

# 蕨市電子商品券支給事業

「織りなすカード」事業実施報告書

# 目次

<b>I.概要</b> .....	p.3
報告書作成の目的.....	p.4
蕨市電子商品券「織りなすカード」事業の概要.....	p.4
<b>II.事業の実施状況</b> .....	p.14
取扱店舗申請・登録状況及び決済状況.....	p.15
織りなすカード利用状況.....	p.21
<b>III.事務局業務</b> .....	p.26
<b>IV.利用者アンケート</b> .....	p.28
回答者属性.....	p.29
織りなすカード認知経路.....	p.31
利用可能店舗の検索に役立ったもの.....	p.32
織りなすカード 使用用途.....	p.33
特別な買い物 詳細.....	p.34
特別な買い物 追加金額.....	p.35
購入店舗.....	p.36
地元のお店への意識変化.....	p.37
市内での買い物に影響.....	p.38
中小店舗の応援への効果.....	p.39
買い物時のトラブル.....	p.40
紙の商品券との比較.....	p.41
キャッシュレス決済の感想.....	p.42

# 目次

<b>V. 事業者アンケート</b> .....	<b>p.43</b>
「織りなすカード」の認知経路.....	<b>p.44</b>
「織りなすカード」事業の参加の感想.....	<b>p.45</b>
実施内容への評価.....	<b>p.46</b>
実施手順.....	<b>p.47</b>
実施期間.....	<b>p.48</b>
買い物機会への影響.....	<b>p.50</b>
対象外の店舗についての意見.....	<b>p.51</b>
お客様の反応.....	<b>p.52</b>
期間中の来客数.....	<b>p.53</b>
期間中の売り上げ（前年度比） .....	<b>p.54</b>
期間中の売り上げ（前年度比・増加の場合） .....	<b>p.55</b>
期間中の売り上げ（前年度比・減少の場合） .....	<b>p.56</b>
期間中の売り上げ（商品） .....	<b>p.57</b>
新規顧客の獲得状況.....	<b>p.58</b>
客単価への影響.....	<b>p.59</b>
「織りなすカード」利用のための工夫.....	<b>p.60</b>
電子決済の導入状況.....	<b>p.61</b>
電子決済の感想.....	<b>p.62</b>
使用上のトラブル.....	<b>p.63</b>
紙の商品券との比較.....	<b>p.64</b>
今後の電子決済事業への参加意向.....	<b>p.65</b>

<b>VI. 総評</b> .....	<b>p.66</b>
統括① 地域の消費動向の分析.....	<b>p.67</b>
統括② 直接効果と新規に誘発した消費額の推定.....	<b>p.69</b>
統括③ 事業者アンケートのまとめ.....	<b>p.71</b>

# I . 概要

# 概要

## 1. 報告書作成の目的

本報告書は、2021年度蕨市にて実施した蕨市電子商品券支給事業について消費喚起等の効果を測るために実施した、利用者および事業者を対象にしたアンケート結果並びに分析内容を報告するものです。

## 2. 蕨市電子商品券「織りなすカード」事業の概要

### (1) 事業名

蕨市電子商品券支給事業

### (2) 事業の目的

新型コロナウイルス感染症の影響により売上が低迷している市内の中小企業が、「新しい生活様式」の中で経営を維持していけるよう、市民による市内での消費行動を活発化することを目的に蕨市民全員に1人3,000円分の電子商品券を配り、地元の店舗での買い物・飲食の契機とし、その後の継続的な消費行動につなげることで、地域経済の活性化を図ろうとするもの。

# 概要

## (3) 事業の概要

### ①事業の内容

発行対象者	全蕨市民（令和3年4月15日時点で蕨市に住民登録がある市民。76,000人。）
発行額	1人あたり3,000円
発行総額	2億 2千800 万円（3,000 円×全蕨市民76,000 人）
電子商品券配布	令和 3 年 6月25日までに配布（住民ごとに発送。76,000 通を郵送）
利用実施期間	令和 3 年 7 月 1 日～令和 3 年 10 月 31 日
換金期間	令和 3 年 7 月 1 日～令和 3 年 11 月 4 日
発行媒体	電子媒体（二次元コードを付したカードを蕨市民全員に配付する。） ※スマートフォン等の簡易的な機器を使用し、取扱店舗が対応できる仕組みとする

# 概要

## ②電子商品券が利用対象とならないもの

ア	出資や債務の支払い（税金、振込代金、振込手数料、保険料、電気・ガス・水道・電話料金等）
イ	ギフト券、切手、印紙、プリペイドカードなどの換金性の高いものの購入や電子マネーへのチャージ
ウ	商品、サービス等の引換券などの代金を前払いするもののうち、有効期限が令和3年9月30日を超えるもの
エ	性風俗関連特殊営業などの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）第2条に規定する営業において提供される役務への支払い
オ	金融機関が提供する投資信託、株式、保険などの金融商品及び現金との換金、金融機関への預入れ
カ	宅配業者による代金引換、店舗等での収納代行等、特定事業者以外の事業者への支払いが実質的に可能となるもの
キ	事業活動に伴って使用する原材料、機器類及び仕入商品等
ク	特定の宗教又は政治団体と関わるものや公序良俗に反するものへの支払い
ケ	やむを得ない理由により特定事業者が取扱いを不可としたもの
コ	その他蕨市が不相当と認めるもの

# 概要

## ③その他留意事項

ア	取扱店舗において上記利用期間内に限り利用可能とすること
イ	購入後の返金を行わない
ウ	現金との引き換えはしない
エ	取扱店舗において、電子商品券を利用対象としない商品を定める場合は、あらかじめ利用する市民が認識できるように明示すること
オ	本事業の電子商品券以外の類似の電子商品券等と混同されるおそれがないよう、利用する市民および取扱店舗に対し、十分な説明・配慮を行うこと



## (4) 業務の内容

業務内容は、運営管理、取扱店舗への対応、電子商品券の発行、電子商品券の換金、コールセンター、広報、データ管理及び効果測定など電子商品券支給事業実施に係る一連の業務とする。

### ①運営管理業務

ア	詳細なスケジュールや実施内容等を記載した事業実施計画書を作成し、蕨市の承諾を受けたうえで運営業務を統括する。
イ	事業の実施にあたって、実施体制を整備し、実施業務の詳細等について蕨市に協議・報告・提案を行いながら進める。
ウ	常に連絡の取れる業務責任者を配置し、本事業全体の統括を行う。
エ	その他業務実施にあたり必要な業務を行う。

# 概要

## ②取扱店舗対応業務

### (ア) 取扱店舗の募集に関する業務

ア	取扱店舗は蕨市が定める基準に基づき、受託者が募集し登録する。ただし、基準に基づく判断が困難な場合は、蕨市と協議したうえで決定する。また、蕨市が提供する店舗の情報を活用するなど利用する市民の利便性の観点から出来る限り早期に取扱店舗を増やす。
イ	取扱店舗が必要な端末の貸与を希望する場合は、貸し出しを行う。
ウ	取扱店舗の申請時には、商取引なく電子商品券を流通させない等、不正使用しない旨の誓約を義務付ける。
エ	取扱店舗は随時受け付け、募集期間は蕨市と協議のうえ定める。
オ	取扱店舗として登録した店舗に対して、取扱店舗登録証（ステッカー等）を交付する。

### (イ) 取扱店舗との調整に関する業務

ア	受託者と取扱店舗との間で結ぶ規約を作成する。規約については蕨市と協議のうえ決定する。
イ	運営マニュアル及びQ&Aを作成のうえ、説明会等を実施し、取扱店舗の責任者に対して事業内容・運営方法を適切に説明する。
ウ	運営マニュアル等は換金手続きの方法や参加店舗等の遵守事項、違反事項に対する登録取消など、取扱店舗の事業者に分かりやすい内容とする。
エ	問い合わせに対して、誠意のある丁寧な対応を行う。

# 概要

## (ウ) 取扱店舗一覧の作成

ア	一覧に記載する項目は蕨市と協議のうえ決定する。
イ	公式サイトを作成し、一覧を随時更新し周知を図る。

## ③電子商品券の発行

ア	電子商品券は、クレジットカードと同等の大きさとし、利用する市民が店頭で提示し、取扱店舗が端末で読みとることで3,000円分のキャッシュレス決済が可能なものとする。また、1円から支払いができるものとし、おつり、換金はしない。
イ	蕨市が提供する情報に基づき、利用期間までに全蕨市民に電子商品券を配布する。
ウ	配布に当たっては、不正利用がないように、全蕨市民の手に届くように手段を講ずる。
エ	配布に当たっては利用店舗一覧及び利用方法について分かりやすく情報提供する。
オ	DV被害者への対応については蕨市の指示に基づき対応する。

# 概要

## ④電子商品券の発行

ア	電子商品券の決済データをもとに、各取扱店舗に振込みを行う。換金手数料は委託料に含める。
イ	取扱店舗への振込みはマニュアル記載の期日に行うものとし、取扱店舗からの請求を待たずに実施する。
ウ	換金期日について、取扱店舗への周知を行う。
エ	蕨市は、換金業務の原資として電子商品券の発行総額を概算払いし、業務終了後に精算を行う。
オ	換金を行うごとに、蕨市に金額等報告を行う。
カ	期間内に利用されなかった電子商品券の額を集計し、期間終了後速やかに蕨市に報告する。
キ	換金期間終了後は、取扱店舗の換金に応じない。

# 概要

## ⑤コールセンター業務

ア	各種問合せについて、コールセンターに専用回線を設置し、迅速に対応する。
イ	電子商品券の配付開始から一定期間は受付時間を拡大するなど、取扱店舗や利用する市民等にとって利用しやすい対応とする。
ウ	苦情については特に慎重に対応することとし、苦情の処理にあたっては、その対応方法等について、蕨市に速やかに報告する。

## ⑥広報業務

ア	公式サイトを作成し、取扱店舗の周知及び募集、利用方法等効果的な PR を実施する。
イ	取扱店舗であることを証するポスター及びステッカーを作成のうえ、配布する。作成にあたっては利用する市民にとって視認しやすいものとし、電子商品券の利用開始日までに取扱店舗に対して配布を完了する。

# 概要

## ⑦データ管理業務

ア	業務に伴い収集、作成したデータについて、適切に管理する。
イ	電子商品券情報は、必要に応じて随時データの抽出・利用を可能とする。

## ⑧効果測定業務

アンケートを実施し、本事業の利用効果や経済効果を分析し報告する。

## (5) 事業スケジュール

取扱店舗募集	令和3年7月1日～令和3年8月31日
電子商品券配布	令和3年6月25日までに配布
電子商品券利用実施期間	令和3年7月1日～令和3年10月31日
電子商品券換金期間	令和3年7月1日～令和3年11月4日

## Ⅱ. 事業の実施状況

# 事業の実施内容

## 1. 取扱店舗申請・登録状況及び決済状況

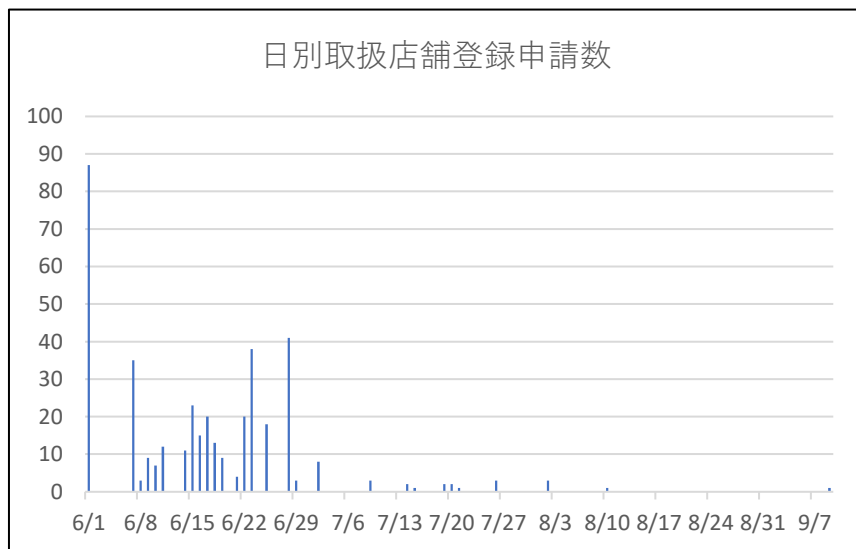
申請実施期間：令和3年4月30日～令和3年8月31日

### ①登録店舗数

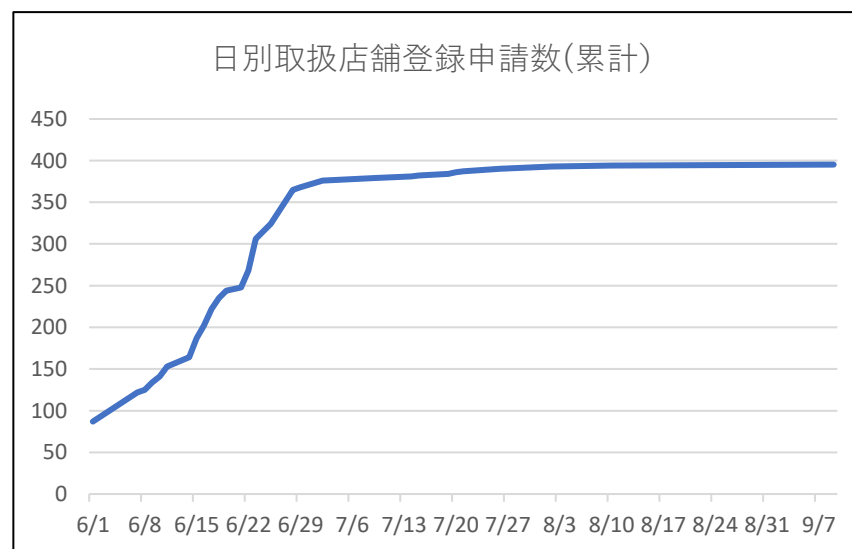
登録店舗数375店舗

### ②日別登録数

単位：件



単位：件





# 事業の実施内容

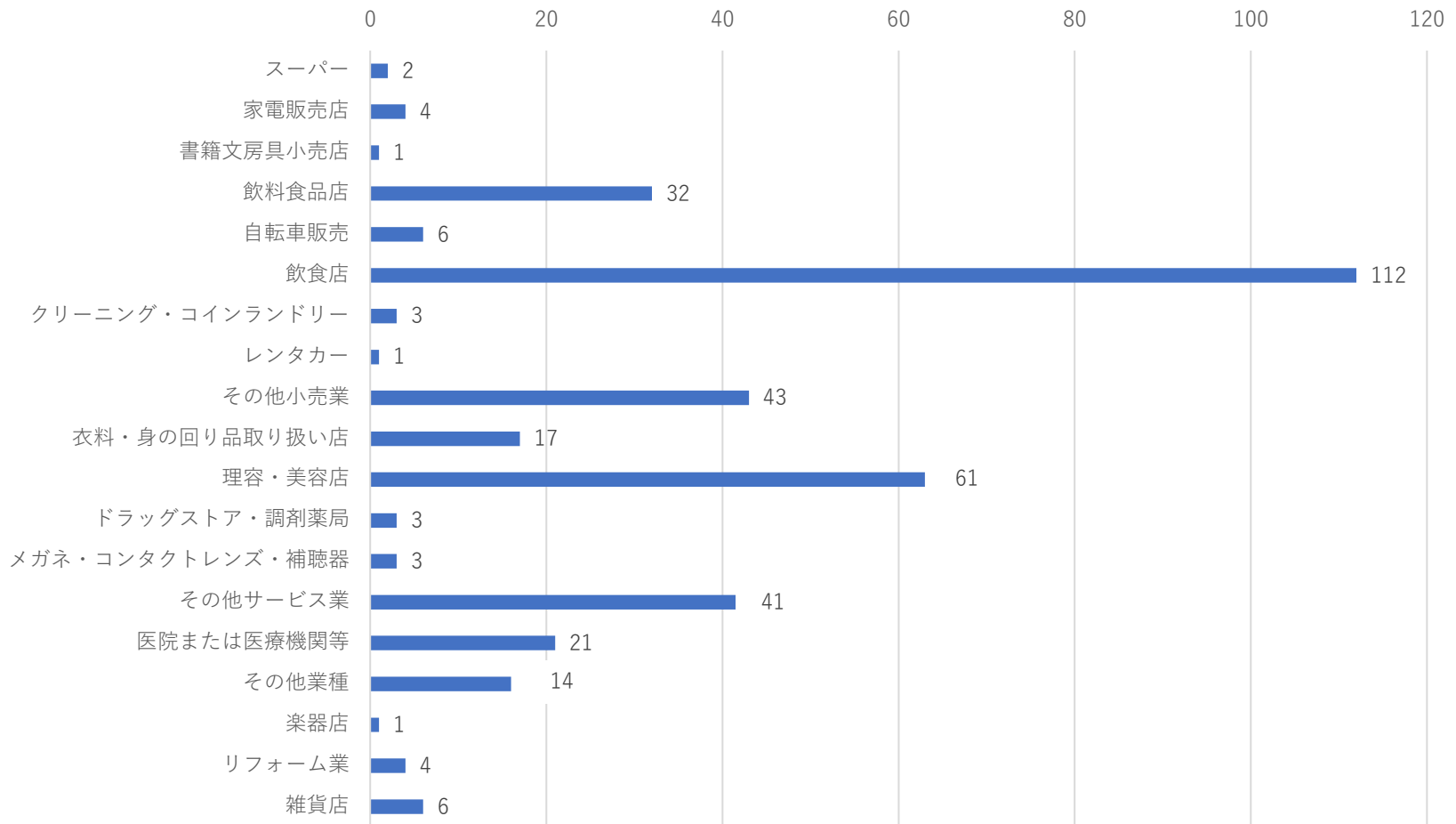
## ③地域店舗登録数および決済状況

地域	店舗登録数 (件)	登録割合 (%)	決済金額 (円)	決済金額割合 (%)	平均決済額 (円)
錦町	21	5.8	6,927,904	3.6	314,904
北町	48	13.3	32,799,895	16.8	683,331
中央	188	50.0	86,755,144	44.6	456,606
南町	34	8.9	34,215,192	17.6	1,006,329
塚越	84	22.6	34,074,577	17.5	395,588
合計	375		194,772,712		

(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

# 事業の実施内容

## ④業種別店舗登録数



# 事業の実施内容

## ⑤業種別店舗登録数および決済状況

業種	店舗登録数 (件)	店舗登録 割合 (%)	決済金額 (円)	決済金額割合 (%)	平均決済額 (円)
スーパー	2	0.5	17,880,423	9.2	8,940,211
家電販売店	4	1.1	17,495,471	9.0	4,373,867
書籍文房具小売店	1	0.3	1,758,491	0.9	1,758,491
飲食料品店	32	8.5	45,399,941	23.3	1,418,748
自転車販売	6	1.6	3,778,766	1.9	629,794
飲食店	112	29.9	62,294,456	32.0	556,200
クリーニング・コインランドリー	3	0.8	1,194,320	0.6	398,106
レンタカー	1	0.3	388,806	0.2	388,806
その他小売業	43	11.5	14,686,219	7.5	341,539
衣料・身の回り品取扱店	17	4.5	5,540,512	2.8	325,912
理容・美容店	61	16.5	16,297,513	8.4	258,690
ドラッグストア・調剤薬局	3	0.8	589,294	0.3	196,431
メガネ・コンタクトレンズ・補聴器	3	0.8	486,684	0.2	162,228
その他サービス業	41	10.9	4,816,153	2.5	114,670

# 事業の実施内容

## ⑤業種別店舗登録数および決済状況

業種	店舗登録数 (件)	店舗登録 割合 (%)	決済金額 (円)	決済金額割合 (%)	平均決済額 (円)
病院または医療機関等	21	5.6	1,312,322	0.7	62,491
その他業種	14	3.5	589,548	0.3	36,846
楽器店	1	0.3	33,876	0.0	33,876
リフォーム業	4	1.1	126,005	0.1	31,501
雑貨店	6	1.6	103,912	0.1	17,318
合計	375		194,772,712		

# 事業の実施状況

業種別店舗登録数ランキング

順位	業種	店舗数 (件)
1	飲食店	112
2	理容・美容店	61
3	その他小売業	43
4	その他サービス業	41
5	飲食料品店	32
6	病院または医療機関等	21
7	衣料・身の回り品取扱店	17
8	その他業種	16
9	自転車販売	6
10	雑貨店	6

業種別決済金額ランキング

順位	業種	決済金額 (円)
1	飲食店	62,294,456
2	飲食料品店	45,399,941
3	スーパー	17,880,423
4	家電販売店	17,495,471
5	理容・美容店	16,064,226
6	その他小売業	14,686,219
7	衣料・身の回り品取扱店	5,540,512
8	その他サービス業	4,816,153
9	自転車販売	3,778,766
10	書籍文房具小売店	1,758,491

業種別平均決済金額ランキング

順位	業種	平均決済 金額 (円)
1	スーパー	8,940,211
2	家電販売店	4,373,867
3	書籍文房具小売店	1,758,491
4	飲食料品店	1,418,748
5	自転車販売	629,794
6	飲食店	555,718
7	クリーニング・ コインランドリー	398,106
8	レンタカー	388,806
9	その他小売業	341,539
10	衣料・身の回り品取扱店	325,912

# 事業の実施状況

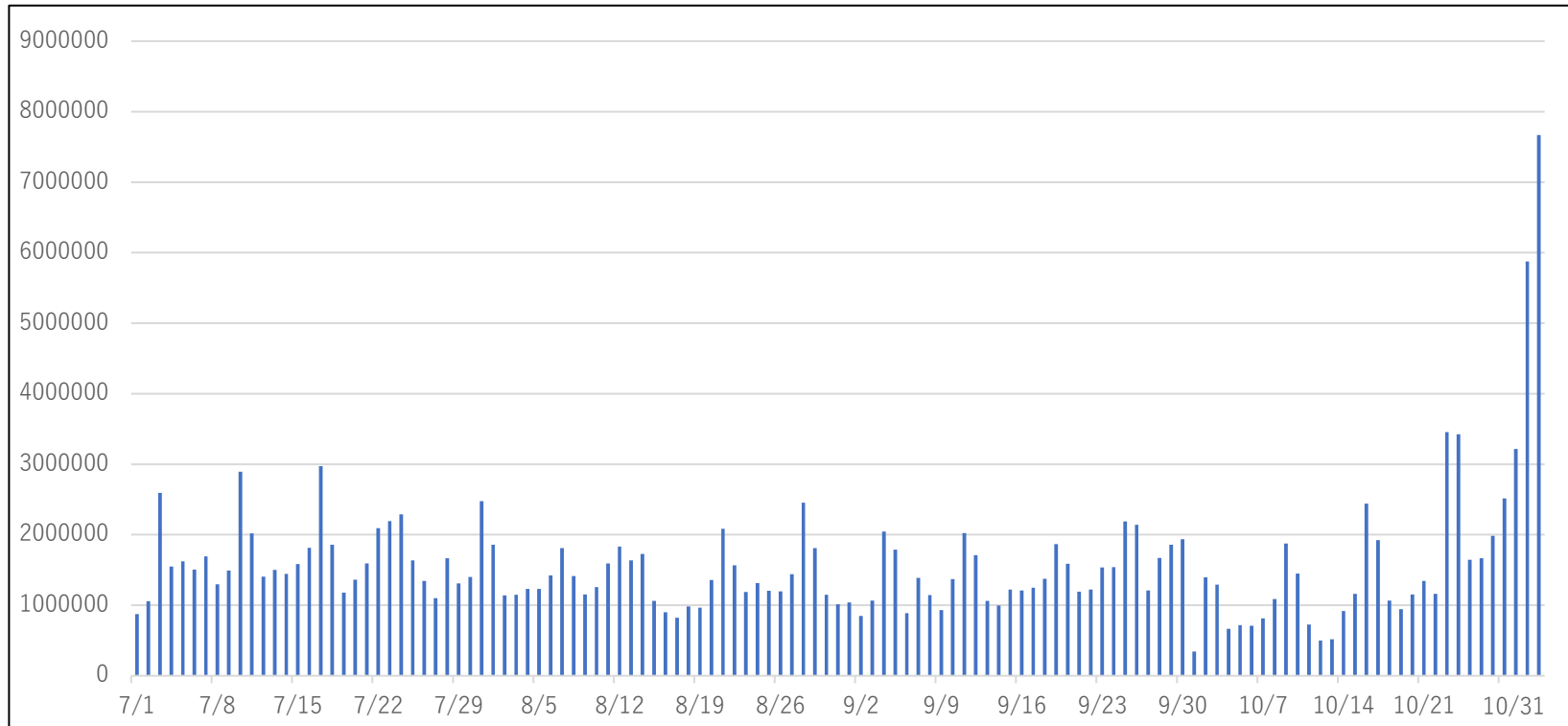
## 2. 織りなすカード状況

利用期間：令和3年7月1日～令和3年10月31日

カード利用枚数：65,293枚

### ①1日あたりの利用金額の推移

単位：円



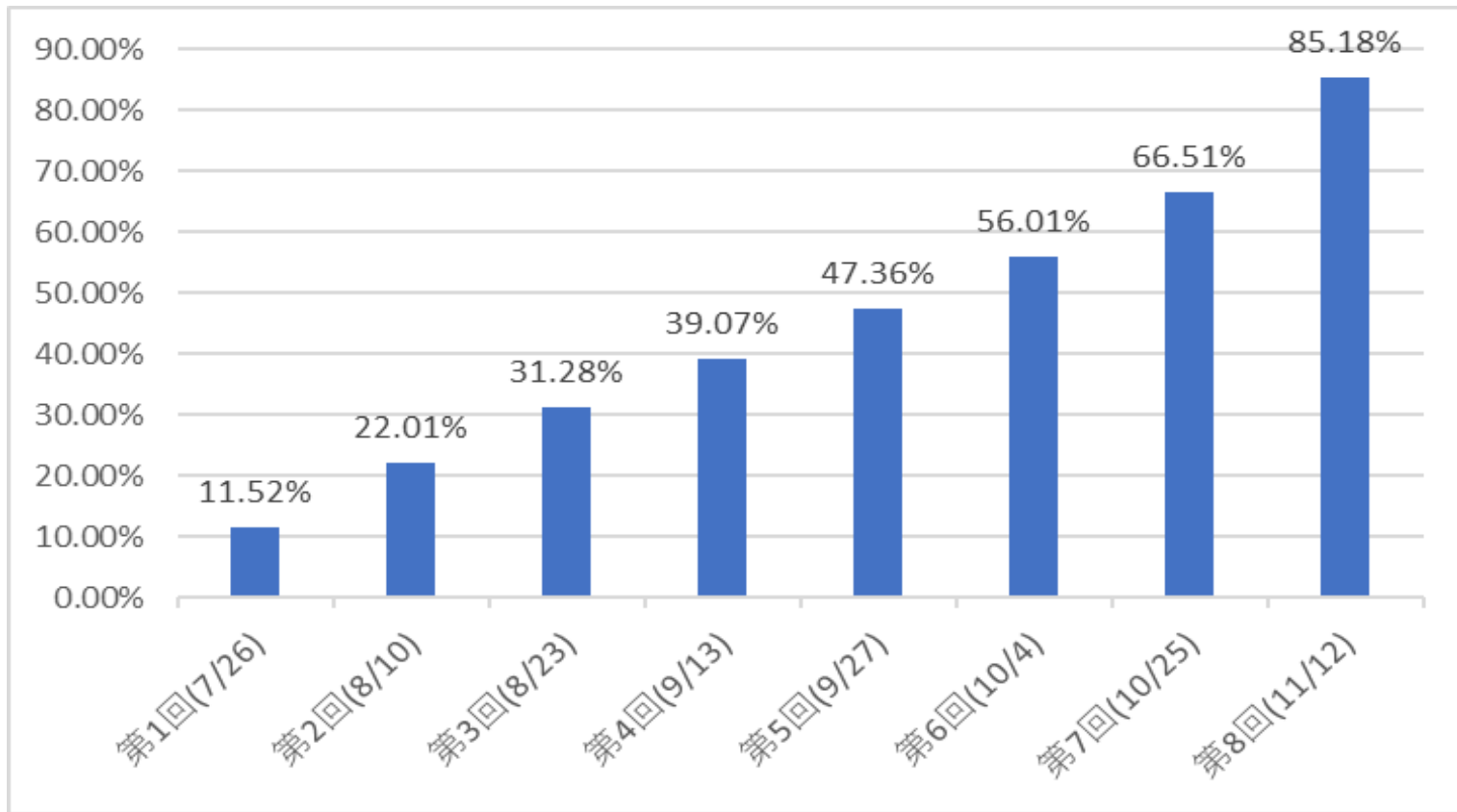
# 事業の実施状況

## (2) 織りなすカード状況

利用期間：令和3年7月1日～令和3年10月31日

カード利用枚数：65,293枚

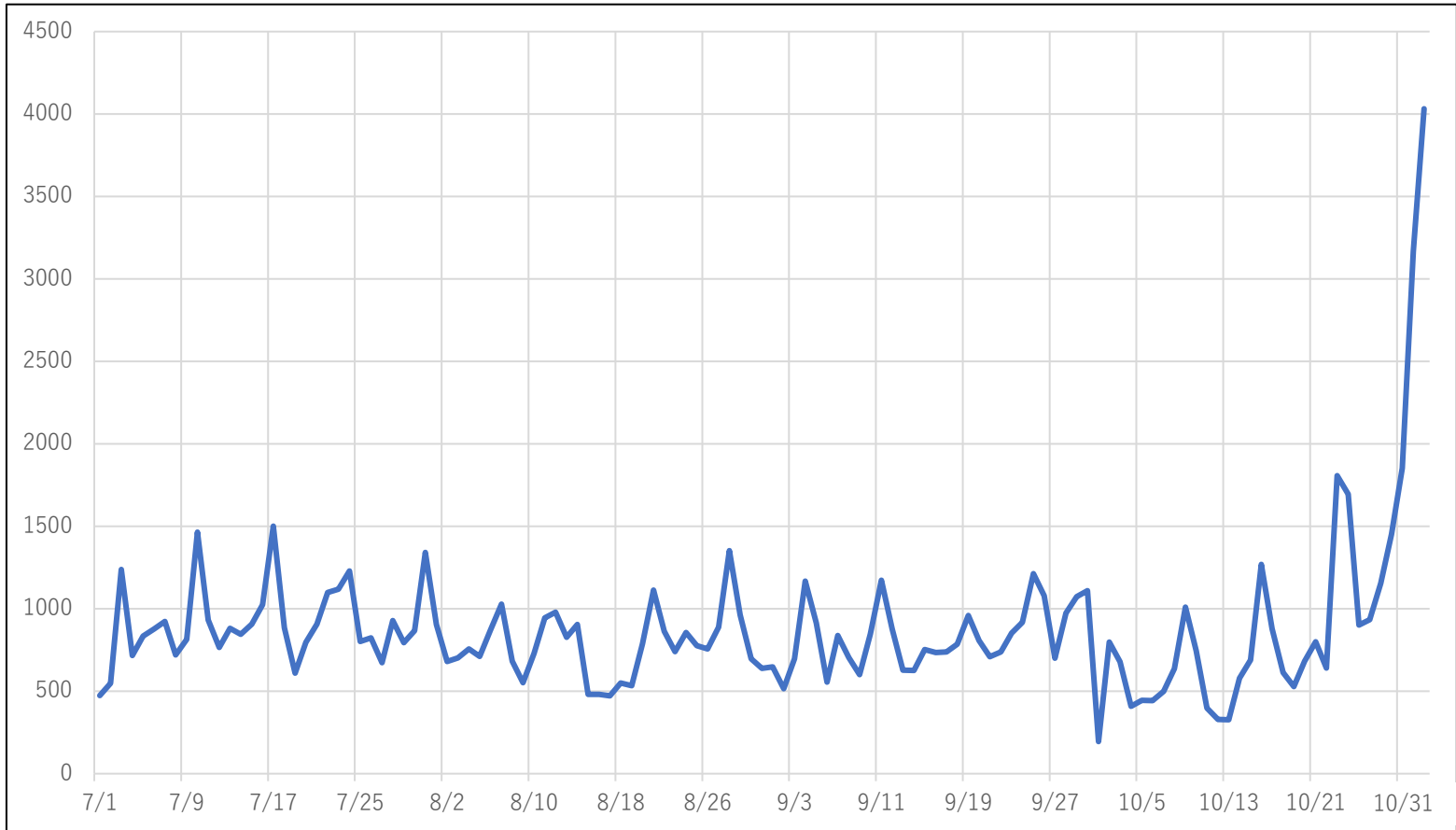
### ②換金率推移



# 事業の実施状況

## ③ 1日あたりの利用件数

単位：件

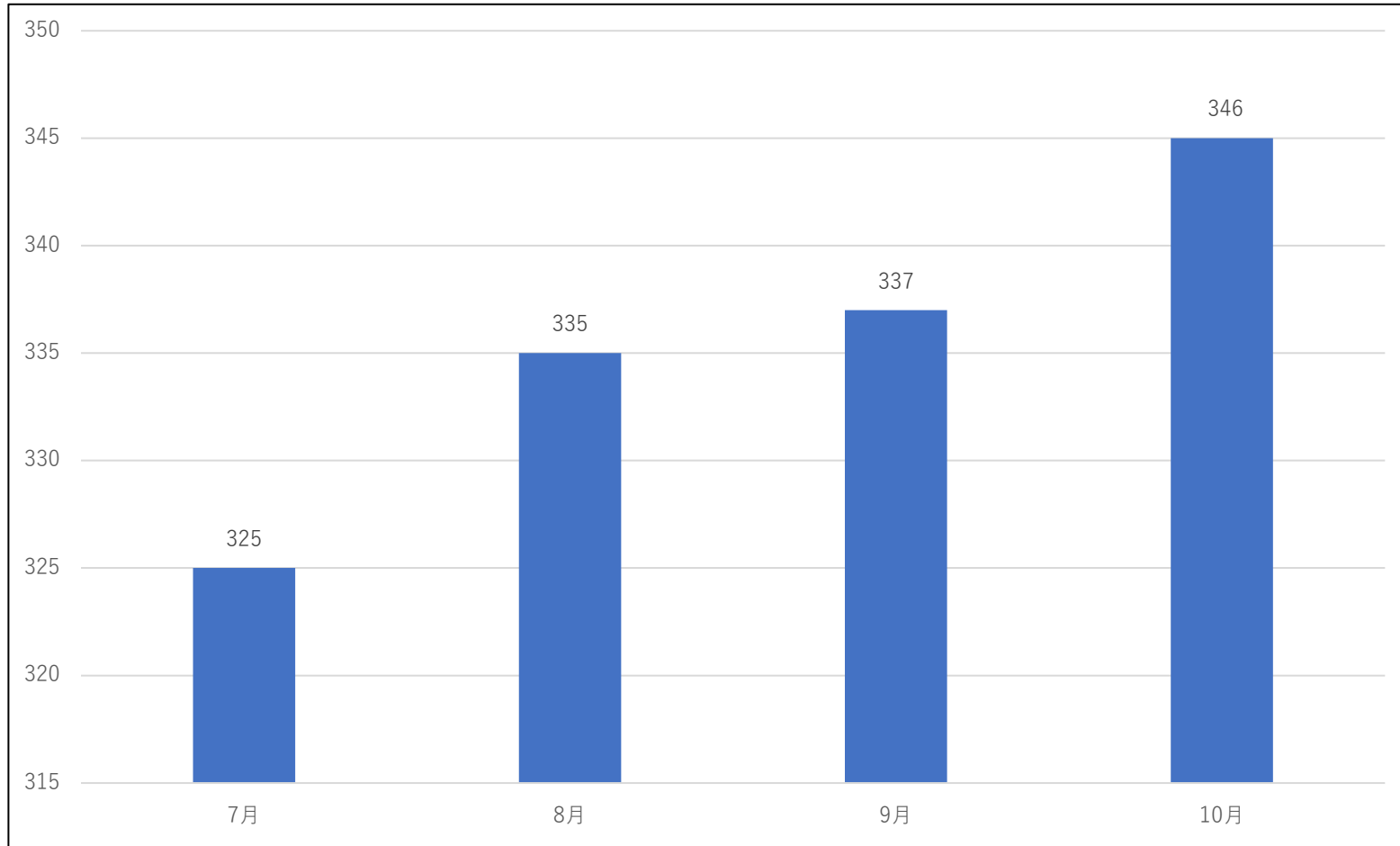




# 事業の実施状況

## ④1ヶ月あたりの利用店舗数推移

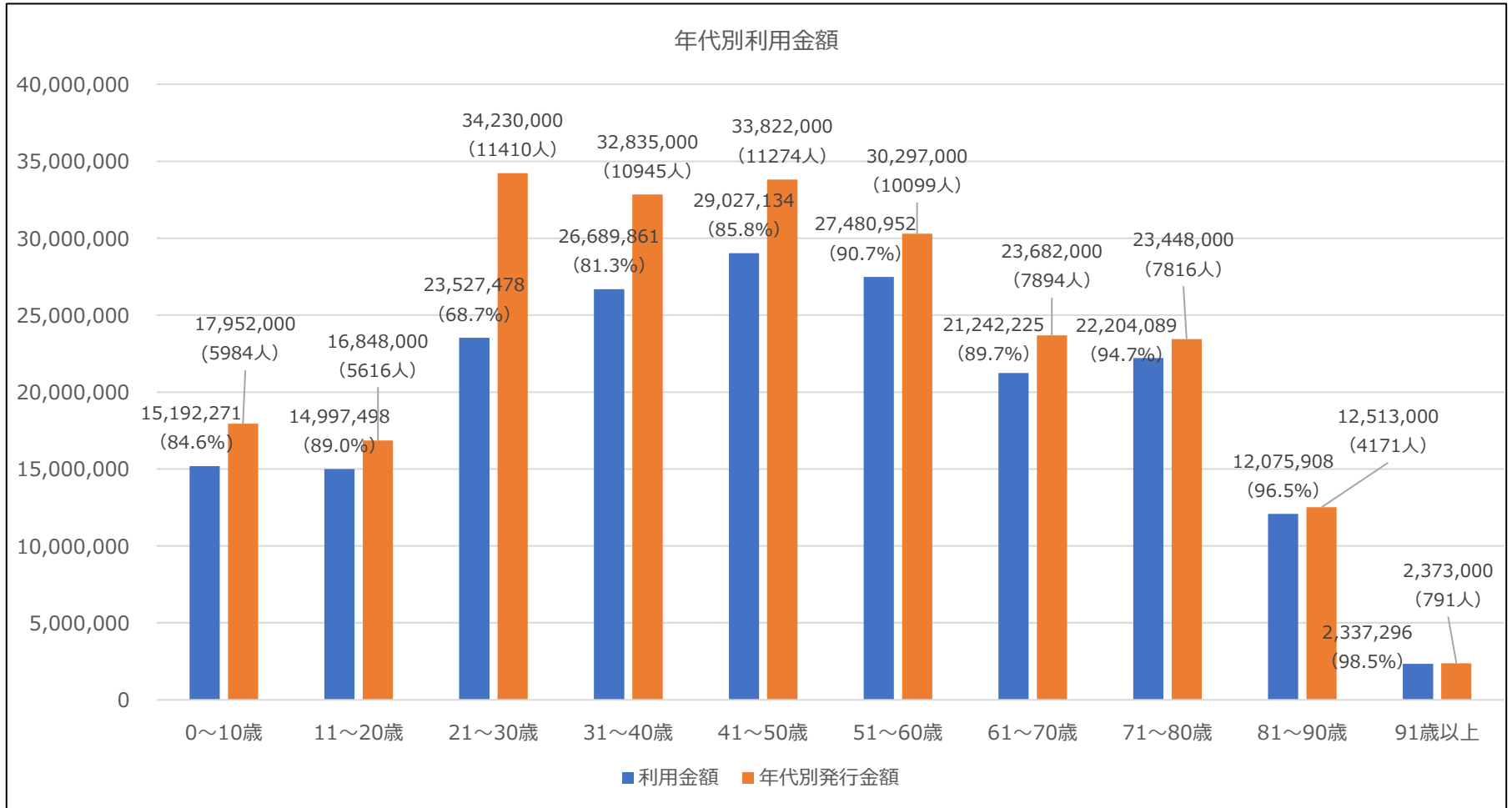
単位：店舗



(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

# 事業の実施状況

## ⑤年代別の利用金額



### Ⅲ . 事務局業務

# 事務局業務

## Ⅲ.事務局業務

### ①コールセンターの運営

取扱加盟店及び市民からの問い合わせ対応として専門職にコールセンターを設置した。クレーム案件など早期に対応が必要な問い合わせについては随時コールセンターより事務局へエスカレーションし、蕨市電子商品券支給事業プロジェクトチームへの連携も図りながら対応した。

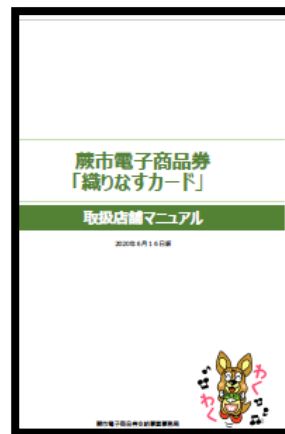
### ②スターキットの制作



### 操作方法リーフレット



### 取扱店舗マニュアル



### カード見本



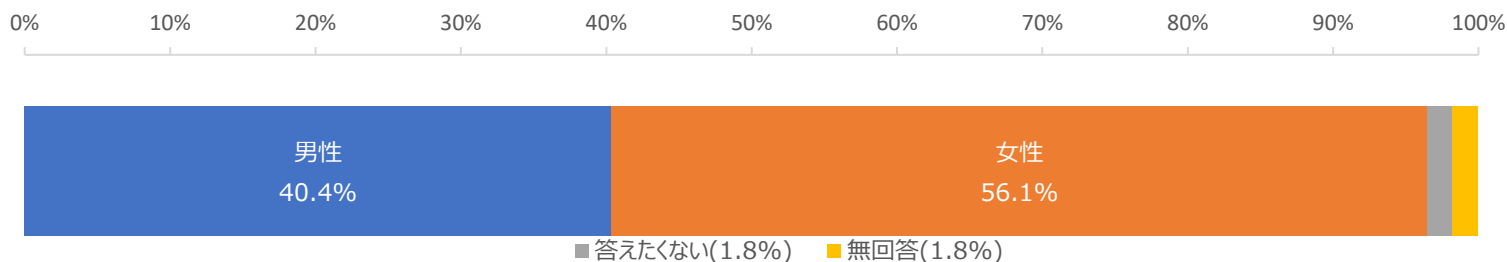
## IV. 利用者アンケート

### 性別

回答利用者数：619件

Q1. 性別についてお尋ねいたします。（一つ選択）

**本アンケートは女性が全体の約5割、男性が約4割回答しています。**

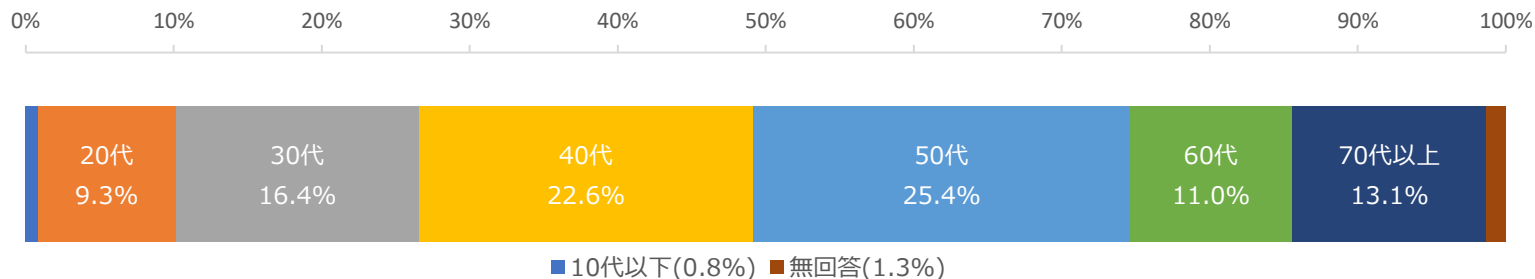


(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

### 年齢

Q2. 年齢についてお尋ねいたします。（一つ選択）

**本アンケートは40代、50代の方が多く回答しています。**

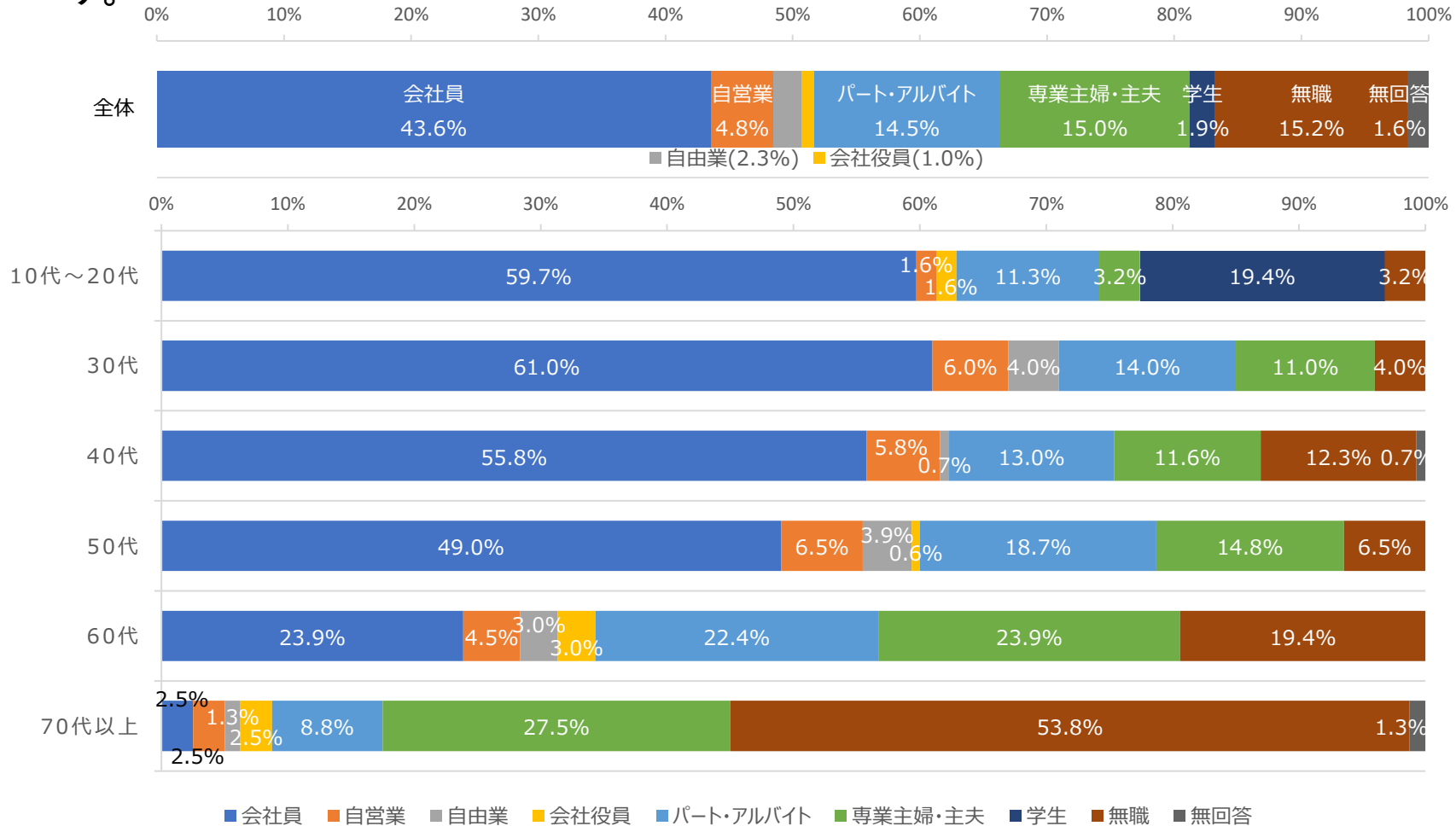


(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

### 職業

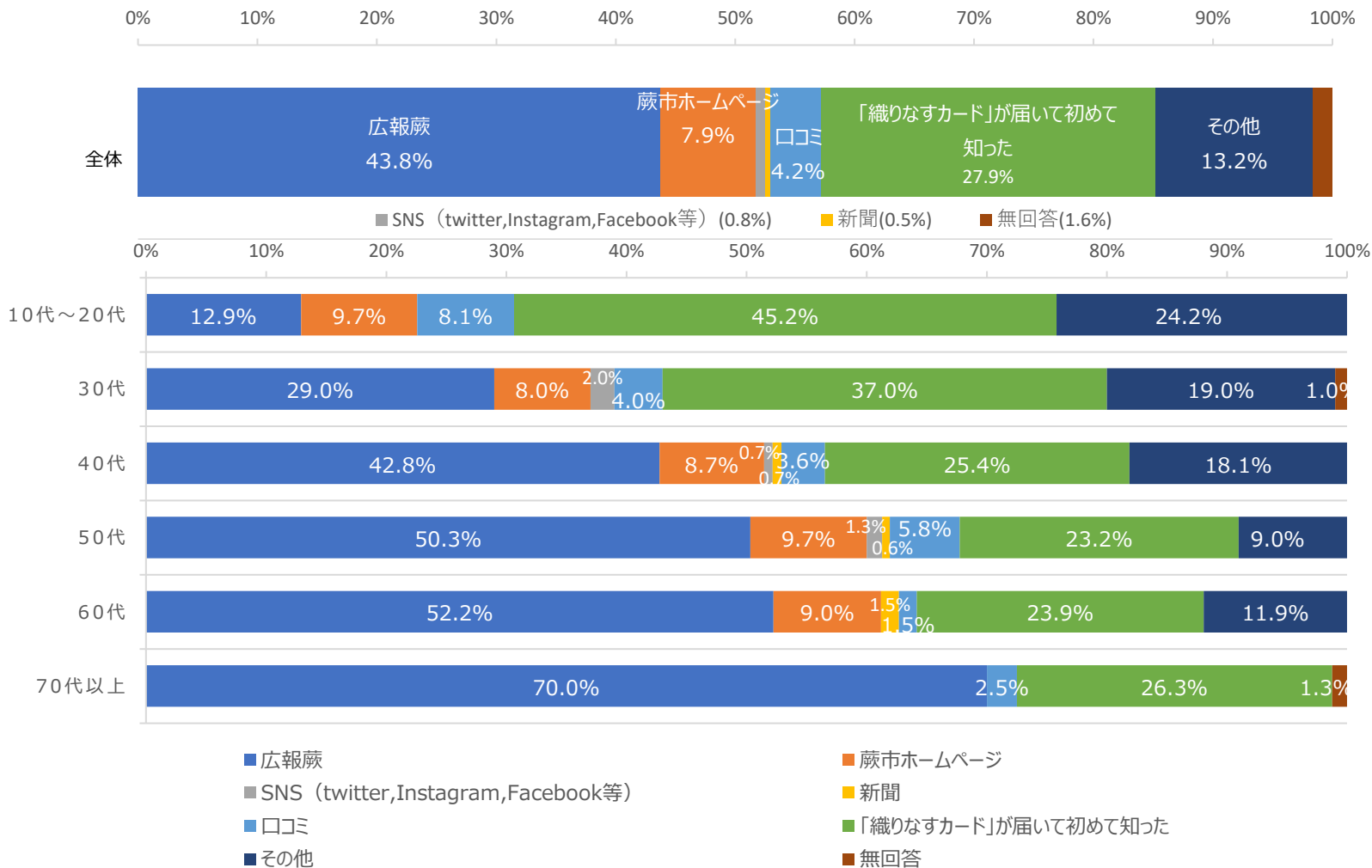
Q3. 職業に関してお尋ねいたします。(一つ選択)

会社員の方が全体の約4割程度を占めています。次いで、専業主婦・主夫の方が占めています。



Q4. 「織りなすカード」の事をどこで知りましたか？（一つ選択）

年代別に見ると10代～20代の方は「織りなすカード」が届いて初めて知ったと回答している方が多く年代が上がるにつれ「広報蕨」にて認知している人が多いことが分かります。

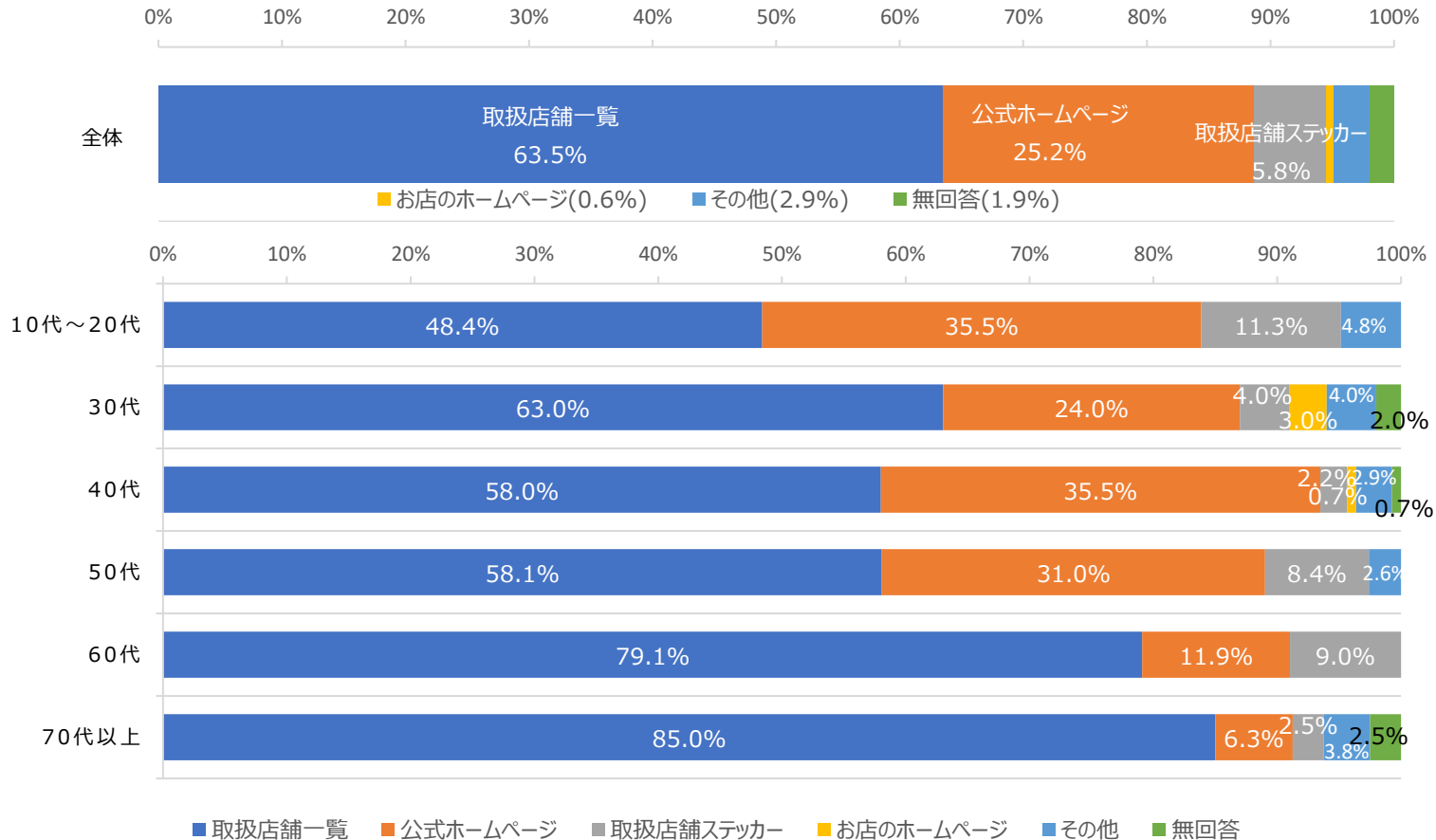




Q5. 「織りなすカード」が利用できる取扱店舗を探すときに役立ったのはどれですか？（一つ選択）

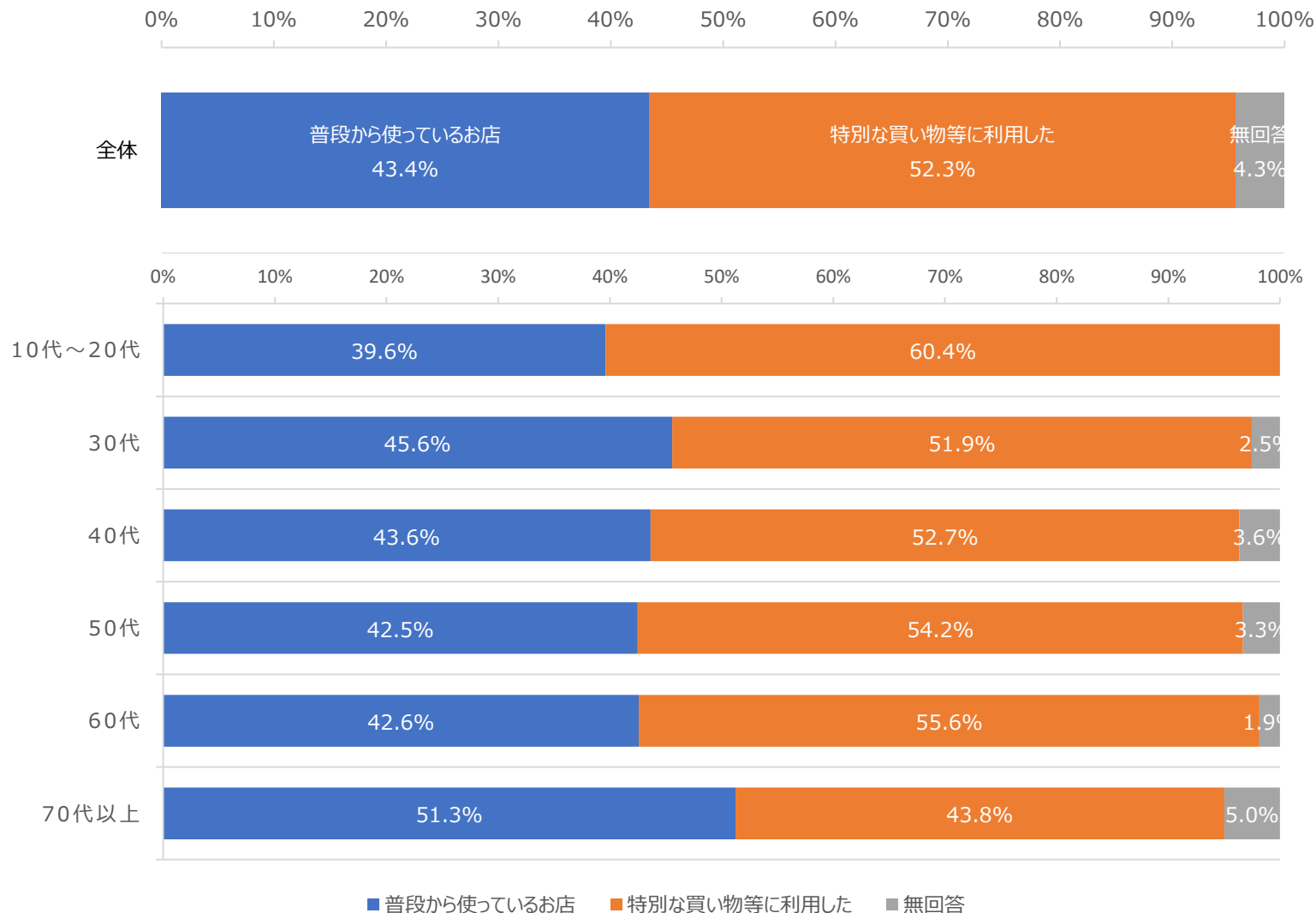
利用店舗を探す際は「取扱店舗一覧」が最も利用され、次いで「公式ホームページ」が利用されていたことが分かります。

特に60代以上の方は約8割が「取扱店舗一覧」を利用していたことが分かります。



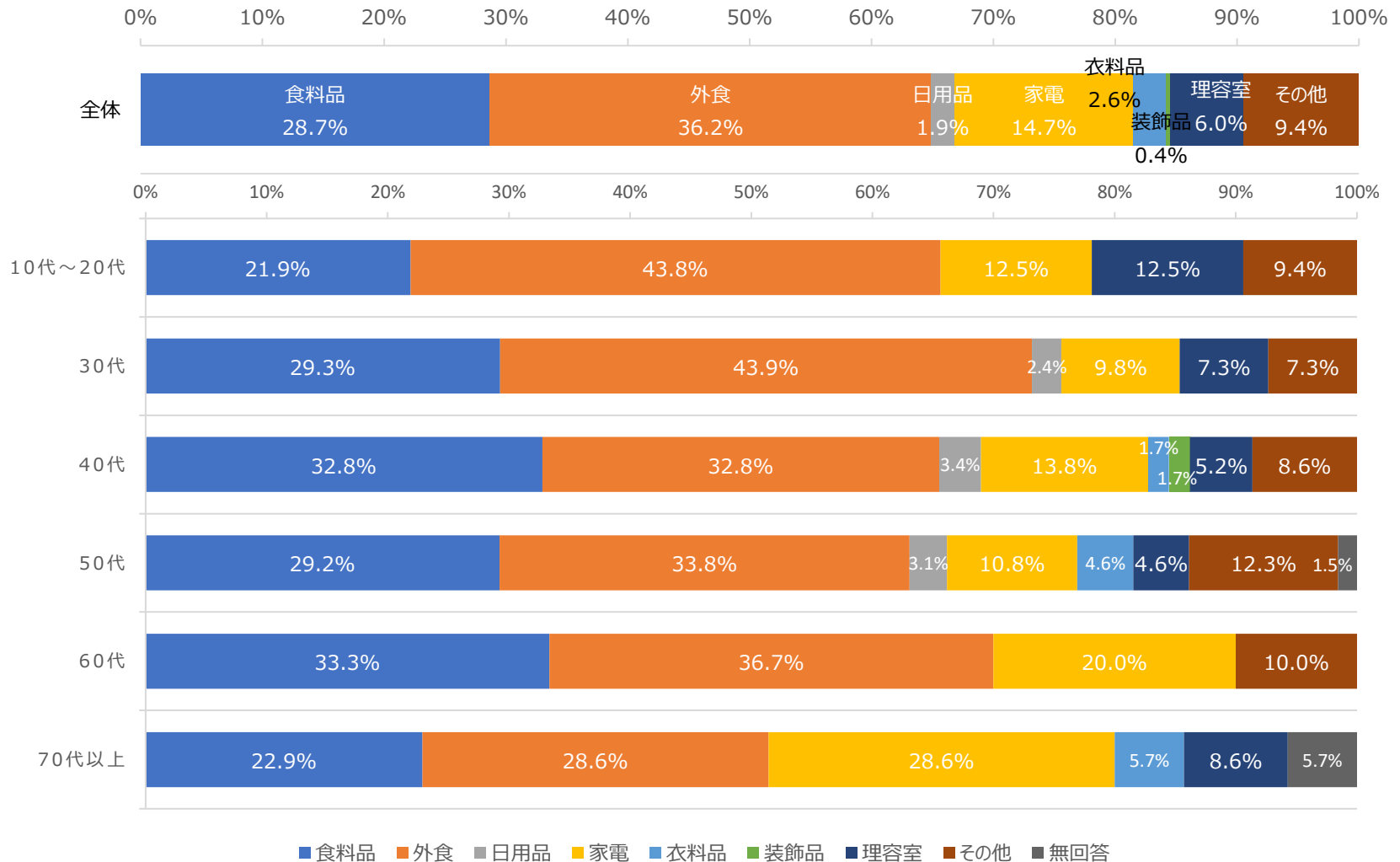
Q6. 「織りなすカード」をどのようなものに利用しましたか？（一つ選択）

全体の約4割の方は「普段の買い物」に利用していることが分かります。「特別な買い物に利用した」と回答した方は70代以上を除いて5割を超えていることが分かります。



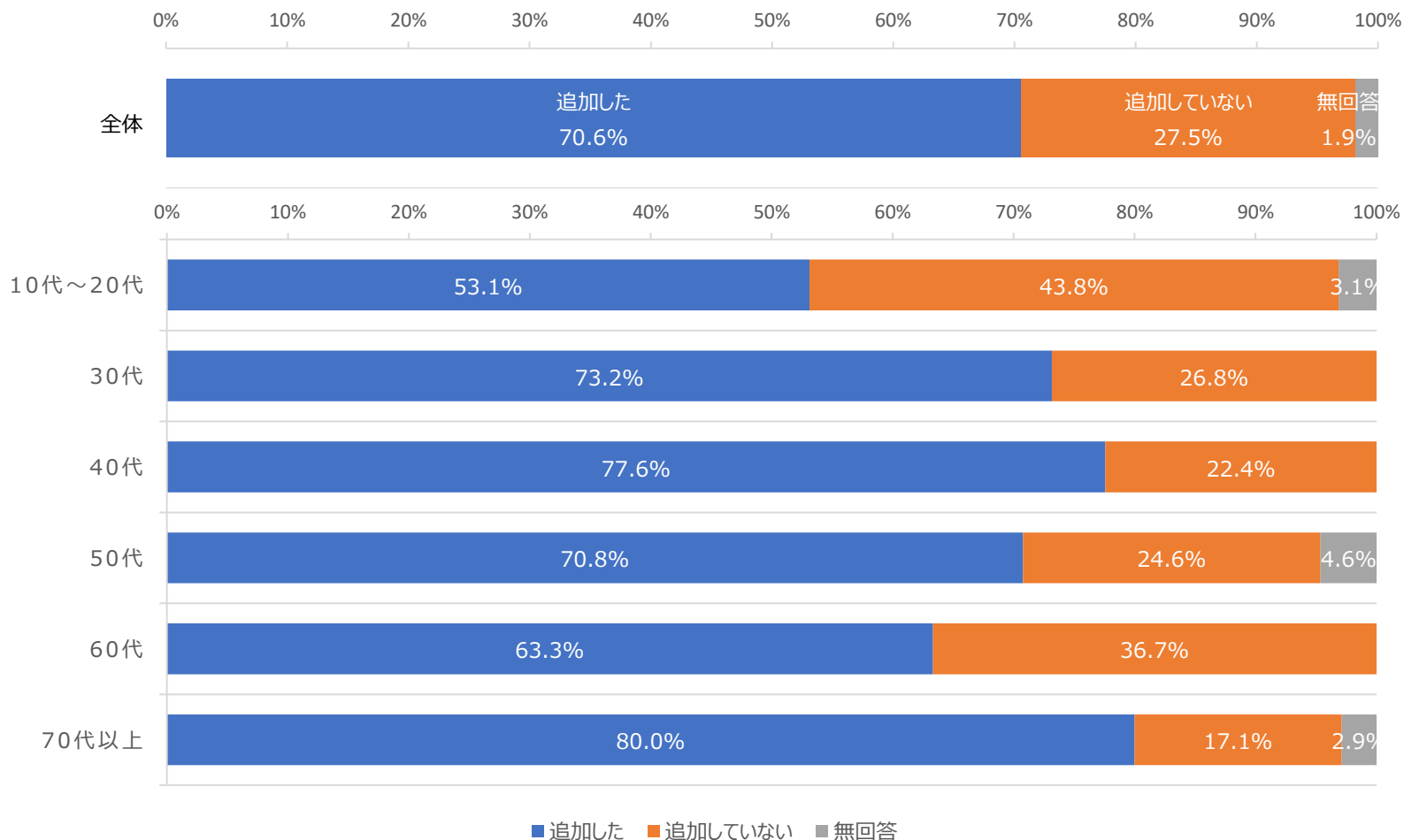
Q7. 前門で「特別な買い物に利用した」とお答えいただいた方は何を購入しましたか？（一つ選択）

約6割の方が「食料品」と「外食」に利用していることが分かります。



Q8. 前問で「特別な買い物に利用した」とお答えいただいた方は「織りなすカード」で買い物する際にさらに現金を追加して購入しましたか？  
(一つ選択)

約7割の方が「織りなすカード」を利用して買い物をする際に追加で支出を行っており波及効果を感じられます。特に70代以上の方が追加支出していることが分かります。

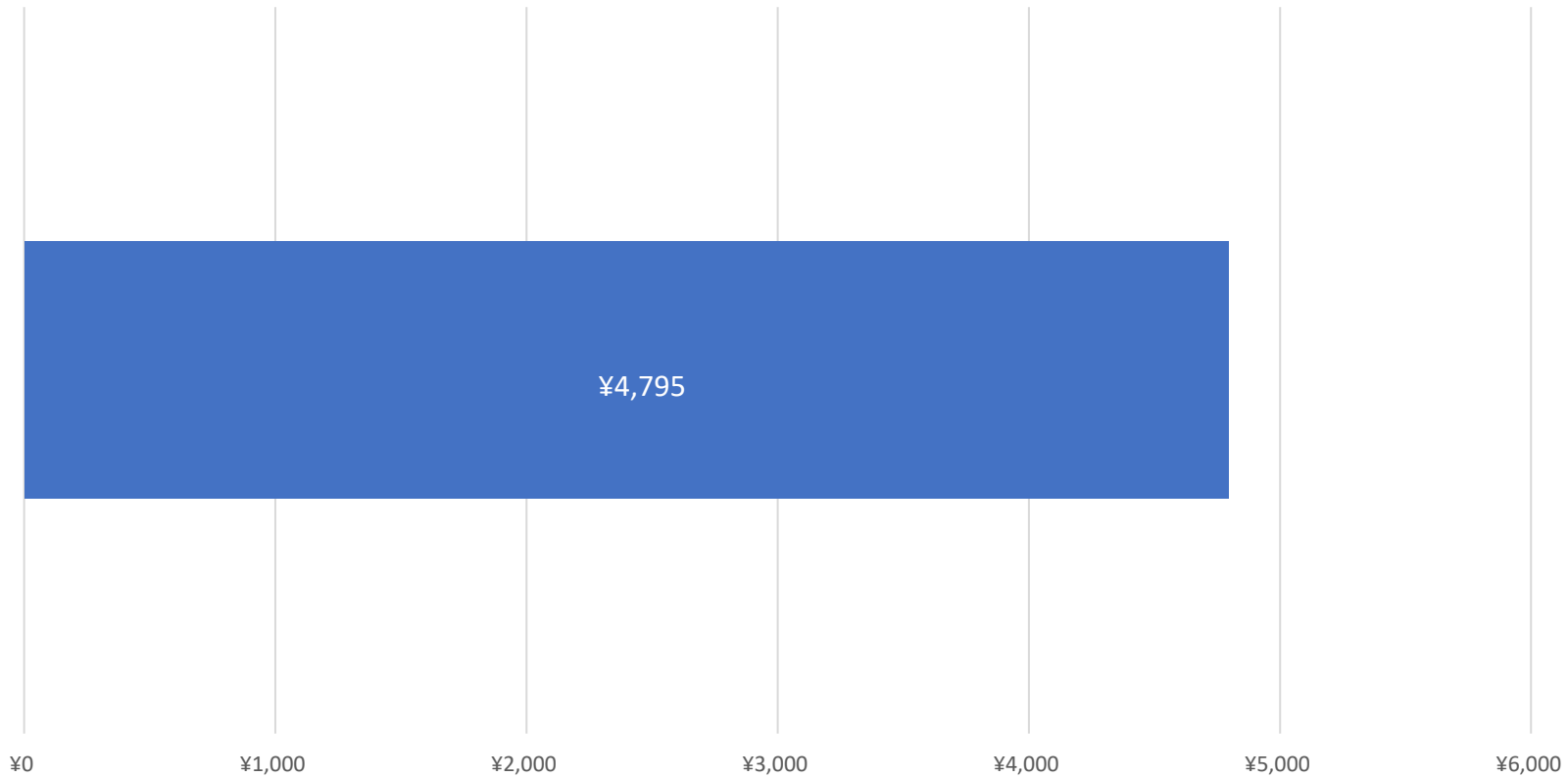


Q9. いくら追加しましたか？

現金を追加して支払った人の平均支払額は4,795円でした。

平均すると総額が8,000円程度の商品・サービスが購入されたと言えます。

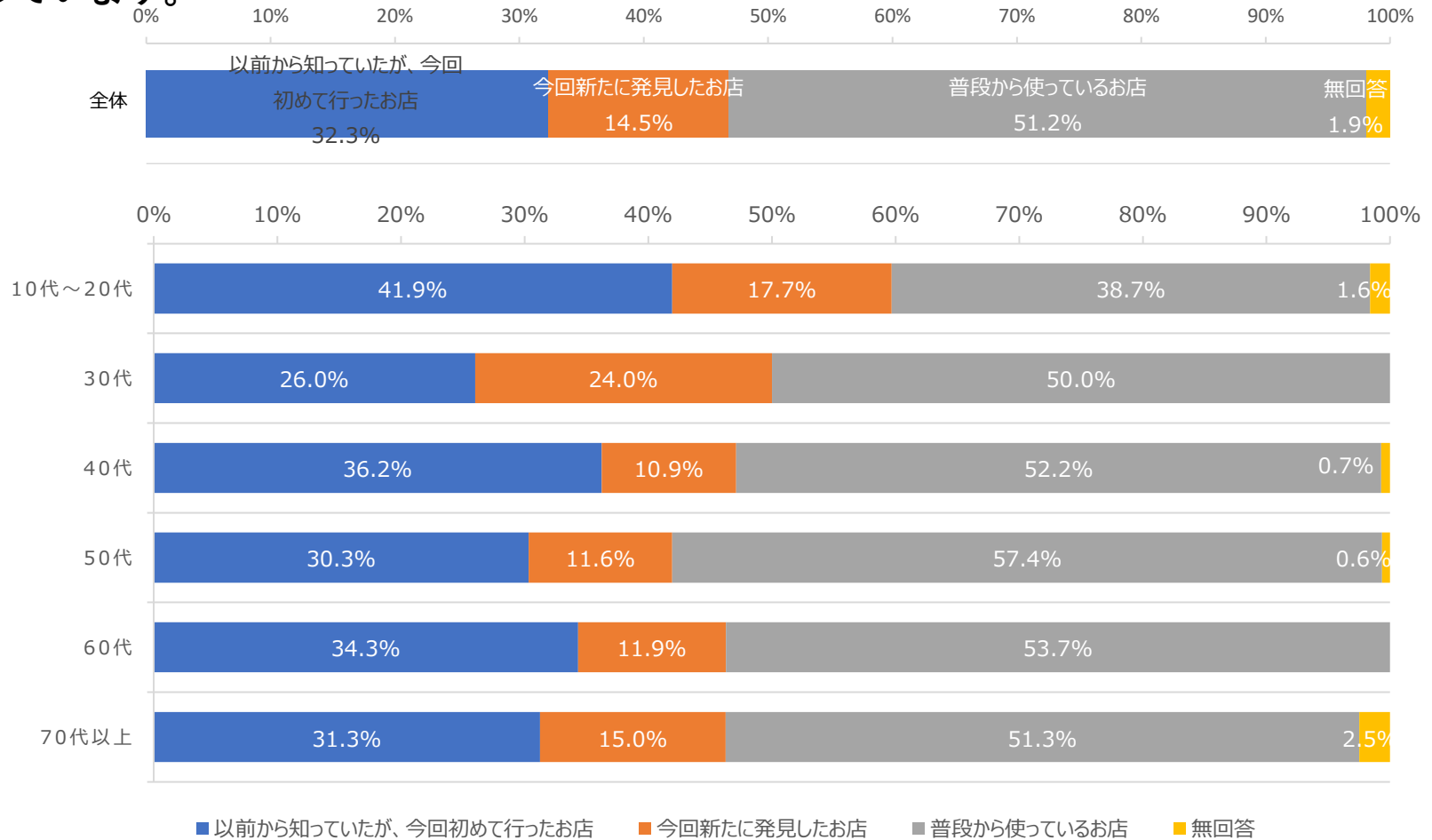
(商品券3,000円 + 平均支払額4,795円 = 7,795円)



単位：円

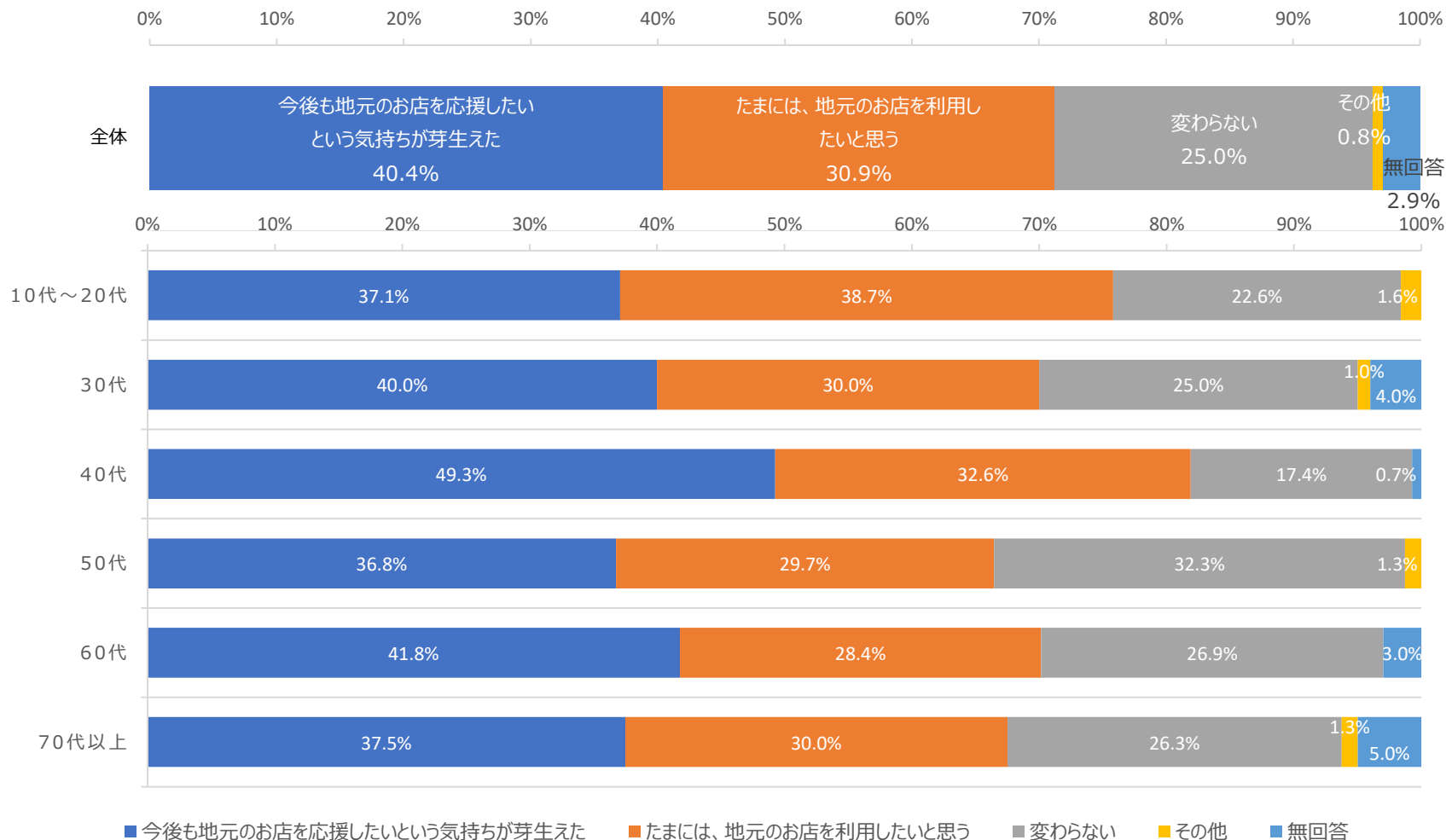
Q10. 「織りなすカード」で買い物などをしたお店はあなたにとってどのようなお店でしたか。(一つ選択)

約5割の方が「普段から使っているお店」にて「織りなすカード」を利用していることが分かります。また、約3割の方が「以前から知っていたが今回初めて行ったお店」で利用しています。



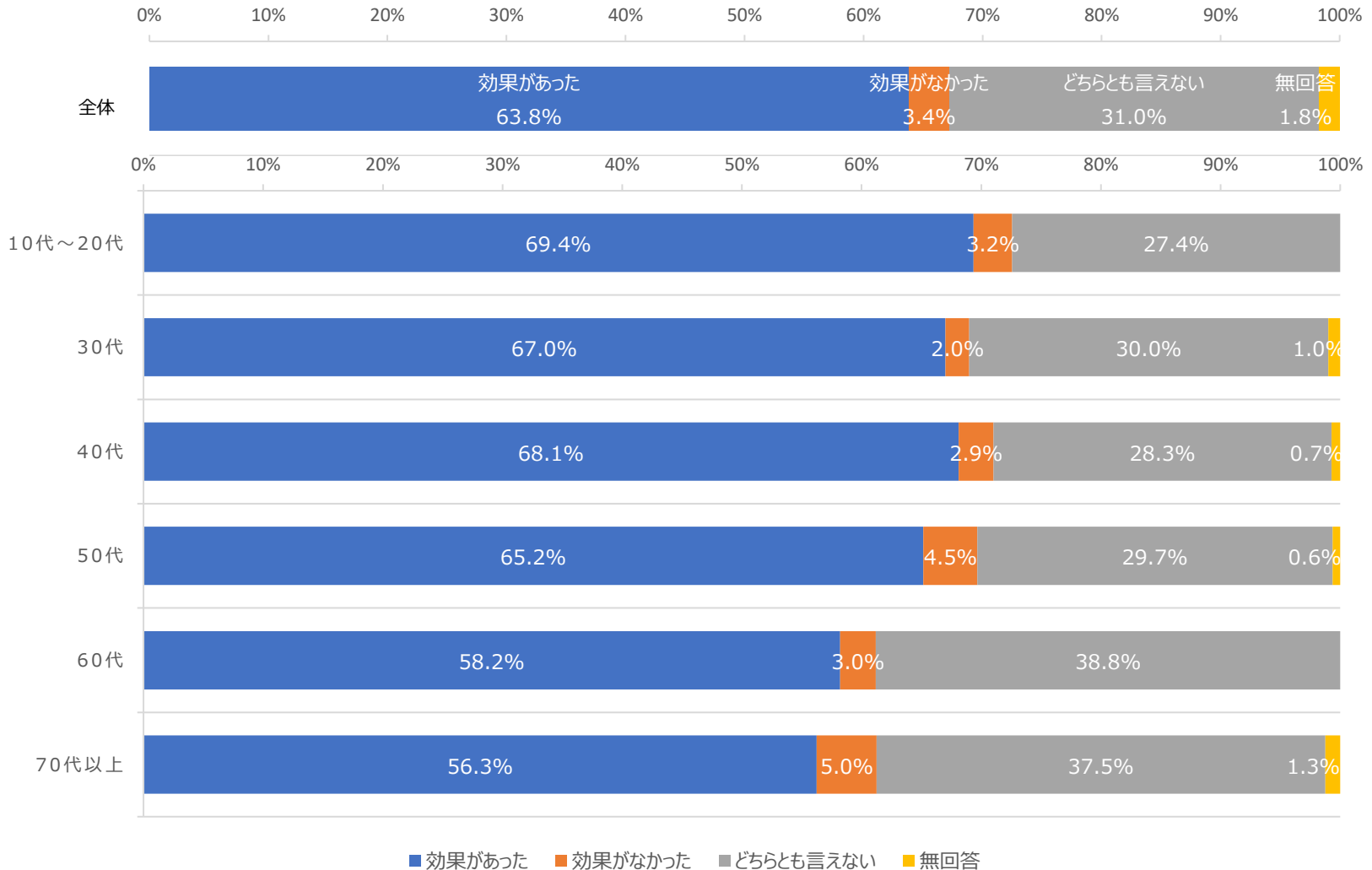
Q11. 地元のお店に対する認識は変わりましたか。(一つ選択)

約4割の方が「今後も地元のお店を応援したいという気持ちが芽生えた」と回答しています。30.9%の方は「たまには、地元のお店を利用したいと思う」と回答し、今回を機に新たに消費者を獲得した事業者も多いことが分かります。



Q12. 中小店舗の応援に効果があったと思いますか？(一つ選択)

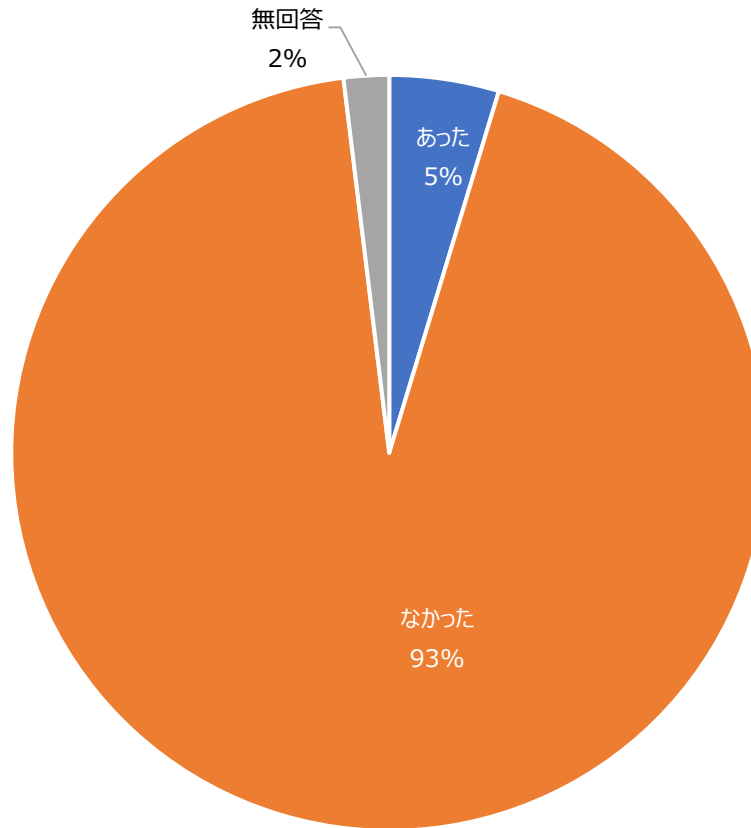
約6割の方が「効果があった」と回答し、「効果がなかった」と回答した人は少数であることが分かります。





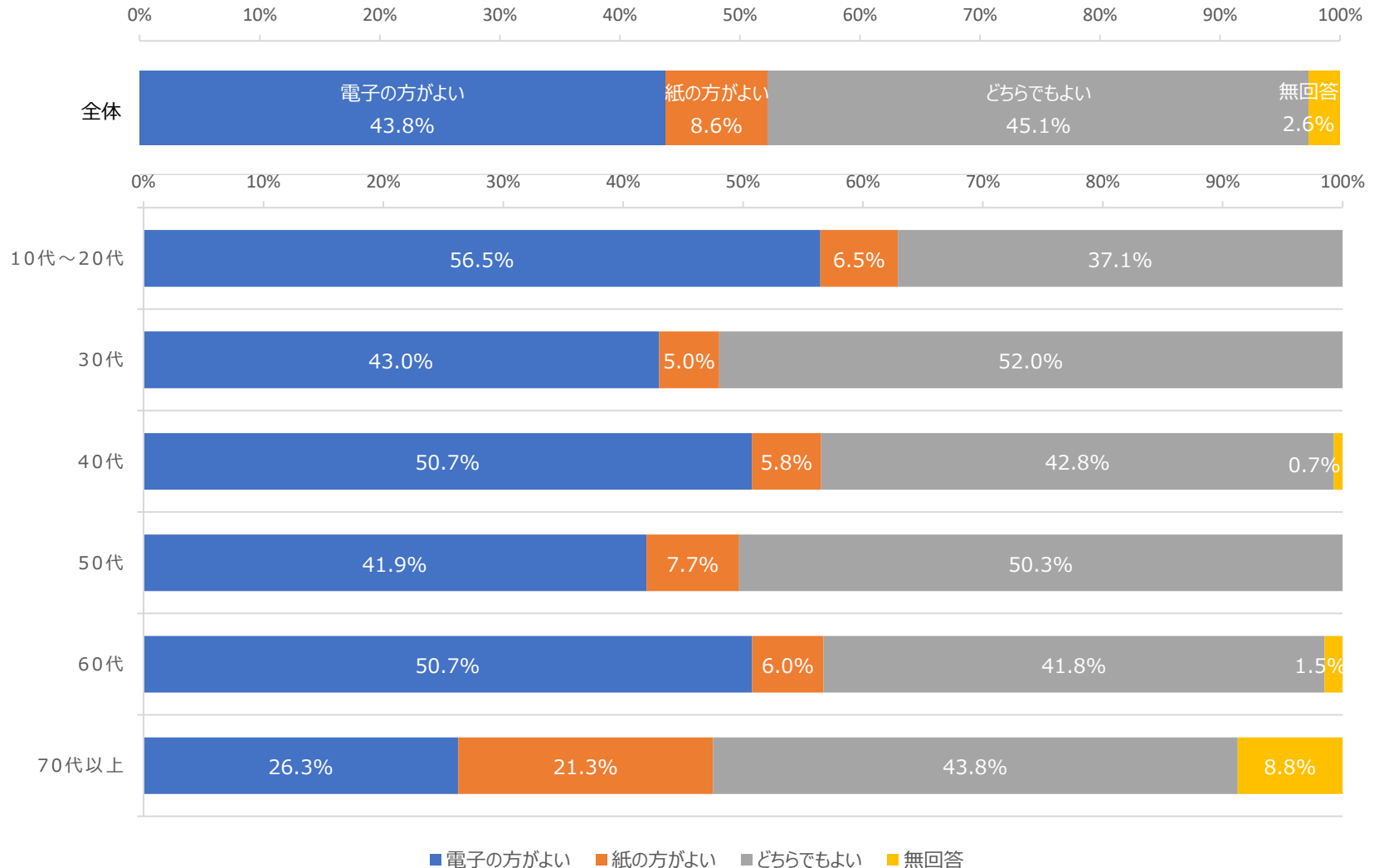
Q13. 店舗で「織りなすカード」で買い物をする際に何かトラブルはありましたか？  
(一つ選択)

約9割の方が「織りなすカード」で買い物をする際にトラブルが「なかった」と回答しています。



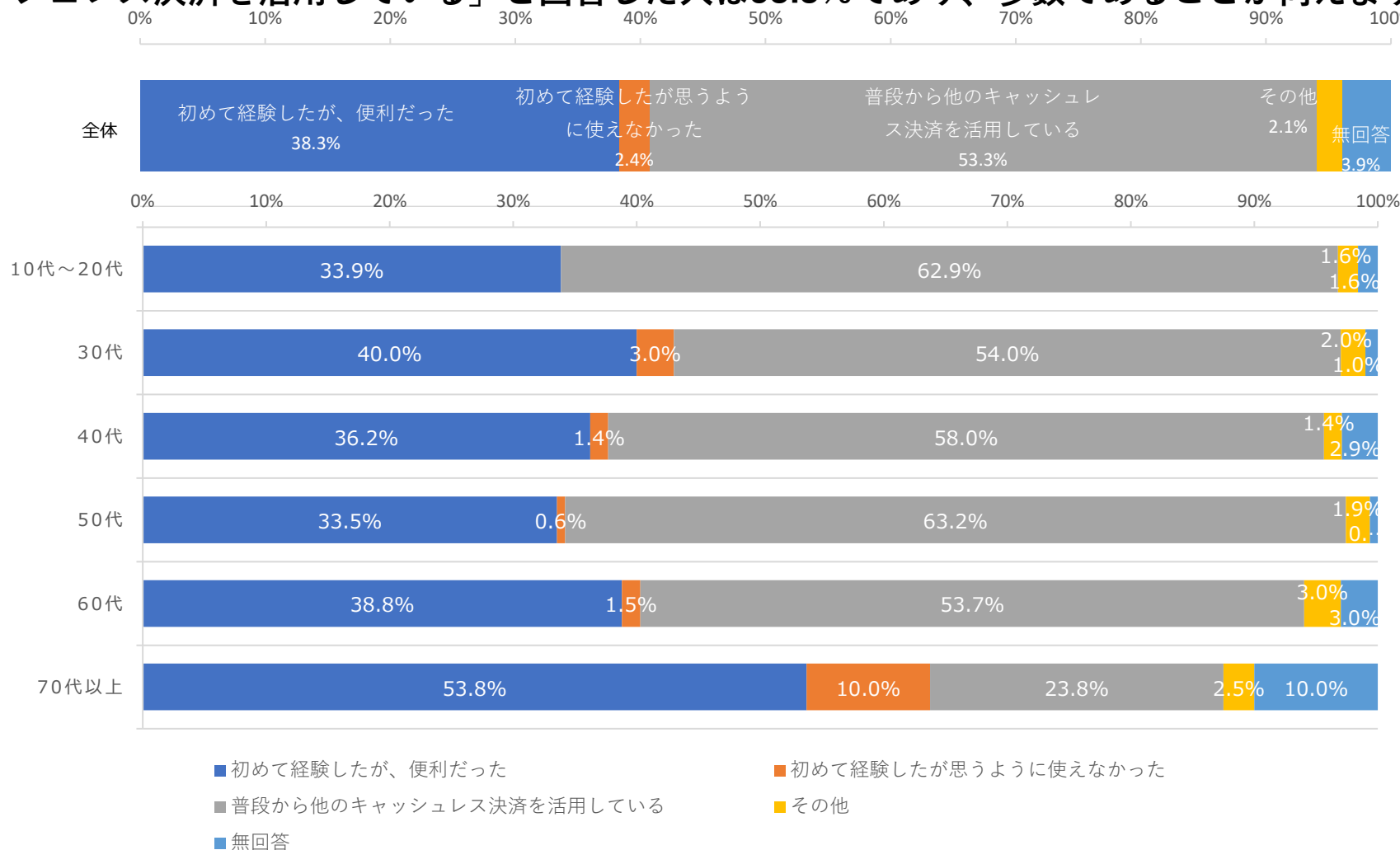
Q14. 紙の商品券と比較してどうでしたか？(一つ選択)

約4割の方が「電子の方が良い」と回答しています。一方で「紙の方が良い」と回答した人は8.6%であり、消費者目線では電子の方が好意的であることが伺えます。



Q15.今回「織りなすカード」でのキャッシュレス決済を経験してどう思いましたか？  
(一つ選択)

約4割の方が「初めて経験したが便利だった」と回答しています。一方で「普段からキャッシュレス決済を活用している」と回答した人は53.3%であり、多数であることが伺えます。

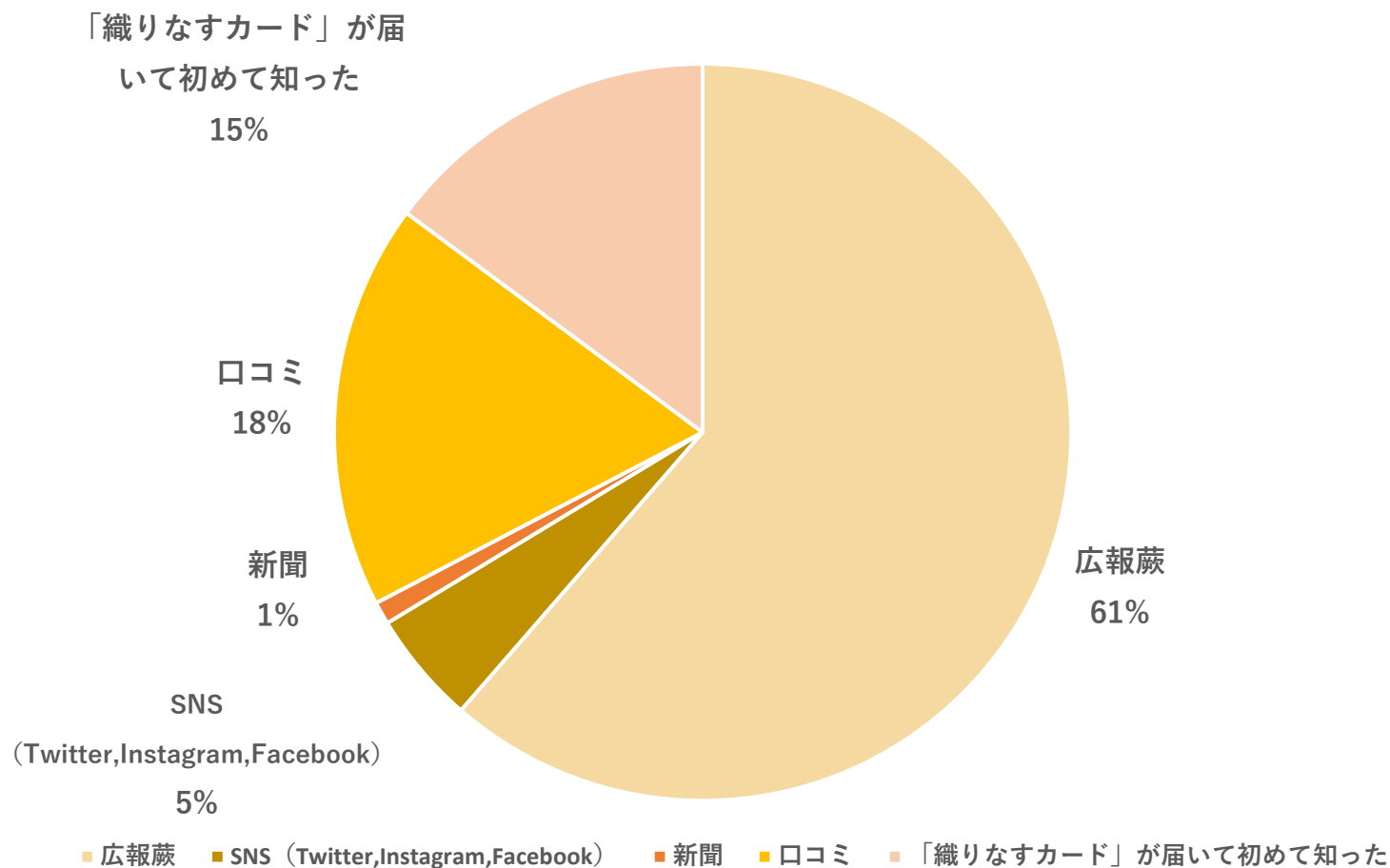


## V. 事業者アンケート

Q3. 「織りなすカード」の事をどこで知りましたか？(一つ選択)

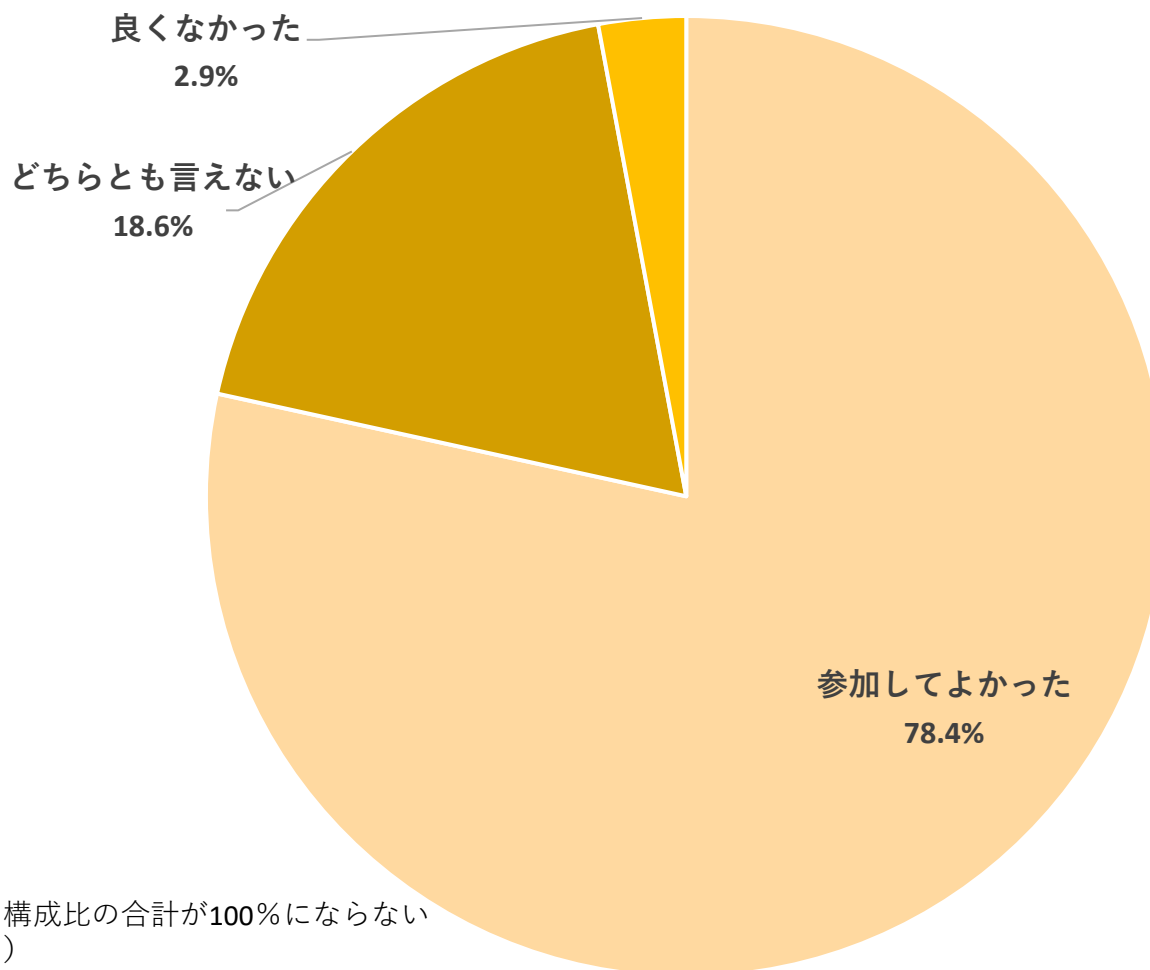
60%以上の事業者が広報誌「広報蕨」で「織りなすカード」をお知りになったと回答しております。新聞、SNS等のメディアツールの活用が、今後の課題として挙げられます。

回答事業者数：102件



Q4. 「織りなすカード」事業に参加してみてどうでしたか(一つ選択)

80%近い事業者が本事業について「参加して良かった」と回答しております。  
「良くなかった」との回答は2.9%と少数であり、事業者支援に効果があったとの結果となりました。

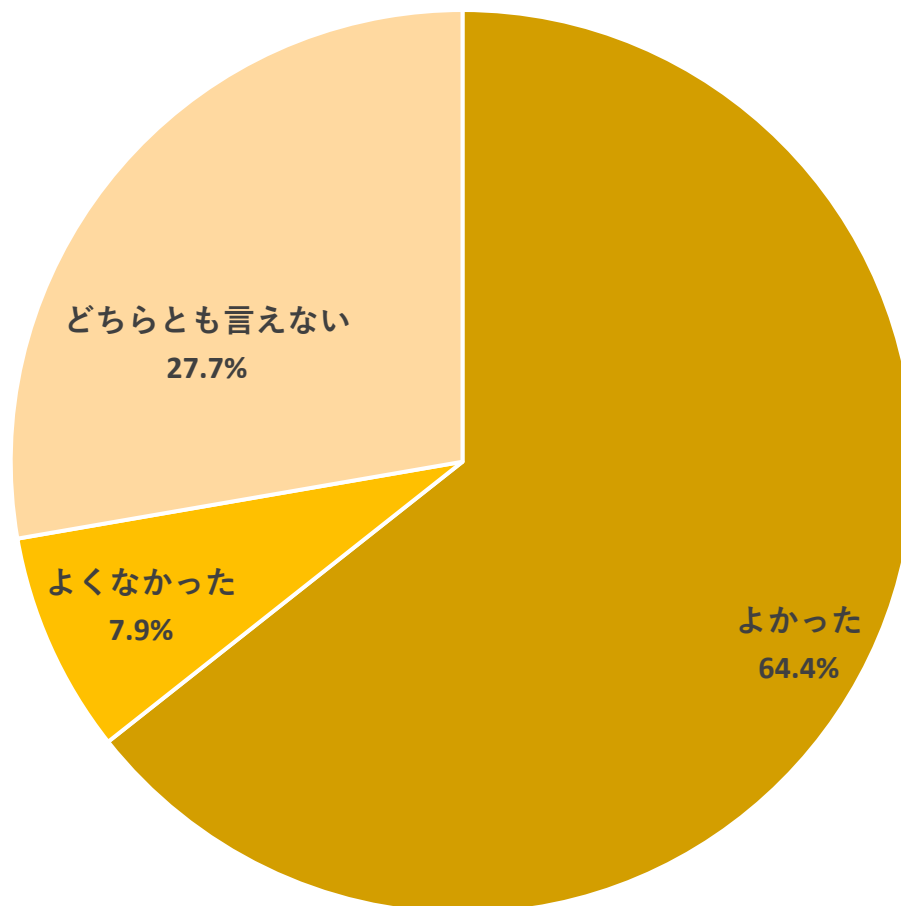


(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

Q5. 実施内容：カードと電子決済の利用に関して(一つ選択)

64.4%の事業者が電子決済の利用に対して「よかった」とお答えいただきました。

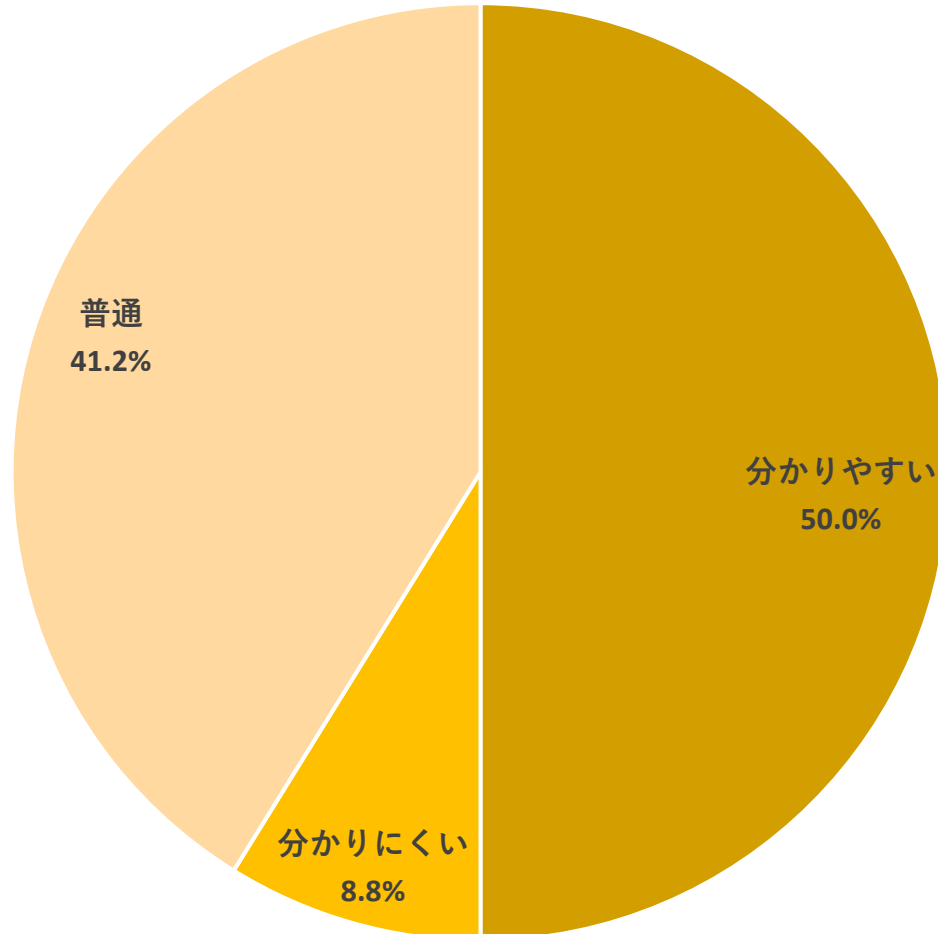
「よくなかった (7.9%) 」との回答については、タブレットやスマートフォン操作に不慣れな事業者が一定数含まれるものと推察されます。



(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

Q6. 実施内容：登録店舗の登録申請について(一つ選択)

登録申請方法については、50%の事業者から「分かりやすい」、41.2%の事業者から「普通」と回答をいただきました。「分かりにくい」は8.8%と少数でした。

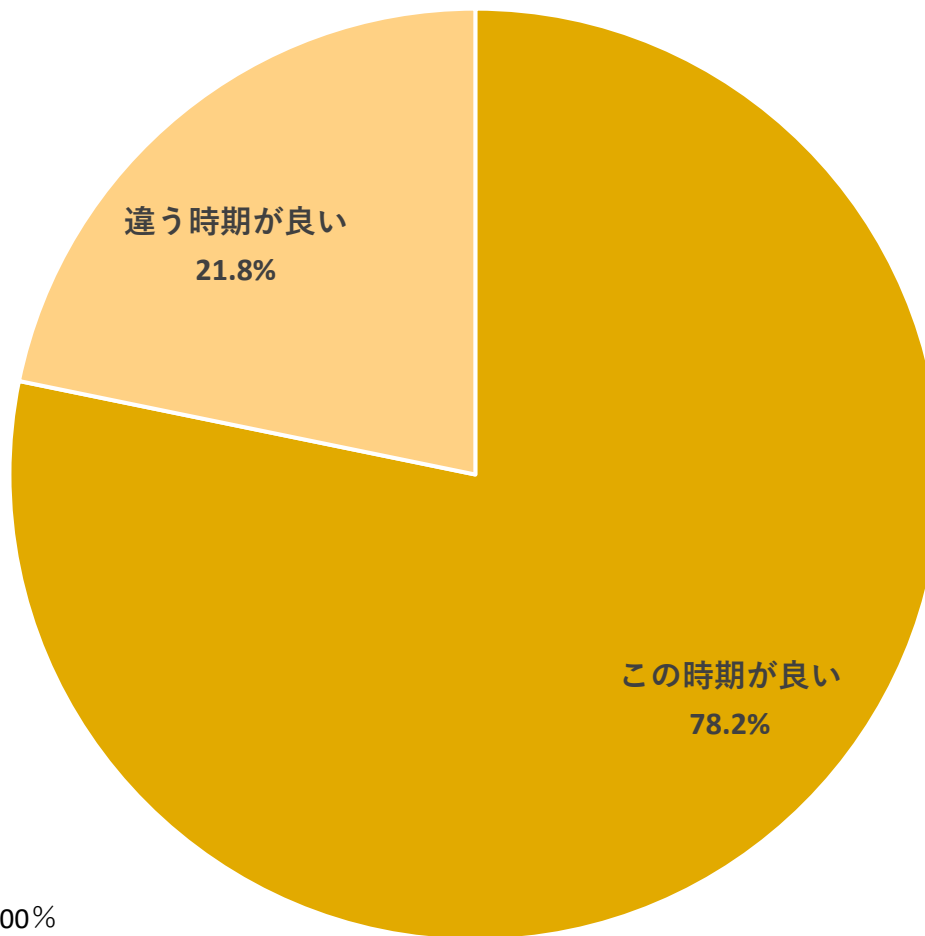


(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)



Q7. 実施内容：実施時期について(一つ選択)

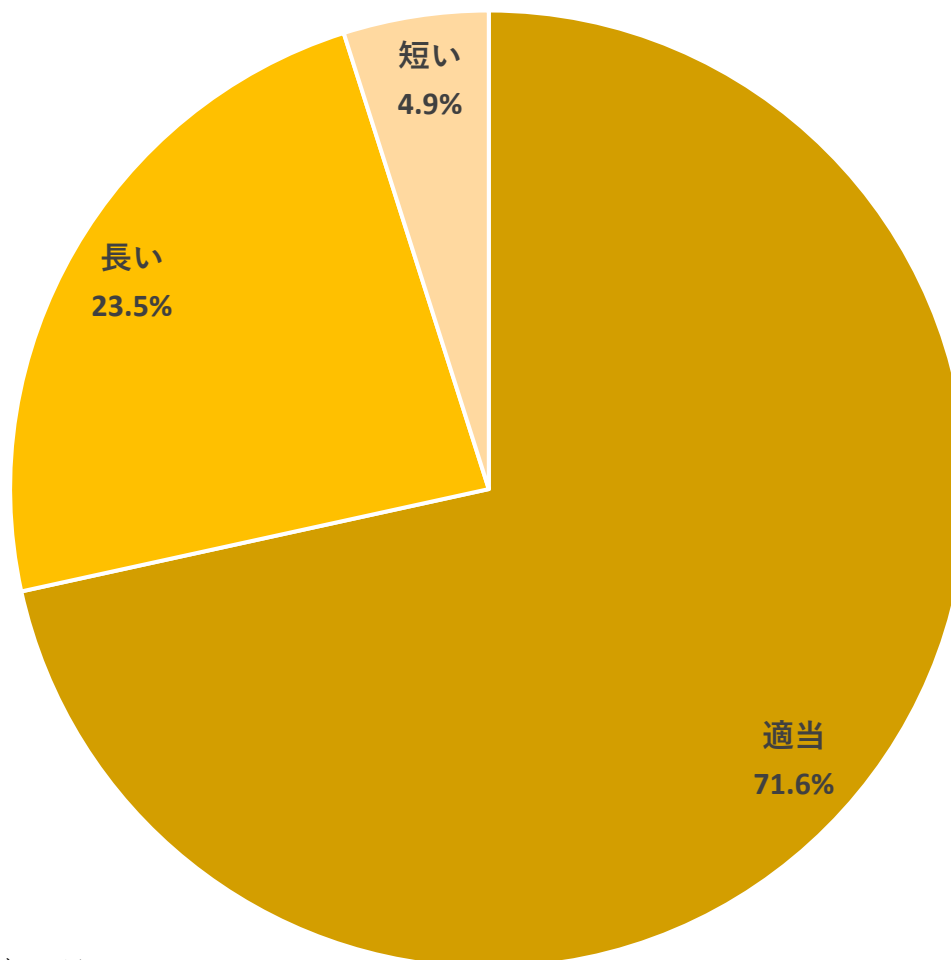
78.2%の事業者から7月1日～10月31日の実施時期について「この時期が良い」という回答を頂きました。新型コロナウイルス感染症の影響がある中での実施でしたが、事業の趣旨を多くの事業者に理解していただいた結果だと考えられます。



(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

Q8. 実施内容：実施期間について(約4ヵ月) (一つ選択)

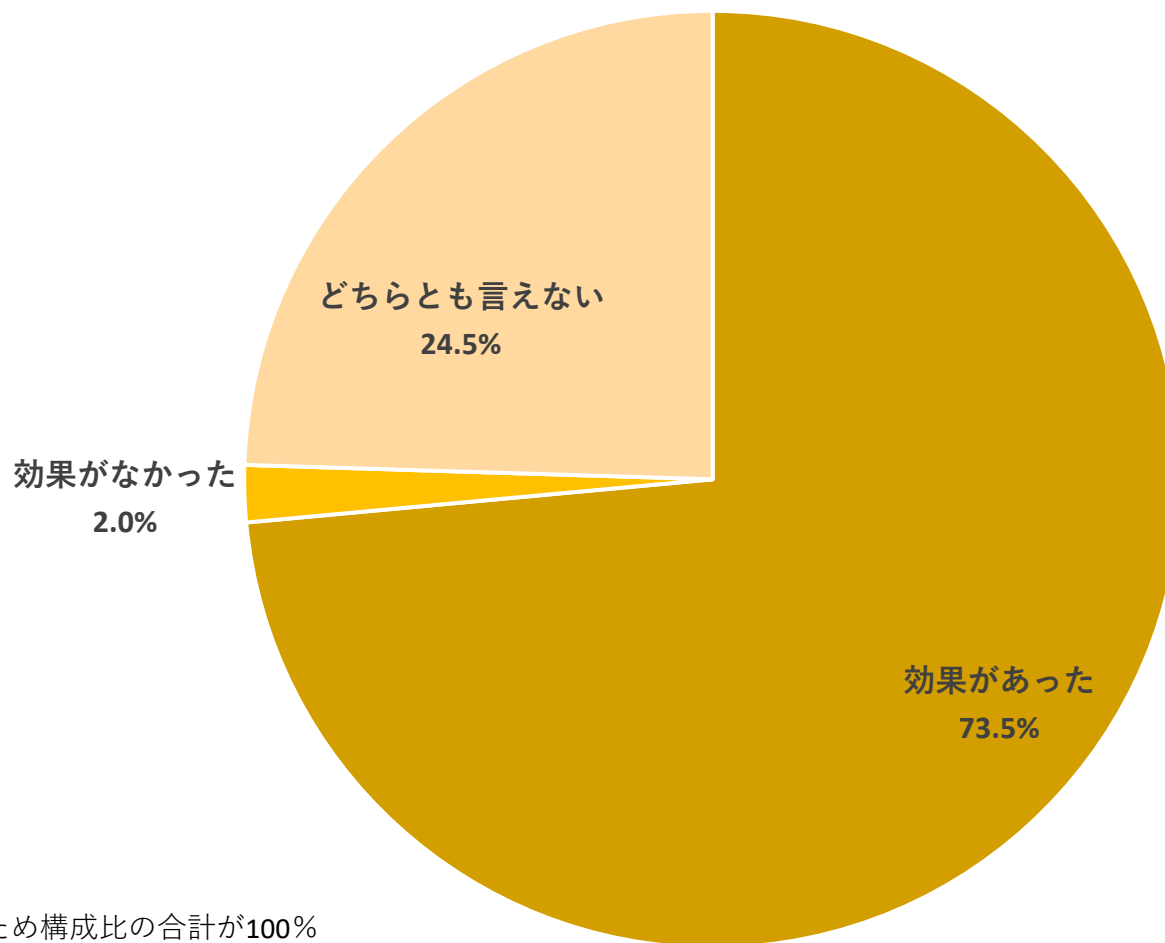
71.6%の事業者から4か月の実施期間について「**適当**」の評価をいただきました。当初の予定より1か月事業を延長しましたが「**長い**」との回答は23.5%でした。



(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

Q9. 消費者が市内で買い物などをする機会につながったと思いますか？  
(一つ選択)

**73.5%の事業者が、消費者の市内での買い物機会の増加に「効果があった」と回答をいただきました。「効果がなかった」との回答はわずか2%でした。**

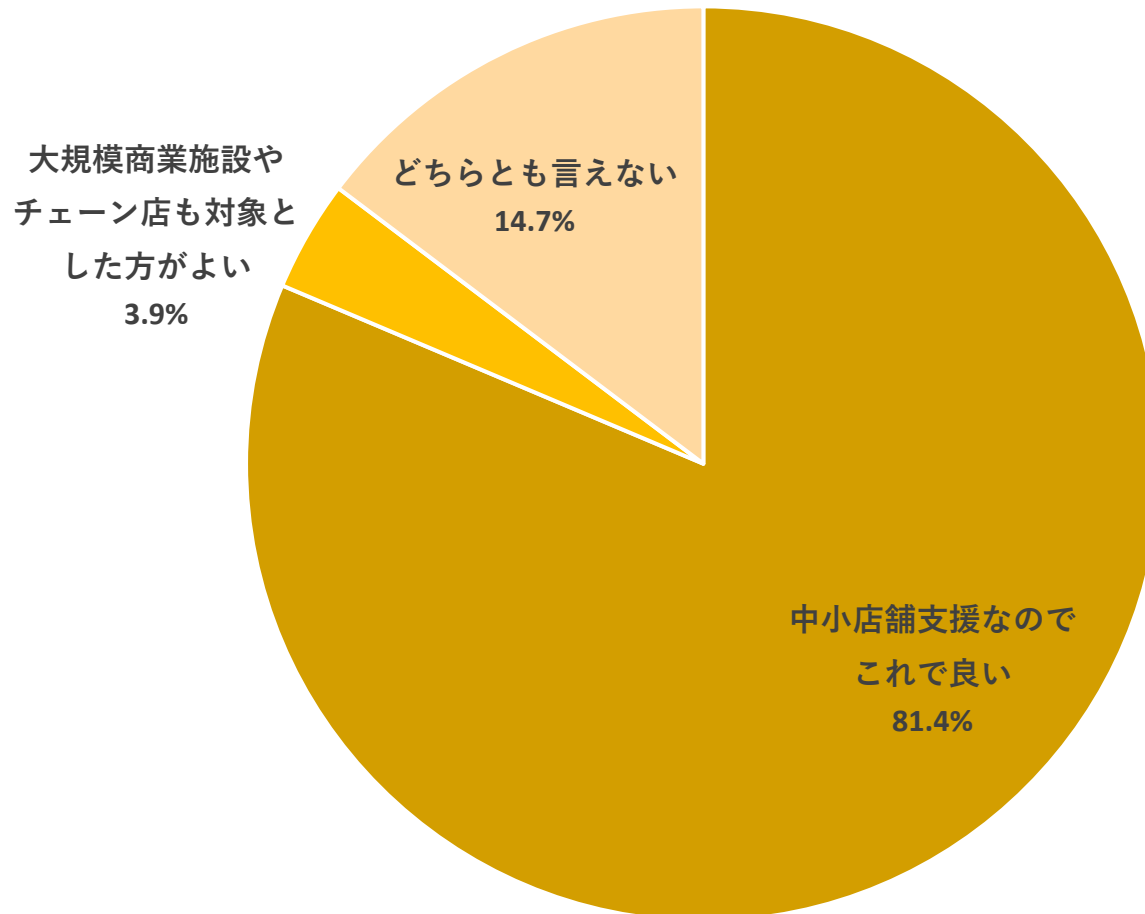


(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

# 対象外の店舗についての意見

Q10. 今回の事業は、大規模商業施設とチェーン店を登録店舗の対象としませんでした。これについてはいかがですか？(一つ選択)

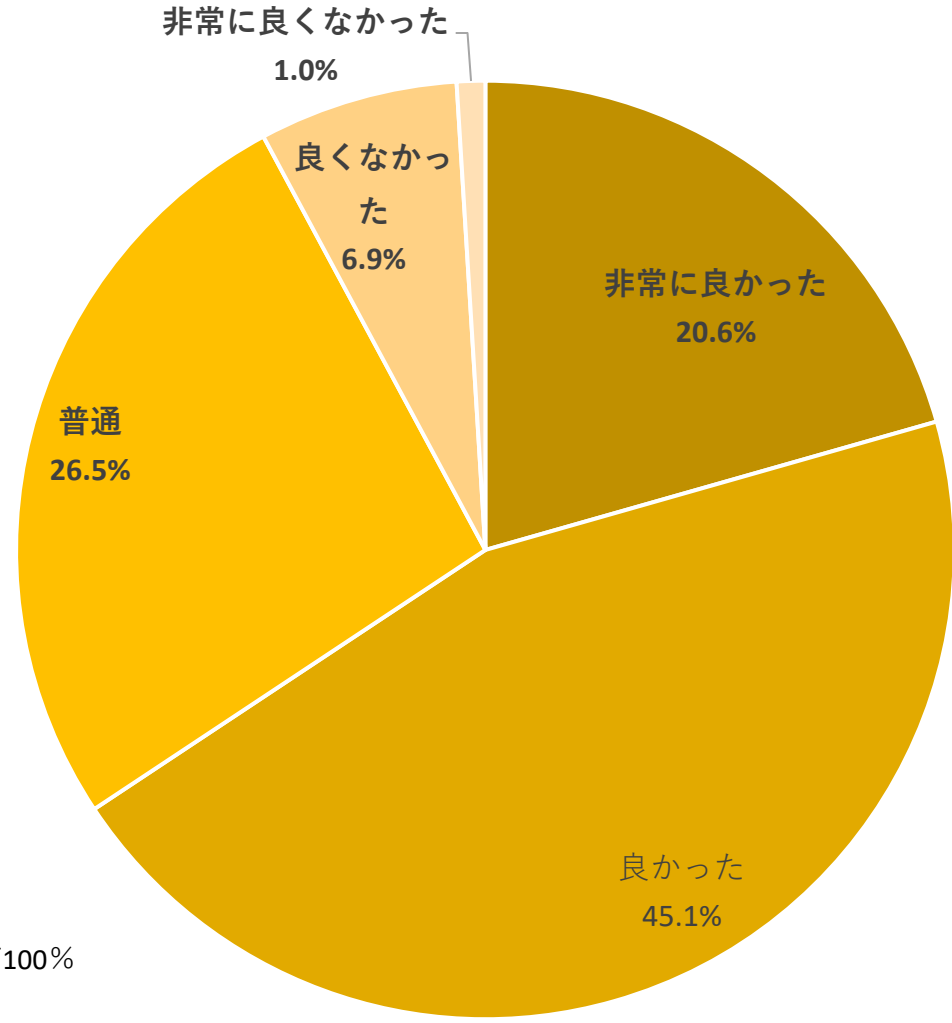
**81.4%の事業者が、大規模商業施設とチェーン店を対象から外した事について「これで良い」と回答をいただきました。**



(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

Q11. 「織りなすカード」事業に関するお客様の反応について？(一つ選択)

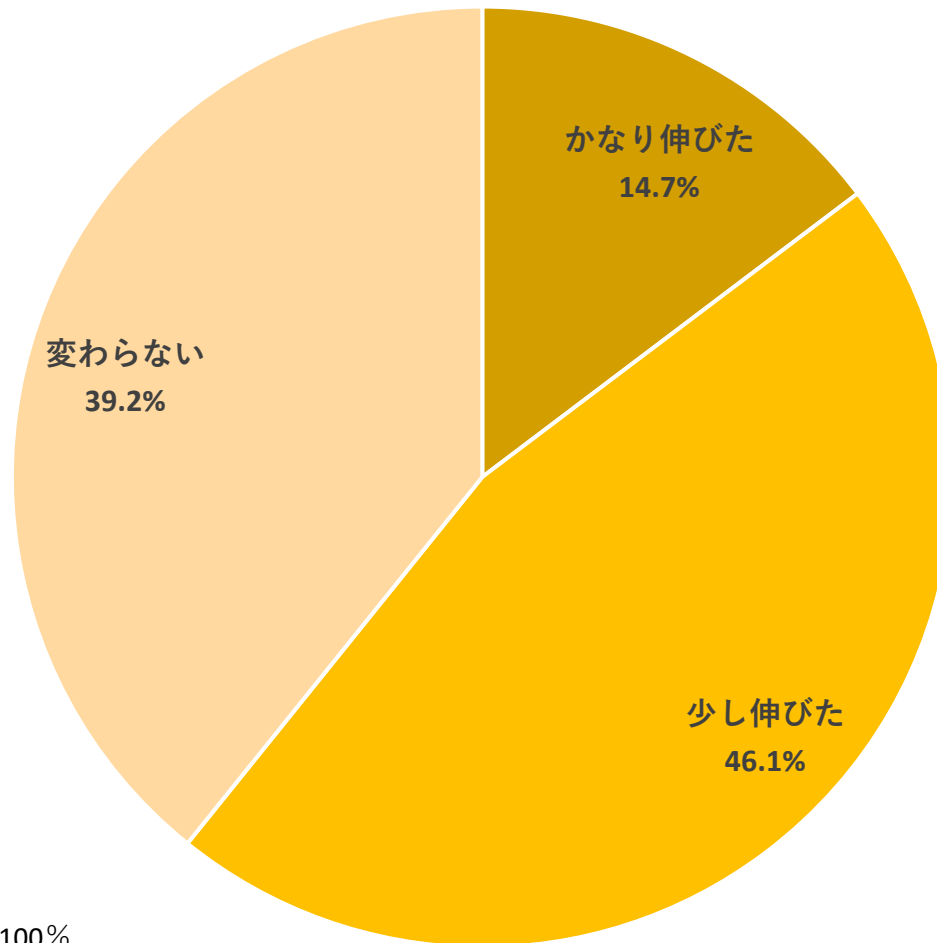
65.7%の事業者が「非常に良かった」または「良かった」と回答しています。「良くなかった」は少数となっており、全体的に好意的に市民に受け入れられていたと考えられます。



(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

Q12. 期間中に来客数は伸びましたか？(一つ選択)

6割以上の事業者が来客数が「かなり伸びた」または「少し伸びた」と回答しています。本事業が集客にも効果があったと考えられます。

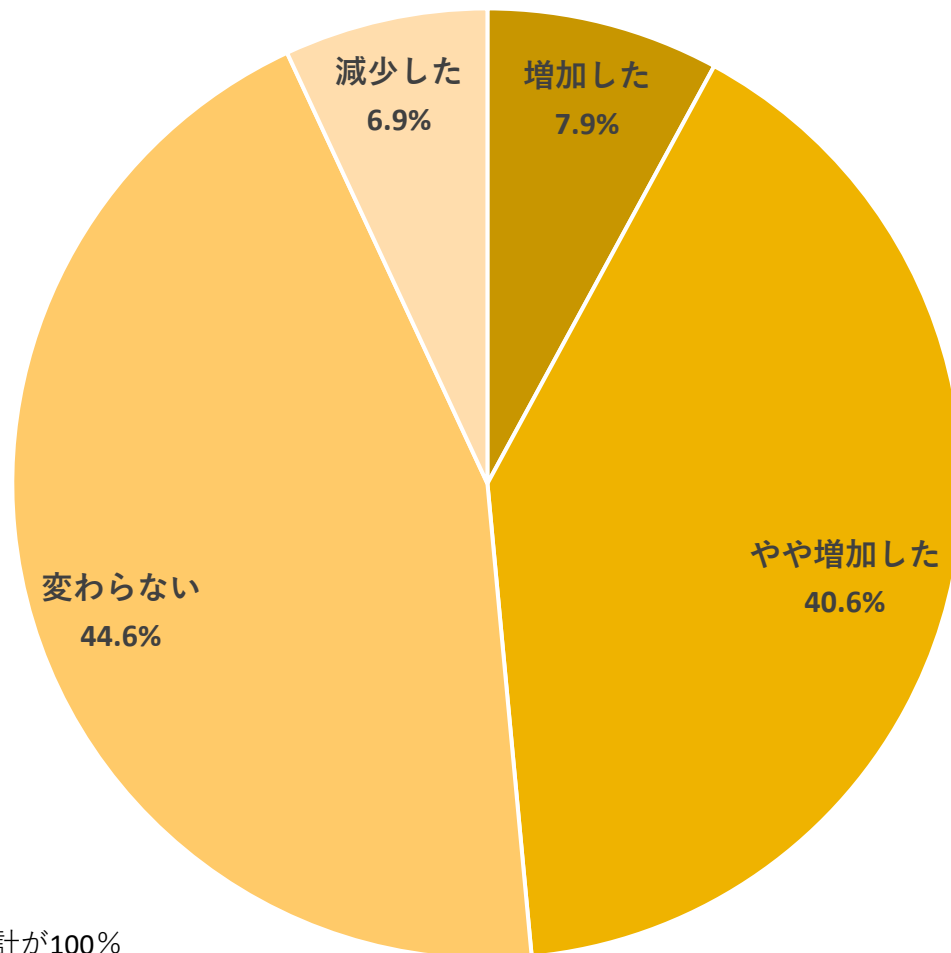


(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

# 期間中の売り上げ（前年度比）

Q13. 期間中の売り上げについて、前年度と比較していかがでしょうか？  
(一つ選択)

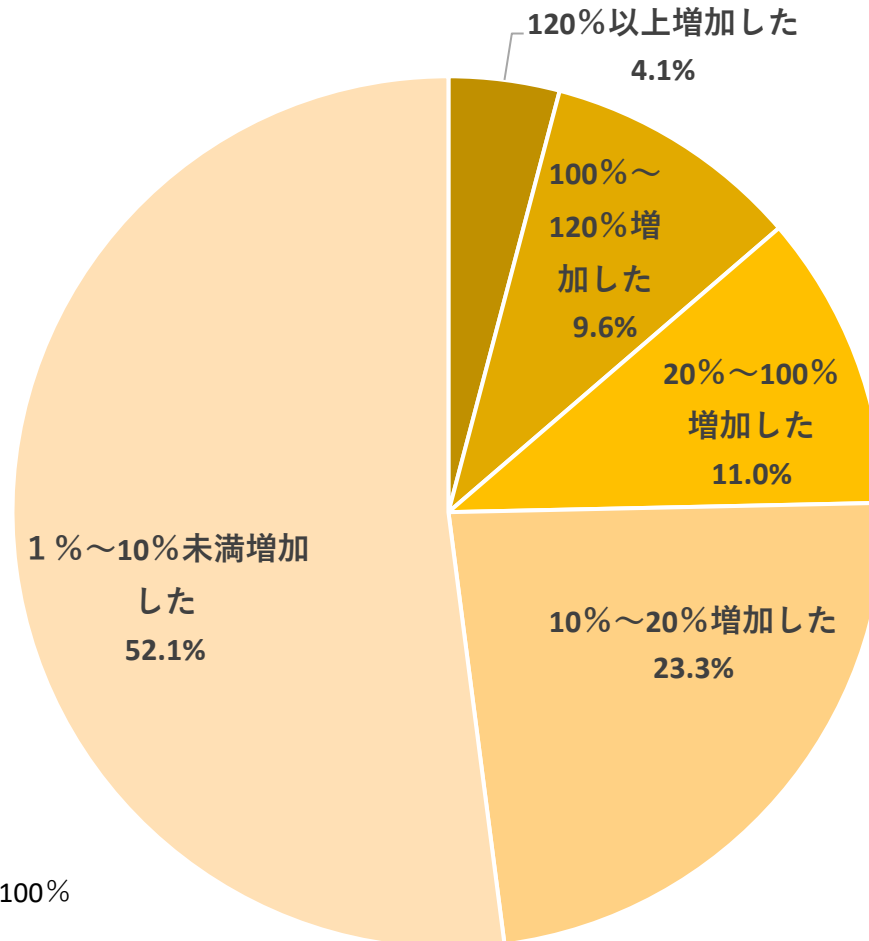
期間中の売上が「増加した」または「やや増加した」と回答した事業者が合わせて48.5%でした。



(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

Q14. 期間中の売り上げについて、「増加した」または「やや増加した」とお答えした方にお尋ねいたします。増加比は前年度と比較していかがでしょうか（一つ選択）

期間中の売上が「増加した」と回答した事業者の中で、最も割合が高かったのは「1～10%」の増加でした。100%以上増加したと回答した事業者も13.7%いました。

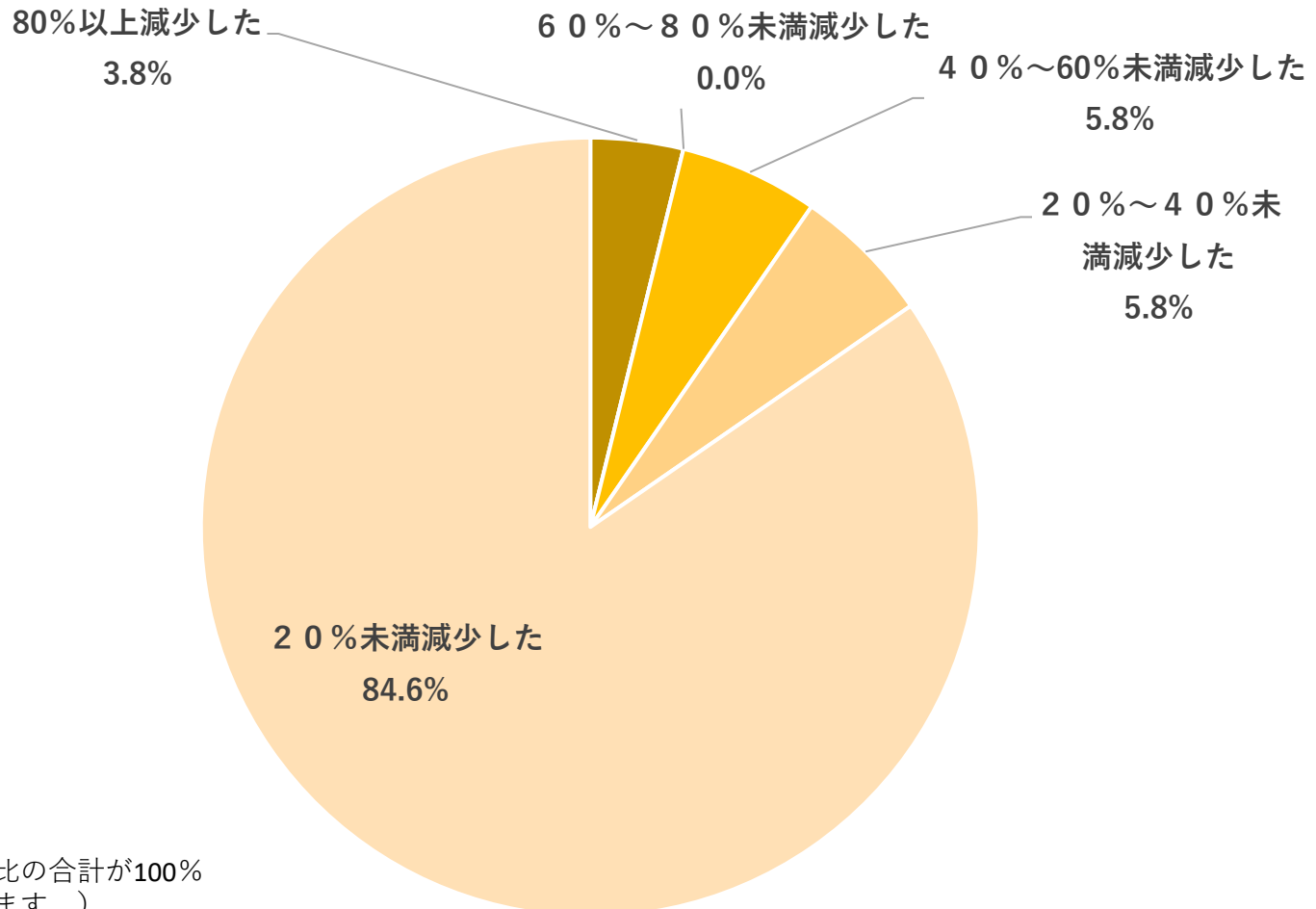


（端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。）



Q15. 期間中の売り上げについて、「減少した」とお答えした方にお尋ねいたします。減少比は前年度と比較していかがでしょうか(一つ選択)

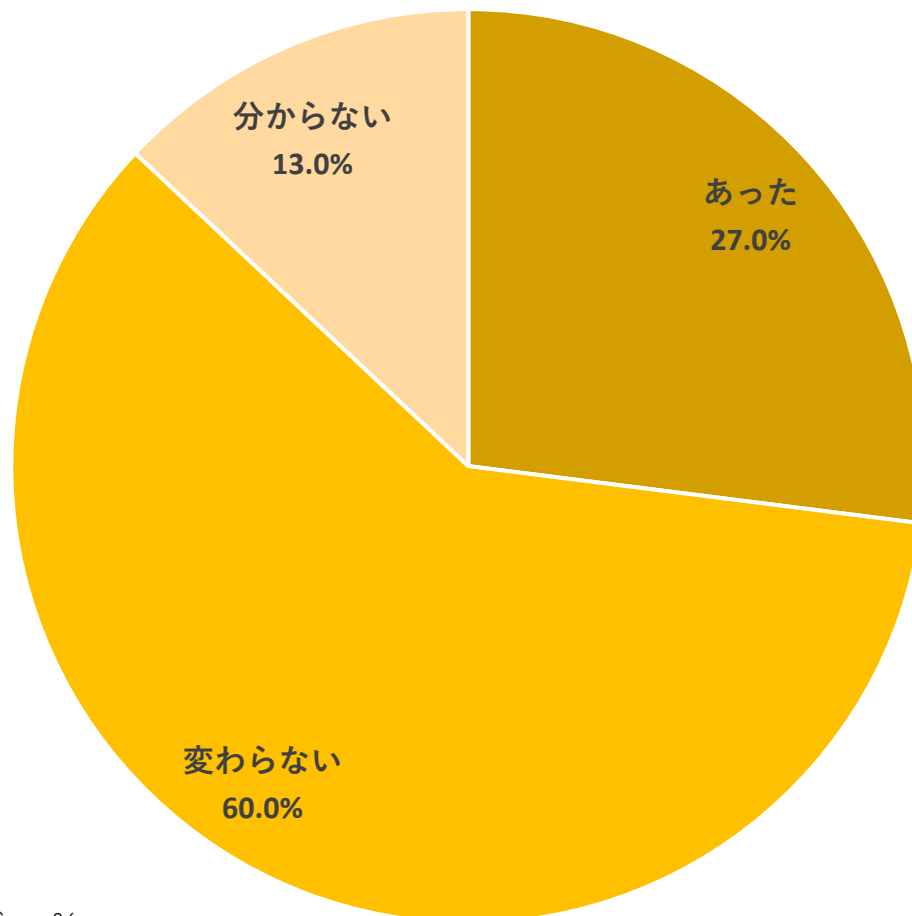
**期間中の売上が「減少した」と回答した事業者の中で、最も割合が高かったのは「20%未満」の減少でした。**



(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

Q16. 期間中に普段と比べ多く売れた商品(サービス) ありましたか？  
(一つ選択)

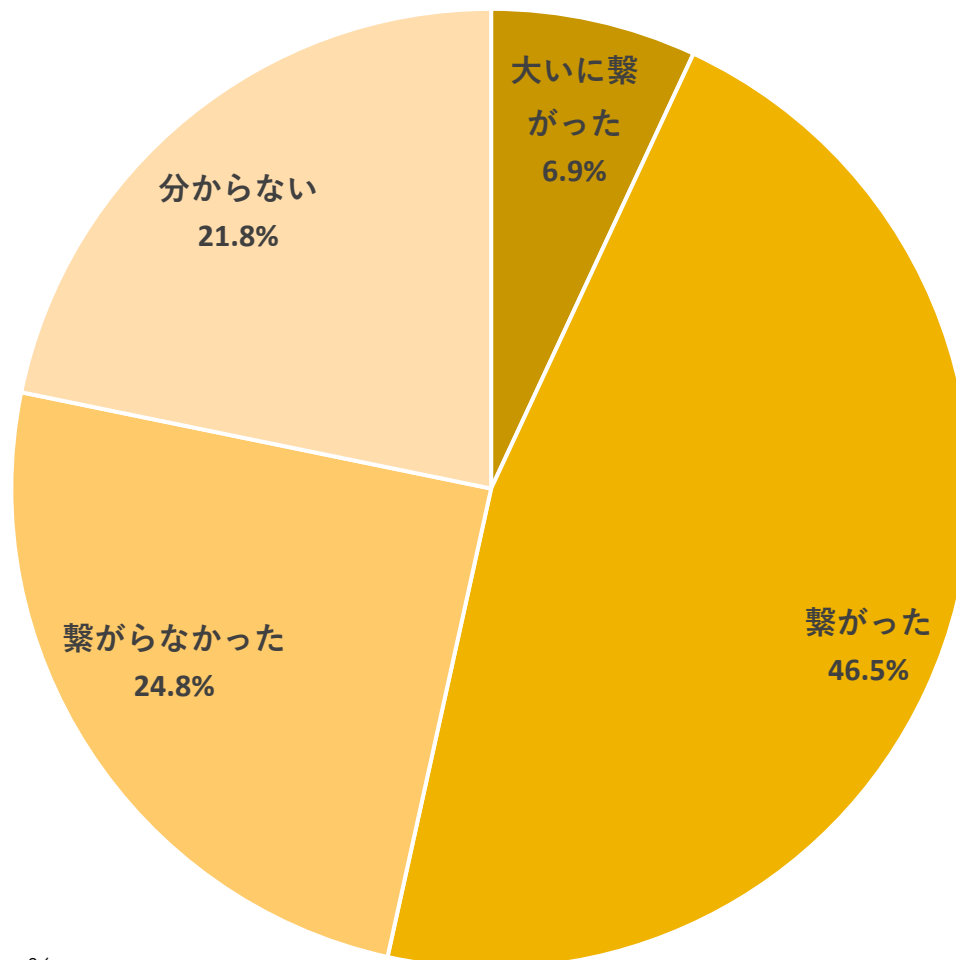
事業者の27%が期間中に普段と比べて多く売れた商品（サービス）があったと回答しています。



(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

Q17. 期間中に新規顧客の獲得につながりましたか？（一つ選択）

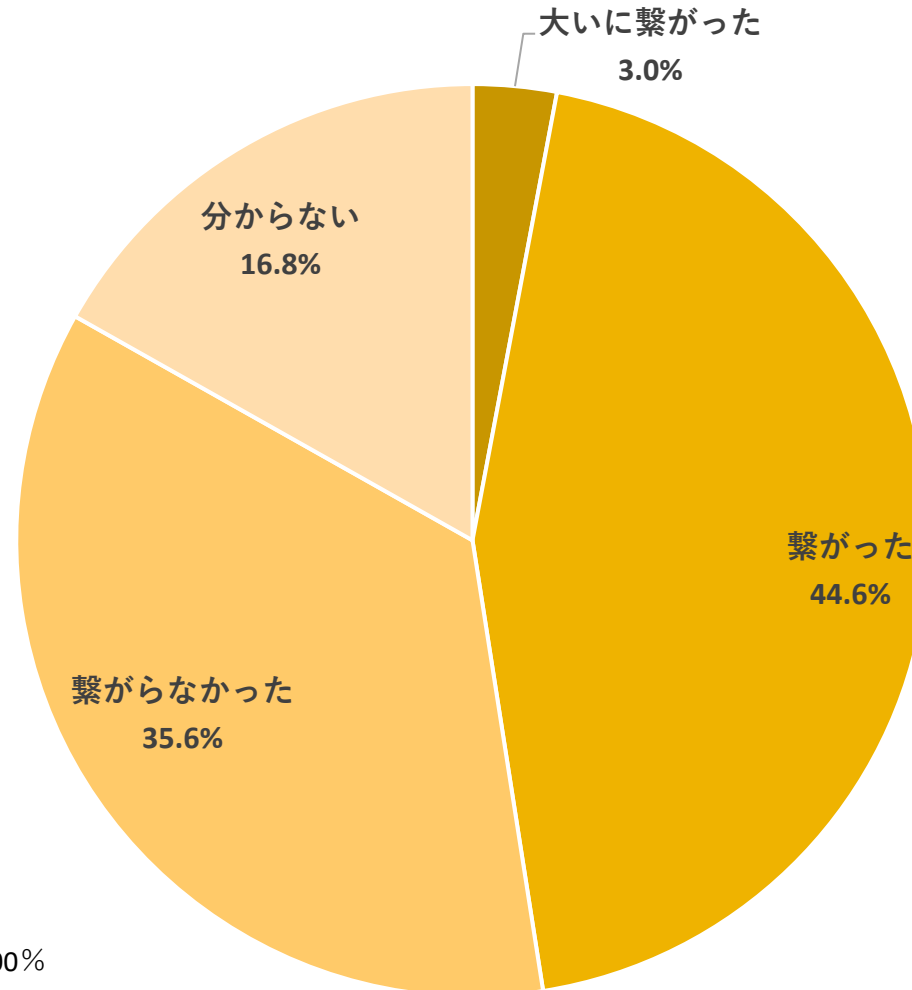
**53.4%の事業者が新規顧客の獲得に「大いに繋がった」「繋がった」と回答しています。  
新たな顧客獲得の面でも本事業の効果があったと考えられます。**



（端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。）

Q18. 期間中に客単価の増加につながりましたか？（一つ選択）

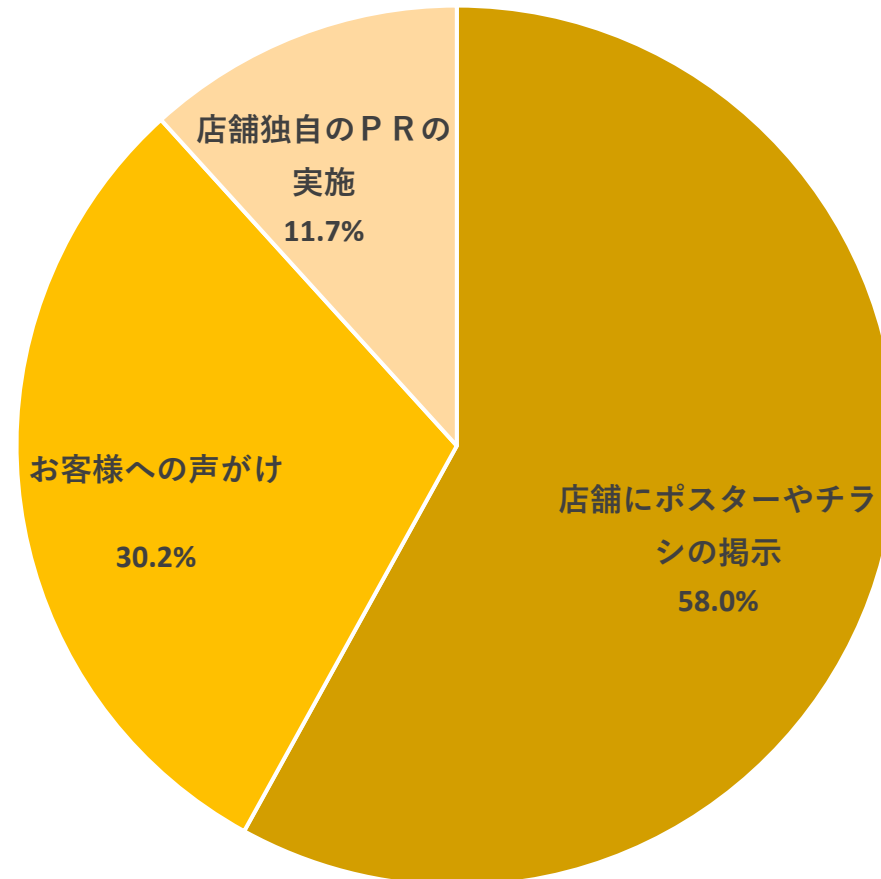
**47.6%の事業者が客単価の増加に「大いに繋がった」「繋がった」と回答しています。**  
前設問の新規顧客の獲得に加えて、客単価増の面でも一定の効果がありました。



（端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。）

Q19. 期間中にお客様に「織りなすカード」を利用してもらうような工夫をしましたか？  
(複数回答選択可)

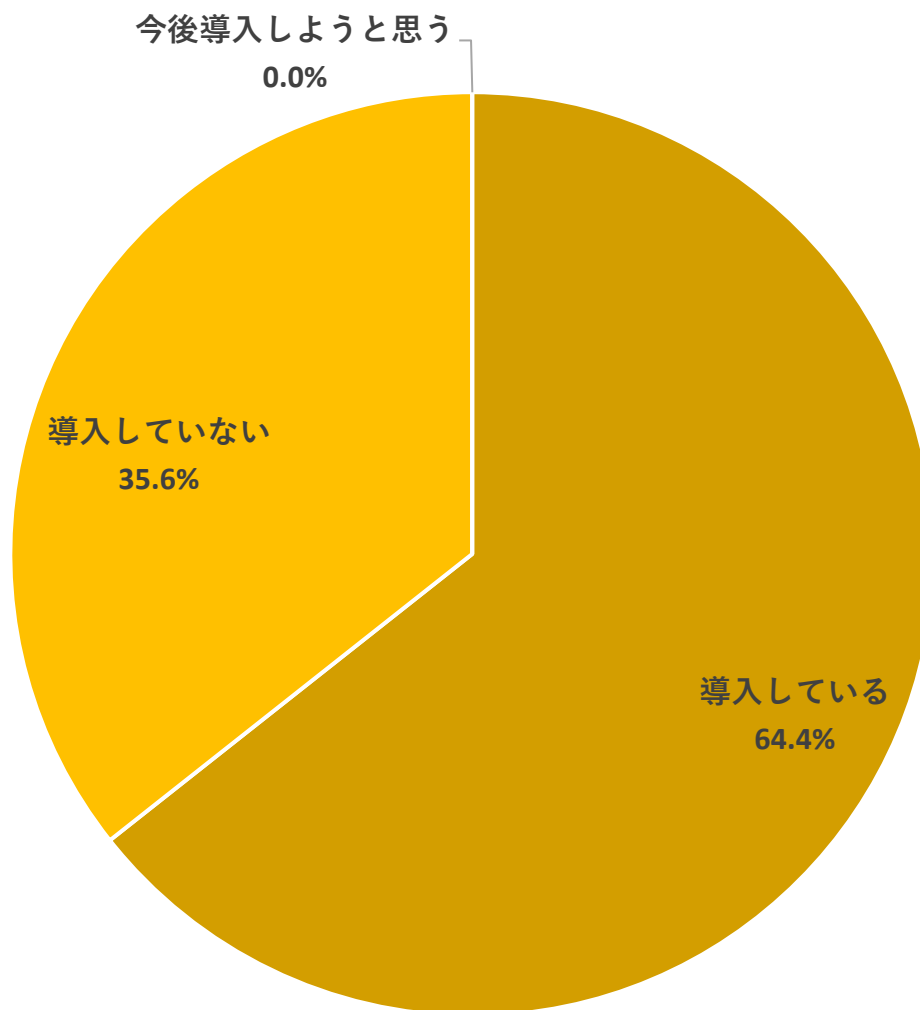
「店舗にポスターやチラシの掲示」を行ったとの回答は58%でした。一方で「店舗独自のPRの実施」を行った事業者が11.7%いました。



(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

Q20. 店舗において電子決済を導入していますか？（一つ選択）

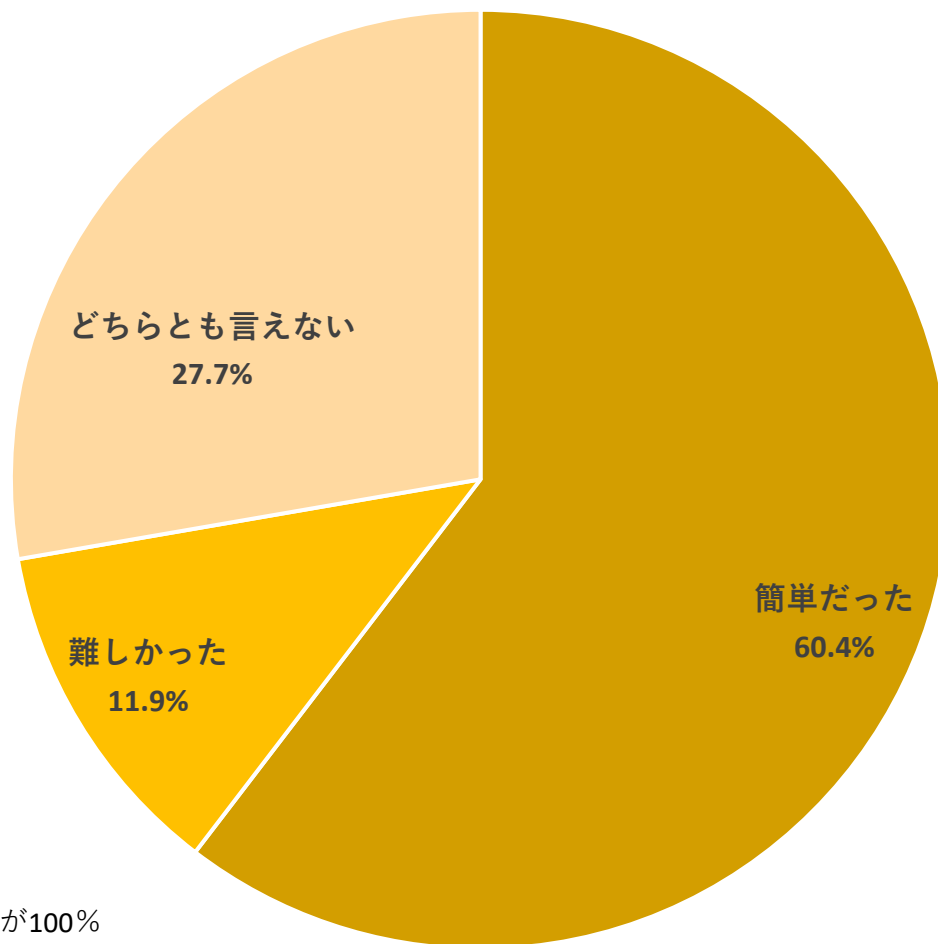
電子決済を既に「導入している」と回答した事業者は半数を上回る64.4%でした。



（端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。）

Q21. 電子決済の感想とお聞かせください(一つ選択)

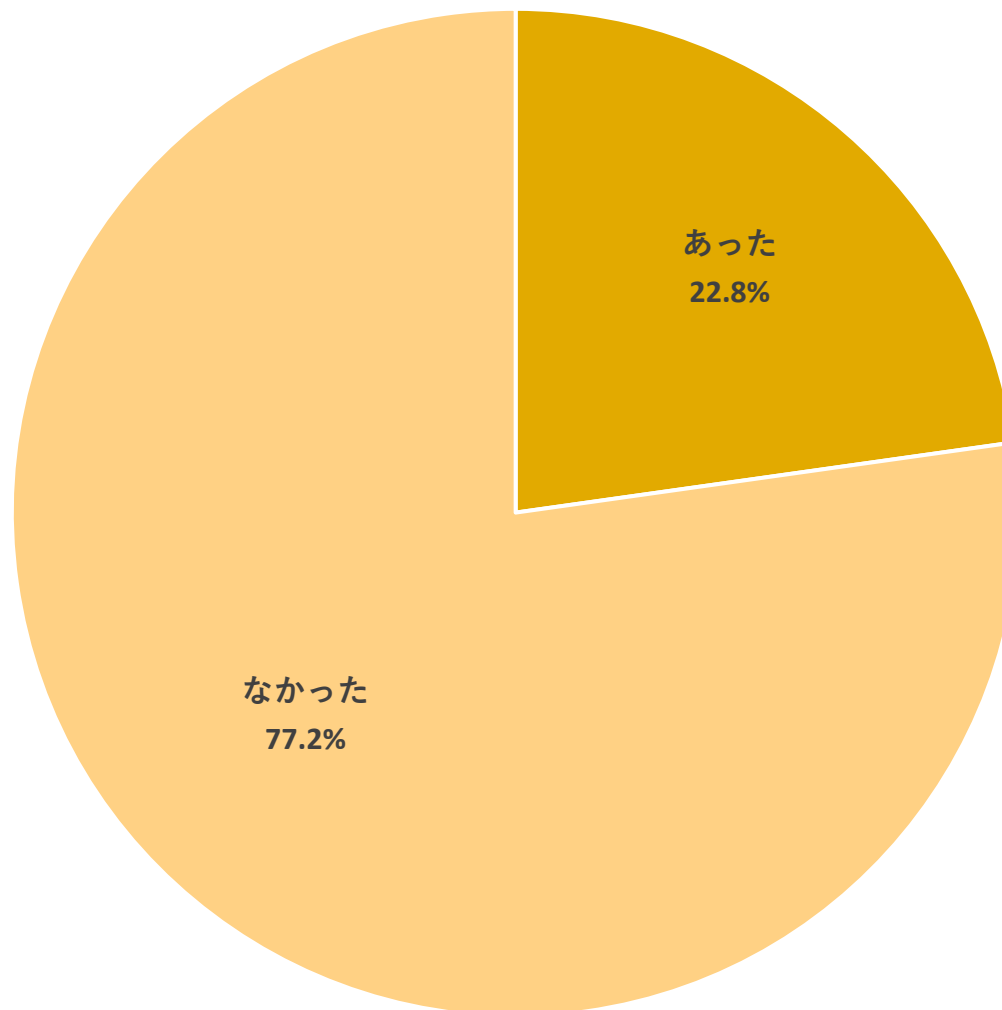
今回の電子決済について「簡単だった」と回答した事業者は60.4%でした。前設問で電子決済を導入していない事業者が35.6%いましたが、今回事業での電子決済を「難しかった」と回答した事業者は11.9%と少数でした。



(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

Q22. 使用上のトラブルはありましたか？（一つ選択）

**4か月の事業期間の中で、使用上のトラブルがあった事業者は22.8%でした。**

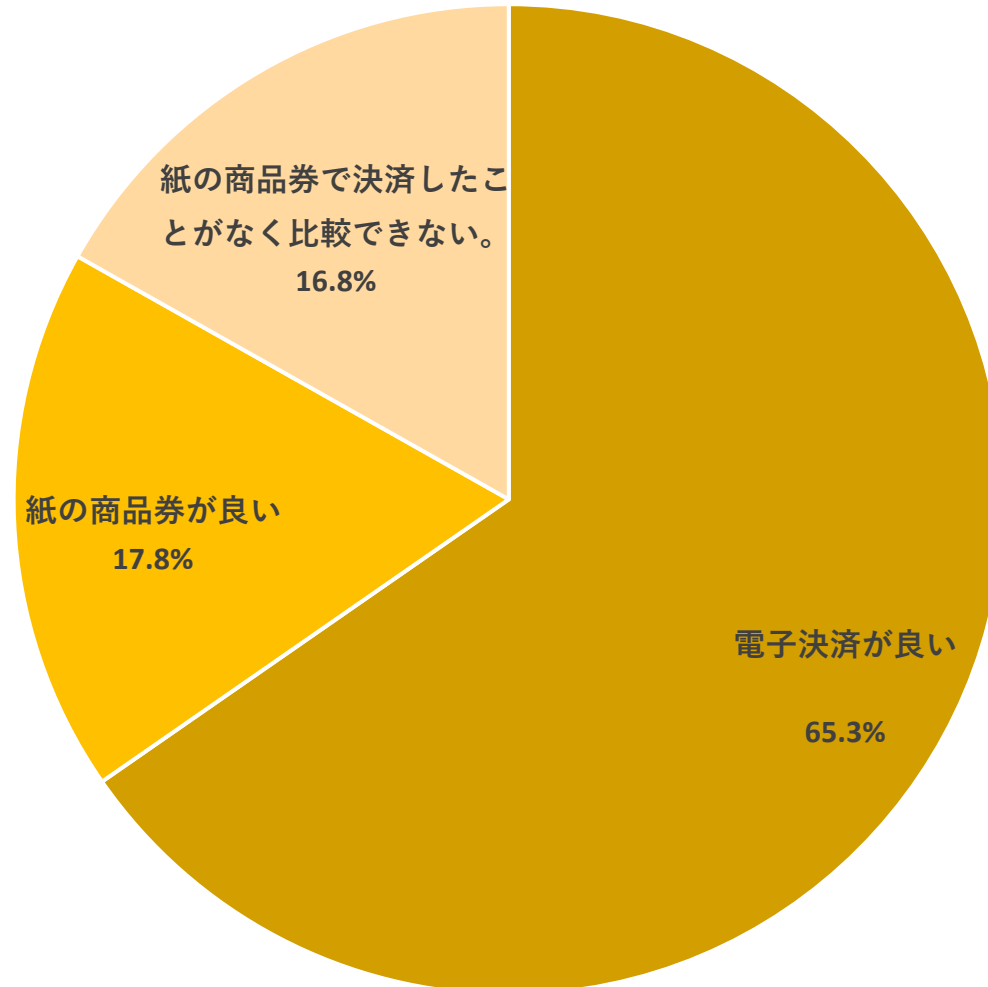


（端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。）



Q23. 紙の商品券と比較してどうでしたか？（一つ選択）

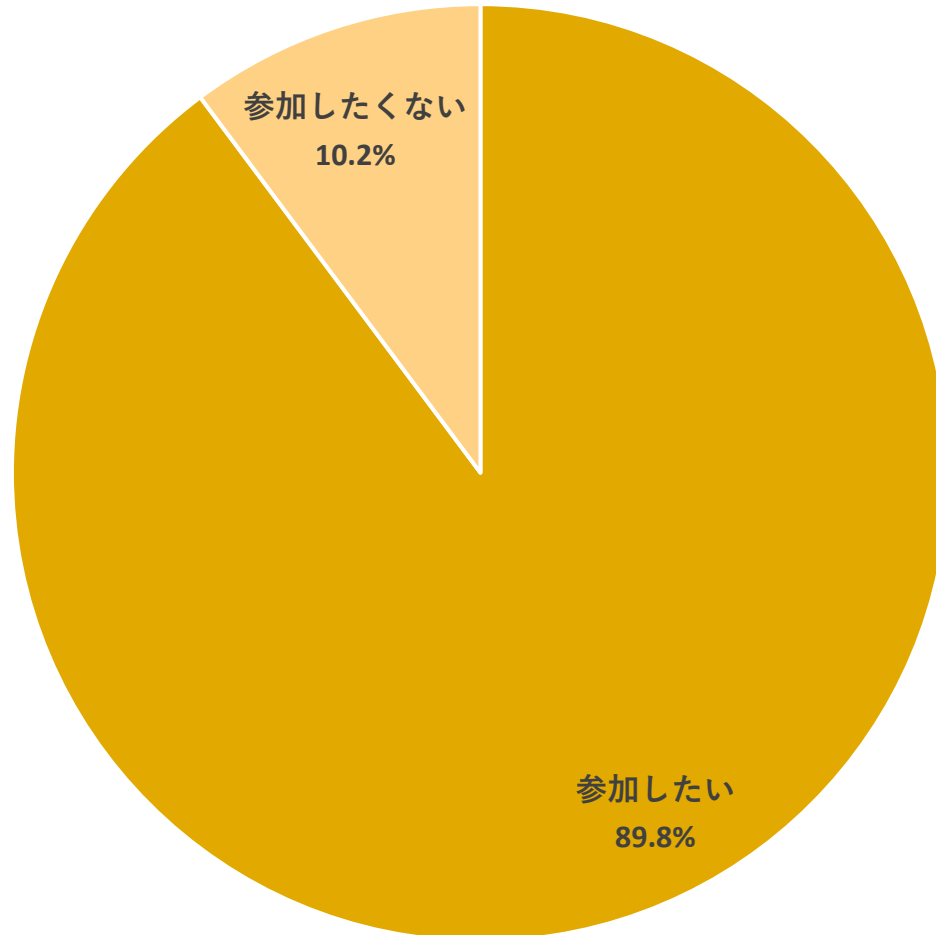
**65%の事業者が紙よりも「電子決済が良い」と回答しており、「紙の商品券が良い」との回答は17.8%と少数でした。**



（端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。）

Q24. 今後、電子決済を行う事業を実施するとしたら参加の希望はありますか  
(一つ選択)

**約9割の事業者が、今後電子決済を行う事業へ「参加したい」と回答しています。**



(端数処理のため構成比の合計が100%にならない場合があります。)

## VI . 総評

# 総括① 地域の消費動向の分析

## ◆「織りなすカード」の使用実態

事業期間中に緊急事態宣言が発布されていたことも影響し、半数の方が「特別な買い物」に利用しています。利用用途としては「食料品」「外食」が全体の約6割を占めています。

## ◆「織りなすカード」使用時の追加支払い状況

全体の約7割の方が織りなすカードでの精算の際に追加で支払いをしており、経済波及効果を感じられます。

追加金額としては貯蓄面で余裕のある50代～70代以上の方が3000円以上の追加支出をされていることが多く見られました。一方で50代未満の方は1000円以下の追加支出をしている方が多く見られました。

また、現金を追加で支払った人の平均支払い金額は4,795円でした。織りなすカード代金と合算するとおよそ8,000円程度のサービスに使用されたと言えます。

(商品券3,000円 + 平均支払い金額4,795円 = 7,795円)

# 総括① 地域の消費動向の分析

## ◆「織りなすカード」使用店舗

今回の事業では全体の約3割の方が今回の事業を機に今まで訪れたことのない店舗へ行っています。本事業が事業者の方々にとっては市民へのアピールの場になったことが伺えます。

## ◆市内での消費の意識

約4割の方々が「今後も地元のお店を応援したい」と答えており、本事業の目的である中小店舗の支援につながっている様子が見取れます。また、追加支出をされた消費者が全体の約7割にのぼるという結果からみても市内の消費喚起に大きく貢献している様子が見取れます。

## ◆地元のお店での意識変化

全体の約6割の方々が、本事業は中小店舗の応援に「効果があった」と感じています。同様事業を実施していた他自治体と同様に大規模商業施設とチェーン店を取扱店舗の対象外としたことでこのような効果を感じてもらうことができたと考えられます。

また、消費者からの意見には今回訪れた地元の店舗を今後も継続的に利用したいという意見が多く見られました。今回の取り組みを機に今後も消費者が地元で消費活動を行うことが期待されます。

## 総括②直接効果と新規に誘発した消費額の推定

◆**直接的な消費額（換金額）**「織りなすカード」事業における「直接的な消費喚起額」は換金総額となります。換金データを集計した結果、**約1億9千470万円**（194,772,712円）でした。

◆**新規に誘発した消費額（推定）**「織りなすカード」事業において、アンケート実施の結果得られた**新規の消費誘発効果の推計は約8千8百万円**（88,161,622円）となりました。

本報告書でいう新規の消費誘発効果とは、「経済効果」（※）ではなく、「商品券の入手がきっかけとなった商品・サービスの購入」のために「商品券での支払いに合わせ追加支出した現金等」に限定しています。

（※）経済効果の定義

経済効果 = 直接効果 + 一次波及効果 + 二次波及効果

- ・直接効果……商品券使用による消費額そのもの
- ・一次波及効果……新たに増加した需要を満たすために増加される生産
- ・二次波及効果……生産増加に伴い、それぞれの産業に従事する雇用者の所得が増える。

所得が増えれば消費が増え、消費を満たすために再び各産業が生産を行う。こうした雇用者所得の増加に伴う生産増加

# 総括②直接効果と新規に誘発した消費額の推定

計算根拠は下記に示す通りです。

## I. アンケートによって得られた商品券での支払い実績

アンケート回収実績では804,000円となっている商品券での支払合計額（表の④の値）を、換金額である194,772,712円になるように①と②の比率を変えずに計算します。合わせて⑥の金額も①、②との比率を崩さないように計算します。

商品券の使用目的	商品券での支払い	商品券での支払いに合わせ追加支出した現金等
a. 普通の買い物を商品券で支払った	① 666,000	⑤ 127,462
b. 商品券の入手がきっかけとなった商品・サービスの購入	② 795,000	⑥ 633,082
c. 未記入	③ 66,000	
合計	④ 1,521,000	⑦ 760,544

II. アンケートと換金額から算出した推計値「商品券での支払いに合わせ追加支出した現金等」の合計(⑦)である約8千8百万円（88,161,622円）が新規の消費誘発効果と推計されます。

商品券の使用目的	商品券での支払い	商品券での支払いに合わせ追加支出した現金等
a. 普通の買い物を商品券で支払った	① 84,507,921	⑤ 7,098,665
b. 商品券の入手がきっかけとなった商品・サービスの購入	② 101,837,886	⑥ 81,062,957
c. 未記入	③ 8,372,904	
合計	④ 194,718,711	⑦ 88,161,622

## 総括③ 事業者アンケートのまとめ

### ◆事業者の感想

事業者の約8割が本事業に「参加してよかった」と回答しています。今回の事業目的である事業者支援に効果があったと感じられる結果となりました。また、「電子決済」や「取扱店舗登録申請などの実施手順」「実施時期」「実施期間」「大規模商業施設とチェーン店を取扱店舗としなかったこと」等の仕組み・運用についても、大多数の事業者から好意的な評価や賛同を得ることができました。

事業内容の説明時及びレンタルタブレットのお渡しの際は電子決済に抵抗を感じる事業者も一定数伺えましたが、最終的なアンケートでは約6割の事業者に「電子決済が良い」と回答頂いています。このことから電子決済への抵抗感をぬぐえた事業者も多いことが伺えます。また、コールセンターへの問い合わせについても事業開始当初は約40/日ほど決済方法、取消方法の問い合わせを頂いていましたが事業開始2か月目からは10/日程に減少しました。

一方、「精算方法が難しかった」「事業者向けの説明が不足していた」と言った声もあり今後の運用方法の課題も浮かび上がりました。



## 総括③ 事業者アンケートのまとめ

### ◆事業の効果

およそ4割の事業者が来客数の増加を感じており、本事業が集客に効果的な方法であったことがわかります。加えて、約4割の事業者は、新規顧客の獲得に「繋がった」とも回答しています。緊急事態宣言下、消費活動が落ち込んでいる中で消費活動を促進する機会になったことが伺えます。

最終的な換金額が8割を超えたことや事業者・消費者からの賛同的な意見を「総合的に踏まえ本事業は「中小店舗の応援」という目的については概ね達成することができたと考えられます。