

令和3年度

善通寺市プレミアム付き応援商品券事業に係る

アンケート調査事業

# 調査報告書

令和4年3月

株式会社 百十四銀行  
善通寺支店



## 目次

調査結果 概要	1
<b>【1】 調査の概要</b>	<b>2</b>
1. 調査の目的	2
2. 調査の内容	2
(1) 商品券事業による消費喚起効果の把握	2
(2) 商品券事業による地元の商業振興効果の把握	2
<b>【2】 商品券事業の概要</b>	<b>3</b>
1. 商品券の販売について	3
(1) 商品券の発行	3
(2) 商品券の購入方法	4
(3) 商品券の販売	5
2. 商品券の取扱店について	6
(1) 商品券取扱店要件	6
(2) 商品券取扱店属性	7
3. 商品券の換金について	8
<b>【3】 アンケート調査結果</b>	<b>9</b>
1. 利用者向けアンケート調査	9
(1) 調査方法	9
(2) 調査項目	9
(3) 調査期間	9
(4) 回答総数・回答比率	9
(5) 回答者属性	10
(6) 商品券を利用して購入した商品・サービス	12
(7) 商品券事業の消費喚起効果に対する評価	13
(8) 利用者による商品券事業の評価	14
(9) 利用者の要望事項	16

2. 事業者向けアンケート調査 .....	18
(1) 調査方法.....	18
(2) 調査項目.....	18
(3) 調査期間.....	18
(4) 回答総数・回答比率.....	18
(5) 回答者事業者属性 .....	18
(6) 商品券利用期間中（2021年11月~2022年1月）の業況について.....	19
(7) 事業者による商品券事業の評価 .....	21
(8) 事業者によるキャッシュレス決済導入の評価 .....	24
<b>【4】 まとめ</b> .....	<b>25</b>
<b>【資料編】</b> .....	<b>26</b>
利用者向けアンケート調査票（原稿） .....	27
事業者向けアンケート調査票（原稿） .....	31

## 調査結果 概要

令和3年度善通寺市プレミアム付き応援商品券事業による善通寺市内での消費喚起効果や善通寺市内の事業者への経済効果等を検証することを目的に実施したアンケート調査は、以下の結果となった。

### 1. 利用者向けアンケート結果

「商品券で、いつもよりもたくさんの商品・サービスが買えましたか？」との質問に対して、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答が9割を超えた。また「商品券で、いつもよりもワンランク上の商品・サービスが買えましたか？」との質問に対して、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答が7割を超えた。さらに「商品券で、以前から欲しかったけれど、買えなかった商品・サービスが買えましたか？」との質問に対して、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答で7割を超えた。以上の結果から、商品券事業は「消費の量」のみならず、「消費の質」を押し上げる効果も高く、商品券事業による市内の消費喚起効果は高かったと評価できる。

### 2. 事業者向けアンケート結果

商品券利用期間中における事業者の業況は、「前年同時期より好転」と回答した事業者は少数にとどまる一方、4割程度の事業者は「前年同時期より悪化」と回答しており、コロナ禍で多くの事業者が厳しい事業環境にあったことがうかがえる。ところが、「商品券発行は、売上高の向上または下支えに繋がったと感じますか？」との質問に対して、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答は6割を超え、「商品券事業は、来客数の向上または下支えに繋がったと感じますか？」との質問に対しても、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答で6割を超えており、逆境下でありながらも過半数の事業者が、商品券事業による経済効果を評価した。

### 3. 今後の商品事業実施に際しての要望事項

利用者向けアンケート結果から、商品券利用可能店舗の増加に対する要望が高かった。また、利用者向けアンケート及び事業者向けアンケートの結果から、商品券利用期間の長期化に対する要望が確認できた。なお、今回の商品券事業では、商品券を購入できなかった市民も多かったことから、当選倍率、抽選方法の再考を要望する意見がみられた。

## 【1】調査の概要

### 1. 調査の目的

善通寺市（以下「市」という）では、市内における消費喚起及び地元の商業振興のため、令和3年度善通寺市プレミアム付き応援商品券事業（以下「商品券事業」という）を実施した。

本調査業務は、令和3年度善通寺市プレミアム付き応援商品券を利用した善通寺市民（以下「市民」という）の消費行動を把握することで、市内における消費喚起効果を確認するとともに、その消費喚起効果が、市内の事業者に与えた効果を調査分析するものである。

### 2. 調査の内容

#### (1) 商品券事業による消費喚起効果の把握

令和3年度善通寺市プレミアム付き応援商品券（以下「商品券」という）を利用した市民（以下「利用者」という）に対し、商品券の利用状況や商品券事業の評価等について、利用者向けアンケート調査を実施する。利用者向けアンケート調査結果から、消費項目や消費行動の変化に関するデータを収集することで、市内における消費喚起効果を把握するとともに、利用者の商品券事業に対する評価も把握することで、今後、商品券事業を実施する場合の改善施策も検討する。

#### (2) 商品券事業による地元の商業振興効果の把握

商品券の取扱店として登録した事業者に対し、事業者向けアンケート調査を実施する。事業者向けアンケート調査結果から、利用者向けアンケート調査で把握した、利用者の消費行動の変化が、事業者の業況に与えた影響を把握するとともに、事業者の商品券事業に対する評価も把握することで、今後、商品券事業を実施する場合の改善施策を検討する。

## 【2】商品券事業の概要

### 1. 商品券の販売について

#### (1) 商品券の発行

商品券は1千円券、5百円券の2額面を発行し、セットとして販売した。(図表 2-1-1) また商品券セットの販売価格、プレミアム率、発行額面、販売額、販売総額等は、図表 2-1-2 のとおり決定した。

【図表 2-1-1】商品券表面見本



【図表 2-1-2】商品券セット概要

販売価格	1セット当たり1万円
販売額	1億円
プレミアム率	50パーセント
発行額面	1セット当たり1万5千円(1千円券:10枚、5百円券:10枚)
発行総額	1億5,000万円(発行セット数:1万セット)
商品券利用期間	2021年11月1日(月)～2022年1月31日(月)

## (2) 商品券の購入方法

商品券の購入希望者は、下表の申込方法に基づき、購入申込手続きを行う必要があった。また申込者及び購入希望セット総数が、発行セット総数を超える場合は、市が抽選により購入者を決定することとした。(図表 2-1-3)

【図表 2-1-3】商品券の申込方法

申込方法	申込時点において市内に住所を有する購入希望者が、往復はがきまたはチラシに備え付けられたはがきにて市に申し込む。
申込期間	2021年9月21日~2021年10月6日
購入限度	1人あたり2セットまで
発行額面	1セット当たり1万5千円（1千円券：10枚、5百円券：10枚）

市では、購入希望者に対し、購入希望者が送付した往復はがきまたはチラシに備え付けられたはがきに引換券となる必要事項を記載して決定等を通知することとした。

(図表 2-1-4)

【図表 2-1-4】抽選結果はがき裏面見本

※管理番号(手番)	※管理番号(手番)						
<p><b>抽選結果はがき(当選の場合は引換券)</b>  <small>普通寺市プレミアム付き応援商品券の申込みについて、以下のとおり通知します。本券及び購入代金を持参の上、次のとおり商品券をご購入ください。</small></p> <table border="1"> <tr> <td><b>抽 選 結 果</b></td> <td><b>当 選 (引換券)</b></td> </tr> <tr> <td>セット数・購入代金</td> <td><b>2セット・2万円 (又は1セット・1万円)</b></td> </tr> </table> <p><b>引換期間</b>  <b>令和3年10月20日(水)から10月31日(日)まで</b>          平日 午前9時~午後3時/土日 午前9時~午後1時  <small>※引換期間中の<b>土日(23・24・30・31日)</b>も購入できますが、混雑する可能性がありますので、三密回避のためできる限り平日にご購入ください。</small></p> <p><b>引換場所</b> <b>百十四銀行 善通寺支店</b></p> <div style="border: 2px solid red; padding: 5px;"> <p><b>注 意 事 項</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・上記引換場所以外での引換えは受付できません。</li> <li>・引換期限を過ぎますと、本券は無効になりますので、上記引換期限までに購入してください。</li> <li>・本券がないと購入はできません。必ず持参してください。</li> <li>・本券を持参していれば代理の方でも購入できます。</li> <li>・本券は再発行しません。</li> <li>・商品券購入にあたり領収書は発行しません。</li> <li>・商品券購入後、代金の払い戻しはできません。</li> </ul> </div> <p>普通寺市商工観光課 TEL 0877-63-6315          平日 午前8時30分~午後5時15分(土日祝日は休み)</p>	<b>抽 選 結 果</b>	<b>当 選 (引換券)</b>	セット数・購入代金	<b>2セット・2万円 (又は1セット・1万円)</b>	<p><b>抽選結果はがき(当選の場合は引換券)</b>  <small>普通寺市プレミアム付き応援商品券の申込みにつきまして、以下のとおり通知します。</small></p> <table border="1"> <tr> <td><b>抽 選 結 果</b></td> <td><b>落 選</b></td> </tr> </table> <p>抽選結果に関するお問合せにはお答えできませんので、あらかじめご了承ください。</p> <p>普通寺市商工観光課 TEL 0877-63-6315          平日 午前8時30分~午後5時15分(土日祝日は休み)</p>	<b>抽 選 結 果</b>	<b>落 選</b>
<b>抽 選 結 果</b>	<b>当 選 (引換券)</b>						
セット数・購入代金	<b>2セット・2万円 (又は1セット・1万円)</b>						
<b>抽 選 結 果</b>	<b>落 選</b>						

### (3) 商品券の販売

購入申し込みは、販売セット数 10,000 セットに対し、2倍を超える 21,757 セットの申し込みが寄せられた。

このため市では、公平性を確保するため、コンピューターが無作為に発行する数字に基づき、厳正なる抽選を実施し、抽選結果はがきを 10 月 18 日（月）頃より郵送にて返信した。

商品券の販売は、百十四銀行善通寺支店（以下「善通寺支店」という）で行った。販売期間は、2021 年 10 月 20 日（水）から 2021 年 10 月 31 日（日）までとし、販売時間は、銀行営業日は午前 9 時から午後 3 時まで、銀行休業日（10 月 23 日、24 日、30 日、31 日）は午前 9 時から午後 1 時までとした。

商品券販売初日の開店直後は、一時、商品券購入のための行列ができるほど、多くの市民が善通寺支店に来店し、商品券を購入した。

【図表 2-1-5】商品券販売初日の善通寺支店風景



(撮影:百十四経済研究所)

市から郵送された引換券を持参した当選者のみが購入できるため、販売期間中であれば購入でき、売り切れる心配はない。また商品券は 11 月 1 日から利用開始となっているため、急いで購入しても直ちに利用することはできない。にもかかわらず、多くの市民が商品券を少しでも早く入手しようと行動していることから、市民が今回の商品券事業に対して、非常に高い期待を抱いていることがうかがえた。

販売実績をみると、発行セット数 10,000 セットに対し、9,838 セットを販売した。

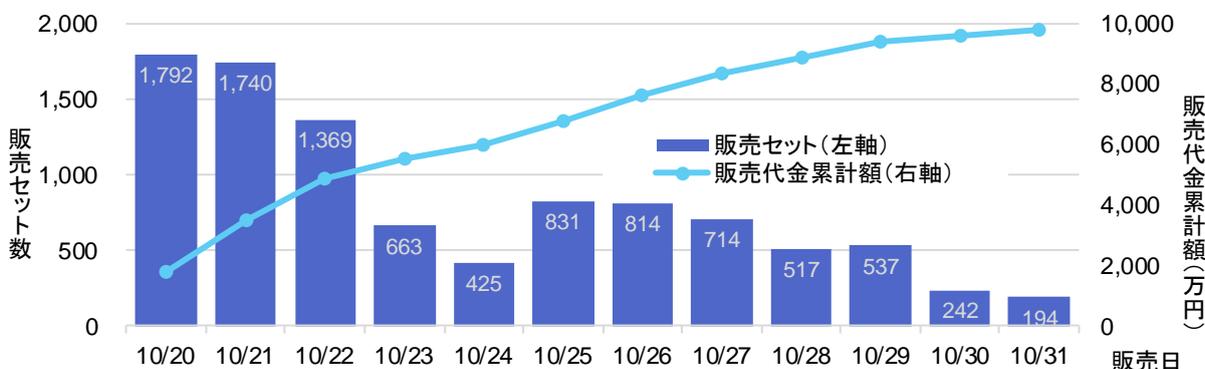
(図表 2-1-6)

【図表 2-1-6】商品券販売実績

販売結果		販売セット総数 ③(=①+②×2)	販売代金(千円) (③×10,000円)
1セットはがき①	2セットはがき②		
362	4,738	9,838	98,380

販売推移をみると、販売初日の10月20日は1,792セットと販売期間中で、最も多く、次いで多く販売したのは10月21日(1,740セット)、10月22日(1,369セット)となっており、販売総数の半数近くを、販売開始から3日で販売した。(図表2-1-7)

【図表2-1-7】商品券販売推移



## 2. 商品券の取扱店について

### (1) 商品券取扱店要件

商品券の取扱店となるためには、取扱店として市に登録する必要がある。ただし、前年度の商品券事業において、取扱店登録されていた事業者には案内し、辞退申出書が提出されない限り、取扱店として自動登録した。

取扱店の登録は、図表2-2-1の取扱店要件を全て満たす事業者と規定した。ただし、図表2-2-2のいずれかに該当する業務を行う事業者は、取扱店対象から除外した。

【図表2-2-1】商品券取扱店要件

- ① 善通寺市内に事業所、店舗、営業所等を有する事業者であること。
- ② 取扱業種が、小売業、飲食業、サービス業、建設業等であること。
- ③ 店舗の建築面積が1,000㎡に満たない店舗であること。
- ④ コンビニエンスストアでないこと。

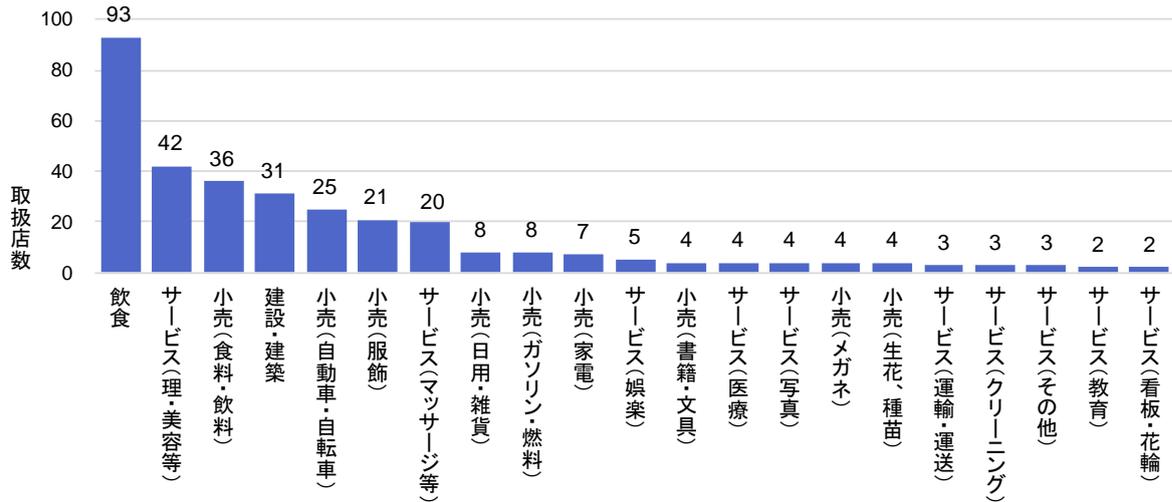
【図表2-2-2】商品券取扱店除外要件

- ① 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律(昭和23年法律第122号)に定める性風俗関連特殊営業及びこれらに類似する事業を営むもの。
- ② 商品券の利用対象にならないものの取引及び商品のみを取り扱う事業者。
- ③ 役員等が暴力団(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年法律第77号)第2条第2号に規定する暴力団をいう。)、暴力団員(同条第6号に規定する暴力団員をいう。以下同じ。)又は暴力団員と社会的に非難されるべき関係を有している者に該当する事業者。

## (2) 商品券取扱店属性

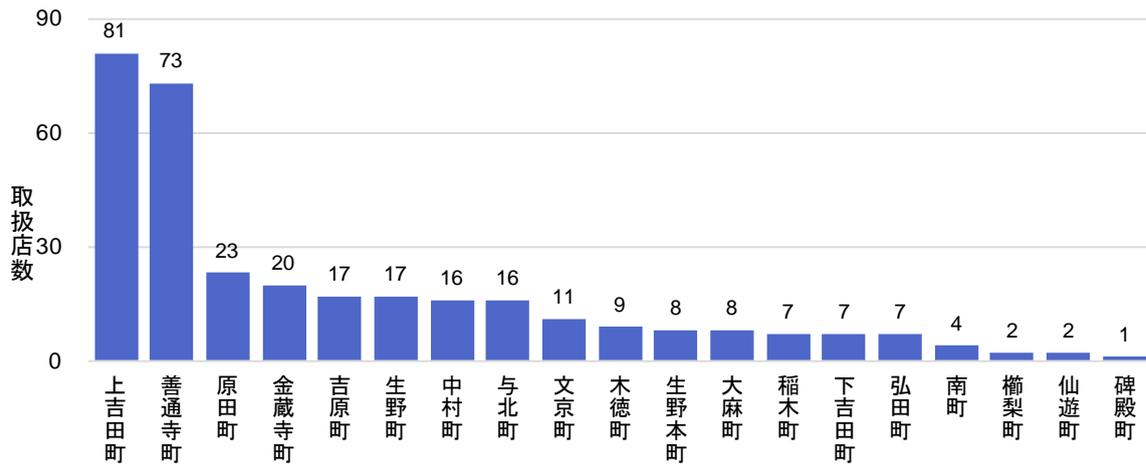
商品券事業では、329 店を商品券取扱店として登録した。商品券取扱店を業種別にみると、「飲食業」が 93 店（28.3%）と最も多く、次いで「サービス業（理容・美容等）」（42 店、12.8%）、「小売業（食料・飲料）」（36 店、10.9%）などの業種の店舗が多かった。（図表 2-2-3）

【図表 2-2-3】業種別商品券取扱店数



また、商品券取扱店を所在地別にみると、「上吉田町」が 81 店と最も多く、次いで「善通寺町」が多く 73 店が登録された。上位 2 町の商品券取扱店で、全商品券取扱店数の 47% を占めた。（図表 2-2-4）

【図表 2-2-4】所在地別商品券取扱店数



### 3. 商品券の換金について

使用済み商品券の換金は、善通寺支店で行われ、換金期間は2021年11月8日から2022年2月28日までとした。換金期間中、商品券（1,000円券）は98,170枚、商品券（500円券）は97,936枚が換金され、換金金額総額は1億4,713万8千円となった。

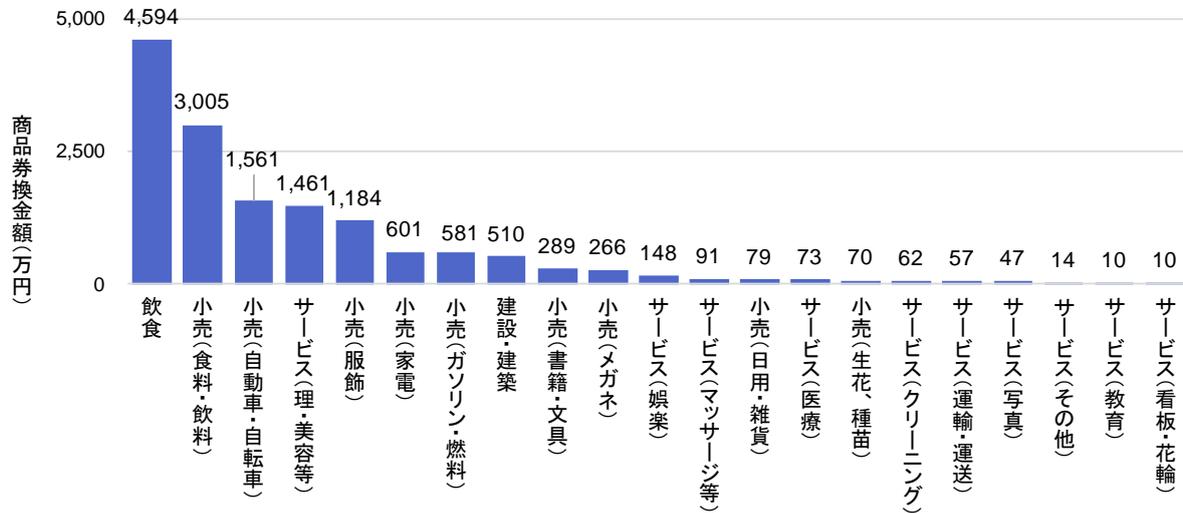
【図表 2-2-5】商品券換金結果

換金枚数 (1000円券)	換金枚数 (500円券)	換金金額合計 (千円)
98,170	97,936	147,138

(図表2-2-5)

換金金額を業種別にみると、「飲食業」が最も多く4,594万円、次いで「小売業（食料・飲料）」が多く3,005万円、3番目は「自動車・自転車」の修理・販売業者で1,561万円となった。(図表2-2-6)

【図表 2-2-6】業種別商品券換金額



また、商品券換金額を所在地別にみると、「上吉田町」が最も多く4,677万円、次いで「善通寺町」が多く3,200万円となった。(図表2-2-7)

【図表 2-2-7】所在地別商品券換金金額(換金金額 10 万円以上の町)



### 【3】アンケート調査結果

#### 1. 利用者向けアンケート調査

##### (1) 調査方法

商品券を購入した利用者の消費行動を把握するため、商品券を購入した市民に対し、オンラインでのアンケート調査を実施した。

アンケート調査への依頼方法としては、商品券セットを封入した封筒（以下「商品券封筒」という）内にアンケート回答サイトにアクセスできる QR コードが印刷されたプレゼント引換券を同封し、アンケートに回答すると市の特産品である「讃岐もち麦ダイシモチ」をプレゼントする旨のメッセージを印刷した。

加えて、商品券封筒裏面にはアンケート周知文を印刷。（図表 3-1-1）さらに善通寺支店にて商品券販売時、当該行員から、商品券を手渡すと同時にアンケート調査への協力を口頭にて依頼した。

【図表 3-1-1】商品券封筒裏面



##### (2) 調査項目

回答者属性と商品券の利用状況や商品券事業の評価等に関する質問項目を 14 問設定した。また、商品券事業について、利用者の意見等を広く収集するため、自由意見欄を設定した。

##### (3) 調査期間

商品券販売開始日である 2021 年 10 月 20 日より、アンケート回答用サイトを開設。回答期限を 2022 年 2 月 28 日とし、同日アンケート回答用サイトを閉鎖した。

##### (4) 回答総数・回答比率

回答数は 3,340 件となった。商品券セットが 9,838 セット販売されているため、回答率は 34.0%となった。ただし、質問によって有効回答数は異なった。また回答比率は、最小単位で四捨五入する関係で、内訳と合計が必ずしも一致しない場合もある。（以下、本文中の図表も同様。）

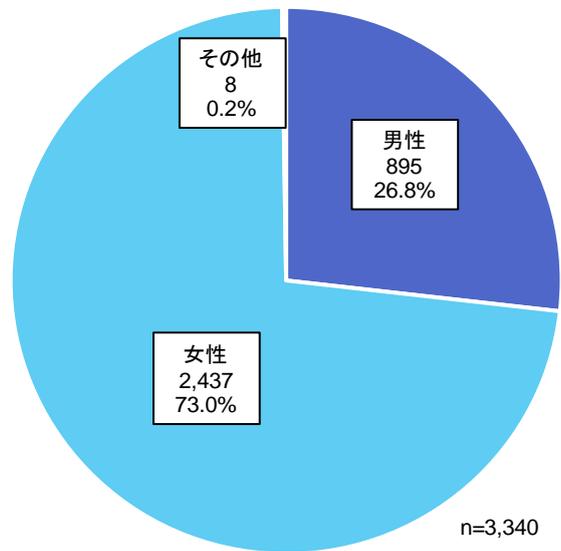
## (5) 回答者属性

### ① 性別

有効アンケート回答者 3,340 人の性別をみると、女性からの回答が全体の 73.0% を占め、圧倒的に女性からの回答が多かった。(図表 3-1-2) アンケートの質問項目には、商品券を利用した感想を求める内容が多かったことから、商品券を利用する機会の多かった、女性からの回答が多くなったとも推測される。

また、「讃岐もち麦ダイシモチ」プレゼントに対する好評価の自由意見が、特に女性から多く寄せられており、「讃岐もち麦ダイシモチ」プレゼントの効果が、女性からの回答を多くした要因とも考えられる。

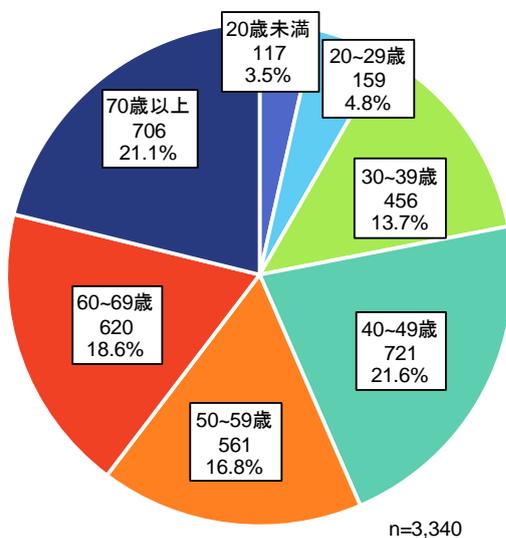
【図表 3-1-2】アンケート回答者性別構成



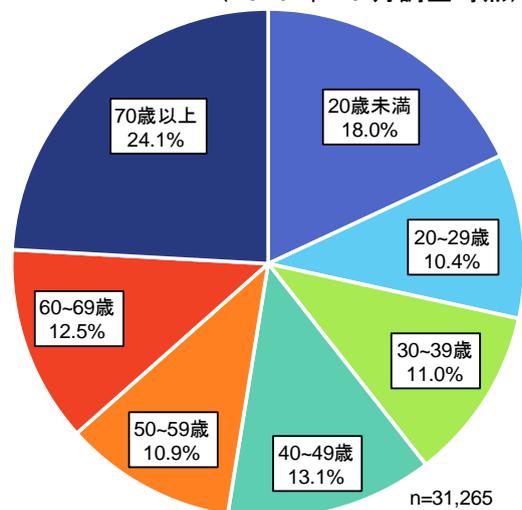
### ② 年齢

有効アンケート回答者 3,340 人の年齢別構成をみると、アンケート回答者を年齢階層別にみると、40~49 歳が最も多く、全体の 21.6% を占め、次いで 70 歳以上が多く、全体の 21.1% を占めた。(図表 3-1-3) 2020 年 10 月に総務省が実施した「令和 2 年国勢調査」における市の年齢階層別人口構成とアンケート回答者の構成を比較すると、20 歳未満、20~29 歳の構成比率が、アンケート回答者では少なくなっている一方、30~39 歳、40~49 歳、50~59 歳、そして 60~69 歳の構成比率が、アンケート回答者では多くなっている。(図表 3-1-4) これは、商品券の購入者または利用者が、アンケートに回答していることが要因と考えられる。

【図表 3-1-3】アンケート回答者年齢別構成



【図表 3-1-4】善通寺市の年齢階層別人口構成 (2020 年 10 月調査時点)

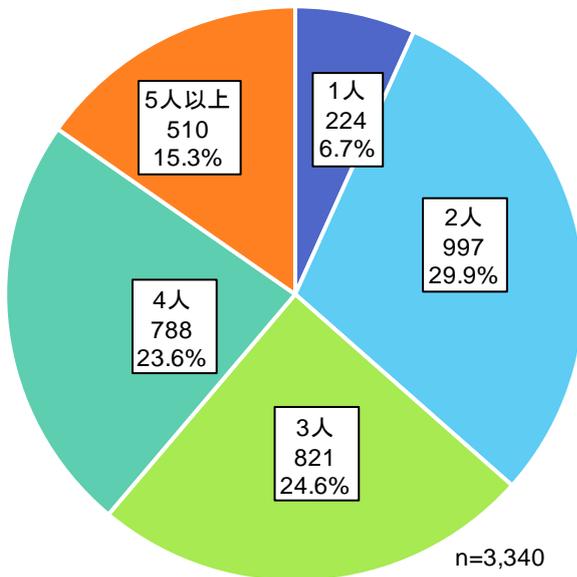


資料：総務省「令和 2 年国勢調査」

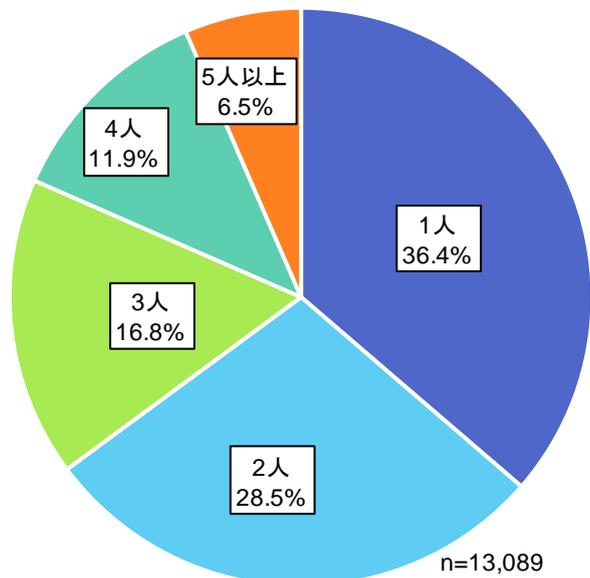
### ③ 世帯人数

有効アンケート回答者 3,340 人の世帯人員にみると、2人世帯が多く、全体の約3割を占め、次いで3人世帯が全体の24.6%、4人世帯が全体の23.6%を占めた。5人以上世帯が全体の15.3%を占めた。(図表 3-1-5) 2020年10月に総務省が実施した「令和2年国勢調査」における市の人員別世帯数構成をみると、3人世帯は市内全世帯数の16.8%、4人世帯は市内全世帯数の11.9%、5人以上世帯は市内全世帯数の6.5%であり、世帯人員が多い世帯からのアンケート回答比率が高くなっている。(図表 3-1-6) これは、商品券応募が、世帯単位ではなく市民単位で行われたことから、世帯単位でみると、世帯人員の多い世帯から多く応募されたと推測される。

【図表 3-1-5】アンケート回答者世帯人員構成



【図表 3-1-6】善通寺市の人員別世帯数構成



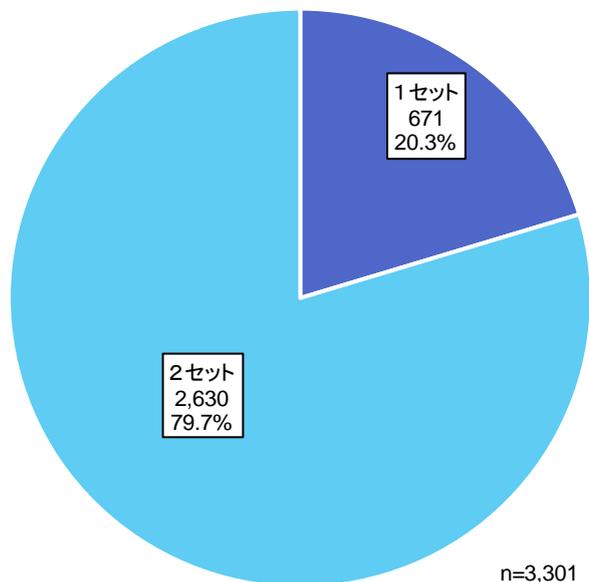
資料：総務省「令和2年国勢調査」

### ④ 購入した商品券セット数

有効アンケート回答者 3,301 人が購入した商品券セット数をみると、1セットが全体の20.3%にあたる671人だった。(図表 3-1-7)

前項【2】-1-(3)「商品券の販売」で報告のとおり、「1セットはがき」での商品券販売は362件だった。にもかかわらず、671人が「1セット購入」と回答している要因としては、2セットで購入した市民が家族で分け合って利用する等、購入者と利用者が異なることから、生じていることが考えられる。

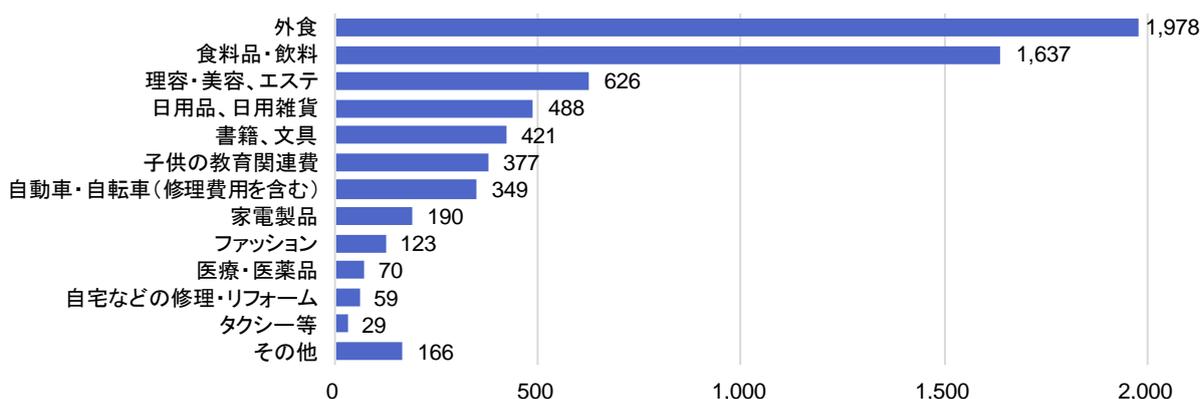
【図表 3-1-7】アンケート回答者購入商品券セット数



## (6) 商品券を利用して購入した商品・サービス

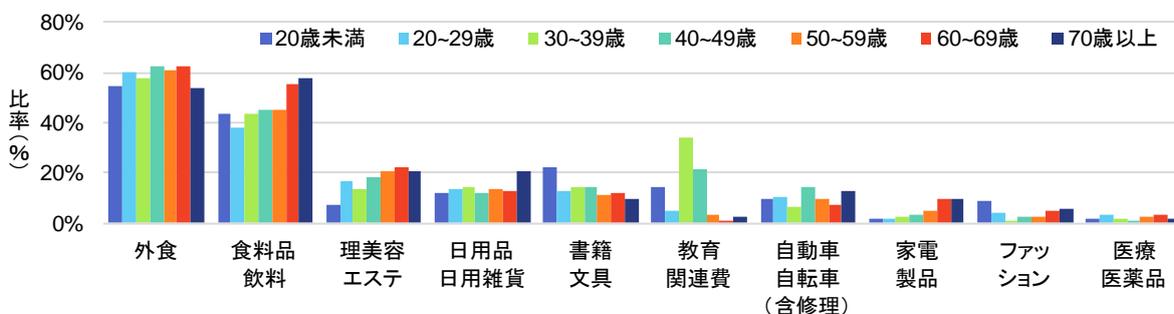
商品券を利用して購入した商品・サービス（以下「購入商品」という）を複数回答で質問したところ、「外食」が最も多く、全回答数の約6割が回答した。次いで「食品・飲料」との回答が多かった。これは、前項3「商品券の換金について」で報告した、業種別換金金額と整合的な結果となった。

【図表 3-1-8】商品券を利用して購入した商品・サービス(複数回答) (単位:件)



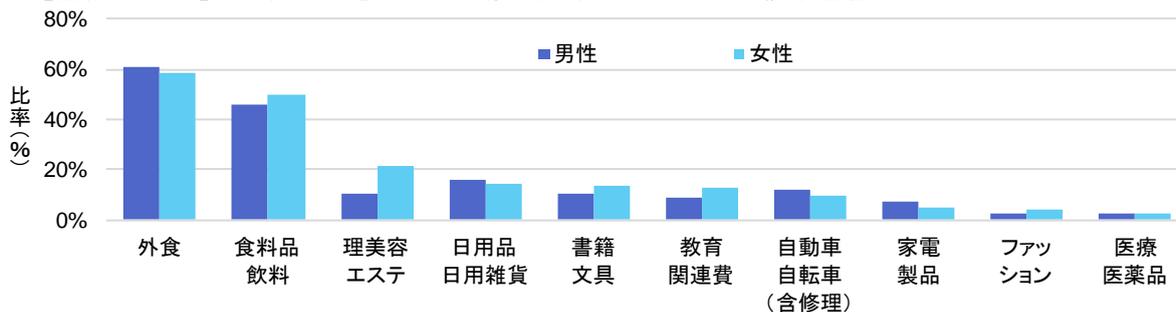
年齢階層別に購入商品を見ると、70歳以上を除く全年齢階層で「外食」が最も多かった。「食料品・飲料」及び「理容・美容・エステ」との回答は、年齢階層が上がるにつれ増加する傾向がみられ、「教育関連費」との回答は、子育て世代である30~39歳、40~49歳の年齢階層で特に多くなった。(図表 3-1-9)

【図表 3-1-9】年齢階層別商品券を利用して購入した商品・サービス(複数回答)



性別で購入商品を見ると、「理容・美容・エステ」との回答は女性の方が明確に多くなっている以外、性差による購入商品の大きな差異はみられなかった。

【図表 3-1-10】性別商品券を利用して購入した商品・サービス(複数回答)



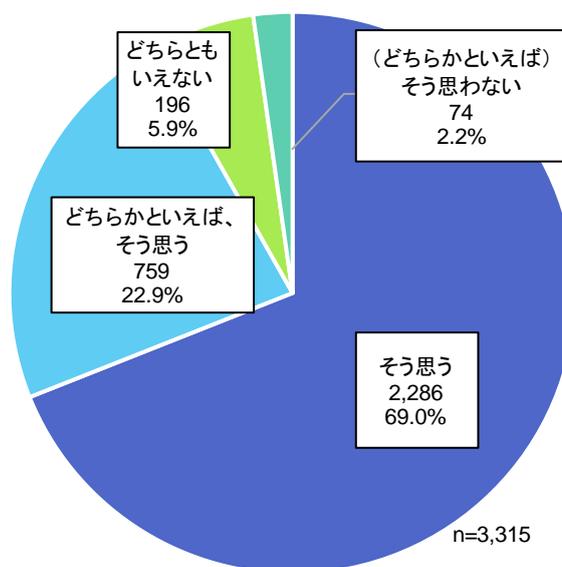
## (7) 商品券事業の消費喚起効果に対する評価

消費喚起効果は、「消費の量」を押し上げる効果と「消費の質」を押し上げる効果の2つの面から考えることができる。アンケート回答結果から、商品券事業による消費喚起効果を「消費の量」及び「消費の質」の両面から確認する。

### ①「消費の量」を押し上げる効果

「商品券で、いつもよりもたくさんの商品・サービスが買えましたか？」との質問に対して、有効アンケート回答者3,315人のうち、「そう思う」との回答が全体の69.0%、「どちらかといえば、そう思う」との回答が全体の22.9%となり、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答が9割を超える一方、「そうは思わない」「どちらかといえば、そう思わない」といった否定的な回答は全体の2.2%と極めて少数だった。このことから、商品券事業は、「消費の量」を押し上げる効果が極めて高かったと考えられる。(図表 3-1-11)

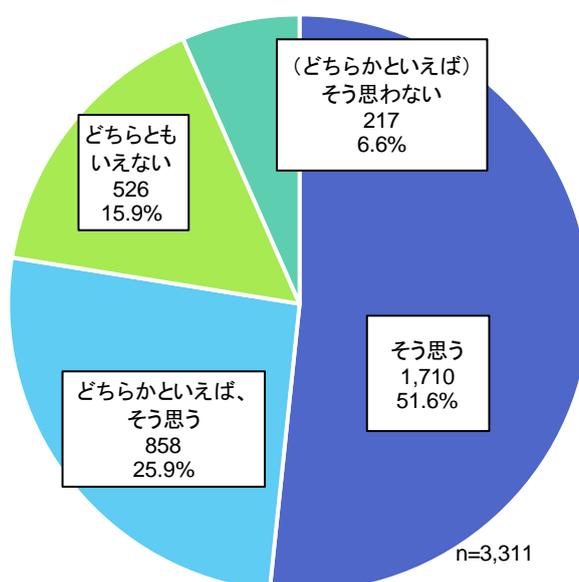
【図表 3-1-11】「商品券で、いつもよりもたくさんの商品・サービスが買えましたか？」回答



### ②「消費の質」を押し上げる効果

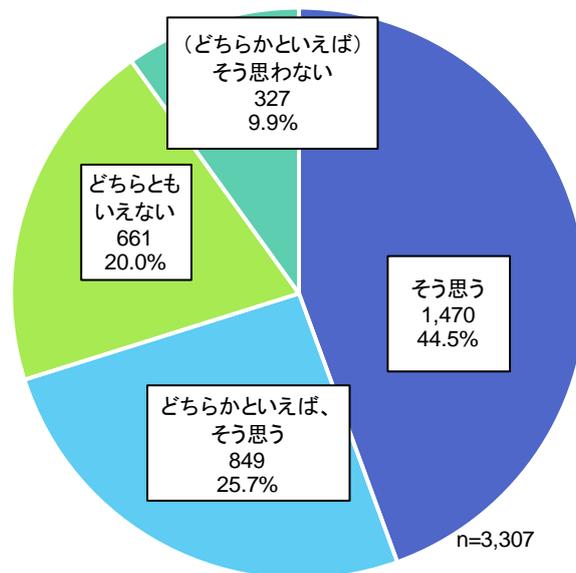
「商品券で、いつもよりもワンランク上の商品・サービスが買えましたか？」との質問に対して、有効アンケート回答者3,311人のうち、「そう思う」との回答が全体の51.6%、「どちらかといえば、そう思う」との回答が全体の25.9%となり、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答が7割を超えた。一方、「そうは思わない」「どちらかといえば、そう思わない」といった否定的な回答は6.6%と全体の1割にも満たない結果となった。(図表 3-1-12)

【図表 3-1-12】「商品券で、いつもよりもワンランク上の商品・サービスが買えましたか？」回答



また、「商品券で、以前から欲しかったけれど、買えなかった商品・サービスが買えましたか？」との質問に対して、有効アンケート回答者 3,307 人のうち、「そう思う」との回答が全体の 44.5%、「どちらかといえば、そう思う」との回答が全体の 25.7%となり、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答が 7 割を超えた。一方、「そうは思わない」「どちらかといえば、そう思わない」といった否定的な回答は 9.9%と全体の 1 割程度に留まった。両質問とも 7 割以上の回答者が肯定的な回答をしており、商品券事業は、「消費の質」を押し上げる効果も高かったと考えられる。(図表 3-1-13)

【図表 3-1-13】「商品券で、以前から欲しかったけれど、買えなかった商品・サービスが買えましたか？」回答

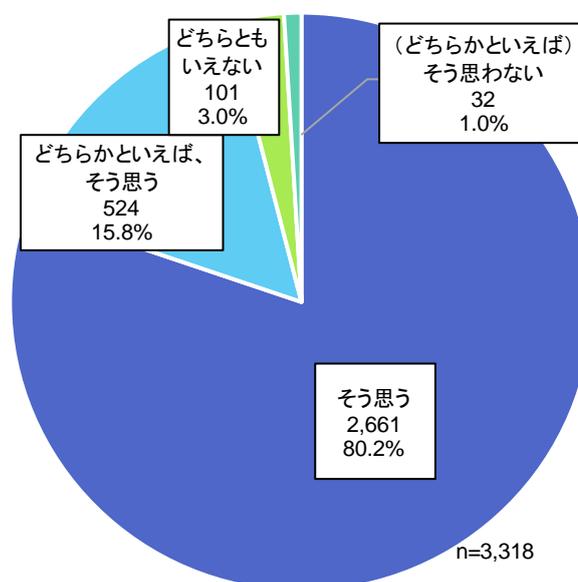


「消費の量」を押し上げる効果は、「駆け込み需要」「消費の先食い」となる可能性もあり、将来の消費を減退させ、消費喚起に結び付かない恐れもある。一方、「消費の質」を押し上げる効果は、付加価値の高い商品の購入を促進し、客単価上昇をもたらすことから、「消費の量」を押し上げる効果以上に消費喚起効果が得られる。アンケート調査結果から、商品券事業は「消費の量」のみならず、「消費の質」を押し上げる効果も高く、商品券事業による市内の消費喚起効果は高かったと評価できる。

#### (8) 利用者による商品券事業の評価

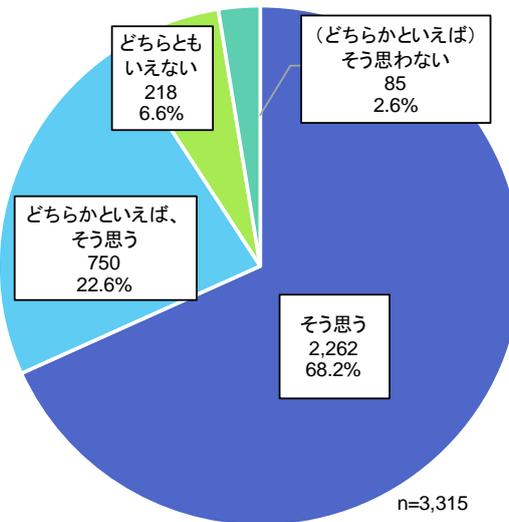
「商品券は、家計への支援になったと思いますか？」との質問に対して、有効アンケート回答者 3,318 人のうち、「そう思う」との回答が全体の 80.2%、「どちらかといえば、そう思う」との回答は全体の 15.8%となり、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答が 96%を占め、「そうは思わない」「どちらかといえば、そう思わない」といった否定的な回答は全体の 1.0%だった。(図表 3-1-14) この結果から、商品券事業による市民生活の支援効果は高く評価されていると考えられる。

【図表 3-1-14】「商品券は、家計への支援になったと思いますか？」回答



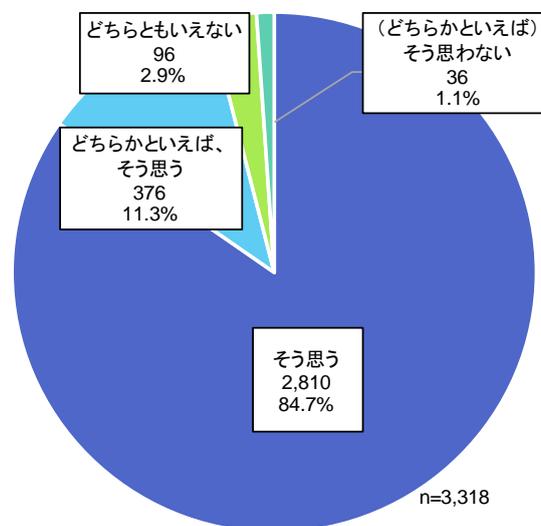
「商品券を購入したことで、いつもよりも善通寺市内のお店や商店街で買い物する機会が増えましたか？」との質問に対して、有効アンケート回答者 3,315 人のうち、「そう思う」との回答が全体の 68.2%、「どちらかといえば、そう思う」との回答は全体の 22.6%となり、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答が 90%を超え、「そうは思わない」「どちらかといえば、そう思わない」といった否定的な回答は全体の 2.6%と少数にとどまった。(図表 3-1-15) この結果から、商品券事業は、市内での消費額向上に寄与したことがうかがえる。

【図表 3-1-15】「商品券を購入したことで、いつもよりも善通寺市内のお店や商店街で買い物する機会が増えましたか？」回答



「今後も商品券事業は、実施すべきだと思いますか？」との質問に対して、有効アンケート回答者 3,318 人のうち、「そう思う」との回答が全体の 84.7%、「どちらかといえば、そう思う」との回答が全体の 11.3%となり、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答で 96%を占めた。一方、「そうは思わない」「どちらかといえば、そう思わない」といった否定的な回答は全体の 1.1%と極めて少数だった。(図表 3-1-16)

【図表 3-1-16】「今後も商品券事業は、実施すべきだと思いますか？」回答

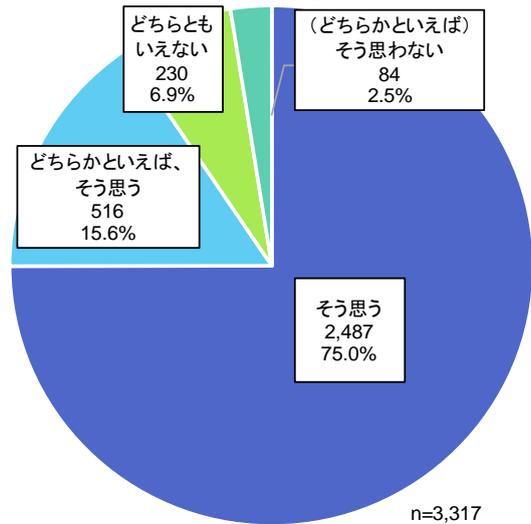


以上のアンケート結果から、利用者による商品券事業の評価は非常に高く、今後も商品券事業の実施への期待も高いことが推察される。

(9) 利用者の要望事項

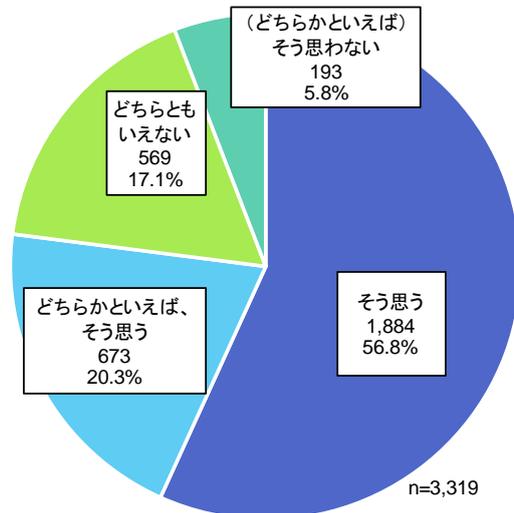
「商品券が使える店舗は、もっと増やすべきだと思いますか？」との質問に対して、有効アンケート回答者 3,317 人のうち、「そう思う」との回答が全体の 75.0%、「どちらかといえば、そう思う」との回答が全体の 15.6%となり、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答が 9 割を超えた。(図表 3-1-17) この結果から利用者は、利用店舗増加による商品券の利便性向上を求めるニーズが強いと考えられる。

【図表 3-1-17】「商品券が使える店舗は、もっと増やすべきだと思いますか？」回答



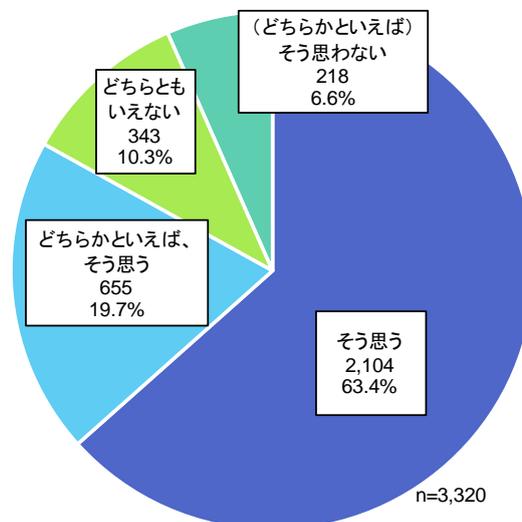
「商品券の購入上限は、もっと増やすべきだと思いますか？」との質問に対して、有効アンケート回答者 3,319 人のうち、「そう思う」との回答が全体の 56.8%、「どちらかといえば、そう思う」との回答が全体の 20.3%となり、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答が 77%を占めた。(図表 3-1-18) 購入上限拡大ニーズも高いものの、上記の利用店舗増加ニーズと比較すると、それほど高くないことがうかがえる。

【図表 3-1-18】「商品券の購入上限は、増やすべきだと思いますか？」回答



「商品券が利用できる期間は、もっと伸ばすべきだと思いますか？」との質問に対して、有効アンケート回答者 3,320 人のうち、「そう思う」との回答が全体の 63.4%、「どちらかといえば、そう思う」との回答が全体の 19.7%となり、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答が 8 割を超えており、利用期間の長期化ニーズも高いことがうかがえる。(図表 3-1-19)

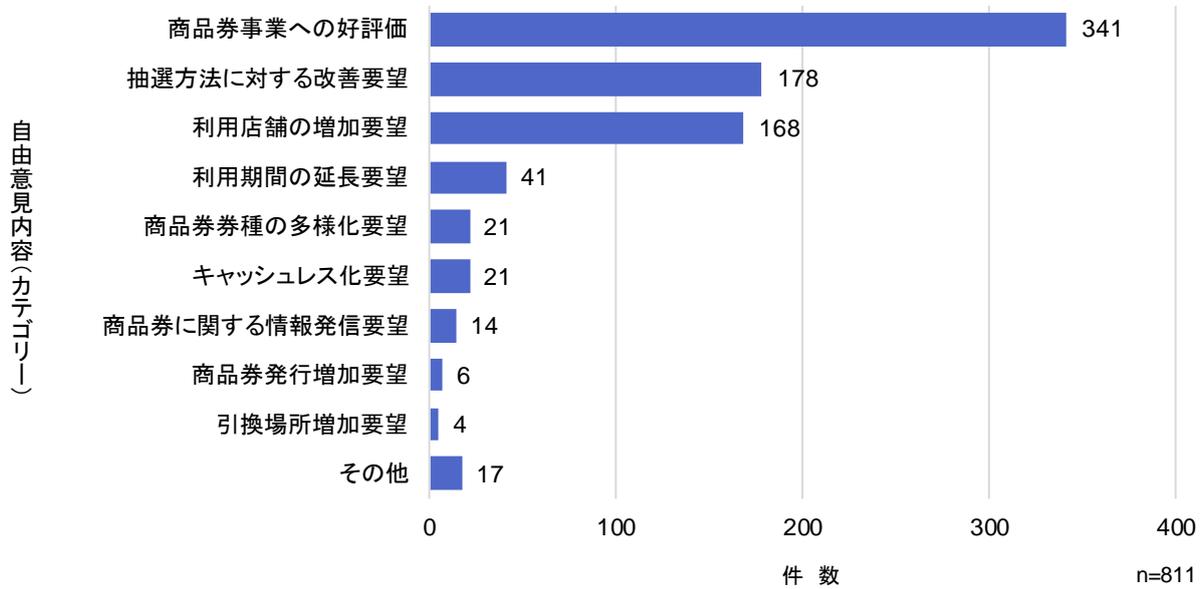
【図表 3-1-19】「商品券が利用できる期間は、もっと伸ばすべきだと思いますか？」回答



以上のアンケート結果から、今後の商品券事業の実施に際しては、商品券の利用店舗増加や利用期間の長期化などを求めるニーズが強いことが推察される。

また、自由意見では、商品券事業に対する多くの好評価意見が寄せられた一方で、商品券の抽選方法に対する改善要望に関する意見が散見された。(図表 3-1-20)

【図表 3-1-20】利用者向けアンケート自由意見－内容別件数



## 2. 事業者向けアンケート調査

### (1) 調査方法

商品券事業の事業者の業況に与えた効果を調査し、また、事業者の商品券事業に対する評価を把握するため、商品券取扱店に登録した事業者に対し、オンラインでのアンケート調査を実施した。

アンケート調査への依頼方法としては、市が商品券換金を促す案内文を商品券取扱店に登録した事業者に郵送する際、アンケート回答サイトにアクセスできるQRコードが印刷されたプレゼント引換券を同封し、アンケートに回答すると市の特産品である「讃岐もち麦ダイシモチ」をプレゼントする旨のメッセージを印刷した。

### (2) 調査項目

回答者属性と事業者の業況、商品券事業が事業者の業況に与えた影響、商品券事業の評価等に関する質問項目に加え、キャッシュレス決済導入に関する質問項目など、15問と自由意見欄を設定した。

### (3) 調査期間

2022年2月1日より、アンケート回答用サイトを開設。回答期限を2022年2月28日とし、同日アンケート回答用サイトを閉鎖した。

### (4) 回答総数・回答比率

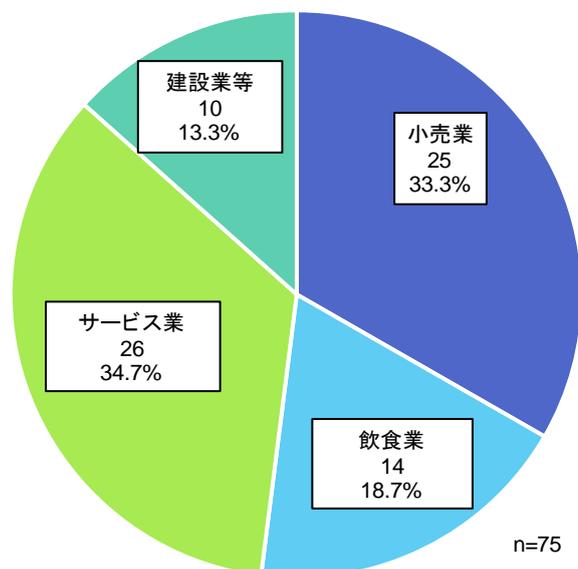
回答数は75件となった。商品券取扱店として329店が登録されているため、回答率は22.8%となった。

### (5) 回答者事業者属性

アンケート回答事業者の業種をみると、小売業が全体の33.3%にあたる25事業者、飲食業が全体の18.7%にあたる14事業者、サービス業は全体の34.7%にあたる26事業者、そして建設業等が全体の13.3%にあたる10事業者であった。

(図表 3-2-1)

【図表 3-2-1】アンケート回答事業者業種構成



## (6) 商品券利用期間中（2021年11月~2022年1月）の業況について

前年同時期の業況を100とした場合の商品券利用期間中の業況の変化について質問した。業況の変化に関するアンケート結果に関し、業況の変化111以上を「前年同時期より好転」、70以下を「前年同時期より悪化」、好転と悪化の間を「前年同時期程度」の3つのカテゴリーに集約して売り上げの変化を確認する。

### ① 売上高

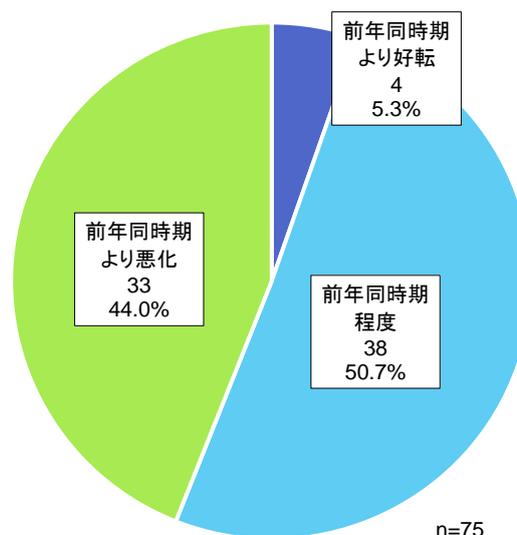
商品券利用期間中における前年同時期と比較した売上高の変化に関し、有効アンケート回答75事業者のうち、「前年同時期より好転」と回答した事業者は全体の5.3%にあたる4事業者にとどまった。

一方、「前年同時期より悪化」と回答した事業者は全体の44.0%にあたる33事業者となり、半数以上の38事業者は「前年同時期程度」と回答した。（図表3-2-2）

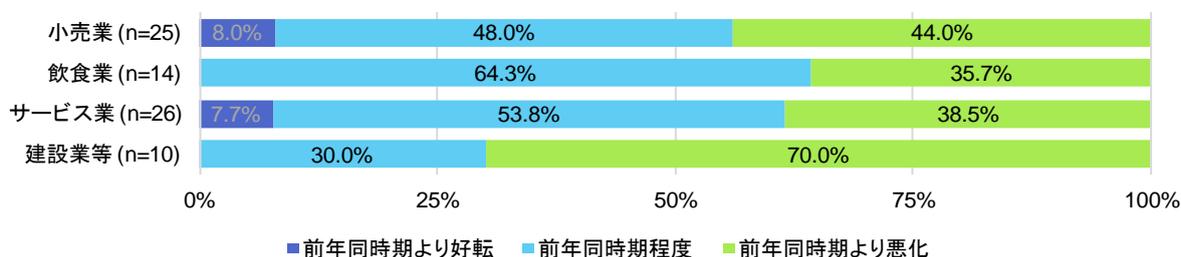
業種別をみると、「前期より好転」と回答した事業者は、小売業で8.0%、サービス業で7.7%あったが、飲食業、建設業等では皆無だった。

一方、「前年同時期より悪化」と回答した事業者は、小売業で44.0%、飲食業で35.7%、サービス業で38.5%と、全体の4割前後であったのに対し、建設業等で70%と、大半の事業者が、前年同時期より悪化したと回答した。（図表3-2-3）

【図表 3-2-2】前年同時期と比較した商品券利用期間中の売上高変化



【図表 3-2-3】前年同時期と比較した商品券利用期間中の売り上げ変化（業種別）



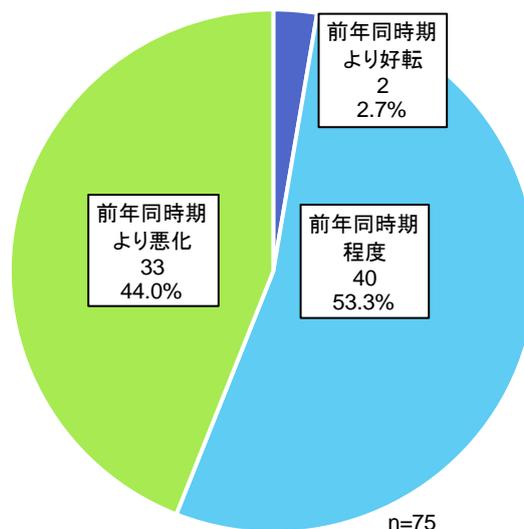
### ② 来客数

商品券利用期間中における前年同時期と比較した来客数の変化に関し、有効アンケート回答75事業者のうち、「前年同時期より好転」と回答した事業者は全体の2.7%にあたる2事業者にとどまった。

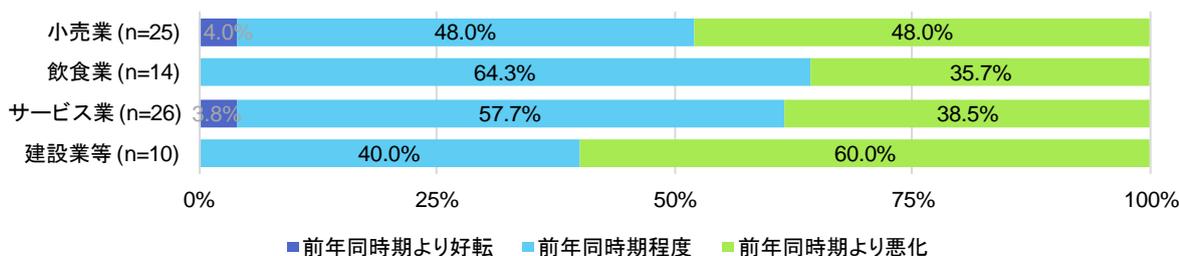
一方、「前年同時期より悪化」と回答した事業者は全体の 44.0%にあたる 33 事業者となり、全体の 53.3%にあたる 40 事業者は「前年同時期程度」と回答した。(図表 3-2-4)

業種別をみると、「前期より好転」と回答した事業者は、売り上げ同様、飲食業、建設業等では皆無だった。一方、「前年同時期より悪化」と回答した事業者は、小売業で 48.0%、飲食業で 35.7%、サービス業で 38.5%と、全体の 4 割前後であるのに対し、建設業等では 6 割を占めた。(図表 3-2-5)

【図表 3-2-4】前年同時期と比較した商品券利用期間中の来客数変化



【図表 3-2-5】前年同時期と比較した商品券利用期間中の来客数変化(業種別)

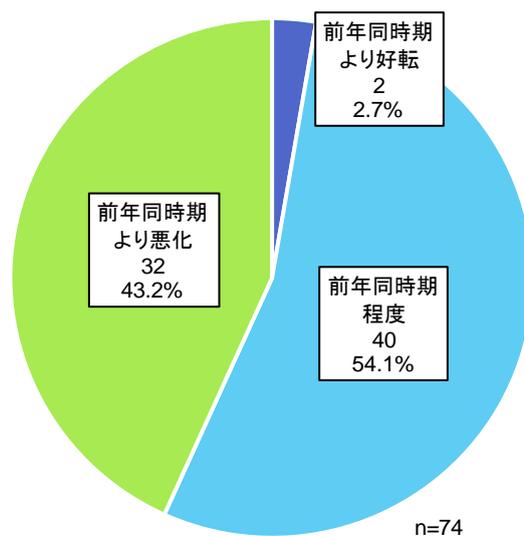


### ③ 客単価

商品券利用期間中における前年同時期と比較した客単価の変化に関し、有効アンケート回答 74 事業者のうち「前年同時期より好転」と回答した事業者は全体の 2.7%にあたる 2 事業者にとどまった。一方、「前年同時期より悪化」と回答した事業者は全体の 43.2%にあたる 32 事業者となり、全体の 54.1%にあたる 40 事業者は「前年同時期程度」と回答した。(図表 3-2-6)

利用者アンケートでは、商品券事業による、消費喚起効果は認められたものの、事業者アンケートからは、コロナ禍で大きく落ち込んだ業況を十分回復させるまでの効果には至っていなかった状況が推察される。

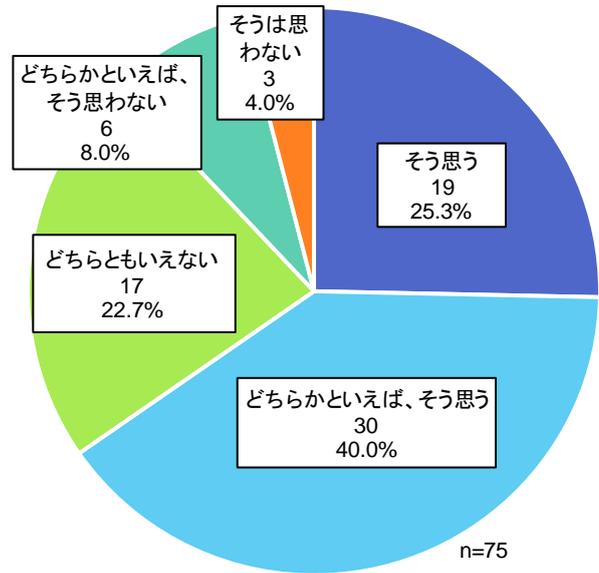
【図表 3-2-6】前年同時期と比較した商品券利用期間中の客単価変化



(7) 事業者による商品券事業の評価

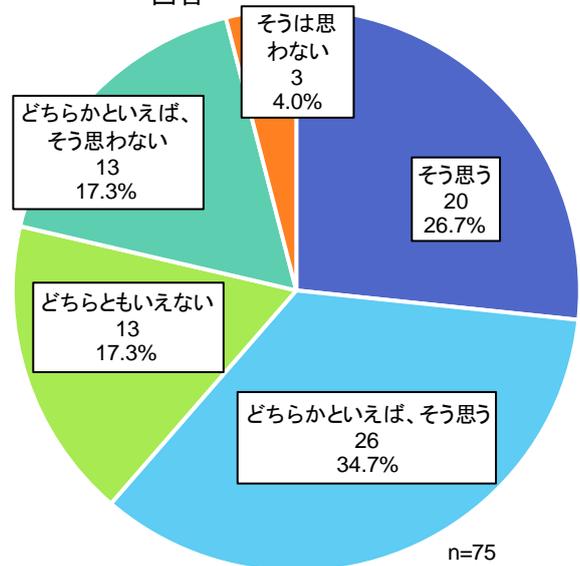
「商品券発行は、売上高の向上または下支えに繋がったと感じますか？」との質問に対して、有効アンケート回答 75 事業者のうち、「そう思う」との回答が全体の 25.3%、「どちらかといえば、そう思う」との回答は全体の 40.0%となり、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答が 6 割を超える一方、「そうは思わない」「どちらかといえば、そう思わない」といった否定的な回答は全体の 1 割程度にとどまり、過半数の事業者が、商品券事業による売上高の下支え効果を評価している。(図表 3-2-7)

【図表 3-2-7】「商品券発行は、売上高の向上または下支えに繋がったと感じますか？」回答



また、「商品券事業は、来客数の向上または下支えに繋がったと感じますか？」との質問に対して、有効アンケート回答 75 事業者のうち、「そう思う」との回答が全体の 26.7%、「どちらかといえば、そう思う」との回答は全体の 34.7%となり、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答が 6 割を超える一方、「そうは思わない」「どちらかといえば、そう思わない」といった否定的な回答は全体の 2 割程度にとどまっており、過半数の事業者が、商品券事業による来客の下支え効果を評価している。(図表 3-2-8)

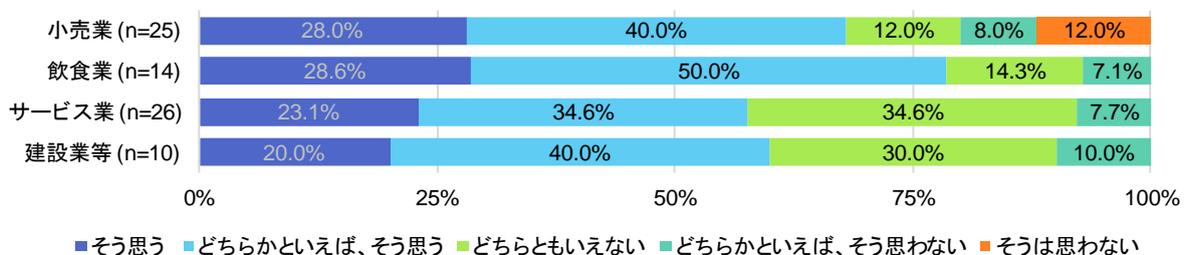
【図表 3-2-8】「商品券発行は、来客数の向上または下支えに繋がったと感じますか？」回答



前項「(6) 商品券利用期間中 (2021 年 11 月~2022 年 1 月) の業況について」で確認した通り、半数近くの事業者が、前年同時期と比較して売上高や来客数が好転したと回答した事業者は非常に少数だったにもかかわらず、6 割を超える事業者が、商品券事業による経済効果を評価している。コロナ禍の逆境下においても、過半数の事業者が、商品券事業による下支え効果を評価している状況がうかがえる。

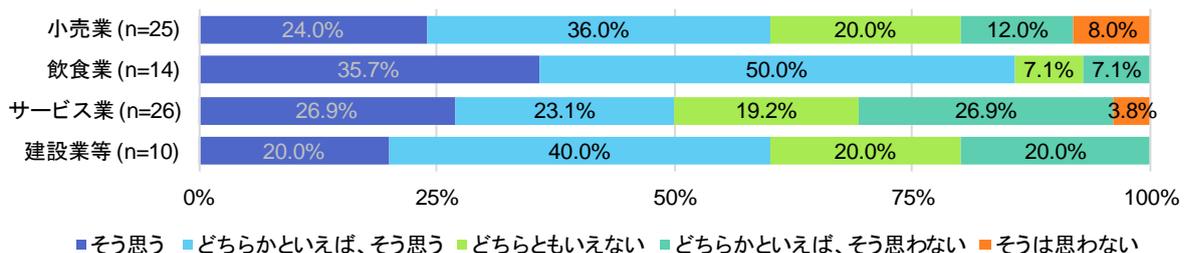
「商品券発行は、売上高の向上または下支えに繋がったと感じますか？」との質問に対する回答を業種別にみると、飲食業では「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答が8割近くを占め、他業種と比較して高くなっている。(図表 3-2-9)

【図表 3-2-9】「商品券発行は、売上高の向上または下支えに繋がったと感じますか？」回答(業種別)



また、「商品券発行は、来客数の向上または下支えに繋がったと感じますか？」との質問に対する回答を業種別にみると、飲食業では「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答が9割近くを占め、他業種と比較して高くなっている。(図表 3-2-10)

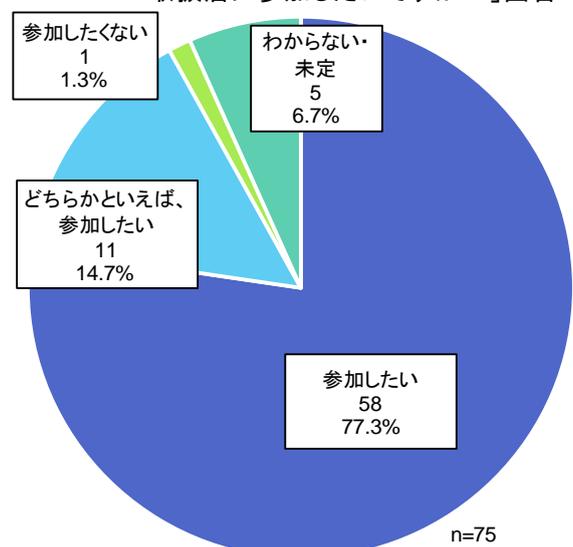
【図表 3-2-10】「商品券発行は、来客数の向上または下支えに繋がったと感じますか？」回答(業種別)



利用者向けアンケートにおいて、利用者に購入商品を複数回答で質問した結果では、全回答数の約6割が「外食」を挙げていることから、商品券が多く利用された飲食業において、商品券事業による評価が高くなったと考えられる。

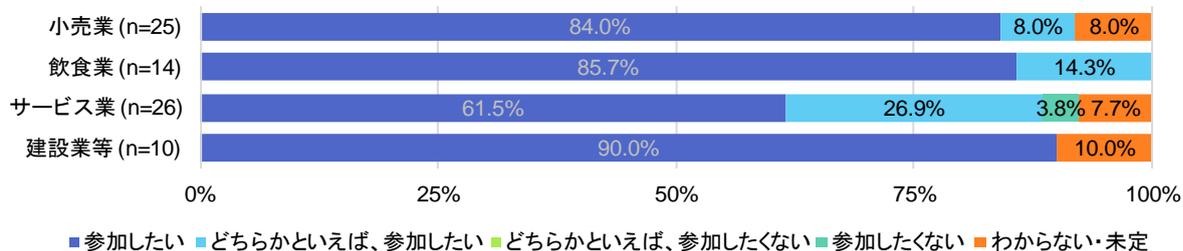
【図表 3-2-11】「今後、商品券事業を実施した場合、取扱店に参加したいですか？」回答

「今後、商品券事業を実施した場合、取扱店に参加したいですか？」との質問に対して、有効アンケート回答 75 事業者のうち、「参加したい」との回答が全体の 77.3%、「どちらかといえば、参加したい」との回答は全体の 14.7%となり、「参加したい」「どちらかといえば、参加したい」との参加に前向きな事業者は、9割を超えた。事業者の商品券事業に対する期待の高さがうかがえる。(図表 3-2-11)



業種別にみると、全業種で9割前後の事業者が「参加したい」「どちらかといえば、参加したい」との参加に前向きな回答をしている。特に飲食業では、全ての事業者が参加に前向きな回答をしている。(図表 3-2-12)

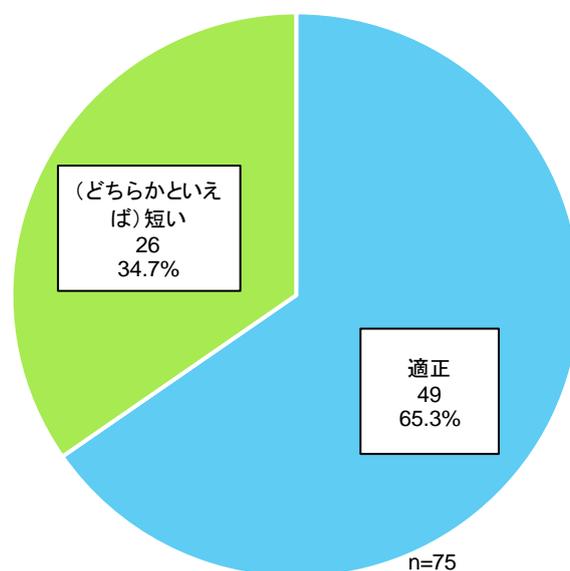
【図表 3-2-12】「今後、商品券事業を実施した場合、取扱店に参加したいですか？」回答(業種別)



その他、商品券取扱店要件、商品券換金手続き、商品券換金期間等についても質問したが、9割程度の事業者が適正との回答を得た。

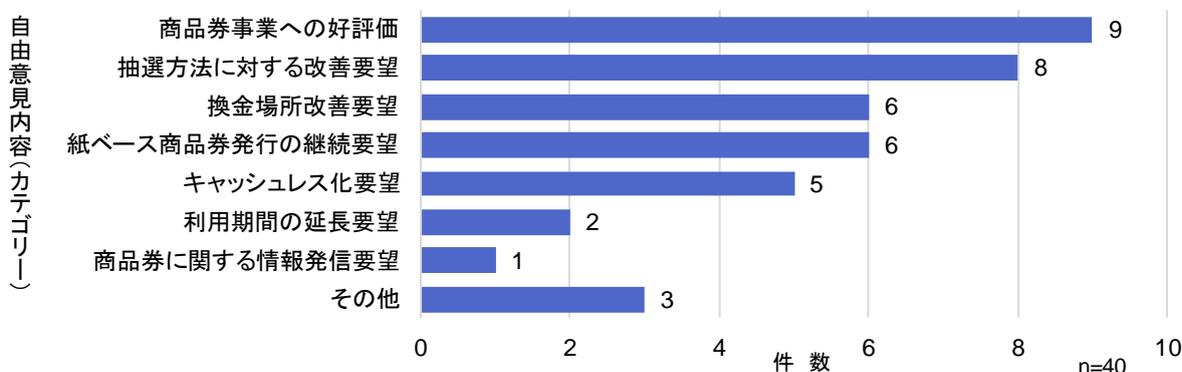
【図表 3-2-13】「商品券の利用期間はどうか感じられましたか？」回答

ただし、「商品券の利用期間はどうか感じられましたか？」との質問に対して、有効アンケート回答 75 事業者のうち、「長い」「どちらかといえば長い」との回答は皆無だった一方、「短い」「どちらかといえば、短い」という回答が 34.7%を占めた。事業者においても、商品券の利用期間の長期化を求めるニーズがあることが確認できた。(図表 3-2-13)



また自由意見では、商品券事業に対する多くの好評価意見が寄せられた一方で、事業者からも商品券の抽選方法に対する改善要望に関する意見が散見された。(図表 3-2-14)

【図表 3-2-14】事業者向けアンケート自由意見—内容別件数

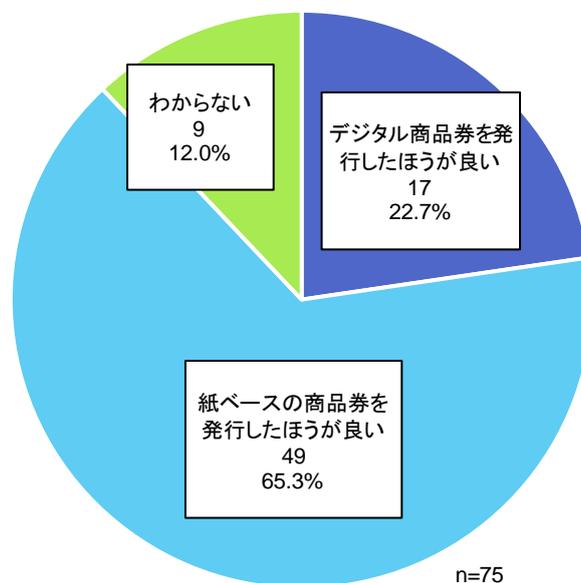


## (8) 事業者によるキャッシュレス決済導入の評価

最近では、商品券を従来の紙ベースの発行に代わり、キャッシュレスのデジタル商品券で発行する自治体も散見されるようになった。このため、今後の商品券事業の参考のため、事業者にキャッシュレスのデジタル商品券発行に関する評価を質問した。

「キャッシュレスのデジタル商品券の発行は、どう感じられますか？」との質問に対して、有効アンケート回答 75 事業者のうち、「デジタル商品券を発行したほうが良い」との回答が全体の 22.7% だったのに対し、「紙ベースの商品券を発行したほうが良い」との回答は全体の 65.3% を占め、過半数の事業者は従来型の紙ベースの商品券を希望した。(図表 3-2-15)

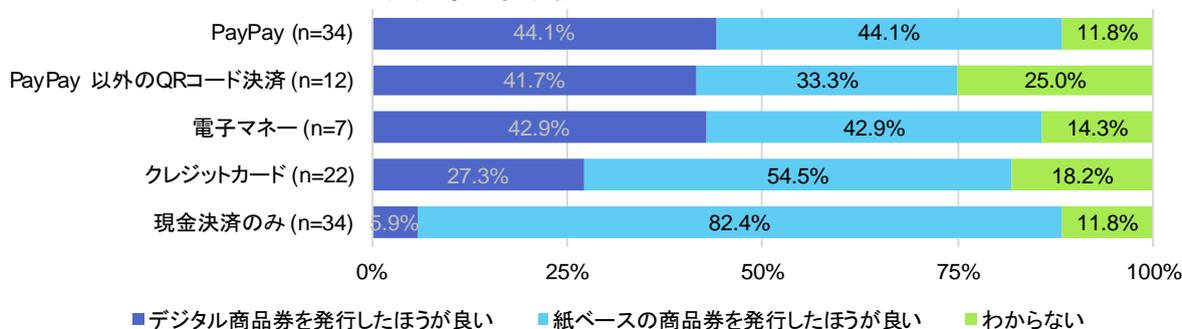
【図表 3-2-15】「キャッシュレスのデジタル商品券の発行は、どう感じられますか？」回答



キャッシュレス決済の導入事業者別にみると、PayPay などの QR コード決済を導入している事業者、及び電子マネー決済を導入している事業者では、「デジタル商品券を発行したほうが良い」との回答数と「紙ベースの商品券を発行したほうが良い」との回答数が、ほぼ同数となっている。一方で、現金決済のみの事業者の回答をみると、8 割以上の事業者が「紙ベースの商品券を発行したほうが良い」と回答しており、

キャッシュレス決済未導入の事業者にとっては、デジタル商品券には抵抗があることがうかがえる。(図表 3-2-16)

【図表 3-2-16】「キャッシュレスのデジタル商品券の発行は、どう感じられますか？」回答 (キャッシュレス決済導入事業者別)



## 【4】まとめ

### 1. 利用者向けアンケート結果

利用者向けアンケート結果から、商品券事業は、「消費の量」を押し上げる効果のみならず、「消費の質」を押し上げる効果も高く、市内での消費喚起効果は大きかったと評価できる。なお、今回の調査は、アンケートにより、利用者の主観的な消費動向を把握したものであり、他の支出の減少等までは把握していないため、家計の消費支出全体の変動までは十分に捉えられていない可能性もある。

また、利用者向けアンケート結果から、商品券事業による家計への支援効果は高く評価されている上、今後の商品券事業の実施についても、9割以上の利用者から支持を得ており、商品券事業に対する評価及び期待は極めて高いと考えられる。

### 2. 事業者向けアンケート結果

商品券利用期間中における事業者の業況は、「前年同時期より好転」と回答した事業者は少数で、4割程度の事業者は「前年同時期より悪化」と回答しており、コロナ禍で多くの事業者が厳しい事業環境にあることがうかがえる。ところが、「商品券発行は、売上高の向上または下支えに繋がったと感じますか？」との質問に対して、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答は6割を超え、「商品券事業は、来客数の向上または下支えに繋がったと感じますか？」との質問に対しても、「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」といった肯定的な回答で6割を超えており、過半数の事業者が、商品券事業による経済効果を評価した。

### 3. 商品券事業の要望事項

利用者向けアンケート結果から、商品券利用可能店舗の増加及び商品券利用期間の長期化に対する要望が高かった。また事業者向けアンケート結果からも、商品券利用期間の長期化に対する要望が確認できた。

### 4. 商品券事業の改善事項

利用者向けアンケート結果では、希望者が商品券を買えなかったことに対する不満や改善要望も散見された。今回の商品券販売セット数 10,000 セットに対し、21,757 セットの申し込みが寄せられ、購入者は抽選によって決められた。当選した市民は、いち早く商品券を入手したいと販売初日から善通寺支店に列をなし、商品券のプレミアムに満足いただいた。一方で、落選した市民が、相当に落胆したことは想像に難くない。

今回実施したのは「利用者向けアンケート」であり、利用できなかった市民の意見は確認できていない。当選倍率が上がるほど、当選した市民の満足度は高まるが、落選した市民の不満度も高くなる。市民の中で「公平感」が抱けるよう、当選倍率、抽選方法などの再検討が必要である。

## 【資料編】

1. 利用者向けアンケート調査票（原稿）
2. 事業者向けアンケート調査票（原稿）

## 善通寺市プレミアム付き商品券事業 利用者向けアンケート

この度は、令和3年善通寺市プレミアム付き応援商品券をご購入いただきありがとうございます。  
今後の施策の参考資料としますので、アンケートにご協力ください。

問1 あなたの性別を教えてください。（○は1つ）

- 1 男性
- 2 女性
- 3 その他

問2 あなたの年齢を教えてください。（○は1つ）

- 1 20歳 未満
- 2 20～29 歳
- 3 30～39 歳
- 4 40～49 歳
- 5 50～59 歳
- 6 60～69 歳
- 7 70歳 以上

問3 あなたの世帯の人数を教えてください。（○は1つ）

- 1 1人
- 2 2人
- 3 3人
- 4 4人
- 5 5人
- 6 6人
- 7 7人以上

問4 あなたは何冊の商品券が買えましたか？（○は1つ）

- 1 1冊
- 2 2冊



今回のプレミアム付き商品券事業のご感想についてお伺いします。

問9 商品券は、家計への支援になったと思いますか。(○は1つ)

- 1 そう思う
- 2 どちらかといえば、そう思う
- 3 どちらともいえない
- 4 どちらかといえば、そう思わない
- 5 そうは思わない

問10 商品券を購入したことで、いつもよりも善通寺市内のお店や商店街で買い物する機会が増えましたか?(○は1つ)

- 1 そう思う
- 2 どちらかといえば、そう思う
- 3 どちらともいえない
- 4 どちらかといえば、そう思わない
- 5 そうは思わない

今後のプレミアム付き商品券事業に関するご意見についてお伺いします。

問11 今後も商品券事業は、実施すべきだと思いますか。(○は1つ)

- 1 そう思う
- 2 どちらかといえば、そう思う
- 3 どちらともいえない
- 4 どちらかといえば、そう思わない
- 5 そうは思わない

問12 商品券の購入上限は、もっと増やすべきだと思いますか。(○は1つ)

- 1 そう思う
- 2 どちらかといえば、そう思う
- 3 どちらともいえない
- 4 どちらかといえば、そう思わない
- 5 そうは思わない

問13 商品券が使える店舗は、もっと増やすべきだと思いますか。(○は1つ)

- 1 そう思う
- 2 どちらかといえば、そう思う
- 3 どちらともいえない
- 4 どちらかといえば、そう思わない
- 5 そうは思わない

問14 商品券が利用できる期間は、もっと伸ばすべきだと思いますか。(○は1つ)

- 1 そう思う
- 2 どちらかといえば、そう思う
- 3 どちらともいえない
- 4 どちらかといえば、そう思わない
- 5 そうは思わない

問15 商品券事業について、ご意見・ご要望等がございましたら、ご記入ください。

質問は以上です。ご回答いただきありがとうございました。

## 善通寺市プレミアム付き商品券事業 事業者向けアンケート

この度は、令和3年度善通寺市プレミアム付き応援商品券の取扱店にご登録いただきありがとうございます。今後の施策の参考資料としますので、アンケートにご協力ください。

問1 貴事業所の令和3年度善通寺市プレミアム付き応援商品券の取扱店番号（「21」で始まる5桁の数字）を入力してください。

2	1			
---	---	--	--	--

貴事業所の商品券利用期間中（2021年11月～2022年1月）の業況をお伺いします。

問2 貴事業所における商品券利用期間中の売上高は、前年同時期を100とした場合、どの程度でしたか（○は1つ）

- |   |       |   |         |
|---|-------|---|---------|
| 1 | 0～40  | 5 | 101～110 |
| 2 | 41～70 | 6 | 111～120 |
| 3 | 71～99 | 7 | 121以上   |
| 4 | 100   |   |         |

問3 貴事業所における商品券利用期間中の来客数は、前年同時期を100とした場合、どの程度でしたか（○は1つ）

- |   |       |   |         |
|---|-------|---|---------|
| 1 | 0～40  | 5 | 101～110 |
| 2 | 41～70 | 6 | 111～120 |
| 3 | 71～99 | 7 | 121以上   |
| 4 | 100   |   |         |

問4 貴事業所の商品券利用期間中の客単価は、前年同時期を100とした場合、どの程度でしたか（○は1つ）

- |   |       |   |         |
|---|-------|---|---------|
| 1 | 0～40  | 5 | 101～110 |
| 2 | 41～70 | 6 | 111～120 |
| 3 | 71～99 | 7 | 121以上   |
| 4 | 100   |   |         |

問5 商品券発行は、売上高の向上または下支えに繋がったと感じますか（○は1つ）

- 1 そう思う
- 2 どちらかといえば、そう思う
- 3 どちらともいえない
- 4 どちらかといえば、そう思わない
- 5 そうは思わない

問6 商品券発行は、来客数の向上または下支えに繋がったと感じますか（○は1つ）

- 1 そう思う
- 2 どちらかといえば、そう思う
- 3 どちらともいえない
- 4 どちらかといえば、そう思わない
- 5 そうは思わない

今回のプレミアム付き商品券事業のご感想についてお伺いします。

問7 商品券の取扱店となれる条件はどう感じられましたか（○は1つ）

- 1 厳しい
- 2 どちらかといえば、厳しい
- 3 適正
- 4 どちらかといえば、緩い
- 5 緩い

問8 商品券の利用期間はどの感じられましたか（○は1つ）

- 1 長い
- 2 どちらかといえば、長い
- 3 適正
- 4 どちらかといえば、短い
- 5 短い

問9 商品券の換金手続きは分かりやすかったですか（○は1つ）

- 1 分かりやすい
- 2 どちらかといえば、分かりやすい
- 3 普通
- 4 どちらかといえば、分かりにくい
- 5 分かりにくい

問10 商品券の換金期間はどう感じられましたか（○は1つ）

- 1 長い
- 2 どちらかといえば、長い
- 3 適正
- 4 どちらかといえば、短い
- 5 短い

問11 今後、商品券事業を実施した場合、取扱店に参加したいですか（○は1つ）

- 1 参加したい
- 2 どちらかといえば、参加したい
- 3 どちらかといえば、参加したくない
- 4 参加したくない
- 5 わからない・未定

貴事業所についてお伺いいたします。

問12 貴事業所の業種を教えてください（○は1つ）

- |                           |                                   |
|---------------------------|-----------------------------------|
| 1 食料品・飲料 販売               | 11 運輸業・運送業                        |
| 2 飲食業                     | 12 建設・建築・リフォーム（建具販売も含む）           |
| 3 書籍、文具 販売                | 13 マッサージ・リラクゼーション                 |
| 4 日用品、日用雑貨 販売             | 14 娯楽                             |
| 5 家具・家電製品 販売・修理           | 15 ガソリン・燃料                        |
| 6 教育関連サービス                | 16 写真                             |
| 7 呉服・服飾品・バッグ 販売・修理        | 17 メガネ                            |
| 8 理容・美容、エステ、化粧品販売         | 18 クリーニング                         |
| 9 医療サービス、医薬品販売            | 19 生花、種苗                          |
| 10 自動車・自転車 販売・修理（部品販売も含む） | 20 看板・花輪                          |
|                           | 21 その他（具体的に：                    ） |

問13 貴事業所の従業員数を教えてください。（〇は1つ）

- 1 5名以下
- 2 6～10名
- 3 11～20名
- 4 21～50名
- 5 51名以上

問14 貴事業所ではどのようなキャッシュレス決済を導入していますか。（複数回答）

- 1 PayPay
- 2 PayPay 以外のQRコード（LINE Pay、d払い等）
- 3 電子マネー（nanaco、Suica、WAON等）
- 4 クレジットカード（VISA、JCB等）
- 5 その他（ ）
- 6 導入していない（現金決済のみ）

問15 キャッシュレス決済が普及している地域では、プレミアム付き商品券を従来の紙ベースの発行に代わり、キャッシュレスのデジタル商品券で発行されています。キャッシュレスのデジタル商品券の発行は、どう感じられますか（〇は1つ）

- 1 デジタル商品券を発行したほうが良い
- 2 どちらかといえば、デジタル商品券を発行したほうが良い
- 3 どちらかといえば、従来の紙ベースの商品券を発行したほうが良い
- 4 従来の紙ベースの商品券を発行したほうが良い
- 5 わからない

問16 キャッシュレスのデジタル商品券の発行も含め、今後の商品券事業について、ご意見・ご要望等がございましたら、ご記入ください。

質問は以上です。ご回答いただきありがとうございました。