

2019年度「Happy Star キャンペーン」報告書

■実施内容

名称：Happy Star キャンペーン

開催日程：2019年9月22日（日）

開催時間：10：00～15：00

開催場所：イオンモール銚子 2階 しおさいプラザ

実施内容：①プレミアムスター販売

20%プレミアム付き地域通貨「すきくるスター」発行 220万スター（1口10,000円×200口）

②犬吠 WAON チャージ抽選会

チャージ金額5%分スタープレゼント

アンドロイド抽選端末にて当たり・はずれ 賞品：地元店舗のオリジナル商品

③皮製品専門店「Reprise」（犬吠 WAON 加盟協力店）レザーワークショップ

<広報>

今回は Happy Star キャンペーン の宣伝にチラシ、インターネット、地元紙、地元ケーブル TV を活用した。

チラシ	銚子市（市民センター等公共機関） オールスターズ（加盟協力店 80 店舗） 商工会議所報折り込み（1,600 部） イオンモール銚子 金融機関（銚子信用金庫、銚子商工信用組合） 医療機関（医院、歯科医院 市内合計 73 箇所）
インターネット	銚子円卓会議ホームページ 地域コミュニティサイト「ちょうしノート」
地元紙	大衆日報 9月5日 予約開始・オールスターズ一覧など 9月14日 3段組 9月22日 2段組
地元ケーブル TV	銚子テレビ 9月1日～30日 文字放送 及び 15秒 CM

■実施実績(結果)

① プレミアムスターの予約受付 9月5日から開始し9月16日完了 合計87名、231口

* 予約について

Eメール予約 49名

Eメール以外(電話・FAX) 38名 市役所担当課経由11名/オールスターズ 27名

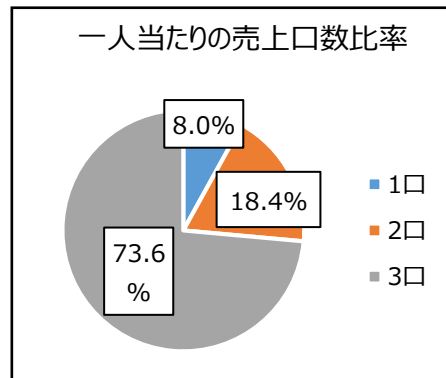
今回Eメールを使用しなかった購入者は思っていたよりも多かった。普段Eメールを使用していないか、携帯電話を持っていないためだと考えられる。また、オールスターズを通して予約した理由として、プレミアムスターの購入者の年齢層が高めでありEメールでの予約に慣れていないこと、事前にプレミアムスターの使い道を決めて購入した人の割合が割りと高いことが挙げられる。(詳細は下記アンケート結果を参照)

そのため、オールスターズで予約を受け付ける方法は需要があるのではないかと考えられる。

一人当たりの売上口数比率を比較すると3口が最も多く73.6%だった。

購入者の中で銚子市内在住者が60%で銚子市外の在住者は8%。

(無回答32%)



② 抽選会について

—チャージ金額5%分のスターをチャージしたときのレシートをお持ちの方対象。

(レシートの有効期間: 2019年8月1日~9月22日)

合計で27,700スターを付与。

—抽選会は犬吠WAONカードをお持ちの方対象。

参加犬吠WAONカード枚数: 74枚(当たり24本、はずれ50本)

③ ワークショップについて

—Repriseによるレザーワークショップではキーホルダー、コースターやヘアゴムを自身で刻印し、オリジナル作品を制作。

—参加費は1,200円(または1,000スター)。



<当日>

予約数 87 名 231 口に対し、当日時間内にプレミアムスターを受け取りに来た人数は 71 人 190 口。

当日キャンセルは 7 人 14 口であり、当日口数を変更したのは 2 名（3 口減）

キャンセル理由：プレミアムスターがオールスターズ（加盟協力店）だけでなくイオンモールで使用できると
思っていたお客様が多かった。

当日受け取りに来なかった人数は 9 人 24 口であり、9 月 27 日現在 4 名 11 口が後日受け取りに来ている。

<アンケート>

当日プレミアムスター購入者に向けてアンケートを実施した。

目的：本調査(アンケート)は、Happy Star キャンペーンに及び犬吠 WAON カードについて消費者の意見を明らかにすることで
今後の広報活動の参考にすることを目的としている。

調査対象：プレミアムスターを購入した消費者 62 名

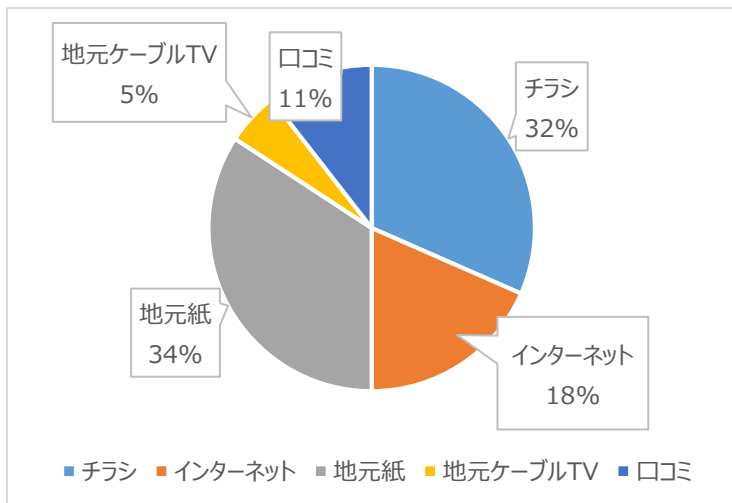
回収状況：36 名

調査項目：

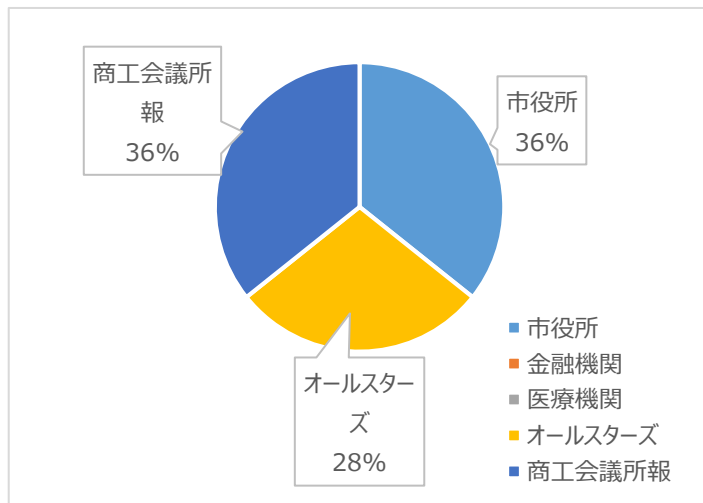
- Happy Star キャンペーンの情報を得た場所・媒体
- キャッシュレス決済に対する意識
- 犬吠 WAON カードについての知識
- プレミアムスターの使い道について

アンケート結果

Q 今回の「Happy Star キャンペーン」について
知ったのはどちらですか？



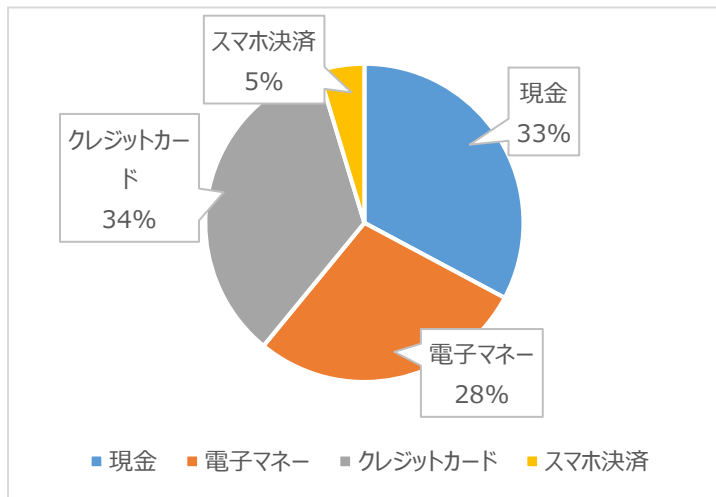
Q チラシを見かけた場所はどちらでしたか？



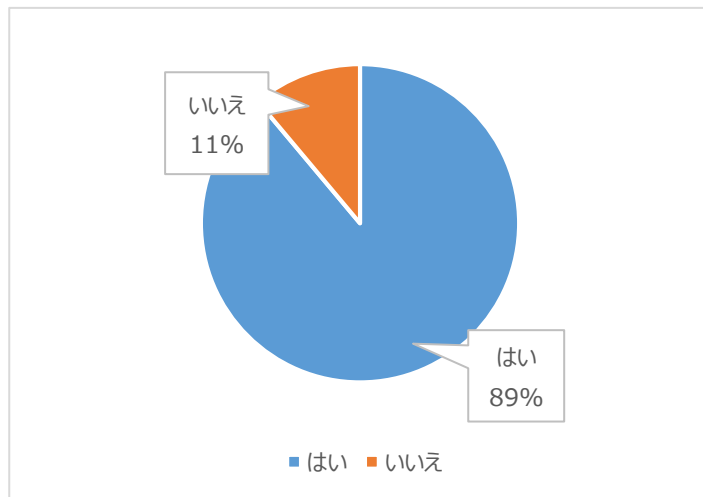
Happy Star キャンペーンの情報を得た媒体として一番多かったのは地元紙（34%）で次いでチラシ(32%)だった。「チラシ」と
答えた中で最も見かけたのは市役所と商工会議所報(36%)だった。

チラシの発行数や設置場所の数を地元紙の掲載数と比べると地元紙の影響力がより強いと考えられる。

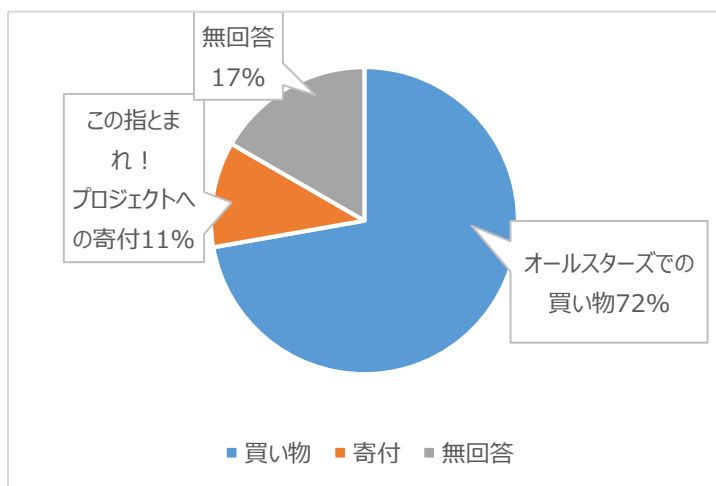
Q 犬吠 WAON カード以外に使用しているものはありますか？



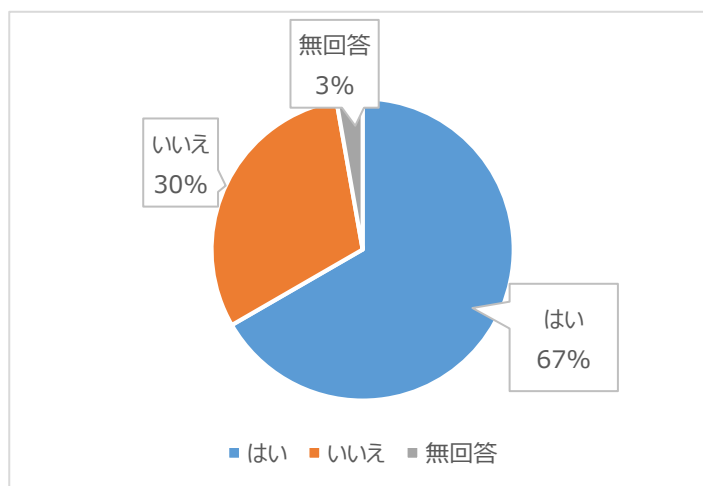
Q 犬吠 WAON カードを使うと銚子市に寄付になる事を
知っていますか？



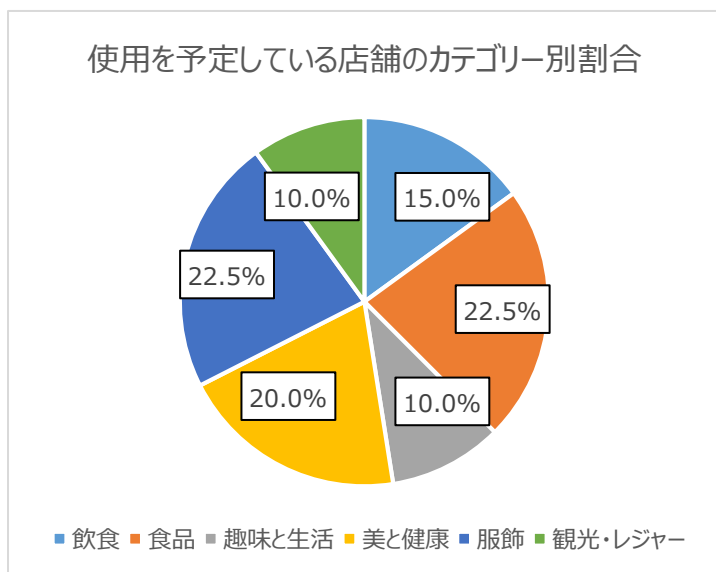
Q すきくるスターを普段何に使用していますか？



Q 今回購入されたプレミアムスターを使うお店は
決まっていますか？



使用を予定している店舗のカテゴリー別割合



今回プレミアムスターの使い道を事前に決めて購入した人は
67%だった。

使用を予定している店舗では「食品」と「服飾」が最も多く
22.5%で、次いで「美と健康」が20%だった。ジャンルごとに大
きく割合が分かれることはなかった。

使用目的の回答の中で、個々の店舗名を述べる人が多く、普
段から犬吠 WAON カードを使うお店が決まっている傾向が強
いと考えられる。

アンケートには「食料品を買えるお店を増やしてほしい」という意
見もあった。