

令和7年度プレミアム付デジタル商品券事業の実施結果について

1 事業概要

(1) 目的

商店街連合会加盟店で使用できるプレミアム付デジタル商品券の発行による商店街支援を行うとともに、区民への優先販売による消費者支援を行う。

(2) 概要

	令和6年度	令和7年度
実施期間	令和6年8月15日～令和7年1月16日	令和7年7月1日～令和8年1月31日
販売セット数/販売額	90,000セット/10億8,000万円	250,000セット/15億円
商品券有効期間	令和6年9月17日～令和7年1月16日	令和7年8月5日～令和8年1月31日
販売期間	【1次】令和6年 9月17日～10月16日 【2次】令和6年10月18日～11月15日	【1次】令和7年 8月 5日～ 8月31日 【2次】令和7年 9月22日～11月30日
販売対象者 (PayPay本人確認済みの方)	【1次】墨田区民 【2次】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%	
販売価格	1セット10,000円 (12,000円分のポイントを付与) A券=8,000円、B券=4,000円	1セット5,000円 (6,000円分のポイントを付与) A券=3,500円、B券=2,500円
券種	A券=区商連加盟店・賛助加盟店 B券=区商連加盟店大型店(共通券)	

2 事業実績

	令和6年度	令和7年度
販売総額	10億8,000万円 (100%)	12億8,254万8,000円 (85.5%)
区民への販売額	9億5,355万6,000円 (88%)	10億9,267万8,000円 (85%)
決済総額	10億7,244万4,067円 (販売総額に占める割合=99.3%)	12億7,584万9,175円 (販売総額に占める割合=99.48%)
A券決済額	7億1,414万845円 (A券販売額に占める割合=99.2%)	7億4,292万5,228円 (A券販売額に占める割合=99.3%)
B券決済額	3億5,830万3,222円 (B券販売額に占める割合=99.5%)	5億3,292万3,947円 (B券販売額に占める割合=99.72%)
対象店舗	1,468店 (A券対象店793店、B券対象店675店)	1,762店 (A券対象店821店、B券対象店941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)	2億5,641万7,234円 (内、プレミアム分経費2億1,375万8,000円)

3 決済総額業種別内訳

	令和6年度			令和7年度		
	決済額	1決済平均額	全体に占める割合	決済額	1決済平均額	全体に占める割合
飲食	355,683,693円	2,663円	33%	521,679,838円	2,607円	41%
小売	635,964,463円	1,954円	59%	614,945,101円	1,923円	48%
サービス	80,795,911円	5,640円	8%	139,224,236円	5,378円	11%

※飲食(飲食店、居酒屋等)、小売(スーパー、ドラッグストア、食品販売、衣料品等)、サービス(理容・美容、エステ、クリーニング等)

4 購入者年代別・購入セット数割合

購入者年代割合				購入セット数割合(上位5位)			
10代	98人	0.3%		10セット	16,324人	54.6%	
20代	1,277人	4.3%		2セット	3,273人	10.9%	
30代	5,350人	17.9%		4セット	2,300人	7.7%	
40代	7,986人	26.7%		5セット	2,222人	7.4%	
50代	8,570人	28.7%		6セット	1,945人	6.5%	
60代	4,457人	14.9%		上記以外	3,840人	12.9%	
70代以上	2,166人	7.2%		合計	29,904人	100%	
合計	29,904人	100%					

5 アンケート結果(ウェブサイト上で実施)

(1) 購入者アンケート結果(主な意見を抜粋)

- ・区内の行きつけのお店に行く頻度が増えたり、新たなお店に行くきっかけにもなっているの
で、今後も続けて欲しい。
- ・一人一回ではなく、購入上限に達するまで何度でも追加購入ができるようにしてもらいたい。
- ・対象店舗をもっと簡単に分かるようにしてもらいたい。

(2) 参加店舗アンケート結果(主な意見を抜粋)

- ・前回よりも使用期間が延びて良かった。
- ・PayPayの利用者が増え、効果を感じている。
- ・普段来ない人が来ている感じがした。特にクリスマスシーズンに多くの利用があった。
- ・客から購入上限に達していないのに1回しか購入できず、残念がる声が多く聞かれた。

6 実施結果に対する分析

(1) 効果

- ・本事業の決済総額約12億7,500万円が区内商店街連合会加盟店で使用され、令和6年度と比較して、約2億円増加し、さらなる消費喚起を図ることができた。さらに、副次的効果として、決済総額以上の消費が喚起されたものと推測される。
- ・令和6年度と比較して対象店舗は、約300店舗増加し、商店街の活性化に寄与することができた。
- ・区民への販売額は、約11億円となり、令和6年度と比較して、約1億4,000万円増加し、さらなる消費者支援を図ることができた。

(2) 課題

- ・商品券の追加購入ができなかったことから、購入上限まで購入することができなかった人が多かった。
- ・対象店舗が分かりづらかった。
- ・事業周知に工夫が必要である。
(令和8年度は、上記課題を踏まえ、プレミアム付デジタル商品券事業を実施する。)