

# 02 利用促進キャンペーンの実施結果について

【資料 2】

概要

- キャンペーン期間中の決済金額は1,218,066円であった。
- 還元額は84,841円、参加ユーザーは142名に留まった
- 回遊条件が複雑であったことや、還元上限額の引き下げ等がキャンペーンの低迷の原因である可能性
- 対象店舗での利用に限ってみれば、本キャンペーンにより4.6倍の利用がみられた
- 期間中の対象店舗による決済金額は442,113円であった（日割：29,474円）  
※通常時（2025/4/1→2026/3/2）の決済金額は2,125,446円（日割:6,344円）

## キャンペーン結果概要

実施内容	10%還元（還元上限額1,000円） ※回遊要件あり（特定の飲食店等の決済）
実施期間	令和8年1月16日～1月31日（15日間）
期間中の決済金額	1,218,066円
うち対象店舗の決済金額	442,113円（通常時の約4.6倍の利用）
還元額	84,841円
参加ユーザー	142名

## キャンペーン結果低迷の原因と改善策

### 回遊要件の誤認

#### 【課題】

- 「特定店舗で1回使えば、期間中全ての決済が10%還元」というルールが「対象店舗の決済のみ10%還元」と誤認されていた。

#### 改善策

- 回遊要件など、複雑な要素を抜きにしたシンプルな利用促進策を実施する。

### 還元上限額の引き下げによるインセンティブの低下

#### 【課題】

- 回遊要件が追加されたにも関わらず、上限額を3,000円から1,000円に引き下げたことで、「わざわざ特定店舗を探してまで参加するメリット」を感じられなくなってしまった。

#### 改善策

- 回遊要件の撤廃したシンプルな施策にする。
- 還元上限額を1,000円から引き上げる。

### 実施時期のミスマッチ

#### 【課題】

- 前回は12月の消費が増える時期に合わせて実施したが、今回は1月16日から31日までと、年末年始の反動で財布の紐が固くなる時期に重なってしまった。

#### 改善策

- 「なとりコイン」のキャンペーンだけでは財布の紐が弛まないため、消費意欲が高まる時期を見定めて実施する（12月等）

## 02 利用促進キャンペーンの実施結果について

次年度（案）…令和8年度は2回実施

- 回遊要件などの複雑な要素を排除し、単純に決済をトリガーとした施策を展開（抽選・10%還元両方）
- お知らせを強化する方法ではユーザーの精読率に限界があるため、複雑な要件を排除する方向性で検討。
- なとりコインプレミアム・物価高騰対策支援などの施策によりユーザー数が増加しているため、予算管理が容易な抽選キャンペーンを最初に打ち、ユーザーの反応をみる
- 12月に商工会の歳末キャンペーン等と合わせてキャンペーンを打ち、シナジーを狙う

### 施策 ①

- 時期：9月頃（なとりコインのネイティブアプリのリリースに合わせる）
- 方法：抽選キャンペーン  
5,000円以上の決済で1口応募  
（他に要件を追加しない）



### 施策 ②

- 時期：12月（年末の財布の紐が弛む時期、商工会の歳末キャンペーンとのシナジーを狙って実施）
- 方法：10%還元キャンペーン  
還元上限額は施策①のユーザーの反応で判断  
回遊要件などの複雑な要件を排除

