

令和 6 年度プレミアム付デジタル商品券事業等の実施結果について

地域産業都市委員会
令和 7 年 6 月 2 5 日

■ 「すみだプレミアム付デジタル商品券事業」の実施結果

1 目的

- ・区内商店におけるキャッシュレス決済を促進する。
- ・商店街連合会加盟店で利用できるプレミアム付デジタル商品券を発行し、区民への優先販売による消費者支援と区内消費喚起による商店街の活性化を図る。

2 実施概要

	1 次 販 売	2 次 販 売
実 施 期 間	令和6年8月15日～令和7年1月16日	
販 売 セ ッ ト 数 / 発 行 総 額	90,000セット / 10億8,000万円	
商 品 券 有 効 期 間	令和6年9月17日～令和7年1月16日	
申 込 期 間	令和6年8月15日～ 9月13日	令和6年10月18日～（先着順）
購 入 期 間	令和6年9月17日～10月16日	令和6年10月18日～11月15日
購 入 対 象 者 （ PayPay本人確認済みの方）	墨田区民	墨田区民外も対象
対 象 決 済	PayPay（ PayPay株式会社 ）	
プ レ ミ ア ム 率	20％（1セット10,000円で販売し、12,000円分のポイントを付与）	
券 種	A券＝区商連加盟店・賛助加盟店、B券＝区商連加盟大型店（共通券）	
券 種 割 合 （ 1 セ ッ ト 分 ）	A券＝8,000円、B券＝4,000円	

3 事業実績

	1 次 販 売	2 次 販 売
発 行 総 額	10億8,000万円（A券7億2,000万円、B券3億6,000万円）	
発 行 額 内 訳	6億1,485万6,000円（57％）	4億6,514万4,000円（43％）
区 民 へ の 発 行 額	9億5,355万6,000円（88％）	
区 民 外 へ の 発 行 額	－	1億2,644万4,000円（12％）
販売セット数 / 購入人数	90,000セット / 25,497人	
決 済 総 額	10億7,244万4,067円（発行総額に占める割合＝99.3％）	
A 券 決 済 額	7億1,414万845円（発行額に占める割合＝99.2％）	
B 券 決 済 額	3億5,830万3,222円（発行額に占める割合＝99.5％）	
対 象 店 舗	1,468店（A券対象店舗793店、B券対象店舗675店）	
事 業 経 費	2億1,320万2,175円(内、プレミアム分経費1億8,000万円）	

4 購入者年代割合・購入セット数割合

購入者年代割合				
10代以下	89	人	0.3	％
20代	1,494	人	5.9	％
30代	5,335	人	20.9	％
40代	7,191	人	28.2	％
50代	6,803	人	26.7	％
60代	3,167	人	12.4	％
70代以上	1,418	人	5.6	％
合 計	25,497	人	100	％

購入セット数割合				
セッ数	購入者数		割合	
1セッ	4,407	人	17.2	％
2セッ	4,208	人	16.5	％
3セッ	3,342	人	13.1	％
4セッ	549	人	2.2	％
5セッ	12,991	人	51.0	％
合 計	25,497	人	100	％

5 アンケート結果（WEB 上で実施）

（ 1 ）購入者アンケート結果（主な意見を抜粋）

- ・普段行かない店に行く機会が増えて、美味しい食事等を楽しむことができた。
- ・次回も期待している。まずは区民で余ったら他の人でも購入できるやり方は良かった。
- ・大型商業施設での利用額を増やして欲しい。
- ・1セット当たりの購入価格を下げて欲しい。

（ 2 ）参加店舗アンケート結果（主な意見を抜粋）

- ・普段から PayPay 払いのお客さんが多いので、喜ばれた。
- ・1次販売後よりも2次販売後の方が利用が増えた。
- ・操作に不慣れな方も見られたが、お店のスタッフが説明したことで、お客様との交流につながり、結果的に良かった。
- ・通常の PayPay 決済なのか、PayPay 商品券の決済なのか店舗側では把握できないため、効果を感じにくかった。

6 集計に基づく分析結果

- ・カテゴリー別の全体の決済額は、小売が約 59％で半数以上を占め、次に飲食が約 33％、サービスが約 8％となっている。
- ・カテゴリー別の1決済額当たりの平均単価は、サービスが最も高くなった。
- ・業種ごとに若干のばらつきがあるものの、多くの業種で幅広く本商品券が使われていることが確認できた。

集計結果一覧

商品券有効期間	令和 6 年 9 月 1 7 日～令和 7 年 1 月 1 6 日
商品券発行額	¥1,080,000,000
商品券決済額	¥1,072,444,067

カ テ ゴ リ ー	業 種	決 済 数	決 済 額	1決 済 平 均 額
飲 食	飲食店・喫茶店	116,513	¥294,138,722	¥2,525
	居酒屋・バー	17,036	¥61,544,971	¥3,613
小 売	食品スーパー	195,166	¥356,600,975	¥1,827
	食品販売店	57,363	¥90,286,306	¥1,574
	医薬品・化粧品・ドラッグストア	22,574	¥66,347,153	¥2,939
	衣類・靴・服飾品・カバン・バッグ	15,179	¥45,519,122	¥2,999
	家電・家具・寝具・キッチン用品	10,914	¥28,844,227	¥2,643
	書籍・文具・楽器・スポーツ・自転車・おもちゃ・CD	14,219	¥23,943,344	¥1,684
	酒類・リカーショップ	5,254	¥9,580,295	¥1,823
	時計・貴金属・メガネ・カメラ	159	¥1,468,253	¥9,234
	花・植木・農耕具・ペット	311	¥874,109	¥2,811
	小売その他	4,291	¥12,500,679	¥2,913
	理容・美容	6,024	¥49,579,963	¥8,230
サ ー ビ ス	ホテル・旅館・レジャー・浴場	3,494	¥8,618,715	¥2,467
	施術所	813	¥2,927,451	¥3,601
	エステティックサロン	335	¥2,894,328	¥8,640
	クリーニング	1,098	¥2,448,053	¥2,230
	自動車整備・各種修理	385	¥1,606,247	¥4,172
	スポーツ施設・フィットネスクラブ	59	¥251,876	¥4,269
	スキルアップ	94	¥208,424	¥2,217
	サービスその他	2,023	¥12,260,854	¥6,061

■ 「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、区内回遊を促進し、消費を拡大させることで、区内商店の活性化を図る。

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した。参加者には、電子チケットを事前に購入してもらい、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んでもらった。

(1) 期間

令和7年1月22日(水)～2月11日(火・祝)

(2) チケット

1セット(900円×4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：令和6年12月23日(月)～令和7年1月21日(火) 1セット 3,000円
当日券：令和7年1月22日(水)～2月11日(火・祝) 1セット 3,600円

(3) 参加店舗

191店

3 事業実績

(1) チケット販売実績

決済機能を設けた専用のWEBアプリを活用し、イベントの開始約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2,127セット、当日券が168セットで、合計2,295セットであった。
チケットの購入手段は、クレジットカードが約48%、PayPayが約48%、コンビニ払い(現金)が約4%であった。

(2) イベント実績(バル)

バルの21日間で、チケット9,028枚(8,125,200円分)が使用された。業種別の割合は以下のとおりである。

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	3,779	3,401,100	41.9
2	飲食	居酒屋・バー	2,161	1,944,900	23.9
3	小売	食品販売店	1,716	1,544,400	19.0
4	小売	小売・雑貨等	946	851,400	10.5
5	サービス	サービス・ワークショップ	219	197,100	2.4
6	サービス	施術・マッサージ	127	114,300	1.4
7	サービス	理容・美容	80	72,000	0.9
合 計			9,028	8,125,200	100.0

4 参加者内訳

(参加者数=1,463人)

10代	4	人	0.3	%
20代	149	人	10.2	%
30代	325	人	22.2	%
40代	405	人	27.7	%
50代	379	人	25.9	%
60代	164	人	11.2	%
70代以上	37	人	2.5	%
合 計	1,463	人	100	%

参加者数=WEBアプリ登録者数に基づく

5 アンケート結果

WEB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)

(1) 参加者

- ・区内の様々なお店の多彩なメニューをお得に楽しむことができた。
- ・イベントを通じて、気になっていたお店を新規開拓することができた。
- ・利用したいお店が多く、お店やバルメニューを選ぶ楽しさがあった。
- ・参加店をもっと増やしてもらいたい。

(2) 店舗

- ・バルに参加するお客さんがたくさん来店してくれた。
- ・お店をオープンしたばかりなので、このようなイベントがあると多くの方に知ってもらえるので大変助かる。
- ・金額の制約がある中で、バルメニューを考えるのが大変だった。
- ・イベントを知らない方もいたので、もっと周知してもらえると良かった。

6 集計に基づく分析結果

- ・飲食カテゴリーでの利用が最も多かったことから、物価高騰が続く中、少しでもお得に食事をしたいという参加者が多く見られた。
- ・本イベントの開催により、区内回遊が促進され、800万円以上の新たな経済効果が得られた。
- ・アンケート結果からは、イベントをきっかけに初めて店を訪れたという参加者が多く見られ、区内店舗のPR及び商業の活性化につながったことがうかがえる。
- ・参加者の年代別内訳では、30～50代が全体の約75%を占め、プレミアム付デジタル商品券と同様の傾向となった。