



昨年度 (令和3年度) の振り返り

2022.5.18 令和4年度事業
参加店舗説明会資料

R 3 年度実施概要

アプリユーザー数(アクティブベース) 約6万

スターライトポイント (プレミアム付電子商品券)

- ・発行予定額 9 億4,800万円
- ・プレミアム率20%
- ・ポイント販売による事業者キャッシュバック 5 % (R4はなし)

スターライトマネー (電子マネー類似機能)

- ・発行予定額 5 億円
- ・利用者還元なし (R4 は使用に対する還元率 3 % (R4.7/1~R5.2/28))
- ・マネー販売による事業者キャッシュバック 0 % (R4 は10%)
- ・行政ポイント事業、各種キャンペーンあり

スターライトマーレ (ふるさと納税返礼ポイント)

- ・返礼率は寄附額の30%
- ・事務局から利用者アプリに直接付与

プレミアム付き商品券事業の過年度比較

	R3	R2	R1	H27
目的	キャッシュレス決済推進 消費喚起、コロナ対策	キャッシュレス決済推進 消費喚起、コロナ対策	消費喚起 生活支援	消費喚起 生活支援
媒体	電子(スマホ)	電子(スマホ)	紙	紙
プレミアム率	20%	30%	25%	20%
発行予定額	948,000,000円	1,516,671,000円	825,000,000円	828,000,000円
実発行額	※ 922,110,000円	1,516,671,000円	386,300,000円	828,000,000円
使用額	920,319,076円	1,515,502,867円	385,090,500円	825,472,000円
上記使用率	99.8%	99.9%	99.7%	99.7%
加盟店数	1,009	1,101	890	848
加盟店のうち 使用店舗数	989	1,035	352	443
上記使用率	98.0%	94.0%	39.6%	52.2%

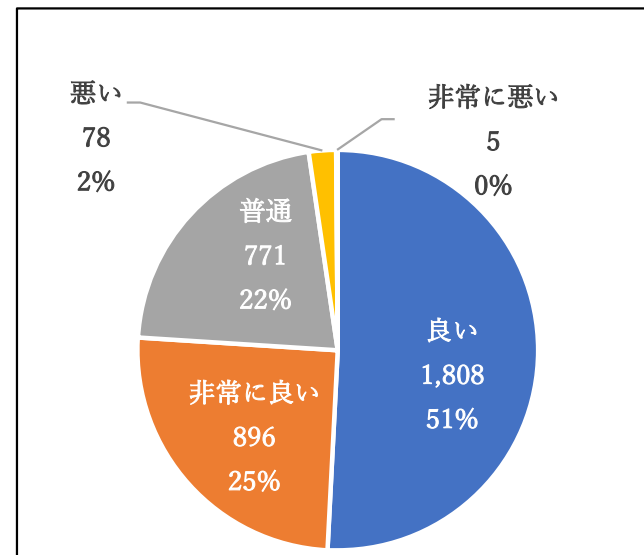
※未発行分については、スターライトマネーとして市中に流通済

🏠 実施にあたっては、すべて国の経済対策の補助金を原資(前提)としている

R3年度 ユーザーアンケート (R4.2月) 結果その1

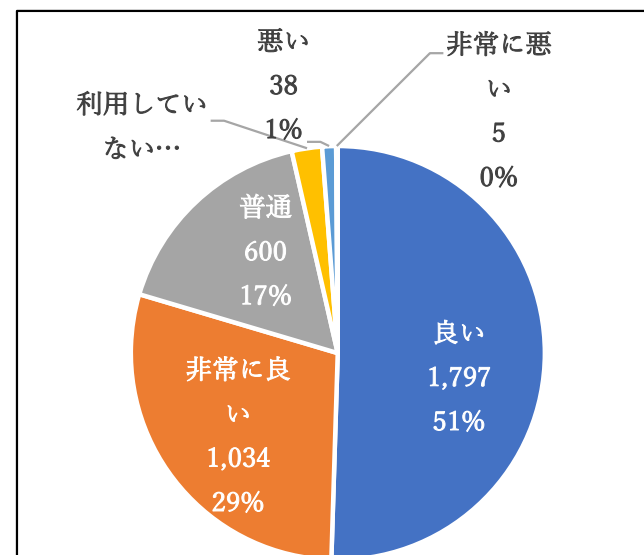
利用満足度 (サービス全体)

全体	件数	割合
非常に良い	896	25%
良い	1,808	51%
普通	771	22%
悪い	78	2%
非常に悪い	5	0%
計	3,558	100%



利用満足度 (スターライトポイントのみ)

HSLP	件数	割合
非常に良い	1,034	29%
良い	1,797	51%
普通	600	17%
悪い	38	1%
非常に悪い	5	0%
※ 利用していない	84	2%
計	3,558	100%

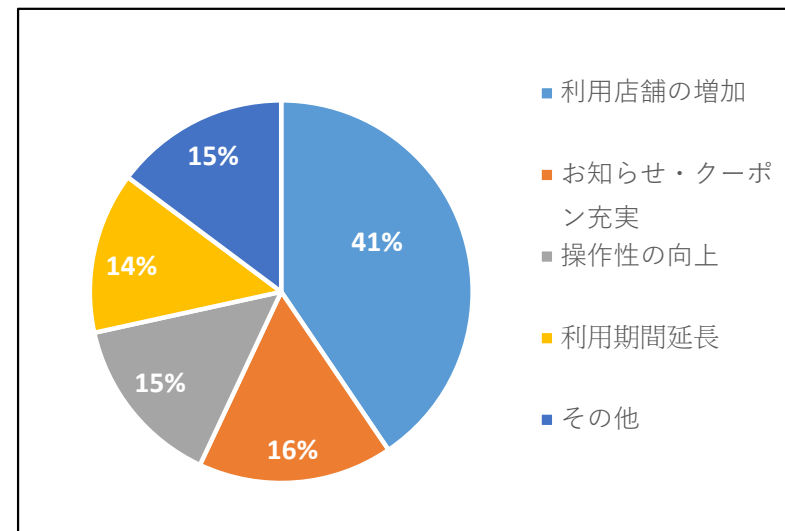


※マネーのみ、マーレのみの利用者の回答が多い

R3年度 ユーザーアンケート (R4.2月) 結果その2

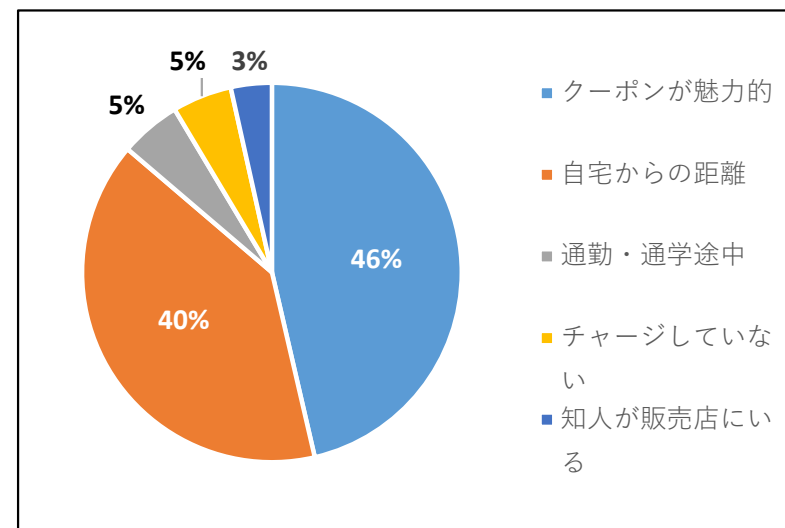
充実を希望する項目 (複数回答可)

項目	件数	割合
利用店舗の増加	3,596	41%
お知らせ・クーポン充実	1,460	16%
操作性の向上	1,293	15%
利用期間延長	1,212	14%
その他	1,313	15%
	8,874	100%



チャージする販売店を決めた理由

項目	件数	割合
クーポンが魅力的	1,650	46%
自宅からの距離	1,419	40%
通勤・通学途中	184	5%
※チャージしていない	181	5%
知人が販売店にいる	124	3%
	3,558	100%

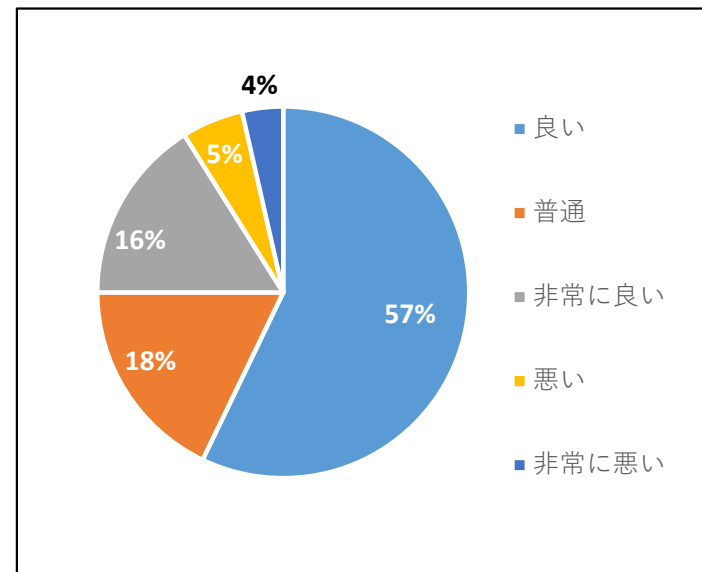


※マネーのみ、マーレのみの利用者の回答が多い

R3年度 加盟店販売店アンケート (R4.2月) 結果その1

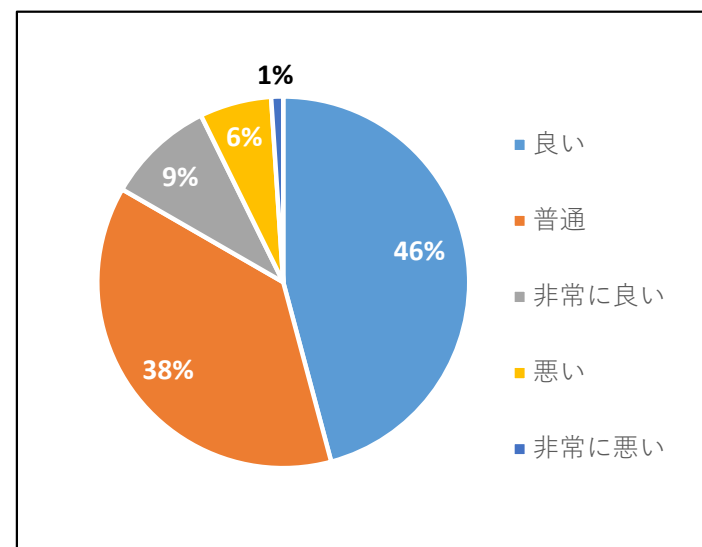
販売店満足度 (サービス全体)

販売店	件数	割合
非常に良い	9	16%
良い	32	57%
普通	10	18%
悪い	3	5%
非常に悪い	2	4%
計	56	100%



加盟店満足度 (サービス全体)

加盟店	件数	割合
非常に良い	9	9%
良い	44	46%
普通	36	38%
悪い	6	6%
非常に悪い	1	1%
計	96	100%



R3年度 加盟店販売店アンケート (R4.2月) 結果その2

販促のために独自施策※を実施しましたか？ ※スターライトアプリでのお知らせ・クーポンに限らない

販売店

販促のための 独自施策実施	件数	割合
実施した	33	59%
実施していない	23	41%
計	56	100%



効果	件数	割合
非常に効果あり	6	18%
効果あり	17	52%
普通	7	21%
効果なし	3	9%
全く効果なし	0	0%
計	33	100%

加盟店

販促のための 独自施策実施	件数	割合
実施した	10	10%
実施していない	86	90%
計	96	100%



効果	件数	割合
非常に効果あり	1	10%
効果あり	4	40%
普通	4	40%
効果なし	1	10%
全く効果なし	0	0%
計	10	100%

注意書き

本資料におけるデータは
「情報の概要(全体像)を把握すること」
を最も重要な点として集計していることから、次の点に不備がある場合があります

- ・一部、「件数」を「人数」に近いものとして置き換えて表示している
- ・参考とした人口は、出典の違いから、各表間での合計が一致しないことがある
- ・チャージ額は、正確には922,110,000円であるが、全体に占める「キャンセル額」が少額であることから、各表中ではキャンセルを加味しない単純集計数値を採用している場合が多数ある

2-2. 昨年度事業振り返り 集計データ (スターライトポイント購入)



1 ポイント購入者の年代別、男女別割合

【全体】 男女比は、およそ 4 : 6 となっており、ほぼすべての世代で女性が多い

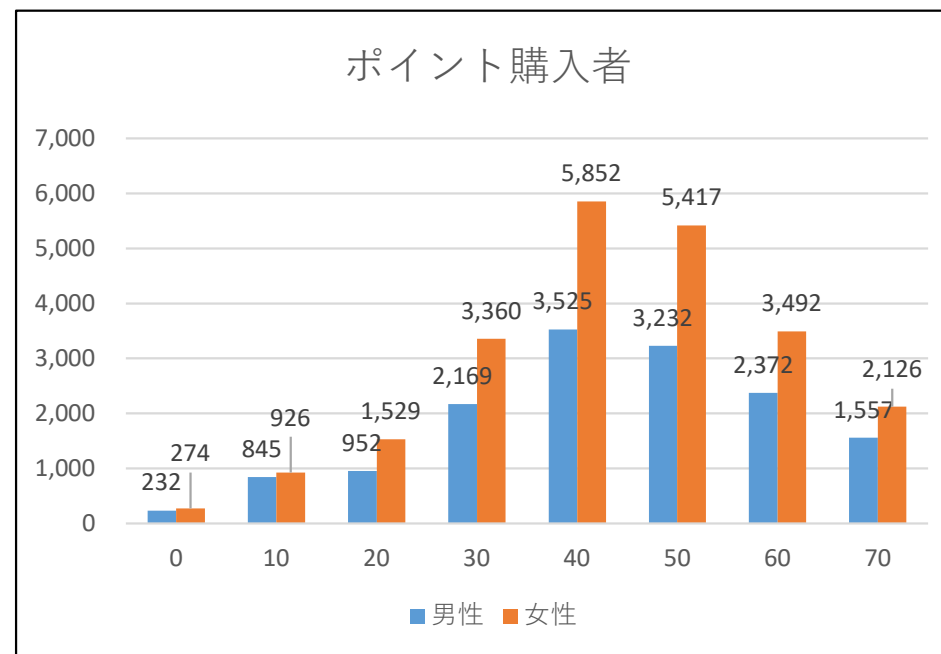
【年代別・男女別】

多い順に、第一グループとして 40代女性、50代女性

第二グループとして 40代男性、60代女性、30代女性、50代男性

20代は男女ともに低い

年代	男性	女性	不明	総計
0	232	274	12	518
10	845	926	26	1,797
20	952	1,529	18	2,499
30	2,169	3,360	21	5,550
40	3,525	5,852	42	9,419
50	3,232	5,417	37	8,686
60	2,372	3,492	23	5,887
70	1,557	2,126	16	3,699
80	240	370	1	611
90	16	37		53
100	5	4		9
110	1	2		3
120		4	1	5
不明	3	3	6	12
総計	15,149	23,396	203	38,748



※100歳以上の参加が一定数あるが、年齢入力段階での誤りも一定数あるものと想像される

※グラフは～70代男女までで表示

2-2. 昨年度事業振り返り 集計データ (スターライトポイント購入)

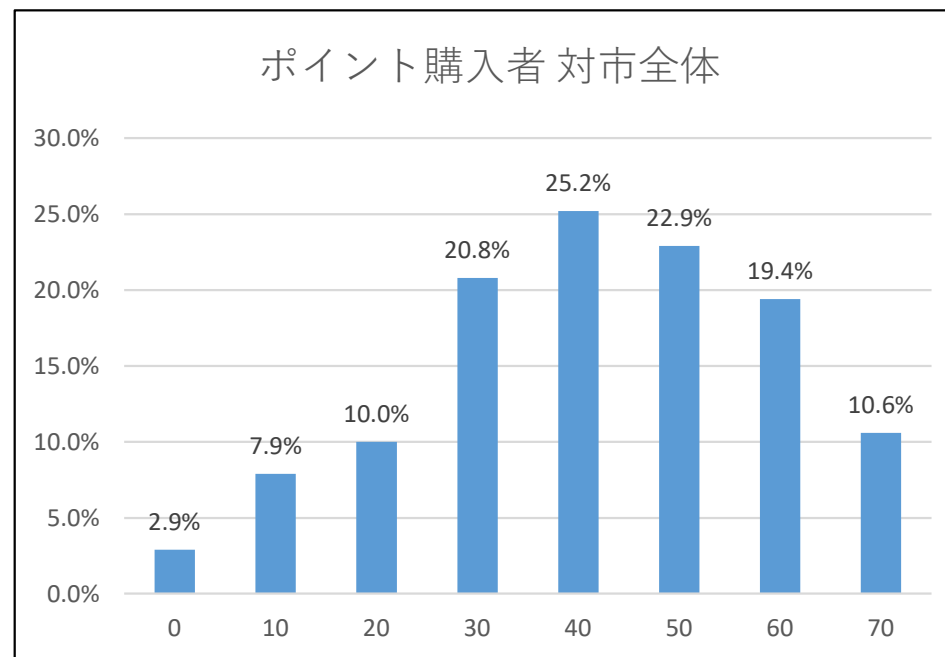


2 ポイント購入者の年代別割合 (市全体の年代別人口に占める割合)

【対総数の割合】

- 40代、50代、30代は、市全体の年齢別人口の20%超がポイント購入者
- 特に40代は、市全人口の4人に1人が購入
- 逆に20代は、市全人口の10人に1人の購入にとどまっている

年代	購入者数	市全体数	
		対市全体	
0	518	2.9%	18,086
10	1,797	7.9%	22,873
20	2,499	10.0%	25,021
30	5,550	20.8%	26,641
40	9,419	25.2%	37,424
50	8,686	22.9%	37,906
60	5,887	19.4%	30,307
70	3,699	10.6%	34,921
80	611	3.3%	18,550
90	53	1.3%	4,108
100	9	-	145
110	3		
120	5		
不明	12		
総計	38,748	15.1%	255,982



※総数は、平塚市の年齢別人口より(R2.1.1現在)
 ※100歳以上の参加が一定数あるが、年齢入力段階での誤りも一定数あるものと想像される
 ※グラフは～70代までで表示

2-2. 昨年度事業振り返り 集計データ (スターライトポイント購入)

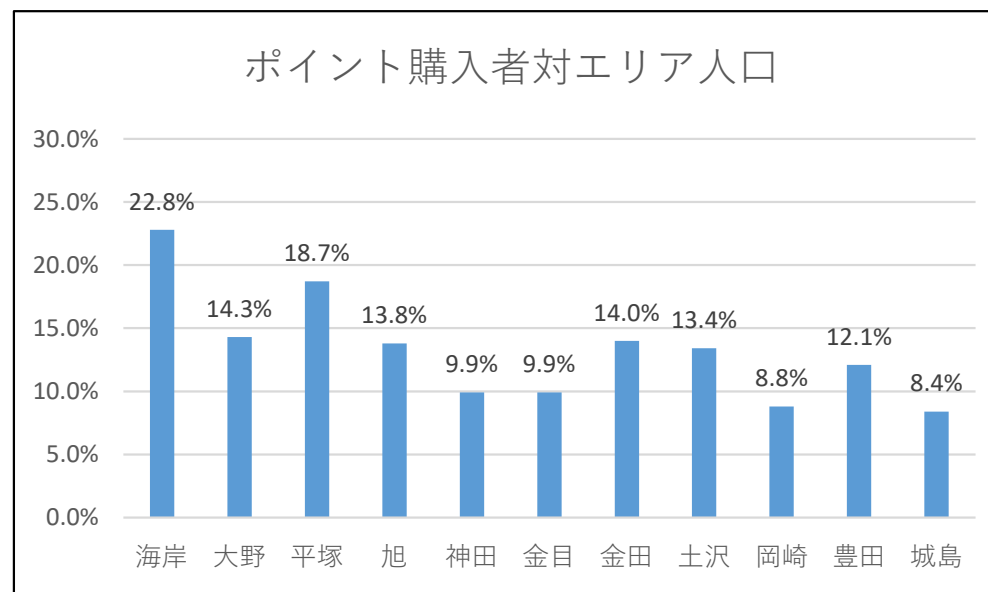


3 ポイント購入者の居住エリア別割合 (市全体のエリア別人口に占める割合)

【対エリア人口の割合】

- 多い順に、第一グループとして 海岸エリア、平塚エリア
第二グループとして 大野エリア、金田エリア、旭エリア
- 少ない順に、城島エリア、岡崎エリア、金目アリア、神田エリアで、10.0%を切っている

居住エリア	購入者	対エリア人口	
		対エリア人口	エリア全人口
海岸	9,011	22.8%	39,590
大野	8,267	14.3%	57,885
平塚	7,539	18.7%	40,401
旭	5,589	13.8%	40,376
神田	2,285	9.9%	23,189
金目	1,994	9.9%	20,179
金田	1,382	14.0%	9,890
土沢	931	13.4%	6,951
岡崎	791	8.8%	9,004
豊田	626	12.1%	5,181
城島	322	8.4%	3,850
不明	11	-	-
総計	38,748	15.1%	256,496



※エリア別人口は、平塚市の推計人口(R4.3.1現在)を集計加工して掲載
 ※グラフは海岸～城島までで表示

注意書き

本資料におけるデータは
「情報の概要(全体像)を把握すること」
を最も重要な点として集計していることから、次の点に不備がある場合があります

- ・一部、「件数」を「人数」に近いものとして置き換えて表示している
- ・参考とした人口は、出典の違いから、各表間での合計が一致しないことがある
- ・利用額は、正確には920,319,076円であるが、全体に占める「キャンセル額」が少額であることから、各表中ではキャンセルを加味しない単純集計数値を採用している場合が多数ある

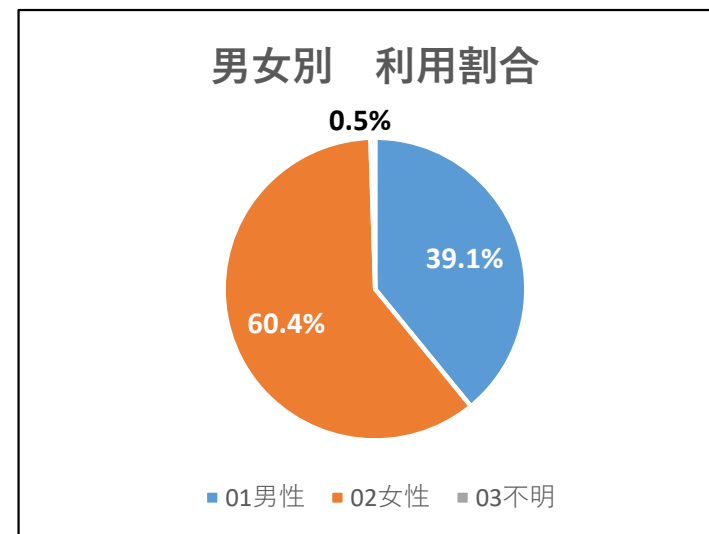
1 ポイント利用の基礎データその1

- 取引回数は約40万回
- チャージの割合と同様に、男女別利用額の割合は 4 : 6

登録店舗数	1,009	
利用された店舗数	989	
利用総額	921,658,657	※
利用件数	405,339	※

※キャンセルは加味していない

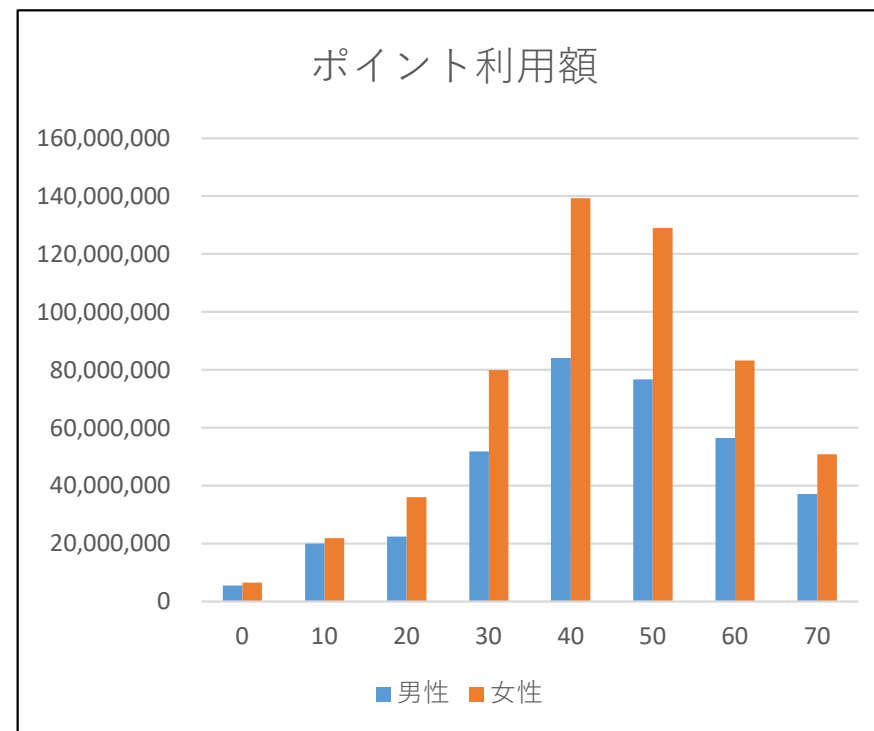
	利用計	割合
男性	360,369,429	39.1%
女性	556,480,921	60.4%
不明	4,808,307	0.5%
総計	921,658,657	100.0%



1 ポイント利用の基礎データ その2

- ポイント購入者数の多さに関連
40代女性、50代女性、40代男性、60代女性と続く

年代	男性	女性	不明	総計
0	5,545,301	6,517,666	286,250	12,349,217
10	19,952,451	21,861,864	624,000	42,438,315
20	22,411,017	35,985,797	432,000	58,828,814
30	51,789,431	79,885,801	485,454	132,160,686
40	84,131,076	139,280,049	1,008,537	224,419,662
50	76,706,374	128,938,928	875,554	206,520,856
60	56,452,338	83,237,614	543,086	140,233,038
70	37,131,413	50,796,837	382,285	88,310,535
80	5,684,998	8,813,315	24,000	14,522,313
90	370,372	851,050		1,221,422
100	120,000	96,000		216,000
110	24,000	48,000		72,000
120		96,000	24,000	120,000
不明	50,658	72,000	123,141	245,799
総計	360,369,429	556,480,921	4,808,307	921,658,657



※100歳以上の利用が一定数あるが、年齢入力段階での誤りも一定数あるものと想像される

※グラフは～70代までで表示

2-3. 昨年度事業振り返り 集計データ (スターライトポイント利用)



1 ポイント利用の基礎データその3

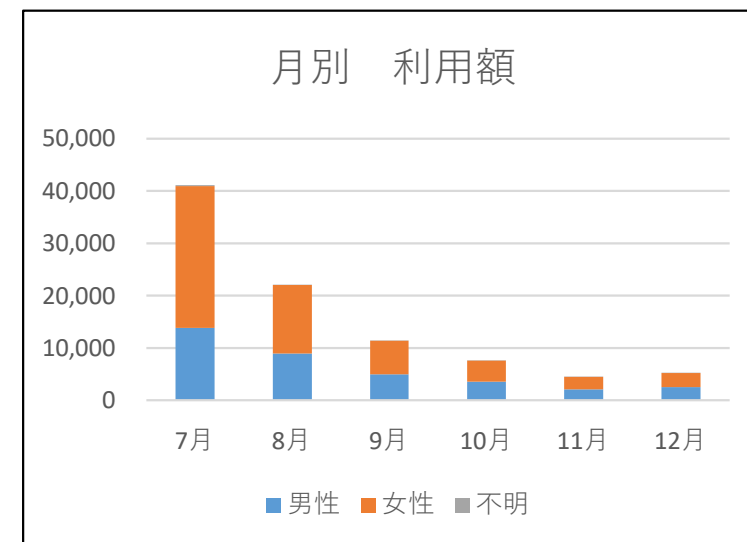
月別では、

- 全体としては、ポイント利用開始直後の2か月（7月・8月）で約70%が利用されている
- 男女別に見ると、女性は開始直後の7月が49%、8月が23%となっており、男性に比べて開始直後から利用が多い

(単位：万円)

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	総計
男性	13,842	8,985	5,002	3,570	2,102	2,536	36,037
女性	27,081	13,037	6,394	4,028	2,389	2,718	55,648
不明	183	88	83	68	30	29	481
総計	41,106	22,110	11,480	7,666	4,522	5,283	92,166

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	総計
男性	38%	25%	14%	10%	6%	7%	100%
女性	49%	23%	11%	7%	4%	5%	100%
総計	45%	24%	12%	8%	5%	6%	100%



1 ポイント利用の基礎データその4

一方で、残高が0となったユーザー数を月別で見ると、

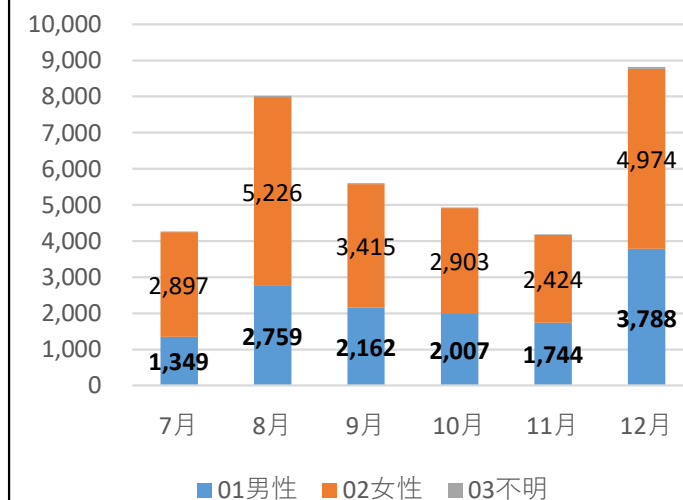
- 開始2か月目までに大きな利用があるという前ページの傾向のとおり、8月に使い切るユーザーが22%
- ユーザー数で見ると使い切りのヤマは12月で、利用期限まで保有しているユーザーも多い
- 使い切りのユーザーを見ても、やはり女性のほうが男性に比べて開始2か月の割合が大きい
(開始2か月の使い切りの割合 男性：30% 女性：37%)

残高が0となった月別のユーザー数

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	(単位：人)
男性	1,349	2,759	2,162	2,007	1,744	3,788	13,809
女性	2,897	5,226	3,415	2,903	2,424	4,974	21,839
不明	22	34	31	24	22	54	187
総計	4,268	8,019	5,608	4,934	4,190	8,816	35,835

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
男性	10%	20%	16%	15%	13%	27%	100%
女性	13%	24%	16%	13%	11%	23%	100%
総計	12%	22%	16%	14%	12%	25%	100%

残高0となったユーザー数



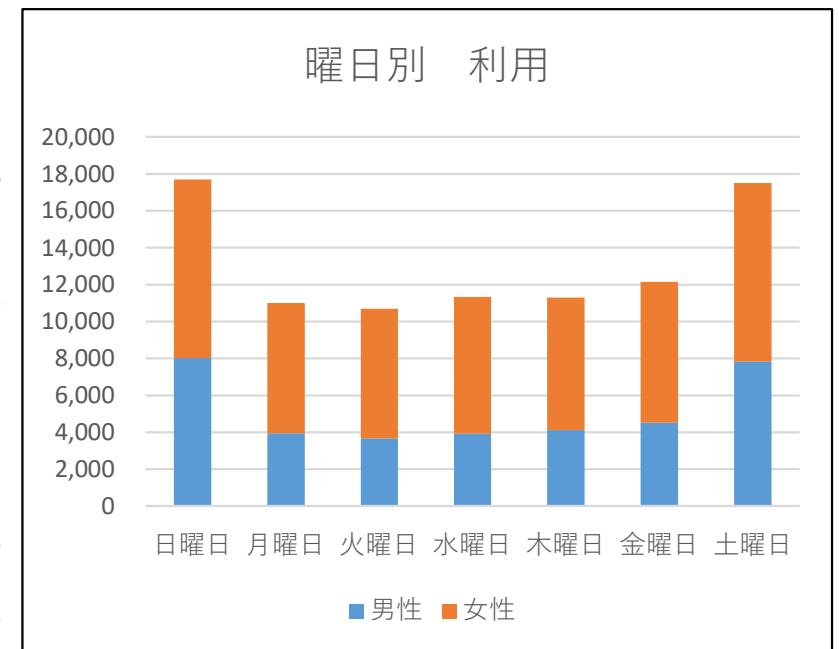
1 ポイント利用の基礎データその5

- 曜日別でみると、日曜日・土曜日は他の曜日の1.5倍程度利用されている
- 男性は、日曜日・土曜日の利用が平日の2.0倍程度利用されており、明らかな偏りが見られる
- 女性は、男性に比べて曜日間の変化が少ない

(単位：万円)

	日曜日	月曜日	火曜日	水曜日	木曜日	金曜日	土曜日	総計
男性	8,027	3,938	3,675	3,925	4,113	4,523	7,835	36,037
女性	9,673	7,067	7,012	7,411	7,182	7,634	9,668	55,648
不明	95	56	45	52	64	69	101	481
総計	17,795	11,061	10,733	11,388	11,359	12,226	17,603	92,166

	日曜日	月曜日	火曜日	水曜日	木曜日	金曜日	土曜日	総計
男性	22%	11%	10%	11%	11%	13%	22%	100%
女性	17%	13%	13%	13%	13%	14%	17%	100%
総計	19%	12%	12%	12%	12%	13%	19%	100%



※グラフは男女のみで表示

2-3. 昨年度事業振り返り 集計データ (スターライトポイント利用)

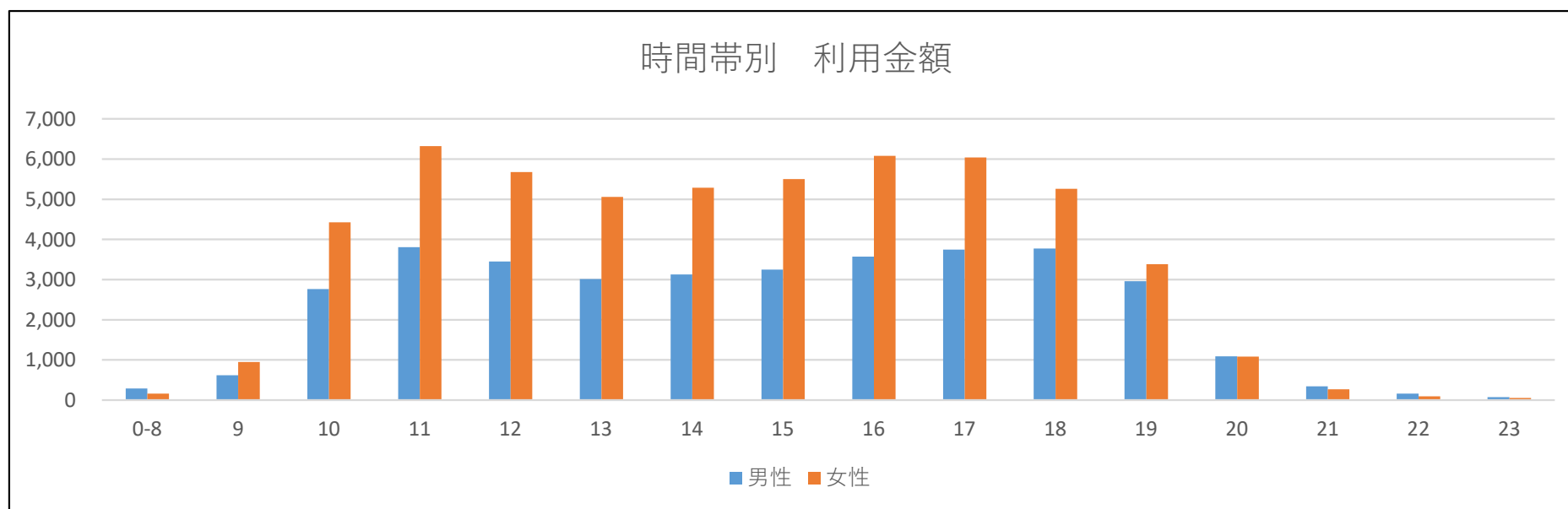


1 ポイント利用の基礎データその6

○ 時間帯別で見ると、全体では、11時・12時が第1のピーク、16時・17時・18時が第2のピーク

(単位：万円)

	0-8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	総計
男性	286	621	2,765	3,807	3,448	3,011	3,128	3,246	3,571	3,747	3,776	2,961	1,091	341	164	76	36,037
女性	162	950	4,426	6,321	5,678	5,057	5,287	5,500	6,083	6,041	5,260	3,384	1,085	269	91	53	55,648
不明	2	7	41	43	48	41	42	41	60	55	49	34	11	3	1	3	481
総計	450	1,578	7,233	10,171	9,174	8,109	8,457	8,787	9,713	9,843	9,084	6,379	2,187	613	256	131	92,166

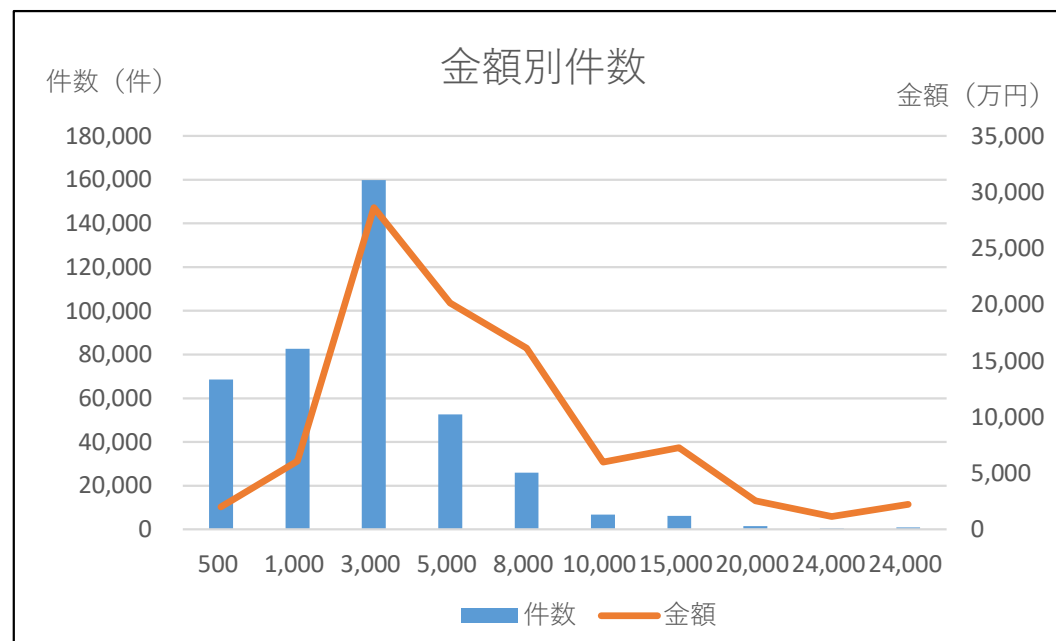


※グラフは、男女のみで表示

1 ポイント利用の基礎データその7

- 取引回数は約40万回で、1回あたり単純平均は2,274円
- 1件あたりの利用金額
 件数ベース：最も多いのは1,000円～3,000円未満で39%、次に500円～1,000円未満で20%
 金額ベース：最も多いのは1,000円～3,000円未満で31%、次に3,000円～5,000円未満で22%

	件数		金額	
	件数	割合	(単位：万円)	割合
0～500円未満	68,520	17%	2,012	2%
500～1,000円未満	82,575	20%	6,086	7%
1,000～3,000円未満	159,767	39%	28,631	31%
3,000～5,000円未満	52,661	13%	20,137	22%
5,000～8,000円未満	25,998	6%	16,122	17%
8,000～10,000円未満	6,734	2%	5,996	7%
10,000～15,000円未満	6,136	2%	7,264	8%
15,000～20,000円未満	1,492	0%	2,547	3%
20,000～24,000円未満	522	0%	1,128	1%
24,000円	934	0%	2,242	2%
全体	405,339	100%	92,166	100%



ポイント購入と利用の関係

- 全体の**19%**がチャージした日にポイントを使用している
- チャージ当日に使用されたポイントは**1,716万円** (全体の**2%**)
- これを件数で割ると、チャージ当日に利用されたポイントは単純平均で**2,298円**

	件数		金額 (万円)	
		割合		割合
当日利用	7,467	19%	1,716	2%
全体	38,748	100%	92,166	100%



金額 ÷ 件数 = 単純平均 **2,298円**

ユーザーがチャージするタイミング = 利用機会の創出

本事業の実施

国の交付金を前提 → 持続可能な事業の模索が必要

持続可能な事業

- ①来店機会の創出、新たなユーザーとのつながりの形成
- ②自走できる又はそれに近いモデルの模索が必要

持続可能な事業の模索 【例：販売店へのキャッシュバックに関すること】

- ①スターライトポイント：5%→なし

プレミアムありのため、ユーザー来訪の機会は一定程度創出される

→ さらに、チャージ当日にポイント利用の期待がある

- ②スターライトマネー：なし→10%

プレミアムに頼らない、自走できる又はそれに近いモデルのキーとなる

→ スターライトマネーの流通を促進