

## 令和2年度「キャッシュレス還元キャンペーン事業」実施結果

### 1. 事業概要

- (1) 名称・・・・・・・・・・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
- (2) 目的・・・・・・・・・・with コロナ時代に向けた「新しい生活様式」への対応として、「キャッシュレス決済（電子決済）」を推進し、浸透させることにより、コロナ禍においても安全に、安心して買い物を楽しむことができる環境を整備する。
- (3) 期間・・・・・・・・・・令和3年2月1日～3月31日（2か月間）
- (4) 内容・・・・・・・・・・①キャンペーン期間中、対象店舗の店頭でd払いにより支払いをした方に対して、支払い額の最大50%分のdポイントを還元する。  
②キャンペーン期間中、対象店舗の店頭で、d払いにより1回あたり合計1,000円以上の買い物をした人（同伴者を含む。）が【学生】または【18歳未満】の場合、対象者1人につき1つのオリジナルノベルティ（マスキングテープ）を進呈する。
- (5) 対象店舗・・・・・・・・・・d払いを導入している市内の中小店舗（※）  
※市の審査を通過し、且つ参加に同意した店舗に限る。  
※緊急事態宣言の延長等を受け、3月1日より要件を緩和。  
一定の条件をクリアできる場合、日常生活に密接な業種に限り、チェーン店についても対象と認めることとした。  
①開始時（2月1日時点）・・・・・・・・70店舗  
②終了時（3月31日時点）・・・・・・・・216店舗
- (6) キャンペーンに係る特記事項  
＜感染症防止策の徹底＞  
キャンペーンに参加する対象店舗に対して、以下のとおり対応。

- ①手指消毒用のアルコールジェル（アルコール濃度 75%）を 2 本配布。
- ②新型コロナウイルス感染症に係る「業種別ガイドライン」等を遵守し、感染症の発生・拡大防止に努めるよう依頼。
- ③適切な感染症防止策が講じられていないことが判明し、速やかに是正がされない場合等にあっては、対象から除外することがある旨を通知。
- ④上記③のため、店舗における感染症防止策について、電話、文書または実地調査などの方法により確認することがある旨を通知。

(7) キャンペーン以外の主な取り組み

- キャッシュレス決済の推進に関する連携協定の締結  
令和 3 年 1 月 19 日（火）
- 利用者向けセミナー@市庁舎
  - ①令和 3 年 3 月 3 日（水）09 時 30 分～ 申込者 0 人（→中止）
  - ② 13 時 00 分～ 参加者 3 人
  - ③令和 3 年 3 月 4 日（木）09 時 30 分～ 参加者 2 人
  - ④ 13 時 00 分～ 申込者 0 人（→中止）
- 事業者向けセミナー@オンライン（Webex Events）  
令和 3 年 1 月 29 日（金）14 時 00 分～15 時 00 分 参加者 14 人
- 参加者向けアンケート 令和 3 年 4 月 1 日～30 日  
回 答 ①オンライン・・・304 件（うち有効回答 275 件）
- 参加店舗向けアンケート 令和 3 年 4 月 1 日～30 日  
回 答 ①オンライン・・・・・・・・23 件 計 89 件  
②ダイレクトメール・・・66 件  
回収率 ①全体・・・・・・・・41.2%（89/216）  
②コンビニエンスストア以外・・・59.9%（88/147）

(8) 事業費・・・・・・・・58,713,317 円

- ①委託料・・・ 9,900,000 円
- ②負担金・・・48,813,317 円

<契約先>

- ①株式会社NTTドコモ 千葉支店
- ②株式会社NTTドコモ

(9) 広報・・・主なキャンペーンプロモーションは以下のとおり。

**A オウンドメディア (Owned Media)**

	実施項目	実施期間等	備考
1	市ホームページ	1月19日～	随時更新
2	d払いキャンペーンサイト	1月19日～	
3	広報習志野	1月15日号(10頁) 2月1日号(7頁) 3月1日号(11頁)	
4	商工習志野(習志野商工会議所会報)	2月号(3頁)	商工会議所協力
5	市ツイッター(耳より情報)	1月19日～	随時投稿
6	対象店舗用キャンペーンツール ポスター、ステッカー、 スイングPOP、フラッグなど	2月1日～	対象店舗、 ドコモショップ
7	キャンペーンチラシ		A4両面カラー
8	A2ポスター JR津田沼駅連絡通路掲示板	1月23日～3月31日	商工会議所協力
9	B2ポスター 公共施設、サンロード津田沼	2月1日～3月31日	
10	広報まちかど掲示板	2月5日～	A4チラシ
11	JR津田沼駅前サンプリング (平日)	1月20日～3月5日	ドコモショップ 対応
12	JR津田沼駅前サンプリング (土・日曜日)	2月27日・28日、 3月7日・8日	(株)NTTドコモ 千葉支店対応
13	マイショップメール		ドコモ会員向け
14	d払いアプリ PUSH 習志野市、千葉市、船橋市、 八千代市、鎌ヶ谷市、市川市、 浦安市、柏市、松戸市、佐倉市	①2月3日・26日 ②3月3日・26日	②3月分は市内 ユーザーに限定 して配信
15	ドコモの決済サービス お得情報メール	①2月9日 ②2月10日(市内限定)	配信対象はアプ リ PUSH と同様
16	マイインフォメール	2月10日、3月11日	ドコモ会員向け
17	チラシのポスティング(委託)	2月1日～2月15日	80%カバー

## B ペイドメディア (Paid Media)

	実施項目	実施期間等	備考
1	地域新聞折込広告		
2	地域新聞インタビュー記事	3月5日号	
3	新京成バス（窓上広告）	2月3日～4月2日	習志野営業所
4	京成バス（窓上広告）	2月5日～4月1日	新都心営業所
5	ターゲティング広告 自治体キャンペーン全般		バナー広告

## C アーンドメディア (Earned Media)

令和3年1月19日にプレスリリースを実施した後、さまざまなメディアでの露出が確認された。（以下抜粋。すべてウェブサイト）

メディア	ジャンル等	メディア	ジャンル等
産経ニュース	全国紙	現代ビジネス	業界・専門
日本経済新聞	全国紙	@DIME	業界・専門
毎日新聞	全国紙	PRESIDENT Online	業界・専門
時事ドットコム	通信社	JBpress	業界・専門
共同通信社	通信社	ペイメントナビ	業界・専門
Yahoo!ニュース	ポータル	SankeiBiz	業界・専門
エキサイトニュース	ポータル	J-CASTトレンド	業界・専門
BIGLOBE ニュース	ポータル	日経×TECH Active	業界・専門
Infoseek ニュース	ポータル	ORICON STYLE	タブロイド
ニコニコニュース	ポータル	週刊女性 PRIME	タブロイド

## 2. 実施結果（実績値）

### （1）キャンペーン参加状況

	2月利用分	3月利用分	期間合計
累計ユーザー数※ <sup>1</sup>	3,233人	15,984人	16,811人
決済回数※ <sup>2、3</sup>	6,567回	85,915回	92,482回
（1ユーザーあたり）	2.03回	5.37回	5.50回
決済金額※ <sup>2、4</sup>	16,855,252円	114,106,179円	130,961,431円
（1ユーザーあたり）	5,212円	7,137円	7,789円
（1決済あたり）	2,567円	1,328円	1,416円

- ※1 累計ユーザー数は、最終的に還元（ポイント付与）を受けたユーザーの数。  
2月利用分と3月利用分は個別に算定しているため、合計値は期間合計と一致しない。
- ※2 決済回数（金額）は、キャンペーン期間中の対象店舗におけるd払い決済回数（金額）であり、付与上限等の処理後、最終的に還元の対象となったか否かを問わない。  
そのため、1ユーザーあたりの決済回数（金額）は、処理前の累計ユーザー数から算出。  
（表中の累計ユーザー数は処理後の数値であり、処理前の数値とはわずかに異なる。）
- ※3 全額をdポイントで支払った決済については計上していない。
- ※4 dポイント利用分を控除した額を計上している。

### （2）市内のd払い加盟店数（≠キャンペーン対象店舗数）

キャンペーン発表前（令和3年1月18日現在）とキャンペーン終了時（同年3月31日現在）を比較して、14.0%増加した。

#### <参考>

国が実施したキャッシュレス・ポイント還元事業（2019年10月～2020年6月）における市内の加盟店登録数（2020（令和2）年9月現在）は以下のとおり。

	19年10月1日	20年4月1日	20年6月21日
全体	370店舗	784店舗	859店舗
（クレジットカード）	289店舗 78.1%	581店舗 74.1%	647店舗 75.3%
（QRコード）	137店舗 37.0%	354店舗 45.2%	<b>374店舗 43.5%</b>
（その他電子マネー等）	179店舗 48.4%	392店舗 50.0%	429店舗 49.9%

（経済産業省「ポイント還元事業における登録加盟店数の推移」より抜粋・加工）

### 3. 結果分析<sup>※5</sup>

※5 実績値を基に分析用に加工したデータを使用しており、実績値とは一致しない。

#### ■対象店舗における利用状況

	中小店舗		コンビニエンスストア	対象店舗全体 216店舗
	2月から参加 127店舗	3月から参加 22店舗	3月から参加 67店舗	
累計ユーザー数	6,654人	752人	15,043人	17,571人
(1店舗あたり)	52人	34人	225人	
	37.9%	4.3%	85.6%	
決済回数	19,985回		75,007回	94,992回
(1ユーザーあたり)	18,857回	1,128回		
(1店舗あたり)	148.48回	51.27回	1,119.51回	439.78回
決済金額	52,267,233円		81,446,363円	133,713,596円
(1ユーザーあたり)	49,450,391円	2,816,842円		
(1決済あたり)	2,622円	2,497円	1,086円	1,408円
(1店舗あたり)	389,373円	128,038円	1,215,617円	619,044円

#### <概説>

- 累計17,571人がキャンペーンに参加し、216の対象店舗において、計9.5万回、約1億3,370万円の決済が行われた。
- 「2月から参加した店舗（中小店舗）」においては、【1ユーザーあたりの決済金額】と【1決済あたりの決済金額】が非常に大きかった。  
また、キャンペーンに参加したユーザーの37.9%（6,654人）が1回以上利用しており、1店舗あたり約150回、約39万円の決済が行われた。
- 「3月から参加した店舗（中小店舗）」においても、【1決済あたりの決済金額】は、2月から参加した店舗と同程度に大きかった。  
一方で、【累計ユーザー数】は、キャンペーンに参加したユーザーの4.3%（752人）に止まった。これは参加期間の短さや、店舗の少なさが影響したものと考えられる。

- 「コンビニエンスストア」においては、参加期間が1か月間であったにもかかわらず、【累計ユーザー数】と【決済回数】が非常に多く、【決済金額】でも全体の60.9%を占めた。  
また、キャンペーンに参加したユーザーの85.6%が1回以上利用しており、コンビニエンスストアを利用する頻度の高さがうかがえる。（反対に、14.4%のユーザーは、中小店舗のみを利用したこととなる。）  
【1ユーザーあたりの決済回数】が月5回程度と多い一方で、【1決済あたりの決済金額】は小さく、中小店舗とは全く異なる使われ方であることが分かる。
- 中小店舗においては、キャンペーンへの参加時期にかかわらず、1ユーザーあたり月1.5回程度、1決済あたり2,500円程度の利用がされたことが分かる。累計2万回、約5,200万円の決済が行われており、【決済回数】は全体の20%程度であるものの、【決済金額】は全体の約40%を占める結果となっている。
- 中小店舗の「2月から参加した店舗」と「3月から参加した店舗」を比較すると、累計ユーザー数に約9倍もの開きが生じているが、1店舗あたりに均してみると、その差は1.5倍に縮む。参加期間に2倍程度の差があることを考慮すると、実際には「2月から参加した店舗」と同等以上のペースで累計ユーザー数が増加したことになる。  
一方で、【決済回数】については1店舗あたりに均しても約3倍の開きがあり、「2月から参加した店舗」の方が利用頻度が高いという傾向が見られた。このことから、早期に参加した店舗の方が、より多くの顧客獲得に成功したことが推察される。

以上