

「ともにがんばろう北杜！ 最大30%戻ってくる キャンペーン」効果検証

北杜市PayPayキャンペーン

令和4年3月

1 事業内容（1）概要

➤ 目的及び事業概要

新型コロナウイルス感染症拡大により、市内において経済活動自粛の影響を受けている宿泊業、小売業及び飲食業を含む中小規模の市内事業者を支援するとともに、「ウイズコロナ」においても誘客を推進する手法として、新しい生活様式に対応した感染症対策や利便性向上に伴うインバウンド対策を実施することにより、地域消費拡大を図るため、キャッシュレス決済導入を促進する。

中小規模の市内店舗でのキャッシュレス決済（PayPay）導入を促進し、購入金額の最大30％を消費者へ還元するキャンペーンを実施する。

➤ 事業費

308,922千円（ポイント還元分、広報費、その他）

1 事業内容（2）キャンペーン内容

キャンペーン名	「ともにがんばろう北杜！最大30%戻ってくるキャンペーン」		
実施期間	令和3年10月1日～11月30日 ※当初9・10月の実施予定であったが、コロナ感染拡大の影響により上記の期間に延期した。		
還元率等	還元率最大30% 利用者1人1回当たりの還元上限ポイント額 3,000円 利用者1人1カ月当たりの還元上限ポイント額 20,000円		
対象事業者	宿泊業、各種小売業、飲食業、交通・タクシー業、サービス業など		
参加事業者	613事業者 ※キャンペーン当初551事業者		

1 事業内容（3）スケジュール

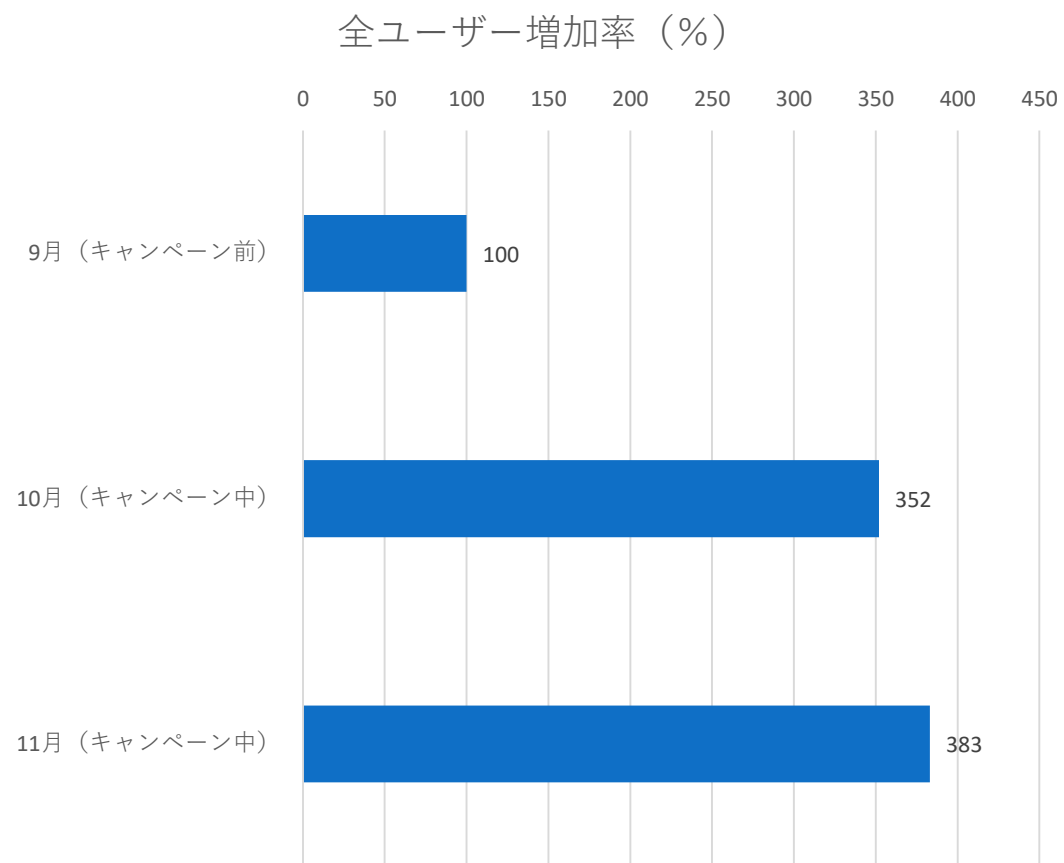
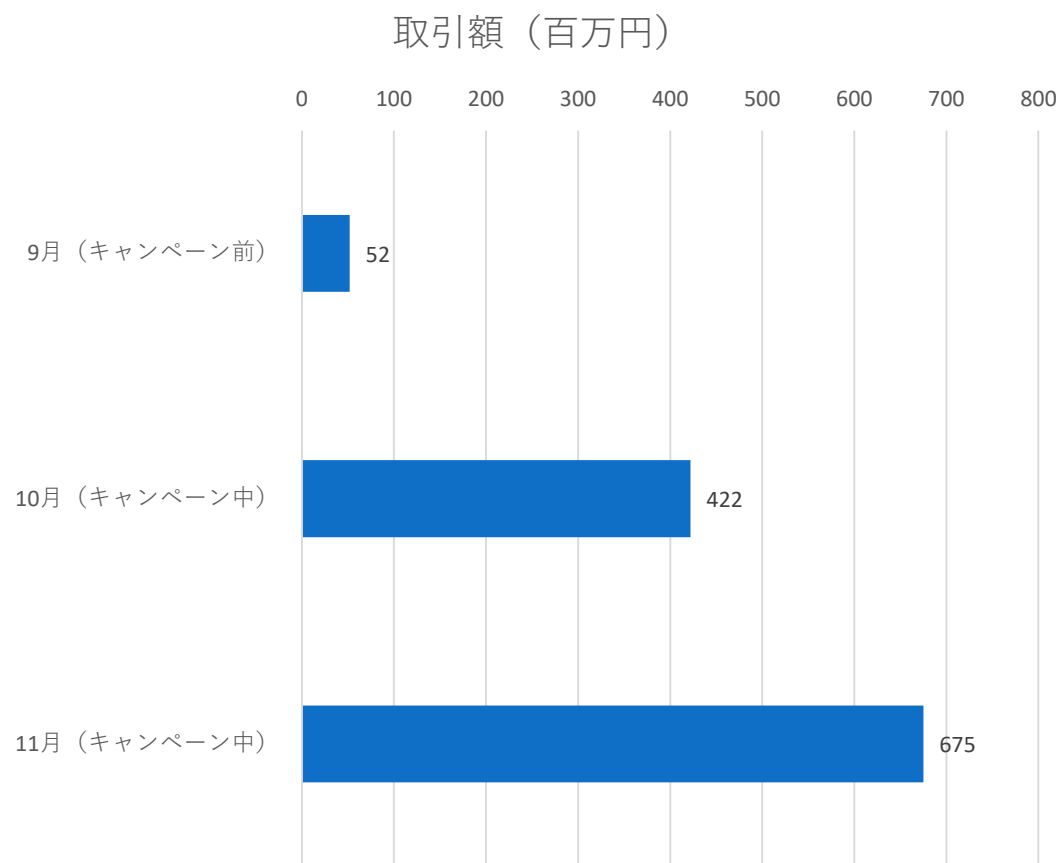
日程	実施内容	備考
令和3年 6月24日	令和3年6月補正予算により事業化	経済効果9.6億円を見込
7月5日	PayPayと契約	
7月21日～ 8月27日	事業者、利用者説明会	計9日間実施
8月24日	コロナ感染拡大の影響により、開始 を9月1日から10月1日に変更	自治会・事業者へ連絡、HPによる延期お 知らせ掲載
10月1日～ 11月30日	キャンペーン期間	
8月～11月	キャンペーン告知	市HP・市広報（9・10月）・山日新聞広 告2回・CATV1回・フリーペーパー1回・ 各店舗ポスターのぼり
11月17日	令和3年11月補正予算により事業費の 追加	
12月	事業者アンケート	PayPay実施
令和4年 1月28日～ 2月22日	参加事業者アンケート 不参加事業者アンケート 利用者アンケート	市実施（やまなしくらしねっと電子サー ビスを利用したアンケート調査）

1 事業内容（４）実績

カテゴリ	店舗数	還元額（千円）	決済額（千円）
サービス	95	13,533	—
宿泊・レジャー	95	13,160	—
飲食	166	59,186	—
各種小売	235	202,262	—
娯楽	12	3,404	—
交通	10	898	—
合計	613	292,445	1,096,551

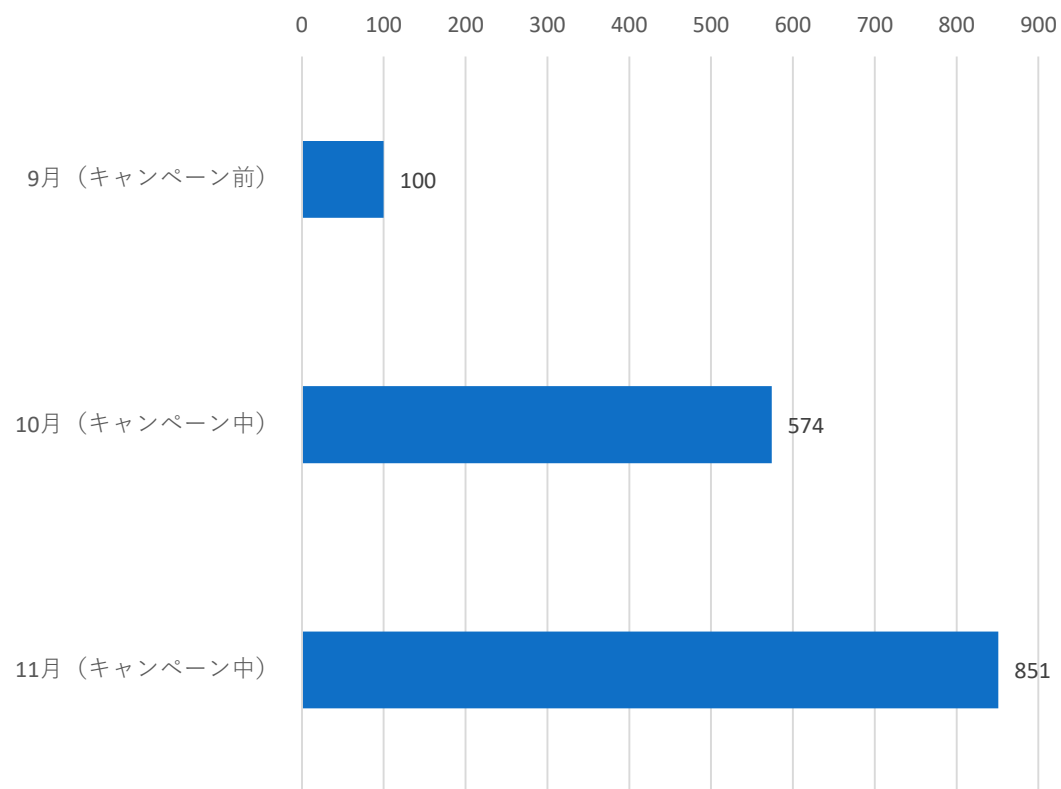
※ 端数処理の関係で各還元額を足したものと合計が一致していません。

1 事業内容 (5) 取引額、全ユーザー増加率

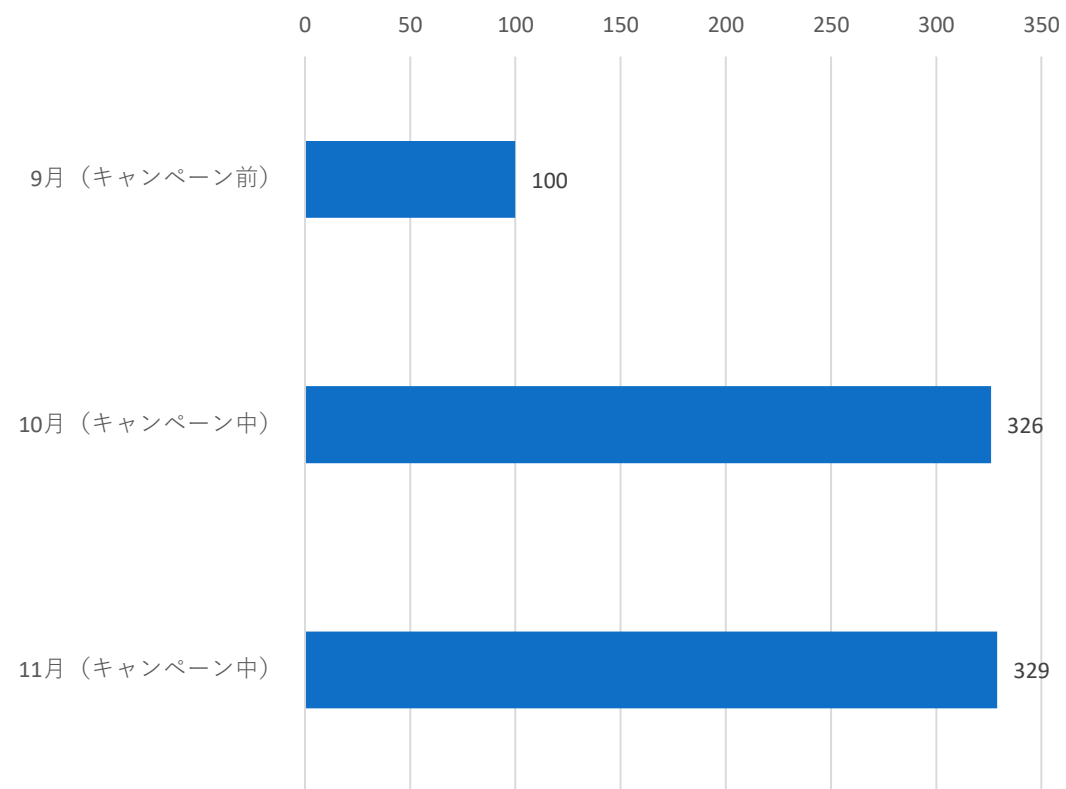


1 事業内容 (6) ユーザー増加率 (市民・北杜市外)

ユーザー増加率 (北杜市民) (%)



ユーザー増加率 (市外) (%)



2 事業者 (参加・不参加) アンケート結果

令和4年1月28日～2月22日

2 事業者向けアンケート (1) 概要

➤ 調査概要

本事業の効果を評価・分析し、今後の施策の参考とするため、アンケート調査を実施。

参加事業者には、アンケート調査を実施した。

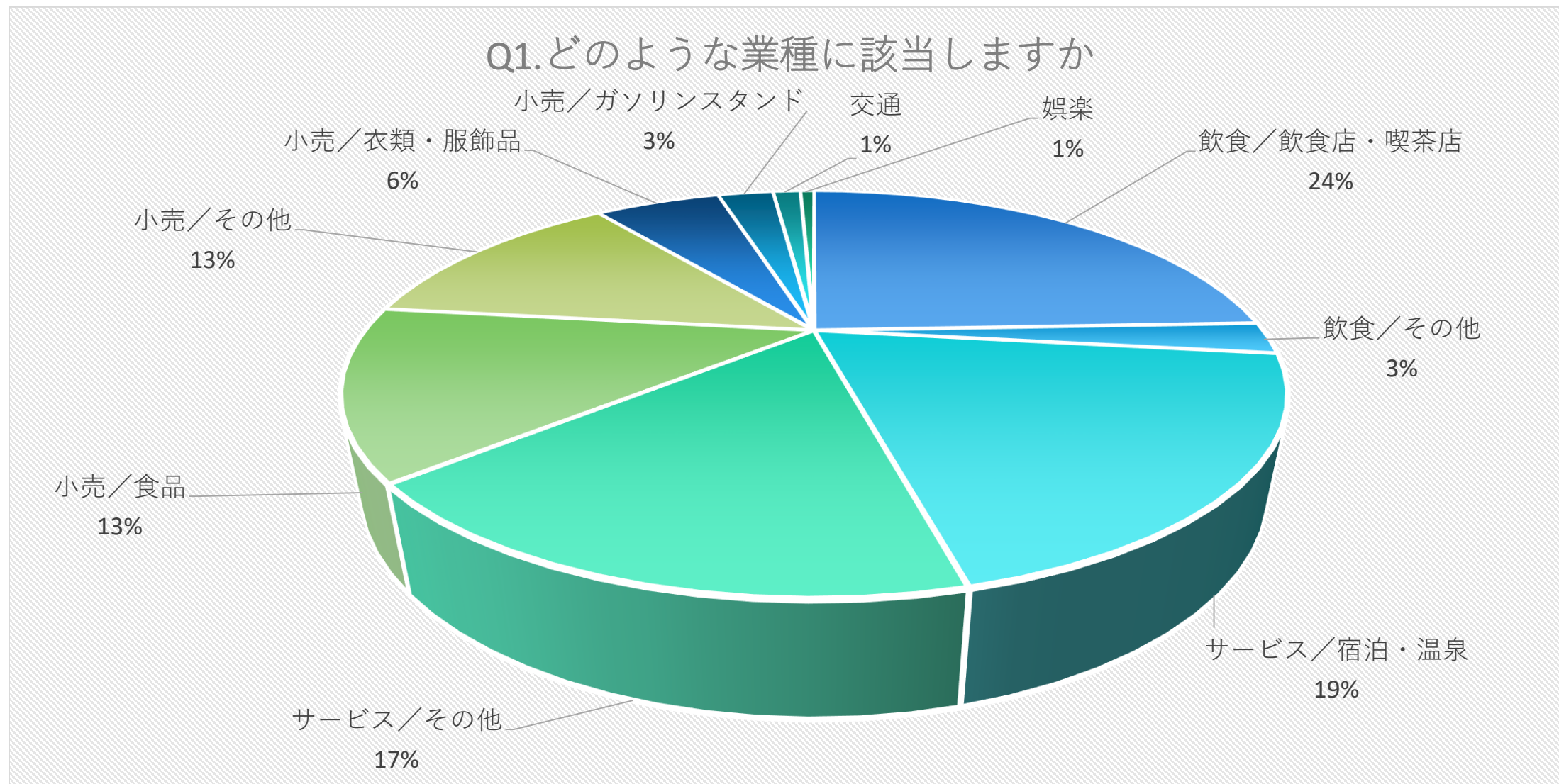
また、不参加だった事業者を含め、広く事業者の意見を伺うため、北杜市商工会・北杜市観光協会・清里観光振興会にアンケート調査の実施について協力を要請するとともに、市HP・市公式LINEから周知を行った。

➤ 回答数

2 - 1 参加事業者 156事業者（回答率25.4%）

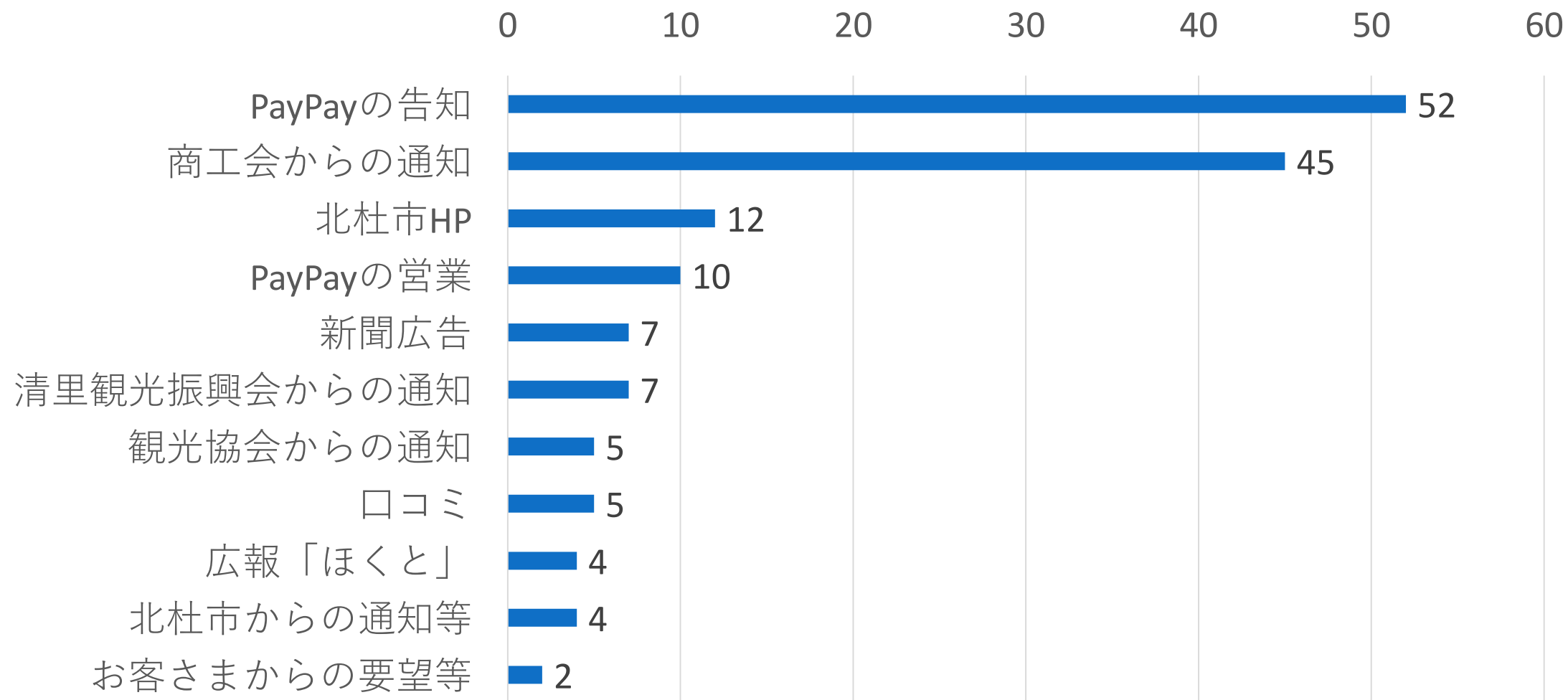
2 - 2 不参加事業者 21事業者

2-1 参加事業者 (1) 業種

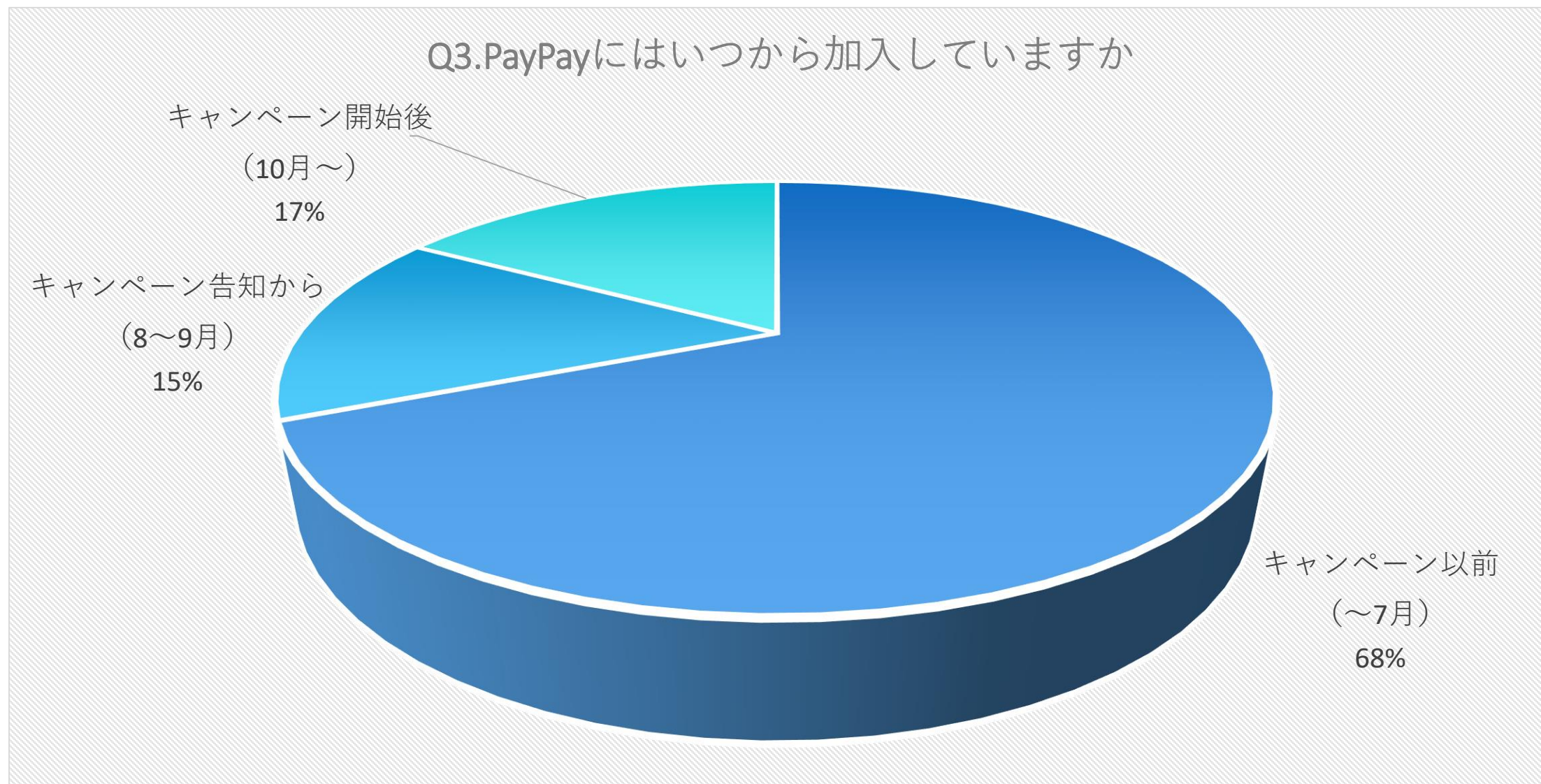


2-1 参加事業者 (2) キャンペーンを知ったきっかけ

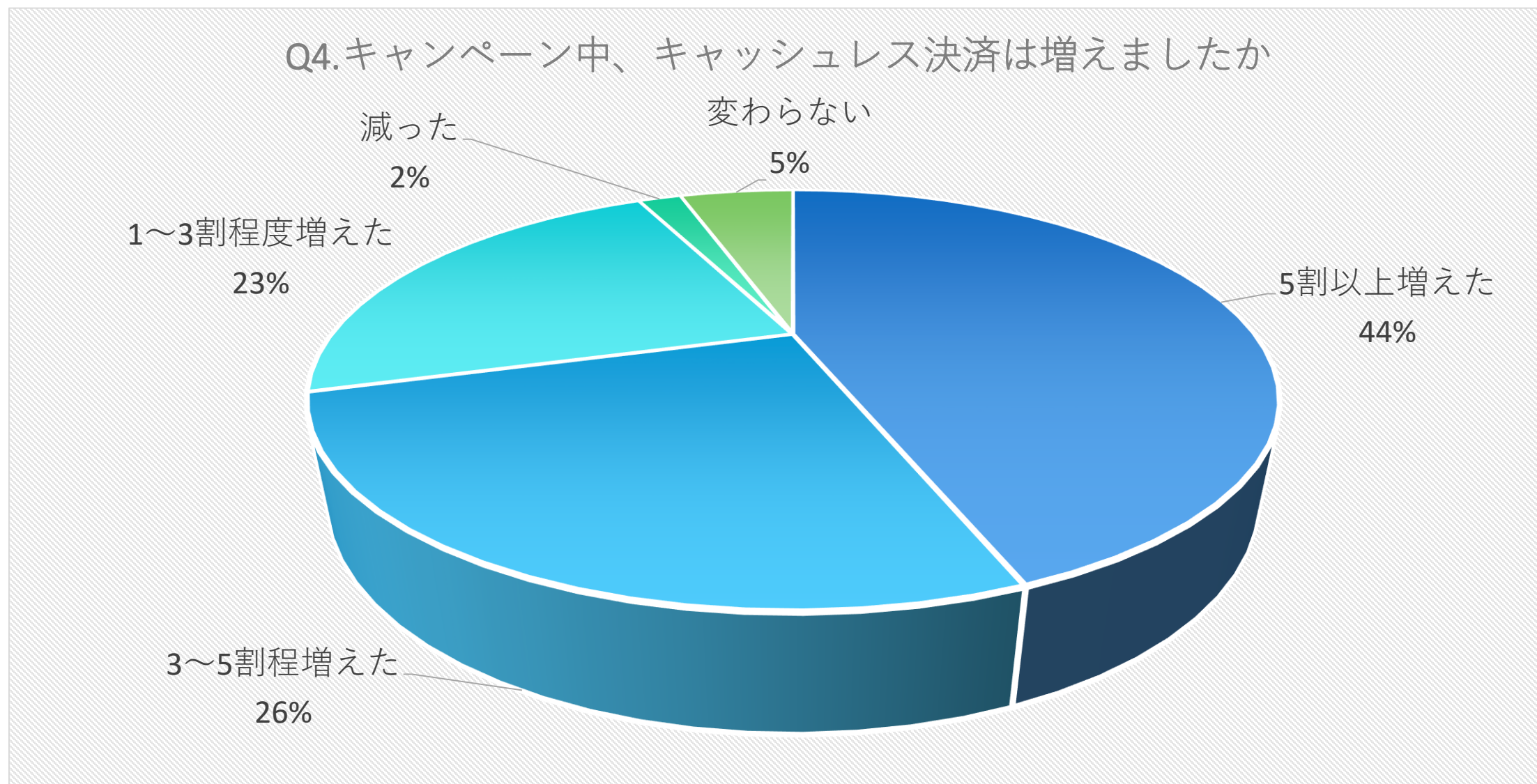
Q2. 今回のキャンペーンをどこで知りましたか



2 - 1 参加事業者 (3) PayPay加入歴

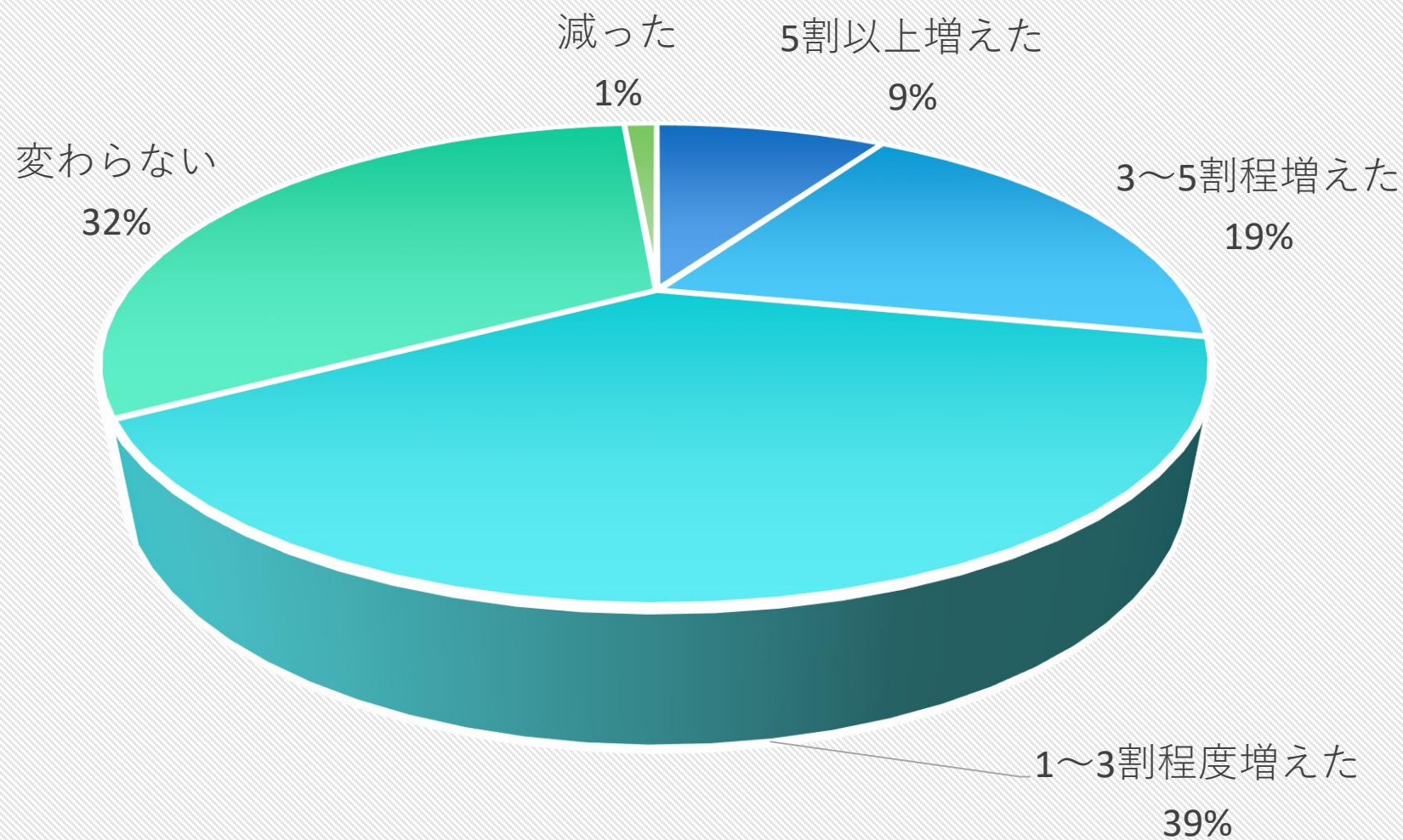


2 - 1 参加事業者 (4) 決済の増減



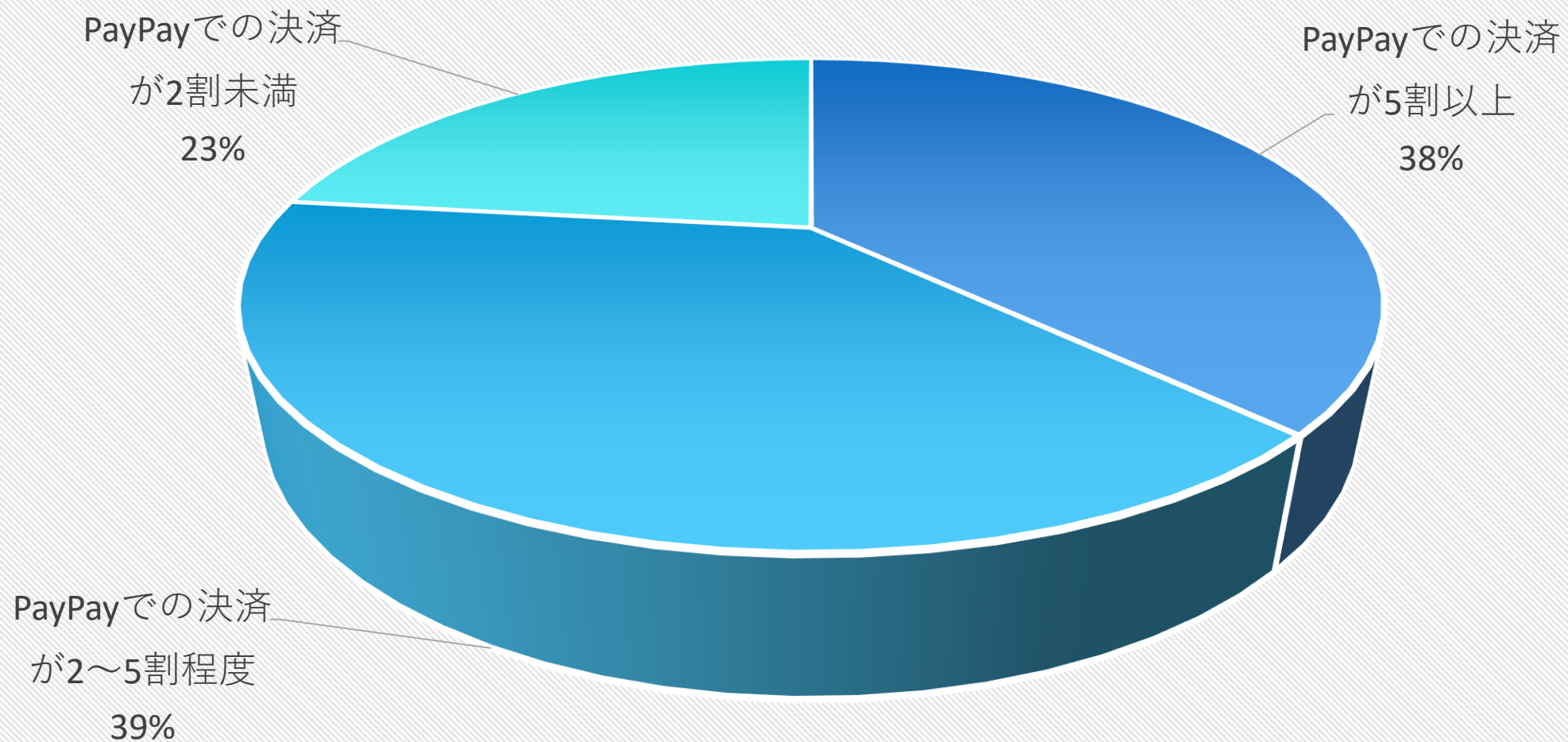
2-1 参加事業者 (5) お客の増減

Q5. キャンペーン中、新規のお客様は増えましたか

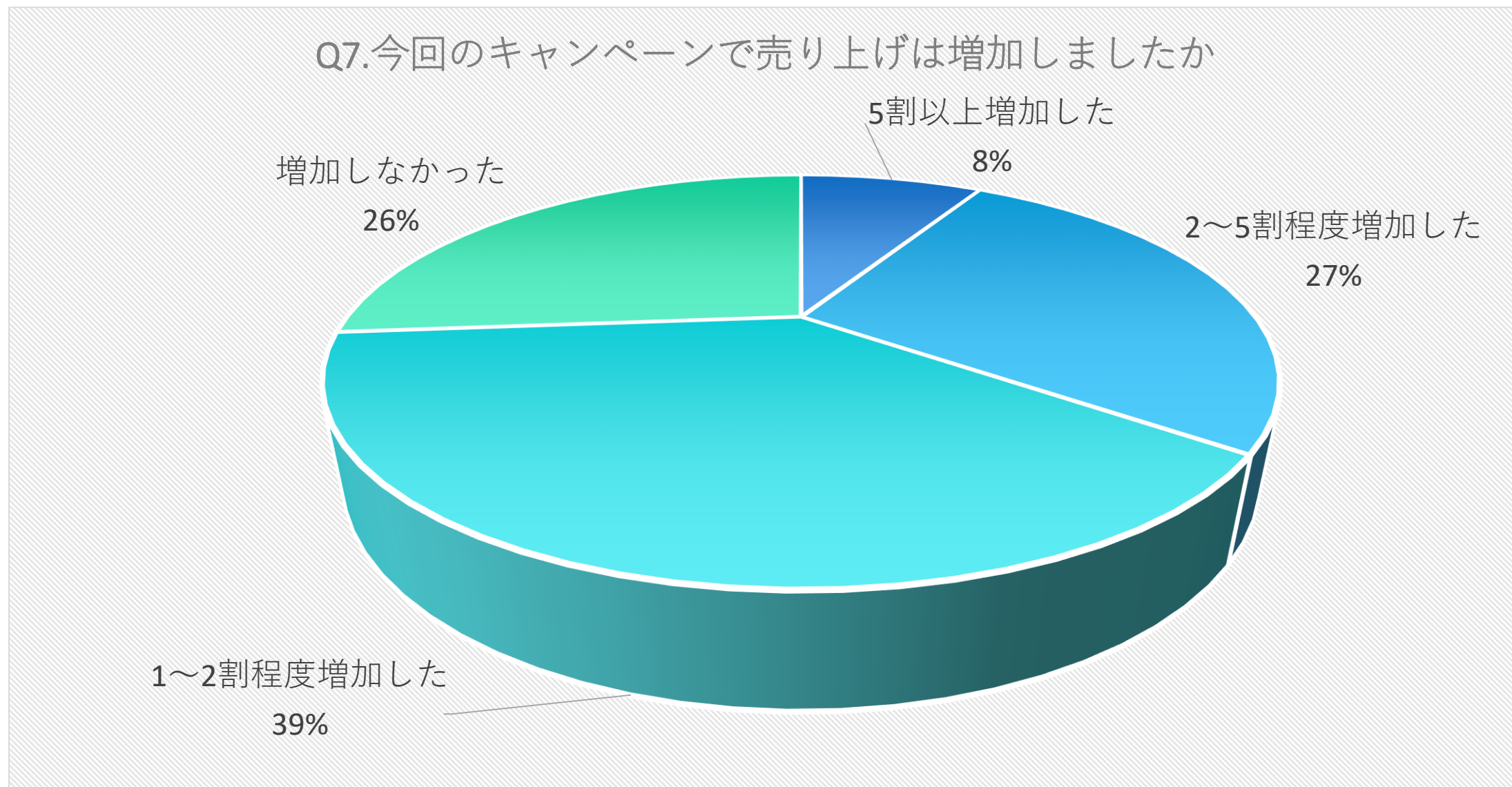


2 - 1 参加事業者 (6) 決済割合

Q6.キャンペーン中、決済割合はどうでしたか

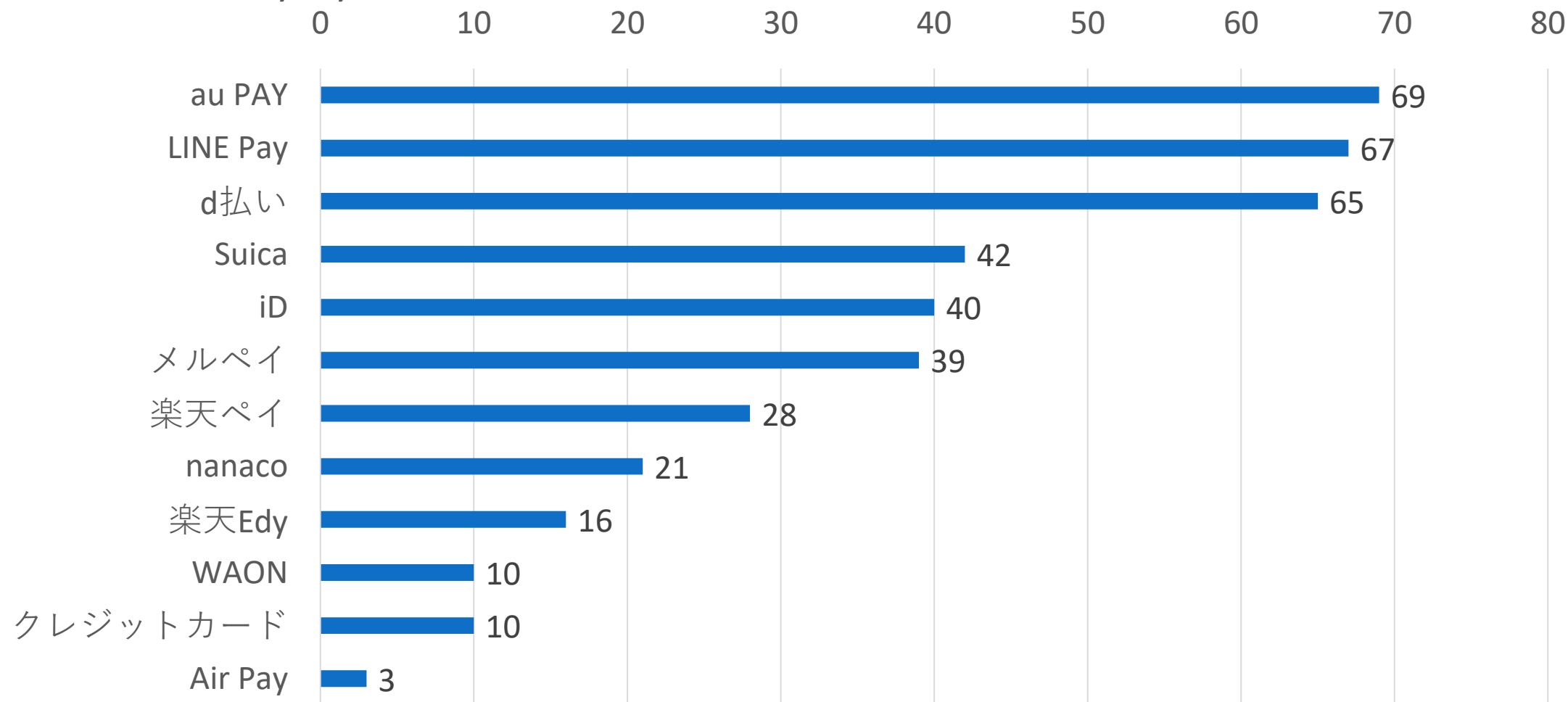


2-1 参加事業者 (7) 売り上げの増減

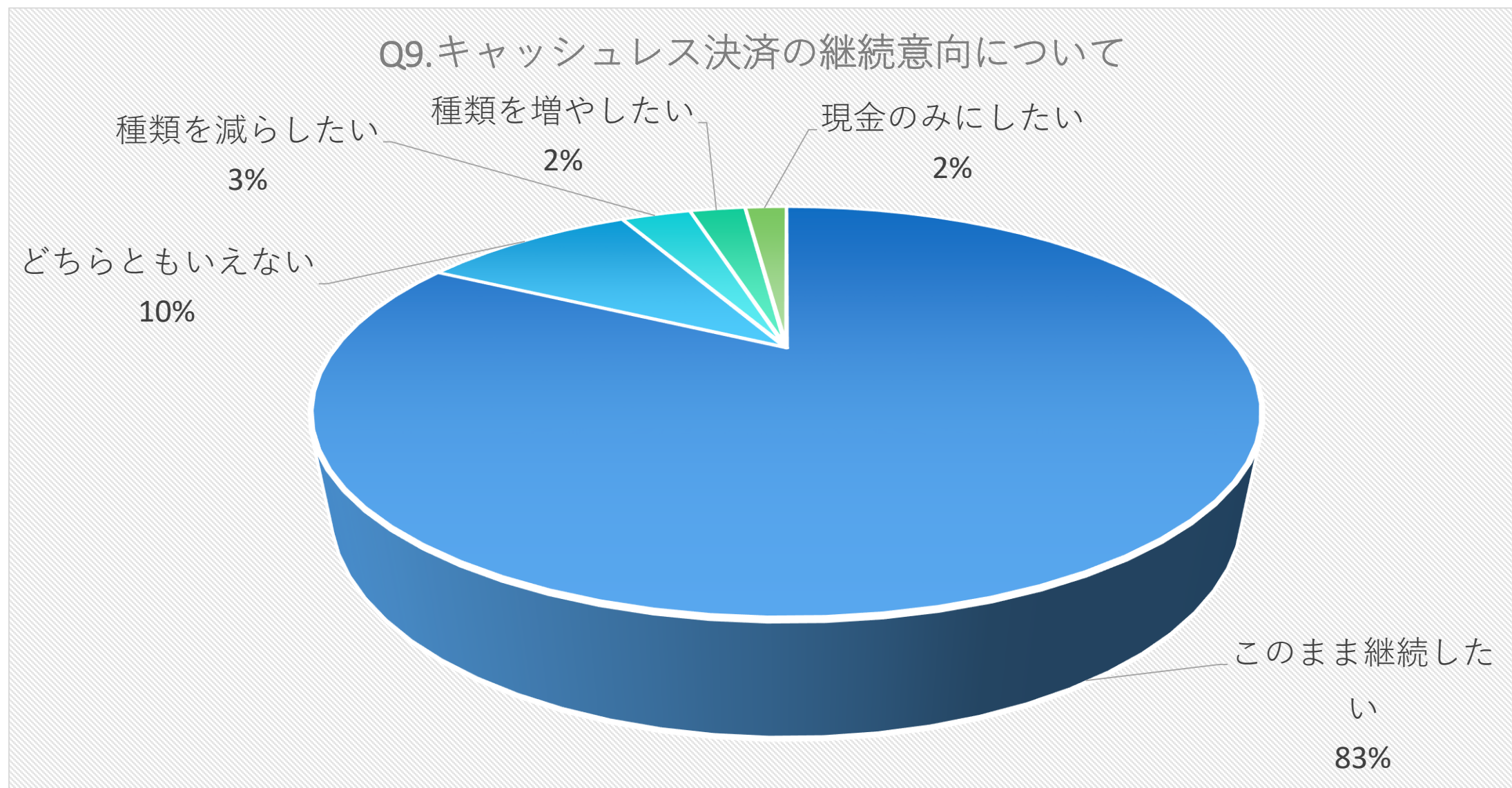


2-1 参加事業者 (8) 他のキャッシュレス

Q8.PayPayの他に導入しているキャッシュレス決済はありますか

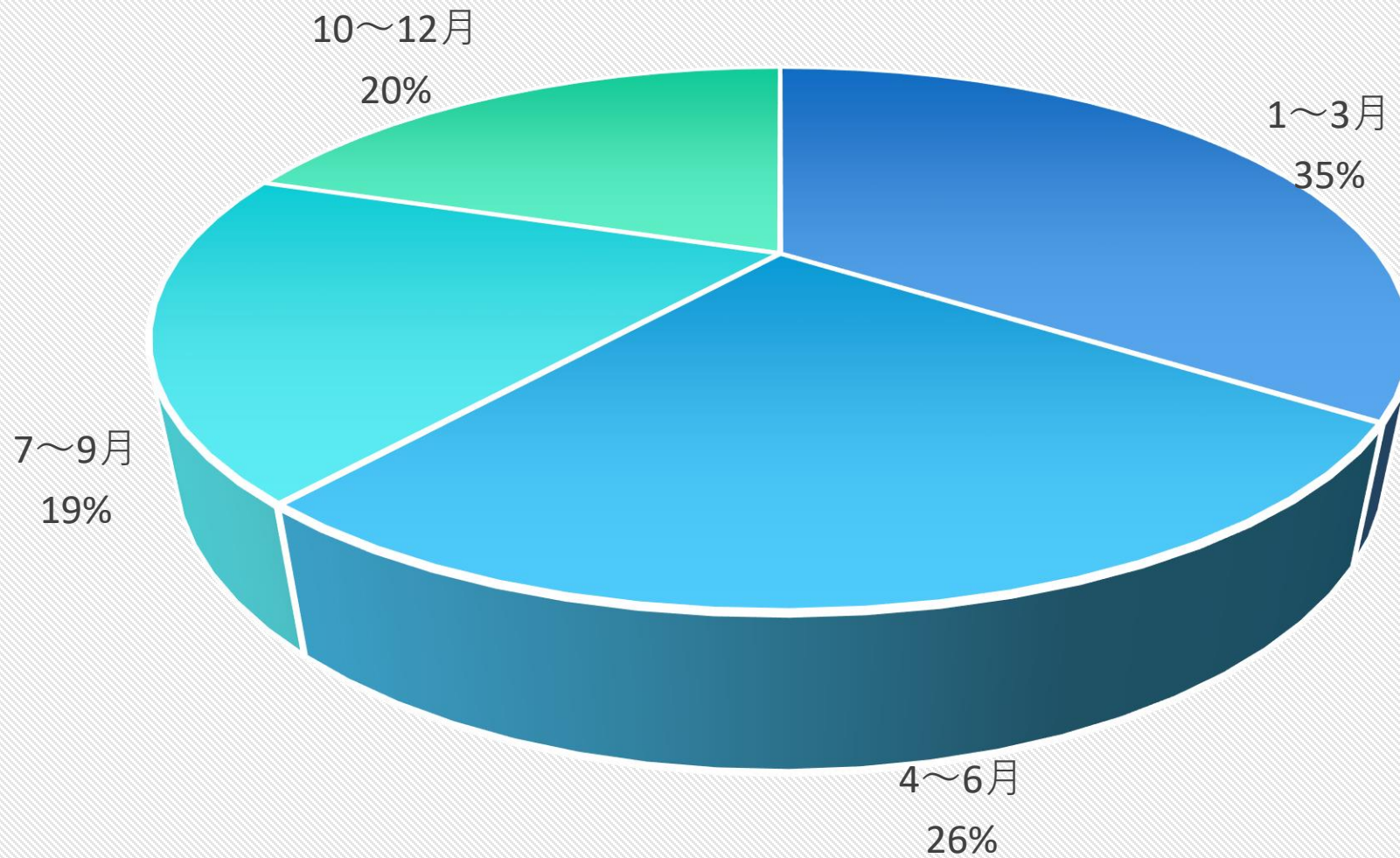


2-1 参加事業者 (9) 継続意向



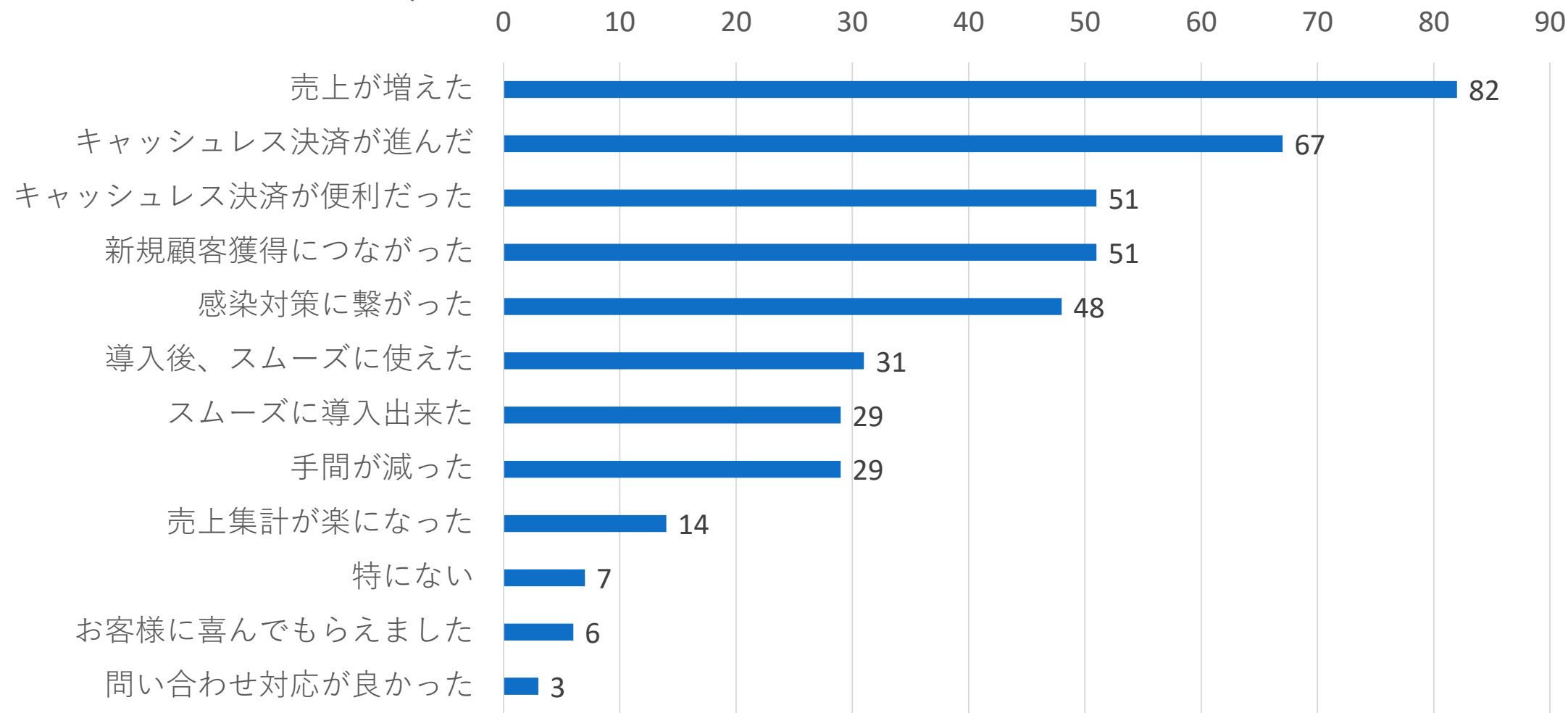
2 - 1 参加事業者 (10) 開催時期

Q10.同様の事業を実施する場合、いつ頃開催が良いと思いますか



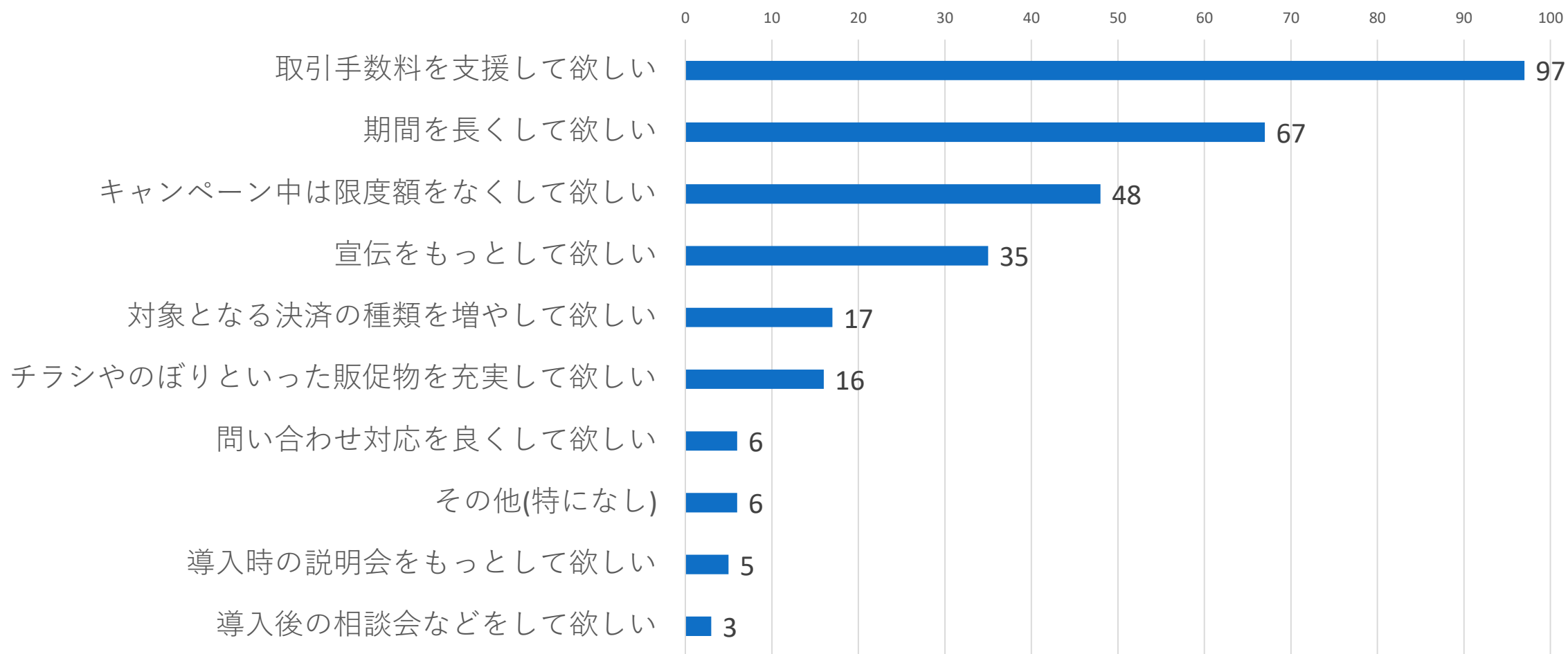
2-1 参加事業者 (11) 良かった点

Q11. キャンペーンで良かったことを教えてください



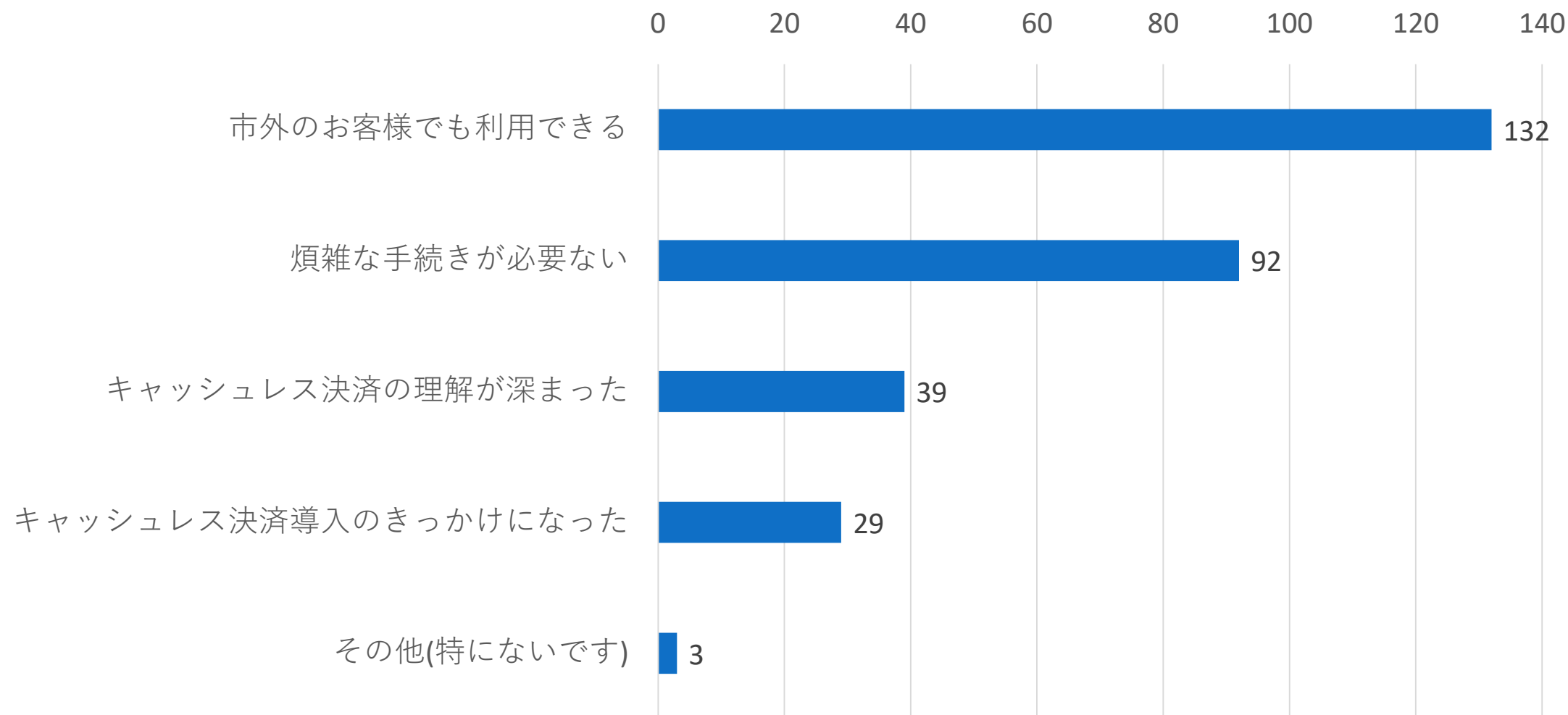
2-1 参加事業者 (12) 悪かった点

Q12. キャンペーンで改善した方が良い点を教えてください



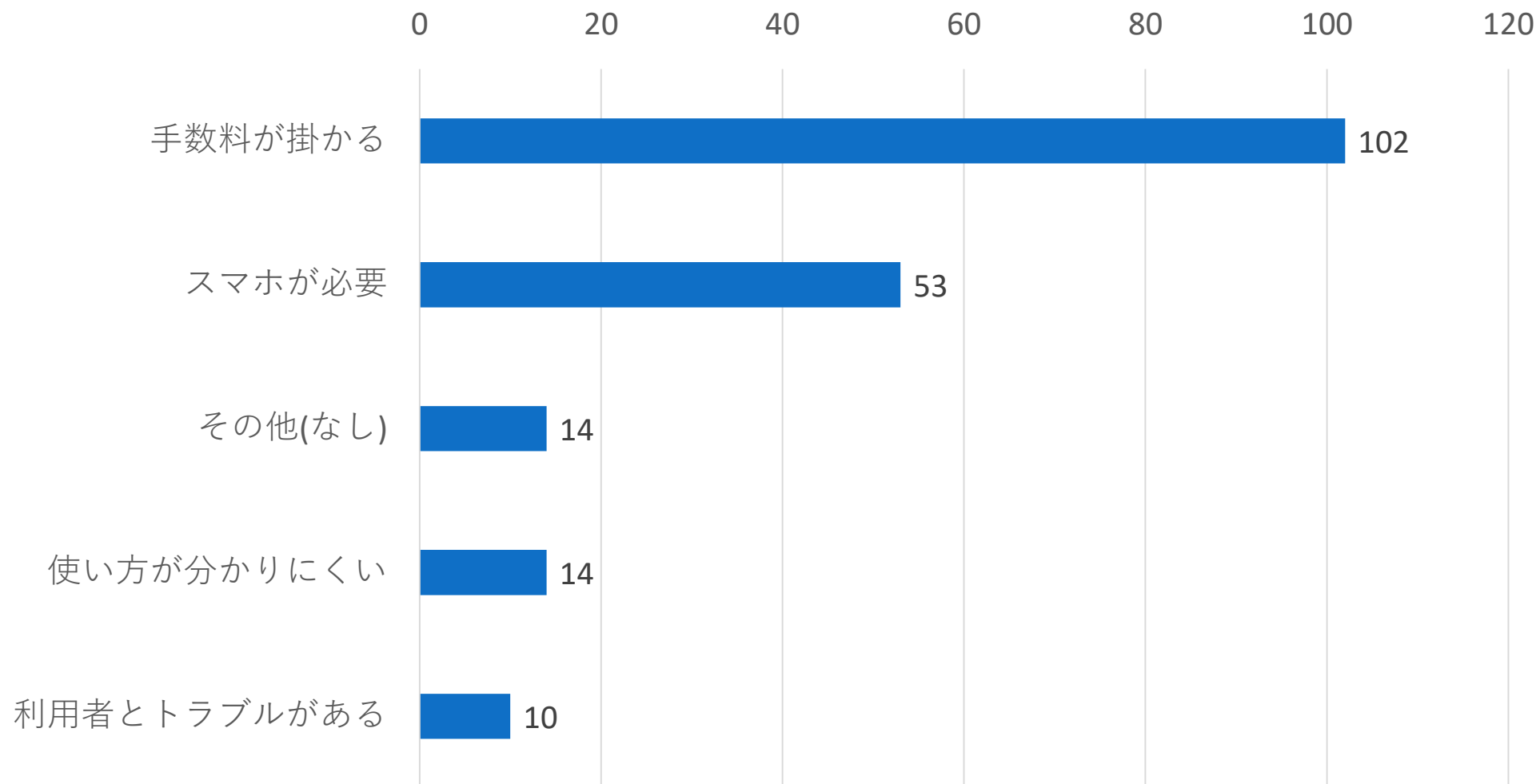
2－1 参加事業者 （13）商品券より良かった点

Q13.「ほくとトクトク商品券」と比較してよかったこと等を教えてください



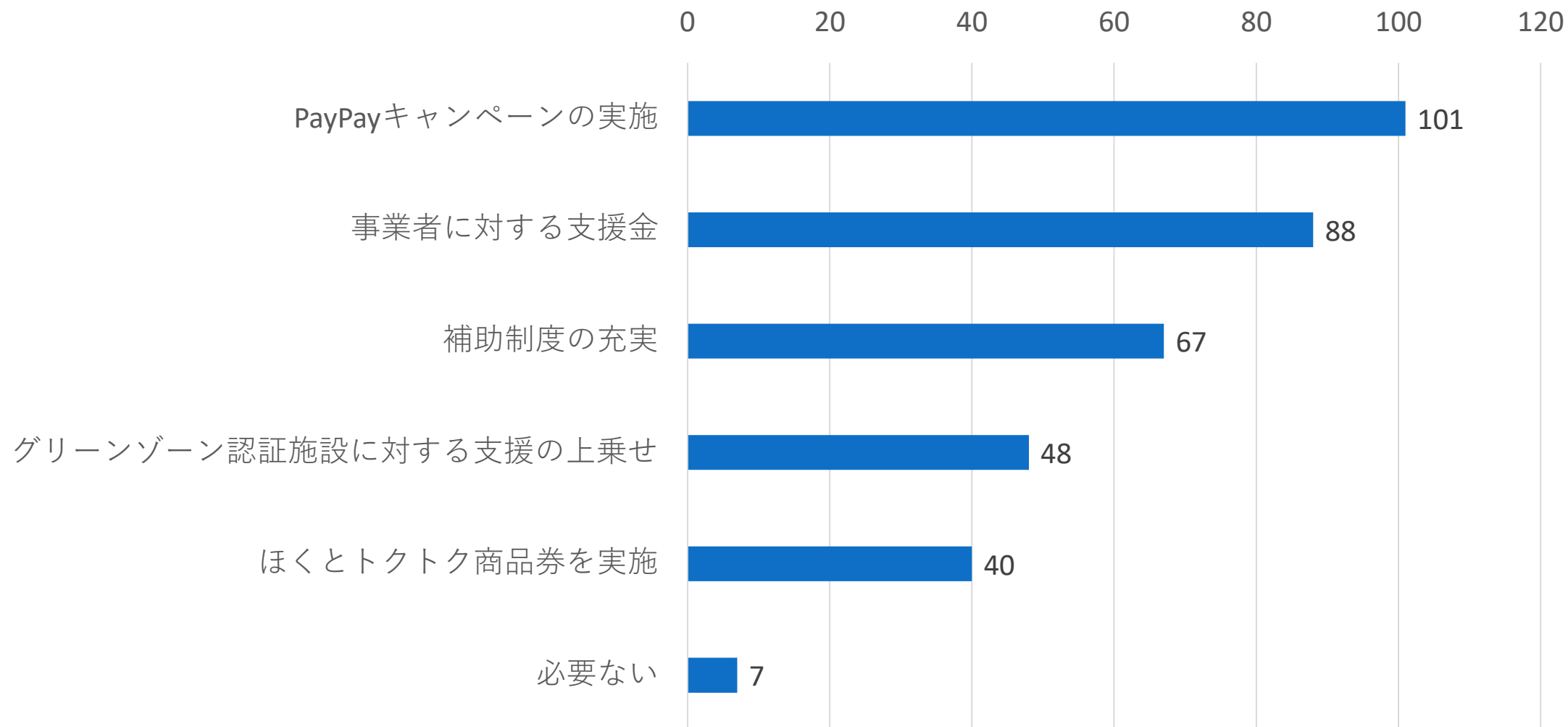
2-1 参加事業者 (14) 商品券より悪かった点

Q14. 「ほくとトクトク商品券」と比較して悪かったこと等を教えてください



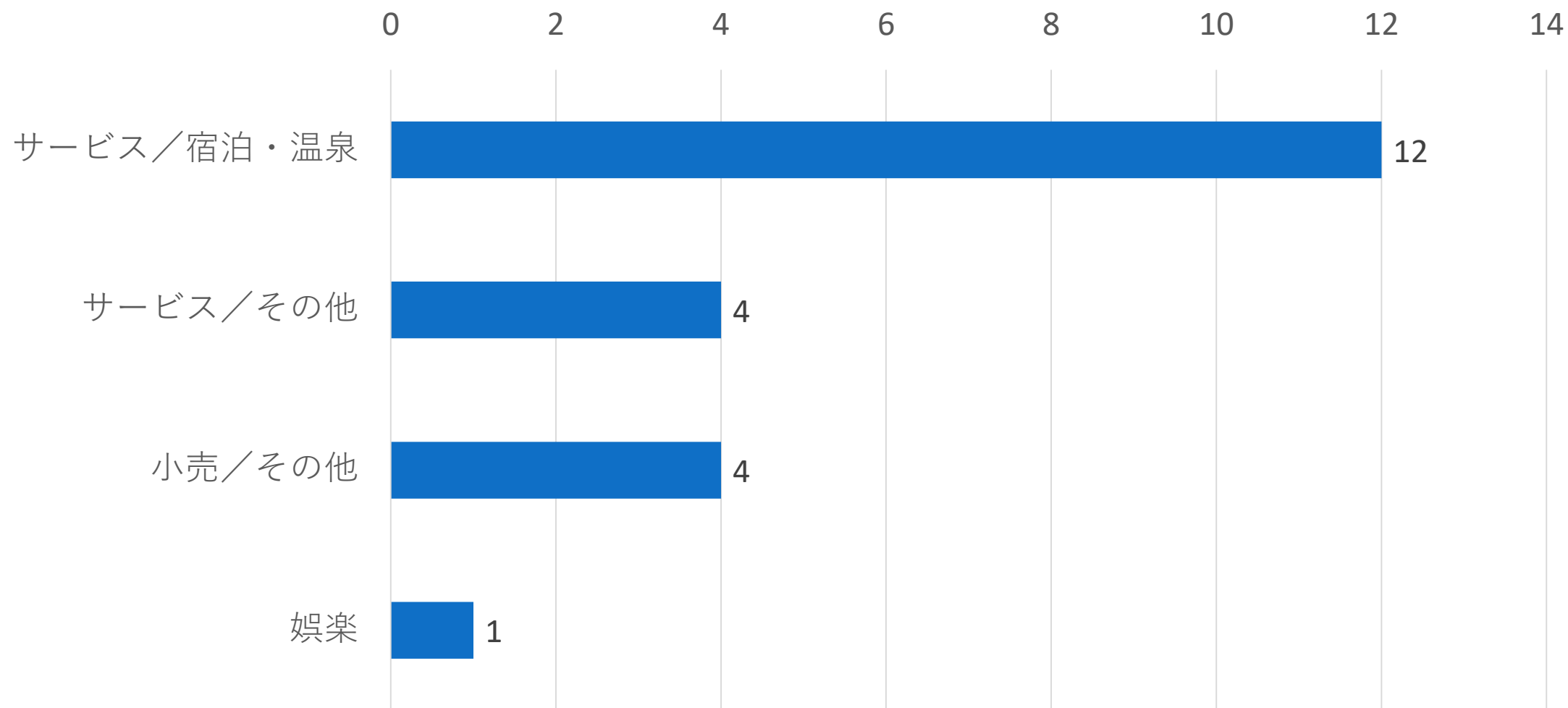
2-1 参加事業者 (15) 経済対策

Q15.新型コロナウイルス感染症対策に関連して事業者向けにどのような支援があったら良いですか



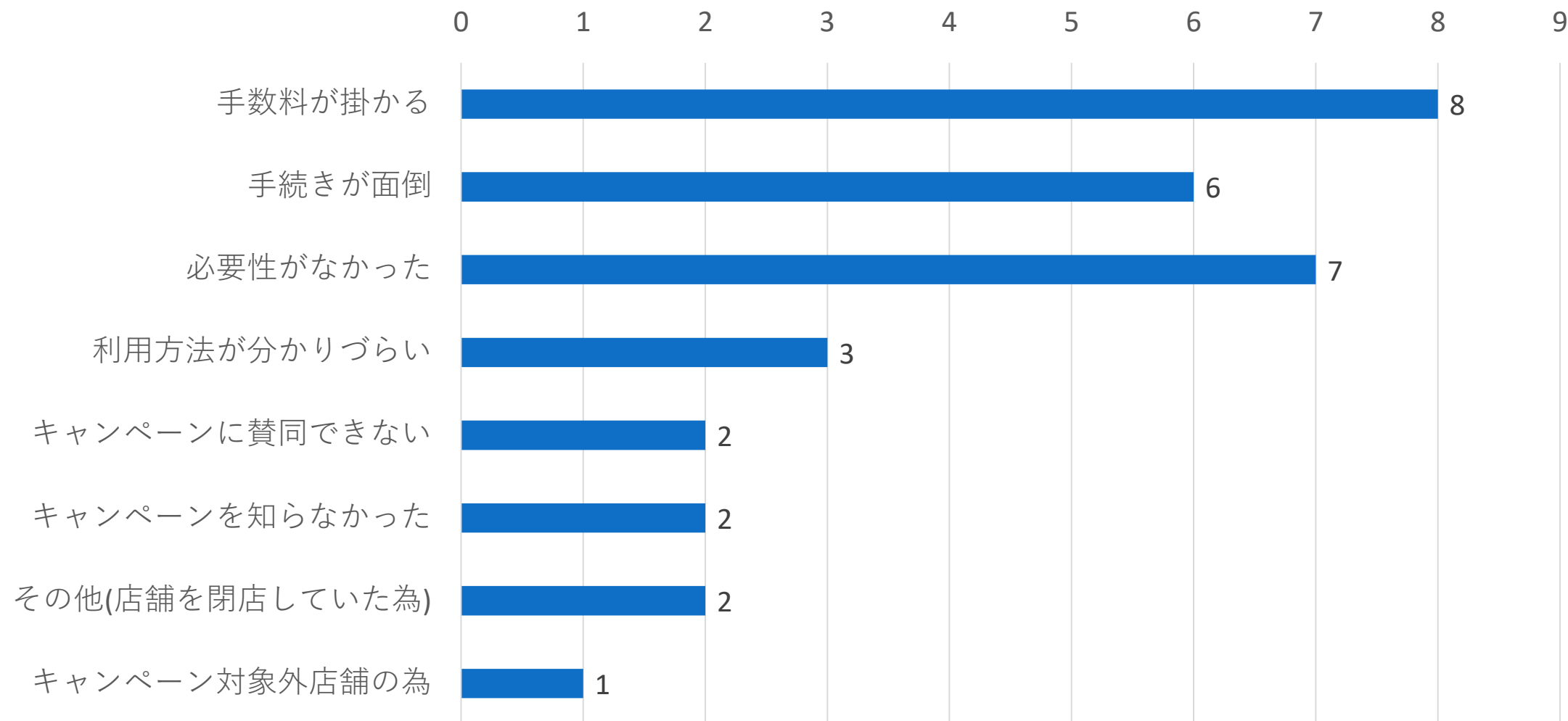
2-2 不参加事業者 (1) 業種

Q1.どのような業種に該当しますか



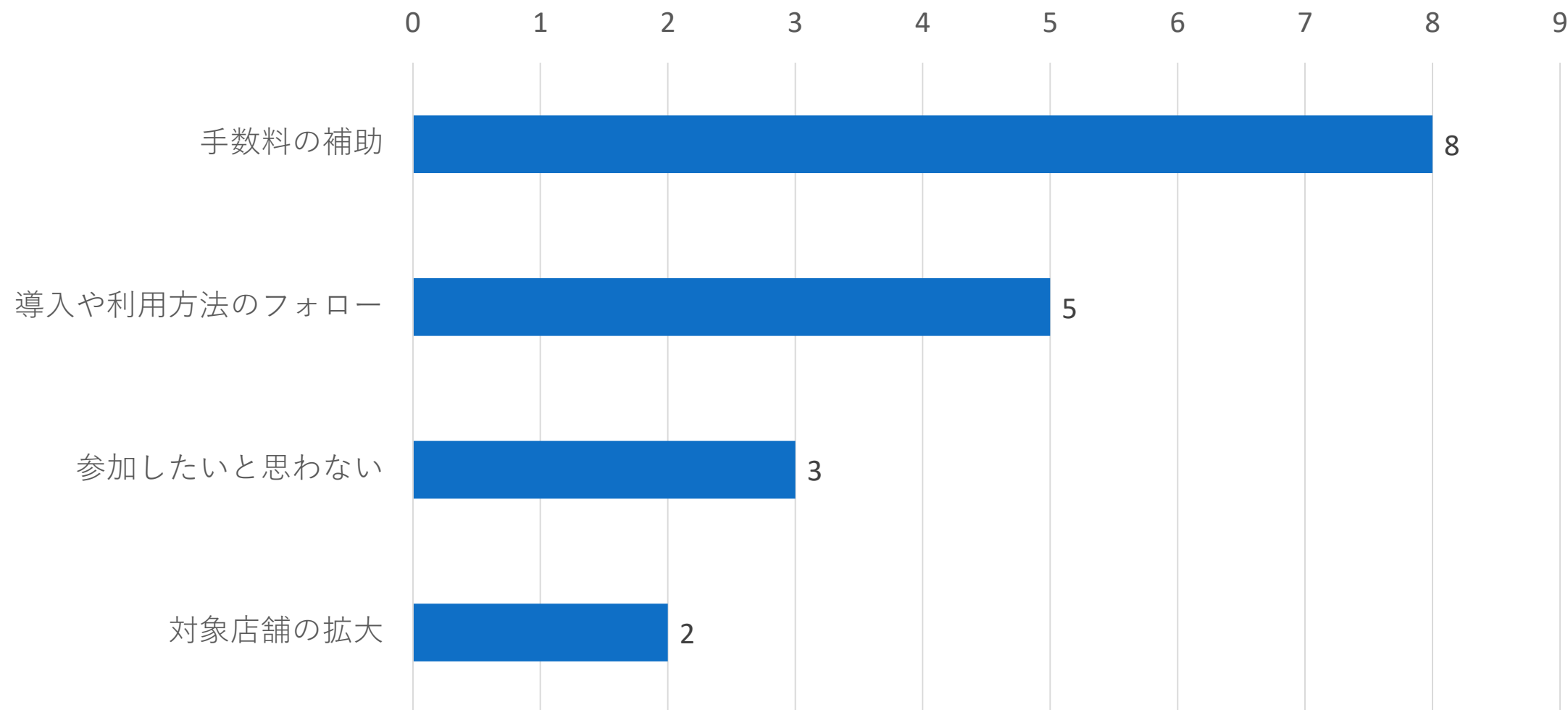
2-2 不参加事業者 (2) 不参加理由

Q2. 今回のキャンペーンに参加できなかった（しなかった）理由を教えてください



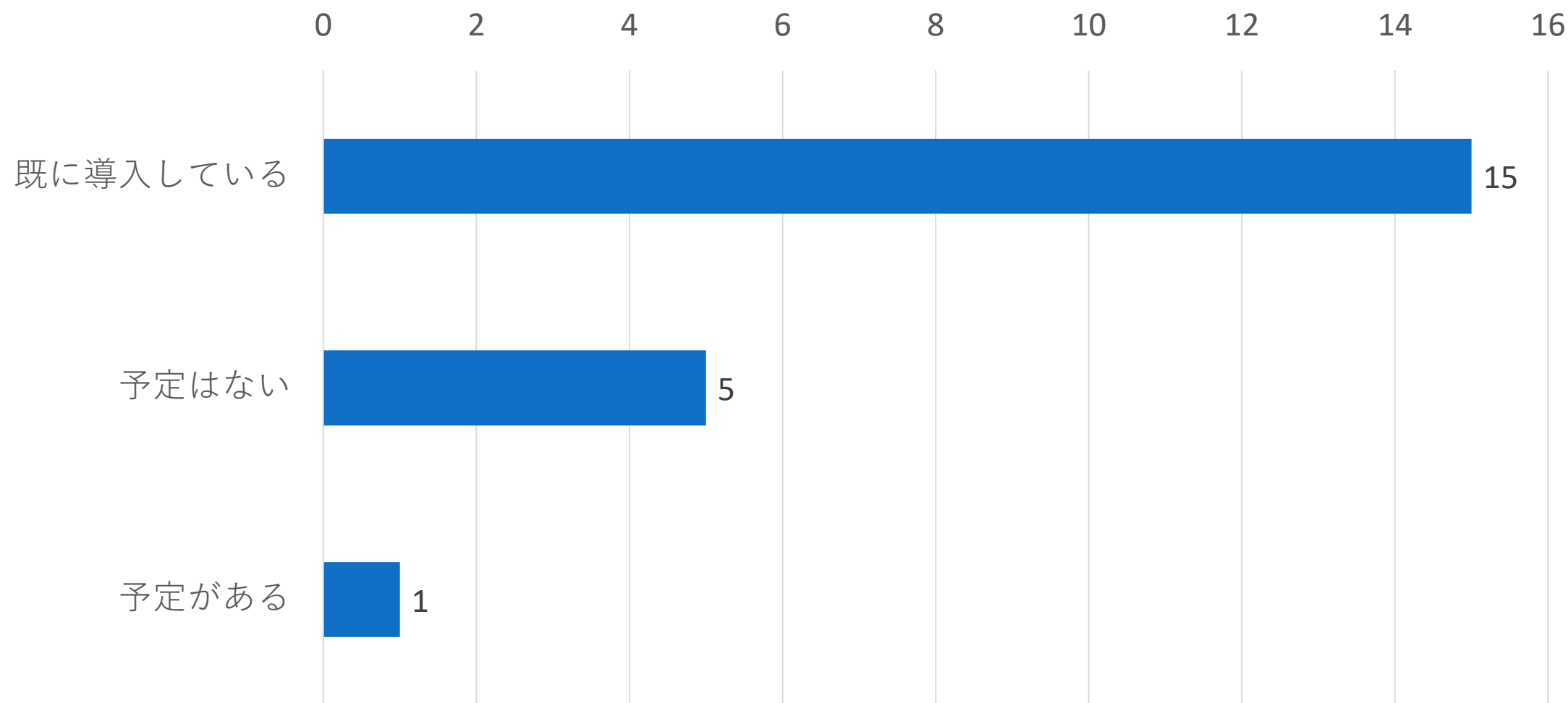
2-2 不参加事業者 (3) 改善点

Q3.どのような改善があれば、参加できる（したい）と思いますか



2-2 不参加事業者 (4) 他のキャッシュレス

Q4. 今後、キャッシュレス決済を導入する予定がありますか



2-2 不参加事業者 (5) ご意見

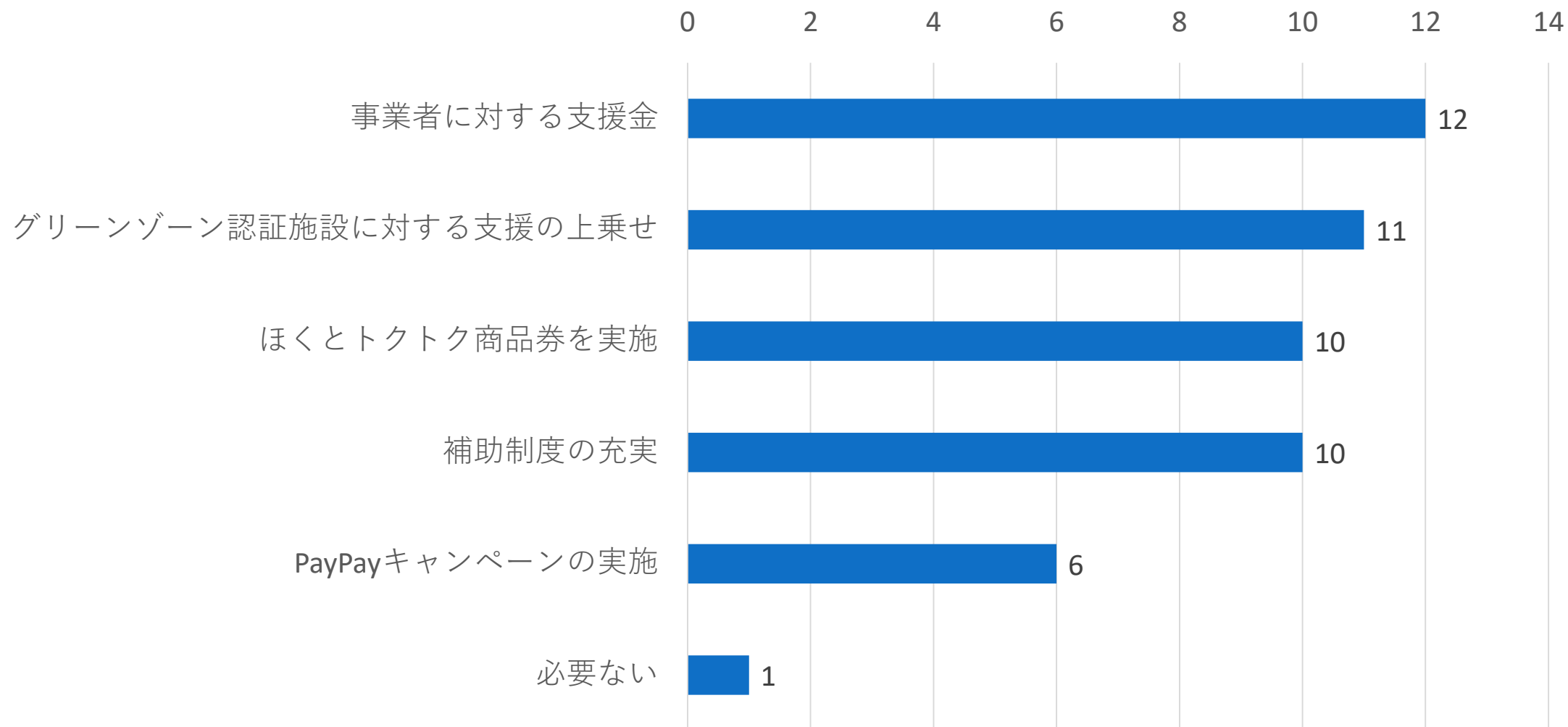
※自由記述については、原則として回答された文字のまま掲載しておりますので、誤字脱字と思われるものもそのまま表記しております。

Q5.本キャンペーンについてご意見をお聞かせください

- ・キャンペーンについて事前の連絡があったのでしょうか。まったく気づきませんでした。早くにキャッシュレスを導入するも、**paypay**以外だった。ほかのキャッシュレス（**aupay/楽天ay**）も同等にやるべきだったのではないか、中国系**paypay**だけのキャンペーンとは、政治的裏で何らかの疑惑を疑ってしまう。
 - ・どこでもやってるものでなく山、川、森林を活かした施策を。人が集まればおのずと宿泊飲食、お店が潤う。とりあえず苦しい状況には直接的しえんを。手数料や事務費が無駄です。
 - ・もう一度援助を希望する
 - ・夏季キャンペーンを希望します。
 - ・効果がどの程度あったのか、公表してください。
 - ・消費者にとっては非常にありがたい内容だと思います。また、参加出来る事業者にとっても消費動機、選択動機になる効果的な企画であると思いました。
- 当コースは残念ながら参加できませんでした。参加にあたり相談、質問窓口などでもう少し相談できたらよかったと思います。
- 今後ともよろしくお願いします。
- ・入館料**200円**の資料館です。
- 30%**ポイントバックが実現しても入館者にとっては額が小さく、魅力になるとは思えません。
- 新たにネット銀行口座開設したり会計処理も複雑になりますが、その手間や手数料負担の割に売上げ増は見込めず、導入は見送りました。

2-2 不参加事業者 (6) 経済対策

Q6.新型コロナウイルス感染症対策に関連して事業者向けにどのような支援があったら良いですか



3 利用者 (未利用者含む) アンケート結果

令和4年1月28日～2月22日

3 利用者向けアンケート (1) 概要

➤ 調査概要

本事業の効果を評価・分析し、今後の施策の参考とするため、アンケート調査を実施。

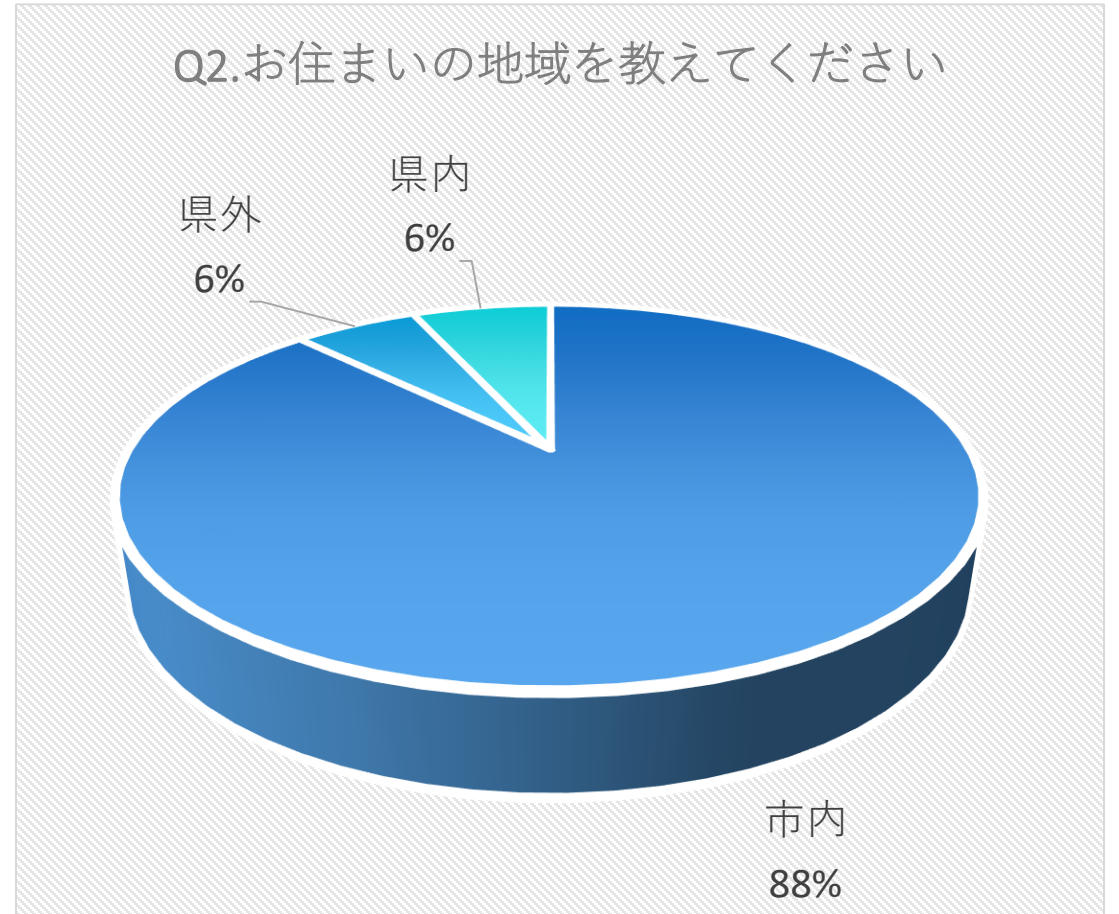
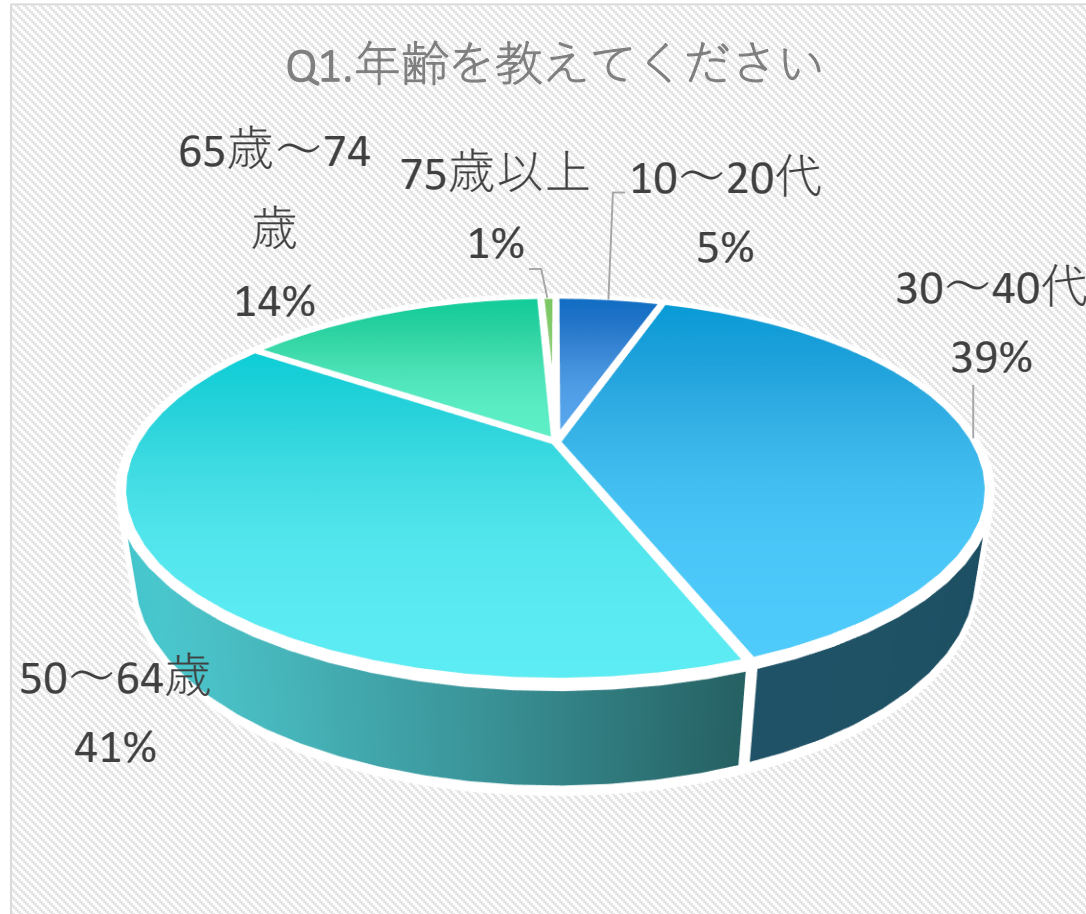
利用者（未利用者含む）には、参加事業者の店内にアンケートチラシの設置、市HPや市公式LINE通知などにより周知を行った。

➤ 回答数

利用者（未利用者含む） 1 3 8 人

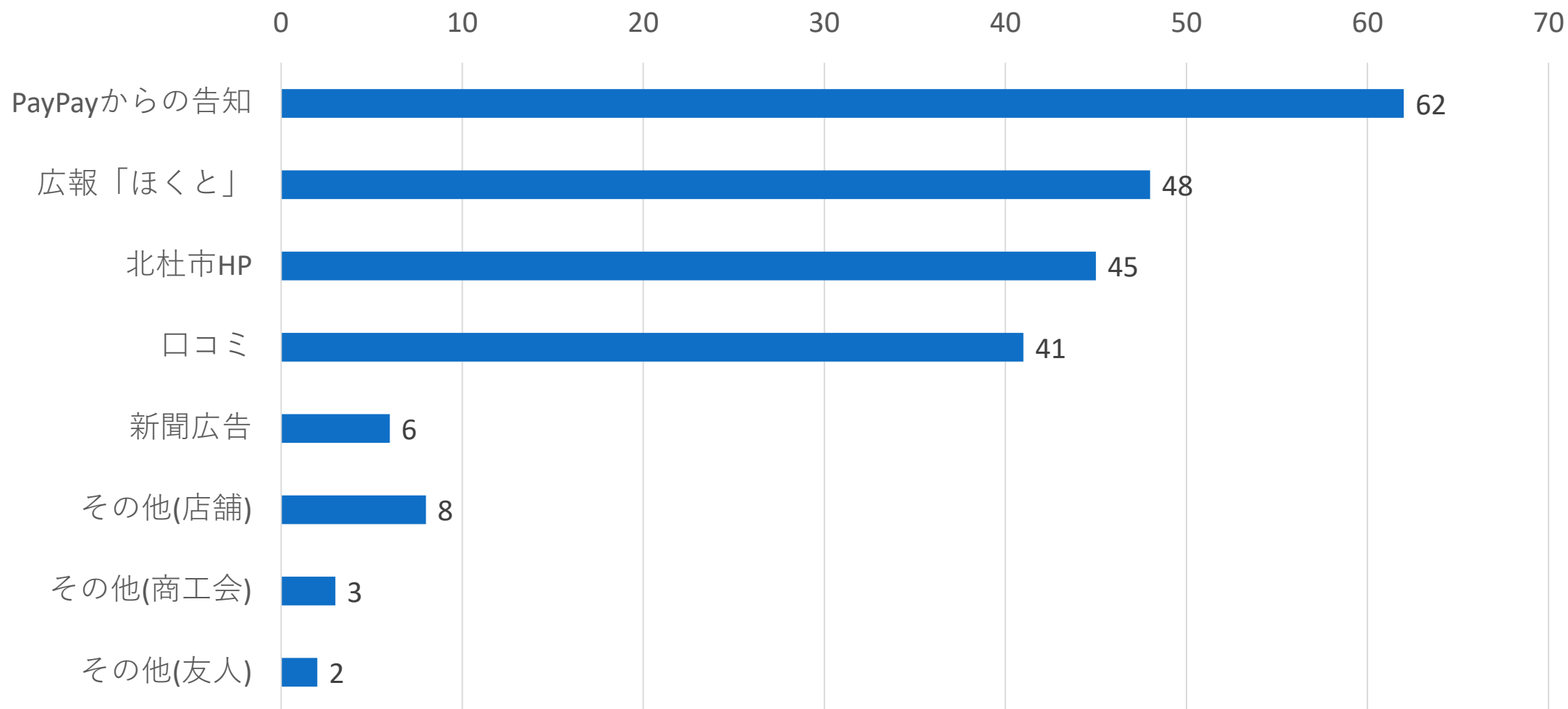
3 利用者（未利用者含む）

（2）年齢層、居住地

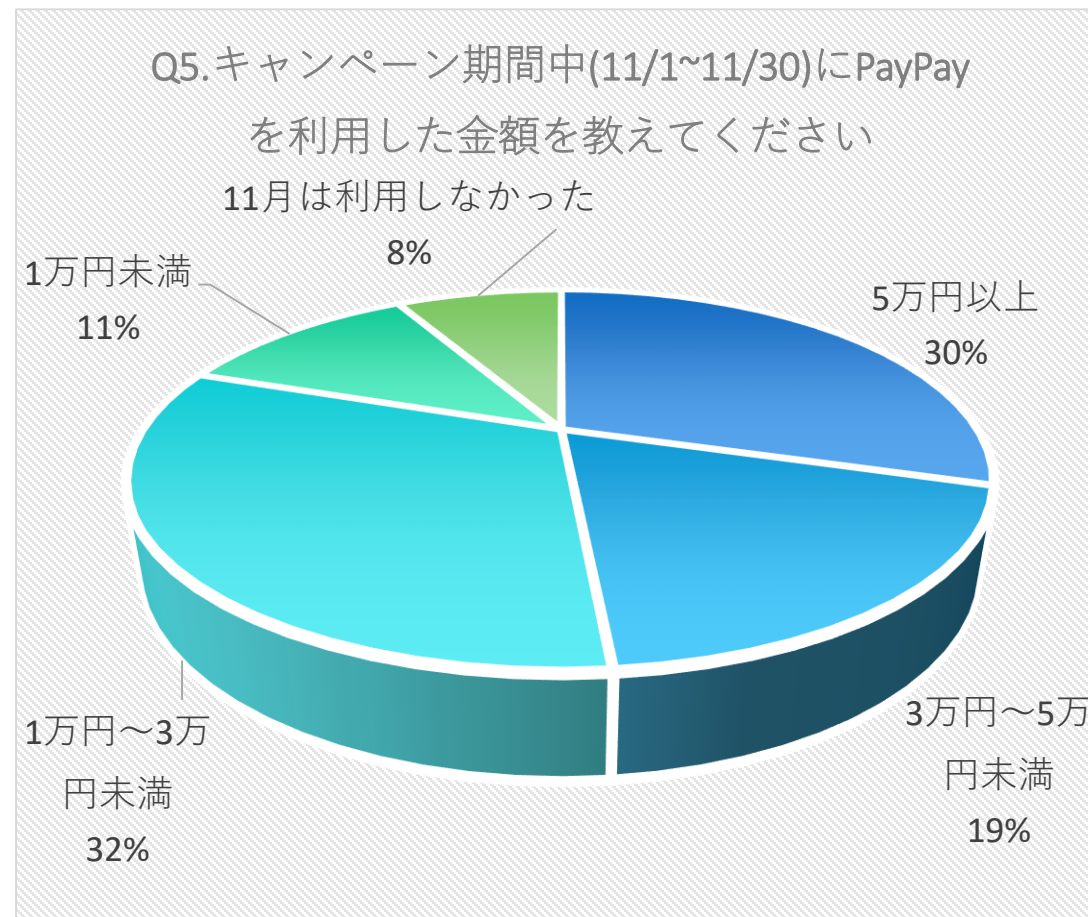
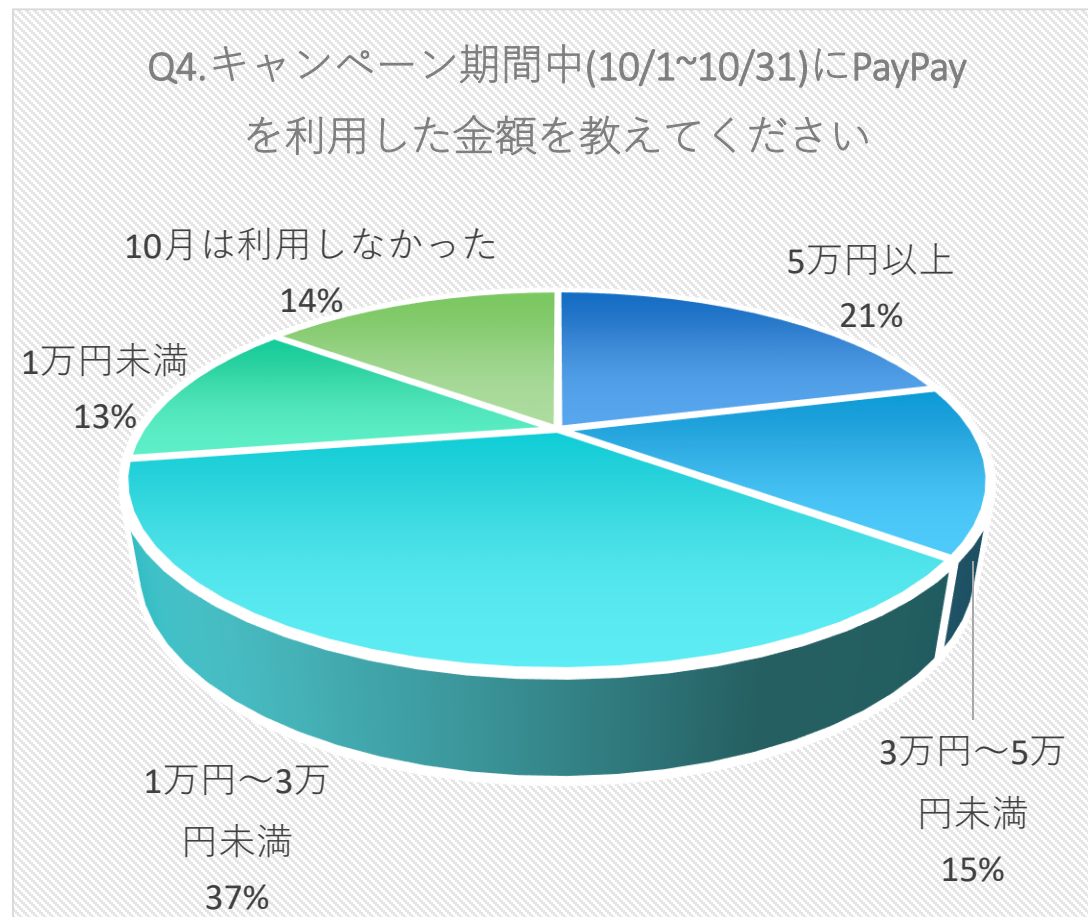


3 利用者（未利用者含む） （3）キャンペーンを知ったきっかけ

Q3.今回のキャンペーンをどこで知りましたか

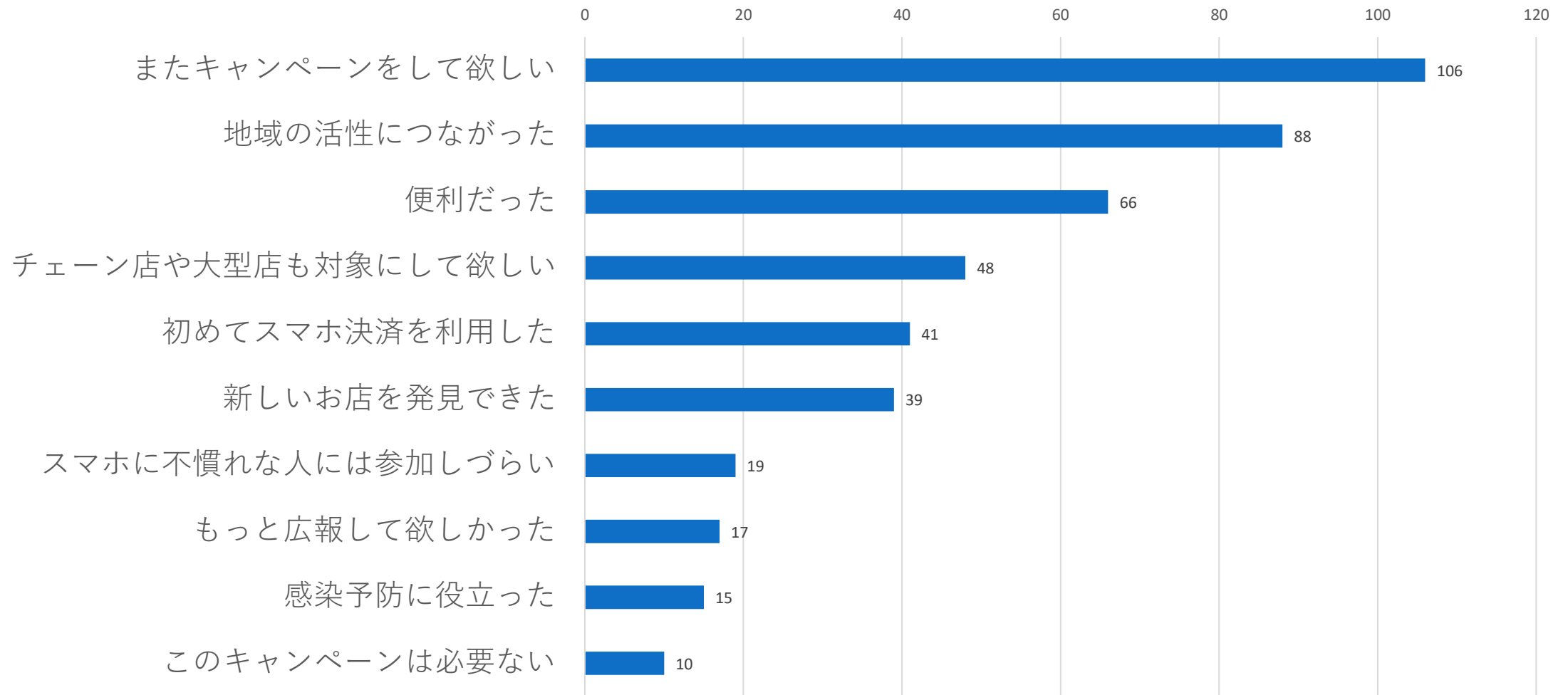


3 利用者（未利用者含む） （4）利用額



3 利用者（未利用者含む） (5) 感想

Q6.キャンペーンの感想を教えてください



4 とりまとめ (1) 事業全般

- 事業費は総額約 3 億 9 0 0 万円（内 ポイント還元額 約 2 億 9 千万円）だった。

事業の効果については、市内への直接的な決済総額が 1 0 億 9, 7 0 0 万円であり、これを基に国の経済波及効果の測定方法により試算すると、約 1 7 億 1, 2 0 0 万円という効果であった。

事業費は国の交付金を申請している。

コロナ感染拡大の影響により当初 9 ～ 1 0 月から 1 0 ～ 1 1 月の開催となった。

取引額はキャンペーン前と比べると 1 0 月では約 8 倍、1 1 月では約 1 3 倍となった。

ユーザー数はキャンペーン前と比べると 3. 8 倍となった。また、市民はキャンペーン前と比べると 8. 5 倍となり、キャッシュレス決済の導入に大きく寄与した。

アンケートより多くの事業者が、キャッシュレス決済の手数料を負担と感じていた。

4 とりまとめ (2) 参加事業者アンケート(156事業者)

➤ PayPayの告知と商工会の通知により 6 割以上がキャンペーンを認知した。

キャッシュレス決済が 9 割以上の事業者で増えていた。新規のお客が 7 割以上の事業者で増えている。決済割合は 8 割の事業者で 2 割以上増えていた。

7 割以上の事業者で売り上げが上がっていた。

キャンペーンが始まる前から決済サービスの中でPayPayが一番多く導入されていた。また、3 つ以上の決済サービスを使っている事業者は半数を占めていた。

8割以上がキャッシュレス決済の継続を希望していた。

開催時期の希望に差はなかった。冬季の客入減や季節営業の店舗など、事業者の個別事情などから、特定の時期に偏りが生じなかったと考えられる。

市外者も利用できることから新規顧客の獲得に繋がった。事業者側のキャッシュレスだけでなく、お客のキャッシュレス化が進んだ。

お客にとってはポイント還元之恩恵があった反面、6 割以上の事業者が取引手数料の負担や店舗の利用限度額について改善を求めており、課題となっている。

商品券と比べ、8 割以上の事業者が市外の利用者が増えたことや 6 割が煩雑な手続きがなかったことが良かったと感じている。反面、スマホがないとサービスを利用できないことが悪かったと感じている。

経済対策として、6 割以上がPayPayキャンペーン、5 割以上が支援金、4 割以上が補助金制度の充実を希望していた。

4 とりまとめ (3) 不参加事業者アンケート(21事業者)

- 不参加事業者の回答は宿泊業が多かった。

不参加理由として、手数料が掛かることや手続きの面倒さが多くあり、本キャンペーンを必要としていない事業者もいた。

参加するためには手数料の補助や導入や利用方法を求める意見があった。また、対象店舗等を広げる意見もあった。

不参加事業者の7割がなんらかのキャッシュレス決済を導入していた。

経済対策として、約半数の事業者が複数支援（事業者支援、GZ認証施設の上乗せ支援、トクトク商品券の実施、補助金制度）の充実を希望していた。

4 とりまとめ (4) 利用者（未利用者含む）アンケート(138人)

- 回答者は30歳から64歳までが8割、市内在住者約9割となった。

PayPayからの告知、広報、市HP、口コミの順でキャンペーンを知るきっかけとなっていた。

回答者の中でキャンペーン未利用者は約1割で、スマホに不慣れなことと、キャンペーンが必要なかったという理由が半々だった。

7割以上がPayPayキャンペーンの実施を希望しており、6割以上が地域の活性につながったと感じていた。