

「A こまきプレミアム商品券」「B プレミアム付商品券」に関する 市民アンケートの結果について

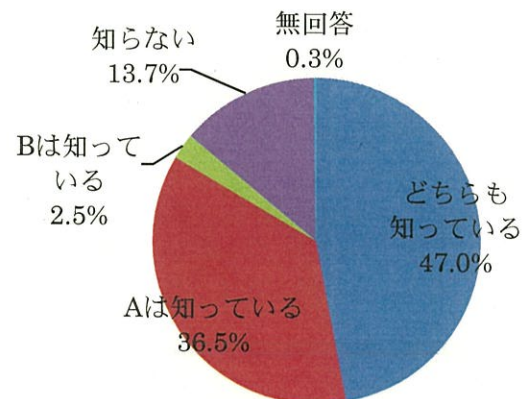
1. 実施概要

- (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 : 令和2年1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 : 令和2年4月20日から令和2年4月30日
 （令和2年5月25日到着分まで反映）
 (4) 回答数 : 回収数827 有効票数827 有効回答率27.5%
 ※令和2年度の商品券事業の中断の決定前に発送しております。

2. 実施結果

問1 あなたは、「A こまきプレミアム商品券（プレミアム率10%）」及び「B プレミアム付商品券（プレミアム率25%）」をご存知ですか？

1. どちらも知っている	389	47.0%
2. Aは知っている	302	36.5%
3. Bは知っている	21	2.5%
4. 知らない	113	13.7%
無回答	2	0.3%
合計	827	100.0%



（AもしくはBの商品券を知っている／回答数）

年代別		
29歳以下	52/76	68.4%
30歳代	63/81	77.7%
40歳代	106/122	86.8%
50歳代	125/139	89.9%
60歳代	144/154	93.5%
70歳代	151/168	89.8%
80歳以上	47/58	81.0%
無回答	24/29	82.7%
全体	712/827	86.0%

地区別

小牧	286/332	86.1%
味岡	150/175	85.7%
篠岡	190/214	88.7%
北里	82/96	85.4%
無回答	4/10	40.0%
全体	712/827	86.0%

地区分け（小学校区）

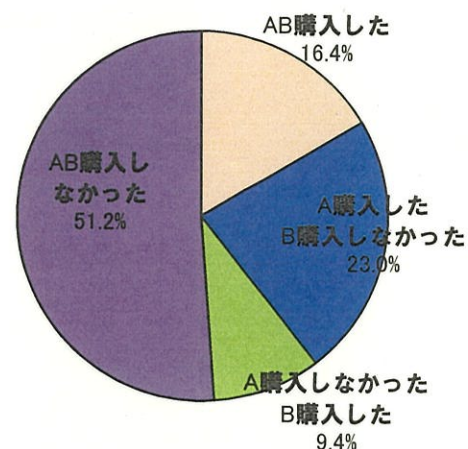
小牧地区	小牧、村中、三ツ渕、 小牧南、米野、小牧原
味岡地区	味岡、一色、本庄
篠岡地区	篠岡、桃ヶ丘、陶、 光ヶ丘、大城
北里地区	北里、小木

- 86.0%（H24：79.0%、H25：80.9%、H26：88.4%、H27：91.5%、H28：90.1%、H29：91.5%、H30：92.5%）の方が「知っている」と回答しています。毎年上昇傾向にあった商品券の認知度が、昨年度と比較して6.5%減少しています。
- 年代別では29歳以下の方の認知度が、68.4%（H24：55.2%、H25：55.8%、H26：70.4%、H27：69.0%、H28：70.7%、H29：67.2%、H30：80.0%）と他の年代と比較すると認知度が低くなっております。地区別では、4地区とも認知度が8割ありますが、引続き、年代、地域などの特性にあったPR方法を行っていく必要があります。

問2 問1で「1～3」を選択した方にお聞きします。

あなたは、令和元年度に販売した2つの商品券を
購入されましたか？

1.A→購入した B→購入した	117	16.4%
2.A→購入した B→購入しなかった	164	23.0%
3.A→購入しなかった B→購入した	67	9.4%
4.A→購入しなかった B→購入しなかった	364	51.2%
合計	712	100.0%



(AもしくはBの商品券を購入した/回答数)

年代別 (購入した/知っている)

29歳以下	14/52	26.9%
30歳代	37/63	58.7%
40歳代	47/106	44.3%
50歳代	53/125	42.4%
60歳代	78/144	54.1%
70歳代	75/151	49.6%
80歳以上	29/47	61.7%
回答なし	15/24	62.5%
全体	348/712	48.8%

地区別 (購入した/知っている)

小牧	141/286	49.3%
味岡	74/150	49.3%
篠岡	88/190	46.3%
北里	42/82	51.2%
回答なし	3/4	75.0%
全体	348/712	48.8%

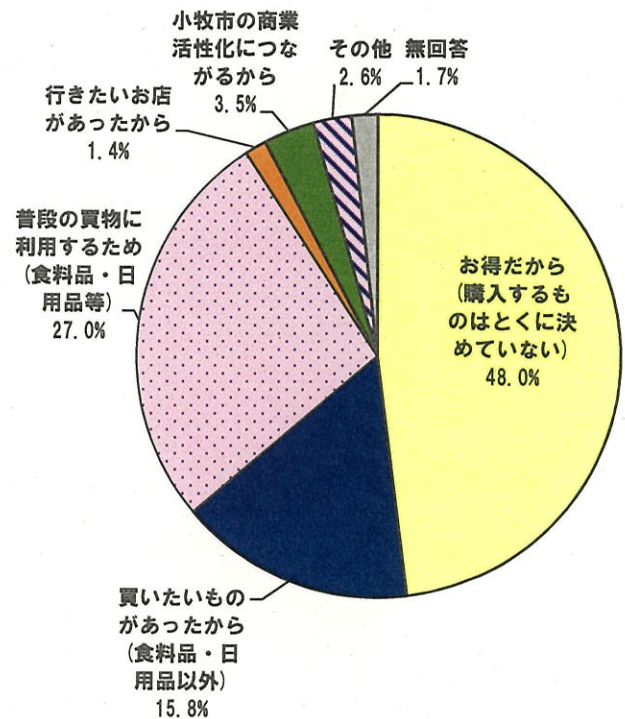
地区分け (小学校区)

小牧地区	小牧、村中、三ツ渚、 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」が48.8% (H24:21.6%、H25:19.8%、H26:21.1%、H27:29.1% (特別予約枠申込中7.8%分別にあり)、H28:27.7%、H29:38.3%、H30:32.9%) となっております。今年度は通年実施している「プレミアム商品券」と購入対象者を限定した「プレミアム付商品券」の2つの商品券を販売したことにより、購入率が上昇しています。(注:各年度においてアンケートの対象者数は同じですが、商品券の発行額や流通額は、各年度により差異があります。)
- 年代別では、年代によって2割強から6割弱の方が商品券の購入をしており、年代間の差が広がっています。地区別では篠岡地区が他の地域と比較して商品券の購入者割合が低くなっており、購入者の年齢層や地区に偏りがないようPR方法や販売体制の改善及び強化に努める必要があります。

問3-1 問2で「1～3」を選択した方にお聞きします。
あなたが、AまたはBを購入した動機は何ですか？

1.お得だから(購入するものはとくに決めていない)	167	48.0%
2.買いたいものがあったから(食料品・日用品以外)	55	15.8%
3.普段の買物に利用するため(食料品・日用品等)	94	27.0%
4.行きたいお店があったから	5	1.4%
5.小牧市の商業活性化につながるから	12	3.5%
6.その他	9	2.6%
無回答	6	1.7%
合計	348	100.0%



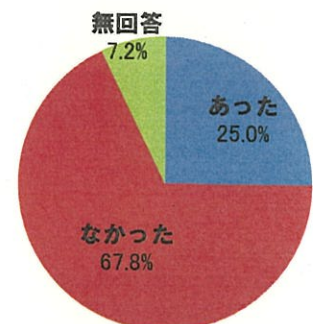
その他の意見(抜粋)

- ・家族が購入してきた。
- ・たまたま車検で使ったところが、こちらでお得になりますと教えてもらったので購入して利用しました。

問3-2 問2で「1～3」を選択した方にお聞きします。

市外のお店で購入を考えていたが、商品券を購入したことで、市内のお店に購入変更したものはありましたか？また、購入変更したのは、購入した商品の約何割ですか？

1.あった	87	25.0%
2.なかった	236	67.8%
無回答	25	7.2%
合計	348	100.0%



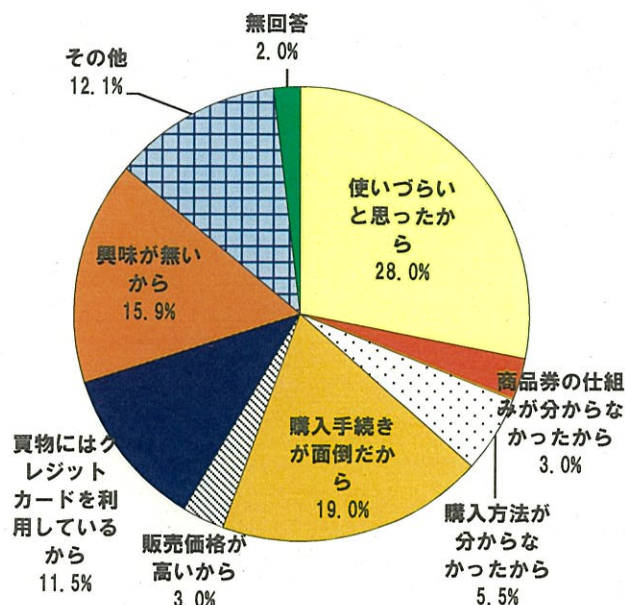
購入した商品券の割合(回答数: 5人)

- ・2割(3人) ・6割(1人) ・8割(1人)

■購入したと回答した方のうち「買いたいものがあったから(食料品・日用品以外)」が15.8%、「小牧市の商業活性化につながるから」が3.5%であり、商品券を購入したことで市内のお店に購入変更したと回答した方は25.0%と、普段の買い物以外の消費喚起や市民の商業活性化への意識向上に一定程度繋がっていると考えられます。

問4 問2で「4」と回答した方にお聞きします。
あなたが、AまたはBを購入しなかった理由は何ですか？

1.使いづらいと思ったから	102	28.0%
2.商品券の仕組みが分からなかったから	11	3.0%
3.購入方法が分からなかったから	20	5.5%
4.購入手続きが面倒だから	69	19.0%
5.販売価格が高いから	11	3.0%
6.買物にはクレジットカードを利用しているから	42	11.5%
7.興味が無いから	58	15.9%
8.その他	44	12.1%
無回答	7	2.0%
合計	364	100.0%



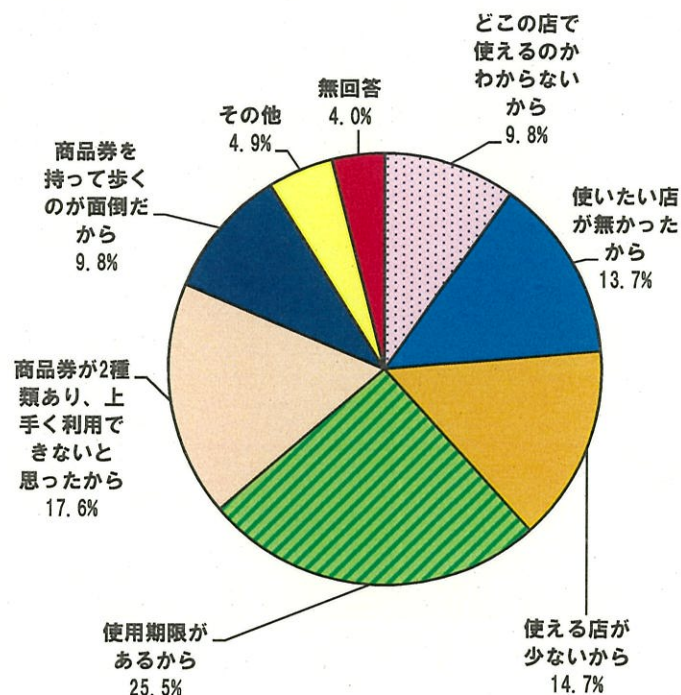
その他の意見（抜粋）

- ・お得感がそれほど感じないから。
- ・現金以外だと、買い物しすぎて無駄遣いになったりするから。
- ・購入するのに予約したり、わざわざ買いに行かないといけなから。（どこの店でも買えないのが面倒）
- ・学生で大学帰りに市外で買い物するのであまり使わない。
- ・購入しようと思っているが、購入できる日が平日なので購入できない。
- ・普段からペイペイやQRコードを使用している。ポイントもつくし、市内にないお店を使用したりしている。
- ・いつも使う店が一緒なので、だんだん使いづらくなってきた。
- ・活性化で期限があるのは理解できますが使用期限がプレッシャーになり面倒なのが本音です。
- ・購入できる場所に行く機会がなかったから。前年度はたまたまいったので購入した。

■商品券事業を知っているが購入しなかった主な理由は、過去の調査傾向と同様に「使いづらいと思ったから」28.0%（H24：42.5%、H25：34.4%、H26：37.1%、H27：35.7%、H28：27.3%、H29：23.4%、H30：27.5%）となっております。また、2番目に多い回答結果として、昨年度「興味が無いから」から「購入手続きが面倒だから」に変化しており、今年度については2つの商品券の購入方法や場所が異なっていたことも要因の一つと考えられます。使用方法やメリットの周知活動を改善及び強化するとともに、販売及び使用方法について検討を行い、商品券事業の魅力を高める必要があります。

問5 問4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理由は何ですか？

1.どの店で使えるのかわからないから	10	9.8%
2.使いたい店が無かったから	14	13.7%
3.使える店が少ないから	15	14.7%
4.使用期限があるから	26	25.5%
5.商品券が2種類あり、上手く利用できないと思ったから	18	17.6%
6.商品券を持って歩くのが面倒だから	10	9.8%
7.その他	5	4.9%
無回答	4	4.0%
合計	102	100.0%



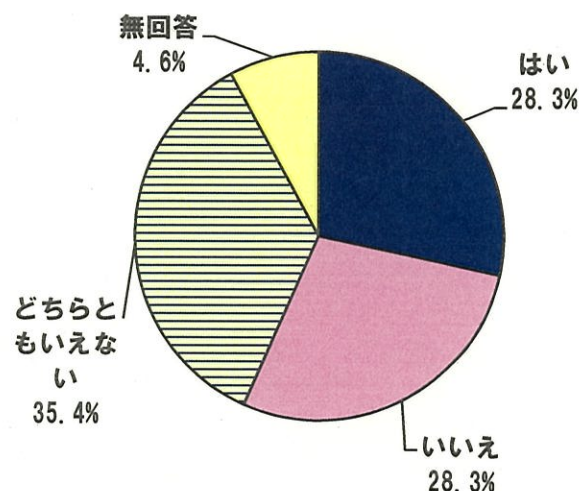
その他の意見（抜粋）

- ・商品券の片方に偏って使用してしまうので、どうしてももう1つの種類があまってしまい、期限もあるので使いたくなくても無駄に買い物をしてしまうので、損している気がする。おつりも出ないので大変です。
- ・スーパー等のレジで行列があり、枚数を数えての支払いに時間を要し、後ろの方に早くしてと注意され、少額支払いのみに使っていたが、商品券を多額に購入したため、使用期限が迫り慌てました。

■「使いづらいと思ったから」の主な理由は、「使用期限があるから」25.5%（H24：31.2%、H25：23.6%、H26：34.7%、H27：31.5%、H28：31.9%、H29：22.5%、H30：19.1%）、「商品券が2種類あり、うまく利用できないと思ったから」17.6%（H24：31.6%、H25：29.3%、H26：30.3%、H27：38.1%、H28：29.7%、H29：31.0%、H30：24.2%）、が挙げられます。消費需要を捉えた利用期間の設定や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。また「使える店が少ないから」14.7%、「使いたい店が無かったから」13.7%、「どの店で使えるのかわからないから」9.8%と加盟店に関する合計が38.2%となっており、加盟店の増加や幅広い業種の参加が求められます。

問6 問1で「4 知らない」と回答した方にお聞きします。
表紙の商品券の概要をご覧になって、興味を持たれましたか？

1.はい	32	28.3%
2.いいえ	32	28.3%
3.どちらともいえない	40	35.4%
無回答	9	8.0%
合計	113	100.0%

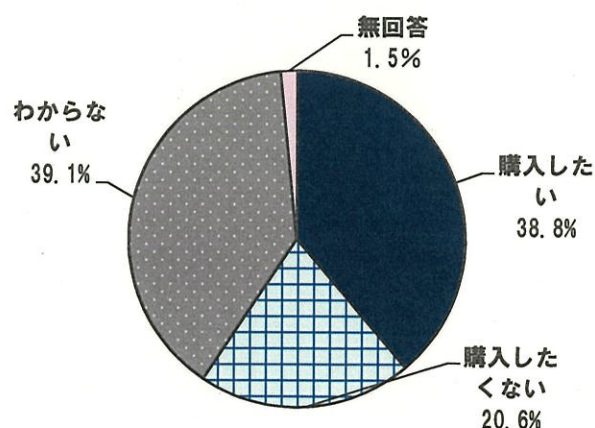


■商品券を「知らない」と回答した方に対してアンケート表紙の概要を読んで興味を持たれたかをお聞きしたところ28.3%（H29：15.6%、H30：22.7%）の方が「はい」と回答されました。商品券を知らない方への周知方法について検討し、より多くの方に興味を持っていただけるようPR活動の改善・強化や商品券の魅力向上の必要があります。

問7 全ての方にお聞きします。

令和2年度も「Aこまきプレミアム商品券（プレミアム率10%）」を発行する予定です。
あなたは購入したいと思いますか？

1.購入したい	321	38.8%
2.購入したくない	170	20.6%
3.わからない	323	39.1%
無回答	13	1.5%
合計	827	100.0%

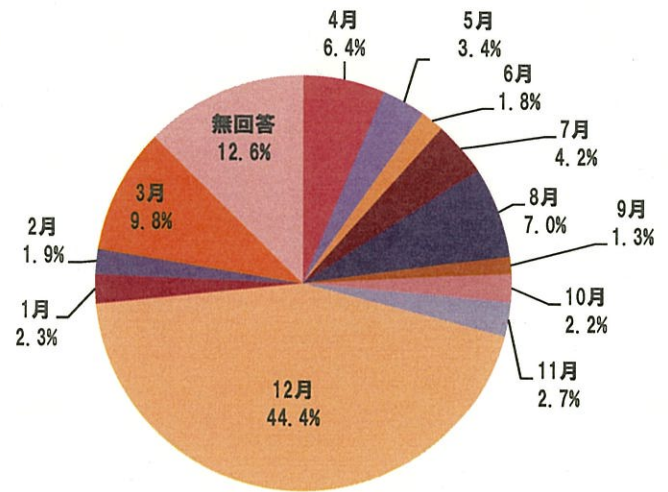


■令和2年度発行における商品券購入については、「購入したい」38.8%（H24：27.0%、H25：25.8%、H26：26.8%、H27：42.3%、H28：34.9%、H29：38.8%、H30：35.1%）、「購入したくない」20.6%（H24：25.0%、H25：28.5%、H26：27.3%、H27：18.1%、H28：23.0%、H29：26.0%、H30：29.5%）となっております。前年度と比較すると、「購入したい」と回答された方が3.7%増加し、「購入したくない」と回答された方が8.9%減少しています。引き続き、商品券事業の魅力を高め、販売に繋げていく必要があります。

問8 全ての方にお聞きします。

あなたが商品券を購入した場合、最も利用したいと思うのは何月ですか？

4月	53	6.4%
5月	28	3.4%
6月	15	1.8%
7月	35	4.2%
8月	58	7.0%
9月	11	1.3%
10月	18	2.2%
11月	22	2.7%
12月	367	44.4%
1月	19	2.3%
2月	16	1.9%
3月	81	9.8%
無回答	104	12.6%
合計	827	100.0%

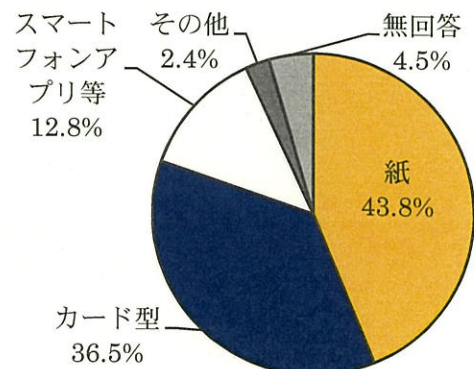


■今年度新たに追加した設問で、商品券を利用したい時期についてお聞きしたところ、「12月」が44.4%、「3月」が9.8%と回答されました。年末や年度末などまとまってお金を使う時期に商品券を利用したいと考える方が多いことを踏まえ、販売時期や使用期限を検討していく必要があります。

問9 全ての方にお聞きします。

今後の商品券の形態についてどれが良いと思いますか？

紙（現状のまま）	362	43.8%
カード型 （プリペイドカード等）	302	36.5%
スマートフォンアプリ等 （QRコード決済など）	106	12.8%
その他	20	2.4%
無回答	37	4.5%
合計	827	100.0%



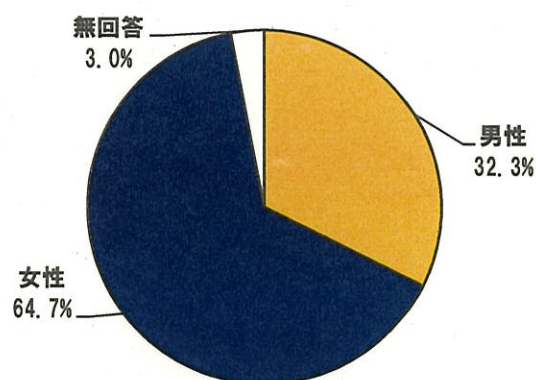
その他の意見（抜粋）

- ・特になんでも良いです。
- ・本人の希望で選択できる形が良い。
- ・おまかせ

■今年度新たに追加した設問で、商品券の形態について43.8%の方が「紙（現状のまま）」と回答しました。一方で、36.5%が「カード型」、12.8%が「スマートフォンアプリ等」と回答していて、約半数を占め、市民のキャッシュレス化に対する意識が高まっていると考えられます。

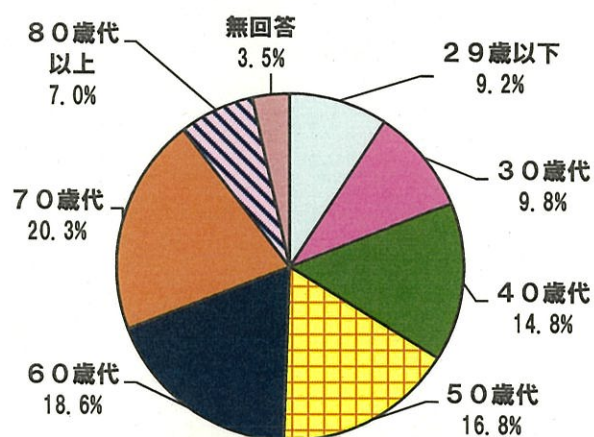
問 9 あなたの性別をお聞かせください。

男性	267	32.3%
女性	535	64.7%
無回答	25	3.0%
合計	827	100.0%



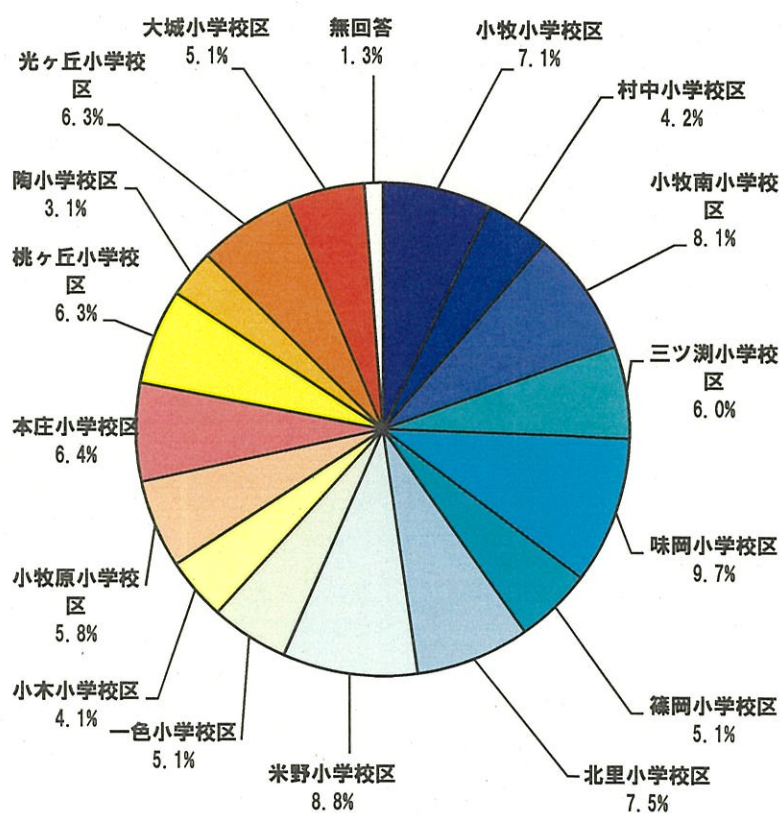
問 10 あなたのご年齢をお聞かせください。

29 歳以下	76	9.2%
30 歳代	81	9.8%
40 歳代	122	14.8%
50 歳代	139	16.8%
60 歳代	154	18.6%
70 歳代	168	20.3%
80 歳以上	58	7.0%
無回答	29	3.5%
合計	827	100.0%



問 11 あなたのお住まいはどちらですか。

小牧小学校区	59	7.1%
村中小学校区	35	4.2%
小牧南小学校区	67	8.1%
三ツ淵小学校区	50	6.0%
味噌小学校区	80	9.7%
篠岡小学校区	42	5.1%
北里小学校区	62	7.5%
米野小学校区	73	8.8%
一色小学校区	42	5.1%
小木小学校区	34	4.1%
小牧原小学校区	48	5.8%
本庄小学校区	53	6.4%
桃ヶ丘小学校区	52	6.3%
陶小学校区	26	3.1%
光ヶ丘小学校区	52	6.3%
大城小学校区	42	5.1%
無回答	10	1.3%
合計	827	100.0%



商品券事業についての自由意見[A プレミアム率 10%] (抜粋)

- どの店でも使える商品券がいい。
- 若年層へもっと周知を。コロナのこともありキャッシュレスを取り入れて欲しい。
- プレミアム率を 10%→15%。
- 加入店かどうかを確認するのが面倒。全ての店舗で利用できれば再考の余地あり。
- えーなも、いーなも共に 10%付けて出したほうがよい。
- 毎年出してほしい。
- ほとんど小牧市内での買い物なので残るくらいなら 1 人 5 セット以上と幅を広げてほしい。
- 現状の紙の状態だと嵩張って、何十枚と財布に入れることも難しく、別の袋に入れて持つのも面倒なので、ぜひとも、カード型にしてほしいです。
- 使用期限があるので使いづらい。買いたい店が少ない。
- もう少し 1 人あたりの購入枚数を増やしてほしい。
- えーなも券といーなも券があり、使いづらく感じる。
- 購入できる場所を増やしてほしい。
- 今はカード割引やアプリがあるので初期のようなお得感や魅力がなくなりつつあると思います。
- 市外勤務のため休日に用意に入手できれば購入したい。
- お釣りがもらえないと聞いたので、使いづらいと思いました。

商品券事業についての自由意見[B プレミアム率 25%] (抜粋)

- 消費税対策としてなら、直接現金を振り込んだ方が早かったのでは。
- 現在買い物はほとんどキャッシュレスになっているので、冊子を持ち歩くのが多少負担でした。そう考えるとキャッシュレスの商品券になるとありがたい。
- プレミアム率 25%は買える人が限定されるので、買えない。対象者を拡大してほしいです。
- 上限を（購入の）あげてほしいです。乳幼児がいるので助かりました。
- 非常にお値打ち感があり有効に使わせてもらいました。機会があればまたぜひ参加させていただきます。
- 高校生までの対象だとすごくうれしい。
- 今年も出してほしい。
- プレミアム付商品券の対象にならにことが残念。全市民を対象にしてほしい。
- 500 円券だけでなく、1000 円券もあると利用しやすい。
- 非課税世帯なので少しでもお値打ちであれば今後も購入したいです。上限額がなければ A の方も購入したいです。
- 65 歳以上も含めてほしい。扶養家族といえど、家計は別の人もいると思います。少額な年金だけではなかなか。
- プレミアム率がよく、何よりうれしかったのが、えーなも券ばかりなのでとても使いやすいのが良かった。
- プレミアム率 25%はお得感もあり良いが、使用できる店が少ないのと使用期限が気にかかる。

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付きましては、過去の調査とほぼ同様なものとなりましたが、プレミアム商品券を「知っている」と回答された方が86.0%と昨年度の92.5%から6.5%減少しました。また、29歳以下の認知度が68.4%と他の世代と比較し低いことを踏まえ、引き続きSNS（フェイスブック、ツイッター、LINE）など若年層に向けた周知活動を行っていく必要があることが分かりました。

一方で、商品券の購入状況については、48.8%と昨年度32.9%から15.9%増加しました。これは、通年実施している「こまきプレミアム商品券」と、消費税率引き上げ対策として国の支援を受けて実施した「プレミアム付商品券」の2つの商品券を販売したことで、商品券のPRの機会が増え、新規の商品券購入者が増えたことも要因の一つであると考えられます。

また、次回の商品券購入については平成30年度の調査では35.1%の方が「購入したい」と回答されたのに対して、今回の調査では38.8%と増加しました。今後もより多くの方に商品券を購入していただけるよう商品券の魅力を向上させるため、次の課題について対応を検討する必要があります。

1点目として、商品券を知っていても購入しなかった方の割合が51.2%と約半数の割合を占めている点です。その理由としては「使いづらいと思ったから」「購入手続きが面倒だから」「興味が無いから」が多く回答されました。使いづらいと思う理由としては「使用期限があるから」が最も多く、これに「商品券が2種類あり、上手く利用できないと思ったから」が続き、「使いたい店が無かったから」「どこの店で使えるのかわからないから」「使える店が少ないから」といった加盟店に関する理由が前年度と同様に3つ合計で38.2%を占めました。これらのことから消費需要を捉えた利用期間の設定、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」と回答された方で年代によって割合に大きな差がある点です。さらに、知っていても購入しなかった方について、年代別では29歳以下、地区別では篠岡地区が高い傾向となっていることから、若年層への需要を喚起するため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、篠岡地区については、引き続き、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周知活動ほか、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。年代や地区に偏り無く購入したいと思っていただき、小牧市の商業活性化に繋げる商品券事業にしていけることが重要であると考えております。

さらに、今後の商品券の形態については、43.8%が「紙（現状のまま）」が良いと回答した一方、「カード型」「スマートフォンアプリ等」を選択した方が約半数を占め、消費者にとってキャッシュレス決済が身近になったことで、商品券のキャッシュレス化への意識が高まってきていると考えられます。

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、わかり易い内容でPRを行うとともに、引き続き小牧商工会議所と連携し、商品券販売の方法・体制の改善と強化、新規加盟店の増加に努め、さらに各加盟店における商品券活用などの取組みにより、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。