

2026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 R8.9.7作成

1 調査概要

- (1) 調査目的： 令和7年度から令和8年度にかけて実施した「2026プレミアム付商品券事業」の効果を検証し、今後の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8年7月25日（土）から令和8年8月15日（土）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 (R8.7.31現在人口 31,326人)	167件（ 0.5%）
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 (680店舗)	360件（52.9%）

- (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	151件 (90.4%)	16件 (9.6%)
加盟店向けアンケート	247件 (68.6%)	113件 (31.4%)

2 プレミアム付商品券の概要

発行総額・冊数	6億3,800万円・63,800冊
1冊あたりの構成	10,000円（500円券×20枚）／冊 《内訳》共通券6枚・地域券14枚
販売価格	5,000円／冊（1人当たり2冊まで購入可）
プレミアム額・率	5,000円・100%／冊
当初販売の期間	令和8年4月12日（日）～令和8年5月29日（金）
再販売の期間	令和8年7月1日（水）～令和8年7月4日（土）
再販売の抽選状況	抽選申込人数:14,516人 当選者数:6,300人（当選率43.4%）
利用期間	令和8年4月12日（日）～令和8年7月20日（月・祝）
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・本店等が所在する事業者
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 63,569冊（635,690,000円分） ※販売率99.6%
換金実績	換金額 633,654,500円 ※換金率99.7%

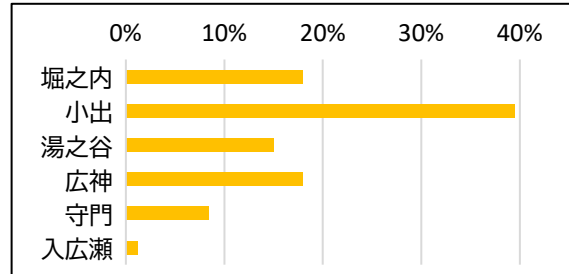
3 市民向けアンケート調査の結果

167件の回答がありました。全部で16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

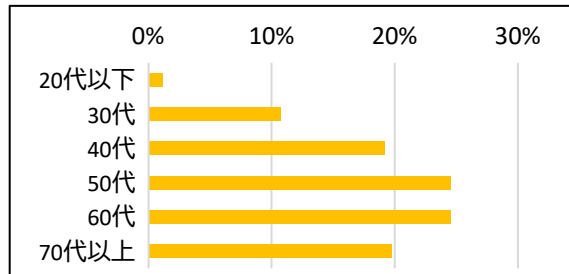
■Q1. お住まいの地域

選択肢	回答数	割合
堀之内	30	18.0%
小出	66	39.5%
湯之谷	25	15.0%
広神	30	18.0%
守門	14	8.4%
入広瀬	2	1.2%
合計	167	100.0%



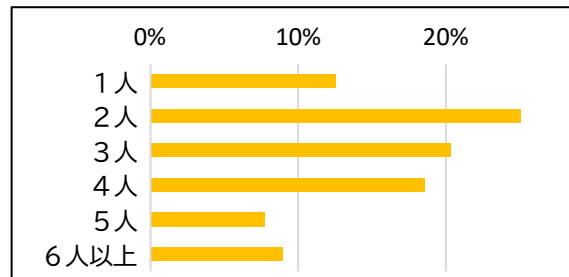
■Q2. 年代

選択肢	回答数	割合
20代以下	2	1.2%
30代	18	10.8%
40代	32	19.2%
50代	41	24.6%
60代	41	24.6%
70代以上	33	19.8%
合計	167	100.0%



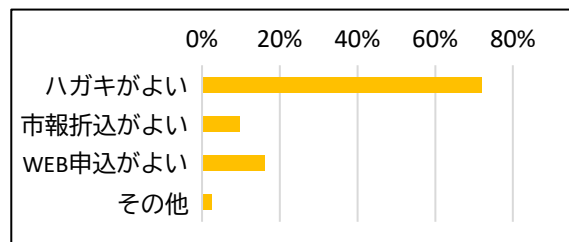
■Q3. 世帯の人数

選択肢	回答数	割合
1人	21	12.6%
2人	53	31.7%
3人	34	20.4%
4人	31	18.6%
5人	13	7.8%
6人以上	15	9.0%
合計	167	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	120	71.9%
市報に折り込む方がよい	16	9.6%
Web申し込みがよい	27	16.2%
その他	4	2.4%
合計	167	100.0%

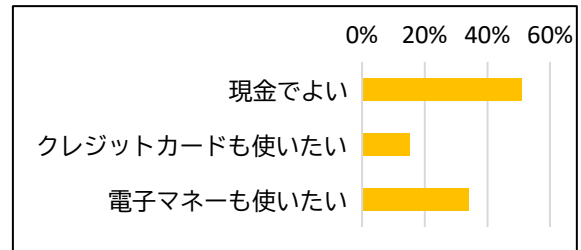


「その他」の内容

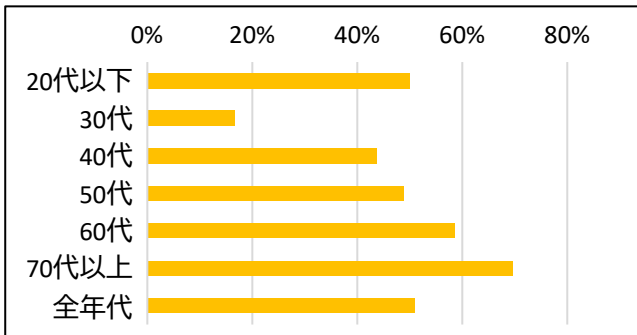
- ・市報でも郵送でも、市のやりやすい方法でよい。
- ・経費がかからない方法がよい。
- ・併用が好ましい。将来的にはwebがよい。
- ・経費が少なく担当される方の作業が安易な方法でよい。

■Q5. 商品券の購入方法

選択肢	回答数	割合
現金でよい	85	50.9%
現金のほか、クレジットカードも使いたい	25	15.0%
上記のほか、電子マネーも使いたい	57	34.1%
合計	167	100.0%



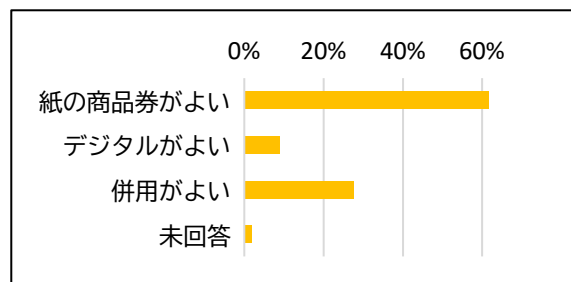
《クロス集計》Q5で「現金でよい」と回答した割合の年代別比較



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30代で最も低く、70代以上が最も高い結果になりました。
(20代以下は回答数が少ないため、ここでは評価対象としない)

■Q6. 商品券の電子化など

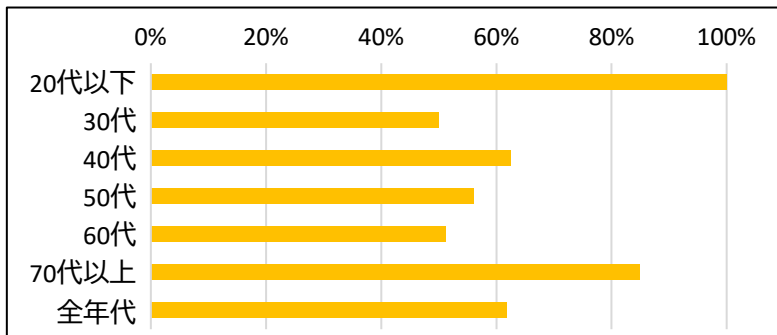
選択肢	回答数	割合
今回のように、紙の商品券がよい	103	61.7%
スマートフォンで使えるデジタル商品券がよい	15	9.0%
紙とデジタルの併用がよい	46	27.5%
その他	3	1.8%
合計	167	100.0%



「その他」の内容

- ・ 家族が共通で利用できるならデジタルが良いが、難しいなら紙がよい。
- ・ コストがかからない方法であれば何でもよい。
- ・ 紙でも良いが、紙の質はもっと落としてもよいと思う。

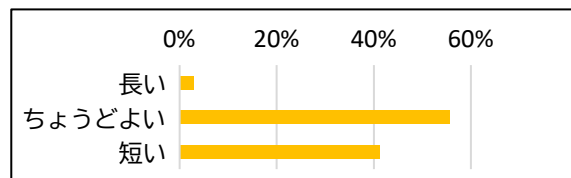
《クロス集計》Q6で「紙の商品券がよい」と回答した割合の年代別比較



商品券の電子化については、「紙の商品券がいい」と回答した人の割合は30代から60代までは大きな差は見られず、70代以上が高い結果になりました。
(20代以下は回答数が少ないためここでは評価対象としない)

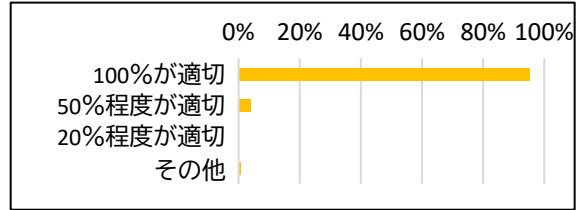
■Q7. 商品券の有効期間

選択肢	回答数	割合
長い	5	3.0%
ちょうどよい	93	55.7%
短い	69	41.3%
合計	167	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	159	95.2%
50%程度が適切	7	4.2%
20%程度が適切	0	0.0%
その他	1	0.6%
合計	167	100.0%

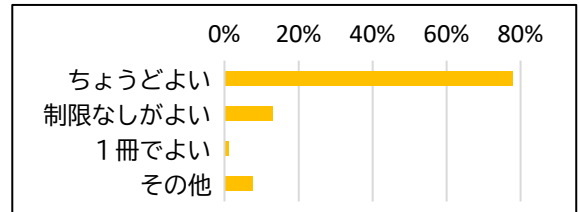


「その他」の内容

- ・購入しないで（プレミアム付ではなく）、無料でもらえるようにしてほしい。

■Q9. 購入できる冊数（今回は、1人2冊）

選択肢	回答数	割合
ちょうどよい	130	77.8%
制限なしがよい	22	13.2%
1冊でよい	2	1.2%
その他	13	7.8%
合計	167	100.0%

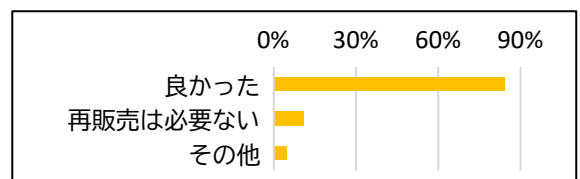


「その他」の主な内容

- ・1人4冊程度がよい
- ・1世帯に何冊までとかにして世帯で平等にするべき
- ・プレミアム率50%で、5冊がよい。

■Q10. 今回、再販売を実施したことについて

選択肢	回答数	割合
再販売があって良かった	141	84.4%
再販売は必要ない	18	10.8%
その他	8	4.8%
合計	167	100.0%

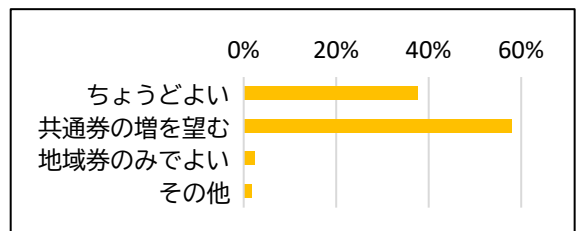


「その他」の主な内容

- ・世帯でみると当選確率が平等でないので不満
- ・再販売の日数が限られていて購入できなかった
- ・落選者にも連絡がほしい

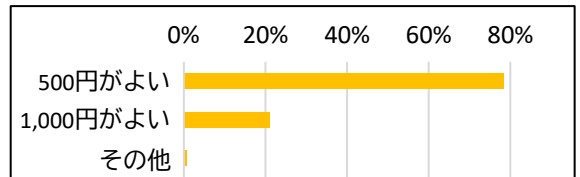
■Q11. 1冊あたりの共通券・地域券の割合

選択肢	回答数	割合
ちょうどよい	63	37.7%
共通券を増やしてほしい	97	58.1%
地域券のみでよい	4	2.4%
その他	3	1.8%
合計	167	100.0%



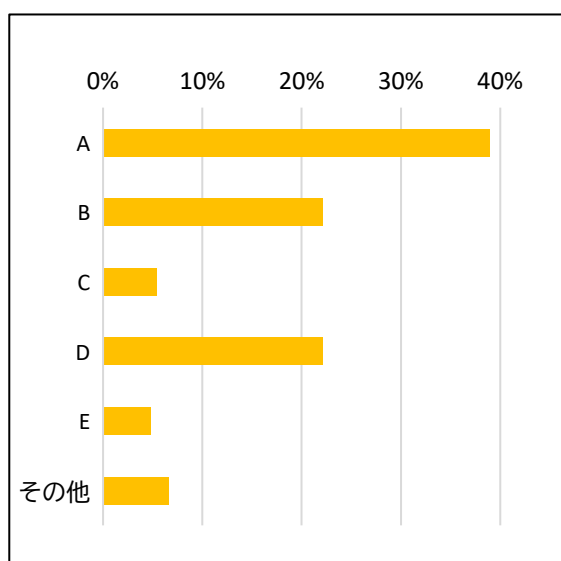
■Q12. 1枚あたりの額面

選択肢	回答数	割合
500円がよい	131	78.4%
1,000円がよい	35	21.0%
その他	1	0.6%
合計	167	100.0%



■Q13. 商品券は主にどのように使いましたか

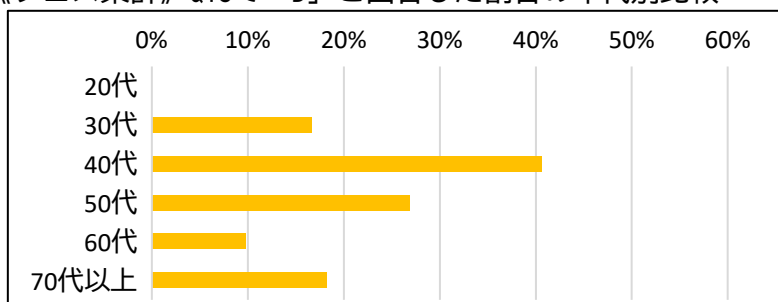
選択肢	回答数	割合
A. 普段よく行くお店で、いつも買うものを買った	65	38.9%
B. 普段よく行くお店で、普段買わないものを買った・いつもより多く買った	37	22.2%
C. 普段使わないお店で、いつも買うものを買った	9	5.4%
D. 普段使わないお店で、普段買わないものを買った・いつもより多く買った	37	22.2%
E. 利用した店舗がたまたま商品券を使用できたから使った	8	4.8%
その他	11	6.6%
合計	167	100.0%



「その他」の主な内容

- ・子どものスポーツ用品や学校の制服
- ・車の整備費用
- ・タクシー
- ・旅行に使用した

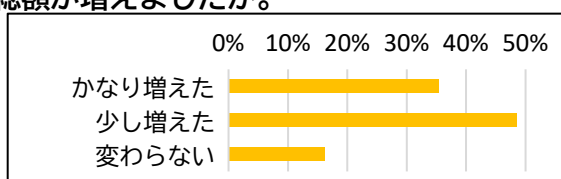
《クロス集計》Q13で「D」と回答した割合の年代別比較



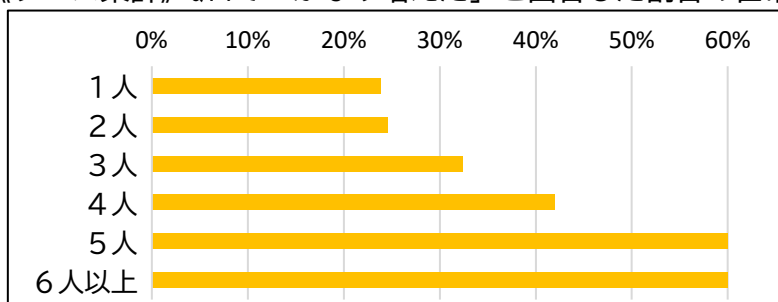
「D. 普段使わないお店で、普段買わないものを買った・いつもより多く買った」と回答した割合は、40代が最も高い結果になりました。

■Q14. 商品券の利用により、普段よりも買い物の総額が増えましたか。

選択肢	回答数	割合
かなり増えた	59	35.3%
少し増えた	81	48.5%
変わらない	27	16.2%
合計	167	100.0%



《クロス集計》Q14で「かなり増えた」と回答した割合の世帯人数別比較



「かなり増えた」と回答した割合は、世帯人数が増えるほど高くなる傾向が見られました。

■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92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 》

- ・年金生活者にとって、とてもありがたい企画です。
- ・物価が上がってる中でこういう事をしてくれて家庭の費用が浮くと個人的には思った。
- ・商品券の使えるお店を探して、普段行かないお店でも買い物をしたりして良かった。
- ・半額で買えた気になり、うれしい気分だった。
- ・子育てしながら家のローンも払うカツカツの生活をしている中、実質半額で買えることが本当にありがたかったです。外食にも行けました。
- ・プレミアム100%は魅力的、他地域から羨ましがられています。

《 再販売に関するご意見 》

- ・落選する家庭もあり、複数冊当選する家庭もあることは、不公平と思います。
- ・再販売は一軒に1冊は当たる様にして欲しかった。抽選なので仕方ない事ですが…
- ・家族がいっぱいの人とは殆ど当たって、家族が一人か2人の人は外れているという話を聞いたが、何故か、裏があるのではないか。
- ・再販で応募したが当たらず、知人は5人分当たった。再販は1世帯1冊とか公平にしてもらいたい。偏り過ぎてビックリしました。
- ・同じ家族に何冊も当たり、全く当たらない方も多数聞きました。ランダムとは聞いていますが不公平と感じました。
- ・再販売のやり方に不満です。もっと早く簡単にやる方法はないのか？
- ・再販売から有効期限までの期間が短いと感じました。

《 今後の実施を期待するご意見 》

- ・毎年有ったら良いと思います。
- ・納税者を大切に、市民全員に恩恵がある商品券事業を続けていただきたいです。
- ・財源がかかるので大変ですが、出来れば、年間に数回、定期的にやって貰いたいです。
- ・来年もあったら良いねと皆んな楽しみにしてます。

《 共通券と地域券の設定に関するご意見 》

- ・物価高対策としてのプレミアム商品券なら、市民の多くが普段買い物をしている大型スーパーで使える比率を地域券と共通券を逆にして欲しい。
- ・地域券は、日常の食品等を購入するがほとんどない。全て共通券が望ましいと思う。
- ・魚沼市で地域券はコンビニくらいしか使い道がほぼない。自分の周りの若い子たちはほぼ購入していない、使い所が無いから。
- ・地域券のみの店では値段も高く、品質も劣るという感じがした。消費者がどちらを選ぶのかは明らかで、共通券を多くすべき。

《 実施時期や使用期限に関するご意見 》

- ・商品券の発売・使用期間を、物入りな新学期に合わせた時期やお盆過ぎくらいまで使えるようにしてほしい。
- ・子どもがいるので、進級前の時期（冬～春）だとありがたい。
- ・使用期限が短すぎです。十日町、南魚沼は8月末迄なので魚沼も8月末迄にして下さい。短いと今回のように余ります。

次ページに続く

《 商品券の紙質等に関するご意見 》

- ・商品券の紙の厚さを少し薄くしてほしいです。
- ・紙が厚手で高級感があるがめくりにくい
- ・デザインが可愛い

《 商品券の購入に関するご意見 》

- ・購入する時間と曜日と場所が限定的で買いにくかった。
- ・購入したい人と不要な人の差が大きいので購入したい人が、もっとたくさん購入できるようにしてほしい。
- ・郵便局で購入できたのは良かったです。
- ・郵便局で買える期間がもう少し長いとありがたいです。

《 その他のご意見 》

- ・土日、祝日休みの商店が多く、予定していたお店での買い物ができませんでした。
- ・券を紙とデジタル併用にし、紙は従来どおりにプレミアム率100%、デジタルは紙を発行せずに済む分プレミアム率110%にしてはどうか。
- ・券の印刷代や、購入券の郵送代などなるべくそういうところにお金をかけない方法をとってほしいです。
- ・高齢世帯などには購入の仕方やどんなことに使えるかなどフォローがあっても良かったのかなと思います。
- ・一人暮らし、年金暮らしの世帯にはもう少し枚数を増やしてもらえると有り難いです。
- ・皆が携帯電話、パソコン持っている訳では無いので、インターネット購入は、やめた方が良くと思う。デジタル商品券もやめた方が良くと思う。
- ・店側がきちんと枚数・金額を言わずに会計をした為、自分が出した枚数と店側の枚数が合わずに清算されるというトラブルがありました。デジタル化されるとその様なトラブルも減ると思います。

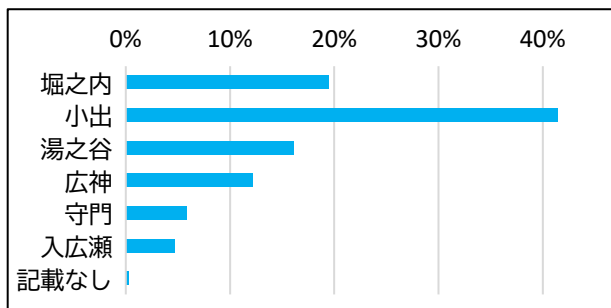
4 加盟店向けアンケート調査の結果

360件の回答がありました。全部で14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

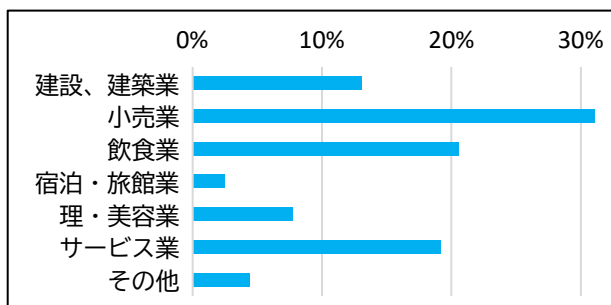
■Q1. 店舗所在地

選択肢	回答数	割合
堀之内	70	19.4%
小出	149	41.4%
湯之谷	58	16.1%
広神	44	12.2%
守門	21	5.8%
入広瀬	17	4.7%
記載なし	1	0.3%
合計	360	100.0%



■Q2. 主な業種

選択肢	回答数	割合
建設、建築業	47	13.1%
小売業	117	32.5%
飲食業	74	20.6%
宿泊・旅館業	9	2.5%
理・美容業	28	7.8%
サービス業	69	19.2%
その他	16	4.4%
合計	360	100.0%



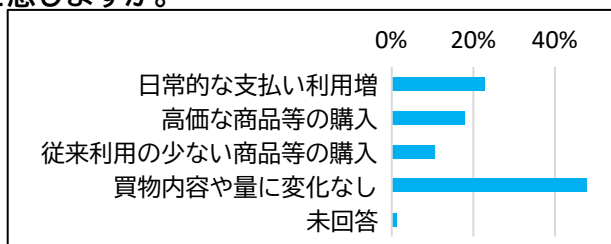
「その他」の主な内容

- ・製造業（4件）
- ・卸売業（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。

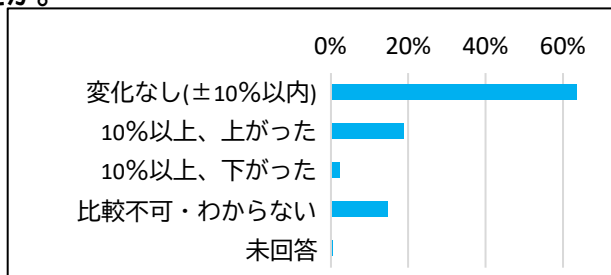
■Q3. お客様の買い物にどのような影響を与えたと感じますか。

選択肢	回答数	割合
食料品や日用品の利用増	82	22.8%
高価な商品等の購入	64	17.8%
従来利用の少ない商品等の購入	38	10.6%
買物内容や量に変化なし	172	47.8%
未回答	4	1.1%
合計	360	100.0%



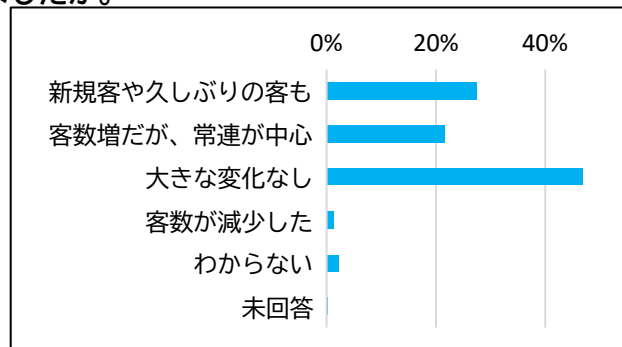
■Q4. 前年の同時期と比較して、売上はどうでしたか。

選択肢	回答数	割合
大きな変化なし（±10%以内）	229	63.6%
10%以上、上がった	68	18.9%
10%以上、下がった	8	2.2%
比較不可・わからない	53	14.7%
未回答	2	0.6%
合計	360	100.0%



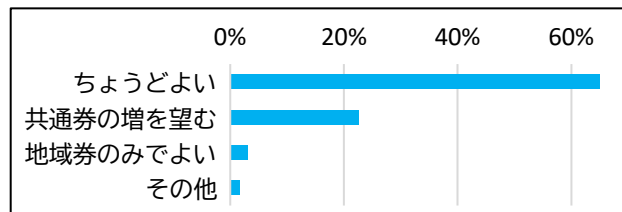
■Q5. 来店客の数や傾向にどのような変化がありましたか。

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	99	27.5%
来店客数は増えたが、常連客の利用が中心だった	78	21.7%
大きな変化はなかった	169	46.9%
来店客数が減少した	5	1.4%
わからない・把握してない	8	2.2%
未回答	1	0.3%
合計	360	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	262	72.8%
共通券を増やしてほしい	81	22.5%
地域券のみでよい	11	3.1%
その他	6	1.7%
合計	360	100.0%

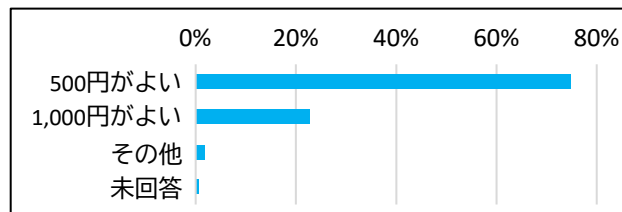


「その他」の内容

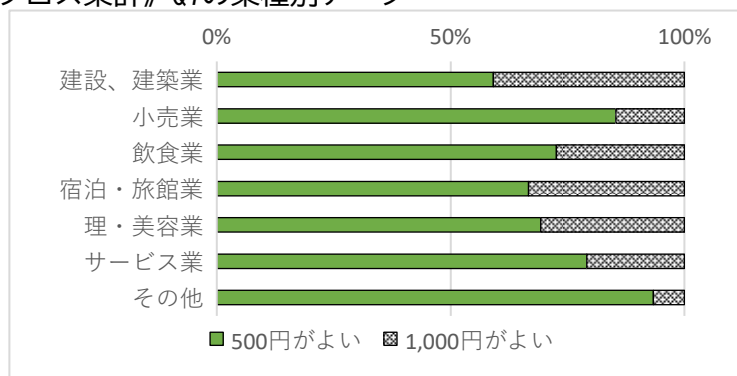
- ・ 共通券をもう少し減らしてほしい。
- ・ 全て共通券でよい。

■Q7. 1枚当たりの額面

選択肢	回答数	割合
500円がよい	269	74.7%
1,000円がよい	82	22.8%
その他	7	1.9%
未回答	2	0.6%
合計	360	100.0%



《クロス集計》Q7の業種別データ

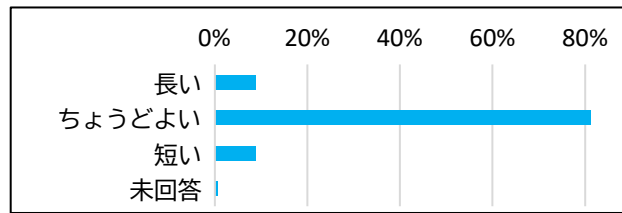


1枚当たりの額面については全体的に「500円がよい」と回答した割合が高い傾向が見られました。

「1,000円がよい」と回答した割合が最も高かったのは建設、建築業という結果になりました。取り扱うサービスの単価が高いためと考えられます。

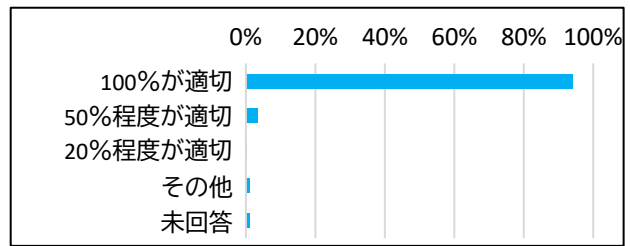
■Q8. 商品券の有効期間（4/12～7/20）

選択肢	回答数	割合
長い	32	8.9%
ちょうどよい	294	81.7%
短い	32	8.9%
未回答	2	0.6%
合計	360	100.0%



■Q9. 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	339	94.2%
50%程度が適切	12	3.3%
20%程度が適切	1	0.3%
その他	4	1.1%
未回答	4	1.1%
合計	360	100.0%

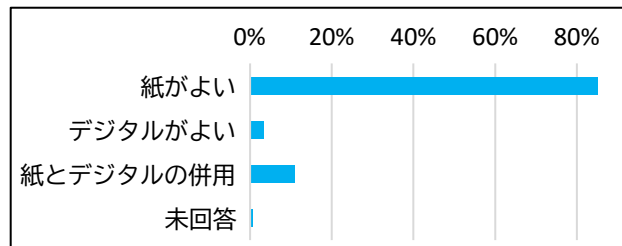


「その他」の内容

- ・ プレミアム率50%で、年2回が良いのではと思います。
- ・ 予算規模に合わせてプレミアム率を変える対応でよいと思う。
- ・ もうやめて欲しい。
- ・ ありがたいことだけど、市の負担に懸念。

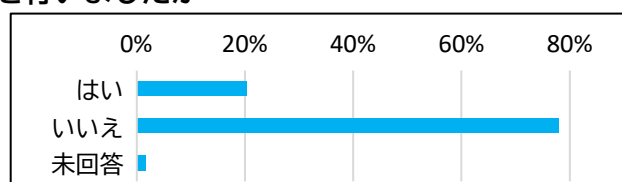
■Q10. 商品券の発行形態

選択肢	回答数	割合
紙の商品券がよい	307	85.3%
スマートフォンで使えるデジタル商品券がよい	12	3.3%
紙とデジタルの併用がよい	39	10.8%
未回答	2	0.6%
合計	360	100.0%



■Q11. 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	74	20.4%
いいえ	283	78.0%
未回答	6	1.7%
合計	363	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

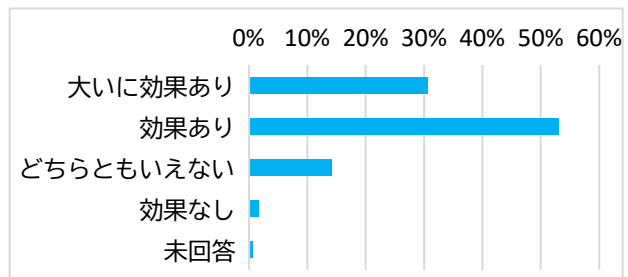
独自の販売促進活動を行ったかの設問に「はい」と答えた群では、「いいえ」と答えた群よりも、前年の同時期と比較して売上が「上がった」と回答した割合が2倍以上大きい結果となった。

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	いいえ	
	61.7%	38.3%	0.0%
	78.2%	18.5%	3.3%

※「前年との比較はできない・わからない」と回答した事業者を除いて集計

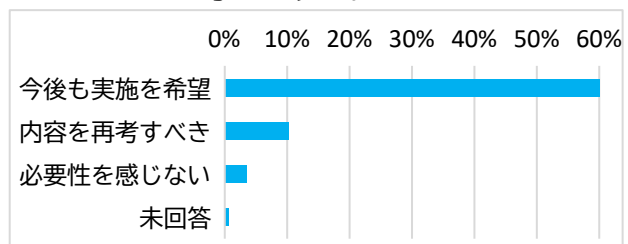
■Q12. 市民の生活の下支えと、地域経済の活性化に効果があったと思いますか。

選択肢	回答数	割合
大いに効果あり	110	30.6%
効果あり	191	53.1%
どちらともいえない	51	14.2%
効果なし	6	1.7%
未回答	2	0.6%
合計	360	100.0%



■Q13. プレミアム付商品券事業の今後の実施についてどのように考えますか。

選択肢	回答数	割合
今後も継続的な実施を希望	308	85.6%
内容等を再考すべき	37	10.3%
必要性はあまり感じない	13	3.6%
未回答	2	0.6%
合計	360	100.0%



■Q14. 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80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 》

- ・プレミアム率100%は非常にありがたい。お客様はすごく喜ばれた。
- ・昨今の物価高対策にとっても役立ったと思います。新規のお客様もあった。
- ・物価高騰により買い控えが広がる中で前年並みの売上を維持できたので大いに効果があったと思う。
- ・商品券事業は地域内での消費を促進し、地元のお店や事業者の支援につながる良い取り組みだと思います。利用者にとってもお得感があり、普段利用しない店舗を知るきっかけにもなります。

《 再度の実施、今後の継続実施に関するご意見 》

- ・今後も物価高やガソリン高騰など続くと思いますので、是非継続をお願いします。
- ・どんどんやってもらいたい。
- ・とにかく不景気を実感する今、商品券事業の継続を希望する。

《 実施期間・実施時期等に関するご意見 》

- ・今期間が長いので、1ヶ月間くらいがいいと思う。
- ・利用時期をお盆や年末などに合わせていただくと良いのではと思いました。
- ・業種によって、実施する時期に各々希望があるが、その辺りをこのアンケートに盛り込んだ方がいい。
- ・事業総額を変えないという仮定で行けば、プレミアム率50%で年に2回の需要のヤマを作ることも大切かもしれません。
- ・お客様にとってはプレミアム率100%は非常に助かると思いますが、消費や売り上げの下支えにはプレミアム率25%で閑散期の消費喚起に定期的に導入してもらえるといいかもと思います。

次ページに続く

《 再販売に関するご意見 》

- ・商品券の再販売に時間と費用のかけすぎ、もっと早く簡単に出来ないものでしょうか？
- ・チケット再販売の抽選は、不公平との意見が多数出ています。
- ・商品券の再販売で、同一世帯で多くの方が当選する世帯もあれば、誰も当選しなかった世帯があるようです。応募しても誰も当たらなかった世帯もありました。公平感があるやり方があっても良いかと思います。
- ・再販売はもう少し早い時期にした方がよかったのでは。利用するお客様があせって使用する様子がありました。
- ・売れ残った商品券を再販売したことで、もう一段売上増加につながった。

《 商品券の取り扱いや換金等に関するご意見 》

- ・商品券の裏面に店舗の捺印は、精算時に控えもありますし必要ないと思いますし、枚数が多いととても大変な作業になるので必要ないかと思います。
- ・毎回のことですが、現金が回らず大変苦労しました。換金、振込みの頻度をもう少し増やしてほしいと思いました。
- ・商品券がかぞえづらい。紙質を考えてほしい。

《 その他のご意見 》

- ・商品券は、デジタルだと高齢者など使えない人がいると思いますが、PayPay商品券などは良いと思います。
- ・デジタルだと券の販売など短縮できるが、店側が新たな機材など必要になるなら紙が良い。
- ・商品券を購入できない家庭にも均等に配分できるようにしても良いのでは？水道料の割引とか他の還元のやり方もありなのでは？
- ・商品券の購入にはそれなりの資金が必要であり、購入したくてもできない場合もあると考えます。購入型ではなく、支給型の方が公平だと考えます。
- ・G o t o（ゴートゥー）イベントのような業種別の商品券等も検討してもいいのではないのでしょうか？
- ・地元の企業を知ってもらう良い機会だと思うと同時に、魚沼に会社や店舗が少ない事も実感できた。使用する側からみても地域券を使いやすい街にすることが課題と思いました。気軽に食品を買える店が少ないと感じました。
- ・とにかくやめて欲しい。事業所には何もメリットが無い。ただ現金が紙に変わっただけ。事業所の身になってもらいたい。
- ・商工会やうおぬまポイントカード会、商店街をあげてのキャンペーンが何もなかったのは残念です。
- ・商工会やうおぬまポイントカード会の協力事業が間に合わなかったのも、次回以降は、事業実施について両会に早めに教えていただけるとありがたいです。

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Q10）	「紙の商品券がよい」と回答した割合	61.7%	85.3%

【考察】商品券の電子化に対する意向について、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。加盟店においては約8.5割が「紙の商品券」を希望しており、デジタル対応への負担や運用面の懸念が強く影響していると考えられます。

また、市民側においても依然として半数以上が「紙の商品券」を選択していることから、現時点においてデジタル商品券の導入は急務とは言えない状況です。デジタル化には利便性向上や手間の軽減などのメリットも存在するため、仮に今後実施する場合には、加盟店の負担軽減策なども見据えながら、その導入可能性について改めて見極めていくことが求められます。

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Q8）	「短い」と回答した割合	41.3%	8.9%

【考察】商品券の有効期間の長さについても、市民と加盟店の間に大きな差が見られました。市民の約4割は「期間が短い」と感じている一方で、加盟店側は事業の管理負担や早期の消費喚起の観点から、現状の期間を概ね妥当と捉えている傾向がうかがえます。今後の制度設計においては、こうした市民と加盟店の間にある受け止めの違いを十分に考慮することが求められます。

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」と回答した割合	58.1%	22.5%

【考察】共通券・地域券の割合についても、市民と加盟店の間に大きな差が見られました。前回の調査と同様に、市民側では普段の買い物での利便性を重視して共通券を求める傾向が見受けられます。一方、加盟店側においては、地元商店等での消費喚起という観点から、共通券の増加に対して慎重である様子がうかがえます。今後の実施を検討する場合には、消費者の利便性と地域経済への波及効果という双方向の視点をどのように調和させるか、改めて整理していくことが求められます。

■前回調査(令和7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	84.3%	71.9%

【考察】「ハガキを郵送する方法がよい」を選択する割合自体は依然として高い水準にあるものの、今回は市報への折込やWEB申込に対するニーズが相対的に増加しており、市民が求める配布方法の選択肢に広がりが生じて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（Q7） ・商品券の有効期間	「短い」と回答した割合	28.4%	41.3%

【考察】

商品券の有効期間については、前回の85日間から今回は100日間へと約2週間長く設定したにもかかわらず、「短い」と回答した割合は前回より増加する結果となりました。これは、南魚沼市や十日町市といった近隣2市におけるプレミアム付商品券の有効期間（8月31日まで使用可）と比較して、当市（7月20日まで）の設定が相対的に短く感じられ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（Q9） ・購入できる冊数	「ちょうどよい」と回答した割合	43.3%	77.8%

【考察】前回（令和7年度）は、商品券の購入上限を「一世帯当たり2冊まで」としていましたが、今回は予算規模を前回の2倍以上に拡充して、購入上限を「一人当たり2冊」としたほか、当初販売の残数について再販売を実施したことから、世帯当たりの購入可能数が増加し、市民の満足度が向上したことがうかがえます。

設問	比較項目（選択肢）	前回	今回
④加盟店アンケート（Q5） ・来店客の数や傾向にどのような変化がありましたか	「来店客数が増え、新規客や久しぶりの客も多かった」と回答した割合	18.0%	27.5%
	「大きな変化はなかった」と回答した割合	57.9%	46.9%

【考察】前回と比較して事業規模（購入可能な冊数）が拡大したことなどが影響し、店舗への集客効果や新規顧客の獲得といったプラスの波及効果が表れたことがうかがえます。

設問	比較項目（選択肢）	前回	今回
⑤加盟店アンケート（Q6） ・「共通券」・「地域券」の割合	「ちょうどよい」と回答した割合	63.0%	72.8%
	「地域券のみでよい」と回答した割合	13.8%	3.1%

【考察】今回は市民の利便性に配慮し、共通券と地域券の比率を前回の1:9から3:7へと見直したことから、地域の加盟店にとっては必ずしも有利とは言えない変更であったにもかかわらず、実際には事業の目的、制度の仕組みや売上への影響等を受け入れ、結果として「ちょうどよい」とする評価が高まる形となったと考えられます。

設問	比較項目（選択肢）	前回	今回
⑥加盟店アンケート（Q12） ・地域経済の活性化等に効果があったと思いますか	「おおいに効果あり」と回答した割合	20.9%	30.6%

【考察】前回と比較して事業規模が拡大したことが、地域経済への波及効果の実感につながる一因となったものと考えられます。

6 アンケート結果の総括

今回のプレミアム付商品券事業に関するアンケート調査を通じて、本事業の一定の成果が確認された一方で、今後の改善に向けた様々な課題が示されました。

市民からは、プレミアム率に対する評価や、家計の下支え、普段利用しない店舗での買い物のきっかけになったといった意見が寄せられました。また、前回と比較した事業規模の拡大や再販売の実施についても、一定の評価が得られています。

その一方で、有効期間の設定や、共通券・地域券の比率、購入方法・配布方法の選択肢、さらには再販売における公平性などについて、今後の制度設計に向けた貴重なご意見・ご要望が寄せられました。特に、再販売の抽選結果における世帯ごとの当落の偏りについては不公平感を指摘する声が多く見受けられ、個人の単位での公平性と、家計を単位とする実生活上の公平性のバランスをどう図るかという制度上の課題が浮き彫りとなりました。

加盟店側においては、地域経済や市民生活への効果について一定の認識が示され、売上の維持や新規顧客の獲得といった側面がうかがえます。また、今回のプレミアム付商品券事業にあわせて独自の販促活動を実施した店舗では、売上向上につながったケースが比較的多かったことが見受けられます。

他方で、加盟店の間では、紙の商品券の継続を望む声があるほか、有効期間や共通券・地域券の割合に対する市民との受け止めの違い、さらには換金等の事務負担に関する懸念など、現場目線での課題も引き続き指摘されています。

総じて、市民及び加盟店の双方から事業の継続を期待する声が寄せられており、地域経済活性化策としてプレミアム付商品券事業への関心の高さが確認されました。

今回の結果を踏まえ、今後は本アンケートで得られたご意見を参考にしながら、市民生活の下支えという観点を大切にしつつ、利便性や公平性の確保、さらには地域の事業者側における負担への配慮を踏まえ、今後の地域経済活性化策も含めた施策のあり方について多角的な検討を進めてまいります。