

令和6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7年3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	3
5. 調査の期間	3
6. 調査実施機関	3
7. 調査項目	3
8. 調査報告書の読み方及び注意事項	4
II 参加店舗向けアンケート調査結果	5
1. 基本情報	5
2. キャンペーンの効果	12
3. キャンペーン後の取組について	22
4. キャンペーンの評価等	27
5. 設問間クロス分析	32
III 利用者向けアンケート分析結果	44
1. キャッシュレス決済利用状況	44
2. キャンペーンについて	51
3. 今後の施策について	58
IV アンケート分析結果	61
1. 参加店舗向けアンケートの分析結果	61
2. 利用者向けアンケートの分析結果	64
V 資料	66
1. 参加店舗向けアンケート調査票	66
2. 利用者向けアンケート調査票	70
3. ヒアリング設問	79

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6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6年6月1日（土）から令和6年7月31日（水）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とヒアリングを行い、区内在住のキャッシュレス決済利用者に対しアンケートを行うことで、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

【参加店舗向けアンケート】

令和6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（6,372社）のうち、店舗情報を公開している3,917社

【参加店舗向けヒアリング】

参加店舗向けアンケートの回答者の中から、11社を選出

【利用者向けアンケート】

練馬区在住の18歳～99歳の男女のうち、キャッシュレス決済利用者504名

3. 有効回答件数・回収率

【参加店舗向けアンケート】

	サービス業	飲食業	小売業	その他	計
調査対象件数	1,310件	1,240件	1,079件	288件	3,917件
有効回答件数	290件 (185件)	277件 (160件)	366件 (226件)	93件 (58件)	1,026件 (629件)
回収率	22.1%	22.3%	33.9%	32.3%	26.2%

※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：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

【参加店舗向けヒアリング】

ヒアリング対象の11社は以下のとおり。

No.	業種	業態	エリア	練馬区商店街 連合会加盟状況
1	飲食 / 飲食店・喫茶店	蕎麦店	関町南	加盟（練馬区商店街連合会）
2	飲食 / 飲食店・喫茶店	喫茶店	北町	非加盟
3	飲食 / 飲食店・喫茶店	カフェ・アトリエ	桜台	非加盟
4	各種小売 / 食品販売店	菓子販売	東大泉	非加盟
5	各種小売 / 食品販売店	サンドイッチ・惣菜販売	石神井町	加盟（石神井公園商店街振興組合）
6	各種小売 / 食品販売店	パン販売	桜台	加盟（桜台北口商店会）
7	各種小売 / 酒類・リカーショップ	酒販売	石神井町	加盟（石神井公園商店街振興組合）
8	各種小売 / その他	スーパーマーケット	春日町	非加盟
9	サービス / 学習塾・語学教室・パソコン教室・カルチャースクール	バレエスタジオ	中村北	非加盟
10	サービス / エステティックサロン	エイジングケアサロン	豊玉北	非加盟
11	サービス / その他	ヘッドマッサージ店	練馬	加盟（練馬駅北口振興会）

【利用者向けアンケート】

性別	年代	回答件数	構成比
男性	18-29歳	40件	7.9%
	30-39歳	44件	8.7%
	40-49歳	42件	8.3%
	50-59歳	42件	8.3%
	60-69歳	42件	8.3%
	70-99歳	42件	8.3%
女性	18-29歳	42件	8.3%
	30-39歳	42件	8.3%
	40-49歳	42件	8.3%
	50-59歳	42件	8.3%
	60-69歳	42件	8.3%
	70-99歳	42件	8.3%
計		504件	100.0%

4. 調査の方法

【参加店舗向けアンケート】

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を実施して、調査票の返送を依頼した。

【参加店舗向けヒアリング】

調査対象企業に対して訪問、電話、メールのいずれかの方法でヒアリング調査を実施した。

【利用者向けアンケート】

WEBアンケート実施会社に登録しているモニターを対象に、WEB形式によるアンケート調査を実施した。

5. 調査の期間

【参加店舗向けアンケート】

令和7年1月10日～2月14日

【参加店舗向けヒアリング】

令和7年1月31日～2月28日

【利用者向けアンケート】

令和7年1月27日～2月4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

【参加店舗向けアンケート】

- 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

【参加店舗向けヒアリング】

- 商店会への加盟有無
- キャッシュレス決済について
- キャンペーンについて

【利用者向けアンケート】

- 利用者の基本情報
- キャッシュレス決済利用状況
- キャンペーンについて
- 今後の施策について

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全てのキャッシュレス決済が該当

II 参加店舗向けアンケート調査結果

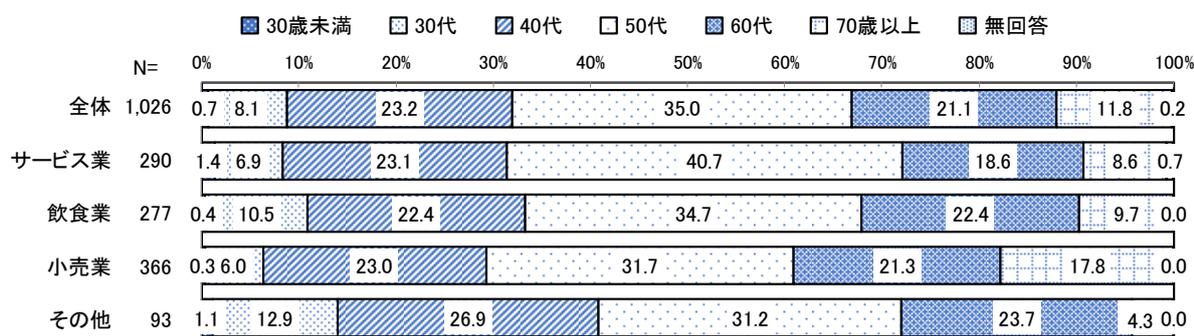
1. 基本情報

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35.0%と最も高く、次いで「40代」が23.2%、「60代」が21.1%となっている。

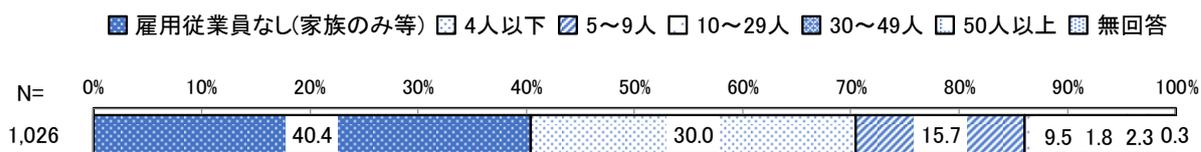
業種別にみると、サービス業は他の業種に比べて「50代」の割合が高い。



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】

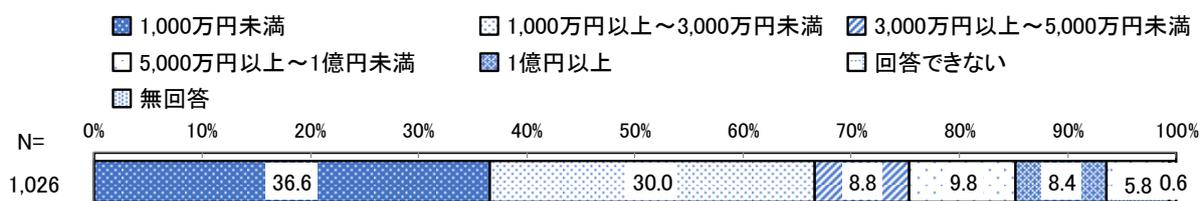
店舗（会社）の従業員数について、「雇用従業員なし(家族のみ等)」が40.4%と最も高く、次いで「4人以下」が30.0%、「5～9人」が15.7%となっている。



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36.6%と最も高く、次いで「1,000万円以上～3,000万円未満」が30.0%、「5,000万円以上～1億円未満」が9.8%となっている。

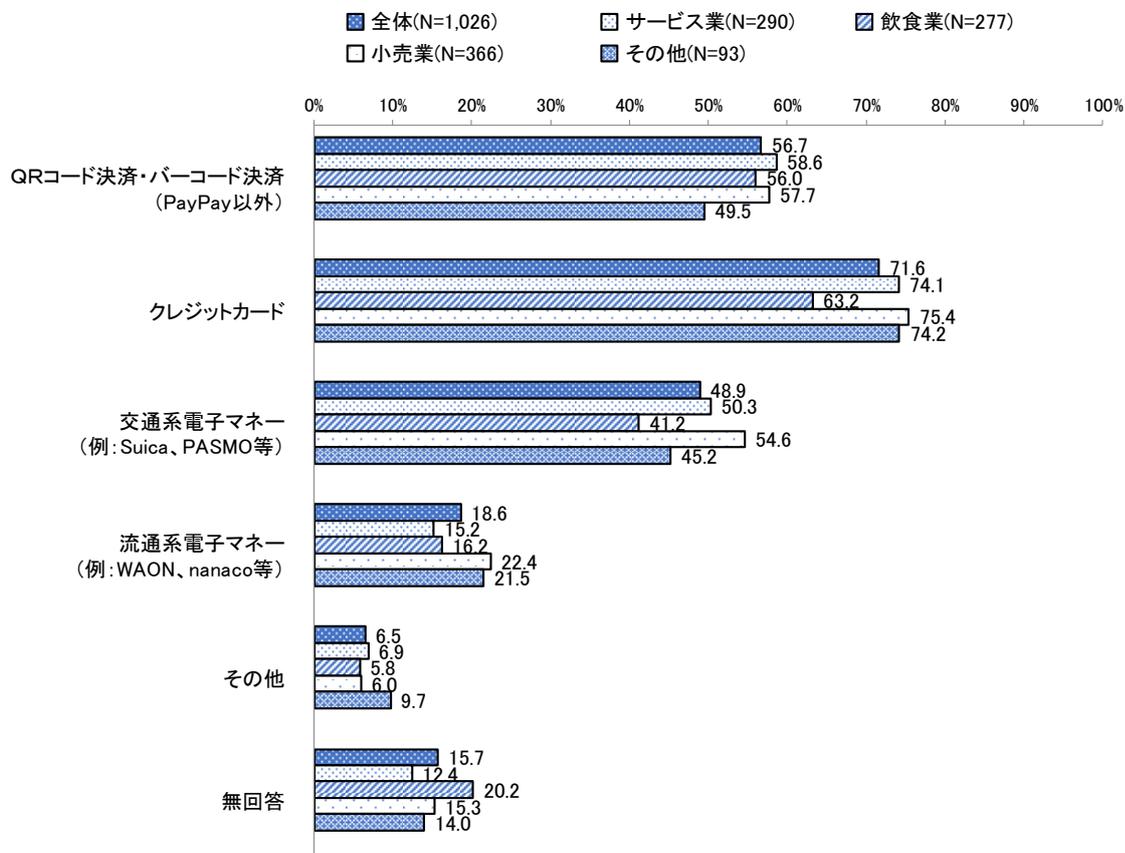


問4 あなたの店舗で導入・利用している PayPay 以外のキャッシュレス決済の種類をお教えてください。

【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 71.6%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 56.7%、「交通系電子マネー (例: Suica、PASMO 等)」が 48.9%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、サービス業、小売業、その他で7割台、飲食業で6割強となっている。

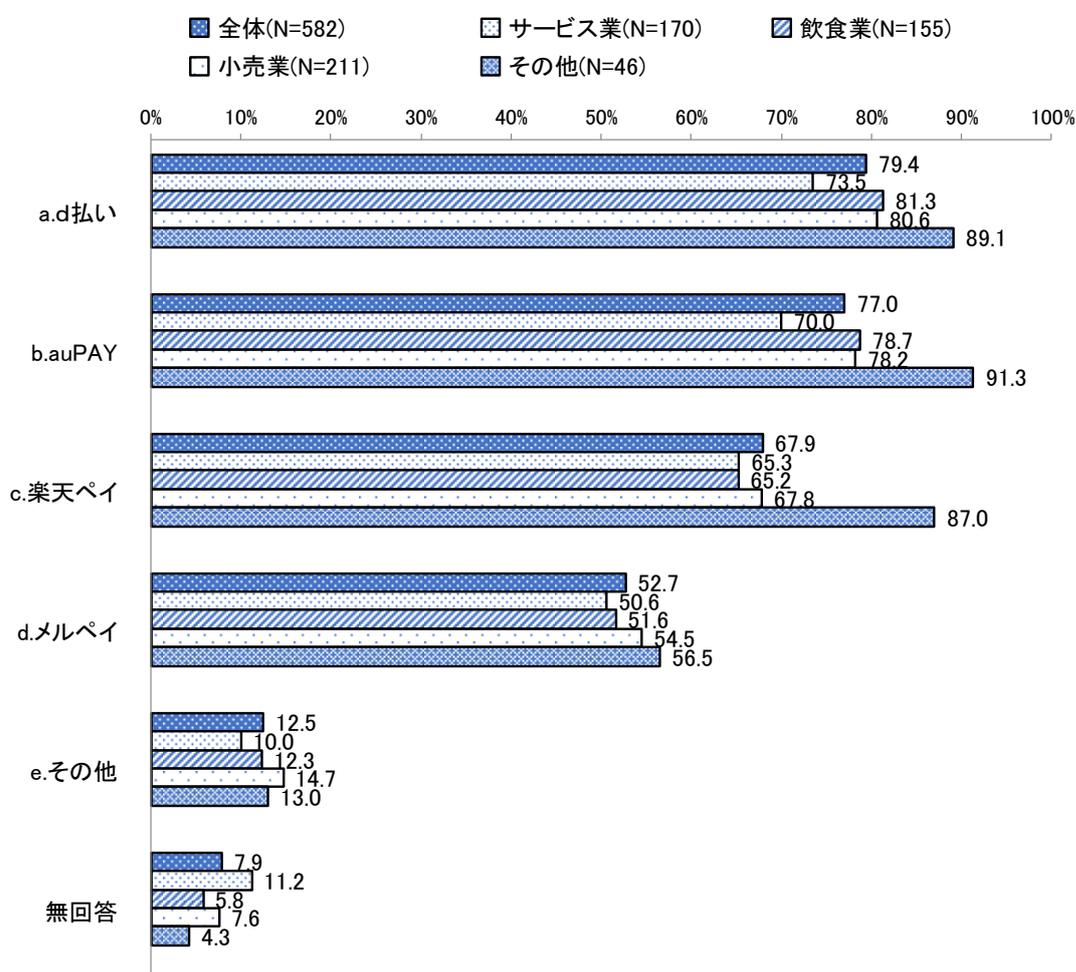


問 4-1 問 4 で「1. QR コード決済・バーコード決済 (PayPay 以外)」を選択された方は、該当のキャリアを a~e より選択して○を付けてください。

【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 79.4%と最も高く、次いで僅差で「b. auPAY」が 77.0%、「c. 楽天ペイ」が 67.9%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「a. d 払い」、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。

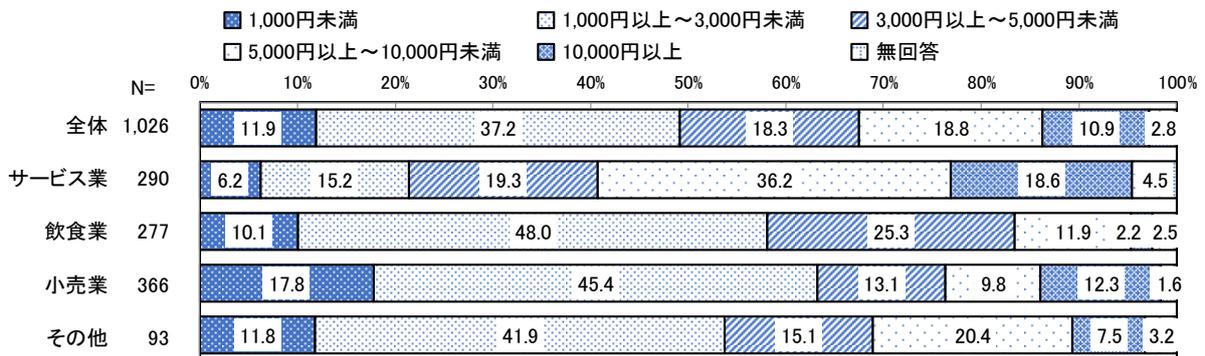


問5 あなたの店舗（会社）の平均的な顧客単価について、決済方法別にお教えてください。【当てはまるものを一つ選択】

【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37.2%と最も高く、次いで「5,000円以上～10,000円未満」が18.8%、「3,000円以上～5,000円未満」が18.3%となっている。

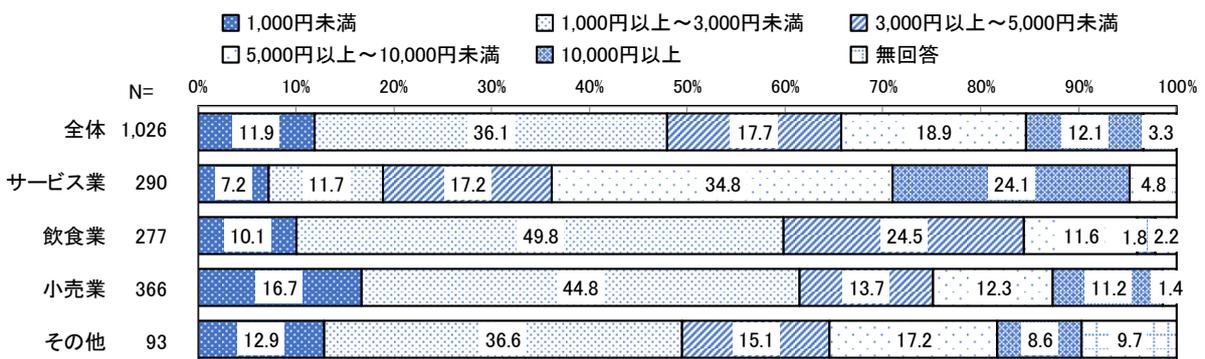
業種別にみると、サービス業では、「5,000円以上～10,000円未満」が、他の業種では、「1,000円以上～3,000円未満」が最も高くなっている。



【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36.1%と最も高く、次いで「5,000円以上～10,000円未満」が18.9%、「3,000円以上～5,000円未満」が17.7%となっている。

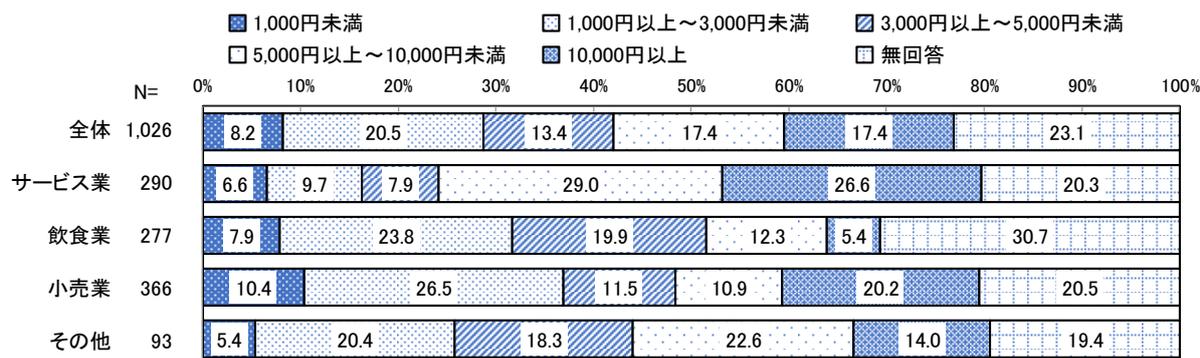
業種別にみると、サービス業では、「5,000円以上～10,000円未満」が、他の業種では、「1,000円以上～3,000円未満」が最も高くなっている。



【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、「1,000 円以上～3,000 円未満」が 20.5%と最も高く、次いで同率で「5,000 円以上～10,000 円未満」と「10,000 円以上」が 17.4%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、飲食業と小売業では、「1,000 円以上～3,000 円未満」が最も高くなっている。

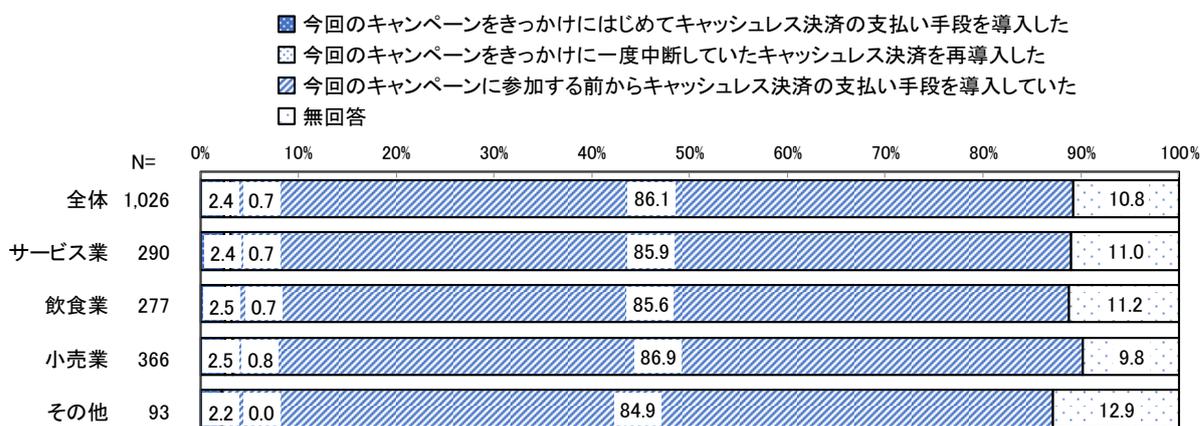


問6 あなたの店舗（会社）は、今回のキャンペーン（令和6年6～7月実施）をきっかけに、はじめてキャッシュレス決済を導入しましたか。

【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 86.1%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 2.4%、「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 0.7%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。

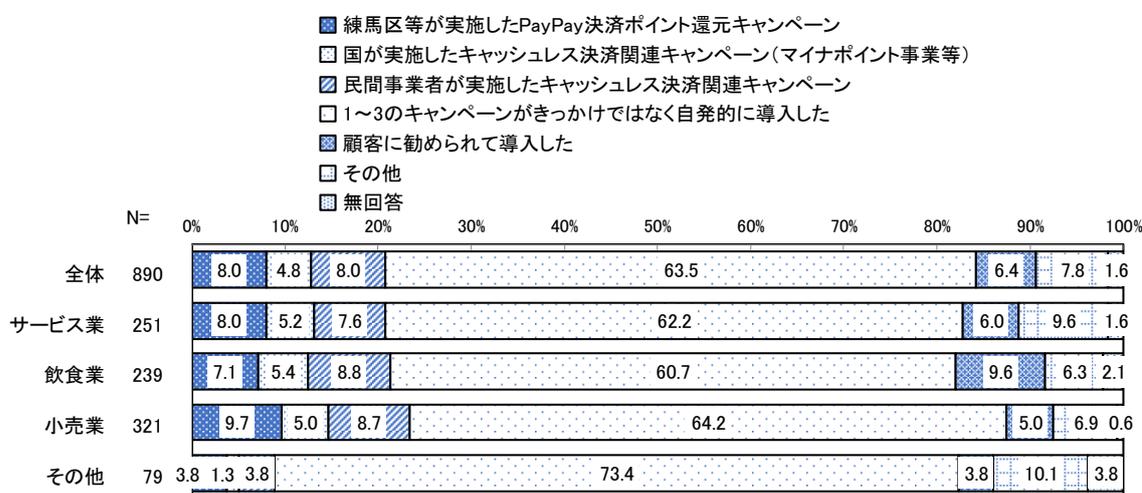


問7 問6で「2、3」を選択した方にお聞きします。

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、次いで同率で「練馬区等が実施したPayPay決済ポイント還元キャンペーン」と「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。



【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

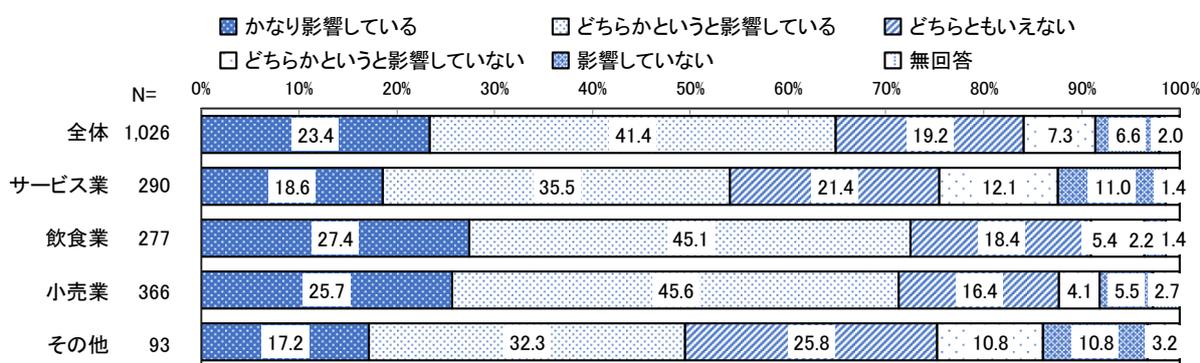
【参考2】問7「1、2、3、4、5」

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41.4%と最も高く、次いで「かなり影響している」が23.4%、「どちらともいえない」が19.2%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7割以上となっている。



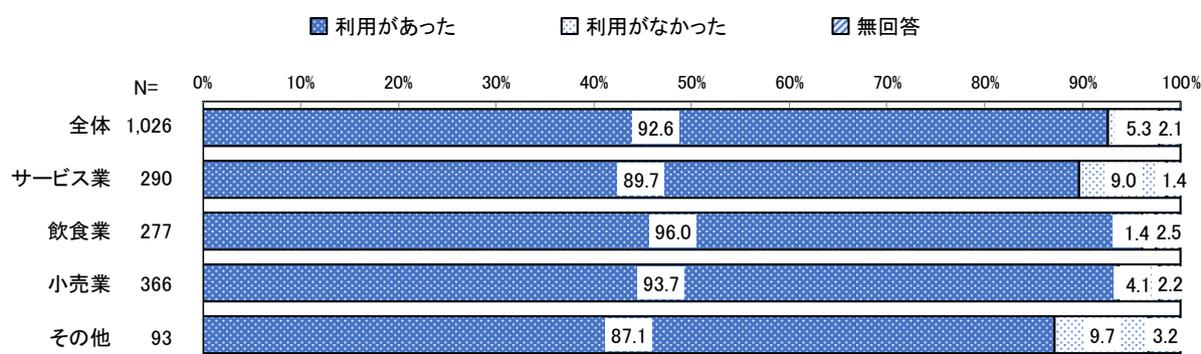
2. キャンペーンの効果

問 9 あなたの店舗（会社）ではキャンペーン期間中（令和 6 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 92.6%、「利用がなかった」が 5.3%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、飲食業と小売業では 9 割半ばとなっている。

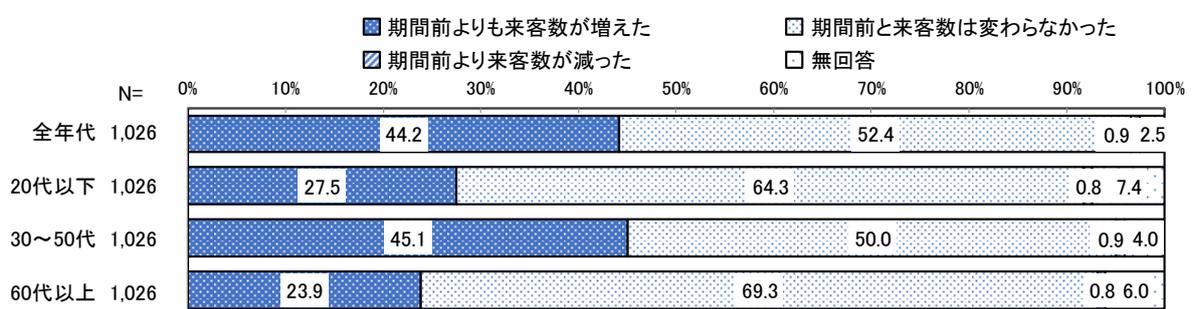


問 10 あなたの店舗（会社）におけるキャンペーン期間中（令和 6 年 6 月 1 日～7 月 31 日）の来客数の増減と、それぞれの年代別の来客数の増減をご回答ください。【それぞれ当てはまるものを一つ選択】

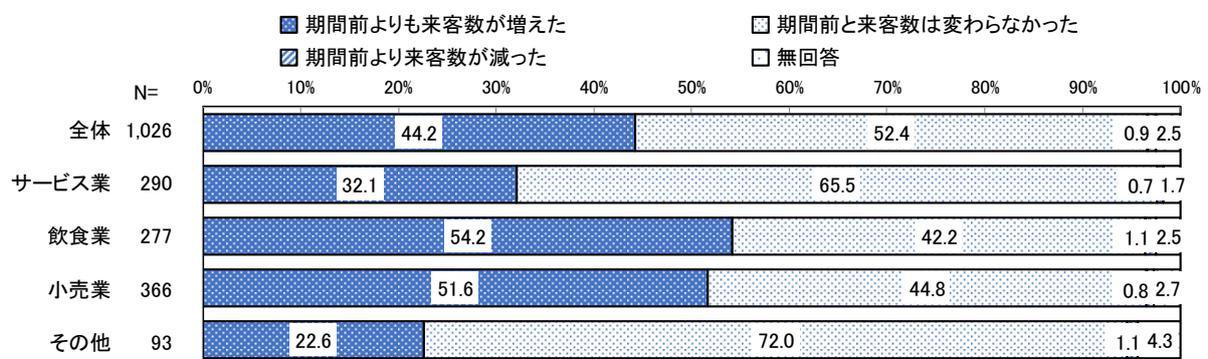
期間中の来客数の増減について、年代別では、30～50 代で「期間前よりも来客数が増えた」が約 4 割半と他の年代に比べ高くなっている。

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】



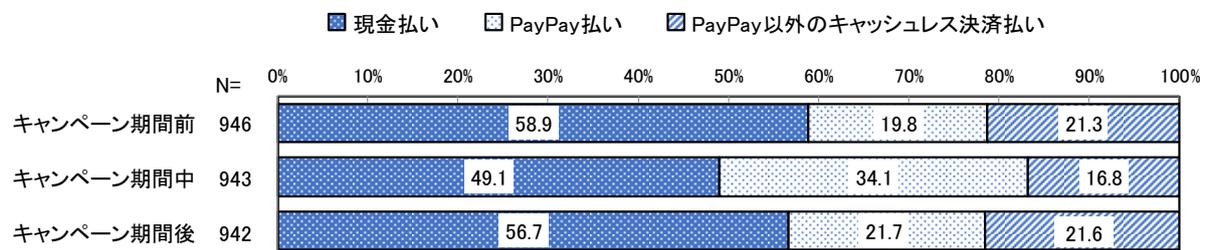
【業種別】



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】

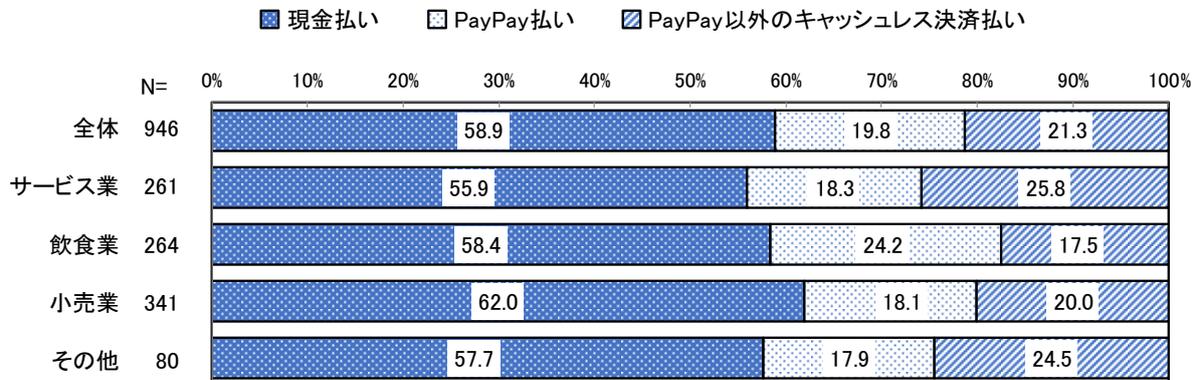
売上金額に占める「現金払い」・「PayPay 払い」・「PayPay 以外のキャッシュレス決済払い」の割合について、それぞれ平均値を算出した。

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 割半ばとなり、他の期間に比べ 10 ポイント以上高くなっている。

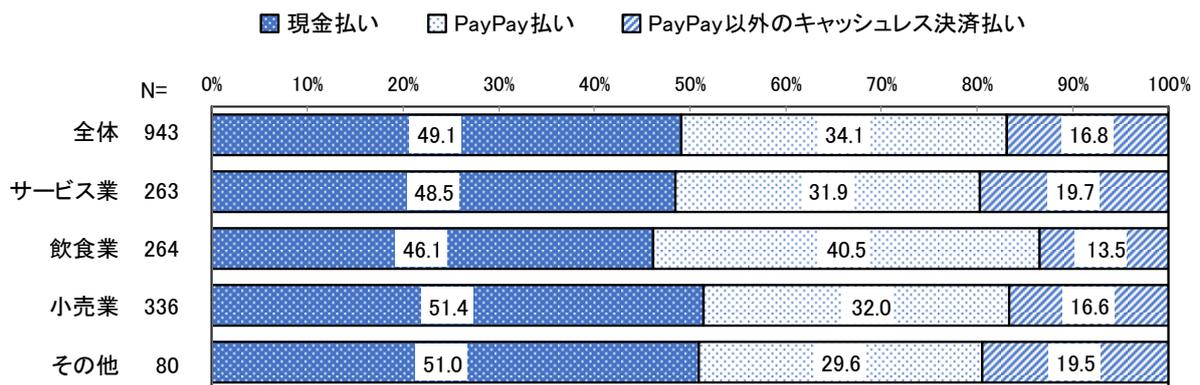


業種別にみると、全体的に大きな傾向の差はみられないが、飲食業は比較的「PayPay 払い」の割合が高く、キャンペーン期間中は 4 割以上となっている。小売業は「現金払い」の割合が高い結果となっている。

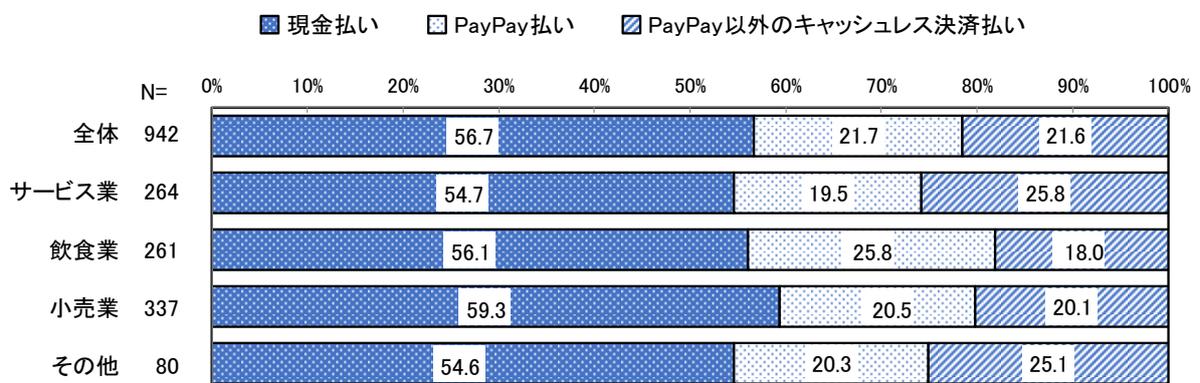
【キャンペーン期間前・業種別】



【キャンペーン期間中・業種別】



【キャンペーン期間後・業種別】



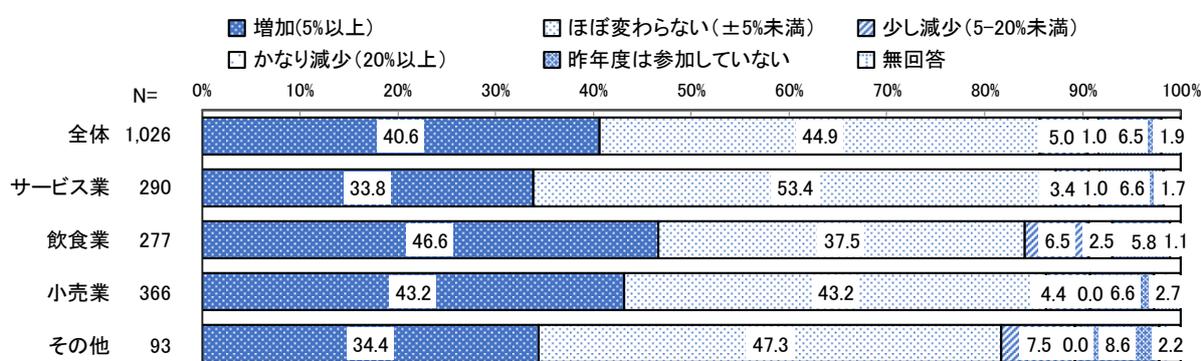
【あなたの店舗（会社）の PayPay 決済の 1 か月あたりの取引金額（売上）についてお伺いします】

問 12 キャンペーン期間中（令和 6 年 6～7 月）は、昨年度の区のキャンペーン（令和 5 年 6～7 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、「ほぼ変わらない（±5%未満）」が 44.9%と最も高く、次いで「増加（5%以上）」が 40.6%、「昨年度は参加していない」が 6.5%となっている。

業種別にみると、飲食業では「増加（5%以上）」が 4 割半以上、サービス業で「ほぼ変わらない（±5%未満）」が 5 割以上と高くなっている。

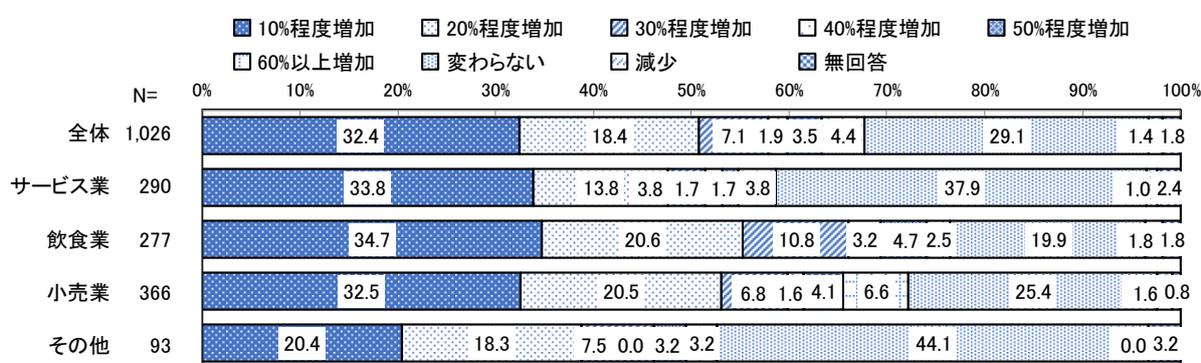


【あなたの店舗（会社）の PayPay 決済の 1 か月あたりの取引金額（売上）についてお伺いします】

問 13 キャンペーン期間中（令和 6 年 6～7 月）は、キャンペーン期間前（令和 6 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 67.7%で、「変わらない」が 29.1%、「減少」が 1.4%となった。「増加」の内訳では「10%程度増加」が 32.4%と最も高く、次いで「20%程度増加」が 18.4%、「30%程度増加」が 7.1%となっている。

業種別にみると、飲食業では 76.5%が「増加」、小売業では 72.1%が「増加」、サービス業では 58.6%が「増加」、その他では 52.6%が「増加」となった。



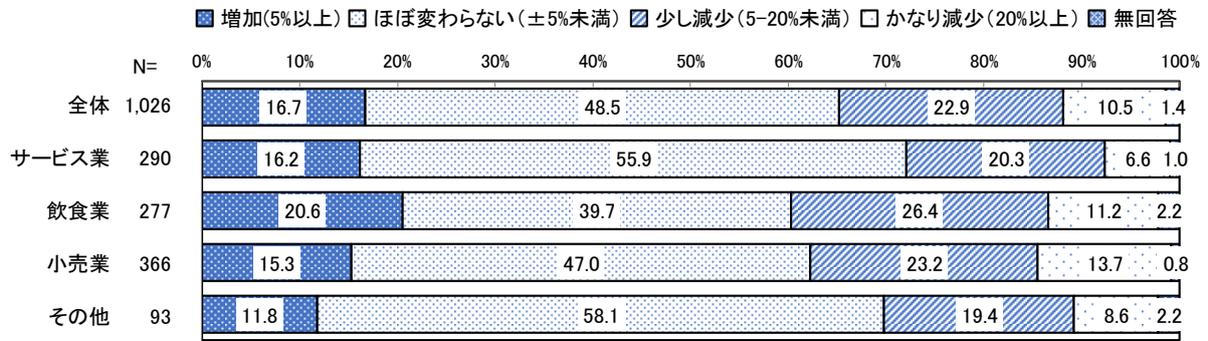
【あなたの店舗（会社）の PayPay 決済の 1 か月あたりの取引金額（売上）についてお伺いします】

問 14 キャンペーン期間後（令和 6 年 8 月以降（見込み））は、キャンペーン期間中（令和 6 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 48.5%と最も高く、次いで「少し減少（5-20%未満）」が 22.9%、「増加（5%以上）」が 16.7%となっている。

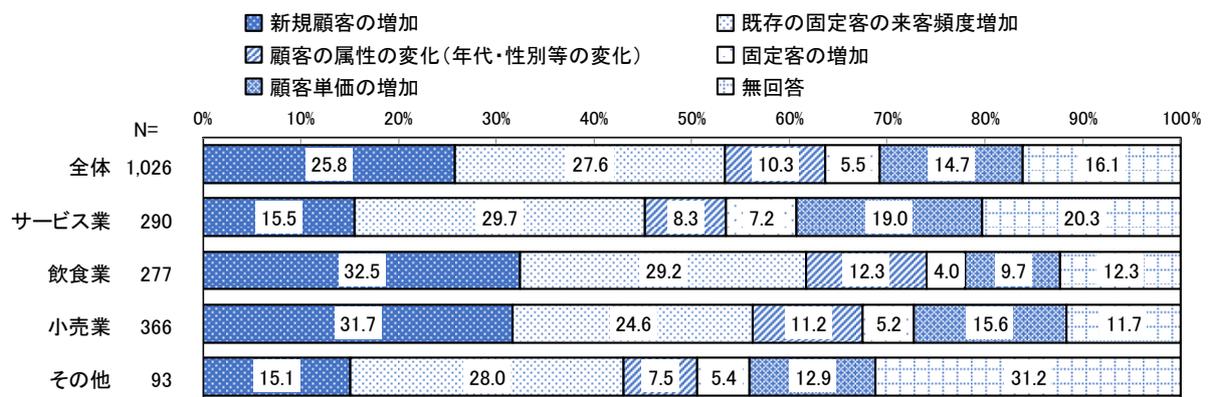
業種別にみると、いずれの業種も「ほぼ変わらない（±5%未満）」が最も高く、サービス業とその他では 5 割半以上となっている。



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 6 年 6～7 月）の顧客動向の変化について、最も当てはまるものを教えてください。
【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、「既存の固定客の来客頻度増加」が 27.6%と最も高く、次いで「新規顧客の増加」が 25.8%、「顧客単価の増加」が 14.7%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「既存の固定客の来客頻度増加」が最も高くなっている。



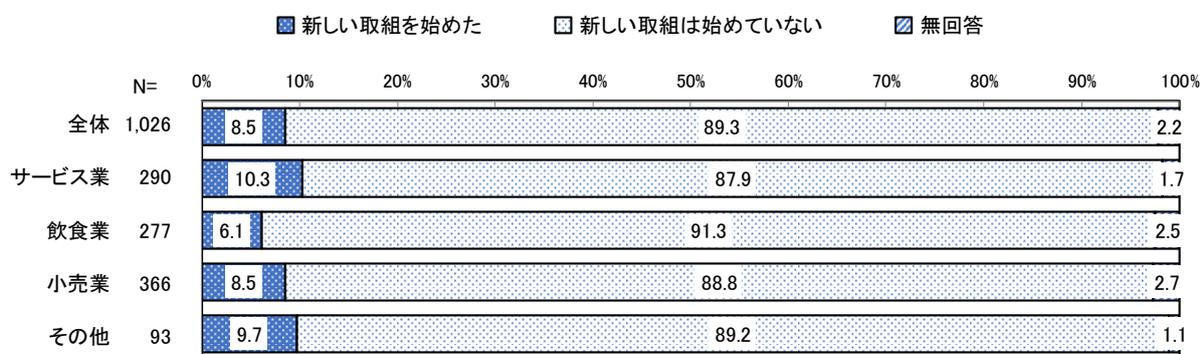
問 16 あなたの店舗では、キャンペーン期間に合わせて、販売促進のために独自の新しい取組を始めましたか。

※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の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 89.3%、「新しい取組を始めた」が 8.5%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 割以上と高くなっている。

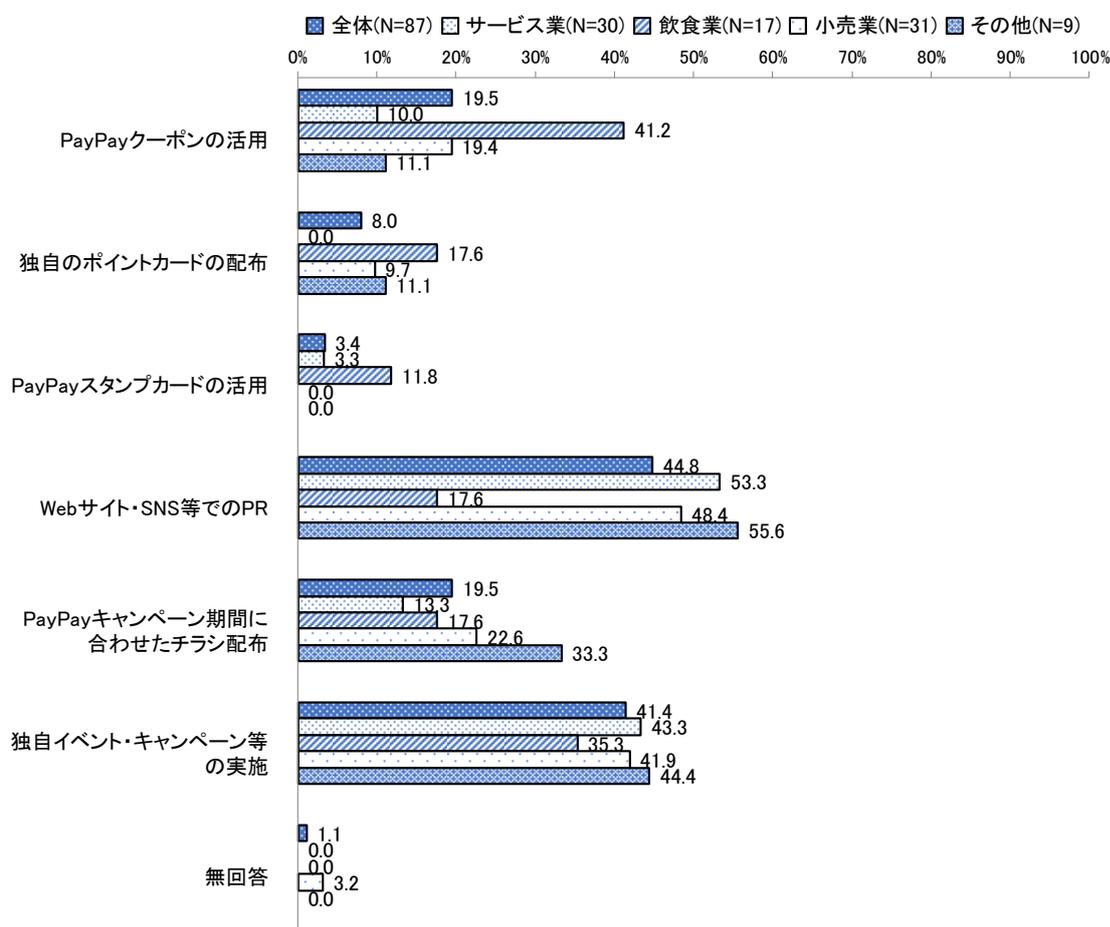
また、サービス業を除く業種で「新しい取組を始めた」が 1 割を下回っている。



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、「Web サイト・SNS 等での PR」が 44.8%と最も高く、次いで「独自イベント・キャンペーン等の実施」が 41.4%、同率で「PayPay クーポンの活用」と「PayPay キャンペーン期間に合わせてチラシ配布」が 19.5%となっている。

業種別にみると、飲食業を除く業種で「Web サイト・SNS 等での PR」が 5 割前後と最も高くなっている。一方、飲食業では「PayPay クーポンの活用」が 4 割以上と他の業種に比べて高くなっている。

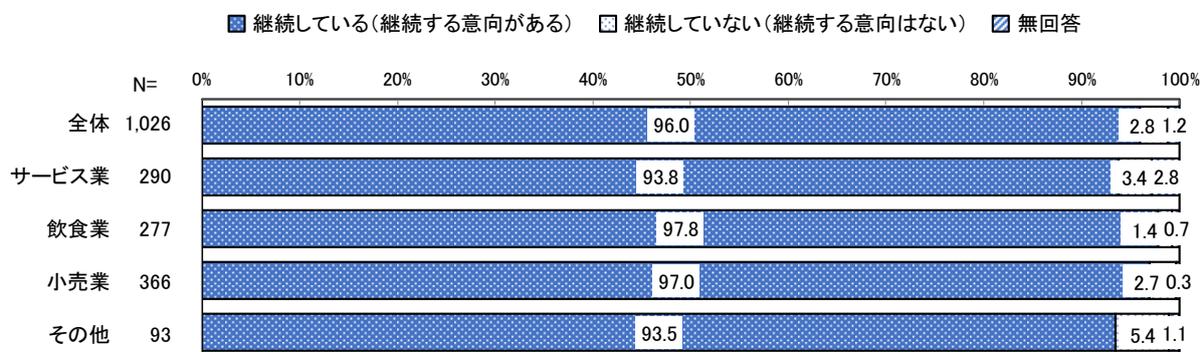


3. キャンペーン後の取組について

問 18 あなたの店舗（会社）では、キャンペーン終了後（令和6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 96.0%、「継続していない（継続する意向はない）」が 2.8%となっている。

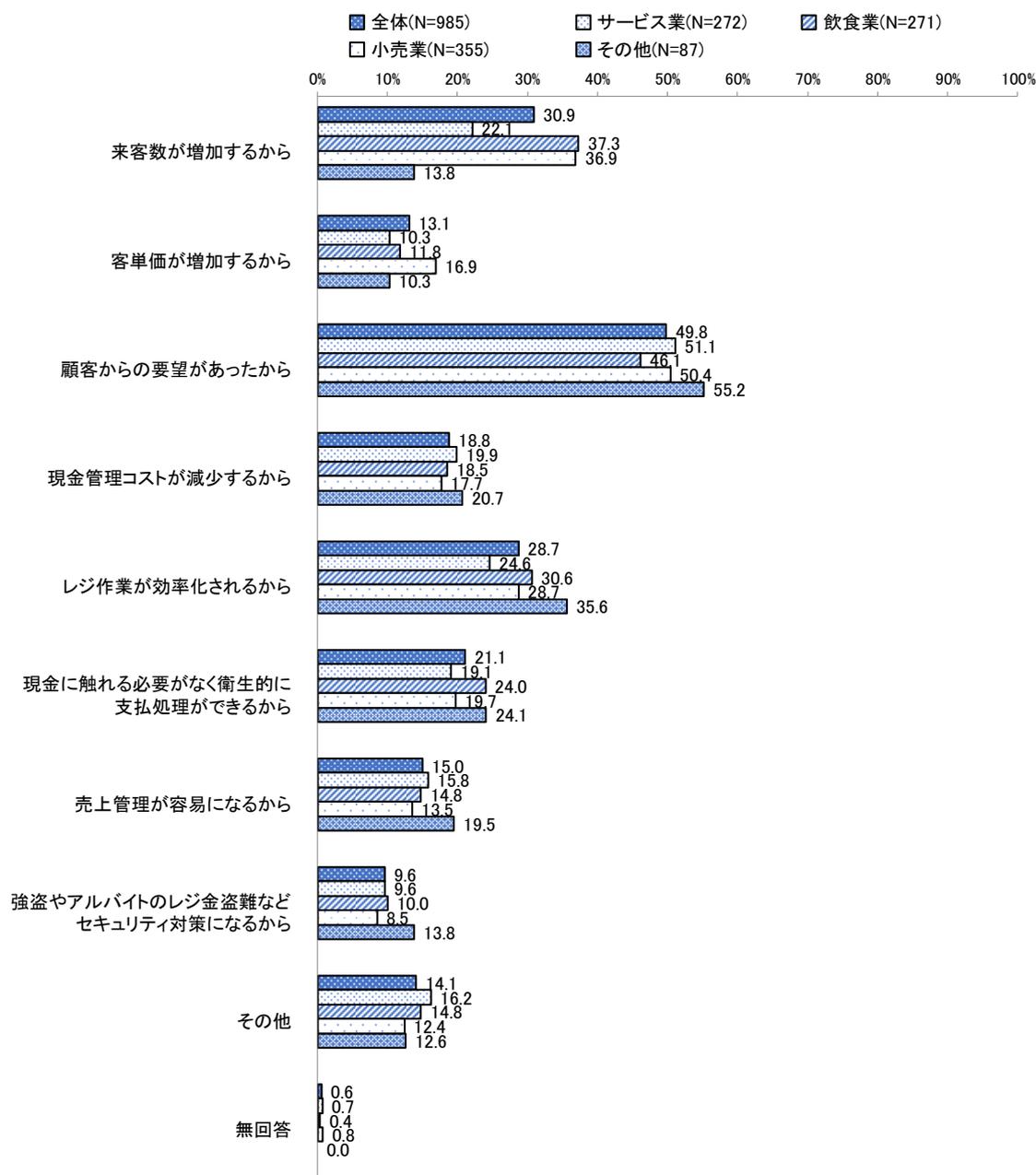
業種別にみると、いずれの業種も「継続している（継続する意向がある）」が 9割以上となっている。



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 49.8%と最も高く、次いで「来客数が増加するから」が 30.9%、「レジ作業が効率化されるから」が 28.7%となっている。

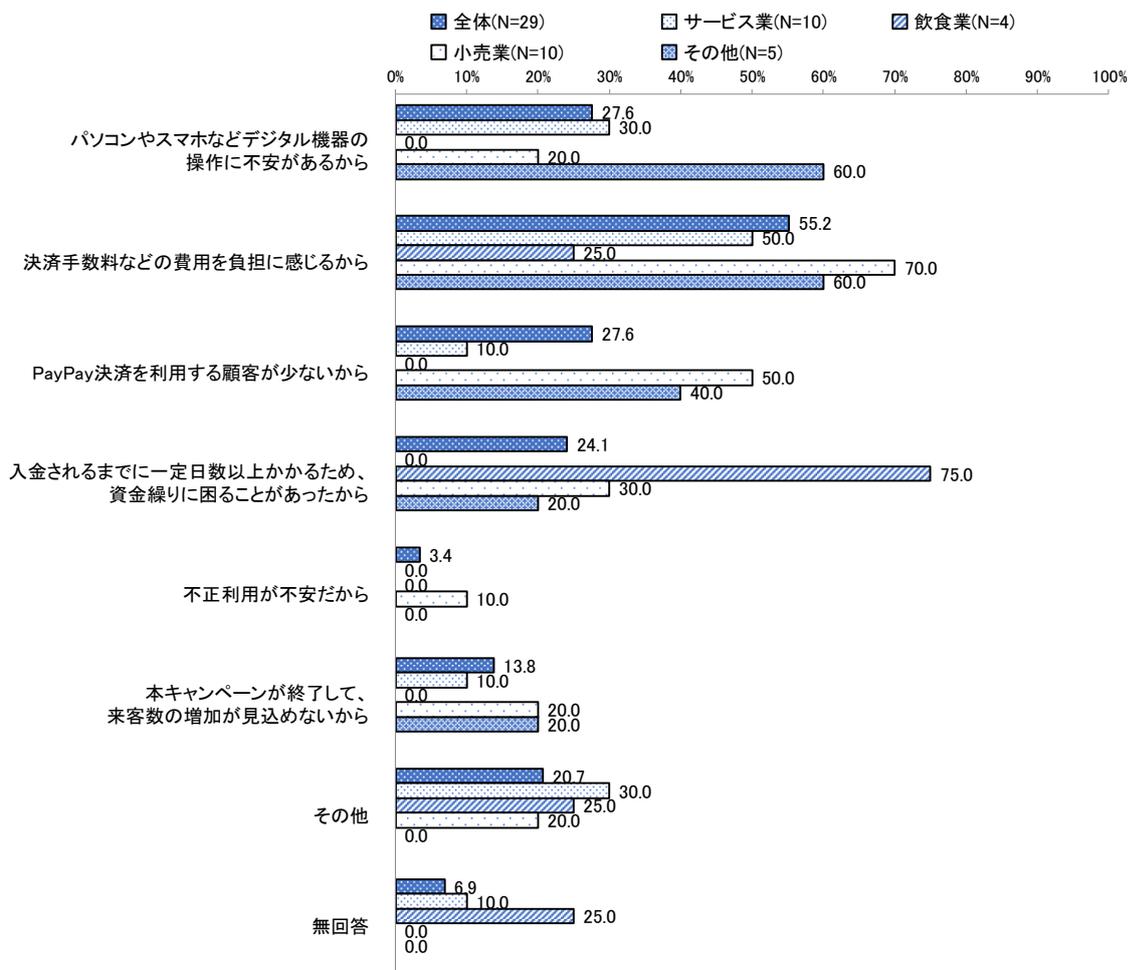
業種別にみても、いずれの業種も「顧客からの要望があったから」が最も高く、5割程度となっている。



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 55.2%と最も高く、次いで、同率で「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」と「PayPay 決済を利用する顧客が少ないから」が 27.6%となっている。

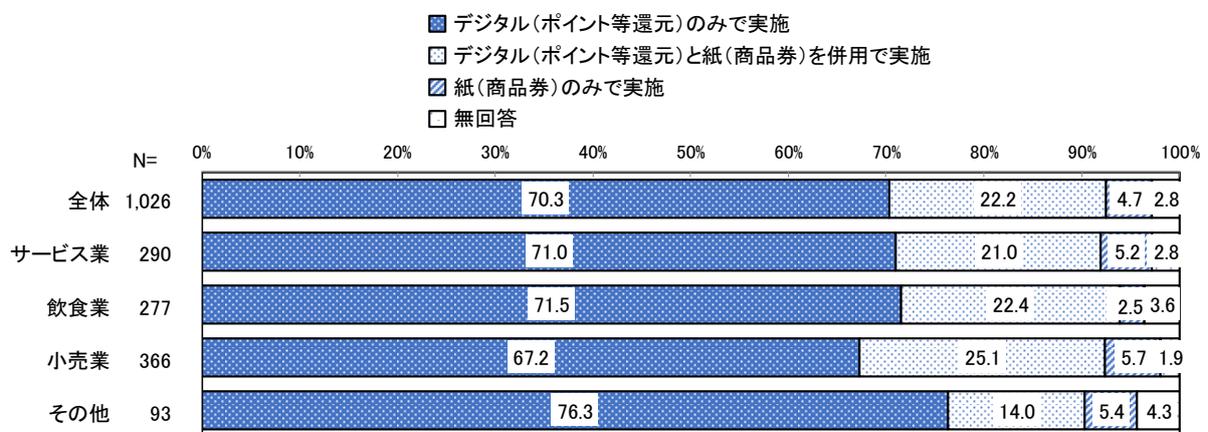
業種別にみると、サービス業、小売業、その他で「決済手数料などの費用を負担に感じるから」、飲食業のみ「入金されるまでに一定日数以上かかるため、資金繰りに困ることがあったから」が最も高い結果となった。※ただし、その他は「パソコンやスマホなどデジタル機器の操作に不安があるから」も同率で最も高い。



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70.3%と最も高く、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22.2%、「紙（商品券）のみで実施」が4.7%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。

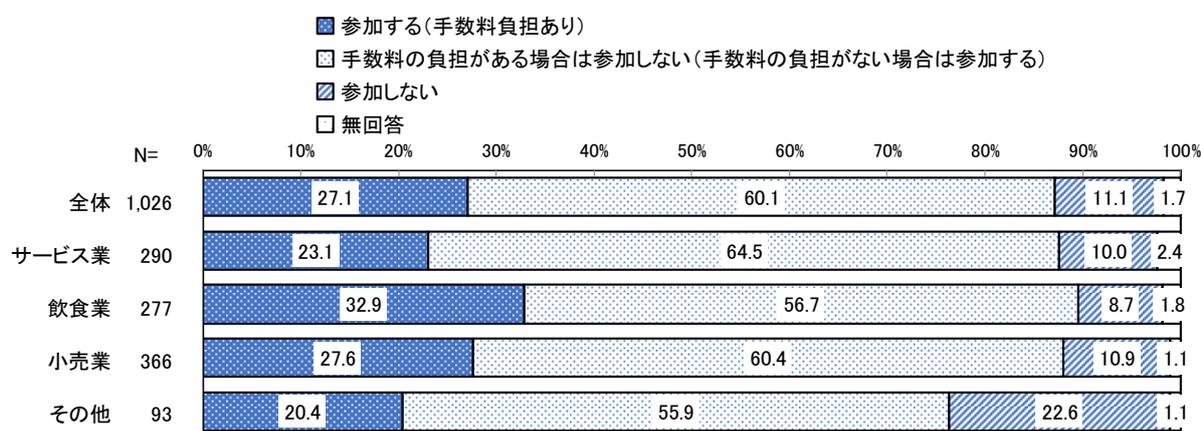


問 22 今後、練馬区専用の「デジタル地域通貨」を導入した場合に参加しますか。

※導入形態は、QRコード決済等の導入経費の負担がないものとし、手数料は、取引金額の2%~2.5%程度（PayPay、d払い、auペイ、楽天ペイ等と同程度）と仮定します。【当てはまるものを一つ選択】

今後、練馬区専用の「デジタル地域通貨」を導入した場合に参加するかについて、全体では、「手数料の負担がある場合は参加しない（手数料の負担がない場合は参加する）」が60.1%と最も高く、次いで「参加する（手数料負担あり）」が27.1%、「参加しない」が11.1%となっている。

業種別にみると、いずれの業種も「手数料の負担がある場合は参加しない（手数料の負担がない場合は参加する）」が最も高くなっている。飲食業では「参加する（手数料負担あり）」が3割強と、他の業種に比べてやや高くなっている。



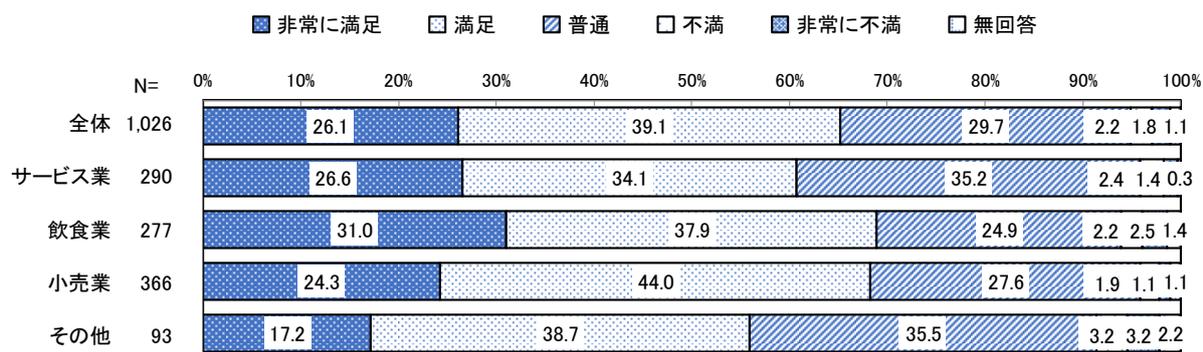
4. キャンペーンの評価等

問 23 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 39.1%と最も高く、次いで「普通」が 29.7%、「非常に満足」が 26.1%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 5 割半を超え、飲食業と小売業では約 7 割と他の業種に比べて高くなっている。



問 24 キャンペーン期間中（令和 6 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】

- 地域（地元）でしか買えないものが安く買えて嬉しい。地元の店もやりがいがある。
- 「20%ポイント還元は嬉しい。お得。」というご意見を頂きました。何か購入するなら、キャンペーン期間中にと思ってもらっしゃるお客様もいました。
- 普段から販売しているものが安く買えて嬉しいと、いつもより多めに買っていただきました。
- 「還元率が多い」「使わないと損」「ラッキー」など、喜んでくれた。
- 「PayPay キャンペーンだから来ました」と声かけがありました。
- 物価高にこういったキャンペーンはありがたいとのこと。
- キャンペーンが毎年行われているため、キャンペーンがずっと続いてほしいという意見はよく耳にした。
- ポイント還元キャンペーン期間中は積極的に PayPay を使用する方や、新規で PayPay を始める方も増加しました。
- 「20%戻ってくるのはありがたい。普段試さなかったものを試してみたいくなる。」とのことでした。
- 初めは抵抗のあった PayPay も、こういう企画をきっかけに使う機会が増え、今は PayPay に抵抗がなくなったとのこと。
- 皆様毎年このキャンペーンをととても楽しみにしています。キャンペーンでかなり単価が上がるので今年も是非お願い致します。その為に PayPay を継続してやっているといっても過言ではないです。
- 70 代のお客様でこのキャンペーンに伴い PayPay を使いたいという方が増えました。やり方がわからないとのことと何人かに操作方法を説明しました。

【否定的な意見】

- もう少し早く告知してほしいとのこと。
- キャンペーンをしていることを知らなかった人がかなり多かったです。宣伝が弱いと思います。もっとキャンペーン広告を増やしてほしい。
- 「ポイント還元率 30%にしてほしい」との声が多かったです。
- 25%や 30%還元される区もあるので、練馬区のキャンペーンももっと還元されたらいいとのこと。
- 「ポイントをもっと付けて欲しい」や「期間を長くして欲しい」と要望がありました。
- お年寄りからは「QR 決済は難しいから出来ない」という声もあり、不公平さを感じているのかなと思いました。
- PayPay 以外の電子決済ご利用のお客様はとても不満そうです。全ての電子決済に対応したキャンペーンを希望される方が多いように感じました。
- 店舗と WEB 通販で両方とも PayPay での支払いが可能だが、キャンペーンは店舗でのみ対象となる事に不満が多かった。
- 還元で嬉しいお声もありますが、ほぼ固定客なので、お店にとって手数料負担となり申し訳ないとお声もいただきました。

問 25 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】

- こういったキャンペーンがあると地元や小さな商店が活性化して、地元愛が生まれる。
- 通常、商品の仕上がり、お渡しまで入金が無い仕事ですが、キャンペーン期間に支払うお客様がたくさんおり、大変重宝しています。
- 練馬区内の商店での利用という縛りはいいと思います。量販店で購入するよりもお得感を感じられていると思います。
- PayPay キャンペーンのタイミングで、PayPay に多くの方が入会され、デジタル化をする方が増えた。
- お客様の多くの方々が楽しみにしています。お店としてもキャンペーンと組み合わせしやすく助かります。
- 景気回復・消費行動を活発にさせるために、もっとキャンペーンを行ってほしいです。
- 今後も続けていただけるとお客様も喜んでくださり、単価が上がるので嬉しいです。
- シニアの PayPay 利用が年々増えている。こちらも使い方を教えながら楽しく接客している。
- お客様にとっても、私達にとっても経済的に助かるので、定期的に行ってほしいです。となりの「いたばし Pay」みたいなものがあると、より区の魅力が増すと思いました。
- 区外からわざわざお越しいただいた方などもいてとても良いと思う。デジタル通貨だと必ずしもこうはならないので、PayPay など知れ渡っているものが良いと思う。
- キャンペーンに参加しているサロンとして、お客様からの認知にもつながるので、今後もお客様獲得の良い機会だと思っています。
- 公費を使うのだから、貯蓄できないだけでなく、無条件のばら撒きでない経済動態に貢献した度合いに応じてインセンティブが得られる今回のような取り組みは評価できる。
- スーパーなど大きな店舗を対象にせず、練馬区内の中小企業を対象にしたのが非常に良かったです。
- このキャンペーンは有効に使おうと工夫する店舗にはとても有用です。紙の商品券と違い自治体も無駄な経費がかからず消費者への還元額が大きくなり、抽選に当選するかしないかなどの不公平も無いです。PayPay 決済ができない方にはお店が教えてあげれば良いと思う。
- 小規模な事業者は、独自のキャンペーンなどは財源的に難しいため、区のキャンペーンは非常にありがたいです。特に物価が上がってお客様の消費意欲が減少していると感じる今年は、キャンペーンのおかげで乗り切れた部分も多かったです。

【否定的な意見】

- キャンペーンの前に告知するともっと来店客が増えると思います。店に来てからポスターを見て知る人が多いので。
- 対象店舗の告知が直前すぎて対応に困りました。もっと事前に知っていれば増員するなど対策できました。急に対象店舗だと知り、混乱しました。
- 通常 PayPay を使用している人にはお得だが、その他の人にはお得なキャンペーンとは思えない。
- 多少の売上増加となっても、入金されるのが2ヶ月後となるのはかなり厳しい。
- 顧客は手数料がかかるとは思っていない人が多数いた。キャンペーンは商品券でないと練馬区の商店に還元されないと思う。PayPay に手数料が多く支払われるだけ。商店には何も良いことはないと思う。
- 今回に限らず、消費者のみに還元するのはどうかと思う。実際、普段現金支払いの方が PayPay に流れる事がほとんどで、店としては手数料の負担と、現金回収の遅れになり経営難。税金での政策であれば店にも還元がほしい。これがあれば顧客に還元等もできます。
- 当店のように高年齢のお客様が多い店は、キャンペーンの効果は期待できない。
- PayPay の利用客は多いが、高齢者等は利用が少ないので紙（商品券）もあった方が平等に思います。商品券が無くて残念がっている人も多数います。手数料がかかるのは小売店には負担が大きいです。
- 板橋区との区境のため、いたばし Pay の方がイベントが多くうらやましい。ねりま Pay の導入を希望。
- 来客数は増加しましたが、手数料の負担も増加しました。小売業で売値設定が難しいので、手数料を売値に加えることができません。商品券にしてほしいです。
- 売上に関して練馬区共通商品券の配布が断トツで効果あり。PayPay という特定の会社だけが使われるのは、公共機関として不公平に感じる。
- 以前より爆発力がなくなりました。還元率を高く、その代わりに期間を1ヶ月と短くして間延びしないことを希望します。
- 還元を知っている人はキャンペーン前の購入をせず、キャンペーン期間中に購入しようとするので、キャンペーン前後の売上がキャンペーン期間中に移動するだけで、全体で見るとキャンペーンでの売上アップは微々たるもの。

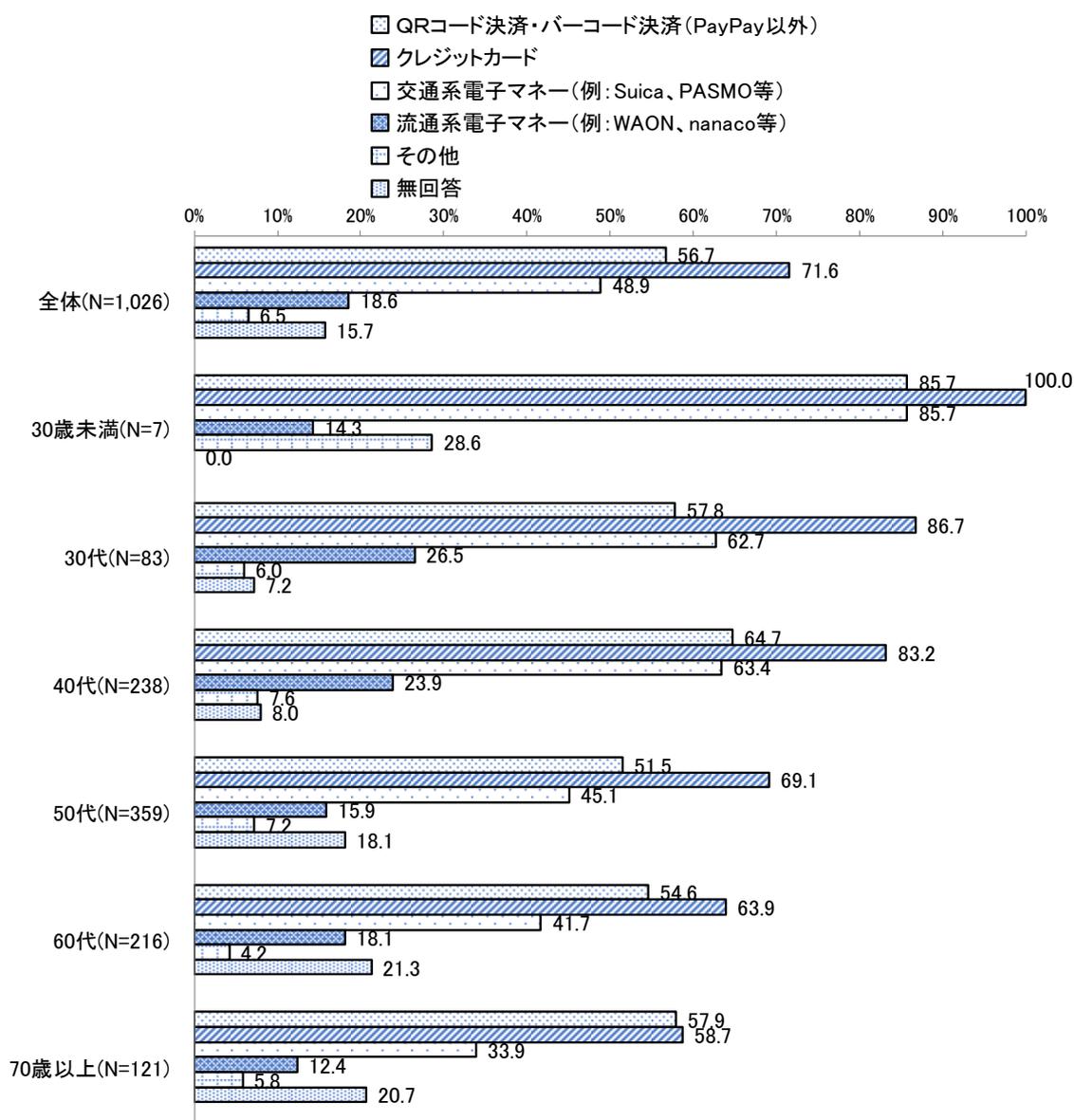
5. 設問間クロス分析

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、全ての年代で「クレジットカード」が最も高くなっている。

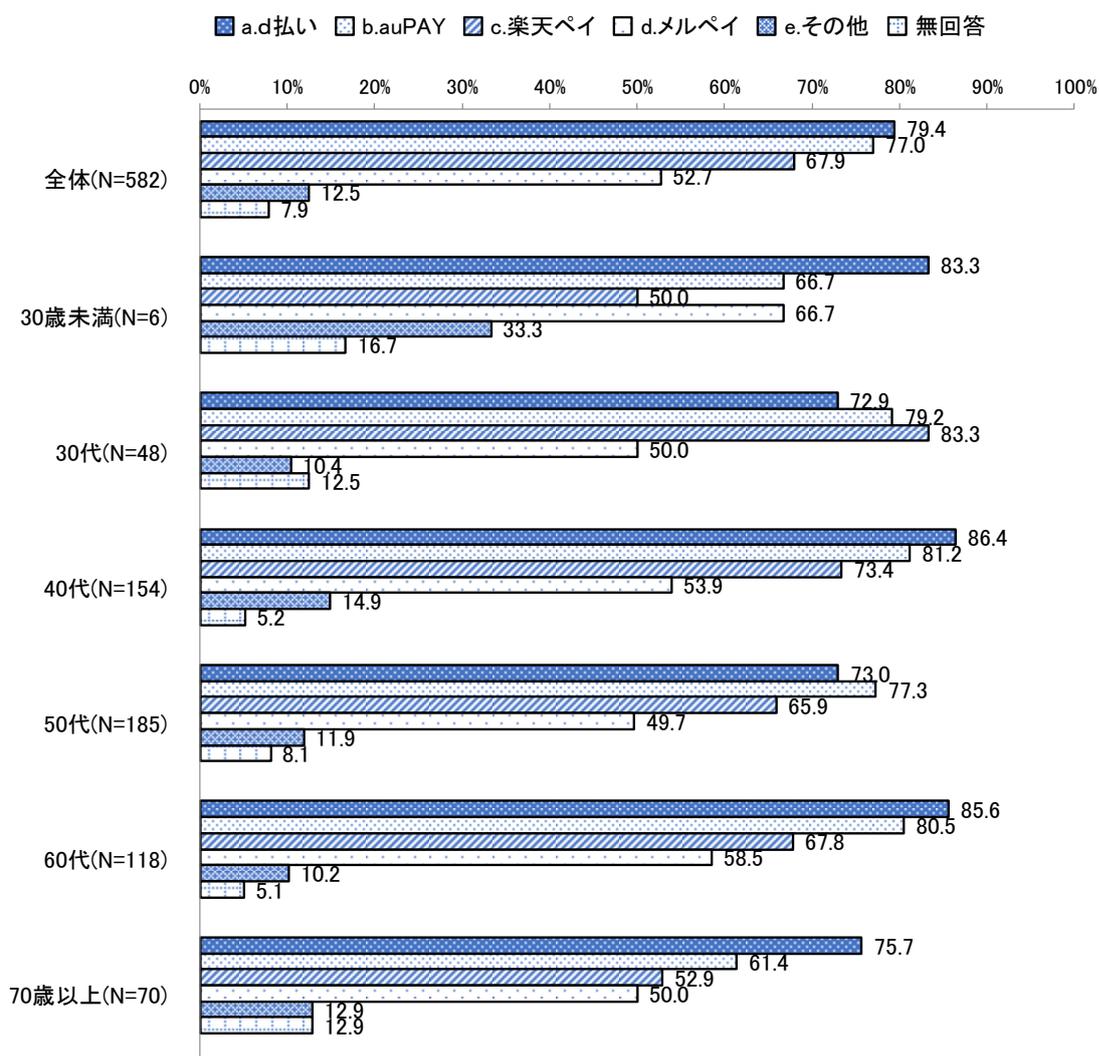


問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

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～e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、30代と50代を除き「a. d払い」が最も高く、30代では「c. 楽天ペイ」、50代では「b. auPAY」が最も高くなっている。

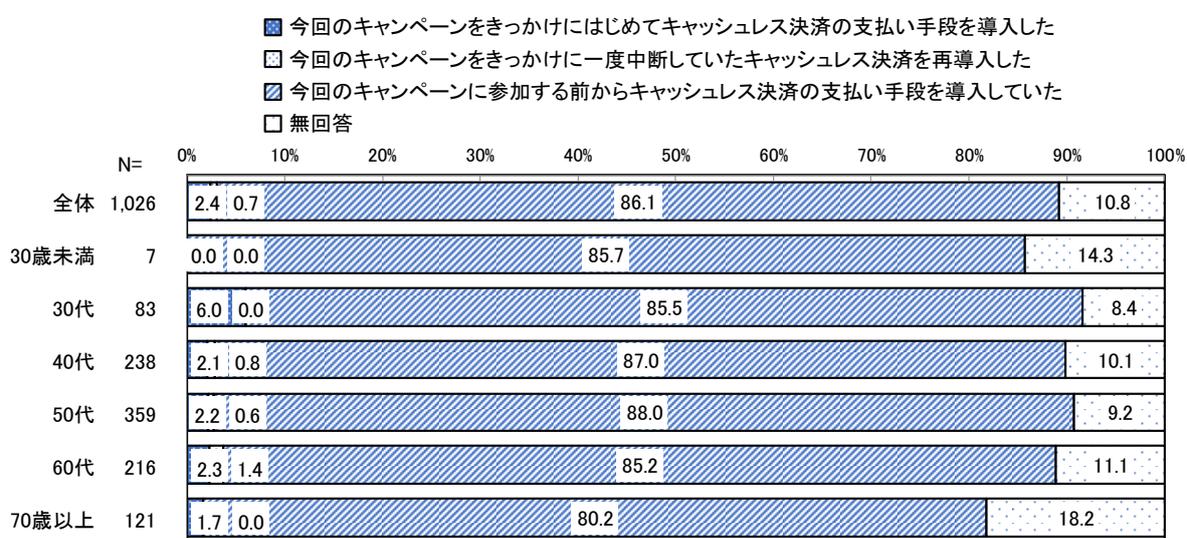


問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

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6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。

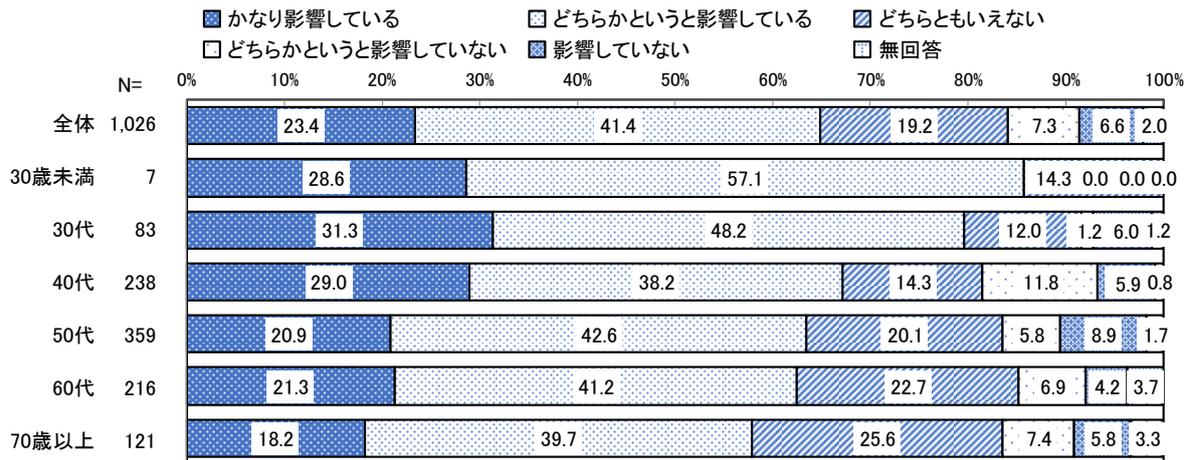


問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

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、いずれの年代も「どちらかという」と影響している」が最も高くなっている。

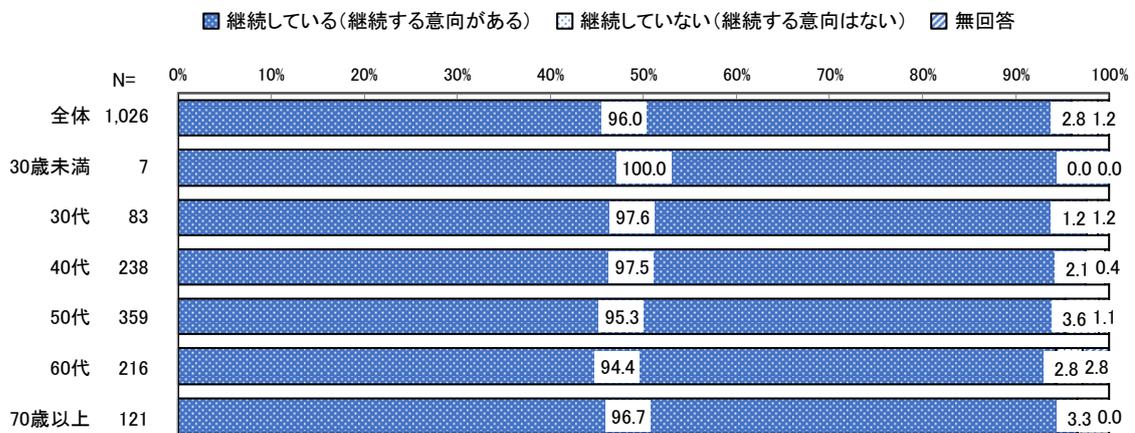


問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

問18 あなたの店舗（会社）では、キャンペーン終了後（令和6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、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割以上となっている。

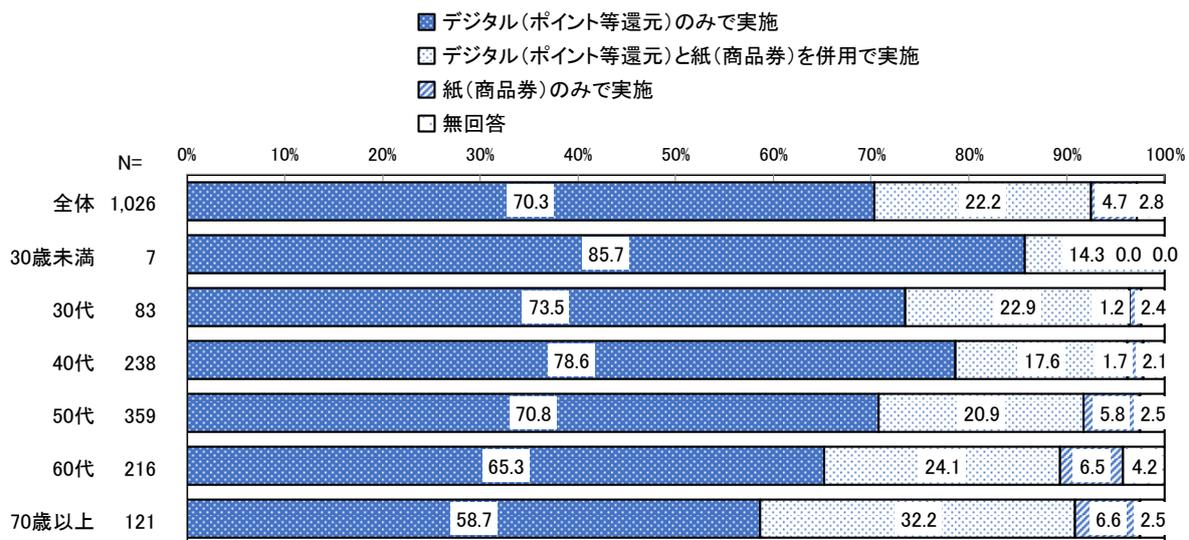


問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

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。



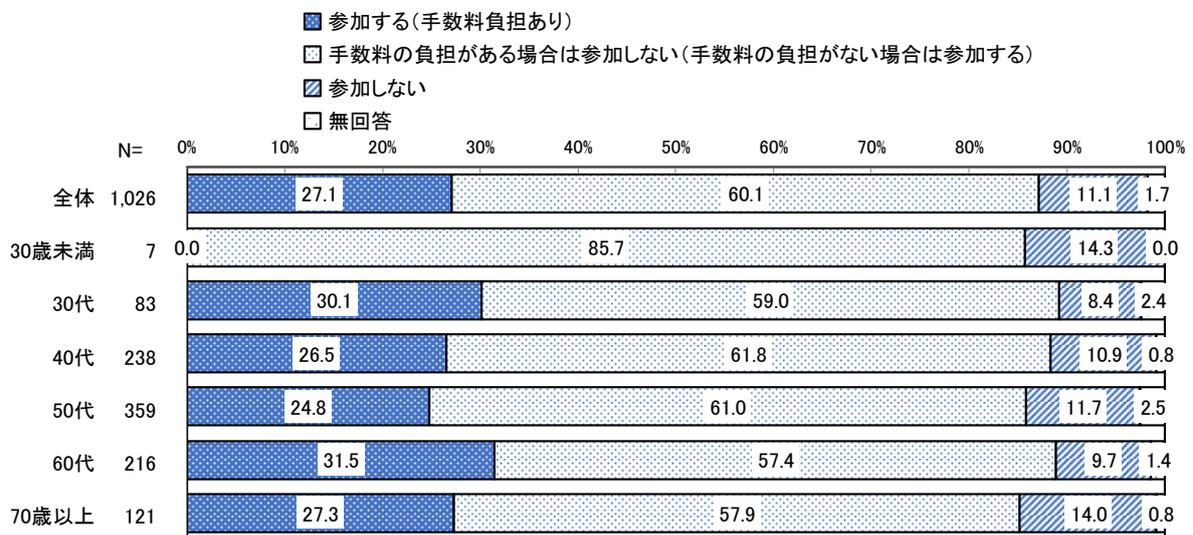
問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

問22 今後、練馬区専用の「デジタル地域通貨」を導入した場合に参加しますか。

※導入形態は、QRコード決済等の導入経費の負担がないものとし、手数料は、取引金額の2%～2.5%程度（PayPay、d払い、auペイ、楽天ペイ等と同程度）と仮定します。

今後、練馬区専用の「デジタル地域通貨」を導入した場合に参加するかについて、経営者（店長）の年代別にみると、いずれの年代も「手数料の負担がある場合は参加しない（手数料の負担がない場合は参加する）」が最も高くなっている。

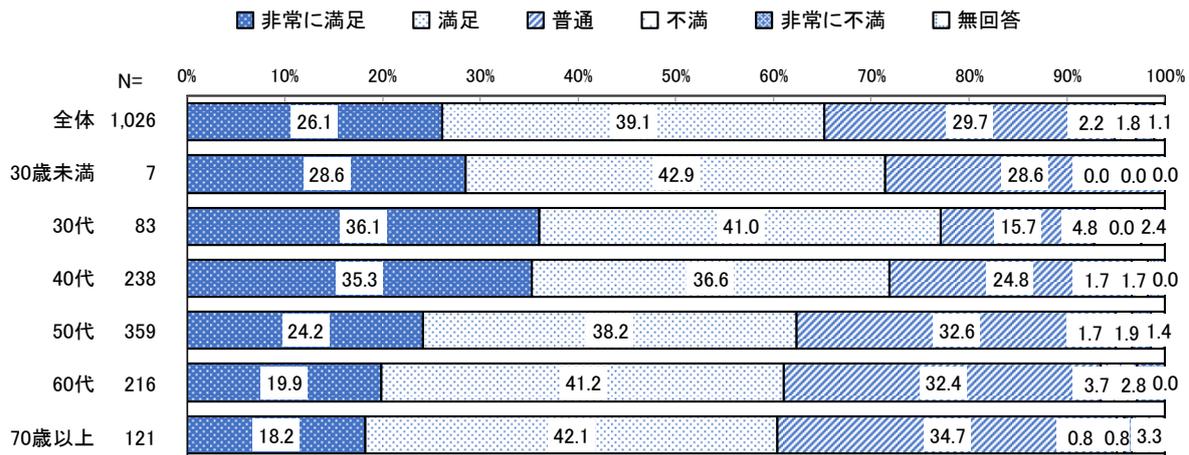


問 1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

問 23 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」の割合が高くなる傾向が見られた。40代以下は「非常に満足」と「満足」を合わせると7割を超え、高くなっている。



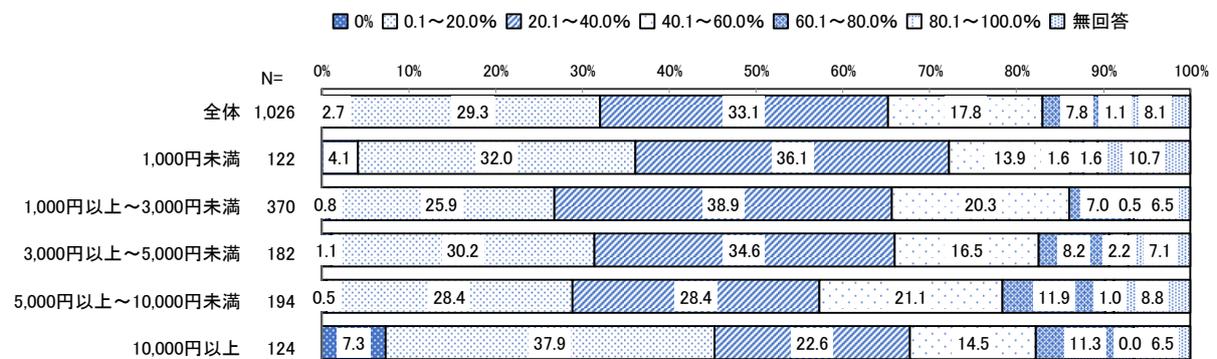
問 5 あなたの店舗（会社）の平均的な顧客単価について、決済方法別にお教えてください。【PayPay 払い】

×

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、全体では、「0.1~40.0%（「0.1~20.0%」と「20.1~40.0%」の合計）」が 62.4%と、PayPay 払いの割合が 40%以内に収まる店舗が 6 割以上を占めている。

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 割半以上となっている。



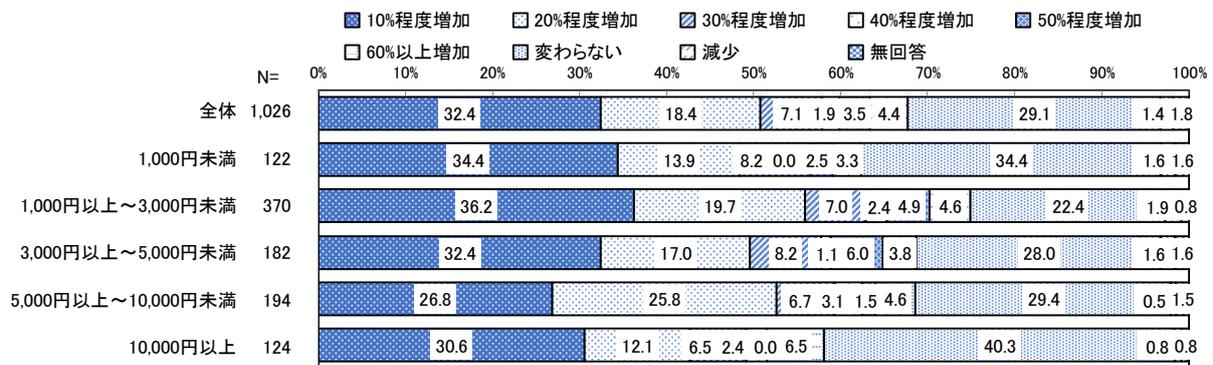
問5 あなたの店舗（会社）の平均的な顧客単価について、決済方法別にお教えてください。【PayPay払い】

×

（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6年6～7月）は、キャンペーン期間前（令和6年5月ごろ）と比べてどう変化しましたか。

PayPay決済の1か月当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74.8%と最も高く、次いで、同率で3,000円以上～5,000円未満と5,000円以上～10,000円未満で68.5%となっている。

また、10,000円以上では「変わらない」が約4割と、他の単価と比べて高くなっている。



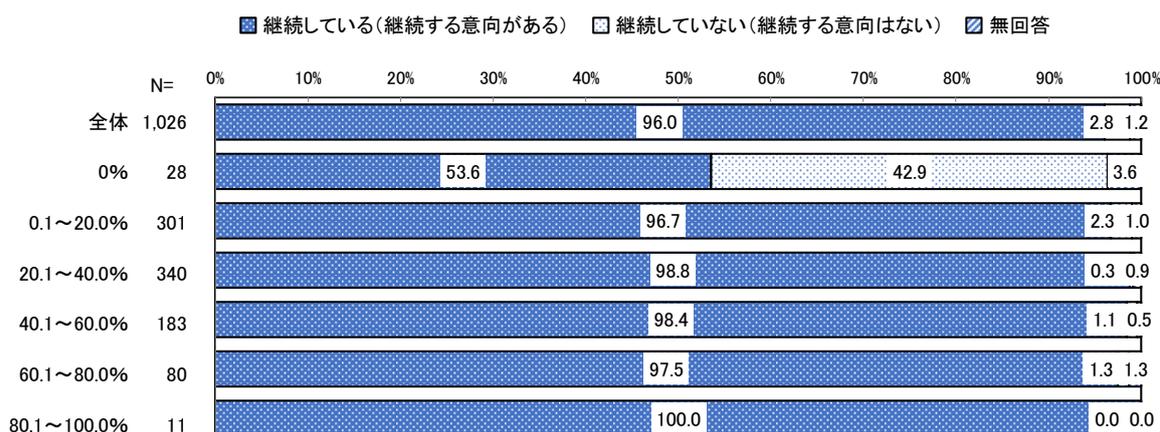
問 11 あなたの店舗（会社）の売上金額に占める「現金払い」・「PayPay 払い」・「PayPay 以外のキャッシュレス決済払い」の割合についてお伺いします。売上金額全体を 100%としたとき、それぞれの決済方法の金額の割合をご回答ください。【キャンペーン期間中・PayPay 払い】

×

問 18 あなたの店舗（会社）では、キャンペーン終了後（令和 6 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%の店舗を除く全ての分類で「継続している（継続する意向がある）」が 9 割半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6年6~7月)は、キャンペーン期間前(令和6年5月ごろ)と比べてどう変化しましたか。

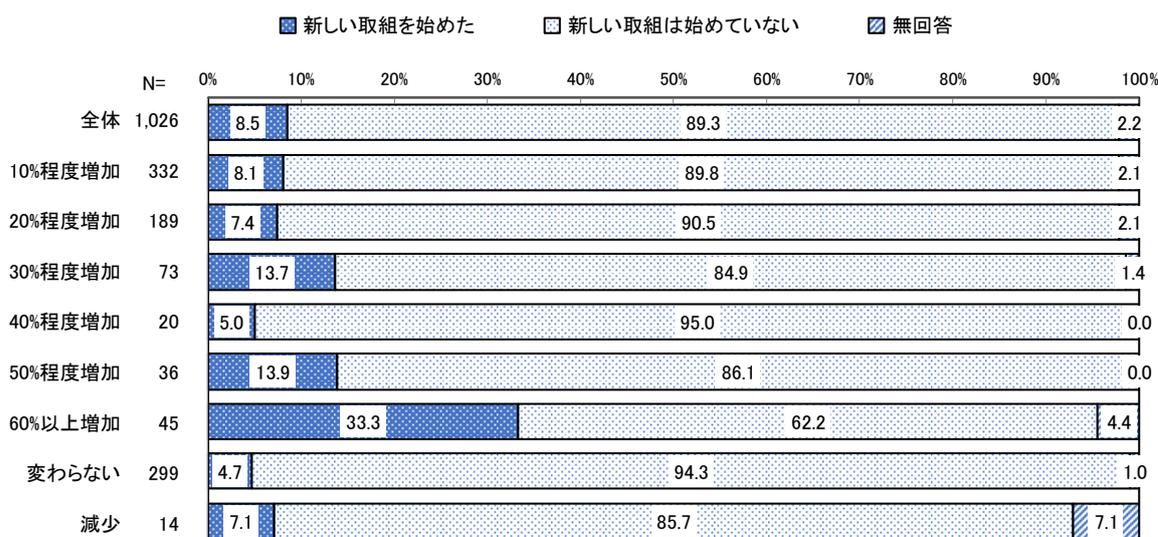
×

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、全ての区分で「新しい取組は始めていない」が最も高くなっている。

ただし、「60%以上増加」では、「新しい取組を始めた」が3割超と、他の区別より高くなっている。

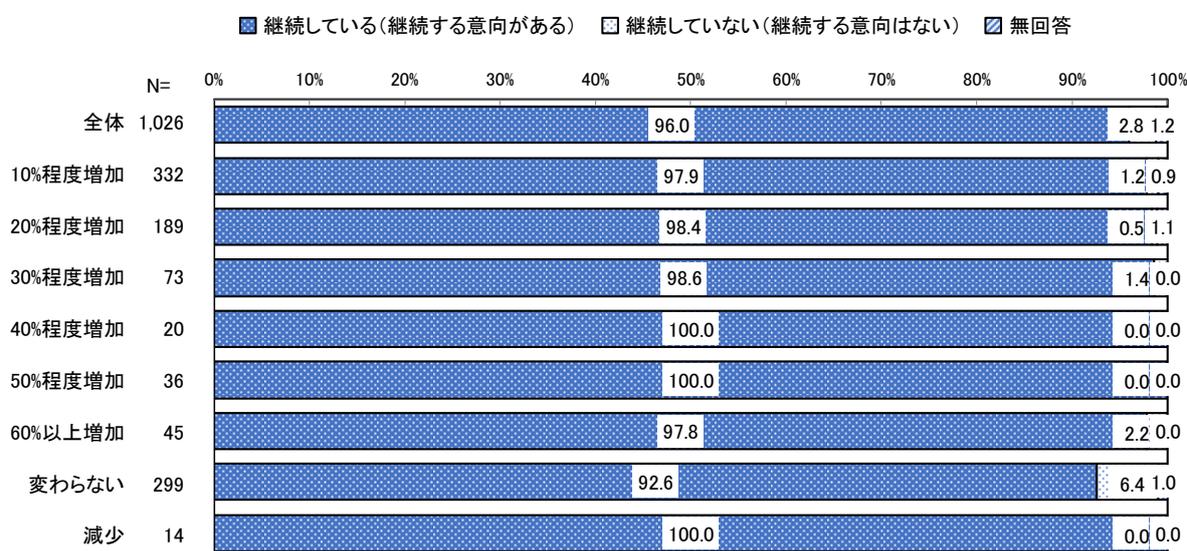


(店舗(会社)のPayPay決済の1か月あたりの取引金額(売上)について)
 問13 キャンペーン期間中(令和6年6~7月)は、キャンペーン期間前(令和6年5月ごろ)と比べてどう変化しましたか。

×

問18 あなたの店舗(会社)では、キャンペーン終了後(令和6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、全ての区分で「継続している(継続する意向がある)」が高くなっている。



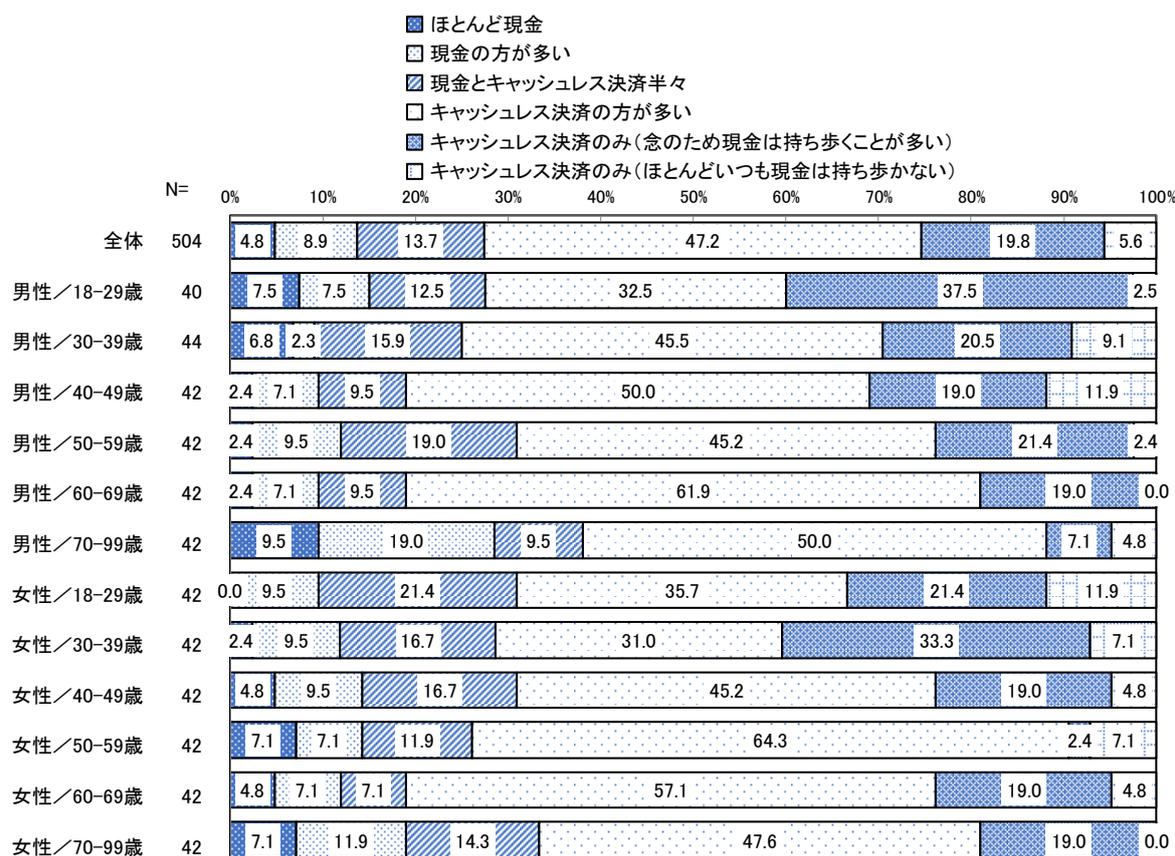
Ⅲ 利用者向けアンケート分析結果

1. キャッシュレス決済利用状況

問 1 普段の支払いはキャッシュレス決済と現金どちらの利用が多いですか。
【最も当てはまるものを一つ選択】

普段のキャッシュレス決済と現金の利用について、全体では、「キャッシュレス決済の方が多い」が47.2%と最も高く、次いで「キャッシュレス決済のみ（念のため現金は持ち歩くことが多い）」が19.8%、「現金とキャッシュレス決済半々」が13.7%となっている。

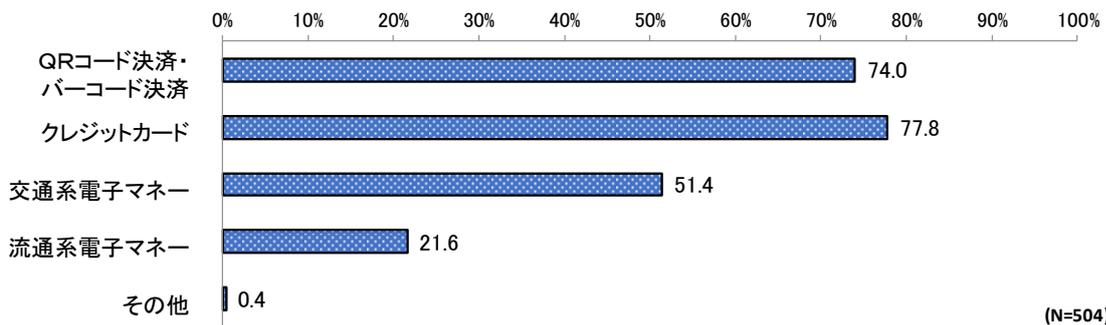
性年代別にみると、男性18-29歳と女性30-39歳では、「キャッシュレス決済のみ（念のため現金は持ち歩くことが多い）」が3割以上と、他の性年代に比べて高くなっている。



問 2 キャッシュレス決済のうち利用している種別をお答えください。【当てはまるものを全て選択】

利用しているキャッシュレス決済の種別について、全体では、「クレジットカード」が 77.8%と最も高く、次いで「QRコード決済・バーコード決済」が 74.0%、「交通系電子マネー」が 51.4%となっている。

性年代別にみると、男女ともに 18-29 歳では「QRコード決済・バーコード決済」が 8 割半以上と高く、一方で 70-99 歳では 5 割台と低くなっている。



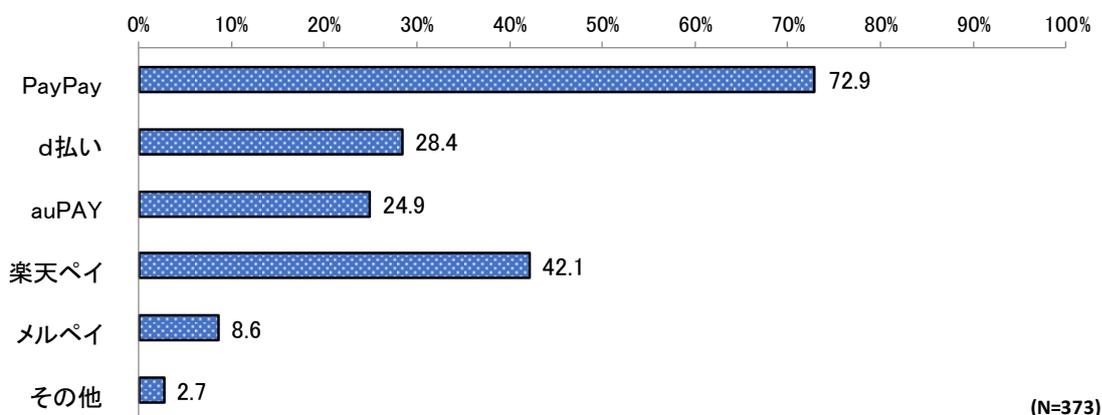
(上段: 件数、下段: %)

		全 体	QRコード決済・バーコード決済	クレジットカード	交通系電子マネー	流通系電子マネー	その他
全 体		504 100.0	373 74.0	392 77.8	259 51.4	109 21.6	2 0.4
性別 / 年齢	男性 / 18-29歳	40 100.0	34 85.0	29 72.5	23 57.5	4 10.0	1 2.5
	男性 / 30-39歳	44 100.0	35 79.5	28 63.6	22 50.0	4 9.1	0 0.0
	男性 / 40-49歳	42 100.0	30 71.4	33 78.6	25 59.5	10 23.8	0 0.0
	男性 / 50-59歳	42 100.0	33 78.6	35 83.3	26 61.9	12 28.6	0 0.0
	男性 / 60-69歳	42 100.0	31 73.8	35 83.3	24 57.1	12 28.6	0 0.0
	男性 / 70-99歳	42 100.0	24 57.1	34 81.0	27 64.3	8 19.0	0 0.0
	女性 / 18-29歳	42 100.0	37 88.1	26 61.9	18 42.9	5 11.9	0 0.0
	女性 / 30-39歳	42 100.0	30 71.4	34 81.0	18 42.9	6 14.3	0 0.0
	女性 / 40-49歳	42 100.0	35 83.3	35 83.3	18 42.9	8 19.0	0 0.0
	女性 / 50-59歳	42 100.0	34 81.0	33 78.6	22 52.4	10 23.8	0 0.0
	女性 / 60-69歳	42 100.0	28 66.7	35 83.3	20 47.6	13 31.0	0 0.0
	女性 / 70-99歳	42 100.0	22 52.4	35 83.3	16 38.1	17 40.5	1 2.4

問3-1 問2で「1. QRコード決済・バーコード決済」を選択した方に質問します。QRコード決済・バーコード決済のうち、利用している種別をお答えください。【当てはまるものを全て選択】

QRコード決済・バーコード決済のうち、利用している種別について、全体では、「PayPay」が72.9%と最も高く、次いで「楽天ペイ」が42.1%、「d払い」が28.4%となっている。

性年代別にみると、60-69歳を除く全ての年代で、同年代の男性よりも女性の方が「PayPay」の利用が高くなっている。



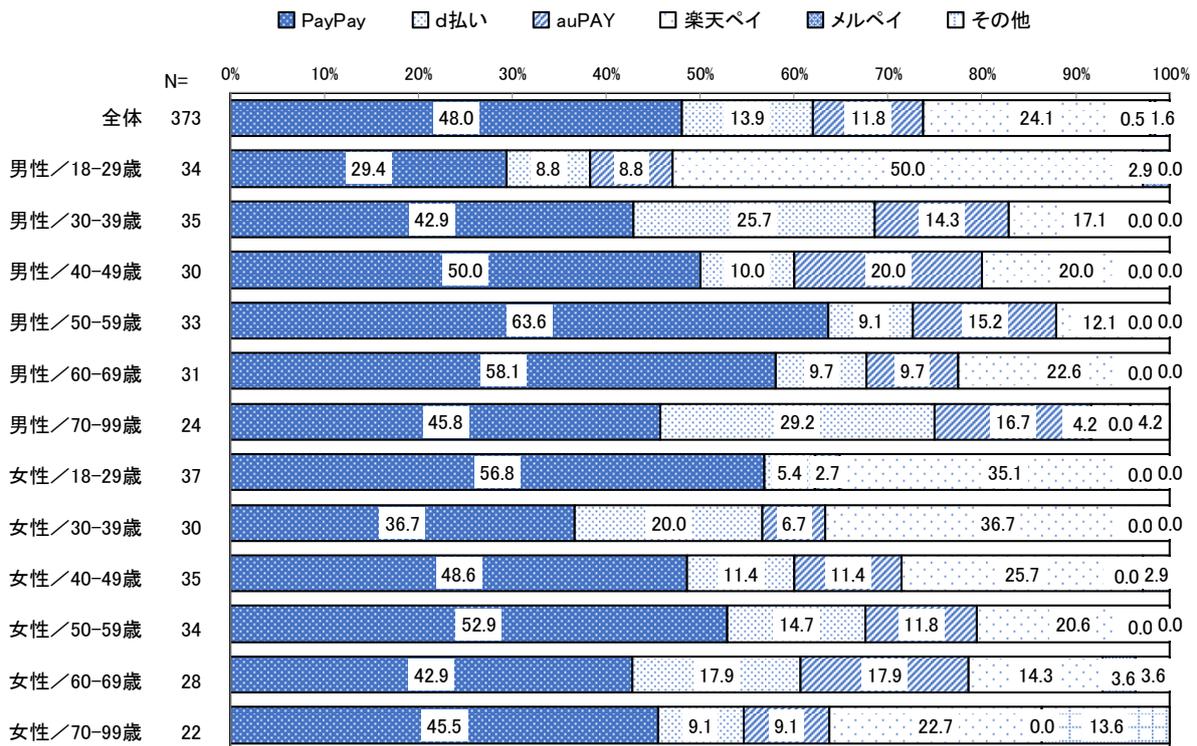
(上段:件数、下段:%)

		全 体	PayPay	d払い	auPAY	楽天ペイ	メルペイ	その他
全 体		373	272	106	93	157	32	10
		100.0	72.9	28.4	24.9	42.1	8.6	2.7
性 別 / 年 齢	男性 / 18-29歳	34	23	7	8	18	7	1
		100.0	67.6	20.6	23.5	52.9	20.6	2.9
	男性 / 30-39歳	35	23	11	9	11	2	0
		100.0	65.7	31.4	25.7	31.4	5.7	0.0
	男性 / 40-49歳	30	23	8	9	14	0	1
		100.0	76.7	26.7	30.0	46.7	0.0	3.3
	男性 / 50-59歳	33	24	14	11	14	3	0
		100.0	72.7	42.4	33.3	42.4	9.1	0.0
	男性 / 60-69歳	31	24	7	9	14	2	1
		100.0	77.4	22.6	29.0	45.2	6.5	3.2
	男性 / 70-99歳	24	17	10	11	7	1	2
		100.0	70.8	41.7	45.8	29.2	4.2	8.3
女性 / 18-29歳	37	29	8	5	17	3	0	
	100.0	78.4	21.6	13.5	45.9	8.1	0.0	
女性 / 30-39歳	30	23	7	3	16	6	0	
	100.0	76.7	23.3	10.0	53.3	20.0	0.0	
女性 / 40-49歳	35	29	9	6	18	3	1	
	100.0	82.9	25.7	17.1	51.4	8.6	2.9	
女性 / 50-59歳	34	25	9	7	11	2	0	
	100.0	73.5	26.5	20.6	32.4	5.9	0.0	
女性 / 60-69歳	28	16	10	9	10	2	1	
	100.0	57.1	35.7	32.1	35.7	7.1	3.6	
女性 / 70-99歳	22	16	6	6	7	1	3	
	100.0	72.7	27.3	27.3	31.8	4.5	13.6	

問 3-2 問 3-1 で選択した QR コード決済・バーコード決済のうち、最も利用頻度が高い種別をお答えください。【当てはまるものを一つ選択】

QR コード決済・バーコード決済のうち、最も利用頻度が高い種別について、全体では、「PayPay」が 48.0%と最も高く、次いで「楽天ペイ」が 24.1%、「d 払い」が 13.9%となっている。

性年代別にみると、男性 18-29 歳、女性 39 歳以下では「楽天ペイ」が 3 割半以上と、他の年代に比べて高くなっている。

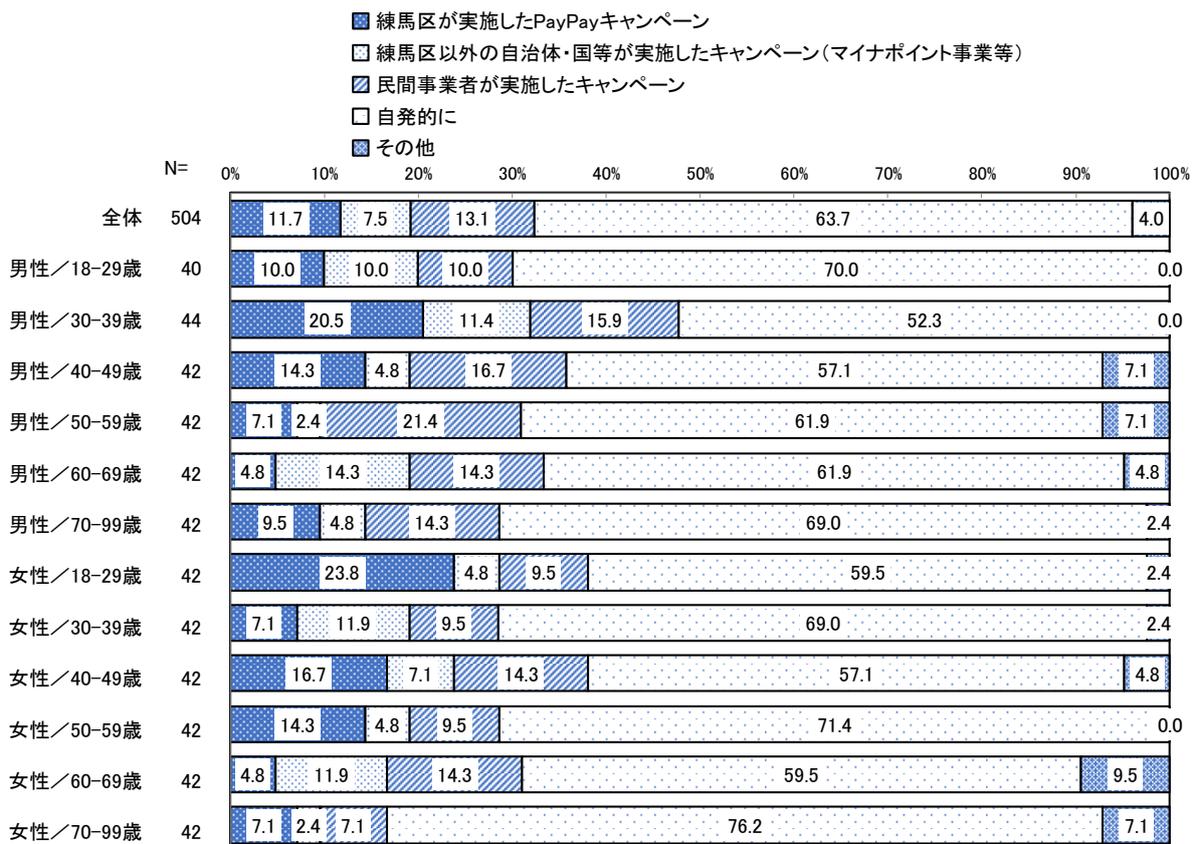


問4 キャッシュレス決済を利用し始めたきっかけは何ですか。

【最も当てはまるものを一つ選択】

キャッシュレス決済を利用し始めたきっかけについて、全体では、「自発的に」が63.7%と最も高く、次いで「民間事業者が実施したキャンペーン」が13.1%、「練馬区が実施したPayPayキャンペーン」が11.7%となっている。

性年代別にみると、女性18-29歳では「練馬区が実施したPayPayキャンペーン」が23.8%と、他の性年代に比べて高くなっている。

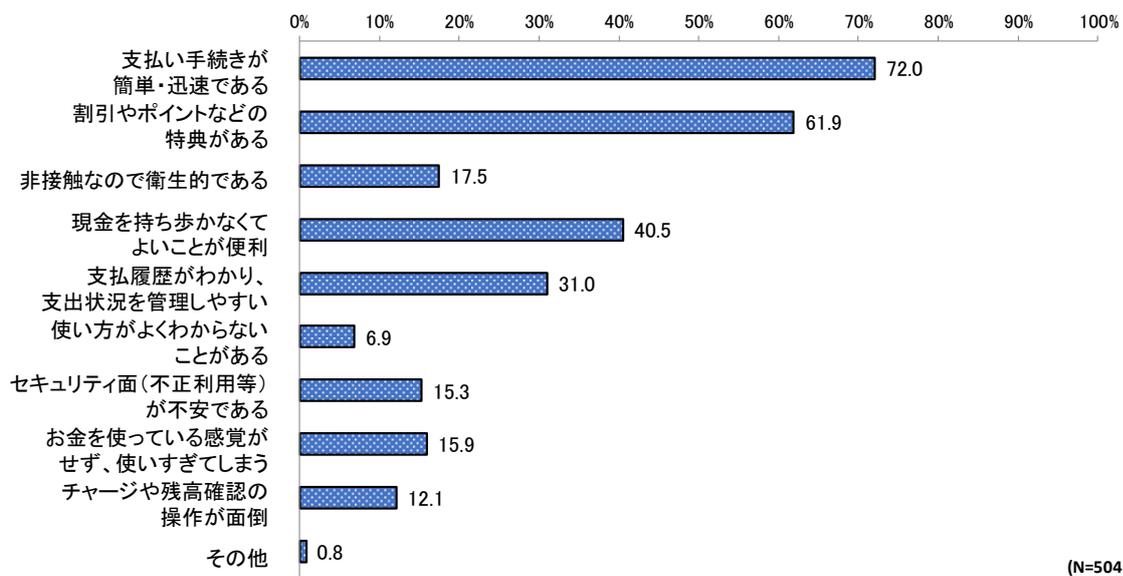


問5 キャッシュレス決済に対するあなたの考えをお答えください。

【当てはまるものを全て選択】

キャッシュレス決済に対する考えについて、全体では、「支払い手続きが簡単・迅速である」が72.0%と最も高く、次いで「割引やポイントなどの特典がある」が61.9%、「現金を持ち歩かなくてよいことが便利」が40.5%となっている。

性年代別にみると、男性60歳以上では「支払い手続きが簡単・迅速である」が8割台と、他の性年代に比べて高くなっている。



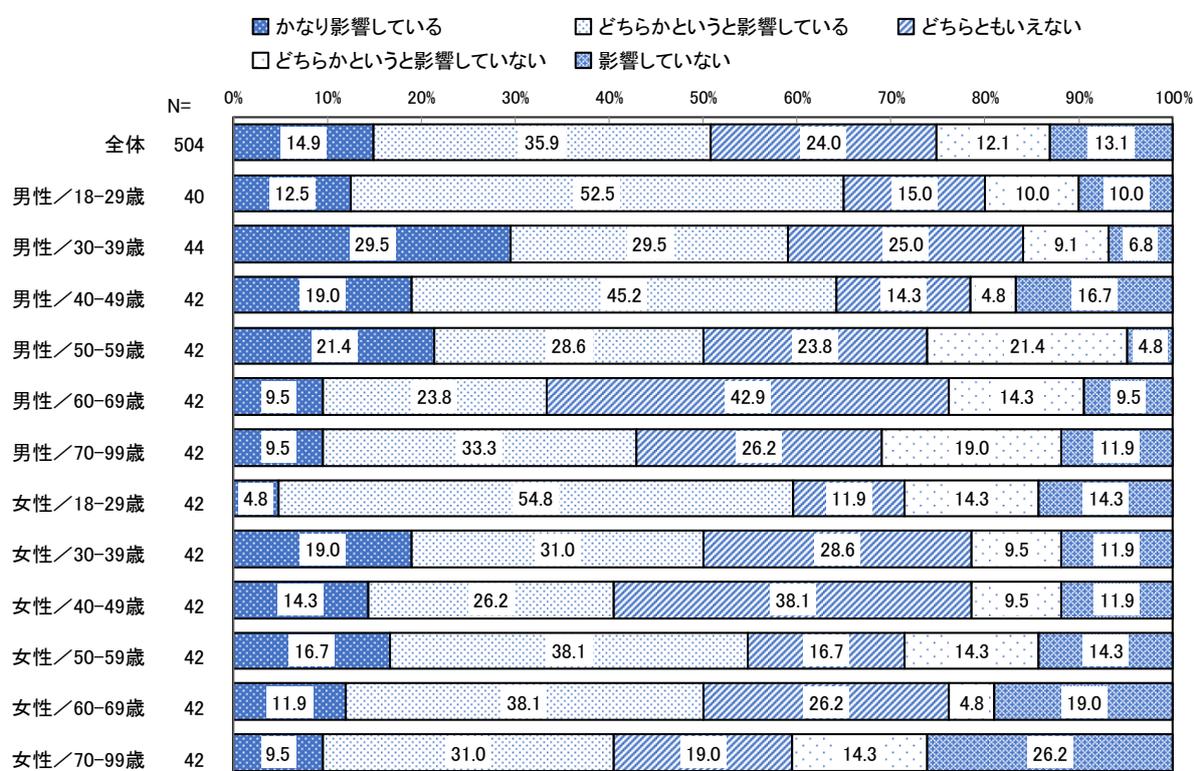
(上段:件数、下段:%)

性別/年齢	全体	支払い手続きが簡単・迅速である	割引やポイントなどの特典がある	非接触なので衛生的である	現金を持ち歩かなくてよいことが便利	支払履歴がわかり、支出状況を管理しやすい	支払い手続きが簡単・迅速である	使い方がよくわからないことがある	セキュリティ面(不正利用等)が不安である	使いすぎてしまう	お金を使っている感覚がせず、使いすぎてしまう	チャージや残高確認の操作が面倒	その他
		件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)
全体	504	363	312	88	204	156	35	77	80	61	4		
	100.0	72.0	61.9	17.5	40.5	31.0	6.9	15.3	15.9	12.1	0.8		
性別/年齢	男性/18-29歳	40	29	23	6	9	15	2	4	6	3	0	
		100.0	72.5	57.5	15.0	22.5	37.5	5.0	10.0	15.0	7.5	0.0	
	男性/30-39歳	44	29	22	8	18	14	1	2	4	7	0	
		100.0	65.9	50.0	18.2	40.9	31.8	2.3	4.5	9.1	15.9	0.0	
	男性/40-49歳	42	29	30	8	21	15	3	6	5	3	1	
		100.0	69.0	71.4	19.0	50.0	35.7	7.1	14.3	11.9	7.1	2.4	
	男性/50-59歳	42	31	25	2	19	8	1	6	8	5	0	
		100.0	73.8	59.5	4.8	45.2	19.0	2.4	14.3	19.0	11.9	0.0	
	男性/60-69歳	42	35	27	5	19	19	5	9	7	2	1	
		100.0	83.3	64.3	11.9	45.2	45.2	11.9	21.4	16.7	4.8	2.4	
	男性/70-99歳	42	34	23	7	17	16	3	11	8	5	1	
		100.0	81.0	54.8	16.7	40.5	38.1	7.1	26.2	19.0	11.9	2.4	
	女性/18-29歳	42	26	29	10	14	8	4	1	4	8	0	
		100.0	61.9	69.0	23.8	33.3	19.0	9.5	2.4	9.5	19.0	0.0	
女性/30-39歳	42	33	26	6	16	11	3	7	9	3	0		
	100.0	78.6	61.9	14.3	38.1	26.2	7.1	16.7	21.4	7.1	0.0		
女性/40-49歳	42	24	29	8	21	11	7	9	6	6	1		
	100.0	57.1	69.0	19.0	50.0	26.2	16.7	21.4	14.3	14.3	2.4		
女性/50-59歳	42	32	24	9	16	7	3	6	9	7	0		
	100.0	76.2	57.1	21.4	38.1	16.7	7.1	14.3	21.4	16.7	0.0		
女性/60-69歳	42	28	27	12	12	12	1	7	6	8	0		
	100.0	66.7	64.3	28.6	28.6	28.6	2.4	16.7	14.3	19.0	0.0		
女性/70-99歳	42	33	27	7	22	20	2	9	8	4	0		
	100.0	78.6	64.3	16.7	52.4	47.6	4.8	21.4	19.0	9.5	0.0		

問 6 店舗を選択する際に、その店舗がキャッシュレス決済に対応しているかどうかの影響していますか。【最も当てはまるものを一つ選択】

店舗選択の際、キャッシュレス決済に対応しているかが影響しているかについて、全体では、「どちらかというに影響している」が 35.9%と最も高く、次いで「どちらともいえない」が 24.0%、「かなり影響している」が 14.9%となっている。

性年代別にみると、男性 18-29 歳、40-49 歳では「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 割半程度と、他の性年代に比べて高くなっている。

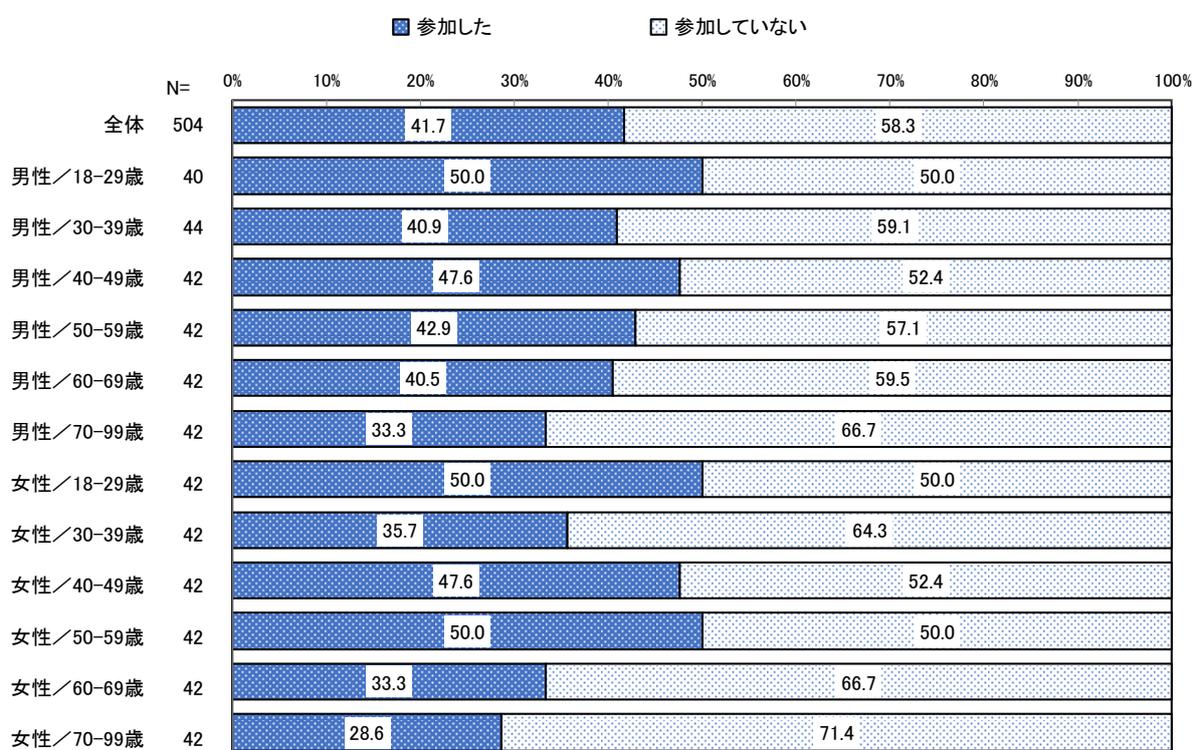


2. キャンペーンについて

問 7 練馬区が過去に実施した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ましたか。【当てはまるものを一つ選択】

練馬区が過去に実施した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かについて、全体では、「参加していない」が 58.3%、「参加した」が 41.7%となっている。

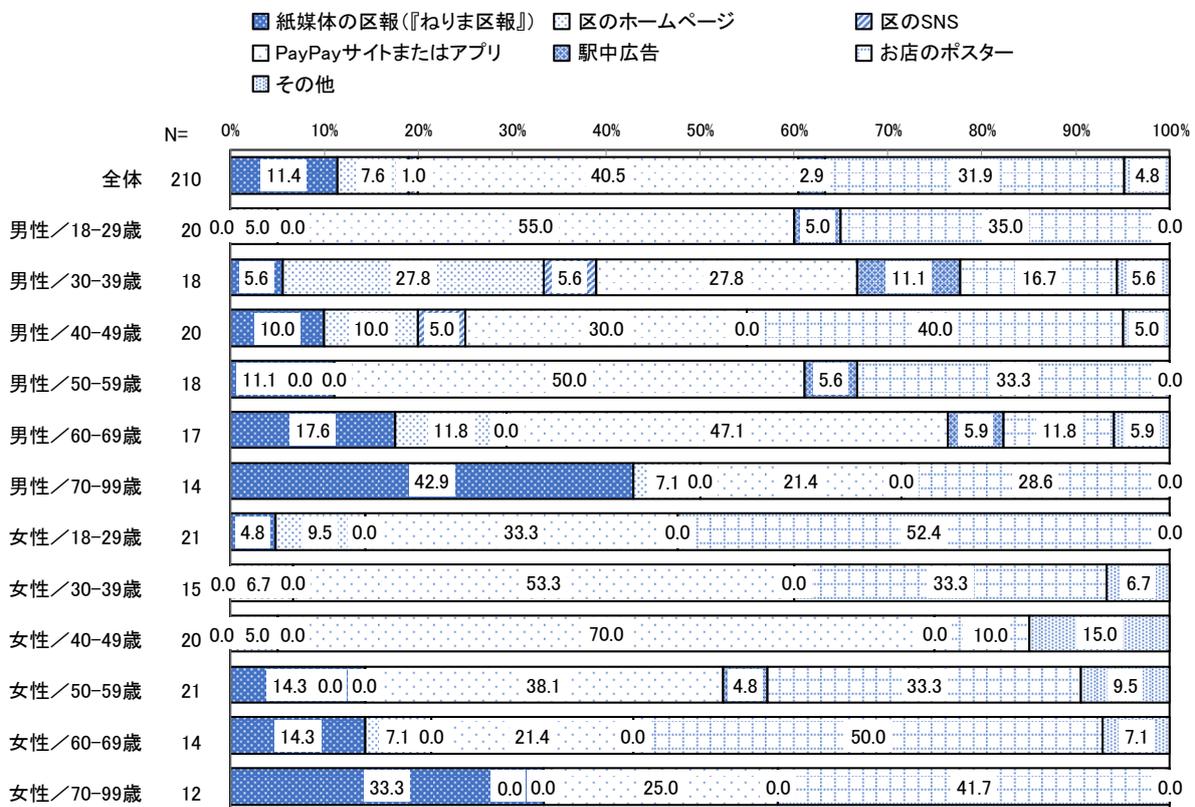
性年代別にみると、いずれの性年代も「参加していない」が 5 割以上となっており、女性 70-99 歳では 7 割を超え、最も高くなっている。



問8 問7で「1. 参加した」を選択した方に質問します。練馬区キャンペーン実施を以下のどの媒体で知りましたか。【最も当てはまるものを一つ選択】

練馬区キャンペーン実施をどの媒体で知ったかについて、全体では、「PayPay サイトまたはアプリ」が40.5%と最も高く、次いで「お店のポスター」が31.9%、「紙媒体の区報（『ねりま区報』）」が11.4%となっている。

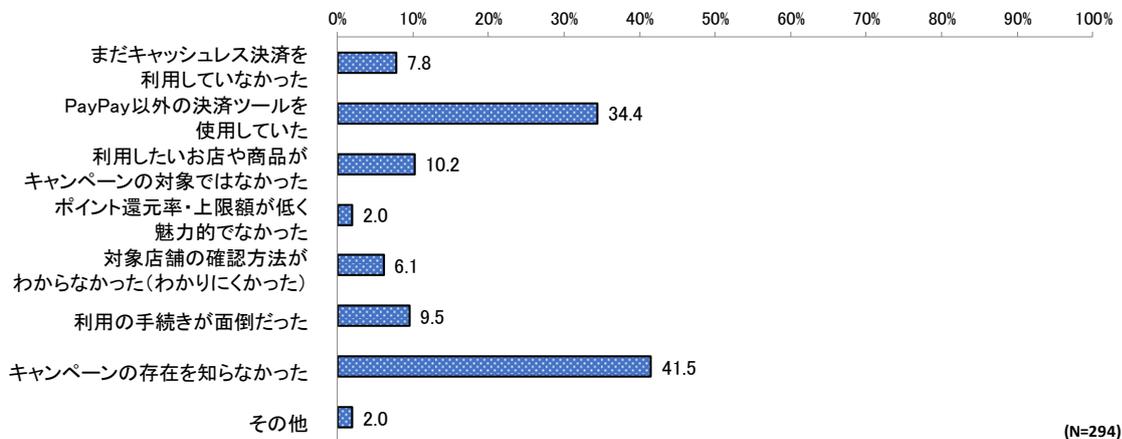
性年代別にみると、男性では、30-39歳は同率で「区のホームページ」と「PayPay サイトまたはアプリ」、40-49歳は「お店のポスター」、70-99歳は「紙媒体の区報（『ねりま区報』）」、その他の年代で「PayPay サイトまたはアプリ」が最も高い。女性では、18-29歳と60歳以上で「お店のポスター」、30-59歳で「PayPay サイトまたはアプリ」が最も高い。性年代ごとにキャンペーンを知った媒体にばらつきが見受けられた。



問9 問7で「2. 参加していない」を選択した方に質問します。練馬区キャンペーンに参加しなかった理由は何ですか。【当てはまるものを全て選択】

練馬区キャンペーンに参加しなかった理由について、全体では、「キャンペーンの存在を知らなかった」が41.5%と最も高く、次いで「PayPay以外の決済ツールを使用していた」が34.4%、「利用したいお店や商品がキャンペーンの対象ではなかった」が10.2%となっている。

性年代別にみると、男性50-59歳では「キャンペーンの存在を知らなかった」が62.5%と他の性年代に比べて高くなっている。また、男女ともに60歳以上で「PayPay以外の決済ツールを使用していた」が4割以上と、他の年代に比べて高くなっている。



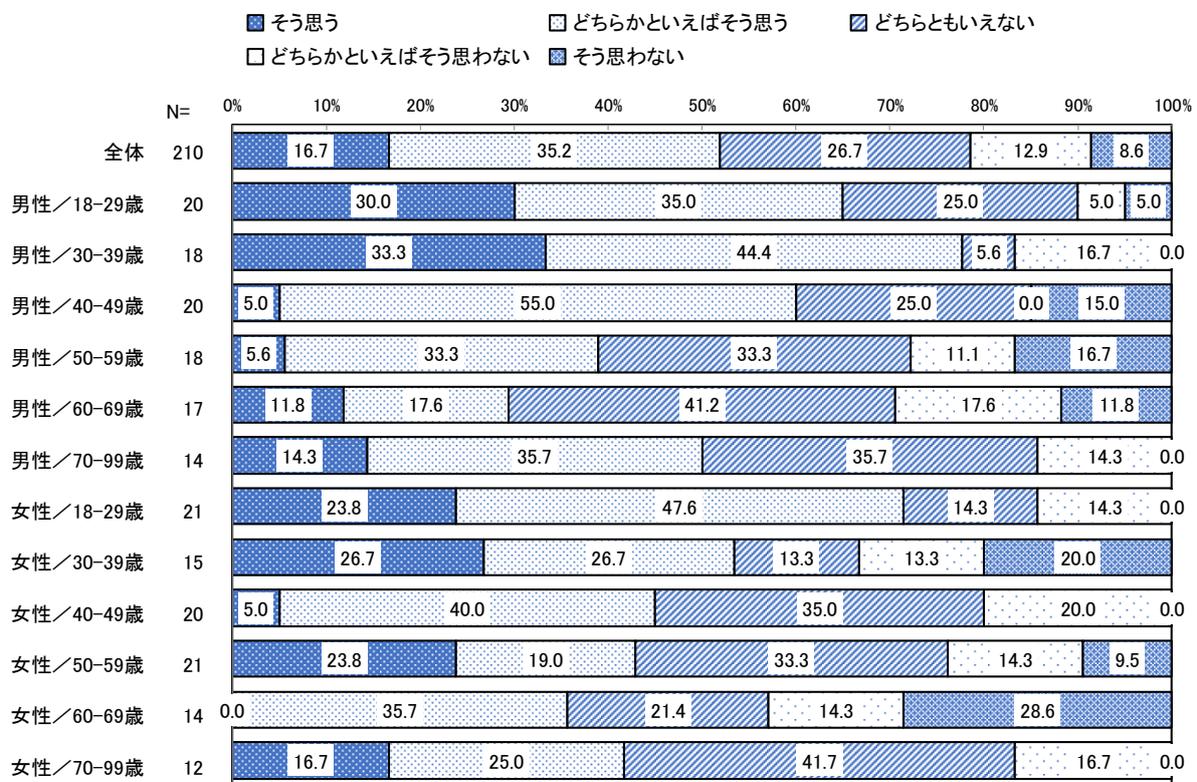
		(上段:件数、下段:%)									
		全体	まだキャッシュレス決済を利用していなかった	PayPay以外の決済ツールを使用していた	利用したいお店や商品がキャンペーンの対象ではなかった	ポイント還元率・上限額が低く魅力的でなかった	対象店舗の確認方法がわからなかった(わかりにくかった)	面倒了った	利用の手続きが面倒だった	キャンペーンの存在を知らなかった	その他
全体		294	23	101	30	6	18	28	122	6	
		100.0	7.8	34.4	10.2	2.0	6.1	9.5	41.5	2.0	
性別 / 年齢	男性 / 18-29歳	20	6	4	2	0	2	3	8	0	
		100.0	30.0	20.0	10.0	0.0	10.0	15.0	40.0	0.0	
	男性 / 30-39歳	26	3	9	1	1	1	2	11	0	
		100.0	11.5	34.6	3.8	3.8	3.8	7.7	42.3	0.0	
	男性 / 40-49歳	22	1	8	3	1	1	3	6	2	
		100.0	4.5	36.4	13.6	4.5	4.5	13.6	27.3	9.1	
	男性 / 50-59歳	24	0	7	2	0	1	0	15	0	
		100.0	0.0	29.2	8.3	0.0	4.2	0.0	62.5	0.0	
	男性 / 60-69歳	25	0	12	3	0	1	3	11	2	
		100.0	0.0	48.0	12.0	0.0	4.0	12.0	44.0	8.0	
	男性 / 70-99歳	28	1	13	1	1	3	3	11	1	
		100.0	3.6	46.4	3.6	3.6	10.7	10.7	39.3	3.6	
女性 / 18-29歳	21	0	4	3	2	1	0	11	0		
	100.0	0.0	19.0	14.3	9.5	4.8	0.0	52.4	0.0		
女性 / 30-39歳	27	3	6	1	0	1	4	13	0		
	100.0	11.1	22.2	3.7	0.0	3.7	14.8	48.1	0.0		
女性 / 40-49歳	22	1	5	5	0	2	3	8	0		
	100.0	4.5	22.7	22.7	0.0	9.1	13.6	36.4	0.0		
女性 / 50-59歳	21	3	8	4	0	0	2	6	0		
	100.0	14.3	38.1	19.0	0.0	0.0	9.5	28.6	0.0		
女性 / 60-69歳	28	3	12	4	0	1	2	11	0		
	100.0	10.7	42.9	14.3	0.0	3.6	7.1	39.3	0.0		
女性 / 70-99歳	30	2	13	1	1	4	3	11	1		
	100.0	6.7	43.3	3.3	3.3	13.3	10.0	36.7	3.3		

問10 問7で「1. 参加した」を選択した方に質問します。練馬区キャンペーンに参加して、生活への負担が軽減したと感じましたか。

【最も当てはまるものを一つ選択】

練馬区キャンペーンに参加して、生活への負担が軽減したと感じたかについて、全体では、「どちらかといえばそう思う」が35.2%と最も高く、次いで「どちらともいえない」が26.7%、「そう思う」が16.7%となっている。

性年代別にみると、男性30-39歳と女性18-29歳では、「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」を合わせると、7割以上と高くなっている一方、男性60-69歳では3割弱と低くなっており、差がみられる。

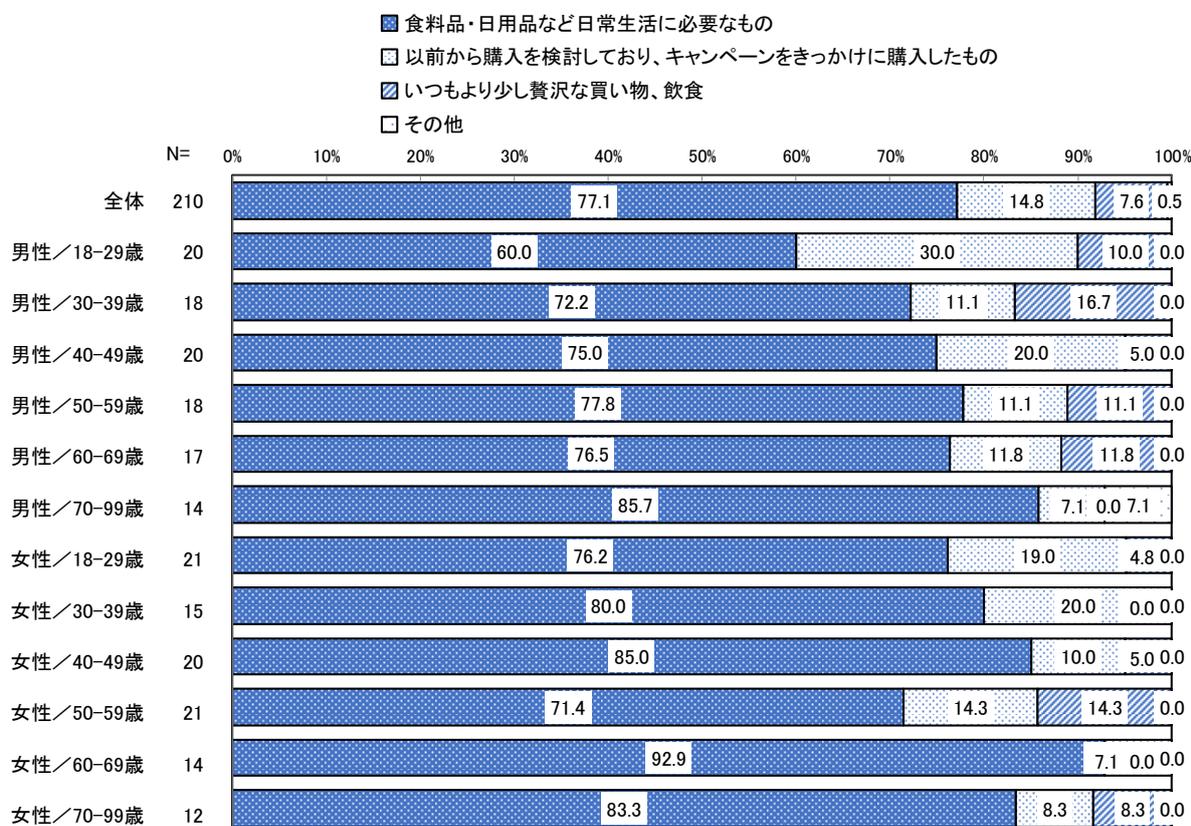


問 11 問 7 で「1. 参加した」を選択した方に質問します。練馬区キャンペーンでは、主にどのような買い物で利用しましたか。

【最も当てはまるものを一つ選択】

練馬区キャンペーンでは、主にどのような買い物で利用したかについて、全体では、「食料品・日用品など日常生活に必要なもの」が 77.1% と最も高く、次いで「以前から購入を検討しており、キャンペーンをきっかけに購入したもの」が 14.8%、「いつもより少し贅沢な買い物、飲食」が 7.6% となっている。

性年代別にみると、全ての性年代で「食料品・日用品など日常生活に必要なもの」が最も高く、女性 60-69 歳では 9 割を超え、他の性年代に比べて高くなっている。

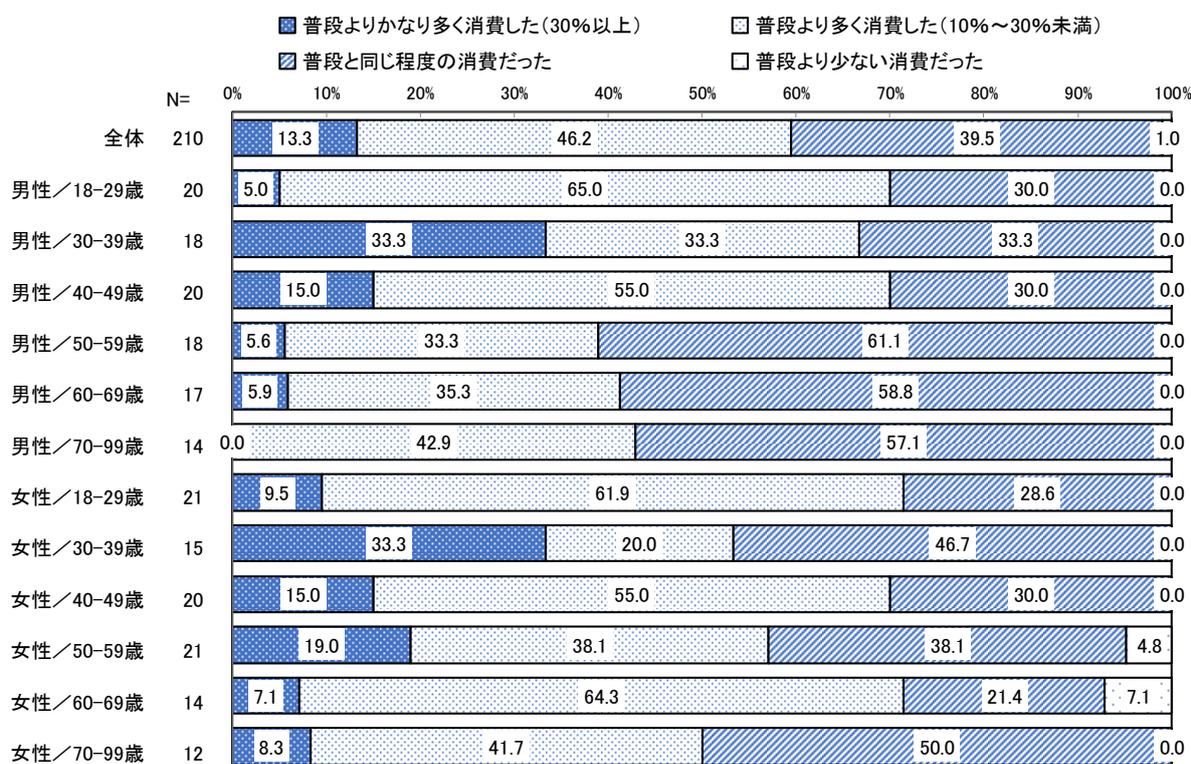


問 12 問 7 で「1. 参加した」を選択した方に質問します。練馬区キャンペーン期間は、普段と比べて、より多く消費しましたか。

【最も当てはまるものを一つ選択】

練馬区キャンペーン期間は、普段と比べて、より多く消費したかについて、全体では、「普段より多く消費した（10%～30%未満）」が 46.2%と最も高く、次いで「普段と同じ程度の消費だった」が 39.5%、「普段よりかなり多く消費した（30%以上）」が 13.3%となっている。

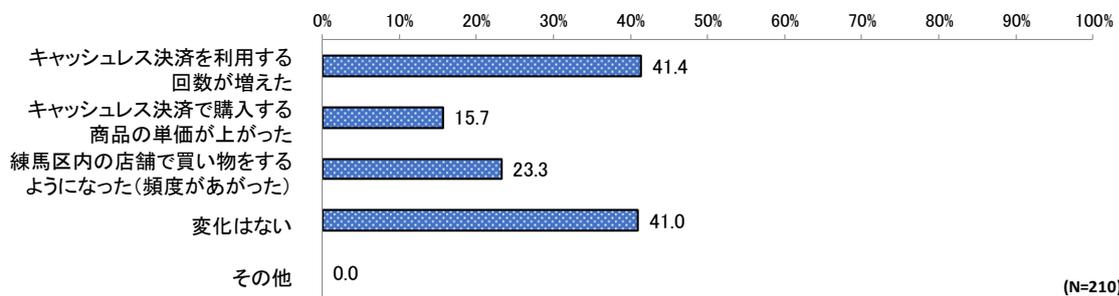
性年代別にみると、男性 50 歳以上を除く全ての性年代で「普段よりかなり多く消費した（30%以上）」と「普段より多く消費した（10%～30%未満）」を合わせると、5 割以上となっており、男性 18-29 歳、40-49 歳、女性 18-29 歳、40-49 歳、60-69 歳では、7 割以上と他の性年代に比べて高くなっている。一方で、男性 50 歳以上では 4 割前後と低くなっている。



問 13 問 7 で「1. 参加した」を選択した方に質問します。練馬区キャンペーンをきっかけに、消費行動の変化がありましたか。【当てはまるものを全て選択】

練馬区キャンペーンをきっかけに、消費行動の変化があったかについて、全体では、「キャッシュレス決済を利用する回数が増えた」が 41.4%と最も高く、次いで「変化はない」が 41.0%、「練馬区内の店舗で買い物をするようになった（頻度があがった）」が 23.3%となっている。

性年代別にみると、男性 30-39 歳では「キャッシュレス決済を利用する回数が増えた」が 6 割超、男性 18-29 歳では「練馬区内の店舗で買い物をするようになった（頻度があがった）」が 5 割半と、他の性年代に比べて高くなっている。



(上段:件数、下段:%)

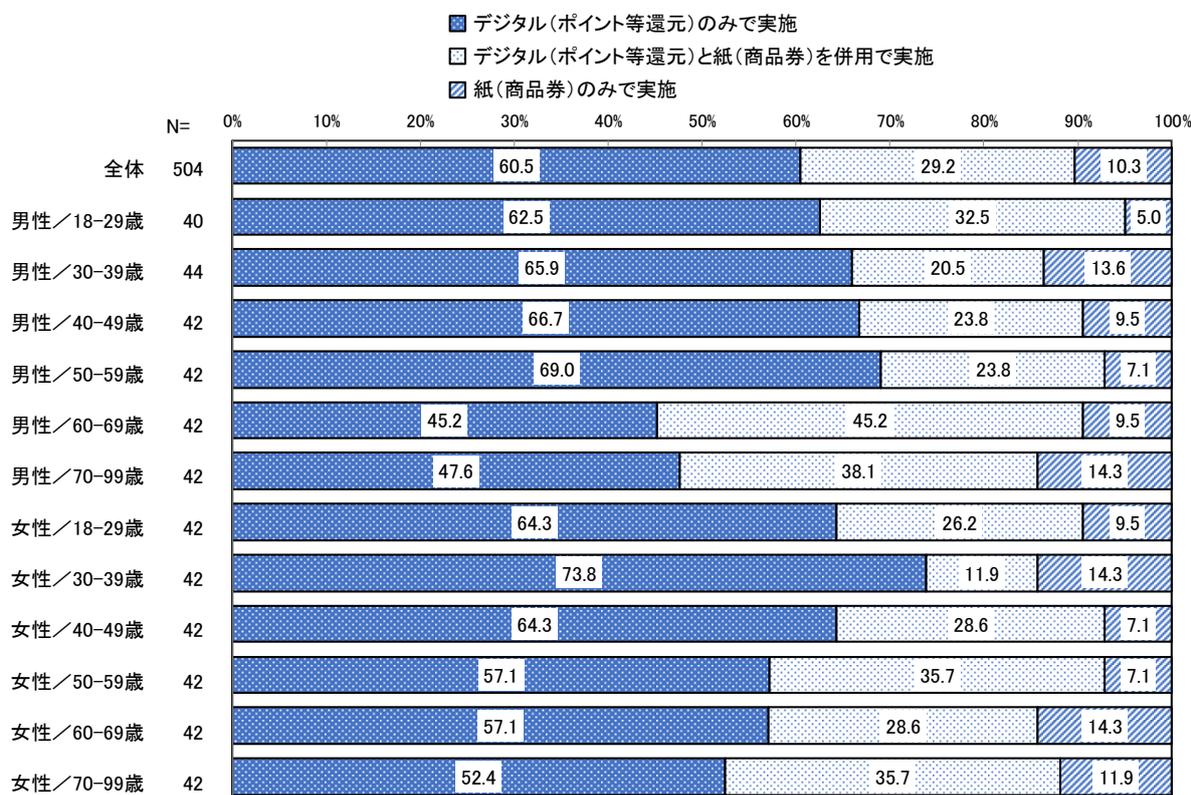
	全 体	キャッシュレス決済を 利用する回数が増えた	キャッシュレス決済で 購入する商品の 単価が上がった	練馬区内の店舗で買 物をするようになった (頻度があがった)	変化はない	そ 他	
全 体	210 100.0	87 41.4	33 15.7	49 23.3	86 41.0	0 0.0	
性 別 / 年 齢	男性/18-29歳	20 100.0	8 40.0	3 15.0	11 55.0	5 25.0	0 0.0
	男性/30-39歳	18 100.0	11 61.1	5 27.8	5 27.8	5 27.8	0 0.0
	男性/40-49歳	20 100.0	10 50.0	4 20.0	3 15.0	7 35.0	0 0.0
	男性/50-59歳	18 100.0	5 27.8	2 11.1	6 33.3	11 61.1	0 0.0
	男性/60-69歳	17 100.0	7 41.2	2 11.8	2 11.8	8 47.1	0 0.0
	男性/70-99歳	14 100.0	5 35.7	1 7.1	2 14.3	7 50.0	0 0.0
	女性/18-29歳	21 100.0	7 33.3	4 19.0	6 28.6	8 38.1	0 0.0
	女性/30-39歳	15 100.0	8 53.3	2 13.3	4 26.7	5 33.3	0 0.0
	女性/40-49歳	20 100.0	6 30.0	4 20.0	3 15.0	11 55.0	0 0.0
	女性/50-59歳	21 100.0	10 47.6	4 19.0	4 19.0	7 33.3	0 0.0
	女性/60-69歳	14 100.0	5 35.7	1 7.1	3 21.4	6 42.9	0 0.0
	女性/70-99歳	12 100.0	5 41.7	1 8.3	0 0.0	6 50.0	0 0.0

3. 今後の施策について

問 14 今後ポイント等還元事業を実施する場合、デジタルと紙のどちらを希望しますか。【最も当てはまるものを一つ選択】

今後ポイント等還元事業を実施する場合、デジタルと紙のどちらを希望するかについて、全体では、「デジタル（ポイント等還元）のみで実施」が60.5%と最も高く、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29.2%、「紙（商品券）のみで実施」が10.3%となっている。

性年代別にみると、同率の場合も含めると、全ての性年代で「デジタル（ポイント等還元）のみで実施」が最も高いが、男性60歳以上では4割台と、他の性年代に比べて低くなっている。



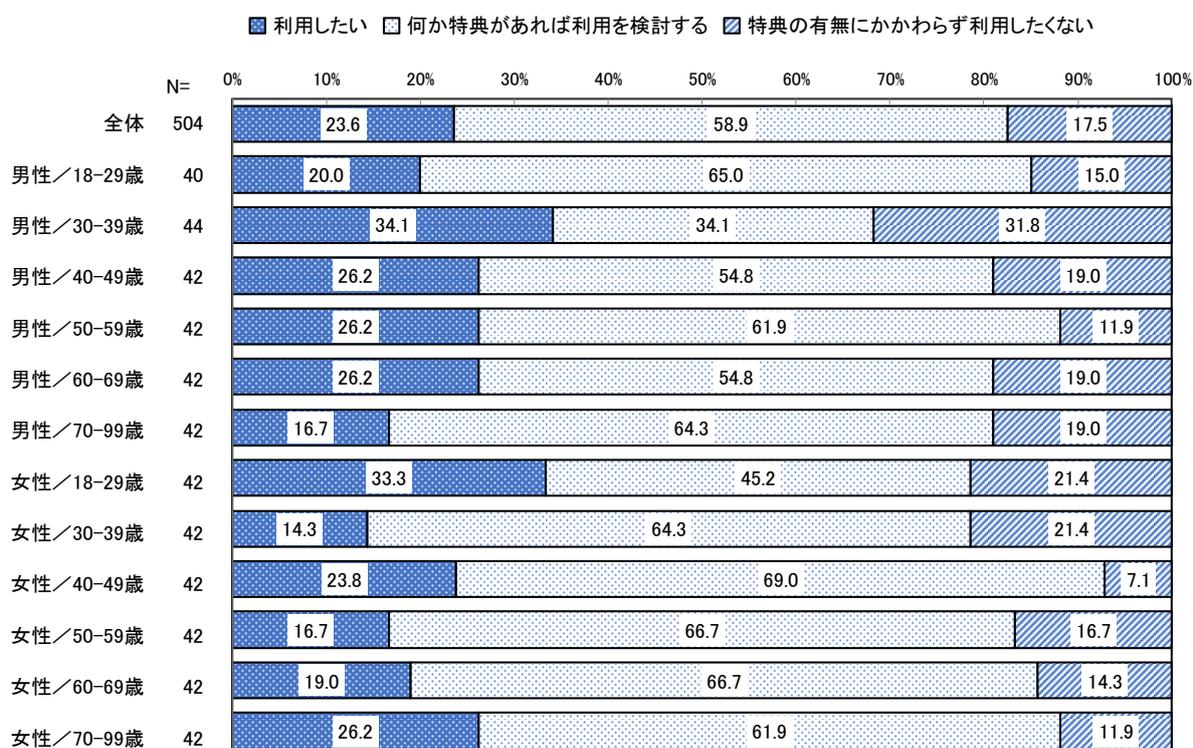
問 15 練馬区が独自のデジタル地域通貨アプリを作ったら利用したいと思いませんか。

※デジタル地域通貨アプリとは、限定した地域内の店舗等において、決済手段として利用できる電子（デジタル）の地域通貨（例：せたがや Pay、ハチペイ）。還元ポイントは区内対象店舗でのみ使用可能。

【最も当てはまるものを一つ選択】

練馬区が独自のデジタル地域通貨アプリを作ったら利用したいと思うかについて、全体では、「何か特典があれば利用を検討する」が 58.9%と最も高く、次いで「利用したい」が 23.6%、「特典の有無にかかわらず利用したくない」が 17.5%となっている。

性年代別にみると、同率の場合も含めると、全ての性年代で「何か特典があれば利用を検討する」が最も高くなっている。

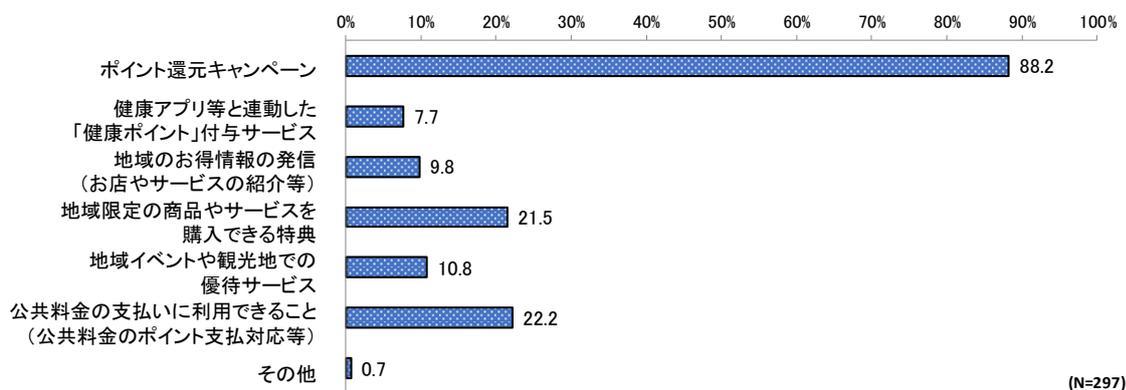


問 16 15で「2. 何か特典があれば利用を検討する」を選択した方に質問します。デジタル地域通貨にどのような特典があれば利用を検討しますか。

【当てはまるものを全て選択】

デジタル地域通貨にどのような特典があれば利用を検討するかについて、全体では、「ポイント還元キャンペーン」が88.2%と最も高く、次いで「公共料金の支払いに利用できること（公共料金のポイント支払対応等）」が22.2%、「地域限定の商品やサービスを購入できる特典」が21.5%となっている。

性年代別にみると、全ての性年代で「ポイント還元キャンペーン」が7割以上と最も高く、2位以下に大きく差をつけている。



(上段:件数、下段:%)

	全体	ポイント還元 キャンペーン	健康アプリ等と連動 した「健康ポイント」 付与サービス	健康アプリ等と連動 した「健康ポイント」 等	地域のお得情報の発信 （お店やサービスの紹介 等）	地域限定の商品や サービスを購入できる 特典	地域イベントや観光地 での優待サービス	公共料金の支払いに利 用できること （公共料金のポイント 支払対応等）	その他
全体	297	262	23	29	64	32	66	2	
	100.0	88.2	7.7	9.8	21.5	10.8	22.2	0.7	
性別 / 年齢	男性／18-29歳	26	25	5	3	7	10	7	0
		100.0	96.2	19.2	11.5	26.9	38.5	26.9	0.0
	男性／30-39歳	15	12	3	1	3	2	5	0
		100.0	80.0	20.0	6.7	20.0	13.3	33.3	0.0
	男性／40-49歳	23	22	2	2	1	2	3	0
		100.0	95.7	8.7	8.7	4.3	8.7	13.0	0.0
	男性／50-59歳	26	24	1	2	4	2	10	0
		100.0	92.3	3.8	7.7	15.4	7.7	38.5	0.0
	男性／60-69歳	23	21	0	1	6	2	6	0
		100.0	91.3	0.0	4.3	26.1	8.7	26.1	0.0
	男性／70-99歳	27	24	1	2	11	2	3	1
		100.0	88.9	3.7	7.4	40.7	7.4	11.1	3.7
女性／18-29歳	19	14	2	2	4	2	4	0	
	100.0	73.7	10.5	10.5	21.1	10.5	21.1	0.0	
女性／30-39歳	27	23	3	4	7	2	7	0	
	100.0	85.2	11.1	14.8	25.9	7.4	25.9	0.0	
女性／40-49歳	29	27	2	4	8	0	4	0	
	100.0	93.1	6.9	13.8	27.6	0.0	13.8	0.0	
女性／50-59歳	28	24	1	4	5	1	5	0	
	100.0	85.7	3.6	14.3	17.9	3.6	17.9	0.0	
女性／60-69歳	28	23	1	4	2	4	7	0	
	100.0	82.1	3.6	14.3	7.1	14.3	25.0	0.0	
女性／70-99歳	26	23	2	0	6	3	5	1	
	100.0	88.5	7.7	0.0	23.1	11.5	19.2	3.8	

IV アンケート分析結果

1. 参加店舗向けアンケートの分析結果

【キャンペーンの効果について】

● キャンペーンの利用状況

キャンペーンの効果について、PayPay 決済の利用の有無は、全体の 9 割以上の店舗で「利用があった」と回答している。(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 払いの割合が約 10 ポイント増えている (問 11)。

PayPay 決済の利用状況及び PayPay 払いの割合については、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。

ヒアリングにおいても、多くの店舗から「キャンペーン中に PayPay 払いが増えた」と回答があった。具体的には、「PayPay を利用する顧客が明らかに増え、金額にして通常時の約 2 倍に増えた。」「キャンペーンをきっかけに PayPay の利用を始めた高齢の顧客がいる。」等の声があがった。

● キャンペーン期間中の来客数

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 4 割半ばとなっている(問 10)。年代別では傾向に差がみられ、「30 代～50 代」では 4 割半ばとなったのに対し、「20 代以下」と「60 代以上」では 2 割台となり、相対的に「期間前と来客数は変わらなかった」の割合が高かった。

また、業種別でも傾向に差がみられ、飲食業、小売業では 5 割を超えている一方、サービス業では約 3 割、その他の業種は約 2 割となっている。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。

ヒアリングにおいても、複数店舗で「キャンペーン中に来店数が増加した」と回答があった。顧客の増加について、「キャンペーン対象店を探して来店された顧客がいた。」「区外、都外からの新規顧客が増加した。」「PayPay キャンペーン期間中だけでなく、キャンペーンのポイント還元後のタイミングでも新規顧客が増えた。」等があげられた。

● キャンペーン期間中の取引金額(売上)

キャンペーンの期間中と期間前との変化について、全体で 67.7%が「増加」と回答し、29.1%が「変わらない」と回答している。(問 13)。

また、業種別においては傾向に差がみられ、「増加」がサービス業とその他では 5 割台であり、飲食業と小売業では 7 割を超えている。

この結果から、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。

ヒアリングにおいても、キャンペーンの実施によって取引金額（売上）が増加したと回答があった。理由としては、新規顧客の増加に加え、「普段よりもワンランク上のメニューを選ぶ顧客もいた。」等、客単価の上昇による影響が複数の店舗で見受けられた。

【今後のキャンペーンについて】

今後、類似のキャンペーンを実施する場合の最も都合が良い実施方法については、全ての業種で「デジタル（ポイント等還元）のみで実施」が6割半を超え、最も高い割合を占めている（問21）。

一方で、練馬区専用の「デジタル地域通貨」を導入した場合の参加意向については、「手数料の負担がある場合は参加しない（手数料の負担がない場合は参加する）」が、全ての業種で6割前後と最も高くなっている（問22）。

これらの結果から、多くの店舗が、デジタルでのキャンペーン実施をポジティブに受け入れている状況がうかがえる。ただし、決済の手数料については、ネックとなっている可能性が高いことがわかる。

ヒアリングにおいても、デジタルでのキャンペーン実施を希望する声が多くあがった。理由としては、「紙の商品券は現金化や管理の手間が増える。」という意見が多かった。一方で、デジタルに慣れていない高齢者のために「紙からデジタルへの移行期間や、利用方法を教えるなどのサポートする仕組みもあわせて実施してほしい。」という声もあがった。

デジタル地域通貨については、手数料を懸念する声はいくつかあがった。具体的には、「PayPayより手数料が低かったり、キャッシュバックがあったり等、メリットがあるといい。」などの意見があった。

【キャンペーンの評価等】

キャンペーンの総合的な満足度については、いずれの業種もポジティブな評価（「非常に満足」「満足」の合計値）が5割半を超えており、飲食業と小売業では約7割となっている（問23）。一方で、その他の業種も含め、いずれの業種も「不満」「非常に不満」の合計値は5%前後と低くなっている。そのため、当キャンペーンは、全体的に各店舗の満足度が高い施策であったといえる。

ヒアリングにおいても、多くの店舗で満足度が高かった。理由として、「店側に負担がなく宣伝・集客効果がある点。」「20%と還元率が高いため、顧客が喜んでいる様子が見受けられた。」等の声があった。

また、「今後も継続的に実施してほしい。」など、次回の開催を望む声が多かった。

【その他】

キャンペーン期間に合わせた販売促進のための独自の新しい取組については、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、サービス業を除く全ての業種で「新しい取組を始めた」が 1 割を下回っている（問 16）。

ヒアリングにおいて、独自の取組を行った店舗に対して具体的な取組内容を問うと、キャンペーンに合わせた割引や PayPay クーポンによるポイント還元など、お得感を訴求する取組を行った店舗が複数見受けられた。「お得感を PR し、相乗効果を狙った。これにより新規顧客を獲得でき、売上向上につながった。」等の声があった。

2. 利用者向けアンケートの分析結果

【キャッシュレス決済の利用状況について】

キャッシュレス決済を利用し始めたきっかけについて、全体では、「自発的に」が6割強と最も高くなっている（問4）。一方で、「練馬区が実施したPayPayキャンペーン」は約1割となっており、性年代別では、男性30-39歳、女性18-29歳で2割を超えている。

キャンペーンをきっかけにキャッシュレス決済を始めた利用者が一定数いることから、当キャンペーンはキャッシュレス決済の普及についても効果があったことが考えられる。

【キャンペーンについて】

● キャンペーンの利用状況

キャンペーンの参加状況について、全体では、「参加していない」が約6割、「参加した」が約4割となっている（問7）。性年代別では傾向に差がみられ、男性70-99歳、女性60歳以上で「参加した」が3割前後と、他の性年代に比べて低くなっている。

キャッシュレス決済の利用状況は、70-99歳では、「現金利用」（「ほとんど現金」「現金の方が多」の合計値）が男性で3割近く、女性で約2割と他の年代に比べて高い（問1）。また、練馬区キャンペーンに参加しなかった理由について、男女ともに60歳以上で「PayPay以外の決済ツールを使用していた」が4割以上と、他の年代に比べて高くなっている（問9）。

これらの結果から、現金利用やPayPay以外の決済ツールの利用が多い高齢層で、キャンペーンの参加者が少なくなっていることが推察される。

● キャンペーンの効果

キャンペーン期間に普段と比べてより多く消費したかについて、全体では、「普段より多く消費した（10%～30%未満）」が4割半ばと最も高くなっている（問12）。また、キャンペーンをきっかけに消費行動の変化があったかについて、全体では、「キャッシュレス決済を利用する回数が増えた」が4割を超えている（問13）。

これらのことから、キャンペーンによって、参加者の消費金額とキャッシュレス決済回数ともに増加したことがいえ、キャンペーンが参加者の消費や、キャッシュレス決済の利用を促進したと考えられる。

● キャンペーンの課題点

練馬区キャンペーンに参加しなかった理由について、全体では、「キャンペーンの存在を知らなかった」が4割超と最も高くなっている（問9）。性年代別の傾向としては、男性50-59歳では6割強と、他の性年代に比べて高くなっている。

今後、キャンペーン参加者を増やしていくためには、キャンペーンの認知度向上が課題となっていくことが考えられる。

【今後の施策について】

練馬区専用の「デジタル地域通貨」を導入した場合の利用意向については、全ての性年代で「何か特典があれば利用を検討する」が最も高くなっている。(問15)。※ただし、男性／30-39歳は「利用したい」も同率で最も高い。

また、どのような特典があれば利用を検討するかについては、全体では「ポイント還元キャンペーン」が約9割と、他の選択肢と比べて圧倒的に高くなっている(問16)。

これらの結果から、練馬区専用の「デジタル地域通貨」の普及においては、ポイント還元キャンペーンの実施内容が大きく影響することが予想される。

V 資料

1. 参加店舗向けアンケート調査票

令和6年度練馬区 PayPay キャンペーンに関するアンケート

【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 PayPay 以外のキャッシュレス決済を導入・利用している場合、その種類をお教えてください。
「1.Q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~e より選択して○を付けてください。【1~5, a~e とともに、当てはまるものを全て選択】

1. Qコード決済・バーコード決済（PayPay 以外）
a. d払い b. auPAY c. 楽天PAY d. メルPAY e. 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（ ）

※以降の設問に出てくる「キャッシュレス決済」は、本問の選択肢 1~5 および PayPay を指します。

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。

【それぞれ当てはまるものを一つ選択】

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

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6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】

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

問 13 キャンペーン期間中（令和 6 年 6～7 月）は、キャンペーン期間前（令和 6 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 6 年 8 月以降（見込み））は、キャンペーン期間中（令和 6 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 6 年 6～7 月）の顧客動向の変化について、最も当てはまるものを教えてください。【当てはまるものを一つ選択】

- | | |
|------------------------|------------------|
| 1. 新規顧客の増加 | 2. 既存の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. 固定客の増加 |
| 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 キーボードの活用 | 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 6 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 |

問 22 今後、練馬区専用の「デジタル地域通貨」を導入（※）した場合に参加しますか。

【当てはまるものを一つ選択】

- | |
|--|
| 1. 参加する（手数料負担あり） |
| 2. 手数料の負担がある場合は参加しない（手数料の負担がない場合は参加する） |
| 3. 参加しない |

※ 導入形態は、QRコード決済等の導入経費の負担がないものとし、手数料は、取引金額の2%～2.5%程度（PayPay、d払い、auペイ、楽天ペイ等と同程度）と仮定します。

【キャンペーンの評価等】

問 23 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 24 キャンペーン期間中（令和6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 25 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】

--

【ご回答者情報】

貴店名（貴社名）	
ご回答者 部署・役職名	
ご回答者 氏名	
電話番号	
メールアドレス	

～ご協力ありがとうございました。～

2. 利用者向けアンケート調査票

【スクリーニング】

アンケート画面開始

Page 1

SC1
あなたの性別をお知らせください。

1 男性
2 女性

次へ

0 50 100(%)

改ページ

Page 2

SC2
あなたの年齢をお知らせください。

歳

次へ

0 50 100(%)

改ページ

Page 3

SC3
あなたのお住まいの地域をお知らせください。

▼

次へ

0 50 100(%)

改ページ

Page 4

SC4
あなたのお住まい(市区町村)をお知らせください。

※SC3 で回答の都道府県に応じ、市町村名を表示（表記略）

次へ

0 50 100(%)

改ページ

※Page5 はシステム設定上の設問となり、調査内容とは関係ないため省略

Page 6

Q1
普通の支払いはキャッシュレス決済と現金どちらの利用が多いですか。

1 現金のみ
2 ほとんど現金
3 現金の方が多い
4 現金とキャッシュレス決済半々
5 キャッシュレス決済の方が多い
6 キャッシュレス決済のみ(念のため現金は持ち歩くことが多い)
7 キャッシュレス決済のみ(ほとんどいつも現金は持ち歩かない)

次へ

0 50 100(%)

改ページ

Page 7

Q2
キャッシュレス決済のうち利用している種別をお答えください。(いくつでも)

1 QRコード決済・バーコード決済(例:PayPay、d払い等)
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

次へ

0 50 100(%)

【本調査】

アンケート画面開始

Page 1

Q3
 Q2で「QRコード決済・バーコード決済」を選択した方に質問します。
 QRコード決済・バーコード決済のうち、利用している種別および最も利用頻度が高い種別をお答えください。

	1	2
	利 用 し て い る 種 別	最 も 利 用 頻 度 が 高 い 種 別
PayPay	1 <input type="checkbox"/>	1 <input type="radio"/>
d払い	2 <input type="checkbox"/>	2 <input type="radio"/>
auPAY	3 <input type="checkbox"/>	3 <input type="radio"/>
楽天ペイ	4 <input type="checkbox"/>	4 <input type="radio"/>
メルペイ	5 <input type="checkbox"/>	5 <input type="radio"/>
その他 <input style="width: 80px;" type="text"/>	6 <input type="checkbox"/>	6 <input type="radio"/>

次へ

Page 2

Q4
 キャッシュレス決済を利用し始めたきっかけは何ですか。

1 練馬区が実施したPayPayキャンペーン

2 練馬区以外の自治体・国等が実施したキャンペーン(マイナポイント事業等)

3 民間事業者が実施したキャンペーン

4 自発的に

5 その他

次へ

改ページ

Q5

キャッシュレス決済に対するあなたの考えをお答えください。(いくつでも)

- 1 支払い手続きが簡単・迅速である
- 2 割引やポイントなどの特典がある
- 3 非接触なので衛生的である
- 4 現金を持ち歩かなくてよいことが便利
- 5 支払履歴がわかり、支出状況を管理しやすい
- 6 使い方がよくわからないことがある
- 7 セキュリティ面(不正利用等)が不安である
- 8 お金を使っている感覚がせず、使いすぎてしまう
- 9 チャージや残高確認の操作が面倒
- 10 その他

次へ

0 50 100(%)

改ページ

Q6

店舗を選択する際に、その店舗がキャッシュレス決済に対応しているかどうかの影響していますか。

- 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

次へ

0 50 100(%)

改ページ

Q7

練馬区が過去に実施したキャッシュレス決済ポイント還元キャンペーン※(以下「練馬区キャンペーン」という。)に参加しましたか。

※区内対象店舗にて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、決済額の最大20%のPayPayポイントが付与されるキャンペーン

- 1 参加した
- 2 参加していない

次へ

0 50 100(%)

改ページ

Q8

Q7で「参加した」を選択した方に質問します。

練馬区キャンペーン実施を以下のどの媒体で知りましたか。

- 1 紙媒体の区報(『ねりま区報』)
- 2 区のホームページ
- 3 区のSNS
- 4 PayPayサイトまたはアプリ
- 5 駅中広告
- 6 お店のポスター
- 7 その他

次へ

0 50 100(%)

改ページ

Q9

Q7で「参加していない」を選択した方に質問します。

練馬区キャンペーンに参加しなかった理由は何ですか。(いくつでも)

- 1 まだキャッシュレス決済を利用していなかった
- 2 PayPay以外の決済ツールを使用していた
- 3 利用したいお店や商品がキャンペーンの対象ではなかった
- 4 ポイント還元率・上限額が低く魅力的でなかった
- 5 対象店舗の確認方法がわからなかった(わかりにくかった)
- 6 利用の手続きが面倒だった
- 7 キャンペーンの内容を知らなかった
- 8 その他

次へ

0 50 100(%)

改ページ

Q10

Q7で「参加した」を選択した方に質問します。

練馬区キャンペーンに参加して、生活への負担が軽減したと感じましたか。

- 1 そう思う
- 2 どちらかといえばそう思う
- 3 どちらともいえない
- 4 どちらかといえばそう思わない
- 5 そう思わない

次へ

0 50 100(%)

改ページ

Q11

Q7で「参加した」を選択した方に質問します。

練馬区キャンペーンでは、主にどのような買い物で利用しましたか。

- 1 食料品・日用品など日常生活に必要なもの
- 2 以前から購入を検討しており、キャンペーンをきっかけに購入したもの
- 3 いつもより少し贅沢な買い物、飲食
- 4 その他

次へ

0 50 100(%)

改ページ

Q12

Q7で「参加した」を選択した方に質問します。

練馬区キャンペーン期間は、普段と比べて、より多く消費しましたか。

- 1 普段よりかなり多く消費した(30%以上)
- 2 普段より多く消費した(10%~30%未満)
- 3 普段と同じ程度の消費だった
- 4 普段より少ない消費だった

次へ

0 50 100(%)

改ページ

Q13

Q7で「参加した」を選択した方に質問します。

練馬区キャンペーンをきっかけに、消費行動の変化がありましたか。(いくつでも)

- 1 キャッシュレス決済を利用する回数が増えた
- 2 キャッシュレス決済で購入する商品の単価が上がった
- 3 練馬区内の店舗で買い物をするようになった(頻度が上がった)
- 4 変化はない
- 5 その他

次へ

0 50 100(%)

Q14

今後ポイント等還元事業を実施する場合、デジタルと紙のどちらを希望しますか。

- 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

次へ

0 50 100(%)

改ページ

Q15

練馬区が独自のデジタル地域通貨アプリ※を作ったら利用したいと思いますか。

※限定した地域内の店舗等において、決済手段として利用できる電子(デジタル)の地域通貨(例:せたがやPay、ハチペイ)。還元ポイント分は区内対象店舗でのみ使用可能。

例 せたがやPay(世田谷区):<https://setagayapay.com/>

ハチペイ(渋谷区):<https://www.hachi-pay.tokyo/>

- 1 利用したい
- 2 何か特典があれば利用を検討する
- 3 特典の有無にかかわらず利用したくない

次へ

0 50 100(%)

改ページ

Q16

Q15で「何か特典があれば利用を検討する」を選択した方に質問します。
デジタル地域通貨にどのような特典があれば利用を検討しますか。(いくつでも)

- 1 ポイント還元キャンペーン
- 2 健康アプリ等と運動した「健康ポイント(※)」付与サービス
- 3 地域のお得情報の発信(お店やサービスの紹介等)
- 4 地域限定の商品やサービスを購入できる特典
- 5 地域イベントや観光地での優待サービス
- 6 公共料金の支払いに利用できること(公共料金のポイント支払対応等)
- 7 その他

※「健康ポイント」は、住民の健康増進を目的として自治体が提供する制度です。歩数の記録や健康診断の受診など、健康的な行動を行うことでポイントが付与され、さまざまな特典と交換することができます。デジタル地域通貨との連携では、付与された健康ポイントを地域通貨に変換し、地域の加盟店舗で商品やサービスの購入に利用できる仕組みなどがあります。

送信

0 50 100(%)

(3) 貴店でキャッシュレス決済を導入したことによるメリット・デメリットについてご教示ください。

メリット (参考: アンケート問 19)

(例えば、顧客や売上・客単価の増加、会計・売上管理の簡略化、顧客満足度アップ等)

デメリット (参考: アンケート問 20)

(例えば、決済手数料、決済処理・会計・返品処理の手間、顧客対応の手間、不正利用の対策等)

練馬区 PayPay キャンペーンについて

(4) キャンペーン期間中の顧客動向についてお伺いします。(アンケート問 15 の回答を参照し深堀)

●顧客からの練馬区 PayPay キャンペーンに対する反応はどのようなものだったかご教示ください。

(例: 顧客からのキャンペーンに対する感想や質問があったか。客層にどのような変化があったか。新規顧客は増えたか。練馬区外からの顧客は増えたか 等)

●過去の練馬区 PayPay キャンペーン(1回目～3回目)に参加したことがありますか。

練馬区キャンペーン実施期間(全 4 回)

- 1 回目: 2021年(令和3年)12月1日～12月31日
- 2 回目: 2022年(令和4年)11月1日～12月31日
- 3 回目: 2023年(令和5年)6月1日～7月31日
- 4 回目: 2024年(令和6年)6月1日～7月31日

1. はい

2. いいえ

過去の練馬区 PayPay キャンペーンに参加したことがある方に質問です。

1～4回目それぞれのキャンペーンにおいて、顧客動向に違いはありましたか。ある場合は、その内容を具体的に教えてください。

(例:1 回目よりも 4 回目のほうが顧客のキャンペーンに対する理解度が高かった。新規顧客・リピート顧客や顧客の年齢層、顧客単価等がどのように変化したか 等を掘り下げ)

--

(5) 練馬区キャンペーン期間に合わせて、販売促進のために始めた独自の新しい取組についてお伺いします。

(アンケート問 17 の回答を参照し深堀)

●今回の練馬区キャンペーン期間に、販売促進のために新しい取組を始めましたか。

(アンケート問 16 の回答を改めて確認)

1. はい	2. いいえ
-------	--------

●(「1.はい」と答えた場合)練馬区キャンペーン後も独自の取組を継続していますか。

また、その独自の取組を通じて、何か効果を実感していますか。効果を感じている場合は、どんな効果があったか教えてください。

取組の継続状況

1. はい	2. いいえ
-------	--------

取組の効果(例えば、新規顧客・リピート顧客の獲得、売上や客単価の増加、認知度アップ等)

--

●(「2.いはい」と答えた場合)取組をしなかった理由や課題感、今後の展望についてご教えてください。

理由・課題の例:人員不足や費用対効果への懸念などが要因で実施しなかった。過去に独自の取組を行ったことがあるが成果がみられなかった 等

今後の展望の例:今後取組を行う可能性があるか。どのような条件が整えば取り組むか(自治体からサポートすべきことがあるか)等

--

(6) 今後の施策についてお伺いします。(アンケート問 21 の回答を参照し深堀)

●今後、練馬区に対して実施してほしい施策等のご要望はありますか。貴店からの直接のご要望だけでなく、顧客からあがってくる要望などもあればご教示ください。

(例:紙の商品券とデジタルのポイント還元キャンペーンのどちらがよいか、他の自治体で導入されているデジタル地域通貨※に関する意見 等を掘り下げ)

※デジタル地域通貨の例:せたがや Pay(世田谷区)、ハチペイ(渋谷区)等)

貴店の意見・要望

顧客からの意見・要望

●練馬区 PayPay キャンペーンやその他の区の施策に対して、ご負担になっていることがあればご教示ください。貴店の業務に対して生じる問題や、顧客からの問い合わせ等で多い事項など、幅広くご教示いただけますと幸いです。

(例:決済処理・会計・返品処理の手間、不正利用の対策、顧客からキャンペーンやキャッシュレス決済について質問を受けることが手間 等)

●貴店はプレミアム付き商品券の取扱店ですか。

1. はい 2. いいえ

(プレミアム付き商品券取扱店の場合)プレミアム商品券と PayPay キャンペーンを比較すると、売上や顧客獲得などの効果、顧客の年齢層、顧客からの反応など、何か違いはありましたか。

違いがある場合は、その具体的な内容をご教示ください。

～ 調査項目は以上です。お忙しい中ご協力いただき、誠にありがとうございました。～