

## 商店街等プレミアム商品券発行事業 活用事例集

- 令和2、3年度に本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。今後の事業実施の検討等において、ご活用ください。
- 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。

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。

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。

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。

飲食店の会員は休業・時短営業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。

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、このままでは商店街は大変なことになると思い、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2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3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。

令和2年度に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、販売するには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。

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。

緊急事態宣言が発出するかもしれない不安感がありました。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。

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。

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)

商品券販売会場に手指消毒用アルコールを設置し、ラインを引いてソーシャルディスタンスが保たれる工夫しました。また、販売日を複数日に設定しました。

商品券販売会場に手指消毒用アルコール・検温機器、ビニールシートの仕切りを設置しました。

商品券販売所を複数箇所に設けて、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。

デザイン料など高いので、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。

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・顧客・会員の反応はいかがでしたか。

商品券の販売会で、「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。

会員からは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。

顧客からは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。

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。

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。

ホームページ、チラシの配布の他、地域紙に記事を掲載してもらいました。

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。

## 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りました。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。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。

緊急事態宣言だった時に実施したため、飲食店の参加が少なくなりました。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ので、今後の課題にしたいと思いません。

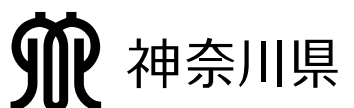
今後事業を検討している商店街へのメッセージがあればお願いします。

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して事業は、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します。

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。

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

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)