令和２年度　高山市プレミアム付き商品券事業（第１弾）の結果について

１．事業概要

（１）事業の目的

新型コロナウイルス感染症の影響により低迷している市内経済の回復に向けて、市民の協力による市内消費喚起と資金循環を図るため、高山市プレミアム付き商品券を発行し、事業者の事業活動を強力に支援すること。

（２）事業主体　　高山市プレミアム付き商品券委員会

（３）事業内容

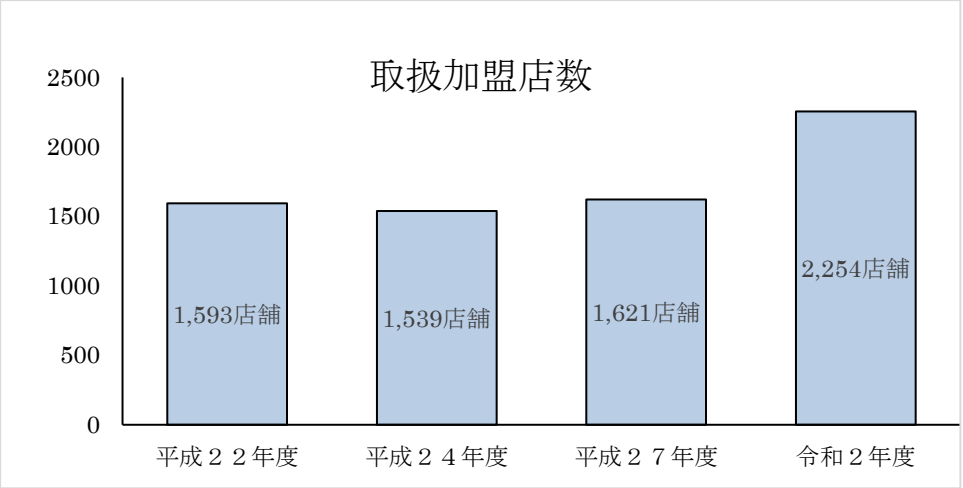
	平成 27 年度　夢とく商品券	令和２年度　みんなで応援商品券
商品券発行額	20 億円（200,000 セット） プレミアム 10%	17 億 4 千万円（174,000 セット） プレミアム 100%
販売期間	○1 次販売 販売期間：H27.7.8～31（24 日間） 販売額：18 億 6,430 万円（93.2%） （186,430 セット） 条件：購入券を持参 （7.1 広報たかやま掲載） １家族１回限り　20 万円まで ○2 次販売 販売期間：H27.8.6 （1 日間で完売） 販売額：1 億 3,570 万円（6.8%） （13,570 セット） 条件：購入券を持参 （7.1 広報たかやま掲載） 1 家族 1 回限り　20 万円まで	販売期間：R2.7.29～9.30（64 日間） 販売額：15 億 4,216 万円（88.6%） （154,216 セット） 条件：購入申込書を持参 （7 月下旬に各世帯へ郵送） １人１回限り　2 万円まで
販売方法	1,000 円券 10 枚のセット販売 （9,000 円で額面 10,000 円分を販売） ※大手地元小売店での使用は、1 セット 10 枚のうち 3 枚(3,000 円分)	1,000 円券 10 枚のセット販売 （5,000 円で額面 10,000 円分を販売） ※大手地元食料品店での使用は、1 セット 10 枚のうち 2 枚(2,000 円分)
販売場所	市役所本庁・支所、商工会議所、 北西南商工会、金融機関	市役所本庁・支所、商工会議所、 北西南商工会、郵便局
使用期間	H27.7.8～H27.12.31（177 日間）	R2.8.5～R2.10.31（88 日間）
使用可能店舗	市内に本店を有する事業所（大手地元小売店 3 事業所を含む）のうち、取扱加盟店登録された店舗　　1,621 店舗	市内に本店を有する事業所（大手地元食料品店 2 事業所を含む）のうち、取扱加盟店登録された店舗　　2,254 店舗
換金率	99.932% 1,998,643 枚（19 億 9,864 万 3 千円）	99.783% 1,538,815 枚（15 億 3,881 万 5 千円）
補助額	212,151,199 円 ・ﾌﾟﾚﾐｱﾑ分　　199,864,300 円 ・事務費分　　12,286,899 円	798,539,055 円 ・ﾌﾟﾚﾐｱﾑ分　　769,407,500 円 ・事務費分　　29,131,555 円

２．取扱加盟店数と換金状況

（１）取扱加盟店数

取扱加盟店数は、２，２５４店舗となり、前回に比べ６３３店舗増加している。

【図１】



➢　取扱い加盟店の登録を行った店舗は、前回に比べ約４０％増加した。

コロナ禍が事業活動に甚大な影響を及ぼしている中、プレミアム率が高いこともあり、商品券事業に対する地元店舗の期待が大きかったことが推測される。

（２）地域別の取扱加盟店数、換金を行った取扱加盟店数

・地域別の取扱加盟店数は、高山地域が１，７８８店舗で全体の約７９．３％を占めた。

・全体の取扱加盟店２，２５４店舗のうち、換金を行った店舗は１，８７５店舗で約８３．２％であった。

【表１】

		取扱加盟店(A)		換金実施取扱加盟店 (B)		換金割合
		店舗数	割合	店舗数	割合	(B)/(A)
高山		1,788	79.33%	1,500	80.00%	83.89%
北	上宝	64	2.84%	46	2.45%	71.88%
	国府	100	4.44%	94	5.01%	94.00%
	丹生川	69	3.06%	55	2.93%	79.71%
西	一之宮	43	1.91%	30	1.60%	69.77%
	清見	43	1.91%	36	1.92%	83.72%
	荘川	27	1.20%	23	1.23%	85.19%
南	朝日	38	1.69%	26	1.39%	68.42%
	久々野	73	3.24%	58	3.09%	79.45%
	高根	9	0.40%	7	0.37%	77.78%
総計		2,254	100.00%	1,875	100.00%	83.19%

➢　取扱加盟店の支店において、使用された商品券を本店でまとめて換金した店舗が１１２店舗あり、これらを含めると合計で１，９８７店舗、約８８．２％の取扱加盟店で商品券が使用されていたこととなる。

➢　換金が行われなかった店舗は２６７店舗であるが、業種別では飲食業７７店舗、小売業６８店舗、旅館ホテル業４３店舗、建設業３３店舗、理美容・エステ業１８店舗、自動車販売・修理業６店舗、バス・タクシー運行業５店舗、生活関連業５店舗、その他の業種１２店舗となっている。

（３）地域別の平均換金額

・取扱加盟店１店舗あたりの平均換金額は約８２１千円であった。

・支所地域別の平均換金額をみると、国府地域が約９１１千円で最も多く、高根地域が約１４３千円で最も少なかった。

【表２】

		換金額（千円）	換金実施取扱加盟店舗数	平均換金額（千円）
高山		1,325,638	1,500	884
北	上宝	25,271	46	549
	国府	85,592	94	911
	丹生川	29,018	55	528
西	一之宮	14,736	30	491
	清見	12,881	36	358
	荘川	8,126	23	353
南	朝日	7,871	26	303
	久々野	28,684	58	495
	高根	998	7	143
総計		1,538,815	1,875	821

注）換金額は、換金を行った店舗の所在地で集計
（支店で使用された商品券を本店等に集約し換金した場合、本店等の所在地で集計）

（４）換金額上位１００事業所の換金額

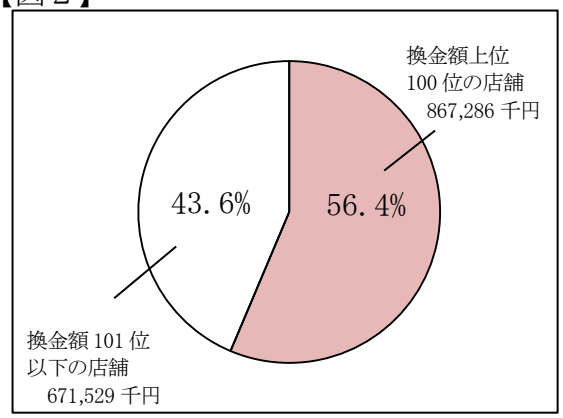
・換金額上位１００事業所の換金額は８６７，２８６千円、換金額１０１位以下の事業所の換金額は６７１，５２９千円であった。

・換金額の上位１００事業所の平均換金額は約８，６７３千円、１０１位以下の事業所の平均換金額は３７８千円であった。

【表３】

	換金額（千円）	換金実施取扱加盟店舗数	平均換金額（千円）
換金額上位100位の店舗	867,286 (1,198,579)	100 (100)	8,673 (11,986)
換金額101位以下の店舗	671,529 (800,064)	1,775 (1,175)	378 (681)
合　計	1,538,815 (1,998,643)	1,875 (1,275)	821 (1,568)

【図２】



注）換金額は、換金を行った店舗で集計
（複数店舗を持つ事業者がまとめて換金している場合など、実際の使用状況とは異なる）
（　　）内は前回の数値

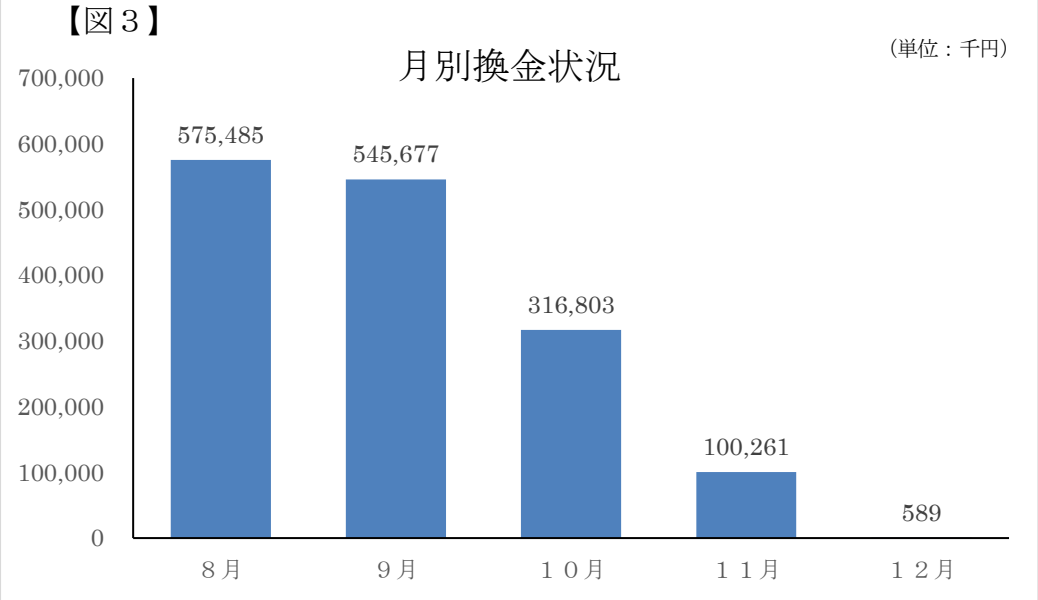
➢ 換金額上位１００事業所における使用率は全体の約５６．４％となっており、使用率は前回より３．６ポイント減少した。

３．月別換金状況

・換金された商品券は全体で１，５３８，８１５千円、未換金額は３，３４５千円であった。

・換金総額１，５３８，８１５千円のうち、約７２．９％にあたる１，１２１，１６２千円が８月と９月に換金された。

【図３】



４．商品券の購入件数および平均購入セット数

・商品券を購入した市民は７７，４５９人で、１件あたりの平均購入セット数は約１．９９１セットであった。

【表４】

令和２年第１弾	購入者数（人）	購入数（セット）	平均購入数（セット）
販売実績	77,459	154,216	1.991

【参考】平成２７年度	購入件数（件）	購入数（セット）	平均購入数（セット）
１次販売（購入限度額 20 万円）	11,712	186,430	15.9
２次販売（購入限度額 20 万円）	748	13,570	18.1
合　　計	12,460	200,000	16.1

➢　発行総額に対する販売率は約８８．６％となっており、前回平成２７年度の１次販売時に約３３％の世帯が購入したことと比べて、非常に多くの市民が購入している。

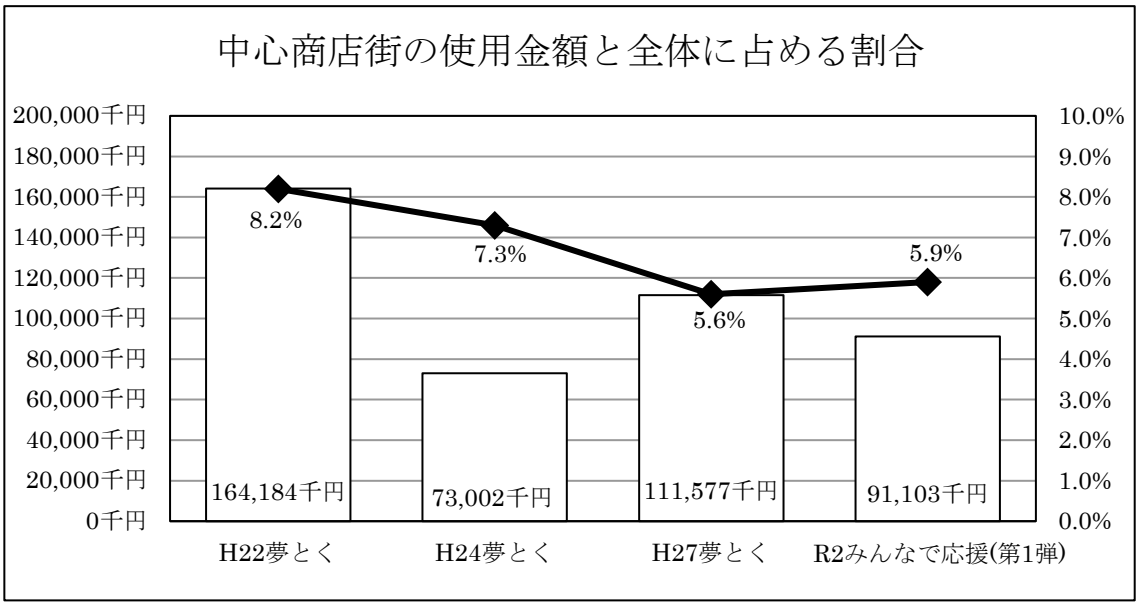
➢　平均購入数については、１．９９１セットとなっており、ほとんどの購入者が購入限度の２セットを購入している。

５．中心商店街への効果

（１）中心商店街における使用状況

・中心商店街における商品券の使用率は約５．９％で、前回の約５．６％と比較して約０．３ポイント増加した。

【図４】



➢　中心商店街での使用割合が、前回より０．３ポイント増加した要因としては、高額商品を購入（自動車購入、住宅の増改築工事等）するための商品券使用が減少したことにより、日用品等への使用が増加したためとみられる。

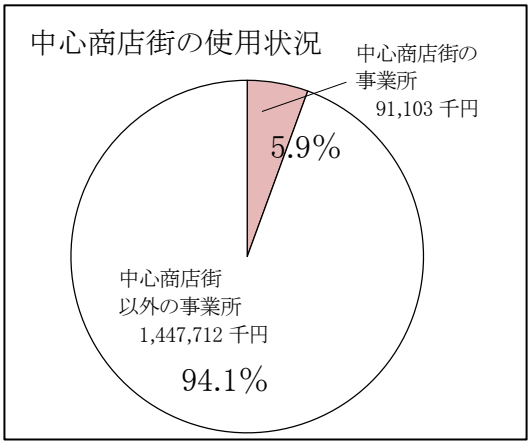
➢　さまざまな店舗で使用していただくように周知を行った結果、商品券購入者からは、商品券の購入を契機に今まで訪れたことのなかった店舗で購入したとの意見や、インターネットではなく地元の店舗を使用したとの意見もあった。

・中心商店街の取扱加盟店における１店舗あたりの平均換金額は、約４４７千円であった。

【表５】

	換金額（千円）	換金実施取扱加盟店数	平均換金額（千円）
中心商店街の事業所	91,103 (111,577)	204 (158)	447 (706)
上記以外の事業所	1,447,712 (1,887,066)	1,671 (1,117)	866 (1,689)
合　計	1,538,815 (1,998,643)	1,875 (1,275)	821 (1,568)

【図５】



➢　取扱加盟店全体の平均換金額の約８２１千円を下回る結果となった。また、中心商店街の取扱加盟店のうち、換金額の上位１００事業所に含まれる事業所は８事業所であり、前回の４事業所からは増加した。

（２）中心商店街の区域別の使用状況

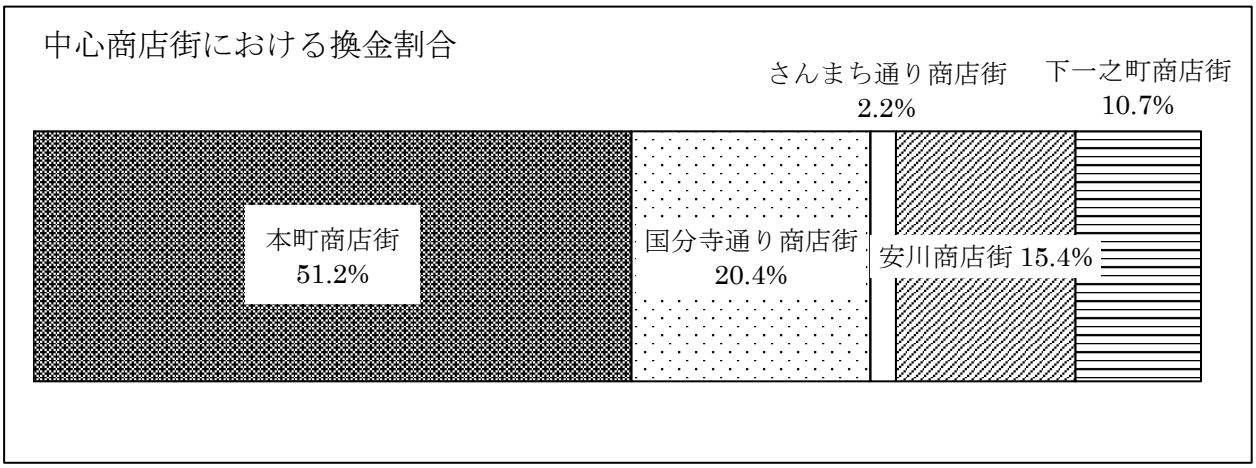
中心商店街の区域別の換金額の割合は、本町商店街が約５１．２％で最も高く、次いで国分寺通り商店街が約２０．４％、安川商店街が約１５．４％、下一之町商店街が約１０．７％、さんまち通り商店街が２．２％となっている。

【表６】

区　　域	換金実施取扱加盟店数		換金額（千円）		加盟店舗数	【参考】令和2年度空き店舗調査による営業店舗数
	店舗数	割合	金額	割合		
本町商店街	95	46.6%	46,680	51.2%	112	156
国分寺通り商店街	51	25.0%	18,615	20.4%	63	73
さんまち通り商店街	12	5.9%	2,015	2.2%	14	25
安川商店街	31	15.2%	14,011	15.4%	44	68
下一之町商店街	15	7.4%	9,782	10.7%	16	30
合　　計	204	100.0%	91,103	100.0%	249	352

注）換金額は、換金を行った店舗の所在地で集計
（支店で使用された商品券を本店等に集約し換金した場合、本店等の所在地で集計）

【図６】



➢　中心商店街における取扱加盟店２４９店舗のうち、換金を行った店舗は２０４店舗で約８１．９％であり、加盟店全体における換金を行った店舗割合８３．１％と比較すると、下回る結果となった。

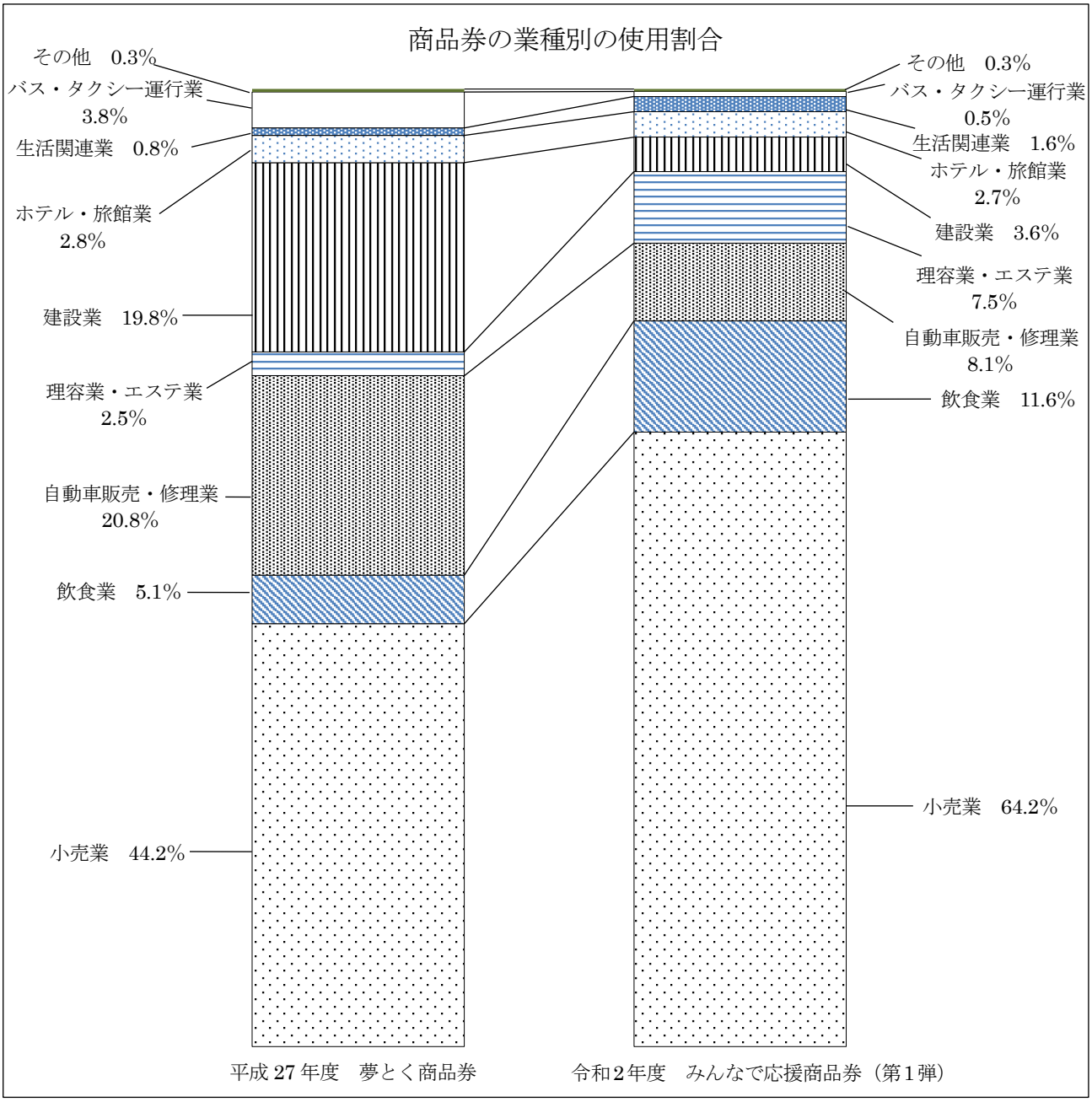
６．業種別の使用状況

（１）業種別の使用状況

・業種別の換金額は、「小売業」が最も多く、次いで「飲食業」、「自動車販売・修理業」の順となっている。

・業種別の換金額の割合を前回と比較すると、「小売業」は約２０．０ポイント増加、「飲食業」は約６．５ポイント増加、「理美容・エステ業」は約５．０ポイント増加しており、「建設業」が約１６．２ポイント減少、「自動車販売・修理業」が約１２．７ポイント減少、「バス・タクシー運行業」が約３．３ポイント減少している。

【図７】



➢　今回は、１人あたりの購入限度額を２万円とし、全市民が購入できるようにしたことから、少額の商品購入が増加した。業種別では、小売業、飲食業、理美容・エステ業での使用割合が増加し、自動車販売・修理業や建設業での使用割合が減少した。

（２）小売業における換金状況

小売業の中で換金額が最も多かったのは、「スーパー」、次いで「酒屋」、「食料品」の順で、１事業所あたりの平均換金額では、「スーパー」、「酒屋」、「宝飾品・眼鏡」の順であった。

【表７】

業　種	換金額	換金加盟店数	平均換金額
スーパー	217,191千円	17件	12,776千円
酒屋	147,833千円	48件	3,080千円
食料品	101,657千円	106件	959千円
ガソリンスタンド・燃料	73,646千円	52件	1,416千円
家電	57,411千円	39件	1,472千円
衣料品・履物	40,954千円	63件	650千円
宝飾品・眼鏡	36,667千円	15件	2,444千円
薬局・医薬品	35,295千円	23件	1,535千円
パン・菓子	25,756千円	46件	560千円
雑貨	25,192千円	45件	560千円
コンビニエンスストア	25,122千円	28件	897千円
家具	19,170千円	16件	1,198千円
スポーツ用品	10,735千円	7件	1,534千円
寝具	9,208千円	4件	2,302千円
仏壇・仏具・墓石	4,255千円	7件	608千円
その他小売り	157,346千円	169件	931千円
合　　計	987,438千円	685件	1,442千円

➢　換金額が上位となったのは、日常よく利用される業種が上位を占めた。また、換金が行われた１事業所当たりの平均換金額では、「スーパー」、「酒屋」は換金額と同様上位となったが、「宝飾品・眼鏡」「寝具」の平均換金額も大きい結果となった。

（３）小売業を除く業種における換金状況

小売業を除く業種の中で換金額が最も多かったのは、「飲食業」で、次いで「自動車販売・修理業」、「理美容エステ業」の順であった。

【表８】

業　種	換金額	換金加盟店数	平均換金額
飲食業	178,724千円	421件	425千円
自動車販売・修理業	124,893千円	131件	953千円
理美容・エステ業	115,056千円	306件	376千円
建設業	55,213千円	160件	345千円
ホテル・旅館業等	40,963千円	59件	694千円
生活関連	24,462千円	67件	365千円
バス・タクシー運行業	8,026千円	18件	446千円
その他	4,040千円	28件	144千円
合　　計	551,377千円	1,190件	463千円

➢　前回と比較すると、「自動車販売・修理業」、「建設業」、「バス・タクシー運行業」において大きく換金額が減少している。限度額が変わったこと、プレミアム公共交通券が同時期に販売開始されたこと並びに新型コロナウイルス感染症の影響による行動制限などが影響したと考えられる。

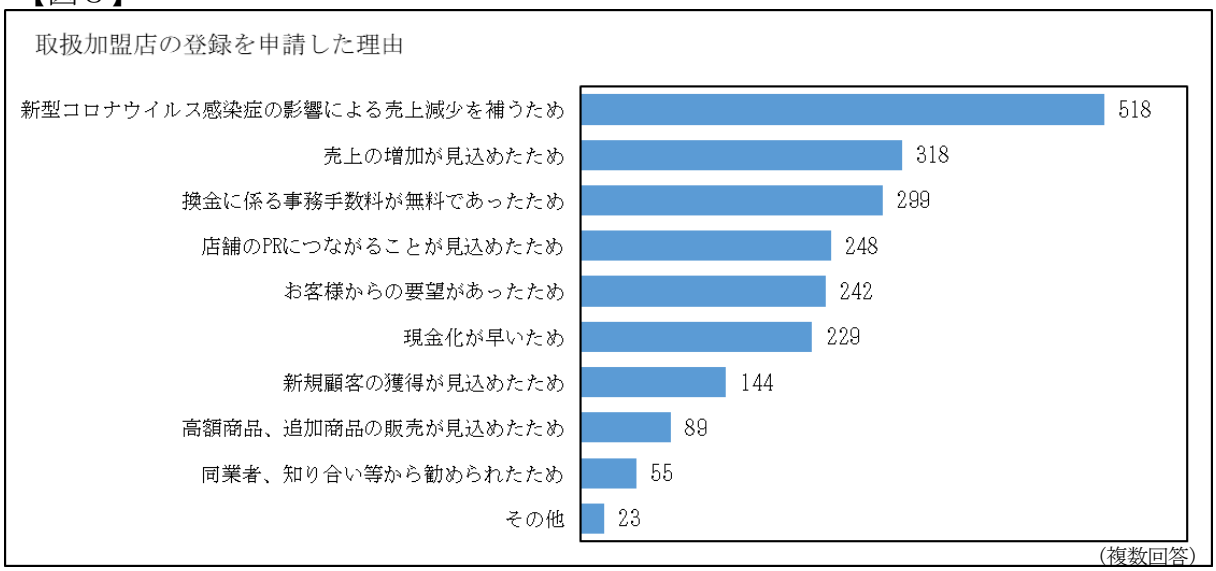
７．アンケート調査結果

（１）取扱加盟店からの回答

・取扱加盟店２，２５４事業所に送付し、７８５事業所から回答があり、回答率は約３４．８％であった。

・取扱加盟店の登録を申請した理由を質問したところ、「新型コロナウイルス感染症の影響による売上減少を補うため」と回答した事業所は５１８件で最も多く、次いで「売上の増加が見込めたため」３１８件、「換金に係る事務手数料が無料であったため」２９９件、「店舗のＰＲにつながることが見込めたため」２４８件となっている。（複数回答）

【図８】



・商品券事業の実施前、実施期間中において、前年同月に比べて売り上げがどのような状況であったか質問したところ、回答を平均するとすべての期間で売上は前年同月に比べて減少しているという結果となった。

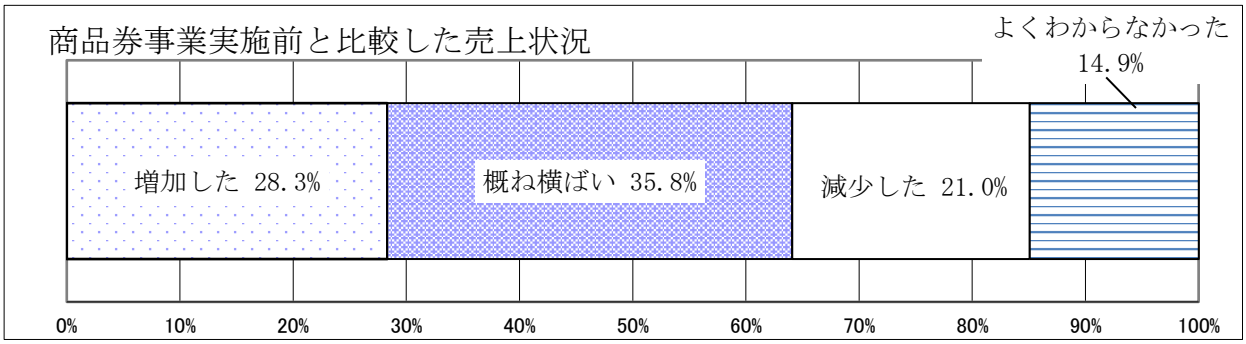
　ただし、商品券の使用開始直前である７月と使用開始後の８～１０月を比較すると、前年同月の売上は改善傾向が見られる。

【表９】

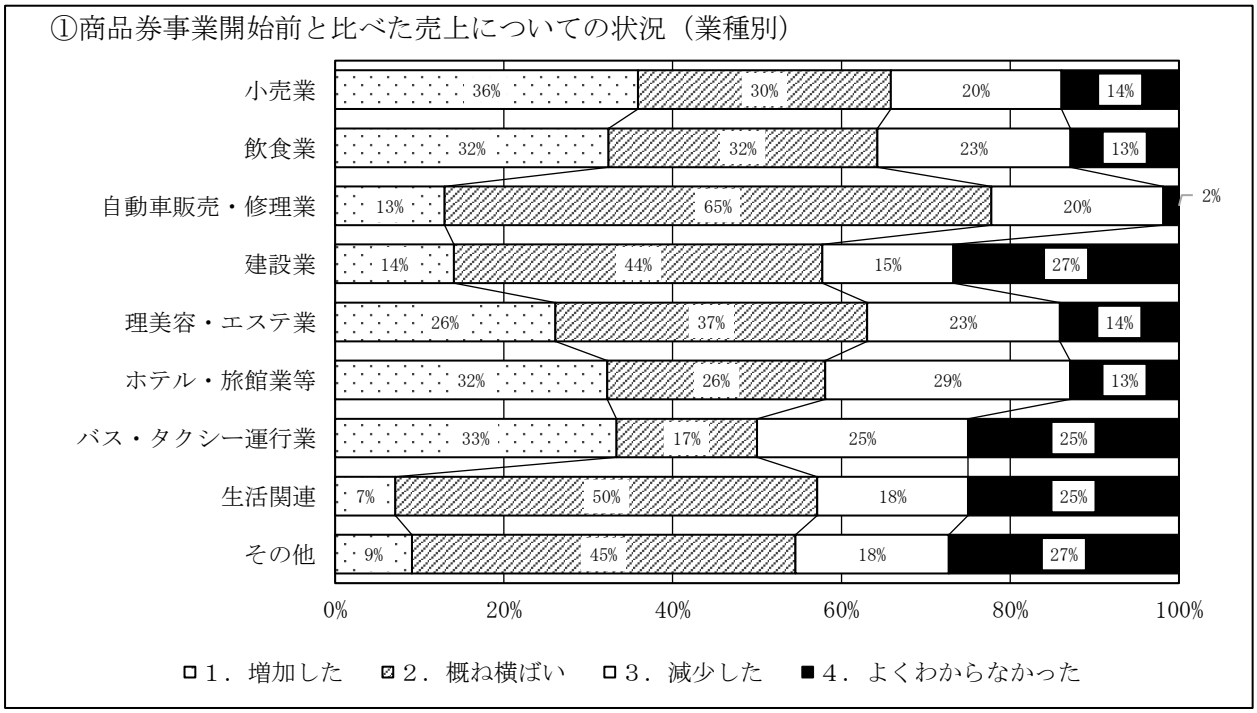
	平均値
令和2年5月 （前年同月と比べて）	-39.2
令和2年6月 （前年同月と比べて）	-25.4
令和2年7月 （前年同月と比べて）	-23.3
令和2年8月 （前年同月と比べて）	-19.5
令和2年9月 （前年同月と比べて）	-14.8
令和2年10月 （前年同月と比べて）	-7.6

・すべての業種において、売り上げの維持・増加しているとの回答が半数を超えている一方で、売り上げが減少したとの回答は約２割あった。新型コロナウイルス感染症の影響で非常に厳しい状況であった中、横ばいや減少したということであっても、幅広い事業者に一定の効果があったと考えられる。

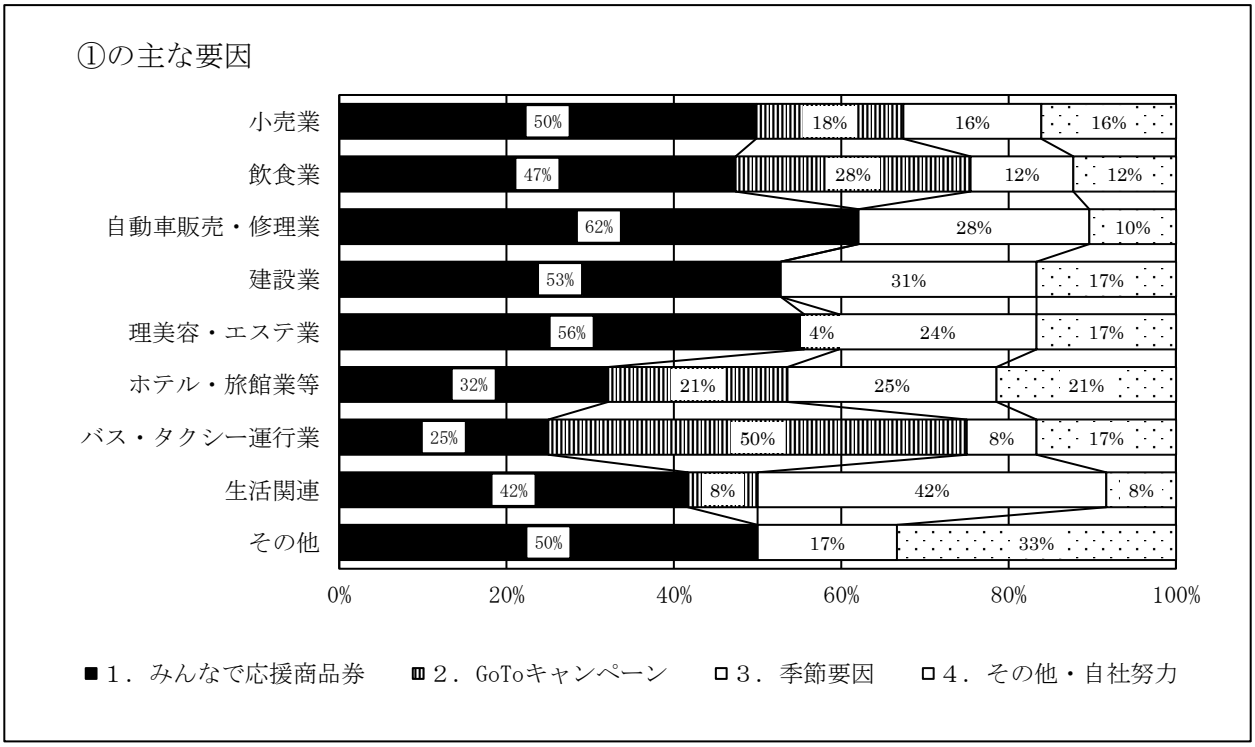
【図９】



【図１０】



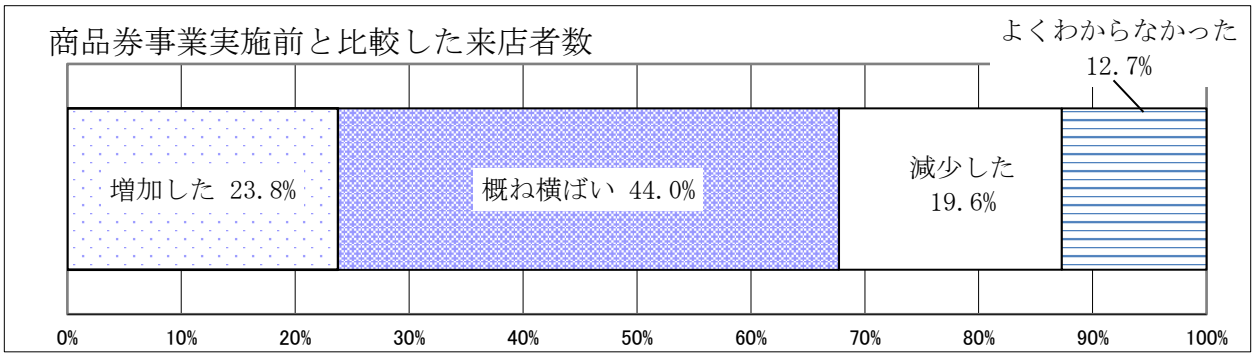
【図１１】



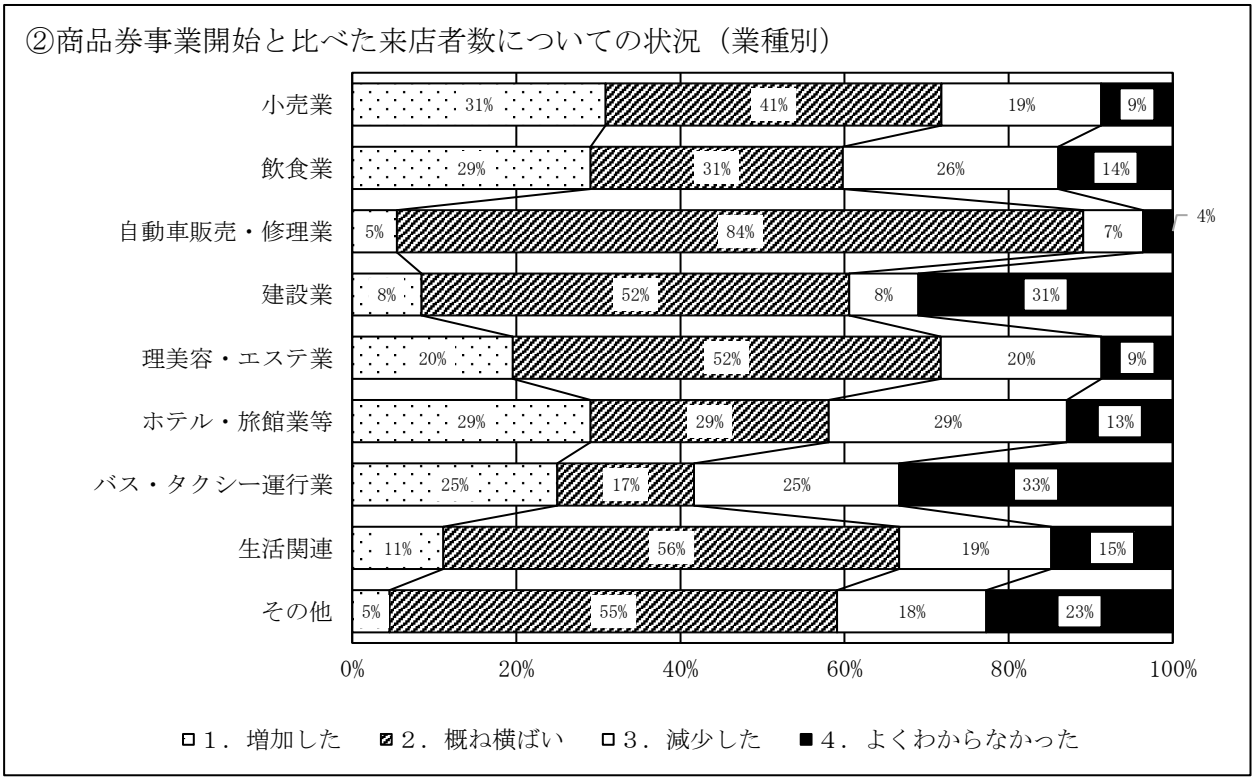
- 商品券実施期間中の売り上げに対する効果を業種別にみると「小売業」、「飲食業」、「ホテル・旅館業等」、「バス・タクシー運行業」においては売り上げが増加したとの回答が３０％を超えており、かつ効果の要因についても、「バス・タクシー運行業」を除く全ての業種で、「みんなで応援商品券」の回答割合が最も多かったことから、今回の商品券事業は大きな効果があったと考えられる。
- 他方、「自動車販売・修理業」、「建設業」、「生活関連業」、「その他」においては、売り上げが増加したとの回答は１０％前後の水準となっており、業種によって異なる結果となった。

・商品券事業の実施期間中、実施前に比べて来店者数にどのような効果があったかを質問したところ、「来店者数が増加した」と回答した事業所は全体の約２３．８％、「減少した」と回答した事業所は全体の約１９．６％と「増加した」と回答した事業者の方が多く、来店者数においても商品券事業の効果は見られるものの、事業者によって差が出る結果となった。

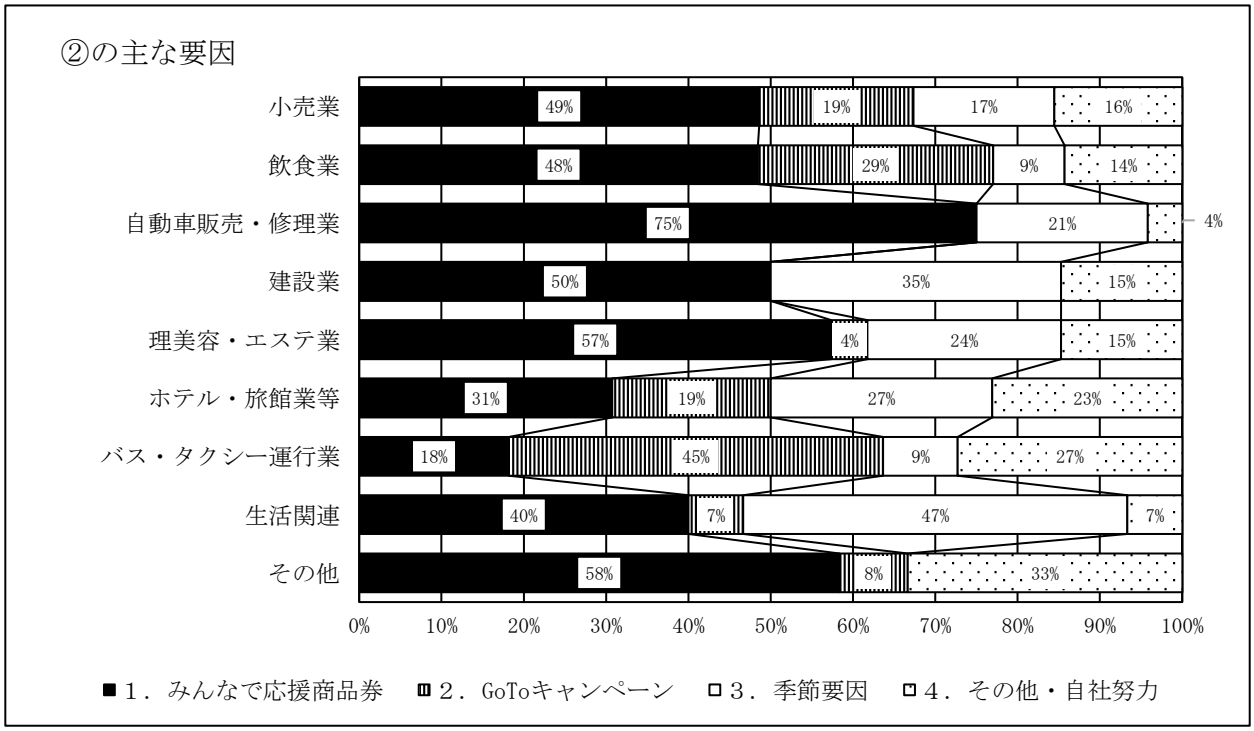
【図１２】



【図１３】



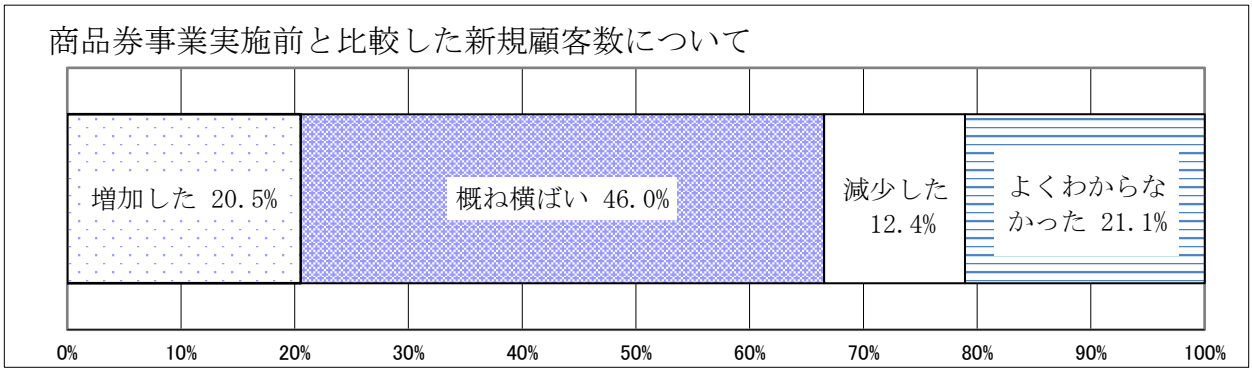
【図１４】



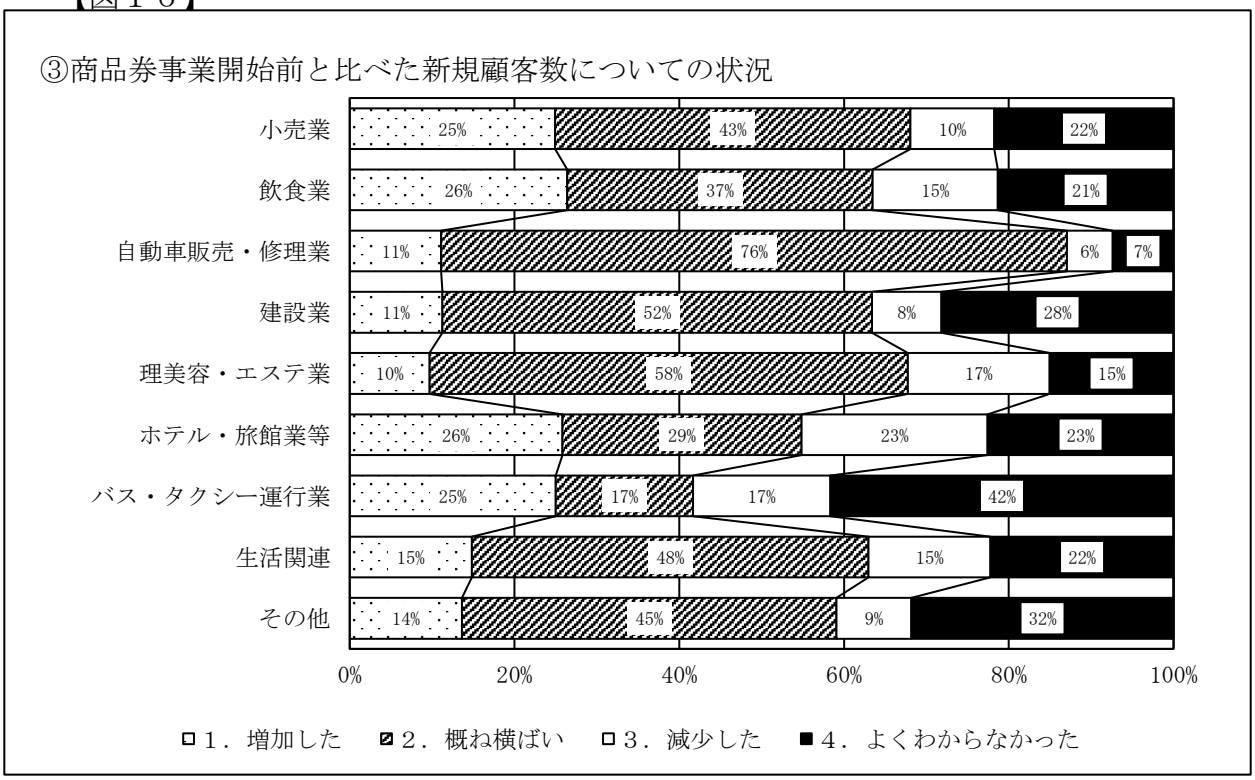
➢ 来店客数については、売上高と同様に「小売業」、「飲食業」、「ホテル・旅館業等」、「バス・タクシー運行業」においては増加したとの回答が多く、「自動車販売・修理業」、「建設業」、「生活関連業」、「その他」においては、増加したとの回答が少なく、業種による差が生じる結果となった。

・商品券事業の実施期間中において、新規顧客数にどのような効果があったかを質問したところ、「新規顧客が増加した」と回答した事業所は全体の約２０．５％で、「減少した」と回答した事業所は、全体の約１２．４％であった。

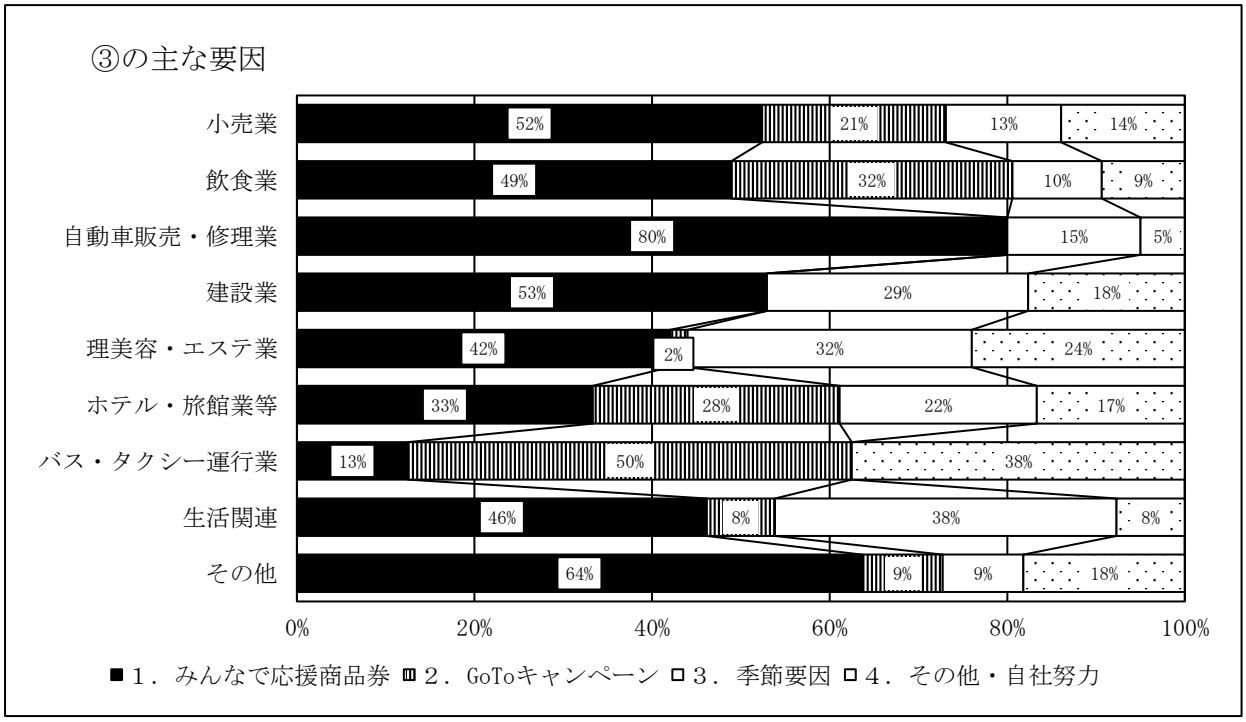
【図１５】



【図１６】



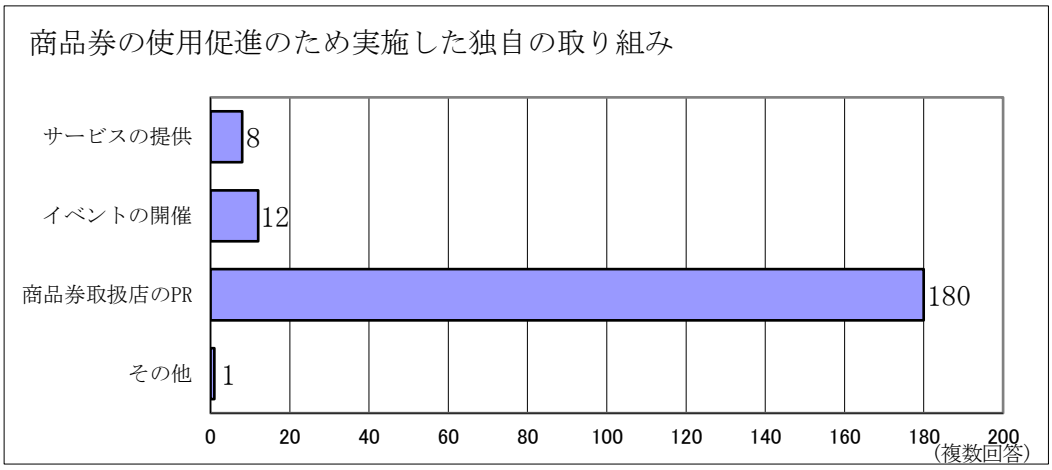
【図１７】



➢　新規顧客の増加についても、売上高、来店客数と同様の傾向が見られる。ただし、理美容・エステ業については、増加したとの回答が売上高、来店客数では平均に近い数字であったが、新規顧客数ではもっとも低い数値となっている。

・今回の商品券事業にあたり、各事業所において商品券の使用促進のため実施した独自の取り組み等について質問したところ、「商品券取扱店としてのＰＲを実施した」と回答した事業所が１８０件と最も多く、次いで「イベントの開催」と回答した事業所が１２件であった。

【図１８】



➢　商品券取扱店のＰＲを行ったと回答した事業者の中で最も多かったのは、チラシやＤＭにおける周知であり、次に多かったのは、ブレス・さるぼぼ・市民時報社への掲載における周知であった。

【独自の取り組みの例】

➢ サービスの提供

・商品券使用者の限定メニューを提供した。
・一定額以上のお買い上げで粗品をプレゼントした。
・商品券使用者向けに宅配サービスを実施した。
・商品券使用者に店舗独自のサービス券を配布した。

➢ イベントの開催

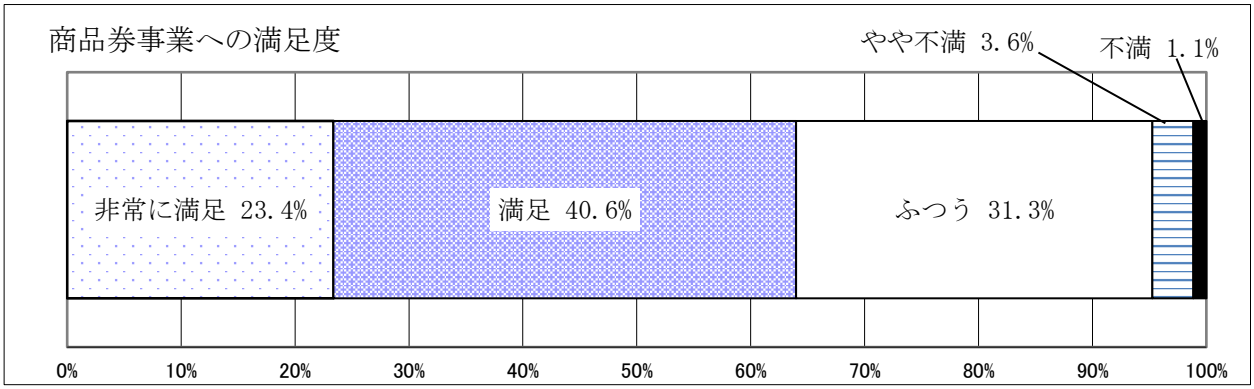
・所属する組合においてスタンプラリーを開催した。
・所属する組合がイベントを開催した。
・商品券を使用した方限定の抽選会を実施した。

➢ 商品券取扱店のＰＲ

・チラシ掲載や、ダイレクトメールを送付した。
・地元情報誌等へ掲載した。
・自社のホームページ、ブログ、ＳＮＳ（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）へ掲載した。
・お客様に直接声かけした。
・店頭ポスターと別に、独自のＰＯＰを作成した。

・今回の商品券事業に対する満足度について質問したところ、「非常に満足」「満足」と回答した事業所は全体の約６４．０％であり、前回の約４２．１％に比べ２１．９ポイント増加している。
・「不満」「やや不満」と回答した事業所は全体の約４．７％であり、前回の約７．９％から３．２ポイント減少している。

【図１９】



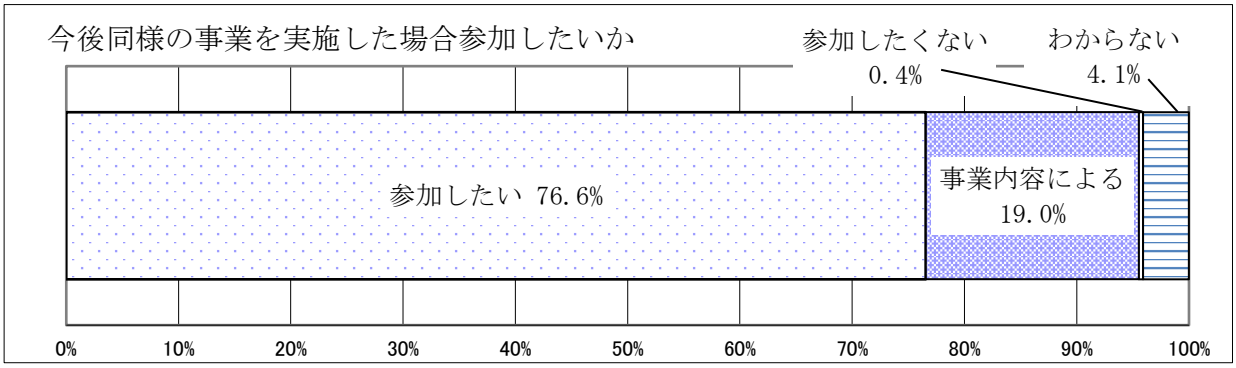
【非常に満足または満足と回答した事業者の主な意見】
- お客さまから感謝された。喜ばれた。
- 売上、来客の増加につながった。
- お店の活性化につながった。
- 商品券の額面以上の買い物につながった。
- 事務手数料や換金手数料がかからない。
- 新規来店のお客さまがいた。
- 市内全体で応援するという今回の趣旨がよかった。

【ふつうと回答した事業者の主な意見】
- 使用者が少なかった。
- 売上の増加につながらなかった。
- お客さまに感謝された。喜ばれた。
- やらないよりはやった方がよい。

【やや不満または不満と回答した事業所の主な意見】
- 使用者が少なかった。いなかった。
- 大手地元食料品店以外の大きな食料品店で無制限に使用できた。
- 商品券の使用期間が短かった。

・今後、商品券事業を実施した場合、参加したいかどうかを質問したところ、「参加したい」と回答した事業所は全体の約７６．６％であり、前回の約７１．８％と比べて約４．８ポイント増加しており、「事業内容による」と回答した事業所は全体の約１９．０％で、前回の約１７．６％に比べて約１．４ポイント増加した。

【図２０】



・商品券事業について改善すべき点を質問したところ、主な意見は以下のとおりであった。

【商品券の額面、購入限度額等について】
- 限度額は適切であったと思う。
- １人あたりの商品券の増額。
- 商品券額面について、１枚５００円の商品券としてほしい。
- １枚当たりもっと高額な商品券としてほしい（１枚５，０００円など）。

【商品券の取扱について】
- 換金はスムーズで、手数料が無料である点が良かった。
- 商品券が取扱しづらかった（数えにくい、糊が厚いものがあった）。
- 銀行で換金するのが面倒だった。
- 商品券の裏面のすべてに、加盟店名、住所を記入するのが面倒だった。

【商品券事業の実施方法等について】
- 商品券の使用期間をもう少し長くしてほしい。
- 大手地元食料品店用の商品券を増やしてほしい。
- 商品券を購入できない人向けに、配布する等の配慮が必要ではないか。
- 加盟店一覧が分かりにくい。

【商品券事業の効果等について】
- おつりが出ないため、客単価が上がった。
- 現金が商品券に変わっただけであまり効果がないのではないか。

・商品券事業について自由意見を求めたところ、主な意見は以下のとおりであった。
- 繰り返し実施することが必要ではないか。
- 市民全てが購入できる安心感が良かった。
- 不況業種や影響が大きい業種に絞る方が良いのではないか。
- 大手地元食料品店の利用制限することは良いと思う。
- 商品券を増額してほしい。
- 余った商品券を再販売したほうが良かった。
- 市内事業者のみを使用可能としている点は良いと思う。

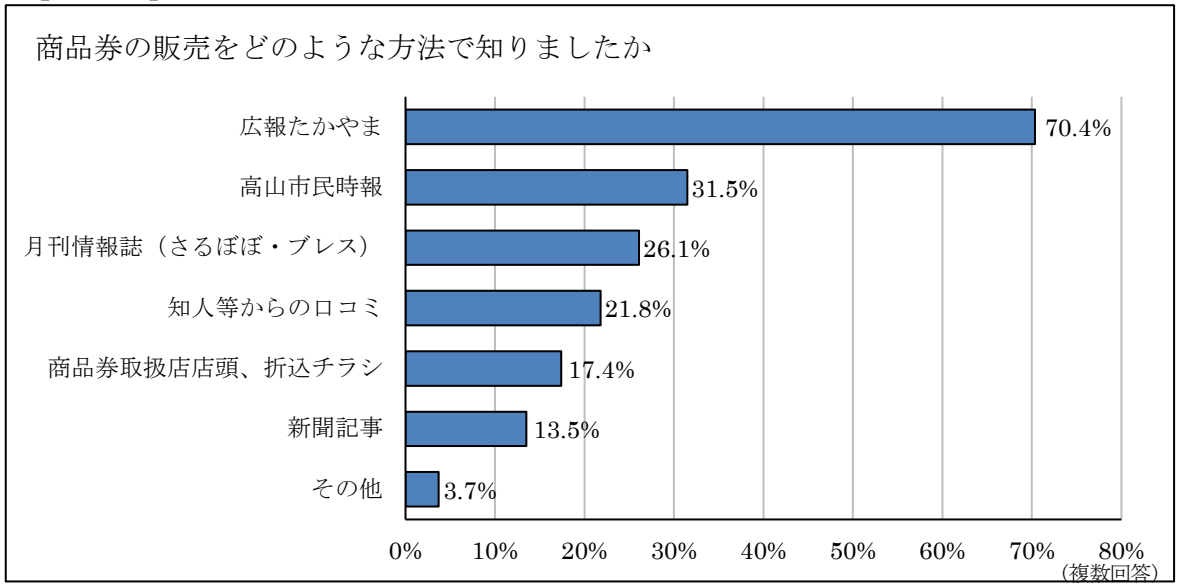
・市内経済の活性化のために商品券事業以外に行うと良いと思われることについて、自由意見を求めたところ、主な意見は以下のとおりであった。
- 市民の駐車場無料開放（古い町並み周辺等）
- 不況業種、特に厳しい業種への助成金
- 1 人 10 万円の高山市版
- 減税

（２）市民からの回答

・購入申込書の送付データを基に抽出した、世帯主３，０００名に送付し、１，１８４件から回答があり、回答率は約３９．５％であった。

・商品券の販売をどのような方法で知ったかを質問したところ、「広報たかやま」と回答した方が約７０．４％と最も多く、次いで「高山市民時報」が約３１．５％、「月刊情報誌」が約２６．１％であった。

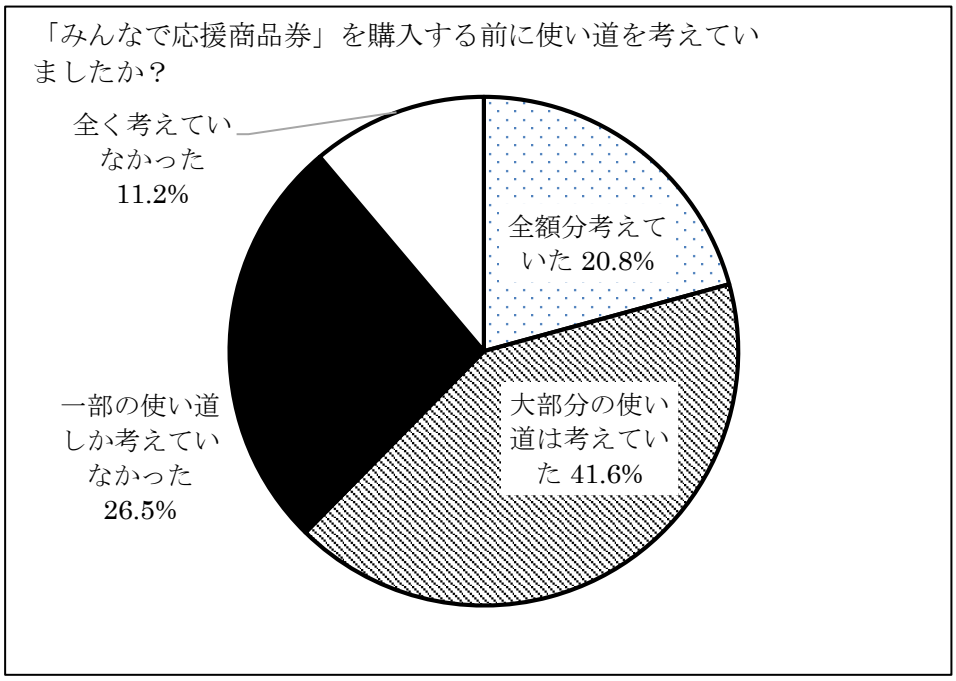
【図２１】



➢　広報たかやまによる周知で約７割の市民が知ったという結果となったが、その他３割の市民への周知のためには、幅広い手法により広く市民に周知する必要がある。

・商品券を購入する前に使用用途を検討していたかについて質問したところ、全額分考えていたとの回答は約２０．８％であった。

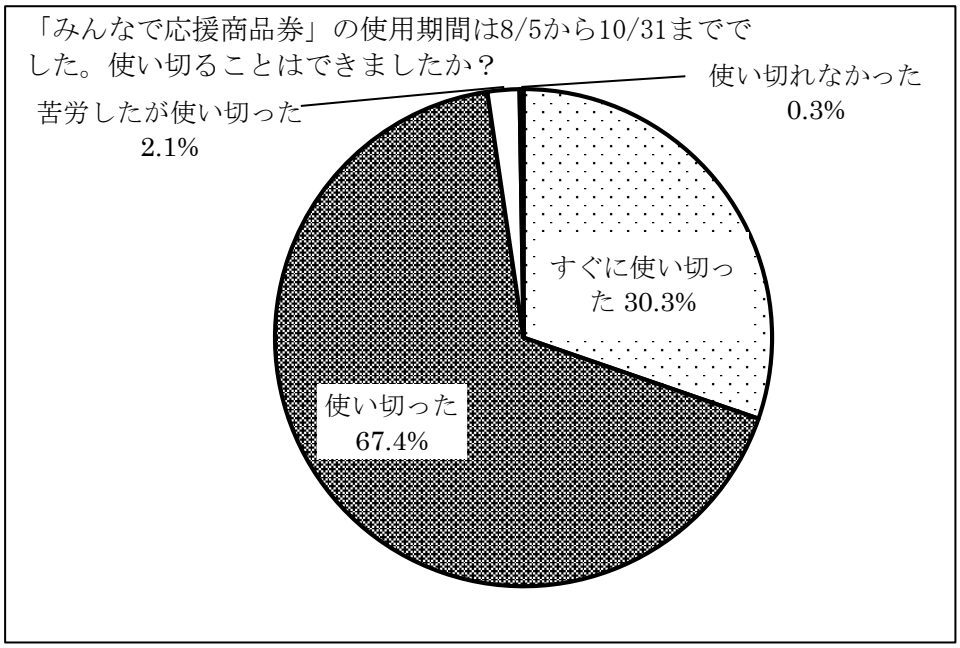
【図２２】



- 商品券事業について、商品券購入前に使い道を考える市民と、商品券購入後に使い道を考える市民とまちまちである。そのため、事業者は商品券販売期間の前から周知を行いつつも、引き続き商品券使用期間中は周知を続けることが重要である。

・「みんなで応援商品券」を使い切る事ができたかについて質問したところ、約９７．７％の市民が苦労せず使い切っているという回答であった。

【図２３】



【商品券事業の実施に関する主な意見】

- 大変助かった、ありがたかった。とても良い企画。再度実施してほしい。
- 地元の商店で商品券を使用することにより応援できた。
- みんなが平等に買えるのが良かった。先着順でない点が良かった。
- 地域に貢献できる良い企画であった。
- 商品券を使える店が多くあって良かった。
- 以前から欲しいと思っていたものを購入できて良かった。
- 買い控えていたものを思い切って購入することができた。
- いつもは行かないようなお店で使用することができた。
- 地域内の小規模店舗のサポート、地域内の消費循環を市民に意識づける良い機会である。
- 商品券がなければ使うことがなかった消費をして生活が豊かであった。楽しく商品券を使う事ができた。
- この商品券がどの程度、経済対策に繋がったのか、この商品券の効果はどの程度あったか。市の財政は大丈夫か、税金の無駄遣いになっていないか。

【商品券の内容に関する主な意見】

- 大手地元食料品店（スーパー）で使える商品券を増やしてほしい。
- 使用期間を長くしてほしい。
- 購入できる金額、セット数を増やしてほしい。
- １００％のプレミアム(還元率が高い）は大変良い。
- 一部でも５００円券があると便利である。
- 市外に本店がある店舗でも使えるようにしてほしい。

【その他】

- 経済的に購入できない人や弱者に対して、商品券の配布をしてほしい。

８．商品券事業による経済波及効果の試算

（１）前提

・今回の商品券事業により「商品券の使用により通常（予定）よりも多め、高めに消費した金額」（消費喚起額）と、「商品券が無ければ地元商店以外で消費したと考えられる金額」（消費流出抑制額）について、商品券購入者へのアンケート調査を行い、これらの額がもたらした経済波及効果の試算を行った。

・試算にあたっては、アンケート調査結果で得られた有効回答数１,１０４件のサンプルの額を換金総額に対応する全体額に置き換え、平成２９年度に作成した「高山市産業連関表（平成２６（２０１４）年版)」を使用して経済波及効果、ＧＤＰ誘発額を試算した。

（２）商品券購入者に対するアンケートの実施

・アンケートの対象者は、購入申込書の送付データをもとに無作為に抽出した、世帯主３,０００名に送付した。

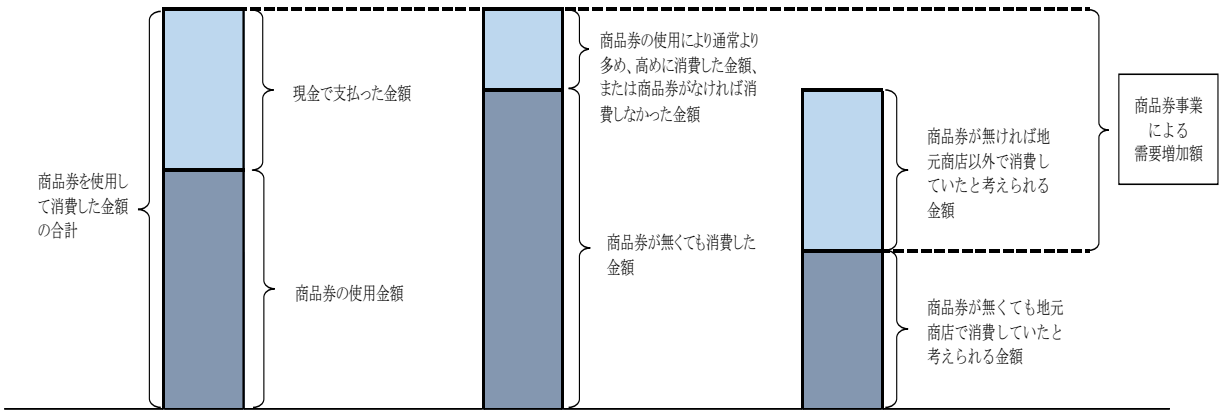
・その結果、１,１８４件から回答を得たが（回答率３９．５％)、経済波及効果の分析に必要な項目における未記入のアンケートを除く有効回答数１,１０４件（有効回答率３６.８％）のデータを使用した。

・アンケート用紙には、食料品、衣類、医薬品、家電製品等の２７項目の分類を設け、それぞれの分類別に商品券を使用して消費した金額を記入していただき、アンケート回答者における以下の額を把握した。

- 商品券使用額
  実際に使用した商品券額面金額の合計
- 商品券の使用による消費額
  商品券を使用して消費した金額の合計（商品券額面金額＋現金）
- 消費喚起額
  商品券の使用により通常（予定）よりも多く、高めに消費した金額
  または商品券がなければ消費しなかった金額
- 消費流出抑制額
  商品券が無ければ地元商店以外で消費したと考えられる金額

【図２４】

消費金額に対する質問項目の設定



（３）消費喚起額及び消費流出抑制額の試算

・有効回答があった１，１０４件のサンプルをもとに消費喚起額及び消費流出抑制額を集計した。

・アンケート調査結果における商品券使用額の合計額を実際の換金総額で除することで換算割合を算出し、この割合をもとに「商品券の使用による消費額」（商品券額面金額＋現金)、「消費喚起額」、「消費流出抑制額」の全体額を試算した。

【図２５】

商品券の使用による消費額、消費喚起額、消費流出抑制額の試算

	アンケート集計 (A)		換金総額 (B)		換算割合 (C)＝(B) / (A)
商品券使用額	58,610,000	÷	1,538,815,000	＝	3.809%

	アンケート集計				換算後
商品券の使用による消費額 (商品券額面金額+現金)	91,434,744	÷	0.03809…(C)	＝	2,400,633,946
消費喚起額	14,230,206	÷	0.03809…(C)	＝	373,616,353
消費流出抑制額	8,913,408	÷	0.03809…(C)	＝	234,022,964

（４）試算の結果

・商品券事業による需要増加額（消費喚起額と消費流出抑制額の合計）の試算結果は、約６億７６４万円であった。

・経済波及効果（生産誘発額）の試算結果は約３億６，８２６万円で、うち、ＧＤＰ誘発額（生産誘発額から外部調達費を除いた額）の試算結果は約１億９，３２２万円であった。

【表１０】

消費喚起による経済波及効果等の試算結果

① 商品券換金総額	1,538,815,000 円
② プレミアム分	769,407,500 円
③ 商品券を使用した消費額（商品券額面金額+現金）	2,400,633,946 円
④ 商品券事業による消費喚起額	373,616,353 円
消費喚起率　④／①	24.3 %
⑤ 商品券事業による消費流出抑制額	234,022,964 円
⑥ 商品券事業による需要増加額　④+⑤ （消費喚起額と消費流出抑制額の計）	607,639,317 円
⑦ 経済波及効果（生産誘発額）	368,262,814 円
GDP誘発額（生産誘発額から外部調達費を除いた額）	193,224,954 円

・高山市産業連関表の使用

商品券事業による需要増加額（消費喚起額と市外流出抑制額の合計）を部門別に「高山市産業連関表（平成２６（２０１４）年版)」に入力し、経済波及効果を試算した。

【表１１】

アンケート調査における分類と市産業連関表の対比

アンケート調査における分類			市産業連関表における入力部門
1	食料品（肉類）	→	7　畜産食料品
2	食料品（肉類以外）	→	8　食料品
3	酒・飲料	→	10　その他飲料
4	衣類・寝具	→	12　繊維製品
5	靴・履き物	→	19　ゴム製品
6	服飾雑貨・アクセサリー	→	34　その他の工業製造製品
7	時計・メガネ・コンタクトレンズ	→	34　その他の工業製造製品
8	化粧品	→	17　化学製品
9	医薬品	→	53　医療
10	日用品（台所用品など）	→	34　その他の工業製造製品
11	家具・インテリア	→	14　家具・装備品
12	本・雑誌・CD	→	16　印刷・製版・製本
13	家電製品	→	31　電気機械
14	雑貨・玩具	→	34　その他の製造工業製品
15	住宅改修等	→	36　その他の建築
16	自動車　購入	→	33　輸送機器
17	自動車タイヤ購入	→	19　ゴム製品
18	自動車　整備・修理	→	60　自動車整備・機械修理
19	灯油・ガソリン	→	39　ガス・熱供給
20	その他商品	→	34　その他の工業製造製品
21	外食（テイクアウト含む）	→	63　飲食サービス
22	旅行・宿泊	→	62　宿泊業
23	バス・タクシー	→	48　運輸・郵便
24	理美容・クリーニング・銭湯	→	64　洗濯・理容・美容・浴場業
25	娯楽・スポーツ・ジム	→	65　娯楽サービス
26	教育・学習	→	51　教育
27	その他サービス	→	66　その他の対個人サービス

（５）総合結果

・直接効果

商品券事業による需要増加額の約６億７６４万円のうち、高山市内における需要増加額である直接効果は、約２億５，４８７万円となった。

・第１次間接波及効果

直接効果によって生じる原材料購入等の中間需要によって、他の産業部門の生産が誘発され、第１次間接波及効果として、約５，７１１万円の生産誘発額となった。

・第２次間接波及効果

直接効果と第１次間接波及効果により誘発された生産活動を通じて発生した雇用者所得の約９，３３４万円のうち、約５割が家計における消費支出につながり、第２次間接波及効果として、約５，６２８万円の生産誘発額となった。

・総合効果

以上の経済波及効果を合計した総合効果は、約３億６，８２６万円となり、そのうち、外部調達費を除いたＧＤＰ誘発額が約１億９，３２２万円、経済波及の効果倍率は、直接効果に対し約１．４４倍となった。また、この経済効果から算出した市内の雇用誘発数（経済波及効果を就業者一人当たり生産額で除して算出）は４２．８人となった。

【図２６】

経済波及効果の試算結果

〈分析条件等〉

需要増加額	607,639,317	(円)

→ 352,772,220円は市外へ（市外産品の需要増加額）

〈分析結果〉

市内需要増加額	254,867,097	(円)	（A）

単位：円

	直接効果 (1)	第１次間接波及効果 (2)	第２次間接波及効果 (3)	総合効果 (1)＋(2)＋(3)	
生産誘発額	254,867,097	57,113,196	56,282,521	368,262,814	（B）
ＧＤＰ誘発額	126,071,910	30,298,097	36,854,947	193,224,954	
雇用者所得誘発額	78,811,854	14,527,744		93,339,598	

波及効果倍率　Ｂ／Ａ	1.44	(倍)
雇用誘発数	42.8人	

９.商品券事業の結果（総括）

（１）市内事業者の売り上げ、経済波及などの効果について

・新型コロナウイルス感染症によって、市内の幅広い事業者に大きな影響があった中、これまでの商品券事業よりも多くの事業者の参加があり、事業者にとって大きな効果があった。

・市民に対しても、商品券を通じて新型コロナウイルス感染症の影響を受けている市内事業者を支援してほしいという目的を購入申込書の同封チラシや各広報において繰り返し実施したこと、またその思いが伝わるように「みんなで応援商品券」という名称にしたこともあり、市民生活も新型コロナウイルス感染症で厳しい状況であったが、消費喚起率は約２４．３％と前回の約１５．１％を大きく上回った。

・発行総額１７億４千万円の商品券のうち、約８９％の１５億４，２１６万円が販売された。すべての市民が購入できるようにした結果、未販売が生じたものの、前回の商品券事業では市全体の約３３％の世帯において購入されたことと比較すると、広く市民に行き渡った。

・換金額については、販売額の約９９.８％の１５億３，８８１万円であり、短期間で多額の資金が市内で流通し、市内経済の活性化に大きく寄与した。

・事業者からは、売上、来客の増加につながったことや、新規顧客の獲得につながった、商品券額面以上の買い物につながった、市内全体で応援するという趣旨が良かったなどの意見が得られ、市内事業者の売り上げの維持・増加、市外への消費流出抑制などにおいて効果が得られた。

・市民からも、地元の商店を使用することの意義を再認識するきっかけとなった、地域に貢献することができた、買い控えたものを思い切って買えた、いつもは行けないようなお店に行くことができたなどの意見も寄せられており、市内の消費拡大につながった。

（２）市民への効果について

・新型コロナウイルス感染症の影響がある中、積極的な消費を促す取り組みである商品券を実施したところ、市民からも好意的な意見が多く、多くの市民に商品券事業に参加いただき、市内事業所での購入機会を創出することができた。

・商品券の購入時に混雑に伴う密集が起こる懸念あったが、市役所、商工会議所、商工会に加え、市内郵便局（簡易郵便局を除く）での取り扱いを行ったこと、市民全員が購入できる商品券であるため、あわてずゆとりをもって商品券を購入してほしい旨を周知したこと、混雑状況を確認できる特設サイトの設置を行ったことなどの結果、密集が発生することはなかった。

・市内すべての世帯に対して商品券の購入申込書を郵送し、すべての市民に対して購入機会を設けた。土日祝日については市役所の本庁・支所において販売を行い、市民が購入しやすい環境を整えることができた。

・市民からは平等に購入でき、売り切れがないやり方が良かったという意見をいただき、全市民が購入できることについて好評であった。また、プレミアム分の効果により、いつもより多くの買い物をした、いつもより贅沢な買い物をしたといった、市内での消費喚起、市外への消費流出抑制の意見のほか、地元商店を使用する意義を再認識するきっかけとなったとの意見も多く寄せられており、地域の活性化に向けた意識を醸成する効果も得られた。
・販売所において、定額給付金は全額税金のため生活に困っているわけではないので受給を辞退したが、みんなで応援商品券は地元事業者を応援するものであるので購入することにしたとの意見が得られるなど、地元事業者をみんなで応援するという趣旨について、賛同する意見があった。
・大手地元食料品店において使える商品券を制限したことについての反対の意見は少ないが、使える枚数を増やしてほしいとの意見が出ている。これは、前回は制限のない商品券を３枚としていたのを、今回は２枚に減らしていることが要因の一つであると考えられる。
・大手地元食料品店における使用割合は前回と比べて増加しており、大手地元食料品店における使える枚数を増やすことについては、一部事業者へ集中することとなる懸念を考慮すると今回の割合は適切であったと考えられる。

（３）まとめ
・令和２年５月１４日に岐阜県における新型コロナウイルス感染症における緊急事態宣言が解除され、国のＧｏＴｏキャンペーンなどの本格的な消費活性化対策が実施されるまでの間に、本商品券事業を実施し、市民の協力により市内消費を喚起することができ、事業者が前向きな姿勢を取り戻すきっかけとなった。
・発行予定額の約８８．６％の商品券が販売され、ほとんどの市民が本事業に参加し、加盟店数も前回までの事業所数を大きく超える２，２５４店舗の事業所に参加していただき、多くの事業者に効果が波及した。
・新型コロナウイルス感染症によって特に大きな影響を受けている観光関連事業者に関しては、一部の影響が大きな事業者に商品券の効果が行き渡らないという意見も寄せられた。
・今回の商品券事業にあたり、商品券のプレミアム分と事務の経費である７億９，８５３万９，０５５円のうち、国の「地方創生臨時交付金」から７億９千万円を財源として活用し、本事業を実施した。アンケートによる試算では、商品券事業による需要増加額は約６億７６４万円、市内生産誘発額は約３億６，８２６万円という結果が得られており、地域経済の活性化に寄与したと考えられる。
・事業者における商品券事業の満足度は高く、またほとんどの市民が期間内に無理なく使用できたことなどから、市民・事業者双方にとっても高い評価が得られた。
・事業者からのアンケート結果においては、商品券事業の恩恵を受けていない、効果が

あまりないとの意見も寄せられているが、事業者の中にはＳＮＳ、独自のチラシや市内の情報誌などでの周知、市民向けのお得感のある独自サービスや、取扱加盟店が連携しスタンプラリーやイベントを実施するなど、積極的に商品券使用促進の取り組みを実施している事業者も多くあった。商品券事業を売り上げの維持・増加につなげられるかどうかは、市民ニーズを捉えた事業者のアイデア、取り組みも重要な要素であり、これらの取り組みによって各事業者における事業効果や全体における事業効果は変化するものである。

・商品券を電子化することについては、大手地元食料品店の制限ができないこと、既存の決済システムを使用すると換金に対する手数料が発生すること、高齢者などを考慮すると紙の商品券も併用する必要があり管理が複雑になること、などの課題が多い。

・今回の商品券事業は、新型コロナウイルス感染症によって事業者は大きな影響を受けている状況である中で実施された。事業者からも市民からも高い好評を得ており、一定の事業効果があった。今後は、引き続き市内で資金循環される仕組みづくり、市際収支が改善する仕組みづくりを進めることに加えて、今後はアフターコロナを見据えた事業への支援強化や、ＡＩ（Artificial Intelligence:人工知能）、ＩｏＴ（Internet of Things：モノのインターネット）、ＤＸ（Digital Transformation：デジタルトランスフォーメーション）などをはじめとした生産性向上のための仕組みづくりなど、より事業者の経営基盤の強化につながる取り組みを促進していく必要がある。