

キャッシュレスポイント還元事業の実施結果について

物価高騰が続く中、地域経済の活性化及び区民生活の支援を図るため、「国民の安心・安全と持続的な成長に向けた総合経済対策」(令和 6 年 11 月 22 日閣議決定)に基づく物価高騰対応重点支援地方創生臨時交付金を活用して実施した「キャッシュレスポイント還元事業」の実施結果について、以下のとおり報告します。

1 事業の概要

区内商店街等でキャッシュレス決済を利用したユーザーに対し、決済金額の一部をポイント還元し、区内消費の拡大を図る。

項 目	内 容
対象のキャッシュレス決済	PayPay (ペイペイ)
利 用 方 法	対象のキャッシュレス決済を期間中に利用した場合にポイントを還元
ポイント付与率	15%
ポ イ ン ト 付 与 上 限 額	1 回 1,000 ポイント、期間中合計 3,000 ポイント (1 ポイント=1 円)
利用可能店舗	対象のキャッシュレス決済の区内取扱店舗(大型店、大手チェーン店、コンビニエンスストア等を除く) 約 7,600 店
利 用 期 間	令和 7 年 5 月 16 日(金)から 6 月 30 日(月)まで

2 周知方法

区	広報すぎなみ (4/15 号)、区公式ホームページ (4/15～) 区公式 X (4/28、6/24)、区公式 L I N E (5/13、6/25) 本庁舎デジタルサイネージ (5/16～) チラシ (区出先施設等 5/16～)、すぎ丸吊下げポスター (5/16～)
PayPay	PayPay 公式ホームページ (4/15～) 区内全 18 駅、都営バス、関東バス、対象店舗ポスター (5/16～) Yahoo!/LINE 広告 (5/16～)、PayPay 公式メールマガジン (5/30)
区民向け説明会	(4/30、5/9、5/21、6/2 産業振興センター会議室で開催) ・参加者 122 名のうち、約 7 割の 86 名が 70 代以上であった。 ・説明会の待ち時間が長いという意見が寄せられたものの、キャッシュレス決済に対する疑問や不安が解消されたという好意的な意見が多く寄せられた。

3 実施結果

予算額	4 億 1,974 万 5,000 円
決算額	3 億 8,501 万 3,045 円
ポイント付与総額	3 億 5,262 万 6,801 円
事務経費（販促費・手数料）	3,238 万 6,244 円
予算執行率	91.7%
決済総額	29 億 5,676 万 2,737 円
決済回数	1,121,018 回

- 今回のキャンペーンは、前回実施時（令和 4 年 12 月 1 日～20 日）より実施期間を長く設定したため決済総額・決済回数は前回を大幅に上回り、区内経済の循環促進が確認できた。また、ポイント付与率や付与上限額を抑えた設計であったにも関わらず予算執行率は 9 割を超え、キャッシュレス決済が区内に浸透してきていることを示す結果となった。
- プレミアム商品券事業（令和 5 年 2 月 28 日～5 月 31 日に実施）に比べて事務経費が大幅に抑制され（決算額比 38.5%→8.4%）、効率的に区内経済を支援する仕組みとなることが確認できた。
- キャンペーン実施前と比べて取引金額は 171.5%、取引回数は 161.3%と大幅に増加し、経済波及効果を確認できた。また、実利用者数は、124.8%に増加した。特に、60 代以上の利用が増加し、キャッシュレスの高齢者層への浸透が確認できた。
- 業種別の利用を見ると、小売業の取引額は約 2 倍に拡大し、構成比も上昇するなど飲食中心だった構成から小売・サービス業へと利用の広がりが見られた。
- キャンペーンに参加した店舗のうち、売り上げが増えた店舗は 51%、来客者数が増えた店舗は 42%であった。

4 加盟店の反応（PayPay によるアンケート結果）、利用者の声

（1）加盟店の反応

- 小規模店舗にとって、キャンペーンは有効な支援になるのでまたやってほしいという意見や、利用者がついで買いをする傾向が生まれ、購買単価の上昇につながった肯定的な意見が寄せられた。
- 換金手数料を下げしてほしいという声も寄せられた。

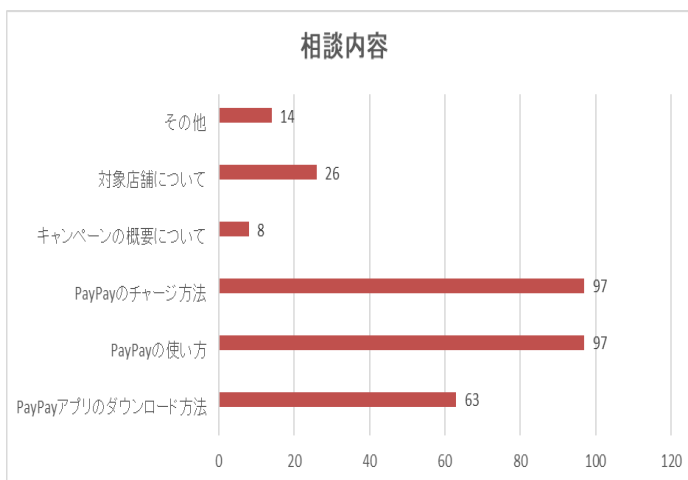
（2）利用者の声

- 高齢者を中心に、今回のキャンペーンをきっかけにキャッシュレス決済を利用したいという声が多く上がった。
- 区では、令和 7 年度第 1 四半期に区公式 X に 239 件の投稿を行ったが、本キャンペーン周知に関する投稿の「いいね」数は 226 で、5 番目に多い反応であった。
- 区内中小店舗への支援を目的として、大型店やチェーン店を対象外としたが、利用者からは、「もっと多くの店舗で実施してほしい」という意見があった。
- 今回のキャンペーンは、事務経費を抑制するため、利用者数及び導入事業者数が最も多い PayPay1 社で実施したが、PayPay 非利用者やスマートフォンを所有していない方から「参加しにくい」という意見があった。

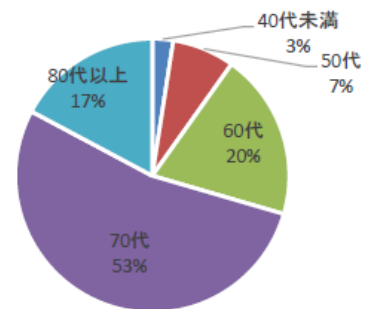
1 主な周知方法

チラシ (左：区民周知用／右：対象店舗販促用)	
デジタルサイネージ	
Yahoo!/LINE 広告	

2 区民向け説明会



<延べ相談内容件数>



<年代別参加者人数>



<説明会実施風景>

3 実施結果

(1) 業種別ポイント還元割合

<取引金額>						<利用者数>					
業種	キャンペーン前※1		キャンペーン中		増加率 (倍)	業種	キャンペーン前※2		キャンペーン中		増加率 (倍)
	実績 (百万円)	構成比	実績 (百万円)	構成比			実績 (百人)	構成比	実績 (百人)	構成比	
飲食	817	47%	1,260	43%	1.54	飲食	1,765	49%	2,189	45%	1.24
小売	502	29%	985	33%	1.96	小売	1,231	34%	1,729	36%	1.40
サービス	365	21%	641	22%	1.76	サービス	586	16%	850	18%	1.45
その他	39	2%	69	2%	1.77	その他	46	1%	73	2%	1.59
合計*	1,722		2,955		1.72	合計	3,628		4,841		1.33

※1 キャンペーン前の取引金額…「キャンペーン開始前1年間の単日平均×45日（キャンペーン期間日数）」

※2 キャンペーン前の利用者数…キャンペーン期間と同日数（45日）の実利用者数

*四捨五入した値

(2) 年代別実績（本人確認登録済のPayPay ユーザー※のみ）

<取引金額>						<利用者数>					
	キャンペーン前		キャンペーン中		増加率 (倍)		キャンペーン前		キャンペーン中		増加率 (倍)
	実績 (百万円)	構成比	実績 (百万円)	構成比			実績 (百人)	構成比	実績 (百人)	構成比	
20歳未満	7	0%	20	1%	2.86	20歳未満	38	2%	46	2%	1.21
20代	288	19%	463	19%	1.61	20代	637	27%	740	26%	1.16
30代	357	24%	553	23%	1.55	30代	579	25%	677	24%	1.17
40代	363	24%	573	24%	1.58	40代	483	21%	596	21%	1.23
50代	300	20%	514	21%	1.71	50代	394	17%	509	18%	1.29
60代	142	9%	242	10%	1.70	60代	175	7%	232	8%	1.33
70歳以上	43	3%	70	3%	1.63	70歳以上	50	2%	66	2%	1.32
合計	1,500		2,435		1.62	合計	2,356		2,866		1.22

※本人確認登録済のPayPay ユーザー…PayPay がアプリの登録を行ったのが登録者本人であることをマイナンバー等で確認済である者

(3) 店舗所在地地域別決済金額実績

地域	キャンペーン前		キャンペーン中		増加率 (倍)
	実績 (百万円)	構成比	実績 (百万円)	構成比	
井草	75	4%	154	5%	2.05
西荻窪	380	22%	722	24%	1.90
荻窪	172	10%	307	10%	1.78
阿佐谷	248	14%	393	13%	1.58
高円寺	572	33%	854	29%	1.49
高井戸	172	10%	330	11%	1.92
方南・和泉	103	6%	195	7%	1.89
合計	1722		2955		1.72