



# 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 |

プレミアム付ナカパイ 及び ダウンロード キャンペーン結果

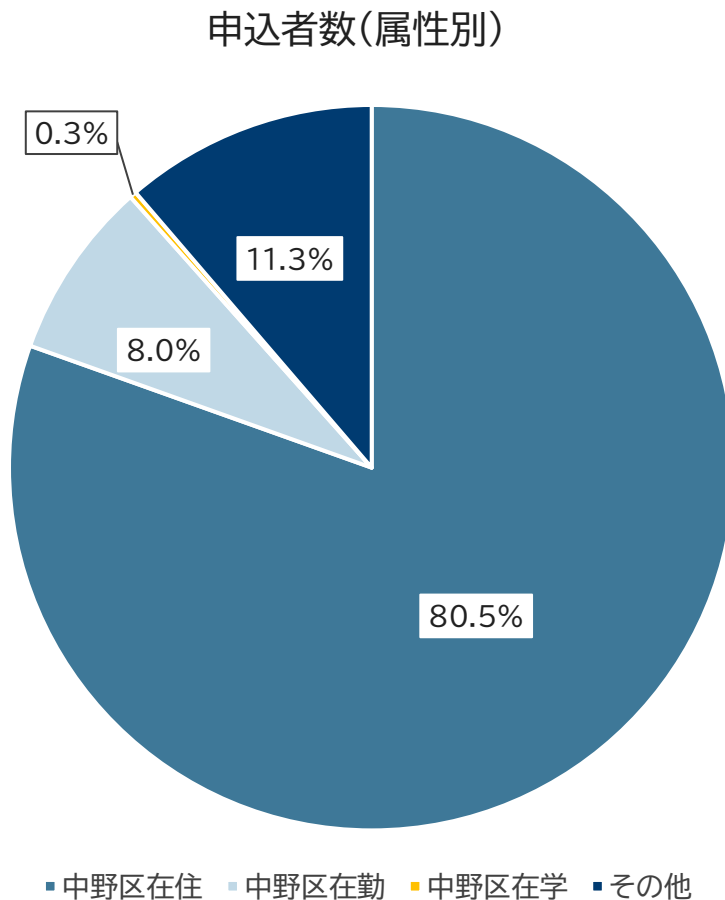
✓ プレミアムキャンペーン・ダウンロードキャンペーンの結果は 以下のとおり

| 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<br>(当選人数/申込人数)       | 40,864名<br>(99.2%)    | 22,008名<br>(55.6%)   |
| 当選セット数<br>(当選セット数/申込セット数) | 226,877セット<br>(99.1%) | 84,098セット<br>(55.3%) |
| 購入人数<br>(購入人数/当選人数)       | 37,913名<br>(92.7%)    | 20,059名<br>(91.1%)   |
| 購入セット数<br>(購入セット数/当選セット数) | 212,240セット<br>(93.5%) | 76,982セット<br>(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)

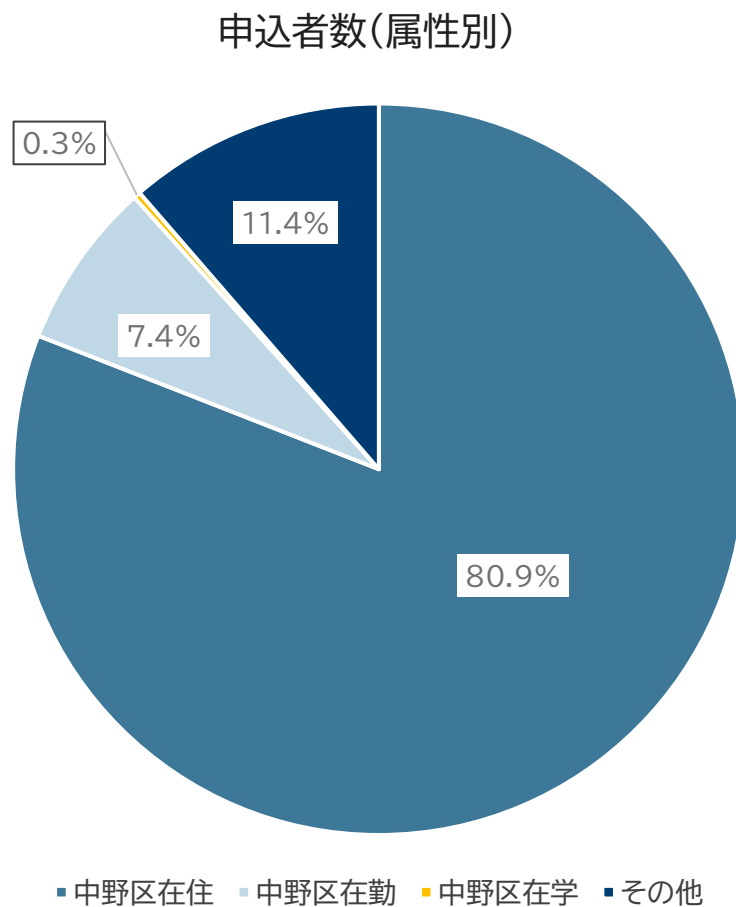
- ✓ 申込者の80%以上を中野区在住者が占める形となった。
- ✓ 在学者は昨年と同様、申込者が1%未満となっており、プレミアムの購入には消極的な傾向となった。



| 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)

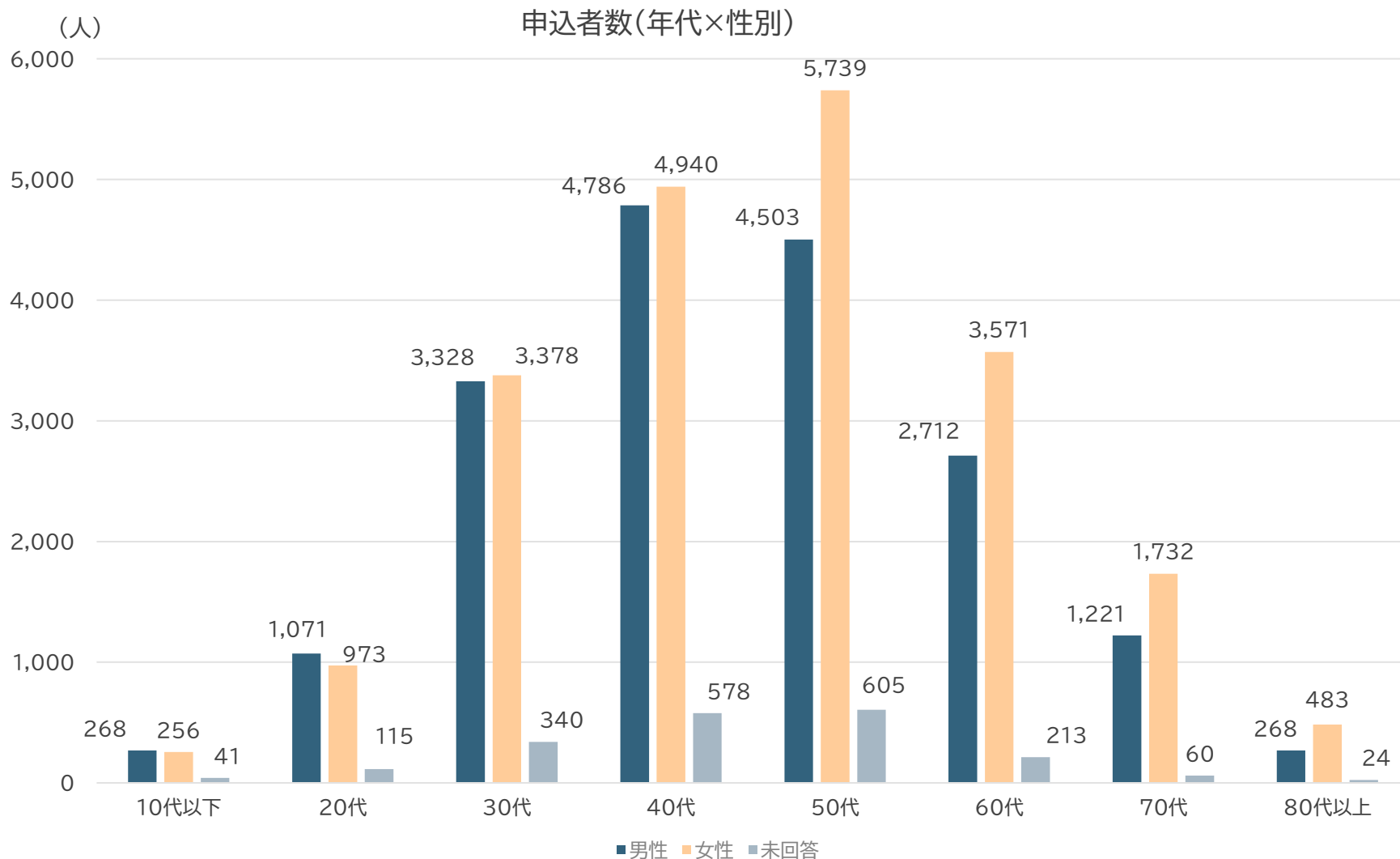
- ✓ 中野区在住者が全体の約8割を占め、プレミアム第1弾と同様の傾向となった。



| 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  |

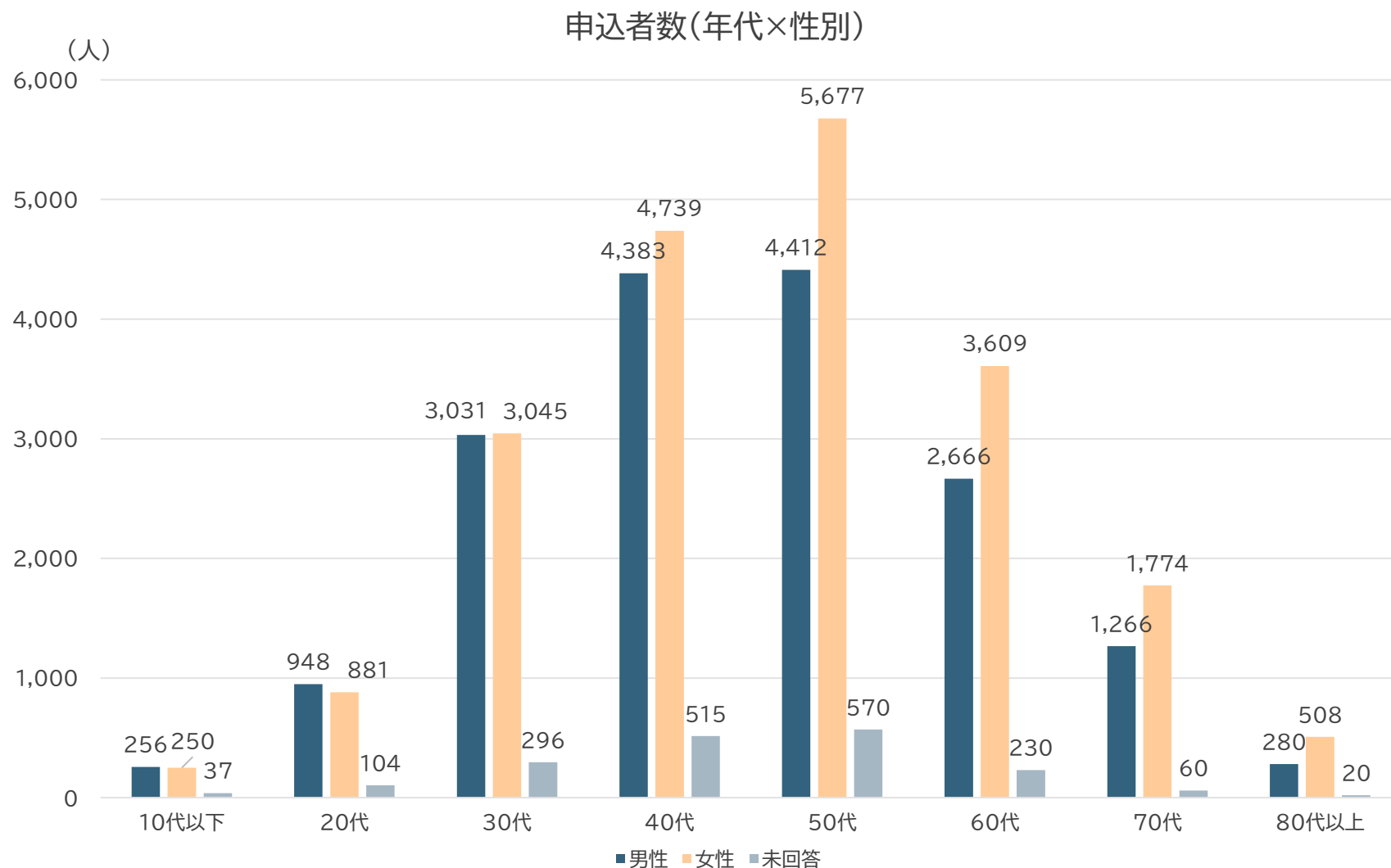
### プレミアム第1弾 申込者数(年代×性別)

- ✓ 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)

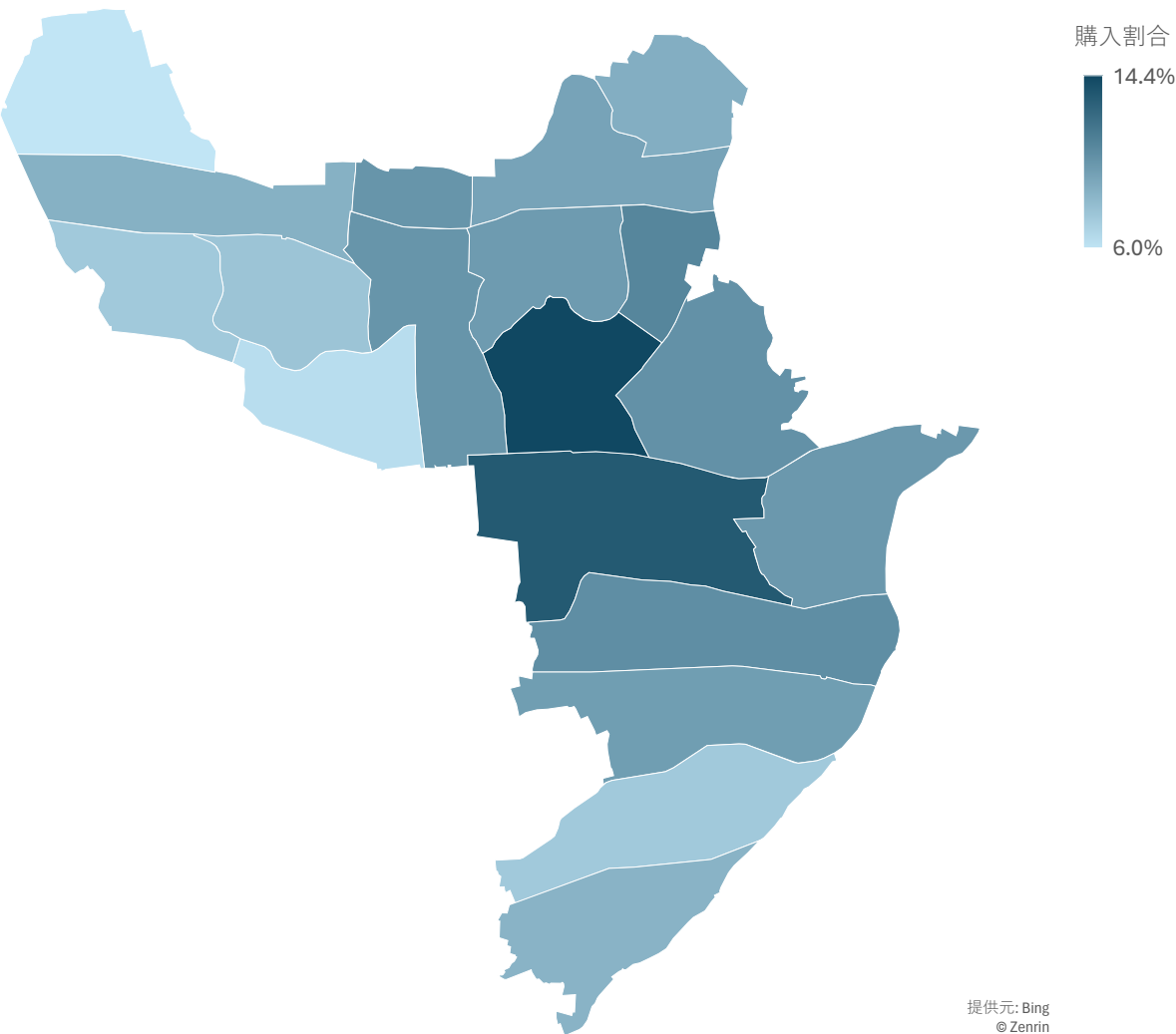
- ✓ 第1弾と同様、50代の女性からの申込が最も多く、年代としては30代～60代の申込が中心となった。



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

人口に対する申込者数の割合(中野区エリア別)

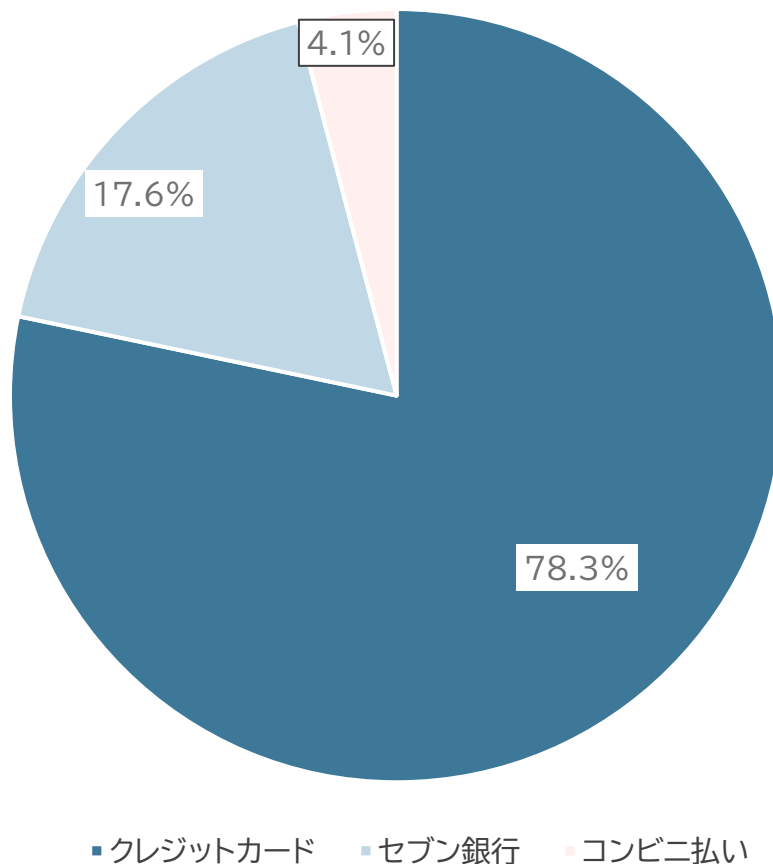


※町ごとの人口は、[中野区HP2025年住民基本台帳による人口\(2025年6月1日時点\)](#)参照

### 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

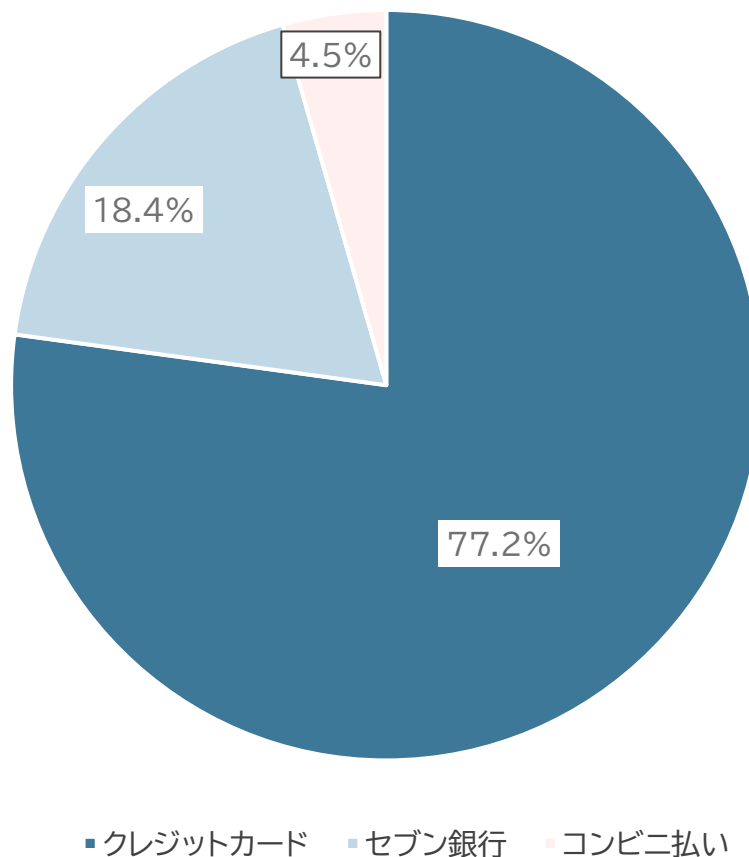


| 支払い方法    | 購入者数   |
|----------|--------|
| クレジットカード | 29,683 |
| セブン銀行ATM | 6,674  |
| コンビニ     | 1,556  |

### 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

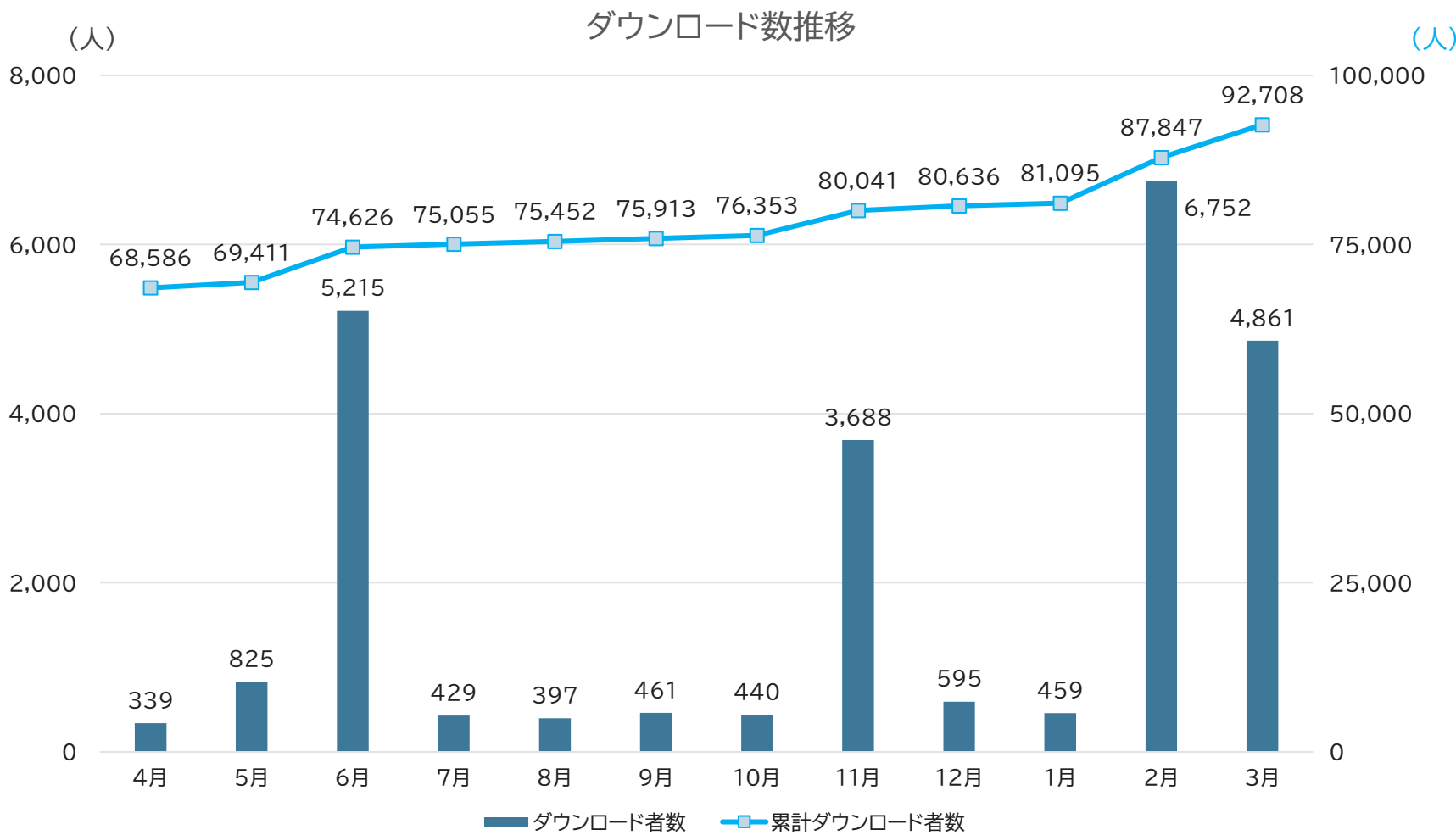


| 支払い方法    | 購入者数   |
|----------|--------|
| クレジットカード | 15,478 |
| セブン銀行ATM | 3,687  |
| コンビニ     | 894    |

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

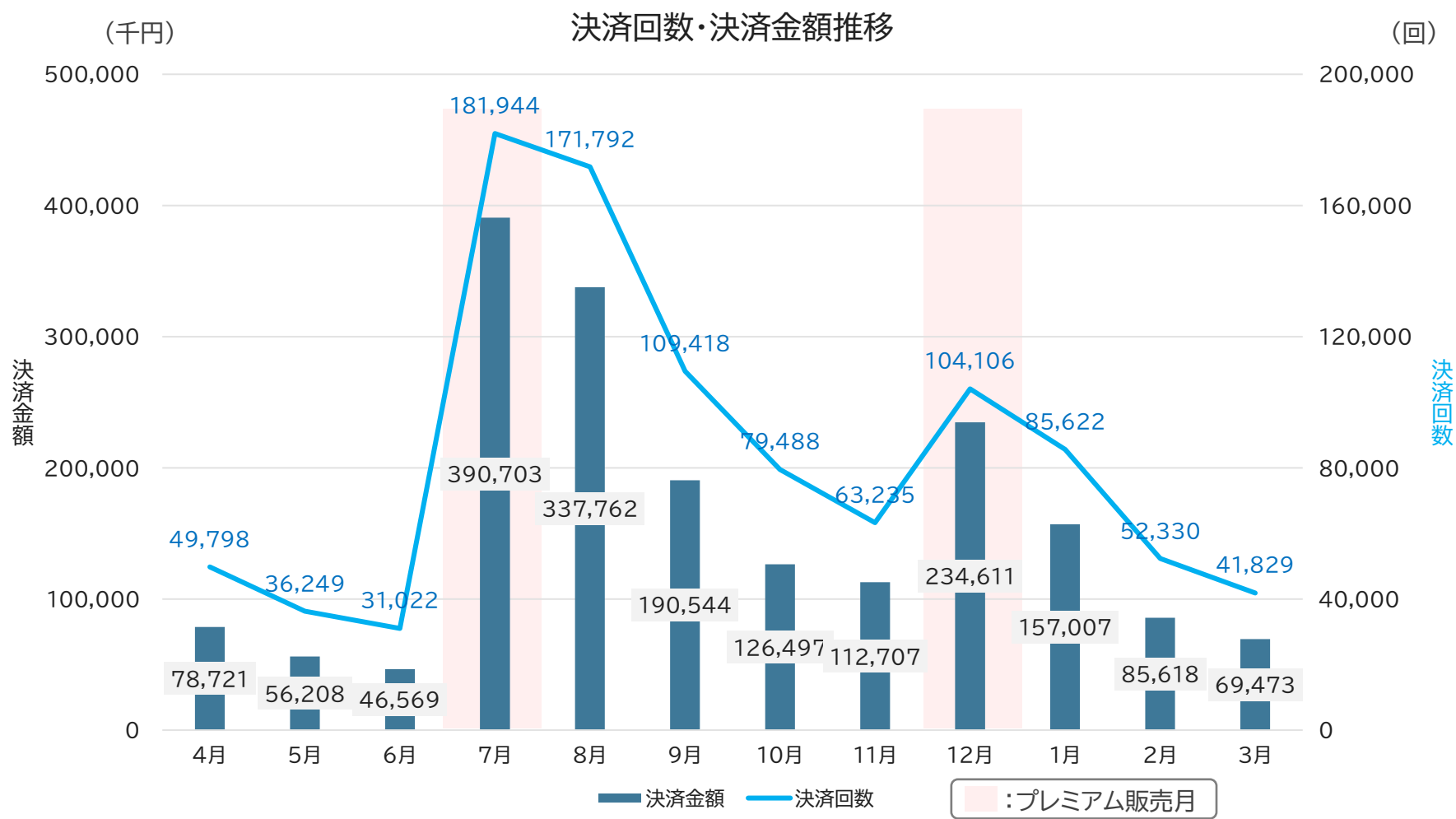
# アプリダウンロード者数推移(月別)

- ✓ 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)

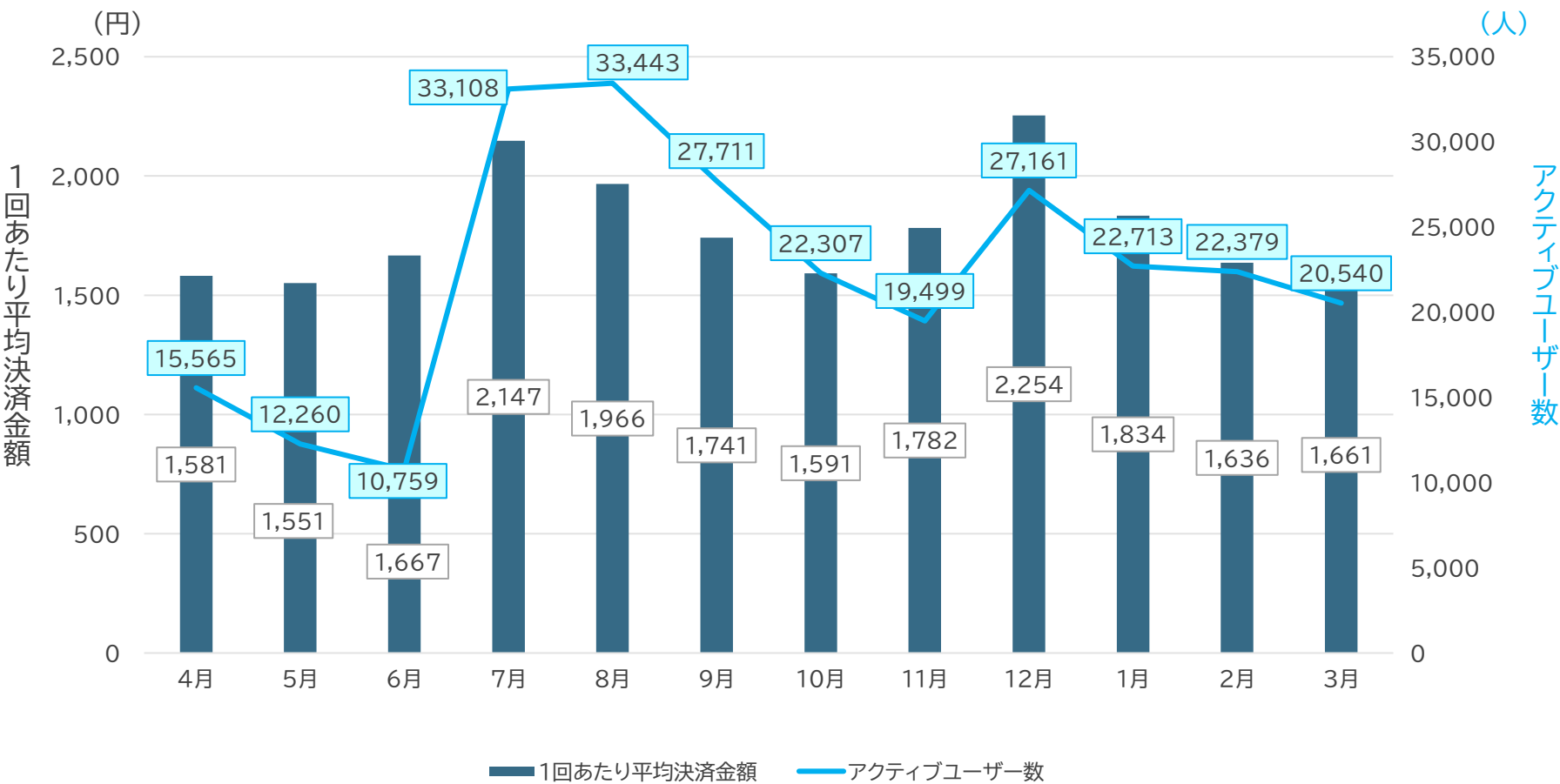
✓ プレミアム第1弾の販売をスタートした7月に決済金額・回数ともに最多を記録した。



# 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。

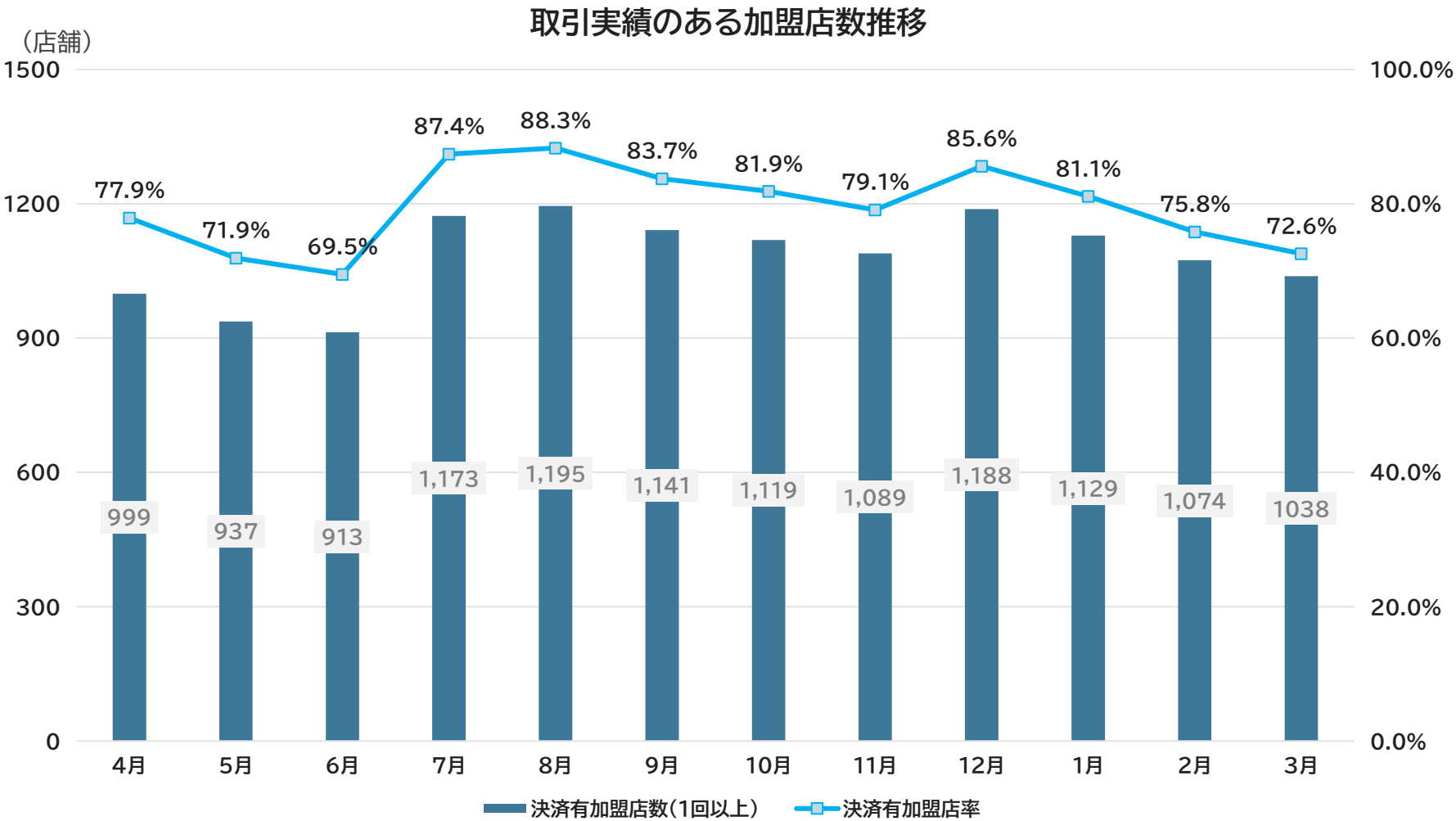
1回あたり平均決済金額・アクティブユーザー数推移



※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

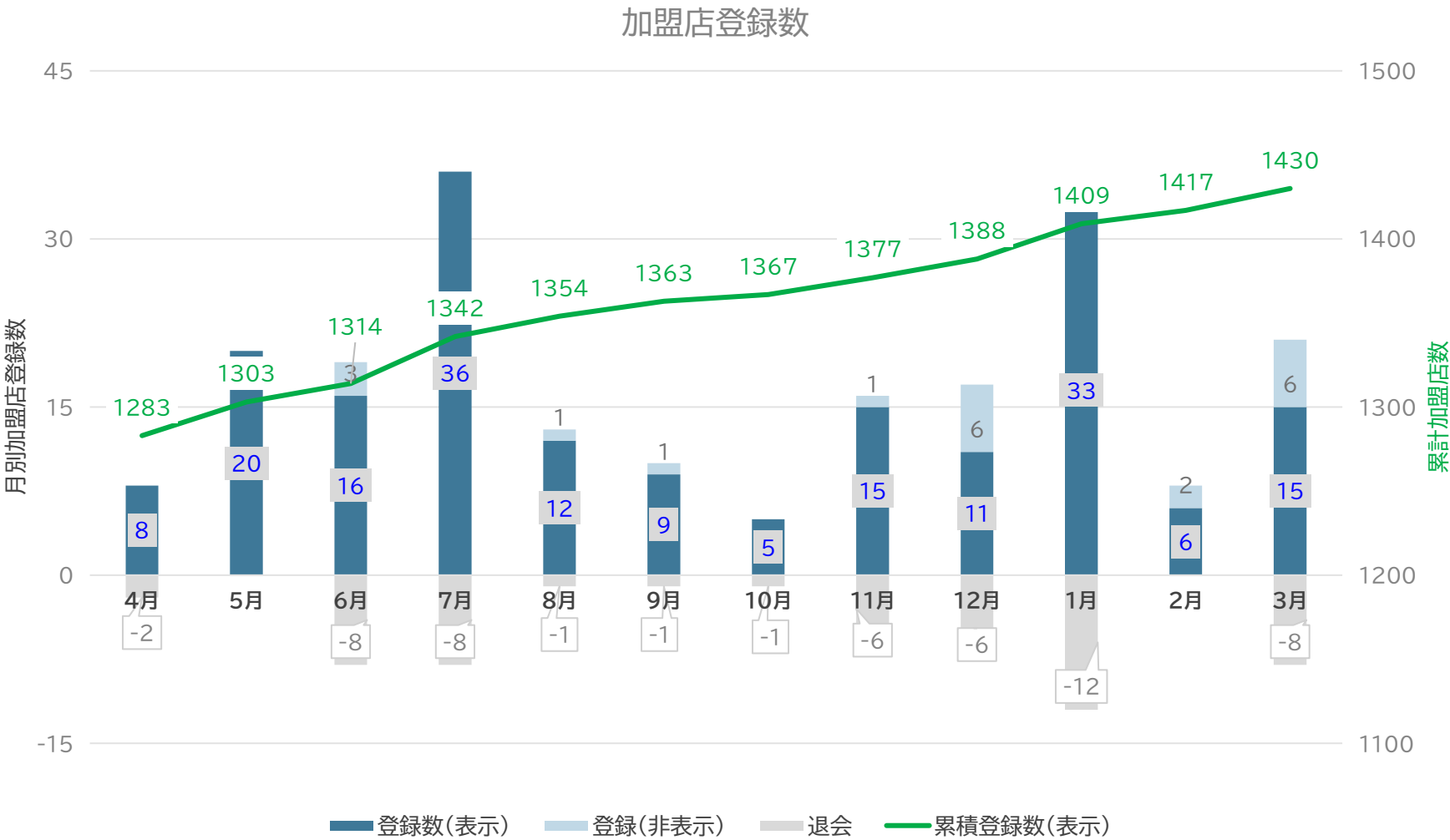
# 取引実績有加盟店数推移(月別)

- ✓ 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。

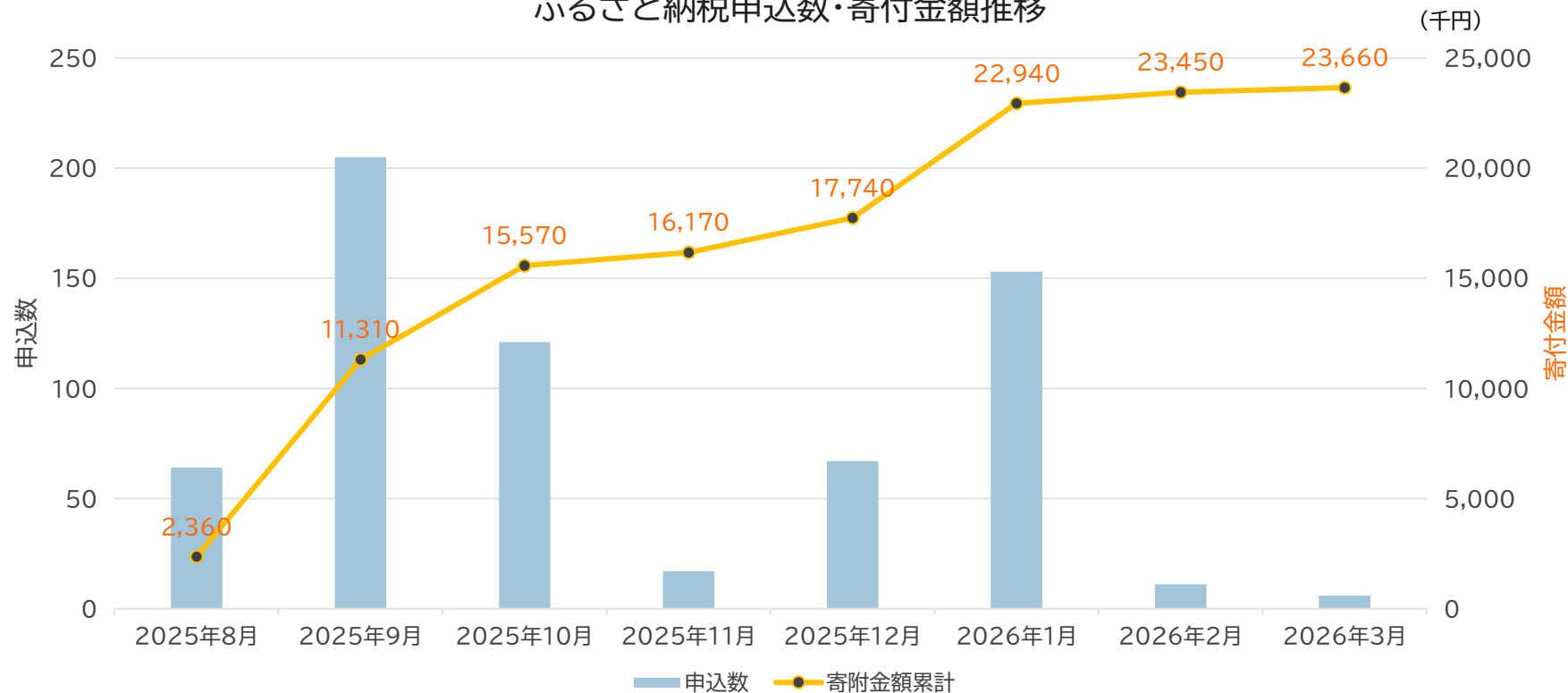


※登録(非表示)には、申請・審査中を含む

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。

ふるさと納税申込数・寄付金額推移



| 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 |

# 加盟店向けアンケートの概要

✓ ナカパ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   | ナカパ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月末時点のナカパイ加盟店                                        |      |  |
| 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(ナカパイ事務局より発信)                                        |      |  |
| 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                                                    |      |  |

事務連絡  
令和8年3月2日

ナカパ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(ナカパイ)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。

ナカパイの運用開始から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月末時点のナカパイ加盟店

(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](mailto:chiikikeizaikasseika@city.tokyo-nakano.lg.jp)  
☎03-3228-5707

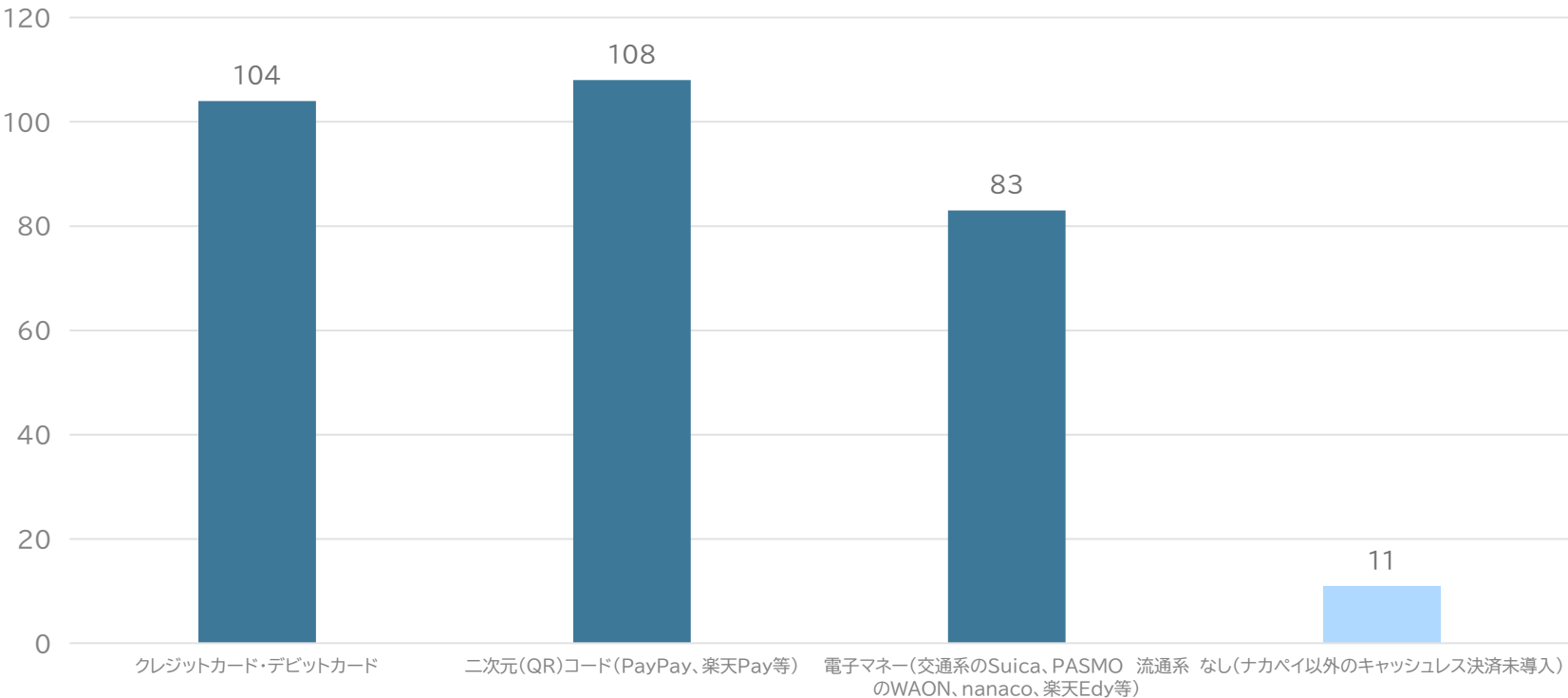
(回答必要時間：5分～10分)



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.ナカパ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)

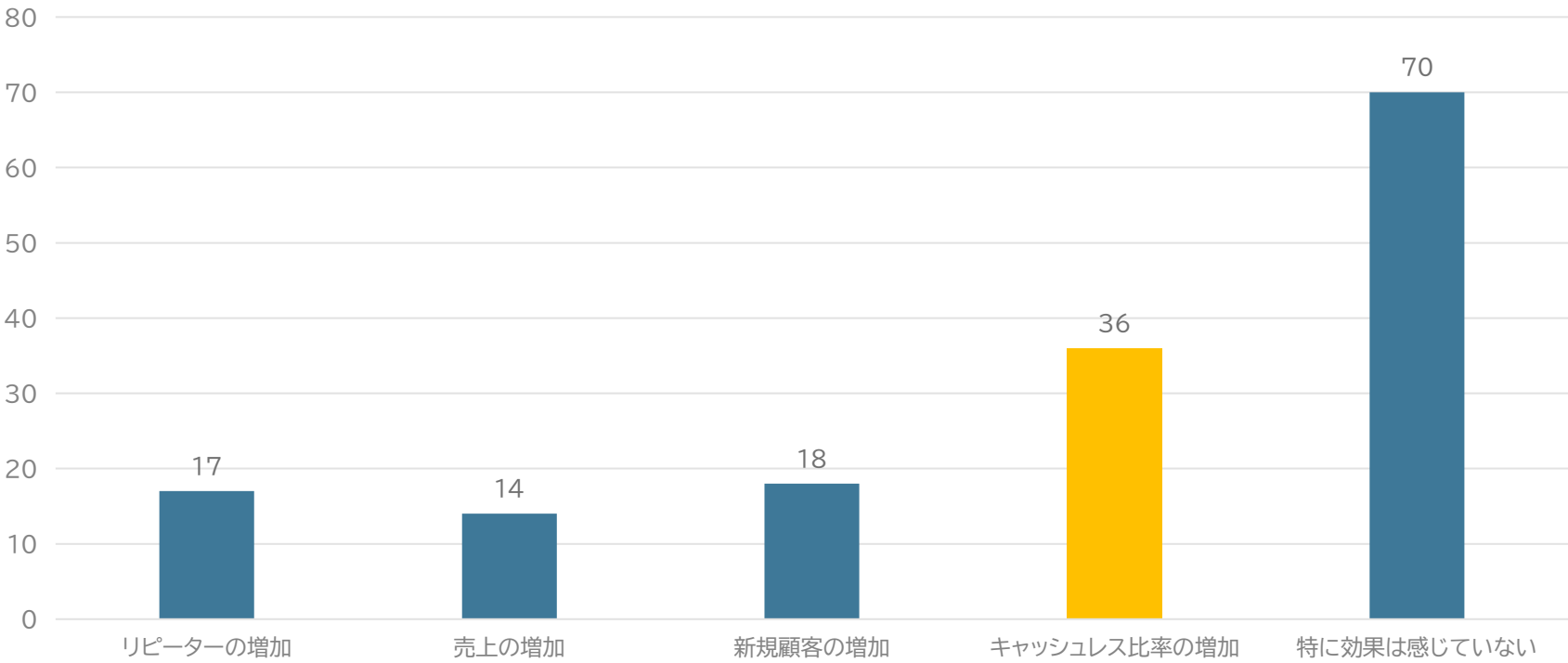


|     | クレジットカード・デビットカード | 二次元(QR)コード | 電子マネー | なし | 合計  |
|-----|------------------|------------|-------|----|-----|
| 回答数 | 104              | 108        | 83    | 11 | 306 |

## 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)

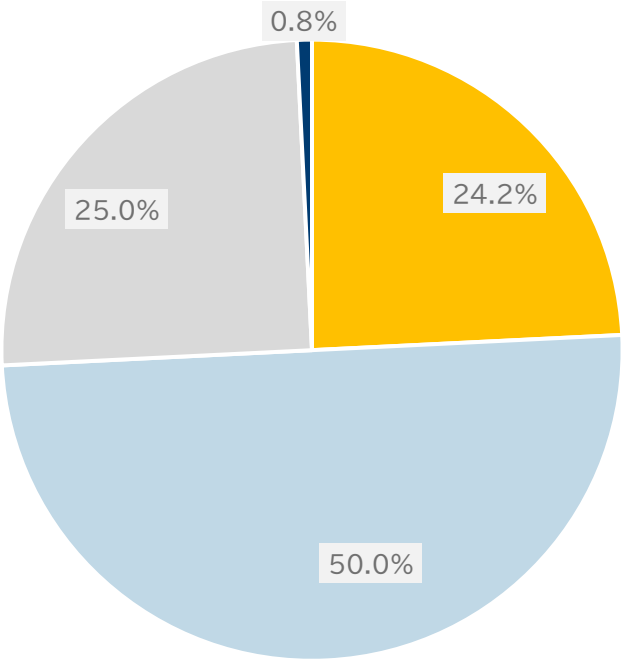


|     | リピーターの増加 | 売上の増加 | 新規顧客の増加 | キャッシュレス比率の増加 | 特に効果は感じていない | 合計  |
|-----|----------|-------|---------|--------------|-------------|-----|
| 回答数 | 17       | 14    | 18      | 36           | 70          | 155 |

# 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？



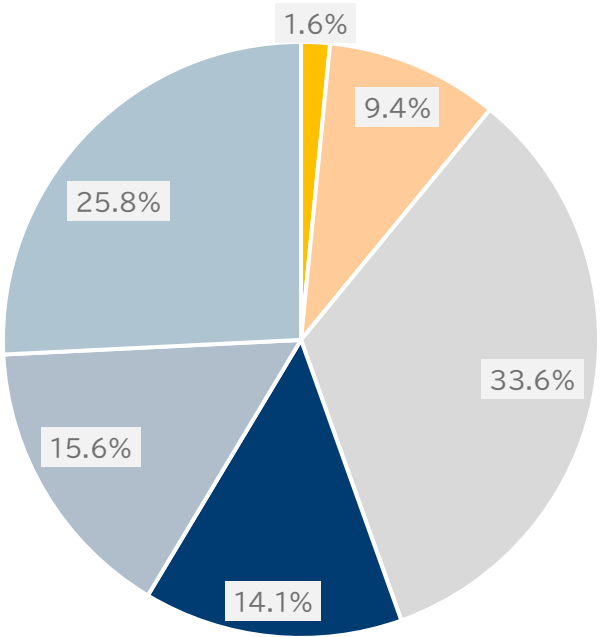
■ やや増加した   ■ 変わらない   ■ どちらともいえない(分からない)   ■ 大幅に減少した

|     | 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？



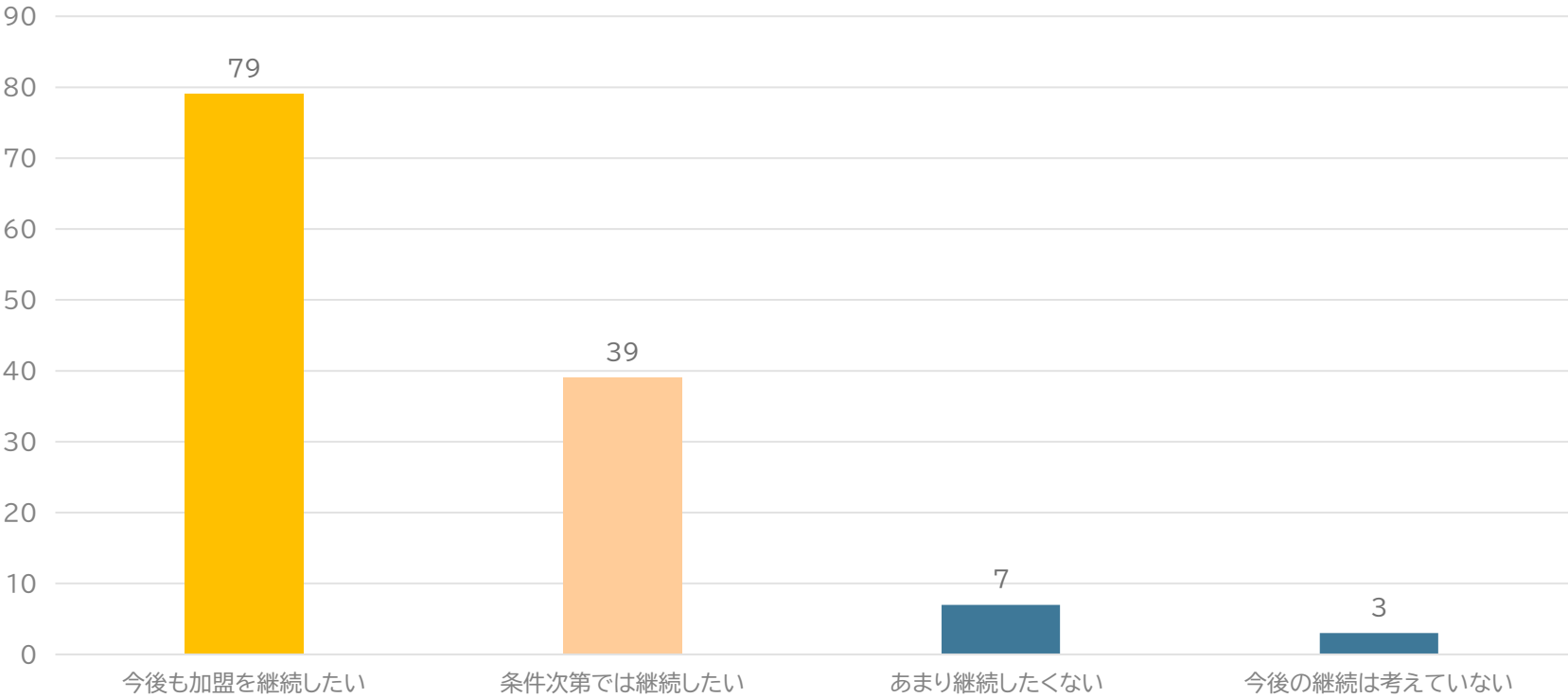
■とても大きい ■大きい ■普通 ■小さい ■どちらともいえない(わからない) ■ほとんどない

|     | 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



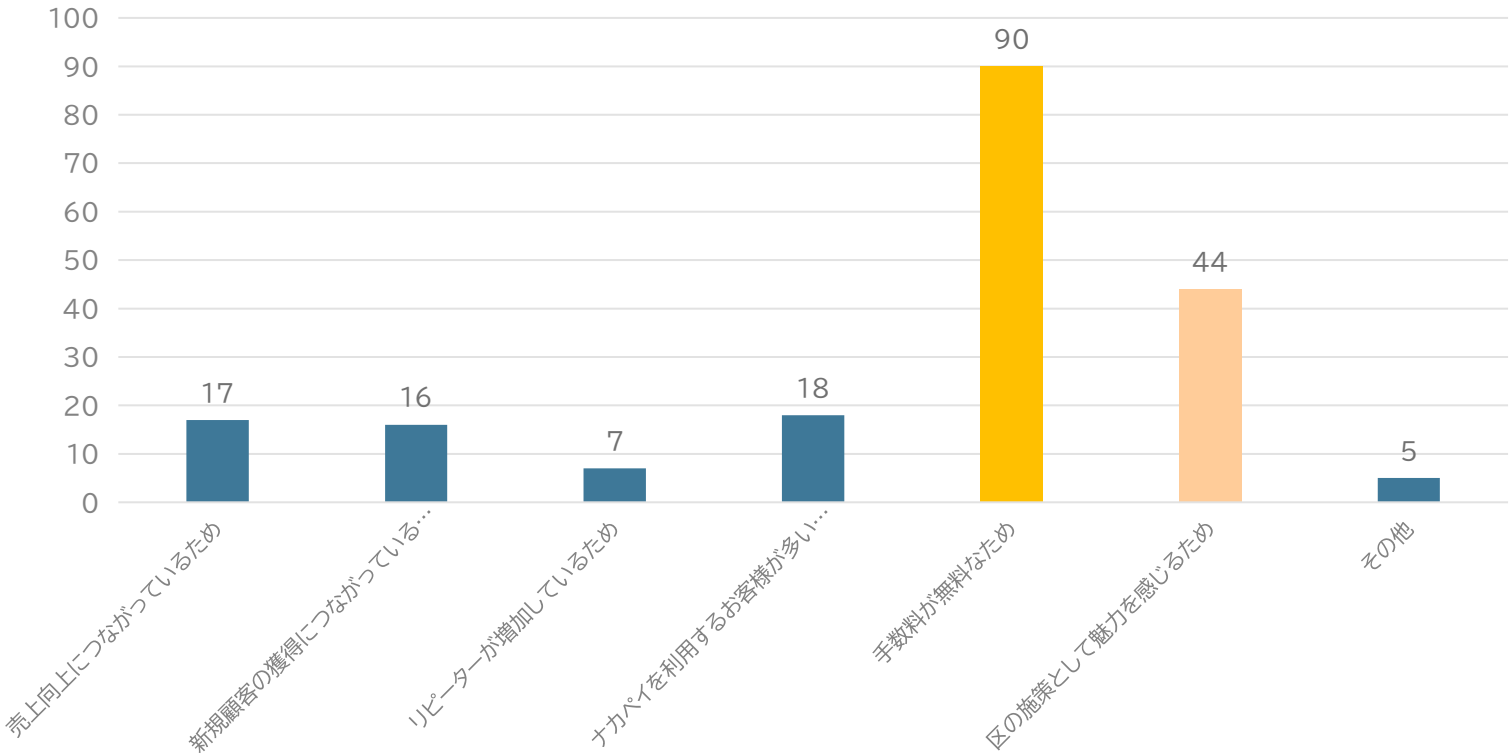
|     | 今後も加盟を継続したい | 条件次第では継続したい | あまり継続したくない | 今後の継続は考えていない | 合計  |
|-----|-------------|-------------|------------|--------------|-----|
| 回答数 | 79          | 39          | 7          | 3            | 128 |

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



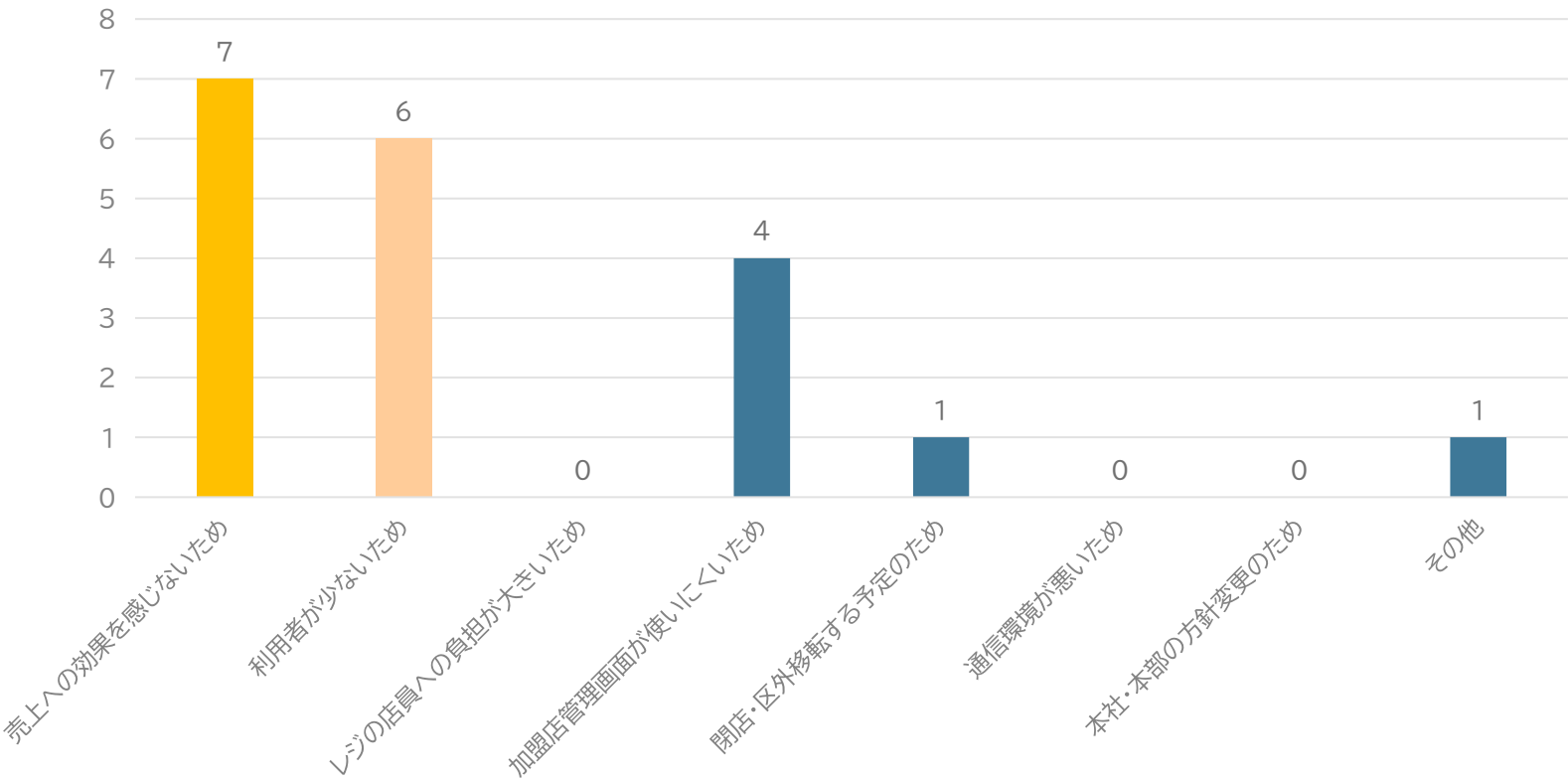
|     | 売上向上につながっているため | 新規顧客の獲得につながっているため | リピーターが増加しているため | ナカペイを利用するお客様が多いため | 手数料が無料なため | 区の施策として魅力を感じるため | その他 | 合計  |
|-----|----------------|-------------------|----------------|-------------------|-----------|-----------------|-----|-----|
| 回答数 | 17             | 16                | 7              | 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、「売上への効果を感じられない」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

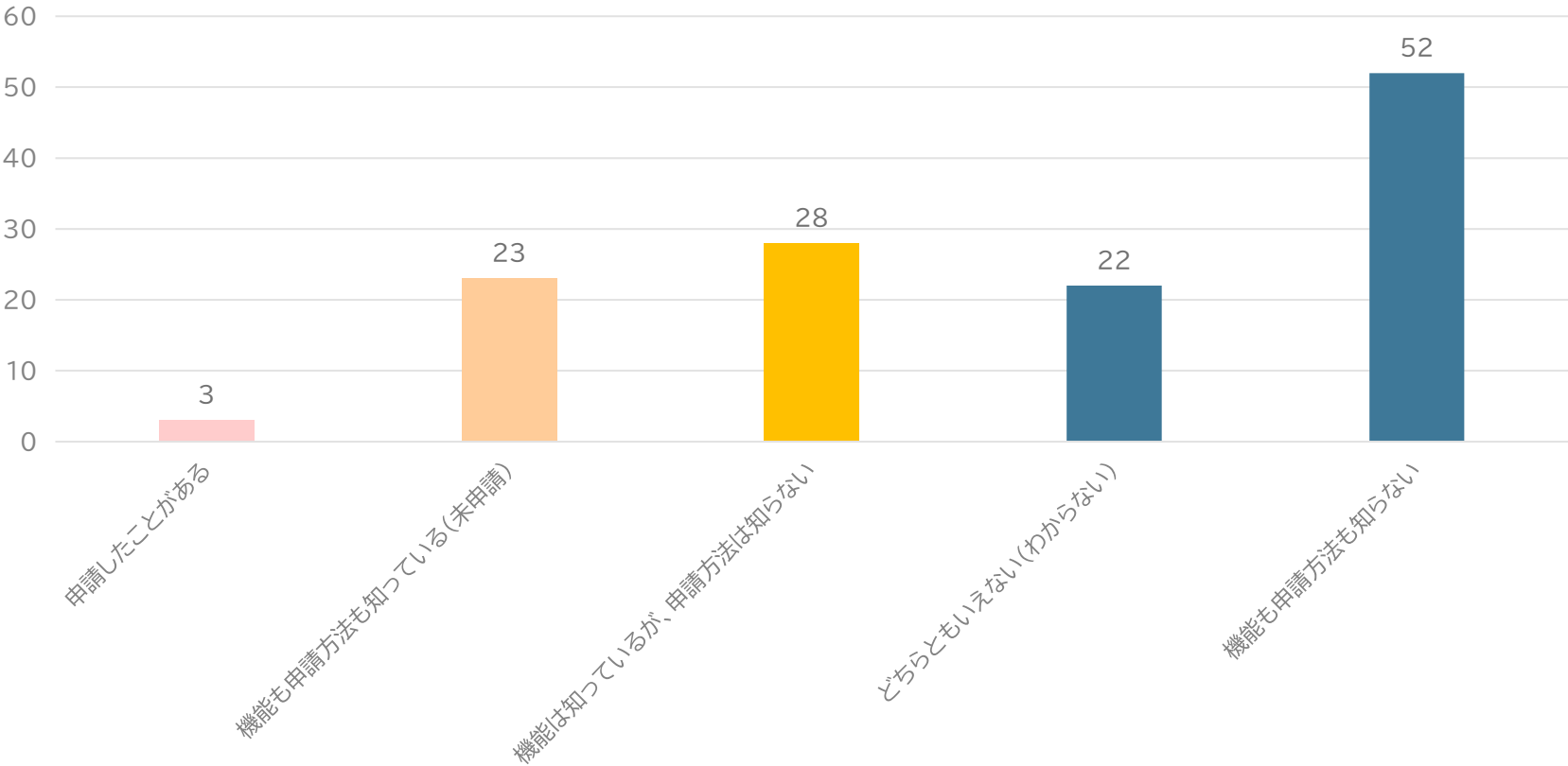


|     | 売上への効果を感じないため | 利用者が少ないため | レジの店員への負担が大きいため | 加盟店管理画面が使いにくい | 閉店・区外移転する予定のため | 通信環境が悪い | 本社・本部の方針変更のため | その他 | 合計 |
|-----|---------------|-----------|-----------------|---------------|----------------|---------|---------------|-----|----|
| 回答数 | 7             | 6         | 0               |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