

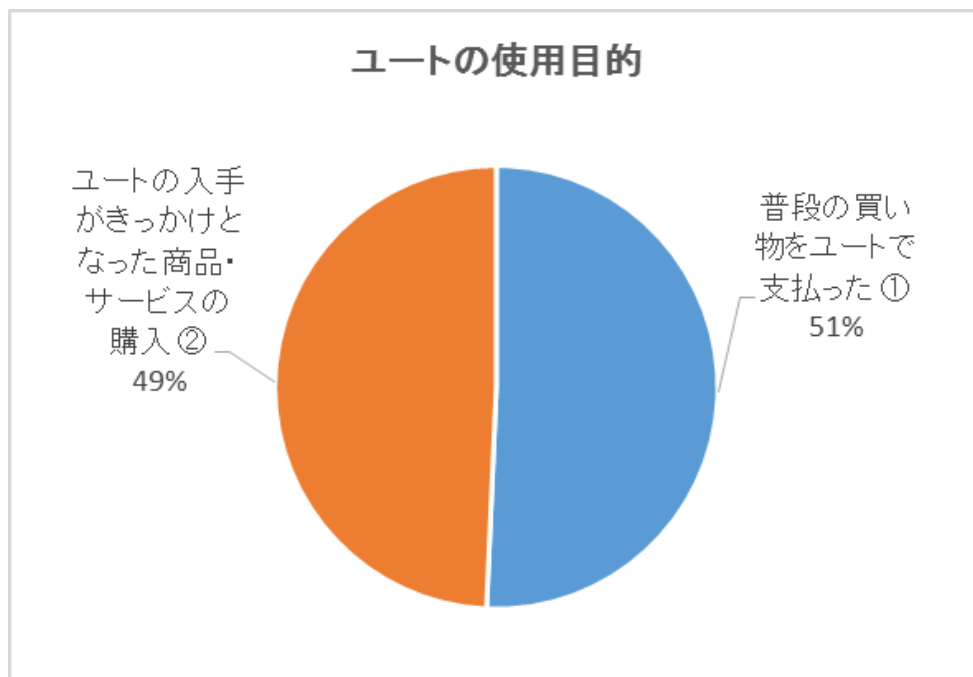
### 3. プレミアム付きユートの使用目的と支払方法

問5. ユートを使った(使う予定)店舗では、実際にどのような目的で商品・サービスを購入(予定)されましたか。以下にあてはまるおおよその金額(百円単位)をそれぞれ数字でお書きください。

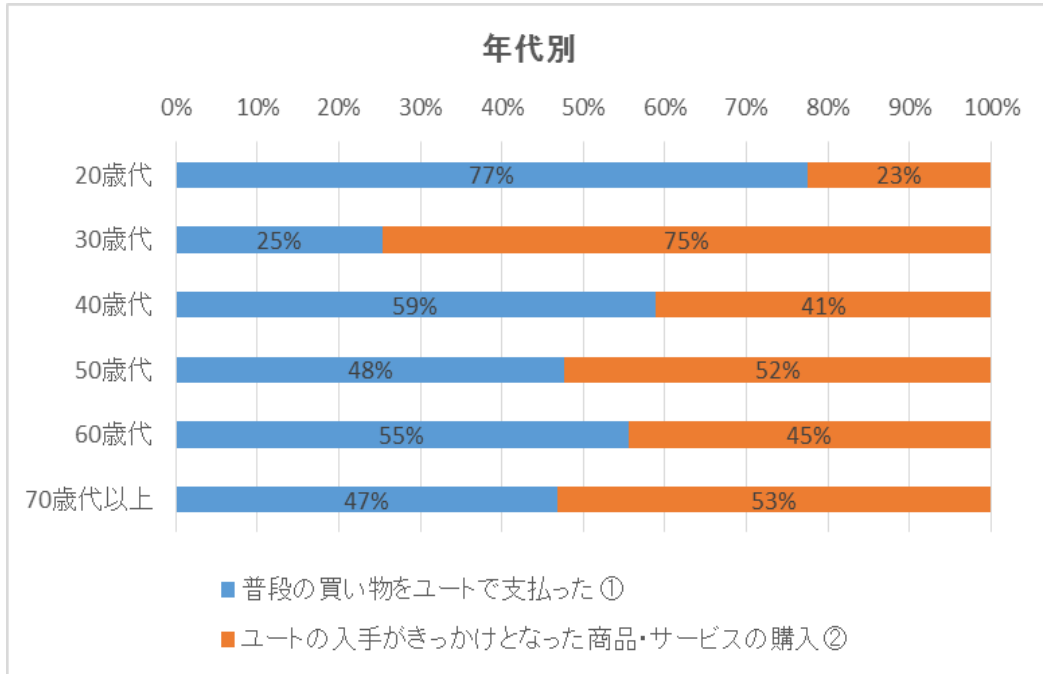
なお、ユートの利用期限が残っていますので、予定を含めてお答えください。

#### 3-1 ユートの使用目的

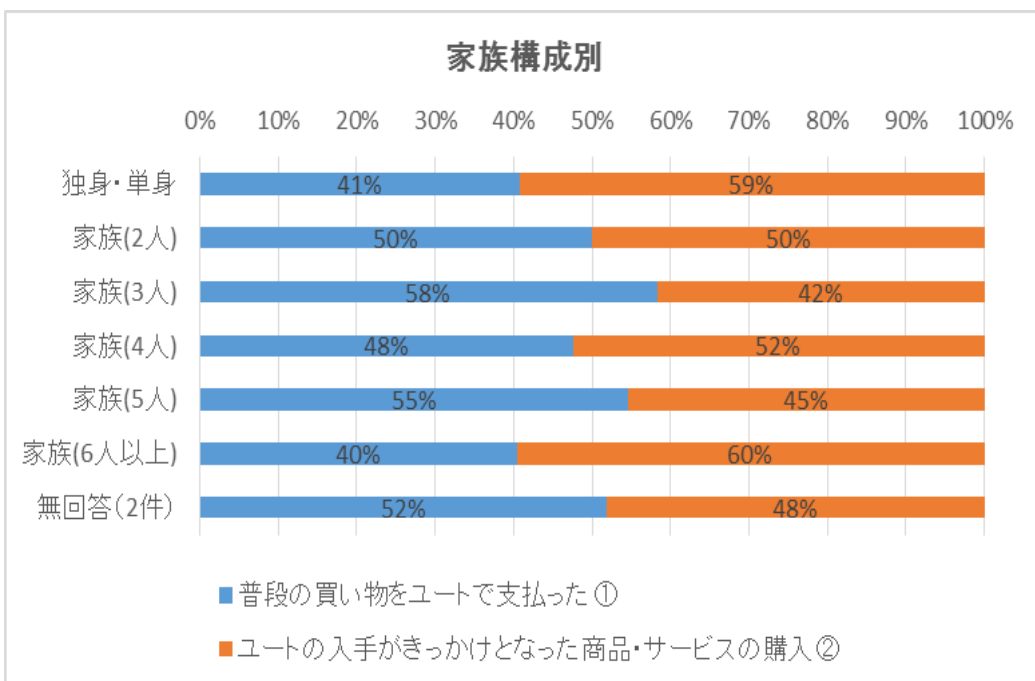
プレミアム付きユートをどのような目的で使用したかをユートの額面で尋ねたところ、「ユートの入手がきっかけとなった商品・サービスの購入②」が49%、「普段(日常)の買い物をユートで支払った①」は51%とほぼ半々となっています。



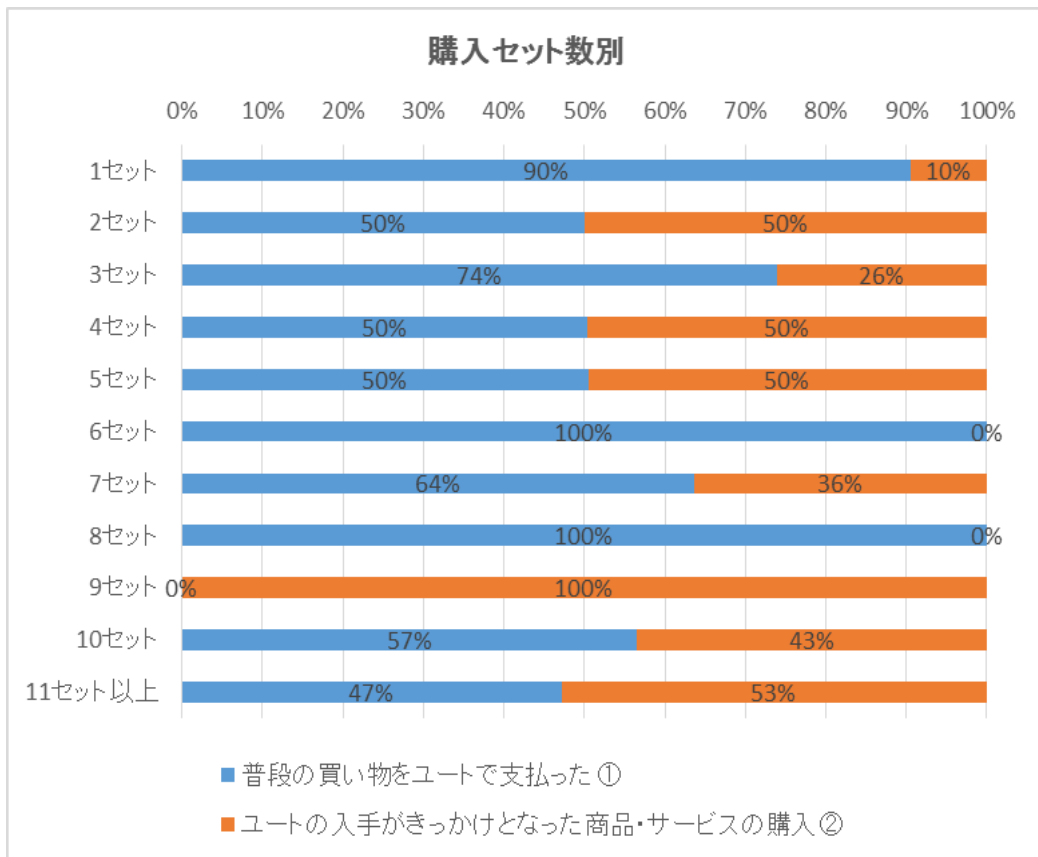
年代別(主に買物をする人)では、「ユートの入手がきっかけとなった商品・サービスの購入②」は、〈30歳代〉が75%、〈70歳代以上〉が53%、〈50歳代〉が52%、〈60歳代〉が45%、〈40歳代〉が41%、〈20歳代〉が23%となっています。



家族構成別では「ユートの入手がきっかけとなった商品・サービスの購入②」は、〈家族6人以上〉が60%、〈独身・単身〉が59%、〈家族4人〉が52%、〈家族2人〉が50%、〈家族5人〉が45%、〈家族3人〉が42%となっています。



購入セット数別では「ユートの入手がきっかけとなった商品・サービスの購入②」は、〈2セット〉、〈4セット〉、〈5セット〉及び〈11セット以上〉が5割台の傾向にあります。

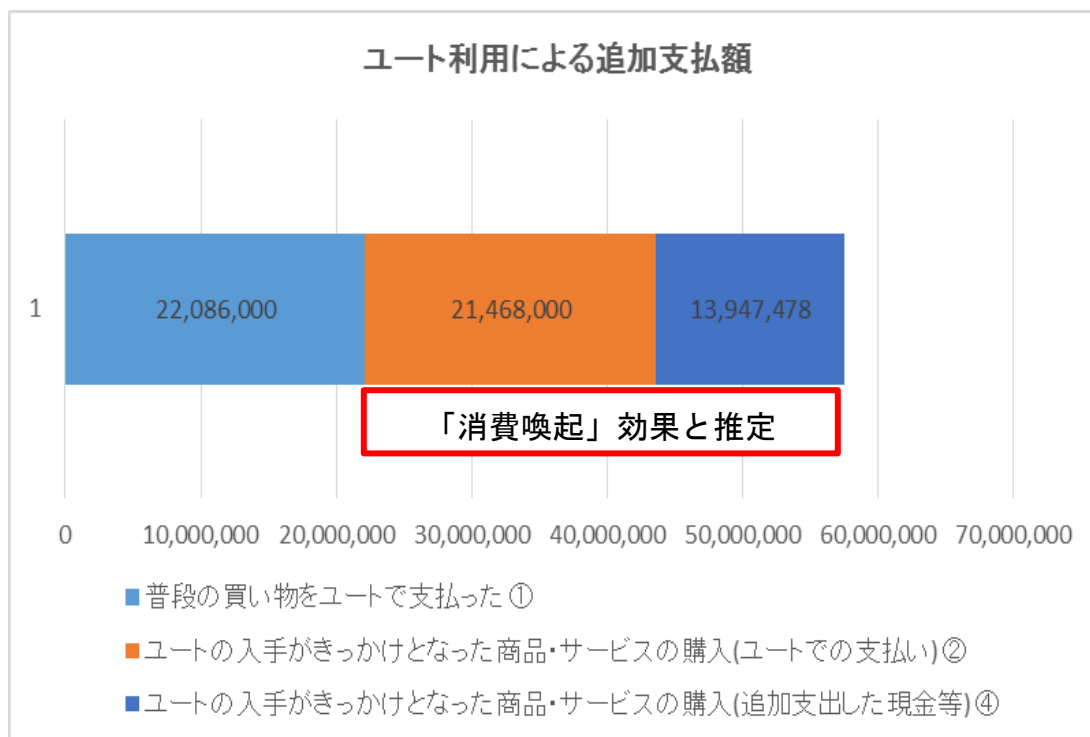


(注) 回答は世帯単位購入があるため、購入冊数が11冊以上の場合がある。

### 3-2 現金等の追加支出を含めた商品・サービスの購入額

次に、プレミアム付きユートに現金等の追加支出を含めた商品・サービスの購入額をみたところ、まず、ユートの利用分として「普段の買い物をユートで支払った①」が 22,086,000 円、「ユートの入手がきっかけとなった商品・サービスの購入（ユートでの支払い）②」が 21,468,000 円で、「合計③」は 43,554,000 円となっています。また、「ユートの入手がきっかけとなった商品・サービスの購入（追加支出した現金等）④」は 13,947,478 円となっており、「ユートの入手がきっかけとなった商品・サービスの購入②+④」は 35,415,478 円となっています。

ユートの使用目的	ユートでの支払い	現金等の追加支出額	支払合計額
普段の買い物をユートで支払った	① 22,086,000 円		
ユートの入手がきっかけとなった商品・サービスの購入	② 21,468,000 円	④ 13,947,478 円	②+④ 35,415,478 円
合計	③ 43,554,000 円		

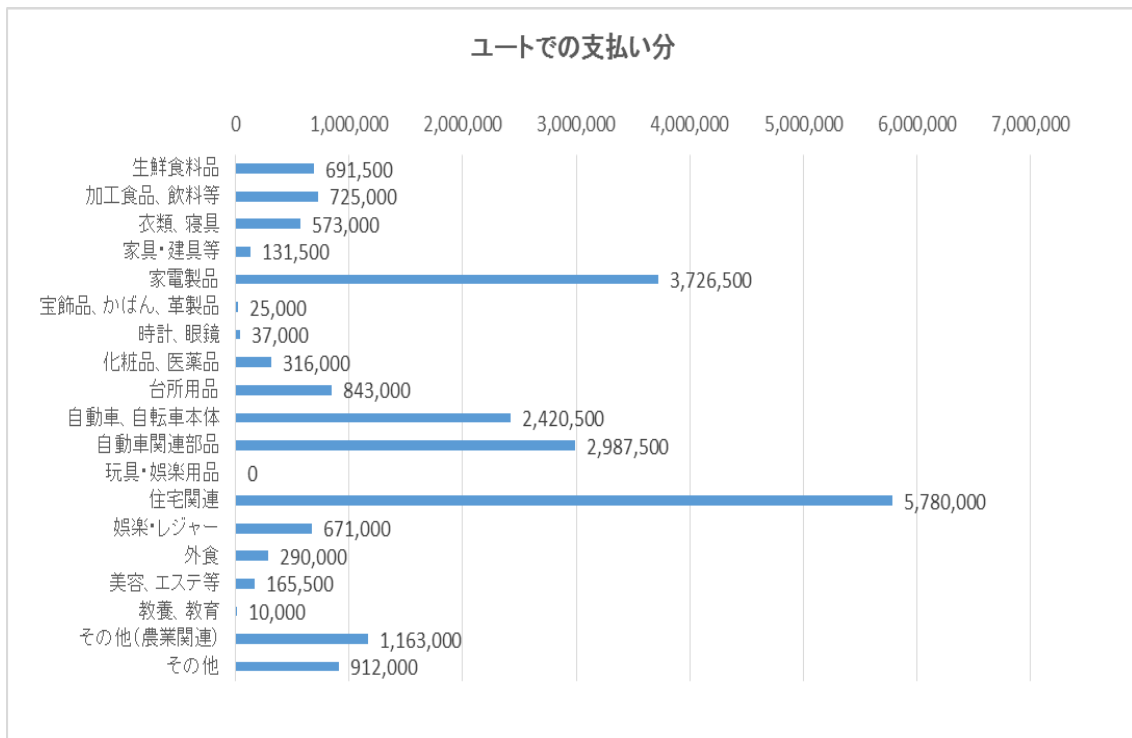


#### 4. 普段の買い物以外の商品・サービスの購入

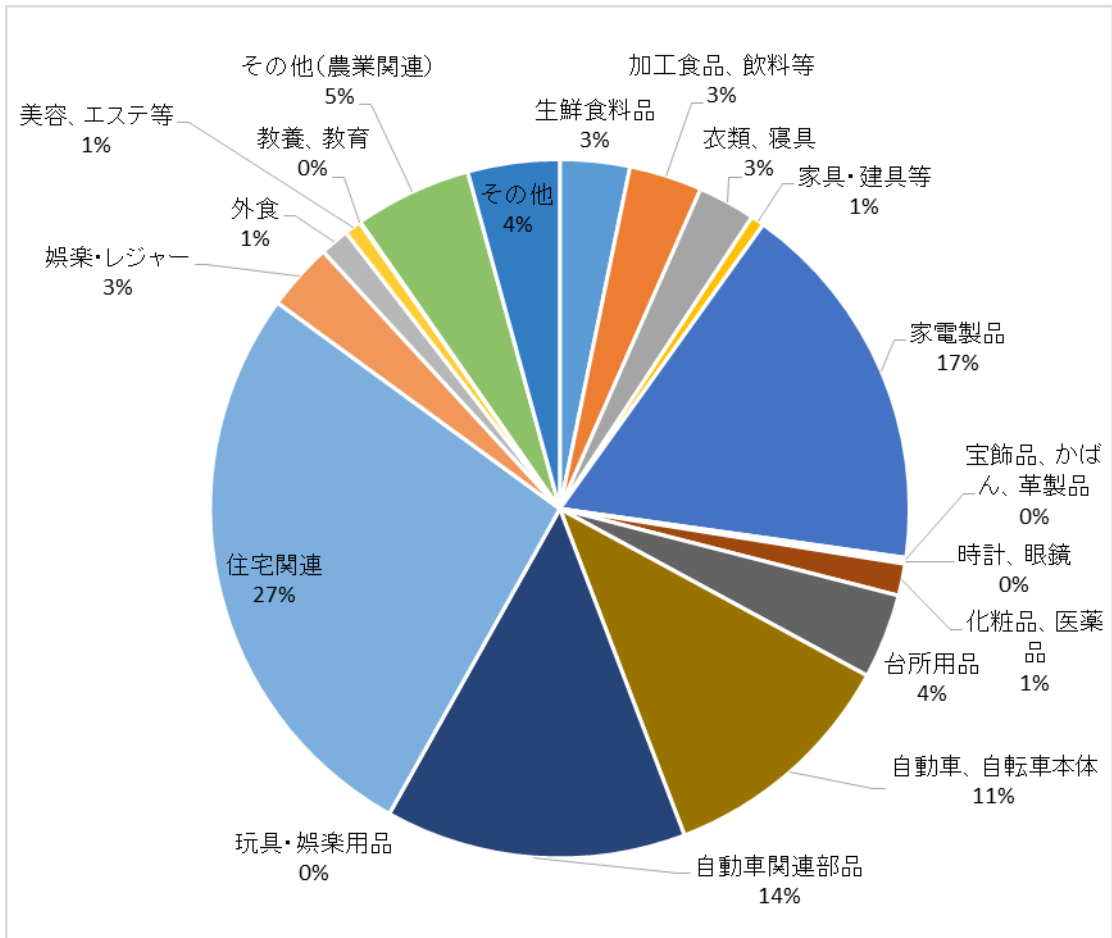
問6. 問5の「b. ユートの入手がきっかけとなった商品・サービスの購入(②及び④)」について、該当する項目へ分類し、内訳金額(百円単位)をそれぞれ数字でお書きください。

※分類できない商品等があれば、金額の高い順に2つまで「その他( )」にご記入ください。

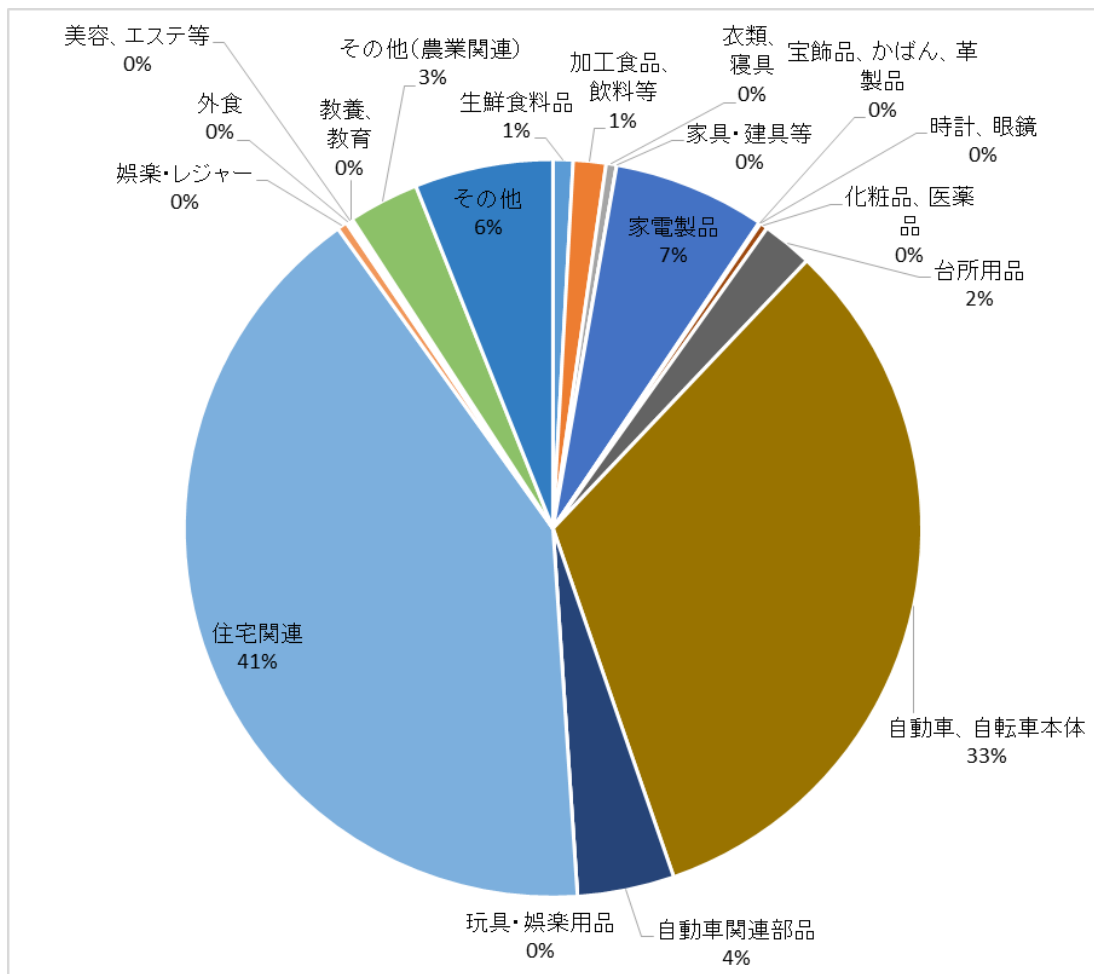
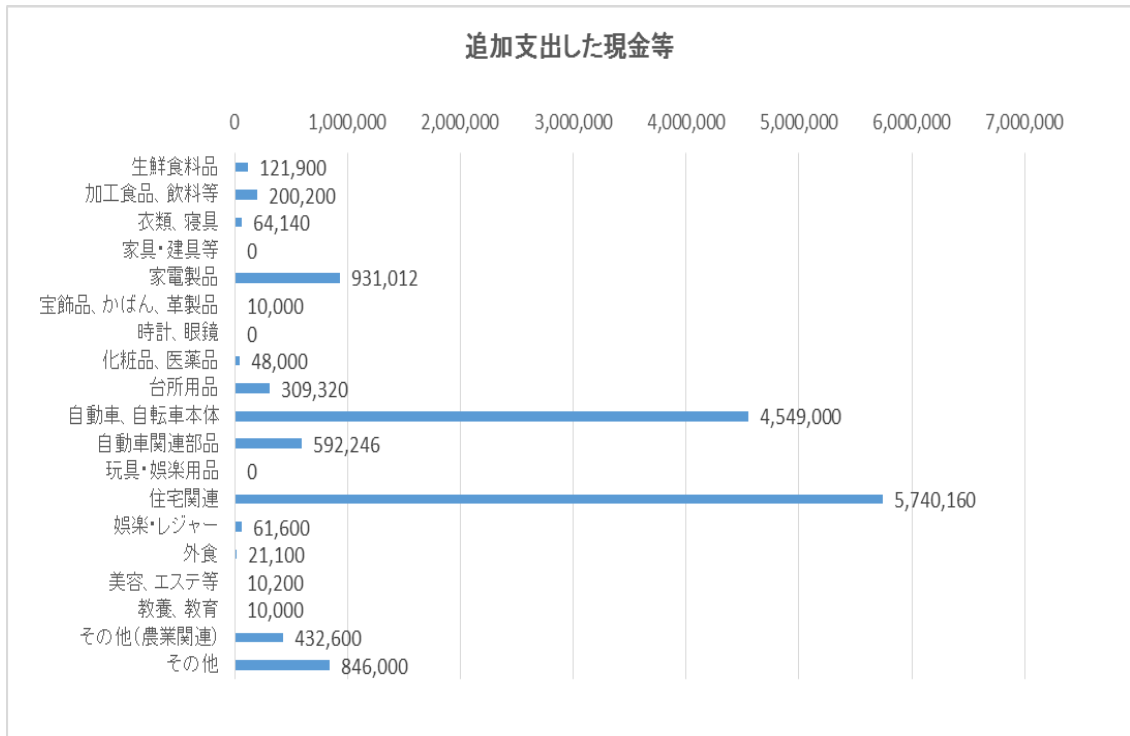
プレミアム付きユートの入手をきっかけに、どれくらい普段の買い物以外の商品・サービスの購入が行われたかを支払方法・商品分類別に見たところ、ユートの支払いでは、「住宅関連」が最も多く、次いで「家電製品」、「自動車関連部品」の順となっています。



## ユートでの支払い分



追加支出した現金等では、「住宅関連」が最も多く、次いで「自動車、自転車本体」、「家電製品」の順となっており、これらへの利用が多い傾向にあります。



- ユートの入手がきっかけとなった商品・サービスの購入額について「ユートの入手がきっかけとなった商品・サービス」を、使用目的を2項目に分けて、それぞれ支払金額について尋ねたところ、以下の結果が得られた。

分類	ユートでの支払い	追加支出した現金等	合計
住宅関連	5,780,000	5,740,160	11,520,160
自動車、自転車本体	2,420,500	4,549,000	6,969,500
家電製品	3,726,500	931,012	4,657,512
自動車関連部品	2,987,500	592,246	3,579,746
その他	912,000	846,000	1,758,000
その他(農業関連)	1,163,000	432,600	1,595,600
台所用品	843,000	309,320	1,152,320
加工食品、飲料等	725,000	200,200	925,200
生鮮食料品	691,500	121,900	813,400
娯楽・レジャー	671,000	61,600	732,600
衣類、寝具	573,000	64,140	637,140
化粧品、医薬品	316,000	48,000	364,000
外食	290,000	21,100	311,100
美容、エステ等	165,500	10,200	175,700
家具・建具等	131,500	0	131,500
時計、眼鏡	37,000	0	37,000
宝飾品、かばん、革製品	25,000	10,000	35,000
教養、教育	10,000	10,000	20,000
玩具・娯楽用品	0	0	0
合計	21,468,000	13,947,478	35,415,478

上記の結果から、「ユートの入手がきっかけとなった商品・サービス」の2項目の使用目的の支払総額分（上記表の合計額）を「消費喚起」の効果分と推定する。

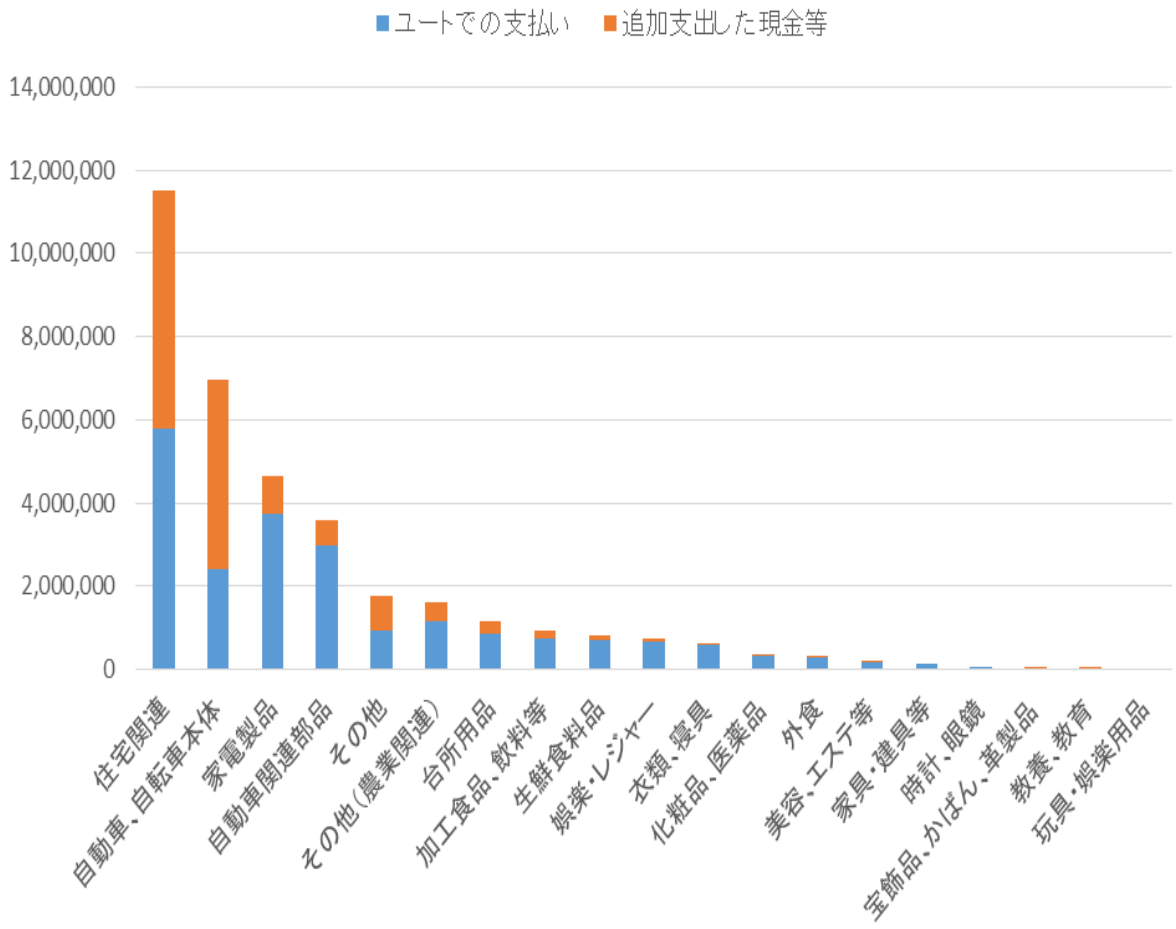
次のグラフから、消費喚起効果の高い商品は、「住宅関連」、「自動車、自転車本体」、「家電製品」、「自動車関連部品」、「その他」、「台所用品」の順となっている。

特に「住宅関連」は、ユートに追加した支払額が非常に多くなっており、次いで「自動車、自転車本体」、「その他」、「家電製品」と続いて多くなっている。

従って、これらの商品・サービスは消費喚起効果が高い商品・サービスであると推定される。



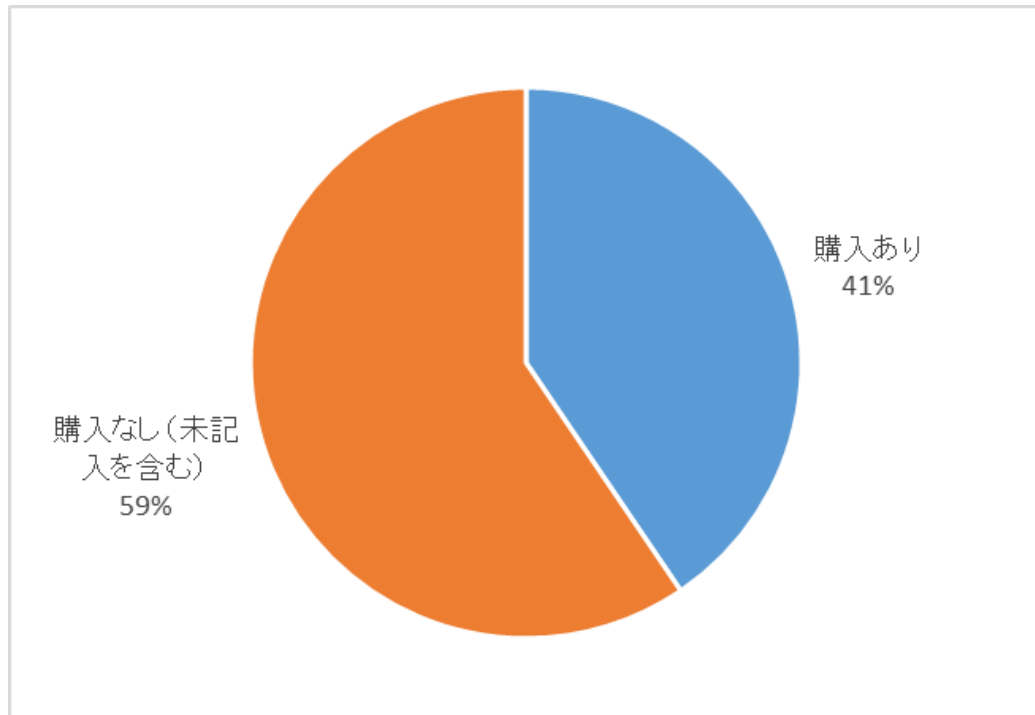
### ユートの入手がきっかけとなった商品・サービスの購入額(高額順)



#### 4. 1万円程度以上の商品・サービスの購入

問5. 購入した商品・サービスのうち10,000円程度以上のものがあれば具体的な品名をお書きください。

1万円程度以上の商品・サービスの購入をした場合の品名を尋ねたところ、品名を回答した「購入あり」の人は41%で、約5人に2人の割合で、1万円程度以上の商品・サービスの購入があったことが確認できました。



なお、具体的な品名は、以下のようになっています（なお、1人で複数の回答内容を上げている場合は、項目ごとに計上しています）。※自由記載

番号	分類	品名
1	生鮮食料品	焼肉の肉
2	加工食品、飲料等	ビール、贈答品、おせち料理
3	衣類、寝具	キャップロール、羽毛布団2
4	家具・建具等	窓サッシ
5	家電製品	掃除機4、エアコン13、液晶テレビ、電話機2、ストーブ、パソコン、扇風機、シェーバー、ファックス、スピーカー、洗濯機3、プリンター、冷蔵庫3
6	宝飾品、かばん、革製品	未記入
7	時計、眼鏡	未記入
8	化粧品、医薬品	未記入
9	台所用品	電子レンジ2、換気扇、ガスコンロ2、浄水器部品、クッキングヒーター、レンジフード2、IHクッキングヒーター、給湯器、鍋、ガスレンジ、保冷米びつ、電気釜
10	自動車、自転車本体	自動車4、軽トラ
11	自動車関連部品	車検25、自動車修理3、スタッドレスタイヤ、タイヤナビ、ドライブレコーダー
12	玩具・娯楽用品	購入なし
13	住宅関連	住宅改修・リフォーム12、草刈機7、住宅改修エコキット、照明器具2、水ホース、LED蛍光灯、庭木の剪定4、井戸ポンプ修理3、風呂シャワー修理、外壁塗装修理、水道工事、フェンス、畳2、防犯灯、屋根塗装、トイレ便器取替、ボイラータンク取替、屋根修繕
14	娯楽・レジャー	旅行費用5
15	外食	食事会、法要の会食
16	美容、エステ等	未記入
17	教養、教育	未記入
18	その他	農業関係用品、イノシン金網、農薬

※分類不能のものを含みます。

## IV 消費喚起効果

今回のプレミアムユート発行事業による「消費喚起」効果を以下の2つの計算式にて推計しました。

\*但し、ここでは調査結果から得られた『ユートの入手がきっかけとなった商品・サービスの購入』総額分を「消費喚起」の効果分と推定しました。

※「3-2 現金等の追加支出を含めた商品・サービスの購入額」参照

### <推計方法①>

- ・本事業のユート発行セット数：10,000 セット
- ・ユート入手がきっかけとなった購入総額：35,415,478 円
- ・回答者の合計購入セット数：4,148 セット

従って、ユート1セットがきっかけとなった購入額（消費喚起額）は、1セットあたり約8,537円/セット（35,415,478円/4,148セット）となります。

これにユート発行セット数を乗じることにより、事業全体の消費喚起効果は、以下の金額と推計されます。

\*約85,370,000円（8,537円×10,000セット）

### <推計方法②>

- ・本事業のユート発行総額：105,000,000 円
- ・ユートでの支払額：43,554,000 円
- ・ユート入手がきっかけとなった購入総額：35,415,478 円

従って、ユートでの支払額（43,554,000円）に対する消費喚起効果は、約81.3%（35,415,478円/43,554,000円）になります。

これをユート発行総額に換算することにより、事業全体の消費喚起効果は、以下の金額と推計されます。

\*約85,365,000円（105,000,000円×0.813）