

令和5年11月14日
経済産業部商業課

令和5年度上半期せたがや Pay ポイント還元事業の効果検証について

1 主旨

令和5年度上半期（令和5年4月～9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（「区内経済循環誘導施策」及び「夏季消費喚起策」）について、実施主体である世田谷区商店街連合会と協力し、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。調査の集計がまとまったため、結果概要について報告する。

2 ポイント還元事業概要

(1) 区内経済循環誘導施策（「せたがやのお店を応援！」）

① 実施期間

令和5年4月1日（土）～6月30日（金）、9月1日（金）～30日（土）

② 内容

中小個店での決済額の最大7%分のポイントを還元

還元率：中小個店7%または5%（※）、コンビニ等：3%、大型店：0%

③ 月の一人当たりの還元上限額

700ポイント（月間決済総額：1万円～約2.3万円）

④ 事業費予算（ポイント原資）

7,500万円

(2) 夏季消費喚起策（「夏のポイントアップ！せたがやのお店を応援！」）

① 実施期間

令和5年7月1日（土）～8月31日（木）

② 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%

③ 月の一人当たりの還元上限額

10,000ポイント（月間決済総額：5万～10万円）

④ 事業費予算（ポイント原資）

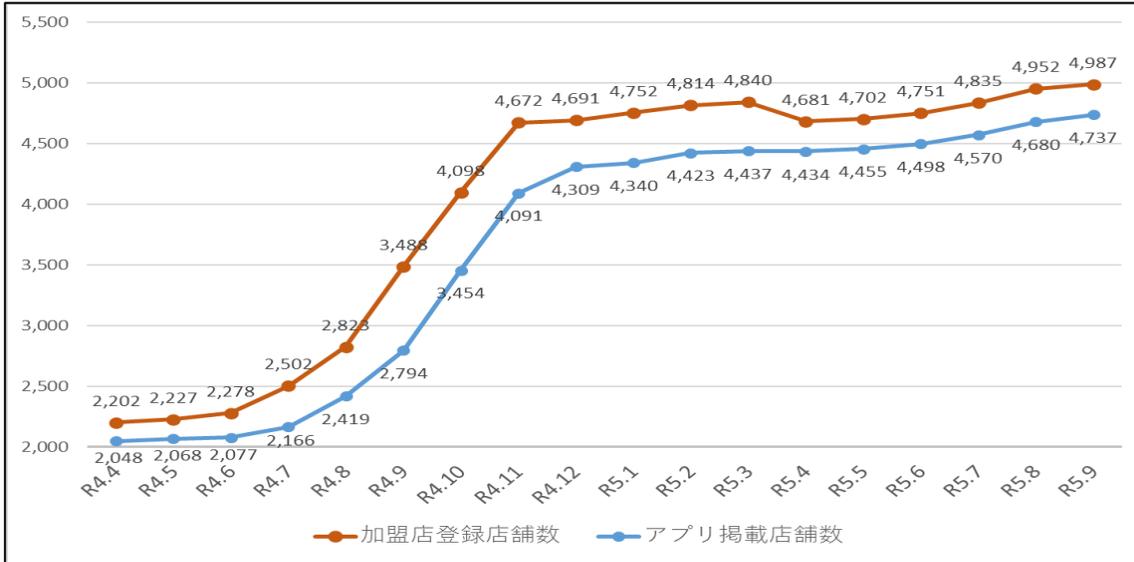
5.3億円

（※）中小個店の還元率については、世田谷区商店街連合会に属している商店街（会）への加盟により区分設定。

3 せたがや Pay 関連数値の推移（令和 5 年 9 月 30 日現在）

(1) 加盟登録店舗数

：4,987 店舗（内、アプリ掲載店舗数：4,737 店舗）

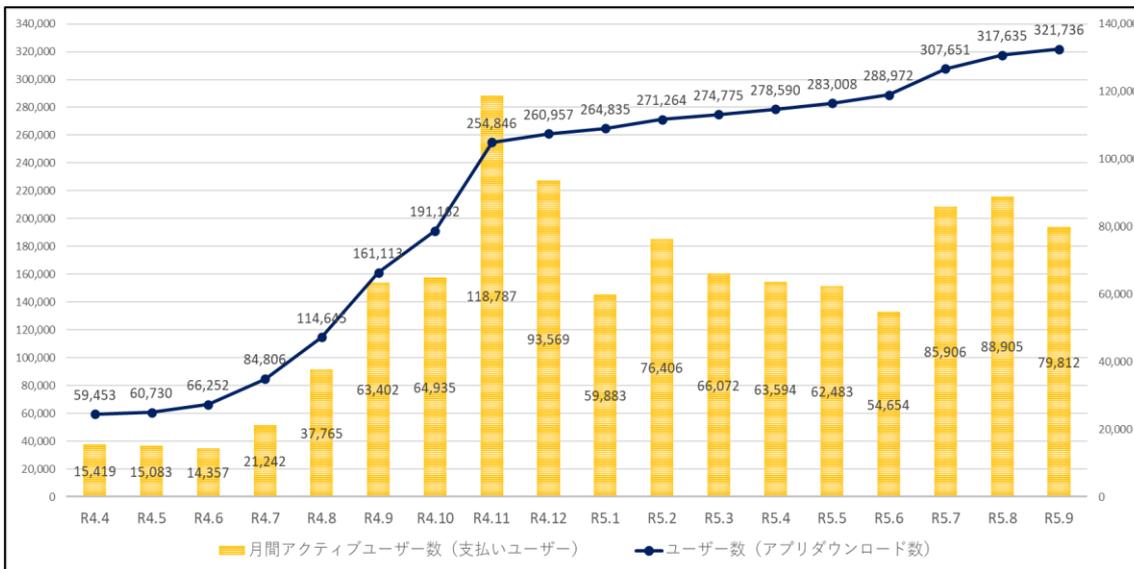


図表 1 せたがや Pay 加盟店登録・アプリ掲載店舗数推移（店）

(2) アプリダウンロード数

① 累積アプリダウンロード数：321,736 件

② 直近 6 カ月の平均アクティブユーザー数（支払利用者数）：約 72,000 件



図表 2 せたがや Pay アプリダウンロード数・アクティブユーザー数推移（件）

(3) 加盟店売上額

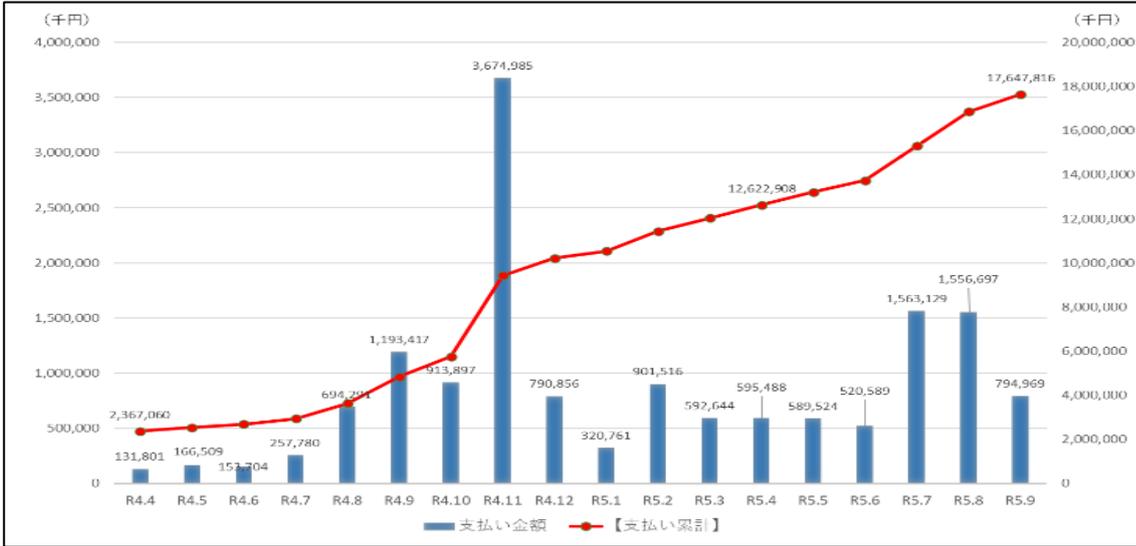
① 加盟店売上額総額の推移

・加盟店売上額総額（令和 3 年 2 月～令和 5 年 9 月）：17,647,816 千円

・直近 6 カ月の平均売上額総額／月：936,733 千円

・区内経済循環誘導施策の平均売上額総額／月（令和 5 年 4 月～6 月、9 月）
：625,143 千円

・夏季消費喚起策の平均売上額総額／月（令和 5 年 7 月～8 月）
：1,559,913 千円

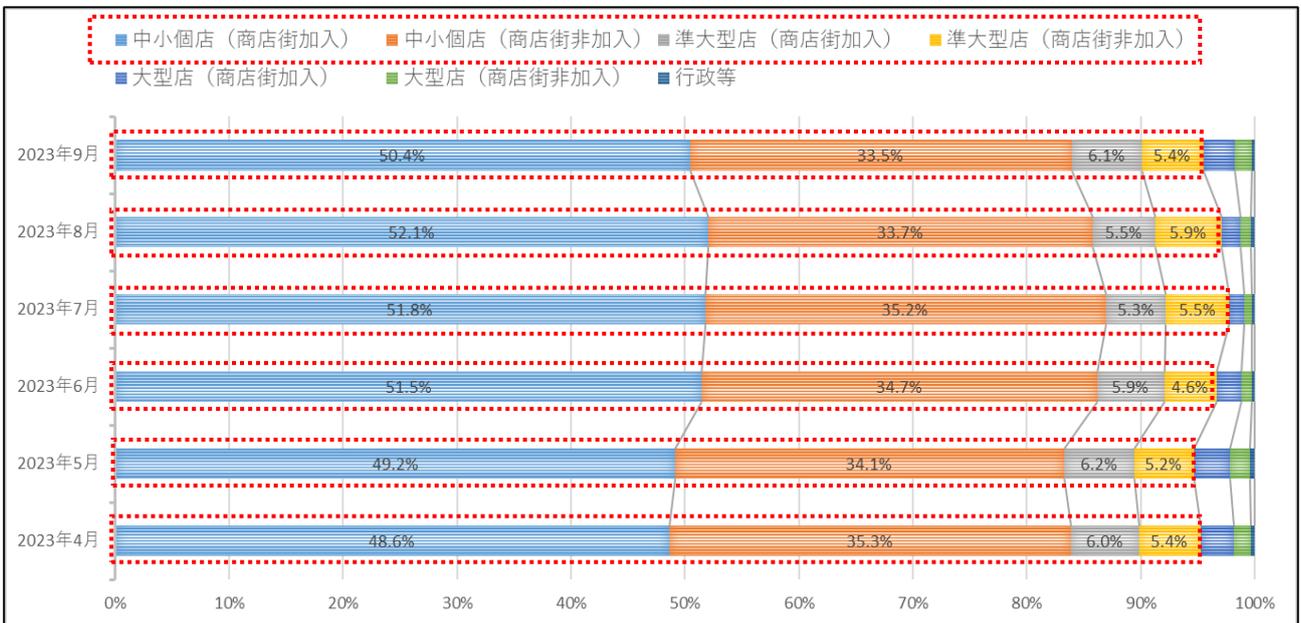


図表3 せたがや Pay 毎月支払額・累計額推移 (千円)

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) の別)

せたがや Pay の加盟店売上額について、加盟店区分別の売上額の構成割合を算出すると、図表4のとおり、直近6カ月における中小企業・小規模事業者 (※) での売上額の構成割合は平均 96% であり、せたがや Pay での支払額の大半が区内中小個店に裨益していることが分かる。

※ 「大型店」・「行政等団体」を除く「中小個店」・「準大型店」区分が、主に、中小企業基本法上の中小企業・小規模事業者に該当。



図表4 せたがや Pay 加盟店区分別の売上額構成割合 (%)

4 利用者向けアンケート

(1) 調査の概要

資料1「令和5年度上半期せたがや Pay ポイント還元事業利用者向けアンケート調査結果」参照

- ① 調査対象 せたがや Pay アプリ利用者
- ② 対象数 約 320,000 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5年9月15日（金）～9月28日（木）
- ⑤ 全体回答数 8,044 アカウント
- ⑥ 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
 - ・通常消費と比較した消費額
 - ・せたがや Pay の利用に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
 - ・今後のせたがや Pay 利用意向 など

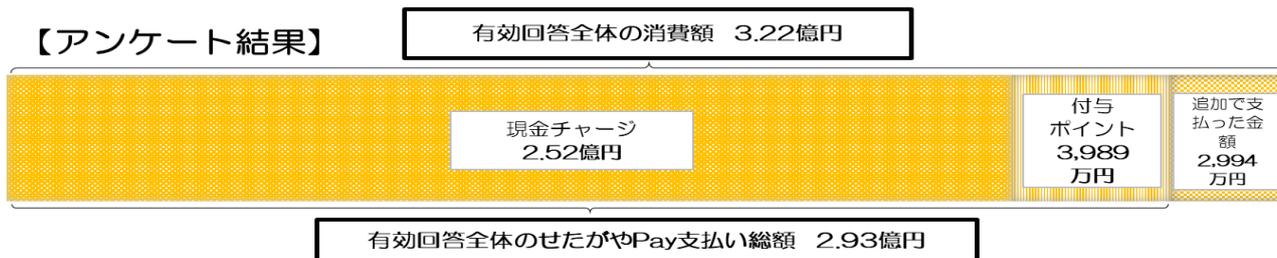
(2) 調査分析結果及び評価

① 夏季消費喚起策による事業効果総額・経済波及効果額

令和5年7月から8月まで実施した夏季消費喚起策（「夏のポイントアップ！せたがやのお店を応援！」）（最大20%還元／月上限10,000ポイント）の消費喚起等事業効果総額や経済波及効果額について、アンケート結果を元に以下の通り推計された。

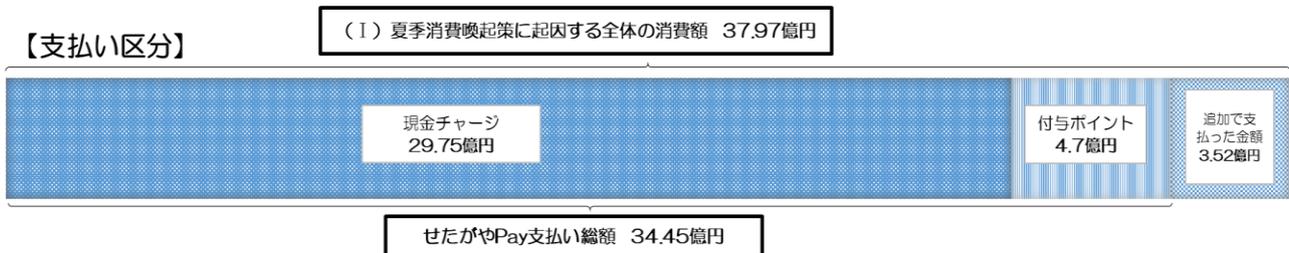
(ア) アンケート結果を元にした消費額等の算定

全体回答数8,044件の内、異常値を除外した有効回答数7,073件の回答を元に、「現金チャージ」、「付与ポイント」、「追加で支払った金額」等を算定した。なお、令和5年7月から8月までに実際に付与したポイントの総額が4.7億円（速報値）であることから、アンケート結果から算出したポイント額3,989万円との比率により、夏季消費喚起策に起因する全体の消費額等を推計する。



(イ) 夏季消費喚起策に起因する区内消費額 (資料1 p.12)

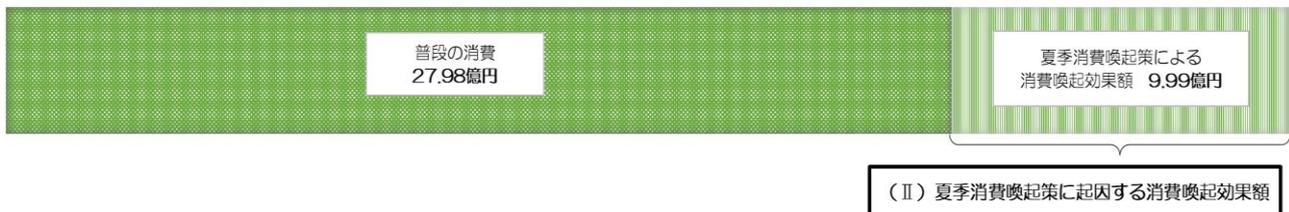
夏季消費喚起策の実施期間中の付与ポイントの総額は4.7億円(速報値)あり、(ア) アンケート結果より、せたがやPay 現金チャージ額は29.75億円、せたがやPayで支払いきれず追加で支払った金額の合計は3.52億円。したがって、「(I) 夏季消費喚起策に起因する全体の消費額」は37.97億円と推計された。



(ウ) 消費喚起効果額 (夏季消費喚起策により「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) (資料1 p.12)

全体の消費額(37.97億円)の内、「普段の消費」の置き換え額は27.98億円、「(II) 消費喚起効果額」は9.99億円と推計された。「普段の消費」(27.98億円)に対し、約35.7%の追加消費を喚起することができた。

【消費喚起効果額】

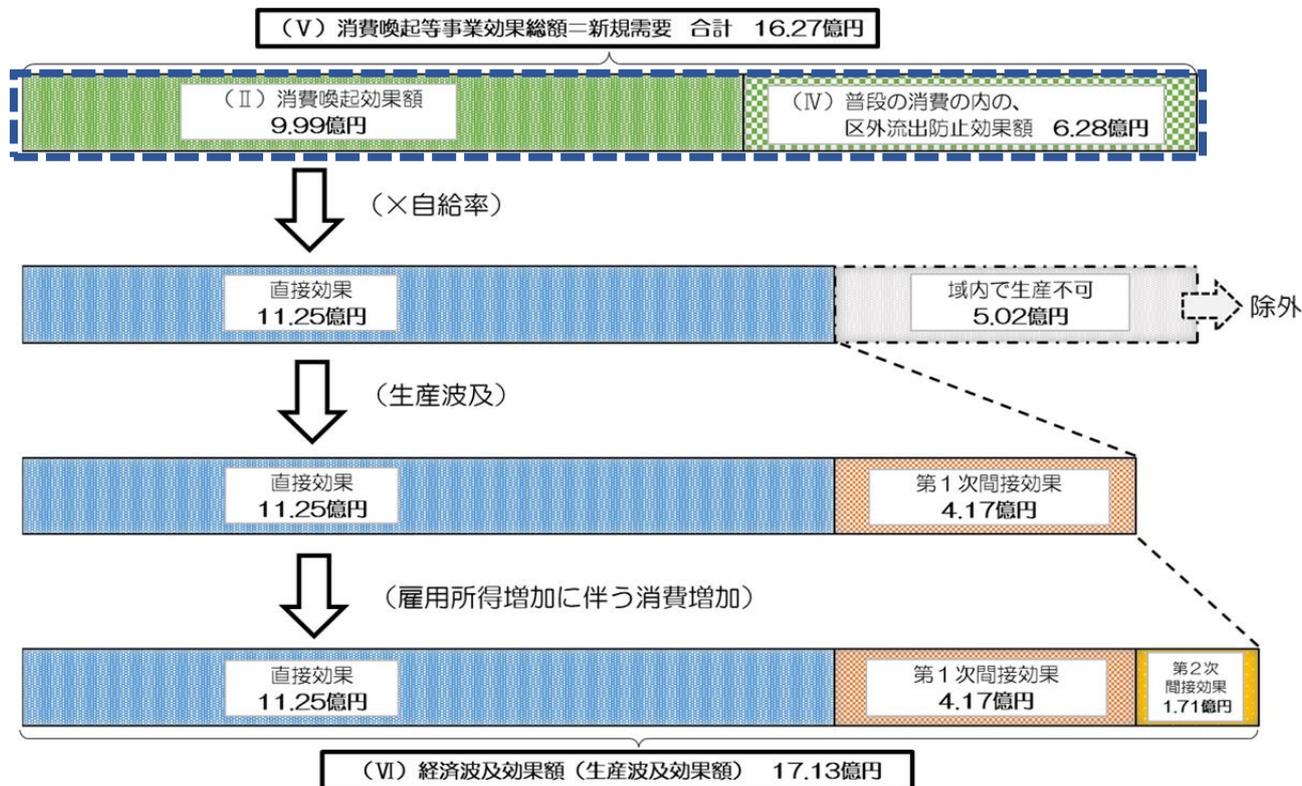


(エ) 区外流出防止効果額 (普段は世田谷区外やECサイトで購入しているものを、夏季消費喚起策があることで、世田谷区内で購入した額) (資料1 p.11)

普段であれば区外に流出していた消費を、区内消費に誘導することができた「(III) 区外流出防止効果額」は8.52億円と推計された。これは全体の消費額(37.97億円)の内、22.44%に当たる。

【区外流出防止効果額】



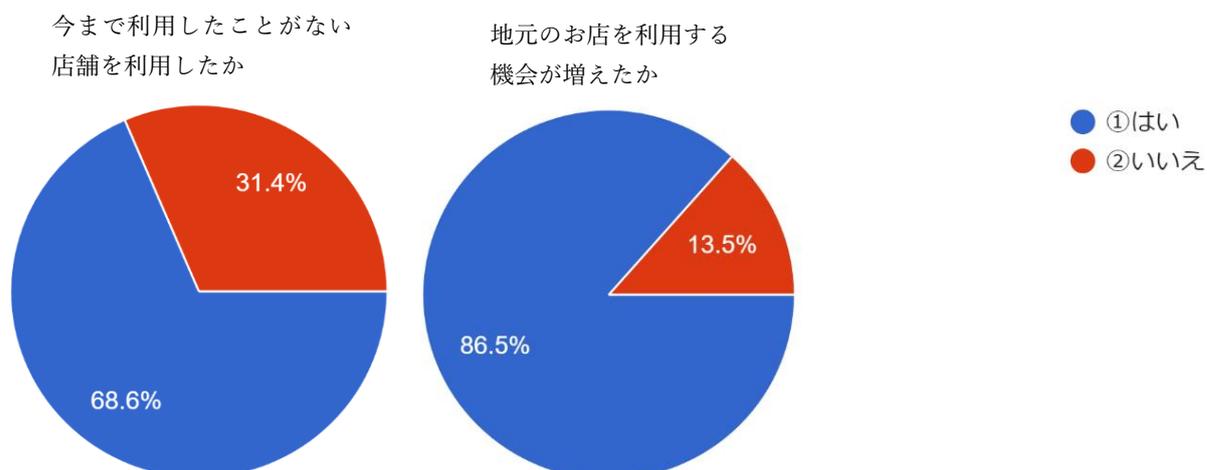


経済波及効果：ある産業に需要が生じ、その需要に対応する生産活動が拡大すると、原材料や資材などの取引や消費活動を通じ、他の産業に次々と影響を及ぼす。この過程のことを経済波及効果という。

② 令和5年度上半期キャンペーンによる区内消費誘導効果（資料1 p.8～9）

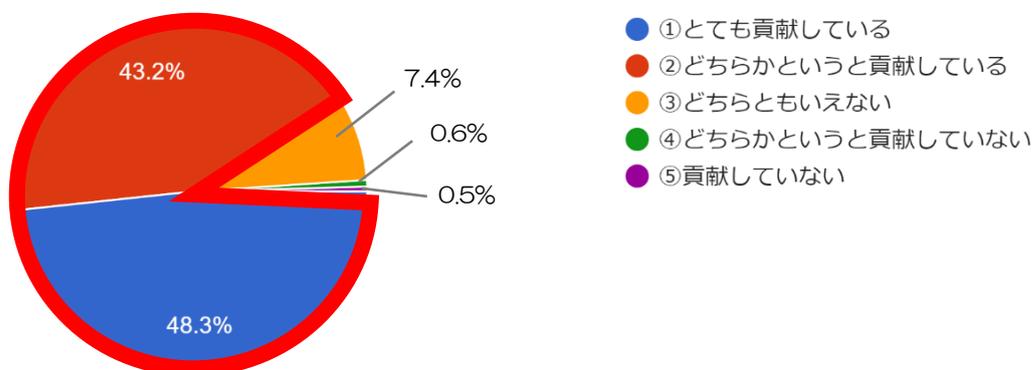
令和5年度上半期キャンペーンをきっかけに「今まで利用したことがない店舗を利用したか」、「地元のお店を利用する機会が増えたか」を尋ねたところ、「はい（利用した、増えた）」と答えた回答は前回調査時（令和4年度中小個店30%還元キャンペーン／令和4年7月～11月）と比較し、それぞれ8.5ポイント、4.0ポイント減少し、68.6%、86.5%となった。

前回調査時と比較しポイントは減少したものの、区内消費を誘導する効果は依然として高い水準を示していると評価できる。



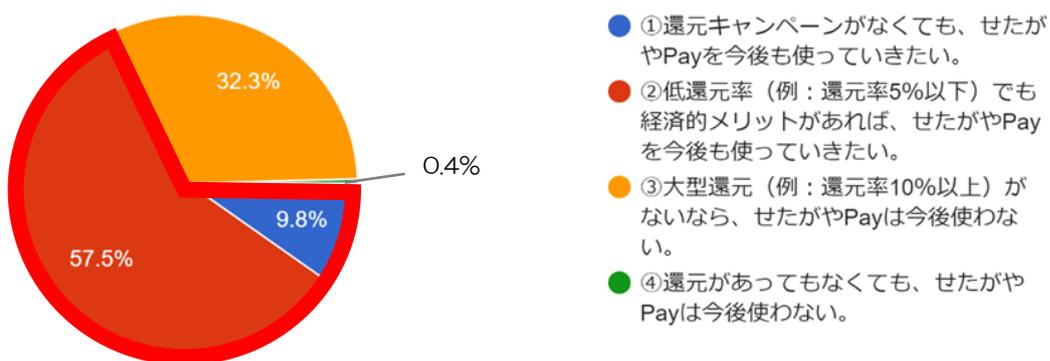
③ せたがや Pay の地域産業全体に対するデジタル化等への効果（資料1 p.9）

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に対するデジタル化に貢献しているか尋ねたところ、利用者はその9割以上が「貢献している」と回答した。



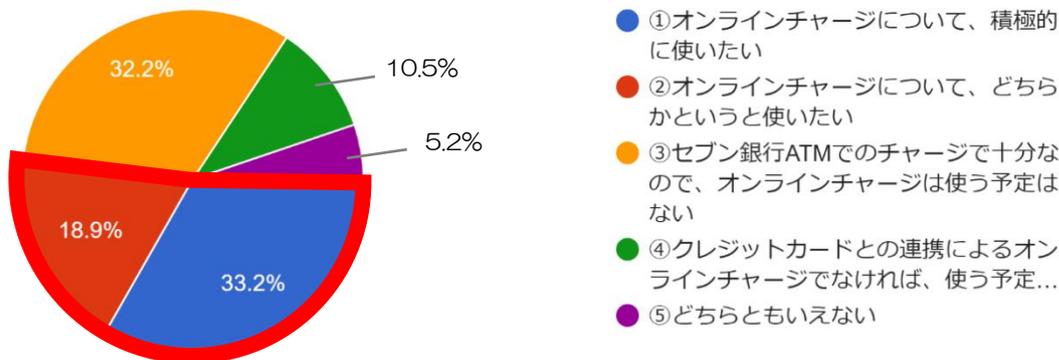
④ せたがや Pay の継続利用意向（資料1 p.14）

せたがや Pay を継続利用するかを尋ねたところ、「大型還元がないなら、せたがや Pay は今後使わない」とする回答は、前回調査時（令和4年度中小個店30%還元キャンペーン/令和4年7月～11月）と比較し8.5ポイント上昇し32.3%となったものの、0%から低還元率の還元でも経済的メリットがあればせたがや Pay を利用したいという利用者が7割弱と多数を占めている。「還元が無くてもせたがや Pay を使っていきたい」とする回答も、前回調査時から4.7ポイント上昇し、9.8%となった。徐々に、せたがや Pay の固定ユーザーが増加していると推察される。



⑤ せたがや Pay のオンラインチャージに対するニーズ（資料1 p.17）

インターネットバンキングからのオンラインチャージに係るニーズを尋ねたところ、「使いたい」とする回答が過半数を超える結果となった。33.2%が「積極的に使いたい」と回答していることから、オンラインチャージに対するニーズの高さが確認できた。



5 加盟店向けアンケート

(1) 調査の概要

資料2「令和5年度上半期せたがや Pay ポイント還元事業加盟店向けアンケート調査結果」参照

- ① 調査対象 せたがや Pay 加盟店
- ② 対象数 約 5,000 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5年9月8日（金）～9月24日（日）
- ⑤ 全体回答数 415 事業者
- ⑥ 主な調査項目
 - ・基礎情報（業種、商店街加入、経営規模等）
 - ・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
 - ・換金手数料に対する意見
 - ・せたがや Pay の利用に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

(2) 調査分析結果及び評価

資料2「令和5年度上半期せたがや Pay ポイント還元事業加盟店向けアンケート結果」参照参照。以下、主な調査結果について一部抜粋する。

① 売上、来客数、客単価の変化（資料2 p.7-9）

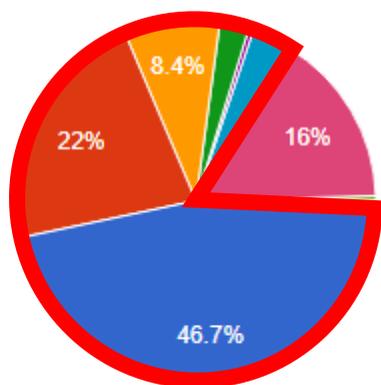
前述の「3 せたがや Pay 関連数値の推移（令和5年9月30日現在）」における定量的指標や、「4 利用者向けアンケート」調査分析結果において、消費喚起等事業効果や経済波及効果は認められるが、以下の、加盟店における定性的な指標においては、いずれも前回調査時（令和4年度中小個店 30%還元キャンペーン／令和4年7月～11月）と比較し、せたがや Pay 事業の全体的な効果は低減した結果となった。

還元率や付与上限額等のポイント還元事業のスキームの違いや、そもそもの物価高

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加盟店の経営を取り巻く環境が前年度と比較し大きく異なることが、前回調査と比較しポイントが後退した要因のひとつと考えられる。

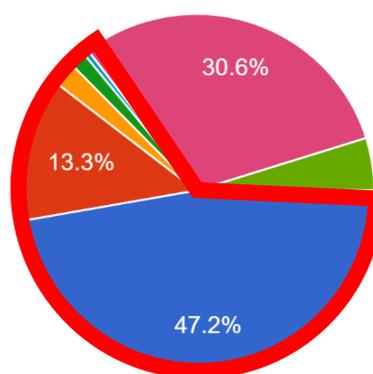
(売上の変化 ※前年同時期との比較)

前回 (令和4年) 調査時
(令和3年7月～11月との比較)



売上増加 約 96%

今回 (令和5年) 調査時
(令和5年4月～9月との比較)

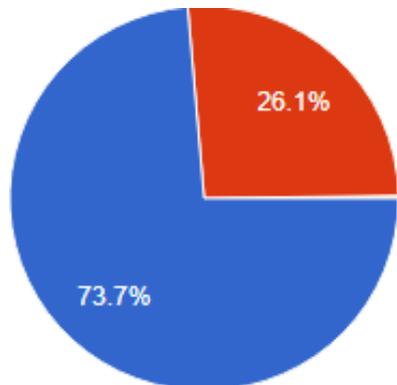


売上増加 約 64%

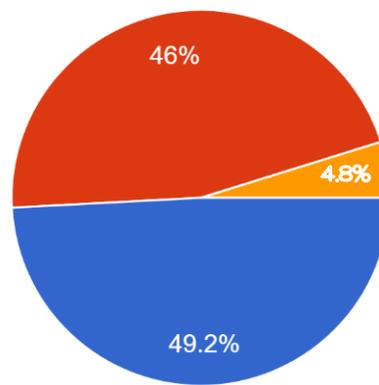
- ① 1～10%程度増加した
- ② 11～20%程度増加した
- ③ 21～30%程度増加した
- ④ 31～40%程度増加した
- ⑤ 41～50%程度増加した
- ⑥ 51%以上増加した
- ⑦ 変化なし
- ⑧ 減少した

(来客数の変化 ※前年同時期との比較)

前回 (令和4年) 調査時
(令和3年7月～11月との比較)



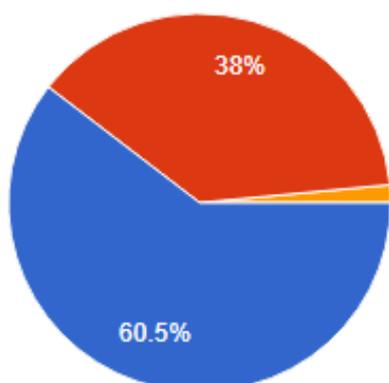
今回 (令和5年) 調査時
(令和5年4月～9月との比較)



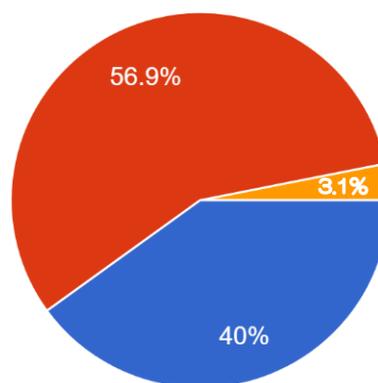
- ① 増加した
- ② 変化なし
- ③ 減少した

(客単価の変化 ※前年同時期との比較)

前回 (令和4年) 調査時
(令和3年7月～11月との比較)



今回 (令和5年) 調査時
(令和5年4月～9月との比較)



- ① 増加した
- ② 変化なし
- ③ 減少した

② 営業利益率の変化（資料2 p.6）

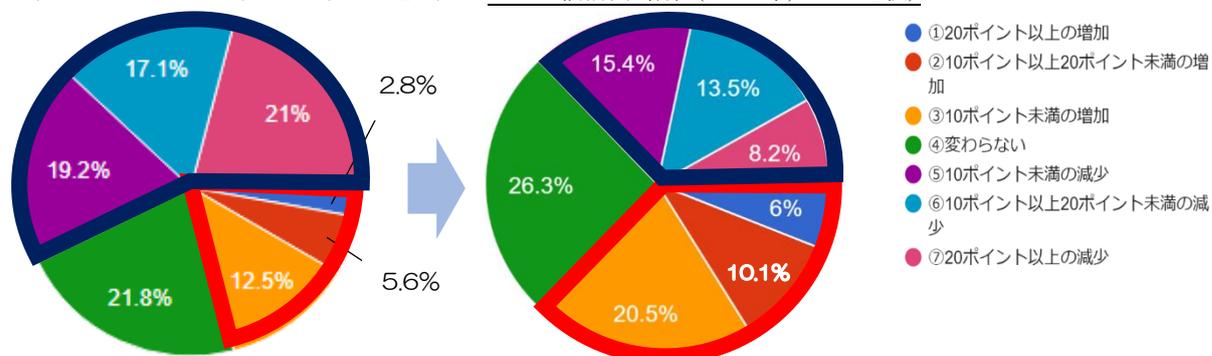
コロナ禍前の同時期と比較した直近の営業利益率について、36.6%が「増加した」、26.3%が「変わらない」、37.1%が減少したと回答した。これは、前回調査時（令和4年度中小個店30%還元キャンペーン／令和4年7月～11月）よりもポイントが上昇しており、事業者の経営状況は徐々に回復基調に移行しつつあると考えられる。

前回（令和4年）調査時

（コロナ禍前同時期（2019年）との比較）

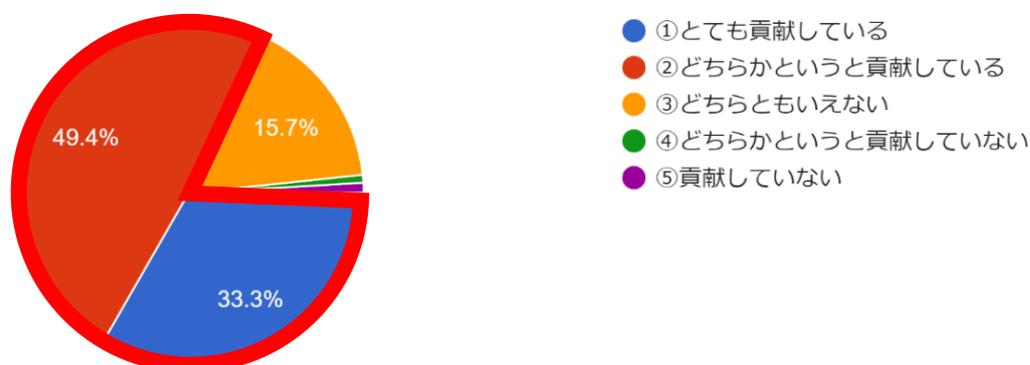
今回（令和5年）調査時

（コロナ禍前同時期（2019年）との比較）



③ せたがや Pay の地域産業全体に対するデジタル化等への効果（資料2 p.12）

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に対するデジタル化に貢献しているか尋ねたところ、事業者はその8割以上が「貢献している」と回答した。



④ 換金手数料負担に対する意見（資料2 p.15）

持続可能な事業運営に向け、店舗毎の決済額に応じた手数料負担について意見を尋ねたところ、決済額1%未満であれば約53%、決済額1%～1.5%未満であれば約15%の店舗が手数料負担を容認できると回答している。



6 効果検証の総括

令和5年7月～8月間に実施した夏季消費喚起策について、総額16億2,700万円の消費喚起等事業効果額、さらに17億1,300万円の経済波及効果額（生産誘発効果額）が生じたと推計し、同期間に投資した4億7,000万円（速報値）のポイント付与額に対して十分な経済効果を創出できたといえる。

「加盟店向けアンケート結果」より、前回調査時（令和4年度中小個店30%還元キャンペーン／令和4年7月～11月）と比較して、令和5年度上半期事業実施による事業効果（売上、来客数等）はやや低減した結果となった。これは前年度事業（中小個店への30%還元）よりも今回実施した事業がインパクトを抑制した事業スキームであることや、コロナ禍や物価高騰を起因とした区内中小個店を取り巻く経営環境が依然として厳しいことが要因に挙げられる。

他方で、期間中の加盟店区分毎の売上額の推移から、区内中小個店の多くに一定程度の事業効果が裨益されているものであり、さらに「利用者向けアンケート結果」より、今回実施した事業においては、7割弱の消費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割以上の消費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、区内経済循環に資する消費誘導効果もあったと認められる。

また、コロナ禍以前の同時期と比較した、事業者の直近における営業利益については、前回調査時よりもポイントが上昇し改善を示していることから、区内中小個店の経営状況は徐々に回復基調に移行しつつあると考えられる。

前年度に実施した中小個店30%還元キャンペーンの効果測定結果を踏まえ、今年度上半期においては継続的な「区内経済循環誘導施策」と、スポットでの「夏季消費喚起策」を併用実施することで、新たな消費を短期的に喚起する政策から、継続的に区内への消費に誘導する政策へと重心を移しており、せたがやPayの月間アクティブユーザー数や加盟店売上額の推移を鑑みるに、一定の固定ユーザーと決済数を確保し、以て区内中小個店支援を中心に区内経済の安定を下支えしているものと評価している。

今年度下半期以降においても、物価や経済動向の不確実性が極めて高い状況が続くことが見込まれることから、引き続き「区内経済循環誘導施策」を実施し、「夏季消費喚起策」にて誘引することができた中小個店における顧客の定着を促しながら、歳末の消費活性期の時機を捉えて「歳末消費喚起策」を実施し、以て生活者支援と区内経済循環の推進を図っていく。

令和5年度上半期
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5年11月
経済産業部 商業課

1. 調査目的

令和5年度上半期に実施された、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5年度上半期せたがや Pay ポイント還元事業 概要

(1) 区内経済循環誘導施策（「せたがやのお店を応援！」）

【実施期間】

令和5年4月1日（土）～6月30日（金）、9月1日（金）～30日（土）

【内容】

中小個店での決済額の最大7%分のポイントを還元

還元率：中小個店7%または5%、コンビニ等：3%、大型店：0% ※

【月の一人あたり還元上限】

700ポイント（月間決済総額：1万円～約2.3万円）

【事業費予算（ポイント原資）】

7,500万円

(2) 夏季消費喚起策（「夏のポイントアップ！せたがやのお店を応援！」）

【実施期間】

令和5年7月1日（土）～8月31日（木）

【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（月間決済総額：5万～10万円）

【事業費予算（ポイント原資）】

5.3億円

※還元率については、世田谷区商店街連合会に属している商店街（会）に加盟している中小個店で区分しております。

■参考：令和5年9月30日現在のせたがや Pay 関連数値

(1) せたがや Pay アプリダウンロード数

：約320,000ダウンロード

(2) せたがや Pay 登録店舗数

：約5,000店舗

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 320,000 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 5 年 9 月 15 日（金）～9 月 28 日（木）
- (5) 全体回答数：8,044 アカウント

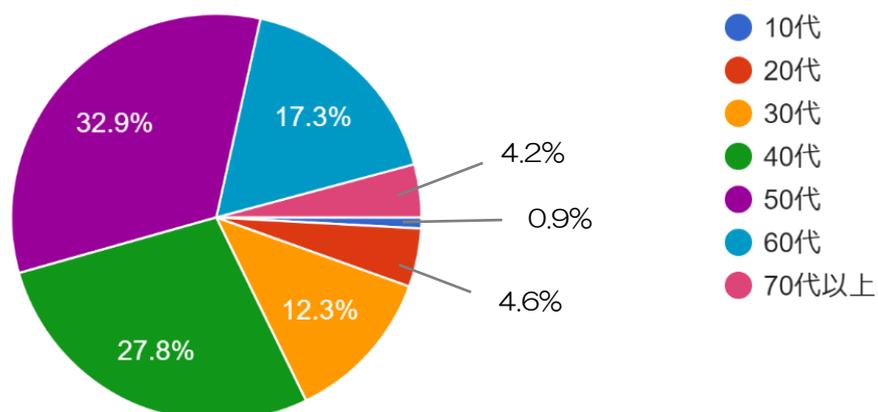
数値の見方：特に断りがない場合、すべての設問の n 値は 8,044。

※n 値とはサンプル数（アンケート回答件数）

3. 標本構成

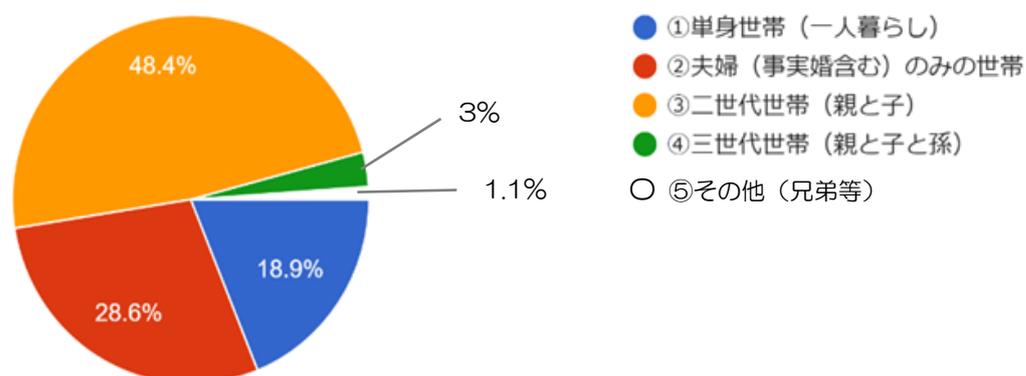
1. 年代を教えてください。（1つだけお選びください）

8,044 件の回答



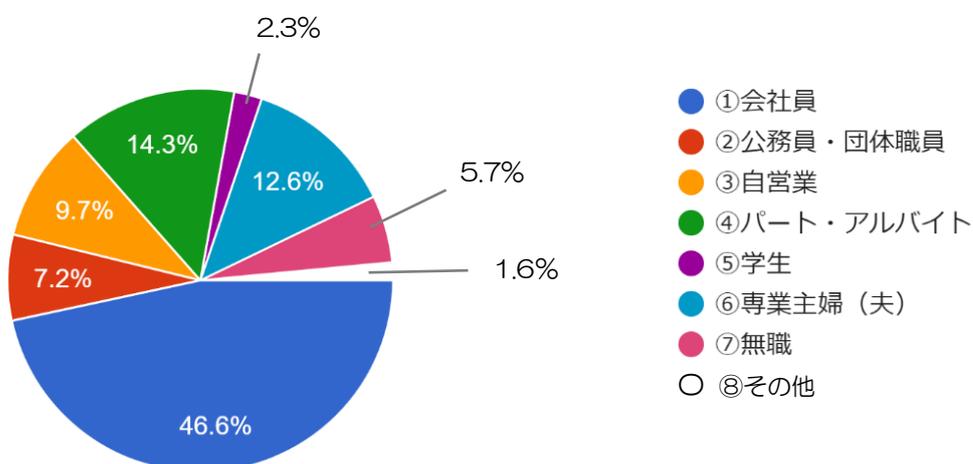
4. 世帯構成を教えてください。（1つだけお選びください）

8,044 件の回答



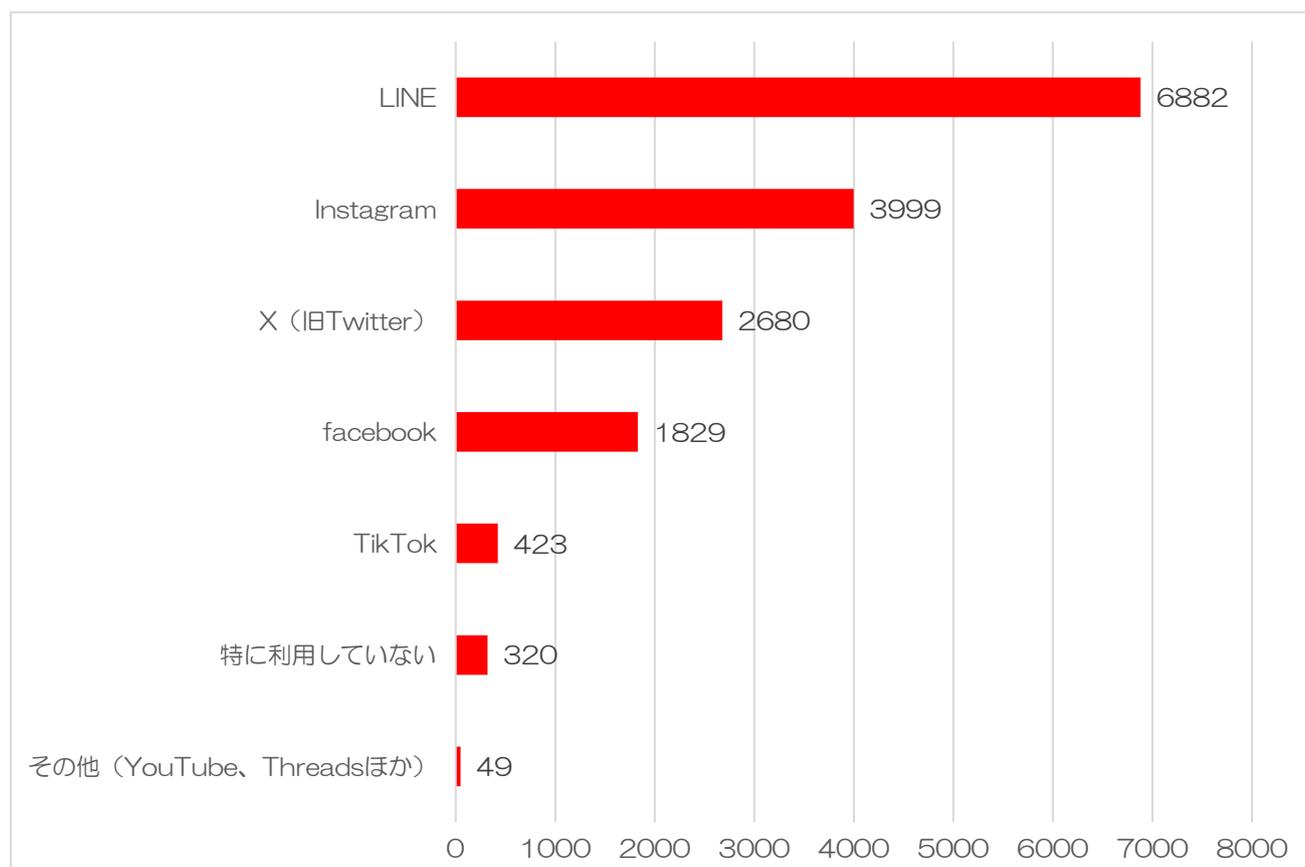
5. 職業を教えてください。（1つだけお選びください）

8,044 件の回答



6. よく使う SNS を教えてください。(複数回答可)

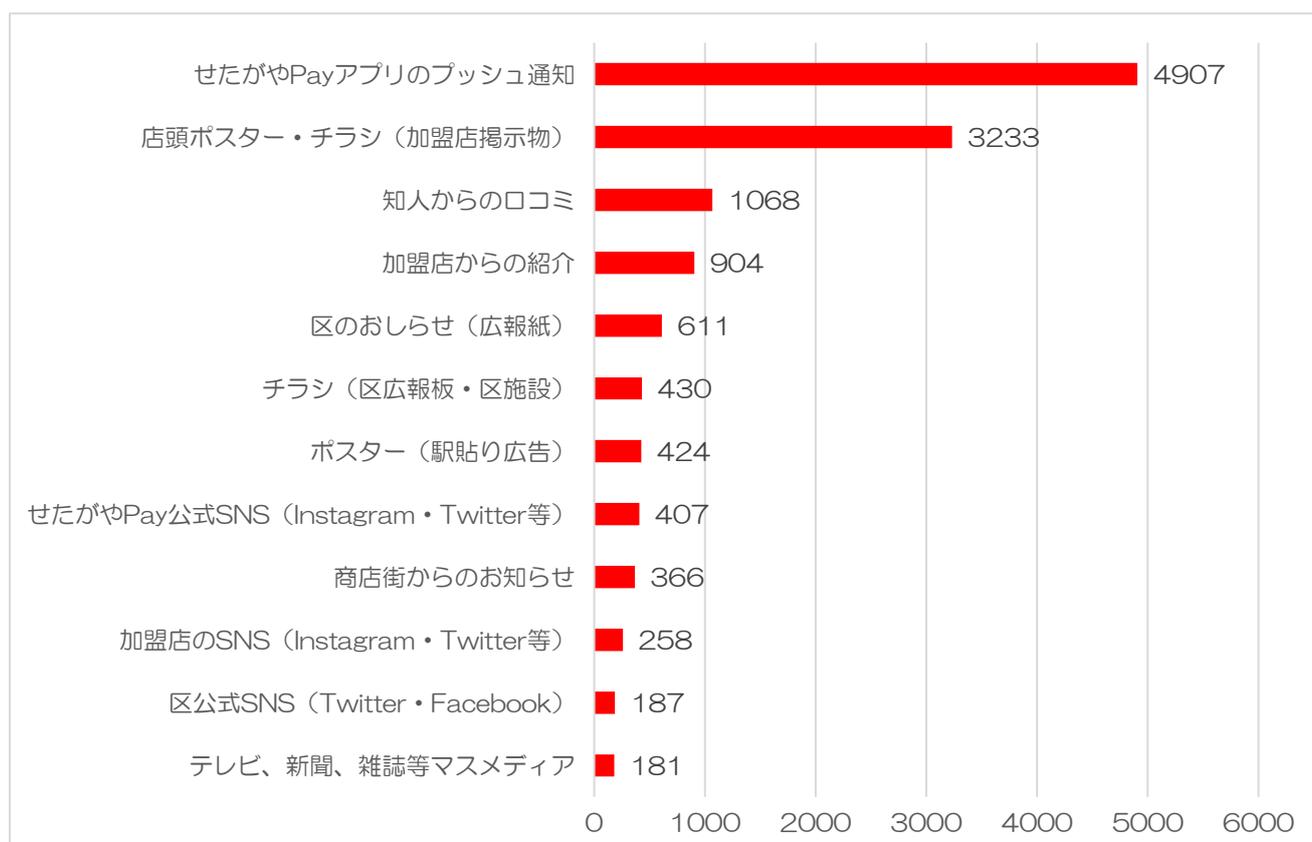
8,044 件の回答



4. 質問と回答

■せたがや Pay や令和 5 年度上半期せたがや Pay キャンペーン（最大 7%還元/月上限 700 ポイント、最大 20%還元/月上限 10,000 ポイント）の効果について、教えてください。

7. せたがや Pay や令和 5 年度上半期キャンペーンについて、何で知りましたか。（複数回答可）
8,044 件の回答

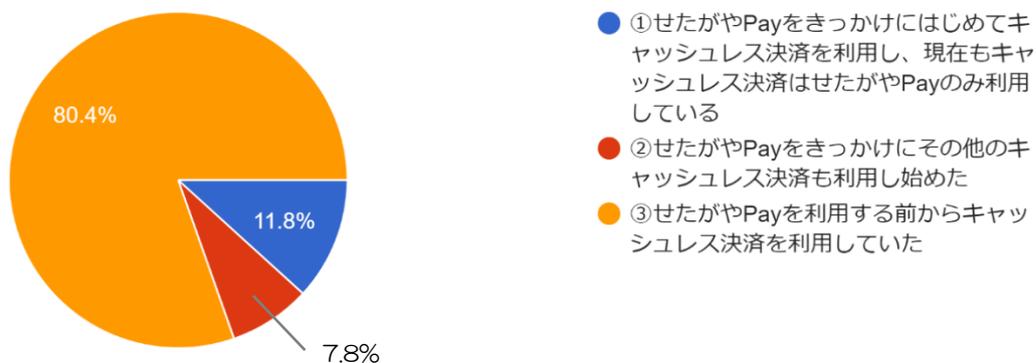


<調査結果>

せたがや Pay や令和 5 年度上半期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」（4,907 件）が最も多く、ついで「店頭フラッグ・ポスター・チラシ（加盟店掲示物）」（3,233 件）、「知人からの口コミ」（1,068 件）と続く。なお、その他回答として、「学校・大学からの紹介」などがあった。

8. せたがや Pay や令和 5 年度上半期キャンペーンをきっかけに、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)

8,044 件の回答



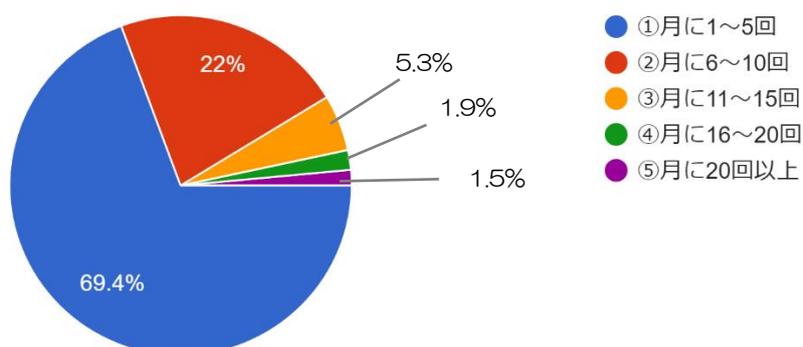
<調査結果>

「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 949 件（11.8%）、「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 631 件（7.8%）となった。

なお、80%以上のせたがや 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。

9. 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すか。(1 つだけお選びください)

8,044 件の回答

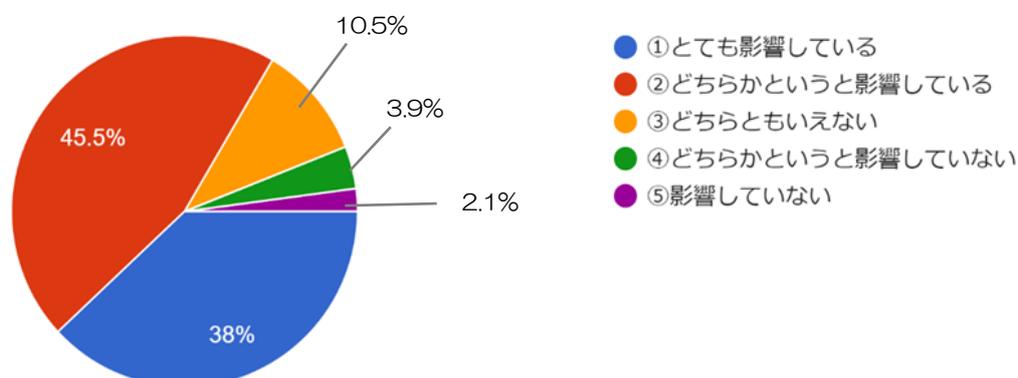


<調査結果>

せたがや Pay の利用頻度について、「月に 1~5 回」が 5,581 件（69.4%）で最も多く、「月に 6~10 回」が 1,766 件（22%）、「月に 11~15 回」が 429 件（5.3%）と続く。

10. 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）

8,044 件の回答

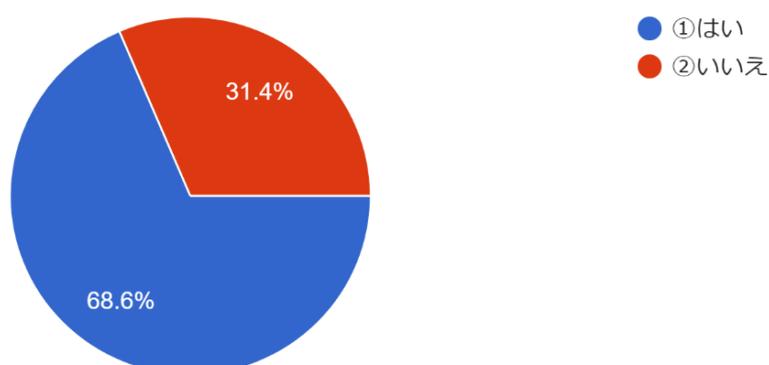


<調査結果>

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が、店舗を選択する際に影響しているか5段階で聞いたところ、「とても影響している」が3,061件（38%）で最も多く、「どちらかというに影響している」（3,658件,45.5%）を含め、「影響している」とする回答が約83%以上を占める結果となった。

11. 令和5年度上半期のせたがや Pay 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）

8,044 件の回答

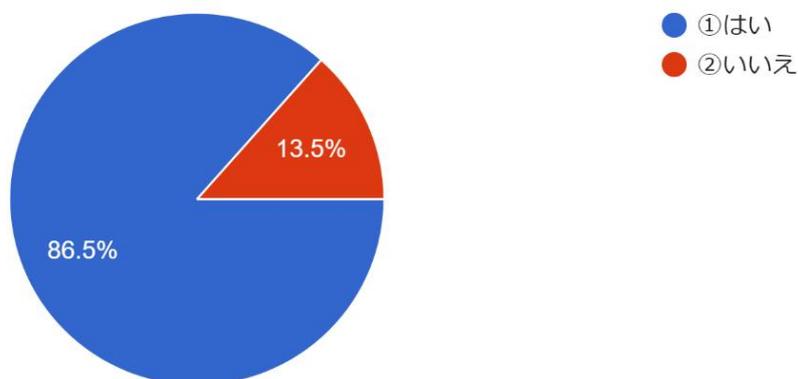


<調査結果>

令和5年度上半期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5,518件（68.6%）となった。

12. 令和5年度上半期キャンペーンをきっかけに、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）

8,044件の回答

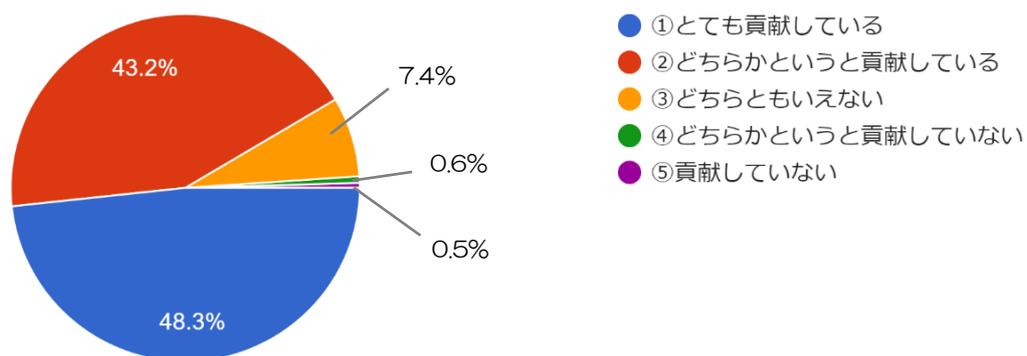


<調査結果>

令和5年度上半期キャンペーンをきっかけに、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6,965件（86.5%）となった。

13. 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）

8,044件の回答

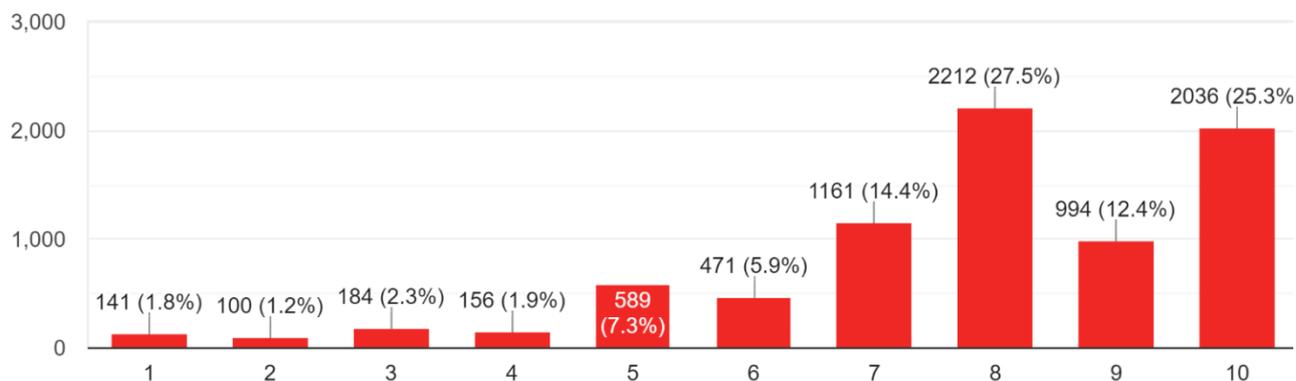


<調査結果>

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5段階で聞いたところ、「とても貢献している」が3,885件（48.3%）で最も多く、「どちらかという貢献している」（3,477件,43.2%）を含め、「貢献している」とする回答が約91%以上を占める結果となった。

14. 令和5年度上半期キャンペーン（最大7%還元／上限700ポイント、最大20%還元／月上限10,000ポイント）の総合的な満足度を、10点満点で評価してください。

8,044件の回答



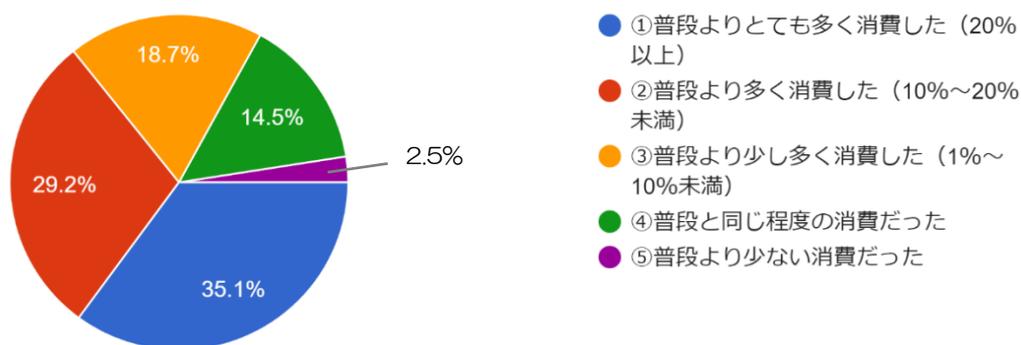
<調査結果>

令和5年度上半期キャンペーン（最大7%還元／上限700ポイント、最大20%還元／月上限10,000ポイント）の総合的な満足度を10点満点で聞いたところ、「8」が2,212件（27.5%）で最も多く、「10」が2,036件（25.3%）と続く。平均値は「7.76」、中央値は「8」となった。

■7月～8月まで実施した、せたがや Pay「夏のポイントアップ！せたがやのお店を応援！」（最大20%還元／月上限 10,000 ポイント）の効果について、教えてください。

15. 夏の最大 20%還元キャンペーンをきっかけに、7月～8月までの間、普段よりもどのくらい多く消費しましたか。（1 つだけお選びください）

8,044 件の回答



<調査結果>

夏の最大 20%還元キャンペーンをきっかけとした消費の程度を聞いたところ、「普段よりも多く消費した（20%以上）」が 2,822 件（35.1%）で最も多く、「普段よりも多く消費した」が 2,351 件（29.2%）で続く。「普段よりも少しでも多く消費した」（1%以上）とする回答は、約 83%以上を占める結果となった。

16.（夏季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

17.（区外流出防止効果額）

16.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

18.（区外流出防止効果額の支払先区分）

17.で支払った金額をどのようなお店で、幾ら支払ったか。

19.（消費喚起効果額）

16.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

20.（消費喚起効果額の支払先区分）

19.で支払った金額をどのようなお店で、幾ら支払ったか。

次ページ以降（12～13 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。

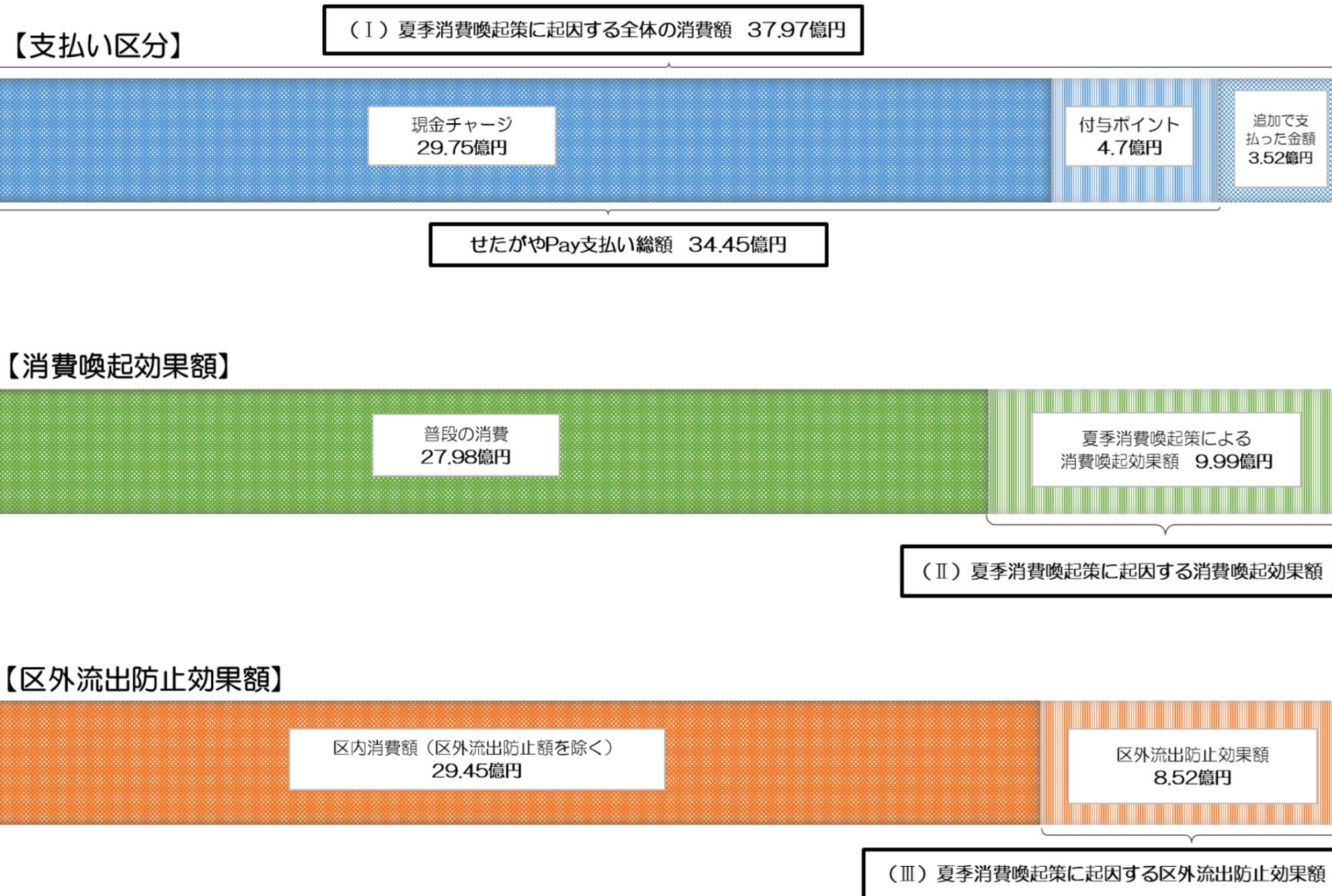
夏季消費喚起策「夏のポイントアップ! せたがやのお店を応援!」の消費喚起効果・区外流出防止効果額

全体回答数 8,804 件の内、有効回答 7,073 件（異常値除外）。アンケート調査結果に基づき、「夏季消費喚起策」の支払い区分ごとの金額の推計を行なった。
また、(I)「夏季消費喚起策」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。

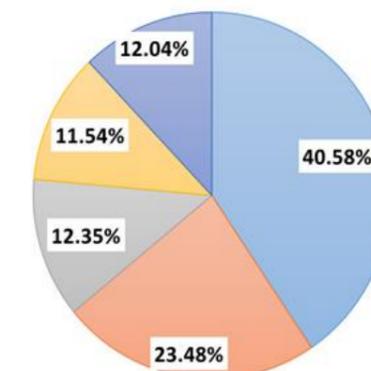
この結果、

- 「夏季消費喚起策」に起因する全体の消費額は、37.97 億円 (I)
- 4.7 億円 (速報値/予算 5.3 億円) のポイント還元により、9.99 億円の消費喚起効果 (II) が生じた
- さらに、区外流出防止効果額は、8.52 億円 (III)

と推計された。

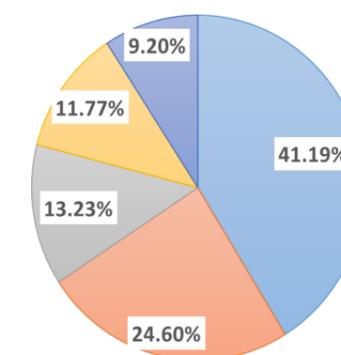


「(II) 夏季消費喚起策による消費喚起効果 9.99 億円」の内、お店のジャンルごとの支払い割合を推計



➤ 大型店やチェーン店を除いた、地元中小個店での支払いが 87.95% を占める。

「(III) 区外流出防止効果額 8.52 億円」の内、お店のジャンルごとの支払い割合を推計



➤ 大型店やチェーン店を除いた、地元中小個店での支払いが 90.79% を占める。

- (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、夏季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」 夏季消費喚起策により「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、夏季消費喚起策があることで、世田谷区内で購入した額

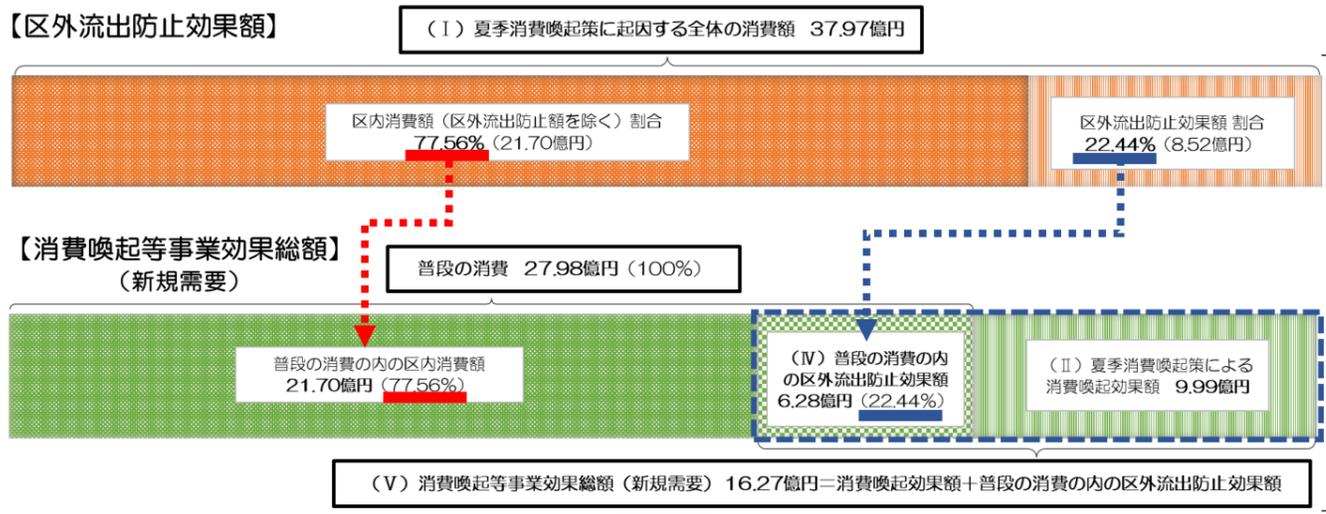
夏季消費喚起策「夏のポイントアップ! せたがやのお店を応援!」の事業効果総額・経済波及効果額（生産誘発効果額）

普段の消費の内、夏季消費喚起策に起因して、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) 夏季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、平成 27 年（2015 年）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、「夏季消費喚起策」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、6.28 億円
- 「夏季消費喚起策」に起因する消費喚起等事業効果総額（新規需要）は、16.40 億円 (V) ※ポイント原資分 4.7 億円に対する倍率：3.46 倍
- 新規需要 16.40 億円によって、17.27 億円 (VI) 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 4.7 億円に対する倍率：3.64 倍

と推計された。

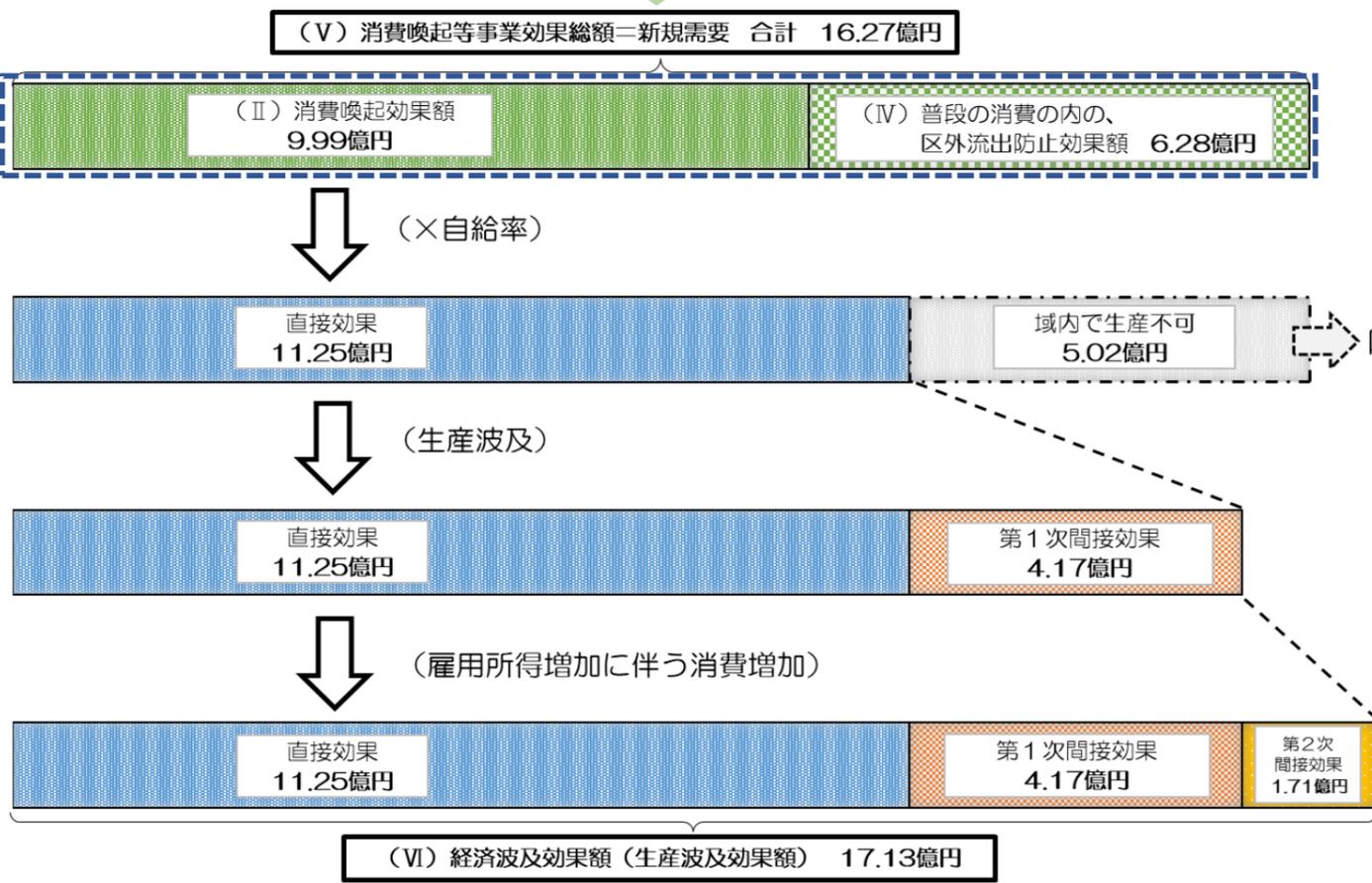


(V) 消費喚起等事業効果総額（新規需要） = (II) 消費喚起効果額 + (IV) 普段の消費の内の区外流出防止効果額

(II) 夏季消費喚起策による消費喚起効果額 9.99 億円
+ (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:22.44%）
6.28 億円（普段の消費 27.98 億円×22.44%）

= (V) 消費喚起等事業効果総額（新規需要） 16.27 億円

※ポイント原資分 4.7 億円に対する倍率：3.46 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）16.27 億円に対する、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）を試算する。

直接効果 11.25 億円（東京都産業連関表による）
+ 第1次間接効果 4.17 億円（東京都産業連関表による）
+ 第2次間接効果 1.71 億円（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） 17.13 億円

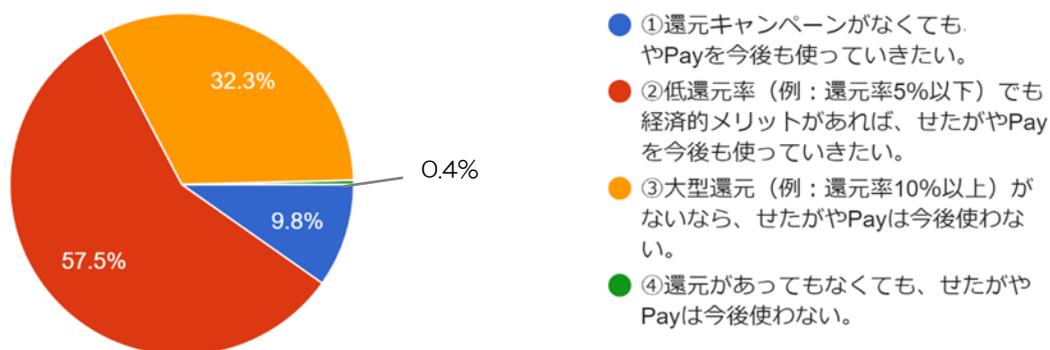
※ポイント原資分 4.7 億円に対する倍率：3.64 倍

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)

8,044 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（例：還元率 5%以下）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 4,630 件（57.5%）で最も多く、ついで「大型還元（例：還元率 10%以上がないなら、せたがや Pay は今後使わない」が 2,596 件（32.3%）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 788 件（9.8%）となった。

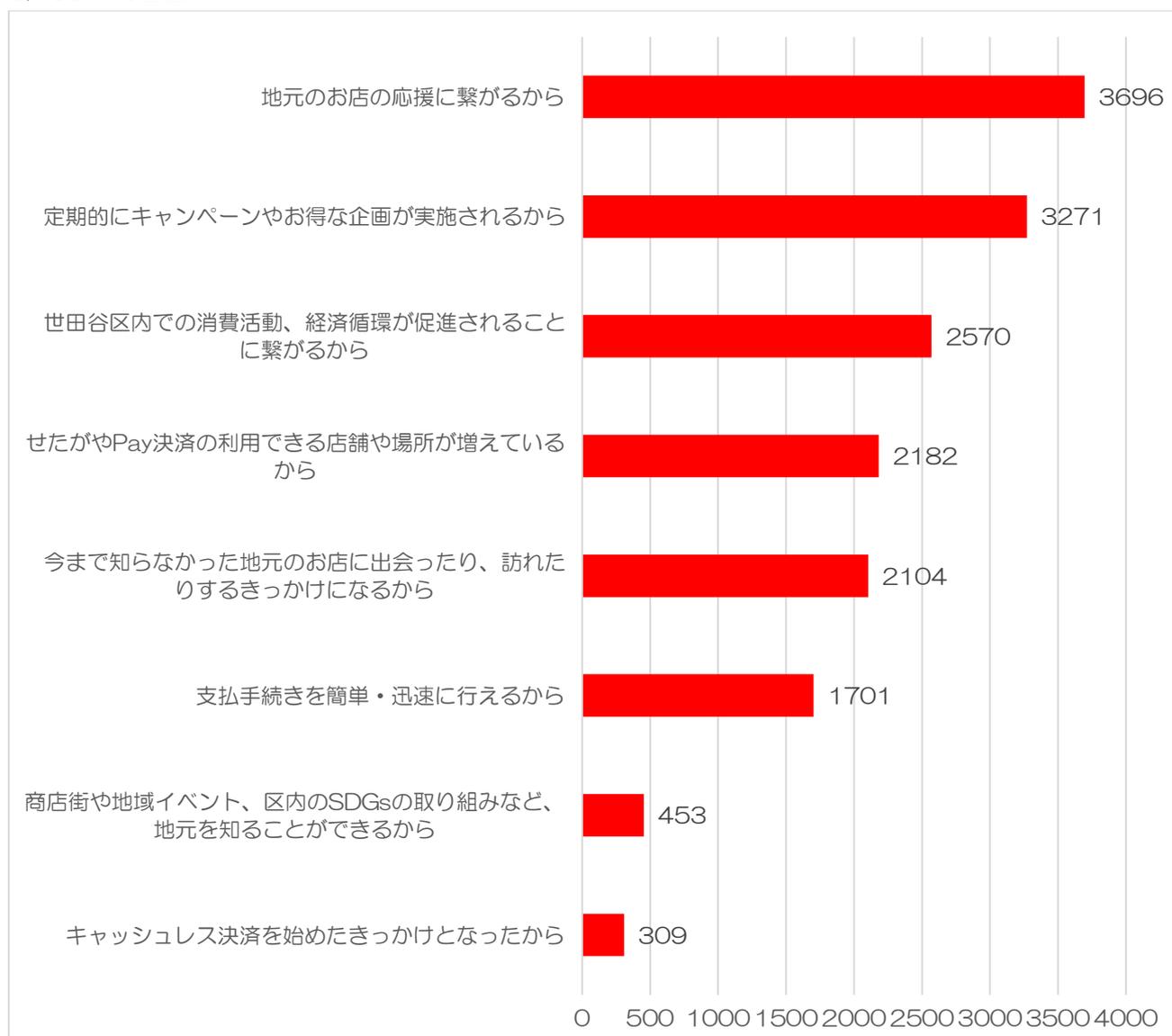
21. (せたがや Pay の利用継続) で①、②と回答した方にお聴きします。

①還元キャンペーンがなくてもせたがや Pay を今後も使って行きたい (57.5%)

②低還元率 (例: 還元率 5%以下) 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 (32.3%)

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)

5,409 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 (5,629 人) に、せたがや Pay の利用を継続する理由を聴いたところ、「地元のお店の応援に繋がるから」(3,696 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」(3,271 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」(2,570 件) と続く。

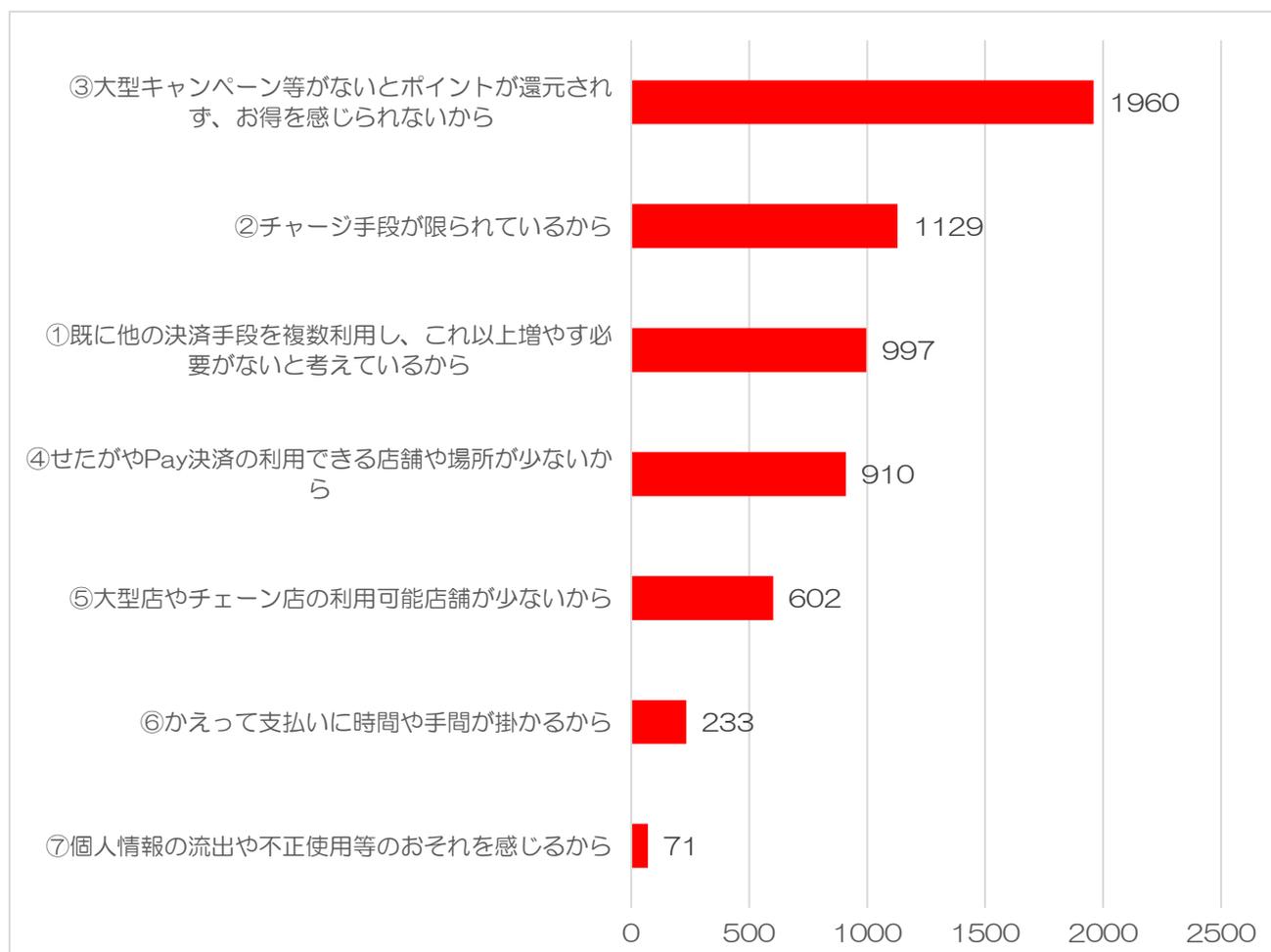
21. (せたがや Pay の利用継続) で③、④と回答した方にお聴きします。

③大型還元 (例: 還元率 10%以上がないなら、せたがや Pay は今後使わない (9.8%)

④還元があってもなくても、せたがや Pay は今後使わない (0.4%)

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)

2,629 件の回答



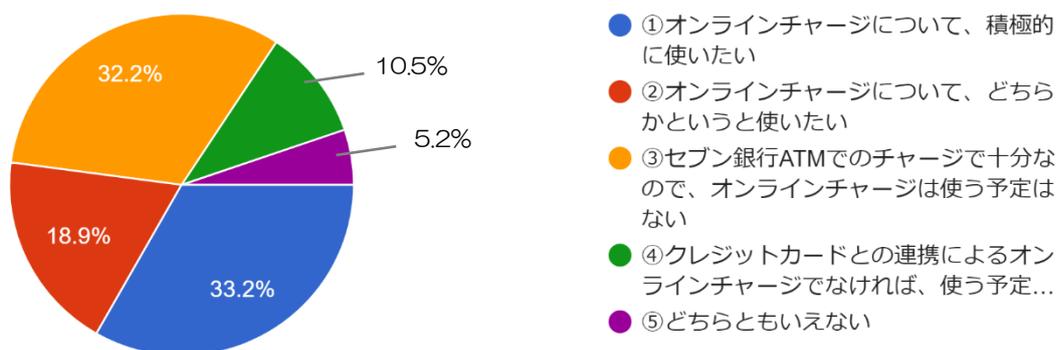
<調査結果>

「せたがや Pay は今後使わない」と回答した方 (2,629 人) に、せたがや Pay の利用を継続しない理由を聴いたところ、「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」(1,960 件) が最も多く、「チャージ手段が限られているから」(1,129 件)、「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」(997 件) と続く。

24.せたがや Pay では現在、チャージ手段の拡充としてインターネットバンキングからのオンラインチャージを検討しております。オンラインチャージが実装された場合、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）

※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ではございませんのでご注意ください。

8,044 件の回答



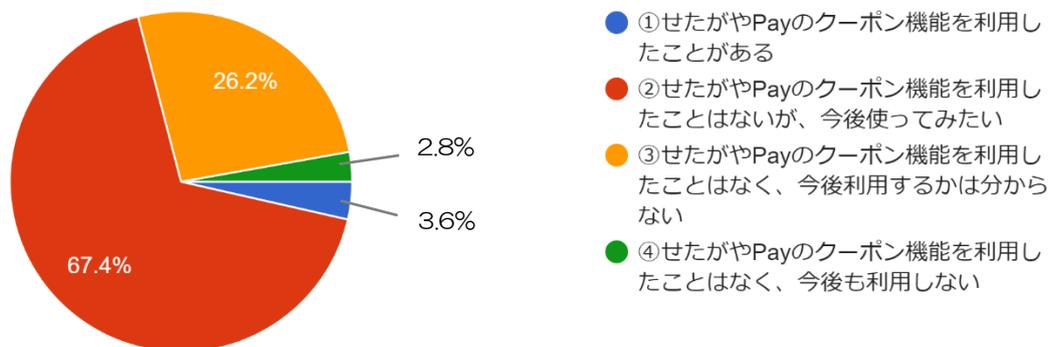
<調査結果>

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、「積極的に使いたい」が 2,674 件（33.2%）で最も多く、ついで「セブン銀行 ATM でチャージは十分なので、オンラインチャージを使う予定はない」が 2,590 件（32.2%）で続く。

なお、「オンラインチャージを使いたい」（「積極的に使いたい」、「どちらかというに使いたい」）とする回答は、約 52%を占める結果となった。

25.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）

8,019 件の回答



<調査結果>

せたがや Pay のクーポン機能について聞いたところ、「せたがや Pay のクーポン機能を利用したことはないが、今後使ってみたい」が 5,407 件（67.4%）で最も多く、ついで「せたがや Pay のクーポン機能を利用したことはなく、今後利用するかは分からない」が 2,013 件（26.2%）、「せたがや Pay のクーポン機能を利用したことがある」が 286 件（3.6%）と続く。

■せたがや Pay 事業にかかわる自由意見

26. 令和5年度上半期キャンペーンやせたがや 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)

4,955 件の回答

(一部意見 ※原文ママ)

- 今まで行った事がない、普段気になっていた中華食堂に、コロナも少し落ち着き始めたので、3年振りに、家族4人で食べに行き、子供2人も美味しいと、また食べに行こうと言って、大変満足した外食になりました。今後も還元キャンペーンを続けて世田谷区内で経済、消費循環、お金が回る仕組みが出来れば、住民、お店、皆満足して生活出来ると思います。
- 地元の中小個店を支援することを目的としていることに非常に賛同できます。今まで行ったことのない店を訪れるきっかけになりましたし、同じものを購入するならば、実際キャンペーン中のせたペイのお店にわざわざ訪れたりしました。PayPay 等と違って獲得したポイントを世田谷区内で消費する事になる点もよく考えられていると思います。加盟店側にデメリット(手数料が高い、など)が少なければ、地域の経済活性化にもなるので良い取り組みだと思います。昔のように紙で商品券を発行するより、手間(そこにかかる印刷代や人件費など)が少なく済むのが良いと思います。
- 区内で消費されれば店舗の売上げに繋がり、区の税金予算が生活に生かされる事期待したい。ふるさと納税で減収している中、区の良さを見直すきっかけになり愛着が増す。
- 地元の多くの店舗で使えて、根付いている感じがあります。少なくともいいので還元があると使うきっかけとなるので続けてほしいです。
- 新しいお店を知るきっかけにつながるし、個人の店に積極的にお金を使えて循環できるのはとてもいいと思う。
- 今まで現金のみの取り扱いだった、小さな商店等で、だいぶ導入されたので、支払いが楽になり助かっています。
- あまりキャッシュレス対応していないような地元の小さなお店でもせた Pay は導入していたりして、キャッシュレス支払いをメインにしている自分にとってはお店の利用がしやすくなりました。ローカルなお店の方には電子決済の導入ハードルが高いのかもしれませんが、せたペいなら導入しやすい！などとなってくれたら今後も近所の世田谷のお店での買い物が増えると思います。
- 地元の商店街を、応援できるきっかけになるのが一番気に入っている点です。それを区が後押しし、実質援助していることは、区内を豊かで魅力ある街にする上でも、とてもよい税金の使い道の一つだと思っています。
- わたしは友達に聞いていても、なかなか使い方がわからなかったところ、お店の方や地元の方がチャージの方法やどこで使うのがいいなどを教えてくれて、地元の人との交流のきっかけになったので、お店の方と防犯の意味でも地域コミュニティが繋がり、お年寄りや子供を気にかけられるような世田谷区になってほしい。

27. 令和5年度上半期キャンペーンやせたがや 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)

4,661 件の回答

(一部意見 ※原文ママ)

- 商店街加盟店とそうでないお店の還元率に、出来るだけ差をつけないでほしいと思います。近くに商店街がなく物理的に加盟店になれないとおっしゃっている店舗さまがいらっしゃいましたので、ご検討よろしくお願い致します。
- 個人店や地元の商店街を応援したいという気持ちでせた pay を使っているのですが、大手のコンビニでの還元はなぜ必要なのか理由が知りたい。利用はできてもいいと思うが、還元する必要はないと感じる。
- 商店街に入っている、いないで還元率が違うと聞きました。諸事情あると思いますが、使う側からすると商店街加盟かどうかは関係ないので、いずれその区別もなくなるいいと思いました。
- チャージする方法が少ないので、金額が足りないときは諦めることが多いです。。オンラインチャージできたらすごく便利です。
- チャージがセブン銀行のみだととても使いづらい、オンラインチャージを検討しているとのことだが、銀行によっては開設していなかったりするので実際に使用できるかわからないのが難点(そのために口座開設は手間) 購入店舗でチャージできるのがベスト。
- オンラインチャージについては是非検討してもらいたい。折角のキャッシュレスなのに、現金でチャージしなくてはならないのは意味がない。残金が足りなくて仕方なく他の QR 決済を使った事が何度もある。
- 現金でチャージしなくてはいけないところに不便さを感じますが、地域振興に貢献する貴重なツールだと思います。アプリの使い勝手はシンプルで良いのですが、幅広い世代が使いやすいのかどうか、お年寄りでも安心して使えるアプリになっているのか、その点を検討いただけるといいのかなと思います
- 世田谷区の経済が潤えば良いのは分かりますが、欲を言えば世田谷区民対象にポイント率を上げていただけると嬉しいです。
- 現状でも満足感が高いのですが、アプリでのお店の検索性がもう少し上がると有難いです。(地域で検索することが圧倒的に多いのですが、地図上の対応店をタップした時に詳細がポップアップすると助かります)
- ポイントとコインの併用ができるのかどうか分からず、現金と併用できない店舗もあるので、戸惑うことがあります。混んでいる時にレジで停滞すると、諦めて別のキャッシュレスに切り替えることがあるので、改善策が欲しいです。
- もう少し頻繁にキャンペーンを行なってほしいと思う。また、キャンペーンのポイント還元も決済時等に何ポイント還元になるか分かると嬉しい。店頭に大きく還元率の記載があるお店もあるが、分かりづらかったり、記載のないお店もあるので、還元率がどのお店でも分かるようにしていただきたいと思う。
- まだまだせた pay を知らない方々が多い、便利さをお知らせしてください。

28. 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)

3,124 件の回答

(一部意見 ※原文ママ)

- 案ではありませんが、大手資本が税金で得をする仕組みにはしてほしくありません。商店街、中でも地元の小さな飲食店の多様性を担保することが、地域の活性化につながると思いますので、今後も継続いただければと思います。不公平なふるさと納税による減収に負けず、地域で循環させていきたいと思っています。

<キャンペーン・イベント等利活用>

- 世田谷区の活性化を応援してますので、もっと取り扱い店舗を増やしてほしい。
- 店側がキャンペーンの全容を把握(何%の還元率なのか、案内のぼりが古いまま)していなかったり(店舗の店員個人にもよるとは思うが)、せた Pay に対する不信感や不満感に消費者は繋がっていくと思う。
- キャンペーン期間外でも、常時、数%でも還元があると、日常的に使いたくなると思う。
- 買い回りすることで還元率 UP などがあると消費も促されるのではないかと思います！(お買い物マラソンのような)
- 地域ごとに高還元キャンペーンを実施すると同じ区内でも日頃訪れない地域に行き新規開拓や新たな魅力発見につながると思います。
- もっとクーポン等、お買い得情報が提供されると、消費者もお店にもメリットが大きい。
- スタンプラリー形式で様々なお店を利用することで、期限付きのポイントを獲得出来たりすると楽しいと思いました。
- キャンペーンだけでなく、イベントももっと絡めて展開してほしい。その場合、世田谷区全域では難しいと思われるので、三軒茶屋や下北沢などの中心地でのみの展開でもよいと思う。

<区施策との連携>

- 区役所や区営のスポーツ施設での利用。
- スポーツチームと連携してほしい。
- 子育て利用券のような形で、子育て世代にせたがや Pay のポイントを付与していただくというのはいかがでしょうか？ 世田谷区 Pay がこんなに沢山の店で利用できるのを今回知ったので、中小企業応援と子育て応援を一度に叶えられる気がしました。子育て利用券のような紙も必要なくなるのでエコでもあると思います。
- おでかけひろばでの支払い(イベント・講座参加費、預かり保育等)、ファミサポさんとの送金。いずれも現金のみで、わざわざお釣りでないように事前に小銭用意するのが、乳児のいる余裕のない生活のなかで手間を感じたため。
- お知らせ機能を充実させて区のお知らせや、各種イベント周知にも使えるのではと思います。区のホームページより見る頻度高いので。地元大学スポーツチームが強豪多いので寄付や、彼らとの交流など地域チームの応援に使えたらと思います。地元大学スポーツによる地域盛り上げはとても良いと思います

<社会貢献・SDGs等>

- せたがや Pay を使うと何か地域の社会貢献ができるシステムがあるといいと思う。例えば世田谷区はふるさと納税で他の市町村に税収漏れが多いとニュースになっていたので、世田谷区の産物を他の地域の方々にせたがや Pay を通じて買ってもらう促進をすとか。世田谷区には私のように働いている世代で他地域から通勤で来ている人が非常に多いのでそういう人の利用喚起がメリット大きいと思う。
- ペットボトルや缶などのゴミとポイント引き換え施策があれば環境保全も意識した取り組みになるのではないかと思います。
- 健康や環境の向上に貢献できる設備での利用。例えば駒沢公園トレーニングルームなどで利用できるようなればありがたい。
- 食品廃棄を減らすために、閉店間際のお惣菜や食材の残りなどを PUSH 通知で知らせてくれて、せた pay で事前決済して取りに行くようなシステムがあれば新しいお店を知るきっかけにもなり環境にも優しくていいかもしれない
- キャンペーンをして訴求する。地元の企業に貢献することになるのであればどう貢献しているかの訴求。小中学校などの地元行政とタイアップ、祭りのPTAの出し物決済で使えるようにすとか。
- クラウドファンディングの投資口の運用・管理
- もし地域の福祉など有意義な活用があるなら、受け取ったポイントで寄付などできるのもいいかな、と思う。町内会でいつも募金活動もしてるので。
- 歩数がアプリと連動しているので、健康関連のポイント付与があっても面白いと思う。
- オンラインで少数ポイントを慈善団体等に寄付できるような仕組みがあったら、つつい寄付してしまいそう。
- 貯まったポイントを子ども食堂や、施設などに寄付できるようにしてはどうか。

5. 参考（アンケート内容）

■はじめに

「地元中小個店の応援」、「生活者支援」、「地域産業 DX」を目的に、令和5年度上半期（4月～9月）に「せたがやのお店を応援！」キャンペーンを実施しておりますが、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）令和5年度上半期せたがや Pay キャンペーンの概要

（1）せたがやのお店を応援！

- ・実施期間：4月1日～6月30日、9月1日～30日（予定）
- ・還元率；中小個店7%または5%、コンビニ等：3%、大型店：0% ※
- ・月間付与上限額：700ポイント（月間決済総額：1万～約2.3万円）

（2）夏のポイントアップ！せたがやのお店を応援！

- ・実施期間：年7月1日～8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（月間決済総額：5万～10万円）

※還元率については、世田谷区商店街連合会に属している商店街（会）に加盟している中小個店で区分しております。

■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）

- ①10代
- ②20代
- ③30代
- ④40代
- ⑤50代
- ⑥60代
- ⑦70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区内

- 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）
- 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）
- 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）
- 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、烏山地区）

②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（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. よく使う SNS を教えてください。（複数回答可）

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

■せたがや Pay や令和 5 年度上半期せたがや Pay キャンペーン（最大 7%還元/月上限 700 ポイント、最大 20%還元/月上限 10,000 ポイント）の効果について、教えてください。

7. せたがや Pay や令和 5 年度上半期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ポスター（駅貼り広告）
- ⑥商店街からのお知らせ
- ⑦区公式 SNS（Twitter・Facebook）
- ⑧せたがや Pay アプリのプッシュ通知
- ⑨せたがや Pay 公式 SNS（Instagram・Twitter 等）
- ⑩加盟店の SNS（Instagram・Twitter 等）
- ⑪加盟店からの紹介
- ⑫知人からの口コミ
- ⑬その他

8. せたがや Pay や令和 5 年度上半期キャンペーンをきっかけに、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

9. 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すか。
（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

10. 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

11. 令和5年度上半期のせたがや Pay 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

12. 令和5年度上半期のせたがや Pay キャンペーンをきっかけに、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

13. 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）

- ①とても貢献してい
- ②どちらかというに貢献している
- ③どちらともいえない
- ④どちらかというに貢献していない
- ⑤貢献していない

14. 令和5年度上半期のせたがや Pay キャンペーン（最大7%還元/上限700ポイント、最大20%還元/月上限10,000ポイント）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

■7月～8月まで実施した、せたがや Pay「夏のポイントアップ！せたがやのお店を応援！」
 (最大 20%還元/月上限 10,000 ポイント) の効果について、教えてください。

15. 夏の最大 20%還元キャンペーンをきっかけに、7月～8月までの間、普段よりもどのくらい多く消費しましたか。(1つだけお選びください)

- ① 普段よりとても多く消費した (20%以上)
- ② 普段より多く消費した (10%～20%未満)
- ③ 普段より少し多く消費した (1%～10%未満)
- ④ 普段と同じ程度の消費だった
- ⑤ 普段より少ない消費だった

16. 夏の最大 20%還元キャンペーンでご利用された、

- ① 「せたがやコイン」 (ATM チャージ分)、
 - ② 付与された「せたがやポイント」 (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、12 万円の商品进行せたがやコイン 100,000 円分、現金 20,000 円を支払って購入した場合、①100,000 円、②20,000 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」などもご参考ください。

- 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
- ④ ①+②+③の合計金額 () 円

17. 16.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④のうち、「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」などもご参考ください。

16.の①～③の合計金額④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

18. 16.でご回答いただいた「普段であれば区外やオンラインショップ・通販でお買い物した金額」を、どのようなお店で幾らお支払いになったのか、それぞれ、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）

・飲食店（レストラン、ケーキ屋、洋菓子店、喫茶店・カフェ、弁当屋、居酒屋、その他飲食店など）

（ ）円

・サービス店（理容室・美容室、エステ・マッサージ、クリーニング、宿泊、娯楽、その他対事業者・対個人サービスなど）

（ ）円

・主に高単価の商品を取り扱う物販店（家電製品、家具、自転車・自動車、眼鏡・時計、楽器、貴金属など ※修理含む）

（ ）円

・主に日用品等を取り扱う物販店（衣料、日用雑貨、化粧品、医薬品、書籍、文具・学用品など）

（ ）円

・大型店やチェーン店（スーパー、ドラッグストア、コンビニなど）

（ ）円

19. 16.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、夏の最大 20% 還元キャンペーンがあることで、「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」、「いつもより多めに購入した」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」などもご参考ください。

16.の①～③の合計金額④のうち、普段よりも多め高めにお買い物した金額
（ ）円

20. 19.でご回答いただいた「普段よりも多め高めにお買い物した金額」を、どのようなお店で幾らお支払いになったのか、それぞれ、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）

- ・飲食店（レストラン、ケーキ屋、洋菓子店、喫茶店・カフェ、弁当屋、居酒屋、その他飲食店など）
（ ）円
- ・サービス店（理容室・美容室、エステ・マッサージ、クリーニング、宿泊、娯楽、その他対事業者・対個人サービスなど）
（ ）円
- ・主に高単価の商品を取り扱う物販店（家電製品、家具、自転車・自動車、眼鏡・時計、楽器、貴金属など ※修理含む）
（ ）円
- ・主に日用品等を取り扱う物販店（衣料、日用雑貨、化粧品、医薬品、書籍、文具・学用品など）
（ ）円
- ・大型店やチェーン店（スーパー、ドラッグストア、コンビニなど）
（ ）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）

- 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（ ）

24. せたがや Pay では現在、チャージ手段の拡充として、インターネットバンキングからのオンラインチャージを検討しております。オンラインチャージが実装された場合、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）

※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留意ください。

- ①オンラインチャージについて、積極的に使いたい。
- ②オンラインチャージについて、どちらかというに使いたい。
- ③どちらともいえない。
- ④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使う予定はない。
- ⑤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、使う予定はない。

25. 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 のクーポン機能を利用したことがある
- ②せたがや Pay のクーポン機能を利用したことはないが、今後使ってみたい
- ③せたがや Pay のクーポン機能を利用したことはなく、今後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したことはなく、今後も利用しない

■せたがや Pay 事業にかかわる自由意見

26. 令和 5 年度上半期キャンペーンやせたがや 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）

27. 令和 5 年度上半期キャンペーンやせたがや 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）

28. 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）

令和5年度上半期
せたがや Pay ポイント事業
加盟店向けアンケート調査結果

令和5年11月
経済産業部 商業課

1. 調査目的

令和5年度上半期に実施された、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5年度上半期せたがや Pay ポイント還元事業 概要

(1) 区内経済循環誘導施策（「せたがやのお店を応援！」）

【実施期間】

令和5年4月1日（土）～6月30日（金）、9月1日（金）～30日（土）

【内容】

中小個店での決済額の最大7%分のポイントを還元

還元率：中小個店7%または5%、コンビニ等：3%、大型店：0% ※

【月の一人あたり還元上限】

700ポイント（月間決済総額：1万円～約2.3万円）

【事業費予算（ポイント原資）】

7,500万円

(2) 夏季消費喚起策（「夏のポイントアップ！せたがやのお店を応援！」）

【実施期間】

令和5年7月1日（土）～8月31日（木）

【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（月間決済総額：5万～10万円）

【事業費予算（ポイント原資）】

5.3億円

※還元率については、世田谷区商店街連合会に属している商店街（会）に加盟している中小個店で区分しております。

■参考：令和5年9月30日現在のせたがや Pay 関連数値

(1) せたがや Pay アプリダウンロード数

：約320,000ダウンロード

(2) せたがや Pay 登録店舗数

：約5,000店舗

2. 調査設計

- (1) 調査対象：「せたがや Pay」加盟店
- (2) 対象数：約 5,000 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 5 年 9 月 8 日（金）～9 月 24 日（日）
- (5) 有効回答数：415 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 415。

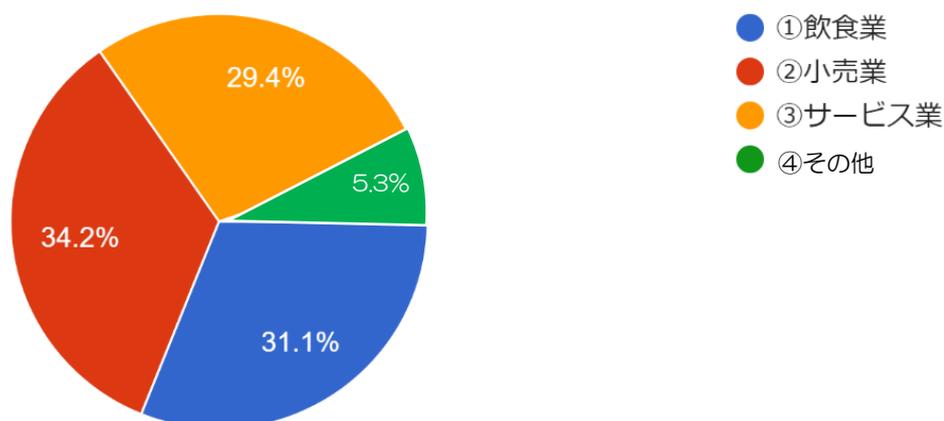
※n 値とはサンプル数（アンケート回答件数）

3. 標本構成

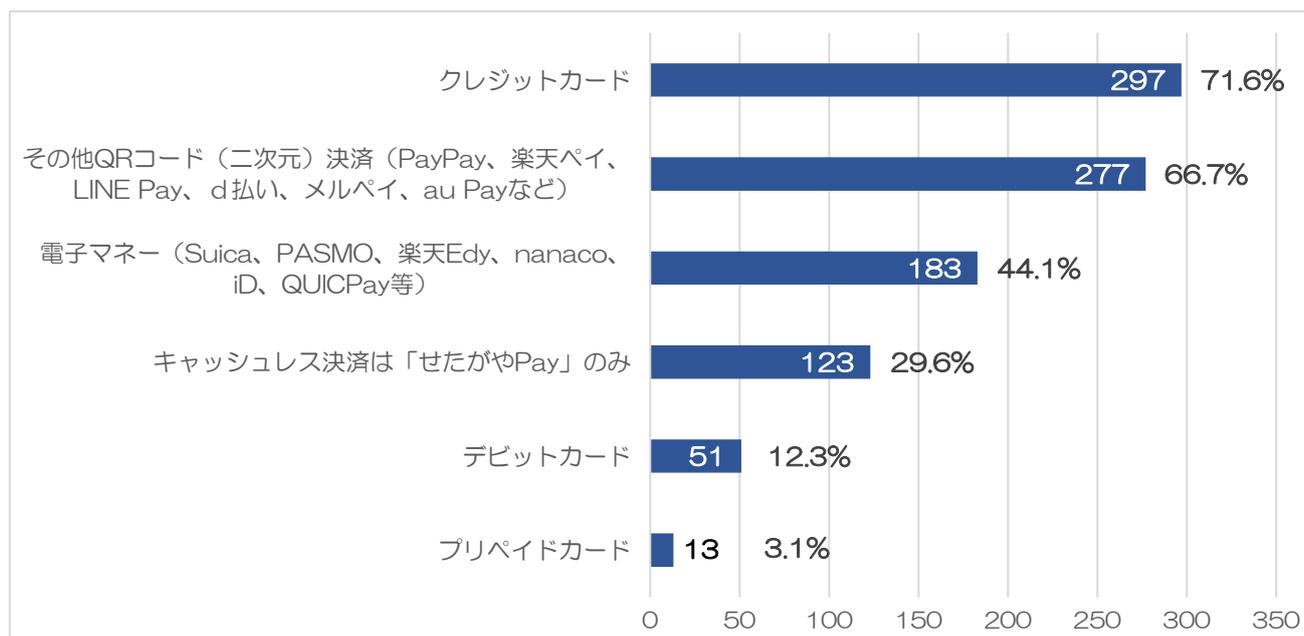
■貴店舗について教えてください。

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）

415 件の回答



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



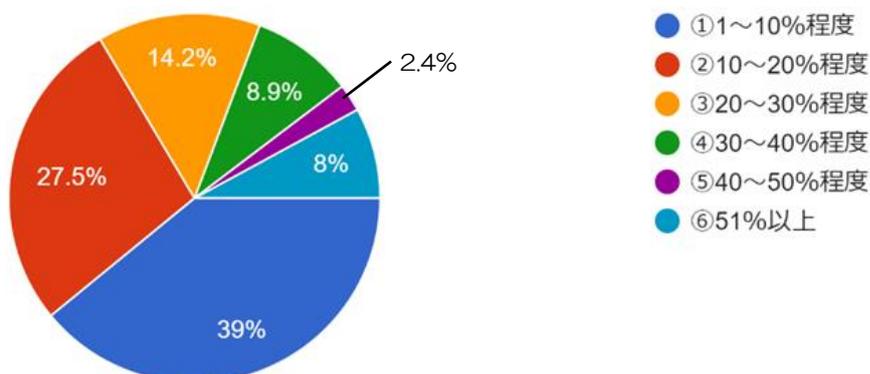
<調査結果>

取り扱っ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71.6% (277件) で最も多く、ついで「その他QRコード決済」(66.7%、277件)、「電子マネー」(44.1%、183件) と続く。

なお、「せたがやPayのみ」を利用している店舗は、全体の29.6% (123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）

415 件の回答

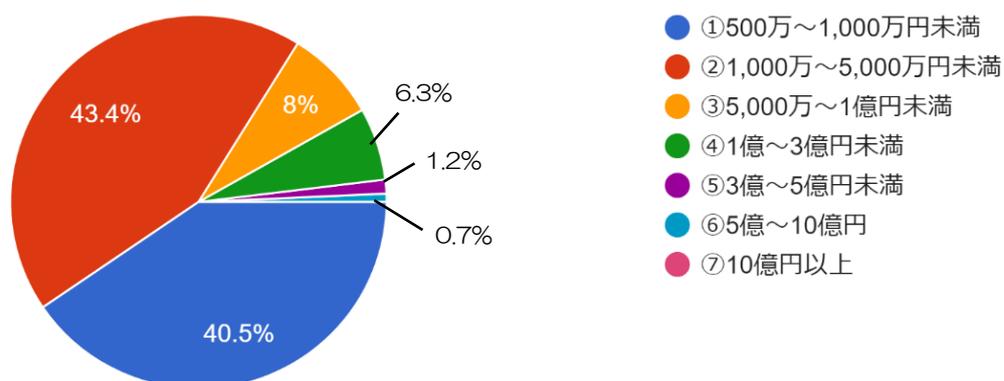


<調査結果>

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」(39%,162 件)が最も多く、ついで「10~20%程度」(27.5%,114 件)、「20~30%程度」(14.2%,59 件)が続く。

7. 貴店舗の年間の売上規模を教えてください。（1 つだけお選びください）

415 件の回答

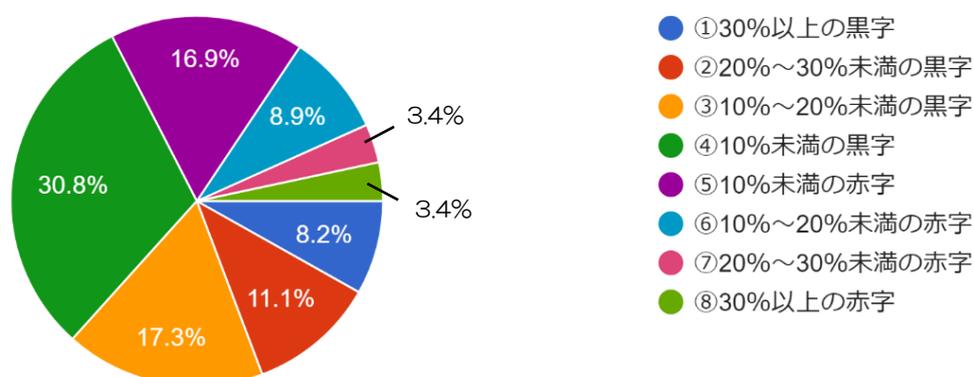


<調査結果>

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 83.9%を占める結果となった。「1,000 万~5,000 万円未満」(43.4%,180 件)が最も多く、ついで「500 万~1,000 万円未満」(40.5%,168 件)が続く。

8. 貴店舗の直近の営業利益率を教えてください。（1つだけお選びください）

415 件の回答



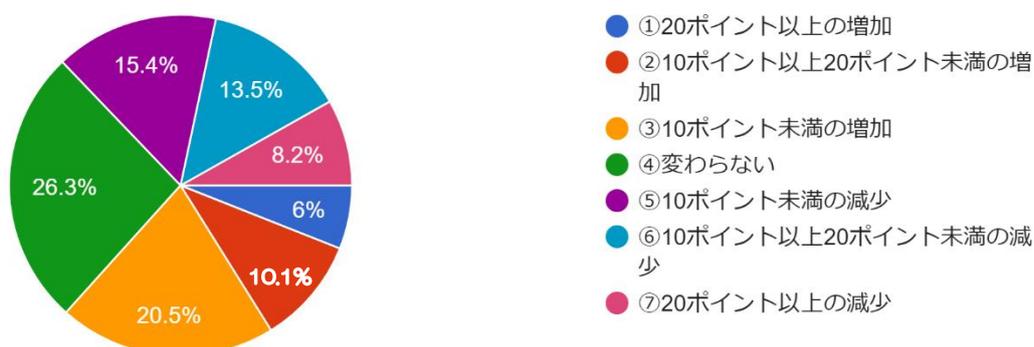
<調査結果>

直近の営業利益率について聞いたところ、「黒字」と回答した店舗は全体の67.4%を占め、「赤字」と回答した店舗は32.6%を占める結果となった。

「10%未満の黒字」(30.8%,128 件)が最も多く、ついで「10%~20%未満の黒字」(17.3%,72 件)、「10%未満の赤字」(16.9%,70 件)、と続く。

9. 現在の貴店舗の営業利益率について、コロナ禍前の同時期（2019年4月~9月頃）と比べて、どのように変化していますか。なお、コロナ禍の時期や直近で新規にオープンされた店舗様につきましては、オープン前に見込んでいた予想利益と比べて、現在どのように変化しているか教えてください。

415 件の回答



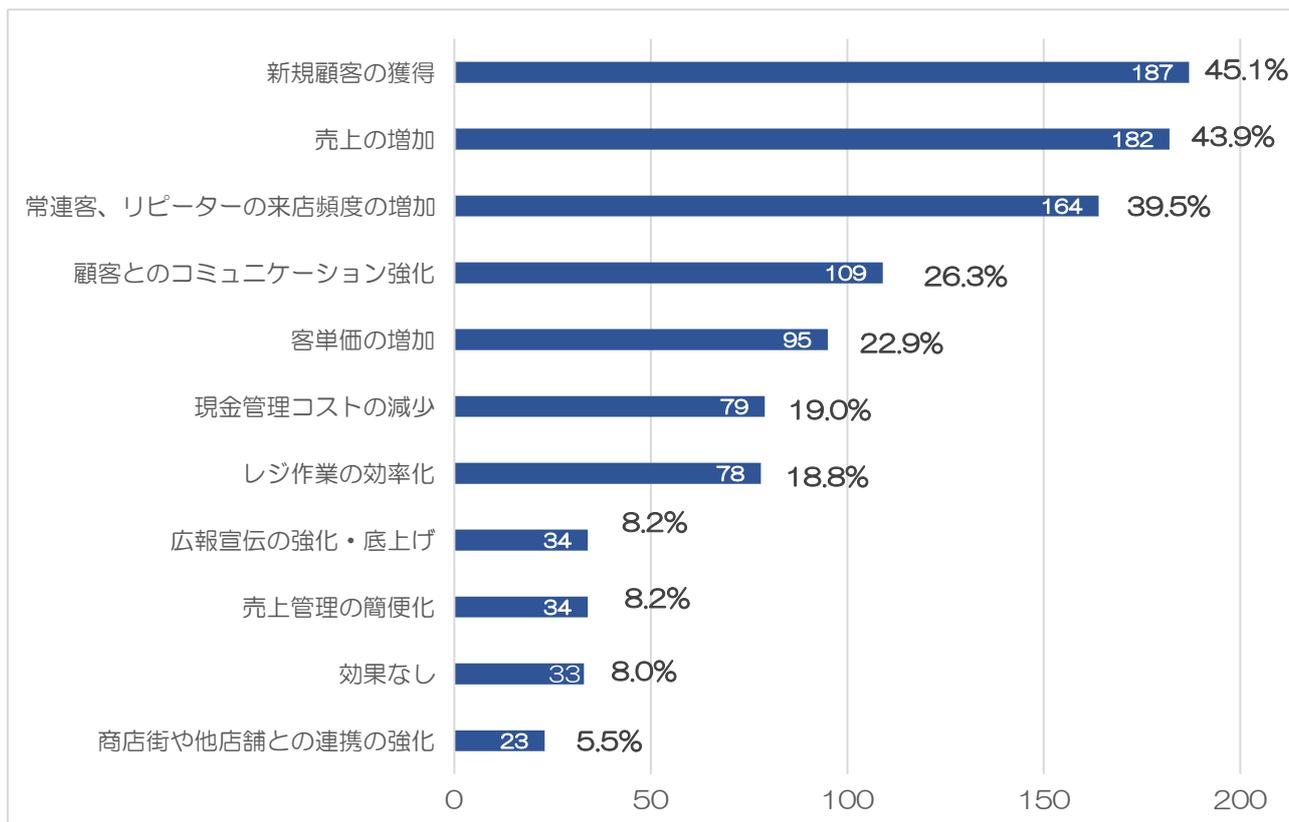
<調査結果>

現在の営業利益について、コロナ禍前同時期と比べてどのように変化しているのか聞いたところ、約36%が「増加した」、約26%が「変わらない」、約37%が「減少した」と回答した。

4. 質問と回答

■せたがや Pay や令和 5 年度上半期キャンペーン(最大 7%還元/月上限 700 ポイント、最大 20%還元/月上限 10,000 ポイント) の効果について、教えてください。

10. せたがや Pay の導入や令和 5 年度上半期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)

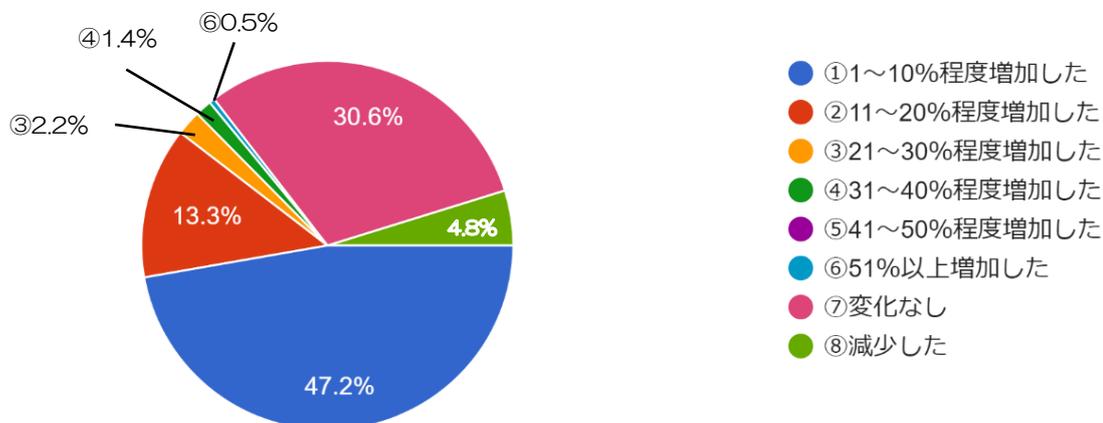


<調査結果>

せたがや Pay の導入や令和 5 年度上半期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、「新規顧客の獲得」(45.1%,187 件)が最も多く、ついで「売上の増加」(43.9%,182 件)、「常連客、リピーターの来店頻度の増加」(39.5%,164 件)、「顧客とのコミュニケーション強化」(26.3%,109 件)と続く。

11. 令和5年度上半期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（2022年4月～9月）と比べてご回答ください。（1つだけお選びください）
 ※新型コロナ関連給付金・助成金・補助金等を除く

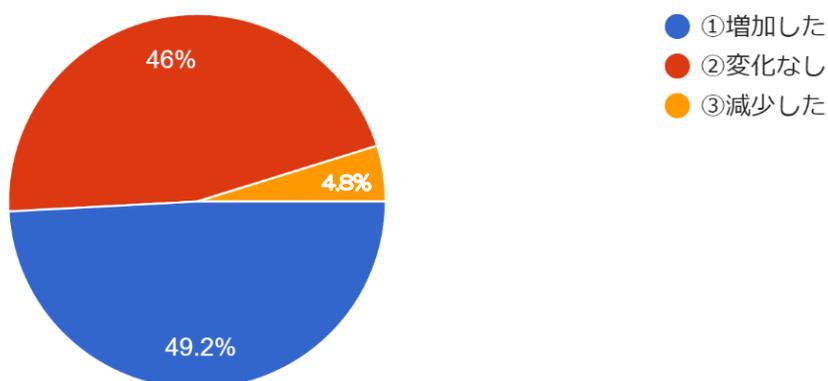
415件の回答



<調査結果>

令和5年度上半期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、「1～10%程度増加した」（47.2%、196件）が最も多く、「変化なし」（30.6%、127件）、「11～20%程度増加した」（13.3%、55件）が続く。
 なお、「売上が増加した」回答は、全体の64%を占める結果となった。

12. 令和5年度上半期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。前年度同時期（2022年4月～9月）と比べてご回答ください。（1つだけお選びください）
 415件の回答



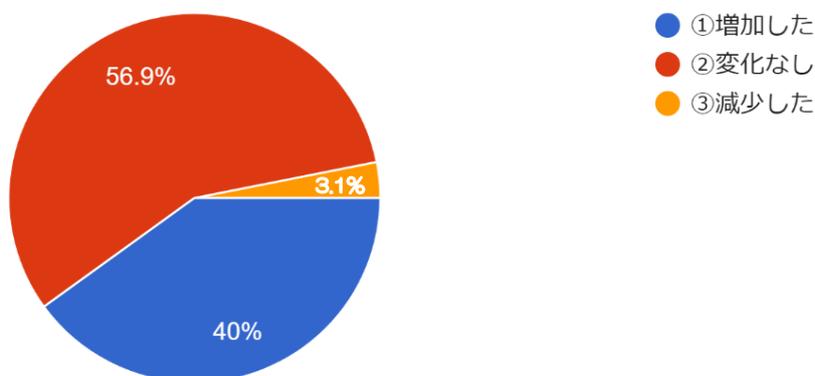
<調査結果>

30%還元キャンペーンの実施によって、来店数の変化について聞いたところ、全体の約49%が「増加した」と回答し、46%は「変化なし」と回答した。

13.令和 5 年度上半期キャンペーン実施によって、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。前年度同時期（2022 年 4 月～9 月）と比べてご回答ください。

（1 つだけお選びください）

415 件の回答

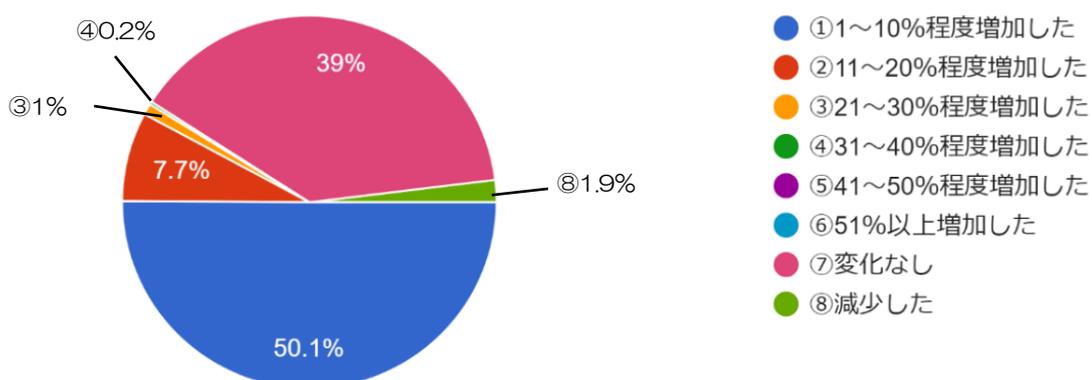


<調査結果>

令和 5 年度上半期キャンペーン実施によって、客単価がどのように変化したか聞いたところ、全体の 40%（166 件）が「増加した」と回答し、「変化なし」（56.9%、236 件）、「減少した」（3.1%、13 件）と続く。

14. 令和 5 年度上半期キャンペーン実施によって、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）

415 件の回答

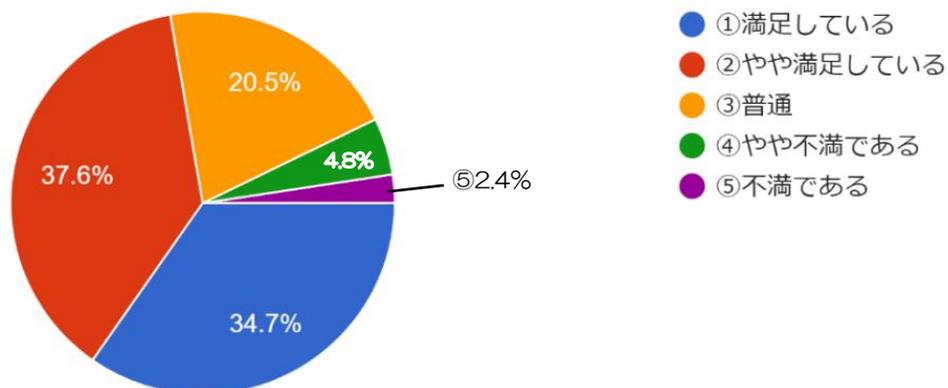


<調査結果>

令和 5 年度上半期キャンペーン実施によって、新規顧客数がどのように変化したか聞いたところ、「1～10%程度増加した」（50.1%、208 件）と最も多く、全体で約 60%の事業者が増加したと回答した。他方、「変化なし」の回答は、全体の 39%、を占める結果となった。

15.令和5年度上半期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)

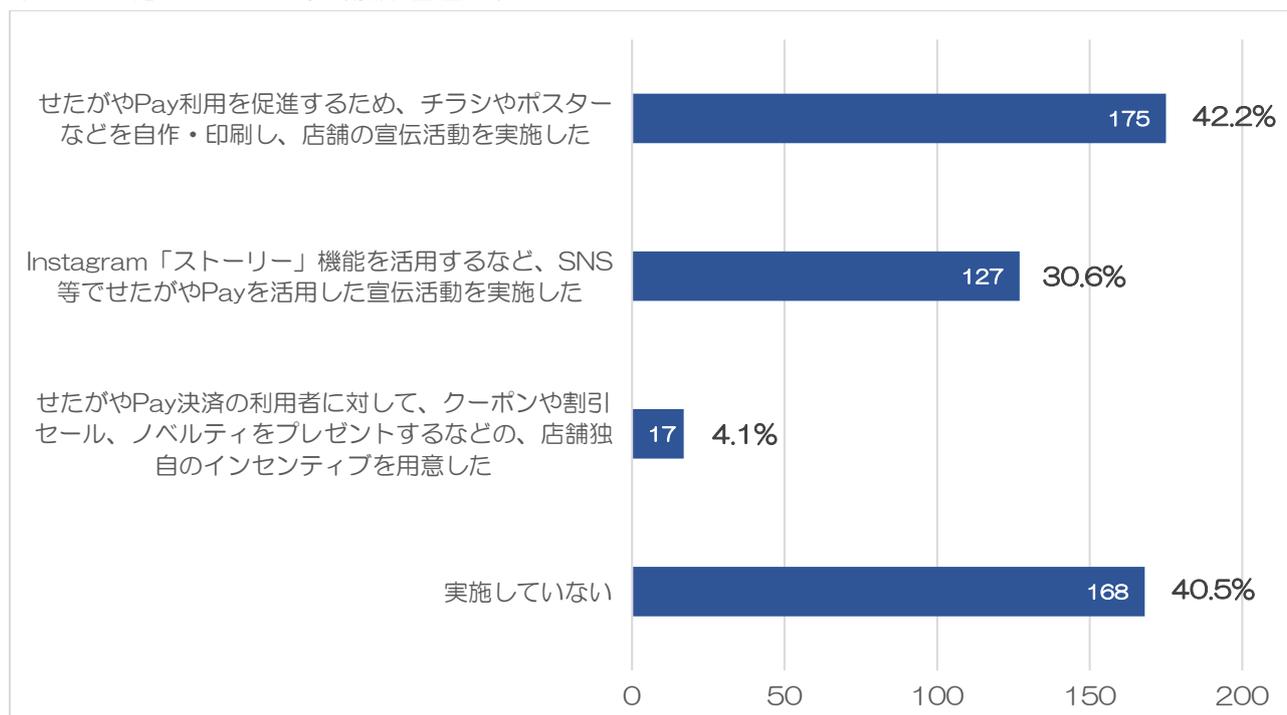
415件の回答



<調査結果>

令和5年度上半期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、72%以上の事業者が「満足している」(「満足している」34.7%、「やや満足している」37.6%)と回答した。

16.せたがや Pay を利用してもらうため、独自のセールや販売促進活動（SNS や DM による周知）などを実施しましたか。（複数回答可）



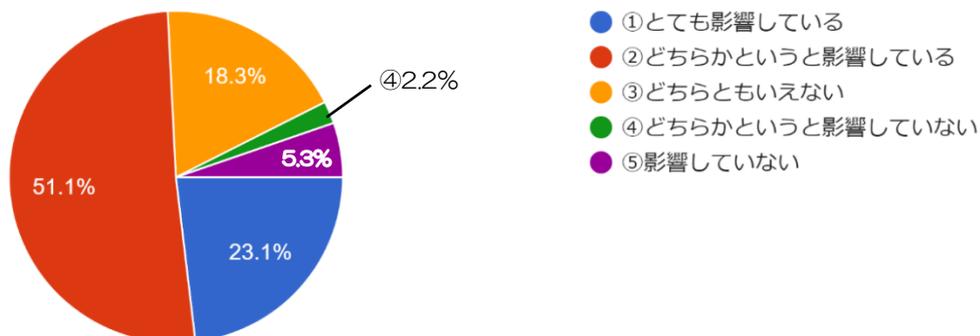
<調査結果>

せたがや Pay を利用してもらうため、独自のセールや販売促進活動を実施したか聞いたところ、「せたがや Pay 利用を促進するため、チラシやポスターなど自作・印刷し、店舗の宣伝活動を実施した」（42.2%、175 件）が最も多く、ついで「実施していない」（40.5%、168 件）、「Instagram のストーリーを活用するなど、SNS 等でせたがや Pay を活用した宣伝活動を実施した」（30.6%、127 件）と続く、

17.せたがや Pay や令和 5 年度上半期キャンペーン実施前と比較して、店舗におけるせたがや Pay などの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)

415 件の回答



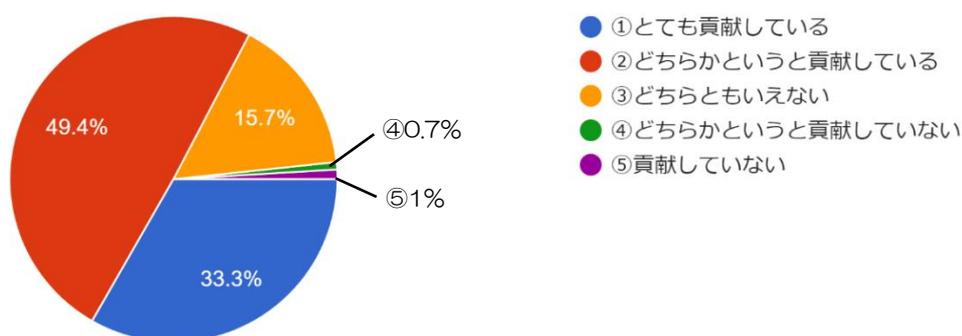
<調査結果>

せたがや Pay や令和 5 年度上半期キャンペーン実施前と比較して、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、74%以上の事業者が「影響している」（「とても影響している」23.1%、「どちらかというに影響している」51.1%）と回答した。

18.せたがや Pay 事業の実施は、消費者や事業者のデジタル化への意識醸成や地域残作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)

415 件の回答

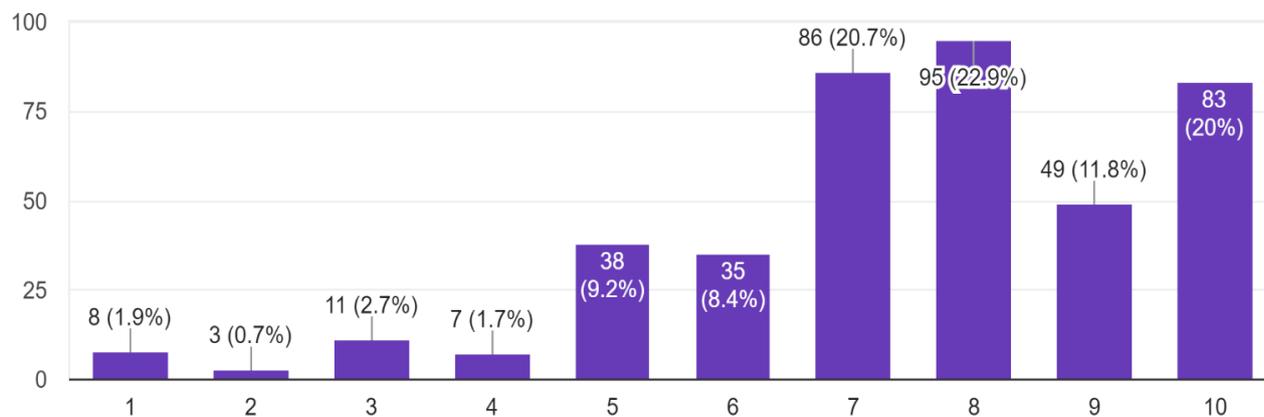


<調査結果>

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、82%以上の事業者が「貢献している」（「とても貢献している」33.3%、「どちらかというに貢献している」49.4%）と回答した。

19. 令和5年度上半期のせたがや Pay キャンペーン（「せたがやのお店を応援!」、「夏のポイントアップ! せたがやのお店を応援!」）の総合的な満足度を、10点満点で評価してください。

415件の回答



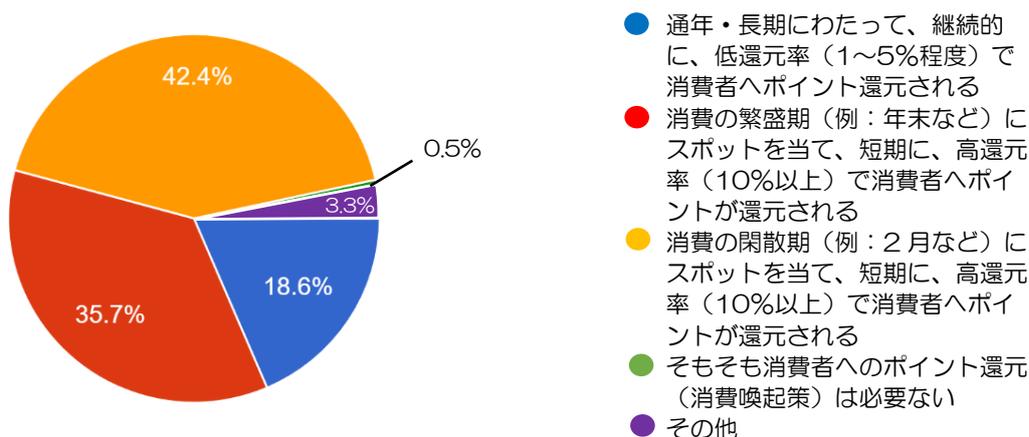
<調査結果>

30%還元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」(22.9%,95件)が最も多く、ついで「7」(20.7%,86件)と続く。平均値は「7.48」、中央値は「8」となった。

■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。

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）

415 件の回答



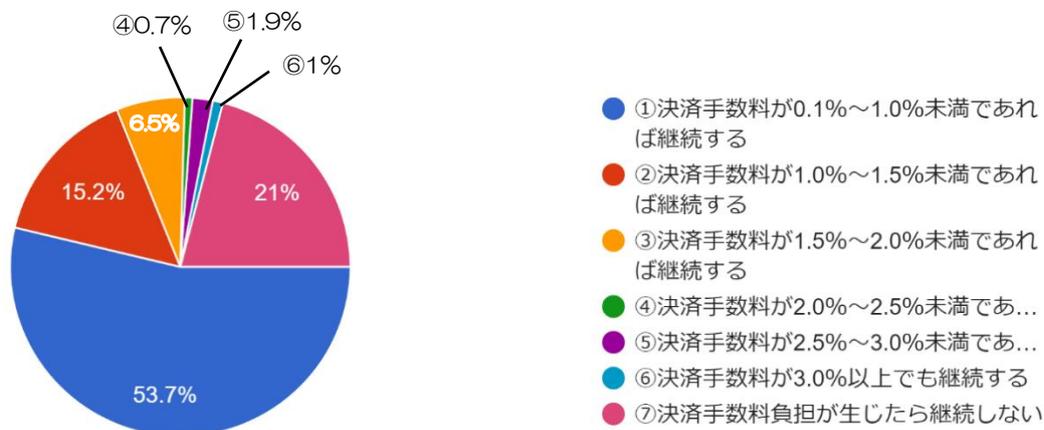
<調査結果>

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、「消費閑散期での高還元率による還元」（42.4%、176 件）が最も多く、ついで「消費繁盛での高還元率による還元」（35.7%、148 件）、「通年・長期での低還元率による還元」（18.6%、77 件）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決済（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、決済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）

415 件の回答

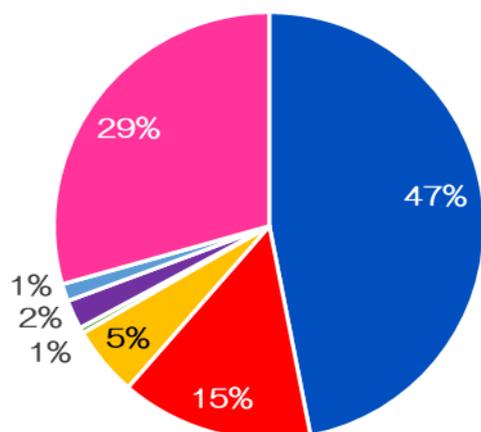


<調査結果>

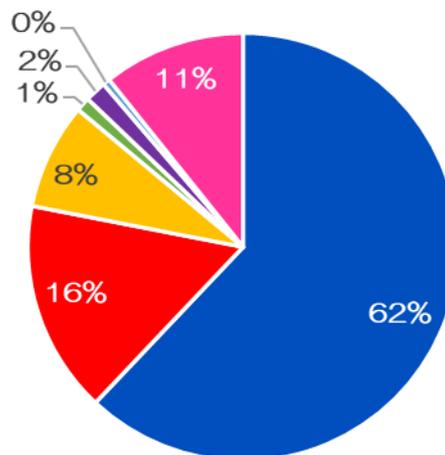
せたがや Pay の持続可能な運営を維持していくことを念頭に、売上や経営に際し、何%の決済手数料であれば継続実施いただけるか聞いたところ、「換金手数料が 0.1%以上 1%未満であれば継続する」(53.7%,223 件)が最も多く、ついで「換金手数料負担が生じたら継続しない」(21%,87 件)、「換金手数料が 1.0%～1.5%未満であれば継続する（15.2%,63 件）」と続く。

※参考として、「2.商店街への加入状況」より、商店街に加入されている店舗と、未だ加入されていない店舗での、「21.決済手数料の在り方」に対する回答を集計する。

<商店街に既に参加されている店舗>



<商店街に未だ参加されていない店舗>



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）

415 件の回答

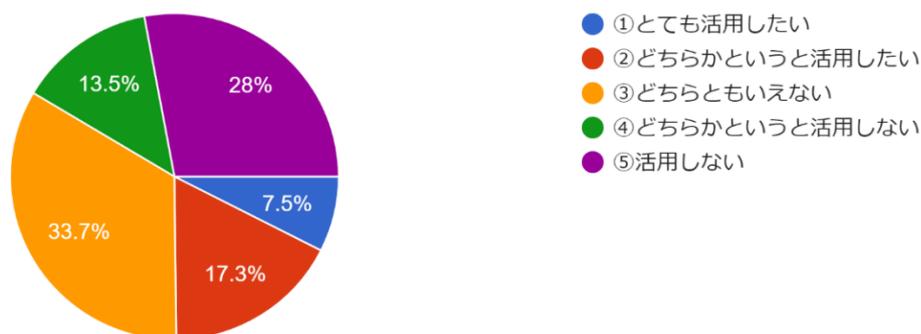


<調査結果>

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」（35.9%,149 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」（30.8%,128 件）、「クーポン機能は今後利用してみたい」（26.3%,109 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%（29 件）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）機能の実装を検討しております。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 に加盟店決済機能があった場合、活用したいですか。（1つだけお選びください）

415 件の回答



<調査結果>

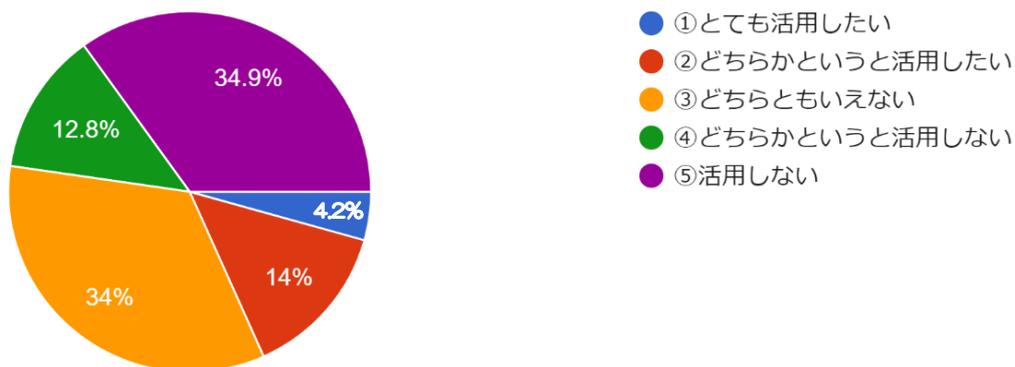
加盟店間決済機能（転々流通）について聞いたところ、「活用に前向き」な回答（活用したい）は全体の24.8%、「どちらともいえない」は33.7%、「活用に後ろ向き」な回答（活用しない）は41.5%を占める結果となった。

24.せたがや Pay アプリに、加盟店の宣伝を目的とした有料広告枠があった場合、活用したいですか。（1つだけお選びください）

（参考）

- アプリダウンロード数：約 30 万件以上
- 月間アクティブユーザー数；約 8 万以上
- プッシュ通知閲覧数；約 2～7 万件

415 件の回答



<調査結果>

加盟店の宣伝を目的とした有料広告枠のニーズ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 18.2%、「どちらともいえない」は 34.1%、「活用に後ろ向き」な回答（活用しない）は 47.7%を占める結果となった。

23. 令和5年度上半期キャンペーンやせたがや 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)

166件回答

(一部意見 ※原文ママ)

- せたがや Pay をきっかけにキャッシュレス決済デビューをされた方が多数います。使い方の説明も良いコミュニケーションになっています。手数料を低く抑えられればキャッシュレス決済デビューする店舗も増えると思います。便利という声を多く聞きます。
- 去年より落ち着いた還元イベントでしたが、これくらいの方が平等感があって良かったです。
- 高還元の時期は売り上げアップに繋がって、とても追い風になりました。ありがとうございました。今後も高還元キャンペーンを続けていただきたいです。
- 地域活性にすごく貢献してるし、いいアイデアだと思っています。
- 地元に着いていて良いと思います。
- せたがやがとても浸透してきていて、プラスアップの売り上げがありました。
- 利用者が確実に増えている。なので新規のお客様の来店も増え、嬉しい次第。
- 東京オリンピック前から、国の方でキャッシュレス決済を推し進める中キャッシュレス決済がとても増えてきました。キャッシュレス決済を進めるのであれば、民間の決済代行会社にも決済手数料を下げよう取り組みをしていただかなければ、店舗としては手数料が増えるだけです。しかし、世の決済代行会社が一人得をする形で決済手数料が全然下がらないので、店舗としては逆にキャッシュレスになったことにより店舗は経費が増えていきます。今回、世田谷ペイを弊社で導入した理由は、他の民間の決済手数料より安いからです。ぜひキャッシュレス決済が増えたことにより業績が上がったのにも関わらず、決済手数料を下げない民間企業に負けないように販売者・購入者に寄り添った施策を続けていただきたいです。
- 年を追うごとに普及し、高齢者の利用者も多くなっている。意外と20~30代の利用が少ないかな。特にポイント還元セールのお知らせなどを前もってできれば、もっと利用者や登録者が増えると思う。特に今回2か月間最後までポイントがもったので、安心感があって喜ばれた。また、上限金額と還元率はちょうどよかった。ただ商店街の参加店でも、店主が高齢者で操作が難しい、商店街スタンプに参加していて対応が煩雑、インターネットの設備がないため売り上げの確認ができない(がーやんが信用できない)など、世田谷PAYに加盟していない店がまだまだ結構ある。飽きずに商店街で定期的に勉強会を開催したら良いのでは?時間が経てばたつほど格差が広がる。新しい店ほどうまく利用して、新規のお客を獲得しているようなので、商店街に加盟するメリットをもっとアピールして入会してほしい。
- 真夏日が多かった夏季の売上減少時期に、20%ポイント還元を実施していただいたおかげで売上ダウンしなかったのは、せたがや pay のおかげです。社員一同心から感謝しています。今後も回答しましたが、夏季と正月明けの売上ダウン時期に、大幅ポイント還元を実施していただくと大変ありがたいです。よろしく願いいたします。
- 「こんなにポイントが貯まったわ」など、お客様に喜んでいただき、こちらとしても嬉しく思ったところです。

24. 令和5年度上半期キャンペーンやせたがや 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)

176件の回答

(一部意見 ※原文ママ)

- いくらでも還元してくれると思っている人が多く、毎回説明が必要なので、ポイント還元の上限をもっと分かりやすく表示してほしい。
- ユーザーへの認知にもっと力を入れて欲しい。入金の特便性をコンビニ以外にも増やし、向上してほしい。
- オートチャージか、オンラインでのチャージ、クレジットカードとの連携があると良い。よく残高が足りずセブンイレブンまで走るお客様がいます。
- 現段階では中小企業と大企業とで差別化をして頂けているので、満足しております。今後有料広告等始まった場合、費用を掛けられる大企業と掛けられない中小企業とで格差がより広がってしまうところが気になっております。中小個店の応援を掲げて頂けるのであれば、中小個店よりのキャンペーンも是非お願いします。
- 商店街加盟店をもう少し優遇していただきたいと思います。
- 商店街加盟店と非加盟店の%の差がない。非加盟店はもっと下げるべき。加入促進にならない。キャンペーンが終わると、PayPayに戻るようだ。
- 店舗による還元率の違いをお客様が把握されていないことがある。スーパー、コンビニでもMAXの還元率と思い込んでいる方も中にはいらっしや、わかりづらいという指定が、従業員からもお客様からもくる。また、商店街に加盟しているスーパー・コンビニより、非加盟店が手数料が安いのは、商店街振興組合に属さない店舗が得をするというのも、商店街の加盟離れに繋がるのではないのでしょうか。また、お客様からのお話をきくと、スーパー・コンビニでも、その枠になっていない加盟店などもあるようで、還元率を分ける際のルールもどうなのでしょう？利用するお客様にも、加盟しているお店にもわかりやすく。キャンペーンでのひと月の還元上限は変わらないのだから、わざわざ還元率を分ける必要があるのか、疑問が残ります。(別の見方をすれば、還元率の低いお店の方が、より多くお金を使っただけのわけなので売り上げにつながるのですが、お客様が還元率の違いを理解されていないパターンも多いので、あまり効果が期待できない状況です) また、月の上限、還元率が低いことで、利用するお客様も多くは買わないケースが今年は多くなっており、昨年と比べると値上がり続きということもあり、消費は落ち込む一方です。
- 商店街加盟ができない住所だけで加盟不可というのが違和感です。。
- 個人商店で、商店街に加盟していないとポイントの差は大きいと思う。当店の様に商店街の境界に有ると、隣接商店街から駅へ向けて通るお客様が多く、地区の商店街は維持費が掛かり、小さな店ではせたペイの少ない差は、接客にする時言い訳しますが、見えない費用は馬鹿にならない。個人商店であればポイント割引きの差を無くして欲しい。
- 手数料を取るなら全店舗から取ればどの店も不満がないと思う。手数料自体は安くてありがたいのに、商店街加盟店は手数料ナシという不公平さで、なぜか満足できない。

25.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)

116 件の回答

(一部意見 ※原文ママ)

- ポイントの利益だけでなく、魅力的に店舗紹介できるとさらにいいですね。
- せたがや Pay は高還元率で全国ニュースで取り上げられるほどに有名になりました。それによって多くの自治体で~~Pay などが盛んになり、その先陣を切って商店が活性化したと思います。今後も、毎年継続して、世田谷のお店が盛り上がる様な企画が出来たら嬉しいです。
- PAYPAY のような少し遊び心があるキャンペーンもあればもっと継続的な活性化が見込めるのでは。
- せた PAY 加盟の店舗間を行き来することのメリットを出すようなキャンペーンをしてほしいです。例えば、せたがや PAY スタンプラリーのようなものを実施し、楽天買い物マラソンのようにある一定期間、加盟店を回れば回るほど還元率が高くなるようなキャンペーン等
- ふるさと納税でチャージができないでしょうか？また世田谷区の住民税などの納付ができないか？商店街の会費を支払えないか？世田谷区の独自通貨と考えれば、まだ色々出てくるのでは？
- 地域の拡大。公共サービスへの連携。世田谷区のふるさと納税などへの活用。
- 地域の公共活動、ボランティアへの参加や、地域イベント景品などでポイントがもらえたりしてもよいかと思います。
- 利用している年齢層は、家族をもっている人が多いとおもうので、ポイント還元のほか、子供や年配向けに役立つもの(習い事などコミュニティー)のサービスもあれば、重宝してもらえるかも。リビング新聞のような、地域のお得情報誌役割も兼ねるなど。その広告費などで運営してもらって、加盟店の手数料はなくしてほしい。
- POSレジとの連携をとることで、決済が完了していないことや、完了画面が確認前に画面を閉じられても、安全に取引ができるようになるので、POSレジとの連携ができるようにしていただきたいです。paypayなどがレジで伝導されているので、POSレジと連携ができず、画面確認をしなければならないことを、お客様が理解できていないです。今後は大手でも始まっているセルフレジが、スーパーやコンビニで増えていくケースも多くなると思われます。働き手が、減っているのです。店舗で対面レジが減っていく=せた Pay が利用できない。そんなケースが増えてくる可能性があります。せっかくのキャッシュレス決済が、今のシステムではデジタルのようでアナログなのです。ネットショッピングで使えるように、ではありません。店舗でセルフ決済できるための POS 連動。ぜひ検討願います。
- 有料広告は地域事業の観点からフェアに運用を行うべきと考えるため反対です。あくまでユーザーが利用しやすい立地の店舗等を利用するようにしていただくと経営規模での格差がでにくいのではと思います。
- セブン銀行 ATM 以外でのチャージ機能の拡大
- お店同士での決済(加盟店間決済)機能の実装に期待しています。

5. 参考（アンケート内容）

■はじめに

「地元中小個店の応援」、「生活者支援」、「地域産業 DX」を目的に、令和5年度上半期（4月～9月）に「せたがやのお店を応援！」キャンペーンを実施しておりますが、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）令和5年度上半期せたがや Pay キャンペーンの概要

（1）せたがやのお店を応援！

- ・実施期間：4月1日～6月30日、9月1日～30日（予定）
- ・還元率；中小個店7%または5%、コンビニ等：3%、大型店：0% ※
- ・月間付与上限額：700ポイント（月間決済総額：1万～約2.3万円）

（2）夏のポイントアップ！せたがやのお店を応援！

- ・実施期間：年7月1日～8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（月間決済総額：5万～10万円）

※還元率については、世田谷区商店街連合会に属している商店街（会）に加盟している中小個店で区分しております。

■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 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)

- ① 区内
 - ・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)
 - ・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)
 - ・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)
 - ・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、烏山地区)
- ② 区外

5. 貴店舗でお取り扱いしている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. 貴店舗の年間の売上規模を教えてください。（1 つだけお選びください）

- ① 500万円未満
- ② 500～1,000万円未満
- ③ 1,000～5,000万円未満
- ④ 5000～1億円未満
- ⑤ 1億～3億円未満
- ⑥ 3億～5億円未満
- ⑦ 5億～10億円
- ⑧ 10億円以上

8. 貴店舗の直近の営業利益率を教えてください。（1 つだけお選びください）

- ① 30%以上の黒字
- ② 20%～30%未満の黒字
- ③ 10%～20%未満の黒字
- ④ 10%未満の黒字
- ⑤ 10%未満の赤字
- ⑥ 10%～20%未満の赤字
- ⑦ 20%～30%未満の赤字
- ⑧ 30%以上の赤字

9. 現在の貴店舗の営業利益について、コロナ禍前同時期（2019年4月～9月）と比べて、どのように変化していますか。なお、コロナ禍や直近で新規にオープンされた店舗様につきましては、オープン前に見込んでいた予想利益と比べて、現在どのように変化しているか教えてください。（1つだけお選びください）

（例：営業利益率－5%から＋10%に上昇した場合、15ポイントの増加と計算します）

- ① 20ポイント以上の増加
- ② 10ポイント以上20ポイント未満の増加
- ③ 10ポイント未満の増加
- ④ 変わらない
- ⑤ 10ポイント未満の減少
- ⑥ 10ポイント以上20ポイント未満の減少
- ⑦ 20ポイント以上の減少

■せたがや Pay や令和5年度上半期せたがや Pay キャンペーン（最大7%還元／月上限700ポイント、最大20%還元／月上限10,000ポイント）の効果について、教えてください。

10. せたがや Pay の導入や令和5年度上半期の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（ ）

11. 令和5年度上半期のせたがや Pay 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（2022年4月～9月）と比べてご回答ください。（1つだけお選びください）

※新型コロナ関連給付金・助成金・補助金等を除く

- ① 1～10%程度増加した
- ② 11～20%程度増加した
- ③ 21～30%程度増加した
- ④ 31～40%程度増加した
- ⑤ 41～50%程度増加した
- ⑥ 51%以上増加した
- ⑦ 変化なし
- ⑧ 減少した

12. 令和5年度上半期のせたがや Pay 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（2022年4月～9月）と比べてご回答ください。（1つだけお選びください）

- ① 増加した
- ② 変化なし
- ③ 減少した

13. 令和5年度上半期のせたがや Pay 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（2022年4月～9月）と比べてご回答ください。（1つだけお選びください）

- ① 増加した
- ② 変化なし
- ③ 減少した

14. 令和5年度上半期のせたがや Pay 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 1～10%程度増加した
- ② 11～20%程度増加した
- ③ 21～30%程度増加した
- ④ 31～40%程度増加した
- ⑤ 41～50%程度増加した
- ⑥ 51%以上増加した
- ⑦ 変化なし
- ⑧ 減少した

15. 令和5年度上半期のせたがや Pay 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

16. せたがや Pay を利用してもらうため、独自のセールや販売促進活動（SNS や DM による周知）などを実施しましたか（複数回答可）

- ①せたがや Pay 利用を促進するため、チラシやポスターなどを自作・印刷し、店舗の宣伝活動を実施した
- ②Instagram「ストーリー」機能を活用するなど、SNS 等でせたがや Pay を活用した宣伝活動を実施した
- ③せたがや Pay 決済の利用者に対して、割引セールやノベルティをプレゼントするなどの、店舗独自のインセンティブを用意した
- ④実施していない

17. せたがや Pay や令和5年度上半期キャンペーン実施前と比較して、店舗における、せたがや Pay などの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. せたがや Pay の実施によって、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（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 どちらかというに貢献している
- ③ どちらともいえない
- ④ どちらかというに貢献していない
- ⑤ 貢献していない

19. 令和5年度上半期のせたがや Pay キャンペーン（「せたがやのお店を応援!」、「夏のポイントアップ! せたがやのお店を応援!」）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。

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（1～5%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（ ）

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決済（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、決済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）

- ① 決済手数料が 0.1%以上 1.0%未満であれば継続する
- ② 決済手数料が 1.0%以上 1.5%未満であれば継続する
- ③ 決済手数料が 1.5%以上 2.0%未満であれば継続する
- ④ 決済手数料が 2.0%以上 2.5%未満であれば継続する
- ⑤ 決済手数料が 2.5%以上 3.0%未満であれば継続する
- ⑥ 決済手数料が 3.0%以上でも継続する
- ⑦ 決済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）機能の実装を検討しております。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 に加盟店決済機能があった場合、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

24. せたがや Pay アプリに、加盟店の宣伝を目的とした有料広告枠があった場合、活用したいですか。（1つだけお選びください）

（参考）

- ・アプリダウンロード数：約 30 万件以上
- ・月間アクティブユーザー数：約 8 万以上
- ・プッシュ通知閲覧数：約 2～7 万件

- 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. 令和 5 年度上半期キャンペーンやせたがや 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. 令和 5 年度上半期キャンペーンやせたがや 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)