

報道関係者各位
プレスリリース

2023年7月3日
株式会社 mitoriz

キャッシュレス決済キャンペーンの実施でアプリの利用比率が2.5倍に！ キャンペーンが後押しとなり、対象メーカーの商品購入が大幅に増加

株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、消費者購買行動データサービス「Point of Buy®（以下、POB）」の会員3,009人に「キャッシュレス決済アプリに関する調査」を実施致しました。4月1日から給与デジタル払いが解禁されるなど、世の中でキャッシュレス化が加速するなかで、消費者のキャッシュレス決済アプリの利用実態を調査しました。また、キャッシュレス決済アプリのキャンペーンが消費者の購買行動にどのような影響を与えているか、事例を交え、レシートデータ（POBデータ）で分析し、効果の検証を行っております。

《調査サマリー》

- ・9割以上の方が「キャッシュレス決済アプリ」を利用している
- ・最も利用されているサービスは「PayPay」で、6割以上が利用
- ・キャッシュレス決済アプリの平均利用サービス数は2.9個
- ・【レシート分析】「花王」PayPayキャンペーン効果測定 ⇒ PayPay決済比率が2.5倍に増加
- ・【レシート分析】「花王」PayPayキャンペーン効果測定 ⇒ キャンペーン対象商品の購入が大幅に増加

9割以上がキャッシュレス決済アプリを利用！「PayPay」が最も利用されており6割以上の方が利用

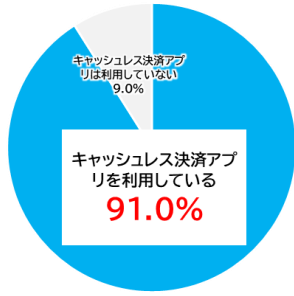
「キャッシュレス決済アプリの利用の有無」を尋ねたところ、回答者の91%が何かしらのキャッシュレス決済アプリを利用していることがわかりました。続いて「普段利用しているキャッシュレス決済アプリ」を尋ねたところ、「PayPay（61.5%）」が最も利用されており、年代別でも最も利用されているサービスとなりました。

また、キャッシュレス決済アプリ利用者の中、複数のサービス利用している人は約6割で、平均利用サービス数は2.9個となりました。

※「その他決済アプリ」は1サービスとして集計

図表1) 普段利用しているキャッシュレス決済アプリを全てお選びください。

全国のPOB会員男女 N=3,009人 (平均年齢48.8歳)
 調査期間：2023年5月2日～5月3日 インターネットリサーチ マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」



	総計	20代	30代	40代	50代	60代以上
n=	3009	104	433	939	1122	411
PayPay	61.5%	57.7%	61.0%	62.4%	61.5%	61.1%
au PAY	43.0%	39.4%	42.7%	41.0%	44.3%	45.5%
楽天Pay	35.9%	34.6%	38.8%	37.7%	34.6%	32.4%
d払い	26.8%	24.0%	24.2%	30.6%	25.3%	25.3%
ファミPay	22.4%	17.3%	21.0%	22.3%	23.7%	22.1%
LINE Pay	15.1%	13.5%	14.5%	16.6%	14.3%	14.4%
楽天Edy	15.4%	6.7%	12.7%	15.5%	16.6%	16.8%
メルPay	14.8%	23.1%	17.3%	17.8%	11.8%	11.2%
その他決済アプリ	10.8%	3.8%	9.5%	8.9%	11.5%	16.5%
モバイルSuica	10.5%	7.7%	11.5%	11.6%	9.8%	9.5%
nanacoモバイル	8.8%	6.7%	9.0%	9.7%	8.3%	8.5%
キャッシュレス決済アプリは利用していない	9.0%	13.5%	9.7%	8.5%	8.5%	9.5%



※全国の消費者から実際に購入したレシートを収集し、ブランドカテゴリごとにレシートを集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

【レシート分析】「花王」PayPayキャンペーンの効果測定

続いて、キャッシュレス決済アプリのキャンペーンが消費者の購買行動にどのぐらい影響を与えているのか、利用者の多い「PayPay」のキャンペーンを取り上げ、レシートデータから分析します。

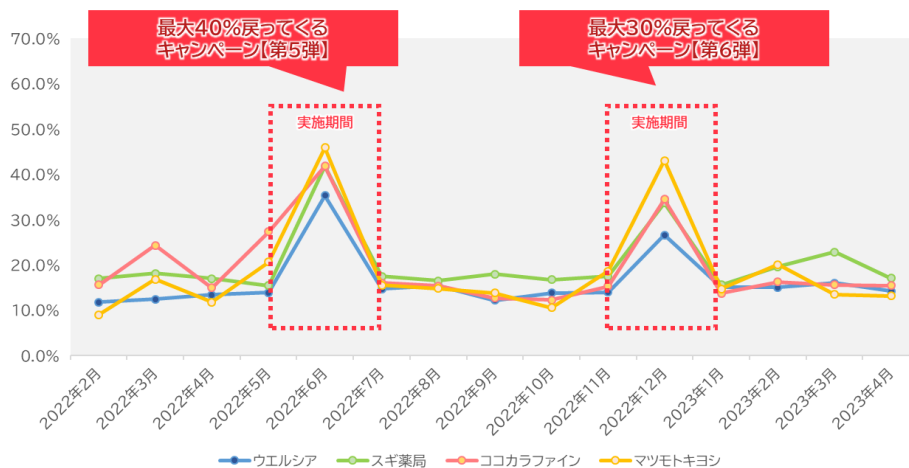
《参考事例1》

- ・キャンペーン名 「花王商品の購入で最大40%戻ってくるキャンペーン」 (第5弾)
 「花王商品の購入で最大30%戻ってくるキャンペーン」 (第6弾)
- ・実施期間 2022年6月 (第5弾)、12月 (第6弾)
- ・対象商品 すべての花王商品が対象 (一部除く)

キャンペーンの対象となるチェーンから、ドラッグストア4企業を抜き出し分析しました。下図(図表2-1)は、キャンペーンの対象となる花王商品が購入された際、決済手段として「PayPay」が利用された決済金額比率を企業ごとにグラフにしたものとなります。

図表2-1)レシート分析:「花王商品の購入キャンペーン」《PayPay決済金額比率》

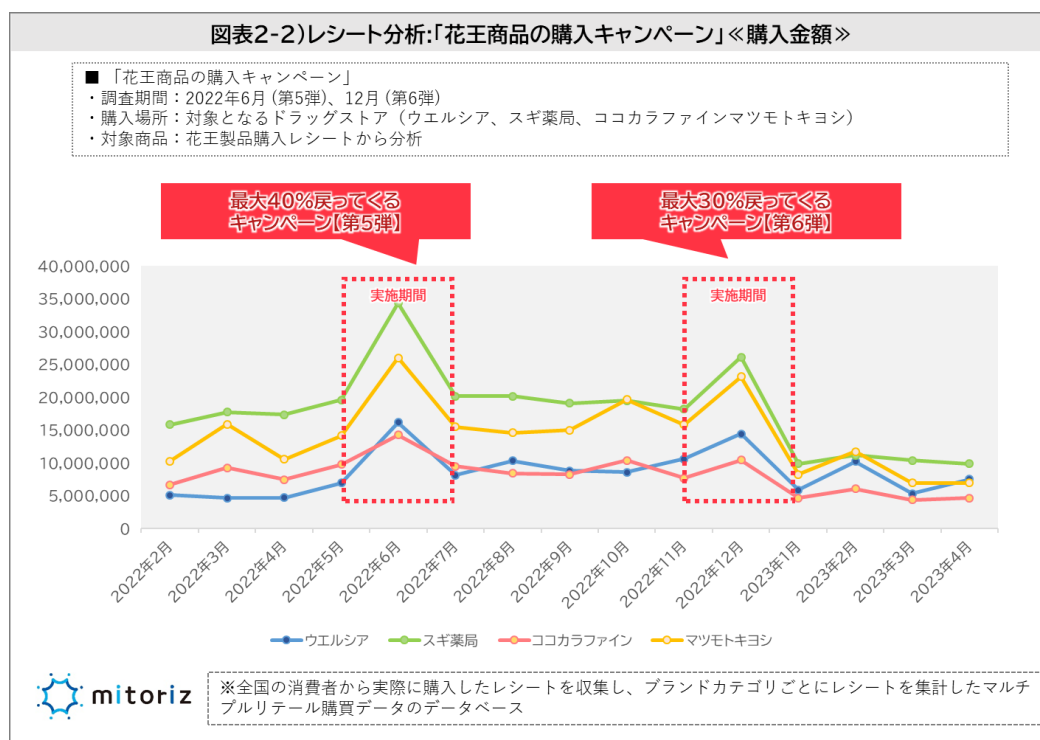
■ 「花王商品の購入キャンペーン」
 ・調査期間：2022年6月(第5弾)、12月(第6弾)
 ・購入場所：対象となるドラッグストア(ウエルシア、スギ薬局、ココカラファイン、マツモトキヨシ)
 ・対象商品：花王製品購入レシートから分析



※全国の消費者から実際に購入したレシートを収集し、ブランドカテゴリごとにレシートを集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

6月（第5弾）、12月（第6弾）ともに、キャンペーン対象月の「PayPay」での決済金額比率が上昇していることがわかります。特に最大40%と還元率が高い6月（第5弾）は上昇率が高くなっており、前月と比較して25P以上も上昇している企業もありました。

キャンペーンに合わせて「PayPay」での支払いが増えていることはわかりましたが、対象となる花王商品の購入金額への影響についても検証しました。下図（図表2-2）は、キャンペーンの対象となる花王商品が購入された金額を企業ごとグラフにしたものとなります。



キャンペーン対象月である6月（第5弾）、12月（第6弾）ともに、キャンペーン対象商品の購入金額が増加していることがわかります。分析した4企業とも、調査した期間中で6月が最も購入金額が高く、12月が2番目に購入金額が高い結果となりました。「PayPay」キャンペーンにより、対象商品をお得に購入できることが購買のきっかけとなり、対象商品の購入金額が増えている可能性があります。

【アンケート調査概要】

調査期間：2023年5月2日～3日

調査対象：mitorizの消費者購買行動データサービス「Point of Buy®」の登録会員（POB会員）

POB会員（平均年齢48.8歳）

調査方法：インターネットによる自社調査（有効回答数：3,009件）

POBデータの活用により、横断的なキャンペーンの効果測定が可能

POBデータでは、選択商品×選択企業（チェーン）別の指定支払い方法での決済金額比率や、ユーザー比率などを分析することができ、キャンペーンを実施した際の効果をPOBデータで横断的に分析し、より効果的なプロモーション戦略立案に活かして頂くといった活用も可能です。

消費者購買行動データサービス「Point of Buy®」

国内最大級の消費者購買 DB を活用し、メーカーや小売りなどのマーケティングを支援するサービスです。レシートに記載された購買情報を活用しているため、POS や ID-POS データで開示されていない小売りチェーンのデータや、個のユーザー（シングルソース）に紐づいた、業態を横断した購買行動や併売商品など断続的な購買行動を把握できます。

Point of Buy® : <https://www.mitoriz.co.jp/lp/pob/>

サービスページ : <https://www.mitoriz.co.jp/business/service/digitalmarketing-multi-idpos/>

【転載・引用に関する注意事項】

本レポートの著作権は、株式会社mitorizが保有します。調査レポートの内容の一部を転載・引用される場合には、事前に弊社までご連絡ください。

お問い合わせの際には、以下の内容をお知らせください。

1. 転載・引用したい調査レポートとその範囲

2. 用途・目的 なお、内容によっては、転載・引用をお断りする場合がございます。

※本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます

例：「株式会社mitorizが実施した調査によると…」

※以下の行為は禁止いたします。

- ・ データの一部または全部を改変すること
- ・ 本レポートを販売・出版すること
- ・ 出所を明記せずに転載・引用を行うこと

【報道関係お問い合わせ】

コーポレート本部 経営管理部 田中（たなか）

TEL : 03-6328-0052 FAX : 03-6328-3631 MAIL : press@mitoriz.co.jp

【会社概要】

会社名：株式会社mitoriz

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博

HP：<https://www.mitoriz.co.jp/>

全国の主婦を中心とした60万人を超える登録スタッフネットワーク（アンケート会員含む）を活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など227,537店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。

キャスト・データ・ネットワークを活用して、新たなつながりを創出し、人やモノの潜在価値を顕在化させ、社会に新たな価値を提供し、ビジネスを通じて社会課題を解決していきます。