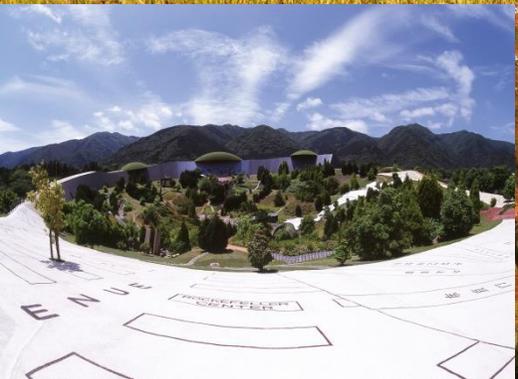


養老町

令和6年度「養老Pay」を活用したSmart Town YORO Project
実績報告について



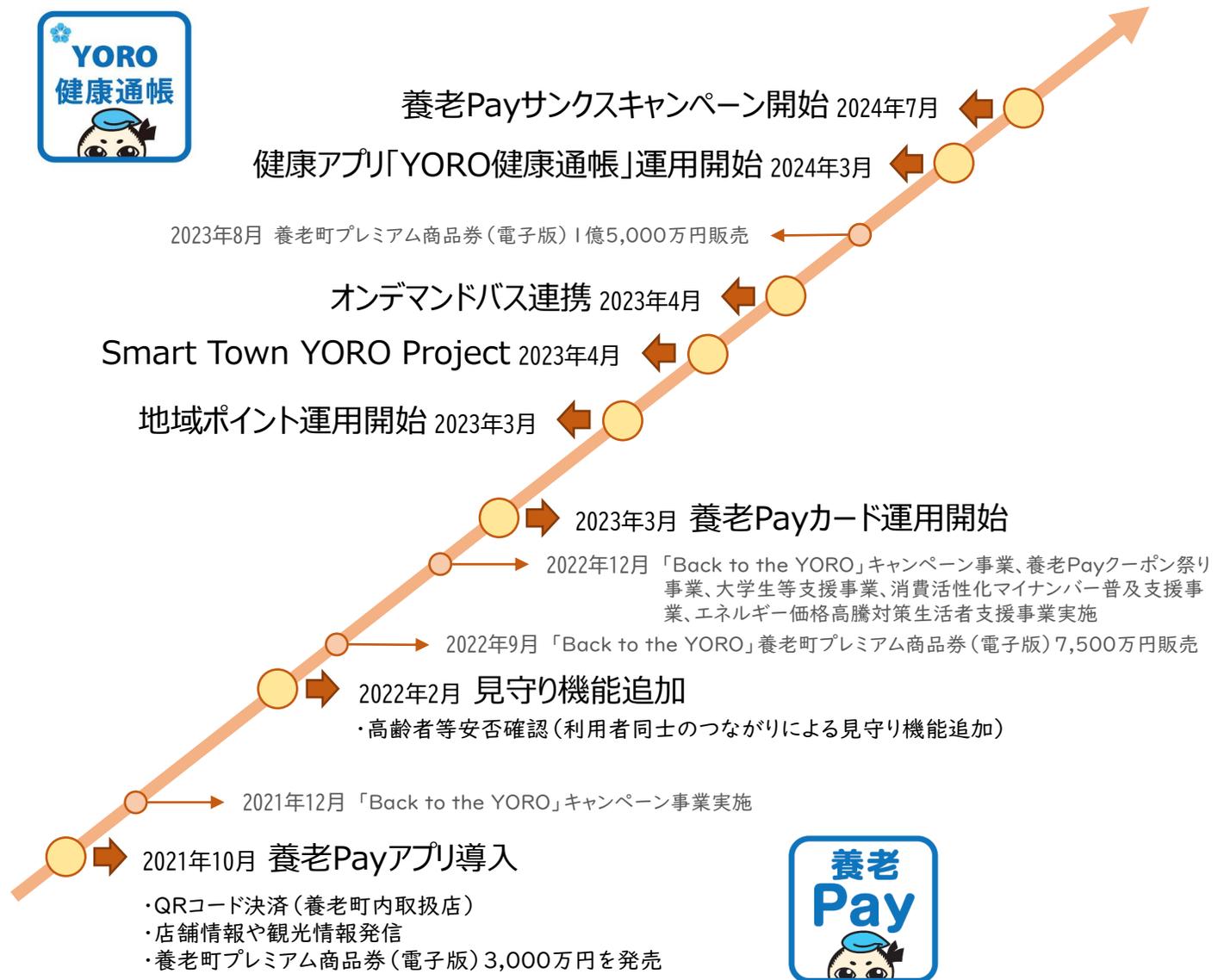


目次

① 養老町地域消費活性デジタル化事業 概要	P3~8
② 令和6年度の取組について	P9~21
③ 指標に基づく調査結果報告書	P22~32
④ 「Smart Town YORO Project」KPI	P33
⑤ 養老Pay利用状況	P34~43
⑥ 今後の取組	P44

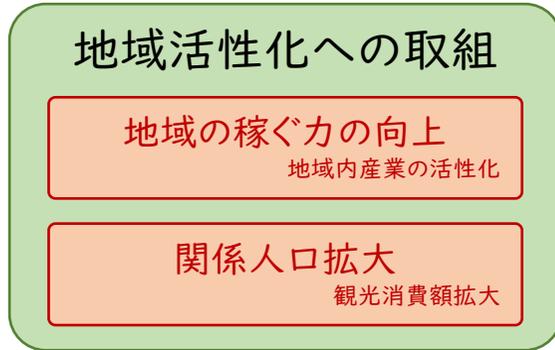
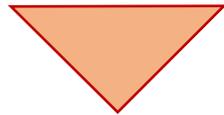
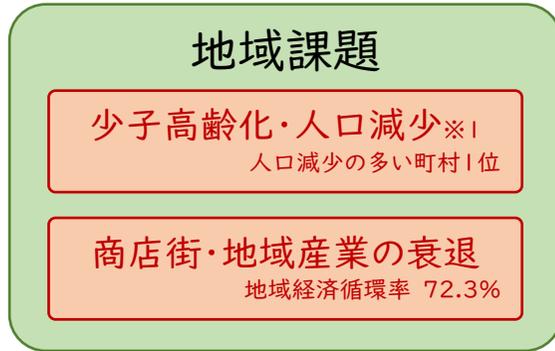


養老Payの歩み





養老Payの始まり

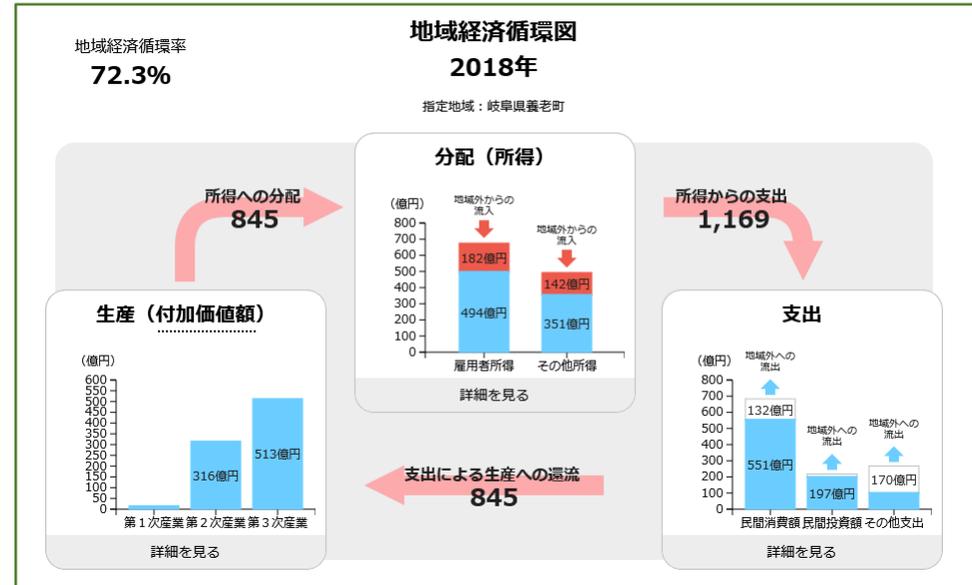


<市区町村別：【日本人住民】人口減少>
 ○最も人口減少数の多い市区は京都府京都市、町村は岐阜県養老町
 最も人口減少率の大きい市区は北海道夕張市、町村は熊本県球磨村

日本人住民において、最も人口減少数の多い市区は京都府京都市(△11,317人)、町村は岐阜県養老町(△629人)で、最も人口減少率の大きい市区は北海道夕張市(△4.52%)、町村は熊本県球磨村(△8.09%)となっている。(第19-7・19-8表参照)

第19-7表 人口減少の多い市区【日本人住民】(令和4年中)					第19-8表 人口減少の多い町村【日本人住民】(令和4年中)					
順位	市区名	人口増減数	人口増減率	%	順位	町村名	人口増減数	人口増減率	%	
1	きょうとし 京都市 (京都府)	△ 11,317	1	4.52	1	よろうちょう 養老町 (岐阜県)	△ 629	1	くまむら 球磨村 (熊本県)	△ 8.09
2	こうべし 神戸市 (兵庫県)	△ 11,133	2	4.40	2	なみえまち 浪江町 (福島県)	△ 822	2	となきそん 湊名善村 (沖縄県)	△ 6.51
3	よこはまし 横浜市 (神奈川県)	△ 9,549	3	3.98	3	さつまちょう さつまち (鹿児島県)	△ 543	3	うえのむら 上野村 (群馬県)	△ 5.72

※1. 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(令和5年1月1日現在):総務省発表 市区町村別の人口:<市町村別：【日本人住民】人口減少>





養老Payの始まり

新型コロナウイルス感染症の拡大による「新しい生活様式」の実践

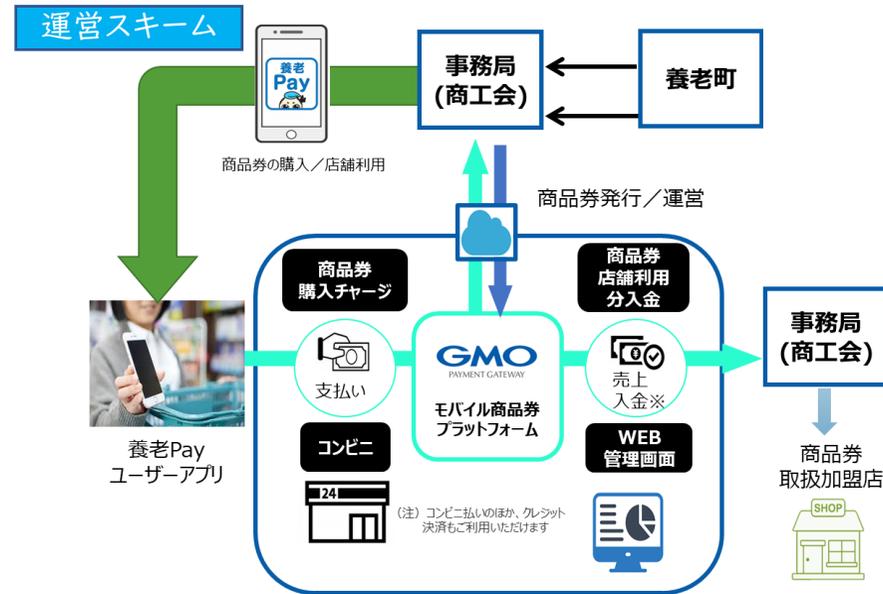
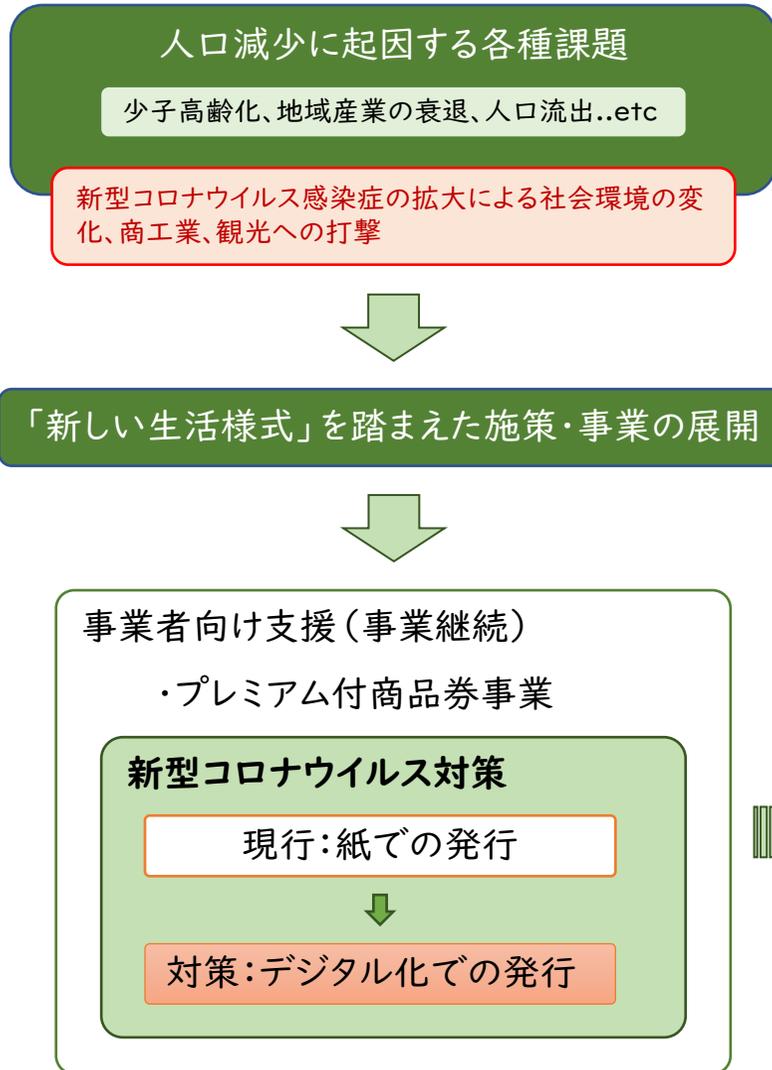
「新しい生活様式」の実践例

- (1) 一人ひとりの基本的感染対策
 - ・感染防止の3つの基本:①身体的距離の確保、②マスクの着用、③手洗い
 - ・移動に関する感染対策
- (2) 日常生活を営む上での基本的な生活様式
 - ・「3密」の回避(密集、密接、密閉)
- (3) 日常生活の各場面の生活様式
 - ・買い物
 - 通販の利用、電子決済の利用、レジに並ぶときは前後にスペース、etc..
 - ・公共交通機関の利用
 - 会話は控えめ、混んでいる時間帯は避けて、徒歩や自転車利用の併用、etc..
 - ・娯楽、スポーツ等
 - ジョギングは少人数で、歌や応援は、十分な距離かオンライン、etc..
 - ・食事
 - 持ち帰りや出前、デリバリーも、対面ではなく横並びで座ろう、etc..
 - ・イベント等への参加
 - 接触確認アプリの活用、発熱や風の症状がある場合は参加しない
- (4) 働き方の新しいスタイル
 - ・テレワークやローテーション勤務、会議はオンライン、etc..





養老Payの導入



養老Pay導入メリット

- ・商品券事業の効率化,DX → 人件費削減
- ・住民サービスの利便性向上 → 各種支援金等の支給
- ・観光振興や関係人口拡大 → 観光消費への還元事業
- ・デジタルマーケティング → 決済データを活用し、施策への反映

※新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金



デジタル田園都市国家構想の実現に向けた養老Pay機能拡充

※デジタル田園都市国家構想交付金(デジタル実装タイプ TYPE2)

Smart Town YORO Project



公的認証活用

本人確認済み 統合デジタルID (養老ID)



統合化

★本事業により利便性と利得性を向上させることで、マイナンバーカードの全町民への普及を強力に促進していきます。

MaaS連携

鉄道・オンデマンドバス連携

合理化

サービス間連携促進

データ連携基盤

収益化

データ利活用

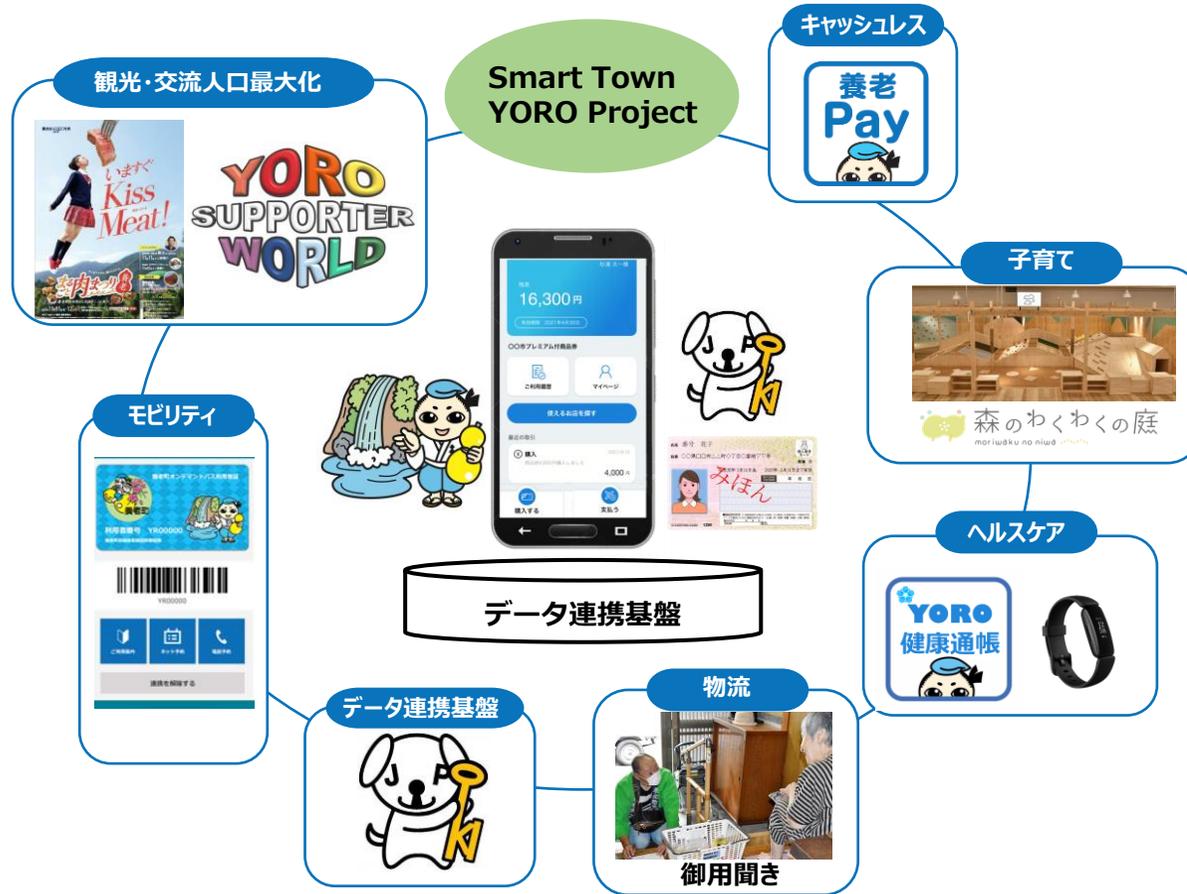
分析ダッシュボード

自走化

養老町が重点事業として取り組み、町民のデジタルインフラとして整備を進めている「養老Pay」と町内の移動手段である養老鉄道・オンデマンドバスとの連携を実施。連携にあたり公的認証による利用者本人確認済みの統合デジタルID(養老ID)を活用することで、住民・観光客のそれぞれのニーズにもとづき最適なクーポンや商品券を発行。MaaS導入と関連する施策を実施することで行動変容を促し、住民のウェルビーイングを向上するとともに、関係人口の最大化を図ります。



Smart Town YORO Project 【概要】



地域消費活性デジタル化事業

- ✓ 「養老Pay」の地域通貨機能の構築を進め、付加価値として「見守り機能」実装
- ✓ 養老Payをプラットフォームとした商工事業者のDX、関係人口の創出



Smart Town YORO Project

- ✓ 町民のデジタルインフラ「養老Pay」と町内の移動手段である養老鉄道・オンデマンドバスとの連携
- ✓ 連携時には、公的認証による利用者本人確認済みの統合デジタルID（養老ID）を活用
- ✓ 住民・観光客のそれぞれのニーズにもとづき最適なクーポンや商品券を発行
- ✓ 行動変容を促し、住民のウェルビーイングを向上するとともに、関係人口の最大化



養老Payの普及に向けた取組

養老Payサックスキャンペーン第1弾 実施期間:2024年7月20日~8月31日まで

養老ID登録推進キャンペーン

銀行口座チャージ及び養老IDの登録推進による養老ID保有者の増加を目的としたキャンペーン

参加者実績:117件

養老Pay観光スタンプラリー

養老町内の観光スポットを巡る周遊イベントを開催することで、知名度向上、滞在時間の延伸、観光消費の増加を目指すことを目的としたキャンペーン

参加者実績:99件

養老Payサックスキャンペーン第2弾 実施期間:2024年10月19日~12月27日まで

養老ID登録推進キャンペーン

銀行口座チャージ及び養老IDの登録推進による養老ID保有者の増加を目的としたキャンペーン

参加者実績:145件

養老Payサックスキャンペーン第3弾~子育て応援~ 実施期間:2025年1月10日~2月24日まで

養老Pay観光スタンプラリー

養老町内の子育て施設を巡る周遊イベントを開催することで、子育て世代への知名度向上を目指すことを目的としたキャンペーン

参加者実績:258件

養老ID登録者のうち養老町民に対して子育てアンケートを配信。回答いただいた方に養老Payプレゼント。

実績:68件

養老Payサックスキャンペーン第4弾~養老町オンデマンドバス推進~ 実施期間:2025年2月22日、3月8日

2024年11月よりオンデマンドバス予約新システムに移行し、オンデマンドバスの利用およびオンライン予約の促進を目的としたキャンペーン

参加者実績:60件



養老Payの普及に向けた取組

養老町プレミアム商品券(電子版)販売。実施期間:2024年8月
販売額 8,400万円 ※プレミアム率20%

養老町制施行70周年記念 電車でおでかけ養老公園往復きっぷ 開催期間:2024年7月20日~8月31日
養老鉄道にて、養老Pay300円のチャージ券がついた「養老町制施行70周年記念 電車でおでかけ養老公園往復きっぷ」を発売
実績:59件

養老フェスタ2024連携イベント 実施期間:2024年10月19日~20日
「YORO健康通帳」推進キャンペーン~歩いて養老フェスタに行こう~
養老フェスタ2024と連動し、「YORO健康通帳」の普及・推進を目的としたキャンペーン
実績:176件

養老Payスタンプラリー
養老フェスタ2024会場内を周遊するスタンプラリーを開催
実績:242件

養老鉄道企画きっぷ
養老鉄道にて養老Pay500円のチャージ券がついた企画きっぷを発売
実績:14件

養老町×居酒屋養老乃瀧 コラボ企画 大養老展開催 開催期間:2024年12月14日~15日
居酒屋養老乃瀧との初コラボ企画。池袋(東京都)にて、大養老店開催。
養老町へのふるさと納税や養老町特産ブランド認証品等が購入できる「大養老展」を開催。養老Pay新規登録者及び養老Payチャージ対象者に対して地域ポイントを付与。



YORO健康通帳の普及に向けた取組

養老郡医師会（船戸クリニック）、養老町保健センターに協力をいただき、アプリを活用した健康増進事業を実施

養老町民を対象とし、ウェアラブル端末（Fitbit）を貸与し、各種取り組みを実施
（事業参加者：86人）

- ・養老町保健センターと連携し、ウェアラブル端末（Fitbit）を貸与し健康増進活動開始
- ・船戸クリニックと連携し、ウェアラブル端末（Fitbit）を貸与し健康増進活動開始
- ・健康講座・中間測定会（令和6年9月29日）
- ・YORO健康通帳ウォーキングイベント（令和6年11月16日）
- ・YORO健康通帳最終測定・ポイント交換会（令和7年2月1日～）



養老Payサックスキャンペーン第1弾

養老ID登録推進キャンペーン

出し分け

即時付与

(1) - 1 概要

●目的

銀行口座チャージ及び養老IDの登録推進による養老ID保有者の増加

●ターゲット

町民、西濃エリア・東海圏在住者(関係人口)

●キャンペーン内容

・期間中養老Pay銀行口座チャージにて地域商品券電子版をチャージすると、1,000円分の地域商品券電子版をプレゼント

●キャンペーン結果

項目	内容
実施時期	2024年7月20日～8月31日
実施目的	銀行口座チャージ及び養老ID登録促進
結果	【結果】117件
費用	【結果】 1人1,000円×117件=117,000円

主催/岐阜県養老町 運営/株式会社大垣共立銀行

Smart Town YORO Project

①「銀行口座チャージ」で ②養老町を周遊して
最大1,500円分相当がもらえる

養老Pay 第1弾
サックス キャンペーン

7/20(土)～8/31(土)

最初に 養老Payアプリをダウンロード

GET 1 新機能「銀行口座チャージ」で 養老Pay1,000円ゲット!*

STEP 1 養老Payアプリでマイナンバーカードと連携 手順は裏面です

STEP 2 SMS認証 SMS確認及び銀行口座チャージ 万が一はこちら

STEP 3 銀行口座チャージで1,000円ゲット(最低チャージ金額1,000円)

養老Pay1,000円プレゼントは、キャンペーン期間終了後にチャージします(チャージする際は、メールにてご案内します)。

GET 2 養老Payスタンプラリー 地域ポイント500円相当分をゲット!*

養老Payアプリを使って 裏面に町内マップがあります!
町内に設置されたスタンプ(5つ)を全て集めると、
養老Pay地域ポイント500円分をゲット!
詳細は養老Payアプリ内「イベント」のキャンペーンページをご覧ください
地域ポイントは、スタンプラリーを報酬すると即時で獲得することができますが、その日からご利用いただけます。

*キャンペーン期間には上限があり、なくなり次第終了となります。キャンペーンへの参加は、1アカウント(1人)につき1回のみとなります。

問合せ先 養老Payサポートセンター TEL:0120-545-796(相談時間:9時～17時)

詳しくは裏面を見てね!



養老Payサクスキャンデー第1弾

養老Pay観光スタンプラリー

スタンプラリー

(1) - 2 概要

●目的

町内の観光スポットを巡る周遊イベントを開催することで、知名度向上、滞在時間の延伸、観光消費の増加を目指す

●スタンプラリー実施内容

スタンプラリー達成者に500円分の地域ポイントを即時付与

●スタンプ設置場所

デジタルマップに表示

【養老の滝・こどもの国・養老天命反転地・ふるさと会館・養老駅観光インフォメーション】

●PR手法

<チラシ> 広報誌町内全戸配布 + 西濃折込21,250部

<パブリ> 取材依頼（新聞各社）

<SNS> 観光協会インスタ(広告出稿)、インフルエンサー

<WEB> PR TIMES <その他> チラシ配布、ポスター掲示

●キャンペーン結果

項目	内容
実施時期	2024年7月20日～8月31日
実施目的	滞在時間の延伸、観光消費の増加
結果	【結果】99件
費用	【結果】1人500ポイント×99件 = 49,500ポイント (1ポイント1円、49,500円)

GET Step 1 マイナンバーカードとの連携の手順

養老IDとは、養老町のスマートフォンサービスのご利用に必要なIDです。養老IDの発行・運用IDを使用したサービスへのログインにはIDアプリが必要です。

1 xIDアプリのインストール xIDアプリをインストールしてください

2 xIDアプリ(公的個人認証アプリ)の登録

3 養老IDの発行

見どころいっぱい！ 養老町を周って楽しもう！

QRスタンプ設置場所

- ① 養老の滝(東屋付近)
- ② 岐阜県こどもの国(ゲート前掲示板)
- ③ 養老天命反転地(チケット売り場付近)
- ④ 親孝行のふるさと会館
- ⑤ 養老駅観光インフォメーション

岐阜県こどもの国及び養老天命反転地については、火曜日の休館日以外の営業時間がご利用いただけます。なお、路上駐車は厳禁しております。



養老Payサックスキャンペーン第2弾

養老ID普及利用促進キャンペーン

即時付与

出し分け

(1) 概要

●目的

養老IDの登録推進による養老ID保有者の増加

●ターゲット

町民、西濃エリア・東海圏在住者(関係人口)

●PR手法(詳細別紙)

- ①10/12～ポスター掲示 ②10/19養老フェスタ時PR
- ③10/19新聞折込 ④11/1広報折込 ⑤観光協会Instagram
- ⑥インフルエンサーPR

●キャンペーン内容

1,000円分の地域商品券電子版をプレゼント
(プレゼントは、期間終了後に全対象者に実施)

●キャンペーン結果

項目	内容
実施時期	2024年10月19日～12月27日
実施目的	銀行口座チャージ及び養老ID登録促進
結果	【結果】127件
費用	【結果】 1人1,000円×127件=127,000円





「YORO健康通帳」推進キャンペーン



「YORO健康通帳」推進キャンペーン

即時付与

ヘルスケア

・町内外から多くの人（関係人口・予備軍）が来訪する「養老フェスタ」の開催時に、「Smart Town Yoro Project」の認知度向上、両アプリの利用促進を目的としたキャンペーンを実施。

（1）概要

●目的

「養老Pay」および「YORO健康通帳」のPR

●ターゲット

町民、東海エリア在住者

●PR手法

町HP、アプリのイベント欄掲載のみ（画像データを作成）

●キャンペーン内容

会場(体育館)および美濃高田駅前にブースを設置
YORO健康通帳ダウンロード&3,000歩達成(画面提示)
で地域ポイント1,000円を即時付与
 ※ブースではYORO健康通帳のチラシをA4で印刷し配布。

●その他

養老鉄道と連携し、特典（養老Pay）を付けた、企画切符の販売を実施。



項目	内容
実施時期	10月19日、20日
実施目的	関係人口増加
結果	【結果】 176件 (内訳) 10/19 93件、10/20 83件
関連事業の結果	【スタンプラリー】 242件 【企画切符】 14件



養老Payサクスキャンデー第3弾

子育て応援キャンペーン

スタンプラリー

出し分け

(1) 概要

●目的

子育て応援・町内子育て施設の認知浸透

●ターゲット

町内子育て施設の利用者（≒子育て世代）

●PR手法

広報誌、SNSを中心に実施

●キャンペーン内容

企画1 図書館・養老こどもの国を巡り、スタンプラリー達成者に500円分の地域ポイントを“即時”付与

企画2 出し分け機能を使い、養老ID登録者の中から町民を抽出し、オンラインフォームで子育て関連アンケートを配信。回答者に500円分の地域ポイントを“後日”付与

●キャンペーン結果

項目	内容
実施時期	2025年1月10日～2月24日
実施目的	子育て応援
結果	【結果】1：258件 2：68件
費用	【結果】 1：258人×500円=129,000円 2：68人×500円=34,000円

最大1,000円相当分がもらえる！
子育て応援施設を巡遊 養老ID登録&アンケート回答

養老Pay サクスキャンデー 第3弾

子育て応援！

1/10(金) - 2/24(月)

GET 1 町内の子育て応援施設、養老町図書館、こどもの国を巡って地域ポイント500円分をGET！※

養老Payアプリを使って施設に設置されたスタンプ(2つ)を全て集めると、養老Pay地域ポイント500円分をGET！

※地域ポイントは、スタンプラリーを継続すると即時で獲得することができます。その日からご利用いただけます。

2/6(木) “子育て世代向けイベント”を開催予定

GET 2 養老ID登録&アンケート回答で養老Pay500円GET！※

最初に 養老Payアプリをインストール

STEP 1 養老Payアプリでマイナンバーカードと連携 (1/31(金)まで)

STEP 2 養老Payアプリよりアンケートが届きます(2月上旬 アンケート配信予定)

STEP 3 アンケート回答で後日養老Pay500円をGET！

※養老Pay500円プレゼントは、キャンペーン期間終了後にメールにてご郵送いたします。

※養老IDとは、養老Payサービスのご利用に必要の町民IDです。
※キャンペーン期間には上限がありなくなり次第終了となります。キャンペーンへの参加は、1アカウント(1人)につき1回のみとなります。

問合せ先 養老Payサポートセンター TEL:0120-545-796(開設時間:9時~17時) 主催/敬事局養老町 運営/株式会社大塚共立銀行

詳しくは裏面を見てね！



養老Payサックスキャンペーン第4弾

①養老町オンデマンドバス推進キャンペーン

オンデマンドバス

即時付与

(1) 概要

●目的

オンデマンドバスの普及推進およびオンデマンドバスが養老Payアプリから予約可能となったことの周知

●ターゲット

養老町民

(特にオンデマンドバスの潜在的ニーズの高い高齢者およびその家族)

●キャンペーン内容

- ・会場に説明ブース、オンデマンドバス1台を設置し、来場された方に対して、随時オンデマンドバスの説明・利用者登録・養老Payの連携を実施。
- ・説明会に参加し、養老Payとオンデマンドバス利用者証を連携された方に養老Pay地域ポイントを1,000円分プレゼント。

●キャンペーン結果

項目	内容
実施時期	2025年2月22日・3月8日
実施目的	オンデマンドバス利用登録・養老Pay連携促進
結果	【結果】60件 ※ポイント付与60件・オンデマンドバス連携34件
費用	【結果】 1人1,000円×60件=6万円

養老町オンデマンドバス
便利なインターネット予約のご案内

オンデマンドバスの予約が便利になりました!
インターネットで24時間予約可能!!

いつでもどこでも **養老Pay** アプリでラクラク!

受付期間：乗車日の前日から 乗車日の前日の夜半(23時)まで

1 アプリのインストール

養老Payアプリをインストールしてください

【アプリに関する問い合わせ先】
養老Payサポートセンター TEL:0120-545-796
9:00~17:00(年末年始は休み)

【予約に関する問い合わせ先】
養老町役場 建設課 TEL:0584-32-5081
平日8:30~17:15(年末年始は休み)

2 カードの利用者証との連携

- 利用者証番号の入力(YRを除いた数字:YR○○○○○)
- 生年月日を入力する(カレンダーより選択)
- 利用者証を連携するボタンを押す

※利用者登録がお済みでない方は、こちらから利用者申請をしてください。
2週間程度で利用権限が自宅に届きます。
養老Payとの連携は、利用者証が届いた後に行ってください。

3 予約方法は裏面です

YORO健康通帳の普及に向けた取組

「YORO健康通帳」事業の概要



- ・養老町では2024年3月より、マイナンバーカードを用いた公的個人認証サービスと連携した住民サービスの提供、行政サービスのデジタルシフトを志向し、その第一弾として、健康アプリ「YORO健康通帳」を実装し運用を開始。
- ・「YORO健康通帳」では連携可能なウェアラブル端末「Fitbit」を活用し、日々の健康状態を記録し、健康状態の見える化とそれに基づく生活習慣改善を目指している。
- ・また、基準を達成することで、「YORO健康通帳」上でポイントが貯まり、貯まったポイントは「養老Pay」の地域商品券電子版と交換が可能。
- ・住民個人のデータの主権は住民個人にあり、許諾に基づいて収集している。



ポイント付与項目	達成	付与ポイント
歩数	<ul style="list-style-type: none"> ・個別目標達成（1日達成毎） ・継続達成（5日／7日達成毎） 	<ul style="list-style-type: none"> ・30ポイント ・120ポイント
歩行時間	<ul style="list-style-type: none"> ・個別目標達成（1日達成毎） ・継続達成（5日／7日達成毎） 	<ul style="list-style-type: none"> ・30ポイント ・120ポイント
ストレスチェック	<ul style="list-style-type: none"> ・YORO健康通帳に入力（1日1回入力毎） ・継続達成（5日／7日達成毎） 	<ul style="list-style-type: none"> ・10ポイント ・60ポイント

※「YORO健康通帳」の10ポイント＝「養老Pay」の地域商品券電子版1円分に交換可能
 ※ポイントの交換は養老町在住の方が対象です

YORO健康通帳の普及に向けた取組

定量評価

■定量評価：歩数データ_月平均のデータ※1

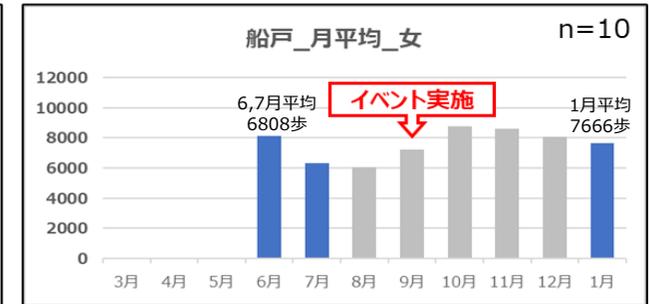
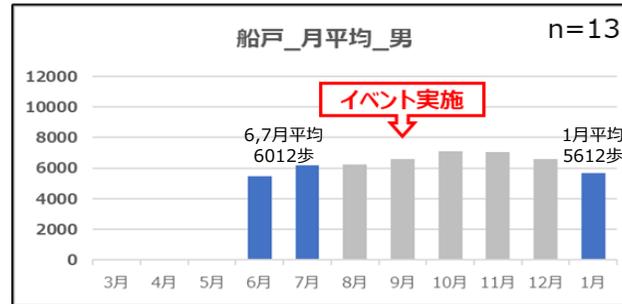
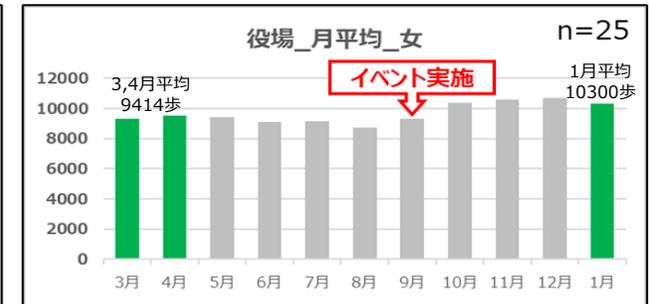
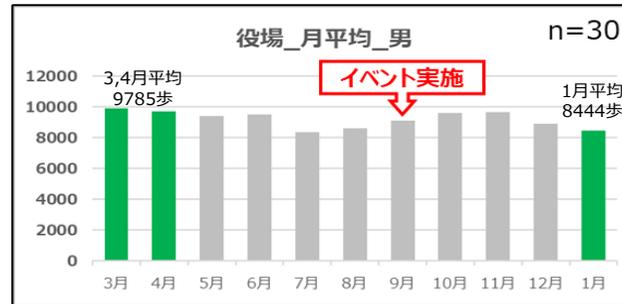
「事業参加月※2」と「2025年1月」の比較では、歩数が増加した人の平均変化量は約**2800歩増加**した。

また、月平均歩数のグラフでは、9月のイベント後に歩数が増加していることから、

医師や保健師の定期的な介入が事業参加者の歩数増加に重要な役割を果たしていることが示唆された。

特に夏季や冬季での歩数低下が顕著であるため、屋内イベントの実施などで介入機会を増やすことが望ましい。

		事業参加月※2と1月の比較	
		増加した人の割合	増加した人の平均変化量
全体	男	44 % (19/43人中)	2775 歩
	女	54 % (19/35人中)	2938 歩
役場	男	43 % (13/30人中)	3351 歩
	女	44 % (10/25人中)	3789 歩
船戸	男	54 % (7/13人中)	1706 歩
	女	90 % (9/10人中)	1992 歩



※1 途中脱落者のデータおよび異常データの除去を実施

※2 事業参加月：各事業参加者の初月データ（役場3月or4月、船戸6月or7月）

YORO健康通帳の普及に向けた取組

定性評価 – 養老町保健センター –

■事業参加者へのサービスに対するアンケート・ヒアリング

・調査日：2025年2月1日（土） ・回答者：53名（養老町保健センターでの参加者）

満足度	約85%が満足／やや満足と回答（満足33%／やや満足52%）
アプリの利用頻度	約75%が週6回以上利用
行動変容の実感	約81%が行動変容を実感 ⇒ ウォーキングや筋トレなど運動習慣の変化を実感
行動変容の理由 （トップ5） ※複数回答可	①デジタルデバイスによる活動の見える化（35名） ②目標達成による充実感（21名） ③養老Payによるポイント還元（20名） ④定期イベントの開催（13名） ⑤ヒトによるアドバイス/仲間との情報共有/デジタルデバイスの面白さ（各3名）
改善要望 （トップ5） ※複数回答可	①アプリの処理速度の向上（34名） ②アプリの使いやすさの向上（29名） ③ポイント還元率の向上（10名） ④情報共有・アドバイスがもらえる機関の増加（10名） ⑤イベント開催の増加（8名）
継続希望	約81%が継続希望
他者へのおススメ	約61%が家族や知人におススメしたいと回答
イベント希望	健康講座や体操講座、ウォーキングイベントなどの継続開催の要望多数

YORO健康通帳の普及に向けた取組

定性評価 - 船戸クリニック -

■事業参加者へのサービスに対するアンケート・ヒアリング

・調査日：2025年2月6日・13日・27日（木） ・回答者：24名（船戸クリニックでの参加者）

満足度	約66%が満足／やや満足と回答（満足29%／やや満足37%）
アプリの利用頻度	約91%が週6回以上利用
行動変容の実感	約87%が行動変容を実感 ⇒ 軽い室内運動やウォーキングなど運動習慣の変化を実感
行動変容の理由 （トップ5） ※複数回答可	①デジタルデバイスによる活動の見える化（18名） ②養老Payによるポイント還元（6名） ③目標達成による充実感（5名） ④ヒトによるアドバイス／定期イベントの開催（各3名）
改善要望 （トップ5） ※複数回答可	①アプリの処理速度の向上（9名） ②アプリの使いやすさの向上（8名） ③イベント開催の増加（4名） ④情報共有・アドバイスがもらえる機関の増加／利用者間のコミュニケーション（各2名）
継続希望	約81%が継続希望
他者へのおススメ	約41%が家族や知人におススメしたいと回答
イベント希望	健康講座や体操講座、ウォーキングイベントなどの継続開催の要望多数

養老町調査活動 最終報告資料

信州大学 キャリア教育サポート・センター
信大MaaSゼミ

目次

- 概要資料：**
1. 調査概要
 2. 調査結果
 - 2-1. 「養老Pay」の満足度調査（KPIアンケート）結果
 - 2-2. ヘルスケアイベントでのヒアリング調査結果
 - 2-3. オンデマンドバスに関するヒアリング調査の結果
 3. 全体考察
 4. 事業提案

-
- 詳細資料：**
- 別添
1. 調査結果報告（概略）
 2. 調査の概要（目的・方法）
 3. 9月ヘルスケアイベント調査結果報告
 4. KPI調査結果報告(8月/1月)
 5. 養老Pay決済データ分析
 6. オンデマンドバス調査結果報告
 7. 調査結果・分析まとめ

委託業務内の位置付け

ご提案3 調査・研究の実施及び調査結果の分析と事業提案

OKB大垣共立銀行
LOCAL #Co-PROJECT

「Smart Town YORO Project」を実現するため、昨年度、信州大学とともに利用者像（町内・町外）の可視化、お困りごとやニーズの把握といった事前調査を実施し、機能・サービスの精緻化・改善点・活用シーンの提案を行いました。

今年度は各種サービス・機能が実装されてきた中で、養老Payの普及促進のため、**KPI指標※の現状を調査・分析**を行うとともに**定性調査（インタビュー）によるニーズや課題の抽出**を行います。

調査区分	目標	方法	時期	具体的調査手法
Smart Town YORO Project のKPIに基づく調査	KPI①「養老Pay」利用者数 KPI②「養老Pay」によるQRコード決済消費額 KPI③マイナンバーカードを利用したクーポンの出し分け機能の利用件数 KPI④オンデマンドバスの乗車件数 KPI⑤スタンプラリー機能の利用件数 KPI⑥町外利用者による消費額	「養老Pay」の利用データから件数を抽出し測定する。	データが出揃う R7.1月ごろ	利用者実態のデータから、世代、性別、日時、利用特性などを分析する。対面でのインタビューにより不満点を洗い出しすることで、UI・UXの改善を図る。
	KPI①「養老Pay」アプリの満足度	利用者向けのアンケートおよび住民向け・事業者向けに対面でのインタビューを実施する。	データが出揃う R7.1月ごろ	5段階評価満足度に基づく、意見の聞き取り。
定性調査等によるニーズや課題の抽出	KPI⑥オンデマンドバスの利用満足度 生活者・観光客の行動変容が起きたかどうかという点についてヒアリングを行う。	オンデマンドバスに同乗し、利用者向けのアンケートおよび住民向け・事業者向けに対面でのインタビューを実施する。	9～10月 オンデマンドバス・サービスの実装後	5段階評価満足度に基づく、意見の聞き取り。
養老Payの普及促進に向けたニーズ調査	KPI④スタンプラリー機能の満足度 KPI⑤ヘルスケアサービスの満足度 KPI⑥公的認証を利用した銀行口座からの即時チャージの満足度 上記について、定性調査（インタビュー）を行い、実装する中のニーズや課題を把握する。	スタンプラリーやヘルスケアサービスの実際の利用者にインタビューを行い、課題やニーズを把握する。 ロングランキャンペーンや町内イベントで事業者と連携し、「養老Pay」の機能（クーポン出し分け、スタンプラリー等）を使って意見を収集する。	サービス利用者を抽出しインタビューを行う。キャンペーンと連動して実施。 ①6～7月、 ②12～1月	スタンプラリーやヘルスケア機能等を利用した人の5段階評価満足度を把握。対面でのインタビューにより不満点を洗い出しすることで、UI・UXの改善を図る。

※R5年度デジタル田園都市国家構想交付金事業に関し貴町にて設定されましたKPIの達成度を調査いたします。

▲信州大学の調査範囲

1.調査概要

「養老Pay」の新機能を活用し、定性調査を中心とした意見を収集

2023年度実装された「養老Pay」の利活用状況を把握し、活用可能性や経済効果及び課題対策効果の検証のために必要な情報の収集、利用者に対しての調査を行いました。また、これまでに実施した調査結果と今回の調査から事業提案をします。

日時	7月～2025.1月	2月	2025.1月
調査・分析項目	「養老Pay」の満足度調査	オンデマンドバスの定性調査	「養老Pay」の利用データ分析
目的	「養老Pay」アプリ、スタンプラリー、ヘルスケアサービス、公的個人認証を利用した銀行口座からの即時チャージの満足度の測定	子育て世代における「養老Pay」の普及度合を確認し、交通、消費などの生活に関するニーズ・課題を抽出する。	「養老Pay」の利用者数、決済件数および金額、マイナンバーカードを利用したクーポンの出し分け機能の利用件数、オンデマンドバスの乗車件数、スタンプラリー機能の利用件数、町外利用者による消費額の利用状況を把握する。
調査内容	ロングランキャンペーンや町内イベントで事業者と連携し、「養老Pay」の機能（クーポン出し分け、スタンプラリー等）を用いて意見を収集する。	①送迎等の町内移動に関するニーズを調査する。 ②「養老Pay」の利用実態や改善点を洗い出す。 ③生活者・観光客の行動変容が起きたかを確認する。	「養老Pay」利用者の5段階評価満足度を測定。アプリの利用者向けのアンケート及び住民向け・事業者向けに対面でのインタビューを実施する。
対象	養老pay登録者	オンデマンドバス利用者	養老Pay利用者
方法	対面による聞き取り	対面による聞き取り	データ抽出による分析、「養老Pay」の機能を利用したアンケート
目標件数	30件	30件	養老Pay利用者の5%



養老Payを活用してのアンケート
(8月、2025.1月実施)



ヘルスケアイベント (2024.9)
での住民へのインタビュー

2-1. 「養老Pay」の満足度調査(KPIアンケート)の結果

導入・実装したオンデマンド、スタンプラリー、ヘルスケア銀行チャージ機能に対する満足度（5段階評価）については、満足度の目標値を超えていた。一方、「養老Pay」の満足度は満足度の目標を達成することができず、さらなる充実とサービスの向上が求められる。

調査期間：8/10～9/1、2025.1/15～2/6 回答数：832件（8月：514件 1月：318件）

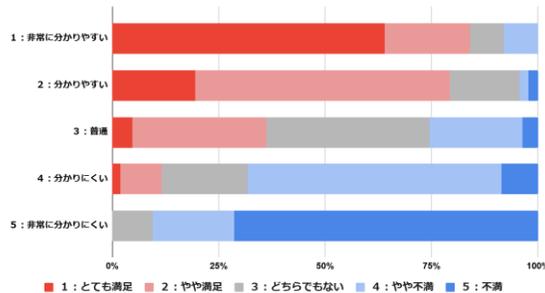
調査区分	目標値 2024年度末	結果 2024年8月末	備考 2024年8月末	結果 2024年1月末	備考 2024年1月末	総合結果
KPI① 「養老Pay」アプリの満足度	3.2	2.97	1：とても満足 45人 2：やや満足 138人 3：どちらでもない 149人 4：やや不満 123人 5：不満 59人	3.10	1：とても満足 32人 2：やや満足 111人 3：どちらでもない 127人 4：やや不満 87人 5：不満 24人	3.04
KPI③ オンデマンドバスの利用満足度	2.5	2.82	1：とても満足 13人 2：やや満足 32人 3：どちらでもない 408人 4：やや不満 27人 5：不満 34人	2.98	1：とても満足 8人 2：やや満足 13人 3：どちらでもない 333人 4：やや不満 17人 5：不満 10人	2.90
KPI④ スタンプラリー機能の満足度	2.5	2.93	1：とても満足 13人 2：やや満足 32人 3：どちらでもない 408人 4：やや不満 27人 5：不満 34人	3.14	1：とても満足 22人 2：やや満足 41人 3：どちらでもない 295人 4：やや不満 13人 5：不満 10人	3.04
KPI⑤ ヘルスケアサービスの満足度	2.5	2.94	1：とても満足 5人 2：やや満足 39人 3：どちらでもない 424人 4：やや不満 13人 5：不満 33人	3.05	1：とても満足 10人 2：やや満足 37人 3：どちらでもない 304人 4：やや不満 23人 5：不満 7人	3.00
KPI⑥ 公的認証を利用した銀行口座からの即時チャージの満足度	2.5	2.88	1：とても満足 9人 2：やや満足 32人 3：どちらでもない 399人 4：やや不満 34人 5：不満 40人	3.02	1：とても満足 10人 2：やや満足 27人 3：どちらでもない 315人 4：やや不満 17人 5：不満 12人	2.95

2-1. 養老Pay (KPI①, ④, ⑥・養老Pay決済データ) の考察

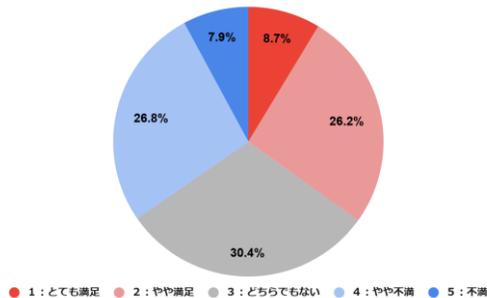
「養老Pay」アプリは利用割合・満足度が向上し、特に30代後半と70代前半で評価が高い。スタンプラリーは利用率・認知度が上昇し、景品や手軽さが好評。銀行口座チャージは利用率・頻度が増加し満足度向上も、40～50代の利用が少ない。

KPI①「養老Pay」アプリ

(操作性別)「養老Pay」の総合的な満足度 (8月 N=514)



利用可能な店舗数の満足度 (1月 N=381)

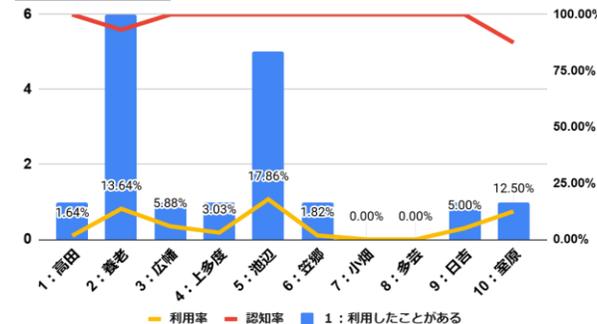


- 利用割合、総合的な満足度共に増加。(KPI:2.97→3.10)
- 店舗可能数への不満増加。利用頻度高いほど、店舗数への不満少ない。
- 利用頻度高く、操作も理解しているほど、満足度高い。
- 30代後半と70代前半の満足度が特に高い。
- 多芸と室原で増加している。

「養老Pay」アプリの町内居住地×認知度×利用率

各居住地の利用率が全体的に上がっている。利用数は養老が多く、広幡や池辺も多い。

R6.8 (N=531)



R7.1 (N=381)

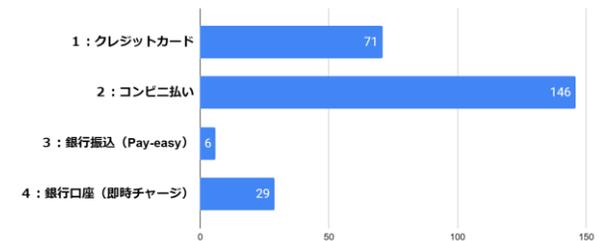


KPI④スタンプラリー

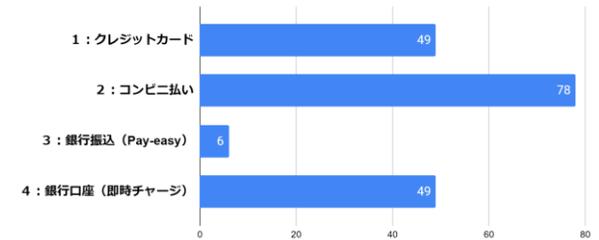
- 利用率・認知度ともに高まっている。
- 景品が良かったから参加したという人が増加している。
- 簡単だったという人が30%増加
- 満足度は約10%増加

KPI⑥銀行口座チャージ

R6.8 (N=252)



R7.1 (N=182)



- 認知度は変化していないが、利用率は8%増加
- 説明が分かりにくいと回答した人はゼロである一方で、便利に感じない人が増加
- 利用頻度は6%増加
- 不満を感じる人は減少
- 銀行口座チャージ利用者の満足度が高まっている。
- 40代～50代で銀行口座チャージ利用者が少ない。

2-2.ヘルスケアイベントでのヒアリング調査結果

健康管理を目的に利用されており、特に週6回以上使用するヘビーユーザーが多い。利用の動機としては、病院の勧めやポイント制度が影響しており、継続の理由も成果の可視化やインセンティブが大きな要因となっている。一方で、処理速度の遅さや使い方の分かりにくさが課題として挙げられており、特に高齢層の利用が難しいとの声もあります。健康意識の向上には一定の効果があるものの、利便性の向上が求められる。

日時	2024年9月29日(日)
場所	ヨロオフィス
目的	養老町住民におけるYORO健康通帳の満足度を調査し、KPI評価につなげる
抽出内容	YORO健康通帳の満足度や継続利用における課題、健康意識の変化などについて抽出する
対象	YORO健康通帳 健康講座・中間報告会イベント参加者
方法	個別ヒアリング、時間：3分程度、回答者：23名



考察

- ・YORO健康通帳の認知度は、前年に比べ約20%増加し、利用者も約10%増加している。
- ・約60%の人が「週に6日以上」利用しているが、記録に手間がかからない等の「操作のしやすさ」が利用者にとって重要
- ・利用している人、頻度が高い人ほど満足度が高い
- ・養老Payの利用率が低かった若者の認知度・満足度が増加している。目標達成時のポイントバックなどが効果を発揮しており、ターゲットを増やして普及することが期待される。

満足度	平均 3.09/5
アプリの利用頻度	週6回以上使用が16名、週2~5回が5名
使い勝手	<ul style="list-style-type: none"> ・起動・入力時の処理速度が遅い ・使い方が分からない(特に60代以上) ・特定の機能しか利用できていない、分からない
利用開始の動機	<ul style="list-style-type: none"> ・病院で勧められたから ・fitbitを利用してみたかったから ・健康管理のため ・ポイントがもらえるから
継続理由	<ul style="list-style-type: none"> ・成果が数字で見えるから ・目標達成がモチベーションに ・船戸先生からアドバイスがもらえるから ・ポイントが付与されるから ・役場から定期的に情報が送られてくるから
健康意識の変化	<ul style="list-style-type: none"> ・歩く量が増えた ・運動量を見直すようになった ・通知が歩数増加に繋がっている ・イベントが定期的にあることで意識づけされている
機能の改善点	<ul style="list-style-type: none"> ・処理速度 ・目標達成時の通知 ・今の機能で満足 ・データ共有が簡単になれば

2-3.オンデマンドバスに関するヒアリング調査の結果

オンデマンドバスの利用促進には利便性の向上と不安解消が求められている。特に高齢者はスマホ操作への不安が大きく、予約の手間を減らす仕組みや定期的な説明会が有効と考えられる。また、移動手段としての認知はあるものの、タクシーと比較したコストや運行の制約が利用の障壁となっている。送迎負担軽減の観点では、夜間や悪天候時の利用、子供送迎にニーズが見られ、柔軟な運行体制が求められる。

日時 場所	2月22日(土) 9:30~11:30バロー養老店／13:30~15:30オークワ養老店 3月8日(土) 9:30~11:30ビッグ養老／13:30~15:30トミダヤ養老店
目的	オンデマンドバス利用者増加・養老Payを用いた予約者増加に向け、オンデマンドバスの認知や使い始めるまでの課題を明らかにする
対象	養老Payサックスキャンペーン第4弾～養老町オンデマンドバス推進の参加者
方法	個別ヒアリング 場所：人数：16



調査結果の考察

- **利用割合, 総合的な満足度共に上昇 (KPI: 2.82→2.98/5.0)**
- 養老Pay予約の認知度は増加している。利用したことがある人の満足度は高く、普段からオンデマンドバスを利用する人の満足度も高い。
- マイカー以外の移動では、自転車や電車が多数。
- 利用しない理由は、「移動に合っていない」が最も多い。それ以外では、予約の仕方やオンデマンドバスの**利用対象範囲に関する声**もある。
- 利用目的は通院が多く、より便利になるには**乗降場所の追加を望む声**が多い。

1. 属性			
年齢	70代:5 60代:6 50代:2 40代:3	性別	男性:10名 女性:6名
居住	町内:16 町外:0		
2. 共通			
運転免許	運転する	運転しない (免許あり/なし)	運転しない (返納済み)
回答	16	0	0
オンデマンドバスを知っていましたか	YES	NO	
回答	13	0	
養老Payアプリを知っていますか	YES	NO	
回答	13	0	
養老Payアプリを便利だと思いますか	YES	NO	
回答	12	4	日常的に使わない
説明会に参加した感想(良かったところ、悪かったところ)			
良かった/天気が悪く、登録に時間があった、待ち時間がつらい/健康手帳をやっていたので、使い方をなんとなく理解している。/車が運転できるうちは、オンデマンドは使わない/交通弱者の自分には必要/説明がわかりやすかった。頑張って覚えたい/普及するため、こうしたイベントを定期的にやってほしい			
予約ができますか、できそうですか(操作など)	YES	NO	
	14	2	
今後利用しますか、どこの区間で利用したいですか			
自宅～養老駅。駅まで30分徒歩なので、行きだけでも乗りたい/観光やウォーキングを含めた買い物/けがなど運転できないとき、病院に行く時(多数)			
自宅～体育館、大垣駅まで伸びて欲しい/将来的に利用するだろうと思い、登録しました。			
どのような仕組みであればオンデマンドバス利用者が増えると思いますか(記述)			
時間厳守であれば/土日運行、お年寄りが運転しなくて済むように/現在の利用状況やバスの所在/スマホは良いが、詐欺などのトラブルが心配/予約なしで手をあげたら乗れるバス/駅でのPRイベントや飲酒後の足として/日曜や夜のタクシー代わりとして/予約なしで乗ればよいが、週2回は定期で乗りたい/予約して忙しいと、(早く降りなくて)申し訳ない気持ちになる			

3.全体考察

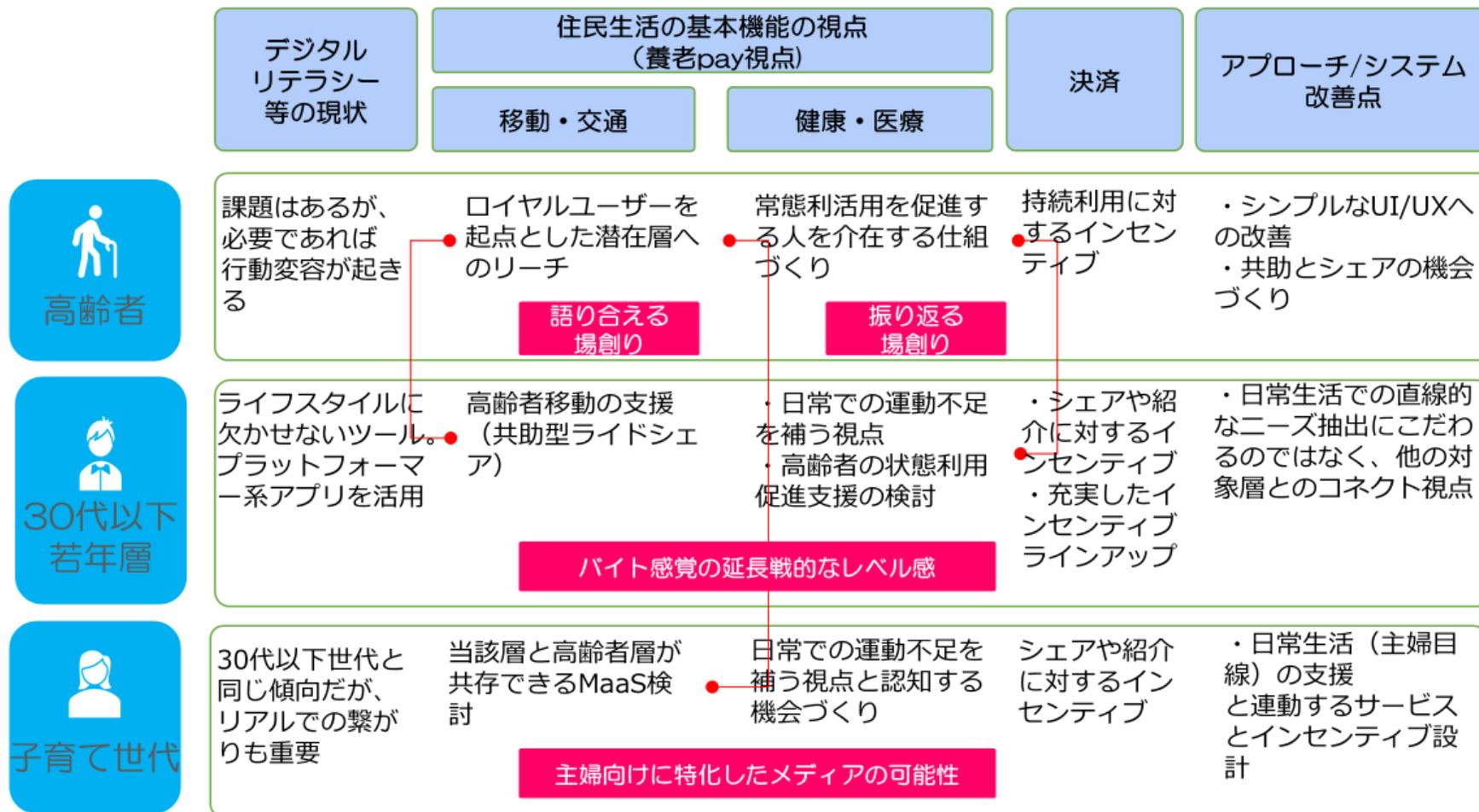
養老Payアプリの利用促進には、今後世代別のニーズに応じたアプローチが求められる。特に30代後半と70代前半へのリピーター満足度が高く、利用者の口コミや実績を広めることが効果的と考えられる。また、30代以下の利用が低い点を踏まえ、若者に人気のある酒・肉・青果、バイク・車関連の加盟店舗を増やし、興味を引く必要がある。

加えて、プレミアム商品券以外での決済利用を促進する施策も求められる。さらに、安全性に対する不安解消が課題となっているため、PRなどを通じて利便性と安全性を訴求することが期待される。スタンプラリーを活用した若年層の利用促進も有効であり、ゲーム性や特典を強化することで利用頻度を高められる。また、今年度はオンデマンドバスやヘルスケアアプリなどで実施した利用促進キャンペーンに合わせた操作説明会を実施し、アプリへの理解を深めることで、利用満足度の向上と継続利用につなげることができる。

	現状・ニーズ	課題	解決策	期待される効果
養老Pay	<ul style="list-style-type: none"> ・利用頻度高く、操作も理解しているほど、満足度高い傾向が見られた。特に、30代後半と70代前半の満足度が高い。 ・利用可能な店舗数への不満が増加し、利用頻度高いと不満は少ないが、店舗が固定化している。 ・プレミアム商品券はスーパーコンビニでの1000~3000円の利用が多い。 利用回数11~50回と日常利用が「徐々に拡大してきている。 ・スタンプラリー機能は、若者の満足度が高く、銀行チャージ利用者満足度が特に高い 	<ul style="list-style-type: none"> ・アプリの満足度のみKPI目標達成できず、30代以下の利用が12%と低い。プレミアム商品券での利用がほとんどになっている。 ・利用満足度の高い世代へのアプローチが求められる。 ・銀行口座チャージの安全性セキュリティへの不安が利用しない理由として多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・30代以下の利用が多いジャンル(酒・肉・青果、バイク・車)の加盟店舗数を増加する。 ・スタンプラリーで若い世代へのアプローチ増やし、プレミアム商品券以外での利用の普及が必要。 ・60代以上への操作理解の活動 ・銀行口座チャージ利用者の声を集めて、安全性をPRする。 	<ul style="list-style-type: none"> ・スタンプラリー若者世代の養老Pay利用頻度向上のきっかけとして繋げられるのでは ・60代以上への理解/30代以上の利用頻度増⇒満足度増 ・銀行口座チャージの利用者増⇒若者世代へさらにアプローチ可能に
オンデマンドバス	<ul style="list-style-type: none"> ・養老Payの予約の認知度が高いほど、オンデマンドバスの満足度が高い ・利用しない理由は、「移動に合っていない」が最も多い。それ以外では、予約の仕方やオンデマンドバスの利用対象に関する声もある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・マイカー以外の利用者でも、自転車や電車の利用が多い。予約方法や利用対象の限定が関係していると考えられる。 ・利用したことがある人でも、満足・不満が二極化 ・若い世代の認知度が低い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・足が悪い・大きい荷物を持っている等の利用者が求めるサービスへの対応を検討。 ・若い世代の利用は子連れの利用が見られるため、学生の通勤通学より、子育て世代へのアプローチが有効と思われる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・利用支障の軽減⇒利用者の不満解消⇒継続利用、利用者拡大 ・子育て世代への施策⇒若者世代(30代)の利用拡大につながる。
ヘルスケア	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者のうち60代以上が43.5% ・ヒアリング対象のうち、約60%の人が「週に6日以上」利用している。記録に手間がかからない等の「操作のしやすさ」が利用者にとって重要 ・利用している人、頻度が高いほど満足度が高い 	<ul style="list-style-type: none"> ・起動/入力時処理速度が遅い ・特に60代以上は、使い方が分からないとの回答が多い。 ・処理速度 ・目標達成時の通知は講評で、データ共有が簡単になると良い 	<ul style="list-style-type: none"> ・60代以上の利用者に対する利用説明会の実施。 ・起動入力時の処理速度の向上 ・目標達成通知やデータ共有などその他機能の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・ニーズの高い60代以上への普及拡大(認知⇒利用) ・処理性能向上による、利用頻度の増加⇒満足度向上

3.全体考察 利用者視点

利用者視点においては、前項での考察を踏まえて個別だけでなく、利用者層間の接続機会を高めることでの現実的な利用機会の検討と、自発的な関心づくりに向けた「シェア」する場創り、「日常生活の延長性的な感覚」が重要。



4.全体提案

① 養老Payアプリの利用促進

「地元応援！スタンプラリーキャンペーン」

若年層向けに、酒・肉・青果、バイク・車関連店舗を巡るスタンプラリーを実施。スタンプを集めると、割引クーポンや特典を獲得できる仕組みを導入。加盟店増加にもつなげる。

「プレミアム商品券+αキャンペーン」

プレミアム商品券利用者が、通常決済で一定額を養老Payで支払うと、ボーナスポイントが付与されるキャンペーンを実施し、普段の決済利用を促す。

「アプリ安全性&活用説明会」

高齢層の安全性への不安を解消するため、商店街や役場で操作説明会を定期開催。実際にアプリを使用しながら、決済の流れやセキュリティ対策を説明。

② オンデマンドバスのアプリ利用者増加

「乗車回数チャレンジ」

アプリ予約利用回数に応じて特典（割引クーポン、ポイント付与、米・肉など）を提供し、継続利用を促す。

「おでかけ応援！シニア優待キャンペーン」

60歳以上の利用者やその家族を対象に、アプリでの初回予約時に特別割引や1回無料チケットを配布し、スマホ予約への移行を促進。

「イベント連携パス×バスキャンペーン」

地元イベント（花見、祭り、マルシェなど）と連携し、イベント会場までのバス運行を特別設定。アプリ利用者には優先予約や特典を付与。

③ ヘルスケアアプリの普及と認知度拡大

「目指せ健康王！歩数ランキング」

町内の個人・グループで歩数ランキングを競い、上位者に景品やポイントを付与するイベントを開催。モチベーション向上を狙う。

「かんたん！ヘルスケアアプリ講座」

60代以上を対象に、アプリの基本的な使い方を学べる体験会を実施。操作を学びながら、活用メリットを実感してもらおう。家族で参加すると特典がプラスになる。

「子育て×ヘルスケアアプリ連携キャンペーン」

役場からの健康情報やイベント情報をアプリ内で発信し、通知機能を活用して参加を促す。子供と一緒にイベントに参加するとアプリ限定ポイントを付与。

【Smart Town YORO ProjectのKPI】

サービス名	実装ステータス	アウトプットの達成状況	アウトカムの達成状況
①公的個人認証を利用したクーポンの出し分け機能	令和6年3月に実装	「養老Pay」利用者数(人) 13,579/16,700	「養老Pay」アプリの満足度(ポイント) 3.1/3.2
		「養老Pay」によるQRコード決済消費額(千円) 88,768/156,000	町外利用者による消費額(千円) 35,148/78,000
		マイナンバーカードを利用したクーポンの出し分け機能の利用件数(件) 640/8,350	
②「養老Pay」と交通手段の連携	令和6年3月に実装	オンデマンドバスの乗車件数(件) 23,652/28,000	オンデマンドバスの利用満足度(ポイント) 3.0/2.5
③「養老Pay」へのスタンプラリー機能の追加	令和6年3月に実装	スタンプラリー機能の利用件数(件) 599/3,340	スタンプラリー機能の満足度(ポイント) 3.1/2.5
④ヘルスケアサービス（健康アプリ）との連携	令和6年3月に実装	「健康アプリ」のダウンロード件数(件) 694/1,200	ヘルスケアサービスの満足度(ポイント) 3.1/2.5
⑤公的個人認証を利用した銀行口座からの即時チャージ	令和6年3月に実装	「養老Pay」アプリからの銀行口座チャージの利用件数(件) 343/2,000	公的認証を利用した銀行口座からの即時チャージの満足度(ポイント) 3.0/2.5

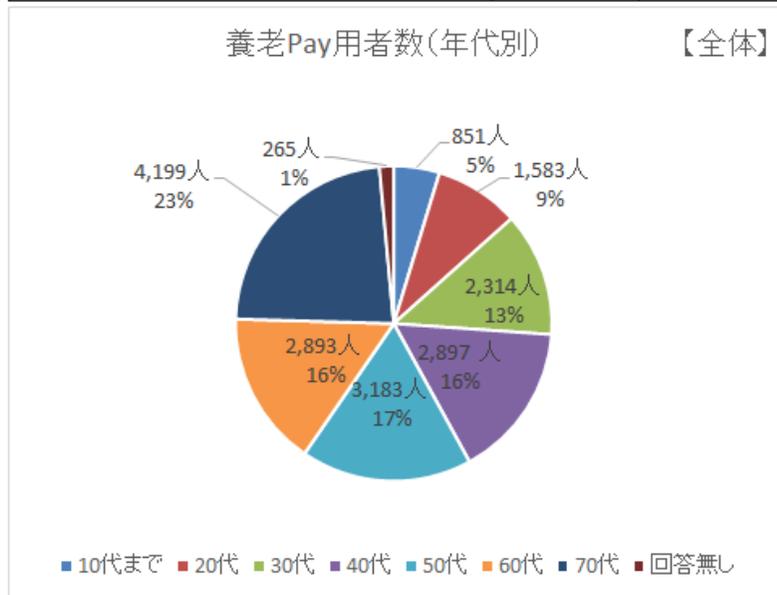
※各サービスの満足度は、P22「養老Pay」の満足度調査(KPIアンケート)の結果（2024年1月末調査結果）より記載 ※令和7年3月3日時点



養老Pay利用状況

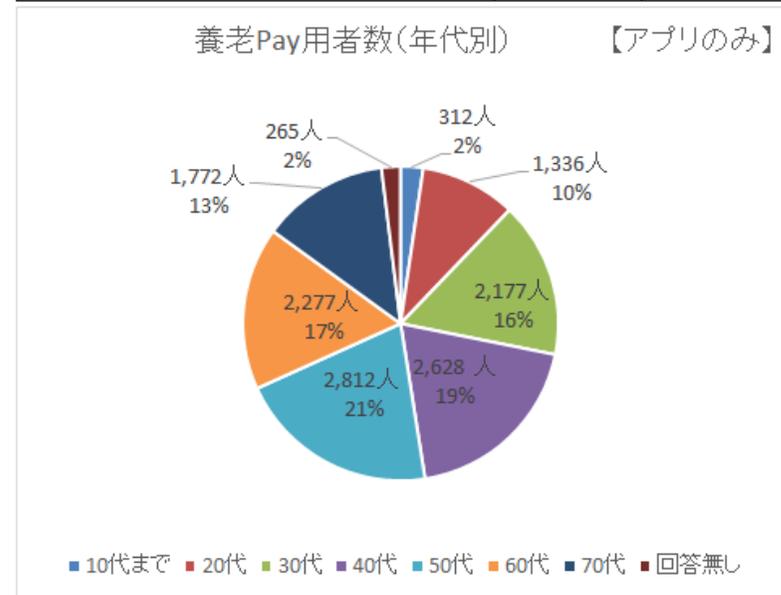
養老Pay利用者数(年代別) 【全体】

	利用者数(人)	割合
10代まで	851	4.7%
20代	1,583	8.7%
30代	2,314	12.7%
40代	2,897	15.9%
50代	3,183	17.5%
60代	2,893	15.9%
70代	4,199	23.1%
回答無し	265	1.5%
合計	18,185	100.0%



養老Pay利用者数(年代別) 【アプリのみ】

	利用者数(人)	割合
10代まで	312	2.3%
20代	1,336	9.8%
30代	2,177	16.0%
40代	2,628	19.4%
50代	2,812	20.7%
60代	2,277	16.8%
70代	1,772	13.0%
回答無し	265	2.0%
合計	13,579	100.0%

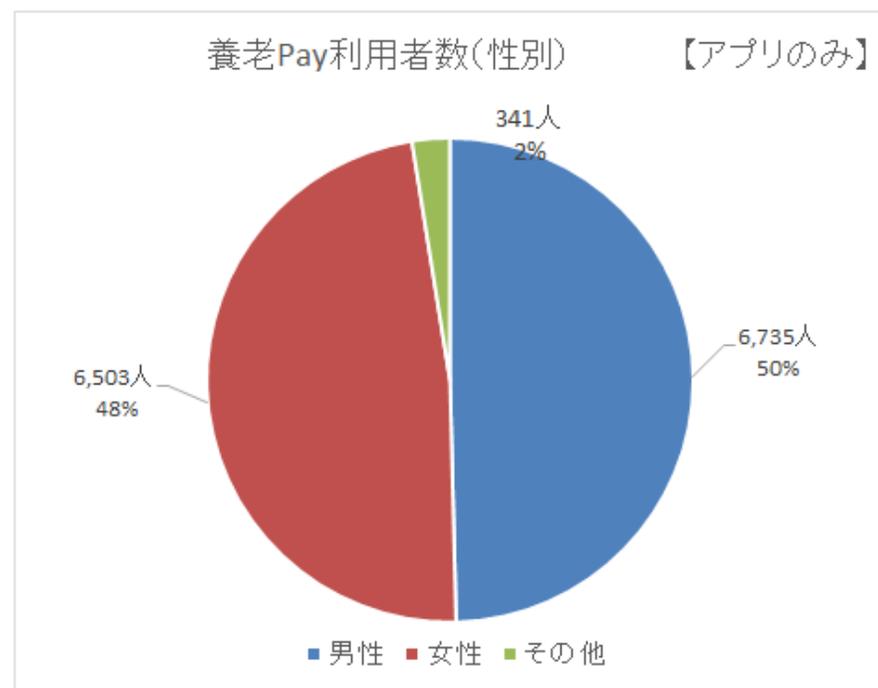
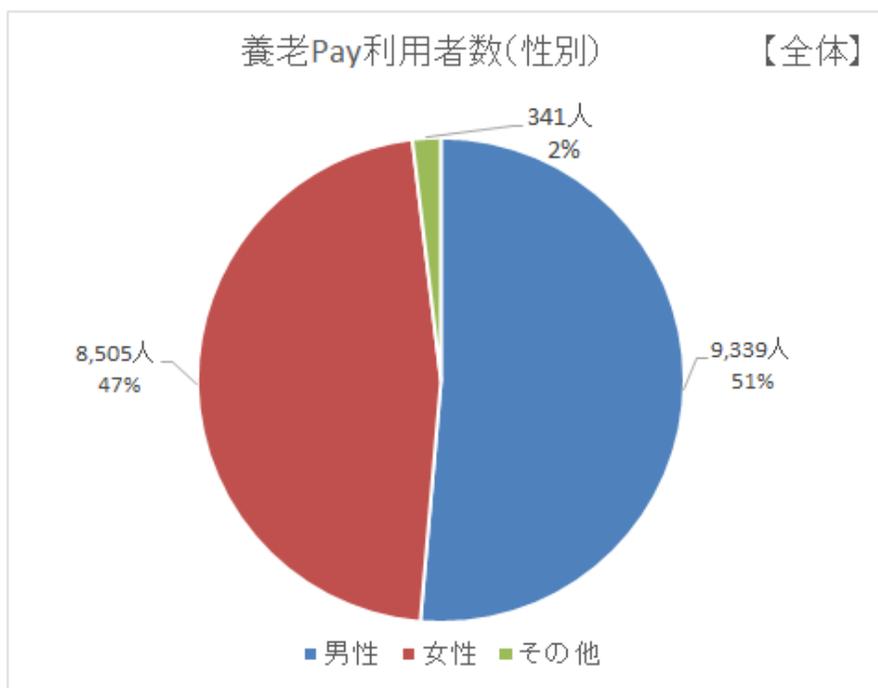




養老Pay利用状況

	利用者数(人)	割合
男性	9,339	51.4%
女性	8,505	46.8%
その他	341	1.9%
合計	18,185	100.00

	利用者数(人)	割合
男性	6,735	49.6%
女性	6,503	47.9%
その他	341	2.5%
合計	13,579	100.00





養老Pay利用状況

養老Pay利用者数(町内外)

【全体】

	利用者数(人)	割合
町内	11,576	63.7%
町外	6,609	36.3%
合計	18,185	100.00

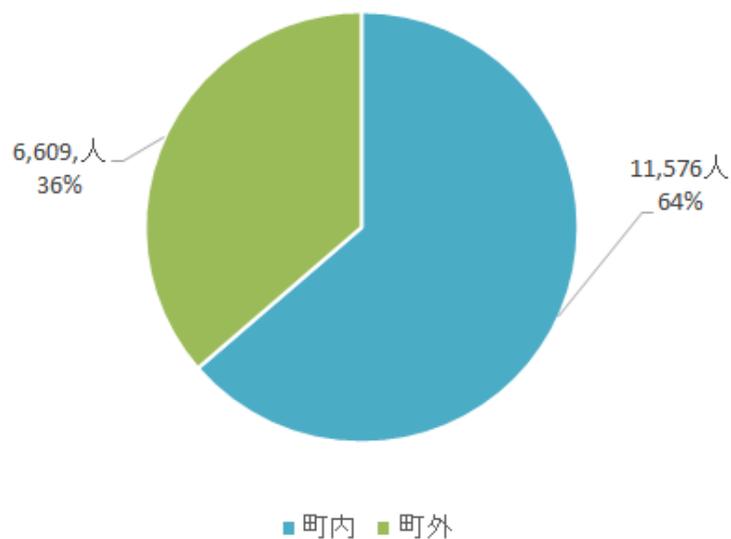
養老Pay利用者数(町内外)

【アプリのみ】

	利用者数(人)	割合
町内	6,972	51.3%
町外	6,607	48.7%
合計	13,579	100.00

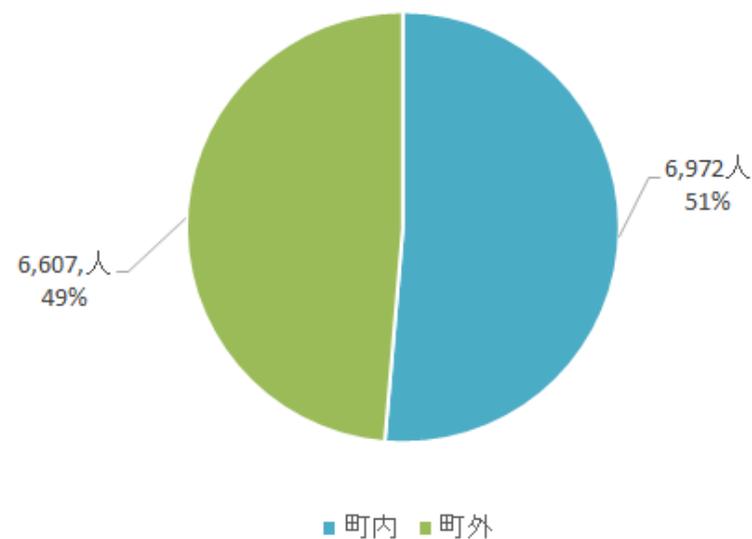
養老Pay利用者数(町内外)

【全体】



養老Pay利用者数(町内外)

【アプリのみ】

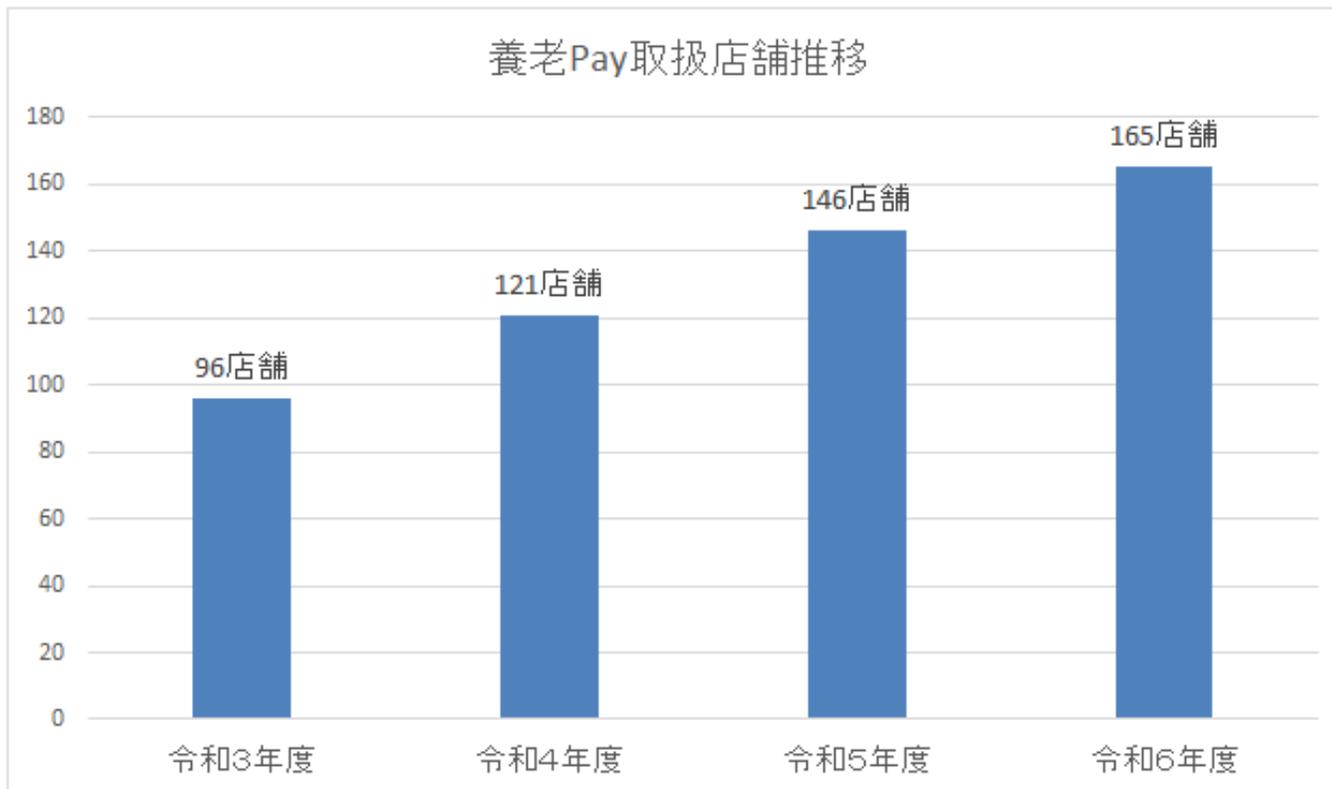




養老Pay利用状況

養老Pay取扱店舗推移

	店舗数(店)
令和3年度	96
令和4年度	121
令和5年度	146
令和6年度	165





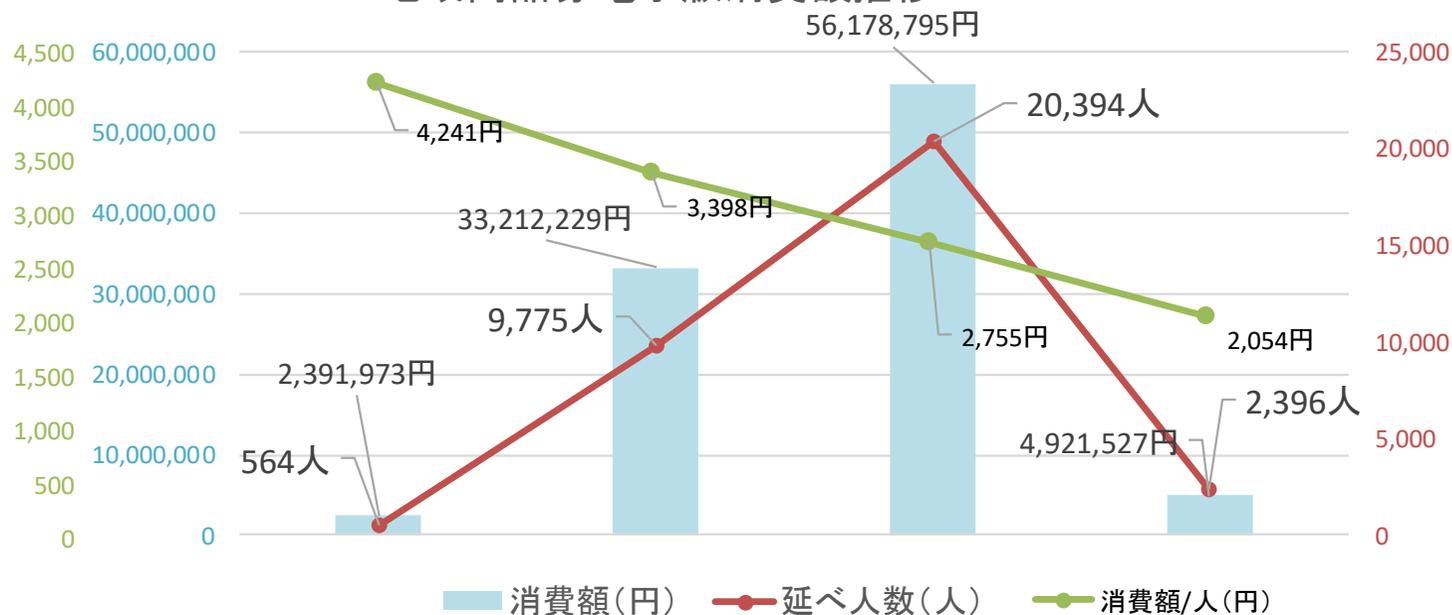
養老Pay利用状況

地域商品券電子版消費額推移

【延べ人数】

	消費額(円)	延べ人数(人)	消費額/人(円)
令和3年度	2,391,973	564	4,241
令和4年度	33,212,229	9,775	3,398
令和5年度	56,178,795	20,394	2,755
令和6年度	4,921,527	2,396	2,054
合計	96,704,524	33,129	

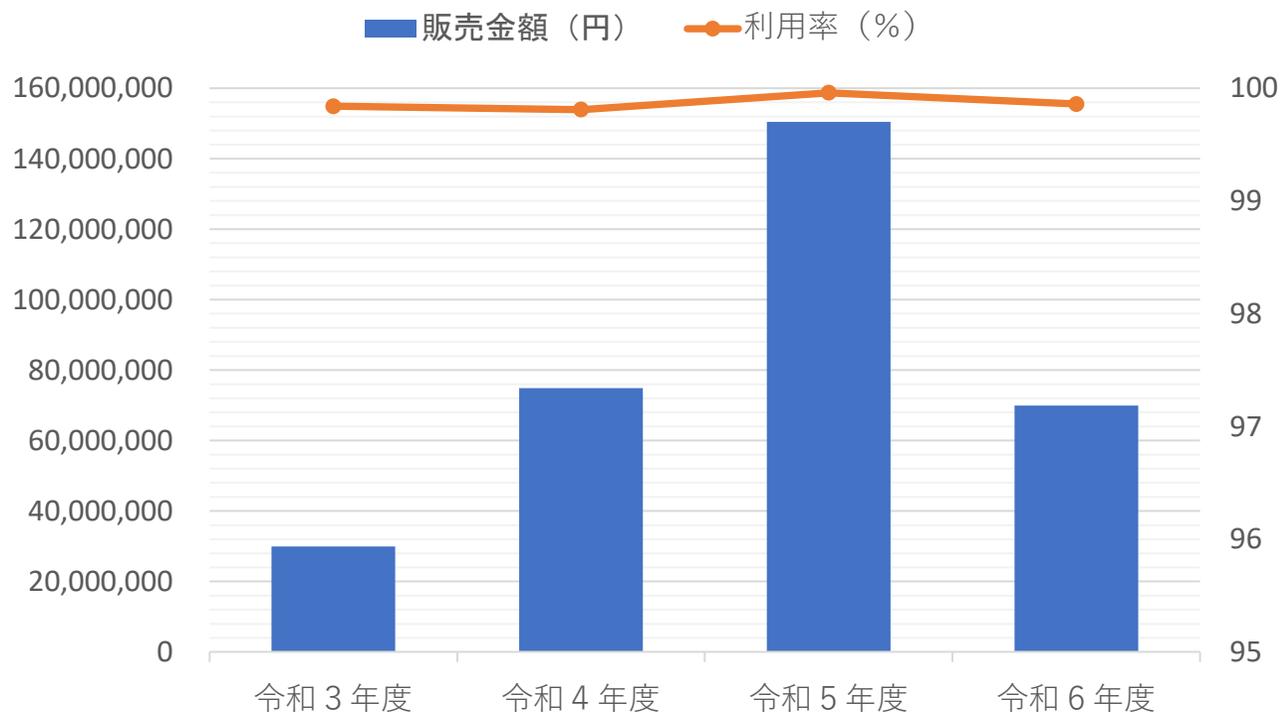
地域商品券電子版消費額推移





養老Pay利用状況

	販売金額(円)	利用率(%)
令和3年度	29,960,000	99.84
令和4年度	74,910,000	99.81
令和5年度	150,430,000	99.96
令和6年度	69,970,000	99.86

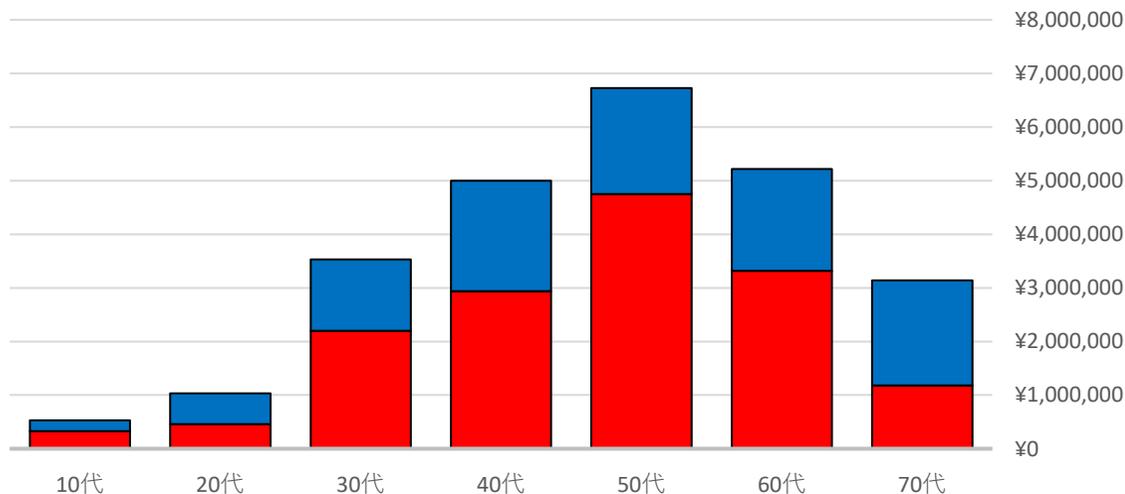




養老町プレミアム商品券2024統計結果

年代/性別 購入金額

■女性 ■男性



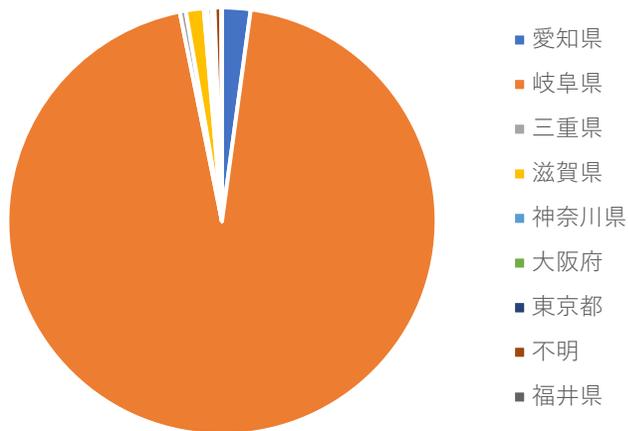
年代/性別 購入金額				
年代/男女別	男性	女性	不明	総計
10代まで	200,000	330,000		530,000
20代	570,000	460,000		1,030,000
30代	1,330,000	2,200,000		3,530,000
40代	2,060,000	2,940,000	70,000	5,070,000
50代	1,980,000	4,750,000		6,730,000
60代	1,900,000	3,320,000		5,220,000
70代以上	1,960,000	1,180,000	100,000	3,240,000
不明		420,000	44,200,000	44,620,000
総計	10,000,000	15,600,000	44,370,000	69,970,000



養老町プレミアム商品券2024統計結果

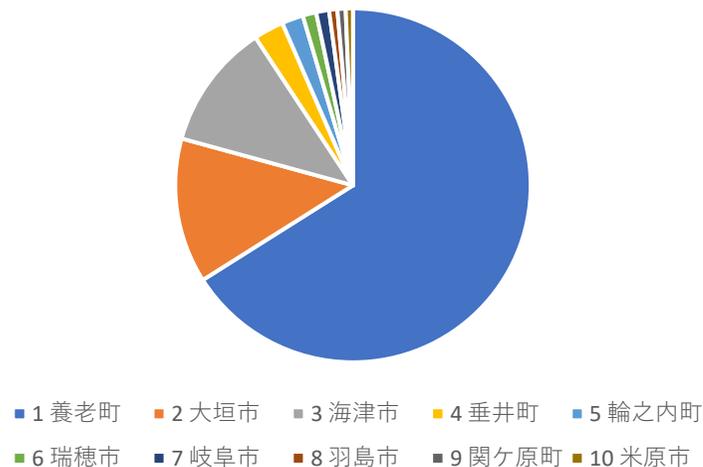
都道府県別購入額		
都道府県	購入金額合計	割合 (%)
岐阜県	66,260,000	94.70
愛知県	1,500,000	2.14
滋賀県	940,000	1.34
不明	360,000	0.51
三重県	320,000	0.46
大阪府	230,000	0.33
神奈川県	200,000	0.29
東京都	130,000	0.19
福井県	30,000	0.04
総計	69,970,000	100.00

都道府県別購入額



市町村別購入金額トップ10		
	市区町村別購入金額	合計 / 購入金額
1	養老町	42,290,000
2	大垣市	8,490,000
3	海津市	7,360,000
4	垂井町	1,750,000
5	輪之内町	1,250,000
6	瑞穂市	790,000
7	岐阜市	750,000
8	羽島市	480,000
9	関ヶ原町	480,000
10	米原市	420,000

市町村別購入金額トップ10





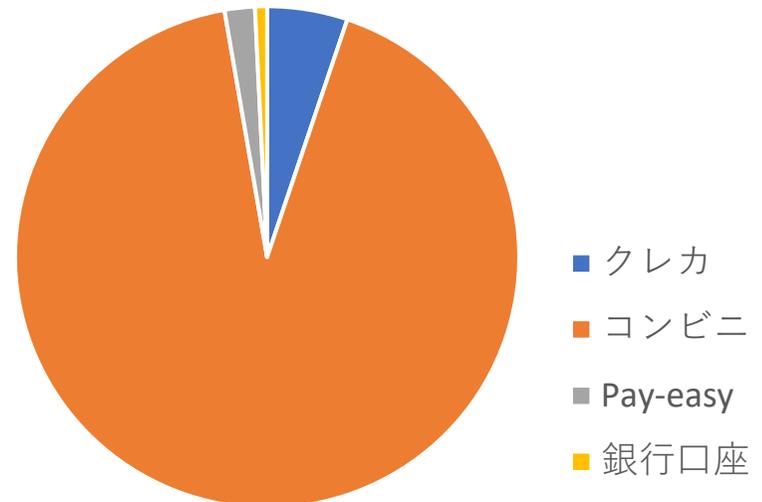
養老町プレミアム商品券2024統計結果（支払い方法別）

支払方法別購入金額					
	クレカ	コンビニ	Pay-easy	銀行口座	総計
男性	810,000	8,820,000	320,000	50,000	10,000,000
10代まで		200,000			200,000
20代	100,000	470,000			570,000
30代	200,000	1,130,000			1,330,000
40代		1,830,000	220,000	10,000	2,060,000
50代	400,000	1,570,000		10,000	1,980,000
60代	80,000	1,820,000			1,900,000
70代以上	30,000	1,800,000	100,000	30,000	1,960,000
女性	1,190,000	14,330,000	80,000	0	15,600,000
10代まで		330,000			330,000
20代		460,000			460,000
30代	250,000	1,870,000	80,000		2,200,000
40代	280,000	2,660,000			2,940,000
50代	410,000	4,340,000			4,750,000
60代	70,000	3,250,000			3,320,000
70代以上	180,000	1,000,000			1,180,000
不明		420,000			420,000
不明	1,610,000	41,310,000	960,000	490,000	44,370,000
40代		70,000			70,000
70代以上		100,000			100,000
不明	1,610,000	41,140,000	960,000	490,000	44,200,000
総計	3,610,000	64,460,000	1,360,000	540,000	69,970,000

・プレミアム商品券購入者の約92%がコンビニ決済にて購入されている。

・クレジットカード、銀行口座チャージは、今回の販売より、マイナンバーカードとの連携が必須となったことが利用が少なかったことに影響したと考えられる

支払方法別購入金額





養老Pay利用状況

経済波及効果算定

- ・経済波及効果について令和2年(2020年)産業連関表波及効果簡易計算ツールを用いて、経済波及効果を算出

新規需要額	105,100千円
経済波及効果試算額	164,300千円

新規需要額は105,100千円(約1億5百万円)となり、波及効果試算額は164,300千円(約1億6千万円)となった。

なお、新規需要額に対する経済波及効果の倍率は約1.56倍となった。

※経済波及効果額164,300千円÷新規需要額105,100千円≒1.56倍

※新規需要額とは、経済活動が新たに生み出す需要の金額のこと



Smart Town YORO Project 今後の取り組みについて

令和6年度 取り組み内容

- ✓ 養老町プレミアム商品券事業の実施
- ✓ 公的認証による利用者本人確認済みの統合デジタルID(養老ID)利用促進キャンペーンの実施
- ✓ 養老Payスタンプラリーの実施
- ✓ 町民のデジタルインフラ「養老Pay」と町内の移動手段である養老鉄道・オンデマンドバスとの連携
- ✓ YORO健康通帳を活用した健康増進イベントの開催

令和6年度 調査分析結果

- ✓ 利用状況(若年層世代や子育て世代の利用者拡大)
- ✓ YORO健康通帳や養老町オンデマンドバス連携など、キャンペーンに合わせた操作説明会を実施し、アプリへの理解を深めることで、継続利用につなげる。



住民の行動変容を促し、Well-being向上を目指すとともに、関係人口の拡大を図る

①養老Payアプリの利用促進

世代別のニーズに応じた事業を実施
プレミアム商品券事業の継続及びプレミアム商品券以外で、決済利用を促進するイベントを実施

②養老町オンデマンドバス利用促進

キャンペーンに合わせた操作説明会を実施し、アプリへの理解を深めることで、継続利用につなげる。
ニーズの高い高齢層への利用促進

③YORO健康通帳の普及と認知度拡大

キャンペーンに合わせた操作説明会を実施し、アプリへの理解を深めることで、継続利用につなげる。
イベントを通じた若年層への利用促進