

# 令和4年度東京都生活応援事業 報告書（概要）

## 事業の概要

### 目的

コロナ禍の下で、原油や穀物等の価格が高い水準で推移する中、生活必需品の高騰が都民生活を圧迫している状況を踏まえ、都民の「生活応援」を図るために、キャッシュレス決済によるポイント還元などの取組を行う自治体を支援する

### 交付対象と補助率

事業区分	還元率・プレミアム率	補助率
デジタル活用事業のみの場合のポイント還元分等	30%	3/4 以内
デジタル活用事業と紙商品券事業の併用の場合のポイント還元分等	30%	2/3 以内

※デジタル活用事業と紙商品券事業を併用する場合には、デジタル活用事業実施分の占める割合が二分の一を超えることを条件として、交付対象とする

### 予算規模

125 億円（事業費：123億円、事務費：2億円） 実施自治体 51 自治体（デジタルのみ 45団体、紙併用 6団体）

### 還元額等

還元対象額・販売額	還元額	都補助額
約 750 億円	約 197 億円	約 118 億円

## 効果検証の概要

### 目的・手法

- 事業目的に鑑み、「都民の生活応援」、「地域経済の活性化」、及び「キャッシュレス化の推進」の3つの項目で評価指標（KPI）及び参考値を設定して事業目的の達成度合いを検証
- 検証結果を踏まえ、今後の区市町村における事業実施にあたっての方向性を整理

### 調査対象と実施方法

対象者		実施方法
利用者	事業参加者（デジタル・紙）	WEBアンケート、書面アンケート、インタビュー調査
	事業不参加者	WEBアンケート
事業参加店舗・事業者（デジタル・紙）		WEBアンケート、書面アンケート、インタビュー調査
事業参加自治体		実績報告、アンケート調査

効果検証の目的 「都民の生活応援」、「地域経済の活性化」、「キャッシュレス化の推進」の3つの項目に分解し、それぞれについて評価指標を設定することにより事業効果を測定した

## 目的

### ☑ 生活応援事業

- コロナ禍の下で、原油や穀物等の価格が高い水準で推移する中、生活必需品の高騰が都民生活を圧迫している状況を踏まえ、キャッシュレス決済によるポイント還元などの取組を行う都内区市町村の支援を通じて都民の生活応援を図る



### ☑ 効果検証業務

- 地域経済の活力を取り戻すため、エビデンスに基づいた効果的な立案に必要なデータを提供する
- 生活応援事業について適切に評価し、今後の都民の「生活応援」や、都内のキャッシュレス化推進に係る施策の在り方等について方向性を整理する

## 目的達成に係る必要指標

### ☑ キャッシュレス決済による還元ポイント、商品券のプレミアム分等が消費者へ還元されたか

- 前回実施時と比較して、区市町村ごとの事業実施総額は増えたか
- 多くの利用者に還元されたか 等

### ☑ 地域の消費が喚起されたか

- 事業実施により新たに喚起された消費額はいくらか
- 事業実施により導入店舗の売上は伸びたか 等

### ☑ デジタル（キャッシュレス決済）の活用は進んだか

- 事業実施により利用者や導入店舗数が増えたか
- 事業実施によりキャッシュレス決済の利用回数が増えたか 等

### ☑ デジタル（キャッシュレス決済）の活用が社会に定着したか

- 事業実施後も利用者・事業者は継続して利用する意向があるか
- キャッシュレス決済比率が維持されているか 等

## 効果

### 📈 都民の生活応援

- 今後の都民の生活応援に係る施策について、エビデンスに基づいた効果的な立案をすることが可能
- 効果的な事業展開により、還元率の増加や事業に対する満足度が向上

### 📈 地域経済の活性化

- 今後の地域経済の活性化に係る施策について、エビデンスに基づいた効果的な立案をすることが可能
- 効果的な事業展開により、コロナ禍で落ち込んでいる地域経済を活性化

### 📈 キャッシュレス化の推進

- 今後のキャッシュレス化推進に係る施策について、エビデンスに基づいた効果的な立案をすることが可能
- 効果的な事業展開により、キャッシュレス社会を実現

# KPIに基づく主な事業評価

## 都民の生活応援

Q. 本事業に参加して、生活への負担が軽減したと感じましたか

生活負担の軽減を実感した人  
**61.8%**

n=2,980

Q. 本事業は、どのような買い物の利用の際に役立ったと思いますか

日常生活に必要なものの購入  
**76.5%**

n=2,980

- 本事業に参加した51自治体の還元額合計額は、約**197**億円

## 地域経済の活性化

Q. 事業期間において、普段より消費が増加しましたか

普段より消費が増加した人  
**61.2%**

n=2,980

Q. 事業期間において、普段より売上が増加しましたか

普段より売上が増加した店舗  
**66.1%**

n=1,545

- 本事業における経済波及効果額は、約**1,014**億円

## キャッシュレス化の推進

Q. 本事業をきっかけに、はじめてキャッシュレス決済を利用しましたか

0% 5% 10% 15% 20% 25%

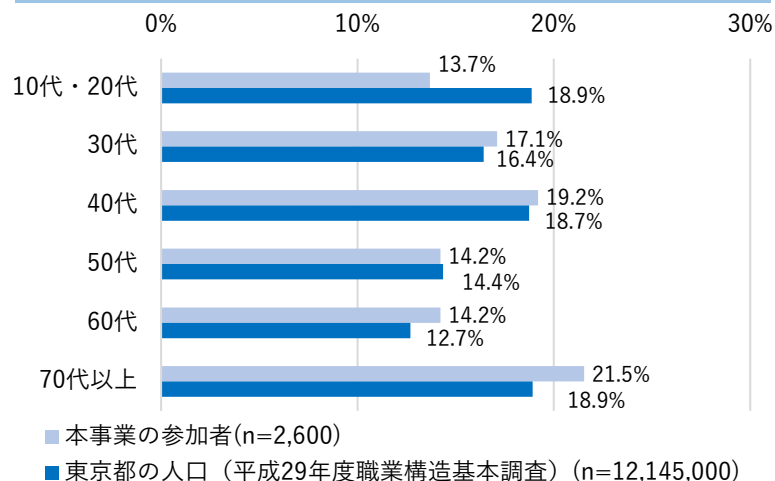
はじめてCLを利用した人  
**20.6%**

Q. 本事業をきっかけに、はじめてキャッシュレス決済を導入しましたか

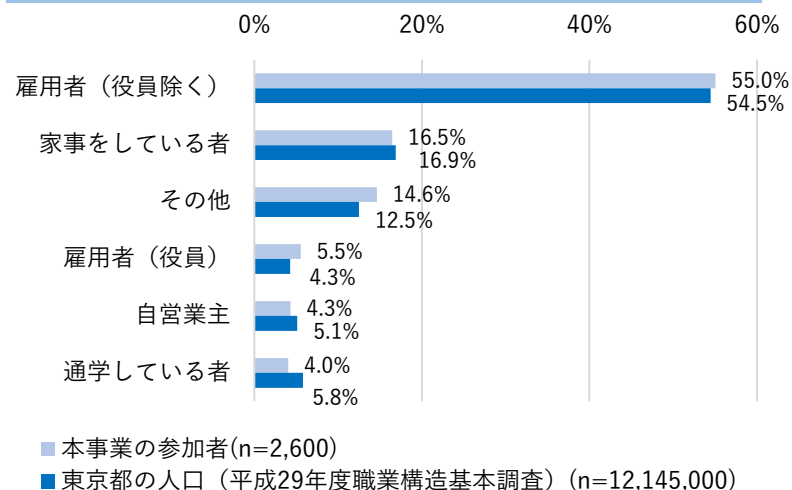
0% 5% 10% 15% 20% 25%

はじめてCLを導入した店舗  
**14.2%**

### (参考) 本事業の参加者と東京都の年代別人口構成比率の比較 ※



### (参考) 本事業の参加者と東京都の職業別人口構成比率の比較



※本事業参加者の「10代・20代」の比率が、東京都の年代別の人口構成比と比較して低くなった要因については、アンケート回答者は16歳以上であること及び若い世代（特に10代）については自身でキャッシュレス決済を使用できない場合や、商品券を購入するまとまった金額を保有していない場合が多いため、本事業に参加できなかったと推測される。

# KPIに基づく事業評価 | 評価の全体像とまとめ

## 都民の生活応援

都民の生活応援に係る実感		結果	参考値	達成率
KPI①	生活負担軽減に対する実感度	<b>61.8</b> %	75.8 %	81%
KPI②	事業の満足度（利用者）	<b>6.51</b> 点	7.06点	92%

都民の生活応援に係る行動		結果	参考値	達成率
KPI③	生活必需品の購入率	<b>76.5</b> %	90.9 %	84%
KPI④	利用者数	約 <b>287</b> 万人	—	—
KPI⑤	還元額	約 <b>197</b> 億円	—	—

## 地域経済の活性化

利用者		結果	参考値	達成率
KPI⑥	消費を増加させた人の増加率	<b>61.2</b> %	60.6%	100%

店舗		結果	参考値	達成率
KPI⑦	売上が増加した店舗の増加率	<b>66.1</b> %	51.3%	128%
KPI⑧	事業の満足度（店舗）	<b>7.14</b> 点	6.84点	104%

都内全体		結果	参考値	達成率
KPI⑨	経済波及効果額	約 <b>1,014</b> 億円	—	—

## キャッシュレス化の推進

キャッシュレス化の契機		結果	参考値	達成率
KPI⑩	ユーザー（利用者）の増加率	<b>20.6</b> %	16.3%	126%
KPI⑪	決済取引金額（利用者）の増加率	<b>57.3</b> %	60.1%	95%
KPI⑫	決済取引回数（利用者）の増加率	<b>57.7</b> %	60.6%	95%
KPI⑬	ユーザー（店舗）の増加率	<b>14.2</b> %	9.0%	157%
KPI⑭	決済取引金額（店舗）の増加率	<b>81.9</b> %	76.4%	107%
KPI⑮	決済取引回数（店舗）の増加率	<b>85.2</b> %	81.2%	104%

キャッシュレス化推進の継続		結果	参考値	達成率
KPI⑯	ユーザー（利用者）の継続意向	<b>97.2</b> %	97.4%	99%
KPI⑰	決済取引金額（利用者）の維持率	<b>86.6</b> %	89.2%	97%
KPI⑱	決済取引回数（利用者）の維持率	<b>86.0</b> %	88.7%	96%
KPI⑲	ユーザー（店舗）の継続意向	<b>98.2</b> %	97.7%	100%
KPI⑳	決済取引金額（店舗）の維持率	<b>67.1</b> %	69.4%	96%
KPI㉑	決済取引回数（店舗）の維持率	<b>66.5</b> %	67.6%	98%

※ [参考値] …前年度（「令和3年度東京都生活応援事業報告書」）との比較が可能な指標については、前年度の結果を参考値として設定  
 今年度から新たに設定した指標については、「プレミアム付商品券事業の実績に関する報告書」（内閣官房プレミアム付商品券施策推進室、2020年）の結果を参考値として設定（参考値を斜体で表記）

※ [達成率] … [今年度の結果] を [参考値] で割り、小数点以下を切り捨てた値

- 事業目的に沿ったKPIを設定し検証した結果、「都民の生活応援」などに事業効果があったと考えられる
- アンケート調査を都の人口構成比率等と合わせて実施したことにより、本事業参加者の構成比が年代別及び職業別ともに都の構成比と概ね一致し、幅広い年代や職業の人に事業効果が波及したと考えられる
- 国内のキャッシュレス決済の普及拡大や区市町村の創意工夫を凝らした取組などにより、利用者・店舗ともにキャッシュレス決済を開始・導入した割合が、令和3年度事業よりさらに増加した
- 今後、区市町村が同様の事業を実施する際には、事業認知度向上のための事業周知におけるデジタル媒体の更なる活用や、地域の実情等を十分に踏まえ、誰もが参加しやすい事業スキームを検討することが望ましい