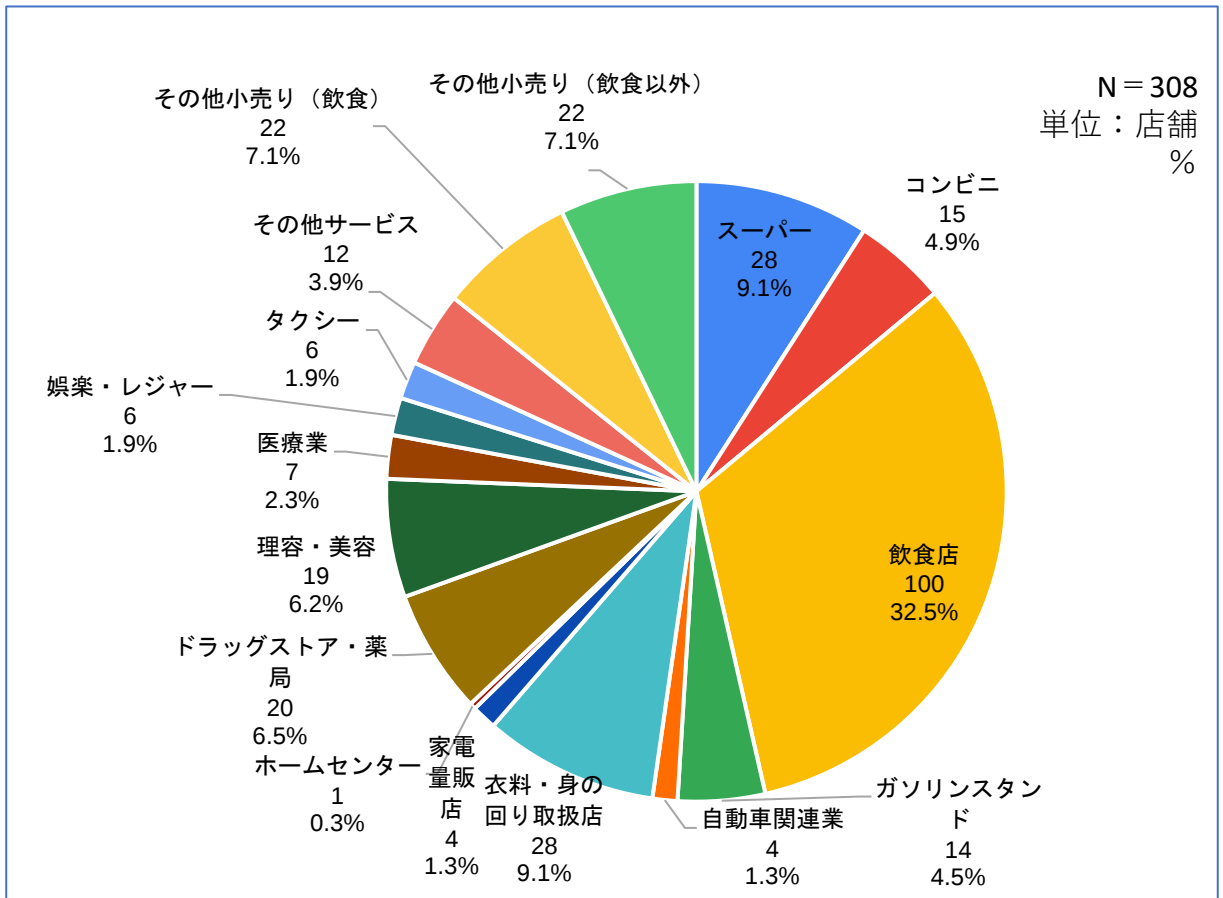


**浦添市てだこ商品券事業
事業者アンケート集計結果**

令和5年3月

事業者向けアンケート調査

Q1,業種を教えてください。

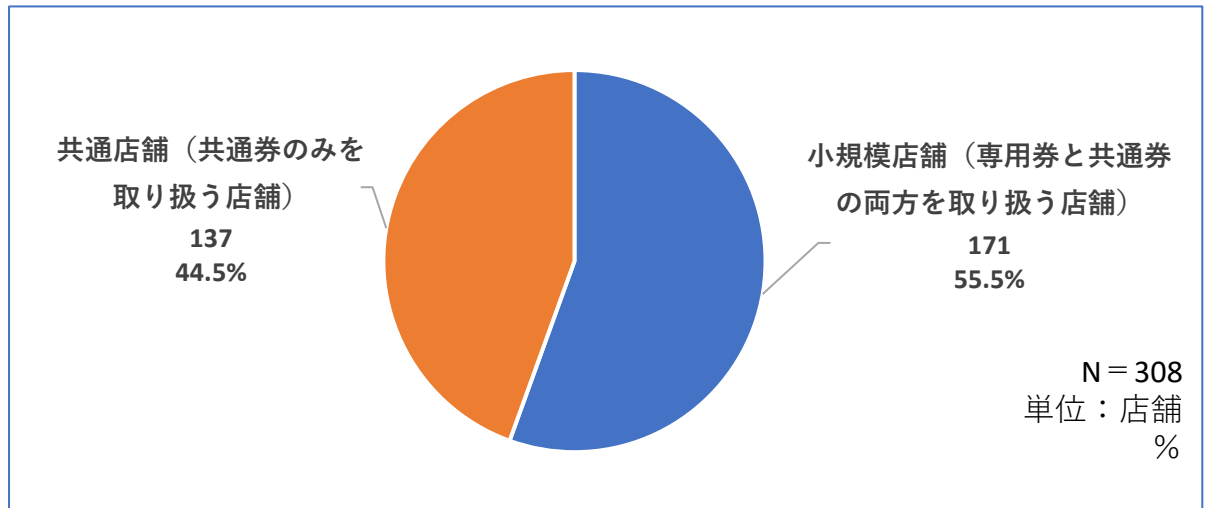


業種	回答数
スーパー	28(9.1%)
コンビニ	15(4.9%)
飲食店	100(32.5%)
ガソリンスタンド	14(4.5%)
自動車関連業	4(1.3%)
衣料・身の回り取扱店	28(9.1%)
家電量販店	4(1.3%)
ホームセンター	1(0.3%)
ドラッグストア・薬局	20(6.5%)
理容・美容	19(6.2%)
医療業	7(2.3%)
娯楽・レジャー	6(1.9%)
タクシー	6(1.9%)
その他サービス	12(3.9%)
その他小売り（飲食）	22(7.1%)
その他小売り（飲食以外）	22(7.1%)

N = 308
単位：店舗, %

事業者向けアンケート調査

Q2, 店舗区分を教えてください。

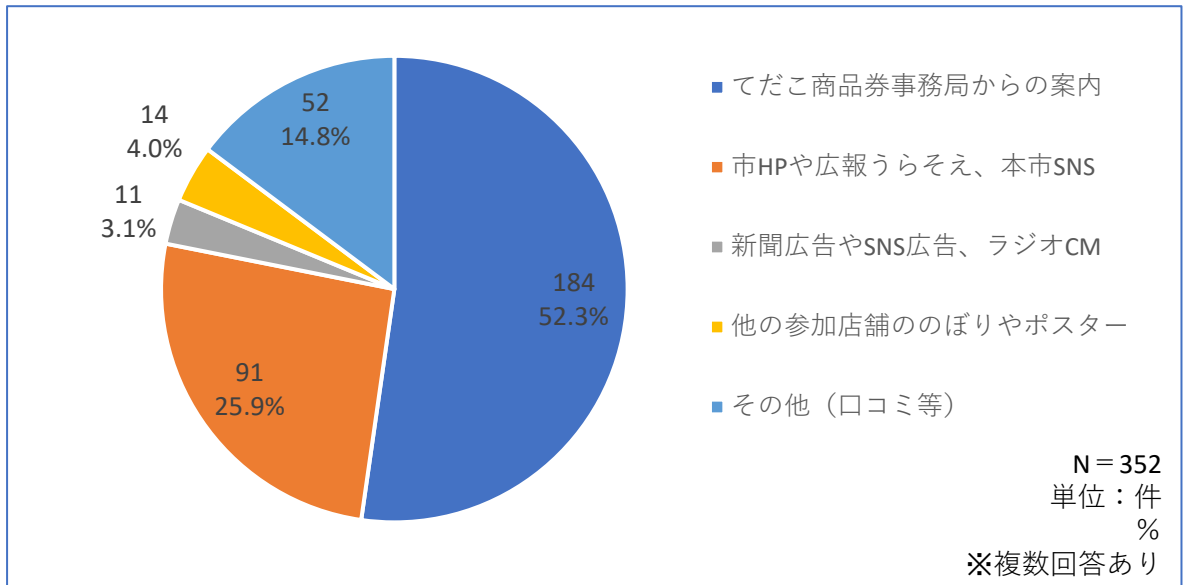


店舗区分	回答数
小規模店舗 （専用券と共通券の両方を取り扱う店舗）	171(55.5%)
共通店舗 （共通券のみを取り扱う店舗）	137(44.5%)

N = 308
単位：店舗
%

事業者向けアンケート調査

Q3, てだこ商品券事業に参加したきっかけを教えてください。



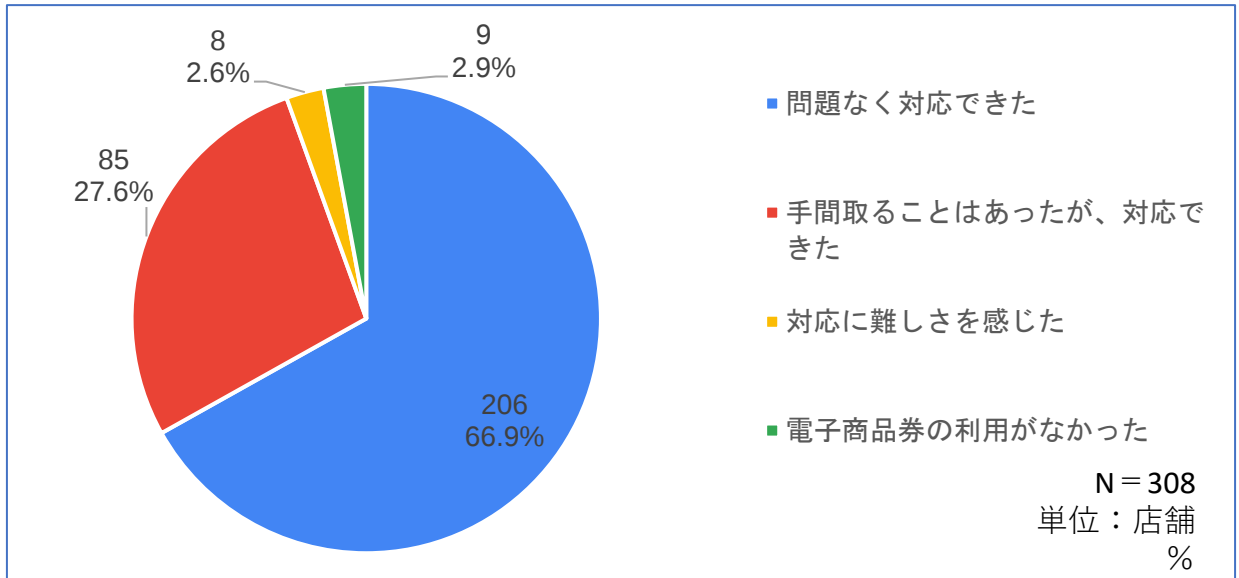
参加のきっかけ	回答数
てだこ商品券事務局からの案内	184(52.3%)
市HPや広報うらそえ、本市SNS	91(25.9%)
新聞広告やSNS広告、ラジオCM	11(3.1%)
他の参加店舗ののぼりやポスター	14(4.0%)
その他（口コミ等）	52(14.8%)

N = 352
単位：件
%
※複数回答あり

・てだこ商品券事業に参加したきっかけについて、事業者の184件(52.3%)が「てだこ商品券事務局からの案内」により、参加したと回答。次いで、91件(25.9%)が「市HPや広報うらそえ、本市SNS」から参加したと回答。

事業者向けアンケート調査

Q4, てだこ商品券の取り扱いについて、お店のレジではスムーズに対応できましたでしょうか？



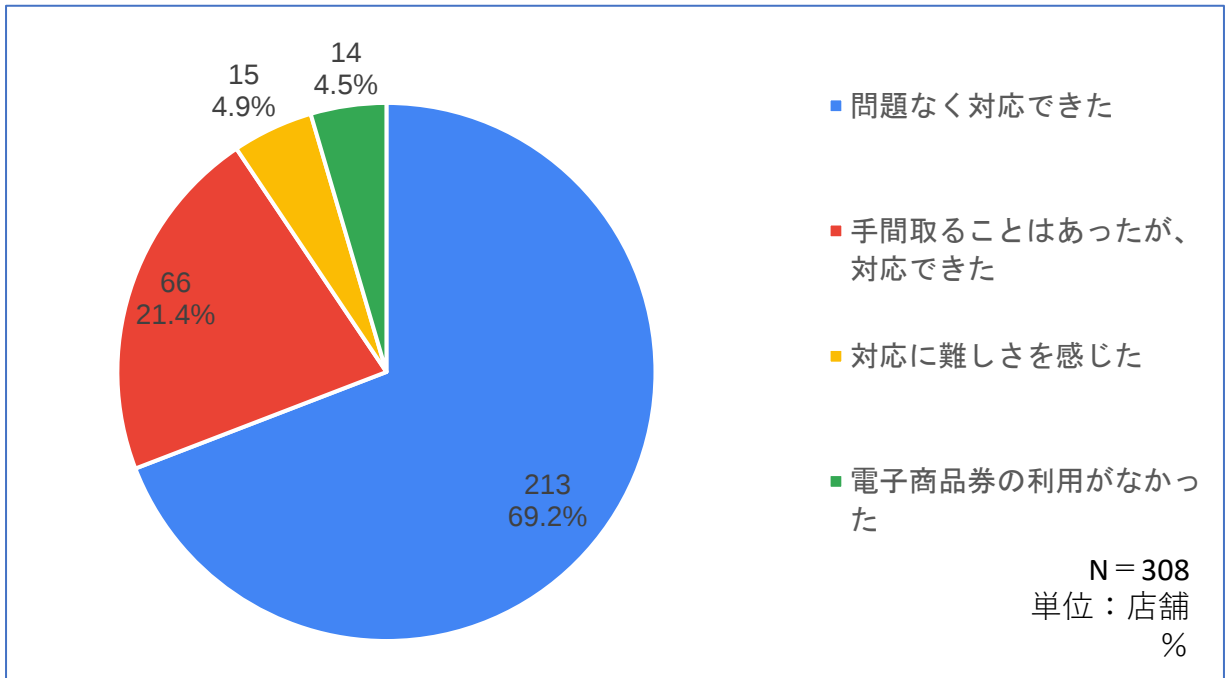
対応状況	回答数(店舗)
問題なく対応できた	206(66.9%)
手間取ることはあったが、対応できた	85(27.6%)
対応に難しさを感じた	8(2.6%)
電子商品券の利用がなかった	9(2.9%)

N = 308
単位：店舗
%

・てだこ商品券の取り扱い対応について、事業者の206店舗(66.9%)が「問題なく対応できた」と回答。次いで、85店舗(27.6%)が「手間取ることはあったが、対応できた」と回答しており、合わせて291店舗(94.5%)が電子商品券の対応について概ね対応できていた。

事業者向けアンケート調査

Q5,電子商品券の管理システムや加盟店アプリの取り扱い、換金方法はいかがでしたか？



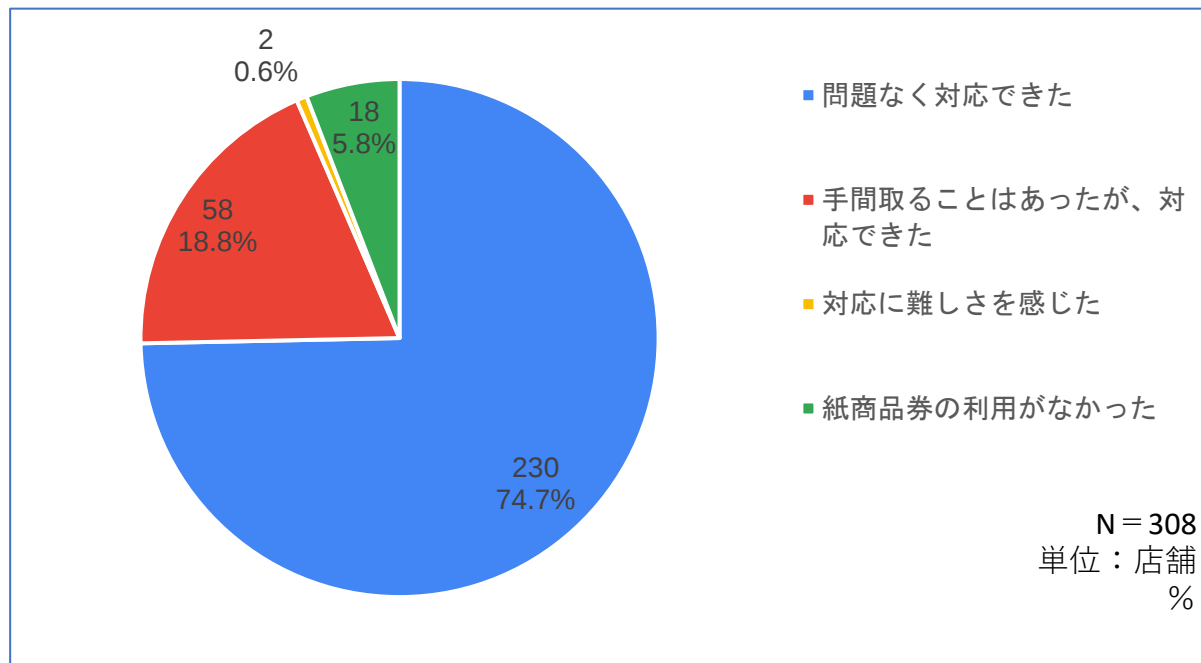
換金対応	回答数
問題なく対応できた	213(69.2%)
手間取ることはあったが、対応できた	66(21.4%)
対応に難しさを感じた	15(4.9%)
電子商品券の利用がなかった	14(4.5%)

N = 308
単位：店舗
%

・てだこ商品券の換金対応について、事業者の213店舗(69.2%)が「問題なく対応できた」と回答。次いで、66店舗(21.4%)が「手間取ることはあったが、対応できた」と回答しており、合わせて279店舗(90.6%)が電子商品券の換金対応について概ね対応できていた。

事業者向けアンケート調査

Q6,てだこ紙商品券の取り扱いについて、お店のレジではスムーズに対応できましたでしょうか？



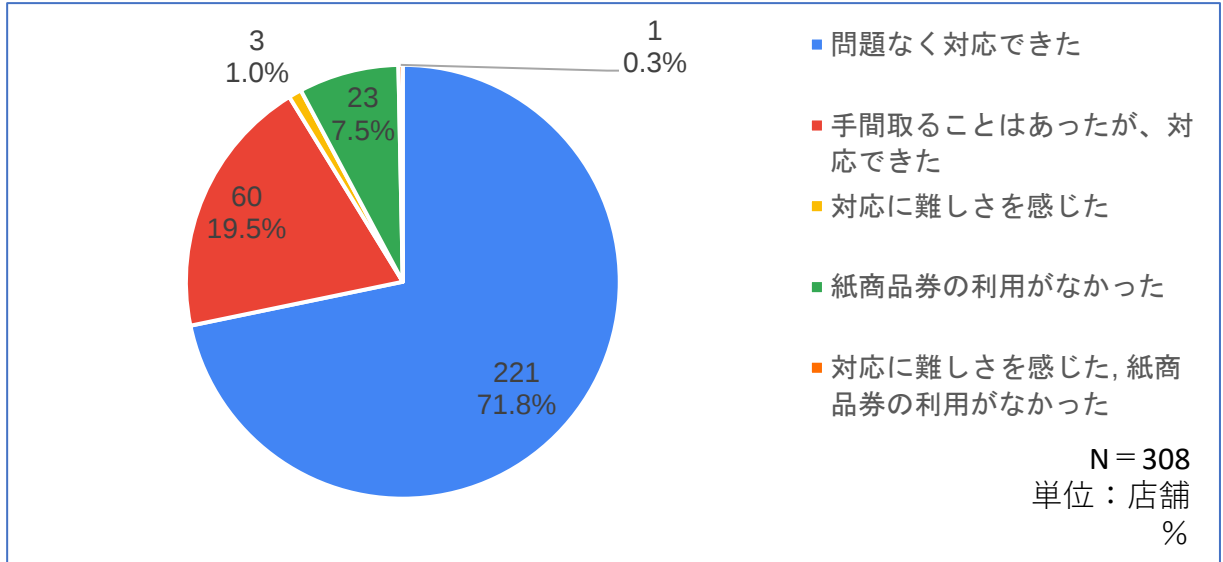
レジ対応	回答数
問題なく対応できた	230(74.7%)
手間取ることはあったが、対応できた	58(18.8%)
対応に難しさを感じた	2(0.6%)
紙商品券の利用がなかった	18(5.8%)

N = 308
単位：店舗
%

・てだこ紙商品券のレジ対応について、事業者の230店舗(74.7%)が「問題なく対応できた」と回答。次いで、58店舗(18.8%)が「手間取ることはあったが、対応できた」と回答しており、合わせて288店舗(93.5%)が紙商品券のレジ対応について概ね対応できていた。

事業者向けアンケート調査

Q7,紙商品券の換金対応はいかがでしたか。



換金対応（紙商品券）	回答数
問題なく対応できた	221(71.8%)
手間取ることはあったが、対応できた	60(19.5%)
対応に難しさを感じた	3(1.0%)
紙商品券の利用がなかった	23(7.5%)
対応に難しさを感じた, 紙商品券の利用がなかった	1(0.3%)

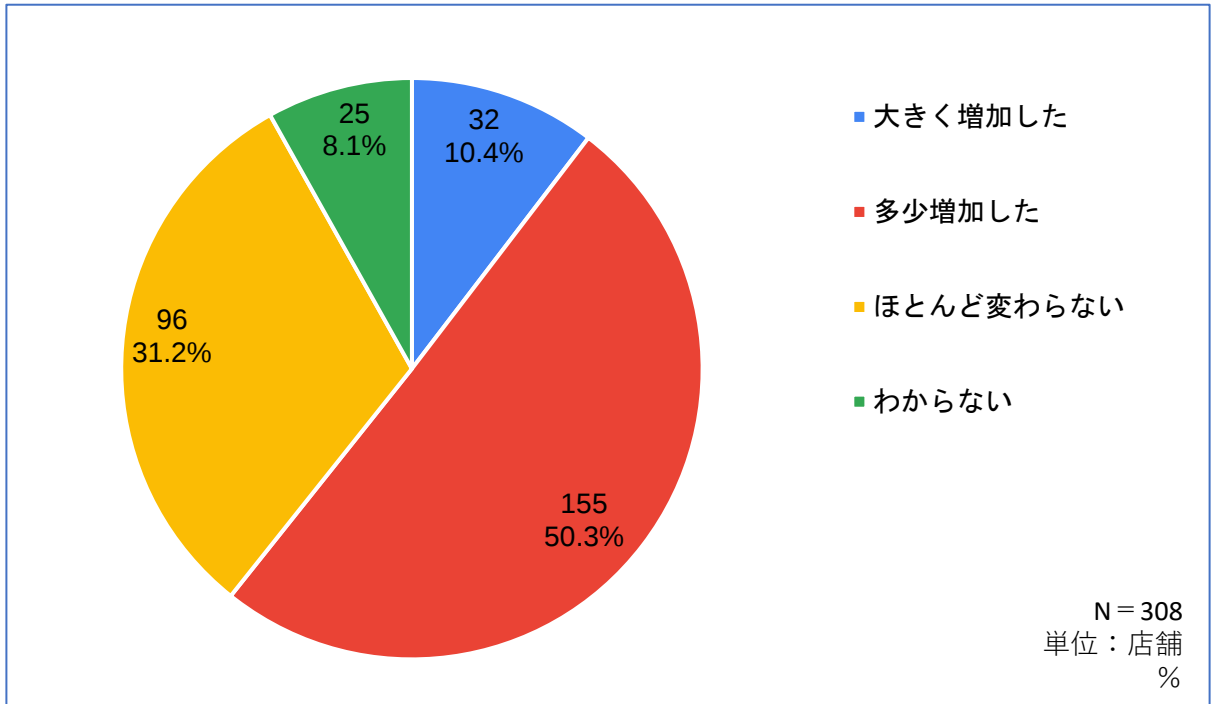
N = 308
単位：店舗
%

・てだこ商品券の紙商品券換金対応について、事業者の221店舗(71.8%)が「問題なく対応できた」と回答。次いで、60店舗(19.5%)が「手間取ることはあったが、対応できた」と回答しており、合わせて281店舗(91.3%)が紙商品券の換金対応について概ね対応できていた。

事業者向けアンケート調査

Q8,てだこ商品券の利用期間中、平均客数は増加しましたか。

全体



項目	回答数
大きく増加した	32(10.4%)
多少増加した	155(50.3%)
ほとんど変わらない	96(31.2%)
わからない	25(8.1%)

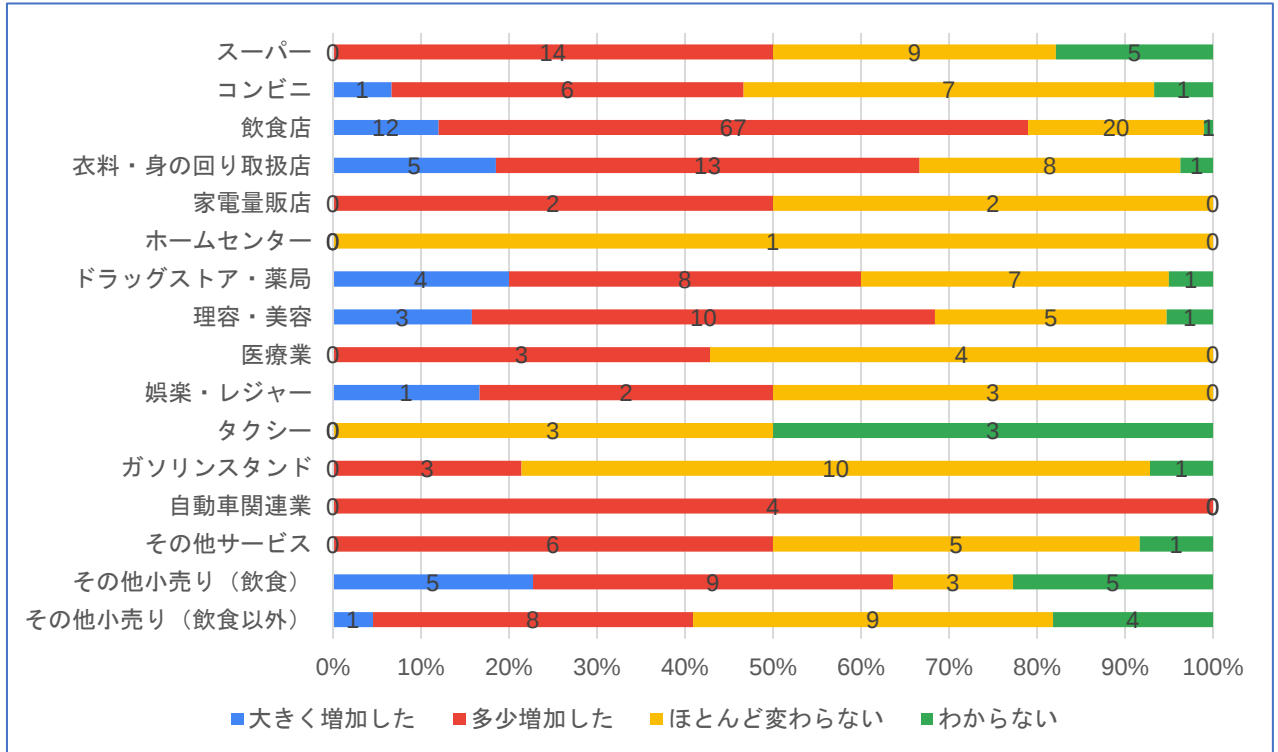
N = 308
単位：店舗
%

・てだこ商品券利用期間中、平均客数が増加した店舗は32店舗(10.4%)と回答。多少増加した店舗は、155店舗(50.3%)と回答し、全体で187店舗(60.7%)が平均客数が増加したと回答。てだこ商品券が平均客数の増加に繋がった。

事業者向けアンケート調査

Q8,てだこ商品券の利用期間中、平均客数は増加しましたか。

業種



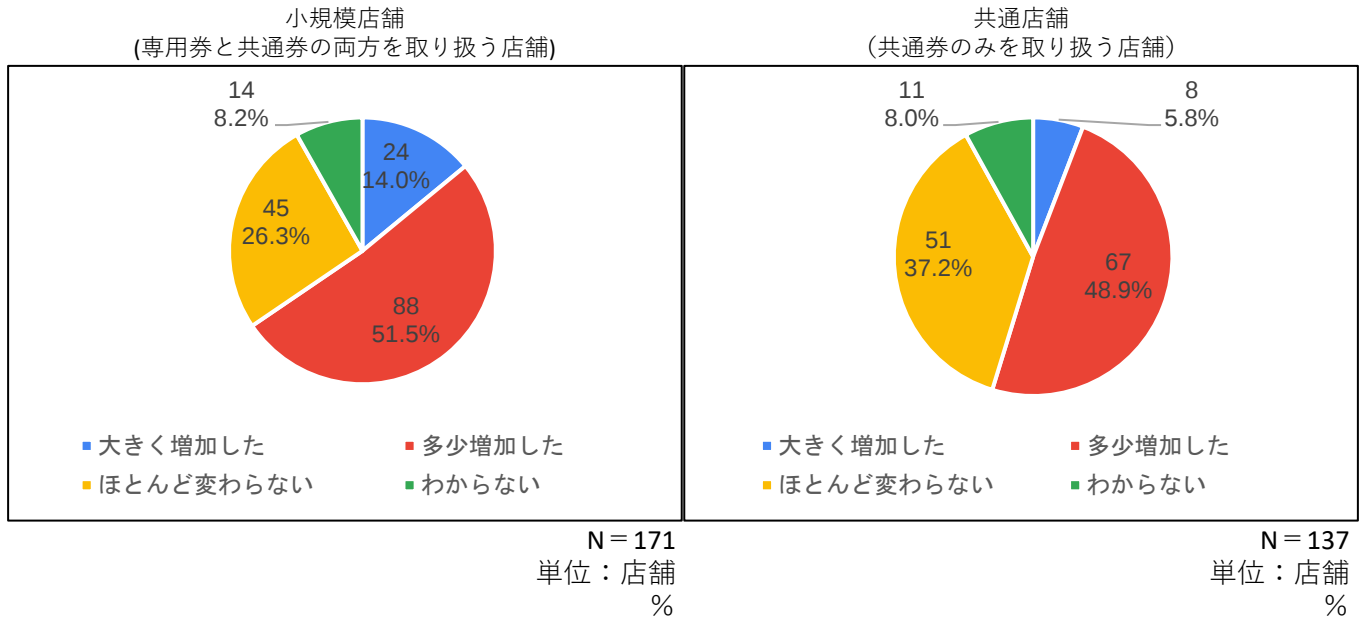
N = 308
単位：店舗

業種	大きく増加した		多少増加した		ほとんど変わらない		わからない		合計
スーパー	0	0.0%	14	50.0%	9	32.1%	5	17.9%	28
コンビニ	1	6.7%	6	40.0%	7	46.7%	1	6.7%	15
飲食店	12	12.0%	67	67.0%	20	20.0%	1	1.0%	100
衣料・身の回り取扱店	5	18.5%	13	48.1%	8	29.6%	1	3.7%	27
家電量販店	0	0.0%	2	50.0%	2	50.0%	0	0.0%	4
ホームセンター	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	0	0.0%	1
ドラッグストア・薬局	4	20.0%	8	40.0%	7	35.0%	1	5.0%	20
理容・美容	3	15.8%	10	52.6%	5	26.3%	1	5.3%	19
医療業	0	0.0%	3	42.9%	4	57.1%	0	0.0%	7
娯楽・レジャー	1	16.7%	2	33.3%	3	50.0%	0	0.0%	6
タクシー	0	0.0%	0	0.0%	3	50.0%	3	50.0%	6
ガソリンスタンド	0	0.0%	3	21.4%	10	71.4%	1	7.1%	14
自動車関連業	0	0.0%	4	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	4
その他サービス	0	0.0%	6	50.0%	5	41.7%	1	8.3%	12
その他小売り（飲食）	5	22.7%	9	40.9%	3	13.6%	5	22.7%	22
その他小売り（飲食以外）	1	4.5%	8	36.4%	9	40.9%	4	18.2%	22

N = 308
単位：店舗,%

事業者向けアンケート調査

Q8、てだこ商品券の利用期間中、平均客数は増加しましたか。



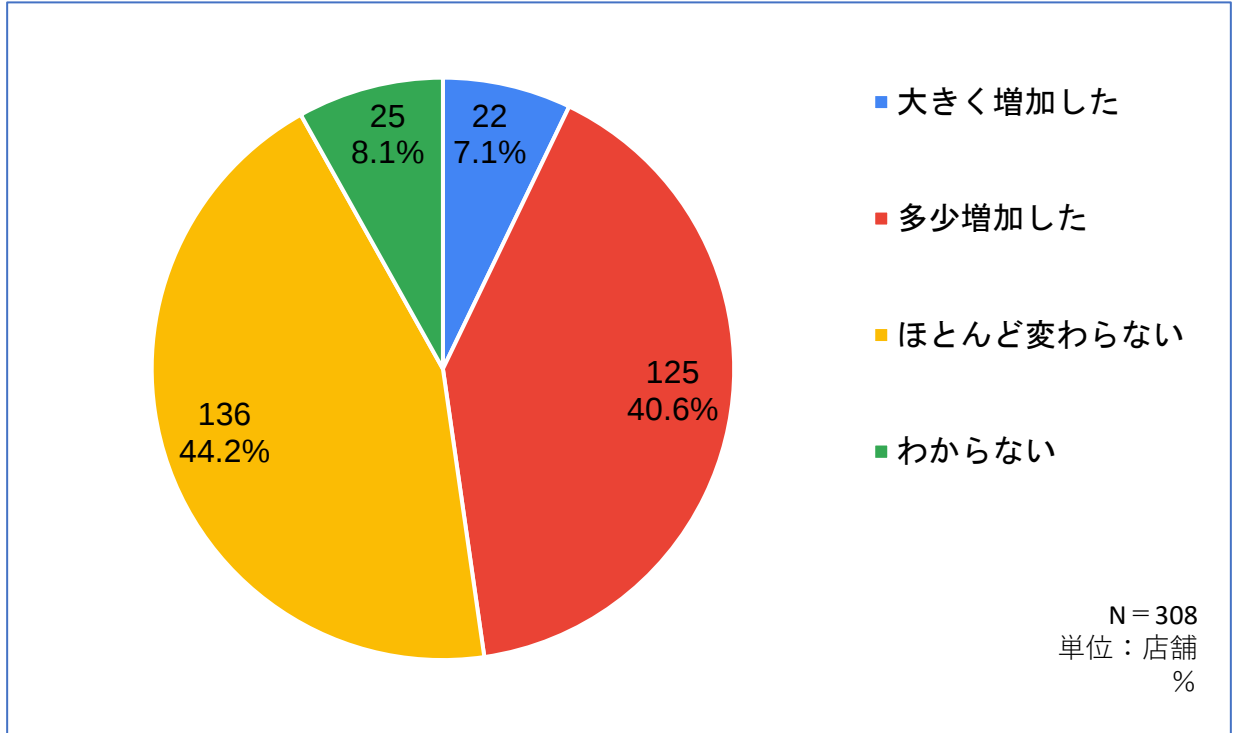
区分	小規模店舗 (専用券と共通券の両方を取り扱う店舗)	共通店舗 (共通券のみを取り扱う店舗)
大きく増加した	24(14.0%)	8(5.8%)
多少増加した	88(51.5%)	67(48.9%)
ほとんど変わらない	45(26.3%)	51(37.2%)
わからない	14(8.2%)	11(8.0%)

N = 308
単位：店舗
%

事業者向けアンケート調査

Q9,てだこ商品券の利用期間中、客単価は増加しましたか。

全体



項目	回答数
大きく増加した	22(7.1%)
多少増加した	125(40.6%)
ほとんど変わらない	136(44.2%)
わからない	25(8.1%)

N = 308
単位：店舗
%

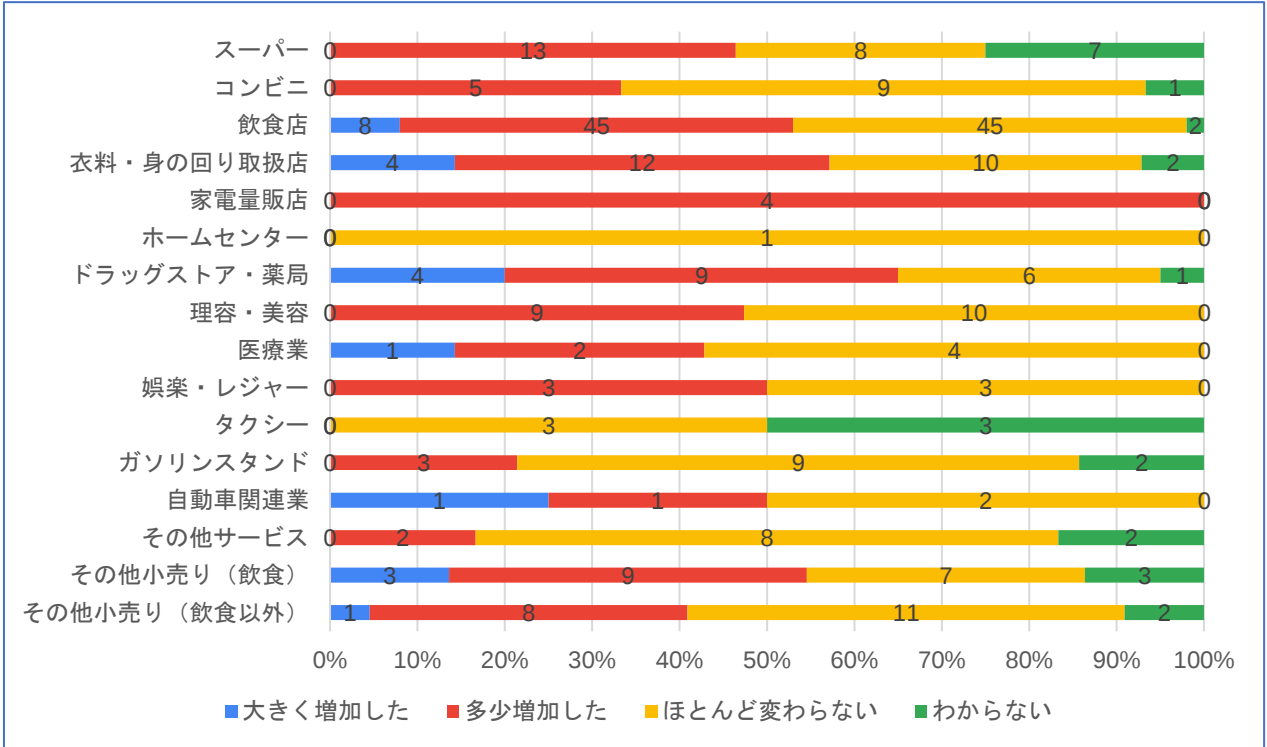
・てだこ商品券利用期間中、客単価が増加した店舗は22店舗(7.1%)と回答。多少増加した店舗は、125店舗(40.6%)と回答し、全体で147店舗(47.7%)が客単価が増加したと回答。てだこ商品券が客単価の増加に繋がった。

事業者向けアンケート調査

Q9、てだこ商品券の利用期間中、客単価は増加しましたか。

業種

N = 308
単位：店舗



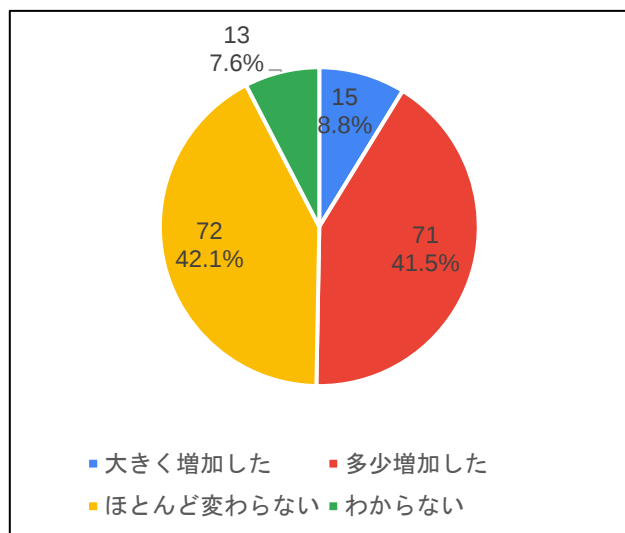
N = 308
単位：店舗、%

業種	大きく増加した		多少増加した		ほとんど変わらない		わからない		合計
スーパー	0	0.0%	13	46.4%	8	28.6%	7	25.0%	28
コンビニ	0	0.0%	5	33.3%	9	60.0%	1	6.7%	15
飲食店	8	8.0%	45	45.0%	45	45.0%	2	2.0%	100
衣料・身の回り取扱店	4	14.3%	12	42.9%	10	35.7%	2	7.1%	28
家電量販店	0	0.0%	4	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	4
ホームセンター	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	0	0.0%	1
ドラッグストア・薬局	4	20.0%	9	45.0%	6	30.0%	1	5.0%	20
理容・美容	0	0.0%	9	47.4%	10	52.6%	0	0.0%	19
医療業	1	14.3%	2	28.6%	4	57.1%	0	0.0%	7
娯楽・レジャー	0	0.0%	3	50.0%	3	50.0%	0	0.0%	6
タクシー	0	0.0%	0	0.0%	3	50.0%	3	50.0%	6
ガソリンスタンド	0	0.0%	3	21.4%	9	64.3%	2	14.3%	14
自動車関連業	1	25.0%	1	25.0%	2	50.0%	0	0.0%	4
その他サービス	0	0.0%	2	16.7%	8	66.7%	2	16.7%	12
その他小売り（飲食）	3	13.6%	9	40.9%	7	31.8%	3	13.6%	22
その他小売り（飲食以外）	1	4.5%	8	36.4%	11	50.0%	2	9.1%	22

事業者向けアンケート調査

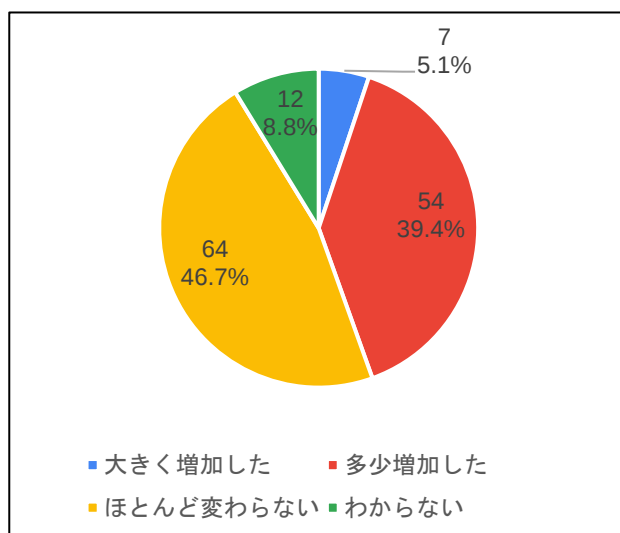
Q9,てだこ商品券の利用期間中、客単価は増加しましたか。

小規模店舗
(専用券と共通券の両方を取り扱う店舗)



N = 171
単位：店舗
%

共通店舗
(共通券のみを取り扱う店舗)



N = 137
単位：店舗
%

区分	小規模店舗 (専用券と共通券の両方を取り扱う店舗)	共通店舗 (共通券のみを取り扱う店舗)
大きく増加した	15(8.8%)	7(5.1%)
多少増加した	71(41.5%)	54(39.4%)
ほとんど変わらない	72(42.1%)	64(46.7%)
わからない	13(7.6%)	12(8.8%)

N = 308
単位：店舗
%

事業者向けアンケート調査

Q10,てだこ商品券の利用期間中、平均して月にどれくらい売上額が増加しましたか。

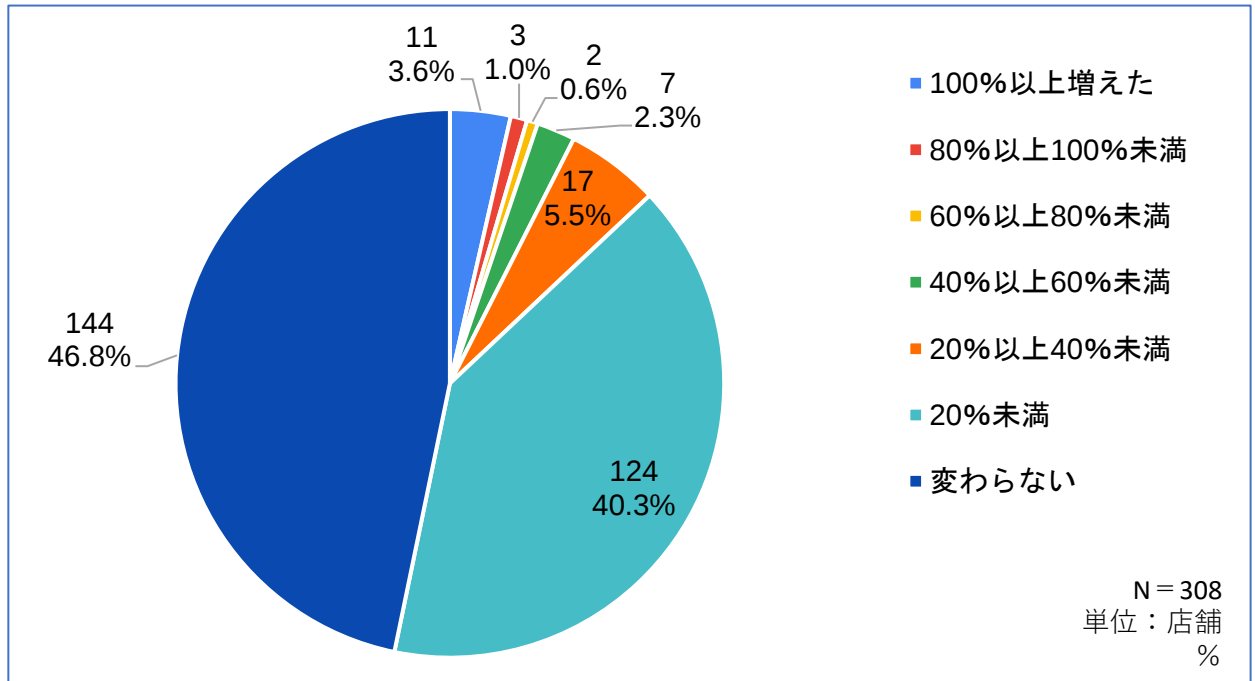
308店舗合計
“91,314,675円”

1店舗平均で“約296,476円”
月の売上額増加という結果となった。

事業者向けアンケート調査

Q11,上記回答の増加額は、てだこ商品券事業開始前と比べて何%の増加でしょうか。

全体

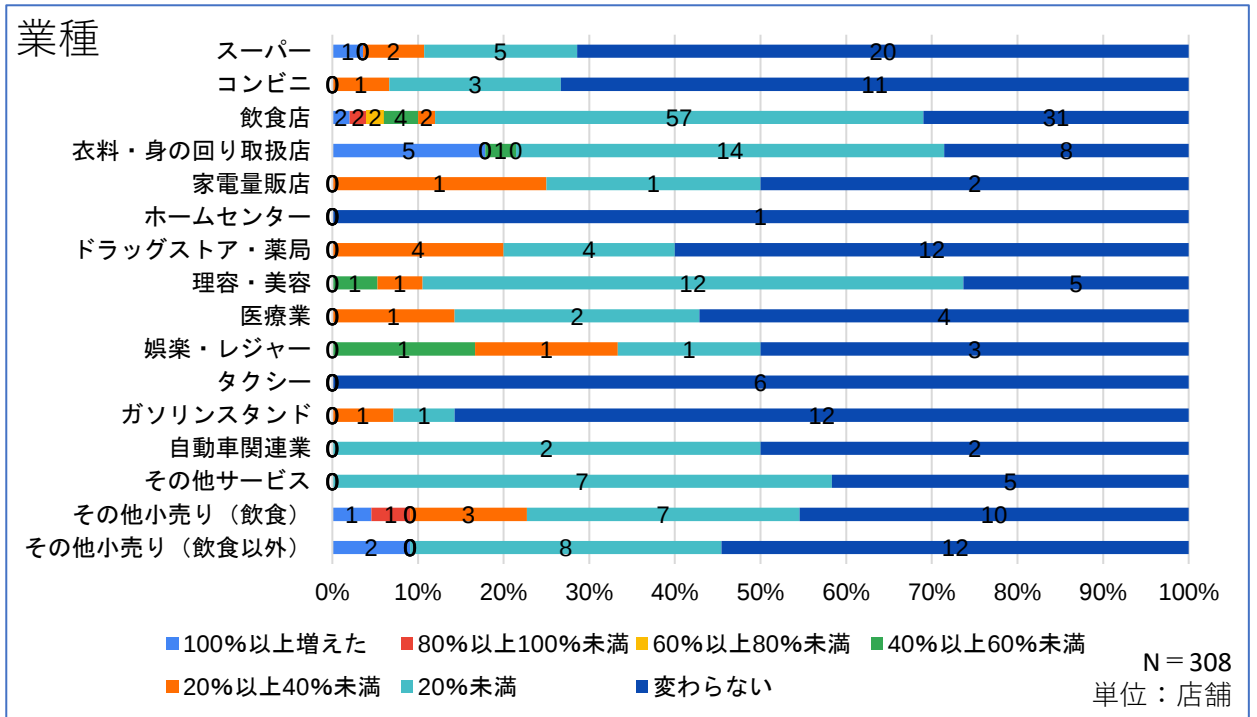


項目	回答数
100%以上増えた	11(3.6%)
80%以上100%未満	3(1.0%)
60%以上80%未満	2(0.6%)
40%以上60%未満	7(2.3%)
20%以上40%未満	17(5.5%)
20%未満	124(40.3%)
変わらない	144(46.8%)

N = 308
単位：店舗
%

事業者向けアンケート調査

Q11,上記回答の増加額は、てだこ商品券事業開始前と比べて何%の増加でしょうか。

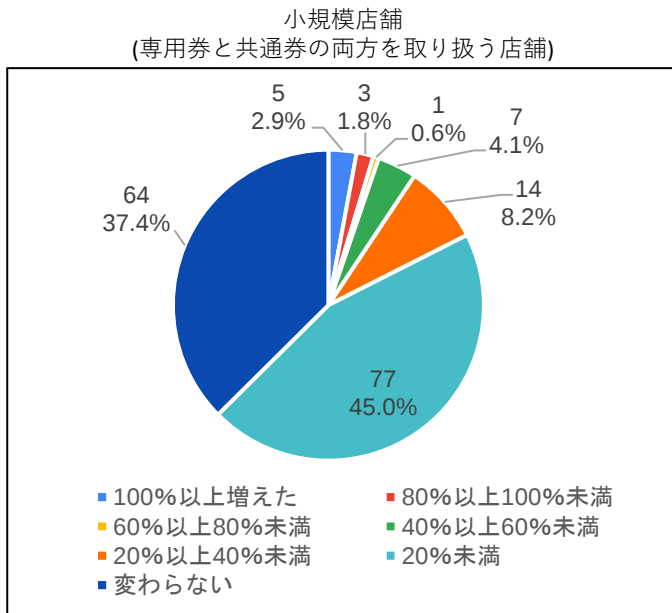


業種	100%以上増えた		80%以上100%未満		60%以上80%未満		40%以上60%未満		20%以上40%未満		20%未満		変わらない		合計
スーパー	1	3.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	7.1%	5	17.9%	20	71.4%	28
コンビニ	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.7%	3	20.0%	11	73.3%	15
飲食店	2	2.0%	2	2.0%	2	2.0%	4	4.0%	2	2.0%	57	57.0%	31	31.0%	100
衣料・身の回り取扱店	5	17.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%	0	0.0%	14	50.0%	8	28.6%	28
家電量販店	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	25.0%	1	25.0%	2	50.0%	4
ホームセンター	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	1
ドラッグストア・薬局	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	20.0%	4	20.0%	12	60.0%	20
理容・美容	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.3%	1	5.3%	12	63.2%	5	26.3%	19
医療業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	14.3%	2	28.6%	4	57.1%	7
娯楽・レジャー	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	16.7%	1	16.7%	1	16.7%	3	50.0%	6
タクシー	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	100.0%	6
ガソリンスタンド	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.1%	1	7.1%	12	85.7%	14
自動車関連業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	50.0%	2	50.0%	4
その他サービス	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	7	58.3%	5	41.7%	12
その他小売り（飲食）	1	4.5%	1	4.5%	0	0.0%	0	0.0%	3	13.6%	7	31.8%	10	45.5%	22
その他小売り（飲食以外）	2	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	8	36.4%	12	54.5%	22

N = 308
単位：店舗,%

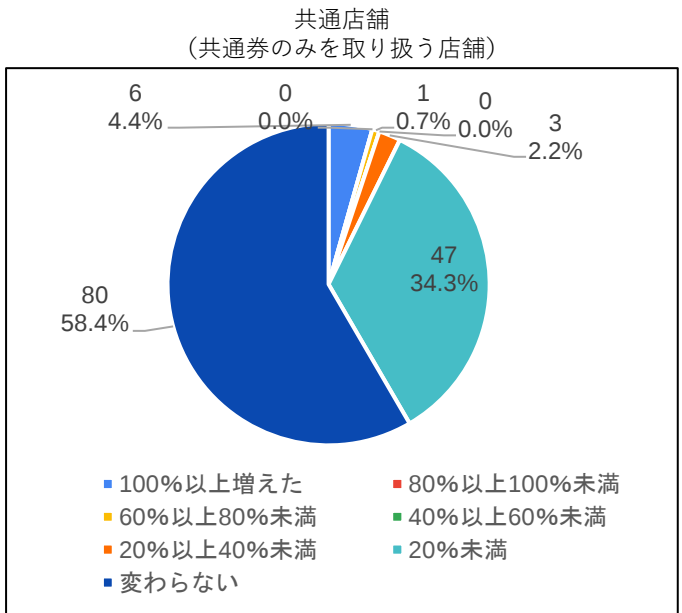
事業者向けアンケート調査

Q11,上記回答の増加額は、てだこ商品券事業開始前と比べて何%の増加でしょうか。



N = 171

単位：店舗
%



N = 137

単位：店舗
%

区分	小規模店舗 (専用券と共通券の両方を取り扱う店舗)	共通店舗 (共通券のみを取り扱う店舗)
100%以上増えた	5(2.9%)	6(4.4%)
80%以上100%未満	3(1.8%)	0
60%以上80%未満	1(0.6%)	1(0.7%)
40%以上60%未満	7(4.1%)	0
20%以上40%未満	14(8.2%)	3(2.2%)
20%未満	77(45.0%)	47(34.3%)
変わらない	64(37.4%)	80(58.4%)

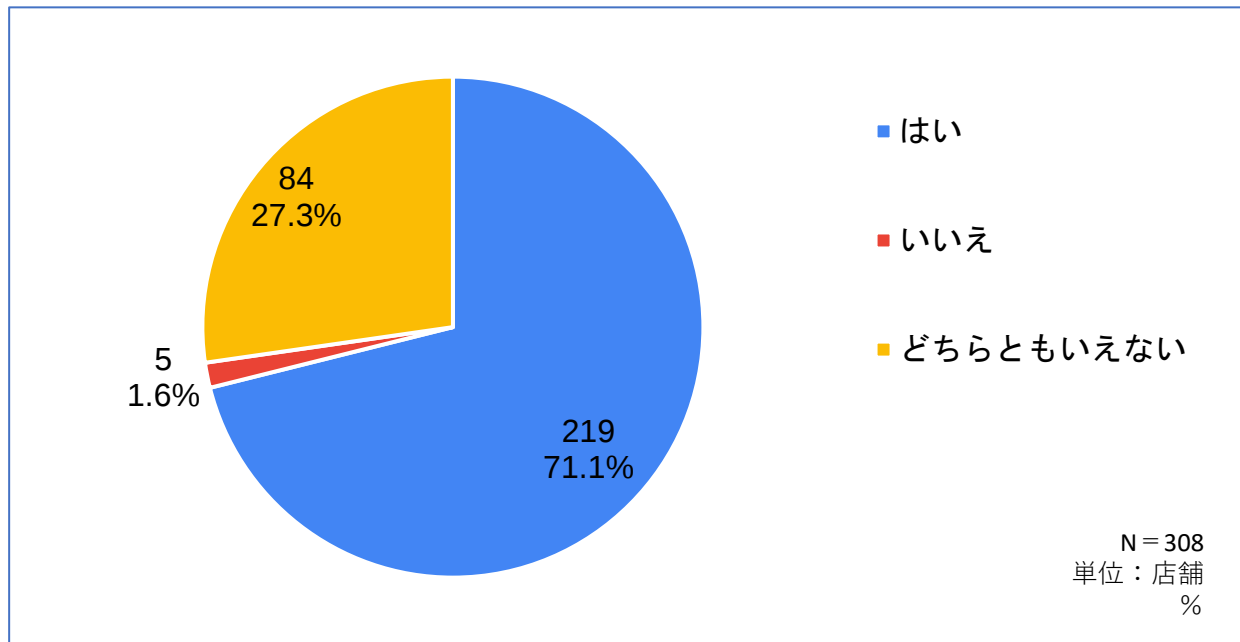
N = 308

単位：店舗
%

事業者向けアンケート調査

Q12,今回のてだこ商品券事業は支援につながりましたか。

全体



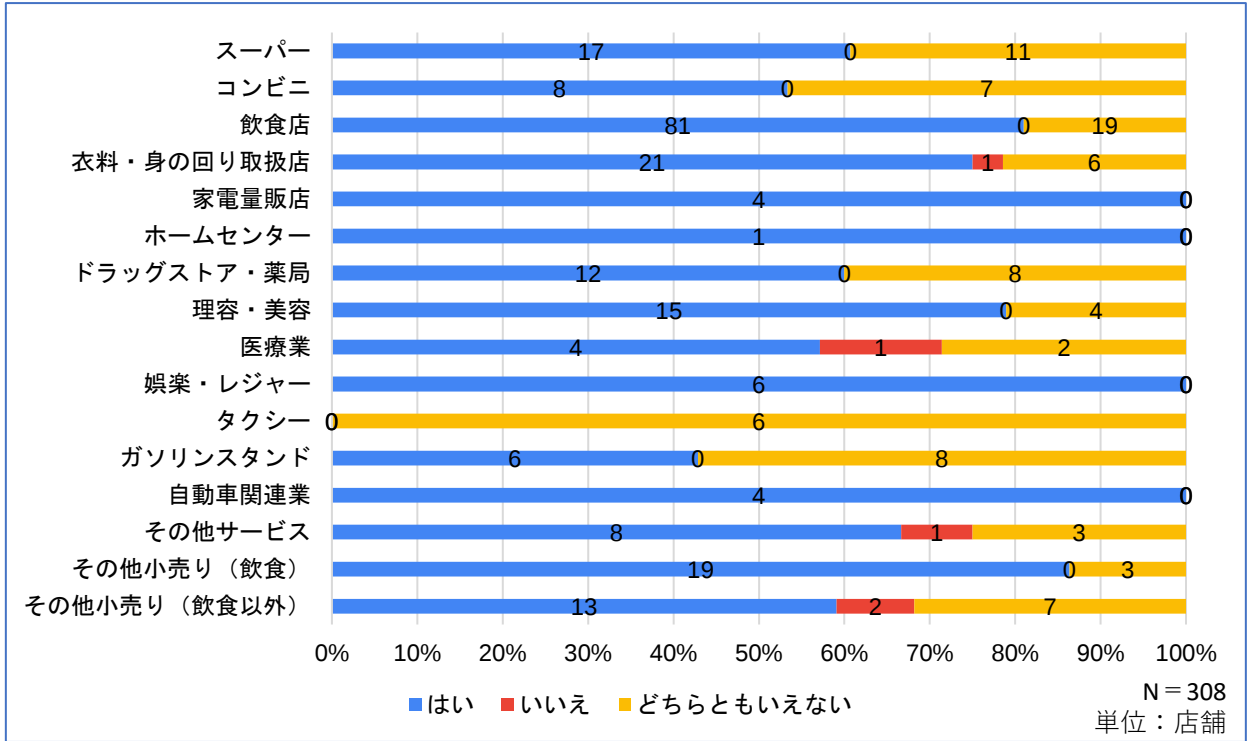
項目	回答数
はい	219(71.1%)
いいえ	5(1.6%)
どちらともいえない	84(27.3%)

N = 308
単位：店舗
%

事業者向けアンケート調査

Q12,今回のたこ商品券事業は支援につながりましたか。

業種



業種	はい		いいえ		どちらともいえない		合計
スーパー	17	60.7%	0	0.0%	11	39.3%	28
コンビニ	8	53.3%	0	0.0%	7	46.7%	15
飲食店	81	81.0%	0	0.0%	19	19.0%	100
衣料・身の回り取扱店	21	75.0%	1	3.6%	6	21.4%	28
家電量販店	4	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	4
ホームセンター	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1
ドラッグストア	11	57.9%	0	0.0%	8	42.1%	19
化粧品	3	60.0%	1	20.0%	1	20.0%	5
旅行業	1	50.0%	0	0.0%	1	50.0%	2
理容・美容	15	78.9%	0	0.0%	4	21.1%	19
病院・診療所・薬局	5	71.4%	1	14.3%	1	14.3%	7
娯楽・レジャー	7	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	7
タクシー	0	0.0%	0	0.0%	6	100.0%	6
ガソリンスタンド	6	42.9%	0	0.0%	8	57.1%	14
自動車関連	3	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	3
その他サービス	7	63.6%	1	9.1%	3	27.3%	11
その他小売り（飲食）	19	86.4%	0	0.0%	3	13.6%	22
その他小売り（飲食以外）	10	58.8%	1	5.9%	6	35.3%	17

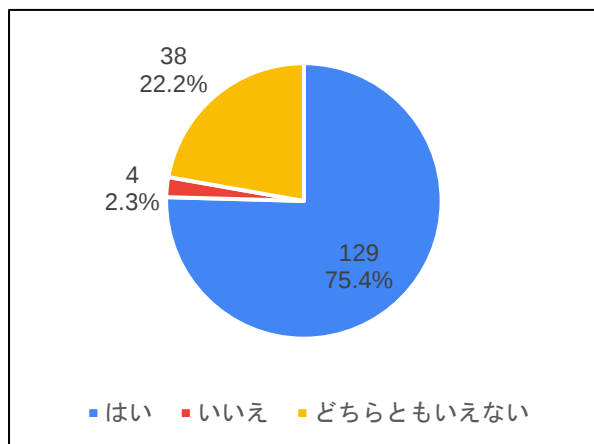
N = 308

単位：店舗,%

事業者向けアンケート調査

Q12,今回のたこ商品券事業は支援につながりましたか。

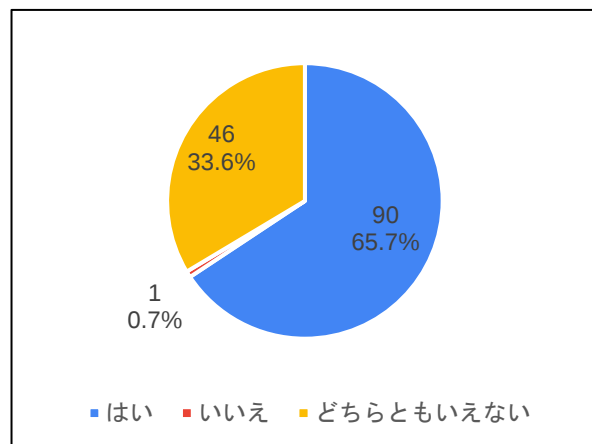
小規模店舗
(専用券と共通券の両方を取り扱う店舗)



N = 171

単位：店舗
%

共通店舗
(共通券のみを取り扱う店舗)



N = 137

単位：店舗
%

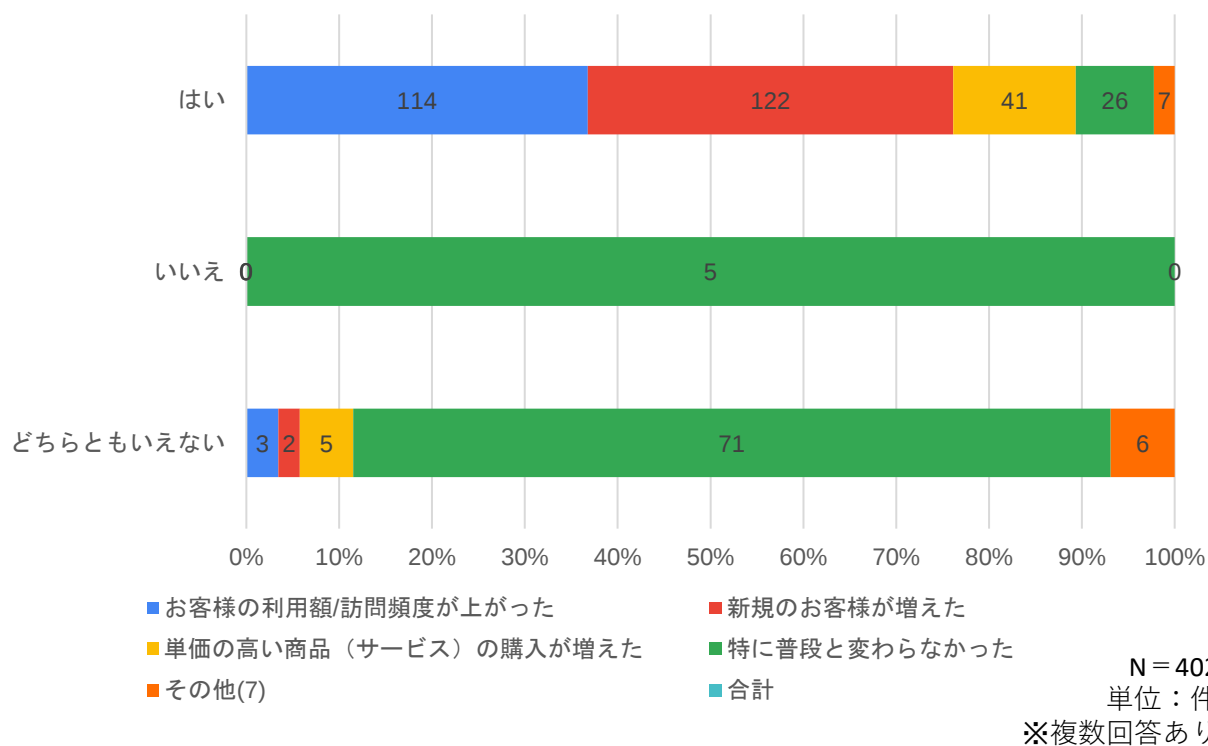
区分	小規模店舗 (専用券と共通券の両方を取り扱う店舗)	共通店舗 (共通券のみを取り扱う店舗)
はい	129(75.4%)	90(65.7%)
いいえ	4(2.3%)	1(0.7%)
どちらともいえない	38(22.2%)	46(33.6%)

N = 308

単位：店舗

事業者向けアンケート調査

Q13,上記の質問について、その理由をお聞かせください。(複数回答可)



N = 402
 単位：件
 ※複数回答あり

事業者向けアンケート調査

Q14,上記の質問で「その他」を選択された店舗は、具体的にご記入ください。

はい(7件)

商品券をお持ちになるお客様に対応できた

期間後半の駆け込み需要があった

外食意欲の後押しとなっていたと思います。

商品券の消化という感覚で、使用される方が多かった。

リピートして来店して頂いたお客様は特に金額は変わらなかった。

お店を知ってもらえた

当店を知ってもらえた

いいえ(0件)

どちらともいえない(6件)

3000円か5000円配布が良いのでは？

てだこ商品券利用時期は自店舗としてもギフト商品販売時期と重なり利用者様も1日2、3名様にとどまり、利用されない日もあった為。

てだこ商品券を使ったお客さまが多いと感じなかったので、当店に使用するお客様は少なかったように感じます

問い合わせは増えた

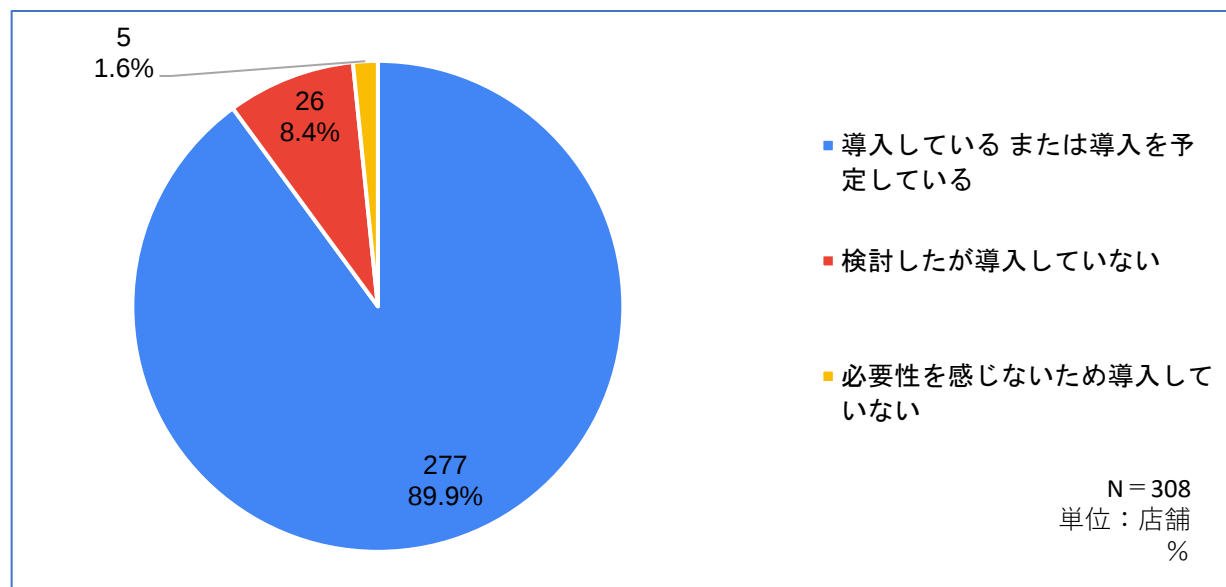
半月程の利用だった為、比較が難しい

利用方法の説明が増え従業員が対応に追われた。特に電子商品券

事業者向けアンケート調査

Q15,てだこ商品券以外のキャッシュレス決済の導入状況について教えてください。

全体

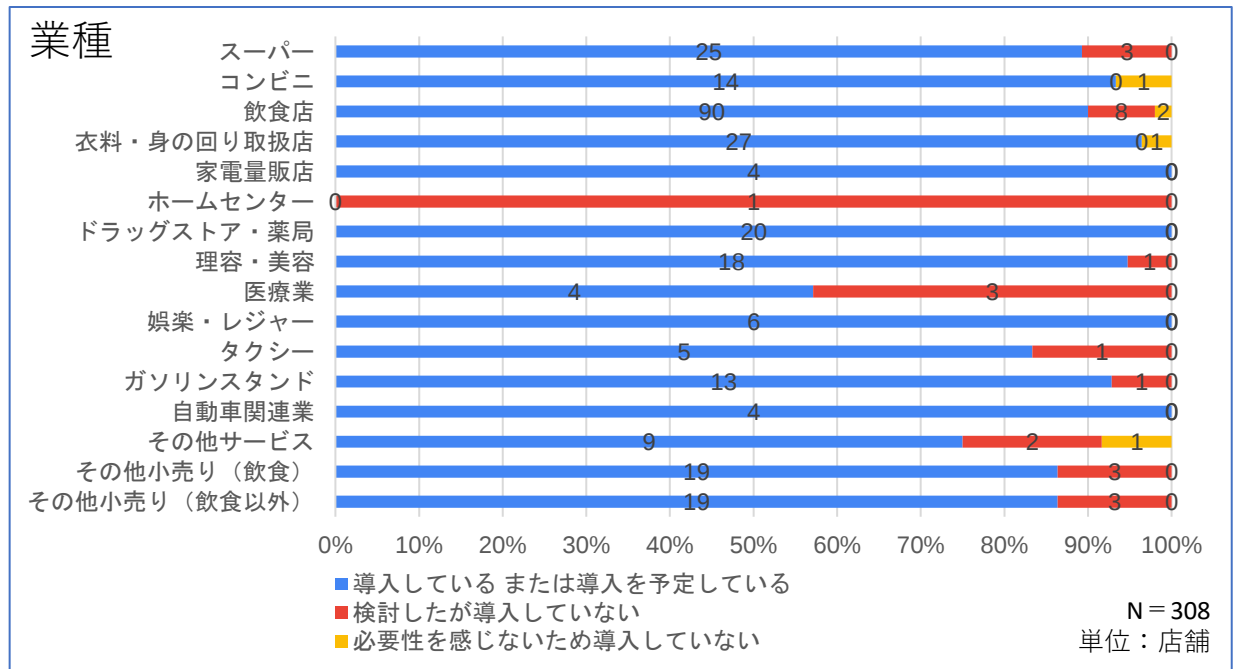


項目	回答数
導入している または導入を予定している	277
検討したが導入していない	26
必要性を感じないため導入していない	5

N = 308
単位：店舗
%

事業者向けアンケート調査

Q15,てだこ商品券以外のキャッシュレス決済の導入状況について教えてください。



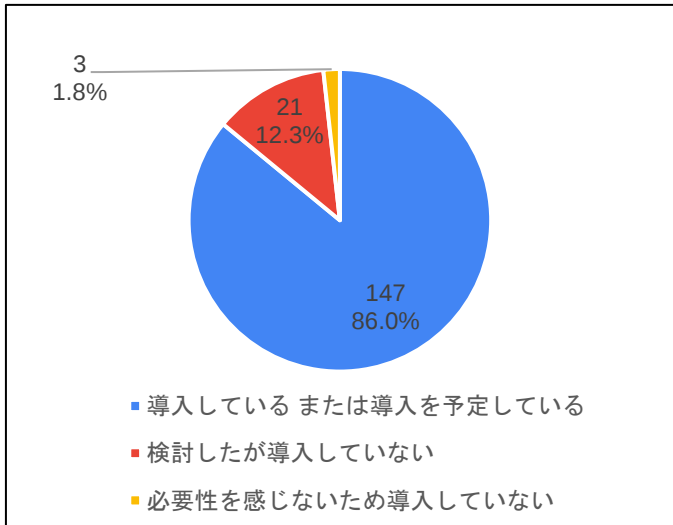
業種	導入している または導入を予定している		検討したが導入していない		必要性を感じないため導入していない		合計
スーパー	25	89.3%	3	10.7%	0	0.0%	28
コンビニ	14	93.3%	0	0.0%	1	6.7%	15
飲食店	90	90.0%	8	8.0%	2	2.0%	100
衣料・身の回り取扱店	27	96.4%	0	0.0%	1	3.6%	28
家電量販店	4	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	4
ホームセンター	0	0.0%	1	100.0%	0	0.0%	1
ドラッグストア・薬局	20	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	20
理容・美容	18	94.7%	1	5.3%	0	0.0%	19
医療業	4	57.1%	3	42.9%	0	0.0%	7
娯楽・レジャー	6	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	6
タクシー	5	83.3%	1	16.7%	0	0.0%	6
ガソリンスタンド	13	92.9%	1	7.1%	0	0.0%	14
自動車関連業	4	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	4
その他サービス	9	75.0%	2	16.7%	1	8.3%	12
その他小売り（飲食）	19	86.4%	3	13.6%	0	0.0%	22
その他小売り（飲食以外）	19	86.4%	3	13.6%	0	0.0%	22

N = 308
単位：店舗
%

事業者向けアンケート調査

Q15,てだこ商品券以外のキャッシュレス決済の導入状況について教えてください。

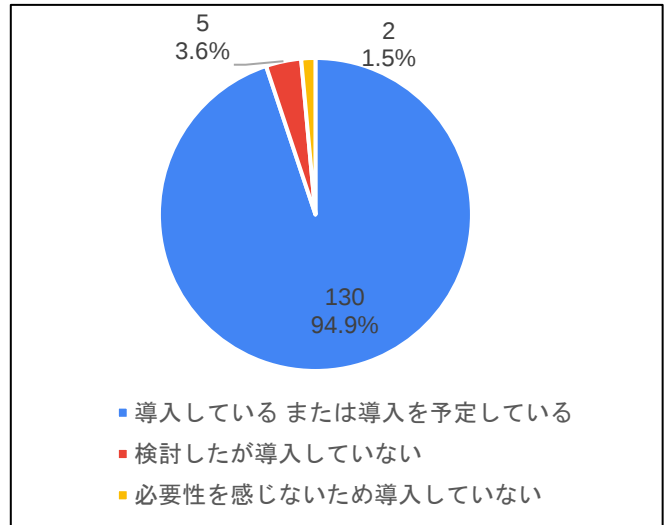
小規模店舗
(専用券と共通券の両方を取り扱う店舗)



N = 171

単位：店舗
%

共通店舗
(共通券のみを取り扱う店舗)



N = 137

単位：店舗
%

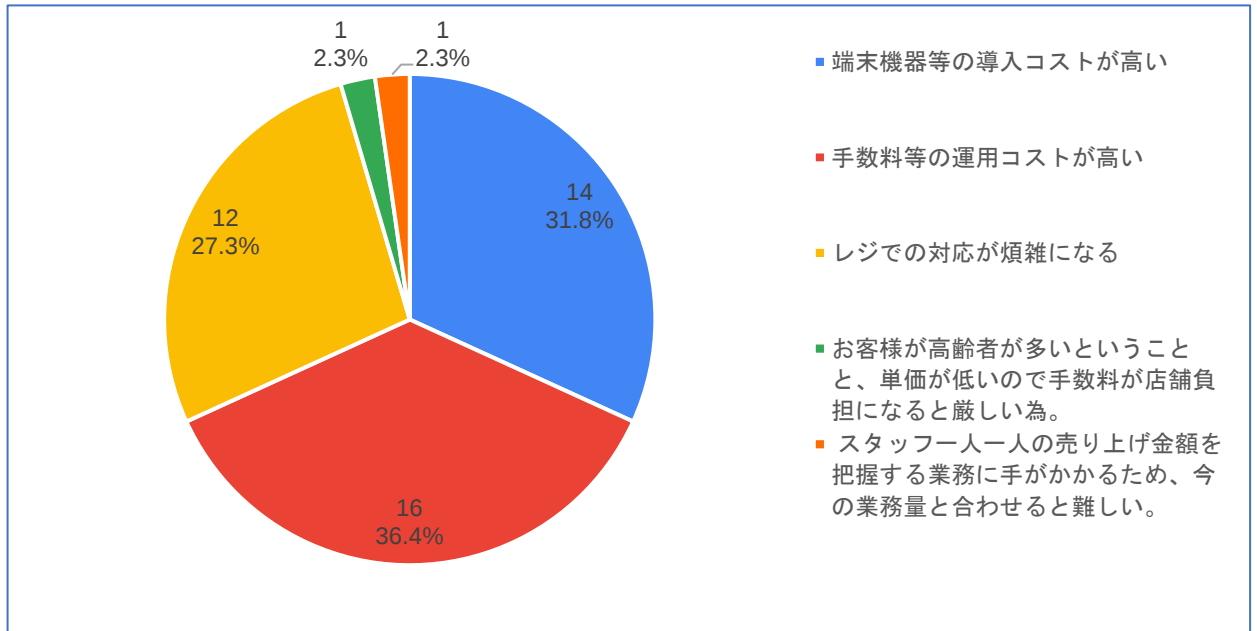
区分	小規模店舗 (専用券と共通券の両方を取り扱う店舗)	共通店舗 (共通券のみを取り扱う店舗)
導入している または 導入を予定している	147(86.0%)	130(94.9%)
検討したが導入していない	21(12.3%)	5(3.6%)
必要性を感じないため 導入していない	3(1.8%)	2(1.5%)

N = 308

単位：店舗

事業者向けアンケート調査

Q16,上記の質問でキャッシュレス決済を「検討したが導入していない」と回答した店舗へ質問です。これまで導入していなかった理由をお聞かせください。



N = 44

単位：件

%

※複数回答あり

項目	検討したが導入していない
端末機器等の導入コストが高い	14(31.8%)
手数料等の運用コストが高い	16(38.4%)
レジでの対応が煩雑になる	12(27.3%)
お客様が高齢者が多いということと、 単価が低いので手数料が店舗負担になると厳しい為。	1(2.3%)
スタッフ一人一人の売り上げ金額を把握する業務に 手がかるため、今の業務量と合わせると難しい。	1(2.3%)

N = 44

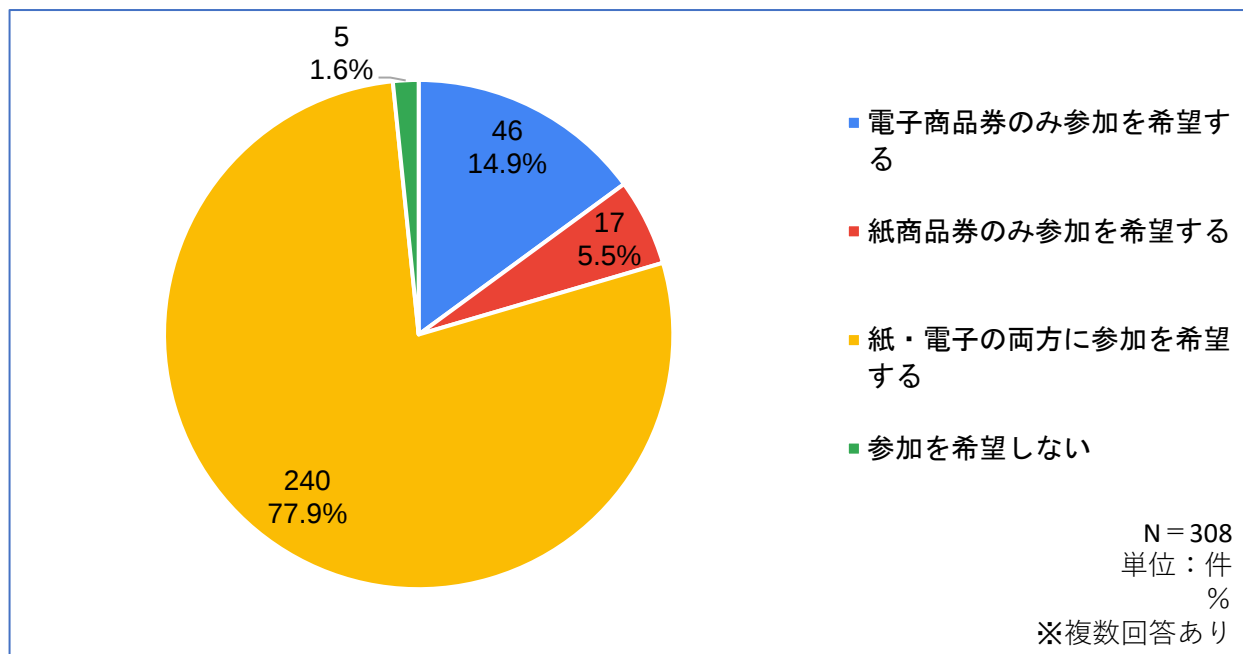
単位：件

%

※複数回答あり

事業者向けアンケート調査

Q16, 今後、同様の商品券事業があった場合、参加を希望しますか？



項目	回答数
電子商品券のみ参加を希望する	46(14.9%)
紙商品券のみ参加を希望する	17(5.5%)
紙・電子の両方に参加を希望する	240(77.9%)
参加を希望しない	5(1.6%)

N = 308
単位：件
%
※複数回答あり

事業者向けアンケート調査

Q18,ただこ商品券事業について、感想やご意見があればご記入ください。

N=162
※一部抜粋

好評・満足・良い点・評価

対象地域の方々に対して、非常に喜ばれた施策であったと思います。又、事業所にとっても多くの方々が利用する事によって経済効果をもたらしたと思います。

利用できる店舗一覧があり来店のきっかけに繋がったのはよかった。

売上向上と新規のお客さんが場所を知ってもらう良いきっかけになりました。

新規利用者（認知度）が大きく増加した事をとても感じており、感謝しております

電子決済があった事でスムーズに対応できました。

今回の電子は年齢に関係なく利用されていたのでとても良かったと思います。電子の方が紙に比べ発送の手間などがなくとても良かったと思います。

店舗側の負担なく利用者のお客様方へのご来店頻度の向上につながりました。ありがとうございました。

子育て世代の支援策として有効だと思う。中学校制服購入時期でもあり、当店でも購入件数が増えた。利用者・店舗側どちらも利用しやすく、換金手数料がかからない事も助かった。

電子クーポン導入に多少時間がかかったが、結果として紙クーポンよりも利用が多く、かつ全国旅行支援導入時にもたつくことなく導入できたので良かったです。

全国旅行支援キャンペーンより利用者が多かった。

初めて電子の取扱いをしました。

苦手意識がありましたが、思ったより簡単に、スムーズに操作できたのでとても便利だなと思いました。

紙は無駄が多いのが気になっていたのも、その点でも電子はいいなと思いました。

物価高になり買い控えの気運が高まる中、消費喚起の良い商品券施策になったと思います。

またの商品券事業の開催を期待しています。

電子決済が慣れてきて良いと思います

使う側、使われる側、どちらから見てもとても良い事業だったと思います。

ありがとうございました。

要望・提案・意見・改善点

電子商品券の使い方がわからないお客様が多く、ぼやきの声があった。また、コンビニで商品券を購入に行ったが完売と言われたとの、怒り声もあった。

ほか、弊社としてはイベント(てだこウォーク)で高単価の商品購入が数人いたことから、とても良かった。

売上と入金額の照合に苦労したので、改善が必要だと感じました。

紙商品券の入金は月末締め(到着締めは翌10日)翌月末までの支払いをお願いしたい。

当社のお客様にもご案内しましたが知っている方は半数以下でした。もっと周知させてほしい

アプリの不具合で一時的に利用できない時間帯があり、一部のお客様からお叱りを受けた。復旧のお知らせのみで、お詫びがない。

処方せんの医薬品代で使用したいという声が多く上がりました。また、電子商品券で店舗側から、お客様の画面表示の依頼をしづらいことがあり、「店舗側に見せて下さい」との表示があれば尚気軽に提示してもらえるかと思います（すでに導入していたら申し訳ありません）

販促物の改善としてももう少し大きめのウィンドステッカーが欲しい。

紙商品券の郵送のタイミングにより換金にタイムラグが生じる

若い方がメインの客層だと電子も良いと思いますが、年配の方がメインですとやはり紙の方が扱いやすいように感じました。まだまだ地域に配慮して頂き、もう少し紙寄りの運営をして頂きたいなと感じました。

電子システム障害発生時に店舗へ問い合わせがあったが、事務局へ連絡が繋がらずお客さまへの対応が出来なかった。紙商品券の換金の際に封筒に入りきらなく発送に手間取った。

高齢者や障がい者が参加しにくい

封筒 のぼり ポスター シール 説明書などその他にお金使すぎる

決済画面の店舗名が小さく、画面を覗き込まないと確認できないので改善して欲しい。

電子について、お客様が直接入力だと金額入力ミス等は発生しやすいためQRコード掲示でお店側が金額打ち込みの方が確認しやすいように感じます。

処理やお会計の手間はないが、紙の商品券の場合は数え間違い、共通券・小規模店用の見間違いが起きるので電子の方がミスが少なくお会計できると思う。

2月末に駆け込みで購入しに来店された方が結構いたので良かったです。

共通券と専用券に分けずに統一してほしい。

向けアンケート調査

Q19,今後、市が行う経済施策としてどのような施策を希望しますか。

N = 105

※一部抜粋

要望・提案・意見・改善点
那覇市、北谷町等と比較し観光客を誘致できるような場所がないのと思うのですがと同時にアイデアも少ないと思います。アイデアと実行力次第で色々可能性があると思うので、地域と行政が一体となる機会を設けて、まずは行政から盛り上げるためのリーダーシップをとっていただけると助かります。
子供の貧困率を下げるための、飲食店でのサポートができる何かを作って欲しい。
浦添市の特産物に注力しては？有れば強化、無ければ作る。企業、個人、学校、一般市民の皆で考える。出来たら育てる。長期的にやる。
商品券自体を購入できない人(低所得者、高齢者)が多いこともあり、一律の金券(市内業者どこでも使える)を考えてほしい。子育て世代や、ひとり親家庭など、経済的にお金が必要な家庭に、電子チケットは有効のような気がします。
その世代に特化した、経済施策、サービス提供があれば、嬉しいと言う方が多かったです。
マーケティングのための看板設置やHPの充実・チラシ作成などの使いやすい補助金があれば助かります。
コロナ禍前に比べて大きく売上が落ち込んでいる会社や店舗には給付金などの支援も必要ではないかと考えます。
キャッシュレス決済は特に継続して欲しいです。キャッシュレス決済に慣れてもらう為。
飲食店だけで使える金券発売！
何処でも使えると結局、普段のスーパーなどの買い物で消費してしまう方が多いのでは？
てだこ祭りが大盛況だったので、同じ会場で飲食イベントなどを開催してみても高い集客と購買を見込めると思う。
旅行者支援
マイナポイントの還元施策で、電子マネーのEdyご利用のお客様で「役所にサンエーさんで出来るといわれた」とカードの発行業務以外の業務（マイナンバーの紐づけ登録やアプリの登録、マイナンバーカードの発行手続き？）を依頼される事があり困っています。
難しいこともあるかと思いますが、ご周知頂けましたら幸いです。
買い物金額に応じて、浦添通貨的なポイントが貯まるとかボランティア活動（例えば子育て応援）とか、ゴミ拾い、浦添の歴史について学ぶとか。地元にもっと関心を持てる仕組み作りを期待します！
エアレジ等のキャッシュレス決済レジ導入に関する支援
物価上昇等の影響を鑑みて浦添市としての臨機応変な対応を応援しております。
今後も地域活性化に向けた施策がどんどん出て、そこに積極的に参加させていただきたいと考えております
今後とも宜しくお願い致します。
宜野湾市のように、各世帯に1人3000円分の買い物チケットを配布してもらえたら助かるなと思います。
物価高に伴い、小売りににとっては厳しい状況なので今後お客様にとってメリットのある商品券の販売等は継続して欲しい。
介護用品も値上がりしているので、介護をしている方の支援も積極的に行って欲しい。
地元商品のPRができる施策を行ってほしい
てだこ商品券の様にみんなに還元できるような取り組み！
浦添市は他の市町村に比べ施策がしっかりとなされていると感じます。今後も継続頂けると市民は喜ぶと思います。
ずっと継続は厳しいとは思いますが、定期的に商品券事業を実施して欲しいです。宜しくお願い致します。
浦添地区米軍施設を撤去、そこに企業を誘致できれば浦添市は確実に発展する。