

# 「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

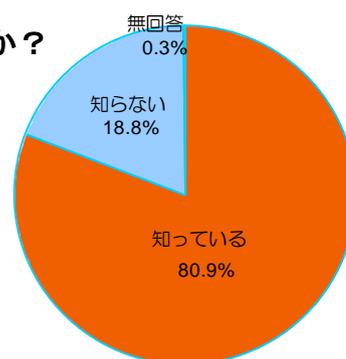
## 1. 実施概要

- (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25年4月1日現在、小牧市内に1年以上居住する18歳以上3,000人（無作為抽出）
- (3) 実施期間 : 平成25年4月12日から平成25年4月30日（5月16日到着分まで反映）
- (4) 回答数 : 回収数 1,597 有効票数 1,587 有効回答率 52.9%

## 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	1,284	80.9%
知らない	299	18.8%
無回答	4	0.3%
合計	1,587	100%



#### 年代別（知っている／回答数）

29歳以下	91/163	55.8%
30歳代	190/233	81.5%
40歳代	253/291	86.9%
50歳代	248/293	84.6%
60歳代	280/335	83.6%
70歳代	210/258	81.4%
80歳以上	9/10	90.0%
無回答	3/4	75.0%
全体	1284/1587	80.9%

#### 地区別（知っている／回答数）

小牧	504/591	85.3%
味岡	280/350	80.0%
篠岡	338/434	77.9%
北里	138/173	79.8%
無回答	24/39	61.5%
全体	1284/1587	80.9%

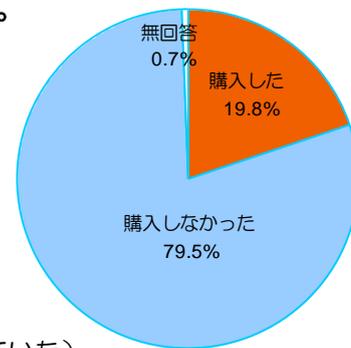
#### 地区分け（小学校区）

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

- 80.9%（H24：79.0%）の方が「知っている」と回答をされており、市民の方の認知度は、引き続き高いことがうかがえます。一方で、「知らない」と回答された18.8%（H24：20.0%）の方々への継続的なPRが求められます。
- 年齢別では29歳以下の方が55.8%（H24：55.2%）と低くなっています。地区別では、前回認知度が低かった篠岡・北里地区の方の認知度は改善が見られます。引き続き、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24年12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	254	19.8%
購入しなかった	1,021	79.5%
無回答	9	0.7%
合計	1,284	100%



年代別（購入した／知っていた）

29歳以下	10/91	11.0%
30歳代	33/190	17.4%
40歳代	48/253	19.0%
50歳代	55/248	22.2%
60歳代	64/280	22.9%
70歳代	42/210	20.0%
80歳以上	2/9	22.2%
回答なし	0/3	0.0%
全体	254/1284	19.8%

地区別（購入した／知っていた）

小牧	113/504	22.4%
味岡	49/280	17.5%
篠岡	71/338	21.0%
北里	19/138	13.8%
回答なし	2/24	8.3%
全体	254/1284	19.8%

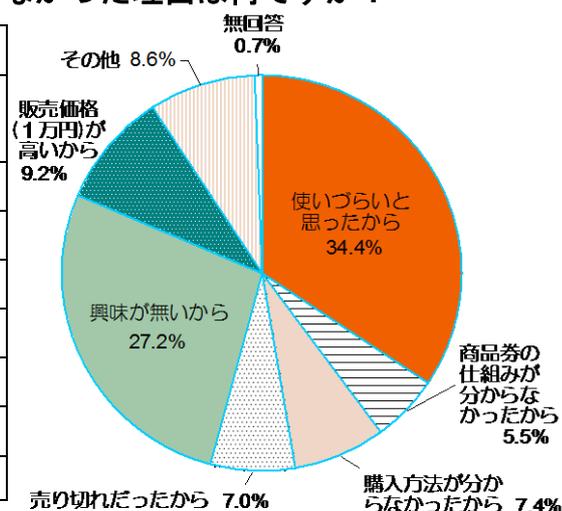
地区分け（小学校区）

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」19.8%（H24：21.6%）、「購入しなかった」79.5%（H24：78.4%）となっており、購入した方の割合が、前回調査（平成24年6月販売）よりやや減少しております。
- 商品券事業を「知っている」と回答された方のうち79.5%（H24：78.4%）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、また、地区別では北里・味岡地区となっており、若年層や子育て世代へのPR方法の改善、北里・味岡地区でのPR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24年12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	351	34.4%
商品券の仕組みが分からなかった	56	5.5%
購入方法が分からなかったから	76	7.4%
売り切れだったから	71	7.0%
興味が無いから	278	27.2%
販売価格（1万円）が高いから	94	9.2%
その他	88	8.6%
無回答	7	0.7%
合計	1,021	100%



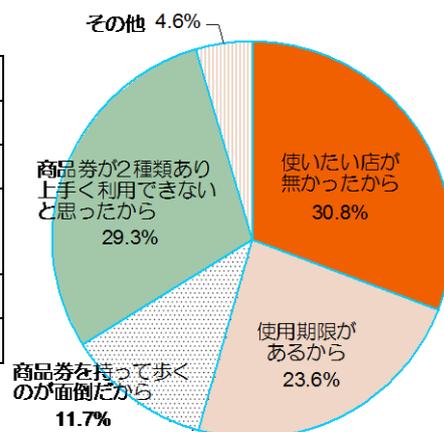
その他の意見（抜粋）

- ・必要でない物まで購入してしまうと思い、購入しませんでした。
- ・住居が市の場末に位置し、日常は隣の市のスーパーで買い物することが多いため。
- ・買い物はカードを利用しているため。
- ・興味はあるが、わざわざ買いに行くほどではなかった。期限があるので、具体的な使用目的（使い切る予定）があれば購入したかもしれない。
- ・近くに商品券を使う店がないからです。
- ・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、前回と同様に、「使いづらいと思ったから」34.4%（H24：42.5%）、「興味が無いから」27.2%（H24：20.7%）となっていますが、「興味が無いから」の割合が高まっており、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	108	30.8%
使用期限があるから	83	23.6%
商品券を持って歩くのが面倒だから	41	11.7%
商品券が2種類あり、上手く利用できないと思ったから	103	29.3%
その他	16	4.6%
合計	351	100%



その他の意見（抜粋）

- ・ポイントがつかないのが、あまり魅力がない。
- ・商品券購入の場所と期日が限定されていますが、もう少し幅があると購入しやすいのでは。
- ・5千円の商品券があれば購入しても良いかも。

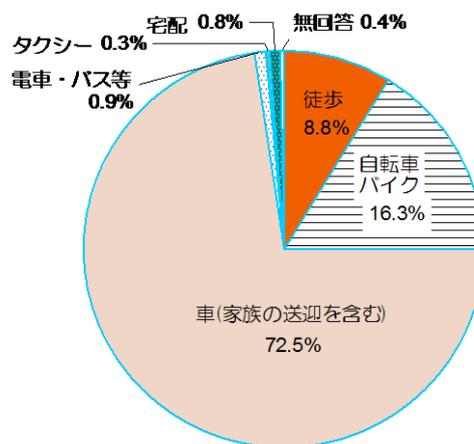
- ・商品券の厚さや枚数など、財布に入れて持ち歩くには不便です。スマートに持ち歩けるようなものにはならないでしょうか？
- ・購入したいと思うが、使用期限があったり、使えるお店も限られ、商品券が2種類あるのはい〜なも券が余ってしまう。少し使いづらいと感じた。
- ・前に1度購入した時にネットで予約しようとしたら、家の近くの販売所はすでに予約がいっぱいで買えなかったため、買えるようにしてほしいと思いました。

■「使いづらいと思ったから」の主な理由は、前回と同様に、「使いたい店がなかったから」30.8%（H24：24.9%）「商品券が2種類あり、うまく利用できないと思ったから」29.3%（H24：31.6%）、「使用期限があるから」23.6%（H24：31.2%）となっており、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？

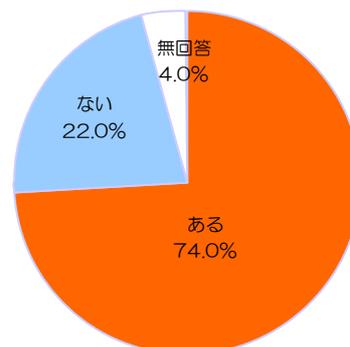
徒歩	139	8.8%
自転車・バイク	259	16.3%
車(家族の送迎を含む)	1,150	72.5%
電車・バス等	15	0.9%
タクシー	5	0.3%
宅配	13	0.8%
無回答	6	0.4%
合計	1,587	100%



### 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	875	74.0%
ない	260	22.0%
無回答	48	4.0%
合計	1,183	100%



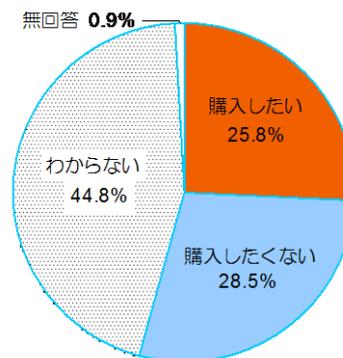
■近隣に日常生活用品の店舗があると74.0%（H24：79.3%）の方が回答している反面、その買い物への交通手段として、前回調査と同様に車の利用が72.5%（H24：74.7%）と突出して多いことから、日常の買い物については、近隣の中小小売店ではなく大型店・中型店での購入が多いと推測されます。食料品や日用品などの生活必需品、理美容・飲食等の中小小売店が立地する近隣の商店街などにおいて、商品券事業を利用した販売促進につなげるための魅力ある独自の取組みが必要と考えられます。

問7 全ての方にお聞きします。

平成25年度は引き続き、6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？

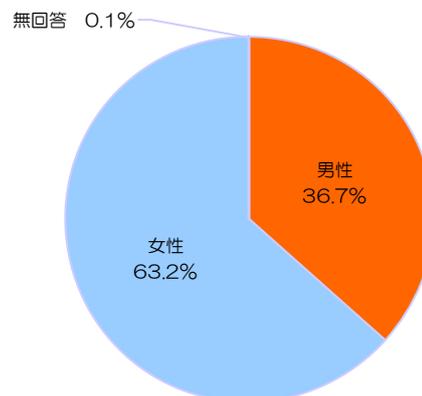
購入したい	409	25.8%
購入したくない	453	28.5%
わからない	711	44.8%
無回答	14	0.9%
合計	1,587	100%



■6月販売における商品券購入については「購入したい」25.8%（H24：27.0）%、「購入したくない」28.5%（H24：25.0%）、「わからない」44.8%（H24：46.9%）となっており、購入希望者が昨年度よりもやや減少し、約半数の方が「わからない」とされております。

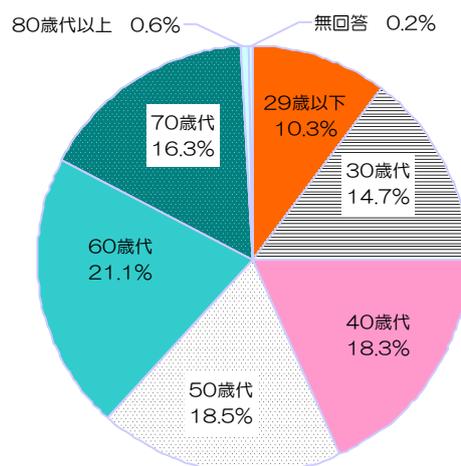
問8 あなたの性別をお聞かせください。

男性	583	36.7%
女性	1,002	63.2%
無回答	2	0.1%
合計	1,587	100%



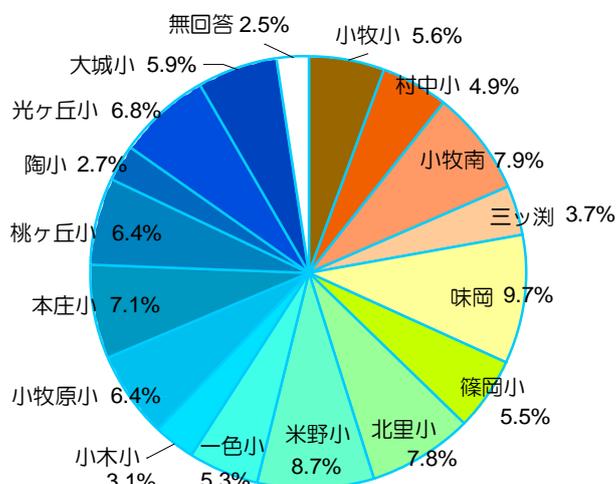
問9 あなたのご年齢をお聞かせください。

29歳以下	163	10.3%
30歳代	233	14.7%
40歳代	291	18.3%
50歳代	293	18.5%
60歳代	335	21.1%
70歳代	258	16.3%
80歳以上	10	0.6%
無回答	4	0.2%
合計	1,587	100%



## 問10 あなたのお住まいはどちらですか。

小牧小学校区	89	5.6%
村中小学校区	78	4.9%
小牧南小学校区	126	7.9%
三ツ瀨小学校区	58	3.7%
味岡小学校区	154	9.7%
篠岡小学校区	87	5.5%
北里小学校区	124	7.8%
米野小学校区	138	8.7%
一色小学校区	84	5.3%
小木小学校区	49	3.1%
小牧原小学校区	102	6.4%
本庄小学校区	112	7.1%
桃ヶ丘小学校区	102	6.4%
陶小学校区	43	2.7%
光ヶ丘小学校区	108	6.8%
大城小学校区	94	5.9%
無回答	39	2.5%
合計	1,587	100%



## 商品券事業についての自由意見（抜粋）

- ・ポイントがつかないのが、あまり魅力がない。
- ・え～なも券を使い切るのが大変なので、い～なも券の割合を増やしてほしい。
- ・やはり使いにくい。一部の人だけにメリットがあるように思う。
- ・大変良い事業だと思う。使用できる店舗も増えお得感があり、ありがたい。続けていっていただきたい。
- ・予約できる店舗が少なく不便。ネットでの予約方法などがややこしい。高齢者の方、自宅でインターネットができない方など、一般的に生活弱者と思われる方々ほど、この事業を利用しづらい状況になっているのではないかと。市が助成金を出している以上、そのような方にこそ利用できるようにしてほしい。
- ・利用できるお店の数が増えたり、年に数回発売するなど、努力はされていますが、とにかくもっと楽に手に入れたい。
- ・何月何日から、どこで、等々のニュースのタイミングを逃すと購入できません。
- ・良い企画と思い積極的に利用させていただいています。地域の店で使えるい～なも券（赤券）を利用して、市内の昔行った店や初めての店で利用もしました。次回もそのような使い方をします。継続して発行を希望しています。
- ・商工会議所、市内商業（商売屋さん）加盟店さんの活発な宣伝が必要だと思います。試みではなく目的を達成する方向が大切だと思う。
- ・私は近くの商店で買うことができましたが、桃花台の知り合いは予約券が買えなかったと言っていました。販売する店を増やしてほしいです。
- ・やっと仕組みがわかりました。小売店の商品券が使いきれぬか不安があり、なかなか購入するまでになれないのが本心です。

### 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、前回の調査とほぼ同様なものとなりました。その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「使いたい店が無かったから」、「商品券が2種類あり、上手く利用できないと思ったから」、「使用期限があるから」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、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歳代の方々となっており、地区としては、北里・味岡地区となっていることから、若年層や子育て世代の関心が低いこと、また、北里・味岡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が必要と考えられます。また、北里・味岡地区につきましては、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、商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24年12月に販売した商品券の購入状況については、「購入した」19.8%、「購入しなかった」79.5%となっており、購入者の割合が前回調査よりやや減少しております。また、次回販売となる平成25年6月販売での商品券購入については「購入したい」が25.8%、「購入したくない」28.5%、「わからない」44.8%となっており、購入希望者が前回調査よりもやや減少し、約半数の方が「わからない」とされております。より多くの市民の方に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。