川越市プレミアム付き商品券

補　助　事　業　成　果　報　告　書

平成２２年５月

川越市

目　　次

１　補助対象事業の実施状況
　１）事業概要　・・・・・・・・・・・・・・・・・　１
　２）販売状況　・・・・・・・・・・・・・・・・・　２
　３）使用状況　・・・・・・・・・・・・・・・・・　２
　４）実施報告書　・・・・・・・・・・・・・・・・・　３
２　アンケート
　１）取扱店アンケートの実施状況　・・・・・・・・・・・・・・・・・　４
　２）利用者アンケートの実施状況　・・・・・・・・・・・・・・・・・　６
３　成果について
　１）消費創出効果　・・・・・・・・・・・・・・・・・　８
　２）その他の効果　・・・・・・・・・・・・・・・・・　１０
４　総括　・・・・・・・・・・・・・・・・・　１０

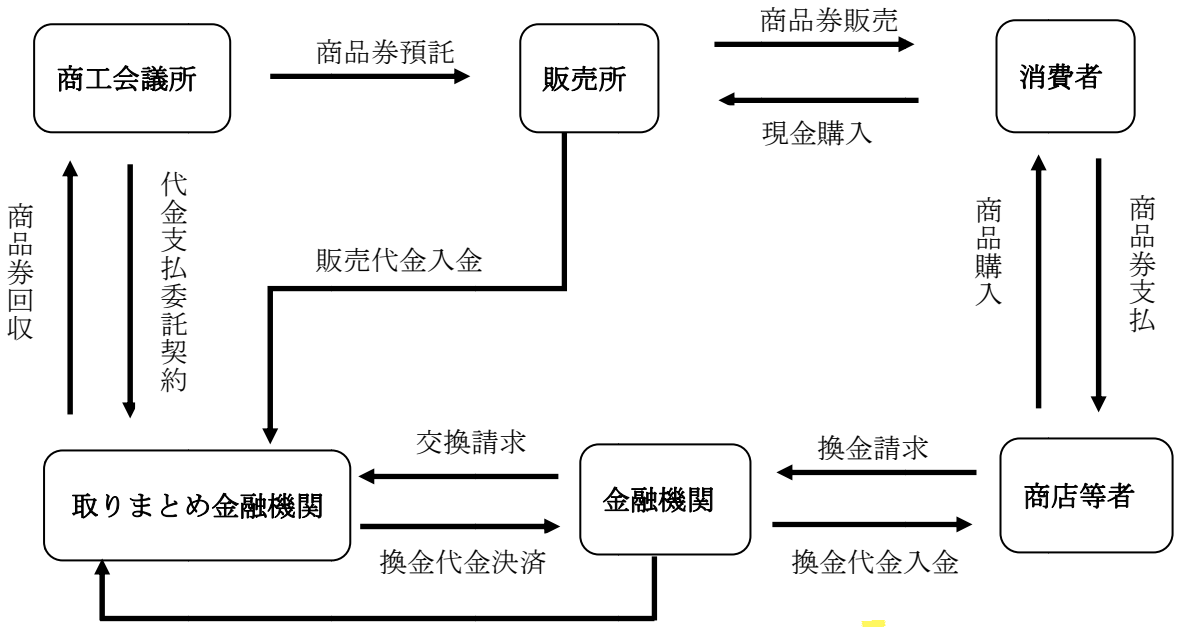
川越市プレミアム付き商品券補助事業成果報告書

１　補助対象事業の実施状況

１）事業概要

・事業名称　　川越市プレミアム付き商品券事業
・発行団体　　川越商工会議所・川越商店街連合会
・発行日　　平成２１年１０月１日
・有効期間　　平成２１年１０月１日～平成２１年１２月３１日
・発行総額　　３億３，０００万円
・発行券　　１冊１０，０００円（１，０００円×１１枚）
　　Ａ券（共通券）８枚・Ｂ券（専用件）３枚
　　発行冊数　３０，０００冊
・購入限度額　　５万円（１人あたり）
・使用限度額　１０万円（１回あたり）
・換金手数料　２％を徴収（１枚９８０円で換金）

事業スキーム



２）販売状況

10 月 1 日、川越商工会議所、まるひろ百貨店川越店店頭等、特設販売所７ヶ所で販売、販売開始日の販売額は、約 1 億２千万円。

10 月 2 日以降、常設販売所１３箇所で販売を継続し 11 月 11 日に完売した。

３）使用状況

発行総額 3 億 3 千万円のうち、取扱加盟店で使用後、換金請求された商品券は 3 億 2,917 万 7 千円で率にして 99.75%であった。

店舗規模別の使用状況では、売り場面積 1,000 ㎡未満の小型店での使用割合は全体の 51.34%と高く、Ｂ券（小型店専用券）を設けた効果がうかがわれる。

販売・換金状況

	枚　数	金　額
販　売(発行)	330,000枚	330,000,000円
換　金	329,177枚	329,177,000円
未換金	823枚	823,000円
換金率	99.75%	99.75%

店舗規模別内訳

	使用枚数	使用金額	割合
小型店	169,005 枚	169,005,000 円	51.34%
大型店	160,172 枚	160,172,000 円	48.66%
合　計	329,177 枚	329,177,000 円	100%

４）実績報告書

実施団体（川越商工会議所・川越商店街連合会）の実績報告書では、プレミアム付き商品券事業の成果及び収支決算を次のとおり報告している。

１．プレミアム付き商品券事業は、市内活性化策として経済波及効果があった。

２．市内商店街への顧客誘致と需要喚起を図り、取扱い商品の販売促進が実現された。

３．短期間で高額な発行額により、取扱店の売上効果が実現された。

４．Ａ券（共通券）・Ｂ券（専用券）を発行したことにより、小型店・大型店の比率が同等であった。

５．換金率が高かった。

６．一部商店街では、商品券で商品を購入した場合「ポイントカード」へのポイントを３倍にするサービスを実施した。

決算の状況

収入

区　　分	金　　額
商品券販売総額	300,000,000 円
市補助金	37,172,183 円
換金手数料収入	6,583,540 円
登録手数料収入	301,237 円
雑収入	14,200 円
合　計	344,071,160 円

支出

区　　分	金　　額
商品券換金総額	329,177,000 円
商品券関係費	6,011,806 円
人件費	3,990,493 円
商品券印刷費	1,329,300 円
広告宣伝費	1,321,267 円
消耗品費	918,812 円
取扱手数料	736,265 円
通信費	419,577 円
換金経費	161,640 円
雑費	5,000 円
合　計	344,071,160 円

2　アンケート

1）取扱店アンケートの実施状況

商品券使用期間終了後、取扱加盟店全 402 店舗に対し郵送によるアンケート調査を実施した結果、162 事業所（回収率 40%）より回答を得た。

各商店等でどの程度商品券が使われたかに関する設問では、売上に占める商品券の使用割合５％未満が多数を占め、商品券が広く加盟店で使用されたことがうかがわれる。

食料品等を扱う店舗での使用割合が比較的高い傾向があり、生活防衛的な消費行動が伺える一方で、家電製品、自転車や家具などの耐久消費財を取り扱う店舗での使用割合が高いところも散見され、商品券が新たな消費の動機付けとして、一定の効果があったことがうかがえる。

商品券の効果に関する設問では、「新規顧客の獲得」が 23%、「顧客とのコミュニケーションの強化」が 23%、「商店街の連携強化」が 17%、「売上増加」が 12%の者が効果として挙げている。一方「効果は無かった」が 28%、無回答 11%と合わせると 39%もの事業者が効果を感じないと言う結果になった。

期間中の売上金額について、回答 100 事業所の単純集計では、10 月の前年同月比較では、約６％の増となったが、11 月・12 月は何れもマイナスに転じ、期間全体では対前年比で約 3%のマイナスとなった。

また、同様の事業を実施された場合の参加希望では、「参加したい」との回答が 51.2%と半数を超えたものの、参加に消極的な「どちらとも言えない」も 34.6%と高く、「参加したくない」との意見が 8%あった。

アンケート用紙

プレミアム付き商品券「川越市内共通商品券」
加盟店アンケート

1．あなたの店舗について伺います。該当する□にチェックをお願いします。

（1）店舗規模は次のいずれに該当しますか

□ 大型店(1,000 ㎡以上)　□ 非大型店(1,000 ㎡未満)

（2）業種は次のいずれに該当しますか

□小売業　□飲食業　□サービス業　□その他（具体的に：　　）

（3）主にどの様な商品・サービスを提供していますか。

□ 食料品全般　□精肉　□鮮魚　□ 青果　□ 和・洋菓子
□ 米穀類　□ 酒類　□ 茶類　□ 乾物類
□ 衣料品　□ 呉服・服地　□靴・履物　□ 身の回り品小物
□ 薬・化粧品　□ 書籍・文具　□ 時計・メガネ　□ 宝飾品　□ 陶器
□ 金物　□ 書画　□ 家電製品　□自転車　□ 燃料
□ 宿泊サービス　□ 飲食サービス　□理美容サービス
□ 娯楽サービス　□ 医療サービス　□ 教育サービス
□その他（具体的に：　　）

2．今回の商品券について伺います。該当する□にチェックをお願いします。

（1）あなたのお店で商品券はどの程度使われましたか。

□ 使用無　□ 売上の 5%未満　□売上の 10%未満
□ 売上の 15%未満　□その他（具体的に；およそ　　%）

（2）今回の商品券の効果について、次の内該当するものはありますか。

□ 効果無　□ 新規の顧客獲得　□ 商店街の連携強化
□ 売上増加　□ 顧客とのコミュニケーション強化
□ その他（具体的に：　　）

3．期間中の売上金額並びに前年同期の売上についてお伺いします。
（金額は概算で結構です。）

	10 月売上額	11 月売上額	12 月売上額
平成 20 年	万円	万円	万円
平成 21 年	万円	万円	万円

4．同様な事業が実施された場合、また取扱店として参加したいと思いますか？

□ 参加したい　□ 参加したくない　□ どちらとも言えない

今回の商品券に関しご意見がありましたら下欄にご記入ください。

２）利用者アンケートの実施状況

プレミアム付商品券の使用期間終了後、市ホームページにおいて、商品券の利用者を対象としたアンケートを実施し、平成２２年１月４日から３月３１日までの間に 57 件の回答があった。

商品券を知った媒体に関する設問では、「広報紙」が 33%と一番高く、次いで「ポスター等の掲示物」が 22%、以下「ホームページ」13%、「自治会回覧」９%、「折り込みチラシ」8%、「地域情報紙」4%の順となった。

期間中の消費行動変化では、「取扱い加盟店での買い物の機会の増加」が 53%、「地域の商店街での買い物の機会の増加」が 10%、「市内での買い物の機会の増加」が 7%とおよそ 7 割の方は消費行動に何らかの影響があったとしている。

期間中の消費支出額の変化については、「増加した」が 37%、「変わらなかった」が 37%、「プレミアム分節約できた」が 26%で、4 割弱の方々に対しては、新たな消費創出を誘引する効果があったと推察できる。

商品券の発行方式に関し、1 枚当たり 1,000 円の設定が「適当だった」と感じた方は 63%と多数を占めたが、500 円または、500 円券との併用が良かったとする意見も 37%と多かった。

また、Ｂ券（小型店専用券）3 枚を設けた点に関しては、「適当」との回答は 33%、「Ｂ券専用券は設けるべきでなかった」との回答も 33%で、「もっと多くて良い」が 14%、「もっと少なくて良い」が 11%であった。

なお、「もっと多くて良い」「もっと少なくて良い」と回答のあった者に対し何枚が適当だったか具体的枚数をうかがったところ、回答の平均枚数はおよそ 4 枚となった。

利用者アンケートの内容

プレミアム付き地域商品券「川越市内共通商品券」　利用者アンケート
１．商品券を何でお知りになりましたか？（複数回答可）
ア 市広報紙（広報川越）
イ 新聞の折り込みチラシ
ウ 地域情報紙
エ 加盟店・公共施設等に掲示されたポスター・チラシ
オ 市等のホームページ
カ 自治会回覧
キ その他（具体的にご記入ください）
　その他の内容
２．商品券によって期間中（１０月～１２月）のあなたの消費行動は例年と比べてどのような変化がありましたか？　（１）お買い物のお店等に変化はありましたか
ア 市外より市内で買い物をする機会が多くなった。
イ 大型店より地域の商店街で買い物をする機会が多くなった。
ウ 商品券取扱加盟店で買い物をする機会が多くなった。
エ 変化なし。
オ その他（具体的にご記入ください）
　その他の内容
（２）あなたの消費支出額に変化はありましたか？
ア 増加した。
イ 変わらなかった。
ウ プレミアム分節約することができた。
エ その他（具体的にご記入ください）
　その他の内容
（３）（２）でアと回答した方にうかがいます。
期間中の増加額はおよそお幾らだったと思いますか？
ア 円
３．今回の商品券発行方式について伺います。　（１）商品券１枚当たり１０００円の設定はいかがでしたか？
ア 適当な設定だったと思う。
イ ５００円位が使いやすかったと思う。
ウ その他（具体的にご記入ください）
　その他の内容
（２）地域商店街活性化のため、大型店で使用できないＢ券を３枚（Ａ券８枚）とした点について
ア Ｂ券３枚は適当な枚数であった。
イ Ｂ券はもっと多くても良かった。
ウ Ｂ券はもっと少なくても良かった。
エ 店舗規模で使用の制約をするべきではなかったと思う。
オ その他（具体的にご記入ください）
　その他の内容
（３）（２）でイ・ウと回答した方にうかがいます。
Ｂ券は何枚が適当だったと思いますか？
ア 枚
４．その他今回の商品券についてご意見がありましたらお願いします。
記入が済みましたら「確認」ボタンをクリックしてください。

3　成果について

１）消費創出効果

新たな消費創出効果について、取扱店アンケート中、売上金額の回答があった１００件のデータを基に推計を試みた。

≪推計方法≫

回答１００件を店舗規模別に分類、売場面積 1,000 ㎡以上の大型店舗の回答 8 件、1,000 ㎡未満の小型店舗の回答 92 件により加盟 402 店舗全体の消費創出額を推計した。

＜大型店＞

大型店アンケートデータ 8 件の 20 年度及び 21 年度の各月平均額を算出、平均額に大型店の加盟店舗数 26 を乗じ、加盟店全体の 20 年度及び 21 年度の各月売上額を算出。（表１：①欄）

さらに、①欄 20 年度売上算出額に前年比増減率（経済産業省商業販売統計）を乗じ、21 年度売上予定額を算出。（表１：②欄）

①欄 21 年度売上算出額と②欄 21 年度予定売上額との差額（表１：③欄）を大型店における消費創出効果と推計した。

表１　消費創出効果推計（大型店）　　単位：千円

	①		②	増減率	③
	20 年度（算出）	21 年度（算出）	21 年度（予定）	前年比	効果
10 月	640,484	605,664	600,134	0.937	5,530
11 月	668,743	610,799	608,556	0.91	2,243
12 月	768,661	746,411	736,377	0.958	10,034
計	2,077,888	1,962,873	1,945,066		17,807

＜小型店＞

大型店同様に、小型店アンケートデータ 92 件の 20 年度及び 21 年度の各月平均額を算出、平均額に大型店の加盟店舗数 376 を乗じ、加盟店全体の 20 年度及び 21 年度の各月売上額を算出。（表２：①欄）

さらに、①欄 20 年度売上算出額に前年比増減率（経済産業省商業販売統計）を乗じ、21 年度売上予定額を算出。（表２：②欄）

①欄 21 年度算出売上額と②欄 21 年度予定額との差額（表２：③欄）を小型店における消費創出効果と推計した。

表２　消費創出効果推計（小型店）　　単位：千円

	①		②	増減率	③
	20 年度(算出)	21 年度(算出)	21 年度(予定)	前年比	効果
10 月	354,534	465,399	350,989	0.99	114,411
11 月	362,151	333,822	358,167	0.989	−24,345
12 月	493,263	447,203	491,783	0.997	−44,580
計	1,209,948	1,246,424	1,200,939		45,485

＜全　体＞

大型店（表１）及び小型店（表２）を集計し全体（表３）の消費創出効果を集計した。

表１　消費創出効果推計（全　体）　　単位：千円

	①		②		③
	20 年度(算出)	21 年度(算出)	21 年度(予定)	前年比	効果
10 月	995,018	1,071,063	951,122		119,941
11 月	1,030,894	944,621	966,723		−22,103
12 月	1,261,924	1,193,614	1,228,160		−34,546
計	3,287,835	3,209,297	3,146,005		63,292

消費創出効果推計額　　６３，２９２千円・・・・・・・表３
（内訳）
〇大型店　　１７，８０７千円・・・・・・・表１

〇小型店　　４５，４８５千円・・・・・・・表２

商品券による消費創出効果額は、発行額３億３千万円に対して、およそ１９％、補助金額３千８００万円に対して、およそ１．７倍の消費創出効果があったと推計され、消費の落ち込みの下支えに一定の効果があったと思われる。

なお、商品券販売開始月の１０月に効果が大きく、その後はむしろ効果額はマイナスに転じており、発行総額の規模・消費行動の前倒しによる反動等があったと推測され、期間全体にまで効果が及ばなかったものと思われる。

２）その他の効果等

アンケート等の結果からは、事業のその他の効果として、消費者は「地域、小型店での消費機会が増えた」事業者側にとっては、「新規顧客の獲得につながった」との回答も目立ち、また、商品券の使用状況も小型店での使用が半数を超えていた結果から、商品券は、地域小型店への一定の消費誘導効果があったと思われる。

また「顧客とのコミュニケーションに役立った」「商店街の連携強化」に効果があったとの回答も目立ち、顧客・商店の繋がりの支援策として一定の効果があったと思われる。

４　総　括

今回の商品券発行事業は、消費創出効果、消費行動等の誘導により地域経済の活性化に一定の効果があったと思われ、期間中の売上金額については、10 月の前年同月比較では、約６％の増となった。しかしながら、11 月・12 月は何れも対前年同月比でマイナスに転じるなど、期間全体にまでその効果を持続させるには、発行総額の規模的な問題もあったと考えられる。

取扱加盟店は 402 店舗と、市内小売店の 2 割弱に留まり、商品券利用者にとっては「商品券の魅力」が薄れ完売にも日数を要する結果となった。

取扱加盟店が結果として少なかった原因としては「事前ＰＲ（準備）の不足」や「換金手続き・換金手数料の負担感」等が影響したものと思われる。

また、参加した事業者に対するアンケート結果では、全体の 6 割強の事業者が「新規顧客の獲得」など何らかのプラス効果を感じていただいたが、効果を感じていただけなかった事業者も 4 割弱にも上り、商品券に対する評価が分かれる結果となった。

商店街別に見ると、法人化が進む等の連携の強い商店街では、参加店舗も比較的多く、商品券の使用割合も高い傾向があり、特に商品券に合わせて「共同販売事業」等、積極的に取り組んだ商店街では大きな成果があったことがうかがえる。