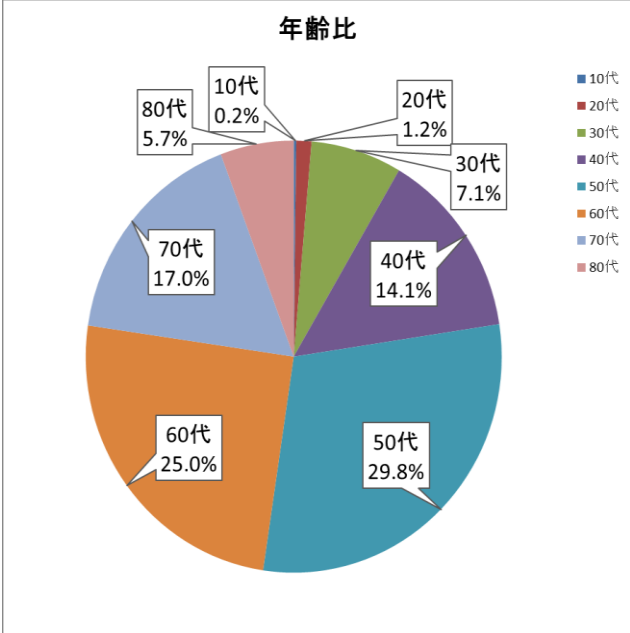
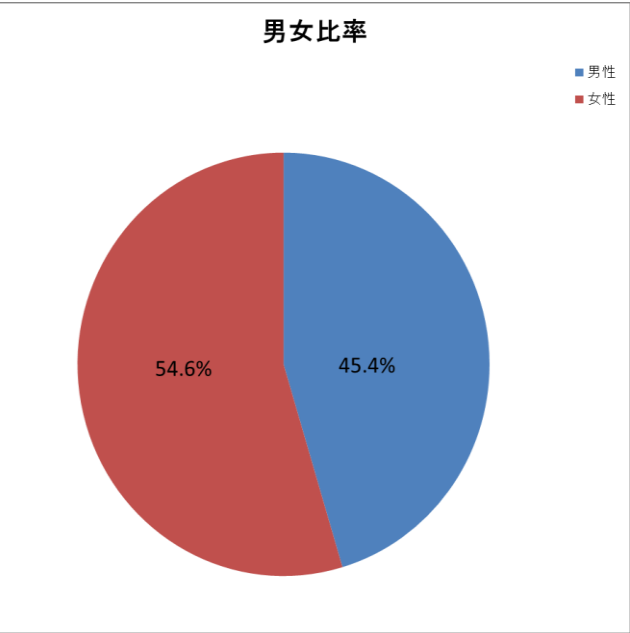


U モニ アンケート集計結果

第 180 回のテーマは、【浦安市物価高騰対策商品券に関するアンケート】でした。

- ◎ 市内在住登録者数 1,793 人
- ◎ 実施期間 令和8年9月14日(月)～9月20日(日)
- ◎ 回答者数(回答率) 1,018 人(56.8%)



問 1. 浦安市物価高騰対策商品券（以下商品券と記載）を使いましたか。（令和8年1月1日を基準とし、市の住民基本台帳に記録されている方に送付しました）。

設問	回答内容	件数	件数合計	回答者数	比率	グラフ
問 1. 浦安市物価高騰対策商品券（以下商品券と記載）を使いましたか。（令和8年1月1日を基準とし、市の住民基本台帳に記録されている方に送付しました）	1.すべて使った	976	1018	1018	95.9%	
	2.一部使ったが使い切れなかった	10			1.0%	
	3.使わなかった	14			1.4%	
	4.配付対象外である	18			1.8%	

「すべて使った」と回答したモニターが 95.9%という結果となり、市民の確実な消費行動に直結したことがわかりました。

問 1－1. どのような店舗で使ったか教えてください。【複数回答可】

設問	回答内容	件数	件数合計	回答者数	比率	グラフ
問 1－1. どのような店舗で使ったか教えてください。【複数回答可】	1.普段から利用している店舗で使った	817	1066	986	82.9%	
	2.普段は利用しない店舗で使った	205			20.8%	
	3.応援したい店舗で使った	30			3.0%	
	4.その他	14			1.4%	

「普段から利用している店舗で使った」と回答したモニターが 82.9%という結果となり、多くのモニターが日常的な買い物で活用していることがわかったほか、「普段は利用しない店舗で使った」と回答したモニターが 20.8%であったことから、新規店舗への開拓にも一部効果があったことがわかりました。

問１－２．物価高騰の影響で購入を控えていたものを、商品券の配付によって買うことができましたか。

設問	回答内容	件数	件数合計	回答者数	比率	グラフ
問1-2. 物価高騰の影響で購入を控えていたものを、商品券の配付によって買うことができましたか。	1.購入を控えていたものを買うことができた	335	986	986	34.0%	
	2.購入を控えていたものは買えなかったが、買い物の足しになった	612			62.1%	
	3.商品券があっても、買うことができなかった	39			4.0%	

「購入を控えていたものは買えなかったが、買い物の足しになった」と回答したモニターが62.1%、「購入を控えていたものを買うことができた」と回答したモニターが34.0%を合わせ、96.1%のモニターが実質的な支援効果を実感していることがわかりました。

問１－３．商品券が使える店舗をどのように確認しましたか。（複数選択可）

設問	回答内容	件数	件数合計	回答者数	比率	グラフ
問1-3. 商品券が使える店舗をどのように確認しましたか。【複数回答可】	1.市から送付された使用可能店舗一覧（紙）	672	1462	986	68.2%	
	2.浦安市物価高騰対策商品券特設サイト	246			24.9%	
	3.店舗の掲示物	410			41.6%	
	4.店員に確認した	108			11.0%	
	5.家族や友人などに聞いた	13			1.3%	
	6.SNS（X（旧Twitter）、Instagram）	6			0.6%	
	7.その他	7			0.7%	

「市から送付された使用可能店舗一覧（紙）」と回答したモニターが68.2%、「店舗の掲示物」と回答したモニターが41.6%であったことから、WEB上（24.9%）よりも紙媒体での情報発信力が強いことがわかりました。

問１－４．使用しなかった理由を教えてください。（複数選択可）

設問	回答内容	件数	件数合計	回答者数	比率	グラフ
問1-4. 使用しなかった理由を教えてください。【複数回答可】	1.期限に気づかず使用できなかったから	6	18	14	42.9%	
	2.お釣りが出ないから	0			0.0%	
	3.使用したい店舗がなかったから	3			21.4%	
	4.買いたいものやサービスがなかったから	2			14.3%	
	5.買い物に行く時間がなかったから	2			14.3%	
	6.使う必要がなかったから	0			0.0%	
	7.その他	5			35.7%	

問1において、「使わなかった」と回答したモニターのうち、「期限に気づかず使用できなかったから」と回答したモニターが42.9%であったことから、期限直前における更なるリマインド広報の重要性が求められていることがわかりました。

問２．商品券事業について、あなたはどのように感じていますか（複数選択可）

設問	回答内容	件数	件数合計	回答者数	比率	グラフ
問2. 商品券事業について、あなたはどのように感じていますか【複数回答可】	1.市民の生活支援に効果的だと思う	632	1322	1000	63.2%	
	2.地域経済活性化に効果的だと思う	528			52.8%	
	3.効果があるとは思わない	108			10.8%	
	4.その他	54			5.4%	

「市民の生活支援に効果的だと思う」と回答したモニターが63.2%と最も多く、次に「地域経済活性化に効果的だと思う」と回答したモニターが52.8%という結果となり、本事業の目的を達成したことがわかりました。

問3. 商品券の満足度について教えてください。

設問	回答内容	件数	件数合計	回答者数	比率	グラフ
問3. 商品券の満足度について教えてください。	1.満足	436	1000	1000	43.6%	
	2.どちらかといえば満足	368			36.8%	
	3.どちらともいえない	126			12.6%	
	4.どちらかといえば不満	46			4.6%	
	5.不満	24			2.4%	

「満足」と回答したモニターが 43.6%と最も多く、次に「どちらかといえば満足」と回答したモニターが 36.8%という結果となり、高い満足度を獲得したことがわかりました。

問4. 商品券の有効期間は適切だと思いますか。

設問	回答内容	件数	件数合計	回答者数	比率	グラフ
問4. 商品券の有効期間*は適切だと思いますか。	1.長いと思う	57	1000	1000	5.7%	
	2.やや長いと思う	86			8.6%	
	3.適切だと思う	705			70.5%	
	4.やや短いと思う	111			11.1%	
	5.短いと思う	41			4.1%	

商品券の有効期間について、「適切だと思う」と回答したモニターが 70.5%という結果となり、多くのモニターが適切な期間であると考えていることがわかりました。

問5. 商品券が配付されることをどこで知りましたか。（複数選択可）

設問	回答内容	件数	件数合計	回答者数	比率	グラフ
問5. 商品券が配付されることをどこで知りましたか。【複数回答可】	1.市公式ホームページ	288	1498	1000	28.8%	
	2.市公式X(旧Twitter)アカウント	34			3.4%	
	3.SNS(X(旧Twitter)、Instagram)	36			3.6%	
	4.広報うらやす	571			57.1%	
	5.浦安新聞	144			14.4%	
	6.取扱店に設置された掲示物(ポスターなど)	99			9.9%	
	7.家族や友人などから聞いた	103			10.3%	
	8.自宅に商品券が届いて知った	197			19.7%	
	9.その他	26			2.6%	

「広報うらやす」と回答したモニターが 57.1%で最も多く、次に「市公式ホームページ」と回答したモニターが 28.8%という結果でしたが、「自宅に商品券が届いて知った」と回答したモニターが 19.7%であったことから、全戸配付することは強力な周知手段であることがわかりました。

問5-1. 商品券に関する広報や周知活動について、十分だと感じますか。

設問	回答内容	件数	件数合計	回答者数	比率	グラフ
問5-1. 商品券に関する広報や周知活動について、十分だと感じますか。	1.十分であった	359	1000	1000	35.9%	
	2.どちらかといえば十分であった	365			36.5%	
	3.どちらともいえない	196			19.6%	
	4.どちらかといえば不十分であった	55			5.5%	
	5.不十分であった	25			2.5%	

広報や周知活動について、「どちらかといえば十分であった」と回答したモニターが 36.5%で最も多く、次に「十分であった」と回答したモニターが 35.9%という結果であったことから、配付前後の情報提供は市民に行き届いていたと評価できます。

問6. 商品券の形態は紙券と電子のどちらが良いと思うか教えてください。

設問	回答内容	件数	件数合計	回答者数	比率	グラフ
問6. 商品券の形態は紙券と電子のどちらが良いと思うか教えてください。	1.紙券	505	1018	1018	49.6%	
	2.電子	192			18.9%	
	3.紙券と電子の併用がよい	321			31.5%	

「紙券」と回答したモニターが 49.6%と最も多く、次に「紙券と電子の併用がよい」と回答

したモニターが 31.5%、「電子」と回答したモニターが 18.9%を合わせて 50.4%という結果となり、依然として紙媒体を希望している一方で、「併用」や「電子」と回答した割合を踏まえるとデジタル推進派が一定以上の希望があったことがわかりました。

問6-1. 商品券を電子化する場合、どの形態が良いと思うか教えてください。（複数選択可）

設問	回答内容	件数	件数合計	回答者数	比率	グラフ
問6-1. 商品券を電子化する場合、どの形態が良いと思うか教えてください。【複数回答可】	1.スマートフォンアプリ	299	739	513	58.3%	
	2.市内専用のICカード・プリペイドカード	63			12.3%	
	3.既存のキャッシュレス決済	272			53.0%	
	4.二次元コードが印字された専用カード	80			15.6%	
	5.その他	25			4.9%	

「スマートフォンアプリ」と回答したモニターが 58.3%、「既存のキャッシュレス決済」と回答したモニターが 53.0%であったことから、使い慣れた電子決済方法が求められていることがわかりました。

問7. 商品券事業に関してご意見がありましたら、ご自由にお書きください。（自由記述）

設問	回答内容	件数	件数合計	回答者数	比率	グラフ
問7. 商品券事業に関してご意見がありましたら、ご自由にお書きください。	回答あり	404	404	1018	39.7%	

本事業について、1,018 人中 404 名（39.7%）のモニターからご意見をいただきました。



キーワード	出現件数
1 支援効果とニーズ	
生活支援・効果実感	107
支援規模と配分	63
地域経済活性化・波及効果	57
2 運営方法・効率化	

事務コスト・費用削減	76
デジタル化推進	62
紙対応の合理的扱い	49
3 商品券の利用性と利便性	
利用可能店舗・条件	79
利用方法・券仕様	46
高齢者・利用者配慮	42
4 その他の意見・提案	
今後の展望・要望	78
高齢者等特定層への配慮	27
給付形態の多様化	22
5 公平性・透明性・運用管理	
公平な給付と支給対象	44
発行・運営コストの透明化	22
6 支給方法と周知・受取の利便性	
配布手法と受け取り	48
使用期限と利用期間	18
※本表は、人工知能（AI）を活用して抽出した頻出キーワードおよびそれらの出現回数を示したものです。	

食料品や日用品価格の高騰が続く中での生活支援に対する強い感謝や、所得制限を設けずに全世帯へ公平に配付する制度設計を評価する声が最も多く見られました。

AI テキスト解析においても、「生活支援・効果実感」が 107 件、「地域経済活性化・波及効果」が 57 件と高い頻度で抽出されており、お米などの生活必需品の購入や、買い控えていた外食・レジャーへの活用により、幅広い消費の下支えに寄与した様子が伺えます。

一方で、1 人あたり 5,000 円の給付額に対しては、物価高騰の規模から「1 回分の買い物で消えてしまうため、1～3 万円への増額や事業の継続を希望する」という要望や、生活困窮世帯や子育て世帯へ重点配分すべきとする意見が寄せられました。

その他、全戸配付に係る郵送料や紙券の印刷費、業務委託料といった事務経費を縮減に向けたデジタル化の推進や、高齢者等へ配慮した紙券との併用の導入に関するご意見もありました。

まとめ

今回のアンケート結果では、配付された商品券の消化率が 95.9%に達し、96.1%のモニターが買い物の足しや買い控えの解消などの支援効果を実感したと回答するなど、迅速かつ確実な消費喚起へ直結したことが示されました。

事業全体の総合評価においては、モニターの 80.4%（「満足」43.6%、「どちらかといえは満足」36.8%）が肯定的に評価しており、市民生活の下支え（63.2%）及び地域経済の活性化（52.8%）の双方で高い施策効果を収めました。

広報や利用環境の面では、「広報うらやす（57.1%）」による周知と、「取扱店舗一覧チラシ（68.2%）」による店舗確認が主要な情報源となり、約 6 ヶ月間の利用期間についても 70.5%が「適切」と判断しています。

今回のアンケートを参考に、市民の利便性向上や行政コストの削減にも配慮しながら、今後の商工業振興施策及び効果的な事業運用に生かしてまいります。

今後も、「U モニ」へのご協力をお願いします。