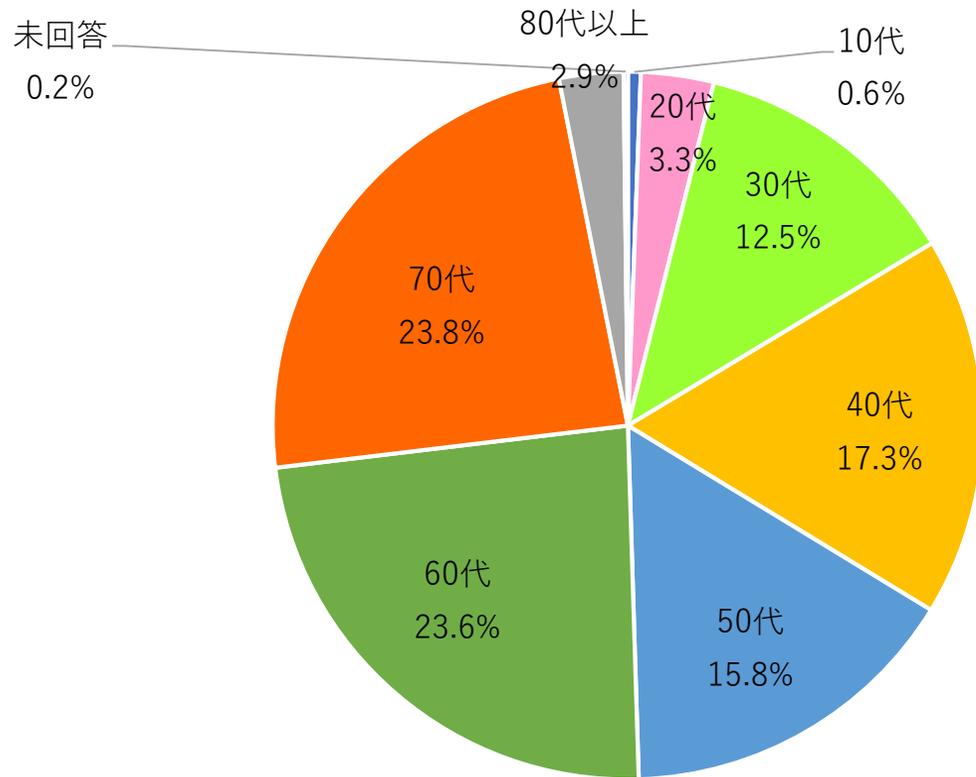


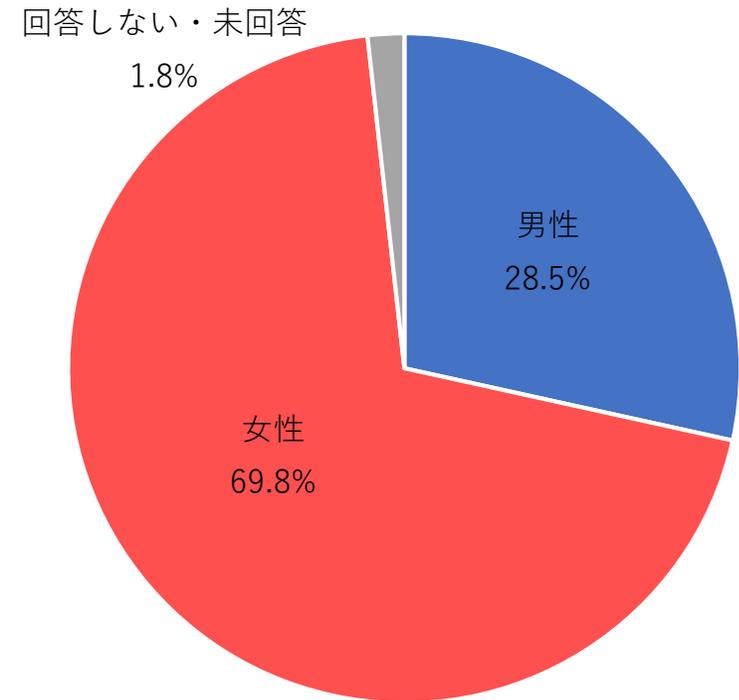
❖回答者の属性

回答者の年代



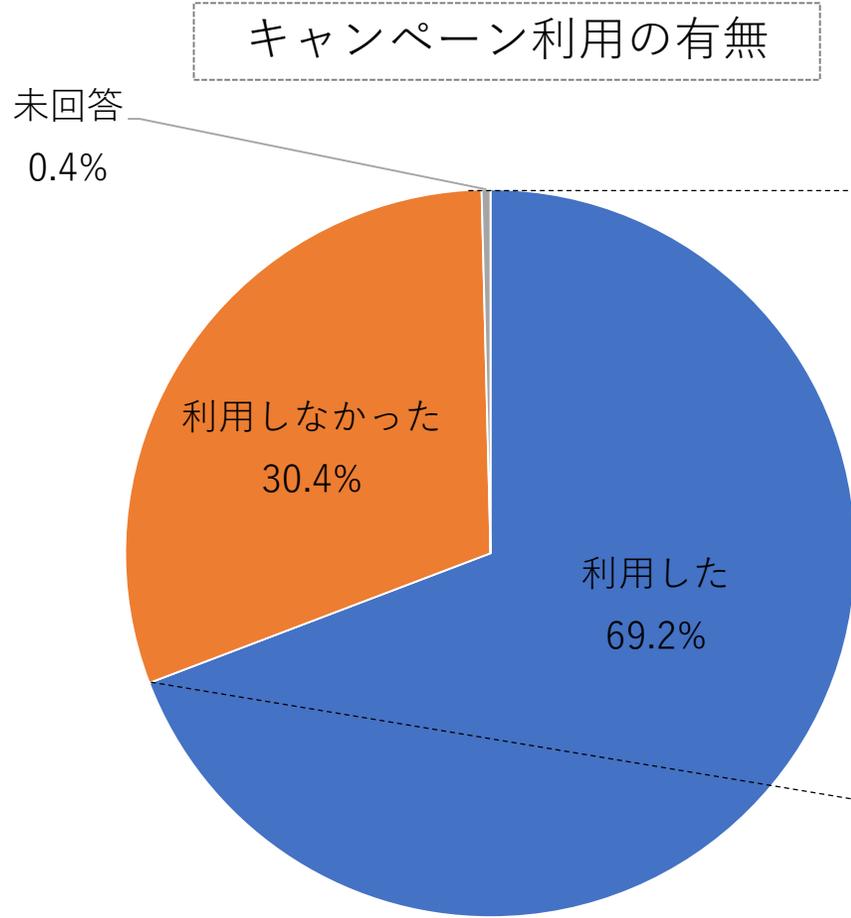
▷70代の方が23.8%と最も多く、次いで60代の方が23.6%

回答者の性別

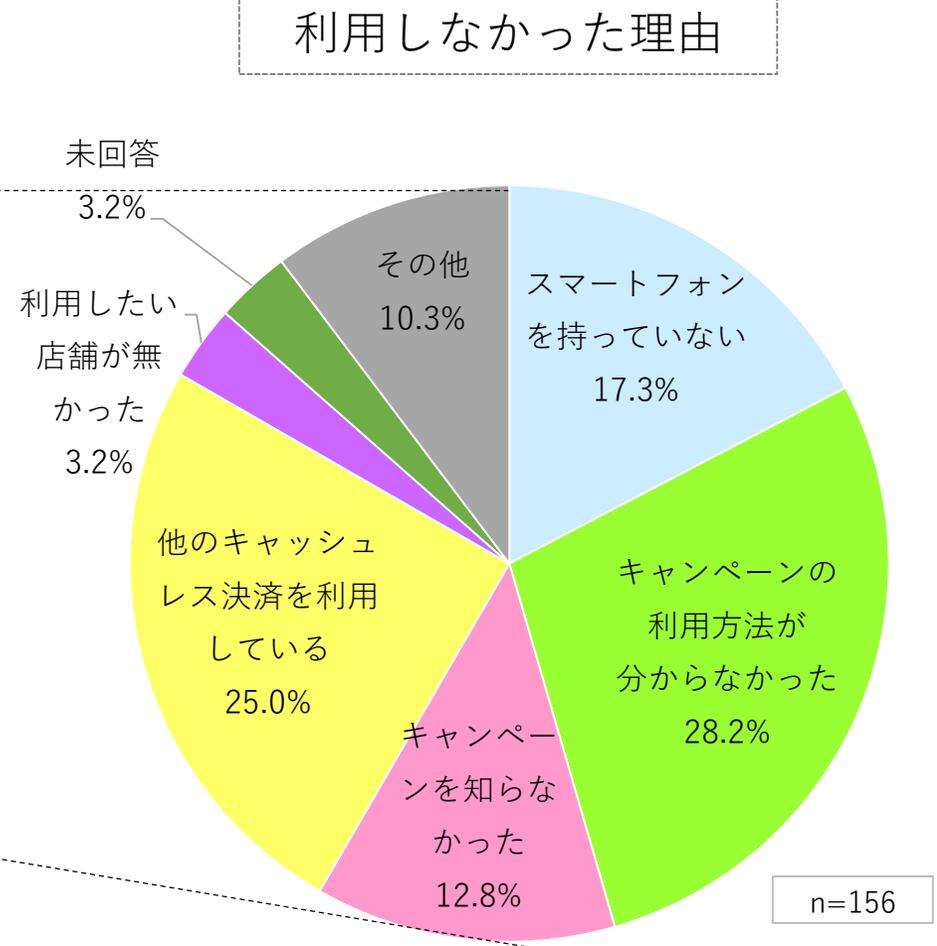


▷女性が69.8%と半数以上を占める

◆キャンペーンの利用について

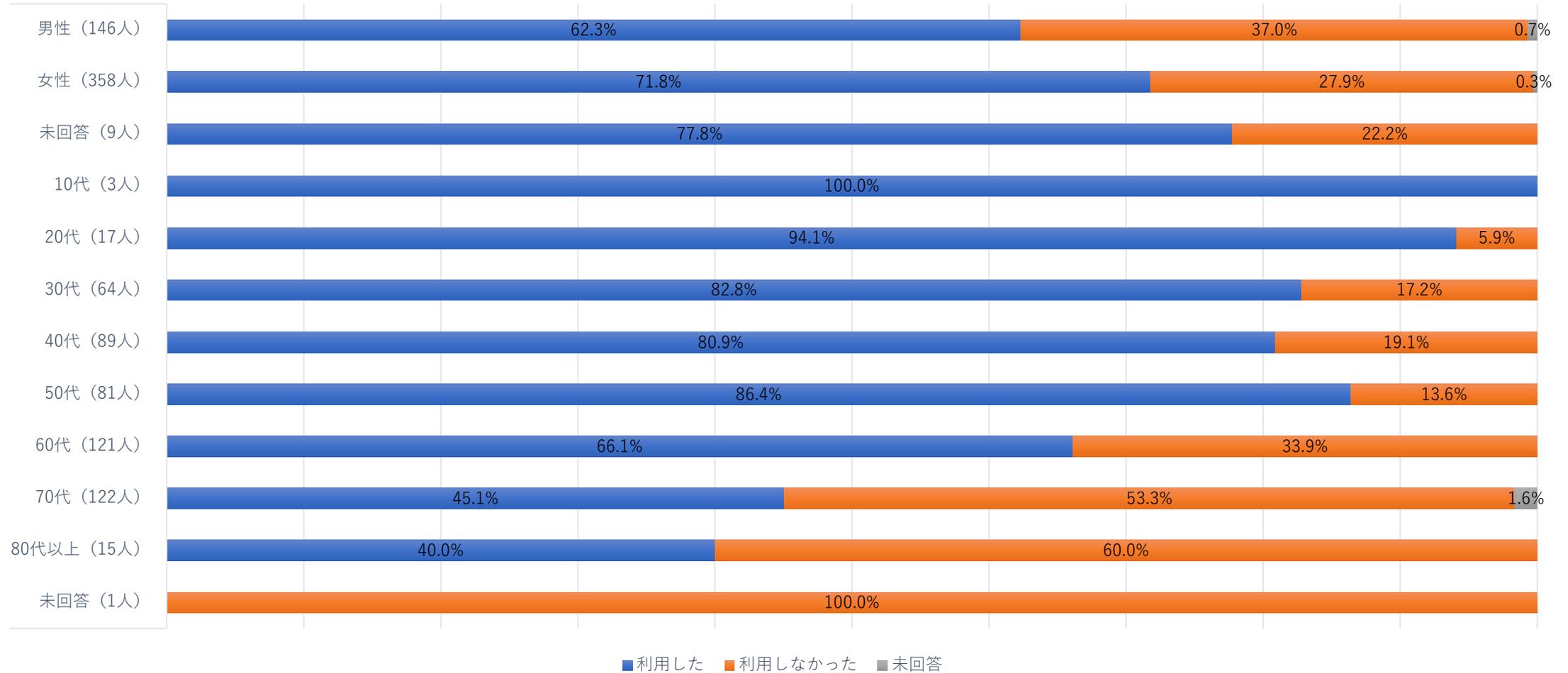


▷ 利用しなかった方は30.4%



▷ 「キャンペーンの利用方法が分からなかった」が28.2%で最も多い

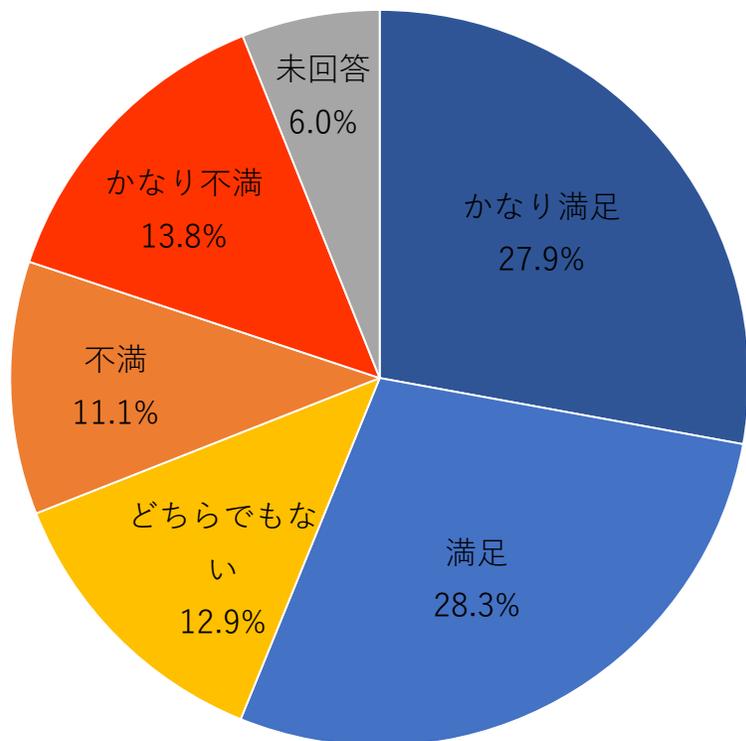
キャンペーンの利用についての男女別・年代別集計



▷40代以下のキャンペーン利用率は83.2%

▷50代以上は62.2%であり、内70代以上でも利用率は44.5%であった

❖ キャンペーンの満足度について



「満足」「かなり満足」の主な理由

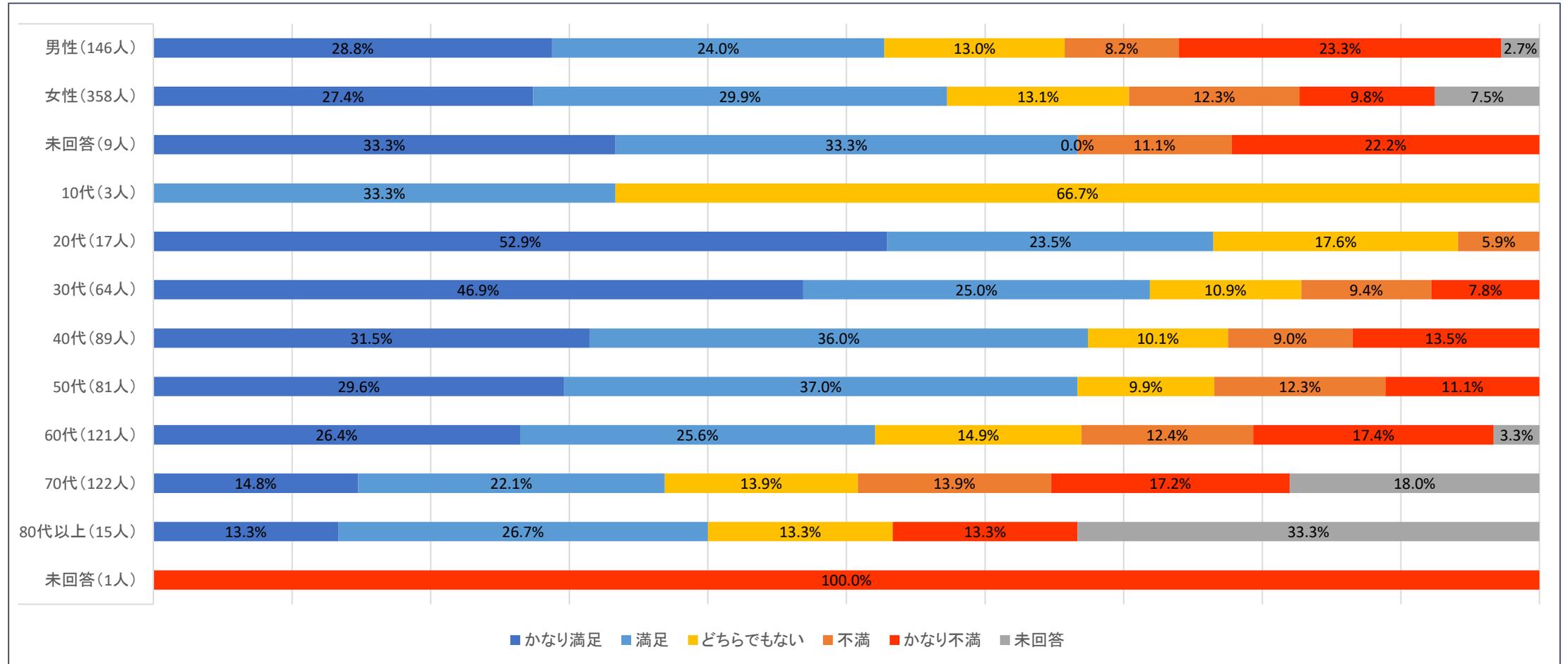
- ・ 30%の還元は家計にとってかなり助かった
- ・ 地元企業の応援になった
- ・ 地元のお店を新規開拓できた
- ・ お得感があり買い物の機会が増えた

「不満」「かなり不満」の主な理由

- ・ キャッシュレス決済を利用していないため、利用方法が分からなかった
- ・ 早期終了が残念だった
- ・ 利用できない人との不公平感がある

▷ 「満足」が28.3%で最も多く、次いで「かなり満足」が27.9%

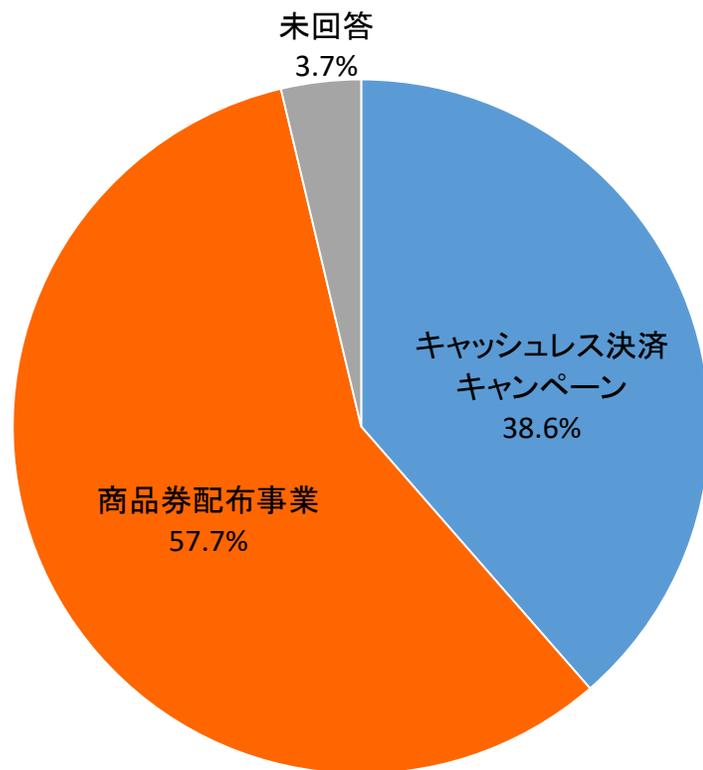
キャンペーンの満足度についての男女別・年代別集計



▷ 40代以下のキャンペーン満足度は69.4%

▷ 50代以上の満足度は49.6%、内70代以上の満足度は37.2%であった

❖物価高騰に対する生活支援策として、
「キャッシュレス決済キャンペーン」と「商品券配布事業」どちらがよいか。



「キャッシュレス決済キャンペーン」の主な理由

- ・手続きが簡単・楽である
- ・商品券は作成に費用と手間がかかる
- ・商品券は持っていきのを忘れてたり、お釣りがでない欠点がある

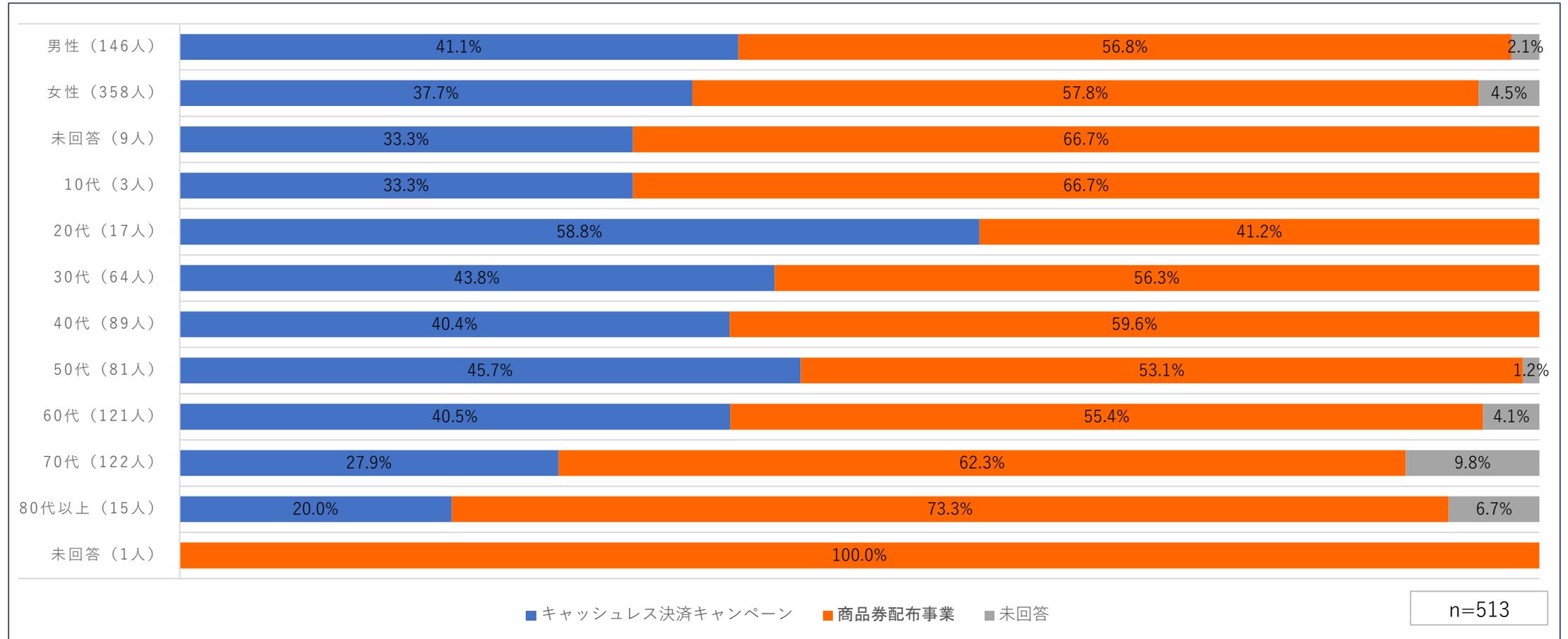
「商品券配布事業」の主な理由

- ・幅広い世代が利用でき公平性がある
- ・町民に限定した支援を行えるため
- ・すぐに使えるため

▷ 「商品券配布事業」が57.7%と半数以上を占める

▷ キャッシュレスキャンペーンを利用した方も、支援策としては商品券配布事業がよいと選択している

物価高騰に対する生活支援策として、「キャッシュレス決済キャンペーン」と「商品券配布事業」どちらがよいかの男女別・年代別集計



▷20代以外の年代では、支援策として商品券配布がよいと回答した方の割合が多い