

新・しが割キャンペーン（第3弾）の結果概要

1. 事業の目的

物価高騰の影響を受けている県内の中小・小規模事業者の支援

2. キャンペーン実施結果

○実施方法 LINEを活用した電子割引券を発行（1セットあたり3,000円分の割引券）

○実施期間 令和5年11月6日(月)～令和6年3月5日(火)

抽選申込期間	抽選結果発表	利用期間		割引券発行数
第1回抽選 10/16(月)～10/29(日)	11/1(水)	第1クール	11/6(月)～11/26(日)	20万セット
		第2クール	11/27(月)～12/17(日)	20万セット
第2回抽選 11/2(木)～12/17(日)	12/27(水)	第3クール	1/9(火)～1/28(日)	19.6万セット
		第4クール	1/29(月)～2/18(日)	19.6万セット
第3回抽選 2/21(水)～2/25(日)	2/27(火)	第5クール	2/28(水)～3/5(火)	9.6万セット

○参加店舗数：6,513店舗（※第3弾終了時点）

[内訳] 小売業：2,334店舗(35.8%)、飲食業：2,100店舗(32.3%)、サービス業：2,079店舗(31.9%)

※参加事業者：県内で小売・サービス・飲食業の店舗を運営する中小・小規模事業者（みなし大企業等を除く）

○LINE友だち登録者数：81.2万人（※第3弾終了時点）

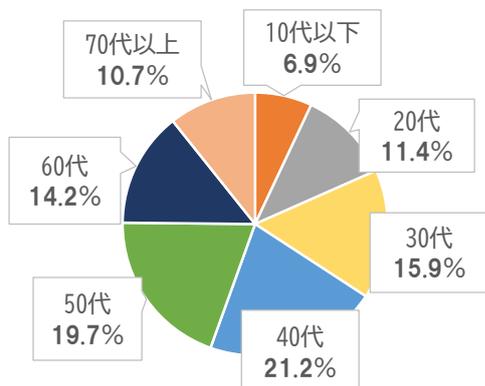
○利用状況

- ・参加店舗の**97.0%**において1回以上の割引券の利用あり。
- ・第3弾では、割引券を分割して利用できるため、前回に比べて低価格帯の店舗を含めて、**小規模事業者が運営する店舗での利用が増加。**

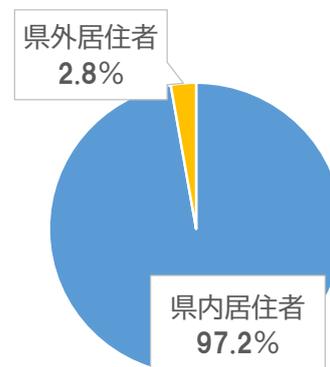
(従業員数が5人以下の小規模事業者が運営する4,325店舗で、全体の割引利用額の**30.4%**の利用あり。)

	第3弾	(参考) 第1弾・第2弾 合計
割引利用人数(延べ)	75.4万人	125.6万人
割引利用額 ①	20.0億円	26.0億円
消費総額 ② (①含む)	96.7億円	118.6億円
(消費効果 ②/①)	(4.8倍)	(4.6倍)
利用1回あたりの平均割引額	1,296円	2,065円

【利用者（年代別）】



【利用者（居住地別）】



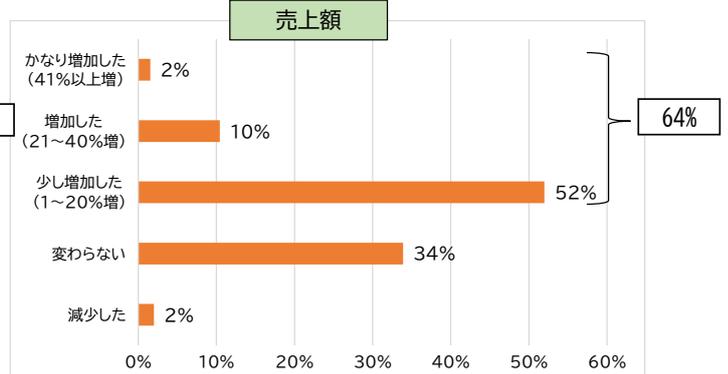
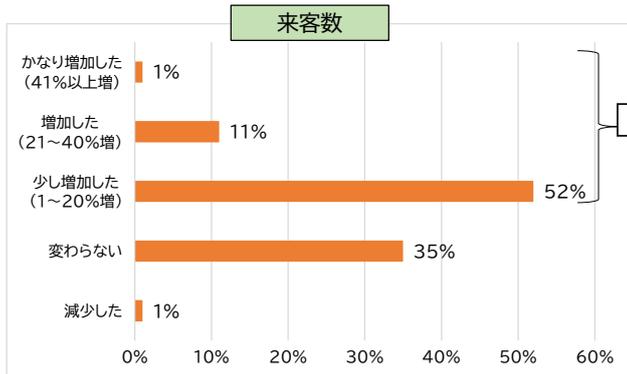
3. アンケート結果

※アンケート実施期間：令和6年2月20日～3月10日

①事業者アンケート (回答者数：783者)

●期間中の来客数・売り上げの変化

・来客数について全体の64%、売上額について全体の64%が「増加した(かなり・少しを含む)」と回答。

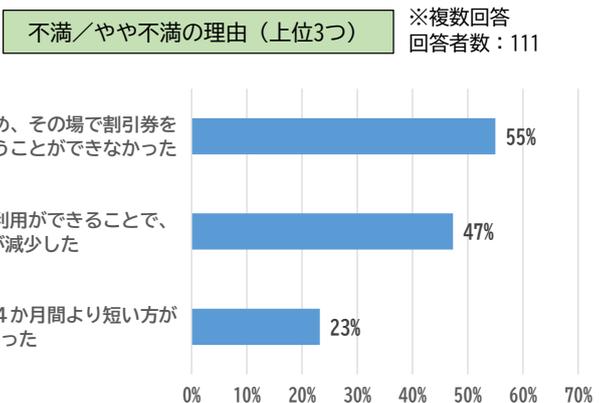
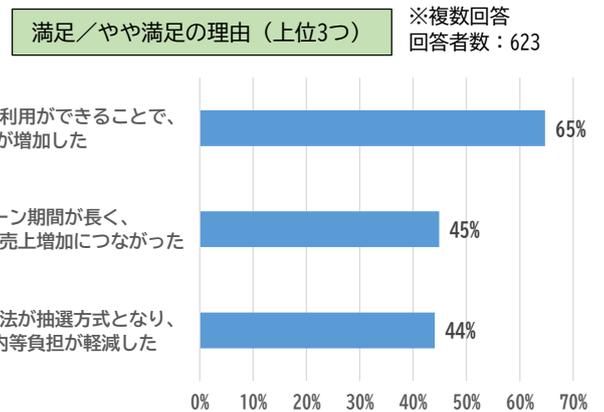
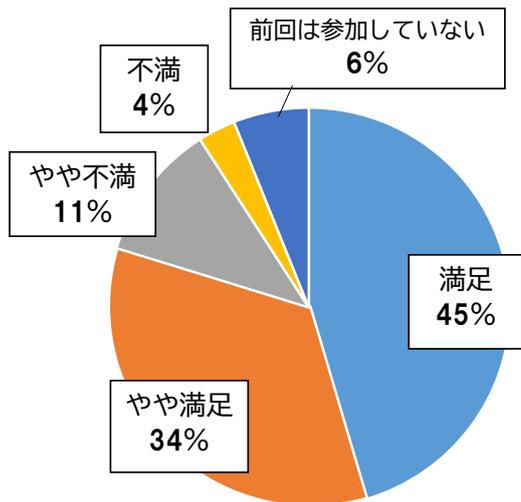


●割引券の発行方法(電子・紙)

・全体の94%が「電子の方が取り組みやすい」と回答。

●第2弾からの制度変更による満足度

・全体の79%が「満足(やや満足含む)」と回答。

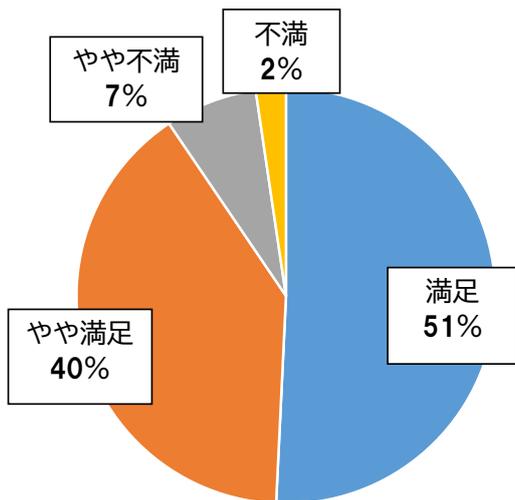


<参考> 第2弾からの制度変更点

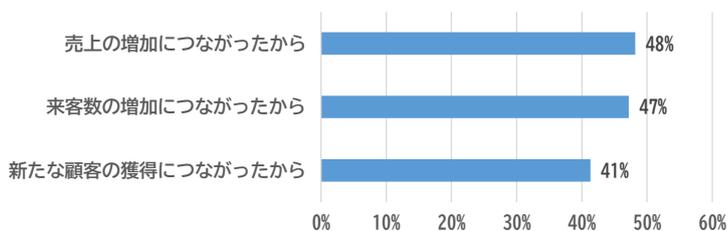
制度変更点	第2弾	第3弾
取得方法	先着順	抽選方式
利用方法	利用期間中に1回限り利用可能	300円ごとに分割して利用可能
利用期間	1週間	3週間
キャンペーン期間	約1か月	約4か月

●キャンペーンに対する全体的な満足度

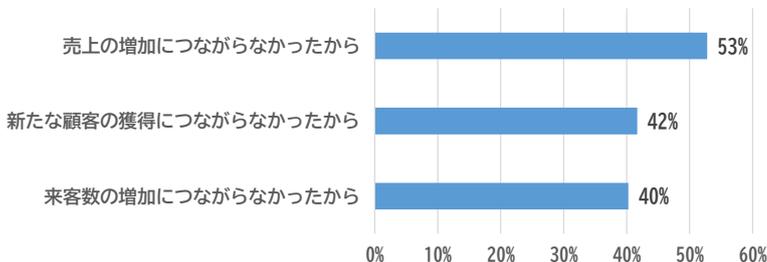
・全体の91%が「満足（やや満足含む）」と回答。



満足／やや満足の理由（上位3つ） ※複数回答 回答者数：711



不満／やや不満の理由（上位3つ） ※複数回答 回答者数：72



●今後、同様の事業が実施される場合の参加意向

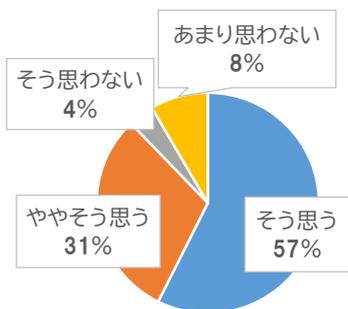
・全体の95%が「参加したい」と回答。

●自由意見（事業者）

- ・前回から店舗側、利用者側ともに大幅に制度が改善されている。繁忙期が除外されているのも非常に良かった。
- ・実施時期をいわゆる閑散期に調整されていたことで、閑散期でも来店頻度が増加したり、客単価アップが見込めた。
- ・前回よりは期間が長かったので、急激な盛り上がりは無かったように思う。

②利用者アンケート（回答者数：127,605者）

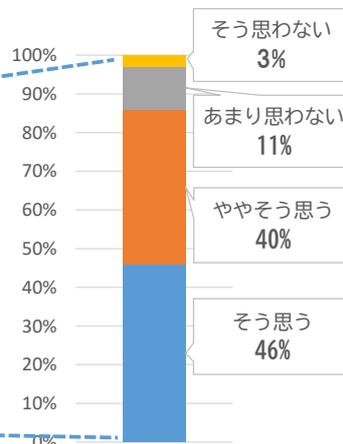
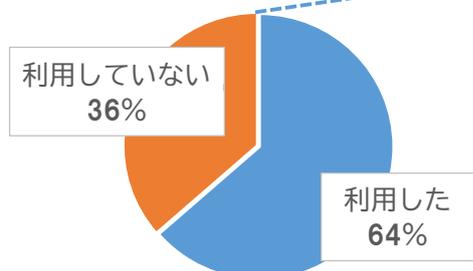
●しが割により、購入する数や量、頻度が多くなったり、単価の高いものを購入することにつながったか。



・全体の88%が、「しが割により購入する数や量、頻度、購入単価が増えた」と回答。（「そう思う」「ややそう思う」と回答した者）

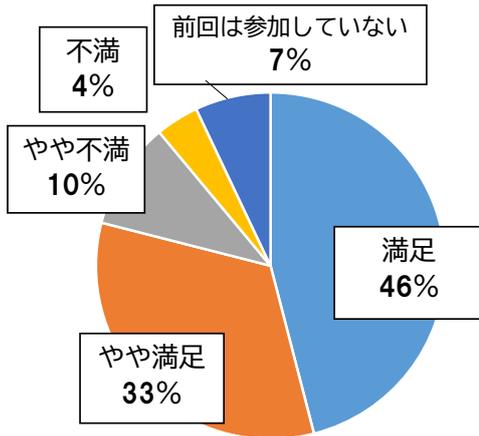
●今までに利用したことがない店舗を利用したか。 → 今後もその新たな店舗を利用したいか

・全体の64%が「利用した」と回答。
 ・そのうち86%が、今後もその店舗を「利用したい」と回答



●第2弾からの制度変更による満足度

・全体の79%が「満足（やや満足含む）」と回答。

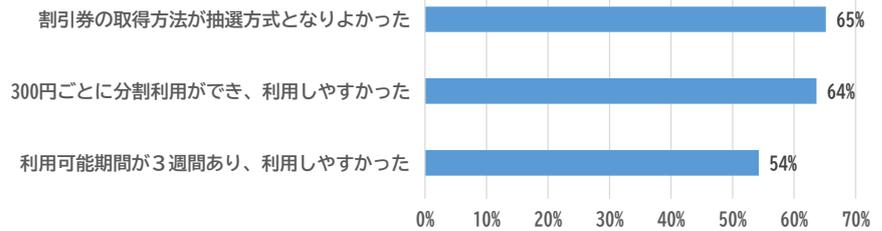


<参考> 第2弾からの制度変更点

制度変更点	第2弾	第3弾
取得方法	先着順	抽選方式
利用方法	利用期間中に1回限り利用可能	300円ごとに分割して利用可能
利用期間	1週間	3週間
キャンペーン期間	約1か月	約4か月

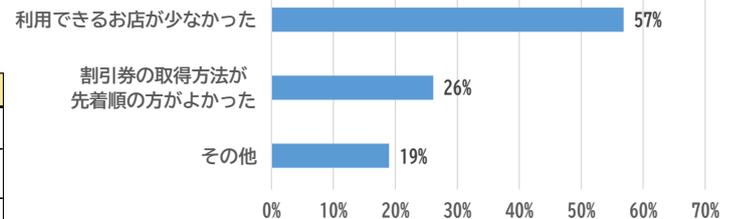
満足／やや満足の理由（上位3つ）

※複数回答
回答者数：91,757



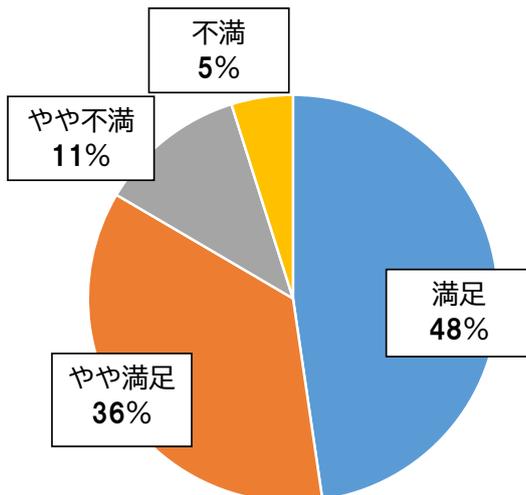
不満／やや不満の理由（上位3つ）

※複数回答
回答者数：15,399



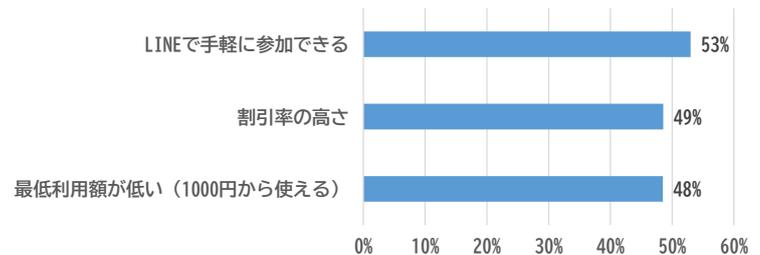
●キャンペーンに対する全体的な満足度

・全体の84%が「満足（やや満足含む）」と回答。



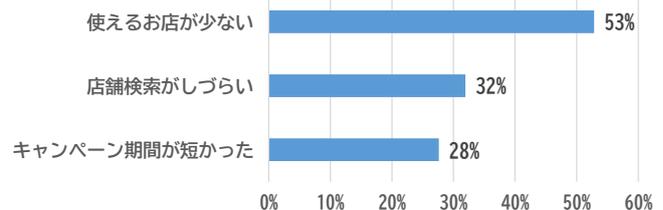
満足／やや満足の理由（上位3つ）

※複数回答
回答者数：106,550



不満／やや不満の理由（上位3つ）

※複数回答
回答者数：21,055



●自由意見（利用者）

- ・普段行かない外食の店を探して行ってみようという気になって家族の楽しみになった。
- ・利用期間が長かったためか、しが割実施店舗の混雑が緩和されて利用しやすくなった。
- ・使える店が少なかった。