

令和5年度「みんながお得!! TOGO エールチケット」に関する アンケート調査結果報告書

1 調査概要

(1) 調査目的

令和5年度に実施した「みんながお得!! TOGO エールチケット」(以下、「エールチケット」という。)の効果を検証し、今後の施策検討の参考とすることを目的とする。

(2) 調査概要

	町民向けアンケート	取扱店向けアンケート
期間	令和6年1月16日 ～令和6年1月31日	令和6年1月30日 ～令和6年2月22日
方法	町公式LINEで配信(10,987件)	個別にアンケート用紙を配布(373件)
回答数(回答率)	1,995件(18.16%)	189件(50.67%)

2 エールチケットの概要

名称	みんながお得!! TOGO エールチケット
発行枚数・総額	448,050枚・224,025,000円
換金総額	215,080,500円(換金率96.007%)
1人あたりの 配布額・内訳	5,000円/人(500円×10枚) ≪内訳≫共通券:1,000円(500円×2枚) 地元応援券:4,000円(500円×8枚)
プレミアム率	100%(1枚につき1,000円の買い物から使用)
配布対象	令和5年7月1日から11月30日までの間に東郷町に住民登録のある人
配布方法	令和5年7月下旬から順次ゆうパックで郵送 転入・出生者には産業振興課窓口で配布又は簡易書留で郵送 (郵送は世帯員分をまとめて世帯主宛てに発送)
利用期間	令和5年7月下旬から令和5年12月31日まで
チケットの種類	共通券:東郷町内のエールチケット取扱店全店 地元応援券:東郷町内のエールチケット取扱店のうち、町内に本社・本店がある取扱店又は商工会に加盟している取扱店 (エールチケット取扱店は、東郷町内の事業者へ郵送及びホームページ、町広報誌で周知・募集した。)
取扱可能店舗数	店舗(うち共通券のみの取扱店が店舗)
補助金	新型コロナウイルス感染症対応地域創生臨時交付金(国→町) 103,686,000円 物価高騰対応地方創生臨時交付金(国→町) 73,361,000円 げんき商店街推進事業補助金(県→町) 21,000,000円

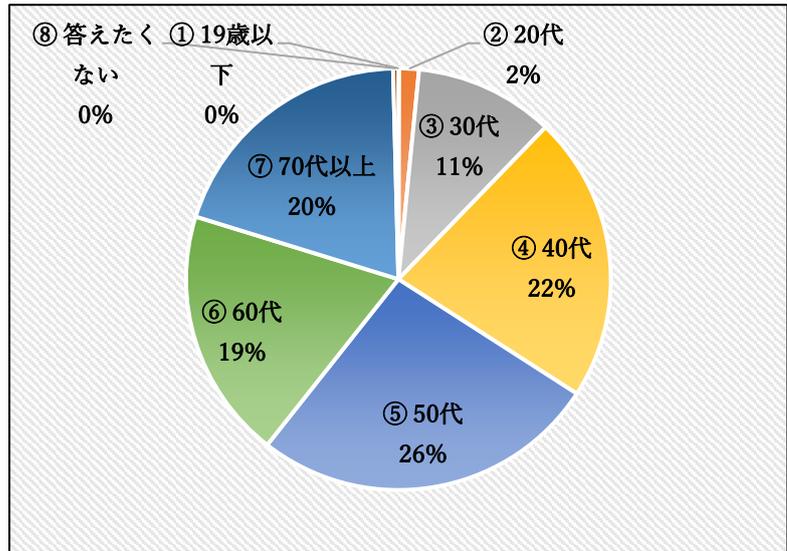
3 町民向けアンケート調査の結果

※金額は小数点第1位以下で、回答率は小数点第2位以下で四捨五入しているため、図表等で合計値が合わない場合があります。

※複数回答可の問については、総回答数ではなく回答者数で割っているため、回答率の合計が100%にならない。

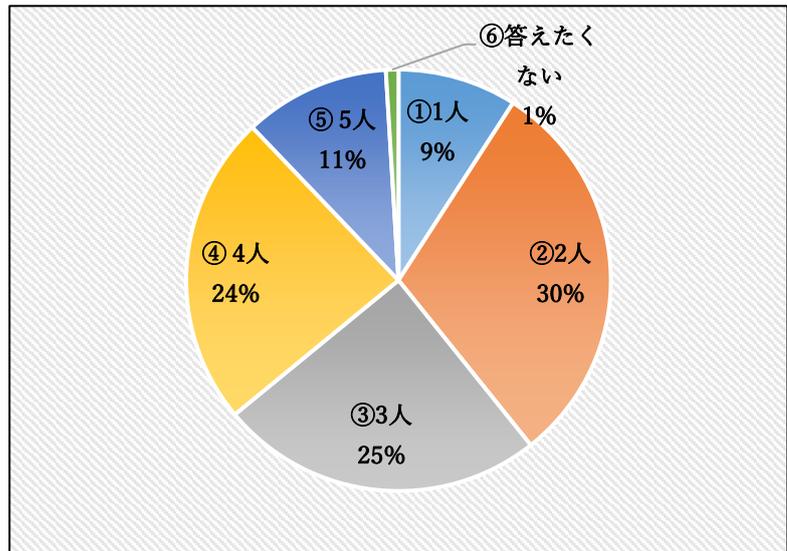
〈問1〉 あなたの年代を1つ選択してください。

年代	回答数	回答率
① 19歳以下	1	0.1%
② 20代	30	1.5%
③ 30代	212	10.6%
④ 40代	438	22.0%
⑤ 50代	528	26.5%
⑥ 60代	383	19.2%
⑦ 70代以上	395	19.8%
⑧ 答えたくない	8	0.4%
合計	1,995	100%



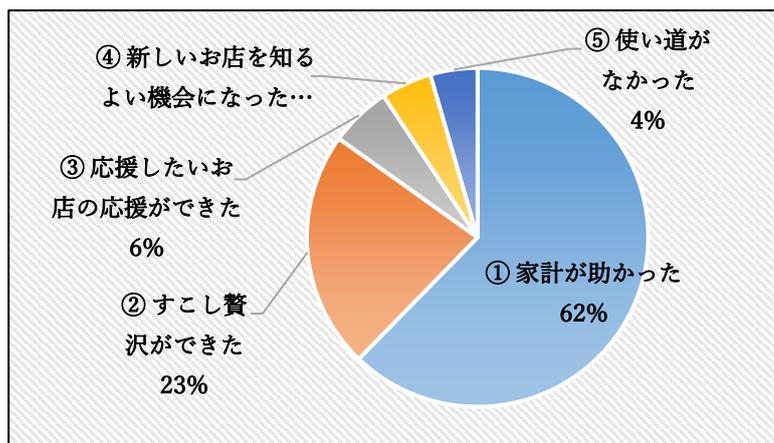
〈問2〉 世帯員の人数を1つ選択してください。

世帯員数	回答数	回答率
① 1人	181	9.1%
② 2人	603	30.2%
③ 3人	493	24.7%
④ 4人	477	23.9%
⑤ 5人	222	11.1%
⑥ 答えたくない	19	1.0%
合計	1,995	100%



〈問3〉 エールチケットを使用した感想として、最も当てはまるものを1つ選んでください。

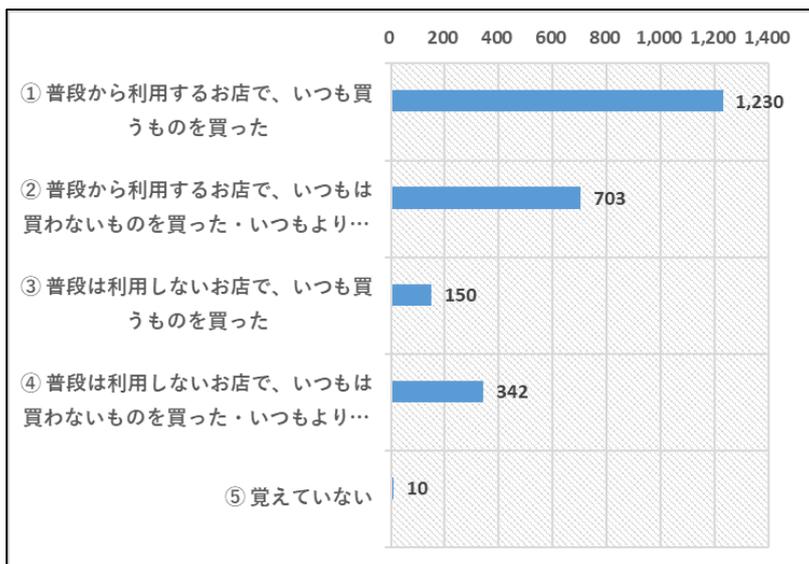
感想	回答数	回答率
① 家計が助かった	1,242	62.3%
② すこし贅沢ができた	452	22.7%
③ 応援したいお店の応援ができた	116	5.8%
④ 新しいお店を知るよい機会になった	96	4.8%
⑤ 使い道がなかった	89	4.5%
合計	1,995	100%



- ・ 「①家計が助かった」という声が一番多い結果となった。
- ・ 「⑤使い道がなかった」の理由として、取扱店の少なさについての指摘があった。

〈問4〉 エールチケットをどのようなお店で使用しましたか。【複数回答可】

用途	回答数	回答率
① 普段から利用するお店で、いつも買うものを買った	1,230	50.5%
② 普段から利用するお店で、いつもは買わないものを買った・いつもより多く買った	703	28.9%
③ 普段は利用しないお店で、いつも買うものを買った	150	6.2%
④ 普段は利用しないお店で、いつもは買わないものを買った・いつもより多く買った	342	14.0%
⑤ 覚えていない	10	0.4%
合計	2,435	—



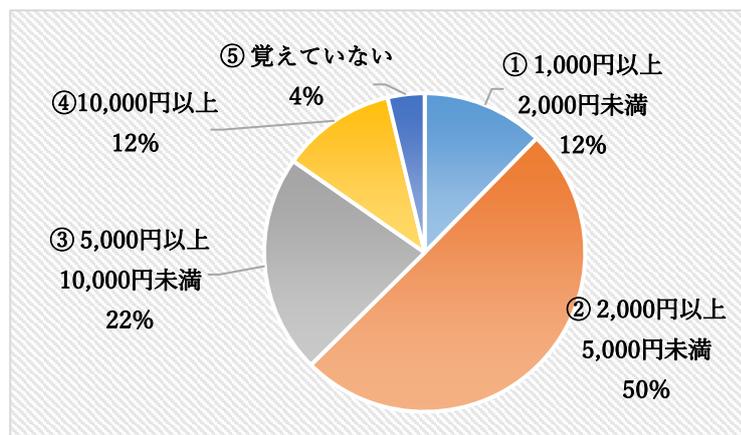
詳細

	総額	1人あたり	割合
①の回答に割り当てられる金額	5,154,167	2,704	54.1%
②の回答に割り当てられる金額	2,665,000	1,398	28.0%
③の回答に割り当てられる金額	485,833	255	5.1%
④の回答に割り当てられる金額	1,177,500	618	12.4%
⑤の回答に割り当てられる金額	47,500	25	0.5%
合計（回答者全体の使用金額）	9,530,000	5,000	100.0%

- ・ 「①普段から利用するお店で、いつも買うものを買った」の回答が多く、全体の半数を占めている。
- ・ 回答者が所持しているエールチケットを全て使い切り、問4で回答した選択肢に均等に使用した（例：①・②の2つの選択肢を選択した回答者は、1つの選択肢に $5,000 \div 2 = 2,500$ 円使用した）と仮定すると、回答者のエールチケットの使い道は上記表のとおり推計される。

〈問5〉 エールチケットを使用した主なお買い物の金額はいくらか。1つ選択してください。

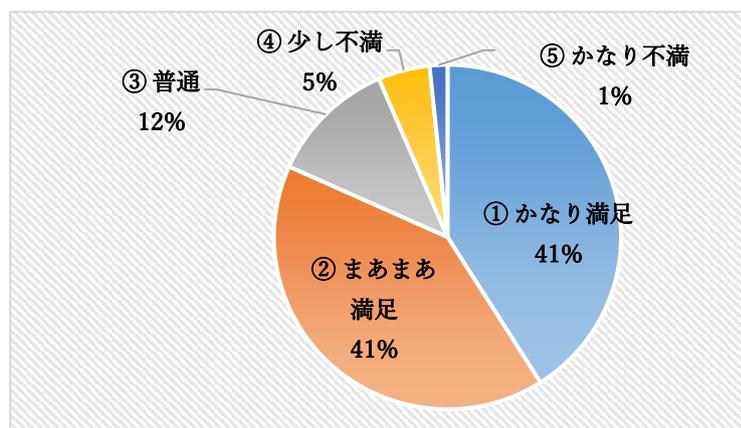
使用金額	回答数	回答率
① 1,000円以上2,000円未満	234	12.3%
② 2,000円以上5,000円未満	958	50.3%
③ 5,000円以上10,000円未満	423	22.2%
④ 10,000円以上	220	11.5%
⑤ 覚えていない	71	3.7%
合計	1,906	100%



- ・「②2,000円以上5,000円未満」での利用が最も多く約半数を占める結果となった。
- ・子どもが使用するには1,000円以上のチケットは高額との指摘があった。

〈問6〉 今回のエールチケット事業の満足度を教えてください。

満足度（全体）	回答数	回答率
① かなり満足	818	41.0%
② まあまあ満足	812	40.7%
③ 普通	236	11.8%
④ 少し不満	96	4.8%
⑤ かなり不満	33	1.7%
合計	1,995	100%



- ・「①かなり満足」、「②まあまあ満足」との回答が8割以上となった。
- ・「④少し不満」、「⑤かなり不満」との回答については、「利用可能店舗が少ないこと」、「額面金額で利用できるようにしてほしい」等の意見があった。

〈問7〉 その他ご意見等があればお聞かせください。【自由記述】

(497 件いただいたご意見の中から一部抜粋・要約・誤字等修正しています。)

使用方法について

- ・ 額面どおり使用できるチケットにしてほしい。単純な金券の方が嬉しい。
- ・ 100 円とか 200 円など少額の券で、利用可能額を低くしてもらえたら使いやすい。

種類・取扱店について

- ・ チケットを利用できる店舗が少ない。地元応援券の使用出来る店を増やして欲しい。
- ・ 券種を1種類としてほしい。

使用期間について

- ・ 期間が短かったため、使いきれずもったいなかった。
- ・ 期間が短い方が、使い忘れがなく覚えていられる。

印刷物について

- ・ 印刷とか郵送の経費がかかると思うが、スマホを使いこなせない人もいるので、紙のチケットを送るのは良いと思う。
- ・ 電子マネー等など選べるように代えてほしい。

配布対象・金額・方法について

- ・ 低所得支援か、地域振興か、子供支援か、優先順位に意見は分かれるところだが、結論が出なくてもこういった取組みや議論は続けて行くべき。
- ・ 一人の金額をもう少しもらえるとうれしい。
- ・ 家に配られると使用して家計の足しにならないため、個人に配られるようにすべき。

その他

- ・ 東郷町の店をもっと利用しようとする機会となった。
- ・ エールチケットは住民にとってありがたい事だが費用の出所が心配。
- ・ 東郷町として、いい取り組みだと思う。 今後とも定期的 to 実施してほしい。

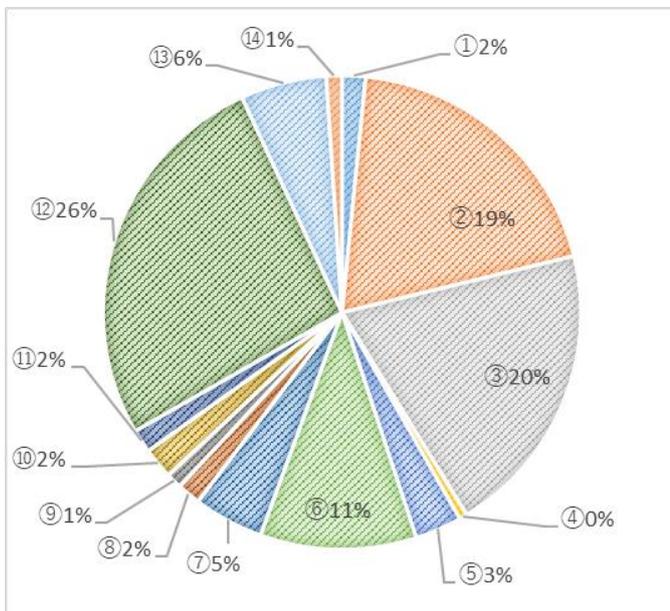
4 取扱店向けアンケート調査の結果

※回答率は小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

※複数回答可の間については、回答数ではなく回答者数で割っているため、回答率の合計は100%にはなりません。

〈問1〉業種は次のうちどれに該当しますか。

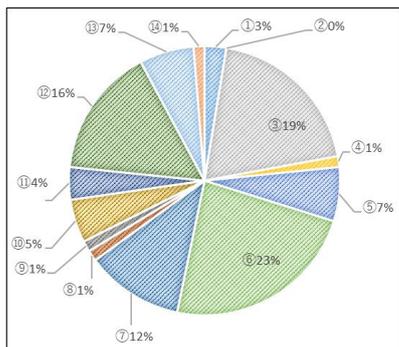
業種	回答数	回答率
①スーパーマーケット	3	1.6%
②ドラッグストア、薬局	37	19.6%
③家電販売	38	20.1%
④新聞販売店	1	0.5%
⑤建設業	6	3.2%
⑥衣料品、着物	20	10.6%
⑦理美容、エステ	9	4.8%
⑧パン、和洋菓子店	3	1.6%
⑨飲食店	2	1.1%
⑩コンビニ	4	2.1%
⑪自動車整備、販売	3	1.6%
⑫その他小売	50	26.5%
⑬その他	11	5.8%
⑭未回答	2	1.1%
合計	189	100.0%



内訳

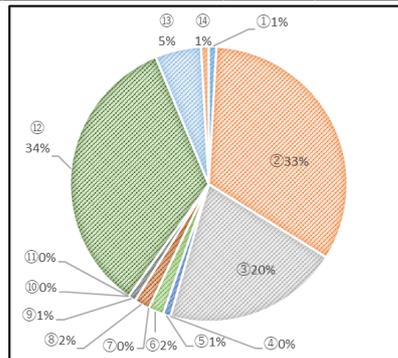
ららぽーと以外

業種	回答数	回答率
①スーパーマーケット	2	2.6%
②ドラッグストア、薬局	0	0.0%
③家電販売	15	19.5%
④新聞販売店	1	1.3%
⑤建設業	5	6.5%
⑥衣料品、着物	18	23.4%
⑦理美容、エステ	9	11.7%
⑧パン、和洋菓子店	1	1.3%
⑨飲食店	1	1.3%
⑩コンビニ	4	5.2%
⑪自動車整備、販売	3	3.9%
⑫その他小売	12	15.6%
⑬その他	5	6.5%
⑭未回答	1	1.3%
合計	77	100.0%



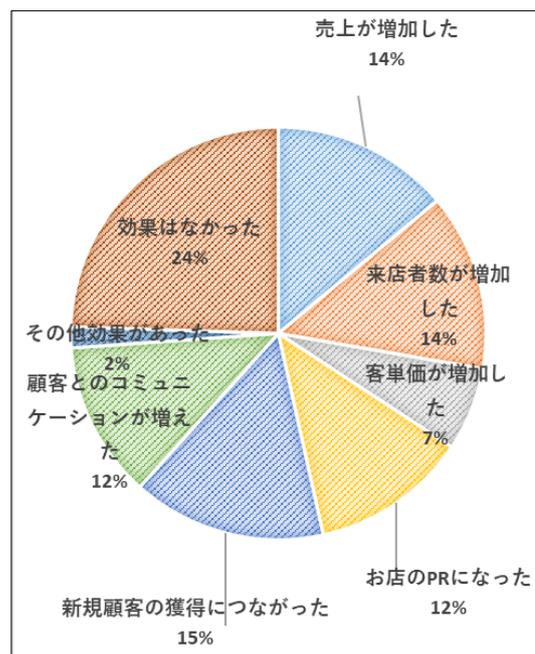
ららぽーとと内店舗

業種	回答数	回答率
①スーパーマーケット	1	0.9%
②ドラッグストア、薬局	37	33.0%
③家電販売	23	20.5%
④新聞販売店	0	0.0%
⑤建設業	1	0.9%
⑥衣料品、着物	2	1.8%
⑦理美容、エステ	0	0.0%
⑧パン、和洋菓子店	2	1.8%
⑨飲食店	1	0.9%
⑩コンビニ	0	0.0%
⑪自動車整備、販売	0	0.0%
⑫その他小売	38	33.9%
⑬その他	6	5.4%
⑭未回答	1	0.9%
合計	112	100.0%

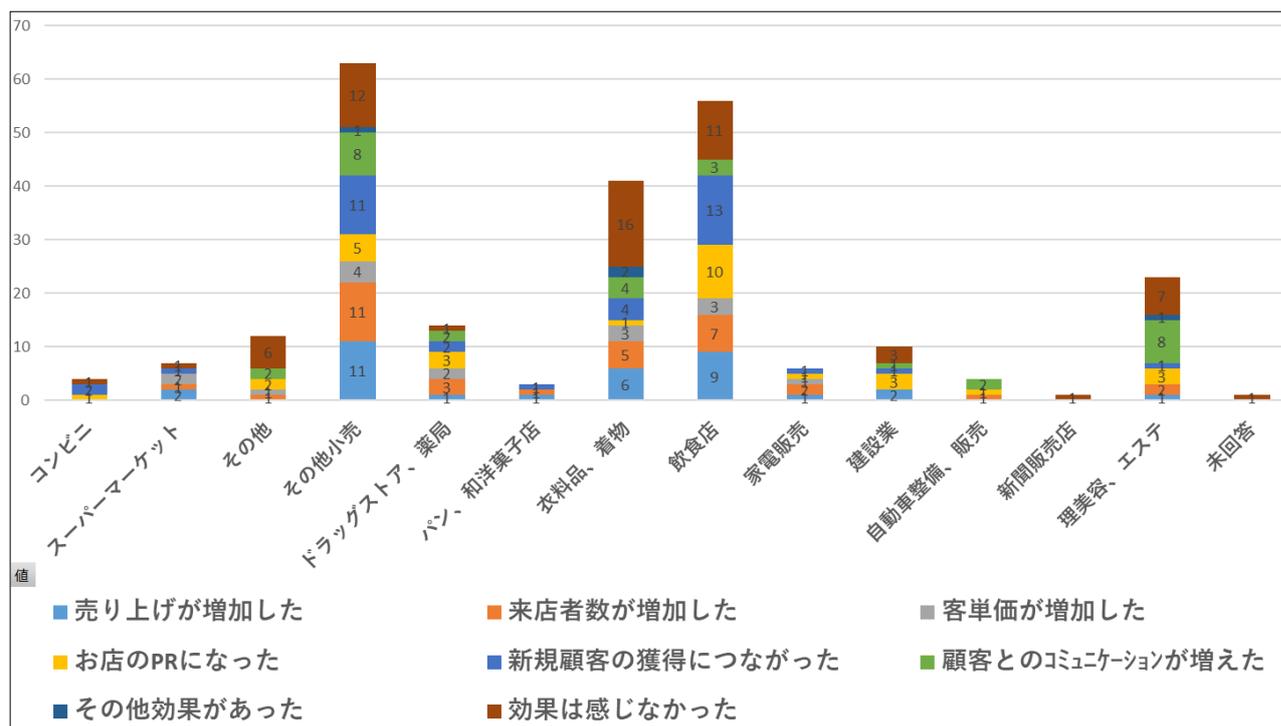


〈問2〉 エールチケット取扱店として参加し、どのような効果がありましたか。（複数回答可）

	回答数	回答率
売上が増加した	34	13.9%
来店者数が増加した	34	13.9%
客単価が増加した	16	6.5%
お店のPRになった	30	12.2%
新規顧客の獲得につながった	37	15.1%
顧客とのコミュニケーションが増えた	30	12.2%
その他効果があった	4	1.6%
効果はなかった	60	24.5%
合計	245	100.0%



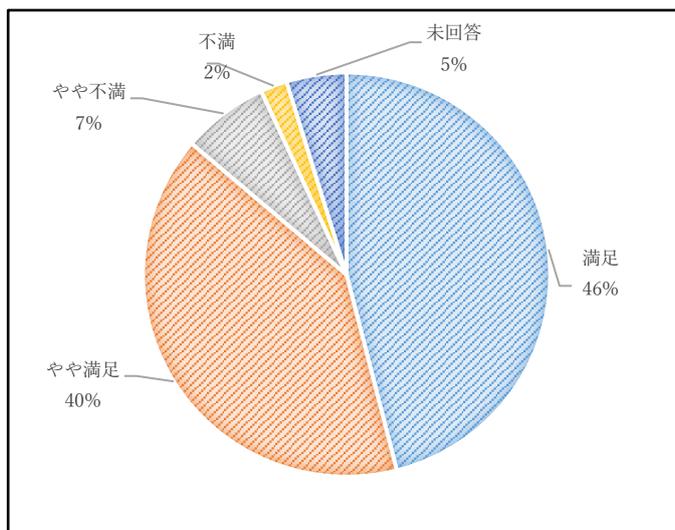
業種別の回答比



- 効果があった中で、「新規顧客の獲得につながった」との回答が多い結果となった。
- 「効果はなかった」との回答が2割を超える結果となった。

〈問3〉 取扱店用資材（ポスター、チラシ、マニュアル）についてご意見を聞かせてください。

回答	回答数	回答率
満足	87	46.0%
やや満足	76	40.2%
やや不満	13	6.9%
不満	4	2.1%
未回答	9	4.8%
合計	189	100.0%



「満足」「やや満足」の主な理由

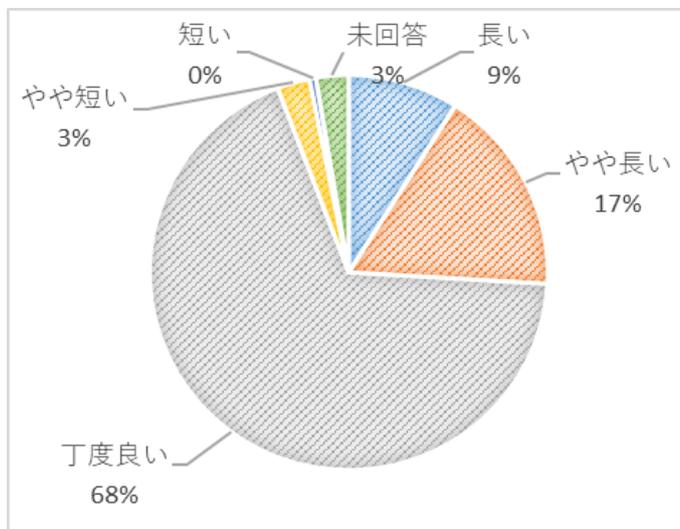
- わかりやすかったため。
- ポスターをきっかけにご来店していただき客層が広がるのでとても良かった。
- A1 サイズのポスターがあれば目立っていいと思う。

「やや不満」「不満」の主な内容

- 店内との雰囲気にならず浮いてしまう。
- ブランド方針から資材を利用できない。
- 店舗入口と店内のポスター、各一部でいいのであるといいかな。

〈問4〉取扱期間（令和5年7月下旬から令和5年12月31日まで）についてご意見をお聞かせください。

回答	回答数	回答率
長い	17	9.0%
やや長い	32	16.9%
丁度良い	129	68.3%
やや短い	5	2.6%
短い	1	0.5%
未回答	5	2.6%
合計	189	100.0%



「長い」「やや長い」の主な理由

- ご利用は開始後2か月程度でそれ以降はなかった。
- 期間が短い方が換金の手間が減るため。
- 期間が長いと使い忘れが発生する。

「丁度よい」の主な内容

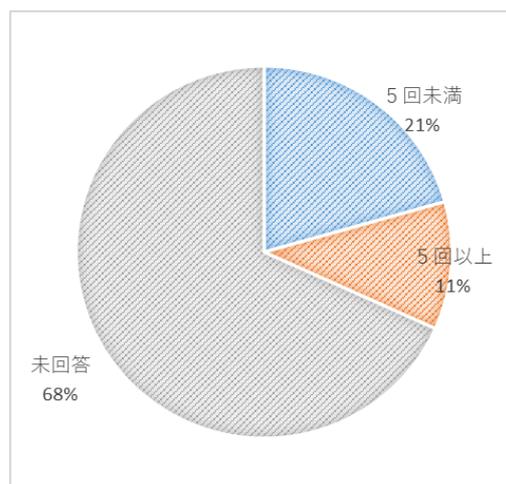
- 盆と年末商戦の2回で使えるため丁度よい期間設定。
- 長い期間の取り扱いであったため、多くのお客様が足を運んでくれた。

「短い」「やや短い」の主な意見

- 前年に比べて短くなった。
- 1年ぐらいあると焦らずに使える。

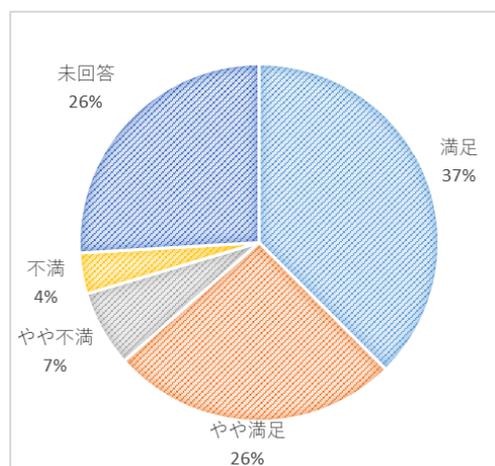
〈問5〉換金方法（手順、換金期間等）についてご意見をお聞かせください。

換金回数	回答数	回答率
5回未満	39	20.6%
5回以上	21	11.1%
未回答	129	68.3%
合計	189	100.0%



※「未回答」には、一括して換金しているららぽーとテナントを含む。

回答	回答数	回答率
満足	71	37.6%
やや満足	49	25.9%
やや不満	13	6.9%
不満	7	3.7%
未回答	49	25.9%
合計	189	100.0%



「満足」「やや満足」の主な意見

- ・ スムーズに換金する事ができた。
- ・ 商工会に行けば現金がもらえるので、特に問題なし。
- ・ 期間内なら何回換金をしても良かったから。

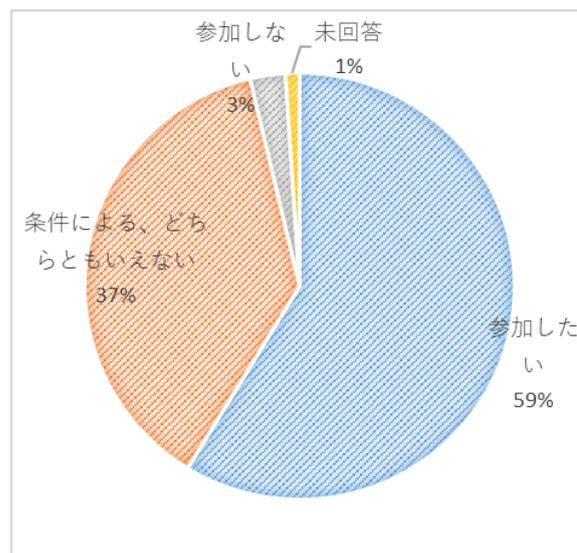
「不満」「やや不満」の主な意見

- ・ 3万円以上も現金で換金していただけると手間が省ける。
- ・ 小切手での換金となり現金化するのに手数料を取られた。
- ・ 換金のために商工会へ行くのが面倒。
- ・ 機械で自動計算してもらえると助かる。数えるのに手間がかかる

※換金事務は東郷町商工会に委託。換金額が3万円未満の場合は現金、3万円以上の場合は小切手での換金となる。

〈問6〉 今後、同様の事業が実施された場合、また参加したいと思いますか。

回答	回答数	回答率
参加したい	111	58.7%
条件による、どちらともいえない	71	37.6%
参加しない	5	2.6%
未回答	2	1.1%
合計	189	100.0%



「参加したい」の主な意見

- 新規のお客様が来店するため。
- 売上増加につながるため。
- お得な施策のため。
- お客様に喜ばれるため。

「条件による、どちらともいえない」の主な意見

- 競合他社の参加状況や換金手数料やランニングコストの取り扱いによる判断となる。
- 飲食・小売り・サービス業についてはいいと思うが建設業はあまりメリットを感じないため。

「参加しない」の主な意見

- 意見なし。

〈問9〉 今回のエールチケット事業について、ご意見がありましたらご記入ください。

(21件いただいたご意見の中から一部抜粋・要約・誤字等修正しています。)

使用方法について

- 1,000円の支払いに対して500円分のチケット使用というシステムにお客様も慣れてきたように思うが、金額分の商品券として支払いできるといいと思う。
- 利用者は意味が分かっていないので、500円券という金券感覚にしてほしい。
- 今度は金券として使用できるものにしてほしい。

種類について

- 地元券と共通券を分けなくてもいいと思う。

効果について

- 町内での消費活動に繋がるのでいいと思う。企業としてもPRに繋がるので大変ありがたい。
- 経済対策の政策・事業としては効果があると思う。
- 手間が増えたが効果はない。

その他

- とても良い取組みでした。
- 前回よりご利用のお客様が多かった。
- チェーン店は対象外にするなど、使用が店舗ごとに偏らないように工夫してほしい。
- プレミアム商品券の時は購入できる人とできない人がいて不公平だと思っていたので住民全員に配布されて平等感がとても良い。

5 エールチケットによる効果の分析

(1) 直接的消費喚起効果

エールチケットの使用にあたっては、1,000 円以上の買い物につき 500 円分のプレミアム分が付与されることから、商工会で換金された換金額の 2 倍の消費が行われることになる。

こうした事業全体の直接的な消費喚起効果は、430,161,000 円となった。

(2) 新規消費喚起効果

新規消費喚起効果（＝商品券によって新たに発生した消費）は、直接的消費喚起効果に「いつもは買わないものを買った・いつもより多く買った」（＝問 4 の②及び④）の回答割合を乗じ、事業全体の効果を推計する。

町民向けアンケートの問 4 の回答数を基に計算したところ、回答者が所持していたエールチケットのうち、42.9%（一人あたり 2,145 円）程度のエールチケットを普段以外の買い物に使用したことがわかった。

よって、アンケート結果から推計されるエールチケット事業における新規消費誘発額は、約 1 億 8,454 万円と見込まれる。

事業全体の消費喚起額の推計

商品券換金額
215,080,500
↓ × 2
町内消費額(a)
430,161,000

※プレミアム率が100%であることから、換金額の2倍が町内で消費されるため、商品券換金額を2倍した町内消費額を用いて計算する。

問 3 エールチケット利用用途の集計結果

	普段の買い物（＝①③⑤） (b)	普段以外の買い物（＝②④） (c)
エールチケット利用割合	57.1%	42.9%

事業全体の目的別利用額

	普段の買い物 (d = a × b)	普段以外の買い物 (e = a × c)
金額	245,621,931	184,539,069

直接的消費喚起効果 (d + e)	新規消費喚起効果 (e)
430,161,000	184,539,069

(3) 経済波及効果

規消費喚起効果を業種別換金結果の割合に沿って計算すると、以下のとおりとなる。

部門番号	部門	換金額合計	割合	新規消費喚起額×割合
1	農林漁業	628,000	0.3%	538,824
11	飲料食品	3,528,500	1.6%	3,027,453
15	繊維製品	3,213,000	1.5%	2,756,754
16	パルプ・紙・木製品	17,000	0.0%	14,586
20	化学製品	54,649,000	25.4%	46,888,842
21	石油・石炭製品	58,000	0.0%	49,764
33	電気機械	1,235,500	0.6%	1,060,059
34	情報通信機器	1,235,500	0.6%	1,060,059
35	輸送機器	1,869,000	0.9%	1,603,602
39	その他の製造工業製品	1,307,500	0.6%	1,121,835
41	建設	294,000	0.1%	252,252
51	商業	114,542,500	53.3%	98,277,465
59	情報通信	1,187,000	0.6%	1,018,446
64	医療・福祉	3,000	0.0%	2,574
67	対個人サービス	30,830,000	14.3%	26,452,140
68	事務用品	483,000	0.2%	414,414
		215,080,500	100.0%	184,539,069

この数を、総務省がホームページに掲載している経済波及効果推計簡易ツールを用いて計算すると、経済波及効果は2億7,200万円となる。

※百万円未満切捨て。なお、この計算ツールは下記条件を前提としていることから、あくまで目安であって実際の波及効果とは異なり、東郷町内に限った効果ではない。

	部門の例示	新規需要額 (単位：百万円)	波及効果
01	農林漁業	米、野菜、畜産、漁業	2
06	鉱業	石油、原油、天然ガス	0
11	飲食料品	食肉、精米、パン類、冷凍食品、酒類	7
15	繊維製品	衣服、じゆうたん、帽子、寝具	1
16	パルプ・紙・木製品	木材、家具、紙、段ボール箱	3
20	化学製品	化学肥料、医薬品、化粧品、洗剤	48
21	石油・石炭製品	ガソリン、灯油、LPG、コークス	5
22	プラスチック・ゴム製品	プラスチック管、タイヤ、チューブ	3
25	窯業・土石製品	ガラス、セメント、陶磁器	1
26	鉄鋼	鋼板、鋼管	1
27	非鉄金属	銅、アルミニウム、電線、ケーブル	1
28	金属製品	鉄骨、シャッター、ボルト、ドラム缶、刃物	1
29	はん用機械	ボイラ、原動機、ポンプ	0
30	生産用機械	パワーショベル、ドリル、印刷機、旋盤、耕うん機	0
31	業務用機械	複写機、自動販売機、医療器具、カメラ	0
32	電子部品	半導体素子、液晶パネル、電子回路	0
33	電気機械	電気照明器具、エアコン、冷蔵庫	1
34	情報通信機器	パソコン、テレビ、デジタルカメラ、携帯電話機	0
35	輸送機械	乗用車、鉄道車両、航空機、船舶	3
39	その他の製造工業製品	印刷、革靴、楽器、がん具、時計、装身具	2
41	建設	住宅建築、建設補修、公共事業	1
46	電力・ガス・熱供給	電気、自家発電、都市ガス、熱供給	6
47	水道	上水道、工業用水、下水道	1
48	廃棄物処理	ごみ処理、産業廃棄物処理	1
51	商業	卸売、小売	106
53	金融・保険	金融、生命保険、損害保険	4
55	不動産	住宅賃貸、貸店舗、駐車場管理	4
57	運輸・郵便	鉄道、トラック輸送、航空輸送、水運、郵便	11
59	情報通信	電話、放送、ソフトウェア、映画制作、新聞	9
61	公務	国、地方公共団体	0
63	教育・研究	学校、研究所、図書館、博物館	0
64	医療・福祉	病院、保健所、保育所、福祉施設、介護	0
65	他に分類されない会員制団体	商会議所、労働団体、学術団体	0
66	対事業所サービス	物品賃貸、広告、法律事務所、労働者派遣、警備業	19
67	対個人サービス	ホテル・旅館、飲食店、遊園地、冠婚葬祭	27
68	事務用品	鉛筆、消しゴム、テープ、のり	1
69	分類不明		1
合計		184.5	272

〈産業関連部類を行う際の主な前提条件〉

- ・企業の生産能力に限界がなく、あらゆる需要にこたえられるものとする。
- ・財・サービスの精算に必要な原材料等の費用構成（投入構造）は、短期的には変化せず「一定」とであると仮定する。
- ・各部門が使用する投資額は、その部門の生産量に比例する。（生産水準が2倍になれば、使用される原材料等の投資額も2倍になる。つまり、「規模の経済性」はないものと仮定する。）
- ・生産波及は、途中段階で中断しないものとする。（新規需要の増加には全て生産増で対応し、在庫取り崩し等による波及の中断はないものとする。）
- ・各部門が生産活動を個別に行った効果の和は、それらの部門が同時に行った時の総効果に等しいものとする。（例えば、ある産業活動によって発生した公害が他の産業にもたらすマイナスの影響は存在しないなど、各産業の相互干渉がないものとする。）

（参考：総務省ホームページ「経済波及効果を計算してみましょう（平成27年（2015年）産業関連表（統合大分類（37部門））」 https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/hakyu.htm）

6 まとめ

(1) エールチケットの使い方について

「1枚につき1,000円の買い物から使用」という使い方については、町民・取扱店ともに「使いづらい」「計算がわかりづらい」という意見が多数あった。昨年のアンケートでも同じような意見が多数あったが、県から受けている補助金の要件上、額面と同額で利用できるようにすることはできないため、昨年度と同額、同プレミアム率での実施とした。

一方で、約1億8,400万円の新規消費喚起効果は商品券利用分以外の消費を設定したことにより得られたものである。エールチケットの使い方で、「いつも買わないものを買った・いつもより多く買った」との回答が42.9%あり、少なからず町内での消費拡大効果があったと考えられる。

(2) エールチケットの種類・取扱店について

町民からは「地元のお店に興味を持つきっかけとなった」、取扱店からは「店のPRになった」という意見が多く届いており、取扱店を町内事業者に限定し、地元応援券についてはその中でも特定の事業者に限定したことで、町内での消費拡大に一定の効果があった。

(3) 使用期間について

昨年度の実施期間より1か月程度短くなったが、町民・取扱店ともに「ちょうどよい」という意見が多かった。取扱店からは、12月末までの使用期限にしたことにより、「盆と年末商戦の2回で使えるため丁度よい期間設定」「年内で分かりやすかった」と意見があった。

(5) 今後の施策について

昨年に引き続き実施したこともあり、町民・取扱店のどちらからも、エールチケット事業の継続を希望する声が多く寄せられた。一方で、配布対象・方法・印刷物に対する意見や、税金の使い道として疑問の声もあった。今回のアンケート結果を踏まえ、次回のエールチケット事業をより効果的に実施するために、アンケート結果を参考に適切な運用方法について引き続き検討していく。

アンケートにご協力いただいた皆様、ありがとうございました。