

R6～R7年度実施 魚沼市プレミアム付商品券事業に関するアンケート調査報告書

魚沼市産業経済部商工課 R7.9.8作成

1 調査概要

- (1) 調査目的： 令和6年度から令和7年度にかけて実施した「プレミアム付商品券事業」の効果を検証し、今後の商工行政における施策検討の参考情報とすることを目的とする。
- (2) 調査期間： 令和7年7月25日（金）から令和7年8月25日（月）まで
- (3) 周知方法： 市民に対しては、市報及び市ホームページで周知
加盟店に対しては、個別にアンケート案内とアンケート用紙を郵送
- (4) 回答手段： インターネット、FAX、郵送、窓口・回収箱提出
- (5) 回答数：

調査種別	対 象	回答数（回答率）
市民向けアンケート	魚沼市民 (R7.7.31現在人口 32,022人)	134件（0.4%）
加盟店向けアンケート	魚沼市プレミアム付商品券事業加盟店 (678店舗)	311件（45.9%）

- (6) 回答方法の内訳：

調査種別	インターネット	インターネット以外 (回収箱・FAX・郵送など)
市民向けアンケート	132件 (98.5%)	2件 (1.5%)
加盟店向けアンケート	190件 (61.1%)	121件 (38.9%)

2 プレミアム付商品券の概要

発行総額・冊数	2億6,350万円・26,350冊
1冊あたりの構成	10,000円（500円券×20枚）／冊 《内訳》共通券2枚・地域券18枚
販売価格	5,000円／冊（1世帯あたり2冊まで購入可）
プレミアム額・率	5,000円・100%／冊
販売期間	令和7年3月23日（日）～令和7年4月25日（金）
利用期間	令和7年3月23日（日）～令和7年6月15日（日）
購入対象者	魚沼市に住民登録がある市民
利用可能店舗	共通券：市内に店舗、事業所を有する事業者 地域券：市内に本社・本店が所在する事業者 ただし、市内に本社・本店が所在しない事業者であっても、以下のいずれかに該当する店舗は地域券の対象とする。 (ア)南魚沼市または湯沢町に本社・本店が所在し、かつ、事業者全体の事業規模が3店舗以内である者が経営する店舗 (イ)市内の工場で製造した商品を販売するための直売店舗 ※いずれも市内での利用に限る。
購入方法	購入希望者は、市から発送された購入券を販売窓口を持参のうえ、現金で購入する。
販売実績	販売冊数 22,030冊（2億2千30万円分） ※販売率83.6%
換金実績	換金額 219,410,500円 ※換金率99.6%

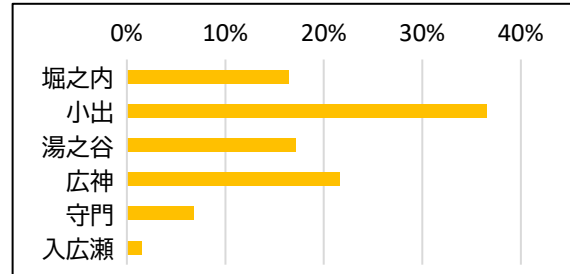
3 市民向けアンケート調査の結果

134件の回答がありました。全部で15項目の設問に回答していただきました。
回答結果は以下のとおりです。

市民アンケートQ1～Q4

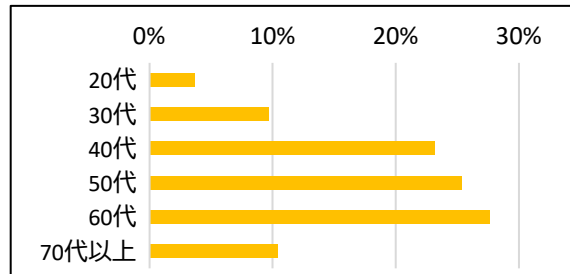
■Q1. お住まいの地域

選択肢	回答数	割合
堀之内	22	16.4%
小出	49	36.6%
湯之谷	23	17.2%
広神	29	21.6%
守門	9	6.7%
入広瀬	2	1.5%
合計	134	100.0%



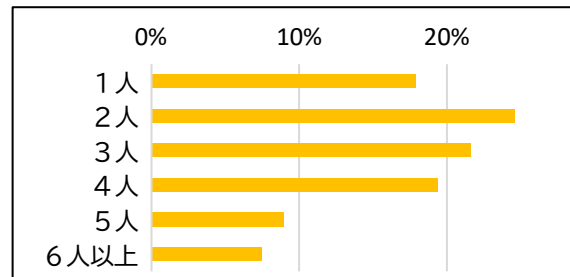
■Q2. 年代

選択肢	回答数	割合
20代	5	3.7%
30代	13	9.7%
40代	31	23.1%
50代	34	25.4%
60代	37	27.6%
70代以上	14	10.4%
合計	134	100.0%



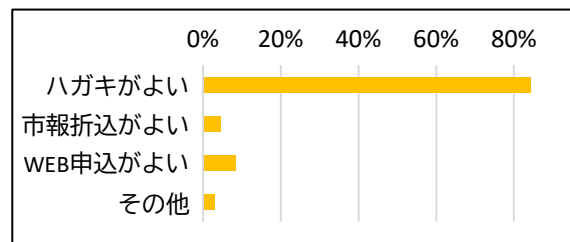
■Q3. 世帯の人数

選択肢	回答数	割合
1人	24	17.9%
2人	33	24.6%
3人	29	21.6%
4人	26	19.4%
5人	12	9.0%
6人以上	10	7.5%
合計	134	100.0%



■Q4. 購入券の配布方法 (今回はハガキ)

選択肢	回答数	割合
ハガキを郵送する方法がよい	113	84.3%
市報に折り込む方がよい	6	4.5%
Web申し込みがよい	11	8.2%
その他	4	3.0%
合計	134	100.0%

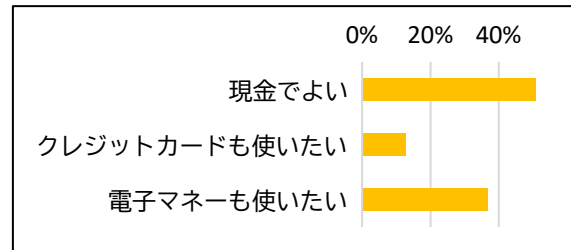


「その他」の内容

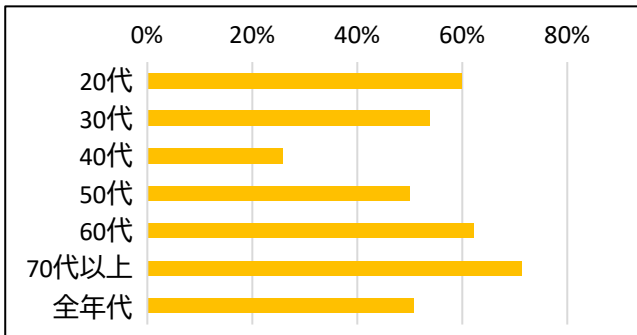
- ・ハガキで良いが、届かないという世帯には、念書を取って再発行すべき。
- ・職員が準備しやすい方法でよい
- ・マイナンバーを利用したらよいのでは
- ・ハガキとラインなどのSNSの併用

■Q5. 商品券の購入方法

選択肢	回答数	割合
現金でよい	68	50.7%
現金のほか、クレジットカードも使いたい	17	12.7%
上記のほか、電子マネーも使いたい	49	36.6%
合計	134	100.0%



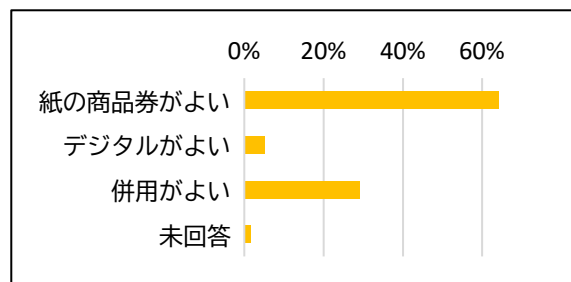
《クロス集計》Q5で「現金でよい」と回答した割合の年代別比較



商品券の購入方法については、「現金でよい」と回答した人の割合は40代で最も低く、70代以上が最も高い結果になりました。

■Q6. 商品券の電子化など

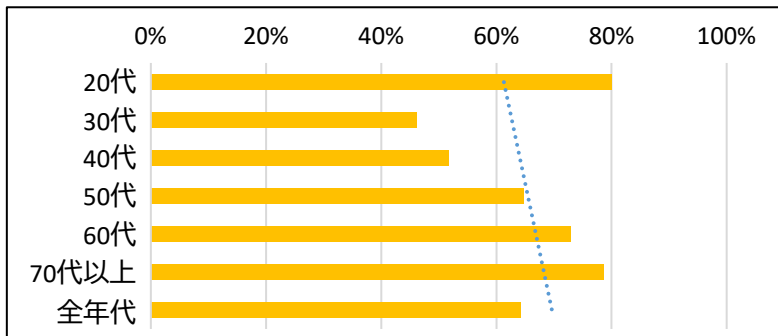
選択肢	回答数	割合
今回のように、紙の商品券がよい	86	64.2%
スマートフォンで使えるデジタル商品券がよい	7	5.2%
紙とデジタルの併用がよい	39	29.1%
その他	2	1.5%
合計	134	100.0%



「その他」の内容

- ・職員がやりやすい方法でよい
- ・作成に費用がかからないものがよい

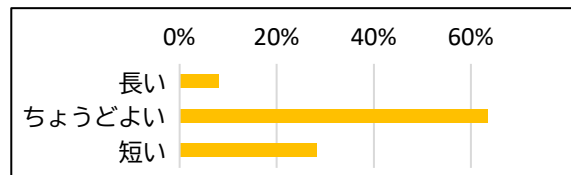
《クロス集計》Q6で「紙の商品券がよい」と回答した割合の年代別比較



商品券の電子化については、20代を除き、年代が上がるにつれて「紙の商品券がいい」と回答した割合が高くなる傾向が見られました。

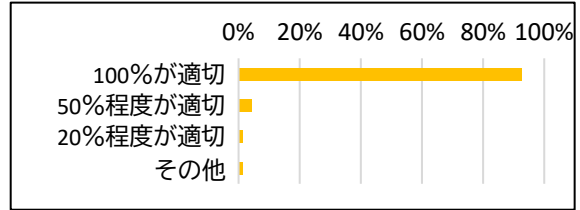
■Q7. 商品券の有効期間

選択肢	回答数	割合
長い	11	8.2%
ちょうどよい	85	63.4%
短い	38	28.4%
合計	134	100.0%



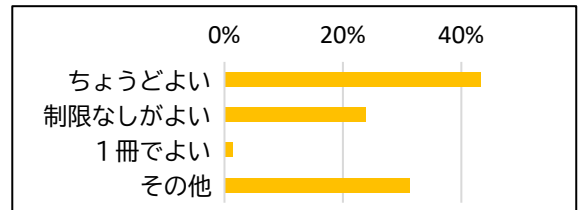
■Q8. 商品券のプレミアム率

選択肢	回答数	割合
プレミアム率100%が適切	124	92.5%
50%程度が適切	6	4.5%
20%程度が適切	2	1.5%
その他	2	1.5%
合計	134	100.0%



■Q9. 購入できる冊数（今回は、1世帯2冊）

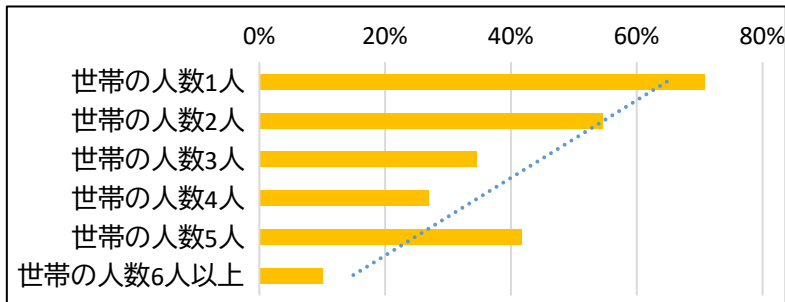
選択肢	回答数	割合
ちょうどよい	58	43.3%
制限なしがよい	32	23.9%
1冊でよい	2	1.5%
その他	42	31.3%
合計	134	100.0%



「その他」の主な内容

- ・1人2冊までがよい
- ・世帯ごとに人数が異なるため、世帯単位ではなく、人数単位での対応が望ましい
- ・商品券の売れ残りを、希望者が追加購入できるとよい

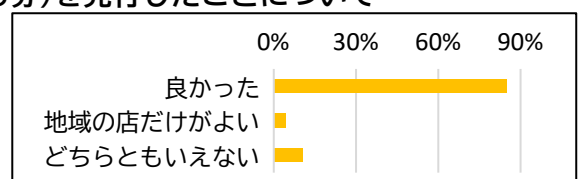
《クロス集計》Q9で「ちょうどよい」と回答した割合の世帯人数別比較



世帯の人数が多くなるほど、「ちょうどよい」と回答した割合が低くなる傾向が見られました。今回設定した「1世帯につき2冊まで」という上限に対して、世帯人数が多いほど不公平感を抱いた可能性が考えられます。

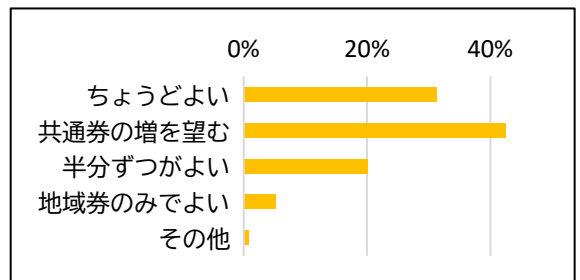
■Q10. 共通券(魚沼市に本社がないお店でも使える券)を発行したことについて

選択肢	回答数	割合
良かった	114	85.1%
地域のお店だけの方がよい	6	4.5%
どちらともいえない	14	10.4%
合計	134	100.0%



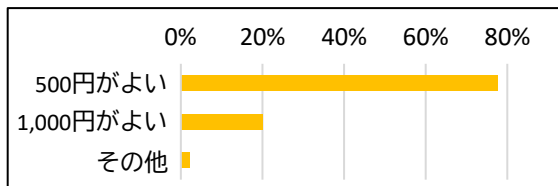
■Q11. 1冊あたりの共通券・地域券の割合

選択肢	回答数	割合
ちょうどよい	42	31.3%
共通券を増やしてほしい	57	42.5%
共通券・地域券半分ずつがよい	27	20.1%
地域券のみでよい	7	5.2%
その他	1	0.7%
合計	134	100.0%



■Q12. 1枚あたりの額面

選択肢	回答数	割合
500円がよい	104	77.6%
1,000円がよい	27	20.1%
その他	3	2.2%
合計	134	100.0%

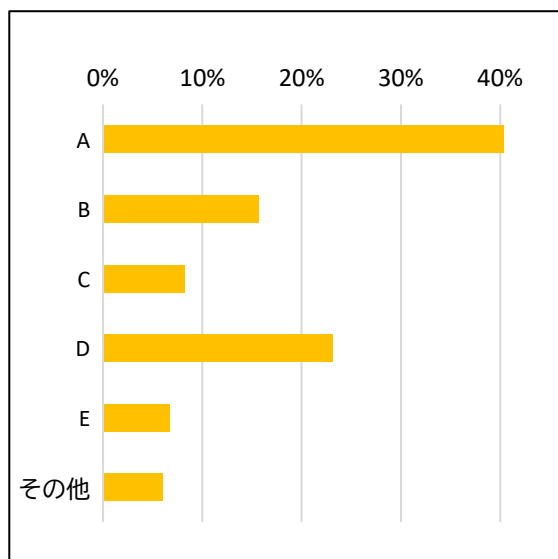


「その他」の主な内容

- ・ 500円券と1000円券の半々がよい
- ・ なんでもよい

■Q13. 商品券は主にどのように使いましたか

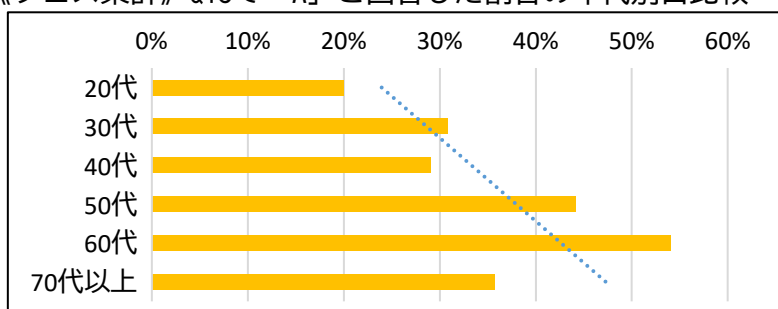
選択肢	回答数	割合
A. 普段よく行くお店で、いつも買うものを買った	54	40.3%
B. 普段よく行くお店で、普段買わないものを買った・いつもより多く買った	21	15.7%
C. 普段使わないお店で、いつも買うものを買った	11	8.2%
D. 普段使わないお店で、普段買わないものを買った・いつもより多く買った	31	23.1%
E. 利用した店舗がたまたま商品券を使用できたから使った	9	6.7%
その他	8	6.0%
合計	134	100.0%



「その他」の主な内容

- ・ 車の修繕費に充当できた
- ・ タイヤなど大きい買い物に使った
- ・ 今回ハガキ紛失の為、商品券の利用ができなかった

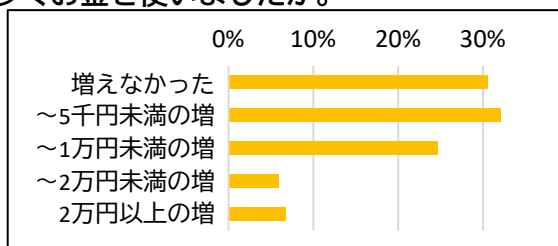
《クロス集計》Q13で「A」と回答した割合の年代別比較



70代以上の年代を除き、年代が高くなるほど、「A. 普段よく行くお店で、いつも買うものを買った」と回答した割合が高くなる傾向が見られました。

■Q14. 商品券の利用により、普段の買い物よりも多くお金を使いましたか。

選択肢	回答数	割合
増えなかった	41	30.6%
～5千円未満の増	43	32.1%
5千円～1万円未満の増	33	24.6%
1万円～2万円未満の増	8	6.0%
2万円以上の増	9	6.7%
合計	134	100.0%



■Q15. 商品券事業について、ご感想、ご意見等ありましたら自由に記載してください。

本設問に記載いただいた件数は74件でした。

主な内容は以下のとおりです（一部抜粋、要約、誤字等の修正をしております）。

《 良かった、助かったなどのご意見 》

- ・生活費がとても値上がりする中、本当に助かった。魚沼市に住んでいて良かったと感じました。
- ・友人と一緒に、プレミアム分で少しリッチなランチを楽しめました。
- ・普段は外食少なめですが地元の飲食店で外食できたり、普段大きなお店で買うものを地元のお店で買ったりできるのでいいと思います。
- ・普段の買い物のほか、いつもより少しだけ高価なランチや温泉施設でも利用しました。物価高騰のなかちょっとびり贅沢できて良かったです。

《 他市町村と比較した感想等 》

- ・他市町村から羨ましがられた！
- ・他の市町村と違って、お得感が有りました。

《 商品券の購入方法等の改善を求めるご意見 》

- ・世帯主が購入券ハガキを紛失し今回利用できなかった。自分が利用したいのに利用できなかった。「ハガキを紛失すると買えない」ではなく、購入できる方法を考えてほしい。
- ・商品券購入の締め切りを知らず、購入できなかった。ハガキに書いてあると説明されたが、文字が小さくて分かりづらい。臨機応変に対応してほしい。
- ・商品券に売れ残りがあった場合、追加で買えるようにしてほしい。
- ・商品券を買える時間が短い。平日だと14時までだったので仕事をしていると買いに行くのが難しい。販売場所は、商工会だけでなく、市役所で17時くらいまで買えると良かったのと思う。

《 商品券の販売上限の設定に関するご意見 》

- ・1人暮らしでも10人暮らしでも世帯でカウントするのは不公平感がある。
- ・世帯というのは良くない。不公平、市民平等ではない。1人ひとりにすべき。
- ・多人数世帯では2冊は少ない。
- ・物価高のため1世帯2万円ではたりません。1人に対して最低3万円にしてもらいたいです。

《 今後の実施を期待するご意見 》

- ・とても助かるので1年に3回くらいあるととても嬉しいです。
- ・税金が回り回って生産者も消費者、魚沼市も潤うプレミアム商品券は定期的に行ってほしい
- ・市民が待ち望んでいる政策の1つであると思うので継続してほしい。
- ・商品券は、課税、非課税に関係なく、全世帯に恩恵があり、お店も潤うので、これからもお願いします。

次ページに続く

《 その他のご意見 》

- ・できるなら地域のお店の方に色々な広告をお願いして、新たな魅力発信の機会になったらいいと思う。
- ・購入券の電子化、券面額を高くする、既存電子マネーの活用などで準備経費を安くし、発行額を増やしてほしい。
- ・紙券作成にコストが掛かっている。SDGs、電子化を推進してほしい。
- ・この事業の財源が気になる。
- ・普段から地域のお店に足を運びたくなるようなアイデアや工夫をもっとしてほしい。
- ・プレミアム商品券は有り難いが、冬の燃料や光熱費にとってもお金が掛かるので、そちらの方に補助などを出していただきたい。
- ・市税を使うのであれば地域にメリットのある使い方を考えるべき。少額の商品券をお金をかけて印刷、配布しても費用対効果に乏しいと思います。単なる現金ばらまきに近いと感じました。
- ・近隣市町村に比べて、魚沼市はプレミアム率が高すぎる。100%増額で2冊購入より、20%増額で10冊購入の方が市中に回る金額が多くなり経済効果も高まるので、検討してほしい。

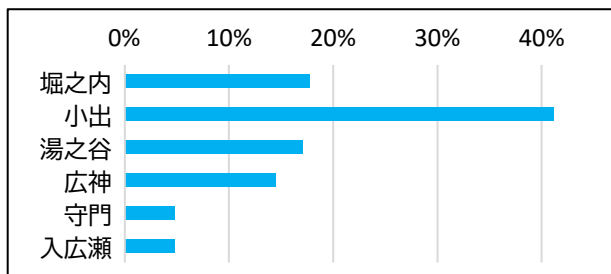
4 加盟店向けアンケート調査の結果

311件の回答がありました。全部で17項目の設問に回答していただきました。
回答結果は以下のとおりです。

加盟店アンケートQ1～Q4

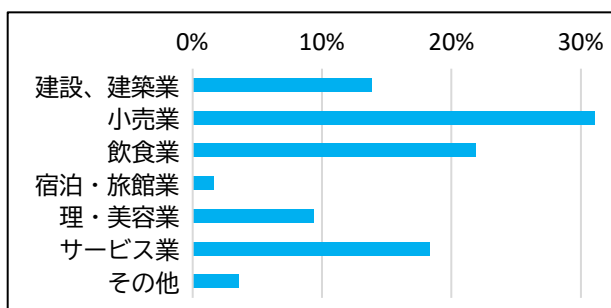
■Q1. 店舗所在地

選択肢	回答数	割合
堀之内	55	17.7%
小出	128	41.2%
湯之谷	53	17.0%
広神	45	14.5%
守門	15	4.8%
入広瀬	15	4.8%
合計	311	100.0%



■Q2. 主な業種

選択肢	回答数	割合
建設、建築業	43	13.8%
小売業	98	31.5%
飲食業	68	21.9%
宿泊・旅館業	5	1.6%
理・美容業	29	9.3%
サービス業	57	18.3%
その他	11	3.5%
合計	311	100.0%



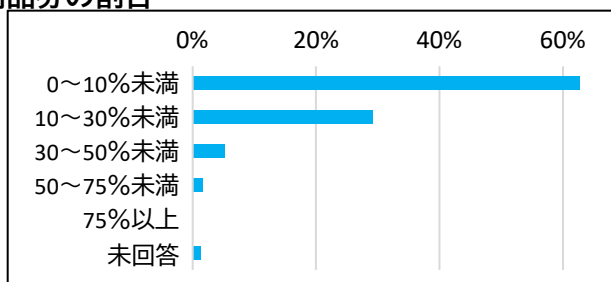
「その他」の主な内容

- ・製造業（4件）
- ・農業（1件）

※このほかは、サービス業の具体的な事業内容を記載したものや、複数の業種を記載したものなどがありました。

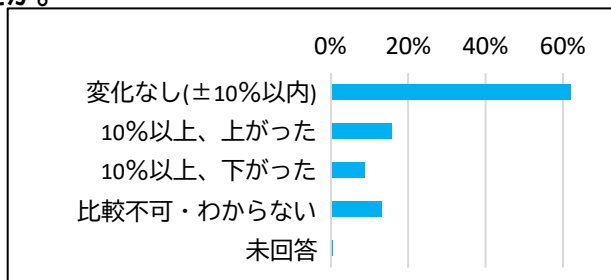
■Q3. 有効期間中（3/23～6/15）の売上に占める商品券の割合

選択肢	回答数	割合
0～10%未満	195	62.7%
10～30%未満	91	29.3%
30～50%未満	16	5.1%
50～75%未満	5	1.6%
75%以上	0	0.0%
未回答	4	1.3%
合計	311	100.0%



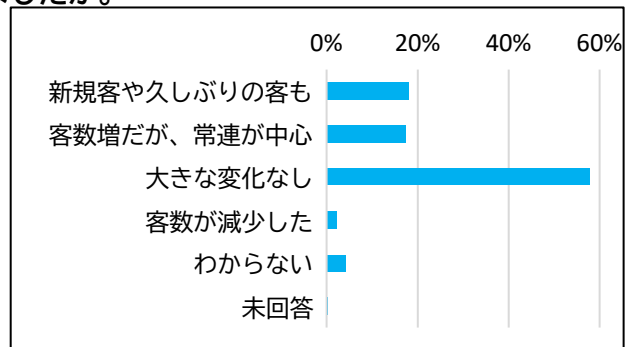
■Q4. 前年の同時期と比較して、売上はどうでしたか。

選択肢	回答数	割合
大きな変化なし（±10%以内）	193	62.1%
10%以上、上がった	49	15.8%
10%以上、下がった	27	8.7%
比較不可・わからない	41	13.2%
未回答	1	0.3%
合計	311	100.0%



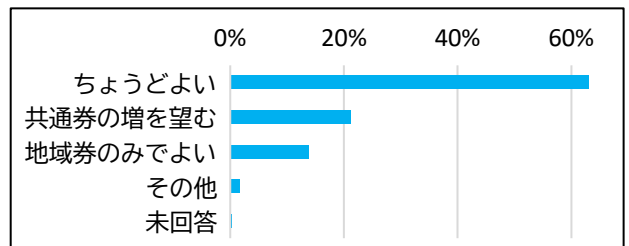
■Q5. 来店客の数や傾向にどのような変化がありましたか。

選択肢	回答数	割合
来店客数が増え、新規客や久しぶりの客も多かった	56	18.0%
来店客数は増えたが、常連客の利用が中心だった	54	17.4%
大きな変化はなかった	180	57.9%
来店客数が減少した	7	2.3%
わからない・把握してない	13	4.2%
未回答	1	0.3%
合計	311	100.0%



■Q6. 「共通券」・「地域券」の割合

選択肢	回答数	割合
ちょうどよい	196	63.0%
共通券を増やしてほしい	66	21.2%
地域券のみでよい	43	13.8%
その他	5	1.6%
未回答	1	0.3%
合計	311	100.0%

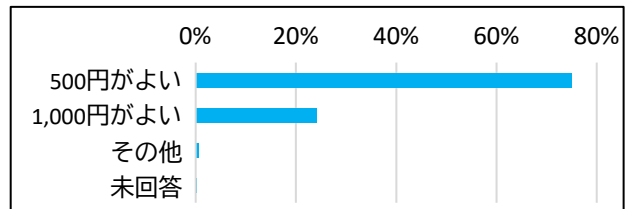


「その他」の主な内容

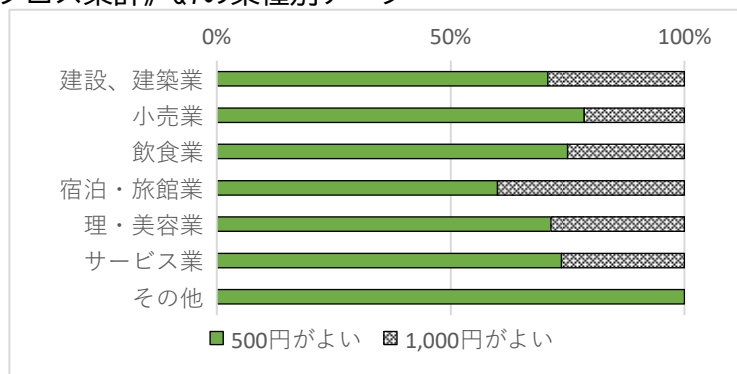
- ・当社はどちらも使っていたので要望はない
- ・どちらも要らない、もうやめて欲しい。

■Q7. 1枚当たりの額面

選択肢	回答数	割合
500円がよい	233	74.9%
1,000円がよい	75	24.1%
その他	2	0.6%
未回答	1	0.3%
合計	311	100.0%



《クロス集計》Q7の業種別データ

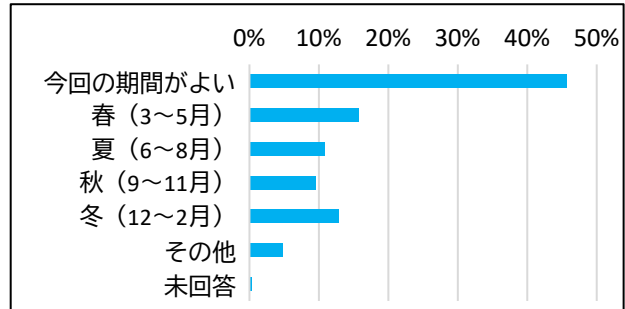


1枚当たりの額面については全体的に「500円がよい」と回答した割合が高い傾向が見られました。

令和4年度に実施した際と同様に、宿泊・旅館業では「1,000円がよい」と回答した割合が最も高く、他業種と異なる傾向が確認されました。

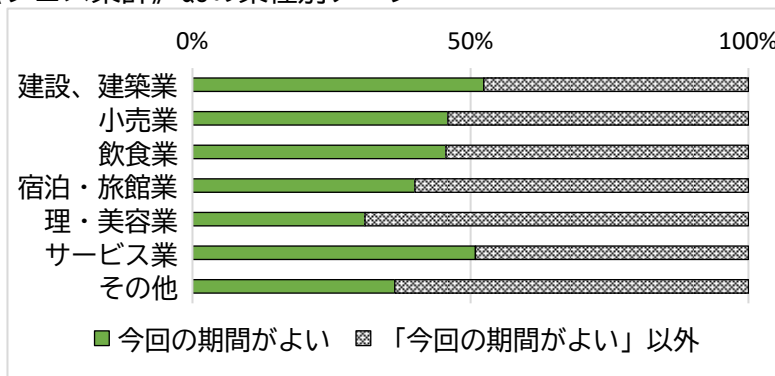
■Q8. 商品券事業の実施時期

選択肢	回答数	割合
今回の期間がよい	142	45.7%
春（3～5月）	49	15.8%
夏（6～8月）	34	10.9%
秋（9～11月）	30	9.6%
冬（12～2月）	40	12.9%
その他	15	4.8%
未回答	1	0.3%
合計	311	100.0%



「その他」の主な内容
 ・時期はいつでもよい
 ・年に2回がよい

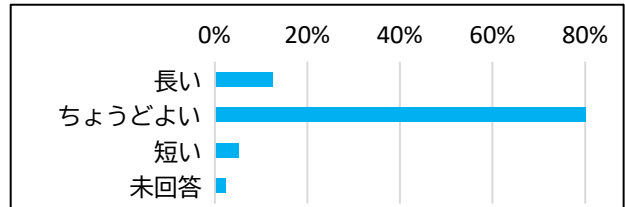
《クロス集計》Q8の業種別データ



商品券事業の実施時期について「今回の期間がよい」と回答した割合が半数を超えたのは建設、建築業とサービス業のみでした。その他の業種では、今回の期間以外を選択する回答が多数を占める結果となりました。

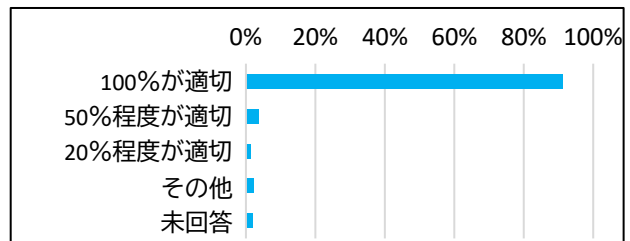
■Q9. 商品券の有効期間（3/23～6/15）

選択肢	回答数	割合
長い	39	12.5%
ちょうどよい	249	80.1%
短い	16	5.1%
未回答	7	2.3%
合計	311	100.0%



■Q10. 商品券のプレミアム率

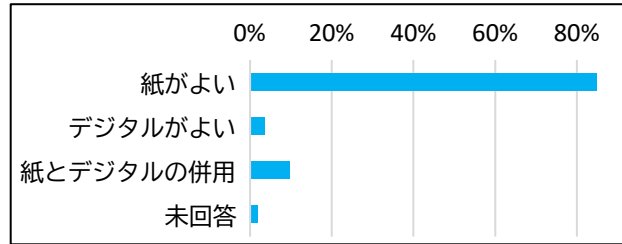
選択肢	回答数	割合
プレミアム率100%が適切	283	91.0%
50%程度が適切	11	3.5%
20%程度が適切	4	1.3%
その他	7	2.3%
未回答	6	1.9%
合計	311	100.0%



「その他」の主な内容
 ・プレミアム率50パーセントで販売数を増やして欲しい
 ・プレミアム率は多少下がっても発行枚数を多く出してもらいたい
 ・25%にして全体的なボリュームを大きく見せた方が効果的
 ・プレミアム率を下げないでほしい

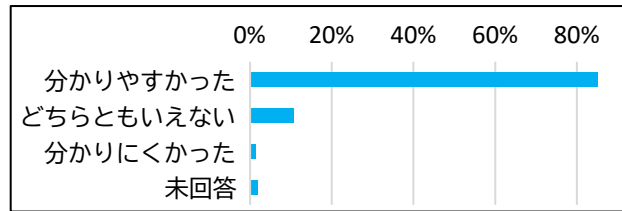
■Q11. 商品券の発行形態

選択肢	回答数	割合
紙がよい	264	84.9%
スマートフォンで使えるデジタル商品券がよい	11	3.5%
紙とデジタルの併用がよい	30	9.6%
未回答	6	1.9%
合計	311	100.0%



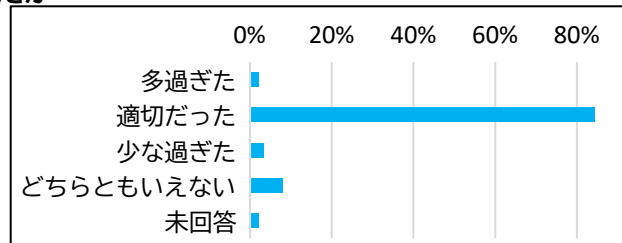
■Q12. 換金方法について

選択肢	回答数	割合
分かりやすかった	268	86.2%
どちらともいえない	33	10.6%
分かりにくかった	4	1.3%
未回答	6	1.9%
合計	311	100.0%



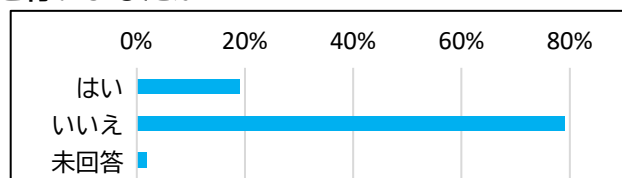
■Q13. 月3回程度の換金回数（頻度）は適切だったか

選択肢	回答数	割合
多過ぎた	7	2.3%
適切だった	262	84.2%
少な過ぎた	10	3.2%
どちらともいえない	25	8.0%
未回答	7	2.3%
合計	311	100.0%



■Q14. 商品券を利用した独自の販売促進活動などを行いましたか

選択肢	回答数	割合
はい	59	19.0%
いいえ	246	79.1%
未回答	6	1.9%
合計	311	100.0%



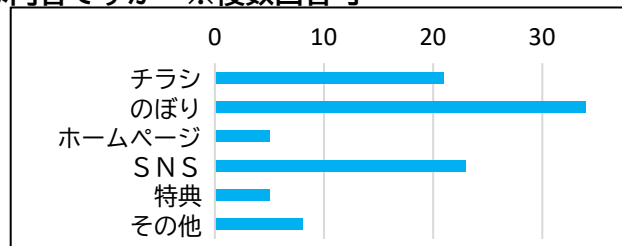
《分析》独自の販売促進活動の実施有無によるデータ比較

独自の販売促進活動を行ったかの設問に「はい」と答えた群では、「いいえ」と答えた群よりも、前年の同時期と比較して売上が「上がった」と回答した割合が大きかった。しかし、一方で、「下がった」と回答した割合も大きかった。

Q14. 独自の販促活動を行ったか		Q4. 前年の同時期と比較しての売上		
		変わらない (±10%以内)	上がった (+10%以上)	下がった (-10%以上)
はい		57.9%	22.8%	19.3%
いいえ		76.0%	16.3%	7.7%

■Q15. (Q14で「はい」と答えた方へ) どのような内容ですか ※複数回答可

選択肢	回答数
チラシ	21
のぼり	34
ホームページ	5
SNS	23
特典	5
その他	8

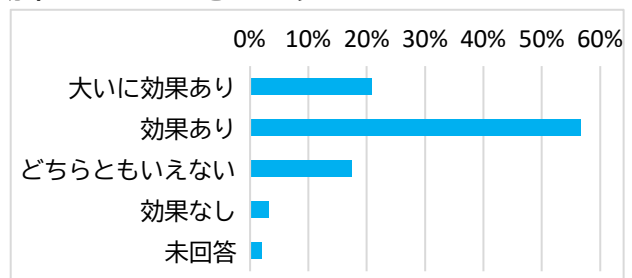


「その他」の主な内容

- ・看板 ・店頭の手書きボード
- ・口頭宣伝、対面案内

■Q16. 消費の回復と魚沼市内の経済状況の回復に効果があったと思いますか

選択肢	回答数	割合
大いに効果あり	65	20.9%
効果あり	176	56.6%
どちらともいえない	54	17.4%
効果なし	10	3.2%
未回答	6	1.9%
合計	311	100.0%



■Q17. 商品券事業について、ご感想、ご意見等ありましたら記載してください。

本設問に記載いただいた件数は67件でした。

主な内容は以下のとおりです（一部抜粋、要約、誤字等の修正をしております）。

《 良かった、助かったなどのご意見 》

・初日から「プレミアム商品券は使えますか？」とお問い合わせの電話を複数いただき、新規のお客様も増え、大変ありがたかったです。

- ・お徳感が高かったからか客単価が上がり凄い効果だと思いました。
- ・商品券事業は消費行動拡大に効果があったと感じる。お客さまからも「ありがたいよね」との声が多かった。

《 再度の実施、今後の継続実施に関するご意見 》

- ・定期的にやってもらえると有り難いなと思います。
- ・毎年、この事業を行ってほしいです。
- ・年2回実施してもいいと思います。
- ・売上に大きく関わる事業の為、可能であれば継続して頂きたいです。
- ・プレミアム商品券は、販売促進方法として市全体が関わるという点が意味があると感じる。何かしら良い影響はあった。今後も続けてほしい！

《 事業規模・予算規模に関するご意見 》

- ・今回、1世帯に2セットの制限があったので、いままでより使用頻度が低かったです。
- ・今回の規模では経済効果にもつながらない。最低1人当たり2万円は買えるようにして欲しい。
- ・今回は買える枚数が少な買ったので、前回に比べお客様の使用率が低かったです。

次ページに続く

《 商品券の取り扱い等に関するご意見 》

- ・商品券1枚ずつにハンコを押すのが大変。1枚ずつ切り離すのが大変。
- ・店舗側としては、枚数を数えやすい紙質にしてもらえるとありがたいです。
- ・商工会が合併し、遠くなったので、ついでの時に持っていこうと思っていたら、換金手の期間を過ぎてしまいました。換金の最終の締め切り日を伸ばして欲しい。

《 その他のご意見 》

- ・食品ではない小売はまったく売れない。
- ・飲食店の、売上は高いが、一般小売店は多少の伸びで終わったのでは。
- ・使える業種をある程度絞って(小売店や飲食店などに)した方が良いと思います。
- ・利用される店舗が一部に集中しているのではないかと思います。商品券をバラまいても地域経済の活性化につながるとは思いません。商品券の準備、のぼり等無駄な予算が使われてる気がします。
- ・3月末決算期の会社が多いと思うので、4月からが良かった。
- ・年度変わりの時期は避けて欲しい。また、期間は短く感じた。
- ・商工会が窓口で、今回のような時期、しかも合併前の年度末、事務局は大変だったと思う。その辺の配慮があっても良かったのではないのでしょうか。
- ・購入額できる額が少なく期間も短い。過去に実施した時ほどの効果はなかったと思います。
- ・とにかくもう、こういう企画はやめて貰いたい。事業者には何のメリットも無い。ただ、現金がチケットに変わっただけ。
- ・魚沼に現在ある「ゆきんこカード」とタイアップ出来れば、ゆきんこマネーが利用出来て、うおうまポイントカード会も会員が増え、市民の認識度合いが変わると思います。

5 アンケート結果の分析・考察

■市民と加盟店の回答差が大きかった設問についての考察

設問	比較項目（選択肢）	市民	加盟店
①商品券の電子化（発行形態）について （市民Q6、加盟店Q11）	「紙とデジタルの併用がよい」と回答した割合	29.1%	9.6%

【考察】商品券の電子化に対する受け止め方に、市民と加盟店の間に大きな差があることがうかがえます。市民（消費者）側では利便性や選択肢の広さを求める傾向がある一方、加盟店側ではデジタル対応への負担や運用面での懸念が背景にある可能性があります。このことから、今後の制度設計においては、利用者の利便性と事業者の運用負荷の両面を考慮し、段階的な導入や支援策の検討が求められます。

設問	比較項目（選択肢）	市民	加盟店
②商品券の有効期間の長さについて （市民Q7、加盟店Q9）	「短い」と回答した割合	28.4%	5.1%

【考察】商品券の有効期間の長さについても、大きな差が見られました。市民には「期間が短い」と感じる層が一定数いる一方で、加盟店側は事業の管理負担や効果の最大化を重視し、期間が長くなりすぎない方が望ましいと考える傾向がうかがえます。今後の制度設計においては、利用者の利便性と事業者の運用効率のバランスを踏まえた有効期間の設定が求められます。

設問	比較項目（選択肢）	市民	加盟店
③1冊あたりの共通券・地域券の割合について （市民Q11、加盟店Q6）	「共通券を増やしてほしい」または「半分ずつがよい」と回答した割合	62.6%	21.2%

【考察】共通券・地域券の割合についても、大きな差が見られました。市民は利便性を重視する傾向が強いと考えられますが、加盟店側では、地域への経済効果を重視するため、共通券の増加が望ましくないと考える傾向がうかがえます。今後の制度設計においても、事業の目的を明確にしたうえで、その目的にかなった効果的な事業展開が求められます。

■前回調査(令和4年度)との回答差が大きかった設問についての考察

設問	比較項目（選択肢）	前回	今回
①市民アンケート（Q4） ・購入券の配布方法	「ハガキを郵送する方法がよい」と回答した割合	64.5%	84.3%

【考察】令和4年度に初めて導入された購入券ハガキによる郵送方式は、今回が2回目の実施となり、市民への認知が進んでいることがうかがえます。

設問	比較項目（選択肢）	前回	今回
②市民アンケート（Q9） ・購入できる冊数	「ちょうどよい」と回答した割合	78.4%	43.3%

【考察】前回（令和4年度）は、商品券の購入上限を「一人当たり2冊まで」としていましたが、今回は予算規模を前回の半分程度とし、購入上限を「一世帯当たり2冊」としたこと、前回ほどの満足感を得られなかった市民が多かったものと考えられます。

設問	比較項目（選択肢）	前回	今回
③市民アンケート（Q13） ・商品券は主にどのように使いましたか	「普段よく行くお店で、いつも買うものを買った」と回答した割合	29.2%	40.3%
④市民アンケート（Q14） ・商品券の利用により、普段の買い物よりも多くお金を使いましたか	「増えなかった」と回答した割合	20.3%	30.6%

【考察】物価高騰の影響により、商品券を日常の生活費補填として活用する傾向が強まったことがうかがえます。今回の事業は、物価高騰の影響を受ける市民への消費下支えを通じた生活支援を主眼に実施したことから、その目的に沿った成果が一定程度得られたと考えられます。

設問	比較項目（選択肢）	前回	今回
⑤加盟店アンケート（Q3） ・有効期間中の売り上げに占める商品券の割合	「0～10%未満」と回答した割合	49.6%	62.7%

【考察】前回（令和4年度）と比較して予算規模が約半分であったことから、前回ほどの消費喚起効果は現れなかったものと考えられます。単純に予算規模が小さくなれば、事業の波及効果も限定的になる傾向があるため、今回の結果はその影響を反映したものといえます。

6 アンケート結果の総括

商品券事業の効果について今回実施したプレミアム付商品券事業に関する市民及び加盟店からのアンケート結果を通じて、事業の成果と課題が多角的に浮き彫りとなりました。

市民からは、地域店舗との連携強化や電子化の推進、財源の透明性確保など、事業の持続可能性と費用対効果に対する意見も寄せられました。また、生活支援とのバランスやプレミアム率の見直しに関する具体的な提案もあり、単なる消費喚起策にとどまらず、地域経済全体への波及効果を意識した声がありました。

一方、加盟店側からは、業種間の効果の偏りや利用集中への懸念、実施時期や事務負担への配慮など、現場目線での課題が指摘されました。アンケートに回答した加盟店の8割程度が、消費回復と市内経済に対する効果が「あり」と評価していることから、本事業が市内の事業所に与えた影響は大きかったものと考えます。しかしながら、特に、事業にかかるコストに対して、十分な経済的メリットが感じられなかったという意見や、いわゆる「バラマキ事業」と捉える声もあり、今後の制度設計において重要な示唆となります。

また、前回（令和4年度）の実施時には、商品券の売れ行きが市の想定を上回り、早期完売によって購入希望者に行き渡らないという事態が発生したことから、この反省を踏まえ、今回は商品券が不足しないように配慮するとともに、購入上限を「一世帯当たり2冊」と設定しましたが、世帯人数にかかわらず購入可能冊数が一定であったことから、不公平感を抱いた市民も少なくありませんでした。

さらに、「購入券ハガキは再発行しない」という対応についても、ハガキを紛失した方やその家族などから改善を求める声が寄せられるなど、課題が明らかになりました。

その一方で、市民、加盟店のどちらからも、継続実施を求める声が多く寄せられ、地域経済活性化策としての事業への期待が依然として高いことが確認されました。今後は、電子マネーや行政ポイント制度との連携、対象業種の精査、実施時期の見直しに加え、購入方法や上限設定の公平性にも配慮した、より効果的かつ持続可能な制度設計が求められます。

本アンケート結果を踏まえ、地域の声に真摯に向き合いながら、地域に根ざした施策の検討を進めてまいります。