

あさひかわプレミアム付商品券発行事業に係る事業者アンケート結果

■調査目的

令和2年度において新型コロナウイルス感染症拡大による影響からの回復を目指し、地域活性化を図ることを目的として、市民が利用することのできるプレミアム付商品券を発行し、販売する事業を実施しました。

取扱店からの評価等を把握することにより、今後の事業の参考とします。

■調査期間 令和3年3月26日（金）から 令和3年3月30日（火）まで（土日を除く3日間）

■調査方法 電話による聞き取り

■調査対象事業者 取扱店2, 283店の中から無作為で66店を抽出

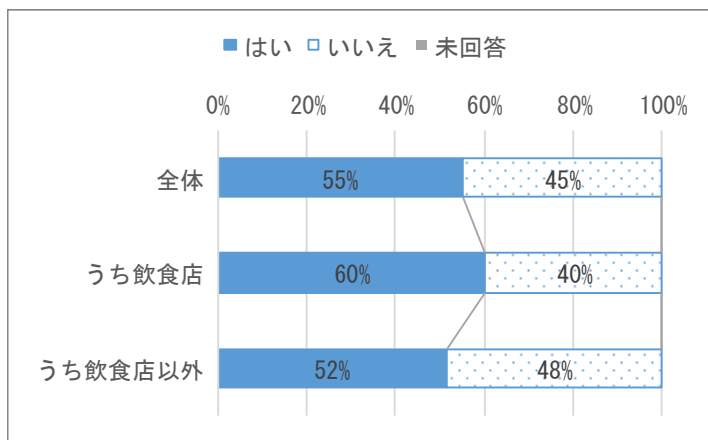
■回答数 58件

（内訳）

| 業種 | 店舗数 | 回答者数 |
|-------------------------------|-----|------|
| 食堂・レストラン | 3 | 2 |
| 専門料理店(すし, そば, ラーメン, 焼き肉, その他) | 8 | 7 |
| 喫茶店 | 1 | 1 |
| 菓子製造販売店(パン含む) | 2 | 2 |
| テイクアウト店(宅配含む) | 2 | 2 |
| 居酒屋 | 6 | 5 |
| スナック | 5 | 4 |
| バー | 2 | 2 |
| 飲食店合計 | 29 | 25 |
| コンビニエンスストア | 1 | 0 |
| 総合食品小売店(スーパー等) | 1 | 1 |
| 食料品・酒・米穀関連 | 3 | 1 |
| 医療・医薬品・化粧品関連 | 5 | 4 |
| 衣料品・靴・バッグ関連 | 1 | 1 |
| 寝具・家具 | 1 | 1 |
| 建設・工業関連 | 3 | 3 |
| 自動車・バイク・自転車関連 | 5 | 5 |
| 書籍・玩具・音楽・スポーツ | 1 | 1 |
| ホームセンター・金物関連 | 1 | 1 |
| 生花・園芸関連 | 1 | 1 |
| デパート | 1 | 1 |
| メガネ・時計・貴金属・補聴器 | 3 | 3 |
| 整体 | 2 | 2 |
| 理容・美容・エステ関連 | 3 | 3 |
| 旅行関連 | 1 | 1 |
| 観光・文化施設 | 2 | 2 |
| その他 | 2 | 2 |
| 飲食店以外合計 | 37 | 33 |
| 総計 | 66 | 58 |

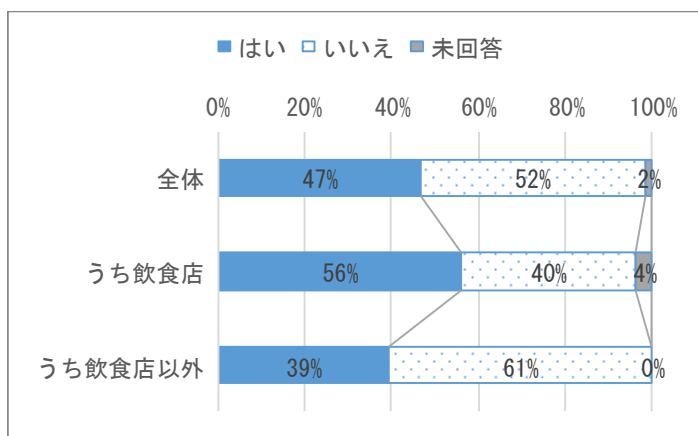
【設問 1】商品券の発行により、売上の向上又は下支えに繋がったと感じましたか。

| | はい | いいえ | 未回答 |
|---------|-----------|-----------|---------|
| 全体 | 32 55% | 26 45% | 0 0% |
| うち飲食店 | 15 60% | 10 40% | 0 0% |
| うち飲食店以外 | 17 52% | 16 48% | 0 0% |



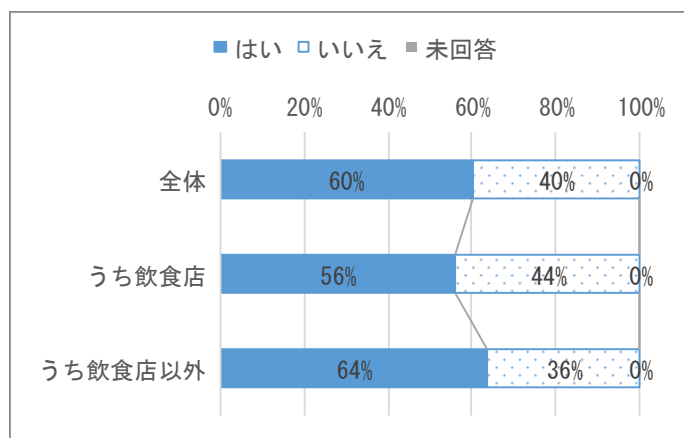
【設問 2】商品券の発行により、来客数の増加又はその下支えに繋がったと感じましたか。

| | はい | いいえ | 未回答 |
|---------|-----------|-----------|---------|
| 全体 | 27 47% | 30 52% | 1 2% |
| うち飲食店 | 14 56% | 10 40% | 1 4% |
| うち飲食店以外 | 13 39% | 20 61% | 0 0% |



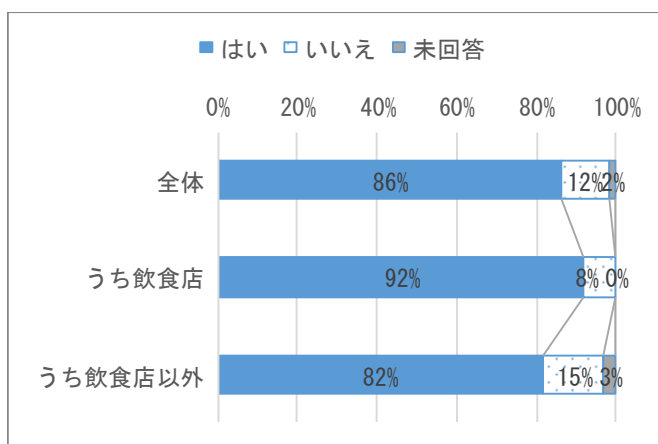
【設問 3】自店で商品券が使用できることを積極的にPRしましたか。

| | はい | いいえ | 未回答 |
|---------|-----------|-----------|---------|
| 全体 | 35 60% | 23 40% | 0 0% |
| うち飲食店 | 14 56% | 11 44% | 0 0% |
| うち飲食店以外 | 21 64% | 12 36% | 0 0% |



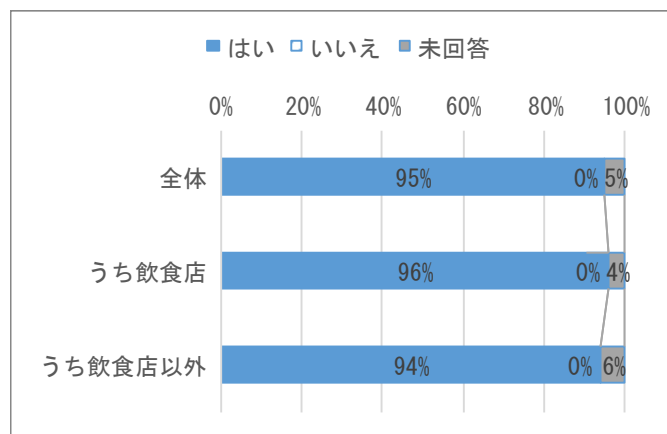
【設問 4】商品券の取扱い、換金方法は分かりやすかったですか。

| | はい | いいえ | 未回答 |
|---------|-----------|----------|---------|
| 全体 | 50 86% | 7 12% | 1 2% |
| うち飲食店 | 23 92% | 2 8% | 0 0% |
| うち飲食店以外 | 27 82% | 5 15% | 1 3% |



【設問 5】今後、同様の事業があれば再度参加したいと考えますか。

| | はい | いいえ | 未回答 |
|---------|-----------|---------|---------|
| 全体 | 55 95% | 0 0% | 3 5% |
| うち飲食店 | 24 96% | 0 0% | 1 4% |
| うち飲食店以外 | 31 94% | 0 0% | 2 6% |



【事業に対する意見等】

- ・ PR の方法としては、HP や SNS 等での周知や、会計時の声かけなどを行った
- ・ 商品券の種類が多い
- ・ 商品券が数えにくかった
- ・ ポスターが大きかった、小さいサイズや卓上のものであれば良かった
- ・ 換金時の他行振込手数料が高かった
- ・ 券のデザインが似ていてわかりづらいと利用者から意見があった
- ・ (別事業の) 飲食おもてなしクーポンが良かった
- ・ 商品券使用者はいなかったが、今後、同様の事業があった際も取扱店になりたい (取扱店一覧に載ることで広告となるため)