

# しが割キャンペーン（第1弾および第2弾）の結果概要

## 1. キャンペーン実施結果

○実施期間 【第1弾】R4.11.14～R4.12.11(4週間)、【第2弾】R5.1.23～R5.2.12(3週間)

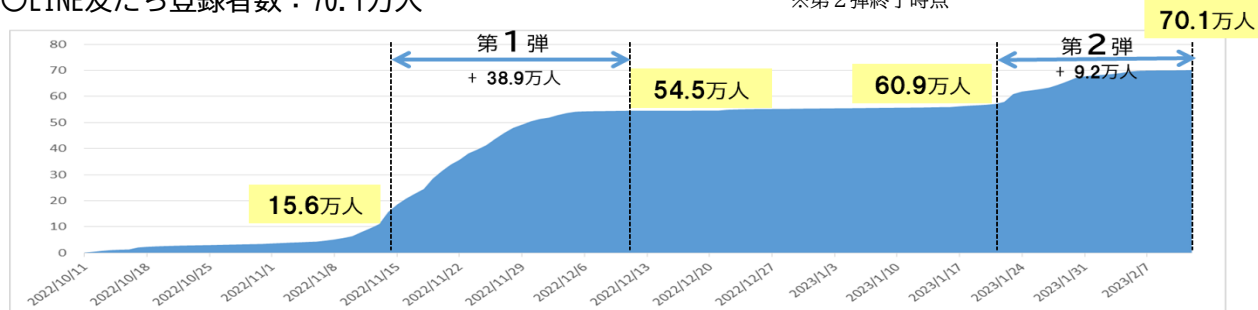
○参加店舗数：6,037店舗

※第2弾終了時点

[内訳] 小売業：2,288店舗(37.9%)、飲食業：1,860店舗(30.8%)、サービス業：1,889店舗(31.3%)

○LINE友だち登録者数：70.1万人

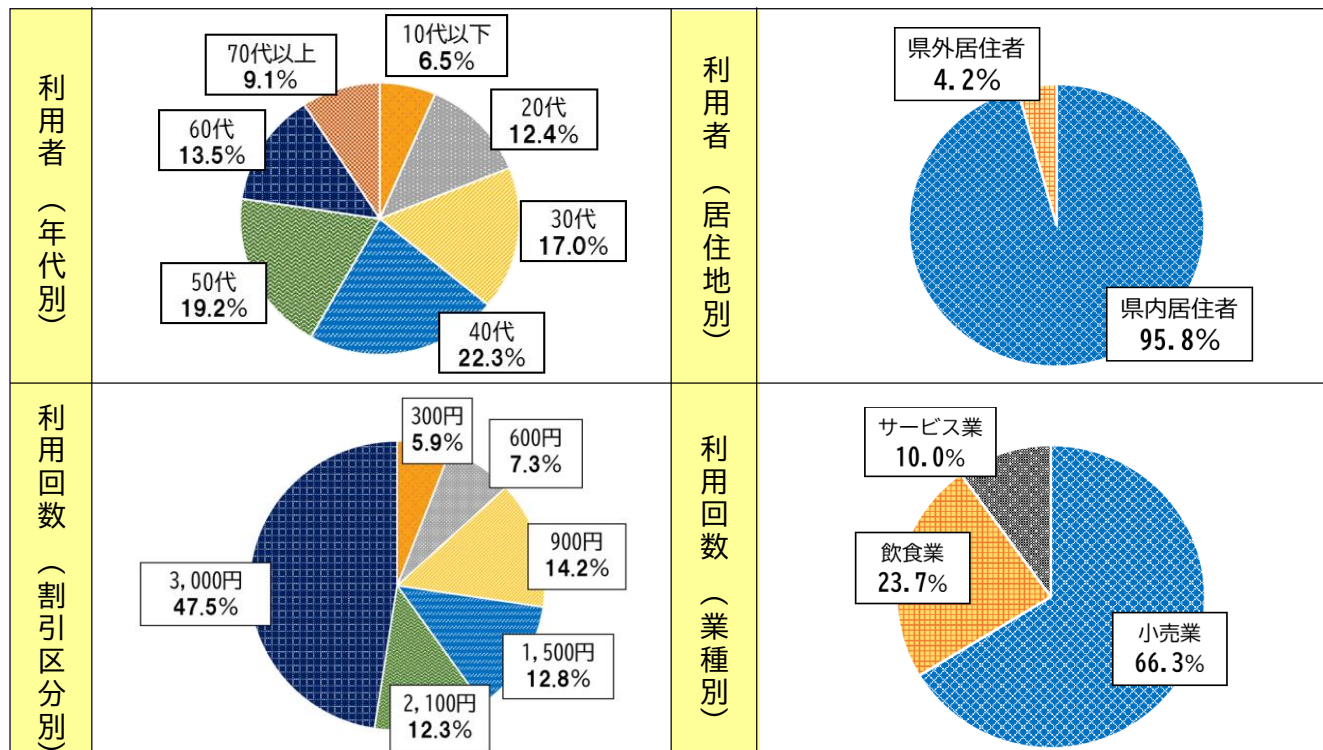
※第2弾終了時点



○利用状況

- ・参加店舗の95.0%において1回以上の割引券の利用あり。
- ・従業員数が5人以下の小規模事業者が運営する3,738店舗で、全体の21.0%の利用あり。(延べ約26万回)

	第1弾	第2弾	合計
割引利用人数(延べ)	552,217人	704,252人	1,256,469人
割引利用額①	1,075,953千円	1,519,211千円	2,595,164千円
消費総額②(①含む)	5,098,466千円	6,760,304千円	11,858,770千円
(消費効果②/①)	(4.7倍)	(4.4倍)	(4.6倍)



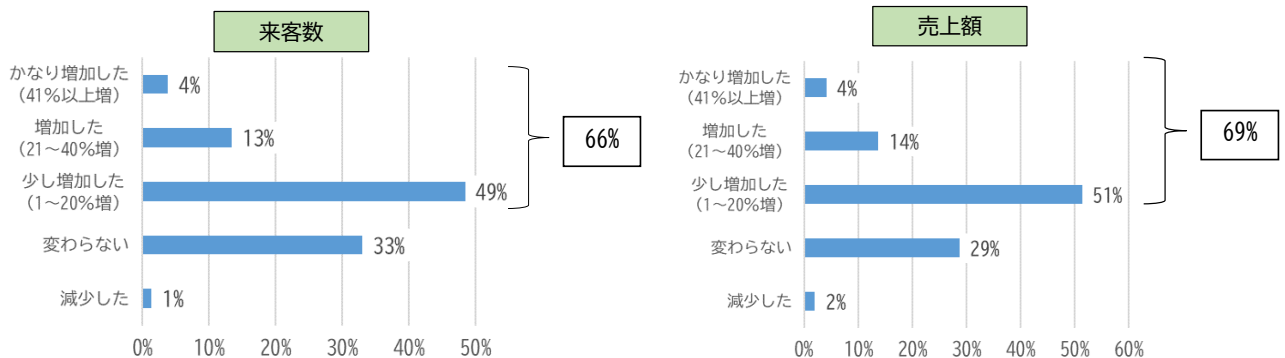
## 2. アンケート結果

※アンケート実施期間：令和5年2月7日～2月28日

### ①事業者アンケート（回答者数：1,391者）

#### ●期間中の来客数・売上げの変化

・来客数について全体の66%、売上額について全体の69%が「増加した（かなり・少しを含む）」と回答。



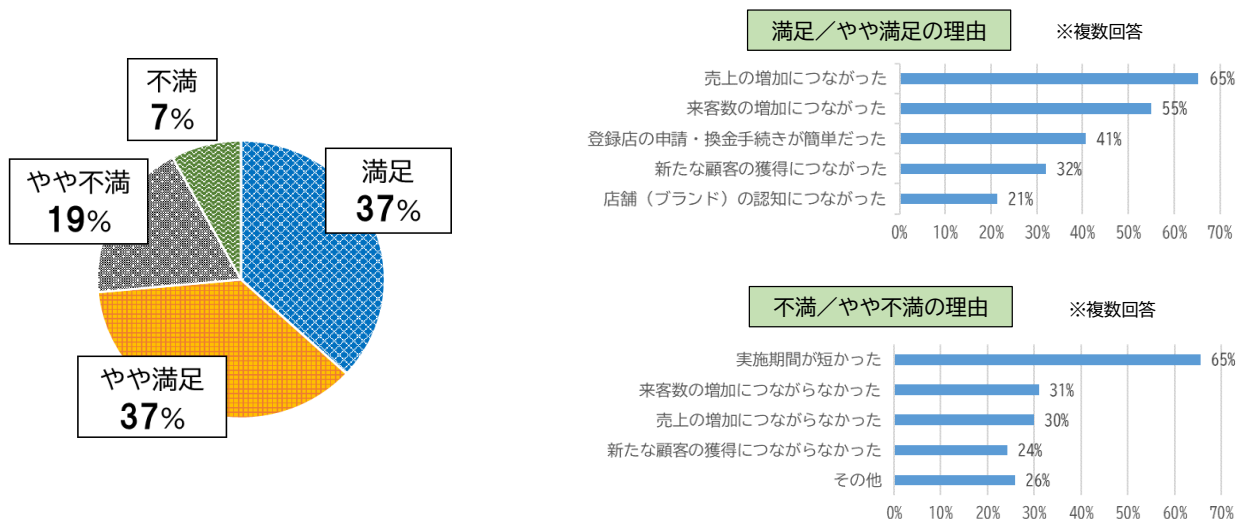
#### ●割引券の発行方法（電子・紙）

・全体の90%が「電子の方が取り組みやすい」と回答。

#### ●全体的な満足度

・全体の74%が「満足（やや満足含む）」と回答。

・最も多い理由は、満足：「売上増加につながった(65%)」、不満：「実施期間が短い(65%)」



#### ●今後、同様の事業が実施される場合の参加意向

・全体の92%が「参加したい」と回答。

#### ●自由意見

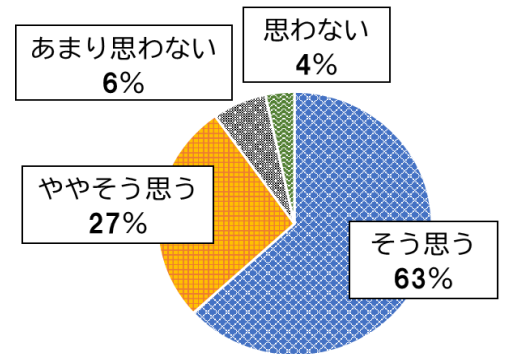
- ・新規客の来店増や単価アップ等の効果に加え、お客様との会話が増えた。
- ・例年の来店客数の少ない時期に実施いただき、お客様に喜んでいただいた。
- ・大型店・大規模チェーン店の参画には、一定の制限を設けてほしい。
- ・もっと長い期間続けてもらえると嬉しいです。

## ②利用者アンケート (回答者数：115,633者)

●しが割により、購入する数や量、頻度が多くなったり、単価の高いものを購入することにつながったか。

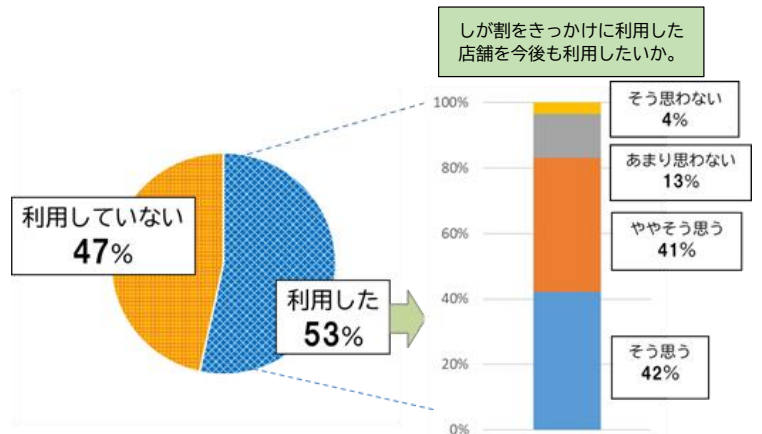
- 全体の**90%**が、「しが割により購入する数や量、頻度購入単価が増えた」と回答。

(「そう思う」「ややそう思う」と回答した者)



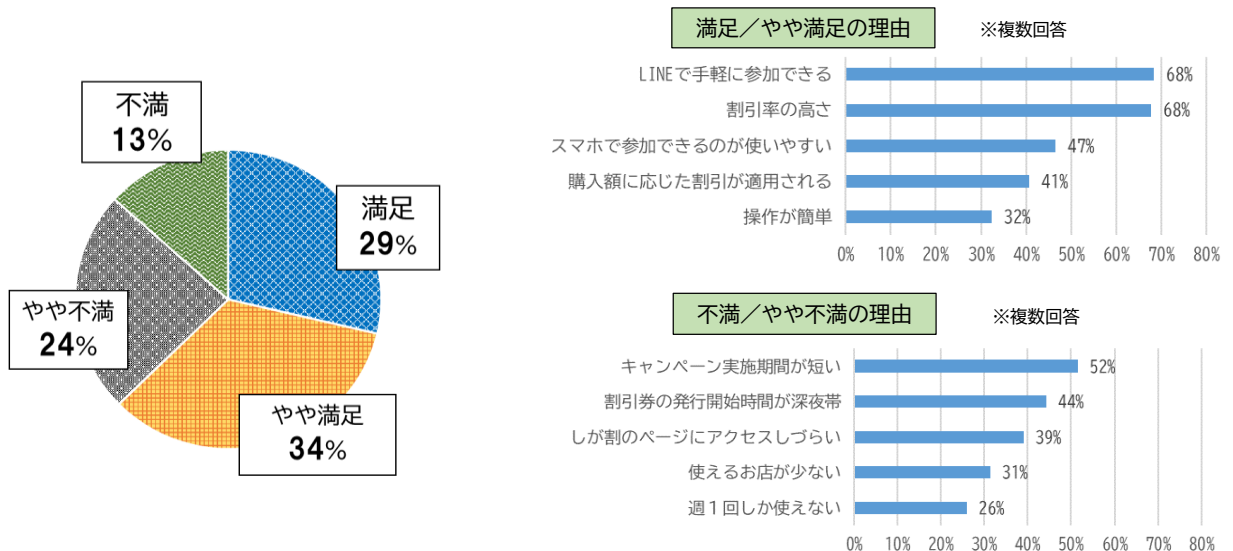
●しが割をきっかけとして、今までに利用したことがない店舗を利用したか。

- 全体の**53%**が、「利用したことがない店舗で利用した」と回答。
- うち**83%**が、今後もその店舗を「利用したい」と回答。



●全体的な満足度

- 全体の**63%**が「満足 (やや満足含む)」と回答。
- 最も多い理由は、満足：「LINEで気軽に参加できる(68%)」、不満：「実施期間が短い(52%)」



●自由意見

- 普段行かないお店で買い物したり、食事が出来て良かったです。
- 使い勝手がよく、デジタル化推進にも寄与する。
- 利用可能期間(1週間)が短く、慌てて使わないといけない。もう少し余裕が欲しい。
- 割引券の取得を先着順ではなく、抽選にしてもいいのでは。