

プレミアム付商品券事業の実績に関する報告書のポイント

- 対象者へのアンケート調査によれば、商品券の購入・利用者の**大多数が負担軽減・消費下支えを実感**。また、分割購入・額面小口化・紙方式など、**利便性確保のための各種仕組みも**大宗が支持。総じてみれば、**消費税率引上げに伴う影響緩和策として一定の役割**を果たした。
- 他方、①対象要件を充たす方でも、**各種手続きや前払い方式への抵抗感等により商品券の購入を希望しない方がいたこと**、②対象者限定かつ利便性の高い仕組みとしたことの裏表の関係として**相応の事務コストが生じたこと**については、今後、類似施策の検討に際して十分な留意が必要。

■執行実績

引換券送付者数	商品券購入額	商品券利用額	国費
1,197万人 (うち非課税者：866万人、子育て世帯：331万人) ※想定対象者(2,450万人) 対比の交付率： 49%	2,209億円 ※引換券送付枚数に基づく最大発行額(2,993億円) 対比の購入率： 74%	2,200億円 ※購入額対比の利用率： 99%	1,026億円 (事業費440億円、事務費586億円)

■対象者へのアンケート結果 (2020年3月に実施した対象者へのウェブアンケート及び郵送アンケートにより、10,120人から回答)

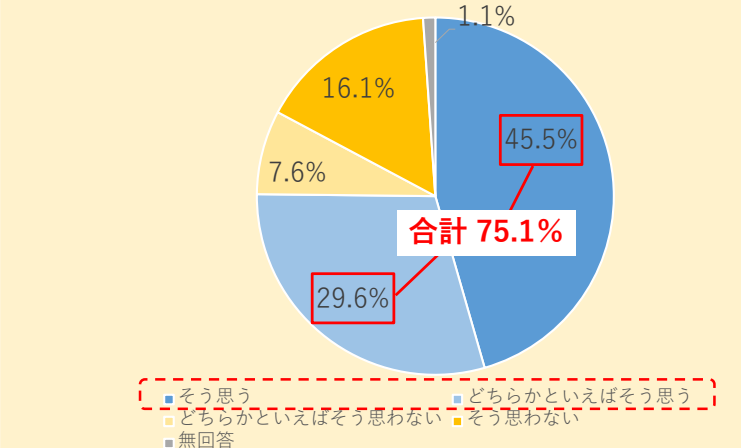
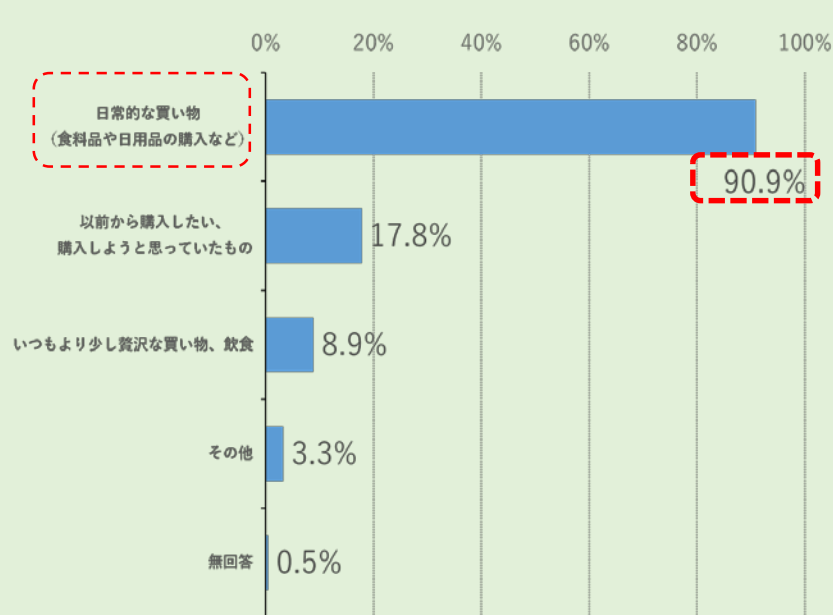
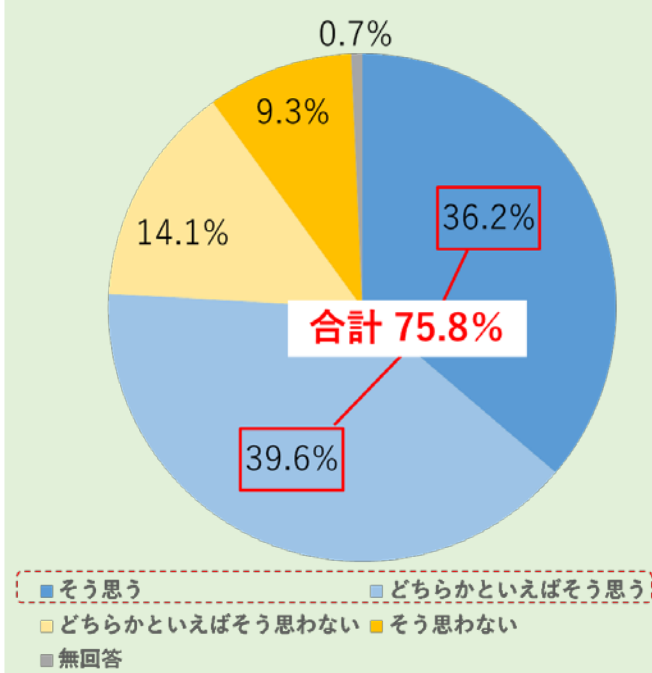
商品券の**購入・利用者の大宗(76%)は生活への負担軽減・消費の下支えを実感**。特に、食料品や日用品の購入など、**日常的な買い物**において役割を発揮。

分割購入・額面小口化・紙方式など各種の仕組み上の工夫も、**大宗の者が利便性を実感**。

Q. 商品券を使ってお得にお買い物できたことで、生活への負担が軽減し、消費の下支えにつながったと感じますか？

Q. プレミアム付商品券は、どのような買い物の利用の際に役立つと思いますか？(複数選択)

Q. 一度に満額を購入せずとも、必要なときに5千円単位で分割購入できる仕組みについて、良い仕組みだったと思いますか？

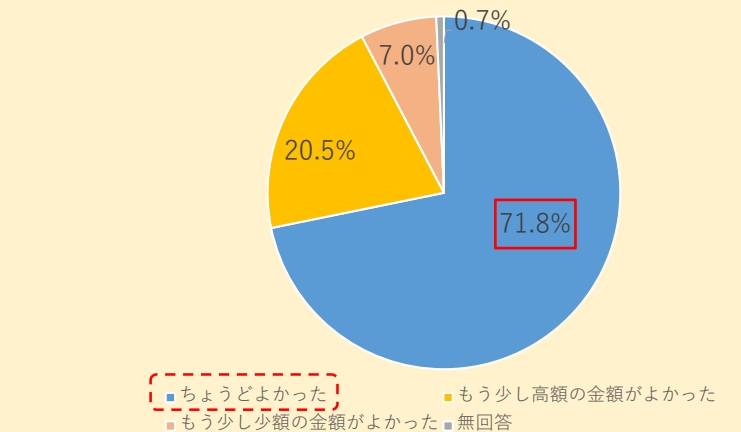
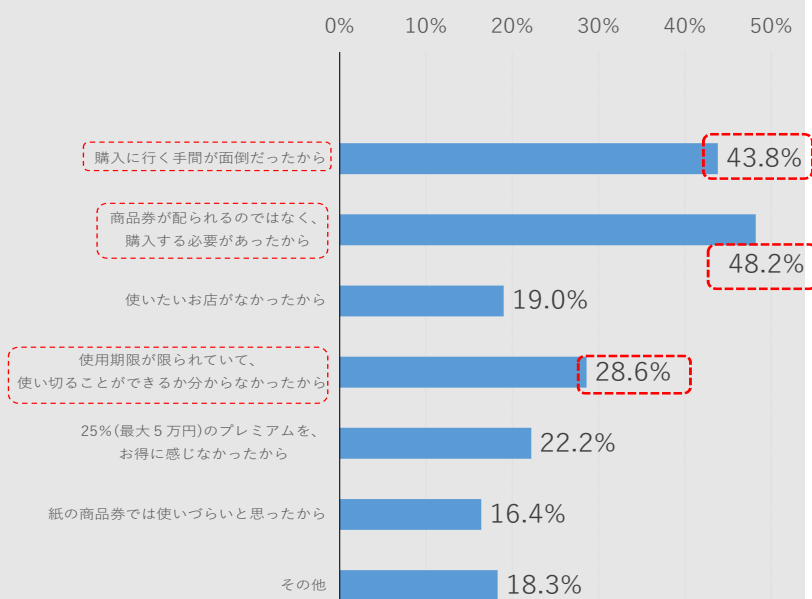
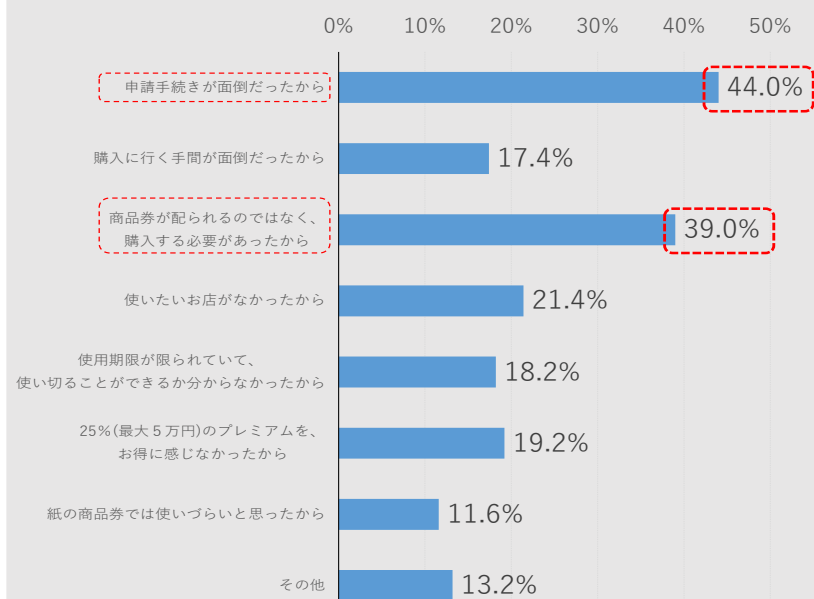


対象要件を充たしながらも商品券の購入を希望しなかった方の主な理由は、①申請・購入などの**手続きを面倒だと感じたこと**や、②期限内に使い切れるか不安もある中で**前払い式の商品券を「購入」することへの抵抗感等**であった。

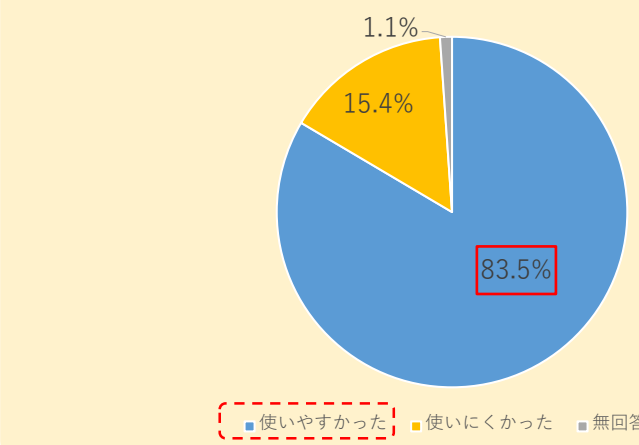
Q. 商品券1枚あたりの額面は使いやすかったですか？

Q. 申請しなかった理由をお聞かせください(複数選択) ※非課税者のみ

Q. 購入しなかった理由をお聞かせください(複数選択)



Q. 誰でも手軽に使えるよう、紙の方式で実施した仕組みについてどう思いますか？



■事業に要した事務コスト

事業目的に即した制度設計、利用者利便性の確保等と裏表の関係として、**相応のコスト**が生じた。特に、**対象者の抽出・要件審査、販売・換金体制の確保等に係る経費**といった「対象者を限定した紙の商品券」という実施方式がゆえの経費が大きなウェイト。

<事務費(586億円)の主なもの> ※このほか、国における制度の周知のための広報費が約15億円

対象者限定により生じた経費(要件審査、申請書・引換券の発送等)	163億円
紙の商品券方式により生じた経費(商品券の印刷、販売管理、換金手数料等)	186億円
事業の周知等にかかる経費(コールセンター、ポスター、テレビなどの一般広報)	86億円
その他事業の実施体制にかかる経費(委託管理費、システム構築、備品のリース等)	133億円

全体の60%