

会津若松市商店街連合会

「会津コインを活用した消費喚起および買い回り促進事業」について

連携企業：TIS株式会社

## 背景

中心市街地の滞在人口や来訪者の数が低下傾向にあるなど、地域としての求心力低下が顕著。商店街の経済活力低下に危機感を持っている。

## 課題

1. 個店および商店街組織が実施する販促施策の基盤整備（会津コインの活用）
2. 消費者に選ばれる各店舗の魅力の向上、情報発信手段の獲得（データ活用、クーポン配信）



## 事業内容

- 実施時期：令和6年12月16日～令和7年1月30日
- 対象店舗：会津若松市商店街連合会会員店舗のうち、会津コイン加盟店
- 実施概要：以下の2つのキャンペーンを同時開催し、課題の解決に取り組んだ。

### <会津コイン決済キャンペーン>

2週間を1サイクルとし1,000円以上の会津コイン決済履歴を1口とみなした抽選を実施、当選者には翌週以降に景品として会津コインをプレゼント。期間中に3サイクル実施し、購買意欲を高めた。

### <商店街買い回りクーポンキャンペーン>

「おもてなしキャンペーン」の特典をデジタルクーポン化し会津財布上に掲載することで、買い回りを促した。3店舗の利用を一口とした抽選を実施し、会津コインや商品等の景品をプレゼント。

## ■成果

会津コイン  
加盟店舗数

87店舗

クーポン  
提供店舗数

33店舗

会津財布アプリをはじめとした各種媒体で、店舗の情報発信が可能となったほか、機動的に商店街の施策を実施していく環境を構築。クーポンの利用傾向から、個店の魅力向上や情報発信に関する課題を確認。

**会津コイン W キャンペーン**

商店街で お買い物して **豪華景品** 当てよう!

開催期間 12/16 ~ 1/30 2024→2025

参加申込 ~不要~

会津若松市商店街連合会 年末年始 特別大奉仕

**会津コイン** を使って 当てよう!

会津コインが使える対象店舗で お会計税込1,000円以上の会津コイン決済を1回する

例 1店舗で3,000円のお買い得→1口応募  
3店舗でそれぞれ2,000円のお買い得→3口応募

**会津コイン 1,000円分** が当たる!

抽選は3回! 複数回当選のチャンス!

①12/16(日)~12/31(木)に決済 → 1/17(木)までに付与  
②1/1(木)~1/15(木)に決済 → 1/31(木)までに付与  
③1/16(木)~1/30(木)に決済 → 2/14(木)までに付与

当選結果は会津財布アプリの「履歴」ページでご確認ください

**商店街買い回りクーポン** を使って 当てよう!

会津財布アプリで配信される 商店街買い回りクーポンを3店舗以上で使用する ※お支払いは会津コイン決済限定

例 5店舗で会津コインクーポンを使ってお買い得→1口応募  
9店舗で会津コインクーポンを使ってお買い得→3口応募

**景品一覧**

- ★会津コイン 1等 30,000円分
- ★会津コイン 2等 10,000円分
- ★会津コイン 3等 5,000円分
- ★会津コイン 4等 3,000円分
- ★会津コイン 5等 2,000円分
- ★海鮮セット
- ★牛肉
- ★陶磁器セット
- ★羽毛布団
- ★チエキ mini12
- ★天体望遠鏡 SW50A

当選結果のお知らせは会津財布アプリの履歴ページからご確認ください

※抽選は当選者様ご自身の都合により参加できません

会津若松市商店街連合会加盟店の会津コイン決済をご利用可能なお店

※各店舗の加盟店舗一覧・詳細は会津財布アプリの「加盟店舗」からご確認ください

主催 キャンペーンに関するお問い合わせはこちら  
会津若松市商店街連合会 TEL: (0242) 37-2789

会津財布 AIZU ZAIFU

# 実施施策の結果

## 概要

- 令和6年12月16日～令和7年1月30日を期間とし、会津コインおよび会津財布アプリ上で配信されるクーポンを活用した2つのキャンペーンを実施。
- いずれのキャンペーンも申込みは不要。条件を満たす会津コイン決済や買い回りをしたユーザーに対し、会津コインや景品が当たる抽選を実施し、購買意欲や買い回りを促した。
- 今後に向けては、商店街における会津コインの加盟店網、クーポンの提供店舗が増えたことを活かし、より効果的な施策を検討する方針。
- さらに、クーポン利用者の属性や買い回りの傾向をデータ分析を通じて、集客に効果的なクーポンの特徴を把握。各店舗の創意工夫の検討材料となっている。

## <会津コイン決済キャンペーン>

対象店舗における1,000円以上の会津コイン決済を抽選対象し、当選者には1,000円分のプレゼント。

シンプルな施策設計で各店舗の売上に寄与。

### ■対象店舗数 87店舗

抽選対象	対象数
第1回目	279口
第2回目	200口
第3回目	133口
合計	612口

## <商店街買い回りクーポンキャンペーン>

店舗の魅力を訴求するクーポンを会津財布アプリ上で配信。

消費者は3店舗巡るごとに抽選権利を得ることができ、抽選で景品を獲得するというもの。

クーポンはキャンペーン終了後も配信されており、情報発信や販促施策の基盤として機能している。

項目	実績
クーポン提供店舗数	33店舗
クーポン総利用枚数	198枚

参加者年代	構成比
20代	7%
30代	19%
40代	20%
50代	31%
60代	17%
70代	4%
80代	2%

性別	構成比
男性	35%
女性	65%

## <クーポンの例>

- 〇〇%割引
  - 〇〇円引き
  - ポイントカード2倍
  - ノベルティプレゼント
- など、店舗独自の内容を掲載
- ※いずれも会津コイン決済の方が対象

参加店舗業種	構成比
小売り	64%
飲食	30%
サービス	6%



# 結果分析

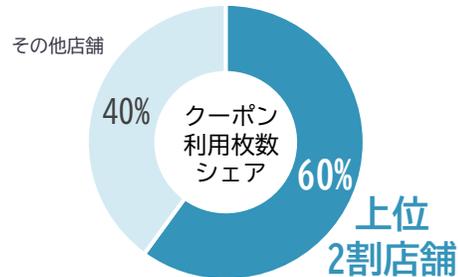
- 「商店街買い回りクーポンキャンペーン」から得られたデータをもとに、仮説検証の立場に立った分析報告と意見交換会を実施。
- 分析結果から「自店の魅力を高めること」や「消費者心理に届くクーポン提供や情報発信」が重要であることを確認。
- 今後も各店のクーポンのブラッシュアップや積極的な情報発信が必要であり、当会としてもその後押しを進めていく。
- 本件で得られた①消費動向に関するデータ、②販促基盤（会津コイン加盟店網、クーポン）を十分に活かせるような施策を継続して実施することで、商店街（中心市街地）の活性化を図りたい。

## 分析観点

## 結果

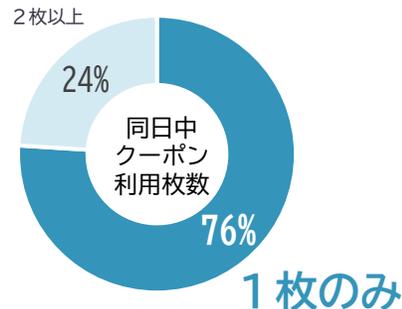
## 実績とデータによる示唆

各店が均等に  
顧客獲得をしているか



- 総利用枚数のうち2割の店舗（＝クーポン人気店）が60%のシェアを獲得。
- さらに、参加者のうち87%がいずれかの「クーポン人気店」を利用。
- ▶ クーポンそのものの訴求力や、店舗情報の充実度が顧客獲得結果に影響している。

消費者は他店での  
「ついで買い」を  
しているか



- クーポンの利用実績のあるユーザーが、同日中に利用したクーポンの枚数を集計。
- 商店街各店を同日中に買い回りするという期待に反し、1枚のみの利用が76%占める。
- ▶ 消費者は目的地となる特定店舗をめぐって中心市街地に来街する。  
人気店からの波及効果ではなく、自店の魅力向上が重要。

サービス開始当初より、  
会津コインの普及に向けた議論開始

令和5年度先端サービス実装化支援事業  
「デジタル版會津商人魂」実施

地元4スーパーとの共同キャンペーン実施

本件実施

会津コイン還元事業の共同推進のほか、  
次回の施策についても検討中



1 施策内容、アプリに関する課題をTIS社と議論する  
関係性を継続



2 地元スーパーとの連携など、  
多種多様な施策を今後も検討

3 地域外への資金流出の食い止めや、データの地域活用が  
可能な施策であることが基本的な考え方

ご清聴ありがとうございました