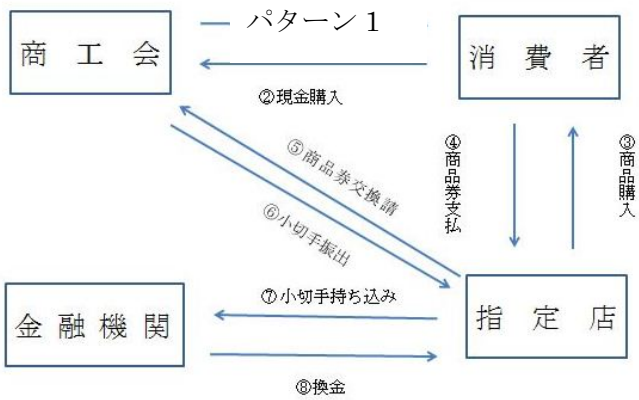
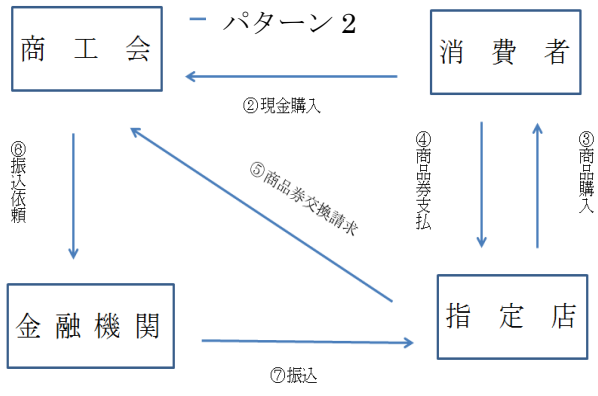
扶桑町共通商品券（ひまわり商品券）発行事業の成果と課題

Ⅰ．事業の概要

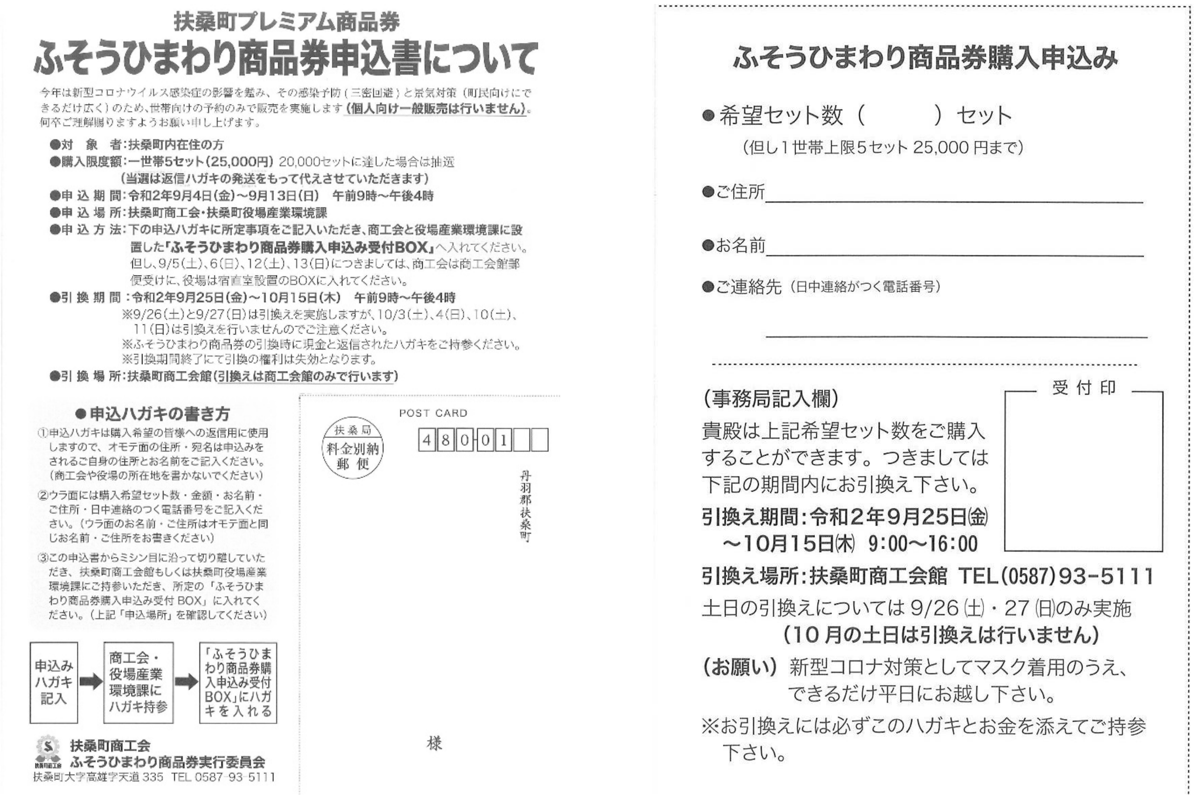
1. 発行団体　　扶桑町商工会
2. 販売日　　予約販売　申込期間　令和２年９月４日（金）~9 月 13 日（日）
　　引換期間　令和２年９月 25 日（金）~10 月 15 日（木）
　　（午前９時～午後４時）
　　再 販 売　申込期間　令和２年 11 月２日（月）~11 月８日（日）
　　引換期間　令和２年 11 月 15 日（日）~11 月 18 日（水）
　　（午前９時～午後４時）
　　一般販売　実施せず
3. 有効期間　　令和２年 10 月１日（木）～令和３年１月 31 日（日）
4. 換金期間　　令和２年 10 月から令和３年２月の各月第１・第３金曜日（令和２年 10 月及び令和３年１月は第２・第４金曜日）を締め日と設定し、期日までに扶桑町商工会まで商品券換金申請書を提出することで、小切手払い（パターン 1）の場合はその場で、口座振込（パターン 2）の場合は各締め日の翌週に振込にて支払をおこなう。
5. 発行総額　　1 億 2,000 万円
6. 発行券　　1 冊・6,000 円（内訳 A 券 500 円×7 枚・B 券 500 円×5 枚
　　※プレミアム部分 1,000 円を含む）
　　A 券（共通券）・B 券（中小店専用券）
7. 発行冊数　　20,000 冊
8. 購入限度額　　予約・一般販売とも１人３万円（5 冊）を限度とする。
9. 販売対象者　　扶桑町の在住者
10. 商品券販売所　　扶桑町商工会
11. 参加店舗　　扶桑町商工会に加入している店舗で、参加申込みをした指定店





Ⅱ.販売状況

ふそうひまわり商品券購入申し込みハガキ（当初販売時）



扶桑町プレミアム商品券

ふそうひまわり商品券申込書について

今年は新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み、その感染予防（三密回避）と景気対策（町民向けにできるだけ広く）のため、世帯向けの予約のみで販売を実施します（個人向け一般販売は行いません）。何卒ご理解賜りますようお願い申し上げます。

●対　象　者：扶桑町内在住の方
●購入限度額：一世帯5セット（25,000円）20,000セットに達した場合は抽選
（当選は返信ハガキの発送をもって代えさせていただきます）
●申 込 期 間：令和2年9月4日（金）～9月13日（日）　午前9時～午後4時
●申 込 場 所：扶桑町商工会・扶桑町役場産業環境課
●申 込 方 法：下の申込ハガキに所定事項をご記入いただき、商工会と役場産業環境課に設置した「ふそうひまわり商品券購入申込み受付BOX」へ入れてください。
但し、9/5（土）、6（日）、12（土）、13（日）につきましては、商工会は商工会館郵便受けに、役場は宿直室設置のBOXに入れてください。
●引 換 期 間：令和2年9月25日（金）～10月15日（木）　午前9時～午後4時
※9/26（土）と9/27（日）は引換えを実施しますが、10/3（土）、4（日）、10（土）、11（日）は引換えを行いませんのでご注意ください。
※ふそうひまわり商品券の引換時に現金と返信されたハガキをご持参ください。
※引換期間終了にて引換の権利は失効となります。
●引 換 場 所：扶桑町商工会館（引換えは商工会館のみで行います）

●申込ハガキの書き方

①申込ハガキは購入希望の皆様への返信用に使用しますので、オモテ面の住所・宛名は申込みをされるご自身の住所とお名前をご記入ください。（商工会や役場の所在地を書かないでください）
②ウラ面には購入希望セット数・金額・お名前・ご住所・日中連絡のつく電話番号をご記入ください。（ウラ面のお名前・ご住所はオモテ面と同じお名前・ご住所をお書きください）
③この申込書からミシン目に沿って切り離していただき、扶桑町商工会館もしくは扶桑町役場産業環境課にご持参いただき、所定の「ふそうひまわり商品券購入申込み受付 BOX」に入れてください。（上記「申込場所」を確認してください）

申込みハガキ記入 → 商工会・役場産業環境課にハガキ持参 → 「ふそうひまわり商品券購入申込み受付BOX」にハガキを入れる

扶桑町商工会
ふそうひまわり商品券実行委員会
扶桑町大字高雄字天道 335　TEL 0587-93-5111

POST CARD
扶桑局 料金別納 郵便
480-01
丹羽郡扶桑町
様

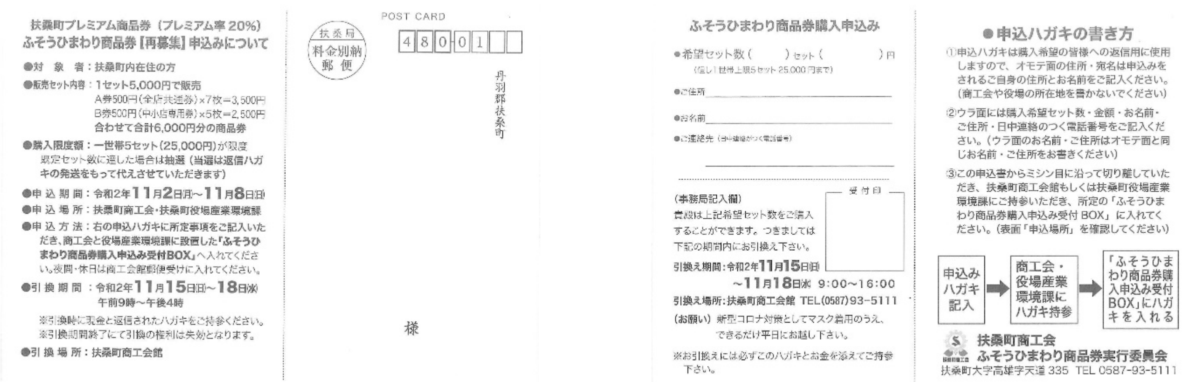
ふそうひまわり商品券購入申込み

●希望セット数（　　　）セット
（但し1世帯上限5セット 25,000 円まで）
●ご住所
●お名前
●ご連絡先（日中連絡がつく電話番号）

（事務局記入欄）
貴殿は上記希望セット数をご購入することができます。つきましては下記の期間内にお引換え下さい。
引換え期間：令和２年９月25日㈮～10月15日㈭　9:00～16:00
引換え場所：扶桑町商工会館　TEL（0587）93-5111
土日の引換えについては 9/26 ㈯・27 ㈰のみ実施
（10 月の土日は引換えは行いません）
（お願い）新型コロナ対策としてマスク着用のうえ、できるだけ平日にお越し下さい。
※お引換えには必ずこのハガキとお金を添えてご持参下さい。

受付印

ふそうひまわり商品券購入申し込みハガキ（再販売時）



扶桑町プレミアム商品券（プレミアム率 20%）
ふそうひまわり商品券【再募集】申込みについて

●対　象　者：扶桑町内在住の方
●販売セット内容：1セット5,000円で販売
A券500円（全店共通券）×7枚＝3,500円
B券500円（中小店専用券）×5枚＝2,500円
合わせて合計6,000円分の商品券
●購入限度額：一世帯5セット（25,000円）が限度
規定セット数に達した場合は抽選（当選は返信ハガキの発送をもって代えさせていただきます）
●申 込 期 間：令和2年11月2日㈪～11月8日㈰
●申 込 場 所：扶桑町商工会・扶桑町役場産業環境課
●申 込 方 法：右の申込ハガキに所定事項をご記入いただき、商工会と役場産業環境課に設置した「ふそうひまわり商品券購入申込み受付BOX」へ入れてください。夜間・休日は商工会館郵便受けに入れてください。
●引 換 期 間：令和2年11月15日㈰～18日㈬
午前9時～午後4時
※引換時に現金と返信されたハガキをご持参ください。
※引換期間終了にて引換の権利は失効となります。
●引 換 場 所：扶桑町商工会館

POST CARD
扶桑局 料金別納 郵便
480-01
丹羽郡扶桑町
様

ふそうひまわり商品券購入申込み

●希望セット数（　　　）セット（　　　　）円
（但し1世帯上限5セット 25,000 円まで）
●ご住所
●お名前
●ご連絡先（日中連絡がつく電話番号）

（事務局記入欄）
貴殿は上記希望セット数をご購入することができます。つきましては下記の期間内にお引換え下さい。
引換え期間：令和2年11月15日㈰～11月18日㈬　9:00～16:00
引換え場所：扶桑町商工会館　TEL（0587）93-5111
（お願い）新型コロナ対策としてマスク着用のうえ、できるだけ平日にお越し下さい。
※お引換えには必ずこのハガキとお金を添えてご持参下さい。

受付印

●申込ハガキの書き方

①申込ハガキは購入希望の皆様への返信用に使用しますので、オモテ面の住所・宛名は申込みをされるご自身の住所とお名前をご記入ください。（商工会や役場の所在地を書かないでください）
②ウラ面には購入希望セット数・金額・お名前・ご住所・日中連絡のつく電話番号をご記入ください。（ウラ面のお名前・ご住所はオモテ面と同じお名前・ご住所をお書きください）
③この申込書からミシン目に沿って切り離していただき、扶桑町商工会館もしくは扶桑町役場産業環境課にご持参いただき、所定の「ふそうひまわり商品券購入申込み受付 BOX」に入れてください。（表面「申込場所」を確認してください）

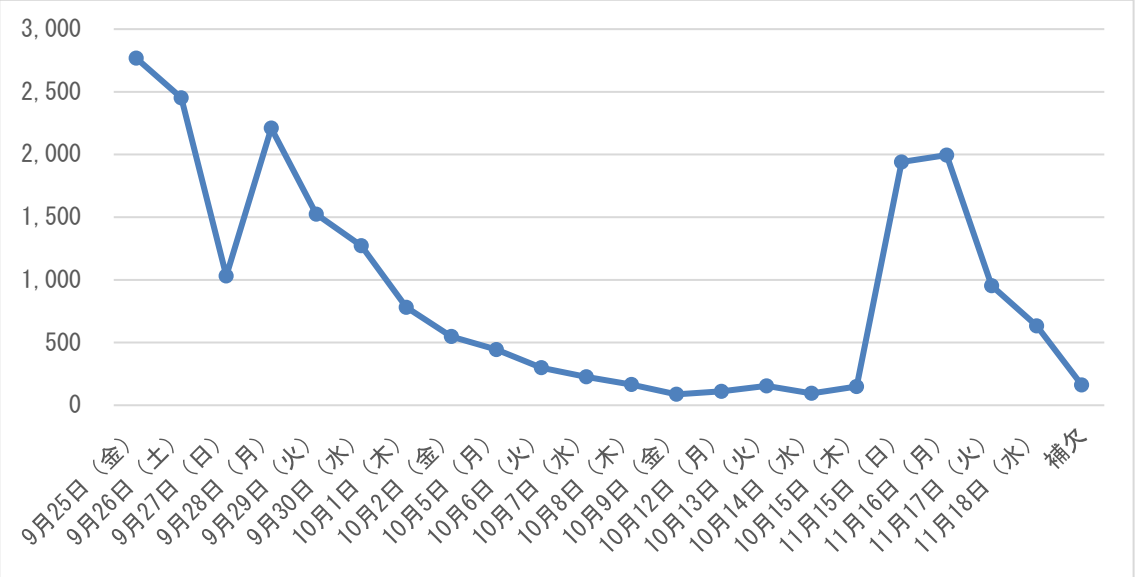
申込みハガキ記入 → 商工会・役場産業環境課にハガキ持参 → 「ふそうひまわり商品券購入申込み受付BOX」にハガキを入れる

扶桑町商工会
ふそうひまわり商品券実行委員会
扶桑町大字高雄字天道 335　TEL 0587-93-5111

今年は新型コロナウイルス感染症対策として、購入希望者が列をつくるような状況を極力減らすため、先着順の一般販売方式を取りやめて、20,000 セット全てハガキを使用した予約販売方式のみとした。また、新型コロナウイルス感染症によって経営に影響を受けている事業者を支援するためにプレミアム率を 20%まで引き上げた（昨年のプレミアム率は 15%）。

予約販売方法であるが、広報ふそう（当初 9 月号、再販売 10 月号）に「ふそうひまわり商品券購入申し込みハガキ」を折り込んだ。購入希望者は、商工会もしくは扶桑町役場に

商品券の換金推移



設置した回収ボックスに投函し、商工会で受付をおこなう。その後、商工会から受付済みハガキを返送し、引き換え期間内に受付済みハガキとお金を持参して、商品券と交換するというスキームが用いられた。ただし、今回は 9 月に実施した申込期間（当初）では、商品券の販売定数に達しなかったため、再度、11 月に再販売を実施した。申込期間は、当初販売時が令和 2 年 9 月 4 日（金）～9 月 13 日（日）（24 時間受付）、再販売時が令和 2 年 11 月 2 日（月）～11 月 8 日（日）（24 時間受付）であった。一方、引き換え期間は、当初販売時が令和 2 年 11 月 2 日（月）～11 月 8 日（日）午前 9 時から午後 4 時、再販売時が令和 2 年 11 月 15 日（日）～11 月 18 日（水）午前 9 時から午後 4 時であった。

当初販売における予約数は 14,379 セットであり、予約者全員が当選となった。期間内における引き換え数は 14,317 セットであり、予約数における引き換え数の割合は 99.5%であった。再販売においては、予約数は 9,468 セットあり、当初販売とは異なり抽選となった。当選者数は 5,683 セットであり、予約数における当選者数の割合は 60.0%であった。尚、再販売時の引き換え期間内に取りに来なった者については、権利の失効として、落選者の中から補欠抽選をおこない引き換えを実施した。

今回も昨年と同じく、商品券販売時において消費者アンケートを実施した。尚、有効回答数は 371 件であった。回答者の属性としては、男性が 31%、女性が 69%であった。また、年代別にみてみると 20 代以下が 3%、30 代が 14%、40 代が 21%、50 代が 20%、60 代以上が 42%であり、昨年同様に 60 代以上が最も多いという結果であったが、予約販売にしたために、日中に勤務している 50 代以下の層についても購入機会が増えたたことが分かる。

購入者の世帯人数については、単身世帯が 7%、2 人世帯が 33%、3 人世帯が 22%、4 人

世帯が 27%、5 人世帯が 9%、6 人以上の世帯が 2%という内訳であった。

一世帯当たりの商品券の購入金額についてみてみると、6,000 円分（1 セット）が 0%、12,000 円分（2 セット）が 7%、18,000 円分（3 セット）が 4%、24,000 円分（4 セット）が 5%、30,000 円分（5 セット）が 84%という結果であった。昨年と比べて、購入できるセット数が半減したため、上限の 5 セットを購入する人が大半を占めた。また、アンケート結果をみると、購入セットの上限が少なすぎるという声が多くあり、現在の倍（60,000 円）位を上限とした方が妥当であると思われる。また、消費者が購入しやすいようにとの意図で 1 セット 6,000 円（販売価格 5,000 円）としたが、販売者から販売時における接触機会の増加やお釣りの渡し間違いなどのリスクを考慮すると 12,000 円（販売価格 10,000 円）とした方が、スムーズなオペレーションができるとの声が多数聞かれた。

商品券の購買動機について、「普段の買い物に使う分」と「商品券がきっかけとなる買い物に使う分」についてのヒアリングをおこなったところ、「普段の買い物に使う分」は 66%、「商品券がきっかけとなる買い物に使う分」は 34%という内訳となった。

この期間において商品券が利用された業種（複数回答）をみてみると、食品スーパーが 78%、飲食店が 58%、衣料品が 13%、家電量販店が 13%、自転車・自動車等が 7%、理美容が 11%、貴金属が 2%、その他が 22%という内訳であった。尚、この中には商品券事業がなかった場合においても支出されたものもあるため、次に、商品券事業をきっかけにした経済効果についてみていく。

「商品券がきっかけとなる買い物に使う分」については、上位 3 業種をみてみると、外食が 18.2%、家電製品が 17.7%、住宅関連が 15.6%であった。本年の特徴としては、新型コロナウイルス感染症の影響のもと、在宅で過ごす時間が増えたことにより、家電や住宅関連の支出が増えていったものと思われる。またプレミアム商品券事業が開始された時期にあわせて政府による GoToEat キャンペーンが実施されたことも相まって、飲食店における支出が多くなったと思われる。

「商品券がきっかけとなる買い物に使う分」についてアンケート結果をもとに推計をおこなうと 82,050 千円であった。更に、商品券利用に伴って追加で現金支出をおこなった分の 62,252 千円（推計）をあわせると今回のプレミアム商品券事業における経済効果は 144,302 千円（推計）であったと見込まれる。本年は購入上限額が 3 万円分までと例年の半分程度であり、目的の物を購入しようとすると現金で追加支出しなければならなくなったために現金支出による経済効果が高まったものと考えられる。ただし、例年に比べて経済効果が大幅に高まった要因については、実施方法の変更によるものなのか新型コロナウイルス感染症の影響によるものなのかは引き続き調査が必要である。

本年のデザイン

Ⅲ.換金状況

発行総額 120,000 千円のうち、参加申し込みをした指定店で使用後、換金請求された商品券は 119,614,500 円であり、率にして 99.68%（昨年対比▲0.1 ポイント）であった。

券種ごとの内訳を見てみると、A券の換金金額は 69,846,000 円であり、率にして 99.78%（昨年対比▲0.06 ポイント）、B券の換金金額は 49,768,500 円であり、率にして 99.54%（昨年対比▲0.23 ポイント）であった。

10 年間、プレミアム商品券事業を継続しておこなっていることにより、消費者及び事業者においても事業の内容が浸透しているものの、毎年必ず一定程度の未換金が発生している。そこで、消費者に対して商品券の発売時に使用期限の周知の徹底を図ることが不可欠である。また、新規の参加店舗を増やすなどの取り組みにより、消費者がなるべく早めに商品券を使用できるような流れをつくることも大切である。

商品券換金状況（全体）

	枚数	金額
発行枚数	240,000	120,000,000
換金	239,229	119,614,500
未換金	771	385,500
換金率	99.68%	99.68%

商品券換金状況（A券）

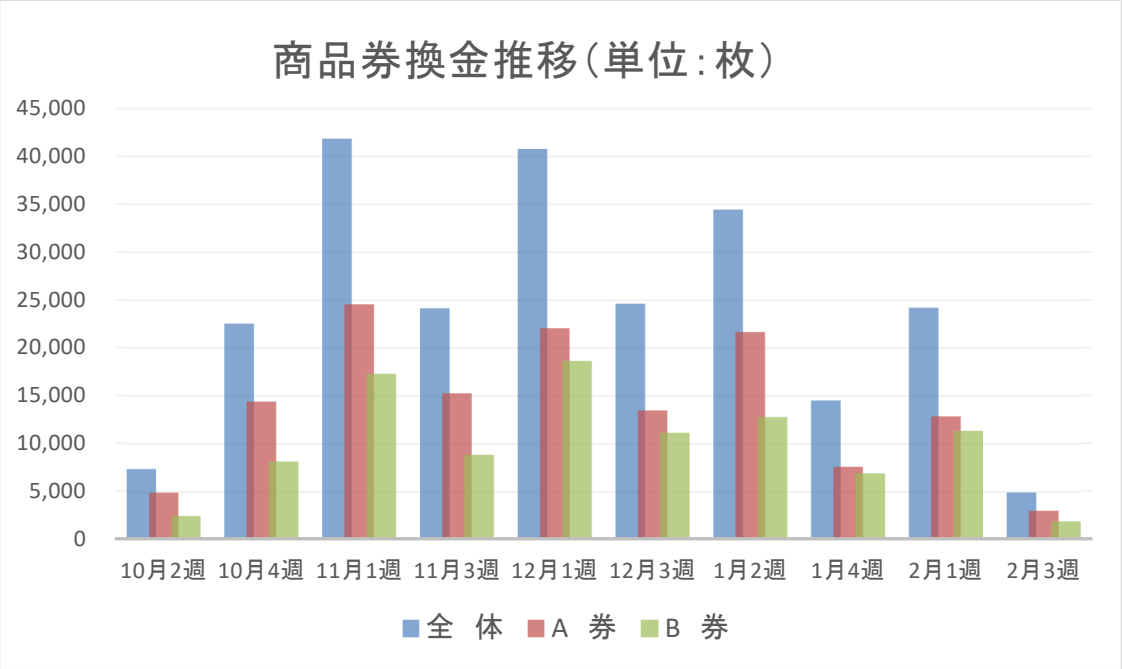
	枚数	金額
発行枚数	140,000	70,000,000
換金	139,692	69,846,000
未換金	308	154,000
換金率	99.78%	99.78%

商品券換金状況（B券）

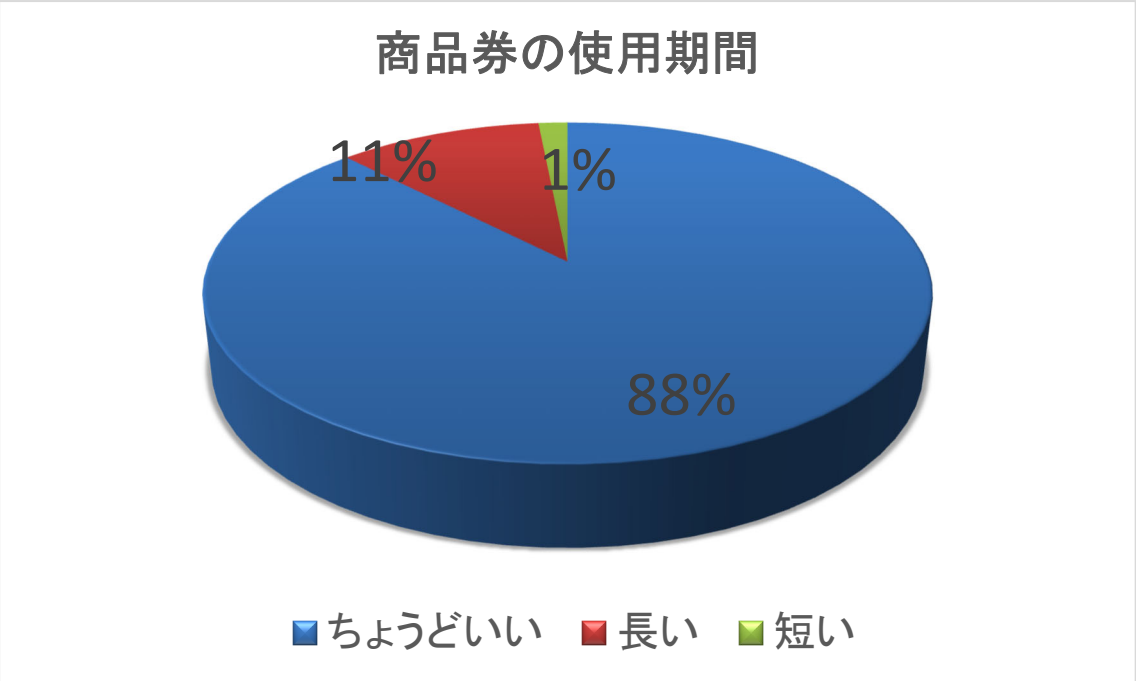
	枚数	金額
発行枚数	100,000	50,000,000
換金	99,537	49,768,500
未換金	463	231,500
換金率	99.54%	99.54%

次に商品券の換金推移をみてみると、商品券全体では、11 月の 1 週に 1 回目の山、12 月の 1 週目に 2 回目の山があった。本年度は、世帯当たりの購入限度額を一人 3 万円としたため、商品券使用の動き出しが比較的早かったように思われる。

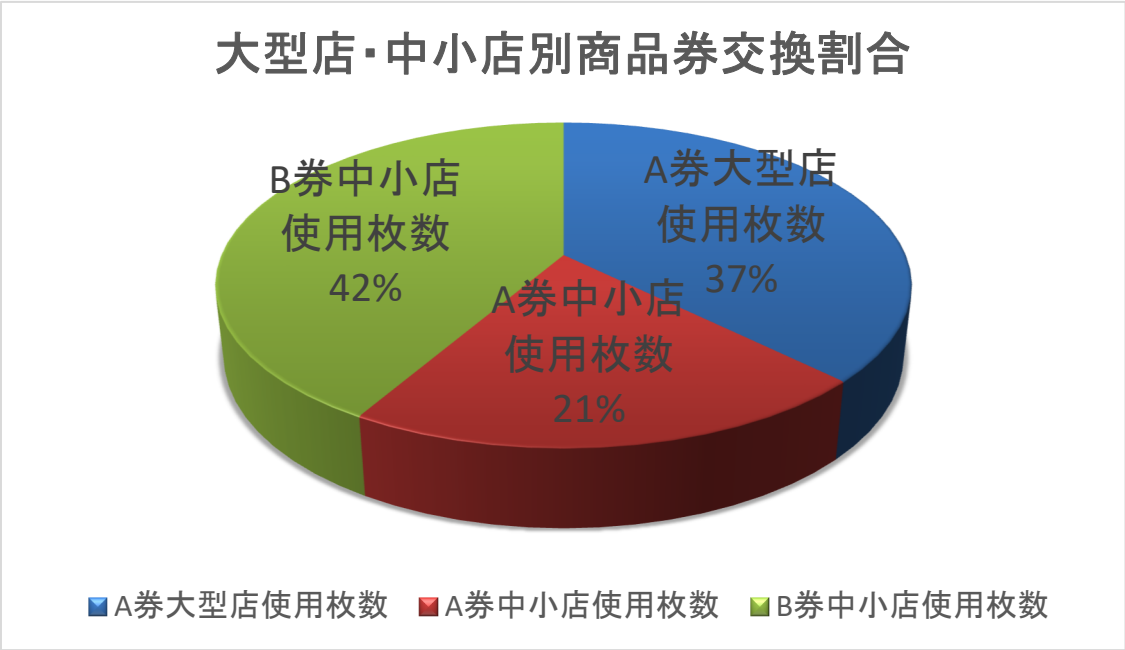
	10月2週	10月4週	11月1週	11月3週	12月1週	12月3週	1月2週	1月4週	2月1週	2月3週	合計
全 体	7,352	22,533	41,825	24,126	40,751	24,615	34,426	14,502	24,192	4,907	239,229
A 券	4,897	14,385	24,539	15,269	22,047	13,477	21,641	7,587	12,851	2,999	139,692
B 券	2,455	8,148	17,286	8,857	18,704	11,138	12,785	6,915	11,341	1,908	99,537



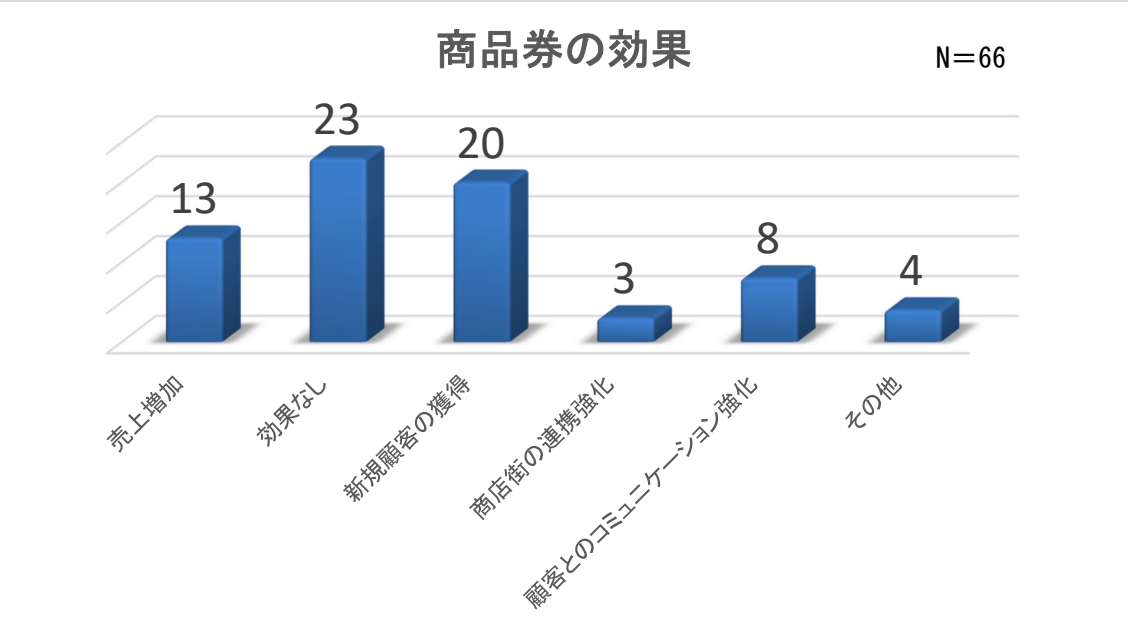
商品券の使用期間については、参加店に対してもアンケートを実施してみた（N＝58）。中小店を中心に 77%の事業者が「ちょうどいい」と回答している。一方で、大型店（テナント）においては「長い」と回答している事業者が多く見受けられた。



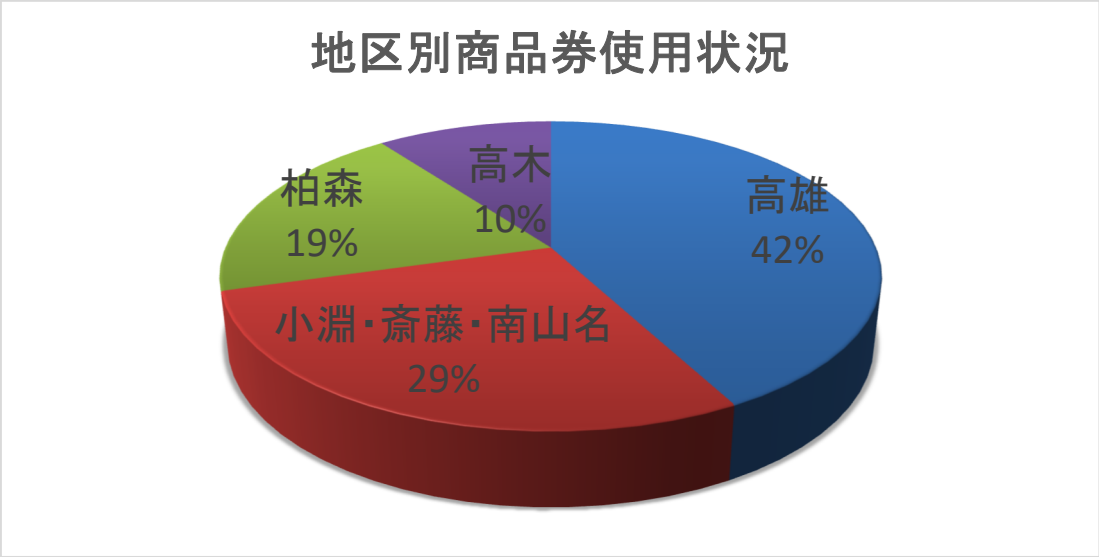
Ⅴ.使用状況



大型店・中小店別に商品券の使用内訳をみてみると、大型店における商品券の使用割合は、37%程度（約 4,471 万円）と昨年（約 3,634 万円）よりも 5 ポイントほど増加している。1 セット当たりの A 券と B 券の発行割合を A 券 7 枚・B 券 5 枚に変更したため、A 券の使用割合も高まった。



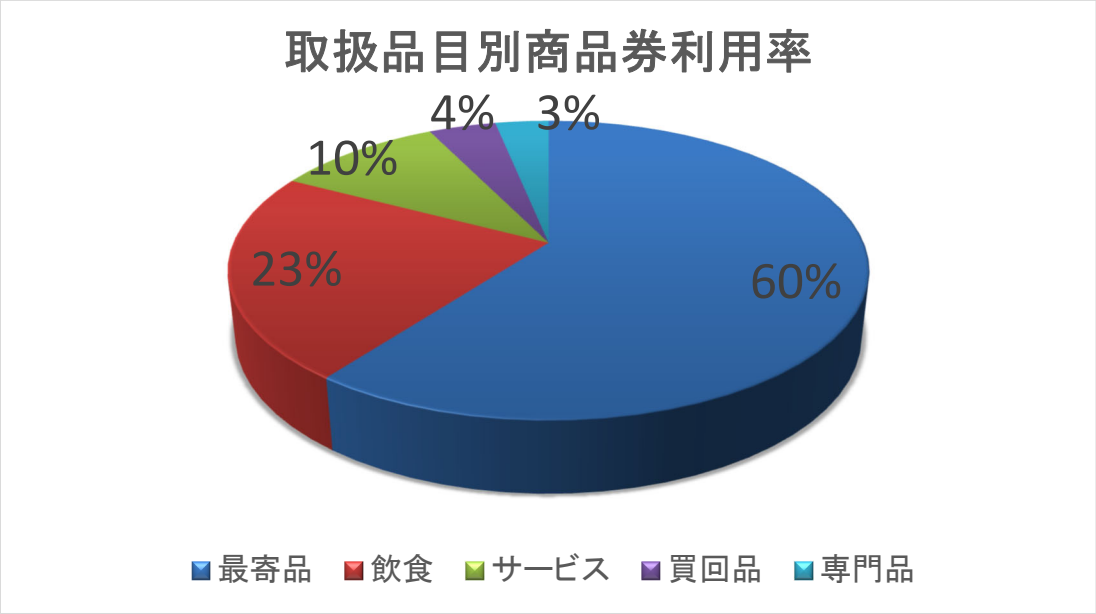
商品券事業の効果については、大型店を中心に「効果なし」との回答が最も多かった。一方で、新規顧客の獲得につながった、売上が増加したと回答した事業者もおり、増加率と **単位：万円** 为の増加が最も多かった。



地区別の商品券使用状況を見てみると、昨年と同じく高雄、小渕・斎藤・南山名、柏森、高木という順番となった。

高雄地区は 9 ポイントの増加（昨年 33%）、斉藤・小淵・南山名地区は昨年並み（昨年 29%）、柏森地区は 9 ポイントの減少（昨年 28%）、高木地区は昨年並み（昨年 10%）という結果になった。

従前からの課題であった「店舗の場所がわかりやすくするためのマップづくり」については、本年は試験的にＧｏｏｇｌｅ　ＭＡＰを活用して取扱い品目ごとのマップをＷｅｂ上に作成し、ＱＲコードで読み込むことでスマートフォンでもおおよその位置を確認ができるようにした。一方で、商品券が集まらなかった店舗については、自店の顧客などに対して、より一層の働きかけが必要であり、商工会においてもその指導・フォローアップを図っていかなければならない。



次に取扱品目別商品券使用枚数を見てみる。分類は、例年同様、消費財については、購買頻度が高く、価格がどこでも大差ない商品を「最寄品」、比較的高価格で、購買のために情報収集を行う商品を「買回品」、価格がかなり高く、購買頻度がきわめて低く、購入決定まで多くの時間と手間をかけて検討する商品を「専門品」とした。また、消費財以外は、「飲食」と「サービス」に分類をおこなった。それらを比較してみると、最寄品は 7 ポイントの増加（昨年 53%）、飲食は 9 ポイントの増加（昨年 14%）、サービスは昨年並み（昨年 10%）、買回品は 10 ポイントの減少（昨年 14%）、専門品は 6 ポイントの減少（昨年 9%）というような結果となった。新型コロナウイルス感染症対策による緊急事態宣言が発令されたこともあり、巣籠もり需要から最寄品の需要が大幅に増加したものと思われる。

Ⅵ.実績報告

決算の状況

収入

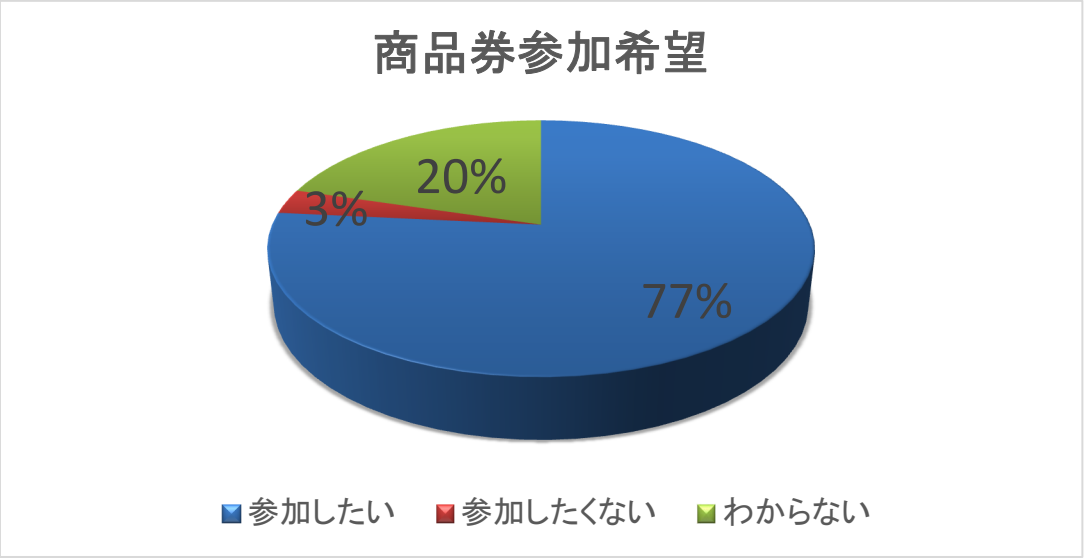
区　　分	金　　額	昨　年　金　額	増　　減
商品券販売総額	100,000,000 円	100,000,000 円	
町補助金	24,342,551 円	17,980,974 円	6,361,577
雑収入	193 円	196 円	▲3
合計	124,342,744 円	117,981,170 円	6,361,574

支出

区　　分	金　　額	昨　年　金　額	増　　減
商品券換金総額	119,614,500 円	114,741,500 円	4,873,000
商品券販売手数料	300,000 円	200,000 円	100,000
広告宣伝費	1,146,750 円	581,061 円	565,689
商品券等印刷費	1,694,000 円	1,410,480 円	283,520
事務費	1,266,051 円	823,150 円	442,901
繰出金	321,443 円	224,979 円	96,464
合計	124,342,744 円	117,981,170 円	6,361,574

本年度は、新型コロナウイルス感染症によって影響を受けている地域の事業者を支援するために当初の 10%のプレミアム率を 20%に変更した。また、購入方法についても、全てハガキによる事前予約方式と変更したため、広告宣伝費や事務費等において、それに伴う支出が増加した。

Ⅶ.総括

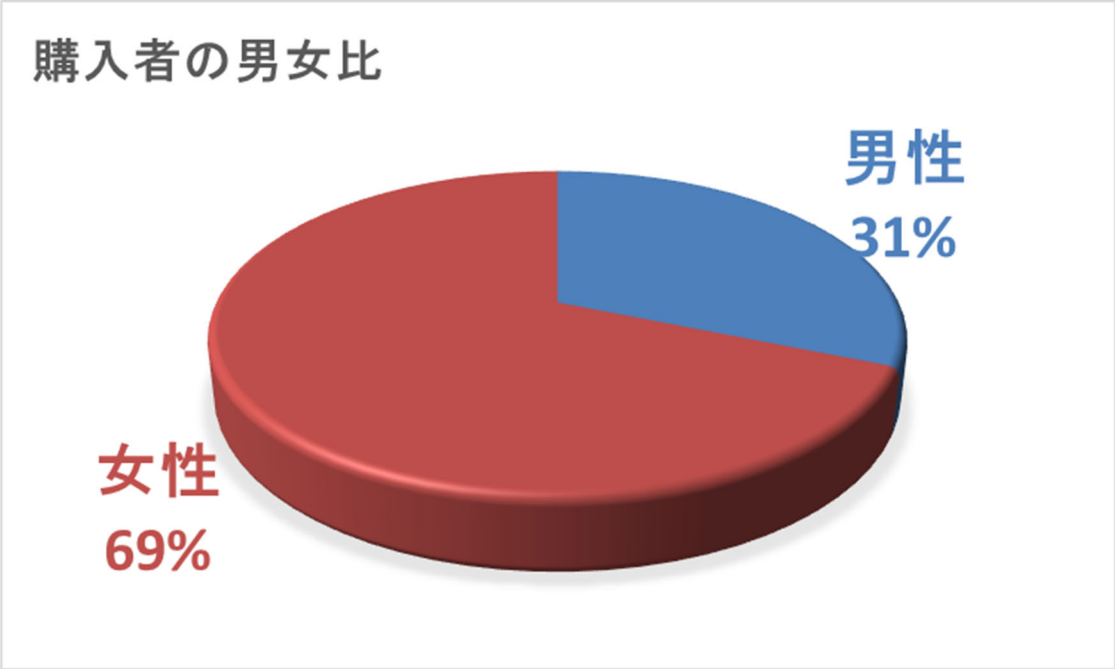


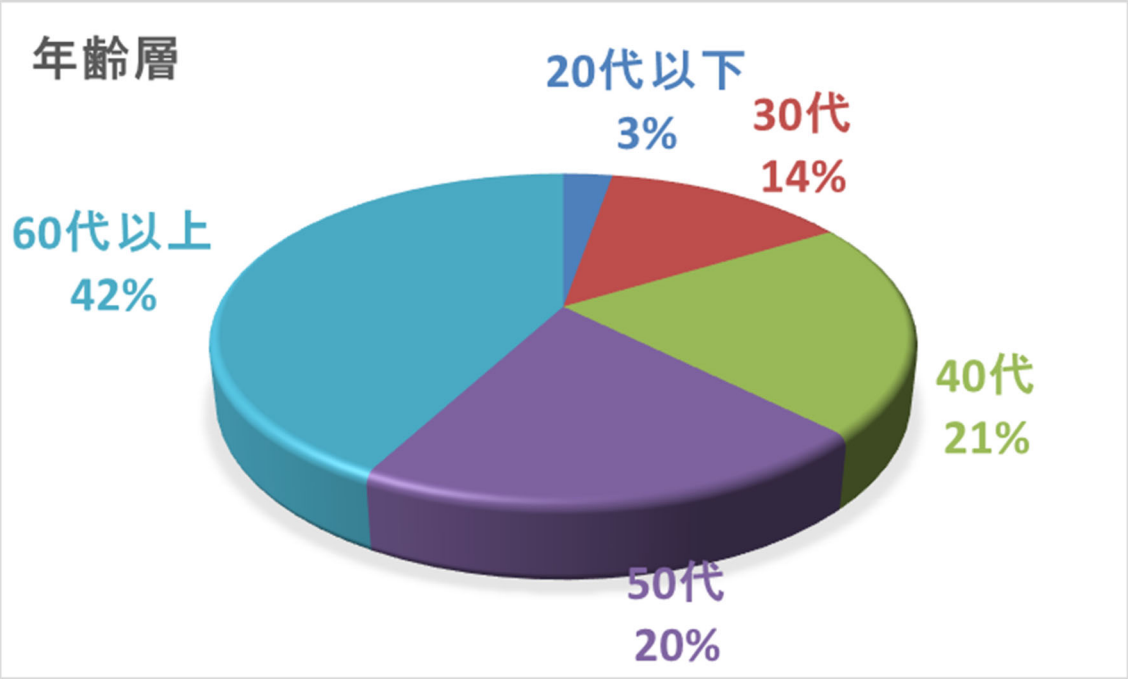
参加店舗に、来年以降に関しても商品券事業に参加したいかとアンケートをとったところ、「参加したい」が約 77%であり、新型コロナウイルス感染症の影響下において、なかなか需要を喚起するような経済政策が少ないなか、その処方箋のひとつとして期待されていると思われる。

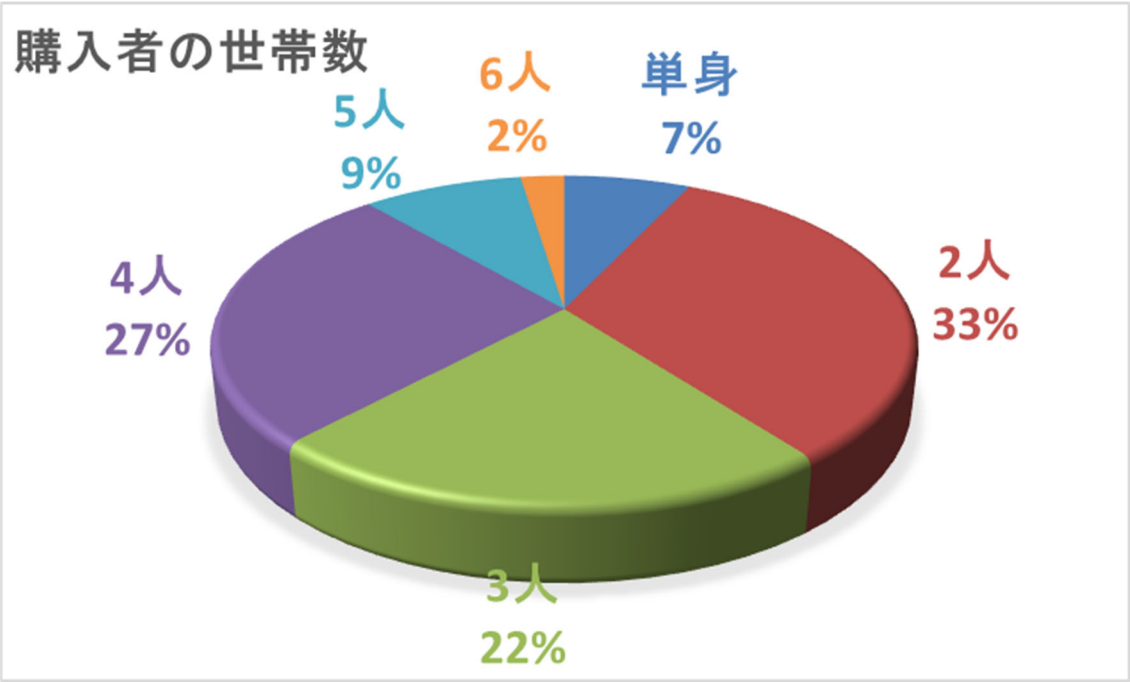
来年度においても、新型コロナウイルス感染症の影響が色濃く残るものと思われる。そのような状況下において、地域の生活インフラとなっている中小企業をどのように維持させていくかは非常に重要な観点となる。感染症対策と両立しながらも地域経済を回していける数少ない経済政策のひとつとして、本年において明らかになった課題なども加味しながら、来年度以降のプレミアム商品券事業に活かしていく必要がある。

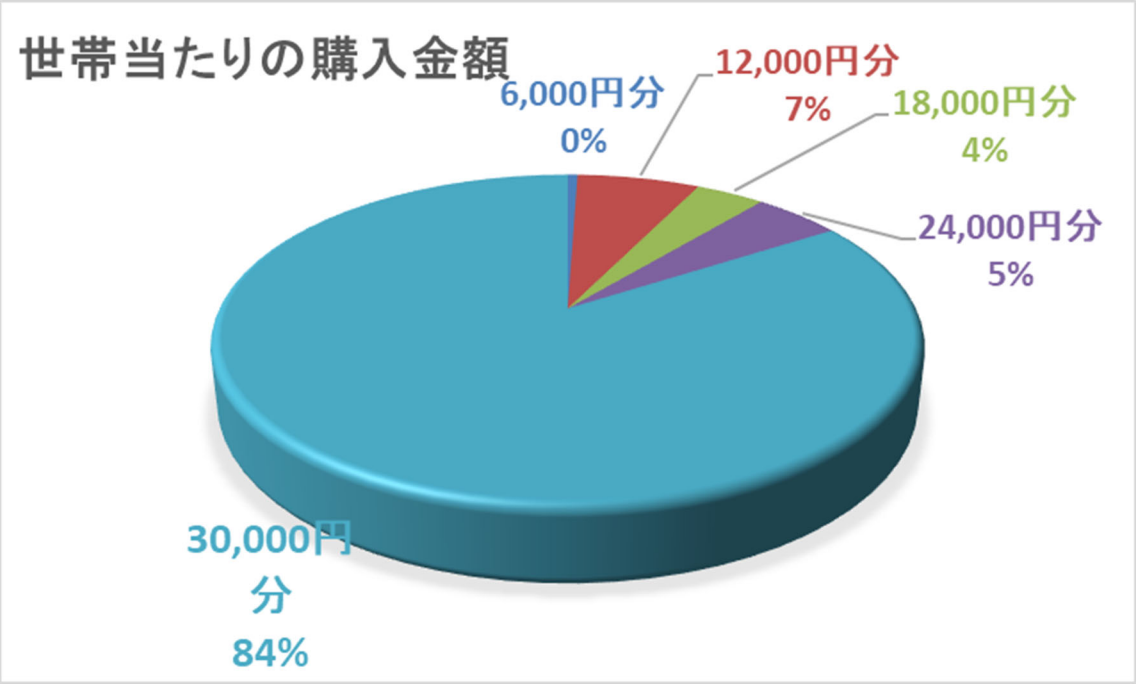
一方、各個店においても商品券事業をきっかけにしながらもプラスアルファの自助努力の取り組みが求められる。実際に商品券を多く集めている事業所の取り組みをみてみると、POP などの作成だけでなく、事業期間にあわせたキャンペーンの展開や顧客に対しての商品券活用の提案、商品券事業にあわせた新商品の導入などをおこなっている。また、近隣店舗や同一商業施設内などにおける取り組みなどがあれば、消費者への訴求もより高まるであろう。

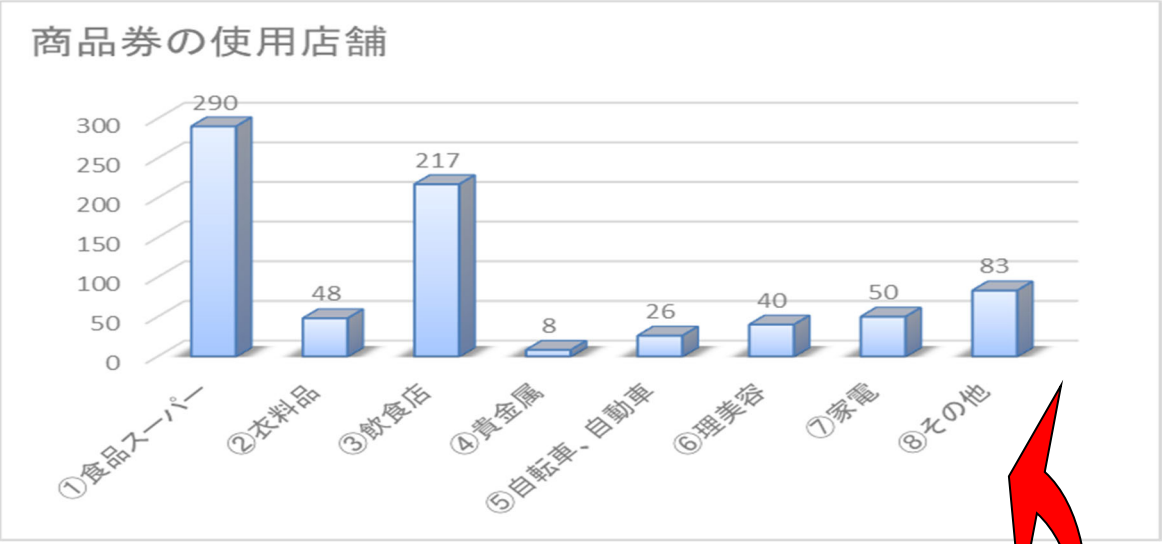
参考資料（消費者アンケート）

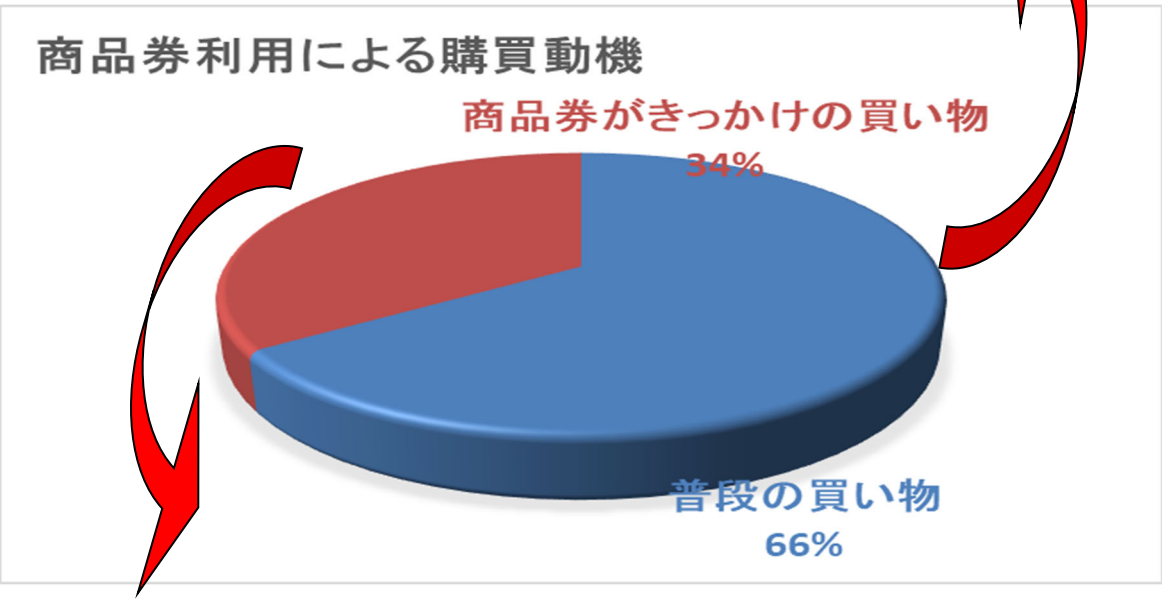


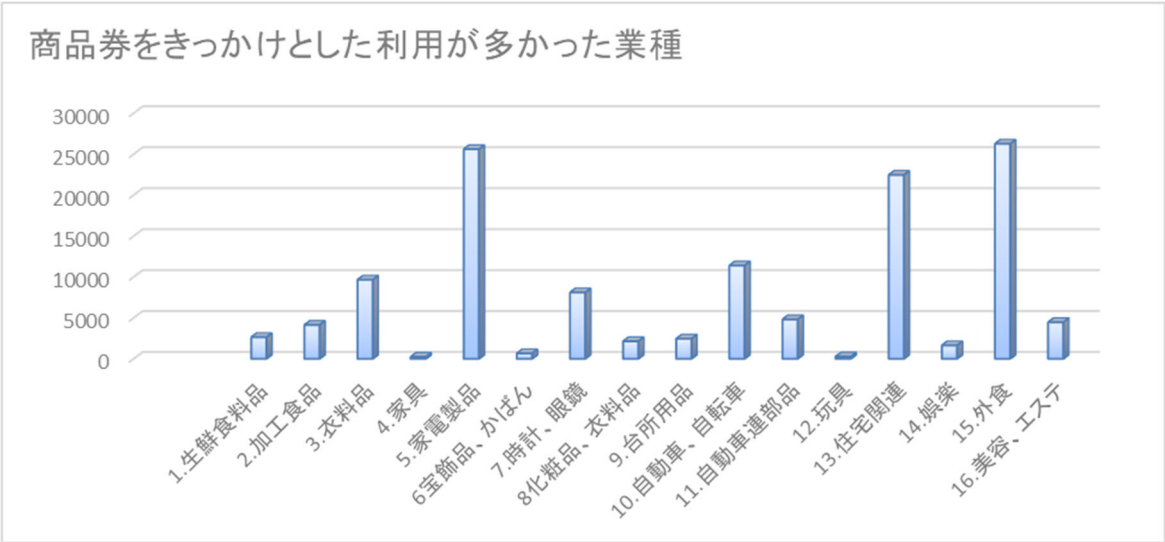



購入者の世帯数
6人
2%
単身
7%
5人
9%
2人
33%
4人
27%
3人
22%


世帯当たりの購入金額
6,000円分
0%
12,000円分
7%
18,000円分
4%
24,000円分
5%
30,000円
分
84%


商品券の使用店舗
300
250
200
150
100
50
0
290
48
217
8
26
40
50
83
①食品スーパー
②衣料品
③飲食店
④貴金属
⑤自転車、自動車
⑥理美容
⑦家電
⑧その他


商品券利用による購買動機
商品券がきっかけの買い物
34%
普段の買い物
66%


商品券をきっかけとした利用が多かった業種
30000
25000
20000
15000
10000
5000
0
1.生鮮食料品
2.加工食品
3.衣料品
4.家具
5.家電製品
6宝飾品、かばん
7.時計、眼鏡
8化粧品、衣料品
9.台所用品
10.自動車、自転車
11.自動車連部品
12.玩具
13.住宅関連
14.娯楽
15.外食
16.美容、エステ