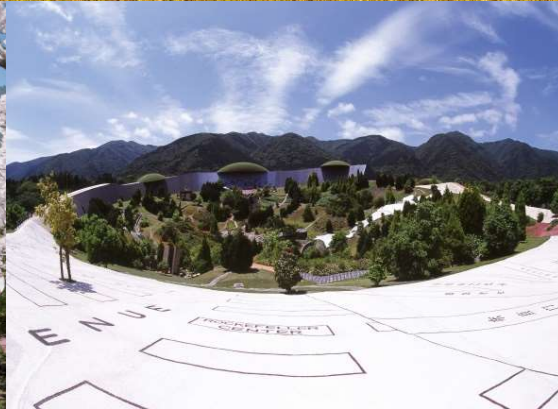


# 養老町

令和7年度「養老Pay」を活用したSmart Town YORO Project  
実績報告について



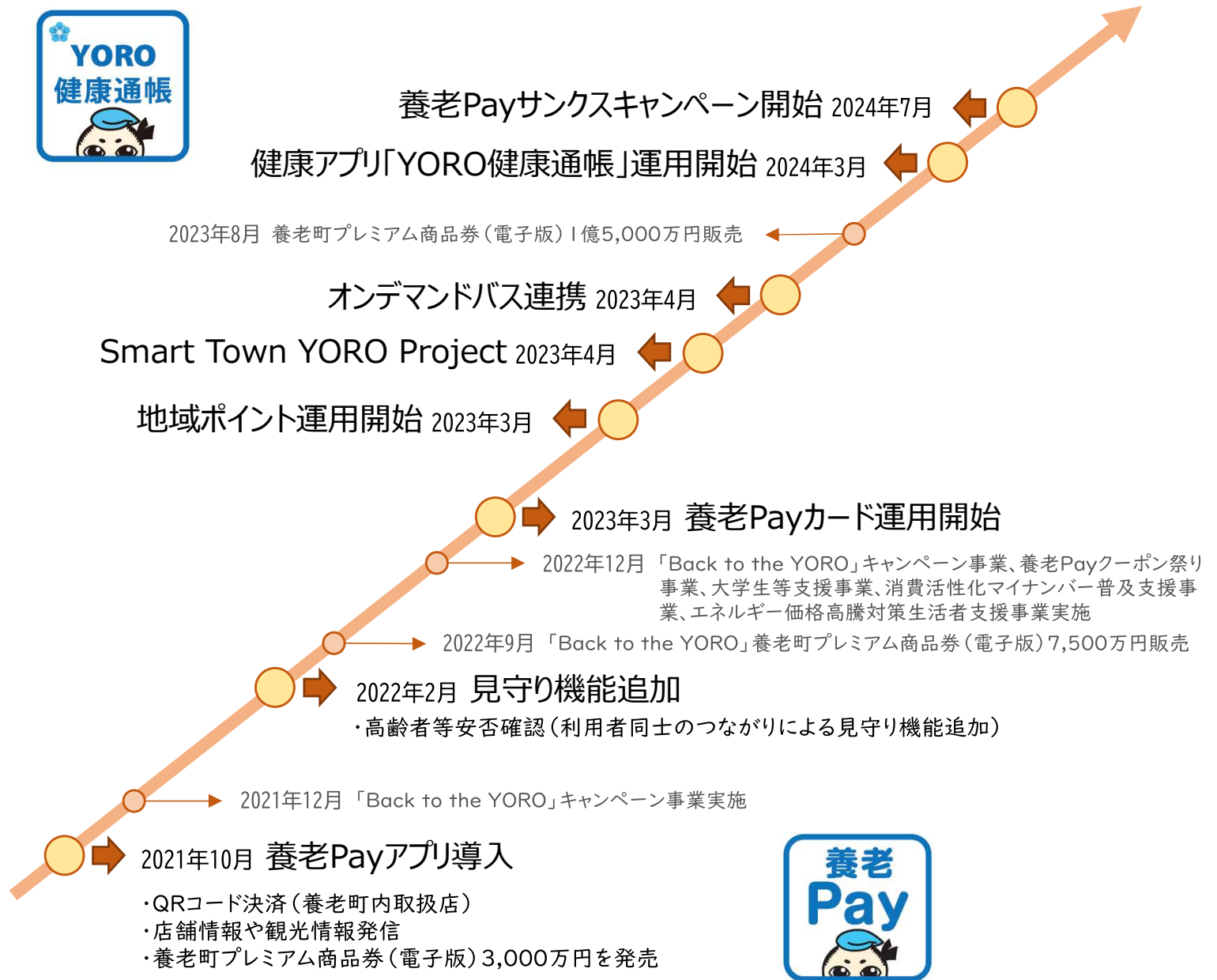


## 目次

① 養老町地域消費活性デジタル化事業 概要	P3~9
② 令和7年度の取組について	P10~18
③ 指標に基づく調査結果報告書	P19~29
④ 「Smart Town YORO Project」KPI	P30
⑤ 養老Pay利用状況	P31~40
⑥ 今後の取組	P41



## 養老Payの歩み

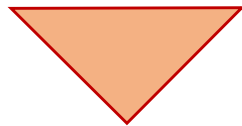




## 養老Payの始まり

### 地域課題

- 少子高齢化・人口減少※1  
人口減少の多い町村1位
- 商店街・地域産業の衰退  
地域経済循環率 72.3%



### 地域活性化への取組

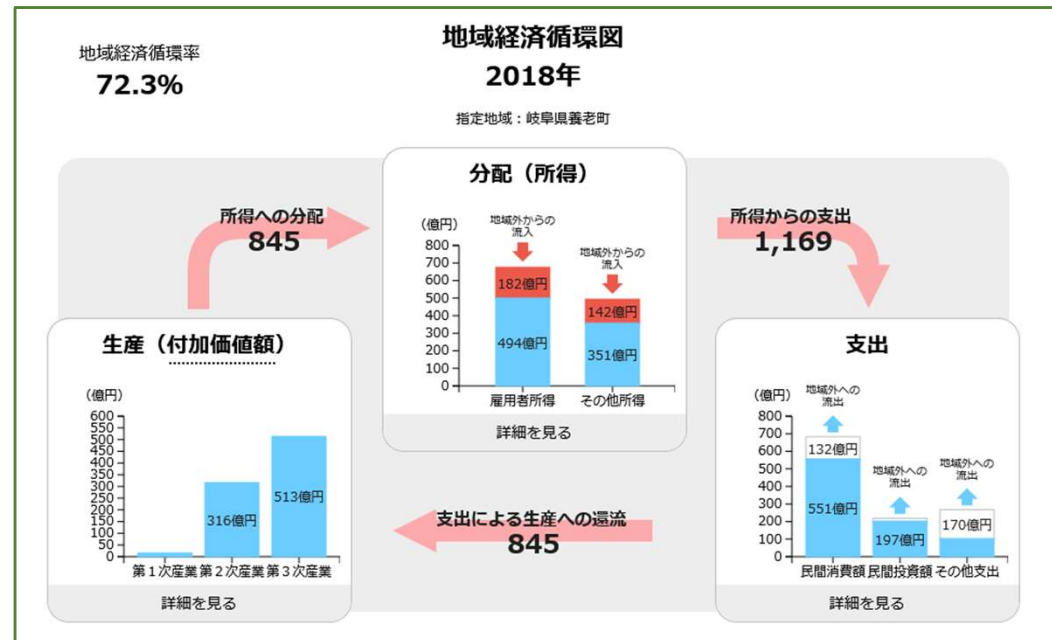
- 地域の稼ぐ力の向上  
地域内産業の活性化
- 関係人口拡大  
観光消費額拡大

＜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	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	ゆうはりし 夕張市 (北海道)	△ 4,521	1	1	よしろうちょう 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	うたしなまし 歌志内市 (北海道)	△ 4,420	2	2	なみえまち 浪江町 (福島県)	△ 622	2	となきそん 渡名喜村 (沖縄県)	△ 6.51
3	よこはまし 横浜市 (神奈川県)	△ 9,549	3	あかひらし 赤平市 (北海道)	△ 3,868	3	3	さつまちょう さつま町 (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:市区町村別:【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

人口減少に起因する各種課題  
 少子高齢化、地域産業の衰退、人口流出..etc

新型コロナウイルス感染症の拡大による社会環境の変化、商工業、観光への打撃



「新しい生活様式」を踏まえた施策・事業の展開



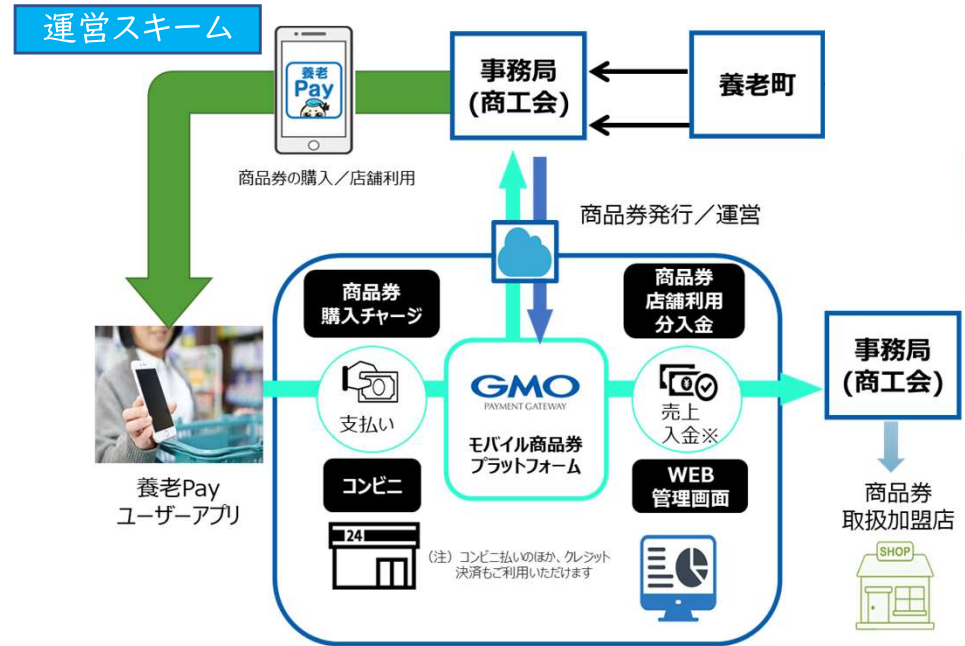
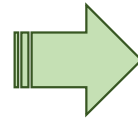
事業者向け支援(事業継続)  
 ・プレミアム付商品券事業

新型コロナウイルス対策

現行:紙での発行

↓

対策:デジタル化での発行



## 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

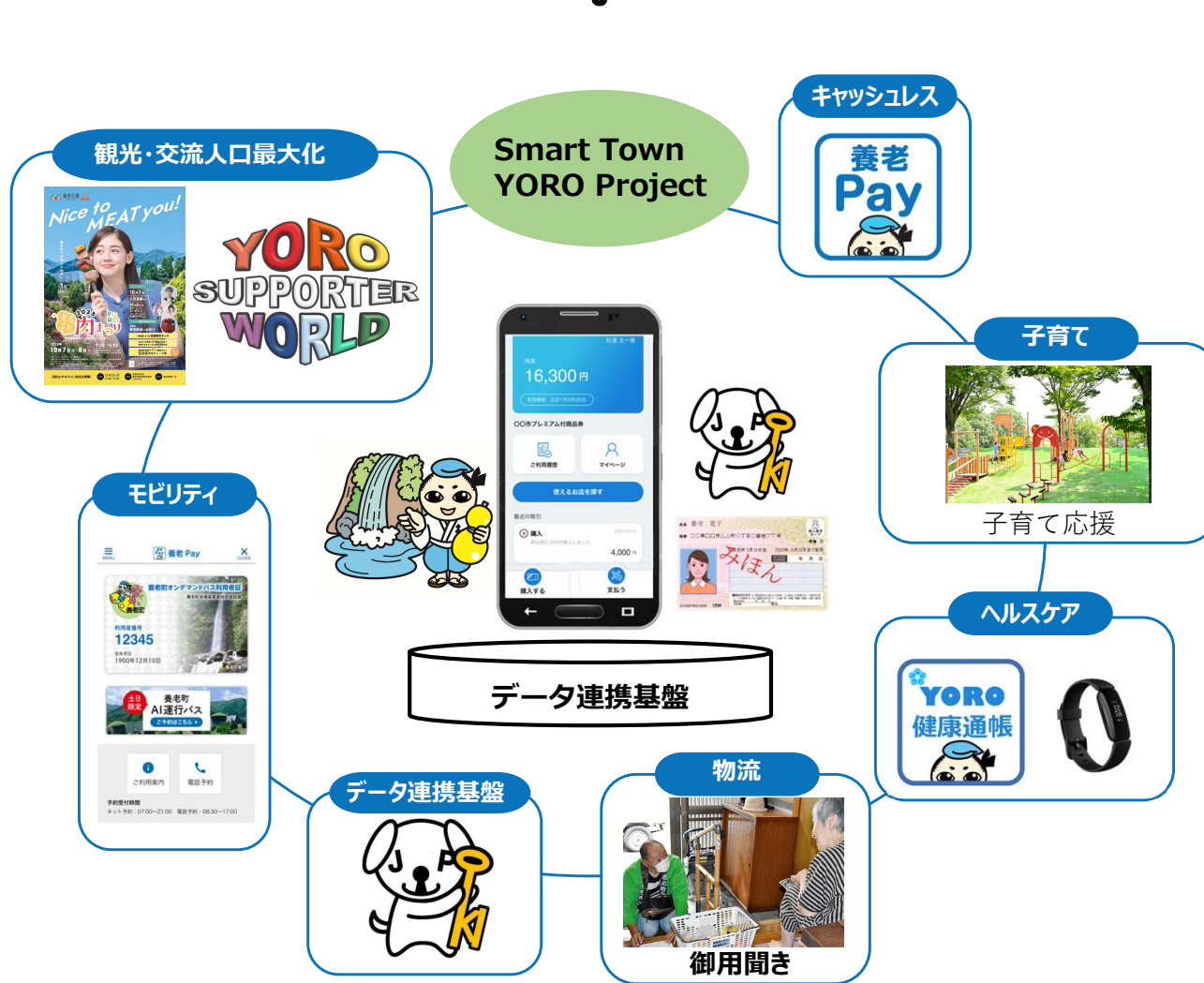
分析ダッシュボード

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】（令和7年度まで）



**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



## Smart Town YORO Project 【概要】(令和8年度以降)

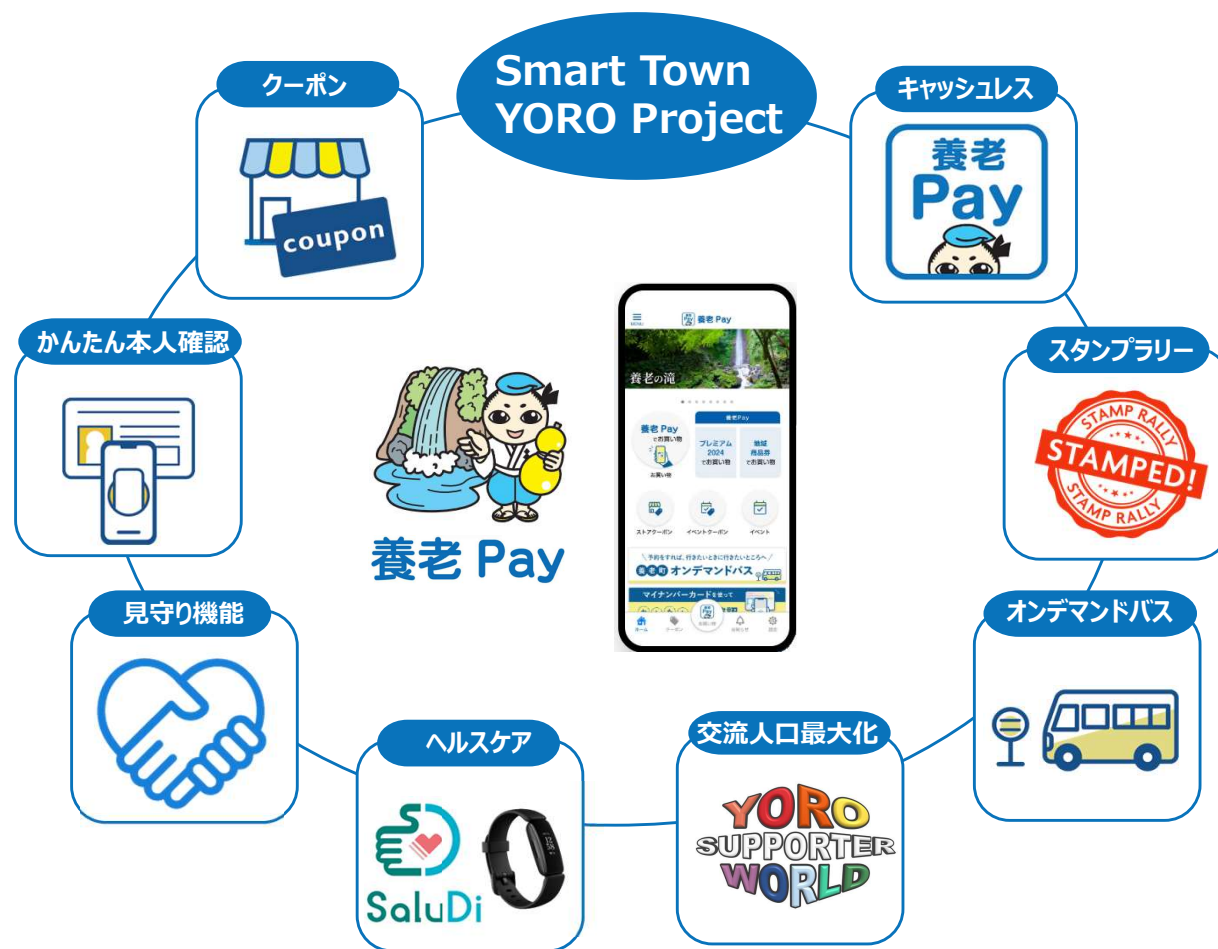
### 地域消費活性デジタル化事業

- ✓ 「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

- ✓ 「養老Pay」とオンデマンドバスを連携し、アプリから配車予約が可能
- ✓ マイナンバーカードを利用した本人確認により、安全性を担保
- ✓ 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、関係人口を最大化
- ✓ ヘルスケアサービスと連携し、町独自の老を養う(養老)デジタル化を実現





## 令和7年度 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:2025年8月12日~9月30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:52件

養老Payアイデアアンケート

養老Payの利用者に対し、養老Payにあったらいいなという新サービスのアイデアを広く募集し、利用を促進を目指すことを目的としたキャンペーン

参加者実績:254件

養老Payサックスキャンペーン第2弾 実施期間:2025年10月1日~12月25日まで

YORO健康通帳を活用して東海自然歩道を歩こう!

養老町内の東海自然歩道の4か所のポイントを回る、養老町独自の健康アプリ「YORO健康通帳」の普及を目的としたキャンペーン

参加者実績:290件

養老Payサックスキャンペーン第3弾~養老町オンデマンドバス推進~

実施期間:2025年11月1日、11月15日、12月20日、2026年1月25日、3月1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:78件

養老Payサックスキャンペーン第4弾 実施期間:2025年11月8日~11月9日

まるごと肉まつり養老2025養老Payスタンプラリー

まるごと肉まつり養老2025内で同時開催することにより、養老Payの利用普及を目的としたキャンペーン

参加者実績:60件



## 令和7年度 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:2025年8月  
販売額 9,600万円 ※プレミアム率20%

まるごと肉まつり養老2025連携イベント 実施期間:2025年11月1日~9日

### 養老Payスタンプラリー

まるごと肉まつり養老2025会場にて、出店店舗(全14店舗)で買い物をすると1つスタンプを獲得し、3つ獲得するスタンプラリーを開催  
実績:563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:498件

全国都市緑化ぎふフェア連携事業 SDGSマルシェにて、養老Payスタンプラリー開催 実施日:2025年5月31日  
養老公園内に設置されたQRコードスタンプ(3個)を全て獲得すると養老Pay地域ポイント500円分プレゼントを開催  
実績(達成者):48件

### 養老Payクーポン券の活用促進を実施

養老Pay加盟店舗に対して、店舗側で活用できる養老Payストアクーポンについて、活用促進を実施。養老Payクーポンを発行いただきましたら、養老町より養老Payアプリ利用者に対して、プッシュ通知にてクーポン券のPRを実施  
クーポン発行店舗:3店舗

## 令和7年度に実施した養老Pay普及に向けた取組みについて

### 養老Payサックスキャンペーン第1弾 アイディアコンテスト + STATION Ai連携イベント

#### ●目的

養老Pay価値向上＝未来に向けた価値づくり

#### ●メインターゲット

町民、西濃エリア、東海圏在住者(関係人口)、企業

#### ●プロモーション手法

チラシ、SNS、WEBによるPR

#### (企画1)

個人向けに新サービスに関するコンテスト、アンケートを実施

⇒アイディア、アンケートを入力してもらい、後日、抽選で特典(養老Pay500円)を付与

#### (企画2)

企業向けにSTATION Aiでのアイデア募集イベントを実施  
⇒養老Payを議題に、STATION Aiにてイベントを開催。自社ソリューションの実証フィールドをスタートアップ企業まで対象を拡大し、連携企画を募集するピッチイベントを開催

#### 企画1



#### 企画2



日本最大級のスタートアップ支援拠点「STATION Ai」でのイベント開催

項目	内容
実施時期	1:令和7年8月12日～9月30日 2:令和7年10月2日
件数	1:アンケート254件 (女性122件・男性132件) 2:応募3社
特典実績	1:抽選500円×200名＝10万円

## 令和7年度に実施した養老Pay普及に向けた取り組みについて

### 養老Payサックスキャンペン第1弾 マイナンバーカード連携推進

#### ●目的

養老Payの価値向上

#### ●ターゲット

町民、西濃エリア

#### ●プロモーション手法

町HP、広報誌、チラシ等によるPR

「銀行口座チャージ」を利用して買い物すると、銀行口座チャージをした金額を丸ごとキャッシュバック。  
※チャージ金額に応じて上限3,000円、1,000円単位でキャッシュバック。

#### 【キャンペーン結果】

1,000円×1名  
2,000円×1名  
3,000円×50名 合計52件 153,000円のキャッシュバックを実施



項目	内容
実施時期	令和7年8月12日～9月30日
件数	52件
特典実績	153,000円

## 令和7年度に実施した養老Pay普及に向けた取組みについて

### 養老Payサックスキャンペン第2弾

### YORO健康通帳を活用して東海自然歩道を歩こう！

#### ●目的

YORO健康通帳を活用した町民の健康増進

#### ●メインターゲット

町民

#### ●プロモーション手法

町HP、広報誌、チラシによるPR



#### ①概要

東海自然歩道の養老町区間内にある公衆トイレにYORO健康通帳のポイント読取り用QRを設置し、町民による東海自然歩道ウォーキング参加を促す。

⇒希望者にFitbit (昨年度事業の未使用機) を町より追加貸与する。

#### ②ポイント獲得条件

4カ所設置するチェックポイントで各250円分 (2,500pt×4) の健康ポイント (養老Payに交換可能) を獲得。

#### ③実施時期

2025年10月1日～12月25日

項目	内容
時期	令和7年10月1日～12月25日
参加件数	290件

## 令和7年度に実施した養老Pay普及に向けた取組みについて

### 養老Payサックスキャンペン第3弾

#### 養老町オンデマンドバス推進

##### ●目的

オンデマンドバスの利用者増  
「養老Pay」アプリからの予約の比率向上

##### ●メインターゲット

自治町民会議の主催するイベントへの参加者

##### ●開催場所

自治町民会議主催イベントにて開催イベントに出店  
(全5回)

##### ●プロモーション手法

町HP、広報誌、オンデマンドバス内にポスター設置



「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をプレゼント

- ①オンデマンドバス利用者証登録手続き
- ②「養老Pay」アプリ会員登録の案内
- ③オンデマンドバス連携方法、予約方法の説明
- ④オンデマンドバス乗車・決済体験
- ⑤参加者にアンケート調査を実施
- ⑥対象者に参加特典（養老Pay1,000円）プレゼント

項目	内容
実施時期	令和7年11月1日、令和7年11月15日、 令和7年12月25日、令和8年1月25日 令和8年3月1日
件数	78件
特典実績	1,000円×78名=78,000円

## 令和7年度に実施した養老Pay普及に向けた取組みについて④

### 養老Payサックスキャンペン第4弾

#### まるごと肉まつりスタンプラリー

#### ●目的

養老PayのPR、登録推進

#### ●メインターゲット

東海エリア在住者（交流人口）

#### ●プロモーション手法

チラシ、SNS、WEBによるPR



**養老Pay1,000円分がもらえる  
デジタルスタンプラリー開催中!**

1. まるごと肉まつり養老2025参加店舗での商品のご購入時に、店頭に掲示されているスタンプラリー用QRコードを養老Payアプリで読み取り、スタンプを獲得します。
2. 3店舗のスタンプを集めると、クーポンが発行されます。
3. クーポンを養老Payブースにてご提示いただき、養老Pay1,000円分をプレゼント!



#### <スタンプラリー参加方法>

##### ①アプリHOME画面



##### ②MENUから「まるごと肉まつりスタンプラリー」を選択



##### ③「QRコードを読み込む」を選択



##### ④店頭の専用QRコードを読み取り



①会場ブースでのPR・チラシ配布

②「養老Pay」登録推進

③スタンプラリー達成者に  
養老Payプレゼント



項目	内容
時期	令和7年11月8日～11月9日
件数	令和7年11月8日 326件 令和7年11月9日 237件      合計563件
特典実績	1,000円×563名=563,000円

## 令和7年度に実施した養老Pay普及に向けた取組みについて

### SDGsマルシェ 養老Payスタンプラリー

#### ●目的

関係人口拡大、町内消費拡大

#### ●メインターゲット

西濃エリア、東海エリア在住者（関係人口）

#### ●プロモーション手法

SDGs会場でのマルシェ会場でのPR



項目	内容
時期	令和7年5月31日
件数	スタンプラリー参加者 83名 スタンプラリー達成者 48名
特典実績	500円×48名＝24,000円

- ①スタンプを3カ所※読み取ることで、スタンプラリー達成とする。
- ②達成者にクーポンを発行し、地域ポイント500円分を事務局で付与する。
- ③「GPS機能」（現地に行かなければスタンプを獲得できない仕様）および、ポイント付与時に目検による確認を行うことで不正利用を防止する。

※スタンプ設置場所：YORO SUPPORTER WORLDテント・養老の滝・こどもの国

## 令和7年度に実施した養老Pay普及に向けた取組みについて

### 店舗限定クーポン発行

#### ●目的

養老Payの活性化、町内事業者支援

#### ●メインターゲット

養老Pay利用者

#### ●プロモーション手法

PUSH通知機能を活用し、養老Pay全保有者向けに参加店舗のPRを実施。

##### ①養老Pay加盟店への周知

案内状・ストアクーポン配信マニュアル・申込用紙を全加盟店に送付

##### ②加盟店が養老町に申込

申込時にPUSH通知してほしい内容（200文字程度）&画像（1点）をメールorFAXで養老町産業観光課あて連絡

##### ③PUSH通知配信

クーポン配信を確認後、養老町にて順次PUSH通知で店舗のPRを実施。



項目	内容
時期	令和7年9月1日～3月31日（無期限）
実績	参加店舗数：3店舗

# 指標に基づく調査結果報告書 (信州大学調査結果報告書)

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 養老Pay決済データ分析
    - 2-3. オンデマンドバス体験乗車会でのヒアリング調査結果
    - 2-4. 事業者ヒアリング調査結果
    - 2-5. 「まるごと肉祭り養老2025」でのアンケート調査結果
  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. KPI調査結果報告
  4. 養老Pay決済データ分析
  5. オンデマンドバス調査結果報告
  6. 事業者ヒアリング調査結果報告
  7. まるごと肉祭り養老2025調査結果報告
  8. 調査結果・分析まとめ

# 1.調査概要

**【具体的調査内容】 「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**  
 昨年度実装された「養老Pay」の利活用状況を把握し、活用可能性や経済的効果及び費用対効果の効果検証のために必要な調査を行いました。  
 また、これまでに実施した調査結果と今回の定性調査に基づく事業提案について報告します。

日時	令和8年1～2月	11月8日・9日	11月～2月	1月～2月	令和8年1～2月
調査・分析項目	「養老Pay」の満足度（KPI）調査	まるごと肉祭り養老でのヒアリング調査	オンデマンドバスのユーザーへの定性調査	クーポン掃き出し機能について、加盟店へのヒアリング	養老Payの決済データの分析
目的	「養老Pay」アプリ、スタンプラリー、ヘルスケアサービス、銀行口座からの即時チャージのKPIに基づく満足度の測定する。	YORO健康通帳アプリを使用しているユーザーに対し、利用状況や改善点の意見を収集する。	オンデマンドバスを日常的に使用しているユーザーおよびその家族にヒアリングをおこない、使用感や改善点、消費などの生活に関するニーズ・課題を抽出する。	クーポン発行機能を利用した事業者へ、利用状況や改善点のヒアリングし、実際の効果を検証する。	「養老Pay」の決済データを分析し、消費の実態を把握する。
調査内容	養老Payの情報配信機能を活用し、利用者へアンケート調査を実施し、養老Payの機能（クーポン出し分け、スタンプラリー等）の、認知、利用頻度、使用感について意見を収集する。	1.養老駅にて、養老鉄道利用促進キャンペーンについてのヒアリング 2.町内外の利用者に養老Payのキャンペーンの認知、利用状況を把握	1.町内移動のニーズ調査「養老Pay」のオンデマンドバスの予約機能の利用実態や改善点を把握。 2.生活者・観光客の行動変容を確認。	1.事業の終了する1～2月に事業者を訪問し、店舗側の課題やニーズを把握する。 2.実際の効果などを聞き取りを行う。	1.「養老Pay」利用者の消費傾向を分析。決済データから属性・時間、使用場所や日時などから傾向を把握する。 2.これまでの経過からの変化などを検証する。
対象	養老pay登録者	YORO健康通帳利用者	オンデマンドバス利用者	クーポン発行事業者	養老Pay利用者
方法	対面による聞き取り及び養老Payアプリを用いてのアンケート（肉祭りでのインタビュー）	養老肉祭りの来場者を対象にQRコードでのアンケート、ヒアリングを実施。	対面による聞き取り及びフォームを用いてのアンケート	クーポン発行を実施した企業に訪問し、ヒアリングを行う。併せて、事業者側の満足度を聞く。	データ抽出による分析及び養老Payアプリを用いてのアンケート
目標件数	養老Pay利用者の5%	100件	10件	10件	養老Pay利用者（約18,000件）



養老Payを活用してのアンケート  
 （2026.1,2月実施）



まるごと肉祭り養老2025（2025.11）で来場者へのアンケートを実施

## 2-1. 「養老Pay」の満足度調査(KPIアンケート)の結果

「養老Pay」の満足度（5段階評価）は**3.25**となり、目標値の4.0に届かなかったが、**着実な上昇**が見られた。導入・実装した**オンデマンド、スタンプラリー機能**は、わずかに**目標に届かずさらなる改善が求められている**。一方、**ヘルスケア、銀行チャージ機能**の満足度については、目標値を超えており、銀行チャージの利用普及が見られた。

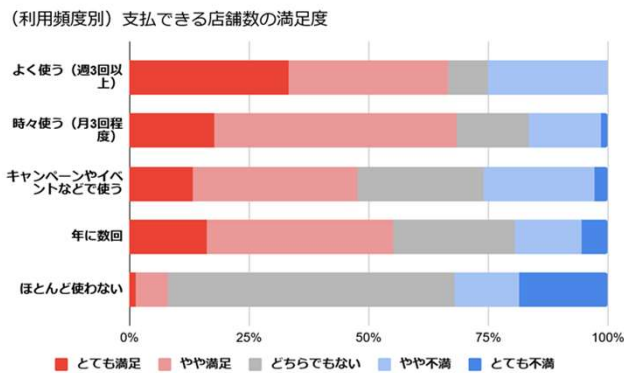
調査期間：2026.1/15～2/15 回答数：**509**件（2024年度は381件。回答数は約33%増）

調査区分 (満足→5p)	2024年度結果 2025年1月末 (2024年度目標)	目標値 2025年度末	備考 2025年1月末	結果 2026年1月末	備考 2026年1月末
KPI①「養老Pay」アプリの満足度	3.10 (3.2)	4.0	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	3.25	1：とても満足 54人 2：やや満足 177人 3：どちらでもない 154人 4：やや不満 88人 5：不満 36人
KPI③オンデマンドバスの利用満足度	2.98 (2.5)	3.2	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	3.14	1：とても満足 5人 2：やや満足 7人 3：どちらでもない 7人 4：やや不満 7人 5：不満 3人
KPI④スタンプラリー機能の満足度	3.14 (2.5)	3.2	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	3.01	1：とても満足 7人 2：やや満足 65人 3：どちらでもない 389人 4：やや不満 24人 5：不満 24人
KPI⑤ヘルスケアサービスの満足度	3.05 (2.5)	3.2	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	3.22	1：とても満足 8人 2：やや満足 29人 3：どちらでもない 37人 4：やや不満 13人 5：不満 6人
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	3.02 (2.5)	3.2	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	3.96	1：とても満足 13人 2：やや満足 18人 3：どちらでもない 13人 4：やや不満 1人 5：不満 0人

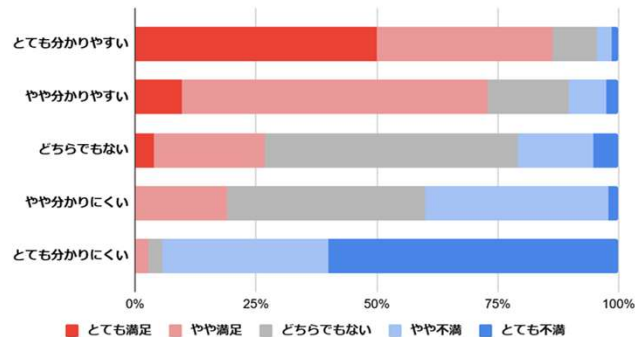
## 2-1. 養老Pay (KPIアンケート) の考察

「養老Pay」アプリは利用割合・満足度が向上し、特に利用頻度の高いコアユーザーの方が評価が高い。オンデマンドバスは、満足度こそ上昇したは、利用率に大幅な上昇などは見られない。スタンプラリーは満足度が低下したが、**銀行口座チャージは3.96**と、**利用に繋がれば高い満足度**を得ている。

養老Payの満足度 (N=509)

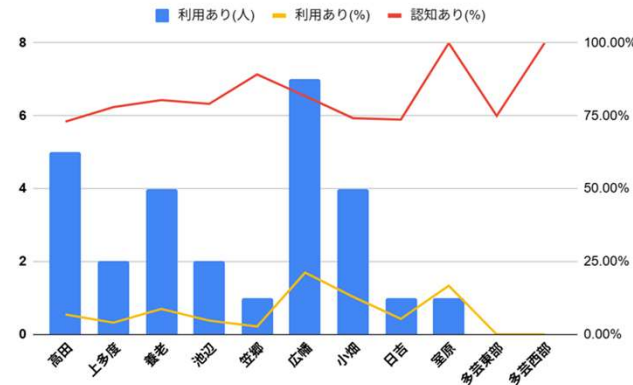


(操作性別) 「養老Pay」の総合的な満足度

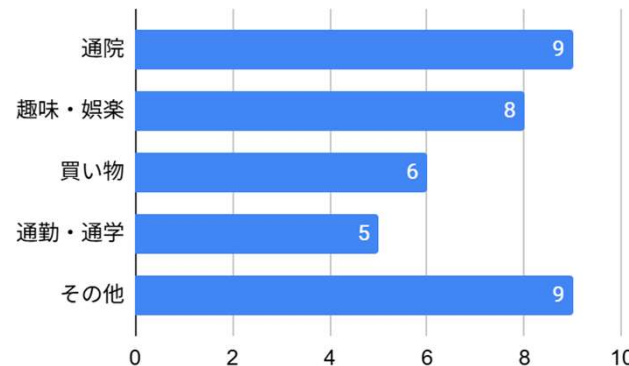


- 操作性や利用頻度と満足度は**相関関係**にある (使うほど高い)
- KPIは総合で0.15p上昇。即時チャージ等高い上昇も見られたが、**機能毎にばらつき**がある。

オンデマンドバスの満足度 (N=29)

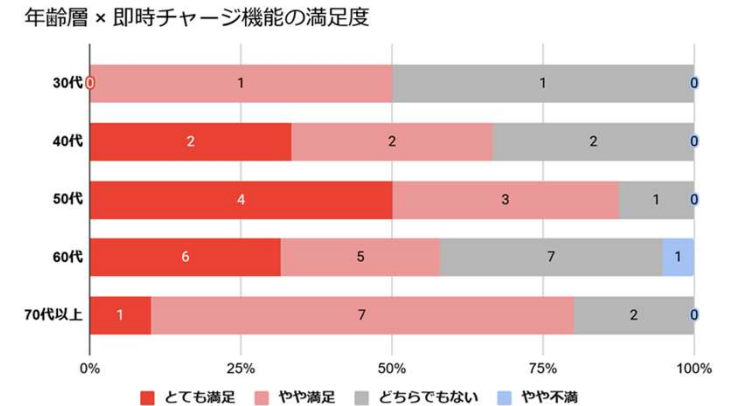


オンデマンドバスの利用目的 (N=29)

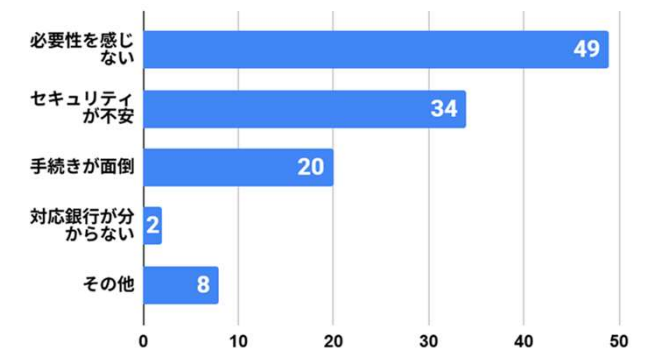


- オンデマンドバスの**認知度は上昇**
- 高齢者の乗り物という観念
- 病院や買い物での利用が多く、**子供の通学や休日の塾・クラブ**などで使えたらという声もある

即時チャージ機能 (N=45)



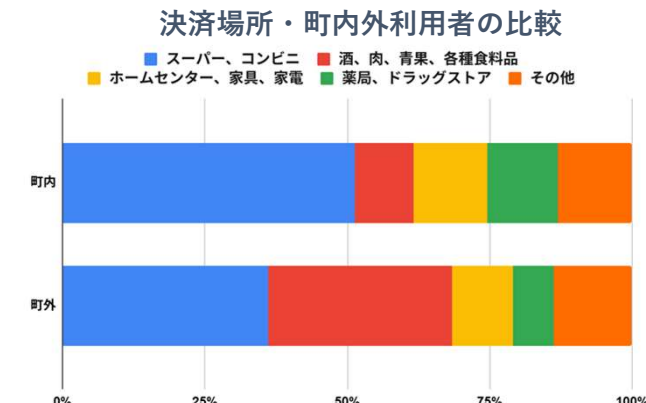
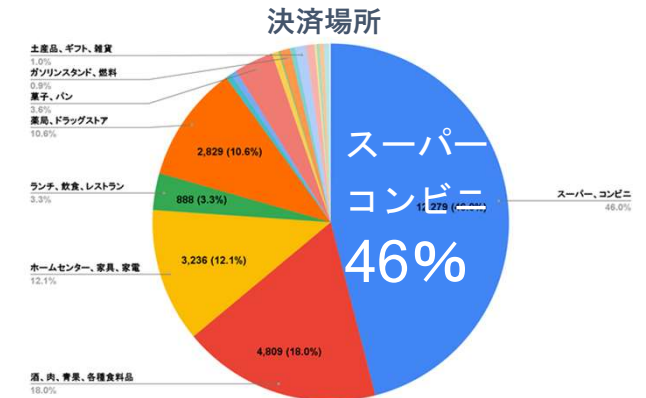
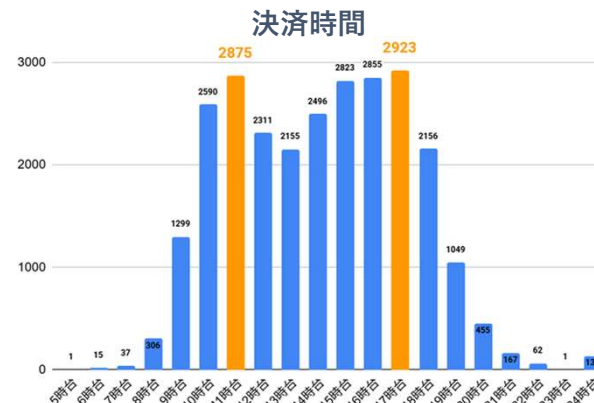
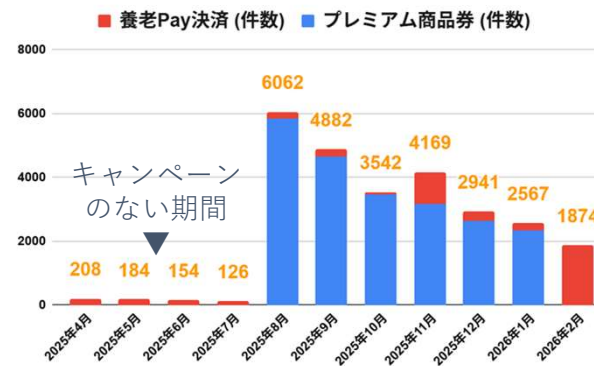
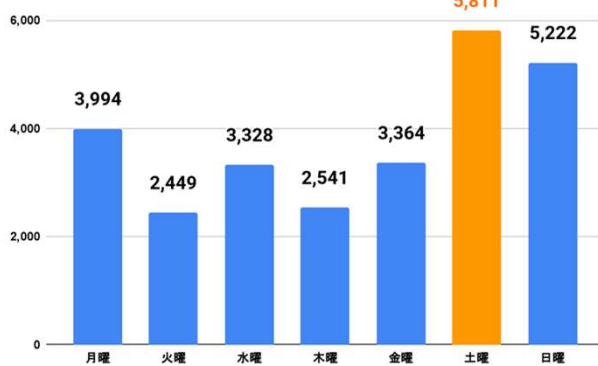
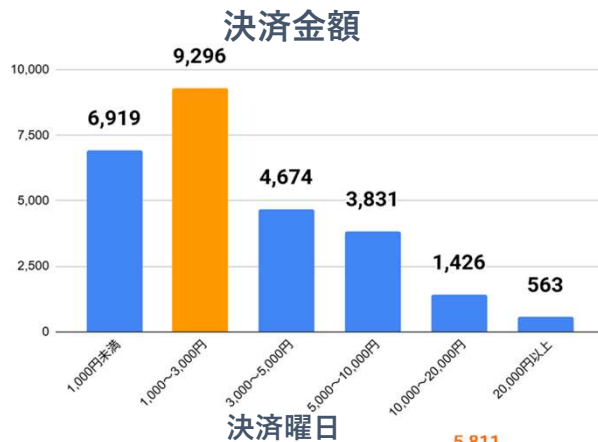
スタンプラリー機能 (N=113)



- スタンプラリーに関して景品が良かったという声が増加、ただ、**必要性を感じない**の声も
- 銀行口座からの即時チャージ機能は**50代**が最も満足度が高い<sup>23</sup>

## 2-2. 養老Pay決済データの考察

養老Pay決済データ【2025年4月～2026年2月】を分析 支払件数（N=26709）  
普及が進み、日常利用での決済が拡大している。商品券やキャンペーンでの利用が定着している。



### 利用時期と決済金額の傾向

- 利用のピークは「プレミアム商品券」や「トクトクキャンペーン」の実施期間に集中している。
- 養老Pay決済の利用は11月と2月に特に多
- 1回あたりの決済金額は「1,000円～3,000円」の価格帯が最多である。
- 利用日時は「土日の昼～夕方」に集中する傾向が強い。

### 利用店舗ジャンルの偏りと特徴

- 全年代において、決済全体の約46%が「スーパー・コンビニ」での利用に集中している
- 20代以下の若年層は、他年代と比較して「理美容」「車・バイク関連」「生活・健康サービス」での利用割合が高い
- 町外居住者は「酒・肉・食料品」での利用割合が高い

## 2-3. オンデマンドバス体験乗車会でのヒアリング調査結果


高齢者を中心に現在は自家用車利用が中心で、養老Payは浸透しているものの**オンデマンドにおけるアプリ利用にはまだ馴染みが薄い**ことが明らかになった。免許返納後や将来的な通院・買い物手段としての利用は検討されているものの、電話予約や巡回型バスなど**手間の少ない仕組みへの要望**が強い。また、プレミアム商品券の時のみ利用される傾向や、日常的な決済は利便性の高い他サービスが優先される現状が見られる。今後は、宅配サービスや**福祉連携による移動支援**、町外利用や悪天候時の対応、操作サポート環境の整備など、**利便性向上に向けた支援（使いたくなる仕掛け）**が求められる。



テーマ	項目	主な意見・現状の傾向	課題・今後のニーズ
オンデマンドバス	利用意向	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現在は自家用車での移動が中心のため、利用機会がない人が大半。</li> <li>・「<b>免許返納後（高齢化後）</b>」の<b>通院や買い物手段</b>として、将来的な利用を想定・検討する声が多い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢になると自ら移動するより「宅配サービス」で済ませたいというニーズも存在する</li> <li>・<b>福祉との連携</b>や、家まで迎えに来る仕組みが求められている</li> </ul>
	運用への要望	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アプリでの予約は<b>高齢者には困難</b>であり、電話予約の要望が強い。</li> <li>・定時定路線（巡回型バス）の方が手間がなく馴染みがあるという意見がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・通院や買い物で大垣市など町外へ出向くニーズがあるが、現状は町内限定のため不便</li> <li>・土日祝の運休、夜間、大雪などの悪天候時に使えない点への不満・不安がある</li> </ul>
養老Pay	利用意向	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プレミアム商品券の発行時や、ポイント付与時のみの利用が中心となっている。</li> <li>・日常的な決済は、より<b>利便性の高い他の決済サービス</b>（PayPayやクレジットカード等）が優先されている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・他の市町村（町外）で使えない点や、使える店舗が少ないことが利便性を下げている。</li> </ul>
	操作性要望	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ログインなどの操作が複雑で、キャッシュレス化の波についていけない高齢者が多い。</li> <li>・商品券以外の使い方が分からないという声がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スーパーや公共施設など、<b>日常的に操作方法を簡単に聞ける環境づくり</b>やスマホ教室の開催が必要とされている。</li> <li>・アクセス集中時（プレミアム商品券期間等）のサーバーダウンの改善要望がある。</li> </ul>

## 2-4. 事業者ヒアリング調査結果

利用店舗の参入が増えると、もっと利用者の増加が期待できる。ポイントの還元だけでなく、PRやイベントの情報を絡めたクーポン発行ができるようになると、もっと事業者側も工夫ができる。さらに、町内での決済傾向（時間や金額、場所、機械）等の情報が共有されることで、企画を一緒に考えていくことも可能になるという意見も聞かれた。

日時	2026年3月1日（日） ①9:30~10:30 ②13:00~14:00	
目的	クーポン発行機能を利用した事業者に対し、利用状況や改善点などのヒアリング	
対象	①寿司飛脚たなか、②にゃーごのパン	
方法	形態：ヒアリング	
		
にゃーごのパン 養老町鷺巣 1589-4		宅配寿司 ことほぎ（寿司飛脚たなか）養老町根古地 190
現状	<ul style="list-style-type: none"> <li>業種：パン屋</li> <li>客層：30代~50代主婦層中心</li> <li>平日：子育て世代の日常利用</li> <li>土日：養老公園の家族連れやSNSを見た遠方客が来</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>業種：宅配とテイクアウトが中心、配達寿司</li> <li>客層：50代~60代の利用者が比較的多い</li> <li>土日や年末年始、お盆、誕生日など「家族が集まるイベント時」が忙しい</li> </ul>
実態	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗クーポンとして、1,000円以上購入でキーホルダー進呈</li> <li>利用数は少なめだが新規客獲得の契機に</li> <li>商品券やキャンペーン時にお得感から利用が増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>値引き型クーポンを発行したが利用は2件程度と反応は薄かった</li> <li>ポイント還元や補助金キャンペーンがある際には、利用促進に繋がっている</li> </ul>
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>操作・パスワード入力が複雑</li> <li>店舗側が実質的なサポート窓口</li> <li>画像作成や役場への依頼など、店舗側の作業負担が大きい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アプリを開かないと情報が見えずクーポンの認知不足が起きているのでは</li> <li>商品券は、利用先が自由な場合、大型店に消費が流れやすい</li> <li>小規模・個人店舗での利用が増える仕組み（利用店舗限定など）を要望</li> </ul>
展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>参加店舗全体が増加することで、認知やクーポンの効果が高まることに期待</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業者がクーポンの「閲覧数」「クリック数」「利用率」をデータとして見たい。繁忙期だけでなく、閑散期の来店を促すような付加価値型施策の展開が今後の検討余地</li> </ul>

## 2-5. 「まるごと肉祭り養老2025」でのアンケート調査結果

### 「まるごと肉まつり養老2025」アンケート調査サマリー

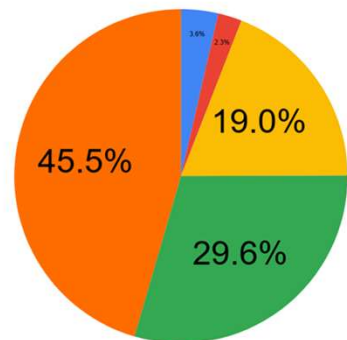
#### 【来場者概要】

- ・ 回答数は**389人** (1日目：230人、2日目：159人)
- ・ **約8割**が**養老町外からの来場** (グラフ2)
- ・ **約7割**の方が**自動車**で来場
- ・ **約70%**の方が**1000~3000円**の消費額
- ・ **販売量や休憩スペース**に対する**要望が聞かれた**

#### 【イベント満足度】

満足度を5段階評価で集計 (とても満足5~1とても不満)

まるごと肉まつり養老2025 満足度 n=390



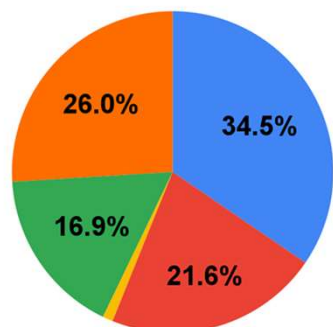
- 満足度1
- 満足度2
- 満足度3
- 満足度4
- 満足度5

満足度4あるいは5と回答した割合は、

**75.1%**

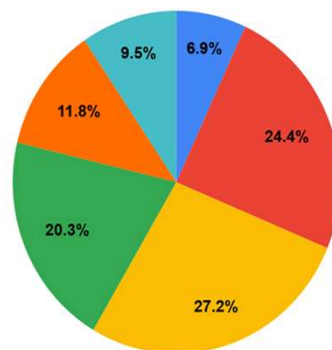
とても**高い満足度**であった

来場者の住居 n=390



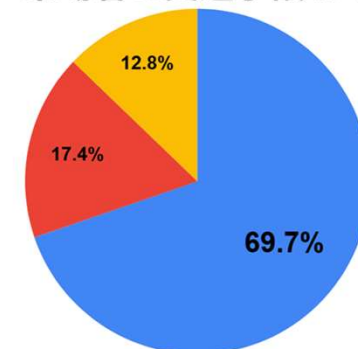
- 岐阜県以外
- 岐阜県内
- 日本国外
- 養老町内
- 養老町の隣接地域 (大垣市、瑞穂市、輪之内町、関ヶ原町、海津市など)

来場者 消費金額 n=390



- 1,000円未満
- 1,000円以上2,000円未満
- 2,000円以上3,000円未満
- 3,000円以上4,000円未満
- 4,000円以上5,000円未満
- 5,000円以上

来場者の交通手段 n=390



- 自動車
- 電車・バス
- その他

#### 【イベントに対する意見 (自由記述)】

「家族で楽しめた」「地域の祭りとして定着を」 (約15件)

本イベントには「毎年来ている」「また参加したい」といった継続開催を望む声や、雨天でも楽しめたという肯定的な意見が多く寄せられ、地域に根付く人気イベントとしての期待が高い。例：「地域の祭りとして毎年定着してほしい」「地元民なのでまた行きたい」  
一方で、改善点として特徴的なのは次の4点である。

① **売り切れ・数量不足** (約35件)：売り切れの早さへの不満が非常に多く、数量増や在庫管理の強化を求める声が目立った。例：「完売が早すぎる」「午前中に売り切れ」

② **飲食・休憩スペース不足** (約25件)

飲食スペースや屋根付きエリアの不足、雨天時の食事場所やステージ観覧のしづらさを改善してほしいという要望が多い。例：「座って食べられる場所を増やしてほしい」「飲食スペースをもっと確保して」「屋根付きのテントが少ない」「雨の時に困った」

③ **アクセス・会場案内の分かりにくさ**、特に駐車場やシャトルバスの動線について改善を求める意見が多かった。

④ **子ども連れ・家族層への配慮**として、菓子まきの方法、授乳室、子ども向けメニューの充実などが挙げられた。

### 3. 全体考察

養老Payの展開に向けて、日常的なアプリ利用の定着を図りながら、加盟店舗の拡大や個人店での利用促進により地域内経済循環を高める必要がある。PRやイベントと連動したクーポン活用、行政情報と連動したインセンティブ付与、決済データの共有などを通じ、事業者の販促と住民の継続利用を促進していくことが重要と考えられる。

テーマ	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"> <li>● 決済全体の約46%が大型店（スーパー・コンビニ）に集中し、地域内の循環が弱い。</li> <li>● キャンペーン（プレミアム商品券やとくとくキャンペーンなど）以外での利用が少ない。</li> <li>● 高齢者へ操作を教える個人店の負担が大きく、機能間の連携や理解にばらつきがある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 大型施策を1回打つのではなく、キャンペーンやイベントをこまめに多様な主体で実施する。</li> <li>○ 利用先を限定したクーポンの発行や広告宣伝費を募り、これを活用したポイント還元率の引き上げなど、協力する事業者の裁量でできる企画を実施する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 年間を通じた日常的なアプリ利用の定着と、閑散期の売上底上げにつながる。</li> <li>・ 大型店（スーパー・コンビニ）だけの利用ではなく個人店（季節利用や日常利用）への消費の多様化の促進（地域内経済循環）。</li> <li>・ 個人店が操作案内やキャンペーン告知に協力してくれる「サポート拠点」として機能し、高齢者の心理的ハードルが下げることに貢献。</li> </ul>
クーポン機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>● キャンペーン（商品券等）実施時の利用効果・集客力が非常に高い。</li> <li>● 高齢者は、レジの後ろに人が並ばない「個人店」の方が心情的にアプリを使いやすい（お店の人に操作を聞きやすい）傾向がある。</li> <li>● パン屋では、家族利用が多かった。利用が少ない20～30代に利用が定着する可能性がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ クーポン機能の拡充：PRやイベントと連動したクーポンを発行できる仕組みを整備する。</li> <li>○ 加盟店舗の拡大：説明会や導入支援を行い利用できる店舗を増やす。</li> <li>○ 決済データの共有：利用時間や金額などの傾向を事業者と共有し、販促企画に活用する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 利用店舗の参入が増えることで、養老Payの利用機会が広がり、利用者増加が期待できる。</li> <li>・ ポイント還元に加え、店舗のPRやイベント情報と連動したクーポン発行が可能になれば、事業者が販促施策を工夫しやすくなる。</li> <li>・ 決済時間・金額・利用場所など町内の決済傾向データが共有されることで、販売促進や企画を事業者同士で検討できる可能性がある。</li> <li>・ データ活用を通じて、地域全体でのマーケティングや連携した企画づくりに繋がるのが期待される。</li> </ul>
オンデマンドバス	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 免許返納後の「通院・買い物手段」として、将来的な利用意向・期待値が高い。</li> <li>● 大垣市（町外）への通院など、実際の生活圈と運行エリア・時間が合致していない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 養老町の簡易的な地図の上に、オンデマンドバスマップ作成。例：目的地（通院,買い物,公共・手続）や時間など</li> <li>○ 「アプリ予約」が高齢者にとって最大のハードルとなっているため、講習会を相互（友人同士、子供から親）に教えるような講習会を企画。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ マップ上に所要時間の目安、外出に対する不安が解消され、一步を踏み出せるようになる。これまで家族が担っていたサポートを代わりにアプリで自分で行えるようになる。</li> <li>・ 行政周知が一定程度行き渡ると、今後人から人への伝播が重要なフェーズとなる。例えば、行政情報と連動したインセンティブ施策などで、行政情報の閲覧や確認に対してポイント付与し、養老Payアプリの利用促進と日常的な活用につなげる。</li> </ul>

# 4. 全体提案(まとめ)

【行政（養老町）】  
 決済 / クーポン / データ活用 / 移動 / ★行政情報

養老Pay（地域プラットフォーム）  
 決済・クーポン・情報・データ

【住民（利用者）】      【地域事業者】      【サービス提供者】

- ・ 日常決済利用 ・ キャッシュレス決済 ・ オンデマンドバス
- ・ ポイント活用 ・ クーポン発行 ・ 移動支援 ・ 情報確認
- ・ 販促企画 ・ 外出促進 ・ 外出機会増加 ・ 来店促進

地域の共有情報を用いて 施策化      観光施策⇔生活支援施策

【地域循環の創出】

- ・ 個人店の売上増加    ・ 住民の外出機会増加    ・ キャッシュレス利用定着    ・ データを活用した地域政策



【Smart Town YORO ProjectのKPI】

(令和8年2月28日時点)

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) (アプリダウンロード累計数) 19,436/16,700	「養老Pay」アプリの満足度 (ポイント) 3.25/3.2
		「養老Pay」によるQRコード 決済消費額(千円) 105,135/156,000	町外利用者による消費額 (千円) 44,391/78,000
		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) 1,695/8,350	
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) 24,981/28,000	オンデマンドバスの利用満足度 (ポイント) 3.14/2.5
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) 646/3,340	スタンプラリー機能の満足度 (ポイント) 3.01/2.5
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) 925/1,200	ヘルスケアサービスの満足度 (ポイント) 3.22/2.5
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) 716/2,000	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) 3.96/2.5

※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)の結果より記載

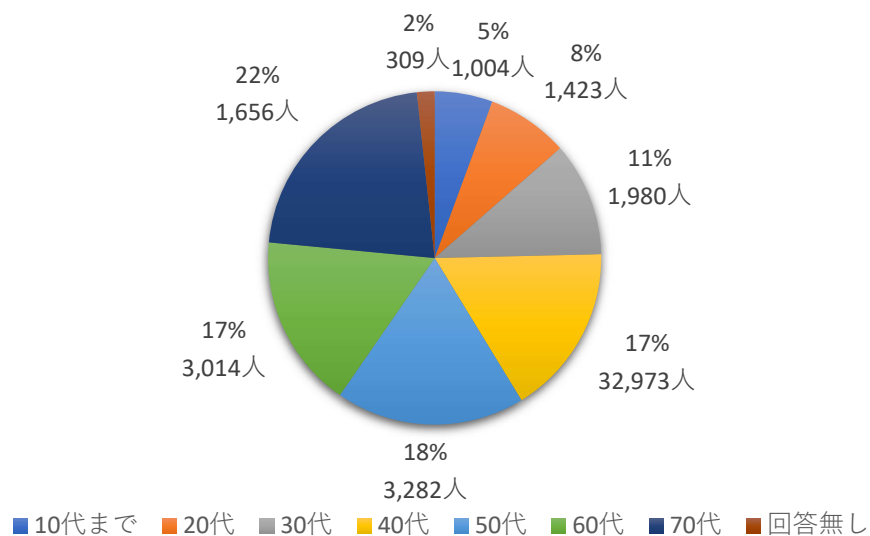


## 養老Pay利用状況

養老Pay利用者数（年代別）	【全体】	
	利用者数（人）	割合
10代まで	1,004	5.6%
20代	1,423	8.0%
30代	1,980	11.1%
40代	2,973	16.6%
50代	3,282	18.4%
60代	3,014	16.9%
70代	3,898	21.8%
回答無し	309	1.7%
合計	17,883	100.0%

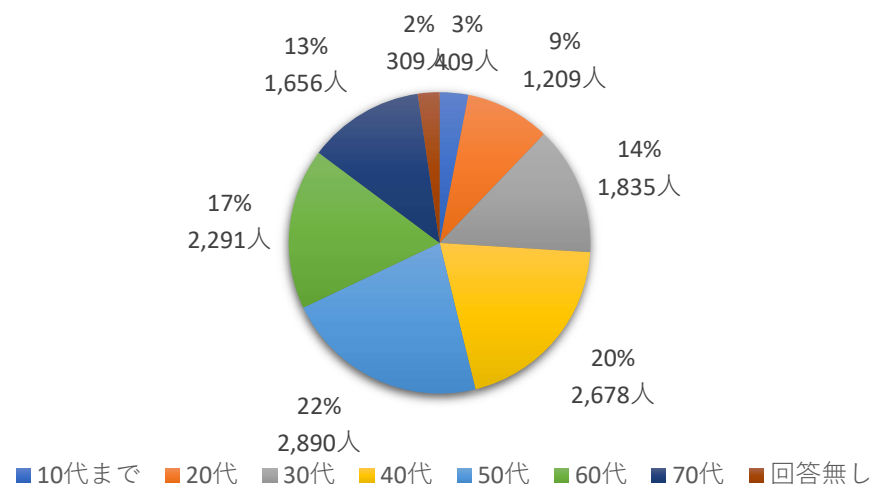
養老Pay利用者数（年代別）	【アプリのみ】	
	利用者数（人）	割合
10代まで	409	3.1%
20代	1,209	9.1%
30代	1,835	13.8%
40代	2,678	20.2%
50代	2,890	21.8%
60代	2,291	17.3%
70代	1,656	12.5%
回答無し	309	2.3%
合計	13,277	100%

養老Pay利用者数（年代別） 【全体】



養老Pay利用者数（年代別）

【アプリのみ】



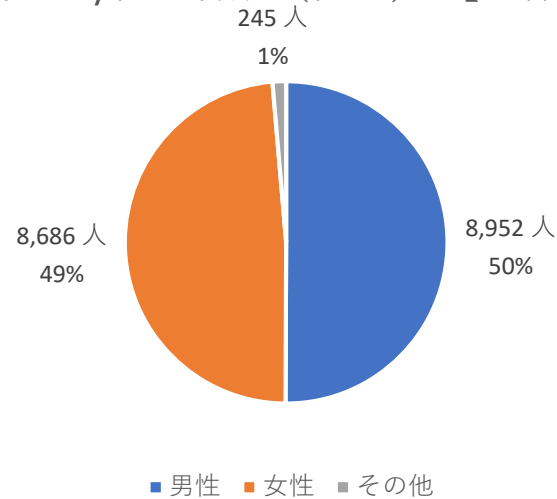


## 養老Pay利用状況

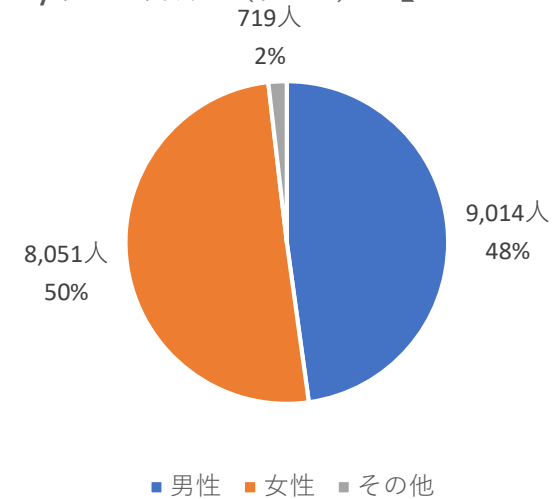
養老Pay利用者数（性別）		【全体】
	利用者数（人）	割合
男性	8,952	50.1%
女性	8,686	48.6%
その他	245	1.4%
合計	17,883	100.0%

養老Pay利用者数（性別）		【アプリのみ】
	利用者数（人）	割合
男性	6,348	47.8%
女性	6,684	50.3%
その他	245	1.8%
合計	13,277	100.0%

養老Pay利用者数（性別） 【全体】



養老Pay利用者数（性別） 【アプリのみ】



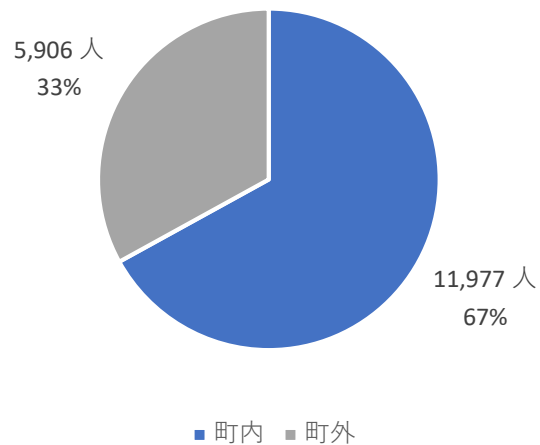


## 養老Pay利用状況

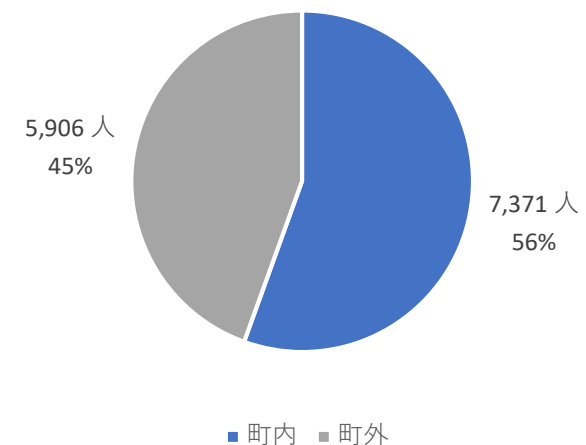
養老Pay利用者数（町内外）		【全体】
	利用者数（人）	割合
町内	11,977	67.0%
町外	5,906	33.0%
合計	17,883	100.0%

養老Pay利用者数（町内外）		【アプリのみ】
	利用者数（人）	割合
町内	7,371	55.5%
町外	5,906	44.5%
合計	13,277	100%

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】

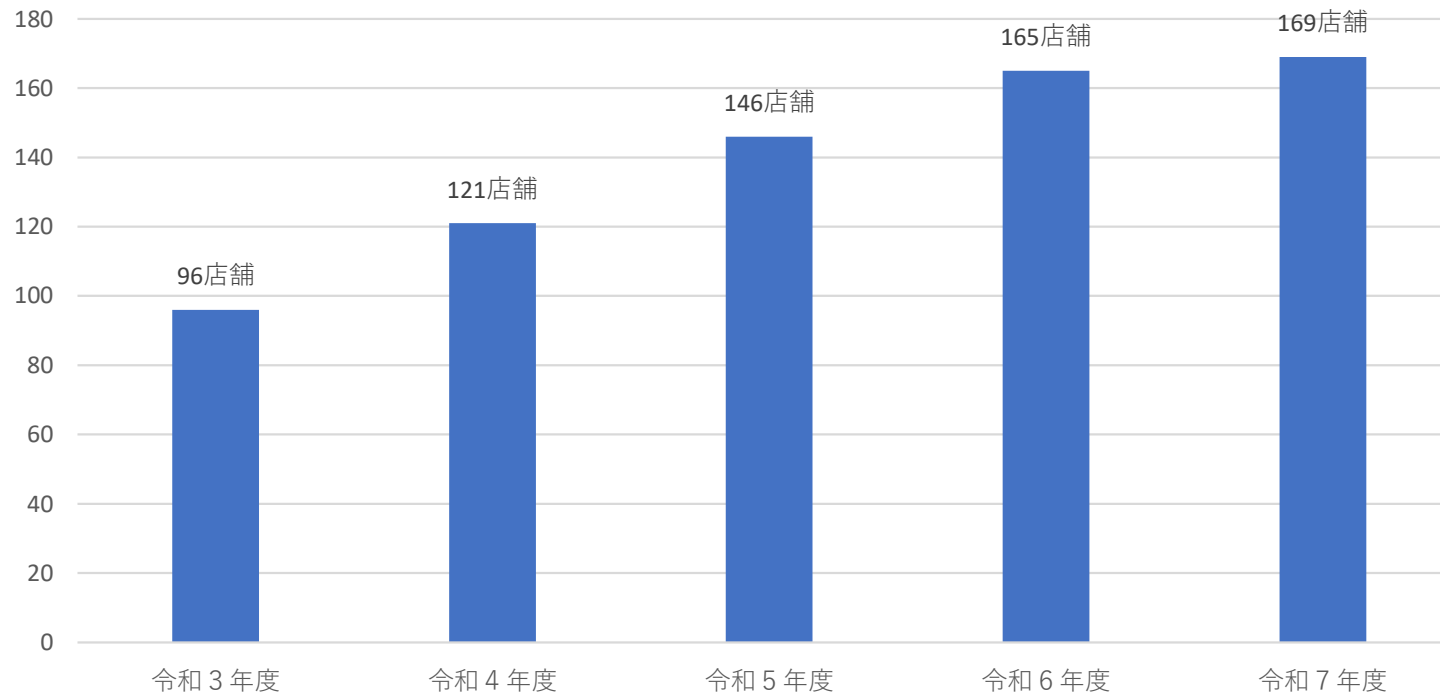




## 養老Pay利用状況

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
令和7年度	169

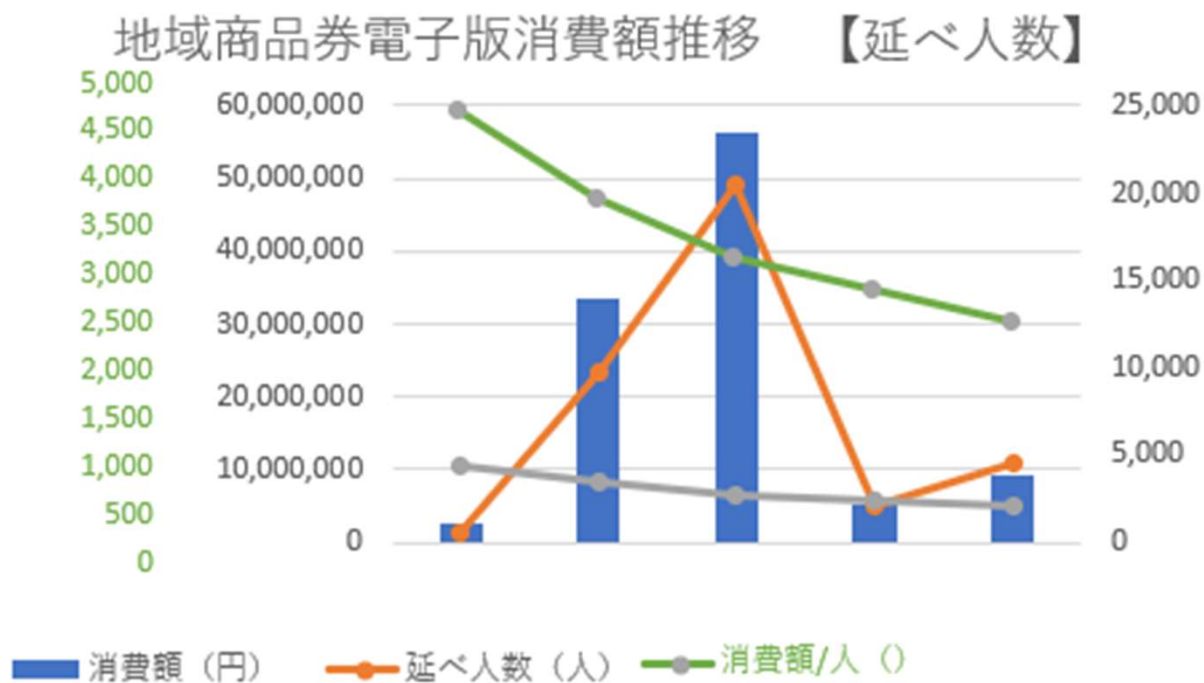
養老Pay取扱店舗推移





## 養老Pay利用状況

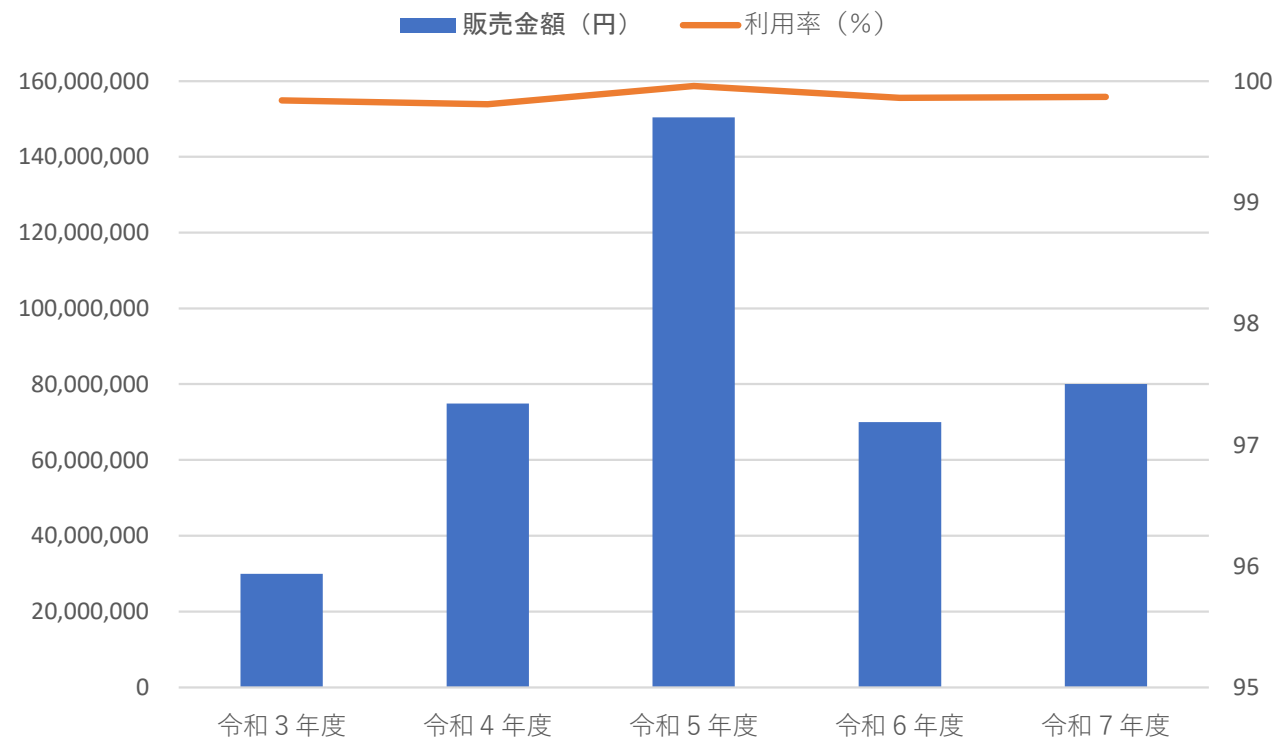
地域商品券電子版消費額推移	【延べ人数】		
	消費額 (円)	延べ人数 (人)	消費額/人 (円)
令和3年度	2,511,973	564	4,454
令和4年度	33,667,795	9,775	3,444
令和5年度	56,340,456	20,394	2,763
令和6年度	5,179,519	2,162	2,396
令和7年度	9,255,711	4,549	2,035
合計	106,955,454	37,444	





## 養老Pay利用状況

プレミアム商品券（電子版）販売額・利用率推移		
	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
令和7年度	80,000,000	99.87

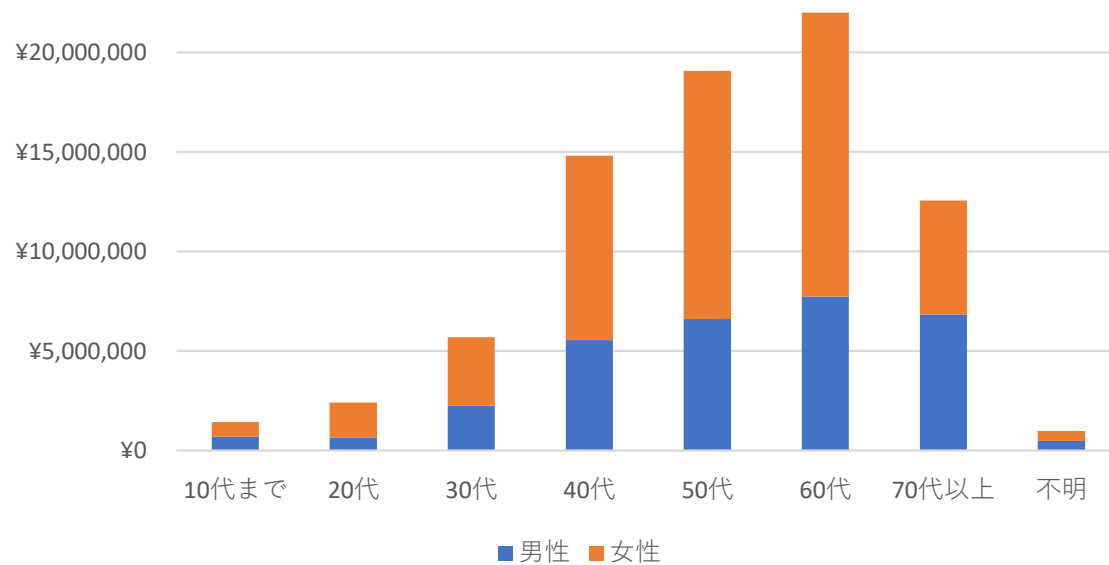




## 養老町プレミアム商品券2025統計結果

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	680,000	750,000		1,430,000
20代	650,000	1,760,000		2,410,000
30代	2,250,000	3,440,000		5,690,000
40代	5,540,000	9,260,000	90,000	14,890,000
50代	6,600,000	12,470,000	150,000	19,220,000
60代	7,730,000	14,260,000	210,000	22,200,000
70代	6,830,000	5,730,000	50,000	12,610,000
不明	480,000	490,000	580,000	1,550,000
<b>総計</b>	<b>30,760,000</b>	<b>48,160,000</b>	<b>1,080,000</b>	<b>80,000,000</b>

年代/性別 購入金額

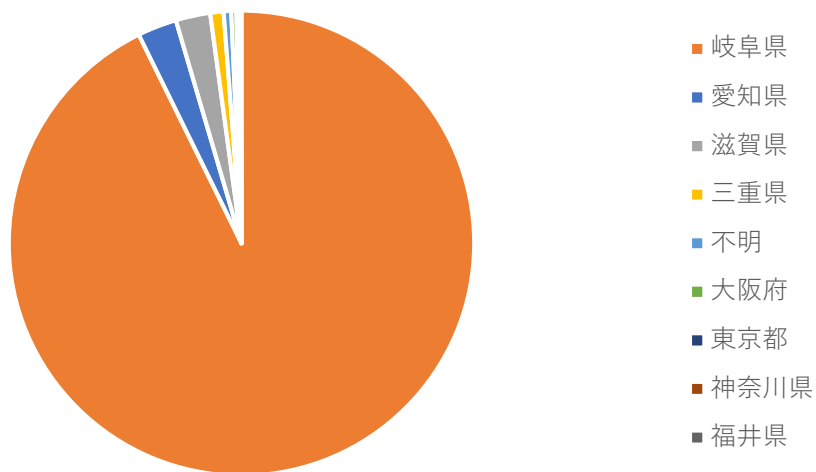




## 養老町プレミアム商品券2025統計結果

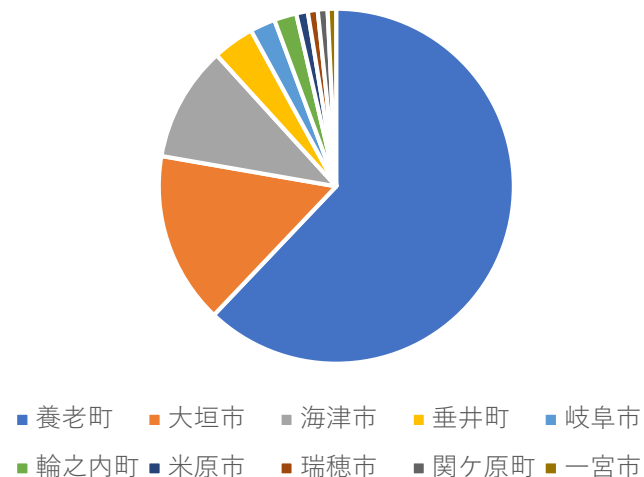
都道府県	購入金額合計	割合 (%)
岐阜県	74,180,000	92.73%
愛知県	2,170,000	2.71%
滋賀県	1,920,000	2.40%
三重県	750,000	0.94%
不明	420,000	0.53%
大阪府	280,000	0.35%
東京都	80,000	0.10%
神奈川県	100,000	0.13%
福井県	50,000	0.06%
福岡県	50,000	0.06%
<b>総計</b>	<b>80,000,000</b>	<b>100.00%</b>

都道府県別購入額



順位	市区町村別購入金額	合計/購入金額
1	養老町	44,590,000
2	大垣市	11,250,000
3	海津市	7,530,000
4	垂井町	2,730,000
5	岐阜市	1,650,000
6	輪之内町	1,460,000
7	米原市	760,000
8	瑞穂市	650,000
9	関ヶ原町	630,000
10	一宮市	570,000

市町村別購入金額トップ10





## 養老町プレミアム商品券2025統計結果（支払い方法別）

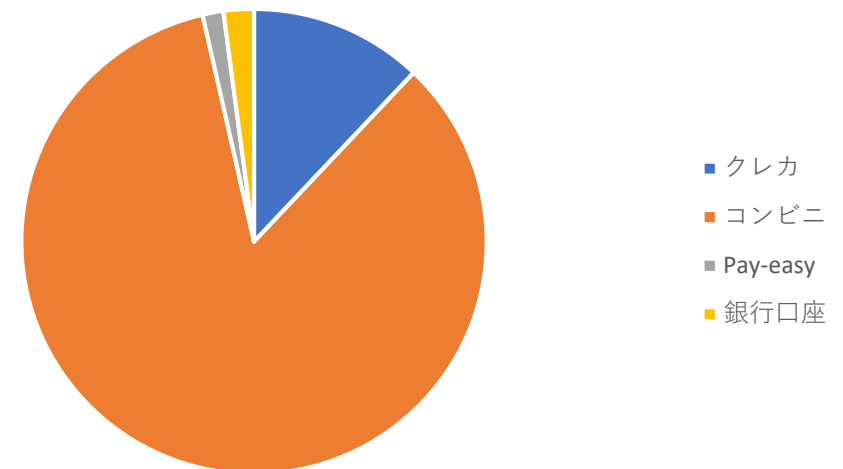
支払方法別購入金額

	クレカ	コンビニ	Pay-easy	銀行口座	総計
<b>男性</b>	4,640,000	24,640,000	580,000	900,000	30,760,000
10代まで		680,000			680,000
20代	130,000	500,000		20,000	650,000
30代	480,000	1,660,000	100,000	10,000	2,250,000
40代	1,050,000	4,320,000		170,000	5,540,000
50代	1,010,000	5,200,000	230,000	160,000	6,600,000
60代	1,080,000	6,090,000	150,000	410,000	7,730,000
70代以上	890,000	5,760,000	50,000	130,000	6,830,000
不明		430,000	50,000		480,000
<b>女性</b>	5,010,000	41,840,000	530,000	780,000	48,160,000
10代まで		750,000			750,000
20代	220,000	1,540,000			1,760,000
30代	470,000	2,920,000		50,000	3,440,000
40代	1,170,000	7,870,000	120,000	100,000	9,260,000
50代	1,320,000	10,590,000	250,000	310,000	12,470,000
60代	1,440,000	12,370,000	160,000	290,000	14,260,000
70代以上	390,000	5,310,000		30,000	5,730,000
不明		490,000			490,000
<b>不明</b>	0	1,030,000	50,000	0	1,080,000
40代		90,000			90,000
50代		150,000			150,000
60代		210,000			210,000
70代以上		50,000			50,000
不明		530,000	50,000		580,000
<b>総計</b>	<b>9,650,000</b>	<b>67,510,000</b>	<b>1,160,000</b>	<b>1,680,000</b>	<b>80,000,000</b>

・プレミアム商品券購入者の約84%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、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	121,600千円
経済波及効果試算額	189,200千円

新規需要額は121,600千円（約1億2千万円）となり、波及効果試算額は189,200千円（約1億9千万円）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189,200千円÷新規需要額121,600千円≒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7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7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」の利用促進

「養老Pay」に備わる機能(スタンプラリー機能・地域ポイント即時付与機能)を活用しながら、町内イベントと連携したキャンペーン等を実施することで、日常的に「養老Pay」を利用するように促す。

### 2. 町内消費の活性化

消費者が使いたいと思えるような店舗ごとのクーポン発行により、地域消費の活性を目指しつつ、加盟店舗の拡大を目指す。