

■「キャッシュレス決済促進・ポイント還元事業（第5弾）」の実施結果

1 目的

- ・区内商店におけるDXの第一歩として、キャッシュレス決済を促進する。
- ・商業活性化を図る事業者支援策として、さらには商店会への加入促進を図るために、新たなスキームを構築する。

2 実施概要

以下のとおり。参考として令和4年度実施第4弾（以下「第4弾」という。）を記載している。

	第5弾	第4弾
実施期間	令和5年8月19日(土)～9月23日(土) 36日間	令和5年1月10日(火)～2月5日(日) 27日間
対象決済	PayPay (PayPay株式会社)	
対象店舗	区内商店 (大型店※、コンビニ、チェーン店等を除く。) ※大型店テナントは、墨田区に本拠地を置く個店のみ対象	区内商店 (大型店、コンビニ、チェーン店等を除く。)
ポイント還元率	10% / 商店会加盟店舗30%	30%
付与上限	3,000p/回 12,000p/期間	3,000p/回 15,000p/期間
予算規模	5億7,400万円	8億円

3 事業の実績

以下のとおり。参考として第4弾を記載している。商店会への加入促進を図るため、還元率に差を付けた結果、新たに240店が商店会（商店街連合会賛助会員を含む。）に加入した。

	第5弾	第4弾
対象店舗	4,126店(10% 3,229店 / 30% 897店)	3,609店
決済総額	2,595,815,000円	2,606,096,000円
事業経費	572,762,000円	742,244,000円
ポイント還元額	539,602,000円	707,635,000円

※千円未満四捨五入

4 アンケート結果

インターネットにより実施したアンケート結果（主な意見を抜粋）は以下のとおり

【第5弾】

- ・これをきっかけに、行ったことがないお店に初めて行き、美味しかったです。またキャンペーンを実施して欲しいです。
- ・還元率が30%のお店は墨田区に根付いているお店と感じたため、還元率が異なる今回のキャンペーンはよかった。
- ・還元率は統一した方がいいと思う。
- ・還元率が10%と30%と分かれていたため10%還元のお店に行くと損をした気分になる。

5 集計に基づく分析結果

決済数、決済額、付与ポイントが相対的に高いカテゴリーは「飲食店・喫茶店」である。ただし、1決済あたりの平均付与ポイントは586p（第4弾は748p）と、他のカテゴリーに比べ低い。

ポイント還元額に対して決済総額が、一律30%ポイント還元だった第4弾とあまり違いがないことから、30%還元の店舗での決済に著しく偏ることなく、10%還元の店舗でも決済されたことが伺える。

全体としては、第4弾と傾向は大きく変わっておらず、「飲食店・喫茶店」や「食品販売店」での決済が多かったと見受けられる。

集計結果一覧

第5弾

実施期間	令和5年8月19日～9月23日
ポイント還元額	¥539,601,606
決済総額	¥2,595,815,004

カテゴリー	業種	決済数	決済額	付与ポイント	1決済の平均付与ポイント
飲食	飲食店・喫茶店	283,875	¥799,488,206	166,454,426	586
	居酒屋・バー	71,163	¥341,664,798	62,289,647	875
小売	食品販売店	222,329	¥484,136,818	127,822,427	575
	衣服・靴・服飾品・カバン・バッグ	9,090	¥69,123,512	13,027,083	1,433
	酒類・リカーショップ	24,398	¥85,304,396	23,769,655	974
	書籍・文具・楽器・スポーツ・おもちゃ・CD	6,857	¥44,505,947	5,310,819	775
	花・植木・農耕具・ペット	2,385	¥13,987,488	1,575,385	661
	家電・家具・寝具・キッチン用品	628	¥6,131,166	686,591	1,093
	薬局	1,280	¥5,090,003	618,677	483
	時計・貴金属・メガネ・カメラ	312	¥2,844,897	384,184	1,231
	リサイクル・中古品	297	¥2,140,152	202,740	683
	小売その他	46,497	¥208,937,460	53,845,397	1,158
サービス	理容・美容	36,842	¥304,801,272	49,628,647	1,347
	ホテル・旅館・レジャー・浴場	23,902	¥52,748,736	9,250,587	387
	エステティックサロン	4,427	¥39,899,457	4,657,455	1,052
	施術所	4,342	¥28,914,988	3,306,975	762
	クリーニング	2,757	¥7,366,479	1,475,143	535
	スキルアップ	487	¥3,778,488	449,641	923
	自動車整備・各種修理	395	¥3,932,266	502,407	1,272
	スポーツ施設・フィットネスクラブ	550	¥6,462,348	451,939	822
	サービスその他	11,295	¥84,556,127	13,891,781	1,230

第4弾（参考）

実施期間	令和5年1月10日～2月5日
ポイント還元額	¥707,634,931
決済総額	¥2,606,095,744

カテゴリー	業種	決済数	決済額	付与ポイント	1決済の平均付与ポイント
飲食	飲食店・喫茶店	262,116	¥719,089,219	196,139,693	748
	居酒屋・バー	64,611	¥324,313,922	82,183,772	1,272
小売	食品販売店	206,227	¥427,406,508	126,737,271	615
	衣服・靴・服飾品・カバン・バッグ	9,333	¥64,014,609	15,035,381	1,611
	酒類・リカーショップ	20,528	¥77,081,042	22,397,607	1,091
	書籍・文具・楽器・スポーツ・おもちゃ・CD	8,762	¥48,372,947	10,726,186	1,224
	花・植木・農耕具・ペット	2,366	¥11,455,610	2,978,078	1,259
	家電・家具・寝具・キッチン用品	947	¥6,752,188	1,651,240	1,744
	薬局	1,439	¥5,516,362	1,466,199	1,019
	時計・貴金属・メガネ・カメラ	484	¥4,380,732	868,649	1,795
	リサイクル・中古品	471	¥3,378,069	856,231	1,818
	小売その他	167,311	¥459,196,463	129,289,301	773
サービス	理容・美容	32,949	¥264,140,973	68,608,735	2,082
	ホテル・旅館・レジャー・浴場	17,208	¥35,990,905	10,359,292	602
	エステティックサロン	4,033	¥32,039,472	8,309,117	2,060
	施術所	4,561	¥26,618,516	6,310,466	1,384
	クリーニング	2,203	¥5,720,283	1,662,955	755
	スキルアップ	474	¥4,106,144	949,882	2,004
	自動車整備・各種修理	456	¥4,706,633	904,112	1,983
	スポーツ施設・フィットネスクラブ	407	¥4,244,887	542,177	1,332
	サービスその他	11,158	¥77,570,260	19,658,587	1,762

■ 「すみだまるごとバルウォーク」の実施結果

1 目的

区民・来街者に、区内店舗を知ってもらうとともに、イベントによる区内の回遊によって消費を拡大させることで、商業活性化につなげる。

2 実施概要

墨田区商店街振興組合連合会と連携し、「食」だけでなく、「もの・コト」を巻き込んだバルウォークイベントを開催する。参加者は電子チケットを事前に購入し、対象店舗で利用することで、イベント限定のメニューやサービス、ワークショップなどの体験を楽しむことができる。

イベント後半には、「あとバル」期間を設け、バルで使い切れなかったチケットを1円単位で利用できることとし、参加者の利便性を高める。

(1) 期間

バル：令和5年11月22日（水）～11月26日（日）

あとバル：令和5年11月28日（火）～12月10日（日）

(2) チケット

1セット（800円×5枚）単位で販売。一人最大10セット（前売り券は5セット）まで

前売り券：10月23日（月）～11月21日（火） 1セット 2,800円

当日券：11月22日（水）～11月26日（日） 1セット 4,000円

(3) 参加店舗

199店（あとバル参加店は175店）

3 事業の実績

(1) チケットの販売実績

決済機能を設けた専用のウェブアプリを開発し、イベント開始1か月前から前売り券を販売した。チケットの販売数は前売り券が5,412セット、当日券が91セットで、合計5,503セットとなった。

チケットの購入手段は、クレジットカードが約53%、PayPayが約44%、コンビニ払い（現金）が約3%であった。

(2) イベント実績（バル）

バルの5日間で、チケット13,706枚（10,964,800円分）が使用された。

売上順	カテゴリー	業種	チケット枚数(枚)	金額(円)	割合(%)
1	飲食	飲食店・喫茶店	5,891	4,712,800	42.98
2	小売	食品販売店	3,890	3,112,000	28.38
3	飲食	居酒屋・バー	3,096	2,476,800	22.59
4	小売	小売・雑貨等	294	235,200	2.15
5	サービス	サービス・ワークショップ等	241	192,800	1.76
6	サービス	施術・マッサージ	203	162,400	1.48
7	サービス	理容・美容	91	72,800	0.66
合計			13,706	10,964,800	100.00

使用されたチケットのうち、バルイベントでメインとなる飲食店やバーでの利用が約66%となった。小売店での買い物でも約30%が利用され、サービス業での利用は約4%であった。

(3) イベント実績（あとバル）

バル期間中に使用されなかったチケットは、ウェブアプリ上で1円単位で利用できるポイントに自動的に変換され、あとバルの13日間で、10,558,724円分が使用された。

売上順	カテゴリー	業種	金額(円)	割合(%)
1	飲食	飲食店・喫茶店	4,318,961	40.90
2	小売	食品販売店	3,675,857	34.81
3	飲食	居酒屋・バー	1,462,094	13.85
4	サービス	理容・美容	518,488	4.91
5	小売	小売・雑貨等	419,212	3.97
6	サービス	施術・マッサージ	136,747	1.30
7	サービス	サービス・ワークショップ等	27,365	0.26
合計			10,558,724	100.00

あとバルにおいても飲食店で最も利用され、全体の約55%となった。小売店は約39%、サービス業は約6%となり、特に理容・美容の割合がバルと比較して伸びた。

4 アンケート結果

ウェブアプリ及び商業コーディネーターのヒアリングにより実施したアンケート結果（主な意見を抜粋）は以下のとおり

(1) 店舗

- ・新規のお客さんがたくさん来店してくれた。
- ・PayPayのポイント還元キャンペーンの時よりお客さんが増えた。
- ・配布していたガイドブックの宣伝効果が大きかった。
- ・一般のQRコード決済と同じ使い方だったので、スムーズに案内できた。
- ・バルメニューの考案、申込入力に手間がかかった。
- ・店内の電波が悪く決済がうまくできなかった。

(2) 参加者

- ・前売り券がとてもお得だったので楽しめた。
- ・知らなかったお店を発見することができた。
- ・シンプルなシステムで使いやすかった。
- ・あとバルでお得に買い物のできたのでよかった。
- ・お店を探すのに、ガイドブックがあって便利だった。
- ・メニューが売り切れていたり、混雑しているお店があった。
- ・期間が短かったなので、イベントの日数を増やしてほしい。

5 集計に基づく分析結果

バル、あとバルともに飲食店で最も利用され、次いで食品販売店で多く利用された。前売り券を3割引で販売したことで、物価高騰の中、少しでもお得に食事をしたり、食品を購入しようとした参加者が多かったと推測される。

また、バルとあとバルでの利用総額はほぼ1:1となり、バルだけでなく、メニューや商品を自分で選ぶことができるあとバルでも積極的に利用されたことが分かる。