

令和5年度

「地域のお店応援商品券」に関する

取扱店向けアンケート調査 報告書

令和5年9月

地域のお店応援商品券実行委員会

令和5年度 「地域のお店応援商品券」に関する 取扱店向けアンケート調査 報告書

目次

1. アンケート調査の概要	2
2. アンケート調査の結果	6
3. アンケート調査票	28

1. アンケート調査の概要

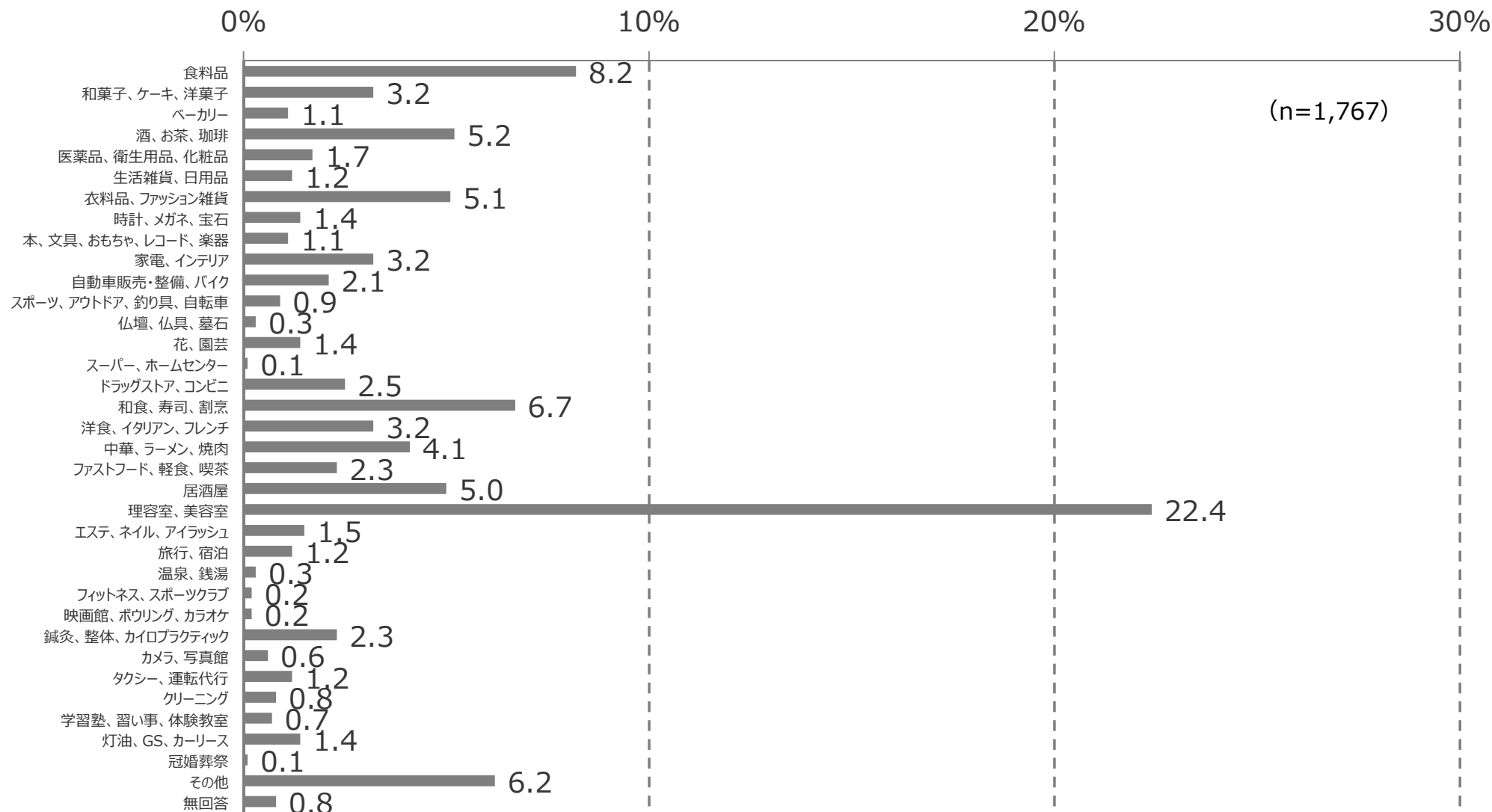
1.1 アンケート調査の概要

項目	内容
1. 調査名称	「地域のお店応援商品券」に関するアンケート調査（商品券の取扱店様向け）
2. 調査目的	令和5年度に発行した『地域のお店応援商品券』の地域経済への効果や、取扱店の商品券に対する評価や感想等を把握し、今後の商品券事業の参考とすることを目的とする。
3. 調査項目	(1) 回答者の属性（業種・所在地・従業員数） (2) プレミアム付き商品券事業の参加回数 (3) 商品券事業に参加した理由 (4) 売上高の状況（前期比較） (5) 独自の販売促進の取り組み (6) 販売活動の効果の有無と、その理由 (7) 地域活性化策としてのプレミアム付き商品券販売について (8) 希望する商品券の発行方法 (9) 商品券事業への要望 (10) 商品や原材料等の仕入状況
4. 調査対象	プレミアム付き商品券事業に登録した事業者 3,706事業者
5. 調査期間	令和5年5月31日～令和5年6月15日
6. 調査方法	郵送法（回答方式は、書面回答もしくはインターネット回答の選択式）
7. 回収結果	有効回答数（回答率） 1,767票（47.7%）
8. その他	四捨五入の関係で内訳の合計が100%にならない場合がある

1.2 回答者の属性（業種別）

- 回答のあった事業者の業種は、「理容室・美容室」の割合が22.4%で特に高くなっている。以下「食料品」が8.2%、「和食・寿司・割烹」が6.7%、「酒・お茶・珈琲」が5.2%、「衣料品・ファッション雑貨」が5.1%、「居酒屋」が5.0%などとなっている。

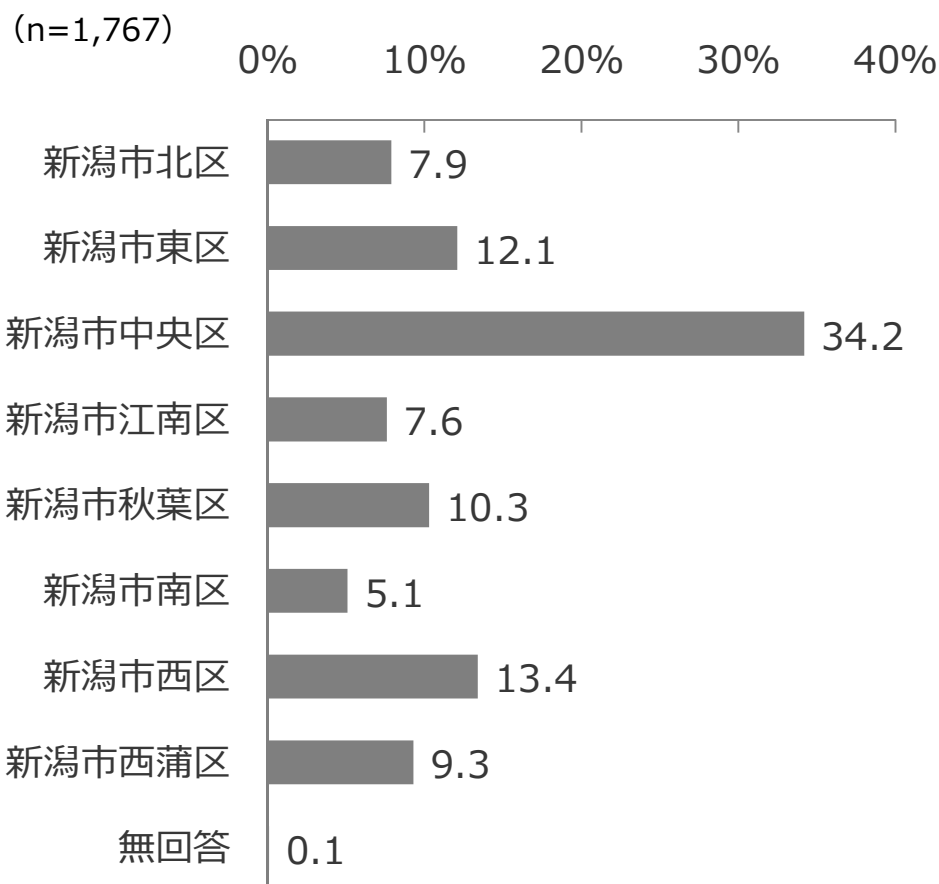
（1）業種別



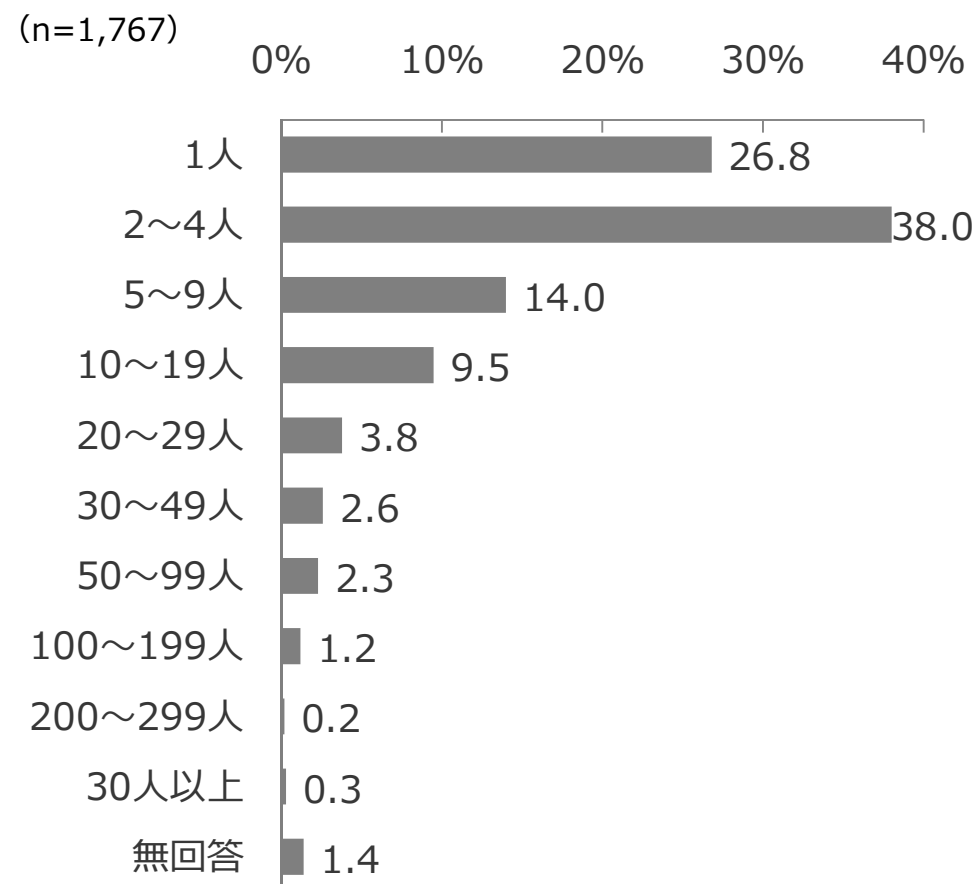
1.3 回答者の属性（所在地別・従業員数別）

- 回答のあった事業者の所在地は、「新潟市中央区」の割合が34.2%で最も高く、以下「新潟市西区」が13.4%、「新潟市東区」が12.1%、「新潟市秋葉区」が10.3%などとなっている。
- また従業員数（パート・臨時を含む）は、「2～4人」が38.0%で最も高く、以下「1人」が26.8%、「5～9人」が14.0%、「10～19人」が9.5%などとなっている。

(2) 所在地別



(3) 従業員別



2. アンケート調査の結果

2.1 プレミアム付き商品券事業の参加回数

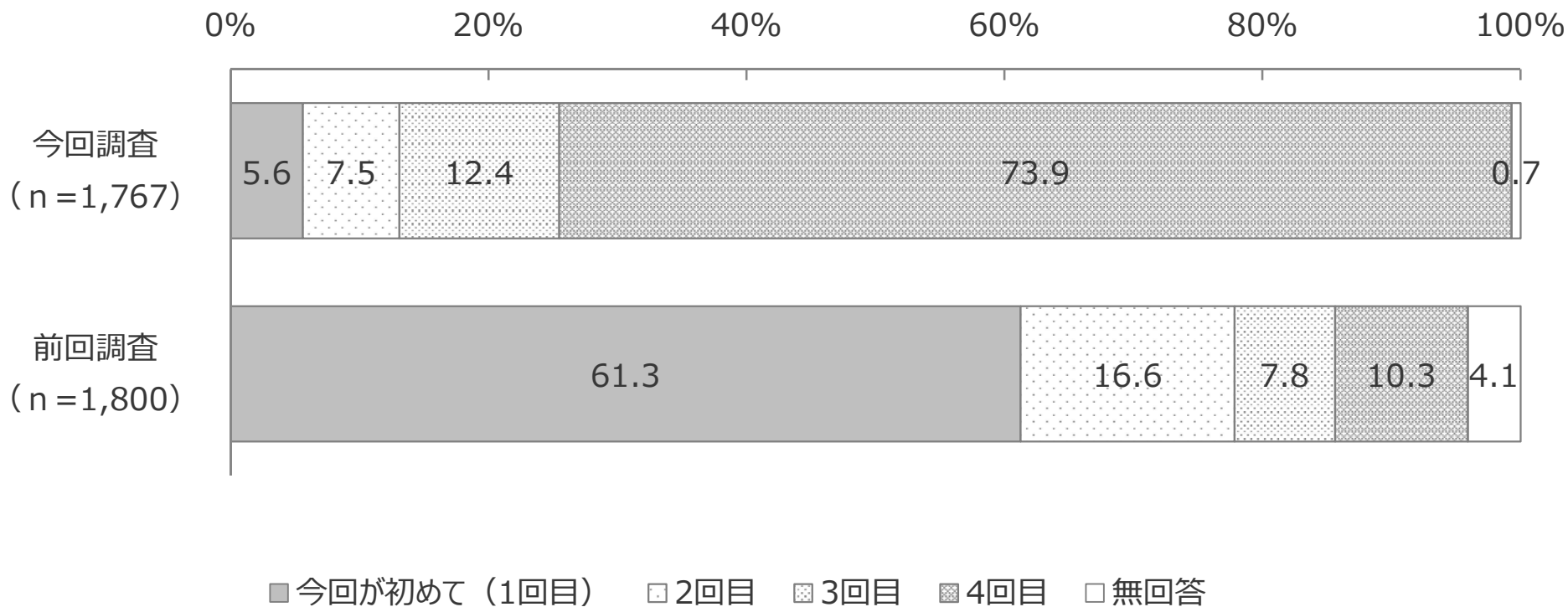
- プレミアム付き商品券事業（以下、商品券事業）への参加回数を尋ねたところ、「4回目」の割合が73.9%で最も高く7割を超えた。以下「3回目」が12.4%、「2回目」が7.5%、「今回が初めて（1回目）」が5.6%となっており、参加回数が増えるほど割合が高くなっている。

(n=1,767)



2.2 プレミアム付き商品券事業の参加回数 ※前回調査との比較

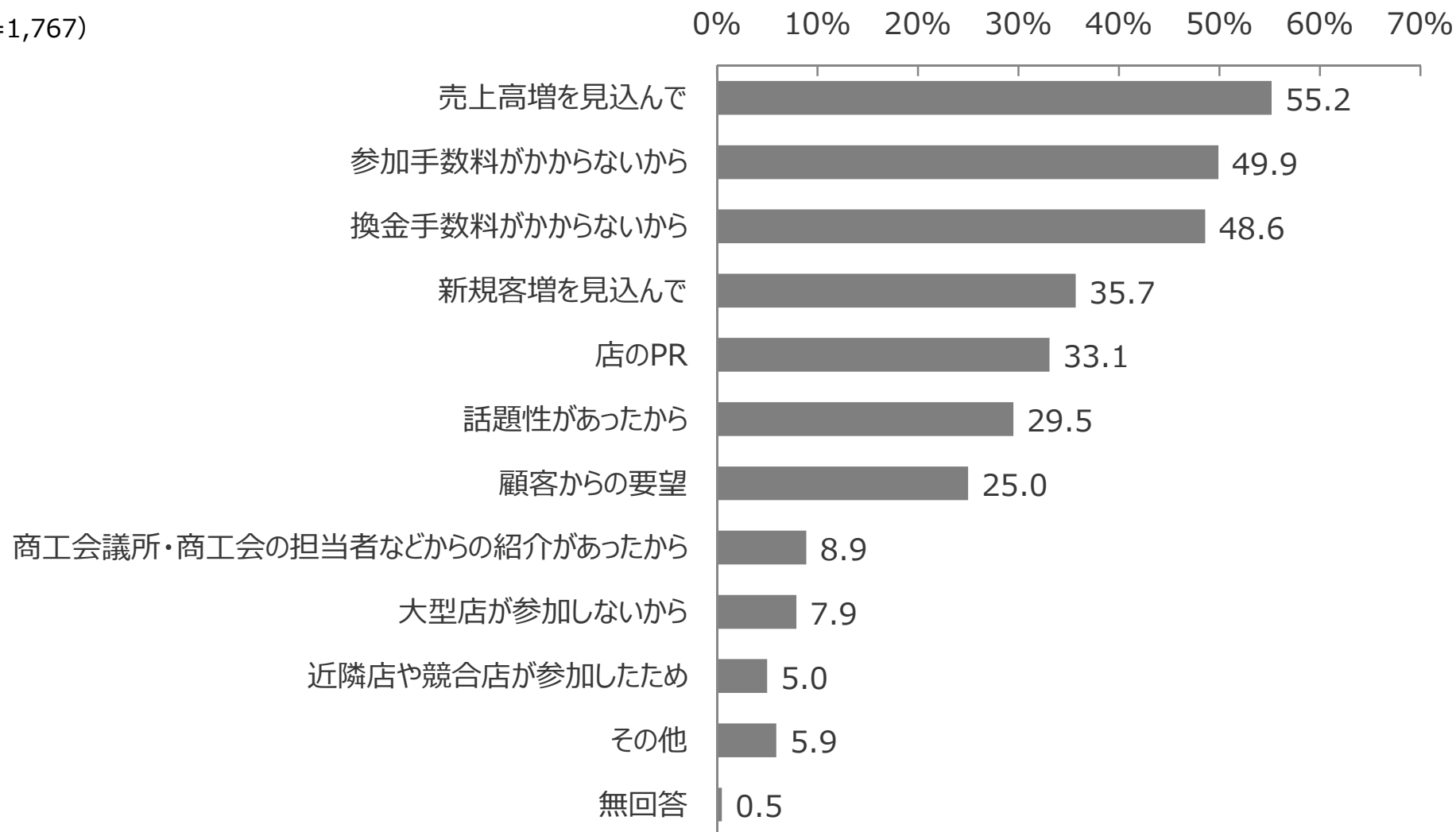
- 商品券事業への参加回数について前回調査（令和3年3月、以下同じ）と比べてみると、「今回が初めて（1回目）」「2回目」の割合が大幅に低下する一方、「3回目」「4回目」の割合が上昇している。



2.3 商品券事業に参加した理由

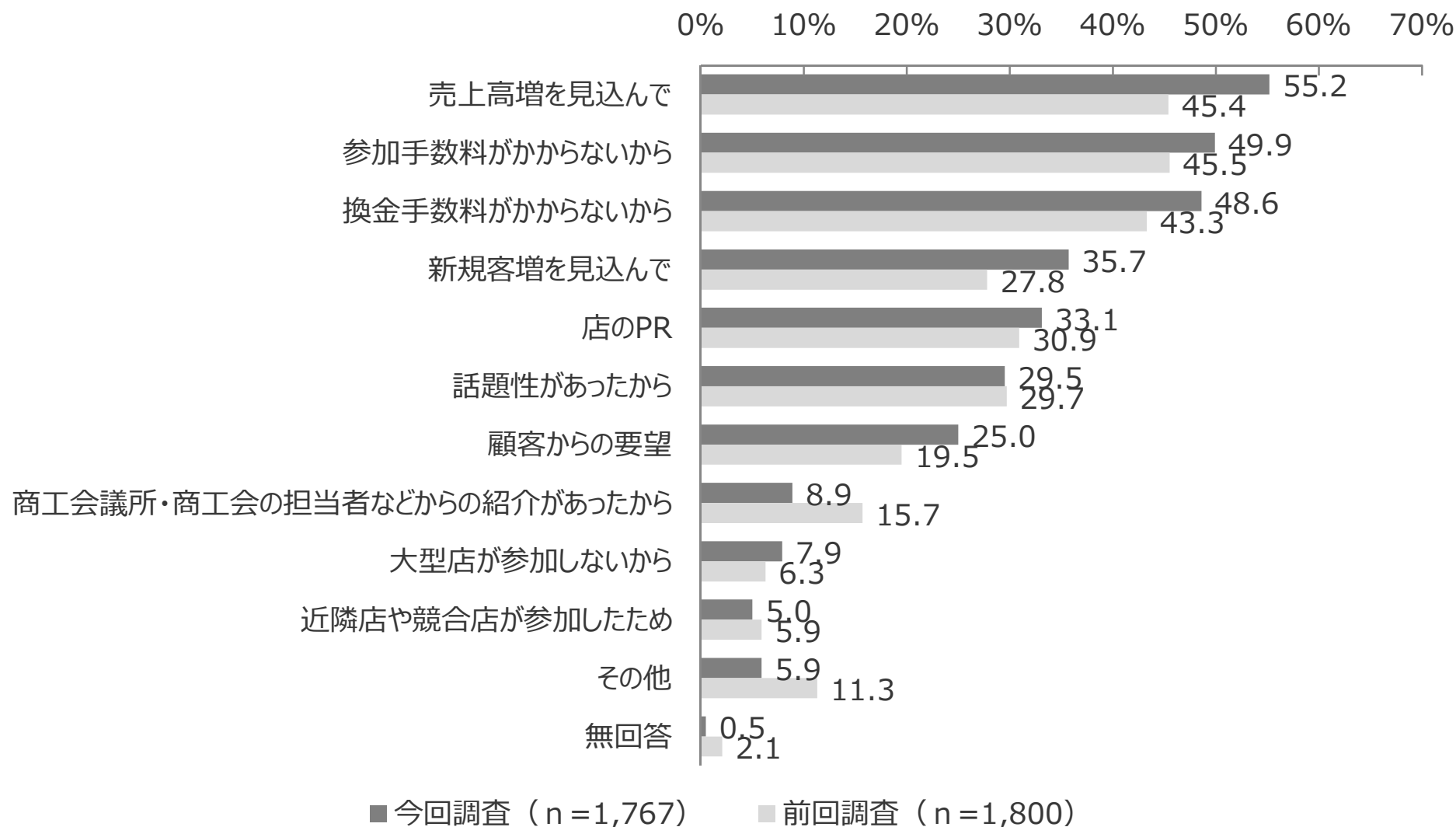
- 商品券事業に参加した理由（複数回答）を尋ねたところ、「売上高増を見込んで」の割合が55.2%で最も高く、以下「参加手数料がかからないから」が49.9%、「換金手数料がかからないから」が48.6%、「新規客増を見込んで」が35.7%、「店のPR」が33.1%などとなっている。
- 参加手数料や換金手数料といったコストがかからないことを理由に、商品券事業に参加した地域のお店が多いことがうかがえる。

(n=1,767)



2.4 商品券事業に参加した理由 ※前回調査との比較

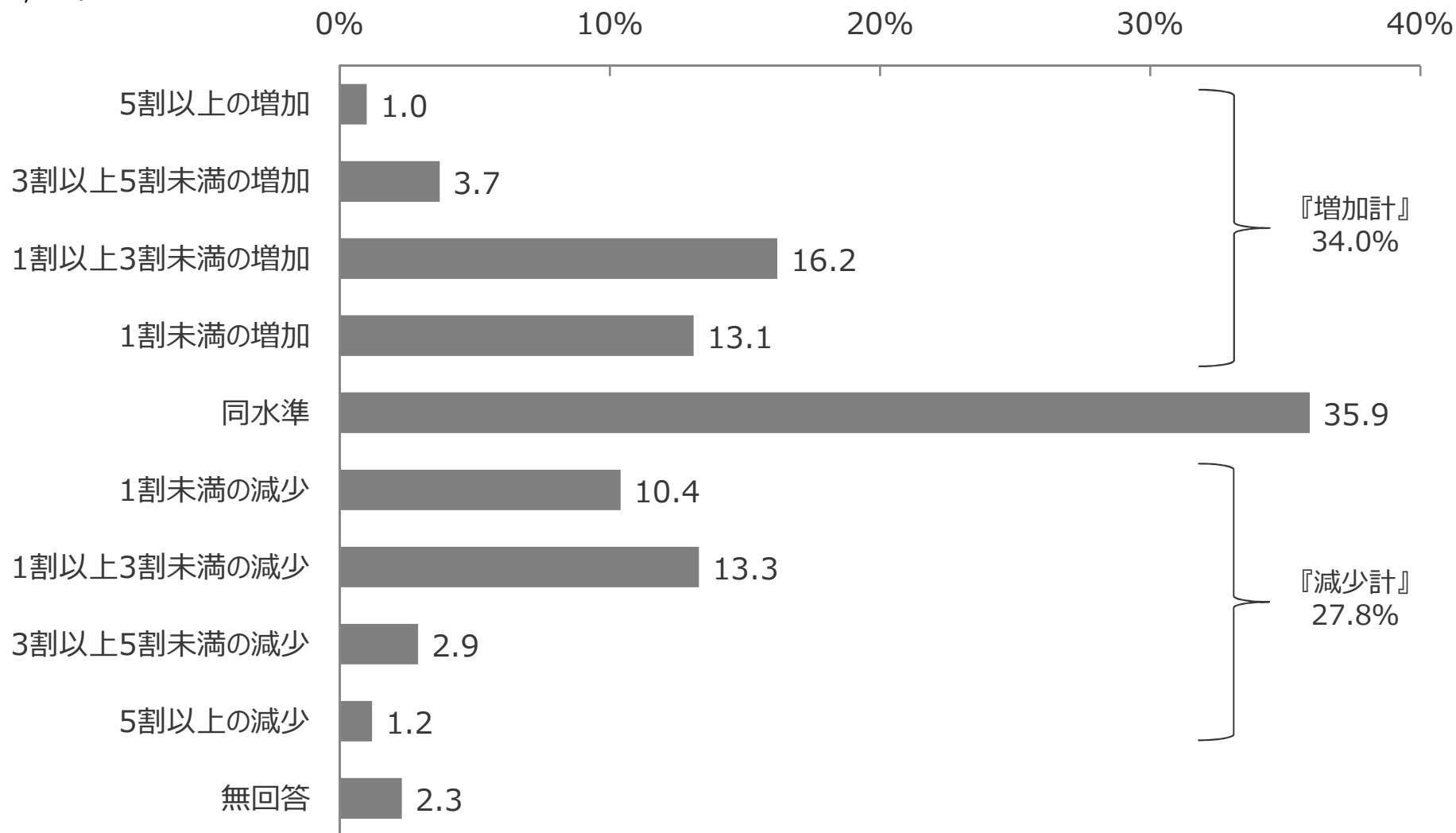
- 商品券事業に参加した理由（複数回答）について前回調査と比べてみると、「売上高増を見込んで」の割合が9.8ポイント上昇したほか、「新規客増を見込んで」が7.9ポイント上昇している。



2.5 売上高（令和4年12月）の前年同月との比較

- 令和4年12月の売上高が前年同月（令和3年12月）に比べてどうであったか尋ねたところ、「同水準」の割合が35.9%で最も高く、以下「1割以上3割未満の増加」が16.2%、「1割以上3割未満の減少」が13.3%、「1割未満の増加」が13.1%、「1割未満の減少」が10.4%などとなっている。
- なお前年同月と比べて『増加』と回答した割合は合わせて34.0%、『減少』の割合は合わせて27.8%となっている。

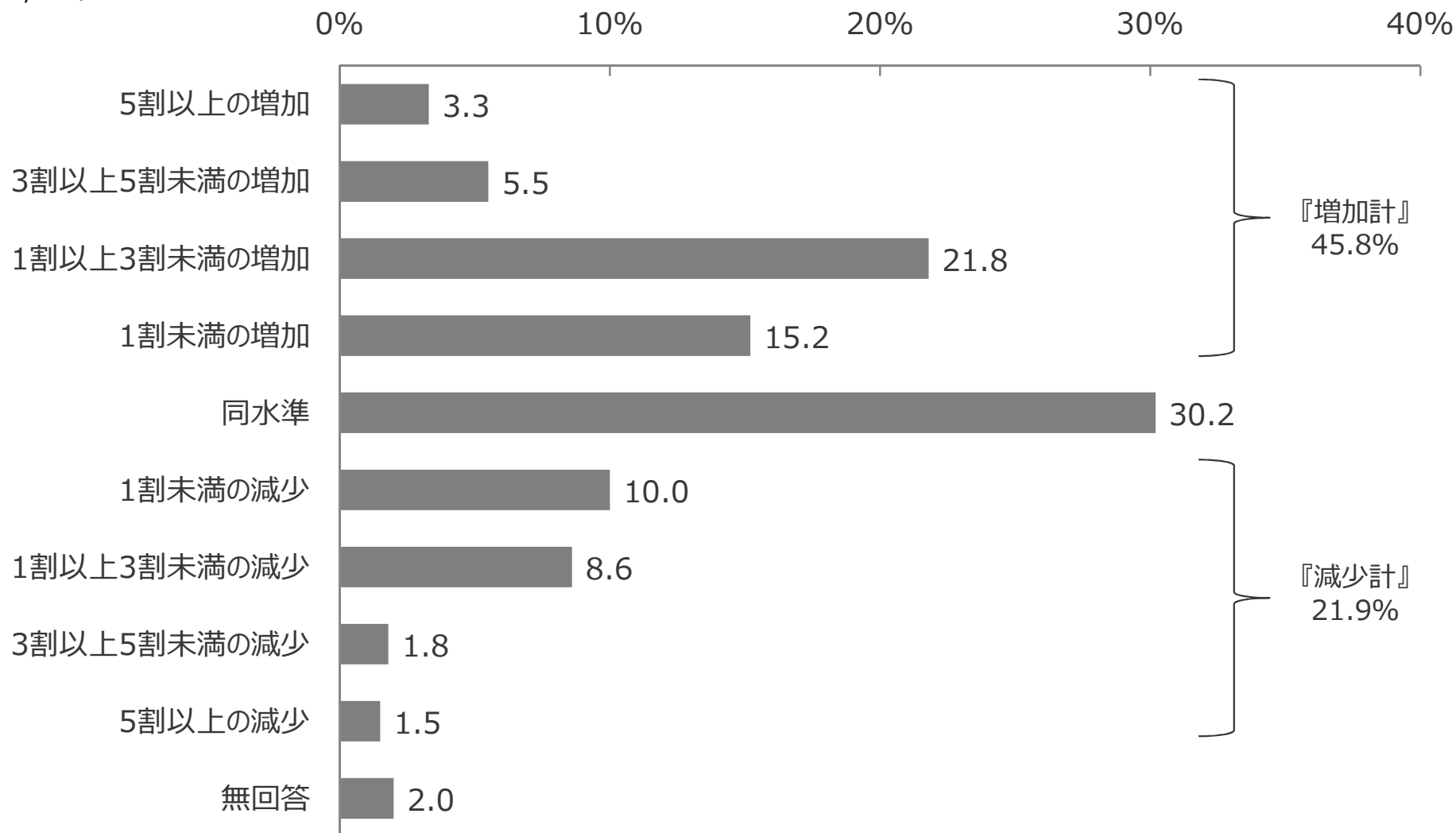
(n=1,767)



2.6 売上高（令和5年1～3月期）の前年同期との比較

- 令和5年1～3月期の売上高が前年同期比（令和4年1～3月期）に比べてどうであったか尋ねたところ、「同水準」の割合が30.2%で最も高く、以下「1割以上3割未満の増加」が21.8%、「1割未満の増加」が15.2%、「1割未満の減少」が10.0%、「1割以上3割未満の減少」が8.6%などとなっている。
- なお前年同期と比べて『増加』と回答した割合は合わせて45.8%、『減少』の割合は合わせて21.9%となっている。

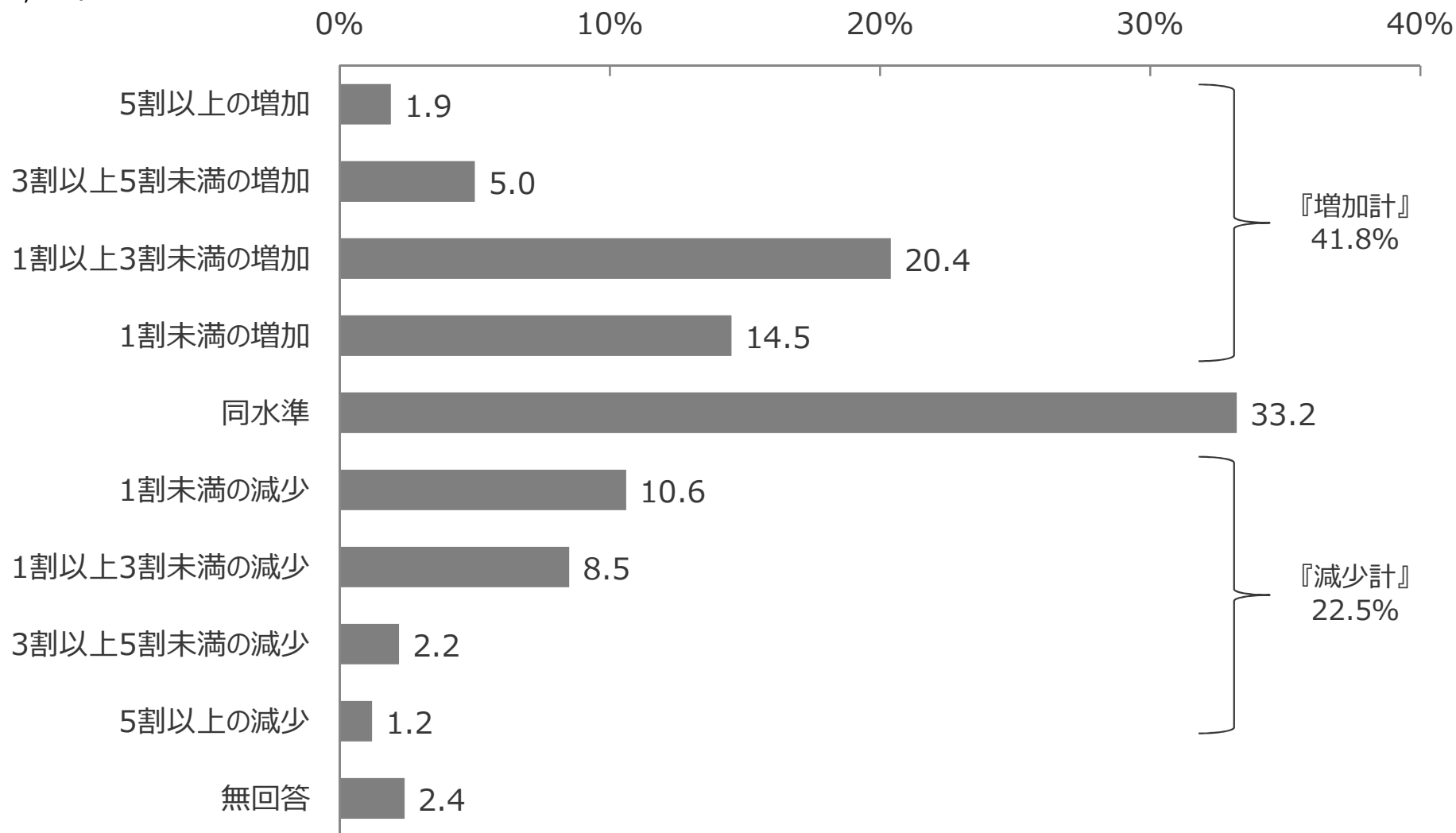
(n=1,767)



2.7 売上高（令和5年4～5月期）と前年同期との比較

- 令和5年4～5月期の売上高が前年同期（令和4年4～5月期）に比べてどうであったか尋ねたところ、「同水準」の割合が33.2%で最も高く、以下「1割以上3割未満の増加」が20.4%、「1割未満の増加」14.5%、「1割未満の減少」が10.6%、「1割以上3割未満の減少」が8.5%などとなっている。
- なお前年同期と比べて『増加』と回答した割合は合わせて41.8%、『減少』の割合は合わせて22.5%となっている。

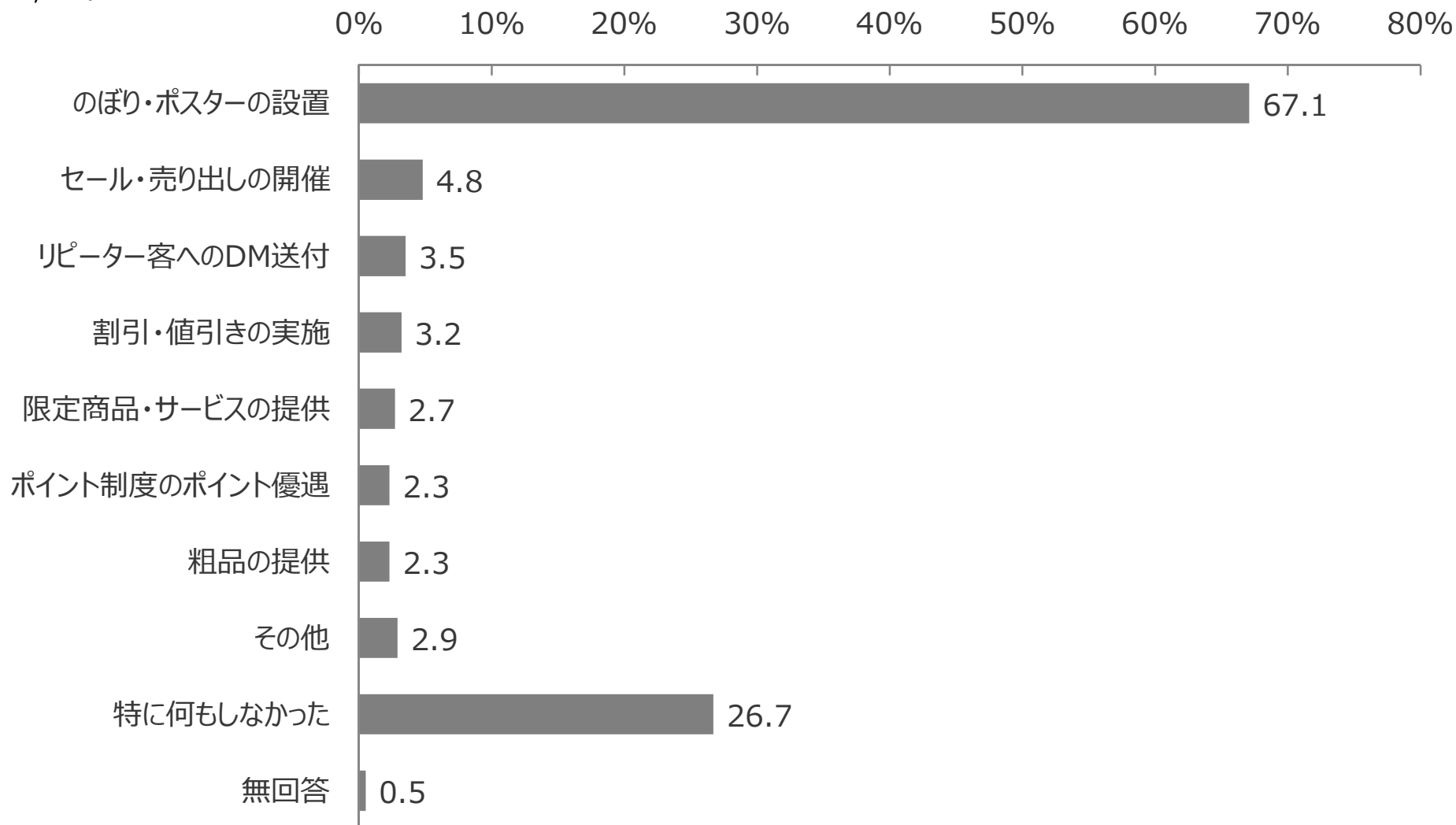
(n=1,767)



2.8 独自の販売促進の取り組み

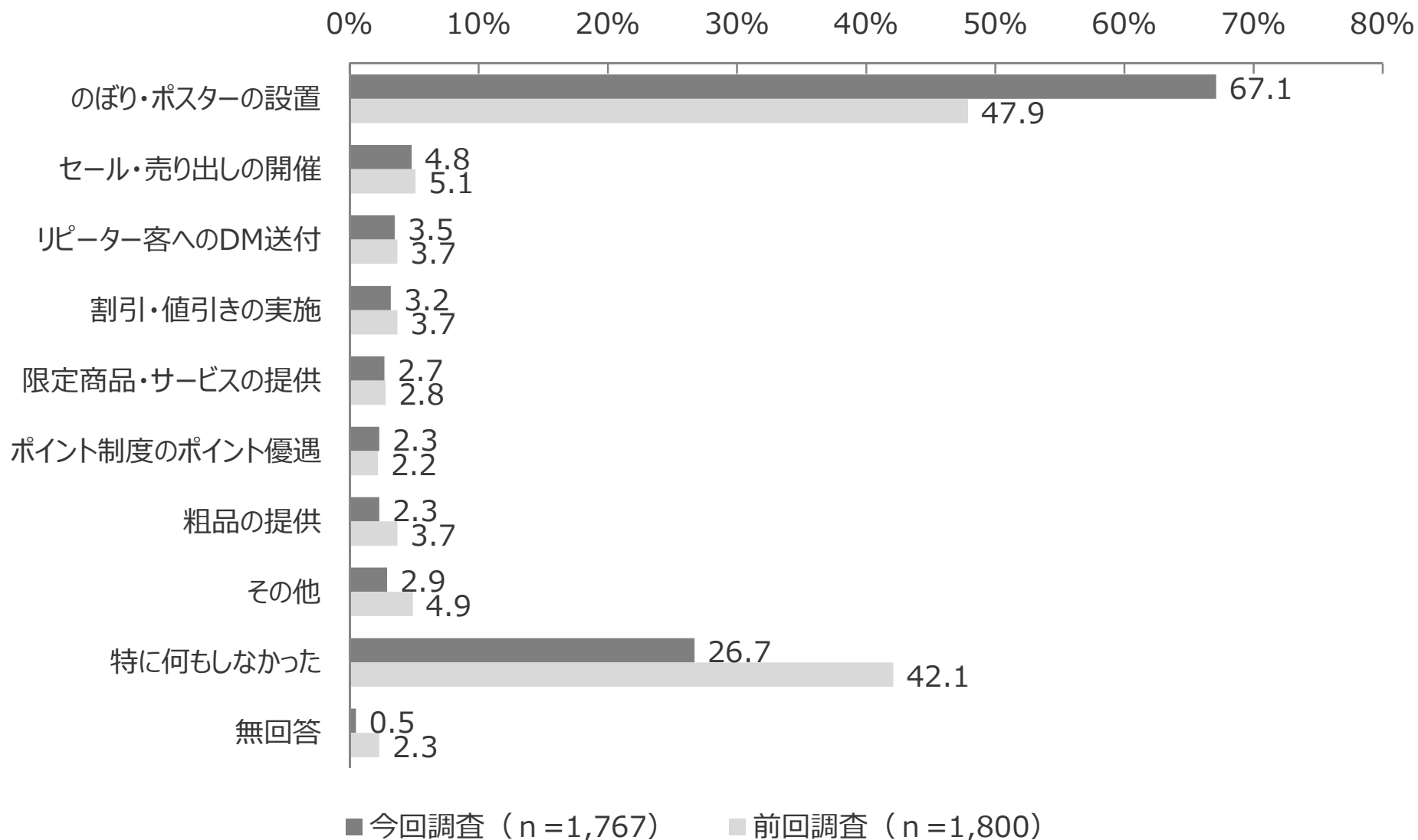
- 商品券事業への参加に合わせ、独自の販売促進の取組（複数回答）を行ったか尋ねたところ、「のぼり・ポスターの設置」の割合が67.1%と特に高くなっている。以下「セール・売り出しの開催」が4.8%、「リピーター客へのDM送付」が3.5%、「割引・値引きの実施」が3.2%と続くが、割合はいずれも1割以下にとどまっている。
- なお「特に何もしなかった」の割合は26.7%となっている。

(n=1,767)



2.9 独自の販売促進の取り組み ※前回調査との比較

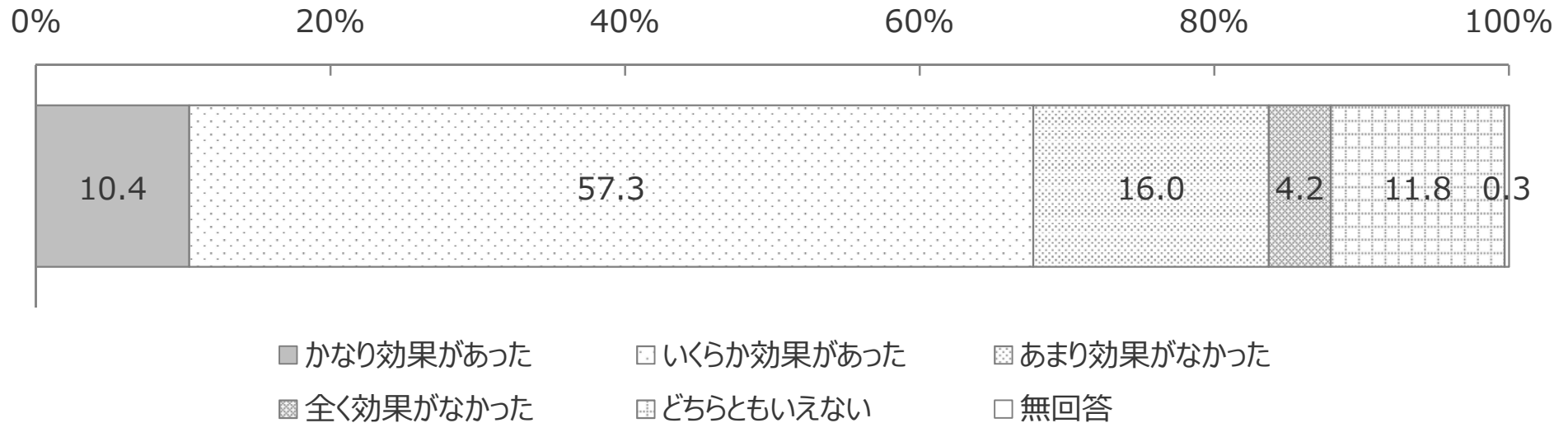
- 独自の販売促進の取組（複数回答）について前回調査と比べてみると、「のぼり・ポスターの設置」の割合が19.2ポイント上昇している。一方、「特に何もしなかった」の割合が15.4ポイント低下している。



2.10 販売活動の効果の有無

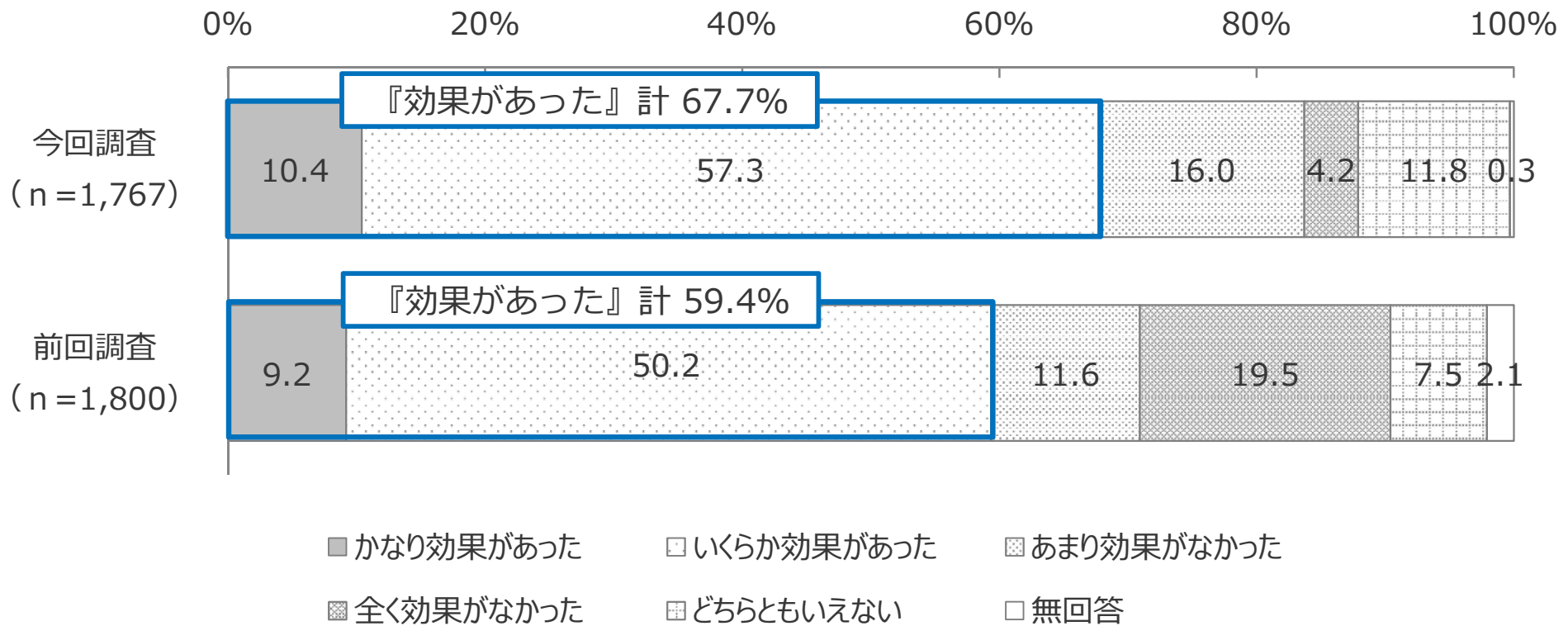
- 商品券事業への参加による販売活動の効果について尋ねたところ、「いづらか効果があった」の割合が57.3%と最も高く、以下「あまり効果がなかった」が16.0%、「かなり効果があった」が10.4%、「全く効果がなかった」が4.2%などとなっている。
- 「かなり効果があった」と「いづらか効果があった」を合わせた『効果があった』の割合は約7割（67.7%）にのぼっている。

(n=1,767)



2.11 販売活動の効果の有無 ※前回調査との比較

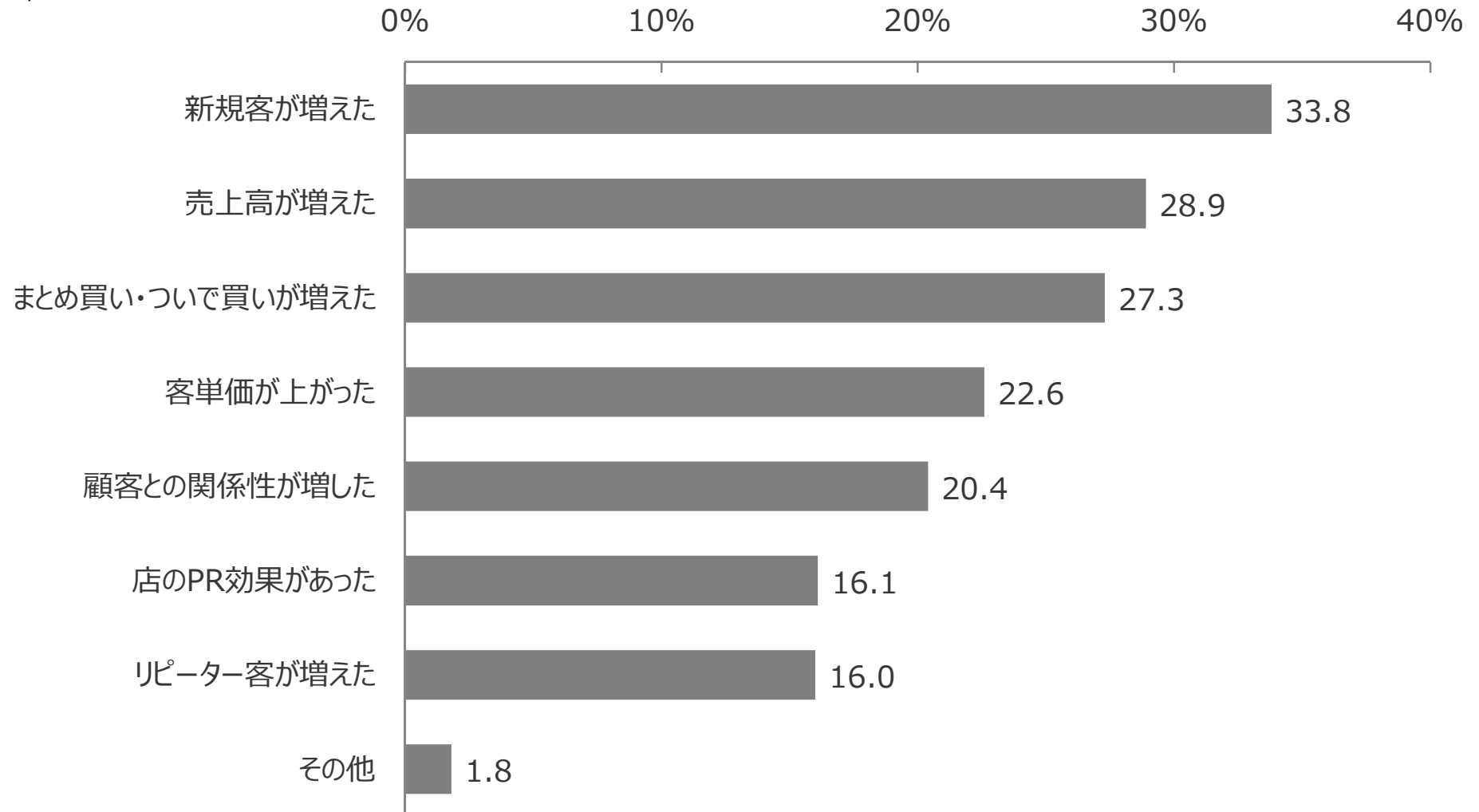
- 商品券事業への参加による販売活動の効果について、「かなり効果があった」と「いづらか効果があった」を合わせた『効果があった』の割合は67.7%で、前回調査（59.4%）と比べて8.3ポイント上昇している。



2.12 効果の具体的な内容

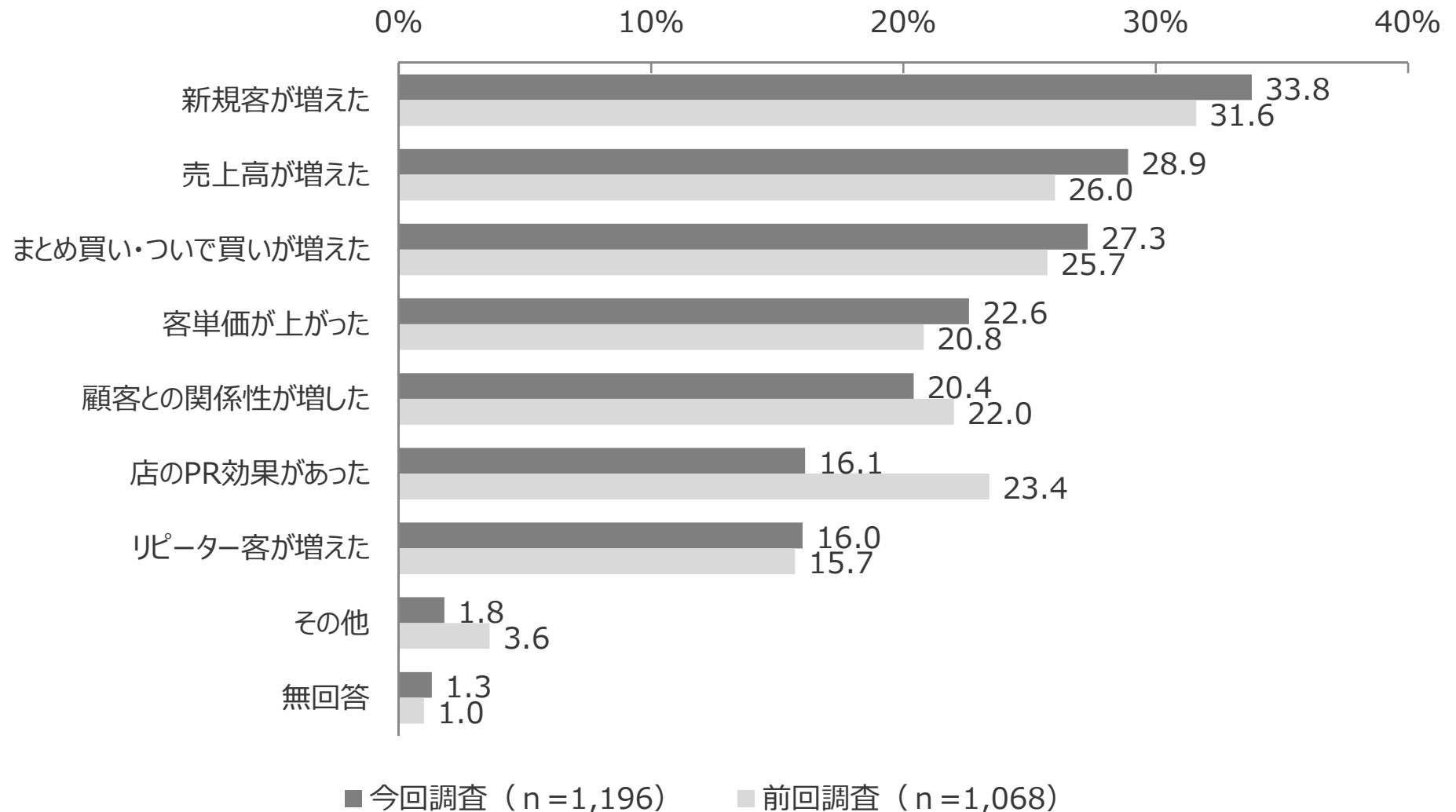
- 16頁の設問で、「かなり効果があった」または「いくらか効果があった」と回答した事業者に効果の具体的な内容（複数回答）を尋ねたところ、「新規客が増えた」の割合が33.8%で最も高く、以下「売上高が増えた」が28.9%、「まとめ買い・ついで買いが増えた」が27.3%などとなっている。

(n=1,196)



2.13 効果の具体的な内容 ※前回調査との比較

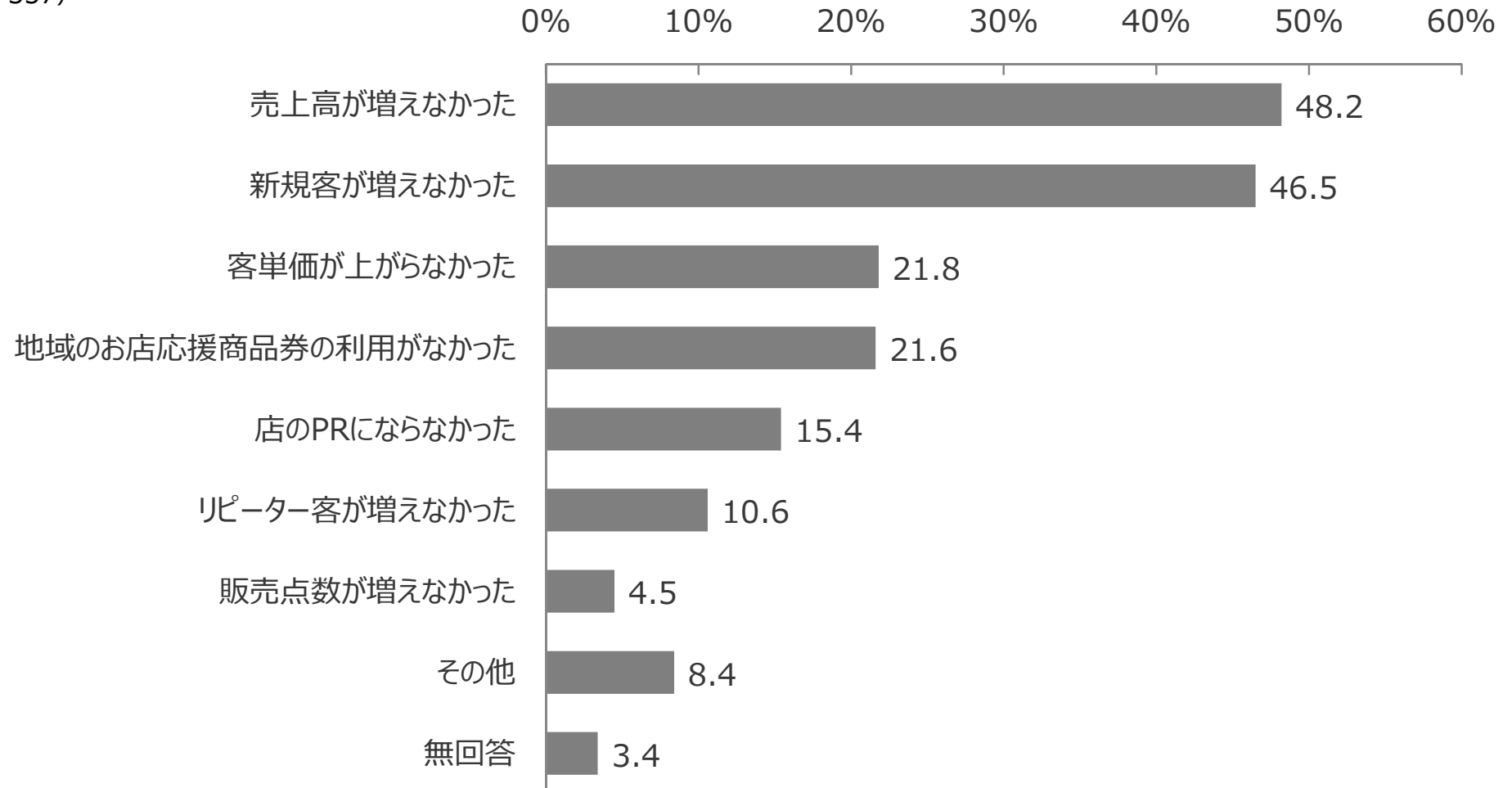
- 効果の具体的な内容（複数回答）について前回調査と比べてみると、「店のPR効果があった」の割合が7.3ポイント低下したものの、他の項目に大きな違いはみられなかった。



2.14 効果がなかったと感じる理由

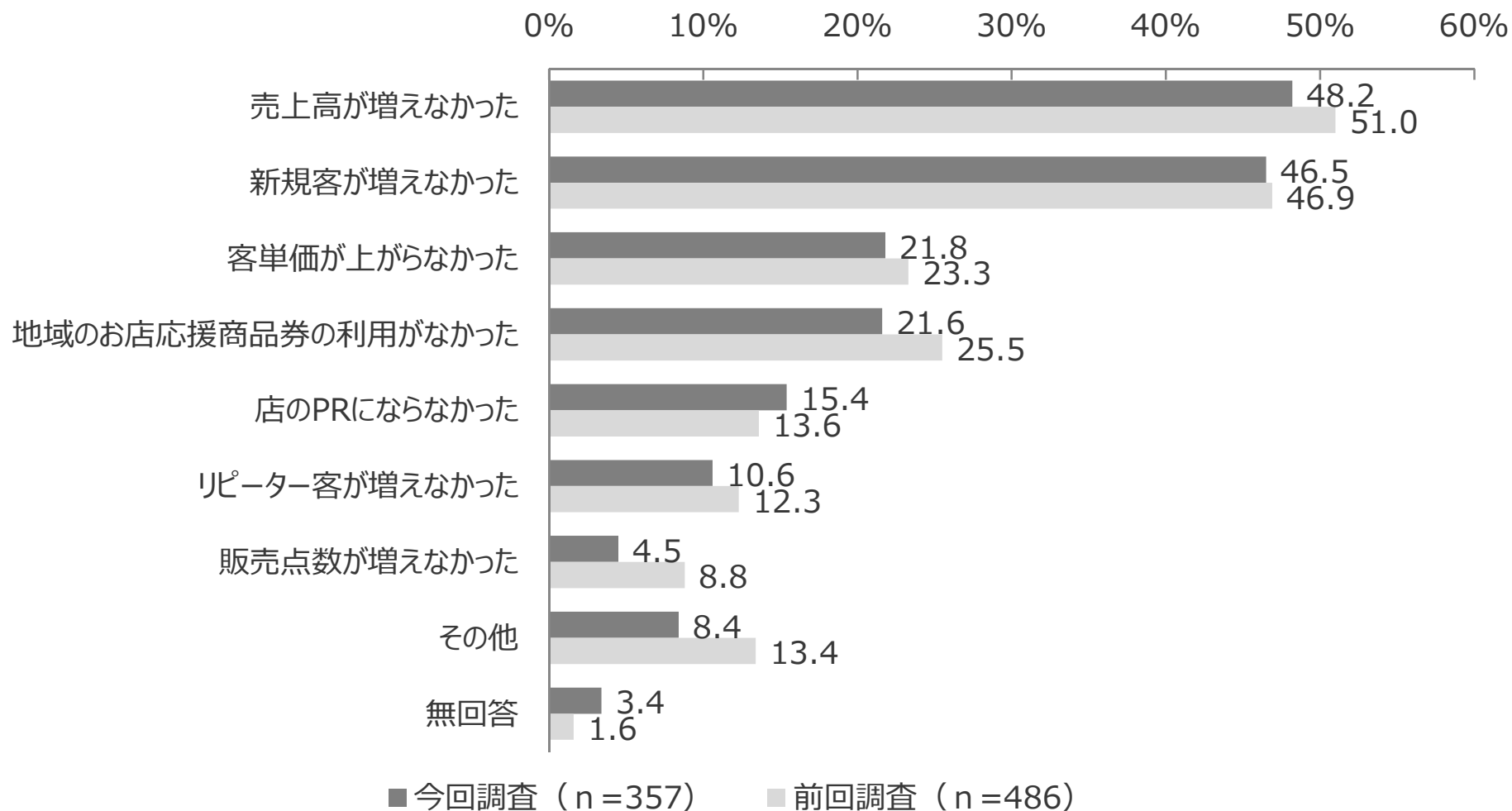
- 16頁の設問で、「あまり効果がなかった」または「全く効果がなかった」と回答した事業者に効果がなかったと感じる理由を尋ねたところ、「売上高が増えなかった」が48.2%、「新規客が増えなかった」が46.5%と、いずれも4割を超えて高くなっている。このほか「客単価が上がらなかった」が21.8%、「地域のお店応援商品券の利用がなかった」が21.6%などとなっている。

(n=357)



2.15 効果がなかったと感じる理由 ※前回調査との比較

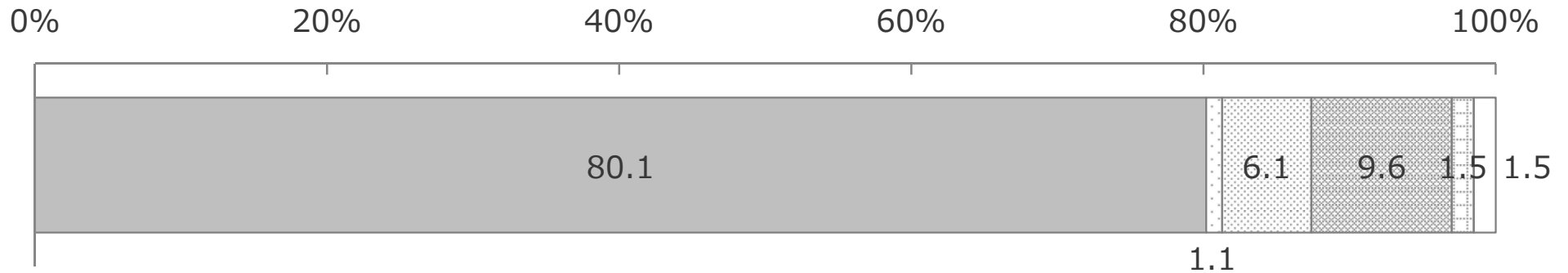
- 効果がなかったと感じる理由について前回調査と比べてみると、いずれの項目においても大きな違いはみられなかった。



2.16 地域の活性化策としてのプレミアム付き商品券販売について

- 地域活性化策としてのプレミアム付き商品券販売についての考え方を尋ねたところ、「地域活性化のため、今後も行政からの補助によるプレミアム付き商品券の販売を期待する」の割合が80.1%と特に高くなっている。このほか「今後はプレミアム付き商品券の販売を実施する必要はない」が6.1% 「地域活性化のため、参加店側が負担しても、プレミアム付き商品券の販売を期待する」が1.1%などとなっている。

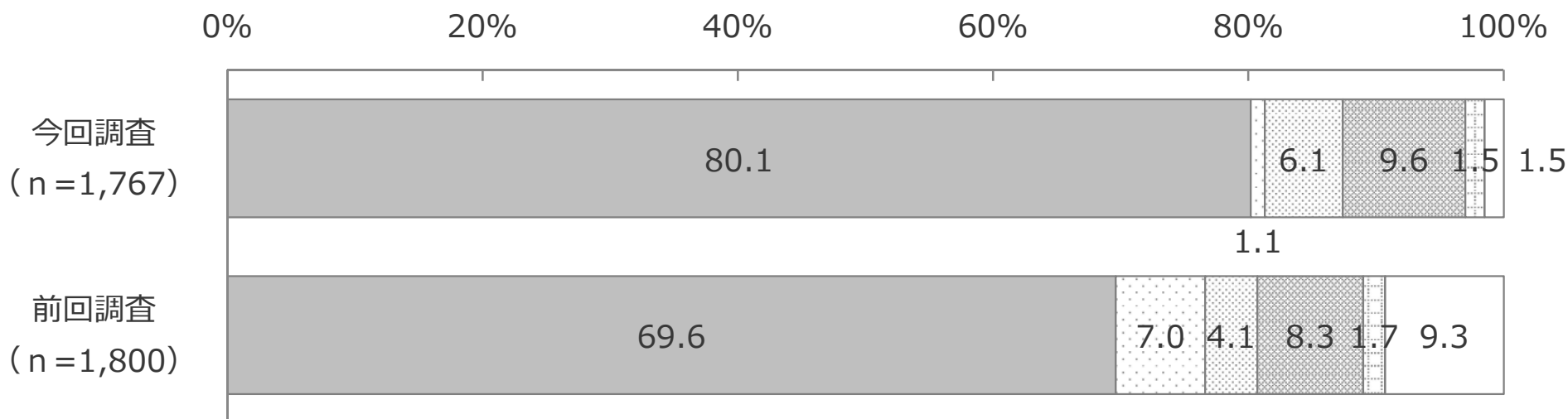
(n=1,767)



- 地域活性化のため、今後も行政からの補助によるプレミアム付き商品券の販売を期待する
- ▣ 地域活性化のため、参加店側が負担しても、プレミアム付き商品券の販売を期待する
- ▤ 今後はプレミアム付き商品券の販売を実施する必要はない
- ▥ わからない
- ▦ その他
- 無回答

2.17 地域の活性化策としてのプレミアム付き商品券販売について ※前回調査との比較

- 地域活性化策としてのプレミアム付き商品券販売についての考え方を前回調査と比べてみると、「地域活性化のため、今後も行政からの補助によるプレミアム付き商品券の販売を期待する」の割合が上昇する一方、「地域活性化のため、参加店側が負担しても、プレミアム付き商品券の販売を期待する」の割合は低下している。

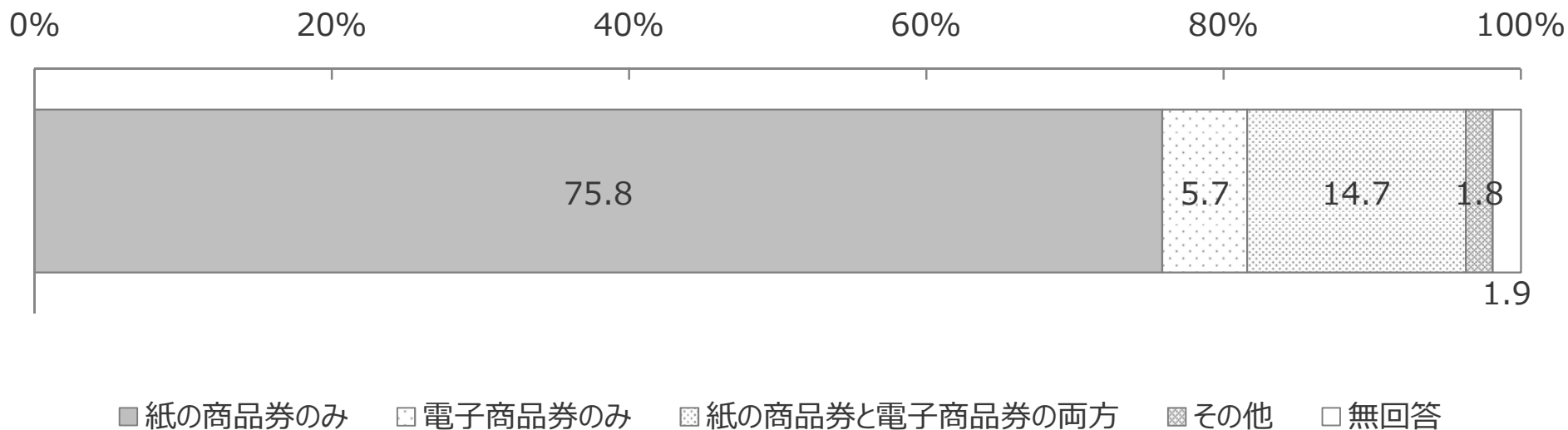


- 地域活性化のため、今後も行政からの補助によるプレミアム付き商品券の販売を期待する
- 地域活性化のため、参加店側が負担しても、プレミアム付き商品券の販売を期待する
- 今後はプレミアム付き商品券の販売を実施する必要はない
- わからない
- その他
- 無回答

2.18 希望する商品券の発行方法

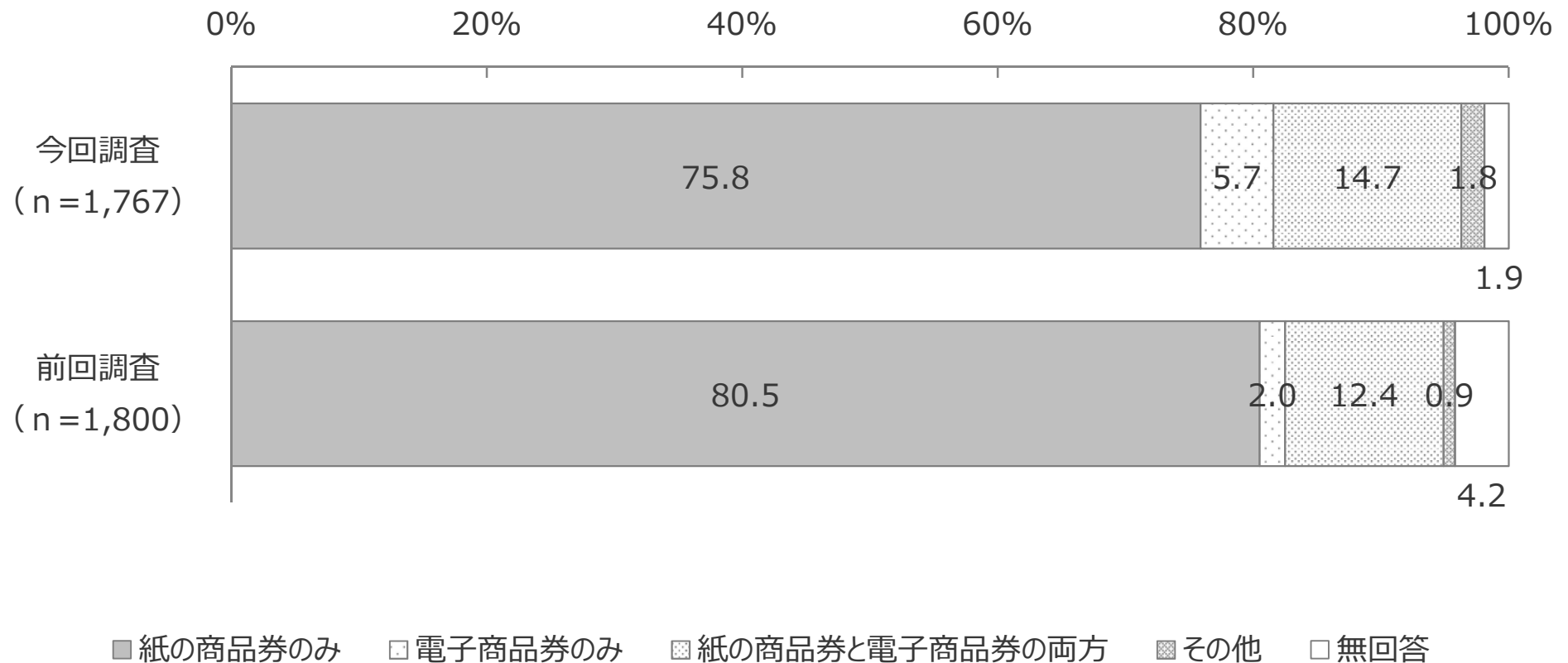
- 今後もプレミアム付き商品券事業に参加する場合に、希望する商品券の発行方法を尋ねたところ、「紙の商品券のみ」の割合が75.8%で最も高く、以下「紙の商品券と電子商品券の両方」が14.7%、「電子商品券のみ」が5.7%となっている。

(n=1,767)



2.19 希望する商品券の発行方法 ※前回調査との比較

- 今後もプレミアム付き商品券事業に参加する場合に、希望する商品券の発行方法について前回調査と比べてみると、「紙の商品券のみ」の割合が低下する一方、「紙の商品券と電子商品券の両方」と「電子商品券のみ」の割合がいずれも上昇している。



2.20 商品券事業への要望

■ 商品券事業への要望として下記のような要望がみられた。

項目	おもな要望	件数
全般	今後も継続してほしい	145件
	今後も大型店参加なしで実施してほしい	3件
	年に1~2回実施してほしい	1件
	期間を長くしてほしい	2件
	期間を短くしてほしい	2件
商品券	数えやすい紙質にしてほしい	9件
	持ち運びが簡単なプリペイドカード方式にしてほしい	1件
周知状況	のぼりやポスターは希望制にしてほしい	1件
発行方法	電子商品券にしてほしい	8件
発売条件	1,000円券を取り扱ってほしい	16件
	プレミアム率を引き上げてほしい	8件
	発行枚数を増やしてほしい	5件
事務手続き	換金手続きを簡単にできるようにしてほしい	21件

2.21 商品や原材料等の仕入状況

- 直近1年間における商品や原材料等のおおよその仕入額、おおよその仕入比率（新潟市内業者、新潟市外業者）を尋ねたところ、下記のような回答が得られた。
- 直近1年間の仕入額は、3年前の1年間と比べて平均で597千円減少している。
- 直近1年間の市内業者からの仕入比率は、3年前の1年間と比べてわずかに減少している。一方、市外業者からの仕入比率はわずかに増加している。

	商品や原材料等の 仕入額（平均）	市内業者からの仕入比率 （平均）	市外業者からの仕入比率 （平均）
直近1年間	26,372千円	66.4%	33.6%
3年前の1年間	26,969千円	66.8%	33.2%

3. 調査票

3.1 調査票

「地域のお店応援商品券 第4弾」に関するアンケート調査

〔商品券の取扱店様向け〕

このアンケート調査は、「地域のお店応援商品券 第4弾」の利用実態等を調査し、地域活性化の取組に役立てることを目的としております。

この調査票に記入された内容は、コンピュータ集計により統計的に処理し、本調査目的以外には使用いたしません。取扱店様にご迷惑が掛かることは一切ございませんので、率直なご意見をお聞かせください。

ご多忙のところ誠に恐縮ですが、ご協力の程、よろしくお願い致します。

※アンケートのご回答は、6月15日（木）までお願いいたします。

<記入要領>

- ・ 選択式の場合、お答えは当てはまる番号に○を付けてください。なお、「その他」などを選択された場合は、()内に具体的内容をご記入ください。
- ・ 直接回答を記入していただく場合は()などの記入欄にご記入ください。

<アンケートについてのお問い合わせ先>

第四北越リサーチ&コンサルティング株式会社 (担当) 神田、小林

TEL: 025-256-8110 E-mail: dhrc@dgin.jp

問1 貴社・貴店が取り扱っている主な商品やサービスをお聞かせください（回答は1つだけ）。

- | | | |
|----------------------|--------------------|------------------------|
| 1. 食料品 | 2. 和菓子、ケーキ、洋菓子 | 3. ベーカリー |
| 4. 酒、お茶、珈琲 | 5. 医薬品、衛生用品、化粧品 | 6. 生活雑貨、日用品 |
| 7. 衣料品、ファッション雑貨 | 8. 時計、メガネ、宝石 | 9. 本、文具、おもちゃ、レコード、楽器 |
| 10. 家電、インテリア | 11. 自動車販売・整備、バイク | 12. スポーツ、アウトドア、釣り具、自転車 |
| 13. 仏壇、仏具、墓石 | 14. 花、園芸 | 15. スーパー、ホームセンター |
| 16. ドラッグストア、コンビニ | 17. 和食、寿司、割烹 | 18. 洋食、イタリアン、フレンチ |
| 19. 中華、ラーメン、焼肉 | 20. ファストフード、軽食、喫茶 | 21. 居酒屋 |
| 22. 理容室、美容室 | 23. エステ、ネイル、アイラッシュ | 24. 旅行、宿泊 |
| 25. 温泉、銭湯 | 26. フィットネス、スポーツクラブ | 27. 映画館、ボウリング、カラオケ |
| 28. 鍼灸、整体、カイロプラクティック | 29. カメラ、写真館 | 30. タクシー、運転代行 |
| 31. クリーニング | 32. 学習塾、習い事、体験教室 | 33. 灯油、GS、カーリース |
| 34. 冠婚葬祭 | 35. その他 () | |

問2 貴社・貴店の所在地についてお聞かせください（複数の店舗を営んでいる場合は本店の所在地）（回答は1つだけ）。

- | | | | |
|-----------|----------|-----------|-----------|
| 1. 新潟市北区 | 2. 新潟市東区 | 3. 新潟市中央区 | 4. 新潟市江南区 |
| 5. 新潟市秋葉区 | 6. 新潟市南区 | 7. 新潟市西区 | 8. 新潟市西蒲区 |

問3 貴社・貴店の従業員数（パート・臨時を含む）についてお聞かせください（回答は1つだけ）。

- | | | | | |
|-----------|-----------|-------------|-------------|------------|
| 1. 1人 | 2. 2～4人 | 3. 5～9人 | 4. 10～19人 | 5. 20～29人 |
| 6. 30～49人 | 7. 50～99人 | 8. 100～199人 | 9. 200～299人 | 10. 300人以上 |

問4 貴社・貴店では「地域のお店応援商品券 第4弾」のような新潟市で発行されるプレミアム付き商品券事業に参加されるのは今回で何回目ですか（回答は1つだけ）。

- | | |
|----------------|--------|
| 1. 今回が初めて（1回目） | 2. 2回目 |
| 3. 3回目 | 4. 4回目 |

問5 「地域のお店応援商品券」事業に参加された理由についてお聞かせください（回答はいくつでも）。

- | | | |
|--------------------------------|-------------------|------------------|
| 1. 売上高増を見込んで | 2. 新規客増を見込んで | 3. 店のPR |
| 4. 話題性があったから | 5. 参加手数料がかからないから | 6. 換金手数料がかからないから |
| 7. 顧客からの要望 | 8. 近隣店や競合店が参加したため | 9. 大型店が参加しないから |
| 10. 商工会議所・商工会の担当者などからの紹介があったから | 11. その他 () | |

問6 貴社・貴店では令和4年12月の売上高は前年同月（令和3年12月）に比べてどうでしたか（回答は1つだけ）。

- | | | |
|----------------|----------------|----------------|
| 1. 5割以上の増加 | 2. 3割以上5割未満の増加 | 3. 1割以上3割未満の増加 |
| 4. 1割未満の増加 | 5. 同水準 | 6. 1割未満の減少 |
| 7. 1割以上3割未満の減少 | 8. 3割以上5割未満の減少 | 9. 5割以上の減少 |

問7 貴社・貴店では令和5年1～3月期の売上高は前年同期（令和4年1～3月期）に比べてどうでしたか（回答は1つだけ）。

- | | | |
|----------------|----------------|----------------|
| 1. 5割以上の増加 | 2. 3割以上5割未満の増加 | 3. 1割以上3割未満の増加 |
| 4. 1割未満の増加 | 5. 同水準 | 6. 1割未満の減少 |
| 7. 1割以上3割未満の減少 | 8. 3割以上5割未満の減少 | 9. 5割以上の減少 |

3.2 調査票

問8 貴社・貴店では令和5年4～5月期の売上高は前年同期（令和4年4～5月期）に比べてどのような見通しですか（回答は1つだけ）。

- | | | |
|----------------|----------------|----------------|
| 1. 5割以上の増加 | 2. 3割以上5割未満の増加 | 3. 1割以上3割未満の増加 |
| 4. 1割未満の増加 | 5. 同水準 | 6. 1割未満の減少 |
| 7. 1割以上3割未満の減少 | 8. 3割以上5割未満の減少 | 9. 5割以上の減少 |

問9 「地域のお店応援商品券 第4弾」の利用期間中、貴社・貴店では「地域のお店応援商品券 第4弾」に合わせた独自の販売促進の取組を行ないましたか（回答はいくつでも）。

- | | | |
|-----------------|------------------|--------------|
| 1. のぼり・ポスターの設置 | 2. セール・売り出しの開催 | 3. 割引・値引きの実施 |
| 4. 限定商品・サービスの提供 | 5. ポイント制度のポイント優遇 | 6. 粗品の提供 |
| 7. リピーター客へのDM送付 | 8. 特に何もしなかった | 9. その他（ ） |

問10 「地域のお店応援商品券 第4弾」は、貴社・貴店の販売活動に効果がありましたか（回答は1つだけ）。

- | | |
|---------------|--------------|
| 1. かなり効果があった | →問11へお進みください |
| 2. いくらか効果があった | →問11へお進みください |
| 3. あまり効果がなかった | →問12へお進みください |
| 4. 全く効果がなかった | →問12へお進みください |
| 5. どちらとも言えない | →問13へお進みください |

問11 問10で「1. かなり効果があった」「2. いくらか効果があった」と回答された方にお聞きします。具体的にどのような効果がありましたか（回答はいくつでも）。引き続き、問13へお進みください。

- | | | |
|---------------|----------------|----------------|
| 1. 売上高が増えた | 2. 新規客が増えた | 3. リピーター客が増えた |
| 4. 客単価が上がった | 5. まとめ買い・ついで買い | 6. 顧客との関係性が増えた |
| 7. 店のPR効果があった | 8. その他（ ） | |

問12 問10で「3. あまり効果がなかった」「4. 全く効果がなかった」と回答された方にお聞きします。効果がなかったと感じる理由は何ですか（回答はいくつでも）。

- | | | |
|-----------------------|----------------|----------------|
| 1. 地域のお店応援商品券の利用がなかった | 2. 売上高が増えなかった | 3. 新規客が増えなかった |
| 4. リピーター客が増えなかった | 5. 客単価が上がらなかった | 6. 販売点数が増えなかった |
| 7. 店のPRにならなかった | 8. その他（ ） | |

問13 地域の活性化策としてのプレミアム付き商品券の販売について、貴社・貴店はどう考えますか（回答は1つだけ）。

- | |
|---|
| 1. 地域活性化のため、今後も行政からの補助によるプレミアム付き商品券の販売を期待する |
| 2. 地域活性化のため、参加店側が負担をしても、プレミアム付き商品券の販売を期待する |
| 3. 今後はプレミアム付き商品券の販売を実施する必要はない |
| 4. わからない |
| 5. その他（ ） |

問14 今後、「地域のお店応援商品券 第4弾」のようなプレミアム商品券事業に参加する場合、希望する商品券の発行方法は何か（回答は1つだけ）。

- | | |
|-------------------|------------|
| 1. 紙の商品券のみ | 2. 電子商品券のみ |
| 3. 紙の商品券と電子商品券の両方 | 4. その他（ ） |

問15 「地域のお店応援商品券 第4弾」に参加してみての感想、プレミアム付き商品券事業や地域活性化（地域内の消費喚起につなげる取り組み）について、ご要望がございましたら具体的に記入ください。

【感想】

【ご要望】

問16 貴社・貴店における商品や原材料等の仕入状況についてお尋ねします。直近1年間の貴社・貴店における商品や原材料等のおおよその仕入額と、おおよその仕入先の比率＝市内と市外の比率をご記入ください。

仕入額（直近1年間）	市内業者からの仕入比率	市外業者からの仕入比率
千円	%	%

問17 3年前の1年間の貴社・貴店における商品や原材料等のおおよその仕入額と、おおよその仕入先の比率＝市内と市外の比率をご記入ください。

仕入額（3年前の1年間）	市内業者からの仕入比率	市外業者からの仕入比率
千円	%	%

アンケート調査は以上です。ご協力ありがとうございました。

令和5年度
「地域のお店応援商品券」に関する
取扱店向けアンケート調査 報告書

[発行] 令和5年9月

[調査機関] 第四北越リサーチ&コンサルティング株式会社
