

## 商店街等プレミアム商品券発行事業 活用事例集

- 令和2～4年度に本補助金を活用した商店街からいただいた、活用事例やご感想の声などをまとめました。事業実施の検討等に当たり、ご参照ください。
- なお、各問の一番下（二重線枠）の回答は、会員数40以下の商店街団体からいただいたものです。

### プレミアム商品券発行事業について

本事業を実施したきっかけは何でしょうか。

物価高騰やコロナ禍の影響がある中、プレミアム商品券は会員の店のみで使用できるため、販促につながり、顧客の新規獲得や固定化につなげるためです。

市内の近隣の商店街がプレミアム商品券を発行して大好評であったと聞いたので、自分たちでもやってみようと思ったからです。

コロナ禍でイベント実施が困難であったため、代替方法を検討していたところ、県の補助金があると知り、実施しました。

コロナ禍で来街者が激減したため、商店街の活気を取り戻す起爆剤としてプレミアム商品券事業を計画しました。

物価高やコロナ禍により、商店街が閑散となる中、飲食店を始めとしてダメージを受ける店舗が続出し、このままでは商店街は大変なことになると思い、会員で話し合い、実施することになりました。

県と市の補助金を併用することで、商店会の負担が大幅に軽減できたこともあり、初めての取組でしたが、会員の総意でやってみようということになりました。

隣接する商店会と連携して実施することで、スケールメリットを活かせること、事務負担の軽減も図れるため、3つの商店会で話し合い、初めての試みで不安もありましたが、実施することになりました。

飲食店の会員はコロナ禍のため思うように営業もできず、また、他業種の会員も国等からの支援が思うように受けられない状況で、会員に閉塞感が広がる中、商店街会員の結束力の強化に向けて、実施しました。

実施を決定するに当たり、会員からのどのような意見がありましたか(反対含む)。

令和3年度に実施したところ、顧客・会員からも大変好評だったため、令和4年度も継続して実施することが全会一致で決まりました。

近隣の商店街でプレミアム商品券を発行して賑わいが創出されていたので、会員から発行してみたらどうかとの提案がありました。

自治体発行のプレミアム商品券と同時進行だったため、反対意見がありました。

初めての取組でしたが、諸経費の自己負担分が発生するとしても、ぜひ参加したい、やってみたいとの声が圧倒的多数でした。

補助率が3/4で、しっかりとした広報も必要となるため、リスクが高いとの反対意見がありました。

実施に当たり、困った(大変だった)ことはありましたか。

初めての取組であったため、何もわからずデザインや販売方法など、全てが一からだったので大変でした。

プレミアム商品券の利用可能店舗数を増やすため、事務局が各店舗に働きかけを行うのが大変でした。

毎日商品券の換金に応じたため、現金の管理を含めて、事務局の換金作業が大変でした。

大多数の会員は実施に賛成でしたが、初めての試みだったこともあり、一部の会員からの反対があり、話し合いを重ね、理解を得るためにかなりの時間がかかったことが大変でした。

商店街の予算が少ない中で行わなければならなかったこともあり、実施に向けた意思決定を図ることが大変でした。

プレミアム商品券の発券に当たり、工夫した点や調整した点はありましたか。

印刷経費を抑えるため、インターネットで検索して、県外の印刷業者に発注しました。

商品券のデザインと印刷は地元の代理店に依頼し、プレミアム率は自治体発行のプレミアム商品券を参考に上限(30%)まで設定しました。

一部の大型店舗に使用が集中しないよう、「共通券」、「個店専用券」の2種類の券面をセットにして販売しました。

チラシ等のデザイン料などが高いので、商店会の全会員で考えました。プレミアム率は小さな商店街なのでインパクトを持たせるため上限の30%に設定しました。

プレミアム商品券事業を効果的に実施するため、工夫したことはありますか。

プレミアム商品券の販売と一緒にテイクアウト応援券(300円)をつけました。また、テイクアウトマップを作成して、飲食店を応援しました。

商品券販売のチラシの裏面に、商品券利用可能店舗MAPを作成し、配布しました。

例年実施しているクリスマスセールに併せて同時期に商品券が使用できるよう、券面の有効期間を設定しました。

全会員で話し合い、同時期に一齐に各店舗で大売出し・特売などイベントを実施しました。

会員の中で、プレミアム商品券を多く使用してもらえよう(売上が上がるよう)工夫した取組はありましたか。

事前に会員で話し合い、販売開始日前に取扱店舗予定の店舗前や町内掲示板にポスターを掲示することで、広く周知を図りました。

販売店舗の中には、顧客に対して積極的に声かけをした店舗もありました。

独自にチラシを作成して近隣住民へポスティングをしたほか、直接レジでの声掛けなどでアピールした店舗もありました。

プレミアム商品券を実施してみた地域住民・顧客・会員の反応はいかがでしたか。

商品券の販売会で、顧客から「次の販売予定は?」、「次回も期待しているよ」等、地域住民から多数の嬉しい声をいただきました。

顧客から「物価高の中、プレミアム分が付いた商品券は買い物にとっても助かった」、「今回だけでなく、今後も販売して欲しい」等、多数の嬉しい声をいただきました。

会員からは、新規顧客が「これまで行きたかったが少し高いなと思っていた店に行くことができ嬉しかった」と言われて、商品券事業の反響が大きいことを実感したとの報告を受けました。

会員からは、これまで来店のなかった新規顧客の獲得につながり、リピートして来店してくれるようになったとの報告を受けました。

顧客から事務局に、以前商店街独自で実施したときよりプレミアム率が高く嬉しいとお電話がありました。

CS(顧客満足度)は高かったが、すぐに売り切れたため購入し損ねた方から不満の声がありました。利用可能店舗からはおおむね好評でした。

かなり好評で、もっと商品券の発行数を増やしてほしい等 高評価をいただきました。

会員から、これまでほとんど来店がなかった若い子育て世代層がプレミアム商品券のおかげで多く来店してくれるようになり大満足だったとの報告を受けました。

どのように広報を実施しましたか。

ポスターを作成して商店街中に貼り、ツイッターやホームページで告知しました。

商店会のホームページ、チラシの新聞折込、ポスターの掲示、町内会の回覧を行いました。

広告宣伝費の補助の範囲内で、どのような広報手法が効果的なものとなるかをよく話し合い、チラシ・ポスターは最小限にして、地域紙への掲載や新聞折り込みを利用することで、商品券の販売会の終了予定時間を待たずに、完売することができました。

手作りチラシを作成し近隣へポストイングしました。また、店舗でのチラシ手渡しや店頭ポスター設置、銀行にもポスター設置にご協力をいただきました。

事前に会員で話し合い、販売開始日前に取扱店舗予定の店舗前や町内掲示板にポスターを掲示することで、広く周知を図りました。

## 今後の取組について

プレミアム商品券発行事業を継続していきたいですか。

是非、続けたいです。

今年も実施したいと考えています。

次回のプレミアム商品券販売時には、クーポン券やスタンプラリーなど各店舗の顧客が他の店舗へ来店につながるような仕掛け作りをしていきたいです。

次回は、近隣の複数の商店街と連携して、大規模に実施したいです。

今後、商店街で力を入れていきたいことはありますか。

プレミアム商品券の継続実施、会員情報のIT化、ペーパーレス化などがあります。

お祭り、ハロウィン、JA 直販 & フリーマーケットなどを計画していましたが、コロナ禍で困難な状況です。SNS や LINE オープンチャットなどで集客に注力していきたいです。

今後も感染症対策は徹底していき、安心して買い物に来られる商店街を目指します。今、商店街はかなりコロナの影響で店舗を閉める会員も多くなってきました。このシャッター商店街に出店する事業主を募り、活気を取り戻していきたいです。

## その他

総合的に「よかった点」や「気になる」点はありましたか。

自治体発行プレミアム商品券のプレミアム率が 30%で、今回実施したプレミアム率が 20%であったため魅力がないと思いましたが、予定より早く販売を終了することができました。

会員の約半数が参加するイベントを開催できました。購入できた顧客の満足度は高かったですが、商店街の新規顧客獲得は困難に感じました。

3日間に分けて販売を行いましたが、一時間以内に全て販売できました。商店街会員一同一つにまとめることが出来ました。

お客様に本当に喜ばれました。年末の歳末セール等、消費喚起が見込まれる中で相乗効果が生まれました。

商品券がすぐに売り切れてしまい、地域住民からお叱りを受けました。もっと大規模に開催して欲しいと住民からご意見がありましたので、今後の課題にしたいと思います。

今後事業を検討している商店街へのメッセージがあればお願いします。

商品券の販売は、継続することで商店街の魅力や売り上げが繋がりました。銀行金利を考えれば、プレミアム率 10%でも魅力的です。20~30%でなくても、実施していこうと考えています。

自治体発行の地域振興券が浸透している中、商店街のプレミアム商品券を発行する事業は、会員にもお客様にも伝わりやすいイベントです。コロナ禍で様々なイベントの開催が難しい中、感染リスクの少ないイベントとしておすすめです。

来年は商店街独自のイベントなど、昔からの祭りの再開を心待ちにしているお客様もいるので、コロナの状況を見ながら、商品券事業も並行して実施していきたいと思っています。

初の試みであったため、役員の中でも実施に後ろ向きな声が多い雰囲気の中、役員会に県の担当者が説明に来てくれて、実施のメリット・デメリットの説明や効果的な実施のためのアドバイスをしてくれたこともあり、実施してみたところ、地域の顧客からの想定以上の反応がありました。事業終了直後には、大多数の会員から「是非、次回は発行規模を拡大してやろう」と持ち掛けられていて、困っているくらいです。県内の他の商店会にも、「是非、試しにやってみれば良いのでは」とお伝えしたいです。

プレミアム商品券発行事業の実施方法や申請の手続きなど、ご不明点等ございましたらお問合せください。



神奈川県産業労働局中小企業部商業流通課商業まちづくりグループ

〒231-8588 神奈川県横浜市日本大通 1

電話：(045)210-5612(直通)