

大田区プレミアム付デジタル商品券及びプレミアム付  
区内共通商品券発行事業の中間報告について

1 概要

(1) 大田区プレミアム付デジタル商品券 12月31日時点

	第1期	第2期	合計
発行部数	20万部	10万部	30万部
申込期間	10/11～10/28	11/7～11/25	
利用期間	11/4～2/12	12/2～2/12	
申込状況	32,073人	17,348人	49,421人
	152,188部	80,167部	232,355部
当選状況	32,001人	16,177人	48,178人
	151,931部	74,697部	226,628部
当選総額見込	911,586,000円	448,182,000円	1,359,768,000円
登録店舗数	2,037店		

(2) プレミアム付区内共通商品券 12月31日時点

	当初	再販売	合計
発行冊数	20万冊		
申込期間	7/19～8/15	10/3～10/17	
販売期間	10/4～10/31	11/14～11/30	
利用期間	11/1～1/31	購入後～1/31	
申込状況	29,492人	20,284人	延49,776人
	136,767冊	93,477冊	230,244冊
当選状況	28,914人	14,221人 (3,050人が当初と重複)	延43,135人
	134,300冊	65,700冊 (14,740冊が当初と重複)	200,000冊
販売冊数	114,259冊	58,671冊	172,930冊
発行総額	628,424,500円	322,690,500円	951,115,000円
登録店舗数	2,991店		

(3) 上表から読み取れる動向

ア デジタル商品券の当選者は、昨年度の利用者数(38,681人)を上回ったもの、申込段階で最大発行予定数(30万部)には届かなかった。

\*昨年度比で当選者数1.2倍、当選部数1.4倍、当選総額1.3倍に増。登録店舗数も1.4倍となった。

イ 区内共通商品券は最大発行予定数(20万部)を上回る申込みがあり、抽選の結果、20万部を当選とした。

ウ デジタル商品券と区内共通商品券の申込者数合計は延べ約99,000人。

## 2 広報

10 月中旬から下旬においては、デジタル商品券の第 1 期申込期間と区内共通商品券の再販売申込期間を重複させ、利用者が選択できるものとした。

広報に当たっては、区内在住のクリエイターまりん氏が描く「#消しかす。」と「はねぴょん」を用いた商材を作成し、目を引くものとした。

### (1) 紙媒体

大田区報（10/1 号）、統合ポスター（10 月号）、チラシ配布（区施設 211 箇所、商店会、店舗等）、鉄道沿線でポスター掲出（JR、京急線、東急線、東京モノレール各駅 32 駅）、バス車内広告（京急バス、東急バス）

### (2) ウェブ媒体

区HP（専用ページ、トップページバナー）、区公式ツイッター（34 回）、区公式 LINE、unique0ta、スマートニュース、大田区商店街ナビおーたふる、インターネット・SNS 広告（Yahoo!、Google 等）

### (3) その他媒体

区施設デジタルサイネージ（11 月）、観光情報センターサイネージ、地域力推進会議、シティニュースおおた（11 月）、ジェイコム「つながるニュース」（10/3 放送）

### (4) 街頭チラシ配布

JR（蒲田・大森）、東急（池上・雪ヶ谷大塚・下丸子）、京急（雑色・糀谷）の各駅頭で 25 回、各イベント会場で 25 回、計 25,230 枚配布

チラシ・ポスター



特設サイト



登録店ステッカー



店頭での二次元コード



### 3 利用者及び店舗対応

利用者及び店舗に対して事業内容や操作方法等を説明する場を増やした。

※令和3年度はPi0にて説明会（44回実施、参加人数253名）の開催のみ。

実施内容	開催場所	開催期間	回数	参加人数
常設型 相談ブース	① 産業プラザ Pi0	10/3～12/28	各 60 日	①551 名
	② 受託業者執務室(大森駅)	平日 9～18 時		②97 名
説明会	① 産業プラザ Pi0	10/11～12/2	55 回	①22 名
	②区施設等 11 か所			②33 名
高齢福祉課 スマホ講座後説明会	いこいの家 11 か所	10/11～12/9	36 回	93 名
			合計	796 名

### 4 実績分析及び成果検証

実績分析及び検証結果については、利用期間の終了後、受託事業者からの詳細な報告、利用者及び登録店舗のアンケートを踏まえ、整理し、報告する。