が減少したと回答しました(その他は無回答)。有意な差はないものの、比較的規模の大きい企業に比べて、小規模な企業はプログラムの恩恵を受けにくいことがわかりました。

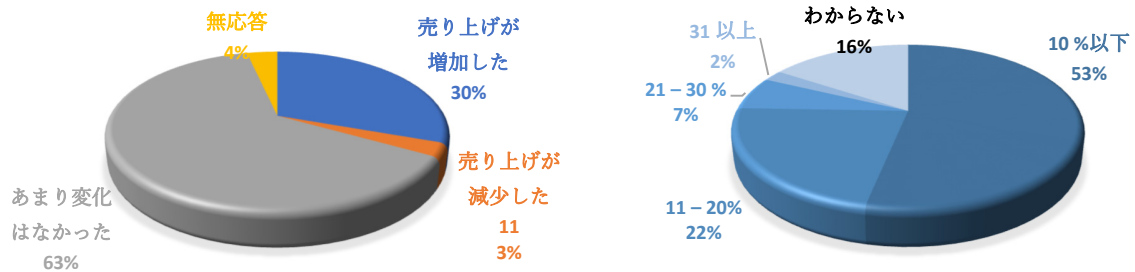


図 2. プレミアム商品券の期間中の売上増加率

しかし、注意しなければならないのは、プレミアム商品券は売上の大きな部分を占めていないようだという事です。図 3 に示すように、1 日の総売上のうちプレミアム商品券で支払われたのは 10%未満がプレミアム商品券で会計されていると答えた店舗が 70%と大半を占めており、11~20%の支払いがプレミアム商品券だった店舗も 20%でした。また、期間中バランスよく利用されるのではなく、プログラム終了時期に利用が集中すると回答したオーナーもいました。このことから、プレミアム商品券の購入・利用規模が関係者の利益に大きく影響するような規模であれば、その規模の経済性が議論されることになるが、現在のプレミアム商品券の制度では、そのような水準に達することは難しいかもしれません。

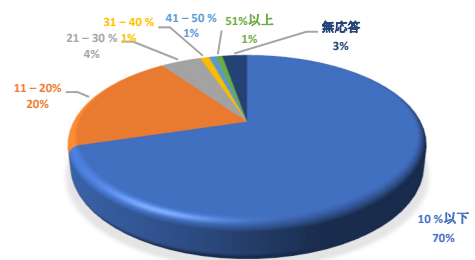


図 3. プレミアム商品券での支払いの売上の割合

#### 4.1.2. 満足度

政策を実施するにあたって、経済的なメリットがすべてではありません。例えば、近隣の都市や全国で同様のプログラムが採用されているため、相対的な側面から、人々は自分の地域でも同様の政策の実施を求めることもあります。そうしたニーズも、政策立案の際に考慮する必要があります。そのような側面からプログラムの有効性を捉えるため、本研究では、

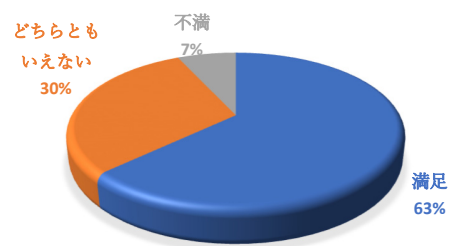


図 4. プレミアム商品券プログラムの総合的な満足度

「参加店舗はプレミアム商品券の制度に満足していますか?」という質問をしました。過半数の店舗(63%)が満足(9.5%が非常に満足、52%が満足)を表明し、7%が不満(1%が非常に不満、6%が満足していない)という結果でした。

コロナによる景気低迷の影響はまだ続いており、プログラム自体は十分だと思うのでキャンペーンを継続すべきと述べた加盟店もあり(30%)、プログラムの改善については様々な声が聞かれました。しかし、「やや不満」「強い不満」と回答した加盟店の多くは、プレミアム商品券の制度が税金の有効活用になっていないの

ではないかという税制上の問題や、中小企業と大手フランチャイズや異業種との間で利益の分配が偏っていることを懸念しています。

プログラムに満足している加盟店からも、さらなる改善が提案された。最も多かったのは、プレミアムバウチャーの購入・利用をさらに促進するために必要と思われる特典の金額の増額(46.1%)でした。しかし、2020年から2021年、2021年から2022年と毎年、プレミアム商品券購入時の特典の額は上がっており、税金の使い道との兼ね合いから、この提案の実施にはさらなる検討が必要となります。おそらく、店舗側の提案としては、特典がお客さまに帰属する部分が大きく、店舗側からすると、特典の恩恵、つまり売上増をあまり享受できていないことが理由として挙げられます(参加店舗のうち、売上増を実感できているのは約30%、図2)。その他、「利用期間の延長」(24.7%)、「商品券から現金への早期還元」(19.5%)、「市役所からの広報」(17%)、「販売期間の延長」(16.2%)、「プレミアム商品券の利用店舗の増加」(11.2%)、「電子クーポン」の導入(10.2%)などの意見がありました。現在の紙ベースの引換券は、数えにくい(紙自体が厚いなど)、管理が面倒であるなどの不便さを指摘する店舗もあり、電子化された通貨の方が使い勝手が良いのではと提案しています。

#### 4.2. 商品券のデジタル化

商品券の電子化は、キャッシュレス商品券の導入や早期回収など、加盟店経営者から寄せられたいくつかの提案に対応する方法であるにもかかわらず、さまざまな意見が寄せられています。国内のさまざまな地域間の開発格差を最小化し、地域社会をテクノロジーベースによりよく移行させるためにも、デジタル決済を導入することを勧める声もあります。

“デジタル化を現在どんどん速めて頂きたい。そのためには、研修・説明会を頻繁に行う必要がある。まずは役場が電子決済・クレジットを始めないのがおかしい。役所員が学習する必要あり。”

その際、市役所は、初めて利用する人にデジタル決済がどのようなものかを知ってもらい、使い方を教えるためのトレーニングセッションを提供してほしいと、ビジネスオーナーから多くの意見が寄せられました。さらに、システムが機能しない場合の緊急ヘルプセンターを設けることで、販売者がキャッシュレス決済の利用を受け入れやすくするためのサポートとなります。その際、店主からのご意見の通り、導入のしやすさ、使いやすさは必須です：

“どんなお店でも簡単に決済できるようなシステムが良い。例えばペイペイのような支払方法で販売者も何もせずに入金になる仕組みとか。難しいやり方だと出来ない商店もたくさんあると思う。”

しかし、PayPayがクレジットカードや他のキャッシュレスサービスの加盟店に比べて少ないとはいえ、取引ごとに販売者に手数料を課すようになってから(取引ごとに2~4%)は、このコメントは完全には成り立たなくなっていました。多くの中小企業経営者は、デジタル/キャッシュレスシステムを利用する際の手数料を懸念しています。

“現在、決算はクレジットカード、QRコード決済が進んでいるが、現場の受け入れ施設は、ポイントとか手数料とかが高く、中小企業いじめである。もう少し手数料料金を下げてもらわなければ、正直、大手企業とお客がいろいろばかりで現場は大変である。”

これらの意見を踏まえて、南魚沼市でデジタル通貨が使えるかどうかを議論するためには、小売店のデジタル通貨利用能力を把握する必要があります。店舗で可能な決済方法は、大きく分けて、現金、クレジット

カード・デビットカード、ICカード(Pasmo、Suica、nanaco など)、電子キャッシュレス決済(Paypay、R Pay、AUモバイル、d払いなど)の4通りがあります。

現在南魚沼市では、35%の店舗が現金での支払いのみを受け付けており、そのうちの84%が従業員5人以下の小規模事業者であることから、デジタル化のためには物品の提供やそのプロセスに関する教育など、かなりの基点作りが必要であることが伺えます。また、現金、クレジットカード/デビットカード、ICカード、モバイル決済のすべての支払い方法に対応している店舗は17%にとどまっています。興味深いことに、南魚沼市の小規模事業所では、日本全体、特にコロナ禍にPayPayのシステムが普及したためか、デビットカード/クレジットカード(49%)よりもモバイルキャッシュレスサービス(55%)の方が受け入れられていました。

本調査では、市内の中小企業における現行決済の可否はもちろんのこと、デジタル商品券の導入に対する希望も調査しました。デジタル商品券を紙媒体と組み合わせて利用することに賛成する人は40%ですが、来年度もバウチャー制度が導入された場合、紙媒体のみのバウチャーを受け入れたいと考える人が51%と大半を占めました(図5参照)。やはり、現金しか受け取らない事業者は、キャッシュレス(QRコードベースや電子マネーベースのプレミアム商品券)の決済に寛容ではないことがわかりました。現在、現金のみを受け付けている店舗のうち、デジタルのプレミアム商品券を喜んで受け入れるのは12店舗のみで、残りの現金のみを扱っている店舗は、商品券のシステムの変更を望んでいませんでした。また、紙ベースの商品券の利用を希望する人のうち57%が、「紙ベースでも十分なので、電子決済を利用する必要はない」と述べています。つまり、ほとんどの中小企業経営者は、現在の決済システムを変える必要性を感じていないのです。

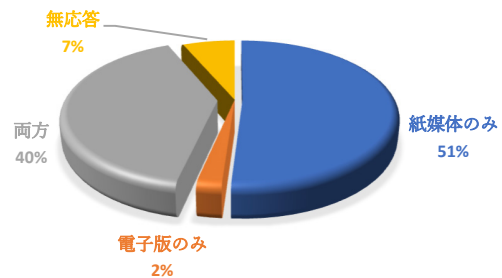


図5. 将来のプレミアム商品券のタイプの希望

南魚沼市では、店舗経営者の約59%が「モバイル・電子マネー決済の利用者は10%未満」と回答しているのだから、当然といえば当然でもあります。地方の中小企業では、キャッシュレス決済の需要は大きくないようです。しかし、客側も小さい店舗では現金を使うことを想定しているため、この数字は消極的な数字かもしれないと、結論づけることは難しいと考えます。

しかし、電子クーポン決済の使い方がわからない(42%)というのも、紙ベースの商品券を使ったがる大きな理由となっているようです。そのため、多くの店舗オーナーは、電子クーポンを使用する場合、何らかの「やり方」のガイドを受けたいと考えています。さらに、「電子クーポンを利用するために必要なスマートフォンなどの機器を店舗が持っていない」という回答も32%ありました。これは、先ほどのキャッシュレス決済の利用方法についての知識がない、という理由と関連しているのかもしれませんが、もう一つ重要な点は、店舗経営者の考え方にあります。29%が新しい決済システムの導入を面倒だと考え、8%が電子決済システムを信用していないと回答しています。その他のデジタル化を推奨しない理由としては、クレジットカードやキャッシュレス決済を利用することで発生する金利手数料や取引手数料が挙げられました。

## 5. 議論と今後の課題

コロナウィルスが国から「5類感染症」に指定されることもあり、本プログラムの継続の可否が検討されています。コロナ期間中は、自治体の事業政策として地元企業の経営維持が大きな目的であったが、それ以前は企業の持続的な成長が事業支援の主な目的でした。パンデミックから脱却するにつれて、政策の方向性は少しずつ変わっていくでしょう。しかし、いずれにせよ、地域社会のガバナンスにおいて、技術をよりよく取り入れるために、今回の議題は検討の価値があると思います。

### 5.1. プログラムの持続可能性

多くの自治体では、地域振興券を額面の2～30%割引で販売し、その差額を行政側が補助しています。この場合、政府の補助金は財政支出の負担や死重損失をもたらす可能性があります。また、地域通貨を発行する自治体が重なること(例えば、県のGo To Travelキャンペーンなど)から生じる非効率性(同じ地域で2つの地域通貨が発行されるなど)も無視できません。地域経済の振興を目的とした地域通貨の持続可能性を高めるためには、県や市町村の行政同士の連携が必要不可欠です。

これまで地域通貨は、主に個人の消費活動や相互扶助に利用されてきましたが、産業間取引や労働者の預金、各種税金を地域通貨で支払う際の税制優遇措置などにも、積極的に活用することも可能かもしれません。商品券制度を継続するためには、自治体主導の取り組みだけでなく、湯沢など近隣の市のように、実際に地域通貨を使う市民が参加して企画する地域連携の仕組みが、地域通貨の利用を拡大する必要があるのではないのでしょうか。

### 5.2. 商品券の運営について

まず、行政と加盟店との間に、より明確なコミュニケーションラインが必要だと思われます。例えば、南魚沼市は商品券プログラムの恩恵の分配のバランスをより良くするために限定券と共通券を分けていましたが、それでも、中小企業の経営者たちは、商品券がレストランや美容室、その他の衣料品やレジャー産業といった加盟店ではなく、大手スーパーマーケットで使われることを懸念していました。また、Go To Travel や Go To Eat のように、商品券を特定の業種でしか使えないように区別して、大きな商店での利用を制限すべきだと主張する人もいました。おそらく、加盟店側の懸念を軽減するために、異なる種類のクーポン券の存在を、店舗側にもっとアピールする必要があると思います。

また、紙が厚くて大きいと、持ち運びが不便な点も改善すべき点です。消費者側からすると財布に入れてにくいし、小売店側からすると、量が多くなると紙幣に交換するために数えたり運んだりするのが大変です。しかし、このデザインは、不正防止を最小限にするためのデザインの工夫でもあります。これは今回のプレミアム商品券に限ったことではなく、紙ベースの商品券は、規模の経済性(紙の商品券は偽造防止のためのコストがかかる)やその使用・取引において、法定通貨と比較して不利になることが予想されます。

### 5.3. デジタル化と世代間の問題

南魚沼市のような地方での、商品券のデジタル化は、小売業者がまだ利用する準備ができていないため、まだまだ先の話になりそうです。需要と供給の両面で、キャッシュレス決済の導入には、取引手数料もさることながら、特に世代間のギャップが障壁となっています。加盟店は、デジタル通貨を使いこなすことが難しい高齢者層の顧客のことを懸念しており、長年ビジネスを展開してきた加盟店自身もデジタル商品券を受け入れることに苦労しています。したがって、デジタル商品券のような行政の支援プログラムを開始する際には、具体的なガイドラインやトレーニングなど、関連するサポートシステムを構築する必要があります。今回の議論を踏まえ、障壁を低くし、電子商品券を使いやすくすることが、導入への鍵となります。

日本全国でデジタル決済を導入し、他都市との格差を最小化することは、国が推し進めるアジェンダの一環として、むしろ必然的な流れであると言えます。そのためには、地域レベルでのアクションが必要となります。デジタル技術の発展(ブロックチェーン技術の活用など)により、スマートフォンやそのアプリケーションの利用が可能になり、オンライン決済プラットフォームの普及が進みました。その上、コロナウィルスが、デジタルやコンタクトレスの支払い方法の利用を増加させました。この流れは今後も続き、今回の議題は、南魚沼市における地方自治や地域通貨のデジタル化のための第一歩に過ぎません。