

令和7年11月10日
経済産業部商業課

令和7年7月に実施した物価高騰対策
(せたがや Pay によるポイント還元事業) の効果検証について

1 主旨

令和7年7月に実施された、せたがや Pay を活用した物価高騰対策（最大15%ポイント還元）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。調査の集計及び効果検証が終了したため、結果について報告する。

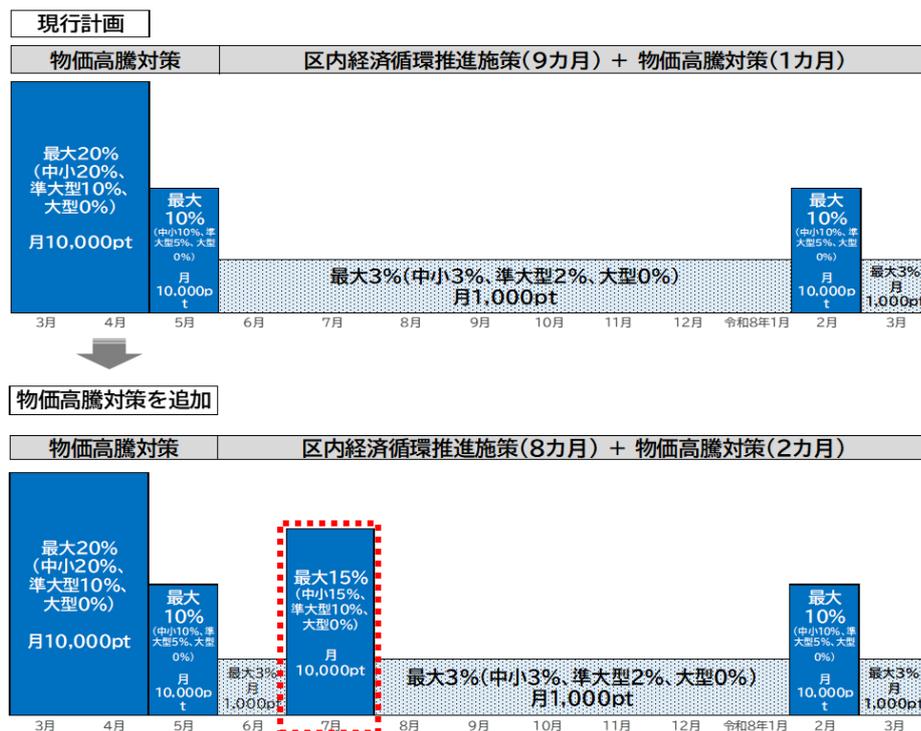
2 物価高騰対策の概要

令和7年5月27日の閣議において、重点支援地方交付金の追加を含む令和7年度予備費の支出が決定された。エネルギー・食料品価格等の物価高騰の影響を受ける区民や事業者を支援するため、世田谷区に充当された重点支援地方交付金を特定財源として、令和7年7月にせたがや Pay による「物価高騰対策」を追加実施し、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図った。

<事業の概要>

せたがや Pay を活用した物価高騰対策「夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーン」

- ① 実施期間 令和7年7月1日（火）～7月31日（木）
- ② 事業内容 中小個店での決済額の最大15%分のポイント還元（上限1万ポイント/人）
- ③ 事業費予算 2.45億円※
- ④ 実績（速報） 2.48億円※ ※ポイント原資総額（利用者還元額）



3 事業効果の検証

(1) アンケート調査

令和7年7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た。

(利用者向けアンケート調査概要) ※資料2「利用者向けアンケート調査結果」参照

- ① 調査対象 せたがやPayアプリ利用者(約510,000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7年8月15日(金)～8月31日(日)
- ④ 全体回答数 9,030件
- ⑤ 主な調査項目
 - ・基礎情報(年代、世帯構成、世帯年収、物価高騰影響等)
 - ・地元店舗利用機会
 - ・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
 - ・本事業に係る消費下支えへの貢献度、総合満足度
 - ・自由意見 など

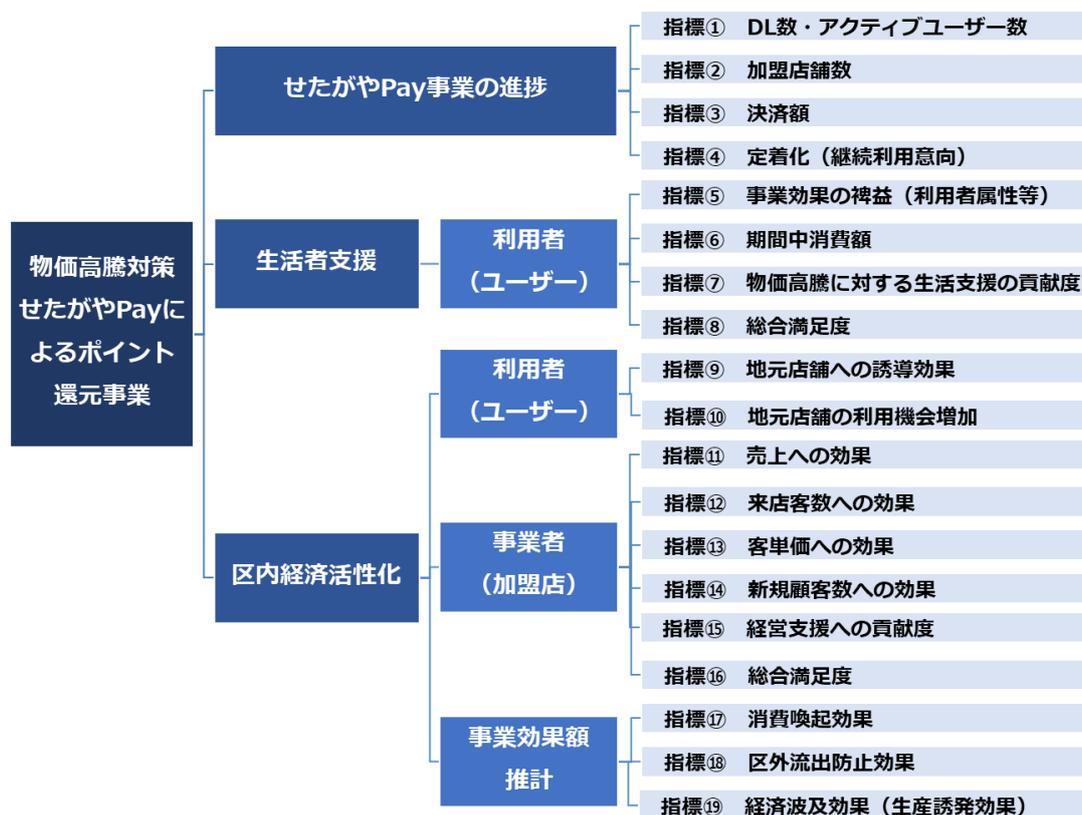
(加盟店向けアンケート調査概要) ※資料3「加盟店向けアンケート調査結果」参照

- ① 調査対象 せたがやPay加盟店(約6,000事業者)
- ② 全体回答数 511業者
- ③ 主な調査項目
 - ・基礎情報(業種、商店街加入、経営規模、営業利益、賃上げ状況、価格転嫁等)
 - ・本事業による売上の変化、来客数・新規顧客数の変化、客単価の変化
 - ・本事業に係る経営支援への貢献度、総合満足度
 - ・自由意見 など

※「調査方法」及び「調査期間」は、利用者アンケート調査と同一。

(2) 効果検証に用いる指標

本事業の目的に鑑み、「せたがやPay事業の進捗」、「生活者支援」及び「区内経済活性化」の3つの項目に分解し、それぞれについて、以下の通り19の指標を設定することにより事業効果を検証した。



*資料1「2(2)効果検証に用いる指標(全体像)」より抜粋

(3) 指標に基づく事業評価

各指標（指標①～⑱）における「今回結果」と「前回結果」を比較した「増減率」により評価する。

- ✓ 「前回結果」：直近実施事業「令和7年3月～5月せたがや Pay ポイント還元事業」の結果。
- ・令和7年3月～4月：中小個店での決済額の最大20%ポイント還元（月上限1万ポイント/人）
 - ・令和7年5月：中小個店での決済額の最大10%ポイント還元（月上限1万ポイント/人）
 - ・ポイント総額：約8.09億円 ・検証結果：<https://www.city.setagaya.lg.jp/01004/27262.html>
- ✓ 「増減率」：「今回結果」と「前回結果」を比較し、効果の増減率（%）を算出する。

せたがやPay事業の進捗

		前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標①	ダウンロード数（1か月）	14,503件	12,456件	-15%
	アクティブユーザー数（1か月）	105,006人	106,017人	0%
指標②	加盟店舗数（1か月）	74店舗	75店舗	1%
指標③	決済額（1か月）	1,886百万円	1,896百万円	0%
指標④	定着化（継続利用意向）※低還元でも継続	76.2%	77.7%	2%

生活者支援

利用者（ユーザー）アンケート		前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標⑤	事業効果の裨益（利用者属性等）	—	12～15頁	前回と同様の傾向
指標⑥	期間中消費額	—	16頁	—
指標⑦	物価高騰に対する生活下支えの貢献度	4.289点	4.218点	-2%
指標⑧	総合満足度	8.09点	7.91点	-2%

区内経済活性化

利用者（ユーザー）アンケート		前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標⑨	地元店舗への誘導効果	66.0%	51.9%	-22%
指標⑩	地元店舗の利用機会増加	85.6%	80.0%	-7%

事業者（加盟店）アンケート		前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標⑪	売上への効果	3.304点	3.376点	2%
指標⑫	来店客数への効果	3.232点	3.254点	0%
指標⑬	客単価への効果	3.2点	3.274点	2%
指標⑭	新規顧客数への効果	3.203点	3.247点	1%
指標⑮	経営支援への貢献度	3.938点	3.888点	-2%
指標⑯	総合満足度	7.65点	7.59点	-1%

事業効果額推計		前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標⑰	消費喚起効果	1,729百万円	631百万円	—
	ポイント原資額に対する倍率	2.14倍	2.54倍	18%
指標⑱	区外流出防止効果	1,311百万円	496百万円	—
	ポイント原資額に対する倍率	1.62倍	2.00倍	23%
指標⑲	経済波及効果	3,347百万円	1,226百万円	—
	ポイント原資額に対する倍率	4.14倍	4.94倍	19%
※ポイント原資額		809百万円	248百万円	—

*資料1「3 (1) 指標に基づく事業評価① 全体像」より抜粋

(4) 事業効果額の推計

指標⑰～⑲として設定する「消費喚起効果」、「区外流出防止効果」及び「経済波及効果（生産誘発効果）」について、東京都が公開している平成27年(2015年)東京都産業連関表の経済波及効果分析ツール（簡易分析用）を活用し推計した。

- ✓ 「消費喚起効果額」は、約 6.31 億円（ポイント原資総額に対し 2.54 倍の効果）。
- ✓ 「区外流出防止効果額」は、約 4.96 億円（ポイント原資総額に対し 2.00 倍の効果）。
- ✓ 「経済波及効果額」は、約 12.26 億円（ポイント原資総額に対し 4.94 倍の効果）。

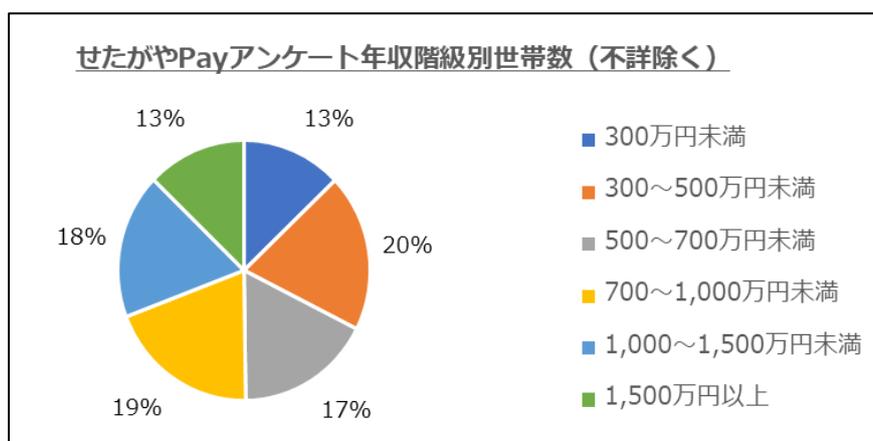
※「消費喚起効果」：本事業により普段よりも多く、普段よりも高額な財・サービスを費消した効果。
 ※「区外流出防止効果」（区内消費誘導効果）：本事業により普段は区外や EC サイト等で購入している財・サービスを、せたがや Pay で購入し、区外への消費の流出を防止した結果。
 ※「経済波及効果」（生産誘発効果）：ある産業に需要が生じ、その需要に対応する生産活動が拡大すると、原材料や資材などの取引や消費活動を通じ、他の産業に次々と影響を及ぼす過程のこと。

(5) 利用者属性の分析

本事業実施による、消費下支え等を通じた生活者支援への効果を検証することを目的に、「世帯年収」、「世帯構成」及び「年代」等質問項目とのクロス集計によって、利用者属性を分析した。

なお、利用者属性は前回結果（[直近実施事業「令和7年3月～5月せたがや Pay ポイント還元事業」の結果](#)）と、概ね同様の傾向を示している。

- ✓ 年収階級別世帯数を集計した結果、全年収層満遍なくせたがや Pay を利用していることが、前回結果同様に確認できた。



* 資料1「3 (3) 生活者支援①」より抜粋

- ✓ 300万円未満の年収層の内、単身世帯の占める割合は40%と高い数値を示す。他方、二世帯世帯（子育て世帯）は、「700万円以上」がボリュームゾーンとなっている。

Q4.世帯構成 ×Q6.世帯年収の クロス集計	単身世帯（一人暮らし）	夫婦・パートナー（事実婚含む）のみの世帯	二世帯世帯（親と子）	三世帯世帯（親と子と孫）	合計 n=8,915
300万円未満	385	296	262	22	965
300～500万円未満	435	567	439	33	1474
500～700万円未満	307	471	495	39	1312
700～1,000万円未満	206	495	733	40	1474
1,000～1,500万円未満	91	439	807	34	1371
1,500万円以上	15	311	612	33	971
わからない	33	154	299	24	510
回答しない	123	296	396	23	838
合計 (n=8,915)	1595	3029	4043	248	8915

* 資料1「3 (3) 生活者支援②」より抜粋

- ✓ 40代～50代の二世帯世帯（子育て世帯）に最も利用されている。次いで、50代～60代の夫婦のみ世帯が続いており、消費機会・消費支出の多い複数人世帯で利用される傾向にある。

Q1.年代 ×Q4.世帯構成の クロス集計	単身世帯（一人暮らし）	夫婦・パートナー（事実婚含む）のみの世帯	二世帯世帯（親と子）	三世帯世帯（親と子と孫）	合計 n=6,940
10代	3	0	27	3	33
20代	62	45	74	4	185
30代	177	190	290	15	672
40代	270	313	838	35	1456
50代	375	612	1171	64	2222
60代	262	843	578	47	1730
70代以上	112	378	126	26	642
合計 n=6,940	1261	2381	3104	194	6940

* 資料1「3 (3) 生活者支援③」より抜粋

- ✓ せたがや Pay 基礎データを基に平均ポイント還元額を算出すると、1万ポイントの上限に対し、平均ポイント還元額は上限額の約23%（2,340ポイント/人）。

したがって、特定の利用者層（世代や世帯構成、世帯年収等）に対してのみ、極端に事業効果が集中している訳ではなく、利用者の広範にわたって、一定程度の事業効果が行き渡ったものと評価している。

実施月	還元率	月上限	ポイント総額	アクティブユーザー	平均ポイント還元額
R7.7月	最大15%	10,000pt	248百万pt	10.6万人	2,340pt/人
以下参考					
R7.3月	最大20%	10,000pt	366百万pt	10.3万人	3,545pt/人
R7.4月			312百万pt	11.0万人	2,850pt/人
R7.5月			最大10%	131百万pt	10.2万人

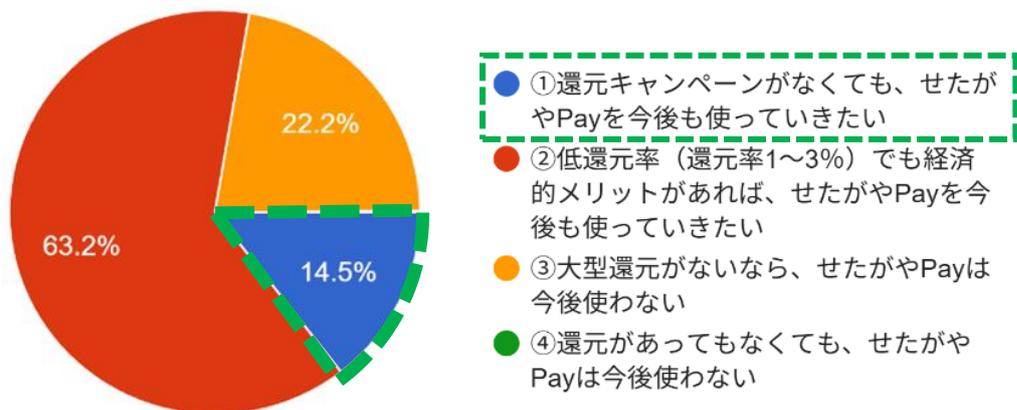
* せたがや Pay 基礎データより算定

(6) せたがや Pay の継続利用意向について（新指標として追加）

前回調査（令和7年3月～5月せたがや Pay ポイント還元事業）、前々回調査（令和6年2月～5月せたがや Pay ポイント還元事業）と比較し、「ポイント還元（経済的メリット）の有無及びその多寡に係るせたがや Pay 継続利用意向」の推移を、指標④として新たに追加した。

結果、「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」とする回答が、調査を重ねる毎に増加（前々回 8.8%→前回 10.6%→今回 14.5%）していることを確認できた。

利用者アンケートにおいても、「地元が盛り上がる取組なので応援している」、「地元商店街や地元の店舗を知るきっかけになった」、「地元世田谷を応援する気持ちを行動で示せるのは嬉しい」等といった前向きな意見が多く見受けられることから、利用者の間で、せたがや Pay への評価や期待が着実に高まっていると考えられる。



* 資料1「3 (2) せたがや Pay 事業の進捗」より今回結果を抜粋

4 事業の進捗・取組み状況（目標達成状況）

世田谷区実施計画（令和6年度～令和9年度）において、デジタル地域通貨「せたがや Pay」は、施策 15-1「多様な地域産業の持続可能性確保に向けた基盤強化」に連なる事業として、「地域経済循環の推進」を図るデジタルプラットフォームに位置付けられている。

- ✓ 行動量（アウトプット指標）：せたがや Pay 事業の加盟店舗数（累計）
- ✓ 成果指標（直接的アウトカム）：せたがや Pay アプリ利用者の継続利用率

なお、現時点では、「行動量」、「成果指標」とも当初計画、目標値を達成している。

施策15-1 多様な地域産業の持続可能性確保に向けた基盤強化								
地域経済循環の推進								
2	目的と内容	世田谷区商店街振興組合連合会が実施するデジタル地域通貨「せたがやPay」の運営を支援し、中小個店デジタルプラットフォームとして区内中小個店や商店街の稼ぐ力を下支えする基盤とすることで、地域経済の活性化（中小個店支援）や電子決済定着による産業効率化（地域産業DX）等を推進し、地域経済の循環を図ります。						
番号	成果指標	現況値 (策定時)	区分	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	総量 (令和9年度末)
2	せたがやPayアプリ 利用者の継続利用率 ※2	71.8% (令和5年度 見込み)	目標	75%	75%	75%	75%	75%
			実績	77.4%	81.8% (令和7年7月末 時点)	—	—	—
行動量		現況値 (策定時)	区分	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	総量 (令和9年度末)
せたがやPay事業の加盟店 舗数（累計）		5,096店 (令和5年 12月時点)	当初計画	5,600店	5,900店	6,200店	6,500店	6,500店 (累計)
			実績	5,810店	6,047店 (令和7年7月末 時点)	—	—	6,047店
※2：継続利用率（年間平均） 「当月も継続して支払いがあったせたがやPay利用者数/前月に支払いがあったせたがやPay利用者数」の年間平均								

5 総括

- ✓ 事業目的に沿った指標を設定し検証した結果、物価高に苦しむ生活者・事業者に対し、消費下支え等を通じた「生活者支援」や「区内経済活性化」の後押しに資する事業効果があったと考えられる。
- ✓ ポイント原資総額（公金支援額）に対して、2.54 倍の消費喚起効果、2.00 倍の区外流出防止効果、4.94 倍の経済波及効果（生産誘発効果）が推計されたことから、事業実施により一定の経済効果があったと評価できる。
- ✓ 消費機会や消費支出の多い複数人世帯（特に子育て世帯）にせたがや Pay が多く利用される傾向が認められた。
- ✓ 実際に還元されたポイントの平均値を算出すると、上限 10,000 ポイントに対し、平均 2,340 ポイントの還元であったことから、特定の利用者層（世代、世帯年収等）に対してのみ、極端に事業効果が集中している訳ではなく、利用者の広範にわたって、一定程度の事業効果が行き渡ったと評価できる。
- ✓ せたがや Pay 利用者の 63.2% が低還元でも継続利用を希望し、還元なしでも継続利用を希望する層は 14.5% と前回調査より 3.9 ポイント増加している。また、アンケートにおいて、地元商店街や個人店の支援に繋がる点が高く評価されており、地域消費の促進や地元とのつながり強化に貢献しているとの声が多く寄せられていることから、せたがや Pay の事業コンセプトが浸透し、評価や期待が着実に向上している。

- ✓ 今般の物価高騰対策実施後も切れ目なく、「区内経済循環推進施策」（最大3%ポイント還元事業）を継続支援している。10月には3,000品目超の飲食料品が値上げするなど、原材料価格や物流費、人件費等の上昇が続いている。引き続き物価高騰等の社会経済状況や、それに係る国や東京都の交付金・補助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区民生活の下支えに取り組んでいく。

**令和7年7月に実施した物価高騰対策
(せたがやPayによるポイント還元事業) の
効果検証について
【図解】**

**令和7年11月
経済産業部商業課**

- 1 事業の概要**
- 2 効果検証の概要**
 - (1) 調査目的および手法**
 - (2) 効果検証に用いる指標（全体像）**
- 3 事業評価**
 - (1) 指標に基づく事業評価**
 - (2) せたがやPay事業の進捗**
 - (3) 生活者支援**
 - (4) 区内経済活性化**
- 4 自由意見要約（利用者・加盟店）**
- 5 総括**

1 事業の概要①

事業目的

令和7年5月27日の閣議において「米国関税措置を受けた緊急対応パッケージ」に令和7年度予備費3,880億円の支出が決定され、うち1,000億円は自治体が地域の実情に応じて使用できる「重点支援地方交付金」に充当された。

これを受け、**エネルギー・食料品価格等の物価高騰の影響を受ける区民や事業者を支援するため**、令和7年7月にせたがやPayによる「物価高騰対策」を追加実施し、消費下支え等を通じた生活者支援、区内経済活性化を後押しする。

事業内容

「夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーン」 (最大15%還元)

- ✓ 事業実施期間 令和7年7月1日～30日
- ✓ ポイント付与上限 1人あたり10,000ポイント
- ✓ ポイント有効期限 付与日から6か月後の末日
- ✓ ポイント原資予算 244,938千円
- ✓ 還元実績（速報値） 248,046千円

店舗区分	還元率
中小個店	15%
準大型店（コンビニ等）	10%
大型店	0%

※令和7年3月～5月せたがやPayポイント還元事業のアンケート調査の結果について | [世田谷区公式ホームページ](#)より一部抜粋し編集。

夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーン

対象店にて **せ+Pay** でお支払いすると

最大 15% 戻ってくる!!

2025 7/1 ~ 7/31

この事業は世田谷区が支援し、世田谷区商店街振興組合連合会が実施するものです。

対象店舗・還元率

中小個店: 15%、コンビニ等: 10%、大型店: 0%

▶対象店舗について、詳しくはせたがやPayアプリや公式ホームページをご確認ください。

期間付与上限額 月上限10,000ポイント

ポイント有効期限 付与日から6か月後の末日

ポイント付与サイクル 月3回

※1 ポイント還元はコイン（現金でチャージした分）でのお支払いが対象です。ポイントでのお支払いは対象となりません。
 ※2 予算上限に達し次第、事前予告なしに早期に終了する場合がございます。
 ※3 経済状況等により内容が変更となる場合がございます。
 ※4 対象店舗での合算、決済総額66,666～100,000円。
 ※5 毎月1～10日、11日～20日、21日～末日をポイント算定期間とし、各々日(10日、20日、末日)から5営業日後に付与いたします。

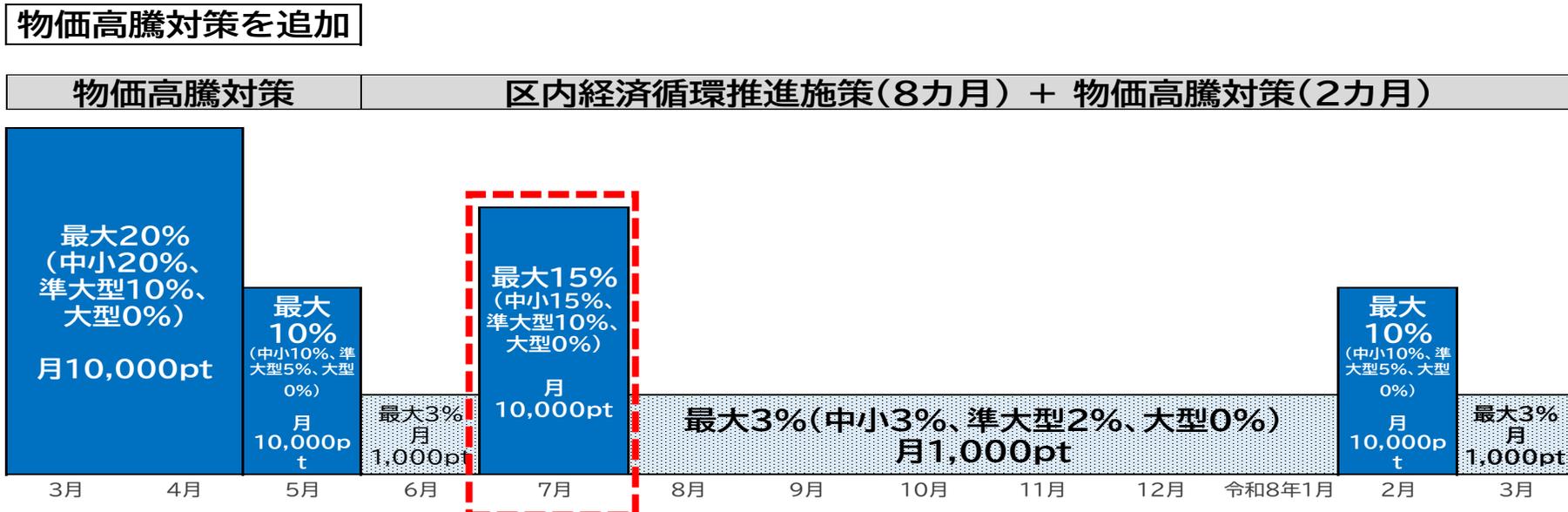
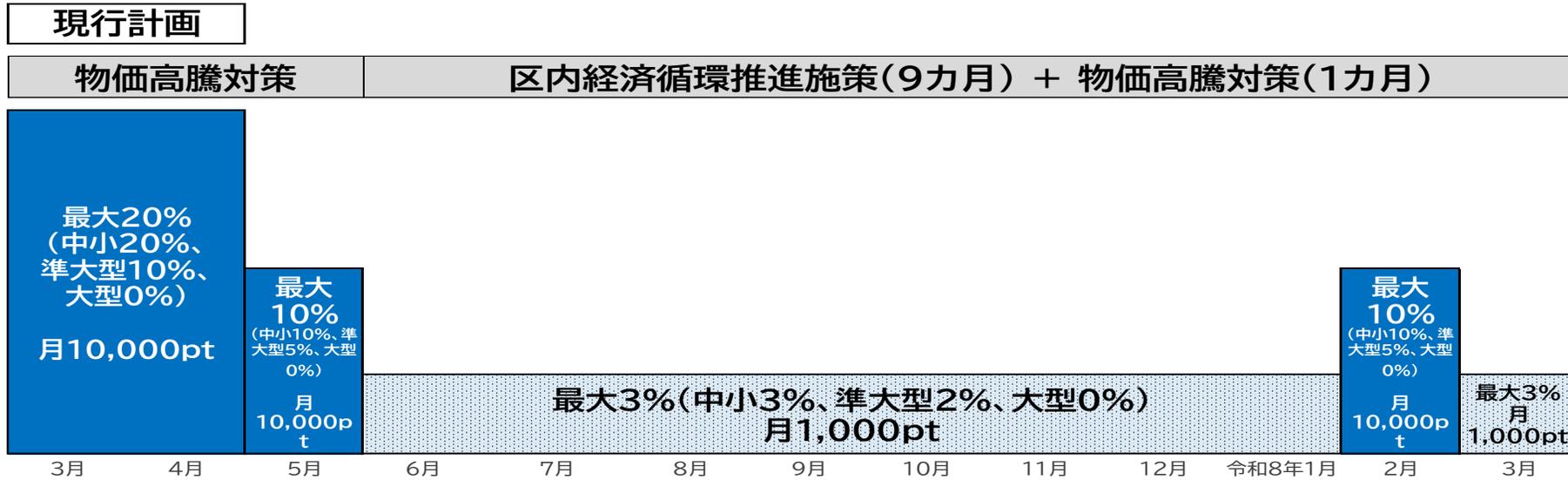
発行: 世田谷区商店街振興組合連合会「せたがやPay」事務局
 住所: 東京都世田谷区太子堂2-16-7 世田谷産業プラザ2F お問い合わせ先:

アプリのダウンロードはこちら

詳しくは [せたがやPay](#) で検索
 #setagaya_pay #せたがやPay で検索

1 事業の概要②

事業スケジュール



※令和7年3月～5月
せたがやPayポイント
還元事業のアンケート
調査の結果について | 世田谷区公式ホ
ームページより一部
抜粋し編集。

2 (1) 調査目的および手法

調査目的

- ① 利用者および加盟店に対し、電子アンケート（Googleフォーム）を実施。国の重点支援地方交付金を特定財源とし、令和7年7月まで実施した「物価高騰対策（夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーン）」について、消費喚起効果や区外流出防止効果、それに伴う経済波及効果とともに、区民生活の下支えにどの程度貢献できたか、平成27年(2015年)東京都産業連関表等を用いて分析・検証する。
- ② 換金手数料率や還元率、機能拡充内容の検討も含めて、せたがやPay利用率の向上や利活用の幅を広げることを企図し、利用者や加盟店の意見を幅広く吸い上げる。

対象

利用者（ユーザー） ※令和7年8月末時点

- ・月間アクティブ利用ユーザー数 約90,000
- ・アプリダウンロード数 約510,000
- アンケート全体回答数9,030件

加盟店（事業者） ※令和7年8月末時点

- ・せたがやPay加盟登録店 約6,000店舗
- アンケート全体回答数511件

期間

令和7年8月15日（金）～8月31日（日）までの2週間実施

※せたがやPayアプリのプッシュ通知、アプリバナー表示、加盟店管理画面、加盟店メール通知等による周知

内容

- ① **基礎情報** 利用者：年代、性自認、居住地、世帯構成、職業、世帯年収、支払方法、利用SNS、物価高騰の家計への影響等
加盟店：業種、商店街加入状況、経営規模、所在地、せたPay利用割合、営業利益、賃上げ状況、価格転嫁等
- ② **事業効果** 利用者：せたPay認知媒体、利用頻度、地元店舗利用機会、期間中消費額、消費下支えへの貢献、総合満足度等
加盟店：経営・売上への効果、来店者数・新規顧客数への効果、経営支援への貢献度、総合満足度等
- ③ **事業展開** 利用者：せたがやPay利用継続意向
加盟店：還元スキームの在り方、換金手数料率設定、クーポン機能、事業者間決済
- ④ **自由意見** せたPay事業全般に係る満足な点・不満な点、アプリ機能拡充に関する希望

2 (2) 効果検証に用いる指標 (全体像)



3 (1) 指標に基づく事業評価① 全体像

各指標（指標①～⑱）における【今回結果】と【前回結果】を比較した【増減率】により評価。なお、各時点における経済状況や季節需要、還元スキームなど比較条件は同一ではないが、あくまで参考として事業評価を行なう。

※【前回結果】…直近に実施した事業（令和7年3月～5月せたがやPayポイント還元事業）の結果と比較。
 （令和7年3月～4月：最大20%、5月：最大10%/月上限1万ポイント/期間中ポイント原資総額：約8.09億円）
[令和7年3月～5月せたがやPayポイント還元事業のアンケート調査の結果について | 世田谷区公式](#)

※【増減率】…【今回結果】と【前回結果】を比較し、効果の増減率（%）を算出する。

※【前々回結果】…[令和6年2月～5月せたがやPayポイント還元事業](#)（令和6年2月～3月：最大20%、4月～5月：最大10%/月上限1万ポイント）のこと。参考として掲載。

せたがやPay事業の進捗

		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標①	ダウンロード数 (1か月)	10,223件	14,503件	12,456件	-15%
	アクティブユーザー数 (1か月)	97,504人	105,006人	106,017人	0%
指標②	加盟店舗数 (1か月)	69店舗	74店舗	75店舗	1%
指標③	決済額 (1か月)	1,584百万円	1,886百万円	1,896百万円	0%
指標④	定着化 (継続利用意向) ※低還元でも継続	77.5%	76.2%	77.7%	2%

生活者支援

利用者（ユーザー）アンケート		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標⑤	事業効果の裨益 (利用者属性等)	—	—	12~15頁	前回と同様の傾向
指標⑥	期間中消費額	—	—	16頁	—
指標⑦	物価高騰に対する生活下支への貢献度	4.295点	4.289点	4.218点	-2%
指標⑧	総合満足度	7.79点	8.09点	7.91点	-2%

※前回：[令和7年3月～5月せたがやPayポイント還元事業のアンケート調査の結果について](#)より抜粋

※前々回：[令和6年2月～5月せたがやPayポイント還元事業アンケート結果](#)より抜粋

※指標⑥、⑩～⑱における評価軸、「とても貢献した」～「まったく貢献していない」については5段階評価（5点～1点）、「大幅増加」～「比較不能」については6段階評価（5点～0点）と定義。平均評価を点数化することで、「今回結果」と「前回結果」とを比較している。

区内経済活性化

利用者（ユーザー）アンケート		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標⑨	地元店舗への誘導効果	64.7%	66.0%	51.9%	-22%
指標⑩	地元店舗の利用機会増加	85.6%	85.6%	80.0%	-7%

事業者（加盟店）アンケート		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標⑪	売上への効果	3.279点	3.304点	3.376点	2%
指標⑫	来店客数への効果	3.216点	3.232点	3.254点	0%
指標⑬	客単価への効果	3.111点	3.2点	3.274点	2%
指標⑭	新規顧客数への効果	3.189点	3.203点	3.247点	1%
指標⑮	経営支援への貢献度	3.826点	3.938点	3.888点	-2%
指標⑯	総合満足度	7.17点	7.65点	7.59点	-1%

事業効果額推計		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標⑰	消費喚起効果	1,543百万円	1,729百万円	631百万円	—
	ポイント原資額に対する倍率	2.02倍	2.14倍	2.54倍	18%
指標⑱	区外流出防止効果	1,333百万円	1,311百万円	496百万円	—
	ポイント原資額に対する倍率	1.74倍	1.62倍	2.00倍	23%
指標⑲	経済波及効果	3,206百万円	3,347百万円	1,226百万円	—
	ポイント原資額に対する倍率	4.20倍	4.14倍	4.94倍	19%
※ポイント原資額		763百万円	809百万円	248百万円	7 -

3 (1) 指標に基づく事業評価② 事業効果額推計方法

本事業を実施したことで生じた『消費喚起効果』、『区外流出防止効果』、『経済波及効果（生産誘発効果）』について、以下の通り、効果額を分析・推計する。

● 『消費喚起効果』、『区外流出防止効果』

- ✓ 『消費喚起効果』は本事業をきっかけに普段より多く費消した効果、『区外流出防止効果』は本事業をきっかけに普段は区外やECで購入している財・サービスを、せたがやPayで購入＝区外への流出を防止した効果として定義。
- ✓ 利用者アンケートQ17で「①利用コイン」、「②付与ポイント」、「③追加で支払った現金」、「区外やEC購入からせたPay購入へ変更した金額」、「普段より多め高めに購入した金額」を聴取し、推計に係る基礎データとして活用。
- ✓ **異常値（右図参照）を除外の上**で、全体消費額から普段の消費を控除した『消費喚起効果額』、全体消費額から区内消費額を控除した『区外流出防止効果額』を推計。

異常値除外条件

- | | | |
|---|---|--------------------------------------|
| 1 | ① | 利用されたコイン"1,000"コイン未満を除外 |
| 2 | ① | 利用されたコイン"100,001"コイン超を除外 |
| 3 | ② | 付与されたポイント"1ポイント"未満を除外 |
| 4 | ② | 付与されたポイント"10,001ポイント"以上を除外 |
| 5 | ② | ポイントが①コイン以上のものを除外 |
| 6 | | ①～③の合計額よりも、E列（区外、ECサイト）の金額が大きいものを除外 |
| 7 | | ①～③の合計額よりも、F列（普段よりも多め高め）の金額が大きいものを除外 |
| 8 | ③ | せたがやPayと併せて追加で支払った現金等が5万円以上のものを除外 |

※どれか1つでも該当した場合、異常値として除外する。

利用者アンケート：全体回答数9,030件
有効回答数6,892件（76%）、異常値除外数2,138件（24%）

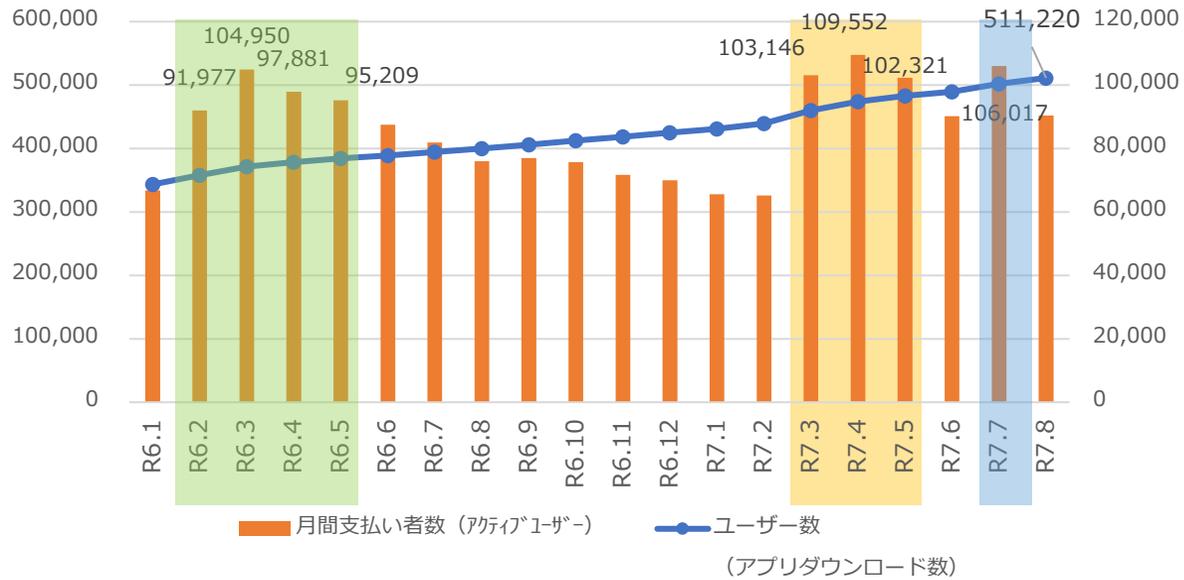


● 『経済波及効果（生産誘発効果）』

- ✓ 『経済波及効果（生産誘発効果）』とは、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。
- ✓ 消費喚起効果額及び区外流出防止効果額より、本事業をきっかけに生じた『区内需要増加額（新規需要）』（消費喚起効果額＋普段の消費の内の区外流出防止効果額）を推計。
- ✓ 世田谷区独自の産業連関表や経済分析ツールは不存在。したがって、その代替として、東京都が公開している[平成27年\(2015年\)東京都産業連関表の経済波及効果分析ツール（簡易分析用）](#)を活用し、**経済波及効果を推計**。東京都全体の基礎データを基にしていることを踏まえ、あくまで参考値として推計し評価する。

3 (2) せたがやPay事業の進捗

	前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較(%)	
指標①	ダウンロード数 (1か月)	10,223件	14,503件	12,456件	-15%
	アクティブユーザー数 (1か月)	97,504人	105,006人	106,017人	0%
指標②	加盟店舗数 (1か月)	69店舗	74店舗	75店舗	1%
指標③	決済額 (1か月)	1,584百万円	1,886百万円	1,896百万円	0%

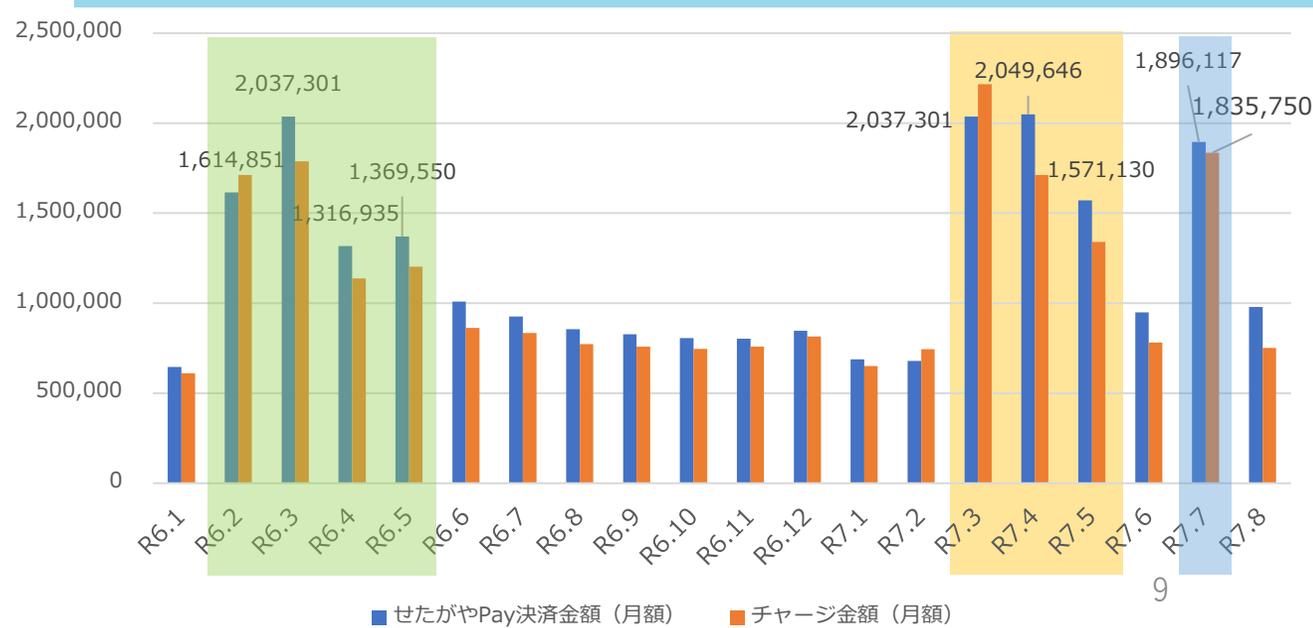
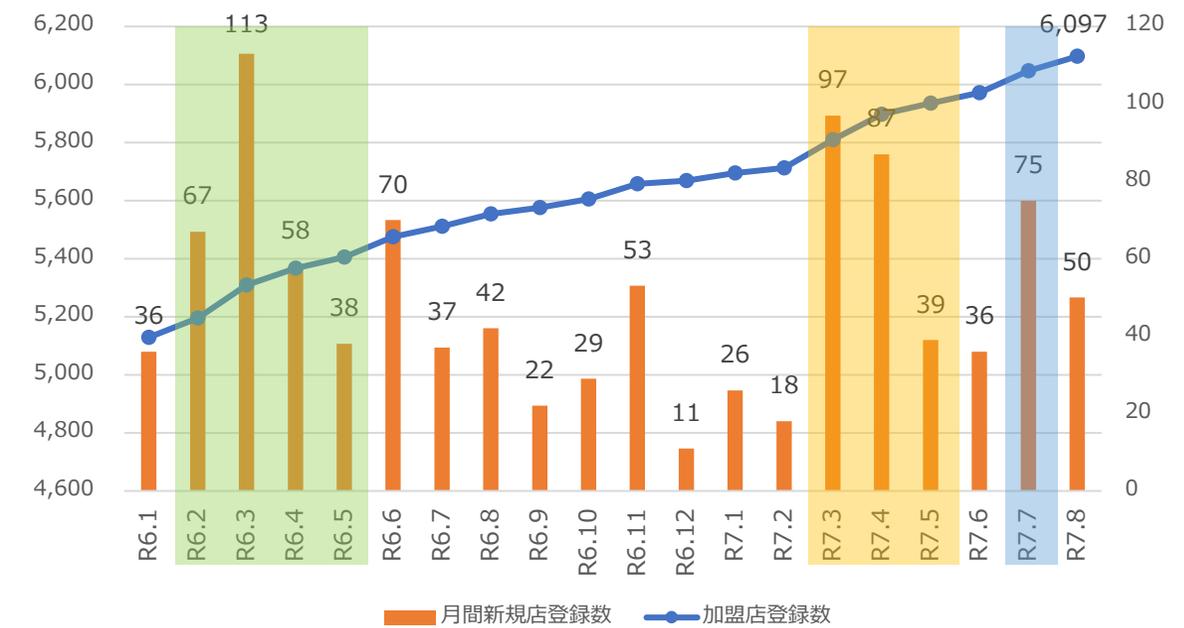


- 前回事業と比較し、**指標①は15ポイントの大幅減**。指標②～④は同程度、ないしは微増という結果となった。
- 主に、**最大還元率の縮小 (20%→15%)** や **物価高騰対策の実施期間の短縮 (3か月→1か月)** が影響したものと推察する。

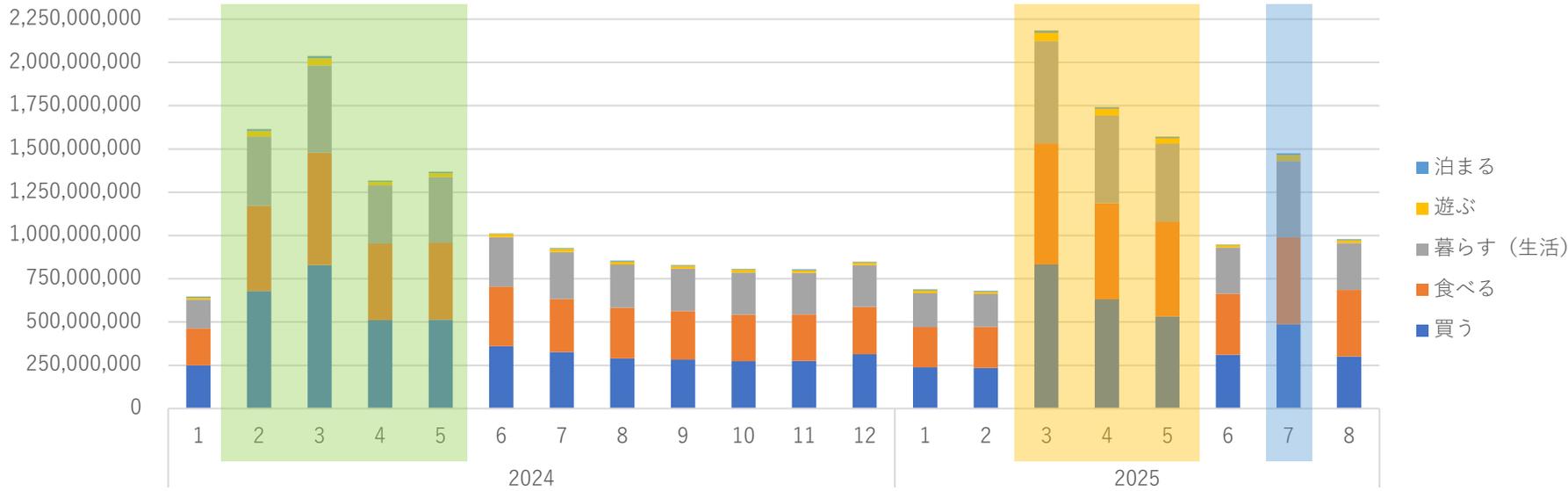
(前回事業) 令和7年3月～4月：最大20%、5月：最大10%
 (今回事業) 令和7年7月：最大15%

(参考) 令和7年8月末時点

- ・アプリダウンロード数：約51万件
- ・加盟店舗数：約6,100店舗
- ・せたがやPay決済総額 (累計)：約444億円

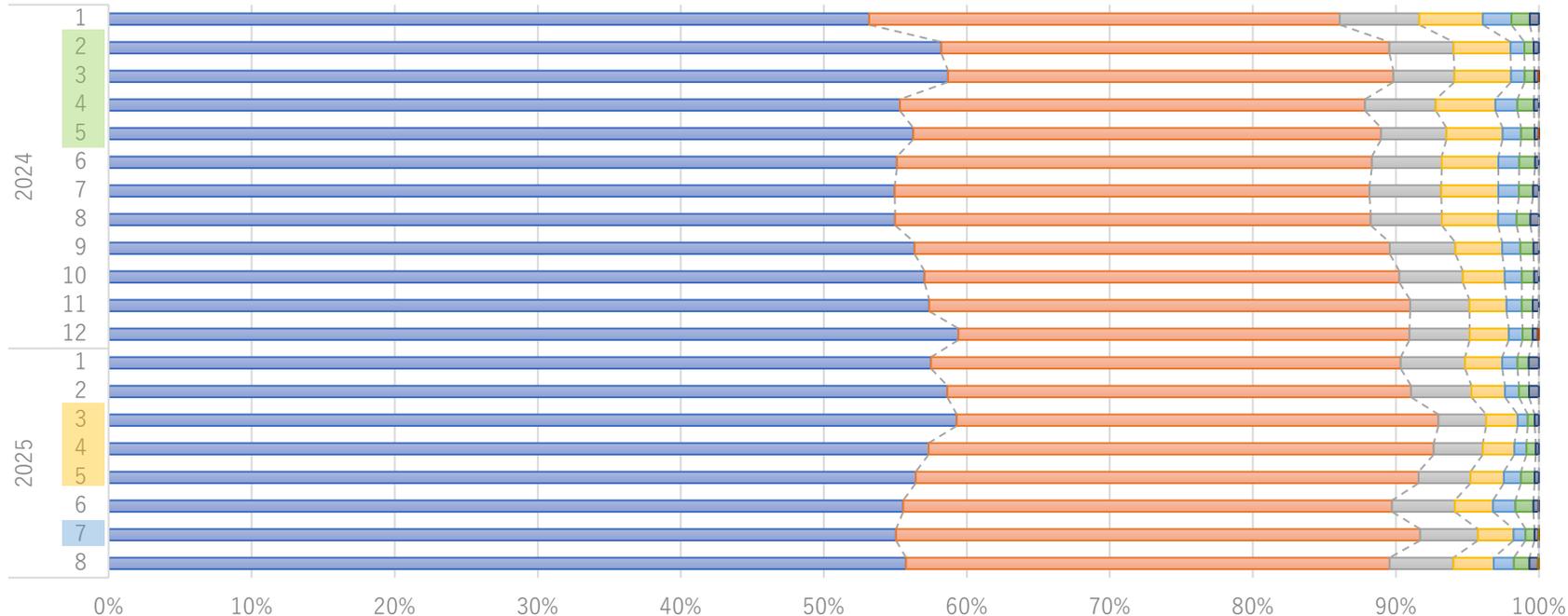


3 (2) せたがやPay事業の進捗 (参考)



【カテゴリ・業種別加盟店売上推移】

- 買う：主に「小売、物販」
- 食べる：主に「飲食」
- 暮らす：主に「サービス関連産業」
- 遊ぶ：主に「スポーツ」、「娯楽」
- 泊まる：主に「ホテル」



【事業者規模別加盟店売上割合】

	商店街加入	商店街未加入
中小個店	1-A	1-B
準大型店 (コンビニ等)	2-A	2-B
大型店 (大企業)	3-A	3-B
行政等	4	

- 中小個店 (1-A, 1-B) の売上割合は、コンスタントに全体の約90%を占める。
- 中小企業基本法に基づく **中小企業** (中小個店及び準大型店) の売上割合は、コンスタントに全体の約95%以上を占める。

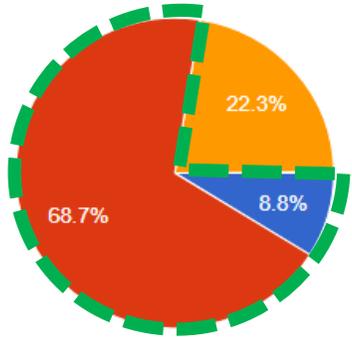
3 (2) せたがやPay事業の進捗

		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標④	定着化 (継続利用意向) ※低還元でも継続	77.5%	76.2%	77.7%	2%

- ポイント還元 (経済的メリット) の有無及びその多寡に係るせたがやPayの継続利用意向について、「還元がなくても今後も使っていきたい」、「低還元率 (還元率1~3%) でも今後も使っていきたい」とする回答率は、**前回調査結果と比較し、1.5ポイント増の77.7%**を示している。
- さらに、「還元がなくても今後も使っていきたい」とする回答は、**調査を重ねる毎に増加**している (今回 : 14.5%)

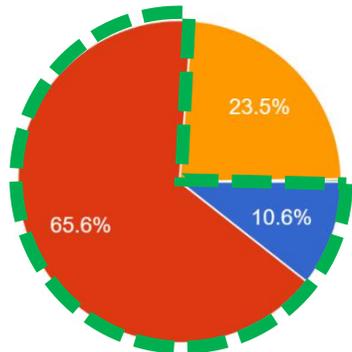
(設問) ポイント還元の有無及びその多寡に係るせたがやPay継続利用意向について (→無還元・低還元でも継続利用意向の回答率を合計)

前々回 (令和6年2月~5月せたがやPayポイント還元事業) → **77.5%**



- 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

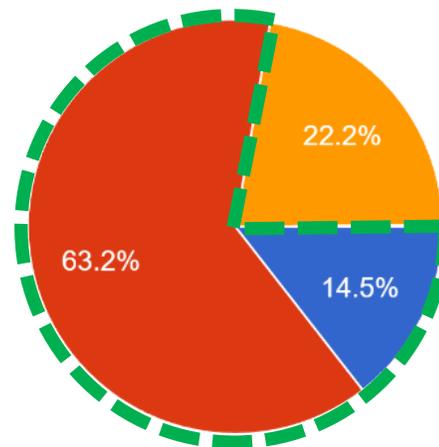
前回 (令和7年3月~5月せたがやPayポイント還元事業) → **76.2%**



- 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1~3%) 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

今回 (令和7年7月せたがやPayポイント還元事業) → **77.7%**

うち14.5%は還元ゼロでも継続希望



- 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1~3%) 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

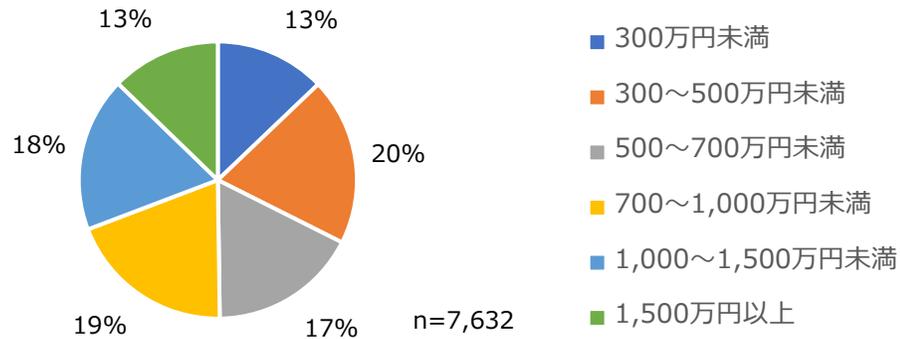
3 (3) 生活者支援①

利用者（ユーザー）アンケート		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較（%）
指標⑤	事業効果の裨益（利用者属性等）	—	—	12~15頁	前回と同様の傾向

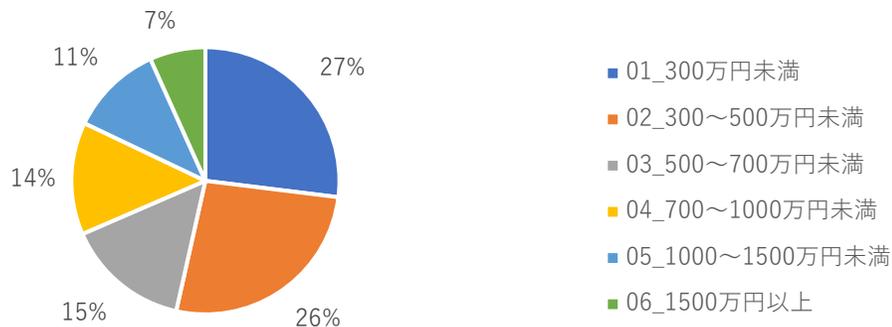
- 平成30年住宅・土地統計調査結果と比較すると、**300万円未満の年収層のせたがやPay利用が相対的に少ない状況**にあるが、**全年収層満遍なくせたがやPayを利用している**（前回調査と同様の傾向）。
- 令和2年国勢調査の世帯構成を比較すると、せたがやPay利用者は**単身世帯割合が小さく、夫婦・パートナー世帯、二世帯世帯（子育て世帯）が大多数（約88%）を占めている**（前回調査と同様の傾向）。

世帯年収
国調査比較

せたがやPayアンケート年収階級別世帯数（不詳除く）

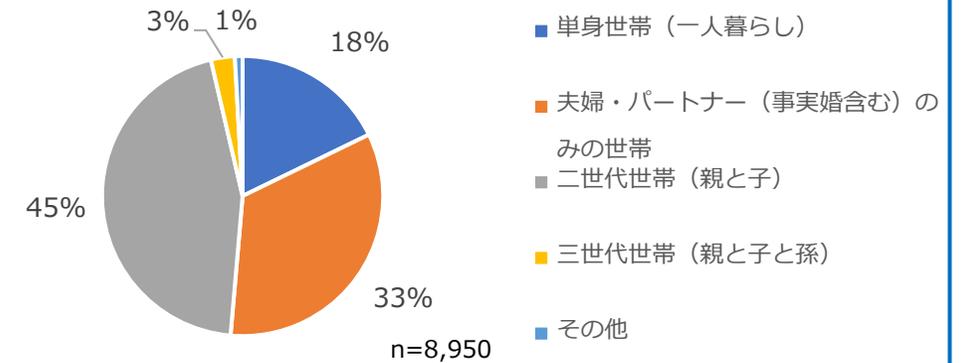


【参考】平成30年住宅・土地統計調査 世田谷区 年収階級別世帯数（不詳除く）

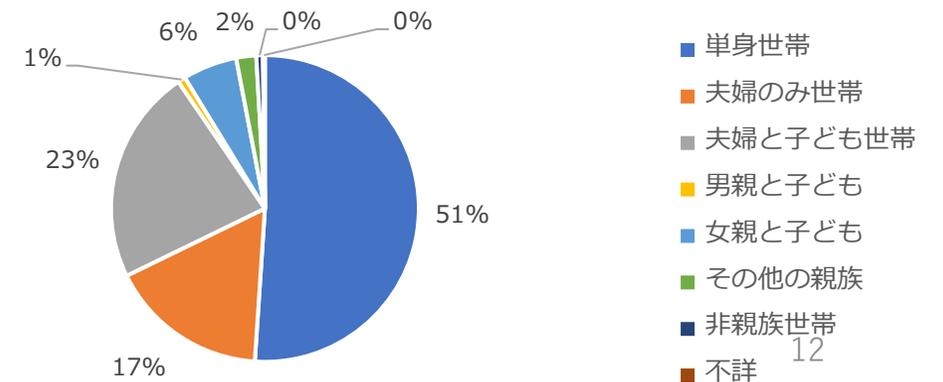


世帯構成
国調査比較

せたがやPayアンケート 世帯構成



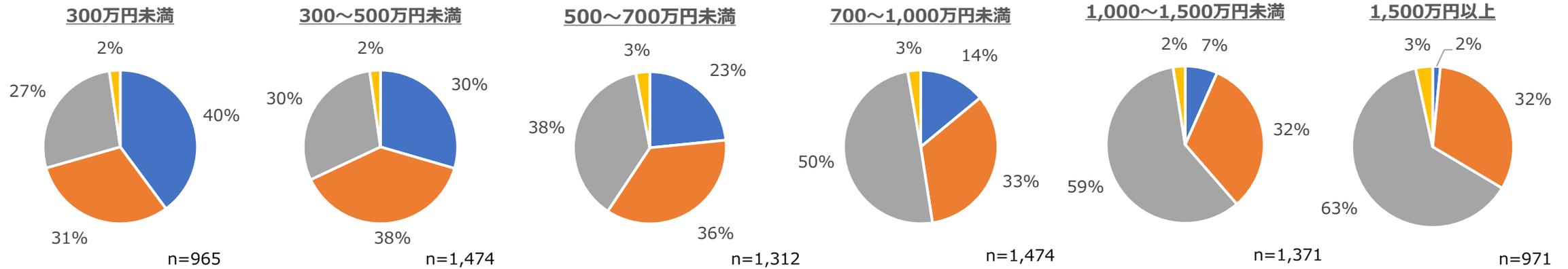
【参考】令和2年国勢調査 世田谷区 世帯構成



3 (3) 生活者支援②

利用者（ユーザー）アンケート		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較（%）
指標⑤	事業効果の裨益（利用者属性等）	—	—	12~15頁	前回と同様の傾向

- 300万円未満の年収層の内、単身世帯の占める割合は40%と高い数値を示している（前回調査と同様の傾向）。
- せたがやPay利用者のボリュームゾーンは、「700万円以上の二世帯世帯（親と子）」。（前回調査と同様の傾向）。



Q4.世帯構成 ×Q6.世帯年収の クロス集計	単身世帯（一人暮らし）	夫婦・パートナー（事実婚含む）のみの世帯	二世帯世帯（親と子）	三世帯世帯（親と子と孫）	合計 n=8,915
300万円未満	385	296	262	22	965
300~500万円未満	435	567	439	33	1474
500~700万円未満	307	471	495	39	1312
700~1,000万円未満	206	495	733	40	1474
1,000~1,500万円未満	91	439	807	34	1371
1,500万円以上	15	311	612	33	971
わからない	33	154	299	24	510
回答しない	123	296	396	23	838
合計 (n=8,915)	1595	3029	4043	248	8915

凡例

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

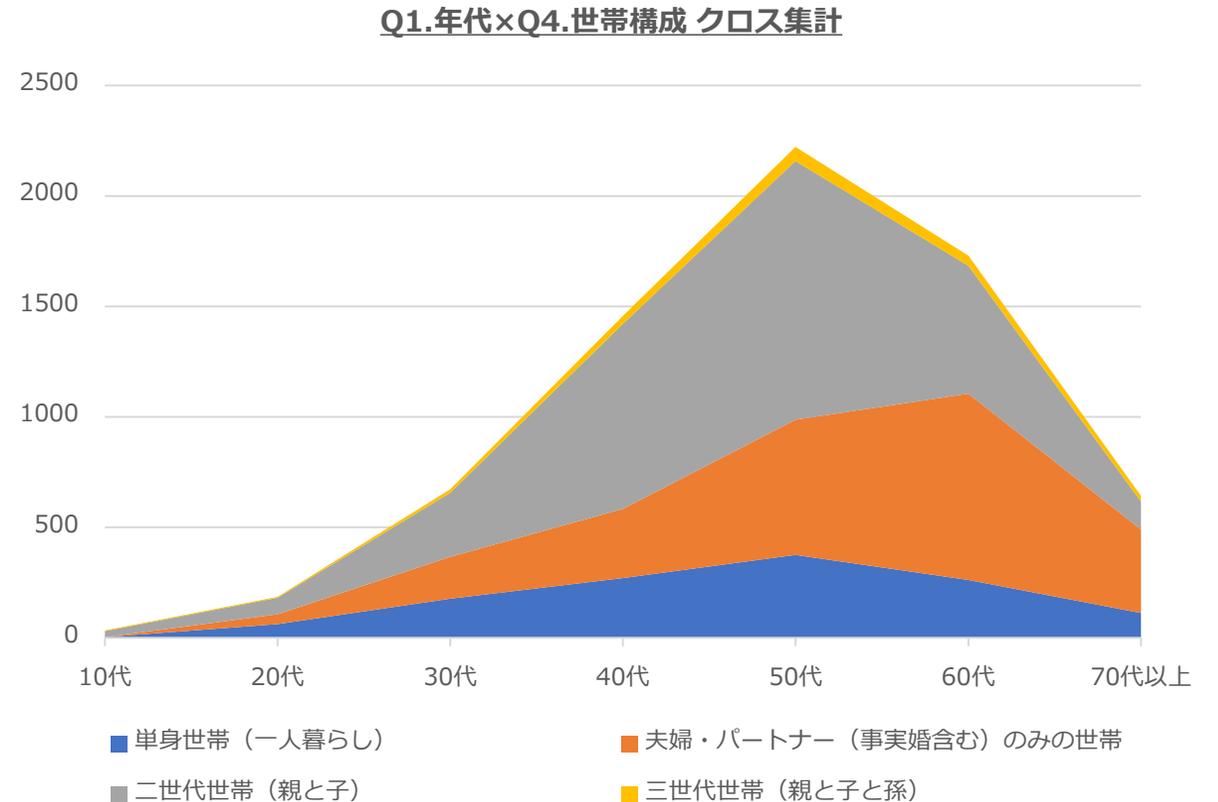
※不詳（わからない、回答しない）除く

3 (3) 生活者支援③

利用者（ユーザー）アンケート		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較（%）
指標⑤	事業効果の裨益（利用者属性等）	—	—	12~15頁	前回と同様の傾向

- 年代と世帯構成をクロス集計した結果、特に**40代～50代の二世帯世帯（子育て世帯）に最も利用**されている。次いで、50代～60代の夫婦・パートナー世帯が続き、**消費機会・消費支出の多い複数人世帯で利用される傾向**にある（前回調査と同様）。
- 一方で、**若者世代（30代以下）の利用が少ない傾向**が見て取れる（前回調査と同様）。

Q1.年代 ×Q4.世帯構成の クロス集計	単身世帯 （一人暮らし）	夫婦・パートナー（事実婚含む） のみの世帯	二世帯世帯 （親と子）	三世帯世帯 （親と子と孫）	合計 n=6,940
10代	3	0	27	3	33
20代	62	45	74	4	185
30代	177	190	290	15	672
40代	270	313	838	35	1456
50代	375	612	1171	64	2222
60代	262	843	578	47	1730
70代以上	112	378	126	26	642
合計 n=6,940	1261	2381	3104	194	6940

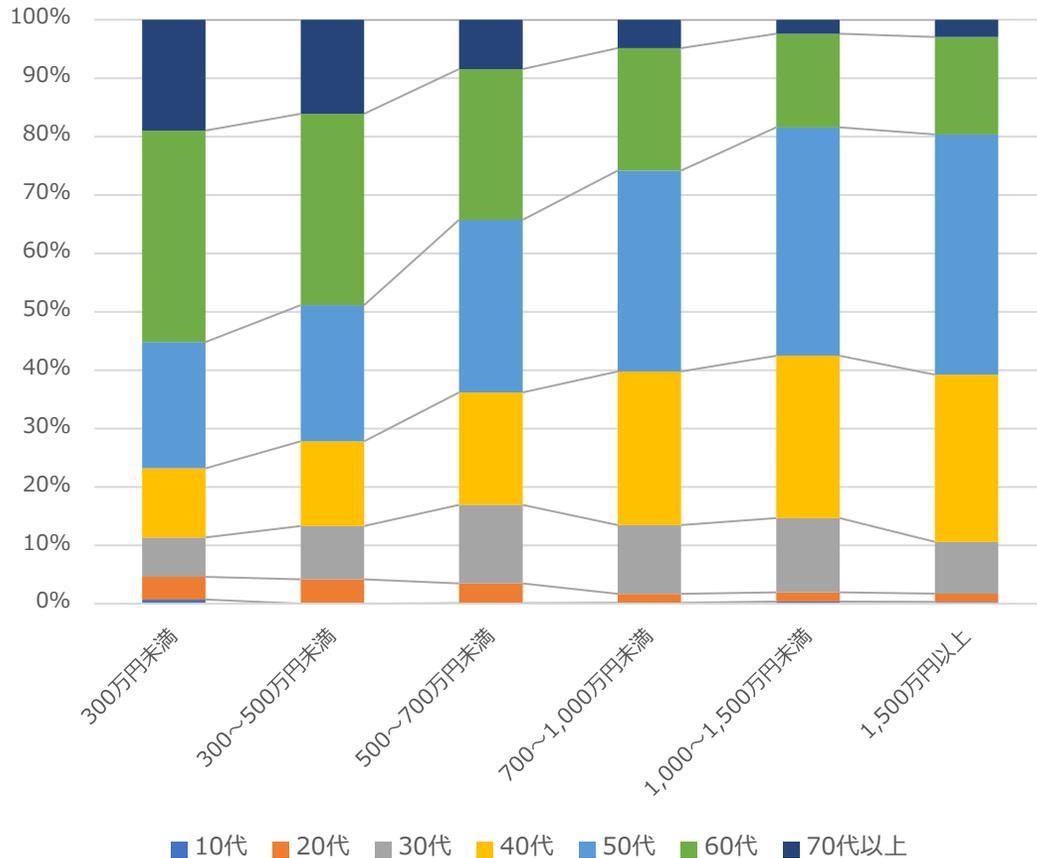


3 (3) 生活者支援④

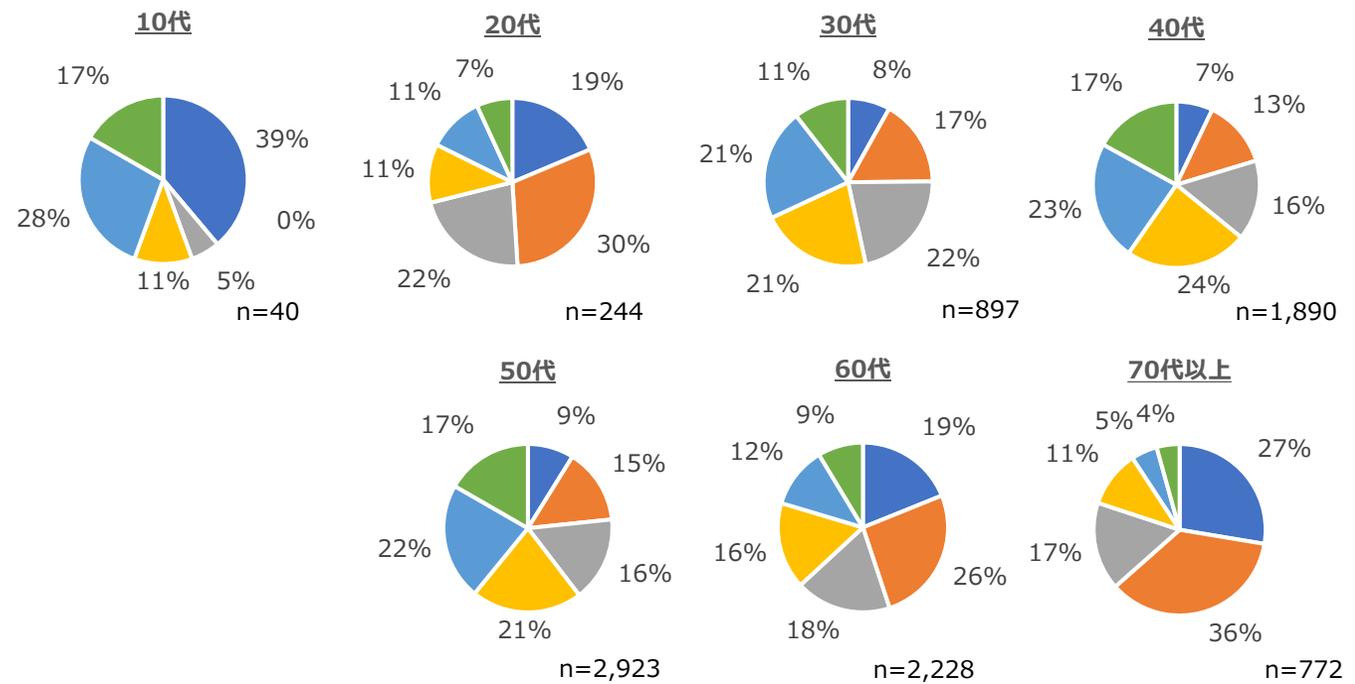
利用者（ユーザー）アンケート		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較（%）
指標⑤	事業効果の裨益（利用者属性等）	—	—	12~15頁	前回と同様の傾向

- 年代と世帯年収をクロス集計した結果、各世帯年収における年代の構成比率は、**世帯年収が低減するにつれ、60代以上（60代、70代以上）が占める割合が大きくなる傾向**にある（前回調査と同様）。
- また、各年代における世帯年収の構成比率を見ると、**30代～50代は世帯年収500万円以上が、それぞれ全体の7割以上を占めている**のに対し、**60代は世帯年収500万円未満が占める割合が5割弱、70代以上は7割弱を占めている**。

Q1.年代×Q6.世帯年収 クロス集計／世帯年収別の年代構成比率



Q1.年代×Q6.世帯年収 クロス集計／年代別の世帯年収構成比率



凡例

- 300万円未満
- 300～500万円未満
- 500～700万円未満
- 700～1,000万円未満
- 1,000～1,500万円未満
- 1,500万円以上

※不詳（わからない、回答しない） 除く

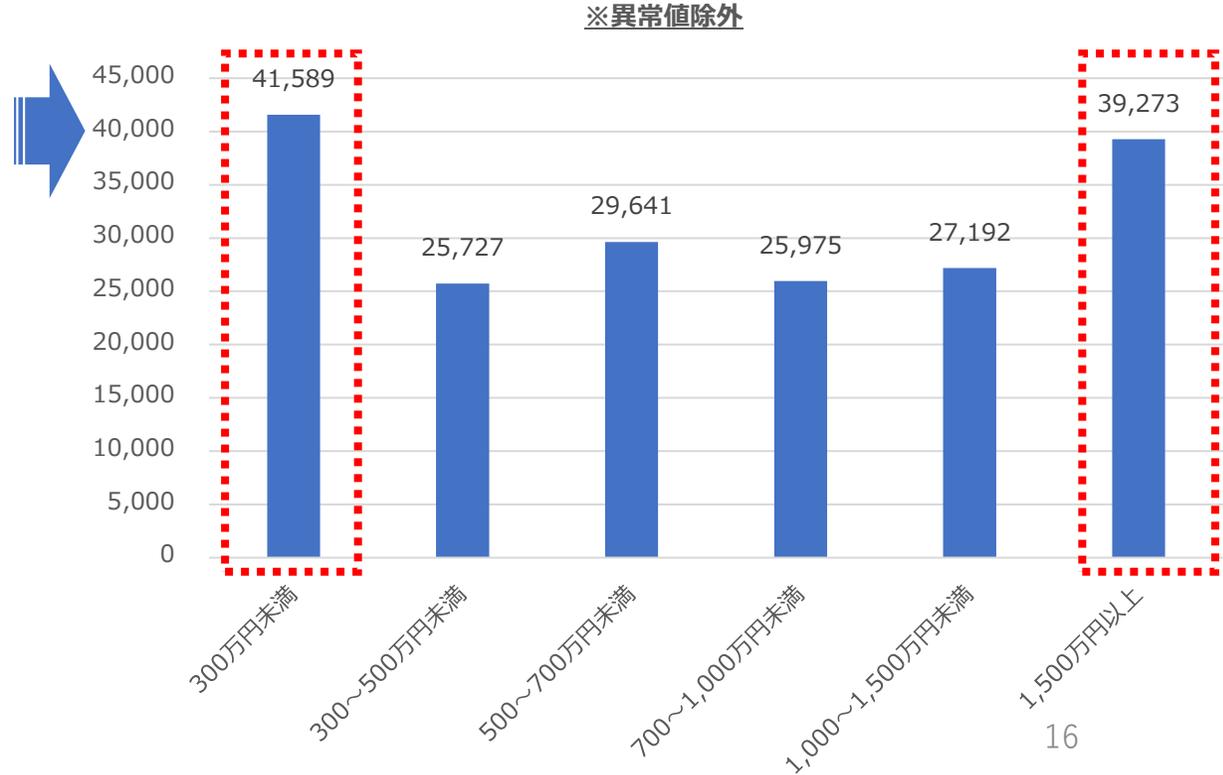
3 (3) 生活者支援⑤

利用者（ユーザー）アンケート		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較（24
指標⑥	期間中消費額	-	-	16頁	-

- 世帯年収と、期間中の消費額（コイン+ポイント+追加現金等/異常値除外）をクロス集計。前回調査では世帯年収と消費額の相関関係が認められたが、今回は**300万円未満と1,500万円以上の年収層が突出**する結果となった。
→1か月の短期実施であったため、前回（3か月）のような「年収に比例した消費傾向」に収斂しなかったと推察。
- せたがやPay基礎データを基に、各月の平均ポイント還元額を算出すると、各月の平均ポイント還元額は上限額の23%程度。**特定の利用者層（世代、世帯年収等）に対してのみ、極端に事業効果が集中している訳ではなく、利用者の広範にわたって、一定程度の事業効果が行き渡った**と評価できる。

世帯年収	平均消費額（コイン+ポイント+追加現金等）※異常値除外
300万円未満	41,589
300~500万円未満	25,727
500~700万円未満	29,641
700~1,000万円未満	25,975
1,000~1,500万円未満	27,192
1,500万円以上	39,273

世帯年収及び平均消費額（コイン+ポイント+追加現金等）の相関 n=5,845



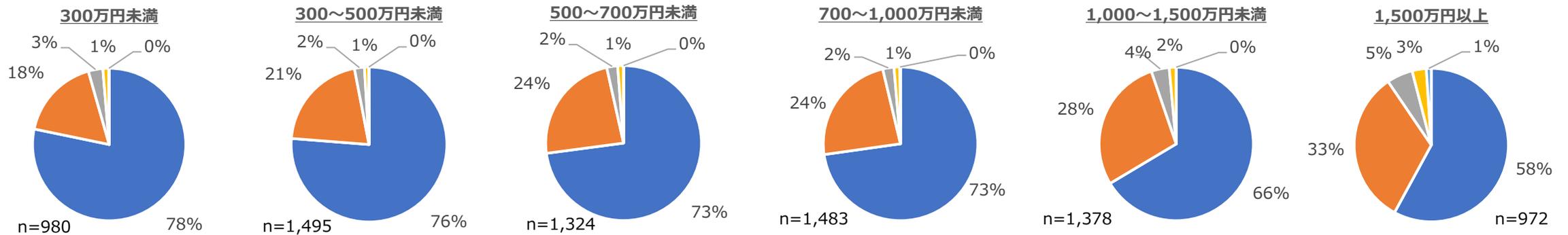
せたがやPay基礎データより算定

実施月	還元率	月上限	ポイント総額	アクティブユーザー	平均ポイント還元額
R7.7月	最大15%	10,000pt	248百万pt	10.6万人	2,340pt/人
以下参考					
R7.3月	最大20%	10,000pt	366百万pt	10.3万人	3,545pt/人
R7.4月			312百万pt	11.0万人	2,850pt/人
R7.5月			最大10%	131百万pt	10.2万人

3 (3) 生活者支援⑥

利用者（ユーザー）アンケート		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標⑦	物価高騰に対する生活下支えの貢献度	4.295点	4.289点	4.218点	-2%
指標⑧	総合満足度	7.79点	8.09点	7.91点	-2%

- 世帯年収と物価高騰の家計への影響をクロス集計した結果、**全年収層とも「家計への負担を感じる」とする回答は9割以上**を占めている（前回調査と同様の傾向）。
- さらに、**年収が低い層ほど物価高騰による家計への負担を「とても実感」しており、その割合は年収が上がるにつれて段階的に減少する傾向**にある（前回調査と同様の傾向）。



Q6.世帯年収×Q10.物価高騰の家計への影響のクロス集計	Q10.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					
	とても感じる	やや感じる	どちらともいえない	あまり感じない	全く感じない	合計 (n=8,994)
300万円未満	767	170	30	12	1	980
300~500万円未満	1140	310	31	13	1	1,495
500~700万円未満	965	313	30	16	0	1,324
700~1,000万円未満	1079	349	35	18	2	1,483
1,000~1,500万円未満	915	391	52	20	0	1,378
1,500万円以上	563	317	53	29	10	972
わからない	383	88	32	12	0	515
回答しない	601	202	29	13	2	847
合計 (n=8,994)	6413	2140	292	133	16	8,994

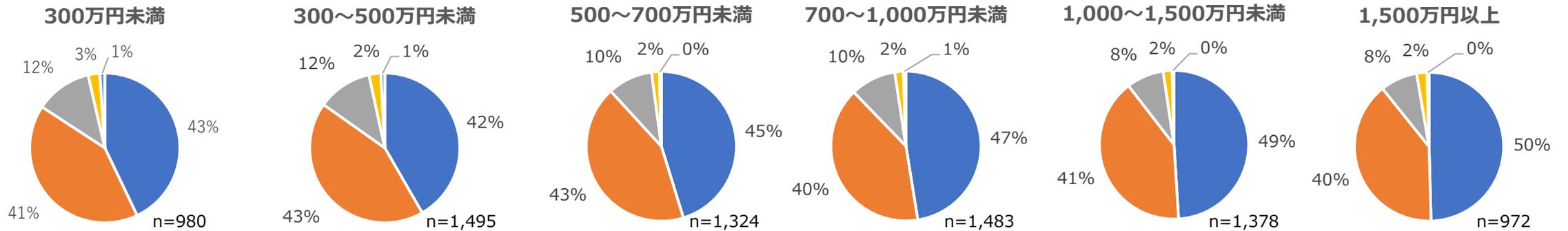
凡例

- とても感じる
 - やや感じる
 - どちらともいえない
 - あまり感じない
 - 全く感じない
- ※不詳（わからない、回答しない）除く

3 (3) 生活者支援⑦

利用者（ユーザー）アンケート		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標⑦	物価高騰に対する生活下支えの貢献度	4.295点	4.289点	4.218点	-2%
指標⑧	総合満足度	7.79点	8.09点	7.91点	-2%

- 世帯年収と生活下支えの貢献度についてクロス集計。**全年収層とも「貢献した」とする回答が8割以上**を占めているが、**年収が高い層ほど貢献度を高く評価する傾向**にある。なお、前回調査より2ポイント減。
- 世帯年収と総合満足度についてクロス集計。全年収層で高い数値を示しているが、貢献度と同様に**年収が高い層ほど僅かに満足度が高い傾向**にある。なお、前回調査より2ポイント減。



Q6.世帯年収 ×Q15.本事業の消費下支え や生活支援への貢献度	Q15.夏のポイント還元！せたがや暮らし応援キャンペーンは、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ずますか。						Q6.世帯年収 ×Q16.総合的な満足度 (平均スコア)
	とても貢献した	やや貢献した	どちらともいえない	あまり貢献していない	全く貢献していない	合計 (n=8,994)	
300万円未満	377	435	126	31	11	980	7.73
300~500万円未満	544	725	175	35	16	1,495	7.73
500~700万円未満	550	585	147	29	13	1,324	7.92
700~1,000万円未満	649	621	161	41	11	1,483	8.03
1,000~1,500万円未満	603	623	112	33	7	1,378	8.11
1,500万円以上	444	387	99	32	10	972	8.19
わからない	197	222	80	10	6	515	7.81
回答しない	319	390	107	25	6	847	7.79
合計 (n=8,994)	3683	3988	1007	236	80	8,994	7.91

凡例

- ととも貢献した
- やや貢献した
- どちらともいえない
- あまり貢献していない
- 全く貢献していない

※不詳（わからない、回答しない）除く

3 (4) 区内経済活性化①

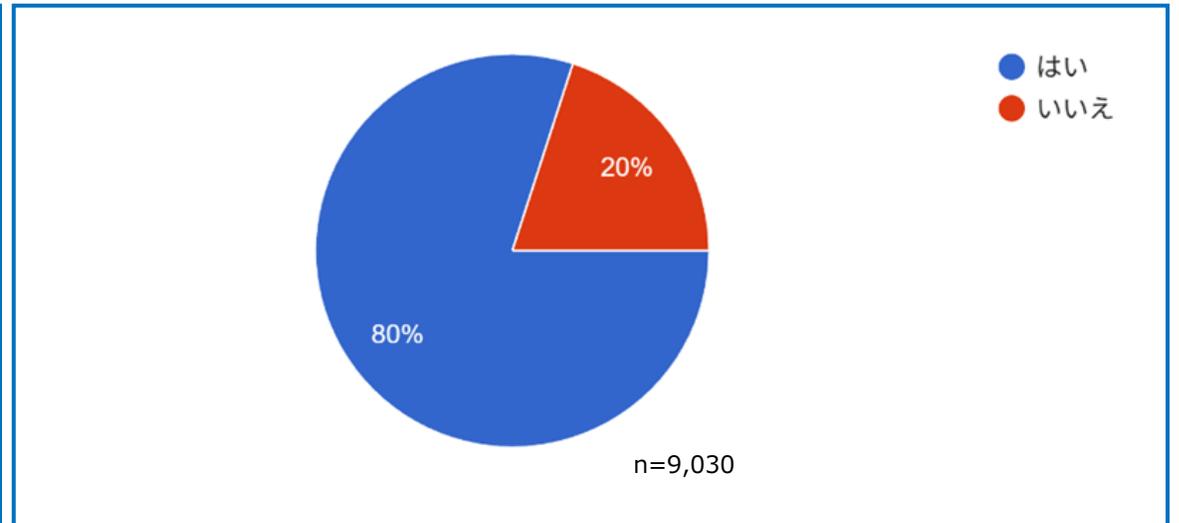
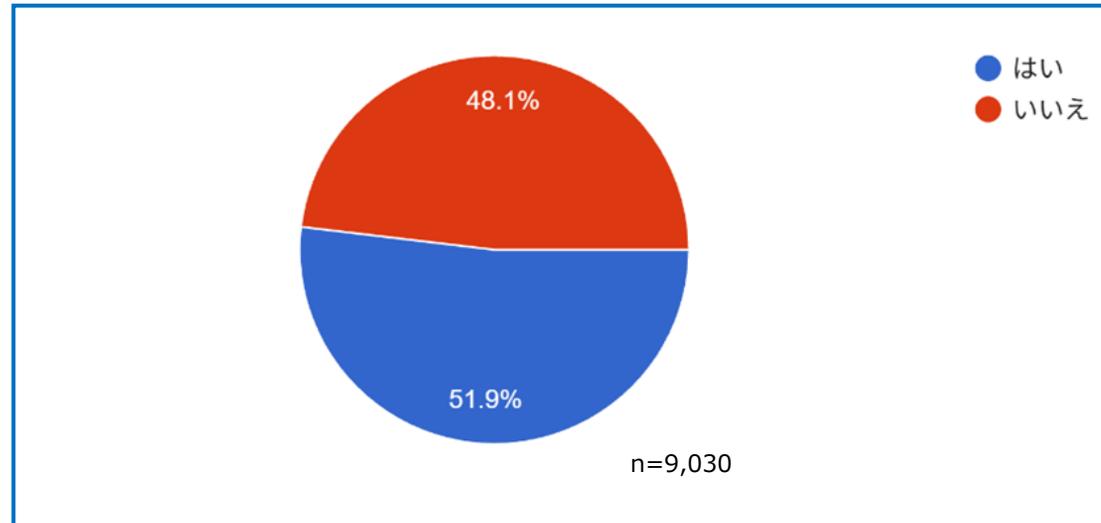
利用者（ユーザー）アンケート		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標⑨	地元店舗への誘導効果	64.7%	66.0%	51.9%	-22%
指標⑩	地元店舗の利用機会増加	85.6%	85.6%	80.0%	-7%

- 前回調査と比較し、「**地元への誘導効果**」は**22%減**、「**地元店舗の利用機会増加**」は**7%減**と両指標とも大幅に縮小。
- 3か月間実施した前回事業と異なり、今回事業は1か月の短期実施であったこと等が主な要因と推察。

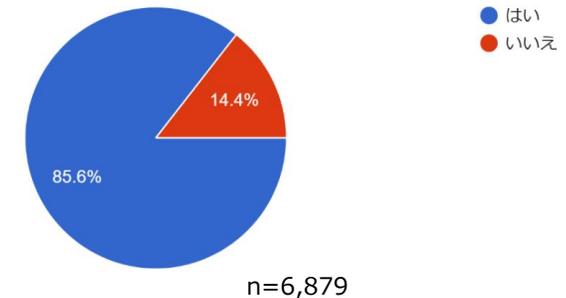
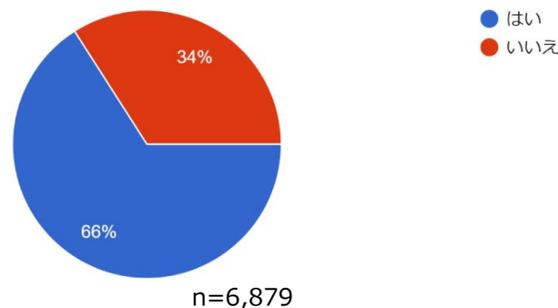
Q13.今まで利用したことのない店舗を利用したか。

Q14.地元のお店（世田谷区のお店）を利用する機会が増えたか。

今回結果



前回結果



3 (4) 区内経済活性化②

事業者(加盟店) アンケート		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標①	売上への効果	3.279点	3.304点	3.376点	2%
指標②	来店客数への効果	3.216点	3.232点	3.254点	0%

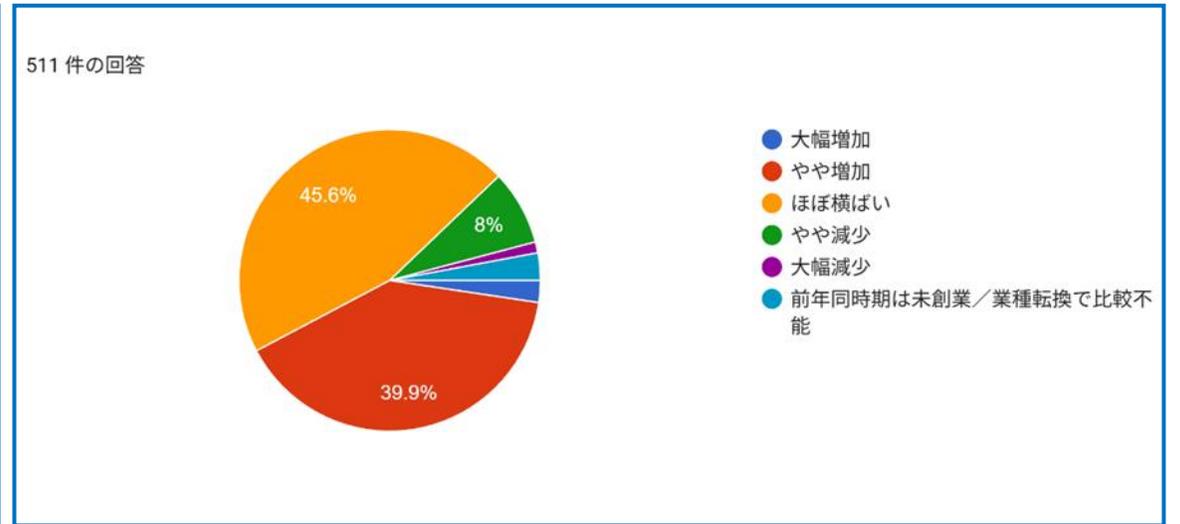
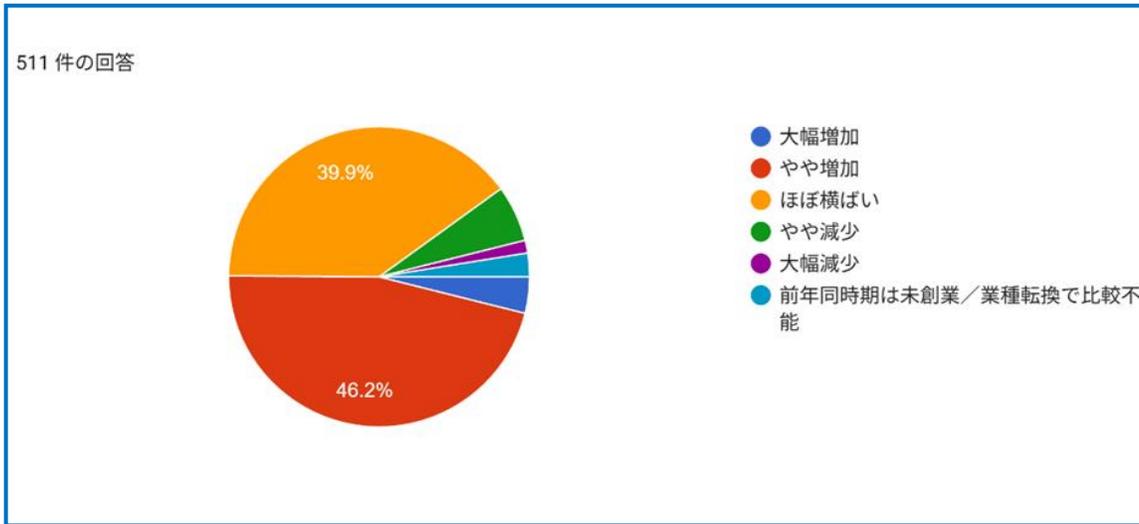
28

- 「大幅増加」～「業種転換で比較不能」について6段階評価（5点～0点）と定義し、平均評価を点数化することで、今回結果と前回結果とを比較。
- 「売上への効果」、「来店客数への効果」とともに、**前回結果よりも平均評価評価点が若干上振れする結果**となった。

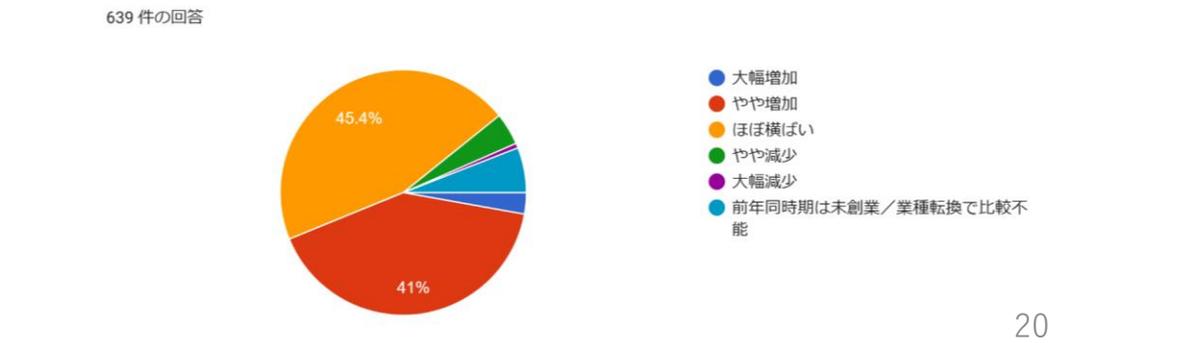
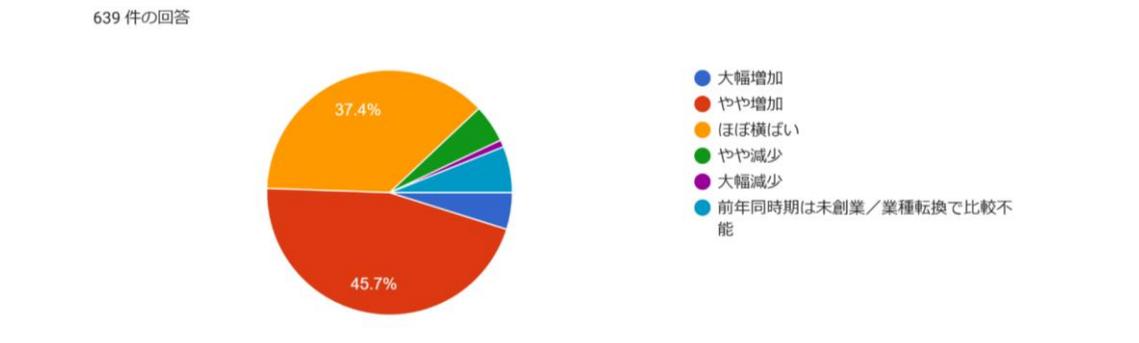
Q13.事業実施による、前年同時期と比較した売上の変化

Q14.事業実施による、前年度同時期と比較した来店客数の変化

今回結果



前回結果



3 (4) 区内経済活性化③

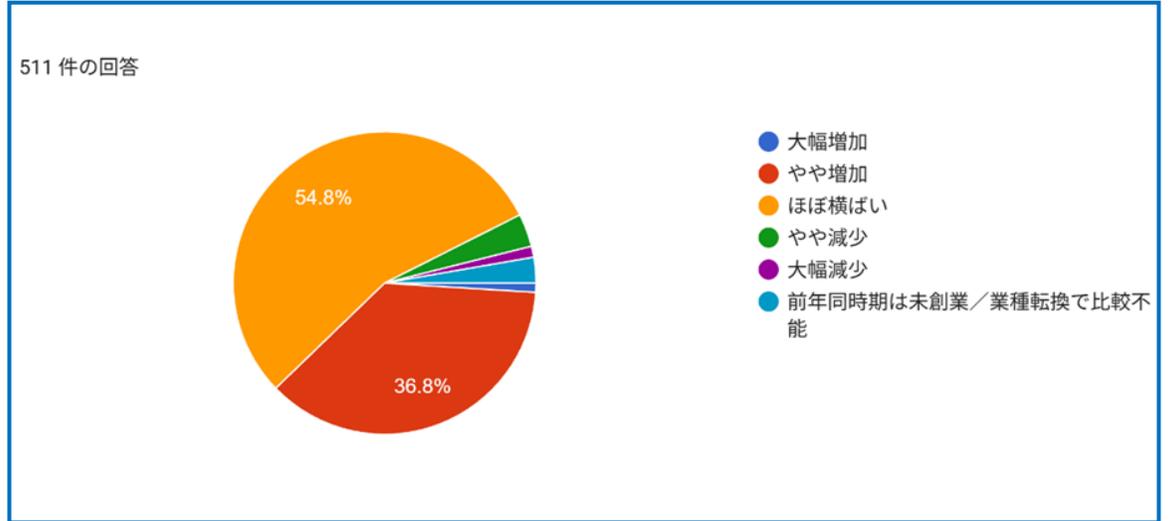
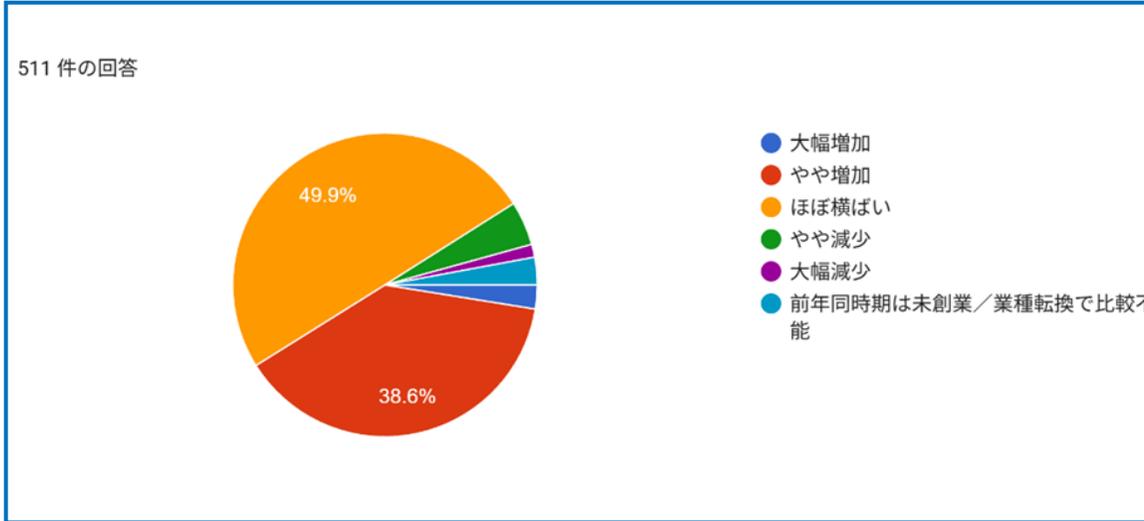
事業者(加盟店) アンケート		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標⑬	客単価への効果	3.111点	3.2点	3.274点	2%
指標⑭	新規顧客数への効果	3.189点	3.203点	3.247点	1%

- 本設問も平均評価を点数化することで、今回結果と前回結果とを比較。
- 「客単価への効果」、「新規顧客数への効果」とともに、**前回結果よりも平均評価評価点が若干上振れする結果**となった。

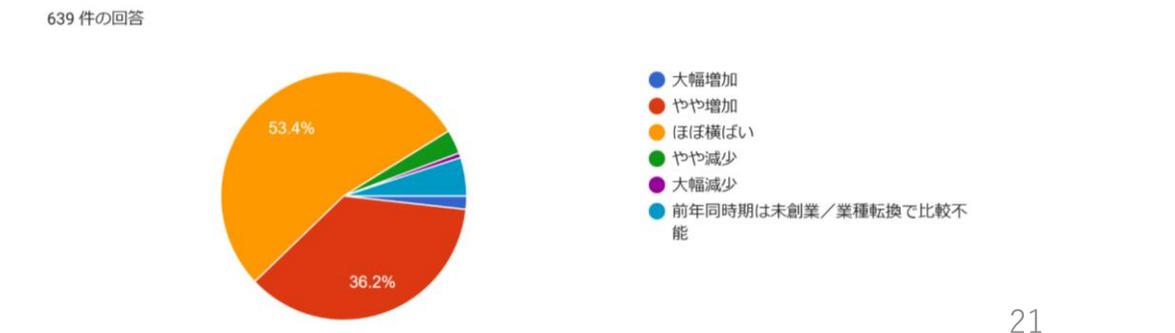
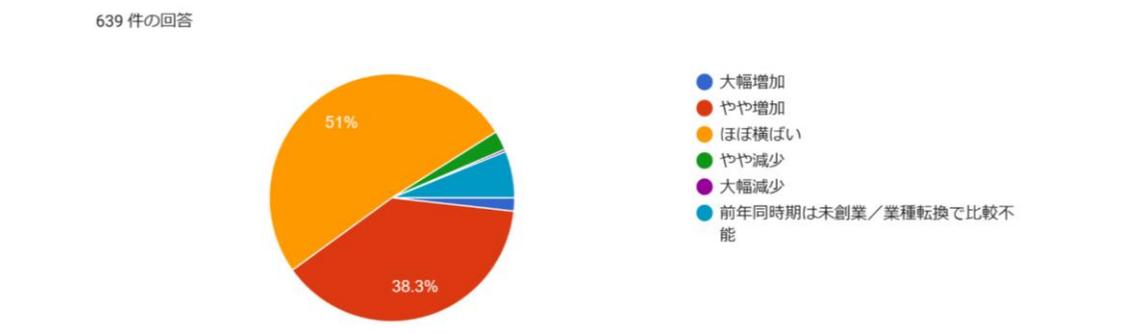
Q15.事業実施による、前年同時期と比較した客単価の変化

Q16.事業実施による、前年度同時期と比較した新規顧客数の変化

今回結果



前回結果



3 (4) 区内経済活性化④

事業者(加盟店) アンケート		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標⑮	経営支援への貢献度	3.826点	3.938点	3.888点	-2%
指標⑯	総合満足度	7.17点	7.65点	7.59点	-1%

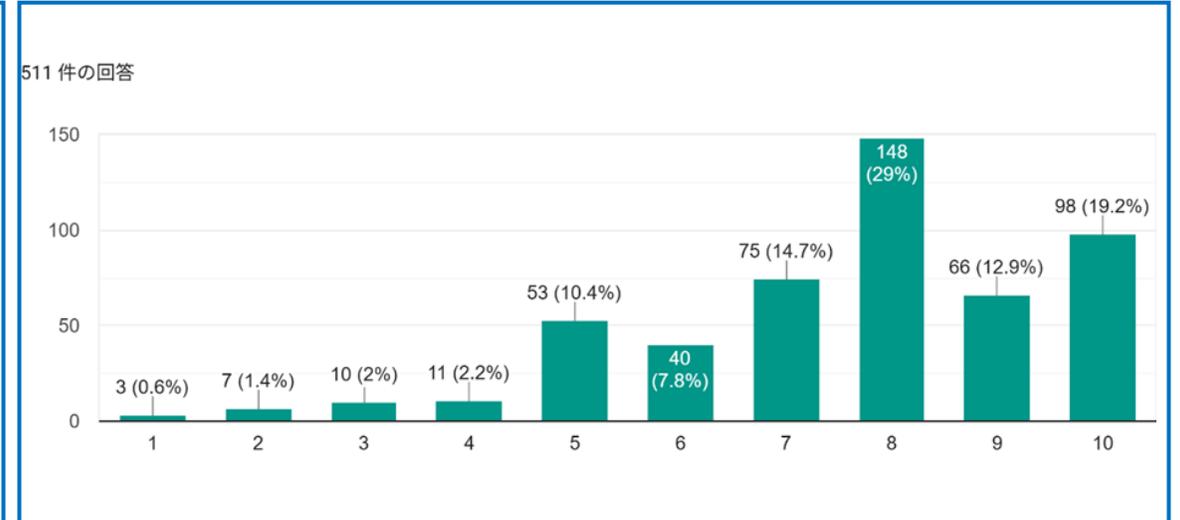
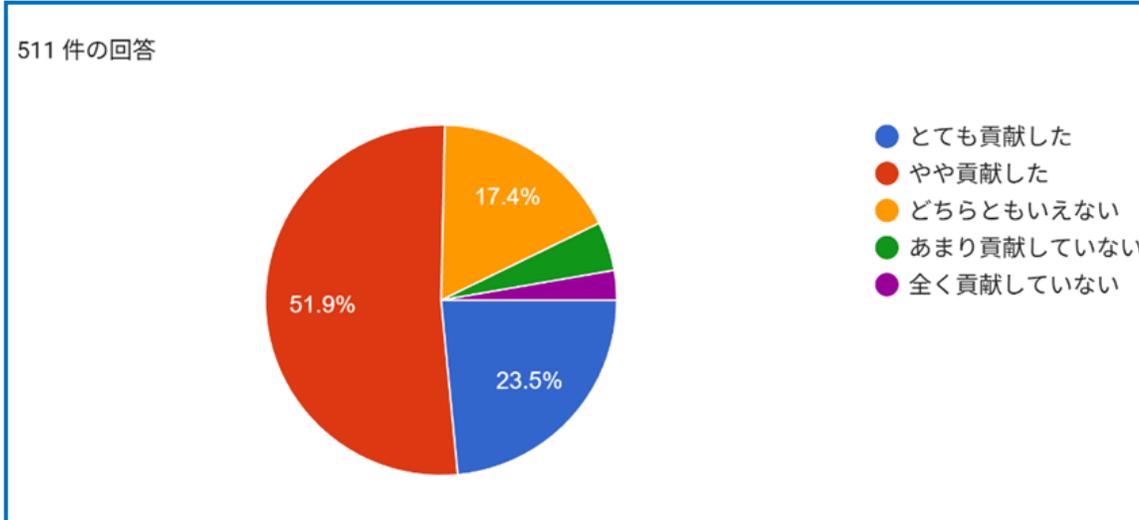
30

- 「経営支援への貢献度」に係る設問は平均評価を点数化し、「総合満足度」はその平均値について今回結果と前回結果とを比較。
- 「経営支援への貢献度」、「総合満足度」ともに、**前回結果よりも平均評価評価点が下振れする結果**となった。

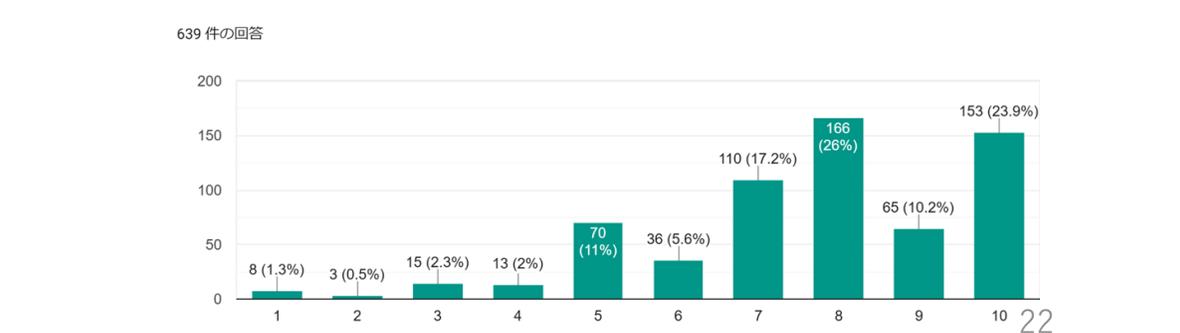
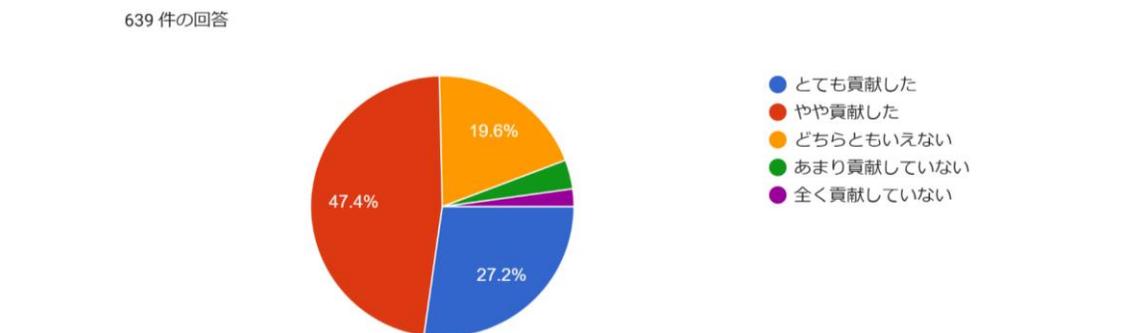
Q18.本事業の経営支援の貢献度

Q19.本事業に対する総合満足度

今回結果



前回結果



3 (4) 区内経済活性化⑤

● 『消費喚起喚起効果』

本事業をきっかけに、普段よりも多く、普段よりも高額な財・サービスを費消した効果

● 『区外流出防止効果』

本事業をきっかけに、普段は区外やECサイト等で購入している財・サービスを、せたがやPayで購入し、区外への消費の流出を防止した効果（区内消費誘導効果）。

事業効果額推計		前々回結果	前回結果	今回結果	前回比較 (%)
指標⑰	消費喚起効果	1,543百万円	1,729百万円	631百万円	- 31
	ポイント原資額に対する倍率	2.02倍	2.14倍	2.54倍	18%
指標⑱	区外流出防止効果	1,333百万円	1,311百万円	496百万円	-
	ポイント原資額に対する倍率	1.74倍	1.62倍	2.00倍	23%
指標⑲	経済波及効果	3,206百万円	3,347百万円	1,226百万円	-
	ポイント原資額に対する倍率	4.20倍	4.14倍	4.94倍	19%
※ポイント原資額		763百万円	809百万円	248百万円	-

利用者アンケートQ.17において――

- ①利用コイン
- ②付与ポイント
- ③追加で支払った現金等
- ④①～③の合計額の内、区外やEC購入からせたがやPayで購入へ変更した金額
- ⑤①～③の合計額の内、普段よりも多め高めに購入した金額

を聴取し、推計に係る基礎データとして活用。

異常値（下図参照）を除外の上（2,138件除外）で、
 全体消費額から普段の消費を控除した『消費喚起効果額』、
 全体消費額から区内消費額を控除した『区外流出防止効果額』を推計。
 （全体回答9,030件、有効回答6,892件／全体76%）

異常値除外条件

- 1 ① 利用されたコイン"1,000"コイン未満を除外
- 2 ① 利用されたコイン"100,001"コイン超を除外
- 3 ② 付与されたポイント"1ポイント"未満を除外
- 4 ② 付与されたポイント"10,001ポイント"以上を除外
- 5 ② ポイントが①コイン以上のものを除外
- 6 ①～③の合計額よりも、E列（区外、ECサイト）の金額が大きいものを除外
- 7 ①～③の合計額よりも、F列（普段よりも多め高め）の金額が大きいものを除外
- 8 ③ せたがやPayと併せて追加で支払った現金等が5万円以上のものを除外

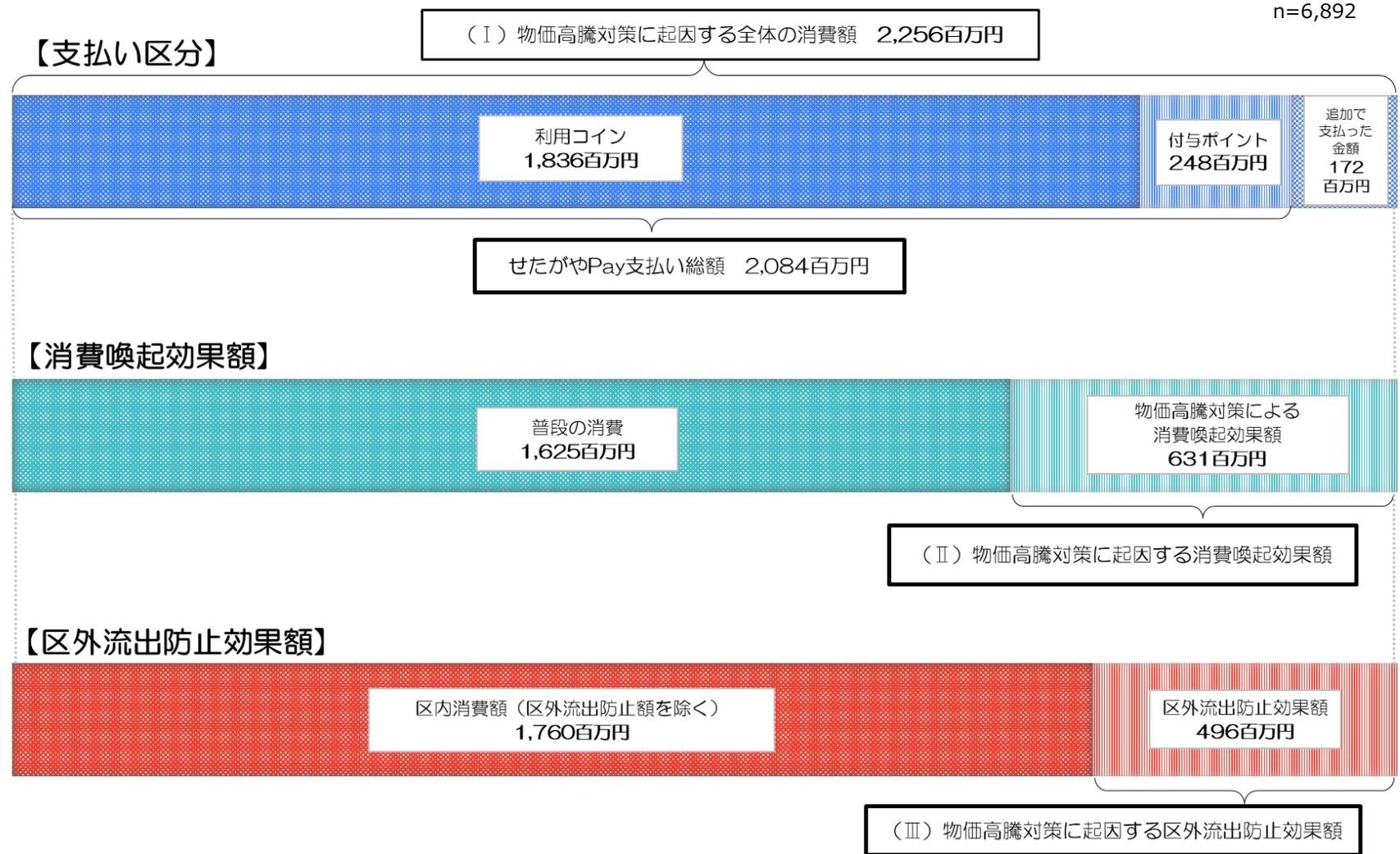
※どれか1つでも該当した場合、異常値として除外する。

3 (4) 区内経済活性化⑥

● 令和7年7月に実施した「物価高騰対策」に起因する全体の消費額は、2,256百万円 (I) と推計。

● 248百万円 (速報値) のポイント還元で、631百万円の『消費喚起効果』 (II) が生じたと推計。
(対公金原資 : 2.54倍)

● 248百万円 (速報値) のポイント還元で、496百万円の『区外流出防止効果額』 (III) が生じたと推計。
(対公金原資 : 2.00倍)



(定義)

- ✓ 「追加で支払った金額」
- ✓ 「普段の消費」
- ✓ 「消費喚起効果額」
- ✓ 「区外流出防止額」

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)
 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
 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
 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

3 (4) 区内経済活性化⑦

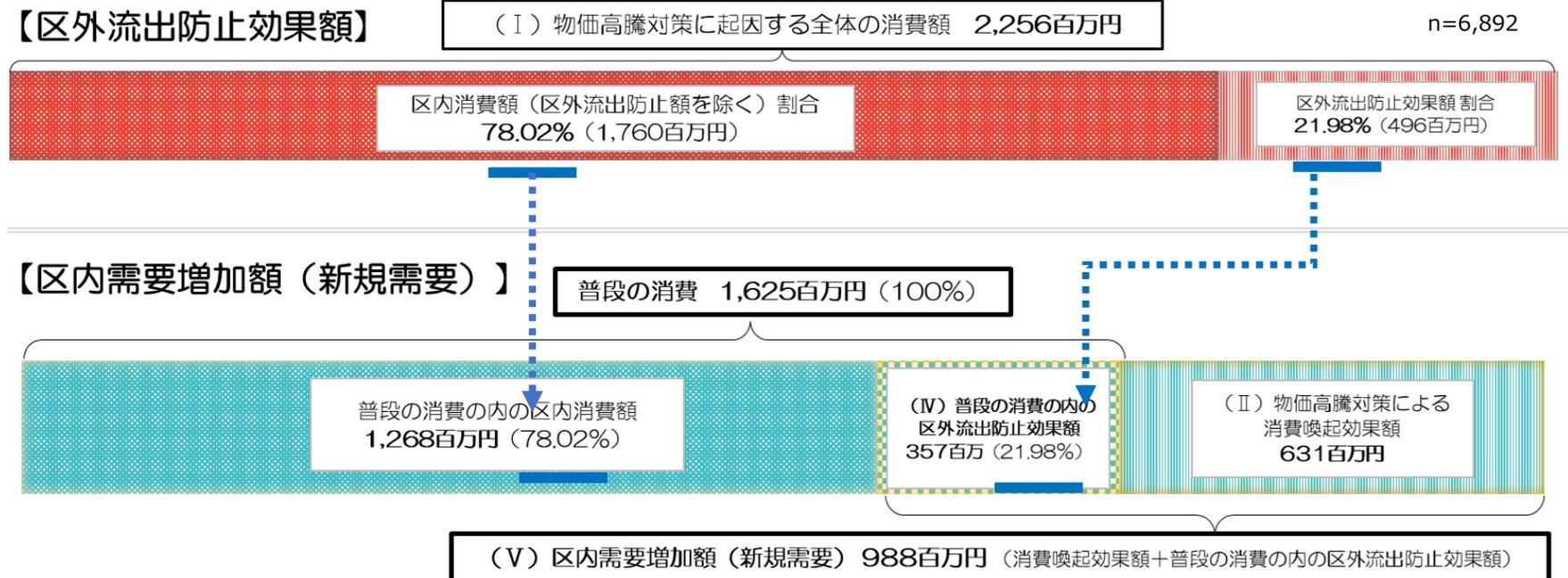
『経済波及効果（生産誘発効果）』

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。

- 普段の消費の内、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。

- （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の合計額を、**（Ⅴ）区内需要増加額 = 新規需要**と仮定。

- （Ⅴ）区内需要増加額 = 新規需要によって生じる、『**経済波及効果額（生産誘発効果額）**』を推計する（次頁）。



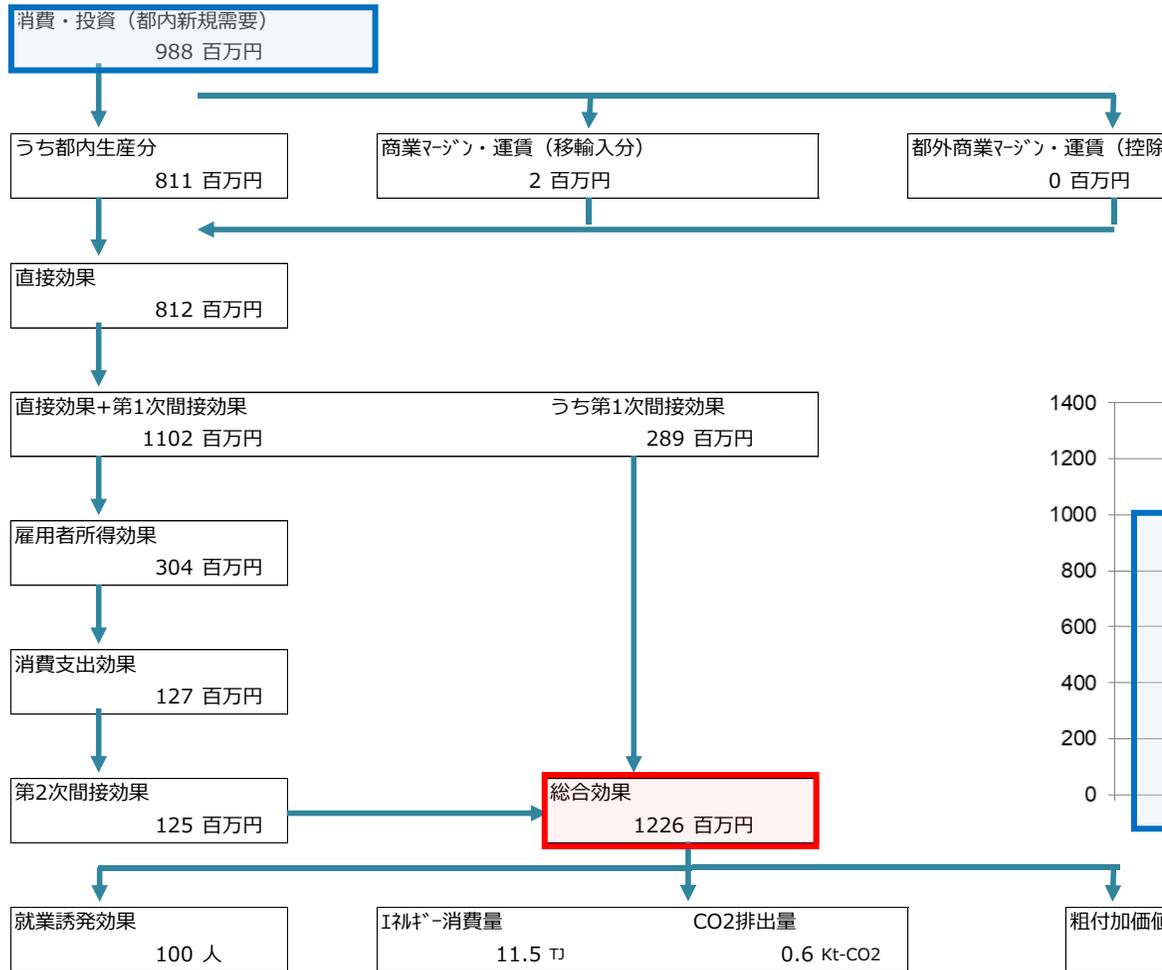
3 (4) 区内経済活性化⑧

区独自の産業連関表や経済分析ツールは不存在。

東京都の平成27年(2015年)東京都産業連関表の経済波及効果分析ツール(簡易分析用)を活用し、『経済波及効果額(総合効果)』を推計。都全体の基礎データを基にしていることを踏まえ、あくまで参考として推計し評価。

248百万円のポイント³⁴還元で、**1,226百万円**の『経済波及効果』が生じたと推計。
(対公金原資: 4.94倍)

分析結果(フローチャート)



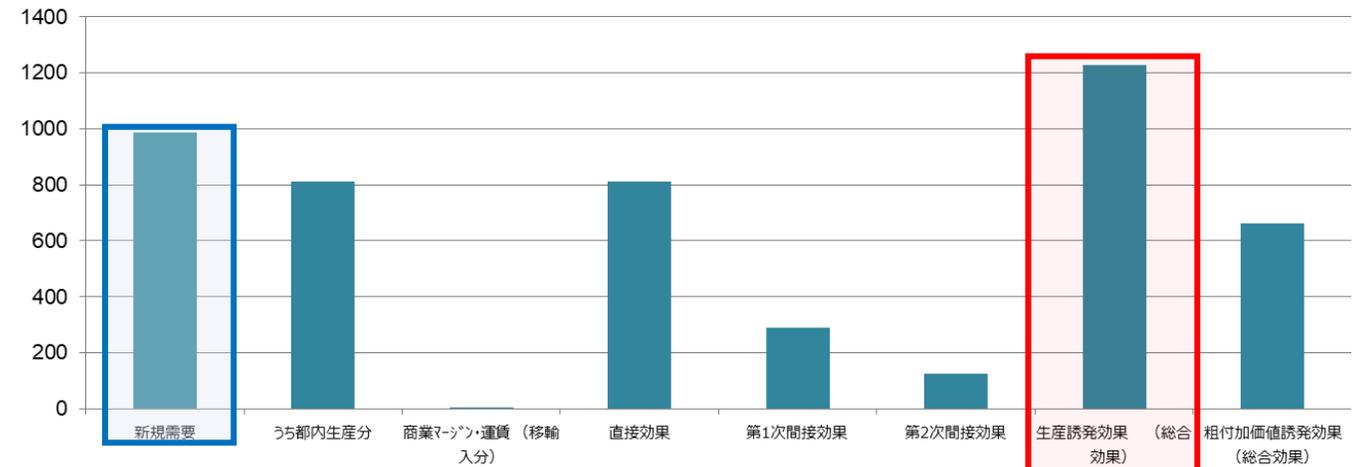
分析結果(グラフ)

新規需要の内訳 単位:百万円

	割合	金額
都内生産分	82.1%	811
他県生産分	15.9%	157
輸入分	2.0%	20
新規需要	100.0%	988

経済波及効果の内訳 単位:百万円

	割合	金額
新規需要		988
うち都内生産分		811
商業マージン・運賃(移輸入分)		2
直接効果	66.2%	812
第1次間接効果	23.6%	289
第2次間接効果	10.2%	125
生産誘発効果(総合効果)	100.0%	1226
粗付加価値誘発効果(総合効果)		661



東京都の平成27年(2015年)東京都産業連関表の経済波及効果分析ツール(簡易分析用)による分析結果より抜粋
東京都産業連関表 経済波及効果分析ツール | 東京都の統計 26

満足・期待される点（Q21）（5,120件）

- **高還元キャンペーンが好評**：20～30%の還元が家計支援・消費促進に効果的。継続を強く希望。
- **利用店舗の拡充を期待**：スーパーやドラッグストア等、日常使いできる店舗の増加を望む声多数。
- **地域経済への貢献実感**：地元商店の利用促進や地域とのつながり強化に寄与。

不満・改善希望点（Q22）（4,874件）

- **使える店舗が少ない**：大型店や医療機関での利用を求める声が多く、情報更新の遅れも課題。
- **還元率が低く不安定**：通常還元が少なく、キャンペーン終了のタイミングに不満あり。
- **チャージ方法が不便**：対応銀行の少なさやクレジットカード未対応に改善要望が集中。

今後の活用案（Q23）（3,663件）

- **チャージ手段の多様化**：複数銀行・クレジットカード対応で利便性向上を期待。
- **加盟店のさらなる拡大**：生活密着型店舗や地域偏在の解消を求める声が多い。
- **還元施策の継続強化**：高還元キャンペーンの定期実施で利用促進を図るべき。

満足・期待される点（Q24）（220件）

- **高還元キャンペーンが売上増に貢献**：10%以上の還元率やポイント上限拡大を求める声が多。
- **手数料無料の継続希望**：換金・決済手数料の無料維持が事業継続に不可欠との認識。
- **認知・PR強化への期待**：利用促進のため広報活動や加盟店拡大を望む意見が多い。

不満・改善希望点（Q25）（208件）

- **キャンペーン設計の改善要望**：頻度・期間・上限の見直しと事前告知の充実を求める声が多。
- **手数料と取扱の公平性見直し**：加盟条件の差や未加盟店への負担設定に関する意見が多い。
- **チャージ利便性の向上**：クレジットカード対応や銀行連携、コンビニ入金の拡充を希望。

今後の活用案（Q26）（140件）

- **還元施策の強化継続**：高還元キャンペーンの定期実施と上限拡大を求める声が多。
- **チャージ手段の多様化**：クレジットカード連携やオートチャージ機能への期待が高い。
- **販促機能の拡充**：スタンプラリーやポイントカード機能など、再来店促進策の導入を希望。

せたがやPay 事業の進捗

- アクティブユーザー数は、月間で約**10.6万人**。
- 加盟店舗数は、月間**75店舗**増加し、令和7年7月末時点で**6,047店舗**が加盟。
- せたがやPay決済額は、月間で約**18.9億円**。
- 還元が無くてもせたがやPayを継続利用したいというユーザーが、前回調査より**3.9ポイント**増加。

生活者支援

- **全年収層満遍なく**、せたがやPayを利用。特に**世帯年収700万円以上の、40代～50代の二世帯世帯（子育て世帯）**が最も利用。消費支出・消費機会の多い複数人世帯（主に二世帯世帯）で多く利用される傾向にあり、**低所得者層、単身世帯の利用は相対的に少ない結果**。
- 世帯年収が低い層ほど物価高騰による家計負担を実感。（※今回は年収と消費との明確な相関関係は確認できず。）
- 還元ポイント平均額は**上限額の23%程度**。利用者の広範にわたって、一定程度の事業効果が行き渡ったと認識。
- 本事業の生活支援貢献度、総合満足度を一定程度評価（貢献度平均**4.218点/5点**、総合満足度平均**7.91点/10点**）

区内経済活性化

- 今まで利用したことのない地元店舗を利用した利用者は、**51.9%**。地元店舗の利用が増加した利用者は、**80.0%**。
- 前年同時期と比較して売上が増加した店舗は、**50.1%**。来客数が増加した店舗は、**42.2%**。
- 本事業による経営支援の貢献を実感した店舗は、**75.4%**。本事業への総合満足度は、**平均7.59点/10点**。
- 本事業による「消費喚起効果額」は、**約631百万円**と推計（ポイント原資に対し**2.54倍**の効果）。
- 本事業による「区外流出防止効果額」は、**約496百万円**と推計（ポイント原資に対し**2.00倍**の効果）。
- 本事業による「経済波及効果額」は、**約1,226百万円**と推計（ポイント原資に対し**4.94倍**の効果）。※東京都産業連関表より

令和7年3月～5月 せたがやPayポイント 還元事業との比較

- 前回事業「令和7年3月～5月せたがやPayポイント還元事業」結果との比較について、利用者属性の分析に係る指標④及び⑤を除く17の指標の内、**2つの指標で前回と同等、7つの指標で前を下回り、8つの指標で前を上回った**。
- 「地元店舗への誘導効果」（指標⑨）及び「地元店舗の利用機会増加」（指標⑩）について、前回事業の実施期間や還元スキームは異なるものの、それぞれ**-22%**、**-7%**と大きく減少した。
- 一方、「消費喚起効果」（指標⑰）、「区外流出防止効果」（指標⑱）、「経済波及効果」（指標⑲）は、あくまで推計であるが、前回事業から、それぞれ**+18%**、**+23%**、**+19%**と大きく増加した。

- 事業目的に沿った指標を設定し検証した結果、物価高に苦しむ生活者・事業者に対し、消費下支え等を通じた「生活者支援」や「区内経済活性化」の後押しに資する事業効果があったと考えられる。
- ポイント原資総額（公金支援額）に対して、2.54倍の消費喚起効果、2.00倍の区外流出防止効果、4.94倍の経済波及効果（生産誘発効果）が推計されたことから、事業実施により一定の経済効果があったと評価できる。
- 消費機会や消費支出の多い複数人世帯（特に子育て世帯）にせたがやPayが多く利用される傾向が認められた。
- 実際に還元されたポイントの平均値を算出すると、上限10,000ポイントに対し平均2,340ポイントの還元であったことから、特定の利用者層（世代、世帯年収等）に対してのみ、極端に事業効果が集中している訳ではなく、利用者の広範にわたって、一定程度の事業効果が行き渡ったと評価できる。
- せたがやPay利用者の63.2%が低還元でも継続利用を希望し、還元なしでも継続利用を希望する層は14.5%と前回調査より3.9ポイント増加している。また、アンケートにおいて、地元商店街や個人店の支援に繋がる点が高く評価されており、地域消費の促進や地元とのつながり強化に貢献しているとの声が多く寄せられていることから、せたがやPayの事業コンセプトが浸透し、評価や期待が着実に向上している。
- 今般の物価高騰対策実施後も切れ目なく、「区内経済循環推進施策」（最大3%ポイント還元事業）を継続支援している。10月には3,000品目超の飲食料品が値上げするなど、原材料価格や物流費、人件費等の上昇が続いている。引き続き物価高騰等の社会経済状況や、それに係る国や東京都の交付金・補助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区民生活の下支えに取り組んでいく。

令和7年7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7年11月
経済産業部 商業課

1. 調査目的

令和7年7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や、せたがや Pay 利用率の向上や利活用の幅を広げることを企図し、利用者や加盟店の意見を幅広く吸い上げることを目的とする。

■令和7年7月 せたがや Pay ポイント還元事業 概要

(1) 物価高騰対策 「夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーン」

【実施期間】

令和7年7月1日（火）～7月31日（木）

【内容】

中小個店での決済額の最大15%分のポイントを還元

還元率：中小個店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）】

2.45 億円

【事業費実績（速報）】

2.48 億円

■参考：令和7年9月現在のせたがや Pay 関連数値（カッコ内は令和6年9月時点数値）

(1) せたがや Pay アプリダウンロード数

：約 520,000 ダウンロード（約 410,000 ダウンロード）

(2) せたがや Pay 登録店舗数

：約 6,100 店舗（約 5,600 店舗）

(3) せたがや Pay 決済総額（累計）

：約 453 億円（約 309 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 510,000 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7年8月15日（金）～8月31日（日）

(5) 全体回答数：9,030 アカウント

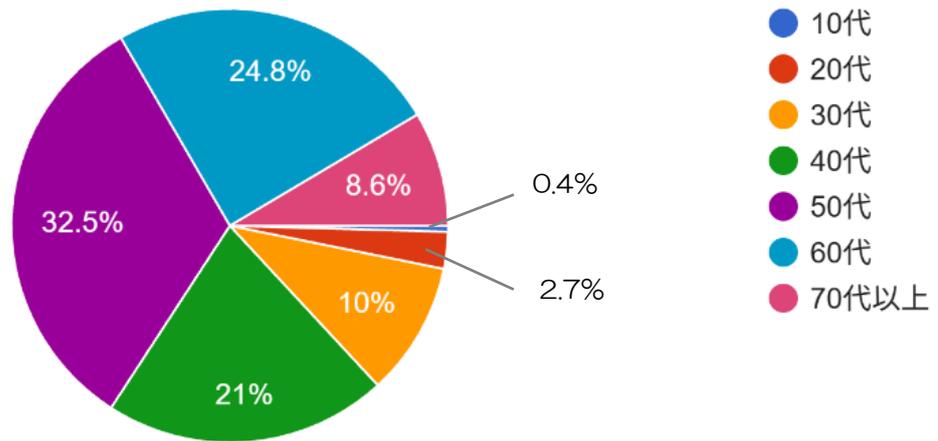
数値の見方：特に断りがない場合、すべての設問の n 値は 9,030

※n 値とはサンプル数（アンケート回答件数）

3. 標本構成

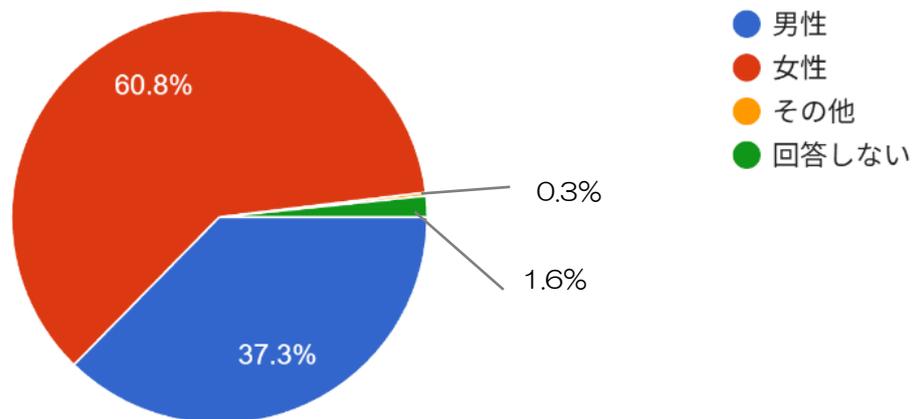
1. 年代を教えてください（1つだけお選びください）

9,030 件の回答



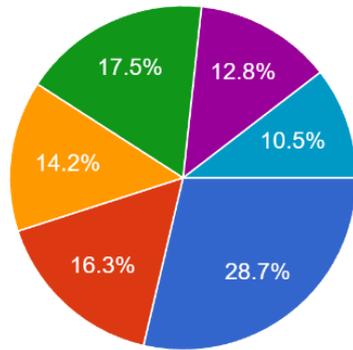
2. 性別（性自認）を教えてください（1つだけお選びください）

9,030 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)

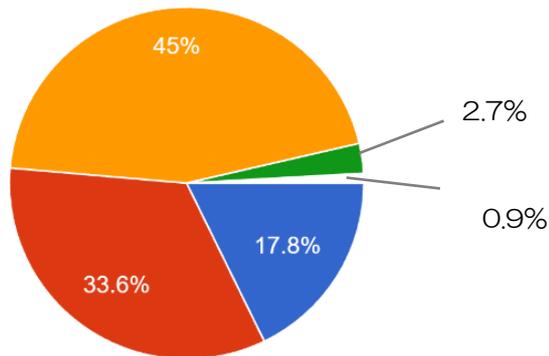
9,030 件の回答



- 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...)
- 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...)
- 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、...)
- 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)
- 烏山エリア (上北沢地区、上祖師谷地...)
- 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)

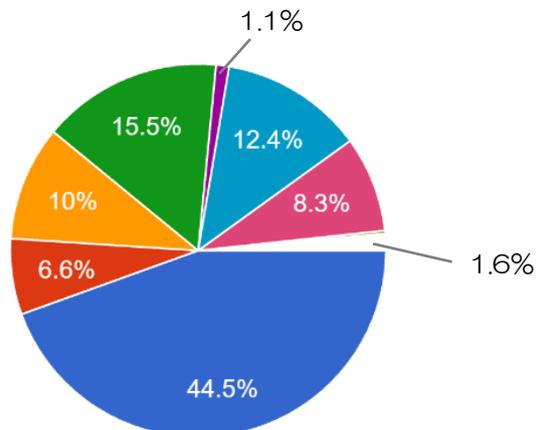
9,030 件の回答



- 単身世帯 (一人暮らし)
- 夫婦・パートナー (事実婚含む) のみ...
- 二世帯世帯 (親と子)
- 三世帯世帯 (親と子と孫)
- その他 (兄弟等)

5. 職業を教えてください (1つだけお選びください)

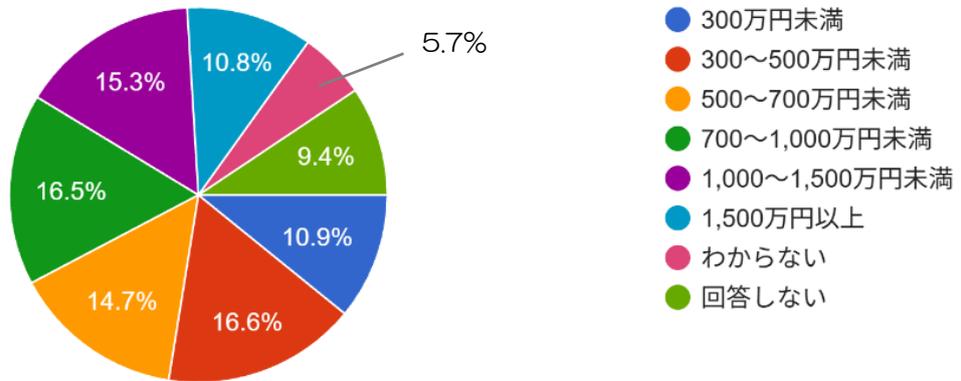
9,030 件の回答



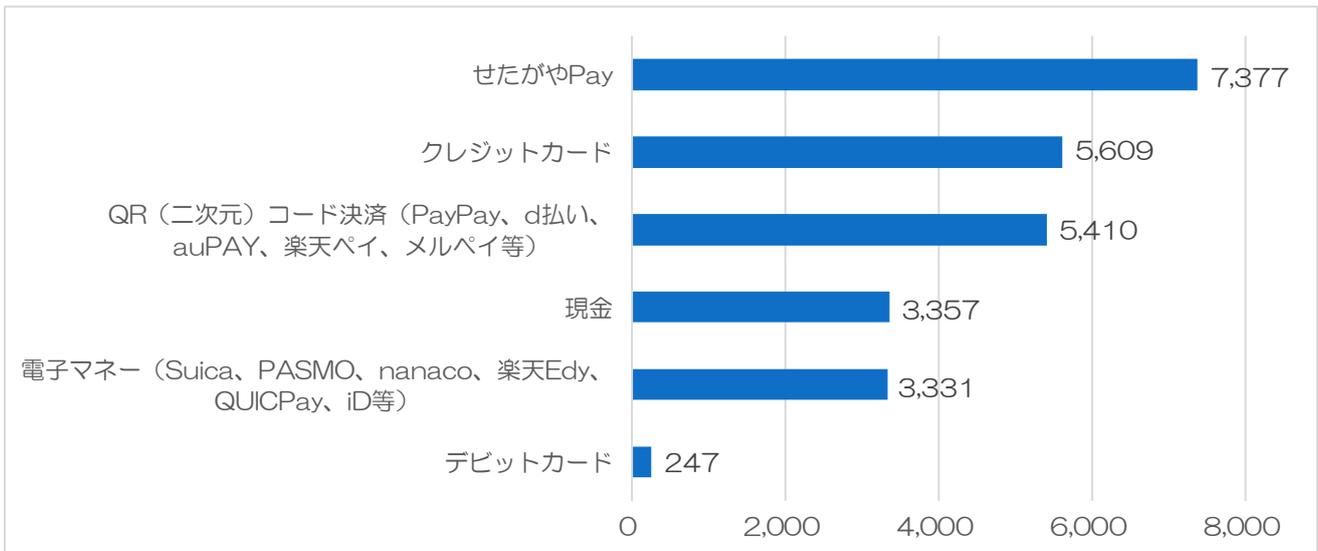
- 会社員
- 公務員・団体職員
- 自営業
- パート・アルバイト
- 学生
- 専業主婦 (夫)
- 無職
- その他

6.世帯年収を教えてください。(1つだけお選びください)

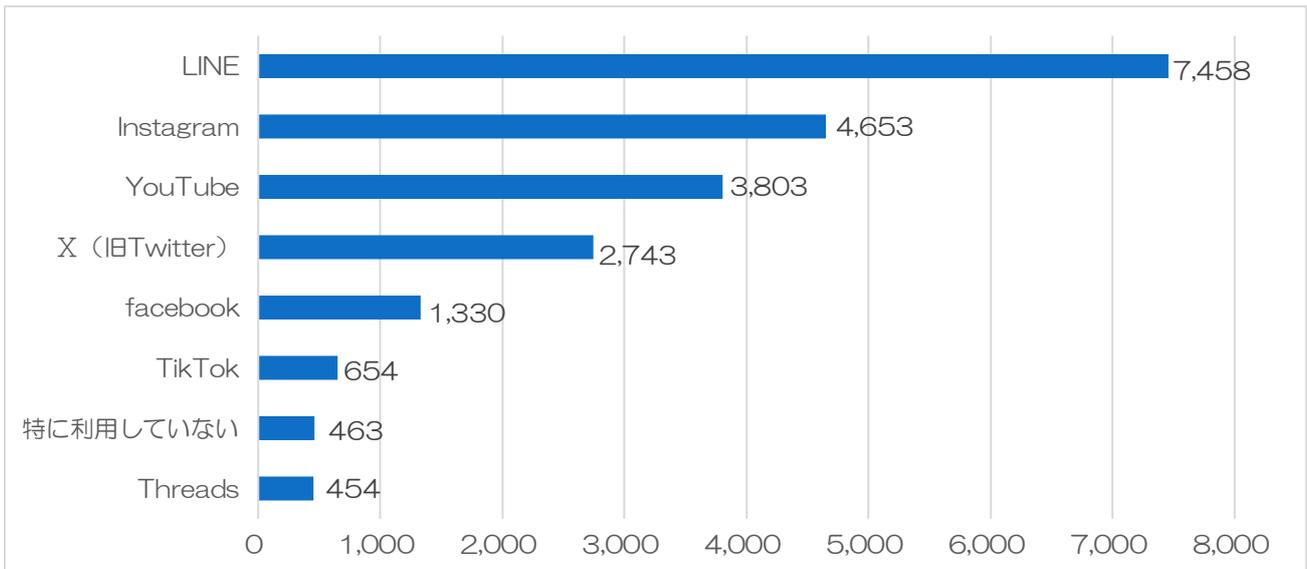
8,994 件の回答



7. 店頭での主な支払方法を教えてください。(複数回答可)

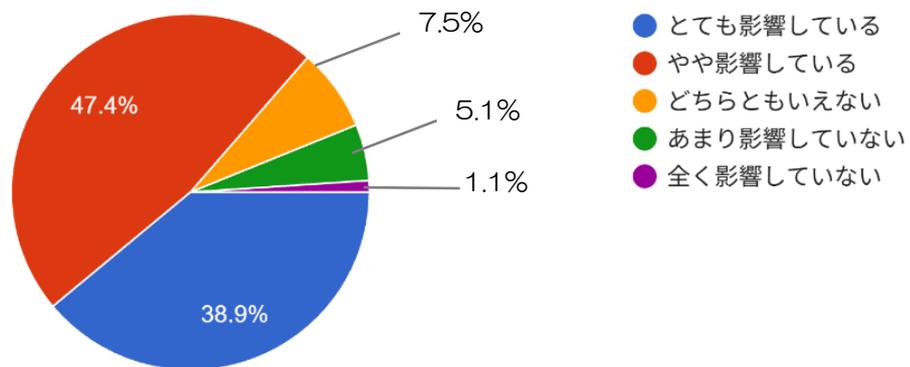


8. よく使う SNS を教えてください。(複数回答可)



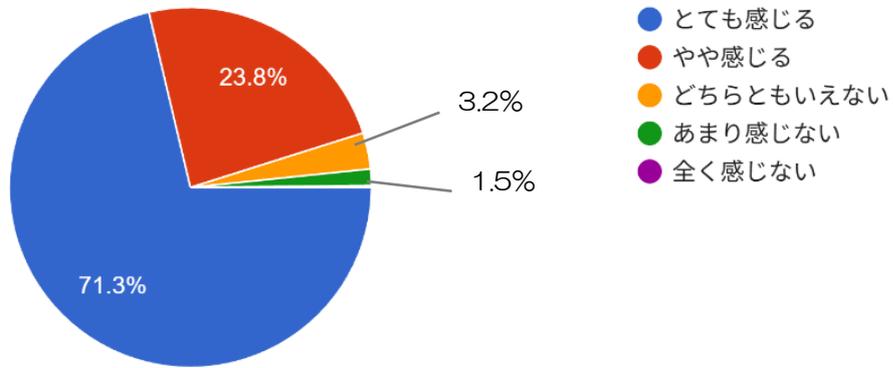
9. せたがや Pay を始めとした、店舗におけるキャッシュレス対応の有無は、貴方が店舗を選択する際に影響していると感じますか。(1つだけお選びください)

9,016 件の回答



10. 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)

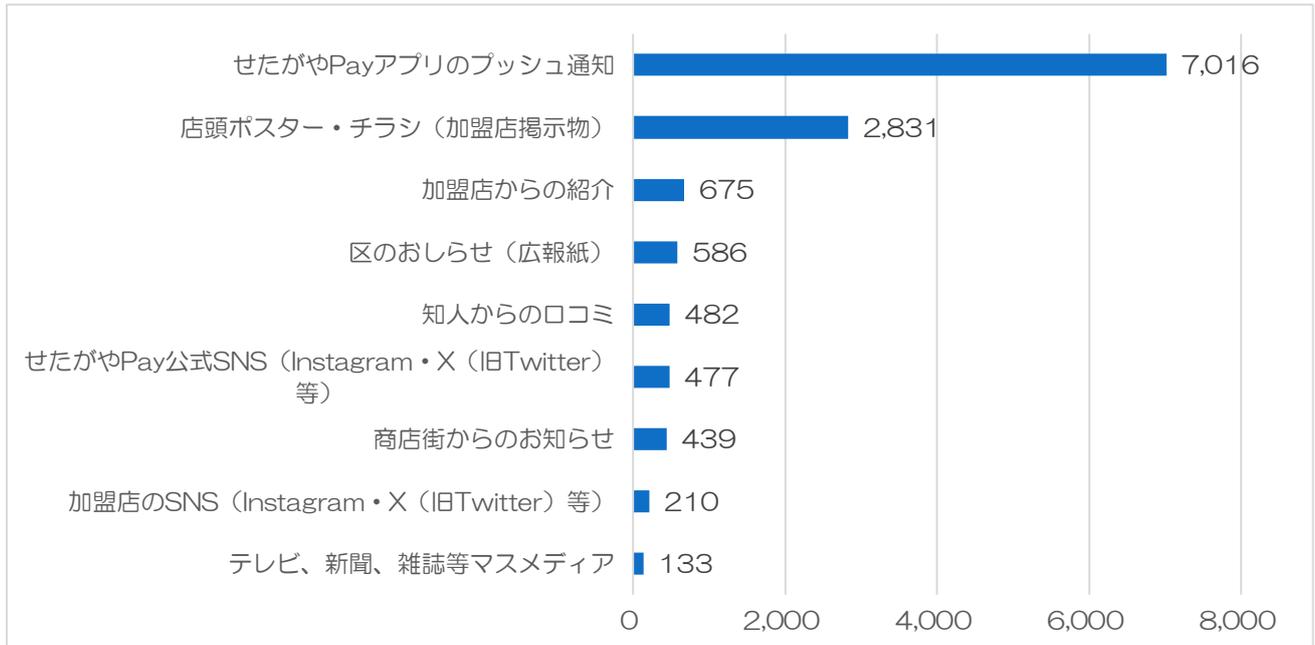
9,030 件の回答



4. 質問と回答

■夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンについて教えてください。

11. 夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンについて、何で知りましたか。（複数回答可）

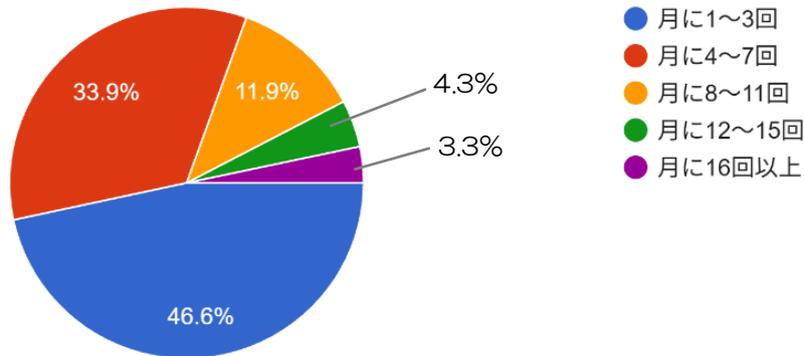


<調査結果>

夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンについて、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」（7,016 件）が最も多く、ついで「店頭ポスター・チラシ（加盟店掲示物）」（2,831 件）、「加盟店からの紹介」（675 件）と続く。

12. 夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーン期間中、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）

9,030 件の回答

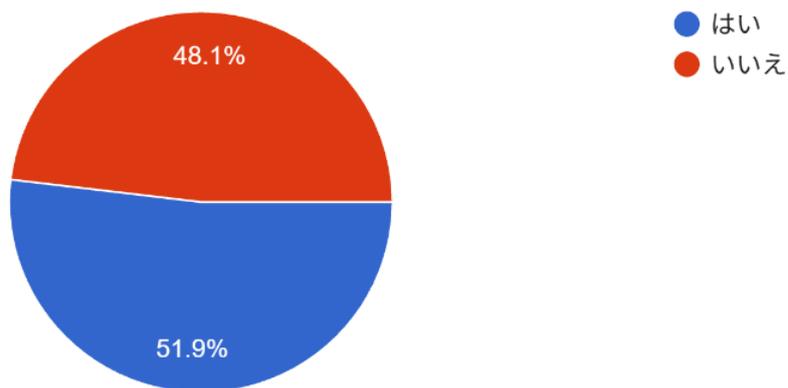


<調査結果>

せたがや Pay の利用頻度について、「月に 1~3 回」が 46.6%で最も多く、「月に 4~7 回」が 33.9%、「月に 8~11 回」が 11.9%と続く。

13. 夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンをきっかけに、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）

9,030 件の回答

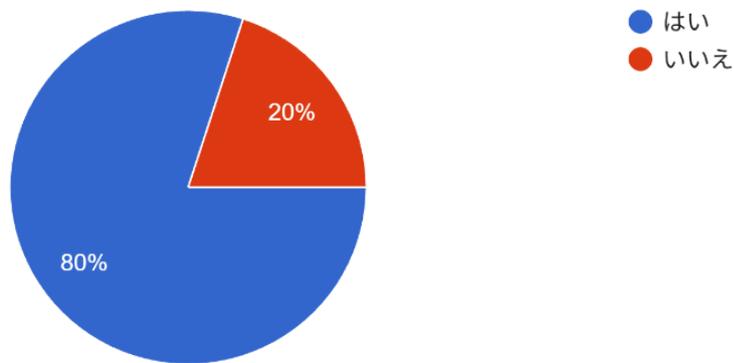


<調査結果>

夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンをきっかけに、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 48.1%となった。

14. 夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンをきっかけに、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）

9,030 件の回答

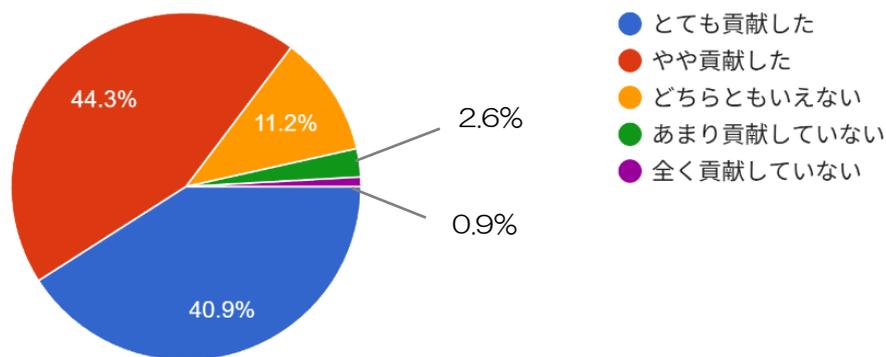


<調査結果>

夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンをきっかけに、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80%となった。

15. 夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンは、今般の物価上昇の社会経済状況にあつて、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）

9,030 件の回答

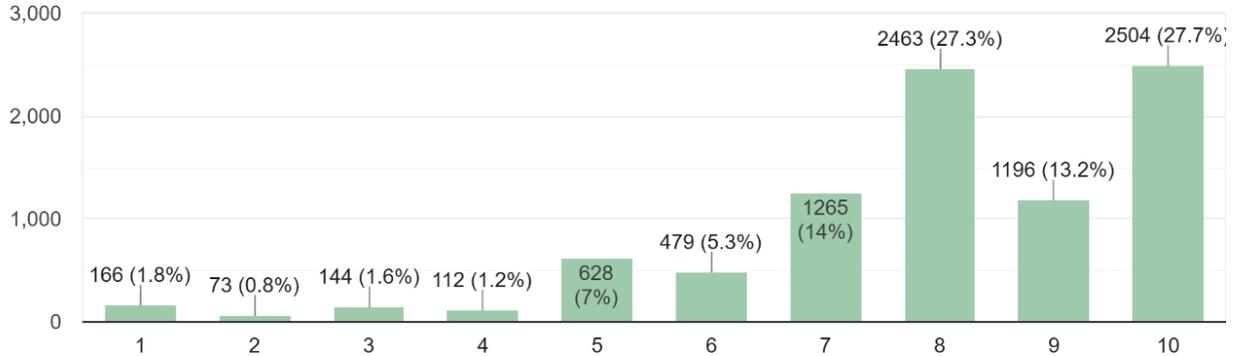


<調査結果>

夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施が、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」（44.3%）で最も多く、「とても貢献した」（40.9%）を含め、「貢献している」とする回答が約85%を占める。

16. 夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの総合的な満足度を、10点満点で評価してください。

9,030件の回答



<調査結果>

夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの総合的な満足度を10点満点で聞いたところ、「10」が2,504件（27.7%）で最も多く、「8」が2,463件（27.3%）と続く。平均値は「7.92」、中央値は「8」となった。

■夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーン期間中の消費額などについて、教えてください。

17. ①（消費喚起策に起因する全体の消費額）

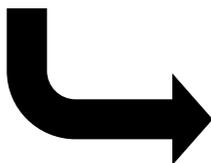
せたがやコイン、せたがやポイント、追加で支払った現金等の金額

②（区外流出防止効果額）

①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

③（消費喚起効果額）

①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

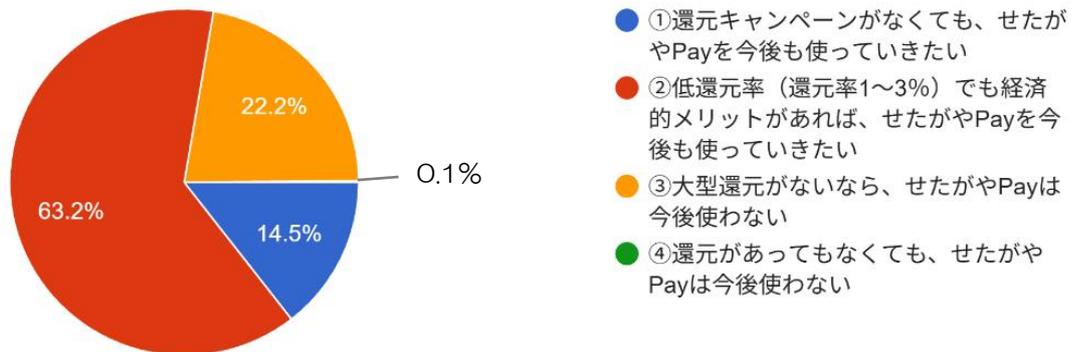


「(資料1)令和7年7月に実施した物価高騰対策(せたがやPayによるポイント還元事業)の効果検証について」資料内にて、本設問に係る内容を事業評価として掲載。

■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。

18.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)

9,030 件の回答



<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 1～3%）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 63.2%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 22.2%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 14.5%となった。

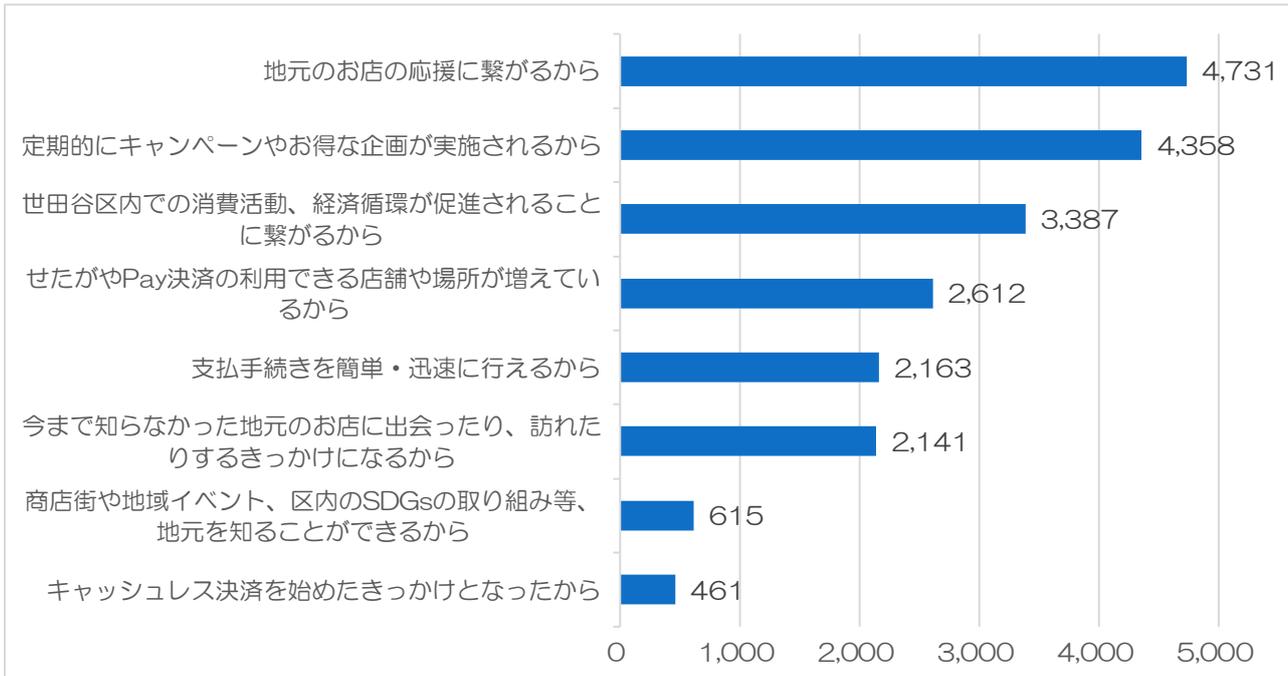
18. (せたがや Pay の利用継続) で①、②と回答した方にお聴きします。

①還元キャンペーンがなくてもせたがや Pay を今後も使って行きたい (14.5%)

②低還元率 (還元率 1~3%) でも経済的メリットがあれば、せたがや Pay を今後も使って行きたい (63.2%)

19. 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)

6,992 件の回答



<調査結果>

「せたがや Pay を今後も使って行きたい」と回答した方に、せたがや Pay の利用を継続する理由を聞いたところ、「地元のお店の応援に繋がるから」(4,731 件) が最も多く、「定期的にキャンペーンやお得な企画が実施されるから」(4,358 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」(3,387 件) と続く。

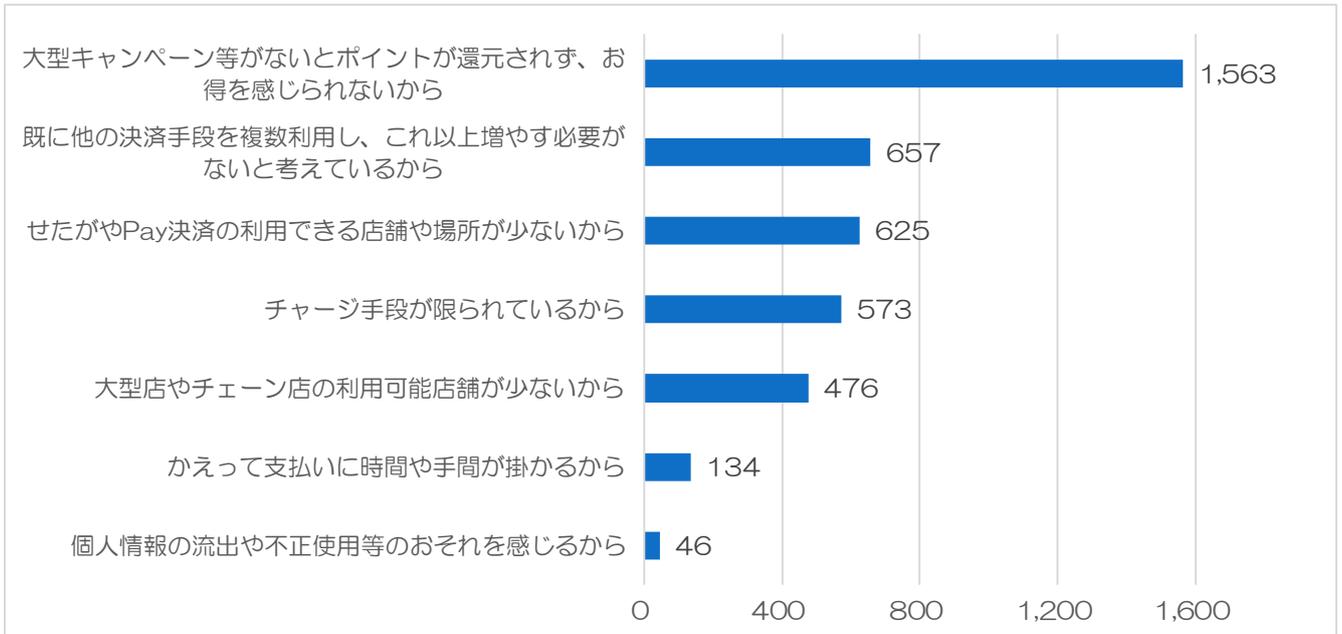
18. (せたがや Pay の利用継続) で③、④と回答した方にお聴きします。

③大型還元がないなら、せたがや Pay は今後使わない (22.2%)

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%)

20. 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)

1,946 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」(1,563 件) が最も多く、「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」(657 件)、「せたがや Pay 決済の利用できる店舗や場所が少ないから」(625 件) と続く。

■せたがや Pay 事業にかかわる自由意見

21. 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)

5,119 件の回答

(回答全体の要約)

せたがや Pay 事業に対する評価は概ね高く、特に高還元率キャンペーンと利用可能店舗の拡充に対する満足と期待が顕著である。地域経済活性化や地元商店支援の観点からも好意的な意見が多く、今後は利便性向上やキャンペーンの継続的实施が求められている。

● 特に多かった意見要約①：【高還元率キャンペーンの継続希望】

高還元率施策の継続を強く希望する声が多く寄せられた。特に 15～30%の還元は購買意欲を高め、家計支援にも寄与していると評価されている。

(参考回答)

- 「還元率が高い月は外食や買い物の頻度が増える」
- 「通常時でも 5～10%の還元があると利用者の満足度が高まる」
- 「物価高の中で、高還元は家計支援として非常に助かる」

● 特に多かった意見要約②：【利用可能店舗の拡充希望】

スーパー、ドラッグストア、コンビニ、美容院、医療機関など、日常利用店舗への対応を求める声が多く、地域差の是正や個人商店の加盟促進も強く望まれている。

(参考回答)

- 「個人商店の加入を増やして地域を盛り上げてほしい」
- 「もっと使えるお店を増やしてほしい。特にスーパーやドラッグストア」

● 特に多かった意見要約③：【地域経済への貢献実感】

地元商店街や個人店の支援に繋がる点が高く評価されており、地域消費の促進や地元とのつながり強化に貢献しているとの声が多く寄せられた。

(参考回答)

- 「せた Pay で地元の新しい店を知るきっかけになった」
- 「地域経済の活性化に貢献していると実感している」
- 「地元商店との会話が増え、地域とのつながりが深まった」

22. 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)
4,873 件の回答

(回答全体の要約)

利用者からは、利用可能店舗の少なさ、還元率の低さ、チャージ方法の不便さに関する意見が多数寄せられた。特に大型店やチェーン店での利用希望、還元率の安定化、クレジットカード等によるチャージ対応への要望が顕著であり、制度の利便性向上と公平性の確保が求められている。

● 特に多かった意見要約①：【利用店舗の少なさ】

利用可能店舗が限定的であることに対する不満が最も多く寄せられた。大型店やチェーン店、医療機関等での利用を求める声が多く、地域偏在や閉店店舗の情報更新遅延も課題として挙げられている。

(参考回答)

- 「使える店舗が少なすぎる。もっと加盟店を増やしてほしい」
- 「閉店した店舗がアプリに残っていて混乱する」

● 特に多かった意見要約②：【還元率への不満】

通常還元率が低すぎるとの意見が多く、最低 5%以上、理想は 10~30%の還元を求める声が目立った。キャンペーンの早期終了や還元率の変動に対する不満も多く、安定的な制度運用が望まれている。

(参考回答)

- 「還元率が店舗ごとに違って分かりづらい」
- 「キャンペーンが突然終わって困った」

● 特に多かった意見要約③：【チャージ方法の不便さ】

チャージに対応する金融機関が限られていることへの不満が多く、三菱 UFJ 銀行やゆうちょ銀行、クレジットカード等への対応を求める声が多かった。コンビニチャージの利便性向上やオートチャージ機能についても要望されている。

(参考回答)

- 「クレジットカードからチャージできるようにしてほしい」
- 「三菱 UFJ 銀行からチャージできないのは不便」

23. 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)
3,663 件の回答

(回答全体の要約)

利用者からは、利便性向上を求める意見が多数寄せられた。特に、クレジットカードや複数銀行からのチャージ機能の拡充、利用可能店舗の更なる拡大、大型還元キャンペーンの継続実施を求める声が多かった。また、検索機能や支払方法の簡便化、公共料金や交通機関での利用拡大など、生活に密着した利活用を期待する意見も示された。

● **特に多かった意見要約①：【チャージ方法の拡充に関する要望】**

クレジットカードや複数銀行口座からのチャージを可能とする要望が最も多かった。利便性の向上につながるとの評価が示されている。

(参考回答)

- 「三菱 UFJ など大手銀行からの入金に対応してほしい。」
- 「クレジットカードからのチャージができるようにしてほしい。」

● **特に多かった意見要約②：【加盟店舗の拡充に関する要望】**

飲食店に限らず、スーパーやドラッグストア、医療機関等への拡大を求める声が多かった。生活全般で利用できる環境整備が期待されている。

(参考回答)

- 「スーパーやドラッグストアでも使えるようにしてほしい。」
- 「病院や歯科での利用拡大を希望する。」
- 「二子玉川など利用可能店舗が少ない地域でも増やしてほしい。」

● **特に多かった意見要約③：【還元キャンペーンの継続に関する要望】**

高還元率のキャンペーンを定期的実施してほしいとの意見が多かった。利用意欲を高める重要な施策であると認識されている。

(参考回答)

- 「大型還元キャンペーンを継続してほしい。」
- 「キャンペーン頻度を上げてもらえると嬉しい。」
- 「20%還元を年数回実施してほしい。」

5. 参考（アンケート内容）

■はじめに

継続する物価高から区民生活・事業活動を守ることを目的に、令和7年7月に「夏のポイント還元！せたがや暮らし応援キャンペーン」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。

■あなた自身についてお伺いします。

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. 世帯年収を教えてください。（1つだけお選びください）

- ① 300万円未満
- ② 300～500万円未満
- ③ 500～700万円未満
- ④ 700～1,000万円未満
- ⑤ 1,000～1,500万円未満
- ⑥ 1,500万円以上
- ⑦ わからない
- ⑧ 回答しない

7. 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、メルペイ等）
- ⑥ デビットカード
- ⑦ その他（ ）

8. 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（ ）

9. 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

10. 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

■夏のポイント還元！せたがや暮らし応援キャンペーンの効果について、教えてください。

11.夏のポイント還元！せたがや暮らし応援キャンペーンについて、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 店頭ポスター・チラシ（加盟店掲示物）
- ④ 商店街からのお知らせ
- ⑤ せたがや Pay アプリのプッシュ通知
- ⑥ せたがや Pay 公式 SNS（Instagram・X 等）
- ⑦ 加盟店の SNS（Instagram・X 等）
- ⑧ 加盟店からの紹介
- ⑨ 知人からの口コミ
- ⑩ その他（ ）

12.夏のポイント還元！せたがや暮らし応援キャンペーン期間中（7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 1～3 回
- ② 月に 4～7 回
- ③ 月に 8～11 回
- ④ 月に 12～15 回
- ⑤ 月に 16 回以上

13.夏のポイント還元！せたがや暮らし応援キャンペーンをきっかけに、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.夏のポイント還元！せたがや暮らし応援キャンペーンをきっかけに、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.夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンは、今般の物価上昇の社会経済状況にあつて、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.夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーン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

■夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーン（7月）の消費額などについて、教えてください。

17.夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーン（7月）でご利用された、

- ①アプリにチャージした金額（コイン）
- ②付与ポイント額（使用・未使用含めて）
- 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15%の中小個店で、5万円の商品をコイン40,000円分、現金10,000円を支払って購入した場合、①40,000円、②6,000ポイント、③10,000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）支払った金額、付与されたポイント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（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

17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。

17 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

17 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。

17 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。

18. 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 1~3%)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

19. (18 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（ ）

20. (18 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(クレジットカード未連携など)
- 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 かっ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（ ）

■せたがや Pay 事業にかかわる自由意見

21.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)

22.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)

23.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7年7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7年11月
経済産業部 商業課

1. 調査目的

令和7年7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や、せたがや Pay 利用率の向上や利活用の幅を広げることを企図し、利用者や加盟店の意見を幅広く吸い上げることを目的とする。

■令和7年7月 せたがや Pay ポイント還元事業 概要

(1) 物価高騰対策 「夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーン」

【実施期間】

令和7年7月1日（火）～7月31日（木）

【内容】

中小個店での決済額の最大15%分のポイントを還元

還元率：中小個店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）】

2.45 億円

【事業費実績（速報）】

2.48 億円

■参考：令和7年9月現在のせたがや Pay 関連数値（カッコ内は令和6年9月時点数値）

(1) せたがや Pay アプリダウンロード数

：約 520,000 ダウンロード（約 410,000 ダウンロード）

(2) せたがや Pay 登録店舗数

：約 6,100 店舗（約 5,600 店舗）

(3) せたがや Pay 決済総額（累計）

：約 453 億円（約 309 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 6,000 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 7 年 8 月 15 日（金）～8 月 31 日（日）
- (5) 有効回答数：511 事業者

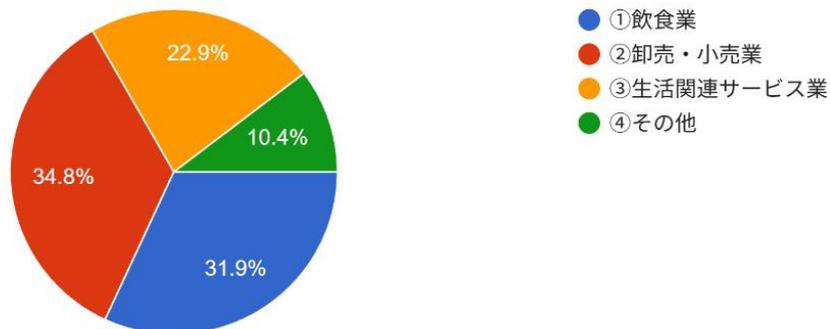
数値の見方：特に断りがない場合、すべての設問の n 値は 511

※n 値とはサンプル数（アンケート回答件数）

3. 標本構成

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）

511 件の回答



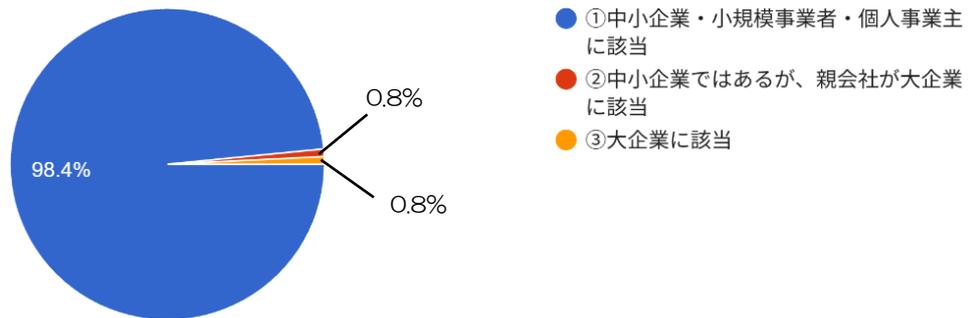
2. 貴店舗の商店街への加入状況を教えてください。(1つだけお選びください)

511 件の回答



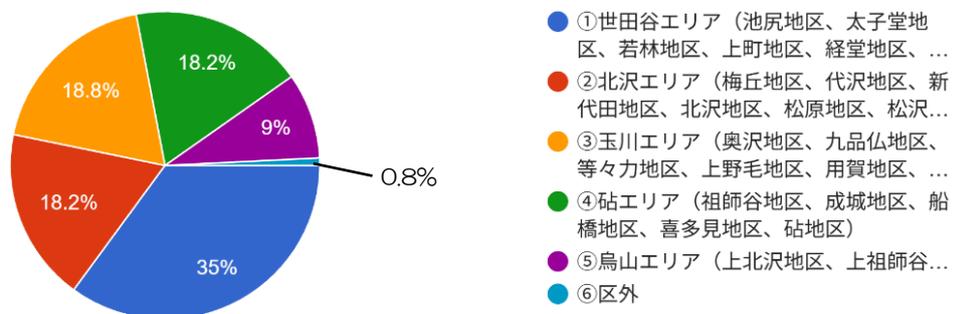
3. 貴店舗の経営規模を教えてください。(1つだけお選びください)

(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。

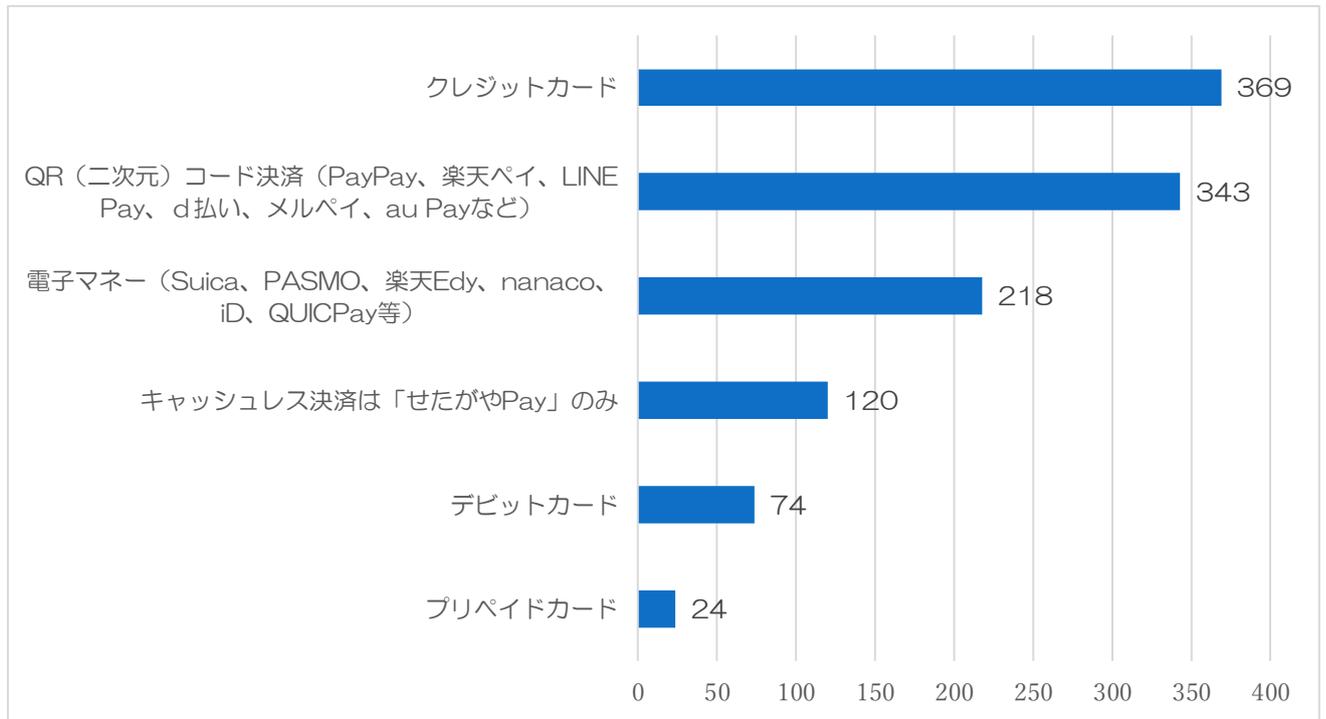


4. 貴店舗の所在エリアを教えてください。(1つだけお選びください)

511 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）



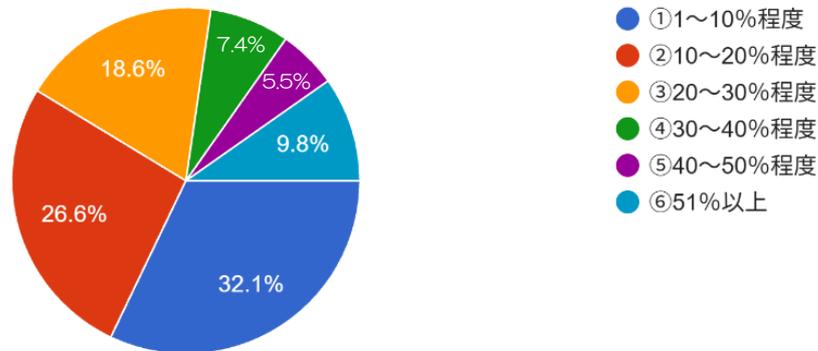
<調査結果>

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369件で最も多く、ついで「QRコード決済」（343件）、「電子マネー」（218件）と続く。

なお、「キャッシュレス決済は「せたがや Pay」のみ」としている店舗は、120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。）

511 件の回答

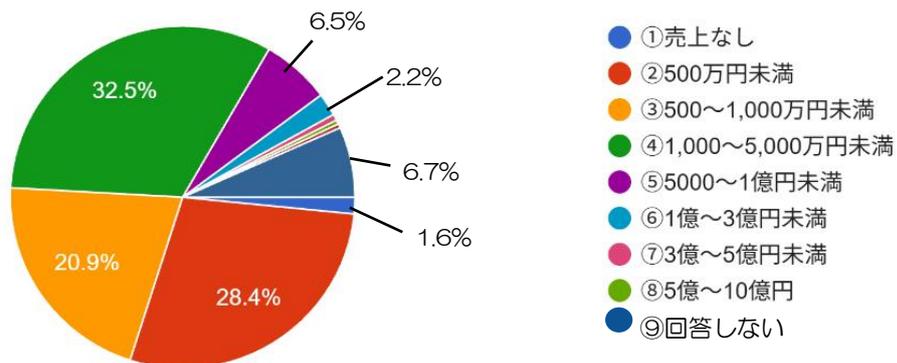


<調査結果>

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」(32.1%)が最も多く、ついで「10~20%程度」(26.6%)、「20~30%程度」(18.6%)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）

511 件の回答

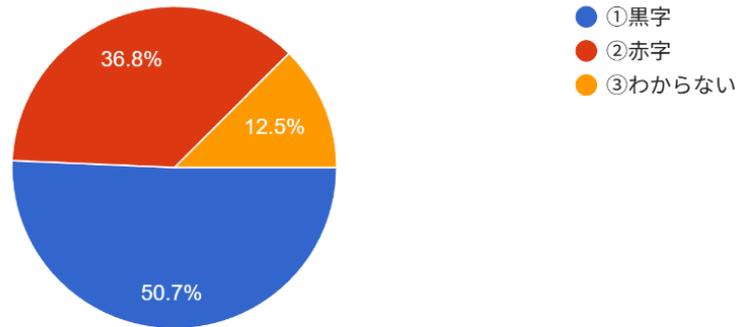


<調査結果>

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81.8%を占める結果となった。「1,000万~5,000万円未満」(32.5%)が最も多く、ついで「500万円未満」(28.4%)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）

511 件の回答

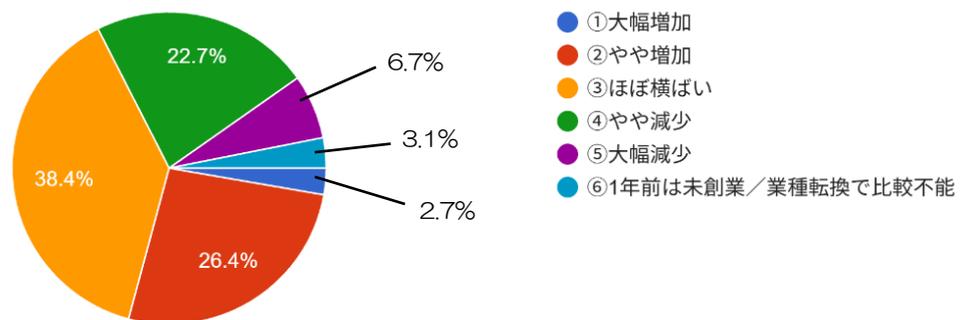


<調査結果>

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 50.7%を占め、「赤字」と回答した店舗は 36.8%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）

511 件の回答

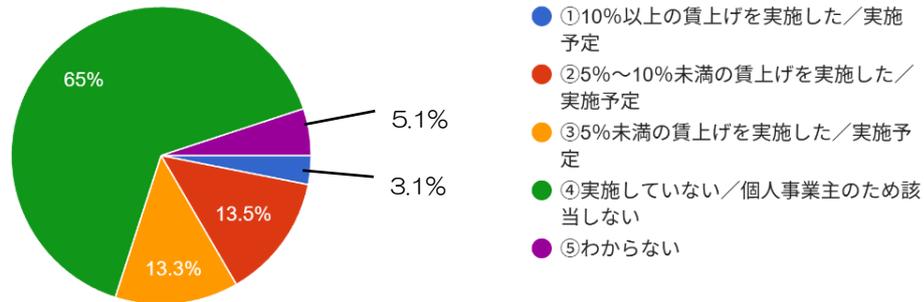


<調査結果>

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 29.1%が「増加した」、約 38.4%が「変わらない」、約 29.4%が「減少した」と回答した。

10. 貴店舗にて、2025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）

511件の回答

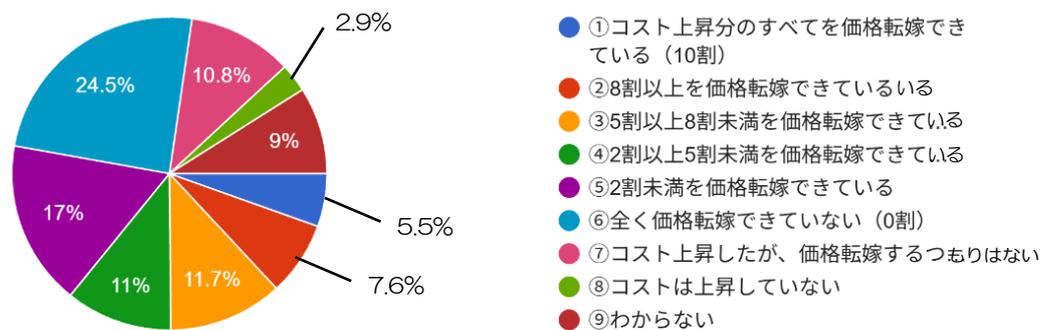


<調査結果>

2025年度の賃上げの状況を聞いたところ、「実施していない／個人事業主のため該当しない」(65%)が最も多く、ついで「5～10%未満の賃上げを実施した／実施予定」(13.5%)、「5%未満の賃上げを実施した／実施予定」(13.3%)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）

511件の回答



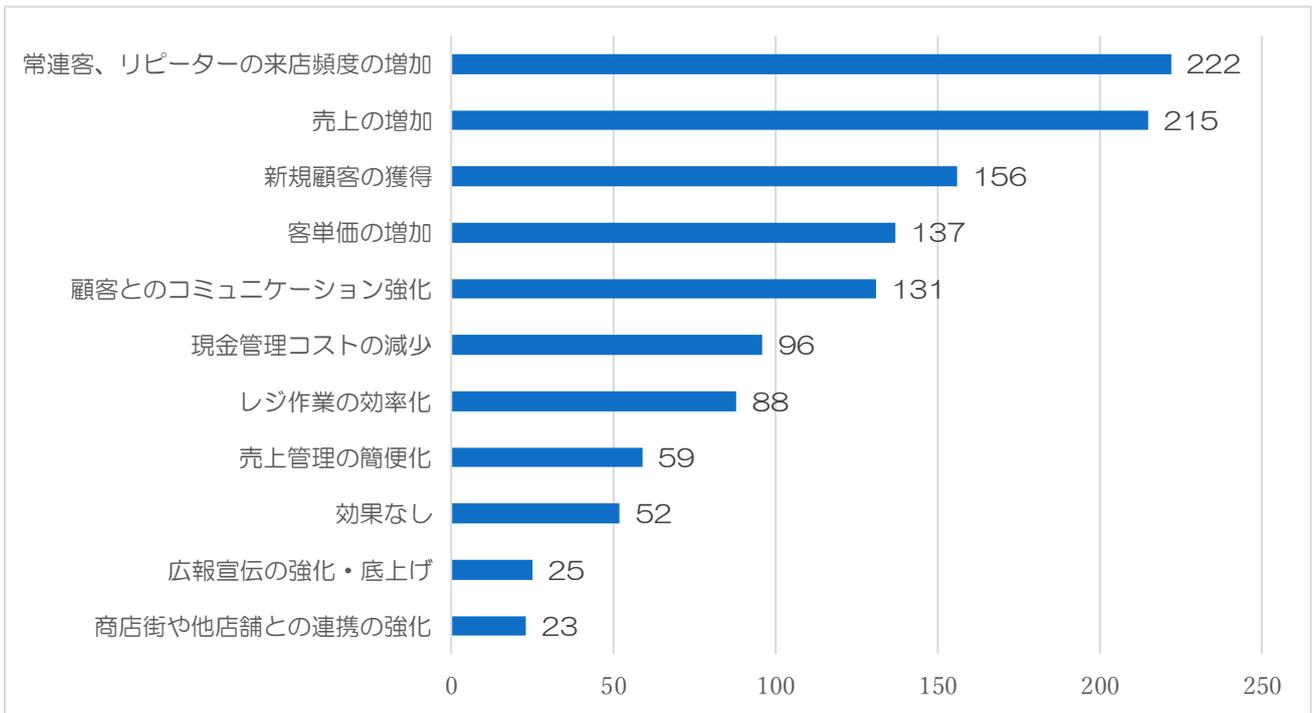
<調査結果>

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」(24.5%)が最も多く、ついで「2割未満を価格転嫁できている」(17%)、「5割以上8割未満を価格転嫁できている」(11.7%)が続く。
なお、「価格転嫁できている」とした回答は全体の約52.8%であった。

4. 質問と回答

■夏のポイント還元！せたがやぐらし応援キャンペーンの効果について、お伺いします。

12. せたがや Pay の導入や夏のポイント還元！せたがやぐらし応援キャンペーンの実施によって、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）

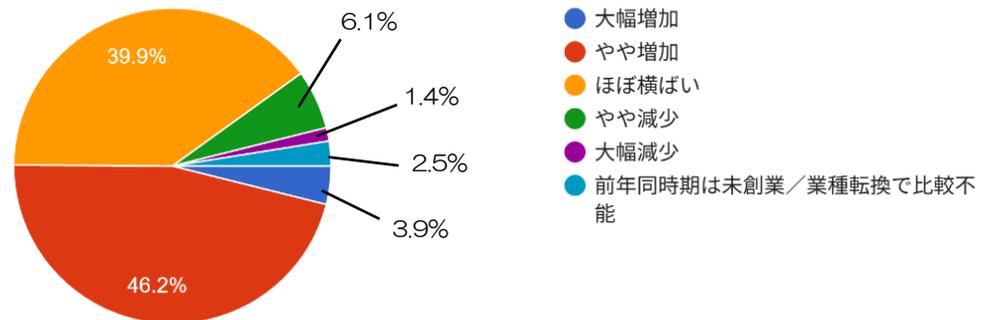


<調査結果>

せたがや Pay の導入や夏のポイント還元！せたがやぐらし応援キャンペーンの実施によって、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、「常連客、リピーターの来店頻度の増加」(222 件)が最も多く、ついで「売上の増加」(215 件)、「新規顧客の獲得」(156 件)、「客単価の増加」(137 件)と続く。

13. 夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施によって、貴店舗の売上（※）はどのように変化しましたか。前年同時期（2024年7月）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

511件の回答

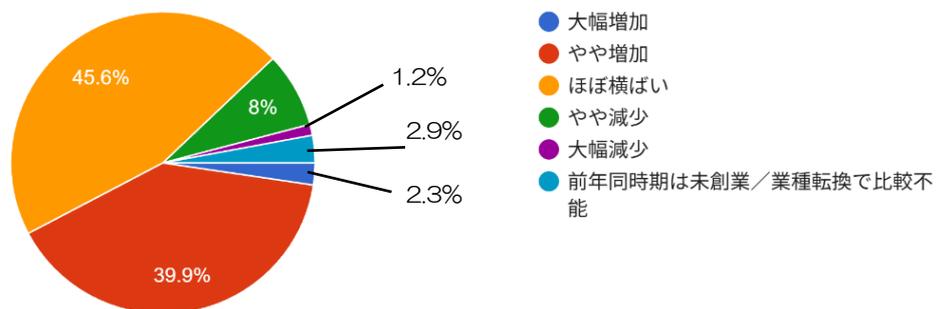


<調査結果>

夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施によって、売上がどのように変化したか聞いたところ、「やや増加」(46.2%)が最も多く、「ほぼ横ばい」(39.9%)、「やや減少」(6.1%)が続く。

14. 夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施によって、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（2024年7月）と比べてご回答ください。（1つだけお選びください）

511件の回答

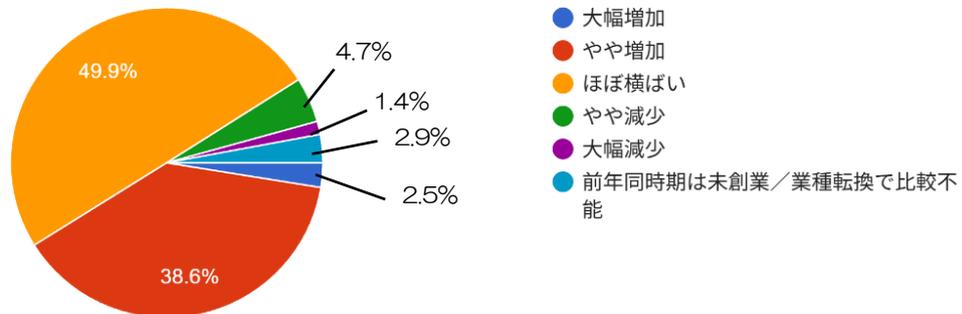


<調査結果>

夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施によって、来店客数の変化について聞いたところ、全体の約42.2%が「増加した」と回答し、45.6%は「ほぼ横ばい」と回答した。

15. 夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施によって、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（2024年7月）と比べてご回答ください。（1つだけお選びください）

511件の回答

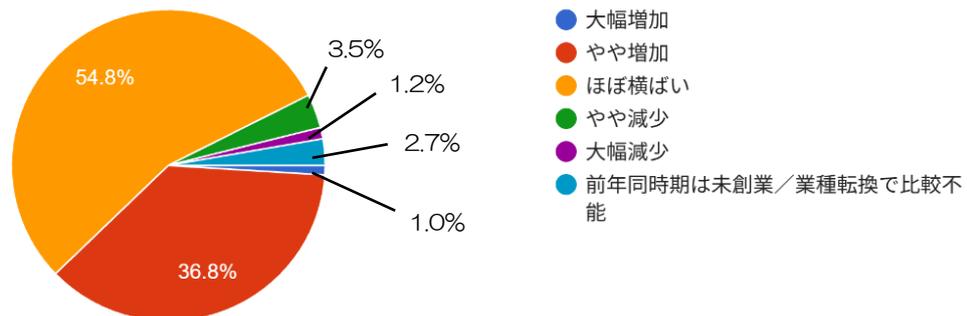


<調査結果>

夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施によって、客単価がどのように変化したか聞いたところ、全体の49.9%が「ほぼ横ばい」と回答し、「やや増加」(38.6%)、「やや減少」(4.7%)と続く。

16. 夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施によって、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）

511件の回答

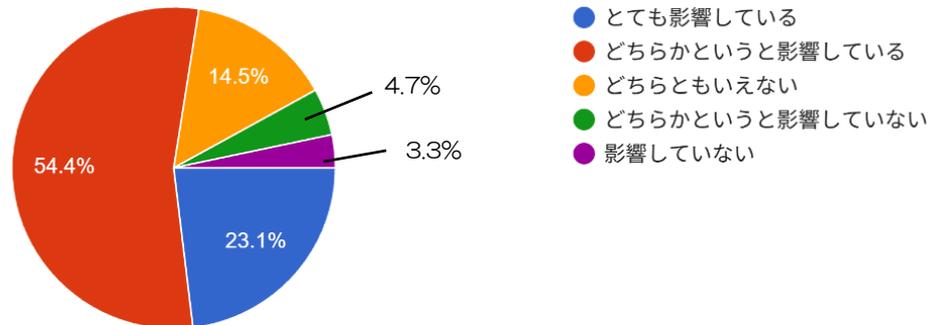


<調査結果>

夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施によって、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54.8%が「ほぼ横ばい」と回答し、「やや増加」(36.8%)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)

511件の回答

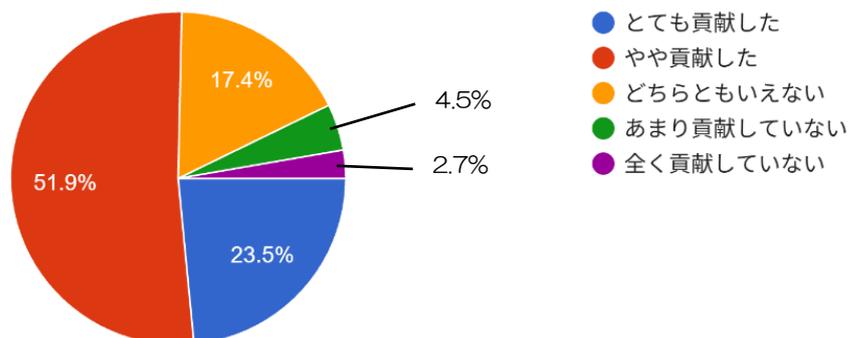


<調査結果>

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 78%の事業者が「影響している」（「とても影響している」23.1%、「どちらかというとい影響している」54.4%）と回答した。

18. 夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施による、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)

511件の回答

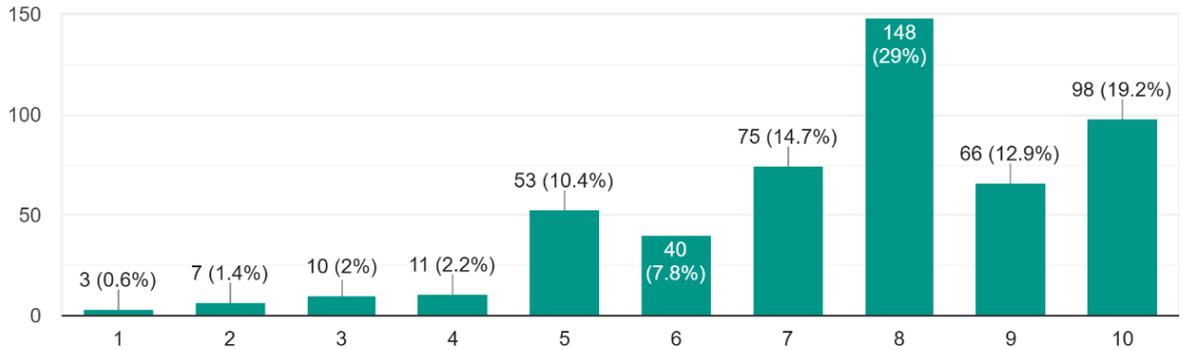


<調査結果>

夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施による、経営支援の貢献度について聞いたところ、約 75%の事業者が「貢献している」（「とても貢献した」23.5%、「やや貢献した」51.9%）と回答した。

19. 夏のポイント還元！せたがやぐらし応援キャンペーンの総合的な満足度を、10点満点で評価してください。

511件の回答

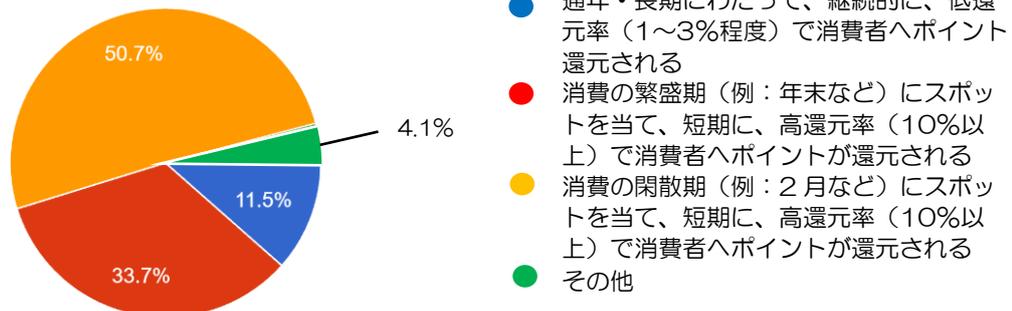


<調査結果>

夏のポイント還元！せたがやぐらし応援キャンペーンについて、総合的な満足度について10点満点で聞いたところ、「8」（29%）が最も多く、ついで「10」（19.2%）と続く。平均値は「7.59」、中央値は「8」となった。

20. 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）

511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」（50.7%）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」（33.7%）、「通年・長期にわたって、継続的に、低還元率（1～3%程度）で消費者へポイント還元される」（11.5%）と続く。

21. 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、令和 6 年 6 月から換金手数料率を一部改定しておりますが、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、換金手数料率の適正な在り方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)

511 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」(53.6%)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」(22.7%)、「換金手数料が 1.0%~1.5%未満であれば継続する (14.3%)」と続く。

22. 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）

511 件の回答



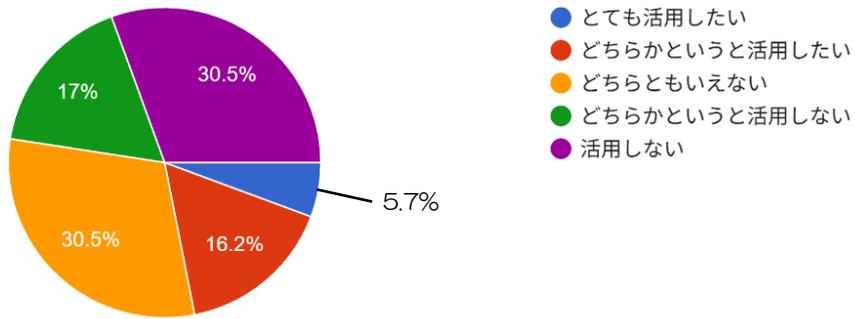
<調査結果>

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」（37.2%）が最も多く、ついで「クーポン機能を利用する予定はない」（32.3%）、「クーポン機能は今後利用してみたい」（23.3%）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 7.2%であった。

23. 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）

511 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 21.9%、「どちらともいえない」は 30.5%、「活用に後ろ向き」な回答（活用しない）は 47.5%を占める結果となった。

24.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)

219 件回答

(回答全体の要約)

高還元キャンペーンは新規顧客獲得や売上増加に大きく寄与し、加盟店から高い評価を得ている。特に、10%以上の還元率やポイント上限の拡大、定期的な実施を求める意見が多数を占めた。次いで、換金・決済手数料の無料または低廉維持を求める声が多く、事業継続に不可欠との認識が示された。また、さらなる利用促進に向け、認知度向上や加盟店拡大を目的とした広報・PRの強化を期待する意見も目立った。

● 特に多かった意見要約①：【高還元キャンペーンの継続】

高還元率は顧客の購買意欲を喚起し、売上増加に直結するため、定期的かつ計画的な実施やポイント上限の引上げを求める意見が最も多かった。

(参考回答)

- 「通年を通して10%以上の還元率を希望」
- 「定期的に高還元率のキャンペーンを継続してほしい」
- 「20%還元などインパクトのあるキャンペーンをこれからも期待します」

● 特に多かった意見要約②：【手数料無料の継続】

換金・決済手数料の無料または低廉維持は加盟店にとって重要であり、現行水準の継続を強く求める意見が多く寄せられた。商店街加盟店への優遇措置の継続にも支持が見られた。

(参考回答)

- 「今後も手数料を引かないで入金してほしい」
- 「手数料0%だと助かります」
- 「換金手数料がないのがとても助かっている」

● 特に多かった意見要約③：【認知・宣伝の強化】

さらなる利用促進のため、広報活動やPRの強化、加盟店および利用者の拡大を求める意見が多く見られた。

(参考回答)

- 「もっとせたがや pay の認知を上げて利用者を増やして欲しい」
- 「地元のお客さんがもっと来れるようにポイント還元だけでなく宣伝して欲しいです」
- 「まだまだ普及していない感が有るので、せたがやペイを宣伝して欲しい」

25. 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）
207 件回答

（回答全体の要約）

加盟店からは、①高還元キャンペーンの頻度・期間・上限および事前告知の改善、②換金・決済手数料の無料・低廉維持と加盟／非加盟の取扱見直し、③チャージ手段拡充等の利便性向上を求める声が多い傾向である。併せて、広報資材の提供、入金サイクルやUIの改善等も要望が挙がった。

● 特に多かった意見要約①：【キャンペーン設計の改善】

高還元の回数・期間・上限の見直しに加え、早期終了回避や年間スケジュールの事前共有など計画性ある告知を求める声が多く。繁忙・閑散期への配慮も要される。

（参考回答）

- 「キャンペーンの時期がわかりにくい」
- 「還元率が高い期間が短いと思います。しかも、期間満了待たずに終了するのは、ラストスパートのお客様を失う可能性が高いです」
- 「もう少し早くキャンペーンのスケジュールが解ると、企画がしやすい」

● 特に多かった意見要約②：【手数料と取扱の見直し】

換金・決済手数料の無料または低廉維持を求める意見が多い。あわせて、商店街加盟／非加盟間の条件差の明確化や未加盟店への負担設定など、公平性の再設計を求める声が目立つ。

（参考回答）

- 「手数料やめてほしい」
- 「個人事業主だけでも換金手数料を無料にしてほしい」
- 「商店街未加入の取り扱い店舗からは換金手数料をもっと多くもらうべき」

● 特に多かった意見要約③：【チャージ利便性の向上】

チャージが煩雑との指摘が多く、クレジットカード対応、銀行連携の拡充、複数コンビニでの入金対応など、利用者の入金手段多様化と操作性向上が求められている。

（参考回答）

- 「クレジットカードで入金可能にしてほしい」
- 「どのコンビニでも入金できるようにしてほしい」
- 「チャージ方法にクレジットカードとの紐付けを是非していただきたい。もしくは銀行の種類をもっと増やしてほしい。チャージがしづらいとお客様の声です」

26. 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)

139 件回答

(回答全体要約)

主要な意見は①高還元キャンペーンの継続・上限拡大、②クレジットカード等との連携強化やチャージ利便性向上、③スタンプ等の販促機能拡充であった。併せて、認知拡大、入金頻度・手数料、UI改善等の要望も見られた。

● 特に多かった意見要約①：【還元施策の継続・強化】

高還元のキャンペーンの継続や通常時の還元上限引上げ、繁閑期に応じた実施など、集客効果の高い還元策を恒常化・強化すべきとの意見が最も多い。地域経済の下支えとしての効果継続を望む声である。

(参考回答)

- 「10%以上、還元上限 10,000 円以上のキャンペーンがあるのはかなりありがたいので継続していただければ助かります」
- 「3%還元がずっと続くより 20%以上還元を年に 2 回以上行って欲しいです」
- 「還元率 30%を年一回は実施して欲しい」

● 特に多かった意見要約②：【チャージ・クレジットカード連携改善】

クレジットカードや主要銀行との紐付け、オートチャージ、店舗でのチャージなど、チャージ手段の拡充と利便性向上を求める意見が多い。残高不足時の機会損失解消を狙う要望である。

(参考回答)

- 「クレジットカードからのチャージ、メジャーな銀行との紐付け」
- 「オートチャージができるが良い」
- 「クレジットカードでのチャージ(支払い)が出来れば良いと思います」

● 特に多かった意見要約：【販促機能(スタンプラリー等)の拡充】

スタンプラリーや店舗独自ポイント、ポイントカード機能、クーポン発行等、再来店と回遊性を高める販促機能の実装・強化を望む意見が目立つ。商店街施策との連動も求められている。

(参考回答)

- 「会計数をスタンプラリーみたいに出来たら楽しそう」
- 「せたがや Pay 利用でのスタンプカード」
- 「店舗ごとのポイントカード機能的なのが出来たらさらにリピートしてくださるお客様が増えそう」

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7年7月に「夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーン」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。

■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、親会社が大企業に該当
- ③ 大企業に該当

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、2025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

■夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの効果について、教えてください。

12. せたがや Pay の導入や夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施によって、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. 夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施によって、貴店舗の売上（※）はどのように変化しましたか。前年同時期（2024年7月）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. 夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施によって、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（2024年7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.夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施によって、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（2024年7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.夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施によって、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.夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーンの実施による、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.夏のポイント還元！せたがやくらし応援キャンペーン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利用いただけよう、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。

20.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（1～3%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（ ）

21.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、令和6年6月から換金手数料率を一部改定しておりますが、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、換金手数料率の適正な在り方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）

- 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

22. 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

23. 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

24. 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）

25. 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）

26. 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