

令和6年9月2日
経済産業部商業課

せたがや Pay を活用したポイント還元事業 (臨時消費喚起策) の効果検証について

1 主旨

令和6年2月～5月に実施された、せたがや Pay 活用によるポイント還元事業（国の新たな総合経済対策に伴う臨時消費喚起策）について、実施主体である世田谷区商店街振興組合連合会と協力し、せたがや Pay 利用者及び加盟店舗に対してアンケート調査を行なった。調査の集計が終了したため、結果概要について報告する。

2 臨時消費喚起策の概要

令和5年11月2日に閣議決定された「デフレ完全脱却のための総合経済対策」の実行に係り、その裏付けとして措置された国の令和5年度補正予算（うち「重点支援地方交付金」）を特定財源として、令和6年2月～5月の4か月間にかけて消費下支え等を通じた生活者支援、区内経済活性化の後押しを目的に、せたがや Pay によるポイント還元事業への支援を拡充し「臨時消費喚起策」として実施した。

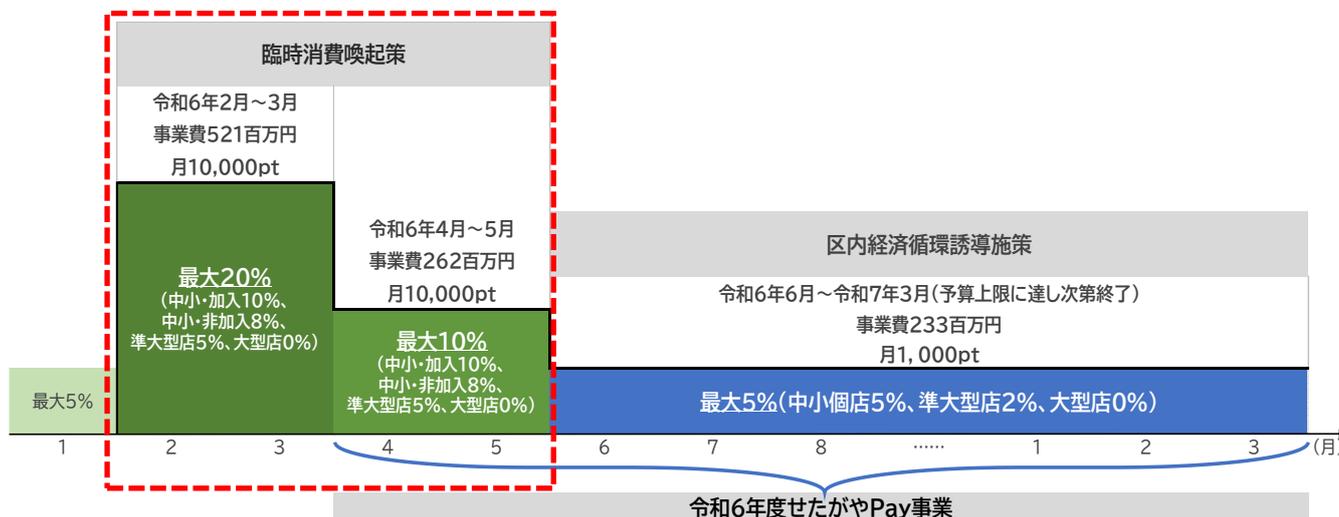
(1) 臨時消費喚起策「春のポイントアップ第1弾 せたがやのお店を応援！」

- ① 実施期間 令和6年2月1日（木）～3月31日（日）
- ② 事業内容 中小個店での決済額の最大20%分のポイント還元（月上限1万ポイント/人）
- ③ 事業費予算 521百万円※①
- ④ 実績（速報） 558百万円※①

(2) 臨時消費喚起策「春のポイントアップ第2弾 せたがやのお店を応援！」

- ① 実施期間 令和6年4月1日（月）～5月31日（金）
- ② 事業内容 中小個店での決済額の最大10%分のポイント還元（月上限1万ポイント/人）
- ③ 事業費予算 262百万円※①
- ④ 実績（速報） 205百万円※①

※①ポイント原資額（利用者への還元額）



3 臨時消費喚起策の効果測定結果

(1) 事業効果の測定

令和6年2月～5月のせたがやPay利用実績データを収集するとともに、せたがやPay利用者及び加盟店舗に対してアンケート調査を実施し、臨時消費喚起策の事業効果を測定した。

(利用者向けアンケート調査概要) ※資料1参照

- ① 調査対象 せたがやPayアプリ利用者(約380,000アカウント)
- ② 調査方法 WEB上のアンケートフォームからの回答(アプリ内通知で周知)
- ③ 調査期間 令和6年6月3日(月)～6月16日(日)
- ④ 全体回答数 4,007アカウント
- ⑤ 主な調査項目
 - ・基礎情報(年代、居住エリア等)・地元の店舗利用の増減
 - ・通常の消費と比較した消費額、せたがやPayと合わせて追加支出した金額
 - ・せたがやPayの地域産業デジタル化等への貢献 など

(加盟店向けアンケート調査概要) ※資料2参照

- ① 調査対象 せたがやPay加盟店(約5,400事業者)
- ② 調査方法 WEB上のアンケートフォームからの回答
- ③ 調査期間 令和6年6月3日(月)～6月16日(日)
- ④ 全体回答数 374事業者
- ⑤ 主な調査項目
 - ・基礎情報(業種、商店街加入、経営規模等)
 - ・臨時消費喚起策による売上の変化、来客数の変化、客単価の変化
 - ・せたがやPayの地域産業デジタル化等への貢献 など

(2) 事業効果

せたがやPay利用実績及びアンケート結果から、令和6年2月～5月の4か月間にわたって実施した臨時消費喚起策の事業効果を以下の通り推計した。

(令和6年2月～5月)	実績及び効果		(当初見込み)	
	金額等	備考	金額等	備考
ポイント原資総額 (公金支援額)	763百万円 (速報値)	当該速報値を基に 投資効果推計	783 百万円	—
消費喚起等事業効果額 (消費喚起効果 ^{※②} +区 外流出防止効果 ^{※③})	2,590百万円	ポイント原資に対 し <u>3.39倍</u> の効果	2,709 百万円	ポイント原資 に対し <u>3.46倍</u> の効果
事業効果 経済波及効果額 (生産誘発効果額)	3,206百万円	ポイント原資に対 し <u>4.20倍</u> の効果 ^{※④}	2,850 百万円	ポイント原資 に対し <u>3.64倍</u> の効果
期間中チャージ総額	5,842百万円	—	6,240 百万円	—
期間中せたがやPay支 払総額	6,605百万円	—	—	—

(令和6年2月～5月)	実績及び効果		(当初見込み)	
	金額等	備考	金額等	備考
期間中利用者数 (延べ人数)	約39万人※⑤	月間9.7万人利用	約35万人	月間8.7万人利用

※②普段より多めに、普段より高価な、これまで欲しかった商品・サービスを購入した額

※③普段は区外やECサイトで購入している商品・サービスを、区内で購入した額

※④期間中の各加盟店売上額と、東京都の「平成27年(2015年)東京都産業連関表に係る経済波及効果分析ツール(簡易分析用)」を活用して推計

※⑤令和6年5月末時点までの数値

(3) 事業効果の評価

(2)の通り、臨時消費喚起策の実施に係り、一部指標においては当初の見込みを下回ったものの、経済波及効果額や期間中利用者数は当初の見込みを上回ったことから、利用者や事業者に対して、より裾野の広い支援ができたものと認識している。

他方で、加盟店アンケートの結果から、「前年同時期と比較した売上、来客数、客単価の変化」について、前回の令和5年度上半期せたがやPayポイント還元事業アンケート調査※⑥結果と比較したところ、いずれも前回よりポイントが低減した結果となった。

※⑥前回調査(令和5年度上半期せたがやPayポイント還元事業のアンケート調査)

(調査期間) 令和5年9月15日～9月28日

(ポイント還元事業スキーム)

- ・令和5年4月～6月、9月：最大7%ポイント還元事業(区内経済循環誘導施策)
- ・令和5年7月～8月：最大20%ポイント還元事業(夏季消費喚起策)

(世田谷区ホームページ/ページ番号206995)

- ・URL：<http://www.city.setagaya.lg.jp/mokuji/shigoto/006/002/d00206995.html>

前回調査が新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行前(令和4年度上半期)との比較であったことを踏まえると、コロナ禍から中小個店を取り巻く経営環境が徐々に好転の兆しを見せつつある中で、臨時消費喚起策による経営へのインパクトが、令和5年度上半期ポイント還元事業のそれと比べ、やや縮小したと捉えた加盟店が多かったと考えられる。

しかしながら、アンケートでは約7割の加盟店が経営支援の貢献度につきプラス評価をしており、また、社会経済が正常化したとはいえ、物価高騰やそれに起因した価格転嫁の実施、賃金の引き上げ等といった経営を取り巻く環境は前年度と比較しても大きく変化していることや、(2)のとおり、加盟店売上額や経済波及効果等の事業効果を鑑みれば、臨時消費喚起策による事業効果は、区内中小個店の経営の下支えに寄与したものと評価している。

4 利用者向けアンケート結果の詳細

(1) 事業効果の分析・検証（詳細）

① 事業効果の推計

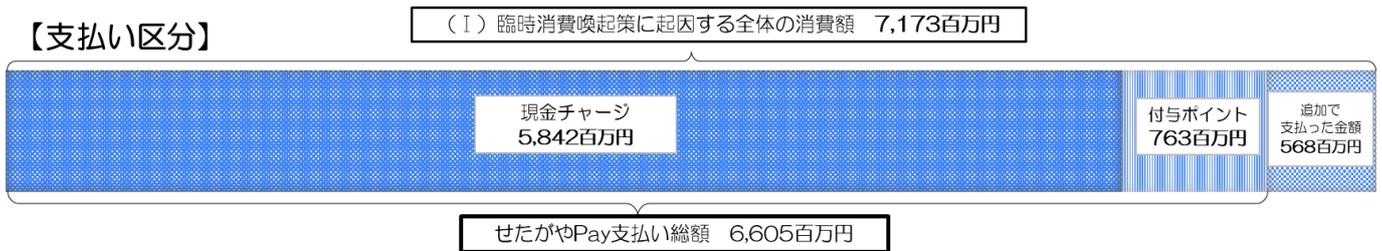
臨時消費喚起策による事業効果について、アンケート結果を元に以下の通り推計。

経済波及効果については、東京都の「平成27年（2015年）東京都産業連関表に係る経済波及効果分析ツール（簡易分析用）」を活用し分析を行なった。

(ア) 臨時消費喚起に起因する区内消費の全体額（資料1 p.13）

現金チャージ額 5,842 百万円、追加で支払った金額の合計 568 百万円となり、
「(I) 臨時消費喚起策に起因する全体の消費額」は 7,173 百万円と推計※⑥。

※⑥全体回答数 4,007 件の内、異常値を除外した有効回答数 3,514 件の回答を元に「現金チャージ」、「付与ポイント」、「追加支払金額」を算定。令和6年2月～5月に付与したポイント総額（速報値）763 百万円を基に、アンケート結果から算出した付与ポイント額との比率により、消費喚起策に起因する全体の消費額等を推計。



(イ) 消費喚起効果額（資料1 p.13）

全体の消費額（7,173 百万円）の内、「普段の消費」の置き換え額は 5,629 百万円、
「(II) 消費喚起効果額」は 1,543 百万円と推計。「普段の消費」（5,629 百万円）に対し、約 27.4%の追加消費を喚起。

【消費喚起効果額】



(ウ) 区外流出防止効果額※③（資料1 p.13）

区外から区内へ誘導することができた 「(III) 区外流出防止効果額」は 1,333 百万円と推計。全体の消費額（7,173 百万円）の内、18.6%に当たる。

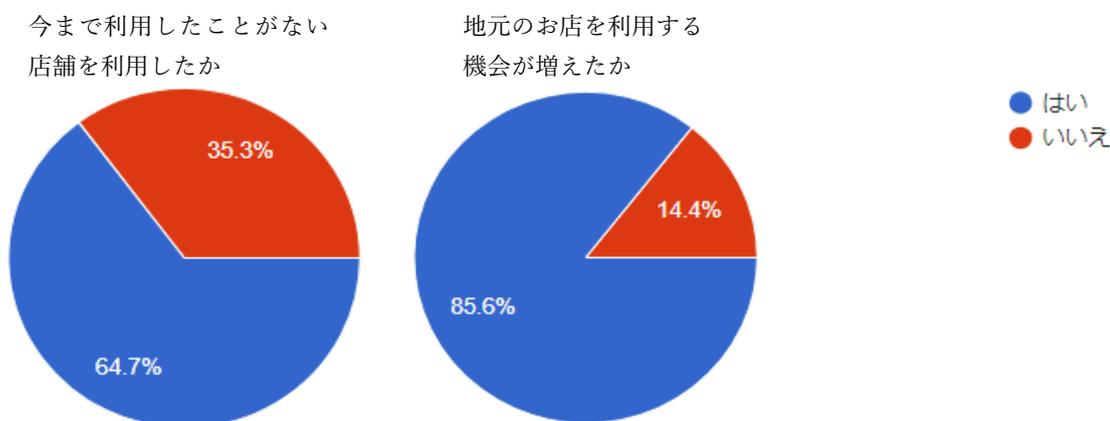
【区外流出防止効果額】



② 区内消費誘導効果（資料1 p.9～10）

「今まで利用したことがない店舗を利用したか」、「地元のお店を利用する機会が増えたか」という設問に対し「はい」と答えた回答は、前回調査※⑥からそれぞれ3.9ポイント減、0.9ポイント減の64.7%、85.6%という結果。

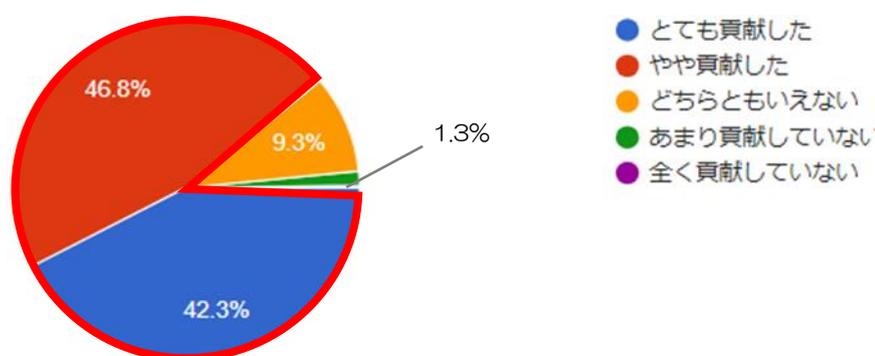
（評価）区外から区内へ消費誘導する効果は依然として高い水準を示している。



③ 地域産業全体に対するデジタル化への効果（資料1 p.11）

「地域産業全体に対するデジタル化に貢献しているか」という設問に対し「貢献している」と答えた回答は、前回調査から2.4ポイント減の89.1%。

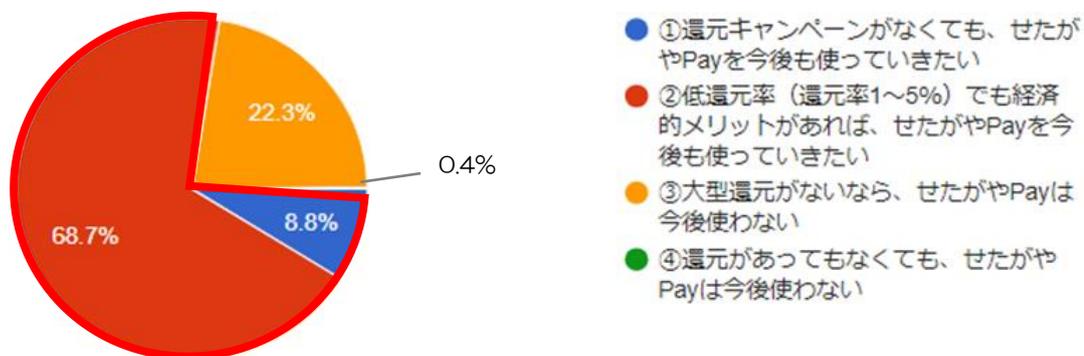
（評価）利用者の9割がせたがやPayの地域産業全体に対するデジタル化への貢献を実感しており、依然として高い水準を示している。



④ せたがやPayの継続利用意向（資料1 p.15）

「せたがやPayの継続利用意向」に関する設問に対し、「大型還元なしには使わない」と答えた回答は、前回調査から10ポイント減の22.3%。他方、「還元なし、もしくは低還元の経済的メリットがあれば利用したい」と答えた回答は、前回調査から10.2ポイント増の77.5%。

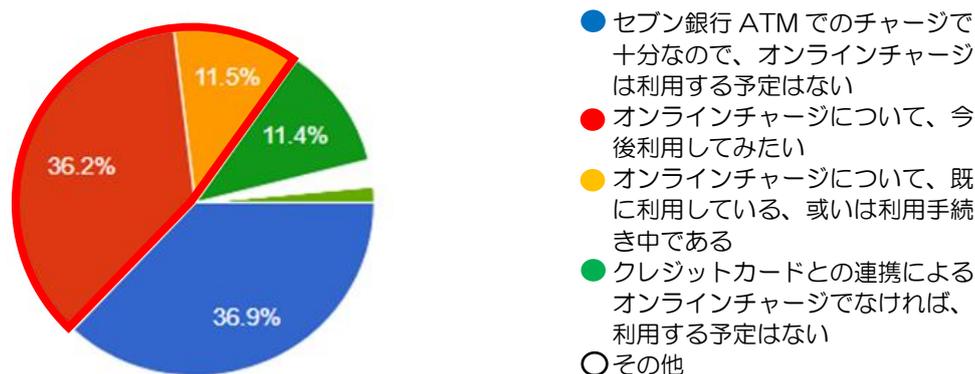
（評価）せたがやPayが利用者に浸透し、徐々に、普段からせたがやPay決済を活用する利用者数（固定ユーザー数）が増加していると推察。



⑤ オンラインチャージ機能実装に対する反響（資料1 p.18）

令和6年5月実装のオンラインチャージ機能に関する設問に対し、従前からの「セブン銀行ATMでのチャージで十分」と答えた回答が、全体の36.9%を占め最も多い結果となった一方、「オンラインチャージを既に利用、もしくは今後利用してみたい」と答えた回答は、全体の約48%を占める結果となった。

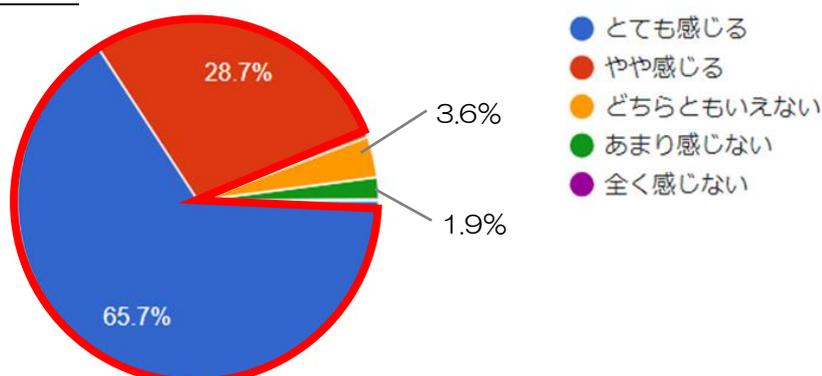
（評価）利用者ニーズに応えられた反面、「オンラインチャージ対象金融機関の増」等を求める声も多数あることから、引き続き利便性向上に向けた取り組みが必要。



（2）物価高騰による生活への影響（資料1 p.6）

「前年同時期と比較した、光熱水費や食料品等の値上がりによる家計負担の実感」に関する設問に対し、「物価高騰による家計負担について、とても実感しているもしくはやや実感している」と答えた回答は全体の約94%を占める結果。

（評価）令和6年6月調査時点で、殆どの生活者が長期化する物価高騰による家計への悪影響を実感。

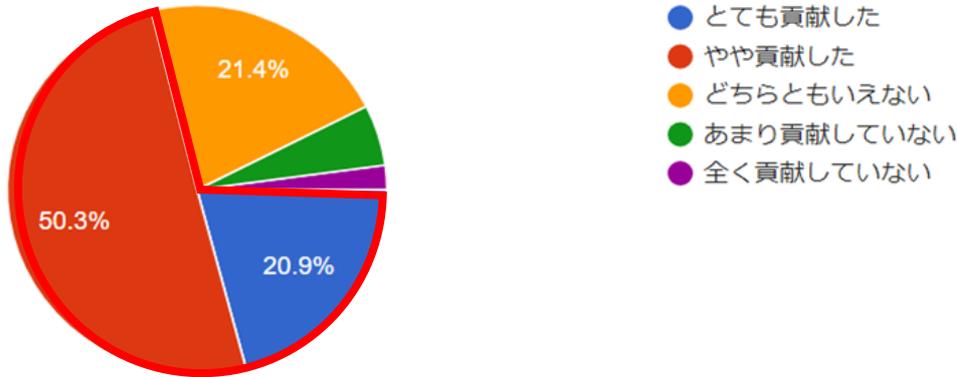


4 加盟店向けアンケート結果の詳細

(1) 事業効果の分析・検証 (詳細)

① 売上、来客数、客単価の変化 (資料2 p.9-11)

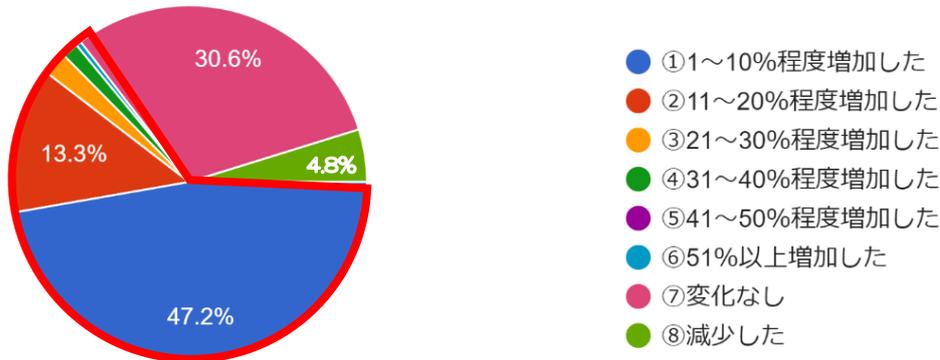
ア：臨時消費喚起策による「経営支援の貢献度」(資料2 p.11)



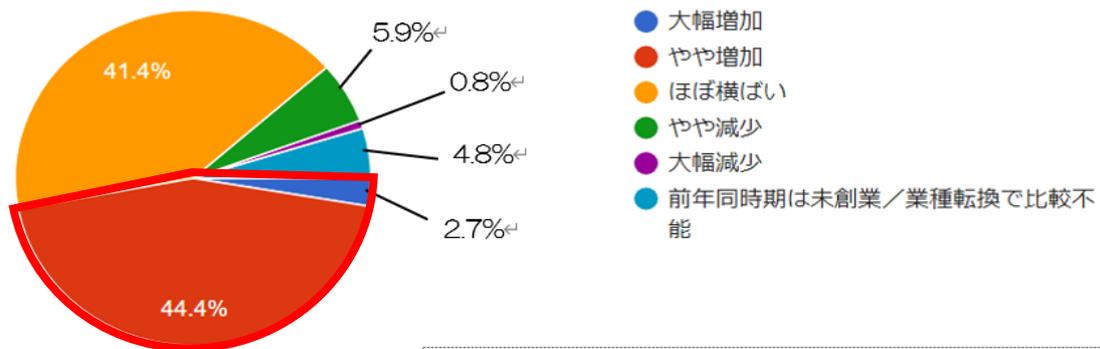
臨時消費喚起策による経営支援の貢献度について、約7割が「貢献している」(「とても貢献した」20.9%、「やや貢献した」50.3%)と回答。

イ：臨時消費喚起策による「売上の変化」(前年同時期との比較) (資料2 p.9)

前回調査 (令和5年9月調査、令和4年4月～9月との比較)



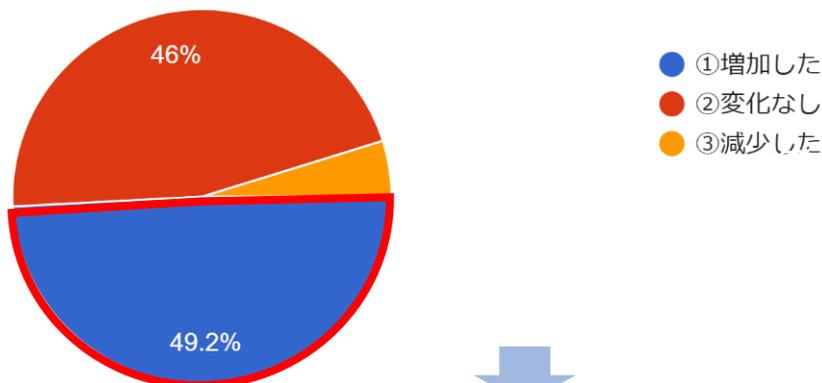
今回調査 (令和6年6月調査、令和5年2月～5月との比較)



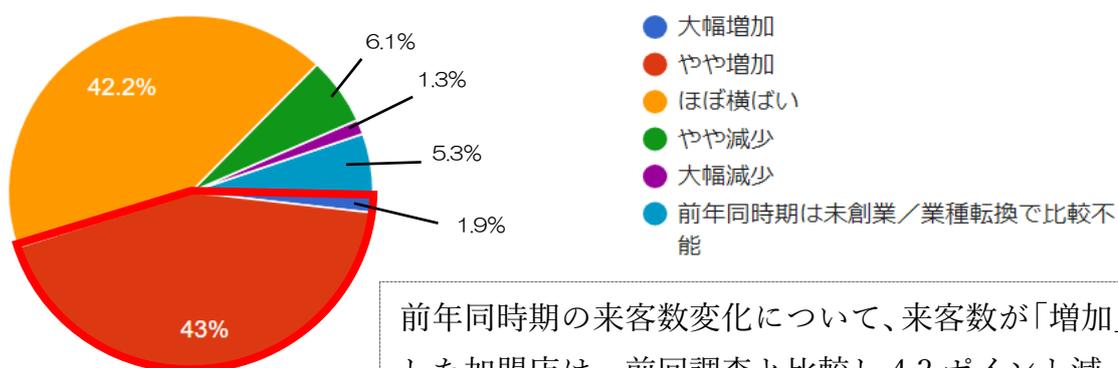
前年同時期の売上変化について、売上が「増加」した加盟店は、前回調査と比較し、16.9ポイント減。

ウ：臨時消費喚起策による「来客数の変化」(前年同時期との比較) (資料2 p.9)

前回調査 (令和5年9月調査、令和4年4月～9月との比較)

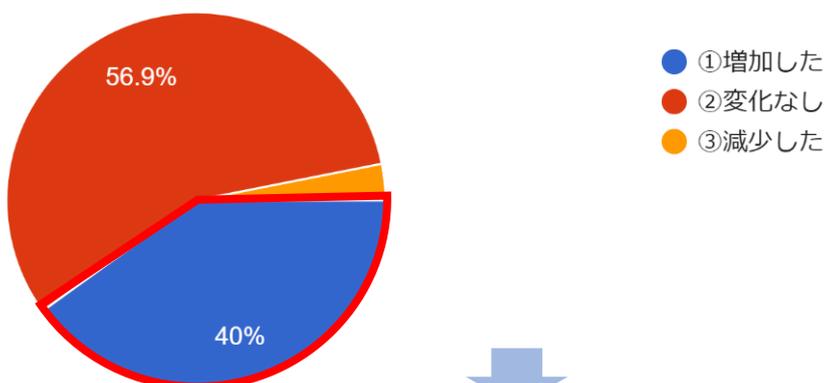


今回調査 (令和6年6月調査、令和5年2月～5月との比較)

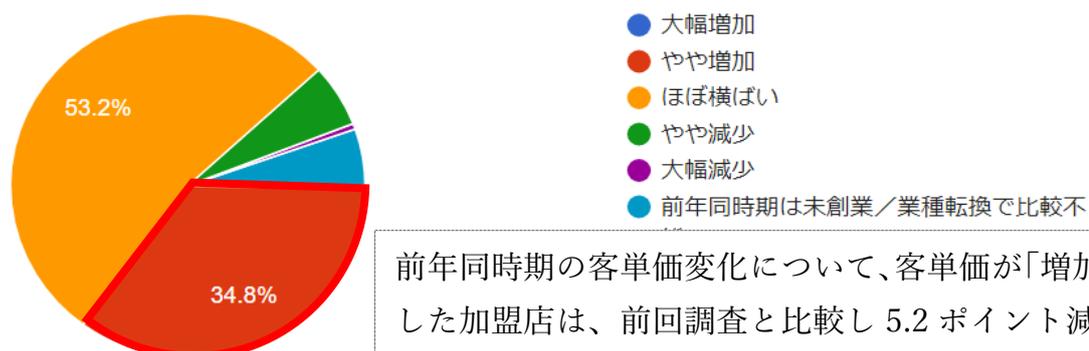


エ：臨時消費喚起策による「客単価の変化」(前年同時期との比較) (資料2 p.10)

前回調査 (令和5年9月調査、令和4年4月～9月との比較)

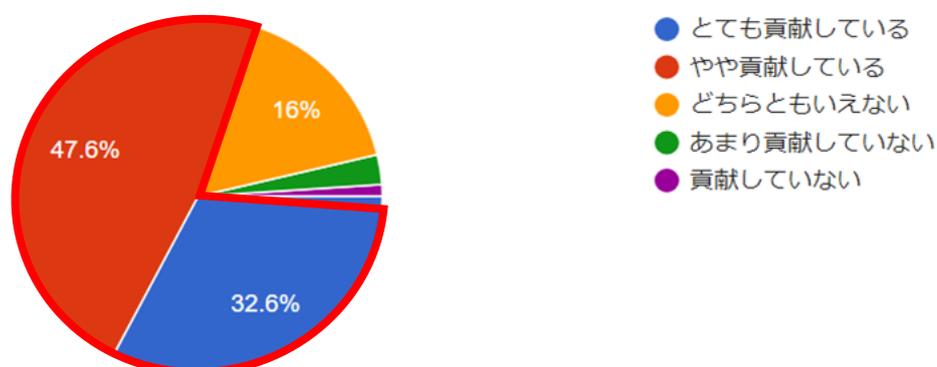


今回調査 (令和6年6月調査、令和5年2月～5月との比較)



② 地域産業全体に対するデジタル化への効果（資料2 p.12）

せたがや Pay が「地域産業全体に対するデジタル化に貢献しているか」という設問に対し、「貢献している」と答えた回答は、前回調査から 2.5 ポイント減の 80.2%であったが、依然として高い水準を示していると評価できる。

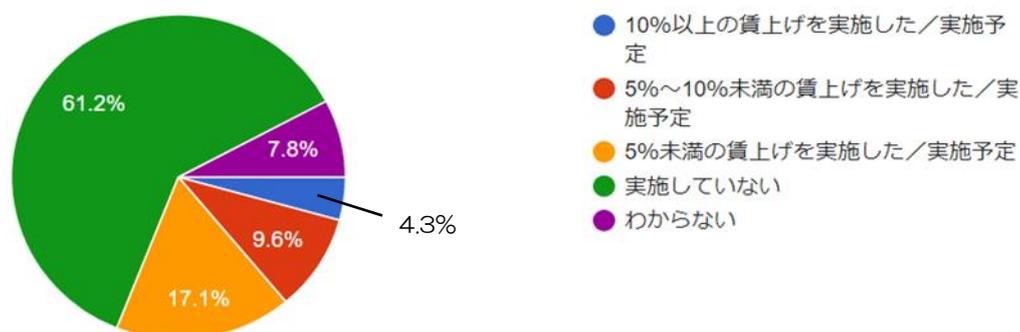


(2) 直近における加盟店経営状況（賃上げ及び価格転嫁）

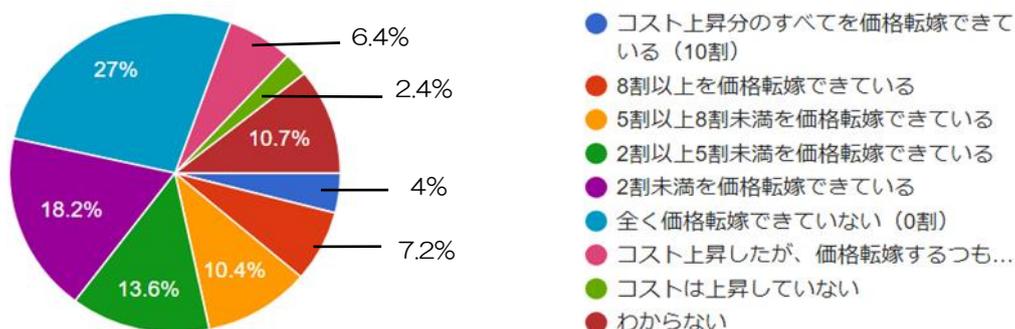
令和6年度における賃上げの状況について、「賃上げを実施した」加盟店が全体の31%であったのに対し、「賃上げを実施していない」加盟店は全体の約61%を占めた。

また、原材料価格や労務費等のコスト上昇分に係る販売価格やサービス料金への価格転嫁の状況について、「一部でも価格転嫁できた」加盟店が全体の約53%を占めた一方、「全く価格転嫁できていない」加盟店が27%に上る結果となった。

ア：賃上げ（資料2 p.7）



イ：価格転嫁（資料2 p.7）



5 効果検証の総括

(1) 経済効果

令和6年2月～5月に実施した臨時消費喚起策について、総額25億9,000万円の消費喚起等事業効果額、さらに32億600万円の経済波及効果額（生産誘発効果額）が生じたと推計し、同期間の7億6,300万円（速報値）のポイント付与額（区補助額）に対して十分な経済効果を創出できたと評価している。

(2) 中小個店支援、生活者支援

「加盟店向けアンケート結果」より、前回調査と比較して、今回の臨時消費喚起策による事業効果（売上、来客数、客単価）はやや低減した結果となった。経営支援に対する施策の貢献を評価する声がある一方、コロナ禍と比較し景気の先行きについて緩やかな回復が期待されている中で、コロナ禍や前年度までの経営状況等と比較すれば、臨時消費喚起策のインパクトが占める経営支援の割合はやや縮小したものと考えられる。

しかしながら、原材料価格やエネルギー価格、労務費等の上昇コスト分を十分に販売価格に価格転嫁できていない加盟店は少なくない状況であり、区内中小個店を取り巻く経営環境は依然として楽観視できない状況が続いていることから、臨時消費喚起策による事業効果は、区内中小個店の経営の下支えに寄与したものと評価できる。

また、「利用者向けアンケート結果」より、前回調査から引き続き6割以上の利用者がこれまで利用したことがない地元の店舗を利用し、8割以上の利用者が地元のお店を利用する機会が増えたと回答しており、せたがやPayポイント還元事業による区内消費への誘導効果性は依然として高いと認められる。

(3) 地域産業デジタル化

地域産業全体のデジタル化やその意識醸成についても、利用者の9割、加盟店の8割が「貢献している」と評価しており、せたがやPayによる区内経済循環の推進とともに、地域産業のデジタル化に資する副次的効果も引き続き認められる結果となった。

また、令和6年5月より実装したオンラインチャージ機能により、利用者に対するアプリの利便性は一定程度の向上が図られたと評価している。引き続きオンラインチャージ対象金融機関やチャージ方法の拡充といった、アプリの利便性向上に資する取組みが必要である。

(4) 今後の取組み

臨時消費喚起策終了以降も、6月から切れ目なく「区内経済循環誘導施策」（最大5%ポイント還元事業）を支援することで、区内消費活性化と事業者の経営を継続的に下支えするとともに、既存ユーザーの囲い込みや新規ユーザーの獲得、加盟店舗数増加によって、日常の決済手段のひとつとしてせたがやPayの定着を図っている。引き続き社会経済状況や、国や東京都の補助金・交付金の動向を注視しながら、事業の持続可能性の向上を念頭に、区内経済循環の推進とそれによる区民生活の下支えに取り組んでいく。

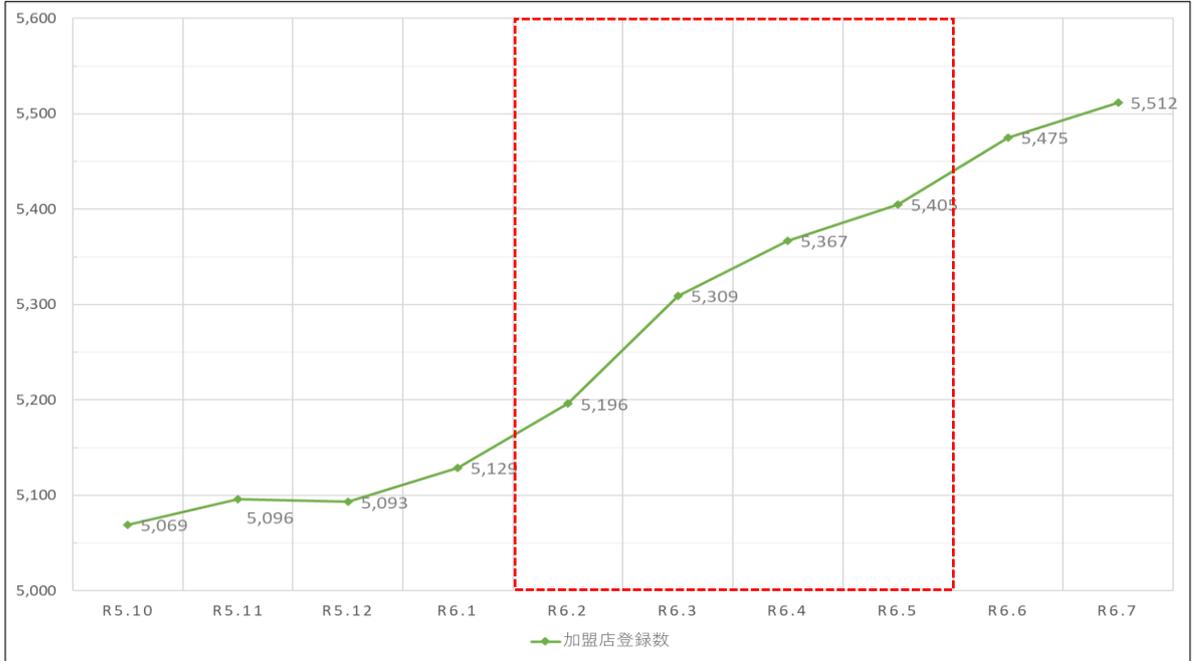
参考

せたがや Pay 関連数値の推移 (令和 6 年 7 月末現在)

(1) 加盟登録店舗数

5,512 店舗

(参考) 令和 5 年 7 月末 : 4,835 店舗 令和 4 年 7 月末 : 2,502 店舗
令和 3 年 7 月末 : 1,109 店舗



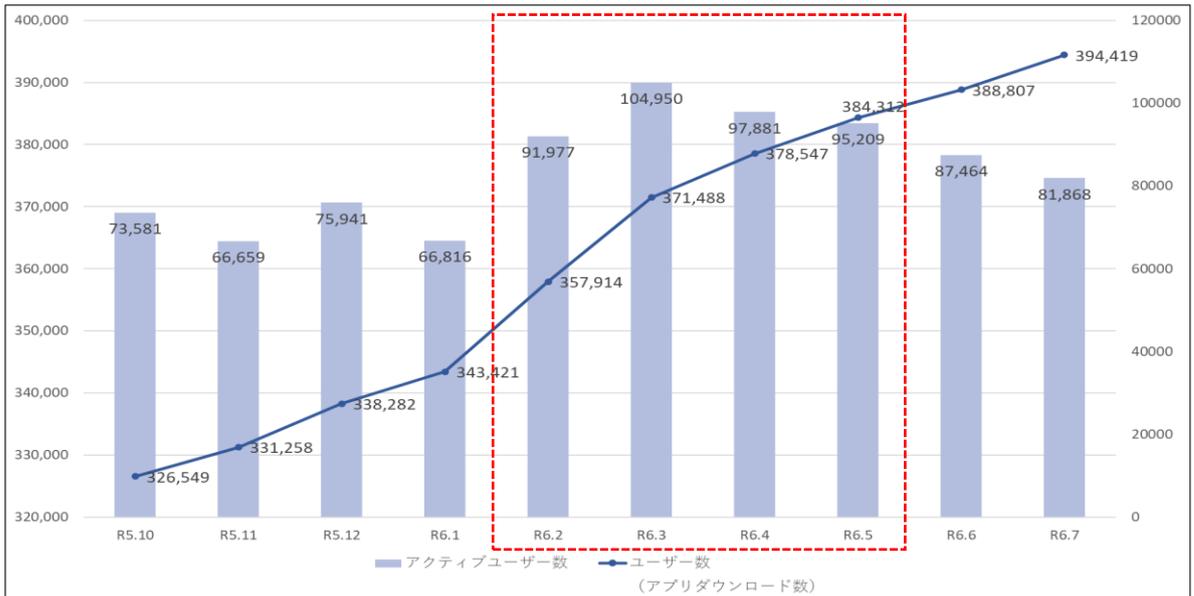
図表 1 せたがや Pay 加盟店登録店舗数推移 (店) (令和 5 年 10 月～令和 6 年 7 月)

(2) アプリダウンロード数

① 累積アプリダウンロード数 : 394,419 件

(参考) 令和 5 年 7 月末 : 307,651 件 令和 4 年 7 月末 : 84,806 件
令和 3 年 7 月末 : 18,611 件

② 令和 6 年 2 月～5 月間平均アクティブユーザー数 (支払利用者数) : 97,504 件

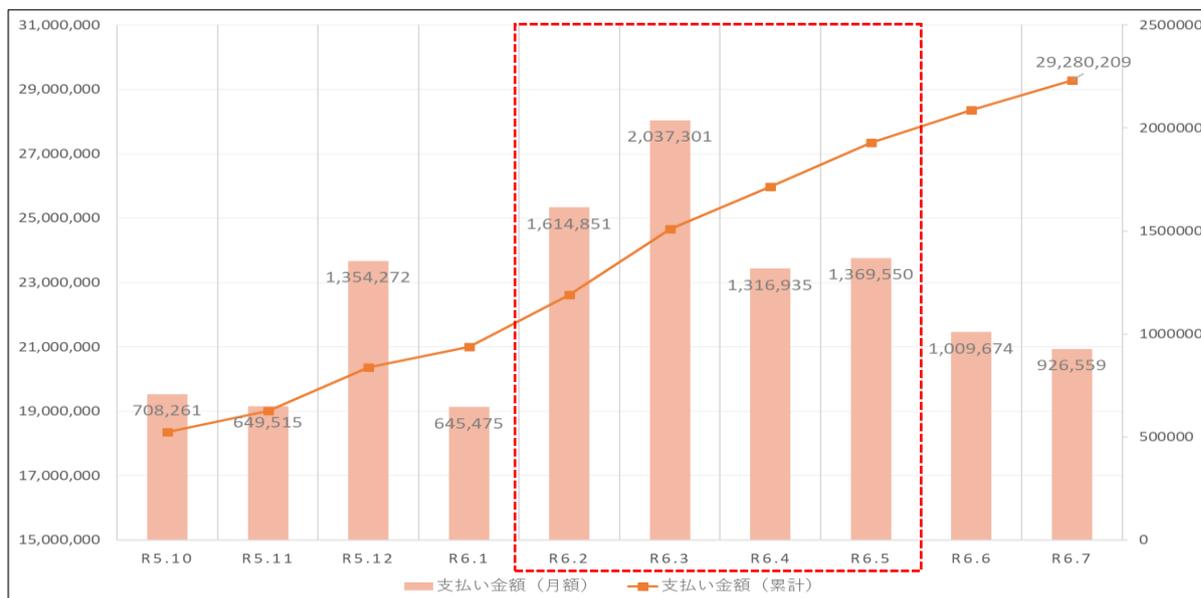


図表 2 せたがや Pay アプリダウンロード数 (件)・アクティブユーザー数推移 (件) (令和 5 年 10 月～令和 6 年 7 月)

(3) 加盟店売上額

① 加盟店売上総額の推移

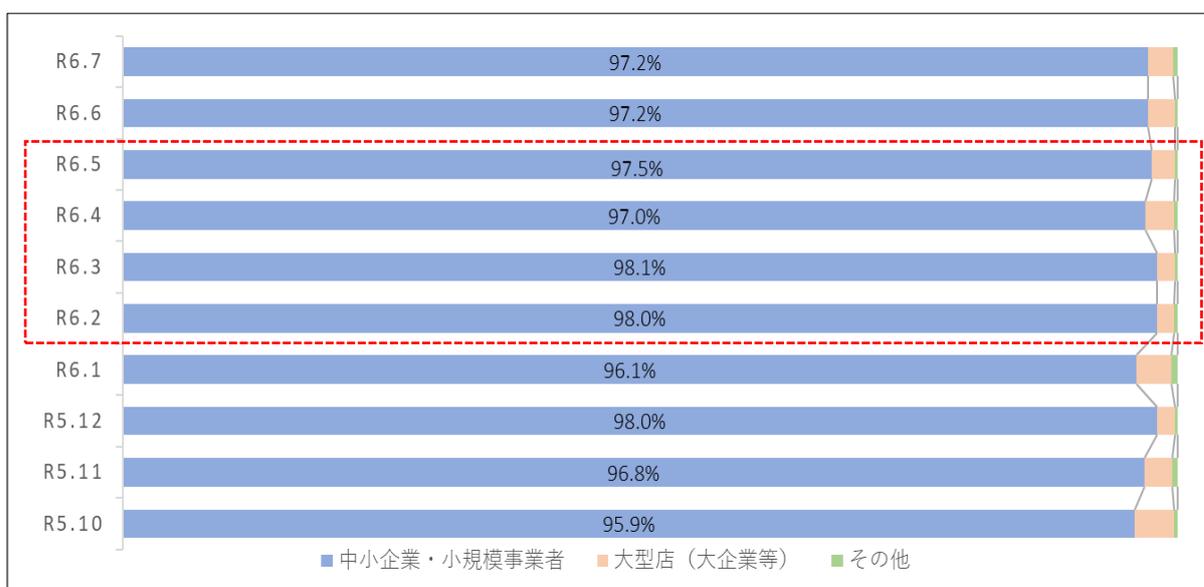
- ・ 累積加盟店売上総額（令和3年2月～令和6年7月）：29,280,209 千円
- ・ 令和6年2月～5月の加盟店売上総額：6,338,637 千円
- ・ 令和6年2月～5月の平均売上総額／月：1,584,659 千円／月



図表3 セたがや Pay 毎月支払額 (千円)・累計額推移 (千円) (令和5年10月～令和6年7月)

② 加盟店売上額の内訳 (中小企業・小規模事業者と大型店 (大企業等) の別)

セたがや Pay 加盟店売上額について、加盟店区分別の売上額に係る構成割合を算出すると、図表4のとおり、令和5年10月～令和6年7月における中小企業・小規模事業者 (※) での売上額に係る構成割合は平均 97.2%であり、セたがや Pay 支払額の大半が区内の中小個店や小規模事業者に裨益している。



図表4 セたがや Pay 加盟店区分別の売上額構成割合 (%) (令和5年10月～令和6年7月)

令和6年2月～5月
せたがや Pay ポイント還元事業
利用者向けアンケート調査結果

令和6年9月
経済産業部 商業課

1. 調査目的

令和6年2月から5月に実施された、せたがやPayポイント還元事業の利用の実態等を調査し、事業実施による消費喚起効果等を把握することを目的とする。

■令和6年2月～5月 せたがやPayポイント還元事業 概要

(1) 臨時消費喚起策 「春のポイントアップ第1弾 せたがやのお店を応援！」

【実施期間】

令和6年2月1日（木）～3月31日（日）

【内容】

中小個店での決済額の最大20%分のポイントを還元

還元率：中小個店20%または15%、コンビニ等：10%、大型店：0%

【月の一人当たり還元上限】

10,000ポイント

【事業費予算（ポイント原資）】

5.21億円

【事業費実績（速報）】

5.58億円

(2) 臨時消費喚起策 「春のポイントアップ第2弾 せたがやのお店を応援！」

【実施期間】

令和6年4月1日（月）～5月31日（金）

【内容】

中小個店での決済額の最大10%分のポイントを還元

還元率：中小個店10%または8%、コンビニ等：5%、大型店：0%

【月の一人当たり還元上限】

10,000ポイント

【事業費予算（ポイント原資）】

2.62億円

【事業費実績（速報）】

2.05億円

■参考：令和6年9月現在のせたがやPay関連数値（カッコ内は令和5年4月時点数値）

(1) せたがやPay アプリダウンロード数

：約 390,000 ダウンロード（約 280,000 ダウンロード）

(2) せたがやPay 登録店舗数

：約 5,500 店舗（約 4,400 店舗）

(3) せたがやPay 決済総額（累計）

：約 292 億円（約 126 億円）

2. 調査設計

- (1) 調査対象：「せたがや Pay」アプリ利用者
- (2) 対象数：約 380,000 アカウント（アプリダウンロード数）
- (3) 調査方法：WEB 上のアンケートフォームからの回答（アプリ内通知で周知）
- (4) 調査期間：令和 6 年 6 月 3 日（月）～6 月 16 日（日）
- (5) 全体回答数：4,007 アカウント

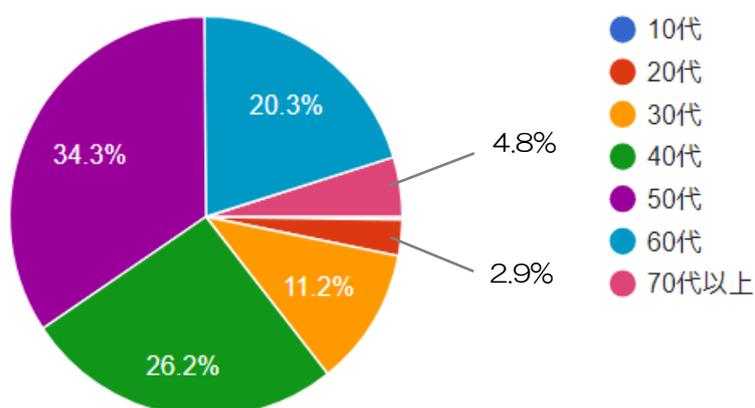
数値の見方：特に断りがない場合、すべての設問の n 値は 4,007

※n 値とはサンプル数（アンケート回答件数）

3. 標本構成

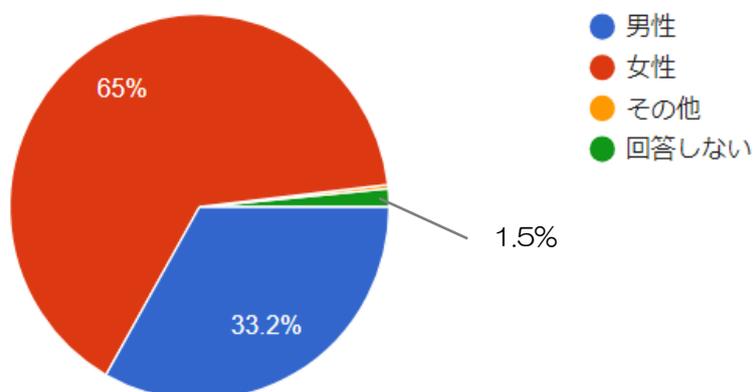
1. 年代を教えてください（1つだけお選びください）

4,007 件の回答



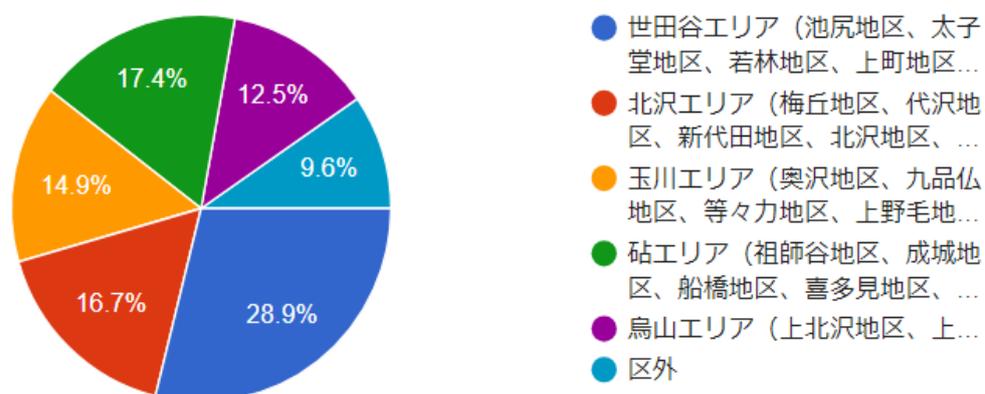
2. 性別（性自認）を教えてください（1つだけお選びください）

4,007 件の回答



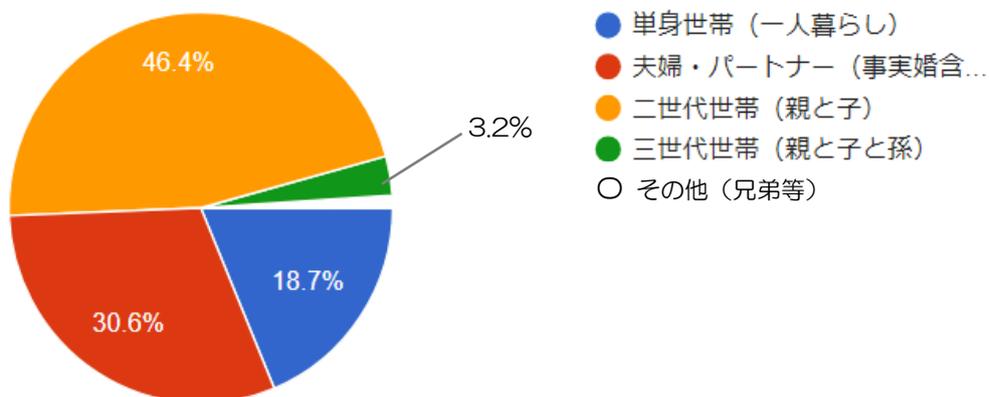
3. 居住エリアを教えてください。（1つだけお選びください）

4,007 件の回答



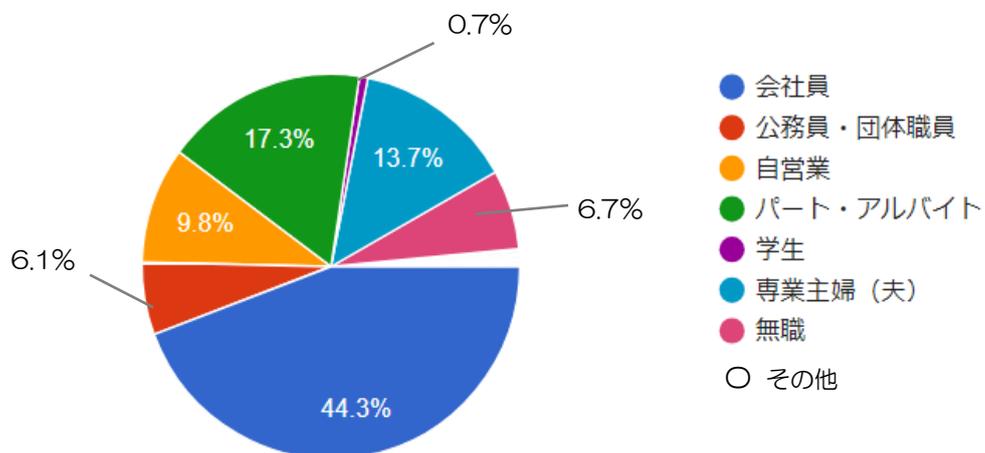
4. 世帯構成を教えてください（1つだけお選びください）

4,007 件の回答

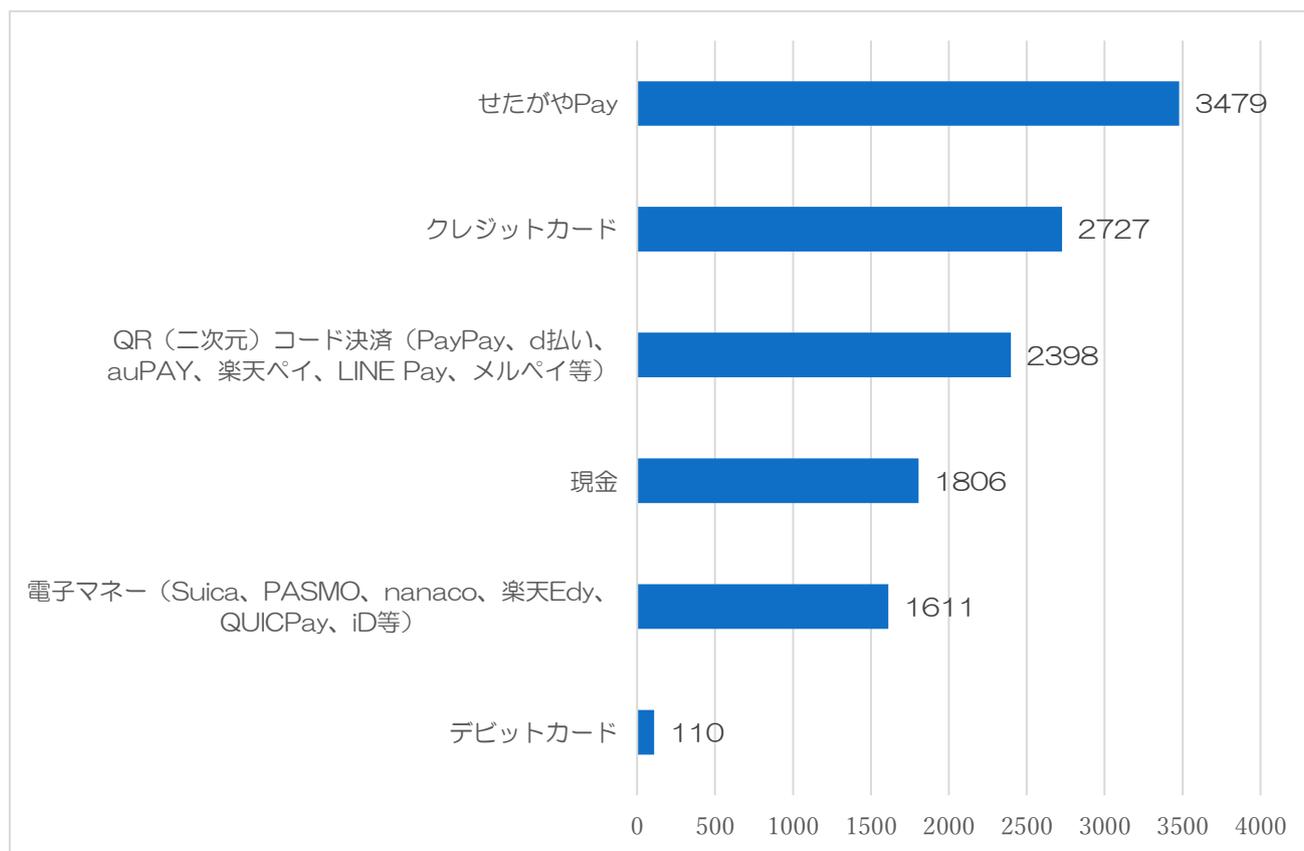


5. 職業を教えてください（1つだけお選びください）

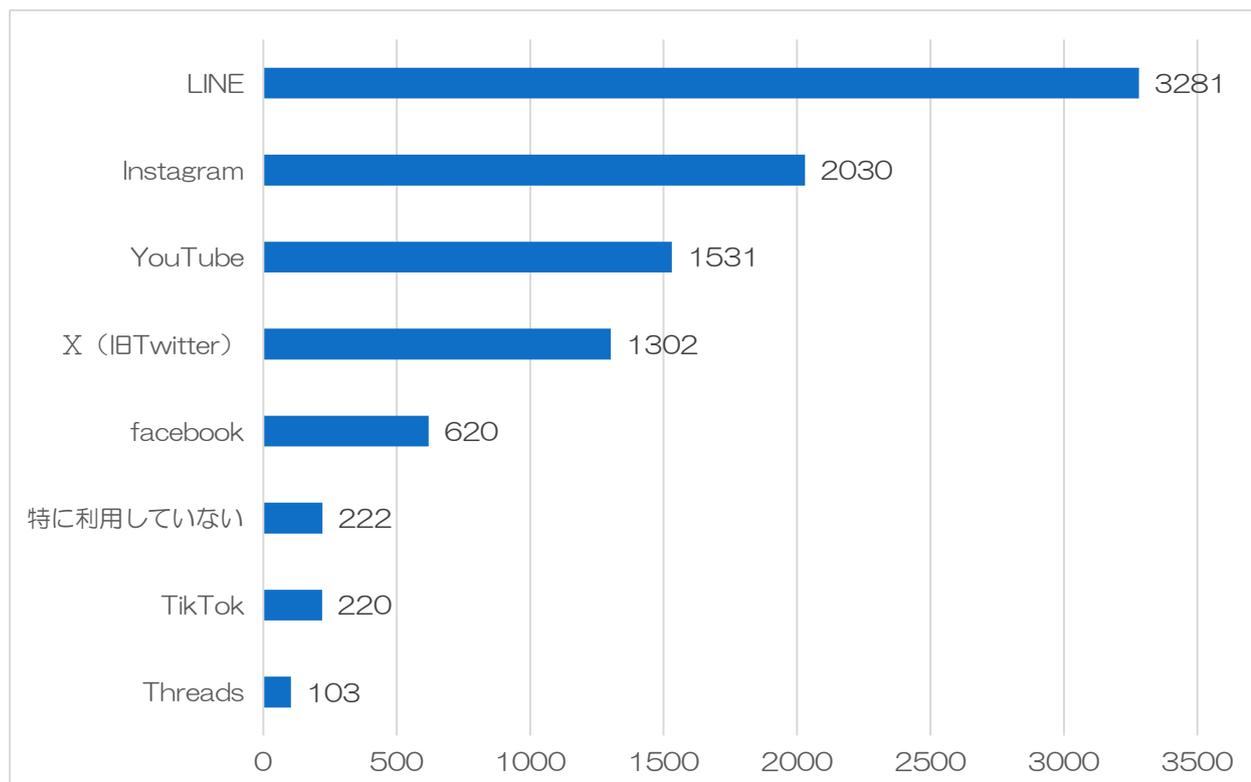
4,007 件の回答



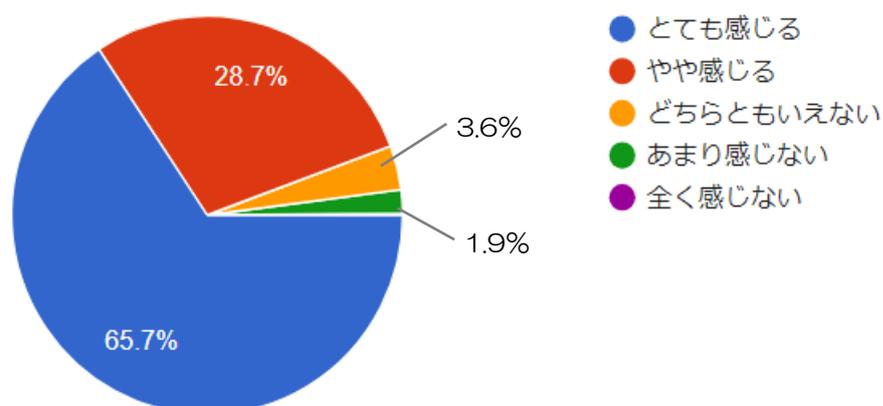
6. 店頭での主な支払方法を教えてください。（複数回答可）



7. よく使う SNS を教えてください。(複数回答可)



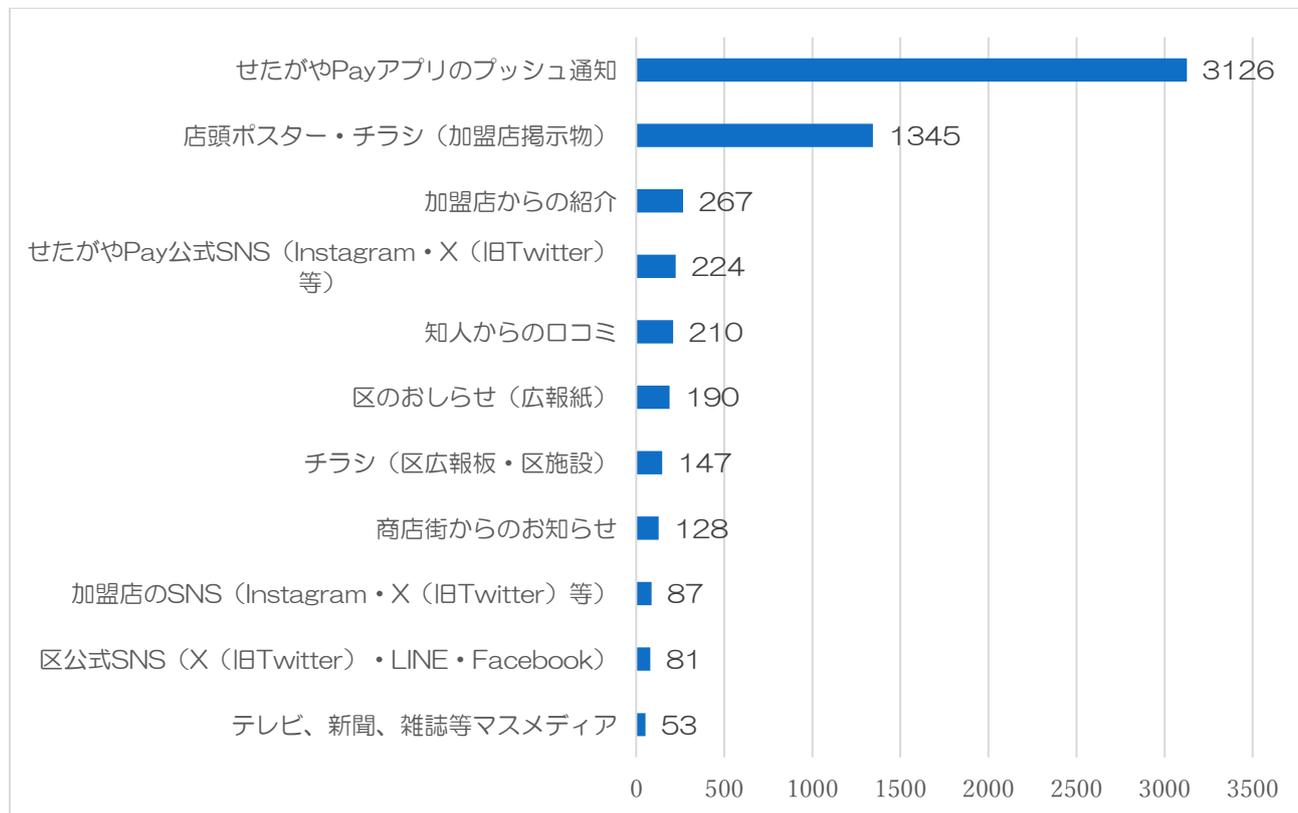
8. 前年同時期と比較して、光熱費や食料品等の値上がりによる家計への負担を実感することがありますか。(1 つだけお選びください)



4. 質問と回答

■春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の効果について、教えてください。

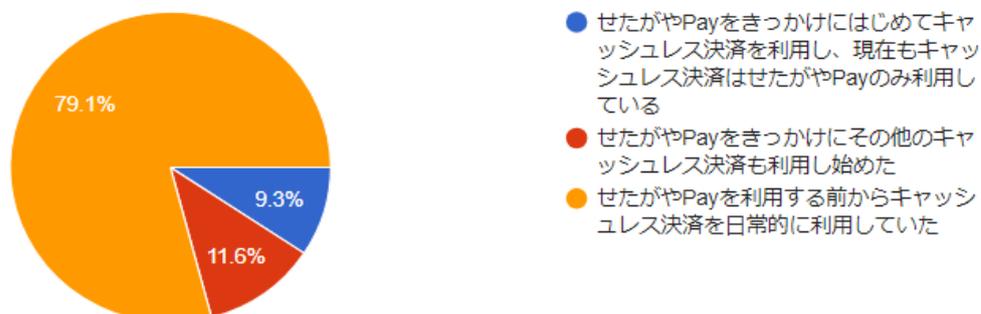
9. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾について、何で知りましたか。(複数回答可)



<調査結果>

春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾について、何で知ったか聞いたところ、「せたがや Pay アプリのプッシュ通知」(3,126件)が最も多く、ついで「店頭ポスター・チラシ (加盟店掲示物)」(1,345件)、「加盟店からの紹介」(267件)と続く。

10. せたがや Pay をきっかけに、はじめてキャッシュレス決済を利用しましたか。(1 つだけお選びください)

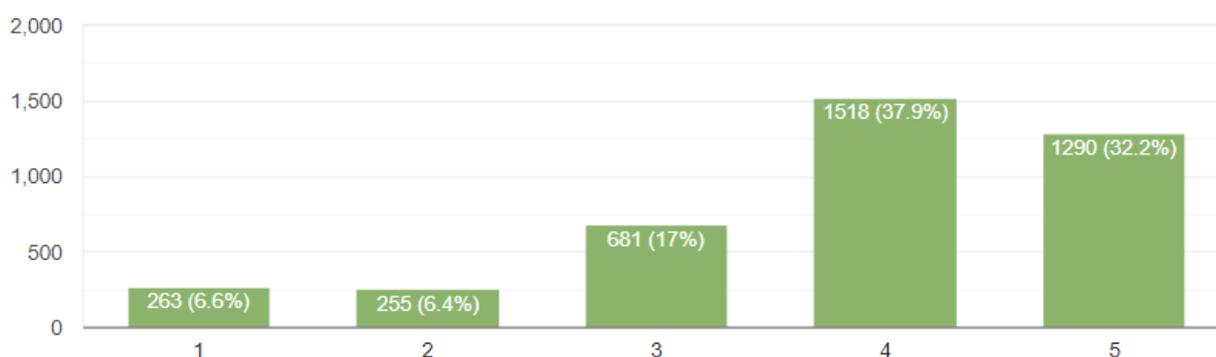


<調査結果>

「せたがや Pay をきっかけにはじめてキャッシュレス決済を利用し、現在もキャッシュレス決済はせたがや Pay のみ利用している」が 373 件 (9.3%)、「せたがや Pay をきっかけにその他のキャッシュレス決済も利用し始めた」が 463 件 (11.6%) となった。

なお、約 80%のせたがや Pay 利用者が既に他のキャッシュレス決済も利用している。

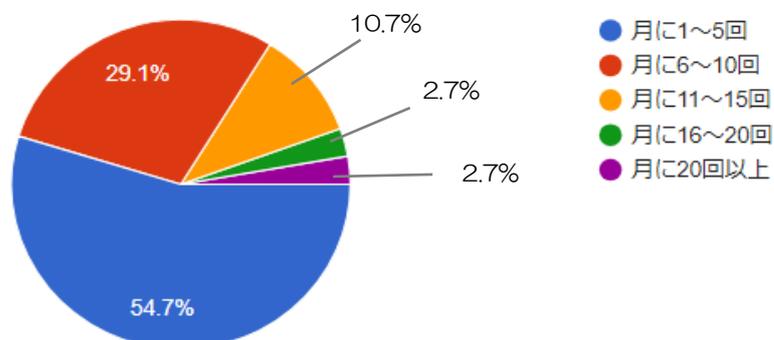
11. せたがや Pay を始めとした、店舗におけるキャッシュレス対応の有無は、貴方が店舗を選択する際に影響していると感じますか。(1 つだけお選びください)



<調査結果>

店舗におけるキャッシュレス対応の有無が、店舗を選択する際に影響しているかを 5 段階で聞いたところ、「4」が 1,518 件 (37.9%) で最も多く、「5」が 1,290 件 (32.2%) と続く。平均値は「3.83」、中央値は「4」となった。

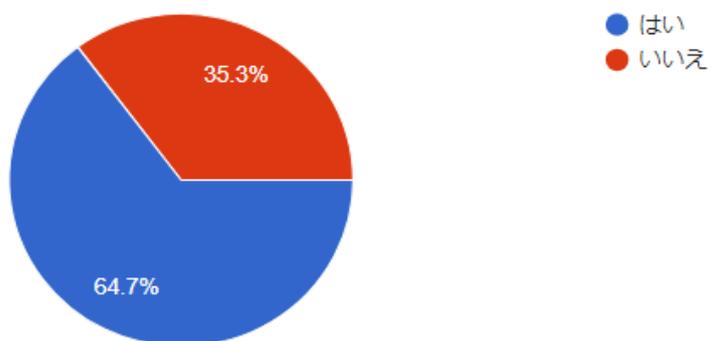
12. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾期間中（2月～5月）、せたがや Pay をひと月にどのくらいの頻度でご利用されましたか。（1つだけお選びください）



<調査結果>

せたがや Pay の利用頻度について、「月に1～5回」が2,193件（54.7%）で最も多く、「月に6～10回」が1,166件（29.1%）、「月に11～15回」が428件（10.7%）と続く。

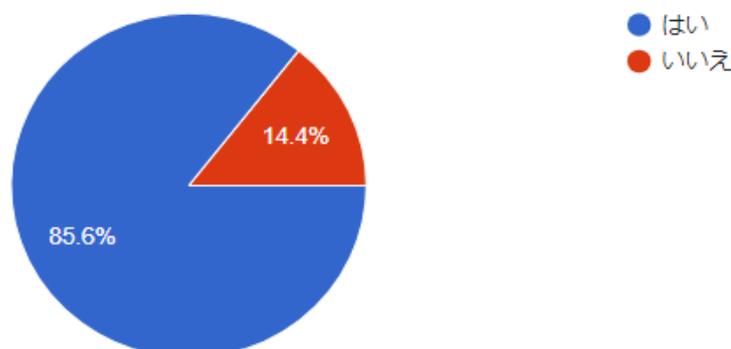
13. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾をきっかけに、今まで利用したことがない店舗を利用しましたか。（1つだけお選びください）



<調査結果>

春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾をきっかけに、今まで利用したことがない店舗を利用したか聞いたところ、「はい（利用した）」が2,594件（64.7%）となった。

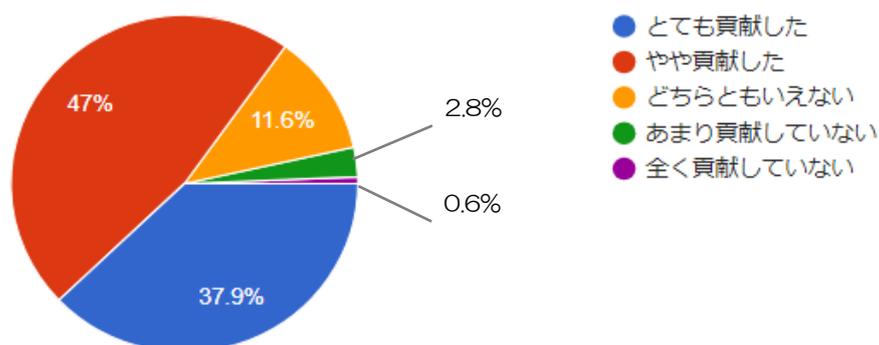
14. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾をきっかけに、地元のお店（世田谷区内のお店）を利用する機会が増えましたか。（1つだけお選びください）



<調査結果>

春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾をきっかけに、地元のお店（世田谷区内のお店）を利用する機会が増えたか聞いたところ、「はい（利用する機会が増えた）」が3,431件（85.6%）となった。

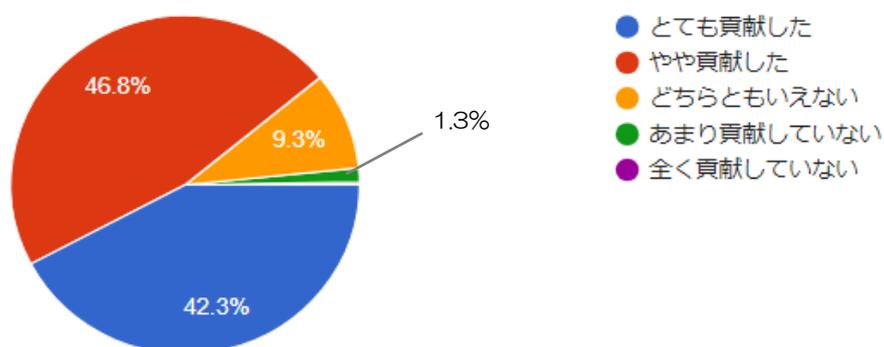
15. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾は、今般の物価上昇の社会経済状況にあって、消費の下支えや生活支援に貢献したと感じますか。（1つだけお選びください）



<調査結果>

春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施が、消費の下支えや生活支援に貢献しているか聞いたところ、「やや貢献した」が1,884件（47%）で最も多く、「とても貢献した」（1,517件,37.9%）を含め、「貢献している」とする回答が約85%を占める。

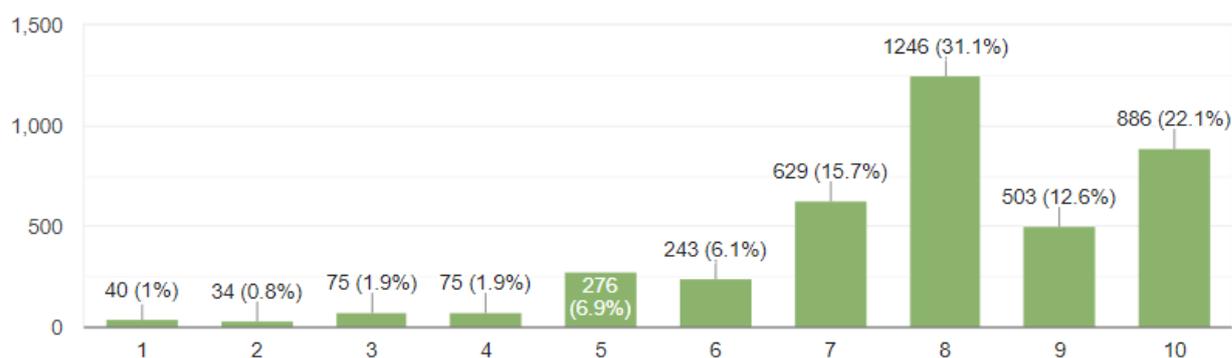
16. せたがや Pay の実施は、消費者や事業者のデジタル化への意識醸成や地域産業全体におけるデジタル化（キャッシュレス化推進など）に貢献していると感じますか。（1つだけお選びください）



<調査結果>

せたがや Pay の実施が、消費者や事業者のデジタル化への意識醸成や地域産業全体のデジタル化に貢献しているか聞いたところ、「やや貢献した」（1,876 件,46.8%）で最も多く、「とても貢献した」が 1,693 件（42.3%）を含め、「貢献している」とする回答が約 90% を占める。

17. 春のポイントアップキャンペーン第 1 弾・第 2 弾の総合的な満足度を、10 点満点で評価してください。



<調査結果>

春のポイントアップキャンペーン第 1 弾・第 2 弾の総合的な満足度を 10 点満点で聞いたところ、「8」が 1,246 件（31.1%）で最も多く、「10」が 886 件（22.1%）と続く。平均値は「7.79」、中央値は「8」となった。

■春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾期間中（2月～5月）の消費額などについて、教えてください。

18.（消費喚起策に起因する全体の消費額）

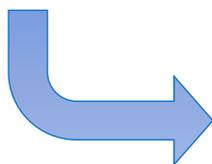
せたがやコイン、せたがやポイント、追加で支払った現金等の金額

19.（区外流出防止効果額）

18のうち、普段は区外やオンラインで買っているものをせたがやPayで購入した金額

20.（消費喚起効果額）

18のうち、いつもより多めに・いつもより高価な・これまで欲しかったものをせたがやPayで購入した金額



次ページ以降（13～14ページ）で、消費喚起効果額、区外流出防止効果額、経済波及効果額等を推計。

臨時消費喚起策「春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾 せたがやのお店を応援！」の消費喚起効果・区外流出防止効果額

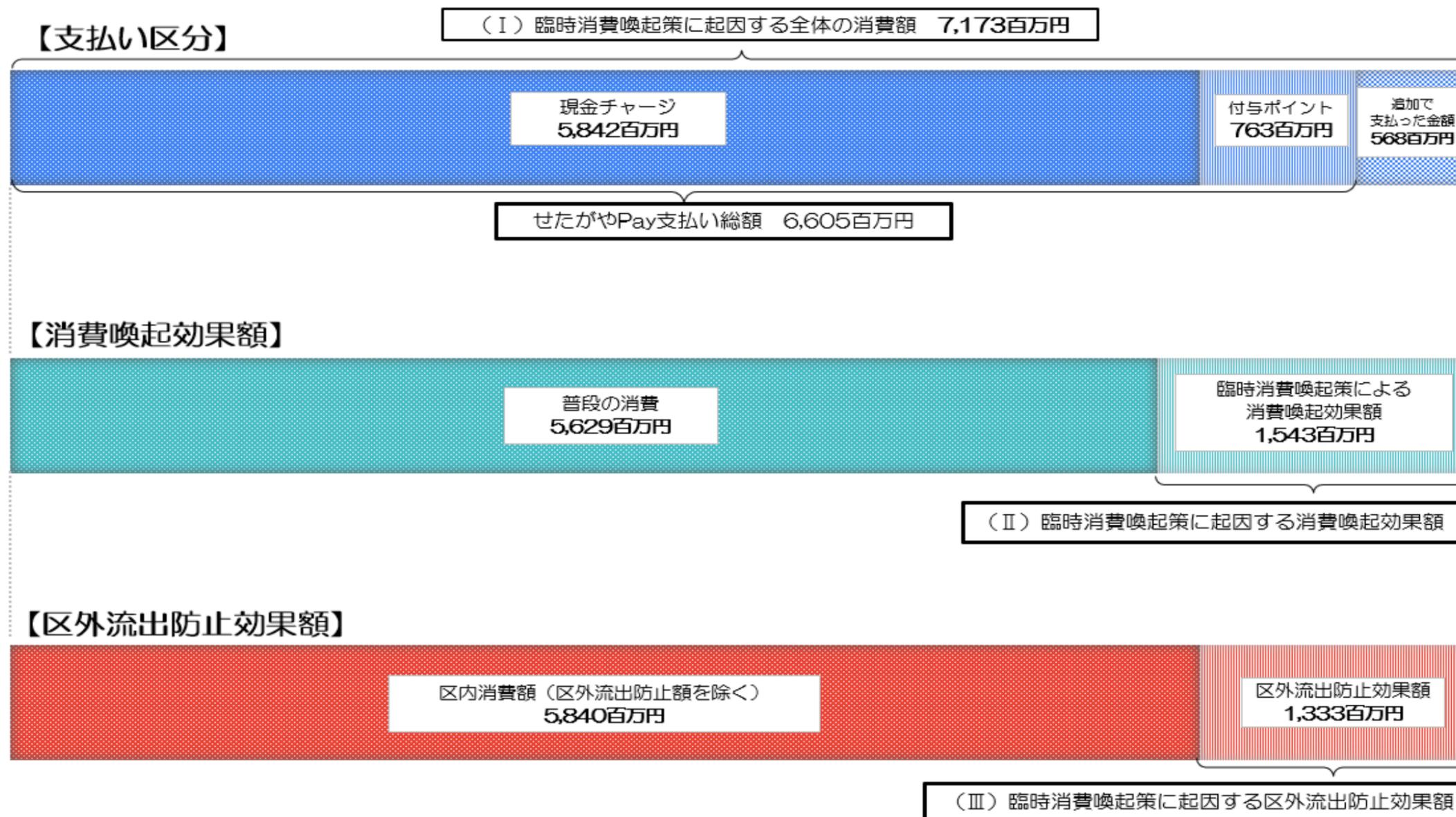
全体回答数 4,007 件の内、有効回答 3,514 件（異常値除外）。アンケート調査結果に基づき、

（Ⅰ）「臨時消費喚起策」を起因する全体の消費額のうち、（Ⅱ）消費喚起効果額と（Ⅲ）区外流出防止効果額の推計を行なった。

この結果、

- 「臨時消費喚起策」に起因する全体の消費額は、7,173 百万円（Ⅰ）
- 763 百万円（速報値/予算 783 百万円）のポイント還元により、1,543 百万円の消費喚起効果（Ⅱ）が生じた
- 763 百万円（速報値/予算 783 百万円）のポイント還元により、1,333 百万円の区外流出防止効果額（Ⅲ）が生じた

と推計された。



(定義)

- 「追加で支払った金額」 せたがや Pay で支払いきれなかったため、追加で支払った現金等（クレジットカードや電子マネー含）
- 「普段の消費」 食料品や生活必需品など、臨時消費喚起策が無くても普段通りに購入していた商品・サービス
- 「消費喚起効果額」 臨時消費喚起策により「いつもより多めに・いつもより高価な・これまで欲しかった」商品・サービスを購入した額
- 「区外流出防止額」 普段は世田谷区外や EC サイト（オンラインサイト）で購入しているものを、臨時消費喚起策があることで、世田谷区内で購入した額

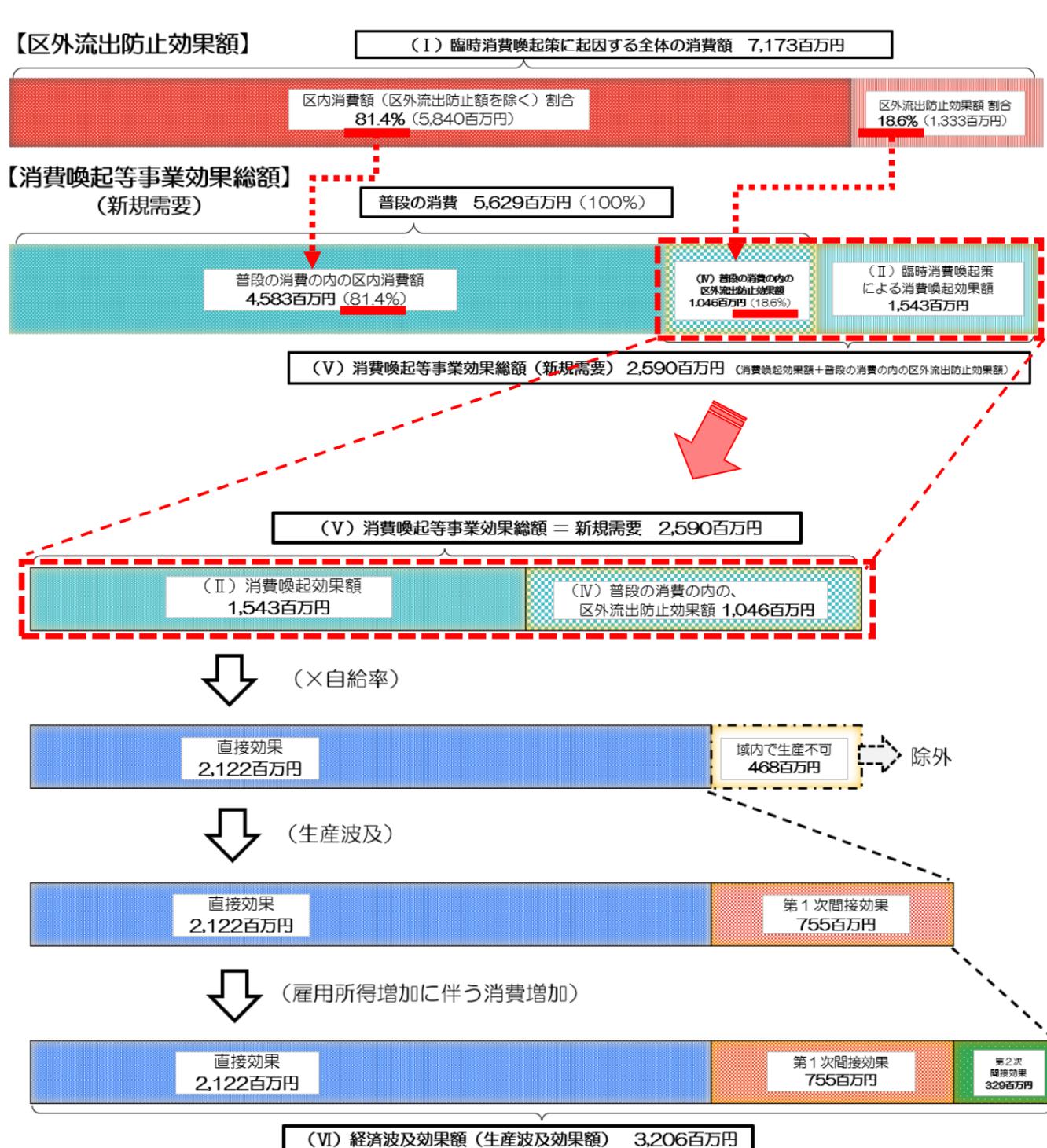
臨時消費喚起策「春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾 せたがやのお店を応援！」の事業効果総額・経済波及効果額（生産誘発効果額）

普段の消費の内の区外（EC含む）から区内へ誘導できた消費額を、(IV) 普段の消費の内の区外流出防止効果額として推計を行なった。
また、「(II) 臨時消費喚起策による消費喚起効果額 + (IV) 普段の消費の内の区外流出防止効果額」の合計額を、「(V) 消費喚起等事業効果総額 = 新規需要」として推計を行なった。
さらに、「東京都産業連関表」を利用して、「(VI) 経済波及効果額（新規需要の発生に伴う、各産業の生産などに対する誘発効果/生産誘発効果額）」の試算を行なった。

この結果、

- 普段の消費の内、「臨時消費喚起策」に起因して区外から区内へ誘引できた消費額 = (IV) 普段の消費の内の区外流出防止効果額は 1,046 百万円
- 「臨時消費喚起策」に起因する (V) 消費喚起等事業効果総額（新規需要）は、2,590 百万円 ※ポイント原資分 763 百万円に対する倍率：3.39 倍
- 新規需要 2,590 百万円によって、(VI) 3,206 百万円の区内経済波及効果（生産誘発効果）が生じた ※ポイント原資分 763 百万円に対する倍率：4.20 倍

と推計された。



(V) 消費喚起等事業効果総額（新規需要） = (II) 消費喚起効果額 + (IV) 普段の消費の内の区外流出防止効果額

(II) 臨時消費喚起策による消費喚起効果額 1,543 百万円
+ (IV) 普段の消費の内の区外流出防止効果額（区外流出防止効果率:18.6%）
1,046 百万円（普段の消費 5,629 百万円×18.6%）

= (V) 消費喚起等事業効果総額（新規需要） 2,590 百万円

※ ポイント原資分 763 百万円に対する倍率：3.39 倍

(VI) 経済波及効果額（生産誘発効果額）

「平成 27 年（2015 年）東京都産業連関表」を利用して、新規需要（消費喚起等事業効果総額）2,590 百万円に対する、経済波及効果額（新規需要の発生に伴う、各産業の生産などに対する誘発効果/生産誘発効果額）を試算する。

直接効果 2,122 百万円
+ 第1次間接効果 755 百万円
+ 第2次間接効果 329 百万円 } (東京都産業連関表による)

= (VI) 経済波及効果額（生産誘発効果額） 3,206 百万円

※ ポイント原資分 763 百万円に対する倍率：4.20 倍

経済波及効果（生産誘発効果）

ある産業に需要が生じ、その需要に対応する生産活動が拡大すると、原材料や資材などの取引や消費活動を通じ、他の産業に次々と影響を及ぼす。この過程のことを経済波及効果という。

■せたがや Pay は今後もデジタル地域通貨として、より多くの加盟店様と利用者様に、より多くの場面でご活用いただけるよう、引き続き事業を継続していきます。今後のせたがや Pay 事業にかかわり、ご意見ください。

21.せたがや Pay は今後も地元の中小個店を応援し、区内の経済循環を促すデジタル地域通貨として引き続き事業を継続していきます。今後もせたがや Pay をご利用されるか、教えてください。(1つだけお選びください)



<調査結果>

今後もせたがや Pay を利用するか聞いたところ、「低還元率（還元率 1～5%）でも経済的メリットがあれば、せたがや Pay を今後も使っていきたい」が 2,752 件（68.7%）で最も多く、ついで「大型還元がないなら、せたがや Pay は今後使わない」が 895 件（22.3%）で続く。

なお、「還元キャンペーンがなくてもせたがや Pay を今後も使って行きたい」が 354 件（8.8%）となった。

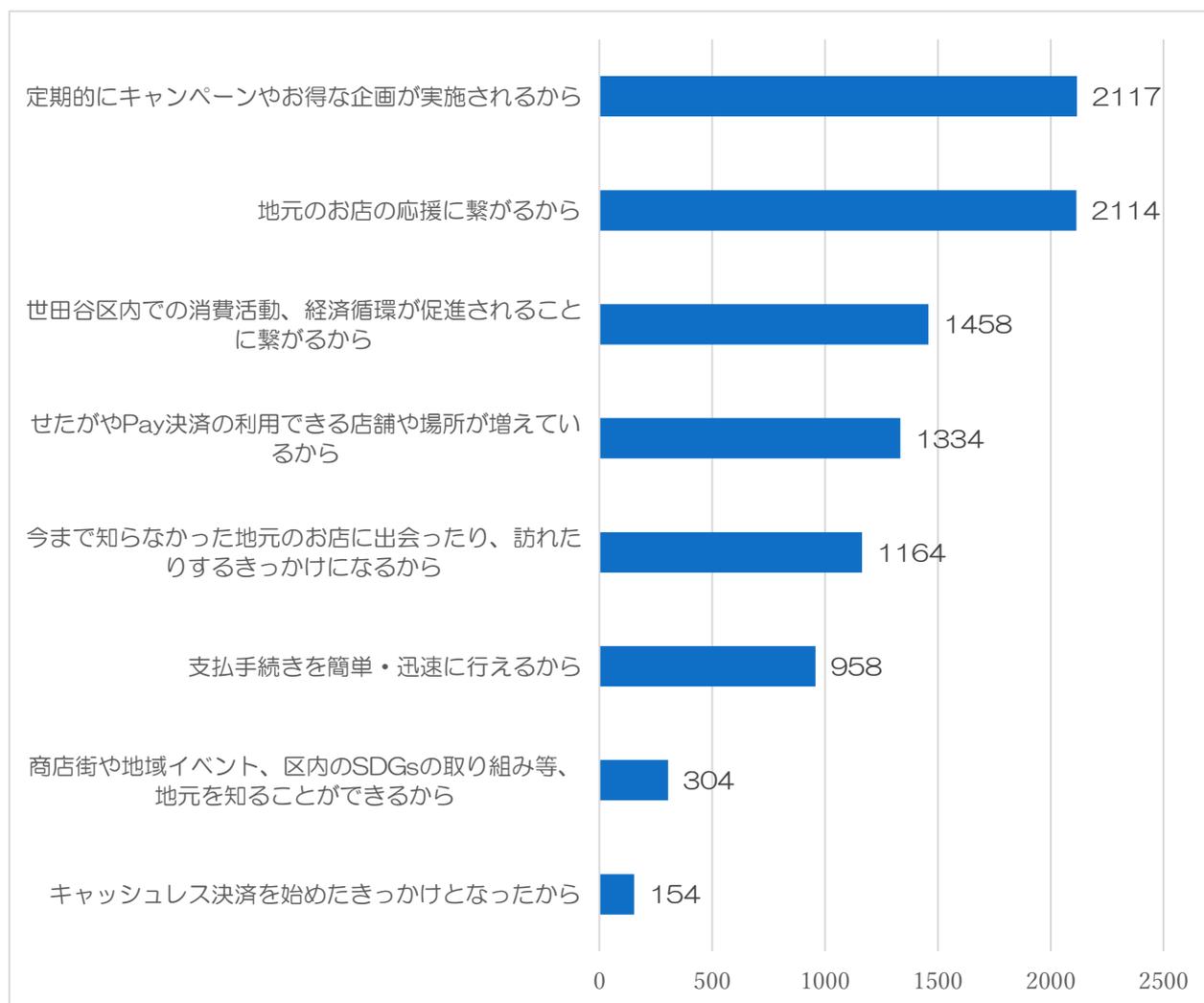
21. (せたがや Pay の利用継続) で①、②と回答した方にお聴きします。

①還元キャンペーンがなくてもせたがや Pay を今後も使っていきたい (8.8%)

②低還元率 (還元率 1~5%) でも経済的メリットがあれば、せたがや Pay を今後も使っていきたい (68.7%)

22. 今後も、せたがや Pay の利用を継続する理由を教えてください。(複数回答可)

3,101 件の回答



<調査結果>

「せたがや Pay を今後も使っていきたい」と回答した方に、せたがや Pay の利用を継続する理由を聴いたところ、「定期的にキャンペーンやお得な企画が実施されるから」(2,117件)が最も多く、「地元のお店の応援に繋がるから」(2,114件)、「世田谷区内での消費活動、経済循環が促進されることに繋がるから」(1,458件)と続く。

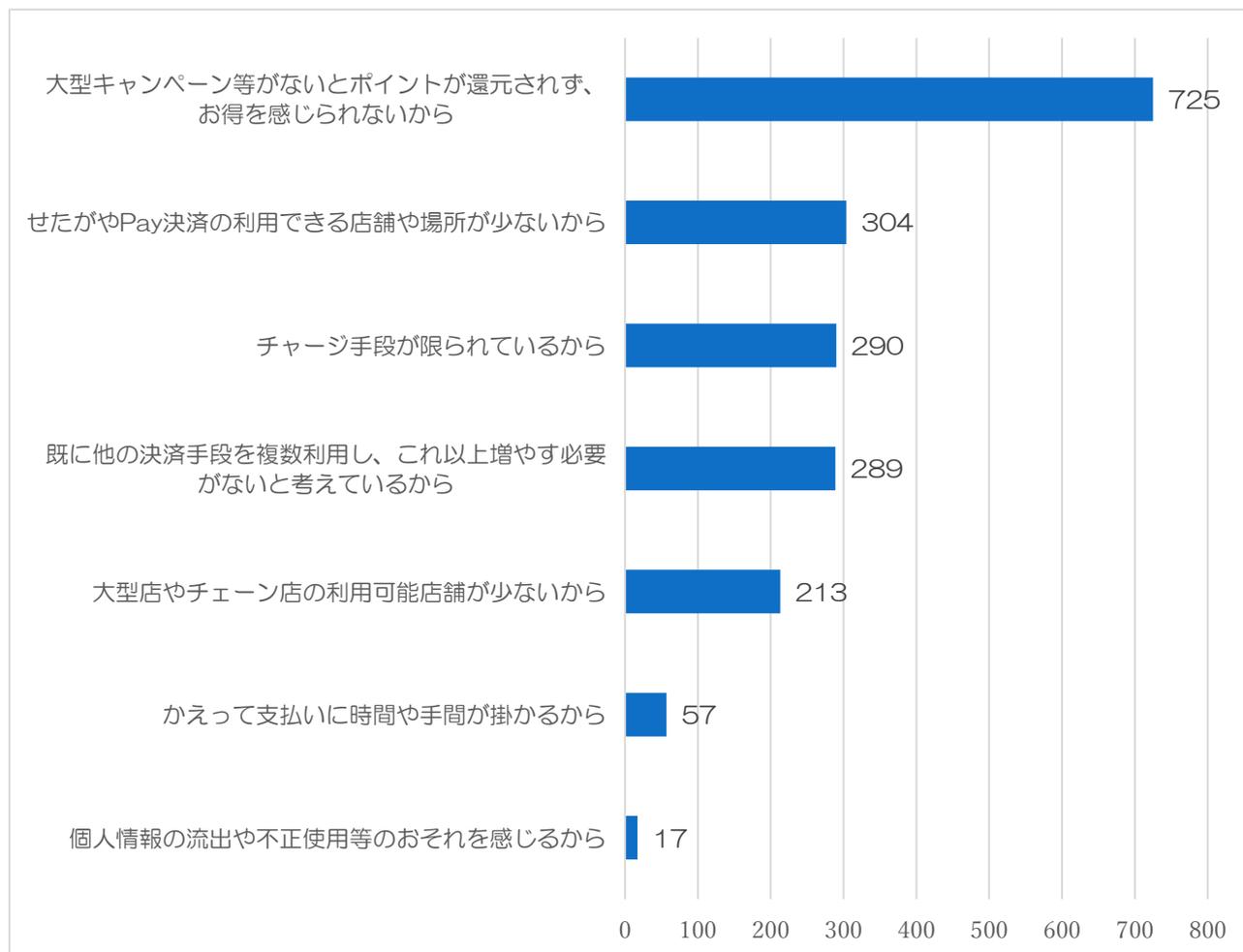
21. (せたがや Pay の利用継続) で③、④と回答した方にお聴きします。

③大型還元がないなら、せたがや Pay は今後使わない (22.3%)

④還元があってもなくても、せたがや Pay は今後使わない (0.1%)

23. 今後はせたがや Pay の利用を継続しない理由を教えてください。(複数回答可)

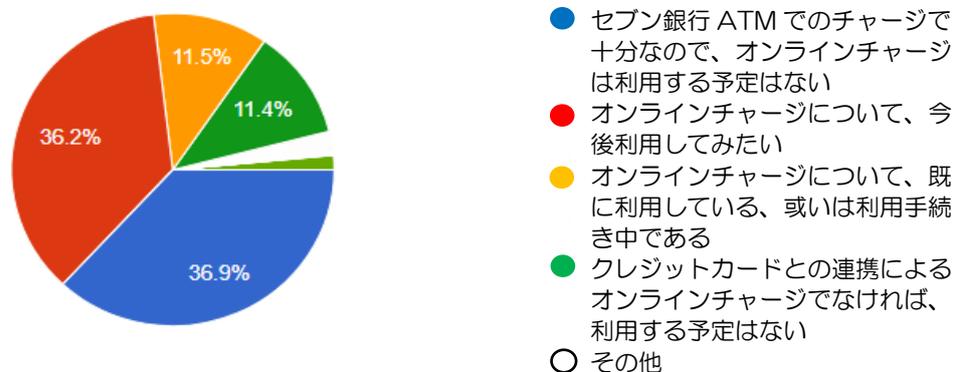
871 件の回答



<調査結果>

「せたがや Pay は今後使わない」と回答した方に、せたがや Pay の利用を継続しない理由を聞いたところ、「大型キャンペーン等がないとポイントが還元されず、お得を感じられないから」(725 件) が最も多く、「せたがや Pay 決済の利用できる店舗や場所が少ないから」(304 件)、「チャージ手段が限られているから」(290 件) と続く。

24. せたがや Pay では令和 6 年 5 月 20 日よりインターネットバンキングからのオンラインチャージ機能を実装しました。ご利用状況について教えてください。(1 つだけお選びください)



<調査結果>

せたがや Pay のオンラインチャージ利用について聞いたところ、「セブン銀行 ATM でのチャージで十分なので、オンラインチャージは利用する予定はない」が 1,479 件 (36.9%) で最も多く、ついで「オンラインチャージについて、今後利用してみたい」が 1,450 件 (36.2%) で続く。

なお、「オンラインチャージについて、既に利用しているもしくは今後利用してみたい」とする回答は、約 48% を占める結果となった。

■せたがや Pay 事業にかかわる自由意見

25. せたがや Pay 事業全般について、満足な点・期待することを記載ください。（自由記載）

2,516 件の回答

（一部意見 ※原文ママ）

- 物価高もあったので、定期的で開催して頂いている還元キャンペーンはありがたいです。個人店等、知るきっかけにもなりました。銀行口座も紐づけられるようになって使いやすさがかなり上がりました！
- 通常のクレジットカード決済や他社ポイント付与率より良いと、お得感がある。また商店規模により傾斜をつけることにより、還元率が高い小規模商店をより積極的に利用することで応援にもなる点が良い。
- 今まで知らなかった特に個人商店の利用が広がり新しい人とのつながりができたのでその点でとても評価している。他の地域のキャンペーンが終了後はアプリすら削除されていたりするなか、せたペイは継続性に力を入れているととても感じられるところがたいへん心強く思います。知り合いの個人商店の方もせたペイはたいへんありがたい、と語っておられました。
- 他の電子決済を利用していない個人店舗でもせた pay があることで、店舗の電子決済の啓蒙につながっていると思います。消費者の利便性や地域の店舗を応援するととても良い施策と思いますので、キャンペーンを長く実施していただきたいです。
- いままで気になっていただけで利用していなかった店舗がせたペイ使えることにより利用するきっかけになりました。世田谷はこじんまりとした素敵なお店が多いので、アプリでお店探すのも楽しくて世田谷に住んでて良かったなと思います。
- 還元がある時期は特に店頭の世界ペイチラシの張り紙を意識してみていました。世田谷で買う機会が自分の街以外でも多くなりました。また、還元ポイントをみるのも楽しみでした。定期的に還元をやって欲しいです。
- 加盟店が増えて使いやすくなりました。元々あまり現金支払いをしないので、前は商店街のお店などでは現金しか使えないところも多くて買い物が不便なため敬遠しがちでしたが、せたがや Pay が使えるお店が増えたので、商店街で買い物する機会が増えました。
- 他ペイを利用していましたが、このキャンペーンきっかけでせたがや Pay を利用するようになりました。地元の行ったことないお店にも入るきっかけになり新たな発見ができて、楽しかったです。
- 行きつけの美容院で、ポイント還元されるので助かっています。次回の 20%オフキャンペーンも期待してます。キャンペーン中は、テニススクールの後、みんなで世田ペイ縛りでよくランチを探して新しいお店にも行き、キャンペーンが終わった後も通ったりしています！
- キャッシュレス決済についての不安が解消され、便利に使わせていただいています。
- 銀行からチャージ出来るように変わった為、以前より使いやすくなったと感じます。還元率が高いキャンペーンを実施していただけると、普段買えないものでも購入してみようと思う機会にも繋がりがありがたいです！これからも世田谷ペイを応援しています！！

26. セタがや Pay 事業全般について、不満な点・改善してほしいことを記載ください。(自由記載)
2,349 件の回答

(一部意見 ※原文ママ)

- 三菱 UFJ や楽天銀行もオンラインチャージに対応して欲しい。
- ふるさとポイントが使えるお店をふやしてほしい。お店検索時の詳細検索機能があると助かります…「ふるさとポイントが使えるランチ営業ありのイタリアン」を検索したい場合など
- ネットバンクは使っていないのでクレジットカードでのチャージができるようになるとたいへんありがたい(今どき現金を持ち歩かなくなったので)。
- チャージの上限を 10 万円以上にしてほしい。セタペイメインで使用していると、月に 10 万だと上限にすぐに達してしまい、その都度計算しながら 10 万円(ポイントをひいた額)を計算しながら入金しなければいけず、とても面倒に感じることがあります。
- 使用できる店舗を引き続き増やして欲しい。紹介中の店舗が既に閉店している場合があるので定期的な情報更新をお願いしたい。
- 還元率がぐっと下がったことと、使える対象店舗が少ないことが残念です。個人商店を応援したいけれど商店街に加入ありなしで利用者への還元率がかわるのもやや残念に感じます。
- 仕方がないことかもしれないが、電子マネーを使いこなせない、信用できない、などで手を出せない方も多く(特に高齢者の方)、恩恵を受けられない方もいる。
- 店舗で高齢者に使用方法のサポートをしていることもある、加盟店への還元がもしないならあっても良いと思う。
- キャンペーンの時期が気がつかないことがあるので、もっと発信してほしい。
- クレジットカードチャージが出来るようになると、もっとつかいやすくなるのですが…
- ポイントを使うかどうかのインターフェースが分かりづらいので改善してほしい(コインを使おうと思って間違えて付与ポイントを使ってしまったことがある)。
- ポイントの期限がわかりにくい。失効ポイントや使用したポイントなど、以前の取引についても見れるようにしてほしい。
- やはり大半のスーパーマーケットなどで使えない(還元されない)のは物凄く利用頻度が変わります。あとはやはりクレジットカードチャージができないところがマイナスかもしれません。
- セブンイレブンが無い地域もあるので、他のコンビニとの提携も考えて欲しい、小田急線沿いはファミリーマートが殆どです。
- アプリがやや使いづらく、UI が改善されると嬉しいです。特に、還元対象のお店で支払った際、付与予定のポイント数がある場で確認できないと反映されているのか分からず不安になります。またどのお店でどの還元率でポイント付与されたかを取引履歴でも見られるようになると大変助かります。
- 三菱 UFJ 銀行とゆうちょ銀行の口座しか持っていないのに、その 2 つからはチャージできないこと。メジャーな金融機関なので対応してほしい。
- お店を探すマップが使いづらい。駅を選択しても、その駅にジャンプできなかったり、マップ上で選択したお店にある周辺店舗がみたいのに、リストの順番は不規則でお店が見つかりづらい。

27. せたがや Pay の今後の活用方法で何か活用案等がございましたら記載ください。(自由記載)

1,825 件の回答

(一部意見 ※原文ママ)

- よく利用しているお店から利用金額に応じたクーポンなどがあると嬉しいです。様々な支払い方法がある中からせた Pay を選ぶ特典?のようなものがあると利用者が増えるのでは?と思います。
- 親世代(70~80代)はせたペイのアプリ登録から苦戦しているので、1つでいいから窓口業務を専用にとってチャージの仕方とか指南して欲しい。もしくはせたペイ講座を定期的に関いて年配の人も参加出来るやすい環境作りをして欲しいです。
- 地元の使えるお店の検索をもっと分かりやすくしてほしい。また世田谷ペイは世田谷区民以外でも使えるが世田谷区民だからこその特典をつけてほしい。
- 渋谷のハチペイは古着やおもちゃのリサイクルボックスに寄付するとポイントがつく。そういったリサイクルや、ゴミ拾いに参加するとポイントがつくなどボランティアなどと連動するといいなと思う。
- 歩数計の機能がありがたいので、さらに健康管理ツールがあるとよい。
- コンビニなどで取れる区の証明書や支払いにも使えるようにしてほしい。
- 検索機能充実。固定資産税の支払い(還元あり)や、区のサービス関連での利用の徹底。
- 渋谷区などは住民にだけ使える pay などあったので、世田谷区民だけのキャンペーンや、区民にだけポイントアップなどあれば、税金を使っている施策なのでもっと使いたいと思えます!
- 例えば、世田谷区の保養施設などとの連携などがあったら面白いなと思います。もちろんせたペイを使うことで利用者がお得になるような。
- 被災者や困っている人への寄付がアプリで出来ると良い。
- スタンプラリーをやってもらいたい。
- 区内の学校の引き落としや支払い関連もせたペイで払えるようになると画期的!!
- エシカル消費や脱プラ、食品ロス、フェアトレード、福祉、地産地消など、さらに社会や地域に貢献する買い物やお店にプラスアルファのポイントをつけてほしい。
- 世田谷区の教育施設(幼稚園、保育園、小学校など)の備品支払いなどに使えるようになったら良いとおもっています。コード決済は、まだまだ難しいので、是非せた Pay が先頭を切って、教育施設に提案してほしいです。
- 姉妹都市や他の地域とコラボして、期間限定でも良いので、せたがや pay が利用できるようにしてほしい。今まで知らなかった地域への旅行のキッカケになったり、過疎化地域の活性化に貢献できると考えました。
- せたがやペイで地元のお店がどのように変わったか、という記事が読めるとよい。地元(正確には住んでいなくて、職場が世田谷区)のお店を応援したいから「せたがやペイ」を使うので、どのように地域に貢献できているのかを知りたい。

5. 参考（アンケート内容）

■はじめに

足元の物価高から区民生活・事業活動を守ることを目的に、令和6年2月から5月にかけて「春のポイントアップ せたがやのお店を応援！」キャンペーンを実施いたしました。その効果を測り、今後のせたがやPay事業の参考とするため、ぜひアンケートへご協力ください。

※いただいた個人情報は第三者に提供しません。

（参考）キャンペーン概要

（1）春のポイントアップ 第1弾

- ・実施期間：令和6年2月1日～3月31日
- ・還元率：中小個店 20%または 15%、コンビニ等：10%、大型店：0% ※
- ・月間付与上限額：10,000ポイント

（2）春のポイントアップ 第2弾

- ・実施期間：令和6年4月1日～5月31日
- ・還元率：中小個店 10%または 8%、コンビニ等：5%、大型店：0% ※
- ・月間付与上限額：10,000ポイント

■あなた自身について、教えてください。

1. 年代を教えてください。（1つだけお選びください）

- ① 10代
- ② 20代
- ③ 30代
- ④ 40代
- ⑤ 50代
- ⑥ 60代
- ⑦ 70代以上

2. 性別（性自認）を教えてください。（1つだけお選びください）

- ① 男性
- ② 女性
- ③ その他
- ④ 回答しない

3. 居住エリアを教えてください。（1つだけお選びください）

- 1 世田谷エリア（池尻地区、太子堂地区、若林地区、上町地区、経堂地区、下馬地区、上馬地区）
- 2 北沢エリア（梅丘地区、代沢地区、新代田地区、北沢地区、松原地区、松沢地区）
- 3 玉川エリア（奥沢地区、九品仏地区、等々力地区、上野毛地区、用賀地区、二子玉川地区、深沢地区）
- 4 砧エリア（祖師谷地区、成城地区、船橋地区、喜多見地区、砧地区）
- 5 烏山エリア（上北沢地区、上祖師谷地区、烏山地区）
- 6 区外

4. 世帯構成を教えてください。（1つだけお選びください）

- ① 単身世帯（一人暮らし）
- ② 夫婦・パートナー（事実婚含む）のみの世帯
- ③ 二世帯世帯（親と子）
- ④ 三世帯世帯（親と子と孫）
- ⑤ その他（ ）

5. 職業を教えてください。（1つだけお選びください）

- ① 会社員
- ② 公務員・団体職員
- ③ 自営業
- ④ パート・アルバイト
- ⑤ 学生
- ⑥ 専業主婦（夫）
- ⑦ 無職
- ⑧ その他（ ）

6. 店頭での主な支払方法を教えてください。（複数回答可）

- ① せたがや Pay
- ② 現金
- ③ クレジットカード
- ④ 電子マネー（Suica、PASMO、nanaco、楽天Edy、QUICPay、iD等）
- ⑤ QR（二次元）コード決済（PayPay、d払い、auPAY、楽天ペイ、LINE Pay、メルペイ等）
- ⑥ デビットカード
- ⑦ その他（ ）

7. よく使う SNS を教えてください。（複数回答可）

- ① Instagram
- ② X（旧 Twitter）
- ③ Facebook
- ④ LINE
- ⑤ YouTube
- ⑥ TikTok
- ⑦ Threads
- ⑧ 特に利用していない
- ⑨ その他（ ）

8. 前年同時期と比較して、光熱費や食料品等の値上がりによる家計への負担を実感することがありますか。（1 つだけお選びください）

- ① とても感じる
- ② やや感じる
- ③ どちらともいえない
- ④ あまり感じない
- ⑤ 全く感じない

■春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の効果について、教えてください。

9. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾について、何で知りましたか。（複数回答可）

- ① テレビ、新聞、雑誌等マスメディア
- ② 区のおしらせ（広報紙）
- ③ チラシ（区広報板・区施設）
- ④ 店頭ポスター・チラシ（加盟店掲示物）
- ⑤ 商店街からのお知らせ
- ⑥ 区公式 SNS（X・LINE・Facebook）
- ⑦ せたがや Pay アプリのプッシュ通知
- ⑧ せたがや Pay 公式 SNS（Instagram・X 等）
- ⑨ 加盟店の SNS（Instagram・X 等）
- ⑩ 加盟店からの紹介
- ⑪ 知人からの口コミ
- ⑫ その他（ ）

10. せたがや Pay をきっかけに、はじめてキャッシュレス決済を利用しましたか。（1つだけお選びください）

- ① せたがや Pay をきっかけにはじめてキャッシュレス決済を利用し、現在もキャッシュレス決済はせたがや Pay のみ利用している
- ② せたがや Pay をきっかけにその他のキャッシュレス決済も利用し始めた
- ③ せたがや Pay を利用する前からキャッシュレス決済を日常的に利用していた

11. せたがや Pay を始めとした、店舗におけるキャッシュレス対応の有無は、貴方が店舗を選択する際に影響していると感じますか。（1つだけお選びください）

- ① とても影響している
- ② やや影響している
- ③ どちらともいえない
- ④ あまり影響していない
- ⑤ 全く影響していない

12. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾期間中（2月～5月）、せたがや Pay をひと月にどのくらいの頻度でご利用されましたか。（1つだけお選びください）

- ① 月に1～5回
- ② 月に6～10回
- ③ 月に11～15回
- ④ 月に16～20回
- ⑤ 月に20回以上

13. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾をきっかけに、今まで利用したことがない店舗を利用しましたか。（1つだけお選びください）

- ① はい
- ② いいえ

14. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾をきっかけに、地元のお店（世田谷区内のお店）を利用する機会が増えましたか。（1つだけお選びください）

- ① はい
- ② いいえ

15. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾は、今般の物価上昇の社会経済状況にあっ
て、消費の下支えや生活支援に貢献したと感じますか。（1つだけお選びください）

- ① とても貢献した
- ② やや貢献した
- ③ どちらともいえない
- ④ あまり貢献していない
- ⑤ 全く貢献していない

16. たがや Pay の実施は地元の消費者・事業者のデジタル化への意識醸成や、地域産業全体におけ
るデジタル化（キャッシュレス化推進など）に貢献していると感じますか。（1つだけお選び
ください）

- ① とても貢献している
- ② やや貢献している
- ③ どちらともいえない
- ④ あまり貢献していない
- ⑤ 全く貢献していない

17. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の総合的な満足度を、10点満点で評価して
ください。

1・2・3・4・5・6・7・8・9・10

■春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾期間中（2月～5月）の消費額などについて、教えてください。

18. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾（2月～5月）でご利用された、

- ① セブン銀行ATMでチャージした現金（コイン）
- ② 付与されたポイント（今後利用予定のポイントも含めて）
- ③ せたがや Pay で支払いきれなかったため追加でお支払いされた現金等（※1）

について、それぞれおおよその金額（※2）を教えてください。

（1,000円単位。100円未満は四捨五入して構いません）

（例）還元率20%の中小個店で、10万円の商品をお金80,000円分、現金20,000円を支払って購入した場合、①80,000円、②16,000ポイント、③20,000円となります。

（※1）コインやポイントだけでなく、それに合わせてお使いになった現金やクレジットカード、電子マネー等でお支払いした金額を指します。

（※2）金額が思い出せない場合には、アプリの「取引履歴」などもご参照ください。

- | | |
|---------------------------|--------------------|
| ① 利用されたコイン（ATM チャージ分） | （ ）円 |
| ② 付与されたポイント（使用・未使用含めて） | （ ）ポイント |
| ③ せたがや Pay と併せて追加で支払った現金等 | （ ）円 |

19. 18 でご回答いただいた「①コイン、②ポイント、③現金等」の合計金額のうち、キャンペーンがあることで「普段は世田谷区外やオンラインショップ・通販で買っているものを世田谷区内で買った」場合（※1）、そのおおよその金額（※2）を教えてください。

（1,000 円単位。100 円未満は四捨五入して構いません）

（※1）例えば、都心や隣接した他の区市町村、Amazon や楽天市場といった EC サイトなど。

（※2）金額や購入品が思い出せない場合には、アプリの「取引履歴」などもご参照ください。

18 の①～③の合計金額のうち、普段は世田谷区外や EC サイトで買っているものを世田谷区内で買った金額（ ）円

20. 18 でご回答いただいた「①コイン、②ポイント、③現金等」の合計金額のうち、キャンペーンがあることで「いつもより多めに購入した」、「これまで欲しかった商品・サービスを購入した」、「いつもより高価な商品・サービスを購入した」場合に、ご利用されたおおよその金額（※）を教えてください。

（1,000 円単位。100 円未満は四捨五入して構いません）

（※）ポイントがお手元に残っている場合、利用予定も含めてご回答ください。また、金額や購入品が思い出せない場合にはアプリの「取引履歴」などもご参照ください。

18 の①～③の合計金額のうち、普段よりも多め高めにお買い物した金額（ ）円

■せたがや Pay は今後もデジタル地域通貨として、より多くの加盟店様と利用者様に、より多くの場面でご活用いただければ、引き続き事業を継続していきます。今後のせたがや Pay 事業にかかわり、ご意見ください。

21. せたがや Pay は今後も地元の中小個店を応援し、区内の経済循環を促すデジタル地域通貨として引き続き事業を継続していきます。今後もせたがや Pay をご利用されるか、教えてください。（1つだけお選びください）

- | |
|--|
| ① 還元キャンペーンがなくても、せたがや Pay を今後も使っていきたい |
| ② 低還元率（還元率 1～5%）でも経済的メリットがあれば、せたがや Pay を今後も使っていきたい |
| ③ 大型還元がないなら、せたがや Pay は今後使わない |
| ④ 還元があってもなくても、せたがや Pay は今後使わない |

22. (21 で①、②を回答した方にお聴きします)

今後も、せたがや Pay の利用を継続する理由を教えてください。(複数回答可)

- ① 地元のお店の応援に繋がるから
- ② 世田谷区内での消費活動、経済循環が促進されることに繋がるから
- ③ 今まで知らなかった地元のお店に出会ったり、訪れたりするきっかけになるから
- ④ 商店街や地域イベント、区内のSDGsの取り組み等、地元を知ることができるから
- ⑤ せたがや Pay 決済の利用できる店舗や場所が増えているから
- ⑥ 定期的にキャンペーンやお得な企画が実施されるから
- ⑦ 支払手続きを簡単・迅速に行えるから
- ⑧ キャッシュレス決済を始めたきっかけとなったから
- ⑨ その他 ()

23. (21 で③、④を回答した方にお聴きします)

今後はせたがや Pay の利用を継続しない理由を教えてください。(複数回答可)

- ① 既に他の決済手段を複数利用し、これ以上増やす必要がないと考えているから
- ② チャージ手段が限られているから
- ③ 大型キャンペーン等がないとポイントが還元されず、お得を感じられないから
- ④ せたがや Pay 決済の利用できる店舗や場所が少ないから
- ⑤ 大型店やチェーン店の利用可能店舗が少ないから
- ⑥ かえて支払いに時間や手間が掛かるから
- ⑦ 個人情報の流出や不正使用等のおそれを感じるから
- ⑧ その他 ()

24. せたがや Pay では令和 6 年 5 月 20 日よりインターネットバンキングからのオンラインチャージ機能を実装しました。ご利用状況について教えてください。(1 つだけお選びください)

※なお、クレジットカードとの連携によるオンラインチャージはではございませんのでご注意ください。

※令和 6 年 5 月 24 日現在 申請件数：1,900 件以上

- ① オンラインチャージについて、既に利用している、或いは利用手続き中である
- ② オンラインチャージについて、今後利用してみたい
- ③ セブン銀行 ATM でのチャージで十分なので、オンラインチャージは利用する予定はない
- ④ クレジットカードとの連携によるオンラインチャージでなければ、利用する予定はない
- ⑤ その他 ()

■せたがや Pay 事業にかかわる自由意見

25. せたがや Pay 事業全般について、満足な点・期待することを記載ください。（自由記載）

26. せたがや Pay 事業全般について、不満な点・改善してほしいことを記載ください。（自由記載）

27. せたがや Pay の今後の活用方法や追加してほしい機能など、ご意見がございましたら記載ください。（自由記載）

令和6年2月～5月
せたがや Pay ポイント還元事業
加盟店向けアンケート調査結果

令和6年9月
経済産業部 商業課

1. 調査目的

令和6年2月から5月に実施された、せたがやPayポイント還元事業の利用の実態等を調査し、事業実施による消費喚起効果等を把握することを目的とする。

■令和6年2月～5月 せたがやPayポイント還元事業 概要

(1) 臨時消費喚起策 「春のポイントアップ第1弾 せたがやのお店を応援！」

【実施期間】

令和6年2月1日（木）～3月31日（日）

【内容】

中小個店での決済額の最大20%分のポイントを還元

還元率：中小個店20%または15%、コンビニ等：10%、大型店：0%

【月の一人あたり還元上限】

10,000ポイント

【事業費予算（ポイント原資）】

5.21億円

【事業費実績（速報）】

5.58億円

(2) 臨時消費喚起策 「春のポイントアップ第2弾 せたがやのお店を応援！」

【実施期間】

令和6年4月1日（月）～5月31日（金）

【内容】

中小個店での決済額の最大10%分のポイントを還元

還元率：中小個店10%または8%、コンビニ等：5%、大型店：0%

【月の一人あたり還元上限】

10,000ポイント

【事業費予算（ポイント原資）】

2.62億円

【事業費実績（速報）】

2.05億円

■参考：令和6年9月現在のせたがやPay関連数値（カッコ内は令和5年4月時点数値）

(1) せたがやPay アプリダウンロード数

：約 390,000 ダウンロード（約 280,000 ダウンロード）

(2) せたがやPay 登録店舗数

：約 5,500 店舗（約 4,400 店舗）

(3) せたがやPay 決済総額（累計）

：約 292 億円（約 126 億円）

2. 調査設計

- (1) 調査対象：「せたがや Pay」加盟店
- (2) 対象数：約 5,400 事業者
- (3) 調査方法：WEB 上のアンケートフォームからの回答
- (4) 調査期間：令和 6 年 6 月 3 日（月）～6 月 16 日（日）
- (5) 有効回答数：374 事業者

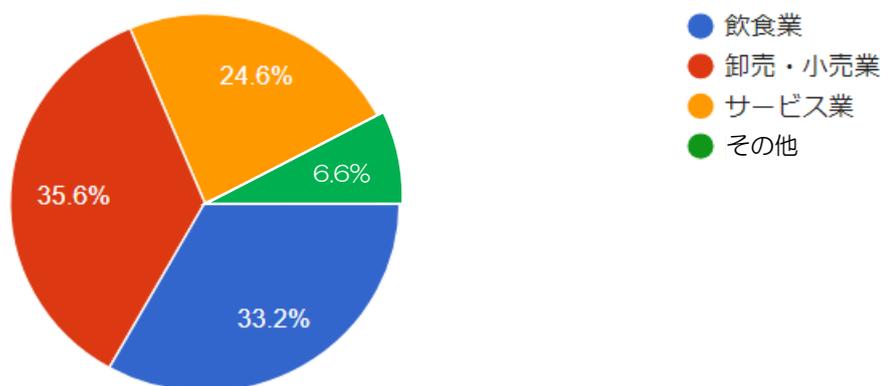
数値の見方：特に断りがない場合、すべての設問の n 値は 374

※n 値とはサンプル数（アンケート回答件数）

3. 標本構成

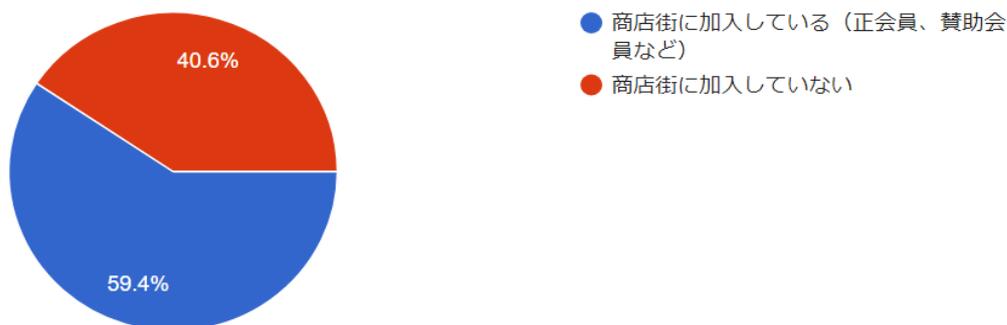
1. 業種を教えてください

374 件の回答



2. 貴店舗の商店街への加入状況を教えてください。（1つだけお選びください）

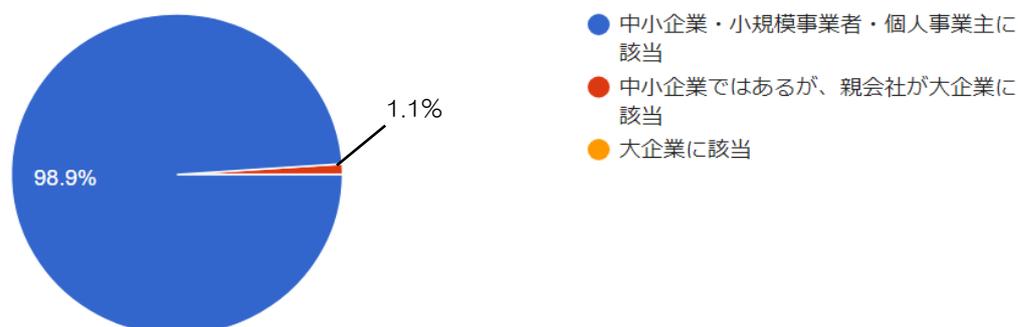
374 件の回答



3. 貴店舗の経営規模を教えてください。（1つだけお選びください）

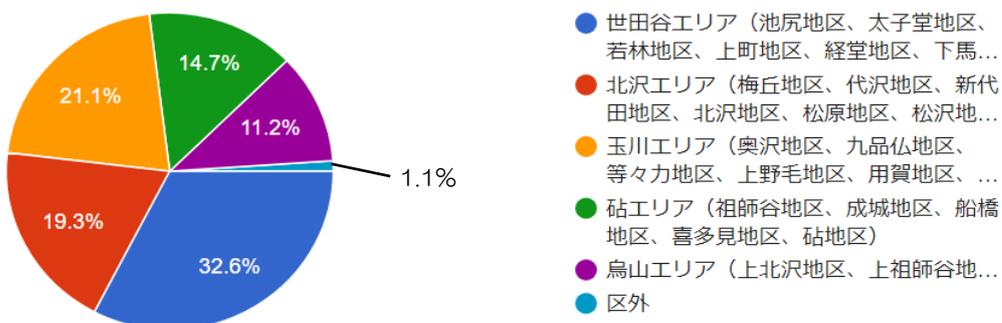
（参考）中小企業基本法上、小売業等は資本金5,000万円以下の会社を中小企業と定義しています。

374 件の回答

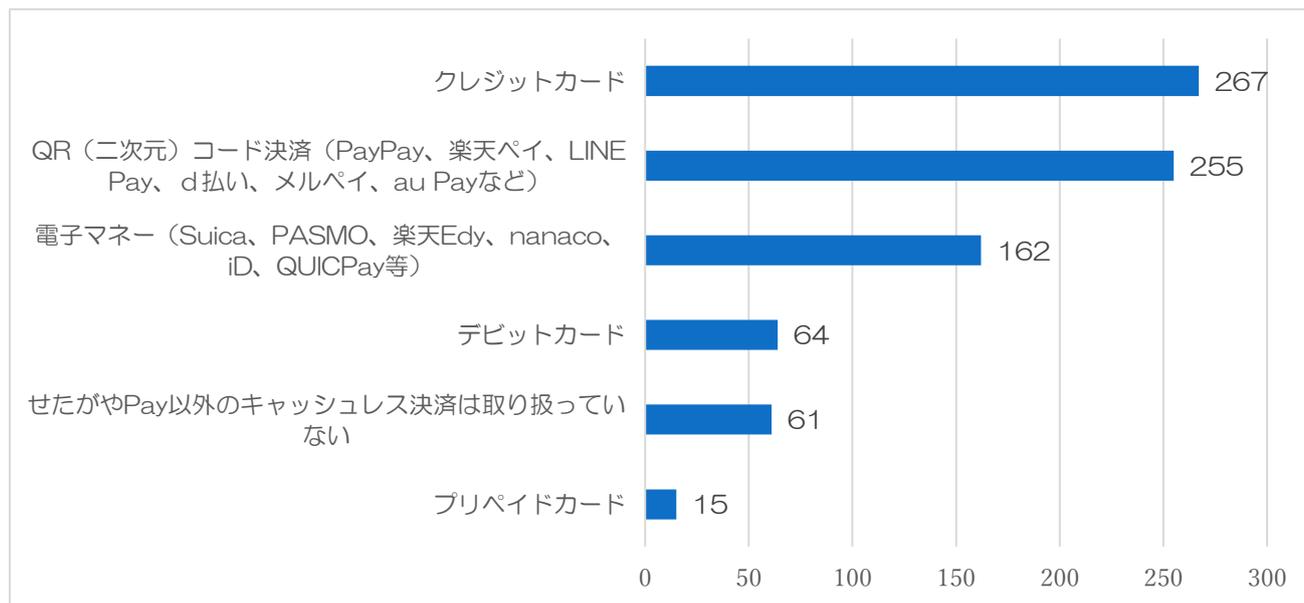


4. 貴店舗の所在エリアを教えてください。（1つだけお選びください）

374 件の回答



5. 貴店舗でお取り扱いしている、せたがや Pay 以外のキャッシュレス決済を教えてください。(複数回答可)



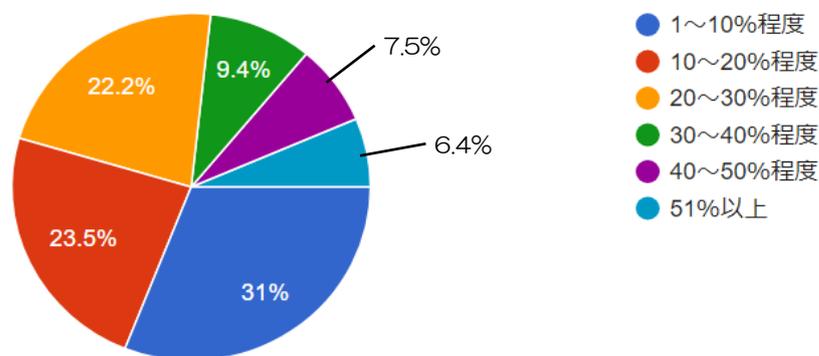
<調査結果>

取り扱いしているキャッシュレス決済について聞いたところ、「クレジットカード」が267件で最も多く、ついで「QRコード決済」(255件)、「電子マネー」(162件)と続く。

なお、「せたがや Pay 以外のキャッシュレス決済は取り扱いがない」としている店舗は、61件であった。

6. 貴店舗で利用可能な決済手段（現金、キャッシュレス決済を含むすべて）の中で、せたがやPayの利用割合について教えてください。（1つだけお選びください。）

374 件の回答

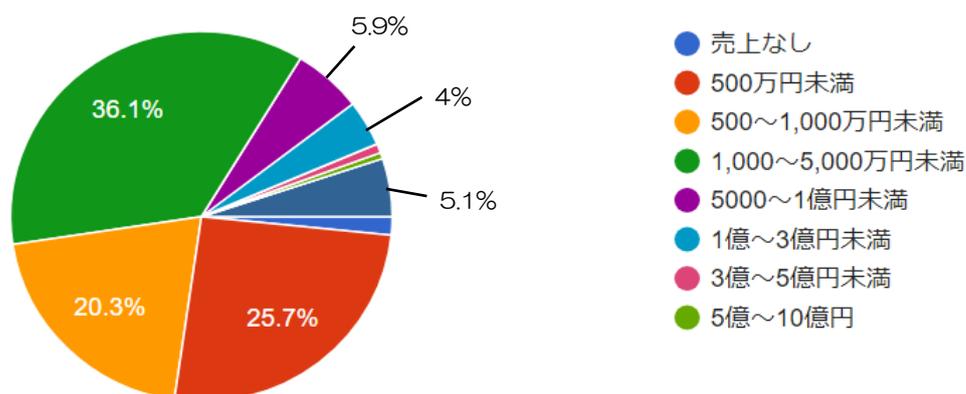


<調査結果>

店舗における利用可能な決済手段の内、せたがや Pay の利用割合について聞いたところ、「1~10%程度」(31%,116 件)が最も多く、ついで「10~20%程度」(23.5%,88 件)、「20~30%程度」(22.2%,83 件)が続く。

7. 貴店舗の直近決算の売上高を教えてください。（1つだけお選びください）

374 件の回答

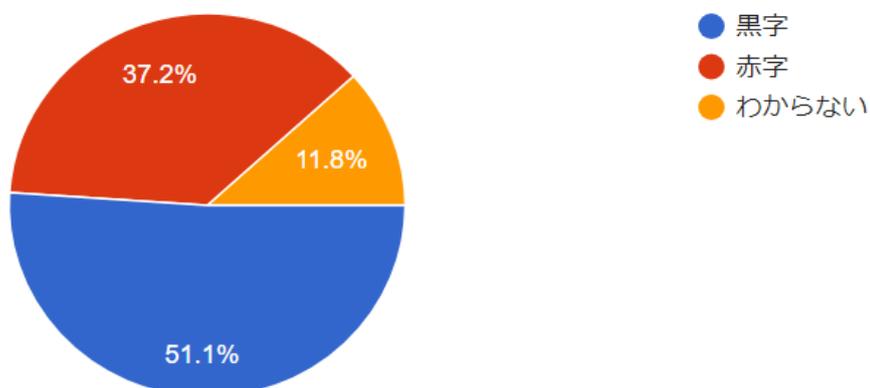


<調査結果>

年間の売上規模について聞いたところ、「5,000 万円未満」の店舗が全体の 83.7%を占める結果となった。「1,000 万~5,000 万円未満」(36.1%,135 件)が最も多く、ついで「500 万円未満」(25.7%,96 件)が続く。

8. 貴店舗の直近決算の経常損益を教えてください。（1つだけお選びください）

374 件の回答

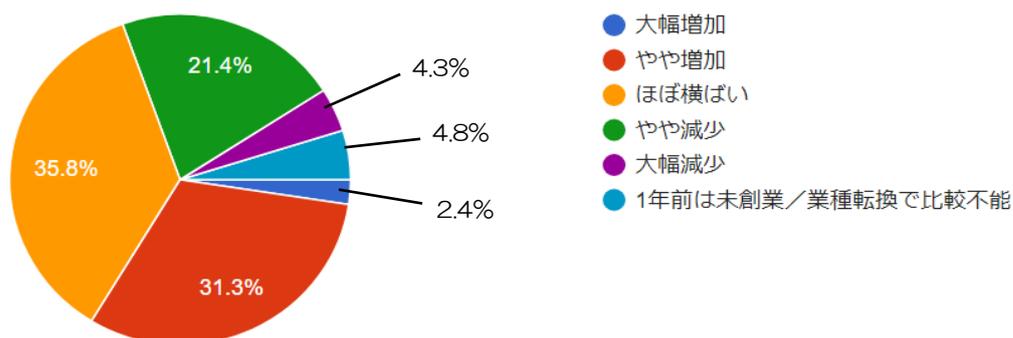


<調査結果>

直近の決算について聞いたところ、「黒字」と回答した店舗は全体の 51.1%を占め、「赤字」と回答した店舗は 37.2%を占める。

9. 前年（前期）と比較して、貴店舗の直近決算の営業利益はどのように変化していますか。（1つだけお選びください）

374 件の回答

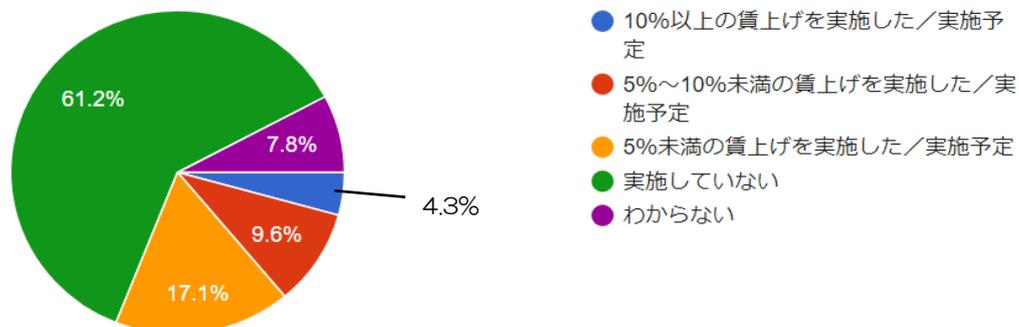


<調査結果>

現在の営業利益について、前年と比べてどのように変化しているのか聞いたところ、約 33.7%が「増加した」、約 35.8%が「変わらない」、約 25.7%が「減少した」と回答した。

10. 貴店舗にて、2024年度の給与改定で賃上げを実施しましたか（1つだけお選びください）

374 件の回答

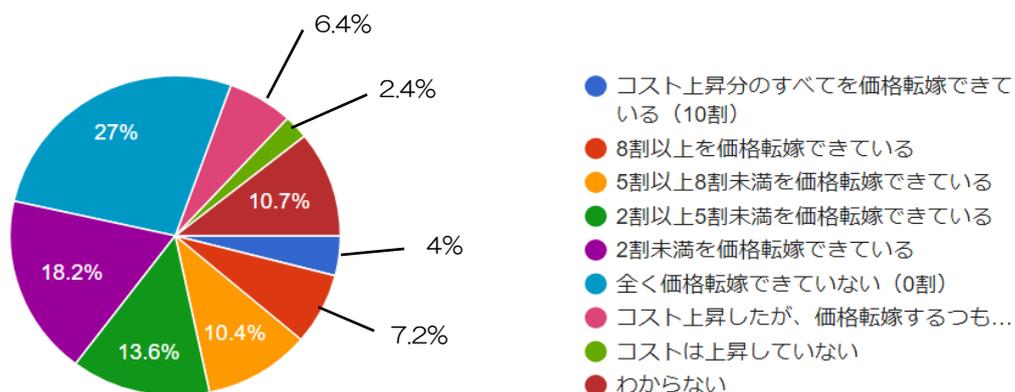


<調査結果>

2024年度の賃上げの状況を聞いたところ、「実施していない」(61.2%,229件)が最も多く、ついで「5%未満の賃上げを実施した／実施予定」(17.1%,64件)、「5～10%未満の賃上げを実施した／実施予定」(9.6%,36件)が続く。

11. 貴店舗の主な商品・サービスにおいて、コストの上昇分（原材料価格、仕入れ価格や人件費の高騰など）を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できていますか。（1つだけお選びください）

374 件の回答



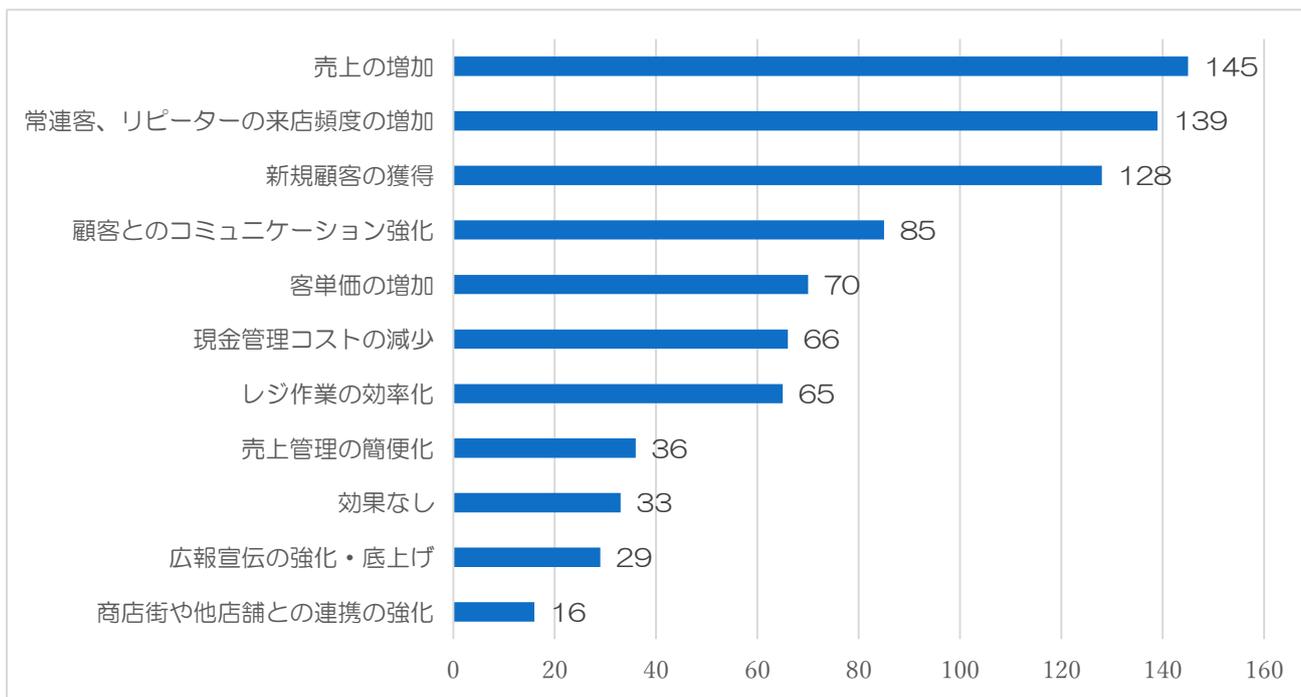
<調査結果>

コストの上昇分を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できているか聞いたところ、「全く価格転嫁できていない」(27%,101件)が最も多く、ついで「2割未満を価格転嫁できている」(18.2%,68件)、「2割以上5割未満を価格転嫁できている」(13.6%,51件)が続く。

4. 質問と回答

■春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の効果について、お伺いします。

12. せたがや Pay の導入や春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施によって、貴店舗の経営などに対し、どのような効果がありましたか。（複数回答可）



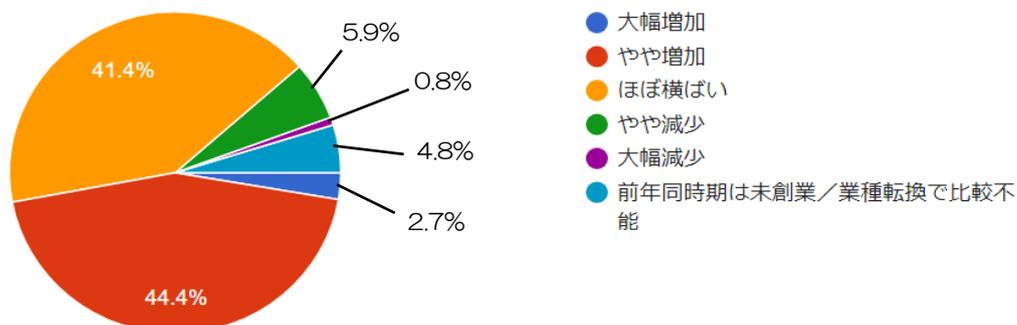
<調査結果>

せたがや Pay の導入や春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施によって、経営などに対しどのような効果があったか聞いたところ、「売上の増加」(145件)が最も多く、ついで「常連客、リピーターの来店頻度の増加」(139件)、「新規顧客の獲得」(128件)、「顧客とのコミュニケーション強化」(85件)と続く。

13.春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施によって、貴店舗の売上（※）はどのように変化しましたか。前年同時期と比べてご回答ください。（1つだけお選びください）

※給付金・助成金・補助金等を除く

374 件の回答

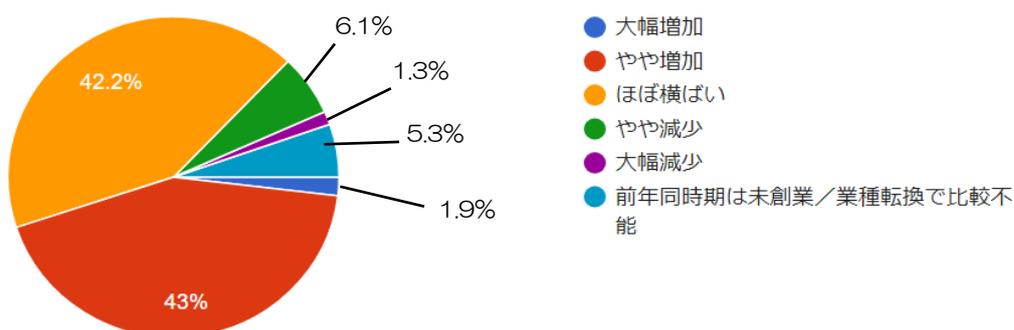


<調査結果>

春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施によって、売上がどのように変化したか聞いたところ、「やや増加」(44.4%,166件)が最も多く、「ほぼ横ばい」(41.4%,155件)、「やや減少」(5.9%,22件)が続く。

14. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施によって、貴店舗への来店客数はどのように変化しましたか。前年同時期（2023年2月～5月）と比べてご回答ください。（1つだけお選びください）

374 件の回答

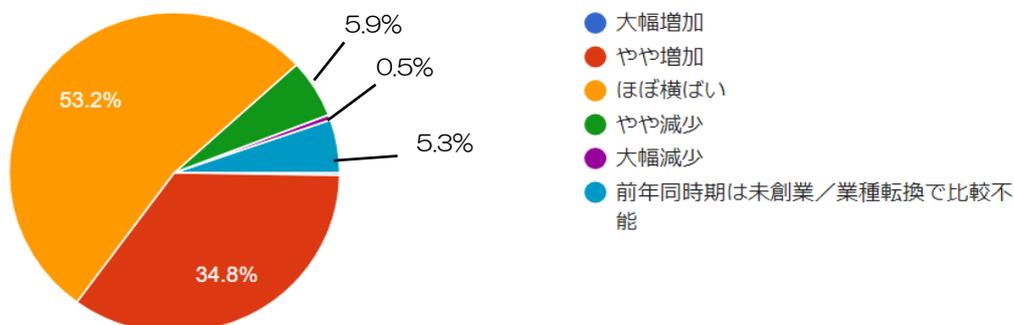


<調査結果>

春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施によって、来店客数の変化について聞いたところ、全体の約45%が「増加した」と回答し、42.2%は「ほぼ横ばい」と回答した。

15. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施によって、貴店舗の客単価はどのように変化しましたか。前年同時期（2023年2月～5月）と比べてご回答ください。（1つだけお選びください）

374 件の回答

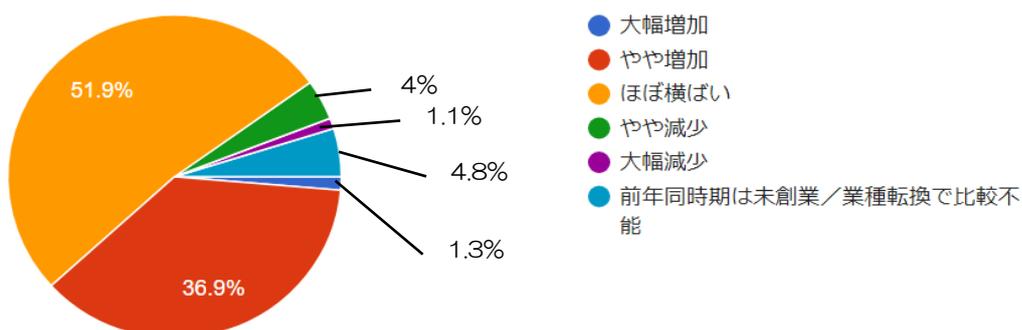


<調査結果>

春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施によって、客単価がどのように変化したか聞いたところ、全体の34.8%（130件）が「やや増加」と回答し、「ほぼ横ばい」（53.2%、199件）、「やや減少」（5.9%、22件）と続く。

16. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施によって、貴店舗への新規顧客数はどのように変化しましたか。（1つだけお選びください）

374 件の回答

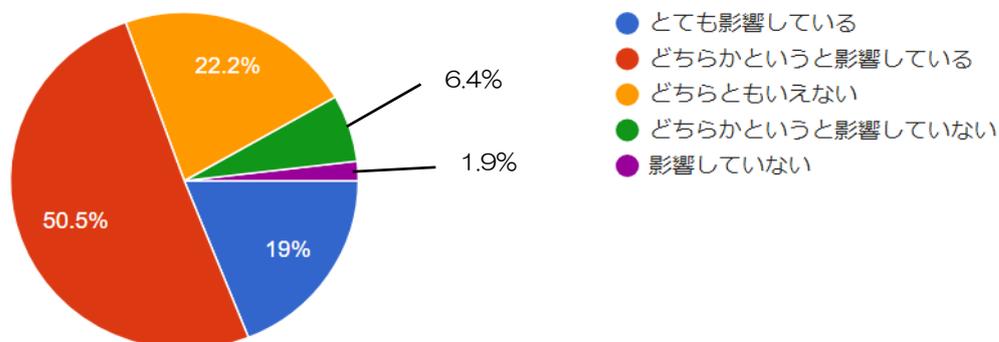


<調査結果>

春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施によって、新規顧客数がどのように変化したか聞いたところ、全体の51.9%（194件）が「ほぼ横ばい」と回答し、「やや増加」（36.9%、138件）と続く。

17. せたがやPayを始めとするキャッシュレス対応の有無が、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。（1つだけお選びください）

374 件の回答

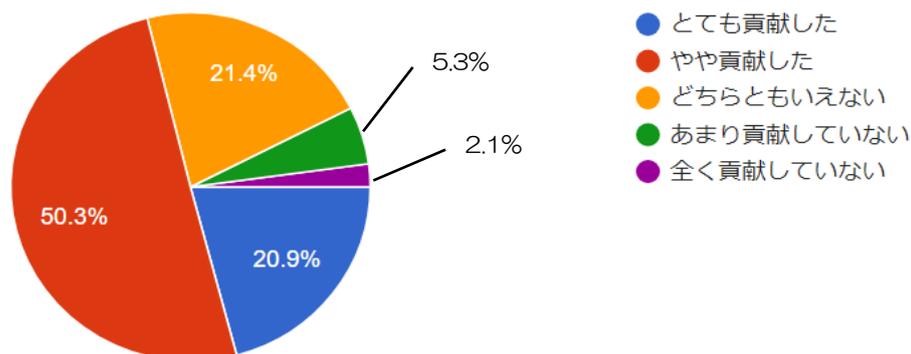


<調査結果>

店舗におけるせたがやPayなどキャッシュレス対応の有無が、消費者が店舗を選択する際に影響すると感じたかと聞いたところ、約70%の事業者が「影響している」（「とても影響している」19%、「どちらかというに影響している」50.5%）と回答した。

18. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施による、貴店舗への経営支援の貢献度はどうでしたか。（1つだけお選びください）

374 件の回答

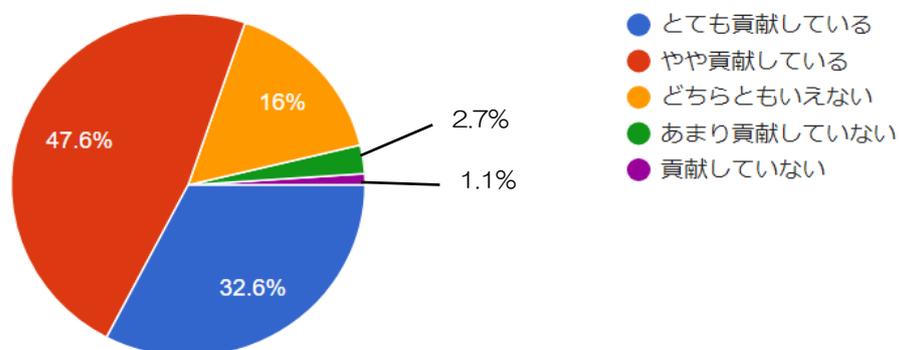


<調査結果>

春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施による、経営支援の貢献度について聞いたところ、70%以上の事業者が「貢献している」（「とても貢献した」20.9%、「やや貢献した」50.3%）と回答した。

19. せたがやPayの実施は地元の消費者・事業者のデジタル化への意識醸成や、地域産業全体におけるデジタル化（キャッシュレス化推進など）に貢献していると感じますか。
（1つだけお選びください）

374 件の回答

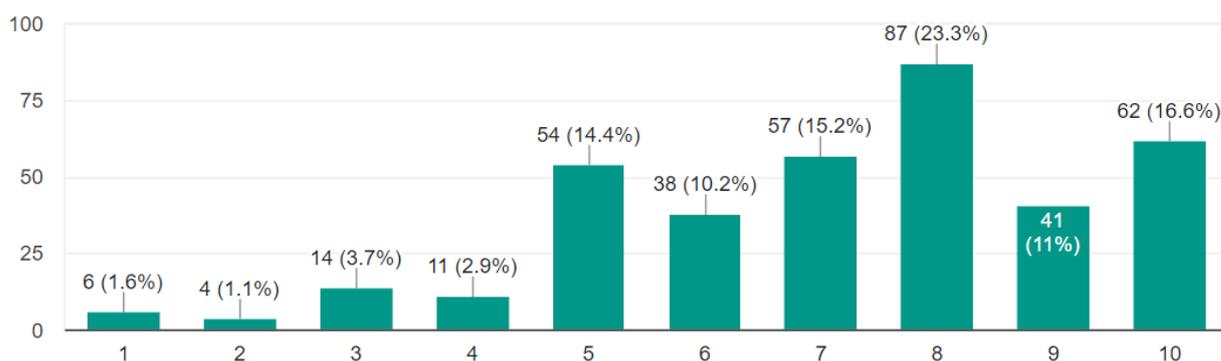


<調査結果>

せたがや Pay 事業実施によって、消費者や事業者のデジタル化への意識醸成や地域産業全体におけるデジタル化に貢献していると感じたか聞いたところ、約 80%の事業者が「貢献している」（「とても貢献している」32.6%、「やや貢献している」47.6%）と回答した。

20. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の総合的な満足度を、10点満点で評価してください。

374 件の回答



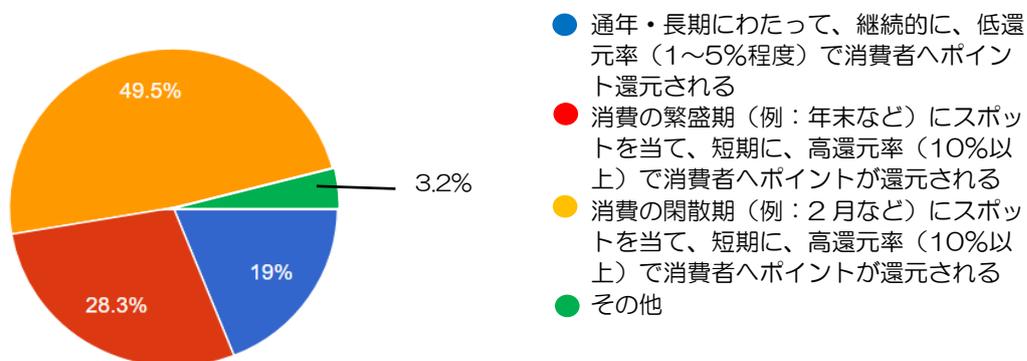
<調査結果>

春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾について、総合的な満足度について10点満点で聞いたところ、「8」（23.3%、87件）が最も多く、ついで「10」（16.6%、62件）と続く。平均値は「7.17」、中央値は「8」となった。

21. せたがやPayは今後も地元の中小個店を応援し、区内の経済循環を促すデジタル地域通貨として引き続き事業を継続していきます。今後のせたがやPayポイント還元事業について、貴店舗の売上や経営にとって、どのような在り方が望ましいか教えてください。

(1つだけお選びください)

374 件の回答

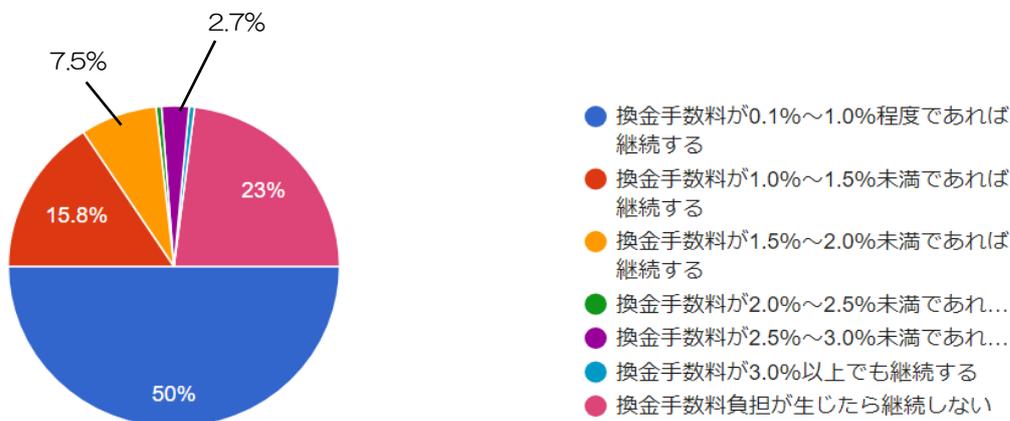


今後のせたがや Pay ポイント還元事業についてどのような在り方が望ましいか聞いたところ、「消費の閑散期（例：2月など）にスポットを当て、短期に、高還元率（10%以上）で消費者へポイントが還元される」（49.5%,185 件）が最も多く、ついで「消費の繁盛期（例：年末など）にスポットを当て、短期に、高還元率（10%以上）で消費者へポイントが還元される」（28.3%,106）、「通年・長期にわたって、継続的に、低還元率（1～5%程度）で消費者へポイント還元される」（19%,71 件）と続く。

22. せたがやPayでは持続可能な運営を維持していくため、令和5年5月から中小個店の加盟店様に対しても換金手数料のご負担をお願いしております※が、引き続き全体や店舗毎の決済規模、運営コスト等を踏まえ、換金手数料率の変更を継続して検討しているところです。そこで、貴店舗の売上や経営に際し、何%の決済手数料であれば継続実施いただけるか、教えてください。（1つだけお選びください）

※令和6年6月に換金手数料率を一部改定

374 件の回答

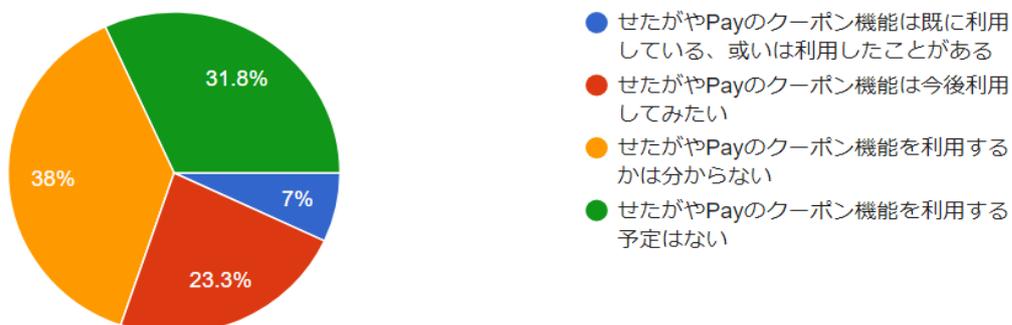


<調査結果>

せたがやPayの持続可能な運営を維持していくことを念頭に、売上や経営に際し、何%の決済手数料であれば継続実施いただけるか聞いたところ、「換金手数料が0.1%~1.0%程度であれば継続する」(50%,187件)が最も多く、ついで「換金手数料負担が生じたら継続しない」(23%,86件)、「換金手数料が1.0%~1.5%未満であれば継続する(15.8%,59件)」と続く。

23. せたがやPayでは、加盟店の売上拡大や新規顧客獲得に向けた広告宣伝ツールとして、クーポン機能（掲載料無料で、店舗独自のクーポンをアプリ内に掲載）をリリースしております。せたがやPayのクーポン機能について、教えてください。（1つだけお選びください）

374 件の回答

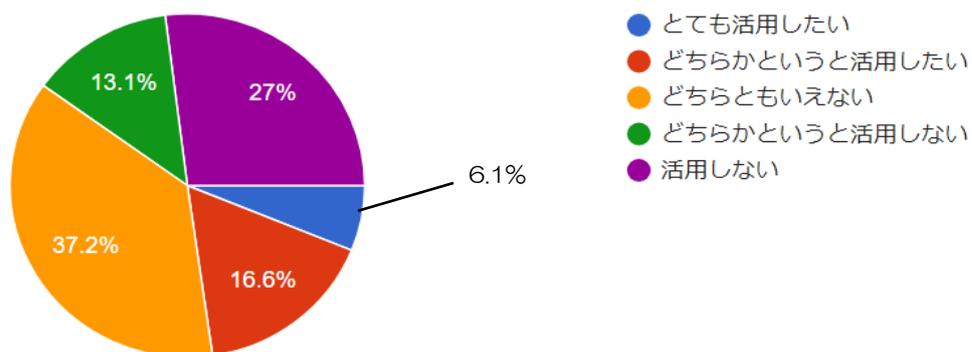


<調査結果>

せたがや Pay クーポン機能について聞いたところ、「クーポン機能を利用するかは分からない」(38%,142 件)が最も多く、ついで「クーポン機能を利用する予定はない」(31.8%,119 件)、「クーポン機能は今後利用してみたい」(23.3%,87 件)と続く。
 なお、「クーポン機能を利用したことがある」店舗は、全体の7% (26 件)であった。

24. せたがやPayでは、区内の経済循環を促進するツールとして、お店同士での決済（加盟店間決済）機能の実装を予定しております。お店に貯まったせたがやコインを、商店街振興組合に現金へ換金申請せず、加盟店管理画面や加盟店間決済専用のアプリを通じて、コインのまま他のお店での仕入れに使用するイメージです。せたがやPayの加盟店決済機能を活用したいですか（1つだけお選びください）

374 件の回答



<調査結果>

加盟店間決済機能（転々流通）について聞いたところ、「活用に前向き」な回答（活用したい）は全体の22.7%、「どちらともいえない」は37.2%、「活用に後ろ向き」な回答（活用しない）は40.1%を占める結果となった。

25.せたがや Pay 事業全般について、満足な点・期待することを記載ください。(自由記載)

179 件回答

(一部意見 ※原文ママ)

- お客様が区民の方が多いので、還元率が高いとせたペイ払いを積極的にご案内していて、お客様も喜ばれます。売上アップに直接的には繋がっていませんが、話題としてせたペイのお話をしたり、区外の方にもせたペイ払いをおススメして実際お支払い方法を変えた方がいらっしゃいます。話題として活用させていただいております。
- 大手さんとの差別化にかなり満足しています。今後も継続して頂きたいです。あとお年寄りも使いこなせたらご本人も喜ぶと思います。
- 世田谷区の方が地元で消費行動を行うことに貢献している、とても優良なシステムだと思います。高齢者もこのキャッシュレス決済に興味をお持ちの方も多いです。
- 商店街加盟店舗は、手数料無料の継続を希望いたします。
- セタペイが使えるお店として利用していただけるお客様増えている。10%のポイントの継続を望む。ポイント還元などのキャンペーンが複雑すぎずわかりやすいし、消費者が確実に喜ぶことが提供できていると思う。チラシなどの宣伝素材もほどよい目立ち方で品が良く、いろんなタイプのお店が使いやすいものになっているのでは。最近もネットバンキングでチャージ可能になるなど、進化を続けていてすごい。
- ポイントの多いときは、お客様に大変喜ばれています。これからも時々、20%のポイント還元をして欲しいです。
- 商店街加盟個人事業主としては、手数料が発生しないのはとても助かります。
- だいぶ浸透してきて、高齢の方もチャレンジしている。銀行からのチャージができるようになって、満足度は上がっているのではないか。
- 現金管理の手間がかなり削減され助かっています。商店街加盟店の手数料が無料なのも大変魅力的です。
- 日々の運用が簡単で機械なども必要としないため、会計作業時の負担が軽減され助かっています。
- 手数料無しがいい。ポイントアップが来店動機になっている。
- 世田谷区内の商店や事業を後押しする独自通貨(せたがやpay)は、とても区民の方に好評を博していると感じている。
- 売り上げには非常に貢献してもらってます。このまま継続をお願いしたいです
- 商店街に加入していると、手数料がかからないことが本当に素晴らしいシステムだと思います。
- 区境に位置している商店街のため、ポイント還元率が高い時期は、杉並エリアのお店ではなく世田谷ペイの使用店舗を使用しようとする意識が高まり、利用率も上がるので、定期的に高還元率の月がある今の頻度はとても良いと思う。

26.せたがや Pay 事業全般について、不満な点・改善してほしいことを記載ください。(自由記載)
188件の回答

(一部意見 ※原文ママ)

- 商店組合に、未加入の店舗の手数料をもっととるべきだと思う。組合加入店舗は組合費を毎月数千円支払い、組合の制度を維持しているのだから、不公平だ。
- せたペイの高還元期間の告知を加盟店へ早めに教えて欲しい。できれば12月頃に翌年分など。効果的な年間販促スケジュールで動きたいため。
- 春の応援キャンペーンなどのアナウンスが加盟店に届くタイミングがキャンペーンが始まる直前過ぎてしまい、準備期間が短すぎるのももう少し前もってアナウンスして頂けると有難い。
- 高齢者が利用しやすいよう、携帯の操作方法や利用方法などの説明会を開催してほしい。
- 商店街に入って手数料無くしたいのに商店街がないから参加できないのが辛い。
- 銀行チャージができるようになったが、ネット銀行など利用できない銀行が多いので、もっと増やすべき。
- ひきつづきチャージがめんどくさいと言う声が多いです。カードとの連携ができると使用頻度も増えるかと思えます。不満ではありませんが、キャンペーンの時以外は PayPay 等を利用する方がほとんどです。チェーン店で、世田谷に本社がないような店舗では使えなくて良いとおもう。世田谷のお店を応援していることになってないのでは？
- 商店街に入れない場所もあるのに、商店街の加盟の有無で還元率が変わるということに対しては、納得がいかない。
- 手数料をじわじわ上げていくこと不信感を感じてきた。全ての店舗が商店街に加入できる立地ではないので加盟していない店舗と一律に差別化するのは理不尽さを感じる。
- 認知度が低いと感じることが多いので、もっとせたペイの存在を全国に知らしめてほしい。
- PC・アプリともに、せた Pay の使えるお店を探す画面が見つらなくて使いにくい。
- 土日にもアクセントがあっても事務局が休みで対応ができないので、改善希望です。
- レジとの連携を可能にしてほしい。
- 事業者への還元を増やして頂くとよりおすすめ出来ます。口座紐付けの審査がややこしいとの声あり。チャージ銀行にローソン(店の近所)等選択肢を増やして欲しい。
- 年配の方が見やすい画面にして欲しい。
- ポイント、コインの選択を大きくして欲しい。
- お知らせが毎回出過ぎで戸惑う年配の方が多い。次から見ないチェック☑が小さすぎて見えていない。
- アプリ画面が変わって戸惑う年配の方が多い。支払いまでにタッチする所が多いので減らして欲しい。

27.せたがや Pay の今後の活用方法で何か活用案等がございましたら記載ください。(自由記載)

129 件の回答

(一部意見 ※原文ママ)

- 店側が画面にタッチして OK しないと決済できないようにしてほしい。利用者が退店してから決済金額に間違いが発見された場合、事務局が利用者に連絡して金額訂正できるようにしてほしい。
- チャージ方法の更なる多様化（クレジットカードからのチャージなど）。
- 地域密着型のクラファン！世田谷区内で有意義な活動、継続して欲しい活動、お店やサービス等を紹介し、その活動費としての寄付を募る。例えばですが、、緑化活動や清掃活動、お散歩マップ制作費など、””世田谷をよりよくしよう！楽しんでもらおう！””という活動の助けとなる流れを、せたペイだからこそその地域密着の視点でできたら素晴らしいと思います。
- POS 連動したバーコード決済やスマホ画面でタッチできる機能（クレジット扱い）のような簡易的にレジでお支払いするための機能。
- 商店街の会費利用。
- BtoB に活用出来たら経営のコストダウンに繋がり、地域では使用率が高くなると思います。
- 高齢者にとっては、他のツールよりもハードルが低くて良いと思います。
- エリアを限定してカテゴリー検索できるなど、検索機能をより充実させていただきたいです。
- お年寄りの方でせた Pay 使いたくても、アプリのインストールができない人もいます。専用電話相談窓口、設けたらいかがでしょうか。
- 管理画面での、売上実績、集計や過去の実績、累計を視覚的、感覚的に把握できるような構成にして貰えると使いやすいと思う。
- 加盟店を盛り上げてください！加盟店スタンプラリーとか。
- 区の施策（省エネポイントアクションや健康診断など）でポイントが付与されるもののお知らせはないような気がします。アプリでも周知ができれば、普段区の施策に関心ない方も興味をもってくれるのではないのでしょうか。
- 商店街の福引機能を搭載して、世田谷 PAY のポイントが当たるとよい。商店街独自のキャンペーンを行い、その商店街だけ利用できる世田谷 PAY の実装。
- 手数料を筆頭にポイント等もっと安定した内容で運営してほしい。ころころ変わりすぎると思う。
- ポイント還元キャンペーンがあると本当お客様増えるので、せたペイ推したいので、頑張ってください！
- 高齢者にもわかりやすく使いやすいように考えてほしい。キャッシュレス促進なのは理解しているが、紙のチケット配布や購入ができれば活用したいと思うお客様はもっといるはずだし、そういう声が寄せられている。
- チャージ方法でクレジットカードとの連携があるとなお利用する方が増えるかと思いますが、こちらは難しいのでしょうか。
- オンラインチャージの銀行を大手銀行やネット銀行もできるようにしてほしい。

5. 参考（アンケート内容）

■はじめに

足元の物価高から区民生活・事業活動を守ることを目的に、令和6年2月から5月にかけて「春のポイントアップ せたがやのお店を応援！」キャンペーンを実施いたしました。その効果を測り、今後のせたがやPay事業の参考とするため、ぜひアンケートへご協力ください。

※いただいた個人情報は第三者に提供しません。

（参考）キャンペーン概要

（1）春のポイントアップ 第1弾

- ・実施期間：令和6年2月1日～3月31日
- ・還元率：中小個店 20%または 15%、コンビニ等：10%、大型店：0% ※
- ・月間付与上限額：10,000ポイント

（2）春のポイントアップ 第2弾

- ・実施期間：令和6年4月1日～5月31日
- ・還元率：中小個店 10%または 8%、コンビニ等：5%、大型店：0% ※
- ・月間付与上限額：10,000ポイント

■貴店舗について教えてください。

1. 貴店舗の業種を教えてください。（1つだけお選びください）

- ① 飲食業
- ② 卸売・小売業
- ③ サービス業
- ④ その他（ ）

2. 貴店舗の商店街への加入状況を教えてください。（1つだけお選びください）

- ① 商店街に加入している（正会員、賛助会員など）
- ② 商店街に加入していない

3. 貴店舗の経営規模を教えてください。（1つだけお選びください）

（参考）中小企業基本法上、小売業等は資本金 5,000 万円以下の会社を中小企業と定義しています。

- ① 中小企業・小規模事業者・個人事業主に該当
- ② 中小企業ではあるが、親会社が企業に該当
- ③ 企業に該当

4. 貴店舗の所在エリアを教えてください。(1つだけお選びください)

- (ア) 世田谷エリア (池尻地区、太子堂地区、若林地区、上町地区、経堂地区、下馬地区、上馬地区)
- (イ) 北沢エリア (梅丘地区、代沢地区、新代田地区、北沢地区、松原地区、松沢地区)
- (ウ) 玉川エリア (奥沢地区、九品仏地区、等々力地区、上野毛地区、用賀地区、二子玉川地区、深沢地区)
- (エ) 砧エリア (祖師谷地区、成城地区、船橋地区、喜多見地区、砧地区)
- (オ) 烏山エリア (上北沢地区、上祖師谷地区、烏山地区)
- (カ) 区外

5. 貴店舗でお取り扱いしている、せたがや Pay 以外のキャッシュレス決済を教えてください。(複数回答可)

- ① キャッシュレス決済は「せたがや Pay」のみ
- ② その他 QR (二次元) コード決済 (PayPay、楽天ペイ、LINE Pay、d払い、メルペイ、au Pay など)
- ③ 電子マネー (Suica、PASMO、楽天 Edy、nanaco、iD、QUICPay 等)
- ④ クレジットカード
- ⑤ デビットカード
- ⑥ プリペイドカード
- ⑦ その他 ()

6. 貴店舗で利用可能な決済手段 (現金、キャッシュレス決済を含むすべて) の中で、せたがや Pay の利用割合について教えてください。(1つだけお選びください。)

- ① 1~10%程度
- ② 10~20%程度
- ③ 20~30%程度
- ④ 30~40%程度
- ⑤ 40~50%程度
- ⑥ 51%以上

7. 貴店舗の直近決算の経常損益を教えてください。（1つだけお選びください）

- ① 売上なし
- ② 500万円未満
- ③ 500～1,000万円未満
- ④ 1,000～5,000万円未満
- ⑤ 5,000～1億円未満
- ⑥ 1億～3億円未満
- ⑦ 3億～5億円未満
- ⑦ 5億～10億円
- ⑧ 10億円以上
- ⑨ 回答しない

8. 貴店舗の直近決算の経常損益を教えてください。（1つだけお選びください）

- ① 黒字
- ② 赤字
- ③ わからない

9. 前年（前期）と比較して、貴店舗の直近決算の営業利益はどのように変化していますか。（1つだけお選びください）

- ① 大幅増加
- ② やや増加
- ③ ほぼ横ばい
- ④ やや減少
- ⑤ 大幅減少
- ⑥ 1年前は未創業／業種転換で比較不能

10. 貴店舗にて、2024年度の給与改定で賃上げを実施しましたか（1つだけお選びください）

- ① 10%以上の賃上げを実施した／実施予定
- ② 5%～10%未満の賃上げを実施した／実施予定
- ③ 5%未満の賃上げを実施した／実施予定
- ④ 実施していない
- ⑤ わからない

11. 貴店舗の主な商品・サービスにおいて、コストの上昇分（原材料価格、仕入れ価格や人件費の高騰など）を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できていますか。（1 つだけお選びください）

- ① コスト上昇分のすべてを価格転嫁できている（10割）
- ② 8割以上を価格転嫁できている
- ③ 5割以上8割未満を価格転嫁できている
- ④ 2割以上5割未満を価格転嫁できている
- ⑤ 2割未満を価格転嫁できている
- ⑥ 全く価格転嫁できていない（0割）
- ⑦ コスト上昇したが、価格転嫁するつもりはない
- ⑧ コストは上昇していない
- ⑨ わからない

■春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の効果について、教えてください。

12. せたがやPayの導入や春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施によって、貴店舗の経営などに対し、どのような効果がありましたか。（複数回答可）

- ① 現金管理コストの減少
- ② 売上管理の簡便化
- ③ レジ作業の効率化
- ④ 売上の増加
- ⑤ 客単価の増加
- ⑥ 新規顧客の獲得
- ⑦ 常連客、リピーターの来店頻度の増加
- ⑧ 広報宣伝の強化・底上げ
- ⑨ 顧客とのコミュニケーション強化
- ⑩ 商店街や他店舗との連携の強化
- ⑪ 効果なし
- ⑫ その他（ ）

13. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施によって、貴店舗の売上（※）はどのように変化しましたか。前年同時期と比べてご回答ください。（1つだけお選びください）
※給付金・助成金・補助金等を除く

- ① 大幅増加
- ② やや増加
- ③ ほぼ横ばい
- ④ やや減少
- ⑤ 大幅減少
- ⑥ 前年同時期は未創業／業種転換で比較不能

14. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施によって、貴店舗への来店客数はどのように変化しましたか。前年同時期（2023年2月～5月）と比べてご回答ください。（1つだけお選びください）

- ① 大幅増加
- ② やや増加
- ③ ほぼ横ばい
- ④ やや減少
- ⑤ 大幅減少
- ⑥ 前年同時期は未創業／業種転換で比較不能

15. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施によって、貴店舗の客単価はどのように変化しましたか。前年同時期（2023年2月～5月）と比べてご回答ください。（1つだけお選びください）

- ① 大幅増加
- ② やや増加
- ③ ほぼ横ばい
- ④ やや減少
- ⑤ 大幅減少
- ⑥ 前年同時期は未創業／業種転換で比較不能

16. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施によって、貴店舗への新規顧客数はどのように変化しましたか、（1つだけお選びください）

- ① 大幅増加
- ② やや増加
- ③ ほぼ横ばい
- ④ やや減少
- ⑤ 大幅減少
- ⑥ 前年同時期は未創業／業種転換で比較不能

17. せたがや Pay を始めとするキャッシュレス対応の有無が、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。（1つだけお選びください）

- ① とても影響している
- 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

18. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の実施による、貴店舗への経営支援の貢献度はどうでしたか。（1つだけお選びください）

- ① 満足している
- ② やや満足している
- ③ 普通
- ④ やや不満である
- ⑤ 不満である

19. せたがや Pay の実施は地元の消費者・事業者のデジタル化への意識醸成や、地域産業全体におけるデジタル化（キャッシュレス化推進など）に貢献していると感じますか。（1つだけお選びください）

- ① とても貢献している
- ② やや貢献している
- ③ どちらともいえない
- ④ あまり貢献していない
- ⑤ 貢献していない

20. 春のポイントアップキャンペーン第1弾・第2弾の総合的な満足度を、10点満点で評価してください。

1・2・3・4・5・6・7・8・9・10

■せたがや Pay は今後もデジタル地域通貨として、より多くの加盟店様と利用者様に、より多くの場面でご活用いただけよう、引き続き事業を継続していきます。今後のせたがや Pay 事業にかかわり、ご意見ください。

21. せたがや Pay は今後も地元の中小個店を応援し、区内の経済循環を促すデジタル地域通貨として引き続き事業を継続していきます。今後のせたがや Pay ポイント還元事業について、貴店舗の売上や経営にとって、どのような在り方が望ましいか教えてください。

(1つだけお選びください)

- ① 通年・長期にわたって、継続的に、低還元率（1～5%程度）で消費者へポイント還元される
- ② 消費の繁盛期（例：年末など）にスポットを当て、短期に、高還元率（10%以上）で消費者へポイントが還元される
- ③ 消費の閑散期（例：2月など）にスポットを当て、短期に、高還元率（10%以上）で消費者へポイントが還元される
- ④ そもそも消費者へのポイント還元（消費喚起策）は必要ない
- ⑤ その他（ ）

22. せたがや Pay では持続可能な運営を維持していくため、令和5年5月から中小個店の加盟店様に対しても換金手数料のご負担をお願いしております※が、引き続き全体や店舗毎の決済規模、運営コスト等を踏まえ、換金手数料率の変更を継続して検討しているところです。そこで、貴店舗の売上や経営に際し、何%の決済手数料であれば継続実施いただけるか、教えてください。（1つだけお選びください）

※令和6年6月に換金手数料率を一部改定

- ① 換金手数料が0.1%～1.0%程度であれば継続する
- ② 換金手数料が1.0%～1.5%未満であれば継続する
- ③ 換金手数料が1.5%～2.0%未満であれば継続する
- ④ 換金手数料が2.0%～2.5%未満であれば継続する
- ⑤ 換金手数料が2.5%～3.0%未満であれば継続する
- ⑥ 換金手数料が3.0%以上でも継続する
- ⑦ 換金手数料負担が生じたら継続しない

23. せたがや Pay では、加盟店の売上拡大や新規顧客獲得に向けた広告宣伝ツールとして、クーポン機能（掲載料無料で、店舗独自のクーポンをアプリ内に掲載）をリリースしております。せたがや Pay のクーポン機能について、教えてください。（1つだけお選びください）

- ① せたがや Pay のクーポン機能は既に利用している、或いは利用したことがある
- ② せたがや Pay のクーポン機能は今後利用してみたい
- ③ せたがや Pay のクーポン機能を利用するかは分からない
- ④ せたがや Pay のクーポン機能を利用する予定はない

24. せたがや Pay では、区内の経済循環を促進するツールとして、お店同士での決済（加盟店間決済）機能の実装を予定しております。お店に貯まったせたがやコインを、商店街振興組合に現金へ換金申請せず、加盟店管理画面や加盟店間決済専用のアプリを通じて、コインのまま他のお店での仕入れに使用するイメージです。せたがや Pay の加盟店決済機能を活用したいですか（1つだけお選びください）

- ① とても活用したい
- ② どちらかという活用したい
- ③ どちらともいえない
- ④ どちらかという活用しない
- ⑤ 活用しない

■せたがや Pay 事業にかかわる自由意見

25. せたがや Pay 事業全般について、満足な点・期待することを記載ください。（自由記載）

26. せたがや Pay 事業全般について、不満な点・改善してほしいことを記載ください。（自由記載）

27. せたがや Pay の今後の活用方法や追加してほしい機能など、ご意見がございましたら記載ください。（自由記載）

以上