

令和7年度  
いさはや地域振興商品券  
使用可能店舗アンケート調査  
調査報告書

いさはや地域振興商品券事業実行委員会

# 調査の概要

## 1. 調査の目的

いさはや地域振興商品券(以下、商品券という。)発行事業に対する効果、評価及び期待などを把握するため、アンケート調査を実施し、今後の地域振興策の参考とする。

## 2. 調査の方法

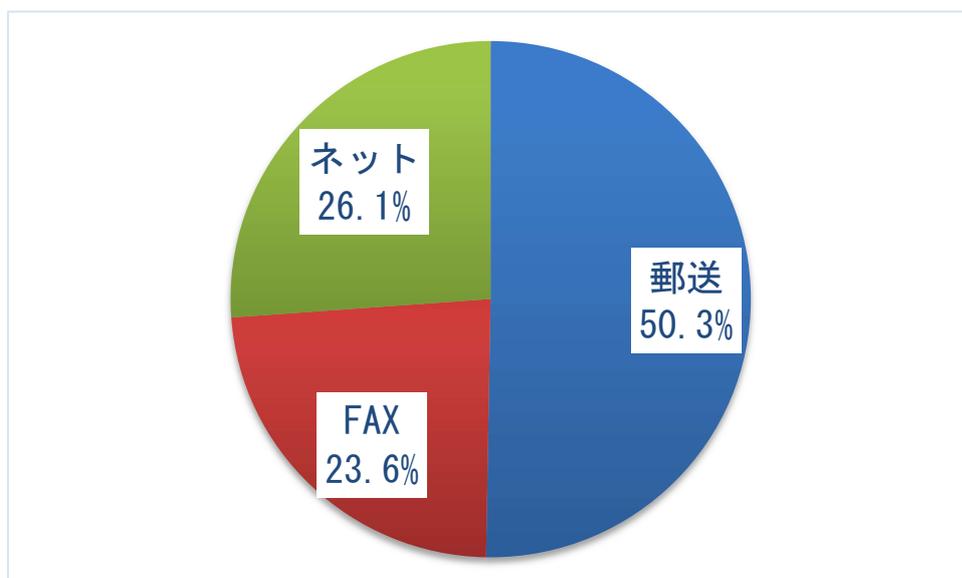
調査対象:商品券の取扱店 749店

調査期間:令和7年12月19日～令和8年1月16日

調査方法:調査対象者にアンケート調査票を郵送にて送付し、郵送、FAXまたはWEBにて回答してもらう方法とした。

回答数(率):352店 (47.0%)

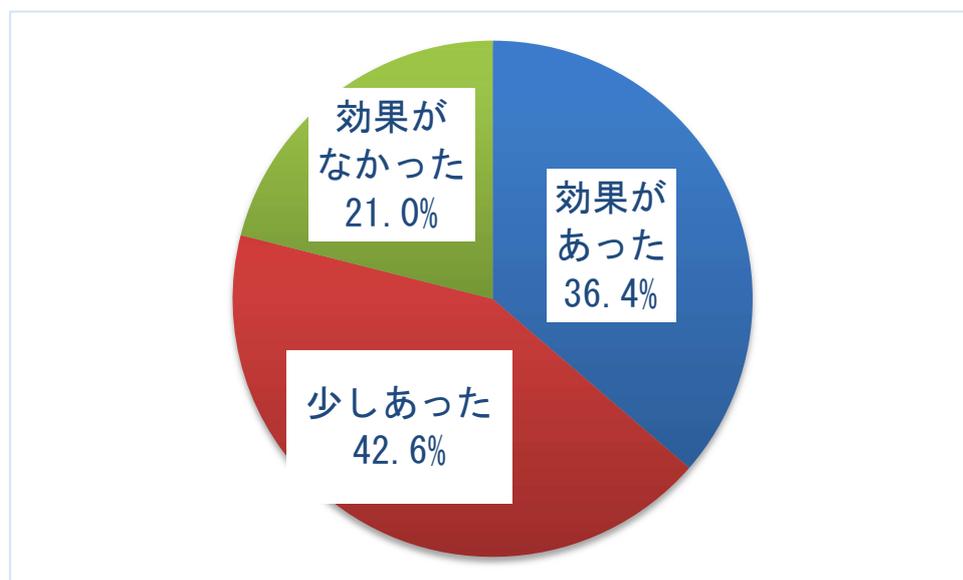
郵送177店(50.3%)、FAX83店(23.6%)、WEB92店(26.1%)



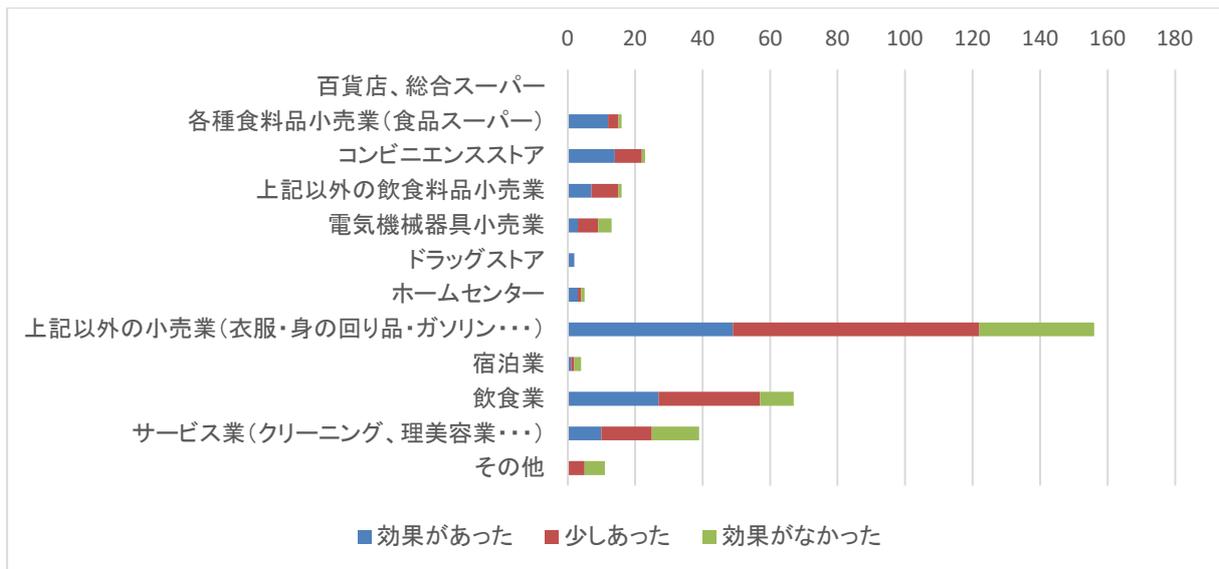
# 調査結果

Q1. いさはや地域振興商品券事業は、あなたのお店にとって効果はありましたか。

回答	回答数	割合
効果があった	128	36.4%
少しあった	150	42.6%
効果がなかった	74	21.0%
合計	352	100.0%

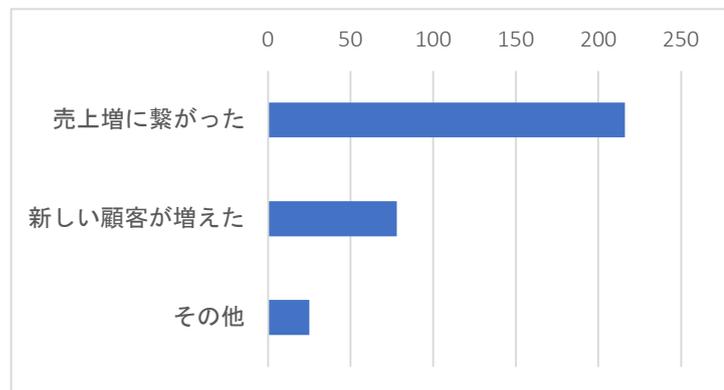


業種	効果が あった	少し あった	効果が なかった	合計
百貨店、総合スーパー	0	0	0	0
各種食料品小売業(食品スーパー)	12	3	1	16
コンビニエンスストア	14	8	1	23
上記以外の飲食料品小売業	7	8	1	16
電気機械器具小売業	3	6	4	13
ドラッグストア	2	0	0	2
ホームセンター	3	1	1	5
上記以外の小売業(衣服・身の回り品・ガソリン…)	49	73	34	156
宿泊業	1	1	2	4
飲食業	27	30	10	67
サービス業(クリーニング、理美容業…)	10	15	14	39
その他	0	5	6	11
合計	128	150	74	352



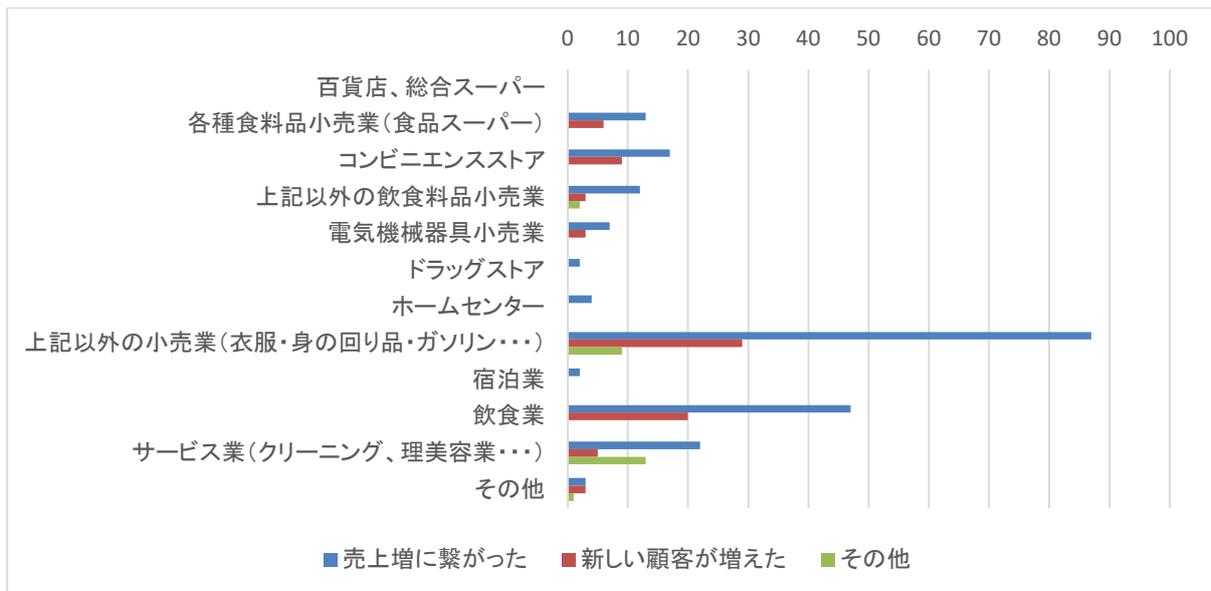
Q2. 効果があつたお店にお尋ねします。どのような効果がありましたか。(複数回答可)

回答	回答数
売上増に繋がった	216
新しい顧客が増えた	78
その他	25



○業種別回答

業種	売上増に繋がった	新しい顧客が増えた	その他
百貨店、総合スーパー	0	0	0
各種食料品小売業(食品スーパー)	13	6	0
コンビニエンスストア	17	9	0
上記以外の飲食料品小売業	12	3	2
電気機械器具小売業	7	3	0
ドラッグストア	2	0	0
ホームセンター	4	0	0
上記以外の小売業(衣服・身の回り品・ガソリン・・・)	87	29	9
宿泊業	2	0	0
飲食業	47	20	0
サービス業(クリーニング、理美容業・・・)	22	5	13
その他	3	3	1
合計	216	78	25

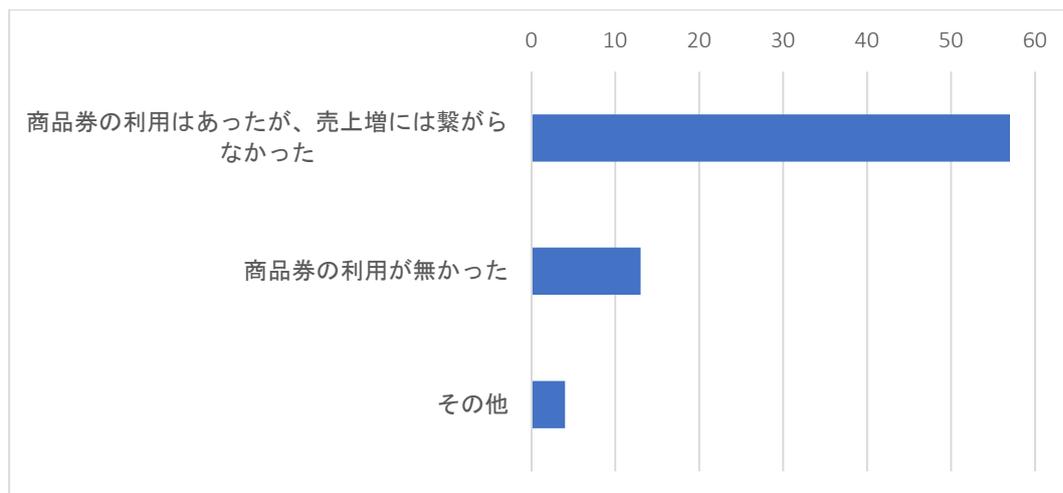


(その他回答より抜粋)

- 年金月の効果はあったが、ない月は今一步であった。前回より券を使われる方が少なかった。食品に回ったのかな。
- 定番化してるので無いとさみしい
- 商品券利用可能なことを喜ばれた
- 来店のきっかけになった。お客様から「自分のご褒美に”地域商品券なら”」と言われ購入につながった。
- お客様にとってはお得に支払いできると感じる
- お客様との話題ができた
- 価格高騰の中、購買意欲につながったと思う。
- 業態への信頼性を高めるために、このような事業に参加させていただくことに意義があります。
- 高額商品の販売につながる

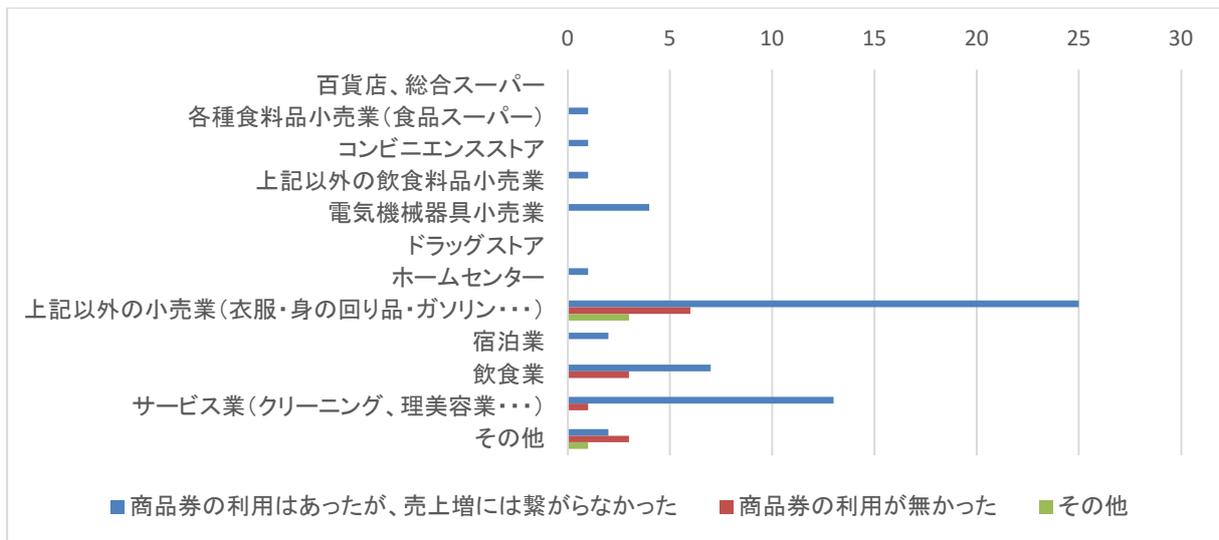
### Q3. 効果がなかったお店にお尋ねします。

回答	回答数	割合
商品券の利用はあったが、売上増には繋がらなかった	57	77.0%
商品券の利用が無かった	13	17.6%
その他	4	5.4%



### ○業種別回答

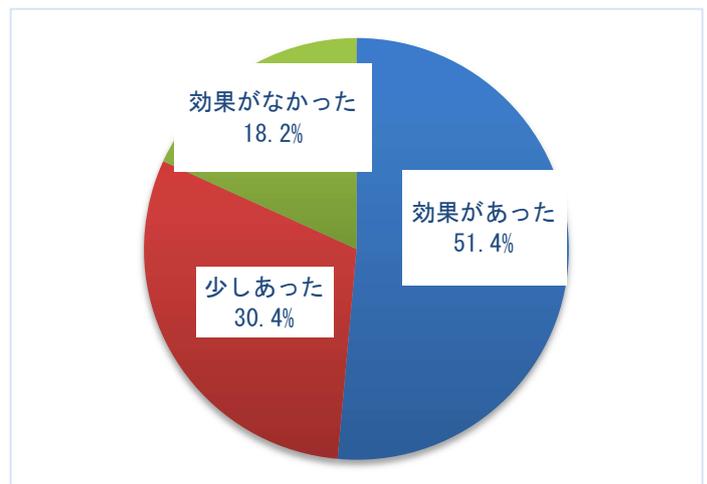
業種	商品券の利用はあったが、売上増には繋がらなかった	商品券の利用がなかった	その他
百貨店、総合スーパー	0	0	0
各種食料品小売業(食品スーパー)	1	0	0
コンビニエンスストア	1	0	0
上記以外の飲食料品小売業	1	0	0
電気機械器具小売業	4	0	0
ドラッグストア	0	0	0
ホームセンター	1	0	0
上記以外の小売業(衣服・身の回り品・ガソリン…)	25	6	3
宿泊業	2	0	0
飲食業	7	3	0
サービス業(クリーニング、理美容業…)	13	1	0
その他	2	3	1
合計	57	13	4



#### Q4. 登録申請の時にお渡した、のぼり・ポスター・ステッカーの効果はありましたか。

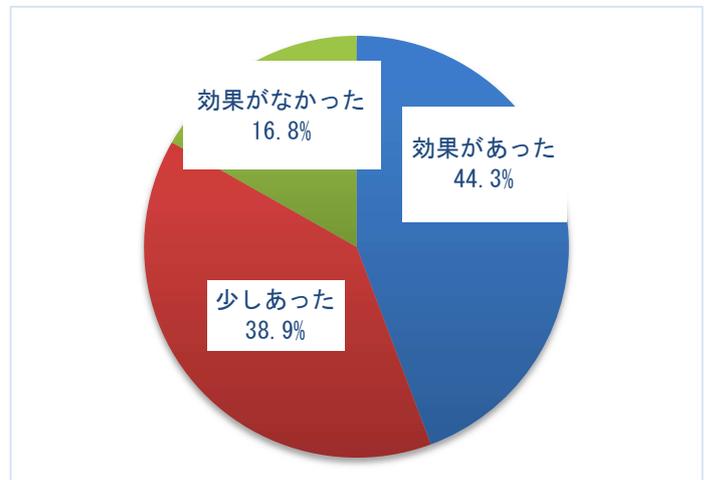
##### ○のぼり

回答	回答数	割合
効果があった	181	51.4%
少しあった	107	30.4%
効果がなかった	64	18.2%
合計	352	100.0%



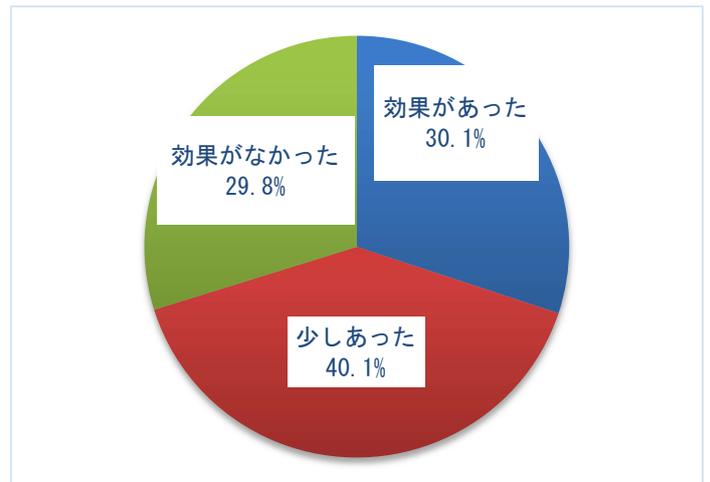
##### ○ポスター

回答	回答数	割合
効果があった	156	44.3%
少しあった	137	38.9%
効果がなかった	59	16.8%
合計	352	100.0%



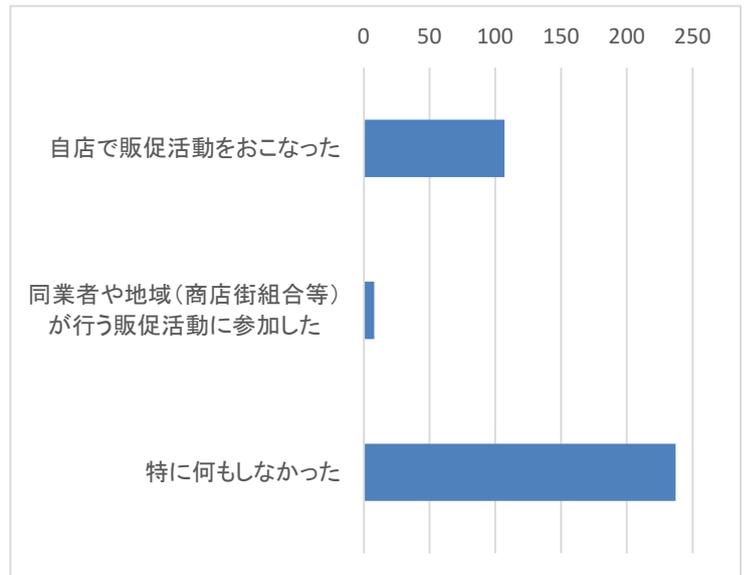
○ステッカー

回 答	回答数	割 合
効果があった	106	30.1%
少しあった	141	40.1%
効果がなかった	105	29.8%
合 計	352	100.0%



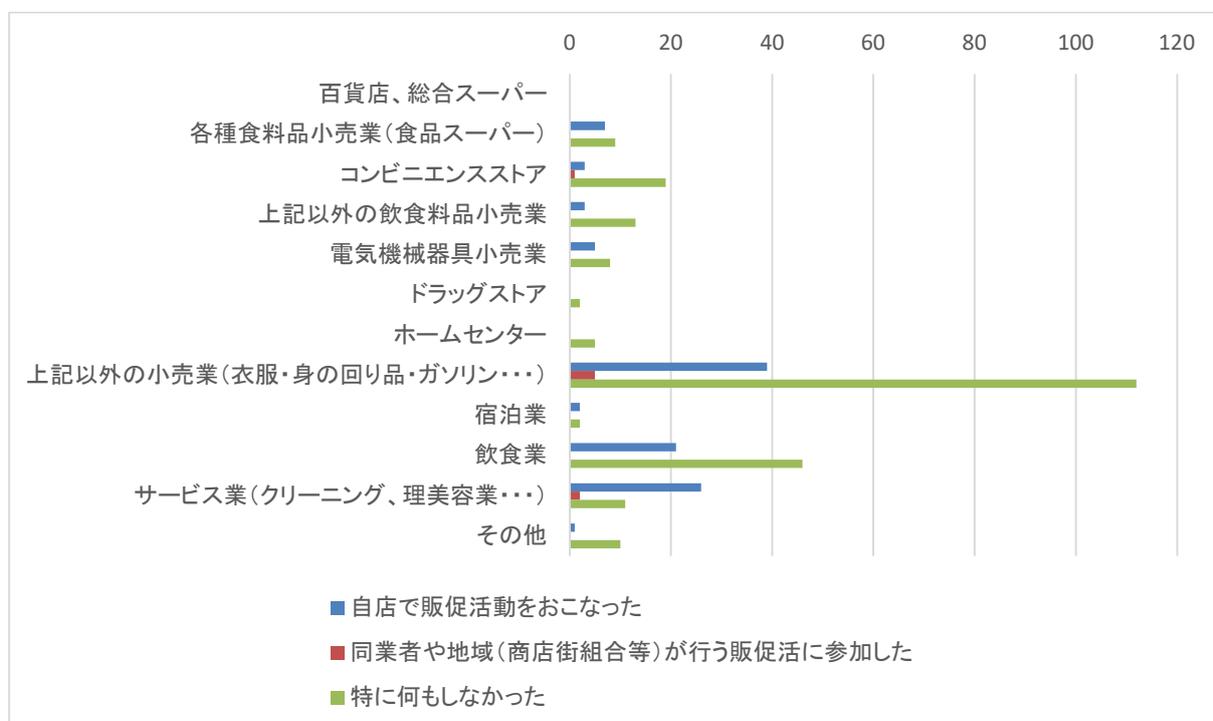
Q5. いさはや地域振興商品券を自店で利用してもらうための販促活動をおこないましたか。(複数回答可)

回 答	回答数
自店で販促活動をおこなった	107
同業者や地域(商店街組合等)が行う販促活動に参加した	8
特に何もしなかった	237
合 計	352



## ○業種別回答

業 種	自店で販促活動をおこなった	同業者や地域(商店街組合等)が行う販促活に参加した	特に何もしなかった
百貨店、総合スーパー	0	0	0
各種食料品小売業(食品スーパー)	7	0	9
コンビニエンスストア	3	1	19
上記以外の飲食料品小売業	3	0	13
電気機械器具小売業	5	0	8
ドラッグストア	0	0	2
ホームセンター	0	0	5
上記以外の小売業(衣服・身の回り品・ガソリン…)	39	5	112
宿泊業	2	0	2
飲食業	21	0	46
サービス業(クリーニング、理美容業…)	26	2	11
その他	1	0	10
合 計	107	8	237



(自店販促活動の内容)

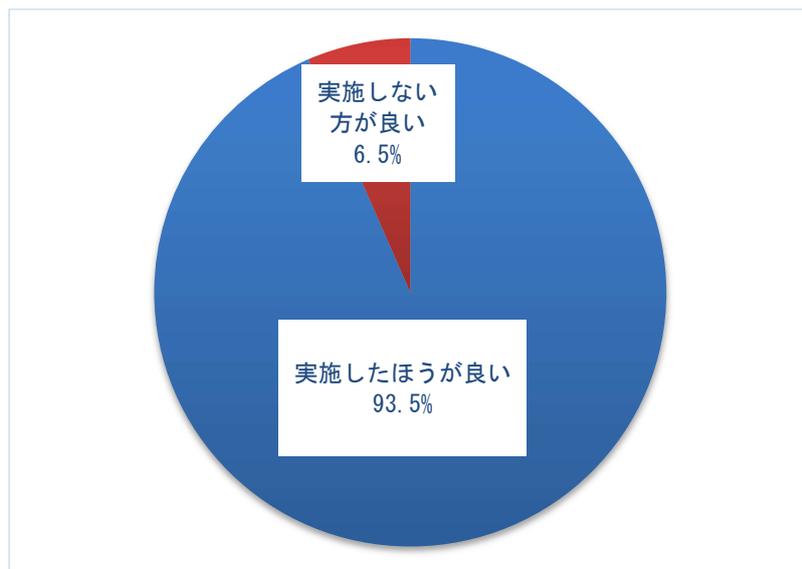
- チラシ、タウン誌への掲載、HP,SNS での情報発信
- 新聞折り込みチラシに掲載した
- 店頭での告知、最終日まで持ち越さないよう告知
- 開始前に振興券の利用を促した
- DM、LINE
- Instagram のタグ付け
- 毎月配布しているお店のチラシに提示した。
- お得意様に商品券の案内と購入を勧めた
- 自店で作成したチラシに掲載した
- 商品ラインナップを増やした
- 商談時に商品券が使用できることを案内し、購入商品のランクアップに繋げるようにした。
- 自社のパンフレットに利用化の案内を入れた
- 料金の割引をして券が使いやすい金額にした。
- 車検の案内のハガキに使用可能店舗であることを記載した。
- トークロボ、店内放送での呼びかけ
- 推売品のキャンペーンハガキを作成し来店を促した

(同業者販促活動の内容)

- マルシェの開催

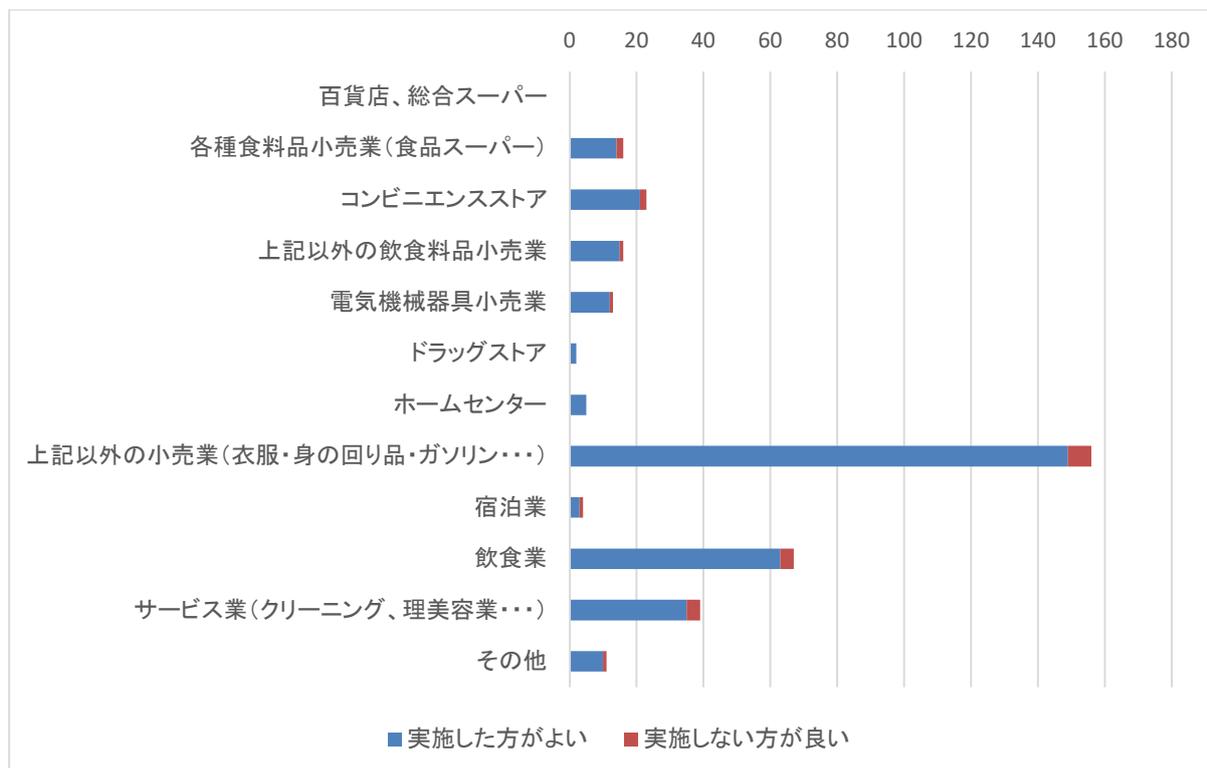
Q6. 今後、プレミアム付商品券(いさはや地域振興商品券)事業を実施した方がよいと思われませんか。

回 答	回答数	割 合
実施した方がよい	329	93.5%
実施しない方がよい	23	6.5%
合 計	352	100.0%



### ○業種別回答

業 種	実施した方がよい	実施しない方がよい	合 計
百貨店、総合スーパー	0	0	0
各種食料品小売業(食品スーパー)	14	2	16
コンビニエンスストア	21	2	23
上記以外の飲食料品小売業	15	1	16
電気機械器具小売業	12	1	13
ドラッグストア	2	0	2
ホームセンター	5	0	5
上記以外の小売業(衣服・身の回り品・ガソリン・・・)	149	7	156
宿泊業	3	1	4
飲食業	63	4	67
サービス業(クリーニング、理美容業・・・)	35	4	39
その他	10	1	11
合 計	329	23	352



## Q7. その他、いさはや地域振興商品券事業に関するご意見

(原文そのまま)

- 地域振興券はあったほうが良いと思いますが、今回10月末までと年末商戦には機能が合わず、使用目的が少なかったのではないかと思います。
- 物価高騰で食料品に使われたと思いますが、諫早でお金が回るので、たいへんでしょうが実施したほうが良いと思います。
- 令和8年度の政府の物価対策補助金も、商品券事業に回してほしい。
- 職種などで利用頻度はかなり偏ると思います。自事業所では商品券利用は少なかったですが、私自身、商品券で家電を購入させていただきました。顧客の立場で考えると、昨今の物価高騰の影響が大きいので、商品券事業を実施していただくとありがたいと思います。
- 今回は共通券の割合が多かったように思います。専用券の割合が高いほうが使用率が上がったのではないかと思います。
- 通常購入するものに現金等ではなく、商品券を使用するだけで、新たな購入にはつながらないと思う。事業所に対する施策ではなく、消費者救済策としてはいいのではないのでしょうか。
- 発表から実際の商品券発売の期間が長く、商品券発売になってからの支払いが多かった。商品券裏面の販売店印の手続きが面倒。
- 使用期間を年末までにしたほうが効果が上がると思う。
- ステッカーは保有台数分ほしい(タクシー)のぼりのポールは次で利用できるのも旗のみが良いと思います。
- もう少しプレミアム率が上がればなお良い

- デジタル化してほしい。紙の管理が難しい。
- プレミアム率 20%→30~40%へUPしていただきたい。
- 定期的に行ってほしい。
- 今回はいつもより商品券を使われる方が少なかったように思います。
- まだまだ物価高など景気低迷が続くと予想されますので、毎年この事業は続けていただきたい。経費削減の為、のぼりは再利用するようにしたら良いと思う。
- 今回は食品に多く使用されたように思います。次回は本に多く使用していただくとありがたいです。
- いつもありがとうございます！実施時期について熟考いただければ幸いです。今後もぜひよろしく願います。
- 換金できる日数を増やしてほしい
- 発行数を増やしてほしい
- 開始時期を11月からにしてほしい。お歳暮での使用が効果がある。
- 元々購入予定の商品の支払方法が商品券になるだけで、さほど売上増には繋がっていない気がします。
- 手間を考えると当店にメリットはあまりない気がしますが、お客様にとっては実施した方がよいと思います。
- 振興券をある程度業種割のプレミアム券で発行していただければいいと思います。料飲業のプレミアム圏と比較すると1/10くらいしか実績がない。どうしても食料品などに利用されているような気がします。
- 手数料3%が高い
- 近隣の市へお客様が行かず、市内での購入が増えるので市内業者としてはメリットがあると思う。
- 高齢者の利用がしやすいような方法を検討してほしい。
- もう少し使える期間を長くしても良いのかなと考えます。
- 地元の方にもっと周知するように広告をうってください。本店があるないの区別は必要ですか？
- 使用期間をもう少し短くしてほしい。
- 活性化につながるのですが、理美容業界の参加もするたびに減ってきたのは事実です。買い物等で振興券を使用している人は多かったような気がします。
- 一人「5冊までということであつという間に使ってしまったという意見が多かった。一人10冊までにしてほしい。
- 換金に火曜日も追加してほしい。飲食店は火曜定休が多い
- 皆さん振興券をやっている認識が少ない感覚でした。知っているがやってない、余計にお金を使ってしまうから等の意見がありました。
- お客様から共通券で統一してほしいという声が多数ありました。

- 購入上限を増やしてほしい。売上増につながる。
- 小切手換金が少し面倒。(銀行が空いているときしか行けないので)
- 物価高によりスーパーで使うのをよく見た。2種類の色分けは使いづらいという声もあった。
- 商品券が使えるからと店を利用してもらえました。ありがとうございます。今後も事業の実施を期待しています。
- ほぼ毎年実施されてますが、段々効果が薄れているように感じます。次回は2、3年後でよいのではないのでしょうか。12月の多忙な時期に重ならなかった事、ダラダラと長期に渡らなかった事を含め、今回の実施期間は大変良かったと思います。いつ行っても笑顔で対応してくれた商工会の換金係の方達には感謝いたします。
- 商品券を受け取りに行く手間を考え、アプリの使用もいいかと思いました。
- 1枚当たり1,000円にしてほしい。会計生産が混雑する。
- 前回までのように11月前後で実施していた時のほうが商品券の利用が多かった。
- 毎回お客様よりすべてのお店で使えるようにしてほしいとのご意見がありました。
- 商品券の換金作業を 商工会議所さんか、金融機関のどちらかの1カ所で 完結できるように検討していただきたいです。県外の市では一般化されてました
- 個人店にとってはとても効果があり使う側からしてもうれしい限りです。年1回あれば助かります！
- もう少し率があるほうが良い。金額が少ないので面倒くさいといわれた方もいた。換金所のアルバイトはもう少し減らしてもいいんじゃないですか。
- 食料品に使う人ばかりなので、食料品は適用外にしないと他の店で使わない。
- クレジットやPayPay利用の増加で、プレミアム商品券が期待するほどなかった。
- もう少し、利用者にわかりやすく周知して欲しい。あるのを知らない方もいたし、前回と違う始まり方だったり、周知が曖昧だと、利用者も事業者もわからない。事業者の方に早め早めにお知らせが欲しい。そうしたらお客様にも伝えやすい。
- 電子マネーでも利用できるようにして欲しいとの声がありました。
- もっと他に地域振興のほうがたくさんありそうなので、もっともっと議論してよい取り組みをしてほしいです。(今も十分考えてくれているとは思いますが)街が元気になってほしいと切実に思います。レンタルサイクルやチャリチャリの導入、市役所駐車場の一般有料貸し出しなど、市の企画で回遊型のイベントなどをしたいです。
- 利便性にかけている
- 電子商品券の投入を希望します
- 方法を変えて実施したほうが良い。現金化までの手間がかかる。消費者側からの視点-お得感が薄れて逆に使用しにくい。
- 地域振興商品券のおかげで新規顧客の獲得や既存客のさらなる売上増加に繋げる事が出来ました。
- 小さいポスター希望

- 換金が面倒くさい
- 期間中はお客様の単価が上がり、双方にとっていい結果が残ります。
- のぼり等の効果があったかどうかお客様の声はなかったが、通りの方には見えていたと思うので、宣伝効果はあったと思う。小規模な事業者にとって少ない宣伝費で、名前を知ってもらうことがとてもありがたいと思うっております。
- プレミアム増額分の財源が気になる。
- 諫早市外に本社を置く事業者への換金手数料をなくしてほしい。
- ポスター、ステッカー、のぼりは事前に必要の可否を各事業所に確認して、生産受注にはどうか。
- 逆にこちらが他店を利用しようとした時の事です。商品券を利用するなら金額が少し上りま  
す と言われて断りましたけど。それだと消費者にとって商品券の意味がないのでは
- たばこ、ギフト券、収納等の支払いに利用できないことをもっと大きく書いてほしい！
- 内部処理に時間や手間が明かる。負担が増えるので困る。