

## 令和 7 年度プレミアム付商品券発行事業の結果について

令和 7 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 5,000 万円 (商品券販売額 2 億 5,000 万円・プレミアム額 1 億円)
プレミアム率	40%
販売の形態	1,000 円券 7 枚綴り 7,000 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 4,000 円 (57.1%) 個店限定券 … 1 セットあたり 3,000 円 (42.9%) ※個店…店舗面積 1,000 m <sup>2</sup> 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 7 年 6 月 1 日～6 月 16 日

抽選日	令和7年6月30日
使用期間	令和7年8月1日～9月30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6月1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 7月25日～9月30日 ②市内商業施設 7月25日～8月3日 ③市内郵便局による代引 7月16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] 1万7,019世帯、4万900人、7万8,496冊 [はがき] 7,040世帯、1万4,335人、2万7,545冊 [WEB] 9,979世帯、2万6,565人、5万951冊
当選世帯・人数 及び当選冊数	1万7,019世帯、4万900人、5万冊
参加店舗数	313店舗（大型店13店舗、個店300店舗）
換金枚数	34万5,620枚
換金総額	3億4,562万円 （大型店：13店舗 1億1,959万6,000円）34.6% （個店：300店舗 2億2,602万4,000円）65.4%
換金率	99.8%
市補助金額	1億2,860万2,044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1万7,019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 1,339 件      回答率 33.5%

#### (4) アンケート回答結果

次項、『「城陽市プレミアム付商品券2025」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 2025」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	割合 (%)
男	464	34.7
女	873	65.2
無回答ほか	2	0.1
合計	1,339	100.0

2. 年齢

回答項目	回答数	割合 (%)
20歳代以下	11	0.8
30歳代	50	3.7
40歳代	112	8.4
50歳代	196	14.6
60歳代以上	960	71.7
無回答	10	0.7
合計	1,339	100.0

3. 家族構成

回答項目	回答数	割合 (%)
独身・単身	261	19.5
2人	590	44.1
3人	272	20.3
4人	145	10.8
5人	51	3.8
6人以上	12	0.9
無回答	8	0.6
合計	1,339	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「14,000円」が468世帯で35.0%、次いで「21,000円」が425世帯で31.7%、「28,000円」が187世帯で14.0%となった。

回答項目	回答数（世帯）	割合（%）
7,000円	153	11.4
14,000円	468	35.0
21,000円	425	31.7
28,000円	187	14.0
35,000円	74	5.5
42,000円	19	1.4
49,000円	4	0.3
56,000円	4	0.3
63,000円	1	0.1
無回答ほか	4	0.3
合計	1,339	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 35.2% が「スーパー」で利用しており、次いで「食料品販売店」の 29.9%、「ドラッグストア」が 13.3%の結果となった。

回答項目	回答数	割合 (%)
スーパー	870	35.2
食料品販売店	740	29.9
ドラッグストア	329	13.3
飲食店	227	9.2
ホームセンター	85	3.4
衣料品店・装飾店	84	3.4
家電量販店	40	1.6
理美容店	37	1.5
家具・寝具販売店	9	0.4
その他	52	2.1
無回答	1	0.0
合計	2,474	100.0

## 6. 城陽市プレミアム付商品券の使用目的

アンケート回答者における商品券での購入額は2,603万3,000円、そのうち普段の買物を目的とした使用は1,993万3,000円で、76.6%となった。

また、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855万6,000円となっている。

項目	期間中の消費額					② + (ロ) 商品券の発行が誘因となった普段以外の支出
	(イ) + (ロ)	(イ) 商品券での購入額			(ロ) 商品券での支払いに合わせた商品券以外の追加支出	
		①+②	普段の買物 ①	普段以外の買物 ②		
金額 (千円)	28,489	26,033	19,933	6,100	2,456	8,556
商品券での購入額の割合 (%)		100.0	76.6	23.4		

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610万円で、使用割合が最も多いのは「生鮮食料品」の41.8%、次いで「加工食品、飲料等」の14.5%、「外食」の13.5%の順であった。

回答項目	購入金額（千円）	割合（%）
生鮮食料品	2,547	41.8
加工食品、飲料等	885	14.5
外食	826	13.5
衣類、寝具	415	6.8
化粧品、医薬品	280	4.6
家電製品	237	3.9
時計、眼鏡	158	2.6
台所用品	107	1.8
宝飾品、かばん、革製品	98	1.6
家具・建具等	96	1.6
美容、エステ等	90	1.5
玩具・娯楽用品	72	1.2
レジャー	49	0.8
自動車関連部品	12	0.2
教養、教育	11	0.2
自動車、自転車本体	9	0.1
住宅関連	9	0.1
その他	199	3.3
合計	6,100	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245万6,000円で、使用割合が最も多いのは「生鮮食料品」の41.5%、次いで「家電製品」の12.9%、「加工食品・飲料等」の12.6%の順であった。

回答項目	購入金額（千円）	割合（%）
生鮮食料品	1,020	41.5
家電製品	317	12.9
加工食品、飲料等	310	12.6
外食	271	11.0
家具・建具等	137	5.6
衣類、寝具	93	3.8
時計、眼鏡	80	3.3
化粧品、医薬品	77	3.1
宝飾品、かばん、革製品	65	2.6
台所用品	31	1.3
玩具・娯楽用品	6	0.2
教養、教育	5	0.2
レジャー	2	0.1
美容、エステ等	2	0.1
住宅関連	1	0.0
自動車関連部品	0	0.0
自動車、自転車本体	0	0.0
その他	39	1.6
合計	2,456	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	2.1	4.6	93.2
プレミアム付商品券を再度実施してほしい	0.3	1.9	97.8
個店限定店の仕組みを継続してほしい	23.4	30.2	46.4

その他自由記述欄のアンケート回答（原文まま）

- ・一人当たりの申込出来る枚数をふやして欲しいです。
- ・物価上昇の昨今、定期的に実施してほしい。一人2冊が確実に充当されることを希望する。
- ・物価高騰の中この様な実施は大変嬉しい
- ・使用期限ギリギリに最後に購入したので、あと一ヶ月ほど期限を延ばしてもらえたらうれしいです。ぜひこれからも続けてください。

## 10. 城陽市プレミアム付商品券発行による消費喚起効果

6. 城陽市プレミアム付商品券の使用目的のうち、商品券の発行が誘因となった普段の買物以外の支出 855万6,000円について、換金総額 3億4,562万円に換算すると、約1億1,300万円分の消費喚起効果があったと考えられる。