

9. 告知 (WEBプロモーション・その他)

YouTube

若年層からシニア層まで国内利用者数6,500万人以上の
YouTubeにて動画広告を実施

- 配信エリア／静岡県
- 配信時間／全時間帯
- オーディエンスターゲット／全ターゲット

配信期間	表示回数	クリック数	クリック率
2021年10月23日（土）～ 11月13日（日）	748,763	742	0.10%

配信イメージ



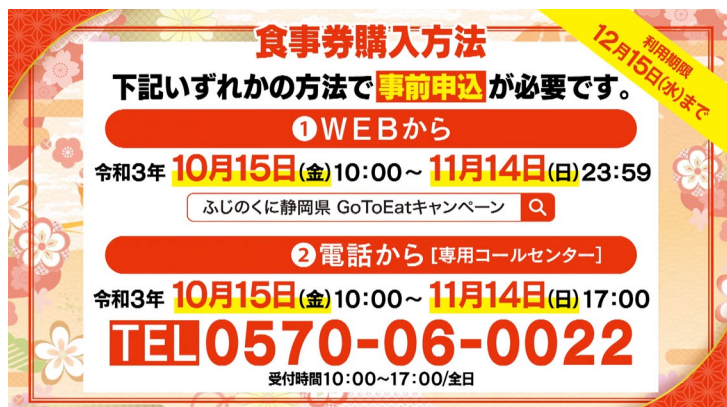
～ナレーション～

ふじのくに静岡県
Go To Eat キャンペーン

食事券販売中



販売価格1セット10,000円で
12,000円分の利用可能



お申込みは
WEBもしくはお電話で

9. 告知 (WEBプロモーション・その他)

TVer

年間世帯視聴率3冠（全日・ゴールデン帯・プライム帯）の
日本テレビ系列Daiichi-TV（静岡第一テレビ）にて配信

- 配信エリア／静岡県
- 配信時間／全時間帯
- オーディエンスターゲット／全ターゲット

配信期間	再生数	視聴人数	平均再生回数	完再生率
2021年10月23日（土）～ 11月13日（日）	154,516	58,591	2.64	91.75%

配信イメージ



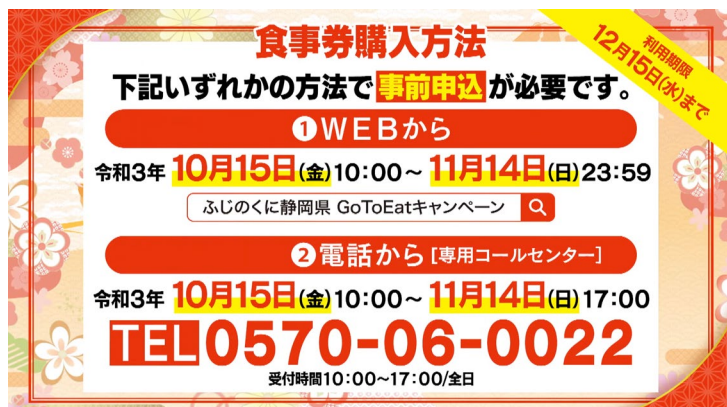
～ナレーション～

ふじのくに静岡県
Go To Eat キャンペーン

食事券販売中



販売価格1セット10,000円で
12,000円分の利用可能



お申込みは
WEBもしくはお電話で

9. 告知（その他）

食事券の販売を行った静岡県内ファミリーマート各店舗でも店頭や店内にて告知を実施。

①店頭のぼり ②店頭ポスター ③ファミポート画面 ④レジ横画面 ⑤店内放送

上記以外でもオリジナルのPOP等を作成し販売を後押しした。

①～⑤の広告に関しては初回の既存券販売時だけでなく追加券販売時にも行い、周知販促に努めた。

掲載一例

【初回 既存券販売時】



ポスター・のぼり店頭掲出の様子



ポスター



のぼり



各店舗 独自のオリジナルPOP

【追加券販売時】



10. その他報告事項（給付金返還事案）

不正利用防止対応

窓口単位での大量購入やネット申込による大量の販売を防止すべく、1回の購入での上限を2万円までとし、インターネット申込では1度のアクセスに対し、規約の同意をしたうえで購入制限を設け、窓口販売では対面で1度の購入限度を直接規制した。追加販売における電話申込でも口頭での注意事項を読み上げたうえで、同意頂き、上限までの申込に制限。

また、『サービス産業消費喚起事業及び飲食業消費喚起事業給付金』に関する給付規定を公式HPで掲示し利用者及び加盟飲食店へ不正利用に対する注意喚起を行った。

給付金返還事案

該当件数…2件

該当店舗A

概要 …店主が自身名義のほか、親族及び知人に食事券購入させた上で、店主が勤務する飲食店において、飲食の実態を伴わないにもかかわらず、事務局宛てに換金請求を行い給付金相当額を含む額を受け取っている疑いが生じた。

事務局対応…当該飲食店に聞き取り調査を行った結果、提出された売上データ等の資料から、飲食の実態が確認できる食事券利用を確認できなかったことから、既に当該飲食店宛てに振り込んでいた額のうち給付金相当額分の返還を求め、当該飲食店から給付金相当額全額の返還があった。

該当店舗B

概要 …上記店舗Aの親族、店主が自身名義のほか、親族及び知人に食事券購入させた上で、店主が勤務する飲食店において、飲食の実態を伴わないにもかかわらず、事務局宛てに換金請求を行い給付金相当額を含む額を受け取っている疑いが生じた。

事務局対応…当該飲食店に聞き取り調査を行った結果、提出された売上データ等の資料から、飲食の実態が確認できる食事券利用を確認できなかったことから、既に当該飲食店宛てに振り込んでいた額のうち給付金相当額分の返還を求め、当該飲食店から給付金相当額全額の返還があった。

1 1. 実績確認監査等事業者への報告／相談窓口・申請案内等事業者との連携

実績確認監査等事業者によるヒアリング調査

実績確認監査等事業者の依頼に基づき、以下の日程で対応した。

- ◆実施日：2020年11月11日(水) AM9:00～PM15:00
- ◆実施場所：ふじのくに静岡県Go To Eatキャンペーン事務局
- ◆対応内容：調査票に基づくヒアリング（QA形式）
エビデンスチェック（紙・データ・システム画面・証書類保管管理状況等）
同意を得たうえで記録写真の撮影

実績確認監査等事業者への報告実績

指定フォーマット（食事券発行事業者様用実績報告ファイル_ふじのくに静岡県GoToEat事務局_yyyymmdd_001）にて、指定日迄に毎月報告した。確定データの最終報告日は以下の通り。

対象月	最終報告日	種別
202011	2020/11/25	食事券発行回収情報
202011	2020/12/21	販売店別販売実績
202012	2020/12/22	食事券発行回収情報、販売店別販売実績
202105	2021/05/29	食事券発行回収情報
202101	2021/06/09	加盟店別食事券回収情報
202104	2021/06/09	加盟店別食事券回収情報
202012	2021/06/09	代金支払情報
202012	2021/07/30	加盟店別食事券回収情報
202101	2021/07/30	代金支払情報
202108	2021/08/27	代金支払情報
202107	2021/08/30	加盟店別食事券回収情報、代金支払情報
202102	2021/09/21	加盟店別食事券回収情報、代金支払情報
202103	2021/09/21	加盟店別食事券回収情報、代金支払情報
202104	2021/09/21	代金支払情報
202110	2021/10/28	食事券発行回収情報、販売店別販売実績、代金支払情報
202105	2021/11/19	代金支払情報
202106	2021/11/19	代金支払情報
202111	2021/11/26	食事券発行回収情報、販売店別販売実績、加盟店別食事券回収情報、代金支払情報
202112	2022/01/26	加盟店別食事券回収情報
202201	2022/02/25	加盟店別食事券回収情報
202103	2022/02/28	食事券発行回収情報、販売店別販売実績
202104	2022/02/28	食事券発行回収情報、販売店別販売実績
202105	2022/02/28	販売店別販売実績
202112	2022/03/01	食事券発行回収情報
202106	2022/03/03	加盟店別食事券回収情報
202105	2022/03/04	加盟店別食事券回収情報
202109	2022/03/07	加盟店別食事券回収情報
202202	2022/03/07	加盟店別食事券回収情報
202201	2022/03/07	代金支払情報
202202	2022/03/07	代金支払情報
202112	2022/03/08	販売店別販売実績、代金支払情報
202108	2022/03/10	加盟店別食事券回収情報
202110	2022/03/10	加盟店別食事券回収情報
202109	2022/03/10	代金支払情報

相談窓口・申請案内等事業者との連携

仕様書に記載の内容に従い実施。

- ・毎週月曜日に前週までの新規登録加盟店リストを送付し、感染防止対策の啓蒙物を発送いただいた。
- ・上記発送の際、宛て先不明で戻ってきた場合、相談窓口・申請案内等事業者からの照会を受け、再送用の宛先を報告した。

12. 事業総括、所見①

静岡県における食事券発行委託事業では、2事業体の採択があり、食事券発行総額においては、全国でも有数規模の流通予定総額（ふじのくに静岡県Go To Eatキャンペーン事務局+静岡県商工会地区Go To Eatキャンペーン事務局合わせて額面総額約156億円）となった。

当事業は開始前から政府のGo To施策4本の矢の一つとして地元からも期待が高く、先行したGo Toトラベルのように一気に興味を引いたため、関係団体や静岡県等にも問合せが多数あったことを聞いていた。

当事務局においてはコンソーシアム型（代表幹事：(株)JTB、(一社)静岡県商工会議所連合会、(株)静鉄アドパートナーズ）3社による運営体制として、静岡県内の15の商工会議所と連携のうえ事業推進を図ることとした。当初は、特に加盟店目標数を1万店として参画促進に力点を置き、食事券利用者の利用機会の拡大を図った。最終的な加盟申請件数は約1万2千件、審査後加盟店舗数は約7800店、うち集合型商業施設単位でも23事業者の加盟があった。食事券の金額設定にあたっては、利用想定時期に合わせた緩急を持たせる工夫（A、Bのパターンを設定）、かつ券種統一を行った。この工夫は他県にはあまりない独自の設計で、過去県内自治体等で実施したプレミアム付き商品券等事業のニーズから考案したものであった。

Aパターン：10,000円分を8,000円で販売

Bパターン（忘新年会・歓送迎会向け時期向け）：20,000円分を16,000円で販売。

販売チャネルは2種類、インターネットで予約のうえ静岡県内のファミリーマート端末での購入、および郵便局窓口での販売を行った。ファミリーマートチャネルは静岡県は全国2番目の店舗数、24時間購入可能な強みを活かすメリットがあったこと、県内郵便局483箇所での対面販売は中山間地およびインターネット、コンビニエンスストアでの購入が厳しい方への対応として利便が図れたと認識している。

そのうえでの事務局運営も、度重なる契約延長や計画変更等もあったものの、地元における過去類似事業実績から活かされたノウハウもあり、規模体制も含め円滑に実施出来た。

地方における中央省庁直轄事業受託に関してはまだまだノウハウが少ないことから、事業実施における注意点や手続き方法、会計規則などについての入念な説明は相談窓口を設置した方が、より規則に則った運営実施が可能になるとも考えられた。今回は実績確認監査等事業者が入っているため、運営の報告についてはその助言のもと、一定ルールを順守することが出来た。

上記の計画を以って全国有数規模の販売総額を目指したものの、新型コロナウイルスの拡大による影響は大きく、2回の緊急事態宣言発令、3回のまん延防止等重点措置による販売停止及び利用自粛により加盟店への消費喚起や利用者の利用促進を促せない状況が長く続いた。結果、一部の加盟店から閉業やキャッシュフロー問題により加盟店解除の申し出等があった。

販売停止と再開を繰り返した当県ではあったが、その度に情報発信や告知、感染防止の啓発を静岡県とも連携して迅速に行うことが出来た。また、各地元メディアを通じた広報も、様々な手段で配信を行い告知に努めた。

12. 事業総括、所見②

不正利用については、加盟店のうち2事業者（自らの申し出）により給付金返納に至る案件があったが、食事券の改ざん等ではなく、事業者の意図的な利用方法に起因した。以降特に大量購入や偽名購入には特に入念な確認と通報制度対応も行ったが、人の目に頼るところとなった。このことで郵便局での対面販売では1回あたりの購入上限は予め周知徹底したものの、並び直せば購入できてしまうことから、制度設計とは別に実際には大量購入が出来るしまう仕組みとなってしまうため、条件付けをもう少し工夫が出来たとも考える（例：1日あたり〇冊、記名方式、抽選、電子食事券購入方式等）

今回は食事券発行事業として、当事務局は紙券での流通を基本としたが、今後は国策におけるデジタル化推進、コロナ禍終息の見えない中での接触機会の低減等を意識した場合、食事券や商品券の電子化検討などは、さらなる不正利用防止の強化策としても大いに有効であると考えます。

また、政府各自治体による様々な経済対策が実施される中、Go Toトラベルの地域共通クーポンは利用期間が限られてはいたものの利用可能範囲が広がったため、相互の利用停止等が無ければ利用者にとって購入の選択肢が増え、当事業の利用者が減ってしまった可能性があった。自治体発行のものは自治体内限定（利用範囲が狭い）でプレミアム率がGo To Eat食事券よりも高い＝お得なケースもあり、Go To Eat食事券は、使途は加盟店限定でありながらも、県域全体で利用できる範囲の広さが魅力と考え、コロナ禍において一定の収束時には、外出は近場から再開する方針には合致出来たと考えます。テイクアウトのみ事業者への使用範囲拡大等、食事券ならではの踏み込んだ適用が可能であったなら、感染拡大時ステイホームの推進など、より政府方針や事業効果を増長できると感じた。

当県事務局事業運営において生じた余剰金は下記通りであった。

■ 余剰金について

券種	流通金額（販売額）	換金額	未換金額	給付金	余剰金
赤富士券（既存券）	¥2,708,640,000	¥2,697,389,000	¥11,251,000	¥2,250,200	¥9,000,800
ファミリーマート券（既存券）	¥3,992,060,000	¥3,975,322,000	¥16,738,000	¥3,347,600	¥13,390,400
ファミリーマート券（追加券）	¥3,561,060,000	¥3,533,462,000	¥27,598,000	¥4,599,668	¥22,998,332
合計	¥10,261,760,000	¥10,206,173,000	¥55,587,000	¥10,197,468	¥45,389,532

給付金差引の結果、余剰金額は45,389,532円（換金率99.4%）となった。

当事務局コンソーシアムメンバーには静岡県は加盟していないものの、今後の県事業等における活用についての検討をお願いしたが、予算執行上ハードルが高いことから県がイニシアチブを取った事業実施は厳しいと見込んだ。しかしながら別予算として県事業との独自連携は可能とも考えられることから、静岡県が次年度肝いり新規事業として実施するガストロミーツーリズムの推進事業との連携のため、引き続き静岡県との協議継続、政府および省庁が実施する予定であるGo Toトラベル事業及び類する事業との連携を検討する。静岡県Go To Eatのような県域規模感での給付事業には予算が厳しいため、主に農林水産物の消費拡大や関連する飲食店の利用促進に係るプロモーション施策を軸として鋭意検討をすすめ、令和4年度内に実施することとしたい。

見通しの立たない新型コロナウイルスの感染拡大や収束見通しの立たない状況下、度重なる延長や停止・再開の繰り返しではあったが、県内各地の飲食店で加盟店であることをPRするステッカーもよく見掛け、事業後半は精算等のフローに対してもだいぶ理解浸透がすすみ、店舗自らが積極的にPRしたケースもあった。各加盟店ではコロナ禍以前のように日常より多数のお客様に来店してもらえることが一番の還元であることに違いはないが、当事業をきっかけとして、ニューノーマルへの対応や日常に戻るための布石や店舗運営の持続に寄与できたものと考えられる。