第1-3-11表 プレミアム付き商品券発行での工夫の例

消費拡大が地域の多くの店舗に及ぶよう工夫(消費の大型店への集中を防止)

プレミアム付き商品券1セット(1つづり)の中に、大型店を含む加盟全店 で使用できる商品券と、大型店では使用できない商品券の2種類を組み入れ る。

例:栃木県さくら市、群馬県桐生市、山梨県北杜市、埼玉県加須市、埼玉県草加市、静岡県富士宮市、大分県豊後大野市

プレミアム付き商品券を利用できる事業所や分野が広い

利用可能な店舗等が、小売業に限らず、病院、旅行代理店、自動車整備、建設会社、学習塾等の広範囲に及ぶ。

例:埼玉県熊谷市、東京都杉並区

更なる特典(景品や現金還元)を付与

プレミアム付き商品券の購入者や使用者に対し、抽選で液晶テレビ・旅行券 等のプレゼントや現金還元(キャッシュバック)を実施。

例:宮城県石巻市、福島県福島市、山梨県南アルプス市、山形県酒田市 長野県松本市、静岡県富士市、長崎県佐世保市、沖縄県南大東村

子育て支援との連携

子育て世帯は、一般向けのプレミアム付き商品券に加え、高プレミアム率の子育て世帯向け商品券の購入が可能(一般向けと子育て世帯向けの 2 種類を発行)。

例:千葉県南房総市、神奈川県藤沢市、鹿児島県志布志市

地元技術の普及につなげる

プレミアム付き商品券の印刷に偽造防止等の地元技術を活用する。

例:千葉県柏市、福井県越前市

(備考) 地方自治体へのヒアリング、地方自治体や商工会議所のホームページ等により作成。