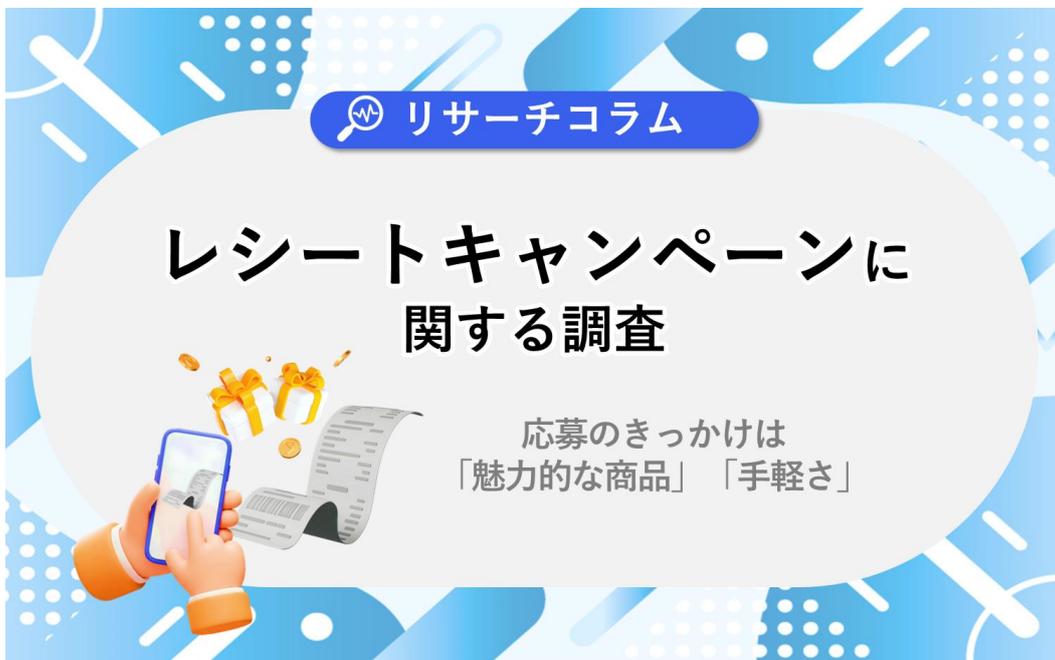


【レシートキャンペーンに関する調査】

認知は7割超も応募は4割。応募のきっかけは「魅力的な商品」「手軽さ」

CCCMK ホールディングス株式会社（本社：神奈川県横浜市、代表取締役社長兼 CEO：高橋 誉則）は、このたび、全国20～69歳のV会員1,777名を対象に、インターネット上での意識調査「Vアンケート」によって、「レシートキャンペーンに関する調査」を実施しましたのでお知らせいたします。



調査ダイジェスト

- (1) レシートキャンペーンの認知は7割を超えるが、応募経験者は4割
- (2) キャンペーン応募のきっかけは「景品が魅力的」「応募の簡単さ」
- (3) レシートキャンペーン非応募者も関心が高い
- (4) わかりやすく、安全性が求められるレシートキャンペーン

近年、さまざまな企業が取り組みを始めている「レシートキャンペーン」。対象商品を購入し、発行されたレシートをもとに応募できる販促施策として注目を集めています。一方で、企業担当者には「実際に応募してもらえるのか」「自社商材はマッチするのか」などといった疑問や不安を感じる声も見受けられます。

今回は「レシートキャンペーン」について、キャンペーンの認知度や応募意向、応募するうえで不

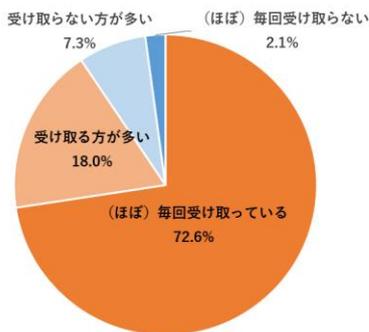
安に感じる点などについて調査を実施しました。

(1) レシートキャンペーンの認知は7割を超えるが、応募経験者は4割

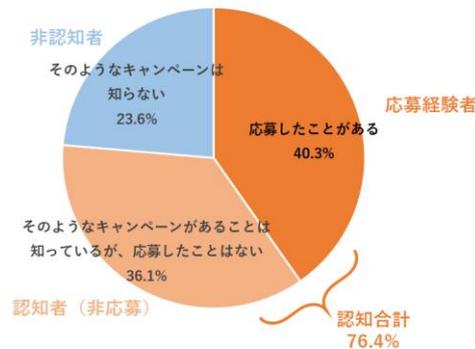
まず、お買い物の際のレシートの受け取り状況について調査しました。その結果、「(ほぼ)毎回受け取っている」と回答した人は全体の72.6%と大半を占めています。一方で、「受け取らない方が多い」「(ほぼ)毎回受け取らない」と回答した人は合計で1割弱にとどまる結果になりました。

続いて、「レシートキャンペーン」の認知度および応募経験について明らかにしました。レシートキャンペーンに「応募したことがある」と回答した人は全体で40.3%、「そのようなキャンペーンがあることは知っているが、応募したことはない」はそれよりやや低い36.1%と分かれました。「キャンペーンを知らない」と回答した人は23.6%であり、**認知している人が多数ではあるものの、応募経験がない人が一定数存在する**という結果になりました。

Q. あなたはお店で買い物をした際に、レシートを受け取りますか。
(n=1,777)



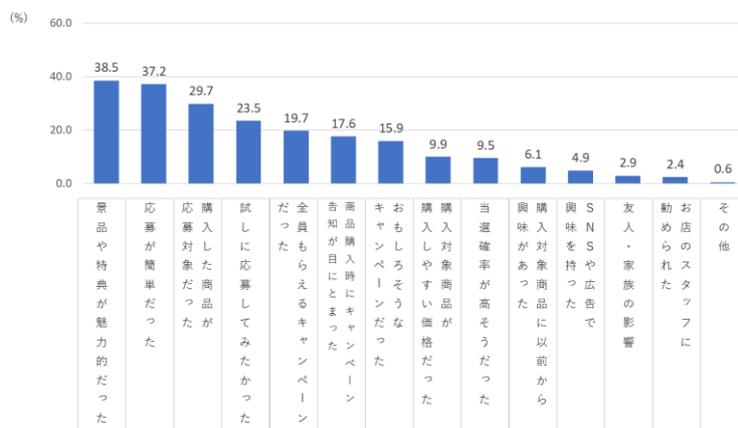
Q. あなたは、「レシートキャンペーン」をご存じですか。また、応募したことはありますか。
(n=1,777)



(2) キャンペーン応募のきっかけは「景品が魅力的」「応募の簡単さ」

レシートキャンペーンに応募したきっかけについては、「景品や特典が魅力的だった」「応募が簡単だった」という回答がいずれも4割近くを占めました。

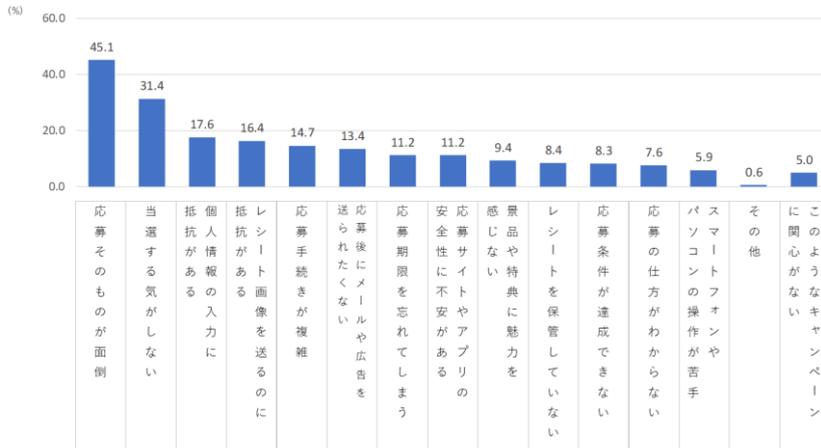
Q. レシートキャンペーンに応募したきっかけや理由をお知らせください。(複数選択可、n=716)



注) グラフは全体のスコア。スコアが大きい順に表示

一方、キャンペーンの存在を知っているにもかかわらず応募経験がない層に応募しない理由を調査したところ、「応募そのものが面倒」が45.1%、「当選する気がしない」という回答が31.4%となりました。**景品が魅力的であることはもちろん、応募方法が簡単で分かりやすく設計されていることは、応募に関わる重要な要素**となっているようです。特に応募経験がない層は、複雑な手順が必要とされるキャンペーンには不安を感じてしまうかもしれません。

Q. レシートキャンペーンをご存じの方にお伺いします。レシートキャンペーンに応募しない理由をお知らせください。（複数選択可、n=641）

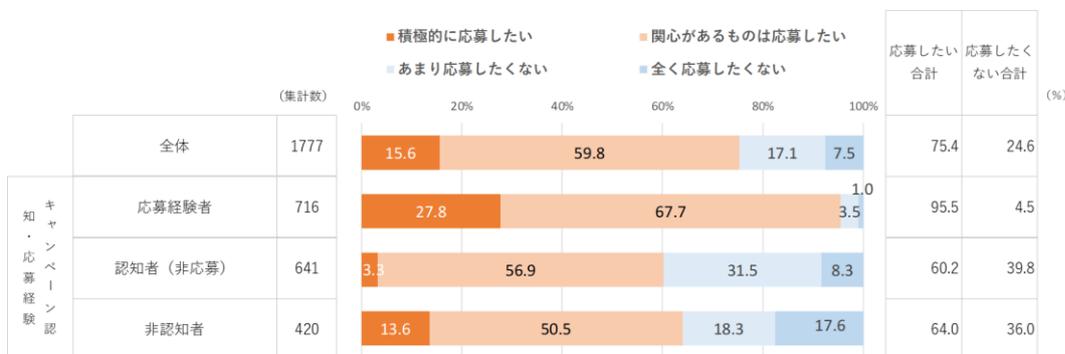


注）グラフは全体のスコア。スコアが大きい順に表示

(3) レシートキャンペーン非応募者も関心が高い

今後のキャンペーン応募意向について、全体では「積極的に応募したい」が15.6%、「関心があるものは応募したい」が59.8%で「**応募したい**」の合計は**75.4%**となりました。多くの方が、条件次第で前向きに参加を検討していることが分かります。また、キャンペーン認知者（非応募）とキャンペーン非認知者のいずれも「応募したい」の合計は60%を超えています。**今後、「初めてレシートキャンペーンに応募する」という方の取り込みが、施策成果を左右するポイント**となりそうです。

Q. 今後、レシートキャンペーンに応募したいと思いますか。



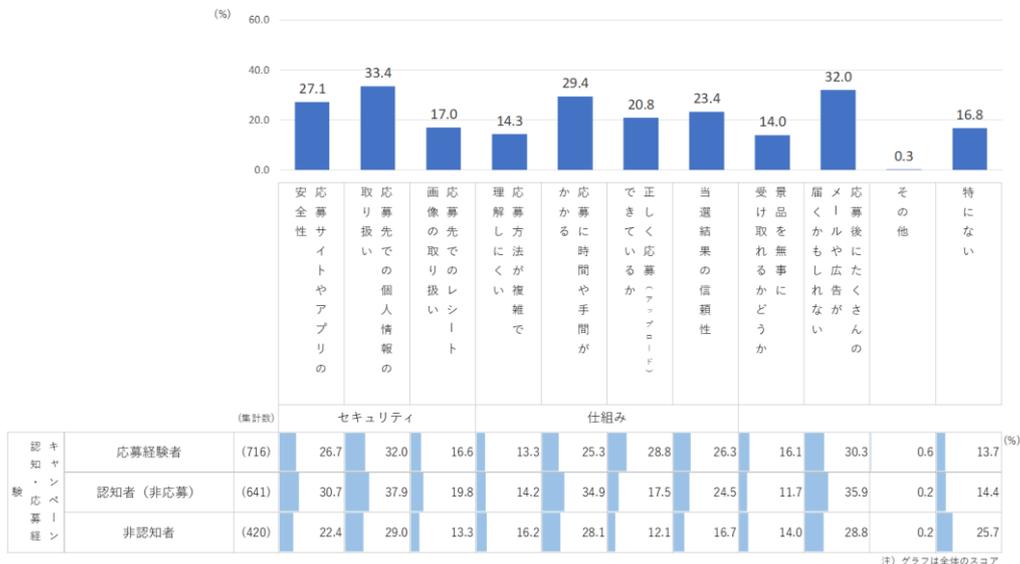
(4) わかりやすさと安全性が求められるレシートキャンペーン

レシートキャンペーンは、レシート画像をスマートフォンやPCから送信して応募する仕組みですが、応募時に不安を感じる方も少なくありません。応募時の不安点を調査したところ、「特にない」と

回答した人は全体で 16.8%、応募経験者に限っても 13.7%にとどまり、多くの方が何らかの不安を抱えていることが分かります。具体的な不安としては、「応募先での個人情報の取り扱い」「応募後にたくさんメールや広告が届くかもしれない」が 3 割を超えたほか、「応募に時間や手間がかかる」「応募サイトやアプリの安全性」も 20%台後半となりました。**レシートキャンペーンには、簡単に、安全かつ正しく応募が完了できる仕組みが期待されていることがわかります。**

次に、キャンペーン認知・応募経験別に見ると、認知しているものの応募経験がない層では、他と比較した際に不安項目の回答率が高い傾向がみられました。特に「応募に時間や手間がかかる」では、応募経験者と比べて 9.6 ポイントほど高くなっています。一方、応募経験者は「正しく応募（アップロード）できているか」を気にしています。

Q. レシートキャンペーンに応募する際、不安を感じることはありますか。（複数選択可、n=1,777）



<レシートキャンペーンには簡単・安全な「レシタメ」>

レシートキャンペーンは有効な施策である一方、個人情報管理への配慮や応募手続きの煩雑さによる離脱リスクが導入時のハードルとなるケースも少なくありません。

「レシタメ」は、AI レシート解析機能による購買判定が可能な、成果報酬型マストバイキャンペーンです。生活者はV ポイントアプリから対象商品のレシートをアップロードし、手軽に参加可能です。また、メーカーさまはキャンペーンページに掲載する商品と還元ポイント額を設定いただくだけで、手間なく累計 3,000 万 MAU のアプリユーザーに向けて、一括でアプローチできるため、効率的な販促施策を実現します。

・媒体資料：https://www.cccbiz.jp/download_files/61/download_form

<本調査詳細データのご案内> <https://www.cccbiz.jp/columns/research20>

CCCMK ホールディングスでは「レシートキャンペーン」に関する意識や行動に関するマーケティングのご相談を承っています。こちらの資料では、今回のレポートに掲載しきれていない調査の詳細をご紹介します。無料でダウンロードいただけますので、ぜひご覧ください。

レポート DL フォーム：https://www.cccbiz.jp/white_papers/whitepaper154

※CCCMK ホールディングスでは、セキュリティ上厳重に管理された環境のもと、個人を特定できない状態でマーケティング分析を行っております。

※本コラムに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

※本記事を引用・転載をご希望の方は、事前にお問い合わせください。

<調査概要>

調査方法：V アンケート

調査地域：全国

調査対象者：男女 20～69 歳の V 会員

調査期間：2026 年 1 月 8 日（木）～2026 年 1 月 15 日（木）

有効回答数：1,777 サンプル

※ 性別・年代別の構成が日本の人口構成比に近くなるようにサンプルを回収しています。

報道関係者からのお問い合わせ：

CCCMKホールディングス株式会社 事業広報グループ

TEL：045-522-8174

MAIL：cccmkpr@ccc.co.jp

問い合わせフォーム：<https://www.ccc.co.jp/info/press/>