

PayPayを活用した

「第2弾 がんばれ金ヶ崎！対象のお店で最大30%戻ってくるキャンペーン」

加盟店アンケート調査報告書

令和4年9月

金ヶ崎町商工会

I 調査の概要

1 調査の目的

本調査は、令和4年度「第2弾 がんばれ金ケ崎！対象のお店で最大30%戻ってくるキャンペーン」事業において、取扱事業者の動向を確認するとともに地域経済に対しどの程度の影響・効果があったのかを検証することを目的とする。

2 調査の内容

- (1) 店舗の売上について
- (2) 売上以外の効果について
- (3) 新規顧客獲得のための対応について
- (4) 非接触決済の推進について

3 調査の方法

(1) 調査方法

調査対象者にアンケート調査票を郵送にて送付し、回答を記入後、当会職員が巡回し回収、またはFAXにて返送してもらう手法とした。

(2) 調査期間

令和4年8月1日（月）～令和4年8月31日（水）

(3) 回収率

調査対象者	回答数	回収率
78店	64店	82.0%

【資料1】 PayPayポイント事業概要

1 期間 5月1日（日）午前0時～6月19日（日）午後11時59分（50日間）

2 内容

- (1) 期間中に、町内の対象店舗で「PayPay」で支払うと、決済金額の最大30%のPayPayボーナス（ポイント）を付与（PayPay I アカウントにつき I 決済あたりの付与上限：5,000円相当、期間中の付与合計上限：20,000円相当）
- (2) PayPay ボーナス（ポイント）付与は、支払日の翌日から30日後に付与され、PayPay 残高での支払いに使用可能。

3 対象

- (1) 町内のPayPay加盟店のうち、町(商工会)とPayPayが対象店舗として指定した事業所（最終加盟店：78店）
- (2) コンビニエンスストアなどのフランチャイズチェーン、病院や調剤薬局などの公的医療機関、介護保険の適用となる施設等は対象外。

【資料2】PayPayの利用状況

1 キャッシュバック（CB）の状況（カテゴリー別）

キャッシュバックの金額をカテゴリー（分類）別で見ると、ガソリンスタンドが5,652千円（27.0%）で最も多く、次いで飲食店・喫茶店が3,884千円（18.6%）、ホテル・旅館・レジャー・浴場が2,205千円（10.6%）と続いている。

第1弾と比較すると、ガソリンスタンドでの割合が大幅に増加した。その要因は、本キャンペーンの期間とガソリンを始めとする物価の上昇基調が重なり、還元効果が最も実感されるガソリンへの消費が動いたことが窺える。次いで、酒類・リカーショップの3.2%増加が続き、対して、飲食店・喫茶店とホテル・旅館・レジャー・浴場は各4.3%減少した。

キャッシュバック額の合計は20,896千円で、これを開催期間の50日で割ると1日あたり平均は418千円となり、第1弾の160千円と比較すると258千円増加、2.6倍となった。

なお、期間中、PayPayを利用した加盟店の決済総額(経済効果)は、77,196千円で、決済総回数は、20,368回だった。

No.	分類	CB額(円)	割合	第1弾	増減
1	ガソリンスタンド	5,652,353	27.0%	17.2%	9.9%
2	飲食店・喫茶店	3,884,983	18.6%	22.9%	-4.3%
3	ホテル・旅館・レジャー・浴場	2,205,807	10.6%	14.9%	-4.3%
4	酒類・リカーショップ	1,864,543	8.9%	5.8%	3.2%
5	衣服・靴・服飾品・カバン・バッグ	1,727,533	8.3%	8.2%	0.1%
6	理容・美容	1,355,155	6.5%	8.9%	-2.4%
7	食品販売店	1,260,441	6.0%	6.1%	-0.1%
8	その他	1,090,043	5.2%	5.9%	-0.6%
9	居酒屋・パブ・バー	785,775	3.8%	4.5%	-0.8%
10	リサイクル・中古品	302,480	1.4%	1.0%	0.4%
11	自動車整備・各種修理	219,830	1.1%	2.2%	-1.2%
12	家電・家具・寝具・キッチン用品	156,450	0.7%	0.2%	0.5%
13	施術所(接骨院・整骨院)	122,227	0.6%	0.9%	-0.3%
14	クリーニング・各種清掃	100,455	0.5%	0.1%	0.4%
15	時計・貴金属・メガネ・カメラ	52,770	0.3%	0.5%	-0.2%
16	住宅・リフォーム	40,000	0.2%	0.0%	0.2%
17	タクシー	39,003	0.2%	0.3%	-0.1%
18	DPE・印刷・コピー	23,550	0.1%	0.1%	0.0%
19	電話・通信・ISP・テレビ・新聞	12,746	0.1%	0.2%	-0.2%
①合計		20,896,144	100.0%	100.0%	
②キャンペーン日数		50			
1日平均③(①÷②)		417,923			

Ⅱ 調査結果の報告

Ⅰ 調査結果の概要

問Ⅰ 回答者の属性

業種	回答数	割合
飲食業	13	20.3%
宿泊業	2	3.1%
小売業	26	40.6%
サービス業	17	26.6%
その他	6	9.4%
合計	64	100.0%

(建設業2、整骨院2、製造業1、その他1)

問Ⅱ PayPay 決済状況について

PayPay 決済状況は、「増加した」が31店(48.4%)で最も多く、次いで「大幅に増加した」22店(34.4%)、「変わらない」10店(15.6%)、「大幅に減少した」1店(1.6%)と続いている。「大幅に増加した」に「増加した」を加えた増加した店は、53店(82.8%)にのぼる。

第1弾と比較すると、「大幅に増加した」割合が10.2%増加しており、「増加した」を含めた増えた割合も第1弾の75.7%から6.4%上昇している。

項目	回答数	割合	第1弾	増減
大幅に増加した	22	34.4%	24.2%	10.2%
増加した	31	48.4%	51.5%	△3.1%
変わらない	10	15.6%	16.7%	△1.1%
減少した	0	0.0%	0.0%	0.0%
大幅に減少した	1	1.6%	0.0%	1.6%
期間中の加盟で比較できない	0	0.0%	7.6%	△7.6%
合計	64	100.0%	100.0%	0.0%

問Ⅲ PayPay 決済とその他の決済手段(現金支払い含む)の割合について

PayPay 決済とその他の割合は、「20%~50%程度」が24店(37.5%)で最も多く、次いで「20%以下」21店(32.8%)、「50%超」16店(25.0%)と続いている。

第1弾では、20%以下の回答が最も多かったが、今回は、それを上回る割合となっており、一段とキャッシュレス決済が浸透し、その中でも特に PayPay の支持率の高さが窺える。

項目	回答数	割合	第1弾	増減
決済が50%超	16	25.0%	12.1%	12.9%
決済が20%~50%程度	24	37.5%	33.3%	4.2%
決済が20%以下	21	32.8%	44.0%	△11.2%
決済が無かった	3	4.7%	10.6%	△5.9%
合計	64	100.0%	100.0%	0.0%

問4 キャンペーンの効果に伴う売上の増加について

売上は、「10%以上30%未満増加」が28店(43.8%)で最も多く、次いで「30%以上50%未満増加」「増加はなかった」が各11店(17.2%)、「1%以上10%未満増加」8店(12.5%)と続き、「50%以上増加」したが6店(9.3%)あった。

第1弾との比較では、売上が増加した割合が68.2%から82.8%に上昇、特に50%以上増加した割合が7.8%増加するなど、今回のキャンペーン効果が拡大していることが窺える。

項目	回答数	割合	第1弾	増減
50%以上増加	6	9.3%	1.5%	7.8%
30%以上50%未満増加	11	17.2%	9.1%	8.1%
10%以上30%未満増加	28	43.8%	25.8%	18.0%
1%以上10%未満増加	8	12.5%	31.8%	△19.3%
増加はなかった	11	17.2%	30.3%	△13.1%
無回答	0	0.0%	1.5%	△1.5%
合計	64	100.0%	100.0%	0.0%

問5 来店者数の変化について

来店者数は、「増加した」が32店(50.0%)で最も多く、次いで「変わらない」19店(29.7%)、「大幅に増加した」12店(7.6%)、と続いており、「大幅に減少した」回答は1店(1.5%)であった。

第1弾との比較では、来店客数も、増加した割合が48.5%から68.8%に上昇しており、キャンペーンが来店者数の上昇にも寄与している。

項目	回答数	割合	第1弾	増減
大幅に増加した	12	18.8%	7.6%	11.2%
増加した	32	50.0%	40.9%	9.1%
変わらない	19	29.7%	51.5%	△21.8%
減少した	0	0.0%	0.0%	0.0%
大幅に減少した	1	1.5%	0.0%	1.5%
合計	64	100.0%	100.0%	0.0%

問6 客単価の変化について

客単価は、「変わらない」が33店(51.6%)で最も多く、次いで「増加した」25店(39.0%)、「大幅に増加した」及び「減少した」が各1店(1.5%)となっている。

第1弾との比較では、客単価も、増加した割合が37.9%から45.2%に上昇している。売上の構成要素(客数×客単価=売上高)を分析すると、売上、来店者数の増加に比べると客単価が増加した割合が低いという結果となっており、客単価を増加させる施策が不足気味といえる。

項目	回答数	割合	第1弾	増減
大幅に増加した	4	6.2%	1.5%	4.7%
増加した	25	39.0%	36.4%	2.6%
変わらない	33	51.6%	60.6%	△9.0%
減少した	1	1.6%	1.5%	0.1%
大幅に減少した	1	1.6%	0.0%	1.6%
合計	64	100.0%	100.0%	0.0%

問7 PayPay キャンペーンによる消費促進効果

消費促進効果は、「効果があった」28店（43.7%）と最も多く、次いで「大いに効果があった」27店（42.7%）で、8割以上がキャンペーンによる効果があったと回答している。対して「効果がなかった」は7店（11.0%）、「全く効果がなかった」2店（3.1%）だった。

第1弾との比較では、効果があった（大いに含む）割合が74.2%から85.9%へ上昇、そのうち、「大いに効果があった」割合が16.5%増加した点は特筆に値する。

項目	回答数	割合	第1弾	増減
大いに効果があった	27	42.2%	25.7%	16.5%
効果があった	28	43.7%	48.5%	△4.8%
効果がなかった	7	11.0%	16.7%	△5.7%
全く効果がなかった	2	3.1%	7.6%	△4.5%
無回答	0	0.0%	1.5%	△1.5%
合計	64	100.0%	100.0%	0.0%

問8 キャッシュレスによる非接触決済の推進について

今後、非接触決済の方向は、「推進していくべき」が40店（60.6%）で最も多く、非接触決済の推進に積極的な回答をしている。次いで、「どちらとも言えない」が23店（34.9%）で、「推進する必要はない」3店（4.5%）であった。

第1弾との比較では、キャンペーンによる消費促進効果が大いにあったと評価する反面、キャッシュレス決済を推進していくべき割合が微減、どちらとも言えないが5.7%増加しており、慎重な見方も見られるようになった。

項目	回答数	割合	第1弾	増減
推進していくべき	36	56.3%	60.6%	△4.3%
どちらとも言えない	26	40.6%	34.9%	5.7%
推進する必要はない	2	3.1%	4.5%	△1.4%
合計	64	100.0%	100.0%	0.0%

問9 今回のキャンペーンで良かったことを記入してください。

- 30%という大きな還元率（飲食業）
- 客足が伸びた（飲食業）
- 新規のお客様がたくさんきてくれた（飲食業）
- 30%！（飲食業）
- 新規のお客さんがやって来たこと（飲食業）
- 新規顧客が増えたこと（飲食業）
- 他市町村の来客も普段より多かったこと（飲食業）
- のぼりが目立って良かった（飲食業）
- 近隣の市町村が20%だったので金ケ崎はすごいと言われました。（飲食業）
- 2回目だったので認知度がありました。（飲食業）
- 比較的年配の方のご利用も前回より多くなりました。（飲食業）
- 客数売上の増加（飲食業）
- 集客が増え売上が大幅に増えた。（飲食業）
- 町外からのお客様の増加が良かった。（飲食業）
- 30%戻ることによってキャッシュレス決済が増えた。（宿泊業）
- 30%戻ることによって買い物（おみやげ品等）の動機付けになった。（宿泊業）
- 使用する年齢層が（上に）広がったように感じる（宿泊業）
- 利用者の方はとても喜んでいました（小売業）
- 金ケ崎町外の来店が多かった（小売業）
- 普段のお客様ではない新規のお客の来店があった。（小売業）
- 売上増、顧客増（小売業）
- 客単価が少し増えた。（小売業）
- 他店舗の利用者が利用してくれた事（小売業）
- 売上が上がった。（小売業）
- 新規のお客が増えた。（小売業）
- 初めてのお客様との出会いがあった。（小売業）
- 新規のお客が増えたこと（他県からのお客様がすごく多かった）（小売業）
- 「金ケ崎はスゴイ!!」と沢山言われた。30%はかなりのイメージアップだと思う。（小売業）
- 2回目なので、みなさんキャンペーン内容を理解してて、説明しなく済んだので楽だった。（小売業）
- 売上があがった。（小売業）
- 来客数が増加した（キャンペーン期間中）。（小売業）
- 客単価が増えた事（キャンペーン利用で選んでいただく品数が増）（小売業）
- 30%は大きい（小売業）
- 若い方が来店した。（小売業）
- PayPayを使ってみようという方が少し増えた気がします。（小売業）
- 現金のやり取りが無いので、スムーズに対応ができた。（小売業）
- 客数・単価が上昇した。（小売業）
- 客数が増えて良かった。（小売業）
- 町外からの来客数が増えて良かった。（小売業）
- 30%の話題で盛り上がった。（サービス業）

前は若い方だけでしたが、今回は家族から進められて利用する方もありました。(サービス業)

単価が上がった(サービス業)

お客様がキャンペーンで、支払方法を現金から変えていただきお釣りの心配が減った。(サービス業)

新規の来客が増えた(サービス業)

売上が増えた。(サービス業)

ペイペイ利用の方への知名度アップ。(サービス業)

売上が上がった。(サービス業)

新規のお客様が来店。(サービス業)

会計のやりとりが楽。(サービス業)

当店を知ってくれる。(サービス業)

店販品を買っていかれる客が増えた。(サービス業)

30%!(その他)

他と比べて30%は割合が大きく反響が大きいようでした。(その他)

個人の顧客からはキャッシュレス決済喜ばれた。(その他)

集金等の釣銭などの手間が若干減った。(その他)

物販の売上が上がった。(その他)

客単価増えた。(その他)

問10 今回のキャンペーンで悪かったこと、改善すべきことを記入してください。

30%!(飲食業)

予定の期間より早く打ち切られてしまったこと(飲食業)

コロナ禍で人の出入りが多かったことはどきどきしました。(飲食業)

開催の時期を3.4.5.8.12月あたりだと更に利用が増えると思います。(飲食業)

告知が開催ギリギリになってしまいました。もう少し早めにわかるとお客様(遠方の)にご案内できます。(飲食業)

早目に終了した事(飲食業)

キャンペーン期間の終了が早まった事。出来るだけ最終日まで続けてほしい。(飲食業)

まとめ買いが増えたので、次月の売上が落ちる。(飲食業)

現金商売なので日銭が少なく不安になる(飲食業)

途中キャンペーン中止はどうなのか。(飲食業)

キャンペーン期間前に終了したが(お客様の期待を裏切った形となった)(宿泊業)

還元率を下げても期間通りに終了出来たほうが良かった。(宿泊業)

前倒して予算に達した為、PayPay決済を考えてた方にご迷惑をかけてしまった。(宿泊業)

キャンペーンが当初予定より早く終了したこと。(小売業)

車両の渋滞対策を行って欲しい(小売業)

キャンペーン開催時期が別の近くの地域と重なっていた事。(小売業)

早期終了したこと。色々な嫌味を言われたりとかかなりイメージが悪いと感じた。(小売業)

決済可能な商品・サービスの確認、周知をお願いしたい(小売業)

酒・タバコ・ガソリンに片寄った話をきいた。(小売業)

各ジャンル公平であってほしい。(小売業)

還元率は他地区と同じ20%で良いと思う（小売業）

一部の店のみ客が集中していたようだ。同業種でのPayPayの周知が必要だと思います。（小売業）

30%迄いなくても20%でも期間をのばすと良いかと。（小売業）

バランスの良いやり方とは思えない。限られた人のみにと言うのは！！（小売業）

早くにキャンペーンが終了したこと（小売業）

期間期限にかけこみがさっとうし、対応に困った（小売業）

途中で終わったので悪かった。（小売業）

途中で終わるのは残念。（サービス業）

キャンペーンが終了すると新規又は町外のお客様の来店は無い。（キャンペーン中のみの来店でしょう）（サービス業）

期間前で終了したこと（サービス業）

PayPay（決済）をお勧めしましたが、アプリを取っていないし情報がもれるのでは？心配なので使えないと言われました。（サービス業）

手数料の増額で負担が増えた。（サービス業）

一部のお客様（ペイペイ利用の方）のみへの還元だった為他の人へのメリットが悪かった。（サービス業）

途中でキャンペーンの終了。（サービス業）

キャンペーンが早く終わった事。（サービス業）

30%！（その他）

途中で打ち切りにするのが気になりました。（その他）

期間が予定より早く終わってしまったこと。（その他）

新規のお客様がホームページを見て来店された（業種未回答）

問11 今後、同様のキャンペーンが実施されるとした場合、参加を希望しますか。

次回事業への期待度は、「参加したい」が46店（71.9%）で最も多く、次いで、「どちらともいえない」12店（18.8%）と続いている。全体の7割が参加したいと回答していることは、非接触決済の推進に積極的に参加することで持続的な効果を求めていることが窺える。

少数ではあるが、今回、今後、「参加したくない」との回答が2店（3.1%）あった。加盟店をはじめアンケート調査結果、キャンペーン事業内容等、課題を整理・分析しながら、今後の事業展開に繋げて行きたい。

項目	回答数	割合
参加したい	46	71.9%
参加したくない	2	3.1%
どちらとも言えない	12	18.8%
無回答	4	6.2%
合計	64	100.0%

第1弾	増減
75.8%	△3.9%
0.0%	3.1%
15.1%	3.7%
9.1%	△2.9%
100.0%	0.0%

問12 その他ご意見、ご要望について、記入してください。

- とてもありがたい（飲食業）
- わがままだけど年に2回位やってもらいたい（飲食業）
- 30%!（飲食業）
- PayPayの手数料が多くなるので店としては現金払いの方を促進したいです（飲食業）
- 高齢者への普及活動もがんばって頂きたい。（飲食業）
- 他の市では第6弾と継続してキャンペーンを行っているようです。金ヶ崎町も継続してキャンペーンを行う方向に進んで行ったら良いと思う。（飲食業）
- また計画してください。（宿泊業）
- PayPayをやめました。（小売業）
- キャンペーンの効果はあり有効だと思います。（小売業）
- 年齢が高くなるとPayPayなどの利用が無い。まだまだ利用度は低い。（小売業）
- PayPayの会社に手数料が発生する為現金売上より利益が下がります。（小売業）
- 売上の何%か店に還元してほしいと思います。（やろうという意欲が湧くと思います）（小売業）
- 次回は30%でなくていいのでまた実施頂きたい。（小売業）
- キャンペーン期間の協議があっても良いのではないかと。（小売業）
- キャッシュレス決済等の使用は元々多いので、PayPayを使用している人が多いだけでもないようです。カードの決済の方が多いと思いました。（小売業）
- キャンペーンの時期が秋や冬の時期でも良いのかも。（小売業）
- PayPay等キャッシュレス決済を活用した販促活動を学びたい（小売業）
- 予定より早く終了したのが残念（小売業）
- 既存の商店の客の大半は高齢でスマホ決済には無縁の人が多く。スマホを使える情報の入る人だけが得をするのは店としては複雑な気がした。（小売業）
- 還元率30%はやりすぎて他地区と同じ20%で良いと思った。ただし時代の流れには逆らえないと思う。（小売業）
- 早期終了まぎわに始めて来店されたお客さんに在庫が無い注文商品に対して10万円近い金額を決済させる訳になくしてお断りした。今後早期終了する事のないように予算を組んでほしい。（小売業）
- スマホを持ってない人達にも利用できる形を望む。プレミアム商品券とかいつものように立派な商品券でなくとも良いので。（小売業）
- 分割は対象外であることを客側に伝わるように宣伝してほしい。（小売業）
- 今の時代についていくためには何事も積極的に取り組まなければいけない。自分自身もお客様にもアピールしていきたいと思います。（サービス業）
- 直接影響がないので何とも言えない。（サービス業）
- 30%ではなく25%や20%を増やす方が良いのでは？前回もですけど利用できる場所が少ない。（サービス業）
- 取引先が法人が主なので、あまり書くことがなくすいません。（その他）
- 30%!（その他）
- ぜひ、ぜひまた再度やっていただければとても助かります!!よろしく願いいたします。（その他）

「第2弾 がんばれ金ケ崎！対象のお店で最大30%戻ってくるキャンペーン」

加盟店向けアンケート

5月1日から6月19日まで実施したPayPayを活用した「第2弾 がんばれ金ケ崎！対象のお店で最大30%戻ってくるキャンペーン」事業効果の検証と今後の対策の参考とするため、加盟店の皆様からご意見をいただきたくアンケート調査を実施します。

ご多忙中誠に恐縮ですが、該当する番号にチェック、または、記入をお願いします。
なお、回収は、当会職員が行います。8月8日（月）まで記入いただければ幸いです。

金ケ崎町商工会（TEL:0197-42-2710 FAX：0197-42-2713）

問1 貴店の業種はどれに分類されますか。主要な業種をひとつ選択してください。

- 1 飲食業 2 宿泊業 3 小売業 4 サービス業 5 その他（ ）

問2 今回のキャンペーン期間中のPayPayによる決済は増えましたか。当てはまるものひとつ選択してください。

- 1 大幅に増加した
2 増加した
3 変わらない
4 減少した
5 大幅に減少した
6 キャンペーン期間中の加盟で比較できない

問3 キャンペーン期間中のPayPayによる決済とその他決済手段(現金による支払い含む)の割合はどの程度ですか。当てはまるものひとつ選択してください。

- 1 PayPayによる決済が50%以上あった
2 PayPayによる決済が20%から50%程度であった
3 PayPayによる決済が20%以下であった
4 PayPayによる決済はなかった

問4 今回のキャンペーンの効果により、直近の売上に対しどの程度売上が増加しましたか。当てはまるものひとつ選択してください。

- 1 50%以上増加
2 30%以上50%未満増加
3 10%以上30%未満増加
4 1%以上10%未満増加
5 増加はなかった

問5 今回のキャンペーン期間中の来店客数は増えましたか。当てはまるものひとつ選択してください。

- 1 大幅に増加した
2 増加した
3 変わらない
4 減少した
5 大幅に減少した

問6 今回のキャンペーン期間中の来客単価は増えましたか。当てはまるものひとつ選択してください。

- 1 大幅に増加した
- 2 増加した
- 3 変わらない
- 4 減少した
- 5 大幅に減少した

問7 今回のキャンペーンは消費を促進する効果があったと感じますか。当てはまるものひとつ選択してください。

- 1 大いに効果があった
- 2 効果があった
- 3 効果がなかった
- 4 全く効果がなかった

問8 キャッシュレス決済のような非接触決済は推進していくべきとお考えですか。あてはまるものひとつ選択してください。

- 1 推進していくべき
- 2 どちらとも言えない
- 3 推進する必要はない

問9 今回のキャンペーンで良かったことを記入してください。

・
・
・

問10 今回のキャンペーンで悪かったこと、改善すべきことを記入してください。

・
・
・

問11 今後、同様のキャンペーンが実施されるとした場合、キャンペーンに参加を希望しますか。あてはまるものひとつ選択してください。

- 1 参加したい
- 2 参加したくない
- 3 どちらとも言えない

問12 その他ご意見、ご要望について、記入してください

ご協力ありがとうございました。