

令和7年3月～5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3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物価高騰対策）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6年11月22日に閣議決定された「国民の安心・安全と持続的な成長に向けた総合経済対策」の実行に係り、その裏付けとして措置された国の令和6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7年3月～5月の3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「物価高騰対策」として実施した。

<事業の概要>

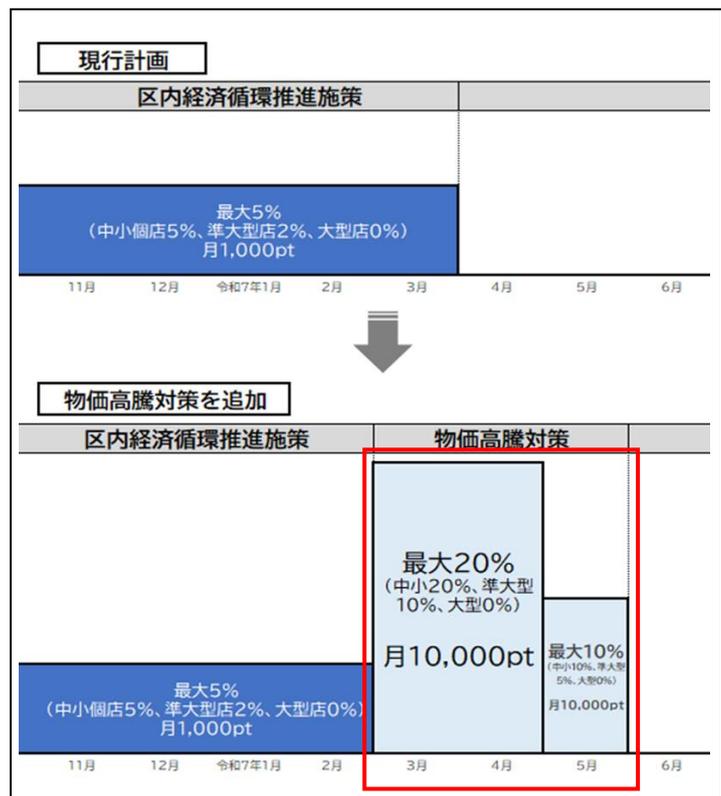
(1) 物価高騰対策「せたがや新生活応援キャンペーン第1弾」

- ① 実施期間 令和7年3月1日（土）～4月30日（水）
→予算費消状況を踏まえ、4月24日（木）23時59分に早期終了。
- 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 7.04億円*
- ④ 実績(速報) 6.78億円*

(2) 物価高騰対策「せたがや新生活応援キャンペーン第2弾」

- ① 実施期間 令和7年5月1日（木）～5月31日（土）
- 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 1.17億円*
- ④ 実績(速報) 1.31億円*

※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3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490,000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6月17日(火)～6月30日(月)
- ④ 全体回答数 6,879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

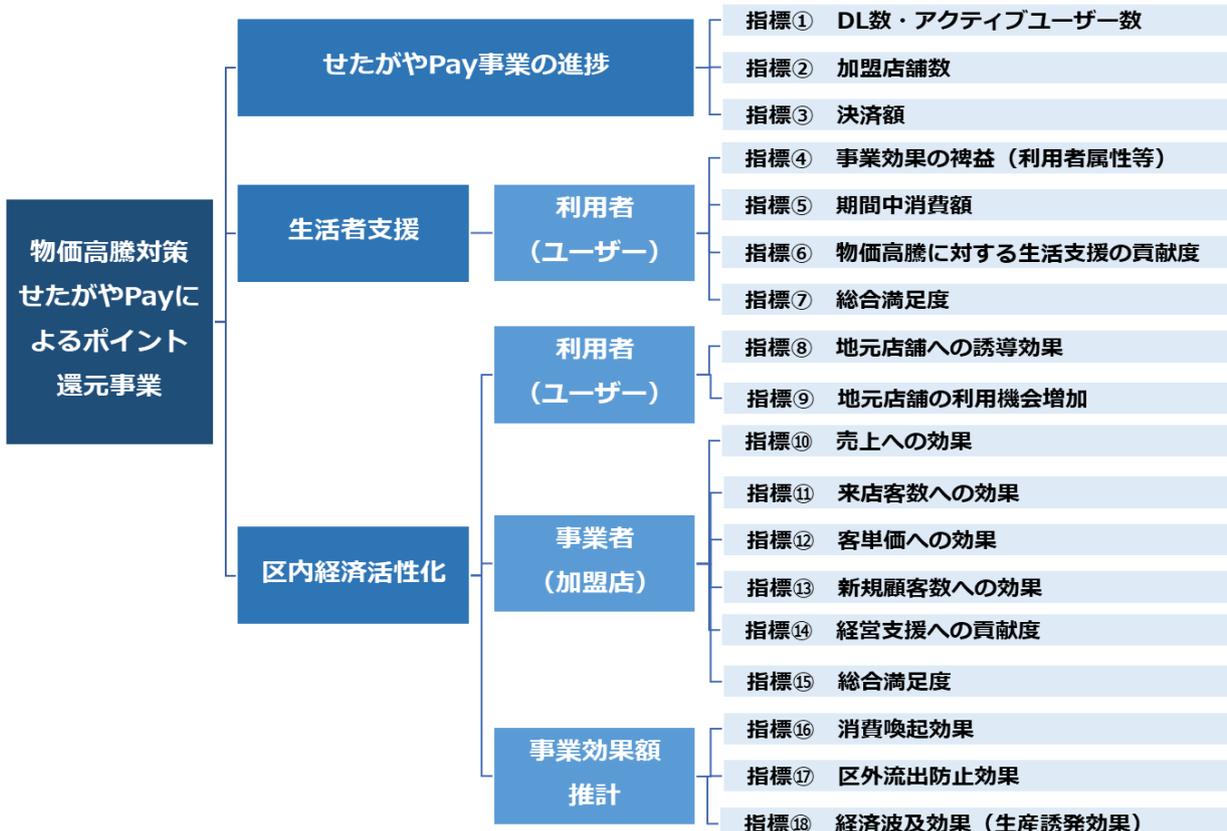
(加盟店向けアンケート調査概要) ※資料3「加盟店向けアンケート調査結果」参照

- ① 調査対象 せたがやPay加盟店(約5,900事業者)
- ② 全体回答数 639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」：前年同時期実施事業「令和6年2月～5月せたがやPayポイント還元事業」の結果。
- ✓ 「令和6年2月～5月せたがやPayポイント還元事業（臨時消費喚起策）」
 - ・2月～3月：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）
 - ・4月～5月：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）
 - ・期間中ポイント原資総額：約7.63億円 ・HP：<https://www.city.setagaya.lg.jp/01004/19421.html>
- ✓ 「増減率」：「今回結果」と「前回結果」を比較し、前年同時期に実施した事業の結果からの、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	増減率
指標①	ダウンロード数（月平均）	10,223件	14,503件	41%
	アクティブユーザー数（月平均）	97,504人	105,006人	7%
指標②	加盟店舗数（月平均）	69店舗	74店舗	7%
指標③	決済額（月平均）	1,584百万円	1,886百万円	19%

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	増減率
指標④	事業効果の裨益（利用者属性等）	—	資料1	—
指標⑤	期間中消費額	—	資料1	—
指標⑥	物価高騰に対する生活下支への貢献度	4.295点	4.289点	-1%
指標⑦	総合満足度（平均）	7.79点	8.09点	3%

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	増減率
指標⑧	地元店舗への誘導効果	64.7%	66.0%	2%
指標⑨	地元店舗の利用機会増加	85.6%	85.6%	0%
事業者（加盟店）アンケート		前回結果	今回結果	増減率
指標⑩	売上への効果	3.279点	3.304点	0%
指標⑪	来店客数への効果	3.216点	3.232点	0%
指標⑫	客単価への効果	3.111点	3.2点	2%
指標⑬	新規顧客数への効果	3.189点	3.203点	0%
指標⑭	経営支援への貢献度	3.826点	3.938点	2%
指標⑮	総合満足度	7.17点	7.65点	6%
事業効果額推計		前回結果	今回結果	増減率
指標⑯	消費喚起効果	1,543百万円	1,729百万円	12%
	ポイント原資額に対する倍率	2.02倍	2.14倍	5%
指標⑰	区外流出防止効果	1,333百万円	1,311百万円	-2%
	ポイント原資額に対する倍率	1.74倍	1.62倍	-7%
指標⑱	経済波及効果（生産誘発効果）	3,206百万円	3,347百万円	4%
	ポイント原資額に対する倍率	4.20倍	4.14倍	-2%
※ポイント原資額		763百万円	809百万円	—

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⑯～⑰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、その事業効果額を分析、推計する。なお、「経済波及効果（生産誘発効果）」について、区独自の産業連関表や経済分析ツールは不存在であることから、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）を活用し推計する。

- ✓ 「消費喚起効果額」は、約 17.3 億円（ポイント原資総額に対し 2.14 倍の効果）。
- ✓ 「区外流出防止効果額」は、約 13.1 億円（ポイント原資総額に対し 1.62 倍の効果）。
- ✓ 「経済波及効果額」は、約 33.4 億円（ポイント原資総額に対し 4.14 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。

		当初見込		結果（推計値）	
		金額等	金額等	金額等	評価_結果/当初見込【%】
ポイント原資総額（公金支援額）		820,942千円	809,235千円 【速報値】		98.5%
事業効果	区内需要増加額（新規需要）【推計】 （消費喚起効果額 + 普段の消費の内の区外流出防止効果額）	2,782,993千円	2,692,000千円		96.7%
	（参考）消費喚起効果額【推計】	—	1,729,000千円		ポイント原資総額に対し2.14倍
	区外流出防止効果額【推計】	—	1,311,000千円		ポイント原資総額に対し1.62倍
	経済波及効果額 総合効果【推計】 （生産波及効果額）	3,447,956千円	3,347,000千円		99.9% ポイント原資総額に対し4.14倍
期間中チャージ想定額（総額）		5,060,000千円	5,269,489千円		104.1%
期間中利用者数（延べ人数）		約28.5万人 （月間約9.5万人）	約31.5万人 （月間約10.5万人）		110.5%

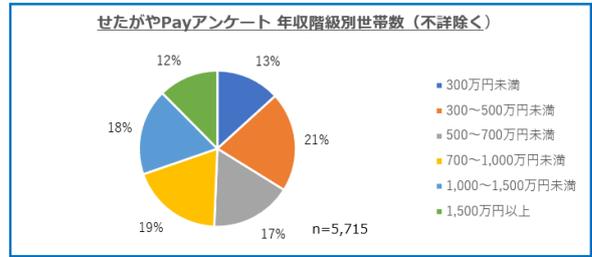
資料1「3. (2) 当初見込との比較に基づく事業評価」より抜粋

(5) 利用者属性の分析

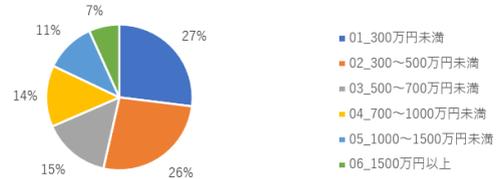
本事業実施による、消費下支え等を通じた生活者支援への効果を検証することを目的に、今回の利用者向けアンケートから「世帯年収」に係る質問項目を追加し、「世帯構成」や「年代」等質問項目とのクロス集計によって、以下の通り利用者属性を分析した。

- ✓ 国統計調査「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。

世帯年収
国調査比較



【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)



資料1「3. (4) 生活者支援①」より抜粋

- ✓ 世帯構成と世帯年収をクロス集計した結果、300 万円未満の年収層の内、単身世帯の占める割合は 42% (単身世帯 309/合計 742) 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
300万円未満	309	203	213	17	742
300~500万円未満	375	426	338	24	1163
500~700万円未満	205	333	379	34	951
700~1,000万円未満	137	355	548	43	1083
1,000~1,500万円未満	74	322	595	29	1020
1,500万円以上	15	229	441	23	708

資料1「3. (4) 生活者支援②」より抜粋

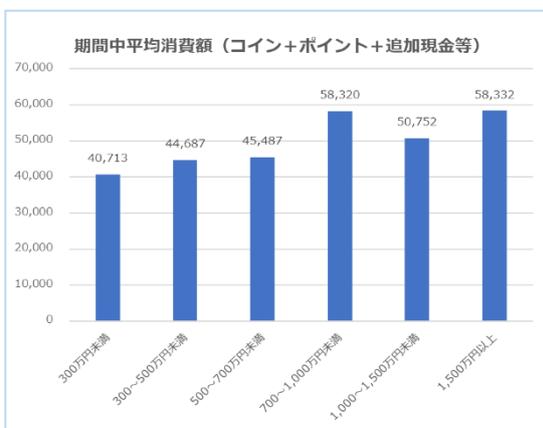
- ✓ 年代と世帯構成をクロス集計した結果、特に 40 代~50 代の二世帯世帯 (子育て世帯) に最も利用されている。次いで、50 代~60 代の夫婦のみ世帯が続いていることから、消費機会・消費支出の多い複数人世帯で利用される傾向にある。

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
10代	9	0	17	1	27
20代	67	62	62	1	192
30代	188	190	336	14	728
40代	273	302	919	40	1534
50代	396	632	1151	99	2278
60代	247	792	542	38	1619
70代以上	87	250	86	20	443

資料1「3. (4) 生活者支援③」より抜粋

- ✓ アンケート回答を基に、事業実施期間中の、世帯年収別の平均消費額を算出した結果、消費額は世帯年収に比例して段階的に増額する傾向にあった。一方、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、以下、図 A のとお

り、月1万ポイントの上限に対し、各月の平均ポイント還元額は上限額の10%～35%程度となっている。以上のことから、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ものと評価している。



実施月	還元率	月上限	ポイント総額 (速報)	アクティバー	平均ポイント額
R7.3月	最大20%	10,000円	366百万円	10.3万人	3,545円
R7.4月	最大20%	10,000円	312百万円	11.0万人	2,850円
R7.5月	最大10%	10,000円	131百万円	10.2万人	1,282円
3か月合計			809百万円	31.5万人	2,568円

(図A) せたがやPay 基礎データより算定

資料1「3. (4) 生活者支援⑤」より抜粋

4 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、2.14 倍の消費喚起効果、1.62 倍の区外流出防止効果、4.14 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。
- ✓ 全年収層に対し満遍なく事業効果の裨益があったと考えられる一方、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や、世帯年収に比例し、せたがやPay利用額も段階的に増額する傾向が認められた。
- ✓ 国統計調査の年収分布と比較すると、低所得者層のせたがやPay利用が相対的に少ない傾向が認められた。他方で、実際に還元されたポイントの平均値を算出すると、上限額の10%～35%程度であることから、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。
- ✓ 令和7年5月31日に終了した今回の物価高騰対策以降も、6月からは切れ目なく「区内経済循環推進施策」（最大3%ポイント還元事業）を支援し、さらに、5月27日に閣議決定された令和7年度予備費の支出を裏付けとした重点支援地方交付金の充当を受け、7月には最大15%ポイント還元の物価高騰対策を追加実施している。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それによる区民生活の下支えに取り組んでいく。