

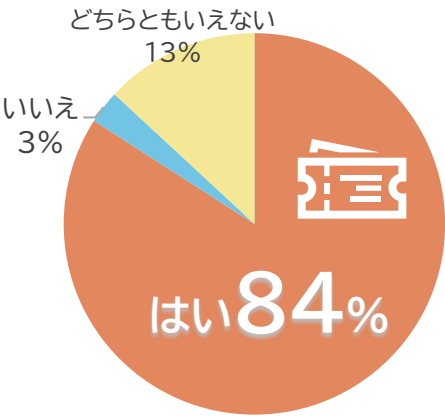
クーポンから始まる街のにぎわい

佐賀市では、「サガマチ・ランデブー」事業を通じて、アリーナイベントや街なかの情報を発信するとともに、1問アンケートを通じて利用者の声を集め、登録店にフィードバックするサービスを展開しています。

1日1回のログインとアンケート回答でポイントが貯まり、街なかのお店(サガマチ・ランデブー登録店)で使える**500円クーポン**が当たる抽選に参加でき、利用者は約8千人を超えています。

クーポンは街なかへ出かけるキッカケになるのか？

サガマチ・ランデブーのクーポンは、街なかへ出かけるキッカケになりましたか？

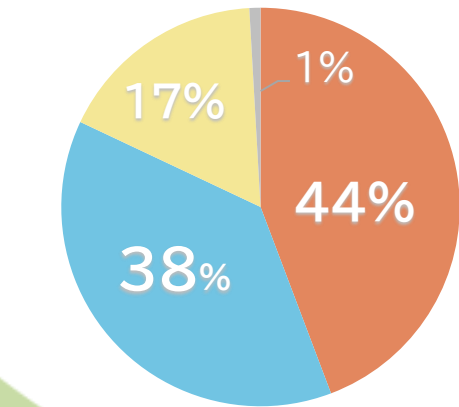


「クーポンが街なかへ出かけるキッカケになった」という声が**84%**にのびりました。

この結果から、クーポンが「割引のための仕組み」とにとどまらず、街なかに足を運んでもらうキッカケとして**大きな役割**を果たしていることが分かります。

典拠:サガマチ・ランデブー2025.10月アンケート結果

クーポンが当たったら何に使いますか？



日常の買い物や食事で使う人が多い一方で、**約4割の人が「普段は行かないお店で使う」**と回答しており、クーポンが**新規来店**のキッカケになっていることがわかります。

また、普段行くお店でも「いつもより少し高めの買い物や食事」に使われていることから、**客単価の向上**にもつながると言えるでしょう。

典拠:サガマチ・ランデブー2025.10月アンケート結果

- 日常的な買い物や食事で使う
- 普段は行かないお店で使う
- 普段行く店でいつもより高価な買い物や食事に使う
- わからない

このように、クーポンは街なかに人を呼び込むだけでなく、新規顧客の獲得や利用の広がりに期待できる取り組みと考えられます。

クーポンと購買行動にはどんな関係がある？

クーポンが来店のカキカケになった？

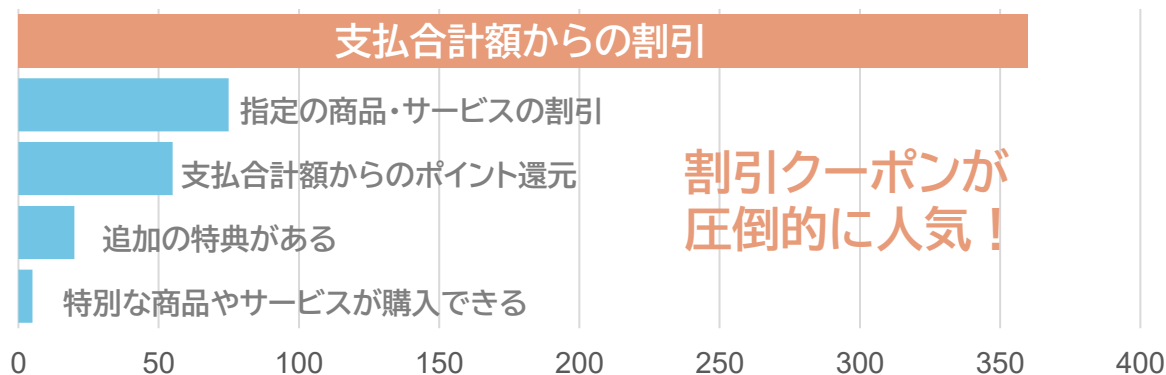


典拠: au PAY magazine(<https://media.aupay.wallet.auone.jp/articles/950>)
2023年5月13日～2023年5月14日 男女500人を対象

クーポンが新規来店のカキカケになった経験があると回答した人は**63%**、さらにその店舗に再び来店した経験がある人は**81%**にのぼりました。これは、クーポンを使うことで新しい店舗を試す心理的ハードルを下げるだけでなく、リピーターの獲得につながる可能性が高いことを示しています。

クーポンの「種類」による効果の違い

■ 利用した／また利用したいクーポン



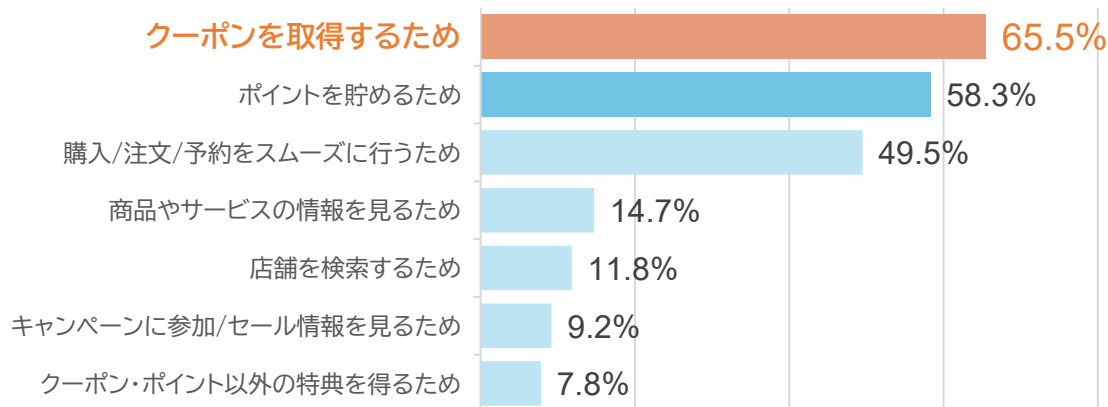
典拠: au PAY magazine(<https://media.aupay.wallet.auone.jp/articles/950>)
2023年5月13日～2023年5月14日 男女500人を対象(複数回答)

アンケート調査では、**割引クーポンの人気の最も高く、回答者の7割以上**が利用経験がある、または利用したいと回答しています。利用者にとって、これまで利用したことのない店舗やサービスを試す際の心理的ハードルを下げる効果があり、**新規顧客の来店に期待**できます。また、ポイント還元型のクーポンは、利用時の割引効果が分かりにくいものの、**継続的な来店や再利用を促す仕組みとして有効**です。

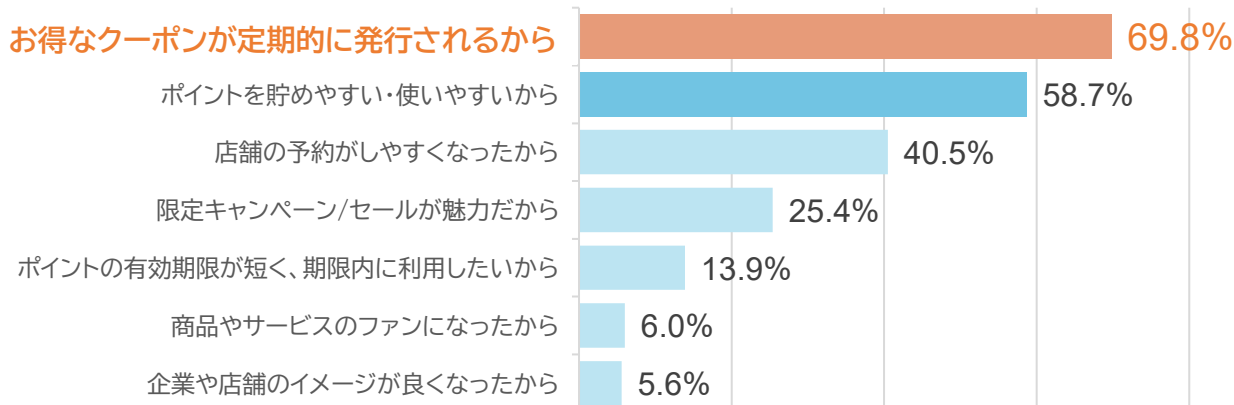
サガマチ・ランデブーの**クーポン**が、街やお店を知るキッカケとして機能している一方で、その後の利用を継続してもらうためには、お店側の工夫が重要になります。各店舗が独自のサービスや次回につながる仕掛けを用意することで、一度きりでは終わらない関係づくりへと発展させることにつながります。

店舗アプリをインストールすると来店が増える？！

■店舗アプリをインストールした理由・キッカケ(複数回答)



■来店・購入頻度が増えた理由(複数回答)



典拠:Repro株式会社 店舗アプリについての利用実態調査 2024飲食編
(<https://company.repro.io/press/pr/pr/20240827/>)

飲食店・デリバリー系の店舗アプリの利用者への調査から、**クーポンを目的**としてアプリ登録を行い、その後の再来店につながっている利用者が一定数存在することが分かっています。**サガマチ・ランデブーのクーポン**をキッカケに来店したお客さまに、次回以降に使えるクーポンの案内やポイント特典などを用意することで、再来店につながる可能性を高めることが期待できます。クーポン利用を「一度きりの来店」で終わらせるのではなく、クーポンを入口として、次回来店のキッカケをつくるのが、重要です。

🔗コラム：お店のファンを増やそう ～LINE公式アカウントの作り方～

「独自の店舗アプリを作るにはお金がかかる。お金はかけたくない!」

そんなときに活用したいのが無料で使えるLINEのビジネスアカウントです。店舗のアカウントを作成してキャンペーン情報の周知やクーポンを発行してみましょう。

PCから「<http://manager.line.biz/>」へアクセス⇒新規アカウント作成



① アカウント作成

自身の既存LINEアカウントまたはメールアドレスで作成可能です。登録すると、ログイン情報、アカウント情報(店舗・会社情報や運用目的等)を入力する画面が表示されるので、案内に従って入力しましょう。

② やることリスト

最初に行う設定、友だち(利用者)を増やすための準備(友だち登録時のあいさつメッセージ、URLやQRコードの作成、ポスターの作成等)を、順番に行っていきます。ここでクーポンを作成することもできます。

③ コンテンツ

クーポンに加えてショップカードや左右にスワイプできるカード型メッセージの作成等が出来ます。おすすめメニューの紹介等に使ってみましょう。



LINEビジネスアカウントを作成すると、マイページからも詳細な使い方の説明を見ることができます。また、友だち(利用者)の数や、属性(性別・年齢・地域)も確認することができます。

ターゲットに合わせたメッセージやクーポンを送ることで活用の幅がさらに広がります。

SAGAスマート街なかレポートとは



LINE公式アカウント
はじめの1歩セットプレゼントキャンペーン
最初にやるべきことがわかるガイドブック、イベントカレンダー、友だち募集中ステッカーを無料プレゼント中です!

SAGAスマート街なかレポートとは、佐賀市の街なか活性化に役立つ情報をさまざまなデータをもとに分析し提供するものです。どんな要因によって街なかの人の流れが変わるのか?消費行動は?など、ビッグデータからヒントを導きだします。このレポートは、一般社団法人地域デザイン総合研究所と佐賀大学の学生チームが共同してレポートを作成します。

レポートに関するお問い合わせ

一般社団法人地域デザイン総合研究所(株式会社ローカルメディアラボ内)

TEL: 0952-97-9605 E-MAIL: info@lm-labs.com