

令和5年度

練馬区

キャッシュレス決済ポイント
還元事業に関する調査
報告書

令和5年11月

目次

I 調査概要	1
1. 調査の目的	1
2. 調査対象	1
3. 有効回答件数・回収率	1
4. 調査の方法	1
5. 調査の期間	2
6. 調査実施機関	2
7. 調査項目	2
8. 調査報告書の読み方及び注意事項	2
II アンケート調査結果	3
1. 基本情報	3
2. キャンペーンの効果	10
3. キャンペーン後の取組について	20
4. キャンペーンの評価等	24
5. 設問間クロス分析	29
III アンケート分析結果	39
1. キャンペーンの効果～8割以上の店舗で利用～	39
2. キャンペーンの課題点～業種によって獲得効果に差～	40
3. キャンペーンの評価等～大多数の店舗がポジティブな評価～	40
IV 資料	41
1. 調査票	41

I 調査概要

1. 調査の目的

練馬区では、キャッシュレス決済サービス「PayPay」で支払いをした方に対して、期間中最大1万円相当のPayPayポイントを付与する、令和5年度「練馬区内のお店でお買い物！最大20%戻ってくるキャンペーン」を令和5年6月1日（木）から令和5年7月31日（月）まで実施した。

本調査は、当該のキャッシュレス決済ポイント還元キャンペーンに参加した区内事業者に対しアンケートを行い、効果検証の基礎データとすることを目的とする。

2. 調査対象

令和5年度「練馬区内のお店でお買い物！最大20%戻ってくるキャンペーン」に参加した区内事業者（6,004社）のうち、店舗情報を公開している3,676社

3. 有効回答件数・回収率

	サービス業	飲食業	小売業	その他	計
調査対象件数	1,212件	1,181件	1,056件	227件	3,676件
有効回答件数	317件 (198件)	315件 (177件)	422件 (244件)	97件 (63件)	1,151件 (682件)
回収率	26.2%	26.7%	40.0%	42.7%	31.3%

※有効回答件数の下段（ ）カッコ内は、WEBでの回答件数

「サービス業」の内訳：理容・美容、エステティックサロン、クリーニング、リフォーム、不動産仲介、自動車整備など

「飲食業」の内訳：飲食店・喫茶店、居酒屋など

「小売業」の内訳：食品販売店、ドラッグストア、衣服・靴、書籍・文具、家電・家具、花・植木など

「その他」の内訳：施術所、スクール、娯楽など

4. 調査の方法

調査対象企業に対して郵送及びWEB形式によるアンケート調査を実施した。

また、調査票を発送後、礼状を兼ねた督促はがきの発送及びフォローコールを実施して、調査票の返送を依頼した。

5. 調査の期間

令和5年8月7日～9月19日

6. 調査実施機関

株式会社東京商工リサーチ

7. 調査項目

- 店舗(会社)の基本情報
- キャンペーンの効果
- キャンペーン後の取組について
- キャンペーンの評価等

8. 調査報告書の読み方及び注意事項

○図表中の割合は、小数点第2位を四捨五入している。

○複数回答の設問は、回答が2つ以上となることがあるため、合計は100%を超えることがある。

○図表中の「N」は回答件数の総数を指す。

○本調査におけるキャッシュレス決済等の定義は下記のとおり。調査票においても同様の文言で注釈を設けた。

※1 PayPay 以外のキャッシュレス決済払い

QRコード(PayPayを除く)、交通系ICカード、クレジットカードなど、PayPay以外のキャッシュレス決済が該当

※2 キャッシュレス決済

QRコード(PayPayを含む)、交通系ICカード、クレジットカード等を含むすべてのキャッシュレス決済が該当

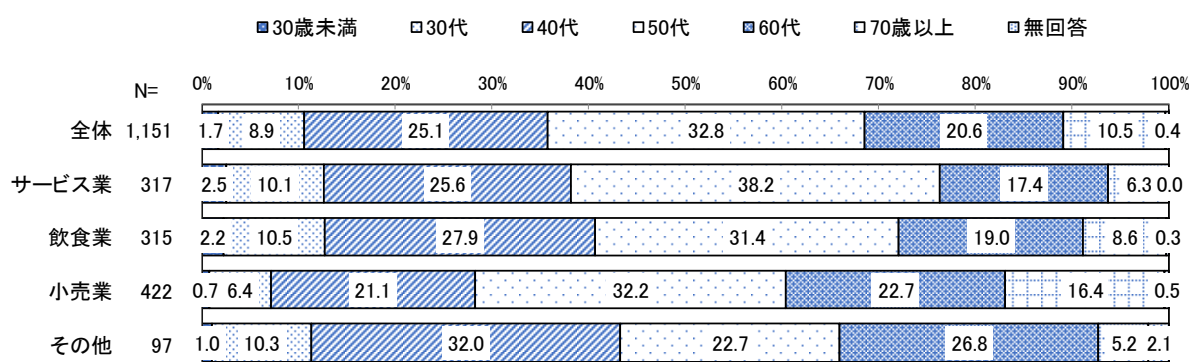
II アンケート調査結果

1. 基本情報

問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。【当てはまるものを一つ選択】

経営者（店長）の年代について、全体では、「50代」が32.8%と最も高く、次いで「40代」が25.1%、「60代」が20.6%となっている。

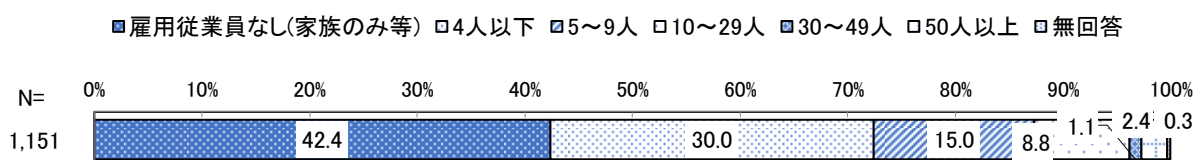
業種別にみると、サービス業は他の業種に比べて「50代」の割合が高い。



問2 あなたの店舗（会社）の従業員数をお教えてください。

【当てはまるものを一つ選択】

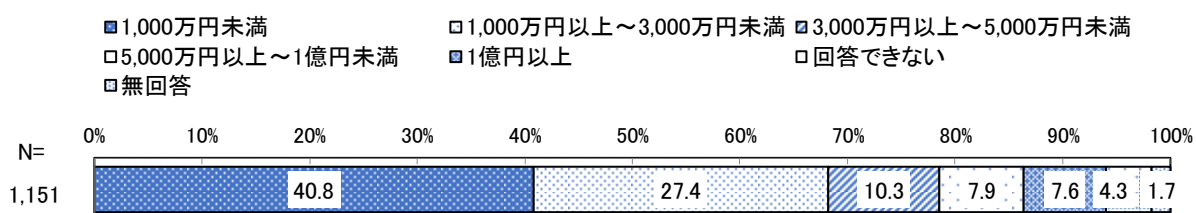
店舗（会社）の従業員数について、「雇用従業員なし(家族のみ等)」が42.4%と最も高く、次いで「4人以下」が30.0%、「5～9人」が15.0%となっている。



問3 あなたの店舗（会社）の年間の売上規模をお教えてください。

【当てはまるものを一つ選択】

店舗（会社）の年間の売上規模について、「1,000万円未満」が40.8%と最も高く、次いで「1,000万円以上～3,000万円未満」が27.4%、「3,000万円以上～5,000万円未満」が10.3%となっている。

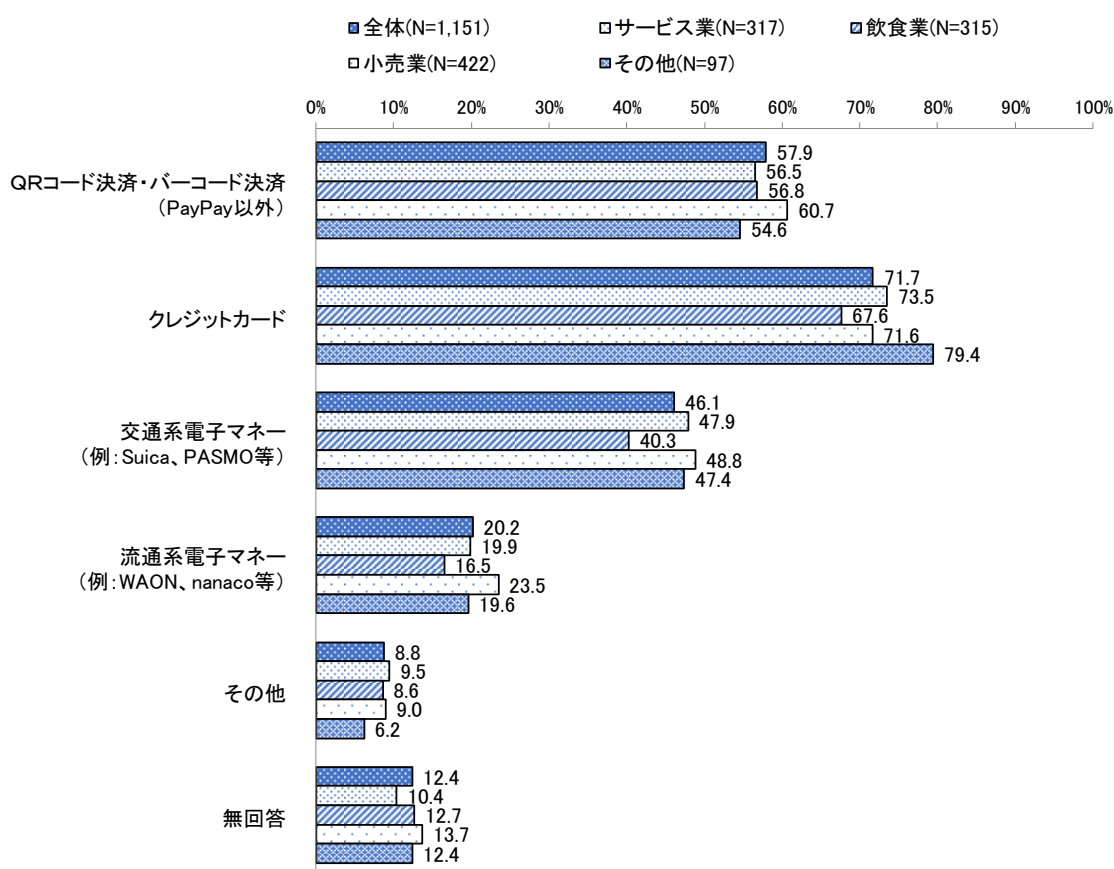


問4 あなたの店舗で導入・利用している PayPay 以外のキャッシュレス決済の種類をお教えてください。

【当てはまるものを全て選択】

導入・利用している PayPay 以外のキャッシュレス決済の種類について、全体では、「クレジットカード」が 71.7% と最も高く、次いで「QRコード決済・バーコード決済 (PayPay 以外)」が 57.9%、「交通系電子マネー (例: Suica、PASMO 等)」が 46.1% となっている。

業種別にみると、いずれの業種も「クレジットカード」が最も高く、その他では 8 割弱、サービス業、飲食業、小売業では 7 割前後となっている。

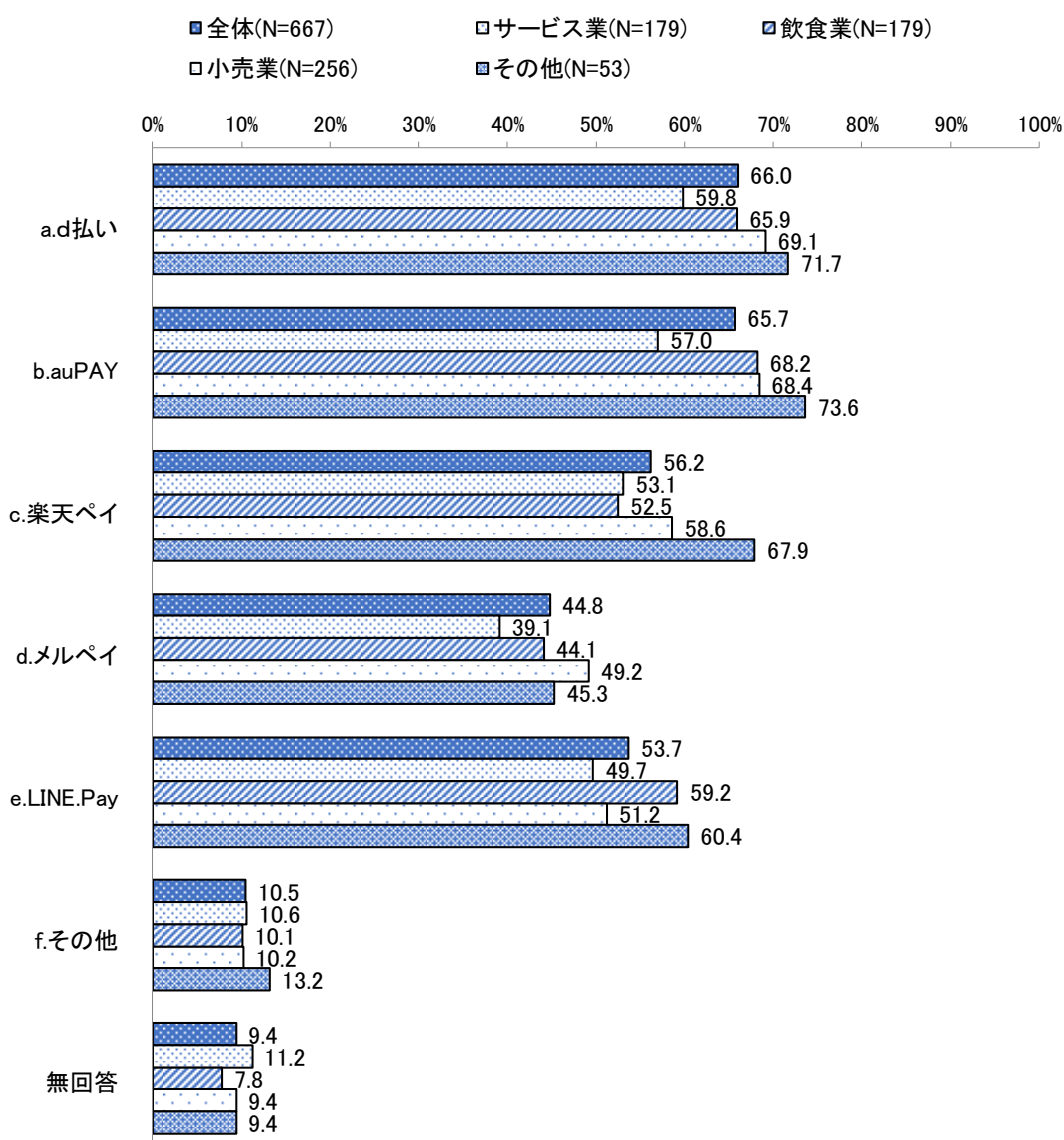


問 4-1 問 4 で「1. QR コード決済・バーコード決済 (PayPay 以外)」を選択された方は、該当のキャリアを a~f より選択して○を付けてください。

【当てはまるものを全て選択】

「QR コード決済・バーコード決済 (PayPay 以外)」の決済について、全体では、「a. d 払い」が 66.0%と最も高く、次いで僅差で「b. auPAY」が 65.7%、「c. 楽天ペイ」が 56.2%となっている。

業種別にみると、サービス業と小売業で「a. d 払い」、飲食業とその他で「b. auPAY」が最も高くなっている。「d. メルペイ」は他の決済に比べて低い傾向になっている。

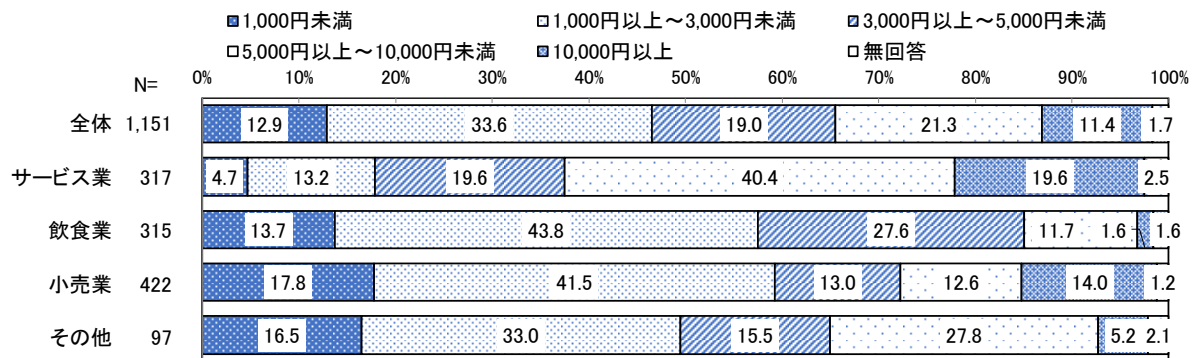


問5 あなたの店舗（会社）の平均的な顧客単価について、決済方法別にお教えてください。【当てはまるものを一つ選択】

【現金払い】

現金払いの平均的な顧客単価について、全体では、「1,000円以上～3,000円未満」が33.6%と最も高く、次いで「5,000円以上～10,000円未満」が21.3%、「3,000円以上～5,000円未満」が19.0%となっている。

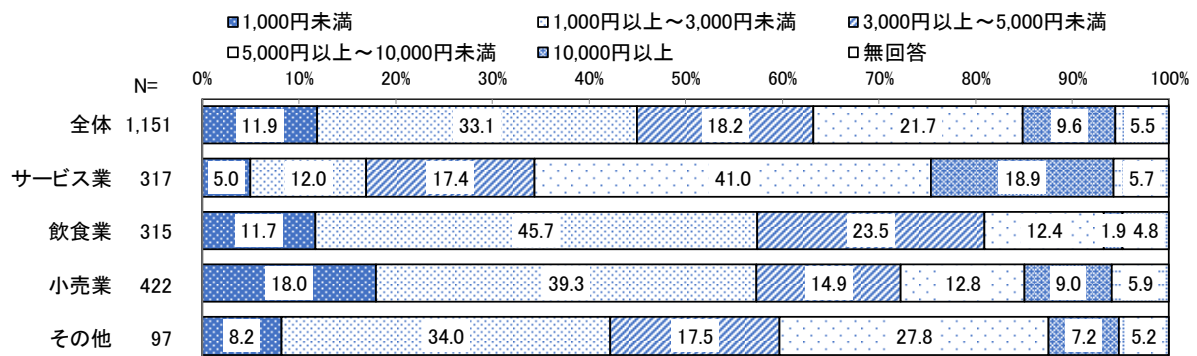
業種別にみると、「サービス業」では、「5,000円以上～10,000円未満」が、他の業種では、「1,000円以上～3,000円未満」が最も高くなっている。



【PayPay 払い】

PayPay 払いの平均的な顧客単価について、全体では、「1,000円以上～3,000円未満」が33.1%と最も高く、次いで「5,000円以上～10,000円未満」が21.7%、「3,000円以上～5,000円未満」が18.2%となっている。

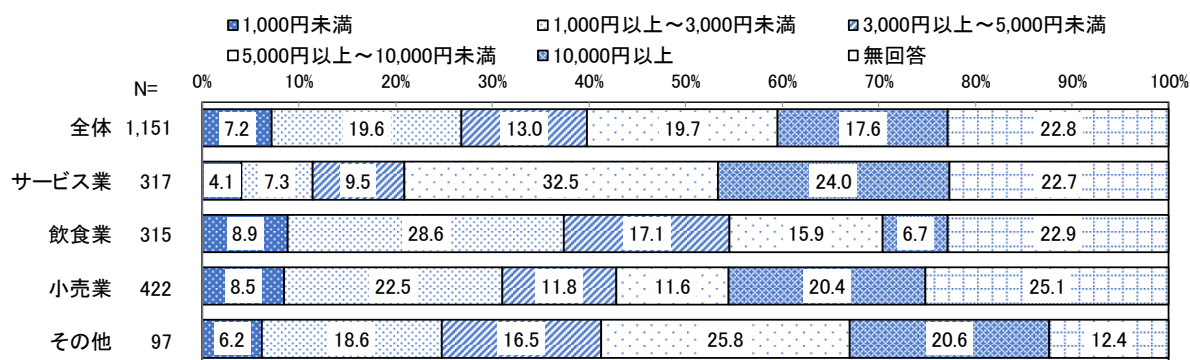
業種別にみると、「サービス業」では、「5,000円以上～10,000円未満」が、他の業種では、「1,000円以上～3,000円未満」が最も高くなっている。



【PayPay 以外のキャッシュレス決済払い】

PayPay 以外のキャッシュレス決済払いの平均的な顧客単価について、全体では、「5,000 円以上～10,000 円未満」と「1,000 円以上～3,000 円未満」が 20% 弱で、「10,000 円以上」が 17.6% となっている。

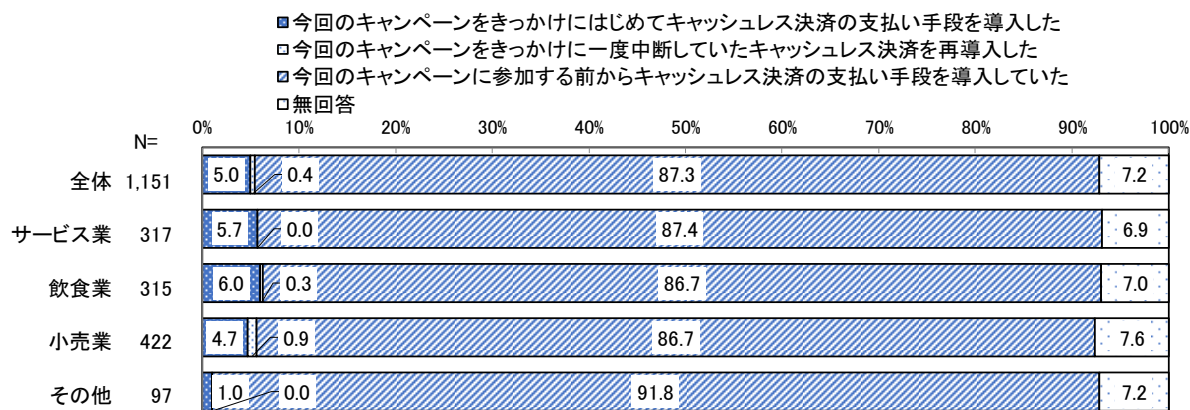
業種別にみると、「サービス業」と「その他」では、「5,000 円以上～10,000 円未満」が、他の業種では、「1,000 円以上～3,000 円未満」が最も高くなっている。



問 6 あなたの店舗（会社）は、今回のキャンペーン（PayPay 決済ポイント還元事業（令和 5 年 6～7 月実施））をきっかけに、はじめてキャッシュレス決済を導入しましたか。【当てはまるものを一つ選択】

今回のキャンペーンをきっかけに、キャッシュレス決済を導入したかについて、全体では、「今回のキャンペーンに参加する前からキャッシュレス決済の支払い手段を導入していた」が 87.3% と最も高く、次いで「今回のキャンペーンをきっかけにはじめてキャッシュレス決済の支払い手段を導入した」が 5.0%、「今回のキャンペーンをきっかけに一度中断していたキャッシュレス決済を再導入した」が 0.4% となっている。

業種別にみると、いずれの業種も「今回のキャンペーンに参加する前からキャッシュレス決済の支払い手段を導入していた」が最も高く、8 割を超えている。

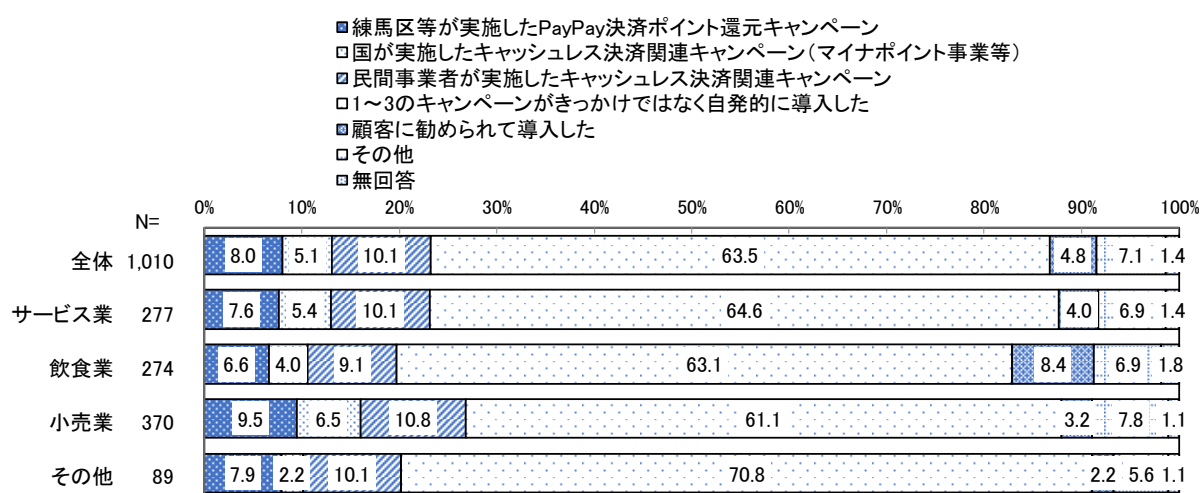


問7 問6で「2、3」を選択した方にお聞きします。

あなたの店舗（会社）が、キャッシュレス決済を導入するきっかけとなった出来事は以下のうちどれですか。【当てはまるものを一つ選択】

キャッシュレス決済を導入するきっかけとなったキャンペーン等について、全体では、「1～3のキャンペーンがきっかけではなく自発的に導入した」が63.5%と最も高く、次いで「民間事業者が実施したキャッシュレス決済関連キャンペーン」が10.1%、「練馬区等が実施したPayPay決済ポイント還元キャンペーン」が8.0%となっている。

業種別にみると、いずれの業種も「1～3のキャンペーンがきっかけではなく自発的に導入した」が6割を超えて最も高くなっている。飲食業では「顧客に勧められて導入した」が他の業種に比べて高くなっている。



【参考1】問6「2、3」

2. 今回のキャンペーンをきっかけに一度中断していたキャッシュレス決済を再導入した
3. 今回のキャンペーンに参加する前からキャッシュレス決済の支払い手段を導入していた

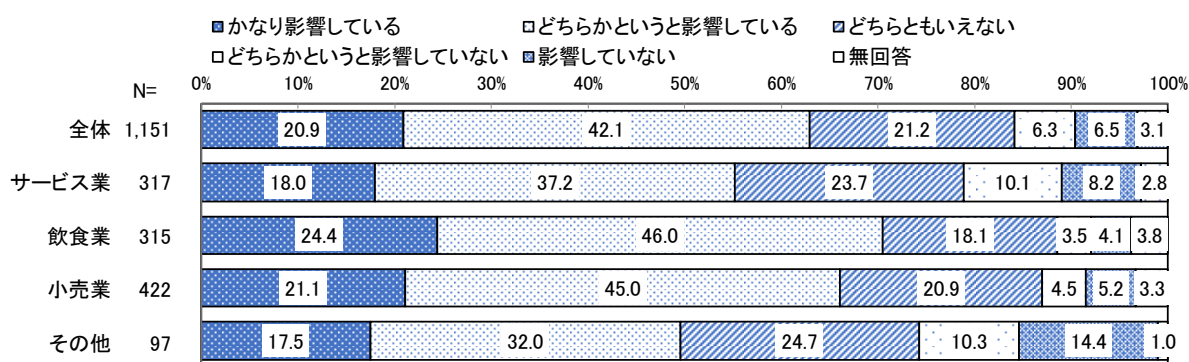
【参考2】問7「1、2、3、4、5」

1. 練馬区等が実施した PayPay 決済ポイント還元キャンペーン
2. 国が実施したキャッシュレス決済関連キャンペーン（マイナポイント事業等）
3. 民間事業者が実施したキャッシュレス決済関連キャンペーン
4. 1～3のキャンペーンがきっかけではなく自発的に導入した
5. 顧客に勧められて導入した
6. その他

問 8 キャッシュレス決済対応の有無が、消費者が店舗を選択する際に影響していると感じますか。【当てはまるものを一つ選択】

キャッシュレス決済対応の有無が、消費者の店舗選択に影響すると感じるかについて、全体では、「どちらかというに影響している」が 42.1%と最も高く、次いで「どちらともいえない」が 21.2%、「かなり影響している」が 20.9%となっている。

業種別にみると、いずれの業種も「どちらかというに影響している」が最も高く、飲食業、小売業では「かなり影響している」と「どちらかというに影響している」を合わせると 6 割以上となっている。



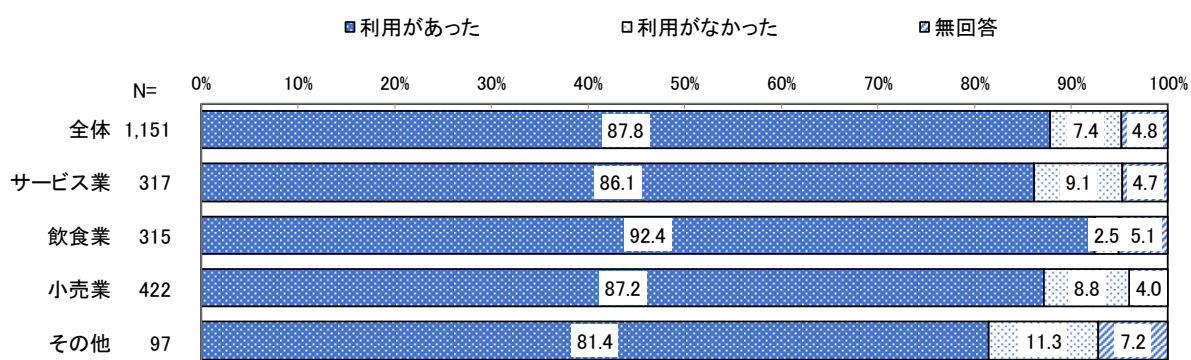
2. キャンペーンの効果

問 9 あなたの店舗（会社）ではキャンペーン期間中（令和 5 年 6 月 1 日～7 月 31 日）に PayPay を利用した支払いはありましたか。

【当てはまるものを一つ選択】

キャンペーン期間の PayPay を利用した支払いの有無について、全体では、「利用があった」が 87.8%、「利用がなかった」が 7.4%となっている。

業種別にみると、いずれの業種も「利用があった」が 8 割以上であり、飲食業では 9 割を超えている。

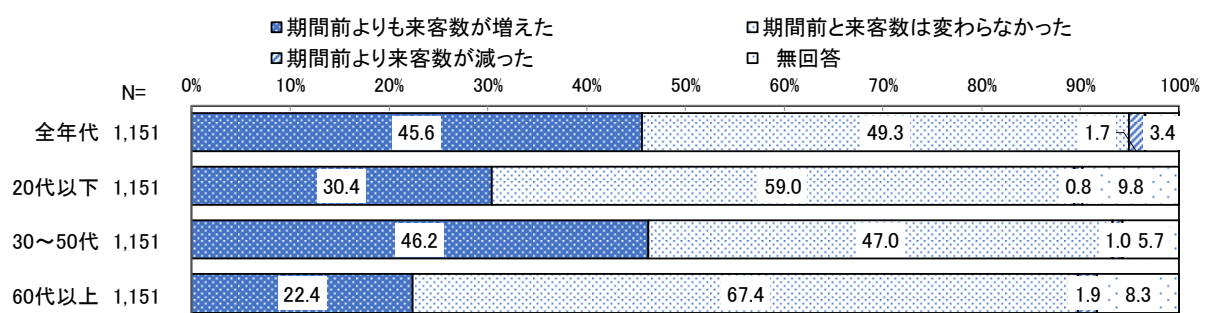


問 10 あなたの店舗（会社）におけるキャンペーン期間中（令和 5 年 6 月 1 日～7 月 31 日）の来客数の増減と、それぞれの年代別の来客数の増減をご回答ください。【それぞれ当てはまるものを一つ選択】

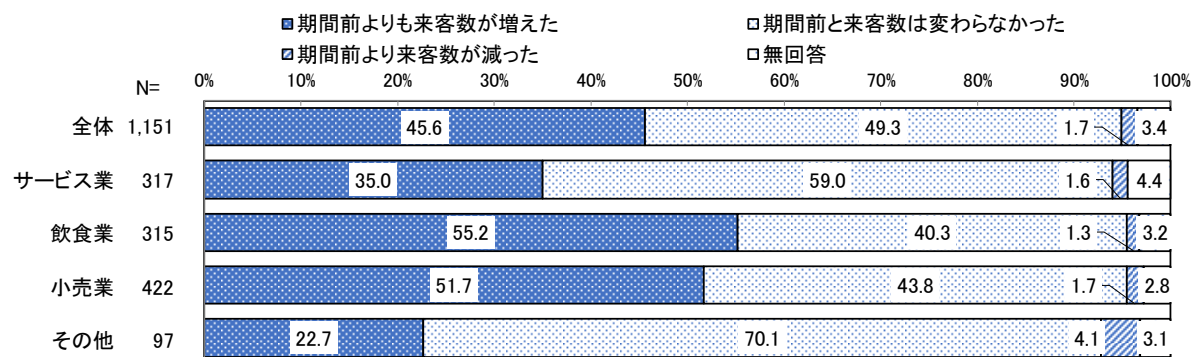
期間中の来客数の増減について、年代別では、30～50 代で「期間前よりも来客数が増えた」が 4 割超と他の年代に比べ高くなっている。

業種別にみると、飲食業と小売業では「期間前よりも来客数が増えた」が、サービス業とその他では「期間前と来客数は変わらなかった」が最も高くなっている。

【年代別】



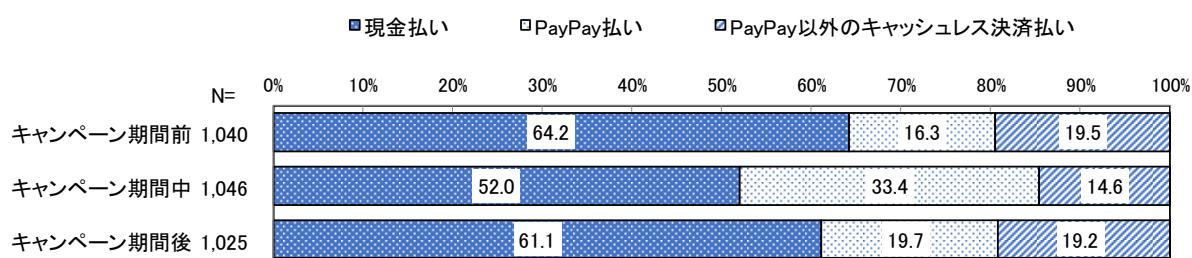
【業種別】



問 11 あなたの店舗（会社）の売上金額に占める「現金払い」・「PayPay 払い」・「PayPay 以外のキャッシュレス決済払い」の割合についてお伺いします。売上金額全体を 100%としたとき、それぞれの決済方法の金額の割合をご回答ください。回答は概算でもかまいませんので、合計が 100%になるようにご記入をお願いいたします。【直接記入】

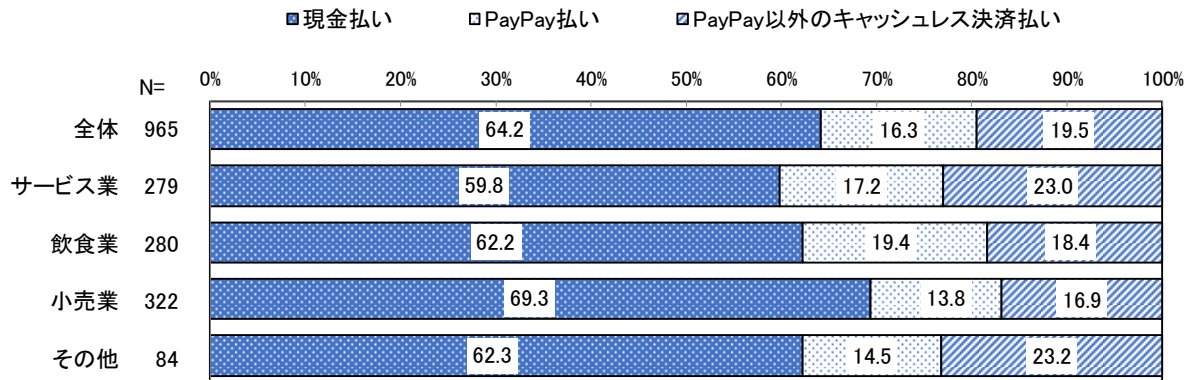
売上金額に占める「現金払い」・「PayPay 払い」・「PayPay 以外のキャッシュレス決済払い（※1）」の割合について、それぞれ平均値を算出した。

キャンペーン期間前・期間中・期間後で比べると、いずれの期間でも「現金払い」が最も高くなっている。キャンペーン期間中では、「PayPay 払い」が 3 割強となり、他の期間に比べ 10 ポイント以上高くなっている。

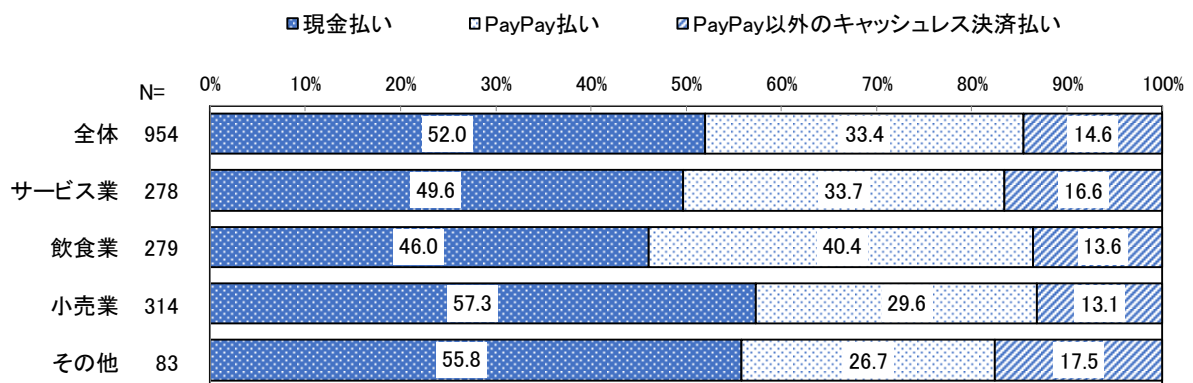


業種別にみると、全体的に大きな傾向の差はみられないが、飲食業は比較的「PayPay払い」の割合が高く、小売業は「現金払い」の割合が高い結果となっている。

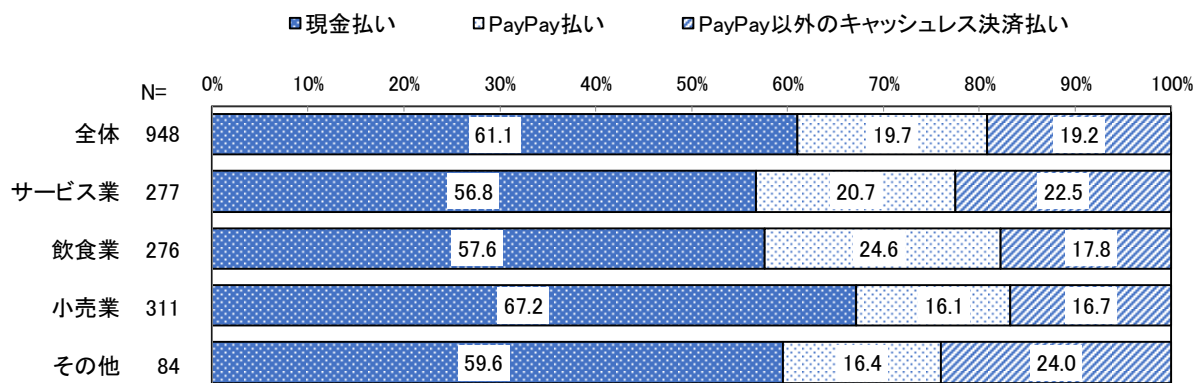
【キャンペーン期間前・業種別】



【キャンペーン期間中・業種別】



【キャンペーン期間後・業種別】



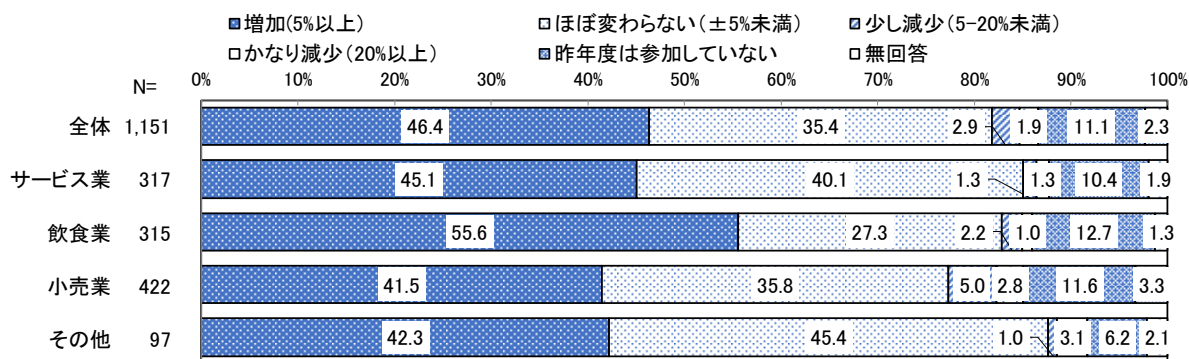
【あなたの店舗（会社）のPayPay決済の1か月あたりの取引金額（売上）についてお伺いします】

問 12 キャンペーン期間中（令和5年6～7月）は、昨年度の区のキャンペーン（令和4年11～12月実施）と比べてどう変化しましたか。

【当てはまるものを一つ選択】

キャンペーン期間中と、昨年度の区のキャンペーン期間との変化について、全体では、「増加(5%以上)」が46.4%と最も高く、次いで「ほぼ変わらない(±5%未満)」が35.4%、「昨年度は参加していない」が11.1%となっている。

業種別にみると、サービス業、飲食業、小売業では「増加(5%以上)」、その他では「ほぼ変わらない(±5%未満)」が最も高くなっている。

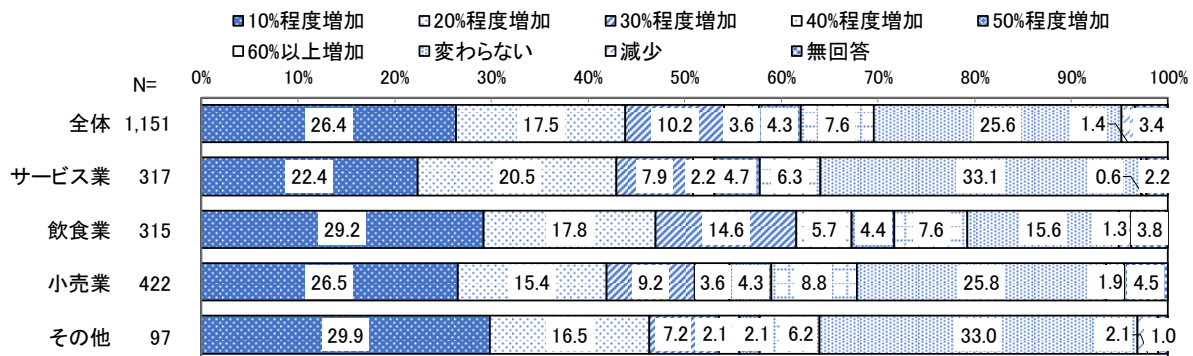


【あなたの店舗（会社）の PayPay 決済の 1 か月あたりの取引金額（売上）についてお伺いします】

問 13 キャンペーン期間中（令和 5 年 6～7 月）は、キャンペーン期間前（令和 5 年 5 月ごろ）と比べてどう変化しましたか。【当てはまるものを一つ選択】

キャンペーン期間中と、キャンペーン期間前との変化について、全体では、「(10%程度、20%程度、30%程度、40%程度、50%程度、60%以上) 増加」の合計が 69.6%で、「変わらない」が 25.6%、「減少」が 1.4%となった。「増加」の内訳では「10%程度増加」が 26.4%と最も高く、次いで「20%程度増加」が 17.5%、「30%程度増加」が 10.2%となっている。

業種別にみると、飲食業では 79.3%の「増加」、小売業が 67.8%の「増加」、サービス業とその他では 64.0%の「増加」といずれも 6 割を超える結果となった。



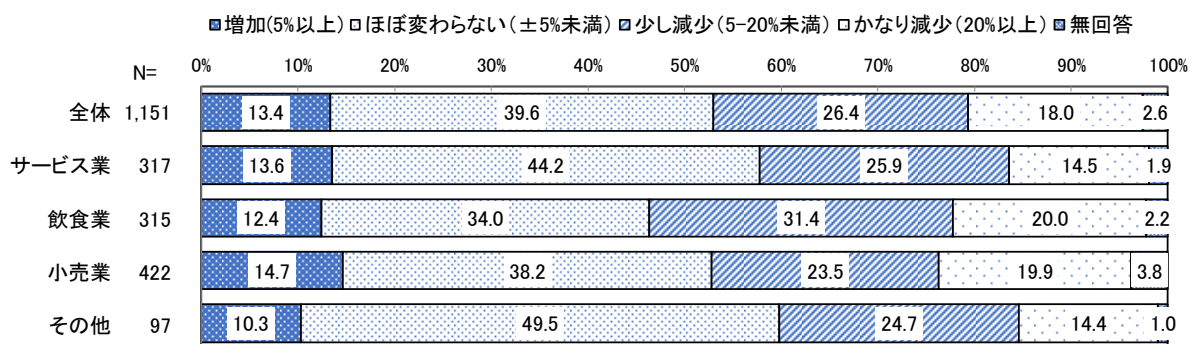
【あなたの店舗（会社）のPayPay決済の1か月あたりの取引金額（売上）についてお伺いします】

問 14 キャンペーン期間後（令和5年8月以降（見込み））は、キャンペーン期間中（令和5年6月～7月）と比べてどう変化しましたか。

【当てはまるものを一つ選択】

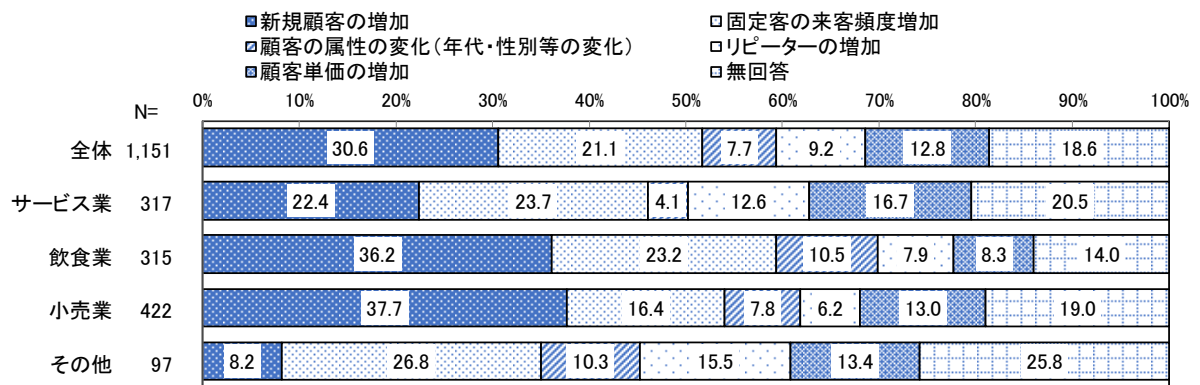
キャンペーン期間後と、キャンペーン期間中との変化について、全体では、「ほぼ変わらない（±5%未満）」が39.6%と最も高く、次いで「少し減少（5-20%未満）」が26.4%、「かなり減少（20%以上）」が18.0%となっている。

業種別にみると、いずれの業種も「ほぼ変わらない（±5%未満）」が最も高く、飲食業では「少し減少（5-20%未満）」が他の業種に比べて高くなっている。



問 15 キャンペーン期間前と比べて、キャンペーン期間中（令和 5 年 6～7 月）の顧客動向の変化について教えてください。【当てはまるものを一つ選択】

キャンペーン期間前と、キャンペーン期間中の顧客動向の変化について、全体では、「新規顧客の増加」が 30.6%と最も高く、次いで「固定客の来客頻度増加」が 21.1%、「顧客単価の増加」が 12.8%となっている。業種別にみると、飲食業と小売業では「新規顧客の増加」が、サービス業とその他では「固定客の来客頻度増加」が最も高くなっている。



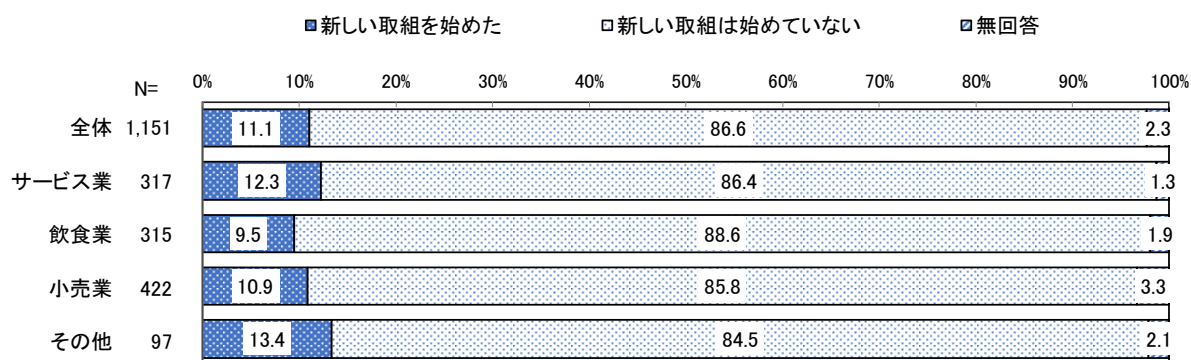
問 16 あなたの店舗では、キャンペーン期間に合わせて、販売促進のために独自の新しい取組を始めましたか。

※PayPay キャンペーン以前から行っている取組は含めず、キャンペーンをきっかけに始めた取組についてご回答ください。【当てはまるものを一つ選択】

キャンペーン期間に合わせて販売促進のために独自の新しい取組について、全体では、「新しい取組は始めていない」が 86.6%、「新しい取組を始めた」が 11.1%となっている。

業種別にみると、いずれの業種も「新しい取組は始めていない」が 8 割以上と高く、その他では「新しい取組を始めた」が他の業種に比べてやや高くなっている。

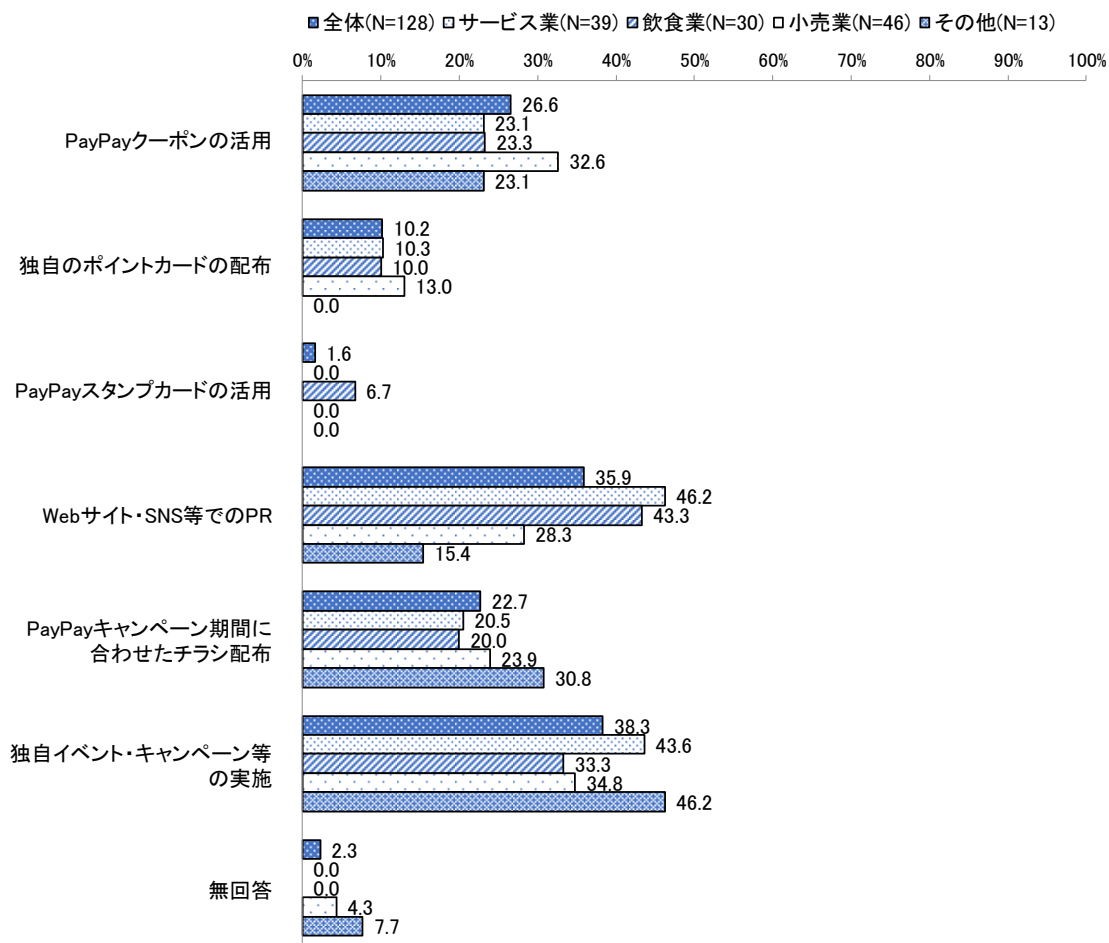
また、飲食業を除く業種で「新しい取組を始めた」が 1 割を上回っている。



問 17 問 16 で「1.新しい取組を始めた」を選択した方にお聞きします。
 具体的に、PayPay キャンペーン期間に合わせて、どのような新しい取組を始めましたか。【当てはまるものを全て選択】

PayPay キャンペーン期間に合わせてどのような新しい取組を始めたかについて、全体では、「独自イベント・キャンペーン等の実施」が 38.3%と最も高く、次いで「Web サイト・SNS 等での PR」が 35.9%、「PayPay クーボンの活用」が 26.6%となっている。

業種別にみると、全体的に「独自イベント・キャンペーン等の実施」と「Web サイト・SNS 等での PR」が高い傾向を示している。

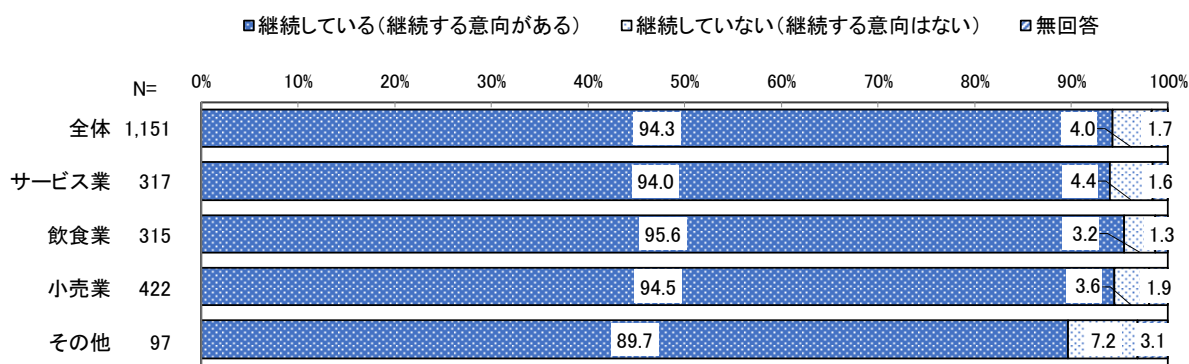


3. キャンペーン後の取組について

問 18 あなたの店舗（会社）では、キャンペーン終了後（令和 5 年 8 月以降）も、PayPay 決済の提供を継続していますか。（継続する意向がありますか）
【当てはまるものを一つ選択】

キャンペーン終了後の PayPay 決済の提供継続有無について、全体では、「継続している（継続する意向がある）」が 94.3%、「継続していない（継続する意向はない）」が 4.0%となっている。

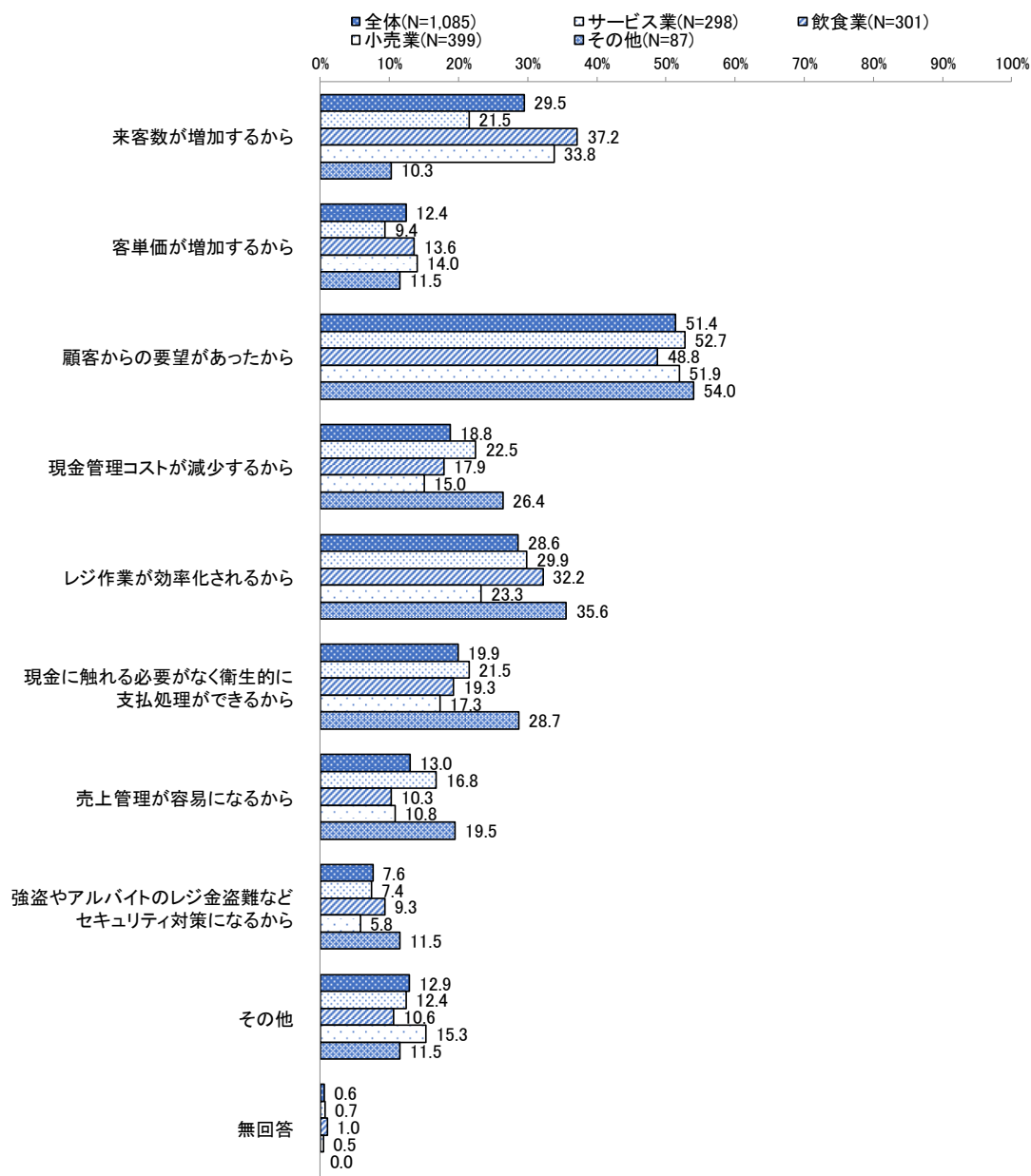
業種別にみると、いずれの業種も「継続している（継続する意向がある）」が 9 割程度となっている。



問 19 問 18 で「1. 継続している（継続する意向がある）」を選択した方にお聞きします。あなたの店舗（会社）が、キャンペーン終了後も、PayPay 決済の提供を継続する理由は何ですか。【当てはまるものを全て選択】

PayPay 決済の提供を継続する理由について、全体では、「顧客からの要望があったから」が 51.4%と最も高く、次いで「来客数が増加するから」が 29.5%、「レジ作業が効率化されるから」が 28.6%となっている。

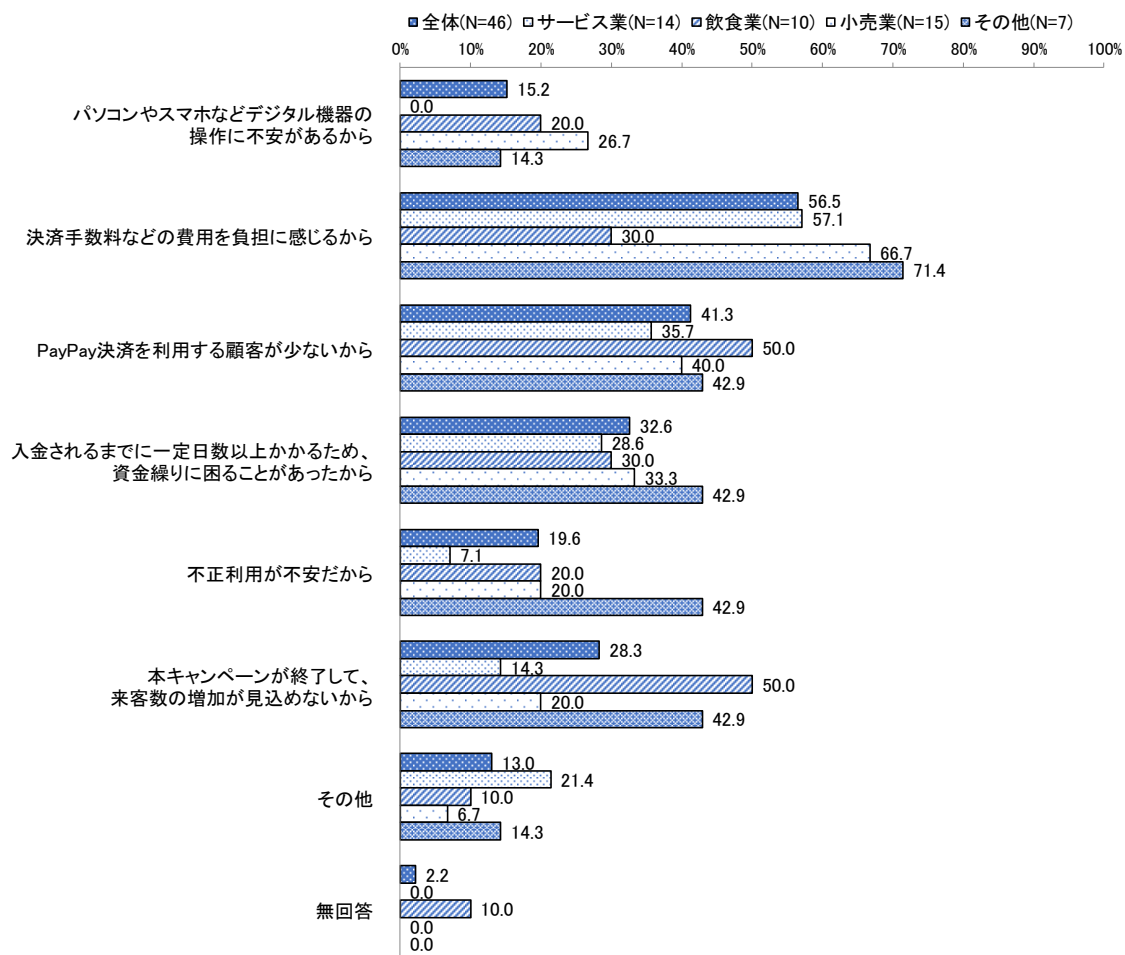
業種別にみても、いずれの業種も「顧客からの要望があったから」が最も高く、5割程度となっている。



問 20 問 18 で「2. 継続していない（継続する意向はない）」を選択した方にお聞きします。あなたの店舗（会社）が、キャンペーン終了後は、PayPay 決済の提供を継続しない理由は何ですか。【当てはまるものを全て選択】

PayPay 決済の提供を継続しない理由について、全体では、「決済手数料などの費用を負担に感じるから」が 56.5%と最も高く、次いで「PayPay 決済を利用する顧客が少ないから」が 41.3%、「入金されるまでに一定日数以上かかるため、資金繰りに困ることがあったから」が 32.6%、「本キャンペーンが終了して、来客数の増加が見込めないから」が 28.3%となっている。

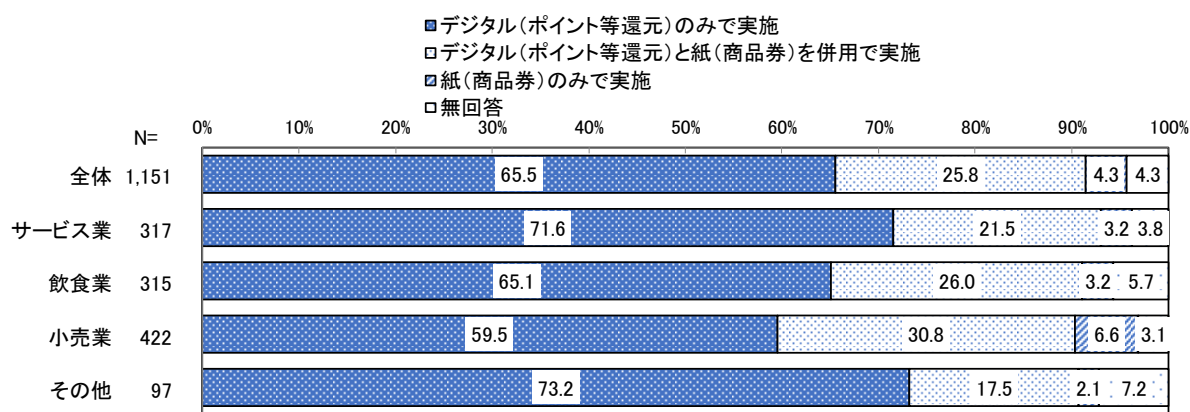
業種別にみると、サービス業と小売業とその他で「決済手数料などの費用を負担に感じるから」、飲食業のみ「PayPay 決済を利用する顧客が少ないから」と「本キャンペーンが終了して、来客数の増加が見込めないから」が最も高い結果となった。



問 21 今後のこういったキャンペーンにおける、紙（商品券）とデジタル（ポイント等還元）の実施について、あなたの店舗（会社）にとって最も都合の良い実施方法は何か。【当てはまるものを一つ選択】

今後のキャンペーンの実施について、最も都合の良い実施方法について、全体では、「デジタル（ポイント等還元）のみで実施」が65.5%で最も高く、次いで「デジタル（ポイント等還元）と紙（商品券）を併用で実施」が25.8%、「紙（商品券）のみで実施」が4.3%となっている。

業種別にみると、いずれの業種も「デジタル（ポイント等還元）のみで実施」が最も高くなっている。



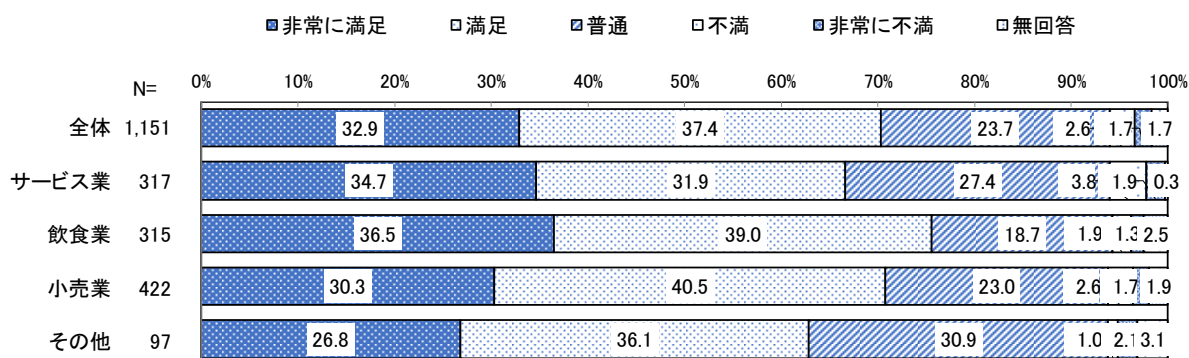
4. キャンペーンの評価等

問 22 今回のキャンペーンの総合的な満足度はいかがですか。

【当てはまるものを一つ選択】

今回のキャンペーンの総合的な満足度について、「満足」が 37.4%と最も高く、次いで「非常に満足」が 32.9%、「普通」が 23.7%となっている。

業種別にみると、いずれの業種も「非常に満足」と「満足」を合わせると6割を超え、飲食業では75.5%と他の業種に比べて高くなっている。



問 23 キャンペーン期間中（令和 5 年 6～7 月）に来店された顧客から、今回のキャンペーンについてご意見・ご感想はありましたか。もしあれば以下に記入してください。【自由意見】

【肯定的な意見】

- 70代・80代の方も、PayPay 決済をスタートした方がいらっしゃいました。
- 「20%還元はとても助かる」「外食に行こうという気持ちになる」というお声を聞きました。
- 「来る必要はなかったのだがキャンペーンが終わってしまうので、その前に来た」という人がいました。
- 高額商品で、今まで購入しなかった物を「このキャンペーン中なら…」と購入される方が数人いました
- PayPay 利用者でない方も口コミで広がり、PayPay を始めた方が多く見られました。20%のポイントが戻ってくるお得感が大変喜ばれました。
- 物価が上昇しているので、買物して 20%還元はとても大きいとお客様から好評でした。
- よろこんでいます。PayPay 支払いの人が増えた。
- こんなにお得ならと PayPay アプリをインストールした方が多かったです。
- PayPay ができるようになったと 70 才以上の方がよろこんでいた。
- 練馬区はキャンペーンを何回もしてくれて本当にありがたいとの声が沢山ありました。
- お店を知るきっかけになったとうれしい意見を頂きました。
- 練馬でポイント還元キャンペーンを実施しているからと、他の区からわざわざ来店して下さるお客様がいた。
- もっと長くやってほしいとの要望あり。皆さん「物価高で大変だけどこのキャンペーンはありがたい」と高評価でした。
- 貯金に回ってしまう価値のないばら撒きでなく、経済活動に貢献した人が貢献した分だけお得になるのが良い。
- 本が実質安く買える機会がないので、非常に嬉しい。今後もキャンペーンがあったら続けてほしい。
- 最大 20%キャッシュバック効果で、入り口にポスターを貼っていたおかげで「ポイント還元があるならこの店にしよう」と、来店されるお客さんがとても多かった。

【否定的な意見】

- 10000 ポイントを使い切ったお客様から「おたくポイントつかないじゃない！」と怒って言われたことがあるので、上限を強く知らせてほしい。
- 最大 20%還元なのに、20%確実に還元されると思っているお客様が 90%だった。キャンペーンの内容を正確に理解されてない方が多かった。
- お客様の高齢化でスマホを使いこなせない方が多い。PayPay 支払に不安があるのかもしれない（カード、VISA、JCB、マスターの安心感がある）。
- 30%でやってほしかったとのこと。
- 「他の区は、30%還元があった」とのお声。
- 年配の利用者は PayPay を利用していない方が多く、不満を言うお客様がいた。
- 還元条件などを大きくわかりやすく表示してほしい。
- 2 か月も期間があるのに付与ポイントの額が少ない。
- 何故 PayPay だけのキャンペーンなのか。他の決済手段でも還元を受けられるようにする努力が欲しい。
- 宣伝をもっとしてほしい。
- 20%還元と表現しながら、最大還元額から制限があるのはわかりにくいとの感想あり。定期的な開催を望む声多数。
- 限度額や利用の制限がわかりにくい。
- 主に高齢者は PayPay の使い方がわからず、レジで迷惑かけるので、使いづらいと言っていた。
- 一企業のみに加担した公共行政区のキャンペーンに違和感がある。

問 24 今回のキャンペーンについてのご意見を伺わせてください。【自由意見】

【肯定的な意見】

- 今回初めての PayPay 決済 etc の導入でしたが、手続きも簡単、お客様も喜んでいたので、よかったです。
- 年に 2 回は開催していただきたい。20% でなくても、10% でも効果はでると思います。
- キャンペーンのおかげで区外のお客様が増え、客単価のアップやリピートにもつながりました。
- 消費意欲を刺激する効果は、確実に感じます。キャンペーンの認知度も、前回に比べてかなり高くなっていると感じました。
- 他の区ではやっていないキャンペーンのため、練馬区の住民で良かったという声が多かった。
- キャンペーン期間の延長かキャンペーンの数を増やしていただきたい。
- 6、7 月は雨や暑さのため毎年売上げが減少するので、お店としてもとても助かりました。
- 初めは手数料の関係で否定的でしたが、それを上回る反響だったので考えを改めました。
- 高齢のお客さんが多かったのですが、PayPay のおかげで若い方がふえたと思います。
- 練馬区内の店舗にとってありがたかったです。次回は新規顧客開拓につながられるよう、キャンペーンなどを企画したいと思います。
- 物価高を背景に、生活必需品ではないカテゴリのサービスに対する支出を我慢しているお客様の、消費を後押ししてくれるキャンペーンでした。一方、ポイント頼みとならぬよう、自社のブランド力を強化する必要性も感じました。
- キャッシュレス決済を始めるお客さんが増えた。
- 皆が一樣に享受するのでなく、今回のような貢献する人がその貢献割合に応じて、報いが受けられる制度をもっと設けてほしい。
- 客単価が上がりました。やはり皆さん 20% 還元となると普段よりお金を使ってくれる印象です。
- 20% の還元率があると、「日頃我慢していたものを購入しようかな」というアクションにつながったと感じる。
- お客様が喜んでるので大変良いと思います。くじなどと違い平等に 20% 還元なのも良いと思います。
- 他の自治体が行っていない中、2 ヶ月連続で開催したのは非常に良かった。年 2 回、年末・6 月のボーナス時期に実施していただけると助かる。
- この度のポイント還元キャンペーンに参加させていただきましたおかげで、新規のお客様のご来店がありました。また次回も是非参加させて頂きたいです。ありがとうございました。
- 練馬区で得たポイントは練馬区でのみ使用可能、といったシステムが出来ると最高です。

【否定的な意見】

- チラシも重要だけど、一般的にお客様が知らなすぎる。手とり足とりお店が面倒を見ないとだめかもしれない。
- 他県や他区からの来店者の多くは、キャンペーンだけが目当てで継続的な顧客の獲得には至らない点が如何なものか。
- PayPay の導入に時間がかかってしまい、キャンペーン期間内にできませんでした。ゆとりをもって3ヶ月前に教えて頂いたら間に合ったかもしれません。
- 客が増えるというより支払いの方法が変わるだけだから、とくに何も感じない。
- PayPay は便利だが、店舗側が手数料を負担するため、PayPay 払いが増えることで利益が減る。区の政策ならば、店舗が負う手数料分のフォローもしてほしい。
- 時期柄なのか、昨年末のキャンペーンの方が単価アップは多かったです。今期はあまりありませんでした。
- PayPay を使えない人には不公平だが、時代の変化としてはやむをえない。しかし、高齢者には反感を強くもたれているという認識が必要と思う。
- 公平性のため PayPay 以外もキャンペーンしてもいいのではないか。
- 電子決済が増えれば決済手数料も比例して増える。公的な還元キャンペーンにするなら決済手数料も一部負担して貰いたい。また、やるなら PayPay 一社だけでなく、他の QR 決済やカード決済も使えないと利用者にとって不平等が発生する。
- 自分自身が PayPay を使えないため、使う人へのフォローが少し大変。
- 練馬区以外の方にも還元されるのは、少しやり過ぎの様な気はする。
- 当店がキャンペーンの対象店になっているのかどうか、早い時点でお客様からお問い合わせがあったが、ネットで調べても名前がなかったため対象店ではないと回答した。キャンペーンの直前に広告が届き、当店が対象店であることを知った。もっと早くからわかっていたら、こちらとしてもいろいろ準備ができたと思う。
- 認知度がかなり低く感じられたため、アプリからの広告連絡や店頭告知だけでなく、CM などで告知をするべきだと思われる。特に、現在は何処の市町村で開催されているかなど。
- もう少し仕組みをわかりやすくしてほしい。都度都度、説明しなければならない。顧客側は上限がなく、買い物総額の 20% が還元されると思っている人がかなり多い。期間中最大 10,000 ポイント還元の方が素直にわかりやすい。また、他のキャッシュレス決済にも適用してほしい。
- 当店の場合は現金支払いのお客様が、キャンペーン中のみ PayPay に変更しただけ。店側とすると単に決済手数料が経費負担となった上に、入金は早くても一カ月後であり、最長では二ヶ月後であるため現金化も遅い。

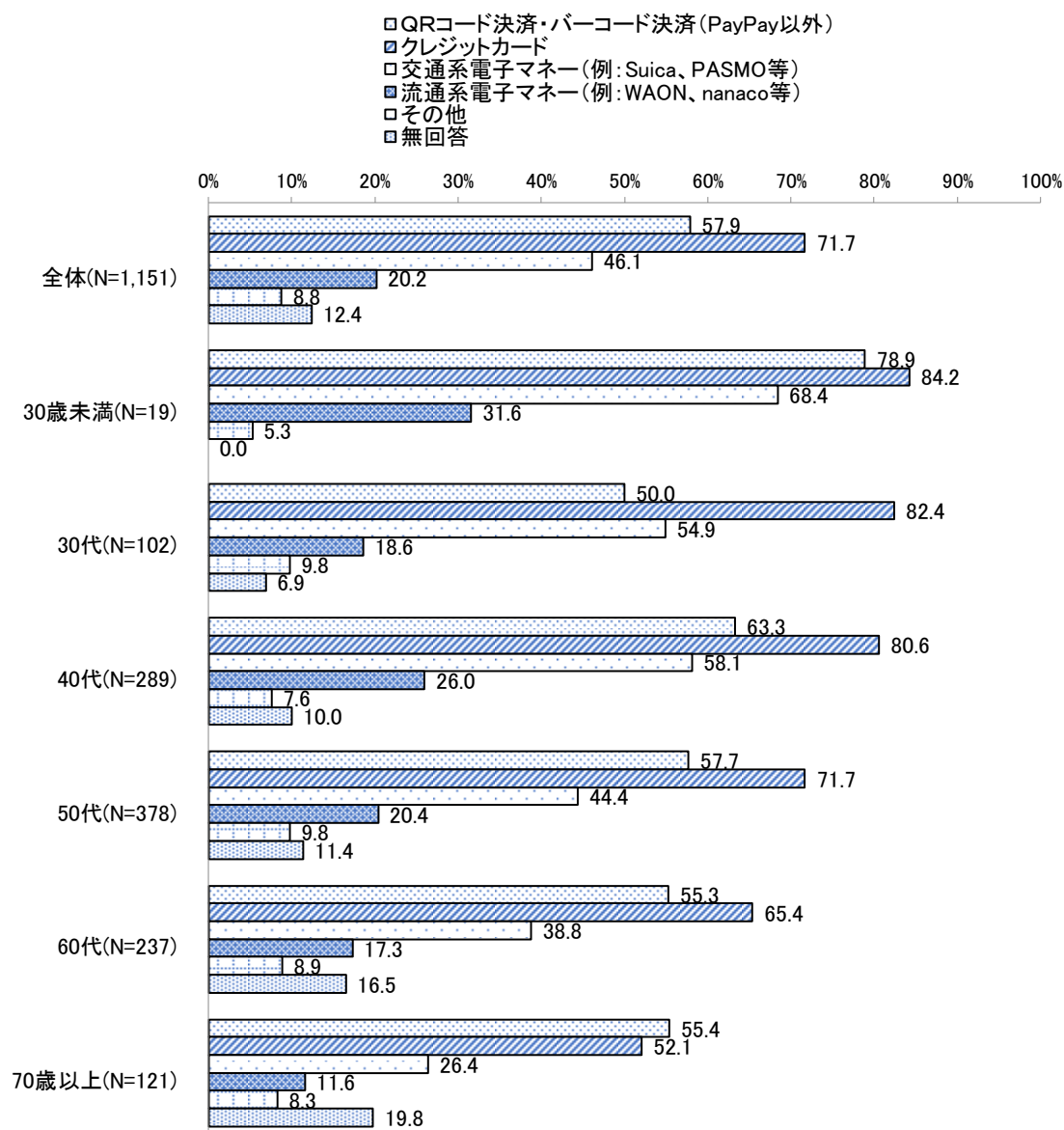
5. 設問間クロス分析

問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

問4 あなたの店舗で導入・利用している PayPay 以外のキャッシュレス決済の種類をお教えてください。

導入・利用している PayPay 以外のキャッシュレス決済の種類について、経営者（店長）の年代別にみると 70 歳以上を除くすべての年代で「クレジットカード」が最も高くなっている。また、70 歳以上の年代においても「QRコード決済・バーコード決済（PayPay 以外）」を積極的に導入している事例があることが読み取れる。

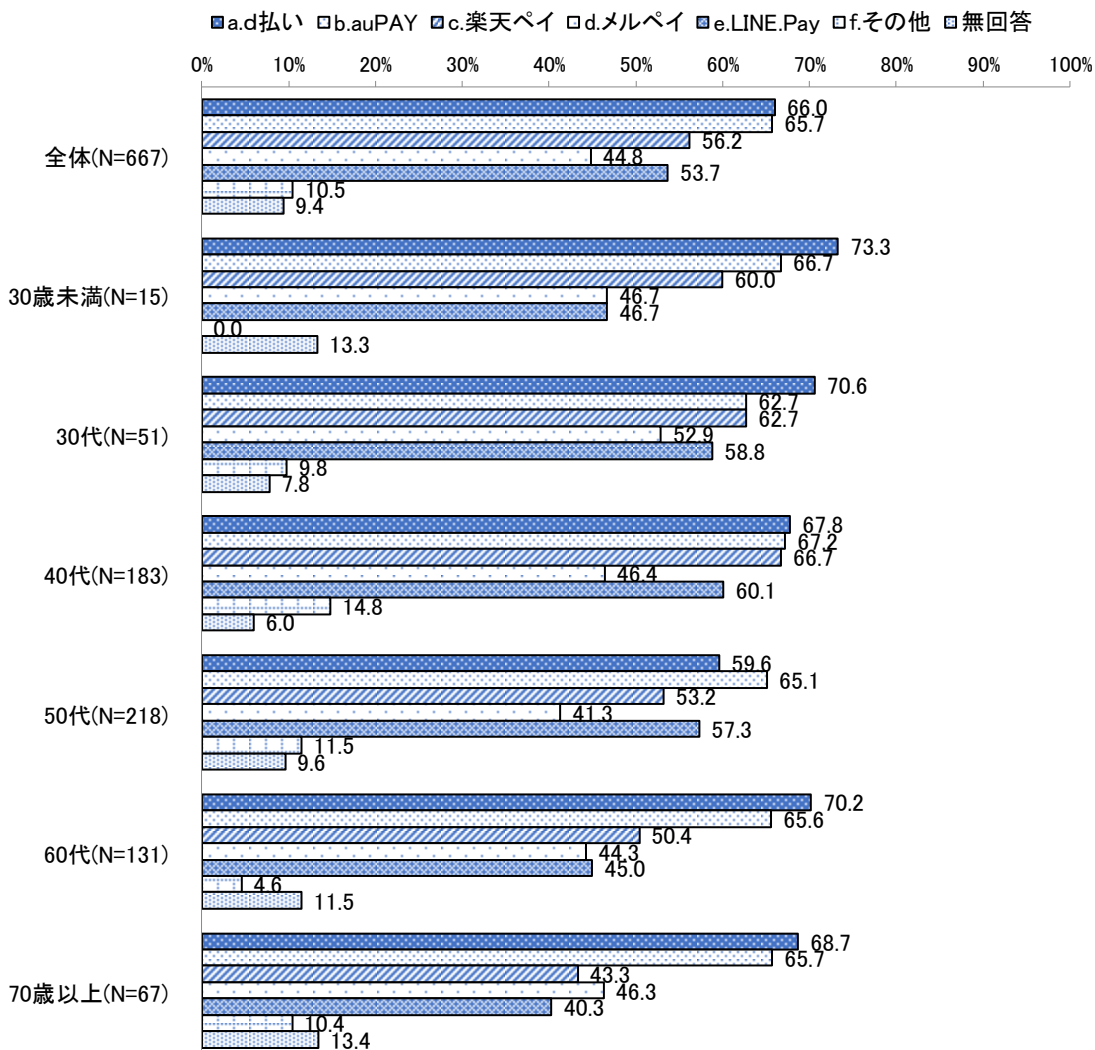


問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

問4-1 問4で「1. QRコード決済・バーコード決済（PayPay以外）」を選択された方は、該当のキャリアをa～fより選択して○を付けてください。

QRコード決済・バーコード決済（PayPay以外）の該当キャリアについて、経営者（店長）の年代別にみると、50代を除くすべての世代で「a. d払い」が最も高く、50代では「b. auPAY」が最も高くなっている。

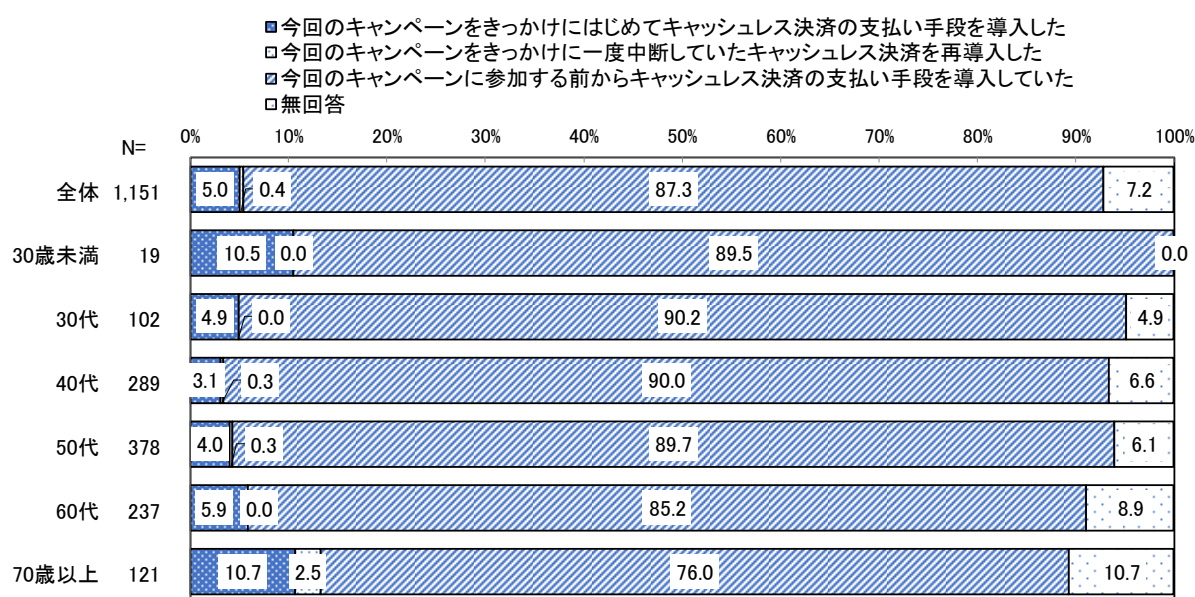


問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

問6 あなたの店舗（会社）は、今回のキャンペーン（PayPay 決済ポイント還元事業（令和5年6～7月実施））をきっかけに、はじめてキャッシュレス決済を導入しましたか。

今回のキャンペーンをきっかけに、キャッシュレス決済を導入したかについて、経営者（店長）の年代別にみると、いずれの年代も「今回のキャンペーンに参加する前からキャッシュレス決済の支払い手段を導入していた」が最も高くなっている。

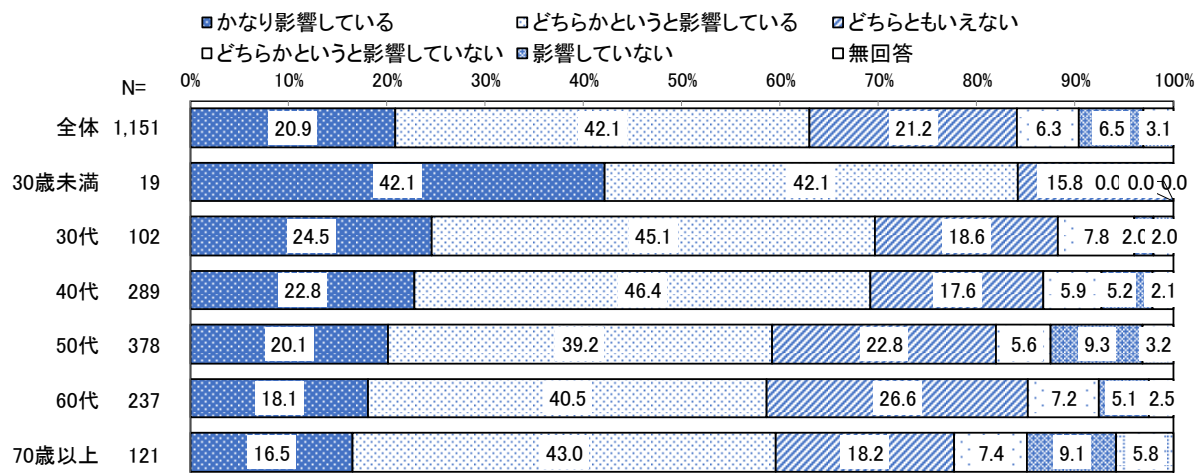


問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

問8 キャッシュレス決済対応の有無が、消費者が店舗を選択する際に影響していると感じますか。

キャッシュレス決済対応の有無が、消費者の店舗選択に影響すると感じるかについて、経営者（店長）の年代別にみると、30歳未満を除く世代では「どちらかというに影響している」が最も高く、30歳未満では同率で最も高い「かなり影響している」と「どちらかというに影響している」を合わせると8割を超え、他の年代よりも高くなっている。

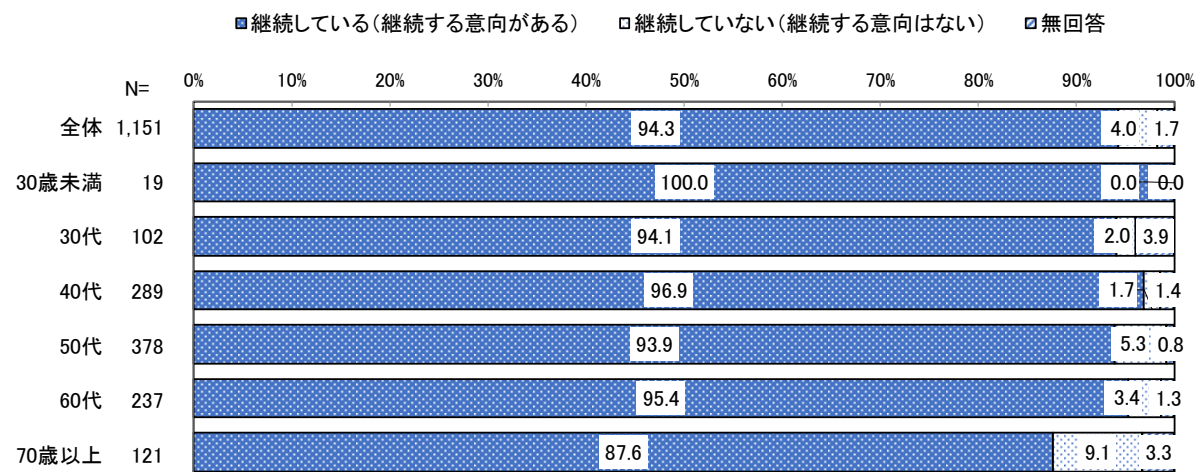


問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

問18 あなたの店舗（会社）では、キャンペーン終了後（令和5年1月以降）も、PayPay決済の提供を継続していますか。（継続する意向がありますか）

キャンペーン終了後のPayPay決済提供継続有無について、経営者（店長）の年代別にみると、いずれの年代も「継続している（継続する意向がある）」が9割前後となっている。

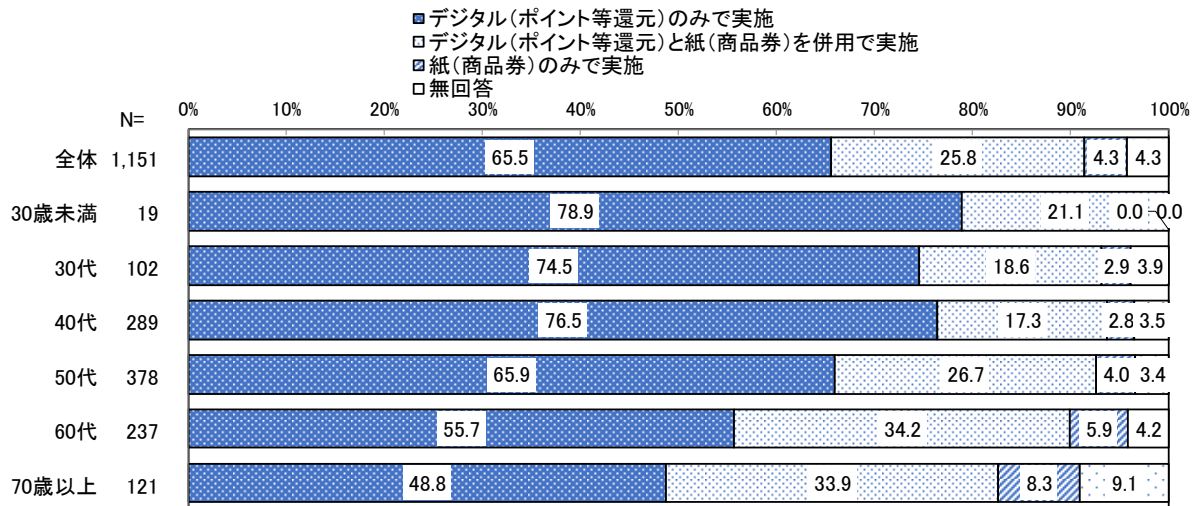


問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

問21 今後のこういったキャンペーンにおける、紙（商品券）とデジタル（ポイント等還元）の実施について、あなたの店舗（会社）にとって最も都合が良い実施方法は何か。

今後同様のキャンペーンを実施する場合、最も都合が良い実施方法について、経営者（店長）の年代別にみると、年代が若くなるにつれて「デジタル（ポイント等還元）のみで実施」の割合が高くなる傾向がみられた。

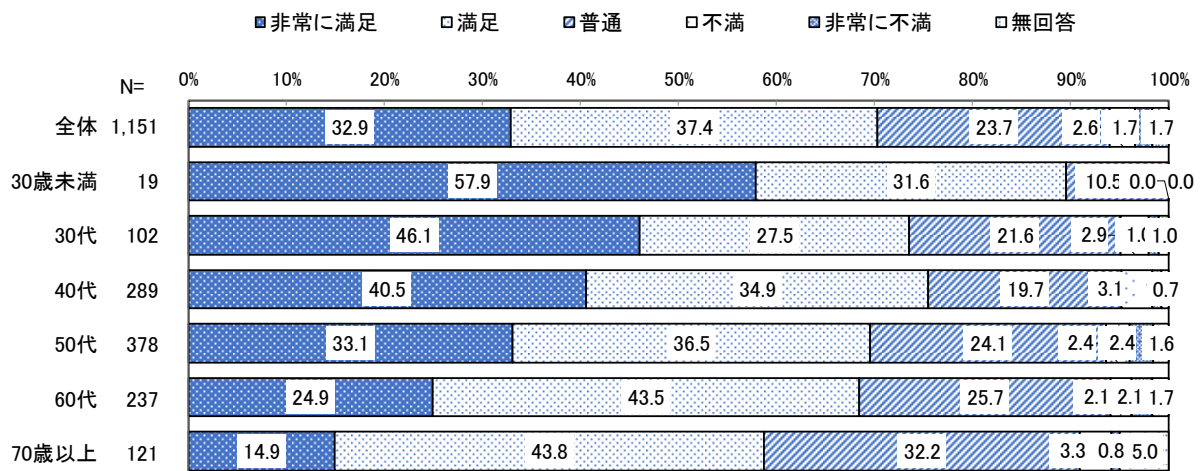


問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

問22 今回のキャンペーンの総合的な満足度はいかがですか。

今回のキャンペーンの総合的な満足度について、経営者（店長）の年代別にみると、年代が若くなるほど「非常に満足」の割合が高くなっている。特に30歳未満では、「非常に満足」と「満足」を合わせると約9割に達し、他の年代よりも顕著に高くなっている。



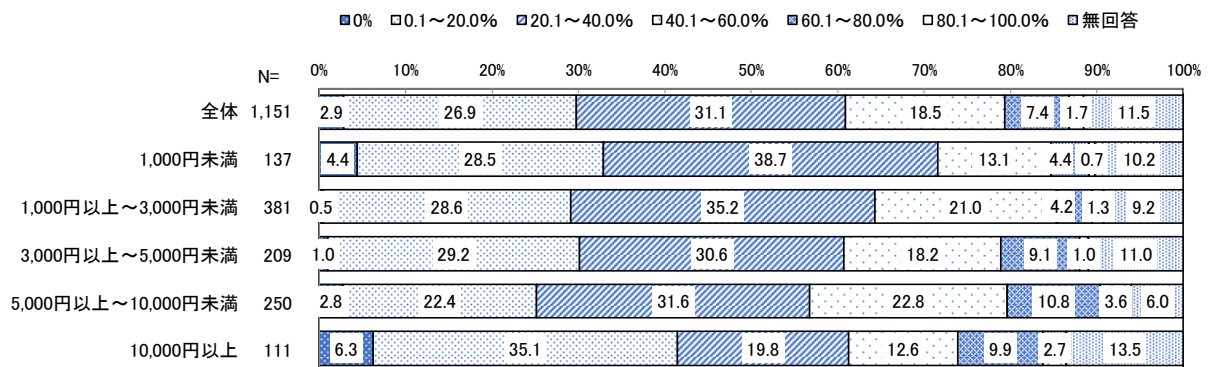
問 5 あなたの店舗（会社）の平均的な顧客単価について、決済方法別にお教えください。【PayPay 払い】

×

問 11 あなたの店舗（会社）の売上金額に占める「現金払い」・「PayPay 払い」・「PayPay 以外のキャッシュレス決済払い」の割合についてお伺いします。売上金額全体を 100%としたとき、それぞれの決済方法の金額の割合をご回答ください。【キャンペーン期間中・PayPay 払い】

キャンペーン期間中・PayPay 払いの割合について、PayPay 払いの平均的な顧客単価別にみると、いずれの単価も「0.1~40.0%（「0.1~20.0%」と「20.1~40.0%」の合計）」が 5 割以上となったほか、10,000 円未満までは平均的な顧客単価が高くなるごとに PayPay 払いの割合が「40.1~100.0%（「40.1~60.0%」と「60.1~80.0%」と「80.1~100.0%」の合計）」の割合が徐々に大きくなっていく。

全体として、キャンペーン期間中の PayPay 払いの割合は 40%以内に収まる店舗が半数以上を占めている。また、PayPay 払いの平均的な顧客単価が高いほど、キャンペーン期間中の PayPay 払いの割合が高い傾向がみられる。（ただし、平均単価 10,000 円以上では異なる傾向が出ているため、もともと顧客単価が高い店舗では事情が異なる可能性がある）。



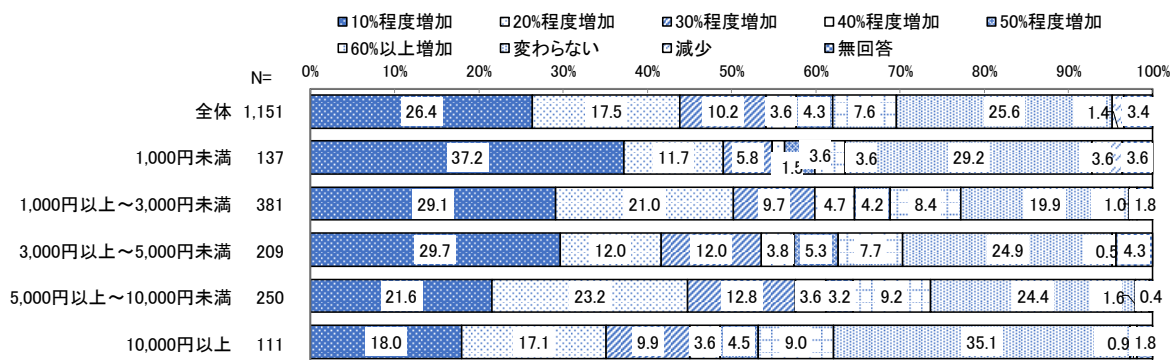
問 5 あなたの店舗（会社）の平均的な顧客単価について、決済方法別にお教えてください。【PayPay 払い】

×

（店舗（会社）の PayPay 決済の 1 か月あたりの取引金額（売上）について）
 問 13 キャンペーン期間中（令和 5 年 6～7 月）は、キャンペーン期間前（令和 5 年 5 月ごろ）と比べてどう変化しましたか。

PayPay 決済の 1 か月あたりの取引金額の変化について、PayPay 払いの平均的な顧客単価別にみると、1,000 円以上～3,000 円未満では「増加（10%程度、20%程度、30%程度、40%程度、50%程度、60%以上の合計）」の割合が 77.1%と最も高く、次いで 5,000 円以上～10,000 円未満では 73.6%、3,000 円以上～5,000 円未満では 70.5%となっている。

また、10,000 円以上では「変わらない」が 3 割半ほど、他の単価と比べて高くなっている。つまり、平均的な顧客単価が高い店舗では、キャンペーンの効果は比較的小さい可能性がある。



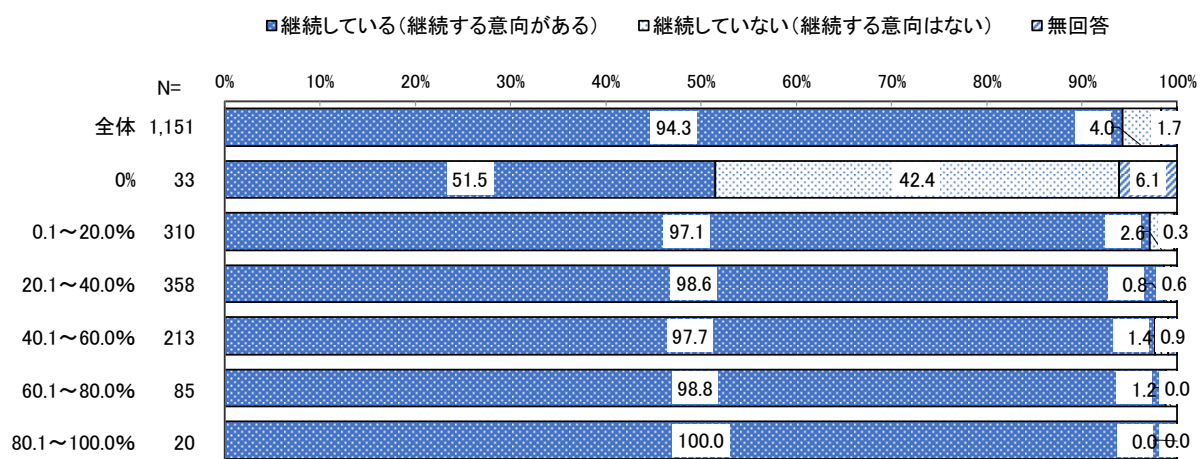
問 11 あなたの店舗（会社）の売上金額に占める「現金払い」・「PayPay 払い」・「PayPay 以外のキャッシュレス決済払い」の割合についてお伺いします。売上金額全体を 100%としたとき、それぞれの決済方法の金額の割合をご回答ください。【キャンペーン期間中・PayPay 払い】

×

問 18 あなたの店舗（会社）では、キャンペーン終了後（令和 5 年 8 月以降）も、PayPay 決済の提供を継続していますか。（継続する意向がありますか）

キャンペーン終了後の PayPay 決済提供継続有無について、キャンペーン期間中の PayPay 払いの割合別にみると、PayPay 払いの割合が 0%の店舗を除くすべての分類で「継続している（継続する意向がある）」が 9 割以上と顕著に高くなっている。

一方、キャンペーン期間中の PayPay 払いの割合が 0%の店舗では、「継続している（継続する意向がある）」と「継続していない（継続する意向はない）」が 5 割強と 4 割強で別れた。



(店舗(会社)のPayPay決済の1か月あたりの取引金額(売上)について)
 問13 キャンペーン期間中(令和5年6~7月)は、キャンペーン期間前(令和5年5月ごろ)と比べてどう変化しましたか。

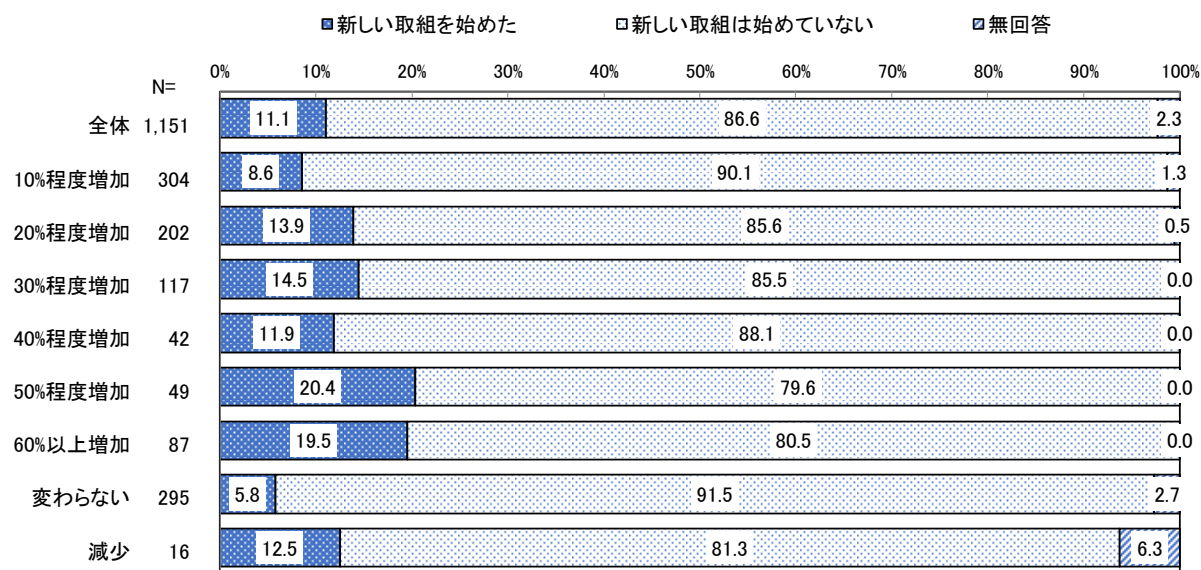
×

問16 あなたの店舗では、キャンペーン期間に合わせて、販売促進のために独自の新しい取組を始めましたか。

※PayPay キャンペーン以前から行っている取組は含めず、キャンペーンをきっかけに始めた取組についてご回答ください。

キャンペーン期間中の新しい取組を始めたかについて、キャンペーン期間前と期間中の状況別にみると、キャンペーン期間前よりも取引金額が減少している店舗も含め、すべての区分で「新しい取組は始めていない」が8割前後となっている。

ただし、「50%程度増加」と「60%以上増加」では、「新しい取組を始めた」割合が他の区別より多くなっている。



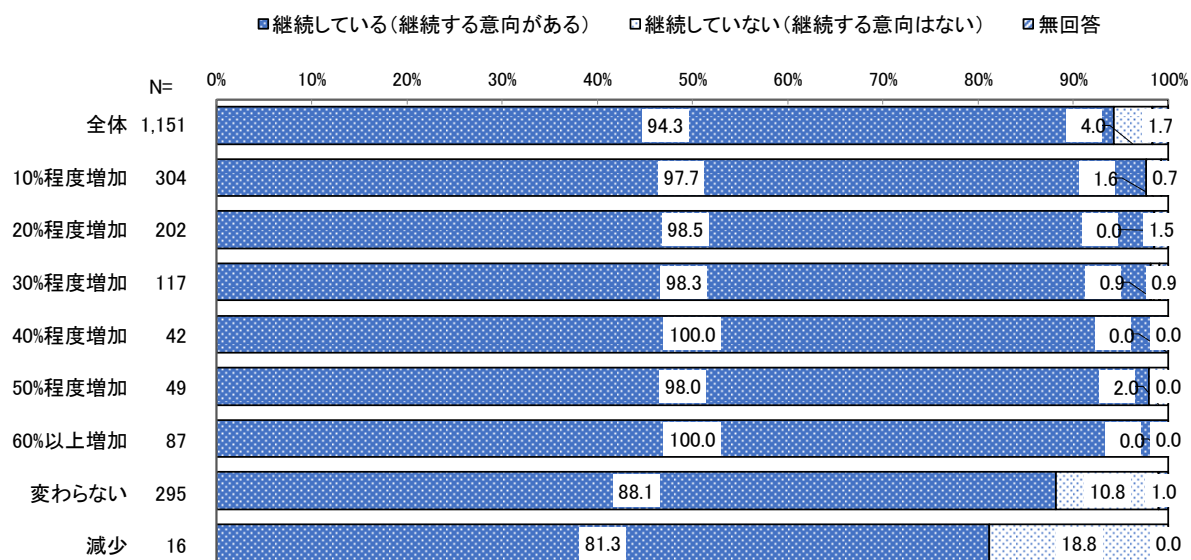
(店舗(会社)のPayPay決済の1か月あたりの取引金額(売上)について)
 問13 キャンペーン期間中(令和5年6~7月)は、キャンペーン期間前(令和5年5月ごろ)と比べてどう変化しましたか。

×

問18 あなたの店舗(会社)では、キャンペーン終了後(令和5年8月以降)も、PayPay決済の提供を継続していますか。(継続する意向がありますか)

キャンペーン終了後のPayPay決済提供継続有無について、キャンペーン期間前と期間中の状況別にみると、キャンペーン期間前よりも取引金額が減少している店舗も含め、すべての区分で「継続している(継続する意向がある)」が高くなっている。

ただし、キャンペーン期間前よりも取引金額が減少している店舗は、他の区分に比べ、「継続している(継続する意向がある)」割合が低くなっている。



Ⅲ アンケート分析結果

1. キャンペーンの効果～8割以上の店舗で利用～

【キャンペーン利用状況について】

キャンペーンの効果について、まずは PayPay 決済の利用の有無は、全体の 87.8%の店舗で「利用があった」と回答しており、飲食業に関しては「無回答」を除くと利用がなかったのはわずか 2.5%だった（問 9）。

また、売上金額に占める「現金払い」・「PayPay 払い」・「PayPay 以外のキャッシュレス決済払い」の割合をみると、キャンペーン期間前に比べ、期間中では PayPay 払いの割合が 17.1 ポイント増えている（問 11）。

これらの結果は、いずれの業種でも同様の傾向がみられるため、業種に関わらず広く利用されたキャンペーンであったことがわかる。

【キャンペーン期間中の来客数について】

キャンペーン期間中の来客数をみると、「期間前よりも来客数が増えた」割合が 45.6%となっている（問 10）。年代別では傾向に差がみられ、「20 代以下」では 3 割、「60 代以上」では 2 割弱となったのに対し、「30 代～50 代」では 4 割半ばとなった。

また、業種別でもキャンペーン期間中の来客数の増減傾向に差がみられ、飲食業、小売業では 5 割を超えている一方、サービス業では 3 割半ば、その他の業種は 2 割強となっている。その他の業種は施術所、スクール、娯楽などの固定客が多い業種で構成されていることから、業種別に差がみられたのではないかと考えられる。

【キャンペーン期間中の取引金額（売上）について】

キャンペーンの期間中と期間前との変化について、全体の約 7 割が「増加」と回答し、2 割半ばが「変わらない」と回答している。（問 13）。

また、業種別ではいずれの業種も 6 割を超えており、特に飲食業では 79.3%が「増加」と回答する結果となった。

さらに飲食業の売上金額に占める「現金払い」・「PayPay 払い」・「PayPay 以外のキャッシュレス決済払い」の割合に注目すると、キャンペーン期間前に比べ、期間中の PayPay 払いの割合が 21.0 ポイント増加した（問 11）。

これらの結果から、キャンペーンの実施が、どの業種においても参加店舗の取引金額（売上）の増加に貢献したことがわかる。

昨年度のキャンペーンとの比較では、今年度のほうが、取引金額が「増加」と回答している店舗が 4 割以上となった（問 12）。業種別にみても、その他の業種を除くすべての業種で「増加」と回答した割合が最も高い。今年度のキャンペーンのほうが、昨年度よりも効果が大きい傾向がうかがえる。

要因として、昨年度は、近隣の区市町村とキャンペーン期間が重なっていたことから、キャンペーンの効果が抑制されてしまっていた可能性が挙げられる。今後、同種のキャンペーンを実施する際は、こうした近隣区市町村のキャンペーン状況を考慮することで、効果を最大限生かすことができると考えられる。

2. キャンペーンの課題点～業種によって獲得効果に差～

キャンペーンの課題点を調査結果から抽出するならば、業種によって獲得効果に差が表れている点であり、サービス業と飲食業における期間中と前とでの売上の変化を比べると、「増加」割合に 15.3 ポイントの差が出ている。

キャンペーン満足度の観点からも「非常に満足」「満足」の割合が飲食業で 75.5%だったのに対し、サービス業では 66.6%、その他では 62.9%となり、業種やサービス内容によって、キャンペーンの効果に差がある傾向がうかがえる（問 22）。

3. キャンペーンの評価等～大多数の店舗がポジティブな評価～

キャンペーンの総合的な満足度については、すべての業種でポジティブな評価（「非常に満足」「満足」の合計値）が 6 割を超えており、特に飲食業と小売業では 7 割を超える結果となった（問 22）。

一方で、いずれの業種も「不満」「非常に不満」の割合は非常に低かった。

また、キャンペーン終了後の PayPay 決済の継続（意向）については、すべての業種で約 9 割が「継続している（継続する意向がある）」と回答している（問 18）。

そのため、当キャンペーンは満足傾向の回答が半数以上であったため、一定のプラス効果があったといえる。

また、あわせてデジタル決済の普及についても一役買ったといえる。

IV 資料

1. 調査票

令和5年度練馬区 PayPay 決済ポイント還元事業に関するアンケート調査

【基本情報】

問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。【当てはまるものを一つ選択】

1. 30歳未満 2. 30代 3. 40代 4. 50代 5. 60代 6. 70代 7. 80歳以上

問2 あなたの店舗（会社）の従業員数をお教えてください。【当てはまるものを一つ選択】

1. 雇用従業員なし(家族のみ等) 2. 4人以下 3. 5～9人
4. 10～29人 5. 30～49人 6. 50人以上

問3 あなたの店舗（会社）の年間の売上規模をお教えてください。【当てはまるものを一つ選択】

1. 1,000万円未満 2. 1,000万円以上～3,000万円未満
3. 3,000万円以上～5,000万円未満 4. 5,000万円以上～1億円未満
5. 1億円以上 6. 回答できない

問4 あなたの店舗で導入・利用している PayPay 以外のキャッシュレス決済の種類をお教えてください。

「1. QRコード決済・バーコード決済（PayPay 以外）」を選択された方は、該当のキャリアを a～f より選択して○を付けてください。【1～5、a～f ともに、当てはまるものを全て選択】

1. QRコード決済・バーコード決済（PayPay 以外）
a d 払い b auPAY c 楽天ペイ d メルペイ e LINE Pay f その他（ ）
2. クレジットカード
3. 交通系電子マネー（例：Suica、PASMO 等）
4. 流通系電子マネー（例：WAON、nanaco 等）
5. その他（ ）

問5 あなたの店舗（会社）の平均的な顧客単価について、決済方法別にお教えてください。

【当てはまるものを一つ選択】

現金払い	1. 1,000円未満 2. 1,000円以上～3,000円未満 3. 3,000円以上～5,000円未満 4. 5,000円以上～10,000円未満 5. 10,000円以上
PayPay 払い	1. 1,000円未満 2. 1,000円以上～3,000円未満 3. 3,000円以上～5,000円未満 4. 5,000円以上～10,000円未満 5. 10,000円以上
PayPay 以外の キャッシュレス決済払い （※1）	1. 1,000円未満 2. 1,000円以上～3,000円未満 3. 3,000円以上～5,000円未満 4. 5,000円以上～10,000円未満 5. 10,000円以上

※1 QRコード(PayPayを除く)、交通系ICカード、クレジットカードなど、PayPay以外のキャッシュレス決済が該当

問6 あなたの店舗（会社）は、今回のキャンペーン（PayPay 決済ポイント還元事業（令和5年6～7月実施））をきっかけに、はじめてキャッシュレス決済（※2）を導入しましたか。

【当てはまるものを一つ選択】

1. 今回のキャンペーンをきっかけにはじめてキャッシュレス決済の支払い手段を導入した ⇒問8へ
2. 今回のキャンペーンをきっかけに一度中断していたキャッシュレス決済を再導入した ⇒問7へ
3. 今回のキャンペーンに参加する前からキャッシュレス決済の支払い手段を導入していた ⇒問7へ

※2 QRコード(PayPayを含む)、交通系ICカード、クレジットカード等を含むすべてのキャッシュレス決済が該当

問7 問6で「2,3」を選択した方にお聞きします。

あなたの店舗（会社）が、キャッシュレス決済（※2）を導入するきっかけとなった出来事は以下のうちどれですか。【当てはまるものを一つ選択】

- | |
|--|
| 1. 練馬区等が実施した PayPay 決済ポイント還元キャンペーン |
| 2. 国が実施したキャッシュレス決済関連キャンペーン（マイナポイント事業等） |
| 3. 民間事業者が実施したキャッシュレス決済関連キャンペーン |
| 4. 1～3のキャンペーンがきっかけではなく自発的に導入した |
| 5. 顧客に勧められて導入した |
| 6. その他（ ） |

※2 QRコード(PayPayを含む)、交通系ICカード、クレジットカード等を含むすべてのキャッシュレス決済が該当

問8 キャッシュレス決済（※2）対応の有無が、消費者が店舗を選択する際に影響していると感じますか。

【当てはまるものを一つ選択】

- | | | |
|--------------------|-------------------|--------------|
| 1. かなり影響している | 2. どちらかというに影響している | 3. どちらともいえない |
| 4. どちらかというに影響していない | 5. 影響していない | |

※2 QRコード(PayPayを含む)、交通系ICカード、クレジットカード等を含むすべてのキャッシュレス決済が該当

【キャンペーンの効果】

問9 あなたの店舗（会社）ではキャンペーン期間中(令和5年6月1日～7月31日)にPayPayを利用した支払いはありましたか。【当てはまるものを一つ選択】

- | | |
|-----------|------------|
| 1. 利用があった | 2. 利用がなかった |
|-----------|------------|

問10 あなたの店舗（会社）におけるキャンペーン期間中（令和5年6月1日～7月31日）の来客数の増減と、それぞれの年代別の来客数の増減をご回答ください。【それぞれ当てはまるものを一つ選択】

期間中の来客数の増減（全年代）	1. 期間前よりも来客数が増えた 3. 期間前より来客数が減った	2. 期間前と来客数は変わらなかった	
（年代別）	20代以下	1. 期間前よりも来客数が増えた 3. 期間前より来客数が減った	2. 期間前と来客数は変わらなかった
	30～50代	1. 期間前よりも来客数が増えた 3. 期間前より来客数が減った	2. 期間前と来客数は変わらなかった
	60代以上	1. 期間前よりも来客数が増えた 3. 期間前より来客数が減った	2. 期間前と来客数は変わらなかった

問11 あなたの店舗（会社）の売上金額に占める「現金払い」・「PayPay払い」・「PayPay以外のキャッシュレス決済払い（※1）」の割合についてお伺いします。売上金額全体を100%としたとき、それぞれの決済方法の金額の割合をご回答ください。回答は概算でもかまいませんので、合計が100%になるようにご記入をお願いいたします。【直接記入】

	現金払い	PayPay払い	PayPay以外のキャッシュレス決済払い（※1）	合計
記入例	60 %	10 %	30 %	100%
キャンペーン期間前 令和5年5月ごろ	%	%	%	100%
キャンペーン期間中 令和5年6月～7月	%	%	%	100%
キャンペーン期間後 令和5年8月以降(見込み)	%	%	%	100%

※1 QRコード(PayPayを除く)、交通系ICカード、クレジットカードなど、PayPay以外のキャッシュレス決済が該当

【あなたの店舗（会社）の PayPay 決済の 1 か月あたりの取引金額（売上）についてお伺いします】

問 12 キャンペーン期間中（令和 5 年 6～7 月）は、昨年度の区（令和 4 年 11～12 月実施）と比べてどう変化しましたか。【当てはまるものを一つ選択】

- | | | |
|------------------|-------------------|----------------|
| 1. 増加(5%以上) | 2. ほぼ変わらない（±5%未満） | |
| 3. 少し減少（5-20%未満） | 4. かなり減少（20%以上） | 5. 昨年度は参加していない |

問 13 キャンペーン期間中（令和 5 年 6～7 月）は、キャンペーン期間前（令和 5 年 5 月ごろ）と比べてどう変化しましたか。【当てはまるものを一つ選択】

- | | | |
|------------|------------|------------|
| 1. 10%程度増加 | 2. 20%程度増加 | 3. 30%程度増加 |
| 4. 40%程度増加 | 5. 50%程度増加 | 6. 60%以上増加 |
| 7. 変わらない | 8. 減少 | |

問 14 キャンペーン期間後（令和 5 年 8 月以降（見込み））は、キャンペーン期間中（令和 5 年 6 月～7 月）と比べてどう変化しましたか。【当てはまるものを一つ選択】

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1. 増加(5%以上) | 2. ほぼ変わらない（±5%未満） |
| 3. 少し減少（5-20%未満） | 4. かなり減少（20%以上） |

問 15 キャンペーン期間前と比べて、キャンペーン期間中（令和 5 年 6～7 月）の顧客動向の変化について教えてください。【当てはまるものを一つ選択】

- | | |
|------------------------|---------------|
| 1. 新規顧客の増加 | 2. 固定客の来客頻度増加 |
| 3. 顧客の属性の変化（年代・性別等の変化） | 4. リピーターの増加 |
| 5. 顧客単価の増加 | |

問 16 あなたの店舗では、キャンペーン期間に合わせて、販売促進のために独自の新しい取組を始めましたか。
※PayPay キャンペーン以前から行っている取組は含めず、キャンペーンをきっかけに始めた取組についてご回答ください。【当てはまるものを一つ選択】

- | | |
|--------------|-------------------------|
| 1. 新しい取組を始めた | 2. 新しい取組は始めていない ⇒問 18 へ |
|--------------|-------------------------|

問 17 問 16 で「1.新しい取組を始めた」を選択した方にお聞きします。

具体的に、PayPay キャンペーン期間に合わせて、どのような新しい取組を始めましたか。

【当てはまるものを全て選択】

- | | |
|------------------------------|-----------------------|
| 1. PayPay クーボンの活用 | 2. 独自のポイントカードの配布 |
| 3. PayPay スタンプカードの活用 | 4. Web サイト・SNS 等での PR |
| 5. PayPay キャンペーン期間に合わせたチラシ配布 | 6. 独自イベント・キャンペーン等の実施 |

【 キャンペーン後の取組について 】

問 18 あなたの店舗（会社）では、キャンペーン終了後（令和 5 年 8 月以降）も、PayPay 決済の提供を継続していますか。（継続する意向がありますか）【当てはまるものを一つ選択】

- | | |
|-----------------------|---------|
| 1. 継続している（継続する意向がある） | ⇒問 19 へ |
| 2. 継続していない（継続する意向はない） | ⇒問 20 へ |

問 19 問 18 で「1」を選択した方にお聞きします。

あなたの店舗（会社）が、キャンペーン終了後も、PayPay 決済の提供を継続する理由は何ですか。

【当てはまるものを全て選択】

- | | |
|------------------|----------------------------------|
| 1. 来客数が増加するから | 2. 客単価が増加するから |
| 3. 顧客からの要望があったから | 4. 現金管理コストが減少するから |
| 5. レジ作業が効率化されるから | 6. 現金に触れる必要がなく衛生的に支払処理ができるから |
| 7. 売上管理が容易になるから | 8. 強盗やアルバイトのレジ金盗難などセキュリティ対策になるから |
| 9. その他（ | ） |

⇒問 21 へ

問 20 問 18 で「2」を選択した方にお聞きします。

あなたの店舗（会社）が、キャンペーン終了後は、PayPay 決済の提供を継続しない理由は何ですか。

【当てはまるものを全て選択】

- | |
|--|
| 1. パソコンやスマホなどデジタル機器の操作に不安があるから |
| 2. 決済手数料などの費用を負担に感じるから |
| 3. PayPay 決済を利用する顧客が少ないから |
| 4. 入金されるまでに一定日数以上かかるため、資金繰りに困ることがあったから |
| 5. 不正利用が不安だから |
| 6. 本キャンペーンが終了して、来客数の増加が見込めないから |
| 7. その他（ |

問 21 今後のこういったキャンペーンにおける、紙（商品券）とデジタル（ポイント等還元）の実施について、あなたの店舗（会社）にとって最も都合が良い実施方法は何か。【当てはまるものを一つ選択】

- | |
|-------------------------------|
| 1. デジタル（ポイント等還元）のみで実施 |
| 2. デジタル（ポイント等還元）と紙（商品券）を併用で実施 |
| 3. 紙（商品券）のみで実施 |

【キャンペーンの評価等】

問 22 今回のキャンペーンの総合的な満足度はいかがですか。【当てはまるものを一つ選択】

- | | | | | |
|----------|-------|-------|-------|----------|
| 1. 非常に満足 | 2. 満足 | 3. 普通 | 4. 不満 | 5. 非常に不満 |
|----------|-------|-------|-------|----------|

問 23 キャンペーン期間中（令和 5 年 6～7 月）に来店された顧客から、今回のキャンペーンについてご意見・ご感想はありましたか。もしあれば以下に記入してください。【自由意見】

問 24 今回のキャンペーンについてのご意見を伺わせてください。【自由意見】

～ご協力ありがとうございました。～