

プレミアム商品券の経済行動：購入判断に対する社会経済的要因に着目して

後藤 晶^a

要約

プレミアム商品券とは一定分のプレミアム率に応じた金額を上乗せした商品券である。本研究においては 2014 年度の緊急経済対策による地方交付税の活用方法として採用されたプレミアム商品券政策に関連して、インターネット調査を実施した。本研究では、社会的・経済的属性に着目して、プレミアム商品券政策に関する経済行動の特徴について検討した。その結果、低所得層ほど、プレミアム商品券を購入していないこと、高所得層ほどプレミアム商品券に期待する「最低希望プレミアム率」が低いことなどが明らかとなった。

今回の施策においては、低所得層に対するプレミアム商品券の購入に対する仕組みを導入していたものの、実際には低所得層ほどプレミアム商品券を購入しない傾向にあったことにより、低所得層ほど購入しやすいメカニズムを導入する可能性を検討する必要があると考えられる。

JEL 分類番号： D12, L38, D03

キーワード：プレミアム商品券，経済行動，社会的要因

^a 山梨英和大学人間文化学部 goaki@me.com

1. 問題

プレミアム商品券とは、一定分のプレミアム率¹に応じた金額を上乗せした商品券である。2014年度に経済対策に関する安倍晋三内閣総理大臣の指示に基づいて、プレミアム商品券政策は「地域住民生活等緊急支援のための交付金」の一環として展開されたものである（首相官邸, 2014）。これは地方公共団体による地方版総合戦略の早期かつ有効な策定を促すとともに、優良施策に対する国が支援を行う『地方創生先行型』と、地方公共団体による地域における消費喚起策やこれに直接効果を有する生活支援策に対して国が支援を行う『地域消費喚起・生活支援型』の2種類が用意されている。このうち、プレミアム商品券は地域消費喚起・生活支援型に属する政策である。国内では1,741市町村中1739市町村(99.8%)で、47都道府県中30都道府県(63.8%)で発行されている。本政策においては、国庫負担となるプレミアム率は上限を20%としているが、地域によっては地方自治体で負担することによって20%以上のプレミアム率がつく商品券を発行している地域もある。経済効果について、みずほ総研ではこれらの経済効果について、プレミアム商品券による経済効果は25%（640億円）程度と見積もっている（風間, 2015; 高田, 2015）。

本研究では特にプレミアム商品券に関する経済行動に着目して検討する。プレミアム商品券の購入に対して、社会経済的な決定要因の検討は、政策の評価において非常に重要な観点となる。ここではプレミアム商品券について実施したインターネット調査の結果に基づいて、プレミアム商品券の購入について社会的・経済属性に着目した検討を目的とする。

同時に、問題となるのは現金でプレミアム商品券を購入することによる、資本の時間的および空間的な流動性の低下である。ここでいう時間的流動性の低下とは利用可能な期間が制限されることであり、空間的流動性の低下とは利用可能な地域が制限されることを指す。期間については資金決済法第14条1項により、有効期間が6か月以上の商品券の発行において供託金が必要とされているために、半年以内の使用期間が中心となる²。また、利用可能な地域はその居住する地域に制限されるために、その地域にある利用可能な店舗数が空間的流動性の決定要因になると考えられる。したがって、その地域にある店舗数と購入者／非購入者の関係と相関関係が認められれば、空間的流動性が購入判断の一要因になることが指摘できる。

本研究ではあわせて、「最低希望プレミアム率」について質問を行っている。これは、各

¹ プレミアム率とは、支払った金額に対して購入したプレミアム商品券につくプレミアムの割合である。例えば、10,000円で購入した、12,000円分利用可能な商品券は20%のプレミアム率がついた商品券であるといえる。

² ただし、プレミアム商品券の運用に関連して、資金決済法の発行保証金の供託に関する規制等を適用除外とする特例措置により、6か月の制限が適用されない地域も一部にはあるものの（経済産業省, 2015a）、非常に少数である。

個人が「最低でもいくらのプレミアム率がつくならば、プレミアム商品券を購入してもよいか」として、一種の受け取り意志率を尋ねたものである。プレミアム商品券は現金に比べて、現金に比べて、流動性が低い資産である。そのために、最低希望プレミアム率は一種の資本の時間的および空間的な流動性の低下に対する割引率を示す指標になると考えられる。本研究では、特にどのような社会経済的要因が流動性に対する割引率に影響を与えているのか検討する。

以上を踏まえて、ここでは以下の点について検討する。

- ◆ プレミアム商品券の購入判断と社会経済的要因の関係
- ◆ 購入者数と地域にある店舗数の相関関係
- ◆ 最低希望プレミアム率と社会経済的要因の関係

2. 方法

2.1. データおよび調査の概要

本調査は2015年7月10日～15日にかけて、インターネット意識調査「政治山リサーチ」を用いて調査を実施した。第一調査として20歳以上の男女2210名に対してプレミアム商品券の購入の有無および関連項目について調査を行った。その上で、プレミアム商品券を購入したと答えた552名を対象として第二調査を実施した。その結果、441名が回答した(回答率:79.8%)³。また、地域にある店舗数については、経済産業省による商業統計の速報値に基づく(経済産業省,2015b)。ただし、この調査は2014年7月1日現在で実施されたものである。

2.2. 分析手法

分析には統計ソフトR(R Core Team,2015)を利用した。応答変数が順序変数である場合は順序プロビットモデルとして、応答変数が二値変数である場合にはロジスティックモデルとして分析した。また、特に地域にある店舗数と購入判断については、一般化線形混合モデル(Generalized Linear Mixed Effects Model)を用いて二項分布のロジスティックモデルとして分析を行っている。

3. 結果

3.1. 購入判断について

表1には購入判断に関するロジスティックモデルによる分析結果を示している。この結果

³ なお、株式会社パイブドビッツ社政治山カンパニーより、本研究に用いたデータに関する基礎調査報告が行われている(市ノ澤,2015)。

より、低所得世帯では購入しない傾向にある一方で、高所得世帯では購入する傾向にあることが明らかとなっている。また、世代に着目すると、40代および50代で購入しない傾向にあり、関東地方に比べて東北、近畿、中国、四国、九州地方で有意に多く購入されている。また、子どもがいる世帯でも有意に多く購入されている。

表 1. 購入判断と世帯年収に関する分析結果

応変数：購入判断	
Constant	-1.402*** (0.184)
世帯年収	
0-199万円	-0.606** (0.252)
200-399万円	-0.396** (0.154)
400-599万円	参照グループ
600-799万円	0.341** (0.155)
800-999万円	0.251 (0.189)
1000-1199万円	0.371* (0.219)
1200-1499万円	0.505* (0.290)
1500-1999万円	0.412 (0.400)
2000万円以上	0.258 (0.437)
性別・世代・ 地域・既婚未婚・ 子の有無	
統制済み	
Observations	1,851
Log Likelihood	-1,070.27
AIC	2,186.53

*p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

3.2. 購入者割合と地域店舗数について

表 2. 購入者割合と地域店舗数に関する分析結果

応答変数：購入者, 非入者	
Constant	-0.641*** (0.093)
百貨店	参照グループ
衣服業	-0.017 (0.111)
飲食業	-0.008 (0.116)
機械業	0.024 (0.142)
無店舗販売業	-0.017 (0.116)
小規模小売店	-0.038 (0.108)
その他	-0.001 (0.119)
事業所数	-0.002*** (0.00001)
衣服業×事業所数	0.002*** (0.00002)
飲食業×事業所数	0.002*** (0.00001)
機械業×事業所数	0.002*** (0.00003)
無店舗販売業×事業所数	0.001*** (0.0001)
小規模小売店×事業所数	0.001 (0.001)
その他×事業所数	0.002*** (0.00001)
Observations	329
Log Likelihood	-649.294
AIC	1,328.59
BIC	1,385.53

*p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

表 1.には購入者の割合と、地域における各形態の店舗数に関する分析結果である。これは

Binomial Generalized Linear Mixed Effects Model による分析を行っている。その結果、百貨店の店舗数は購入者数に対してネガティブな影響をもたらす一方で、その他の小売店の利用可能店舗数が重要になると考えられる。

3.3. 社会経済的要因と最低希望プレミアム率関係について

表 3 には世帯収入と最低希望プレミアム率の相関関係を全体、購入者および非購入者に分類して分析したものを示している。全体的な傾向として、低所得層ほど高いプレミアム率を望む一方で、高所得層ほど低いプレミアム率でも購入する傾向にあることが示されている。

また、全体について検討すると、他の社会的要因に着目すると、世代があがるにつれて最低希望プレミアム率が下がることが示されている。

表 3. 最低希望プレミアム率と世帯年収に関する分析結果

	応答変数：最低希望プレミアム率		
	全体	購入者	非購入者
世帯年収			
0-199万円	0.258*** (0.091)	-0.129 (0.228)	0.250** (0.114)
200-399万円	0.138** (0.063)	0.015 (0.137)	0.165** (0.079)
400-599万円	参照グループ	参照グループ	参照グループ
600-799万円	-0.065 (0.067)	-0.164 (0.129)	0.014 (0.092)
800-999万円	-0.115 (0.081)	-0.136 (0.157)	0.029 (0.111)
1000-1199万円	-0.297*** (0.098)	-0.125 (0.181)	-0.280** (0.129)
1200-1499万円	-0.163 (0.122)	0.022 (0.229)	-0.258 (0.182)
1500-1999万円	-0.558*** (0.172)	-0.285 (0.316)	-0.613** (0.256)
2000万円以上	-0.287 (0.189)	-0.629* (0.362)	-0.061 (0.255)
性別・世代・ 地域・既婚未婚・ 子の有無	統制済み	統制済み	統制済み
Observations	2,210	552	1,299

*p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

4. 考察

本研究の結果は以下のようにまとめることができる。

- ◆ 低所得層ではプレミアム商品券を購入せずに、高所得層ではプレミアム商品券を購入する傾向にある。
- ◆ 地域にある小売店の数が購入割合に対して正の相関があるが、百貨店の数はネガティブな影響をもたらしている。ただし、本研究ではプレミアム商品券の販売地域毎の、プレミアム商品券利用可能店舗数ではなく、県毎にある店舗数を変数として用いている点が課題である。
- ◆ 高所得層では最低希望プレミアム率が低い一方で、低所得層では最低希望プレミアム率が高い結果となった。時間割引と同様の傾向に、高所得層においては資産の流動性

の低下に対する割引率が低い傾向にあることを示唆する結果である。ただし、本研究においては、金額効果に対する十分な検討ができていないことが課題である。

謝辞

本研究にあたり、株式会社パイプドビッツ政治山カンパニーよりデータの提供を受けました。また、調査にあたり、島根大学研究機構戦略的研究推進センター 本田正美氏および東京大学情報学環技術補佐員の吉田暁生氏と有用なオンラインディスカッションを行わせていただきました。ここに記して感謝いたします。

引用文献

市ノ澤 充, 2015. 第 29 回政治山調査「4 人に 1 人が購入、世帯年収の影響もープレミアム商品券」, 株式会社パイプドビッツ, 政治山カンパニー, http://seijiyama.jp/research/investigation/inv_29.html

風間 春香, 2015. プレミアム付商品券の経済効果 商品券等発行による消費押し上げ効果は 640 億円, みずほ総合研究所,

<http://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/insight/jp150624.pdf>

経済産業省, 2015a. 6 ヶ月を越えるプレミアム付き商品券を発行する計画を認定しました～産業競争力強化法の「企業実証特例制度」の活用！～,

<http://www.meti.go.jp/press/2015/06/20150619005/20150619005.html>

経済産業省, 2015b. 『平成 26 年度商業統計』, <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syougyo/result-2.html>,

R Core Team, 2015. "R: A language and environment for statistical computing", R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. <http://www.R-project.org/>.

首相官邸, 2014. 「地方への好循環拡大に向けた緊急経済対策」について,

http://www.kantei.go.jp/jp/kakugikettei/2014/_icsFiles/afieldfile/2014/12/27/20141227keizai_taisaku_1.pdf

高田 創, 2015. プレミアム付商品券の経済効果で需要掘り起こし, みずほ総合研究所, <http://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/today/rt150716.pdf>