

## 商店街等プレミアム商品券発行事業 活用事例集

- 令和2年度に当該補助金を活用した商店街から、活用事例やご感想などをいただきました。今後の事業実施に当たり、ご参考にしてください。
- なお、各問の一番下（二重線枠）の回答は、小規模の商店街からの回答です。

### 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。

毎年、商品券を発行していますが、さらにコロナ禍で消費が落ち込んでいたので、販促として販売をしました。

プレミアム商品券は、会員の店のみで使用でき販促につながり、顧客の固定化につながるためです。

コロナ禍でイベント実施が出来ないので、商店街活動の一部として、会員に認識してもらうためです。

商店街としての大きなイベントの一つだったため。（お祭り・ハロウィン・商品券）既存顧客のCS（顧客満足度）向上と新規顧客獲得のため実施しました。

年配のお客様が多く来る商店街は緊急事態宣言等により外出ができず、商店街が閑散となります。飲食店の休業、学校・保育園の給食の減少でダメージを受ける店舗が続出し、このままでは弱い、体力が少ない商店街は大変なことになると思い、申請しました。

実施することに対して、会員からの意見はありましたか（反対含む）。

令和元年度でも商店街独自で実施しており、令和2年度も継続して実施して欲しい声がありました。

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。

ぜひ参加したい。やってみたいとの声がほとんどでした。

取り組むに当たって困った（大変だった）ことはありましたか。

緊急事態宣言が発出するかもしれない不安。コロナ禍での販売なので、ビニールシートで仕切りを作成するなど、これまで商店街独自で実施した時の販売と比べ、多くの準備が必要だった。

プレミアム商品券の利用可能店舗数を増やすことが大変でした。

初めての取り組みなだけに、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。

商店街の予算も少ない中で行わなければいけなかったこと、コロナ禍で集まることも難しい中での開催は大変でした。

どのような新型コロナウイルス感染拡大防止の対策を講じましたか。(販売や換金の対策、参加店舗への注意呼びかけ等)

商品券売り場に消毒薬を置き、除菌してもらい、列が並んでしまう場合はラインを引いてソーシャルディスタンスをとれるようにしました。

参加店へ LINE コロナの登録を呼びかけるとともに、売り場にビニールシートで仕切りを作りました。

商品券販売所を複数設けて、密を避けました。また、商品券を冊子状にしてオペレーションを簡易化し、商品券販売時におまけとしてアルコール除菌スプレーを配布しました。

各店舗と販売場所に手指消毒用アルコールを設置し、商品券の販売員はマスクにフェイスシールド着用、並ぶ列は間隔線をテープで貼り、密にならないよう配慮して引換券を渡しました。

プレミアム商品券の印刷についての調整内容はありましたか。(デザインは誰がしたか・印刷業者はどのようにして見つけたのか・プレミアム率はどのようにして決定したか等)

以前より商店街に出入りしている印刷業者さんへお願いしました。

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。

デザイン料など高いので、商店会会員のみなさんで考えました。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%にしました。

プレミアム商品券を実施するとともに何か商店街の事業に絡めて実施しましたか。(商店街マップを一緒に渡した、歳末セールを同時期に開催)

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。

商品券利用可能店舗MAPを作成し配布しました。

商店街マップを渡しました。また各店舗で大売出し、特売などイベントを行いました。

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。

会員に協力してもらい、事前に告知をしてもらいました。

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や会員の反応はいかがでしたか。

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、喜んでいました。

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。

広報としてどのようなことを実施しましたか。

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。

ポスターの作成と顧客への声掛けを実施しました。

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

## 今後の取組について

プレミアム商品券発行事業を今後も続けていきたいですか。また、他にも実施したい（続けていきたい）取組はありますか。

続けたいです。

今年も実施したいと考えています。

是非とも利用したい。次回は、複数の商店街で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力を入れていきたいです。

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店舗を出す方たちを集め活気を取り戻したいです。

## その他

具体的なエピソードで話せるものがあれば教えてください。

ペーパーレス化について、会員に情報共有するのに手段がなく、未だ紙に印刷をして配っている状況です。LINEやメールなどを使って一斉に周知する方法があれば利用したいです。

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をしていきたいです。

3日間の分散販売を行いました。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まることができました。

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、今回の20%のプレミアムでは魅力がないと思ったが、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。

良かった点: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活用ができて助かりました。

気になる点:緊急事態宣言だった時に実施し、飲食店の参加が苦しかったです。また、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。

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上げが繋がると考えています。

地域振興券自体が、かなり市民権を得ている販促のため、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やっていきたいと思っています。

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い合わせくださるようお願い申し上げます。



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)