

令和7年度

練馬区

第2回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(2026)年3月

株式会社サーベイリサーチセンター

目次

第1章 調査の概要	1
1. 調査実施の目的	3
2. 調査方法と回収状況	3
3. 調査実施機関	3
4. 調査項目	3
5. 調査報告書の読み方及び注意事項	4
第2章 アンケート調査結果	5
1. 基本情報	7
（1）業種	7
（2）直近の経営状況	7
（3）経営者（店長）の年代	8
（4）従業員数	8
（5）年間売上規模	9
（6）導入・利用しているキャッシュレス決済の種類	10
（7）決済方法別にみた顧客単価	12
（8）キャッシュレス決済対応の有無による店舗選択の影響	14
2. キャンペーンの効果	15
（1）キャンペーン期間中のPayPay利用者の有無	15
（2）期間中の来客数増減（全年代）	16
（3）期間前より来客数が減少した要因（自由記述）	17
（4）売上金額に占める決済方法別割合	18
（5）今夏の区のキャンペーンと比べた変化	20
（6）キャンペーン期間前と比べた期間中の変化	22
（7）キャンペーン期間中と比べた期間後の変化	23
（8）キャンペーン期間前と比べた期間中の顧客動向の変化	24
（9）キャンペーン期間にあわせた独自の取組実施	25
（10）実施した取組	26
（11）PRに活用した媒体	27
3. キャンペーンの評価	28
（1）今回のキャンペーンの総合的満足度	28
（2）今回のキャンペーンに対する顧客からの意見・感想（自由記述）	29
（3）今回のキャンペーンについての意見（自由記述）	31
第3章 アンケート分析結果	33
第4章 使用した調査票	37

第1章 調査の概要

1. 調査実施の目的

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、令和7年12月1日(月)から令和7年12月31日(水)までの期間中、最大10%（1回上限3,000円相当、期間合計5,000pt）のPayPayポイントを還元する令和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！」を実施した。

本調査は、当該のキャッシュレス決済ポイント還元キャンペーンに参加した区内事業者に対しアンケートを行い、今後の施策立案や評価、効果検証のための基礎資料とすることを目的として実施した。

2. 調査方法と回収状況

調査対象：キャンペーンに参加した区内事業所のうち、4,500社程度

調査方法：郵送配布－郵送/WEB併用回収

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。

調査期間：令和8年1月14日（水）～2月10日（火）

<回収状況>

- ・総配布数：4,500件
- ・有効回収数：968件（紙365件/WEB603件）
- ・有効回収率：21.5%

	サービス業	飲食業	小売業	その他	計
回収の業種内訳	42.8%	27.7%	27.5%	2.1%	100.0%

「サービス業」の内訳：美容・理容、エステティックサロン、クリーニング、リフォーム、フィットネスなど

「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、娯楽など

3. 調査実施機関

- ・株式会社サーベイリサーチセンター

4. 調査項目

- ・店舗（会社）の基本情報
- ・キャンペーンの効果
- ・キャンペーンの評価

5. 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表す。
- 図表内における「-」の表示は、その選択肢で回答者がいないことを示している。
- 回答者数が30未満の場合、比率が上下しやすいため、傾向を見るにとどめ、本文中では触れていない場合がある。
- 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コード決済・バーコード決済（PayPayを除く）、クレジットカード、交通系ICカード、流通系電子マネーなど、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コード決済・バーコード決済（PayPayを含む）、クレジットカード、交通系ICカード、流通系電子マネーを含むすべてのキャッシュレス決済が該当

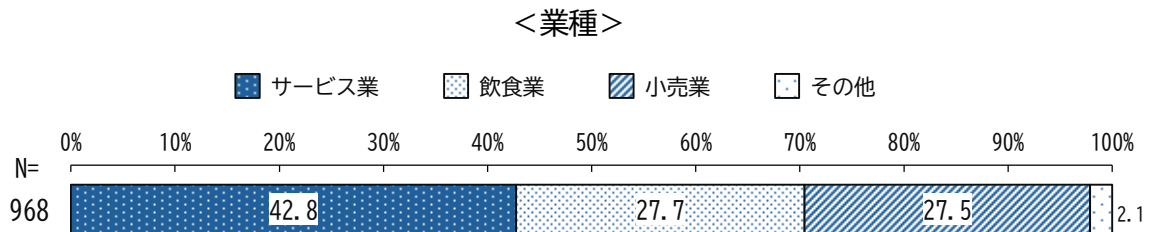
第2章 アンケート調査結果

1. 基本情報

(1) 業種

問1 あなたのお店の業種を教えてください。【最も年間売上高の多い業種一つだけを選択】

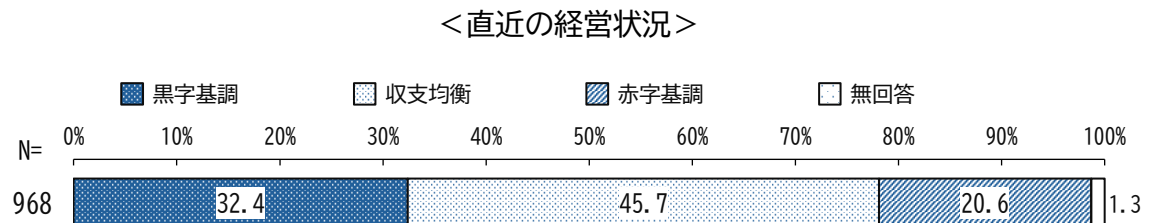
業種は、「サービス業」が42.8%と最も高く、「飲食業」が27.7%、「小売業」が27.5%、「その他」が2.1%となっている。



(2) 直近の経営状況

問2 あなたのお店の直近の経営状況を教えてください。【当てはまるものを一つ選択】

直近の経営状況は、「黒字基調」が32.4%、「収支均衡」が45.7%、「赤字基調」が20.6%となっている。



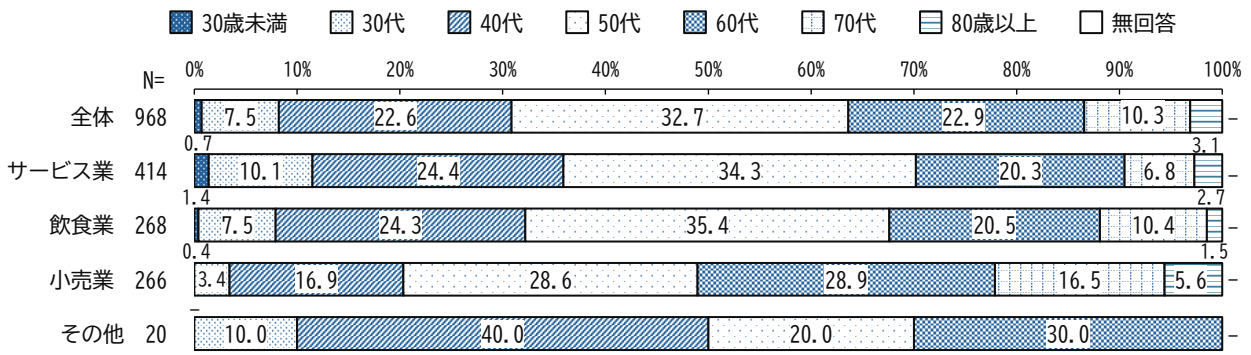
(3) 経営者（店長）の年代

問3 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）の年代は、全体では「50代」が32.7%で最も高く、「60代」が22.9%、「40代」が22.6%となっている。

業種別にみると、サービス業では「50代」が34.3%で最も高く、40代が24.4%、60代が20.3%となっている。飲食業も「50代」が35.4%と最も高くなっている。一方で、小売業では「60代」が28.9%で最も高く、「50代」は28.6%となっている。いずれも「30歳未満」の割合は他の世代に比べて低くなっている。

<経営者（店長）の年代>

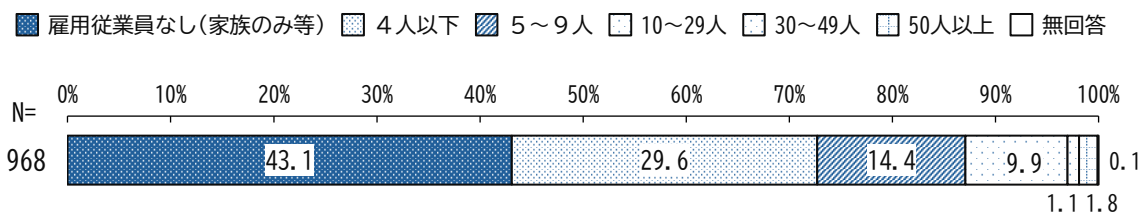


(4) 従業員数

問4 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】

従業員数は、「雇用従業員なし（家族のみ等）」が43.1%と最も高く、次いで「4人以下」が29.6%、「5～9人」が14.4%となっている。

<従業員数>

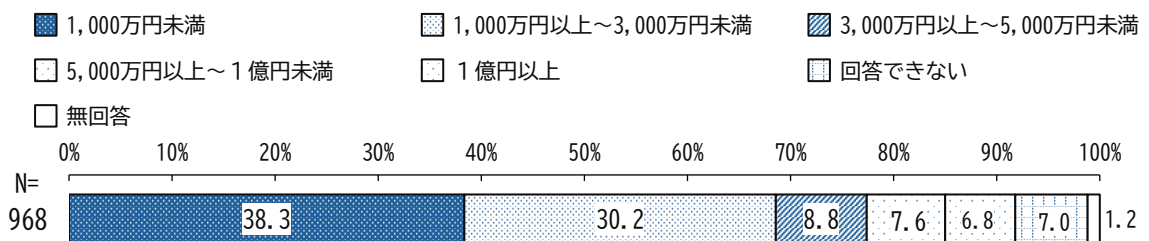


(5) 年間売上規模

問5 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】

年間売上規模は、「1,000万円未満」が38.3%と最も高く、次いで「1,000万円以上～3,000万円未満」が30.2%、「3,000万円以上～5,000万円未満」が8.8%となっている。売上規模は「3,000万円未満」があわせて7割弱となっている。

<年間の売上規模>



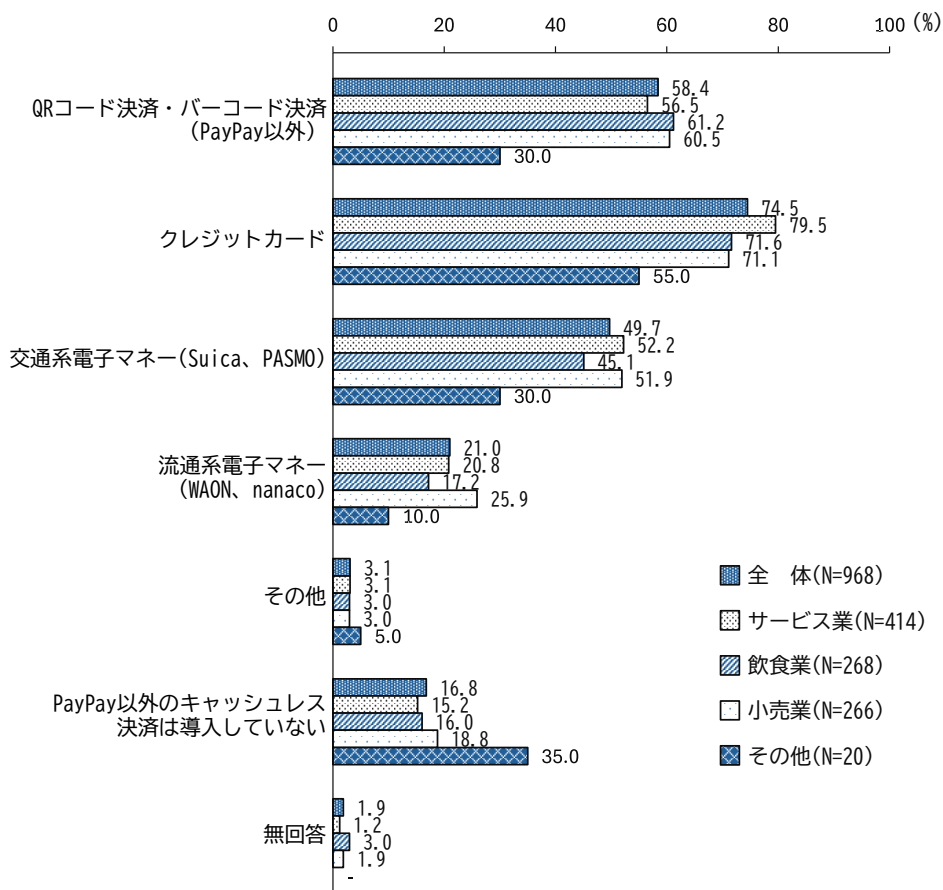
(6) 導入・利用しているキャッシュレス決済の種類

問6 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】

PayPay以外のキャッシュレス決済の導入状況は、全体では、「クレジットカード」が74.5%と最も高く、次いで「QRコード決済・バーコード決済（PayPay以外）」（58.4%）、「交通系電子マネー（Suica、PASMO）」（49.7%）となっている。「PayPay以外のキャッシュレス決済は導入していない」は16.8%となっている。

業種別にみると、全業種で「クレジットカード」が最上位で、次点として「QRコード決済（PayPay以外）」と「交通系電子マネー」が拮抗している。

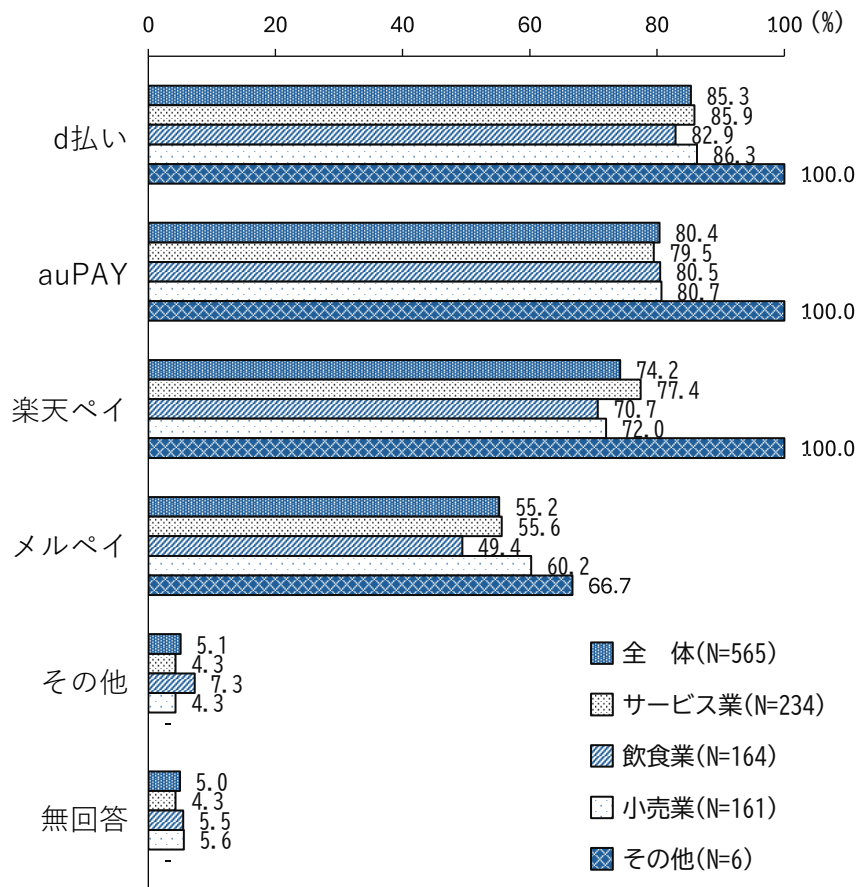
<PayPay以外のキャッシュレス決済>



問6—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、全体では、「d払い」が85.3%と最も高く、次いで「auPAY」が80.4%、「楽天ペイ」が74.2%、「メルペイ」が55.2%となっている。

<PayPay以外のキャッシュレス決済のキャリア>



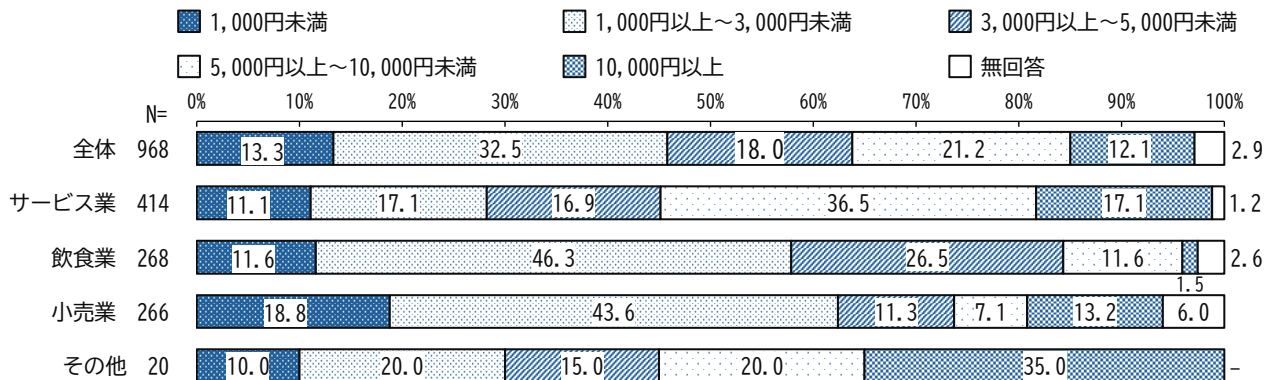
(7) 決済方法別にみた顧客単価

問7 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】

現金払いの平均的な顧客単価は、全体では「1,000円以上～3,000円未満」が32.5%で最も高く、次いで「5,000円以上～10,000円未満」が21.2%、「3,000円以上～5,000円未満」が18.0%と続いている。

業種別にみると、サービス業では「5,000円以上～10,000円未満」の割合が最も高く、飲食業、小売業ではどちらも「1,000円以上～3,000円未満」の割合が最も高い。

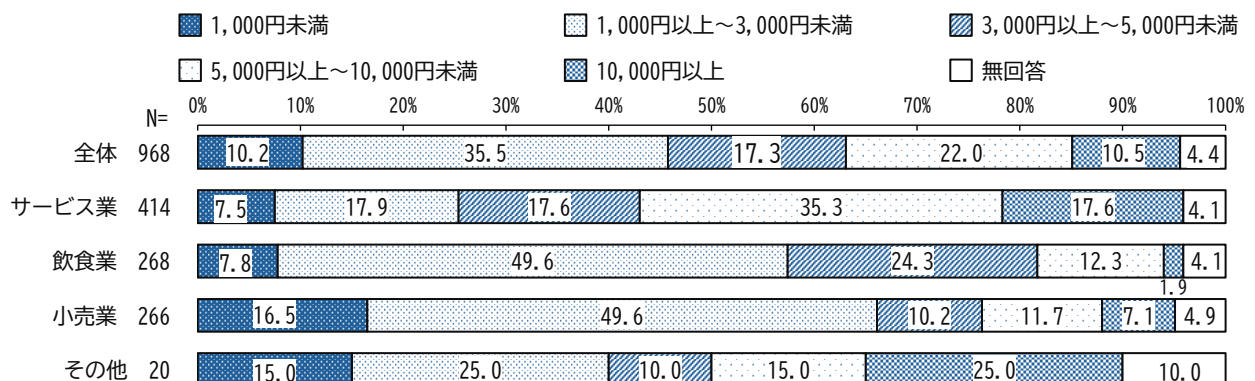
<現金払い：顧客単価>



PayPay払いの平均的な顧客単価は、全体では「1,000円以上～3,000円未満」が35.5%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17.3%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」の割合が最も高く、飲食業、小売業ではどちらも「1,000円以上～3,000円未満」の割合が最も高い。

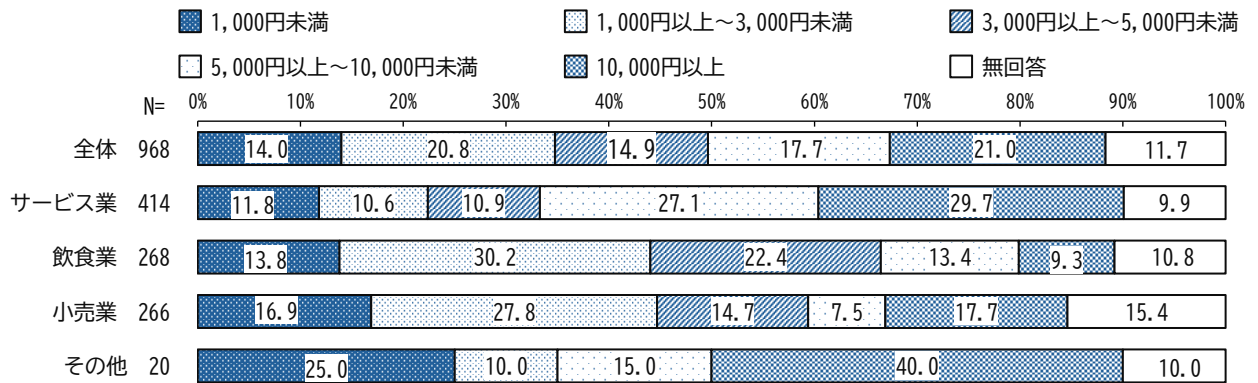
<PayPay払い：顧客単価>



PayPay以外のキャッシュレス決済払いの平均的な顧客単価は、全体では「10,000円以上」が21.0%で最も高く、次いで「1,000円以上～3,000円未満」が20.8%、「5,000円以上～10,000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「10,000円以上」の割合が最も高く、飲食業、小売業ではどちらも「1,000円以上～3,000円未満」の割合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：顧客単価>



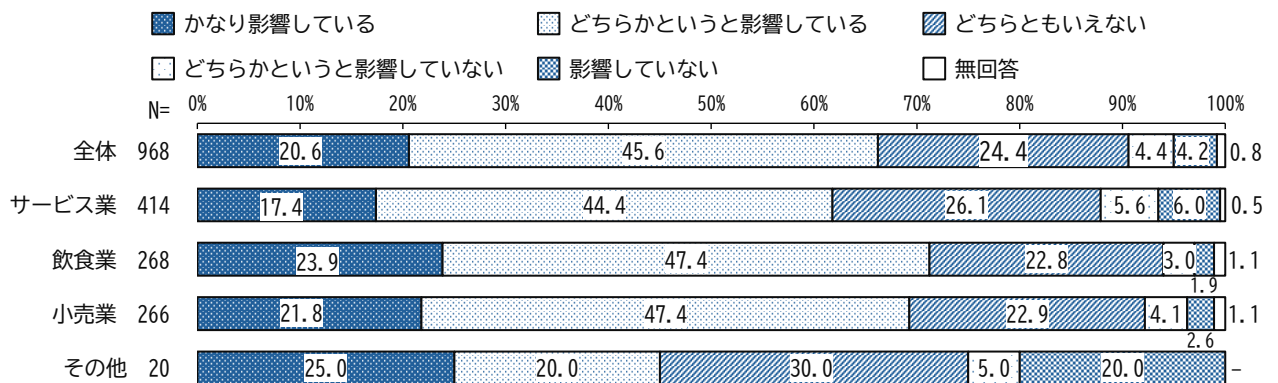
(8) キャッシュレス決済対応の有無による店舗選択の影響

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による店舗選択の影響は、全体では、「かなり影響している」が20.6%、「どちらかというに影響している」が45.6%で、両者をあわせた〈影響あり〉は66.2%となっている。一方、〈影響なし〉（「どちらかというに影響していない」と「影響していない」の計）は8.6%となっており、〈影響あり〉が57.6ポイント〈影響なし〉を上回っている。

業種別にみると、〈影響あり〉は飲食業（71.3%）と「小売業」（69.2%）で7割前後、「サービス業」では61.8%となっている。

<キャッシュレス決済対応の有無による店舗選択の影響>



2. キャンペーンの効果

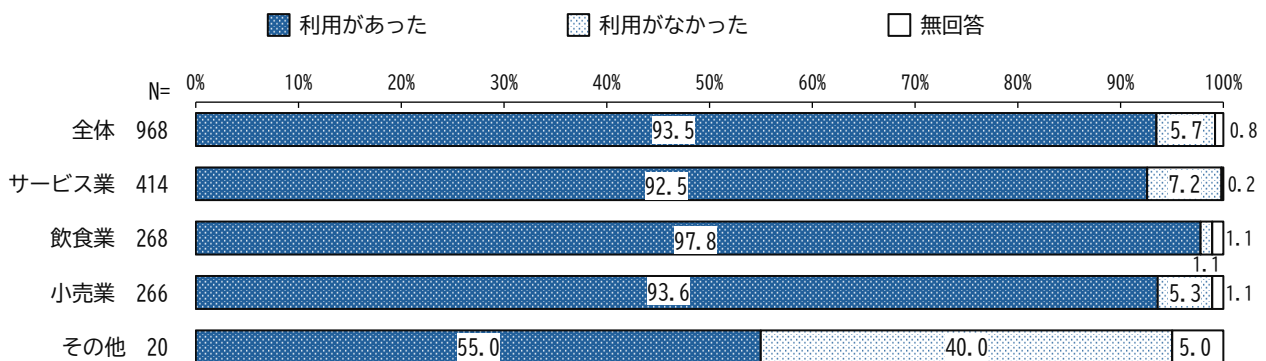
(1) キャンペーン期間中のPayPay利用者の有無

問9 あなたの店舗（会社）ではキャンペーン期間中(令和7年12月1日～12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】

キャンペーン期間中（令和7年12月1日～12月31日）のPayPay利用者の有無は、全体では「利用があった」が93.5%を占め、「利用がなかった」は5.7%となっている。

業種別にみると、「利用があった」は飲食業の97.8%をはじめ、小売業（93.6%）、サービス業（92.5%）で9割台となっている。

<キャンペーン期間中のPayPay利用者の有無>

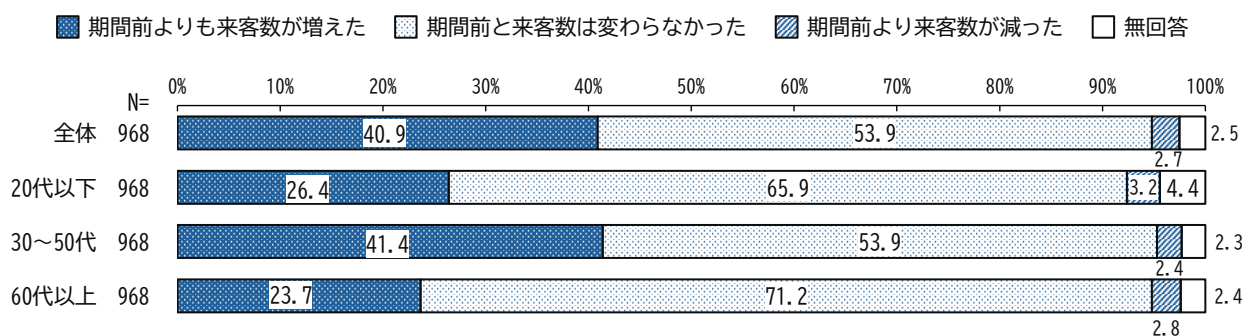


(2) 期間中の来客数増減（全年代）

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7年12月1日～12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】

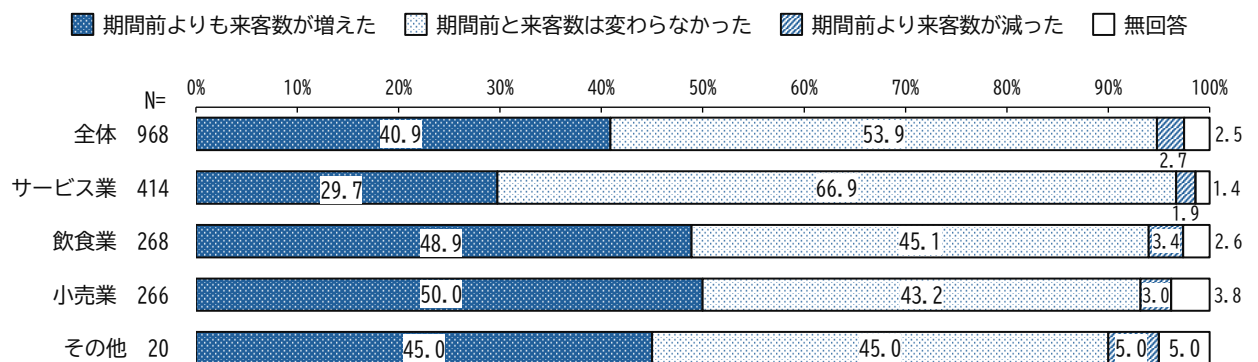
年代別にみると、「期間前よりも来客数が増えた」は30～50代が41.4%と高い一方、20代以下は26.4%、60代以上は23.7%と相対的に低い。「期間前と来客数は変わらなかった」は、20代以下と60代以上で6割以上となっており、増加の割合は30～50代で強い傾向がみられる。

<期間中の来客数の増減（年代別）>



業種別にみると、「期間前よりも来客数が増えた」は小売業が50.0%、飲食業は48.9%であるが、「サービス業」は29.7%と相対的に低い。

<期間中の来客数の増減（業種別）>



(3) 期間前より来客数が減少した要因（自由記述）

問10でひとつでも「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。

問10-1 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】

項目名	件数
景気／物価・需要	9件
キャンペーン	6件
季節／年末・営業日	5件
客層・高齢化/若年化	5件
その他	3件

(※複数の意見は別々に集計)

【景気／物価・需要】

- ・景気の悪化と外出しない
- ・景気の悪さ
- ・物価高騰
- ・あまり景気がよくない感じがしました
- ・全世代共に節約傾向にある など

【キャンペーン】

- ・何回もやっているから。目新しさがなくなった
- ・10%でのポイント還元は、買い物のモチベーションを高めることはできないほど、物価高で生活費や心理的に影響があると推測
- ・年金受給者は買い物を控えているうえ、キャッシュレス決済が浸透しておらず区の恩恵が受けられないからだと思う
- ・高齢のため、キャッシュレス支払いに対応出来ないため など

【季節／年末・営業日】

- ・12月の営業期間が短かった為 など

【客層・高齢化／若年化】

- ・高齢化（若い年代層の客が増えない）
- ・購買層の若年化
- ・弊社は若いお客様は殆ど無い など

【その他】

- ・近隣に同業者が増えたから
- ・インフルエンザ等感染症流行の影響で、展示会場など人が集まる場所にお客様が来たがらない傾向がある。 など

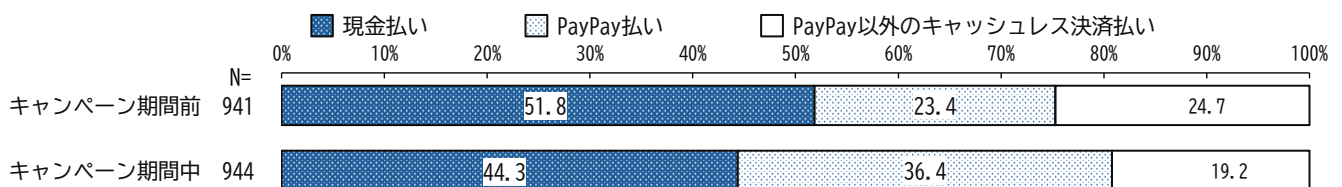
(4) 売上金額に占める決済方法別割合

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】

キャンペーン期間前の売上金額に占める決済方法別割合は、「現金払い」が51.8%、「PayPay払い」が23.4%、「PayPay以外のキャッシュレス決済払い」が24.7%となっている。

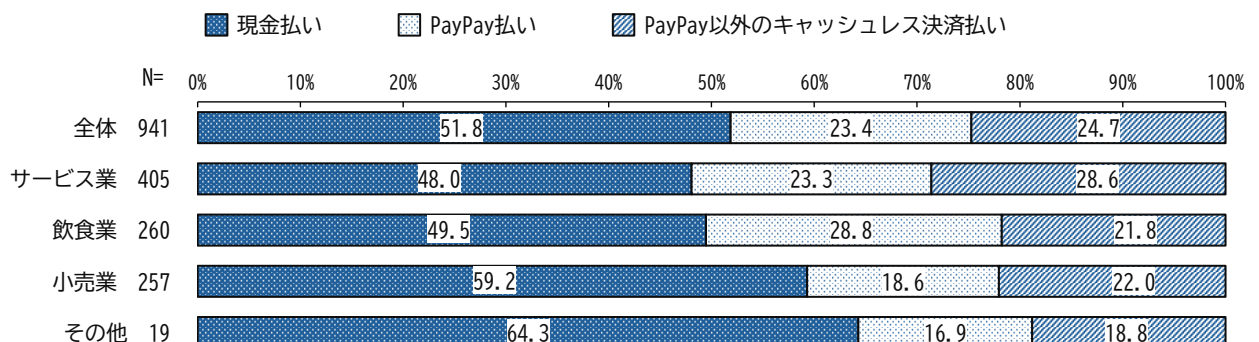
キャンペーン期間中は「現金払い」が44.3%、「PayPay払い」が36.4%、「PayPay以外のキャッシュレス決済払い」が19.2%となっている。PayPay払いが期間前（23.4%）と比較して13.0ポイント増加している。

<キャンペーン期間前/期間中：売上金額に占める決済方法別割合>



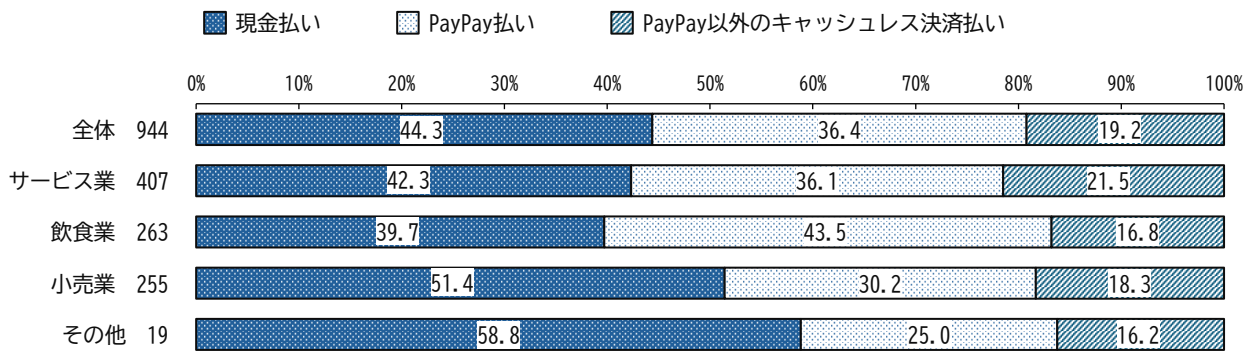
キャンペーン期間前の売上金額に占める決済方法別割合について、いずれの業種も「現金払い」が最も高くなっている。

<キャンペーン期間前・業種別>



キャンペーン期間中の売上金額に占める決済方法別割合について、業種別では、サービス業で「PayPay払い」が期間前の23.3%から36.1%へ、「飲食業」では期間前の28.8%から43.5%へ、小売業では期間前の18.6%から30.2%へといずれも上昇しており、とくに飲食業での伸びが目立っている。

<キャンペーン期間中・業種別>



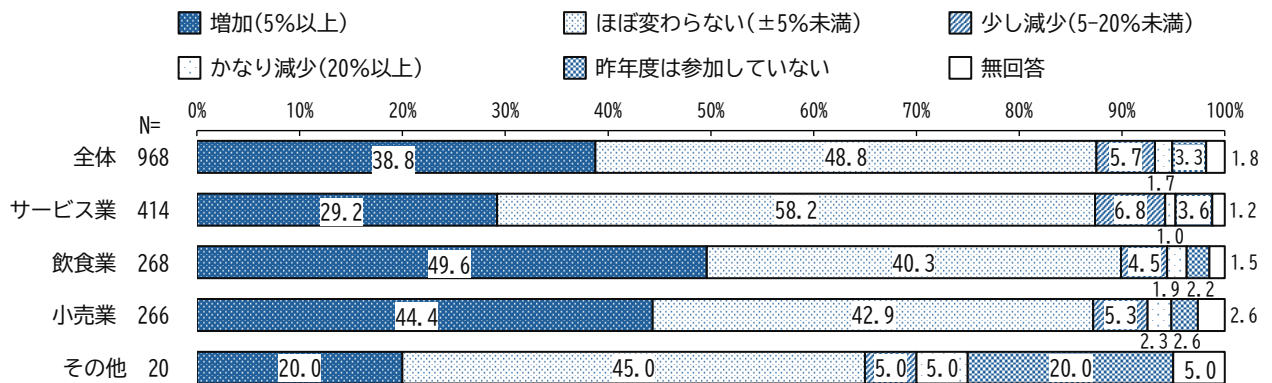
(5) 今夏の区のキャンペーンと比べた変化

【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7年12月）は、今夏の区のキャンペーン（令和7年7～8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】

今夏の区のキャンペーンと比べた取引金額（売上）の変化は、全体では「増加（5%以上）」が38.8%、「ほぼ変わらない（±5%未満）」が48.8%、「少し減少（5-20%未満）」が5.7%、「かなり減少（20%以上）」が1.7%となっている。

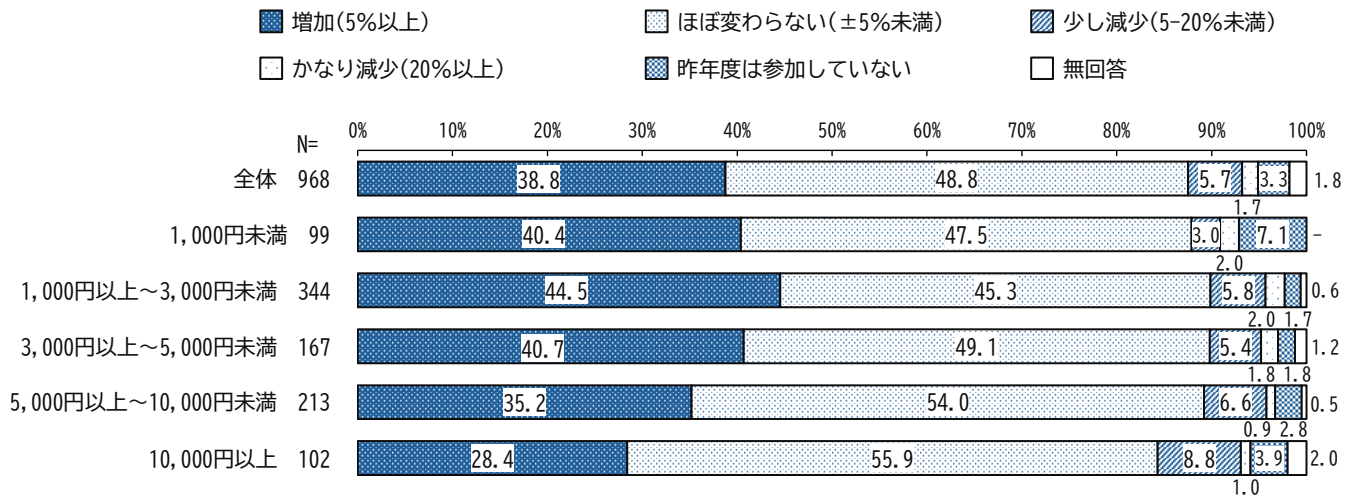
業種別にみると、飲食業は「増加（5%以上）」が49.6%と最も高く、小売業でも44.4%と続いている一方、サービス業は29.2%にとどまる。

<夏のキャンペーンとの比較：業種別>



PayPay決済の顧客単価別にみると、「増加（5%以上）」の比率は「1,000円以上～3,000円未満」で44.5%と最も高く、「3,000円以上～5,000円未満」（40.7%）、「1,000円未満」（40.7%）も4割台となっている。一方、「ほぼ変わらない（±5%未満）」は「10,000円以上」で55.9%と最も高い。中位の客単価帯（1,000円以上～3,000円未満）で増加の実感が強く、高単価になるほど横ばいの傾向が強い。

<夏のキャンペーンとの比較：PayPay決済の顧客単価別>



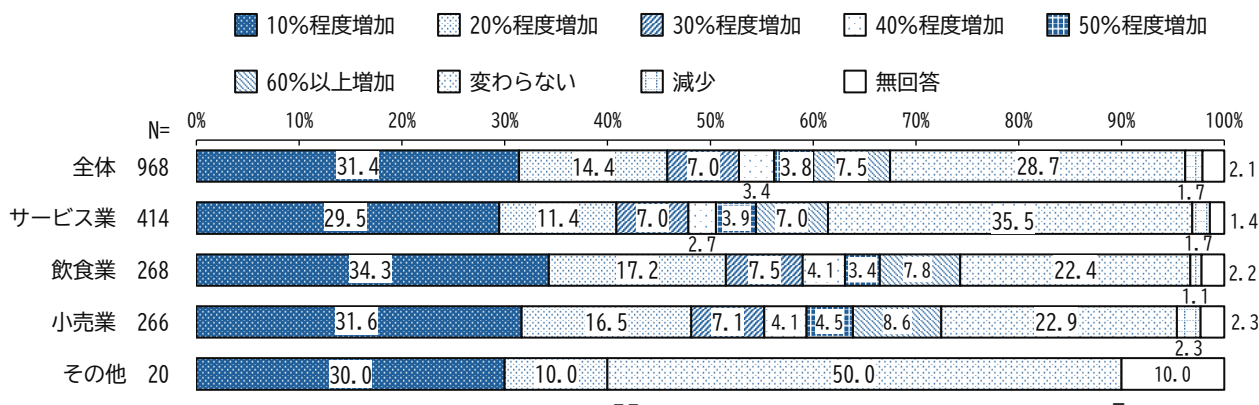
(6) キャンペーン期間前と比べた期間中の変化

問13 キャンペーン期間中（令和7年12月）は、キャンペーン期間前（令和7年11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べた期間中の取引金額（売上）の変化は、全体では「10%程度増加」が31.4%で最も高く、次いで「変わらない」が28.7%、「20%程度増加」が14.4%となっている。なお、『増加（10%～60%以上増加の合算）』の割合は、67.6%となっている。

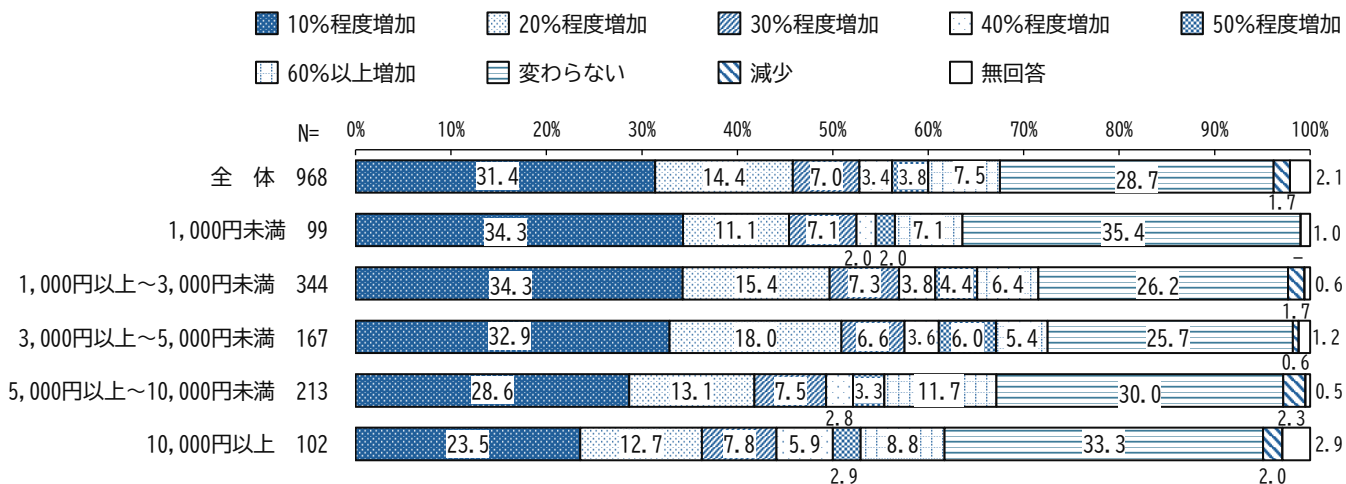
業種別にみると、飲食業、小売業では増加側の回答が相対的に高く、特に「飲食業」では「10%程度増加」が34.3%、「20%程度増加」が17.2%となっている。サービス業は「変わらない」が35.5%で最も高く、増加幅は飲食業・小売業のほうが大きい傾向がみられる。

<キャンペーン期間前との比較：業種別>



PayPay払いの顧客単価別にみると、「60%以上増加」は5,000円以上～10,000円未満で11.7%と最も高く、10,000円以上では8.8%となっている。一方、「変わらない」は10,000円以上で33.3%とやや高めとなっている。1,000円以上～3,000円未満では「10%程度増加」が34.3%で最も高く、1,000円未満でも「10%程度増加」は34.3%だが、この区分では「変わらない」が35.4%で最も高い。

<キャンペーン期間前との比較：PayPay払いの顧客単価別>



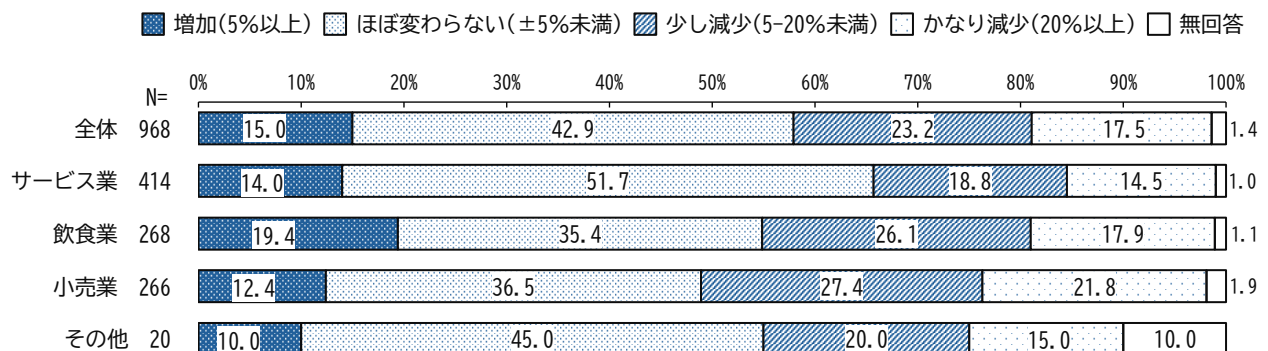
(7) キャンペーン期間中と比べた期間後の変化

問14 キャンペーン期間後（令和8年1月以降（見込み））は、キャンペーン期間中（令和7年12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べた期間後の取引金額（売上）の変化は、全体では「ほぼ変わらない（±5%未満）」が42.9%で最も高く、次いで「少し減少（5-20%未満）」が23.2%、「かなり減少（20%以上）」が17.5%、「増加（5%以上）」が15.0%となっている。

業種別にみると、サービス業では「ほぼ変わらない（±5%未満）」が51.7%で過半に達し、飲食業、小売業では「少し減少（5-20%未満）」、「かなり減少（20%以上）」の合計がそれぞれ44.0%・49.2%となっている。

<キャンペーン期間後：業種別>



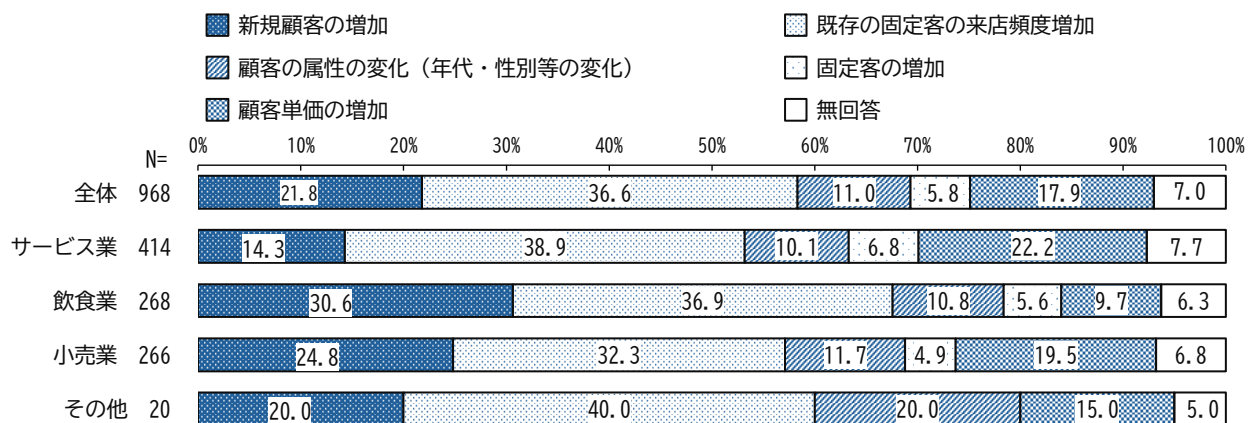
(8) キャンペーン期間前と比べた期間中の顧客動向の変化

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7年12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べた期間中の顧客動向の変化は、全体では「既存の固定客の来店頻度増加」が36.6%で最も高く、次いで「新規顧客の増加」が21.8%、「顧客単価の増加」が17.9%となっている。

業種別にみると、どの業種も「既存の固定客の来店頻度増加」が最も高い一方、次いで高い項目は、サービス業が「顧客単価の増加」（22.2%）であり、飲食業、小売業が「新規顧客の増加」（30.6%、24.8%）となっており、業種により顧客の反応が異なる傾向がみられる。

<キャンペーン期間中の顧客動向の変化：業種別>

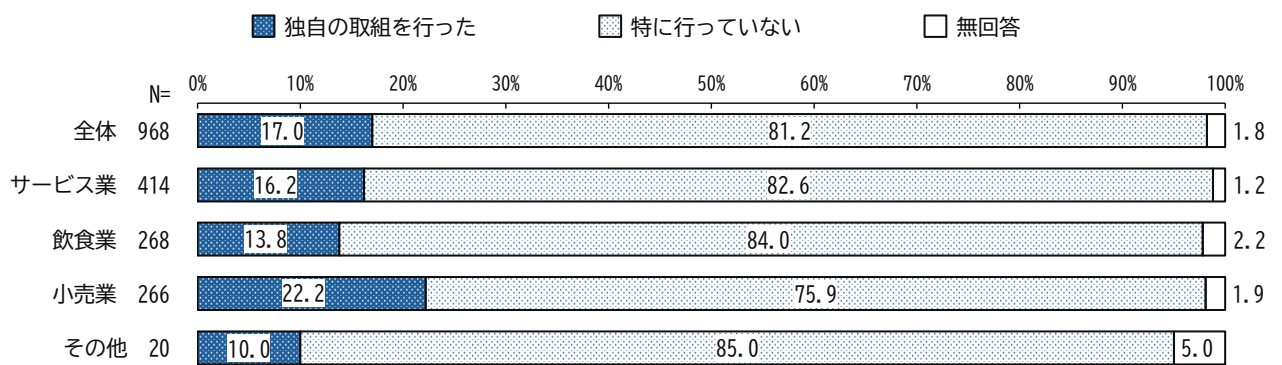


(9) キャンペーン期間にあわせた独自の取組実施

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に行った取組はありましたか。【当てはまるものを一つ選択】

キャンペーン期間（令和7年12月1日～12月31日）にあわせた独自の取組実施について、全体では「特に行っていない」が81.2%と大勢を占め、「独自の取組を行った」は17.0%となっている。

<独自の取組：業種別>



(10) 実施した取組

問16で「独自の取組を行った」を選択した方にお聞きします。

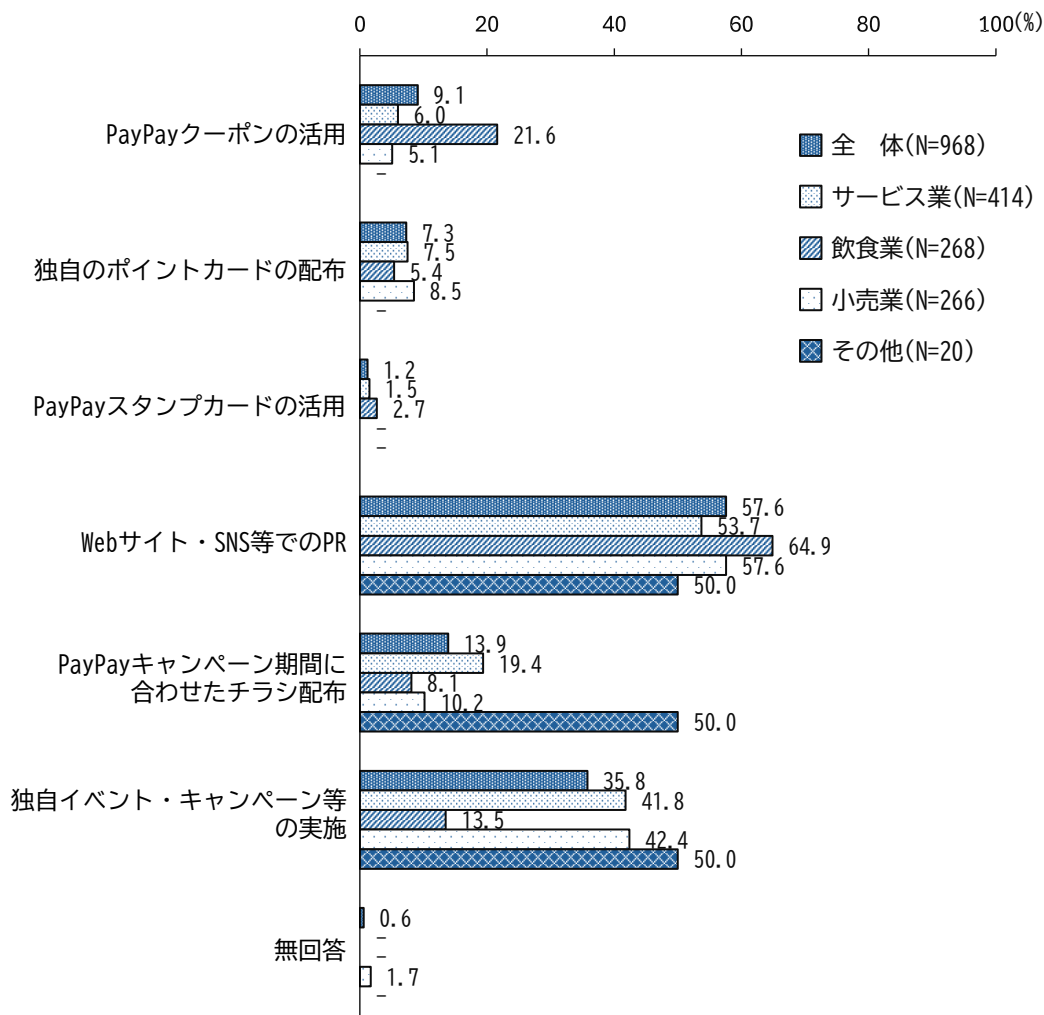
問16-1 具体的に、PayPayキャンペーン期間に合わせて、どのような取組を行いましたか。

【当てはまるものを全て選択】

実施した取組は、全体では、「Webサイト・SNS等でのPR」が57.6%と最も高く、次いで「独自イベント・キャンペーン等の実施」(35.8%)、「PayPayキャンペーン期間に合わせたチラシ配布」(13.9%)となっている。

業種別にみると、サービス業では「Webサイト・SNS等でのPR」が53.7%と最も高く、次いで「独自イベント・キャンペーン等の実施」(41.8%)、「PayPayキャンペーン期間に合わせたチラシ配布」(19.4%)となっている。飲食業では「Webサイト・SNS等でのPR」が64.9%と最も高く、「PayPayクーポンの活用」(21.6%)が高い。小売業では「Webサイト・SNS等でのPR」が57.6%と最も高く、「独自イベント・キャンペーン等の実施」(42.4%)と続く。いずれの業種でもオンラインでのPRが高く、サービス業・小売業は独自イベントの実施が目立ち、飲食業ではクーポン活用がやや高くなっている。

<実施した取組内容：業種別>



(11) PRに活用した媒体

問16-1で「Webサイト・SNS等でのPR」を選択した方にお聞きします。

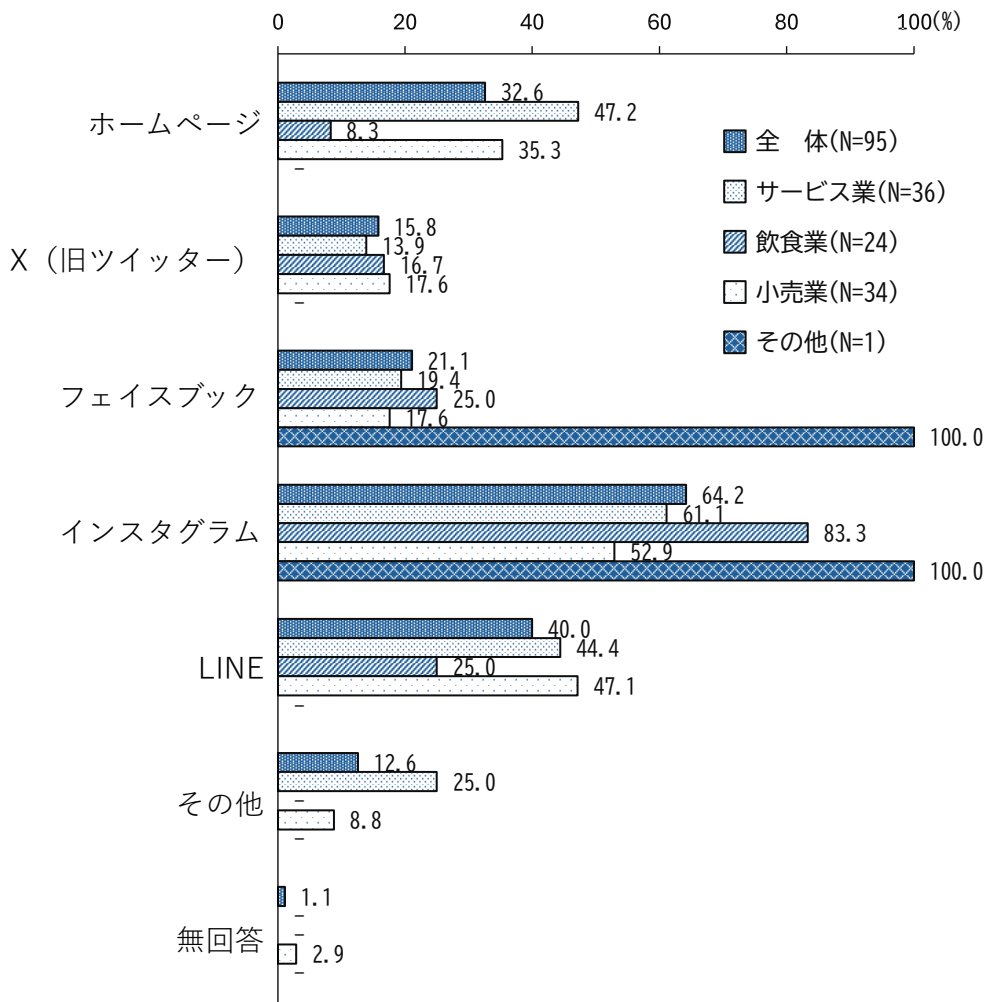
問16-1-1 具体的に、何を活用してPRを行ったか、当てはまるものを教えてください。

【当てはまるものを全て選択】

PRに活用した媒体は、全体では、「Instagram」が64.2%と最も高く、次いで「LINE」(40.0%)、「ホームページ」(32.6%)、「フェイスブック」(21.1%)となっている。

業種別にみると、サービス業、飲食業、小売業ともに「Instagram」の活用が最も高いが、次いで高い取組は、サービス業が「ホームページ」、飲食業が「LINE」「フェイスブック」、小売業が「LINE」となっている。

<PRに活用した媒体：業種別>



3. キャンペーンの評価

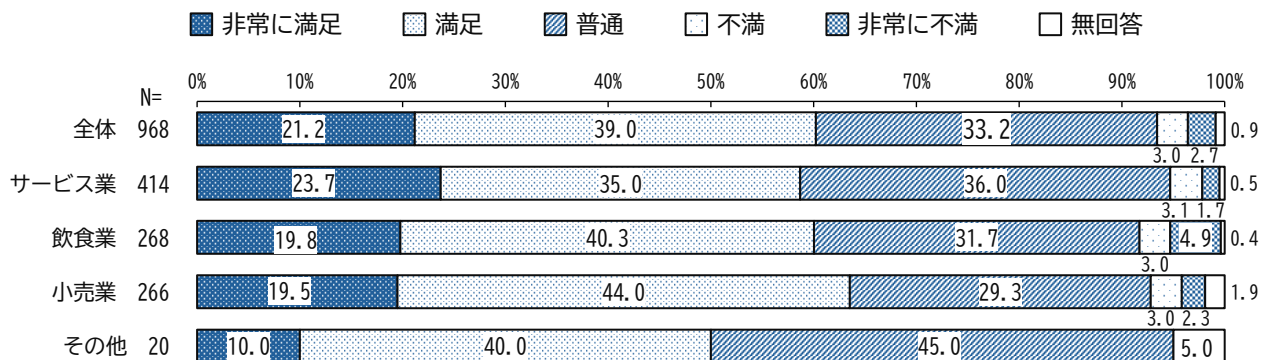
(1) 今回のキャンペーンの総合的満足度

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満足度は、全体では、「満足」は39.0%で最も高く、次いで「普通」が34.3%、「非常に満足」が21.2%となっている。「非常に満足」と「満足」の両者をあわせた〈満足〉は60.2%となっている。

業種別にみると、〈満足〉は小売業で63.5%と最も高く、飲食業（60.1%）、サービス業（58.7%）で6割前後となっている。

<キャンペーンの満足度：業種別>



(2) 今回のキャンペーンに対する顧客からの意見・感想（自由記述）

問18 キャンペーン期間中（令和7年12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】

合計で 291 件の回答があった。来店された顧客からの意見・感想としては、肯定的な意見・感想があった一方、キャンペーンの実施方法に関する要望や情報発信に関する意見等もあった。いくつかの意見を下記に掲載する。

- 還元はうれしい。次はいつですか？ ってよく聞かれた。
- 練馬区は何回もキャンペーンを行ってくれてありがたいです、との声が多い
- 12月にペイペイキャンペーンがあるのは非常にありがたいとのお客様のお声が多数上がりました。
- 「キャンペーンはまだやっていますか？」と訊かれることが多かった。お客様がポイント還元をすぐに確認できるので楽しみになさってる様子でした。
- 必要なものだからと、この期間中に買いだめして下さる方が沢山ありました。このようなキャンペーンをまたやって欲しいとのお声が沢山届いています。
- 大変喜ばれています。感謝して止みません。
- 他の自治体は最近行っていないのにという練馬区に対してのイメージが良くなっているように感じる意見が頻繁に見受けられました。
- PayPay払いはほとんど利用していなかった方から、こんな取り組みがあるなら、これからは利用していこうと思うといった意見など。
- ユーザーの方はとても感謝しています。お店も来店動機、購入金額の拡大につながります。今後も機会を増やして欲しいと思います。物価高を乗り越えるにも区と連携して習慣性をあげて頂きたいです。是非よろしくお願い致します。
- 今回を機にPayPayを始められた高齢の方(数名)が「始めたの」と、とても嬉しそうにしておられました。
- キャンペーンがあるという理由での来店だったので嬉しいみたいです。
- 最近、色々な値上がりがあるので10%還元があるのは”ありがたい”と多くのお客様から言われました。

第2章 アンケート調査結果

- だんだんと慣れてきてしまい「10%」はあまりお得感がない。
- 以前の20%還元時は、「わぁ~!!」となり使いたくなかったが、10%還元だと消費税だけかぁ…とあまり心が動かなかったそうです（多数意見）。
- PayPay以外もやってほしかったと言われた。
- 以前は20%だったのにね…と残念そうな声がありました。
- 1回に使える金額をもう少し多くしてほしい。
- 還元15%なら、もっと利用するけど、との意見が少し有りました。
- キャンペーンをやっていることを知らなかった人が多かった
- 来店してから知ることが多く、キャンペーンの販促されていない感をいつも感じる
- 以前20%だったポイント還元が10%じゃお得感は乏しいという意見が多数でした。今回新規や利用者増に繋がらなかった要因もこの理由かと思います。
- 還元率の低下により、PayPay利用率の低下があった。また、（それに対する）顧客からの意見や指摘があった。
- PayPayだけを毎回特別扱いしているので、他社QR決済利用中のお客様からは「不平等だ」と不満がありました。
- 還元率が毎年下がってるのが気になると、お客様から言われました。
- 普段はPayPayを使わないが、今はキャンペーン中だから使わないと損だから使おうと、言っていた。支払い方法を、現金やクレジットからPayPayに変えているだけ。顧客が増えているわけではない。支払いを変更しているだけと感じた。

(3) 今回のキャンペーンについての意見（自由記述）

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】

合計で319件の回答があった。主な意見としては、キャンペーンに対する肯定的な意見のほか、ポイント還元率の引き上げやキャンペーンの実施時期、実施ペイメントの変更等に関する要望や、手数料負担に関する意見等があった。いくつかの意見を下記に掲載する。

- 確実にキャンペーンがあると売上は増える傾向です。継続的にやってほしいです。
- 店舗サイドとしても、多くの方々にご利用いただける機会になるので、長くキャンペーンをやってほしい。
- 当店では高齢のお客様もいる中で、キャンペーンをきっかけにPayPayに登録する方もいて、好評です。今後も継続的にお願いします。
- 今までクレジットを使っている人もPayPayを使う。新規の人は少し増えた感じがある。
- 次回のキャンペーンが今回のより上回る事を期待します。
- 今後も12月のキャンペーンがあると、お客様、店側共にwin-winにお得に利益もできるので継続して頂きたいです。
- 喜ばれているお客様が多かったので、良いと思う。
- おなじみの客が、現金からPayPayに変更しただけで店の売上げとしては何もかわりませんで、手元に現金がなかったのが、さみしかった。それでも10%のもどりがあると言うことで客が楽しめたならそれで良いと思います
- 年配のお客様のPayPay決済が増えてきました。キャンペーンでPayPayを始められた方もいて、キャッシュレスに対する抵抗もなくなっていると感じます。小売りの店舗としては、こういったキャンペーンはありがたいです。
- 本当に今こそ！外食業を営む者としては、物価高騰対策として最も効果的な手段だと思えますので、より一層のご尽力をお願いしたいかぎりでございます！回数を増やすとか、割引率を上げるとか。
- 年末の需要期にキャンペーンをやってもらえることはとてもありがたいです。このキャンペーンでいつもは少ない客層（若い方）を、キャンペーン後も固定客につなげる努力をすれば、少しずつですが収益アップに繋がると感じました。
- 今回は新規のお客様に繋がらなかった。10%の還元よりも過去に実施した20%の還元の方がお客様に喜ばれる印象です。予算の関連もあるかと思いますが、還元率を上げる方向も検討いただけると嬉しいです。
- 皆さん助かると喜んでいきます。期間中は普段は違う支払い方法の方もPayPay払いにされる方もいます。

第2章 アンケート調査結果

- 店舗の支払い手数料のキャンペーンもあるとありがたいです。
- お客様の支払い方がPayPayになっただけです。お客の絶対数は変わらない。
- 繁忙期にキャンペーンされると当月入金が減るので困る。
- 12月はやめてほしい。もともと売上が見込める月！年末は現金が必要！
- 弊社の場合、売上額が1万円以上なので上限の3,000円では利用出来ません。なのでキャンペーンがあっても、活用出来ないのでは、次回は参加を希望しません。
- ポイント付与のわかりやすいPOPがあった方がいいと思いました。
- 以前やった20%でないと集客につながらない感じがした。
- 毎年12月のキャンペーンはクリスマス年末と普段よりお金を使う人が多いので、2月とか6月とか9月、10月と暇な時に開催してほしい。
- 以前のキャンペーンの時は、利率もよかったので、PayPayを持っていない人が、その場でダウンロードしてくれたけど、今回は10%ならいらぬという方がほとんどでした。
- 当店の様な店では、キャンペーンだとお客様がPayPayで支払いたい方がいらっしや、現金→PayPayになってしまう。店側は、手数料もとられて、新規客が増えるならともかく、大事な現金の方がPayPayになってしまい困惑しています。小さな店は手数料なしとか対応してほしいです。
- PayPayは手数料が高いのでできるだけ使って欲しくない。
- 当初は、購買意欲を喚起していたキャンペーンですが 物価高とポイント還元率の低下で、いまはキャンペーンがあるから、何かを購入しようとするモチベーションは上がらないと思う。景気対策という面ではまったく意味のないキャンペーンだった。
- 業種をよく考えて欲しい。うちは参加したくない。PayPayが使えるから行こうという業種ではない。使えるがために普段使わない方がわざわざチャージまでして使っていたが、店には全く得がなく損である。このキャンペーンの間だけは手数料が多くなり非常に嫌。このキャンペーンをやることで来客数が増えるような業種だけでやってほしい。キャンペーン対象外にできないものなのか？損のみ。
- もうやらなくていいのでは。
- PayPayだけを毎回特別扱いしているので、他社QR決済利用中のお客様から「不平等」との不満がありました。

第3章 アンケート分析結果

1. キャンペーンの利用状況

本事業は、令和7年12月1日から31日まで、区内の対象店舗でPayPay決済を利用した際に最大10%のポイントを還元する施策として実施された。

店舗での利用実績

アンケート回答事業者の93.5%において、期間中にPayPayを利用した支払いがあった。

業種別では、飲食業（97.8%）、小売業（93.6%）、サービス業（92.5%）いずれも9割を超える高い利用であった。（問9）

顧客動向の変化

キャンペーン期間中の顧客の変化として最も多かったのは「既存の固定客の来店頻度増加（36.6%）」。一方で「新規顧客の増加」も21.8%の店舗で確認されており、一定の集客効果が見て取れた。（問15）

キャッシュレスの浸透

事業者の66.2%が「キャッシュレス決済対応の有無が店舗選択に影響している」と感じており、特に飲食業（71.3%）や小売業（69.2%）でその傾向が強まっている。（問8）

2. キャンペーン期間中の来客数

来客数の増減については、業種や年代によってその効果に差が見られた。（問10）

全体の増減

全体の40.9%の店舗で「キャンペーン期間前よりも来客数が増えた」と回答があった。

一方で、53.9%の店舗は「変わらなかった」と回答している。

年代別の反応

年代別で「増加」が顕著だったのは30～50代（41.4%）であり、20代以下（26.4%）や60代以上（23.7%）は増加の度合いが低い傾向であった。

業種別の傾向

「来客数が増えた」とする割合は、小売業（50.0%）や飲食業（48.9%）で高く、サービス業（29.7%）では相対的に低い結果となった。

来客数減少の要因

少数ながら「来客が減少した」店舗（2.7%）では、物価高騰や景気悪化、12月の営業日の短さ、あるいは10%という還元率では購買意欲が高まらなかったことなどが要因として挙げられている。

3. キャンペーン期間中の取引金額（売上）

決済手段の移行が進み、売上構成における PayPay の比率が上昇した。（問 11、12、13）

決済手段の割合の変化

期間前の売上金額に占める PayPay 払いの割合は 23.4%であったが、期間中は 36.4%へと 13.0 ポイント増加した。これに伴い、現金払いの割合は 51.8%から 44.3%へと低下している。

前月比の増加幅

11 月（期間前）と比較した 12 月（期間中）の PayPay 売上額は、31.4%の店舗が「10%程度増加」、14.4%が「20%程度増加」と回答。

今夏（第1回）の施策との比較

令和7年7～8月に実施された夏のキャンペーンと比較すると、38.8%の店舗で「売上が増加」とあった。特に飲食業（49.6%）や小売業（44.4%）で増加の実感が強くなっている。

客単価の影響

売上が5%以上増加した店舗は、PayPay 決済の顧客単価が 1,000 円～3,000 円未満の層で最も多く（44.5%）、中価格帯の取引が売上増を牽引したことが示唆される。

4. キャンペーンの評価等

本事業は全体として一定の成果を収め、事業者からも概ね肯定的に評価されている。（問 17、18、19）

総合満足度

事業者の 60.2%が〈満足〉（「満足」と「非常に満足」の合計）と回答しており、〈不満〉（「不満」と「非常に不満」の合計）の 5.7%を大きく上回っている。

業種別では小売業（63.5%）の満足度が最高であった。

キャンペーンに対する意見・要望等

物価高騰下での消費喚起策として「非常にありがたい」という声や、キャンペーンをきっかけに高齢者が PayPay を使い始めるなど、デジタル化の促進に寄与した側面も評価されている。一方で「支払い手段が置き換わっただけで、集客には繋がらなかった」という意見も存在した。また、スマホを使えない高齢層への配慮として「商品券の方が公平である」という意見も根強く残っている。

また、キャンペーンの内容について、「以前の 20%還元比べて 10%ではお得感が乏しい」「消費税分程度では新規客の来店動機にならない」という意見が多数寄せられており、還元率を 15～20%へ引き上げる、あるいは 1 回の還元上限額を増やすことへの期待が高まっている。さらに、キャンペーンの実施時期について、売上が落ち込む 2 月・6 月・9 月などの閑散期に実施してほしいという要望が目立ったほか、d 払い、auPAY、楽天ペイなど、複数の二次元コード決済を対象に加えるべきだという意見も強く挙がっていた。

第4章 使用した調査票

令和7年度練馬区 第2回 PayPay キャンペーンに関するアンケート



※この調査は「第2回PayPayキャンペーン」に関するアンケートです。

(実施期間：12/1～12/31)

(第1回キャンペーンでのアンケートにご回答された事業者の方も、前回とは別のアンケートになりますのでご協力をよろしくお願いいたします。)

※インターネット（パソコン・タブレット等）での回答もできます。
調査票(紙)か、オンラインどちらかでご回答ください。

<https://en.surece.co.jp/nerima-cashless2>



● I D :

● パスワード :



基本情報

【貴社名についてご記入ください】

貴店名（貴社名）	
ご住所	

問1 あなたのお店の業種を教えてください。【最も年間売上高の多い業種一つだけを選択】

サービス業	1.印刷・コピー	2.エステティックサロン	3.フィットネス	4.ハウスクリーニング
	5.ホテル・旅館・浴場	6.リース・レンタル	7.塾・教室・スクール	8.自動車整備
	9.接客業	10.美容業・理容業	11.その他（	）
飲食業	12.飲食店・喫茶店	13.居酒屋・パブ・バー	14.その他（	）
小売業	15.食品販売店	16.食品スーパー	17.化粧品・ドラッグストア	18.衣服・靴
	19.書籍・文具	20.中古品・リサイクル	21.健康食品	22.時計・貴金属・メガネ・カメラ
その他	23.家電・家具	24.花・植木	25.その他（	）
	26.交通・宅配	27.映画館・劇場	28.その他（	）

問2 あなたのお店の直近の経営状況を教えてください。【当てはまるもの一つ選択】

1. 黒字基調	2. 収支均衡	3. 赤字基調
---------	---------	---------

問3 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4 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10 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12月1日～12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】

(1)期間中の来客数の増減（全年代）		1. 期間前よりも来客数が増えた 3. 期間前より来客数が減った	2. 期間前と来客数は変わらなかった
(2) 年代別	①20代以下	1. 期間前よりも来客数が増えた 3. 期間前より来客数が減った	2. 期間前と来客数は変わらなかった
	②30～50代	1. 期間前よりも来客数が増えた 3. 期間前より来客数が減った	2. 期間前と来客数は変わらなかった
	③60代以上	1. 期間前よりも来客数が増えた 3. 期間前より来客数が減った	2. 期間前と来客数は変わらなかった

問10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。

問10-1 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】

	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10月ごろ	%	%	%	100%
キャンペーン期間中 令和7年12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12 キャンペーン期間中（令和7年12月）は、今夏の区のキャンペーン（令和7年7～8月実施）と比べてどう変化しましたか。【当てはまるものを一つ選択】

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

問13 キャンペーン期間中（令和7年12月）は、キャンペーン期間前（令和7年11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8年1月以降（見込み））は、キャンペーン期間中（令和7年12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7年12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に行った取組はありましたか。【当てはまるものを一つ選択】

- | | |
|--------------|--------------------|
| 1. 独自の取組を行った | 2. 特に行っていない ⇒ 問17へ |
|--------------|--------------------|

→ 問16で「1.独自の取組を行った」を選択した方にお聞きます。

問16-1 具体的に、PayPayキャンペーン期間に合わせて、どのような取組を行いましたか。

【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 |

問16-1で「4. Webサイト・SNS等でのPR」を選択した方にお聞きます。

問16-1-1 具体的に、何を活用してPRを行ったか、当てはまるものを教えてください。【当てはまるものを全て選択】

- | | | |
|------------|--------------|------------|
| 1. ホームページ | 2. X（旧ツイッター） | 3. フェイスブック |
| 4. インスタグラム | 5. LINE | 6. その他（ ） |

キャンペーンの評価

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12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】

～ご協力ありがとうございました。～

令和7年度（2025年度）
第2回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（2026年）3月