

平成 29 年度 伴走型小規模事業者支援推進事業

地域経済動向調査報告書

平成 30 年 1 月
にのみや商工会

目次

I. 真岡市の経済動向	1
1. 人口動態	1
(1) 人口の推移	1
(2-1) 高齢化率の推移	3
(2-2) 年代別人口割合	4
(2-3) 真岡市内の人口構成	5
(2-4) 真岡市の世帯数の推移	6
(3-1) 人口増減の推移	7
(3-2) 転出入動向	8
(3-3) 出生数	8
(3-4) 栃木県の転出入動向	10
2. 経済動向	11
(1-1) 地域経済循環状況	11
(1-2) 就業者数とその産業構成	13
(1-3) 真岡市の産業	14
(1-4) 真岡市の建設業	15
(2-1) 真岡市の製造業	16
(2-2) 製造業における従業者	17
(2-3) 製造品出荷額	18
(2-4) 製造業の労働生産性	19
3. 真岡市の商業	20
(1-1) 商業の年間販売額の推移	20
(1-2) 商業の事業所数の推移	21
(1-3) 商業の従業者数の推移	22
(1-4) 卸売業の事業所数	23
(1-5) 小売業の店舗数	24
(1-6) 小売業の従業者数の推移	25
(1-7) 真岡市の黒字赤字企業比率と創業比率	26
まとめ	27
II. 栃木県の情報	28
1. 県民経済計算	28

2. 市町村民経済計算.....	34
3. 栃木県の工業製品、農産物.....	40
4. 栃木県内事業所数、従業者数等.....	42
Ⅲ. にのみやプレミアム商品券に対する評価	44
1. にのみやプレミアム商品券加盟事業者アンケート.....	44
(1) 調査の概要	44
(2-1) にのみやプレミアム商品券加盟事業者の状況	44
(3) まとめ	53
【参考】2016 年度実施 にのみやプレミアム商品券に対する評価.....	54
1. にのみやプレミアム商品券加盟事業者アンケート.....	54
(1) 調査の概要	54
(2-1) にのみやプレミアム商品券加盟事業者の状況	54
(2-2) にのみやプレミアム商品券の利用状況.....	57
(3) まとめ	63
2. にのみやプレミアム商品券利用者アンケート.....	64
(1) 調査の概要	64
(2-1) にのみやプレミアム商品券利用者の状況	64
(2-2) にのみやプレミアム商品券の利用状況.....	67
(3) まとめ	72
【参考】2016 年度実施 にのみやプレミアム商品券利用者アンケート.....	73
(1) 調査の概要	73
(2-1) にのみやプレミアム商品券利用者の状況	73
(2-2) にのみやプレミアム商品券の利用状況.....	76
(3) まとめ	82
3. にのみや地域 購買動向アンケート	83
(1) 調査の概要	83
(2) アンケート集計結果.....	83
(3) まとめ	92
【参考】2016 年度実施 にのみや地域の買物について	93
1. 大型店出口調査	93
(1) 調査の概要	93
(2) アンケート集計結果.....	93
(2-2) にのみやプレミアム商品券の利用状況.....	97
(3) まとめ	103
4. アンケート項目	104
(1) にのみやプレミアム商品券加盟事業者向けアンケート用紙.....	104

(2) にのみやプレミアム商品券利用者向けアンケート用紙	106
------------------------------------	-----

I. 真岡市の経済動向

1. 人口動態

(1) 人口の推移

真岡市の2015年の総人口は、総務省統計局が2016年10月26日に公表した国勢調査結果によると79,539人。5年前と比べると3.3%の減少。国立社会保障・人口問題研究所が2010年までの国勢調査に基づくトレンドから予測した2015年人口より1,539人(1.9%)少なく、予測よりわずかに下振れしている。2010年のトレンドから見込まれる人口減少よりわずかにテンポが速くなっている。

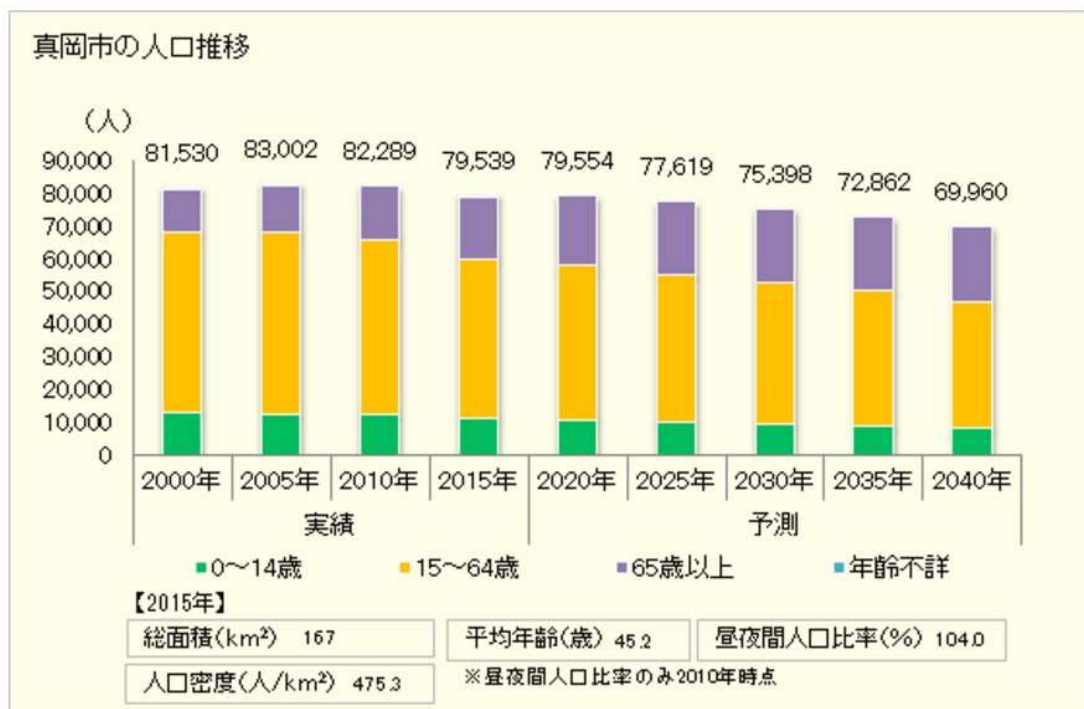
上記の「将来推計人口(2013年3月推計)」によると、今後2015年から2040年までにはさらに12.0%減少し、約7.0万人となる見込み。このとき平均年齢は、2015年の45.2歳から4.4歳上昇し、2040年は49.6歳となる。

なお、「平成20年～24年人口動態保健所・市町村別統計」(厚生労働省)によると、真岡市の2008年～2012年における赤ちゃんの出生数は、年平均で723人。人口千人当たりでは9.2人(全国平均8.4人)となり、全国の1,741市区町村中254番目。同期間の1人の女性が生涯に産む平均子供数を推計した合計特殊出生率では1.54で606番目。

ちなみに、婚姻件数及び離婚件数は、それぞれ人口千人当たり5.5件(全国平均5.5件)、1.84件(全国平均1.94件)となっている。

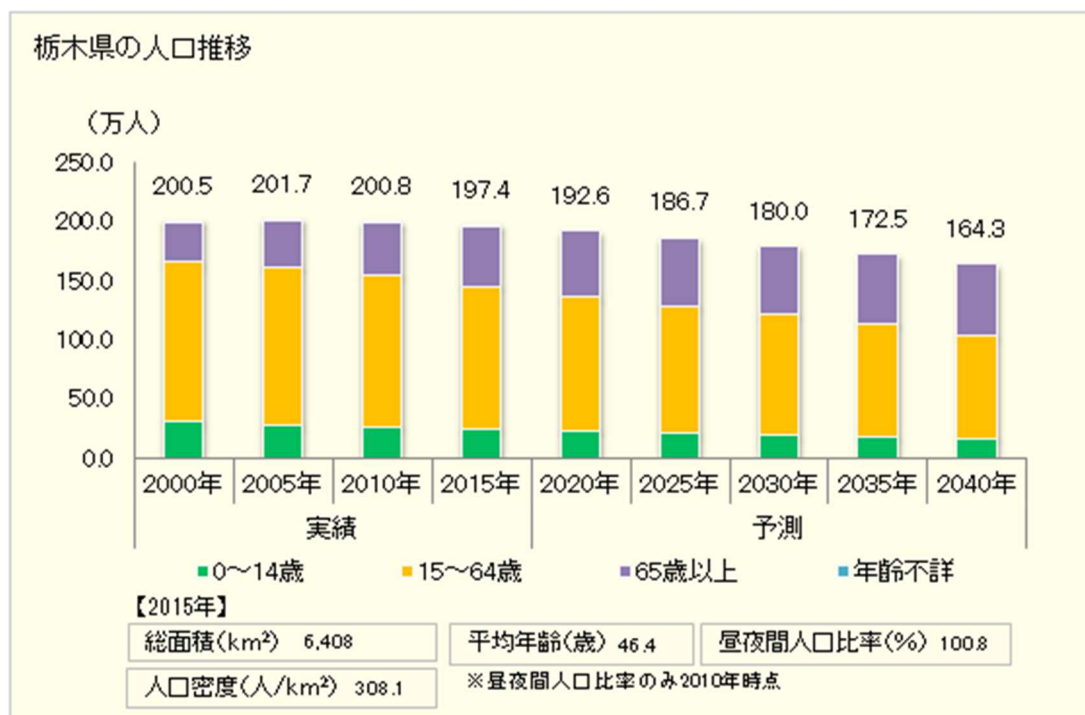
また、「平成22年市区町村別生命表」(厚生労働省)によれば、2010年の真岡市の平均寿命(0歳児の平均余命)は、男性が全国平均よりも0.3歳短い79.3歳、女性も全国平均より0.7歳短く、85.7歳となっている。

図表：真岡市の人口の推移（国勢調査ベース）



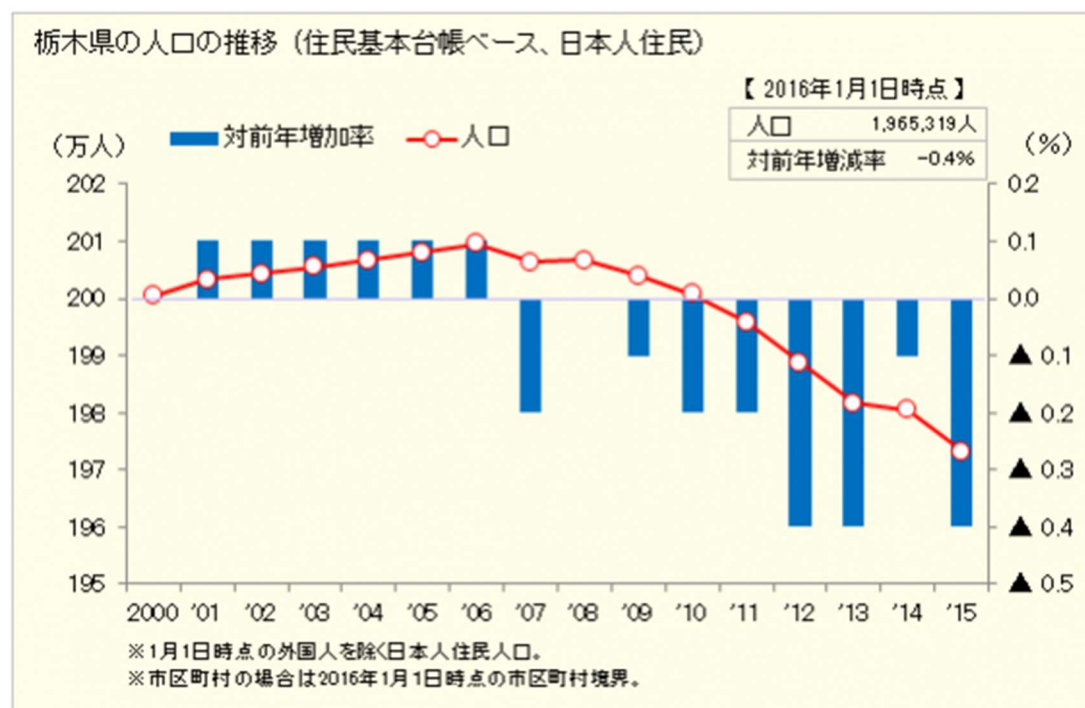
出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

図表：栃木県の人口の推移（国勢調査ベース）



出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

図表：栃木県の人口の推移（住民基本台帳ベース）

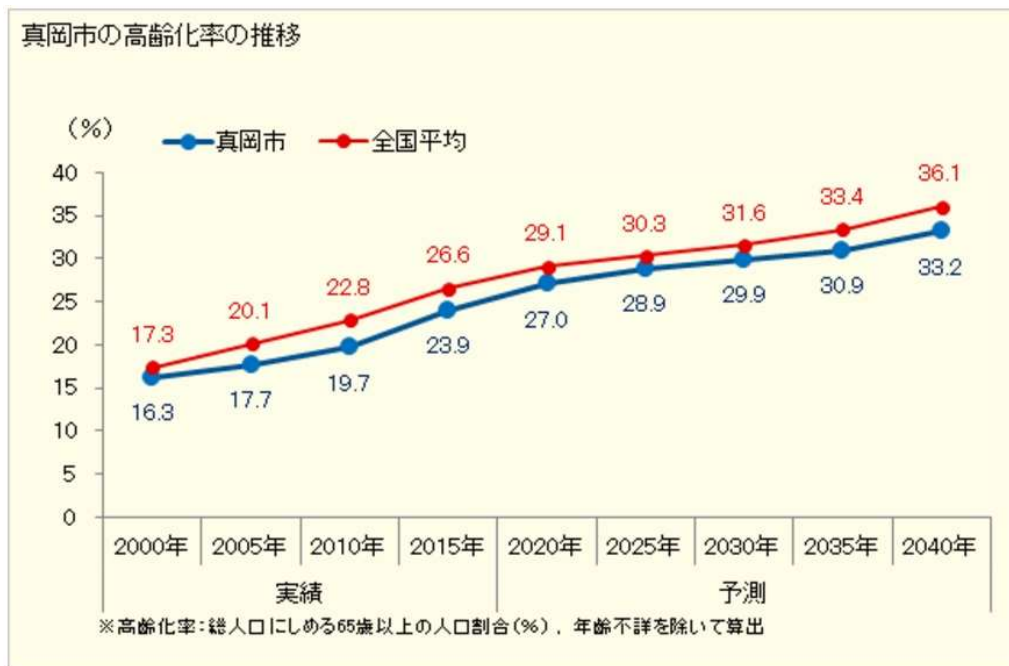


出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

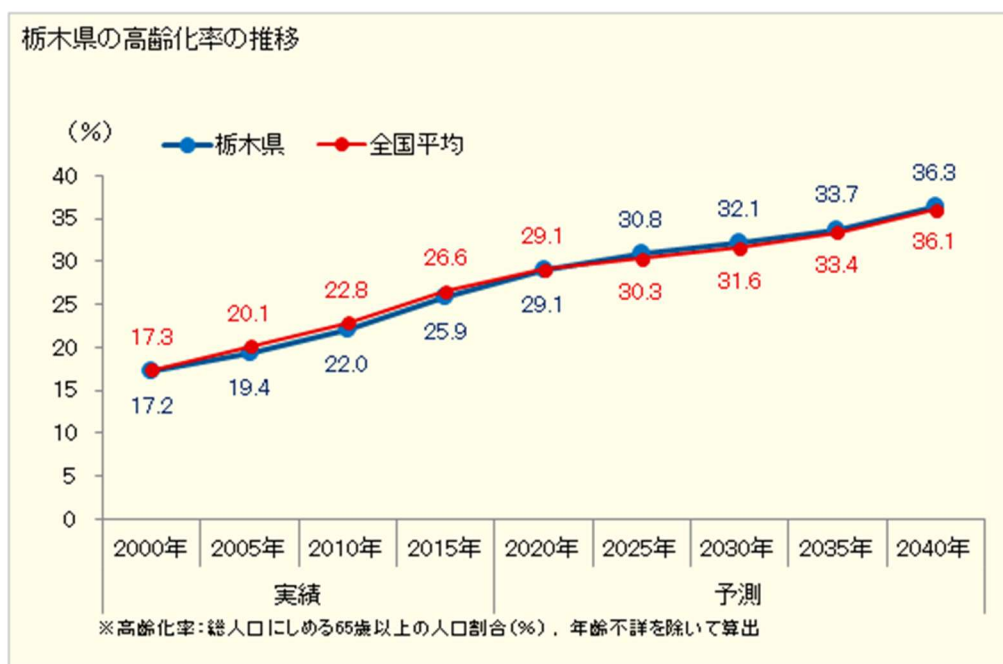
(2-1) 高齢化率の推移

真岡市の 2015 年の総人口に占める 65 歳以上の割合（高齢化率）は 23.9%。全国平均（26.6%）よりも 2.7 ポイント低い。全国市区町村（2016 年 10 月 1 日現在 1,741、ただし東京 23 区を含む）の中で低い方から 209 番目。今後、高齢化率は 2040 年までに 9.3 ポイント上昇し、33.2%に達し、およそ 10 人に 3 人が高齢者になると見込まれる。

図表：真岡市（上）と栃木県（下）の高齢化率の推移



出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

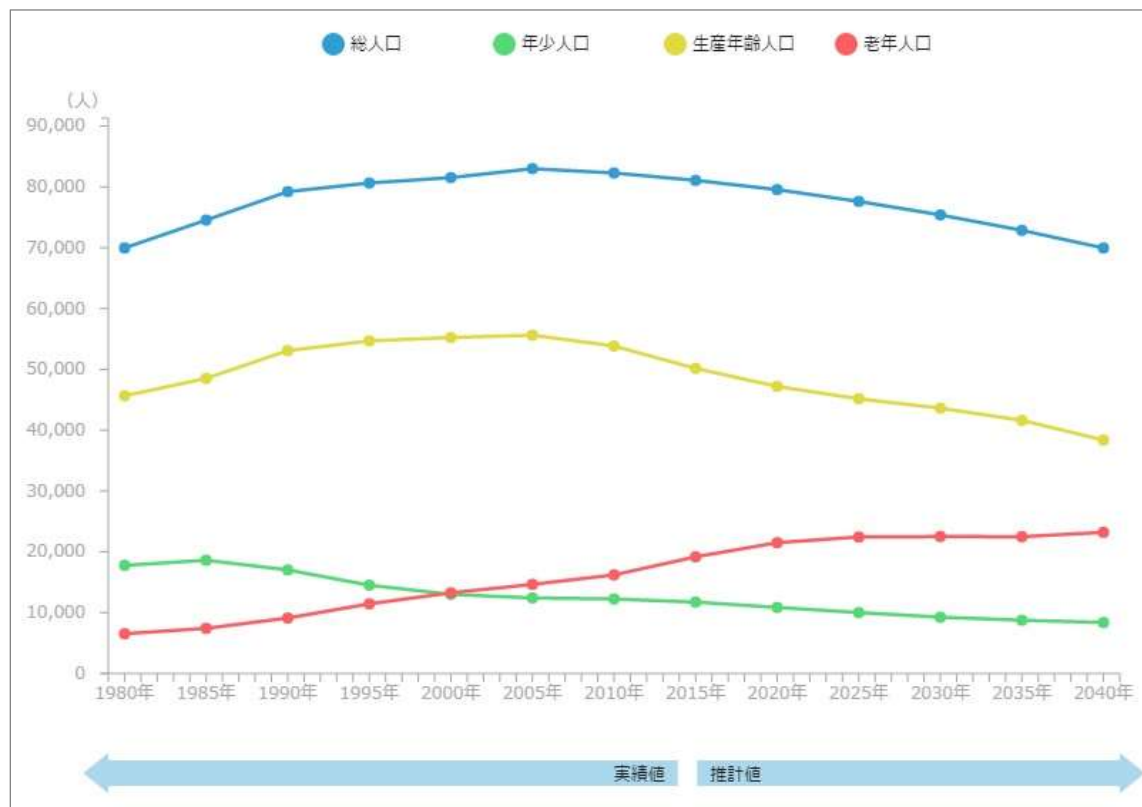


出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

(2-2) 年代別人口割合

真岡市の総人口に占める年代別人口割合について、2015 年と 2040 年の推計値と比較すると、生産年齢人口は 61.6%から 54.8%に、年少人口は 14.1%から 11.9%に減少する一方、老年人口は 23.8%から 33.1%に増加すると見込まれる。

図表：真岡市の年代別人口推移



出典：「RESAS」

(2-3) 真岡市内の人口構成

2016年1月1日における真岡市の総人口は77,905人（外国人を含む）で、男性が39,310人、女性が38,595人。そのうち65歳以上の高齢者は24.4%を占め、人口の4.1人に1人が65歳以上、8.9人に1人が75歳以上で、高齢者(65歳以上)と生産年齢人口(15～64歳)の比率は、1対2.5となっている。つまり、若者ないし壮年または中年の2.5人がひとりの高齢者を支える社会となっている。ちなみに全国平均では2.3人にひとりの割合。

また、出産や子育ての中心となる若い女性に着目すると、20歳～39歳の人口は、8,249人で、総人口の10.6%で、全国平均（10.9%）にほぼ近い割合となっている。

図表：真岡市の人口構成



出典：「GD Freak！」（jp.gdfreak.com）

(2-4) 真岡市の世帯数の推移

2010 年（平成 22 年）以降、男女ともに人口は微減しつつある。2017 年（平成 29 年）1 月 1 日時点、さらに同年 12 月 1 日時点では男女ともに微増し、世帯数は同年 1 月で 28,584 世帯、同年 12 月で 29,171 世帯である。真岡市全体の総人口は落ち込みを見せているが、世帯数は増加傾向にあり、1 世帯当たりの人口が少なくなっている傾向となっていることが分かる。

図表：真岡市の世帯数の推移

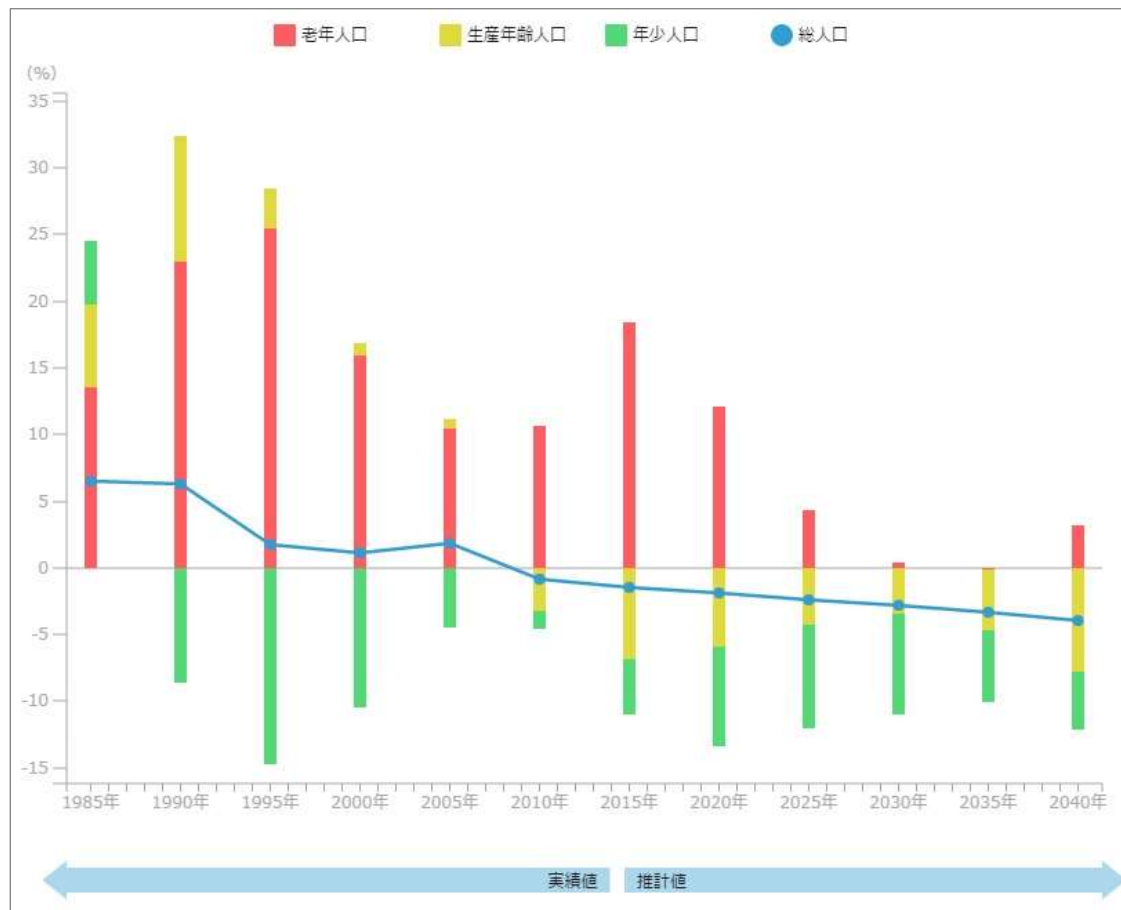
年月日	世帯数(世帯)	総人口(人)	男性(人)	女性(人)
H22年1月1日	28,064	82,813	41,891	40,922
H23年1月1日	27,583	82,258	41,354	40,904
H24年1月1日	27,599	81,673	40,972	40,701
H25年1月1日	27,735	81,158	40,701	40,457
H26年1月1日	27,942	80,810	40,564	40,246
H27年1月1日	28,270	80,770	40,499	40,271
H28年1月1日	28,034	79,480	39,915	39,565
H29年1月1日	28,584	79,660	40,045	39,581
H29年12月1日	29,171	79,578	40,097	39,481

出典：真岡市ホームページより作成

(3-1) 人口増減の推移

2005 年以降、真岡市の総人口とともに生産年齢人口もマイナスに転じ、以降下がりを続けている。
2009 年の旧二宮町編入時も特に上昇を見せてはいない。

図表：真岡市の人口増減



出典：「RESAS」

※生産年齢人口… 年齢別人口のうち労働力の中核をなす 15 歳以上 65 歳未満の人口層

(3-2) 転出入動向

真岡市の転出入動向をみると、2006 年以降は転出数が上回る状況が続いていたが、2014 年には転入数が上回った。年齢階級別純移動数に見るように、特に 0～14 歳の若年層の増加が目立った。

(3-3) 出生数

真岡市の 2014 年の出生数は 722 人で前年から 2 人の減少。2010 年の 766 人をピークに減少が続いている。

図表：真岡市の出生数・死亡数／転入数・転出数



出典：「RESAS」

図表：真岡市 年齢階級別純移動数

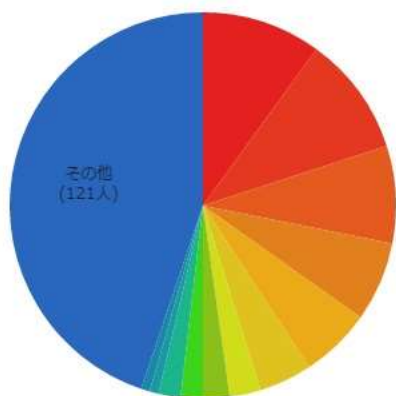


出典：「RESAS」

図表：From-to 分析（定住人口） 2015 年

転入超過数内訳

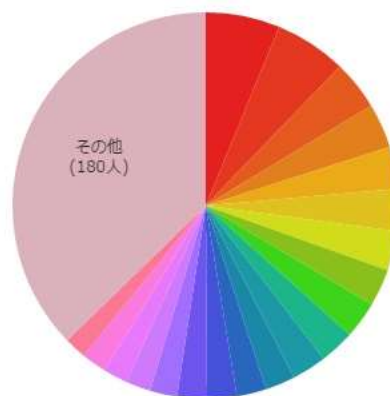
総数



- 1位 栃木県茂木町 27人 (10%)
- 2位 栃木県宇都宮市 27人 (10%)
- 3位 栃木県那須烏山市 22人 (8.1%)
- 4位 茨城県水戸市 18人 (6.7%)
- 5位 茨城県桜川市 16人 (5.9%)
- 6位 栃木県高根沢町 12人 (4.4%)
- 7位 栃木県日光市 7人 (2.6%)
- 8位 栃木県壬生町 6人 (2.2%)
- 9位 栃木県さくら市 5人 (1.9%)
- 10位 茨城県筑西市 5人 (1.9%)

転出超過数内訳

総数



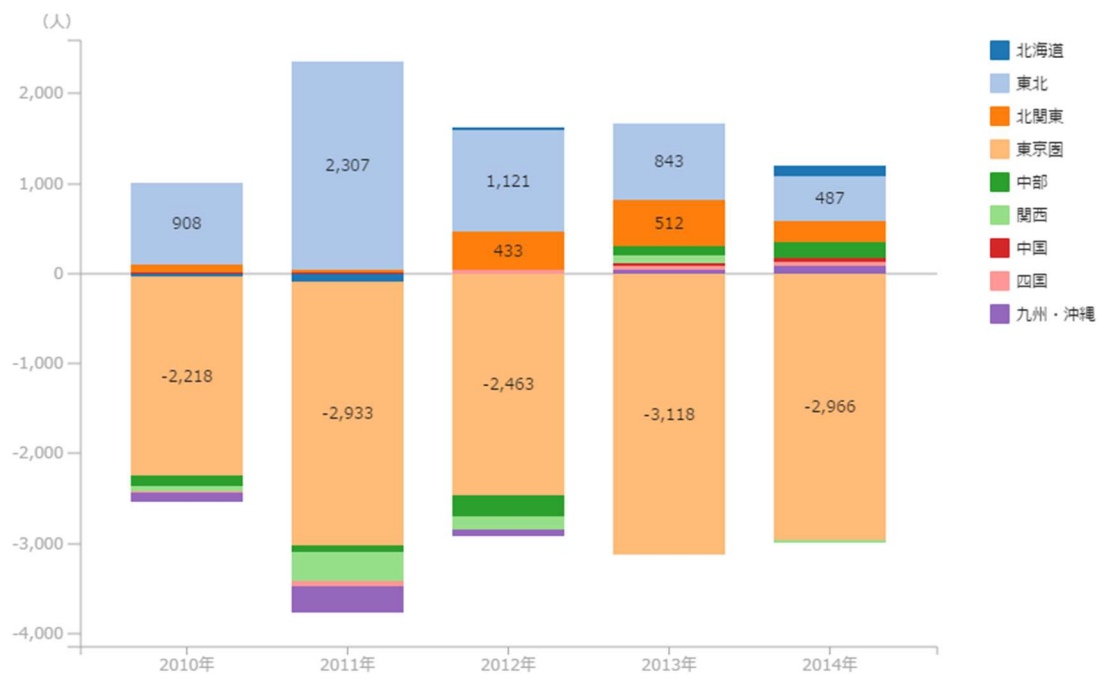
- 1位 栃木県上三川町 30人 (6.2%)
- 2位 栃木県小山市 29人 (6%)
- 3位 福島県郡山市 20人 (4.1%)
- 4位 茨城県結城市 18人 (3.7%)
- 5位 東京都杉並区 17人 (3.5%)
- 6位 東京都世田谷区 17人 (3.5%)
- 7位 栃木県矢板市 16人 (3.3%)
- 8位 東京都江戸川区 15人 (3.1%)
- 9位 東京都中野区 15人 (3.1%)
- 10位 東京都練馬区 14人 (2.9%)

出典：「RESAS」

(3-4) 栃木県の転出入動向

栃木県全体では、転出が転入を上回る状況が続いており、東京圏への人口流出が顕著となっている。

図表：栃木県 地域ブロック別純移動数



出典：「RESAS」

2. 経済動向

(1-1) 地域経済循環状況

図は「生産（付加価値額）」「分配（所得）」「支出」の三段階を表すもので、地域経済の全体像と各段階におけるお金の流出・流入の状況を把握する図である。

「地域経済循環率」とは、生産（付加価値額）を分配（所得）で除した値であり、地域経済の自立度を示している。（値が低いほど他地域から流入する所得に対する依存度が高い。）

「生産」は地域が生産した商品やサービス等を販売して得た金額から、原材料費や外注費といった中間投入額を差し引いた付加価値額を第1～3次産業別に把握する。

「雇用者所得」とは、主に労働者が労働の対価として得る賃金や給料等をいう。

「その所得」は、財産所得、企業所得、交付税、社会保障給付、補助金等、雇用者所得以外の所得により構成される。

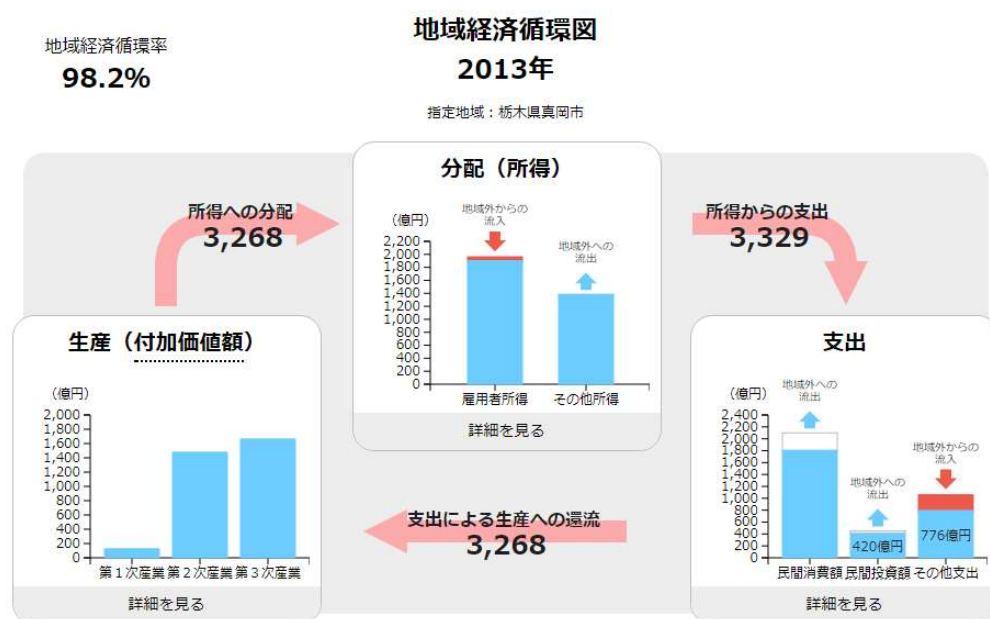
「その他支出」は、政府支出、地域内産業の移輸出入収支額等により構成される。

「支出流出率」とは、地域内に支出された金額に対する地域外から流入・地域外に流出した金額の割合で、プラスの値は地域外からの流入、マイナスの値は地域外への流出を示す。

2013年の地域経済循環図によると真岡市の地域経済循環率は98.2%となり、栃木県の101.1%を下回った。2010年のデータでは真岡市の地域経済循環率は102.3%であり、2010～2013年の間に地域経済循環率が下がり、100%を割る形となった。

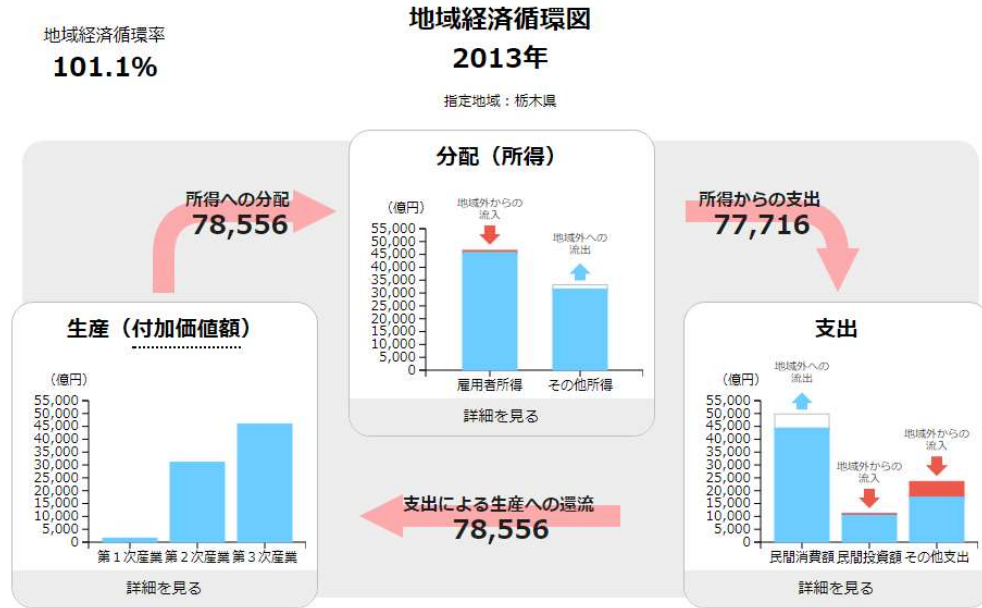
地域内企業の経済活動を通じて生産された付加価値額は順当に雇用者所得・その所得へ分配されている一方、支出流出率は民間消費マイナス14.8%、民間投資マイナス7.4%となっており、地域住民の消費等の地域外への流出を抑えることが地域経済自立のカギと言える。

図表：真岡市の地域経済循環図（2013年）単位：億円



出典：「RESAS」

図表：栃木県の地域経済循環図（2010 年）単位：億円



出典：「RESAS」

図表：真岡市と栃木県全体の産業別経済循環と生産状況比較（2013 年）

付加価値額（一人当たり）	第1次産業	第2次産業	第3次産業
真岡市	223万円	881万円	838万円
栃木県全体	251万円	1,037万円	739万円

所得（一人当たり）	雇用者所得	その他所得
真岡市	476万円	162万円
栃木県全体	466万円	154万円

支出流出率	民間消費	民間投資	その他支出
真岡市	-14.8%	-7.4%	36.5%
栃木県全体	-11.8%	1.8%	38.3%

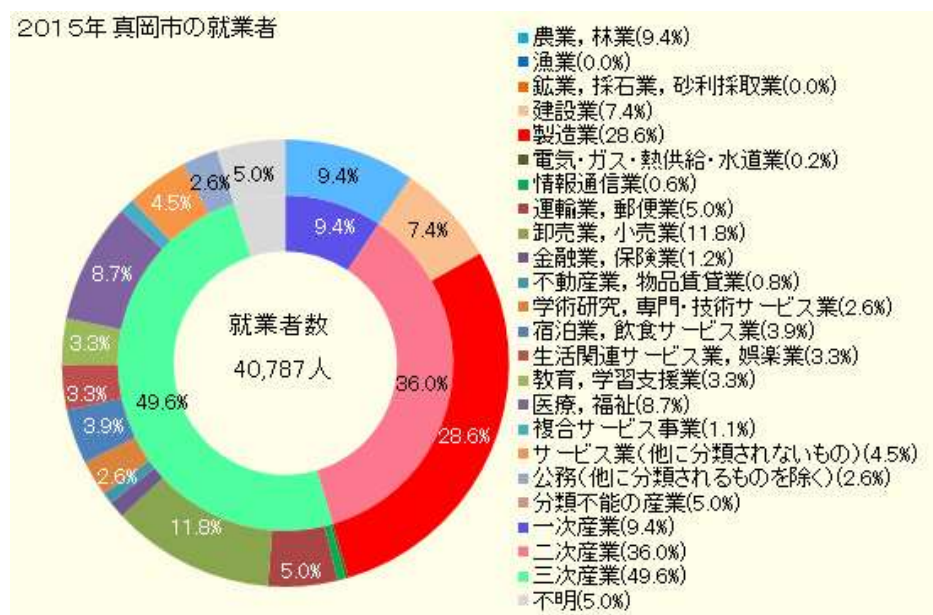
出典：「RESAS」より作成

(1-2) 就業者数とその産業構成

このグラフは真岡市の 2015 年における就業者数とその人たちがどのような産業分野で働いているかを示す。

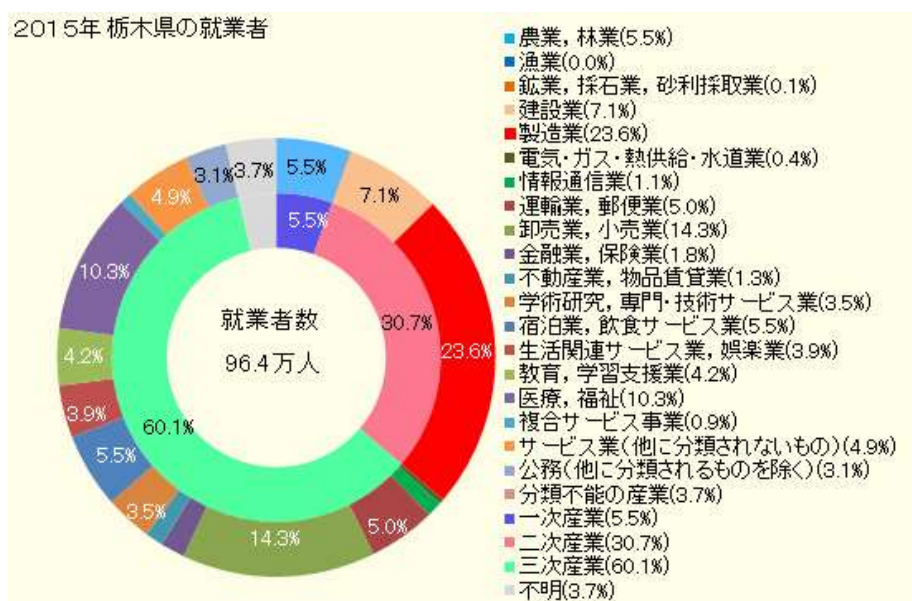
当年の全就業者数は 42,119 人で、その内訳(不明を除いて計算)は農林水の第一次産業が 10.8%(全国:4.2%)、建設業と鉱工業からなる第二次産業が 39.5%(全国:25.2%)、残り 49.7%(全国:70.6%)が第三次産業となっており、全国の産業構成と比べると、第二次産業の割合が高いことが特徴といえる。

図表：真岡市の就業者数とその産業構成（2015 年）



出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

図表：栃木県の就業者数とその産業構成（2015 年）

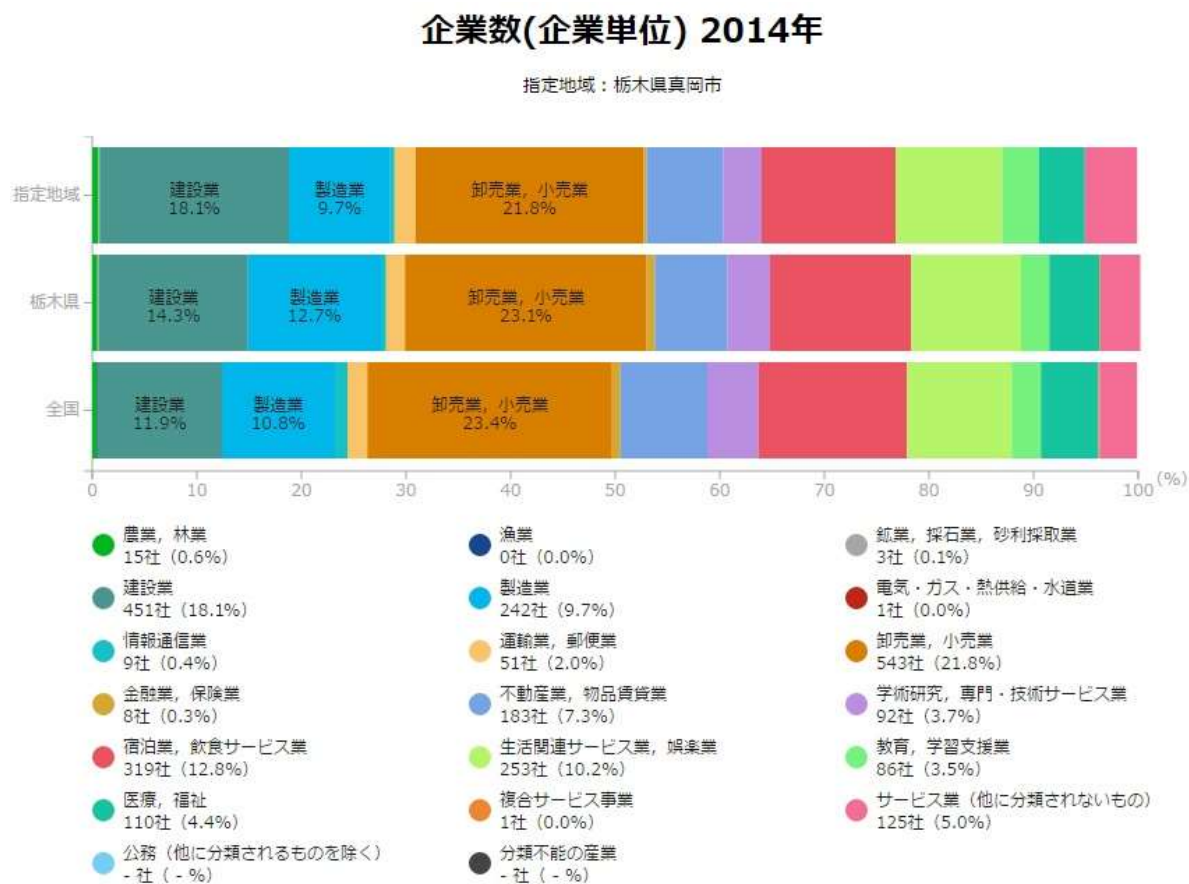


出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

(1-3) 真岡市の産業

真岡市の 2014 年における企業数は、各業態ともに栃木県および全国平均と概ね合致する割合を占めているものの、建設業と製造業の比率は、建設業が多い。

図表：真岡市の企業数割合（2014 年）

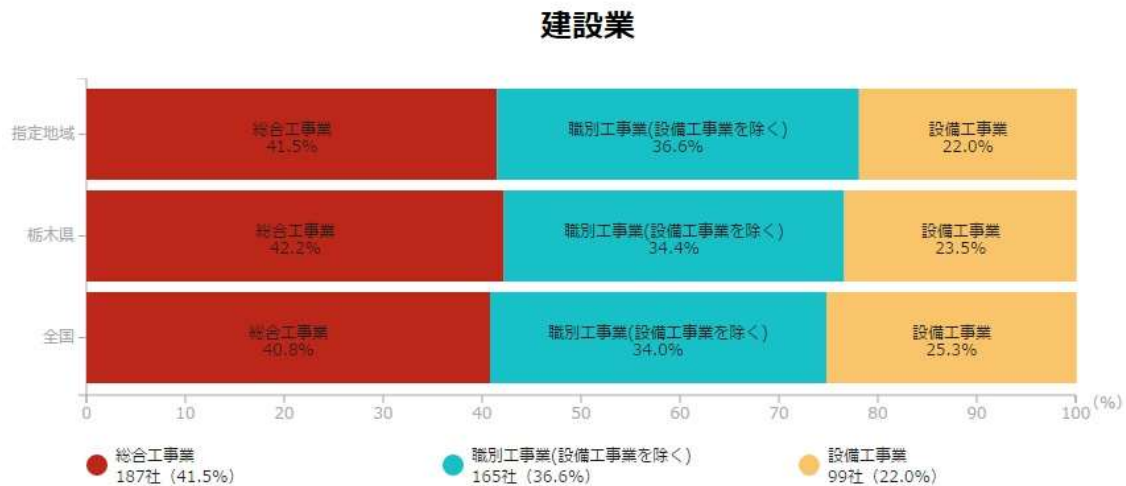


出典：「RESAS」

(1-4) 真岡市の建設業

真岡市の建設業における割合は総合工事業（41.5%）、職別工事業（36.6%）、設備工事業（22.0%）で、およそ全国平均や栃木県平均と同様の割合を占めている。

図表：真岡市の製造業内訳（2014 年）

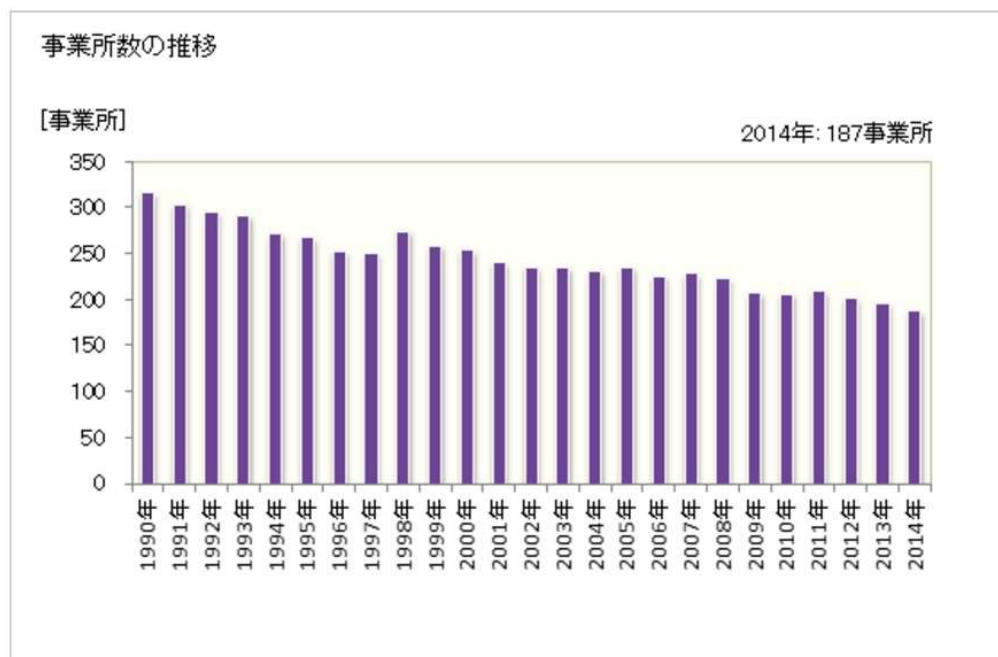


出典：「RESAS」

(2-1) 真岡市の製造業

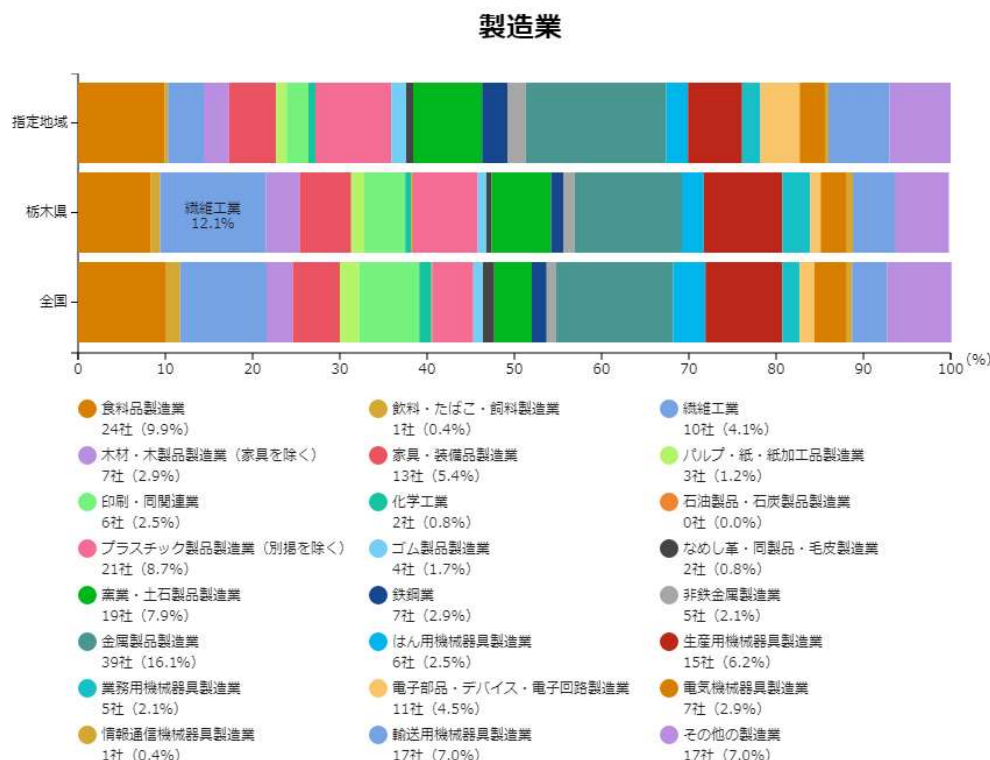
2014 年における真岡市の製造業の事業所数は前年比 4.6%減の 187 事業所。3 年連続の減少。2014 年において最も事業所数が多い業種は、金属製品製造業の 34 事業所。次いで多いのは輸送用機械器具製造業(20)、プラスチック製品製造業 (18)、食料品製造業(17)、窯業・土石製品製造業(16)。

図表：真岡市の製造業事業所数の推移（2014 年）



出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

図表：真岡市の製造業の割合（2014 年）



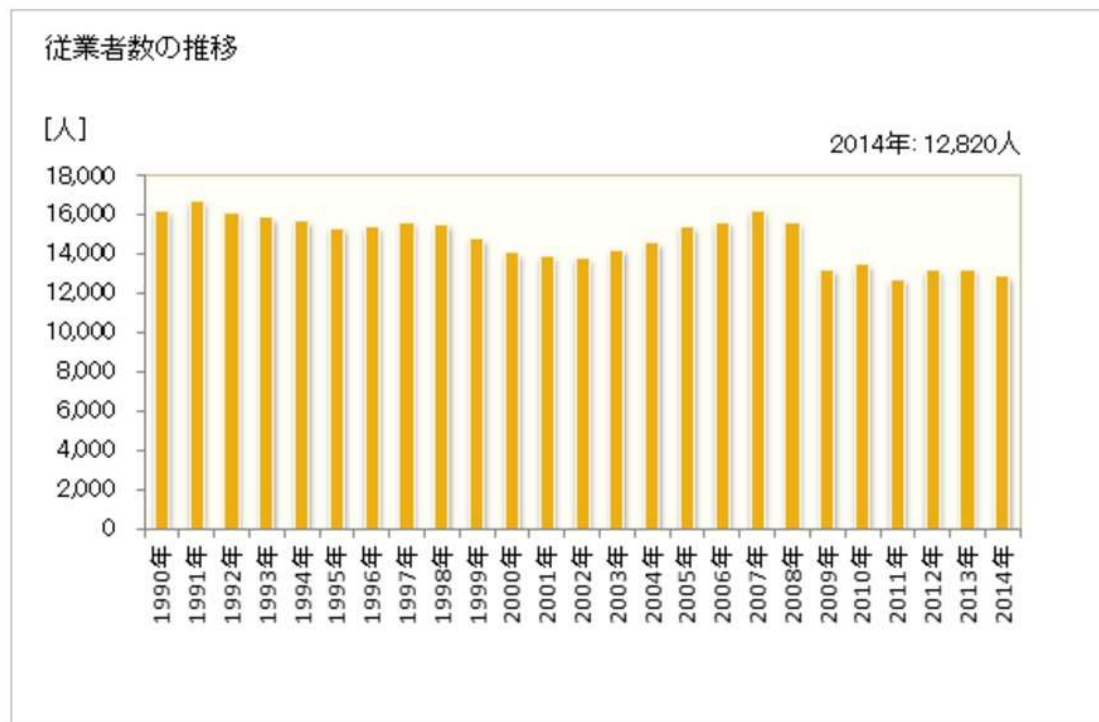
出典：「RESAS」

(2-2) 製造業における従業者

2014 年における真岡市の製造業の従業者数は前年比 2.7%減の 12,820 人。前年より減少となったのは 3 年ぶり。2014 年において最も従業者数が多い業種は、輸送用機械器具製造業の 3,161 人(製造業全体の 24.7%)。次いで多いのは、非鉄金属製造業(1,659 人、12.9%)、プラスチック製品製造業 (1,504 人、11.7%)、金属製品製造業(1,093 人、8.5%)。

2010 年国勢調査によると、真岡市の全産業の就業者に占める製造業就業者の割合は 32.0%(全国平均 16.1%)。

図表：真岡市の製造業における従業者数の推移（2014 年）

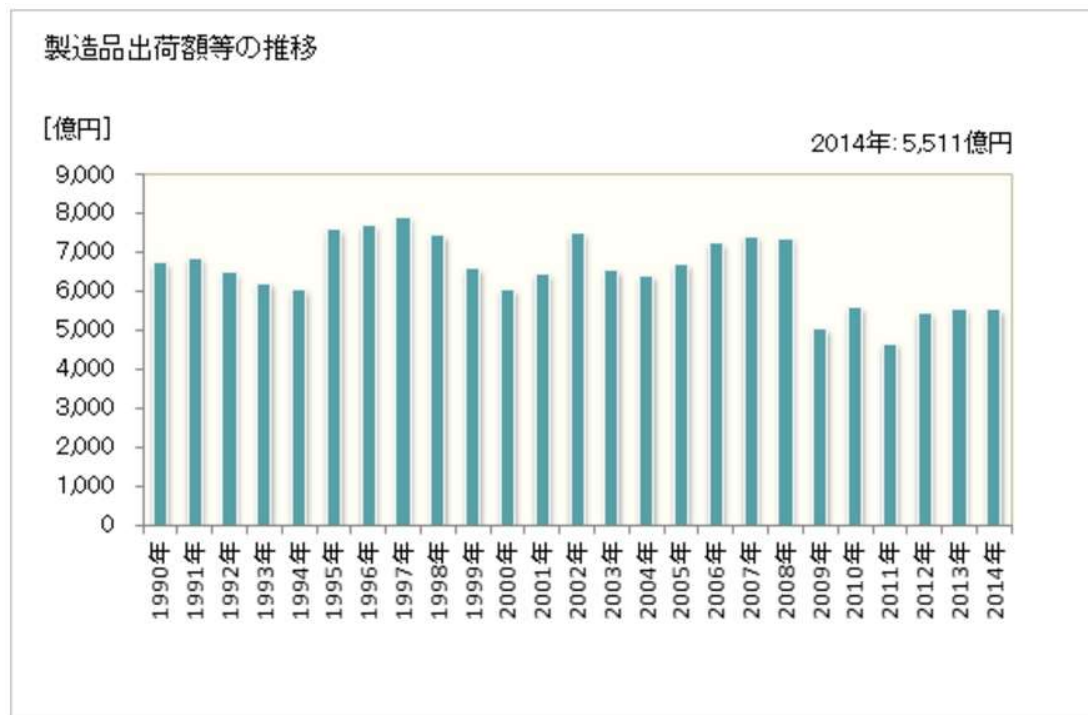


出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

(2-3) 製造品出荷額

2014 年における真岡市の製造業の製造品出荷額等は前年比 0.5%減の 5,511 億円。前年より減少となったのは 3 年ぶり。2014 年において最も出荷額等が多い業種は、非鉄金属製造業の 1,605 億円(製造業全体の 29.1%)。次いで多いのは、輸送用機械器具製造業(989 億円、17.9%)、金属製品製造業(699 億円、12.7%)、プラスチック製品製造業(506 億円、9.2%)。

図表：真岡市の製造品出荷額等の推移（2014 年）



出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

(2-4) 製造業の労働生産性

2014 年における真岡市の製造業の労働生産性(1 人当たり粗付加価値額) は前年比 11.2% 減の 1,058 万円/人。前年より減少となったのは 3 年ぶりである。2014 年では全国平均の 78.9% の水準であった。

図表：真岡市の製造業の労働生産性(1 人当たり粗付加価値額) の推移 (2014 年)



出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

※労働生産性とは、従業員一人当たりの付加価値額を言い、付加価値額を従業員数で除したもの。労働の効率性を計る尺度であり、労働生産性が高い場合は、投入された労働力が効率的に利用されていると言える。

※中小企業新事業活動促進法による付加価値額の式

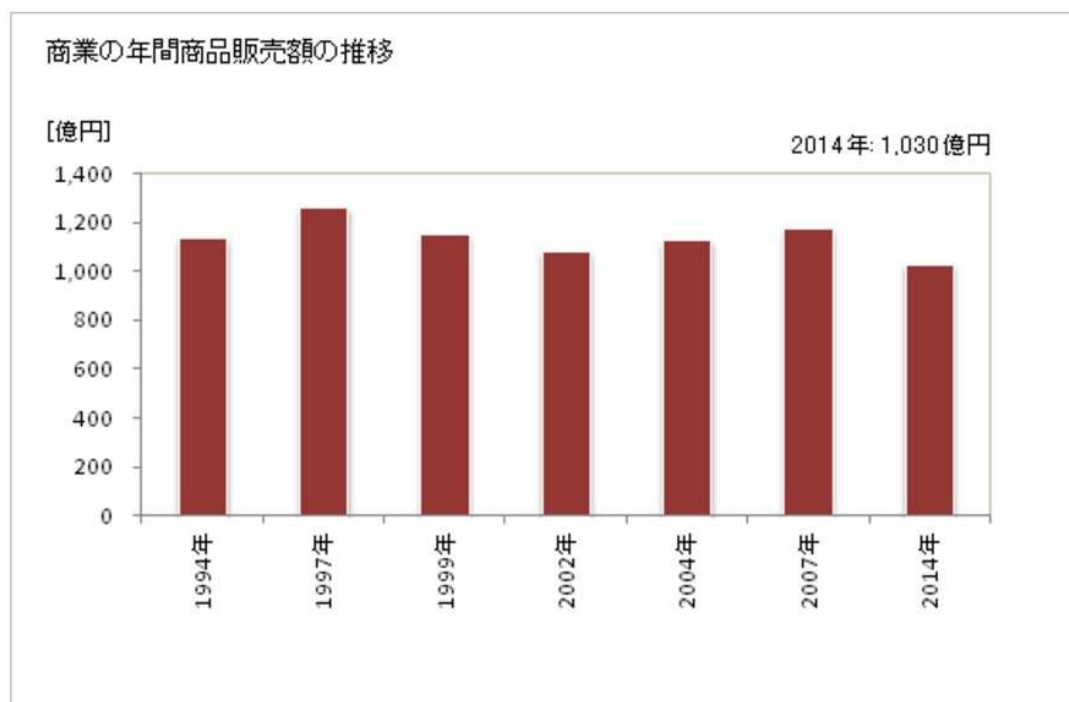
$$\text{付加価値額} = \text{営業利益} + \text{人件費} + \text{減価償却費}$$

3. 真岡市の商業

(1-1) 商業の年間販売額の推移

2014 年の商業の年間商品販売額は 1,030 億円。1994 年以降の調査の中で最も大きい 1997 年に比べると 81.6%の水準まで減少。また 7 年前の 2007 年に比べてもマイナス 12.5%、147 億円の減少。

図表：真岡市の商業の年間販売額の推移



出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

(1-2) 商業の事業所数の推移

2014 年の商業の事業所数は 650 事業所。1994 年以降の調査の中で最も多い 1994 年に比べると 77.2% の水準まで減少。また 7 年前の 2007 年に比べてもマイナス 17.0%、133 事業所の減少。

図表：真岡市の商業の事業所数の推移

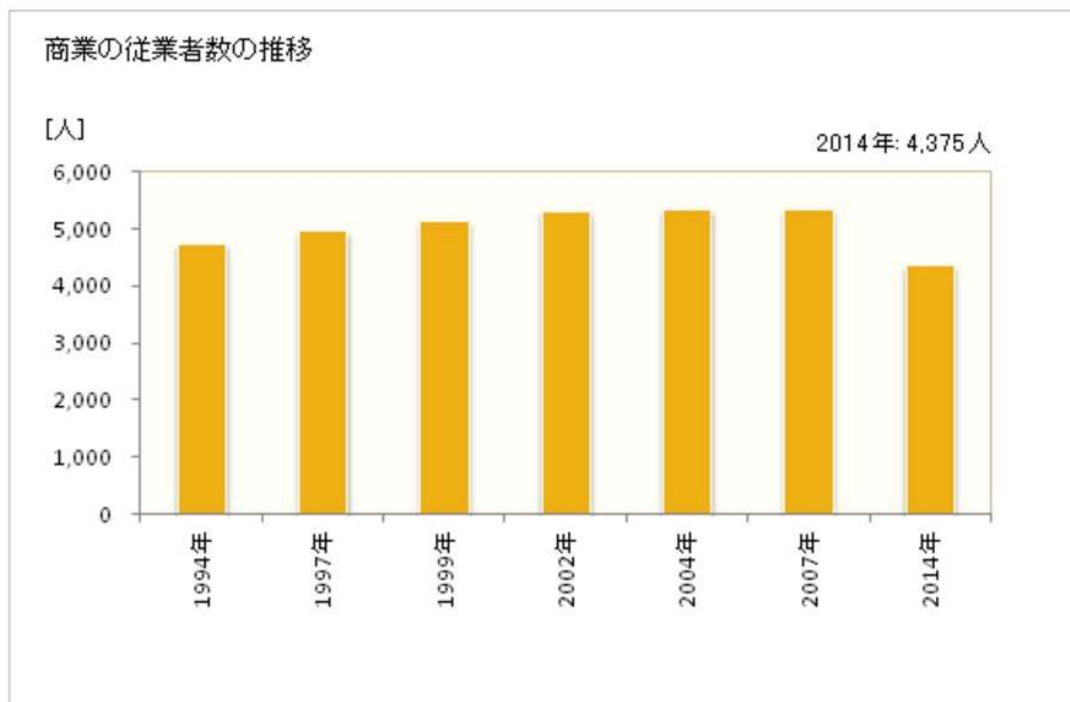


出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

(1-3) 商業の従業者数の推移

2014 年の商業の従業者数は 4,375 人。1994 年以降の調査の中で最も多い 2004 年に比べると 81.6% の水準まで減少。また 7 年前の 2007 年に比べてもマイナス 18.1%、970 人の減少。

図表：真岡市の商業の従業者数の推移

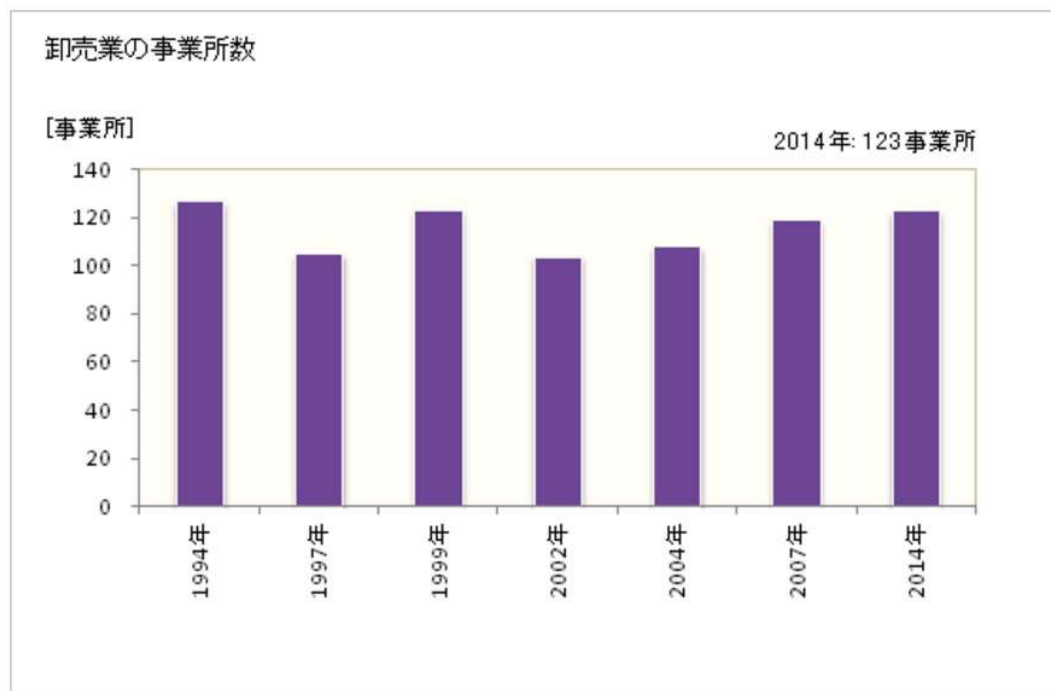


出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

(1-4) 卸売業の事業所数

2014 年の卸売業の事業所数は 123 事業所。1994 年以降の調査の中で最も多い 1994 年に比べると 96.9%の水準まで減少。だが、7 年前の 2007 年の調査に比べるとプラス 3.4%、4 事業所の増加。

図表：真岡市の卸売業の事業所数の推移

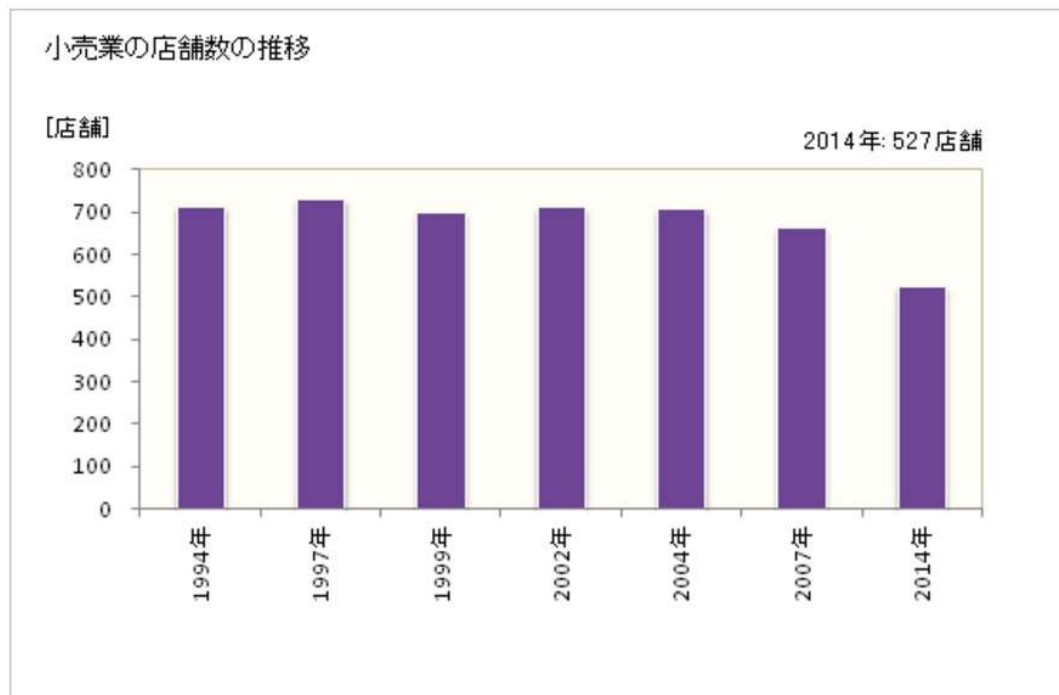


出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

(1-5) 小売業の店舗数

2014 年の小売業の事業所数は 527 店舗。1994 年以降の調査の中で最も多い 1997 年に比べると 72.0%の水準まで減少。また 7 年前の 2007 年に比べてもマイナス 20.6%、137 店舗の減少。

図表：真岡市の小売業の店舗数の推移

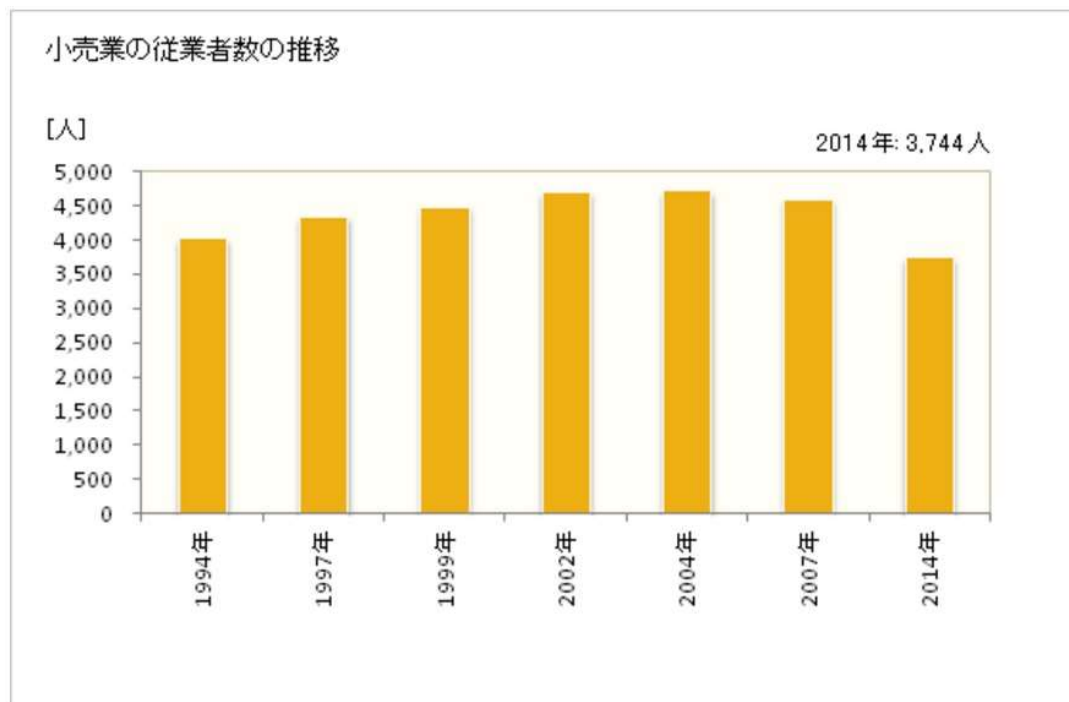


出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

(1-6) 小売業の従業者数の推移

2014年の小売業の従業者数は3,744人。1994年以降の調査の中で最も多い2004年に比べると79.3%の水準まで減少。また7年前の2007年に比べてもマイナス18.7%、861人の減少。

図表：真岡市の小売業の従業者数の推移



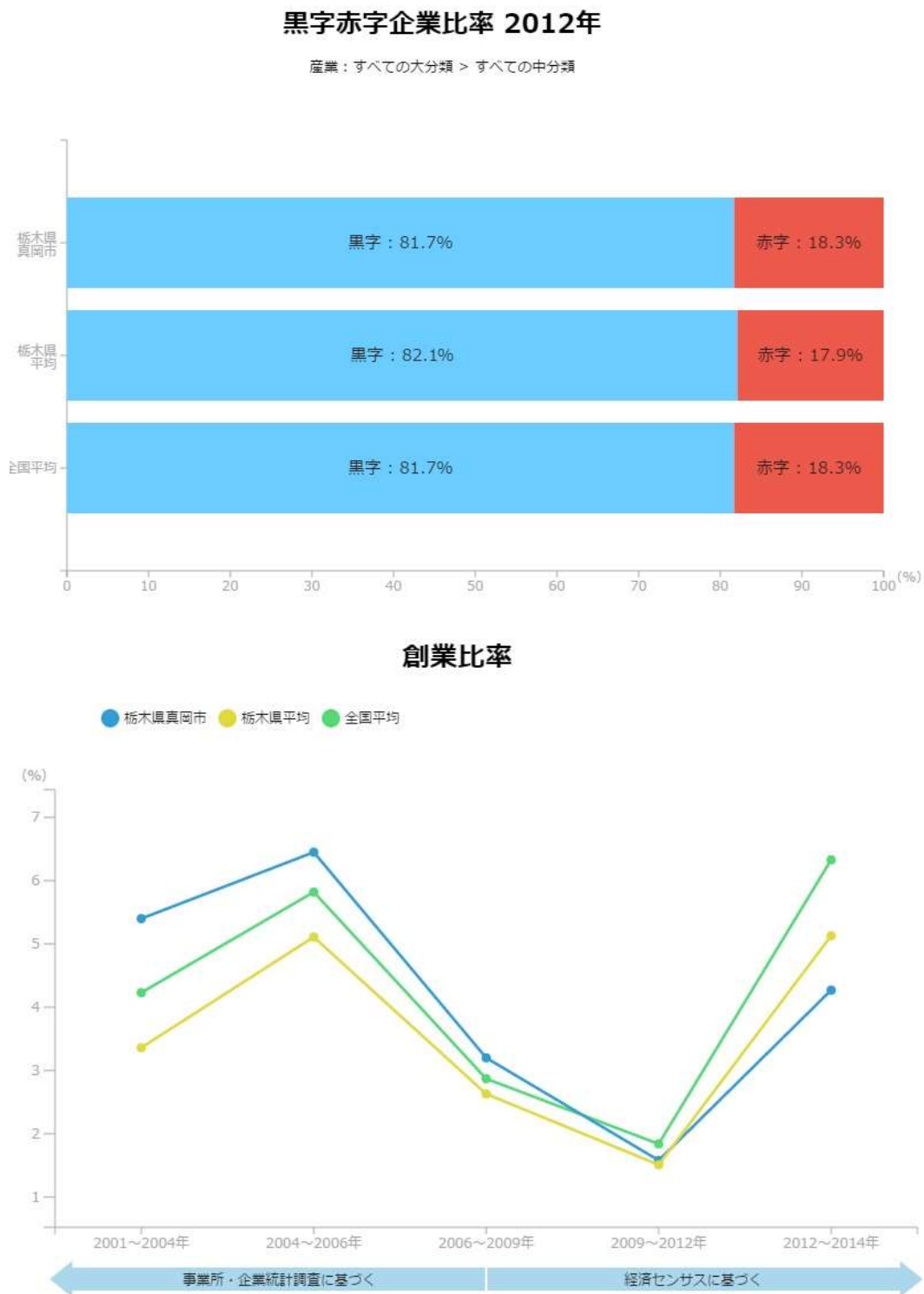
出典：「GD Freak！」(jp.gdfreak.com)

(1-7) 真岡市の黒字赤字企業比率と創業比率

2012 年の黒字赤字企業比率は県平均・全国平均と拮抗。

創業比率は 2009 年から 2012 年にかけて県平均・全国平均を下回った。数値としては回復傾向にあるが、地域の更なる雇用を生み出すには若手が創業・起業しやすい環境の整備が必要と言える。

図表：真岡市の黒字赤字企業比率と創業比率



出典：「RESAS」

まとめ

- 真岡市の総人口は減少傾向にあるとともに世帯数が増加していることから、1 世帯当たりの人数が減少している傾向がある。
- 製造業の事業所数および従業者数は微減しつつも、製造品出荷額は 2011 年以降微増に転じている。
- 小売業の店舗数および従業者数が徐々に減少しており、にのみや地区のみならず市全体として小売業の再興取り組みが必要となる。
- 当商工会としては、各事業所に対し積極的な販路拡大の計画を策定することが急務といえる。今後、地域の小規模事業者に対し、IT 活用による販売促進や新たな商品開発、後継者育成を踏まえた経営計画の策定を促し、業績向上と地区の活性化を図っていく。また地域の小規模事業者の PR 活動を本事業において制作した企業・店舗紹介冊子等で広めるとともに、事業拡大や新商品の開発などを視野に、経営計画を策定しバックアップを図る。また、若手経営者・後継者の育成や、創業塾などの起業支援を積極的に行う。

栃木県芳賀郡二宮町は、2009 年 3 月 23 日に真岡市に編入した。本報告書は現在の行政区画単位（真岡市を指す）において調査・集計された、各行政機関および民間団体の調査結果を基に纏めている。そのため情報の精度は市町村合併を加味しない「真岡市」を指している場合がある。

Ⅱ．栃木県の情報

1．県民経済計算

図表：県（国）民経済計算の概要

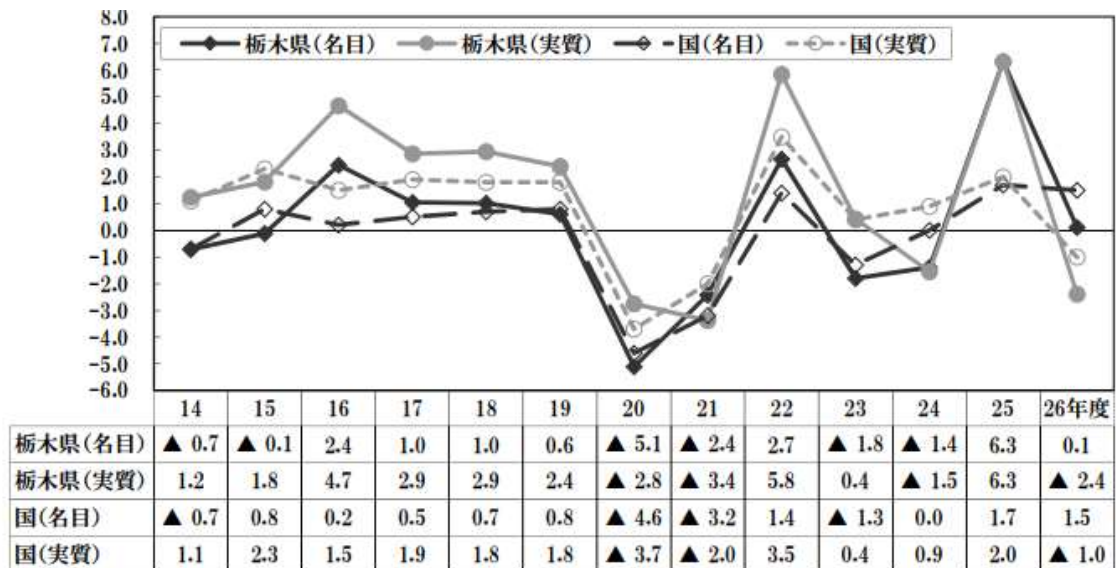
区 分		単位	実数		対前年度増加率(%)	
			25年度	26年度	25年度	26年度
栃木県	県内総生産(名目)	億円	81,736	81,829	6.3	0.1
	県内総生産(実質)	億円	90,440	88,277	6.3	▲ 2.4
	県民所得	億円	65,288	63,436	7.7	▲ 2.8
	一人当たり県民所得	千円	3,288	3,204	8.0	▲ 2.6
国	国内総生産(名目)	億円	4,824,304	4,896,234	1.7	1.5
	国内総生産(実質)	億円	5,298,099	5,246,643	2.0	▲ 1.0
	国民所得	億円	3,591,151	3,644,441	2.3	1.5
	一人当たり国民所得	千円	2,821	2,868	2.4	1.7

注：国の数値は「平成26年度国民経済計算年報」による。
県、国とも実質は連鎖方式による。

出典：栃木県「平成 26 年度県民経済計算」

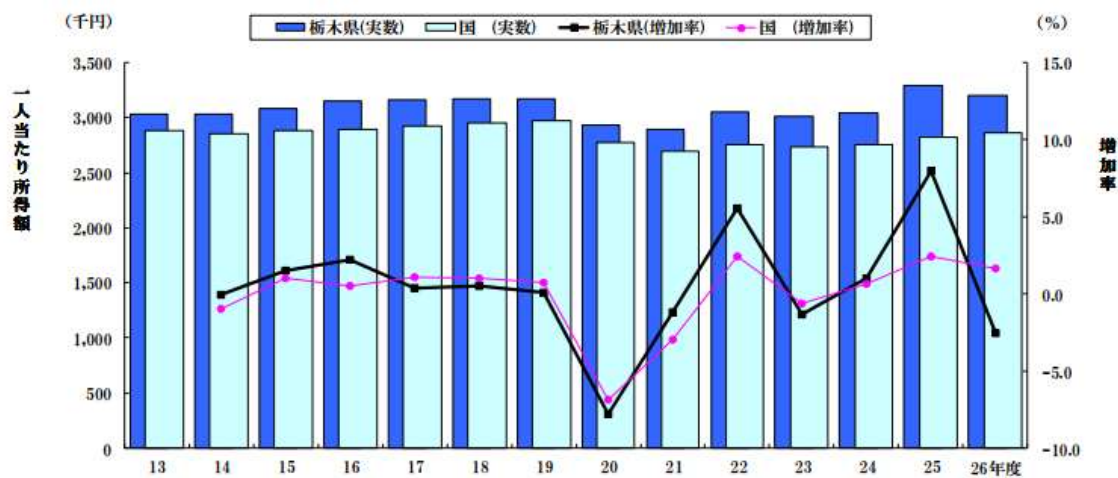
図表：経済成長率の推移

(%)



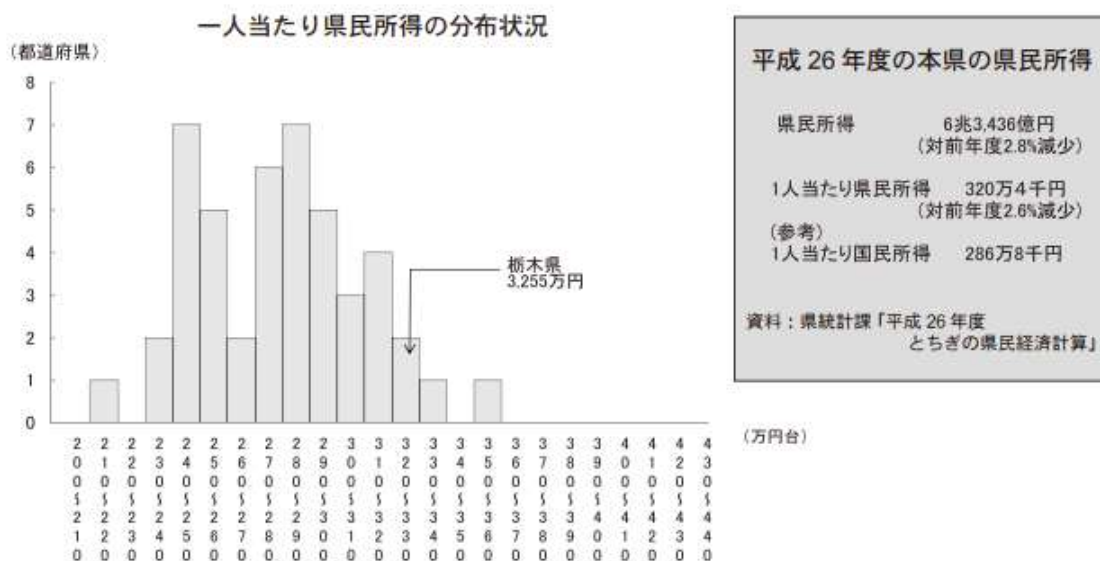
出典：栃木県「平成 26 年度県民経済計算」

図表：1人あたり県（国）民所得の推移



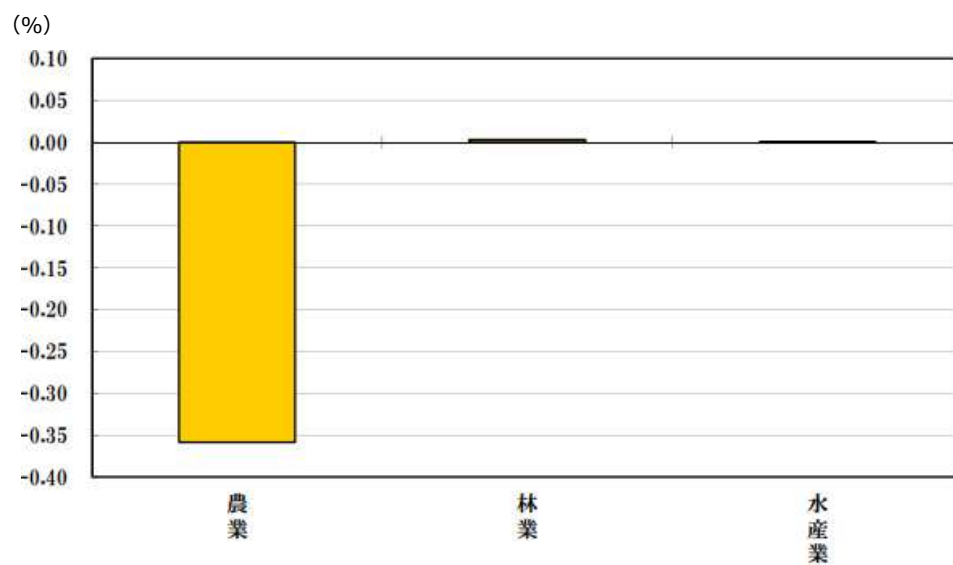
出典：栃木県「平成 26 年度県民経済計算」

図表：1人あたり県民所得の分布状況



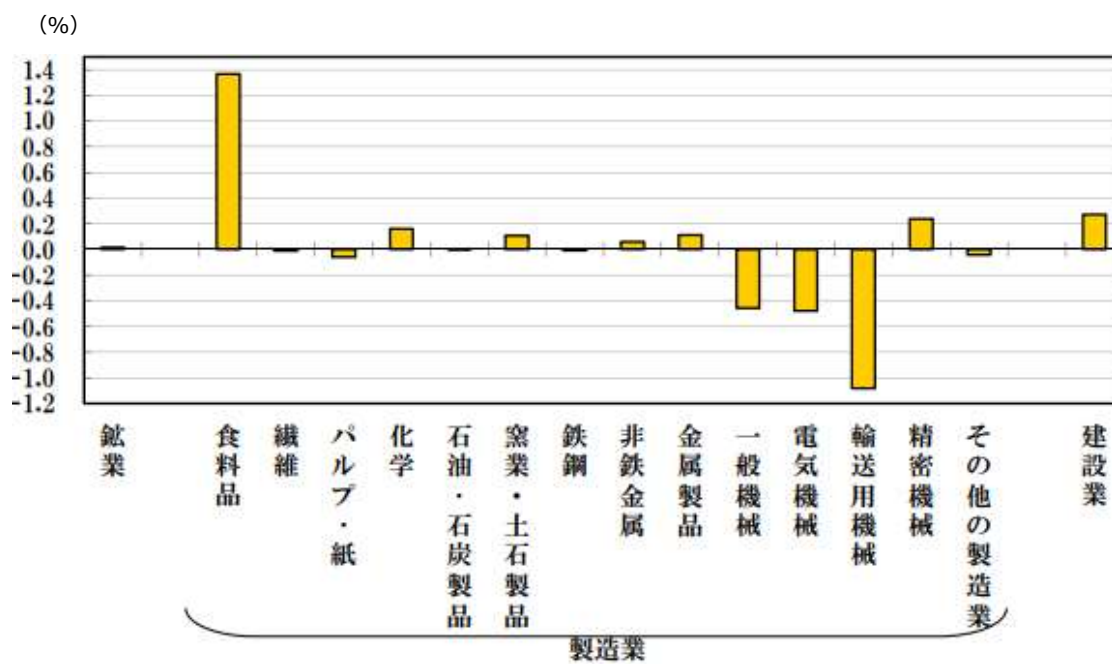
出典：栃木県「とちぎの指標(28 年度版) B 経済と労働」

図表：県内総生産(名目値)の増加率に対する第 1 次産業の寄与度



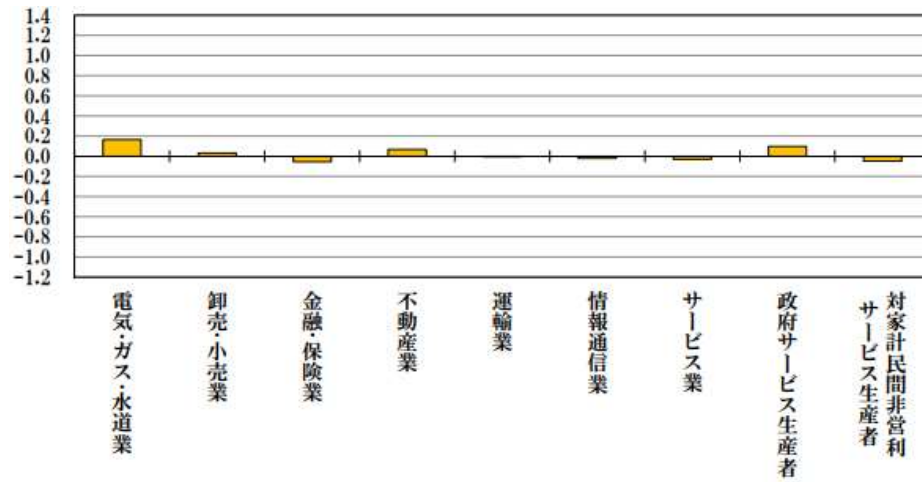
出典：栃木県「平成 26 年度県民経済計算」

図表：県内総生産(名目値)の増加率に対する第 2 次産業の寄与度



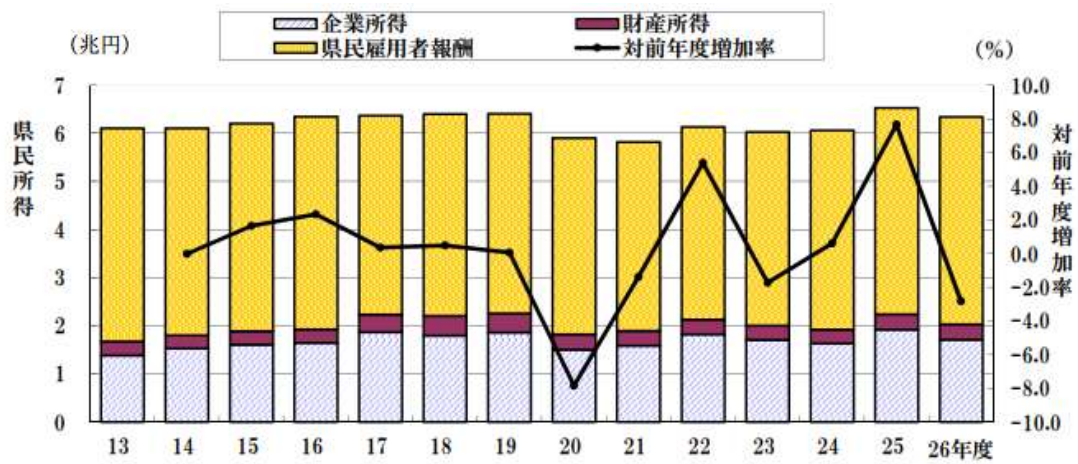
出典：栃木県「平成 26 年度県民経済計算」

図表：県内総生産(名目値)の増加率に対する第3次産業の寄与度
(%)



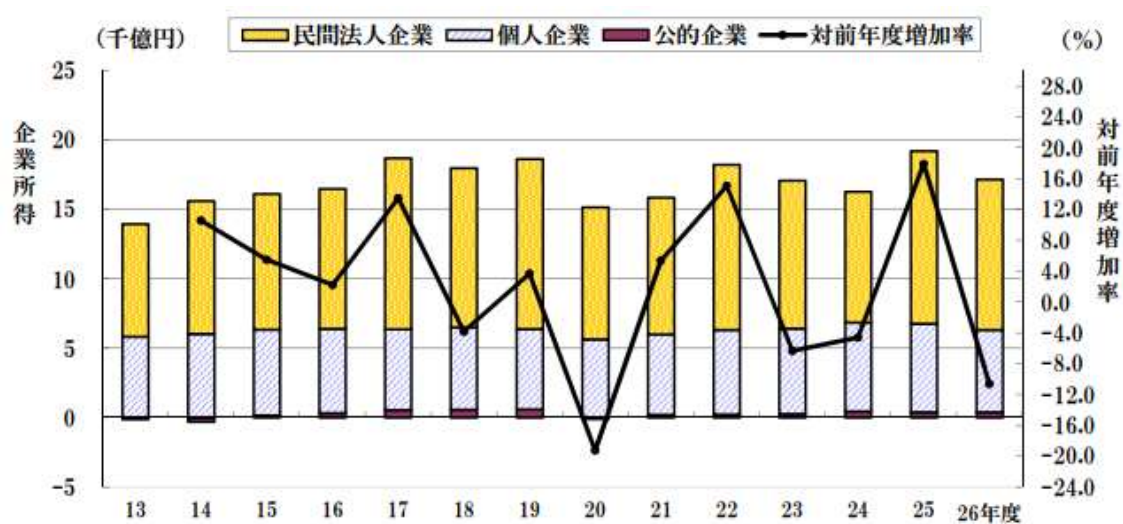
出典：栃木県「平成 26 年度県民経済計算」

図表：県民所得（分配）の推移



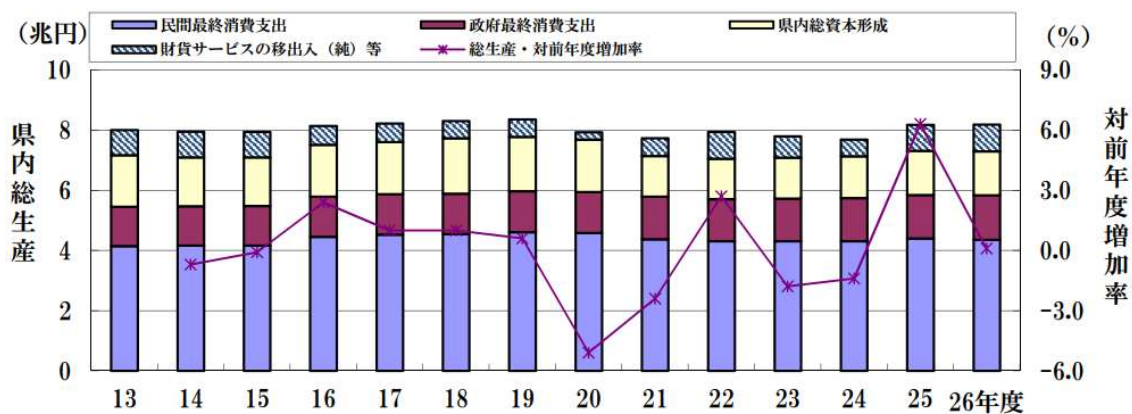
出典：栃木県「平成 26 年度県民経済計算」

図表：企業所得の推移



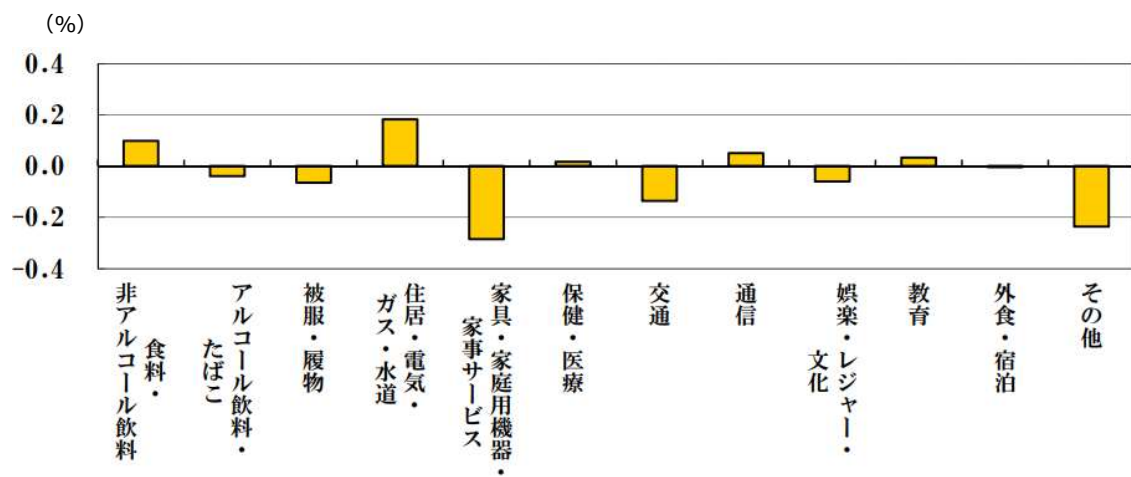
出典：栃木県「平成 26 年度県民経済計算」

図表：県内総生産(支出側)の推移



出典：栃木県「平成 26 年度県民経済計算」

図表：県内総生産(名目値)の増加率に対する目的別増加寄与度



出典：栃木県「平成 26 年度県民経済計算」

2. 市町村民経済計算

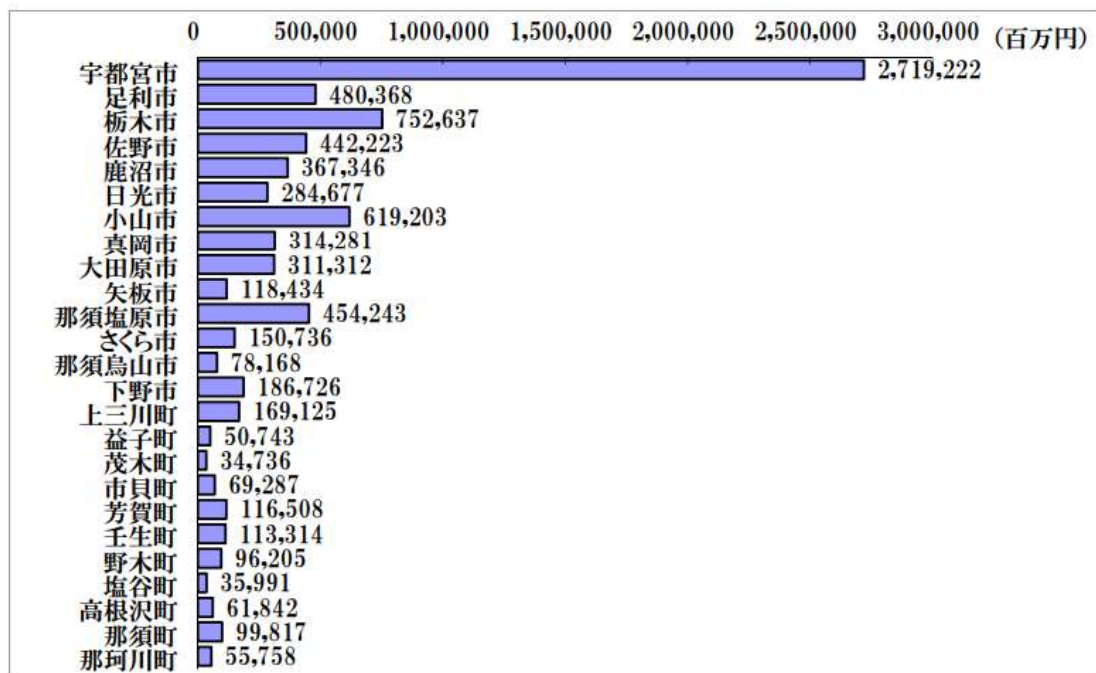
図表：市町村内総生産額（名目）、対前年度比、構成比

（単位：百万円、％）

市町村	市町村民所得額			対前年度比		構 成 比	
	25年度	26年度	増 減	25年度	26年度	25年度	26年度
栃 木 県	6,528,756	6,343,577	▲ 185,179	7.7	▲ 2.8	100.0	100.0
宇 都 宮 市	1,889,176	1,851,834	▲ 37,342	9.1	▲ 2.0	28.9	29.2
足 利 市	450,229	440,745	▲ 9,483	6.1	▲ 2.1	6.9	6.9
栃 木 市	527,047	509,826	▲ 17,221	8.6	▲ 3.3	8.1	8.0
佐 野 市	366,360	362,167	▲ 4,193	6.7	▲ 1.1	5.6	5.7
鹿 沼 市	317,789	306,408	▲ 11,382	7.5	▲ 3.6	4.9	4.8
日 光 市	254,964	247,116	▲ 7,848	5.3	▲ 3.1	3.9	3.9
小 山 市	535,333	531,631	▲ 3,702	7.0	▲ 0.7	8.2	8.4
真 岡 市	259,351	248,075	▲ 11,276	7.1	▲ 4.3	4.0	3.9
大 田 原 市	234,077	222,973	▲ 11,103	6.7	▲ 4.7	3.6	3.5
矢 板 市	99,880	97,045	▲ 2,836	4.8	▲ 2.8	1.5	1.5
那須塩原市	376,624	361,360	▲ 15,264	6.2	▲ 4.1	5.8	5.7
さくら市	137,750	134,123	▲ 3,627	6.5	▲ 2.6	2.1	2.1
那須烏山市	80,393	76,677	▲ 3,716	4.1	▲ 4.6	1.2	1.2
下 野 市	205,308	200,824	▲ 4,484	7.2	▲ 2.2	3.1	3.2
上 三 川 町	120,910	107,814	▲ 13,096	20.2	▲ 10.8	1.9	1.7
益 子 町	66,889	65,354	▲ 1,535	4.5	▲ 2.3	1.0	1.0
茂 木 町	37,382	36,276	▲ 1,106	3.6	▲ 3.0	0.6	0.6
市 貝 町	43,795	41,868	▲ 1,928	9.9	▲ 4.4	0.7	0.7
芳 賀 町	63,055	55,629	▲ 7,426	14.8	▲ 11.8	1.0	0.9
壬 生 町	120,691	118,045	▲ 2,646	5.9	▲ 2.2	1.8	1.9
野 木 町	84,635	80,813	▲ 3,823	7.0	▲ 4.5	1.3	1.3
塩 谷 町	34,623	32,991	▲ 1,632	6.2	▲ 4.7	0.5	0.5
高 根 沢 町	96,535	94,910	▲ 1,625	5.4	▲ 1.7	1.5	1.5
那 須 町	75,780	71,386	▲ 4,394	6.7	▲ 5.8	1.2	1.1
那 珂 川 町	50,178	47,687	▲ 2,491	4.6	▲ 5.0	0.8	0.8

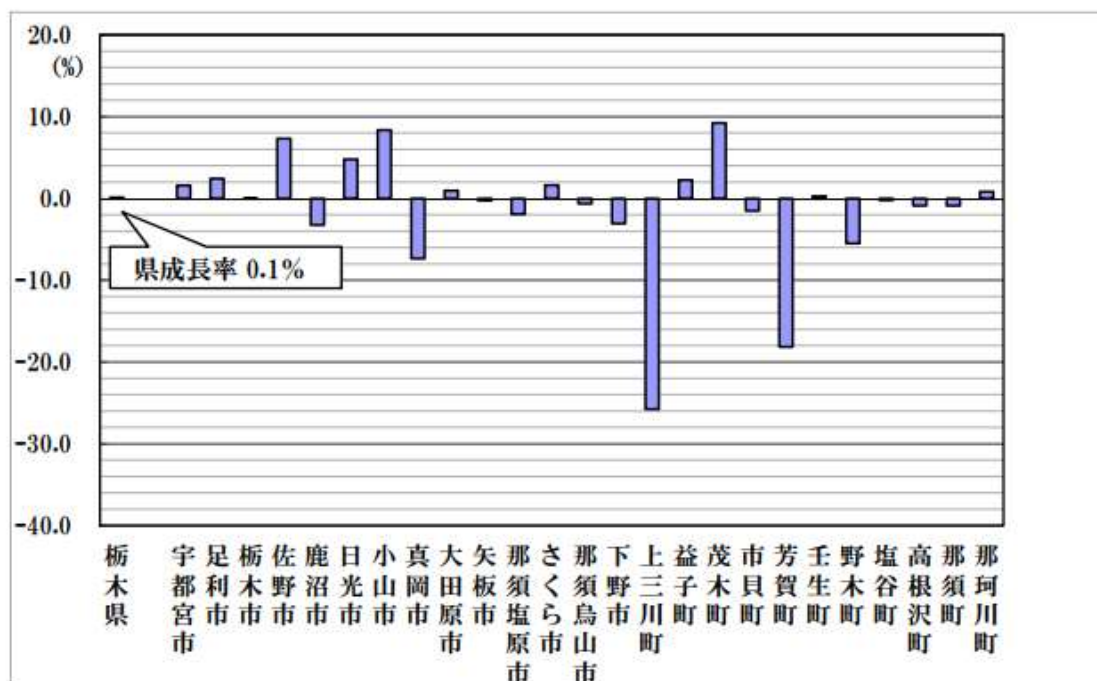
出典：栃木県「平成 26 年度とちぎの市町村民経済計算（概要）」

図表：市町村内総生産額



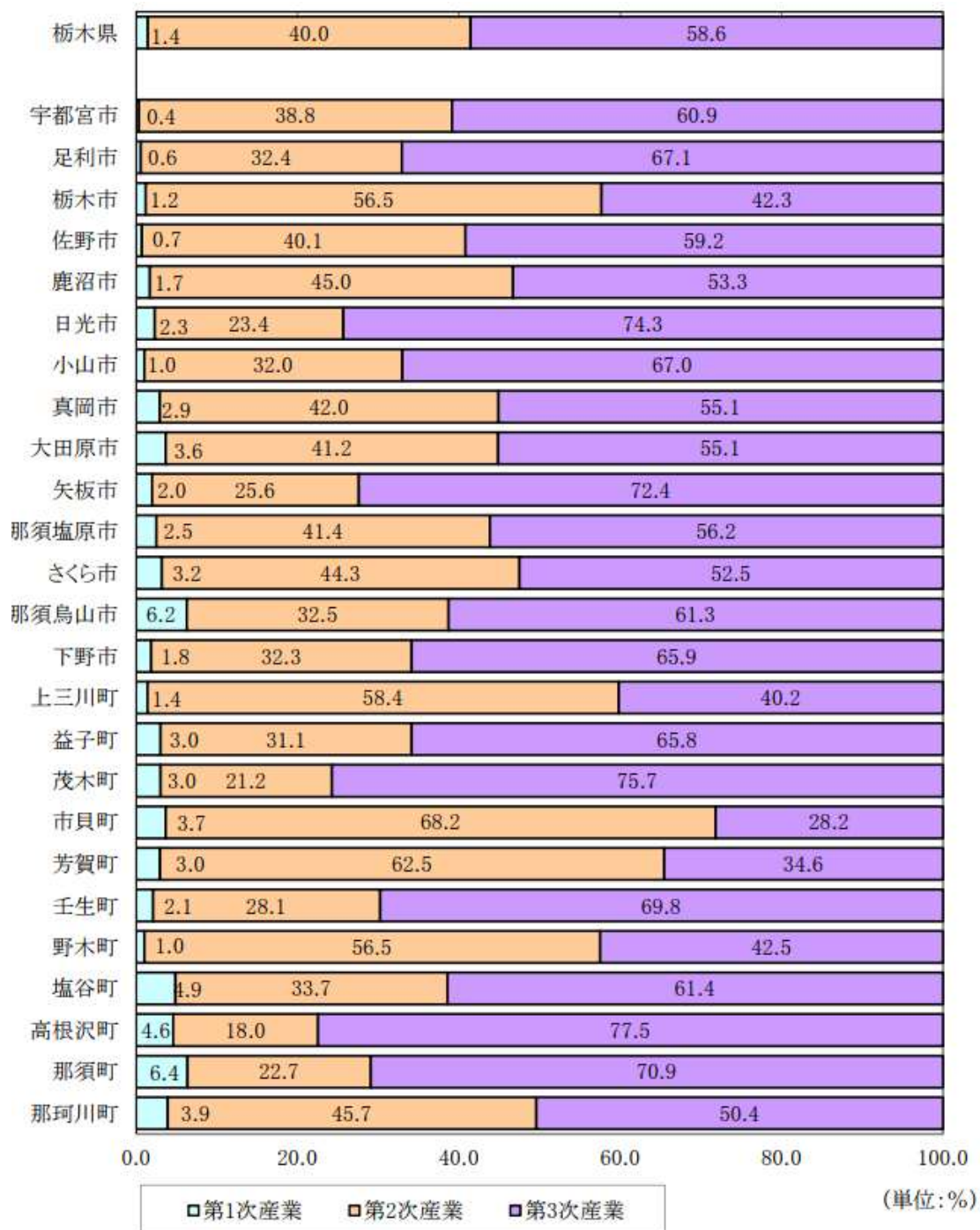
出典：栃木県「平成 26 年度とちぎの市町村民経済計算（概要）」

図表：経済成長率(対前年度比)



出典：栃木県「平成 26 年度とちぎの市町村民経済計算（概要）」

図表：市町村別産業構造



(注) 構成比は、輸入品に課される税・関税等を加算・控除する前の各産業合計に対する割合です。

出典：栃木県「平成 26 年度とちぎの市町村民経済計算（概要）」

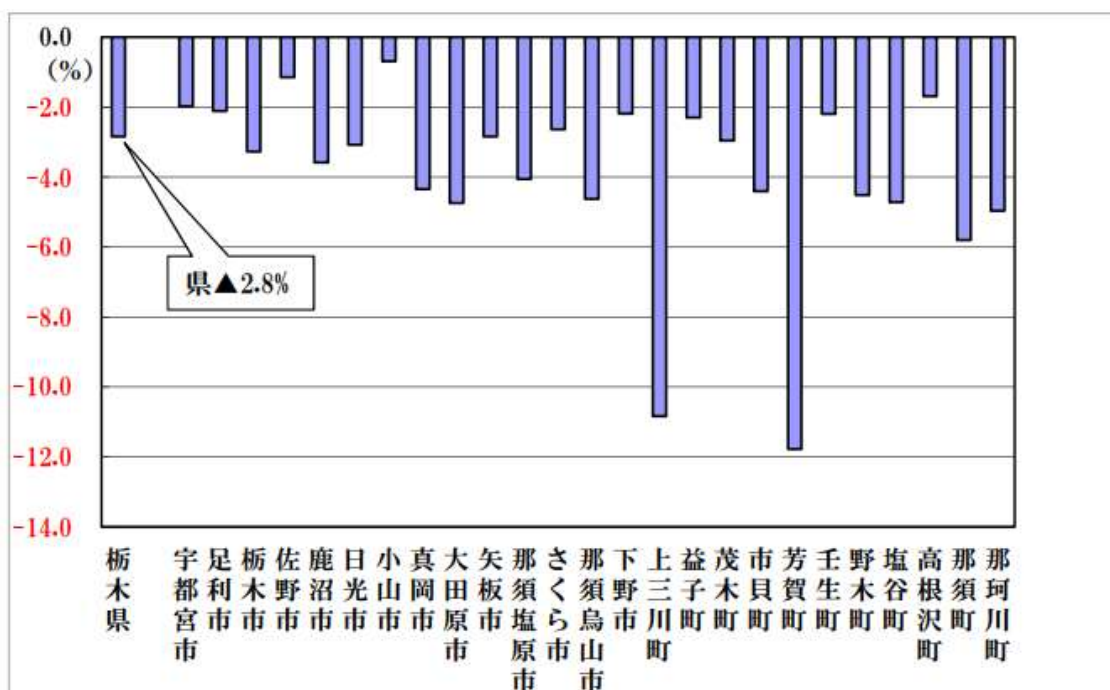
図表：市町村民所得額、対前年比、構成比

(単位:百万円、%)

市町村	市町村民所得額			対前年度比		構 成 比	
	25年度	26年度	増 減	25年度	26年度	25年度	26年度
栃 木 県	6,528,756	6,343,577	▲ 185,179	7.7	▲ 2.8	100.0	100.0
宇 都 宮 市	1,889,176	1,851,834	▲ 37,342	9.1	▲ 2.0	28.9	29.2
足 利 市	450,229	440,745	▲ 9,483	6.1	▲ 2.1	6.9	6.9
栃 木 市	527,047	509,826	▲ 17,221	8.6	▲ 3.3	8.1	8.0
佐 野 市	366,360	362,167	▲ 4,193	6.7	▲ 1.1	5.6	5.7
鹿 沼 市	317,789	306,408	▲ 11,382	7.5	▲ 3.6	4.9	4.8
日 光 市	254,964	247,116	▲ 7,848	5.3	▲ 3.1	3.9	3.9
小 山 市	535,333	531,631	▲ 3,702	7.0	▲ 0.7	8.2	8.4
真 岡 市	259,351	248,075	▲ 11,276	7.1	▲ 4.3	4.0	3.9
大 田 原 市	234,077	222,973	▲ 11,103	6.7	▲ 4.7	3.6	3.5
矢 板 市	99,880	97,045	▲ 2,836	4.8	▲ 2.8	1.5	1.5
那 須 塩 原 市	376,624	361,360	▲ 15,264	6.2	▲ 4.1	5.8	5.7
さ く ら 市	137,750	134,123	▲ 3,627	6.5	▲ 2.6	2.1	2.1
那 須 烏 山 市	80,393	76,677	▲ 3,716	4.1	▲ 4.6	1.2	1.2
下 野 市	205,308	200,824	▲ 4,484	7.2	▲ 2.2	3.1	3.2
上 三 川 町	120,910	107,814	▲ 13,096	20.2	▲ 10.8	1.9	1.7
益 子 町	66,889	65,354	▲ 1,535	4.5	▲ 2.3	1.0	1.0
茂 木 町	37,382	36,276	▲ 1,106	3.6	▲ 3.0	0.6	0.6
市 貝 町	43,795	41,868	▲ 1,928	9.9	▲ 4.4	0.7	0.7
芳 賀 町	63,055	55,629	▲ 7,426	14.8	▲ 11.8	1.0	0.9
壬 生 町	120,691	118,045	▲ 2,646	5.9	▲ 2.2	1.8	1.9
野 木 町	84,635	80,813	▲ 3,823	7.0	▲ 4.5	1.3	1.3
塩 谷 町	34,623	32,991	▲ 1,632	6.2	▲ 4.7	0.5	0.5
高 根 沢 町	96,535	94,910	▲ 1,625	5.4	▲ 1.7	1.5	1.5
那 須 町	75,780	71,386	▲ 4,394	6.7	▲ 5.8	1.2	1.1
那 珂 川 町	50,178	47,687	▲ 2,491	4.6	▲ 5.0	0.8	0.8

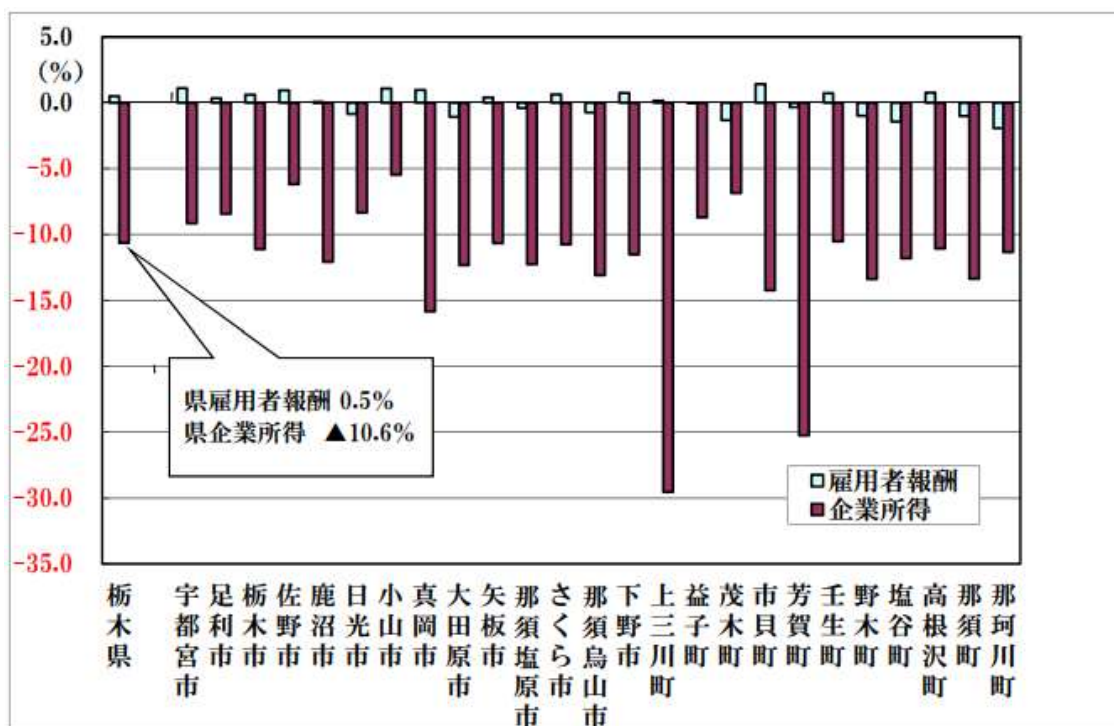
出典：栃木県「平成 26 年度とちぎの市町村民経済計算（概要）」

図表：市町村民所得（対前年度比）



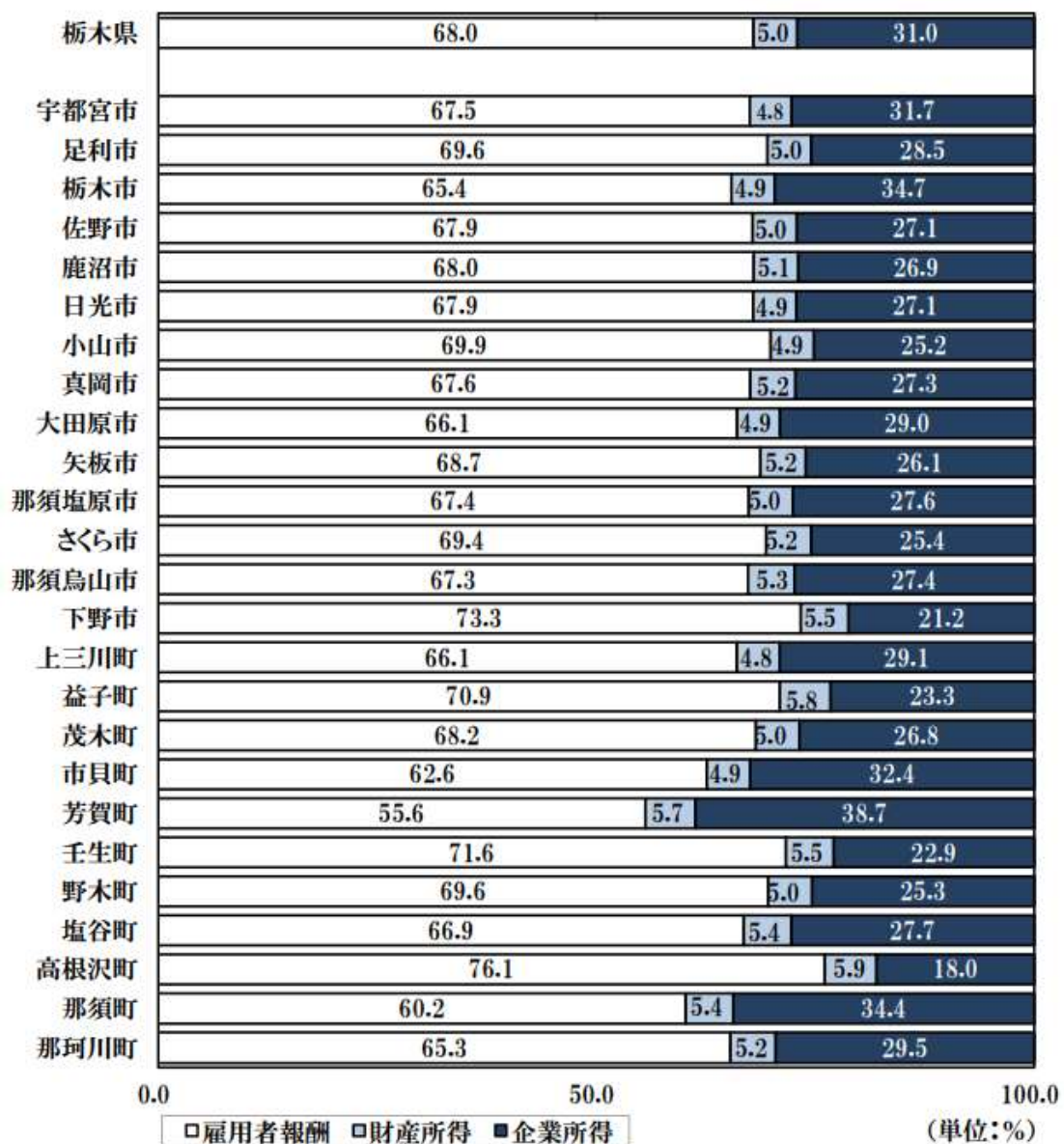
出典：栃木県「平成 26 年度とちぎの市町村民経済計算（概要）」

図表：雇用者報酬・企業所得（対前年度比）



出典：栃木県「平成 26 年度とちぎの市町村民経済計算（概要）」

図表：所得の構成



出典：栃木県「平成 26 年度とちぎの市町村民経済計算（概要）」

3. 栃木県の工業製品、農産物

図表：栃木県が製造品出荷額第 1 位の製品品目

分類	製造品	出荷額 (百万円)	出荷額 (全国) (百万円)	全国 順位	シェア (%)	年
繊維工業品	ふとん（羊毛ふとんを含む）	2,905	25,701	1位	11.3	H26
木材・木製品	木質系プレハブ住宅	4,123	8,545	1位	48.3	H26
プラスチック製品	硬質プラスチック発泡製品（厚板）	24,477	103,248	1位	23.7	H26
	強化プラスチック製容器・浴槽・浄化槽	9,170	82,541	1位	11.1	H26
	廃プラスチック製品	2,137	19,359	1位	11.0	H26
窯業・土石製品	砕石	17,769	210,699	1位	8.4	H26
金属製品	シャッター	18,994	98,304	1位	19.3	H26
生産用機械器具	半導体製造装置の部分品・取付具・附属品	41,340	370,147	1位	11.2	H26
業務用機械器具	工業用長さ計	10,908	41,345	1位	26.4	H26
	ジャイロ計器、磁気コンパス	8,139	18,139	1位	44.9	H26
	歯科用機械器具、同装置	25,484	69,896	1位	36.5	H26
	カメラ用交換レンズ	92,975	178,607	1位	52.1	H26
電子部品・デバイス ・電子回路	他に分類されない通信機械器具の部分品 ・附属品	32,431	141,530	1位	22.9	H26
その他の製品	万年筆・シャープペンシル部分品、 ペン先、ペン軸	705	3,762	1位	18.7	H26

資料：経済産業省「平成26年工業統計表 品目編」

出典：「栃木県 HP とちぎの統計情報 統計からみた栃木県の実力」

<http://www.pref.tochigi.lg.jp/c04/pref/toukei/toukei/230114.html>

図表：栃木県が収穫量上位の農産物

品目	収穫量 (トン)	収穫量 (全国) (トン)	全国 順位	シェア (%)	年
二条大麦	34,000	106,800	1位	31.8	H28
いちご	24,800	158,700	1位	15.6	H27
陸稲	554	2,060	2位	26.9	H28
青刈りとうもろこし	237,200	4,823,000	2位	4.9	H27
こんにゃくいも	1,790	61,300	2位	2.9	H27
にら	10,700	61,500	2位	17.4	H27
日本なし	20,700	247,300	3位	8.4	H27
六条大麦	4,560	53,600	4位	8.5	H28
らっかせい	191	12,300	4位	1.6	H27
さといも	9,310	153,300	4位	6.1	H27
そば	1,680	34,800	5位	4.8	H27
はくさい	27,600	894,600	5位	3.1	H27

資料：農林水産省「平成27年産、28年産作物統計」「平成27年産果樹生産出荷統計」「平成27年産野菜生産出荷統計」

品目	栃木県	全国	全国 順位	シェア (%)	年
乳用牛（飼養頭数・頭）	52,800	1,345,000	2位	3.9	H28
生乳（生産量・トン）	325,903	7,379,234	2位	4.4	H27

資料：農林水産省「平成28年畜産統計」「平成27年牛乳乳製品統計」

品目	出荷量 (千本)	出荷量 (全国) (千本)	全国 順位	シェア (%)	年
スプレイぎく（切り花）	20,700	251,900	4位	8.2	H27
シクラメン（鉢もの）	1,090	17,600	4位	6.2	H27

資料：農林水産省「平成27年花き生産出荷統計」

出典：「栃木県 HP とちぎの統計情報 統計からみた栃木県の実力」

<http://www.pref.tochigi.lg.jp/c04/pref/toukei/toukei/230114.html>

4. 栃木県内事業所数、従業者数等

図表：県内事業所数

	事業所数	民営事業所数			国、地方公共団体
		H24	H26	増減率 (%)	
栃 木 県	93,428	92,263	91,073	▲ 1.3	2,355
全国に占める 割合(%)	1.6	1.6	1.6	-	1.6
全 国	5,926,804	5,768,489	5,779,072	0.2	147,732

注1：民営事業所数（H24）は、すべての民営事業所数で、直近での比較が可能な24年活動調査を記載した。

注2：事業所数、民営事業所数及び国、地方公共団体の事業所数について、平成21年経済センサス - 基礎調査と比較した状況は次のとおり。

- ・事業所数 8.3%減（H21 101,926事業所）
- ・民営事業所数 8.4%減（H21 99,390事業所）
- ・国、地方公共団体の事業所数 7.1%減（H21 2,536事業所）

出典：栃木県「平成 26 年経済センサス-基礎調査」

図表：県内従業者数及び 1 事業所あたり従業者数

	従業者数	民営従業者数						国、地方公共団体
		H24	H26	増減率 (%)	男性	女性	1事業所 当たり 従業者数	
栃 木 県	931,021	865,025	871,483	0.7	495,380	375,756	9.8	59,538
全国に占める 割合(%)	1.5	1.5	1.5	-	1.6	1.5	-	1.4
全 国	61,788,853	55,837,252	57,427,704	2.8	31,939,449	25,402,926	10.4	4,361,149

注1：民営従業者数（H24）は、すべての民営事業所の従業者数で、直近での比較が可能な24年活動調査を記載した。

注2：従業者数、民営従業者数及び国、地方公共団体の従業者数について、平成21年経済センサス - 基礎調査と比較した状況は次のとおり。

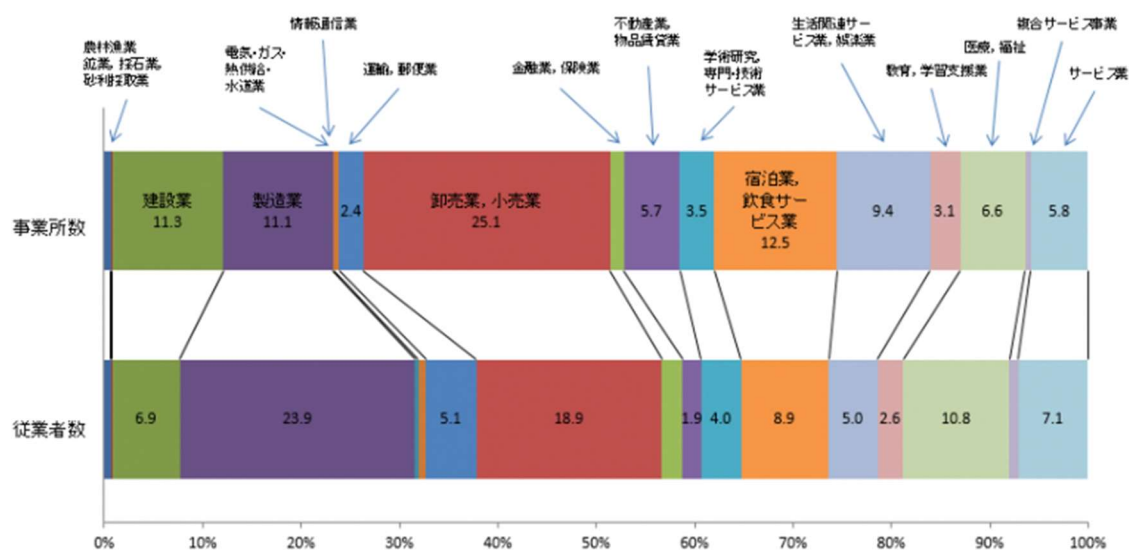
- ・従業者数 4.4%減（H21 973,407人）
- ・民営従業者数 4.6%減（H21 913,131人）
- ・国、地方公共団体の従業者数 1.2%減（H21 60,276人）

注3：従業者数の「総数」には男女別が不詳の従業者を含むため、男性と女性の合計は「総数」と一致しない場合がある。

注4：「従業者数」及び「1事業所当たり従業者数」は、必要な事項の数値が得られた事業所を対象として集計した。

出典：栃木県「平成 26 年経済センサス-基礎調査」

図表：産業大分類別事業所数及び従業者数の構成比



出典：栃木県「平成 26 年経済センサス-基礎調査」

図表：県内企業等数及び売上高

	企業等数			売上高				
	H24	H26	増減率 (%)	H24 (億円)	H26 (億円)	増減率 (%)	差引額 (億円)	1企業等当たり 売上高 (万円)
栃 木 県	69,185	67,579	▲ 2.3	100,353	95,324	▲ 5.0	▲ 5,029	16,078
全国に占める 割合(%)	1.7	1.6	-	0.8	0.7	-	-	-
全 国	4,128,215	4,098,284	▲ 0.7	13,355,083	13,777,208	3.2	422,125	40,238

注1：企業等数（H24）は、直近での比較が可能な24年活動調査を記載した。

注2：「売上高」、「1企業等当たり売上高」は、必要な事項の数値が得られた企業等を対象として集計した。

出典：栃木県「平成 26 年経済センサス-基礎調査」

Ⅲ. にのみやプレミアム商品券に対する評価

1. にのみやプレミアム商品券加盟事業者アンケート

(1) 調査の概要

調査目的

にのみや商工会では、にのみや地域商業の活性化に向けて、にのみやプレミアム商品券事業の有効活用を図ること、同事業の効果測定を行うことを目的に、平成 28 年度に続いてにのみやプレミアム商品券の効果等についてアンケート調査を行った。

調査期間

平成 29 年 10 月～12 月

調査方法

調査対象：にのみやプレミアム商品券加盟事業者 70 事業者のうち 50 事業者

調査方法：商工会職員がにのみやプレミアム商品券加盟事業者にアンケート用紙を配布し、加盟事業者が記入

調査結果の表記について

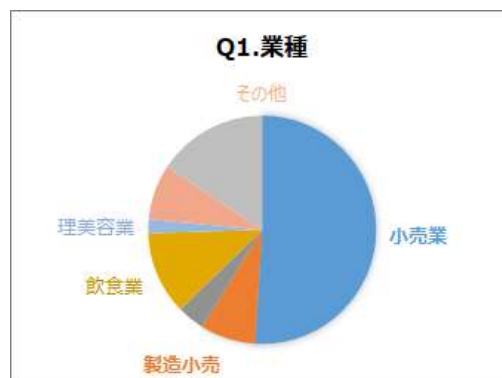
集計結果は、各設問の標本数を 100%とした百分比（%）で表し、小数点第 2 位を四捨五入している。

(2-1) にのみやプレミアム商品券加盟事業者の状況

Q1.業種（重複回答を含む）

小売業が 56.3%と、半数を占めている。

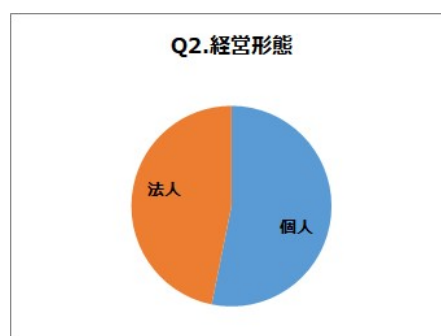
業種	回答数	割合
小売業	26	51.0%
製造小売	4	7.8%
製造業	2	3.9%
飲食業	6	11.8%
宿泊業	0	0.0%
不動産業	0	0.0%
理美容業	1	2.0%
サービス業	4	7.8%
建設・建築業	8	15.7%
その他	0	0.0%
計	51	100.0%



Q2.経営形態（未回答 3 件）

個人と法人がほぼ半々である。

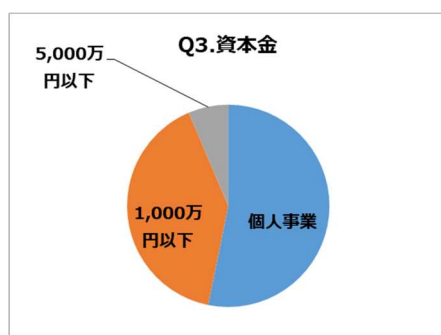
経営形態	回答数	割合
個人	25	53.2%
法人	22	46.8%
計	47	100.0%



Q3.資本金（未回答 3 件）

個人事業および、1,000 万円以下の企業がほとんどを占めている。

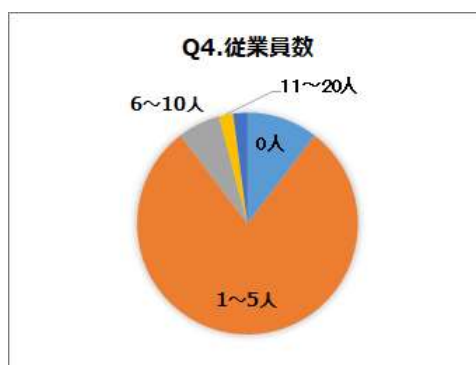
資本金	回答数	割合
個人事業	25	53.2%
1,000万円以下	19	40.4%
5,000万円以下	3	6.4%
1億円以下	0	0.0%
1億円以上	0	0.0%
計	47	100.0%



Q4.従業員数（未回答 2 件）

0 人および従業員数 5 人以下の事業者が合わせて 89.6%を占める。

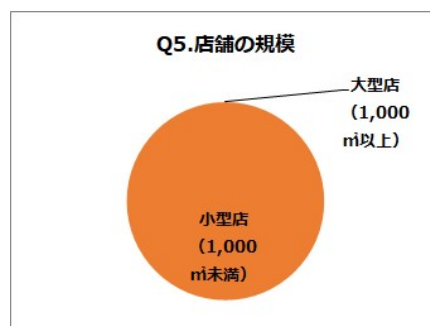
従業員数	回答数	割合
0人（自分のみ）	5	10.4%
1～5人	38	79.2%
6～10人	3	6.3%
11～20人	1	2.1%
21人以上	1	2.1%
21人以上	48	100.0%



Q5.店舗の規模（未回答 2 件）

全て店舗面積が 1,000 m²未満の小型店である。

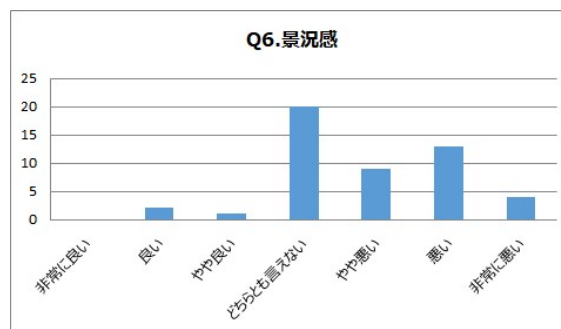
店舗の規模	回答数	割合
大型店（1,000m ² 以上）	0	0.0%
小型店（1,000m ² 未満）	48	100.0%
計	48	100.0%



Q6.にのみや地域の景況感（未回答 1 件）

「非常に良い」「良い」「やや良い」を合わせても 6.1%であり、大多数の事業者がにのみや地域の景気について楽観できない状況であると感じている。

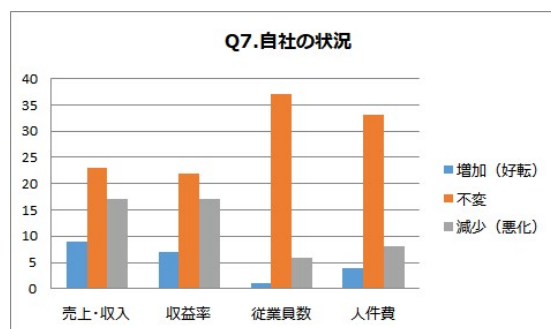
にのみや地域の景況感	回答数	割合
非常に良い	0	0.0%
良い	2	4.1%
やや良い	1	2.0%
どちらとも言えない	20	40.8%
やや悪い	9	18.4%
悪い	13	26.5%
非常に悪い	4	8.2%
計	49	100.0%



Q7.売上等の状況（前年との比較）

売上・収益率・従業員数・人件費ともに前年より増加した事業者よりも減少した事業者のほうが多い。最も多かったのは 4 項目すべて「不変」とする事業者であった。

自社の状況	増加（好転）	不変	減少（悪化）
売上・収入	9	23	17
収益率	7	22	17
従業員数	1	37	6
人件費	4	33	8



(2-2) にのみやプレミアム商品券の利用状況

Q8.にのみやプレミアム商品券を利用するお客様の割合（未回答 2 件）

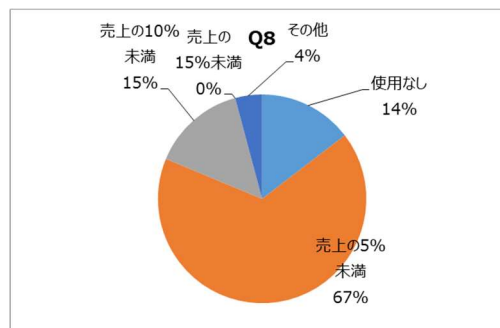
売上の 5%未満が 66.7%と、7 割近くを占めており、多くの加盟店で微力ながら商品券発行が売りに貢献している。

分類	回答数	割合
使用なし	7	14.6%
売上の5%未満	32	66.7%
売上の10%未満	7	14.6%
売上の15%未満	0	0.0%
その他	2	4.2%
計	48	100.0%

○「その他」について

売り上げの0.5%未満：1件

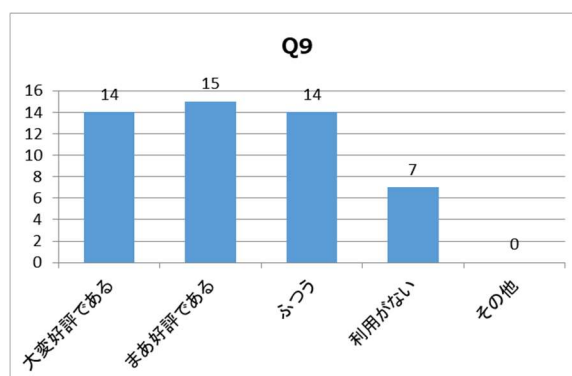
売り上げの50%未満：1件



Q9.にのみやプレミアム商品券に対するお客様の反応

「大変好評である」「まあ好評である」を合計すると 58.0%と、半数以上のお客様から好評を得ている。

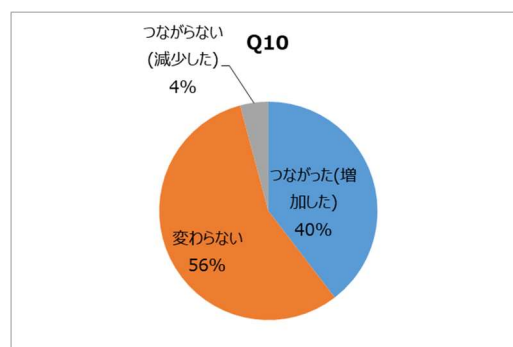
分類	回答数	割合
大変好評である	14	28.0%
まあ好評である	15	30.0%
ふつう	14	28.0%
利用がない	7	14.0%
その他	0	0.0%
計	50	100.0%



Q10.商品券事業への参加による売上・利益の増加について（未回答 2 件）

「変わらない」とする事業者が半数以上を占めている。増加につながったとする事業者は 40%程度であった。

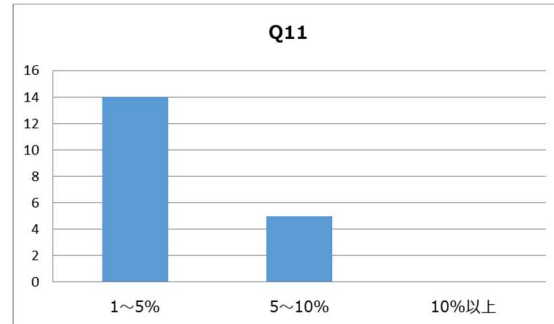
分類	回答数	割合
つながった(増加した)	19	39.6%
変わらない	27	56.3%
つながらない(減少した)	2	4.2%
計	48	100.0%



Q11.Q10 にて売上が増加したと答えた 19 事業者は、何%上がったか

1～5%の増加が 73.7%と多くを占めている。10%以上増加したとする事業者はなかった。

分類	回答数	割合
1～5%	14	73.7%
5～10%	5	26.3%
10%以上	0	0.0%
計	19	100.0%

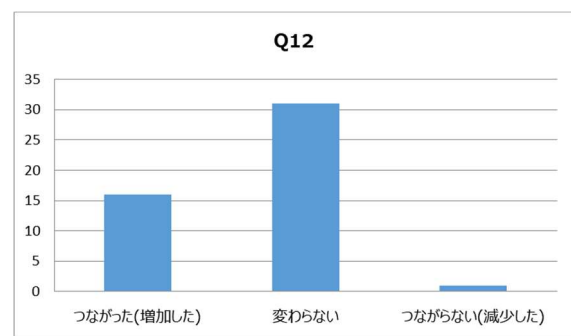


Q12. にのみやプレミアム商品券加盟店となったことで新規のお客様確保につながったか

(未回答 2 件)

新規顧客獲得の効果があつたと感じている事業者は 33.3%で、変わらないとする事業者が 60%以上を占めている。

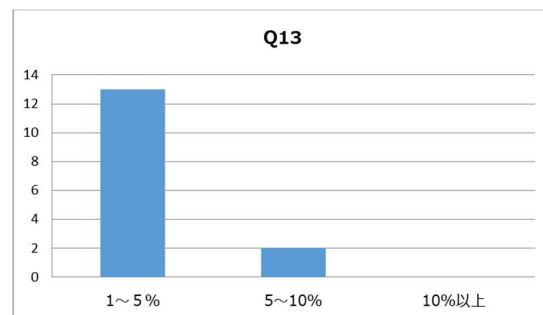
分類	回答数	割合
つながった(増加した)	16	33.3%
変わらない	31	64.6%
つながらない(減少した)	1	2.1%
計	48	100.0%



Q13.Q12 で「つながった」と答えた事業者は前年度より何%売上が増加したか(未回答 1 件)

1～5%とする事業者がほとんどを占めている。

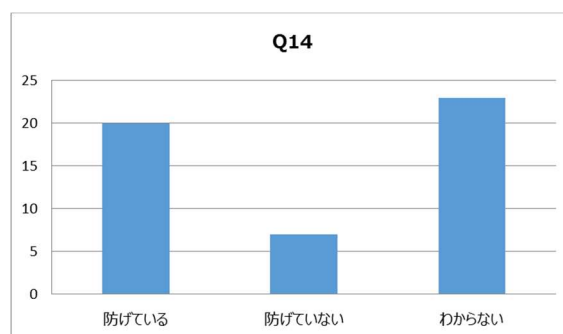
対前年度売上増加率	回答数	割合
1～5 %	13	86.7%
5～10%	2	13.3%
10%以上	0	0.0%
計	15	100.0%



Q14.にのみやプレミアム商品券加盟店となることで既存顧客の流出を防げているか

にのみやプレミアム商品券加盟店となることで既存顧客の流出を「防げている」と感じている事業者は40%であった。「防げていない」とする事業者は少なかったものの、「わからない」と効果を明確に感じていない事業者が最も多かった。

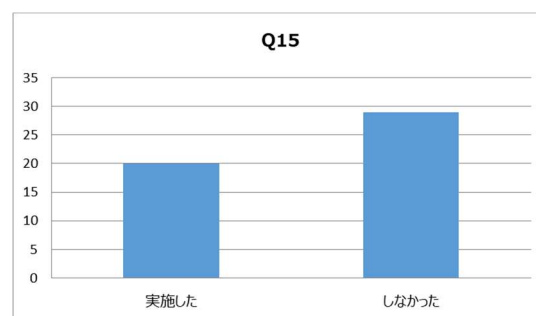
分類	回答数	割合
防げている	20	40.0%
防げていない	7	14.0%
わからない	23	46.0%
計	50	100.0%



Q15.この事業において販売促進を実施したか（未回答 1 件）

およそ 6 割の事業者が販売促進を実施しなかった。2016 年度調査では「実施した」が 69%、「しなかった」が 31%であり、販売促進活動に関する対応が 2016 年度から逆転している。

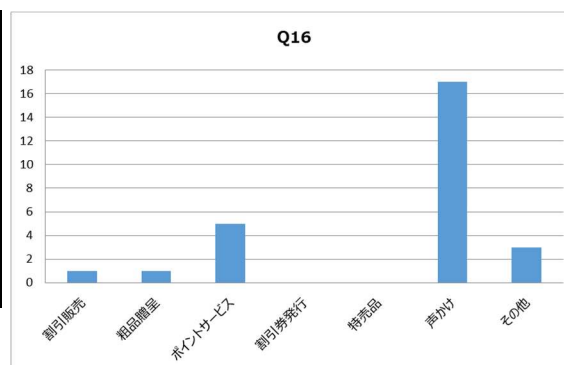
分類	回答数	割合
実施した	20	40.8%
しなかった	29	59.2%
計	49	100.0%



Q16.どのような販売促進を実施したか（重複回答含む）

6 割の事業者が、来店者への声掛けを実施した。

販売促進活動の内容	回答数	割合
割引販売	1	3.7%
粗品贈呈	1	3.7%
ポイントサービス	5	18.5%
割引券発行	0	0.0%
特売品	0	0.0%
声かけ	17	63.0%
その他	3	11.1%
計	27	100.0%



自由記述

「その他」について

チラシ

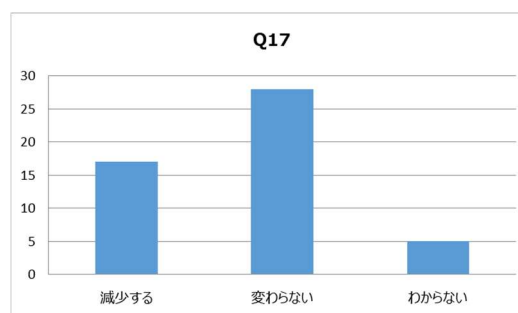
10%引きなのでセルフより安くガソリンが買える

商品展示紹介イベント

Q17.商品券事業が中止された場合、売上はどうなると予測するか

およそ半数の事業者が、商品券事業が中止になっても売上は変わらないと見込んでいる。

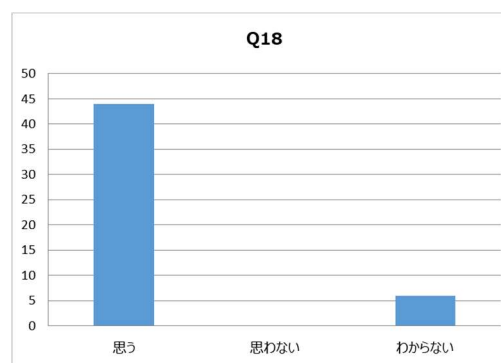
分類	回答数	割合
減少する	17	34.0%
変わらない	28	56.0%
わからない	5	10.0%
計	50	100.0%



Q18.にのみやプレミアム商品券は地元商店の活性化に有効な事業と思うか

88.0%とほとんどの事業者が有効と感じており、有効と思わないとした事業者は0であった。

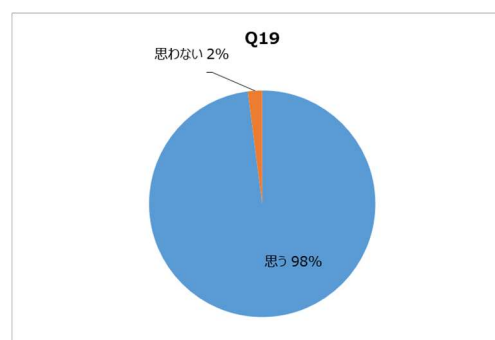
分類	回答数	割合
思う	44	88.0%
思わない	0	0.0%
わからない	6	12.0%
計	50	100.0%



Q19.来年度も商品券発行事業を実施すべきと思うか（未回答 1 件）

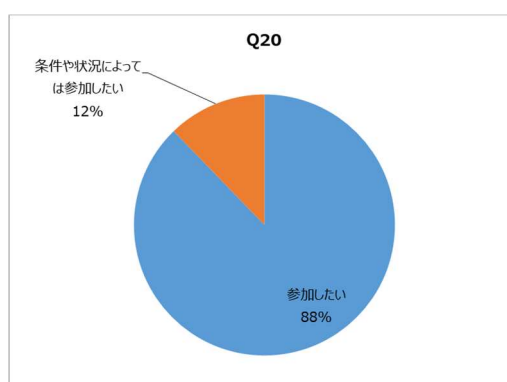
1 件の事業者を除き、すべての事業者で実施すべきと思っている。

分類	回答数	割合
思う	48	98.0%
思わない	1	2.0%
計	49	100.0%



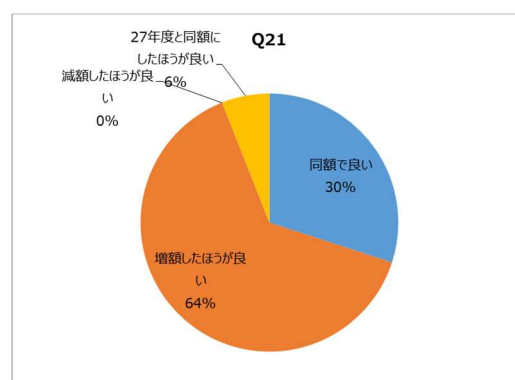
Q20. 来年度も商品券発行事業を実施した場合、取扱店として参加するか（未回答 1 件）
条件や状況によってという事業者が 6 件あるが、参加しないと回答した事業者はなかった。

分類	回答数	割合
参加したい	43	87.8%
条件や状況によっては参加したい	6	12.2%
参加しない	0	0.0%
計	49	100.0%



Q21. 来年度も商品券発行事業を実施した場合、発行総額はいくらが適当だと思うか
6 割を超える事業者が「増額したほうが良い」と回答している。27 年度の発行総額は今回の発行総額よりも大きい額であったため、合計すると 70%の事業者が増額を希望している。

分類	回答数	割合
同額で良い	15	30.0%
増額したほうが良い	32	64.0%
減額したほうが良い	0	0.0%
27年度と同額にしたほうが良い	3	6.0%
計	50	100.0%



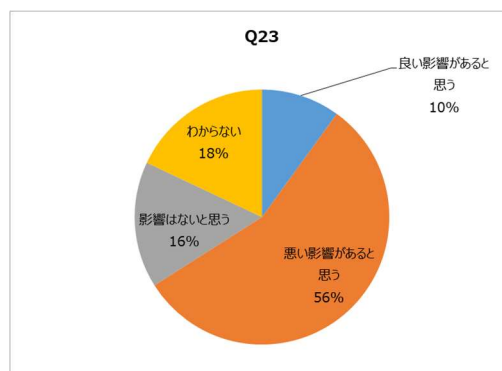
Q22.にのみやプレミアム商品券についての自由意見（聞き取り内容をそのまま記載）

- ・ 1 人当たりの金額を 5 万円限度にした方がよいかと思います。
- ・ 3 万→5 万円に戻しての販売(上限額・1 人あたり)
- ・ 商品券の知名度向上にともない購入できないお客様が増加した。発行総額の増加を希望します。
- ・ プレミアム率が上がるといい。
- ・ 1 人 5 万円に戻した方がいい。
- ・ プレミアム率を 20%にした方がお客様がもっと買いたいということを聞きました。
- ・ 今までどおりで特に変わってはいないようです。
- ・ 食品や光熱費、ガス、ガソリン、石油等の生活必需品に多く商品券が使用されていると思う。

Q23. 今後、消費税率が 10%に引き上げられると業績に影響があると思うか

多くの事業者が悪い影響があると感じているが、2016 年度では 82%であった同回答が、今年度は 56%になっており、増税の影響について「良い影響がある」、「わからない」とする回答が増えている。

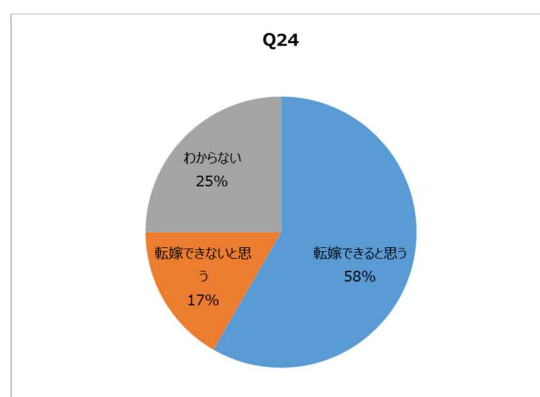
分類	回答数	割合
良い影響があると思う	5	10.0%
悪い影響があると思う	28	56.0%
影響はないと思う	8	16.0%
わからない	9	18.0%
計	50	100.0%



Q24. 消費税率が 10%に引き上げられた場合、転嫁できると思うか

転嫁できると思う事業者が、転嫁できないと思う事業者を上回っている。2016 年度調査と比べて結果が逆転している。

分類	回答数	割合
転嫁できると思う	28	58.3%
転嫁できないと思う	8	16.7%
わからない	12	25.0%
計	48	100.0%



Q25. 転嫁できないと思う理由について自由回答

- ・現在価格を上げるわけにはいきません。
- ・価格転嫁が値上げと判断されそうである。
- ・8%がやっと定着してきたのにさらなる増税…難しい
(前回 10%に増税の話が出た時の雰囲気は最悪だった)
- ・税込み価格で売っているので、品物が高くなると売れなくなると思います。
- ・顧客離れへの懸念。8%へ変わった際に値上げしている。
- ・値上げと思われる。単価表示が高くなり印象が悪い。
- ・価格差が広がる
- ・衣料品は節約できるから

(3) まとめ

- 2016 年度に実施した調査と同様、にのみやプレミアム商品券加盟事業者は、商品券事業の効果の実感と、地元商店の活性化につながっていることを実感している。売上増加、新規顧客獲得、既存顧客流出防止についても 2016 年度と同様に、確な効果を感じている事業者は半数以下に留まっている。また、2016 年度と比べると効果を感じる事業者が減少してきている。
- 消費税率の 10%への引き上げについては、2016 年度調査と比べて「悪い影響がある」と感じている事業者が減少しており、価格に転嫁できると考えている業者が増加していることから、事業者の消費税増税に対応する準備が徐々に整ってきていることが窺える。
- にのみやプレミアム商品券について、発行額の増額を望む割合が昨年に引き続き高くなっており、特典の充実、加盟店の増加、利便性の向上、知名度の向上等も併せて図ることにより、お客様にとっての利用価値をさらに高めていく必要があるといえる。
- 商品券事業に関して販売促進活動を行った加盟店事業者が 2016 年度調査では 7 割ほどを占めていたが、本年度調査では「実施しなかった」事業者が半数を超えるまで減少した。加盟店事業者には、お客様への声かけをはじめ、有効な販売促進活動を商工会とともに検討し、一緒に同事業を盛り上げていってもらうことが望ましい。

【参考】2016 年度実施 にのみやプレミアム商品券に対する評価

1. にのみやプレミアム商品券加盟事業者アンケート

(1) 調査の概要

調査目的

にのみや商工会では、にのみや地域商業の活性化に向けて、にのみやプレミアム商品券事業の有効活用を図ることを目的に、にのみやプレミアム商品券の効果等についてアンケート調査を行った。

調査期間

平成 28 年 9 月～11 月

調査方法

調査対象：にのみやプレミアム商品券加盟事業者 70 事業者のうち 62 事業者

調査方法：商工会職員がにのみやプレミアム商品券加盟事業者にアンケート用紙を配布し、加盟事業者が記入

調査結果の表記について

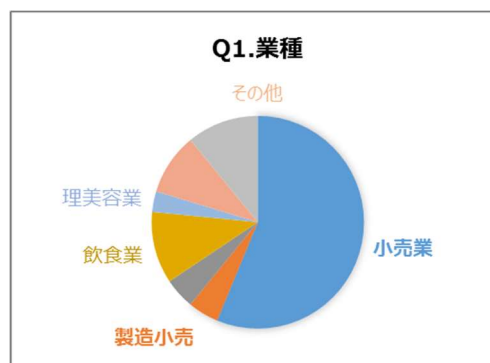
集計結果は、各設問の標本数を 100%とした百分比（%）で表し、小数点第 2 位を四捨五入している。

(2-1) にのみやプレミアム商品券加盟事業者の状況

Q1.業種（重複回答を含む）

小売業が 56.3%と、半数を占めている。

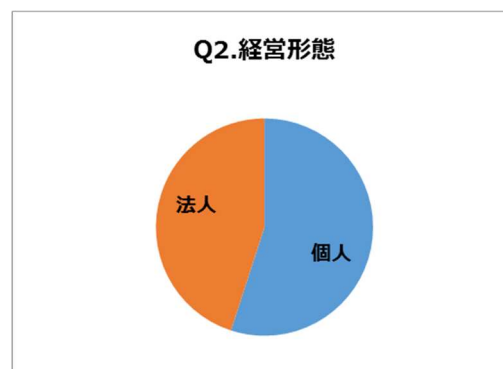
業種	回答数	割合
小売業	36	56.3%
製造小売	3	4.7%
製造業	3	4.7%
飲食業	7	10.9%
宿泊業	0	0.0%
不動産業	0	0.0%
理美容業	2	3.1%
サービス業	6	9.4%
建設・建築業	7	10.9%
その他	0	0.0%
計	64	100.0%



Q2.経営形態（未回答 2 件）

個人と法人が約半々である。

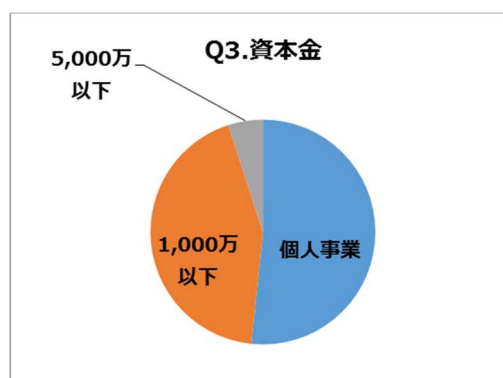
経営形態	回答数	割合
個人	33	55.0%
法人	27	45.0%
計	60	100.0%



Q3.資本金（未回答 2 件）

個人事業が半数を占めており、1,000 万以上の企業は 3 社である。

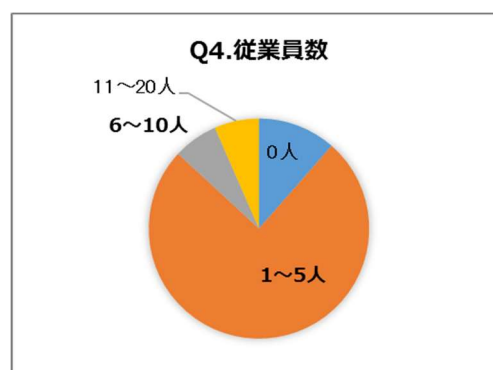
資本金	回答数	割合
個人事業	31	51.7%
1,000万以下	26	43.3%
5,000万以下	3	5.0%
1億以下	0	0.0%
1億以上	0	0.0%
計	60	100.0%



Q4.従業員数（未回答 1 件）

従業員数 5 人以下の事業者が 75.4%を占める。

従業員数	回答数	割合
0人（自分のみ）	7	11.5%
1～5人	46	75.4%
6～10人	4	6.6%
11～20人	4	6.6%
21人以上	0	0.0%
21人以上	61	100.0%



Q5.店舗の規模（未回答 3 件）

1 事業者を除いては、全て店舗面積が 1,000 ㎡未満の小型店である。

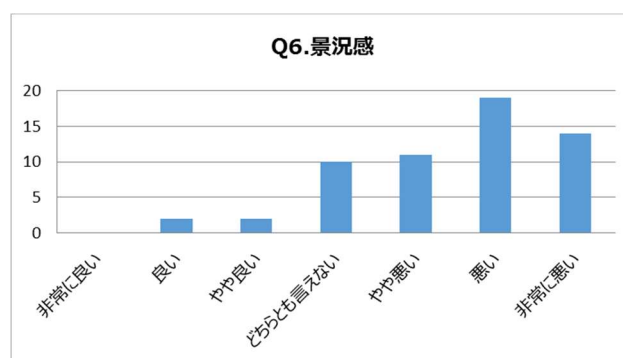
店舗の規模	回答数	割合
大型店（1,000㎡以上）	1	1.7%
小型店（1,000㎡未満）	58	98.3%
計	59	100.0%



Q6.にのみや地域の景況感（未回答 4 件）

「非常に悪い」「悪い」「やや悪い」を合わせると 75.9%となり、8 割近くの事業者がにのみや地域の景気について悲観している。

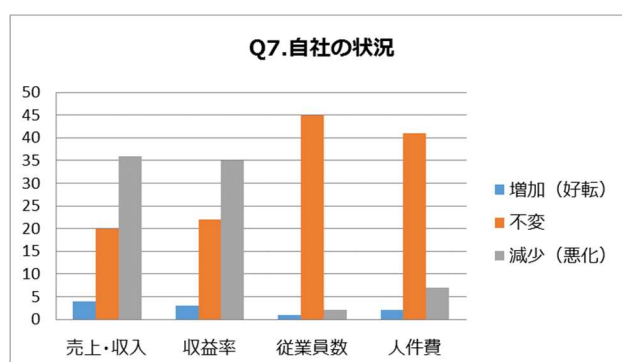
にのみや地域の景況感	回答数	割合
非常に良い	0	0.0%
良い	2	3.4%
やや良い	2	3.4%
どちらとも言えない	10	17.2%
やや悪い	11	19.0%
悪い	19	32.8%
非常に悪い	14	24.1%
計	58	100.0%



Q7.売上等の状況（前年との比較）

売上・利益・収益率ともに前年より減少した事業者が半数にのぼる。

自社の状況	増加（好転）	不変	減少（悪化）
売上・収入	4	20	36
収益率	3	22	35
従業員数	1	45	2
人件費	2	41	7



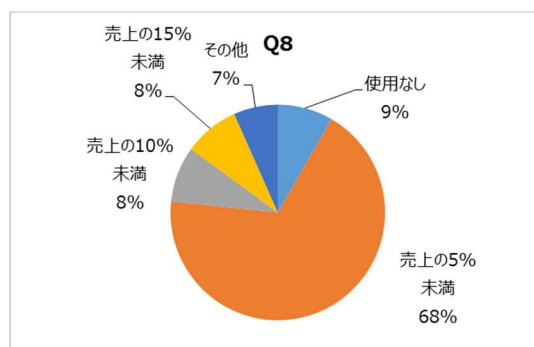
(2-2) にのみやプレミアム商品券の利用状況

Q8.にのみやプレミアム商品券を利用するお客様の割合（未回答 2 件）

売上の 5%未満が 68.3%と、およそ 7 割を占めている。

分類	回答数	割合
使用なし	5	8.3%
売上の5%未満	41	68.3%
売上の10%未満	5	8.3%
売上の15%未満	5	8.3%
その他	4	6.7%
計	60	100.0%

○「その他」について
売上げの1%未満：4件



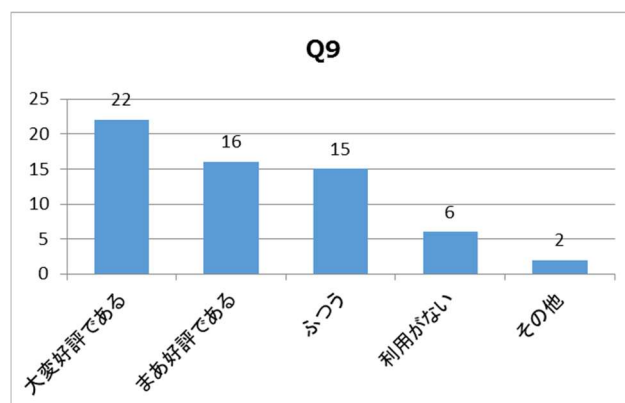
Q9.にのみやプレミアム商品券に対するお客様の反応（未回答 1 件）

「大変好評である」「まあ好評である」を合計すると 62.3%と、半数以上のお客様から好評を得ている。

分類	回答数	割合
大変好評である	22	36.1%
まあ好評である	16	26.2%
ふつう	15	24.6%
利用がない	6	9.8%
その他	2	3.3%
計	61	100.0%

自由記述

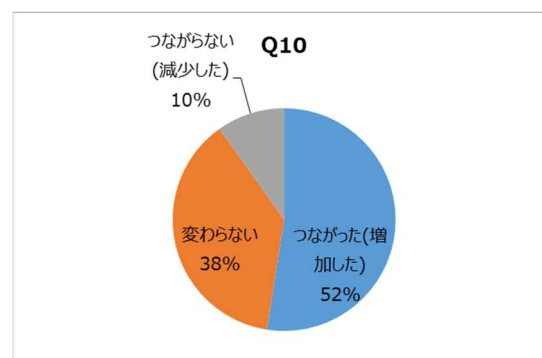
○「その他」について
「毎年決まったお客様が使ってくれている。」
「利用件数が少ない」



Q10.商品券事業への参加による売上・利益の増加について（未回答 1 件）

半数以上の事業者が、売上の増加につながっている。

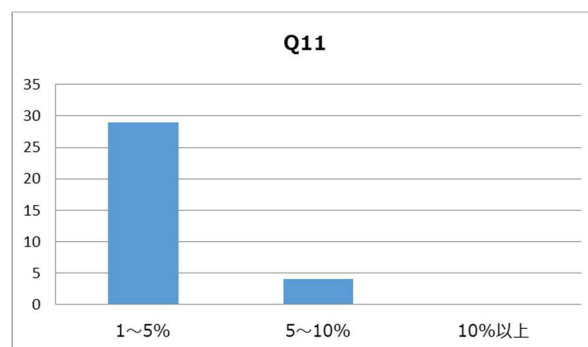
分類	回答数	割合
つながった(増加した)	32	52.5%
変わらない	23	37.7%
つながらない(減少した)	6	9.8%
計	61	100.0%



Q11.Q10 にて売上が増加したと答えた 32 事業者は、何%上がったか（重複回答 1 件）

1～5%の増加が 87.9%と多くを占めている。

分類	回答数	割合
1～5%	29	87.9%
5～10%	4	12.1%
10%以上	0	0.0%
計	33	100.0%

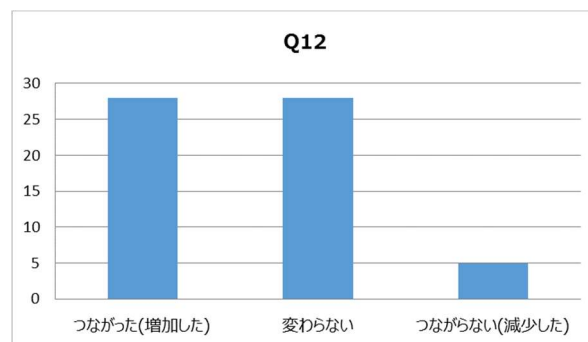


Q12. にのみやプレミアム商品券加盟店となったことで新規のお客様確保につながったか

（未回答 1 件）

新規顧客獲得の効果があつたと感じている事業者は 45.9%で、変わらないと同率である。

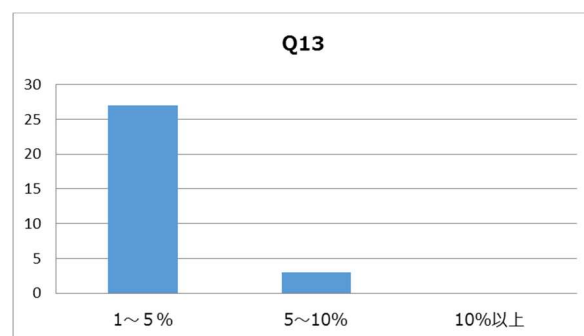
分類	回答数	割合
つながった(増加した)	28	45.9%
変わらない	28	45.9%
つながらない(減少した)	5	8.2%
計	61	100.0%



Q13.Q12 で「つながった」と答えた事業者は前年度より何%売上が増加したか（重複回答含む）

5%以上売上が増加した事業者は 3 件である。

対前年度売上増加率	回答数	割合
1～5 %	27	90.0%
5～10%	3	10.0%
10%以上	0	0.0%
計	30	100.0%

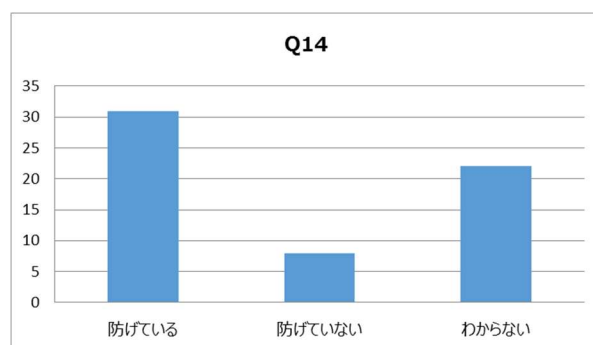


Q14.にのみやプレミアム商品券加盟店となることで既存顧客の流出を防げているか

(未回答 1 件)

にのみやプレミアム商品券加盟店となることで既存顧客の流出を防げていると感じている事業者は半数である。

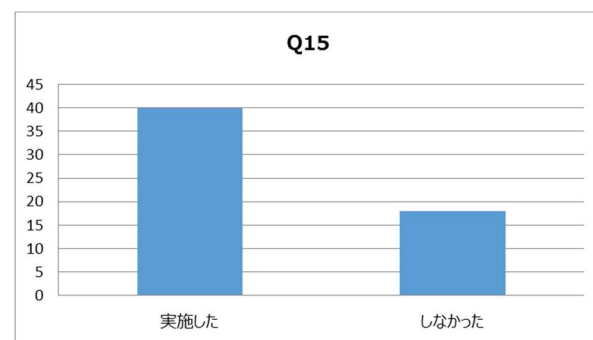
分類	回答数	割合
防げている	31	50.8%
防げていない	8	13.1%
わからない	22	36.1%
計	61	100.0%



Q15.この事業において販売促進を実施したか (未回答 4 件)

およそ 7 割の事業者が販売促進を実施した。

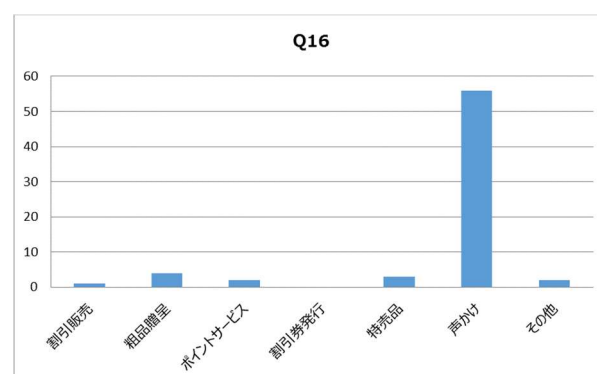
分類	回答数	割合
実施した	40	69.0%
しなかった	18	31.0%
計	58	100.0%



Q16.どのような販売促進を実施したか (重複回答含む)

8 割の事業者が、来店者への声掛けを実施した。

販売促進活動の内容	回答数	割合
割引販売	1	1.5%
粗品贈呈	4	5.9%
ポイントサービス	2	2.9%
割引券発行	0	0.0%
特売品	3	4.4%
声かけ	56	82.4%
その他	2	2.9%
計	68	100.0%



自由記述「その他」について

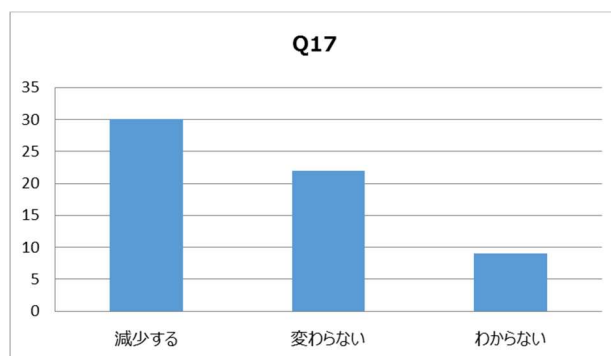
チラシ

商品券販売前に展示会を開催し商品券 PR を展開している

Q17.商品券事業が中止された場合、売上はどうなると予測するか（未回答 1 件）

およそ半数の事業者が、商品券事業が中止になると売上が減少すると見込んでいる。

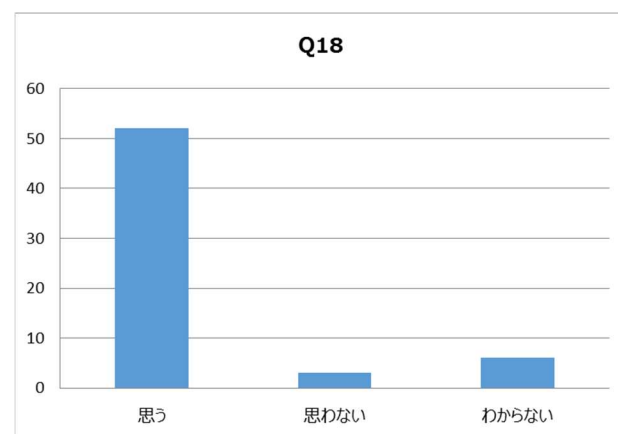
分類	回答数	割合
減少する	30	49.2%
変わらない	22	36.1%
わからない	9	14.8%
計	61	100.0%



Q18.にのみやプレミアム商品券は地元商店の活性化に有効な事業と思うか（未回答 1 件）

85.2%と多くの事業者が有効と感じている。

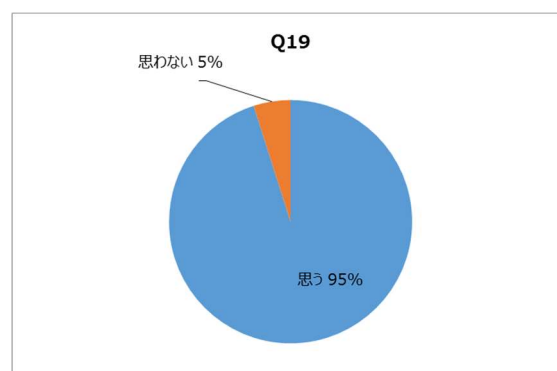
分類	回答数	割合
思う	52	85.2%
思わない	3	4.9%
わからない	6	9.8%
計	61	100.0%



Q19.来年度も商品券発行事業を実施すべきと思うか（未回答 1 件）

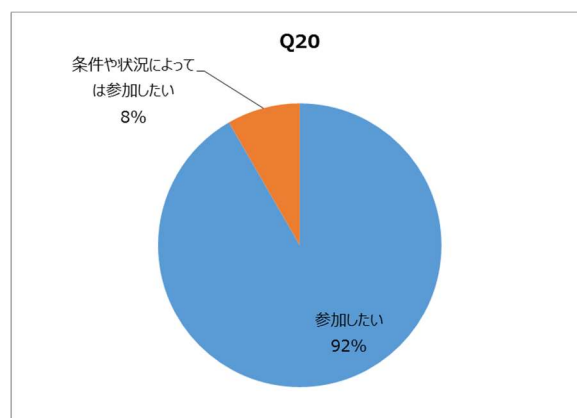
3 件の事業者を除き、9 割以上の事業者が実施すべきと思っている。

分類	回答数	割合
思う	58	95.1%
思わない	3	4.9%
計	61	100.0%



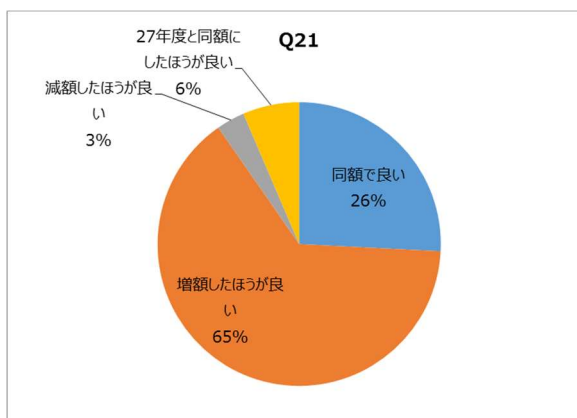
Q20. 来年度も商品券発行事業を実施した場合、取扱店として参加するか（未回答 2 件）
条件や状況によってという事業者が 5 件あるが、参加しないと回答した事業者は無い。

分類	回答数	割合
参加したい	55	91.7%
条件や状況によっては参加したい	5	8.3%
参加しない	0	0.0%
計	60	100.0%



Q21. 来年度も商品券発行事業を実施した場合、発行総額はいくらが適当だと思うか

分類	回答数	割合
同額で良い	16	25.8%
増額したほうが良い	40	64.5%
減額したほうが良い	2	3.2%
27年度と同額にしたほうが良い	4	6.5%
計	62	100.0%



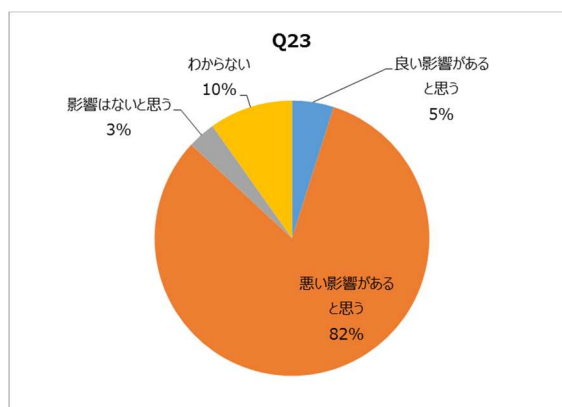
Q22.にのみやプレミアム商品券についての自由意見（聞き取り内容をそのまま記載）

- ・500 円券 2 枚を 1000 円券 1 枚にして 4400 万円にすれば良いと思います。
- ・プレミアム商品券の広告を増やした方が良いと思います。
- ・値引き分と考えるお客様が多いので、これからも安くできると思いがある方は商品券を使ってくれるのでつづけてほしい
- ・加盟店の増加
- ・地域住民も店も大変喜んでいるので、このまま続けてもらいたい。プレミアム商品券も 1 日半で完売してしまうのもっと増額してもらいたい。
- ・地域の活性化につながっていると思います
- ・発行総額が少ないので購入できないお客様が今年も多数発生。発行額・取扱店の増加、商品券知名度向上をふまえた上で発行総額増加は必須であると思う！！
- ・プレミアム商品券で購買意欲が上がるような声を聴きます。地元の店という認識が特に若い消費者の方に増えています。また、店の場所の問い合わせや扱い商品の問い合わせ等増えていきます。

Q23. 今後、消費税率が 10%に引き上げられると業績に影響があると思うか（未回答 1 件）

多くの事業者が悪い影響があると感じている。

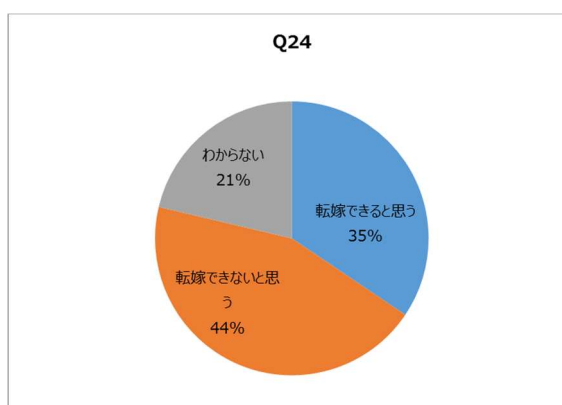
分類	回答数	割合
良い影響があると思う	3	4.9%
悪い影響があると思う	50	82.0%
影響はないと思う	2	3.3%
わからない	6	9.8%
計	61	100.0%



Q24. 消費税率が 10%に引き上げられた場合、転嫁できると思うか

転嫁できないと思う事業者が、転嫁できると思う事業者を上回った。

分類	回答数	割合
転嫁できると思う	21	34.4%
転嫁できないと思う	27	44.3%
わからない	13	21.3%
計	61	100.0%



Q25. 転嫁できないと思う理由について自由回答（聞き取り内容をそのまま記載）

- ・客が納得しない。建設業の場合増額が大きい。
- ・買い控えが起こり、消費が減退すると思われる
- ・年金世代が増え重税感が強くなり、消費も少なくなると思う
- ・8%から 10%になった場合、2000 万円で 4～5 万円のアップになります。この金額だとお客様からすれば値引として言いやすい金額なのでサービスになる可能性があるので、きびしくなる
- ・商品を値上げすると売れなくなってしまうと思います
- ・値上を感じられるため

(3) まとめ

にのみやプレミアム商品券加盟事業者は、商品券事業の効果の実感と、地元商店の活性化につながっていることを実感している。

しかし、現在のところは、売上増加、新規顧客獲得、既存顧客流出防止については、加盟による明確な効果を感じている事業者は半数に留まっている。

にのみやプレミアム商品券について、特典の充実、加盟店の増加、利便性の向上等を図ることにより、お客様にとっての利用価値をさらに高めていく必要があるといえる。

また、加盟事業者には、対象商品の拡充やお客様への声かけ等で協力してもらい、一緒に商品券事業を盛り上げていってもらうことが望ましい。

2. にのみやプレミアム商品券利用者アンケート

(1) 調査の概要

調査目的

にのみや商工会では、にのみや地域商業の活性化に向けて、にのみやプレミアム商品券事業の有効活用を図ること、同事業の効果測定を行うことを目的に、平成 28 年度に続いてにのみやプレミアム商品券の効果等についてアンケート調査を行った。

調査期間

平成 29 年 10 月～12 月

調査方法

調査対象：にのみやプレミアム商品券利用者 114 人

調査方法：商工会職員がにのみやプレミアム商品券加盟事業者にアンケート用紙を配布、加盟事業者が店頭にて商品券利用客に手渡し、利用客が記入

調査結果の表記について

集計結果は、各設問の標本数を 100%とした百分比（%）で表し、小数点第 2 位を四捨五入している。

未回答を除いて集計しているため、回答数は設問ごとに異なっている。

Q3 について、2 店舗挙げている回答は、Q2 での回答が 3 店舗以上ある場合にのみカウントしている。3 店舗以上挙げている回答は無効としている。

(2-1) にのみやプレミアム商品券利用者の状況

○性別（未回答 3 件）

分類	回答数	割合
男性	32	28.8%
女性	79	71.2%
計	111	100.0%

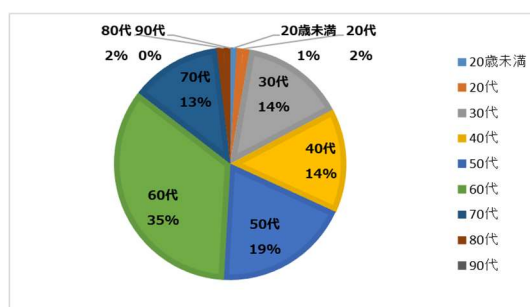


回答者は、女性が 71.2%と、およそ 7 割を占めており、女性が買い物客に占める割合が多いことを反映している。

○年代(未回答 4 件)

50 代 60 代が中心となったが、30 代～70 代までバランス良く回答が得られた。

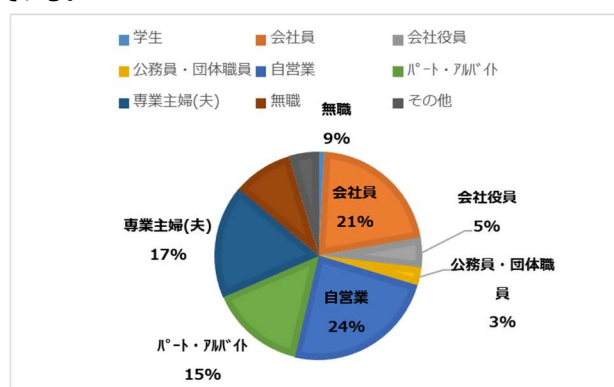
分類	回答数	割合
20歳未満	1	0.9%
20代	2	1.8%
30代	16	14.5%
40代	16	14.5%
50代	21	19.1%
60代	38	34.5%
70代	14	12.7%
80代	2	1.8%
90代	0	0.0%
計	110	100.0%



○職業 (未回答 6 件)

最も多いのが自営業者、次いで会社員となっている。

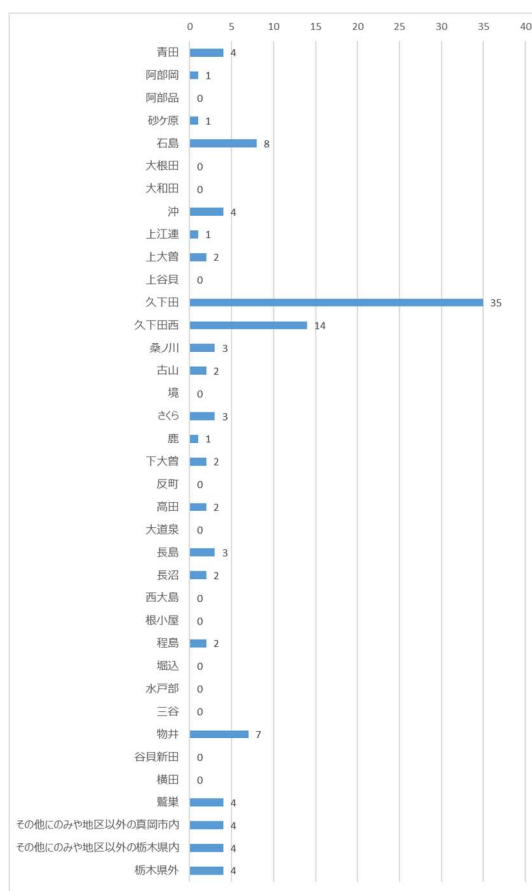
職業	回答数	割合
学生	1	0.9%
会社員	23	21.3%
会社役員	5	4.6%
公務員・団体職員	3	2.8%
自営業	26	24.1%
パート・アルバイト	16	14.8%
専業主婦(夫)	19	17.6%
無職	10	9.3%
その他	5	4.6%
計	108	100.0%



○居住地区（未回答 1 件）

居住地区は久下田が 31.0%と最も多く、近隣住民の利用が主である。

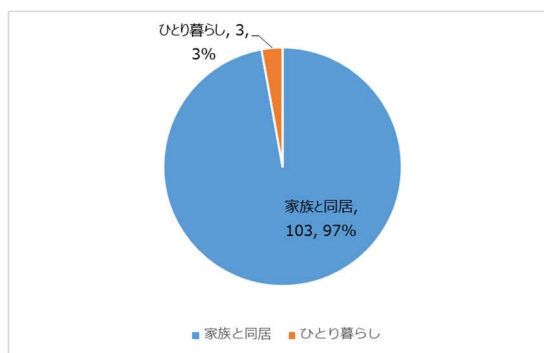
分類	回答数	割合
青田	4	3.5%
阿部岡	1	0.9%
阿部品	0	0.0%
砂ヶ原	1	0.9%
石島	8	7.1%
大根田	0	0.0%
大和田	0	0.0%
沖	4	3.5%
上江連	1	0.9%
上大曾	2	1.8%
上谷貝	0	0.0%
久下田	35	31.0%
久下田西	14	12.4%
桑ノ川	3	2.7%
古山	2	1.8%
境	0	0.0%
さくら	3	2.7%
鹿	1	0.9%
下大曾	2	1.8%
反町	0	0.0%
高田	2	1.8%
大道泉	0	0.0%
長島	3	2.7%
長沼	2	1.8%
西大島	0	0.0%
根小屋	0	0.0%
程島	2	1.8%
堀込	0	0.0%
水戸部	0	0.0%
三谷	0	0.0%
物井	7	6.2%
谷貝新田	0	0.0%
横田	0	0.0%
鷺巣	4	3.5%
その他にのみや地区以外の真岡市内	4	3.5%
その他にのみや地区以外の栃木県内	4	3.5%
栃木県外	4	3.5%
計	113	100.0%



○世帯構成（未回答 8 件）

ほとんどの商品券利用者が家族と同居している。

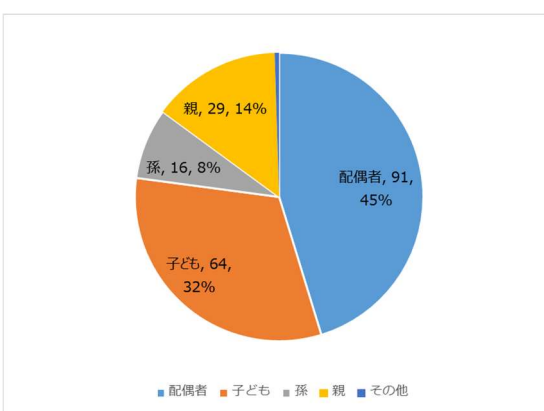
分類	回答数	割合
家族と同居	103	97.2%
ひとり暮らし	3	2.8%
計	106	100.0%



○同居家族（複数回答含む）

配偶者との 2 人暮らし、配偶者と子どもとの同居のほか、多世代での同居も多いことが窺える。

分類	回答数	割合
配偶者	91	45.3%
子ども	64	31.8%
孫	16	8.0%
親	29	14.4%
その他	1	0.5%
計	201	100.0%

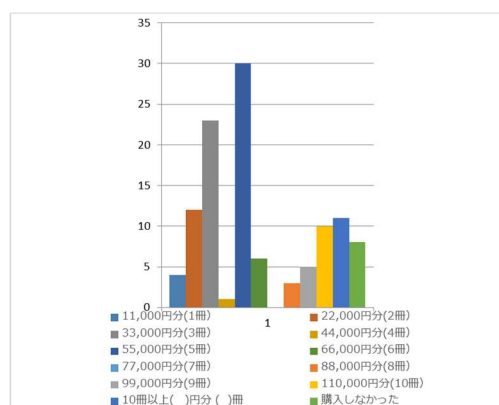


(2-2) にのみやプレミアム商品券の利用状況

Q1.にのみやプレミアム商品券の購入額

55,000 円分（5 冊）が最も多く、次いで 33,000 万円分（3 冊）となっている。

分類	回答数	割合
11,000円分(1冊)	4	3.5%
22,000円分(2冊)	12	10.6%
33,000円分(3冊)	23	20.4%
44,000円分(4冊)	1	0.9%
55,000円分(5冊)	30	26.5%
66,000円分(6冊)	6	5.3%
77,000円分(7冊)	0	0.0%
88,000円分(8冊)	3	2.7%
99,000円分(9冊)	5	4.4%
110,000円分(10冊)	10	8.8%
10冊以上()円分()冊	11	9.7%
購入しなかった	8	7.1%
計	113	100.0%



10 冊以上の購入については以下の回答が得られている。

132,000 円分(12 冊) : 3 件

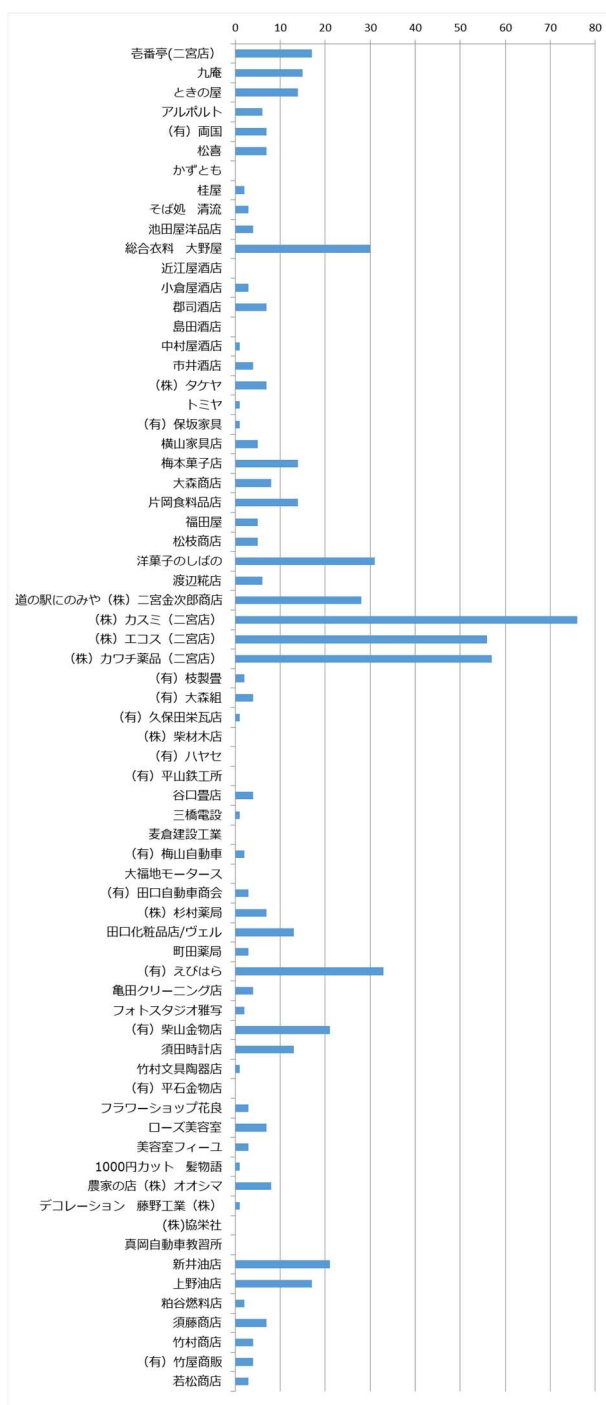
165,000 円分(15 冊) : 1 件

220,000 円分(20 冊) : 1 件

Q2.にのみやプレミアム商品券加盟店でよく利用する店舗（複数回答可）

2016 年度調査同様、カワチ薬品やエコス、カスミなどの大型チェーン店での利用が多い。

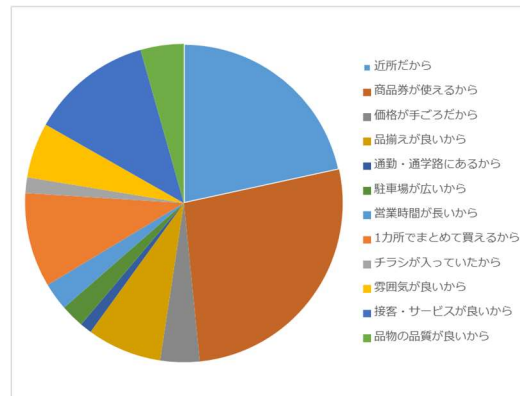
分類	回答数	割合
杏番亭(二宮店)	17	2.7%
九庵	15	2.4%
ときの屋	14	2.2%
アルボルト	6	1.0%
(有) 両国	7	1.1%
松喜	7	1.1%
かずとも	0	0.0%
桂屋	2	0.3%
そば処 清流	3	0.5%
池田屋洋品店	4	0.6%
総合衣料 大野屋	30	4.8%
近江屋酒店	0	0.0%
小倉屋酒店	3	0.5%
郡司酒店	7	1.1%
島田酒店	0	0.0%
中村屋酒店	1	0.2%
市井酒店	4	0.6%
(株) タケヤ	7	1.1%
トミヤ	1	0.2%
(有) 保坂家具	1	0.2%
横山家具店	5	0.8%
梅本菓子店	14	2.2%
大森商店	8	1.3%
片岡食料品店	14	2.2%
福田屋	5	0.8%
松枝商店	5	0.8%
洋菓子のしばの	31	4.9%
渡辺靴店	6	1.0%
道の駅にのみや(株) 二宮金次郎商店	28	4.5%
(株) カスミ (二宮店)	76	12.1%
(株) エコス (二宮店)	56	8.9%
(株) カワチ薬品 (二宮店)	57	9.1%
(有) 枝製畳	2	0.3%
(有) 大森組	4	0.6%
(有) 久保田栄瓦店	1	0.2%
(株) 柴材木店	0	0.0%
(有) ハヤセ	0	0.0%
(有) 平山鉄工所	0	0.0%
谷口畳店	4	0.6%
三橋電設	1	0.2%
妻倉建設工業	0	0.0%
(有) 梅山自動車	2	0.3%
大福地モータース	0	0.0%
(有) 田口自動車商会	3	0.5%
(株) 杉村薬局	7	1.1%
田口化粧品店/ヴェル	13	2.1%
町田薬局	3	0.5%
(有) えびはら	33	5.2%
亀田クリーニング店	4	0.6%
フォトスタジオ雅写	2	0.3%
(有) 柴山金物店	21	3.3%
須田時計店	13	2.1%
竹村文具陶器店	1	0.2%
(有) 平石金物店	0	0.0%
フラワーショップ花良	3	0.5%
ローズ美容室	7	1.1%
美容室フィュー	3	0.5%
1000円カット 髪物語	1	0.2%
農家の店(株) オオシマ	8	1.3%
デコレーション 藤野工業(株)	1	0.2%
(株) 協栄社	0	0.0%
真岡自動車教習所	0	0.0%
新井油店	21	3.3%
上野油店	17	2.7%
粕谷燃料店	2	0.3%
須藤商店	7	1.1%
竹村商店	4	0.6%
(有) 竹屋商販	4	0.6%
若松商店	3	0.5%
計	629	100.0%



Q3.Q2 で答えた店舗を利用する理由（複数回答可）

商品券が使えるからという理由が最多であり、近所の店舗で商品券が使える店舗が買い物先として選ばれている。また、価格面よりも品揃えや 1 か所でまとめて買える利便性、接客・サービスが重視されている傾向がある。

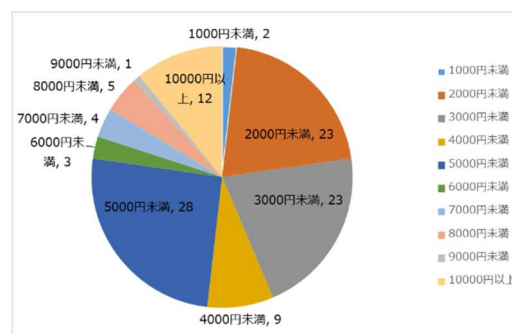
分類	回答数	割合
近所だから	54	21.6%
商品券が使えるから	67	26.8%
価格が手ごろだから	10	4.0%
品揃えが良いから	19	7.6%
通勤・通学路にあるから	3	1.2%
駐車場が広いから	6	2.4%
営業時間が長いから	7	2.8%
1か所でまとめて買えるから	24	9.6%
チラシが入っていたから	4	1.6%
雰囲気が良いから	14	5.6%
接客・サービスが良いから	31	12.4%
品物の品質が良いから	11	4.4%
計	250	100.0%



Q4.Q2 の店舗での平均購入金額（複数回答可）

2,000 円～5,000 円に回答が集中している。5000 円未満の額で頻繁に買い物する人がほとんどで、一度の買い物でまとめて購入する人が 1 割程度いる傾向がわかる。

分類	回答数	割合
1000円未満	2	1.8%
2000円未満	23	20.9%
3000円未満	23	20.9%
4000円未満	9	8.2%
5000円未満	28	25.5%
6000円未満	3	2.7%
7000円未満	4	3.6%
8000円未満	5	4.5%
9000円未満	1	0.9%
10000円以上	12	10.9%
計	110	100.0%



Q5.Q2 の店舗でよく購入する品目・利用するサービス（類似した品目はまとめて記載）

食料品	日用品	学校の体操着
酒類	外食	農業(資材)
燃料	タイヤ	車の車検
文房具	灯油	ヘアーカット
衣料	車用品	花
資材	化粧品	家具購入
ガソリン	美容品	宝飾
仕事用品	医薬品	オイル交換
書籍	タイヤ交換	

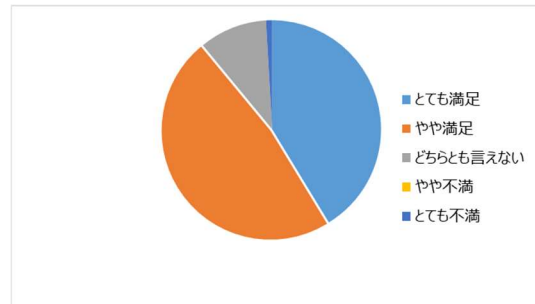
Q6.商品券利用可能店舗で取り扱って欲しい商品・サービス

- ・現状のままで良いとの回答 2 件
- ・日用雑貨、食料品、衣類、宝飾品
- ・はきもの(特にくつ、サンダル類)

Q7.商品券利用可能店舗数に満足しているか（未回答 5 件）

「とても満足」「やや満足」を合計すると 89.0%で、概ね利用可能店舗数には満足しているといえる。

分類	回答数	割合
とても満足	45	41.3%
やや満足	52	47.7%
どちらとも言えない	11	10.1%
やや不満	0	0.0%
とても不満	1	0.9%
計	109	100.0%



Q8.商品券利用可能店に加盟して欲しいお店は？（聞き取り内容をそのまま記載）

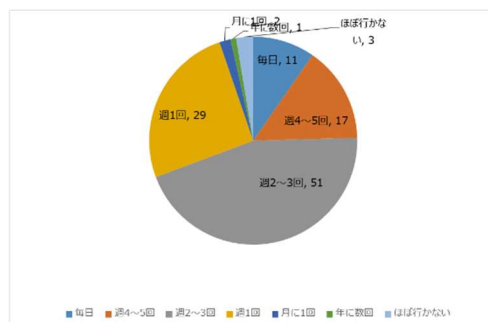
横田商店	コンビニ
麺'Sクラブ	ファミリーマート
ウエルシア	佐藤ラーメン
コメリ	自転車エビコー
ホットモット	

Q9.大型スーパー、個人店それぞれののくらの頻度で買い物をするか

大型店は「週 2～3 回」と「週 1 回」、個人店では「週 1 回」と「月に 1 回」が多く、大型店での買い物頻度が高いことが窺える。

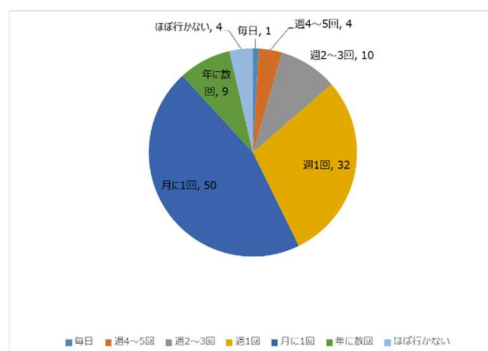
■大型スーパー

分類	回答数	割合
毎日	11	9.6%
週4～5回	17	14.9%
週2～3回	51	44.7%
週1回	29	25.4%
月に1回	2	1.8%
年に数回	1	0.9%
ほぼ行かない	3	2.6%
計	114	100.0%



■個人店(未回答4件)

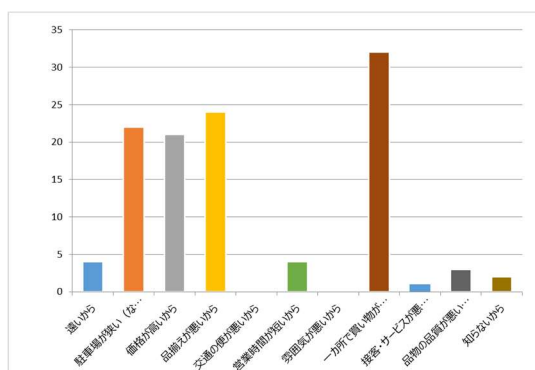
分類	回答数	割合
毎日	1	0.9%
週4～5回	4	3.6%
週2～3回	10	9.1%
週1回	32	29.1%
月に1回	50	45.5%
年に数回	9	8.2%
ほぼ行かない	4	3.6%
計	110	100.0%



Q10.個人店を利用しない理由は何か

1 箇所で買い物が済まない、品揃えが悪い、駐車場が狭いという利便性面での理由が多い。また価格面でも大型店を選ぶ傾向にある。

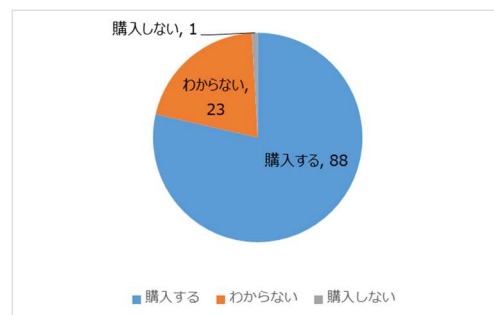
分類	回答数	割合
遠いから	4	3.5%
駐車場が狭い (ない) から	22	19.5%
価格が高いから	21	18.6%
品揃えが悪いから	24	21.2%
交通の便が悪いから	0	0.0%
営業時間が短いから	4	3.5%
雰囲気が悪いから	0	0.0%
一カ所で買い物が済まないから	32	28.3%
接客・サービスが悪いから	1	0.9%
品物の品質が悪いから	3	2.7%
知らないから	2	1.8%
計	113	100.0%



Q11.来年もプレミアムがついた商品券が発行されたら購入するか（未回答 2 件）

ほぼ 80%の人が来年も購入する予定であり、商品券の利用意欲は総じて高い。

分類	回答数	割合
購入する	88	78.6%
わからない	23	20.5%
購入しない	1	0.9%
計	112	100.0%



Q12.にのみやプレミアム商品券に関する自由意見（聞き取り内容をそのまま記載）

- ・毎年楽しみなので続けてください！
- ・町の活性化になれば嬉しいです
- ・今のままで良いと思います
- ・商工会いった事がありません。
- ・特になし
- ・1 万円単位の販売ではなく、五千円とかでも販売してもらえると少し興味わくかも
- ・商品券 1 冊を小売店、大型店と分けずに使いたい
- ・個人のお店で購入する機会がありません。
- ・商品券を利用するにあたり、大型スーパーとその他の店で使う券が同一でないことがちょっと利用しづらく思います。
- ・毎年購入していますが、去年は発売日を知らなかったため、買いそびれました。
- ・有効期限を延ばしてほしいです。
- ・購入額を増やしてほしい
- ・商品券について、小売店用と大型店用に分かれています半々ではなくしてほしいです。
- ・一人 50,000 円以上買えるようにしてほしい。

(3) まとめ

- 購入額は 55,000 円（5 冊）が最も多い。
- 利用に関しては 2016 年度同様、利便性が重視されて大型店に偏った利用であることが分かった。
- 店舗を利用する理由として、「商品券が使えるから」を挙げる人が 26.8%と 2016 年度調査とほぼ同様の割合となっていることから、にのみやプレミアム商品券が集客に寄与していることが窺える。
- 加盟店数については、概ね満足しているが、より加盟店の増加を望む声もある。加盟を希望する店舗は主にコンビニや大手チェーンストア、飲食店である。
- 商品券の発行に関しては地域住民にも浸透し、買い物時の利用促進に繋がっていると言える。
- 発行額の増額や販売期間の延長を求める声もあり、地域住民のにのみやプレミアム商品券における関心は高いものといえる。
- 次年度の商品券発行においては発行額増額や有効期限延伸も検討し、より地域住民のニーズに応えた形に改善していくことが課題である。

【参考】2016 年度実施 にのみやプレミアム商品券利用者アンケート

(1) 調査の概要

調査目的

にのみや商工会では、にのみや地域商業の活性化に向けて、にのみやプレミアム商品券事業の有効活用を図ることを目的に、商品券の利用状況についてアンケート調査を行った。

調査期間

平成 28 年 10 月～11 月

調査方法

調査対象：にのみやプレミアム商品券利用者 102 人

調査方法：商工会職員がにのみやプレミアム商品券加盟事業者にアンケート用紙を配布、加盟事業者が店頭にて商品券利用客に手渡し、利用客が記入

調査結果の表記について

集計結果は、各設問の標本数を 100%とした百分比（%）で表し、小数点第 2 位を四捨五入している。

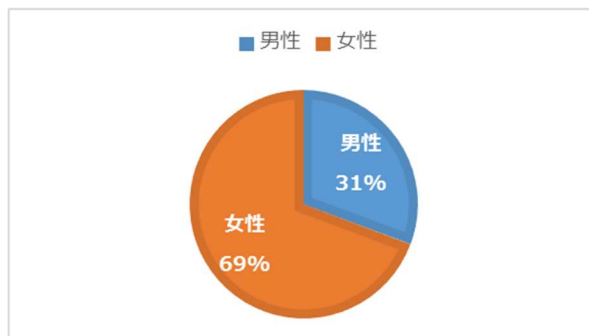
未回答を除いて集計しているため、回答数は設問ごとに異なっている。

Q3 について、2 店舗挙げている回答は、Q2 での回答が 3 店舗以上ある場合にのみカウントしている。3 店舗以上挙げている回答は無効としている。

(2-1) にのみやプレミアム商品券利用者の状況

○性別（未回答 1 件）

分類	回答数	割合
男性	31	30.7%
女性	70	69.3%
計	101	100.0%

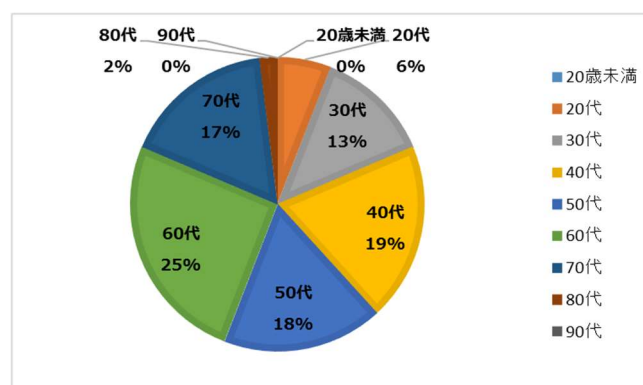


回答者は、女性が 69.3%と、およそ 7 割を占めている。

○年代

20代～70代までバランス良く回答が得られた。

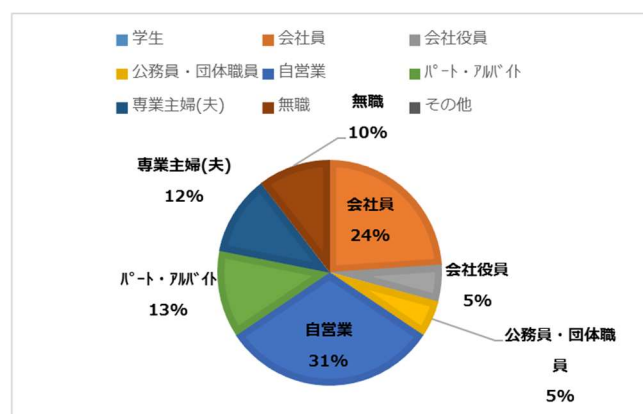
分類	回答数	割合
20歳未満	0	0.0%
20代	6	5.9%
30代	13	12.7%
40代	20	19.6%
50代	18	17.6%
60代	26	25.5%
70代	17	16.7%
80代	2	2.0%
90代	0	0.0%
計	102	100.0%



○職業（未回答 6 件）

最も多いのが自営業者、次いで会社員となっている。

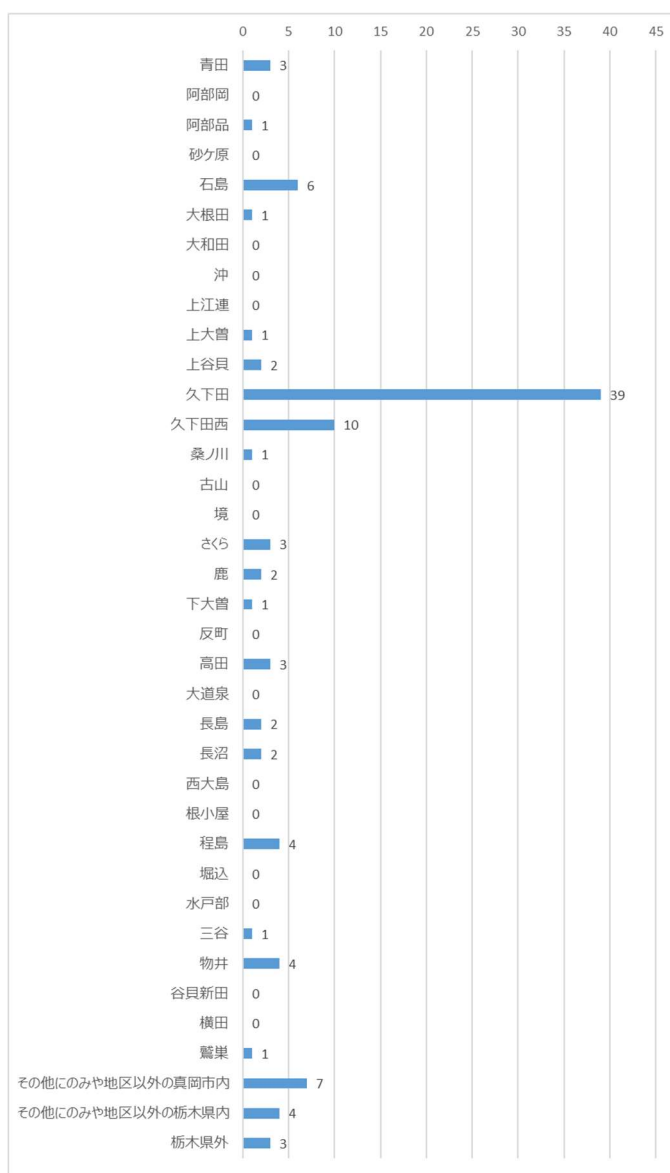
職業	回答数	割合
学生	0	0.0%
会社員	23	24.0%
会社役員	5	5.2%
公務員・団体職員	5	5.2%
自営業	30	31.3%
パート・アルバイト	12	12.5%
専業主婦(夫)	11	11.5%
無職	10	10.4%
その他	0	0.0%
計	96	100.0%



○居住地区（未回答 1 件）

居住地区は久下田が 38.6%と最も多く、近隣住民の利用が主である。

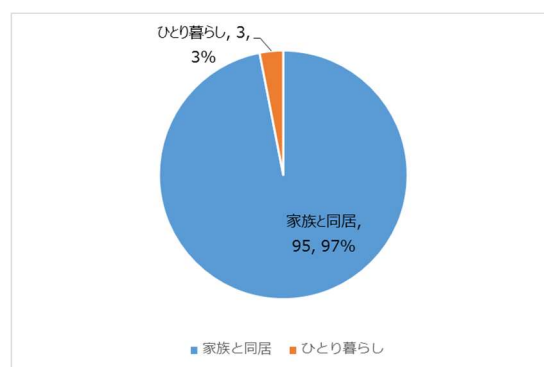
分類	回答数	割合
青田	3	3.0%
阿部岡	0	0.0%
阿部品	1	1.0%
砂ヶ原	0	0.0%
石島	6	5.9%
大根田	1	1.0%
大和田	0	0.0%
沖	0	0.0%
上江連	0	0.0%
上大曾	1	1.0%
上谷貝	2	2.0%
久下田	39	38.6%
久下田西	10	9.9%
桑ノ川	1	1.0%
古山	0	0.0%
境	0	0.0%
さくら	3	3.0%
鹿	2	2.0%
下大曾	1	1.0%
反町	0	0.0%
高田	3	3.0%
大道泉	0	0.0%
長島	2	2.0%
長沼	2	2.0%
西大島	0	0.0%
根小屋	0	0.0%
程島	4	4.0%
堀込	0	0.0%
水戸部	0	0.0%
三谷	1	1.0%
物井	4	4.0%
谷貝新田	0	0.0%
横田	0	0.0%
鷺巣	1	1.0%
その他ののみや地区以外の真岡市内	7	6.9%
その他ののみや地区以外の栃木県内	4	4.0%
栃木県外	3	3.0%
計	101	100.0%



○世帯構成（未回答 4 件）

家族と同居している人が 9 割以上である。

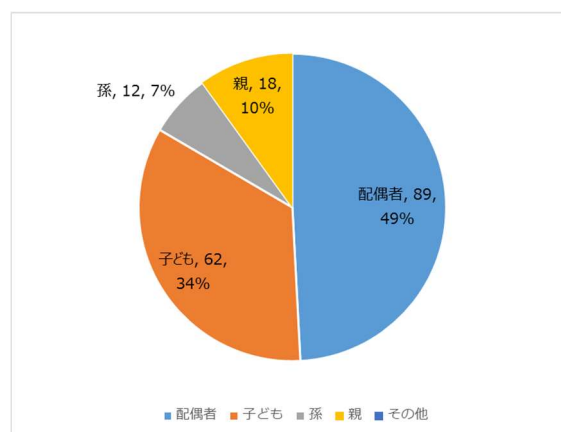
分類	回答数	割合
家族と同居	95	96.9%
ひとり暮らし	3	3.1%
計	98	100.0%



○同居家族（複数回答含む）

配偶者との２人暮らし、配偶者と子どもとの同居のほか、多世代での同居も多いことが窺える。

分類	回答数	割合
配偶者	89	49.2%
子ども	62	34.3%
孫	12	6.6%
親	18	9.9%
その他	0	0.0%
計	181	100.0%

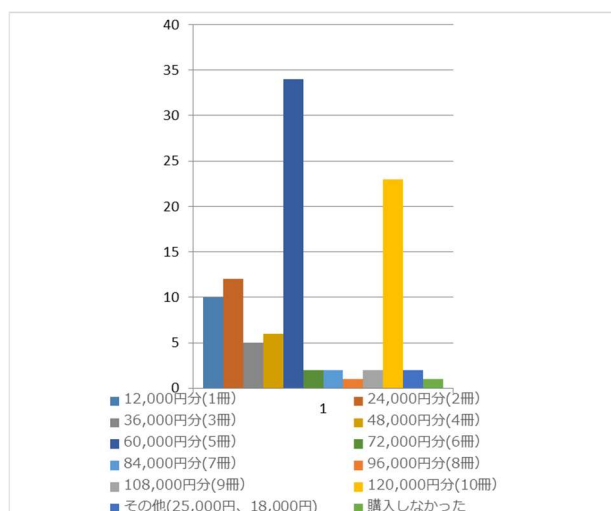


(2-2) にのみやプレミアム商品券の利用状況

Q1.にのみやプレミアム商品券の購入額

60,000 円分（５冊）が最も多く、次いで 120,000 万円分（10 冊）となっている。

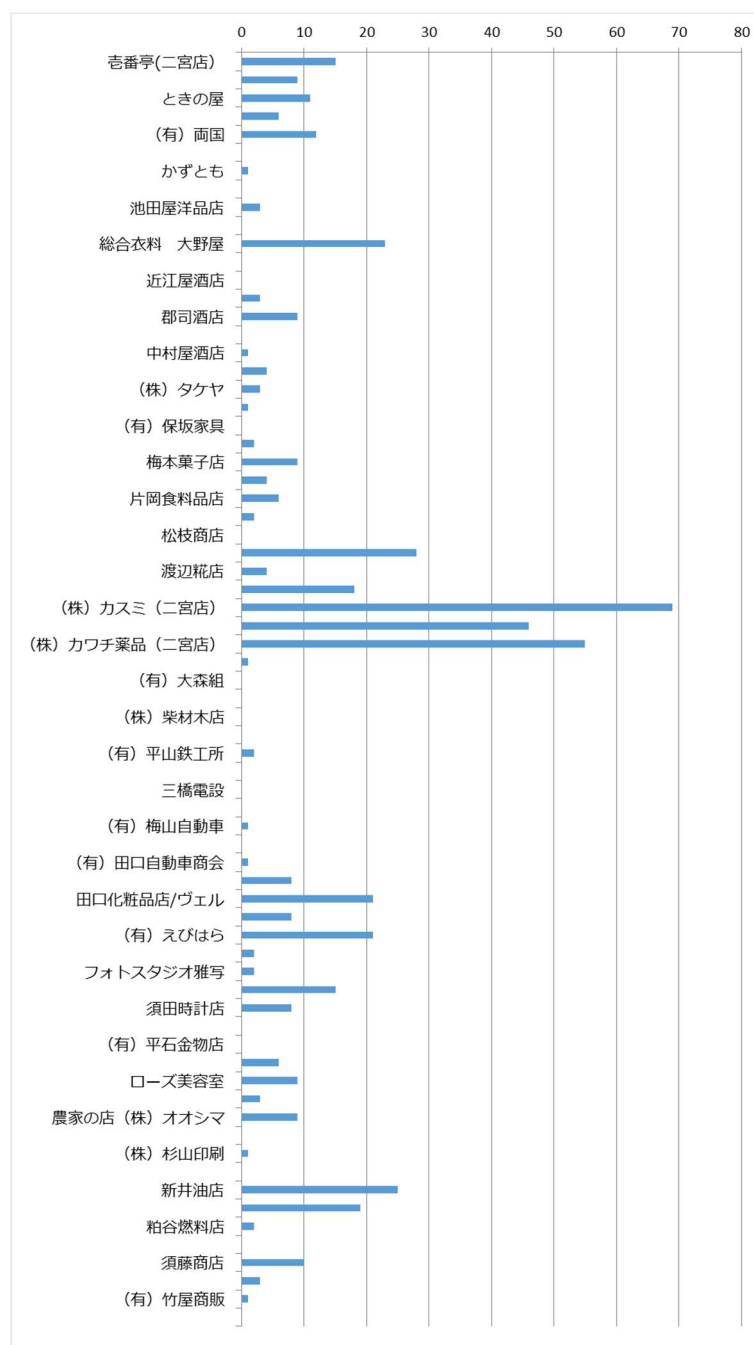
分類	回答数	割合
12,000円分(1冊)	10	10.0%
24,000円分(2冊)	12	12.0%
36,000円分(3冊)	5	5.0%
48,000円分(4冊)	6	6.0%
60,000円分(5冊)	34	34.0%
72,000円分(6冊)	2	2.0%
84,000円分(7冊)	2	2.0%
96,000円分(8冊)	1	1.0%
108,000円分(9冊)	2	2.0%
120,000円分(10冊)	23	23.0%
その他(25,000円、18,000円)	2	2.0%
購入しなかった	1	1.0%
計	100	100.0%



Q2.にのみやプレミアム商品券加盟店でよく利用する店舗（複数回答可）

カワチ薬品やカスミなどの大型チェーン店での利用が多い。

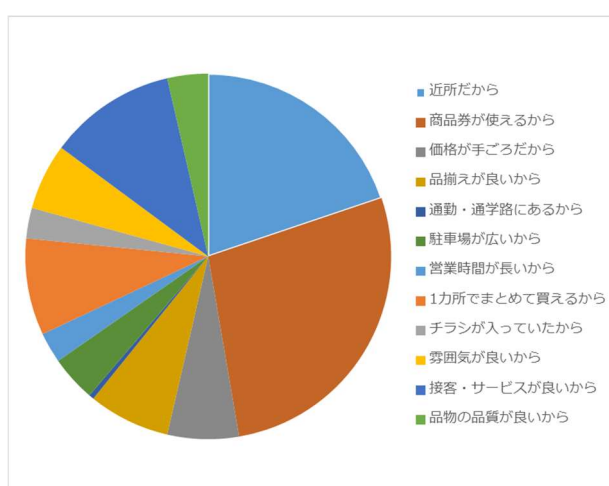
分類	回答数	割合
壱番亭(二宮店)	15	2.9%
九庵	9	1.7%
ときの屋	11	2.1%
アルポルト	6	1.1%
(有) 両国	12	2.3%
松喜	0	0.0%
かずとも	1	0.2%
桂屋	0	0.0%
池田屋洋品店	3	0.6%
衣料・クリーニング エピハラ	0	0.0%
総合衣料 大野屋	23	4.4%
日向野屋物店	0	0.0%
近江屋酒店	0	0.0%
小倉屋酒店	3	0.6%
郡司酒店	9	1.7%
島田酒店	0	0.0%
中村屋酒店	1	0.2%
市井酒店	4	0.8%
(株) タケヤ	3	0.6%
トミヤ	1	0.2%
(有) 保坂家具	0	0.0%
横山家具店	2	0.4%
梅本菓子店	9	1.7%
大森商店	4	0.8%
片岡食料品店	6	1.1%
福田屋	2	0.4%
松枝商店	0	0.0%
洋菓子のしばの	28	5.4%
渡辺靴店	4	0.8%
道の駅にのみや(株) 二宮金次郎商店	18	3.4%
(株) カスミ(二宮店)	69	13.2%
(株) エコス(二宮店)	46	8.8%
(株) カワチ薬品(二宮店)	55	10.5%
(有) 枝製畳	1	0.2%
(有) 大森組	0	0.0%
(有) 久保田栄瓦店	0	0.0%
(株) 柴材木店	0	0.0%
(有) ハヤセ	0	0.0%
(有) 平山鉄工所	2	0.4%
谷口畳店	0	0.0%
三橋電設	0	0.0%
麦倉建設工業	0	0.0%
(有) 梅山自動車	1	0.2%
大福地モータース	0	0.0%
(有) 田口自動車商会	1	0.2%
(株) 杉村薬局	8	1.5%
田口化粧品店/ヴェル	21	4.0%
町田薬局	8	1.5%
(有) えびはら	21	4.0%
亀田クリーニング店	2	0.4%
フォトスタジオ雅写	2	0.4%
(有) 柴山金物店	15	2.9%
須田時計店	8	1.5%
竹村文具陶器店	0	0.0%
(有) 平石金物店	0	0.0%
フラワーショップ花良	6	1.1%
ローズ美容室	9	1.7%
美容室フィュー	3	0.6%
農家の店(株) オオシマ	9	1.7%
デコレーション 藤野工業(株)	0	0.0%
(株) 杉山印刷	1	0.2%
真岡自動車教習所	0	0.0%
新井油店	25	4.8%
上野油店	19	3.6%
粕谷燃料店	2	0.4%
清水商店	0	0.0%
須藤商店	10	1.9%
竹村商店	3	0.6%
(有) 竹屋商販	1	0.2%
若松商店	0	0.0%
計	522	100.0%



Q3.Q2 で答えた店舗を利用する理由（複数回答可）

商品券が使えるからという理由が最多となり、利用意向が高いことが窺える。

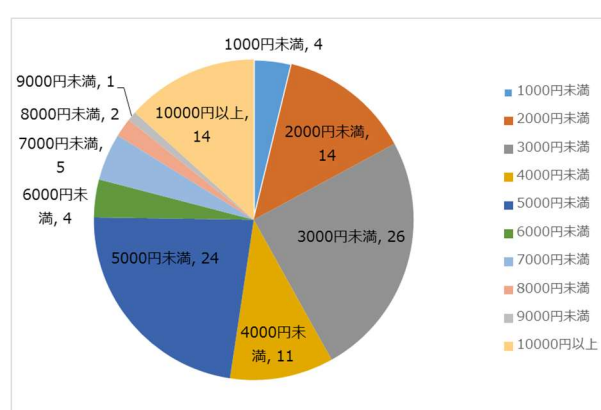
分類	回答数	割合
近所だから	44	19.8%
商品券が使えるから	61	27.5%
価格が手ごろだから	14	6.3%
品揃えが良いから	16	7.2%
通勤・通学路にあるから	1	0.5%
駐車場が広いから	9	4.1%
営業時間が長いから	6	2.7%
1カ所でまとめて買えるから	19	8.6%
チラシが入っていたから	6	2.7%
雰囲気が良いから	13	5.9%
接客・サービスが良いから	25	11.3%
品物の品質が良いから	8	3.6%
計	222	100.0%



Q4.Q2 の店舗での平均購入金額（複数回答可）

2,000 円～5,000 円分の利用に回答が集中している。

分類	回答数	割合
1000円未満	4	3.8%
2000円未満	14	13.3%
3000円未満	26	24.8%
4000円未満	11	10.5%
5000円未満	24	22.9%
6000円未満	4	3.8%
7000円未満	5	4.8%
8000円未満	2	1.9%
9000円未満	1	1.0%
10000円以上	14	13.3%
計	105	100.0%



Q5.Q2 の店舗でよく購入する品目・利用するサービス（聞き取り内容をそのまま記載）

食料品	カップラーメン	洗剤	トイレトペーパー
化粧品	ガス代	農薬	建築資材
美容ドリンク	石油	薬品	洗車
ファンデーション	衣料	生活雑貨	金物
魚	文具	消耗品	学校の体操着
農業資材	酒	うな重	作業服
ガソリン	生活用品	菓子類	老人用オムツ
日用品	薬	花	雑貨
サプリメント	貴金属類	灯油	農工具
パン	本	理容関係	工具
うどん	ティッシュ	燃料	タイヤ
オイル交換	自動車のメンテ用品		

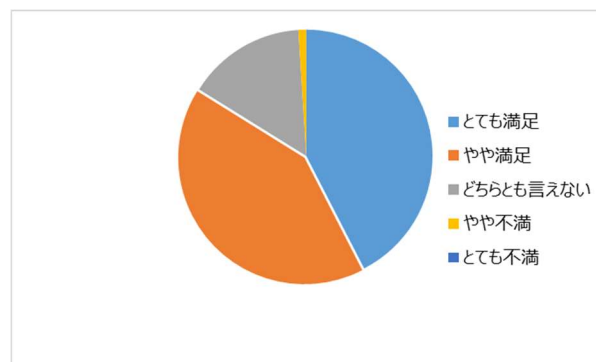
Q6.商品券利用可能店舗で取り扱って欲しい商品・サービス

現状のままで良いとの回答 1 件

Q7.商品券利用可能店舗数に満足しているか（未回答 3 件）

「とても満足」「やや満足」を合計すると、概ね利用可能店舗数には満足しているといえる。

分類	回答数	割合
とても満足	42	42.4%
やや満足	41	41.4%
どちらとも言えない	15	15.2%
やや不満	1	1.0%
とても不満	0	0.0%
計	99	100.0%



Q8.商品券利用可能店に加盟して欲しいお店は？（聞き取り内容をそのまま記載）

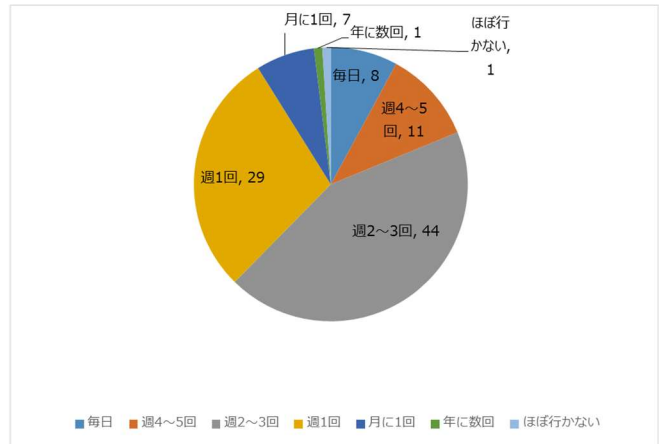
コンビニ	横田商店
床屋	てらしま
特になし	理容店
ウエルシア	出光(ガソリンスタンド)
佐藤ラーメン	コメリ
ツタヤ	マハロ
大型電気店	蛸屋

Q9.大型スーパー、個人店それぞれのくらいの頻度で買い物をするか

大型店は「週 2～3 回」と「週 1 回」、個人店では「週 1 回」と「月に 1 回」が多く、大型店での買い物頻度が高いことが窺える。

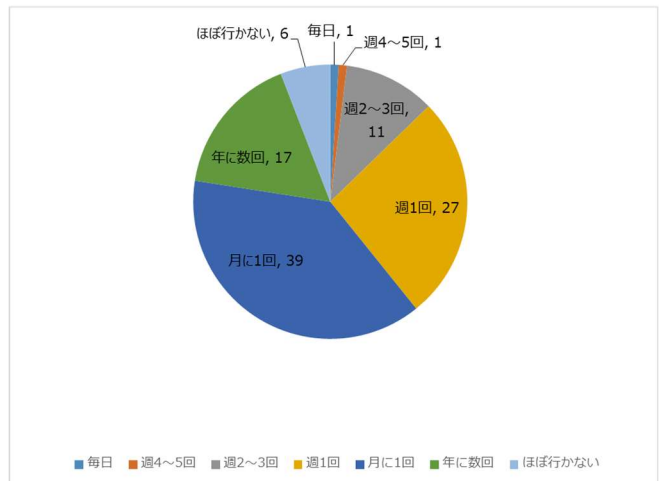
■大型スーパー（未回答1件）

分類	回答数	割合
毎日	8	7.9%
週4～5回	11	10.9%
週2～3回	44	43.6%
週1回	29	28.7%
月に1回	7	6.9%
年に数回	1	1.0%
ほぼ行かない	1	1.0%
計	101	100.0%



■個人店

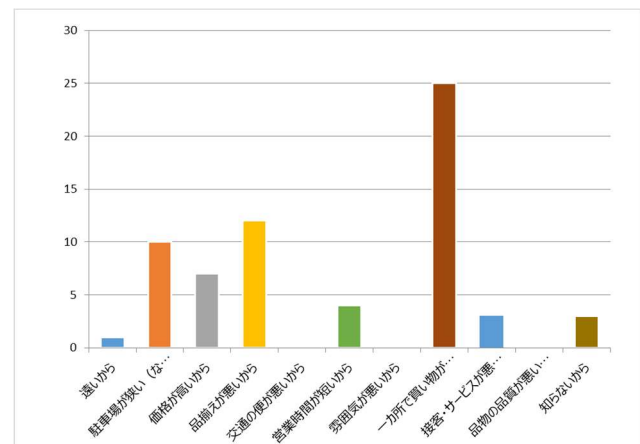
分類	回答数	割合
毎日	1	1.0%
週4～5回	1	1.0%
週2～3回	11	10.8%
週1回	27	26.5%
月に1回	39	38.2%
年に数回	17	16.7%
ほぼ行かない	6	5.9%
計	102	100.0%



Q10.個人店を利用しない理由は何か

1 箇所では買い物が済まないという理由が多く、大型店など品揃えの良い店舗を選ぶ傾向にある。

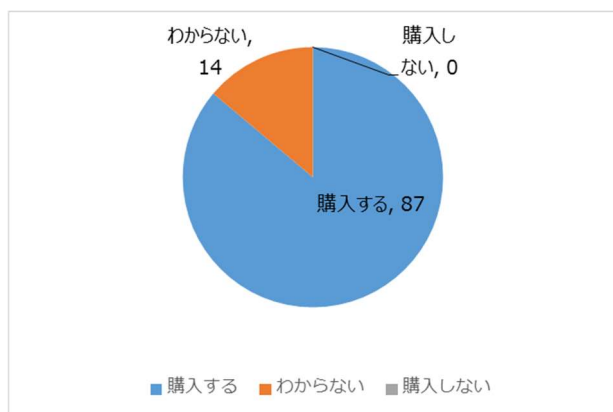
分類	回答数	割合
遠いから	1	1.5%
駐車場が狭い（ない）から	10	15.4%
価格が高いから	7	10.8%
品揃えが悪いから	12	18.5%
交通の便が悪いから	0	0.0%
営業時間が短いから	4	6.2%
雰囲気が悪いから	0	0.0%
一か所で買い物が済まないから	25	38.5%
接客・サービスが悪いから	3	4.6%
品物の品質が悪いから	0	0.0%
知らないから	3	4.6%
計	65	100.0%



Q11.来年もプレミアムがついた商品券が発行されたら購入するか（未回答 1 件）

「わからない」との回答があるものの、「購入しない」との回答は無い。

分類	回答数	割合
購入する	87	86.1%
わからない	14	13.9%
購入しない	0	0.0%
計	101	100.0%



Q12.にのみやプレミアム商品券に関する自由意見（聞き取り内容をそのまま記載）

- ・真岡市と共通にして欲しい
- ・来年度も発行して欲しい
- ・すべて大型店で使えるようにして欲しい
- ・1人当たりの金額を少し増やして頂きたい
- ・今までどおりで良い
- ・来年も購入するかわかりませんがまた楽しみです
- ・平日に売り出しなので土日分も用意してほしい
- ・コンビニでも使えるといい
- ・発行枚数を増やしてほしい！
- ・利用期限の延長、又は、利用期間の変更。
(年末や年度末に利用することが多い店舗もある)
- ・プレミアムがついた商品券の販売の終りが早いので買求めるのが大変です。
- ・同じお金を使うのにこれだけサービスがあれば家計もたすかります。
- ・家族が少ないと使用する機会(買物の金額も)がだんだん無くなりますが豊や網戸などにも使用できるのはありがたいです。
- ・家族でもっと購入したかったが売り切れていて希望額購入できなかったのもう少し発行額を増やして欲しいです。
- ・もっと地元の活性化のために、商品券をたくさん発行してもらいたい。
- ・商品券(プレミアム)の販売の終りが早いので買求めるのが忙しいです。
- ・販売金額を増やしてほしい。
- ・500円券ではなく、千円券にしてほしい。
- ・1枚が1000円の方が良い。
- ・プレミアムがついた商品ぜひ発行して下さい。

(3) まとめ

年齢層広く回答が得られたが、内容の傾向には影響していない。

購入額は 60,000 円（5 冊）が最も多い。

利用に関しては大型店に偏っている。

店舗の利用理由として、「商品券が使えるから」を挙げる人が 27.5%となっていることから、にのみやプレミアム商品券が集客に寄与していることが窺える。

加盟店数については、概ね満足している感があるが、より加盟店の増加を望む声もある。

商品券の発行に関しては地域住民にも浸透し、買い物時の利用促進に繋がっていると言える。

発行部数の増加や販売期間の延長を求める声もあり、地域住民のにのみやプレミアム商品券における支持は高いものといえる。

次年度の発行はもちろん、部数増加や 500 円券の発行など、地域住民の声にどのように応えていくか当面考慮すべき点といえる。

3. にのみや地域 購買動向アンケート

(1) 調査の概要

調査目的

にのみや商工会では、にのみや地域商業の活性化に向けて購買動向やにのみやプレミアム商品券の利用動向を調査するために大型スーパー店頭においてアンケート調査を行った。

調査期間

平成 29 年 11 月 18 日（土）

調査方法

調査対象：(株)カスミ二宮店の買物客 50 人

調査方法：商工会職員がアンケート用紙を配布し、買物客が記入

調査結果の表記について

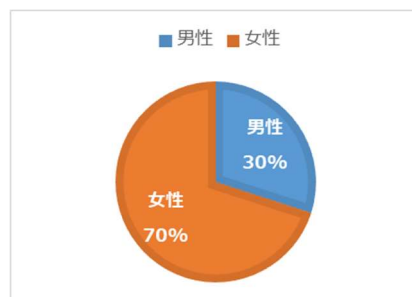
集計結果は、各設問の標本数を 100%とした百分比（%）で表し、小数点第 2 位を四捨五入している。

(2) アンケート集計結果

○性別

回答者は、女性が 70.0%と、ちょうど 7 割を占めている。

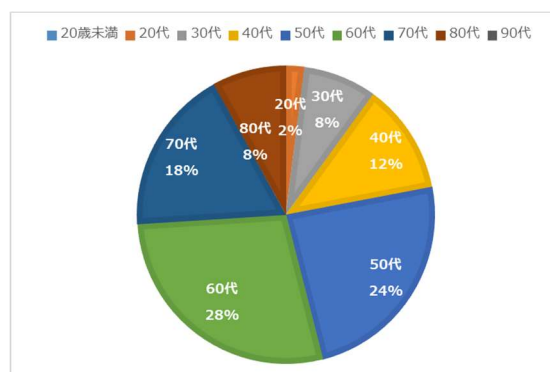
分類	回答数	割合
男性	15	30.0%
女性	35	70.0%
計	50	100.0%



○年代

回答者の多くが 50～60 代の中高年で占めている。

分類	回答数	割合
20歳未満	0	0.0%
20代	1	2.0%
30代	4	8.0%
40代	6	12.0%
50代	12	24.0%
60代	14	28.0%
70代	9	18.0%
80代	4	8.0%
90代	0	0.0%
計	50	100.0%



○職業（未回答 1 件）

最も多いのが自営業、次いで会社員、専業主婦(夫)となっている。

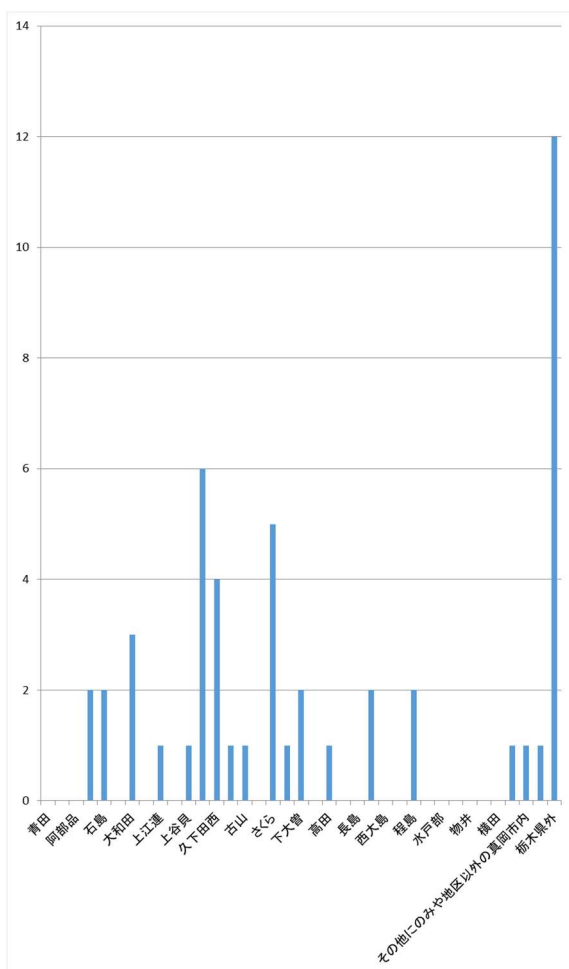
職業	回答数	割合
学生	0	0.0%
会社員	11	22.4%
会社役員	0	0.0%
公務員・団体職員	3	6.1%
自営業	12	24.5%
パート・アルバイト	8	16.3%
専業主婦(夫)	9	18.4%
無職	6	12.2%
その他	0	0.0%
計	49	100.0%



○居住地区

居住地区は栃木県外が 24.5%と最も多く、他は久下田地区を中心に地域が分散した住民の利用である。栃木県外からの買い物客は主に筑西市の住民である。

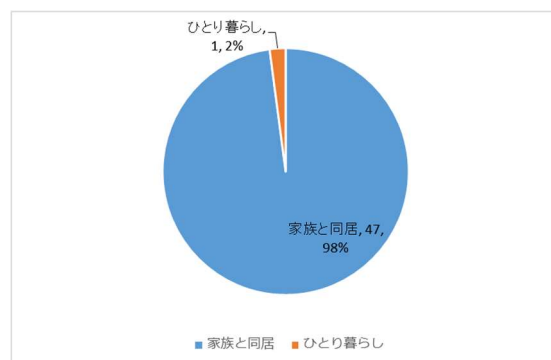
分類	回答数	割合
青田	0	0.0%
阿部岡	0	0.0%
阿部品	0	0.0%
砂ヶ原	2	4.1%
石島	2	4.1%
大根田	0	0.0%
大和田	3	6.1%
沖	0	0.0%
上江連	1	2.0%
上大曾	0	0.0%
上谷貝	1	2.0%
久下田	6	12.2%
久下田西	4	8.2%
桑ノ川	1	2.0%
古山	1	2.0%
境	0	0.0%
さくら	5	10.2%
鹿	1	2.0%
下大曾	2	4.1%
反町	0	0.0%
高田	1	2.0%
大道泉	0	0.0%
長島	0	0.0%
長沼	2	4.1%
西大島	0	0.0%
根小屋	0	0.0%
程島	2	4.1%
堀込	0	0.0%
水戸部	0	0.0%
三谷	0	0.0%
物井	0	0.0%
谷貝新田	0	0.0%
横田	0	0.0%
鷺巣	1	2.0%
その他にのみや地区以外の真岡市内	1	2.0%
その他にのみや地区以外の栃木県内	1	2.0%
栃木県外	12	24.5%
計	49	100.0%



○世帯構成（未回答 2 件）

家族と同居している人がほとんどである。

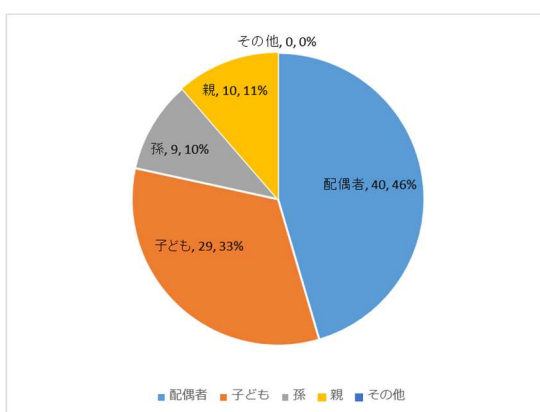
分類	回答数	割合
家族と同居	47	97.9%
ひとり暮らし	1	2.1%
計	48	100.0%



○同居家族（複数回答含む）

配偶者との 2 人暮らし、配偶者と子どもとの同居で 78.5%を占め、3 世代同居は少ない。

分類	回答数	割合
配偶者	40	45.5%
子ども	29	33.0%
孫	9	10.2%
親	10	11.4%
その他	0	0.0%
計	88	100.0%

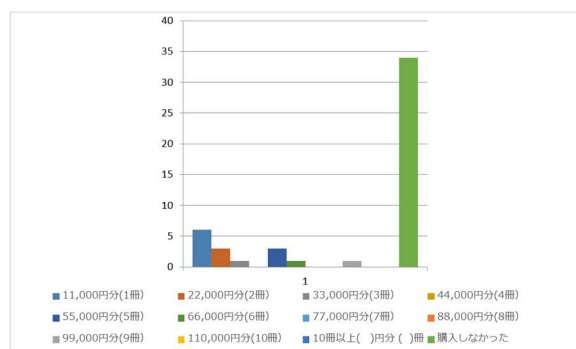


(2-2) にのみやプレミアム商品券の利用状況

Q1.あなたの世帯では『プレミアム商品券（以下商品券）』を合計何円分購入しましたか？

大型スーパーの来店客のほとんどは商品券を購入していない。その割合は昨年より増加した。

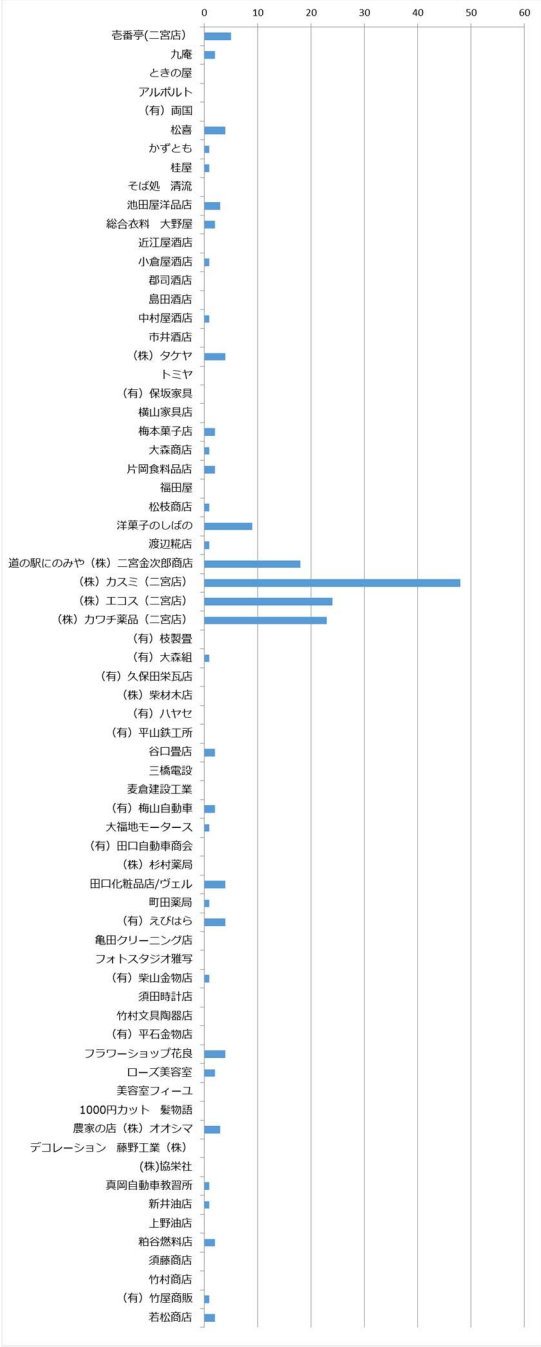
分類	回答数	割合
11,000円分(1冊)	6	12.2%
22,000円分(2冊)	3	6.1%
33,000円分(3冊)	1	2.0%
44,000円分(4冊)	0	0.0%
55,000円分(5冊)	3	6.1%
66,000円分(6冊)	1	2.0%
77,000円分(7冊)	0	0.0%
88,000円分(8冊)	0	0.0%
99,000円分(9冊)	1	2.0%
110,000円分(10冊)	0	0.0%
10冊以上()円分()冊	0	0.0%
購入しなかった	34	69.4%
計	49	100.0%



Q2. 普段よくお買物をする、または商品券を主に利用するのは次のどのお店ですか？（複数回答可）

カスミやエコス、カワチ薬品などの大型チェーン店と道の駅の利用者が多い。

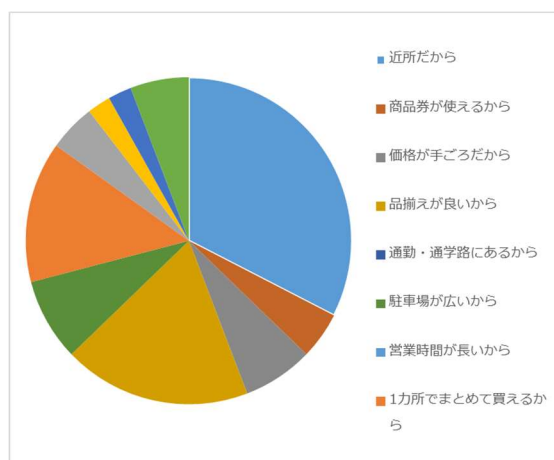
分類	回答数	割合
売番亭(二宮店)	5	2.7%
九庵	2	1.1%
ときの屋	0	0.0%
アルポルト	0	0.0%
(有) 両国	0	0.0%
松喜	4	2.2%
かずとも	1	0.5%
桂屋	1	0.5%
そば処 清流	0	0.0%
池田屋洋品店	3	1.6%
総合衣料 大野屋	2	1.1%
近江屋酒店	0	0.0%
小倉屋酒店	1	0.5%
都司酒店	0	0.0%
島田酒店	0	0.0%
中村屋酒店	1	0.5%
市井酒店	0	0.0%
(株) タケヤ	4	2.2%
トミヤ	0	0.0%
(有) 保坂家具	0	0.0%
横山家具店	0	0.0%
梅本菓子店	2	1.1%
大森商店	1	0.5%
片岡食料品店	2	1.1%
福田屋	0	0.0%
松枝商店	1	0.5%
洋菓子のしばの	9	4.9%
渡辺靴店	1	0.5%
道の駅にのみや(株) 二宮金次郎商店	18	9.7%
(株) カスミ(二宮店)	48	25.9%
(株) エコス(二宮店)	24	13.0%
(株) カワチ薬品(二宮店)	23	12.4%
(有) 枝製置	0	0.0%
(有) 大森組	1	0.5%
(有) 久保田栄瓦店	0	0.0%
(株) 柴材木店	0	0.0%
(有) ハヤセ	0	0.0%
(有) 平山鉄工所	0	0.0%
谷口畳店	2	1.1%
三橋電設	0	0.0%
麦倉建設工業	0	0.0%
(有) 梅山自動車	2	1.1%
大福地モータース	1	0.5%
(有) 田口自動車商会	0	0.0%
(株) 杉村薬局	0	0.0%
田口化粧品店/ヴェル	4	2.2%
町田薬局	1	0.5%
(有) えびはら	4	2.2%
亀田クリーニング店	0	0.0%
フォースタジオ雅写	0	0.0%
(有) 柴山金物店	1	0.5%
須田時計店	0	0.0%
竹村文具陶器店	0	0.0%
(有) 平石金物店	0	0.0%
フラワーショップ花良	4	2.2%
ローズ美容室	2	1.1%
美容室フィーユ	0	0.0%
1000円カット 髪物語	0	0.0%
農家の店(株) オオシマ	3	1.6%
デコレーション 藤野工業(株)	0	0.0%
(株) 協栄社	0	0.0%
真岡自動車教習所	1	0.5%
新井油店	1	0.5%
上野油店	0	0.0%
粕谷燃料店	2	1.1%
須藤商店	0	0.0%
竹村商店	0	0.0%
(有) 竹屋商販	1	0.5%
若松商店	2	1.1%
計	185	100.0%



Q3.Q2 のお店をよく利用する理由は何ですか？ あてはまるものに☑をつけてください。

「近所だから」が一番で、続いて「品揃えが良いから」「1ヶ所でまとめて買えるから」、が続いている。
買い物において利便性を重視している姿勢が窺える。

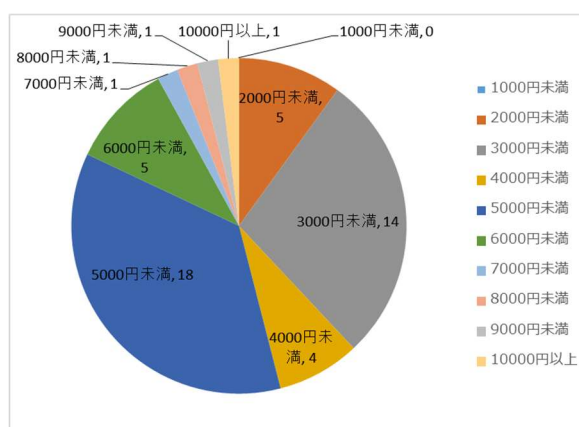
分類	回答数	割合
近所だから	28	32.6%
商品券が使えるから	4	4.7%
価格が手ごろだから	6	7.0%
品揃えが良いから	16	18.6%
通勤・通学路にあるから	0	0.0%
駐車場が広いから	7	8.1%
営業時間が長いから	0	0.0%
1カ所でまとめて買えるから	12	14.0%
チラシが入っていたから	4	4.7%
雰囲気が良いから	2	2.3%
接客・サービスが良いから	2	2.3%
品物の品質が良いから	5	5.8%
計	86	100.0%



Q4.Q2 でお店での一回の購入金額平均はどのくらいですか？

3,000 円未満と 5,000 円未満の利用に回答が集中している。

分類	回答数	割合
1000円未満	0	0.0%
2000円未満	5	10.0%
3000円未満	14	28.0%
4000円未満	4	8.0%
5000円未満	18	36.0%
6000円未満	5	10.0%
7000円未満	1	2.0%
8000円未満	1	2.0%
9000円未満	1	2.0%
10000円以上	1	2.0%
計	50	100.0%



Q5.Q2 の店舗でよく購入する品目・利用するサービス（聞き取りで回答件数の多いものを記載）

食料品	飲食	ガソリン給油
化粧品	日用品	

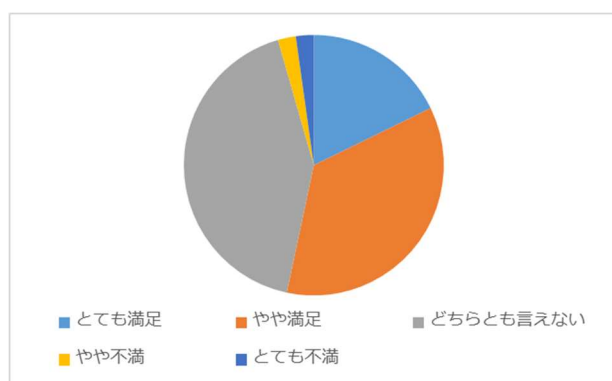
Q6.商品券利用可能店舗で取り扱って欲しい商品・サービス

「四季紅」「おつり」との回答 2 件

Q7.商品券利用店舗数に満足に満足されていますか？

「とても満足」「やや満足」の合計が 50%を超えたが、どちらともいえないが昨年度より増加している。

分類	回答数	割合
とても満足	8	17.8%
やや満足	16	35.6%
どちらとも言えない	19	42.2%
やや不満	1	2.2%
とても不満	1	2.2%
計	45	100.0%



Q8.商品券利用可能店に加盟して欲しいお店は？

ウエルシア	理容店等	たこや
コメリ	旧真岡市の店舗	

Q9.お買い物をするのはどれくらいの頻度ですか？

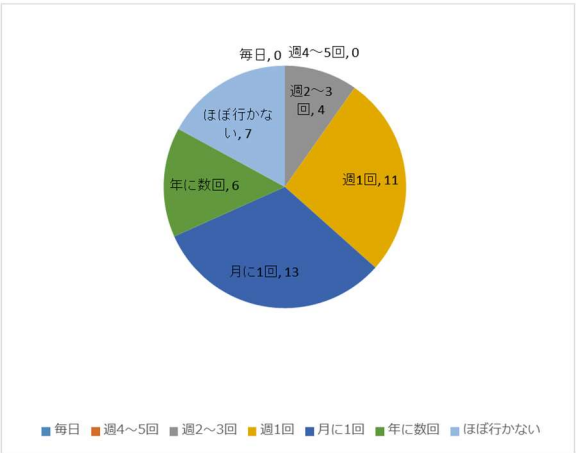
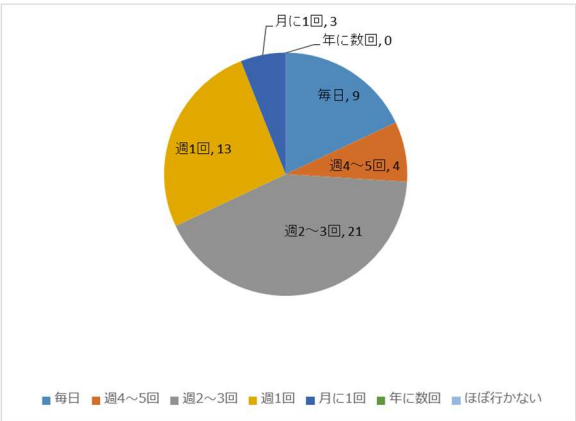
大型店は「週 2～3 回」、個店では「月に 1 回」と「週に 1 回」が多く、大型店での買い物頻度が高く、日ごろの買い物にあまり個店が利用されていないことが窺える。

■大型スーパー

分類	回答数	割合
毎日	9	18.0%
週4～5回	4	8.0%
週2～3回	21	42.0%
週1回	13	26.0%
月に1回	3	6.0%
年に数回	0	0.0%
ほぼ行かない	0	0.0%
計	50	100.0%

■個店(未回答9件)

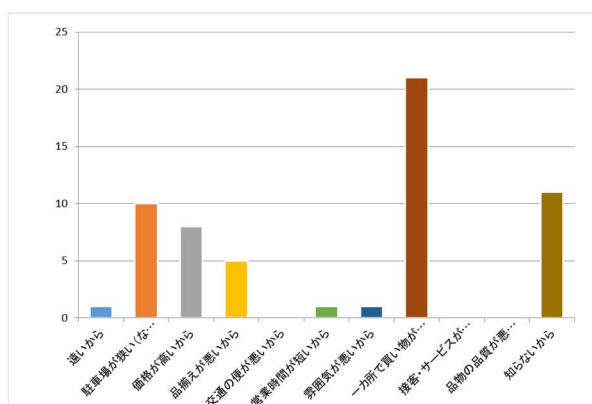
分類	回答数	割合
毎日	0	0.0%
週4～5回	0	0.0%
週2～3回	4	9.8%
週1回	11	26.8%
月に1回	13	31.7%
年に数回	6	14.6%
ほぼ行かない	7	17.1%
計	41	100.0%



Q10.個人店を利用しない理由は何ですか？あてはまるものに☑をつけてください。（複数回答可）

個人店では「1箇所で買物が済まない」、「知らない」、「駐車場が狭い」、「価格が高いから」という理由が多い。

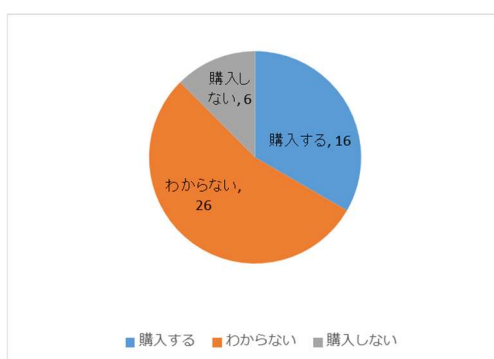
分類	回答数	割合
遠いから	1	1.7%
駐車場が狭い（ない）から	10	17.2%
価格が高いから	8	13.8%
品揃えが悪いから	5	8.6%
交通の便が悪いから	0	0.0%
営業時間が短いから	1	1.7%
雰囲気が悪いから	1	1.7%
一カ所で買い物が済まないから	21	36.2%
接客・サービスが悪いから	0	0.0%
品物の品質が悪いから	0	0.0%
知らないから	11	19.0%
計	58	100.0%



Q11.来年もプレミアムがついた商品券が発行された場合、購入しますか？

「わからない」が一番多く 54%で半数を超えており、大型店の利用者は商品券への関心が高くないことが窺える。しかし、「購入しない」は 12.5%と低い水準であり、2016 年度調査での 28.6%に比べると、商品券の購入に否定的な人の割合が減少してきている。

分類	回答数	割合
購入する	16	33.3%
わからない	26	54.2%
購入しない	6	12.5%
計	48	100.0%



「購入しない」の理由：

お得であることを知らない

県外だから

真岡市で使えないため

Q12.にのみやプレミアム商品券に関する自由意見（聞き取り内容をそのまま記載）

- ・2割にして下さい
- ・筑西のほうでも情報を知らせてほしい
- ・個人店のサービス、価格等を勉強してほしい
- ・旧真岡市でも共通で使えるようにしてほしい
- ・1人 50000 円まで買えるようにしてほしい

(3) まとめ

- 回答者の居住区域は栃木県以外が一番多く、茨城県(特に筑西市)の住民が来店していた。その割合は約4分の1であった。次には、久下田地区がつづいており、更に近隣に分散している。筑西市民による、大型店舗以外の個人店への誘引も課題の1つといえる。
- 回答者の約7割が「商品券を購入しなかった」ことは、プレミアム商品券を希望しても「購入出来なかった」とのコメントがあり、発行数に検討の余地がある。
- 回答者の利用店舗は大型チェーン店が多く、その次に「道の駅」が入っている。
- 個人店を利用しない1番の理由は「一か所で買物が済まないから」であり、2番目は「知らないから」となっている。筑西市の住民による回答も影響しているが、個人店および商品券事業の認知度向上が今後の取り組み改善として必要であるといえる。
- 大型店舗の買い物客は店舗を利用する理由として、「近所だから」が一番多く、次いで「品揃えが良いから」が続いている。自宅から近く、利便性の高い買い物先が選択されている。
- 商品券利用可能店舗数について、回答者の半数以上が満足している。
- プレミアム商品券が来年も発行された場合の回答では、購入するかどうか「わからない」との回答が半数強に増加しており特徴的である。「購入しない」との回答は10%で前年の半分に減少している。
- 次年度発行に際しては、個人店のメリットを向上させ、そのPRを強化し、個人店での商品券利用を促進させるべきである。

【参考】2016 年度実施 にのみや地域の買物について

1. 大型店出口調査

(1) 調査の概要

調査目的

にのみや商工会では、にのみや地域商業の活性化に向けて購買動向を調査するために大型スーパー店頭にてアンケート調査を行った。

調査期間

平成 28 年 11 月 27 日（日）

調査方法

調査対象：(株)カスミ二宮店の買物客 35 人

調査方法：商工会職員がアンケート用紙を配布し、買物客が記入

調査結果の表記について

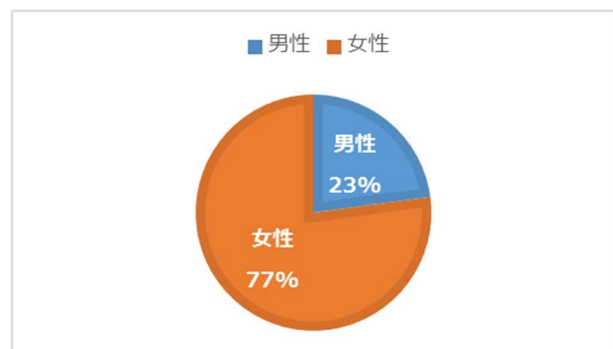
集計結果は、各設問の標本数を 100%とした百分比（%）で表し、小数点第 2 位を四捨五入している。

(2) アンケート集計結果

○性別

回答者は、女性が 77.1%と、およそ 8 割を占めている。

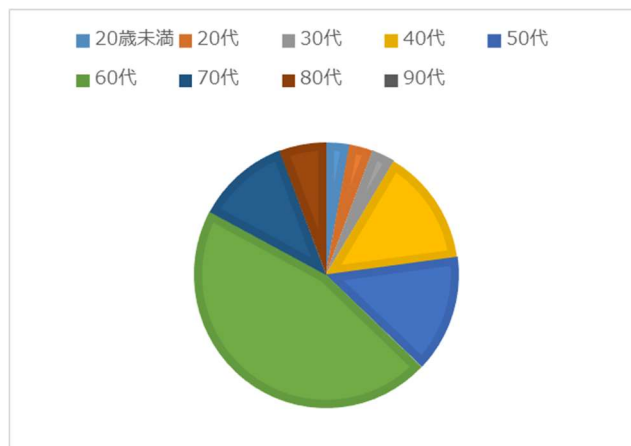
分類	回答数	割合
男性	8	22.9%
女性	27	77.1%
計	35	100.0%



○年代

回答者の多くが40～60代の中高年を占める。

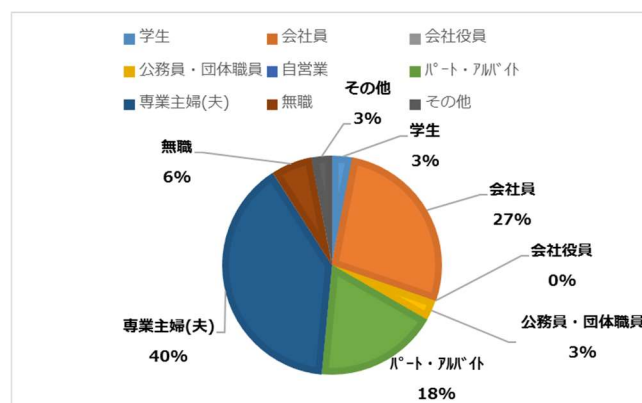
年代	回答数	割合
20歳未満	1	2.9%
20代	1	2.9%
30代	1	2.9%
40代	5	14.3%
50代	5	14.3%
60代	16	45.7%
70代	4	11.4%
80代	2	5.7%
90代	0	0.0%
計	35	100.0%



○職業（未回答2件）

最も多いのが専業主婦（夫）、次いで会社員となっている。自営業者は居なかった。

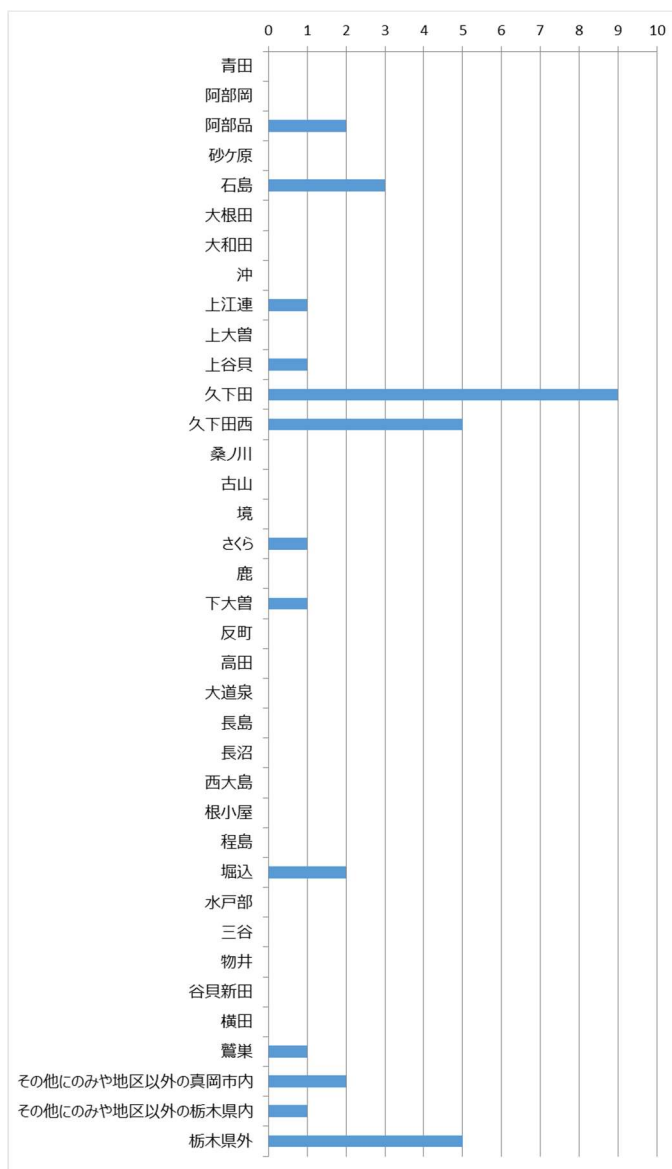
職業	回答数	割合
学生	1	3.0%
会社員	9	27.3%
会社役員	0	0.0%
公務員・団体職員	1	3.0%
自営業	0	0.0%
パート・アルバイト	6	18.2%
専業主婦(夫)	13	39.4%
無職	2	6.1%
その他	1	3.0%
計	33	100.0%



○居住地区（未回答 1 件）

居住地区は久下田が 26.5%と最も多く、調査実施場所近隣住民の利用が主である。

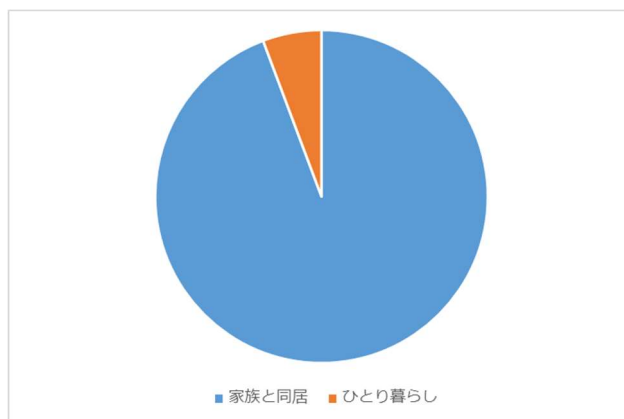
分類	回答数	割合
青田	0	0.0%
阿部岡	0	0.0%
阿部品	2	5.9%
砂ヶ原	0	0.0%
石島	3	8.8%
大根田	0	0.0%
大和田	0	0.0%
沖	0	0.0%
上江連	1	2.9%
上大曽	0	0.0%
上谷貝	1	2.9%
久下田	9	26.5%
久下田西	5	14.7%
桑ノ川	0	0.0%
古山	0	0.0%
境	0	0.0%
さくら	1	2.9%
鹿	0	0.0%
下大曽	1	2.9%
反町	0	0.0%
高田	0	0.0%
大道泉	0	0.0%
長島	0	0.0%
長沼	0	0.0%
西大島	0	0.0%
根小屋	0	0.0%
程島	0	0.0%
堀込	2	5.9%
水戸部	0	0.0%
三谷	0	0.0%
物井	0	0.0%
谷貝新田	0	0.0%
横田	0	0.0%
鷺巣	1	2.9%
その他にのみや地区以外の真岡市内	2	5.9%
その他にのみや地区以外の栃木県内	1	2.9%
栃木県外	5	14.7%
計	34	100.0%



○世帯構成

家族と同居している人が 9 割以上である。

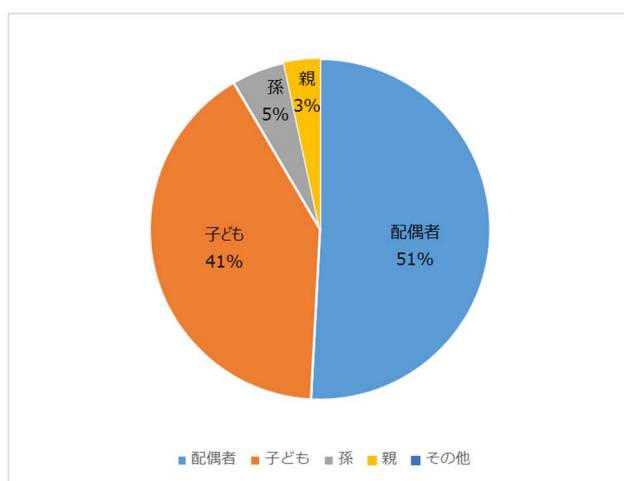
分類	回答数	割合
家族と同居	33	94.3%
ひとり暮らし	2	5.7%
計	35	100.0%



○同居家族（複数回答含む）

配偶者との 2 人暮らし、配偶者と子どもとの同居で 9 割を占め、3 世代同居は少ない。

分類	回答数	割合
配偶者	30	50.8%
子ども	24	40.7%
孫	3	5.1%
親	2	3.4%
その他	0	0.0%
計	59	100.0%

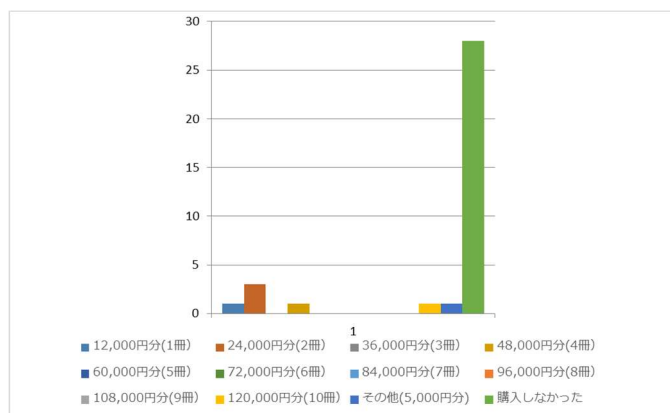


(2-2) にのみやプレミアム商品券の利用状況

Q1.にのみやプレミアム商品券の購入額（未回答 5 件）

大型スーパーの来店客のほとんどは商品券を購入していない。

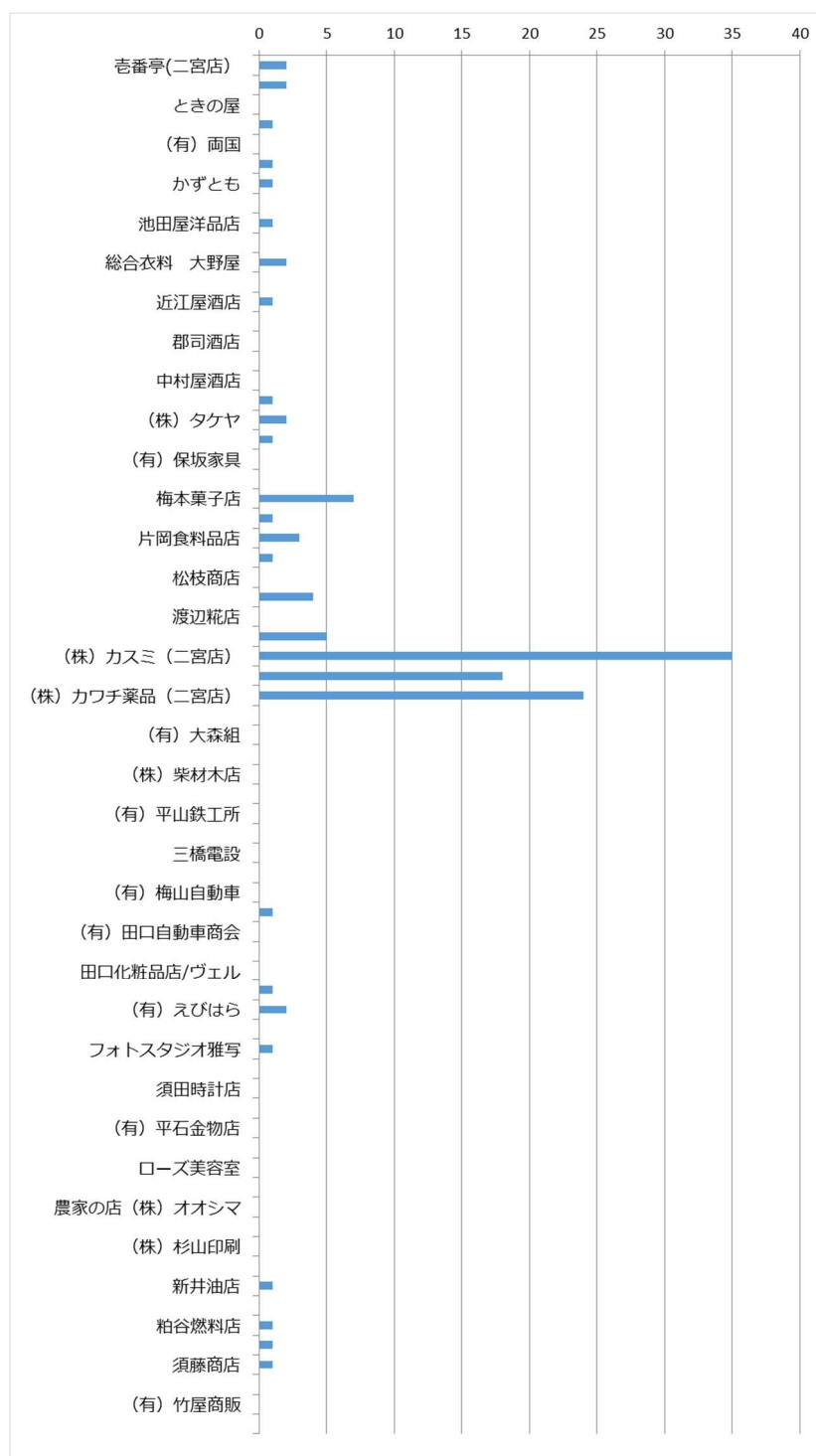
分類	回答数	割合
12,000円分(1冊)	1	3.3%
24,000円分(2冊)	3	10.0%
36,000円分(3冊)	0	0.0%
48,000円分(4冊)	1	3.3%
60,000円分(5冊)	0	0.0%
72,000円分(6冊)	0	0.0%
84,000円分(7冊)	0	0.0%
96,000円分(8冊)	0	0.0%
108,000円分(9冊)	0	0.0%
120,000円分(10冊)	1	3.3%
その他(5,000円分)	1	3.3%
購入しなかった	28	93.3%
計	30	100.0%



Q2.にのみやプレミアム商品券加盟店でよく利用する店舗（複数回答可）

カワチ薬品やカスミ、エコスなどの大型チェーン店での利用が多い。

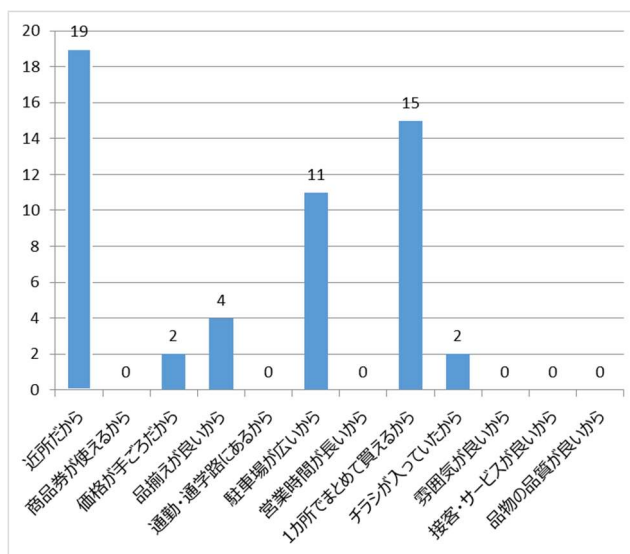
分類	回答数	割合
杏番亭(二宮店)	2	1.6%
九庵	2	1.6%
ときの屋	0	0.0%
アルポルト	1	0.8%
(有) 両国	0	0.0%
松喜	1	0.8%
かずとも	1	0.8%
桂屋	0	0.0%
池田屋洋品店	1	0.8%
衣料・クリーニング エビハラ	0	0.0%
総合衣料 大野屋	2	1.6%
日向野屋物店	0	0.0%
近江屋酒店	1	0.8%
小倉屋酒店	0	0.0%
郡司酒店	0	0.0%
島田酒店	0	0.0%
中村屋酒店	0	0.0%
市井酒店	1	0.8%
(株) タケヤ	2	1.6%
トミヤ	1	0.8%
(有) 保坂家具	0	0.0%
横山家具店	0	0.0%
梅本菓子店	7	5.7%
大森商店	1	0.8%
片岡食料品店	3	2.5%
福田屋	1	0.8%
松枝商店	0	0.0%
洋菓子のしほの	4	3.3%
渡辺靴店	0	0.0%
道の駅にのみや (株) 二宮金次郎商店	5	4.1%
(株) カスミ (二宮店)	35	28.7%
(株) エコス (二宮店)	18	14.8%
(株) カワチ薬品 (二宮店)	24	19.7%
(有) 枝製畳	0	0.0%
(有) 大森組	0	0.0%
(有) 久保田栄瓦店	0	0.0%
(株) 柴材木店	0	0.0%
(有) ハヤセ	0	0.0%
(有) 平山鉄工所	0	0.0%
谷口畳店	0	0.0%
三橋電設	0	0.0%
麦倉建設工業	0	0.0%
(有) 梅山自動車	0	0.0%
大福地モータース	1	0.8%
(有) 田口自動車商会	0	0.0%
(株) 杉村薬局	0	0.0%
田口化粧品店/ヴェル	0	0.0%
町田薬局	1	0.8%
(有) えびはら	2	1.6%
亀田クリーニング店	0	0.0%
フォトスタジオ雅写	1	0.8%
(有) 柴山金物店	0	0.0%
須田時計店	0	0.0%
竹村文具陶器店	0	0.0%
(有) 平石金物店	0	0.0%
フラワーショップ花良	0	0.0%
ローズ美容室	0	0.0%
美容室フィーク	0	0.0%
農家の店 (株) オオシマ	0	0.0%
デコレーション 藤野工業 (株)	0	0.0%
(株) 杉山印刷	0	0.0%
真岡自動車教習所	0	0.0%
新井油店	1	0.8%
上野油店	0	0.0%
粕谷燃料店	1	0.8%
清水商店	1	0.8%
須藤商店	1	0.8%
竹村商店	0	0.0%
(有) 竹屋商販	0	0.0%
若松商店	0	0.0%
計	122	100.0%



Q3.Q2 で答えた店舗を利用する理由（複数回答可）

商品券が使えるからという理由が最多となり、利用意向が高いことが窺える。

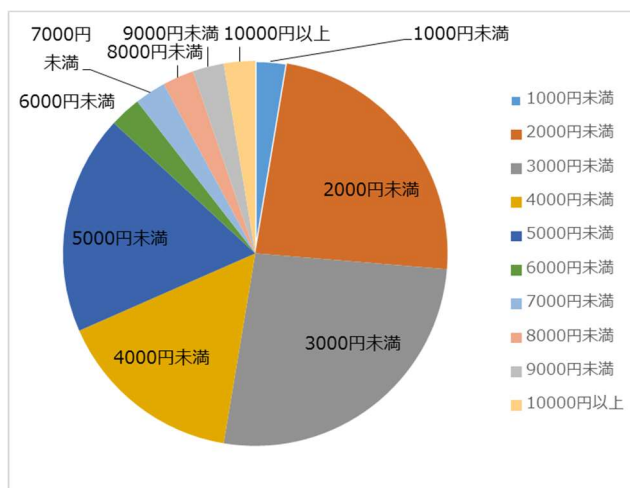
分類	回答数	割合
近所だから	19	35.8%
商品券が使えるから	0	0.0%
価格が手ごろだから	2	3.8%
品揃えが良いから	4	7.5%
通勤・通学路にあるから	0	0.0%
駐車場が広いから	11	20.8%
営業時間が長いから	0	0.0%
1カ所でまとめて買えるから	15	28.3%
チラシが入っていたから	2	3.8%
雰囲気が良いから	0	0.0%
接客・サービスが良いから	0	0.0%
品物の品質が良いから	0	0.0%
計	53	100.0%



Q4.Q2 の店舗での平均購入金額（複数回答可）

2,000 円～5,000 円分の利用に回答が集中している。

分類	回答数	割合
1000円未満	1	2.6%
2000円未満	9	23.7%
3000円未満	10	26.3%
4000円未満	6	15.8%
5000円未満	7	18.4%
6000円未満	1	2.6%
7000円未満	1	2.6%
8000円未満	1	2.6%
9000円未満	1	2.6%
10000円以上	1	2.6%
計	38	100.0%



Q5.Q2 の店舗でよく購入する品目・利用するサービス（聞き取り内容をそのまま記載）

食料品	エコのサービス	リサイクルステーション
飲料水	衣類	

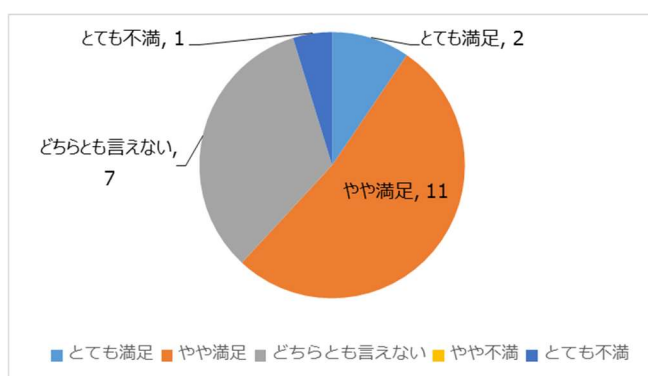
Q6.商品券利用可能店舗で取り扱って欲しい商品・サービス

「衣類」との回答 1 件

Q7.商品券利用可能店舗数に満足しているか（未回答 14 件）

「とても満足」「やや満足」合計 6 割は利用可能店舗数には満足しているといえる。

分類	回答数	割合
とても満足	2	9.5%
やや満足	11	52.4%
どちらとも言えない	7	33.3%
やや不満	0	0.0%
とても不満	1	4.8%
計	21	100.0%



Q8.商品券利用可能店に加盟して欲しいお店は？（聞き取り内容をそのまま記載）

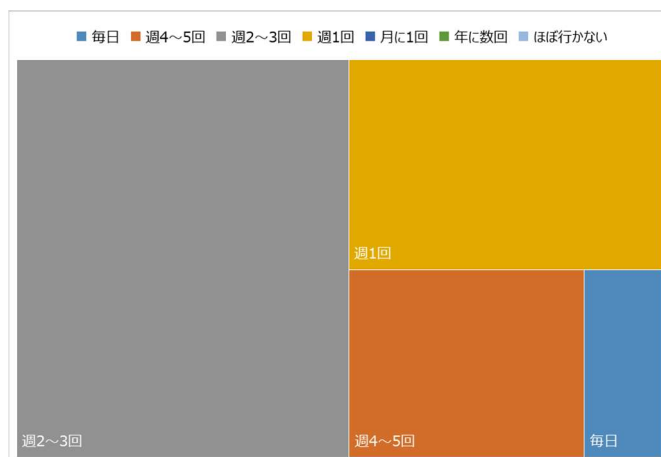
ウエルシア	ドコモ
コメリ	太田屋（パン）
飲食店	ふれあい市場
ファミレス	

Q9.大型スーパー、個人店それぞれのくらいの頻度で買物をするか

大型店は「週 2～3 回」、個人店では「月に 1 回」と「年に 1 回」が多く、大型店での買物客のほとんどが個人店へは足を運んでいないことが窺える。

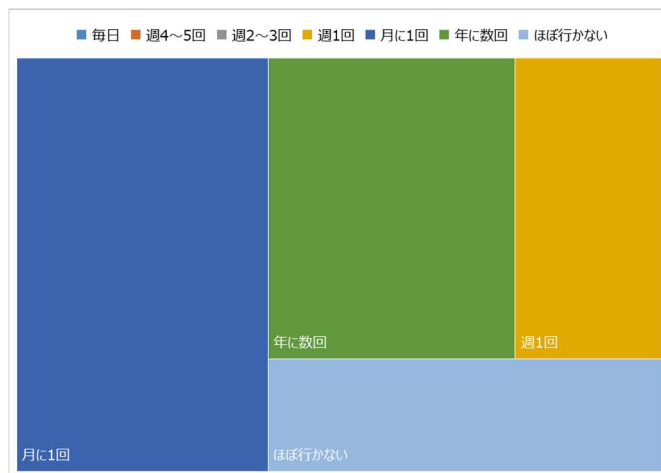
■大型スーパー

分類	回答数	割合
毎日	2	5.7%
週4～5回	6	17.1%
週2～3回	18	51.4%
週1回	9	25.7%
月に1回	0	0.0%
年に数回	0	0.0%
ほぼ行かない	0	0.0%
計	35	100.0%



■個店（未回答17件）

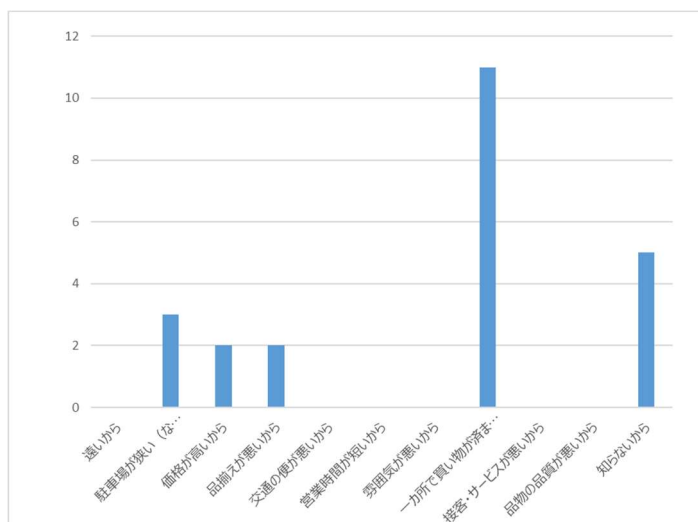
分類	回答数	割合
毎日	0	0.0%
週4～5回	0	0.0%
週2～3回	0	0.0%
週1回	3	16.7%
月に1回	7	38.9%
年に数回	5	27.8%
ほぼ行かない	3	16.7%
計	18	100.0%



Q10.個人店を利用しない理由は何か

個人店では1箇所で買物が済まない、また駐車場が狭いからという理由が多い。

分類	回答数	割合
遠いから	0	0.0%
駐車場が狭い(ない)から	3	13.0%
価格が高いから	2	8.7%
品揃えが悪いから	2	8.7%
交通の便が悪いから	0	0.0%
営業時間が短いから	0	0.0%
雰囲気が悪いから	0	0.0%
一カ所で買い物が済まないから	11	47.8%
接客・サービスが悪いから	0	0.0%
品物の品質が悪いから	0	0.0%
知らないから	5	21.7%
計	23	100.0%



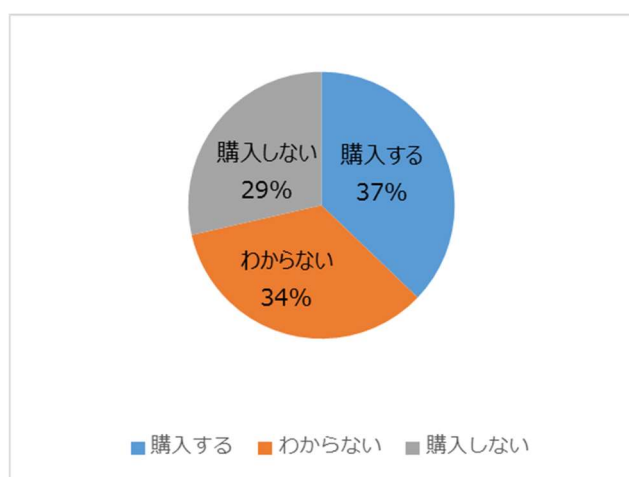
Q11.来年もプレミアムがついた商品券が発行されたら購入するか（未回答 1 件）

「わからない」が多く、「購入しない」も 3 割近くあることから、大型店利用者にはあまり魅力を感じられていないように見受けられる。

「わからない」理由としては、「小売店で使える商品がないから」「必要ない」「地区外だから」「使わないので」「あまり使わない」「買う気ない」「よくわからない」「面倒くさい」

分類	回答数	割合
購入する	13	37.1%
わからない	12	34.3%
購入しない	10	28.6%
計	35	100.0%

「わからない」理由
小売店で使える商品がないから
必要ない
地区外だから
使わないので
あまり使わない
買う気ない
よくわからない
面倒くさい



Q12.にのみやプレミアム商品券に関する自由意見（聞き取り内容をそのまま記載）

- ・利用の情報がもう少しほしい
- ・大型 個人店 ワンセット割合が高い
- ・すべて大型店で使えるようにしてほしい
- ・割増になることがよい

(3) まとめ

- 対象が中高年に集中している。
- 回答者のほとんどが商品券を購入していない。
- 商品券を購入しても、その利用のほとんどが大型店となっている。
- 大型店を利用する理由として、取扱品目が多く1箇所で買物が済む利便性が挙げられる。
- 商品券利用可能店舗数について、利用者の6割は満足しているといえる。
- 大型店利用の回答者の大半は、個人店での買物をしていない。多くても月1回である。
- 別途資料「地域経済動向調査報告書」における、小規模事業者店頭におけるアンケートと対比を成す結果となっている。
- 大型店利用者の大半は商品券に魅力を感じていないため、次年度発行に対して購入しない・わからないといった意見が7割を占め、肯定的ではないと言える。
- 次年度発行の際は、大型店利用者に対し地域個人店の魅力をPRし、かつ商品券の魅力を伝えることを考慮すべきといえる。

(1) にのみやプレミアム商品券加盟事業者向けアンケート用紙

Q1.貴店の業種についてあてはまるものをお選びください			
☐ 小売業	☐ 製造小売	☐ 製造業	☐ 飲食業
☐ サービス業	☐ 建築・建設業	☐ その他（	☐ 宿泊業
☐ 不動産業	☐ 理美容業		
Q2.経営形態についてお答えください			
☐ 個人	☐ 法人		
Q3.資本金についてお答えください			
☐ 個人事業（個人事業主）	☐ 1,000万以下	☐ 5,000万以下	☐ 1億以下
☐ 1億以上			
Q4.従業員数についてお答えください（パート・アルバイト含む）			
☐ 0人（自分のみ）	☐ 1～5人	☐ 6～10人	☐ 11～20人
☐ 21人以上			
Q5.店舗の規模についてお答えください			
☐ 大型店（1,000㎡以上）	☐ 小型店（1,000㎡未満）		
Q6.にのみや地域の景気についてどのように感じますか？			
☐ 非常に良い	☐ 良い	☐ やや良い	☐ どちらとも言えない
☐ やや悪い	☐ 悪い	☐ 非常に悪い	
Q7.前年と比べて当てはまる箇所へ☑をつけてください			
	増加（好転）	不変	減少（悪化）
売上・収入	☐	☐	☐
収益率	☐	☐	☐
従業員数(パート・アルバイト含む)	☐	☐	☐
人件費	☐	☐	☐
Q8.貴店にて商品券はどの程度使われましたか？			
☐ 使用なし	☐ 売上の5%未満	☐ 売上の10%未満	☐ 売上の15%未満
☐ その他（およそ、売上の	%未満）		
Q9.商品券に対するお客様の反応はいかがですか？			
☐ 大変好評である	☐ まあ好評である	☐ ふつう	☐ 利用がない
☐ その他（具体的に：			
Q10.商品券事業に参加したことで売上・利益の増加につながっていますか？			
☐ つながった（増加した）	☐ 変わらない	☐ つながらない（減少した）	
Q11.Q10で「つながった」とお答えの方は前年度より売上は何パーセント増加しましたか？			
☐ 1～5%	☐ 5～10%	☐ 10%以上	
Q12.商品券利用可能店となったことで新規のお客様確保につながりましたか？			
☐ つながった（増加した）	☐ 変わらない	☐ つながらない（減少した）	
Q13.Q12で「つながった」とお答えの方は前年度より新規顧客は何パーセント増加しましたか？			
☐ 1～5%	☐ 5～10%	☐ 10%以上	
Q14.商品券利用可能店となることで既存顧客の流出を防げていますか？			
☐ 防げている	☐ 防げていない	☐ わからない	
Q15.貴店ではこの事業において販売促進に向けて何か企画しましたか？			
☐ 実施した ⇒Q16へ	☐ しなかった ⇒Q17へ		
Q16.どのような販売促進活動を実施しましたか？			
☐ 割引販売	☐ 粗品贈呈	☐ ポイントサービス	☐ 割引券発行
☐ 特売品	☐ 声かけ	☐ その他（具体的に：	
Q17.商品券事業が中止された場合、貴店の売上はとなると予想されますか？			
☐ 減少する	☐ 変わらない	☐ わからない	
Q18.商品券は地元商店の活性化に有効な事業だと思いますか？			
☐ 思う	☐ 思わない	☐ わからない	
Q19.来年度も「にのみやプレミアム商品券」発行事業を実施すべきだと思いますか？			
☐ 思う	☐ 思わない		

Q20.来年度も「にのみやプレミアム商品券」発行事業を実施した場合、取扱店として参加しますか？
☐ 参加したい ☐ 条件や状況によっては参加したい ☐ 参加しない
Q21.来年度も「にのみやプレミアム商品券」発行事業を実施した場合、発行総額はいくらが適当だと思いますか？
※平成28年度発行総額は4,400万円（平成27年度は8,800万円）
☐ 同額で良い ☐ 増額したほうが良い ☐ 減額したほうが良い ☐ 27年度と同額にしたほうが良い
Q22.「にのみやプレミアム商品券」について自由にご意見をお聞かせください。
Q23.今後、消費税率が10%に引き上げられると業績に影響はあると思いますか？
☐ 良い影響があると思う ☐ 悪い影響があると思う ☐ 影響はないと思う ☐ わからない
Q24.消費税率が10%に引き上げられた場合、転嫁できると思いますか？
☐ 転嫁できると思う ☐ 転嫁できないと思う ☐ わからない ⇒Q25へ
Q25.転嫁できないと思う理由は何ですか？自由にお聞かせください。

(2) にのみやプレミアム商品券利用者向けアンケート用紙

※プレミアム商品券加盟店利用客向け、大型スーパー利用客向け共通

にのみやプレミアム商品券利用アンケート

性別	☐ 男性 ☐ 女性	
年代	☐ 20歳未満 ☐ 20代 ☐ 30代 ☐ 40代 ☐ 50代 ☐ 60代 ☐ 70代 ☐ 80代 ☐ 90代	
職業	☐ 学生 ☐ 会社員 ☐ 会社役員 ☐ 公務員・団体職員 ☐ 自営業 ☐ パート・アルバイト ☐ 専業主婦(夫) ☐ 無職 ☐ その他	
居住地区	☐ 青田 ☐ 阿部岡 ☐ 阿部品 ☐ 砂ヶ原 ☐ 石島 ☐ 大根田 ☐ 大和田 ☐ 沖 ☐ 上江連 ☐ 上大曾 ☐ 上谷貝 ☐ 久下田 ☐ 久下田西 ☐ 桑ノ川 ☐ 古山 ☐ 境 ☐ さくら ☐ 鹿 ☐ 下大曾 ☐ 反町 ☐ 高田 ☐ 大道泉 ☐ 長島 ☐ 長沼 ☐ 西大島 ☐ 根小屋 ☐ 程島 ☐ 堀込 ☐ 水戸部 ☐ 三谷 ☐ 物井 ☐ 谷貝新田 ☐ 横田 ☐ 鷺巣 ☐ その他にのみや地区以外の真岡市内 ☐ その他真岡市以外の栃木県内 ☐ 栃木県外	
世帯構成	☐ 家族と同居 ☐ ひとり暮らし	
同居家族	☐ 配偶者 ☐ 子ども ☐ 孫 ☐ 親 ☐ その他 (複数回答可)	
Q1.あなたの世帯では『プレミアム商品券(以下、商品券)』を合計何円分購入されましたか？		
☐ 11,000円分(1冊) ☐ 22,000円分(2冊) ☐ 33,000円分(3冊) ☐ 44,000円分(4冊) ☐ 55,000円分(5冊) ☐ 66,000円分(6冊) ☐ 77,000円分(7冊) ☐ 88,000円分(8冊) ☐ 99,000円分(9冊) ☐ 110,000円分(10冊) ☐ 10冊以上()円分()冊 ☐ 購入しなかった		
Q2.普段よく買い物をする、または商品券を主に利用するのは、次のどのお店ですか？(複数回答可)		
【飲食店】	【食料品小売等】	【薬局・化粧品】
☐ 壺番亭(二宮店)	☐ 梅本菓子店	☐ (株)杉村薬局
☐ 九庵	☐ 大森商店	☐ 田口化粧品店/ヴェル
☐ とぎの屋	☐ 片岡食料品店	☐ 町田薬局
☐ アルポルト	☐ 福田屋	【生活関連】
☐ (有)両国	☐ 松枝商店	☐ (有)えびはら
☐ 松喜	☐ 洋菓子のしばの	☐ 亀田クリーニング店
☐ かずとも	☐ 渡辺靴店	☐ フォトスタジオ雅写
☐ 桂屋	【大型店】	☐ (有)柴山金物店
☐ そば処 清流	☐ 道の駅にのみや (株)二宮金次郎商店	☐ 須田時計店
【衣料品等】	☐ (株)カスミ(二宮店)	☐ 竹村文具陶器店
☐ 池田屋洋品店	☐ (株)エコス(二宮店)	☐ (株)平石金物店
☐ 総合衣料大野屋	☐ (株)カワチ薬品(二宮店)	☐ フラワーショップ花良
【酒小売】	【建築・建設関連】	☐ ローズ美容室
☐ 近江屋酒店	☐ (有)枝製畳	☐ 美容室フィュー
☐ 小倉屋酒店	☐ (有)大森組	☐ 1000円カット 髪物語
☐ 郡司酒店	☐ (有)久保田栄瓦店	☐ 農家の店(株)オオシマ
☐ 島田酒店	☐ (株)柴材木店	☐ デコレーション 藤野工業(株)
☐ 中村屋酒店	☐ (有)ハヤセ	☐ (株)協栄社
☐ 市井酒店	☐ (有)平山鉄工所	☐ 真岡自動車教習所
【家具・寝具】	☐ 谷口畳店	【ガソリンスタンド・燃料小売】
☐ (株)タケヤ	☐ 三橋電設	☐ 新井油店
☐ トミヤ	☐ 麦倉建設工業	☐ 上野油店
☐ (有)保坂家具	【自動車関連】	☐ 粕谷燃料店
☐ 横山家具店	☐ (有)梅山自動車	☐ 須藤商店
	☐ 大福地モータース	☐ 竹村商店
	☐ (有)田口自動車商会	☐ (有)竹屋商販
		☐ 若松商店

Q3.Q2のお店をよく利用する理由は何ですか？あてはまるものに☑をつけてください										
☐ 近所だから ☐ 商品券が使えるから ☐ 価格が手ごろだから ☐ 品揃えが良いから ☐ 通勤・通学路にあるから ☐ 駐車場が広いから ☐ 営業時間が長いから ☐ 1カ所でまとめて買えるから ☐ チラシが入っていたから ☐ 雰囲気が良いから ☐ 接客・サービスが良いから ☐ 品物の品質が良いから										
Q4.Q2のお店での一回の購入金額平均はどのくらいですか？										
☐ 1,000円未満 ☐ 2,000円未満 ☐ 3,000円未満 ☐ 4,000円未満 ☐ 5,000円未満 ☐ 6,000円未満 ☐ 7,000円未満 ☐ 8,000円未満 ☐ 9,000円未満 ☐ 10,000円以上										
Q5.Q2のお店でよく購入する、もしくは利用するサービスは何ですか？										
<table border="1" style="width:100%; height: 40px;"> <tr> <td style="width:33%;"></td> <td style="width:33%;"></td> <td style="width:33%;"></td> </tr> </table>										
Q6.商品券利用店舗で取り扱って欲しい商品・サービスがあれば自由にお聞かせください										
<table border="1" style="width:100%; height: 40px;"> <tr> <td style="width:33%;"></td> <td style="width:33%;"></td> <td style="width:33%;"></td> </tr> </table>										
Q7.商品券利用店舗数に満足されていますか？										
☐ とても満足 ☐ やや満足 ☐ どちらとも言えない ☐ やや不満 ☐ とても不満										
Q8.商品券利用店に加盟して欲しいお店・または事業所があれば自由にお聞かせください										
<table border="1" style="width:100%; height: 40px;"> <tr> <td style="width:33%;"></td> <td style="width:33%;"></td> <td style="width:33%;"></td> </tr> </table>										
Q9.お買い物をするのはどれくらいの頻度ですか？大型スーパー・個店それぞれに☑をつけてください										
種別	毎日	週4～5回	週2～3回	週1回	月に1回	年に数回	ほぼ行かない			
大型スーパー	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐			
個店	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐ →Q10へ			
Q10.個店を利用しない理由は何ですか？あてはまるものに☑をつけてください（複数回答可）										
☐ 遠いから ☐ 駐車場が狭い(ない)から ☐ 価格が高いから ☐ 品揃えが悪いから ☐ 交通の便が悪いから ☐ 営業時間が短いから ☐ 雰囲気が悪いから ☐ 一カ所で買い物が済まないから ☐ 接客・サービスが悪いから ☐ 品物の品質が悪いから ☐ 知らないから										
Q11.来年度もプレミアムがついた商品券が発行された場合、購入しますか？										
☐ 購入する ☐ わからない ☐ 購入しない（理由：										
Q12.商品券に関するご意見等ありましたら自由にお聞かせください。										

【作成】

株式会社U I 志援コンサルティング

〒329-2711

栃木県那須塩原市石林 317 番地 9 BSP ビル 2F