

# 石狩市プレミアム付商品券発行事業実施報告（まとめ）

## 1. 商品券の販売について

### (1) 販売期間

1次販売：平成27年6月21日（日）～6月28日（日）

2次販売：平成27年9月29日（火）～10月28日（水）

### (2) 購入対象者

1次販売：平成27年4月20日時点で石狩市に住民登録のある世帯

2次販売：平成27年7月20日時点で石狩市に住民登録のある世帯

### (3) 販売場所

石狩商工会議所、石狩北商工会（厚田・浜益）、市内コミュニティセンター（花川南・花川北・八幡）、石狩市観光センター、石狩庁舎ロビー（2次販売のみ）

### (4) 販売の方法（予約から販売まで）

① 専用ハガキによる事前予約申込とし、当選者には「購入引換券」を交付した。

1次販売：1世帯5冊まで申込可能とし、申込数が発行冊数を上回った場合には抽選により購入冊数を決定した。ただし、予約申込した世帯については、2冊までは必ず購入できるものとした。

2次販売：1世帯10冊まで申込可能とし、申込数が発行冊数を上回った場合には多子世帯（中学生以下の子どもが複数いる世帯）を優先した抽選を行い、当選者を決定した。また、抽選を行った場合は次点者を決定し、残部が発生した際に次点者へ購入引換券を送付した。

② 「購入対象者」のうち、平成12年4月2日以降に出生した児童（中学生以下）が2人以上いる世帯の世帯主に、2人目以降の児童1人につき2,000円分の商品券購入割引券を交付した。

③ 各販売会場において、購入引換券を持参した者に対して引換券に記載されている冊数を代金（多子世帯割引券を含む）引換で販売した。ただし、減冊希望者には冊数を赤ペンで訂正させたうえで、希望冊数を販売した。

### (5) 販売の推移

1次販売：発行数54,000冊に対して47,612冊を販売し、6,388冊が売れ残った。

2次販売：新たに16,000冊を発行し、1次販売の残部6,388冊と合わせて22,388冊を販売したが、購入当選者のキャンセル等により次点者の繰上げが行われ、最終的には10月28日（水）に完売となった。

### (6) 評価・課題

2次販売については、1次販売で申し込まなかった世帯が希望される冊数を購入できたことや、上限5冊での申し込みが最も多かったことから、申込者の減少および5冊以上の申込みが多いと見

込み、上限を5冊から10冊に変更し、発行数（販売数）を上回る申込があった場合は当市の重点施策である「子育て支援」の観点から、多子世帯を優先とする抽選を行うこと、抽選の場合は当選者にのみ購入引換券を送付することを記載し、案内状を送付した。結果として、予想以上の申込みがあり、抽選から漏れた市民から多く問合せがあったことを真摯に受け止め、今後の商業振興策に活かすこととしたい。

## 2. 商品券の精算・利用状況について

### (1) 精算方法

取扱店が実行委員会事務局へ使用済商品券及び換金請求書を提出したものを事務局が精査し、事業負担金を差し引いたうえで、取扱店が指定する口座へ振込した。

### (2) 取扱店舗数

265店舗（うち、大型店 7店舗）

### (3) 受付期間

平成27年7月1日（水）～平成28年1月29日（金）（締日ごとに集計）

### (4) 精算状況・精算率

#### ① 店舗規模別精算状況

換金済額 838,544 千円 ÷ 発行総額 840,000 千円 = **精算率 99.83%**

	会 員	非会員	合 計
大型店	600,708 千円 (71.64%)	31,426 千円 ( 3.75%)	632,134 千円 ( 75.38%)
中・小規模店	93,618 千円 (11.16%)	112,792 千円 (13.45%)	206,410 千円 ( 24.62%)
合 計	694,326 千円 (82.80%)	144,218 千円 (17.20%)	838,544 千円 (100.00%)

#### ② 地域別精算状況

単位：円

	会 員	非会員	合 計
商工会議所エリア	686,765 (81.90%)	142,629 (17.01%)	829,394 (98.91%)
商工会エリア	7,561 (0.90%)	1,589 (0.19%)	9,150 (1.09%)
	厚田	1,380	3,110
	浜益	209	6,040
合 計	694,326 (82.80%)	144,218 (17.20%)	838,544 (100.00%)

### (5) 評価・課題

当初月1回（月末締め翌月20日支払）としていたが、即時精算を望む取扱店や、資金繰りへの影響を懸念する意見も多く聞かれたことから、15日締め当月末支払を追加し、月2回の精算とすることとなったが、特に大きなトラブルもなく、精算業務は順調に推移したものと思われる。利用状況としては、大型店7店での使用が75%となり、取扱店アンケートからも中・小規模店の

売上や客単価が好転したとの意見はあまり見られない結果となった。

### 3. 消費者アンケートについて

#### 【1 次販売分】

##### (1) 調査方法

商品券販売時に購入者にアンケート用紙および返信用封筒を渡し、記入後返信してもらう方法とした。

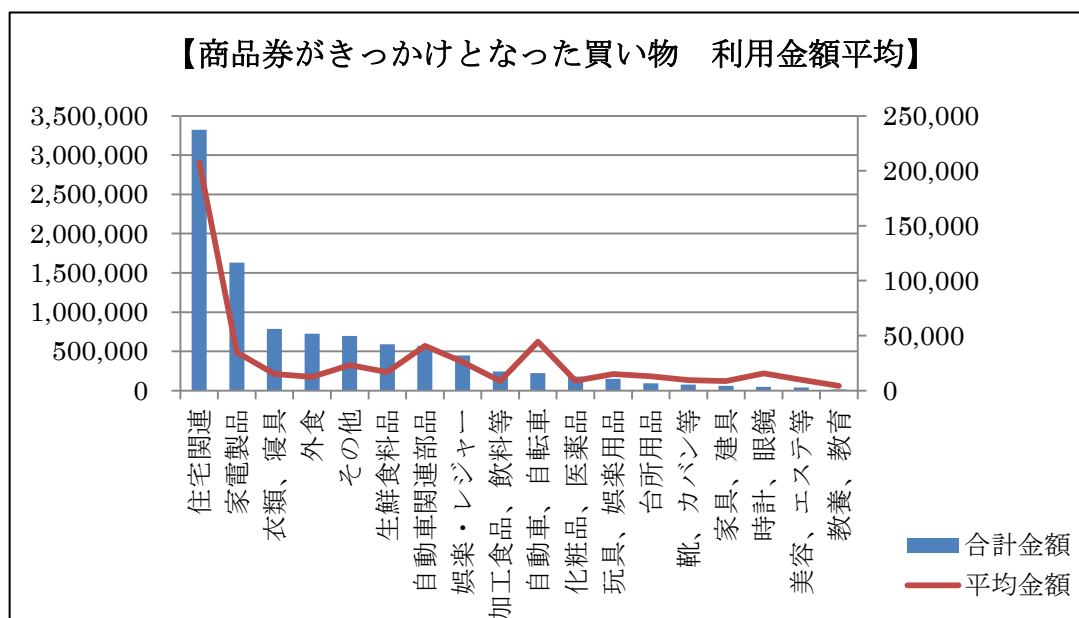
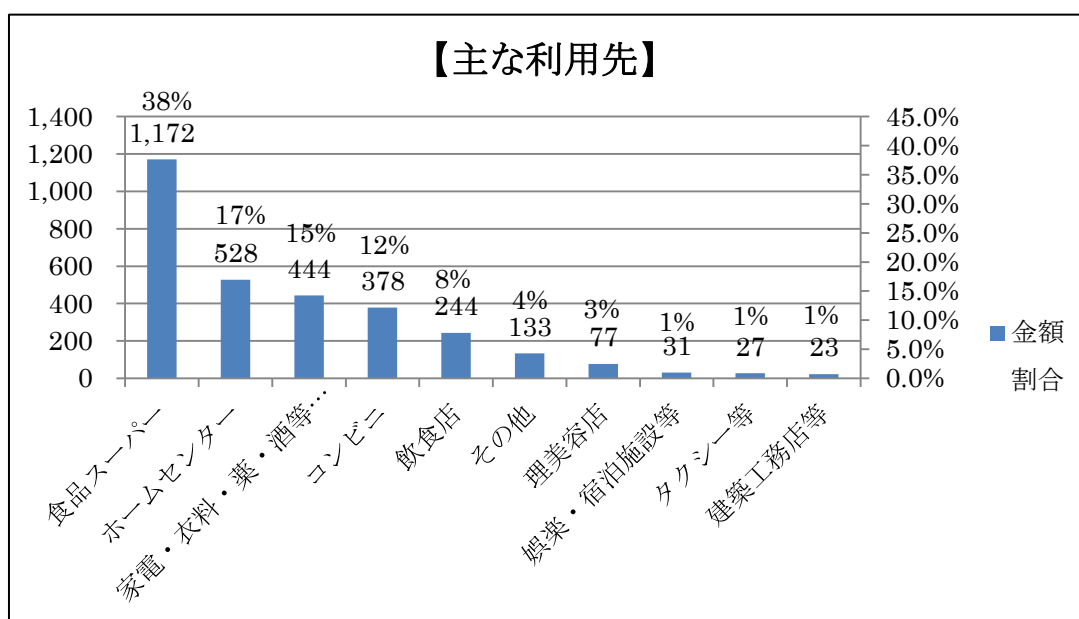
##### (2) 調査期間

平成 27 年 7 月 1 日（水）～12 月 31 日（木）

##### (3) 調査結果

有効回答数：1,253 件

主な利用先は、「食品スーパー」が最も多く、商品券がきっかけとなった買い物の一人あたりの利用金額がもっとも高い業種は、「住宅関連」であった。



## 【2 次販売分】

### (1) 調査方法

商品券販売時に購入者にアンケート用紙および返信用封筒を渡し、記入後返信してもらう方法とした。

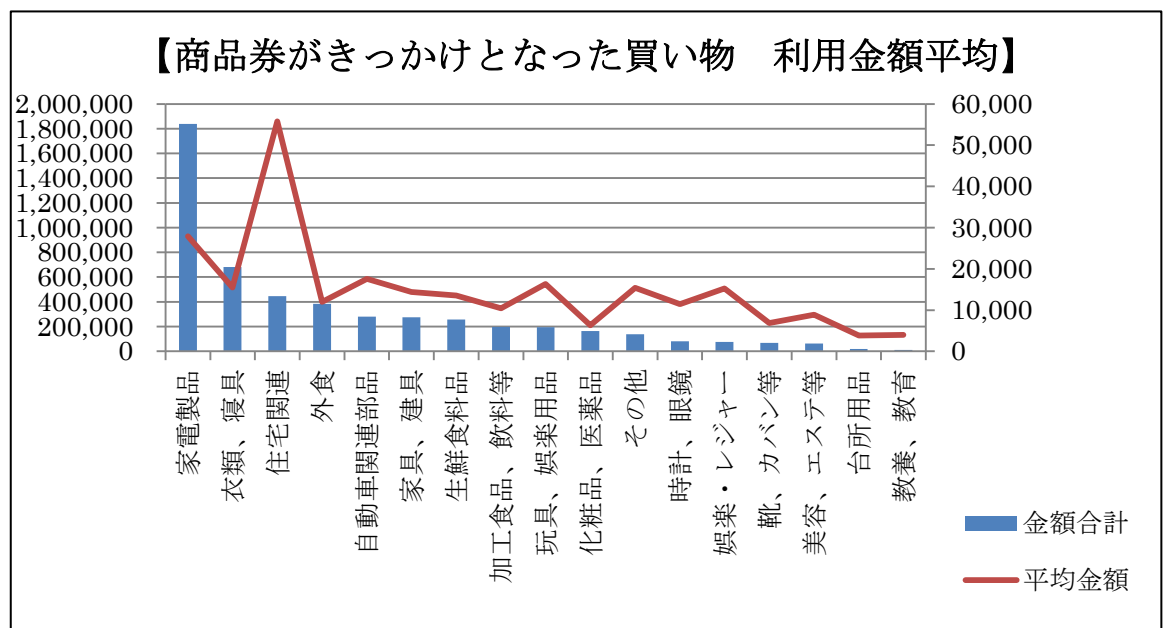
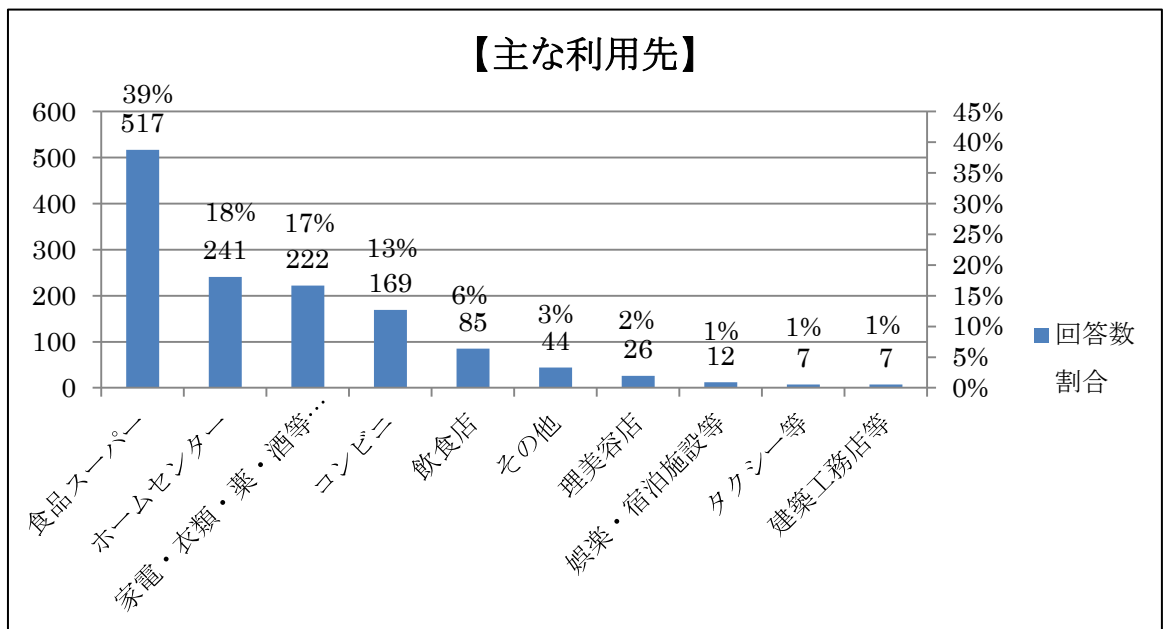
### (2) 調査期間

平成 27 年 9 月 29 日（火）～12 月 31 日（木）

### (3) 調査結果

有効回答数：553 件

主な利用先は、「食品スーパー」が最も多く、商品券がきっかけとなった買い物の一人あたりの利用金額がもっとも高い業種は、「住宅関連」であった。



#### 4. 取扱店アンケートについて

##### (1) 調査方法

商品券取扱店にFAXにてアンケート用紙を送信し、記入後返信してもらう方法とした。

##### (2) 調査機関

平成27年12月10日(木)～平成28年1月20日(水)

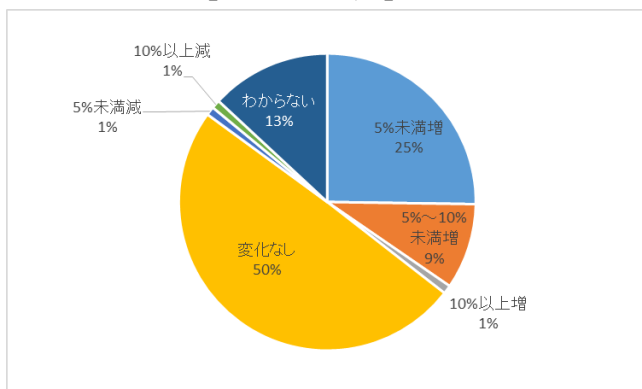
##### (3) 調査結果

有効回答数 108件

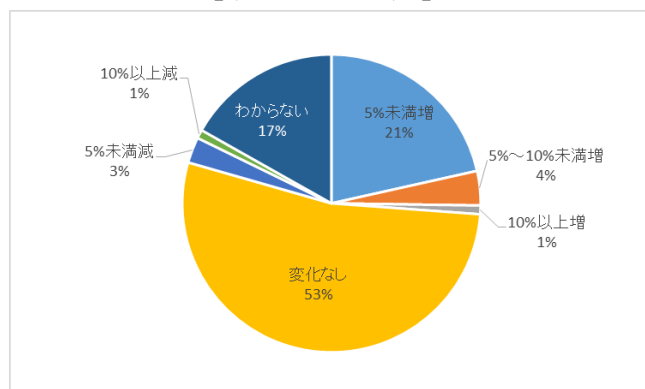
「売上」「客単価」「来店数」の変化について、「売上」約4割。「客単価」約3割、「来店数」約3割の増加となった。

また、消費拡大効果については、約6割が「効果があった」と回答している。

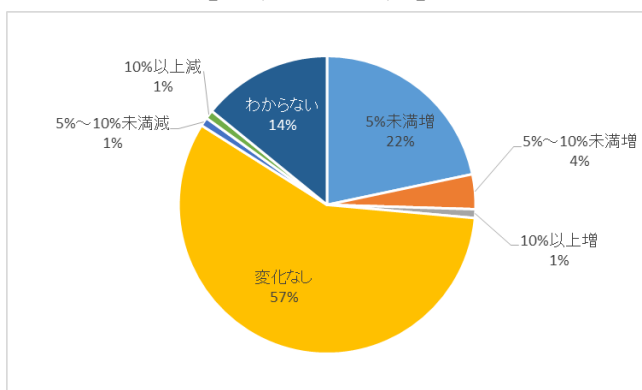
【売上の変化】



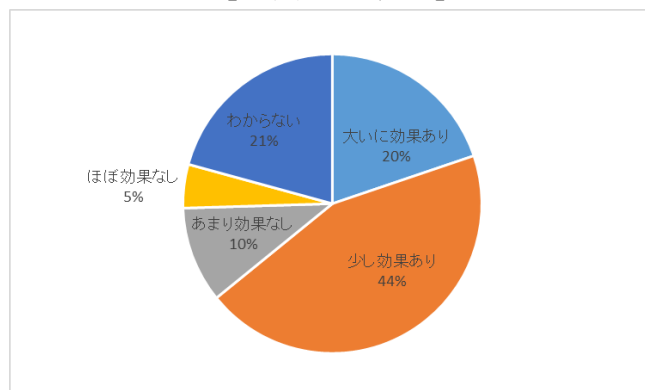
【客単価の変化】



【来店数の変化】



【消費拡大効果】



#### 5. 消費喚起効果、消費流出防止効果

本事業実施による地域経済への波及効果は、商品券の購入者に対して行ったアンケート調査の結果から、約1億4千万円のプレミアム付加により、約2億200万円の新規消費喚起効果、また、約3億3千万円の市外への消費流出防止効果があったものと推計されることから、本事業の目的である、市民への生活支援及び消費喚起・拡大による地域経済の活性化につながる結果となった。