

『おかざき振興券』『おかざき建設券』事業実績報告

1. 名称：家康公四百年祭記念『おかざき振興券』・家康公四百年祭記念『おかざき建設券』
2. 目的：岡崎市内の消費需要を喚起し、事業所の売上向上や新規顧客確保等によって地域経済の活性化を目的とする『おかざき振興券』と『おかざき建設券』を発行。
3. 取扱登録：【振興券】 1, 296店舗（内大型店61店舗）
【建設券】 233事業所
4. 販売内容：【振興券】 発行総額9億6,000万円（80,000セット）
1セット10,000円（1,000円券×12枚）【プレミアム2,000円分】
※12枚綴り 共通券：8枚 専用券：4枚
【建設券】 発行総額4億4,000万円（8,000枚）
1枚50,000円（55,000円券）【プレミアム5,000円分】
5. 使用期限：振興券・建設券ともに平成27年12月31日（木）まで
6. 引換結果：【振興券】 岡崎商工会議所・岡崎市六ツ美商工会・岡崎市ぬかた商工会・岡崎信用金庫の本店、井田・岩津・岡崎南・福岡・美合・本宿・矢作各支店11か所にて引換
平成27年7月10日（金）～19日（日）
※応募総数：20,199通（WEB：12,583通/ハガキ：7,616通）
※有効総数：19,340通（138,256セット/16億5,907万円分）
※当選数：11,234通（80,000セット/9億6,000万円分）
※当選確率：58.1%（有効総数ベース）
※キャンセル繰上げ当選分：7月21日（火）～23日（木）岡崎商工会議所にて引換
※完売
【建設券】 全て岡崎商工会議所にて引換
第1次募集分：平成27年7月10日（金）～19日（日）
（未引換分：平成27年7月21日（火）～24日（金））
※引換676件（5,126枚）/申込684件（5,197枚）/136事業所
第2次募集分：平成27年8月11日（火）～21日（金）
※引換353件（2,280枚）/申込354件（2,290枚）/97事業所
第3次募集分：平成27年9月15日（火）～30日（水）
※引換102件（594枚）/申込194件（1,227枚）/67事業所
※第3次募集で発行枚数を上回ったため、厳正な抽選を行い購入権利者確定
※当選確率：件数ベース52.6%（枚数ベース48.4%）
※完売
7. 換金期間：平成27年7月21日（火）～平成28年1月29日（金）まで
※平成28年2月12日（金）まで期間延長にて対応。（本所のみ）
8. 換金場所：【振興券】 岡崎商工会議所および岡崎信用金庫の本店と岡崎市内全支店
【建設券】 岡崎商工会議所
9. 換金結果：【振興券】 9億5,892万円／9億6,000万円（換金率99.9%）
※換金件数：5880件
※全登録1,296店の内、1,103店にて利用（利用率85.1%）
※中小店（1,042店）5億4,420万7千円（占有率56.8%）
大型店（61店）4億1,471万3千円（占有率43.2%）
【建設券】 4億3,890万円／4億4,000万円（換金率99.8%）
※換金件数：1129件
※全登録233事業所の内、162事業所にて利用（利用率69.5%）
10. アンケート：結果（抜粋）
【振興券購入者：回収数6,243／発送数11,208件（回収率55.7%）】
※販売方法等運用面への評価は高かったが当選確率58.2%という結果からみれば発行額や購入上限など広く行き渡るように考慮すべきという意見が多数あった。
※利用期間が約6ヶ月に亘った為、食料品や衣料品など「普段の買物に使った」が81%に及んだが、「振興券の入手がきっかけで買物に使った」も19%あった。また、振興券利用の際に追加された直接的支出は平均で10%程度あり、間接的支出も含めた消費喚起策は地域経済の活性化に一定の効果があったと思われる。

【建設券購入者：回収数637／発送数1,115件（回収率57.1%）】

※販売方法等運用面への評価は高かったが第3次募集まで実施した結果からみれば、事前にもっと市民に周知すべきという意見が多数あった。

※「もともと必要な工事に使った」が76%で、「建設券の入手がきっかけとなった工事に使った」は24%となった。購入申込書の見積総額によると発行総額の約5倍となる21億8,708万円の工事目的に利用されたことから、会員事業所の売上向上とともに新規顧客誘引にも一定の効果があったと思われる。

	振興券購入者		建設券購入者	
	良かった	良くなかった	良かった	良くなかった
販売方法は？	93.9%	6.1%	90.4%	9.3%
券の使い易さは？	87.6%	12.4%	96.9%	2.8%
取扱店の対応は？	98.5%	1.5%	99.1%	0.6%
知り得た情報源は？ (複数回答:上位3位)	①市政だより 66.0% ②中日新聞折込チラシ 23.2% ③家族・知人 15.4%		①取扱事業所 52.3% ②市政だより 30.6% ③中日新聞折込チラシ 13.8%	
利用したお店／工事は？ (複数回答:上位3位)	①スーパー・百貨店 87.9% ②飲食店 26.4% ③衣料品店 23.2%		①リフォーム建築工事 41.9% ②設備工事 19.9% ③外構工事 12.4%	

【振興券取扱店：回収数919／発送数1292件（回収率71.1%）】

※取扱店の66.9%に効果があり、顧客とのコミュニケーション強化が図られるとともに売上増加や新規顧客開拓に一定の効果があったと思われる。

※企画運営面への評価は全体的に高かったが、発行自体を知らない顧客があり周知期間や方法を改善すべき意見や、換金に際する事務負担軽減を求める声のほか、少額商品を取扱う店では券種（千円券）の見直しを希望する意見などがあった。

【建設券取扱事業所：回収数183／発送数232件（回収率78.9%）】

※取扱事業所にとっては営業ツールとして契約に結びつける決定打の役目として、65.3%に効果があり、売上増加や新規顧客開拓に結びついたと思われる。

※企画運営面への評価は全体的に高かったが、既存の建設関連の補助金とは違い、券の流通自体に対する事務の簡素化や、申込期間を十分確保することなど改善を求める意見があった。一方で、継続的に実施を希望する意見も多数寄せられた。

	振興券取扱店			建設券取扱事業所		
	良かった	良くなかった		良かった	良くなかった	
お客様からの反応は？	86.2%	13.8%		79.9%	20.1%	
取扱登録方法は？	97.2%	2.8%		95.4%	4.6%	
公式WEBサイトは？	91.9%	8.1%		94.2%	5.8%	
券の扱い易さは？	81.2%	18.8%		79.5%	20.5%	
換金（精算）方法は？	85.4%	14.6%		85.5%	14.5%	
知り得た情報源は？ (複数回答:上位3位)	①事業者 26.7% ②岡崎商工会議所会報 24.9% ③市政だより 19.0%			①岡崎商工会議所会報 46.7% ②説明会案内（DM） 16.1% ③事業者 12.2%		
事業所への効果は？ (複数回答:上位3位)	効果があった：66.9% ↓ ①コミュニケーション強化 50.1% ②売上増加 40.8% ③新規顧客開拓 22.8%	効果はなかった：33.1%		効果があった：65.3% ↓ ①コミュニケーション強化 66.1% ②売上増加 39.4% ③新規顧客開拓 17.4%	効果はなかった：34.7%	
独自の告知や イベントの実施は？	実施した 24.7%	実施しなかった 75.3%		実施した 24.4%	実施しなかった 75.6%	
市内の消費拡大と 活性化策として効果は？	大いにあった 16.4%	多少あった 70.0%	なかった 13.6%	大いにあった 17.1%	多少あった 65.8%	なかった 17.1%
今後実施した場合は？	参加する 94.8%	参加しない 5.2%		参加する 92.1%	参加しない 7.9%	

11. 広報：①平成27年4月1日号の岡崎商工会議所会報・ホームページにて振興券取扱店・建設券取扱事業所の募集説明会開催を周知。
- ②平成27年4月1日より岡崎市六ツ美商工会・岡崎市ぬかた商工会にて振興券取扱店・建設券取扱事業所の募集説明会開催を周知。
- ③平成27年4月1日より岡崎商工会議所ホームページにて振興券取扱店・建設券取扱事業所の登録申込書を掲載、登録受付開始。
- ④平成27年4月14日より岡崎商工会議所・岡崎市六ツ美商工会・岡崎市ぬかた商工会にて振興券取扱店・建設券取扱事業所向け説明会を開催し事業概要を周知。
- ⑤平成27年5月1日号の岡崎商工会議所会報にて振興券・建設券の事業内容を周知。
- ⑥平成27年5月26日より公式ホームページを開設し振興券・建設券の事業内容を周知。
- ⑦平成27年6月1日号の市政だよりにて振興券・建設券の事業内容を周知、購入申込受付開始。(～6月17日)
- ⑧平成27年6月1日号の岡崎商工会議所会報にて振興券・建設券の購入申込開始を周知。
- ⑨平成27年6月1日より岡崎市六ツ美商工会・岡崎市ぬかた商工会・岡崎市役所・岡崎市各支所等の関係施設にてPRチラシ設置。
- ⑩平成27年6月1日の中日新聞折込チラシにて振興券・建設券の事業内容を周知。
- ⑪平成27年6月20日より建設券取扱事業所宛に建設券の第2次募集を周知。
- ⑫平成27年7月1日号の岡崎商工会議所会報にて経過報告と建設券の第2次募集を周知。
- ⑬平成27年7月2日の中日新聞西三河南部版にて建設券の第2次募集を周知。
- ⑭平成27年7月10日以降、振興券購入者に振興券取扱店一覧(冊子)を配布。
- ⑮平成27年7月30日より建設券取扱事業所宛に建設券の第3次募集を周知。
- ⑯平成27年8月1日号の岡崎商工会議所会報にて経過報告と建設券の第3次募集を周知。
- ⑰平成27年11月1日号の市政だよりにて振興券・建設券の使用期限の到来を周知。
- ⑱平成27年12月1日号の岡崎商工会議所会報にて使用期限と換金期限の到来を周知。
- ⑲平成27年12月4日に振興券取扱店と建設券取扱事業所に使用期限と換金期限の到来を文書にて周知。(振興券取扱店・建設券取扱事業所アンケート同封：郵送)
- ⑳平成27年12月7日に振興券購入者宛、12月8日に建設券購入者宛に使用期限の到来を文書にて周知。(振興券・建設券利用者アンケート同封：郵送)
- ㉑平成28年1月1日号の岡崎商工会議所会報にて換金期限の到来を周知。
- ㉒平成28年1月21日に換金期限の到来を文書にて再周知。(郵送)
- ㉓平成28年3月1日号の岡崎商工会議所会報にて経過報告と購入者向けアンケート結果を周知。

12. 事業評価：

登録店数については、振興券が前回2009年(1,108店)と比較して17%増の1,296店で、建設券も233事業所と想定を上回る登録があった。

販売については、振興券はハガキとインターネットを通じて申込を受付けた結果、期間内に発行総数を上回る申込があり、当選確率も58.2%と人気を博し完売。また、建設券は取扱事業所を通じて申込を受付けた結果、第3次まで募集に及んだが、完売に至った。

換金については、振興券は購入者へのDM効果もあり前回(99.7%)や県内他市と比較して高水準の99.9%の換金率となった。また、建設券は特殊事情による未使用案件が2件あったものの、99.8%の換金率(実質100%精算済)となった。

利用状況については、振興券は大型店では使用できない専用券を組み入れたため、前回(41.7%)と比較して2倍強の85.1%に当たる1,103店と広範囲に利用され、中小店と大型店の比率は中小店(56.8%)が大型店(43.2%)を上回った。また、建設券は取扱事業所の69.5%に当たる162事業所にて利用され、業種も多業種に亘った。

経済波及効果については、発行総額を新規需要額とみなした場合、振興券はプレミアム分を含めた総額9億6千万円に対し、14億3千万円と推計され、また、建設券はプレミアム分を含めた総額4億4千万円に対し、8億5千万円(新規需要額を工事見積総額とした場合は21億8千万円に対し、42億5千万円)と推計される。したがって、アンケート結果においても65%超の事業所が効果があったと回答し、また、次回実施した場合の参加意思が90%を超えるなどの高い評価を得たことからみても、岡崎市内の消費拡大と活性化策として地域経済への一定の効果があったと思われる。

なお、今後実施する場合には、情報格差を緩和するために、事業者と購入希望者の双方への周知期間については最低2か月以上(建設券においては工期が長い場合最低6か月以上)は設けることと、販売については、不公平感を緩和するために、総世帯数を考慮した数量の発行や1世帯当たりの販売上限数を精査する必要があると思われる。