

令和6年度プレミアム付商品券発行事業の結果について

令和6年度プレミアム付商品券発行事業の結果について、下記のとおり報告いたします。

記

1. 事業概要

国の物価高騰対応重点支援地方創生臨時交付金を活用し、市内経済を活性化するため、買物利用店及び買物利用者を市内に限定した、プレミアム付商品券を発行したものの。

名称	城陽市プレミアム付商品券
事業主体	城陽商工会議所
発行総額	3億9,000万円 (商品券販売額3億円・プレミアム額9,000万円)
プレミアム率	30%
販売の形態	500円券13枚綴り6,500円分を1セット5,000円で販売。 市内経済の下支え及び活性化を促進するため個店限定券を設けた。 全店共通券 … 1セットあたり3,500円(53.8%) 個店限定券 … 1セットあたり3,000円(46.2%) ※個店…店舗面積1,000㎡未満の店舗 個店は全店共通券・個店限定券の両方が使用可能 大型店は全店共通券のみが使用可能
応募期間	令和6年4月15日～4月30日

抽選日	令和6年5月16日
使用期間	令和6年6月15日～8月31日
購入限度額	1人あたり2冊（1万円）
購入方法	・広報じょうよう4月15日号と同時配布のプレミアム付商品券購入専用はがきにて応募 ・専用WEBサイトから応募
引換方法	①市内郵便局で引換券と交換販売 ②市内商業施設で引換券と交換販売 ③市内郵便局による代引
販売期間	①市内郵便局 6月10日～8月30日 ②市内商業施設 6月10日～6月23日 ③市内郵便局による代引 6月3日発送
対象業種	城陽市内に店舗を有する事業者

2. 事業結果

応募世帯・人数 及び購入希望冊数	[合計] 1万5,912世帯、3万7,158人、7万1,635冊 [はがき] 7,471世帯、1万5,772人、3万272冊 [WEB] 8,441世帯、2万1,386人、4万1,363冊
当選世帯・人数 及び当選冊数	1万5,912世帯、3万7,158人、6万冊
参加店舗数	319店舗（大型店13店舗、個店306店舗）
換金枚数	77万4,285枚
換金総額	3億8,714万2,500円 （大型店：13店舗 1億2,948万2,000円）33.4% （個店：306店舗 2億5,766万500円）66.6%
換金率	99.8%
市補助金額	1億2,577万9,571円

3. アンケート調査について

(1) 調査の目的

城陽市プレミアム付商品券の利用実態の把握を目的に実施。

(2) 調査・回答方法

城陽市プレミアム付商品券購入世帯1万5,912世帯から無作為に4,000世帯を抽出し、無記名アンケート調査を実施。

回答にあたっては、回答者が世帯分をまとめて回答する方式としている。

(3) 回答数

有効回答数 1,126 件 回答率 28.2%

(4) アンケート回答結果

次項、『「城陽市プレミアム付商品券2024」利用実態に関するアンケート調査結果』を参照。

「城陽市プレミアム付商品券 2024」利用実態に関するアンケート調査結果

※割合については小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100とはならない場合がある。

1. 性別

回答項目	回答数（人）	割合（％）
男	397	35.3
女	727	64.6
無回答ほか	2	0.2
合計	1,126	100.0

2. 年齢

回答項目	回答数（人）	割合（％）
20歳代以下	9	0.8
30歳代	29	2.6
40歳代	82	7.3
50歳代	122	10.8
60歳代以上	873	77.5
無回答	11	1.0
合計	1,126	100.0

3. 家族構成

回答項目	回答数（人）	割合（％）
独身・単身	203	18.0
2人	578	51.3
3人	184	16.3
4人	108	9.6
5人	40	3.6
6人以上	12	1.1
無回答	1	0.1
合計	1,126	100.0

4. 城陽市プレミアム付商品券購入金額

アンケート回答者における商品券の購入金額で、最も多いのは「26,000円」が417人で37.0%、次いで「13,000円」が326人で29.0%、「19,500円」が162人で14.4%となった。

回答項目	回答数（人）	割合（%）
6,500円	29	2.6
13,000円	326	29.0
19,500円	162	14.4
26,000円	417	37.0
32,500円	98	8.7
39,000円	67	6.0
45,500円	22	2.0
52,000円	3	0.3
58,500円	1	0.1
無回答ほか	1	0.1
合計	1,126	100.0

5. 城陽市プレミアム付商品券の主な利用店舗（複数回答）

城陽市プレミアム付商品券購入者の主な利用店舗は、全体の 36.3% が「スーパー」で利用しており、次いで「食料品販売店」の 27.7%、「ドラッグストア」が 13.4%の結果となった。

回答項目	回答数（人）	割合（%）
スーパー	820	36.3
食料品販売店	626	27.7
ドラッグストア	303	13.4
飲食店	174	7.7
ホームセンター	101	4.5
衣料品店・装飾店	92	4.1
理美容店	37	1.6
家電量販店	35	1.6
家具・寝具販売店	11	0.5
その他	57	2.5
無回答	2	0.1
合計	2,258	100.0

6. 城陽市プレミアム付商品券の使用目的

城陽市プレミアム付商品券の使用目的について、普段の買物での使用は2,092万2,000円で、商品券使用金額の85.0%であった。

一方で城陽市プレミアム付商品券の発行が誘因となって、普段の買物以外で支出した金額は729万2,000円で、全体の使用金額の25.8%となっている。

	期間中の消費額					②+ (ロ) 商品券の発行が原因となった普段の買物以外の支出
	(イ) + (ロ) 合計	(イ) 商品券での購入額			(ロ)	
		①+② 合計	普段の買物①	普段以外の買物②	商品券での支払いに合わせた商品券以外の追加支出	
金額 (千円)	28,214	24,617	20,922	3,695	3,597	7,292
商品券での普段の買物とそれ以外の買物の割合 (%)		100.0	85.0	15.0		
期間中の消費額に占める普段の買物とそれ以外の買物の割合 (%)	100.0		74.2			25.8

7.6.のうち、城陽市プレミアム付商品券の発行が誘因となって商品券で購入した普段以外の買物②の内訳

城陽市プレミアム付商品券の発行が誘因となって商品券で購入した普段以外の買物②の369万5千円で、使用割合が最も多いのは「生鮮食料品」の31.3%、次いで「外食」の13.6%、「加工食品、飲料等」の9.4%の順であった。

回答項目	購入金額（千円）	割合（%）
生鮮食料品	1,158	31.3
外食	504	13.6
加工食品、飲料等	348	9.4
衣類、寝具	329	8.9
家電製品	289	7.8
化粧品、医薬品	286	7.7
美容、エステ等	141	3.8
時計、眼鏡	123	3.3
台所用品	95	2.6
自動車、自転車本体	78	2.1
宝飾品、かばん、革製品	76	2.1
家具・建具等	41	1.1
住宅関連	34	0.9
自動車関連部品	13	0.4
教養、教育	13	0.4
玩具・娯楽用品	12	0.3
レジャー	11	0.3
その他	144	3.9
合計	3,695	100.0

8.6.のうち、城陽市プレミアム付商品券の発行が誘因となって商品券以外で購入した追加支出（ロ）の内訳

城陽市プレミアム付商品券の発行が誘因となって商品券以外で購入した追加支出（ロ）の359万7,000円で、使用割合が最も多いのは「生鮮食料品」の28.5%、次いで「家電製品」の27.1%、「加工食品・飲料等」の8.9%の順であった。

回答項目	購入金額（千円）	割合（％）
生鮮食料品	1,024	28.5
家電製品	973	27.1
加工食品、飲料等	321	8.9
外食	290	8.1
衣類、寝具	193	5.4
自動車、自転車本体	178	4.9
時計、眼鏡	122	3.4
化粧品、医薬品	109	3.0
レジャー	101	2.8
宝飾品、かばん、革製品	92	2.6
美容、エステ等	56	1.6
台所用品	49	1.4
家具・建具等	41	1.1
住宅関連	8	0.2
教養、教育	3	0.1
自動車関連部品	0	0
玩具・娯楽用品	0	0
その他	37	1.0
合計	3,597	100.0

9. その他アンケートの結果について

(単位：%)

回答項目	そう思わない /どちらかとい えばそう思 わない	どちらでもな い	そう思う/ど ちらかといえ ばそう思う
地域振興や地域経済の活性化に効果があると思う	6.2	7.8	83.2
プレミアム付商品券を再度実施してほしい	4.0	3.9	89.5
個店限定店の仕組みを継続してほしい	26.2	30.5	39.1

その他自由記述欄のアンケート回答（原文そのまま）

- ・もう少し金額を増やして欲しい。プレミアム率を30%→50%にしてほしい。
- ・500円券だけでなく、1,000円券も作ったら、かさばらなくていいと思います。
- ・地域経済の活性化のためにも継続してほしい。

10. 城陽市プレミアム付商品券発行による消費喚起効果

城陽市プレミアム付商品券の使用目的について、普段の買物以外での商品券の支出369万5,000円を3億8,714万2,500円に換算した額と、商品券での支払いに合わせた商品券以外の追加支出359万7,000円から算出した額を合計すると、約1億900万円分の消費喚起効果があったと考えられる。