



**取組を進めていく中での課題・問題点 ～ 事務作業の効率化等**

- 1 商品券の発売時に、販売窓口が混雑した。
- 2 商品券の利用が一部の町民にとどまり、特に高齢者の利用が少ない状況があった。

**創意工夫した点 ～ 商工会との連携・強化、アイデアと実施**

**1 販売業務の円滑化**

商品券の販売は、今年で6年8回目となり、当初、商品券の発売時には大変混雑していたが、防災無線、CATV、町広報誌等を活用したPRや販売方法の工夫により、販売業務を円滑に行えるようになった。

**2 町民への周知**

利用が一部の町民にとどまらないよう、多くの町民に商品券の販売を知らせるため、新聞への掲載や町広報誌への差し込みチラシのほか、無線放送(数回)を活用して広く周知を図った。

**3 多くの町民の利用**

多くの町民が利用できるよう、一人5セット(5万円)、一世帯30万円までの販売とし、チラシ(購入引換券)にナンバリングして確認した。

**4 高齢者の利用**

高齢者の利用促進を図るため、商品券発売日を年金受給日の直後とした。併せて、交通弱者対策として、発売日初日はデマンド交通「せらまちタクシー」を運行させるなど、高齢者の利便性の確保に努めた。

(チラシ(購入引換券))  
ナンバリング箇所

**取組の成果(効果) ～ 当該事業の認知度・期待度・活用度の高まり**

今年で6年8回目を迎えるが、毎年、好評を博している。商品券の販売開始から完売まで、当初1回目においては1ヶ月強の期間を要したが、本年は4日で売れ切れとなった。平日のみ運行しているデマンド交通「せらまちタクシー」を高齢者・交通弱者対策として発売日の日曜日にも運行し、多くの方に利用され、喜ばれている。

発売後、約半月で5千万円を超える利用があるなど、商品券の取組が広く浸透しており、町外の大型量販店を利用していた町民が、町内の小売店を利用するきっかけになっている。

[多くの町民に親しまれ、期待されている事業である。(25年度加盟店210社、商品券回収率99.8%)]

**今後の展開 ～ 更なる活況を促すため取組の模索**

- 1 商工事業者や町民の声を聞くとともに、今後の消費動向を注視し、事業の拡大等を検討する。
- 2 商品券の回収・換金事務が煩雑となっており、作業を軽減する方法を検討する。

**他団体へのアドバイス ～ 3つのポイント**

- 1 地元商店の活性化にとどまらず、地域活動の活発化につながる好循環を構築するためには、一過性ではなく、継続的な取組が不可欠である。
- 2 より大きな成果を上げるためには、地元商店の幅広い参加を得るとともに、町民への取組、意義の普及浸透が重要となる。