

令和4・5年度の「杉並区プレミアム付商品券等事業」の実施結果について

コロナ禍における原油価格・物価高騰対策の一環として、国の地方創生臨時交付金及び東京都生活応援事業補助金を活用し、区内店舗及び区民生活を支援するために実施した「杉並区プレミアム付商品券等事業」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

(1) キャッシュレス決済によるポイント還元

令和3年度に行った二次元コード方式によるデジタル商品券の実績等を踏まえ、他の方式によるデジタル活用を試行して区内店舗等を支援するため、東京都生活応援事業補助の適用を受けて、キャッシュレス決済によるポイント還元を実施した。

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
ポイント還元率	30%
ポイント付与上限額	1回2,000ポイント、期間中合計7,000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5,700店
利用期間	令和4年12月1日(木)から12月20日(火)まで

(2) プレミアム付商品券（紙商品券）

(1)のキャッシュレス決済によるポイント還元を引き続き、一定期間継続的に区内店舗等を支援するため、デジタル弱者にも配慮した紙商品券を発行した。

項目	内容
販売方法	事前申込(Web又はハガキ)により販売 (キャッシュレス決済によるポイント還元の利用者も申込可)
プレミアム率	30%
販売価格等	1セット5,000円(6,500円分、500円券×13枚綴り)
購入限度額	1人40,000円(8セット)
発行規模	額面総額5.2億円(8万セット)
利用可能店舗	区内で小売業、飲食業、サービス業などを営む店舗や事業所 (店舗面積が500平米以上の大型店舗等を除く)1,808店
利用期間	令和5年2月28日(火)から5月31日(水)まで

2 実施結果

(1) キャッシュレス決済によるポイント還元

①ポイント還元額

- ポイント還元額は 379,207,525 円、還元対象となった決済取引額は約 15 億円であった。
- ポイント還元額の業種別割合では、サービス業が 51%、小売店が 49%を占めた。

②対象店舗

- 前年同月比で来店者数、売上、客単価、新規客数が増加した店舗は、いずれも 6 割前後であった。

③利用者

- 本事業実施前（11/1～11/20）と比較した決済利用者数については、杉並区民は 1.78 倍、区民以外は 1.91 倍となり、区外からの利用の伸び率がより大きかった。

(2) プレミアム付商品券

《購入申込状況》

①購入申込・抽選

- 発行規模を上回る申込があったため、7～8 セットの申込者の当選数を 4 セットにするなどの調整をしたうえで、区民のみを対象に抽選を行い、26,960 人を当選とした。（区民の当選倍率は約 1.46 倍）

	合計	
	人数	セット
全体	42,506	262,416
区内	39,362	243,919
区外	3,144	18,497

- 令和 3 年度のプレミアム付商品券申込状況と比較して、当選者の地域別、年代別共に割合に大きな変動はなく、区内全域の幅広い年代が利用した。

②取扱店舗

- 令和 3 年度のプレミアム付商品券申込状況と比較して、地域別割合に大きな変動はなかった。
- 前年同月比で来店者数、売上、客単価、新規客数が増加した店舗は、いずれも 4 割前後であった。

③換金額

- 換金総額は 491,865,000 円（換金率は 99.4%）となった。
- 業種別に見ると、小売店の占める割合がキャッシュレス決済によるポイント還元額では 49%であったのに対して、紙商品券の換金額では 71%と高かった。
- 1 店舗当たりの平均換金額についても、スーパー・ディスカウントストア、ドラッグストア・薬局、飲食料品店など小売店で高い傾向となった。

(3) 実施結果のまとめ

- 区内約 5,700 店舗を対象としたキャッシュレス決済によるポイント還元では、20 日間で還元対象となった決済額が約 15 億円になったことに加え、区内約 1,800 店舗が参加したプレミアム付商品券では、区内全域の幅広い世代からの申込があり、約 3 か月間で約 4.9 億円分の紙商品券が利用されたことなどから、コロナ禍における原油価格・物価高騰対策の一環として、区内店舗及び区民生活を支援することができたものとする。
- キャッシュレス決済によるポイント還元について、可能な限り速やかに原油価格・物価高騰に苦しむ区内店舗及び区民生活を支援できるよう、既存のキャッシュレス決済サービスの中で最も広く普及している PayPay を活用したところであり、対象店舗からは「売上が伸びたのでまた実施してほしい」、利用者からは「事前に購入する必要がなく、店舗での決済手続きも簡単でよい」など、既存のキャッシュレス決済サービスを活用することに対して肯定的な意見が寄せられた。
- プレミアム付商品券は、購入申込時期に合わせて商品券取扱店舗一覧を区内郵便局に置いたほか、取扱店舗にポスターの掲示を依頼するなどの周知に努めたこと等により、発行規模を上回る申込があった。他自治体においても、同様の事業において抽選を行うケースは多く、これらの事例も参考に、できるだけ多くの区民に販売できるように一人当たりの購入セット数を調整したうえで抽選を実施した。しかし、「当選セット数が申込数より少ない」等の苦情なども寄せられたことから、抽選方法の周知については、購入申込時からホームページやチラシ等へ詳細を掲載する等、より丁寧に行う必要がある。
- デジタル決済を活用した事業については、店舗・区民共に「紙商品券よりポイント還元の方が売上げにつながった」「デジタル商品券の方が購入や携帯が楽である」など、高い評価が多かったが、「デジタル決済に不安がある」「導入手続きが難しい／面倒である」などの消極的な意見もあった。デジタル形式による事業実施の場合は、デジタル化によるメリットを最大限生かしつつ、情報機器の使用に不安がある人も参加しやすい工夫を行うことで、誰もが参加しやすい事業となるようスキームを検討することが重要である。
- 本事業により総額約 20 億円が区内店舗で流通する等の経済効果は認められた一方で、キャッシュレス決済によるポイント還元で約 4 割、プレミアム付商品券で約 6 割の事業者から売上増に繋がらなかったとの回答を得た。また、長引く物価・エネルギー価格の高騰等、厳しい社会経済状況下において、広く中小事業者全体に行き渡る支援策として、光熱費（電気・ガス）高騰緊急対策助成を実施するところである。今後の商品券等事業については、国・東京都の動きや社会情勢を注視しながら、事業者支援として効果的な支援の在り方を研究し、適時適切な経済対策となるよう実施については慎重に検討していく必要がある。

1 周知方法

(1) キャッシュレス決済によるポイント還元

- ・ 広報すぎなみ(11/1号、11/15号)
- ・ 区ホームページ、SNS(11/1～)
- ・ PayPay ホームページ(10/31～)
- ・ チラシ(駅広報スタンド等 12/1～)
- ・ ポスター、のぼり(区内全 17 駅、対象店舗 12/1～)
- ・ 事業者向け説明会(11/8)
- ・ 区民向け説明会(11/29、12/9)

<店舗用ポスター>



(2) プレミアム付商品券

○店舗向け

- ・ 広報すぎなみ(12/1号)
- ・ 区ホームページ、SNS、特設サイト(12/1～)
- ・ チラシ、ポスター(駅広報スタンド、区掲示板等 12/1～)
- ・ 区内 124 商店街及び区内店舗*1 への個別周知(メール・電話等 11/22～)

*1 令和3年度の杉並区プレミアム付商品券取扱店舗 1,863 店及び上記(1)の対象店舗約 5,700 店

○区民向け

- ・ 広報すぎなみ(1/15号)
- ・ 区ホームページ、SNS(1/12～)
- ・ 特設サイト(12/21～)
- ・ チラシ、ポスター(駅広報スタンド、区掲示板、町会・自治会掲示板等 12/21～)

※事前申込期間(1/12～2/9)前の 1/10 から利用可能店舗一覧を特設サイト等に公表するとともに、事前申込期間中の 1/16 から取扱店舗ステッカーを利用可能店舗に掲示

<商品券見本>



<店舗用ポスター>

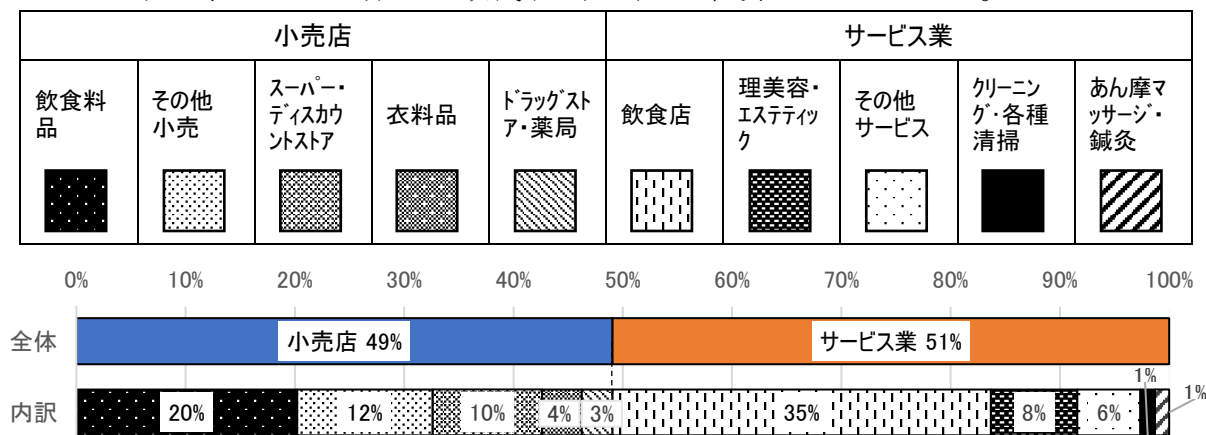


2 実施結果

(1) キャッシュレス決済によるポイント還元

① 業種別ポイント還元割合

ポイント還元額の業種別割合については、小売店では飲食料品店（20%）を筆頭に49%を占め、サービス業では飲食店（35%）を筆頭に51%となった。

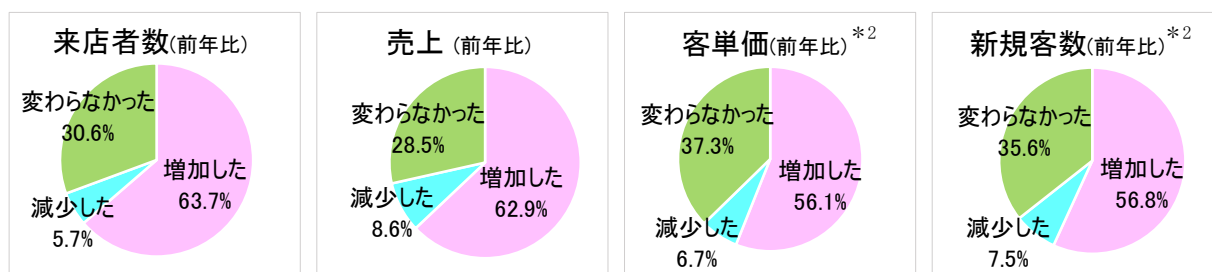


② 店舗へのアンケート結果

プレミアム付商品券取扱店舗を対象にアンケートを実施した（回答件数：848件）。

【来店客数等に対する影響】

○前年同月比で来店者数、売上、客単価、新規客数が増加した店舗は、いずれも6割前後であった。



【今後の参加意向】

○56.7%が今後もキャッシュレス決済によるポイント還元事業に参加の意向を示している。（対象店舗に限定すると83.1%が参加意向）

○参加したい理由

《収益向上への期待》

➢収益増につながる ➢利用できる客が多い

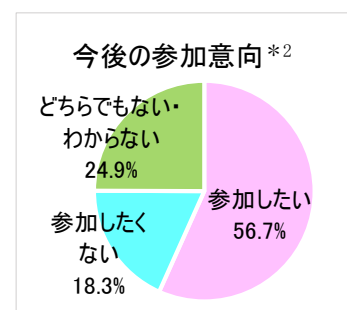
《利便性への期待》

➢換金手続きが不要である ➢参加手続きが不要である

○参加したくない理由

《費用面への懸念》

➢決済手数料がかかる



《運用面への懸念》

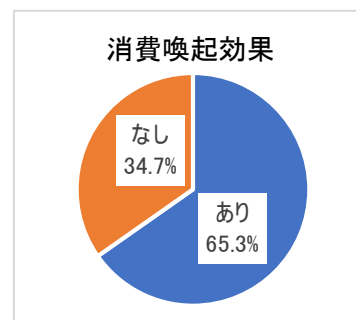
- キャッシュレス決済の導入手続きが難しい/面倒である
- 利用できる客が少ない
- レジでの領収作業が難しい/面倒である

③ 利用者へのアンケート結果

プレミアム付商品券利用者を対象にアンケートを実施した(回答件数:900件)。

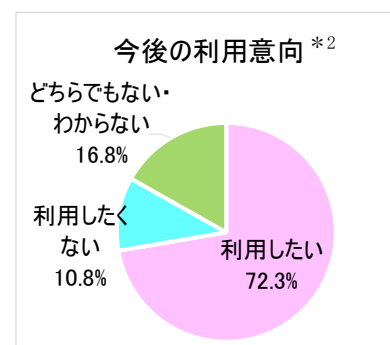
【消費喚起効果】

- ポイント還元事業利用者のうち、65.3%が「いつもは購入(利用)しない商品(サービス)への支払いに使った」「いつもは利用していないお店での支払いに使った」など、消費喚起に繋がったと回答した。



【今後の利用意向】

- 72.3%が今後もキャッシュレス決済によるポイント還元事業に利用の意向を示している。(利用者に限定すると96.7%が利用意向)



- 利用したい理由

《利便性への期待》

- 事前の申込が不要である
- 店舗での支払手続きが簡単である
- 紙の商品券のように携帯する必要がない

- 利用したくない理由

《利用方法への懸念》

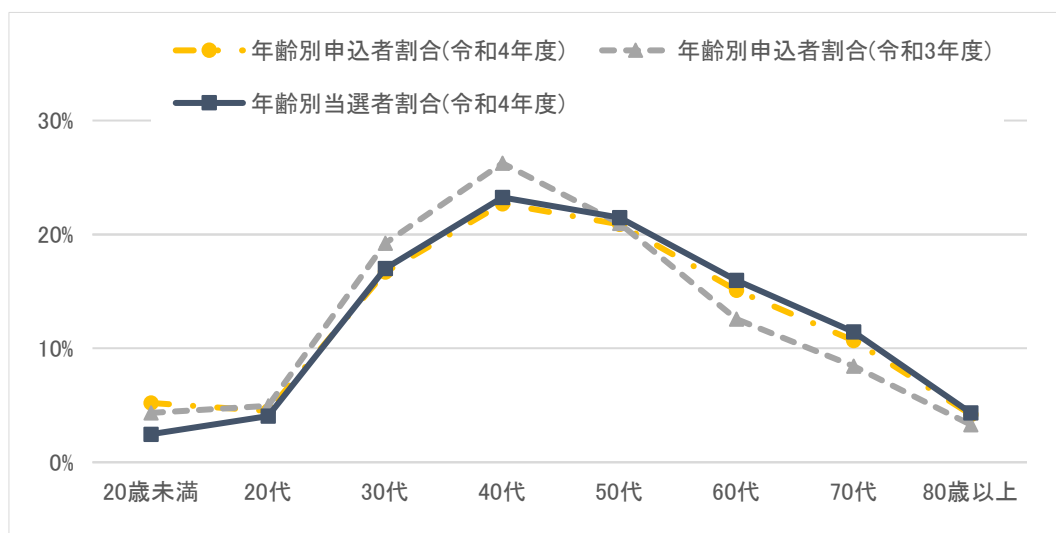
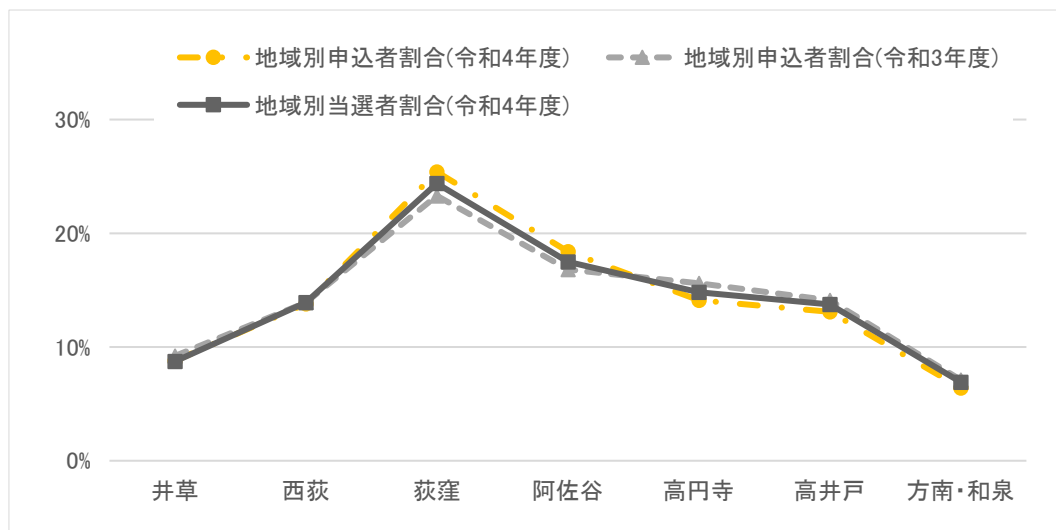
- アプリの導入、入金などの手続きが難しい/面倒である
- スマートフォンによる電子決済に不安がある
- 店舗での支払い手続きが難しい/面倒である

*2 構成比標記について、小数点第2位を四捨五入しているため、構成比合計が100%になっていない。

(2) プレミアム付商品券

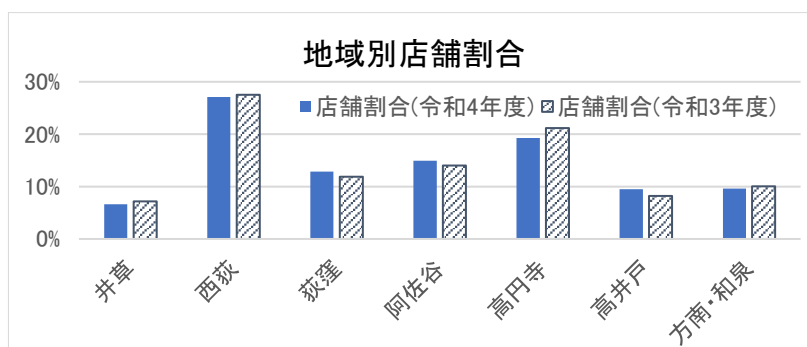
① 購入申込・抽選

令和3年度のプレミアム付商品券申込状況と比較して、当選者の地域別、年代別共に割合に大きな変動はなく、区内全域の幅広い年代が利用した。



② 取扱店舗

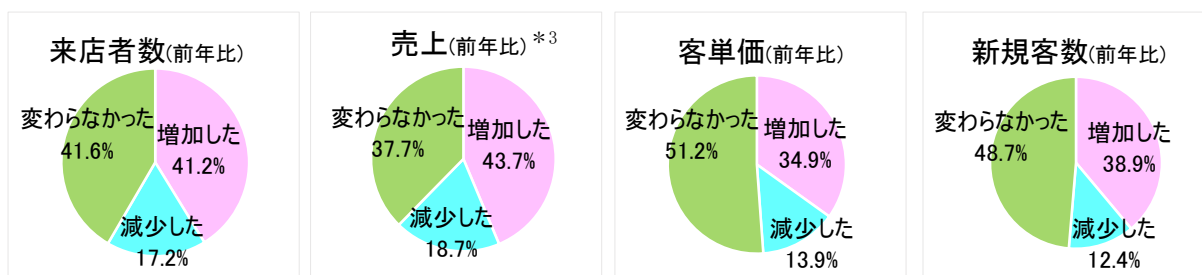
令和3年度のプレミアム付商品券申込状況と比較して、地域別割合に大きな変動はなかった。



③ 取扱店舗へのアンケート結果

【来店客数等に対する影響】

○前年同月比で来店者数、売上、客単価、新規客数が増加した店舗は、いずれも4割前後であった。



【今後の参加意向】

○取扱店舗のうち、78.8%が今後も紙商品券事業に参加の意向を示している。

○参加したい理由

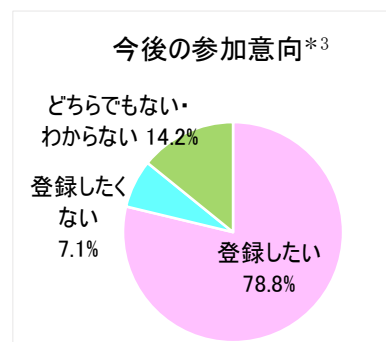
《収益向上への期待》

➢収益増につながる

○参加したくない理由

《運用面への懸念》

➢換金手続きが難しい／面倒である ➢換金が遅い

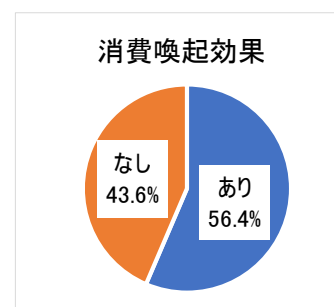


*3 構成比標記について、小数点第2位を四捨五入しているため、構成比合計が100%になっていない。

④ 利用者へのアンケート結果

【消費喚起効果】

○商品券利用者のうち、56.4%が「いつもは購入(利用)しない商品(サービス)への支払いに使った」「いつもは利用していないお店での支払いに使った」など、消費喚起に繋がったと回答した。



【今後の利用意向】

○利用者のうち、84.3%が今後も紙商品券に利用の意向を示している。

○利用したい理由

《利便性への期待》

➢店舗での支払手続きが簡単である

➢スマートフォンが不要である

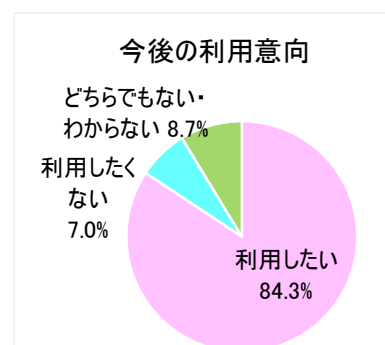
○利用したくない理由

《利便性への懸念》

➢商品券を持ち歩くのが面倒である

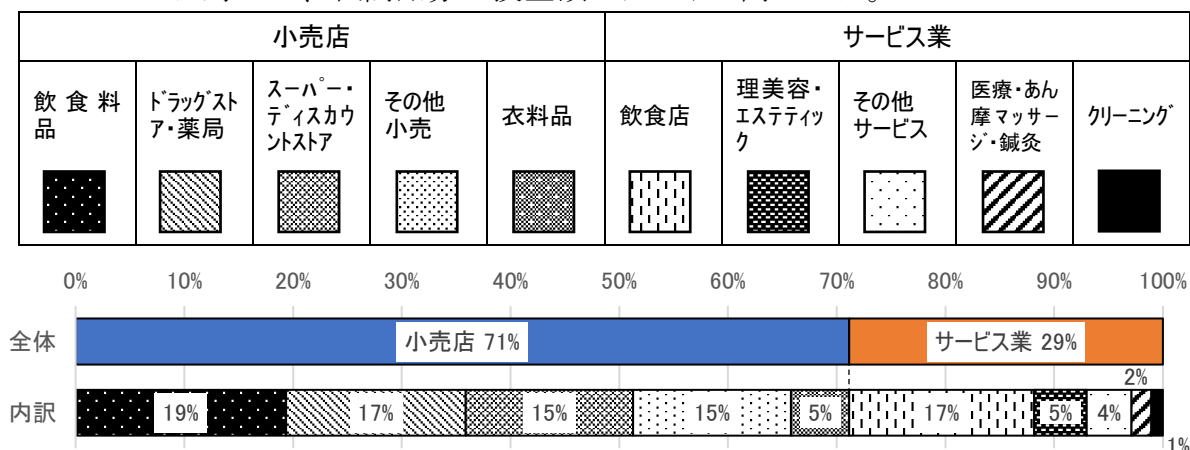
➢釣銭が出ない

➢申込・購入手続きが難しい/面倒である



⑤ 業種別換金割合

○小売店の占める割合がキャッシュレス決済によるポイント還元額では 49%であったのに対して、紙商品券の換金額では 71%と高かった。



○1店舗当たりの平均換金額についても、スーパー・ディスカウントストア、ドラッグストア・薬局、飲食料品店など小売店で高い傾向となった。

業種		換金額	換金額割合 ^{*4}	店舗数	1店舗当たりの平均換金額
小売店	飲食料品	¥95,296,838	19.4%	272	¥350,356
	ドラッグストア・薬局	¥81,216,243	16.5%	126	¥644,573
	スーパー・ディスカウントストア	¥75,751,171	15.4%	18	¥4,208,398
	その他小売	¥71,345,868	14.5%	333	¥214,252
	衣料品	¥26,297,320	5.3%	121	¥217,333
サービス業	飲食店	¥83,715,800	17.0%	480	¥174,408
	理美容・エステティック	¥23,703,243	4.8%	180	¥131,685
	その他サービス	¥20,395,346	4.1%	141	¥144,648
	医療・あん摩マッサージ・鍼灸	¥8,889,000	1.8%	101	¥88,010
	クリーニング	¥5,254,171	1.1%	36	¥145,949
合計		¥491,865,000	100.0%	1,808	

*4 構成比標記について、小数点第2位を四捨五入しているため、構成比合計が100%になっていない。