

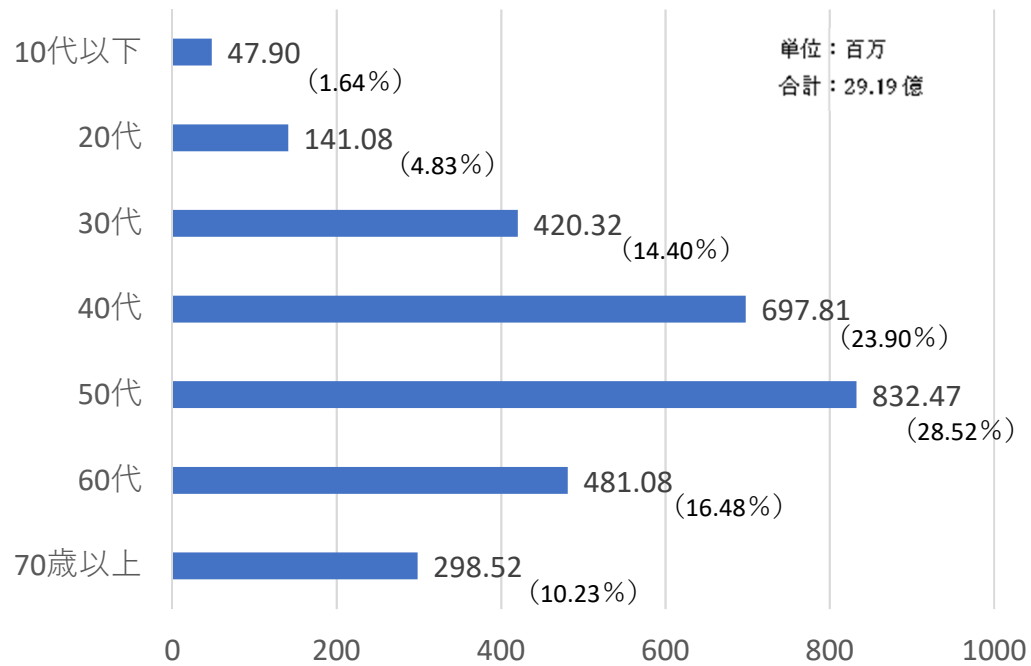
【別添資料】

足立区プレミアム商品券（PayPay商品券）

アンケート集計結果
（全体版）

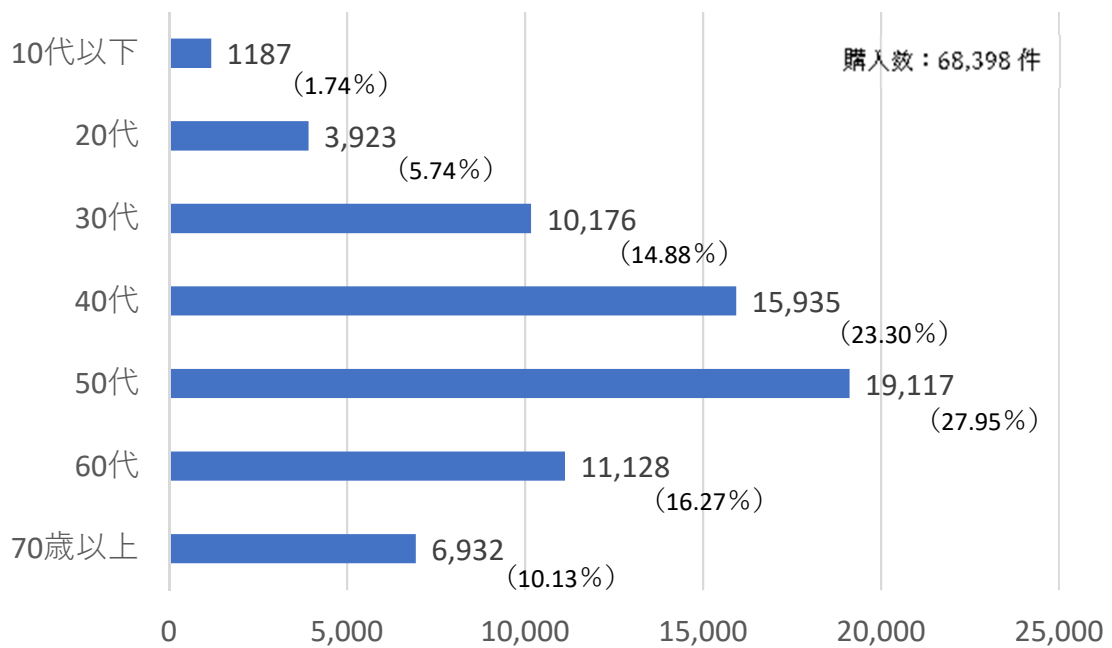
1 受託事業者による実績報告に基づく成果分析

(1) 各年代使用額比較



※ 金額の右下カッコ内は利用割合

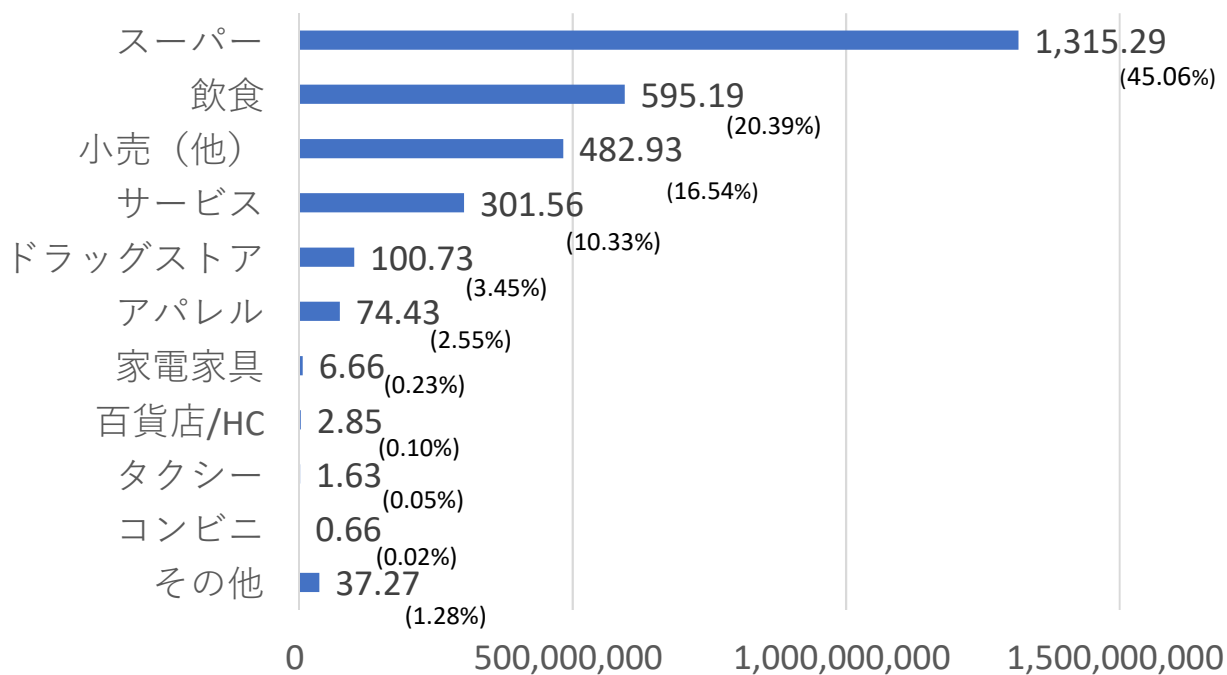
(2) 各年代購入者数比較



※ 金額の右下カッコ内は利用割合

(3) 業種別利用傾向

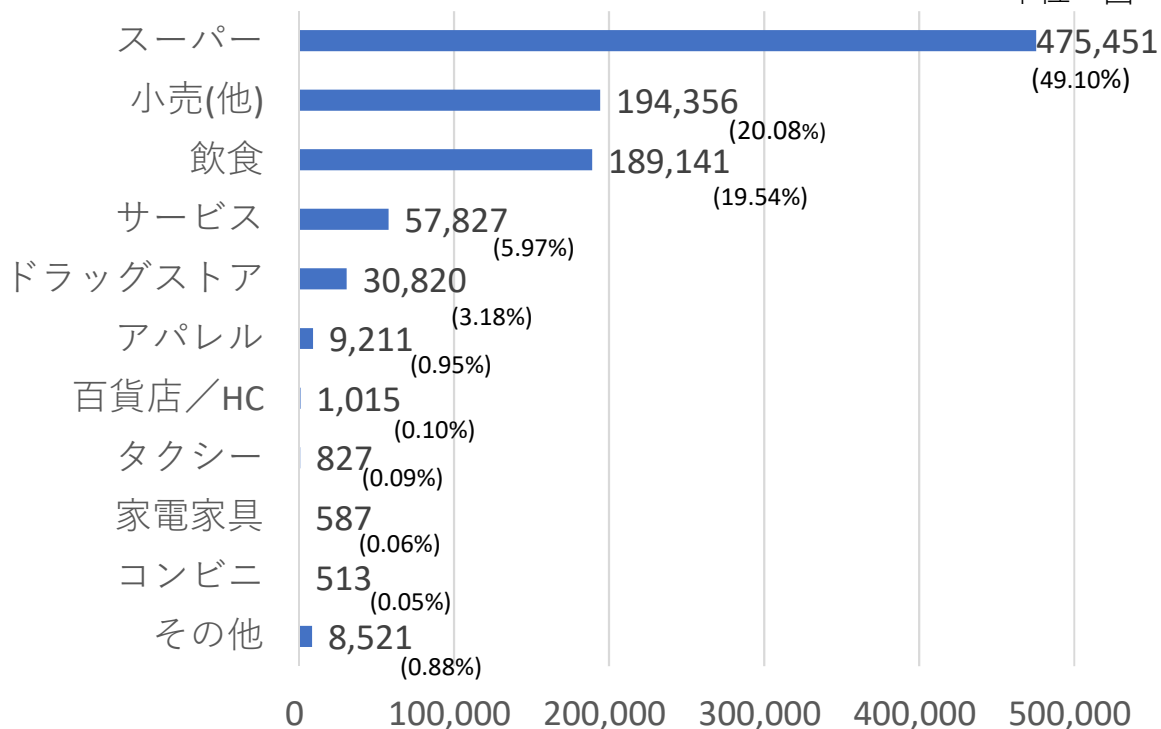
単位：百万



※ 金額の右下カッコ内は利用割合

(4) 業種別決済回数

単位：回

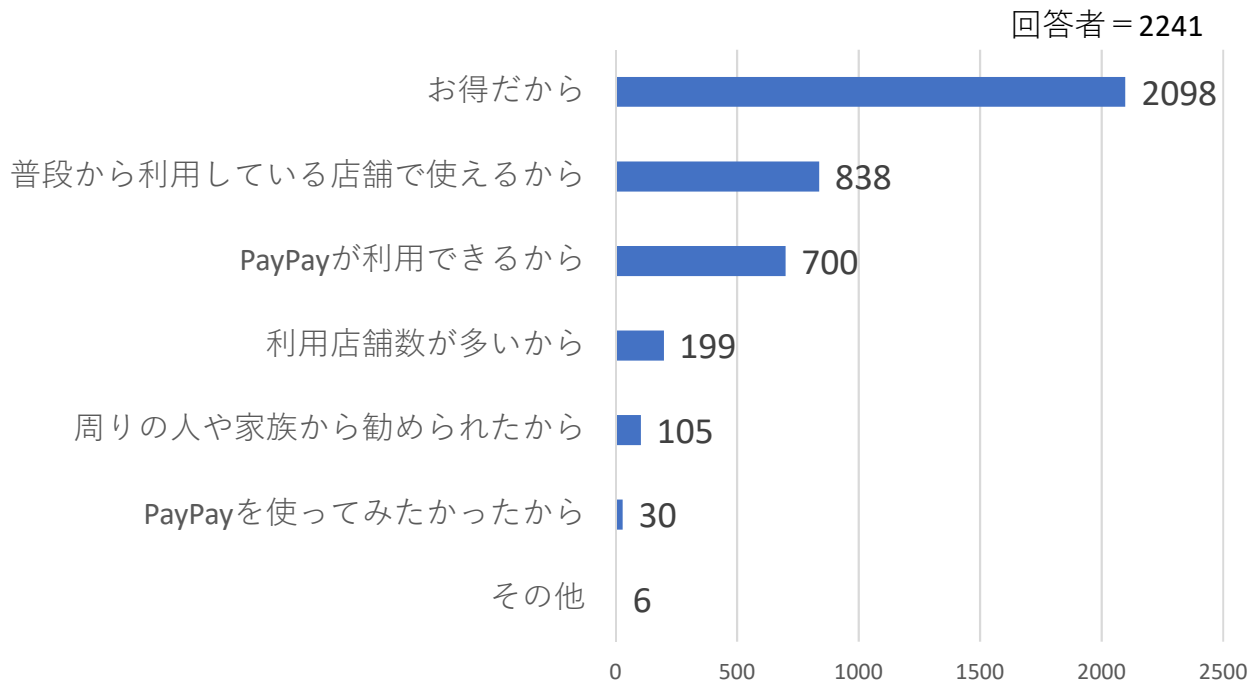


※ 金額の右下カッコ内は利用割合

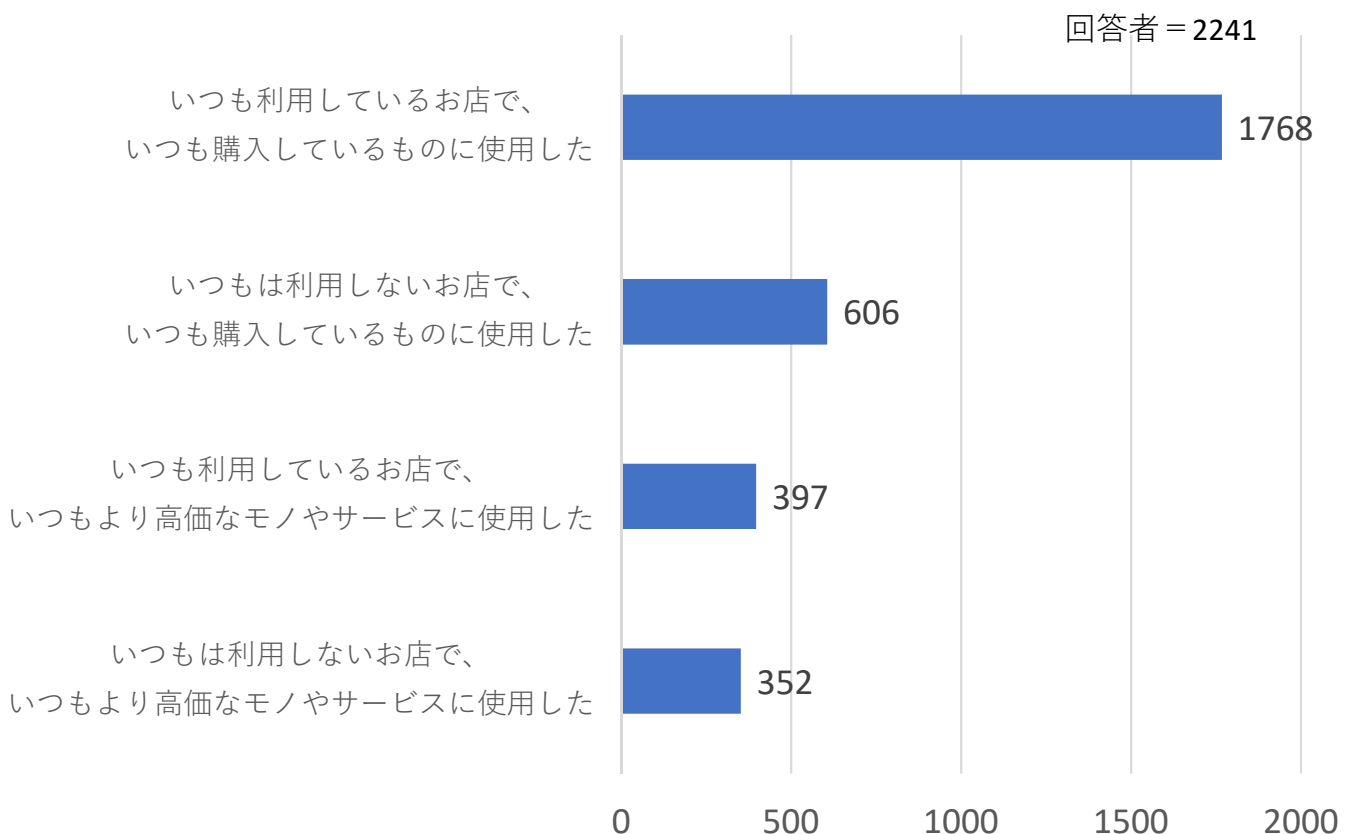
2 ユーザーアンケート結果に基づく成果分析

アンケート回答率：3.3% (2,298人/68,894人)

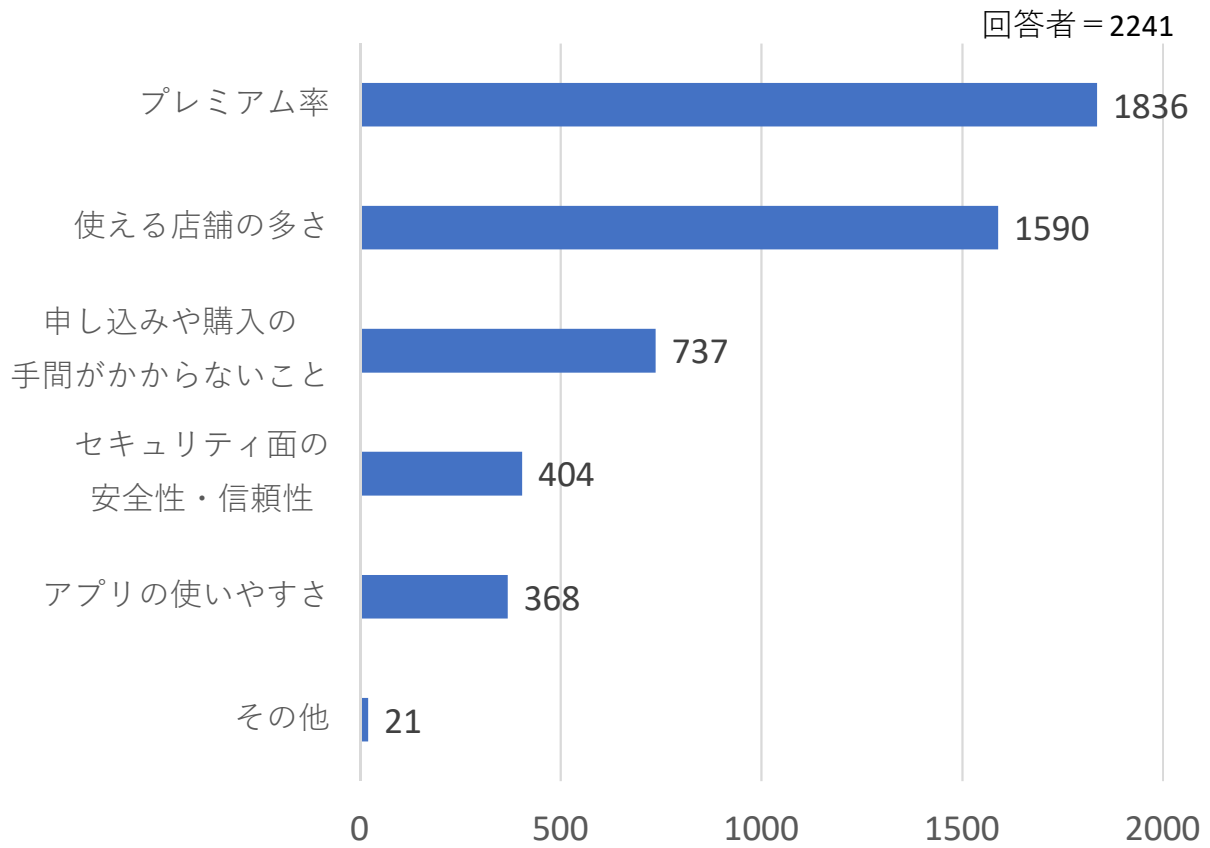
(1) 足立区プレミアム商品券(PayPay商品券)を購入した理由 (複数回答可)



(2) 足立区プレミアム商品券 (PayPay商品券) の主な使用先 (複数回答可)

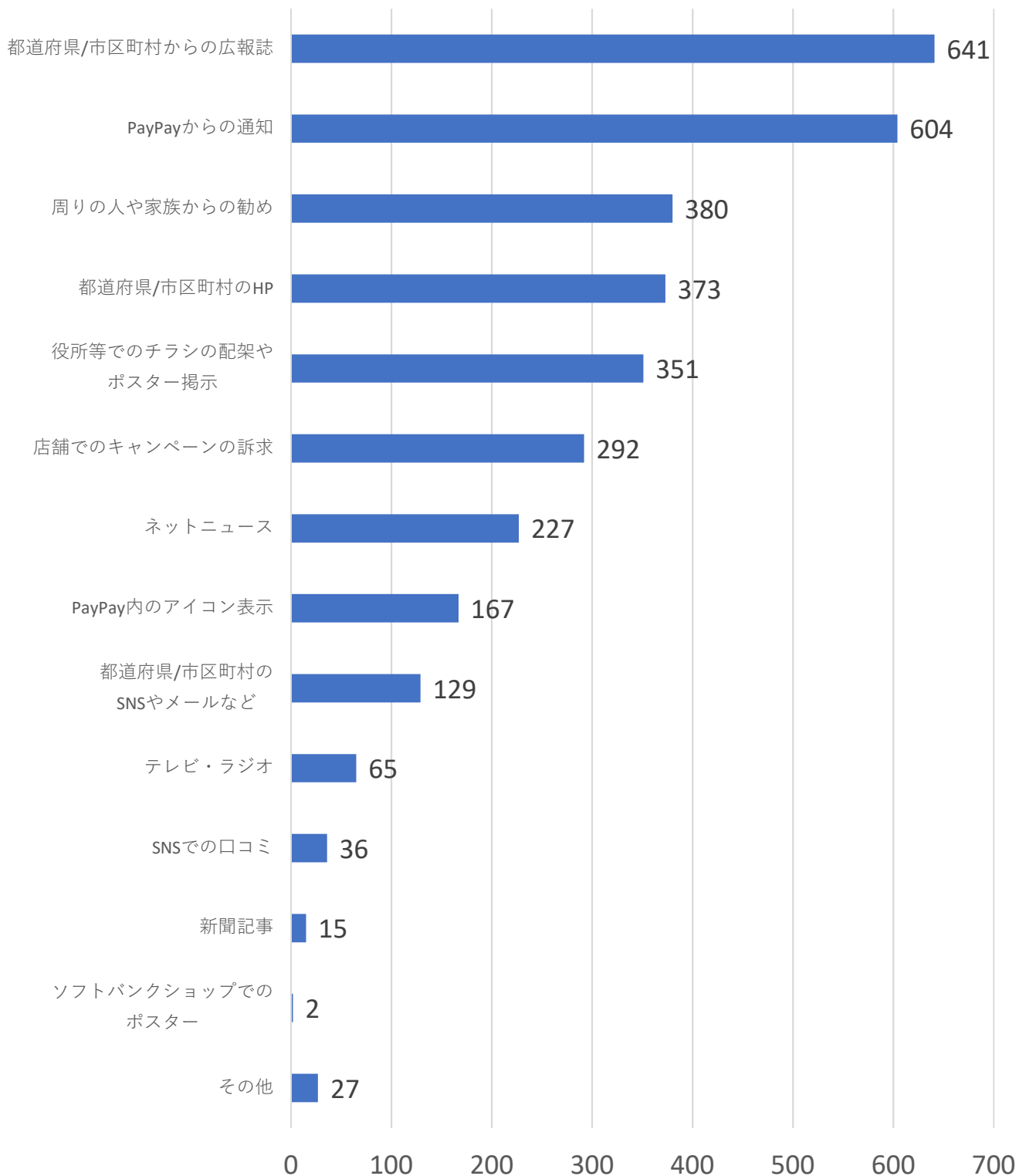


(3) 足立区プレミアム商品券（PayPay商品券）を申し込みする際に重要視したこと（複数回答可）

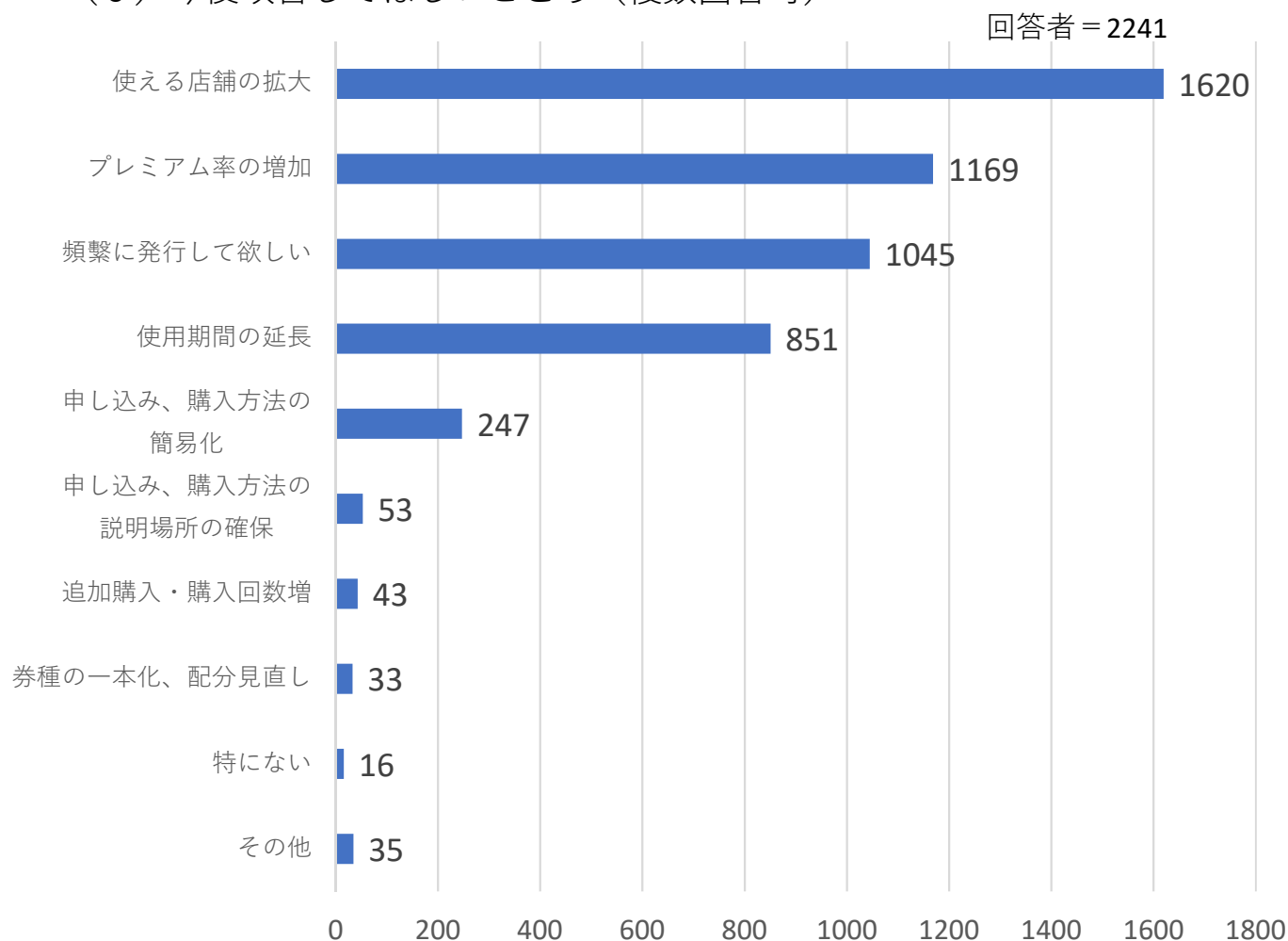


(4) 事業について知った方法（複数回答可）

回答者 = 2241



(5) 今後改善してほしいところ（複数回答可）



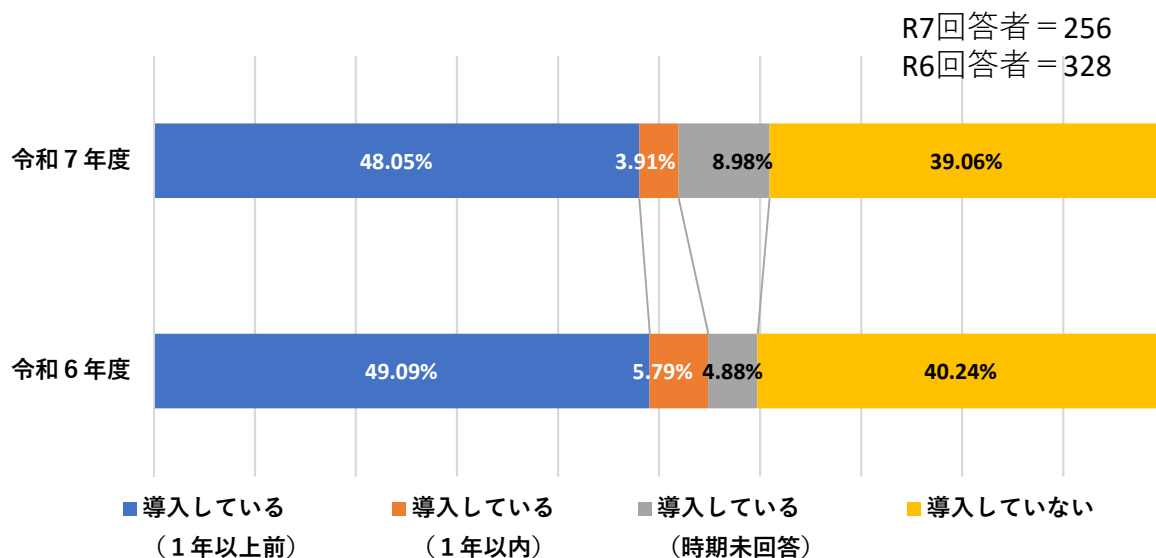
3 店舗アンケートに基づく成果分析

アンケート対象：商連加盟店舗

アンケート回答率：19.4%（257件／1,324件）

(1) スマートフォン決済導入率

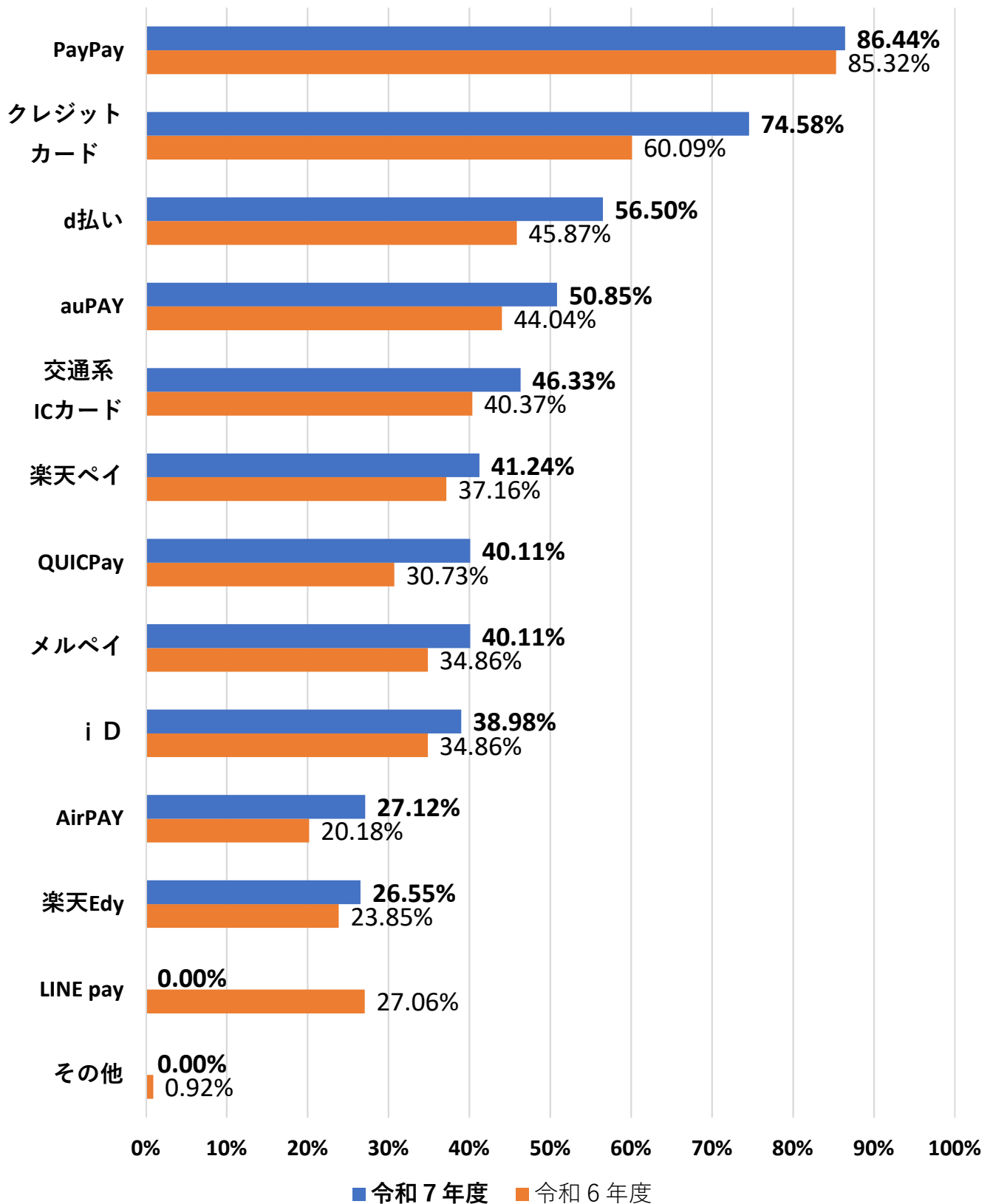
60.9%（令和7年2月から1.1ポイント上昇）



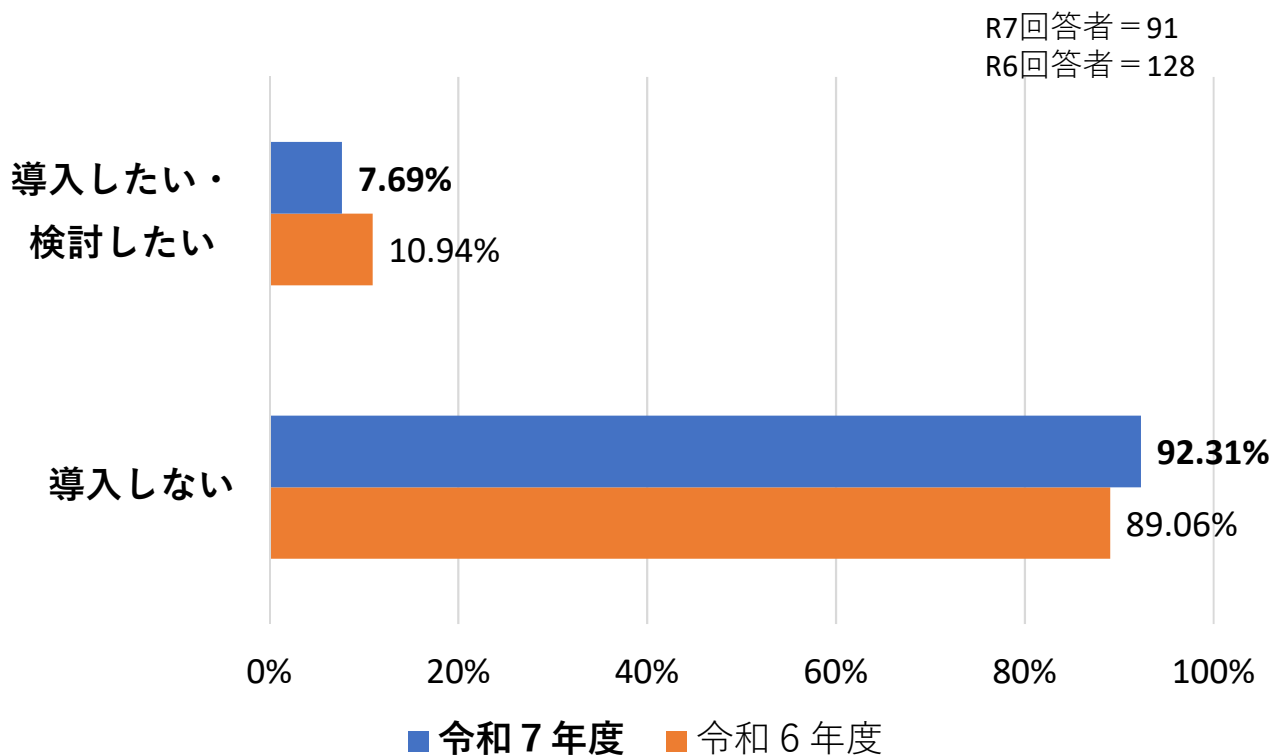
(2) キャッシュレス決済を取扱っている店舗の割合 (複数回答可)

R7回答者 = 177

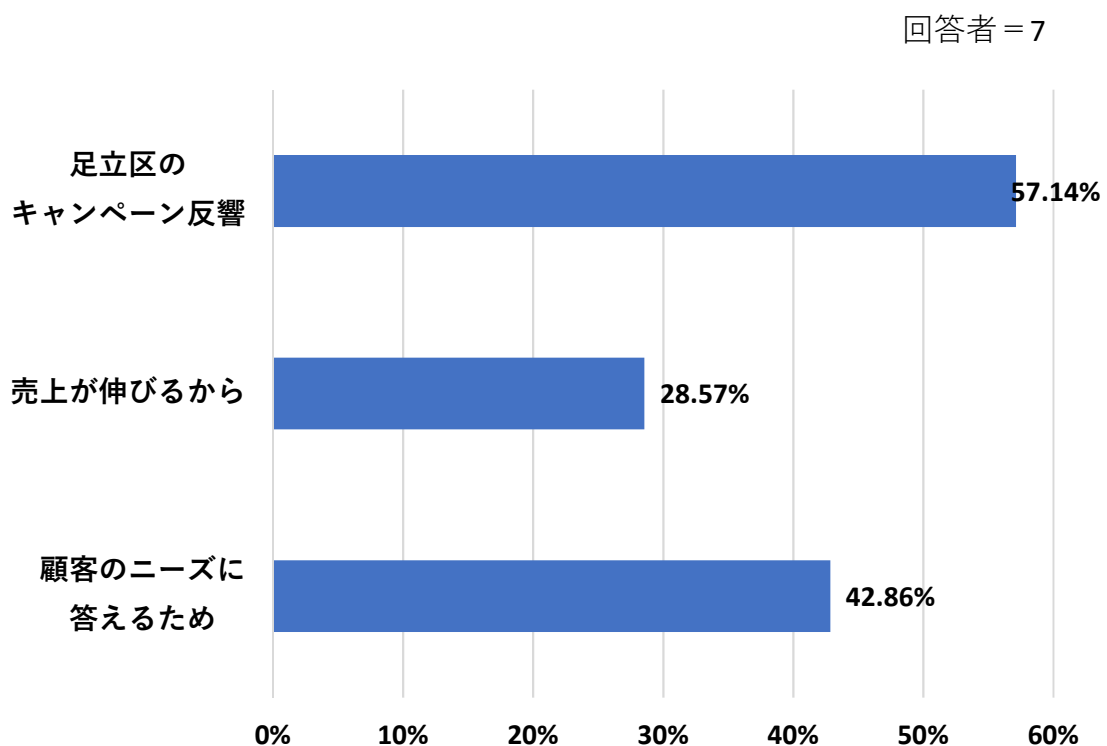
R6回答者 = 218



(3) 今後、キャッシュレス決済を導入したいか（キャッシュレス未導入店舗）

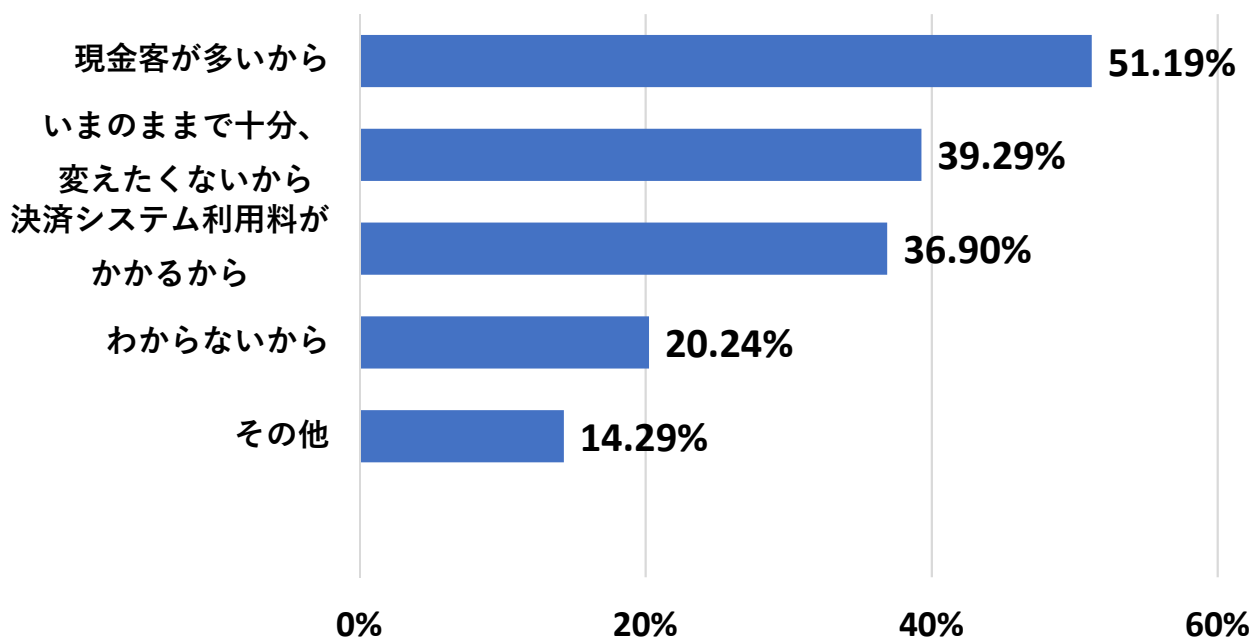


(4) キャッシュレス決済を導入・検討したい理由（複数回答可）



(5) キャッシュレス決済を導入しない理由（複数回答可）

回答者 = 84



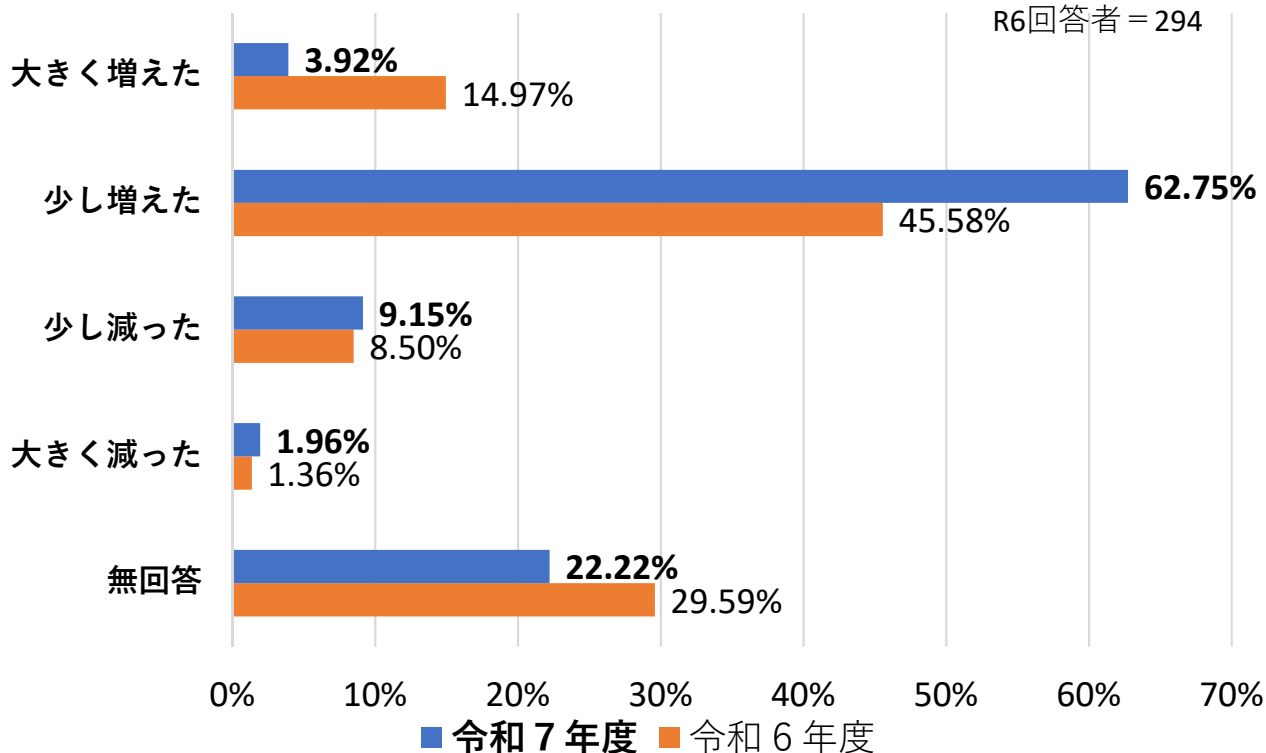
※その他意見

- ① 高齢の客が多く、キャッシュレス決済に不慣れなため
- ② 現金が必要なため（キャッシュレス決済は店舗への入金に時間がかかる）

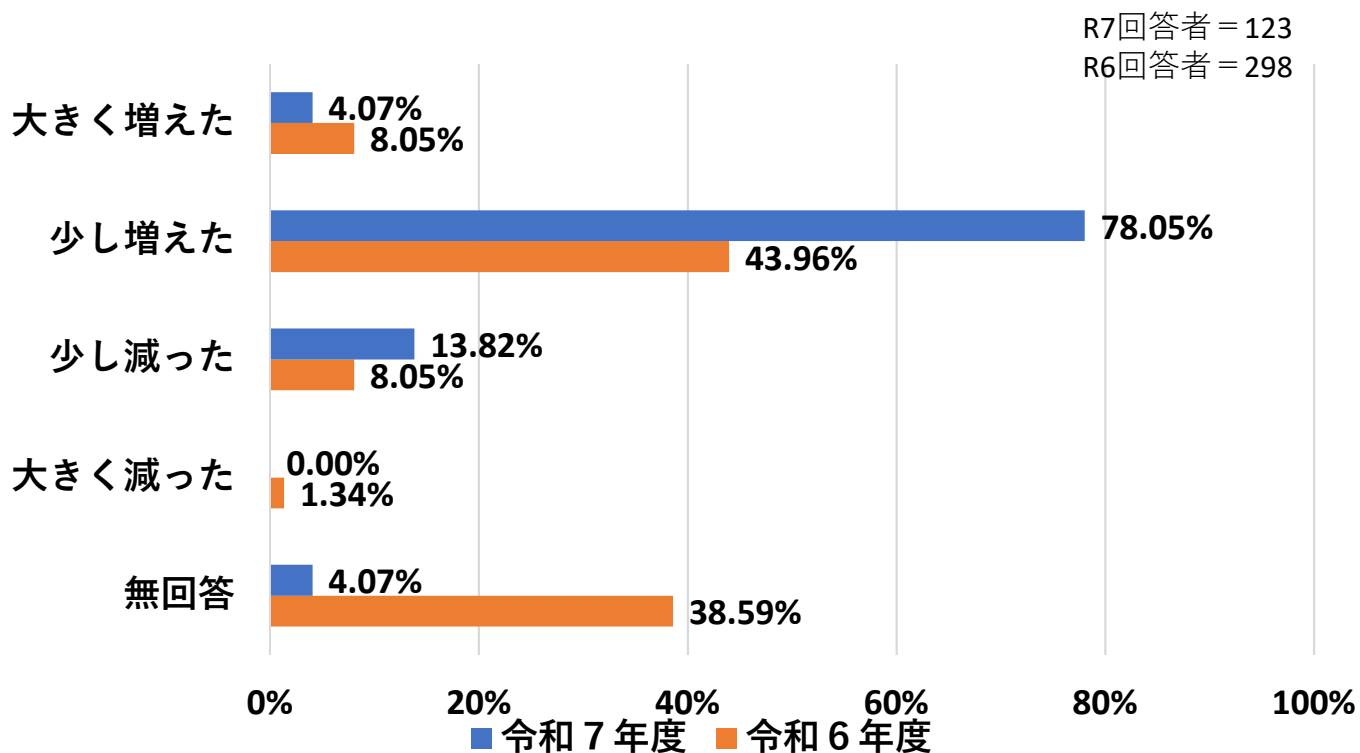
(6) キャンペーン期間中の売上変化（PayPay加盟店舗のみ）

R7回答者 = 153

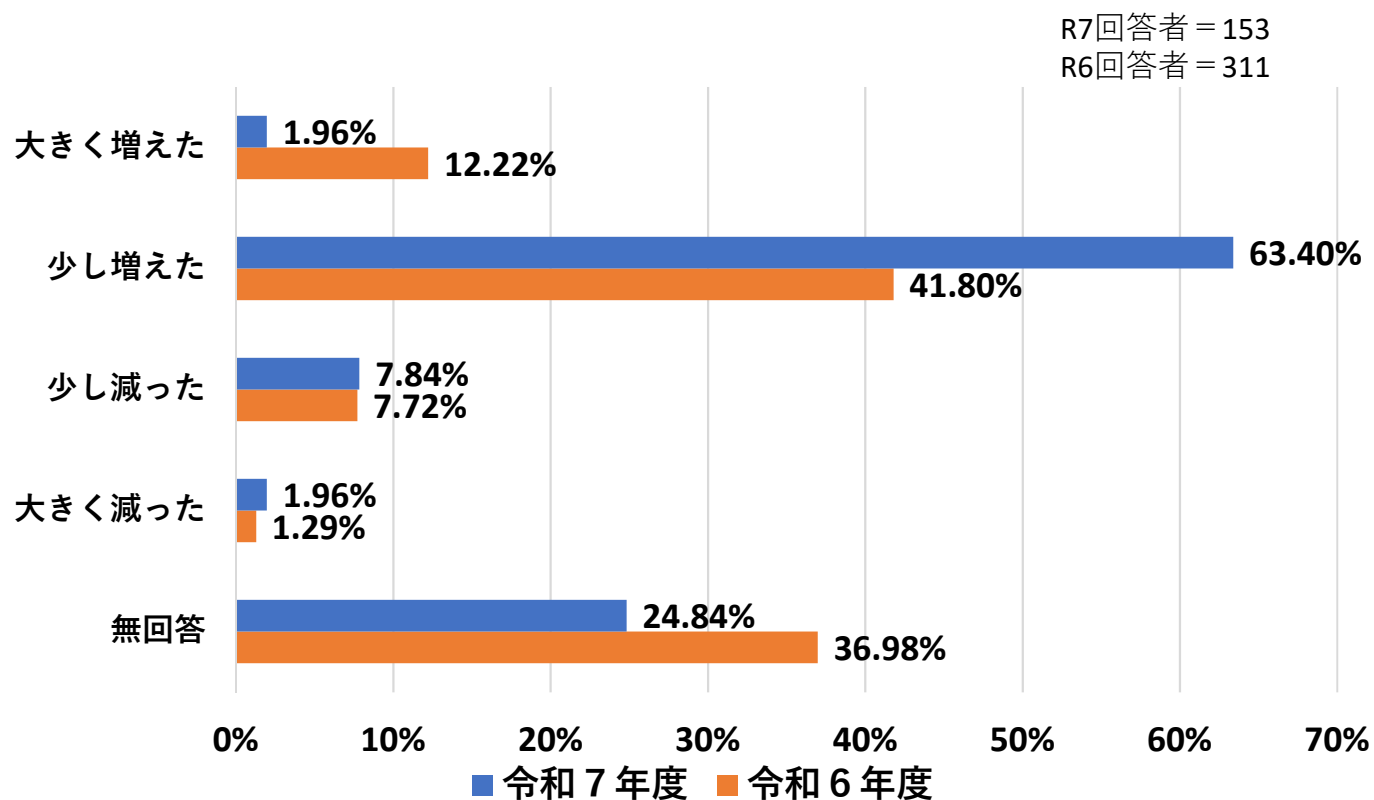
R6回答者 = 294



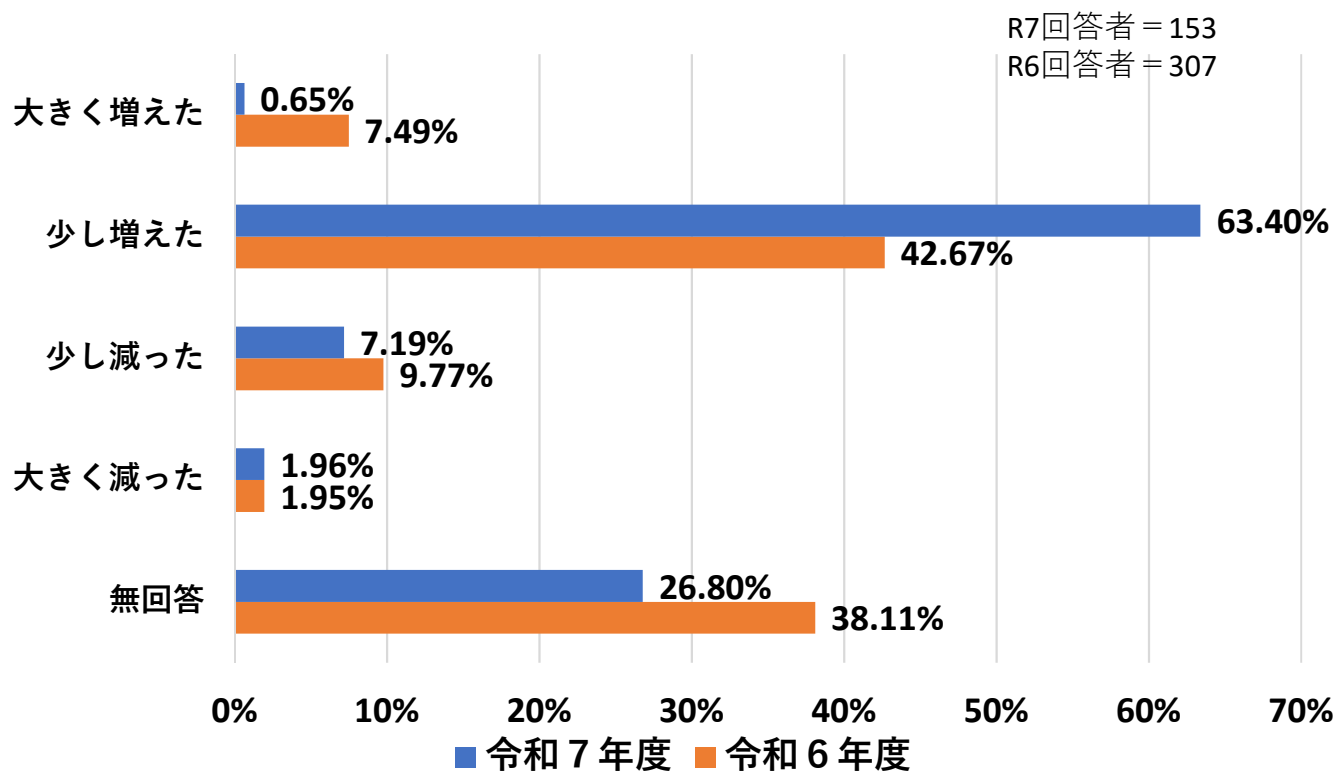
(7) キャンペーン期間中の1回あたりの決済額



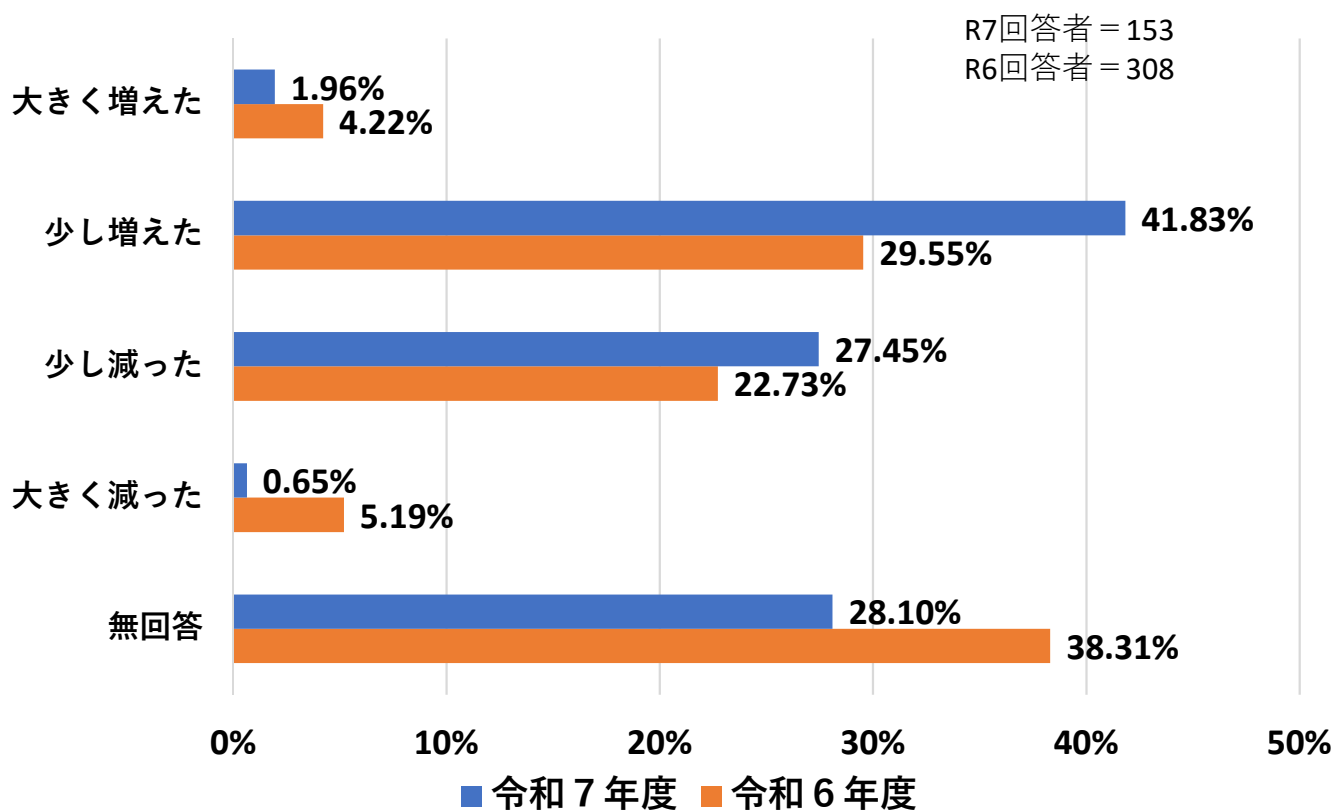
(8) キャンペーン期間中の来店客数



(9) キャンペーン期間中の新規客数

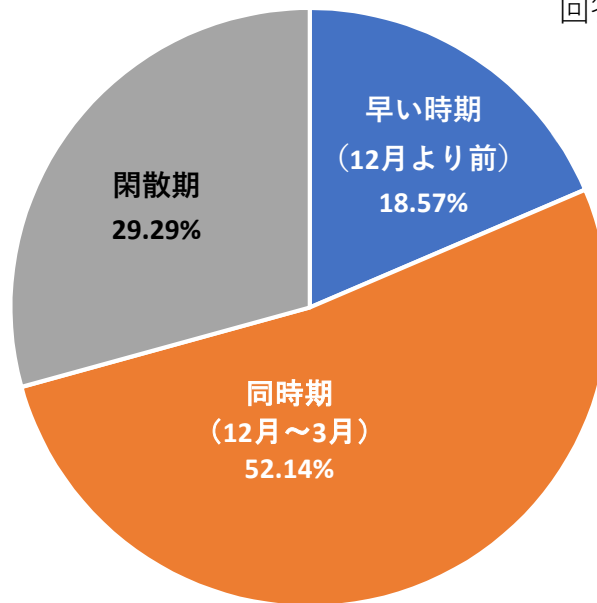


(10) キャンペーン終了後の売上（キャンペーン以前の売上比較）



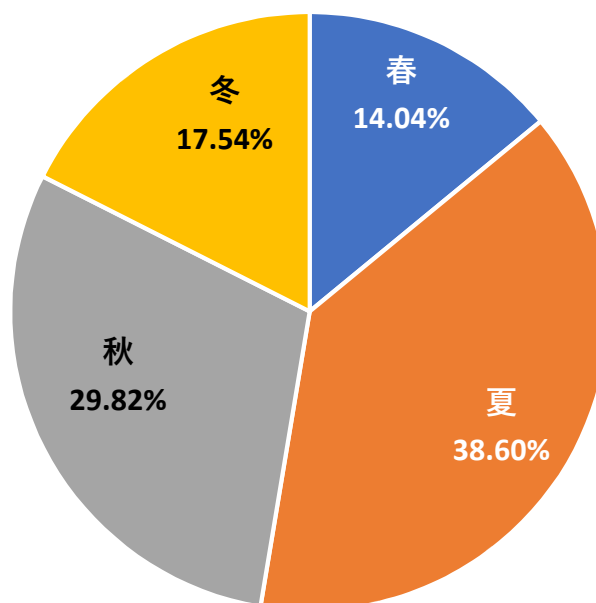
(11) キャンペーン実施時期はいつ頃が良いか

回答者 = 140

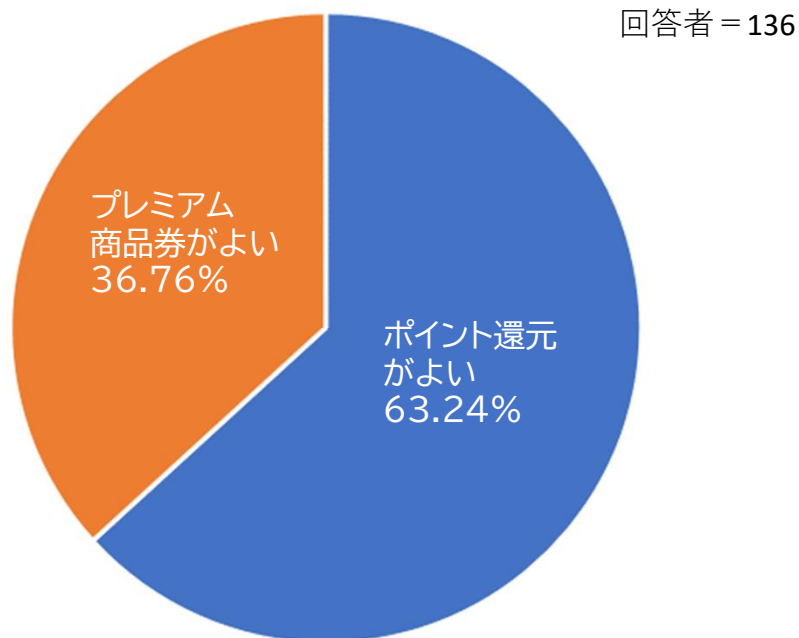


(12) 閑散期の時期

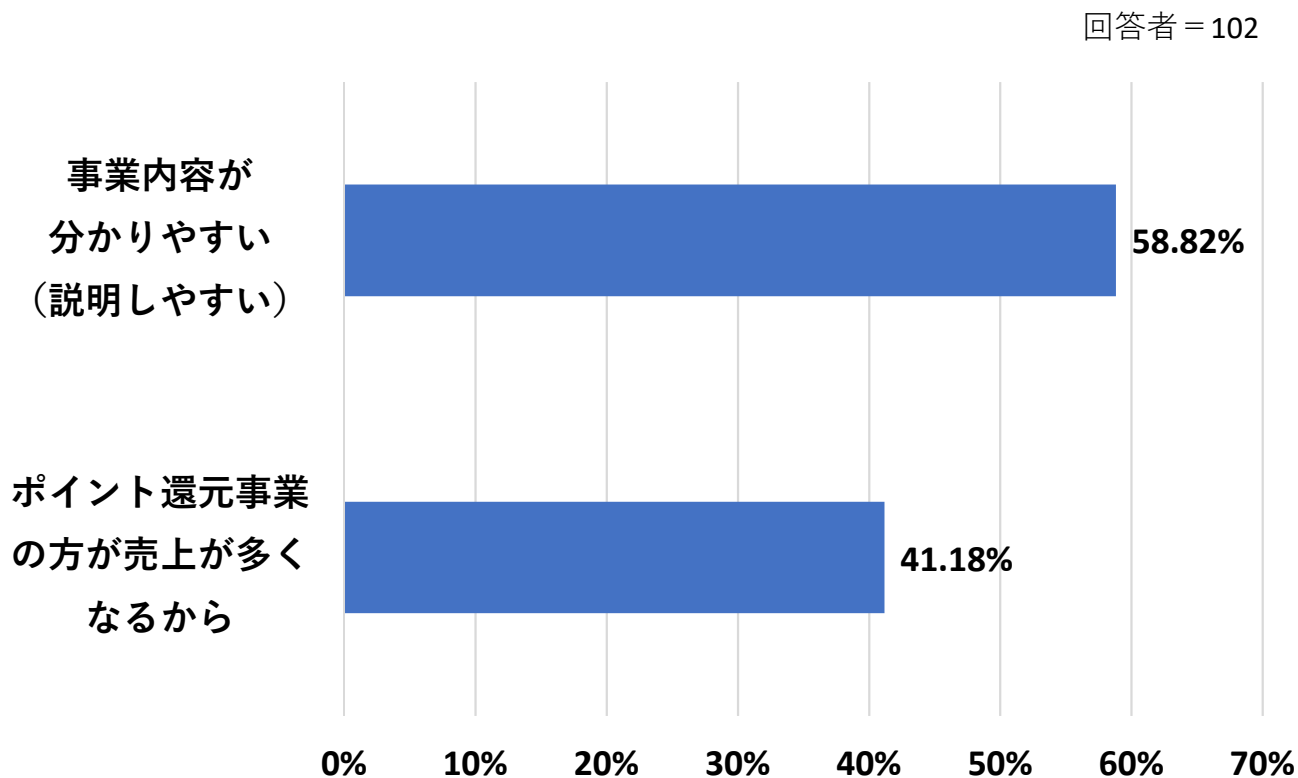
回答者 = 57



(13) 足立区プレミアム商品券 (PayPay商品券) とポイント還元事業はどちらが良いか

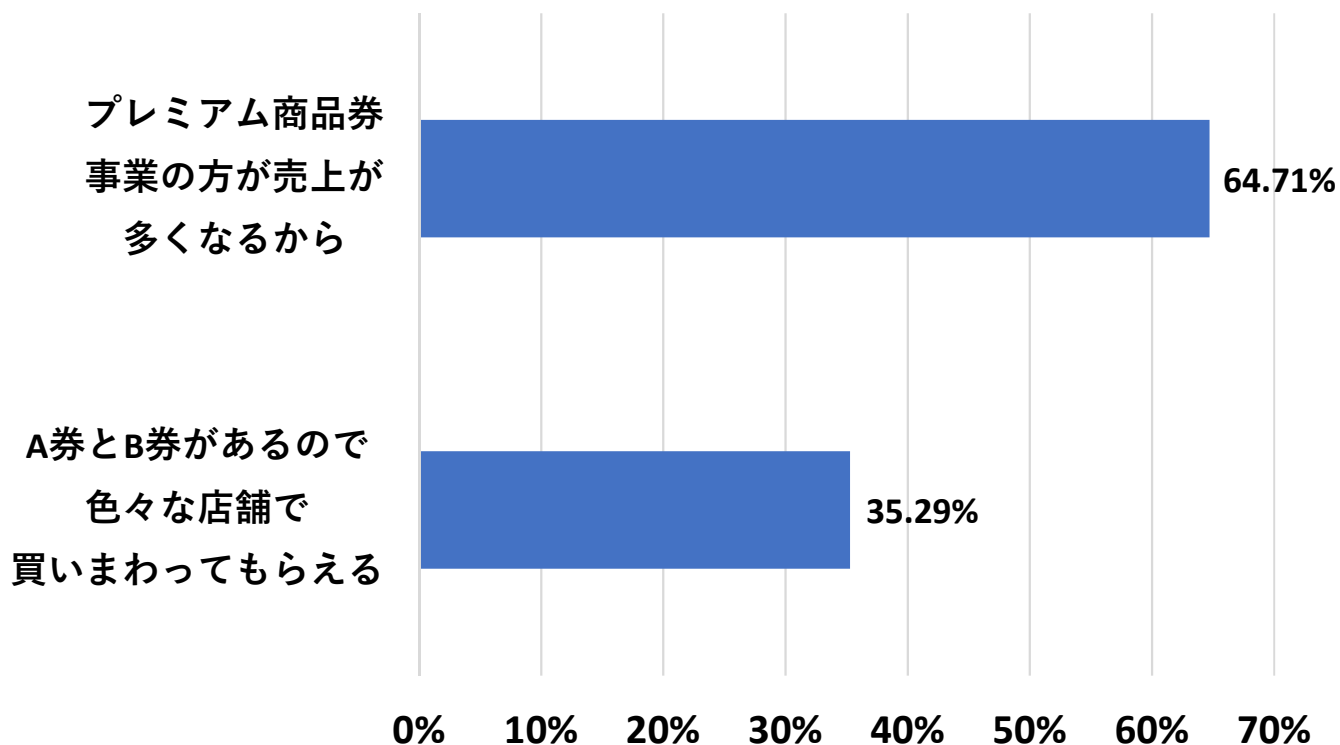


(15) ポイント還元事業がよい理由 (複数回答可)



(16) ポイント還元事業がよい理由 (複数回答可)

回答者 = 34



(17) キャッシュレス還元キャンペーンについての自由意見

- ① A券B券が複雑だった。
- ② 商品券の購入方法や使用方法がわからなかった。
- ③ 追加購入できないのが不満だった。
- ④ キャッシュレスに理解のない高齢者には不評だった。
- ⑤ お客様は喜んでしたが、店舗側にはメリットがない。