

デジタル地域通貨「富士山Gコイン」の使用状況調査及び地域通貨による地域振興

静岡英和学院大学 人間社会学部 毛利ゼミ

指導教員：教授 毛利康秀

参加学生：仁科まどか、RIFQI HIKARI、堰澤花凜、日吉 宙、
PARATTU MOHOTTIGE MADUMALI、PHAM ANH TAI、
李 思彤、施 凌欣、TRAN THI NGUYEN、NGUYEN HA
PHUONG ANH、LI HUILONG、松本 藍、鄭 晰宇、
椎名優斗、倉本雅基

1 要約

- (1) 御殿場市では、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の流行（以降「コロナ禍」と表記）の終息後の地域振興策の一つとして、デジタル地域通貨「富士山Gコイン」の運用を開始している。本研究では、富士山Gコインの利用および意向の実態の把握を目的とした調査活動を行い、データの分析・検討を通して、コロナ禍を乗り越えた御殿場市の持続的な地域振興・観光振興についての提言の取りまとめを試みた。
- (2) 御殿場市商工会が実施したアンケート調査の結果を分析したところ、買い物等の主な支払い手段としては「現金が多い」が最も多く4割近くを占めたが、「キャッシュレス決済が多い」が約4分の1と続いており、電子マネー等の利用が拡大しつつある。よく使うキャッシュレス決済はPayPayが4割強と最も多く、富士山Gコインも4割弱と続いており、市内の経済の活性化に一定の役割を果たしていると考えられる。
- (3) 富士山Gコインの利用者を対象としたアンケート調査を行ったところ、市民の半数以上が利用している普及率の高さに比して利用頻度が低調である実態が判明した。富士山Gコインを利用する理由として、過半数が「（チャージ金額以上の）プレミアムがつく」ことを挙げており、プレミアムが終了した場合は「使う頻度が減る／使わなくなる」とする回答が3分の2近くに達し、その傾向は若い世代でより顕著であり、現状においてはプレミアム頼みであることが浮き彫りになった。なお、地元へ愛着がある人は富士山Gコインの利用意欲が全般的に高く、「地域経済に貢献できるから」とする意識も高い傾向が出ている。
- (5) 現状において、富士山Gコインは全国的に成功事例に挙げられるものの、まだ普及途上の段階にあることは否めない。長期的には富士山Gコインの利便性をさらに拡張して、プレミアムに依存しない形での利用の定着が望まれる。そして、地元愛が強い人は富士山Gコインの利用が地域の活性化に役立つとする意識が高いので、富士山Gコインの利用促進策と連動したイベントなどを積極的に開催して活性化を図るとともに、地元愛を涵養するための一層の取り組みが有効ではないか、とする提言を取りまとめた。

2 研究の目的

2020年（令和2年）に世界的な規模で生じた新型コロナウイルス感染症の世界的な流行は、2023年（令和5年）に至ってようやく沈静化し、地域経済の再興に向けた取り組みが本格化しつつある。御殿場市においても、御殿場市商工振興課および御殿場市商工会を中心に、本格的な地域振興・観光振興へ向けた取り組みが進められている。その振興策の一つとして、御殿場市では2022年（令和4年）からデジタル地域通貨「富士山Gコイン」の運用を開始しており、その活用と利用拡大による経済のさらなる活性化が期待されている。

デジタル地域通貨とは、特定の地域の参加店舗で利用できるキャッシュレス決済サービスで、スマホに入れたアプリで多く利用される。富士山Gコインは御殿場市独自の地域通貨で（図1参照）、御殿場市の人口約8万6000人のうち6割以上の約5万2000人が利用している（2024年11月時点）。全国のデジタル地域通貨の中でも高い普及率を示しており、利用可能な店舗も増加傾向にある。

利用実績の詳細は御殿場市のデータを参照できるが、他のキャッシュレス決済との併用状況や利用者の利用意向および意識についてはアンケートなどの方法で調査することが有効であると考えられる。そこで、本研究では、富士山Gコインの利用実態および利用意識の把握を試み、中心市街地の活性化策との相乗効果を高めていくための基礎データを得ることを目標とした。



図1 富士山Gコインのロゴ

3 研究の内容

毛利ゼミの中から御殿場を主に担当する研究班を編成して、現地へのフィールドワークならびにアンケート調査等の活動を行った。主に2年生が担当したが、御殿場に昨年度のフィールドワークに参加した3年生・4年生もサポート役として加わった。

概ね、以下のようなスケジュールで進行した。

- ・ 9月～11月 御殿場市の概要に関する学習、デジタル地域通貨「富士山Gコイン」に関する学習
- ・ 9月22日「ごてんば産業フェア」で商工会がアンケート調査を実施、入力・集計・分析を分担
- ・ 9月27日 御殿場市役所、御殿場市商工会、御殿場市観光協会に挨拶
- ・ 11月 8日 御殿場市内へのフィールドワークの実施(図2～図5参照)
- ・ 11月23日 御殿場駅前で開催されたイベント「駅まえ～る2024」会場にて、商工振興課の協力を得てアンケート調査を実施(図6参照)
- ・ 12月～1月 アンケートの集計・分析、提言の取りまとめ

4 研究の成果

(1) 当初の計画

デジタル地域通貨「富士山Gコイン」の利用実態の把握および利用拡大を通じた地域振興・観光振興策の検討を行う。その目的を達成するため、現地へのフィールドワークおよび調査活動を実施した。具体的には、関係者への取材(インタビュー調査)、関連データの分析(ドキュメント分析)、御殿場市民、特に富士山Gコインの利用者を対象とした利用状況および意向についての調査(アンケート調査)、他の地域におけるデジタル地域通貨の活用事例等のデータの収集および分析(事例研究・内容分析)を行って、利用実態および今後の利用意向を把握するとともに、他の事例との比較による地域的な特性を抽出しながら比較・検討等を進めていく。それらを総合的に検討することにより、御殿場市の特性に合わせたデジタル地域通貨のあり方および持続性のある施策の提言を取りまとめる。

(2) 実際の内容 (B:一部修正)

御殿場市から富士山Gコインの使用状況に関するメタデータを提供してもらい、アンケート調査と合わせた総合的な分析を企図したが、アンケート調査の入力・集計・分析に必要な作業量が多く、メタデータの分析は断念せざるを得なかった。この分析は毛利ゼミの研究テーマとして継続して行っていく予定である。

(3) 実績・成果と課題

ゼミの時間を利用して、御殿場市に関する事前学習を行った上でフィールドワークに臨んだ。御殿場市役所、御殿場



図2 御殿場駅前の商店街を探索中の様子



図3 御殿場市役所を訪問した時の様子



図4 商工会の特産品展示を探索中の様子



図5 観光案内所を見学した時の様子



図6 イベント「駅まえ～る2024」での調査活動の様子

市商工会、駅前の観光案内所を訪問し、担当者より現況に関する話を伺った。市内の商店街の景況や商工業者への支援の状況に関する知見が得られ、事前学習では掴みづらかった全体像を補強することができた。御殿場プレミアム・アウトレットの賑わいに比して駅前の商店街の人通りの少なさが目立ち、学生に強い印象を残した。フィールドワークから戻った後は事後学習および、アンケート調査の集計と分析を行った。主な分析結果は以下の通りである。

一つは、2023年9月22日に開催された「ごてんばの日」の地域イベントで御殿場市商工会が実施したアンケートで、毛利ゼミがデータ入力・集計・分析を担当した。有効回答数は200あり、男性75、女性125であった。

本研究に関連する質問は2つあり、買い物等での主な支払い手段についての質問を男女別に集計したところ、表1のようになった。最も多かったのは「現金が多い」で、男性は42.7%、女性は36.0%を占めていた。「キャッシュレス決済アプリが多い」とする回答が続いていて、男性は20.0%、女性は27.0%が利用している。全体としてはまだ現金派が多いと言えるが、キャッシュレス決済の割合は今後上昇していくものと予想される。

キャッシュレス決済手段のうち、よく利用するものについて質問したところ、表2のようになった。PayPayが最も多く、男女とも4割以上がよく使うと回答した。続いて富士山Gコインの利用率が高く、男性は33.3%、女性は41.6%、合計で38.5%となっている。

富士山Gコインは御殿場市内で利用されることに留意すると、市内経済の活性化に一定の役割を果たしているものと判断して良い。

もう一つのアンケートは11月23日に御殿場駅前で実施されたイベント

「駅まえ〜る 2024」の会場にて、主に富士山Gコインの利用者を対象としたアンケートを実施した。設定数200に対して回収数は132、うち富士山Gコインの利用者分として123回収でき、設定数に対する有効回答率は61.5%であった。

使用頻度については表3のようになった。ほとんど毎日使用していると回答はなく、一週間に1回以上使用している回答も2割に満たず、一ヶ

表1 買い物等での主な支払い手段(商工会アンケート)男女別

	男性		女性		合計	
	人	%	人	%	人	%
現金が多い	32	42.7%	45	36.0%	77	38.5%
キャッシュレス決済アプリが多い	15	20.0%	34	27.2%	49	24.5%
クレジットカードが多い	16	21.3%	29	23.2%	45	22.5%
クレジットカード+アプリ	8	10.7%	9	7.2%	17	8.5%
現金+クレジットカード	1	1.3%	5	4.0%	6	3.0%
現金+クレジットカード+アプリ	0	0.0%	1	0.8%	1	0.5%
現金+アプリ	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	3	4.0%	2	1.6%	5	2.5%
合計	75	100.0%	125	100.0%	200	100.0%

ns

表2 よく使うキャッシュレス決済手段(商工会アンケート)男女別 複数回答可

	男性		女性		合計	
	人	%	人	%	人	%
PayPay	31	41.3%	52	41.6%	83	41.5%
富士山Gコイン	25	33.3%	52	41.6%	77	38.5%
d払い	19	25.3%	18	14.4%	37	18.5%
楽天ペイ	7	9.3%	15	12.0%	22	11.0%
auPAY	7	9.3%	13	10.4%	20	10.0%
モバイルSuica	7	9.3%	6	4.8%	13	6.5%
楽天Edy	6	8.0%	3	2.4%	9	4.5%
メルペイ	3	4.0%	4	3.2%	7	3.5%
その他	1	1.3%	3	2.4%	4	2.0%
回答計	106		166		272	
%は回答者数に対する割合	75	=回答者数	125	=回答者数	200	=回答者数

表3 富士山Gコインの使用頻度(駅前アンケート)男女別

	男性		女性		合計	
	人	%	人	%	人	%
ほとんど毎日	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
一週間に1回以上	2	6.1%	17	18.9%	19	15.4%
一ヶ月に1回以上	13	39.4%	20	22.2%	33	26.8%
一ヶ月に1回未満	14	42.4%	34	37.8%	48	39.0%
ほとんど使っていない	4	12.1%	19	21.1%	23	18.7%
無回答	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	33	100.0%	90	100.0%	123	100.0%

ns

表4 富士山Gコインを使う理由(駅前アンケート)男女別 複数回答可

	男性		女性		合計	
	人	%	人	%	人	%
プレミアムがあるから	20	60.6%	46	51.1%	66	53.7%
特典やプレゼント等があるから	9	27.3%	40	44.4%	49	39.8%
普段利用する店で使えるから	12	36.4%	31	34.4%	43	35.0%
便利に使えるから	6	18.2%	20	22.2%	26	21.1%
地域経済に貢献できるから	8	24.2%	16	17.8%	24	19.5%
御殿場が好きだから	4	12.1%	4	4.4%	8	6.5%
何となく使っている	1	3.0%	4	4.4%	5	4.1%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
回答計	60		161		221	
%は回答者数に対する割合	33	=回答者数	90	=回答者数	123	=回答者数

表5 富士山Gコインを使う理由(駅前アンケート)愛着度別 複数回答可

	御殿場に愛着あり		あまり愛着なし		合計	
	人	%	人	%	人	%
プレミアムがあるから	43	53.8%	23	50.0%	66	53.7%
特典やプレゼント等があるから	32	41.6%	17	37.0%	49	39.8%
普段利用する店で使えるから	28	36.4%	15	32.6%	43	35.0%
便利に使えるから	20	26.0%	6	13.0%	26	21.1%
地域経済に貢献できるから	17	22.1%	7	15.2%	24	19.5%
御殿場が好きだから	7	9.1%	1	2.2%	8	6.5%
何となく使っている	0	0.0%	5	10.9%	5	4.1%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
回答計	147		74		221	
%は回答者数に対する割合	77	=回答者数	46	=回答者数	123	=回答者数

月に1回未満しか利用しない回答は合計で57.7%に達している。普及率は高くても、アクティブなユーザーはまだ多いとは言えない。

富士山Gコインを利用する理由は表4のようになった。男女差は出ず、「(チャージ金額以上の)プレミアムがつく」とする回答が過半数の53.7%に達している。回答者を御殿場の街に愛着を持っているかどうかで分けたところ(表6の「強く持っている」「まあ持っている」を「愛着あり」、それ以外を「あまり愛着なし」と分けた)表5のようになり、「愛着あり」のグループは全体的に利用意欲が高く、「地域経済に貢献できるから」とする意欲が高いことも判明した。

プレミアムがなくなった場合の利用意向については表7のようになり、「使う頻度が減る/使わなくなる」とする回答が65.9%に達した。男女差は出なかったが、30代以下と40代以上の世代別に分けたところ有意差が出て表8のようになり、若い世代の

「使わなくなる」意向が際立っている。愛着度別に分けても有意差は出ず、プレミアムがなくなれば地元愛が高い人も利用から遠ざかってしまうことを示唆している。まだプレミアム頼みという実態が浮き彫りになった。

(4) 今後の改善点や対策

御殿場市から提供を受けた富士山Gコインの利用状況に関するデータの分析は学期末までに間に合わず、持ち越しとなった。同コインの取扱店に対する調査も含め、次年度以降の課題にしたい。

5 地域への提言

「富士山Gコイン」は、内閣官房の公式サイトで成功事例として紹介されており、全国的な注目を集めている。地域経済の活性化に一定の効果をもたらしていると考えられるが、それでも多数の市民が日常的に使用する段階には達していない。逆にいえば、さらなる利用の拡大で、より効果が大きくなる潜在力を秘めている。

富士山Gコインは、小中学校への入学祝いや結婚応援のためにも活用されており、地域に密着した取り組みが特色となっている。今後は、この特色をさらに強めていきたい。短期的には、富士山Gコインの使用促進策と連動した地域イベントを積極的に開催して地域経済の活性化を図ること、長期的には、富士山Gコインの利便性をさらに拡張して、プレミアムに依存しない利用の定着を推進していくことが挙げられる。地元愛は地域活性化と親和性が高いので、さらなる地元愛の涵養を推し進めて相乗効果を出していきたいところである。

6 地域からの評価

研究成果の取りまとめが1月末までかかったため、2月時点では集計結果の速報を順次フィードバックしている状況で、地域からの評価をいただくのはまだこれからという段階である。御殿場出身の学生も含まれ、学生の関心は全般的に高いので、引き続き御殿場をフィールドとした取り組みを続けていきたい。

謝辞：この研究を進めるにあたり、ふじのくに地域・大学コンソーシアム、御殿場市商工振興課および御殿場市商工会、御殿場市観光協会の皆様に大変お世話になりました。ここに感謝の意を申し上げます。

表6 御殿場の街に愛着を持っているか(駅前アンケート)男女別

	男性		女性		合計	
	人	%	人	%	人	%
強く持っている	8	10.7%	13	27.1%	21	17.1%
まあまあ持っている	38	50.7%	18	37.5%	56	45.5%
普通	23	30.7%	16	33.3%	39	31.7%
あまり持っていない	4	5.3%	1	2.1%	5	4.1%
全く持っていない	1	1.3%	0	0.0%	1	0.8%
分からない	1	1.3%	0	0.0%	1	0.8%
無回答	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	75	100.0%	48	100.0%	123	100.0%

ns

表7 プレミアムがなくなっても富士山Gコインを使い続けるか(駅前アンケート)男女別

	男性		女性		合計	
	人	%	人	%	人	%
引き続き使い続けると思う	8	24.2%	16	17.8%	24	19.5%
使う頻度が減ると思う	13	39.4%	36	40.0%	49	39.8%
使わなくなると思う	7	21.2%	25	27.8%	32	26.0%
分からない	5	15.2%	12	13.3%	17	13.8%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	0	0.0%	1	1.1%	1	0.8%
合計	33	100.0%	90	100.0%	123	100.0%

ns

表8 プレミアムがなくなっても富士山Gコインを使い続けるか(駅前アンケート)世代別

	30代以下		40代以上		合計	
	人	%	人	%	人	%
引き続き使い続けると思う	14	18.7%	10	20.8%	24	19.5%
使う頻度が減る/使わなくなる	22	29.3%	27	56.3%	49	39.8%
使わなくなると思う	26	34.7%	6	12.5%	32	26.0%
分からない	13	17.3%	4	8.3%	17	13.8%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	0	0.0%	1	2.1%	1	0.8%
合計	75	100.0%	48	100.0%	123	100.0%

** P<0.05