

総務委員会資料

1 所管事務の調査（報告）

（5）川崎市緊急経済対策（経済労働局所管分）の取組実績について

資 料 1 川崎市緊急経済対策（経済労働局所管分）の取組実績について

参考資料1 川崎じもと応援券（第2弾）について

経済労働局

令和3年8月20日

川崎市緊急経済対策（経済労働局所管分）の 取組実績について

令和3年8月20日（金）

経済労働局

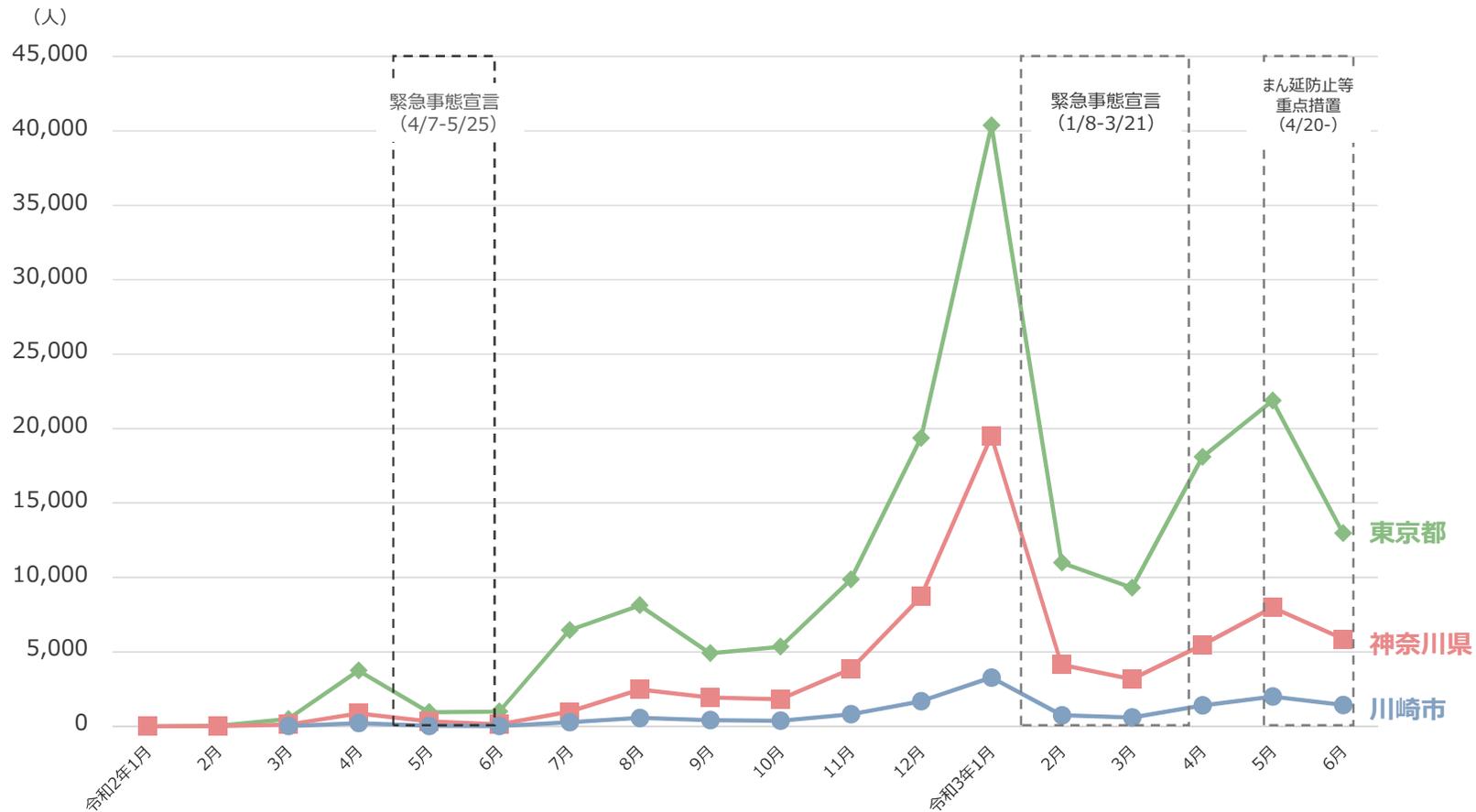
川崎市緊急経済対策（経済労働局所管分）の取組実績について 目次

1 新型コロナウイルス感染症拡大の影響		4 川崎じもと応援券（第1弾）の実施結果	
（1）感染状況の推移	4	（1）目的・概要等	26
（2）本市経済への影響	5	（2）実施の経過等	27
（3）雇用への影響	8	（3）利用店舗の登録状況	28
		（4）利用結果	29
2 緊急経済対策（経済労働局所管分）の概要		（5）利用店舗アンケート調査	32
（1）国・県・市の施策の概要	9	（6）利用者アンケート調査	37
（2）取組の考え方	10	（7）経済効果	39
（3）経済労働局の実施事業	11	（8）店舗へのヒアリング・改善点	41
（4）各事業の取組期間	12		
		5 有識者の評価	42
3 緊急経済対策（経済労働局所管分）の取組			
（1）制度融資による支援	13		
（2）川崎じもと応援券（第1弾）	17		
（3）小規模事業者臨時給付金	21		
（4）相談窓口の運営	22		
（5）雇用労働対策	23		
（6）新たな生活様式に対応した補助事業	25		

ポイント

- ① 新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、神奈川県では令和2年度に2回の緊急事態宣言が発出され、令和3年4月にはまん延防止等重点措置が実施された（令和3年6月まで）。

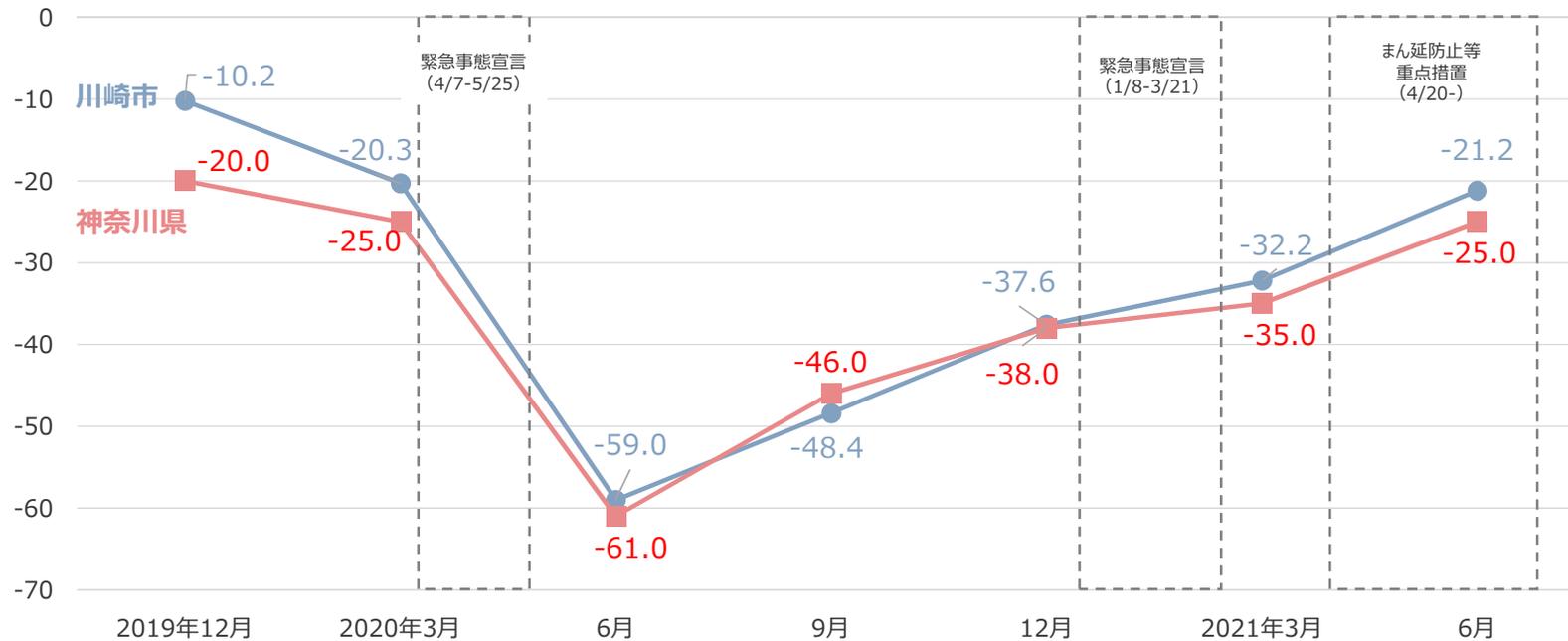
新型コロナウイルス感染症の感染状況（陽性者数・令和3年6月まで）（川崎市・神奈川県・東京都）



ポイント

① 地域金融機関による市内中小企業の景況感を総合的に示す業況DI（業況判断指数）では、2020年6月期に最も低いマイナスとなり、その後改善傾向となっているものの、予断を許さない状況。

川崎市及び神奈川県 の業況DI

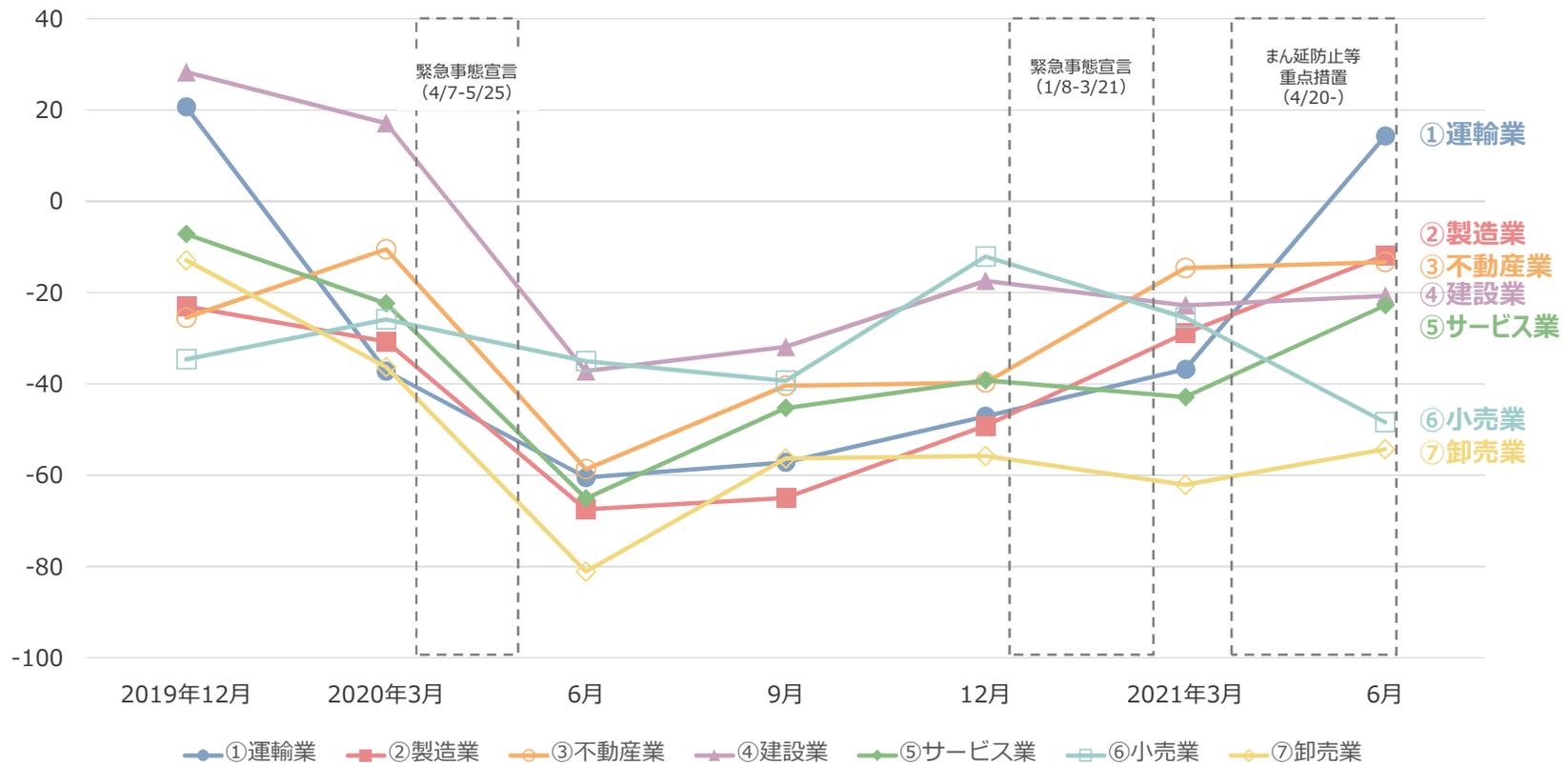


* 業況DIとは、前期と比べた業況について、「良い」、「やや良い」、「変わらず」、「やや悪い」、「悪い」の選択肢のうち、「良い」、「やや良い」と回答した企業の割合から、「やや悪い」、「悪い」と回答した企業の割合を差し引いた値を示している。

ポイント

① 業況DIを業種別に見ると、業種による傾向の違いがあり、小売業・卸売業の数値は依然として低い。

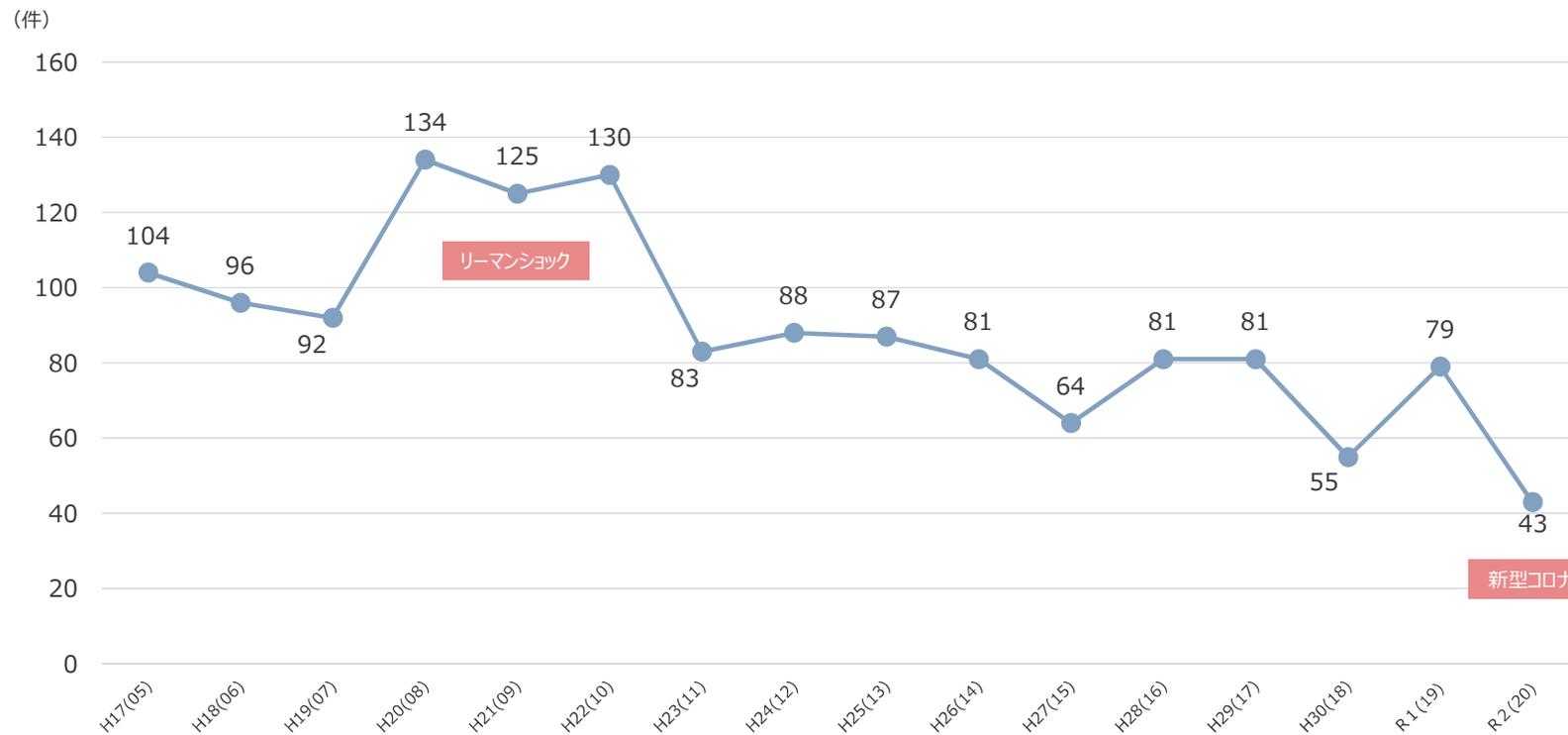
川崎市の業種別業況DI



ポイント

① 倒産件数の推移を見ると、令和2年度は43件となっており、年次データの中では件数としては少ない。

倒産件数の推移（負債総額1,000万円以上・川崎市）



ポイント

- ① ア 有効求人倍率（年次グラフ）を見ると、令和2年度は、県内や川崎管内において大きく悪化している。
- ② イ 有効求人数・有効求職者数（月次グラフ）を見ると、令和2年4月から令和3年5月までの間で有効求職者数は約3割増加している一方で、企業側の有効求人数はほぼ横ばいで推移している。

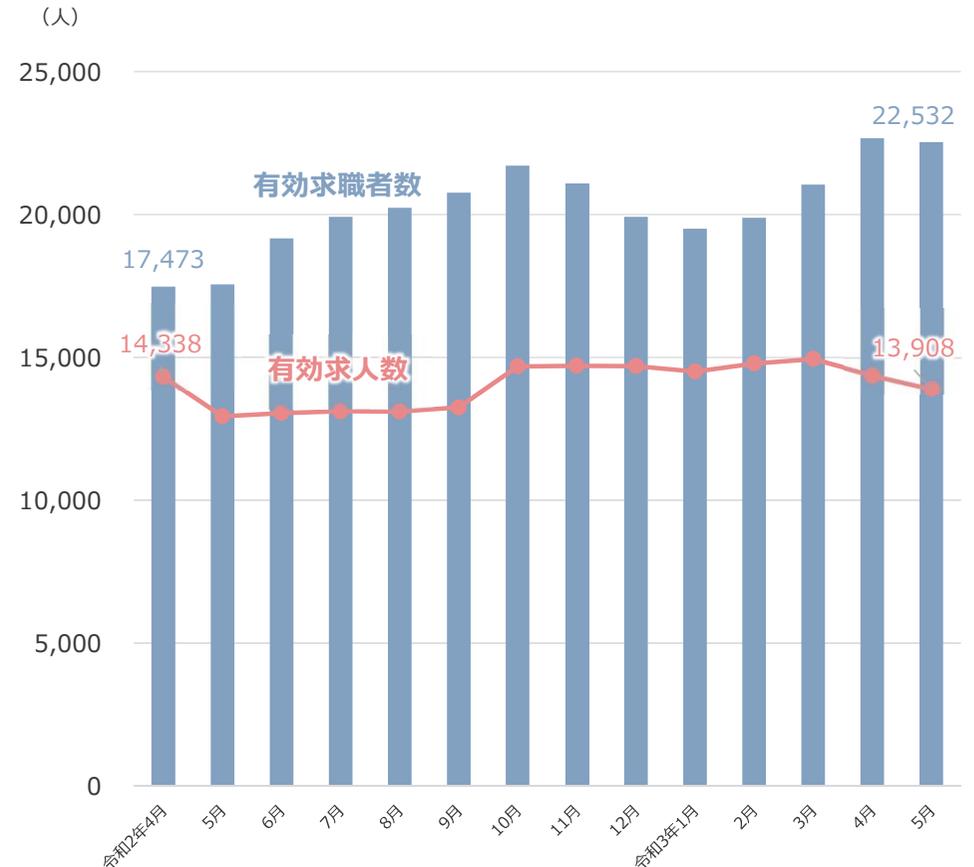
ア 有効求人倍率（川崎管区及び神奈川県）



* 川崎(南部)…川崎市、幸区、横浜市鶴見区 川崎(北部)…中原区、高津区、宮前区、多摩区、麻生区

出所：神奈川県労働局「神奈川県労働市場月報」を基に作成

イ 有効求人数・有効求職者数（川崎管区）



2 緊急経済対策（経済労働局所管分）の概要

(1) 国・県・市の施策の概要

	取組の概要	主な取組
国	● 広範囲にわたる雇用対策や事業者支援を実施	<ul style="list-style-type: none"> ● 雇用調整助成金 労使間の協定に基づき「雇用調整(休業)」を実施する事業主に休業手当等の一部を助成。 ● 持続化給付金 売上が前年同月比50%以上減少した事業者を対象に給付金を給付。 ● 家賃支援給付金 売上が減少した事業者に対し、地代・家賃の負担軽減を目的に、賃借人である事業者に対して給付金を給付。
	● 感染拡大防止策や予防策の実施	● 新型インフルエンザ等対策特別措置法に基づく、緊急事態宣言・まん延防止等重点措置 の発令等による感染拡大防止・予防の取組
神奈川県	● 感染拡大防止策とあわせた協力金の交付等を実施	● 新型コロナウイルス感染症拡大防止協力金 (R3.7月現在、第1弾～第12弾まで実施) 県からの時短要請に応じて、臨時営業又は休業に協力いただいている事業者に対し、協力金を支出。
川崎市	● 事業者における雇用の維持と事業の継続を図り、地域経済を下支えする取組を実施	<p><就業支援の強化></p> <ul style="list-style-type: none"> ● キャリアサポートかわさきにおける求人開拓の強化 <p><資金繰りの円滑化></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 制度融資による支援（無利子・無担保等） <p><地域における経済循環></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 川崎じもと応援券（第1弾） <p><ポストコロナを見据えた支援></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 「新たな生活様式」に対応した支援として、職場環境改善支援補助金やテレワーク導入促進補助金などを実施

ポイント

- ① 緊急経済対策（経済労働局所管分）において、「就業支援の強化」「資金繰りの円滑化」「地域における経済循環」「ポストコロナを見据えた支援」に取り組む。
- ② これらの取組により、事業者における「雇用の維持」と「事業の継続」を図るとともに、ポストコロナ社会を見据えた「新たな生活様式に対応した支援」を実施

経済対策の考え方

※ 記載事業は全取組から抜粋

A 就業支援の強化

1. 雇用・労働特別相談窓口、特別電話就業相談窓口の開設
事業者向け、労働者向けの相談窓口をそれぞれ開設。
2. キャリアサポートかわさきにおける求人開拓の強化
求人開拓に従事するスタッフを3名増員

B 資金繰りの円滑化

1. 制度融資による支援(無利子・無担保等)
新型コロナウイルス感染症の影響により売上が減少した企業に対し、保証料の補助拡大と、利子補給により、実質無利子・無担保となる資金繰り支援を実施。

C 地域における経済循環

1. 川崎じもと応援券（第1弾）
市内の中小企業等の飲食店などで利用できる1冊13,000円分の商品券を、10,000円で87万冊（流通総額113.1億円）販売。
2. 小規模事業者臨時給付金
市内小規模事業者のうち、国の持続化給付金の対象とならない、売上の減少が30%～50%の事業者に給付金を給付。
3. ワンストップ型臨時経営相談窓口の開設
専門家による国・県・市の施策の案内、申請支援、経営相談等を実施。

D ポストコロナを見据えた支援

1. テレワーク導入促進補助金
2. 職場環境改善支援補助金
3. コンテンツグローバル化促進事業補助金
4. 中小商業者テイクアウト等参入支援事業補助金
5. 商店街等緊急支援事業補助金

など

① 雇用の維持

② 事業の継続

③ 新たな生活様式に対応した支援

2 緊急経済対策（経済労働局所管分）の概要

(3) 経済労働局の実施事業

公表時期	事業名		予算規模(千円) (※)	備考	
	就業支援の強化・資金繰りの円滑化・地域における経済循環	新たな生活様式に対応した支援			
第1弾 (R2.4月)	【就業支援の強化】 ・ 離職者向けの特別電話就業相談窓口 ・ 雇用を守るための支援相談窓口 【資金繰りの円滑化】 ・ 制度融資による支援（無利子・無担保等） 【地域における経済循環】 ・ 川崎じもと応援券（第1弾） ・ 市場内事業者への施設使用料等の猶予 ・ テイクアウト・デリバリーが可能な店舗の市HPへの掲載 ・ 臨時経営相談等による支援メニューの活用サポート	・ テレワーク導入促進補助金 ・ テイクアウト等参入促進事業補助金 ① 中小事業者テイクアウト等参入支援事業補助金 ② 商店街等緊急支援事業補助金	23,998	当初予算内で対応	
				25,242,358	執行予算なし 執行予算なし 当初予算内で対応
第2弾 (R2.5月)	【地域における経済循環】 ・ 小規模事業者臨時給付金			126,731	
(R2.7月)	【地域における経済循環】 ・ ワンストップ型臨時経営相談窓口			38,000	予備費対応
第4弾 (R2.8月)	【就業支援の強化】 ・ キャリアサポートかわさきにおける求人開拓の強化	・ 中小企業海外展開支援事業補助金 ① グローバル展開支援事業補助金 ② コンテツグローバル化促進事業補助金 ③ 越境EC専門相談事業等 ・ 職場環境改善支援補助金 ・ 商店街魅力再起支援補助金 ① 商店街魅力再起支援事業補助金 ② 川崎市商店街連合会補助金（情報発信強化） ・ 「新しい生活様式」対応研究開発補助金 ・ ポストコロナ型新分野参入促進事業 ・ 市内観光農園のPR等 ・ 産業支援施設のIT環境整備	60,666	R2-3にかけて実施	
			28,190		R2-3にかけて実施
第7弾 (R3.2月)	【就業支援の強化】 ・ かわさき短期求人紹介支援 【地域における経済循環】 ・ 川崎じもと応援券（第2弾）	・ 商店街等緊急支援事業補助金（2回目） ・ 職場環境改善支援補助金（2回目） ・ 市内宿泊施設テレワーク利用促進事業 ・ 産業支援施設のテレワーク環境整備	30,000	(第7弾は主にR3実施)	
			29,515		R2-3にかけて実施
			14,411	R2-3にかけて実施	
			3,300	R2-3にかけて実施	
			8,000		
			4,700		
			39,000		
			1,521,353		
			10,000		
			109,609		
			41,711		
			12,500		
			合計		
			30,466,422		
			(融資原資として金融機関に預け入れる預託金を除くと)		
			8,725,422		

※ 予算規模は、令和2年度末の最終予算額、R2からR3にかけて実施する事業は、両年度をあわせた規模としています。

2 緊急経済対策（経済労働局所管分）の概要

(4)各事業の取組期間

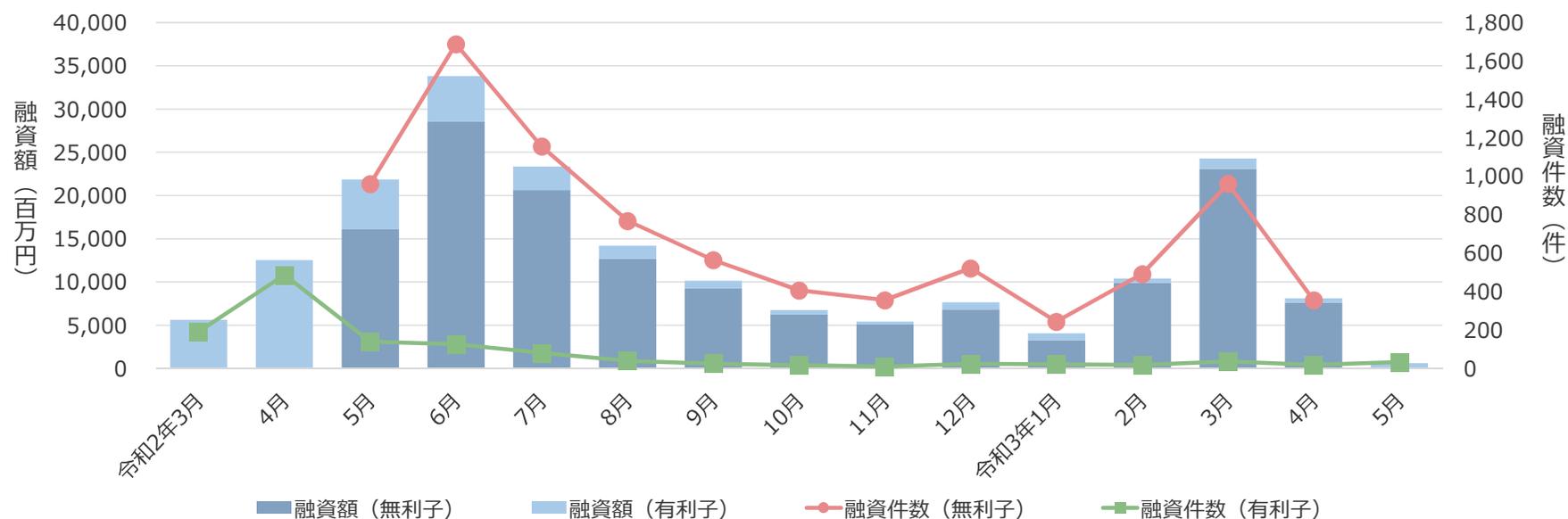
2-(4)各事業の取組期間

業種等	R2 第1四半期 (4～6月)	R2 第2四半期 (7～9月)	R2 第3四半期 (10～12月)	R2 第4四半期 (R3.1～3月)	R3 第1四半期 (4～6月)
全業種	【制度融資（無利子・無担保等）】 ・無利子融資は融資上限3,000万円 ・セーフティネット(SN)保証4号及び危機関連保証認定者は保証料全額補助等	・6/15より融資上限を3,000万から4,000万へ変更	・2月より融資上限を6,000万へ変更	【産業支援施設のテレワーク環境整備】 ・リモート環境を市の産業支援施設に整備	【産業支援施設のテレワーク環境整備】 ・産業振興会館へのテレワーク環境の整備
	【小規模事業者臨時給付金】 ・小規模事業者で事業収入が前年同月比で30%以上50%未満の事業者に10万円を給付	【ワストップ型臨時経営相談窓口の設置】 ・7月15日～8月31日まで市内3箇所に臨時経営相談窓口を開設。9月からは産業振興会館に集約して実施	【職場環境改善支援補助金】 ・職場環境に必要な空調・衛生設備の導入や改修工事、備品購入等に対する経費を補助		【職場環境改善支援補助金(第2回)】
		【テレワーク導入促進補助金】 ・テレワークを導入する中小企業者に対する支援。	【「新しい生活様式」対応研究開発補助金】 ・新しい生活様式に向けた研究開発等に係る経費を補助	【ポストコロナ型新分野参入促進事業】 ICT利用、販路開拓支援等	
			【中小企業海外展開支援事業補助金】 ・コンテンツグローバル化促進事業補助金 海外展開を目的として行う自社HPの多言語化や、デジタルコンテンツの作成等に係る経費を補助 ・グローバル展開支援事業補助金 越境EC（国際的な電子商取引）や海外企業とのオンライン商談、海外展示会への出展等に係る経費を補助 ・越境EC専門相談事業等 越境ECに関する専門家派遣等の支援		
(求職者)	【就業相談窓口】 ・キャリアサポートかわさきに就業を支援するための特別電話相談窓口を設置	・雇用を守るための支援相談窓口の設置（社会保険労務士による無料電話相談）	【求人開拓の強化】 ・キャリアサポートかわさきの求人開拓員を3名増員	【短期求人紹介支援】 ・短期間求人公表・紹介	
商業者 ・宿泊	【市HPでのPR】 ・テイクアウトやデリバリーが可能な市内店舗の市HPへの掲載	【テイクアウト等参入促進事業補助金】 ・中小商業者テイクアウト等参入支援事業補助金 テイクアウトやデリバリーなどの販売手法やネットサービスの提供などに取り組む飲食店やサービス事業者等を支援。 ・商店街等緊急支援事業補助金 売上が減少した商業者の応援や、安心して買い物できる環境づくりなどに取り組む市内商店街等を支援			【市内宿泊施設テレワーク利用促進事業】 市内宿泊施設でのテレワーク利用を補助 【商店街等緊急支援事業補助金・2回目】
		【川崎じもと応援券(第1弾)】 ・市内の中小企業等の飲食店などで利用できる市独自のプレミアム付商品券を発行 ・発行総額：113.1億円（1冊13,000円×発行87万冊／発行券種：1,000円券×13枚）	【商店街魅力再起支援事業補助金】 ・商店街魅力再起支援事業補助金 商店街等の「新しい生活様式」に対応する事業を支援 ・川崎市商店街連合会補助金（情報発信強化） 公的な支援制度や優良事例などの情報発信を強化		【川崎じもと応援券(第2弾)】
卸業 (市場)	【市場内事業者支援】 ・売上が減少している場内事業者への施設使用料等の猶予				
農業			【市内観光農園のPR】 ・観光農園、周辺観光施設のマップ・HP・PR動画の作成		
国の支援	【雇用調整助成金】 【民間金融機関における無利子・無担保融資】 【持続化給付金】	【家賃支援給付金】	【Go To Eat 利用期間】	【一時支援金】	【月次支援金】
県の支援	【新型コロナウイルス感染症拡大防止協力金】				

ポイント

- ① 本市の制度融資における融資額・件数を見ると、令和2年5月以降に大きく増加しており、融資額・件数ともに無利子融資が有利子融資を大きく上回っている。

融資額・件数（無利子・有利子別）



* 融資額及び融資件数は、川崎市信用保証協会を通じて本市制度融資を利用した金額及び件数
 * 新型コロナウイルス感染症関連融資のみを集計

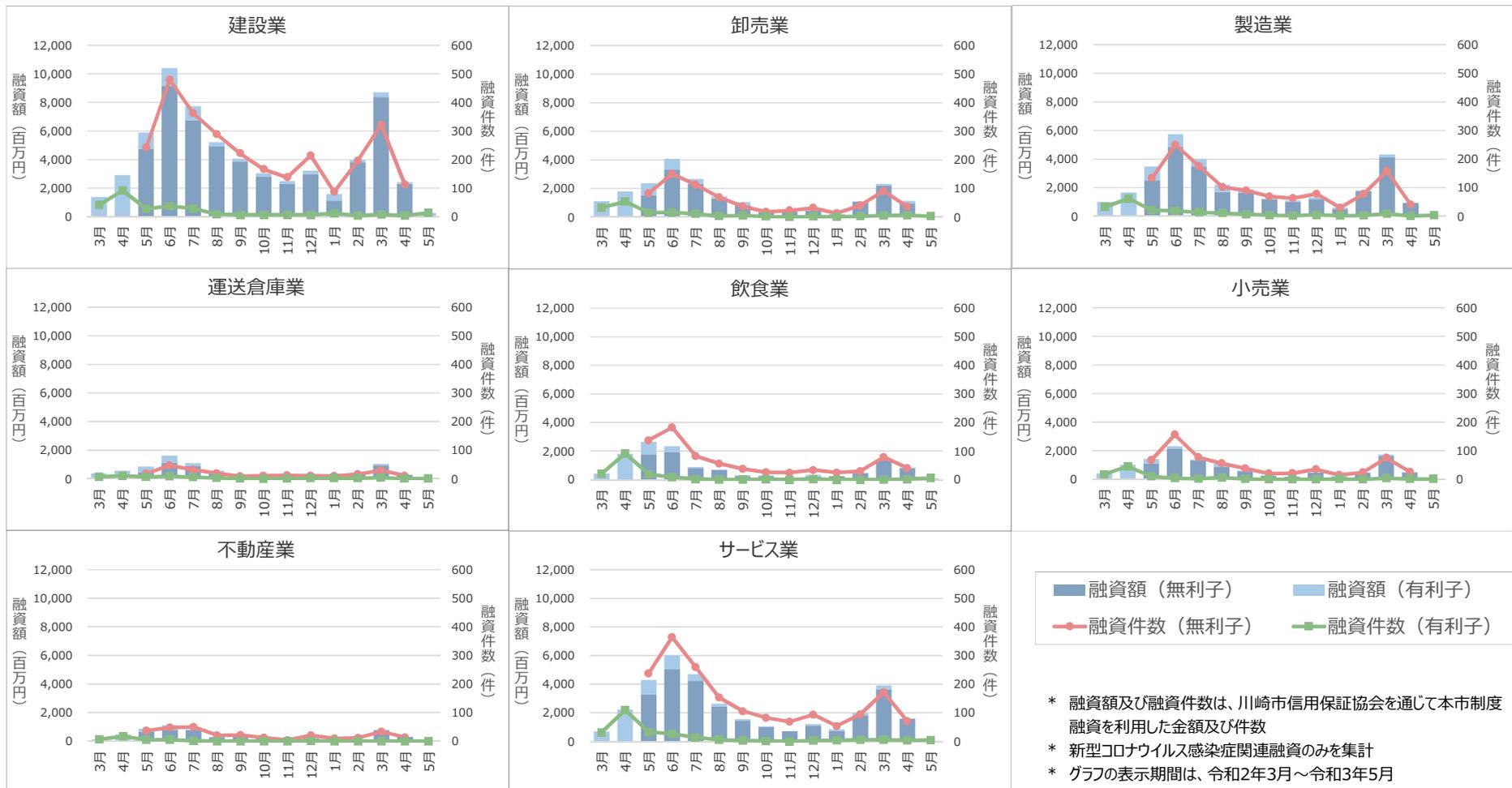
取組概要

- 新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、融資限度額の増額、低金利の設定、信用保証料の補助等を盛り込んだ融資制度により支援を実施した。
【無利子・無担保融資】①融資利率 3年間無利子 ②保証料 国が全額補助 ③据置期間 5年間
 ④融資限度額 3,000万円(R2.5~R2.6)、4,000万円(R2.6~R3.1)、6,000万円(R3.2~R3.3)
【有利子融資（危機関連保証、セーフティネット（SN）保証4号、5号）】
 ①融資利率 危機・4号…融資期間により変動し、最小年0.9%以内、5号…年1.7%以内
 ②保証料…SN保証4号・危機関連保証の認定者に対し保証料全額補助。SN保証5号の認定者に対し保証料半額補助
 ③据置期間 運転・設備資金10年以内 ④融資限度額 危機・4号…2.8億円 5号…8千万円

ポイント

① 融資額・件数を業種別で比較すると、「建設業」が最も多く、「サービス業」、「製造業」が続いている。

業種別の融資額・件数（無利子・有利子融資）



ポイント

- ① 業種別の融資の状況を見ると、「市内企業数に対する融資件数の割合」は、「建設業」が最も大きく、「卸売業」、「製造業」が続いている。一方で、飲食業、小売業等の割合は低い状況。

業種別の融資の状況

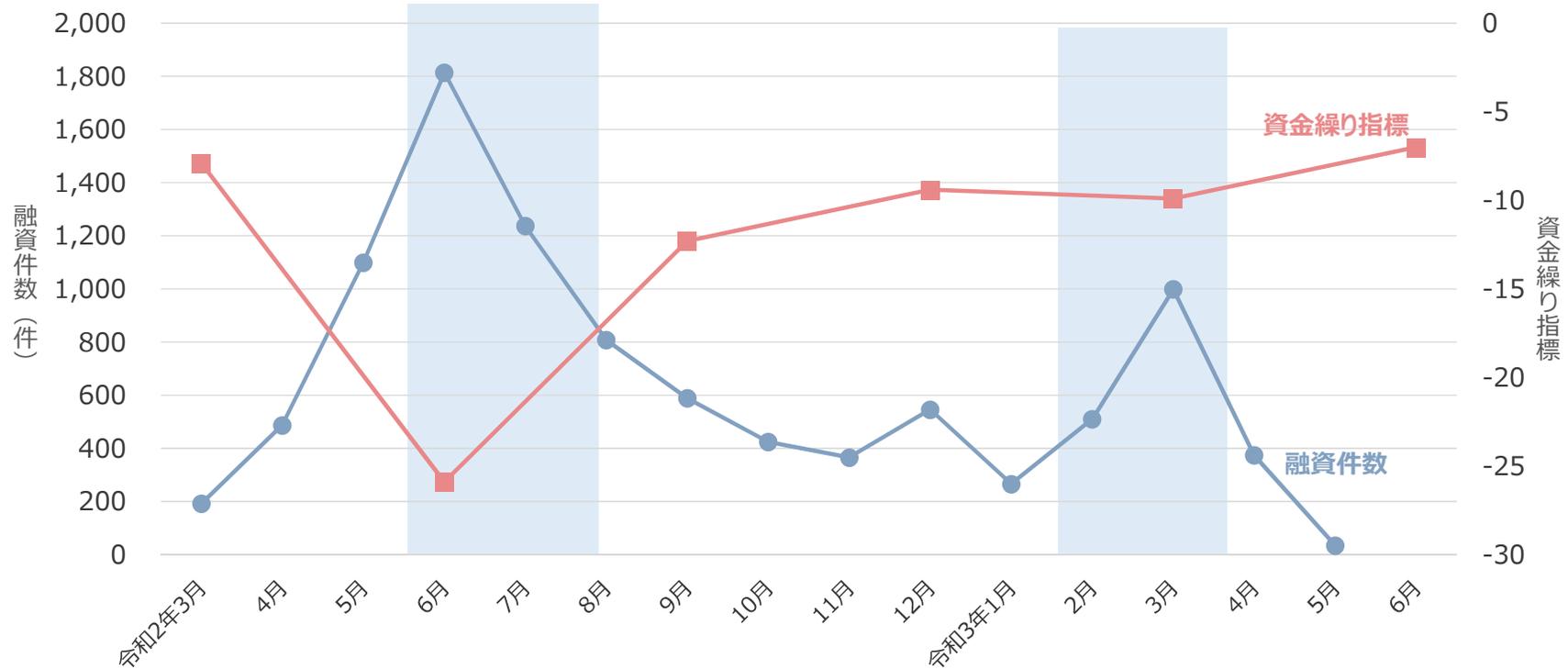
業種（経済センサスにおける業種）	A. 市内企業数 【社】	B. 融資額 【千円】	C. 融資件数 【件】	D. 市内企業数に対する 融資件数の割合 〔C/A×100〕【%】	E. 融資件数1件あたり の平均融資額 〔B/C〕【千円】
建設業（D 建設業）	3,327	63,339,430	3,136	94.3%	20,198
卸売業（I1 卸売業）	1,283	20,572,002	867	67.6%	23,728
製造業（E 製造業）	2,636	31,401,238	1,465	55.6%	21,434
運送倉庫業（H 運輸業、郵便業）	593	8,187,000	283	47.7%	28,929
飲食業（M2 飲食店、持ち帰り・配達 飲食サービス業）	3,536	13,042,050	920	26.0%	14,176
小売業（I2 小売業）	3,562	12,101,966	702	19.7%	17,239
不動産業（K1 不動産業）	3,210	6,042,850	324	10.1%	18,651

- * 本表は、川崎市信用保証協会の業種別実績に、平成28年経済センサスにおける業種別の企業数を用いて作成
- * 融資額及び融資件数は、川崎市信用保証協会を通じて本市制度融資を利用した金額及び件数（令和2年3月から令和3年5月まで）
- * 新型コロナウイルス感染症関連融資のみを集計しており、無利子・有利子の合計値としている
- * 1社が2件以上の融資を受けている場合もある

ポイント

① 融資件数と、資金繰りの苦しさを示す資金繰り指標の推移を比較すると、令和2年6月に融資件数が大きく増加した後、7月以降の資金繰り指標が改善しており、融資により一定の資金需要を満たしたと考えられる。

融資件数と資金繰り指標の推移



* 融資額及び融資件数は、川崎市信用保証協会を通じて本市制度融資を利用した金額及び件数

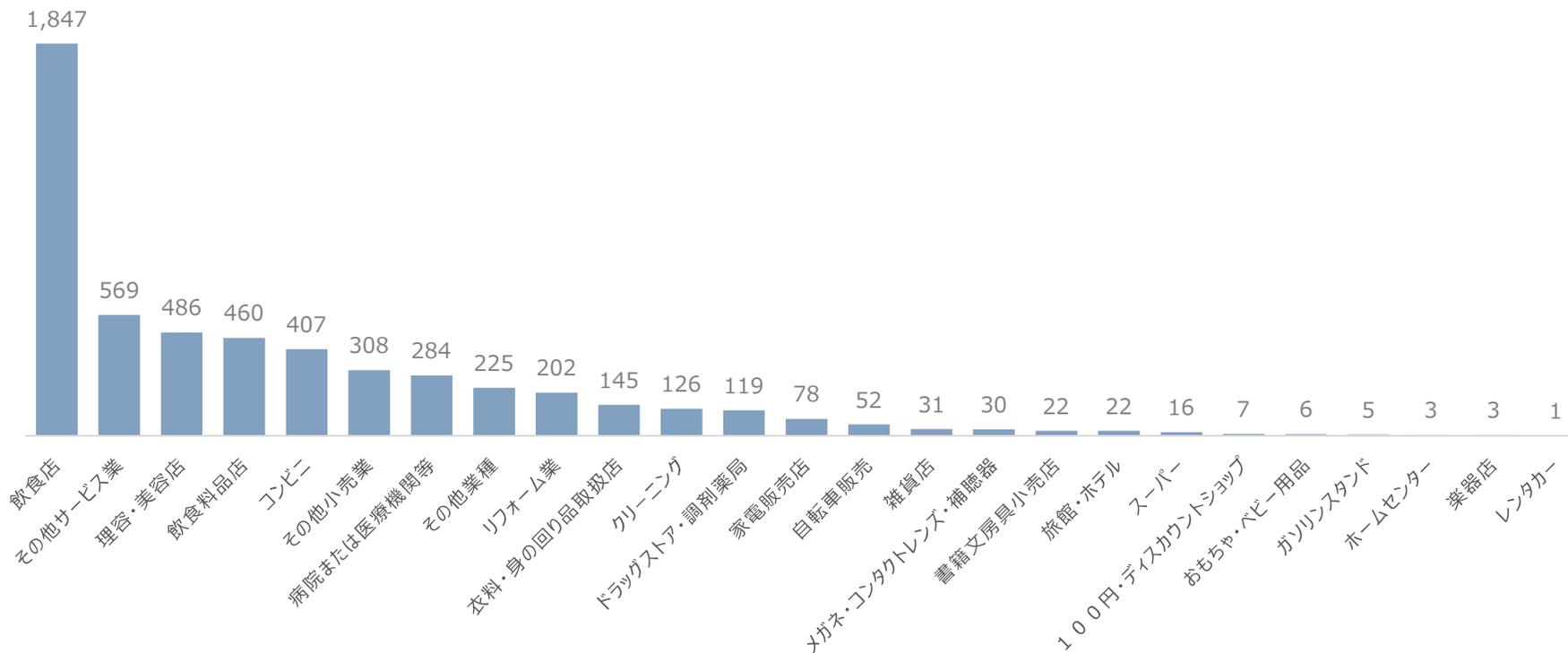
* 新型コロナウイルス感染症関連融資のみを集計しており、無利子・有利子の合計値としている

* 「資金繰り指標」の考え方…前期と比べた資金繰りの状況について、「楽」、「やや楽」、「変わらず」、「やや苦しい」、「苦しい」の選択肢のうち、「楽」、「やや楽」と回答した企業の割合から、「やや苦しい」、「苦しい」と回答した企業の割合を差し引いた値を示している。

ポイント

① 川崎じもと応援券（第1弾）の登録店舗数は5,454店舗で、業種別では、「飲食店」、「その他サービス業」、「理容・美容店」が上位となっている。

業種別登録店舗数



取組概要

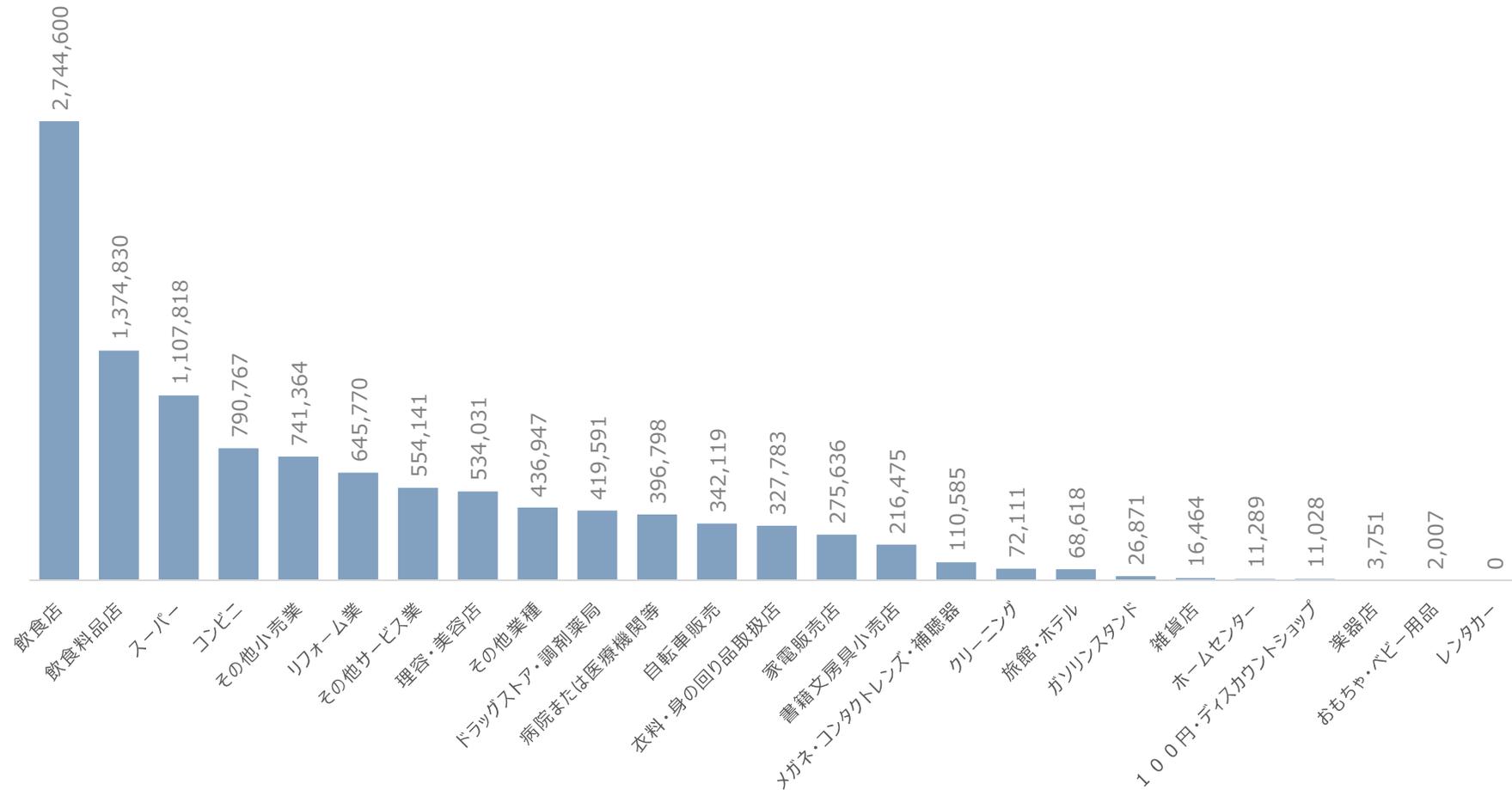
【令和2年度 川崎じもと応援券（第1弾） 概要】

- ①発行総額 約113億円（販売額87億円 プレミアム分約26億円）
- ②発行冊数 87万冊
- ③1冊あたりの構成 1冊1,000円×13枚の応援券（13,000円分）を10,000円で販売（プレミアム率30%）
- ④利用期間 令和2年7月20日（月）～令和3年5月31日（月）
- ⑤登録店舗数 5,454店舗（R3.5.31現在）

ポイント

- ① 応援券の利用実績額は、全体で約112億円となっており、業種別では「飲食店」が最も多く、「飲食料品店」、「スーパー」が続いている。

業種別利用実績額（千円）

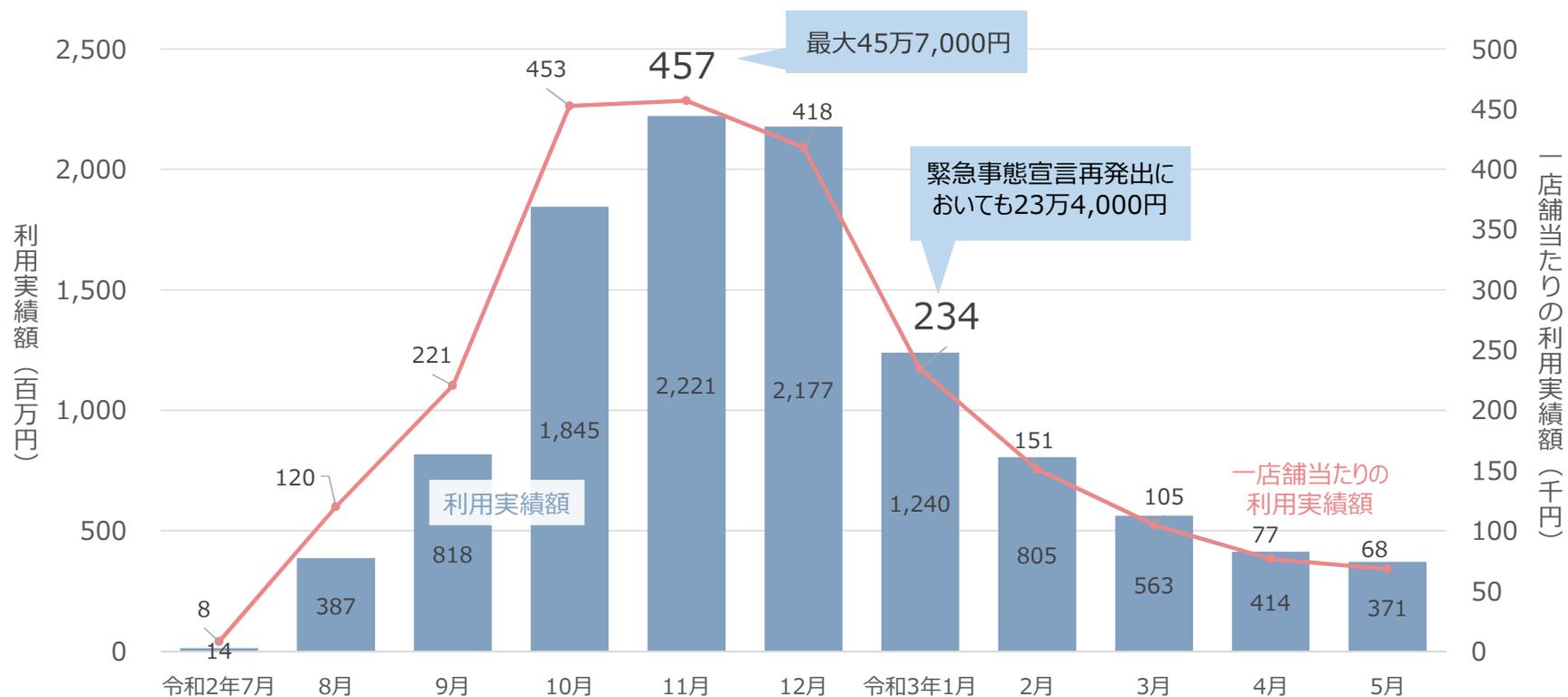


3 緊急経済対策（経済労働局所管分）の取組 (2)川崎じもと応援券（第1弾）③

ポイント

① 月別の1店舗あたりの平均利用額は、11月が最も多く、45.7万円となっている。

総利用実績額（月別） / 1店舗あたりの平均利用額（月別）



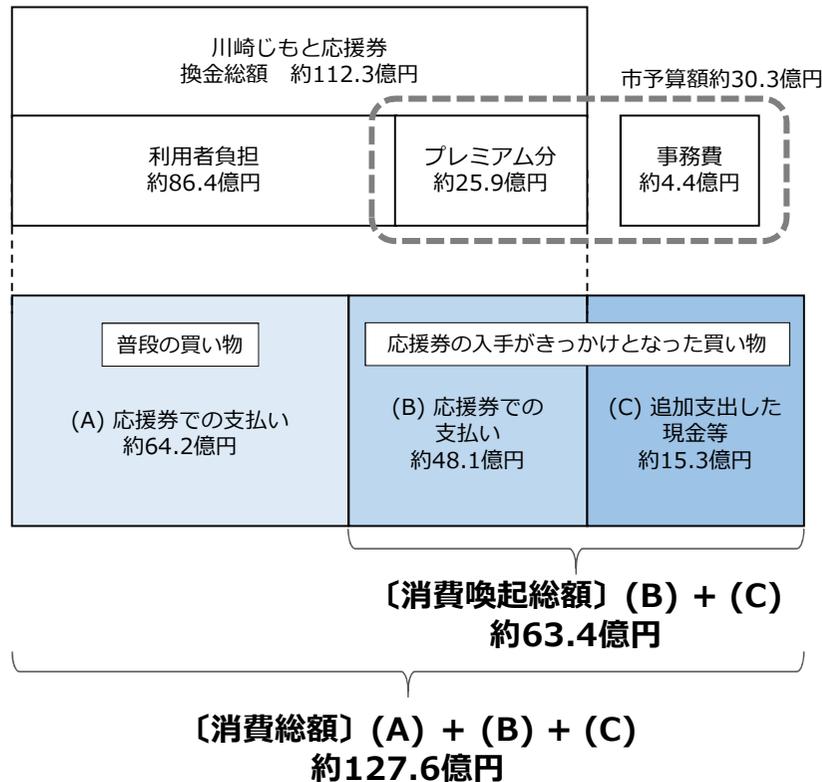
3 緊急経済対策（経済労働局所管分）の取組 (2)川崎じもと応援券（第1弾）④

ポイント

- ① 市内中小事業者において、121.9億円（消費総額127.6億円×95.5% ※1）の資金が循環。
市予算額約30.3億円（プレミアム分25.9億円+事務費4.4億円）の4倍の規模。
 - ② その結果、市内中小事業者に60.5億円（消費喚起総額約63.4億円×95.5% ※1）の新たな消費が創出された。
- ※1 川崎じもと応援券（第1弾）における中小店舗での利用割合

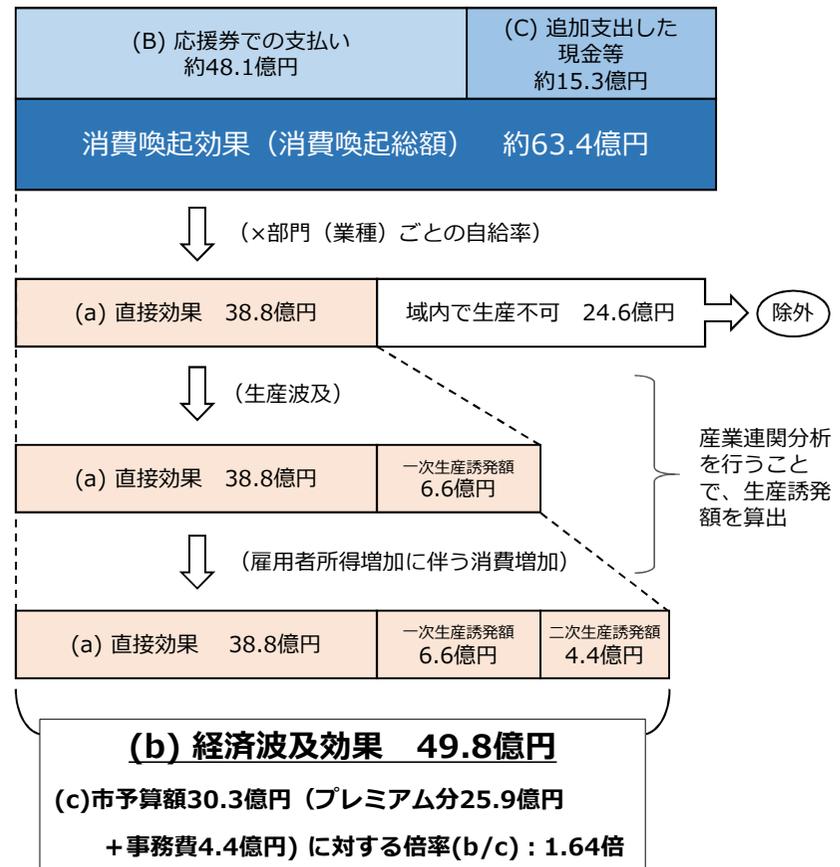
令和2年度 川崎じもと応援券（第1弾） 経済効果の試算

ア 消費総額・消費喚起総額の推計



イ 市外流出分を除いた市内への経済波及効果（参考）※2

※2 原材料など市外事業者から調達した分を除いた市内への効果



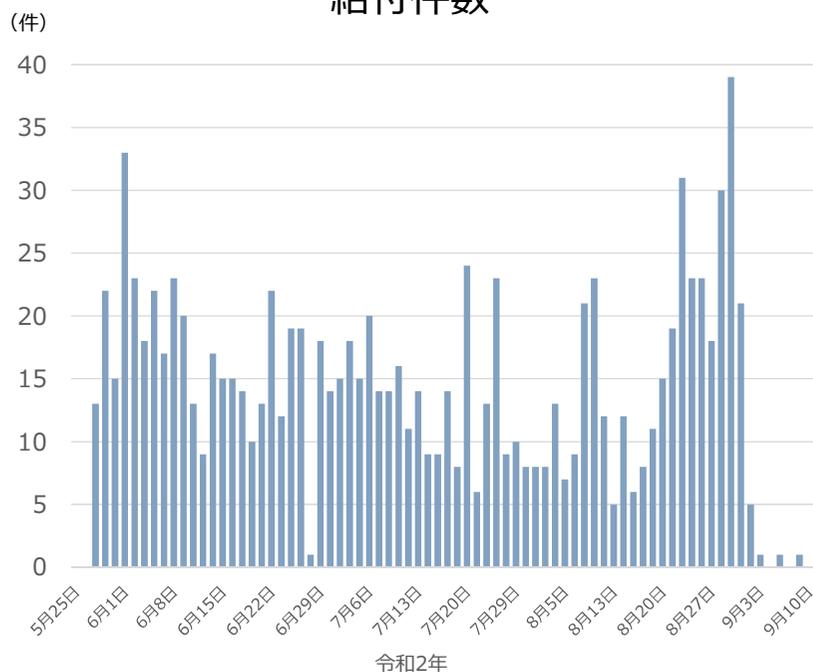
ポイント

① 国の持続化給付金の対象とならない小規模事業者向け「小規模事業者臨時給付金」の給付件数は1,057件となっており、件数の少なかった理由は、事業者の多くが国の給付金を申請したことによるものと考えられる。

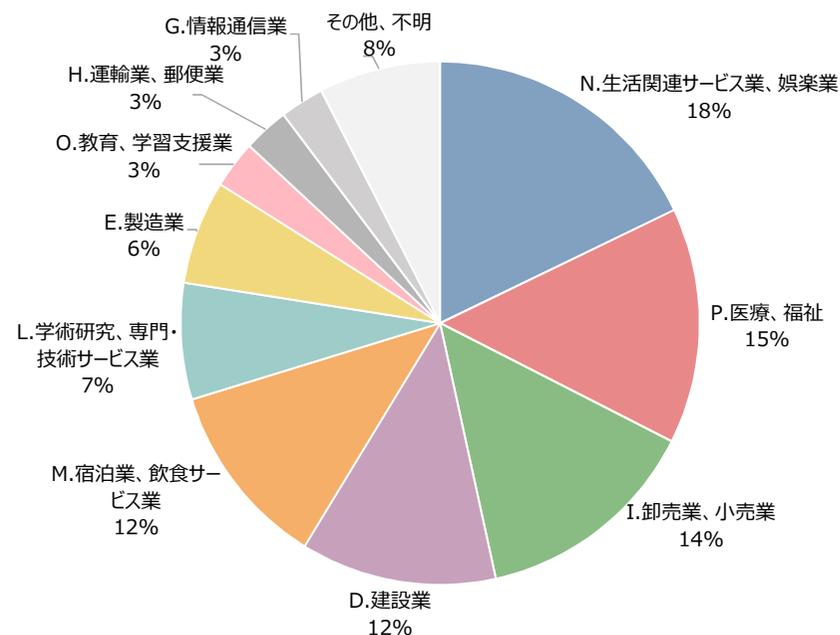
(参考) 国の持続化給付金は、約424万件の中小企業・個人事業主に給付された。

* 平成28年経済センサス-活動調査における企業等数は、約386万企業となっている。

給付件数



給付を受けた事業者の業種割合



取組概要

・ 新型コロナウイルス感染症の拡大により、大きな影響を受けている市内の小規模事業者（全業種）に対して、一律10万円の給付を実施した。

【小規模事業者臨時給付金 概要】

① 給付対象者 対象月の事業収入の減少が前年同月比で30%以上50%未満の期間が1か月以上認められる事業者

② 申請期間 令和2年5月25日（月）～8月31日（月） ③ 給付金額 10万円 ④ 給付件数 1,057件

ポイント

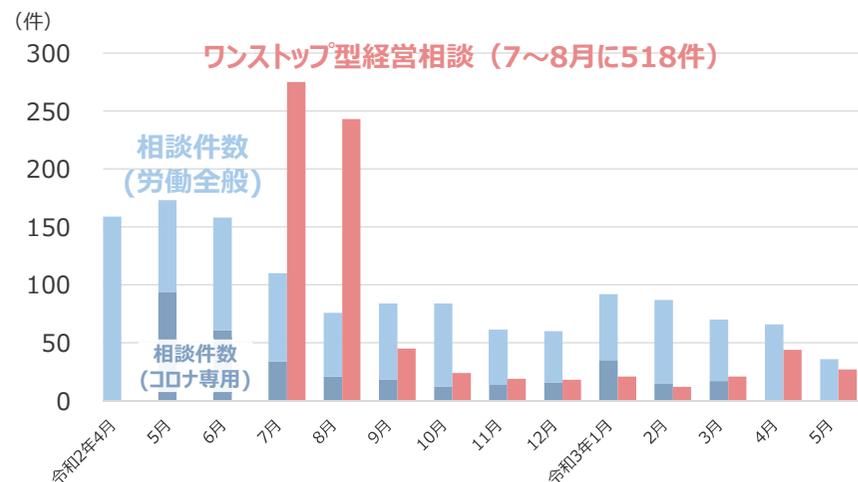
- ① 「金融相談」の件数は、融資件数の増加に合わせて、令和2年4月、5月に大きく増加した。
- ② 「ワンストップ型経営相談」として、令和2年7月～8月に市内3か所に窓口を設置するなど相談体制を強化し、経営改善の相談や国の補助金等の申請のサポートに関する相談等に対応。

相談件数（金融相談）



* 融資額及び融資件数は、川崎市信用保証協会を通じて本市制度融資を利用した金額及び件数
 * 新型コロナウイルス感染症関連融資のみを集計しており、無利子・有利子の合計値としている

相談件数（ワンストップ型経営相談・労働相談）



* 「相談件数（労働全般）」は新型コロナ関連相談以外も含む

【労働相談における相談内容・例】

- ・ 雇用調整助成金の助成対象や申請方法
- ・ 休業手当が支給されない場合の助成制度等
- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響による休暇時の保障 など

【ワンストップ型経営相談における相談内容・例】

- ・ 補助率や対象経費、採択率を比較しながら、国や県の補助金等を紹介
- ・ オンライン講座開設のための設備機器導入にむけた補助金申請支援
- ・ 補助金の採択例や計画書のひな形を紹介し、申請のポイントを解説 など

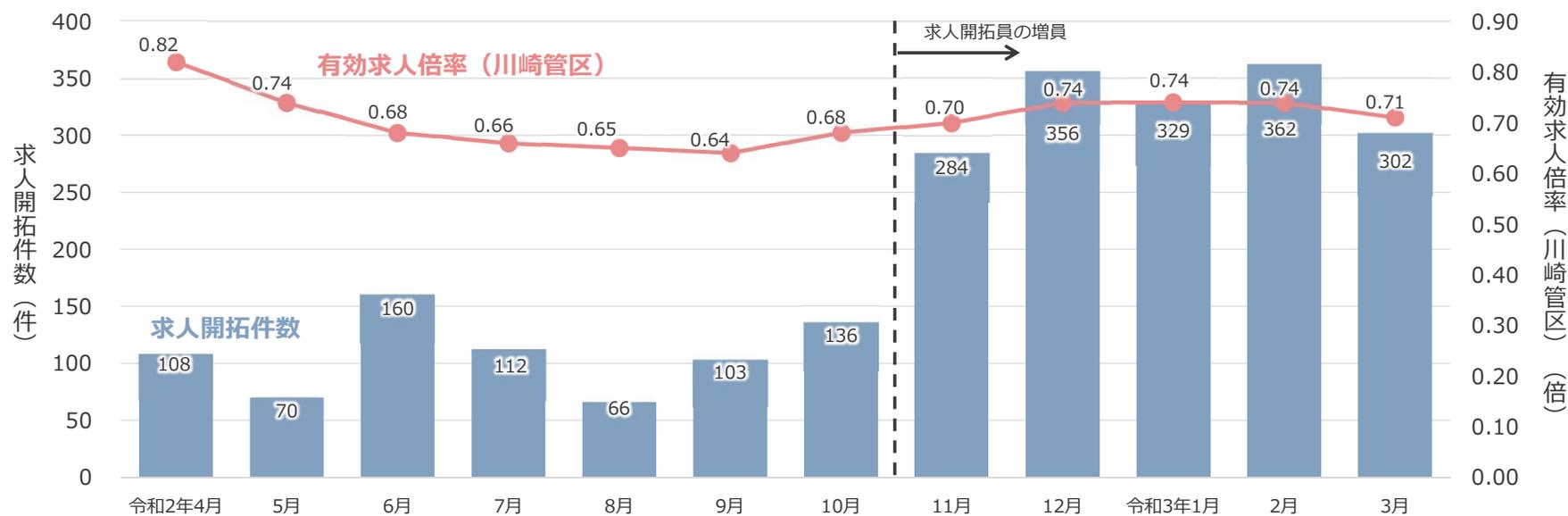
取組概要

- ・ 制度融資、労働、経営全般の課題等に対する相談対応支援を行うため、専門家等による相談窓口を設定した。
 金融相談…無利子融資を始めとした融資による支援を行うため、金融課、溝ノ口事務所等にて窓口相談を実施
 労働相談…労働問題等に対して、専門相談員による窓口・電話相談を実施
 ワンストップ型経営相談…経営相談、様々な支援制度の案内、申請サポートを行うため、川崎市産業振興会館や、電話、オンラインにて専門家による経営相談を実施。

ポイント

- ① 就職に関する総合相談窓口「キャリアサポートかわさき」では、令和2年11月に求人開拓員を増員したことにより、同月以降の求人開拓件数が大きく増加。

キャリアサポートかわさきにおける月別の求人開拓件数及び有効求人倍率



【月平均求人開拓件数】 4月～10月…約108件 11月～3月…約327件

* 「川崎管区」には横浜市鶴見区を含む

* 「求人開拓件数」…登録求職者の希望、条件等を踏まえて求人開拓員が訪問・電話等を行い、企業からキャリアサポートかわさきへ求人票を提出いただいた件数

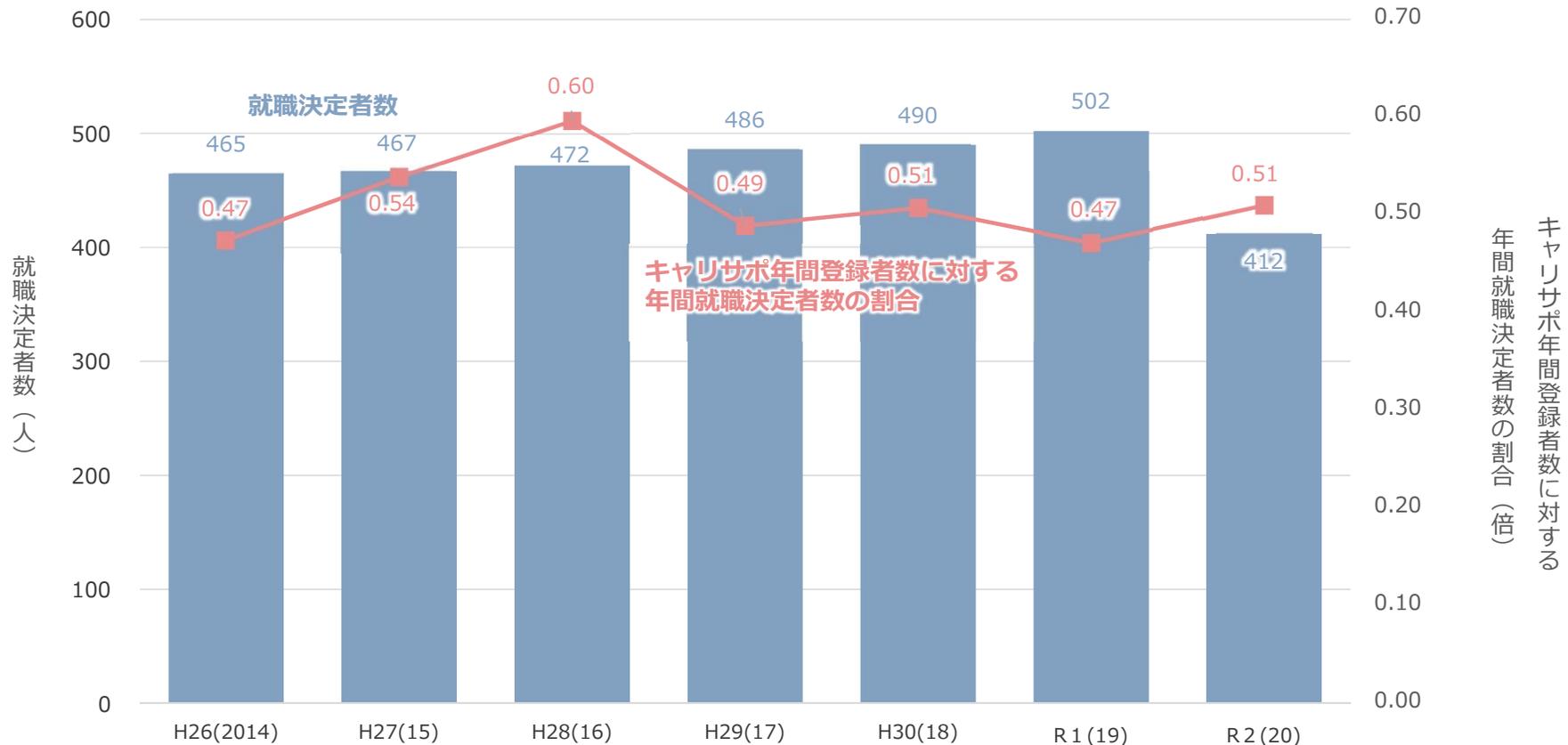
取組概要

- 新型コロナウイルス感染症の拡大以降、有効求人倍率は急速に悪化（求人数の減、求職者数の増）し、川崎管区内においては0.7前後での推移が継続している状況である。
- このため、求人開拓体制を強化することを目的として、通常は求職者との面談業務等を兼任する6名のスタッフが担当していた求人開拓について、令和2年11月より、専従するスタッフを追加で3名配置したものの。

ポイント

- ① 「キャリアサポートかわさき」を通じた令和2年度の就職決定者数は、412人とどまっているが、年間登録者に対する年間就職決定者数の割合は、0.51ポイントと僅かに増加。

キャリアサポートかわさきにおける年度別の就職決定者数及び
キャリアサポ年間登録者数に対する年間就職決定者数の割合



3 緊急経済対策（経済労働局所管分）の取組 (6)新たな生活様式に対応した補助事業

期間	事業名	目的	支援対象	概要	主な実績
R2	テレワーク導入促進補助金	市内企業の速やかなテレワーク導入を促進し、新たな働き方の確立と公共交通機関の混雑緩和による感染拡大の抑制に繋げる。	市内に、常時雇用する従業員が2名以上いる事業所がある中小企業、個人事業主	テレワーク環境の新規構築・拡張に要する経費への補助 【対象】 ・設備導入費（WEB会議用機器、ソフトウェア等） ・コンサルティング費用（導入相談に係る経費等） 【補助額】 ・設備導入費 補助率 1/2 上限 20万円 ・コンサルティング費 補助率 1/2 上限 5万円	【R2実績】 ・交付件数 66件 ・交付額 11,073千円
R2/R3	職場環境改善支援補助金	新型コロナウイルス感染症の拡大防止対策として、職場環境を改善するための設備等の導入を補助することで、市内中小企業者の事業継続及び経営基盤の確保を図り、市内経済の活性化に資することを目的とする。	市内に事業所がある中小企業者、個人事業主	新型コロナウイルス感染症の拡大防止を防ぐため、飛沫感染や接触感染、近距離での会話への対策として行う設備等の導入に係る経費への補助 【対象】 ・設備導入費 ・ITサービス導入費、消耗品費、委託費等 【補助額】 補助率 3/4 上限 30万円	【R2実績】 ・交付件数 148件 ・交付額 26,291千円 【R3(現在実施中)】
R2	(中小企業海外展開支援事業補助金) コンテンツグローバル化促進事業補助金	展示会等の中止・延期や移動制限により中小事業者等の販路開拓が難しくなっていることから、海外展開に向けて行う自社コンテンツのグローバル化に要する経費を補助し、海外展開を促進することで販路拡大を図る。	市内に事業所を有する中小事業者等	市内の中小事業者等による、海外展開に向けて行う自社コンテンツのグローバル化に要する経費への補助 【対象】 ・外国語の資料・ホームページ等作成に要する経費 ・PR動画等の作成に要する経費 ・契約資料等の作成・翻訳に要する経費 【補助額】 補助率 2/3 上限 20万円	【R2実績】 ・交付件数 35件 ・交付額 6,466千円
R2	(テイクアウト等参入促進事業補助金) 中小事業者テイクアウト等参入支援事業補助金	外出自粛等により売上が減少した中小事業者による飲食物のテイクアウトやデリバリー、インターネットを活用した新たなサービス提供など、売上を確保する新たな取組を支援し、業者の経営安定化に資する。	市内に事業所を有する中小事業者	テイクアウトやデリバリー、インターネットを活用した新たなサービス提供など、売上を確保する新たな取組に要する経費への補助 【対象】 ・フード・デリバリーサービス利用料 ・広告宣伝費（チラシ作成や広告掲載等） ・設備装置費 ・ITを活用したサービス開始事業（インターネット通販の導入等） ・消耗品費（テイクアウト用容器類等） 【補助額】 補助率 3/4 上限 10万円	【R2実績】 ・交付件数 205件 ・交付額 16,728千円
R2/R3	(テイクアウト等参入促進事業補助金) 商店街等緊急支援事業補助金	外出自粛等により売上げが減少した事業者を応援する取組や、新しい生活様式に対応するための取組を支援し、地域経済の再起に資することを目的とする。	市内商店街、商業者グループ等	売上が減少した事業者の応援や、安心して買い物できる環境づくりに取り組む市内商店街等を対象とした補助 【対象】 ・商店街内の店舗やサービスのPRに要する経費 ・新しい生活様式に対応する取組に要する経費（キャッシュレス対応セミナーの開催、消毒液設置等） 【補助額】 補助率 3/4 上限 20万円	【R2実績】 ・交付件数 51件 ・交付額 8,295千円 【R3(現在実施中)】

4 川崎じもと応援券（第1弾）の実施結果

(1)目的・概要等

1 目的

新型コロナウイルス感染症の影響により売上が大幅に減少している飲食店や生活関連サービス等における消費を促し、市内で資金を循環させることで早期の経済回復を図ることを目的として実施。

2 概要

項目	内容
発行総額	約113億円（販売額87億円、プレミアム分約26億円）
発行冊数	87万冊
1冊あたりの構成	1冊1,000円×13枚の応援券（13,000円分）を10,000円で販売（プレミアム率30%）
利用期間	令和2年7月20日（月）～令和3年5月31日（月）
利用対象者	市内在住、在勤及び在学の方 ※応募者多数の場合は市内在住者を優先して抽選
利用店舗	川崎市内で営業する小売業、宿泊業、飲食店、生活関連サービス等の業種で、中小企業・小規模事業者及び個人事業主
販売方法	1次募集：事前申込制による窓口販売（販売窓口80箇所） 2次募集：事前申込制による窓口販売（販売窓口80箇所） 3次販売：利用店舗等での直接販売（販売窓口85箇所）
申込期間／販売期間	1次募集 申込期間：令和2年 6月12日（金）～ 7月 3日（金） 販売期間：令和2年 7月20日（月）～ 8月16日（日） 2次募集 申込期間：令和2年 7月17日（金）～ 8月13日（木） 販売期間：令和2年 9月 7日（月）～ 9月20日（日） 3次販売 販売期間：令和2年10月15日（木）～10月28日（水）
購入限度	対象者1人に付き最大5冊（1次、2次募集） 対象者1人1回につき最大10冊（3次販売）
換金方法	①利用店舗においてQRコードを読み取る方法 毎週日曜日までに読み取った分⇒同週の金曜日に入金 換金サイクル 週1回 ②応援券の半券を事務局に郵送する方法 事務局に毎週月曜日までに到着した分⇒翌週の金曜日に入金 換金サイクル 週1回

3 広報の取組

(1) 利用者向け購入促進

ホームページ、市政だより、ポスター、チラシ、新聞、テレビ、ラジオ、SNS、交通広告、地域情報誌、デジタルサイネージなど

(2) 利用店舗募集

ホームページ、市政だより、ポスター、チラシ、新聞、ラジオ、SNS、地域情報誌、デジタルサイネージ、関係団体への説明、商店街店舗等への直接訪問など

4 販売実績

(1) 販売概要

		販売冊数
事前申込制	1次募集	188,415冊
	2次募集	187,092冊
小計		375,507冊
直接販売	3次販売	473,743冊
その他		442冊
新生児応援事業		17,484冊
合計		867,176冊
(残数)		(2,824冊)

※その他の内訳
・川崎市 藤子・F・不二雄ミュージアムにおける販売 432冊
・川崎フロンターレホームゲームにおける「あんたが大賞」賞品用として、川崎信用金庫へ販売 10冊

(2) 1次募集、2次募集の内訳

	購入申込者数	購入希望冊数	販売冊数	販売率
1次募集	68,812人	256,331冊	188,415冊	73.5%
（ホームページ）	(60,161人)	(221,754冊)	-	-
（はがき）	(8,651人)	(34,577冊)	-	-
2次募集	59,480人	217,545冊	187,092冊	86.0%
（ホームページ）	(55,118人)	(200,929冊)	-	-
（はがき）	(4,362人)	(16,616冊)	-	-
合計	128,292人	473,876冊	375,507冊	79.2%
（ホームページ）	(115,279人)	(422,683冊)	-	-
（はがき）	(13,013人)	(51,193冊)	-	-

5 大型店舗等と中小店舗の利用割合（令和3年7月31日現在 ※精査中）

	R2 川崎じもと応援券（第1弾）		【参考】H27 川崎プレミアム商品券	
	利用金額	割合	利用金額	割合
大型店舗等※	509,386,000円	4.5%	2,424,199,000円	73.6%
中小店舗	10,722,008,000円	95.5%	870,298,000円	26.4%
合計	11,231,394,000円	100.0%	3,294,497,000円	100.0%

※R2 →利用店舗の参加条件の基準に当てはまらないが、本市の施策と密接な連携を図っている事業者として、対象とした5事業者50店舗
H27→店舗面積1,000㎡以上の店舗

4 川崎じもと応援券（第1弾）の実施結果

(3) 利用店舗の登録状況

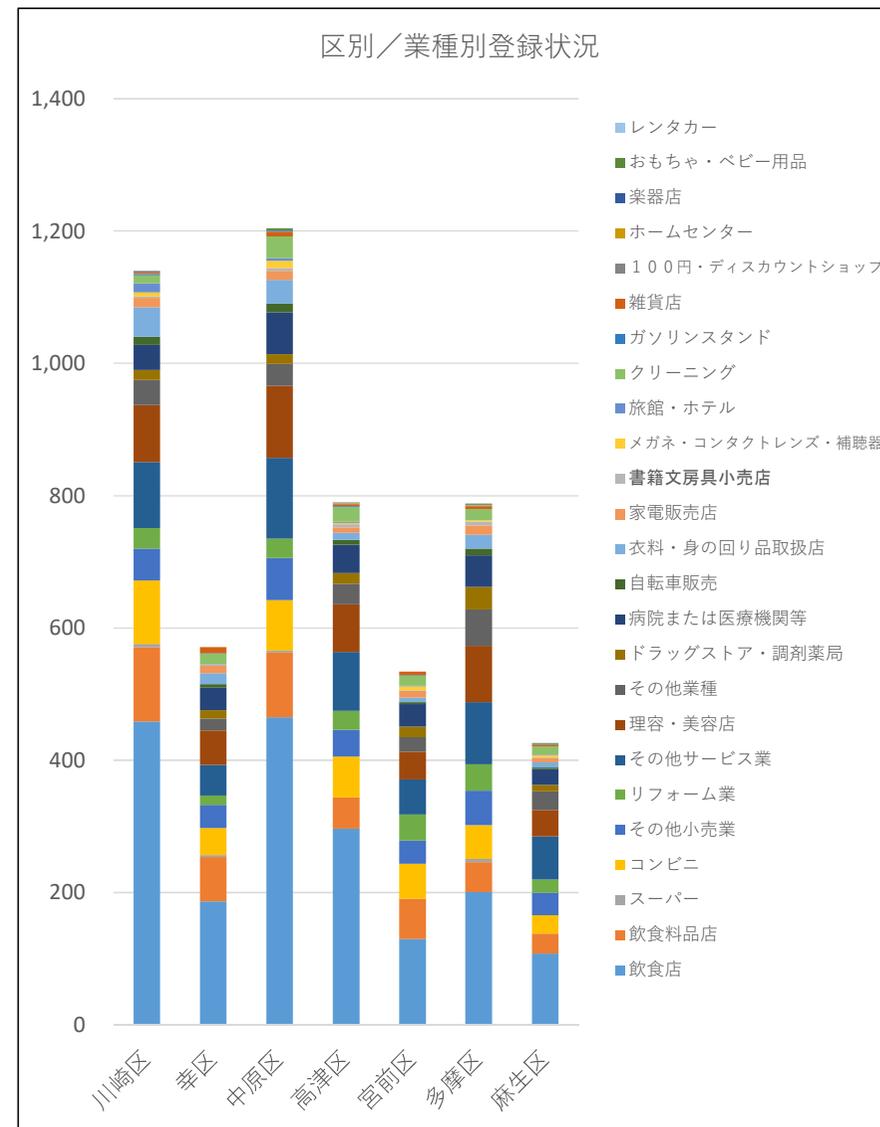
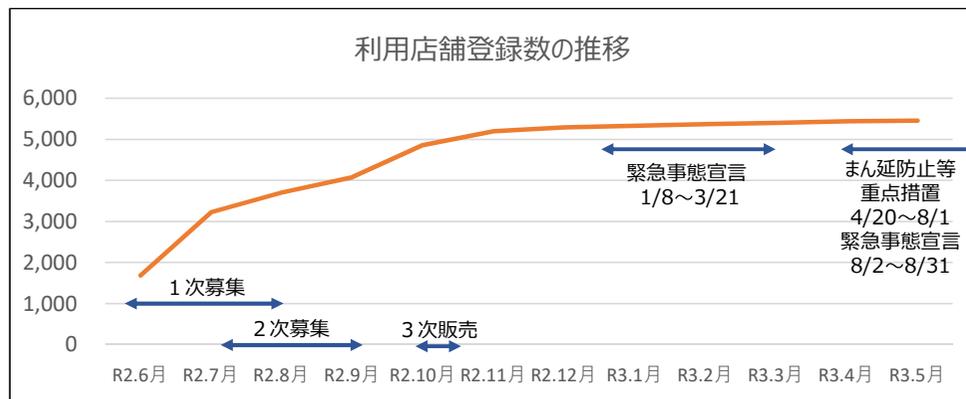
ポイント

- ① 利用店舗登録数の増加に合わせて、応援券の販売が進捗。
- ② 業種別店舗数では、飲食店、その他サービス業、理容・美容店の順に多い（前掲）。

1 区別／業種別登録状況

業種	川崎区	幸区	中原区	高津区	宮前区	多摩区	麻生区	合計	割合
飲食店	459	187	465	297	130	201	108	1,847	33.9%
飲食料品店	112	67	98	47	61	45	30	460	8.4%
スーパー	5	3	3	0	0	5	0	16	0.3%
コンビニ	96	41	76	62	53	51	28	407	7.5%
その他小売業	48	35	64	40	35	52	34	308	5.6%
リフォーム業	31	14	29	29	39	40	20	202	3.7%
その他サービス業	100	46	122	89	53	94	65	569	10.4%
理容・美容店	86	52	109	72	42	85	40	486	8.9%
その他業種	38	18	33	31	22	55	28	225	4.1%
ドラッグストア・調剤薬局	15	13	15	16	16	34	10	119	2.2%
病院または医療機関等	38	34	63	43	34	48	24	284	5.2%
自転車販売	12	5	13	7	3	10	2	52	1.0%
衣料・身の回り品取扱店	45	17	36	11	7	21	8	145	2.7%
家電販売店	14	11	14	8	10	14	7	78	1.4%
書籍文房具小売店	2	3	4	5	1	6	1	22	0.4%
メガネ・コンタクトレンズ・補聴器	6	0	11	2	6	2	3	30	0.6%
旅館・ホテル	14	0	4	2	1	0	1	22	0.4%
クリーニング	12	15	33	22	15	17	12	126	2.3%
ガソリンスタンド	2	1	0	1	1	0	0	5	0.1%
雑貨店	2	9	6	3	5	4	2	31	0.6%
100円・ディスカウントショップ	3	0	2	1	0	1	0	7	0.1%
ホームセンター	0	0	0	1	0	1	1	3	0.1%
楽器店	0	0	1	0	0	1	1	3	0.1%
おもちゃ・ベビー用品	0	0	3	1	0	1	1	6	0.1%
レンタカー	0	0	0	1	0	0	0	1	0.0%
合計	1,140	571	1,204	791	534	788	426	5,454	100.0%
割合	20.9%	10.5%	22.1%	14.5%	9.8%	14.4%	7.8%		

2 利用店舗登録数の推移



4 川崎じもと応援券（第1弾）の実施結果

(4)利用結果①

ポイント

① 多くの業種で3次販売（10/15～10/28）実施後の令和2年10月～12月の利用がピーク。

1 月別／業種別利用結果（令和3年7月31日現在 ※精査中）

（単位：千円）

業種	R2.7月	R2.8月	R2.9月	R2.10月	R2.11月	R2.12月	R3.1月	R3.2月	R3.3月	R3.4月	R3.5月	R3.6月	R3.7月	合計	利用額割合	店舗数	店舗数割合	1店舗当たり平均利用額
飲食店	3,288	113,517	211,990	446,023	590,916	534,163	298,862	161,749	123,087	91,603	85,620	82,869	913	2,744,600	24.4%	1,847	33.9%	1,486
飲食料品店	1,269	46,355	99,540	224,611	218,348	274,415	166,698	138,113	75,546	39,267	47,306	43,352	10	1,374,830	12.2%	460	8.4%	2,989
スーパー	0	33,938	96,230	201,087	145,235	245,135	141,450	86,031	61,514	36,754	24,480	35,950	14	1,107,818	9.9%	16	0.3%	69,239
コンビニ	283	30,960	64,240	154,286	145,979	124,160	87,169	52,725	40,522	30,808	27,042	32,526	67	790,767	7.0%	407	7.5%	1,943
その他小売業	180	20,009	45,214	137,250	165,406	121,826	74,575	53,385	43,842	21,559	21,221	36,861	36	741,364	6.6%	308	5.6%	2,407
リフォーム業	305	3,868	17,041	81,753	110,681	191,326	68,781	46,893	30,606	61,865	21,383	11,268	0	645,770	5.7%	202	3.7%	3,197
その他サービス業	2,203	12,907	37,859	95,846	131,376	101,011	60,119	37,665	25,690	16,037	18,436	14,985	7	554,141	4.9%	569	10.4%	974
理容・美容店	938	17,747	38,121	86,935	96,495	104,200	64,959	38,514	33,478	21,742	16,144	14,634	124	534,031	4.8%	486	8.9%	1,099
その他業種	191	13,262	25,897	51,663	116,580	81,738	48,024	34,650	16,477	15,965	16,036	16,464	0	436,947	3.9%	225	4.1%	1,942
ドラッグストア・調剤薬局	280	9,123	33,726	49,291	79,245	79,274	55,522	33,418	32,930	13,214	14,291	19,247	30	419,591	3.7%	119	2.2%	3,526
病院または医療機関等	864	7,882	23,222	65,231	94,148	81,746	41,115	31,126	21,676	11,664	10,047	7,990	87	396,798	3.5%	284	5.2%	1,397
自転車販売	1,015	29,619	42,591	61,138	77,720	43,864	22,465	17,994	11,973	8,545	12,426	12,769	0	342,119	3.0%	52	1.0%	6,579
衣料・身の回り品取扱店	867	13,138	18,509	56,753	74,866	55,990	34,446	22,571	12,971	16,315	8,457	12,877	23	327,783	2.9%	145	2.7%	2,261
家電販売店	1,240	12,636	26,622	63,182	81,471	42,931	12,773	10,662	5,970	4,744	7,364	5,938	103	275,636	2.5%	78	1.4%	3,534
書籍文房具小売店	213	8,003	15,552	31,574	40,657	31,036	23,303	14,917	10,119	6,243	23,393	11,465	0	216,475	1.9%	22	0.4%	9,840
メガネ・コンタクトレンズ・補聴器	220	8,092	10,690	17,698	18,008	24,665	10,885	6,330	2,796	2,433	3,714	5,054	0	110,585	1.0%	30	0.6%	3,686
クリーニング	261	2,644	5,326	10,687	10,845	12,611	4,846	4,992	3,144	4,771	5,597	6,387	0	72,111	0.6%	126	2.3%	572
旅館・ホテル	12	869	2,302	3,776	6,949	15,058	15,463	7,265	5,883	7,339	2,292	1,410	0	68,618	0.6%	22	0.4%	3,119
ガソリンスタンド	0	0	0	0	6,511	4,102	4,057	2,817	2,574	1,909	3,410	1,491	0	26,871	0.2%	5	0.1%	5,374
雑貨店	31	891	1,329	3,089	2,708	2,587	1,845	1,377	677	475	706	749	0	16,464	0.1%	31	0.6%	531
ホームセンター	0	480	739	1,243	2,267	1,902	711	1,206	744	196	1,114	687	0	11,289	0.1%	3	0.1%	3,763
100円・ディスカウントショップ	0	622	845	1,005	2,942	2,378	1,096	276	451	221	374	818	0	11,028	0.1%	7	0.1%	1,575
楽器店	0	22	189	683	1,234	595	244	314	307	65	53	45	0	3,751	0.0%	3	0.1%	1,250
おもちゃ・ベビー用品	0	0	123	0	127	520	226	122	52	130	242	465	0	2,007	0.0%	6	0.1%	335
レンタカー	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%	1	0.0%	0
合計	13,660	386,584	817,897	1,844,804	2,220,714	2,177,233	1,239,634	805,112	563,029	413,864	371,148	376,301	1,414	11,231,394	100.0%	5,454	100.0%	2,059
利用額割合	0.1%	3.4%	7.3%	16.4%	19.8%	19.4%	11.0%	7.2%	5.0%	3.7%	3.3%	3.4%	0.0%	100.0%				

2 月別／区別利用結果（令和3年7月31日現在 ※精査中）

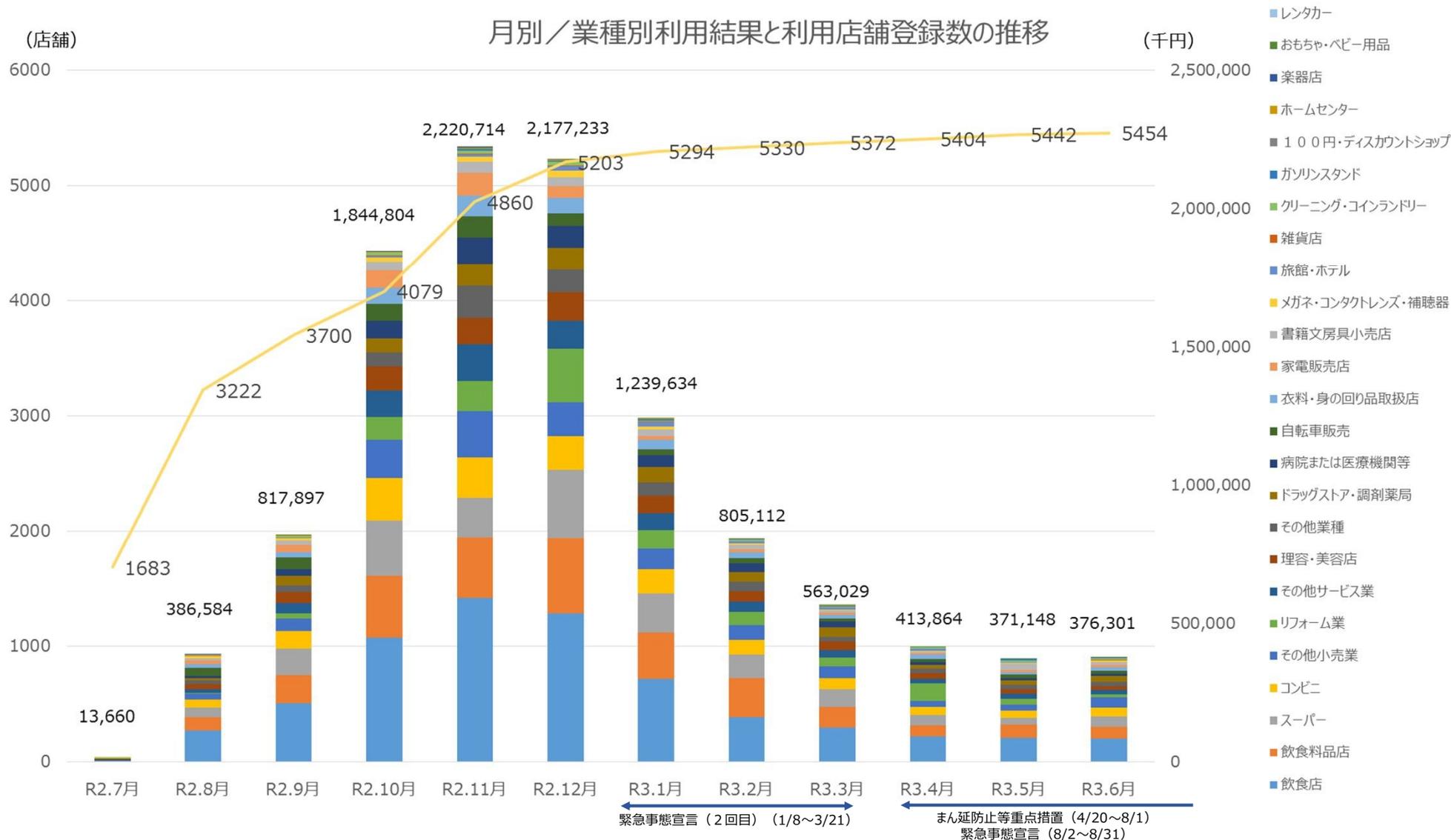
（単位：千円）

区名	R2.7月	R2.8月	R2.9月	R2.10月	R2.11月	R2.12月	R3.1月	R3.2月	R3.3月	R3.4月	R3.5月	R3.6月	R3.7月	合計	利用額割合
川崎区	1,607	80,873	143,770	364,090	402,191	434,211	249,871	168,972	111,057	89,262	81,165	83,318	424	2,210,811	19.7%
幸区	1,027	43,092	69,552	173,437	223,160	182,295	121,474	66,475	49,435	33,939	50,673	32,889	78	1,047,526	9.3%
中原区	2,842	100,430	213,576	447,391	507,219	457,721	266,558	154,690	115,845	77,358	62,450	87,104	60	2,493,244	22.2%
高津区	3,033	56,341	116,093	251,066	299,156	281,013	165,042	95,293	76,512	46,827	47,531	47,671	600	1,486,178	13.2%
宮前区	1,989	35,751	104,150	248,850	300,794	363,448	157,300	153,729	87,426	45,268	48,828	44,120	105	1,591,758	14.2%
多摩区	1,926	42,332	97,946	194,342	280,978	227,496	151,450	90,574	61,960	42,559	35,131	39,906	56	1,266,656	11.3%
麻生区	1,152	21,699	43,100	116,028	153,621	151,098	91,016	53,782	40,936	66,663	33,189	26,830	88	799,202	7.1%
市外	84	6,066	29,710	49,600	53,595	79,951	36,923	21,597	19,858	11,988	12,181	14,463	3	336,019	3.0%
合計	13,660	386,584	817,897	1,844,804	2,220,714	2,177,233	1,239,634	805,112	563,029	413,864	371,148	376,301	1,414	11,231,394	100.0%

3 月別／業種別利用結果と利用店舗登録数の推移

ポイント

- ① 利用店舗登録数の増加に合わせて、応援券の利用が進捗（再掲）。
- ② 全体として3次販売（10/15～10/28）実施後の令和2年10月～12月の利用がピーク（再掲）。



4 川崎じもと応援券（第1弾）の実施結果

(4)利用結果③

4 販売分と新生児応援事業分の利用結果（内訳）

ポイント

① 全体の利用率（99.6%）は、R1川崎市プレミアム付商品券（99.7%）、H27川崎プレミアム商品券（99.8%）とほぼ同程度。

（令和3年7月31日現在 ※精査中）

	実発行総額	利用金額（換金申請額）	未利用金額	利用率	【参考】R1利用率	【参考】H27利用率
販売分 （1次、2次、3次、その他）	11,045,996,000円 （849,692冊）	11,009,771,000円 （846,905冊）	36,225,000円 （2,787冊）	99.7%	-	-
新生児応援事業分 （R2.4.28～12.31生 8,742人分）	227,292,000円 （17,484冊）	221,623,000円 （17,048冊）	5,669,000円 （436冊）	97.5%	-	-
合計	11,273,288,000円 （867,176冊）	11,231,394,000円 （863,953冊）	41,894,000円 （3,223冊）	99.6%	99.7%	99.8%

5 換金方法の利用割合

ポイント

① 利用店舗においてQRコードを読み取る方法の割合は、利用枚数ベースで約19.5%、利用事業者数ベースで約32.2%（併用含む）。

本事業においては、利用店舗への換金方法として、①利用店舗においてQRコードを読み取る方法、②応援券の半券を事務局に郵送する方法の2種類を用意した。利用枚数ベース、利用事業者数ベースそれぞれの利用割合は、下記のとおり。

(1) 利用枚数ベース

換金方法	換金枚数	利用割合
利用店舗においてQRコードを読み取る方法	2,190,910枚	19.5%
応援券の半券を事務局に郵送する方法	9,030,675枚	80.5%
合計	11,221,585枚	100.0%

※令和3年7月16日以降の入金分は除く
※汚損等により読み取りができなかった応援券は除く

(2) 利用事業者数ベース（換金実績より）

換金方法	事業者数	割合
利用店舗においてQRコードを読み取る方法のみ利用	202	4.4%
応援券の半券を事務局に郵送する方法のみ利用	3,084	67.8%
併用	1,263	27.8%
合計	4,549	100.0%

4 川崎じもと応援券（第1弾）の実施結果

(5)利用店舗アンケート調査①

「川崎じもと応援券（第1弾）」の利用状況等を調査し、地域経済に対しどの程度の影響・効果があったのかを把握することを目的として実施。

1 調査概要

項目	内容
調査対象	全事業者 4,553事業者（利用店舗 5,451店舗）
調査期間	令和3年6月11日（金）～7月2日（金）
調査手法	①メールにより調査依頼し、WEBフォーム上で回答（3,925事業者、対象店舗数：4,750店舗） ②FAXにより調査依頼し、調査票に記入して返送（371事業者、対象店舗数：395店舗） ③郵送により調査依頼し、調査票に記入して返送（257事業者、対象店舗数：306店舗）
主な調査項目	・登録業種 ・利用店舗に登録いただいたきっかけ ・応援券がよく使用された商品の購入・サービスの利用等 ・店舗にどのような効果があったか（売上面、来客面、新規顧客面） ・QRコード換金と半券郵送換金の利用状況 ・QRコード換金を利用しなかった理由 ・着金までの期間についての満足度 ・着金までの期間について、不満・やや不満を選択した理由 ・プレミアム商品券の券種について、良いと思われるもの ・事業満足度 ・事業満足度の理由 ・利用促進について工夫した点 ・自由意見（今後、プレミアム商品券事業を実施する際の要望など）
回収状況	①メール 1,563事業者、対象店舗数：1,736店舗（回収率 39.8% 1,563事業者／3,925事業者） ②FAX 142事業者、対象店舗数：142店舗（回収率 38.3% 142事業者／371事業者） ③郵送 116事業者、対象店舗数：116店舗（回収率 45.1% 116事業者／257事業者） 合計 1,821事業者、対象店舗数：1,994店舗（回収率 40.0% 1,821事業者／4,553事業者） 【参考】平成27年度 川崎プレミアム商品券 回収率 14.3% 677店舗／4,743店舗（FAX・郵送により実施）
商店会加入店舗	商店会加入店舗 522店舗（回答のあった1,994店舗中 26.2%）
その他	電話や直接訪問によりフォローを実施

2 主な調査結果

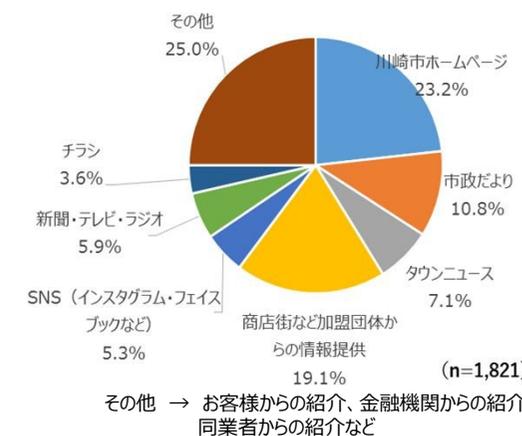
(1) 登録業種／業種別回答状況

業種	回答店舗数	構成割合	登録店舗数	回答割合
飲食店	567	28.4%	1,847	30.7%
飲食料品店	108	5.4%	460	23.5%
スーパー	7	0.4%	16	43.8%
コンビニ	116	5.8%	407	28.5%
その他小売業（※1）	246	12.3%	308	79.9%
リフォーム業	66	3.3%	202	32.7%
その他サービス業（※2）	180	9.0%	569	31.6%
理容・美容店	196	9.8%	486	40.3%
その他業種（※3）	134	6.7%	225	59.6%
ドラッグストア・調剤薬局	43	2.2%	119	36.1%
病院または医療機関等	123	6.2%	284	43.3%
自転車販売	29	1.5%	52	55.8%
衣料・身の回り品取扱店	45	2.3%	145	31.0%
家電販売店	39	2.0%	78	50.0%
書籍文具小売店	10	0.5%	22	45.5%
メガネ・コンタクトレンズ・補聴器	18	0.9%	30	60.0%
旅館・ホテル	12	0.6%	22	54.5%
クリーニング	36	1.8%	126	28.6%
ガソリンスタンド	3	0.2%	5	60.0%
雑貨店	4	0.2%	31	12.9%
100円・ディスカウントショップ	2	0.1%	7	28.6%
ホームセンター	3	0.2%	3	100.0%
楽器店	3	0.2%	3	100.0%
おもちゃ・ベビー用品	3	0.2%	6	50.0%
レンタカー	1	0.1%	1	100.0%
合計	1,994	100.0%	5,454	36.6%

(2) その他小売業等の具体的内容

- ※1 その他小売業
 - ・生花 28
 - ・はんこ 7
 - ・寝具 7
 - ・金物 6 など
- ※2 その他サービス業
 - ・健康、美容 36
 - ・習い事 18
 - ・整体 18
 - ・写真館 10 など
- ※3 その他業種
 - ・タクシー 6
 - ・動物病院 5
 - ・士業 5 など

(3) 利用店舗に登録いただいたきっかけ



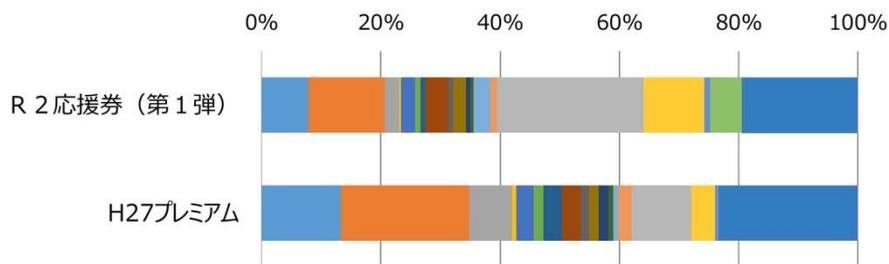
4 川崎じもと応援券（第1弾）の実施結果

(5) 利用店舗アンケート調査②

(4) 応援券がよく使用された商品の購入・サービスの利用等（複数回答）

ポイント ① 飲食店での食事・テイクアウトは10.0%(H27)→24.5%(R2)に増加。

	R 2 応援券（第1弾）	H27プレミアム
■ 生鮮食料品	7.8%	13.3%
■ 加工食品、飲料等	12.7%	21.5%
■ 衣類、寝具	2.5%	7.2%
■ 家具、建具等	0.3%	0.7%
■ 家電製品	2.4%	2.9%
■ 宝飾品、かばん、革製品	0.9%	1.7%
■ 時計、眼鏡	0.8%	3.1%
■ 化粧品、医薬品	3.8%	3.2%
■ 台所用品	0.9%	1.3%
■ 自転車・オートバイ	2.0%	1.7%
■ 自動車関連部品・サービス	0.7%	1.7%
■ 玩具・娯楽用品	0.6%	0.8%
■ 住宅設備関連	2.8%	0.8%
■ 娯楽・レジャー	1.1%	2.2%
■ 飲食店での食事・テイクアウト	24.5%	10.0%
■ 美容、エステ等	10.1%	4.0%
■ 教養、教育	1.0%	0.6%
■ 病院・クリニック・歯科医院等での診療	5.3%	0.0%
■ その他	19.3%	23.3%



補足

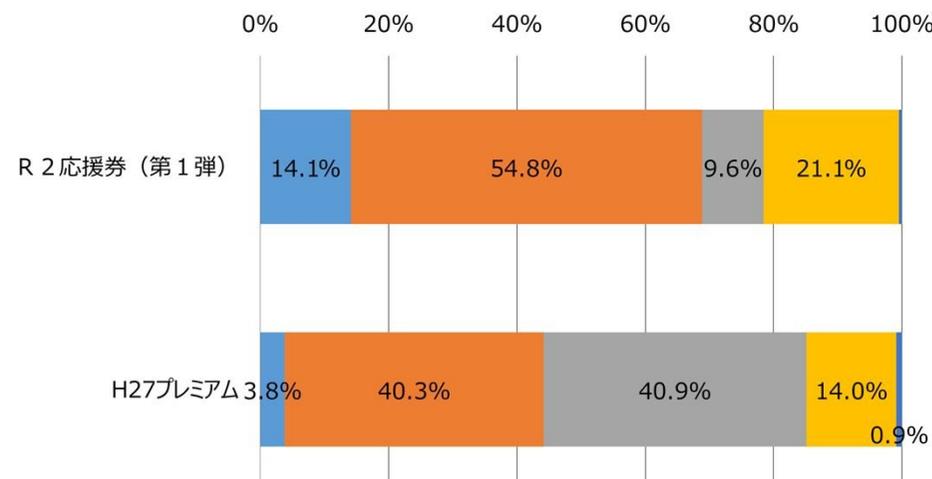
- ① 生鮮食料品は13.3%(H27)→7.8%(R2)に減少。
- ② 加工食品・飲料等は21.5%(H27)→12.7%(R2)に減少。

(5) 売上面での効果

ポイント ① 「非常に効果があった」と「効果があった」を合わせた割合は68.9%。

ア どの程度効果があったか

	R 2 応援券（第1弾）	H27プレミアム
■ 非常に効果があった	14.1%	3.8%
■ 効果があった	54.8%	40.3%
■ 効果がなかった	9.6%	40.9%
■ わからない	21.1%	14.0%
■ 無回答	0.5%	0.9%



イ 売上面の効果（数値）（H27データなし）

	10%未満	10～20%	21～30%	31～40%	41～50%	51%以上	わからない	無回答	合計
非常に効果があった	40	94	44	13	5	12	46	3	257
効果があった	472	318	49	14	0	1	138	5	997
合計	512	412	93	27	5	13	184	8	1,254
割合	40.8%	32.9%	7.4%	2.2%	0.4%	1.0%	14.7%	0.6%	100.0%

補足

- ① 「効果がなかった」は40.9%(H27)→9.6%(R2)に減少。
- ② 「非常に効果があった」と「効果があった」と回答した店舗のうち、売上面の効果が「～20%」であった割合は73.7%。

4 川崎じもと応援券（第1弾）の実施結果

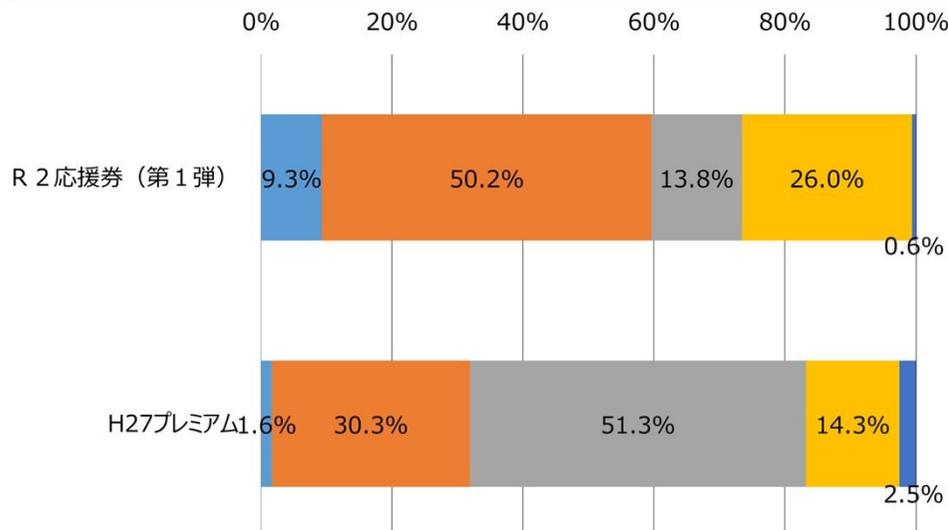
(5) 利用店舗アンケート調査③

(6) 来客面での効果

ポイント ①「非常に効果があった」と「効果があった」を合わせた割合は59.5%。

ア どの程度効果があったか

	R 2 応援券（第1弾）	H27プレミアム
非常に効果があった	9.3%	1.6%
効果があった	50.2%	30.3%
効果がなかった	13.8%	51.3%
わからない	26.0%	14.3%
無回答	0.6%	2.5%



イ 来客面の効果（数値）（H27データなし）

	10%未満	10~20%	21~30%	31~40%	41~50%	51%以上	わからない	無回答	合計
非常に効果があった	31	62	22	10	6	8	31	0	170
効果があった	458	294	48	7	0	1	98	9	915
合計	489	356	70	17	6	9	129	9	1,085
割合	45.1%	32.8%	6.5%	1.6%	0.6%	0.8%	11.9%	0.8%	100.0%

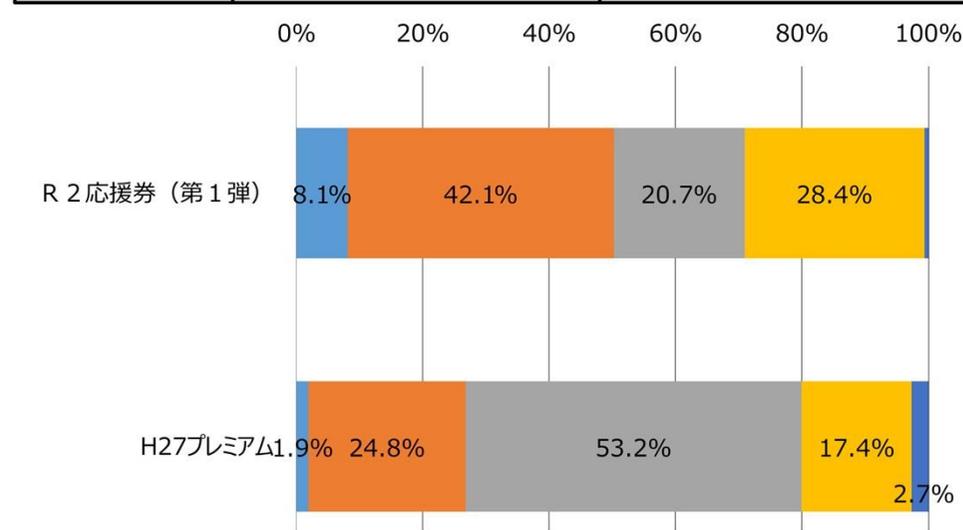
補足 ①「効果がなかった」は51.3%(H27)→13.8%(R2)に減少。
②「非常に効果があった」と「効果があった」と回答した店舗のうち、来客面の効果が「~20%」であった割合は77.9%。

(7) 新規顧客面での効果

ポイント ①「非常に効果があった」と「効果があった」を合わせた割合は50.2%。

ア どの程度効果があったか

	R 2 応援券（第1弾）	H27プレミアム
非常に効果があった	8.1%	1.9%
効果があった	42.1%	24.8%
効果がなかった	20.7%	53.2%
わからない	28.4%	17.4%
無回答	0.7%	2.7%



イ 新規顧客面の効果（数値）（H27データなし）

	10%未満	10~20%	21~30%	31~40%	41~50%	51%以上	わからない	無回答	合計
非常に効果があった	37	50	17	9	5	8	22	0	148
効果があった	461	185	35	8	0	1	69	7	766
合計	498	235	52	17	5	9	91	7	914
割合	54.5%	25.7%	5.7%	1.9%	0.5%	1.0%	10.0%	0.8%	100.0%

補足 ①「効果がなかった」は53.2%(H27)→20.7%(R2)に減少。
②「非常に効果があった」と「効果があった」と回答した店舗のうち、新規顧客面の効果が「~20%」であった割合は80.2%。

4 川崎じもと応援券（第1弾）の実施結果

(5)利用店舗アンケート調査④

(8) 換金関係

ポイント

①QRコード換金を利用しなかった理由として、「郵送換金に慣れているため」「読み取る枚数が多いため」が多い。

ア QRコード換金と半券郵送換金の利用状況

(ア)件数と割合（再掲）

	回答数	割合
QRコード読取による換金	537	29.5%
半券郵送による換金	1,199	65.8%
両方	72	4.0%
無回答	13	0.7%
合計	1,821	100.0%

【参考】枚数ベースによる利用割合（再掲）

	割合
QRコード読取による換金	19.6%
半券郵送による換金	80.4%
合計	100.0%

(イ)QRコード換金を利用しなかった理由

	回答数	割合
郵送換金に慣れているため	502	33.9%
読み取る枚数が多いため	429	29.0%
操作方法が難しいため	280	18.9%
スマートフォン、タブレットを持っていないため	135	9.1%
その他回答	127	8.6%
無回答	8	0.5%
合計	1,481	100.0%

その他回答：ミス防止のため 20、面倒なため 10、店舗管理上の都合 8
読み取りができなかった 7、ID/PWを忘れた 6 など

イ 着金までの期間についての満足度

	回答数	割合
満足	638	35.0%
やや満足	240	13.2%
普通	749	41.1%
やや不満	128	7.0%
不満	58	3.2%
無回答	8	0.4%
合計	1,821	100.0%

ウ 着金までの期間について、不満・やや不満を選択した理由（自由記入）

	回答数
換金が遅い	170
換金回数が少ない	5
QRコードが読み取りにくい	3

補足

- ①「QRコード読取による換金」の件数ベースの割合は29.5%。
- ②着金までの期間で「満足」と「やや満足」を合わせた割合は48.2%。

(9) プレミアム商品券の券種について、良いと思われるもの

ポイント

①「1,000円券のみ」が良いの割合は73.5%。

令和2年度 川崎じもと応援券（第1弾）（1,000円券×13枚）



令和元年度 川崎市プレミアム付商品券（500円券×10枚）

R1 良いと思う券種



平成27年度 川崎プレミアム商品券（1,000円券×12枚）

H27 良いと思う券種



補足

- ①R1（500円券採用）は「500円券のみ」の割合が60.4%。
- ②H27（1,000円券採用）は「1,000円券のみ」の割合が62.9%。

4 川崎じもと応援券（第1弾）の実施結果

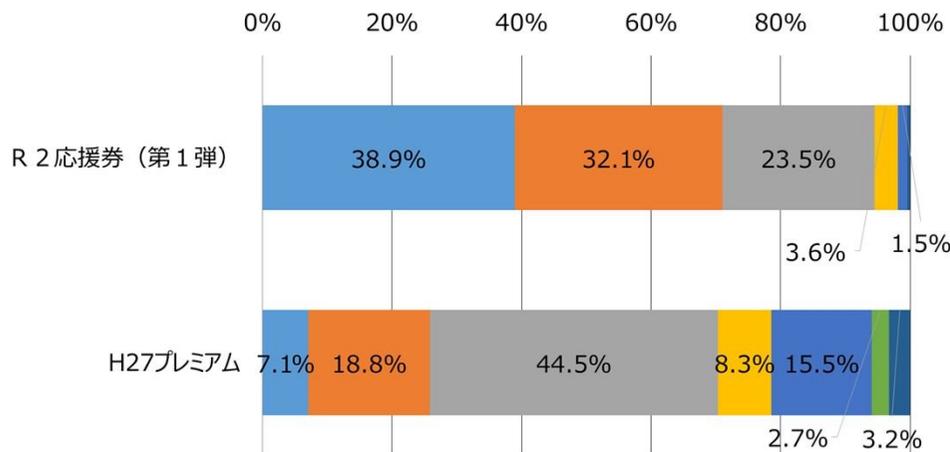
(5) 利用店舗アンケート調査⑤

(10) 事業満足度

ポイント

①「満足」と「やや満足」を合わせた割合は25.9%(H27)
→71.0%(R2)に増加。

	R 2 応援券（第1弾）	H27プレミアム
■ 満足	38.9%	7.1%
■ やや満足	32.1%	18.8%
■ 普通	23.5%	44.5%
■ やや不満	3.6%	8.3%
■ 不満	1.5%	15.5%
■ その他	0.0%	2.7%
■ 無回答	0.4%	3.2%



事業満足度の理由 (自由記入)

理由	回答数
新規顧客が増加した	172
売上が増加した	69
顧客に喜ばれた	58
利用単価が増加した	50
(具体的にはわからないが) 効果はあった	30
認知度が低かった	29
オペレーションや換金手続きなど負担が増加した	28

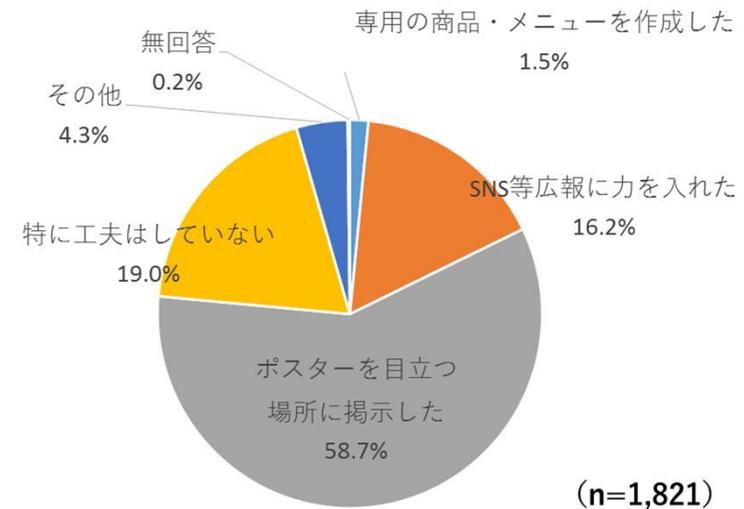
補足

①「不満」と「やや不満」を合わせた割合は23.8%(H27)
→5.1%(R2)に減少。

(11) 利用促進について工夫した点

ポイント

①利用促進の工夫は「ポスターを目立つ場所に掲示した」の割合が58.7%、「SNS等広報に力を入れた」の割合が16.2%と多い。



(12) 自由意見欄

意見	回答数
応援券が切り離しにくかった	148
事業継続を希望する (定期的な実施も含む)	86
知らない人が多いので、もっと広報に力を入れてほしい	64
500円券を入れてほしい	45
第2弾についてもプレミアム率30%にしてほしい	41
QRコード換金が難しい (読み取った枚数がすぐに確認できないなど)	21
換金が遅い	19
QRコード換金を利用しているので、半券郵送換金用の封筒が不要	17
電子商品券にしてほしい	15
ホームページ (業種、検索など) の改善してほしい	14
デザインがよかった	9
購入制限をした方がよかった (3次販売)	8
新生児応援事業がよかった (今後も実施してほしい)	4

補足

①自由意見は「応援券が切り離しにくかった」、「事業継続を希望する」の他、広報や券種等に関する改善要望の意見が寄せられた。

4 川崎じもと応援券（第1弾）の実施結果

(6)利用者アンケート調査①

「川崎じもと応援券（第1弾）」の利用実績等を調査し、地域経済に対しどの程度の影響・効果があったのかを把握することを目的として実施。

1 調査概要

項目	内容
調査対象	① 1次募集及び2次募集におけるホームページからの申込者 約90,000人（重複除く）のうち20,000人を無作為抽出 ② 1次募集及び2次募集におけるはがきからの申込者 約13,000人（重複除く）のうち2,000人を無作為抽出 合計22,000人を抽出
調査期間	令和3年6月11日（金）～7月5日（月）
調査手法	①メールにより調査依頼し、WEBフォーム上で回答 ②郵送により調査依頼し、調査票に記入して返送
主な調査項目	・属性（市内在住・在勤・在学、年齢） ・家族構成 ・購入冊数 ・応援券を主に利用した店舗 ・応援券の販売をどのように知ったか ・利用店舗をどのように探したか ・自由意見欄 ・目的別商品の購入・サービスの利用・飲食等の利用状況 ・商品の購入・サービスの利用・飲食等の分類別利用状況
回収状況	①メール 2,826人（回収率 14.1% 2,826人/20,000人） ②郵送 1,058人（回収率 52.9% 1,058人/2,000人） 合計 3,884人（回収率 17.7% 3,884人/22,000人） 【参考】平成27年度 川崎プレミアム商品券 回収率 21.3% 2,067人/9,720人（郵送により実施）
その他	回答者の中から抽選で200名にプレゼント（QUOカード）を実施

2 主な調査結果

(1) 年齢

令和2年度 川崎じもと応援券（第1弾）



平成27年度 川崎プレミアム商品券

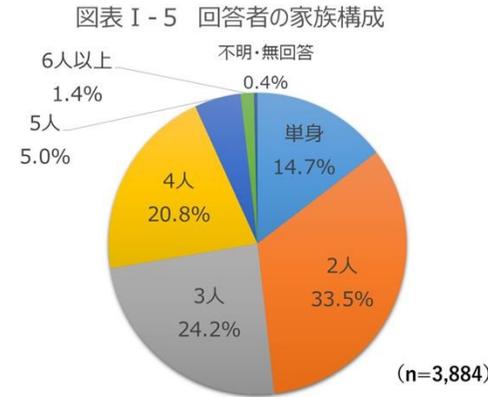


(2) 家族構成／購入冊数

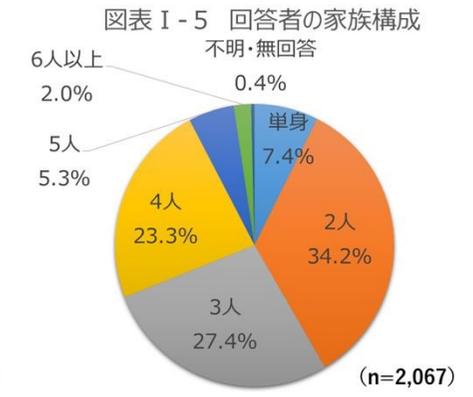
ポイント ①「11冊以上」の割合が7.4%(H27)→13.1%(R2)に上昇。

ア 家族構成

令和2年度 川崎じもと応援券（第1弾）



平成27年度 川崎プレミアム商品券



イ 購入冊数

令和2年度 川崎じもと応援券（第1弾）



平成27年度 川崎プレミアム商品券



補足

- ①家族構成は「単身」の割合が7.4%(H27)→14.6%(R2)に上昇。
- ②「5冊以上」の割合が70.4%(H27)→59.7%(R2)に減少。

4 川崎じもと応援券（第1弾）の実施結果

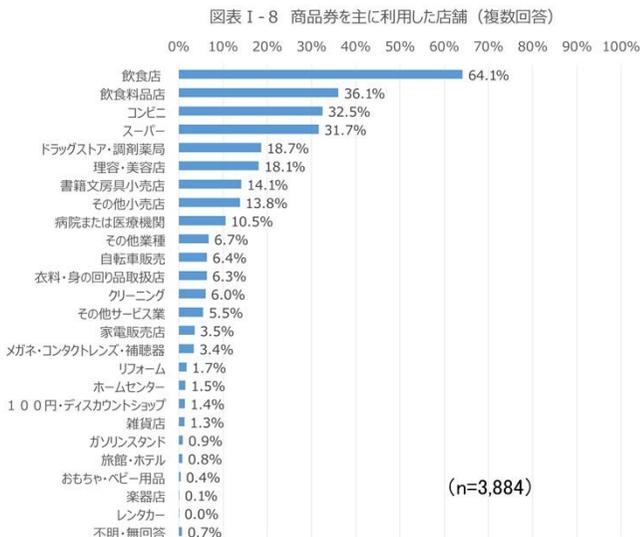
(6)利用者アンケート調査②

(3) 応援券を主に利用した店舗（複数回答）

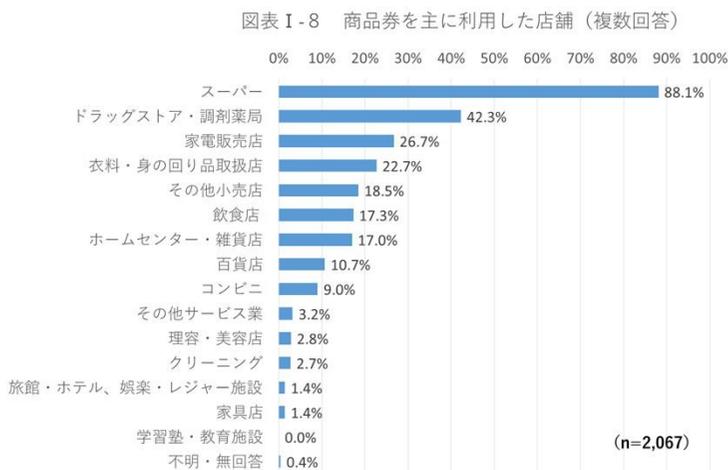
ポイント

- ①「飲食店」は17.3%(H27)→64.1%(R2)に増加。
- ②「理容・美容店」は2.8%(H27)→18.1%(R2)に増加。

令和2年度 川崎じもと応援券（第1弾）



平成27年度 川崎プレミアム商品券



補足

- ①「スーパー」は88.1%(H27)→31.7%(R2)に減少。
- ②「家電販売店」は26.7%(H27)→3.5%(R2)に減少。

(4) 応援券の販売をどのように知ったか／利用店舗をどのように探したか／自由意見欄

ポイント

- ①応援券の販売をどのように知ったかは「市政だより」「タウンニュース」「ポスター」「チラシ」など紙媒体によるものの割合が多い。

ア 応援券の販売をどのように知ったか（複数回答）

	回答数	割合
市政だより	1,487	23.5%
ホームページ	1,367	21.6%
タウンニュース	926	14.6%
ポスター	716	11.3%
新聞・テレビ・ラジオ	585	9.2%
SNS	532	8.4%
チラシ	398	6.3%
その他	307	4.8%
不明・無回答	20	0.3%
延べ総数	6,338	100.0%

その他回答

- ・友人、知人、家族から聞いた
- ・会社の同僚に教えてもらった
- ・給付金のお知らせの封筒

イ 利用店舗をどのように探したか（複数回答）

	回答数	割合
ホームページ	2,708	45.4%
ポスター	2,274	38.1%
友人・知人	362	6.1%
店主	359	6.0%
その他	235	3.9%
不明・無回答	29	0.5%
延べ総数	5,967	100.0%

その他回答

- ・利用店舗一覧（紙ベース）
- ・有志の方が作成し、インターネット上で公開している地図情報
- ・目的の店舗に電話して聞いた

ウ 自由意見欄

	回答数
よかった（様々な場面での利用、お得感、地域の店舗を応援など）	576
利用できる店舗が少ないので、もっと増やしてほしい	555
大型店で利用できるようにしてほしい、スーパーを増やしてほしい	454
500円券を入れてほしかった	403
応援券が切り離しにくかった	134
ホームページ（業種、検索など）の改善してほしい	122
購入方法（特に1次・2次の引換え）が不便だった	91
電子商品券にしてほしい	64
もっと広報に力を入れてほしい（応援券自体、販売、店舗、利用期間延長）	60
アンケートの内容がわかりにくかった	56
券面やポスターのデザインがよかった	53
切り離しの運用が店舗によって異なっていた	42
第2弾についてもプレミアム率30%にしてほしい	19

補足

- ①利用店舗をどのように探したかは「ホームページ」の割合が45.4%、「ポスター」の割合が38.1%と多い。
- ②自由意見は全般的に「よかった」が最も多いが、一方で利用店舗や券種、ホームページ、購入方法等に関する改善要望の意見も多く寄せられた。

4 川崎じもと応援券（第1弾）の実施結果

(7)経済効果①

1 消費総額・消費喚起総額の推計

ポイント

- ①【市内中小事業者に対する資金循環額】じもと応援券（第1弾）121.9億円：H27プレミアム商品券9.7億円。
- ②【市予算額に対する資金循環規模】じもと応援券（第1弾）4.0倍：H27プレミアム商品券1.3倍。
- ③【市内中小事業者に対する新規消費喚起総額】じもと応援券（第1弾）60.5億円：H27プレミアム商品券3.3億円。

令和2年度 川崎じもと応援券（第1弾）

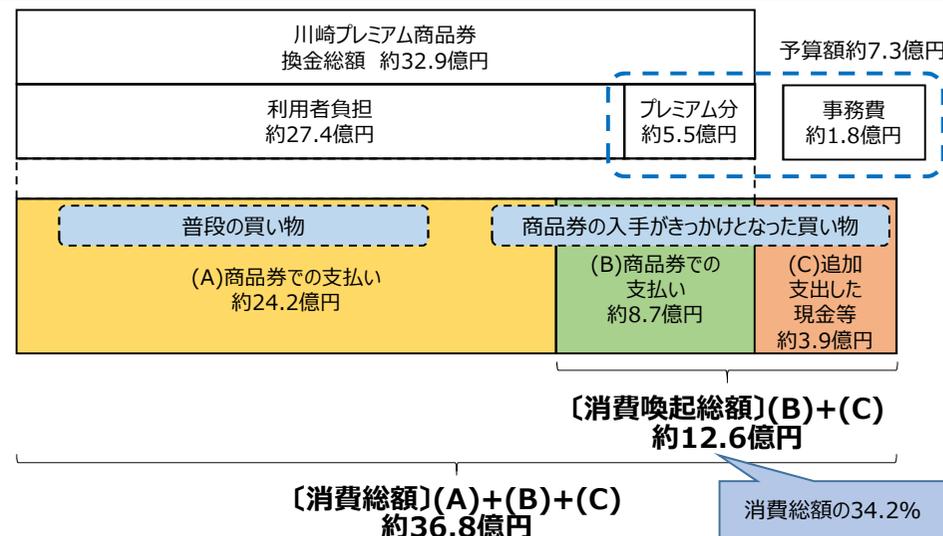
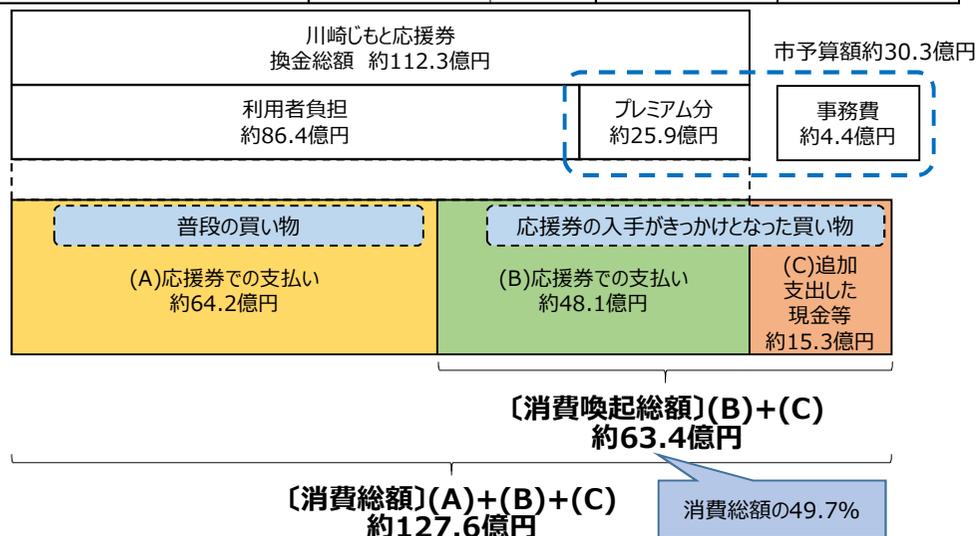
(単位：千円)

じもと応援券の利用目的	じもと応援券での支払額	割合	じもと応援券での支払いにあわせ追加支出した現金等	合計
普段の買い物をじもと応援券で支払った	6,419,000	57.1%		6,419,000
じもと応援券の入手がきっかけとなった商品の購入・サービスの利用・飲食等	4,813,000	42.9%	1,531,000	6,344,000 【消費喚起総額】
合計	11,232,000	100.0%	1,531,000	12,763,000 【消費総額】

平成27年度 川崎プレミアム商品券

(単位：千円)

商品券の利用目的	商品券での支払額	割合	商品券での支払いにあわせ追加支出した現金等	合計
普段の買い物を商品券で支払った	2,422,000	73.5%		2,422,000
商品券の入手がきっかけとなった商品の購入・サービスの利用・飲食等	873,000	26.5%	387,000	1,260,000 【消費喚起総額】
合計	3,295,000	100.0%	387,000	3,682,000 【消費総額】



- ・市内中小事業者に121.9億円（消費総額127.6億円×95.5%※1）が循環
- ・市予算額30.3億円（プレミアム分25.9億円+事務費4.4億円）の4.0倍の効果
- ・市内中小事業者に60.5億円（消費喚起総額63.4億円×95.5%※1）の新規消費喚起

※1 川崎じもと応援券（第1弾）における中小店舗での利用割合

- ・市内中小事業者に9.7億円（消費総額36.8億円×26.4%※2）が循環
- ・予算額7.3億円（プレミアム分5.5億円+事務費1.8億円）の1.3倍の効果
- ・市内中小事業者に3.3億円（消費喚起総額12.6億円×26.4%※2）の新規消費喚起

※2 H27川崎プレミアム商品券における中小店舗での利用割合

・利用者アンケート調査の集計結果をもとに、川崎じもと応援券の利用目的ごとの金額を推計
 ・「普段の買い物をじもと応援券で支払った」、「じもと応援券の入手がきっかけとなった商品の購入・サービスの利用・飲食等」、「じもと応援券での支払いにあわせ追加支出した現金等」を集計し、換金総額ベースに換算

4 川崎じもと応援券（第1弾）の実施結果

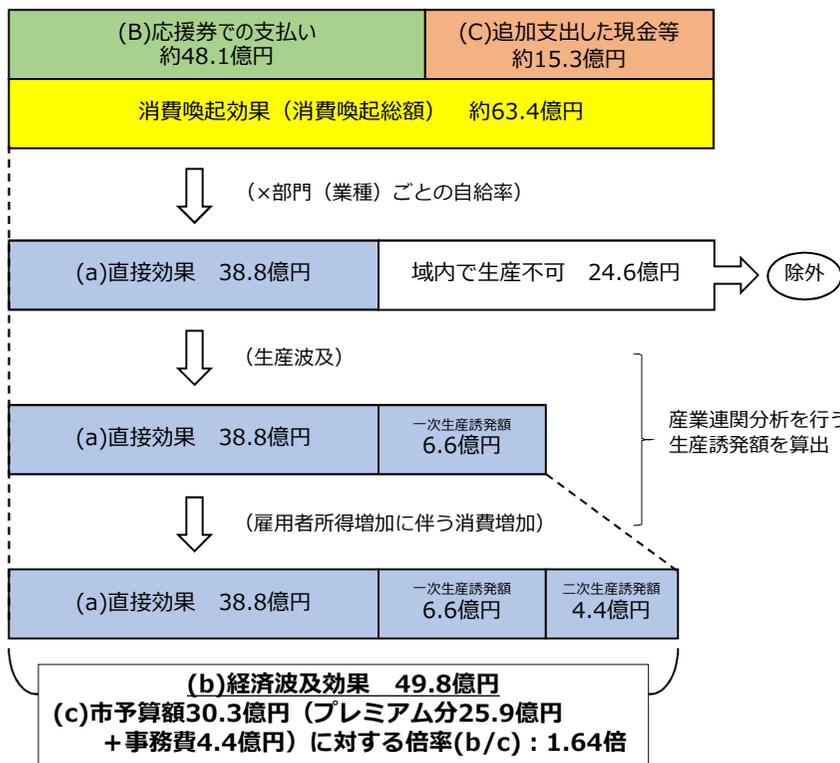
(7)経済効果②

2 【参考】消費喚起総額による市内への経済波及効果（原材料など市外事業者から調達した分を除いた市内への効果）

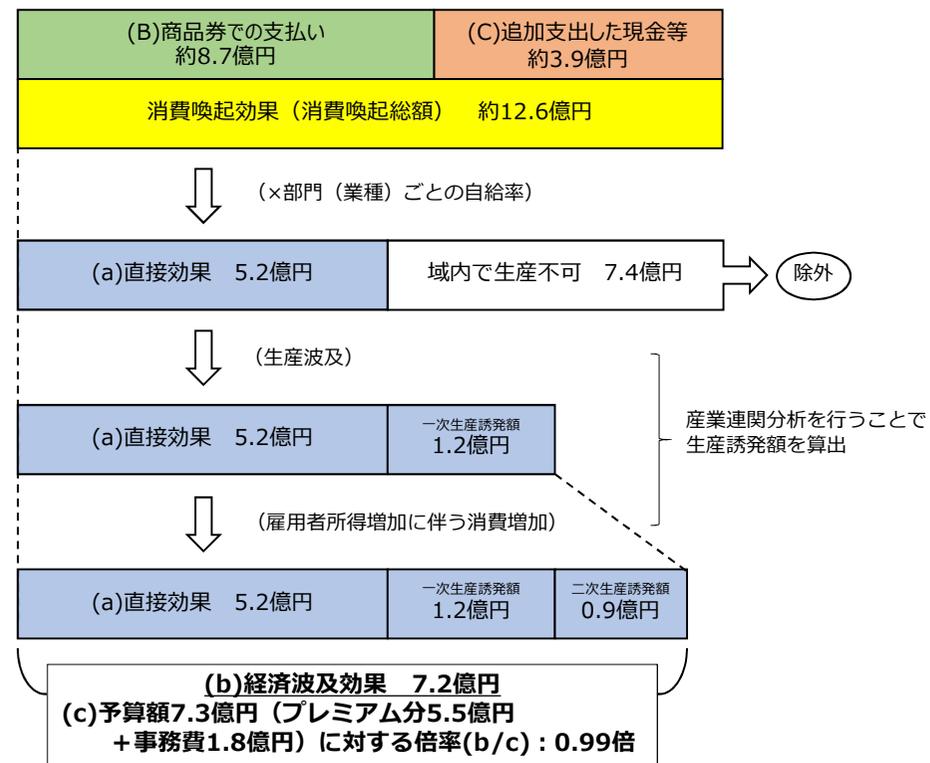
ポイント

- ①【市内への経済波及効果】じもと応援券（第1弾）49.8億円：H27プレミアム商品券7.2億円。
- ②【市予算額に対する効果（倍率）】じもと応援券（第1弾）1.64倍：H27プレミアム商品券0.99倍。

令和2年度 川崎じもと応援券（第1弾）



平成27年度 川崎プレミアム商品券



用語説明

- 【自給率】各産業の市内需要に対する市内で調達される割合
- 【直接効果】消費喚起効果（消費喚起総額）について、商品の購入・サービスの利用・飲食等の内容に基づき分類した産業部門ごとの自給率を乗じて、川崎市内で生産・調達できる分を算出（他地域から移輸入する分を除く）
- 【一次生産誘発額】直接効果が生じた結果、ある部門の需要の増加に伴い、他の産業部門から原材料を購入するなど、市内の生産を誘発した金額
- 【二次生産誘発額】一次生産誘発額までの過程で生まれた雇用者所得の一部が、新たな消費等に回ることによりさらなる市内の生産を誘発した金額

・消費喚起総額（63.4億円）につき、「平成27年川崎市産業連関表」（37部門）の部門ごとの自給率を用いて域内で調達できない分を除外、消費需要額（直接効果）を推計し、産業連関分析を行うことで、消費喚起効果による経済波及効果を推計（平成27年度 川崎プレミアム商品券は、「平成17年川崎市産業連関表」（34部門）を活用）

4 川崎じもと応援券（第1弾）の実施結果

(8)店舗へのヒアリング・改善点

1 利用が大きく伸びている店舗へのヒアリング調査

利用が大きく伸びている店舗に対して取組事例のヒアリングを行い、伺った好事例を第2弾の利用店舗に発信し、利用促進に繋げていくことを目的として実施。

【調査概要】

項目	内容
調査対象	利用が大きく伸びている店舗を運営する事業者 45事業者
調査期間	令和2年12月～令和3年5月
調査手法	訪問または電話により利用状況等についてヒアリング

(1) 調査結果（ヒアリングの回答を抜粋）

- ア 店頭でのポスター掲示のほか、SNS等でもじもと応援券が利用可能であることをPR
- イ 取扱商品の価格帯とじもと応援券の相性が良かった
- ウ LINE等でじもと応援券のPRを早い段階から実施
- エ ホームページやSNSで積極的にPR、チラシやパンフレットにじもと応援券が利用可能であることを掲載。もともと買おうと思っていたものをじもと応援券で購入した顧客がいる一方、予定よりもグレードの高い商品を購入する顧客もいた
- オ 地域情報誌に広告掲載、DM送付やSNSでの周知を積極的に実施。消耗品を1年分購入した顧客がいた
- カ 月に1回、フェアの案内をはがきで行っているが、そのはがきにじもと応援券が利用可能であることを記載し、利用促進を図った
- キ じもと応援券が利用可能であることと併せて単価の高い商品を勧めた
- ク 粗品キャンペーンを実施した
- ケ 支払いの際に、じもと応援券が利用可能であることを積極的に紹介した

(2) 利用店舗のヒアリング結果を踏まえた利用促進策の横展開

積極的にじもと応援券が利用可能であることをPRしている店舗で利用が伸びていることから、第2弾の際には利用促進策の横展開を実施

- ア 第1弾の好事例を紹介するチラシを作成し、利用店舗に配布
- イ ホームページへの掲載やSNSでの情報発信の場で活用できるよう、じもと応援券のステッカーデータを利用店舗に配布（今後対応予定）

2 第2弾における改善点

「利用店舗アンケート調査」、「利用者アンケート調査」及び「利用が大きく伸びている店舗へのヒアリング調査」の結果、また、日頃からの利用店舗の意見等を踏まえ、第2弾の実施にあたり、次の点を改善

(1) 換金までの日数の短縮化、換金サイクルの増加

- ア 利用店舗においてQRコードを読み取る方法
換金までの日数を2日短縮、換金サイクルを週2回に増加
- イ 応援券の半券を事務局に郵送する方法
換金までの日数を2日短縮

(2) QR換金促進策

- ア QRコードを読み取る方法のメリットを説明するチラシを作成し、利用店舗に配布
- イ 利用店舗マニュアルや利用店舗向け説明会動画の中でも、メリットを説明
- ウ 第1弾においてQRコードを読み取る方法を利用した店舗に対し、読み取り時に工夫した点などをヒアリングし、特に換金申請額のそれ程多くない店舗を中心に案内（予定）
- エ 第2弾では、読み込む枚数が少なく、かつ郵送換金を行っている利用店舗に対してQRコードを読み取る方法の活用を案内。郵送料や事務局における読取作業の削減により、経費を縮減

(3) QR換金利用店舗への半券換金用封筒送付の取り止め

(4) 応援券のミシン目を切り取りやすい仕様に変更

(5) ホームページ上の利用店舗の検索機能の向上（対応中）

- ア 飲食店及び飲食料品の名称の後にジャンル名を追加（例：川崎屋（ラーメン））

(6) 第1弾における好事例を紹介するチラシを作成し、利用店舗に配布（再掲）

(7) じもと応援券ステッカーデータの提供（今後対応予定）（再掲）

- ア 応援券利用促進ツールとして活用していただくため、メールにて送付



産業振興協議会において説明を行い、意見を伺うとともに、学識者委員（4名）からの意見聴取を行った。

(1) 産業振興協議会の学識者委員にヒアリング

学識者ヒアリング ①

日時	令和3年8月3日（火）13時30分～14時50分
場所	産業振興会館4階企画展示場
学識者	専修大学商学部教授 鹿住 倫世（産業振興協議会 会長） 明治大学経営学部教授 岡田 浩一（産業振興協議会 会長代理） 共立女子大学ビジネス学部教授 中山 健（産業振興協議会 委員）

学識者ヒアリング ②

日時	令和3年8月4日（水）15時30分～16時50分
場所	川崎フロンティアビル10階会議室
学識者	専修大学経済学部教授 遠山 浩 （産業振興協議会・中小企業活性化専門部会 部会長）

1. 制度融資による支援（無利子・無担保等）について

- ア. 厳しい状況にあると思われる飲食業・小売業が融資をあまり利用していない。飲食業などは基本的に現金決済であり、大きな融資を受けるといことが（他業種に比べて）もともと少ないことが影響していると考えられる。
- イ. 建設業が多く利用している点について、令和2年の4～6月期は厳しい状況にあったが、その後は一定戻ってきた印象もある。普段から資金繰りが厳しい企業が、無利子・無担保の間に資金調達を図った部分もあるかもしれない。
- ウ. もともと経営状況が厳しく、そこに今回の新型コロナウイルス感染症を受けて、このタイミングで廃業を考えている事業者も多くなっている。経営状況が厳しいため融資を受ける、ということ意識している事業者も減少している。融資促進を進めるとともに、廃業を考えている事業者を事業承継やM & Aに繋げていく取組もあると良い。
- エ. 川崎市は新規創業に力を入れており、実績も出ている。廃業を検討している事業者と、新規創業を目指す人材を繋げるような取組もあると良い。

2. 川崎じもと応援券（第1弾）について

A 事業設計等について

- ア. 1枚の額面を1,000円と設定し、おつりはなし、としたことは、上乗せの購買活動に繋がることから、効果的であったと思われる。
- イ. 令和2年11月頃に多く応援券が使われているが、年末年始の時期と重なり効果的であった。
- ウ. プレミアム率が高く、発行部数も多い。利用店舗でも応援券を購入可能としたことなどにより、購入した年齢層が幅広くなったことも良かった。
- エ. （紙媒体の）券で事業を実施しつつ、QRコードによる換金手法を組み合わせたことは、デジタル化の観点からも意味がある取組だった。資金繰りを考えると事業者は現金を好むので、一気に市内事業者のキャッシュレス化を図ることは難しい。換金をよりスムーズに行う手法としてQRコードを組み込んだことは、キャッシュレス化に向けた段階的なステップアップにもなる。川崎市にとっても挑戦的な要素があったと思う。
- オ. 「川崎じもと応援券」という名称も良かった。通常の購買活動の代替ではなく、地域のお店を応援する、という趣旨が市民に響いたと思う。

（課題点の指摘）

- カ. 応援券を使ってもらえたお店と、そうではないお店の傾向がある。使ってもらえたお店の取組を共有するなど、優良な事例の横展開などが必要ではないか。
- キ. 川崎じもと応援券の利用による消費促進と、人流の抑制は相反する面がある。本事業の経済効果は確実にあったが、感染防止と経済活動の両立は難しい課題である。

2. 川崎じもと応援券（第1弾）について（続き）

B 経済効果等について

- ア. アンケートの回収率（店舗40.0%、利用者17.7%）については、高い回答率となっている。利用者アンケートについては、前回（H27・プレミアム商品券）とは異なり、Webを併用しているため回答率は下がる面があるが、一般的なアンケートと比較すると高いと思われる。
- イ. （経済効果において、新たに生まれた消費である）利用者が追加で支出した現金が15.3億円であったこと、またその大半が中小企業に支出されていることなど、本事業による経済効果が表れている。市民の消費喚起に繋がったと考えられる。
- ウ. 経済効果について算出方法は適当である。算定結果も概ね妥当と考える。
- エ. 融資による手法では支援が行き届かない事業者、具体的には経営規模が小さく基本的に現金収入で運営している事業者などには、本事業による支援が効果的であったと考える。
- オ. 飲食業などの事業者の収入は仕入にも繋がり、市内から仕入れている部分も一定あるので、卸売業に対しても効果があったと思う。
- カ. 本事業は、市内経済の下支えという面では効果があったと思うが、業況感（DI）を押し上げることには繋がらないと考える。業況感は実際に事業者に見通しを聞くことで算出されるが、通常の事業者であれば「応援券の次はどうか」ということを想定して回答するため、事業の成果は業況感としては評価されないとと思われる。
- キ. 本事業により、例えば商店街の来街者が増えれば、商品券の利用店舗だけでなく、あわせて利用店舗でないお店での購買に繋がった事例もあるだろう。統計値がすぐには公表されないが、分析可能であればマクロ統計の視点からも分析すると良い。

3. 緊急経済対策（経済労働局所管分）全般について

- ア. 国・県・市の役割分担としては、やはり規模としては国の支援が圧倒的に大きい。例えば基本的に自己資金の規模で事業を行っているところは融資をあまり活用しないなど、国の支援の対象外となってしまう部分はあると思う。そういう部分を捉えて市で支援している印象である。
- イ. 倒産件数は減少しているものの、一方で飲食や宿泊を中心に休業業する事業者は増えているものと思われる。

(2) 産業振興協議会において、取組実績を報告

産業振興協議会	
開催日時	令和3年8月3日（火）15時～16時35分
開催場所	産業振興会館4階企画展示場
出席者	鹿住 倫世 会長（専修大学商学部教授）ほか14名

1. 川崎じもと応援券（第1弾）について

- ア. 川崎じもと応援券事業については確実に成果があった。消費喚起に繋がっている。
- イ. 今回は紙ベースでの商品券となったが、今後はデジタル化が進むとよいと思う。

2. 緊急経済対策（経済労働局所管分）全般について

- ア. 感染防止の支援とは別に、新型コロナウイルス感染症に感染した従業員を雇用する事業者に対する支援策もあった方がよかったのではないかと。
- イ. 小規模事業者臨時給付金については、一律給付での制度となったことで、必要なお店（事業者）への給付が少なかったと感じている。支給額等に幅をもたせるなどの必要があったのではないかと。

川崎じもと応援券（第2弾）について

令和3年8月20日（金）

経済労働局

【参考資料1】川崎じもと応援券（第2弾）について①

1 目的

新型コロナウイルス感染症の影響により売上が大幅に減少している飲食店や生活関連サービス等における消費を促し、市内で資金を循環させることで早期の経済回復を図ることを目的として実施

2 概要

項目	内容
発行総額	60億円（販売額50億円、プレミアム分10億円）
発行冊数	50万冊
1冊あたりの構成	1冊1,000円×12枚の応援券（12,000円分）を10,000円で販売（プレミアム率20%）
利用期間	令和3年7月16日（金）～令和3年12月31日（金）
利用対象者	市内在住、在勤及び在学の方 ※応募者多数の場合は市内在住者を優先して抽選
利用店舗	川崎市内で営業する小売業、宿泊業、飲食店、生活関連サービス等の業種で、中小企業・小規模事業者及び個人事業主
販売方法	事前申込制による郵送販売
申込期間	令和3年4月22日（木）～5月24日（月）
購入限度	対象者1人に付き最大5冊
換金方法	①利用店舗においてQRコードを読み取る方法 毎週日曜日までに読み取った分⇒同週の水曜日に入金（2日短縮） 毎週火曜日までに読み取った分⇒同週の金曜日に入金（新設） 換金サイクル 週2回（週1回から増加） ②応援券の半券を事務局に郵送する方法 事務局に毎週月曜日までに到着した分⇒翌週の水曜日に入金（2日短縮） 換金サイクル 週1回

【購入の流れ】



3 広報の取組

(1) 利用者向け購入促進

ホームページ、市政だより、ポスター、チラシ、新聞、テレビ、ラジオ、SNS、交通広告、地域情報誌、デジタルサイネージなど

(2) 利用店舗募集

ホームページ、市政だより、チラシ、ラジオ、SNS、地域情報誌、デジタルサイネージ、関係団体への説明、商店街店舗等への直接訪問など

4 販売結果

(1) 当初当選

	ホームページ	はがき	合計
総購入申込者数	112,340人	12,469人	124,809人
うち有効購入申込者数	110,006人	12,113人	122,119人
（うち市内在住）	(107,555人)	(11,979人)	(119,534人)
（うち市内在勤在学）	(2,451人)	(134人)	(2,585人)
当選者数	107,413人	11,961人	119,374人
うち購入者数	97,498人	10,864人	108,362人
うち未購入者数	9,915人	1,097人	11,012人

	ホームページ	はがき	合計
総購入申込冊数	469,301冊	53,815冊	523,116冊
うち有効購入申込冊数	458,620冊	52,167冊	510,787冊
（うち市内在住）	(449,093冊)	(51,591冊)	(500,684冊)
（うち市内在勤在学）	(9,527冊)	(576冊)	(10,103冊)
当選冊数	448,485冊	51,515冊	500,000冊
（うち購入冊数）	407,636冊	46,807冊	454,443冊
（うち未購入冊数）	40,849冊	4,708冊	45,557冊

(2) 追加当選（令和3年8月13日現在 ※集計中）払込期日：8月15日

	ホームページ	はがき	合計
追加当選者数	2,593人	152人	2,745人
（うち市内在住）	(142人)	(18人)	(160人)
（うち市内在勤在学）	(2,451人)	(134人)	(2,585人)
うち購入者数	人	人	2,049人

	ホームページ	はがき	合計
追加当選者冊数	10,135冊	652冊	10,787冊
（うち市内在住）	(608冊)	(76冊)	(684冊)
（うち市内在勤在学）	(9,527冊)	(576冊)	(10,103冊)
うち購入冊数	冊	冊	8,155冊

(3) 合計（令和3年8月13日現在）

	合計
購入者数	110,411人
購入冊数	462,598冊
残数	37,402冊

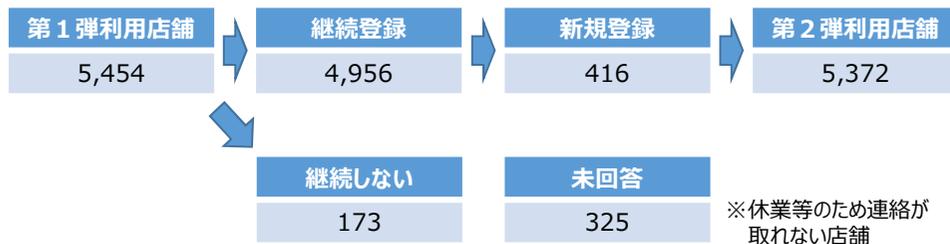
【参考資料1】川崎じもと応援券（第2弾）について②

5 利用店舗の登録状況（令和3年8月13日現在）

(1) 区別／業種別登録状況

業種	川崎区	幸区	中原区	高津区	宮前区	多摩区	麻生区	合計	割合
飲食店	438	183	447	296	128	198	107	1,797	33.5%
飲食料品店	107	62	96	52	63	48	26	454	8.5%
スーパー	5	3	3	0	0	4	0	15	0.3%
コンビニ	92	41	78	60	52	52	28	403	7.5%
その他小売業	54	33	60	39	38	52	32	308	5.7%
リフォーム業	39	12	29	28	42	33	14	197	3.7%
その他サービス業	95	45	123	85	50	87	65	550	10.2%
理容・美容店	85	53	121	78	41	85	42	505	9.4%
その他業種	42	16	23	35	22	49	30	217	4.0%
ドラッグストア・調剤薬局	17	12	16	16	16	33	12	122	2.3%
病院または医療機関等	40	31	58	37	37	48	25	276	5.1%
自転車販売	12	5	13	7	3	10	1	51	0.9%
衣料・身の回り品取扱店	45	16	35	10	7	20	7	140	2.6%
家電販売店	12	11	14	7	11	11	7	73	1.4%
書籍文房具小売店	2	3	4	5	1	6	1	22	0.4%
メガネ・コンタクトレンズ・補聴器	6	0	11	2	6	2	4	31	0.6%
旅館・ホテル	14	0	4	2	1	0	1	22	0.4%
クリーニング	13	15	32	24	15	17	12	128	2.4%
ガソリンスタンド	3	1	1	1	1	0	0	7	0.1%
雑貨店	2	7	6	4	6	7	3	35	0.7%
100円・ディスカウントショップ	2	0	2	1	0	1	0	6	0.1%
ホームセンター	0	0	0	1	0	1	1	3	0.1%
楽器店	0	0	1	1	0	1	1	4	0.1%
おもちゃ・ベビー用品	0	0	3	1	0	1	1	6	0.1%
レンタカー	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%
合計	1,125	549	1,180	792	540	766	420	5,372	100.0%
割合	20.9%	10.2%	22.0%	14.7%	10.1%	14.3%	7.8%	100.0%	

(2) 第1弾からの継続登録の状況



「継続しない」173店舗の業種と理由

理由	飲食店	飲食料品店	スーパー	コンビニ	その他小売業	リフォーム業	その他サービス業	理容・美容店	その他業種	ドラッグストア・調剤薬局	病院・医療機関等	自転車販売	衣料・身の回り品	家電販売店	クリーニング	雑貨店	おもちゃ	合計
①利用がない	9	4	0	0	8	9	18	5	19	0	3	1	2	2	0	0	0	80
②利用が少ない	9	1	0	0	2	2	5	1	2	0	1	1	0	2	0	1	0	27
③閉店・廃業・休業	7	2	0	0	2	0	1	3	0	0	0	0	1	0	0	0	0	16
④リスクを回避するため	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
⑤管理上の問題・大変	1	0	1	1	0	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	7
⑥換金が不便	3	2	0	5	0	0	4	2	1	0	6	0	0	0	1	0	1	25
⑦その他	6	3	0	1	0	1	1	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	16
合計	37	12	1	7	12	12	31	13	22	1	13	2	3	4	1	1	1	173

6 利用状況（令和3年8月1日現在）

(1) 業種別利用状況

（単位：千円）

業種	R3.7月	利用額割合	1店舗当たり平均利用額
飲食店	33,406	16.5%	19
飲食料品店	30,477	15.0%	69
スーパー	1,000	0.5%	71
コンビニ	6,333	3.1%	16
その他小売業	8,158	4.0%	27
リフォーム業	12,095	6.0%	64
その他サービス業	19,392	9.6%	36
理容・美容店	22,638	11.2%	46
その他業種	9,686	4.8%	45
ドラッグストア・調剤薬局	7,940	3.9%	66
病院または医療機関等	9,284	4.6%	35
自転車販売	8,625	4.3%	173
衣料・身の回り品取扱店	3,308	1.6%	24
家電販売店	13,705	6.8%	190
書籍文房具小売店	6,382	3.2%	304
メガネ・コンタクトレンズ・補聴器	2,996	1.5%	97
旅館・ホテル	17	0.0%	1
クリーニング	1,034	0.5%	8
ガソリンスタンド	5,306	2.6%	758
雑貨店	326	0.2%	10
100円・ディスカウントショップ	0	0.0%	0
ホームセンター	0	0.0%	0
楽器店	442	0.2%	111
おもちゃ・ベビー用品	31	0.0%	5
合計	202,581	100.0%	39
利用額割合	100.0%		

(2) 区別利用状況

（単位：千円）

区名	R3.7月	利用額割合
川崎区	30,367	15.0%
幸区	20,823	10.3%
中原区	45,541	22.5%
高津区	34,316	16.9%
宮前区	27,212	13.4%
多摩区	31,313	15.5%
麻生区	12,068	6.0%
市外（※）	941	0.5%
合計	202,581	100.0%

※店舗は市内で、換金申請の事業者所在地が市外