

「プレミアム商品券 より鳥み取！とっとり券」の発行実績について

平成28年1月21日
鳥取県商工政策課

消費拡大に加え、鳥取県産品の購入促進と、観光客誘致を目的に、総額24億円（うちプレミアム4億円）、利用期間4/29～9/30として、県が発行した「プレミアム商品券 より鳥み取！とっとり券」の販売・利用実績、アンケート集約結果及び経済分析等は、下記のとおりです。

記

1 商品券の発行・販売・利用の状況

- 発行総数20万冊(24億円)に対し、199,580冊(23.95億円)を販売した。(販売率99.8%、未販売420冊)
- 商品券の利用実績は、23.9億円(利用率99.8%)であった。

区分	人数	冊数	金額(額面)	備考
発行総数(A)	—	200,000冊	24億円	
予約申込実績	62,690人	277,676冊	33億3,211万円	県内 266,464冊 県外 11,212冊
抽選結果	46,308人	200,000冊	24億円	—
販売実績(B)	—	199,580冊	23億9,496万円	販売率 99.8%(B/A) 未販売残 420冊
利用実績(C)	—	—	23億9,046万5,500円	利用率 99.8%(C/B)

※ 当選者に194,159冊を引換販売し、未引換商品券は追加の繰上当選者に5,267冊を販売、さらに売れ残ったものは、県外の日本旅行窓口で鳥取県への旅行者向けに154冊斡旋販売している。

2 商品券の利用状況

商品券の利用額23.9億円のうち、スーパー9.7億円(40.7%)、大型ショッピングセンター2.2億円(9.0%)、その他小売業2.1億円(8.8%)、ホームセンター2億円(8.4%)、家電販売店1.9億円(8.1%)、ドラッグストア1.4億円(5.9%)、百貨店1.2億円(5.1%)で多く利用されている。

〔内訳〕業種・業態別利用状況

	業種	利用額	割合		業種	利用額	割合
1	スーパー	9億7,246万7,500円	40.7%	10	衣料・身の回り品取扱店	4,982万9,500円	2.1%
2	大型ショッピングセンター	2億1,556万9,500円	9.0%	11	旅館・ホテル	5,085万2,500円	2.1%
3	その他小売業	2億947万5,500円	8.8%	12	旅行業	3,759万2,000円	1.6%
4	ホームセンター	2億8万9,000円	8.4%	13	飲食料品店	3,134万3,000円	1.3%
5	家電販売店	1億9,248万4,000円	8.1%	14	家具店	1,782万4,000円	0.7%
6	ドラッグストア	1億4,039万2,500円	5.9%	15	コンビニ	1,072万2,000円	0.4%
7	百貨店	1億2,221万1,000円	5.1%	16	化粧品店	862万7,500円	0.4%
8	その他サービス業	6,181万3,500円	2.6%	17	土産品販売店	611万2,000円	0.3%
9	飲食店	5,821万2,500円	2.4%	18	観光施設	484万8,000円	0.2%
合計				23億9,046万5,500円 100%			

3 プレミアム商品券の広報・報道状況

(1) 商品券の予約販売時 (3~5月)

〔県内向け〕

新聞広告(4回)、地域情報紙広告(2回)、新聞折込み全戸配布(4/22)、県政だより(5月号)、テレビCM(4月中、3~6回/日)、車内吊り広告(県内JR普通列車、若桜鉄道)、ポスター・チラシ・のぼり等の設置(参加店舗、県内金融機関、市町村、県窓口等)、鳥取市内電光掲示板(2箇所)、県・商品券専用HPなど

〔県外向け〕

県外本部・アンテナショップ・県内金融機関県外支店・高速道路SA等でのポスター掲示・チラシ配布、特急電車ポスター掲示(スーパーはくと、特急いずも、特急いなば、特急おき、特急まつかぜ)、県外イベントでのチラシ配布(大阪駅・加西SA(兵庫)、東山動植物園(愛知)等)、日本交通(鳥取-大阪)高速バスで座席ポケットチラシ配布、日本旅行 県外店舗・HP・企画商品パンフレット等での広告等、県関係県外向けHP・ツイッター・メルマガ等での情報発信(県外本部・広報課・観光戦略課・観光連盟・県内観光施設等) など

(2) 商品券利用期間終了時 (9月)

新聞広告(6回)、鳥取市内電光掲示板(1箇所)、参加店舗等ポスター掲示、専用HP告知など

(3) 報道状況(県が把握しているもの)

新聞掲載(地方紙3回)、テレビ放送5回(地方局3回、全国局1回、有線テレビ1回)

4 消費者アンケート調査結果

商品券の購入者4,800人にアンケートを配布し、有効回答数376件(有効回答率7.8%)を基に分析した。(世帯あたりの状況を調査したもの)

(1) 世帯あたりの平均消費額

商品券を利用した消費金額は一世帯あたり89,609円(商品券72,440円+追加現金17,170円)で、普段どおりの消費に43,073円、普段と異なった消費に46,536円が支出されている。このことから、商品券の利用(72,440円)によって普段と異なった消費(46,536円)が行われ、約64%の消費喚起効果が生じたことが見込まれる。

〔世帯あたりの平均消費額〕

項目	全体平均	県内者平均	県外者平均
商品券支払い(普段の消費)(A)	43,073円	47,204円	—
商品券支払い(普段以上の消費)(B)	29,366円	26,780円	59,281円
現金での支払い(普段以上の消費)(C)	17,170円	17,465円	12,017円
合計(A+B+C)	89,609円	91,448円	71,298円
うち商品券支払(D=A+B)	72,440円	73,984円	59,281円
うち普段以上の消費(E=B+C)	46,536円	44,245円	71,298円
消費喚起効果(E/D)	64.2%	59.8%	120.3%

(2) 商品券の利用状況

「普段どおりの商品・サービスの支払いに活用した」(172件、45.7%)が多いが、「普段より高価なもの又は多くのものを購入した」(123件、32.7%)、「県産品を意識的に購入」(26件、6.9%)、「レジャー的な機会に活用した」(21件、5.6%)となっており、約45%の世帯で普段と異なった消費行動を行っている。

〔商品券の利用状況〕

項目	件数	割合
普段より高価又は多くのものを購入	123件	32.7%
県産品を意識的に購入	26件	6.9%
レジャー的な機会に活用	21件	5.6%
普段通りの支払いに利用	172件	45.7%
その他	19件	5.1%
無回答	15件	4.0%
合計	376件	100.0%

(3) 高額な商品（1万円以上）の購入状況（回答延べ312件）

「家電製品（84件）」が最も多く、以下「衣類・寝具（43件）」、「時計、眼鏡等（29件）」、「宝飾品、かばん、革製品（26件）」「自動車関連商品（22件）」「住宅関連（内装工事等）（16件）」「家具・建具等（15件）」「宿泊等（宿泊・旅行）（14件）」が多い。

(4) 自由意見（主なもの）

- ・自宅の内装工事を行った。
- ・新築の際に家電製品を購入した。
- ・高価な健康器具を購入する勢いになった。
- ・普段買えないもの（礼服・高級食材）を購入した。
- ・農業用耕耘機を購入できた。
- ・地元の店を積極的に利用した。 など

5 協力店舗アンケート調査結果

参加店舗及び引換販売店舗（2,205店舗）に配布し、有効回答数892店舗（有効回答率40.5%）を基に分析を行った。

(1) 参加店舗における商品券事業の効果等

項目	効果があった(a)	多少効果があった(b)	効果あり合計(a+b)
売上げへの効果	12.9%	48.3%	61.2%
来場者数の増加	9.3%	38.7%	48.0%
新規顧客の増加	6.6%	28.6%	35.2%
県内取引先への波及	2.7%	10.6%	13.3%
県産品等への波及	2.7%	9.3%	12.0%

商品券の利用された商品・サービス	日常的な商品 75.3%	高額商品・高額サービス 18.2%
商品券終了の反動	ないと思う 67.7%	あると思う 16.2%

(2) 協力店舗からの商品券事業への意見等（主なもの）

商品券の発行	○同時期に複数の商品券（県・市町村）が混在して、店員がそれぞれの対応にとまどった。処理が重複して負担だった（26件） ○各市町村の商品券と利用期間を区別した方がよい（21件）
利用期間	○利用期間を短くして、短期波及効果を目指す（24件） ○利用期間をもっと長くして欲しい（17件）
参加店舗	○参加店舗を限定すべき（県内本社・本店事業者、県に納税する事業者）、大手ナショナルチェーンは参加させるべきでない（10件） ○利便性を高めるため、参加店舗をもっと増える方がよい（8件）
商品券の換金	○薄利多売の商売には、換金手数料の2%は痛い（12件） ○換金手続と日数が長い（9件）
今後の実施・評価	○1年限りでなく継続して欲しい（再度発行して欲しい、数年に一度は発行しても良い）（21件） ○行政が商品券を発行するよりも、商店街・地域等独自の取組を支援する方がよい（13件） ○市町村ごとの商品券の方が良い（効果がある、地域の活性化につながるなど）（9件）

6 経済効果分析

消費者アンケートの結果を基に、県内在住者の消費喚起額及び県外在住者の消費流入額による消費喚起額の試算を行った結果、15.1億円（プレミアム相当額の3.8倍）となった。

項目	経済効果	内容
①直接消費額	23億9,046万5,500円	商品券利用実績額 (うちプレミアム相当額 3億9,841万円)
②新規の消費誘発効果 (県内在住者の消費喚起額)	13億5,051万円	県内在住者の商品券利用額(①23.9億円×94.5%) により生じる消費喚起効果(59.8%)相当
③消費流入額 (県外在住者の消費流入額)	1億5,902万円	県外在住者の商品券利用額(①23.9億円×5.5%) により生じる消費喚起効果(120.3%)相当
④消費喚起額合計(②+③)	15億953万円 (プレミアム相当の3.8倍)	

※商品券販売冊数見込み 県内在住者：県外在住者＝94.5%：5.5%

(参考) 消費喚起額(15.1億円)を基に経済波及効果の産業連関分析(H17鳥取県産業連関表(108部門))を行った。

項目	経済効果			内容
	1次波及効果	2次波及効果	合計	
経済波及効果 (生産誘発効果)	13億398万円	2億6,816万円	15億7,214万円	消費喚起額15.1億円の需要増により、県内の各産業部門への生産を誘発した効果を算出した。 また、原材料に係る誘発効果を除き、GDP誘発効果を算出した。
うちGDP誘発効果 (付加価値額)	6億5,315万円	1億7,373万円	8億2,689万円	

7 その他改善対応等の状況

- (1) 商品券の発行情報を公平に提供するため、新聞折り込みによるチラシの全戸配布、新聞への広告掲載の回数増など追加の広報施策を実施した。
- (2) 参加店舗向け説明会において、商品券の換金期間を短くすべきとの要望を踏まえ、商品券の換金回数を月1回から月2回に(期間中5回→10回)に増加した。
- (3) ゴールデンウィークまでに一部の購入者に引換証が届かない、印刷の不具合などの問題の発生があったが、運営業者や参加店舗の協力により迅速な対応を行った。

【参考】商品券の発行概要

商品券名称	プレミアム商品券 より鳥 ^{どり} み取 ^{どり} !とっとり券		
発行総額	24億円	発行総数	20万冊
プレミアム率	20% (県負担)		
販売価格	1冊12,000円を10,000円で販売(1,000円券×10枚、500円券×4枚の合計14枚)		
購入限度	1人5冊まで、(一世帯同一住所3人まで申込可)		
利用期間	平成27年4月29日(水)～9月30日(水) (約5カ月間)		
販売方法	インターネット及び専用ハガキによる予約販売 予約者は引換販売店舗で代金と引換に商品券を受取 〔当初販売枠〕 ①先行予約(インターネット) 10万冊(募集期間4/1～4/15) ②通常予約(専用ハガキ及びインターネット) 8万冊(募集期間4/15～5/11) ③県外枠(インターネット及びハガキ) 2万冊(募集方法は①②と同じ)		
引換販売場所	120箇所(県内115箇所、県外5箇所)		
利用可能店舗	県内の小売店、飲食店、旅館ホテル、観光施設等で登録された2,218店舗		
運営事業者	(株)日本旅行(県委託事業)		