

# 杜の都プレミアム商品券

## 商品券の発行をきっかけとして

## 地域に生まれた新たな消費は16億円超に!!

昨年7月、プレミアム分8億円を合わせて48億円分が売り出された「杜の都プレミアム商品券」。

今号では、本商品券が地域にもたらした効果をご紹介いたします。



### 利用率はほぼ100% 約6割が中小店舗で 利用される結果に

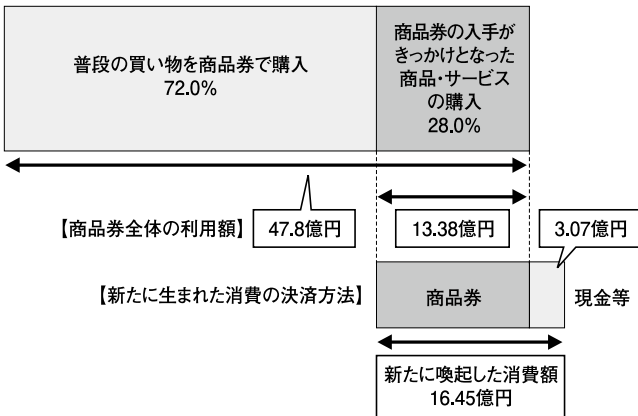
本商品券は、仙台市内の商店街16カ所、みやぎ生協29店舗、郵便局125局が窓口となつて、大型店・中小店の両方で利用できる「共通券」と、中小店のみで利用できる「専用券」、各24億円分ずつの計48億円分が販売されました。

利用期間内(昨年7月~12月)の利用率は約99.8%。約47億8千万円分が利用されたこととなります。店舗規模での利用内訳をみると、大型店は約40.8%、中小店舗は約59.2%となっており、中小店舗での利用が多く、地元の中小企業に恩恵があるようにと設けられた「専用券」の効果が表れる結果となりました。

### プレミアム分を超える消費効果 発行分の約3割が新たな消費に

次に、消費者がどのような目的で商品券

【図1】商品券の利用目的(サンプル調査:331人が回答)



を使用したのか、サンプル調査をもとに見てみると、「普段の買い物を商品券で購入した」という割合は約72.0%だった一方で、「商品券の入手をきっかけとして商品・サービスを購入した」のは約28.0%でした。金額にすると、商品券全体の約13

億円分が、新たな消費に使われたこととなります。

さらにアンケート結果からは、この新たな消費分について、購入時、商品券に上乗せする形で、約3億円分が現金等で支払われたことも分かりました。前述のものとあわせると約16億円分が普段の買い物以外の特別な消費に回されたこととなります。本商品券のプレミアム分が全体の20%、8億円分だったことを考えると、消費喚起の面ではもくろみの2倍の効果があつたことが分かります(図1)。

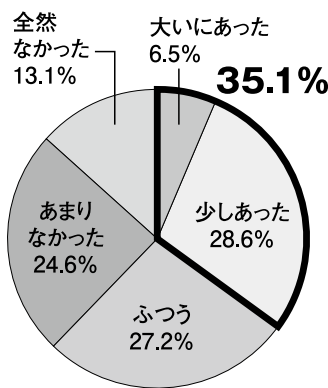
### 各店の集客への取り組みが奏功 3割を超える店舗が 商品券効果を実感

今回の商品券事業の実施にあたっては、全体で4977店、内訳としては大型店1732店(37.8%)、中小店舗3245店(65.2%)から、商品券を利用できる「取扱店」の登録申請があり、各店舗では、これをきっかけとして自店にお客さま

を呼び込もうと、さまざまな取り組みが実施されました。この、商品券の利用促進に向けた取り組みについては、約71.4%のお店が「実施した」としています。

その内容としては、「店頭POP」が35.4%、「各店で作成したポスター」が13.4%、「のぼり」が11.2%。中には、特別セールやキャンペーン商品を用意したという店舗があったり、個店だけでなく商店街として集客の工夫をしたりという例もありました。結果、全体の95.3%(大型店96.3%、中小店舗95.1%)で、実際に商品券の利用があつたと回答しています。また、このうち35.1%の店舗で、「客単価が上がった」、「来店客数が増えた」と回答しており、商品券の効果を実感していることがうかがえます(図2)。

【図2】商品券の効果はあつたか



本事業は地域に新たな消費を生み出しましたが、重要なのはこの効果を一過性で終わらせず、より良いお店づくりへの取り組みを継続していくことです。

商工会議所では、各種専門家による相談を随時受け付けています。販路や新規顧客の開拓に向けた取り組みなどをはじめ、経営革新を図りたいとお考えの方は、ぜひ一度、当所にお問い合わせください。