

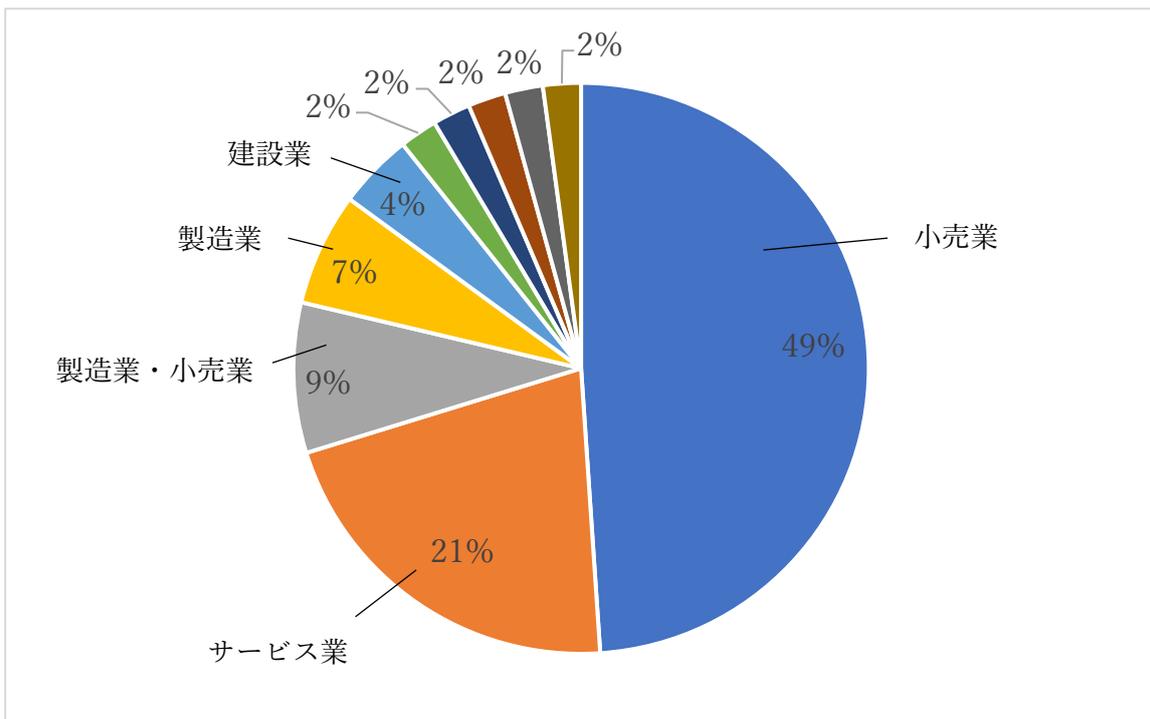
## 南郷プレミアム商品券【取扱店アンケート調査報告書】

南郷プレミアム商品券 取扱アンケート調査結果	
登録店舗数	47店舗
換金した登録店舗数	43店舗
アンケート回答店舗数	42店舗
アンケート回答率	89.3%
調査方法	個別巡回聞取調査
調査日	令和5年1月13日

※四捨五入の関係で、合計が100%にならない箇所があります。

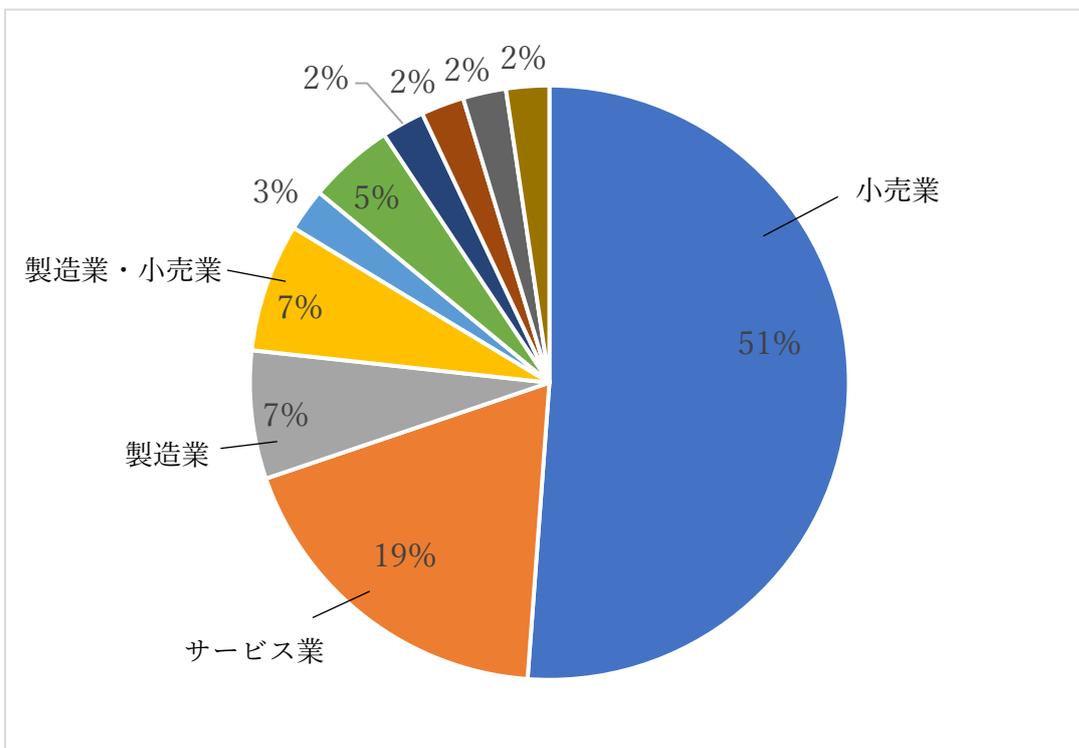
### 業種

◆小売業は49%（23店舗）、サービス業は21%（10店舗）、製造・小売業は9%（4店舗）となっている。

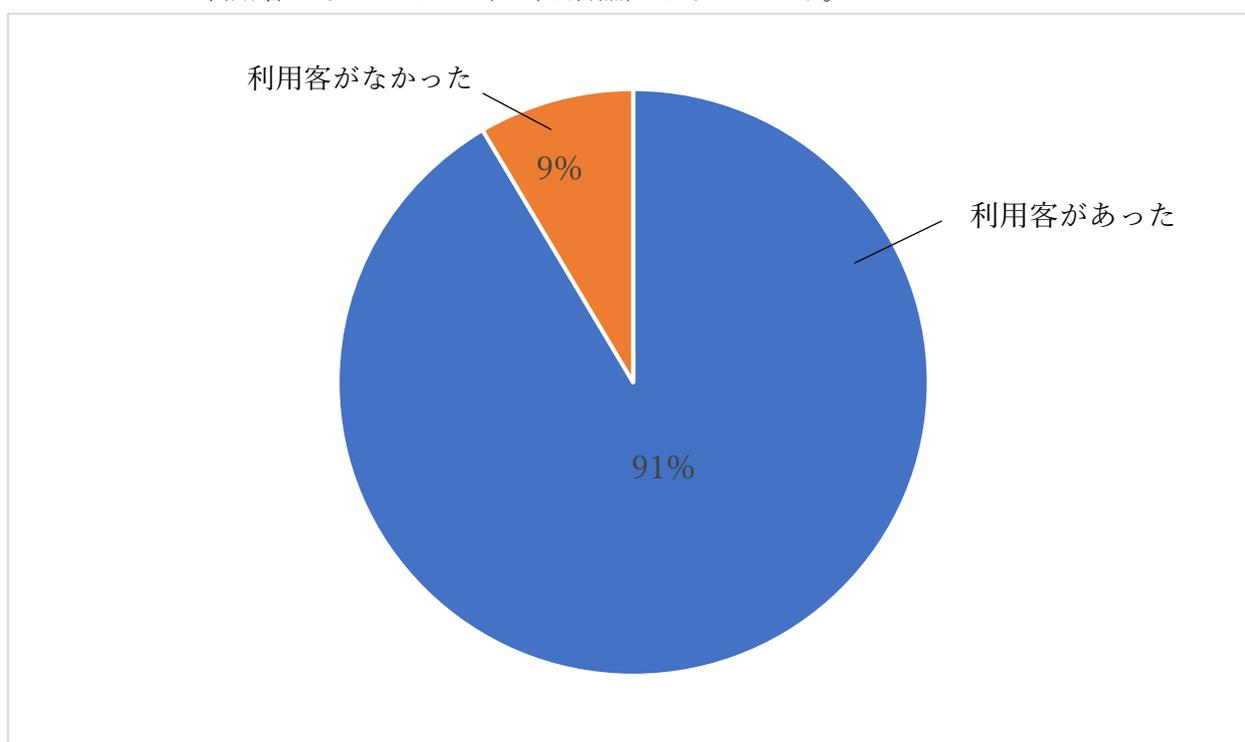


### 利用状況

◆商品券の利用状況は小売業が51%（22店舗）、サービス業が19%（8店舗）となっている。



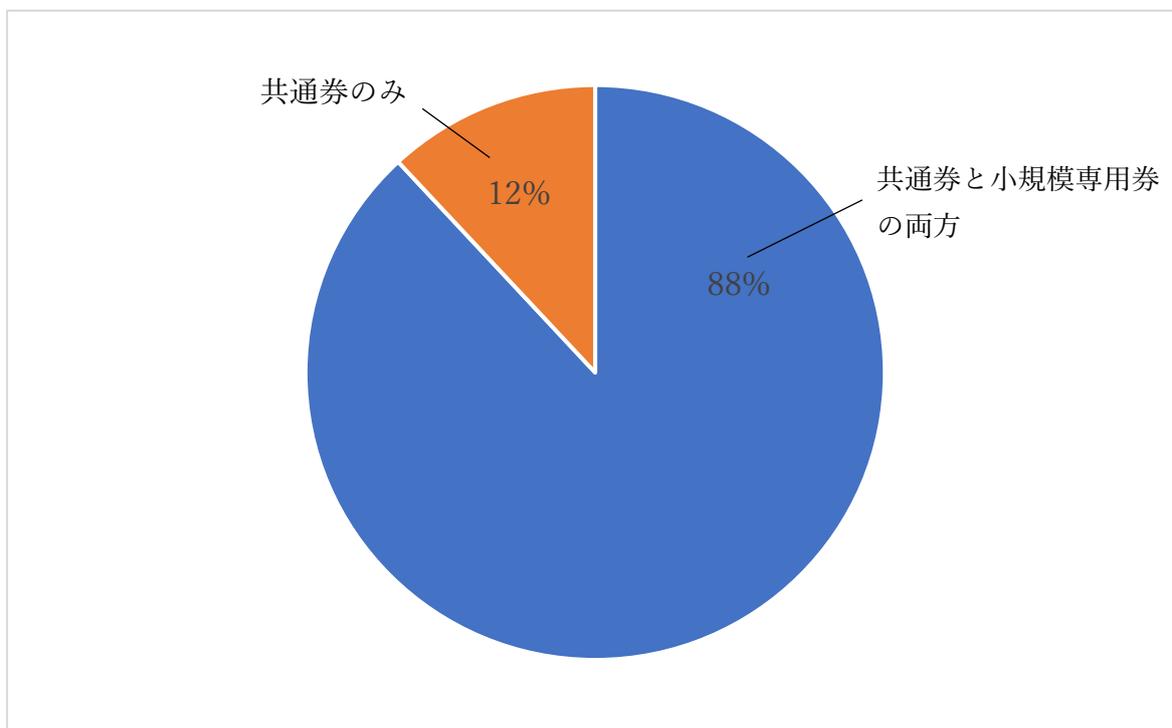
◆登録店舗数47店舗の内、利用客があったが91%（43店舗）、利用客がなかったが9%（4店舗）となっている。



以下の回答は換金した登録店舗（42店舗）を対象に集計しています。

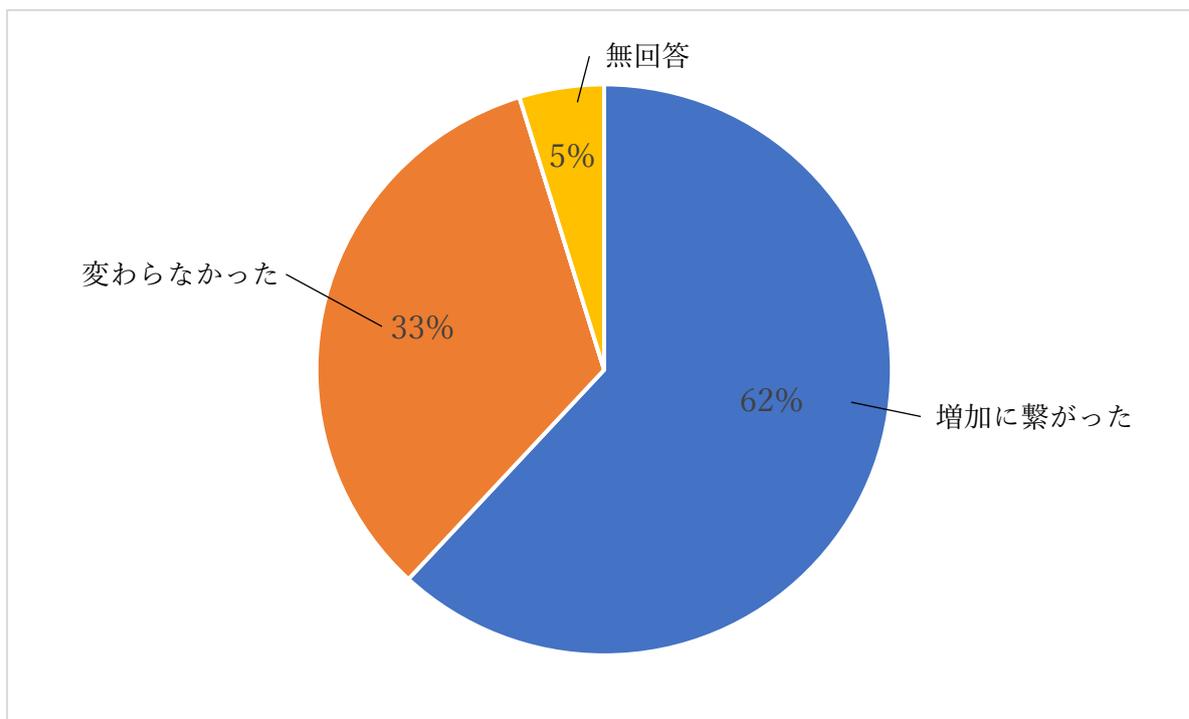
問2 取扱いした商品券の種類はどれですか？

◆共通券のみ取扱の店舗が12%（5店舗）、88%（37店舗）が共通券と小規模専用券の両方が使えた。



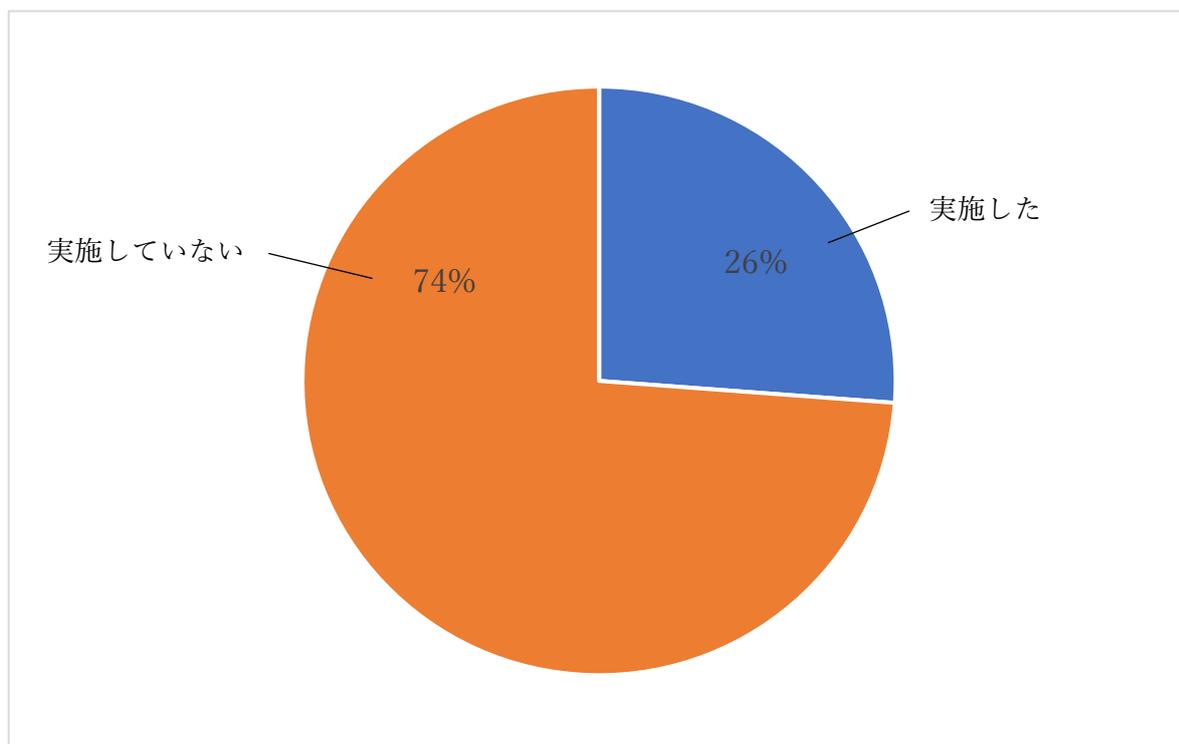
問4 商品券事業の実施によって、売上に影響はありましたか？

◆62%（26店舗）が増加に繋がったと回答があり、33%（14店舗）は変わらなかったと回答している。また、無回答だった店舗が5%（2店舗）ある。



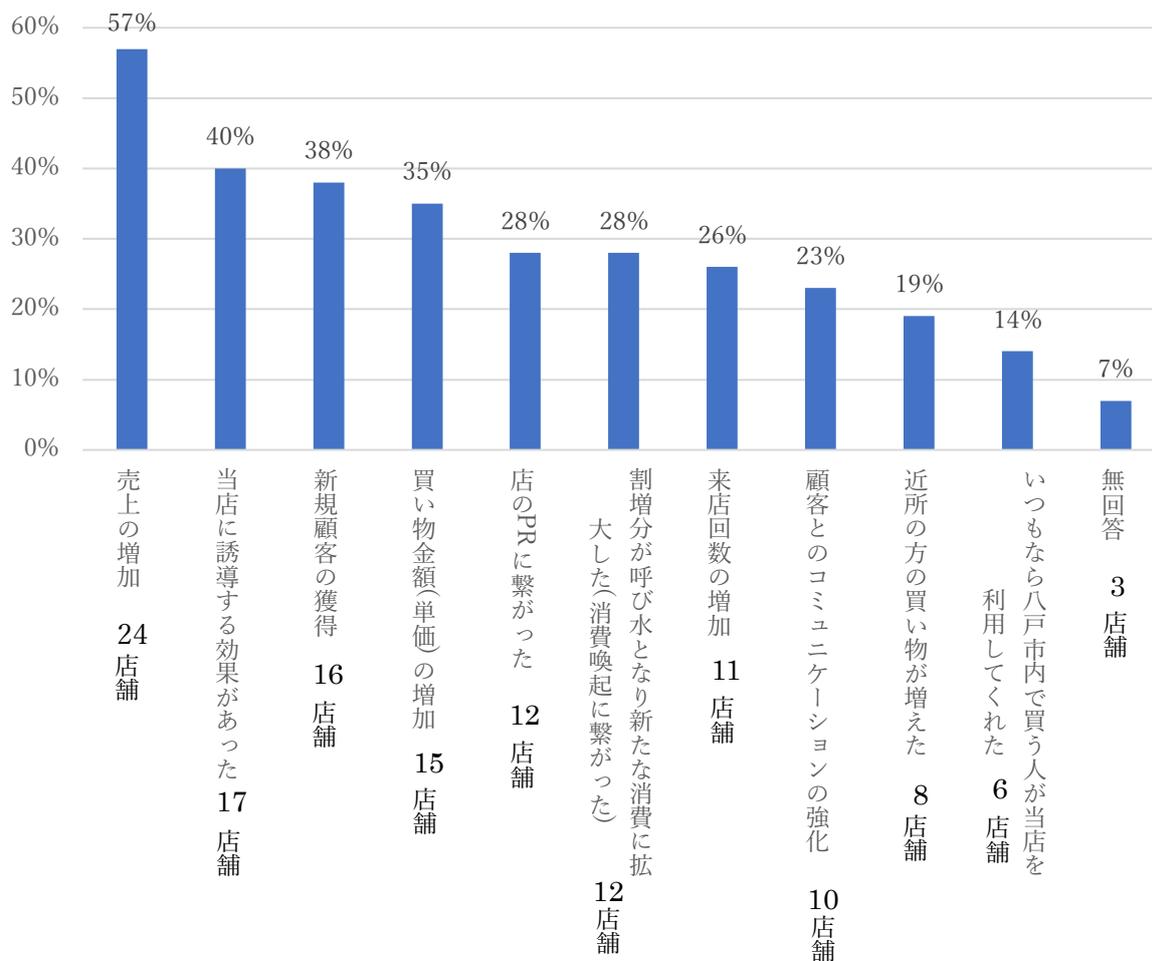
問5 商品券を利用してもらう為に独自のPRやセールを実施しましたか？

◆実施したが26%（11店舗）あり、実施していないが74%（31店舗）あった。実施内容は、チラシに掲載や、POP、ポスターを掲示、来店したお客様に口頭で利用をうながしたなどであった。



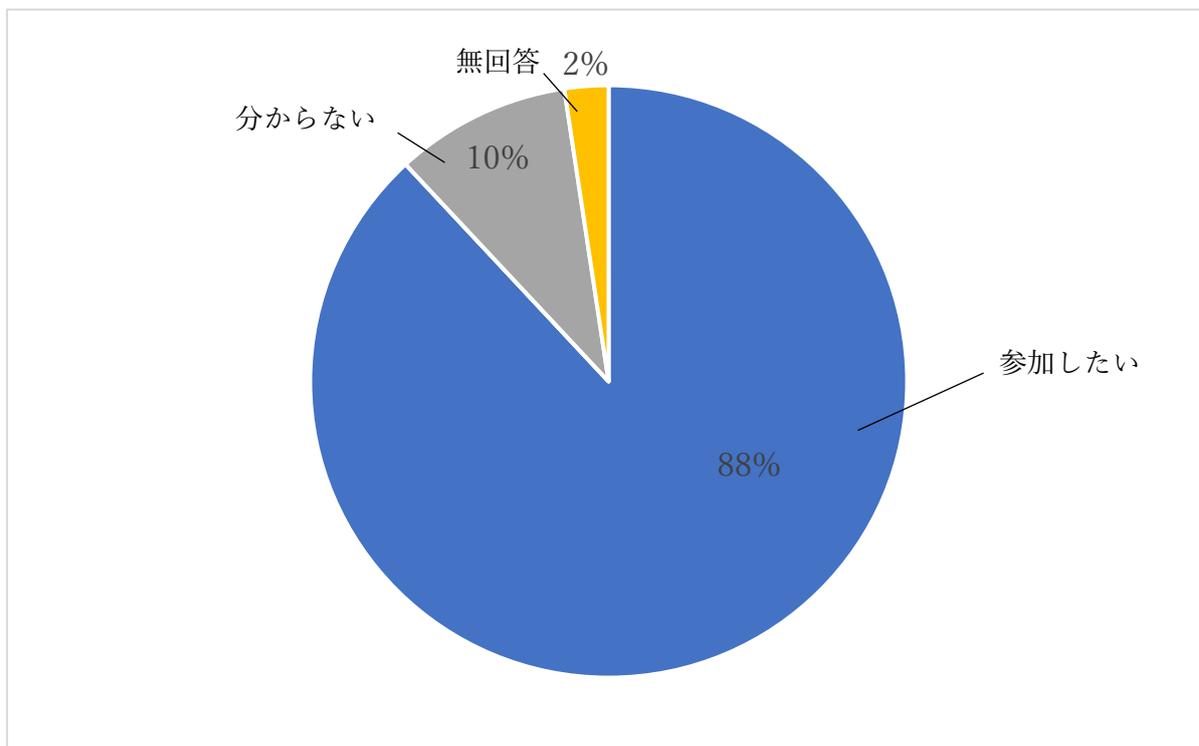
問6 商品券の効果として何が考えられますか？（複数回答）

◆売上の増加が57%（24店舗）、当店に誘導する効果があったが40%（17店舗）  
 新規顧客の獲得が38%（16店舗）、買い物金額(単価)の増加が35%（15店舗）  
 店のPRにつながった、割増分が呼び水となり新たな消費に拡大したが28%（12店舗）の順となり、売上増加に影響する部分に繋がっている。



問7 商品券事業を次年度以降も実施する場合、取扱店として参加されますか？

- ◆参加したいが88%（37店舗）あり、参加しないが0%（0店舗）  
分からないが10%（4店舗）、無回答が2%（1店舗）となっている。



問8 商品券事業に対するご意見・ご要望がございましたらご記入ください。

- ◆今回初めて参加し、売上が良かったので次も参加したいです。
- ◆同年末は商品券事業により高額商品の販売には助かりました。この事業により購入したい商品のきっかけを作ってくれたものと感謝しています。
- ◆今回はとても効果を感じられたのでまたやって欲しいと思います。
- ◆また実施して欲しい。
- ◆前回よりも商品券の使用者が増えたとし、来年用（2023年）にと商品購入をしているお客様も沢山いました。とても喜んでいる人が多く次年度以降も実施して欲しいです。売上増加になったものの、逆に来年の売上が心配です。ですので、次年度以降の実施も強く希望します。
- ◆券の販売期間を長く、分割して販売すべき、購入者にとって一度に5万円はきつい
- ◆年金支給のある、4月、6月、10月とかに分散したらどうですか。
- ◆大きな店対象の商品券と小規模事業専用券を分けたため、利用者が戸惑ったのではないか。この方式では利用者の為にならないのではないか。当店に来店したのも、他に利用できる店がなかったためと考えられる。
- ◆共通券と小規模企業専用券と分けなくて、統一した券の方が良い。
- ◆商品券裏面の回収店舗のハンコを押すのが大変だった。