

令和6年度 第3回消費喚起クーポン券事業 参加店向けアンケート結果について

**鶴岡市消費喚起対策事業実行委員会
令和7年9月**

実施概要

本事業の効果を評価・分析するため、参加店 987 店舗を対象としたアンケート調査を実施しました。

(1) アンケートの実施方法

- ・ 調査実施期間 令和7年5月20日～令和6年6月20日
- ・ 調査対象 参加事業者867者（987店舗）
- ・ 回答状況 381事業者より回答（回答率43.9%）
- ・ 調査方法 メール、FAXによりアンケート送付・HPでの告知
（未回答事業者に対し、FAXにて協力再依頼）
- ・ 回答方法 アンケートに付された二次元コードからの
オンライン回答、郵送またはFAXにより回答

(2) アンケート結果概要

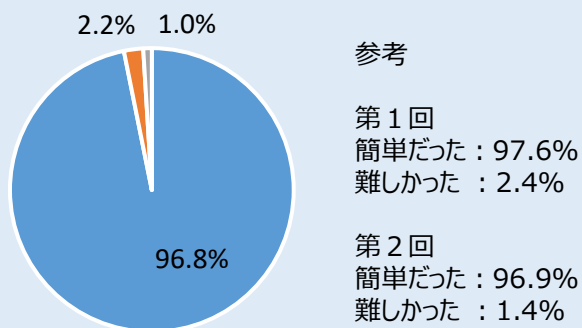
- ・ 6割の事業者が「消費喚起クーポン券事業は消費喚起効果があった」と感じている。
- ・ 約半数の事業者が、実際に売り上げ増化に繋がっていると回答。
- ・ 約3割の事業者が新規来店者数が増えたと回答。
- ・ 第1回、第2回事業と同様の手法で事業実施を希望する事業者が7割以上となった。

回答結果 1

問1 本クーポン券事業に関するそれぞれの対応について、感想をお聞かせください。

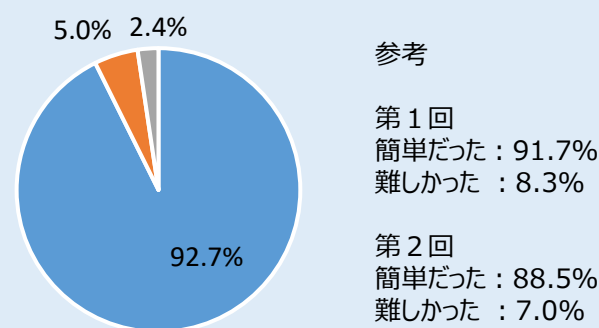
A) 実施方法については、概ね「簡単だった」との回答でした。

問1-1 参加手続きや利用準備について



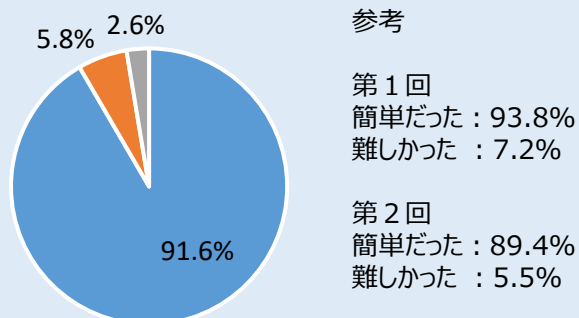
■ 簡単だった 398 ■ 難しかった 9 ■ 無回答 4

問1-2 レジ業務・精算手続きについて



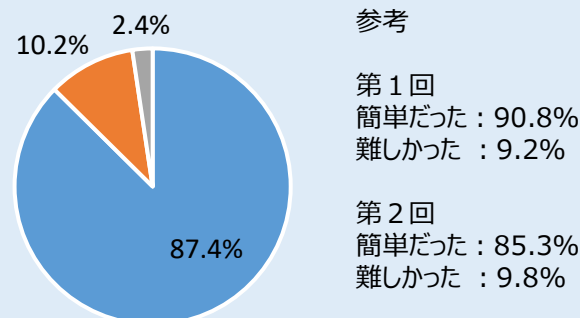
■ 簡単だった 353 ■ 難しかった 19 ■ 無回答 9

問1-3 換金手続きについて



■ 簡単だった 349 ■ 難しかった 22 ■ 無回答 10

問1-4 売上管理について

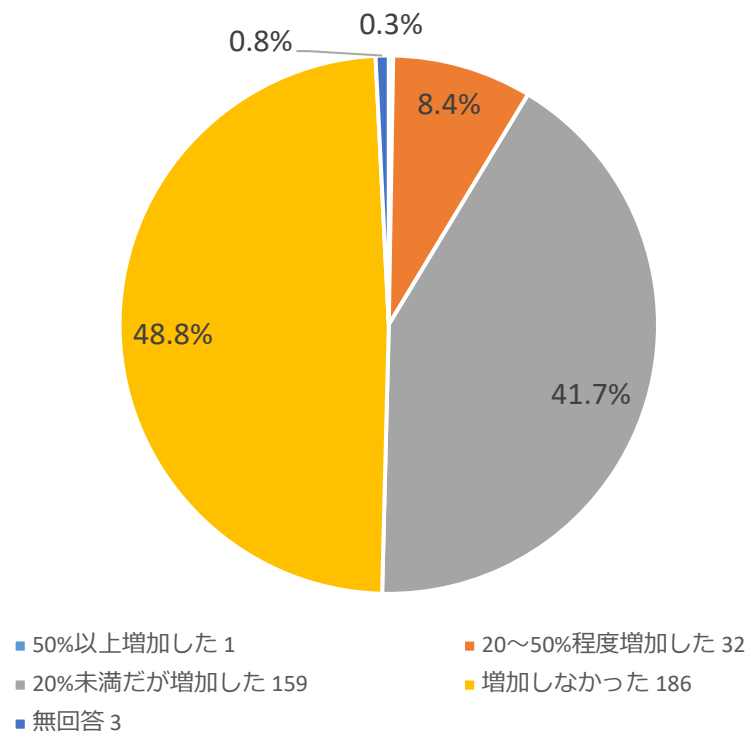


■ 簡単だった 333 ■ 難しかった 39 ■ 無回答 9

回答結果 2

問2 本クーポン券事業によりどのくらい売り上げが増加しましたか。

A) 約半数が「増加した」と回答しています。

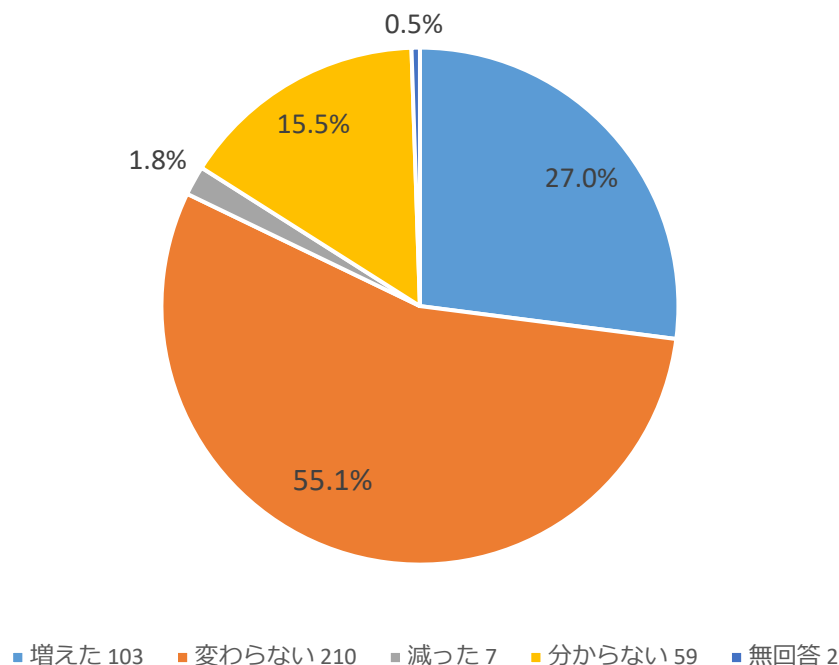


参考 第1回 50%以上増加 0.2% 20~50%程度増加 12.7% 20%未満だが増加 44.1% 増加しなかった 43%
第2回 50%以上増加 0.0% 20~50%程度増加 6.5% 20%未満だが増加 43.4% 増加しなかった 48.9%

回答結果 3

問3 新規のお客様の来店(決済数)は、クーポン券事業を始める前と比べ変化しましたか。

A) 約3割が「増えた」と回答しています。



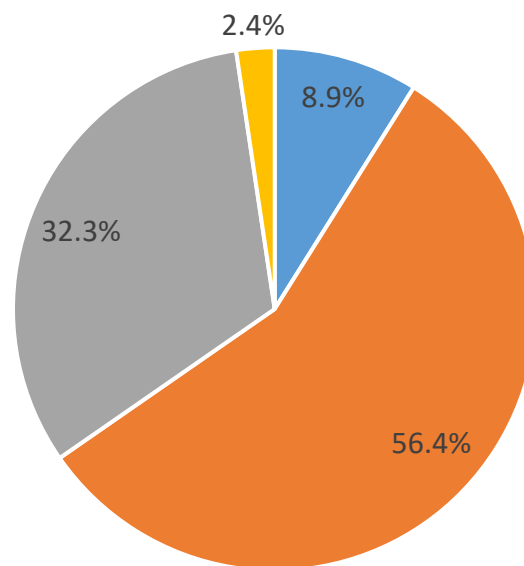
参考 第1回 増えた32.6% 変わらない54.9% 減った0.5% 分からない12.1%

第2回 増えた27.6% 変わらない58.5% 減った1.0% 分からない11.9%

回答結果 4

問4 本クーポン券事業は消費喚起効果があったと思いますか。

A) 「大いに効果があった」「効果があった」が、約65%を占めています。



■ 大いに効果があった 34 ■ 効果があった 215 ■ 効果はなかった 123 ■ 無回答 9

参考 第1回 大いに効果があった11.9% 効果があった65.4% 効果はなかった22.7%
第2回 大いに効果があった 8.0% 効果があった56.2% 効果はなかった33.5%

回答結果 5

(問5) 本クーポン券事業の良かった点や改善点がありましたら教えてください。(自由記載)

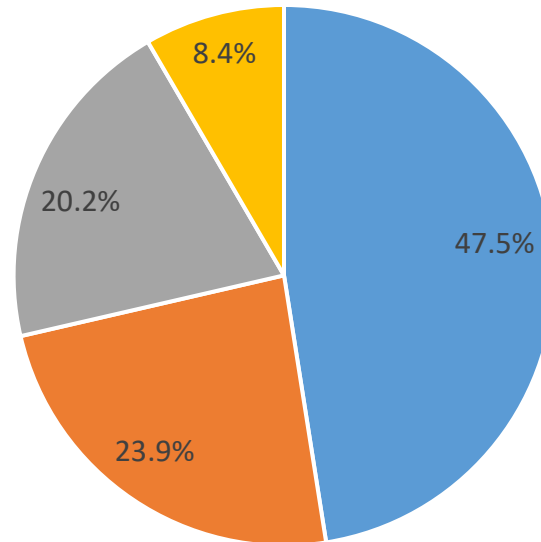
A) 事業に対しての感想を集約した結果、以下の通りとなりました。

良かった点		改善点	
新規のお客様が増えた。	9	共通券のみにしてほしい。	33
事務手続きが簡単だった。	5	電子版にしてほしい。	15
良かった。続けてほしい。	5	換金を早くしてほしい。	10
売上が増えた。	4	商品券にしてほしい。	9
クーポン券事業が浸透してきて対応が楽だった。	4	事務手続きが面倒だった。	8
客単価が上がった。	3	1人当たりの金額が少ない。	8
実施方法がわかりやすかった。	2	閑散期に実施してほしい。	4
全市民に公平に配布で良かった。	2	業態への偏りを感じた。	4
飲食券で効果があった。	1	効果が感じられない。	4
紙のクーポン券で良かった。	1	実施期間を長めにしてほしい。	3
クーポン券事業はありがたかった。	1	利用開始日を入れてほしい。	3
使いやすい単価であった。	1	利用金額を下げてほしい。	3
その他	1	その他	13

回答結果 6

問6 第一回、第二回に引き続き、クーポン券（割引券）の方式で実施しました。
今後消費喚起事業を実施する場合、どのような方式がよいと思われますか。

A) 今回と同様に、「クーポン券」及び「プレミアム付き商品券」を希望される店舗が、7割以上を占めました。



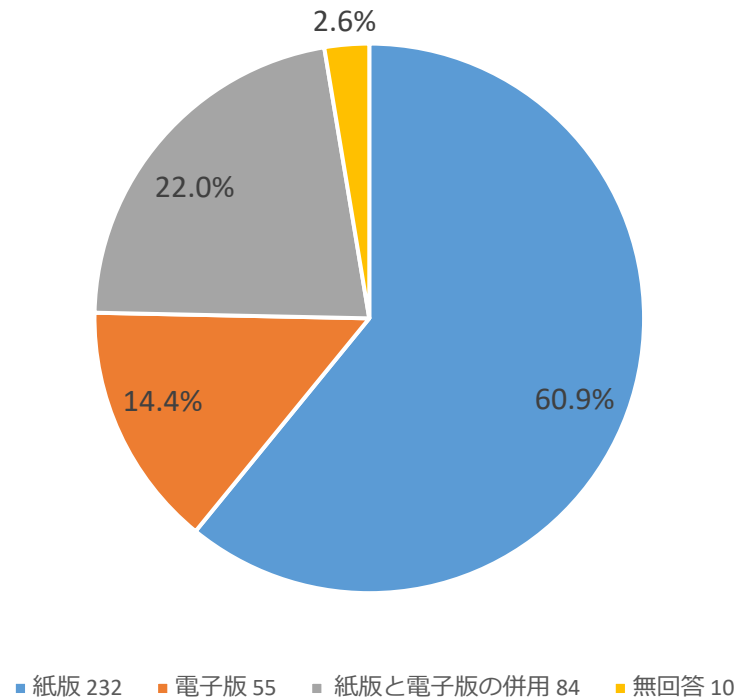
■ クーポン券 181 ■ プレミアム付き商品券 91 ■ 既存のペイメントの活用 77 ■ その他 32

参考 第1回 クーポン券55.5% プレミアム付き商品券28.0% 既存のペイメント等の活用11.1% その他5.4%
第2回 クーポン券47.2% プレミアム付き商品券27.2% 既存のペイメント等の活用17.6% その他8.0%

回答結果 7

問7 今回のクーポン券事業も紙版のみで実施しました。今後、同様の取組を行う場合、どのような方式がよいですか。

A) 今回と同様に、「紙版」での実施を希望される店舗が6割以上を占めました。

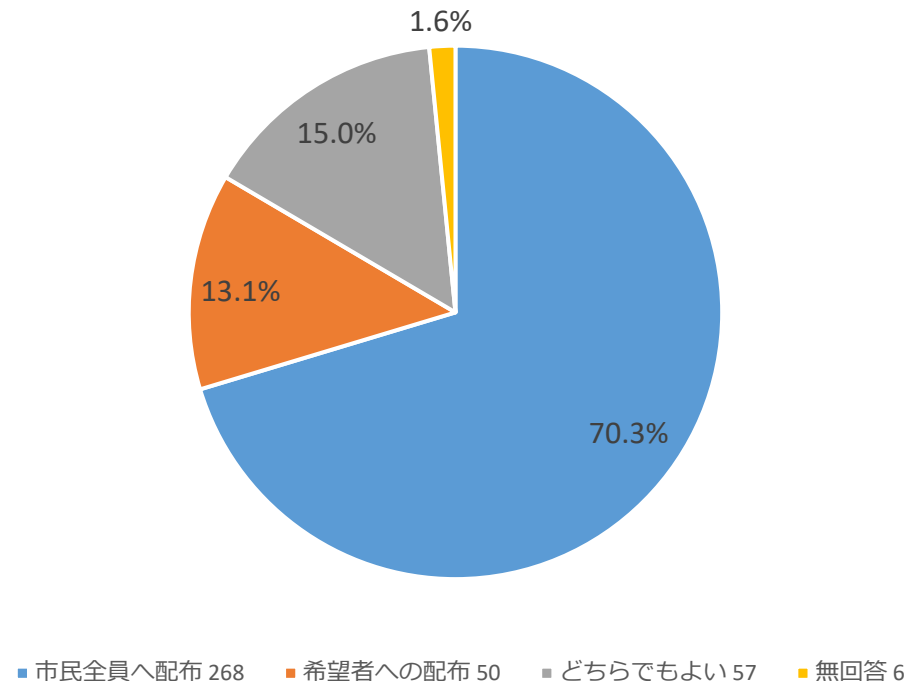


参考 第1回 紙版62.2% 電子版15.5% 紙版と電子版の併用22.3%
第2回 紙版56.9% 電子版14.7% 紙版と電子版の併用25.4% 無回答3.1%

回答結果 8

問8 第一回、第二回に引き続き、クーポン券を市民全員へ配布する方式としました。今後、消費喚起事業を実施する場合、どのような方式がよいと思われますか。

A) 今回と同様に、「市民全員へ配布」での実施を希望される店舗が7割以上を占めました。



参考 第1回 市民全員への配布77.1% 希望者へ配布9.6% どちらでもよい13.3%

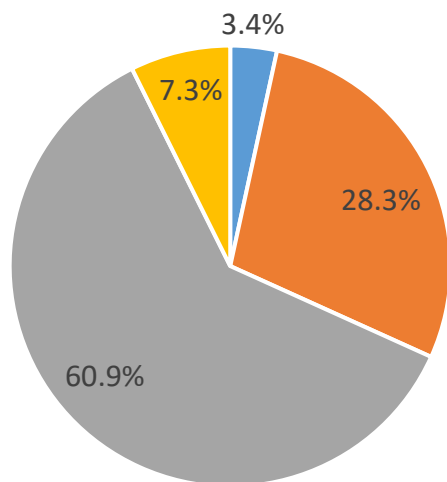
第2回 市民全員への配布70.8% 希望者へ配布12.5% どちらでもよい14.1% 無回答2.7%

回答結果 9

問9 本クーポン券事業の期間中に、誘客や販売促進に係る経費の一部を補助する「連携事業補助金」についてお伺いします。

A) 「知らなかった」「検討したが活用しなかった」が90%ほどであった。

問9-1 連携事業補助金の活用は検討したか



参考

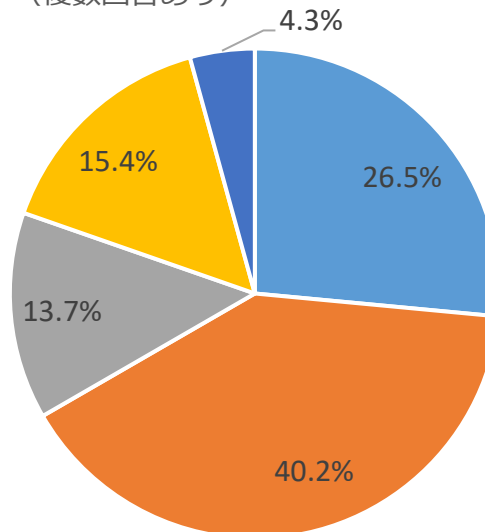
第1回
 活用した : 5.5%
 活用しなかった : 26.8%
 知らなかった : 67.7%

第2回
 活用した : 3.9%
 活用しなかった : 26.2%
 知らなかった : 65.0%
 無回答 : 4.9%

- 活用した 13
- 検討したが活用しなかった 108
- 補助金があることを知らなかった 232
- 無回答 28

問9-2 [検討したが活用しなかった]理由を教えてください

(複数回答あり)



- 販売促進等をしなくてもよかったため 31
- 複数の事業者での実施が面倒・手間がかかるため 47
- 補助金の内容が不十分だったため 16
- 自前で行った販売促進等だけで充分だったため 18
- その他 5

回答結果 10

問10 原油・原材料価格の高騰による影響について教えてください。（第2回～）

問10-1 生じているマイナスの影響について（複数回答あり）

	第2回		第3回	
収益の圧迫	313	37.0%	218	36.2%
関連商品(原料等)の値上がり	402	47.5%	290	48.1%
商品の欠品	57	6.7%	40	6.6%
雇用の維持が困難	65	7.7%	42	7.0%
高騰の影響は無い	10	1.2%	0	0.0%
その他・無回答	0	0.0%	13	2.2%
計	847	100.0%	603	100.0%

問10-2 コスト上昇分のうち、価格転嫁の状況について

	第2回		第3回	
価格転嫁できていない	160	32.7%	140	36.7%
コスト上昇分の一部について価格転嫁できている	276	56.4%	200	52.5%
コスト上昇分の全てについて価格転嫁できている	24	4.9%	25	6.6%
高騰の影響は無いため必要ない	8	1.6%	0	0.0%
その他・無回答	21	4.3%	16	4.2%
計	489	100.0%	381	100.0%

問10-3 価格転嫁以外に講じている対策について（複数回答あり）

	第2回		第3回	
諸経費の削減	317	37.2%	234	35.6%
省エネ対策	161	18.9%	100	15.2%
仕入・調達先の変更	128	15.0%	99	15.1%
商品・製品の見直し	189	22.2%	152	23.1%
特になし・その他	57	6.7%	72	11.0%
計	852	100.0%	657	100.0%