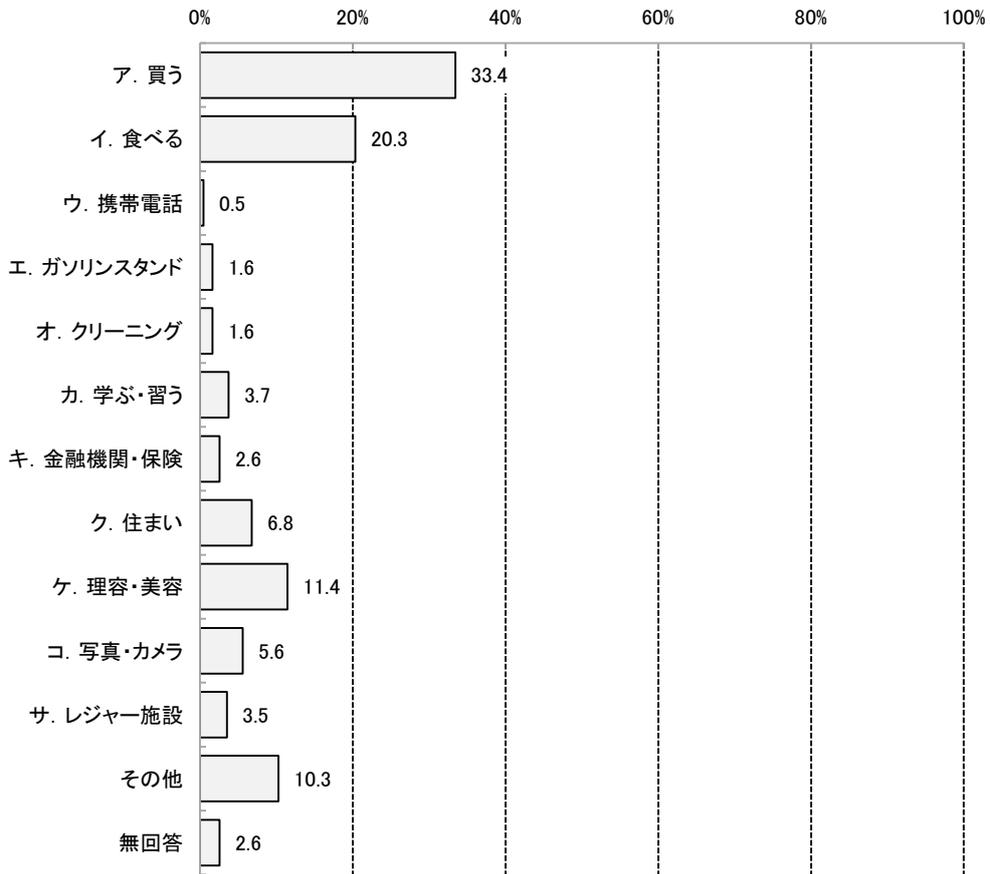


やまがた子育て応援パスポート事業に関するアンケート調査（協賛企業・店舗向け）

○結果の詳細

問1 貴社（店）の業種区分をお教えてください

[Q1]問1 貴社(店)の業種区分(協賛申請時選択したもの)をお教えてください。
(n=428)

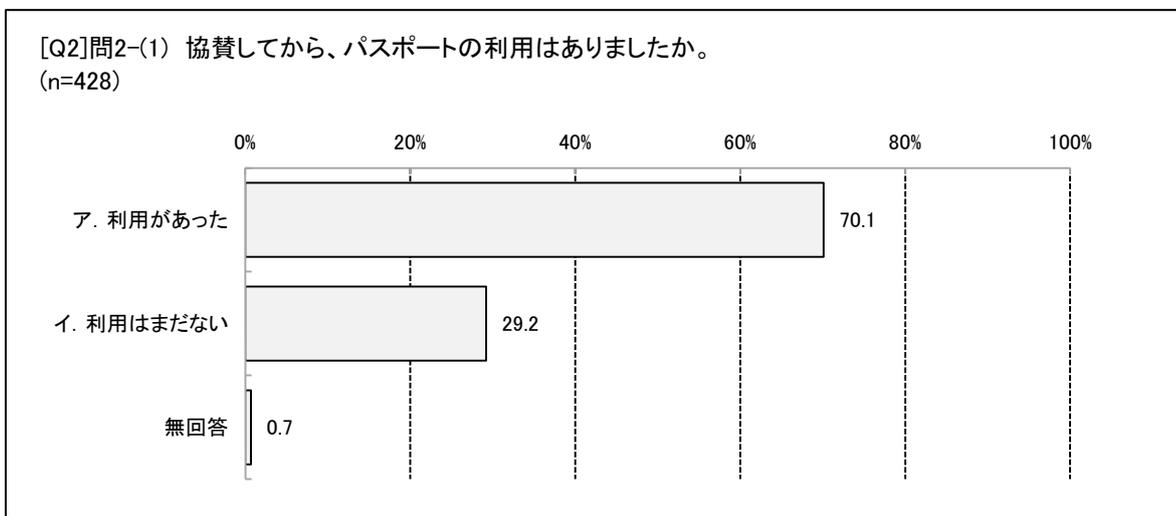


(参考) 業種別 協賛店舗数 (11月末現在)	ア. 買う	1,340
	イ. 食べる	379
	ウ. 携帯電話	45
	エ. ガソリンスタンド	41
	オ. クリーニング	343
	カ. 学ぶ・習う	251
	キ. 金融機関・保険	429
	ク. 住まい	74
	ケ. 理容・美容	173
	コ. 写真・カメラ	101
	サ. レジャー施設	106
	その他	625

問2（1） 協賛してから、パスポートカードの利用はありましたか。

全体の約7割の企業が『利用があった』と回答した。

業種ごとにみると、飲食店や一般小売店で利用が多いのに対し、学習塾（学ぶ・習う）や不動産業・建築業（住まい）等の協賛店であることを店頭で示す手段が限られている業種（ステッカーを貼れない、客が店舗まで来ない等）では利用が少ない。



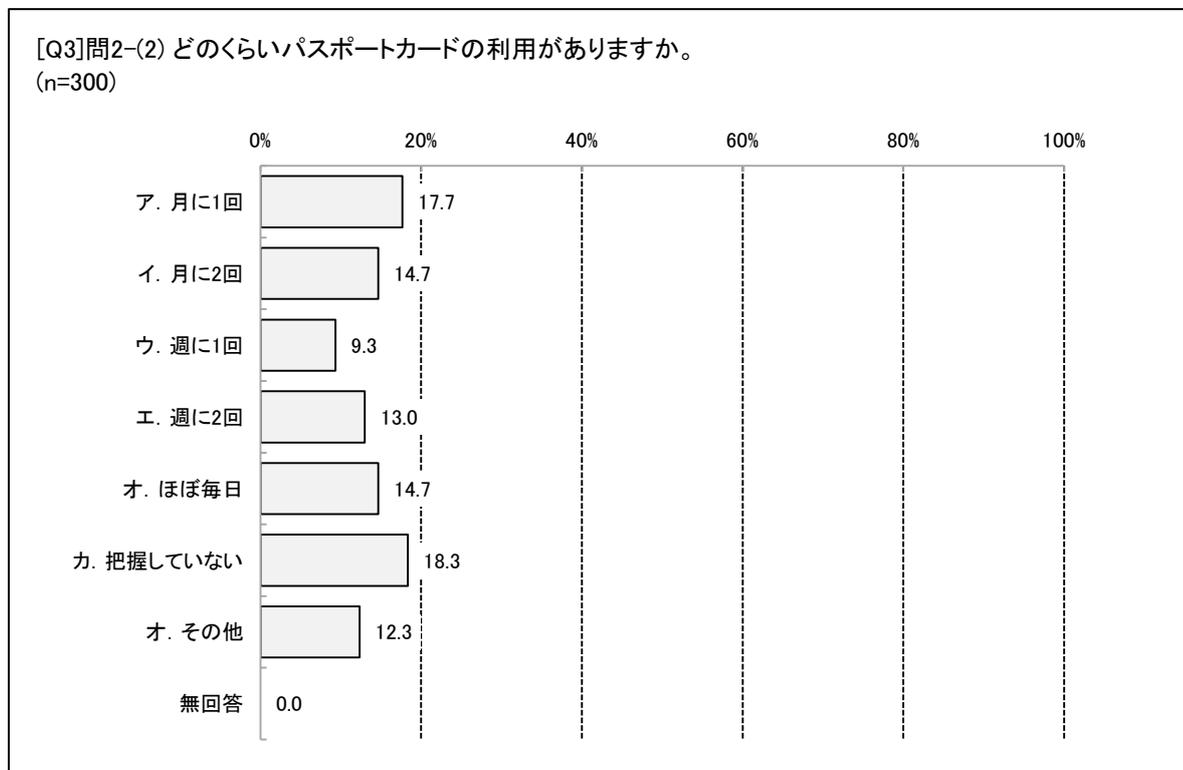
■ ア. 利用があった
■ イ. 利用はまだない
■ 無回答

☆業種×パスポートカードの利用の有無

業種	サンプル数	ア. 利用があった (%)	イ. 利用はまだない (%)	無回答 (%)
全体	(428)	69.6	29.2	1.2
ア. 買う	(143)	76.2	23.8	
イ. 食べる	(87)	77.0	21.8	1.1
ウ. 携帯電話	(2)	50.0		50.0
エ. ガソリンスタンド	(7)	85.7	14.3	
オ. クリーニング	(7)	85.7		14.3
カ. 学ぶ・習う	(16)	31.3	68.8	
キ. 金融機関・保険	(11)	63.6	36.4	
ク. 住まい	(29)	51.7	48.3	
ケ. 理容・美容	(49)	63.3	36.7	
コ. 写真・カメラ	(24)	70.8	25.0	4.2
サ. レジャー施設	(15)	66.7	33.3	
その他	(44)	72.7	27.3	

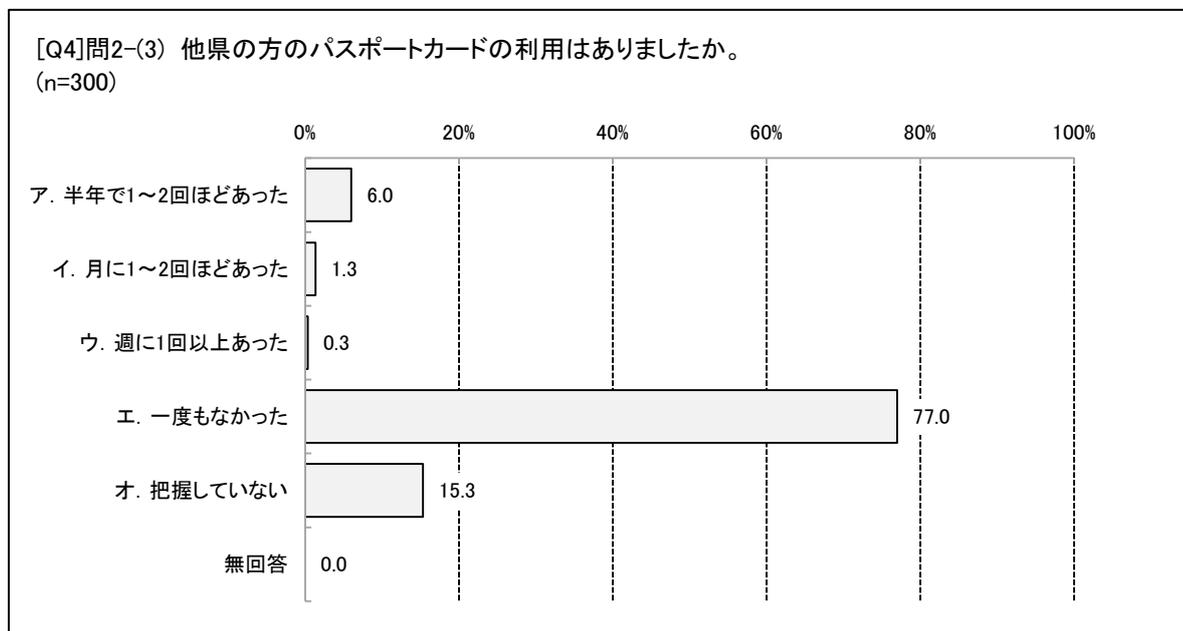
問2（2）どのくらいパスポートカードの利用がありますか。

『月に1回』と回答した企業が17.7%ある一方で、『ほぼ毎日』が14.7%あるなど、店舗によって差が見られる。

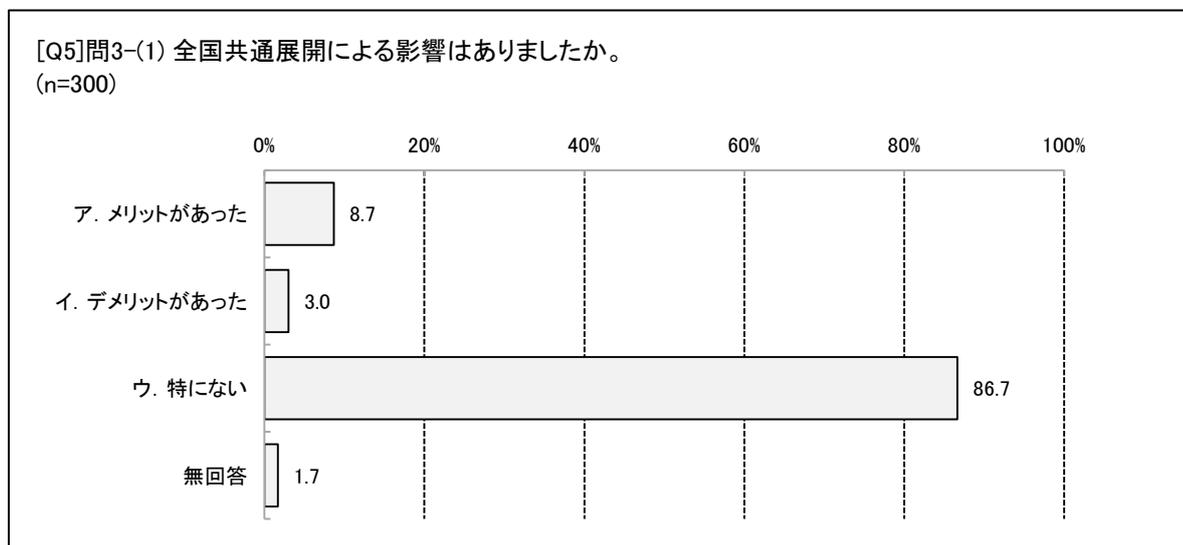


問2（3） 他県の方のパスポートカードの利用はありましたか。

まだ、開始から半年ということもあり、『他県からの利用があった』と回答した企業は全体の1割弱にとどまった。



問3（1） 全国共通展開による影響は、ありましたか。



問3 (2) 具体的なメリット、デメリットをご記入ください。

メリットでは『他県の新規来店者を獲得できた』、『長期休暇や帰省のシーズンで他県の人に利用してもらえた』等がある一方で、『地元の人向けのサービスなので利用の効果がない』、『サービスでやっているの、利用が増えると負担になる』等のデメリットも挙げられた。

○メリット
協賛店に優先して来てくれる。
お子様連れのお客が増えた気がする。
ママ友に情報拡散していただき、リピーターと新規来店者を獲得することが出来た。
他県でも使えることがプラスになっている。
来店動機になっている
長期休暇や帰省のシーズン、遠方にお住まいの方にとっての割引サービスは大変喜ばれました。
他県からお越しのご家族連れでポスターを見てカード提示された。偶然入った店でも割引が受けられて良かったと喜んでいただいたようです。
イメージアップ
温泉プールのため、親子家族での入場につながる。
リピーターとなっていた。
家族連れで来てくださいます
地元、常連様以外のサービスの幅が広がった
精神的なメリット。お客様もスタッフもちろん、オーナーの私も楽しく嬉しくなるような状態でパスポートを活用させていただいております。
親子での利用が増えた(依然子供だけの利用が多かったが、割引するシステムにしたら利用が増えた)
子育て世代の方に喜んでもらえた。それを機にご紹介をさせていただきました。
○デメリット
サービスとして、料金の割引をしていますが、買い物金額が少額の場合、損をして売る形になる場合がある。
地域のポイントカードにサービスポイントを差し上げているので地域以外の人にはメリットがない
当店のメンバーズカード、サービス券をお持ちのお客様(常連)も多いので、日常的に使わない方が多い。居酒屋なのでファミリーも多いが県外の方が使った実績はない。タバコを吸われる方も多い店なので。
常連のお客様、数名ですが来店するたびにパスポートを利用してくれるのですが、毎回出されると店はきつい。
家族連れは手がかかることが多い。他のお客さんの迷惑になることが多い。

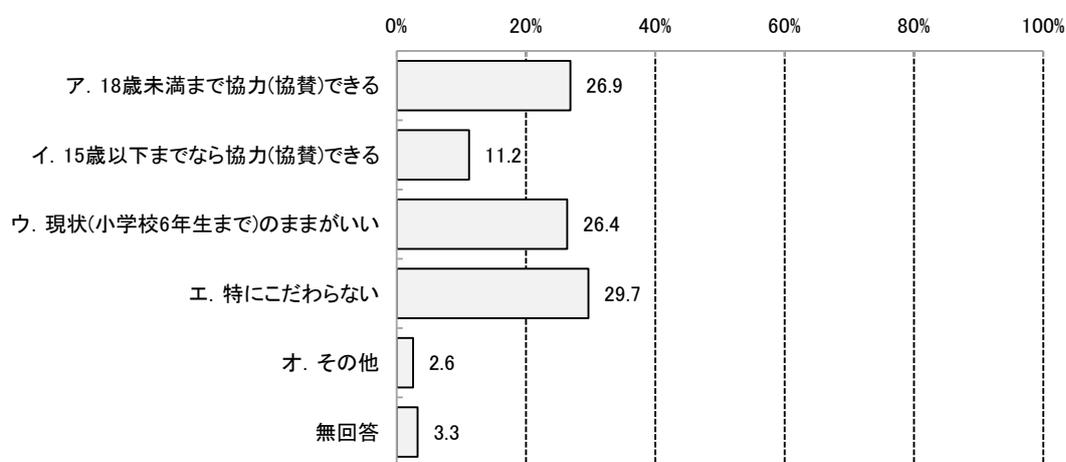
問4 平成29年4月より全国で同様の事業が行われますが、そのうち約7割の都道府県は18歳未満の児童を対象として実施しています。山形県においても対象年齢の引き上げを行った場合、ご協力いただけますか。

『特にこだわらない』という回答を含め、約7割の企業が対象年齢の拡大を容認していることが分かった。

また、引き上げ年齢については、『18歳未満まで』協力できるという企業が最も多かった。

[Q7]問4 平成29年4月より全国で同様の事業が行われますが、そのうち約7割の都道府県は18歳未満の児童を対象として実施しています。山形県においても対象年齢の引き上げを行った場合、ご協力いただけますか。

(n=428)

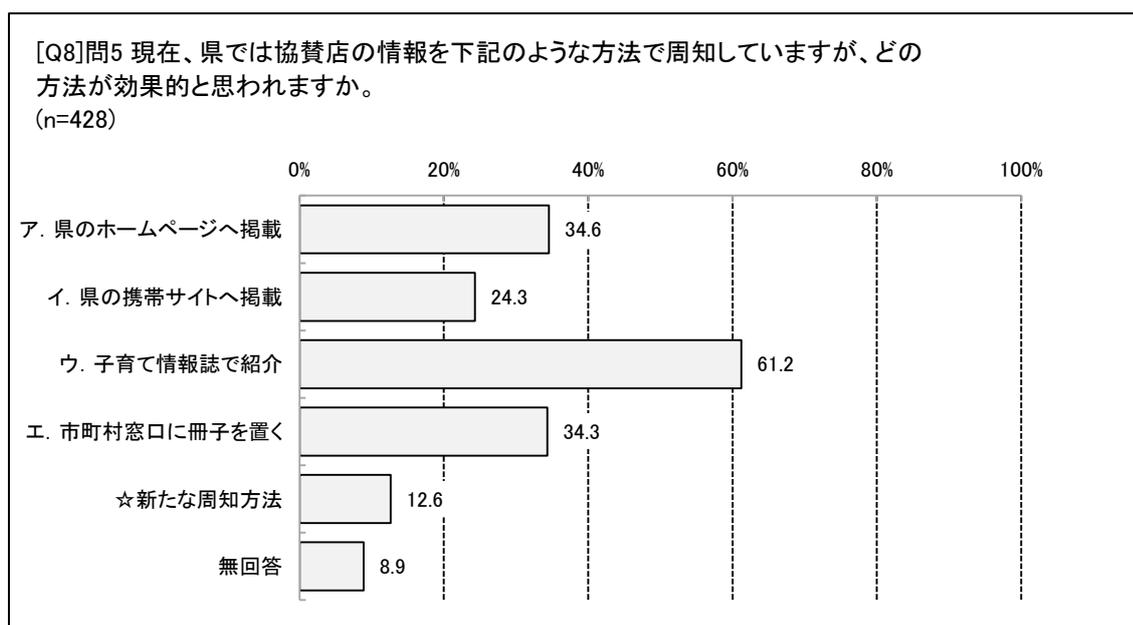


問5 現在、県では、協賛店の情報を下記のような方法で周知していますが、どの方法が効果的と思われますか。

また、新たな周知方法として効果的と思われるものがあれば、お書きください。

『子育て情報誌で紹介』が61.2%と最も多く、『市町村窓口に冊子を置く』の34.3%を合わせると相当数の企業が紙媒体での周知に期待していることが分かった。次いで、『県のホームページへ掲載』を希望する企業が34.6%と多かった。

新たな周知方法の提案では、『テレビ・ラジオ』や『SNS』といったものが多く挙げられた。



新たな周知方法	テレビ・ラジオ
	SNS
	学校・保育所・児童館等でチラシ配布
	ステッカー、のぼり等 PR グッズ
	市町村の情報誌
	観光施設等人の集まる場所に冊子を置く
	新聞
	アプリ
	ポータルサイトとの連動
	回覧版
	PR 業者を認定する
	対象家庭に郵送
	口コミ
産科の窓口	

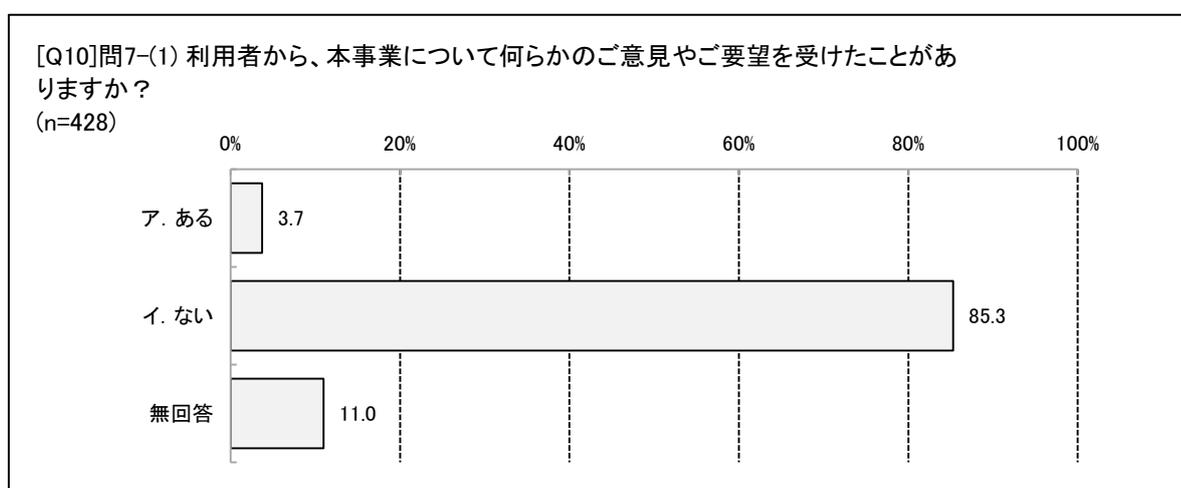
問6 現在のパスポート事業について改善してほしいところがありましたらご記入ください。

全体的に事業の周知に関するものが多く、協賛店の周知拡大やステッカー等のPRグッズの充実を求める意見が見られた。

他には、『めぐりんマーク』についての意見が見られ、『見栄えが悪く店頭に出せない』という意見もあった。

※問6の全回答は別紙参照

問7(1) 利用者から本事業について何らかのご意見やご要望を受けたことはありますか。



問7(2) ご意見・ご要望を具体的にご記入ください。

『サービスに対して感謝された』という声もある中で、『事業自体や協賛店が分かりにくい』という意見が多く見られた。

※問7の全回答は別紙参照

問8 その他、どんなことでも結構ですので、協賛してみてのご意見・ご感想をお聞かせください。

多かった意見が『事業が浸透していない』『利用が少ない』などのパスポートの周知に関するものだった。具体的には、『PRの手段を増やしてほしい(冊子・テレビ・SNS等)』『PRグッズを増やしてほしい(新しくしてほしい)』などがあつた。

カードの又貸しや、仕入れ等の商売での利用など、利用者のマナーに関するものもみられた。

また、経済的な負担から、県による支援を望む意見もあつた。

一方で、『多くの利用がある』『店のPRになっている』という声や、今年度から始まった全国共通展開に期待する声もあつた。 ※問8の全回答は別紙参照