

消費者アンケートの結果

集計期間 2022年11月1日～11月30日

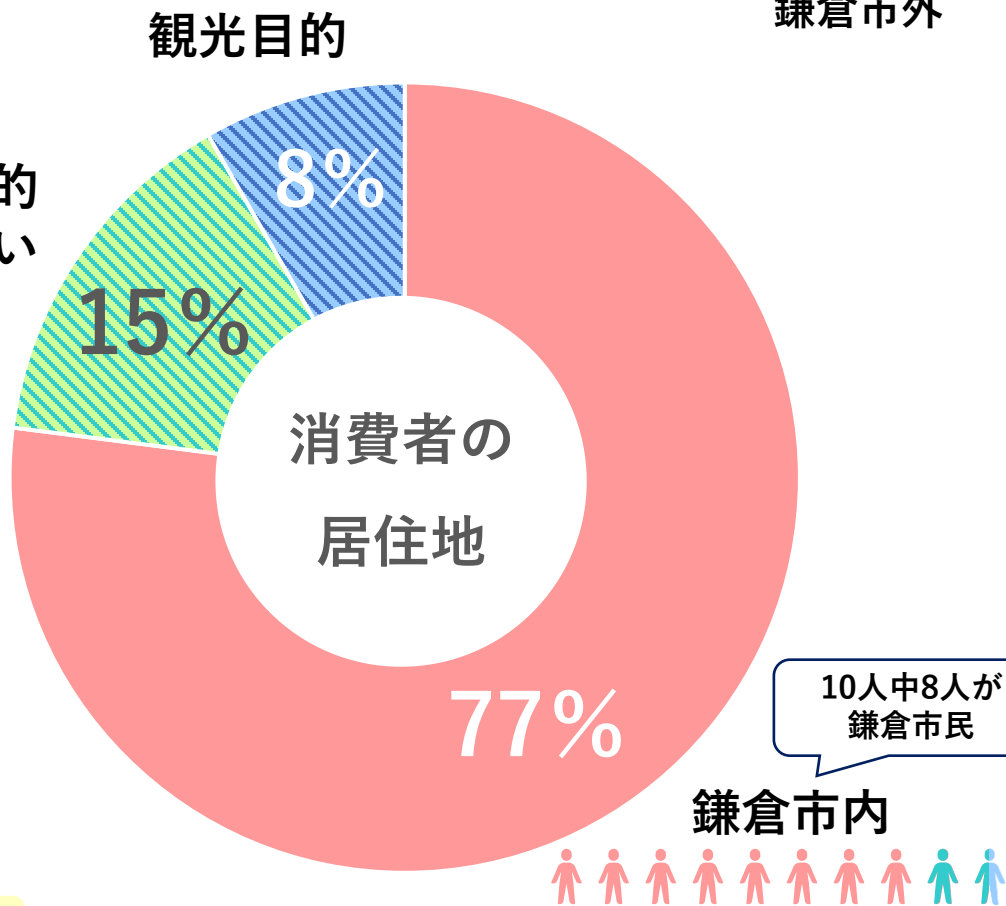
回答総数 1001 件

集計方法 専用LP、市役所HPからのアクセス

Q0

Q 0 あなたのお住まいを教えてください。

観光目的
ではない



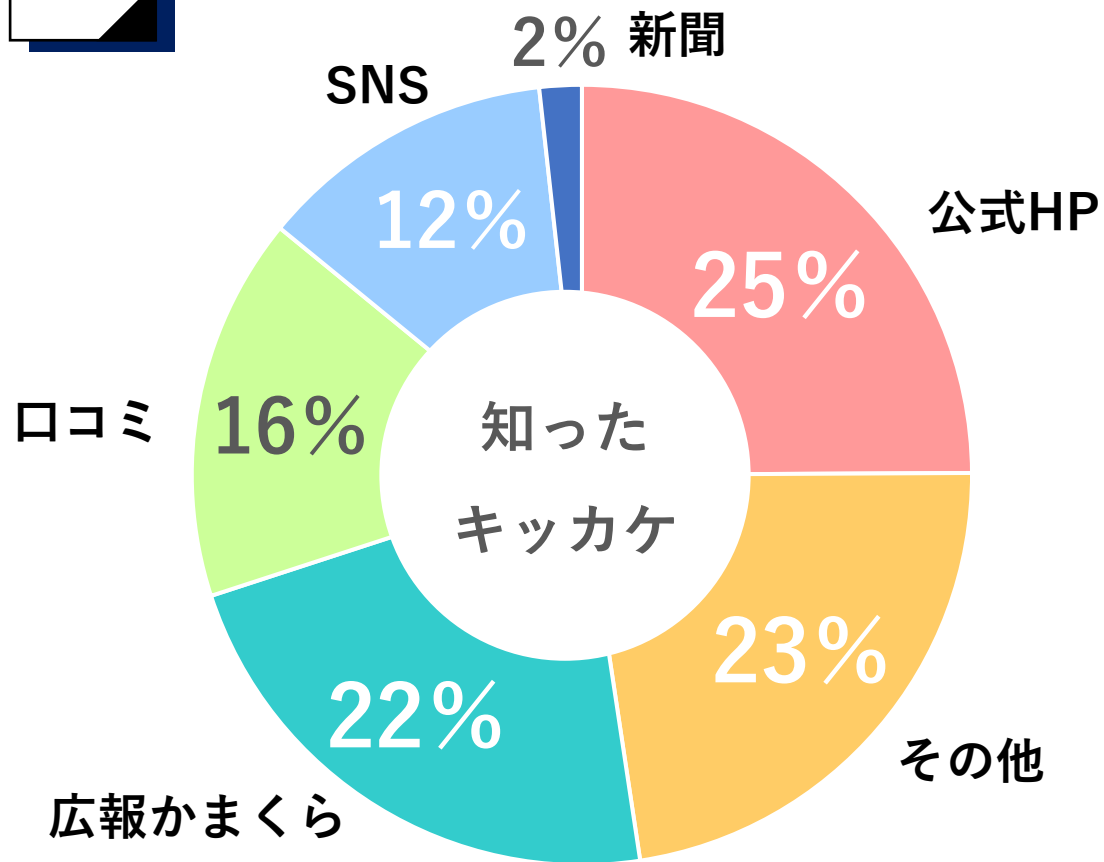
考察

鎌倉市民だけでなく、鎌倉市外の人でも参加することができ、また鎌倉という地の利を生かし、観光客誘致にも繋がり、鎌倉市の消費額の向上に繋がったのではないかと考えられる。

Q1

Q 1 「その場で割引キャンペーン」のことをどこで知りましたか（複数回答可）

口コミ



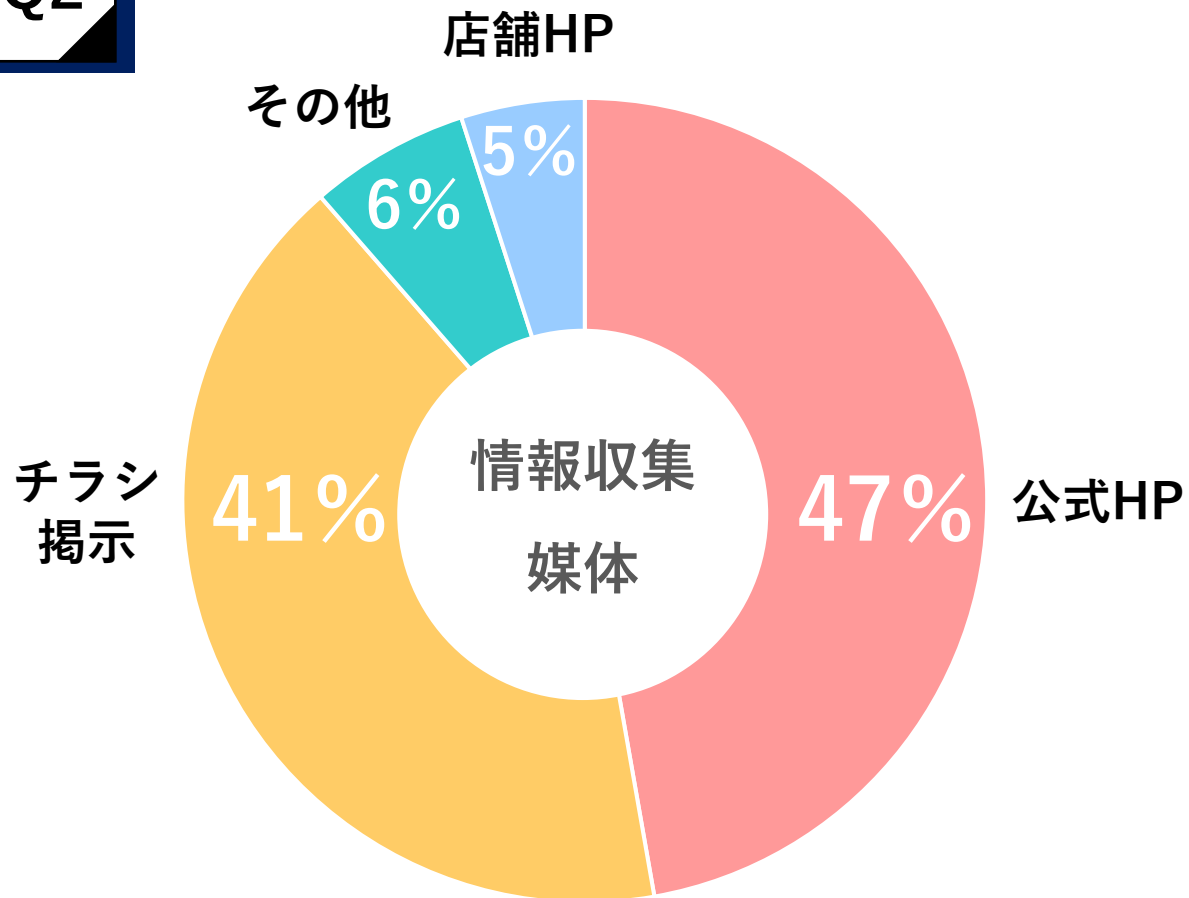
考察

25%の方が公式HPという回答から公式HP作成は成功であった。その他を選択した多くが、キャンペーン中に店頭・店内のポスターで知った配布したポスターがキャンペーン周知に有効であり、事業者の協力も大きかったと考えられる。

消費者アンケートの結果

Q2

Q2 「その場で割引キャンペーン」が利用できる取扱店舗を探す時に役に立ったのはどれですか（複数回答可）

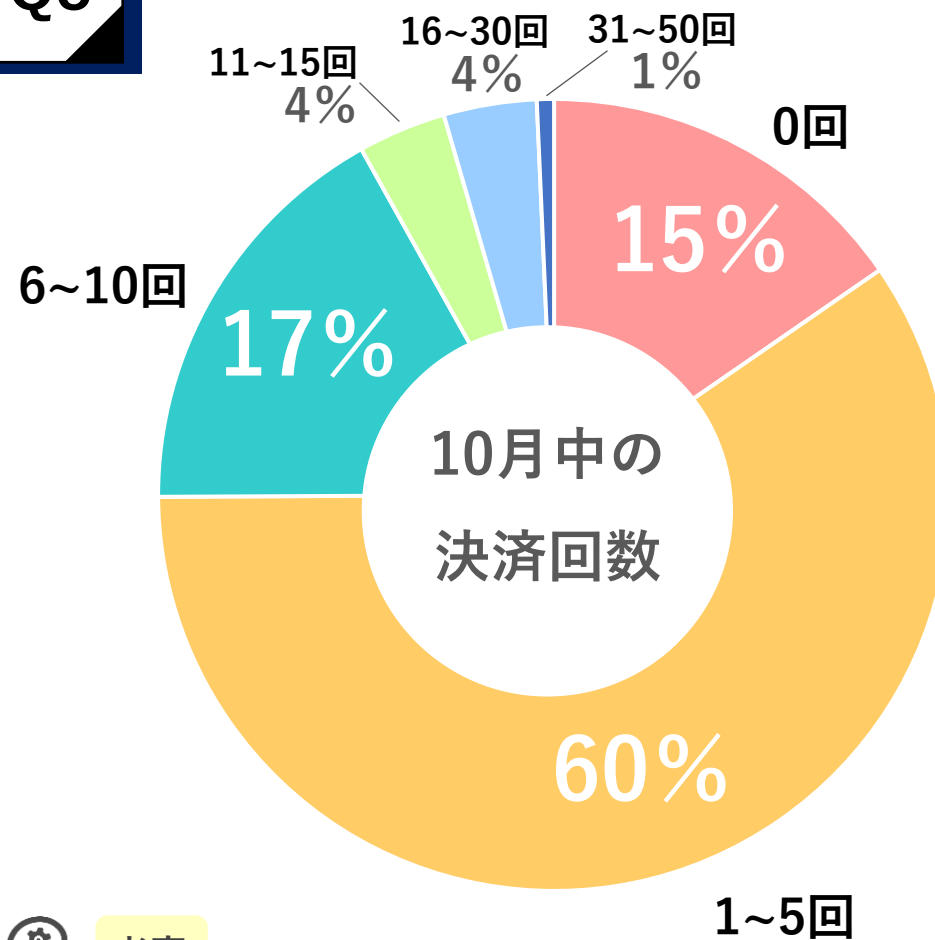


考察

取扱店舗を探す時に最も役に立ったのは、公式HP、次いでチラシ掲示という結果。その他の回答では、店で友人から教えてもらったが多くを占め、デジタル化が進む中で未だ人のつながりの中で周知する方法も有効であると考えられる。

Q3

Q3 「その場で割引キャンペーン」期間中、10月31日までの間に事業者で決済した回数はおおよそ何回ですか（回数を入力）



考察

60%の人が5回以下の決済数ではあるが、多くの人に様々なシーンで参加していただけだ。10月31日までの決済回数が0回と答えた人が15%でありキャンペーンが開始してからキャンペーンの存在を知った人が多いのではないかと推測できる。

消費者アンケートの結果

Q4

Q4 「その場で割引キャンペーン」をどのようなものに使用しましたか？
(いずれかひとつを選択)

特別な買い物

20%

どんな
買い物で
利用したか

80%

普段の買い物



考察

全体の80%の人に普段の買い物でキャンペーンに参加したという結果になった。特別な買い物の内訳としては外食、食料品購入であり、昨今の飲食店、食料品の値上げの対抗策としてキャンペーンが有効であったと考えられる。

Q5

Q5 「その場で割引キャンペーン」で買い物をする際に普段より多く買い物しましたか (いずれかひとつを選択)

いつもと
変わらない

40%

普段より
多く買い物
したか

60%

いつもより多く
買い物をした



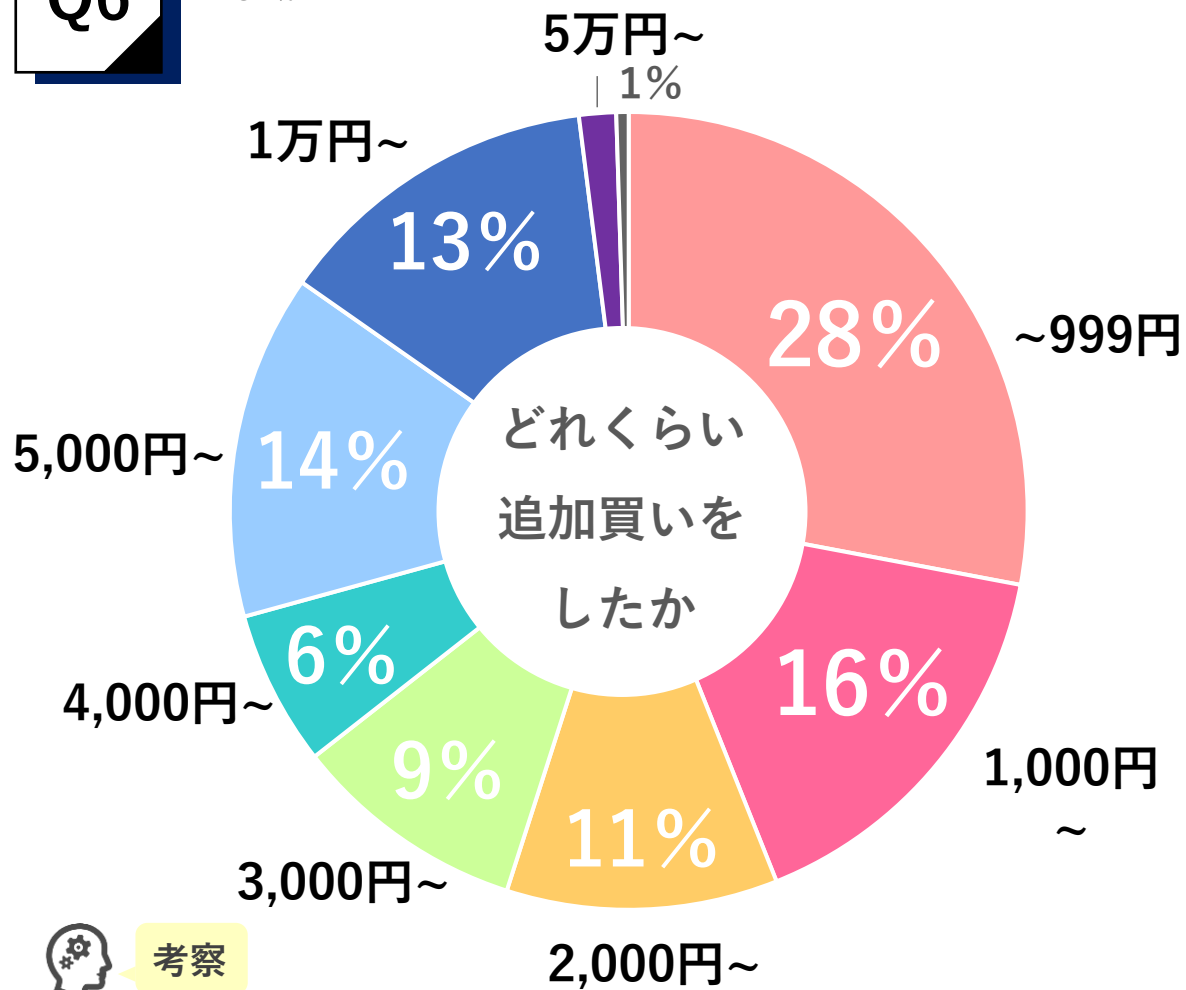
考察

全体の60%の人がいつもより多く買い物をしたという結果となり、鎌倉市の消費額向上に繋がったと考えられる。

消費者アンケートの結果

Q6

Q 6 キャンペーン開始から10月31日までの間に、いつもよりどれくらい多く買い物しましたか

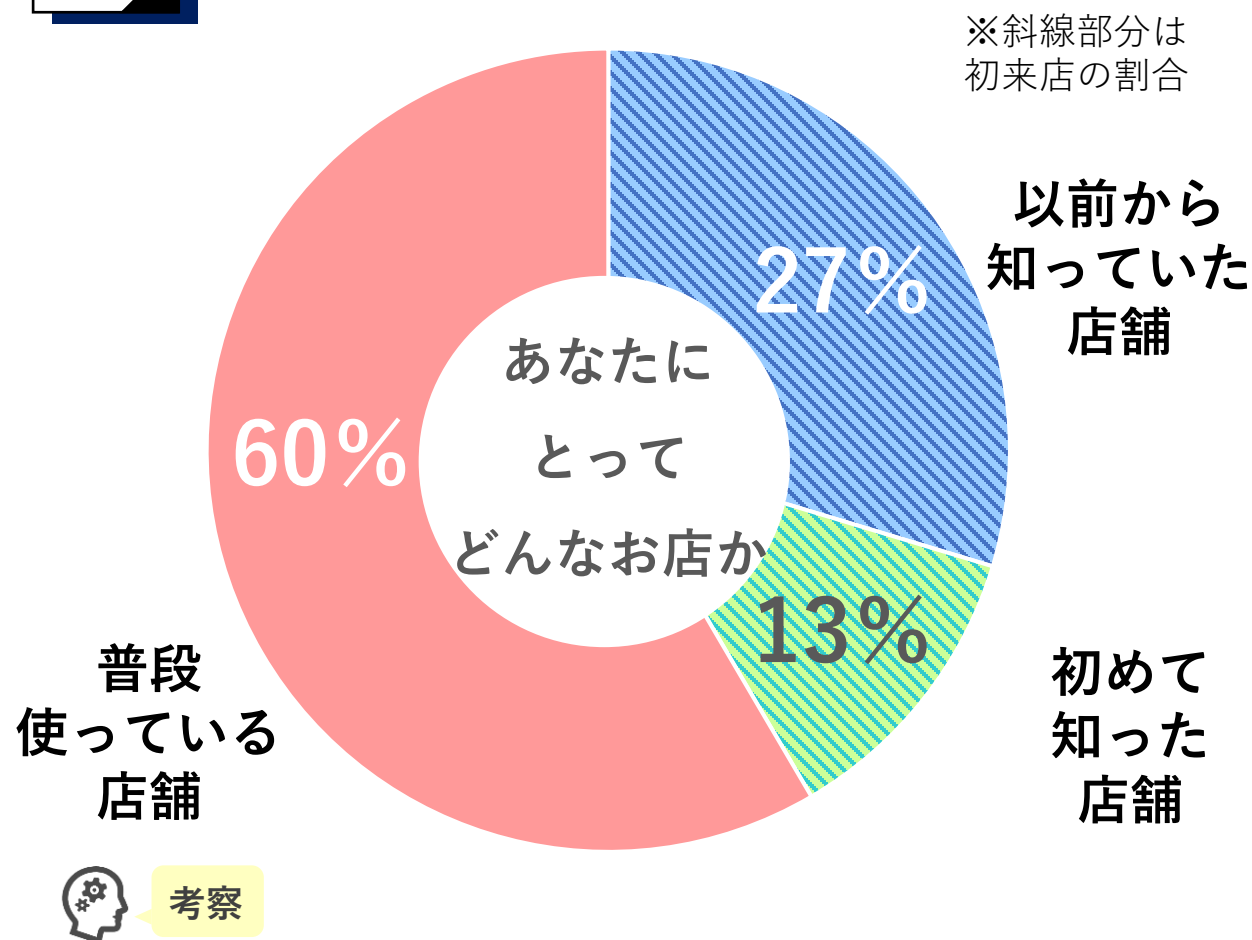


考察

全体の約半数の人は3,000円未満の購入額であり、これはオリコン顧客満足度調べによるQRコード決済の一回の平均金額があまり高くないことと一致している。また割引上限額を2万円と設定したためか5万円未満が全体の殆どを占めている。

Q7

Q 7 「その場で割引キャンペーン」で買い物等したお店は、あなたにとってどのようなお店でしたか（いずれかひとつを選択）



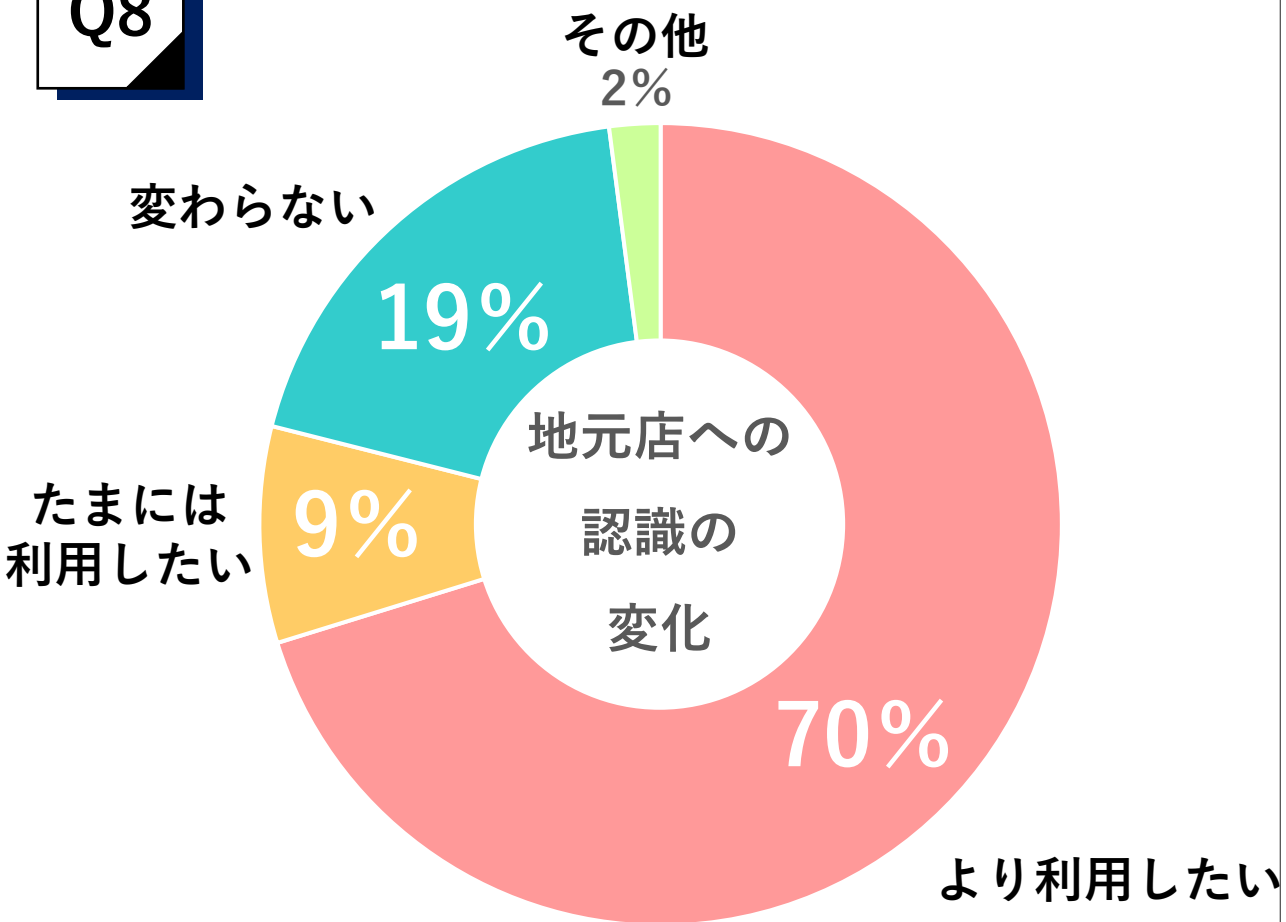
考察

全体の40%の人が、キャンペーンの効果により初来店の店舗で購買行動に出たという結果であった。また、残り60%の人は普段使っている店舗でキャンペーンに参加したという結果であった。

消費者アンケートの結果

Q8

Q 8 地元のお店に対する認識は変わりましたか（いずれかひとつを選択）

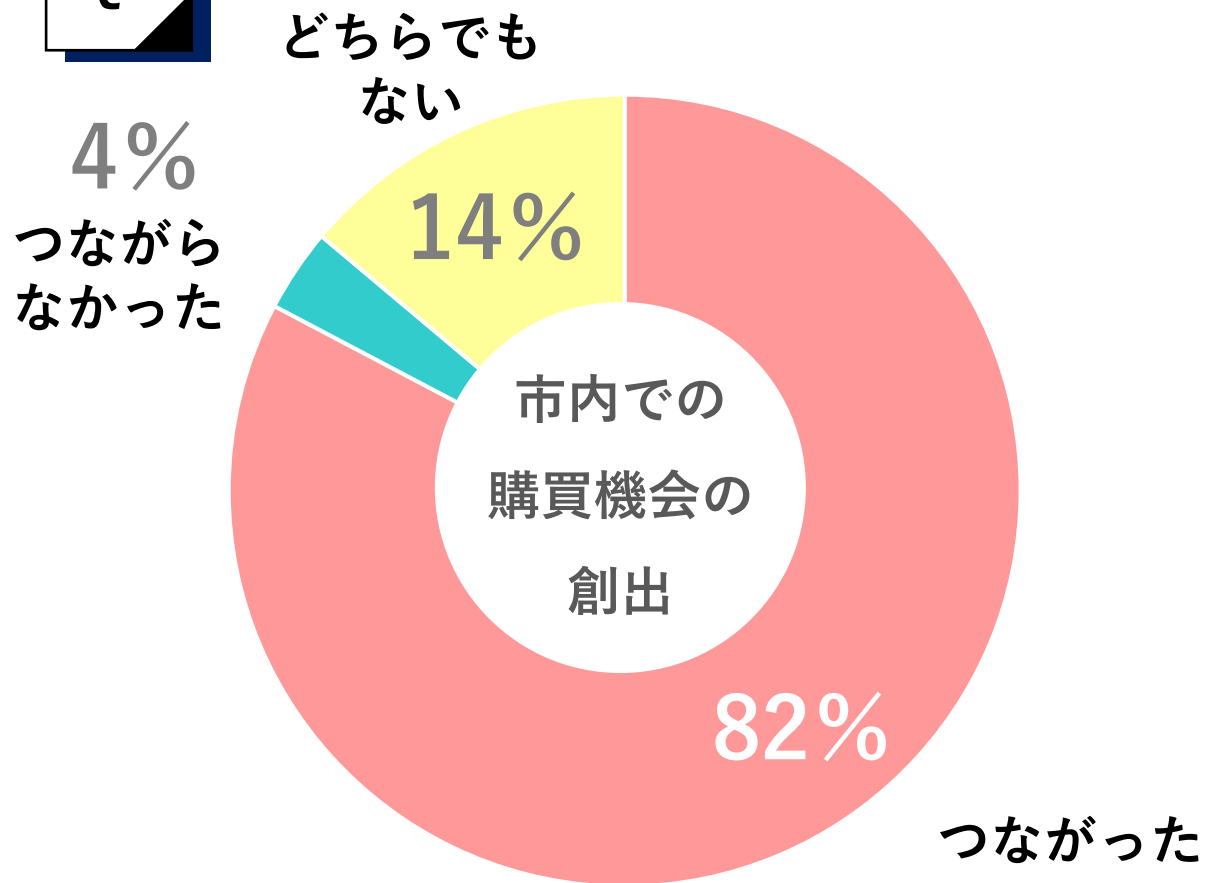


考察

全体の79%の人が、キャンペーンの効果により、地元のお店に対する意識が向上したことが明らかになり、鎌倉事業者応援施策として有効であったといえる。

Q9

Q 9 市内で買い物等する機会につながったと思いますか（いずれかひとつを選択）



考察

全体の82%の人が、キャンペーンの効果により鎌倉市内で買い物する機会に繋がったという結果となり、市内の消費額向上に繋がったと考えられる。

消費者アンケートの結果

Q10

Q10 割引率を変えたことにより、中小店舗の応援に効果があったと思いますか
(いずれかひとつを選択)

どちらとも
いえない

19%

3%

効果が
なかった

割引率の
差別化の
効果

78%

効果があった



考察

キャンペーンでは中小店舗支援のため、大型店と中小店で割引率に差を付けましたが、全体の78%の人が、キャンペーンの効果により、中小店をより利用したいという結果になり、中小店舗支援としても成功であったといえる。

Q11

Q11 店舗で「その場で割引キャンペーン」のQRコード決済をした際に何かトラブルはありましたか (いずれかひとつを選択)

あった

10%

コード決済の
トラブルの
有無

90%

なかった



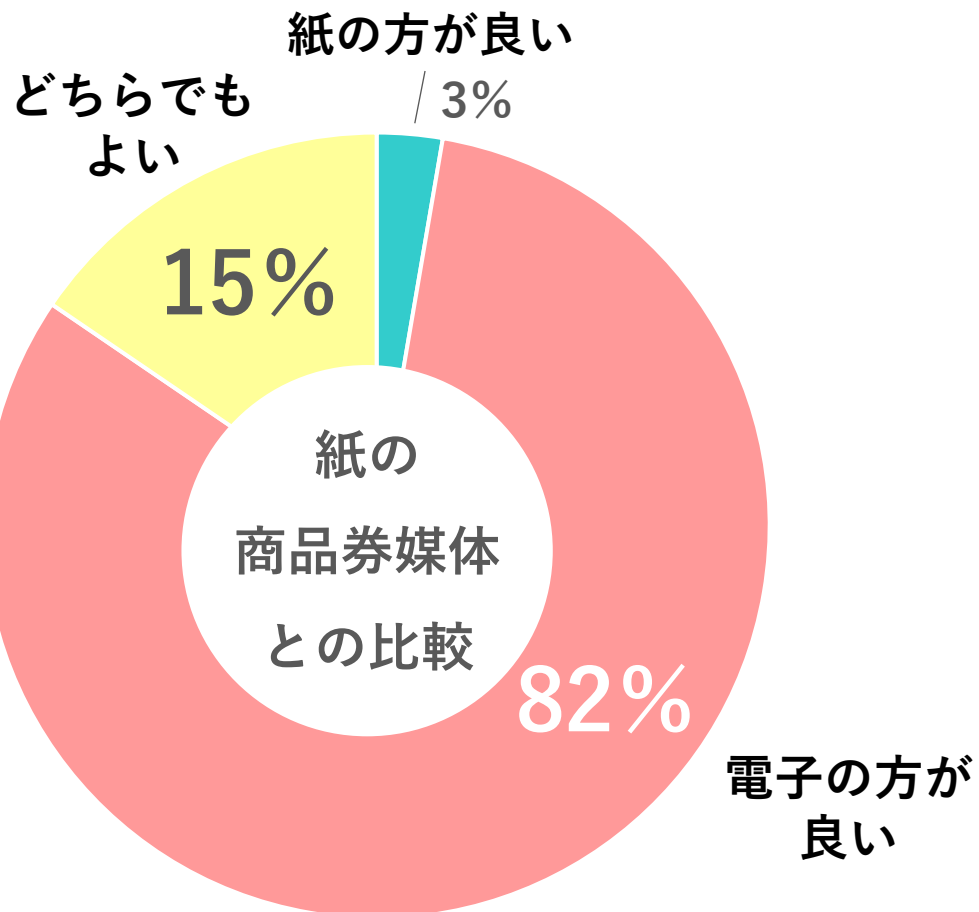
考察

全体の90%の人が、QRコード決済のトラブルはなかったと答えており、キャンペーンの参加ハードルが低かったのではないかと考えられる。

消費者アンケートの結果

Q12

Q 1 2 紙の商品券事業と比較してどうでしたか

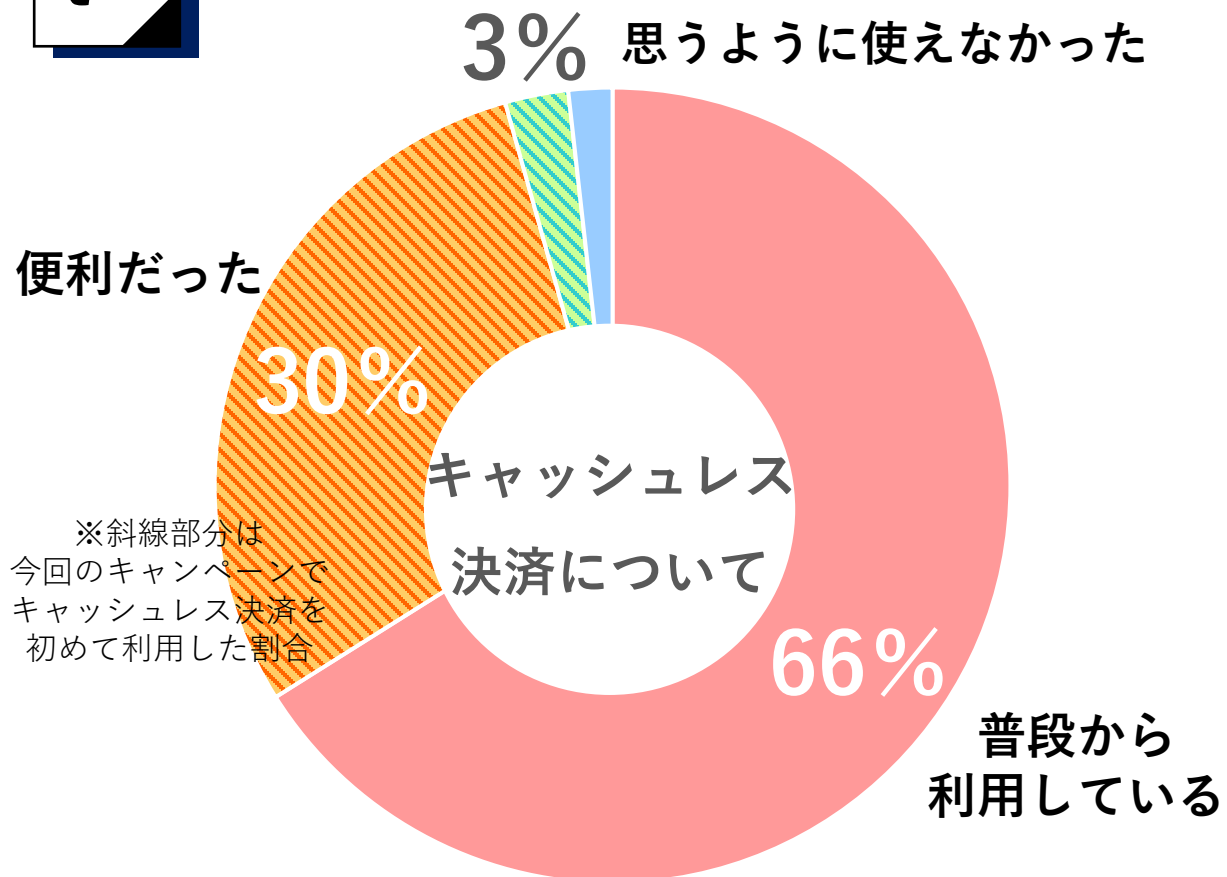


考察

全体の82%の人が、電子媒体での商品券を望む結果であった。そのため、費用対効果を考慮すると、スマホ普及率が上がる中で電子媒体の商品券事業は今後受け入れられていくのではないかと考えられる。

Q13

Q 1 3 今回、キャッシュレス決済を経験してどう思いましたか
(いずれかひとつを選択)



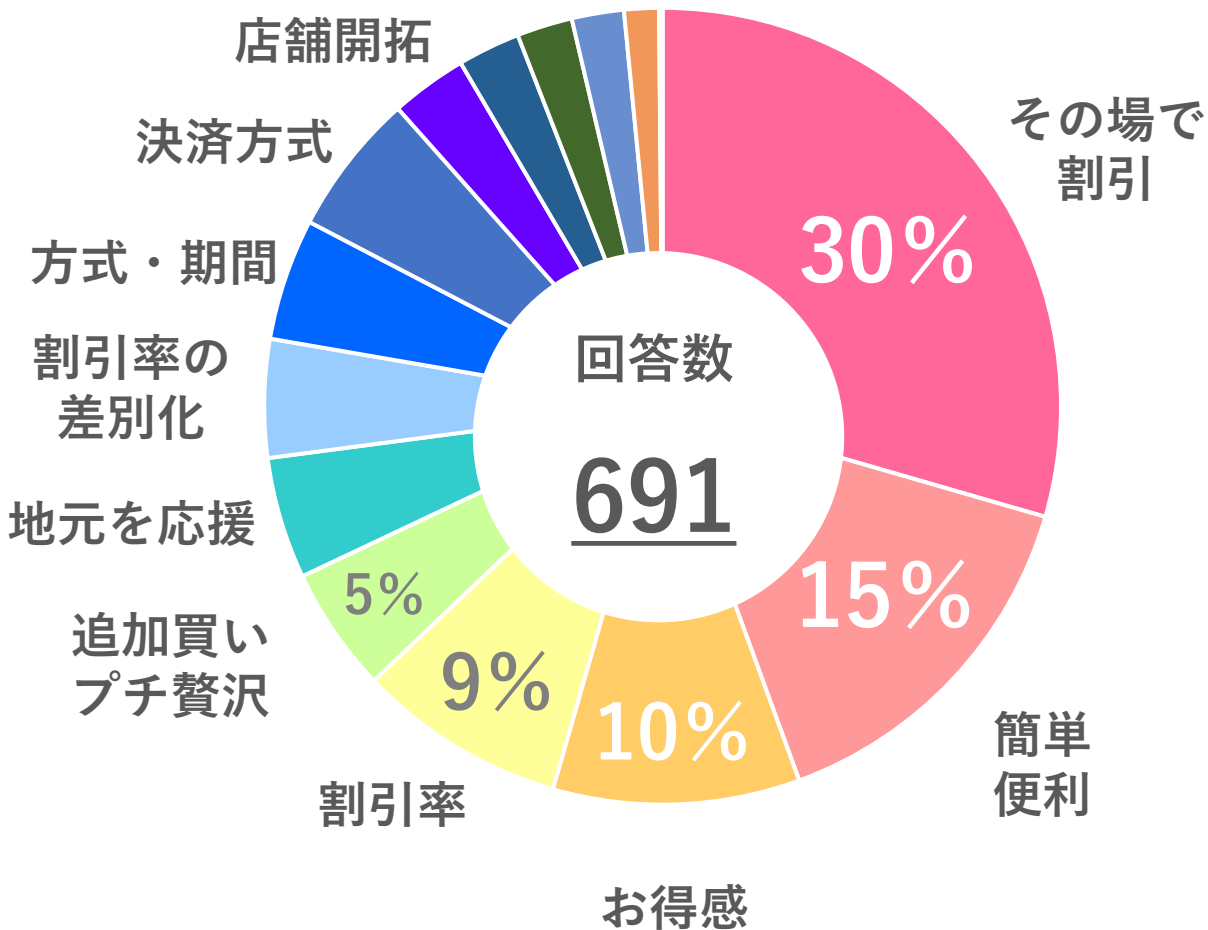
考察

全体の66%の人がキャンペーン前から既にQRコード決済を利用しており、キャンペーンの参加ハードルが低かったのではないかと考えられる。またキャンペーンをキッカケに30%の人がQRコード決済を初めて利用し、好意的な意見を持っていることが結果として出た。

消費者アンケートに寄せられた声

Q14

Q 1 4 「その場で割引キャンペーン」の良かった点を教えてください（自由記述）



良かったと思う点



買った際に
割引され
分かりやすい



CP限定のアプリ
が不要で
参加しやすかった



お得感を実感できた
ポイント制より
分かりやすい



20%割引は大きい
物価上昇の中
家計に助かる



いつもより贅沢に
多くの商品を
買うことができた



地元の店舗に
もっと行きたいと
思った



平日20%割引が
地元民には嬉しい
中小企業の応援にも



またやってほしい
もっと長い期間
続いてほしかった

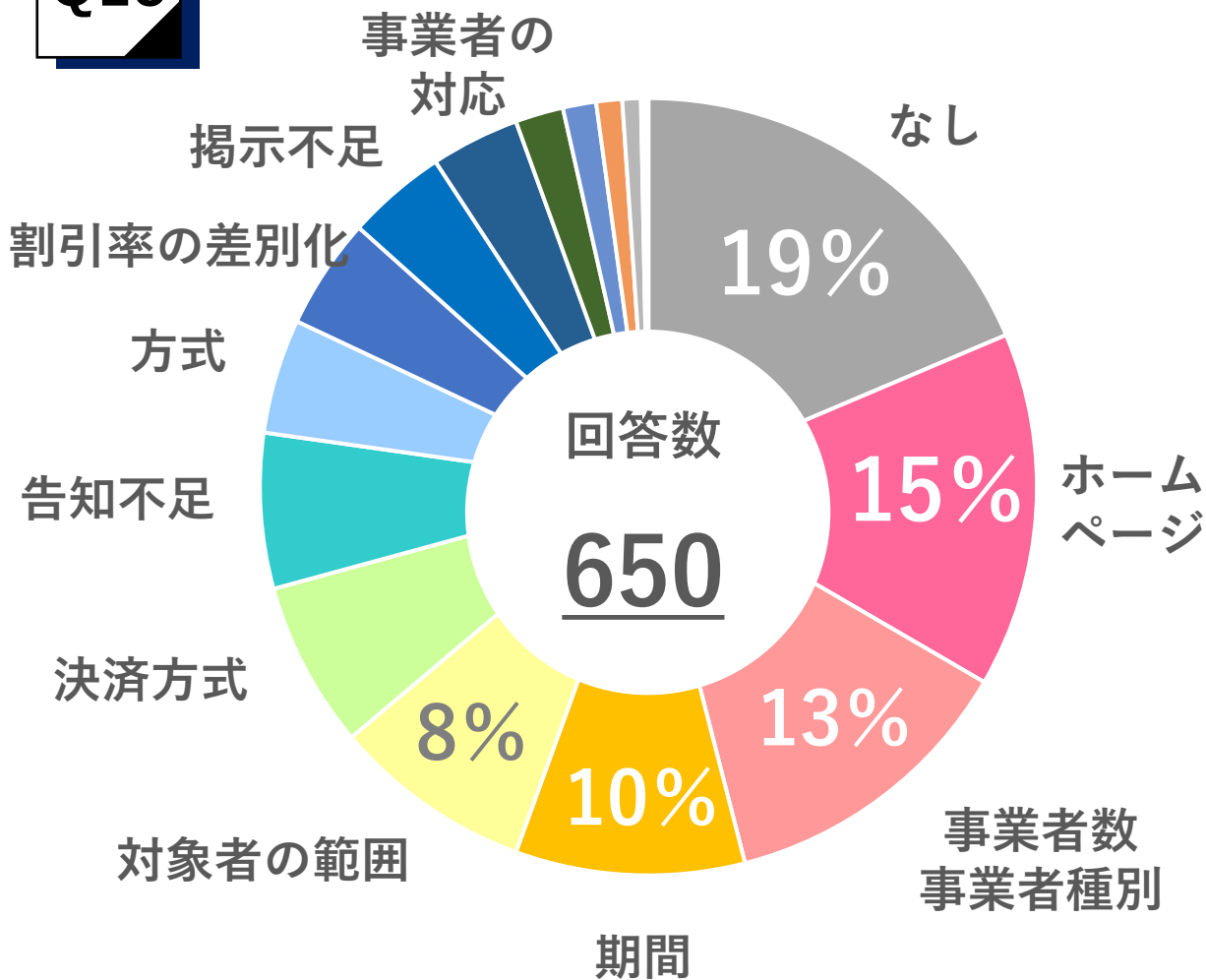


QRコード決済を
導入した店舗が
増えて便利

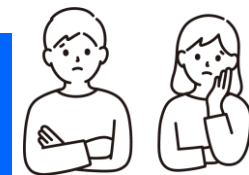
消費者アンケートに寄せられた声

Q15

Q15 「その場で割引キャンペーン」の悪かった点（要望等）をお答えください
（自由記述）



悪かったと思う点・ご要望の声



<p>事業者検索が 分かりづらい マップ機能が欲しい</p>	<p>事業者数・業種が 少ない</p>	<p>期間が短い 継続してほしい</p>
<p>高齢者や スマホ非保持者には 難しい</p>	<p>電子マネーなど 対象決済を 増やしてほしい</p>	<p>知らないうちに 始まっていた もっと広報すべき</p>
<p>電波が悪いときに 決済できなかった</p>	<p>平日・休日 中小店・大型店で 割引を同様に</p>	<p>店員が不慣れで 迷惑がられた 時間がかかった</p>