

飯田市プレミアム付き電子商品券事業の実施結果について

産業経済部 商業観光課

1 事業実施概要

(1) 目的

新型コロナウイルス感染症の影響や原油・材料費等の高騰による家計のひっ迫、市民の行動が控えられていたことから、市内の中小事業者に影響が出ていました。このため地域の支え合いにより事業者を支援するための消費喚起策として、10月から12月までの3か月間、プレミアム付きの商品券事業を実施しました。

実施にあたっては、地域通貨導入に向けた研究も踏まえ、その実証実験も兼ね非接触決済による「電子商品券」による事業としました。事業終了後は、得られる様々なデータを分析することで、地域通貨の導入に向けた検討を深めることとしました。

(2) 発行内容

- ア 発行総額 3億8,400万円
- イ 券種内訳 共通券（大型店舗・中小店舗使用可）32,000枚
専用券（中小店舗のみ使用可）32,000枚
- ウ 販売額 各券1枚5,000円（6,000円分）※プレミアム率20%
- エ 利用期間 令和4年10月1日～12月31日
- オ 取扱加盟店 589店舗（大型店舗：15、中小店舗：574）

(3) 販売実績

ア 販売実績

- 「電子決済」という初の試みであったことから、コールセンターの設置とともに事前説明会など実施しましたが、販売予定枚数64,000枚に対して32,580枚と約51%に留まりました。

券種	共通券（32,000枚）		専用券（32,000枚）		計（64,000枚）
	1次販売	18,745枚（58.6%）	13,835枚（43.2%）		
販売枚数	内スマホ型	内カード型	内スマホ型	内カード型	
	3,222枚	15,523枚	2,452枚	11,383枚	
2次販売	9,034枚（28.2%）	14,380枚（44.9%）			23,414枚（36.6%）
販売枚数	内スマホ型	内カード型	内スマホ型	内カード型	
		9,034枚		14,380枚	
計	27,779枚（86.8%）	28,215枚（88.1%）			55,994枚（87.5%）
販売額面総額	335,964,000円				
利用総額	333,314,310円（販売総額比99.2%）				

- こうしたことから、残商品券の2次販売を実施するに当たり、1次販売の状況を分析したところ、若年層や単身世帯から応募が極端に少ない状況が判明したことから、動画配信サイトやラジオ放送などのメディアによる積極的な情報発信に努めました。

- また、2次販売では、利用期間を確保するため、手続き期間を短縮できるウェブ申し込みに限定しましたが、インターネット環境に不慣れな方向けに応募申請窓口を設けたことも奏功し、最終的には販売予定枚数の約87%、利用総額は、3億3,300万円余が市場流通しました。

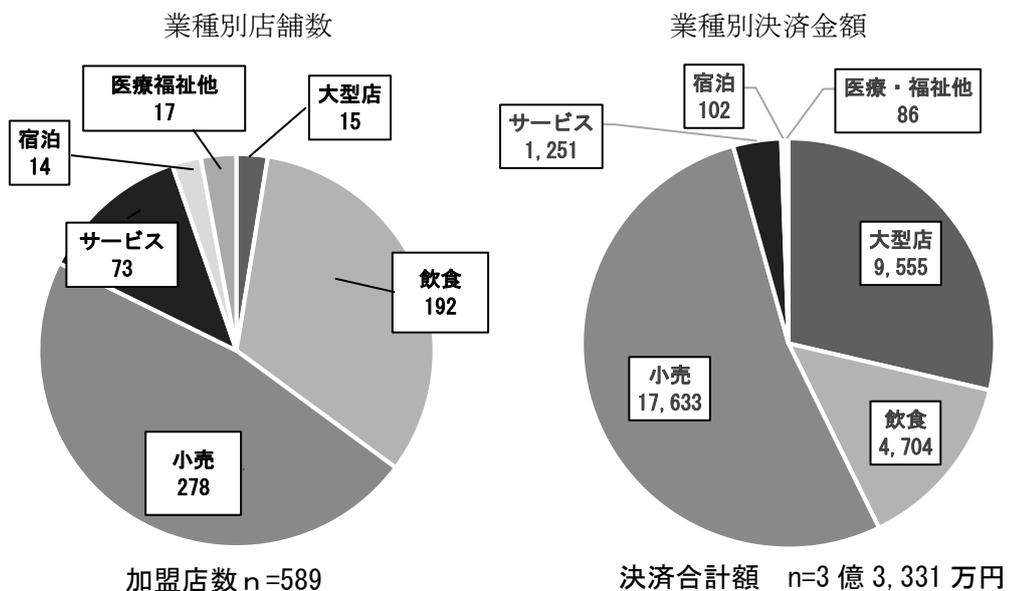
イ 利用者・事業者説明会及びサポート体制

- 市民向け相談会の実施（8/18、19、22、上郷公民館等の市内7会場）
- 常設窓口（10/11～10/21）及び特設窓口（10/22～25、飯田文化会館等の市内6会場）
- 事業者事前説明会（8/1、4、8、飯田商工会館等の市内3会場）
- 〃 操作説明会（9/26～28、エス・バード等の市内2会場）
- 利用期間中のコールセンター（8/10～1/7）及び対面サポート（9/20～1/14）

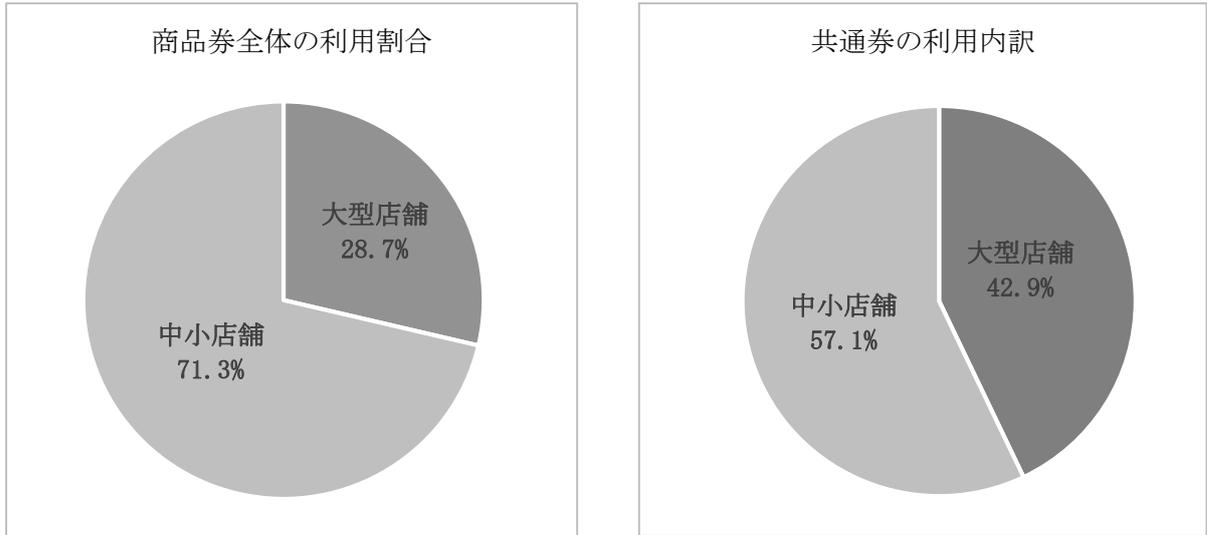
(4) 加盟事業者の概要及び商品券の利用状況

ア 加盟事業者

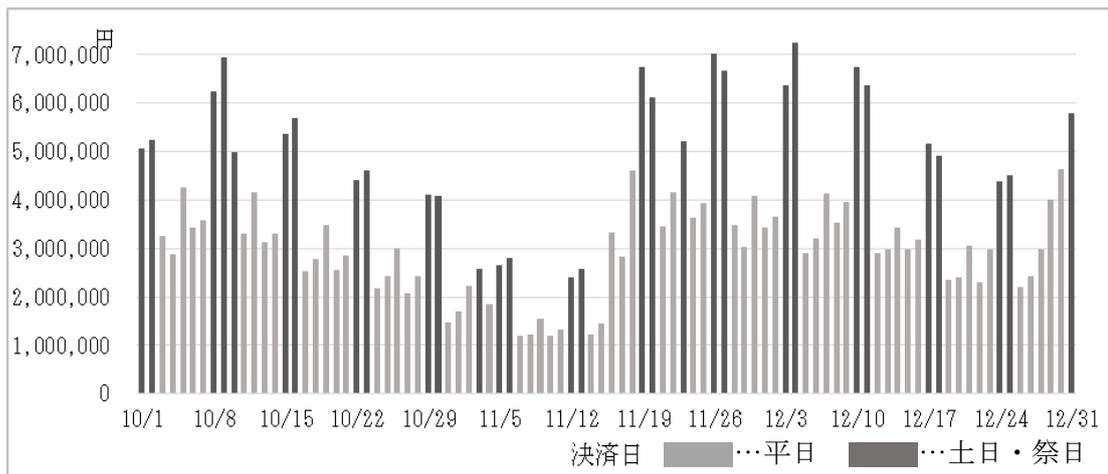
業種	構成比	決済金額	構成比
小売(278)	47.2%	1億7,633万円	52.9%
大型店(15)	2.5%	9,555万円	28.7%
飲食(192)	32.6%	4,704万円	14.1%
サービス(73)	12.4%	1,251万円	3.7%
宿泊(14)	2.4%	102万円	0.3%
医療・福祉他(17)	2.9%	86万円	0.3%
合計(589)	100.0%	3億3,331万円	100.0%



イ 商品券の利用額の割合



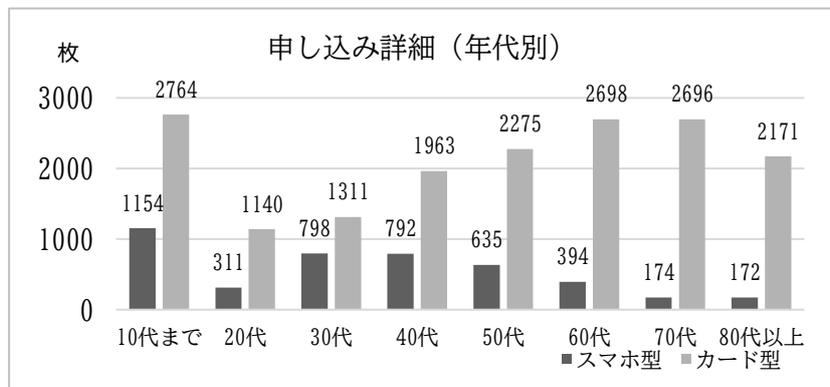
ウ 日別利用額の推移



2 考察

(1) 商品券の方式（スマホ型・カード型）について

- 幅広い年齢層に利用いただくため、スマホ型とカード型の両方を選択できるとしましたが、1次販売時点で、スマホ型約17%、カード型約83%でした。



スマホ型を選択した利用者は若年層に多く、カード型は年齢層が高くなるほど多くなる傾向が見られました。

- 商品券は合計で約 56,000 枚販売し、購入した人数は 23,865 人でした。この内 1 次販売若しくは 2 次販売のみ購入された方は、18,959 人、1 次 2 次とも購入された方は、4,906 人でした。
- カード型の残高確認は、コールセンター若しくは店舗で確認可能でしたが、夕方の時間帯では、確認のためレジの混雑を助長してしまうケースが見られました。

(2) 申し込み手続きについて

- 商品券の 1 次販売の申し込みにあたっては、ウェブ又は用紙による申し込みが可能であり、かつスマホ型又はカード型の選択も可能として利便性を優先しましたが、申し込みの選択肢が増えたことで手続きが複雑化しました。
- 一方で、商品券購入申し込み及び加盟店申し込みについてウェブでの応募を可能としたことで、申し込み時間に制約がなくなり事務処理の軽減につながりました。

(3) お買いもの時の決済

- 事業者の換金手続きは、金融機関に紙の商品券を持ち込む必要がなくなり、一定期間毎に自動振り込みされるため手間が少なくなりました。
- 事業者から説明会時に決済時の QR コードの読み取り端末の貸与について要望が多かったため、それに対応したことで様々な業種の事業者に加盟いただきました。
- 複数のレジを扱う店舗においては、レジ締め時の手間が多くなったことから、レジとの連携可能なシステム設計が必要との要望がありました。

(4) 事務経費について

- 電子決済のシステムには、初期経費に加え、基本月額利用料や決済手数料として毎月平均利用額が約 178 万円必要となったことから、地域通貨の導入の検討にあたっては、システムの運営経費に見合う流通金額の規模や利用者数の確保等の検討が必要です。

前回の商品券事業と比較すると、総事務経費は約 32.6%の増額となりましたが、これは初めての試みであったためコールセンター設置や事業者の決済環境を整えたため

商品券事務経費比較表

「R3 お買い物商品券」の事務経費合計を「100%」とした場合

	R4電子商品券	R3お買い物商品券	比較
消耗品費・印刷製本費	7.0%	13.8%	-6.8%
通信運搬費	19.8%	20.3%	-0.5%
広告料	2.1%	4.9%	-2.8%
委託料	101.1%	14.4%	86.7%
コールセンター委託・決済端末レンタル等	59.4%	0.0%	59.4%
手数料	0.1%	42.6%	-42.5%
賃借料	0.8%	0.2%	0.6%
人件費	1.5%	3.6%	-2.1%
諸経費	0.2%	0.2%	0.0%
合計	132.6%	100.0%	32.6%
合計(コールセンター委託等控除後)	73.2%	100.0%	-26.8%

※R4 電子商品券における決済等に係る手数料は委託料に含まれ、その割合は全体の 11.3%である。
た場合約 26.8%の事務経費削減となりました。地域通貨導入にあたっては、サポー

ト体制や決済端末の扱い等の環境整備にかかる経費負担の検討が必要です。

(5) サポート体制

- コールセンターへお問い合わせいただいた件数は、17,750件でした。土日・祝日問わず専門的な応答が可能なコールセンターを設置したことが有効でした。
- コールセンターへの問合せに対応が難しい場合に、対面による相談対応や訪問サポート体制を整えたことで利用者及び事業者のサポートに有効でした。

3 アンケート調査の概要

(1) 利用者アンケート

飯田市プレミアム電子商品券の利用者に対し、商品券を購入した理由や利便性、また、持続可能な地域通貨の導入を見据えた地域通貨への認識等を調査しました。

ア 実施方法

(ア) 回答期間：令和5年1月4日（水）から16日（月）

(イ) 回答方法：ウェブまたは各自治振興センター窓口への提出

(ウ) 対象者：2,000人（商品券利用者から無作為抽出）

イ 回答結果

回答数：877件（回答率43.9%）

ウ 集計結果

(ア) 当市初の電子商品券について

電子商品券と聞いて「戸惑うことはなかった」が72.8%、「戸惑った」が27.2%という回答となりました。

(イ) 商品券の購入理由（複数回答）

商品券を購入した理由として、「お得だから」が59.6%と最も多く、次いで、「取扱加盟店での利用予定があったため」が20.0%、「商品券事業の趣旨に賛同したから」が9.6%という回答となりました。

(ウ) 取扱加盟店舗の利用状況（複数回答）

商品券を利用した主な店舗は、「地元のスーパー/直売所」が27.9%、「大型店」が26.4%、「小売店」が20.7%という回答となりました。

(エ) 地域通貨の認識度

地域通貨について「知らない」が46.0%と最も多く、次いで「聞いたことがある」が33.3%、「知っている」が20.7%、という回答となりました。

(2) 加盟店アンケート

飯田市プレミアム電子商品券の取扱加盟店に対し、電子商品券事業への参加理由や取扱実態等を把握するため調査しました。

ア 実施方法

(ア) 回答期限：令和5年1月31日（火）

(イ) 回答方法：ウェブまたはファックス

(ウ) 対象店舗：589店舗（全加盟店）

イ 回答結果

回答数：332件（回答率56.4%）

ウ 集計結果

（ア）参加の理由

「売上の増加」が39.7%と最も多く、次いで「地域経済活性化」が26.4%、「新規顧客獲得」が12.9%という回答となりました。

（イ）決済方法について

決済方法について「わかりやすかった」が75.6%、「わかりづらかった」が24.4%という回答となりました。

（ウ）事業等に関する意見（自由記述）

- ・ 前回までの商品券事業は幅広い年齢層の方が利用されていましたが、今回の商品券事業は高齢者を中心に大幅に減り、全体的にスマホ型に比べ、カード型商品券の利用者が非常に多い印象でしたという意見がありました。
- ・ 高齢者にも使いやすい仕組みにすることやより丁寧な説明が必要だと感じました。
- ・ 電子決済が浸透すれば、紙の商品券よりも取扱やすく、地域の活性化にも繋がるのではないかという意見がありました。

4 電子商品券事業における課題

（1）事前応募に関すること

- ・ 今回の事前応募制にあたっては、応募時の選択肢が多く手続きが複雑化したため、簡素化し年代を問わず分かりやすい手続き方法への工夫が必要です。
- ・ 高齢者の一部からは「電子」や「デジタル」という表現の印象から応募を躊躇するといった意見がありました。

（2）利用に関すること

- ・ 利用者から、レジの混雑時は従業員の手間を気遣いし、利用を手控えたという意見がありました。
- ・ スマホ型はスマホから残高照会できる一方で、カード型は残高を確認する方法として、コールセンターを設置しましたが、実際には加盟店での確認もあり、従業員への手間が生じました。
- ・ スマホ操作に不慣れな利用者に対して登録方法や専用サイトの使い方等を説明する機会を複数設けましたが、スマホ型の利用者数は伸びませんでした。

（3）加盟店に関すること

- ・ レジとの連動ができないため、1日のレジ締め時の確認に時間を要する結果となり、従業員への負担が増加しました。
- ・ レジが複数ある店舗等においては、従業員への事前説明に時間を要したことや決済用端末のレンタルにより対応レジを限定したため、混雑が生じました。

（4）運営に関すること

- ・本事業における決済手数料や運営費については、事業費に含めることで事業者負担いただきませんでした。が、地域通貨導入にあたっては、運営にかかる財源の確保、流通金額や利用者数の規模、事業者への手数料負担、運営主体や関係機関との連携等について、十分な検討が必要です。
- ・また、持続可能な運営を目指すには、法定通貨や既存する電子マネーに劣らない価値が必要であり、また利便性向上を図るため多くの加盟店数を確保することが必要です。