

令和7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8年2月

## 目次

<b>I 調査概要</b> .....	<b>1</b>
1. 調査の目的 .....	1
2. 調査対象 .....	1
3. 有効回答件数・回答率 .....	1
4. 調査の方法 .....	2
5. 調査の期間 .....	2
6. 調査実施機関 .....	2
7. 調査項目 .....	3
8. 調査報告書の読み方及び注意事項 .....	3
<b>II 参加店舗向けアンケート調査結果</b> .....	<b>4</b>
1. 基本情報 .....	4
2. キャンペーンの効果 .....	10
3. キャンペーンの評価等 .....	19
4. 今後の消費喚起キャンペーンについて .....	24
5. 設問間クロス分析 .....	30
<b>III 利用者向けアンケート分析結果</b> .....	<b>36</b>
1. キャッシュレス決済利用状況 .....	36
2. キャンペーンについて .....	43
3. 今後の施策について .....	50
<b>IV アンケート分析結果</b> .....	<b>55</b>
1. 参加店舗向けアンケートの分析結果 .....	55
2. 利用者向けアンケートの分析結果 .....	57
<b>V 資料</b> .....	<b>59</b>
1. 参加店舗向けアンケート調査票 .....	59
2. 利用者向けアンケート調査票 .....	63

# 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PayPayポイントを付与する、「練馬区内のお店でお買い物！最大10%戻ってくるキャンペーン！」を令和7年7月1日から8月10日まで実施した。

本調査は、当該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及び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7年度「練馬区内のお店でお買い物！最大10%戻ってくるキャンペーン！」に参加した区内事業者（6,425社）のうち、店舗情報を公開している4,431社

### 【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・回答率

### 【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	1,519件	1,395件	1,173件	344件	4,431件
有効回答件数	312件 (205件)	267件 (171件)	316件 (210件)	93件 (68件)	988件 (654件)
回答率	20.5%	19.1%	26.9%	27.0%	22.3%

※1 有効回答件数の下段（ ）カッコ内は、WEBでの回答件数。

※2 各店舗の業種について、詳細は下記のとおり。

サービス業	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	飲食店・喫茶店、居酒屋など
小売業	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	施術所、スクール、娯楽など

#### 【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	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%
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】

調査対象事業者に対して郵送及び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を発送し、回答率の向上を図った。

#### 【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11月7日～11月28日

#### 【利用者向けアンケート】

令和7年12月1日～令和8年1月5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
- キャンペーンの評価等
- 今後の消費喚起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**

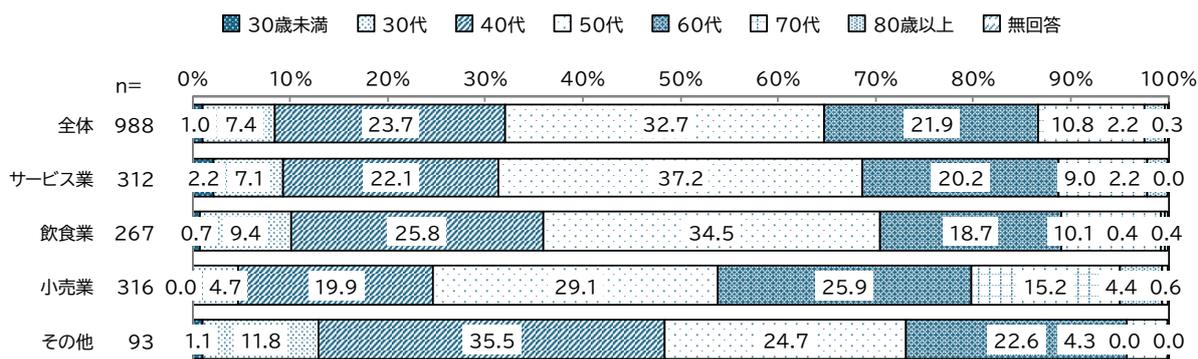
- 図表中の割合は、小数第2位を四捨五入している。
- 複数回答の設問は、回答が2つ以上となることがあるため、合計は100%を超えることがある。
- 図表中の「n」は回答件数の総数を指す。
- 回答数10件以下の場合は、誤差の影響が大きくなることから、原則として本文中の分析コメントは記載しない。
- 集計表は、最も割合が高い項目を■に、2番目に高い項目を■に色付けた。
- 本調査におけるキャッシュレス決済等の定義は下記のとおり。  
「キャッシュレス決済」  
QRコード決済・バーコード決済、クレジットカード、交通系電子マネー、流通系電子マネー等を含む全てのキャッシュレス決済が該当

## II 参加店舗向けアンケート調査結果

### 1. 基本情報

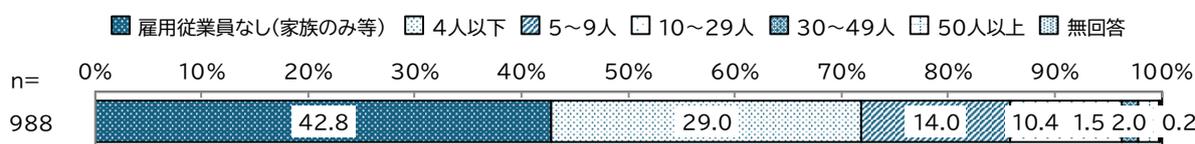
問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。  
【当てはまるものを一つ選択】

経営者（店長）の年代について、「50代」が32.7%で最も高く、次いで「40代」が23.7%、「60代」が21.9%となった。



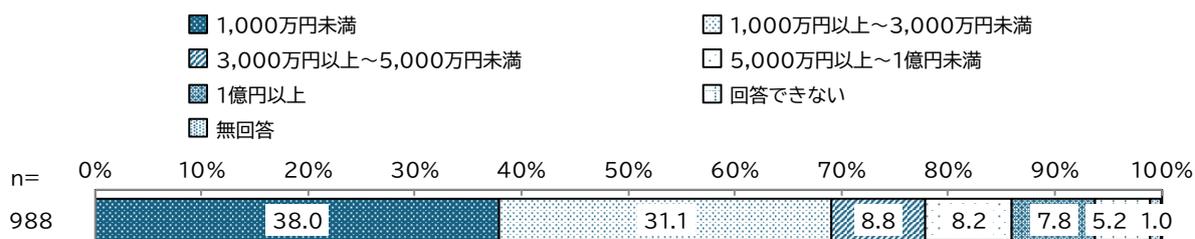
問2 あなたの店舗（会社）の従業員数をお教えてください。  
【当てはまるものを一つ選択】

従業員数について、「雇用従業員なし(家族のみ等)」が42.8%で最も高く、次いで「4人以下」が29.0%、「5～9人」が14.0%となった。



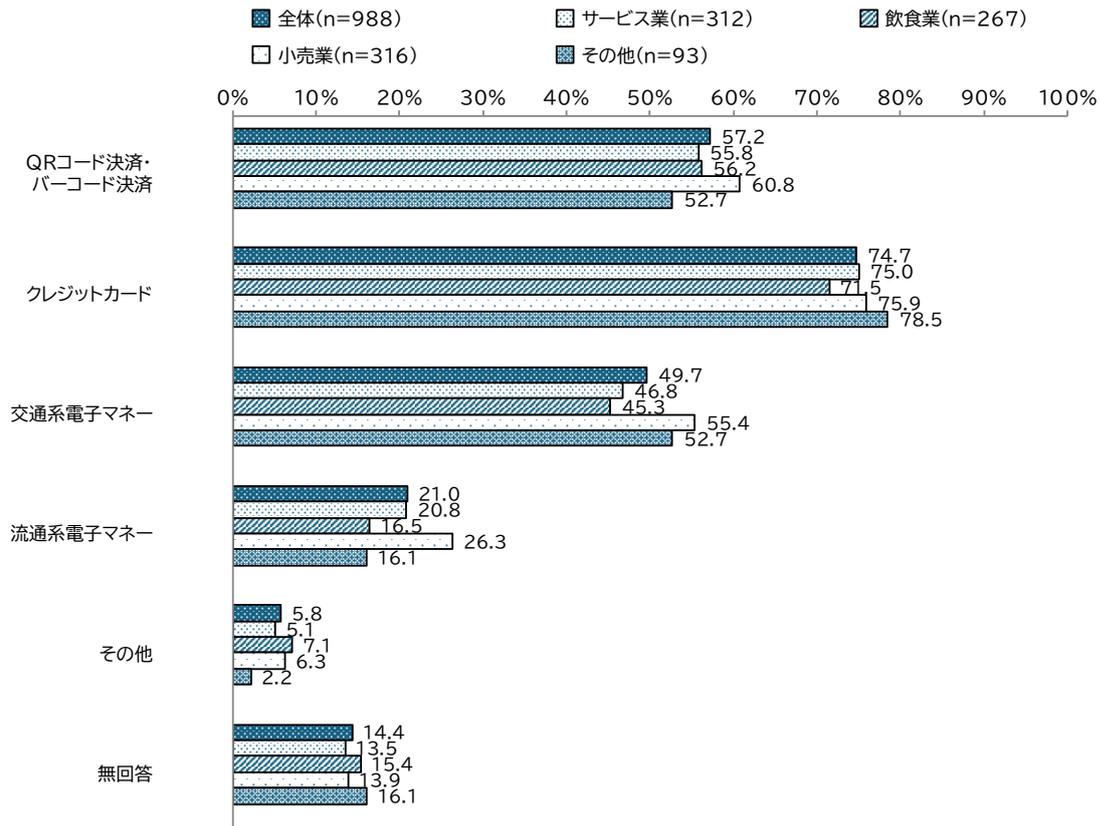
問3 あなたの店舗（会社）の年間の売上規模をお教えてください。  
【当てはまるものを一つ選択】

売上規模について、「1,000万円未満」が38.0%で最も高く、次いで「1,000万円以上～3,000万円未満」が31.1%、「3,000万円以上～5,000万円未満」が8.8%となった。



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。  
【当てはまるものを全て選択】

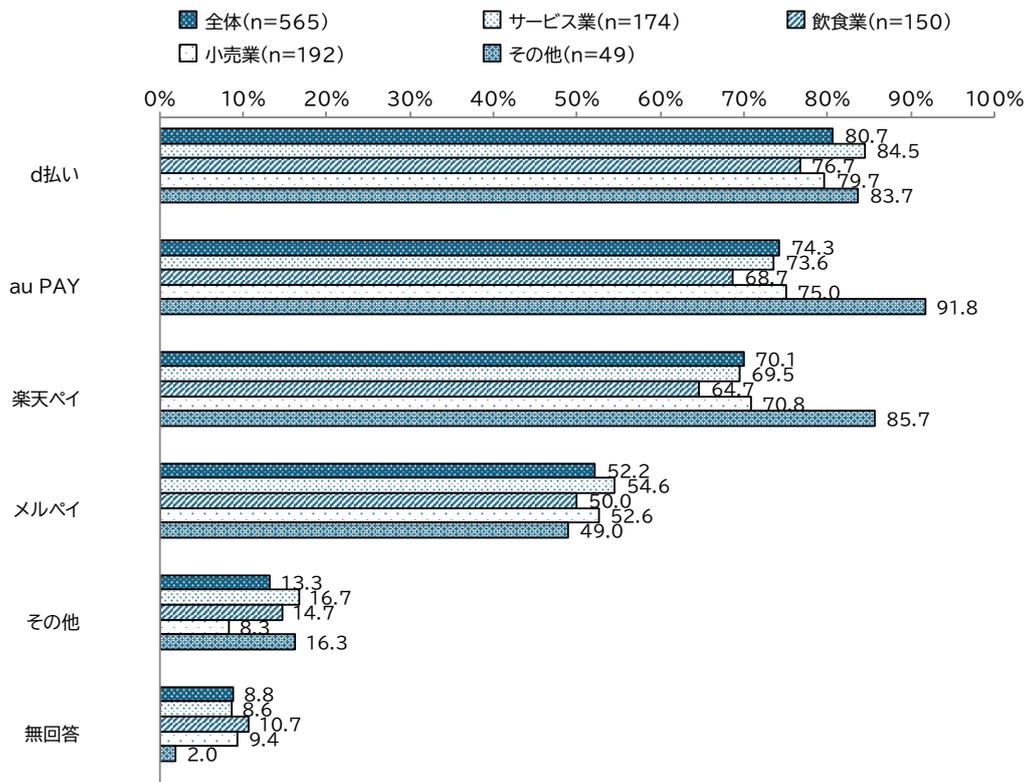
店舗で導入しているPayPay以外のキャッシュレス決済について、「クレジットカード」が74.7%で最も高く、次いで「QRコード決済・バーコード決済」が57.2%、「交通系電子マネー」が49.7%となった。  
業種別に大きな差はみられなかった。



問4-1 「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、該当のキャリアを選択して○を付けてください。

【当てはまるものを全て選択】

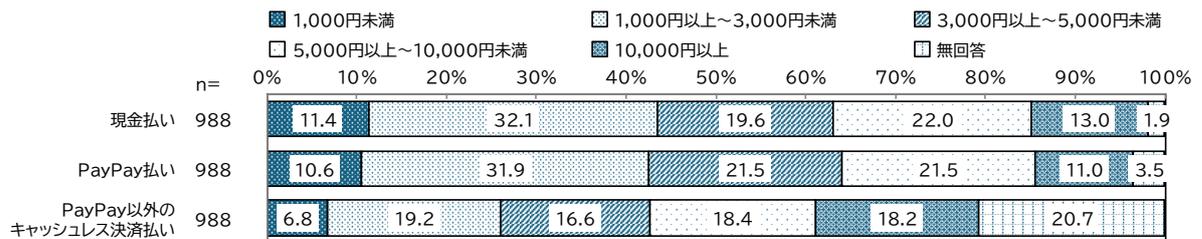
店舗で導入しているPayPay以外のQRコード決済・バーコード決済のキャリアについて、「d払い」が80.7%で最も高く、次いで「au PAY」が74.3%、「楽天ペイ」が70.1%となった。



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】

決済方法別の平均的な顧客単価について、「現金払い」および「PayPay払い」においては傾向の差はみられなかった。

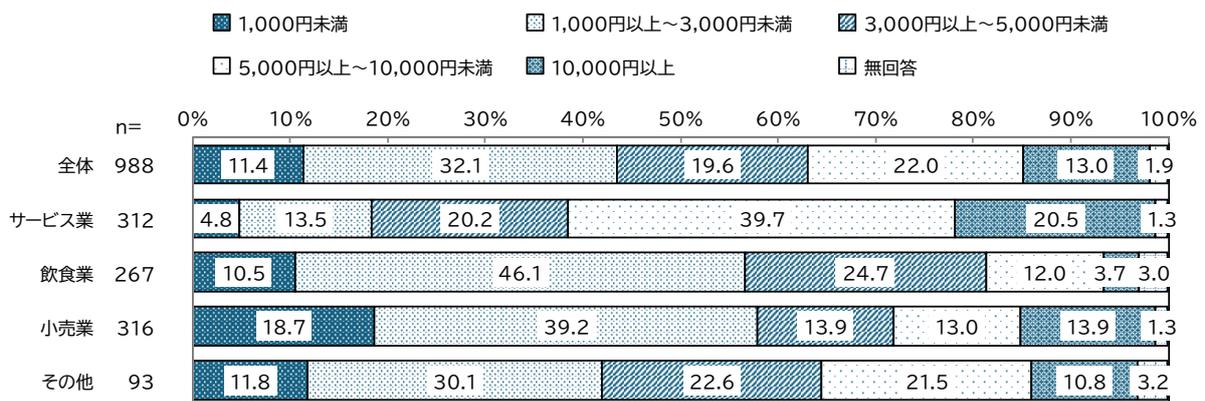
「PayPay以外のキャッシュレス決済払い」に関しては、「無回答」の割合が高く、PayPay以外のキャッシュレス決済の利用者が少ない可能性がうかがえる。また、「無回答」を除くと、「10,000円以上」の割合がやや高くなっている。



### 【現金払い・業種別】

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32.1%で最も高く、次いで「5,000円以上～10,000円未満」が22.0%、「3,000円以上～5,000円未満」が19.6%となった。

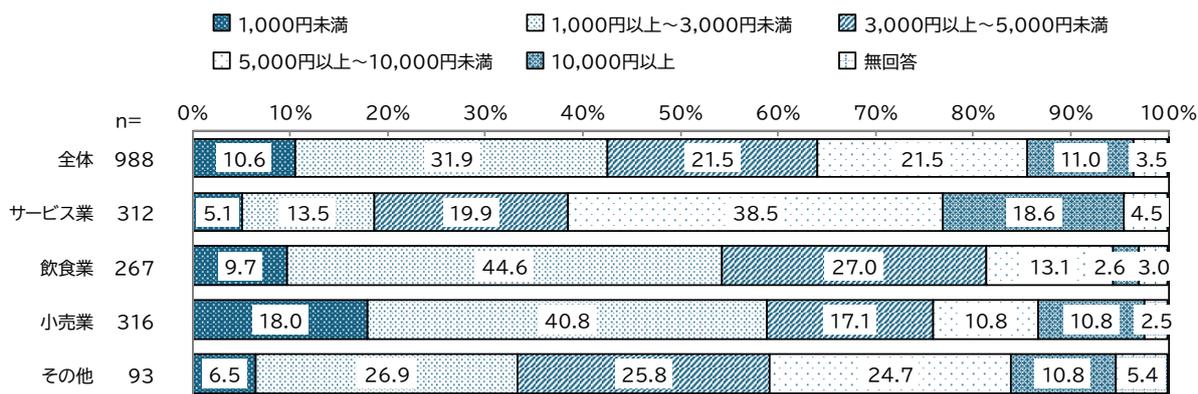
業種別にみると、サービス業は5,000円以上の割合が6割強となり、他の業種に比べて高くなっている。飲食業および小売業は3,000円未満が5割半ばとなっている。



### 【PayPay払い・業種別】

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31.9%で最も高く、次いで「3,000円以上～5,000円未満」および「5,000円以上～10,000円未満」が同率で21.5%となった。

業種別にみると、サービス業は5,000円以上の割合が6割弱となり、他の業種に比べて高くなっている。飲食業および小売業は3,000円未満が5割を超えている。

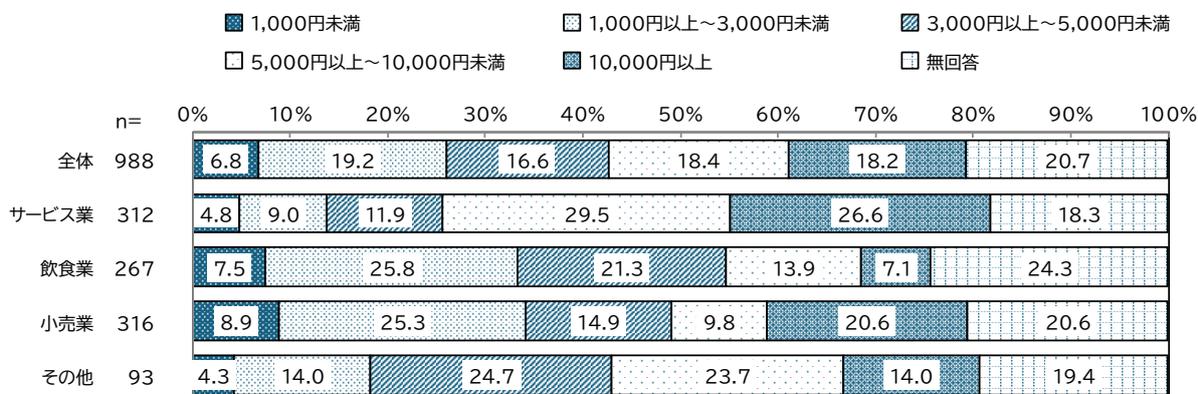


### 【PayPay以外のキャッシュレス決済払い・業種別】

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19.2%で最も高く、次いで「5,000円以上～10,000円未満」が18.4%、「10,000円以上」が18.2%となった。

また、「無回答」が20.7%のため、PayPay以外のキャッシュレス決済払いについては利用が少ない傾向がうかがえる。

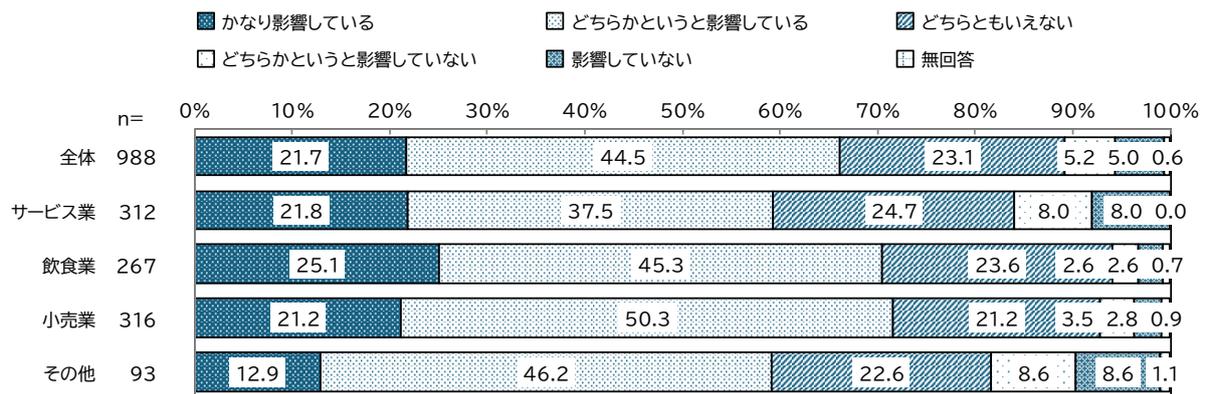
業種別にみると、サービス業は5,000円以上の割合が5割半ばとなり、他の業種に比べて顧客単価が高くなっている。飲食業は5,000円未満が5割半ば、小売業は5,000円未満が5割弱となった。



問6 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店舗選択への影響について、全体では、「どちらか」というと影響している」が44.5%で最も高く、次いで「どちらともいえない」が23.1%、「かなり影響している」が21.7%となった。

業種別にみると、飲食業および小売業では、『影響している（かなり影響している＋どちらかというと影響している）』が7割強、サービス業およびその他では6割弱となり、約10ポイントの差が出ている。



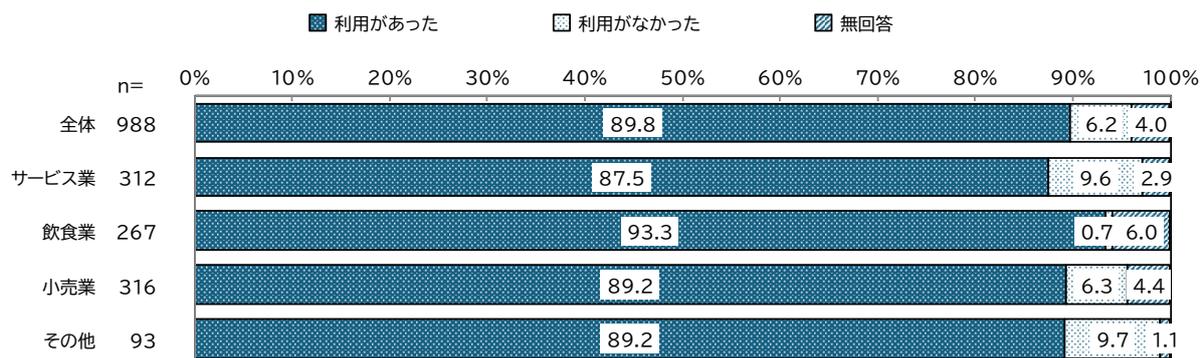
## 2. キャンペーンの効果

問7 あなたの店舗（会社）ではキャンペーン期間中（令和7年7月1日～8月10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】

キャンペーン期間中（令和7年7月1日～8月10日）のPayPay利用について、全体では、「利用があった」が89.8%で、「利用がなかった」が6.2%となった。

業種別では、いずれの業種も「利用があった」が9割前後となっている。



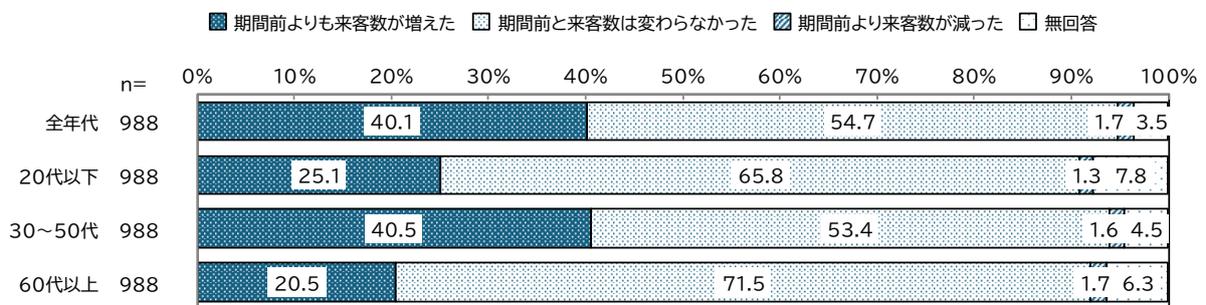
問8 あなたの店舗（会社）におけるキャンペーン期間中（令和7年7月1日～8月10日）の来客数の増減と、それぞれの年代別の来客数の増減をご回答ください。【それぞれ当てはまるものを一つ選択】

キャンペーン期間中（令和7年7月1日～8月10日）の来客数の増減について、全体では、「期間前と来客数は変わらなかった」が54.7%で最も高く、次いで「期間前よりも来客数が増えた」が40.1%、「期間前より来客数が減った」が1.7%となった。

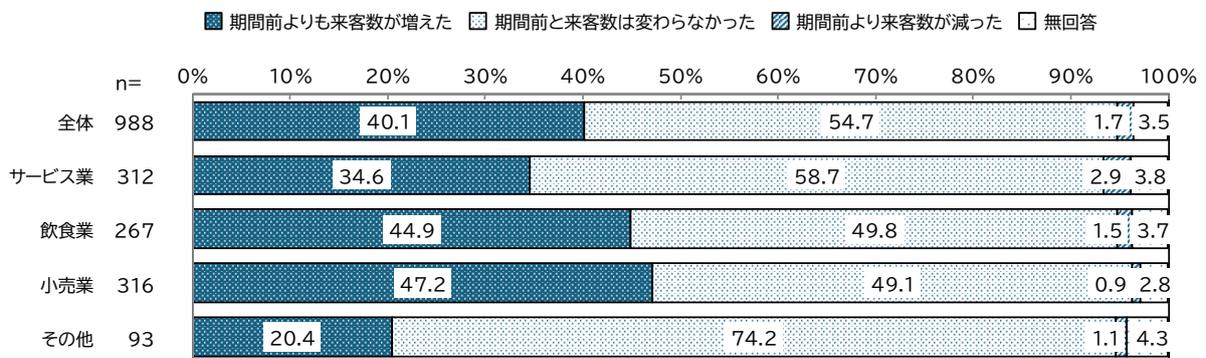
年代別にみると、30～50代は、「期間前よりも来客数が増えた」割合が約4割で、20代以下および60代以上に比べて高くなっている。

業種別にみると、飲食業および小売業は、「期間前よりも来客数が増えた」割合が4割を超え、サービス業およびその他に比べて高くなっている。

### 【年代別】



### 【業種別（全年代）】



問9 問8でひとつでも「3. 期間前より来客数が減った」を選択した方にお聞きします。  
期間前より来客数が減ったことについて、考えられる要因を教えてください。【自由意見】

キャンペーン期間中に来客数が減った要因について尋ねたところ、20件の回答が得られた。以下に全件を掲載する。

※ 「特になし」に類する回答は、回答数のカウントから除外している。

#### 【天候（猛暑）】

- 暑い時の外出はひかえているため
- 猛暑で人が出ないのが原因とも思われるが、うちの仕事は必要な人だけしか来ないので需要がなかった
- 猛暑が来客数に影響を与える
- 暑い日が続き、来店が少なくなった
- 酷暑により来客の減少が著しかった
- 偶然か、暑すぎたため
- 天候の影響

#### 【ポイント還元率の低さ】

- 最大10%では弱かったのではないか
- 割引率が下がった

#### 【景気状況】

- 同業が増えた
- 商店街自体の通行者が減っている
- 不景気
- 物価高
- 物価高で使えるお金が減っていることで、消費を抑えているように感じる

#### 【その他（また、複数の要因が記載されているもの）】

- 酷暑とコマーシャル不足
- 収入減・物価高・天候不順
- 特定の年代の顧客が少ない店舗のため
- 今年は（お店の）夏休みを昨年より多くしたため
- 7月は店舗を閉店している時期があった
- 営業時間を短縮したため

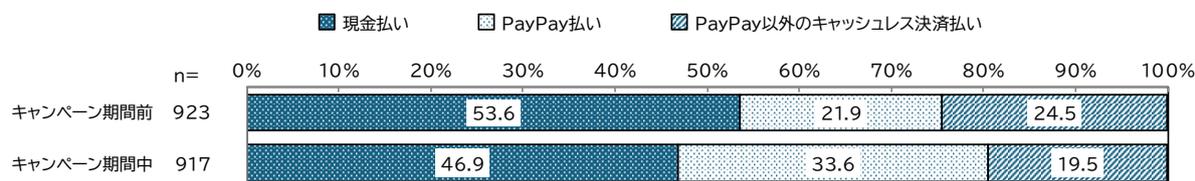
問10 あなたの店舗（会社）の売上金額に占める「現金払い」・「PayPay払い」・「PayPay以外のキャッシュレス決済払い」の割合についてお伺いします。売上金額全体を100%としたとき、それぞれの決済方法の金額の割合をご回答ください。回答は概算でもかまいませんので、合計が100%になるようにご記入をお願いいたします。【数値記入】

売上金額に占める各決済方法の金額の割合について、平均値を集計した。

キャンペーン期間前では、「現金払い」が53.6%で最も高く、次いで「PayPay以外のキャッシュレス決済払い」が24.5%、「PayPay払い」が21.9%となっている。

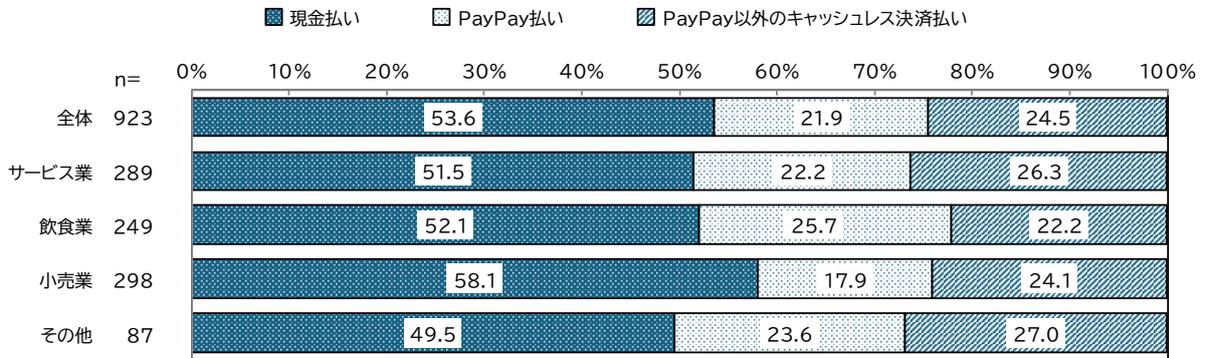
キャンペーン期間中では、「現金払い」が46.9%で最も高く、次いで「PayPay払い」が33.6%、「PayPay以外のキャッシュレス決済払い」が19.5%となった。

両者を比較すると、キャンペーン期間中は「PayPay払い」の割合が11.7ポイントと大きく伸びている。



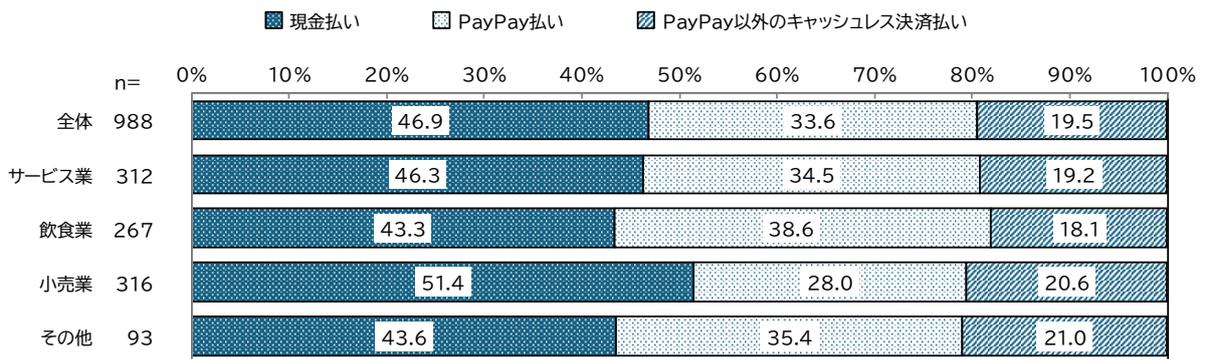
### 【キャンペーン期間前・業種別】

キャンペーン期間前の業種別の結果をみると、いずれの業種も「現金払い」が最も高く、その他の業種を除いて過半数を占めている。



### 【キャンペーン期間中・業種別】

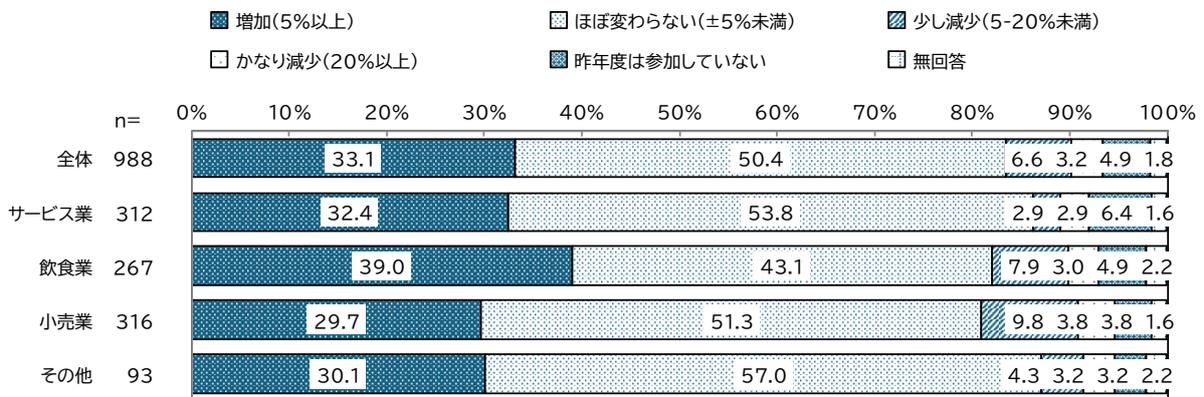
キャンペーン期間中の業種別の結果をみると、いずれの業種も「PayPay払い」の割合が、キャンペーン期間前よりも10ポイント以上増加している。



問11 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、キャンペーン期間中（令和7年7～8月）は、昨年度の区のキャンペーン（令和6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】

昨年度のキャンペーンと比較した、今回のキャンペーン期間中のPayPay決済売上の変化について、全体では、「ほぼ変わらない(±5%未満)」が50.4%で最も高く、次いで「増加(5%以上)」が33.1%、「少し減少(5-20%未満)」が6.6%となった。

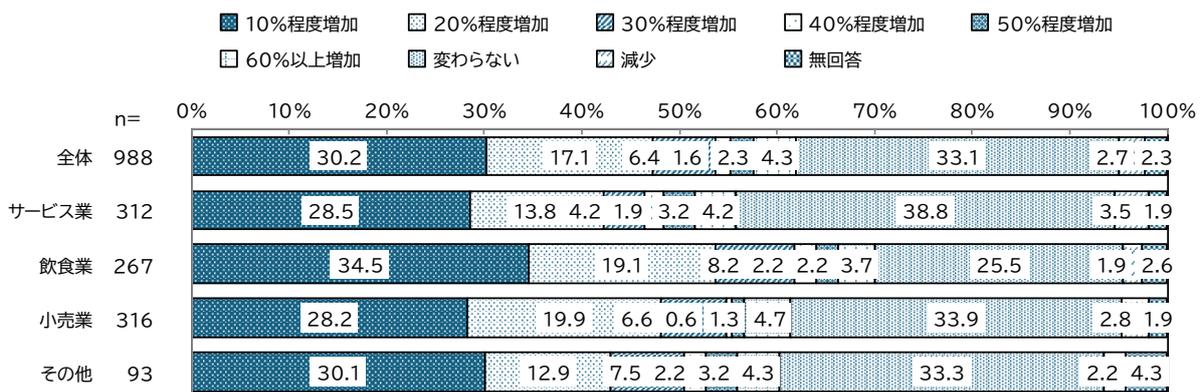
業種別にみると、「増加(5%以上)」が、飲食業で4割弱、サービス業・小売業・その他では3割前後となっている。



問12 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、キャンペーン期間中（令和7年7～8月）は、キャンペーン期間前（令和7年6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】

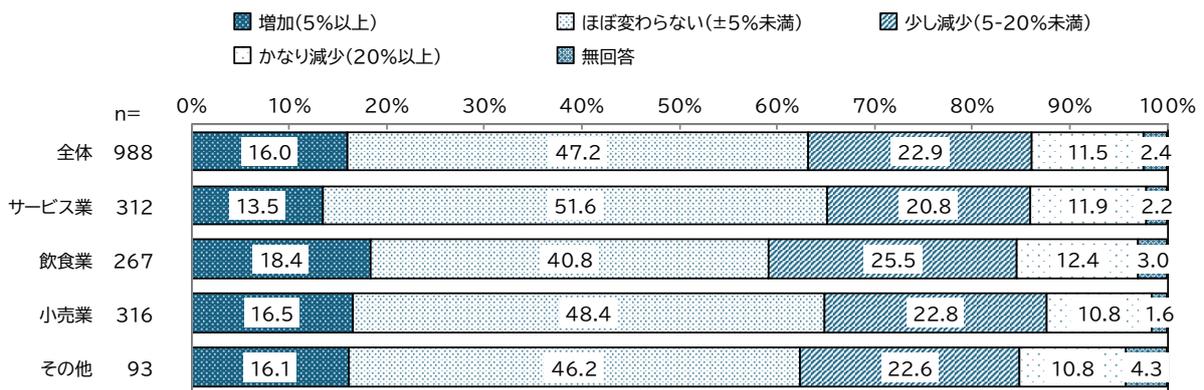
キャンペーン期間前と比較した期間中のPayPay決済売上の変化について、全体では、「変わらない」が33.1%で最も高く、次いで「10%程度増加」が30.2%、「20%程度増加」が17.1%となった。なお、『増加(10～60%以上増加の合算)』の割合は61.9%となっている。

業種別にみると、『増加(10～60%以上増加の合算)』の割合は、いずれの業種も5割を超えている。特に飲食業では7割弱で、他の業種と比べて高くなった。



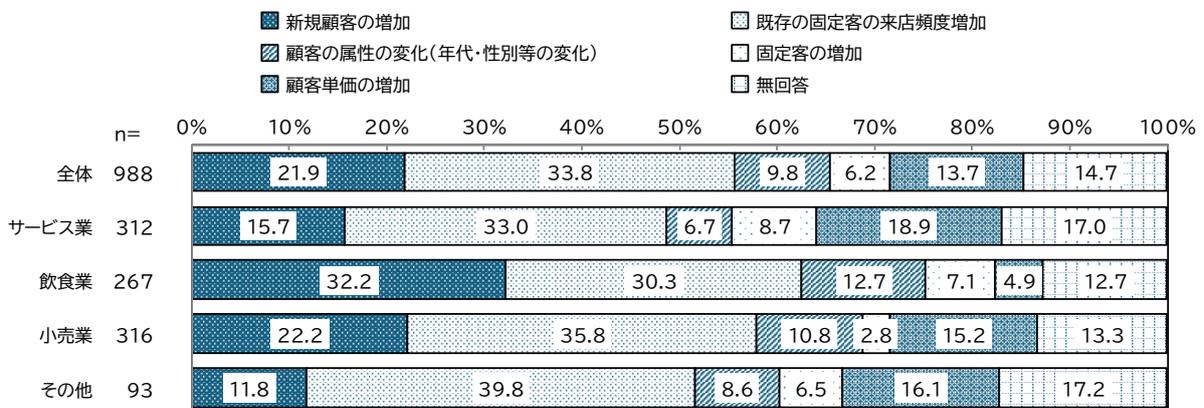
問13 あなたの店舗（会社）のPayPay決済の1か月あたりの取引金額（売上）について、キャンペーン期間後（令和7年9月以降（見込み））は、キャンペーン期間中（令和7年7月～8月）と比べてどう変化しましたか。  
【当てはまるものを一つ選択】

キャンペーン期間中と比較した期間後のPayPay決済売上の変化について、「ほぼ変わらない(±5%未満)」が47.2%で最も高く、次いで「少し減少(5-20%未満)」が22.9%、「増加(5%以上)」が16.0%となった。  
業種別では、全体的に傾向の差はみられない。



問14 キャンペーン期間前と比べて、キャンペーン期間中（令和7年7～8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】

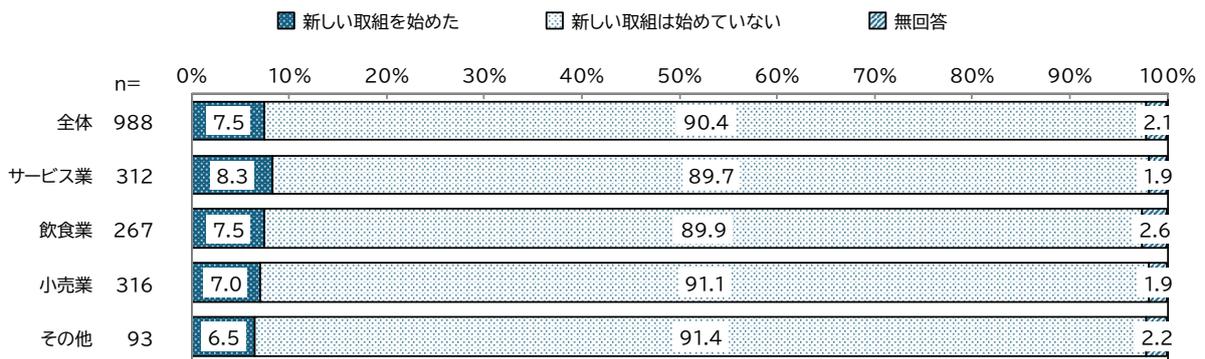
キャンペーン期間前と比較した期間中の顧客動向の変化について、「既存の固定客の来店頻度増加」が33.8%で最も高く、次いで「新規顧客の増加」が21.9%、「顧客単価の増加」が13.7%となった。  
業種別にみると、飲食業では「新規顧客の増加」が3割強で最も高くなっている。サービス業・小売業・その他では「既存の固定客の来店頻度増加」が最も高い。



問15 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】

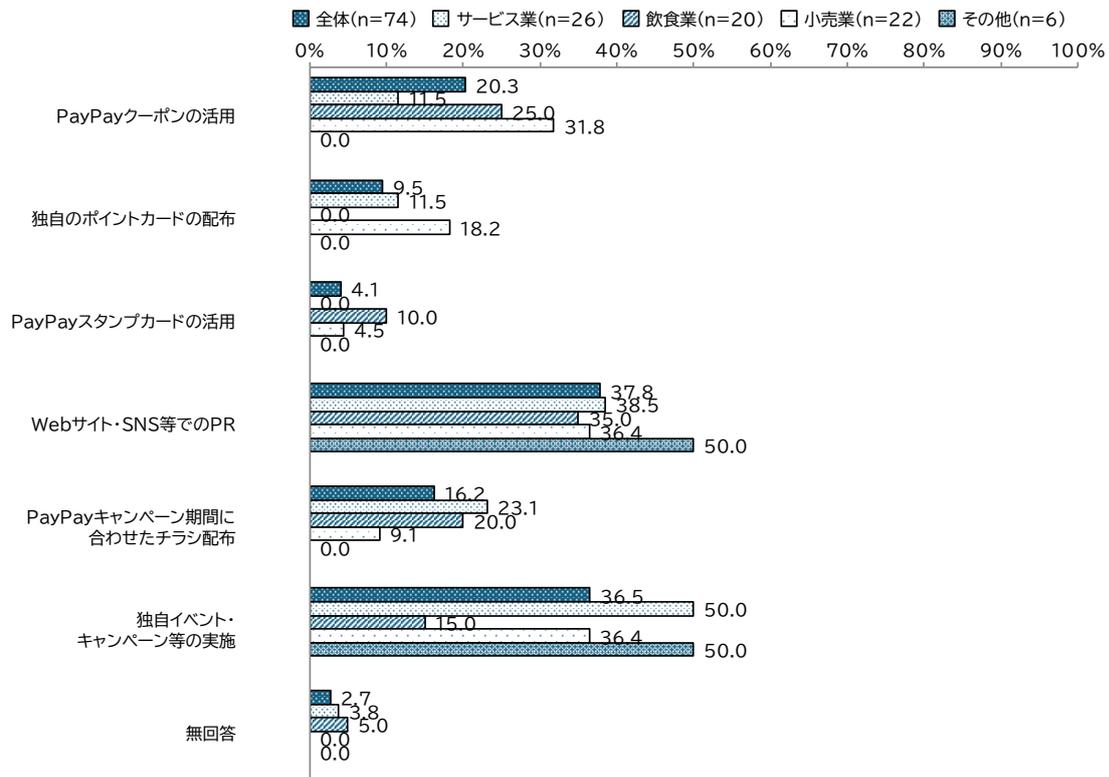
キャンペーンに合わせて販売促進の新しい取組を始めたかどうかについて、「新しい取組を始めた」が7.5%、「新しい取組は始めていない」が90.4%となった。

業種別にみても、すべての業種で「新しい取組は始めていない」が9割前後となっている。



問16 問15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】

新しい取組の内容について、「Webサイト・SNS等でのPR」が37.8%で最も高く、  
 次いで「独自イベント・キャンペーン等の実施」が36.5%、「PayPayクーポンの  
 活用」が20.3%となった。

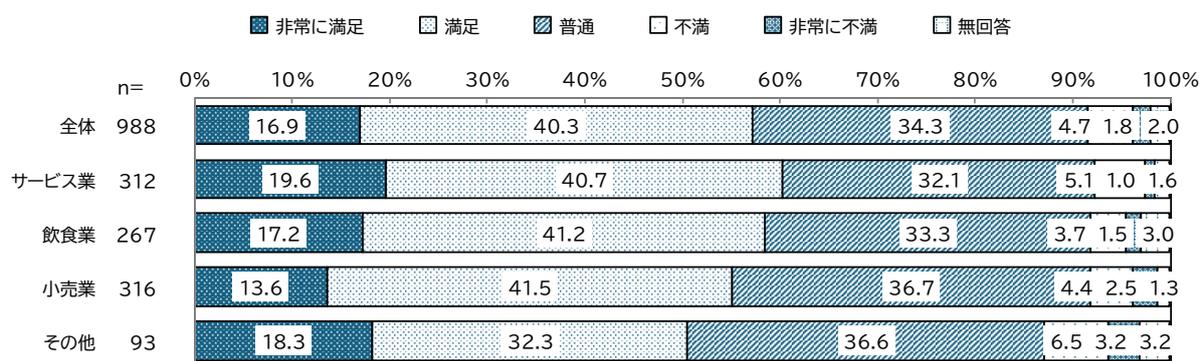


### 3. キャンペーンの評価等

問17 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、全体では、「満足」が40.3%で最も高く、次いで「普通」が34.3%、「非常に満足」が16.9%となった。なお、『満足（「非常に満足」「満足」の合算）』は57.2%となっている。

業種別にみると、いずれの業種も『満足（「非常に満足」「満足」の合算）』が5割を超えて高くなっている。



問18 キャンペーン期間中（令和7年7～8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】

顧客からの意見・感想として、279件の回答が得られた。来店された顧客からの意見・感想として、キャンペーンに対する肯定的な意見が多くあった一方、ポイント還元率や実施期間に関する意見や周知を含めた実施方法に関する意見等もあった。以下、一部を抜粋して掲載する。

※ 「特になし」に類する回答は、回答数のカウントから除外している。

- 毎回大変好評です！是非来年度も複数回開催して欲しいとのご意見を多く頂きました！またお客様はとても意識が高く印刷の費用やその他経費が無駄なので、紙のプレミア付き商品券は一切やめて、その分の予算を全てこちらに回してもらいたいとの意見を毎回頂いています。
- 欲しい高額の商品があり、PayPayのキャンペーンの時に買おうと思って待っていた。との声があった。
- PayPayのキャンペーンは毎回とても反響が大きいです。期間中になると毎回利用される方が多くなります。お客様に伺ったところPayPayの検索画面から来店してくれるお客様もいらっしゃいました。キャンペーンを狙って期間中にお買い上げされているようです。弊社としても非常に助かるので、今後も期待しています。
- PayPayは現金払いには無いポイント還元があるので嬉しいと言うことを言われました。
- 練馬区のキャンペーンと、独自のPayPayクーポンでかなりお得に買えてありがたいとのご意見を頂いたことが多かった。
- 今年よりQR決済を導入したためこのキャンペーンが使えて嬉しいとのお声を頂きました。
- 嬉しいの声が圧倒的に多い。
- 凄く喜ばれていました。普段PayPayを使っていない方もその時を境に使う様になっています。
- 練馬区外のお客様からこのキャンペーンがあったから来店頂いた方が多かった。
- 皆さま大変喜ばれていました。
- 練馬区はこのキャンペーンを頻度よく開催しているので、嬉しいとおっしゃっていました。
- お会計時に交わした言葉ですが、「10%は大きい」とおっしゃっていました。
- ポイント還元は助かるとお声いただいています。

- キャッシュバック等が家計として助かる。
- ポイントが貯まることはありがたいとのご意見をいただきました。
- 対象店になっていて良かった得した気分とお客様に言って頂きました。
- クレジットカードよりお得感がある事と、練馬区内でのキャンペーンを知っている方が多かったです。お客様の年齢層が高いのですが、最近は浸透してきたと感じます。チャージをしに行かれる方もいらっしゃいました。
- 物価高なので嬉しいという声がありました。
- 30%還元をやってほしい。
- 還元率下がったことについて、お客様から質問が多かったです。
- 還元率が他と比べて低くない？と言われてました。
- 「今回は10%しか戻らないのね」という言葉が多く聞かれた。「20%であればもう少し買い物をしたかった」とも言っていました。
- ポイント還元を増やして欲しいお客さんからもっと買い物したいと言われてます。
- お客様から還元率をもう少し上げてほしいとの声がありました。
- 以前より還元率が低下した事への不満が多かった。
- 以前実施のPayPay20%ポイント還元、付与上限、期間中10,000ポイントだともっと嬉しいとの意見がありました。
- 20%のキャッシュバック位がいいと、意見が多いです。
- もっと回数増えるといいですって意見はありました。
- 去年（令和6年）のように期間を長くしてほしい。
- ご来店なされたお客様でキャンペーンを知らない方も多かったです。
- なぜいつもPayPayなのか？？と意見するお客様がいらっしゃいました。
- PayPayだけでなく他のpayも使えるようにしてほしい。
- もっとやって欲しいとの要望が1番多かった。
- 定期開催してほしい。頻度を増やしてほしい。

問19 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】

キャンペーンに対する意見として、338件の回答が得られた。主な意見としては、肯定的な意見のほか、再度キャンペーンを実施してほしい、ポイント還元率を引き上げてほしいといった要望や、手数料負担に関する意見等があった。以下、一部を抜粋して掲載する。

※ 「特になし」に類する回答は、回答数のカウントから除外している。

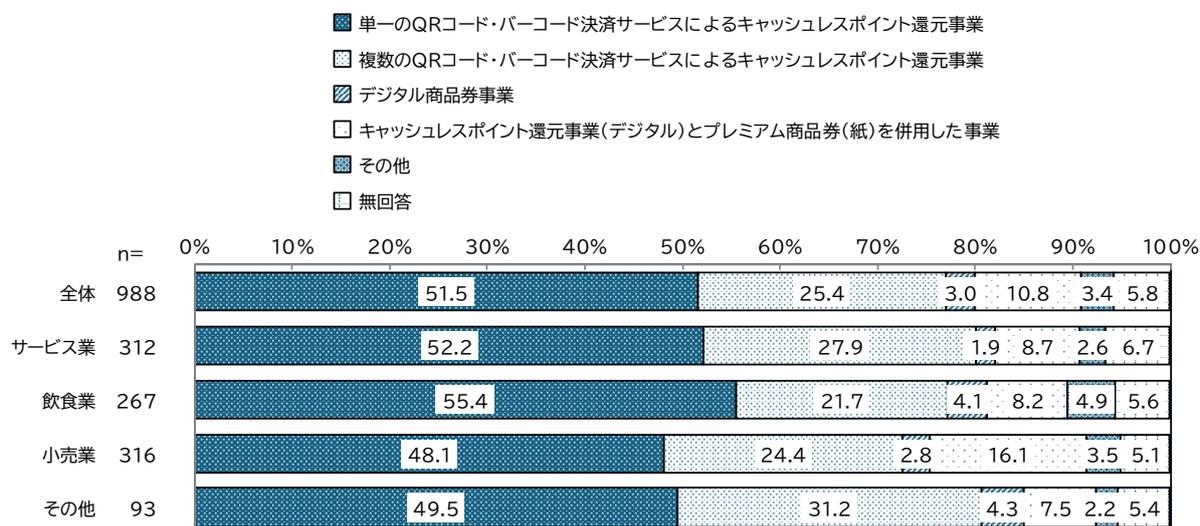
- 物価高対策としてポイント還元は給付よりも効果が高いのではないかと感じた。
- 皆さん喜ばれているので、またやって頂きたいです。
- 今回のキャンペーンは、キャッシュレス利用を促す良いきっかけになり、初来店のお客様も増えました。一方で、PayPay手数料の負担が小規模店舗には重く感じられる場面もありました。今後は、こうした実情を踏まえた支援策（例：手数料一部補助や導入支援）を検討いただくと、地域全体がより恩恵を受けられると思います。練馬区の取り組み自体は大変意義深く、引き続き協力したいと考えています。
- 7～8月は通常、当社では閑散期にあたりますが、繁忙期並の売上に近くなりましたので大変ありがたいキャンペーンだと思いました。是非またやってほしいです。いつもありがとうございます。
- 全員にばら撒き、貯金されるよりも購入する人に恩恵がある今回の制度は良い。その額に応じてお得さが増加する割合付与は景気を刺激するので、もっとやって欲しい。
- この物価高の中、ポイント還元があるのは多くの方にとって助けになると思った。
- キャンペーン自体がすごくありがたいので感謝しています。
- 必然的にお客様の来店数が増えて、客単価も増加するのでキャンペーンは助かります。
- 個人ではなかなかキャンペーンの取組が出来ないので有難いことです。
- ポイントのバックがあるので、クレジット払いの方にPayPay決済をすすめました。PayPayの利用が増えたので良かったです。
- 経営者としماしてもキャッシュレスのキャンペーンは何よりも一番売り上げ増に結びつきますので是非来年度も実施して頂きたい。また換金や押印等手間や人件費等のコストが掛かり効果も無い紙の商品券は中止してデジタル化をスピーディーに進めて頂きたい。何よりそれが一番消費者の皆さんに喜んで頂けると現場で実感しています。
- 業種的に閑散期になってしまうこの時期のキャンペーンはお客様の来店機会を促進していただき大変ありがたい企画だと思っております。
- 去年の20%還元に比べると、物価高の時期と重なり昨年ほどの売上とはいかなかったのが残念ですが、区外の方も積極的に来店いただける機会には違いがないのでとても有り難いキャンペーンです。
- 今年やるかどうかわからなかったののでやってくださってホッとしました。PayPayキャンペーンについては非常に問い合わせが多いですし、物販が多く出るようになるので、ぜひまたやって欲しいです。
- 頻度を増やして欲しい。

- 売上アップの為のツールとしてとても役立ちました。是非定期的に開催して欲しいです。
- もっと増やしてほしい。もう少し早めの案内があると良い。
- いろいろな決済サービスが使えるら良いと思います。
- 期間の減少、還元率の低下は予算の問題などご事情が有る事とは思いますが、直接消費者へ接客する立場としては「サービスの低下」と言う見方をされる場合も有るので、出来る限り前年並みでお願いしたいと思う事に加え、他の自治体と比較する消費者もいるため回数、還元率の格差は出来る限り減らしていただきたい。
- やはりポイント付与が20%から10%に減って、キャンペーンの訴求能力は半減しました。
- 期間を短くしてでも最低20%は還元されないとあまり意味がない気がする。逆に期間を短くして還元率を上げれば、購買意欲にはつながると思う。
- 今回は10%還元で昨年より還元率が下がって少し消費意欲が低かったように感じる。実際に昨年より来客数は20%くらい下がった。今回10%還元でもかなり反響があったがキャンペーン終了後の落ち込みが激しかった。他の自治体では還元20%もありそちらにお客が流れたように見える。
- 昨年の20%が大きすぎたため、インパクトが弱く感じてしまったが、PayPayを利用されるかたは多かった。夏場の売上が下がる業種としては8月いっぱいまでだと嬉しい。
- 売上はキャッシュレスで入金が遅い。だが、仕入れは現金。キャッシュレスの比率が増えるほど運転資金がショートする。
- ポイント還元があるからと消費喚起にはならない。決済方法が変わるだけで、事業者としては支払手数料が増える事により減益となる。
- お客様には便利で、お得で大変良いが、やはりお店側は手数料を取られる為何か損した気持ちになる。
- 1番浸透している決済なので変わった取り組みなどインパクトある事も年1とかでやってほしい。
- なぜにPayPayだけキャンペーンを行うのかわからない。やるなら、あらゆるキャッシュレスに対応すべきではないか。
- PayPay以外のキャッシュレスでも還元するべき。
- キャンペーン中に、個店のアイデアで顧客を増やす努力をしなければいけないと思う。キャンペーン後にどれだけお店のファン、リピーターが増えるかが重要。

#### 4. 今後の消費喚起キャンペーンについて

問20 今後、PayPayポイント還元のような消費喚起事業（以下、「消費喚起キャンペーン」という）を区が行う場合、以下のうち、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ですか。【当てはまるものを一つ選択】

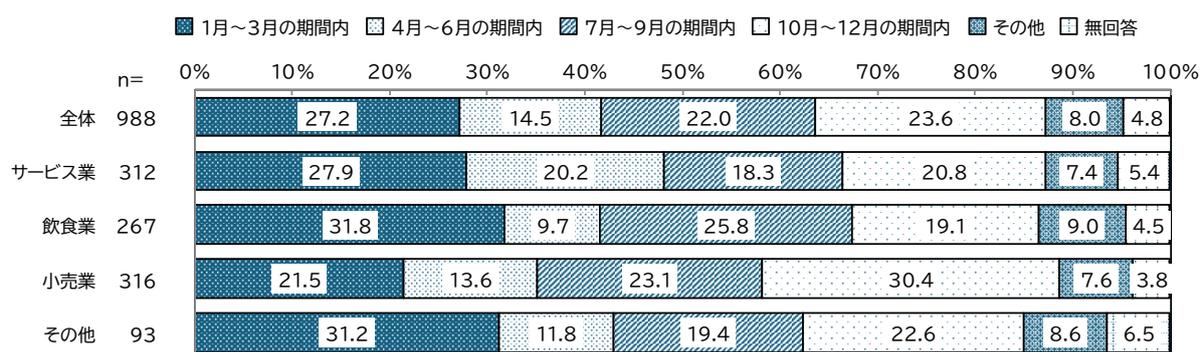
最も都合が良い消費喚起キャンペーンの実施方法について、全体では、「単一のQRコード・バーコード決済サービスによるキャッシュレスポイント還元事業」が51.5%で最も高く、次いで「複数のQRコード・バーコード決済サービスによるキャッシュレスポイント還元事業」が25.4%、「キャッシュレスポイント還元事業（デジタル）とプレミアム商品券（紙）を併用した事業」が10.8%となった。業種別にみても、大きな傾向の差はみられなかった。



問21 今後、消費喚起キャンペーンを行う場合、あなたの店舗（会社）にとって最も都合の良い時期を教えてください。  
【当てはまるものを一つ選択】

最も都合が良い消費喚起キャンペーンの実施時期について、全体では、「1月～3月の期間内（※以下、選択肢内の「の期間内」は省略）」が27.2%で最も高く、次いで「10月～12月」が23.6%、「7月～9月」が22.0%となった。

業種別にみると、サービス業・飲食業・その他では「1月～3月」が、小売業では「10月～12月」が最も高くなっている。



### 【その他の回答例】

- 年に2回あるとうれしい→春夏と秋冬
- 中元、歳末の期間
- 12月、1月、3月、連休（ゴールデンウィーク、お盆）はお客様が充分多いので、さばききれない。それ以外は閑散期なので、キャンペーンがあると助かる
- 中元、歳末の時期
- 2月の厳寒期、6月の梅雨時期、8月の酷暑期
- 2月や9月、11月など飲食業界の場合の閑散期に行って欲しい
- 繁忙期以外、例えば売上の落ちる2月5月9月10月に行って欲しい。ボーナス月や繁忙期はキャンペーンがなくても忙しいので

問22 問21で回答した時期はどのような事情でご都合がよろしいでしょうか。  
具体的な理由を教えてください。【自由意見】

消費喚起キャンペーンを行う場合、最も都合の良い時期に関する具体的な理由について、562件の回答が得られた。以下、一部を抜粋して掲載する。

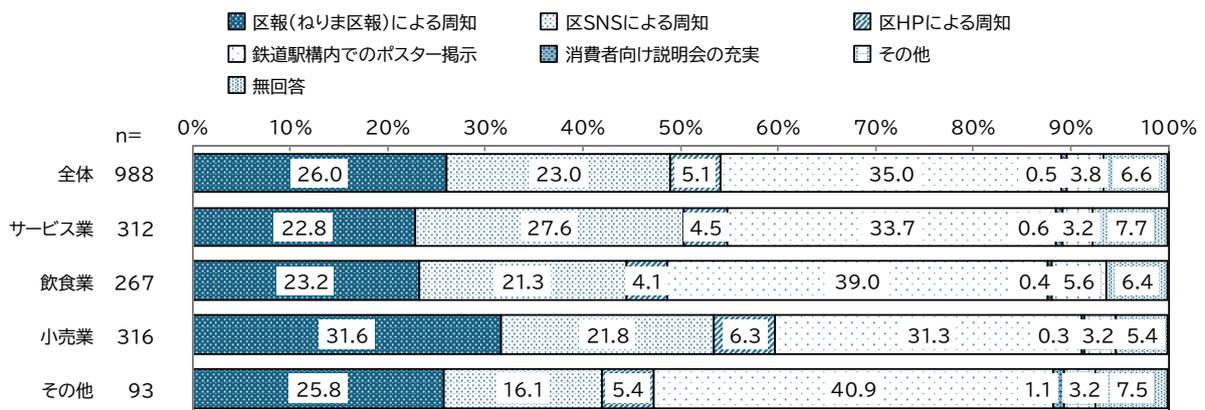
※ 「特になし」に類する回答は、回答数のカウントから除外している。

問21回答	問22回答	回答企業の業種
1～3月	閑散期である為その時期が集客を見込めるため	飲食業
1～3月	1番暇になる時期です	飲食業
1～3月	年末年始にお金を使っている方が多く、財布のひもがかたいため	飲食業
1～3月	年初めに習い事を始める方が多いため	サービス業
1～3月	ちょうど寒くて外出を控える時期だから	その他
4～6月	新生活を応援できる	サービス業
4～6月	花をあつかっていますので、この季節がお客様にサービスが出来ると思います	小売業
4～6月	人の動きが多い時、また何かをスタートしたりするきっかけになる時期なので、良い宣伝になります	小売業
4～6月	セール期間ではない期間に販促効果を狙いたい。それ以外の期間は、バーゲンやセールを含む期間でありPayPayキャンペーンがなくても購買意欲がある。定価販売の比率を上げてこそ、健全経営。	小売業
4～6月	入会キャンペーンと重なり、新規顧客が増えるため。	サービス業
7～9月	4月12月に独自のキャンペーンがあるため	サービス業
7～9月	8、9、10、11月は他の月と比べて売上が弱いため	飲食業
7～9月	婦人服販売の為、暑い時期の来店減少からの来店増加の一助になると思えるので	小売業
7～9月	梅雨から夏はお客さんが激減するためありがたいです。逆にそれ以外のところではやらないでほしいです。	飲食業
7～9月	ネイルサロンでは、夏は売上自体が増加するので。	サービス業
10～12月	7月8月は、酷暑で来店数が少なくなるため、外出しやすい時期の方が来店補頻度の向上につながるのではないかと思います。	小売業
10～12月	閑散期のため	サービス業
10～12月	クリスマスや正月の繁忙期と重なるため	小売業
10～12月	この時期の来客が多いため	飲食業
10～12月	冬季商品の発売と重なるため一気にお客様を呼びたい	飲食業

問23 今後、消費喚起キャンペーンを区が行う場合、事業に係る周知広報等として特に力をいれてほしい取組を教えてください。  
【当てはまるものを一つ選択】

消費喚起キャンペーンにおいて特に力をいれてほしい取組について、全体では、「鉄道駅構内でのポスター掲示」が35.0%で最も高く、次いで「区報（ねりま区報）による周知」が26.0%、「区SNSによる周知」が23.0%となった。

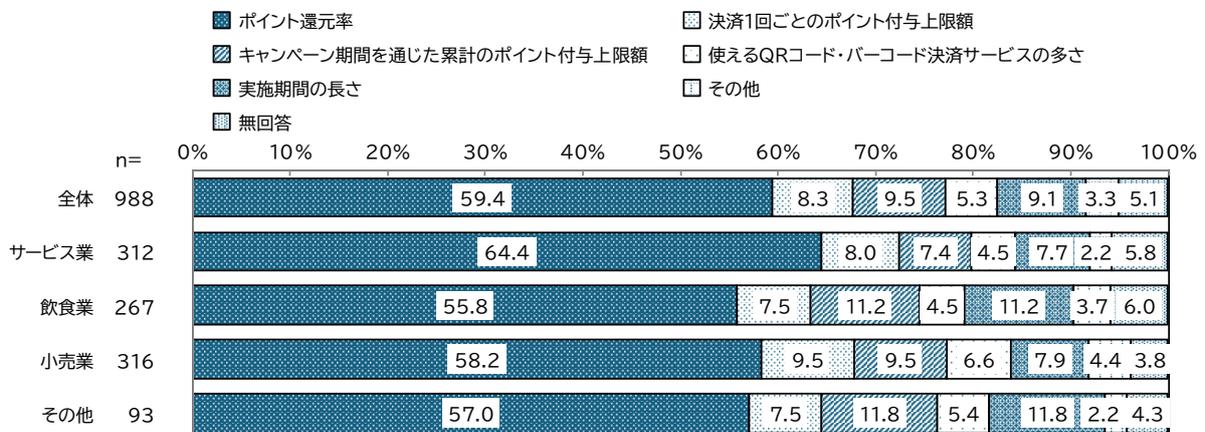
業種別にみると、小売業は「区報（ねりま区報）による周知」が3割強で最も高く、サービス業・飲食業・その他では「鉄道駅構内でのポスター掲示」が最も高くなっている。



問24 今後、キャッシュレス決済ポイント還元事業を行う場合、以下のうち、一番重視してほしい項目は何ですか。【当てはまるものを一つ選択】

キャッシュレス決済ポイント還元事業を行う場合に一番重視してほしい項目について、全体では、「ポイント還元率」が59.4%で最も高く、次いで「キャンペーン期間を通じた累計のポイント付与上限額」が9.5%、「実施期間の長さ」が9.1%となった。

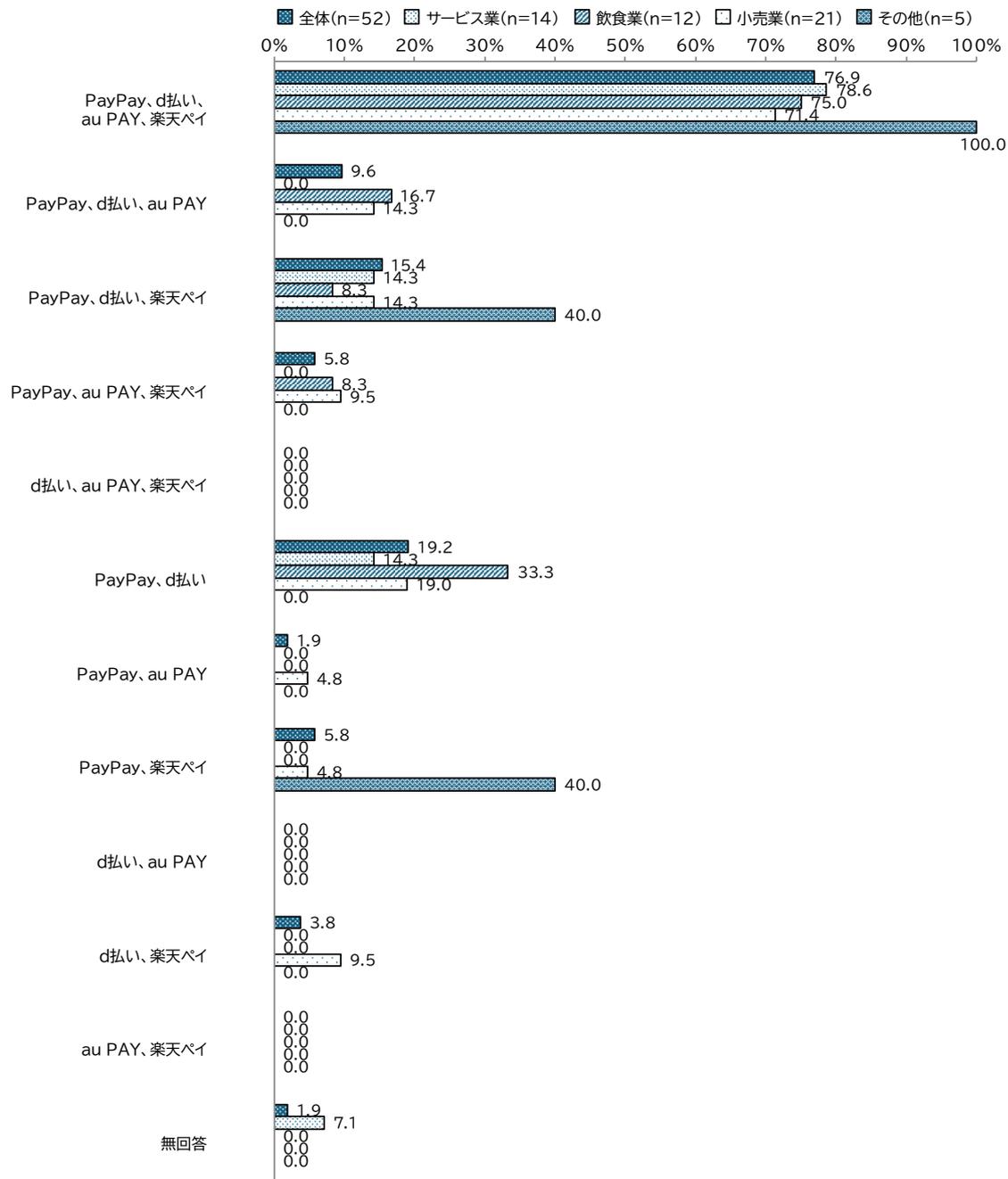
業種別では、大きな傾向の差はみられなかった。



問25 問24で「4. 使えるQRコード・バーコード決済サービスの多さ」を選択した方にお聞きします。  
 複数のQRコード・バーコード決済サービスによるキャッシュレスポイント還元事業を実施する場合、あなたの店舗（会社）にとって最も都合の良い組み合わせを教えてください。【当てはまるものを最大三つ選択】

複数の決済サービスによるキャンペーンを実施する場合、最も都合の良い組み合わせは、「PayPay、d払い、auPAY、楽天ペイ（決済サービス4種）」が76.9%で最も高く、次いで「PayPay、d払い（2種）」が19.2%、「PayPay、d払い、楽天ペイ（3種）」が15.4%となった。

業種別においても、すべての業種で、決済サービス4種の組み合わせが7割を超えて最も高くなっている。



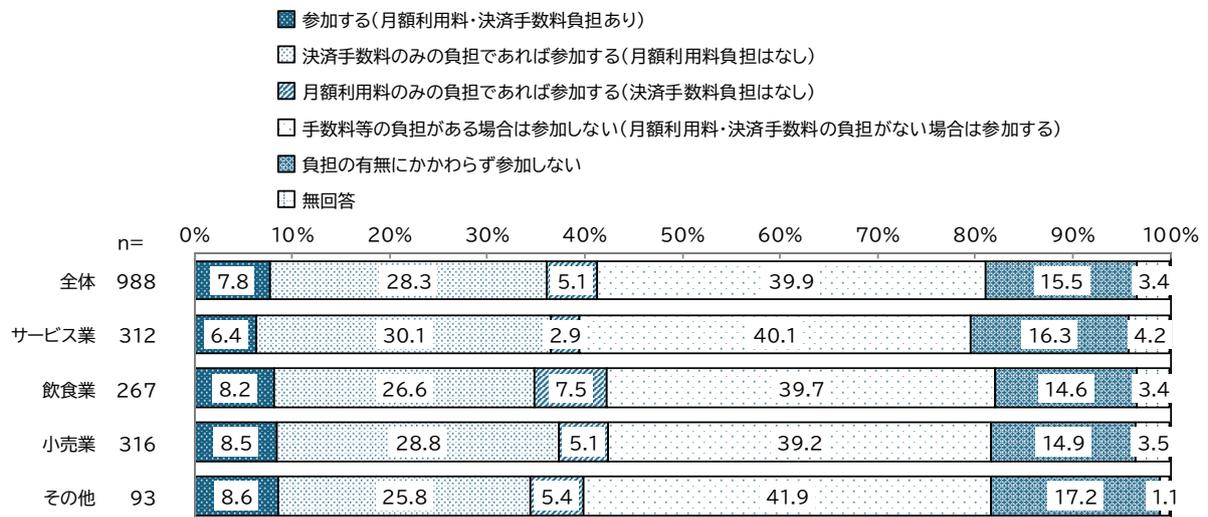
問26 今後、練馬区独自の「デジタル地域通貨」を導入した場合、参加しますか。以下の導入条件を前提としてご回答ください。

- ・QRコード決済等の導入経費の負担はなし
- ・決済手数料は取引金額の1.5%
- ・月額利用料は1,500円

【当てはまるものを一つ選択】

練馬区独自の「デジタル地域通貨」への参加意向について、全体では、「手数料等の負担がある場合は参加しない（月額利用料・決済手数料の負担がない場合は参加する）」が39.9%で最も高く、次いで「決済手数料のみの負担であれば参加する（月額利用料負担はなし）」が28.3%、「負担の有無にかかわらず参加しない」が15.5%となった。

業種別では、大きな傾向の差はみられなかった。



## 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。

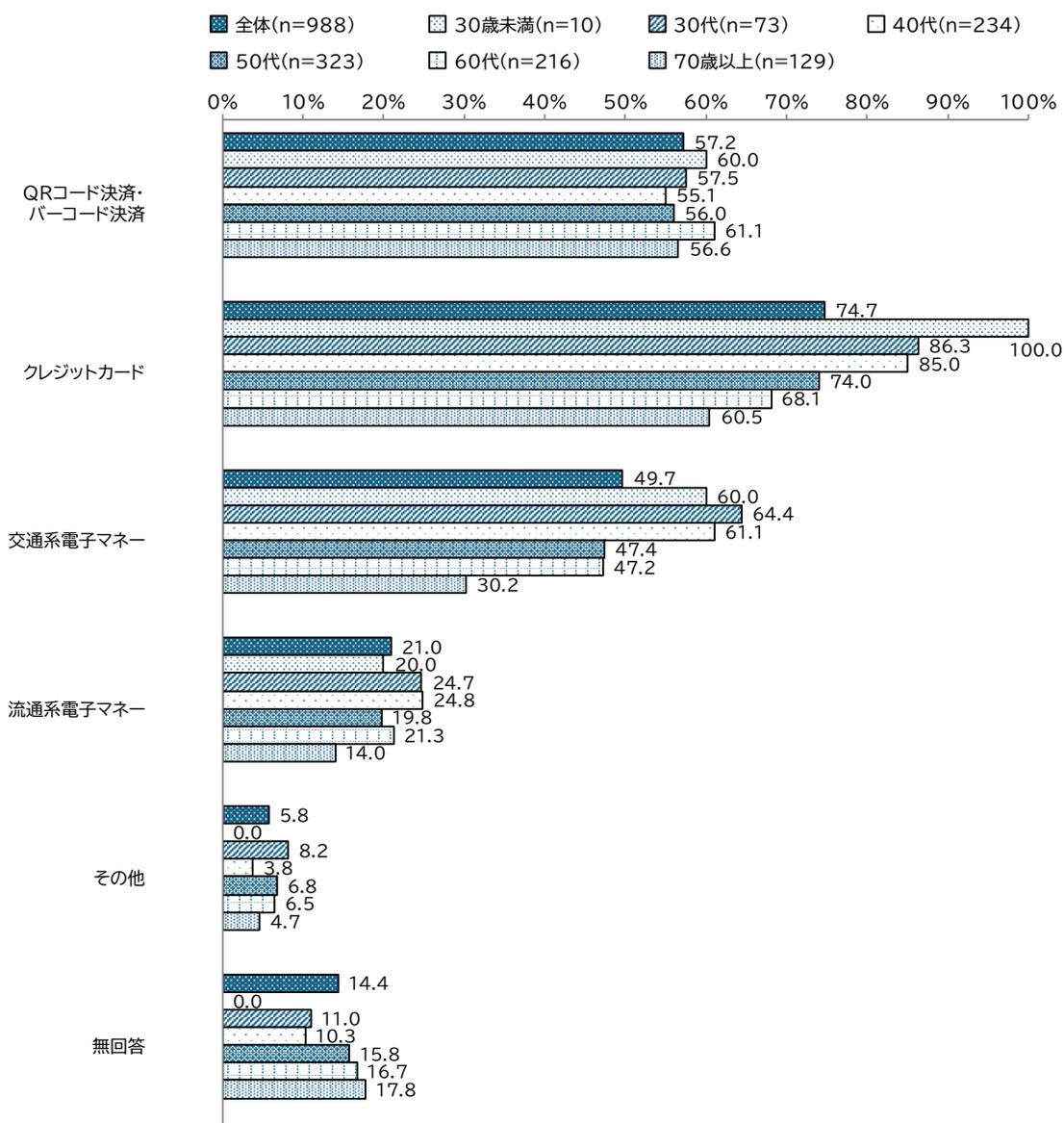
×

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、すべての年代で「クレジットカード」が最も高くなった。特に30歳未満は100%の割合で顕著に高く（※）、30代・40代も8割半ばと高い。

「QRコード決済・バーコード決済」については、すべての年代で5割を超えている。「交通系電子マネー」は40代以下では約6割、50代・60代では5割弱、70代では約3割と、年代によって差が大きい。

※ 回答数10件のため参考数値として判断している。

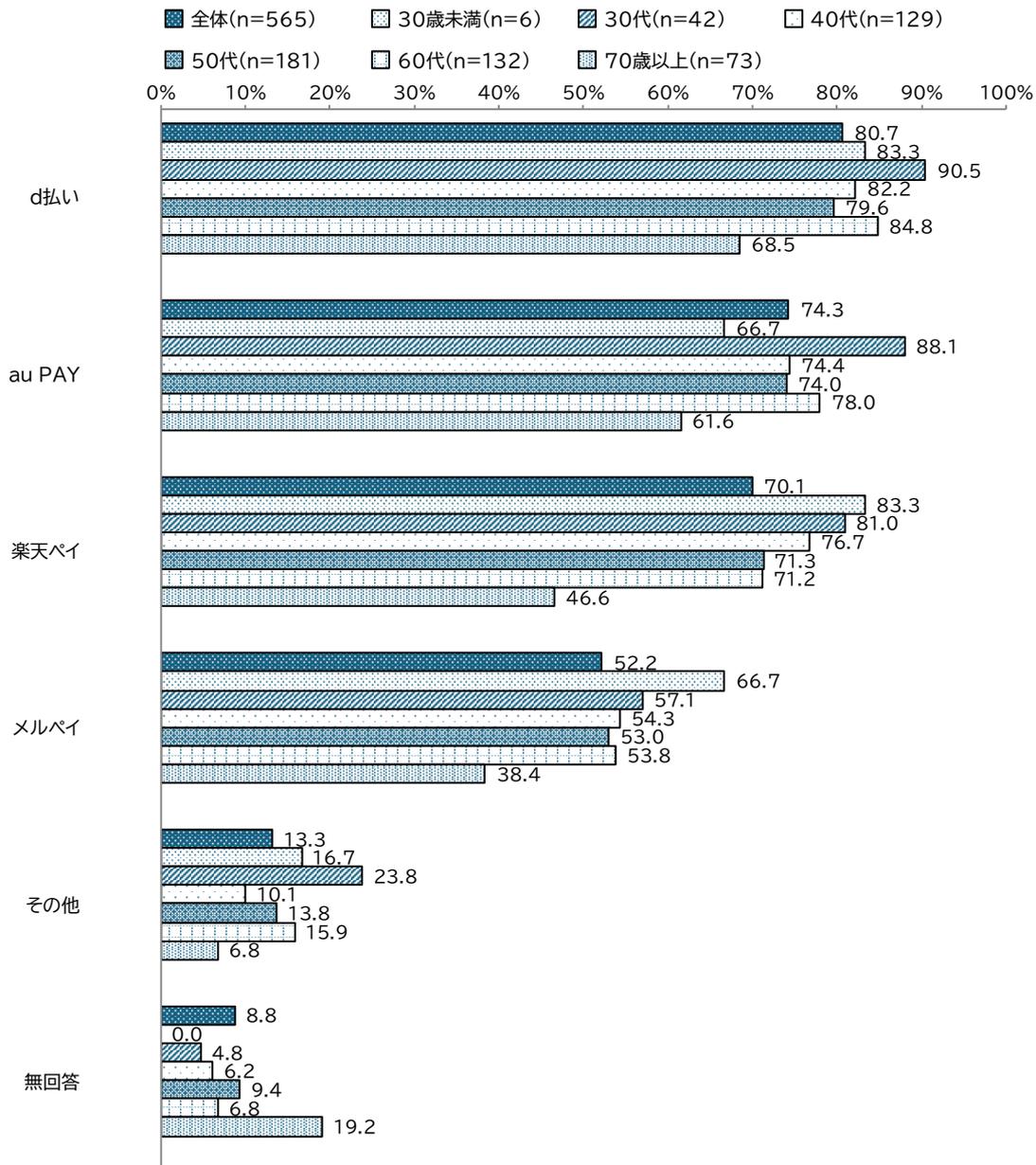


問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

問4-1 「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、該当のキャリアを選択して○を付けてください。

QRコード・バーコード決済のキャリアについて、経営者（店長）の年代別にみると、「d払い」「au PAY」「楽天ペイ」は、70歳以上を除くほとんどの年代で7割を超えて高くなっている（ただし、「au PAY」は30歳未満が7割を下回った）。

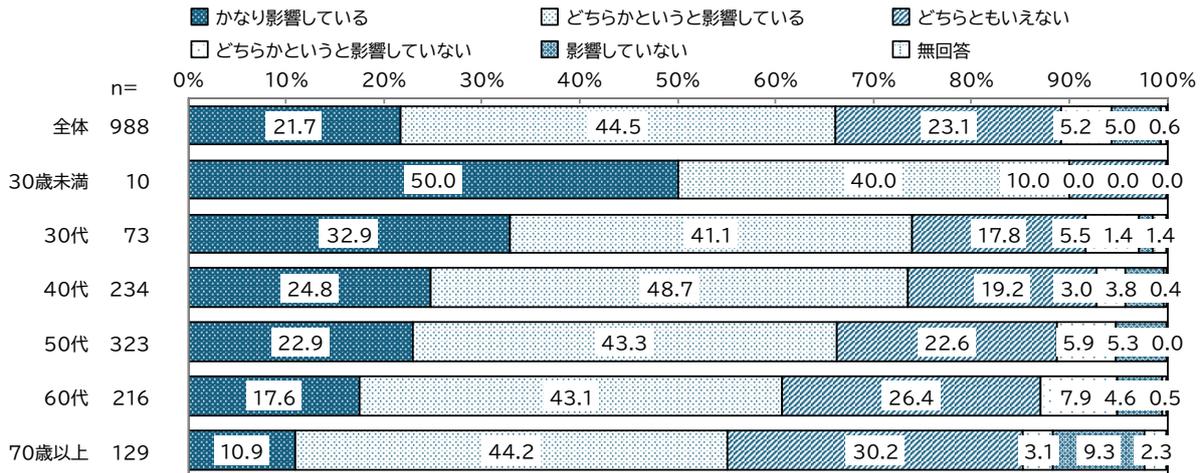


問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

問6 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店舗選択への影響について、経営者（店長）の年代別にみると、経営者（店長）の年齢が若いほど「かなり影響している」と感じている割合が高くなっている。



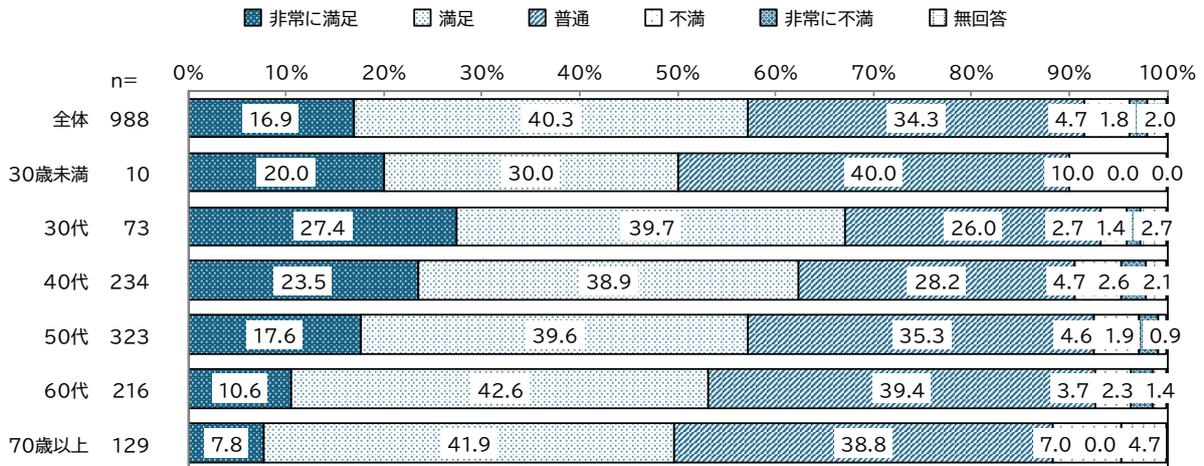
問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

問17 今回のキャンペーンの総合的な満足度はいかがですか。

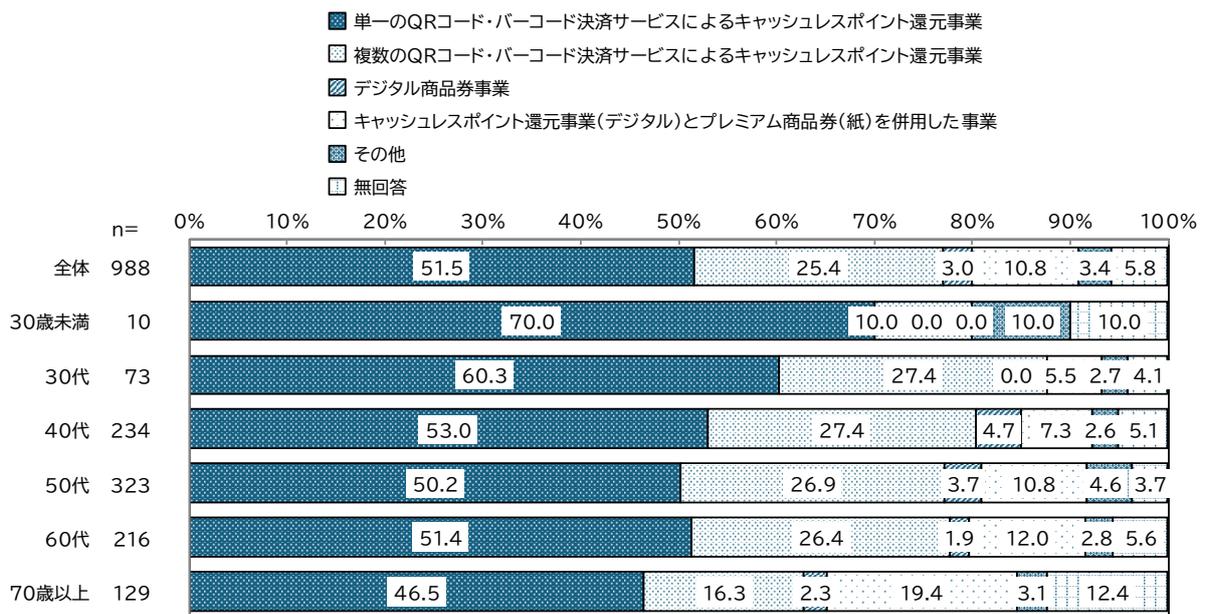
キャンペーン全体の満足度について経営者（店長）の年代別にみると、30歳未満を除き（※）、経営者（店長）の年齢が若いほど「非常に満足」の割合が高くなっている。

※ 30歳未満は回答数10件のため回答結果のブレの可能性があるので留意



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20 今後、PayPayポイント還元のような消費喚起事業（以下、「消費喚起キャンペーン」という）を区が行う場合、以下のうち、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ですか。

最も都合が良い消費喚起キャンペーンの実施方法について、経営者（店長）の年代別にみると、いずれの年代でも「単一のQRコード・バーコード決済サービスによるキャッシュレスポイント還元事業」が最も高くなった。特に、30歳未満では7割、30代では6割超で高くなっている。

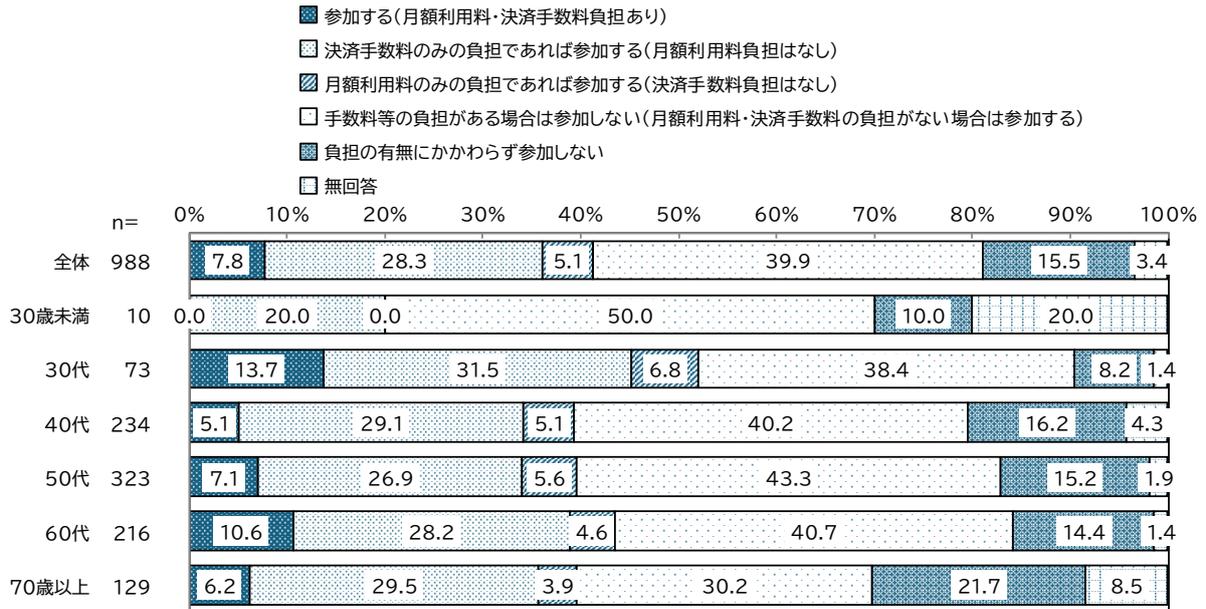


問1 あなたの店舗（会社）の経営者（店長）の年代をお教えてください。

×

問26 今後、練馬区独自の「デジタル地域通貨」を導入した場合、参加しますか。

練馬区独自の「デジタル地域通貨」への参加意向について、経営者（店長）の年代別にみると、いずれの年代でも「手数料等の負担がある場合は参加しない」が最も高く、次いで「決済手数料のみの負担であれば参加する」が高くなっている。



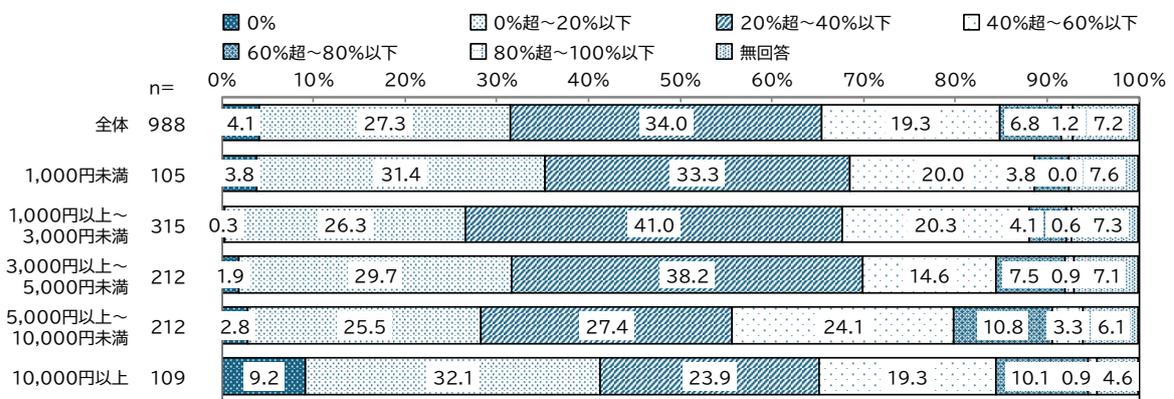
問5 あなたの店舗（会社）の平均的な顧客単価について、決済方法別にお教えてください。【PayPay払い】

×

問10 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の売上金額に占めるPayPay払いの割合について、PayPay払いでの平均的な顧客単価別にみると、顧客単価「5,000円以上～10,000円未満」では、PayPay払いの割合40%超の回答が約4割となり、他の割合に比べて高くなっている。

「10,000円以上」ではPayPay払いの割合40%超の回答は約3割のため、「5,000円以上～10,000円未満」の価格帯でのPayPay利用率が高いと考えられる。

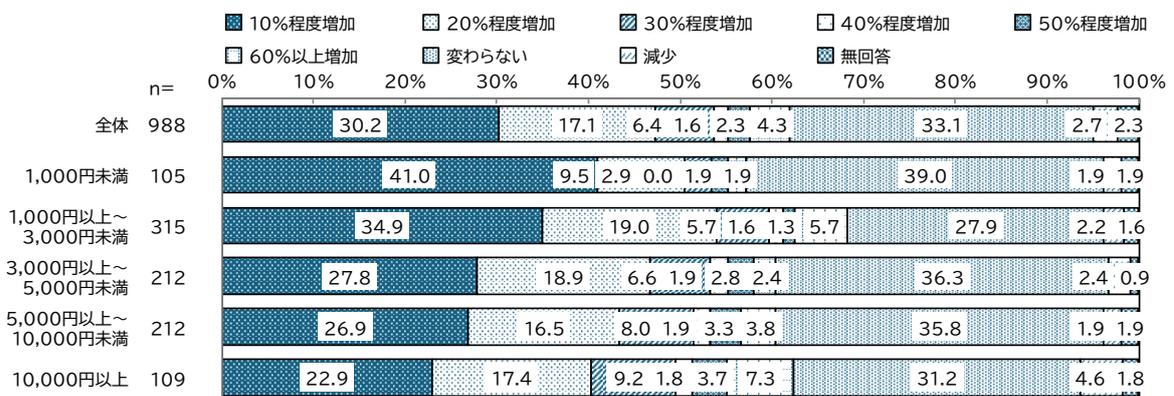


問5 あなたの店舗（会社）の平均的な顧客単価について、決済方法別にお教えてください。【PayPay払い】

×

問12 キャンペーン期間中（令和7年7～8月）は、キャンペーン期間前（令和7年6月ごろ）と比べてどう変化しましたか。

キャンペーン期間前と比較した期間中のPayPay決済売上の変化について、PayPay払いでの平均的な顧客単価別にみると、いずれの顧客単価においても、増加割合としては「10%程度増加」が2～4割で最も高く、「20%程度増加」も1割弱～2割弱となっている。一方、「変わらない」も3割弱～4割弱で比較的高い。



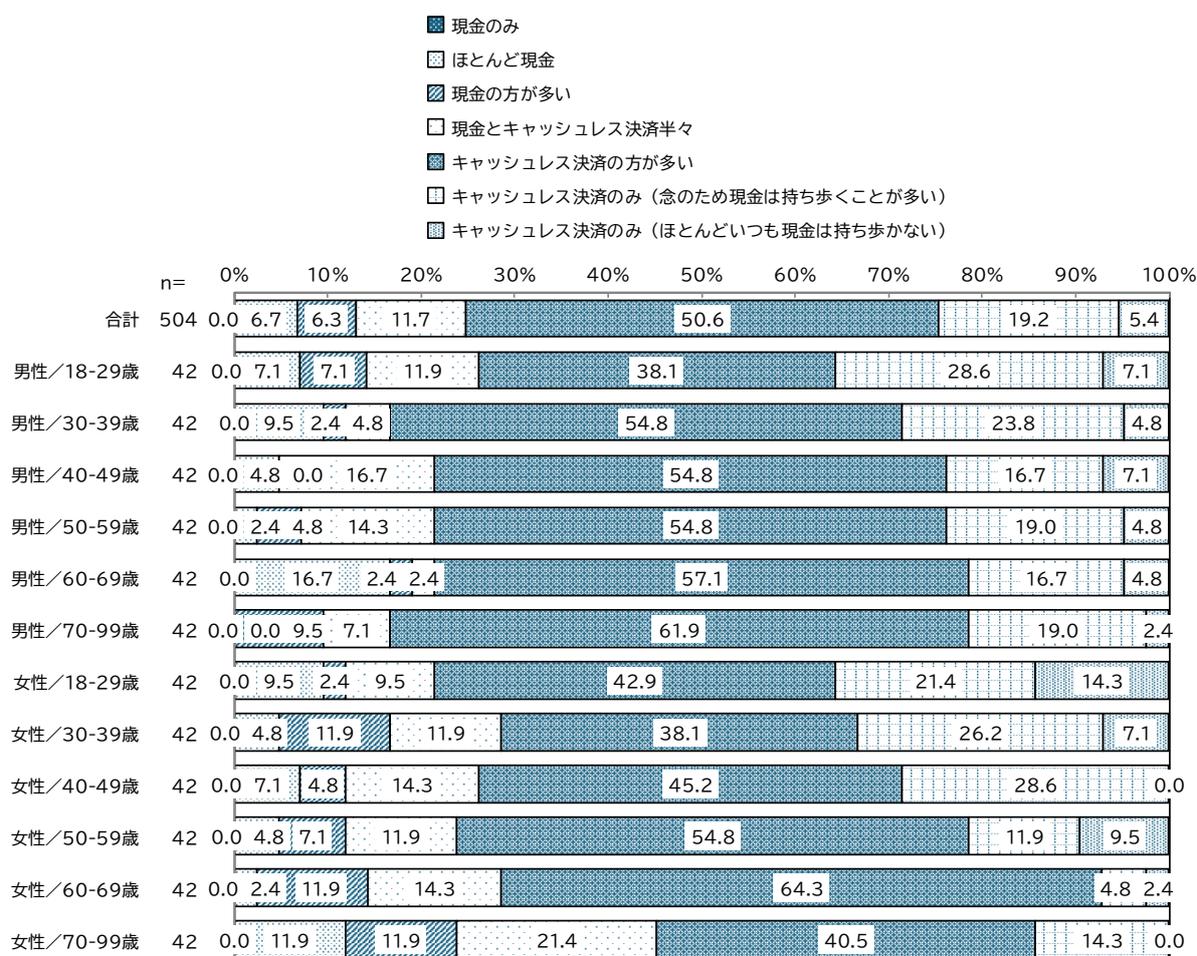
### Ⅲ 利用者向けアンケート分析結果

#### 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】

普段の支払いの決済方法について、全体では、「キャッシュレス決済の方が多  
い」が50.6%で最も高く、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19.2%、「現金とキャッシュレス決済半々」が11.7%とな  
った。

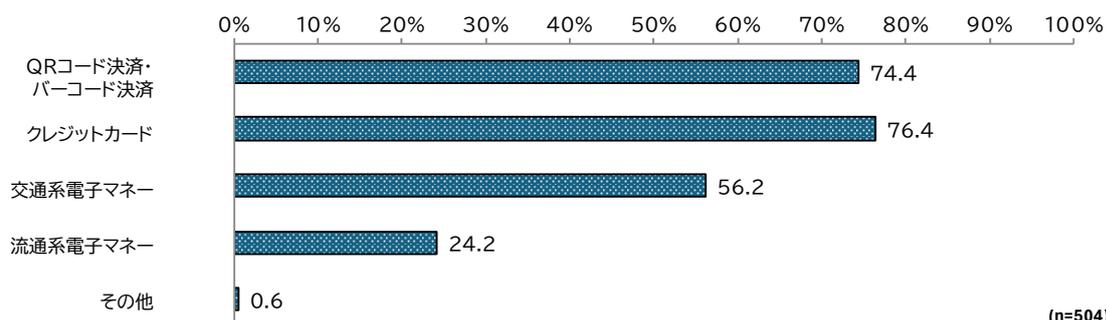
性・年代別にみると、すべての性・年代で「キャッシュレス決済の方が多  
い」が最も高くなっている。また、70歳以上の女性は「現金利用のほうが多  
い（「ほとんど現金」および「現金の方が多し）」の割合が2割強で他の性・年代に比  
べて多い。



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】

キャッシュレス決済のうち利用している種別について、「クレジットカード」が76.4%で最も高く、次いで「QRコード決済・バーコード決済」が74.4%、「交通系電子マネー」が56.2%となった。

性・年代別にみると、30代以下の男性および50代以下の女性は「QRコード決済・バーコード決済」が最も高く、40代以上の男性および60代以上の女性は「クレジットカード」が最も高い。



(上段:件数、下段:%)

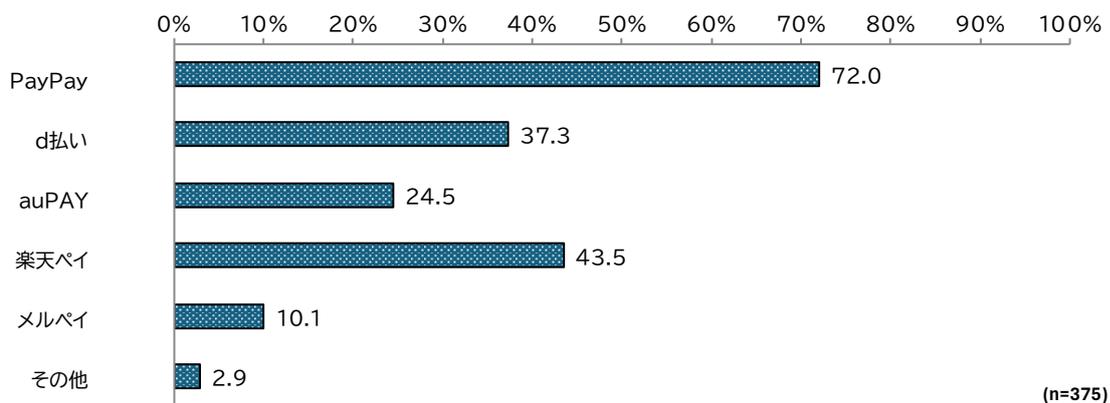
		全体	QRコード決済・バーコード決済	クレジットカード	交通系電子マネー	流通系電子マネー	その他
全体		504	375	385	283	122	3
		100.0	74.4	76.4	56.2	24.2	0.6
性別 / 年齢	男性 / 18-29歳	42	34	25	18	2	1
		100.0	81.0	59.5	42.9	4.8	2.4
	男性 / 30-39歳	42	37	30	24	9	0
		100.0	88.1	71.4	57.1	21.4	0.0
	男性 / 40-49歳	42	30	35	27	12	0
		100.0	71.4	83.3	64.3	28.6	0.0
	男性 / 50-59歳	42	32	33	28	12	0
		100.0	76.2	78.6	66.7	28.6	0.0
	男性 / 60-69歳	42	29	35	28	18	0
		100.0	69.0	83.3	66.7	42.9	0.0
	男性 / 70-99歳	42	20	38	24	10	0
		100.0	47.6	90.5	57.1	23.8	0.0
女性 / 18-29歳	42	35	29	22	3	0	
	100.0	83.3	69.0	52.4	7.1	0.0	
女性 / 30-39歳	42	35	31	19	6	0	
	100.0	83.3	73.8	45.2	14.3	0.0	
女性 / 40-49歳	42	34	31	22	10	1	
	100.0	81.0	73.8	52.4	23.8	2.4	
女性 / 50-59歳	42	36	29	21	10	0	
	100.0	85.7	69.0	50.0	23.8	0.0	
女性 / 60-69歳	42	30	38	26	12	0	
	100.0	71.4	90.5	61.9	28.6	0.0	
女性 / 70-99歳	42	23	31	24	18	1	
	100.0	54.8	73.8	57.1	42.9	2.4	

問3 問2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。

**【利用している種別】（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、「PayPay」が72.0%で最も高く、次いで「楽天ペイ」が43.5%、「d払い」が37.3%となった。

性・年代別にみると、40代男性を除くすべての性・年代で「PayPay」が最も高くなっている。40代男性は「d払い」が最も高く、6割半ばが利用している。



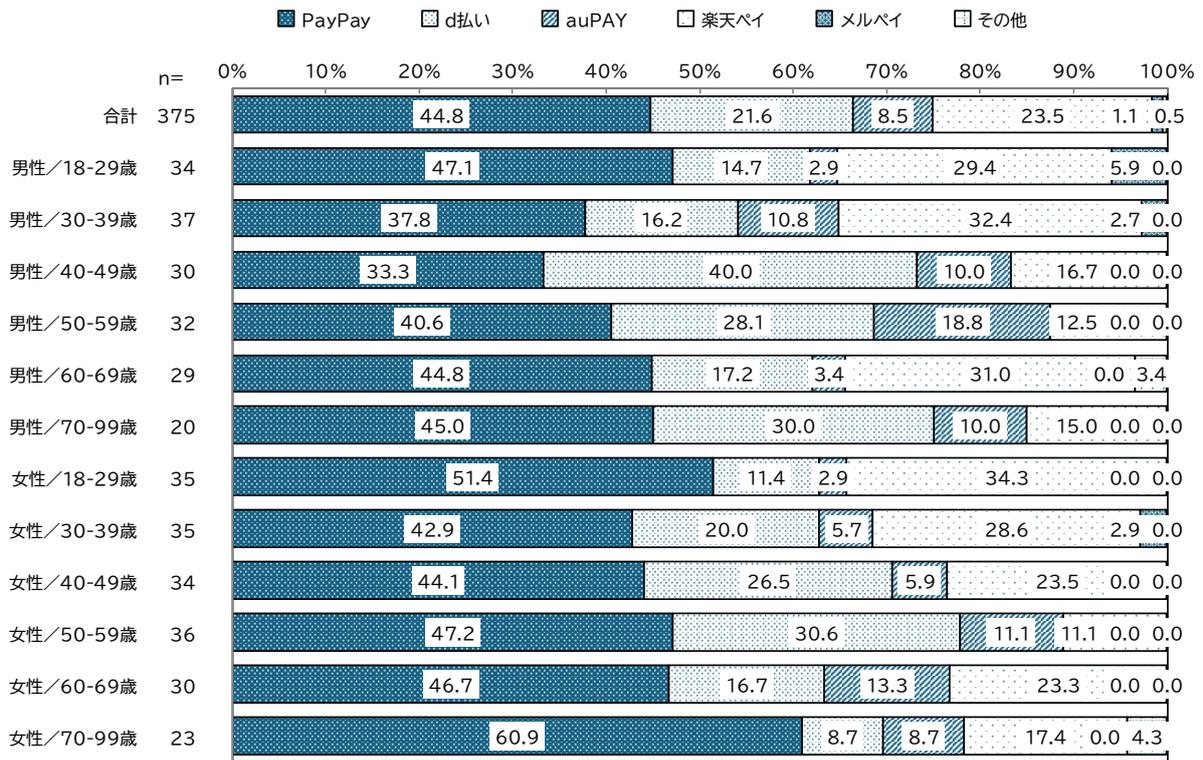
(上段:件数、下段:%)

		全体	PayPay	d払い	auPAY	楽天ペイ	メルペイ	その他
全体		375	270	140	92	163	38	11
		100.0	72.0	37.3	24.5	43.5	10.1	2.9
性別 / 年齢	男性/18-29歳	34	24	9	6	10	6	0
		100.0	70.6	26.5	17.6	29.4	17.6	0.0
	男性/30-39歳	37	25	11	9	17	6	1
		100.0	67.6	29.7	24.3	45.9	16.2	2.7
	男性/40-49歳	30	17	20	7	15	2	0
		100.0	56.7	66.7	23.3	50.0	6.7	0.0
	男性/50-59歳	32	21	19	8	13	2	2
		100.0	65.6	59.4	25.0	40.6	6.3	6.3
	男性/60-69歳	29	21	9	11	13	3	3
		100.0	72.4	31.0	37.9	44.8	10.3	10.3
	男性/70-99歳	20	14	9	8	9	0	0
		100.0	70.0	45.0	40.0	45.0	0.0	0.0
	女性/18-29歳	35	30	8	6	22	7	0
		100.0	85.7	22.9	17.1	62.9	20.0	0.0
女性/30-39歳	35	26	9	6	17	5	1	
	100.0	74.3	25.7	17.1	48.6	14.3	2.9	
女性/40-49歳	34	25	15	7	18	1	0	
	100.0	73.5	44.1	20.6	52.9	2.9	0.0	
女性/50-59歳	36	27	14	9	10	2	2	
	100.0	75.0	38.9	25.0	27.8	5.6	5.6	
女性/60-69歳	30	20	9	9	12	2	1	
	100.0	66.7	30.0	30.0	40.0	6.7	3.3	
女性/70-99歳	23	20	8	6	7	2	1	
	100.0	87.0	34.8	26.1	30.4	8.7	4.3	

### 【最も利用頻度が高い種別】（最も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、「PayPay」が44.8%で最も高く、次いで「楽天ペイ」が23.5%、「d払い」が21.6%となった。

性・年代別にみると、40代男性を除いて「PayPay」が最も高く、4割弱から6割強までを占めている。40代男性は「d払い」が最も高く、4割を占めた。

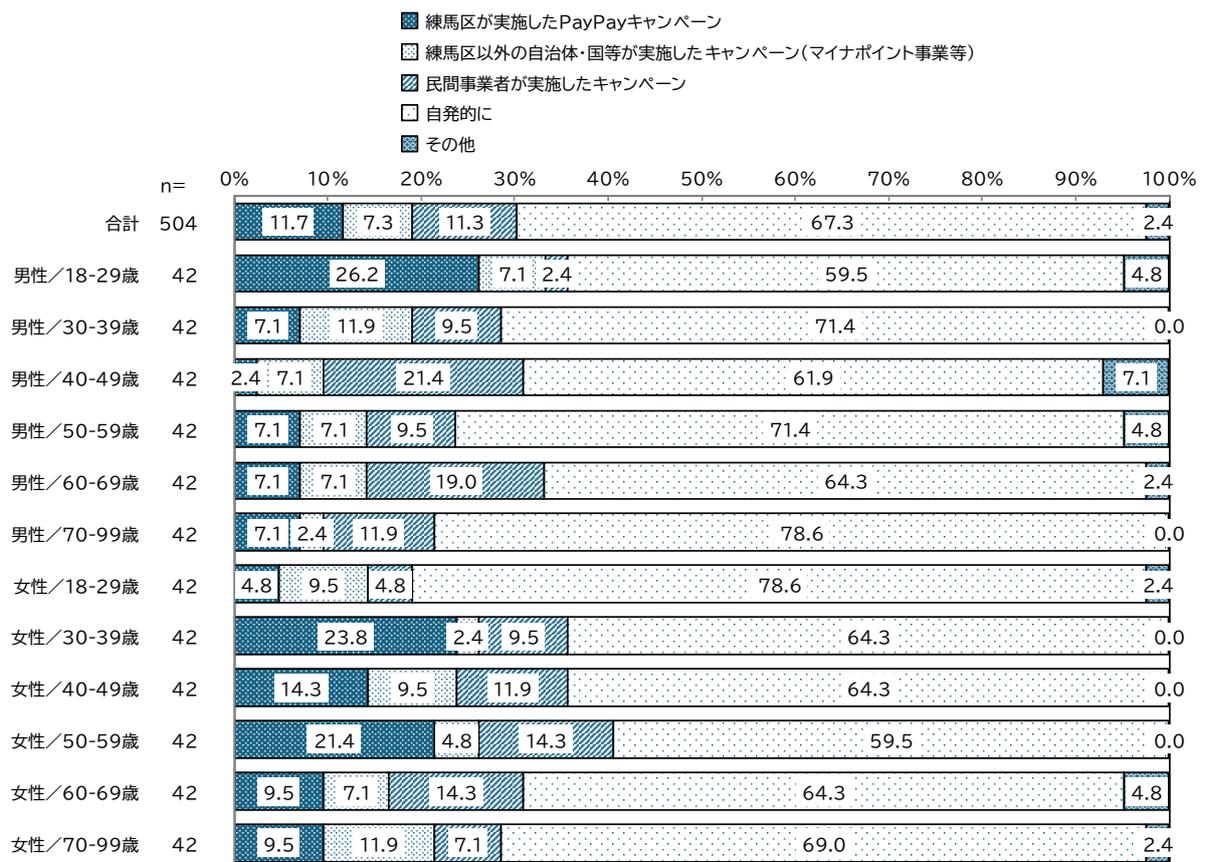


問4 キャッシュレス決済を利用し始めたきっかけは何ですか。

【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、「自発的に」が67.3%で最も高く、次いで「練馬区が実施したPayPayキャンペーン」が11.7%、「民間事業者が実施したキャンペーン」が11.3%となった。

性・年代別にみると、いずれも「自発的に」利用し始めたケースが、6割弱から8割弱までと高くなっている。また、20代以下の男性および30代・50代女性では「練馬区が実施したPayPayキャンペーン」が2割超で比較的高い。

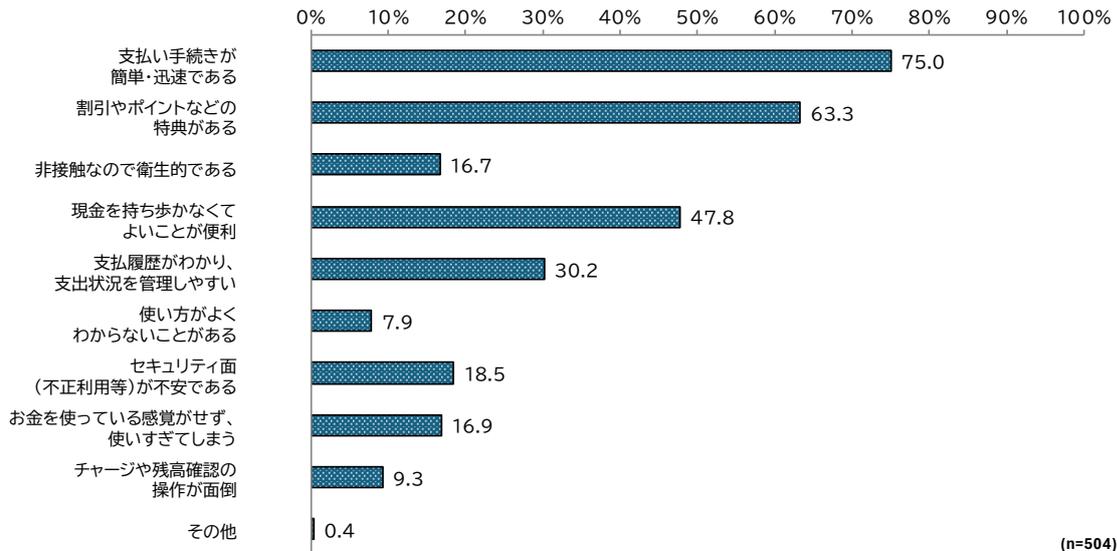


問5 キャッシュレス決済に対するあなたの考えをお答えください。

【最も当てはまるものを一つ選択】

キャッシュレス決済に対する考えについて、「支払い手続きが簡単・迅速である」が75.0%で最も高く、次いで「割引やポイントなどの特典がある」が63.3%、「現金を持ち歩かなくてよいことが便利」が47.8%となった。

性・年代別にみると、すべての性・年代で「支払い手続きが簡単・迅速である」および「割引やポイントなどの特典がある」が上位2項目を占めている。



(上段:件数、下段:%)

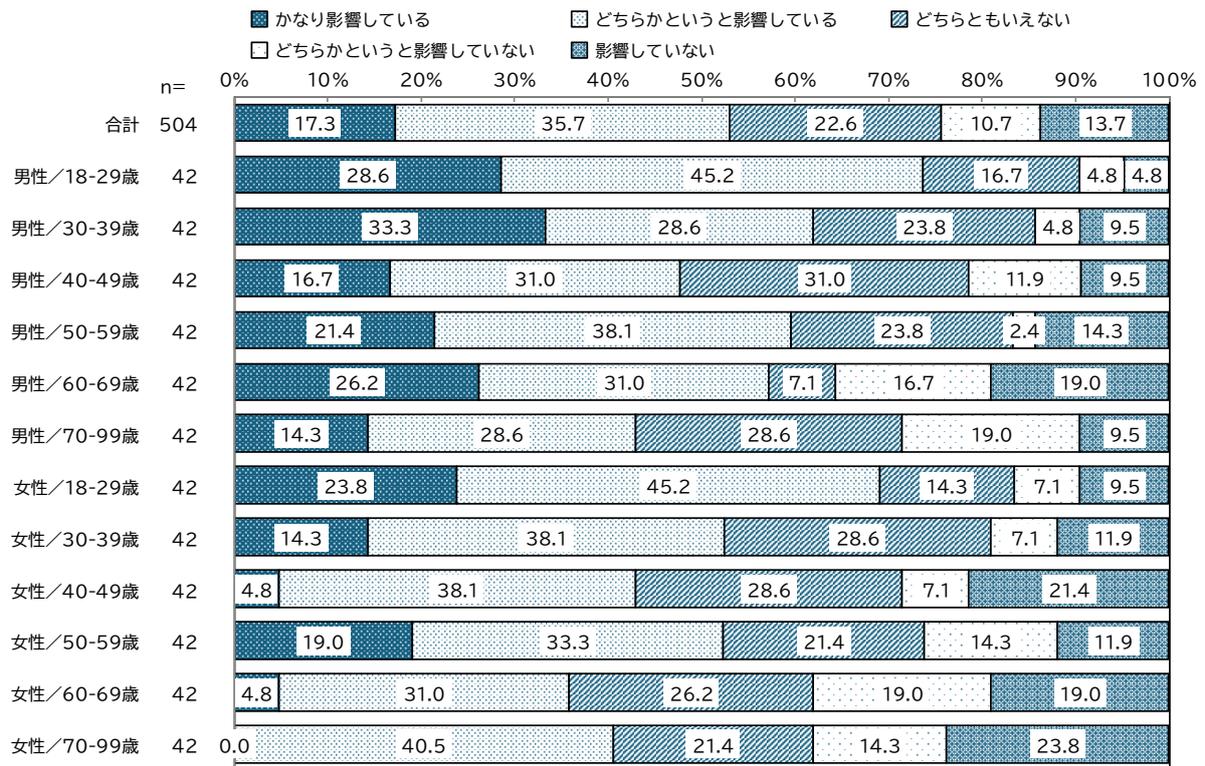
		全体	支払い手続きが簡単・迅速である	割引やポイントなどの特典がある	非接触なので衛生的である	現金を持ち歩かなくてよいことが便利	支払履歴がわかり、支出状況を管理しやすい	使い方がよくわからないことがある	セキュリティ面(不正利用等)が不安である	お金を使っている感覚がせず、使いすぎてしまう	チャージや残高確認の操作が面倒	その他
全体		504	378	319	84	241	152	40	93	85	47	2
		100.0	75.0	63.3	16.7	47.8	30.2	7.9	18.5	16.9	9.3	0.4
性別 / 年齢	男性 / 18-29歳	42	31	28	9	23	15	1	3	8	3	0
		100.0	73.8	66.7	21.4	54.8	35.7	2.4	7.1	19.0	7.1	0.0
	男性 / 30-39歳	42	29	23	6	17	8	3	5	7	1	0
		100.0	69.0	54.8	14.3	40.5	19.0	7.1	11.9	16.7	2.4	0.0
	男性 / 40-49歳	42	30	32	7	23	9	3	6	5	2	0
		100.0	71.4	76.2	16.7	54.8	21.4	7.1	14.3	11.9	4.8	0.0
	男性 / 50-59歳	42	27	27	6	21	11	1	3	4	2	0
		100.0	64.3	64.3	14.3	50.0	26.2	2.4	7.1	9.5	4.8	0.0
	男性 / 60-69歳	42	32	30	12	21	16	4	14	5	7	2
		100.0	76.2	71.4	28.6	50.0	38.1	9.5	33.3	11.9	16.7	4.8
	男性 / 70-99歳	42	36	29	3	23	13	6	8	4	4	0
		100.0	85.7	69.0	7.1	54.8	31.0	14.3	19.0	9.5	9.5	0.0
	女性 / 18-29歳	42	33	25	10	22	16	1	2	14	6	0
		100.0	78.6	59.5	23.8	52.4	38.1	2.4	4.8	33.3	14.3	0.0
女性 / 30-39歳	42	35	24	7	17	10	1	7	12	3	0	
	100.0	83.3	57.1	16.7	40.5	23.8	2.4	16.7	28.6	7.1	0.0	
女性 / 40-49歳	42	31	28	5	20	15	3	11	7	1	0	
	100.0	73.8	66.7	11.9	47.6	35.7	7.1	26.2	16.7	2.4	0.0	
女性 / 50-59歳	42	32	19	4	13	9	1	9	6	5	0	
	100.0	76.2	45.2	9.5	31.0	21.4	2.4	21.4	14.3	11.9	0.0	
女性 / 60-69歳	42	26	27	5	16	14	7	13	8	7	0	
	100.0	61.9	64.3	11.9	38.1	33.3	16.7	31.0	19.0	16.7	0.0	
女性 / 70-99歳	42	36	27	10	25	16	9	12	5	6	0	
	100.0	85.7	64.3	23.8	59.5	38.1	21.4	28.6	11.9	14.3	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】

キャッシュレス決済対応の店舗選択への影響について、「どちらかというに影響している」が35.7%で最も高く、次いで「どちらともいえない」が22.6%、「かなり影響している」が17.3%となった。

性・年代別にみると、20代以下の男女では『影響している（「かなり影響している」と「どちらかというに影響している」の合算）』が7割前後で高くなっている。

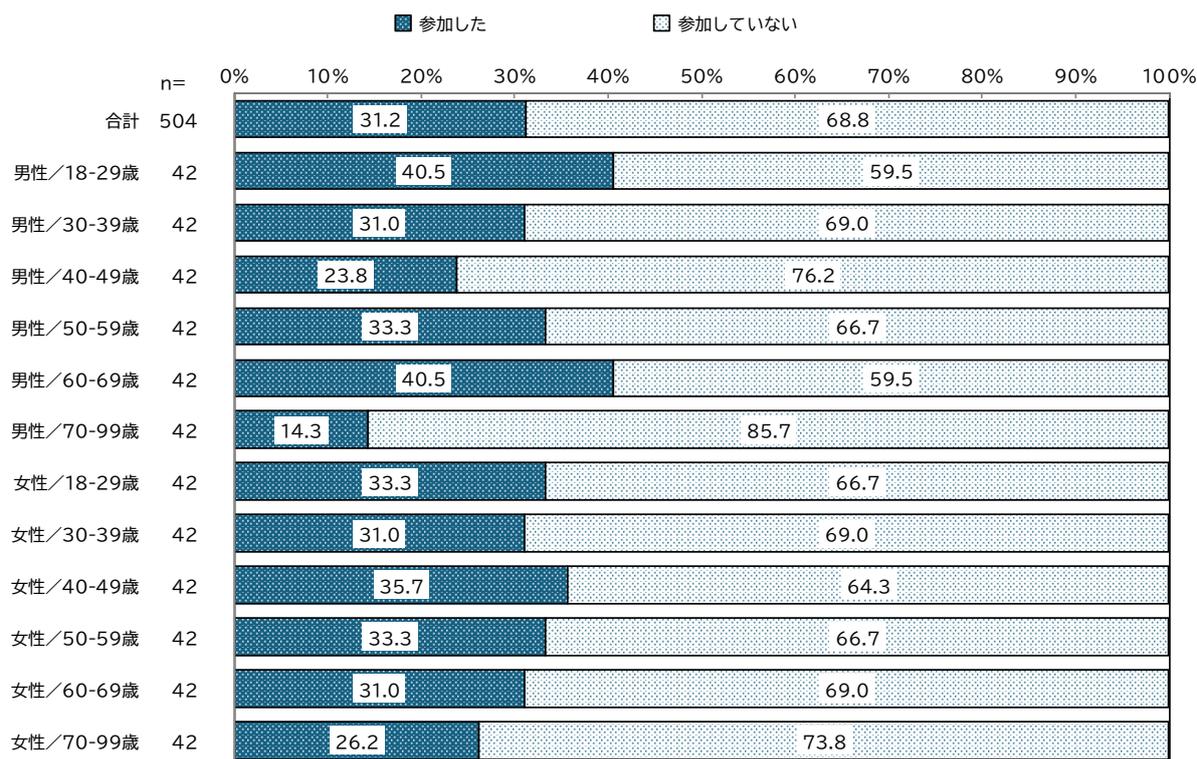
また、全体的に、男性は女性よりも『影響している』割合が高くなっている。



## 2. キャンペーンについて

問7 練馬区が令和7年7月1日から8月10日までの期間で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。【当てはまるものを一つ選択】

練馬区キャンペーンへの参加有無について、全体では、「参加した」が31.2%、「参加していない」が68.8%となった。

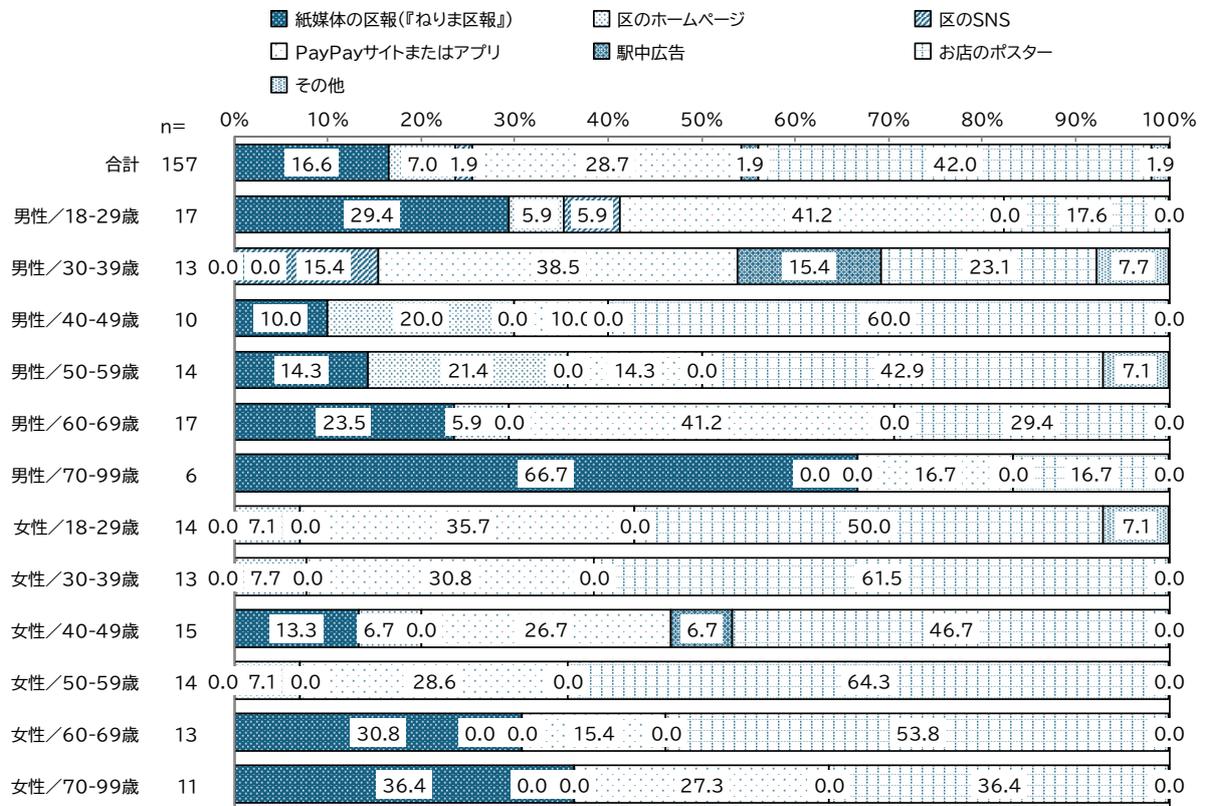


問8 問7で「参加した」を選択した方に質問します。  
 練馬区キャンペーン実施を以下のどの媒体で知りましたか。  
 【最も当てはまるものを一つ選択】

練馬区キャンペーン実施を知った媒体について、「お店のポスター」が42.0%で最も高く、次いで「PayPayサイトまたはアプリ」が28.7%、「紙媒体の区報（『ねりま区報』）」が16.6%となった。

性・年代別にみると、女性はすべての年代で「お店のポスター」が最も高い（70代以上のみ「紙媒体の区報（『ねりま区報』）」と同率）。

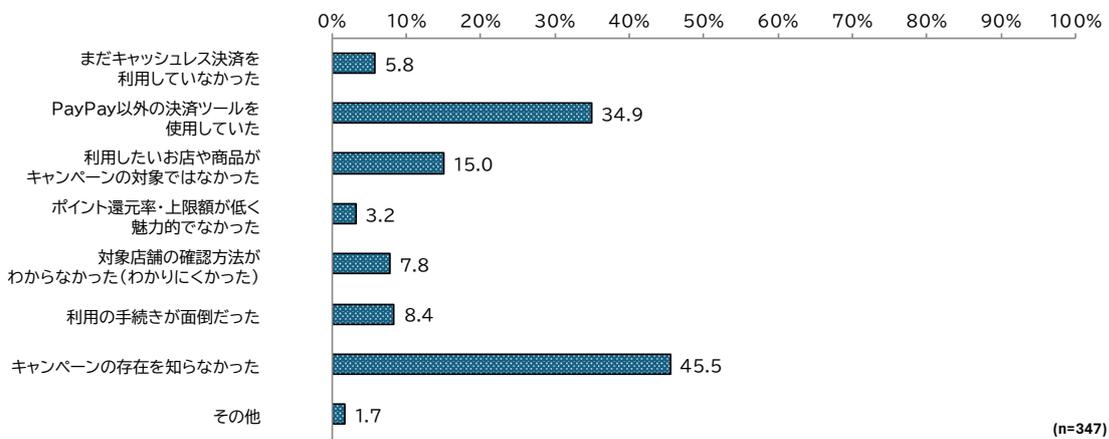
男性は、30代以下および60代では「PayPayサイトまたはアプリ」が、40代・50代では「お店のポスター」が、70代以上で「紙媒体の区報（『ねりま区報』）」が最も高い。



問9 問7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。  
 【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、「キャンペーンの存在を知らなかった」が45.5%で最も高く、次いで「PayPay以外の決済ツールを使用していた」が34.9%、「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15.0%となった。

性・年代別にみると、20代以下の女性を除くすべての性・年代で「キャンペーンの存在を知らなかった」と「PayPay以外の決済ツールを使用していた」が上位2項目を占めている。20代以下の女性では、「キャンペーンの存在を知らなかった」が最も高く、次いで「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」が高くなった。



(上段:件数、下段:%)

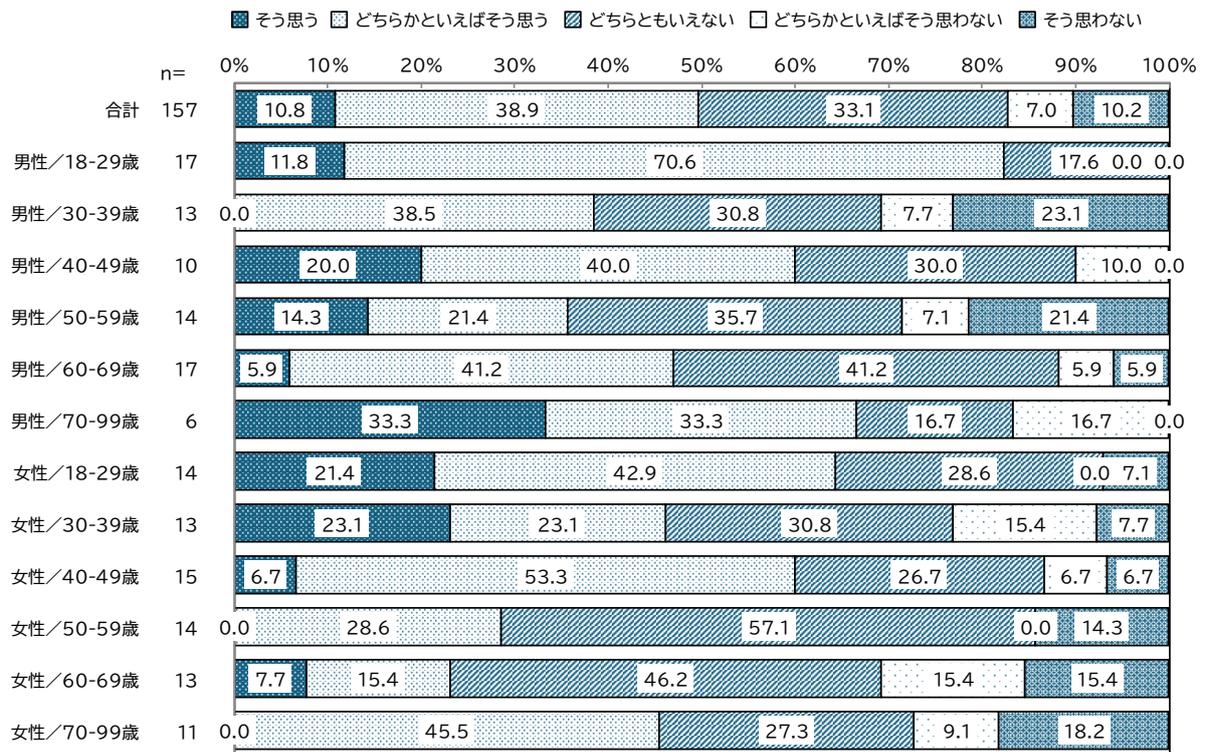
	全体	まだキャッシュレス決済を利用していなかった	PayPay以外の決済ツールを使用していた	利用したいお店や商品がキャンペーンの対象ではなかった	ポイント還元率・上限額が低く魅力的でなかった	対象店舗の確認方法がわからなかった(わかりにくかった)	利用の手続きが面倒だった	キャンペーンの存在を知らなかった	その他
全体	347	20	121	52	11	27	29	158	6
	100.0	5.8	34.9	15.0	3.2	7.8	8.4	45.5	1.7
性別 / 年齢	男性 / 18-29歳	25	2	5	3	2	1	14	0
		100.0	8.0	20.0	12.0	8.0	4.0	56.0	0.0
	男性 / 30-39歳	29	4	9	3	2	0	17	0
		100.0	13.8	31.0	10.3	6.9	0.0	58.6	0.0
	男性 / 40-49歳	32	1	18	6	2	1	2	9
		100.0	3.1	56.3	18.8	6.3	3.1	6.3	28.1
	男性 / 50-59歳	28	2	12	6	1	1	2	9
		100.0	7.1	42.9	21.4	3.6	3.6	7.1	32.1
	男性 / 60-69歳	25	0	11	1	1	2	1	11
		100.0	0.0	44.0	4.0	4.0	8.0	4.0	44.0
	男性 / 70-99歳	36	1	18	4	0	7	4	14
		100.0	2.8	50.0	11.1	0.0	19.4	11.1	38.9
	女性 / 18-29歳	28	1	4	5	0	0	2	19
		100.0	3.6	14.3	17.9	0.0	0.0	7.1	67.9
女性 / 30-39歳	29	3	5	3	0	2	3	16	
	100.0	10.3	17.2	10.3	0.0	6.9	10.3	55.2	
女性 / 40-49歳	27	0	11	4	1	4	3	10	
	100.0	0.0	40.7	14.8	3.7	14.8	11.1	37.0	
女性 / 50-59歳	28	1	7	6	0	4	3	14	
	100.0	3.6	25.0	21.4	0.0	14.3	10.7	50.0	
女性 / 60-69歳	29	2	11	6	0	1	2	11	
	100.0	6.9	37.9	20.7	0.0	3.4	6.9	37.9	
女性 / 70-99歳	31	3	10	5	2	4	5	14	
	100.0	9.7	32.3	16.1	6.5	12.9	16.1	45.2	

問10 問7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。【最も当てはまるものを一つ選択】

練馬区キャンペーンによる生活負担軽減の実感について、「どちらかといえばそう思う」が38.9%で最も高く、次いで「どちらともいえない」が33.1%、「そう思う」が10.8%となった。なお、『そう思う（「そう思う」「どちらかといえばそう思う」の合算）』は49.7%となっている。

性・年代別にみると、すべての性・年代で「どちらかといえばそう思う」と「どちらともいえない」上位2項目を占めている。

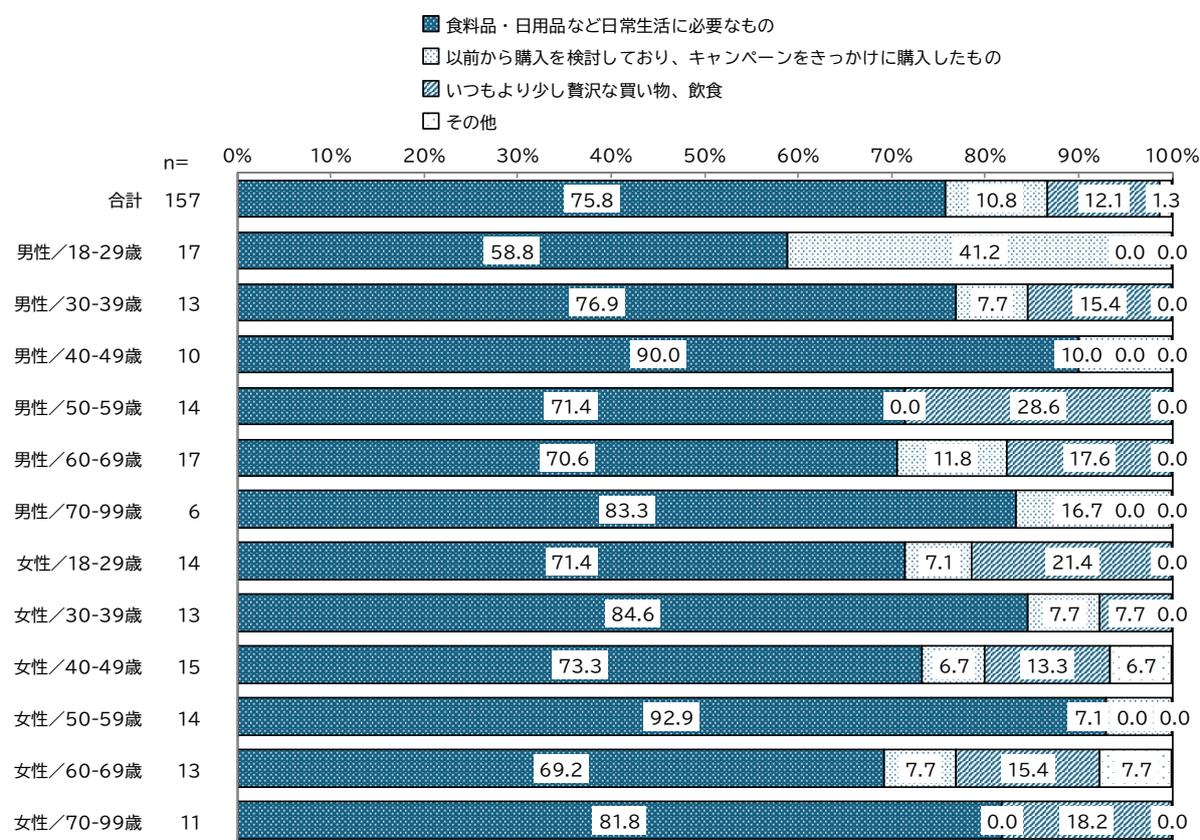
※ 30代女性は「そう思う」が「どちらかといえばそう思う」と同率2位、60代女性は「どちらかといえばそう思う」と「どちらかといえばそう思わない」が同率2位、70代以上の男性は「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」が同率1位



問11 問7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。  
 【最も当てはまるものを一つ選択】

練馬区キャンペーンでの主な買い物事項について、「食料品・日用品など日常生活に必要なもの」が75.8%で最も高く、次いで「いつもより少し贅沢な買い物、飲食」が12.1%、「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10.8%となった。

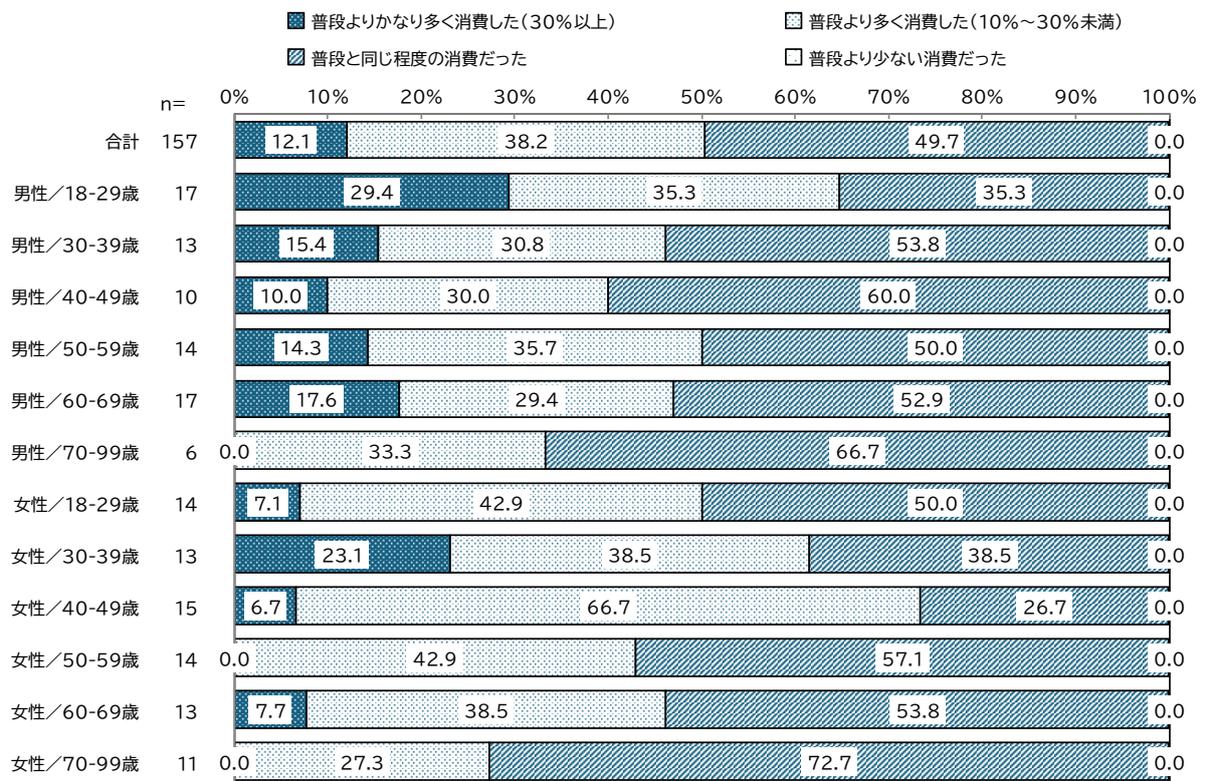
性・年代別にみると、すべての性・年代で「食料品・日用品など日常生活に必要なもの」が最も高くなっている。20代以下の男性は「以前から購入を検討しており、キャンペーンをきっかけに購入したもの」が4割強で高い。



問12 問7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。  
 【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中の消費動向について、「普段と同じ程度の消費だった」が49.7%で最も高く、次いで「普段より多く消費した（10%～30%未満）」が38.2%、「普段よりかなり多く消費した（30%以上）」が12.1%となった。

性・年代別にみると、20代以下の男性と30代・40代の女性では、「普段より多く消費した（10%～30%未満／30%以上）」割合が、他の年代に比べて高くなっている。

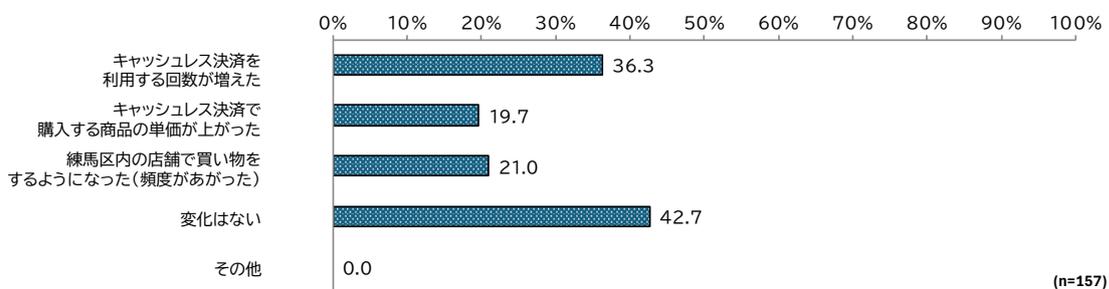


問13 問7で「参加した」を選択した方に質問します。  
 練馬区キャンペーンをきっかけに、消費行動の変化がありましたか。  
 【当てはまるものを全て選択】

練馬区キャンペーンによる消費行動の変化について、「変化はない」が42.7%で最も高く、次いで「キャッシュレス決済を利用する回数が増えた」が36.3%、「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21.0%となった。

性・年代別にみると、30代・50代・70代の男性および20代以下・60代以上の女性では「変化はない」が最も高く、40代・60代の男性および30代～50代の女性では「キャッシュレス決済を利用する回数が増えた」が最も高くなっている。

また、20代以下の男性では「キャッシュレス決済で購入する商品の単価が上がった」が最も高くなった。



(上段:件数、下段:%)

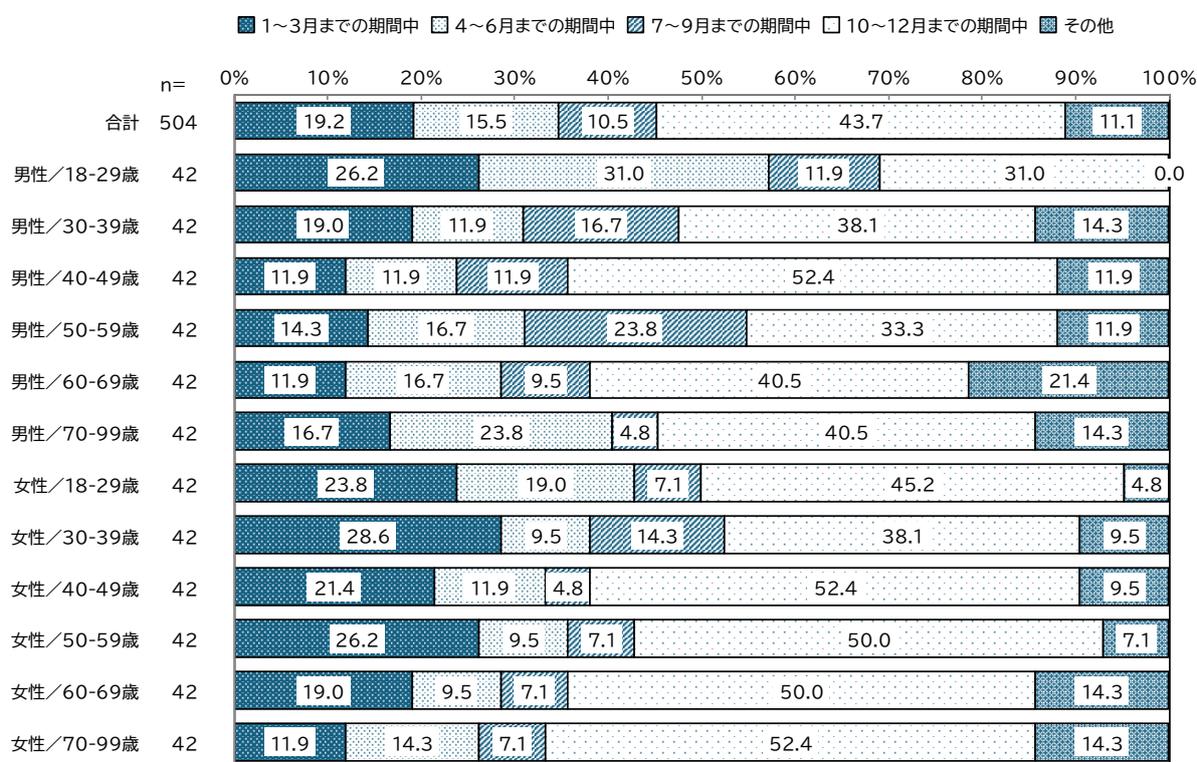
		全体	キャッシュレス決済を利用する回数が増えた	キャッシュレス決済で購入する商品の単価が上がった	練馬区内の店舗で買い物をするようになった(頻度があがった)	変化はない	その他
全体		157	57	31	33	67	0
		100.0	36.3	19.7	21.0	42.7	0.0
性別/年齢	男性/18-29歳	17	7	11	4	1	0
		100.0	41.2	64.7	23.5	5.9	0.0
	男性/30-39歳	13	3	4	2	8	0
		100.0	23.1	30.8	15.4	61.5	0.0
	男性/40-49歳	10	5	2	1	3	0
		100.0	50.0	20.0	10.0	30.0	0.0
	男性/50-59歳	14	4	1	2	9	0
		100.0	28.6	7.1	14.3	64.3	0.0
	男性/60-69歳	17	8	2	5	6	0
		100.0	47.1	11.8	29.4	35.3	0.0
	男性/70-99歳	6	2	0	0	4	0
		100.0	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0
	女性/18-29歳	14	5	2	3	7	0
		100.0	35.7	14.3	21.4	50.0	0.0
女性/30-39歳	13	6	3	5	3	0	
	100.0	46.2	23.1	38.5	23.1	0.0	
女性/40-49歳	15	7	4	5	4	0	
	100.0	46.7	26.7	33.3	26.7	0.0	
女性/50-59歳	14	6	1	5	4	0	
	100.0	42.9	7.1	35.7	28.6	0.0	
女性/60-69歳	13	3	1	1	8	0	
	100.0	23.1	7.7	7.7	61.5	0.0	
女性/70-99歳	11	1	0	0	10	0	
	100.0	9.1	0.0	0.0	90.9	0.0	

### 3. 今後の施策について

問14 今後、PayPayポイント還元のような消費喚起事業【以下、「消費喚起キャンペーン」という】を区が実施する場合、実施のタイミングとして最も望ましい時期をお答えください。【最も当てはまるものを一つ選択】

消費喚起事業を実施するタイミングとして最も望ましい時期について、「10～12月までの期間中」が43.7%で最も高く、次いで「1～3月までの期間中」が19.2%、「4～6月までの期間中」が15.5%となった。

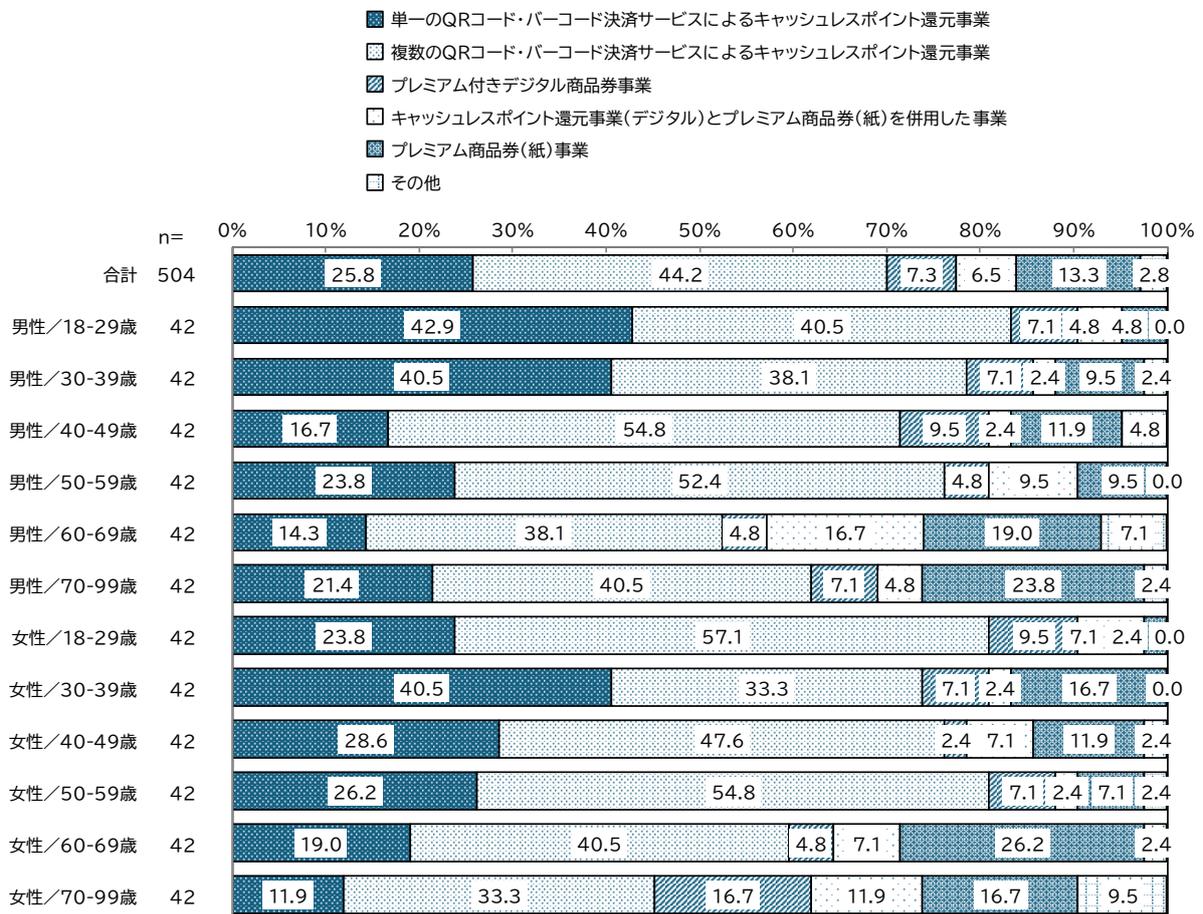
性・年代別にみると、すべての性・年代で「10～12月までの期間中」が最も高くなった（20代以下の男性のみ「4～6月までの期間中」が同率）。



問15 今後、消費喚起キャンペーンを実施する場合、以下のうち、あなたが最も参加したいと思う実施方法は何ですか。  
**【最も当てはまるものを一つ選択】**

消費喚起キャンペーンへの参加意向が最も高まる実施方法について、「複数のQRコード・バーコード決済サービスによるキャッシュレスポイント還元事業（以下「複数決済サービスでの事業）」が44.2%で最も高く、次いで「単一のQRコード・バーコード決済サービスによるキャッシュレスポイント還元事業（以下「単一決済サービスでの事業）」が25.8%、「プレミアム商品券（紙）事業」が13.3%となった。

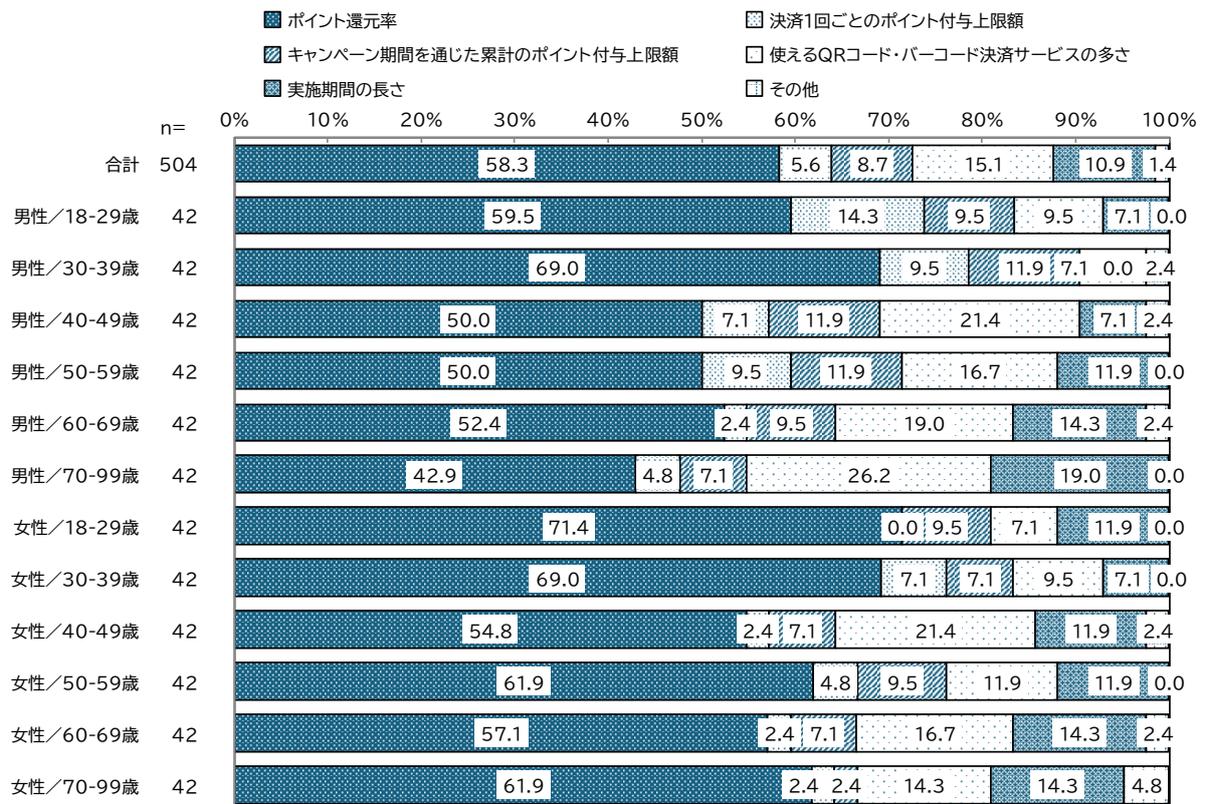
性・年代別にみると、30代以下の男性および30代の女性では「単一決済サービスでの事業」が最も高く、40代以上の男性および20代以下・40代以上の女性では「複数決済サービスでの事業」が最も高くなった。



問16 今後、キャッシュレスポイント還元事業を実施する場合、以下のうち、あなたが最も重要視する項目は何ですか。  
【最も当てはまるものを一つ選択】

キャッシュレスポイント還元事業において最も重要視する項目について、「ポイント還元率」が58.3%で最も高く、次いで「使えるQRコード・バーコード決済サービスの多さ」が15.1%、「実施期間の長さ」が10.9%となった。

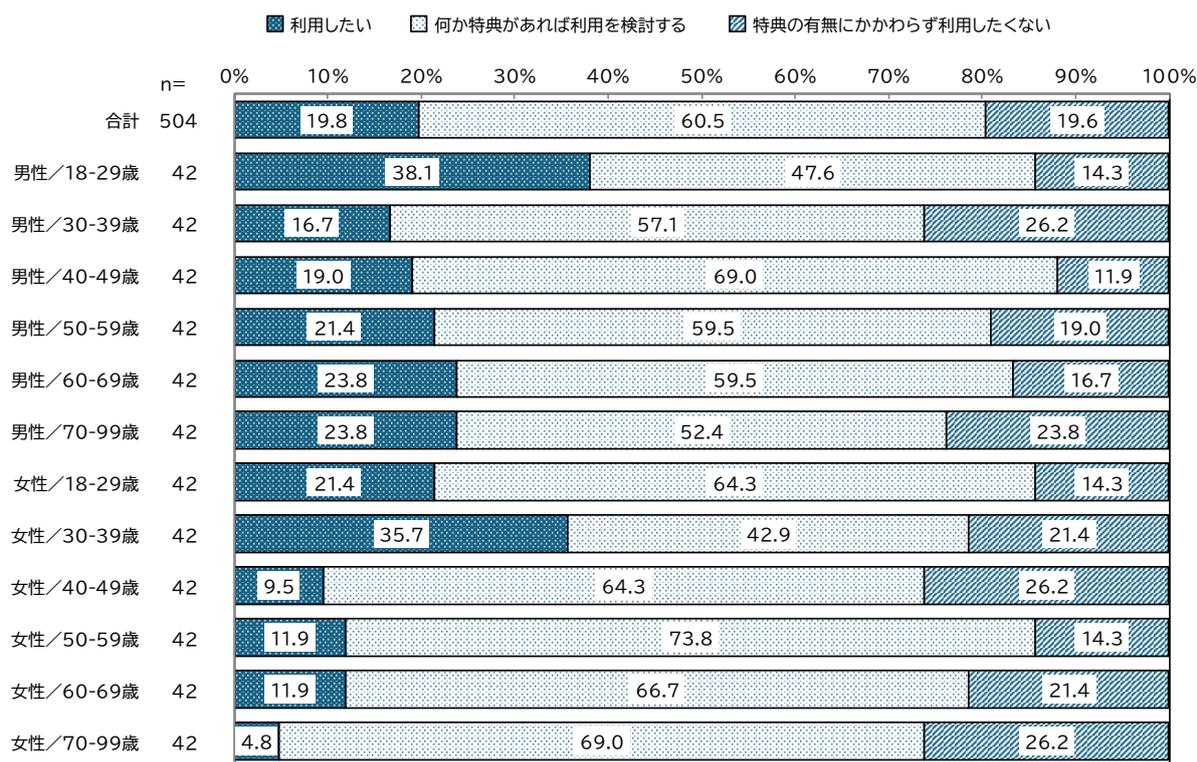
性・年代別にみると、すべての性・年代で「ポイント還元率」が最も高くなった。特に、30代男性および30代以下の女性では7割前後となり、他の性・年代と比べても高くなっている。



問17 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えますか。【最も当てはまるものを一つ選択】

練馬区独自のデジタル地域通貨アプリの利用意向について、「何か特典があれば利用を検討する」が60.5%で最も高く、次いで「利用したい」が19.8%、「特典の有無にかかわらず利用したくない」が19.6%となった。

性・年代別にみると、すべての性・年代で「何か特典があれば利用を検討する」が最も高い。



※ 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。

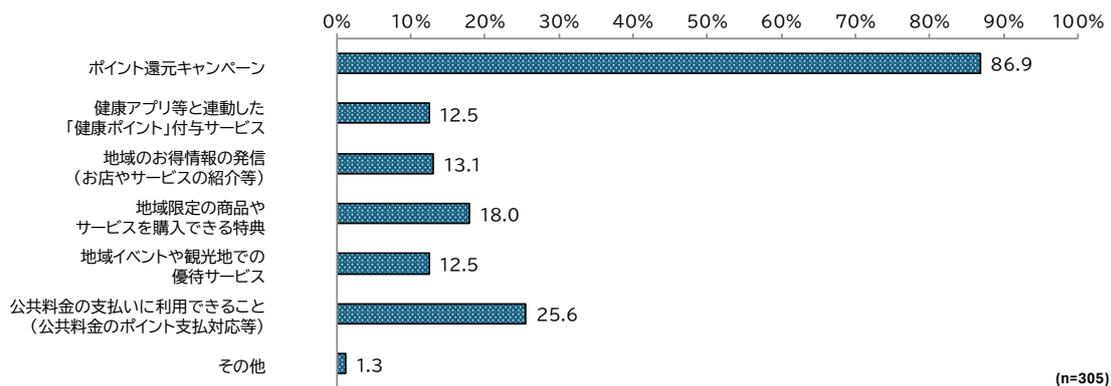
例 せたがやPay（世田谷区）：<https://setagayapay.com/>

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

問18 問17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。  
【当てはまるものを全て選択】

デジタル地域通貨の利用を検討する特典について、「ポイント還元キャンペーン」が86.9%で最も高く、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25.6%、「地域限定の商品やサービスを購入できる特典」が18.0%となった。

性・年代別にみると、すべての性・年代で「ポイント還元キャンペーン」が最も高い。



(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	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	
									件数
全体	305	265	38	40	55	38	78	4	
	100.0	86.9	12.5	13.1	18.0	12.5	25.6	1.3	
性別 / 年齢	男性 / 18-29歳	20	17	4	3	5	5	2	0
		100.0	85.0	20.0	15.0	25.0	25.0	10.0	0.0
	男性 / 30-39歳	24	22	3	3	6	4	5	1
		100.0	91.7	12.5	12.5	25.0	16.7	20.8	4.2
	男性 / 40-49歳	29	25	2	7	5	1	5	0
		100.0	86.2	6.9	24.1	17.2	3.4	17.2	0.0
	男性 / 50-59歳	25	24	4	3	3	3	8	0
		100.0	96.0	16.0	12.0	12.0	12.0	32.0	0.0
	男性 / 60-69歳	25	20	4	5	8	2	5	0
		100.0	80.0	16.0	20.0	32.0	8.0	20.0	0.0
	男性 / 70-99歳	22	16	2	2	3	2	10	0
		100.0	72.7	9.1	9.1	13.6	9.1	45.5	0.0
	女性 / 18-29歳	27	26	5	2	3	2	8	0
		100.0	96.3	18.5	7.4	11.1	7.4	29.6	0.0
女性 / 30-39歳	18	14	3	3	4	3	4	0	
	100.0	77.8	16.7	16.7	22.2	16.7	22.2	0.0	
女性 / 40-49歳	27	24	2	6	7	6	7	0	
	100.0	88.9	7.4	22.2	25.9	22.2	25.9	0.0	
女性 / 50-59歳	31	27	4	1	2	1	6	1	
	100.0	87.1	12.9	3.2	6.5	3.2	19.4	3.2	
女性 / 60-69歳	28	25	1	2	3	5	6	1	
	100.0	89.3	3.6	7.1	10.7	17.9	21.4	3.6	
女性 / 70-99歳	29	25	4	3	6	4	12	1	
	100.0	86.2	13.8	10.3	20.7	13.8	41.4	3.4	

※ 「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。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る。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る。

## 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

キャンペーン期間中のPayPay利用については、すべての業種で9割前後の店舗が「利用があった」と回答している（問7）。

来客数については、約4割の店舗でキャンペーン期間中は「期間前よりも来客数が増えた」と回答している。ただし、年代別にみると、20代以下および60代以上の来客数が増えた割合は、2割～2割半ばで全体の数値に比べて低い。同様に業種別では、その他の業種において2割半ばと割合が低くなった。年代や業種によって、来客数増加の効果がやや抑えられることがわかる（問8）。

「期間前よりも来客数が減った」割合は全体で1.7%と少ない。来客数が減った要因としては、酷暑の影響と考えている店舗が多い。また、物価高等の影響による買い控えやポイント還元率の低さに触れる店舗もあった（問8・9）。

##### ● キャンペーン期間中の各決済方法の割合

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。業種別にみても、各業種いずれも10ポイント以上の増加幅となった（問10）。

##### ● キャンペーンによるPayPay決済の売上状況や顧客動向への影響

PayPay決済の売上については、昨年度キャンペーン期間と今回のキャンペーン期間の比較において、約3割の店舗が「増加(5%)」と回答していることから、キャンペーンを重ねるごとにPayPay利用者が増加していることがうかがえる（問11）。

キャンペーン期間中は、期間前と比べて、PayPay決済の売上が約6割の店舗で増加しており、キャンペーンの効果が出ていることがわかる（問12）。

キャンペーン期間後において、期間中と比較してもPayPay決済の売上が「ほぼ変わらない(±5%未満)」割合が5割弱であることから、PayPay決済の定着が進んでいる状況もみられた（問13）。

キャンペーン期間中の顧客動向については、「既存の固定客の来店頻度増加」が3割半ば、「新規顧客の増加」が2割強となった。業種にも上位2項目はいずれも変わらないが、飲食業のみ「新規顧客の増加」が「既存の固定客の来店頻度増加」よりも高くなっている（問14）。

### 【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割を超えており、不満の声は10%未満にとどまっている（問17）。

顧客からの声や店舗側からの意見をみると、定期開催や開催頻度の増加を望む声がみられる。一方、ポイント還元率が20%から10%に下がったことへの不満の声も少なくなかった。また、キャッシュレスによる手数料負担や現金化の遅れに触れる声もあった（問18・19）。

### 【今後の消費喚起キャンペーンについて】

今後の消費喚起キャンペーンの実施においては、現行と同様の「単一のQRコード・バーコード決済サービスによるキャッシュレスポイント還元事業」が過半数を占めて最も高くなっている（問20）。

開催時期については、1月～3月が27.2%、4～6月が14.5%、7～9月が22.0%、10～12月が23.6%となった（問21）。この時期を選択した理由については、「閑散期に顧客増加を図りたい」との声が多くなっている。また、逆に、繁忙期にさらなる売上増加を図りたいという声も多かった（問22）。

各店舗で閑散期・繁忙期の時期が異なることから、問21の回答も分散したものと考えられる。また、やや問21の回答が少なかった4～6月については、新年度の始まりにあたる時期であることから、新規顧客の獲得が見込める旨の回答がみられた（問22）。

消費喚起キャンペーンの広報については、「鉄道駅構内でのポスター掲示」が3割半ばで最も高く、次点として「区報（ねりま区報）による周知」と「区SNSによる周知」が続いた。これら3つの項目で8割半ばを占めている（問23）。

キャッシュレス決済ポイント還元事業において重視してほしい項目は、すべての業種で「ポイント還元率」が最も高く、5割半ばから6割半ばを占めている（問24）。複数の決済サービスによるキャンペーンを実施する場合の対応可能なサービス数について1～4種から尋ねたところ、4種すべて活用できることを望む声が7割超で高くなった（問25）。

練馬区で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、すべての業種で「手数料等の負担がある場合は参加しない」が約4割で最も高く、次いで「決済手数料のみの負担であれば参加する」が2割半ば～3割となった（問26）。

## 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】

普段の支払いにおけるキャッシュレス決済の利用状況は、性・年代にかかわらず「キャッシュレス決済の方が多い」割合が最も高くなった（問1）。（※ただし、本調査はキャッシュレス決済利用者のみ絞って調査していることには留意が必要）

利用しているキャッシュレス決済の種類は、「QRコード決済・バーコード決済」と「クレジットカード」が7割超、「交通系電子マネー」が5割超となっている。性・年代別では、比較的、高齢者でクレジットカードの利用率が高い傾向がみられた（問2）。QRコード決済・バーコード決済の種類については、「PayPay」が7割を超えて最も高くなっている（問3）。

キャッシュレス決済を利用し始めたきっかけは、性・年代にかかわらず「自発的に」が最も高い（問4）。

キャッシュレス決済のメリットについては「支払い手続きが簡単・迅速である」と「割引やポイントなどの特典がある」が高い（問5）。店舗選びにおいては、キャッシュレス決済に対応しているかどうか、選択に『影響している』割合が過半数を占めた（問6）。

### 【キャンペーンについて】

#### ● キャンペーンへの参加有無

練馬区キャンペーンに「参加した」割合は全体で約3割であった（問7）。参加しなかった理由は「キャンペーンの存在を知らなかった」もしくは「PayPay以外の決済ツールを使用していた」割合が高い（問9）。

キャンペーン実施を知った媒体は、「お店のポスター（42.0%）」と「PayPayサイトまたはアプリ（28.7%）」が計7割強と多くを占めている。ただし、年代別に傾向の差がみられ、例えば高齢者では「紙媒体の区報（『ねりま区報』）」と回答する割合が比較的高くなっている（問8）。

#### ● キャンペーンの利用動向

キャンペーンによって生活負担が軽減されたと実感している方は5割弱（※1）であり（問10）、主な利用は「食料品・日用品など日常生活に必要なもの」の購入で、全体の7割半ばと高くなっている（問11）。

キャンペーン期間中は、普段と比べて多く消費した方が過半数を占めている（※2）が、70代以上の男女では3割前後とやや低くなっている（問12）。

また、キャンペーンをきっかけに、「キャッシュレス決済を利用する回数が増えた」割合は3割半ばとなっている（問13）。

※1 生活負担が軽減されたと感じたかどうかを尋ね、「そう思う」「どちらかといえばそう思う」と回答した割合の合計

※2 「普段より多く消費した（10%～30%未満）」と「普段よりかなり多く消費した（30%以上）」の合算

### 【今後の施策について】

今回のキャンペーンのような「消費喚起事業」を行う時期については、「10～12月までの期間中」を希望する割合が、性・年代にかかわらず最も高くなっている（問14）。

キャンペーン内容についての意向は、QRコード・バーコード決済サービスを活用したポイント還元事業を希望する声が7割と多い。内訳としては、「複数のQRコード・バーコード決済サービスによるキャッシュレスポイント還元事業」が4割半ば、「単一のQRコード・バーコード決済サービスによるキャッシュレスポイント還元事業」が2割半ばとなっている（問15）。

キャッシュレスポイント還元事業において最も重視するのは「ポイント還元率」が6割弱で最も高い（問16）。

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、すべての性・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17）。

## V 資料

### 1. 参加店舗向けアンケート調査票

#### 令和7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. 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。【1～5、a～e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. au PAY 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 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】

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

### 【 キャンペーンの効果 】

問7 あなたの店舗（会社）ではキャンペーン期間中（令和7年7月1日～8月10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8 あなたの店舗（会社）におけるキャンペーン期間中（令和7年7月1日～8月10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	2. 期間前と来客数は変わらなかった
		3. 期間前より来客数が減った	
（年代別）	20代以下	1. 期間前よりも来客数が増えた	2. 期間前と来客数は変わらなかった
		3. 期間前より来客数が減った	
	30～50代	1. 期間前よりも来客数が増えた	2. 期間前と来客数は変わらなかった
		3. 期間前より来客数が減った	
	60代以上	1. 期間前よりも来客数が増えた	2. 期間前と来客数は変わらなかった
		3. 期間前より来客数が減った	

問9 問8でひとつでも「3. 期間前より来客数が減った」を選択した方にお聞きします。

期間前より来客数が減ったことについて、考えられる要因を教えてください。【自由意見】

--

問10 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】

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

【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11 キャンペーン期間中（令和7年7～8月）は、昨年度の区のキャンペーン（令和6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】

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12 キャンペーン期間中（令和7年7～8月）は、キャンペーン期間前（令和7年6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13 キャンペーン期間後（令和7年9月以降（見込み））は、キャンペーン期間中（令和7年7月～8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14 キャンペーン期間前と比べて、キャンペーン期間中（令和7年7～8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. 既存の固定客の来店頻度増加 |
| 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15 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17へ |
|--------------|------------------------|

問16 問15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クーポンの活用            | 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 |

### 【キャンペーンの評価等】

問17 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18 キャンペーン期間中（令和7年7～8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19 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】

--------------

### 【今後の消費喚起キャンペーンについて】

問20 今後、PayPayポイント還元のような消費喚起事業（以下、「消費喚起キャンペーン」という）を区が行う場合、以下のうち、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. 単一（※）のQRコード・バーコード決済サービスによるキャッシュレスポイント還元事業 |
| 2. 複数のQRコード・バーコード決済サービスによるキャッシュレスポイント還元事業    |
| 3. デジタル商品券事業                                 |
| 4. キャッシュレスポイント還元事業（デジタル）とプレミアム商品券（紙）を併用した事業  |
| 5. その他（ ）                                    |

※ PayPay、d払い、au PAY、楽天ペイの内、いずれか1つ。

問21 今後、消費喚起キャンペーンを行う場合、あなたの店舗（会社）にとって最も都合の良い時期を教えてください。【当てはまるものを一つ選択】

- |                |              |              |
|----------------|--------------|--------------|
| 1. 1月～3月の期間内   | 2. 4月～6月の期間内 | 3. 7月～9月の期間内 |
| 4. 10月～12月の期間内 | 5. その他（ ）    |              |



## 2. 利用者向けアンケート調査票

### 【スクリーニング】

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(%)

#### 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）

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。

- 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】

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 （ い し く つ で る も ） 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 type="text"/>	6 <input type="checkbox"/>	6 <input type="radio"/>

次へ

0 50 100(%)

## 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

0 50 100(%)

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(%)

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

練馬区が令和7年7月1日から8月10日までの期間で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10%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(%)

## 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  キャンペーンが存在を知らなかった
- 8  その他

次へ



0 50 100(%)

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(%)

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(頻度があがった)
- 4  変化はない
- 5  その他

次へ

0 50 100(%)

## Q14

今後、PayPayポイント還元のような消費喚起事業(以下、「消費喚起キャンペーン」という)を区が実施する場合、実施のタイミングとして最も望ましい時期をお答えください。

- 1  1～3月までの期間中
- 2  4～6月までの期間中
- 3  7～9月までの期間中
- 4  10～12月までの期間中
- 5  その他

次へ

0 50 100(%)

改ページ

## Q15

今後、消費喚起キャンペーンを実施する場合、以下のうち、あなたが最も参加したいと思う実施方法は何ですか。

- 1  単一(※)のQRコード・バーコード決済サービスによるキャッシュレスポイント還元事業
- 2  複数のQRコード・バーコード決済サービスによるキャッシュレスポイント還元事業
- 3  プレミアム付きデジタル商品券事業
- 4  キャッシュレスポイント還元事業(デジタル)とプレミアム商品券(紙)を併用した事業
- 5  プレミアム商品券(紙)事業
- 6  その他

※PayPay、d払い、au PAY、楽天ペイの内、いずれか1つ。

次へ

0 50 100(%)

## Q16

今後、キャッシュレスポイント還元事業を実施する場合、以下のうち、あなたが最も重視する項目は何ですか。

- 1  ポイント還元率
- 2  決済1回ごとのポイント付与上限額
- 3  キャンペーン期間を通じた累計のポイント付与上限額
- 4  使えるQRコード・バーコード決済サービスの多さ
- 5  実施期間の長さ
- 6  その他

次へ

0 50 100(%)

改ページ

## Q17

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(%)

Q18

Q17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  健康アプリ等と連動した「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(%)