

「こまきプレミアム商品券」市民アンケートの結果について

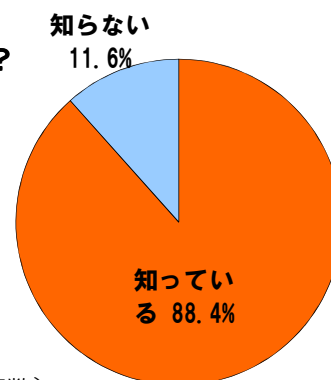
1. 実施概要

- (1) 実施目的 : 今後の商品券事業の参考にするため
- (2) 対象者 : 平成26年5月1日現在、小牧市内に1年以上居住する16歳以上3,000人（無作為抽出）
- (3) 実施期間 : 平成26年6月30日から平成26年7月18日（7月28日到着分まで反映）
- (4) 回答数 : 回収数982 有効票数981 有効回答率32.7%

2. 実施結果

問1 あなたは、こまきプレミアム商品券事業をご存知ですか？

知っている	867	88.4%
知らない	114	11.6%
無回答	0	0%
合計	981	100%



年代別（知っている／回答数）

29歳以下	57/81	70.4%
30歳代	108/122	88.5%
40歳代	148/157	94.3%
50歳代	138/149	92.6%
60歳代	238/268	88.8%
70歳代	141/160	88.1%
80歳以上	36/43	83.7%
無回答	1/1	100%
全体	867/981	88.4%

地区別（知っている／回答数）

小牧	349/391	89.3%
味岡	195/223	87.4%
篠岡	218/241	90.5%
北里	101/122	82.8%
無回答	4/4	100%
全体	867/981	88.4%

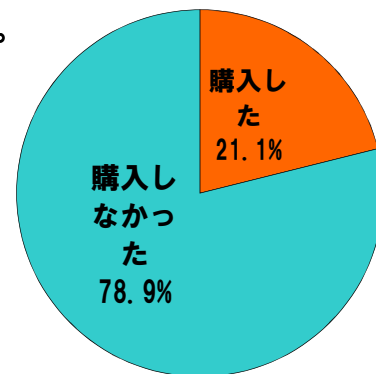
地区分け（小学校区）

小牧地区	小牧、村中、三ツ淵、小牧南、米野、小牧原
味岡地区	味岡、一色、本庄
篠岡地区	篠岡、桃ヶ丘、陶、光ヶ丘、大城
北里地区	北里、小木

- 88.4%（H24：79.0%、H25：80.9%）の方が「知っている」と回答をされており、市民の方の認知度が上がっていることがうかがえます。一方で、「知らない」と回答された方が11.6%（H24：20.0%、H25：18.8%）見えますので今後も継続的なPRが必要です。
- 年齢別では特に29歳以下の方の認知度が増加しておりますが、他の世代と比較して70.4%（H24：55.2%、H25：55.8%）と低くなっています。地区別では、4地区とも認知度が増加傾向にはありますが、引続き、年代、地域などの特性にあったPR方法を検討する必要があります。

問2 問1で「1 知っている」と回答した方にお聞きします。

あなたは、平成26年6月に販売した、プレミアム商品券を
購入されましたか？



購入した	183	21.1%
購入しなかった	684	78.9%
無回答	0	0%
合計	867	100%

年代別（購入した／知っていた）

29歳以下	8/57	14.0%
30歳代	19/108	17.6%
40歳代	27/148	18.2%
50歳代	37/138	26.8%
60歳代	65/238	27.3%
70歳代	18/141	12.8%
80歳以上	9/36	25.0%
回答なし	0/1	0.0%
全体	183/867	21.1%

地区別（購入した／知っていた）

小牧	69/349	19.8%
味岡	41/195	21.0%
篠岡	53/218	24.3%
北里	20/101	19.8%
回答なし	0/4	0.0%
全体	183/867	21.1%

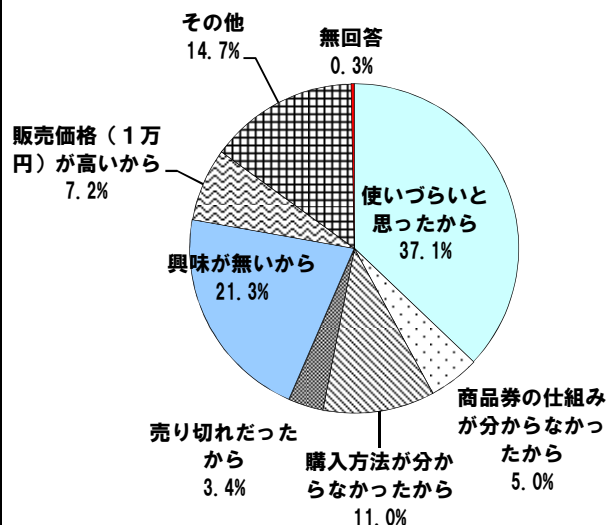
地区分け（小学校区）

小牧地区	小牧、村中、三ツ淵、 小牧南、米野、小牧原
味岡地区	味岡、一色、本庄
篠岡地区	篠岡、桃ヶ丘、陶、 光ヶ丘、大城
北里地区	北里、小木

- 商品券の購入状況について、「購入した」21.1%（H24：21.6%、H25：19.8%）、
「購入しなかった」78.9%（H24：78.4%、H25：79.5%）となっており、購入し
た方の割合が、前回調査（平成25年4月販売）よりやや増加しております。
- 商品券事業を「知っている」と回答された方のうち78.9%（H24：78.4%、H25：
79.5%）の方が「購入しなかった」と回答されており、認知度が高まっている反面、購
入に繋がっていないことがうかがえます。
- 商品券事業を知っているが購入に繋がっていない年代や地区は、年齢別では29歳以下、
30歳代、40歳代、70歳代また、地区別では小牧・北里地区となっており、購入者の
年齢層や地区に偏りが無いようPR方法の改善や販売体制の強化に努める必要がありま
す。

問3 問2で「2 購入しなかった」と回答した方にお聞きします。
 あなたが平成26年6月に販売した商品券を購入しなかった理由は何ですか？

使いづらいと思ったから	254	37.1%
商品券の仕組みが分からなかったから	34	5.0%
購入方法が分からなかったから	75	11.0%
売り切れだったから	23	3.4%
興味が無いから	146	21.3%
販売価格（1万円）が高いから	49	7.2%
その他	101	14.7%
無回答	2	0.3%
合計	684	100%



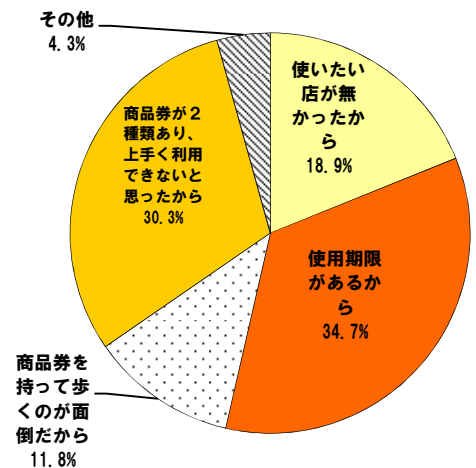
その他の意見（抜粋）

- ・近くにプレミアム商品券を使用できる店がないため。
- ・買い物はカードを利用しているため。
- ・気づいたら販売期間を過ぎていたから。
- ・購入する予定のものがなかったため。
- ・お得だと思うけど、購入方法が面倒に思った。

■商品券事業を知っているが購入しなかった主な理由は、前回、前々回と同様に、「使いづらいと思ったから」37.1%（H24：42.5%、H25：34.4%）、「興味が無いから」21.3%（H24：20.7%、H25：27.2%）が半数以上を占めています。商品券の使用方法やメリットの周知を含め、さらに商品券事業の魅力を高める必要があります。

**問4 問3で「1 使いづらいと思ったから」と回答した方にお聞きします。
あなたが使いづらいと思った具体的な内容は何ですか？**

使いたい店が無かったから	48	18.9%
使用期限があるから	88	34.7%
商品券を持って歩くのが面倒だから	30	11.8%
商品券が2種類あり、上手く利用できないと思ったから	77	30.3%
その他	11	4.3%
合計	254	100%



その他の意見（抜粋）

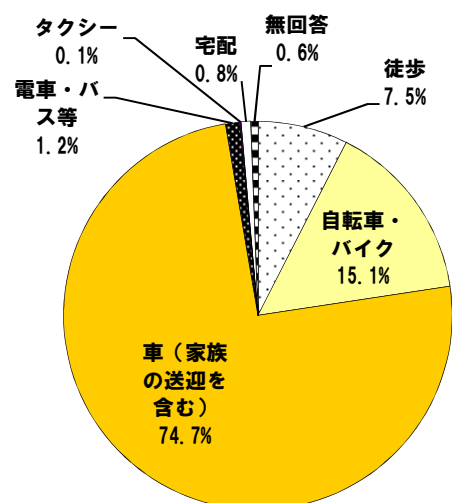
- ・いつも利用するスーパーが使用できないから。
- ・使える店か使えない店か覚えていないと不便だから。
- ・5千円の商品券があれば購入しても良いかも。
- ・独り者なので、大量に購入することも少なく、こまめに買い物へ行きたいから。
- ・現金を商品券に変えてしまうと絶対に現金より早く消費してしまうと思ったため。

■「使いづらいと思ったから」の主な理由は、前回と同様に、「使用期限があるから」34.7%（H24：31.2%、H25：23.6%）、「商品券が2種類あり、うまく利用できないと思ったから」30.3%（H24：31.6%、H25：29.3%）、「使いたい店がなかったから」18.9%（H24：24.9%、H25：30.8%）となっております。加盟店の増加や幅広い業種の参加、商品券の具体的な使用方法のさらなるPRに努める必要があります。

問5 全ての方にお聞きします。

あなたは、普段、食料品や日用品などの買い物へは、どのような交通手段を利用しますか？

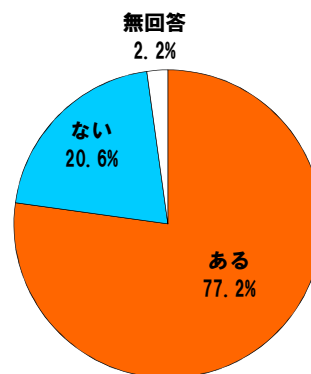
徒歩	73	7.5%
自転車・バイク	148	15.1%
車(家族の送迎を含む)	733	74.7%
電車・バス等	12	1.2%
タクシー	1	0.1%
宅配	8	0.8%
無回答	6	0.6%
合計	981	100%



問6 問5で【車、電車・バス等、タクシー、宅配】と答えた方にお聞きします。

あなたの家の近くには、食料品や日用品などを販売している店がありますか？

ある	582	77.2%
ない	155	20.6%
無回答	17	2.2%
合計	754	100%



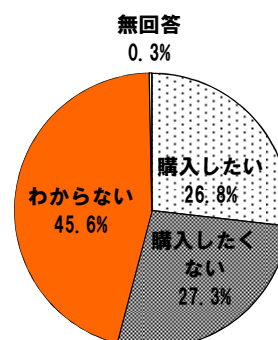
■近隣に日常生活用品の店舗があると77.2%（H24：79.3%、H25：74.0%）の方が回答している反面、買い物への交通手段として、前回調査、前々回と同様に車の利用が74.7%（H24：74.7%、H25：72.5%）と突出して多いことから、日常の買い物については、近隣の中小小売店ではなく大型店・中型店での購入が多いと推測されます。食料品や日用品などの生活必需品、理美容・飲食等の中小小売店が立地する近隣の商店街などにおいて、商品券事業を利用した販売促進につなげるための魅力ある独自の取組みが必要と考えられます。

問7 全ての方にお聞きします。

平成26年度は引き続き、11月にプレミアム商品券を販売する予定です。

あなたは購入したいと思いますか？

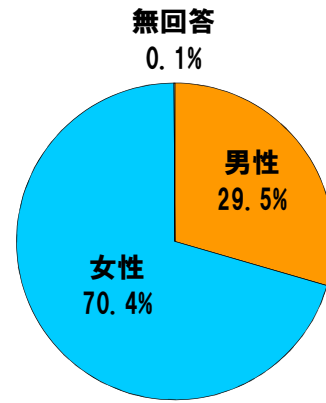
購入したい	263	26.8%
購入したくない	268	27.3%
わからない	447	45.6%
無回答	3	0.3%
合計	981	100%



■次回（H26.11）販売における商品券購入については「購入したい」26.8%（H24：27.0%、H25：25.8%）、「購入したくない」27.3%（H24：25.0%、H25：28.5%）、「わからない」45.6%（H24：46.9%、H25：44.8%）となっており、購入希望者については前回、前々回同様26%前後で推移しています。

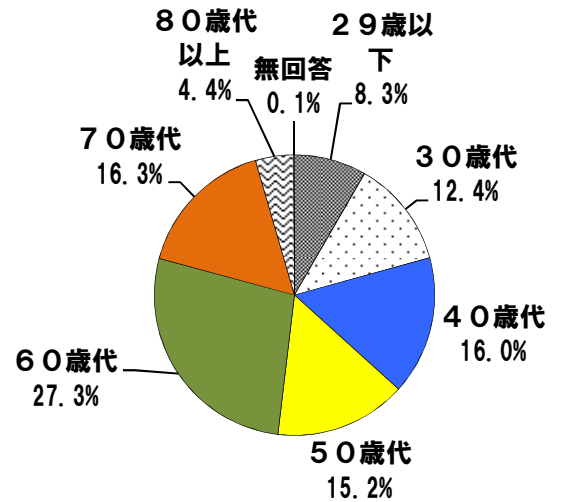
問8 あなたの性別をお聞かせください。

男性	289	29.5%
女性	691	70.4%
無回答	1	0.1%
合計	981	100%



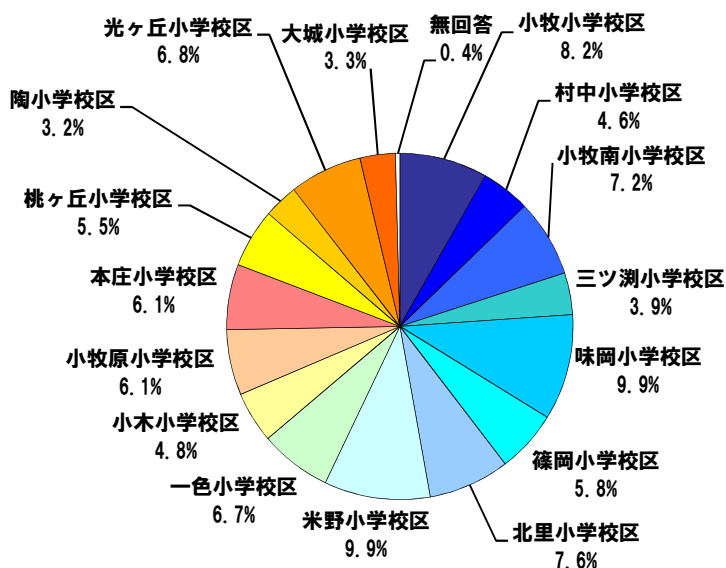
問9 あなたのご年齢をお聞かせください。

29歳以下	81	8.3%
30歳代	122	12.4%
40歳代	157	16.0%
50歳代	149	15.2%
60歳代	268	27.3%
70歳代	160	16.3%
80歳以上	43	4.4%
無回答	1	0.1%
合計	981	100%



問10 あなたのお住まいはどちらですか。

小牧小学校区	80	8.2%
村中小学校区	45	4.6%
小牧南小学校区	71	7.2%
三ツ渚小学校区	38	3.9%
味噌小学校区	97	9.9%
篠岡小学校区	57	5.8%
北里小学校区	75	7.6%
米野小学校区	97	9.9%
一色小学校区	66	6.7%
小木小学校区	47	4.8%
小牧原小学校区	60	6.1%
本庄小学校区	60	6.1%
桃ヶ丘小学校区	54	5.5%
陶小学校区	31	3.2%
光ヶ丘小学校区	67	6.8%
大城小学校区	32	3.3%
無回答	4	0.4%
合計	981	100%



商品券事業についての自由意見（抜粋）

- ・使いたいと思えるような商店、商品を取り扱っている所がない。その店にしか無いとかここでしか買えないと言ったものがない。
- ・今回支所で代行予約していただき、大変助かりました。次回11月に発行予定でしたら、今回同様手続きを希望します。
- ・使用期限があり、以前使い過ぎて無駄になった。お得感があまり無いと思います。
- ・販売価格が5千円くらいだと購入しやすいです。
- ・北里地区では使用できる店が少ない。車に乗れる人は良いが、高齢者には難しい。
- ・毎回、限度額まで購入しています。お得感もあってつつい財布のひもが緩み地域で購入する機会がうんと増えました。地域活性化に素晴らしい力になると思います。継続していただきたいです。
- ・多額の市税を投入することの意味について疑問があった。1万円程度なら、商品券がなくとも必要に迫られ近くのスーパー、コンビニで現金購入している。わざわざ市外で買い物などしない。
- ・消費税のUP以来プレミアム商品券の価値を一層感じるが、使用期限がもう少し長いと良いと思う。ついうっかり使用期限が近づくまで忘れているときがあり、慌てた事がある。
- ・10%プレミアムの引き上げを希望する。お得感がちょっと少ないと感じる。
- ・地域活性の為には商品券利用が少しでも役に立つかと思いますが、1度に払う1枚の券が高いように思われ、若い人と違ってそんなに1度に買う必要がないので利用する気はありません。
- ・1人4セットは少ないと思う。もう少しセット数を増やしてほしい。
- ・夏よりも冬の方が、クリスマスやお正月などのイベントでお金を使うことが多いので、夏よりも冬の方の販売数を増やすと良いと思う。

3. 総括

今回の市民アンケートの結果からうかがえる市民の商品券事業に対する認識やその課題につきましては、前回、前々回の調査とほぼ同様なものとなりましたが、その中でも商品券を知っていると回答をされた割合がH24：79.0%、H25：80.9%、H26：88.4%と着実に増加をしてきており、平成23年度からプレミアム商品券事業を継続してきた効果が出てきていると考えられます。しかし引き続き課題もあり、主な課題につきましては、次のものが考えられます。

1点目として、高い認知度がある一方、知っていても購入しなかった方が約8割あり、その理由は「使いづらいと思ったから」、「興味が無いから」が多く回答されました。また、使いづらいと思う理由として「使用期限があるから」、「商品券が2種類あり、上手く利用できないと思ったから」、「使いたい店が無かったから」などが多く見受けられます。これらのことから、幅広い業種の店舗の参加や各地区における加盟店の増加、日常生活用品など生活関連の店舗などの加盟状況や具体的使用方法及びメリットのPR、商品券事業を利用した各加盟店における独自の取組みなど商品券事業の魅力をさらに高める必要があります。

2点目として、商品券事業を「知らない」と回答された方々の特性として、その年代が29歳以下の方々が多く、昨年度の調査時に比べてその割合は減ってはいますが、日常生活用品の実質的な購入層でない方々の認知度が低くなっております。さらに、知っていても購入しなかった方々の特性についても、その年代が29歳以下、30歳代、40歳代、70歳代の方々となっており、地区としては、小牧・北里地区となっていることから、若年層や子育て世代等の関心が低いこと、また、北里地区の体制が弱いことがうかがえます。このため、若年層や子育て世代への普及率が高いスマートフォンなど携帯端末を活用したPRやこれらの世代が魅力を感じる取組みを強化する必要があると考えられます。また、北里地区につきましては、引続き、販売店・加盟店が増えるよう未加盟店舗への更なるPRと、販売時期などについて市広報や新聞など情報媒体でのPRのほか、各店舗における一層のPRが必要であると考えております。

3点目として、日常生活用品の買い物の交通手段として、車の利用が圧倒的に多いことから、日常の買い物については、大型店・中型店でのご購入が多いと推測されます。このため、各加盟店での商品券事業を利用した販売促進につなげるための魅力ある独自の取組みやサービスの提供が必要と考えられることから、引続き、店主に対するその啓発が必要と考えております。

4点目として、平成26年6月に販売した商品券の購入状況については、「購入した」21.1%、「購入しなかった」78.9%となっており、購入者の割合が前回調査より若干増加いたしました。また、次回販売となる平成26年11月販売での商品券購入については「購入したい」が26.8%、「購入したくない」27.3%、「わからない」45.6%となっており、購入希望者も前回調査よりも若干増加してはおりますが、約半数の方が「わからない」と回答をされております。引き続きより多くの市民の方に商品券を購入していただくため、これまでの課題のほか、販売方法やその内容も含め検討が必要です。

これらのことから、「こまきプレミアム商品券事業」について、世代や地区など対象とする市民に応じた幅広い方法により、わかりやすい内容でPRを行うとともに、引続き小牧商工会議所と連携し、商品券販売の方法・体制、加盟店の増加、各加盟店における取組みなどにより、商品券事業の魅力をさらに高めてまいりたいと考えております。