

「2021杉並区プレミアム付商品券事業」の実施結果について

令和3年度に東京都生活応援事業補助金を活用して実施した「2021杉並区プレミアム付商品券事業」の結果について、以下のとおり報告します。

1 事業の目的

本事業は、コロナ禍の影響を受けている区民の生活を応援するとともに区内商店等を幅広く支援することを目的として実施した。

2 事業の概要

(1) 商品券の発行

区 分	デジタル商品券(注)	紙商品券
発行規模	15万セット(額面総額9.75億円)	5万セット(額面総額3.25億円)
	・額面総額 合計13億円	
販売価格等	1セット5,000円 ・6,500円分使用可能(プレミアム率30%。紙商品券は、東京都補助による25%に区独自で5%を加算) ・紙商品券は500円券×13枚綴り	
購入限度額等	1人25,000円(5セットまで) ・デジタル商品券は1円単位で使用可能 ・紙商品券は500円未満のお釣りに対応不可	
購入申込方法	特設サイト(6/1(火)開設)から申込 ・申込期間6/14(月)～7/12(月) ・追加申込期間8/3(火)～8/19(木)	はがきにて申込 ・申込期間6/14(月)～7/8(木)
使用期間	7/30(金)～10/31(日)	
区民周知	特設サイト(6/1～)、区HP・SNS(6/7～)、ポスター(区施設・掲示板等6/14～)、チラシ(区施設・駅広報スタンド等6/14～)、広報すぎなみ(6/15号、8/1号)	

(注) デジタル商品券は、取扱店舗に備え付けた2次元コードを購入者がスマートフォン等で読み込んで使用する方式

(2) 商品券の取扱店舗

区 分	内 容
対象店舗	区内で小売業、飲食業、サービス業等を営む店舗・事業所 (面積500㎡以上の大型店舗を除く)
取扱店舗の募集	・募集期間 5/24(月)～6/30(水) ※7/1(木)以降も随時募集 ・申込方法 特設サイト又は郵送・FAXで申込 ・募集説明会 4会場で計6回開催(6/9(水)・6/15(火)産業振興センター、6/17(木)永福和泉地域区民センター、6/21(月)区役所(2回)、6/23(水)井草地域区民センター) ・コールセンター 5/24(月)～11/30(火) ・杉並区商店会連合会に店舗募集周知を委託(5/31(月)～7/9(金))
商品券の換金	・デジタル商品券は8月から10月まで月6回、11月に1回の換金 ・紙商品券は8月から12月まで月2回の換金

3 実施結果

(1) 商品券の申込数

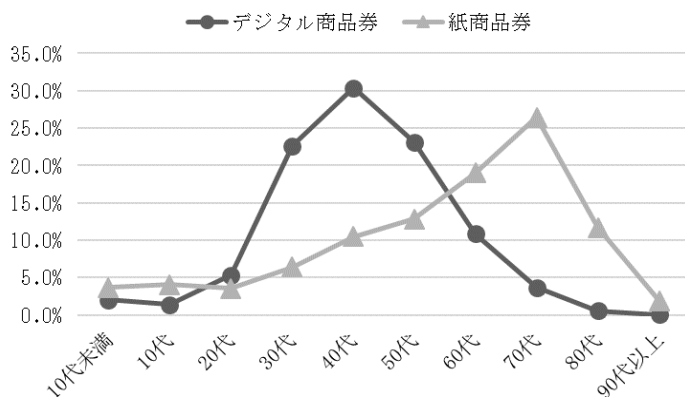
①地域別申込割合

		区内							区外		合計	申込率※
		高円寺	阿佐谷	荻窪	西荻窪	井草	方南・和泉	高井戸	都内	都外		
デジタル商品券	人数	4,660	4,960	6,946	4,290	2,759	2,100	4,385	1,912	227	32,239	98.6%
	申込セット数	20,915	22,887	33,043	19,853	12,544	9,046	19,571	8,616	1,440	147,915	
	地域別割合	14.5%	15.4%	21.5%	13.3%	8.6%	6.5%	13.6%	5.9%	0.7%	100.0%	
紙商品券	人数	1,641	1,819	2,468	1,340	950	761	1,324	212	23	10,538	91.0%
	申込セット数	7,146	7,989	10,570	5,865	4,049	3,178	5,626	955	104	45,482	
	地域別割合	15.6%	17.3%	23.4%	12.7%	9.0%	7.2%	12.6%	2.0%	0.2%	100.0%	

※申込率：発行規模(デジタル商品券 15万セット、紙商品券 5万セット)に対する申込セット数の割合

○幅広く周知を行った結果、区内全域からほぼ万遍なく申込があった。

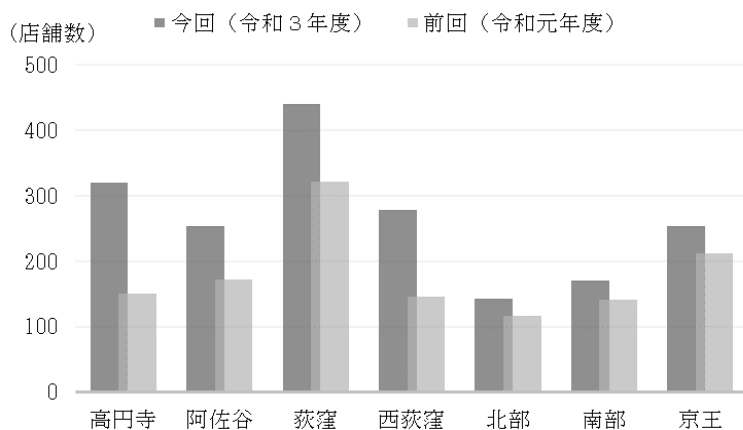
②年齢別申込割合



○デジタル商品券は30～50代、紙商品券は60～70代を中心に申込があり、デジタル弱者への配慮として、紙商品券を発行したことは有効であった。

(2) 取扱店舗数

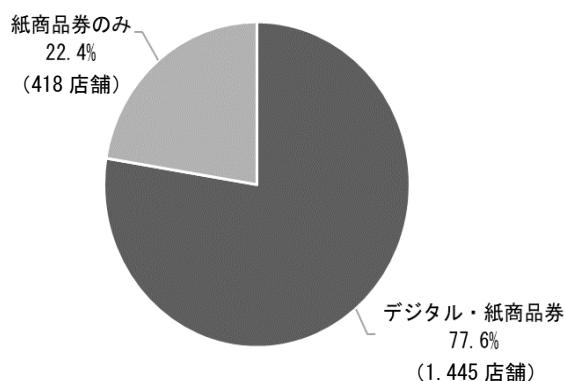
①地域別店舗数 (令和元年度プレミアム付商品券事業との比較)



○取扱店舗数は、令和元年度に実施した商品券事業と比べて、全地域において増加した。

※高円寺、阿佐谷、荻窪、西荻窪… J R各駅周辺
 北部…西武新宿線(下井草駅～上井草駅の各駅)周辺
 南部…方南町駅周辺
 京王…京王井の頭線(永福町駅～三鷹台駅の各駅)及び
 京王線(代田橋駅～八幡山駅の各駅)周辺

②紙商品券のみの取扱店舗の割合



○紙商品券のみの取扱いとなった主な理由は、「レジが対応していない」や「デジタルに抵抗感がある」、「現金決済を用いる顧客が多い」、「現場スタッフによる対応が困難」であった。

③業種・地域別店舗数

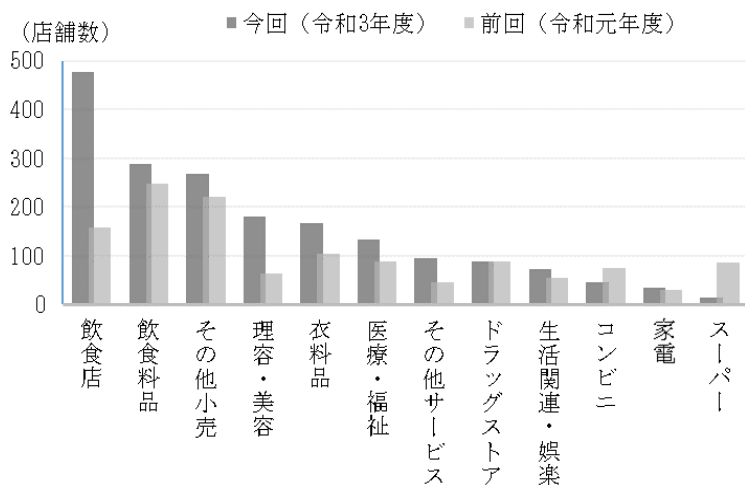
	高円寺	阿佐谷	荻窪	西荻窪	北部	南部	京王	合計	割合
飲食店	107	73	90	69	35	42	60	476	25.6%
飲食料品	25	49	94	37	22	33	29	289	15.5%
その他小売※1	41	41	68	52	17	18	30	267	14.3%
理容・美容	29	19	37	29	12	12	43	181	9.7%
衣料品	44	24	51	19	4	10	14	166	8.9%
医療・福祉	17	17	22	27	11	13	26	133	7.1%
その他サービス※2	14	6	21	15	17	9	13	95	5.1%
ドラッグストア	14	7	26	8	9	8	16	88	4.7%
生活関連サービス・娯楽※3	10	9	17	11	7	11	8	73	3.9%
コンビニ	11	6	6	7	2	8	5	45	2.4%
家電	5	4	7	4	4	4	7	35	1.9%
スーパー	3	3	2	1	2	2	2	15	0.8%
合計	320	258	441	279	142	170	253	1,863	100.0%
割合	17.2%	13.8%	23.7%	15.0%	7.6%	9.1%	13.6%		100.0%

※1 その他小売…書籍、眼鏡、雑貨など

※2 その他サービス…習い事、ペット、マッサージなど

※3 生活関連サービス・娯楽…クリーニング、写真、旅行など

<業種別店舗数（令和元年度プレミアム付商品券事業との比較）>



○令和元年度に実施した商品券事業と比べて、飲食店や理容・美容の店舗数が大幅に増加した一方、大型店舗（500㎡以上）を対象外としたため、スーパーの店舗数は減少した。

(3) 換金状況

① デジタル商品券と紙商品券の換金率

デジタル商品券		紙商品券		合計	
換金額	換金率	換金額	換金率	換金額	換金率
753,549,423円	99.83%	254,681,000円	99.32%	1,008,230,423円	99.70%

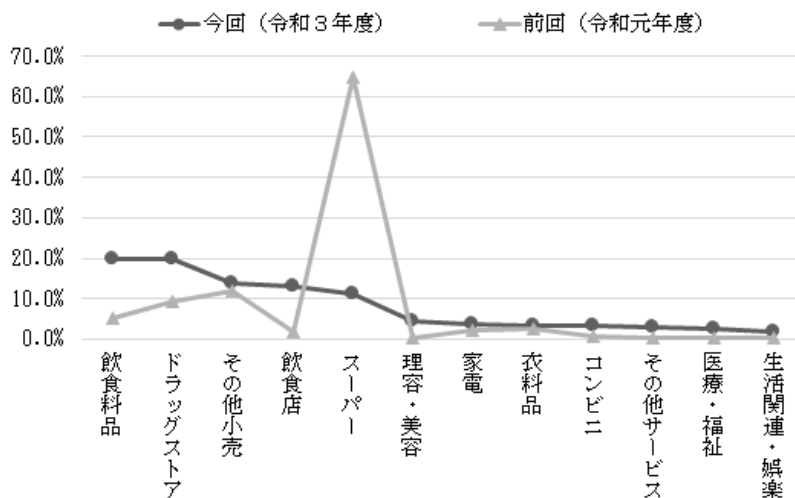
○デジタル商品券及び紙商品券の換金率は、令和元年度に実施した商品券事業(換金率99.1%)を上回るものとなった。

② 業種別換金状況

	換金額	換金額割合	店舗数	1店舗当たりの平均換金額
飲食料品	¥200,254,737	19.9%	289	¥692,923
ドラッグストア	¥199,140,253	19.8%	88	¥2,262,957
その他小売	¥139,317,854	13.8%	267	¥521,790
飲食店	¥133,160,401	13.2%	476	¥279,749
スーパー	¥114,300,941	11.3%	15	¥7,620,063
理容・美容	¥44,432,550	4.4%	181	¥245,484
家電	¥38,107,028	3.8%	35	¥1,088,772
衣料品	¥34,775,353	3.4%	166	¥209,490
コンビニ	¥34,355,885	3.4%	45	¥763,464
その他サービス	¥28,359,952	2.8%	95	¥298,526
医療・福祉	¥24,916,540	2.5%	133	¥187,342
生活関連サービス・娯楽	¥17,108,929	1.7%	73	¥234,369
合計	¥1,008,230,423	100.0%	1,863	¥541,186

○業種別換金状況では、主にスーパー、ドラッグストア、コンビニのほか、飲食料品及びその他小売が堅調であった。

<業種別換金額割合(令和元年度プレミアム付商品券事業との比較)>



○令和元年度に実施した商品券事業と比べて、スーパーの換金額割合が大きく減少した一方、飲食料品や飲食店の換金額割合が増加した。

(4) 実施結果のまとめ

- 区内全域の幅広い世代から申込があったことや、飲食店をはじめとする様々な業種から1,863店舗の参加があったことに加え、約3か月の短期間に約10億1千万円分の商品券が区内店舗で利用されたことなどから、事業の目的であるコロナ禍における区民の生活応援と区内商店等の支援をスピード感を持って実施することができたものとする。
- コロナ禍における新しい生活様式への対応として採用した2次元コード方式のデジタル商品券については、各取扱店舗から「導入が容易であった」、「換金手続きが不要で、迅速な換金がなされた」、「レジ作業の時間短縮につながった」、「新たな顧客の獲得につながった」など、総じて肯定的な意見が寄せられた。また、ポイント還元ではなく、独自に2次元コード方式のデジタル商品券を採用したことにより、紙商品券との重複利用や還元ポイントの区外店舗での利用を防ぐとともに、ポイント還元の場合に生じる可能性のある決済手数料等の店舗負担がなく実施することができたことも今回のデジタル商品券のメリットである。
- デジタル商品券と併用して、区独自に5%のプレミアム率を加算し、デジタル商品券と同一の30%のプレミアム率を付けた紙商品券を発行したことは、デジタル弱者への配慮として有効な手段であった。
- 一方で、取扱店舗一覧が商品券購入の申込開始時点(6/14(月))で特設サイトに掲載されていなかったこと(特設サイトでは6/25(金)から掲載)や、事業の途中で各店舗の事情によりデジタル商品券の取扱いを中止した店舗の情報が特設サイトに反映されていなかったこと等に対して利用者から苦情が寄せられた。そのため、今後、同種の事業を実施する場合は、取扱店舗の募集期間と商品券の申込開始時期の間隔を十分に確保することや、店舗の事情により特設サイト等に記載している情報に変更が生じた際には、取扱店舗に対して速やかに区へ届け出ることを周知徹底する必要がある。
- 本事業を通じ、デジタル弱者である区民の存在に加え、各店舗のデジタル活用には「レジが対応していない」、「デジタルに抵抗感がある」などの課題があることが浮き彫りとなった。このため、今後は、「杉並区デジタル化推進計画」に基づく取組を着実に進め、「区民・事業者の誰もが暮らしやすい社会づくり」を図りつつ、商店街等のニーズや実情等に応じたデジタル活用を支援していくことが重要である。