

中野区デジタル地域通貨事業の実施状況等について

区は、「区内経済・産業の活性化」及び「区の政策・施策の側面的推進」を目的として、令和6年11月から「デジタル地域通貨事業」を開始し、後者においては、「ナカペイ」と連動したコミュニティポイントの導入を進めてきた。このことについて、令和7年度の実施状況等を踏まえ、今後の取組について整理したので報告する。

1 事業の実施状況及び今後の取組

(1) 令和7年度実施状況の総括（別紙「令和7年度ナカペイの事業実績」参照）

① 実施状況（概要）

- ・ プレミアム付ナカペイの販売（発行総額：約17.4億円）
- ・ ダウンロードキャンペーンの実施（10,895人に1,000円分のポイント付与）
- ・ 通常チャージの運用（19,059,000円チャージ）
- ・ 商店街イベント等での活用、クーポン機能の運用
- ・ ふるさと納税の返礼品にナカペイポイント及びグッズの追加

② 効果及び評価

- ・ アプリ登録者数及び決済実績は増加し、区内で利用される決済手段として一定の拡大を図ることができた。

【令和7年度末の状況】※カッコ内は前年度

加盟店舗数	1,430店舗（1,277店舗）
アプリ登録者数	92,708人（68,247人）
流通金額	約21.3億円（約18.9億円）
決済金額	約18.9億円（約15.4億円）

- ・ 加盟店を対象としたアンケート調査（以下、「アンケート調査」という）では、「今後も加盟を継続したい」「条件次第では継続したい」と回答した事業者が9割以上を占めた。加盟継続意向の理由としては、「決済手数料が無料であること」を挙げる事業者が最も多かった。
- ・ 売上への影響については、アンケート調査において、「やや売上が増加した」と回答した加盟店が約24%存在した一方で、「変わらない」又は「どちらともいえない」との回答が約7割を占めており、ナカペイ単体での売上向上効果には限定的な側面もみられた。
- ・ 産学官連携事業による決済データの分析を行ったところ、店舗あたりの利用額は区内各地域で大きな偏りはなかった。また、複数の店舗（概ね3～8店舗）で利用している利用者が多いことから、地域内での消費の広がりも確認できた。

③ 課題

- ・ 利用がプレミアムキャンペーン実施時期に集中する傾向が見られ、通常時の利用促進や、キャンペーンに依存しない利用拡大が必要である。
- ・ 若年層及び在勤・在学者層の利用が相対的に少ない。
- ・ クーポン機能等について、認知や活用が十分でない。

(2) 令和8年度の実施内容（予定を含む）

- ・ プレミアム付ナカペイの販売【実施済】
プレミアム率：20%（1セット5,000円で6,000ポイント付与）
購入者数及び購入セット数：38,262人、116,123セット
- ・ マイナンバー認証の導入、通常チャージに係るポイント還元（8月予定）
- ・ バナー広告表示機能の導入（8月予定）、送金機能の導入（1月予定）
- ・ クーポン機能の利用促進の強化
- ・ 加盟店紹介キャンペーンの実施（9月予定）
- ・ ユーザビリティ向上のためのアプリ改修

(3) 令和9年度を見据えて検討すべき事項

- ・ キャンペーンに依存しない形での利用拡大に向けた利用促進策（令和8年度に実施する「通常チャージに係るポイント還元」の効果を検証）
- ・ 若年層・在学者層へのさらなるアプローチ、クーポン機能等の活用促進策

2 加盟店決済手数料の取扱いについて

(1) 背景

- ・ ナカペイの加盟店に対する決済手数料については、これまで一律無料としてきたが、事業開始後一定期間が経過したことから、今後の取扱いについて基本的な考え方を整理する必要がある。

(2) 基本方針

- ・ ナカペイの加盟店決済手数料については、当面の間（少なくとも令和10年度まで、事業の実施状況等を踏まえつつ）無料とする。

(3) 無料とする理由（基本的な考え方）

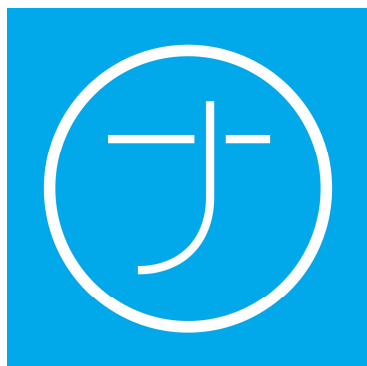
① 区民による「店舗を応援する行動」を広げていくため

- ・ 一般的なキャッシュレスサービスでは、店舗側が決済手数料を負担しており、支払い方法の選択が店舗の負担に影響する仕組みとなっている。こうした点については、区民に、必ずしも十分に認識されているとは言い難い。
- ・ ナカペイでは、加盟店の決済手数料を無料としていることを区民に分かりやすく伝えることで、「手数料がかからないナカペイを利用することが、店舗の応援につながる」という考え方の浸透を図る。

- ・ これにより、区民が「区内店舗を応援したいからナカペイを使う」という選択を行いやすくし、そうした意識や行動を促し、地域を応援する気運の醸成を図る。
- ② 加盟店数の維持・拡大を引き続き重視すべき段階にあるため
 - ・ ナカペイが、区民にとって「応援したい店舗で使える決済」として選ばれるためには、区内において利用できる加盟店が幅広く存在していることが前提となる。
 - ・ 現在は、加盟店数の維持・拡大を引き続き重視すべき段階にあり、加盟店にとって参加・継続しやすい環境を整えていくことが重要である。
 - ・ 決済手数料を無料とすることは、加盟店の参加や継続に伴う心理的・実務的な負担を軽減し、結果として、区民がナカペイを利用できる店舗の確保・拡大につながる。
- (4) 今後の取組
 - ・ ナカペイでの支払いが店舗の応援につながることにについて、チラシや区ホームページ、ナカペイアプリ上での表示などを通じて、区民に分かりやすく周知する。
 - ・ 財源確保については、加盟店負担によらない手法について引き続き検討を行い、事業全体としての持続性の確保を図る。

3 コミュニティポイントの推進体制について

- ・ ナカペイと連動した「コミュニティポイント」については、令和8年度よりPTの事務局を企画部企画課へ移管し、全庁的な視点から、その活用に関する企画・調整の推進体制を強化する。
- ・ 産業振興課は、引き続きナカペイのプラットフォーム管理者として、制度運用面等を担うとともに、推進体制を支える中核的な役割を担う。



令和7年度 ナカペイの事業実績

目次

- 1. ナカペイ流通額・決済額P.2
- 2. プレミアム付ナカペイ キャンペーン結果P.4
- 3. 利用状況及び事業効果指標の推移P.14
- 4. アンケート調査による事業評価P.21

1. ナカパイ流通額・決済額P.2

2. プレミアム付ナカパイ キャンペーン結果P.4

3. 利用状況及び事業効果指標の推移P.14

4. アンケート調査による事業評価P.21

令和7年度 ナカパイ流通額・決済額の状況

- ✓ 今年度のナカパイ発行額は約17.8億円となり、昨年度の繰り越し分も含め、約21.3億円が流通した。
- ✓ 利用金額は約18.9億円を突破した一方、約770万円が有効期限切れとなった。

科目	金額	科目	金額
昨年度繰越	342,919,856	利用金額	1,886,418,881
今年度付与額	1,782,892,900	プレミアム	1,855,596,881
プレミアム	1,735,332,000	プレミアムチャージ(R6含む)	1,567,333,986
プレミアムチャージ	1,446,110,000	プレミアムポイント	288,262,895
プレミアムポイント	289,222,000	通常チャージ	18,659,077
通常チャージ	19,059,000	R7マネー	15,537,788
R7マネー	14,371,000	R8マネー	3,121,289
R8マネー	4,688,000	ダウンロードキャンペーン	1,985,306
ダウンロードキャンペーン	10,895,000	ダウンロードキャンペーンポイント	1,985,306
ダウンロードキャンペーンポイント	10,895,000	ふるさと納税	2,966,703
ふるさと納税	6,993,000	ふるさと納税ポイント	2,966,703
ふるさと納税ポイント	6,993,000	その他ポイント	7,210,914
イベント等付与ポイント	10,613,900	失効	7,678,609
健幸ポイント	2,504,200	有効期限切れによる失効	7,668,186
勤労者サービスポイント	3,926,000	退会による失効	10,423
その他	4,183,700	来年度繰越金額	231,715,266
流通額計	2,125,812,756	利用金額・繰越額計	2,125,812,756

1. ナカペイ流通額・決済額P.2

2. プレミアム付ナカペイ キャンペーン結果P.4

3. 利用状況及び事業効果指標の推移P.14

4. アンケート調査による事業評価P.21

プレミアム付ナカペイ 及び ダウンロード キャンペーン結果

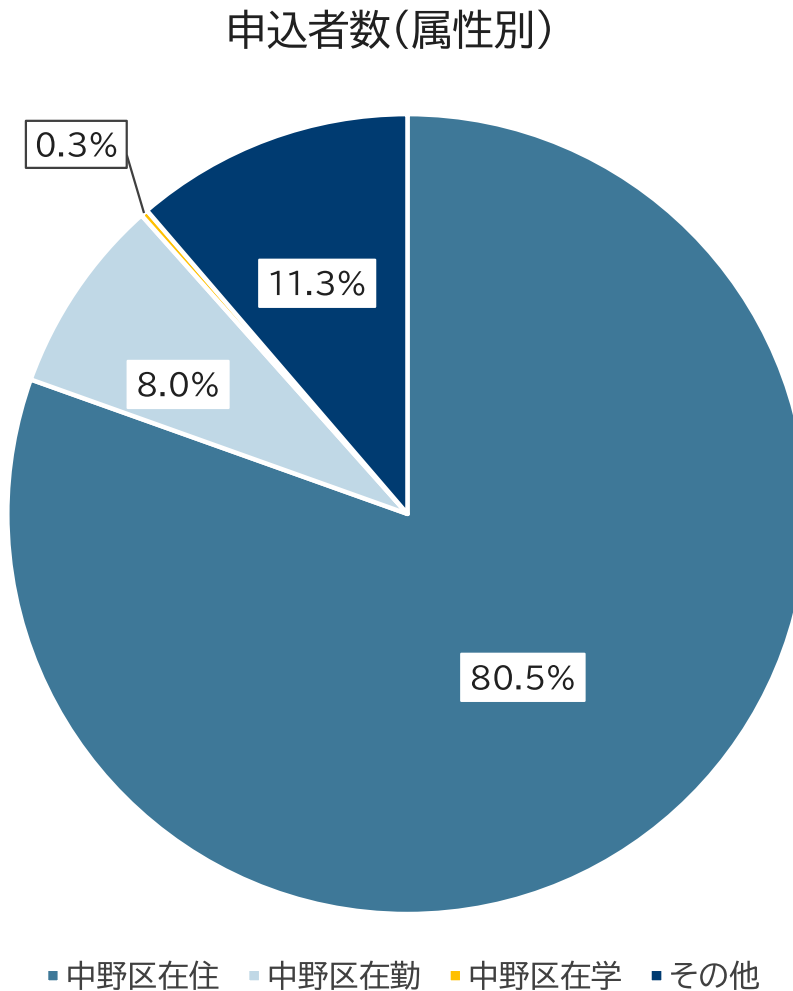
✓ プレミアムキャンペーン・ダウンロードキャンペーンの結果は 以下のとおり

プレミアムキャンペーン結果		
項目	プレミアム第1弾	プレミアム第2弾
申込人数	41,205名	39,557名
申込セット数	228,894セット	152,013セット
当選人数 (当選人数/申込人数)	40,864名 (99.2%)	22,008名 (55.6%)
当選セット数 (当選セット数/申込セット数)	226,877セット (99.1%)	84,098セット (55.3%)
購入人数 (購入人数/当選人数)	37,913名 (92.7%)	20,059名 (91.1%)
購入セット数 (購入セット数/当選セット数)	212,240セット (93.5%)	76,982セット (91.5%)
流通総額	1,273,440,000円	461,892,000円

ダウンロードキャンペーン結果	
項目	最終結果
付与者数	10,895名
付与金額	10,895,000円

プレミアム第1弾 申込者数(属性別)

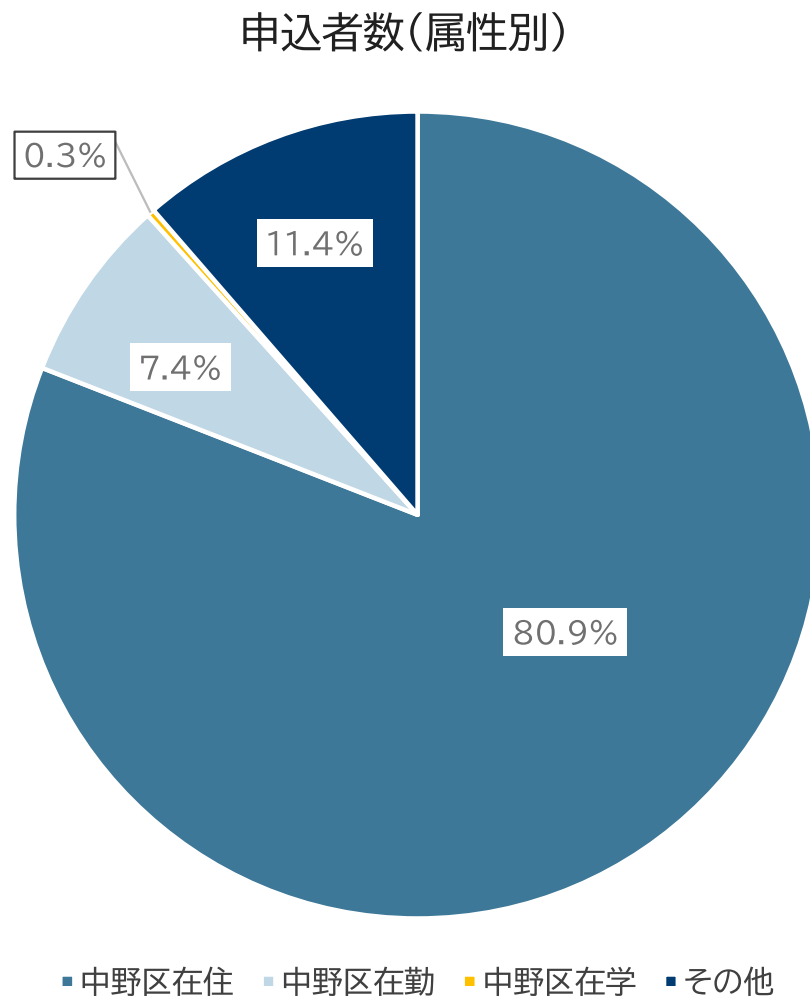
- ✓ 申込者の80%以上を中野区在住者が占める形となった。
- ✓ 在学者は昨年と同様、申込者が1%未満となっており、プレミアムの購入には消極的な傾向となった。



属性	人数
中野区在住	33,152
中野区在勤	3,279
中野区在学	124
その他	4,650

プレミアム第2弾 申込者数(属性別)

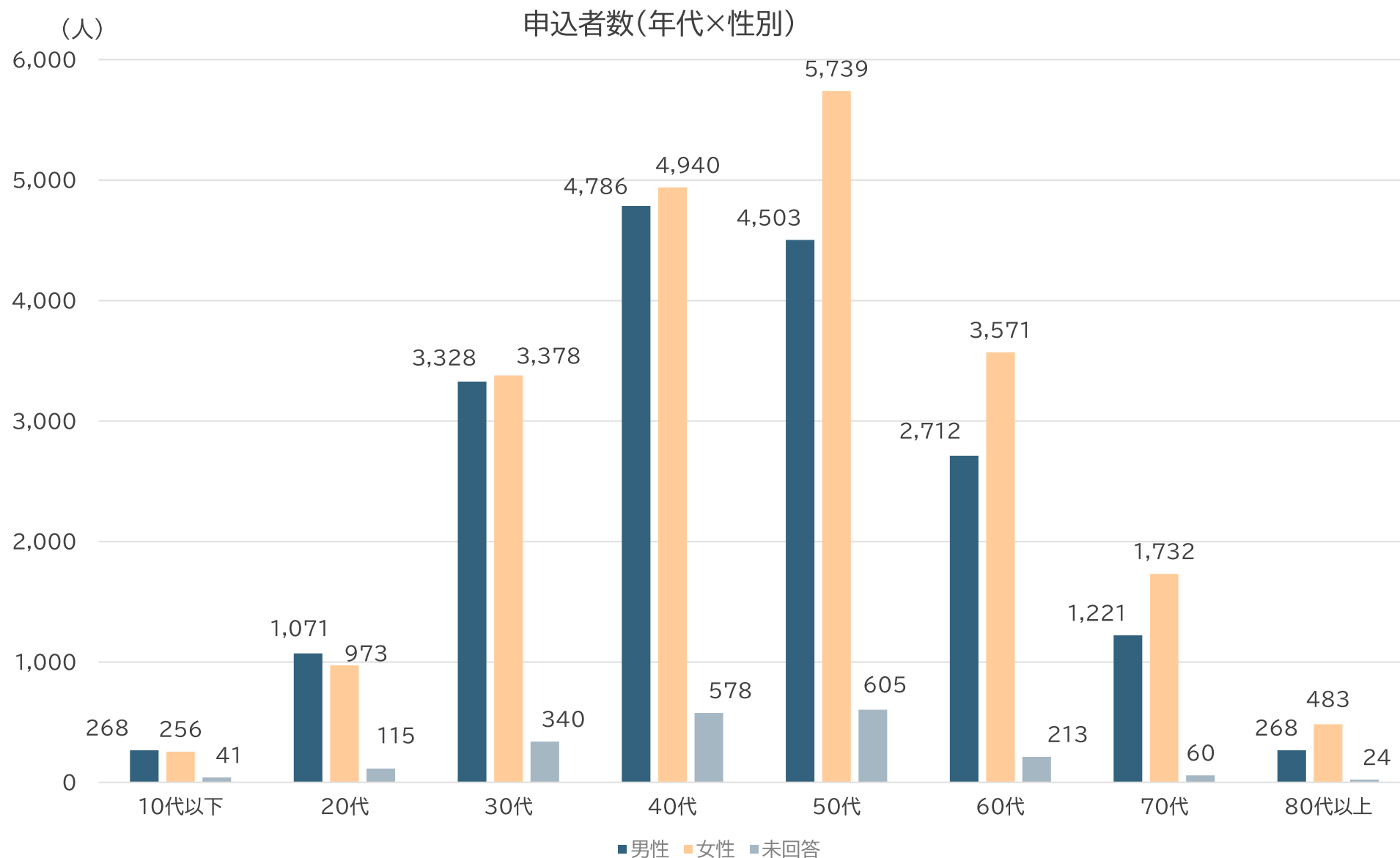
✓ 中野区在住者が全体の約8割を占め、プレミアム第1弾と同様の傾向となった。



属性	人数
中野区在住	32,020
中野区在勤	2,925
中野区在学	120
その他	4,492

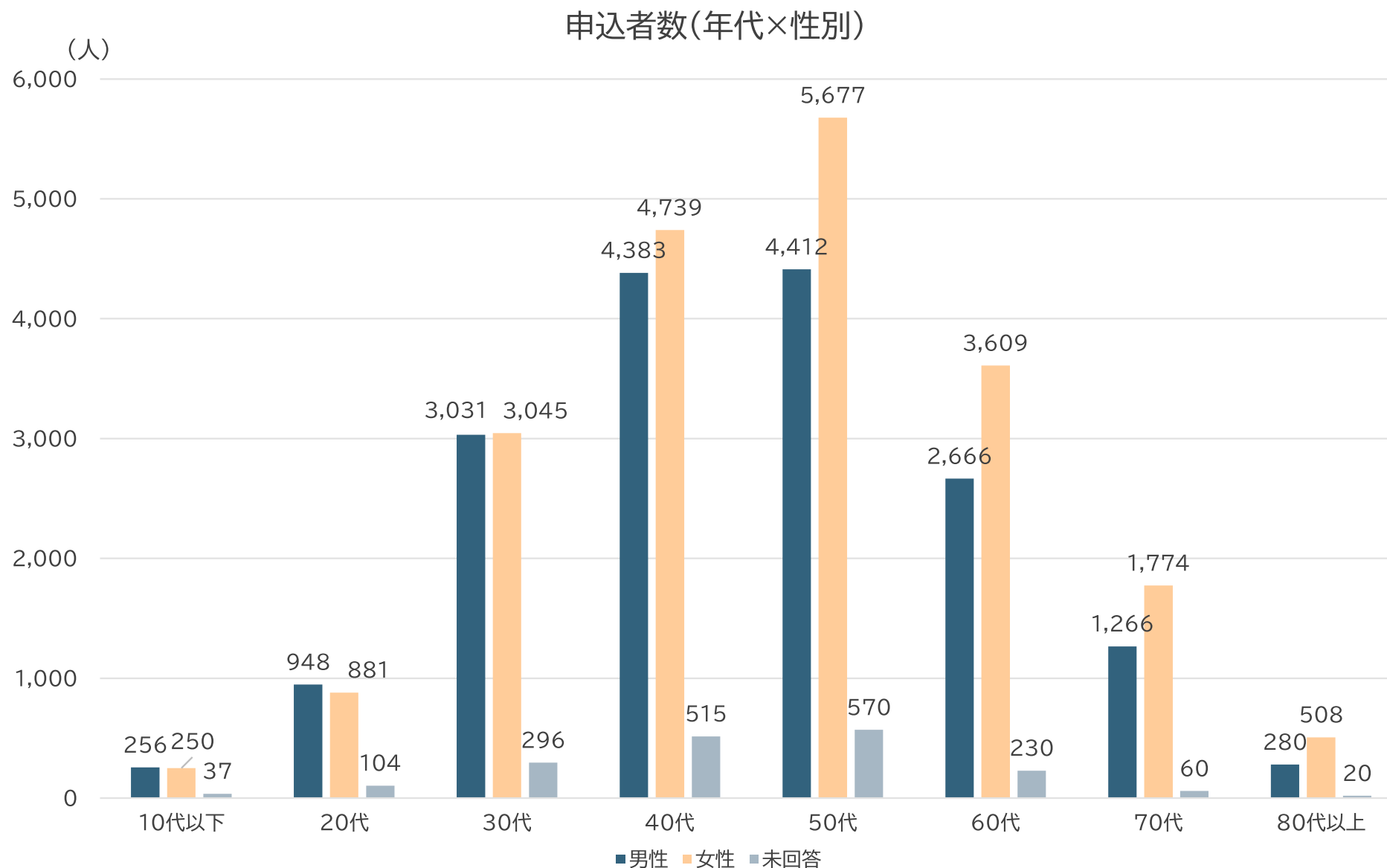
プレミアム第1弾 申込者数(年代×性別)

- ✓ 50代の女性からの申込が最も多く、年代としては30代以降の中高年層が中心となる結果となった。
- ✓ また、30代以上では男性よりも女性の申込が多い傾向がみられた。



プレミアム第2弾 申込者数(年代×性別)

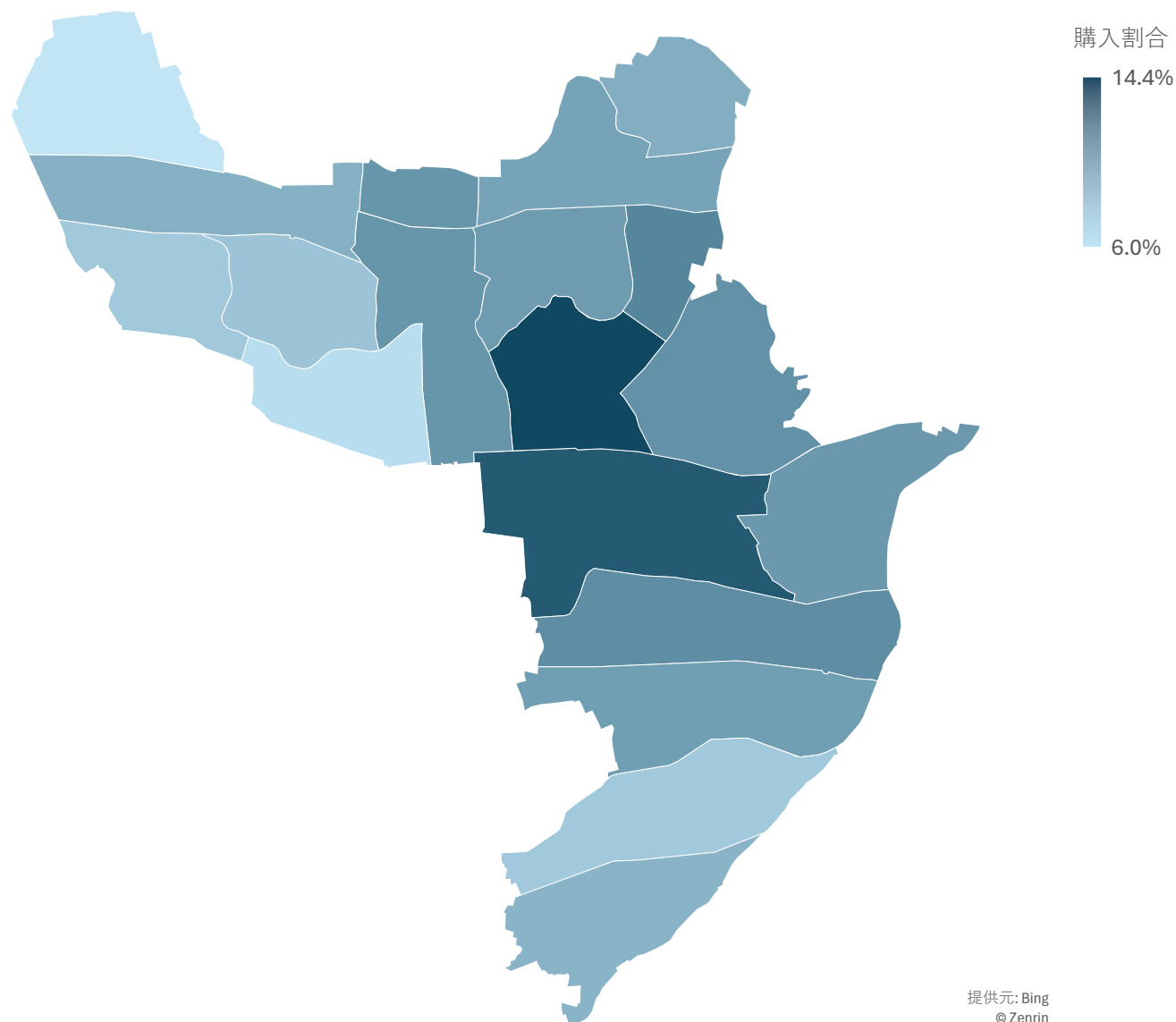
✓ 第1弾と同様、50代の女性からの申込が最も多く、年代としては30代～60代の申込が中心となった。



プレミアム第1弾 人口に対する申込者数の割合(中野区エリア別)

- ✓ 中野・新井・松が丘においては、人口に対する申込者数の割合が高く、特に新井は14.4%と最も高い結果となった。

人口に対する申込者数の割合(中野区エリア別)



町	購入人数	割合
中野	3,729	13.4%
中央	3,200	10.7%
新井	2,687	14.4%
本町	2,964	9.8%
東中野	2,572	10.1%
野方	2,256	10.3%
上高田	2,205	10.5%
弥生町	1,811	7.5%
南台	1,815	8.7%
鷺宮	1,579	8.8%
江古田	1,332	9.5%
沼袋	1,383	10.0%
大和町	1,059	6.5%
若宮	1,035	7.8%
白鷺	935	7.5%
上鷺宮	893	6.0%
江原町	846	8.9%
松が丘	750	11.1%
丸山	516	10.3%
全体	33,567	9.8%

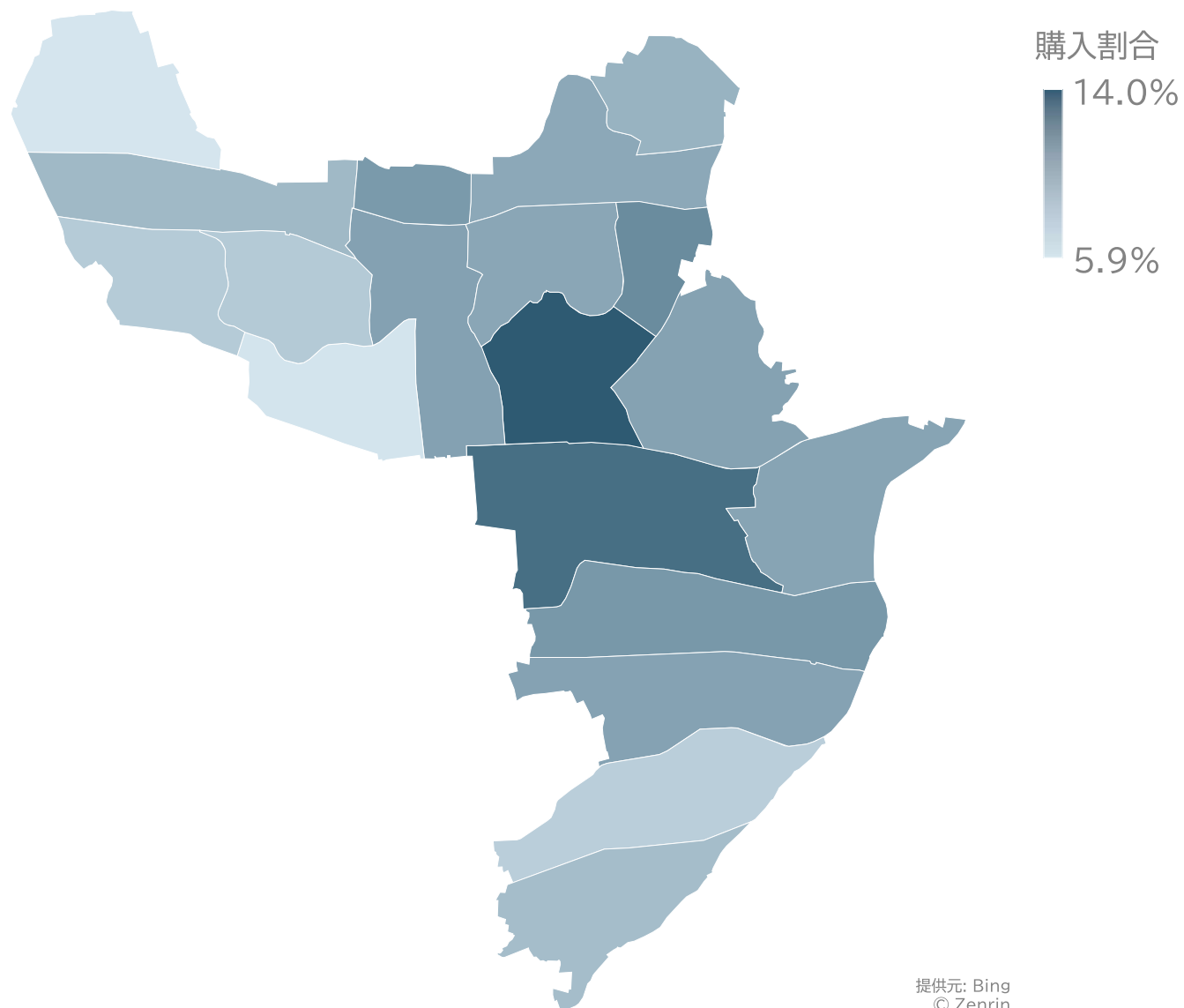
提供元: Bing
© Zenrin

※町ごとの人口は、[中野区HP2025年住民基本台帳による人口\(2025年6月1日時点\)](#)参照

プレミアム第2弾 人口に対する申込者数の割合(中野区エリア別)

✓ 新井が14.0%でプレミアム第1弾と同様に最も高く、中野区全体の申込率9.4%を大きく上回った。

人口に対する申込者数の割合(中野区エリア別)



町	購入人数	割合
中野	3,547	12.8%
中央	3,109	10.4%
新井	2,617	14.0%
本町	2,946	9.8%
東中野	2,458	9.6%
野方	2,154	9.8%
上高田	2,061	9.8%
弥生町	1,740	7.2%
南台	1,720	8.2%
鷺宮	1,520	8.5%
江古田	1,323	9.4%
沼袋	1,327	9.5%
大和町	981	6.0%
若宮	997	7.5%
白鷺	915	7.4%
上鷺宮	873	5.9%
江原町	837	8.8%
松が丘	751	11.1%
丸山	513	10.3%
全体	32,389	9.4%

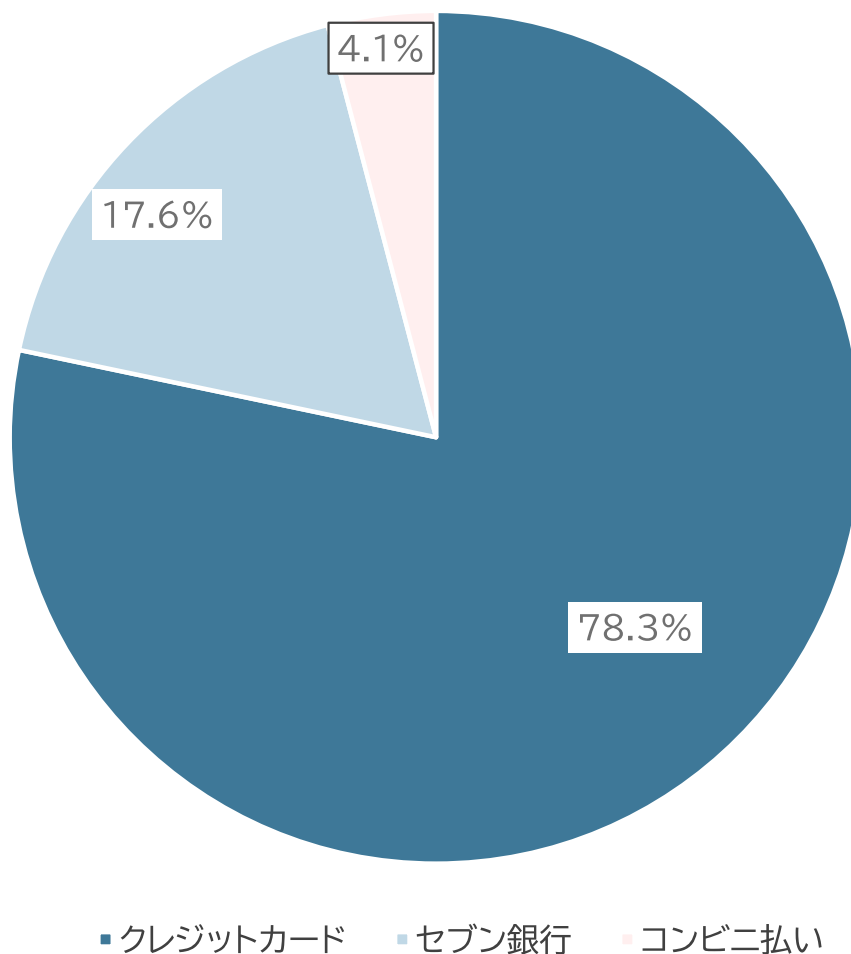
提供元: Bing
© Zenrin

※町ごとの人口は、[中野区HP2025年住民基本台帳による人口\(2025年6月1日時点\)](#)参照

プレミアム第1弾 購入者数に対する支払方法別割合

✓ クレジットカードが約8割を占め、最も利用された決済方法となった。

購入者数に対する支払方法別割合

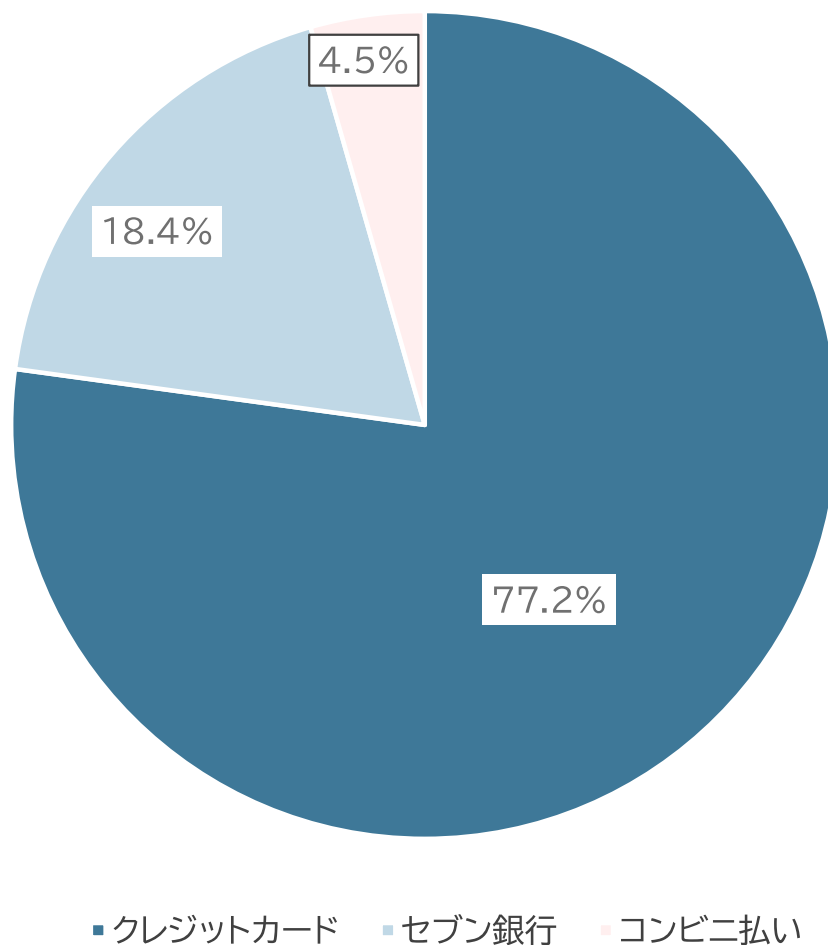


支払い方法	購入者数
クレジットカード	29,683
セブン銀行ATM	6,674
コンビニ	1,556

プレミアム第2弾 購入者数に対する支払方法別割合

✓ クレジットカードが約8割を占め、プレミアム第1弾と同様に主要な購入手段となった。

購入者数に対する支払方法別割合

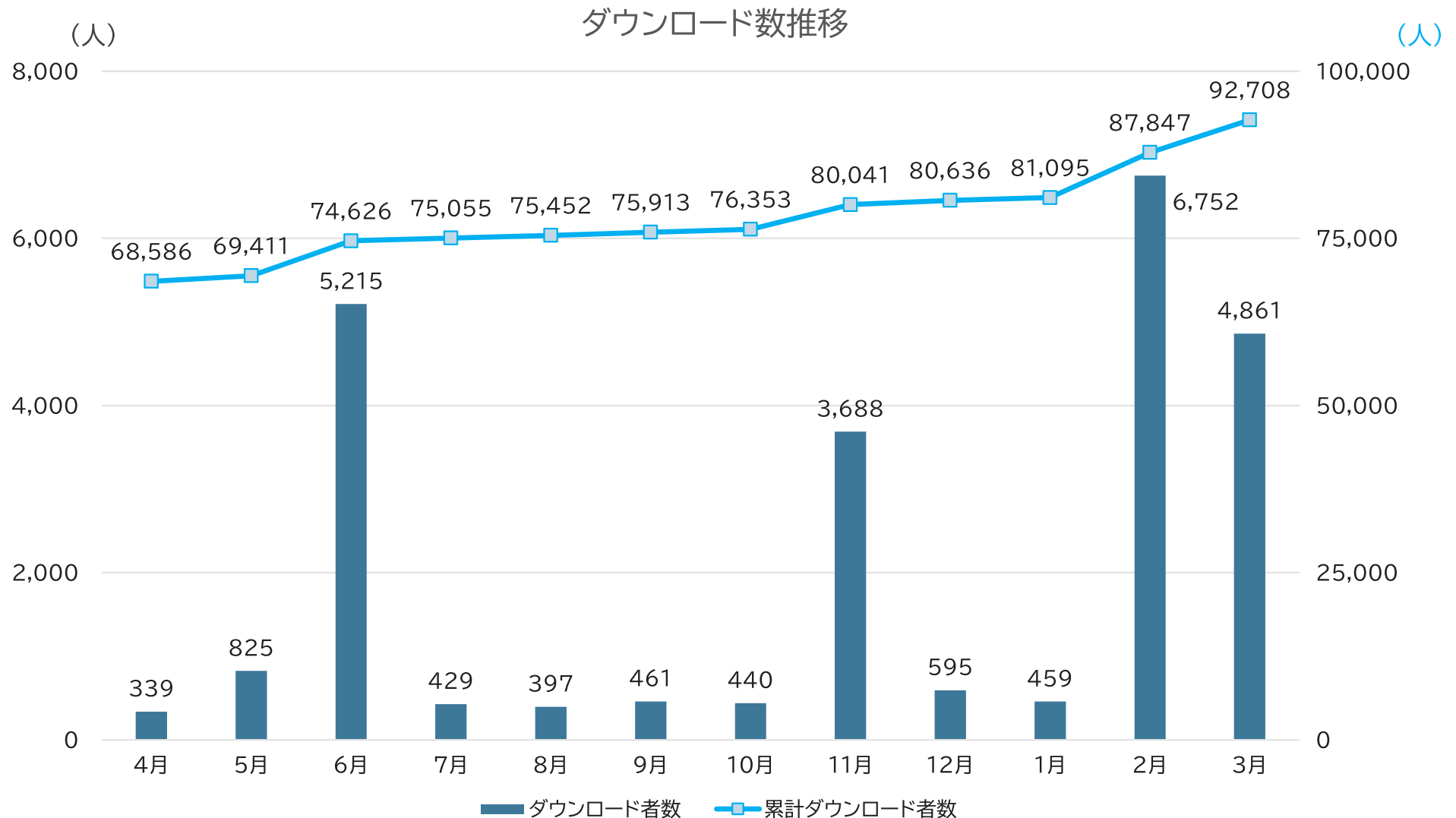


支払い方法	購入者数
クレジットカード	15,478
セブン銀行ATM	3,687
コンビニ	894

-
1. ナカペイ流通額・決済額P.2
 2. プレミアム付ナカペイ キャンペーン結果P.4
 3. 利用状況及び事業効果指標の推移P.14
 4. アンケート調査による事業評価P.21

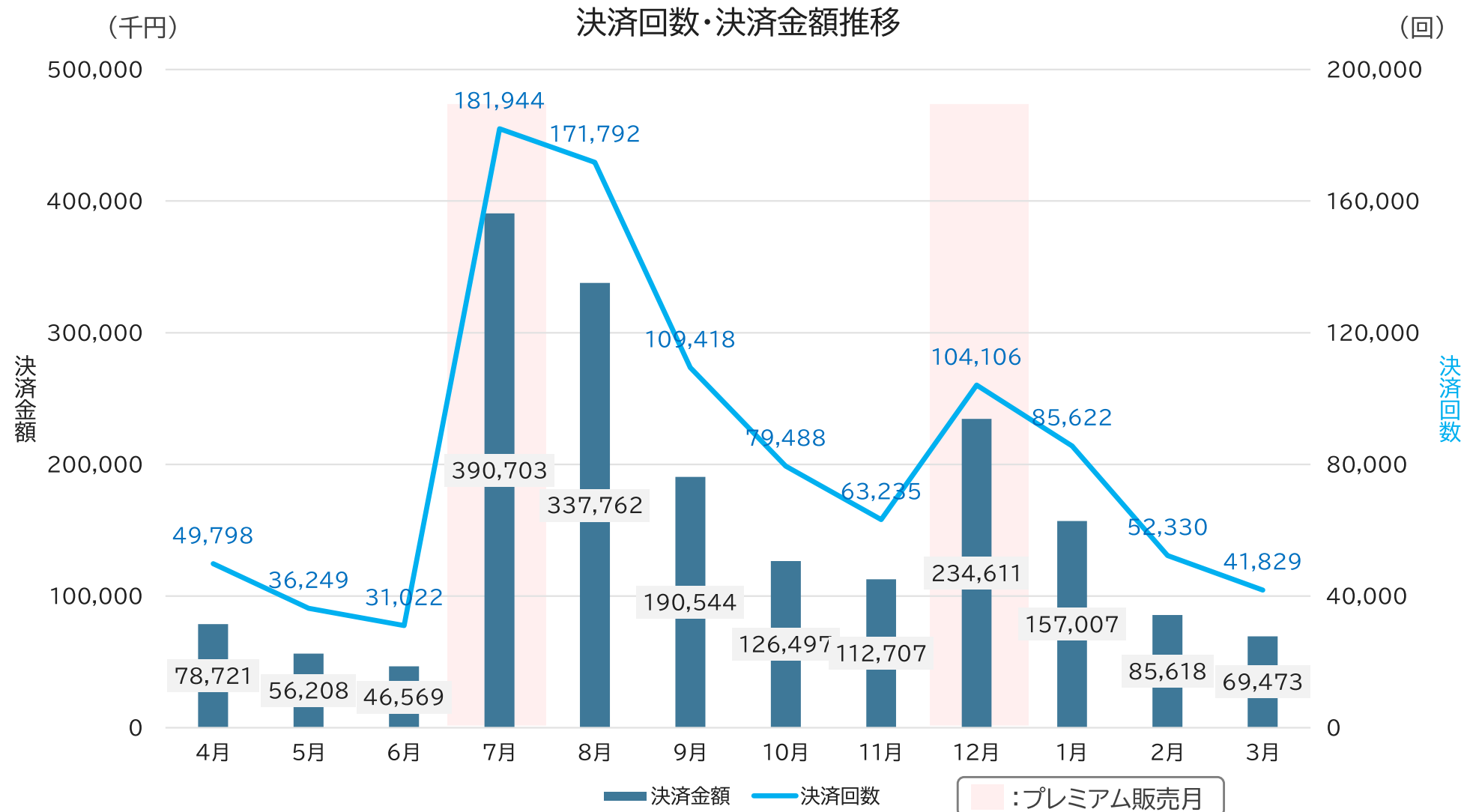
アプリダウンロード者数推移(月別)

- ✓ 6月、11月のプレミアムキャンペーンの申込時期及び2月・3月のダウンロードキャンペーンの実施時期に、ダウンロード者数が増加し、3月に9万ダウンロードを突破した。



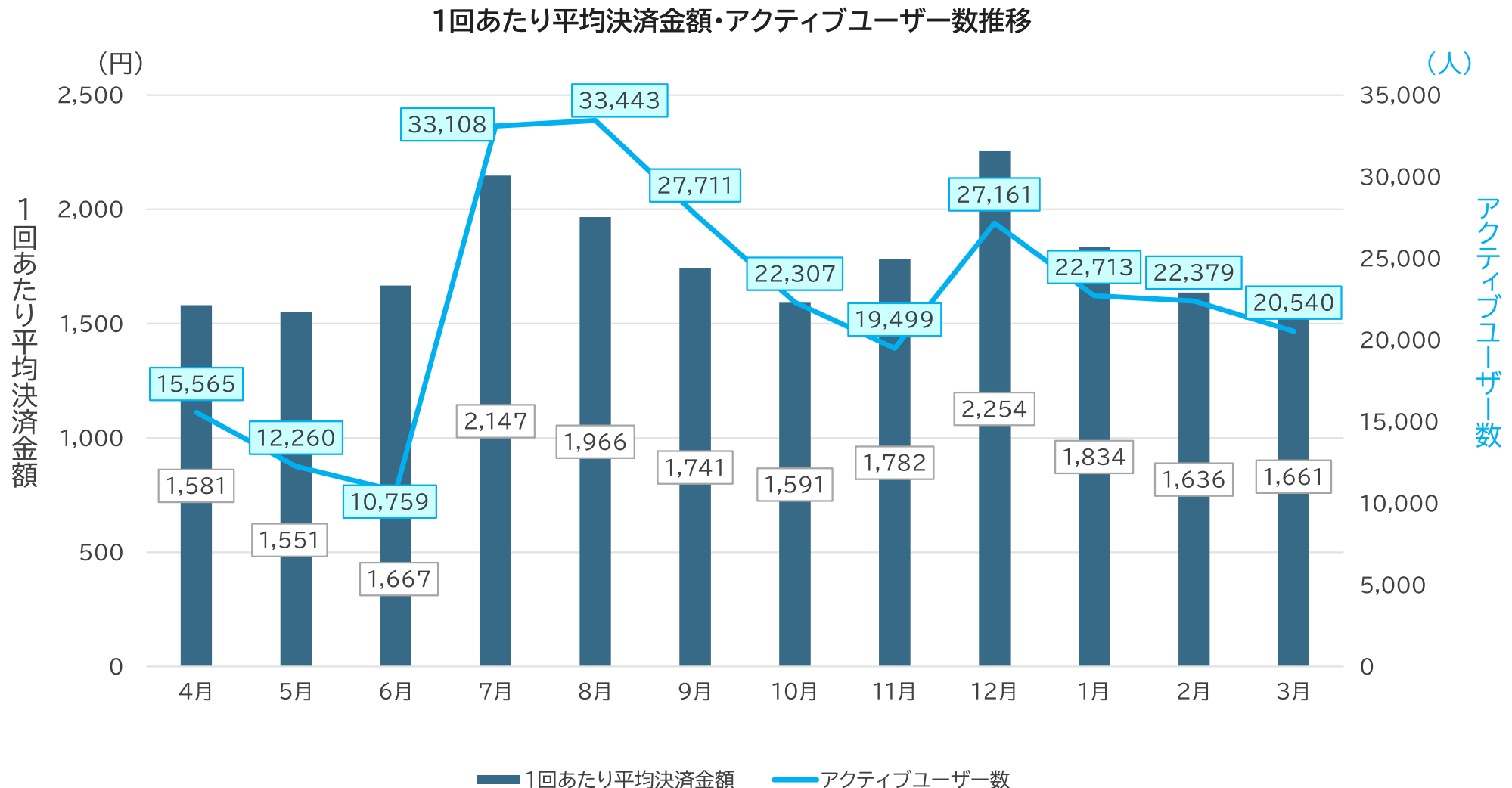
決済金額・決済回数推移(月別)

✓ プレミアム第1弾の販売をスタートした7月に決済金額・回数ともに最多を記録した。



1回あたり平均決済金額・アクティブユーザー数推移(月別)

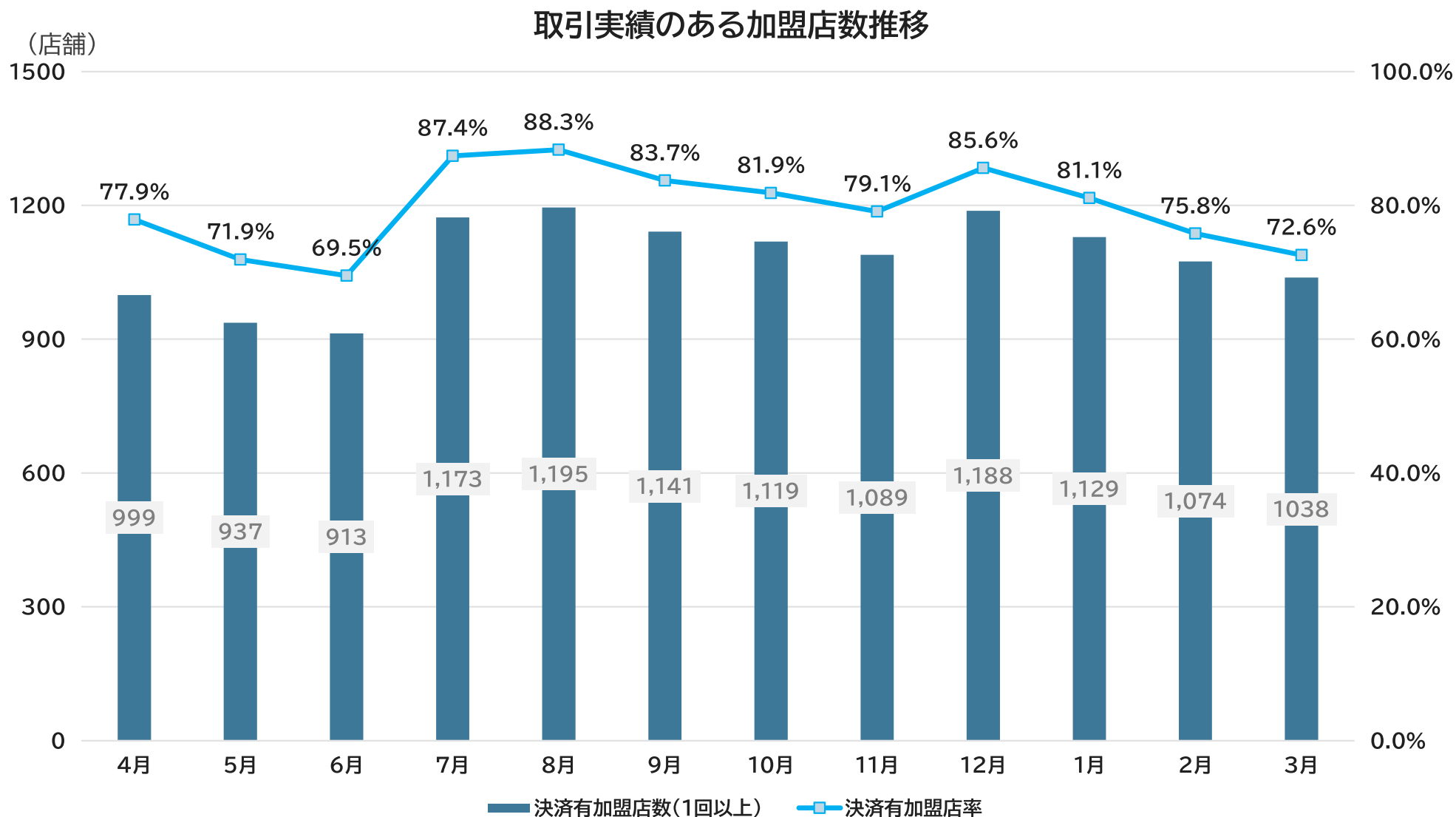
- ✓ プレミアムの販売時期に1回あたりの平均決済額が高くなる傾向。
- ✓ アクティブユーザー数は、プレミアムの販売時期の翌月(8月)に33,443人と最大となった。



※アクティブユーザー数の定義:期間中に1回以上決済があったユーザー

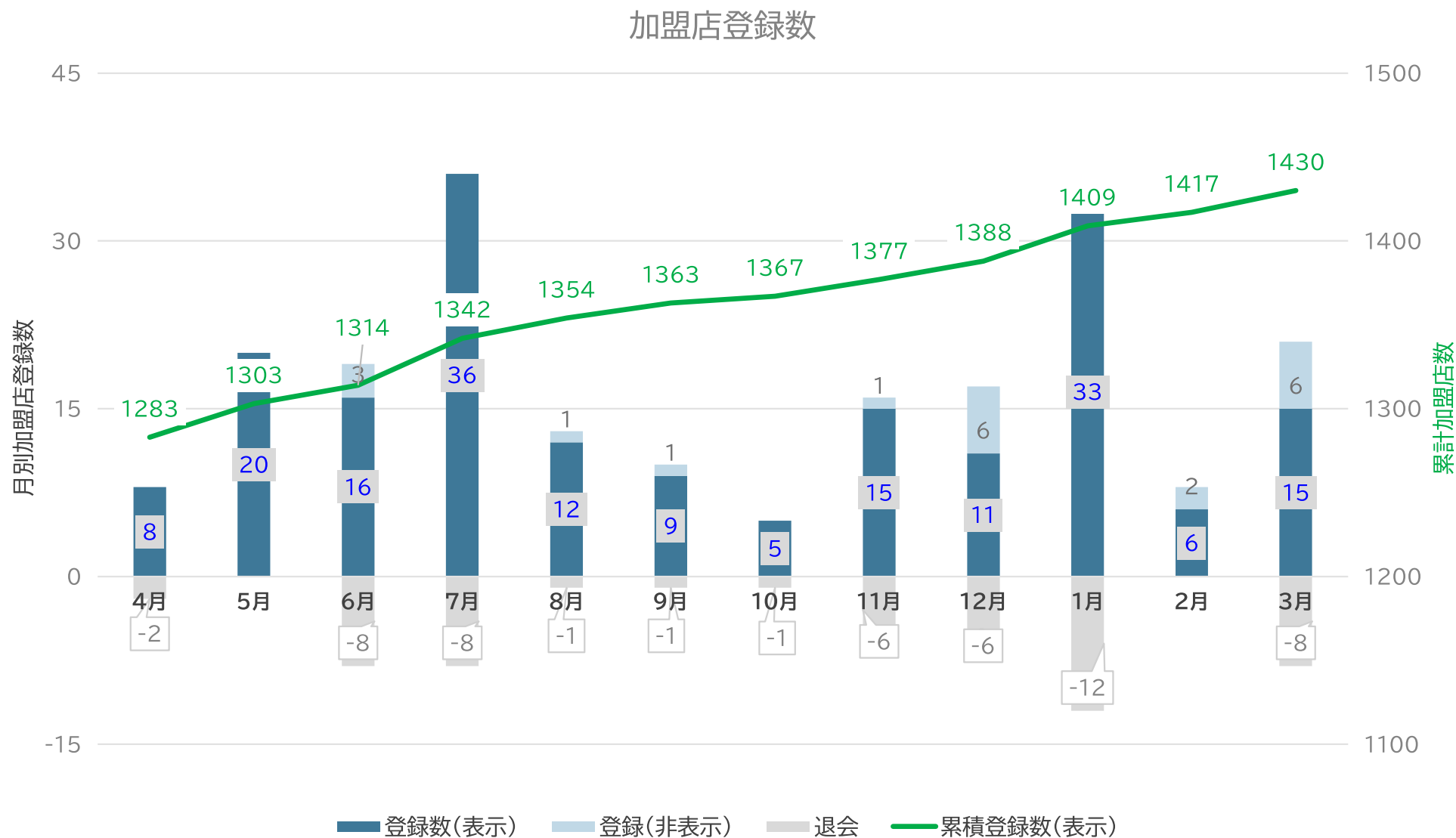
取引実績有加盟店数推移(月別)

- ✓ プレミアム販売時期の翌月(8月)に取引実績があった店舗数は1,195店舗となり、最大となった。
- ✓ 全加盟店に対する取引実績のある加盟店数の割合は、概ね70%～85%の間で推移した。



加盟店登録数推移(月別)

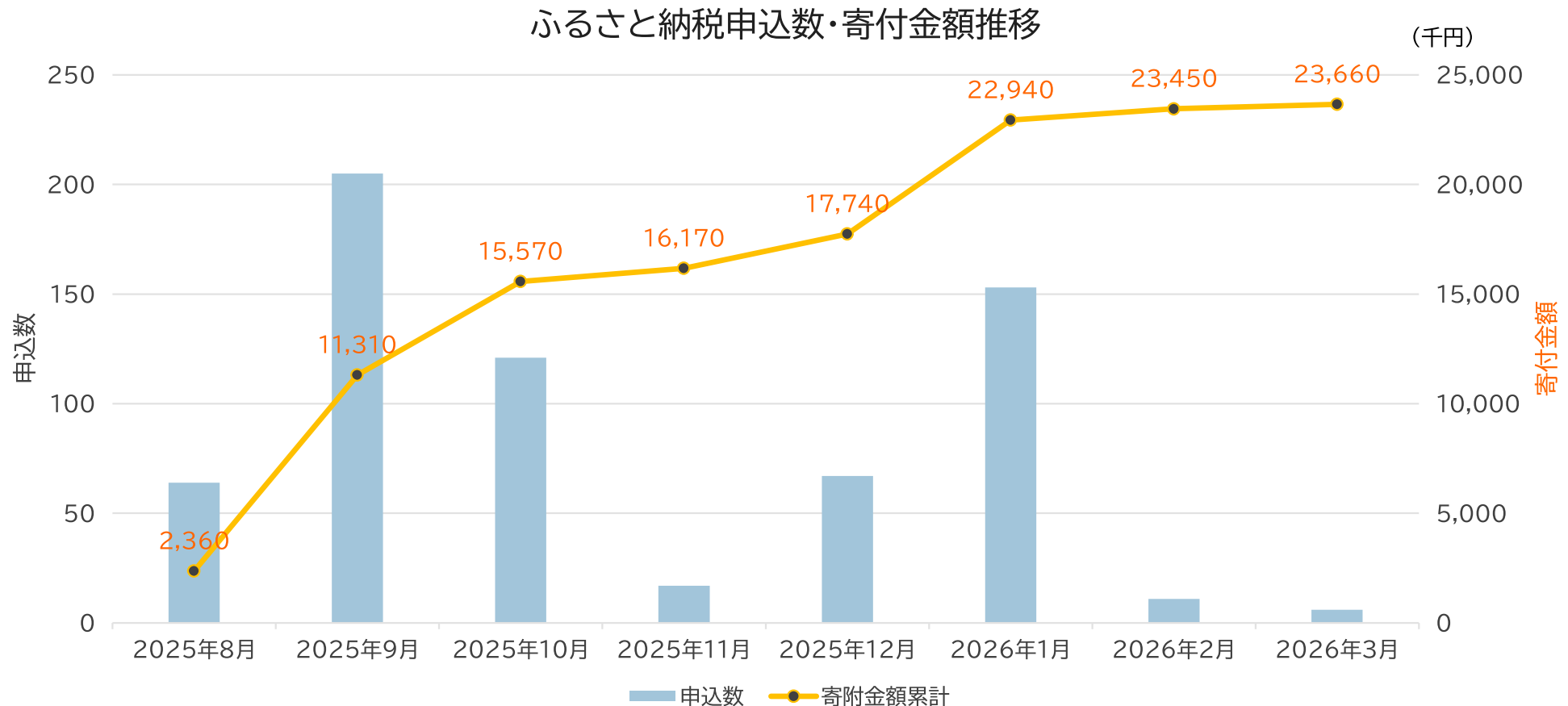
- ✓ 4月から徐々に加盟店数を増やし、1月に1,400店舗を突破した。
- ✓ プレミアム販売期間である7月に、最多の36店舗の加盟店登録を行った。



※登録(非表示)には、申請・審査中を含む

ふるさと納税実績(月別)

- ✓ 8月からナカペイポイントを返礼品とし、3月末までに644件、寄付額 2,366万円を受け付けた。
- ✓ 返礼品購入の際のポイント還元が終了する9月の申込が最も多く、寄付額は単月で約900万円となった。



申込年月	2025年8月	2025年9月	2025年10月	2025年11月	2025年12月	2026年1月	2026年2月	2026年3月	合計
申込数	64	205	121	17	67	153	11	6	644
寄附額(千円)	2,360	8,950	4,260	600	1,570	5,200	510	210	23,660

1. ナカペイ流通額・決済額	P.2
2. プレミアム付ナカペイ キャンペーン結果	P.4
3. 利用状況及び事業効果指標の推移	P.14
4. アンケート調査による事業評価	P.21

加盟店向けアンケートの概要

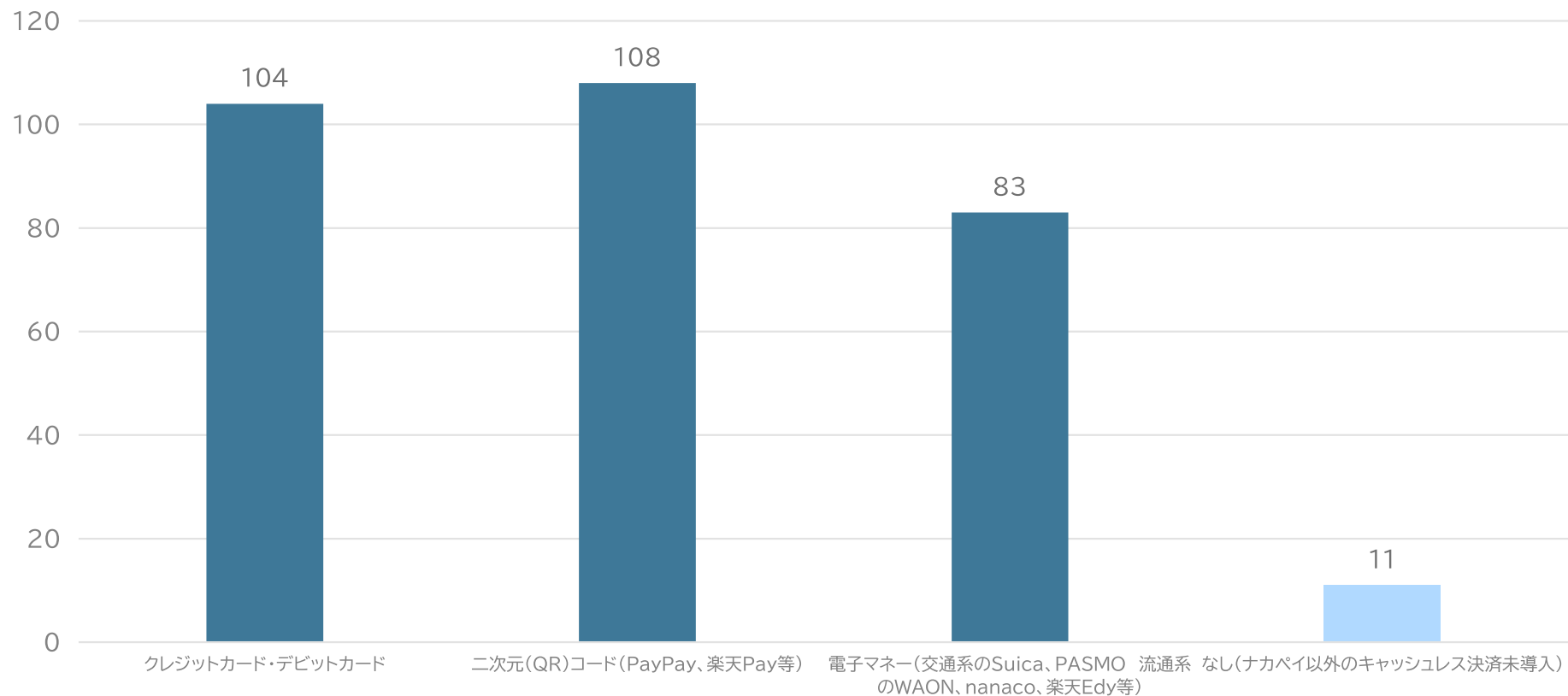
- ✓ ナカペイの課題や改善ニーズを把握し、今後の改善に活用するため、加盟店向けアンケートを実施した。

目的	ナカペイの運用面及び機能面の課題、改善ニーズを把握し、今後の制度改善やシステム改修、広報施策等に反映していくため。	
	詳細	案内文書
調査対象	2026年2月末時点のナカペイ加盟店	事務連絡 令和8年3月2日 ナカペイ加盟店アンケート調査について 中野区デジタル地域通貨（ナカペイ）加盟店の皆様におかれましては、日頃より当事業の推進にご理解・ご協力をいただき、ありがとうございます。 ナカペイの運用開始から1年以上が経過し、区として加盟店の皆様が日常の運用の中で感じておられる運用面及び機能面の課題、改善ニーズを把握し、今後の制度改善やシステム改修、広報施策等に反映していきたいと考えています。 つきましては下記のとおりアンケート調査を実施いたします。 ご多忙の折に大変恐縮ですが、この趣旨をご理解いただき、ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。 記 (1) 調査対象：2026年2月末時点のナカペイ加盟店 (2) 対象数：約1,400事業者 (3) 回答方法：下記のWEB上のアンケートフォーム（LOGOフォーム）から回答してください。 https://logoform.jp/form/Trw5/1469642  (4) 調査期間：令和8年3月2日（月）～3月16日（月） (5) 問合せ先：中野区 区民部 産業振興課 地域経済活性化係：和田、藤平 E-mail chiikikeizaikasseika@city.tokyo-nakano.lg.jp ☎03-3228-5707 (回答必要時間：5分～10分)
対象数	約1,400事業者	
回答方法	アンケートフォーム(LOGOフォーム)からの回答	
周知方法	メール配信(ナカペイ事務局より発信)	
調査期間	令和8年3月2日(月)～3月16日(月)	
回答数	157事業者	

アンケート調査内容①

- ✓ 他のキャッシュレス決済を導入している加盟店は9割以上という結果となった。
- ✓ また、他の導入しているキャッシュレス決済で一番多いのは、2次元コードとなった。

Q.ナカペイ以外に取り扱っているキャッシュレス決済(複数選択可)

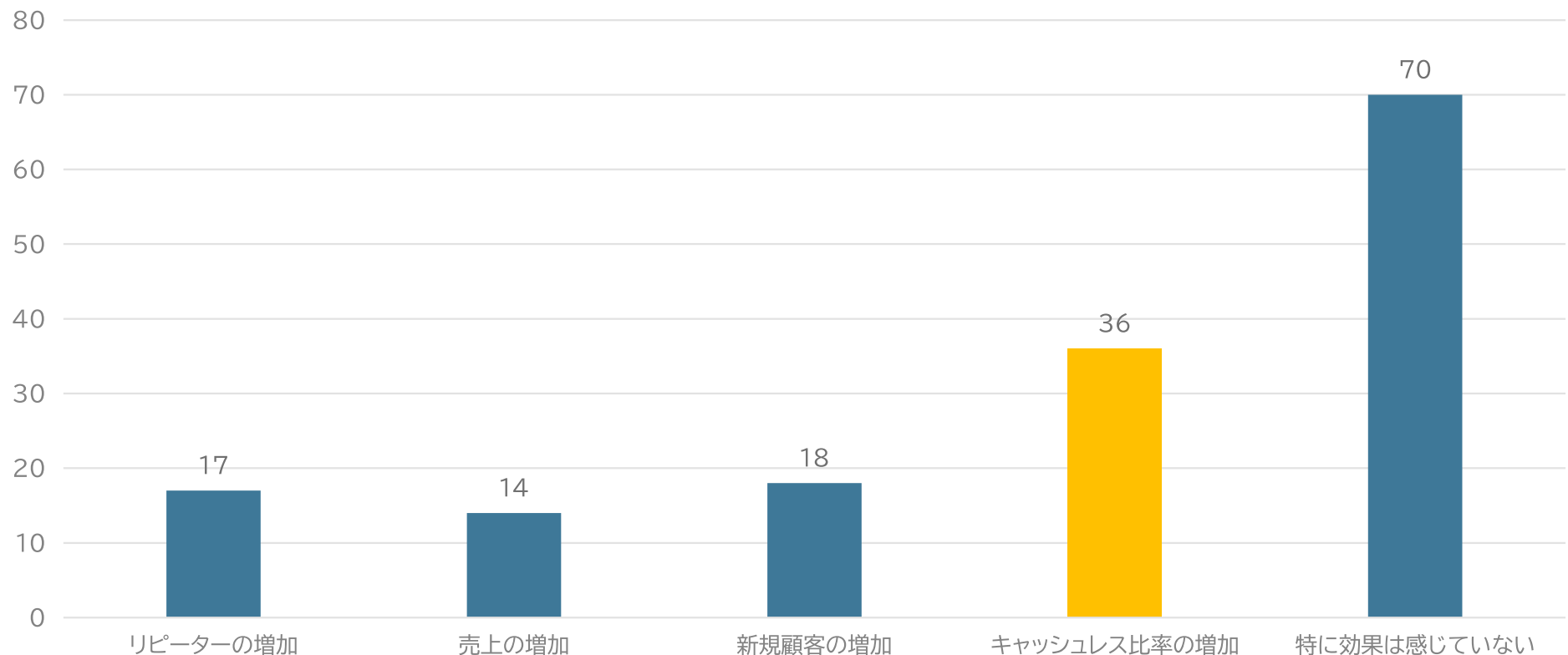


	クレジットカード・デビットカード	二次元(QR)コード	電子マネー	なし	合計
回答数	104	108	83	11	306

アンケート調査内容②-1

- ✓ ナカパイ導入による効果として、キャッシュレス比率の増加を感じている加盟店が多いという結果となった一方、特に効果を感じていない加盟店が半数近く存在した。

Q.ナカパイ導入により、以下の効果を感じていますか？(複数選択可)

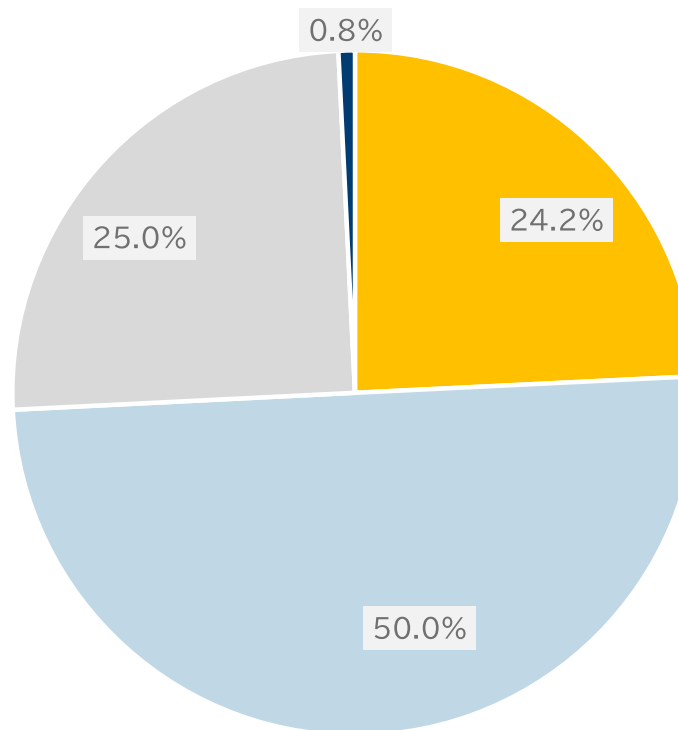


	リピーターの増加	売上の増加	新規顧客の増加	キャッシュレス比率の増加	特に効果は感じていない	合計
回答数	17	14	18	36	70	155

アンケート調査内容②-2

✓ 加盟店の24%がナカペイを導入したことで、店舗の売上がやや増加したと回答した。

Q.ナカペイを導入して、店舗の売上にどのような影響がありましたか？



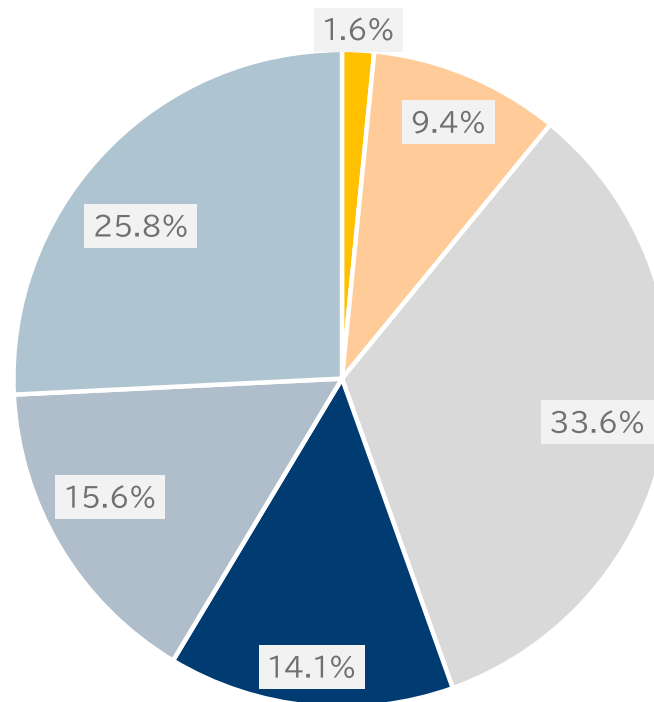
■ やや増加した ■ 変わらない ■ どちらともいえない(分からない) ■ 大幅に減少した

	やや増加した	変わらない	どちらともいえない (分からない)	大幅に減少した	合計
回答数	31	64	32	1	128

アンケート調査内容②-3

✓ ナカペイの売上への貢献度が「とても大きい」及び「大きい」と回答した店舗は1割程度となった。

Q.ナカペイの売上への貢献度をどの程度感じますか？



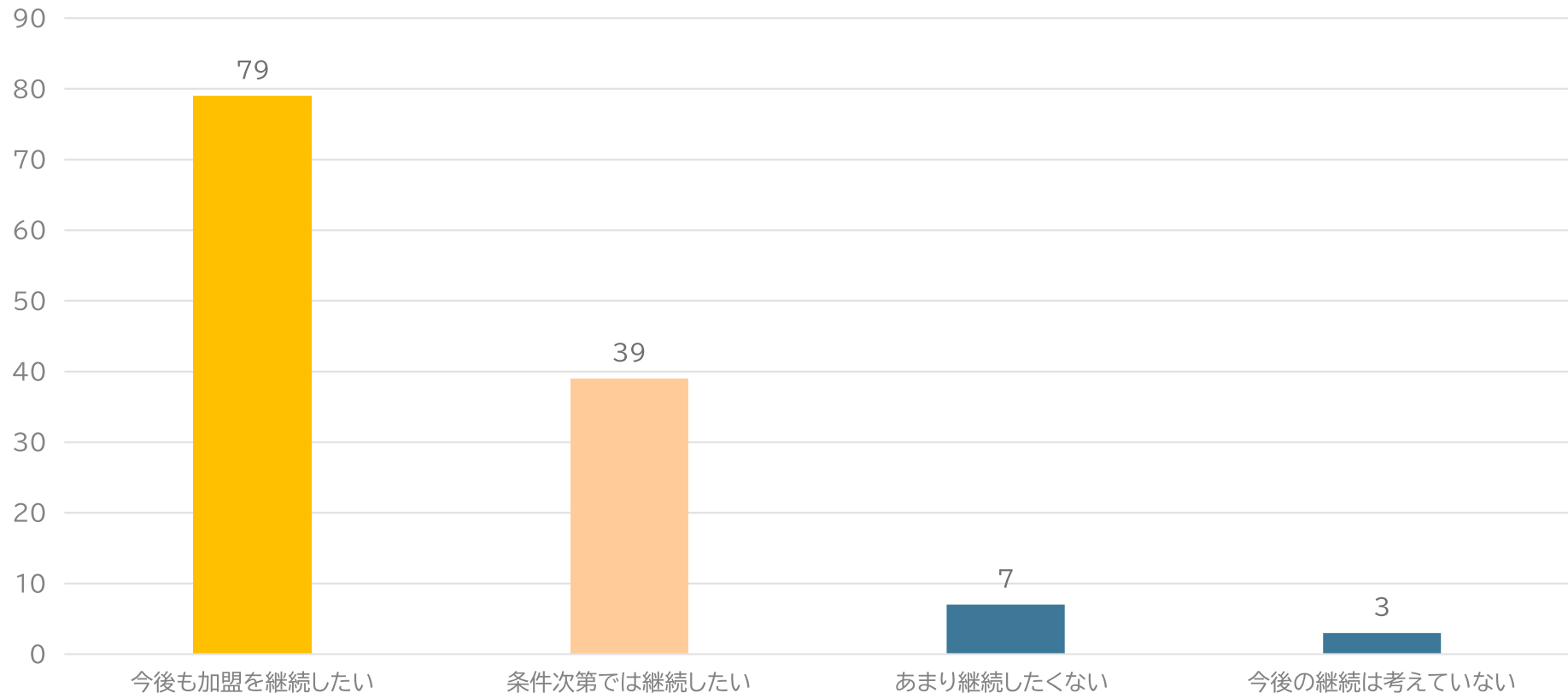
■ とても大きい ■ 大きい ■ 普通 ■ 小さい ■ どちらともいえない(わからない) ■ ほとんどない

	とても大きい	大きい	普通	小さい	どちらともいえない(わからない)	ほとんどない	合計
回答数	2	12	43	18	20	33	128

アンケート調査内容③-1

- ✓ 「今後も加盟を継続したい」、「条件次第では継続したい」という意向を持つ事業者が9割以上を占める結果となった。

Q.加盟継続意向について教えてください



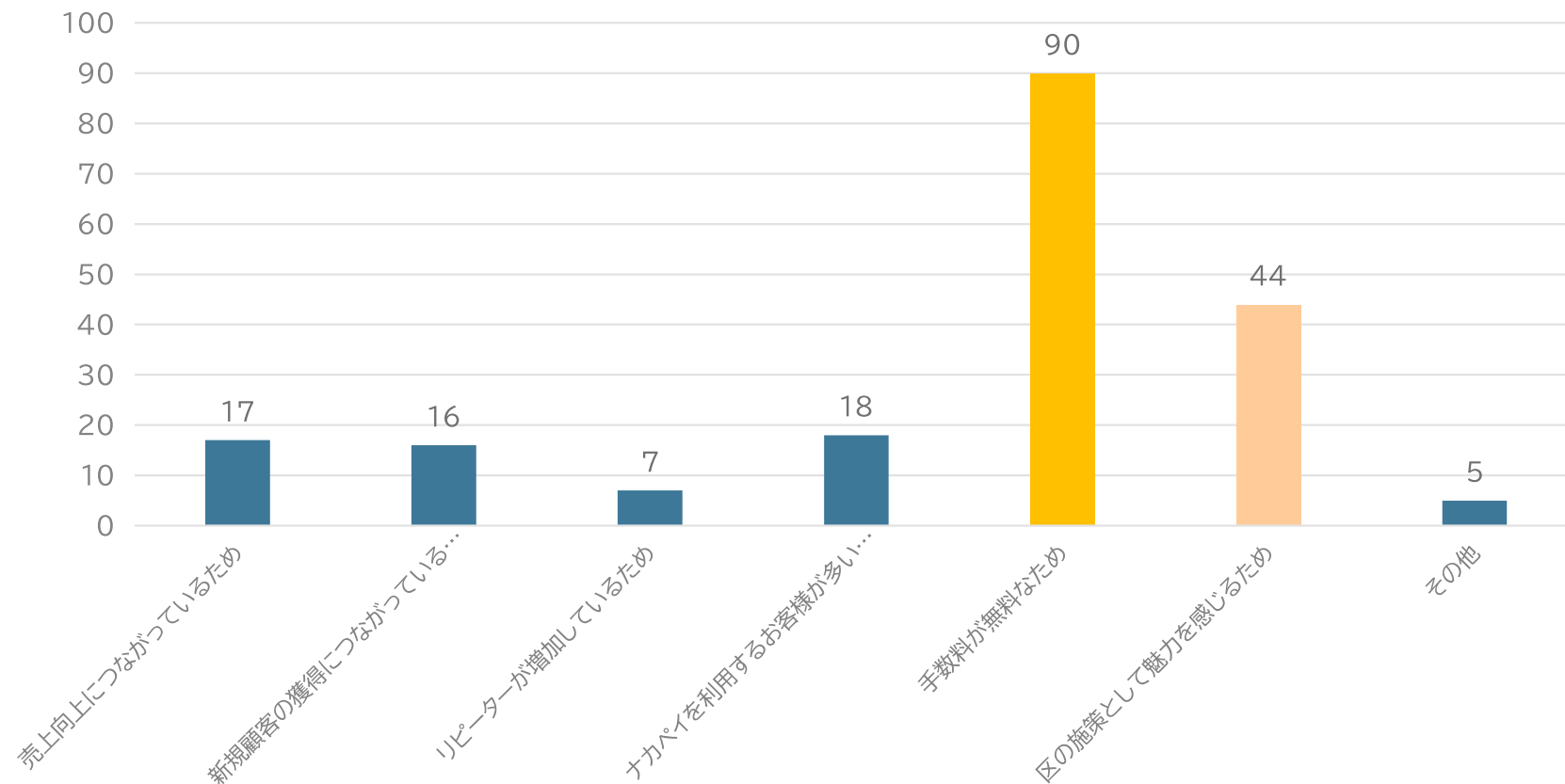
	今後も加盟を 継続したい	条件次第では 継続したい	あまり継続したくない	今後の継続は 考えていない	合計
回答数	79	39	7	3	128

アンケート調査内容③-2

- ✓ 加盟継続の意向理由として、「手数料が無料なため」を挙げる事業者が非常に多い結果となった。
- ✓ 次いで、「区の施策として魅力を感じるため」という回答が多かった。

Q.加盟継続意向について、その理由について教えてください。(複数選択可)

※**継続意思あり**の回答



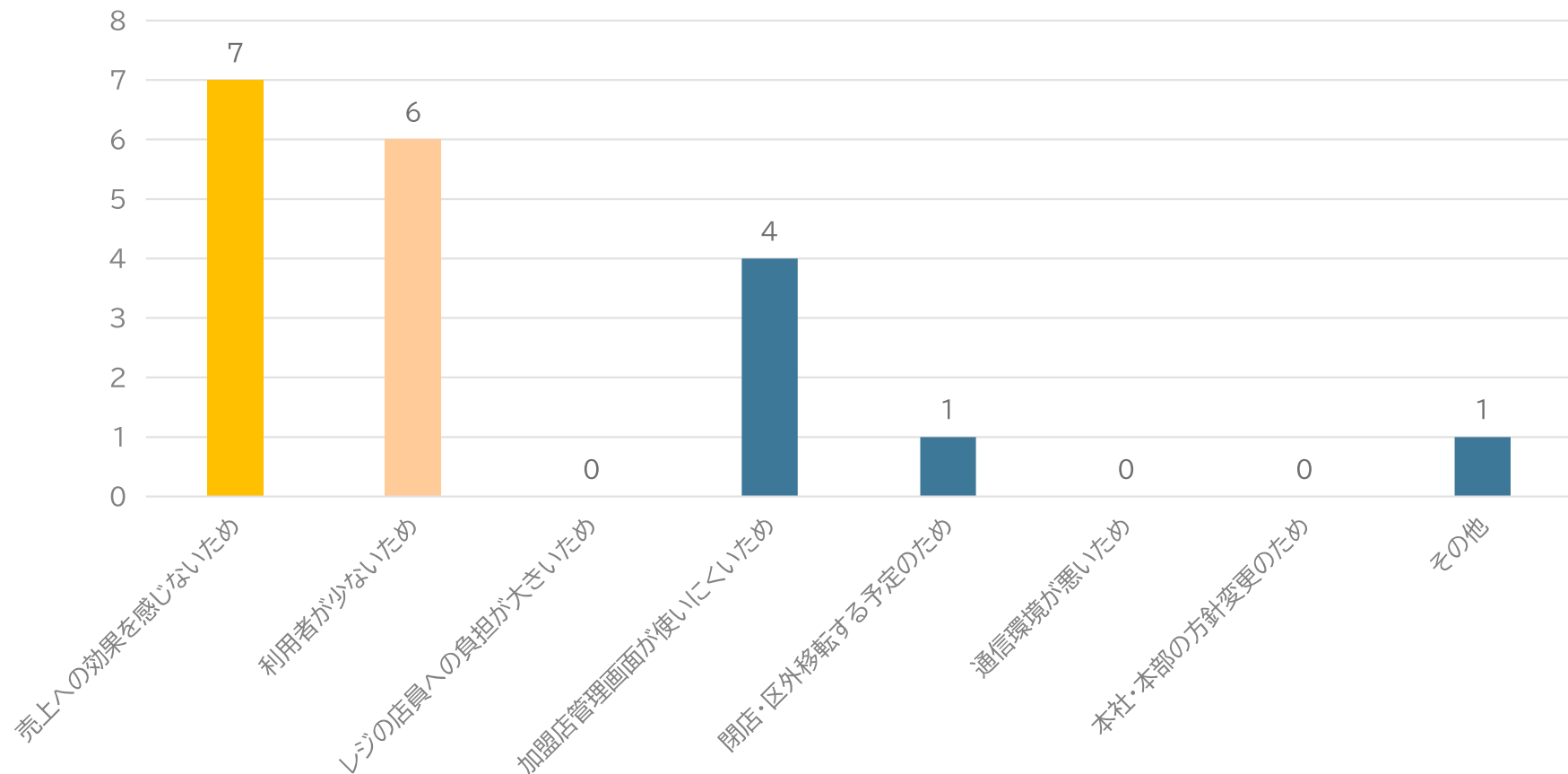
	売上向上につながっているため	新規顧客の獲得につながっているため	リピーターが増加しているため	ナカペイを利用するお客様が多いため	手数料が無料なため	区の施策として魅力を感じるため	その他	合計
回答数	17	16	7	18	90	44	5	197

アンケート調査内容③-3

- ✓ 加盟店が継続を希望しない主な理由は、「売上への効果が感じられない」と「利用者が少ない」の2つで約7割を占めた。

Q.加盟継続意向について、その理由について教えてください。(複数選択可)

※**継続意思なし**の回答

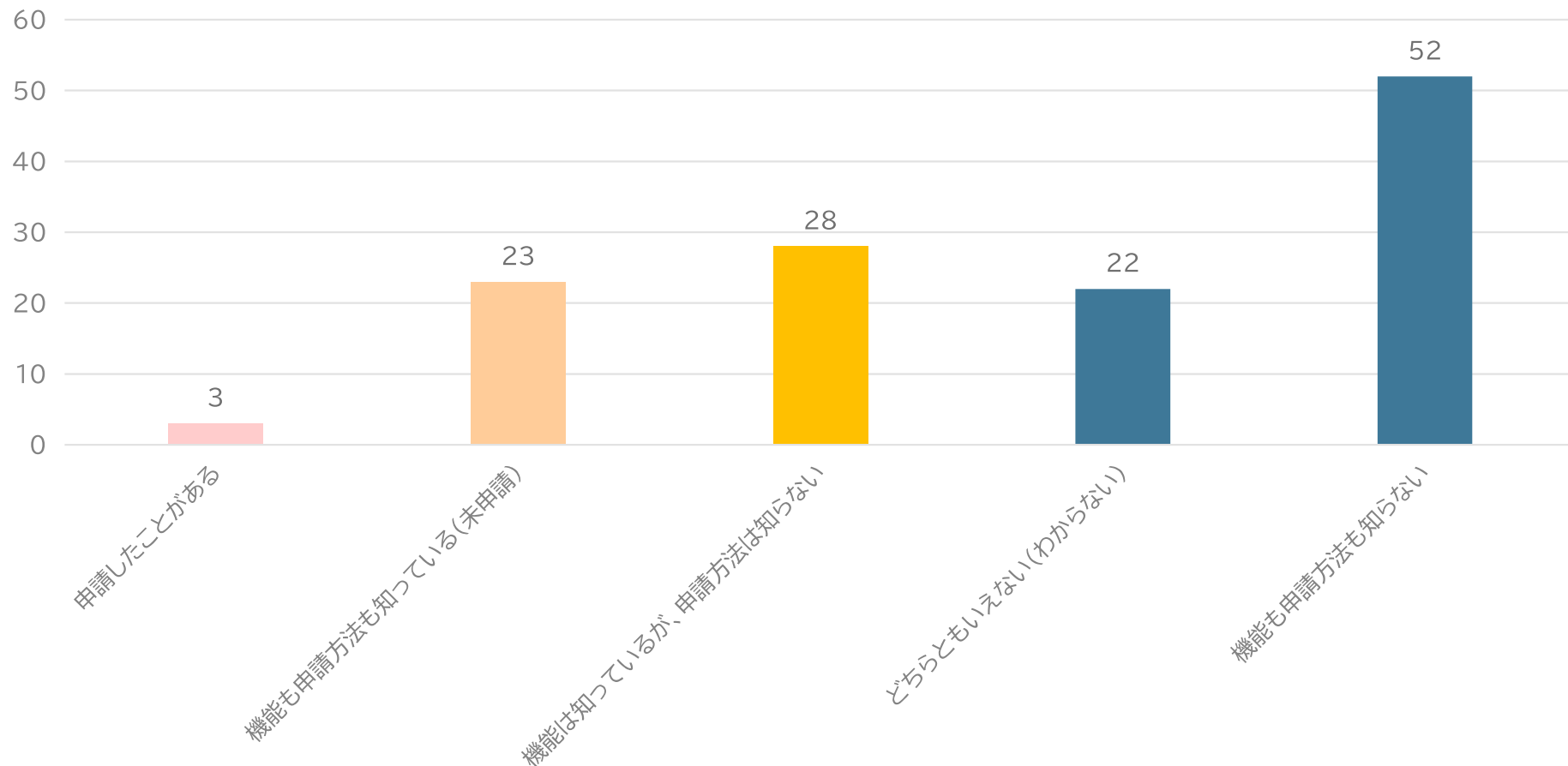


	売上への効果を感じないため	利用者が少ないため	レジの店員への負担が大きい	加盟店管理画面が使いにくい	閉店・区外移転する予定のため	通信環境が悪い	本社・本部の方針変更のため	その他	合計
回答数	7	6	0	4	1	0	0	1	19

アンケート調査内容④

- ✓ クーポン機能を知っていると回答した店舗は、全体の42%程度となった。
- ✓ 一方で申請方法を知っている店舗は、全体の20%程度に留まった。

Q.クーポン機能・申請方法について知っていますか？



	申請したことがある	機能も申請方法も知っている(未申請)	機能は知っているが、申請方法は知らない	どちらともいえない(わからない)	機能も申請方法も知らない	合計
回答数	3	23	28	22	52	128