

# 大阪市プレミアム付商品券2023事業について(実施結果)

## 1 事業概要

物価高騰による市民の暮らしと企業活動への影響を踏まえ、消費の下支えを通じた地域経済の活性化を図るため、大阪市内の対象店舗のみで利用可能なプレミアム付商品券を発行

## 2 商品券の内容

- ◆ 対象者 大阪市内に住所を有する方
- ◆ 発行口数 440万口
- ◆ 購入上限 1人あたり4口まで
- ◆ 利用期間 令和5年12月11日～令和6年5月31日
- ◆ プレミアム率 30%（1口あたり10,000円の購入額で13,000円の買い物が可能（プレミアム分3,000円））
- ◆ 利用方法 利用者のスマートフォン等の有無にかかわらず電子決済が可能な二次元コード付き商品券  
⇒ 利用方法：① 商品券を専用アプリにチャージしてから電子商品券として利用、または、② 紙券のまま利用
- ◆ 対象店舗の要件 参加登録された大阪市内で小売業・飲食業・サービス業等を営む店舗
- ◆ 参加店舗数 **約25,500店舗**（大企業 約9,500店舗／中小企業 約16,000店舗）
- ◆ 申込数 約132万人（約500万口） ※1次申込約111万人（426万口）、2次申込約21万人（74万口）
- ◆ 引換数 **約112万人（約432万口）**
- ◆ 利用割合 電子（アプリ）利用 約9割／紙券利用 約1割（利用金額ベース）

## 3 決済総額

決済総額 **約562億円** ※引換総額の99.9%

## 4 事業費（予算／決算見込）

予算：約165億円

（内訳）商品券プレミアム分 約132億円／事務費約33億円（商品券発行・販売、コールセンター等経費）

決算見込：約162億円（令和5年度約124億円＋令和6年度約38億円）

（内訳）商品券プレミアム分 約130億円／事務費約32億円（商品券発行・販売、コールセンター等経費）



大阪市  
大阪市民の  
みなさんへ！

またやります！  
少額でもつや  
かたつ！

大阪市  
プレミアム付商品券  
2023

2023年 10月3日(火)～10月20日(金)まで  
2023年 10月3日(火)～10月20日(金)まで  
※申込期間：2023年12月11日(月)～2024年5月31日(金)まで

限定  
大阪市民  
10,000円で  
13,000円(3,000円お買得)  
分お買い物できる！  
お一人様4口まで 最大12,000円お買得！

お申し込みはこちら  
https://osaka-city-premium2023.jp/ TEL:050-5538-3112  
9:00～17:30 (受付時間)

お問い合わせセンター(受付時間) TEL:050-5538-3111 9:00～17:30 (受付時間)

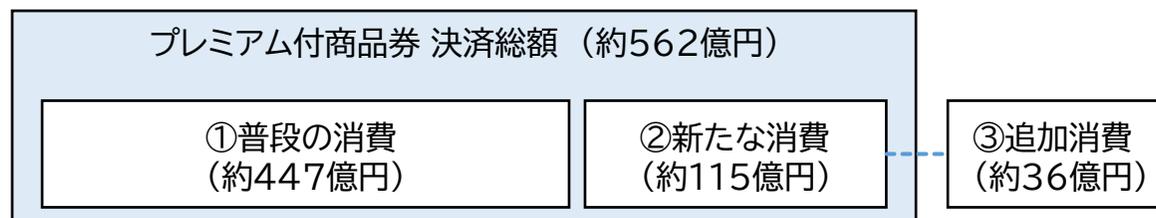
# 大阪市プレミアム付商品券2023事業について(実施結果)

## <事業効果>

### ●物価高騰による市民の暮らしと消費の下支えを通じた地域経済の活性化を図るため実施

- 市民の約112万人にご購入いただき、決済総額は約562億円となった。(92%が4口分を購入)
- 全体利用額の約1割にあたる約75億円が紙商品券決済で、スマートフォン決済を利用されない方にもご利用いただけました。
- 利用者アンケートでは、約98%が物価高騰の対策として、生活の助けになったと回答。
- 消費喚起額は約151億円となった。(推計値)

※消費喚起額とは、②新たな消費(普段購入しないものや買い足し分を商品券で支払った金額)+③追加消費(商品券に追加して現金等で支払った金額)



- 事業者アンケートでは、約半数の事業者が「売上効果があった」と回答。
- 事業者ヒアリングでは、「商品券利用を目的とした新規顧客の来店があった」「年末年始を挟んでいたため、より売上増加につながった」などの意見があった。また、利用期間については、「期間が長く利用が分散してよかった」との意見があった一方で、「利用期間が長いと、人件費を含めて運営が大変だった」との意見もあった。
- 業種別では、スーパーマーケット(46.6%)、百貨店・商業施設(12.5%)、飲食店(9.0%)の利用が多い。
- 中小企業への決済金額は、約215億円(決済総額の38.3%)

## <前回比較>

	参加店舗数	引換者数	引換口数	決済総額
プレミアム付商品券2023	約25,500店舗	約112万人	約432万口	約562億円
プレミアム付商品券2022	約13,200店舗	約75万人	約274万口	約356億円

※2022では飲食店・宿泊施設・旅行業は対象外、引換者数・引換口数・決済総額は市外居住者を含む。

# 大阪市プレミアム付商品券2023事業について(実施結果)

## <アンケート結果(概要)>

### ●利用者向けアンケート(購入者)

・物価高騰の対策として(生活の助けになったか)

**大いに助けになった：66.4%**      **少しは助けになった：31.3%**

あまり助けにならなかった：1.8%      まったく助けにならなかった：0.3%      無回答：0.1%

・申込方法

わかりやすかった：87.7%      難しかった(親族等の助けが必要だった)：10.3%

サポートデスクを利用した：1.7%      無回答：0.3%

・今後、同様の商品券事業があった場合の購入意欲

購入したい：97.0%      購入したくない：0.3%      どちらともいえない・無回答：2.7%

・認知手段

「テレビCM(28.7%)」、「クチコミ(27.1%)」、「テレビ番組・テレビニュース(25.6%)」、「店頭・お店からの案内(18.7%)」の順で高くなっている。

### ●事業者向けアンケート(参加店舗対象)

・売上効果

**2割以上上がった：1.1%**      **1割程度上がった：6.7%**      **少し上がった：41.3%**

変わらない：42.5%      下がった：0.6%      分からない：7.8%

・今後、同様の商品券事業があった場合の参加意向

そう思う：74.8%      どちらかといえばそう思う：21.2%

どちらかといえばそう思わない：2.7%      そう思わない：1.2%

### ●Webモニターアンケート

・商品券を購入しなかった人の事業の認知度

(このような商品券があることを)知っていた：63.8%      知らなかった：36.2%

・商品券を知っていたが、購入しなかった理由(複数回答可)

① 購入するのが面倒だったから：42.9%      ② 使いたいお店がなかったから：17.2%

③ 期限内に使いきれるか分からないから：14.4%      ④ 1口の金額が高かったから：11.0%