

令和8年2月3日
経済産業部商業課

令和8年度のせたがやP a yについて

1 主旨

区ではこれまで、コロナ禍や物価高騰による地域経済ひいては区民生活への影響等を踏まえ、区内経済の活性化（中小個店支援）、区民生活の安定化（生活者支援）及び電子決済定着による産業効率化（地域社会DX）を目的に、世田谷区商店街振興組合連合会（以下、「商店街振興組合連合会」という。）が実施するせたがやP a yの運営を支援してきた。

社会経済状況の不確実性が依然として高い中、経済・物価動向を注視しつつ、機動的かつ弾力的にせたがやP a yを活用した物価高騰対策を打ち出す一方で、引き続き地域経済循環の推進に資する事業として持続可能性を高めるためには、「経済的発展」と「非経済的価値」を両立した取組みをより深化させ、後押ししていく必要がある。

世田谷区地域経済発展ビジョンに掲げる「持続可能な経済循環で実現する世田谷のウェルビーイング」というビジョン（未来像）の実現に向けて、経済的発展はもとより、デジタルプラットフォームの特徴を生かし、行政施策等のインセンティブ基盤として非経済的価値の創出・拡充を図ることに重点を置き、令和8年度当初予算を活用したせたがやP a y支援事業を実施する。

<せたがやP a y支援事業における2つの軸>

(1) ポイント還元による消費者・中小個店支援（区内経済循環推進施策）【経済的発展】

- ・消費者へのポイント還元という経済的メリットを呼び水に、区内での継続的な消費喚起を後押し、且つ区外への消費流出を抑止することで地域経済循環を推進
- ・商店街等を中心とする地域活性化の取組みや、個店の魅力の掘り起こしを促進

(2) ウェルビーイング向上に資するデジタル地域通貨としての発展【非経済的価値】

- ・区民の行動変容を促す行政施策のインセンティブとして、分野横断的な利活用を促進
- ・区の魅力発信や税外収入(ふるさと納税)確保に資するツールとして展開

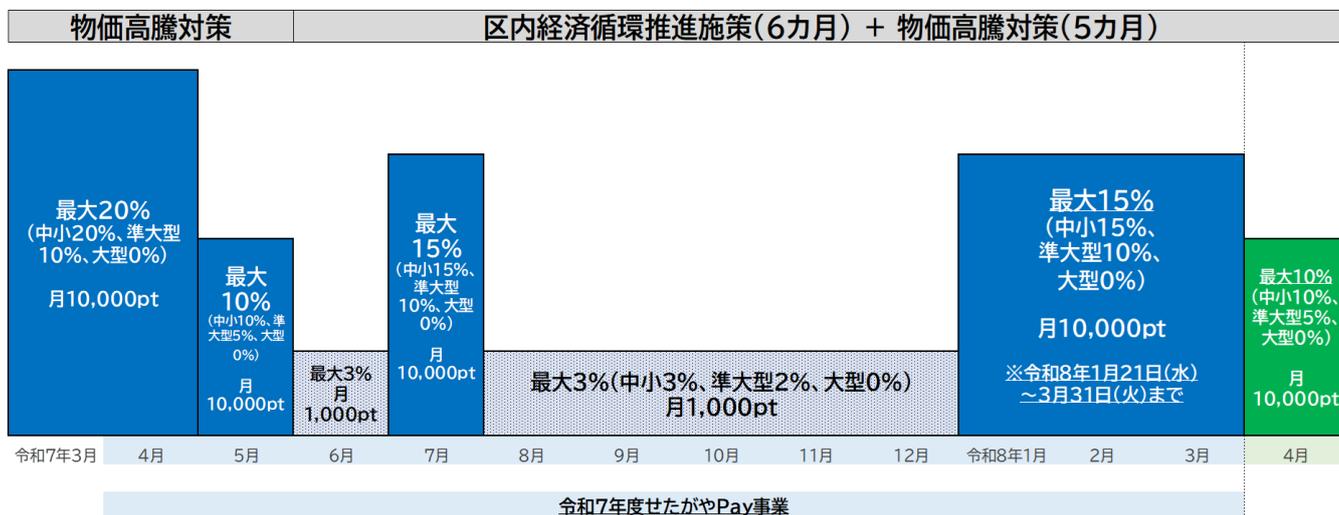
2 令和7年度取組みと評価

(1) 経済的発展に係る取組みの評価

物価高騰と国の経済対策に係る時機を捉えながら、国の重点支援地方交付金を特定財源に、せたがやP a yを活用した物価高騰対策を実施。アンケート調査を踏まえた効果検証を行なったところ、消費下支え等を通じた生活者支援や区内経済活性化の後押しに資する事業効果があったと評価している。（別紙1参照）

また、アンケートにおいては、地元商店街や個人店の支援に繋がる点が高く評価されており、地域消費の促進や地元とのつながり強化に貢献しているとの声が多く寄せられていることから、せたがやP a yの事業コンセプトが浸透し、評価や期待が着実に向上していると認識している。

《令和7年度実施 せたがやP a yポイント還元事業スケジュール》



(2) 非経済的価値に係る取組みの評価

区民の行動変容を促すインセンティブ基盤として、商店街振興組合連合会及び区内他所管と横断的に連携することで、行政施策での利活用を促進し、「経済的発展」と「非経済的価値」の両立を目指す事業の展開を拡大している。

また、利用者及び事業者との接点を増やすことを目的に、せたがやP a yの利用シーンの拡大も図っており、ポイント還元事業の実施と併せ、せたがやP a yの認知や規模の拡大に一定の寄与を果たしている。

《令和7年度における主な行政施策連携事例（新規事例）》

連携先所管	施策名	施策概要
政策経営部	【新規】地域コミュニティの担い手づくり支援事業（地域コミュニティポイント）	区の各施策と連携し、区や、町会・自治会、NPO、市民活動団体、子育て団体、福祉団体など地域コミュニティを支える団体等のイベント等の運営や参加で、地域コミュニティポイントを付与する施策。
スポーツ推進部	【新規】せたがやウォーキングスタンプラリー事業	スポーツへのきっかけづくりのためのインセンティブ事業。区民の行動を喚起し、アンケート等により、インセンティブ付与による行動変容等の効果の把握を行うことを目的に実施。 ※せたがやP a yスタンプラリー機能を活用

連携先所管	施策名	施策概要
環境政策部	【新規】住宅用太陽光発電の余剰電力を活用した実証事業「せたがやシェア」・「せたがやでんき」	区内の住宅に設置された太陽光発電で使いきれない「余剰電力」を地域内で効率的に地産地消することで、地球温暖化の原因とされるCO ₂ 排出量の抑制と経済性の実現を目指す実証事業。参加モニターに対するインセンティブとして活用。
経済産業部	【新規】下北沢アート×グルメラリー	下北沢エリアの飲食店とアートギャラリーをめぐるスタンプラリーを開催し、来街者の域内回遊を促すことにより消費を喚起し、地域経済の活性化を図る施策。 ※せたがやPayスタンプラリー機能を活用
	【新規】世田谷パンめぐりスタンプラリー	ベーカリーをめぐるスタンプラリーを開催することで、「パンのまち世田谷」をより一層発信するとともに、来街者の域内回遊を促進し、地域経済の活性化を図る施策。 ※せたがやPayスタンプラリー機能を活用

《令和7年度における主な利用シーンの拡大》

区民施設等での導入（令和7年度～）

施策分類	施策名
区民会館 (総合支所、生活文化政策部)	世田谷区民会館「せたがやイーグレットホール」 世田谷区民会館別館「三茶しゃれなあどホール」 北沢区民会館「北沢タウンホール」 北沢区民会館別館「梅丘パークホール」 玉川区民会館「玉川せせらぎホール」 玉川区民会館別館「上用賀アートホール」 砧区民会館「成城ホール」 ※烏山区民会館：導入に向けて準備中
美術館・文学館 (生活文化政策部)	世田谷美術館 向井潤吉アトリエ館（世田谷美術館分館） 清川泰次記念ギャラリー（世田谷美術館分館） 宮本三郎記念美術館（世田谷美術館分館） 世田谷文学館

(3) 事業全体の進捗状況 (KPI) ※令和7年12月末時点

世田谷区実施計画（令和6年度～令和9年度）において、せたがやPayは、施策15-1「多様な地域産業の持続可能性確保に向けた基盤強化」に連なる事業として、「地域経済循環の推進」を図るデジタルプラットフォームに位置付けられている。

令和7年12月末時点において、「行動量」「成果指標」とも当初目標を達成してい

る。目標達成状況を踏まえ、加盟店舗数やアクティブユーザー数等の関連数値の伸びも考慮し、令和8年度以降はそれぞれの数値について上方修正を行なう。(別紙2参照)

《世田谷区実施計画における成果指標及び行動量》

行動量	現況値 (策定時)	区分	令和6年度	令和7年度 (12月末時点)	令和8年度
せたがやP a y 事業の加盟店舗 数(累計)	5,096店 (令和5年 12月時点)	当初計画	5,600店	5,900店	6,200店
		修正計画	—	—	<u>6,900店</u>
		実績	5,810店	<u>6,271店</u>	—
成果指標	現況値 (策定時)	区分	令和6年度	令和7年度 (12月末時点)	令和8年度
せたがやP a y アプリ利用者の 継続利用率	71.8% (令和5年度 見込み)	当初目標	75%	75%	75%
		修正目標	—	—	<u>77%</u>
		実績	77.4%	<u>77.9%</u>	—

※行動量(アウトプット指標)：せたがやP a y事業の加盟店舗数(累計)

※成果指標(直接的アウトカム)：せたがやP a yアプリ利用者の継続利用率(年間平均)……「当月も継続して支払いがあったせたがやP a y利用者数/前月に支払いがあったせたがやP a y利用者数」の年間平均

《せたがやP a y関連数値 ※令和7年12月末時点》

せたがやP a y 関連数値の内容		令和5年度	令和6年度	令和7年度 (12月末時点)
加盟店登録店舗数 (店舗)		5,093 (前年同月比+402) ※R5.12月末時点	5,669 (前年同月比+576) ※R6.12月末時点	6,271 (前年同月比+602) ※R7.12月末時点
利用者数	アプリダウンロード(DL)数 (件)	累計DL：371,488 年間DL：96,713 ※R6.3月末時点	累計DL：459,996 年間DL：88,508 ※R7.3月末時点	累計DL：543,307 年間DL：83,311 ※R7.12月末時点
	平均アクティブ ユーザー数 (人/月)	76,273 (前年比+22,363) ※R6.3月末時点	80,558 (前年比+4,285) ※R7.3月末時点	91,850 (前年比+11,292) ※R7.12月末時点
加盟店決 済額	累計決済総額 (千円)	24,657,491 ※R6.3月末時点	36,973,259 ※R7.3月末時点	48,101,318 ※R7.12月末時点
	平均決済総額 (千円/月)	1,052,506 (前年比+236,493) ※R6.3月末時点	1,026,314 (前年比▲26,192) ※R7.3月末時点	1,236,451 (前年比+210,137) ※R7.12月末時点

4 令和8年度の取組み（案）

「多様な地域産業の持続可能性確保に向けた基盤」として、引き続きせたがやP a yの成長を促すためには、全国規模に展開する民間キャッシュレスペイメントと、利便性や汎用性、経済圏の規模等の観点から競合するのではなく、デジタル地域通貨ならではの「地域密着性」や「地産地消」等の強みを活かした施策の展開に、より注力する必要がある。

これを踏まえ、令和8年度当初予算を活用し、以下の取組みを行なう。

(1) 経済的発展に資する取組み

《取組みの主旨》

- ・令和8年度も物価高騰と需要抑制、世界経済の鈍化へのリスク等が潜在。経済・物価動向を注視しつつも、あくまで平時を見据えた制度設計とする。
- ・国の「重点支援地方交付金」充当による生活者・事業者への速やかな支援策を提供する主旨から、令和7年度第5次補正予算を裏付けとし、令和8年4月は「物価高騰対策（最大10%還元）」を支援する。また、「物価高騰対策」終了後の5月以降も切れ目なく「区内経済循環推進施策（最大3%還元）」を継続的に支援する。
- ・さらに、区内での継続的な購買行動を後押しし、日常消費でのせたがやP a y利用の定着を促す恒常的な仕掛けとして、「せたがやP a y区民認証」及び「せたがやP a yリピーター応援」を新たに企画・実施し、「せたがやP a yを活用したポイント還元」と併せた3つの施策で、区内経済循環の推進を図る。

(経済的発展に資する3つの施策)

- ① せたがやP a yを活用したポイント還元
- ② せたがやP a y区民認証（マイナンバーカード連携及びポイント付与）
- ③ せたがやP a yリピーター応援（ポイント付与抽選キャンペーン）

《取組み内容》

① せたがやP a yを活用したポイント還元

区内経済循環推進施策（最大3%ポイント還元）

イ) ポイント還元率

店舗区分	還元率
中小個店	3%
準大型店（コンビニ等）	2%
大型店	0%

ロ) 還元上限額/月

	還元上限額/月
1人あたりの還元上限額/月	1,000ポイント

ハ) 事業実施期間 令和8年5月1日～令和9年3月31日

※予算上限に達し次第終了

ニ) ポイント有効期限 付与日から 6 か月後の末日

ホ) ポイント原資総額 285,120 千円

② せたがや P a y 区民認証 (マイナンバーカード連携及びポイント付与)

i. 目的及び概要

区民に対するインセンティブの設計、行政施策との連携を促進する上でのインセンティブ基盤の強化及びアプリの利便性向上等を目的に、マイナンバーカード連携 (公的個人認証サービス (JPKI) を用いた本人確認) ※による「せたがや P a y 区民認証」を実施し、初回認証に限り 500 ポイントを付与する。

※「区民認証」はあくまで本人確認 (区民か、区民以外か) の手段として、マイナンバーカードに搭載されている公的個人認証サービス (JPKI) を活用し、実施主体の商店街振興組合連合会は、マイナンバー (12 桁の番号) を含む個人情報を一切取得・利用・保有しない。

ii. 事業実施期間

令和 8 年 5 月開始予定 ※予算上限に達し次第終了

iii. 区民認証者数 (令和 8 年度メルクマール)

約 5 万人

※計算式：アクティブユーザー数 (令和 8 年度メルクマール) 10 万人×区民率 90%
×区マイナンバーカード取得率 75%×目標率 75%≒50,000 人

iv. ポイント原資総額

25,313 千円

③ せたがや P a y リピーター応援 (ポイント付与抽選キャンペーン)

i. 目的

せたがや P a y リピーター (ファン、固定ユーザー) の拡大と、それによるせたがや P a y アプリ継続利用率の向上 (成果指標) を目的に、イベント要素を含んだポイント付与抽選キャンペーンを実施することで、区内中小個店への誘引と購買機会を高め、せたがや P a y に対するエンゲージメントの向上を図る。

ii. 概要

対象者条件を設定し、毎月抽選で一定数に対しポイントを付与する。

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 対象者条件
：「区民認証済」、「月 10 回以上の決済回数」、「月 1,000 円以上の決済額」 ・ 抽選本数及び付与ポイント額
： 1 等 10,000 ポイント×5 本、 2 等 5,000 ポイント×20 本、
 3 等 1,000 ポイント×50 本、 4 等 500 ポイント×200 本
※月間の当選本数 275 本を想定 |
|--|

iii. 事業実施期間

令和 8 年 5 月開始予定

v. アクティブユーザー数及びリピーター率（令和8年度メルクマール）

アクティブユーザー数の底上げとともに、せたがやP a yリピーター率（月10回以上の決済利用率）の増加を目指す。

イ) アクティブユーザー数

月間アクティブユーザー数について、最新実績（令和7年12月末時点）比で、約9,000人増の10万人を目指す。

	月間アクティブユーザー数
令和5年度平均	76,273人
令和6年度平均	80,558人
令和7年度平均（令和7年12月末時点）	91,850人
令和8年度メルクマール	<u>100,000人</u>

※月間アクティブユーザー数は、年度（4月～翌3月）の平均値。

※令和8年度メルクマールは、令和8年4月～令和9年3月までの平均を想定。

ロ) リピーター率

月10回以上の決済利用率について、最新実績（令和7年12月）比で、4ポイント増の20%を目指す。

	月1～4回	月5～9回	月10回以上
令和7年12月の決済実績	56%	28%	16%
令和8年度メルクマール	—		<u>20%</u>

※月間アクティブユーザー数のうち、決済回数比率を算出。

※令和8年度メルクマールは、令和8年4月～令和9年3月までの平均を想定。

iv. ポイント原資総額

3,300千円

(2) 非経済的価値を下支えする取組み

「世田谷区民意識調査2025」（令和7年5月実施）によれば、せたがやP a yの認知・利用度について、「知っているが、利用したことはない」という区民が4割半ばと最も高い。また、「世田谷区民意識調査2024」（令和6年4月実施）によれば、特に「決済手段の多様化」や「加盟店舗数が未だ十分でない」ことが、せたがやP a yを利用していない理由に挙げられており、せたがやP a yにおいて、アプリの継続利用率向上とともに、新規の利用者や事業者の誘引が課題と認識している。（別紙3参照）

この点について、せたがやP a yアプリの機能拡充や運用面での工夫を進め、「非経済的価値」を見える化し、利用者や事業者のせたがやP a y利用シーンを拡大する。これにより、せたがやP a yの「デジタル地域通貨」としての側面をより成長させ、日常生活での接点をさらに増やし、これまで誘引できなかった利用者や事業者を取り込むことで、せたがやP a yの事業規模の拡大を図る。

《令和8年度の主な取組み内容》

- ① 区民の行動変容を促すインセンティブ活用
 - i. “ずっと、世田谷。” 定住・住み替え応援事業（都市整備政策部／新規）
 - ii. 地域コミュニティの担い手づくり支援事業（政策経営部／継続）
- ② シティプロモーションに係る活用
 - i. ふるさとポイント（ふるさと納税返礼品）（政策経営部／継続）
 - ii. 【調整中】東京アプリとの連携を見据えたアプリ機能改修（東京都／新規）
- ③ 利用シーンの拡大
 - i. 砧モデル地区デマンド型交通での支払方法導入（道路・交通計画部／新規）

5 令和8年度予算（案）

合計 447,407 千円（特定財源：都補助金 4,000 千円）

※商店街振興組合連合会に対する補助金支援

※令和7年度第5次補正予算を含む予算額合計 643,290 千円

《内訳》

(1) 事業費（ポイント還元原資 補助率 10/10） 313,733 千円

（内訳）①最大3%ポイント還元（区内経済循環推進施策） 285,120 千円

※計算式：月間コイン市場流通額 A×期間中平均還元率 B×11 か月分（令和8年5月～令和9年3月）

月間コイン市場流通額 (A)	900,000 千円	a×b
a 月間支払者数	90 千人	実績を基に算出
b 月間支払金額（コイン分）	10 千円	実績を基に算出
期間中平均還元率 (B)	2.88%	実績を基に算出

②せたがや P a y 区民認証 25,313 千円

※計算式：令和8年度メルクマール（区民認証者数）×500 ポイント

③せたがや P a y リピーター応援 3,300 千円

※計算式：月間付与ポイント総額 300 千円×11 カ月

(2) 事務費（事業実施に係る事務費 補助率 3/4） 125,674 千円

- （主な経費）・役務費（チャージ手数料） 81,675 千円
- ・委託費（システム及び事務局運営） 19,663 千円
 - ・委託費（公的個人認証運用） 3,829 千円
 - ・需用費（広報宣伝費） 1,407 千円

(3) 機能拡充経費（アプリ機能改修等に係る経費 補助率 10/10） 8,000 千円

（拡充検討案）東京アプリとの連携を見据えた機能改修経費、UI/UX 改善等
（特定財源）東京都補助金

6 スケジュール（案）

《令和7年度》

令和8年1月21日 「物価高騰対策」（最大15%、10,000ポイント上限）開始
（～令和8年3月末まで）

※令和7年度第5次補正予算を活用

2月 区民生活常任委員会報告

《令和8年度》

4月 1日 「物価高騰対策」（最大10%、10,000ポイント上限）開始
（～令和8年4月末まで）

※令和7年度第5次補正予算を活用

5月 1日 「区内経済循環推進施策」（最大3%、1,000ポイント上限）開始
（～令和9年3月末まで）

※令和8年度当初予算を活用

5月以降 「せたがやP a y 区民認証」開始
「せたがやP a y リピーター応援」開始
（～令和9年3月末まで）

令和9年3月31日 令和8年度せたがやP a y 支援事業終了

7 事業の持続可能性（サステナビリティ）

（1）事業運営費の縮減

商店街振興組合連合会が実施するせたがやP a y への支援にあたっては国や東京都の補助金・交付金の動向を注視し、特定財源の積極的活用による区の一般財源負担の圧縮を図る。

また、行政施策や民間サービスとの積極的な連携を図る等により、商店街振興組合連合会において事業の収益性の向上を図り、事業の持続可能性を高めていく。

（2）事業体制の強化

実施主体の商店街振興組合連合会、デジタル地域通貨プラットフォームを提供するシステム委託事業者、そして補助金等支援を行なう区の三者連携体制を今後も維持し、三者間の相互チェック機能や組織ガバナンスの強化を目的とした検討・協議を今後も重ねることで、事業の健全性を担保していく。

また、今後も中長期にわたって、本事業に従事する専門人材を確保し、以て運営体制の連続性を堅持し、ひいては事業の継続性を担保できるよう、区及び商店街振興組合連合会間で緊密に連携・協力していく。

別紙1 (参考) 令和7年度実施 物価高騰対策に係る事業効果 (推計)

(1) 「せたがや新生活応援キャンペーン」

- ・ 実施期間：令和7年3月1日～4月24日、5月1日～31日
- ・ 還元スキーム：最大20%還元（3月～4月）、最大10%還元（5月）
- ・ 概要：国の令和6年度補正予算（重点支援地方交付金）を特定財源に実施

事業効果額の内容	金額	対公金の倍率
公金支出額（付与ポイント総額）	809,235 千円	—
消費喚起効果	1,730,000 千円	2.14 倍
区外流出防止効果	1,310,000 千円	1.62 倍
経済波及効果（生産波及効果）	3,340,000 千円	4.14 倍

(2) 「夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーン」

- ・ 実施期間：令和7年7月1日～31日
- ・ 還元スキーム：最大15%還元
- ・ 概要：国の令和7年度予備費（重点支援地方交付金）を特定財源に実施

事業効果額の内容	金額	対公金の倍率
公金支出額（付与ポイント総額）	248,046 千円	—
消費喚起効果	631,000 千円	2.54 倍
区外流出防止効果	496,000 千円	2.00 倍
経済波及効果（生産波及効果）	1,226,000 千円	4.94 倍

(3) 「物価高に負けるな！せたがやくらし応援キャンペーン」

- ・ 実施期間：令和8年1月21日～4月30日（予定）
- ・ 還元スキーム：最大15%還元（1月～3月）、最大10%還元（4月）
- ・ 概要：国の令和7年度補正予算（重点支援地方交付金）を特定財源に実施

事業効果額の内容	金額	対公金の倍率
公金支出予定額（付与ポイント総額）	935,730 千円	—
消費喚起効果	※物価高騰対策終了後、効果検証実施予定。検証結果について、区民生活常任委員会にて報告予定。	
区外流出防止効果		
経済波及効果（生産波及効果）		

※「消費喚起効果」：本事業により普段よりも多く、普段よりも高額な財・サービスを費消した効果。

※「区外流出防止効果」（区内消費誘導効果）：本事業により普段は区外やECサイト等で購入している財・サービスを、せたがやPayで購入し、区外への消費の流出を防止した結果。

※「経済波及効果」（生産誘発効果）：ある産業に需要が生じ、その需要に対応する生産活動が拡大すると、原材料や資材などの取引や消費活動を通じ、他の産業に次々と影響を及ぼす過程のこと。

別紙2 (参考) せたがやP a y 関連数値の推移 (令和7年12月末現在)

(1) 加盟登録店舗数

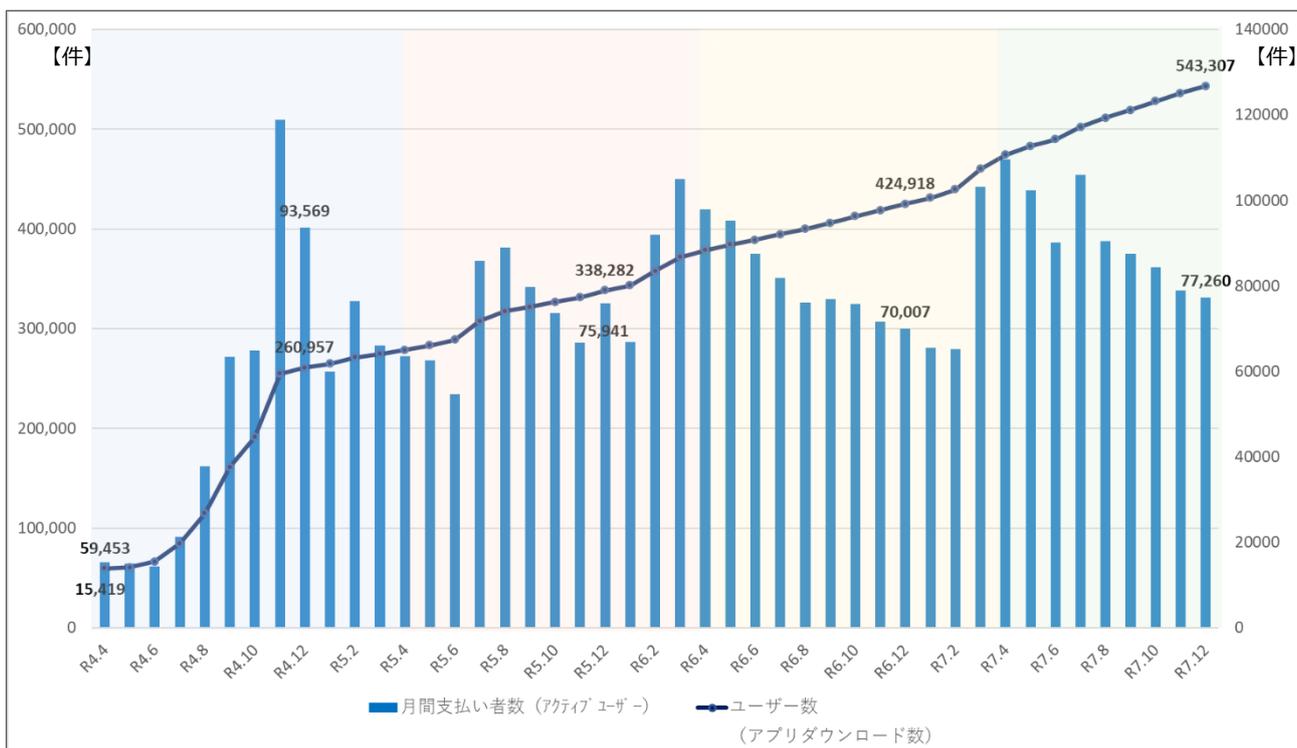
6,271 店舗 (うちアプリ掲載店舗数: 5,715 店舗)



(2) アプリダウンロード数

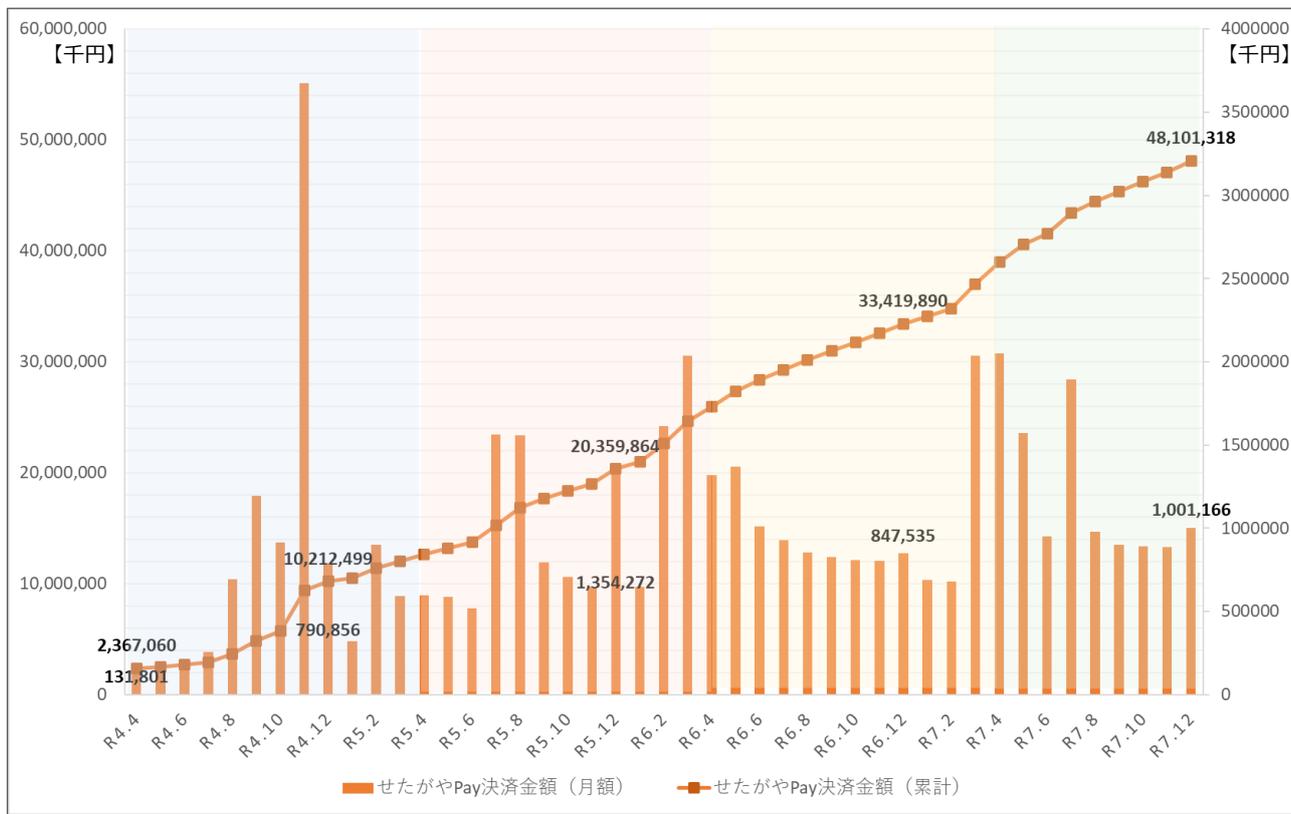
① 累積アプリダウンロード数: 543,307 件

② 令和7年度平均アクティブユーザー数 (令和7年4月~12月): 91,850 件



(3) 加盟店決済額

- ① 加盟店決済額総額累計（令和3年2月～令和7年12月）：48,101,318 千円
 ② 令和7年度平均決済額総額／月（令和7年4月～12月）：1,236,451 千円／月



別紙3 (参考) 世田谷区民意識調査におけるせたがやP a yの認知・利用度の推移

(設問) せたがやP a yを知っていますか。また、利用したことがありますか。

	2023年	2024年	2025年
現在(直近3か月以内)、利用している	14.1%	18.1%	20.1%
過去に利用したことがあるが、現在(直近3か月以内)は利用していない	6.6%	6.8%	8.1%
知っているが、利用したことはない	49.5%	49.0%	45.9%
知らない	27.9%	24.2%	23.8%
無回答	1.9%	2.0%	2.1%