
**富田林市プレミアム付商品券事業
「買ってお得！地域のお店・事業者応援商品券」の
実績に関する報告書**

令和4年3月

**富田林市プレミアム付商品券事業 PT
（産業まちづくり部商工観光課内）**

目次

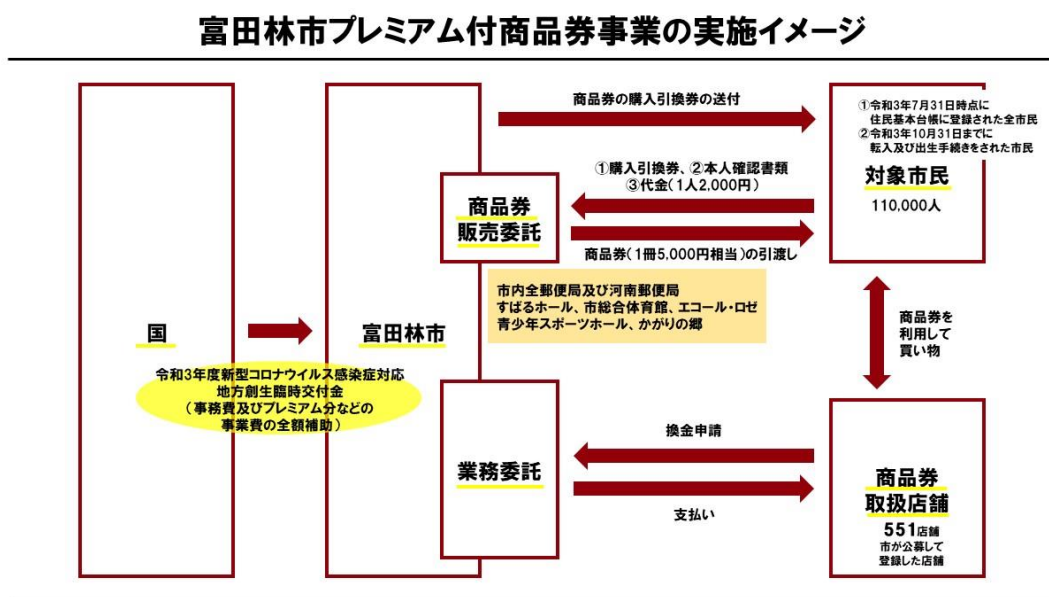
1. 事業の概要	P. 02
2. 事業の実績	P. 05
3. 市民アンケート	P. 10
4. 商品券取扱店アンケート	P. 23
5. 事業の効果検証	P. 35
6. 事業実施における事務の検証	P. 37
7. 事業の総括	P. 39
巻末資料	P. 40

本報告書は、本事業における実績や対象者へのアンケート調査の結果等を踏まえ、本事業の総括をするものです。

1. 事業の概要

プレミアム付商品券とは、販売価格に一定のプレミアムを上乗せした額面の商品券です。これまでも、全国各地の市区町村や商工会議所、商店街振興組合等が商品券を発行・販売しているものです。商品券を購入した住民が商品券取扱店舗にて商品の購入やサービスを利用する際に、当該商品券を利用するという形で実施されてきました。

【富田林市プレミアム付商品券事業の実施イメージ】



(1)目的

富田林市プレミアム付商品券事業「買ってお得！地域のお店・事業者応援商品券」は、本市内に所在する商店等において共通で利用できるプレミアム付商品券の発行を行うものです。新型コロナウイルス感染症の拡大により深刻な影響を受ける地域事業者及び市民の生活を支援するため、本市内に所存する商店等において共通して利用できるプレミアム付商品券を発行することにより、地域における消費を喚起し、もって地域経済の活性化を図ることを目的としています。なお、この事業の財源は全額、令和3年度新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金を充てました。

(2)対象者

本事業は、令和3年7月31日時点で住民基本台帳に記載された全市民、及び、令和3年10月31日までの転入・出生手続き対象者について、商品券を購入できる対象者としました。

(3) 購入引換券の送付



令和 3 年 8 月 16 日より、対象者に対して、商品券の「購入引換券」を送付しました。商品券の購入引換券の送付のみでなく、販売場所や注意事項などを記載した「送付状」、そして、商品券の利用方法や取扱店舗を記載した「ご利用の手引き」を同封しました。また、広報誌や市公式ウェブサイト、SNS、町会の掲示板及び回覧を活用するなど、本事業の事前周知も徹底して行いました。更に、高齢者などに配慮した相談窓口、また、商品券の円滑な購入支援として、市民からのお問い合わせに丁寧に対応するためのコールセンターの体制も確保しました。

加えて、購入引換券の送付にあたり、様々な理由により送付先の変更を希望される方については、事前に、①氏名、②住民票住所、③送付先郵便番号、④送付先住所の 4 点に関する情報を申請いただくことで、送付先変更の対応を行いました。また、住民票がなく本市に在住している個人に対しても、同様に通知を行いました。なお、本件に係るお知らせは、広報誌や市公式ウェブサイト、関係部署との連携により行ったものです。

(4) 商品券の購入

令和 3 年 10 月 1 日より、商品券販売会場にて商品券の販売を開始しました。対象者一人当たり、5,000 円分の商品券を 2,000 円で購入（プレミアム額：3,000 円、プレミアム率：150%）することができるようになりました。



商品券販売会場として、富田林市内の全郵便局及び河南郵便局だけでなく、休日にも購入いただけるように、すばるホールやかがりの郷、市民総合体育館、青少年スポーツホール、そして、エコー・ロゼ（株式会社関西都市居住サービス）にも協力を得るなど、新型コロナウイルス感染症対策における分散販売と商品券を購入しやすい体制の確保を行いました。また、商品券の販売終了日は、商品券の利用期間の中で可能な限り長い期間となる令和 3 年 12 月 12 日までとしました。

なお、当初の予定では、令和3年8月23日から11月30日までの販売期間でした。また、8月下旬及び9月上旬の土曜日・日曜日には、市内公共施設において特設販売会場を設置予定でした。しかしながら、大阪府に対する緊急事態宣言の発令及び期間の延長等を受けて、緊急事態宣言解除後となる令和3年10月1日からの販売開始及び特設販売会場の廃止、そして、商品券販売会場のご協力などから、令和3年12月12日に販売終了へと変更しました。

(5)商品券の利用

令和3年10月1日より、商品券取扱店舗にて、商品券の利用を開始しました。商品券取扱店舗については、令和3年6月1日から11月30日まで、店舗の規模の大小を問わず幅広く募集（申請書/オンライン）を行いました。商品券利用者の利便性向上の観点から、普段利用している店舗で商品券を使うことができるかどうかことが重要だったため、広く募集を行ったものです。

その結果、合計で551店舗の登録となりました。市内にある個人経営の店舗だけではなく、スーパーマーケットやドラッグストア、コンビニエンスストア、家電販売店、飲食店など、日常生活の中で利用される店舗をはじめ、様々な業種から登録がありました。

なお、当初予定は、令和3年8月23日からの利用開始でしたが、大阪府に対する緊急事態宣言の発令及び期間の延長等を受けて、緊急事態宣言解除後となる令和3年10月1日からの利用開始へ変更しました。

(6)商品券の換金

商品券が利用された商品券取扱店舗では、地域の中小店舗などの資金繰りに支障をきたすことなく、換金処理ができるだけ手間なくかつ定期的に行えるよう、郵送及び事務局への持参での換金スキームを構築しました。

【商品券換金スケジュール】

回数	締切日	振込日
第1回	令和3年10月7日（木）	令和3年10月22日（金）
第2回	令和3年10月12日（火）	令和3年10月27日（水）
第3回	令和3年10月20日（水）	令和3年11月5日（金）
第4回	令和3年10月28日（木）	令和3年11月15日（月）
第5回	令和3年11月10日（水）	令和3年11月26日（金）
第6回	令和3年11月17日（水）	令和3年12月6日（月）
第7回	令和3年11月29日（月）	令和3年12月14日（火）
第8回	令和3年12月10日（金）	令和3年12月27日（月）
第9回	令和4年1月7日（金）	令和4年1月25日（月）
第10回	令和4年1月21日（金）	令和4年2月7日（月）

2. 事業の実績

本事業に基づき、プレミアム付商品券の発行や販売、換金等の業務を行い、以下のよう
な事業実績となりました。

(1)事業の実績概要

【商品券事業の対象者】

商品券の購入引換券を送付した者は、110,000 人でした。事業実施前に想定してい
た対象者数 110,000 人と同数でした。

【商品券販売金額・販売率】

購入された商品券の総額は、4 億 2,525 万円でした。商品券購入引換券を送付した
全員が満額 5,000 円分の商品券を購入していた場合、その発行総額は 5 億 5,000 万
円ですが、実際に購入された割合は商品券発行総額の 77.3%でした。

【商品券利用金額・利用率】

購入された商品券のうち、実際に店舗で利用された金額は 4 億 2,233.2 万円でし
た。購入された商品券の総額 4 億 2,525 万円に対する利用率は、99.3%でした。

【商品券事業の経費】

事業の実施にかかった経費の総額は約 4.9 億円、商品券販売に伴う売上は約 1.7 億
円でした。差し引き経費となる約 3.2 億円は、「令和 3 年度新型コロナウイルス感
染症対応地方創生臨時交付金」より充当されます。

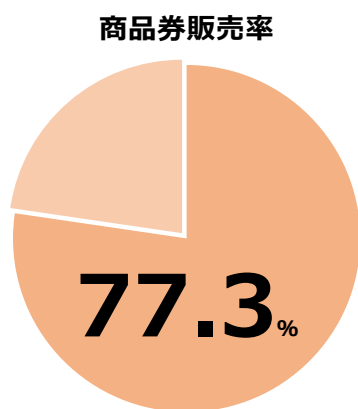
【購入引換券総発行数】

購入引換券総発行数	発送日	人数	世帯数
予算当初想定（仕様書記載値）	-	110,000	52,000
基準日発送（7月31日時点）	8月16日・23日	109,250	51,663
8月転入・出生手続き者、再発行	9月10日	292	220
9月上旬転入・出生手続き者、再発行	9月28日	117	98
9月下旬転入・出生手続き者、再発行	10月11日	170	119
10月上旬転入・出生手続き者、再発行	10月26日	161	120
10月下旬転入・出生手続き者、再発行	11月8日	148	107
郵便返戻人数	-	138	-
合計	-	110,000	-

【商品券の販売冊数及び販売率】

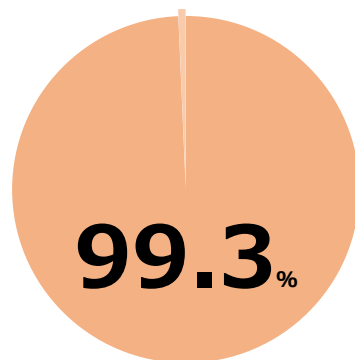
商品券販売冊数	郵便局 (全14局)	すばる ホール	市民総合 体育館	青少年 スポーツ ホール	かがりの郷	エコール ・ロゼ	合計	販売率 発行数 110,000人
10月分合計	56,549	4,561	2,989	1,401	2,495	3,958	71,953	65.4%
11月分合計	8,537	852	358	157	361	1,815	12,080	11.0%
12月分合計 (12/12まで)	685	38	19	3	18	254	1,017	0.9%
累計	65,771	5,451	3,366	1,561	2,874	6,027	85,050	77.3%
会場別販売割合	77.3%	6.4%	4.0%	1.8%	3.4%	7.1%		

【商品券販売率と流通金額に対する利用率】



85,050冊/110,000冊

商品券流通金額に対する利用率



422,332,000円/425,250,000円

(2)商品券取扱店舗

- ◆ 商品券取扱店舗の最終登録店舗数は、551 店舗でした。令和元年度商品券事業 306 店舗、平成 27 年度商品券事業 449 店舗と比較しても、過去最高の店舗参加数でした。
- ◆ 商品券取扱店舗の登録を促すために、①登録申請書の簡素化、②Google フォームを活用したオンライン申請導入、③登録申請をサポートする動画（約 700 再生）、④各種広報及び商工観光課職員による訪問営業を実施し、前回未参加 133 店舗訪問のうち 77 店舗が参加しました。オンライン申請により初参加した店舗からは、「オンラ

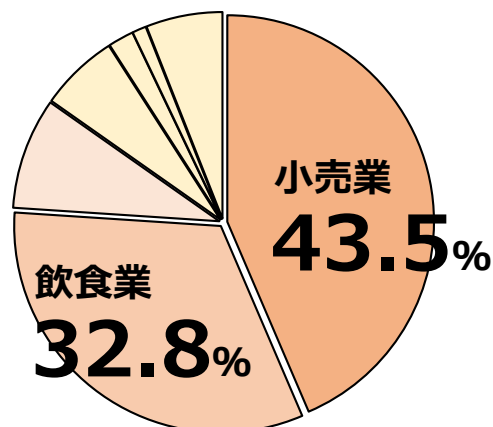
イン申請だから参加しやすかった」や「今の時代にあった方法だと思う」などの声をいただきました。

- ◆ 業種別の登録数は、小売業 240 店舗（43.5%）、飲食業 179 店舗（32.8%）、サービス業 48 店舗（8.6%）、理容・美容業 34 店舗（6.0%）、薬局 11 店舗（2.1%）、医院・歯科医院 6 店舗（1.1%）、その他 33 店舗（6.0%）となり、小売業と飲食業で約 75%を占めました。
- ◆ 商品券取扱店舗への申請方法は、紙媒体申請 172 件（31.2%）、オンライン申請 379 件（68.8%）と、オンライン申請が大半を占めました。
- ◆ 今回初めて取り組んだ Google マップによる商品券取扱店舗一覧マップは、総計で 294,154 回の閲覧数がありました。
- ◆ 商品券取扱店舗として参加をしない旨の返事をいただいた店舗からは、「商品券の管理や従業員への周知と意思統一が手間。」や「スーパーやコンビニ、ドラッグストアばかりで使われるため、前は効果がなかった。」「本社より、参加の許可が下りなかった。」などの声がありました。

【商品券取扱店舗登録状況】

商品券取扱店舗登録状況（業種別）	
小売業	240
飲食業	179
サービス業	48
理容・美容業	34
薬局	11
医院・歯科医院	6
その他	33
合計	551

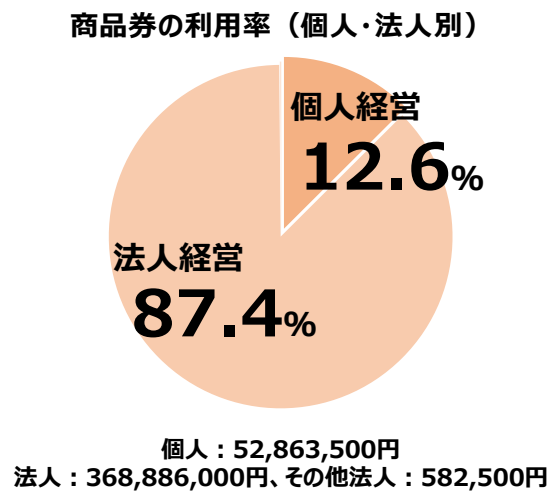
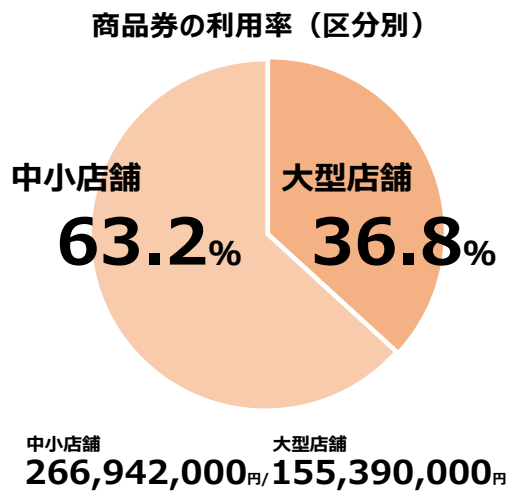
商品券取扱店舗（業種別）



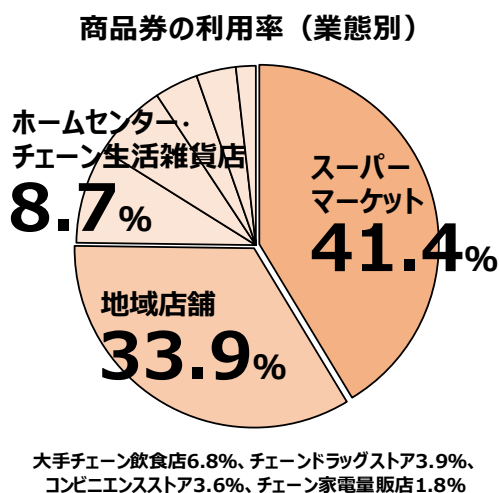
【参考：過去の商品券事業取扱店舗数】

令和元年度商品券事業306店舗、平成27年度商品券事業449店舗

【商品券の区分別利用率】



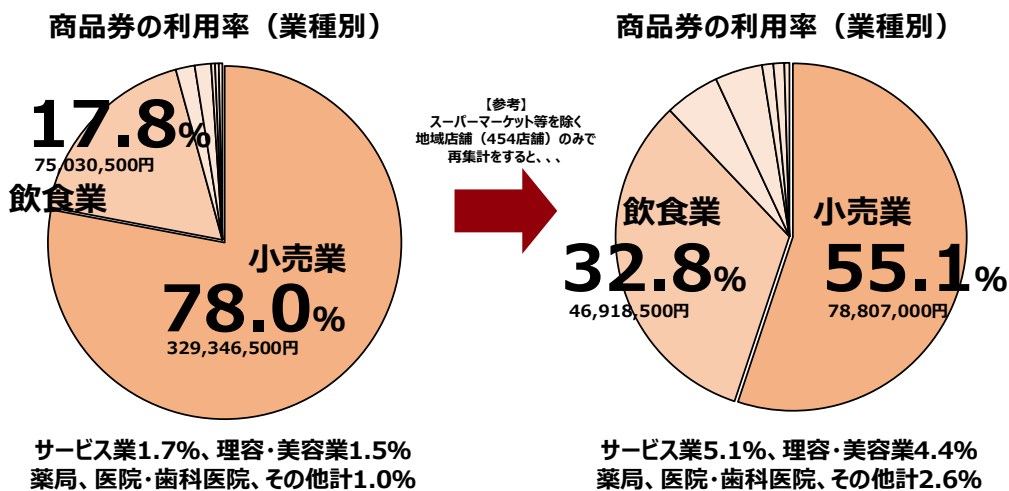
【商品券の業態別利用率】



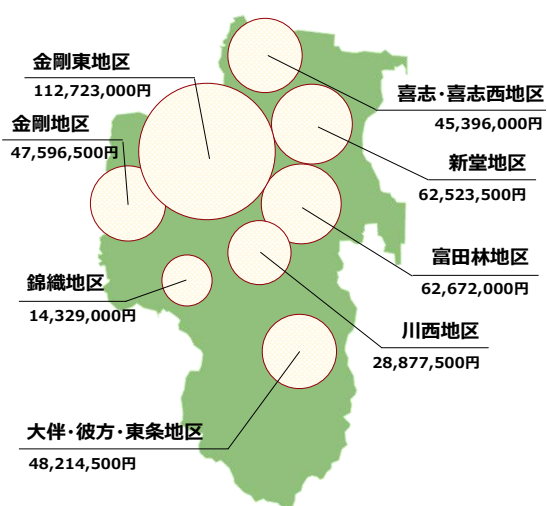
業態区分	合計			
	店舗数	金額（円）	割合	1店舗あたり（円）
地域店舗	454	142,981,000	33.9%	314,936
コンビニエンスストア	28	15,061,000	3.6%	537,893
大手チェーン飲食店 （※近畿二府四県外に店舗所有）	24	28,750,000	6.8%	1,197,917
ホームセンター・チェーン生活雑貨	17	36,745,500	8.7%	2,161,500
チェーンドラッグストア	13	16,605,500	3.9%	1,277,346
スーパーマーケット	12	174,650,500	41.4%	14,554,208
チェーン家電量販店	3	7,538,500	1.8%	2,512,833
合計	551	422,332,000		

業態区分	中小店舗				大型店舗			
	店舗数	金額（円）	割合	1店舗あたり（円）	店舗数	金額（円）	割合	1店舗あたり（円）
地域店舗	444	140,494,500	52.6%	316,429	10	2,486,500	1.6%	248,650
コンビニエンスストア	28	15,061,000	5.6%	537,893	0	0	0.0%	0
大手チェーン飲食店 （※近畿二府四県外に店舗所有）	18	23,333,000	8.7%	1,296,278	6	5,417,000	3.5%	902,833
ホームセンター・チェーン生活雑貨	7	8,286,500	3.1%	1,183,786	10	28,459,000	18.3%	2,845,900
チェーンドラッグストア	0	0	0.0%	0	13	16,605,500	10.7%	1,277,346
スーパーマーケット	5	79,767,000	29.9%	15,953,400	7	94,883,500	61.1%	13,554,786
チェーン家電量販店	0	0	0.0%	0	3	7,538,500	4.9%	2,512,833
合計	502	266,942,000			49	155,390,000		

【商品券の業種別利用率】

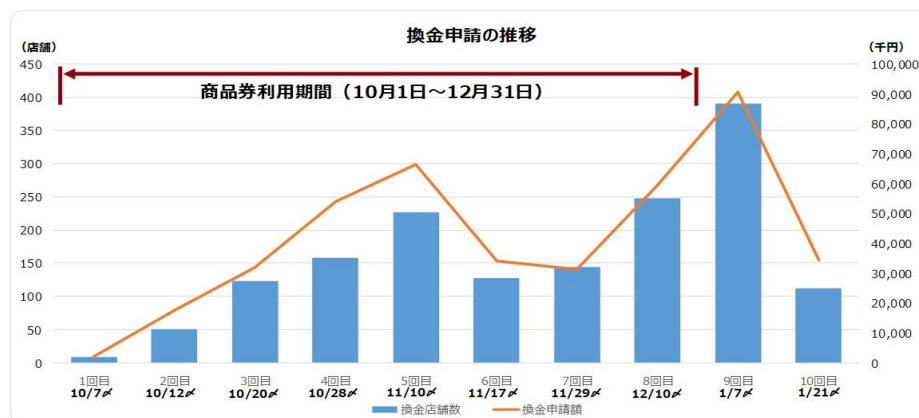


【商品券の地区別利用状況】



業態区分	人口 (令和3年12月31日時点)	合計			
		店舗数	金額 (円)	割合	市民1人あたり (円)
喜志・喜志西地区	13,531	67	45,396,000	10.7%	3,355
富田林地区	8,264	110	62,672,000	14.8%	7,584
新堂地区	10,308	76	62,523,500	14.8%	6,066
川西地区	6,217	43	28,877,500	6.8%	4,645
錦織地区	9,814	37	14,329,000	3.4%	1,460
大伴・彼方・東条地区	17,198	49	48,214,500	11.4%	2,803
金剛地区	21,475	54	47,596,500	11.3%	2,216
金剛東地区	22,182	115	112,723,000	26.7%	5,082
合計	108,989	551	422,332,000		

【商品券の換金申請の推移】



3. 市民アンケート

▼調査概要

調 査 対 象：本商品券事業の利用対象者

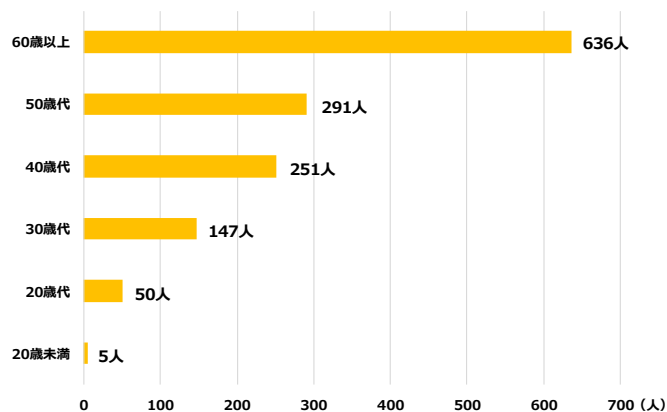
サンプル数：1,380 件

(うち、WEB アンケートフォーム 1,013 件、アンケート用紙 367 件)

調 査 方 法：WEB アンケートフォームへ入力による回答、または、市内公共施設・商品券販売会場に設置したアンケート用紙の提出による回答。

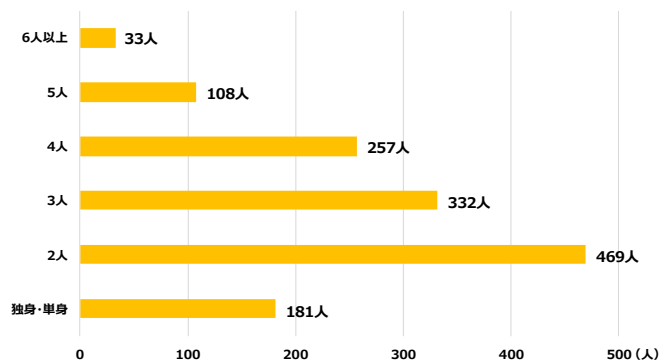
(1)アンケート回答者の属性

●年齢



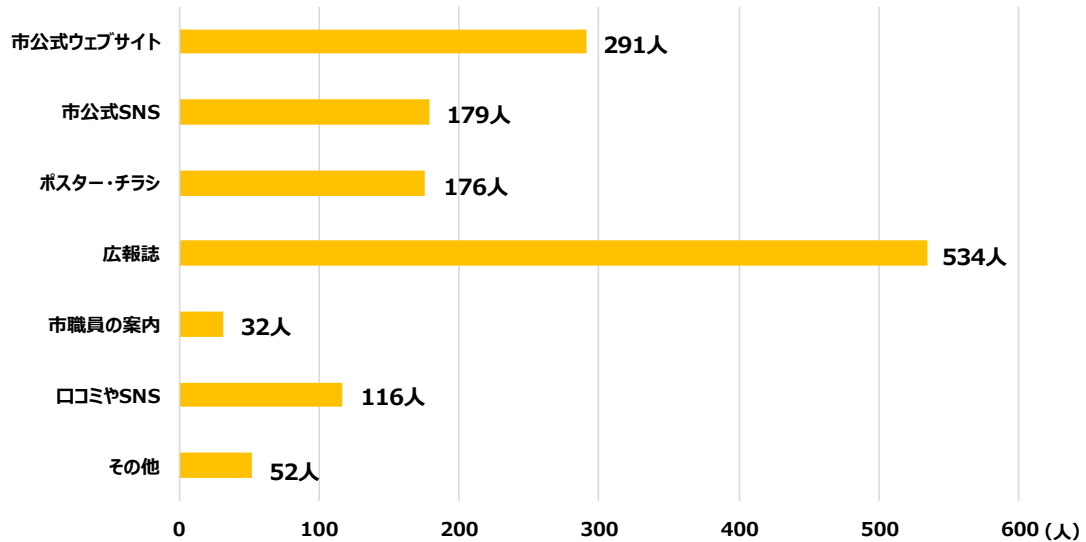
項目	合計	
60歳以上	636	46.1%
50歳代	291	21.1%
40歳代	251	18.2%
30歳代	147	10.7%
20歳代	50	3.6%
20歳未満	5	0.4%
計	1,380	100.0%

●世帯構成



	合計	
6人以上	33	2.4%
5人	108	7.8%
4人	257	18.6%
3人	332	24.1%
2人	469	34.0%
独身・単身	181	13.1%
計	1,380	100.0%

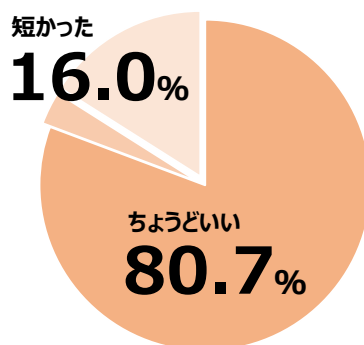
(2)本商品券事業を知ったきっかけ



	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	計	割合
市公式ウェブサイト	1	10	9	42	63	166	291	21.1%
市公式SNS	0	10	40	41	42	46	179	13.0%
ポスター・チラシ	0	6	34	33	44	59	176	12.8%
広報誌	1	5	36	98	98	296	534	38.7%
市職員の案内	0	2	7	8	3	12	32	2.3%
口コミやSNS	1	13	17	19	28	38	116	8.4%
その他	2	4	4	10	13	19	52	3.8%
計	5	50	147	251	291	636	1,380	100.0%

- ◆ どの年代においても、「広報誌」による事業認知が多いです。
- ◆ 30歳代においては、市公式SNS（Facebook、Twitter、LINE）が多いです。
- ◆ 50歳代・60歳以上においても、一定数はインターネットを見ています。
- ◆ 広報誌頼りの情報発信には課題があることがわかります。

(3)本商品券の販売期間



	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	計	割合
ちょうどいい	2	41	112	210	226	523	1,114	80.7%
長かった	0	3	7	9	7	19	45	3.3%
短かった	3	6	28	32	58	94	221	16.0%
計	5	50	147	251	291	636	1,380	100.0%

※当初販売予定期間：令和3年8月23日～11月30日

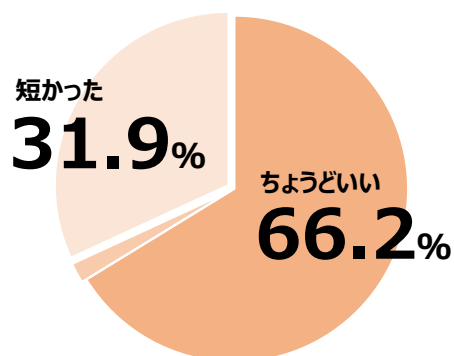
※最終販売期間：令和3年10月1日～12月12日

- ◆ 商品券の販売期間は、新型コロナウイルス感染症対策として販売期間を約1ヶ月短くなりましたが、約80%が「ちょうどいい」でした。
- ◆ 商品券購入者の約85%が10月中に購入しており、販売期間は適切であったことがわかりました。
- ◆ 「短かった」の回答を減らすための方法として、①事業開始当初の案内方法、②事業設計時より余裕を持ったスケジュール設定の2点が考えられました。

(市民のみなさんの声のご紹介)

- ◎ 商品券の購入場所もたくさんあり、使えるお店も本当にたくさんで、利用期間もちょうどいい期間だったと思います。
- ◎ 早いものだけが買える商品券でなくて良かった。普段昼間は並んでとか買いに行けないから。
- ◎ 商品券を購入に行くことが、高齢者には負担がかかる。封書でのやりとりが望ましい。

(4)本商品券の利用期間



	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	計	割合
ちょうどいい	1	26	72	155	173	487	914	66.2%
長かった	0	3	1	4	4	14	26	1.9%
短かった	4	21	74	92	114	135	440	31.9%
計	5	50	147	251	291	636	1,380	100.0%
割合	0.4%	3.6%	10.7%	18.2%	21.1%	46.1%	100.0%	-

※当初利用予定期間：令和3年8月23日～12月31日

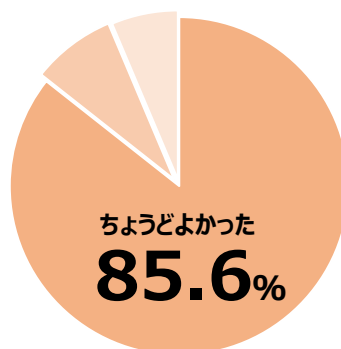
※最終利用期間：令和3年10月1日～12月31日

- ◆ 商品券の販売期間は、およそ3人に1人が「短かった」という回答でした。商品券取扱店からの換金申請が後半に集中したことも鑑みると、12月での商品券の利用が多かったと想定できます。
- ◆ 働き盛りの世代は休日での利用傾向があり、より期間が短く感じたと推察できます。
- ◆ 今回、期間延長に伴う人件費等事務経費の更なる負担を抑えるという観点から、商品券利用期間の延長を行いませんでした。しかし、今回のアンケート結果を真摯に受け止め、費用とのバランスも踏まえながら今後の事業展開に活かしていきたいと思えます。

(市民のみなさんの声のご紹介)

- ◎ 商品券の販売期間が延長になったので利用期間も延長になると思っていましたが、延長にならなかったのが急いで使いました。
- ◎ 販売開始が延長されて遅くなったので、利用終了日も延ばしてほしかった。
- ◎ 利用期限が迫っていて、残りの分を慌てて使い切った感じでした。
- ◎ コロナ禍で仕方がなかったとは思いますが、何度も延期になったことはもう少しなんとかならなかったかと思えます。

(5)本商品券の1枚あたりの額面(500円)



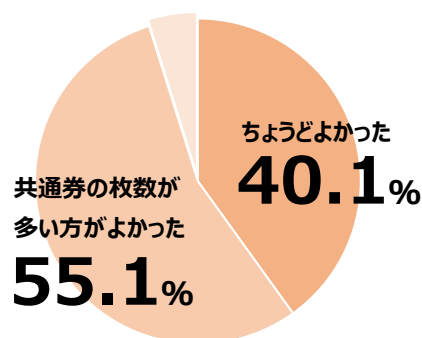
	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	計	割合
ちようどよかった	3	37	130	195	253	516	1,134	85.6%
多い額面（1,000円など）の方がよかった	0	7	9	31	22	37	106	8.0%
少ない額面（100円や200円など）の方がよかった	2	2	5	21	11	43	84	6.3%
計	5	46	144	247	286	596	1,324	100.0%

- ◆ 商品券1枚あたりの額面は、全年代において「ちようどよかった」が多い結果でした。商品券取扱店舗アンケート（P. 30）においても同様の回答結果であり、本額面については、適当であったことがわかりました。

（市民のみなさんの声のご紹介）

- ◎ 商品券の1枚あたりの額面は500円でちようど良かったです。
- ◎ 500円単位は他の商品券も同様なので、1,000円単位よりも使いやすかった。
- ◎ 500円券のみよりも、200円券を1,000円分混ぜるなどしていただくと、中小店舗でもより使いやすいと思いました。

(6)本商品券の枚数構成



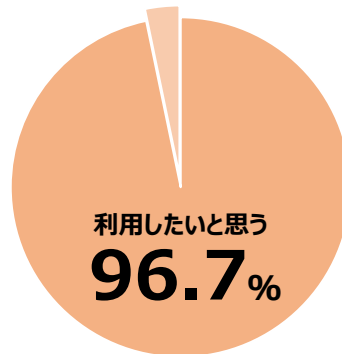
	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	計	割合
ちょうどよかった	2	15	57	101	102	276	553	40.1%
共通券の枚数が多い方がよかった	3	33	85	141	176	322	760	55.1%
中小店舗専用券の枚数が多い方がよかった	0	2	5	9	13	38	67	4.9%
計	5	50	147	251	291	636	1,380	100.0%

- ◆ 商品券の枚数構成は、約 55%が「共通券の枚数が多い方がよかった」でした。アンケートの自由記述において「共通券と中小店舗専用券をなくしてほしい」という声も多く、回答の真意としては「どこでも使える商品券」を希望する人が多いことが考えられました。
- ◆ 商品券取扱店アンケート（P. 31）において、「中小店舗専用券の枚数が多い方がよかった」が約 23%の回答を占め、市民アンケートとのギャップが生まれた結果となりました。今後商品券事業を行う際の商品券の枚数構成については、事業実施趣旨に則った設計が必要だと考えられます。

（市民のみなさんの声のご紹介）

- ◎ 共通券と中小店舗専用券と区別されると使いにくい。
使える店と使えない店があるので、商品券を消費するのに時間がかかった。
- ◎ できれば、どのお店でも使用できる共通券へ統一してほしい。
- ◎ 中小店舗専用券よりも共通券の方が使い勝手は良いですが、市内の中小企業支援の意味もあると思うので、今回の割合で良かったと思います。

(7) 今後も商品券事業が同様に実施される場合の利用意向



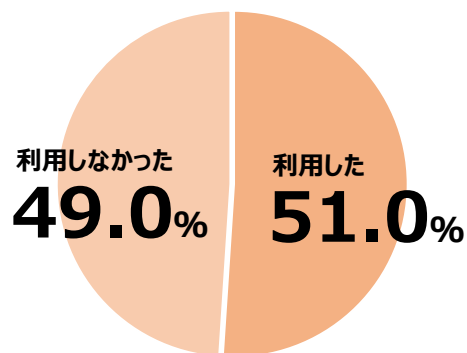
	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	計	割合
利用したいと思う	3	49	144	243	284	612	1,335	96.7%
利用したいと思わない	2	1	3	8	7	24	45	3.3%
計	5	50	147	251	291	636	1,380	100.0%

- ◆ 今後も商品券事業が同様に実施される場合の利用意向は、約 97% が「利用したいと思う」でした。全年代で共通して利用意向が高い結果となりました。ただし、本アンケートに商品券を利用していない又は事業を知らなかった人は回答をしていないと想定できるため、商品券購入者 85,050 人の約 97% と位置付けるものです。

(市民のみなさんの声のご紹介)

- ◎ また是非やって頂きたいです。
もっとお店の数も増えるといいなと思いました。
- ◎ 市民の消費意欲を促すとても良い事業であると感じました。
- ◎ いつかまた実施される場合も絶対購入したいと思います。

(8) 普段利用しない店舗、又は、今まで利用したことがない店舗で商品券の利用



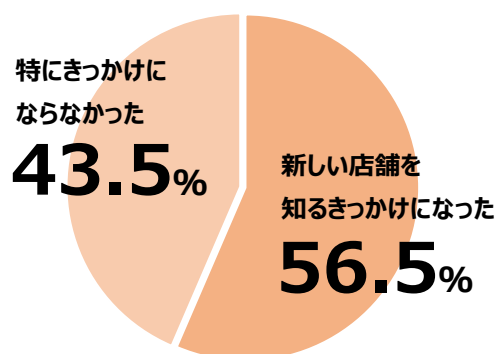
	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	計	割合
利用した	3	31	82	137	147	291	691	51.0%
利用しなかった	2	19	65	111	144	322	663	49.0%
計	5	50	147	248	291	613	1,354	100.0%

- ◆ 普段利用しない店舗、又は、今まで利用したことがない店舗で商品券の利用については、50%以上が「利用した」であり、多くの市民の店舗開拓のきっかけになったことがわかりました。

(市民のみなさんの声のご紹介)

- ◎ いつも決まった店でしか買い物しなかったのが全部使い切れるか不安でしたが、行ったことのない店を開拓できたので良かったです。
- ◎ 普段たまにしか行かないところに行くきっかけになりました楽しかったです。
- ◎ 失敗しても許される楽しい経験ができました。

(9)今まで利用したことがない店舗などを知るきっかけ



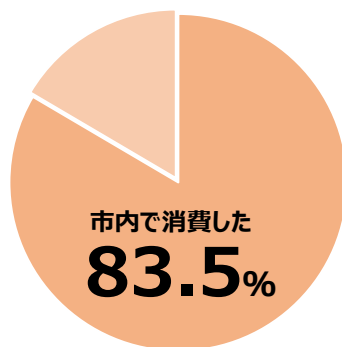
	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	計	割合
新しい店舗を知るきっかけになった	2	34	96	147	176	309	764	56.5%
特にきっかけにならなかった	3	16	51	101	114	304	589	43.5%
計	5	50	147	248	290	613	1,353	100.0%

- ◆ 今まで利用したことがない店舗などを知るきっかけについては、50%以上が「新しい店舗を知るきっかけになった」であり、多くの市民の店舗開拓のきっかけになったことがわかりました。
- ◆ 50歳代・60歳以上は当初の店舗一覧しかみていない可能性があるため、店舗一覧更新後の情報発信方法については、今後も検討が必要です。

(市民のみなさんの声のご紹介)

- ◎ 市内でいってみたいと思っていたお店に行くきっかけになりました。
- ◎ 商品券がきっかけで、近所のおいしいお店を知ることができました。
- ◎ とても嬉しい企画でした。利用できる店を探すのも楽しみでした。知らない店を知ることができました。
- ◎ Google Mapで確認できて、使えるところが分かりやすくなりました。

(10) 普段富田林市外で消費していたものを、富田林市内で消費すること



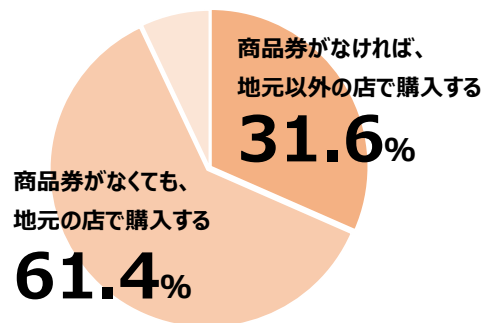
	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	計	割合
市内で消費した	3	45	121	205	231	522	1,127	83.5%
市内で消費しなかった	2	5	26	43	58	89	223	16.5%
計	5	50	147	248	289	611	1,350	100.0%

- ◆ 普段富田林市外で消費していたものを富田林市内で消費することについては、80%以上が「市内で消費した」であり、地域外での消費を抑制しつつ、地域経済の循環に寄与できていることがわかりました。

(市民のみなさんの声のご紹介)

- ◎ 商品券があることで、普段より少し質の良いものや高いものを地元で買うようになりました。富田林市にはデパートがなくて泉ヶ丘や難波に出て買い物をすることが多いですが、この商品券をきっかけに市内にもいいお店があると気付いて良かったと思っています。
- ◎ いつもは違う市で買っていたものも、地元のお店に久しぶりに行って買ってみたら良いお店だと再確認できたので、また行こうと思います。
- ◎ 普段は羽曳野市や堺市美原区で利用するサービスを、商品券のおかげで、富田林市で利用するきっかけになりました。市内の商店を応援するという意味では大変良かったです。

(11)商品券がない場合の消費行動



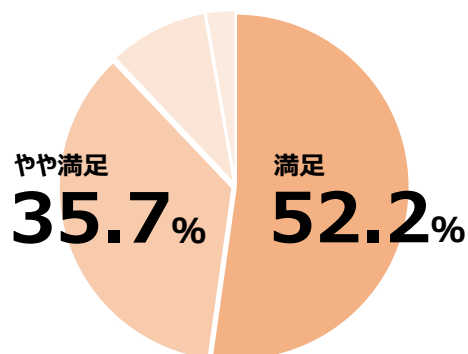
	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	計	割合
商品券がなければ、 地元以外の店で購入する	1	25	56	103	106	135	426	31.6%
商品券がなくても、 地元の店で購入する	3	24	80	119	166	436	828	61.4%
購入をしない	1	1	11	26	18	38	95	7.0%
計	5	50	147	248	290	609	1,349	100.0%

- ◆ 商品券がない場合の消費行動については、約40%が「商品券がなければ、地元以外の店で購入する（31.6%）」「購入をしない（7.0%）」と回答しており、少なからず市内での消費に寄与できていることがわかりました。
- ◆ 60歳以上においては、元々、地域の店での消費傾向が強いことがわかりました。

(市民のみなさんの声のご紹介)

- ◎ 近くのスーパーで大方使ったので、あっという間になくなった。
- ◎ これをきっかけに新たに利用したお店もあり、そこは良かったと思いました。
- ◎ いつもなら節約していたものを、商品券があるので少し良いものを選んで買いました。

(12)本商品券の満足度



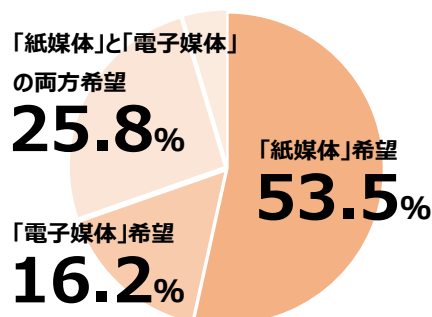
	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	計	割合
満足	2	32	93	149	145	285	706	52.2%
やや満足	1	14	45	72	110	241	483	35.7%
やや不満	2	4	4	22	32	62	126	9.3%
不満	0	0	5	5	4	23	37	2.7%
計	5	50	147	248	291	611	1,352	100.0%

- ◆ 本商品券の満足度は、「満足」と「やや満足」を合わせると約90%でした。
- ◆ 今後も商品券事業が同様に実施される場合に約97%が「利用したいと思う」と回答した反面、満足度における「満足」の回答は52.2%にとどまりました。商品券事業に対する利用意向はかなり高いが、商品券事業の実施方法（期間、区分、購入方法など）や周知方法で満足されていないという傾向をみることができました。

(市民のみなさんの声のご紹介)

- ◎ 商品券はやはり経済を回すことに役立っていると実感した。
- ◎ お得な買い物ができ、いつもより贅沢な使い方になりました。
- ◎ 家計も助かり、地域にも貢献できた気がして楽しかったです。
- ◎ 商品券の種類と使える店を考えて持ち歩くのが面倒だった。
しかし、かなりお得なのでありがたかった。使用店舗の数も多く、前回よりはるかに良かったと思う。
- ◎ 居住地の関係で日頃の買い物、通院等ほとんど他市です。徒歩で行けるお店は無いに等しいです。このような商品券を出していただいてもほとんど役に立ちません。隣接する市と共通で使える物をかんがえていただけたらと思います。

(13)プレミアム付商品券事業の今後の実施方法



	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	計	割合
「紙媒体」商品券での実施を希望	2	18	58	113	136	393	720	53.5%
「電子媒体」商品券での実施を希望	0	10	34	52	64	58	218	16.2%
「紙媒体」及び「電子媒体」の両商品券での実施を希望	2	22	51	77	84	111	347	25.8%
商品券事業の実施を希望しない	1	0	4	6	7	44	62	4.6%
計	5	50	147	248	291	606	1,347	100.0%

- ◆ プレミアム付商品券事業の今後の実施方法については、50%以上が「紙媒体商品券での実施を希望」でした。しかし、各年代の回答をみると、「電子媒体」または「紙媒体と電子媒体の両方」による希望回答は、50歳以下の年代では「紙媒体」よりも多いことがわかりました。

(市民のみなさんの声のご紹介)

- ◎ 若い人がもっと地元に興味を持てるように、電子化を進めてほしい。
- ◎ 紙媒体での商品券の方が家族で使いやすいので、誰でも使えると思います。
- ◎ どの世代の方にもわかりやすいのは紙媒体かなと思います。
コロナ禍での電子マネー決済も一理ありますが、使う人を選ばないことも重要だと思います。
- ◎ 紙と電子のどちらが経費を安くできるのかわからない中で、便利なのは電子と思うが、市の財源の負担にならない方法でやってくれたらいいと思う。

4. 商品券取扱店アンケート

▼調査概要

調 査 対 象：本商品券取扱店 551 店舗

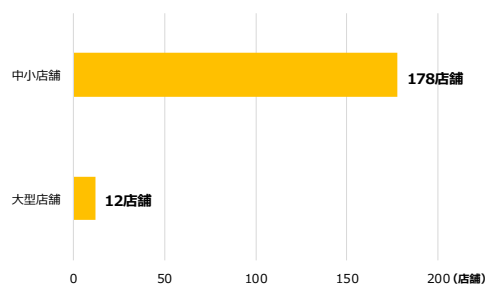
サンプル数：190 件

(うち、WEB アンケートフォーム 180 件、アンケート用紙 10 件)

調 査 方 法：本商品券取扱店 551 店舗へ、アンケート用紙及び WEB アンケートフォームの QR コードを配布。いずれかの方法による回答。

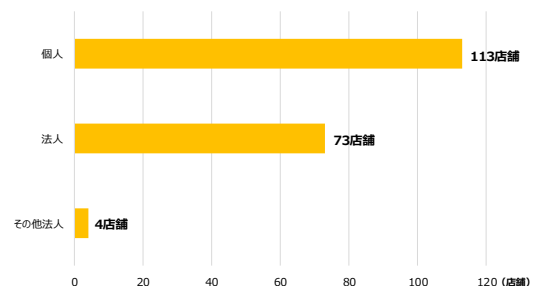
(1)アンケート回答店舗の属性

●登録店舗：商品券区分



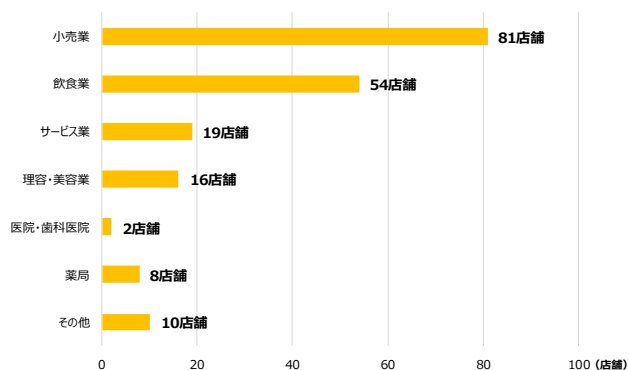
	合計	
中小店舗	178	93.7%
大型店舗	12	6.3%
計	190	100.0%

●登録店舗：法人区分



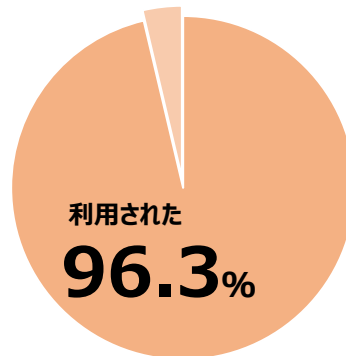
	合計	
個人	113	59.5%
法人	73	38.4%
その他法人	4	2.1%
計	190	100.0%

●登録店舗：業種別区分



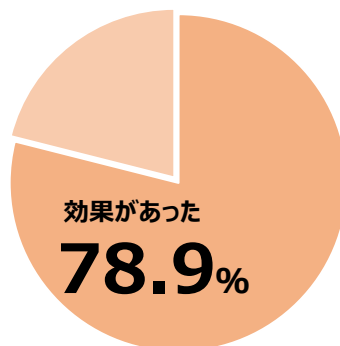
	合計	
小売業	81	42.6%
飲食業	54	28.4%
サービス業	19	10.0%
理容・美容業	16	8.4%
医院・歯科医院	2	1.1%
薬局	8	4.2%
その他	10	5.3%
計	190	100.0%

(2)店舗における商品券の利用



	小売業	飲食業	サービス業	理容・美容業	医院・歯科医院	薬局	その他	計	割合
利用された	79	52	18	16	2	8	8	183	96.3%
利用はなかった	2	2	1	0	0	0	2	7	3.7%
計	81	54	19	16	2	8	10	190	100.0%

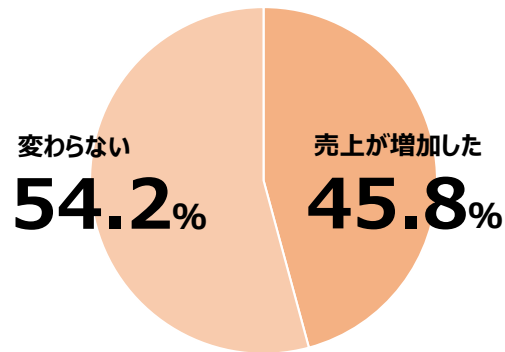
(3)商品券事業による効果



	小売業	飲食業	サービス業	理容・美容業	医院・歯科医院	薬局	その他	計	割合
効果があった	67	47	13	11	1	6	5	150	78.9%
効果はなかった	14	7	6	5	1	2	5	40	21.1%
計	81	54	19	16	2	8	10	190	100.0%

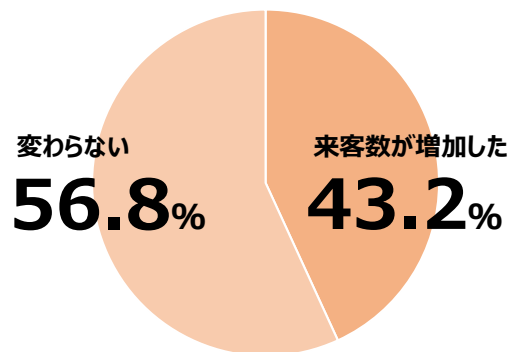
- ◆ 店舗における商品券の利用は、約 96%が「利用された」でした。また、商品券事業による効果は、約 79%が「効果があった」でした。
- ◆ 商品券事業による効果はなかったと回答した店舗においては、来客数及び売上についても「変わらない」との回答がほとんどでした。

(4)商品券事業による売上



	小売業	飲食業	サービス業	理容・美容業	医院・歯科医院	薬局	その他	計	割合
売上が増加した	38	28	8	5	1	4	3	87	45.8%
変わらない	43	26	11	11	1	4	7	103	54.2%
計	81	54	19	16	2	8	10	190	100.0%

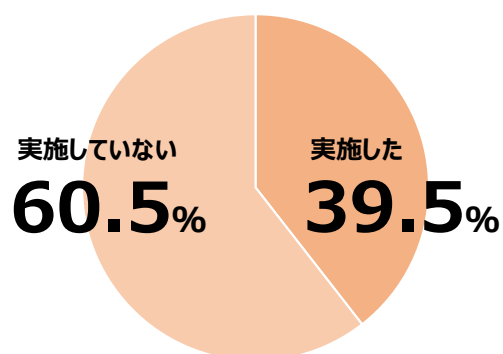
(5)商品券事業による来客者数



	小売業	飲食業	サービス業	理容・美容業	医院・歯科医院	薬局	その他	計	割合
来客数が増加した	37	29	5	4	1	4	2	82	43.2%
変わらない	44	25	14	12	1	4	8	108	56.8%
計	81	54	19	16	2	8	10	190	100.0%

- ◆ 商品券事業による売上及び来客数は、いずれも約45%が「増加した」でした。当初の事業者支援の目的に対して一定の効果があったことがわかりました。
- ◆ 売上及び来客数が増加した店舗があった反面、「変わらない」と回答した店舗が半数以上を占めているため、引き続き、事業の在り方を検証していく必要があります。

(6)商品券を利用してもらうための独自のセールや SNS・チラシなどの販売促進活動



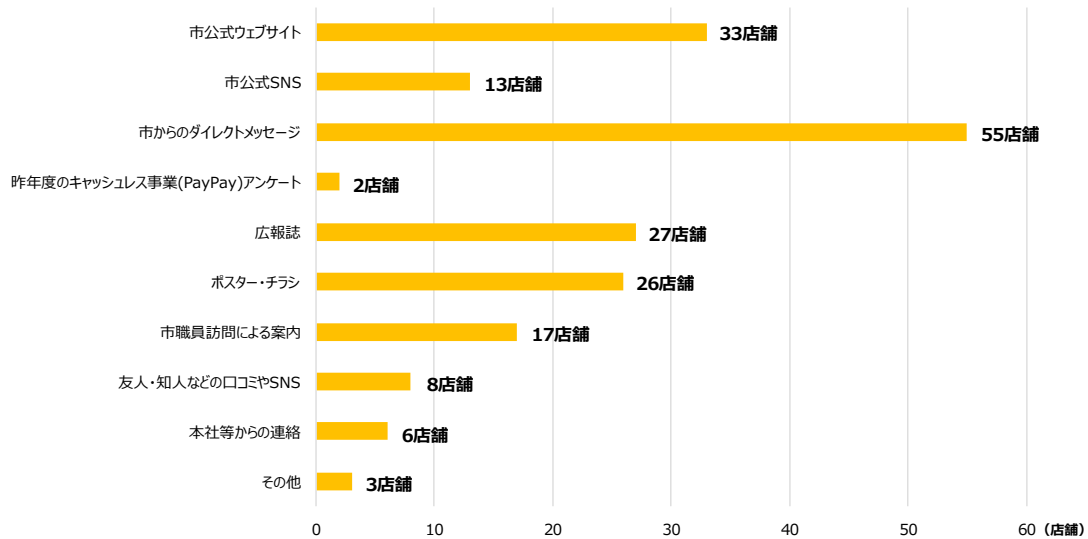
	小売業	飲食業	サービス業	理容・美容業	医院・歯科医院	薬局	その他	計	割合
実施した	33	17	9	10	0	3	3	75	39.5%
実施していない	48	37	10	6	2	5	7	115	60.5%
計	81	54	19	16	2	8	10	190	100.0%

- ◆ 商品券を利用してもらうための独自のセールや SNS・チラシなどの販売促進活動は、約 40%が「実施した」でした。
- ◆ 販売促進活動を「実施した」ほとんどの店舗において、売上及び来客数が増加したと回答していることから、販売促進活動に係る様々な形でのツールの提供を検証する必要があるとわかりました。

(店舗のみなさんの声のご紹介)

- ◎ コロナ禍において、お客様の購買意欲に繋がったことは有り難く、また、参加店として PR 素材として発信できて、お客様がこの時ばかりと計画性をもって購入する店として早くから、この商品券で買うからね！と意思表示してくださったお客様が多かったです。感謝しております。
- ◎ のぼりを頂きましたが、希望される店舗のみでいいと思います。うちの場合は店の前のスペースが無く使えませんでしたので経費がもったいないなと思いました。

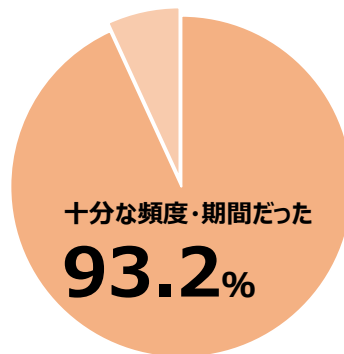
(7)商品券取扱店舗募集の認知方法



	小売業	飲食業	サービス業	理容・美容業	医院・歯科医院	薬局	その他	計	割合
市公式ウェブサイト	13	8	3	4	1	1	3	33	17.4%
市公式SNS	6	3	1	1	0	1	1	13	6.8%
市からのダイレクトメッセージ	28	9	6	5	0	3	4	55	28.9%
昨年度のキャッシュレス事業 (PayPay)アンケート	0	1	0	0	0	1	0	2	1.1%
広報誌	12	7	3	4	1	0	0	27	14.2%
ポスター・チラシ	10	12	2	0	0	1	1	26	13.7%
市職員訪問による案内	6	6	2	1	0	1	1	17	8.9%
友人・知人などの口コミやSNS	2	6	0	0	0	0	0	8	4.2%
本社等からの連絡	4	1	1	0	0	0	0	6	3.2%
その他	0	1	1	1	0	0	0	3	1.6%
計	81	54	19	16	2	8	10	190	100.0%

- ◆ 商品券取扱店舗募集の認知方法は、約30%が「市からのダイレクトメッセージ」でした。富田林商工会などのご協力もあり、多方面に直接連絡できたことが主な要因と推測できます。
- ◆ 市民アンケートの結果と異なり、「広報誌」による認知は14%程度でした。

(8)商品券の換金スケジュール



	小売業	飲食業	サービス業	理容・美容業	医院・歯科医院	薬局	その他	計	割合
十分な頻度・期間だった	74	51	18	15	1	8	10	177	93.2%
不十分な頻度・期間だった	7	3	1	1	1	0	0	13	6.8%
計	81	54	19	16	2	8	10	190	100.0%

【参考：商品券換金スケジュール】

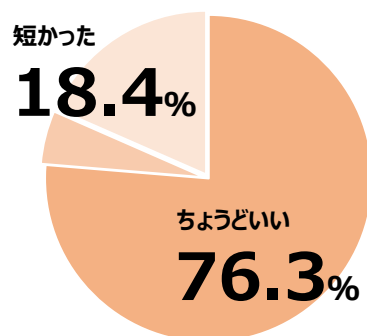
回数	締切日	振込日
第1回	令和3年10月7日（木）	令和3年10月22日（金）
第2回	令和3年10月12日（火）	令和3年10月27日（水）
第3回	令和3年10月20日（水）	令和3年11月5日（金）
第4回	令和3年10月28日（木）	令和3年11月15日（月）
第5回	令和3年11月10日（水）	令和3年11月26日（金）
第6回	令和3年11月17日（水）	令和3年12月6日（月）
第7回	令和3年11月29日（月）	令和3年12月14日（火）
第8回	令和3年12月10日（金）	令和3年12月27日（月）
第9回	令和4年1月7日（金）	令和4年1月25日（月）
第10回	令和4年1月21日（金）	令和4年2月7日（月）

- ◆ 商品券の換金スケジュールは、90%以上が「十分な頻度・期間だった」でした。しかし、「入金日がわかりにくい」や「換金頻度を増やしてほしい」という声も多くいただいているため、引き続き検証していく必要があります。

（店舗のみなさんの声のご紹介）

- ◎ 請求のために商品券を送ったら、市役所の担当者より確認のお電話をいただきまして、安心しました。
- ◎ 手書きによる申請が不便に感じたので電子化で申請をしなくても良い様にし、換金申請から入金までの時間短縮も希望します。

(9)本商品券の利用期間



	小売業	飲食業	サービス業	理容・美容業	医院・歯科医院	薬局	その他	計	割合
ちょうどいい	63	41	13	11	1	7	9	145	76.3%
長かった	5	2	1	2	0	0	0	10	5.3%
短かった	13	11	5	3	1	1	1	35	18.4%
計	81	54	19	16	2	8	10	190	100.0%

※当初利用予定期間：令和3年8月23日～12月31日

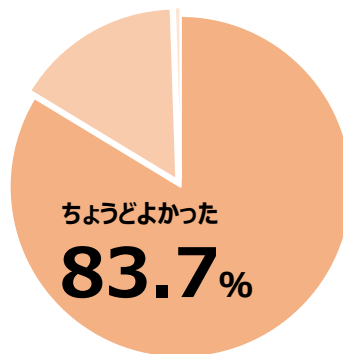
※最終利用期間：令和3年10月1日～12月31日

- ◆ 商品券の販売期間は、75%以上が「ちょうどいい」でした。その反面、約20%が「短かった」という回答でした。
- ◆ 市民アンケートの結果（P.13）と合わせて、今回のアンケート結果を真摯に受け止め、費用とのバランスも踏まえながら今後の事業展開に活かしていきたいと思えます。

(店舗のみなさんの声のご紹介)

- ◎ 年末まで使えたのでお正月の準備するものやお店のおせち料理などに使えたのが良かったと思います。期間もちょうど良かったと思います。

(10)本商品券の1枚あたりの額面(500円)



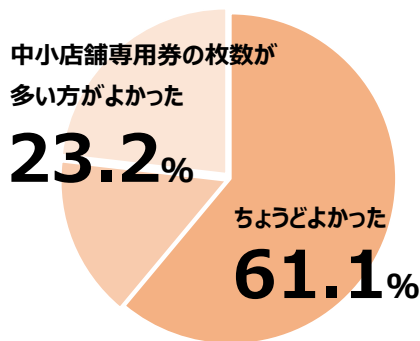
	小売業	飲食業	サービス業	理容・美容業	医院・歯科医院	薬局	その他	計	割合
ちょうどよかった	68	45	15	12	2	8	9	159	83.7%
多い額面 (1,000円など) の方がよかった	12	9	4	4	0	0	1	30	15.8%
少ない額面 (100円や200円など) の方がよかった	1	0	0	0	0	0	0	1	0.5%
計	81	54	19	16	2	8	10	190	100.0%

- ◆ 商品券1枚あたりの額面は、80%以上が「ちょうどよかった」でした。市民アンケート (P. 14) においても同様の回答結果であり、本額面については、適当であったことがわかりました。

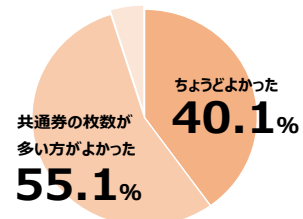
(店舗のみなさんの声のご紹介)

- ◎ 管理側からしますと、換金の手間がすごくかかりました。当方は飲食店なので、1,000 や 2,000 円券にさせていただくと換金の手間は緩和されます。さらに1枚あたりの単価を上げることでお客様の購買意欲も湧くため売上と換金の手間どちらの面も含めて検討していただきたいです。

(11)本商品券の枚数構成



市民 アンケートとの 結果比較



	市民アンケート	店舗アンケート
ちょうどよかった	40.1%	61.1%
共通券枚数多い希望	55.1%	15.7%
中小店舗専用券枚数多い希望	4.9%	23.2%

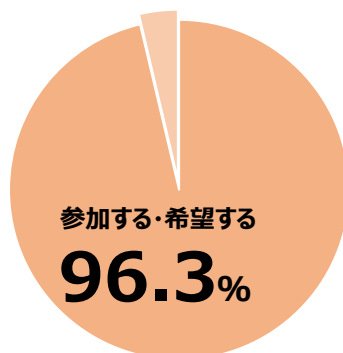
	小売業	飲食業	サービス業	理容・美容業	医院・歯科医院	薬局	その他	計	割合
ちょうどよかった	46	30	14	10	1	7	8	116	61.1%
共通券の枚数が多い方がよかった	13	9	4	2	0	1	1	30	15.8%
中小店舗専用券の枚数が多い方がよかった	22	15	1	4	1	0	1	44	23.2%
計	81	54	19	16	2	8	10	190	100.0%

- ◆ 商品券の枚数構成は、60%以上が「ちょうどよかった」でした。
- ◆ 市民アンケートにおいて、「共通券の枚数が多い方がよかった」が約 55%の回答を占め、店舗アンケートの回答結果である約 15%と大きくギャップが生まれた結果となりました。今後商品券事業を行う際の商品券の構成については、事業実施趣旨に則った設計が必要だと考えられます。

(店舗のみなさんの声のご紹介)

- ◎ 使えるのと使えないのとあるのと、義母から残りの商品券を手渡されて、お年寄りには全部共通の方が良かったのかと思いました。
- ◎ 中小店舗専用券が使えるお店が少なかったおかげか、使えるところを探したと言ってくるお客様も多かったように思います。なのでうちは売上につながり助かりました。
- ◎ 一般的に大型と思われるスーパーさんなどが、中小店舗専用の商品券が使えていたのが、少し納得いかなかった。
- ◎ 大店舗と中小店舗の区分の仕方が微妙です。多数の店舗フランチャイズを含むは、大店舗でなければ、個人商店は全然意味がない。また、スーパーと個人飲食店を分けるべきだと思います。

(12) 今後、プレミアム付商品券事業が同様に実施される場合の参加意向



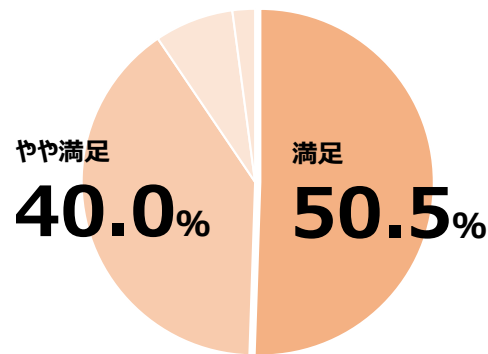
	小売業	飲食業	サービス業	理容・美容業	医院・歯科医院	薬局	その他	計	割合
参加する・希望する	77	54	18	15	2	8	9	183	96.3%
参加しない・希望しない	4	0	1	1	0	0	1	7	3.7%
計	81	54	19	16	2	8	10	190	100.0%

- ◆ 今後、プレミアム付商品券事業が同様に実施される場合の参加意向は、約 97%が「参加する・希望する」でした。全業種で共通して利用意向が高い結果となりました。

(店舗のみなさんの声のご紹介)

- ◎ 素晴らしい事業をありがとうございました。継続する事で、教室の認知度も高くなると思いますのでぜひまた宜しくお願いします。
- ◎ 市民全員に公平に利用ができ、かつ、経済効果も大きいと思いますので、また行って欲しいです。そして、もっと沢山の事業者が参加されたら良いと思います。
- ◎ 市役所の係の方の対応も親切で丁寧でした。ありがとうございました。次回も参加したいのでよろしくお願いします。
- ◎ もし、次回するのであれば、お店側、使われる側にとっても、プラスになる事を考えてもらいたい。

(13)本商品券の満足度



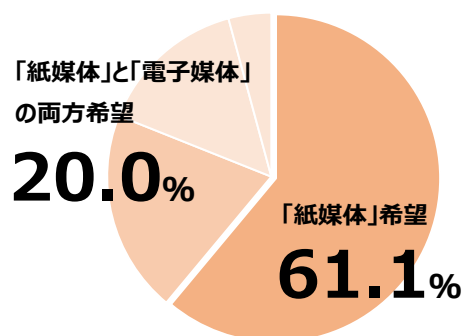
	小売業	飲食業	サービス業	理容・美容業	医院・歯科医院	薬局	その他	計	割合
満足	45	29	7	3	0	7	5	96	50.5%
やや満足	30	19	10	11	2	1	3	76	40.0%
やや不満	4	6	1	2	0	0	1	14	7.4%
不満	2	0	1	0	0	0	1	4	2.1%
計	81	54	19	16	2	8	10	190	100.0%

- ◆ 本商品券の満足度は、「満足」と「やや満足」を合わせると約90%でした。
- ◆ 今後も商品券事業が同様に実施される場合に約97%が「参加する・希望する」と回答した反面、満足度における「満足」の回答は50.5%にとどまりました。商品券事業に対する参加意向はかなり高いが、商品券事業の実施方法（期間、区分、利用方法など）や周知方法で満足されていないという傾向をみることができました。

(店舗のみなさんの声のご紹介)

- ◎ 券は紙媒体での流通で良かったと思いました。程よい大きさと厚みがお得感を更にupさせたと思います。換金処理ではGoTo イートのプレミアム食事券のようにQRコード読み取りで入金請求ができると尚良いと思います。堺市民の友人がとても羨ましがっていました。ありがとうございました。
- ◎ 市民にとっても店舗にしても有益な制度でした。
- ◎ コロナ禍の中、凄く良い企画で助かりました。ありがとうございました！
- ◎ 一人一冊じゃなく2～3冊ぐらいたとなお助かります。

(14)プレミアム付商品券事業の今後の実施方法



	小売業	飲食業	サービス業	理容・美容業	医院・歯科医院	薬局	その他	計	割合
「紙媒体」商品券での実施を希望	57	31	6	10	1	5	6	116	61.1%
「紙媒体」及び「電子媒体」の両商品券での実施を希望	12	11	7	2	1	2	3	38	20.0%
「電子媒体」商品券での実施を希望	8	10	4	4	0	1	1	28	14.7%
商品券事業の実施を希望しない	4	2	2	0	0	0	0	8	4.2%
計	81	54	19	16	2	8	10	190	100.0%

- ◆ プレミアム付商品券事業の今後の実施方法については、60%以上が「紙媒体商品券での実施を希望」でした。
- ◆ 市民アンケートと比較すると、登録店舗は紙媒体を希望している傾向にあります。一方で、電子媒体による事業の実施を求めるコメントも多くいただきました。

(店舗のみなさんの声のご紹介)

- ◎ 事業は素晴らしいものだと思いますが換金に関してはかなり労力や時間を費やすので電子化して頂ければ非常に助かります。
- ◎ 「電子マネーをご利用のお客様対象に〇〇パーセント還元」の方が富田林市在住では無い方々の来客も増えるので、そちらの方がありがたい。
- ◎ 紙媒体だと換金に時間がかかるため、電子にしてすぐ現金化してほしい。
- ◎ 確かに商品券の効果はあるがその場限りです。小規模小売店では仕入れ及び給料の支払いは現金の場合が多いです。紙媒体での配布は問題多いと思います。現金化がかなり遅く思います。

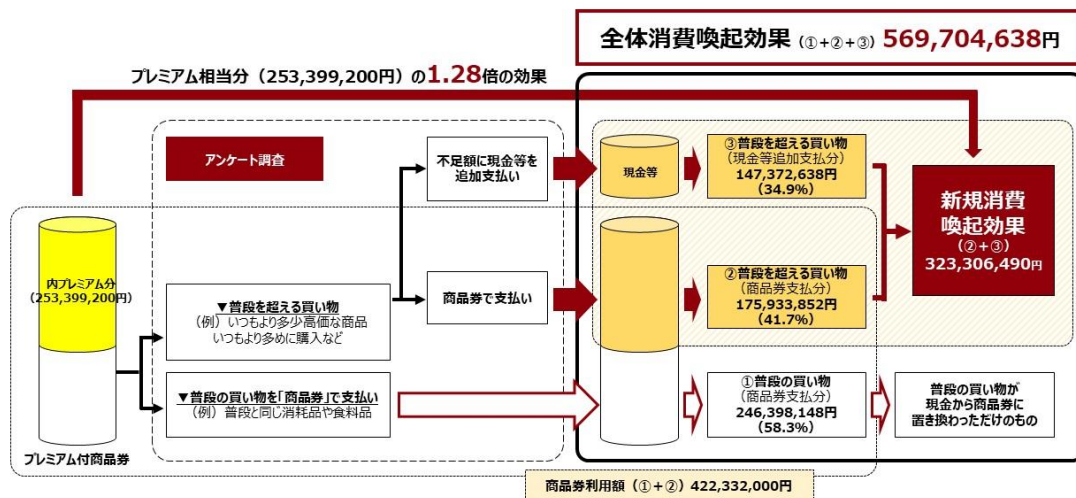
5. 事業の効果検証

本商品券事業実施の効果検証として、他自治体や内閣府の効果検証方法を参考に「新規消費喚起効果額」及び「経済波及効果額」を算出しました。

(1)新規消費喚起効果額

本事業による市内全体への新規消費喚起効果を検証するために、市民アンケート調査（回答件数 1,380）を実施しました。アンケート結果を基に全体の消費傾向を推計した結果、本事業に関連する全体の消費額は約 5.70 億円であり、そのうち、商品券により喚起された「普段と異なる買い物」や「普段を超える買い物」の合計である新規消費喚起効果額は、約 3.23 億円であることが分かりました。これは、プレミアム相当分総額（2.53 億円）の 1.28 倍の効果です。

【新規消費喚起効果の全体イメージ】

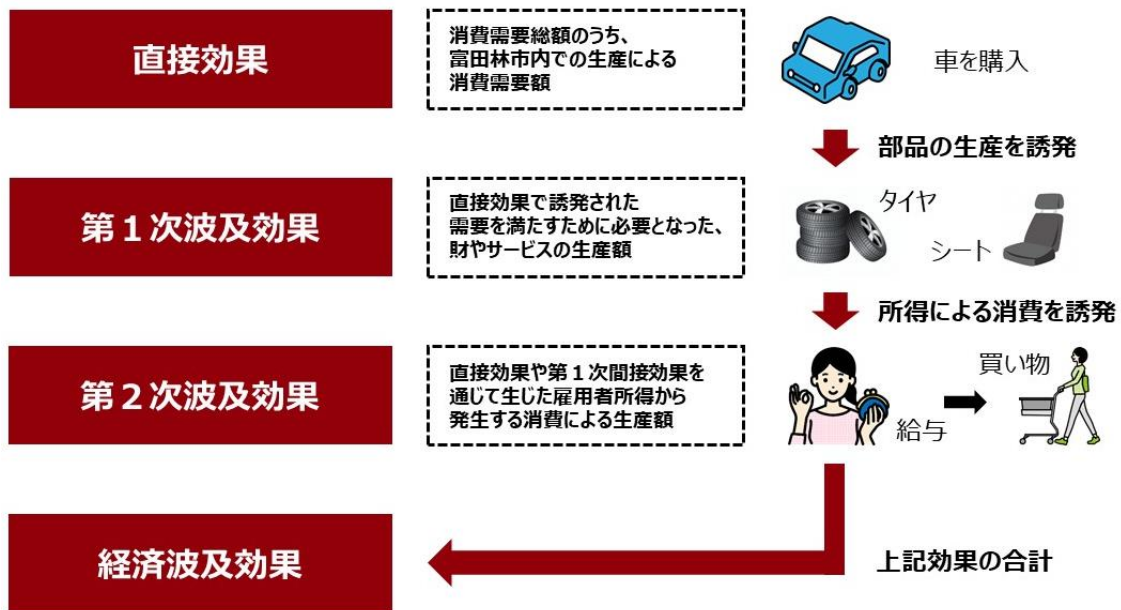


項目	金額
① 普段の買い物【商品券】 (普段の買い物への商品券支払額)	246,398,148円 (58.3%)
② 普段を超える買い物【商品券】 (普段を超える買い物への商品券支払額)	175,933,852円 (41.7%)
③ 普段を超える買い物【追加現金等】 (②の買い物時の不足額に対する現金等追加額)	147,372,638円 (34.9%)
全体消費額 (①+②+③) (商品券事業に関連する全体の消費額)	569,704,638円
全体消費額のうち、新規消費喚起効果額 (②+③) (商品券により新たに喚起された買い物総額)	323,306,490円
プレミアム相当分に対する新規喚起効果 (新規消費喚起効果額/プレミアム相当分)	1.28倍
(参考) プレミアム相当分	253,399,200円

(2)経済波及効果

本事業に伴う需要増加により誘発された生産活動や原材料の生産など、市内産業全体への効果を検証するために、大阪府の産業連関表を用いて経済波及効果を算出した結果、事業全体の経済波及効果は約 5.78 億円であることが分かりました。

【経済波及効果のイメージ】



【本市商品券事業の経済波及効果】

項目	金額
直接効果額	4.02億円
第1次波及効果額	1.00億円
第2次波及効果額	0.77億円
事業全体の経済波及効果額	5.78億円

※本経済波及効果額は、大阪府産業連関表「【簡易版】経済波及効果推計ツール（2015年基本表,37部門）」を用いて算出したものです。

※同経済波及効果推計ツールの計算で用いられる「民間消費支出」の比率は、大阪府民の平均的な支出比率として取り扱うものです。

※四捨五入の関係で、合計が一致しない箇所があります。

6. 事業実施における事務の検証

今回の商品券事業において、コールセンターへお問い合わせやご意見を数多くいただきました。その内容を踏まえ、今後の事務における反省点及び改善点を整理します。

▼コールセンター及び相談窓口

令和3年6月1日（火）から令和4年1月31日（月）まで。市役所地下1階。

1. 商品券購入引換券が6枚とも使えると誤認させるような仕様になっていたこと。

商品券購入引換券は、複製不可の改ざん防止用紙の使用及び印刷経費の削減などを考慮した結果、A4サイズ1枚で1世帯最大6人分の購入引換券を印刷しました。1人ずつ使用できるよう切り離し線を入れ、使用ができない購入引換券に対しては「*」を印字しました。

しかし、同仕様で作成したために、今回のような市民のみなさまに誤解を与えてしまう形となってしまいました。

同内容について、多くのお問い合わせをいただいたため、特設ウェブサイト内において「よくあるお問い合わせ」のページを新規に作成、また、同質問に関する画像データを作成し、市公式 Facebook 等の SNS にて周知、更に、商品券販売会場で配布する案内チラシを作成するなど対応を行いました。



2. 商品券の冊子上側5枚が共通券、下側5枚が中小店舗専用券であったため、中小店舗専用券の存在を認識せずに共通券から使用してしまう人が多くいたこと。

3. 商品券ご利用の手引きにおける色の使い方が、実際の商品券の色と逆でわかりにくく形になっていたこと。



商品券及びご利用の手引きについて、短い期間の中でそれぞれ作成及び印刷を行っていたため、校正の際に見落としが起きたものだと考えられます。



4. 緊急事態宣言中における商品券販売実施希望の声があったこと。

同期間は時短営業や営業自粛の店舗も多く存在し、本事業の主な目的である「事業者支援」を達成するための観点から、また、行政から市民のみなさんに不要不急の外出自粛をお願いしている立場で人流を生みだす行為は適切でないという考えから、緊急事態宣言中における販売は実施しない判断をしました。

5. 緊急事態宣言で販売開始日と利用開始日が延期となったにも関わらず、販売終了日と利用終了日を延期しなかったこと。

昨年度のコロナ禍における他自治体の商品券事業の販売・利用期間や商品券の消費率等を参考にした結果、他自治体の販売期間は平均 1.5～2 ヶ月ほどであり、利用期間も同程度が多かったという結果でした。そして、緊急事態宣言が 9 月 30 日までに解除されることとなり当初予定していた商品券販売終了日まで 2 ヶ月あったため、また、期間延長により委託事業者に係る人件費など多額の事務経費を要することを避けるために、期間の延長はしないという判断に至りました。

今回いただいたご意見について

今回の事業については、商品券を各世帯に送付する方法も検討しましたが、書留郵便での送付となることで多額の郵送費用が見込まれたことから、購入引換券を送付する方法を採りました。また、多くの事業者を支援する観点から共通券・中小店舗専用の区分分けについては必要であったと考えます。同時に、事業実施期間中に新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言の発出及び期間延長があったことから、市民のみなさんへの周知が行き届かず混乱を招いてしまう結果となりました。

今回の事業で生まれた反省点及び改善点を真摯に受け止め、事業者及び市民のみなさんに満足いただけるよう今後に活かしていきます。

7. 事業の総括

本事業は、地域における消費を喚起し、新型コロナウイルス感染症の拡大により深刻な影響を受ける地域事業者及び市民の生活を支援するため、地域経済の活性化を図ることを目的としました。

実際に商品券を購入・利用した市民、及び、商品券取扱店舗において満足度が高いアンケート結果や消費喚起による経済波及効果の結果を踏まえると、政策目的に基づいた効果は、一定程度発揮されたものと考えられます。また、商品券を購入・利用しやすくするための各種の仕組み上の工夫（販売会場の分散化や額面小口化、幅広い店舗での利用等）も、上記の効果を発現するうえで重要な役割を果たしたと考えられます。更に、市内のお店を新たに知る・訪れる・繋ぐきっかけになるなど、副次的な効果もあったと言えます。

一方で、商品券購入などの手続きを面倒だと感じたことや、商品券の説明がわかりにくいと感じたことなどの理由により、商品券購入要件を充たす全員が商品券を購入する結果ではありませんでした。さらに、「紙の商品券」という事業の実施方式による対象者の抽出や印刷物製作・郵送、商品券の販売・換金体制の確保等に係る経費などにより、相応の事務経費が生じました。

以上のように、本事業については、新型コロナウイルス感染症の拡大により深刻な影響を受ける地域事業者を支援するための事業として、一定の役割を果たしたものと考えられます。しかし、様々な理由により商品券の購入を希望しない方や相応の経費が生じていることについては、今後、同様の事業を検討する場合には、十分に留意が必要である結果になったといえるでしょう。事業目的の合理性や利用者の利便性確保に係るコストバランスについては、現在のデジタル化推進の状況等も踏まえ、商品券の発行や各種手続きを電子化するなどの改善の余地が残されていると考えられます。

卷末資料

1. 周知用チラシ及びポスターデザイン



買ってお得！ 地域のお店・事業者 応援商品券

地域における消費喚起と地域事業者の支援、及び地域経済の活性化を目的にした、「買ってお得！地域のお店・事業者応援商品券」の販売を実施します。



2,000円で5,000円分のお買物ができる!!

オトクな
商品券

共通券5枚・中小店舗専用券5枚

1冊500円券10枚綴り



「買ってお得！地域のお店・事業者応援商品券」事業概要

- 内 容：市民1人につき、5,000円の商品券を2,000円で販売（3,000円分のプレミアム）
- 引換券送付：8月16日（月）より順次送付
- 販 売 期 間：8月23日（月）から11月30日（火）※抽選・先着順ではありません。

※販売場所、商品券取扱店については、購入引換券送付時の同封物をご確認ください。

応援商品券
特設サイト



商品券利用期間 令和3年8月23日（月）～ 令和3年12月31日（金）

取扱店 募集!!

一次募集期間中に申請
いただいた取扱店は商
品券利用の手引きなどに
店舗名が印刷されます。

取扱店
登録方法

一次募集期間

随時募集期間

① 申請書等による書面提出（当日消印有効）

※申請書は、インターネットからダウンロードしてください。

② オンライン申請



スマホで簡単
オンライン申請



令和3年6月1日（火）から6月30日（水）まで

令和3年7月1日（木）から11月30日（火）まで

換金申請期間

令和3年8月23日（月）～ 令和4年1月21日（金）

※利用済み商品券と換金請求書を富田林市買ってお得！地域のお店・事業者応援商品券事務局へお送りいただき、事務局で確認後、ご指定の口座へ振り込みます。取扱店登録料及び換金時の振込手数料は無料です。

富田林市「買ってお得！地域のお店・事業者応援商品券」事務局

〒584-8511 富田林市常盤町1番1号

0120-789-210

携帯電話はこちらから：0721-23-2382

土・日曜日・祝日
年末年始を除く
9:00～17:30

お問い合わせ ▶ 商品券専用コールセンター

開設期間 ▶ 令和3年6月1日（火）～ 令和4年1月31日（月）

応援商品券特設サイト <https://www.tondabayashi-premium.com>

富田林市 応援商品券 [検索](#)

2. 商品券取扱店登録申請書

様式第2号(第7条関係)		年 月 日	
富田林市長 様		富田林市プレミアム付商品券取扱店登録申請書	
富田林市プレミアム付商品券の取扱いをいたしたいので、富田林市プレミアム付商品券発行支援事業実施要綱第7条の規定に基づき、次のとおり申請します。			
※市ウェブサイト、リーフレット等の一部情報を掲載します(6月30日申請分まで)。その後申請分は、市ウェブサイトには追加掲載します。			
●店舗情報		フリガナ	
事業所名 店舗名			
▼品入の場合、役職を記入して下さい。		フリガナ	
役職名		代表者氏名	
事業所 店舗 所在地		TEL	
業種		▶ 当てはまるアルファベットを下記より選択してください。	
A 小売業		B 飲食業	
C サービス業		D 理容・美容業	
E 薬局		F 医院・歯科医院	
G その他			
主な取扱品目			
●申請区分			
※富田林市プレミアム付商品券取扱店登録票(様式第3号)により、利用できる商品券を通知します。			
区分			
1 法人			
2 個人			
3 その他法人			
▼区分又は3選択事業者のみ入力			
資本金の額又は出資の総額		※時使用する従業員の数	
千円		人	
●送込先口座			
※申請後の振込口座変更には応じかねます。ご注意ください。			
金融機関名		支店名	
▼金融機関コード(支店コードは不明な場合のみ空欄でも可。記載の桁数でない場合があります。)			
金融機関コード (4桁の番号)		支店コード (3桁の番号)	
口座種別		1 当座	
		2 普通	
▼記載の桁数でない場合もあります。			
口座番号 (7桁の番号)		フリガナ	
		口座名義	
●日中連絡先			
フリガナ		TEL	
担当者			
●同意・誓約事項			
裏面(別紙)を確認しました。		チェック欄	
		☐	
※ご記入いただいた個人情報については、富田林市プレミアム付商品券事業についてのみに使用し、他の目的には使用しません。 個人情報の取扱いに関しては、富田林市ウェブサイト内の「富田林市個人情報保護制度」をご覧ください。 https://www.city.tondabayashi.osaka.jp/public/section/soumu/kojinjoho.html ※ 既記載欄(以下は記入しなくても可)			
受付日		登録番号	
備考			

(裏面)	
同意・誓約書	
1 富田林市プレミアム付商品券事業の趣旨に賛同し、「富田林市プレミアム付商品券取扱店募集要項」の内容を遵守します。	
2 本事業の実施期間中は取扱店として事業に参加し、真にやむを得ない事情がない限り途中辞退はいたしません。	
3 風俗営業等の規制及び業務の適正化に関する法律(昭和23年法律122号)第2条に規定する営業を行う者ではありません。	
4 暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律(平成3年法律77号)第2条に規定する営業を行う者ではありません。	
5 商品券の盗難・紛失、滅失又は偽造、模造等に対して富田林市は責を負わないことを承諾します。	
6 利用期間が過ぎたもの、変形、破損・偽造されたものの受取及び業務用支払には応じません。	
7 商品券の偽造、悪用、濫用、不正換金等はいたしません。	
8 商品券の取扱いに関して富田林市から改善要請等があった場合、それに従います。	
9 店舗名・所在地・電話番号・業種の公表(市ウェブサイト、リーフレット等に掲載)について同意します。	
※必ず確認後、お返してください	
☐ 私は、富田林市プレミアム付商品券事業の趣旨に賛同し、取扱店登録をするに当たり、上記の事項に同意・誓約いたします。	
事業所・店舗名	
代表者名	

3. 商品券取扱店登録票・登録取消通知書

様式第3号(第7条関係)		第 号	
		年 月 日	
様		富田林市長	
富田林市プレミアム付商品券取扱店登録票			
下記の商品券取扱について、富田林市プレミアム付商品券発行支援事業実施要綱第7条第3項の規定に基づき、商品券の取扱店として登録しましたので通知します。			
記			
登録番号			
商品券取扱開始日	年 月 日		
取り扱う商品券			
※ 登録番号は、商品券取扱店換金請求書(様式第4号)記載時に記入してもらった必要があるので必ず保管して下さい。			

様式第4号(第9条関係)		第 号	
		年 月 日	
様		富田林市長	
富田林市プレミアム付商品券取扱店登録取消通知書			
下記の商品券取扱店について、富田林市プレミアム付商品券発行支援事業実施要綱第9条の規定に基づき、商品券取扱店として登録を取り消しましたので通知します。			
記			
登録番号			
登録取消日	年 月 日		
取消理由			

4. 商品券取扱店参加キット一式



①取扱店マニュアル



②商品券見本



③取扱店用ポスター



④取扱店用ステッカー



⑤取扱店用のぼり

⑥換金請求書



⑦換金請求用封筒



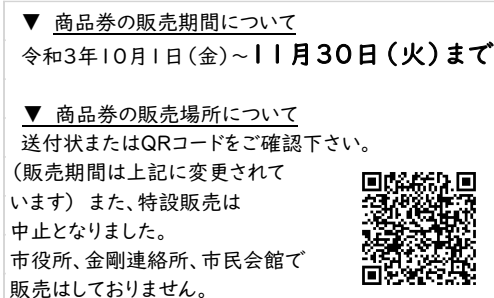
⑧換金請求封緘シール

大切なお知らせ		
新型コロナウイルス感染症による8月31日(木)までの緊急事態宣言発令を受けまして、8月23日(金)から開始を予定していた「 商品の販売開始日 」と「 商品の利用開始日 」を 9月1日(金) から開始と変更いたします。市販品のみに変更はございませんが申し訳ございませんが、ご理解いただけますと幸いです。なお、緊急事態宣言が延長となった場合は、同時に商品の販売開始と利用開始も延長となりますので、市公式ホームページやコールセンター（0120-789-210）でご確認ください。		
変更内容	商品販売開始日 令和3年8月28日(土)、29日(日) 特設販売 令和3年8月28日(土)、29日(日)、9月4日(木)、5日(金) 商品利用開始日 令和3年8月23日(金)	▶ 令和3年9月1日(金) ▶ 令和3年9月4日(木)、5日(金)の2日間のみ ▶ 令和3年9月4日(木)

②緊急事態宣言に伴うお知らせ



⑤ご利用の手引き



⑥情報修正シール（封筒裏面）

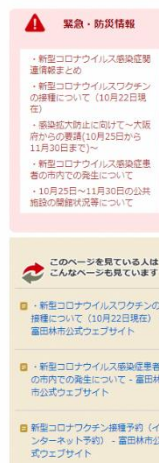
【参考】全体イメージ

6. 市公式ウェブサイト及び商品券特設サイト



市公式ウェブサイト
トップページバナー掲載
(6月1日～12月31日)

市公式ウェブサイト
商品券ページ掲載
(6月1日～3月31日)



商品券特設サイト
(6月1日～1月31日)

7. メディア掲載・出演



2021年8月5日
金剛コミュニティへ掲載

2021年11月8日
産経新聞朝刊へ掲載



8. 事業検証アンケート(市民)

オンラインによる回答のご協力をお願いいたします。
～ オンラインで回答する方は、本用紙を使用しないでください ～



富田林市プレミアム付商品券事業 「買ってお得！地域のお店・事業者応援商品券」 事業検証アンケート(商品券利用者専用)

▼最も当てはまると思う項目一つをお答えください。

Q1.あなたの「年齢」を教えてください。

①20歳未満 ②20歳代 ③30歳代 ④40歳代 ⑤50歳代 ⑥60歳以上

☐

Q2.あなたの「家族構成」を教えてください。

①独身・単身 ②2人 ③3人 ④4人 ⑤5人 ⑥6人以上

☐

Q3.本商品券事業を「知ったきっかけ」について、教えてください。

①市公式ウェブサイト ②市公式 SNS ③ポスター・チラシ
④広報誌 ⑤市職員の案内 ⑥友人・知人などの口コミや SNS ⑦その他

☐

Q4.本商品券における「販売期間」について、教えてください。

①ちょうどいい ②長かった ③短かった
※(参考)令和3年10月1日から11月30日まで

☐

Q5.本商品券における「利用期間」について、教えてください。

①ちょうどいい ②長かった ③短かった
※(参考)令和3年10月1日から12月31日まで

☐

Q6.本商品券の「1枚あたりの額面(500円)」について、教えてください。

①ちょうどよかった ②多い額面(1,000円など)の方がよかった
③少ない額面(100円や200円など)の方がよかった

☐

Q7.本商品券の「枚数構成」について、教えてください。

※(参考)共通券500円×5枚、中小店舗専用券500円×5枚
①ちょうどよかった ②共通券の枚数が多い方がよかった
③中小店舗専用券の枚数が多い方がよかった

☐

Q8.今後もプレミアム付商品券事業が同様に実施される場合の
「利用意向」について、教えてください。

①利用したいと思う ②利用したいと思わない

☐

<裏面の回答も、ご協力をお願いいたします。>

(参考:アンケートWEB版)

買ってお得！地域のお店・事業者応援商品券事業検証市民アンケート

本アンケートは、令和3年10月から12月で実施した「買ってお得！地域のお店・事業者応援商品券」に関する事業検証アンケートです。5分ほどで簡単に回答できる内容となっているため、お手数をおかけしますが、ご回答のご協力をお願い申し上げます。

アンケート回答受付期限：令和4年1月31日(月曜日)
※参加店舗・事業所向けのアンケートは、2月に実施予定です。

Q1：あなたの「年齢」を教えてください。(必須)

以下から選択をお願いします。

- ☐ 20歳未満
- ☐ 20歳代
- ☐ 30歳代
- ☐ 40歳代
- ☐ 50歳代
- ☐ 60歳代



(参考:市民アンケート回収ボックス)

Q9.今回の商品券において、普段利用しない店舗、又は、
今まで利用したことがない店舗で商品券を利用しましたか？

①利用した ②利用しなかった

☐

Q10.今回の商品券において、今まで利用したことがない店舗などを
知るきっかけになりましたか？

①新しい店舗を知るきっかけになった ②特にきっかけにならなかった

☐

Q11.今回の商品券において、普段富田林市外で消費していたものを、
富田林市内で消費することはありましたか？

①市内で消費した ②市内で消費しなかった

☐

Q12.商品券の利用目的別の「支払い金額」について、教えてください。

※回答は、「千円単位」で、数字によるご回答をお願いします。

- ①普段の買い物・サービスで支払った商品券の額
- ②商品券がきっかけで買い物・サービスを利用し、支払った商品券の額
- ③商品券での支払い総額(①+②)
- ④②において、商品券での支払いに合わせて追加支出した現金等の額

①	千円
②	千円
③	千円
④	千円

▼(参考)②「商品券がきっかけで買い物・サービスを利用」とは？

- パターン1:これまで欲しかった商品・サービスを購入した場合
- パターン2:いつもより多少高価な商品・サービスを購入した場合
- パターン3:いつもより多めに購入した場合 など

Q13.「商品券がない時の商品・サービスの購入(消費行動)」について、
教えてください。

①商品券がなくても、地元の店で購入する
②商品券がなければ、地元以外の店で購入する ③購入をしない

☐

Q14.今回のプレミアム付商品券事業の「満足度」について、教えてください。

①満足 ②やや満足 ③やや不満 ④不満

☐

Q15.プレミアム付商品券事業の「今後の実施方法」について、教えてください。

- ①「紙媒体」商品券での実施を希望 ②「電子媒体」商品券での実施を希望
- ③「紙媒体」及び「電子媒体」の両商品券での実施を希望
- ④商品券事業の実施を希望しない

☐

Q16.その他、ご意見等ございましたら、ご自由にご記入ください。

質問は、以上です。ご協力いただき、誠にありがとうございました。
アンケート用紙は、アンケート回収ボックスへの投函をお願いいたします。

9. 事業検証アンケート(商品券取扱店舗)

オンラインによる回答のご協力をお願いいたします。
～ オンラインで回答した方は、事務局の就業をお願いします ～



富田林市プレミアム付商品券事業 「買ってお得！地域のお店・事業者応援商品券」 事業検証アンケート(登録店舗専用)

▼最も当てはまると思う項目一つをお答えください。

Q1. 貴店舗の「登録区分」を選択してください。(本事業の登録区分でお願いします)

①大型店舗(共通券のみ) ②中小店舗(共通券及び中小店舗専用券)

☐

Q2. 貴店舗の「業種」を選択してください。(本事業の登録区分でお願いします)

①小売店 ②飲食業 ③サービス業 ④理容・美容業
⑤薬局 ⑥医院・歯科医院 ⑦その他

☐

Q3. 貴店舗の「区分」を選択してください。(本事業の登録区分でお願いします)

①法人 ②個人 ③その他法人

☐

Q4. 貴店舗における「商品券の利用」について、教えてください。

①利用された ②利用はなかった

☐

Q5. プレミアム付商品券事業による「効果」について、教えてください。

①効果があった ②効果はなかった

☐

Q6. プレミアム付商品券事業による「売上」について、教えてください。

①売上が増加した ②変わらない ③売上が減少した

☐

Q7. プレミアム付商品券事業による「来客者数」について、教えてください。

①来客数が増加した ②変わらない ③来客数が減少した

☐

Q8. 商品券を利用してもらうための独自のセールや

SNS・チラシなどの「販売促進活動」について、教えてください。
①実施した ②実施していない

☐

<裏面の回答も、ご協力をお願いいたします。>



Q9. 本商品券取扱店舗募集の「認知方法」について、教えてください。

①市公式ウェブサイト ②市公式 SNS ③市からのダイレクトメッセージ
④昨年度のキャッシュレス事業(PayPay)アンケート ⑤広報紙
⑥ポスター・チラシ ⑦市職員訪問による案内
⑧友人・知人などの口コミや SNS ⑨本社等からの連絡 ⑩その他

☐

Q10. 本商品券における「換金スケジュール」について、教えてください。

①十分な頻度・期間だった ②不十分な頻度・期間だった
※(参考) 令和3年10月から令和4年1月までで計10回換金

☐

Q11. 本商品券における「利用期間」について、教えてください。

①ちょうどいい ②長かった ③短かった
※(参考) 令和3年10月1日から12月31日まで

☐

Q12. 本商品券の「1枚あたりの額面(500円)」について、教えてください。

①ちょうどよかった ②多い額面(1,000円など)の方がよかった
③少ない額面(100円や200円など)の方がよかった

☐

Q13. 本商品券の「構成」について、教えてください。

①ちょうどよかった ②共通券の枚数が多かった
③中小店舗専用券の枚数が多かった

☐

Q14. 今後、プレミアム付商品券事業が同様に実施される場合の
「参加意向」について、教えてください。

①参加する・希望する ②参加しない・希望しない

☐

Q15. 今日のプレミアム付商品券事業の「満足度」について、教えてください。

①満足 ②やや満足 ③やや不満 ④不満

☐

Q16. プレミアム付商品券事業の「今後の実施方法」について、教えてください。

①「紙媒体」商品券での実施を希望 ②「電子媒体」商品券での実施を希望
③「紙媒体」及び「電子媒体」の両商品券での実施を希望
④商品券事業の実施を希望しない

☐

Q17. その他、ご意見等がございましたら、ご自由にご記入ください。

質問は、以上です。ご協力いただき、誠にありがとうございました。
引き続き、どうぞよろしくお願いいたします。

(参考: アンケート WEB 版)

富田林市プレミアム付商品券事業
「買ってお得！
地域のお店・事業者応援商品券」
事業検証アンケート(登録店舗専用)

回答期限：令和4年2月28日(月)

※ 本アンケートは、富田林市プレミアム付商品券事業の登録店舗専用です。登録店舗以外ではご利用できません。登録店舗の登録区分で回答をお願いします。

Q1. 貴店舗の「登録区分」を選択してください。(本事業の登録区分でお願いします)

Q2. 貴店舗の「業種」を選択してください。(本事業の登録区分でお願いします)

Q3. 貴店舗の「区分」を選択してください。(本事業の登録区分でお願いします)

Q4. 貴店舗における「商品券の利用」について、教えてください。

Q5. プレミアム付商品券事業による「効果」について、教えてください。

Q6. プレミアム付商品券事業による「売上」について、教えてください。

Q7. プレミアム付商品券事業による「来客者数」について、教えてください。

Q8. 商品券を利用してもらうための独自のセールや SNS・チラシなどの「販売促進活動」について、教えてください。