

## 北九州市におけるプレミアム付商品券関連事業の実施結果について

消費喚起を目的として、国の緊急経済対策で創設された「地域住民生活等緊急支援のための交付金」を活用し、①商店街等によるプレミアム付商品券の発行を支援するとともに、②本市も発行主体となり、市内全域で使用できるプレミアム付商品券を発行いたしました。

このたび、商品券の利用実態等に関するアンケート調査を行い、消費喚起効果及び経済波及効果を算出し、事業効果を検証いたしましたので、以下のとおりお知らせします。

### ◆ 事業効果 検証結果 概要 ◆

#### (1) 消費喚起効果

プレミアム付商品券事業に関連した

**市内での全体的な消費額**

**⇒約76億57百万円**

そのうち、普段の買い物を除いた、

**新規に誘発した消費喚起効果**

**⇒約43億70百万円**

**(プレミアム相当分の3.9倍)**

※プレミアム相当分:約11億9百万円

#### (2) 経済波及効果

プレミアム付商品券事業による、

**市内経済全体への経済波及効果**

**⇒約125億48百万円**

## 1. 事業概要

### (1) 商店街等発行支援の概要

- ① **支援対象**：商店街組合、テナント会など
- ② **発行状況**：64団体で106回発行（市内商店街等143団体中93団体が単独又は共同で参加）
- ③ **発行総額**：約38億82百万円（発行実績額：約38億75百万円）
- ④ **販売総額**：約32億33百万円（販売実績額：約32億28百万円）【プレミアム率：概ね20%】
- ⑤ **購入方法**：先着順
- ⑥ **支援内容**：福岡県の制度とあわせて、プレミアム分は発行団体の負担がないよう、上限20%まで助成し、事務費については、販売総額に応じた限度額まで助成。

### (2) 本市発行分の概要

- ① **商品券名称**：元気発進！北九州プレミアム商品券
- ② **発行冊数**：23万冊（1冊1万2千円分を1万円で販売【1,000円×12枚】）
- ③ **発行総額**：27億6千万円（発行実績額：約27億55百万円）
- ④ **販売総額**：23億円（販売実績額：約22億96百万円）【プレミアム率：20%】
- ⑤ **購入限度**：1人5冊（市内居住者に限る）
- ⑥ **購入方法**：事前予約【抽選】（予約方法：郵送、FAX、インターネット、北九州銀行窓口）
- ⑦ **購入状況**：購入申込約37万冊（約84千人）⇒当選確率約66%（約56千人）
- ⑧ **利用期間**：平成27年9月1日～平成27年12月31日

◆発行総額及び換金額等の状況

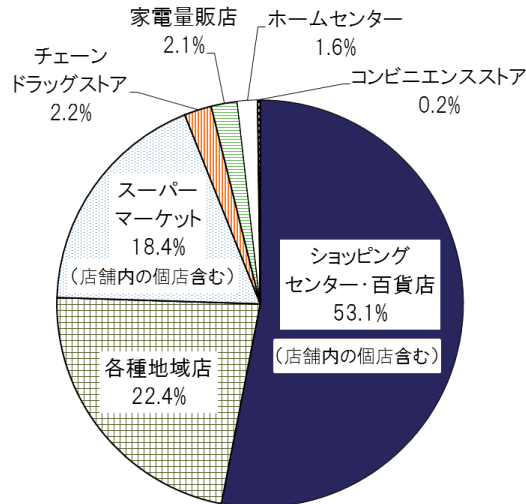
|         | 発行総額         | 発行実績額        | 取扱店数         | 換金額（換金率）             |
|---------|--------------|--------------|--------------|----------------------|
| (1)商店街等 | 約 38 億 82百万円 | 約 38 億 75百万円 | 約 4,000 店    | 約 38 億 58百万円 (99.5%) |
| (2)本市   | 27 億 60百万円   | 約 27 億 55百万円 | 約 5,300 店    | 約 27 億 50百万円 (99.8%) |
| 合 計     | 約 66 億 42百万円 | 約 66 億 30百万円 | 延べ約 9,300 店* | 約 66 億 8百万円 (99.7%)  |

※合計店舗数は、商店街等発行分と本市発行分、両方の取扱店となっている店舗があるため、延べ数である。

## 2. 商品券利用状況

※各種数値について、切り捨て切り上げ等の関係上、各数値と合計値が一致しないものがある。

発行実績額約 66 億 30 百万円のうち、99.7%の約 66 億 8 百万円が取扱店で利用され、換金された。最も多く利用されたのは「ショッピングセンター・百貨店（店舗内の個店含む）（53.1%）」であり、次いで、各商店街の店舗や飲食店等の「各種地域店（22.4%）」及び「スーパーマーケット（店舗内の個店含む）（18.4%）」で多く利用された。



(単位：百万円)

| 業 態 別                         | 合 計   |       | (1)商店街等 |       | (2)本市 |       |
|-------------------------------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|
|                               | 金額    | 割合    | 金額      | 割合    | 金額    | 割合    |
| 1 ショッピングセンター・百貨店<br>※店舗内の個店含む | 3,506 | 53.1% | 2,452   | 63.6% | 1,054 | 38.3% |
| 2 各種地域店                       | 1,482 | 22.4% | 1,114   | 28.9% | 369   | 13.4% |
| 3 スーパーマーケット<br>※店舗内の個店含む      | 1,219 | 18.4% | 287     | 7.5%  | 931   | 33.9% |
| 4 チェーンドラッグストア                 | 144   | 2.2%  | 0.5     | 0.01% | 143   | 5.2%  |
| 5 家電量販店                       | 137   | 2.1%  | 0       | 0%    | 137   | 5.0%  |
| 6 ホームセンター                     | 106   | 1.6%  | 2       | 0.1%  | 103   | 3.8%  |
| 7 コンビニエンスストア                  | 14    | 0.2%  | 1       | 0.03% | 13    | 0.5%  |
| 合 計                           | 6,608 | 100%  | 3,858   | 100%  | 2,750 | 100%  |

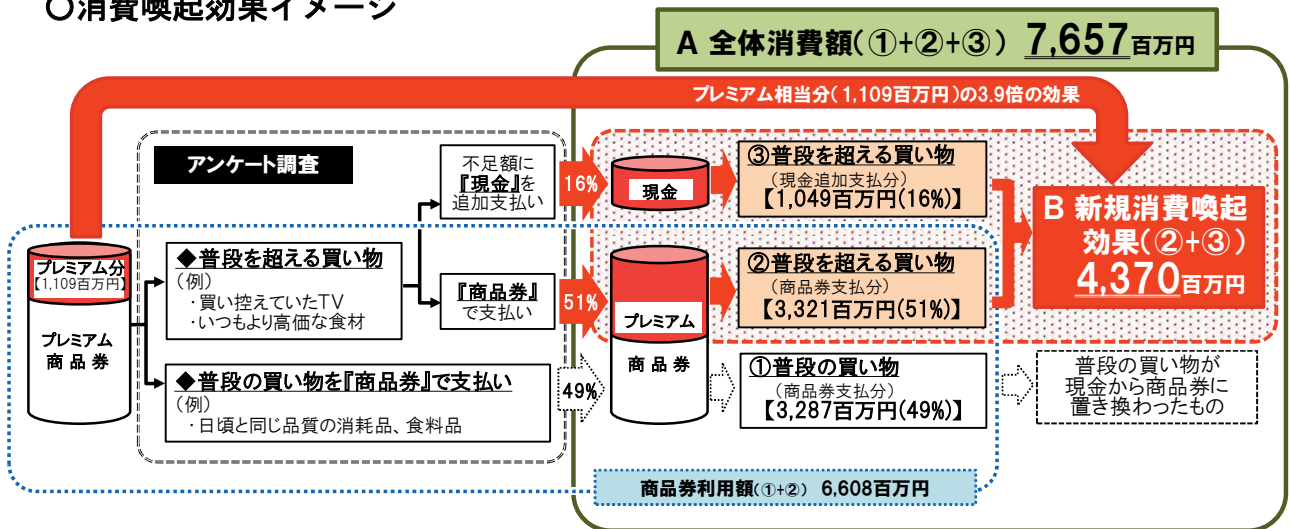
※商店街等発行分の「各種地域店」は、一部の商店街内のコンビニ・チェーンドラッグストア等含む額である

### 3. 各種効果検証

#### (1) 消費喚起効果

本事業による市内全体への消費喚起効果を検証するために、商品券の利用実態等に関するアンケート調査（1,637 サンプル）を実施し、全体の消費傾向を推計した結果、本事業に関連する全体の消費額は約 76 億 57 百万円であり、そのうち、商品券により喚起された、普段を超える買い物の合計である、新規消費喚起効果は約 43 億 70 百万円であることが分かった。【プレミアム相当分（11 億 9 百万円）の 3.9 倍の効果】

#### ○消費喚起効果イメージ



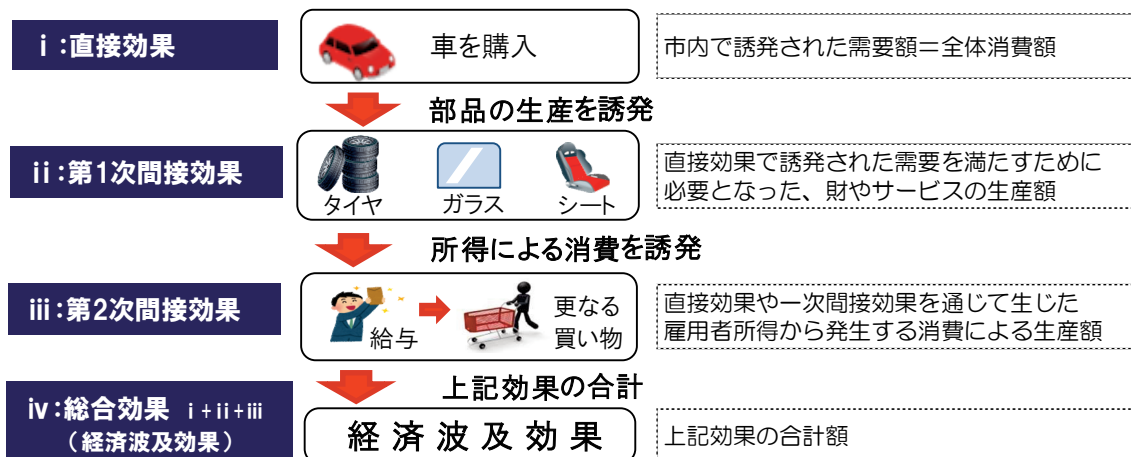
#### ○消費喚起効果内訳

| 項目  | 事業全体<br>効果合計       | 事業全体               |                   |
|---|--------------------|--------------------|-------------------|
|   |                    | (1) 商店街等           | (2) 本市            |
| ① 普段の買い物 【商品券】<br>(普段の買い物への商品券支払額)                  | 32 億 87 百万円(49%)   | 18 億 87 百万円(49%)   | 14 億 00 百万円(51%)  |
| ② 普段を超える買い物 【商品券】<br>(普段を超える買い物への商品券支払額)            | 33 億 21 百万円(51%)   | 19 億 70 百万円(51%)   | 13 億 50 百万円(49%)  |
| ③ 普段を超える買い物 【追加現金】<br>(②の買い物時の不足額に対する現金追加額)         | 10 億 49 百万円(16%)   | 3 億 95 百万円(10%)    | 6 億 55 百万円(24%)   |
| <b>A 全体消費額 (①+②+③)</b><br>(商品券事業に関連する全体の消費額)        | <b>76 億 57 百万円</b> | <b>42 億 52 百万円</b> | <b>34 億 5 百万円</b> |
| <b>B うち新規消費喚起効果額 (②+③)</b><br>(商品券により新たに喚起された買い物総額) | <b>43 億 70 百万円</b> | <b>23 億 65 百万円</b> | <b>20 億 5 百万円</b> |
| プレミアム相当分に対する<br>新規消費喚起効果(B/プレミアム相当分)                | <b>3.9 倍</b>       | <b>3.6 倍</b>       | <b>4.4 倍</b>      |
| プレミアム相当分  | 11 億 9 百万円         | 6 億 49 百万円         | 4 億 60 百万円        |

## (2) 経済波及効果

本事業に伴う需要増加により誘発された生産活動や原材料の生産など、**市内産業全体への効果を検証**するために、本市の産業連関表を用いて経済波及効果を試算した結果、**事業全体の経済波及効果は約 125 億 48 百万円**であることが分かった。

### ○経済波及効果イメージ



### ○経済波及効果内訳

| 項 目                | 事業全体<br>効果合計        | 市内                 |                    |
|--------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
|                    |                     | (1) 商店街等           | (2) 本市             |
| i 直接効果             | 76 億 57 百万円         | 42 億 52 百万円        | 34 億 5 百万円         |
| ii 第 1 次間接効果       | 28 億 42 百万円         | 14 億 66 百万円        | 13 億 76 百万円        |
| iii 第 2 次間接効果      | 20 億 48 百万円         | 10 億 96 百万円        | 9 億 52 百万円         |
| <b>事業全体の経済波及効果</b> | <b>125 億 48 百万円</b> | <b>68 億 15 百万円</b> | <b>57 億 33 百万円</b> |

## 4. 参考（取扱店及び商店街等・購入者アンケート結果 抜粋）

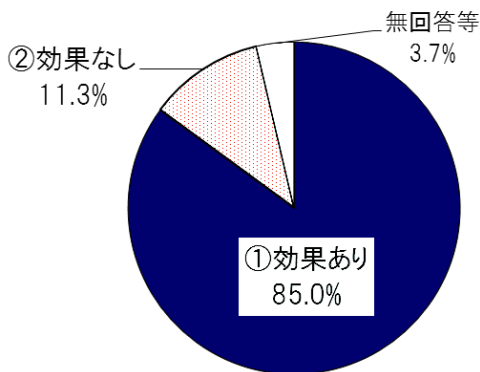
### ◆取扱店及び商店街等◆

#### <調査概要>

|       | 商店街等発行分   | 本市発行分                                 |
|-------|---|---------------------------------------|
| 調査対象  | プレミアム付商品券の発行を行った組合組織等の団体及び各取扱店  | 各取扱店                                  |
| サンプル数 | <b>■組合組織等の団体</b><br>(配布：55 団体、有効回答：55 件)<br><b>■各取扱店</b><br>(配布：400 店、有効回答：378 件) | <b>■各取扱店</b><br>(配布：400 店、有効回答：276 件) |
| 調査方法  | 北九州商工会議所による直接配布により実施  | 換金窓口での直接配布又は郵送により実施                   |

#### (1) プレミアム付商品券事業による効果

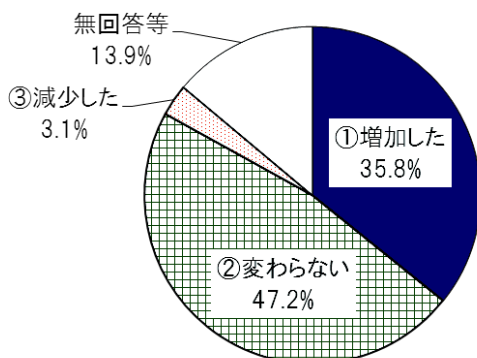
取扱店及び商店街等組合組織へのアンケートの結果、85.0%で何らかの効果があり、その内容としては、「売上増加(44.1%)」が最も多く、次いで「商店街等の活性化(37.2%)」、「来客及び買い物機会の増加(33.4%)」といった効果があげられた。



| 項目    | 合計  |       | 商店街等 |       | 本市  |       |     |       |
|-------|-----|-------|------|-------|-----|-------|-----|-------|
|       |     |       | 取扱店  | 組合組織  | 取扱店 | 取扱店   |     |       |
| ①効果あり | 603 | 85.0% | 349  | 92.3% | 52  | 94.5% | 202 | 73.2% |
| ②効果なし | 80  | 11.3% | 22   | 5.8%  | 0   | 0.0%  | 58  | 21.0% |
| 無回答等  | 26  | 3.7%  | 7    | 1.9%  | 3   | 5.5%  | 16  | 5.8%  |
| 計     | 709 | 100%  | 378  | 100%  | 55  | 100%  | 276 | 100%  |

#### (2) 売り上げの状況

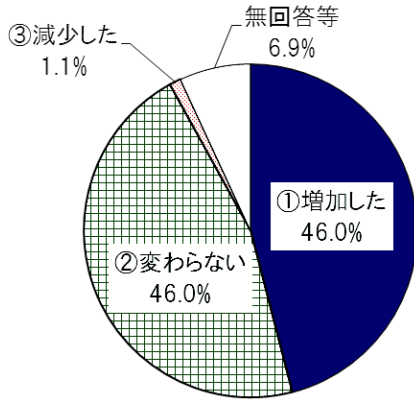
取扱店へのアンケートの結果、事業全体で見ると、35.8%の取扱店で売上の増加があった。なお、商店街等発行分の方が本市発行分と比べ、「売上が増加した」との回答が多くなっているが、商店街等発行分は利用可能な店舗の範囲が、それぞれの加入店舗のみに限られていたことなどが要因であると想定される。



| 項目     | 合計  |       | 商店街等 |       | 本市  |     |     |       |
|--------|-----|-------|------|-------|-----|-----|-----|-------|
|        |     |       | 取扱店  | 組合組織  | 取扱店 | 取扱店 |     |       |
| ①増加した  | 234 | 35.8% | 172  | 45.5% | —   | —   | 62  | 22.5% |
| ②変わらない | 309 | 47.2% | 143  | 37.8% | —   | —   | 166 | 60.1% |
| ③減少した  | 20  | 3.1%  | 17   | 4.5%  | —   | —   | 3   | 1.1%  |
| 無回答等   | 91  | 13.9% | 46   | 12.2% | —   | —   | 45  | 16.3% |
| 計      | 654 | 100%  | 378  | 100%  | —   | —   | 276 | 100%  |

### (3) 来客者数の状況

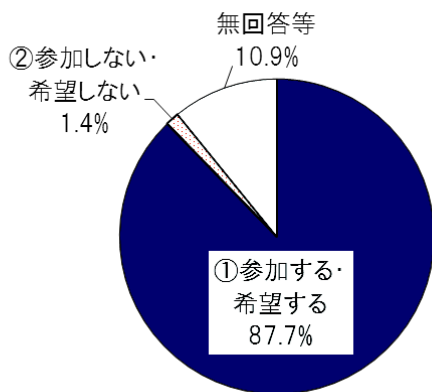
取扱店及び組合組織等へのアンケートの結果、事業全体で見ると、46.0%で来客者の増加があった。なお、商店街等発行分の方が本市発行分と比べ、「来客者が増加した」との回答が多くなっているが、本市発行分の商品券は事前予約の上、当選者に対し、市内の限られた場所で引換販売を行ったが、商店街等発行分は、各商店街等で直接商品券の販売を行い、そのまま使用できたことなどが要因であると想定される。



| 項目     | 合計  |       | 商店街等 |       | 本市  |       |     |       |
|--------|-----|-------|------|-------|-----|-------|-----|-------|
|        |     |       | 取扱店  | 組合組織  | 取扱店 | 組合組織  |     |       |
| ①増加した  | 326 | 46.0% | 236  | 62.4% | 44  | 80.0% | 46  | 16.7% |
| ②変わらない | 326 | 46.0% | 134  | 35.4% | 8   | 14.5% | 184 | 66.7% |
| ③減少した  | 8   | 1.1%  | 5    | 1.3%  | 0   | 0.0%  | 3   | 1.1%  |
| 無回答等   | 49  | 6.9%  | 3    | 0.8%  | 3   | 5.5%  | 43  | 15.6% |
| 計      | 709 | 100%  | 378  | 100%  | 55  | 100%  | 276 | 100%  |

### (4) 今後の参加意向

取扱店及び組合組織等へのアンケートの結果、事業全体で見ると、87.7%が同様の事業があった場合、「参加したい」と考えていることが分かった。



| 項目           | 合計  |       | 商店街等 |       | 本市  |       |     |       |
|--------------|-----|-------|------|-------|-----|-------|-----|-------|
|              |     |       | 取扱店  | 組合組織  | 取扱店 | 組合組織  |     |       |
| ①参加する・希望する   | 622 | 87.7% | 361  | 95.5% | 54  | 98.2% | 207 | 75.0% |
| ②参加しない・希望しない | 10  | 1.4%  | 5    | 1.3%  | 1   | 1.8%  | 4   | 1.4%  |
| 無回答等         | 77  | 10.9% | 12   | 3.2%  | 0   | 0.0%  | 65  | 23.6% |
| 計            | 709 | 100%  | 378  | 100%  | 55  | 100%  | 276 | 100%  |

### (5) 自由意見

- ・単なる売上増だけでなく、街の賑わいを大きく喚起できるので継続実施を望む。
- ・地域活性化のため、消費拡大のためにも、また実施してほしい。
- ・競合店の出店が続く中、商品券は大きなプラスとなった。
- ・売上増加、新規顧客の獲得ができたので、定期的な事業実施を願いたい。
- ・この商品券により、1ランク上の商品を買ってもらえたのでよかった。
- ・事前の案内をもっと早くにしてほしかった。
- ・発行数をもっと増やしてほしい。
- ・2割の付加により、国や自治体の負債が増えるため、心配。負債を増やしてまでの支援事業は不要。
- ・もう少し多く購入できれば、高額品購入が見込めると思う。
- ・商品券の使える期間が短く、使い切るために街に出てきている印象があった。

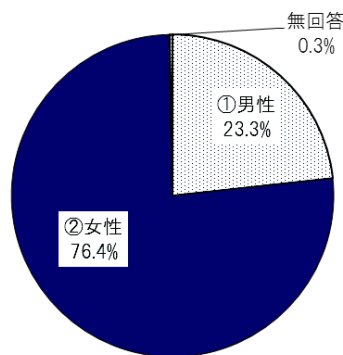
◆購入者◆

<調査概要>

|       | 商店街等発行分                | 本市発行分               |
|-------|------------------------|---------------------|
| 調査対象  | プレミアム付商品券購入者           |                     |
| サンプル数 | 配布：10,606枚、有効回答：1,637件 |                     |
|       | 配布：4,606枚、有効回答：700件    | 配布：6,000枚、有効回答：937件 |
| 調査方法  | 商品券購入時に配布              |                     |

(1) 購入者の属性

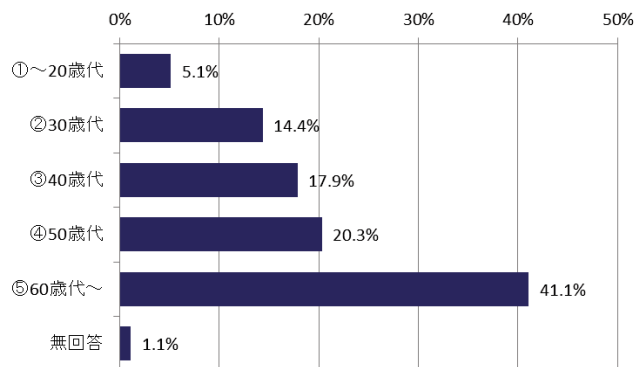
・性別



(件)

| 項目  | 合計    |       | 商店街等 |       | 本市  |       |
|-----|-------|-------|------|-------|-----|-------|
|     | 件数    | 割合    | 件数   | 割合    | 件数  | 割合    |
| ①男性 | 381   | 23.3% | 174  | 24.9% | 207 | 22.1% |
| ②女性 | 1,251 | 76.4% | 524  | 74.9% | 727 | 77.6% |
| 無回答 | 5     | 0.3%  | 2    | 0.3%  | 3   | 0.3%  |
| 計   | 1,637 | 100%  | 700  | 100%  | 937 | 100%  |

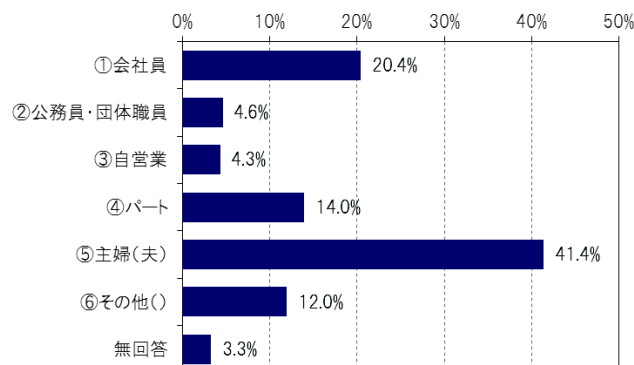
・年齢



(件)

| 項目     | 合計    |       | 商店街等 |       | 本市  |       |
|--------|-------|-------|------|-------|-----|-------|
|        | 件数    | 割合    | 件数   | 割合    | 件数  | 割合    |
| ①~20歳代 | 84    | 5.1%  | 42   | 6.0%  | 42  | 4.5%  |
| ②30歳代  | 236   | 14.4% | 105  | 15.0% | 131 | 14.0% |
| ③40歳代  | 293   | 17.9% | 135  | 19.3% | 158 | 16.9% |
| ④50歳代  | 333   | 20.3% | 126  | 18.0% | 207 | 22.1% |
| ⑤60歳代~ | 673   | 41.1% | 288  | 41.1% | 385 | 41.1% |
| 無回答    | 18    | 1.1%  | 4    | 0.6%  | 14  | 1.5%  |
| 計      | 1,637 | 100%  | 700  | 100%  | 937 | 100%  |

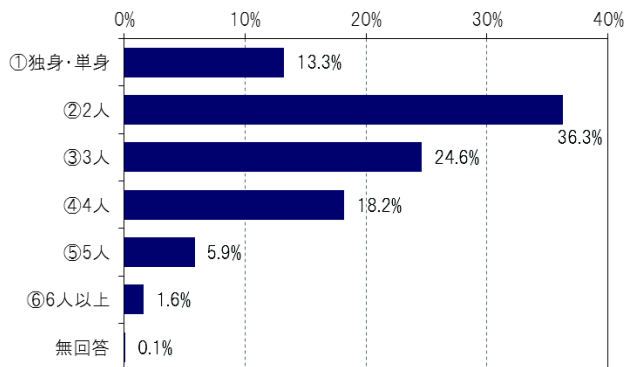
・職業



(件)

| 項目        | 合計    |       | 商店街等 |       | 本市  |       |
|-----------|-------|-------|------|-------|-----|-------|
|           | 件数    | 割合    | 件数   | 割合    | 件数  | 割合    |
| ①会社員      | 334   | 20.4% | 134  | 19.1% | 200 | 21.3% |
| ②公務員・団体職員 | 76    | 4.6%  | 22   | 3.1%  | 54  | 5.8%  |
| ③自営業      | 71    | 4.3%  | 33   | 4.7%  | 38  | 4.1%  |
| ④パート      | 229   | 14.0% | 86   | 12.3% | 143 | 15.3% |
| ⑤主婦(夫)    | 677   | 41.4% | 327  | 46.7% | 350 | 37.4% |
| ⑥その他      | 196   | 12.0% | 83   | 11.9% | 113 | 12.1% |
| 無回答       | 54    | 3.3%  | 15   | 2.1%  | 39  | 4.2%  |
| 計         | 1,637 | 100%  | 700  | 100%  | 937 | 100%  |

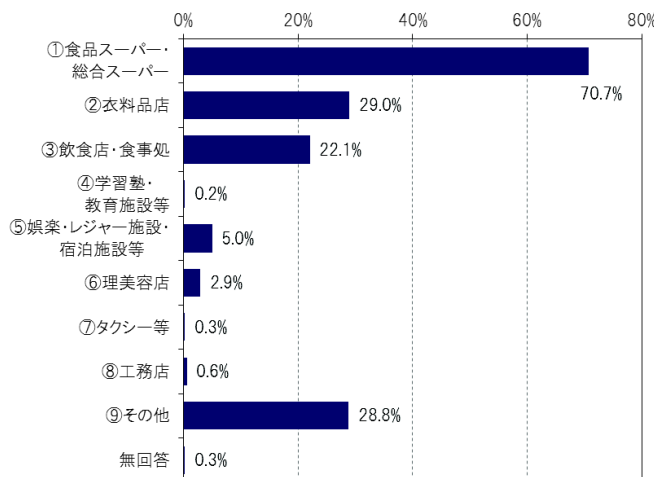
## ・世帯構成



| 項目     | 合計    |       | 商店街等 |       | 本市  |       |
|--------|-------|-------|------|-------|-----|-------|
|        | 件数    | 割合    | 件数   | 割合    | 件数  | 割合    |
| ①独身・単身 | 217   | 13.3% | 70   | 10.0% | 147 | 15.7% |
| ②2人    | 594   | 36.3% | 226  | 32.3% | 368 | 39.3% |
| ③3人    | 403   | 24.6% | 182  | 26.0% | 221 | 23.6% |
| ④4人    | 298   | 18.2% | 142  | 20.3% | 156 | 16.6% |
| ⑤5人    | 96    | 5.9%  | 62   | 8.9%  | 34  | 3.6%  |
| ⑥6人以上  | 27    | 1.6%  | 16   | 2.3%  | 11  | 1.2%  |
| 無回答    | 2     | 0.1%  | 2    | 0.3%  | 0   | 0.0%  |
| 計      | 1,637 | 100%  | 700  | 100%  | 937 | 100%  |

## (2) 商品券を主に利用した店舗

商品券を主に利用した店舗としては、「食品スーパー・総合スーパー (70.7%)」が最も多く、次いで「衣料品店 (29.0%)」、「飲食店・食事処 (22.1%)」であった。

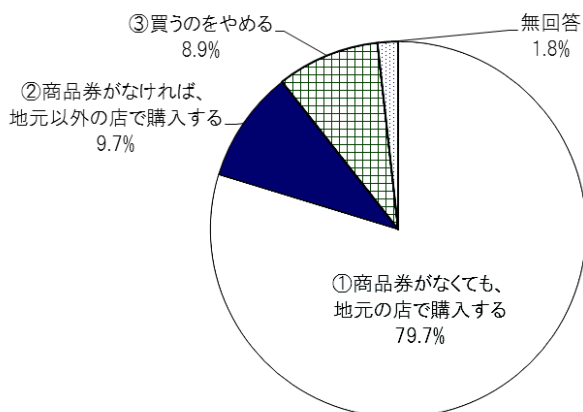


| 項目               | 合計    |       | 商店街等  |       | 本市    |       |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                  | 件数    | 割合    | 件数    | 割合    | 件数    | 割合    |
| ①食品スーパー・総合スーパー   | 1,157 | 70.7% | 424   | 60.6% | 733   | 78.2% |
| ②衣料品店            | 474   | 29.0% | 188   | 26.9% | 286   | 30.5% |
| ③飲食店・食事処         | 361   | 22.1% | 147   | 21.0% | 214   | 22.8% |
| ④学習塾・教育施設等       | 4     | 0.2%  | 2     | 0.3%  | 2     | 0.2%  |
| ⑤娯楽・レジャー施設・宿泊施設等 | 82    | 5.0%  | 29    | 4.1%  | 53    | 5.7%  |
| ⑥理美容店            | 48    | 2.9%  | 23    | 3.3%  | 25    | 2.7%  |
| ⑦タクシー等           | 5     | 0.3%  | 2     | 0.3%  | 3     | 0.3%  |
| ⑧工務店             | 10    | 0.6%  | 4     | 0.6%  | 6     | 0.6%  |
| ⑨その他             | 471   | 28.8% | 202   | 28.9% | 269   | 28.7% |
| 無回答              | 5     | 0.3%  | 0     | 0.0%  | 5     | 0.5%  |
| 計                | 2,617 | -     | 1,021 | -     | 1,596 | -     |

※複数回答あり

## (3) 商品券がない場合の消費行動

商品券がない場合の消費行動としては、約 20%が「地元以外のお店で購入する (9.7%)」、「買うのをやめる (8.9%)」と回答しており、少なからず、地域外消費を抑制しつつ、新たな消費を喚起していることが分かる。



| 項目                     | 合計    |       | 商店街等 |       | 本市  |       |
|------------------------|-------|-------|------|-------|-----|-------|
|                        | 件数    | 割合    | 件数   | 割合    | 件数  | 割合    |
| ①商品券がなくても、地元の店で購入する    | 1,305 | 79.7% | 547  | 78.1% | 758 | 80.9% |
| ②商品券がなければ、地元以外のお店で購入する | 158   | 9.7%  | 74   | 10.6% | 84  | 9.0%  |
| ③買うのをやめる               | 145   | 8.9%  | 54   | 7.7%  | 91  | 9.7%  |
| 無回答                    | 29    | 1.8%  | 25   | 3.6%  | 4   | 0.4%  |
| 計                      | 1,637 | 100%  | 700  | 100%  | 937 | 100%  |



#### (4) 商品券の利用目的

商品券の利用目的について、『普段の買い物』と、「いつもより多めの購入」や「いつもより高価な商品の購入」、「これまでほしかった商品の購入」など、商品券の入手がきっかけとなった『普段を超える買い物』を調査し、さらに『普段を超える買い物』については、商品券による支払額と、不足額へ追加して支払った現金の額を調査した。

その結果、商品券の額面のうち、49%が『普段の買い物』に利用され、51%が新規消費にあたる『普段を超える買い物』に利用されていた。さらに『普段を超える買い物』をするために、商品券に16%程度の現金を上乗せして支出していることが分かった。なお、アンケート調査から得られた各利用目的の割合を商品券利用総額に乗じることで、全体の消費額及び新規消費喚起額等を推計している。

◆アンケート調査結果

(単位：百万円)

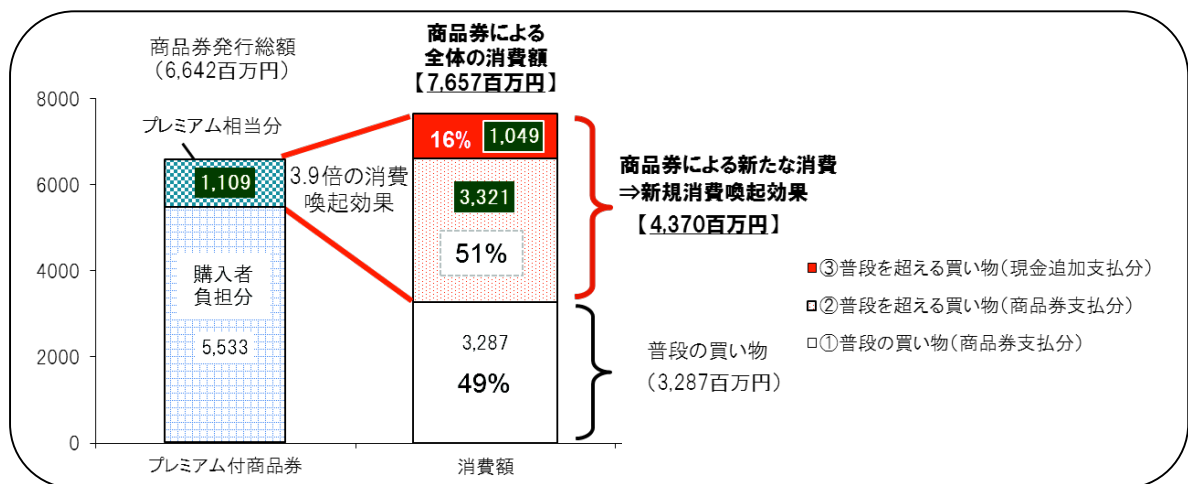
| 項目              |         | 商店街等  |     | 本市    |     |
|-----------------|---------|-------|-----|-------|-----|
| ① 普段の買い物        | 商品券支払分  | 19    | 49% | 26    | 51% |
| ② 普段を超える買い物     | 商品券支払分  | 20    | 51% | 25    | 49% |
| ③ 普段を超える買い物     | 現金追加支払分 | 4     | 10% | 12    | 24% |
| A: 全体消費額(①+②+③) |         | 44    |     | 63    |     |
| B: うち新規消費額(②+③) |         | 24    |     | 37    |     |
| ④ 商品券利用総額(換金額)  |         | 3,858 |     | 2,750 |     |

商品券利用総額(④)に各割合を乗じて全体の消費額を推計

◆全体額推計結果

(単位：百万円)

| 項目              |         | 合計    |     | 商店街等  |     | 本市    |     |
|-----------------|---------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| ① 普段の買い物        | 商品券支払分  | 3,287 | 49% | 1,887 | 49% | 1,400 | 51% |
| ② 普段を超える買い物     | 商品券支払分  | 3,321 | 51% | 1,970 | 51% | 1,350 | 49% |
| ③ 普段を超える買い物     | 現金追加支払分 | 1,049 | 16% | 395   | 10% | 655   | 24% |
| A: 全体消費額(①+②+③) |         | 7,657 |     | 4,252 |     | 3,405 |     |
| B: うち新規消費額(②+③) |         | 4,370 |     | 2,365 |     | 2,005 |     |
| ④ 商品券利用総額(換金額)  |         | 6,608 |     | 3,858 |     | 2,750 |     |



#### (5) その他寄せられた購入者等の意見

- ・欲しいと思っていたが、なくても不自由しないので買わないままだったものを商品券があったので買った。
- ・はがき申し込みによる購入方法は、年配でも並ばずに購入できて助かった。
- ・2千円のプレミアムで孫にプレゼントが出来てよかった。
- ・市の商品券は使える店舗が多く、助かった。
- ・欲しかった掃除機が購入できて、助かった。
- ・商品券が当たって嬉しかったが、プレミアム分が税金から出ていると思うと釈然としない。
- ・近所での買い物がほとんどなので、1,000円ではなく500円券が欲しい。
- ・ほとんど食品に使った。額面まで使うため、必要以上のものを買った気がする。

#### 問い合わせ先

北九州市産業経済局商業・サービス産業政策課  
 電話 093-582-2050  
 担当 安永、吉川