

商店街等活性化促進事業費補助金活用事例集 (旧商店街等プレミアム商品券支援事業費補助金)

- 🌟 令和2～5年度に本補助金を活用した商店街からいただいた、活用事例やご感想の声などをまとめました。事業実施の検討等に当たり、ご参照ください。

I 事業実施の検討段階に係る事項について

本事業を実施したきっかけは何でしょうか。

物価高騰の影響がある中、本事業で発行する商品券は会員の店のみで使用できるため、販促効果が期待でき、顧客の新規獲得や固定化につながる取組であると考えたためです。

この数年間、商店街としての事業を実施しておらず、会員に対する商店街の加入メリットを示すことができる絶好の事業と考えたからです。

市内の近隣の商店街が商品券発行事業を実施して大好評であったと聞いたので、自分たちでもやってみたいと思ったからです。

物価高騰やコロナ禍により、商店街の活力が低下する中、飲食店を始めとしてダメージを受ける店舗が続出し、このままでは商店街は大変なことになると思い、会員で話し合い、実施することになりました。

実施を決定するに当たり、会員からのどのような意見がありましたか。

令和4年度に実施したところ、顧客・会員からも大変好評だったため、令和5年度も継続して実施することが全会一致で決まりました。

近隣の商店街が商品券事業を発行して賑わいが創出されていたので、自分たちも発行してみたらどうかとの提案がありました。

役員会で、初めての試みで不安はあるがやってみたいとの声が圧倒的多数で、やるからにはしっかり広報しようということになりました。

II 効果的・効率的な事業実施に向けた「工夫・取組」について

新規顧客の獲得を含め、商品券発行を広く周知するため、どのような告知(広報)を行いましたか。

事業実施が決定した段階で、暫定版のポスターを作成して、会員店舗前や商店街の街路灯など、商店街中に掲示し、告知しました。加えて、後日、ツイッターやホームページでも告知しました。

商店街のホームページ、チラシの新聞折込、ポスターの掲示、町内会の回覧版の利用し、広く周知しました。

広告宣伝費の補助の範囲内で、どのような広報手法が効果的なものとなるかをよく話し合い、チラシ・ポスターは最小限にして、地域紙への掲載や新聞折り込みを利用することで、商品券の販売会の終了予定時間を待たずに、完売できました。

手作りチラシを作成し近隣へポスティングしました。また、店舗でのチラシ手渡しや店頭ポスター設置、銀行にもポスター設置にご協力をいただきました。

商品券の発券に当たり、工夫した点や調整した点はありましたか。

印刷経費を抑えるため、インターネットで検索して、県外の印刷業者に発注しました。

一部の大型店舗に使用が集中することのないよう、全店舗で使用できる「共通券」と大型店舗では使用できない「個店専用券」の2種類の券面をセットにして販売しました。

チラシ等のデザインは、業者に依頼するとコストがかかるため、商店街の全会員で考えました。また、割増し(プレミアム)率は小さな商店街なので、インパクトを持たせるため上限の30%に設定しました。

商品券事業を効果的に実施するため、工夫したことはありますか。

商品券の販売と一緒にテイクアウト応援券(300円)をつけました。また、テイクアウトマップを作成して、飲食店を応援しました。

商品券販売を告知するチラシの裏面に、商品券利用可能店舗MAPを作成し、配布しました。

例年実施しているクリスマスセールに合わせて実施することで、相乗効果が得られるよう、同時期に券面の有効期間を設定しました。

全会員で話し合い、販売開始日に合わせて、一斉に各店舗で大売出し・特売などイベントを実施しました。

会員の中で、自己の店舗で商品券を多く使用してもらえよう工夫した取組はありましたか。

販売店舗の中には、販売開始前から、常連客を中心とした顧客に対して積極的に声かけを行い、自店舗での使用を促進する店舗もありました。

独自に自店舗で行うセールのチラシを作成して、近隣住民へポスティングをしたほか、直接レジでの声掛けなどでアピールした店舗もありました。

Ⅲ 事業実施後の振り返りについて

商品券発行事業を実施してみて、地域住民、顧客、会員からの反応はいかがでしたか。

商品券の販売会で、顧客から「次の販売予定は？」、「次回も期待しているよ」等、地域住民から多数の嬉しい声をいただきました。

顧客から、「物価高の中、割増し(プレミアム)分が付いた商品券は買い物にとっても助かった」、「今後も継続して販売して欲しい」等、多数の嬉しい声をいただきました。

会員からは、これまで来店のなかった新規顧客の獲得につながり、リピートして来店してくれるようになったとの報告を受けました。

会員から、これまでほとんど来店のなかった若い子育て世代層がプレミアム商品券のおかげで多く来店してくれるようになり大満足だったとの報告を受けました。

実施に当たり、困った(大変だった)ことはありましたか。

初めての取組であったため、何もわからずデザイン、販売方法、換金作業など、すべてが一からだったので大変でした。

プレミアム商品券の利用可能店舗数を増やすため、事務局が各店舗に働きかけを行うのが大変でした。

総合的に「よかった点」や「気になる」点はありましたか。

3日間に分けて販売を行いました、一時間以内にすべて販売できました。商店街会員が一丸となることができ、嬉しく感じました。

お客様に本当に喜ばれました。年末の歳末セール等、消費喚起が見込まれる中で相乗効果が生まれました。

商品券がすぐに売り切れてしまい、地域住民からお叱りを受けました。もっと大規模に開催して欲しいと住民からご意見がありましたので、今後の課題にしたいと思います。

Ⅳ 今後の商店街の取組について

商品券発行事業を継続していきたいですか。

是非、続けたいです。

今回の商品券販売時には、クーポン券やスタンプラリーなどを併せて実施することで、一店舗の顧客が他の店舗へ来店につながるような仕掛け作りをしていきたいです。

今回は、近隣の複数の商店街と連携して、大規模に実施したいです。

今後、商店街で力を入れていきたいことはありますか。

商品券発行事業の継続実施、会員情報のIT化、ペーパーレス化などがあります。

お祭り、ハロウィン、JA直販&フリーマーケットなどを計画、実施していくことに加えて、SNSやLINEオープンチャットの積極的な活用により、集客アップに向けて注力していきたいです。

本事業を通じて認知された、「近くて安心して買い物ができる商店街」に向けて引き続き取り組みます。現在、商店街は店舗を閉める会員も多くなってきていますが、新たに商店街に出店する事業主を募り、活気を取り戻していきたいです。

V 事業実施を検討している商店街へのメッセージについて

事業を検討している商店街へのメッセージがあればお願いします。

商品券の販売は、継続することで商店街の魅力や売上げが繋がりました。銀行金利を考えれば、割増し(プレミアム)率が10%でも非常に魅力的です。20~30%でなくても、実施していこうと考えています。

自治体発行の地域振興券が浸透している中、商店街の商品券発行事業は、会員にもお客様に魅力が伝わりやすい取組です。様々なイベントの開催も良いですが、一過性ではない、一定期間効果が継続し、その後の効果も期待できるイベントとしておすすめです。

来年は商店街独自のイベントなど、昔からの祭りの再開を心待ちにしているお客様もいるので、商品券事業も並行して実施していきたいと思っています。

初の試みであったため、役員の中でも実施に後ろ向きな声が多い雰囲気の中、役員会に県の担当者が説明に来てくれて、実施のメリット・デメリットの説明や効果的な実施のためのアドバイスをしてくれたこともあり、実施してみたところ、地域の顧客からの想定以上の反応がありました。事業終了直後には、大多数の会員から「是非、次回は発行規模を拡大してやろう」と持ち掛けられていて、困っているくらいです。県内の他の商店街にも、「是非、試しにやってみれば良いのでは」とお伝えしたいです。

商品券発行事業の実施方法や申請の手続きなど、ご不明点等ございましたら、お気軽にお問合せください。



神奈川県産業労働局中小企業部商業流通課商業まちづくりグループ

〒231-8588 神奈川県横浜市中区日本大通 1

電話：(045)210-5612(直通)