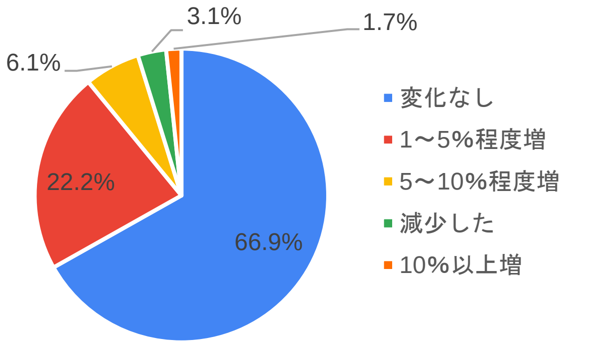
１４．アンケートについて

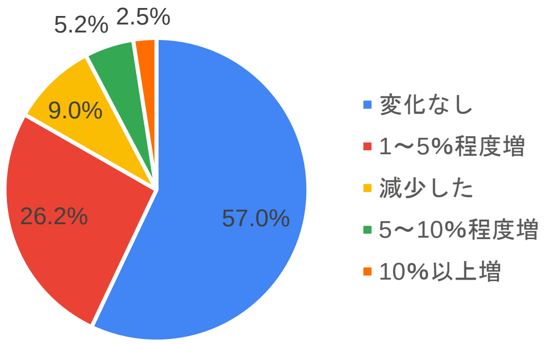
8.本キャンペーンの実施にともない、キャンペーン前と比較して、お客様のご利用単価は変化しましたか？

	回答数	割合
変化なし	599	66.9%
1～5%程度増	199	22.2%
5～10%程度増	55	6.1%
減少した	28	3.1%
10%以上増	15	1.7%
合計	896	



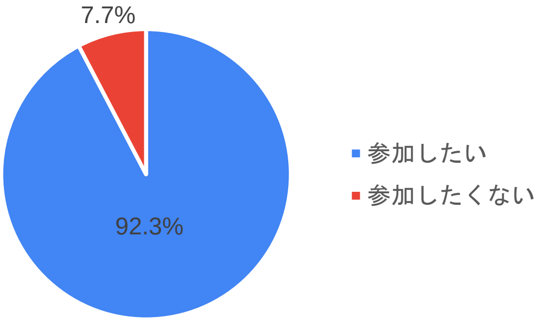
9.本キャンペーンの実施にともない、キャンペーン前と比較して、ご来店されるお客様数は変化しましたか？

	回答数	割合
変化なし	511	57.0%
1～5%程度増	235	26.2%
減少した	81	9.0%
5～10%程度増	47	5.2%
10%以上増	22	2.5%
合計	896	



10.同形式のキャンペーンが実施される場合、次回も加盟店として参加したいと思いますか？

	回答数	割合
参加したい	827	92.3%
参加したくない	69	7.7%
合計	896	



11.設問10について、「参加したい」もしくは「参加したくない」理由を教えてください。

【参加したい】

お客様に喜んでもらえるから	お客様側が「使えて当たり前」と思われる程の認知度だから
消費者メリットが高いので、飲食機会がアップするため経済効果としては大きいと考えます。	売上、来店数の変動は分かりませんがもし、このキャンペーンが無かったら売上などはもっと落ちると判断します
手数料がかからないのにお客さんはお得だから	クーポン利用目的でご来店されるお客様をとりこぼしたくないから。
GoToイートが使えることで当店を選んでくれるお客様もいるから	福岡をあげての事業なので是非参加したい。
システムが簡便で良かった	宣伝効果があるから
売上・客数の増加のため	千円単位での券なので高単価な商品を頼んでくれるので
客数はコロナのせいで下がっているが少ない中にも使用している人が多い	うちの店はキャッシュレス決済を導入してないので、せめて金券でお支払いするお客様のご要望にはお応えしたいという思いから。

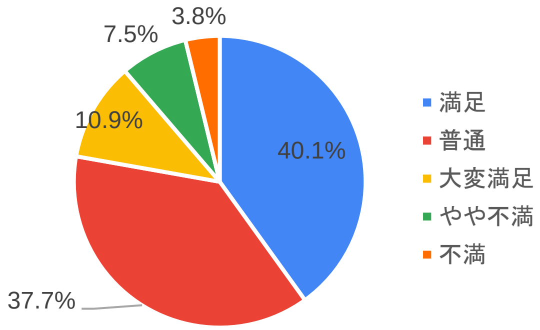
【参加したくない】

手間ばかりで、利益にならないから	キャンペーン期間の延長が度々繰り返され、そのたびに振り回されて大変だったため。店内掲示の張り替えやお客様及びスタッフへの説明など、何度もする必要があり混乱が起きた。しかし、キャンペーンによるお客様の増加はなかった。
参加して変化も特にみられないうえ、換金に手間がかかる。	チェーン店に有利なキャンペーンで小さな店は全然恩恵がない
即時入金じゃないのできつい、常連さんが使うだけで集客に結び付かない	枚数が多いので、1枚1枚お店の名前を書くなど、送付する手間が大変。
現金入金が遅く、経営の資金繰りに支障をきたすため。	

１４．アンケートについて

12.Go To Eatキャンペーン福岡の満足度を教えてください

	回答数	割合
満足	359	40.1%
普通	338	37.7%
大変満足	98	10.9%
やや不満	67	7.5%
不満	34	3.8%
合計	896	



13.設問12について、「不満」もしくは「やや不満」と感じている場合は、主な理由をお聞かせください。（自由回答）

換金作業が面倒かつ期間が長い。	キャンペーン自体知らない人が多い
事業そのものよりも運用にて振り回された感が否めない	突然利用停止になることがあり戸惑いがある。
一定の購入者が得するだけで、店としてはメリットが感じられない	単位は500円にしてほしい。1000円は使いにくい
税務署に言われたとおりに、領収書の発行をしていなかったら、領収書の発行が出来ないのに、領収書を強要する客がいたから。	成果は都市部又は大規模店舗に集中しているのでは？との疑念。地方の個人経営クラス規模の店舗には費用対効果が望めない。
国のキャッシュレス推進に伴い現金の取扱いが減っている中、余計に現金在高を減らす事になって、銀行に行く手間が増えた。	全ての券に自店名を記入しないといけない（総数で万枚を超えました）
売り上げに直結しなかった。	顧客の間違いで他県の券が混入したまま受け取った際の救済措置がない
一部他県の券面と非常に酷似しており、また一度に取り扱う枚数も多かったため人為的ミスの起因となっていた。	高齢者が利用できない
やはり現金の方が有難い	

14.本キャンペーンへのご意見やご感想がございましたら自由にご記入ください。（自由回答）

銀行等ですぐに換金出来ると有り難いです	コロナで低迷している売り上げを少しでも挽回出来ていると思います
加盟店舗の名前を書く欄を大きくしてほしい。狭くて書きずらい。	ローソンのチケットがレジに入らないので、今後改善の予知あり
入金の手間と期間が長すぎるため、現金を待つのと同様。書類を送る期間を短くして欲しい	スマートフォン等で使えるキャッシュレス商品券だと助かります。一枚一枚ハンコを押したりと事務作業が大変でした。
割引率を上げてもらうか、購入頻度の高い人に恩典が有るともっと良い	これまで何度かこちらの不備でご連絡をいただいたのですが皆さん非常に親切でした！
チケットが買えなかったお客様が多数おり、もう少し配布できたらお願いしたい	コロナ禍ですが、このキャンペーンによって足を運んで下さった方も多く、飲食店へ行こうと思われた方も多いと思います。
引換回数を増やしていただきたい	今後も継続して事業継続していただくことをせつに希望いたします。
領収書はコンビニから。飲食店ではもらえない。とアピールしてほしい（二重発行防止の観点より）	他のどのクーポン事業より取扱いがスムーズで問題がないのでありがたいです
飲食業を盛り上げる為、どんどんやってほしいです	パンデミック中は無駄や混乱が生じるため無理にキャンペーンをしないほうがいいと思います。
次回あるようであれば、自分達も消費者として利用したいと思います。	いつも使う方が決まっているので、もっと皆んなに使ってほしい。「知ってほしい」
換金締め日がバラバラだったため、運用がしにくかった。換金日程を減らしてもいいので、月末締め　7日まで着　同月内入金などわかりやすくしていただけると管理しやすい。	回収キットが定期的に郵送されてますが利用があまりない店舗は無駄に廃棄しないといけないので希望があった時のみ郵送してもらいたい
キャンペーン自体は助かったが、期間がとぎれとぎれで、効果が表れにくい。	GO TO トラベルみたいにネット上でクーポン利用実績などが確認できると良いと思います。
キャンペーンが周知されてない感触を感じています。	使う方にも分かりやすくいキャンペーンだったと思う。チケットという形なので、高い年齢層の方も多かった。電子マネーより公平感はあるかもしれない。
お客様への割引率がより高ければ、訴求力が高まると思います。	

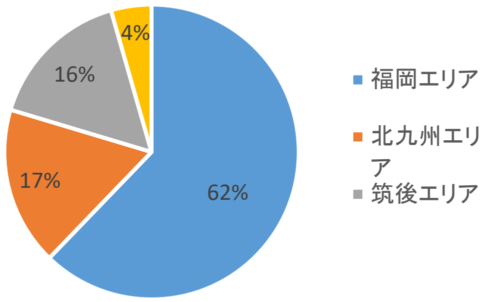
１４．アンケートについて

加盟店向けアンケート

■アンケート実施期間：2022年5月～6月

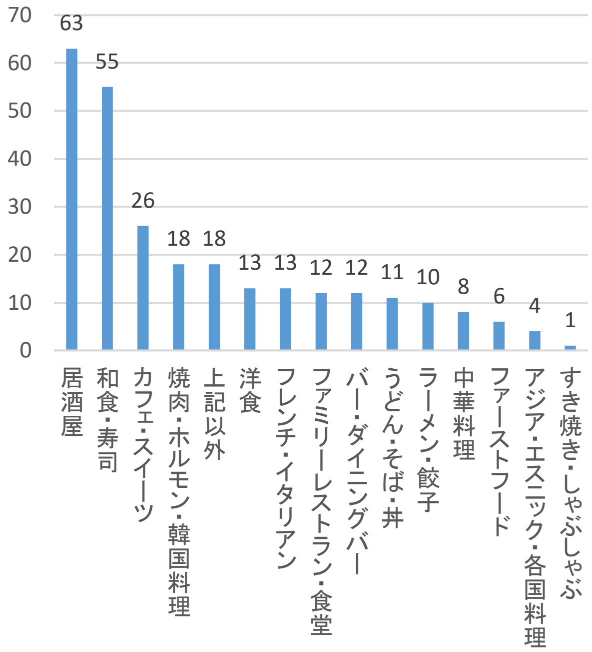
1.貴店の所在エリアを以下の4つからご選択ください

	回答数	割合
福岡エリア	168	62%
北九州エリア	47	17%
筑後エリア	43	16%
筑豊エリア	12	4%
合計	270	



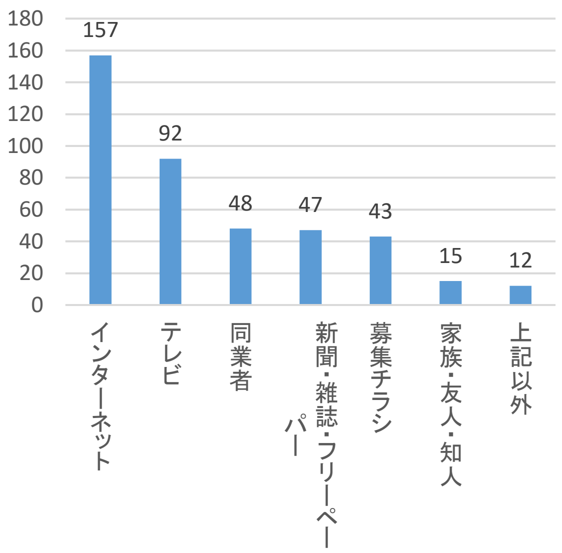
2.貴店のお食事ジャンルを教えてください

	回答数	割合
居酒屋	63	23.3%
和食・寿司	55	20.4%
カフェ・スイーツ	26	9.6%
焼肉・ホルモン・韓国料理	18	6.7%
上記以外	18	6.7%
洋食	13	4.8%
フレンチ・イタリアン	13	4.8%
ファミリーレストラン・食堂	12	4.4%
バー・ダイニングバー	12	4.4%
うどん・そば・丼	11	4.1%
ラーメン・餃子	10	3.7%
中華料理	8	3.0%
ファーストフード	6	2.2%
アジア・エスニック・各国料理	4	1.5%
すき焼き・しゃぶしゃぶ	1	0.4%
合計	270	



3.今回の加盟店募集の情報をどちらでお知りになりましたか？(複数回答)

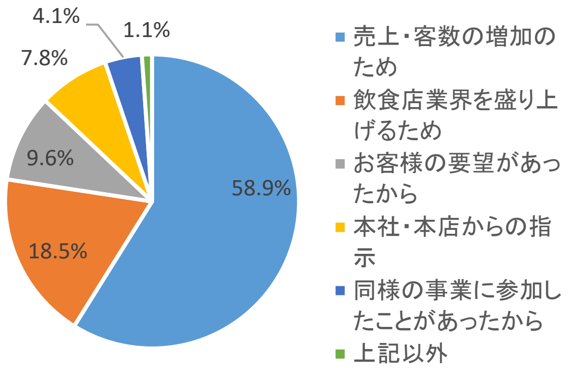
	回答数	割合
インターネット	157	37.9%
テレビ	92	22.2%
同業者	48	11.6%
新聞・雑誌・フリーペーパー	47	11.4%
募集チラシ	43	10.4%
家族・友人・知人	15	3.6%
上記以外	12	2.9%
合計	414	



１４．アンケートについて

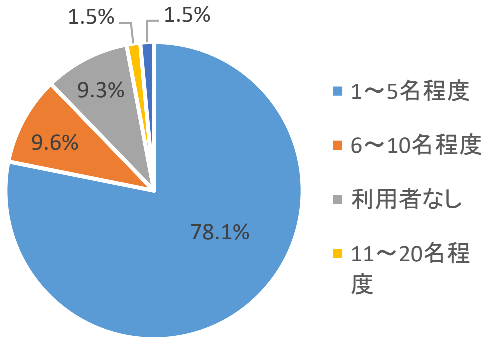
4.本キャンペーンへの加盟店登録をいただいた主な理由を教えてください

	回答数	割合
売上・客数の増加のため	159	58.9%
飲食店業界を盛り上げるため	50	18.5%
お客様の要望があったから	26	9.6%
本社・本店からの指示	21	7.8%
同様の事業に参加したことがあったから	11	4.1%
上記以外	3	1.1%
合計	270	



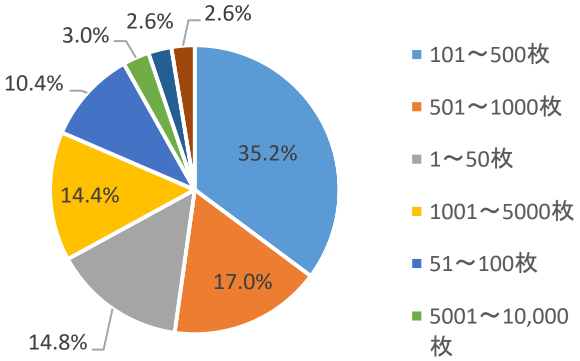
5.食事券利用者数（1日あたりおよその平均）について教えてください

	回答数	割合
1～5名程度	211	78.1%
6～10名程度	26	9.6%
利用者なし	25	9.3%
11～20名程度	4	1.5%
21名以上	4	1.5%
合計	270	



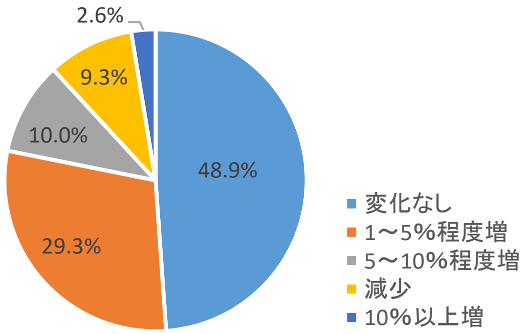
6.食事券の使用状況について、現在までの取扱枚数を教えてください

	回答数	割合
101～500枚	95	35.2%
501～1000枚	46	17.0%
1～50枚	40	14.8%
1001～5000枚	39	14.4%
51～100枚	28	10.4%
5001～10,000枚	8	3.0%
使用はなし	7	2.6%
10,001枚以上	7	2.6%
合計	270	



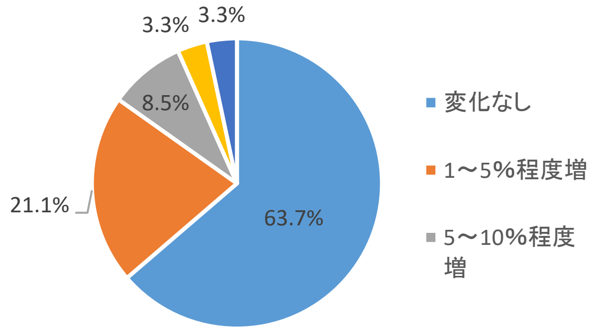
7.本キャンペーンの実施にともない、キャンペーン前と比較して売上は変化しましたか？

	回答数	割合
変化なし	132	48.9%
1～5%程度増	79	29.3%
5～10%程度増	27	10.0%
減少	25	9.3%
10%以上増	7	2.6%
合計	270	



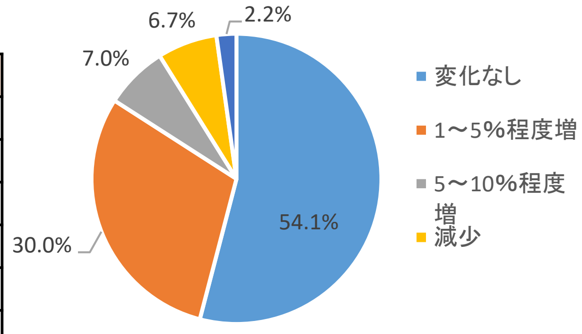
8.本キャンペーンの実施にともない、キャンペーン前と比較して、お客様のご利用単価は変化しましたか？

	回答数	割合
変化なし	172	63.7%
1～5%程度増	57	21.1%
5～10%程度増	23	8.5%
10%以上増	9	3.3%
減少	9	3.3%
合計	270	



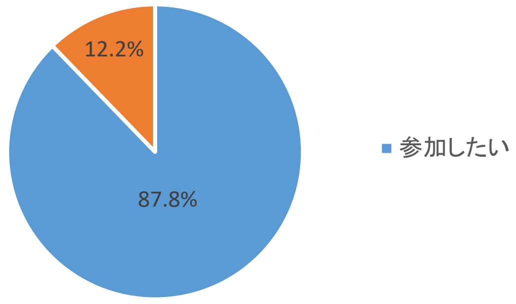
9.本キャンペーンの実施にともない、キャンペーン前と比較して、ご来店されるお客様数は変化しましたか？

	回答数	割合
変化なし	146	54.1%
1～5%程度増	81	30.0%
5～10%程度増	19	7.0%
減少	18	6.7%
10%以上増	6	2.2%
合計	270	



10.同形式のキャンペーンが実施される場合、次回も加盟店として参加したいと思いますか？

	回答数	割合
参加したい	237	87.8%
参加したくない	33	12.2%
合計	270	



11.設問10について、「参加したい」もしくは「参加したくない」理由を教えてください。

【参加したい】

お客様が券の利用が可能だと喜ぶので。	ある程度の売上があった為。
雑用は増えるが、この作業が飲食店にとって活気付くものになるのなら惜しくない	たとえ少ないとしても、利用されるお客様がいらっしゃるのであれば、参加したいと思っています。
支払い方法の選択肢として認知されているので	加盟店として宣伝できる
お客様との会話が増える	手数料なしで換金してもらえるから
お客様に　還元出来る事が　何よりです	来店動機につながるから
参加しないよりは参加した方がいい	少しでも売り上げに繋げるため
ほとんどが、ほぼ常連様の為お得感のあるキャンペーンは参加されます。	GotoEatが使える店舗だからという理由で新規のお客様に来ていただけるので
負担がなく簡単	こういう経済を回す努力の見えるキャンペーンはいいと思うので
県の取り組みの為参加させていただきたい。	福岡のキャンペーンには積極的に参加したいと思います。売る側も買う側も経験して両方とも良かったと感じています。

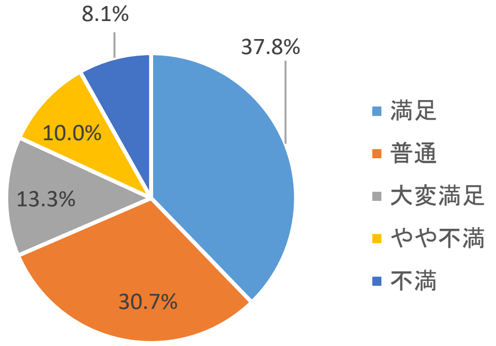
【参加したくない】

換金手続きが面倒	変わらないのに手間だけ掛かるから
利用者が全くおらず、無意味だったと思う	入金期間が長い
手続きがわかりにくい	キャンペーンをしても、売り上げの増加は見込めない。
来客数や売上には反映されず事務作業が増えただけだった。また幾度となく延長が続いたのが厄介だった。	現金商売をやっているので現金を使ってくださるお客様の方がありがたい。同じ人しか持っていなくて同じ人しか使っていませんでした。
二重発行防止で当店は出来ない旨、掲示していたが、領収書を発行しろというクレーマーに当たり、酷い目にあった。	来客数や売上には反映されず事務作業が増えただけだった。また幾度となく延長が続いたのが厄介だった。

１４．アンケートについて

12.Go To Eatキャンペーン福岡の満足度を教えてください

	回答数	割合
満足	102	37.8%
普通	83	30.7%
大変満足	36	13.3%
やや不満	27	10.0%
不満	22	8.1%
合計	270	



13.設問12について、「不満」もしくは「やや不満」と感じている場合は、主な理由をお聞かせください。（自由回答）

手続きがわかりにくい	ただお客様は金券として使うだけで、店側には何もメリットは無いから
思うほど影響がない	領収書はもらえないということを、GOTOEAT券に記載してほしかった。
最終期限が伸びたけど、券の販売は半年前に終わってしまったこと。利用者としては残念で、店舗側としては待つだけという状況がややこしい。	ビラなどいろいろとお金をかけ過ぎでは、申し訳なく思います。
3パターンのチケットの整理、記入、送付が手間。入金までのタイムラグがあり過ぎる。	途中の中断は、仕方ないですが最終の期間延長が中途半端。利用できる飲食店が少ないと感じた。
人気店にはメリットあると思うが、それ以外には無いと思う	換金までの期間が長い。食事券のサイズと店名記入欄を統一してほしい。
もっと宣伝して欲しかった。	

14.本キャンペーンへのご意見やご感想がございましたら自由にご記入ください。（自由回答）

手続きがわかりやすくして欲しい	飲食店の形態によって利害が大きくあった店舗と無かった店舗が大きく分かれたと思っています。
チケットの回収・換金のスケジュールをもっと簡潔にしてほしい(月末締め翌月１５日払いのように)	20～30代の若い世代がキャンペーンに敏感で、年配客は購入手順が分からずに利用に躊躇されているようだ。
入金サイクルを短くして欲しい	レターパック（宛先記入済）を用意して頂いたのは、とても助かりました
券をもっと購入しやすくした方がいい。同じ人が多く利用しているイメージがある。	コロナで、期間延長などありましが、お客様が、喜ばれ利用していただき、よかったです。
コロナが終息しても定期的に同様なキャンペーンの開催を希望します	GOTOイートクーポンを購入されたお客様は、外食するキッカケになったと思う。
感染状況がなかなか収まらず購入する機会が少なかった為、買いたいけど買えなかったお客様が多くいらっしゃいました。お店としては期間延長して頂いたりと対応して下さったのでお客様とトラブルなく感謝しています。ありがとうございました。	延期になるたびに至れり尽くせりセットがとどきましたが、レターパックは毎回使う訳でもなく経費がもったいないと感じました
申請用紙等、延長のたびにご送付いただきましたが、内容の変更がなければ、ほとんど申請を行っていない店には再送付不要だと思います。紙も送料も無駄になってしまいます。	換金の手続きが面倒だし入金も遅いので、再度実施するのであれば、個人事業主の為にもコンビニで換金出来る等の策を検討して欲しい
食事券の購入も簡単なので今後もぜひキャンペーンを再開して利用を広めていけたら良いと思います。	問い合わせの際のスタッフ対応は良かったと思います。入金期間も迅速ではないが早かったので良いと思う
チケット販売直後は売り上げ効果はあったと思いますが、後半は終了期間延長でほぼ利用者がいなかったので、おしなべると数パーセントの効果としています。飲食店としては、心強い企画でした。ありがとうございます。上り旗は希望者だけでよかったのではないでしょうか。当店は置く場所もなく、かといって手軽に処分できるサイズではなく箱のまま置いています。	コロナ禍の中少しでもご利用していただき助かりました。是非、又お願い致します。
あまり利用者はいらっしゃいませんでした。お客様側にトラベルの地域振興券との区別がついてなかった。	

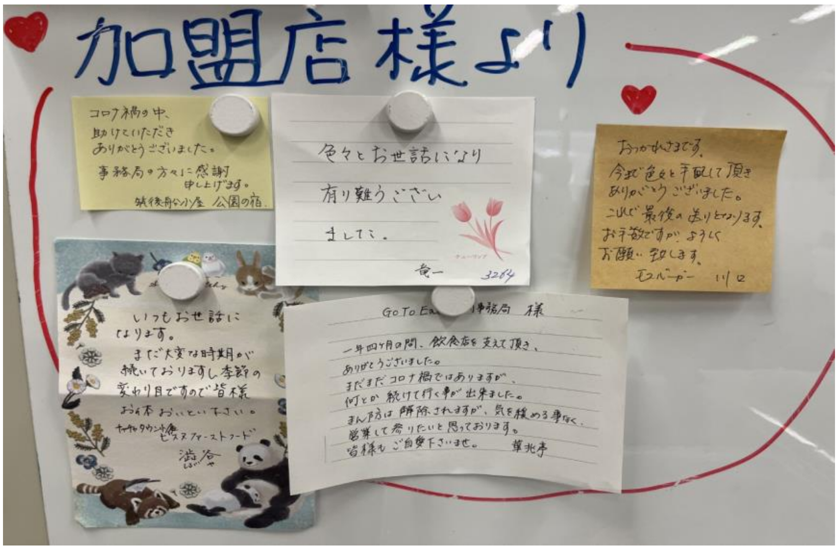
15．考察・分析結果について

考察・分析

新型コロナウイルス感染症の流行により、経済的打撃を受けた福岡県内の飲食店や食材を提供する農林漁業者を応援するキャンペーンとして、「GoToEatキャンペーン福岡」に取り組んだ。
福岡県庁・福岡商工会議所連合会・福岡県商工会連合会・福岡県中小企業団体中央会の協力のもと、大きなトラブルなくスムーズな事務局立ち上げ・運営ができた。

加盟店募集・登録においては、目標加盟店件数である8,000件を上回り、最終登録加盟店件数は8,805件となった。
緊急事態宣言・まん延防止等重点措置・福岡県独自の措置に伴うキャンペーン延長に関する情報については、HPでの告知・メール・郵送にて随時加盟店へお届けすることができた。
一方で、一部の利用者より「ホームページで加盟店と表示があるのにも関わらず食事券が使えなかった」や「食事券の受取を拒否された」などの御意見もあり、9,000件近い加盟店への情報伝達の難しさを感じた。

食事券の総発行額12,615,786,000円（既存券+追加券）に対し、換金額12,544,589,000円、99.4%の食事券利用率となり、飲食店へ大きく支援ができたと捉えている。
販売については、24時間どこでも購入ができるコンビニエンスストアでの販売を行ったことより、総販売額は10,291,910,000円（既存券+追加券）となった。
また、加盟店への振込については、食事券のカウントを複数人でチェックし、システムでの管理をしたことにより、105,335件ミスなく完了できた。

余剰金58,169,033円については、福岡県と協議の上、地域の外食産業の振興の為に活用する方向で検討している。

アンケート結果から、本キャンペーンが利用者にとって飲食店訪問の動機となったと言えるが、加盟店にとっては換金手続きが面倒、換金タームが長く振込までのタイミングが遅いとの声があったので、今度同様のキャンペーンがあった際は、より加盟店にとってわかりやすいスキーム及びご案内にするとともに、振込回数を増やせるように努める。
2年近いキャンペーンとなったが、加盟店にとって非常に効果的な施策になったのではないかと捉えている。