

「衝撃の50%還元!!使って安心♪習志野市でキャッシュレス生活キャンペーン」

アンケート結果概要 ①参加者（ユーザー）向け

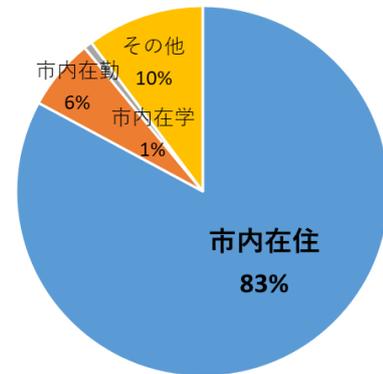
【実施期間】令和3年4月1日～4月30日

【実施方法】Web（市ホームページを入り口として、Google Form を利用）

【有効回答数】275（回答数304のうち非参加者数29を除外）

回答者属性

- (a) 市内在住・・・228人（82.9%）
- (b) 市内在勤・・・17人（6.2%）
- (c) 市内在学・・・2人（0.7%）
- (d) その他・・・28人（10.2%）



参加状況

【1】200円以上の決済※ ※200円以上の決済が付与対象であるため。

- (a) 2回以上・・・257人（93.5%） ⇒市内在住者では93.0%
- (b) 1回・・・18人（6.5%）

【2】オリジナルノベルティ（以下「ノベルティ」）の受け取り

- (a) 2回以上・・・50人（18.2%）
 - (b) 1回・・・51人（18.5%）
 - (c) 0回・・・174人（63.3%）
- } 36.7%

⇒ 1回以上受け取ったのは、市内在住が84/228人（36.8%）、市外在住が17/47人（36.2%）で、居住地にかかわらず、ほぼ同程度であった。

「衝撃の50%還元!!使って安心♪習志野市でキャッシュレス生活キャンペーン」

アンケート結果概要 ①参加者（ユーザー）向け

キャンペーン全体の評価

| | | |
|----------------------------|---|--------------|
| (a) とても良かった・・・152人 (55.3%) | } | <u>89.5%</u> |
| (b) 良かった・・・94人 (34.2%) | | |
| (c) 良くなかった・・・21人 (7.6%) | } | 10.5% |
| (d) 全く良くなかった・・・8人 (2.9%) | | |

⇒ 「良くなかった」又は「全く良くなかった」と回答した29人のうち、ノベルティを受け取れなかったのは25人(86.2%)であった。

ノベルティの受け取りが、キャンペーン全体の評価に影響したことがうかがえる。

ノベルティの評価

| | | |
|---------------------------|---|-------|
| (a) とても良かった・・・42 (15.3%) | } | 55.7% |
| (b) 良かった・・・111 (40.4%) | | |
| (c) 良くなかった・・・54 (19.6%) | } | 45.3% |
| (d) 全く良くなかった・・・68 (24.7%) | | |

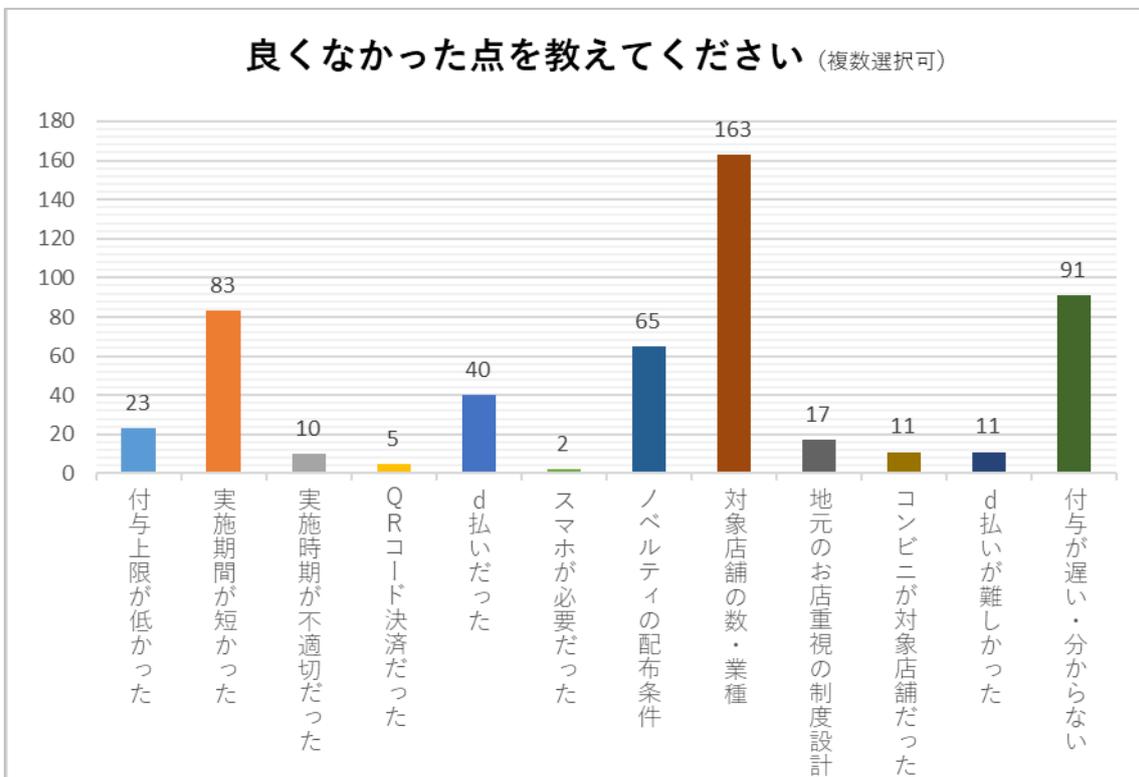
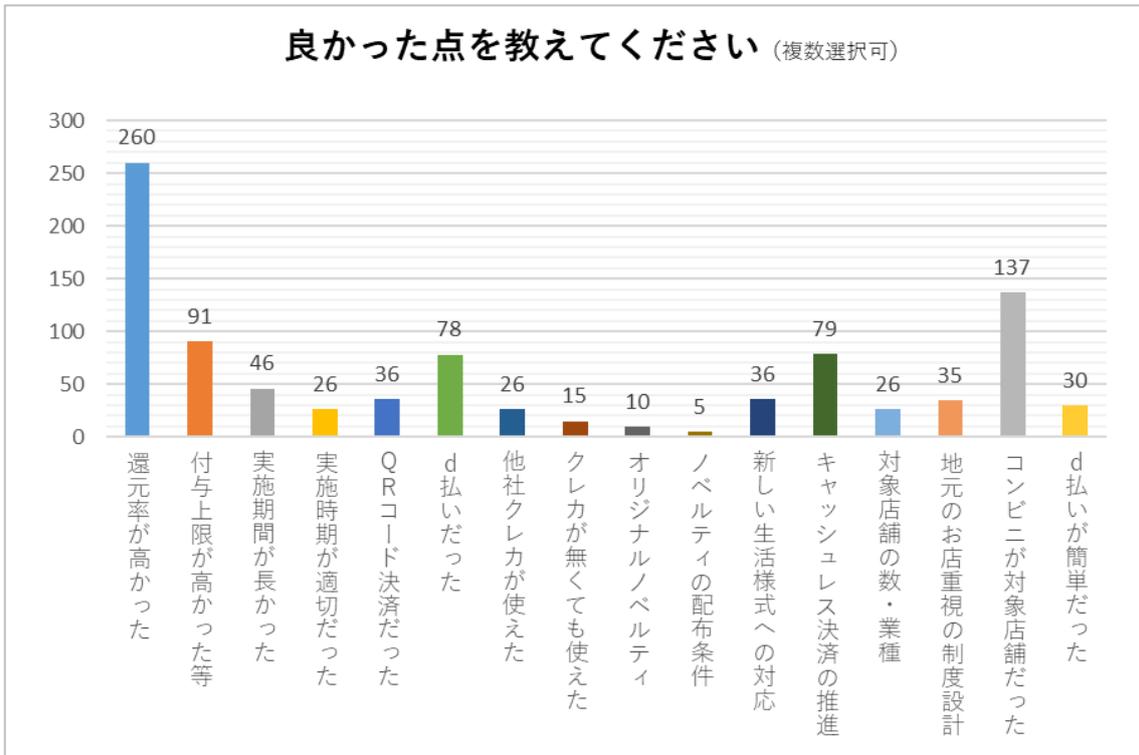
⇒ 「良くなかった」又は「全く良くなかった」と回答した122人のうち、ノベルティを受け取れなかったのは102人(83.6%)であった。

特に、「全く良くなかった」と回答した人は、68人中62人(91.2%)がノベルティを受け取れていなかった。

⇒ 一方で、ノベルティを受け取れなかった174人のうち、41.4%にあたる72人が「とても良かった」又は「良かった」と回答しており、ノベルティを受け取れなかった人からも一定の評価を得られたことが分かる。

「衝撃の 50%還元!!使って安心♪習志野市でキャッシュレス生活キャンペーン」

アンケート結果概要 ①参加者（ユーザー）向け



「衝撃の50%還元!!使って安心♪習志野市でキャッシュレス生活キャンペーン」

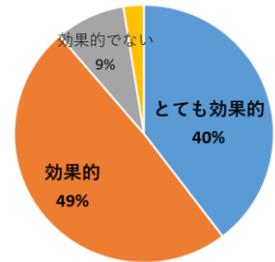
アンケート結果概要 ①参加者（ユーザー）向け

目的別の評価

【1】キャッシュレス決済対応店舗の増加

- (a) とても効果的・・・109人(39.6%)
- (b) 効果的・・・135人(49.1%)
- (c) 効果的でない・・・24人(8.7%)
- (d) 全く効果的でない・・・7人(2.5%)

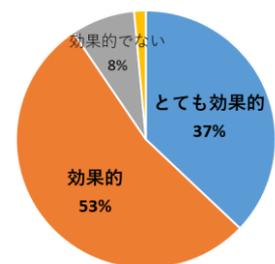
88.7%



【2】キャッシュレス決済利用者の増加

- (a) とても効果的・・・102人(37.1%)
- (b) 効果的・・・147人(53.5%)
- (c) 効果的でない・・・22人(8.0%)
- (d) 全く効果的でない・・・4人(1.5%)

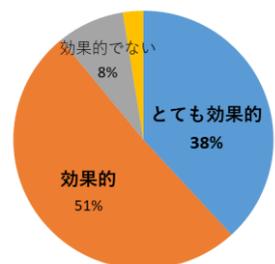
90.6%



【3】市内経済の活性化

- (a) とても効果的・・・105人(38.2%)
- (b) 効果的・・・140人(50.9%)
- (c) 効果的でない・・・23人(8.4%)
- (d) 全く効果的でない・・・7人(2.5%)

89.1%



⇒ いずれの目的についても、9割程度の人が「とても効果的」又は「効果的」であったと回答している。

このことから、キャッシュレス還元キャンペーン事業は、「キャッシュレス決済の推進・浸透」や「市内経済の活性化」に向けた取り組みとして効果的な手段であると評価されていることが分かる。

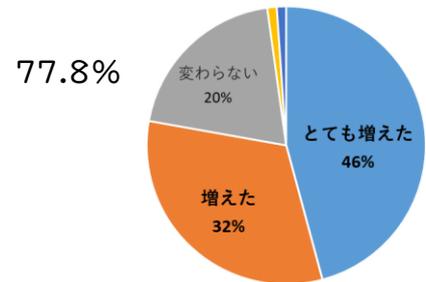
「衝撃の50%還元!!使って安心♪習志野市でキャッシュレス生活キャンペーン」

アンケート結果概要 ①参加者（ユーザー）向け

キャッシュレス決済をする機会

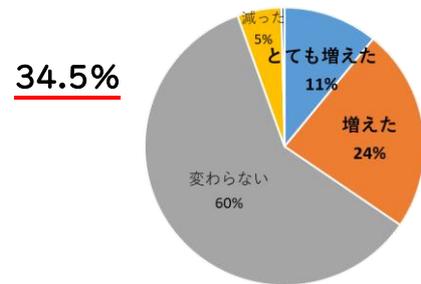
【1】d払い

- (a) とても増えた・・・126人(45.8%)
- (b) 増えた・・・88人(32.0%)
- (c) 変わらない・・・55人(20.0%)
- (d) 減った・・・3人(1.1%)
- (e) とても減った・・・3人(1.1%)



【2】d払い以外のキャッシュレス決済

- (a) とても増えた・・・30人(10.9%)
- (b) 増えた・・・65人(23.6%)
- (c) 変わらない・・・165人(60.0%)
- (d) 減った・・・14人(5.1%)
- (e) とても減った・・・1人(0.4%)



⇒ 【d払い】については、77.8%が「とても増えた」又は「増えた」と回答しており、利用頻度が高まったことが分かる。

また、【d払い以外のキャッシュレス決済】についても、利用機会が増加した人が34.5%おり、d払いだけに止まらず、キャッシュレス決済全体において一定の効果が得られたことが分かる。

よって、狙いの一つである「キャッシュレス決済を体験する機会の増加」については、十分な成果が得られたと言える。

「衝撃の 50%還元!!使って安心♪習志野市でキャッシュレス生活キャンペーン」

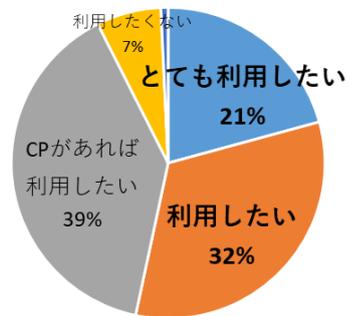
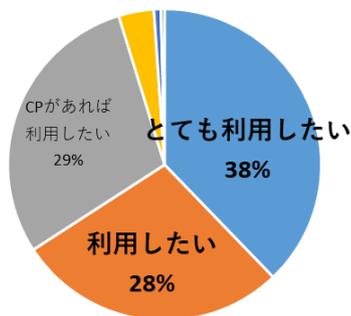
アンケート結果概要 ①参加者（ユーザー）向け

今後のキャッシュレス決済の利用

【1】d払い

| | | | |
|---------------------|--------------|-------|-------|
| (a) とても利用したい | 104人 (37.8%) | 65.8% | 95.3% |
| (b) 利用したい | 77人 (28.0%) | | |
| (c) キャンペーンがあれば利用したい | 81人 (29.5%) | | |
| (d) 利用したくない | 10人 (3.6%) | | |
| (e) 全く利用したくない | 2人 (0.7%) | | |
| (f) 無回答 | 1人 (0.4%) | | |

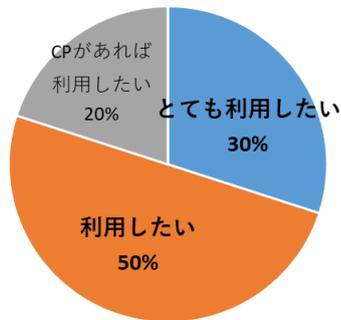
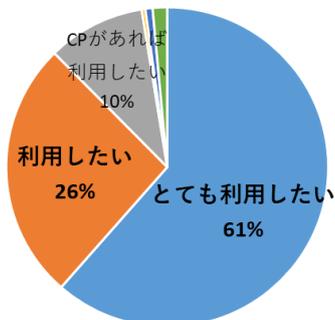
本 CP を機に d 払いの利用を始めた人



【2】キャッシュレス決済全般

| | | | |
|---------------------|--------------|-------|-------|
| (a) とても利用したい | 169人 (61.5%) | 87.7% | 97.5% |
| (b) 利用したい | 72人 (26.2%) | | |
| (c) キャンペーンがあれば利用したい | 27人 (9.8%) | | |
| (d) 利用したくない | 1人 (0.4%) | | |
| (e) 全く利用したくない | 2人 (0.7%) | | |
| (f) 無回答 | 4人 (1.5%) | | |

本 CP を機にキャッシュレス決済全般の利用を始めた人



⇒ 本キャンペーンを機に利用を始めた人を含め、今後も d 払いやキャッシュレス決済全般を継続利用したいと考えている人が多かった。

「衝撃の50%還元!!使って安心♪習志野市でキャッシュレス生活キャンペーン」

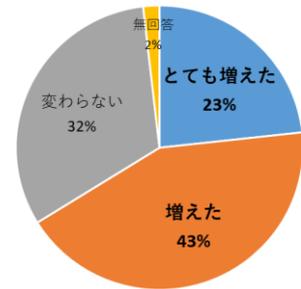
アンケート結果概要 ①参加者（ユーザー）向け

対象店舗を利用する機会

【1】対象店舗全体

- (a) とても増えた・・・ 64人 (23.3%)
- (b) 増えた・・・ 118人 (42.9%)
- (c) 変わらない・・・ 88人 (32.0%)
- (d) 無回答・・・ 5人 (1.6%)

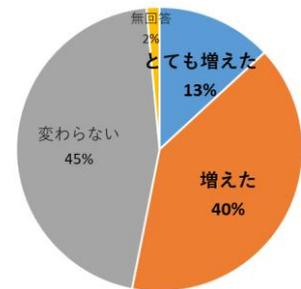
66.2%



【2】これまでに利用したことのある店舗

- (a) とても増えた・・・ 36人 (13.1%)
- (b) 増えた・・・ 110人 (40.0%)
- (c) 変わらない・・・ 125人 (45.5%)
- (d) 無回答・・・ 4人 (1.5%)

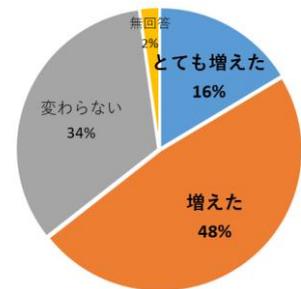
53.1%



【3】これまでに利用したことのない店舗

- (a) とても増えた・・・ 45人 (16.4%)
- (b) 増えた・・・ 132人 (48.0%)
- (c) 変わらない・・・ 92人 (33.5%)
- (d) 無回答・・・ 6人 (2.2%)

64.4%



⇒ 本キャンペーンをきっかけに、対象店舗を利用する機会が増えた人が66.2%となっており、「市内経済の活性化」という観点でも一定の効果が得られたことが分かる。

また、64.4%の人が【これまでに利用したことのない店舗】の利用を「とても増えた」又は「増えた」と回答していることから、新規顧客の開拓にも繋がったことが分かる。市民にとっても、地域の魅力を再発見し、シビックプライドを醸成する機会となったことがうかがえる。

以上