

## 対面販売方法

- 各販売所において購入希望者が特定の時期に集中しないよう、引換券を導入することにより購入時期の分散を図るとともに、以下感染拡大防止対策を極力行った。

### 基本対策

- ① スタッフの健康管理とマスク着用
- ② 店舗入口にアルコール等の消毒剤を設置
- ③ 構造上可能な限り、ソーシャルディスタンスを確保
- ④ 換気の実施
- ⑤ 飛沫感染防止パネル等の設置
- ⑥ 飛沫感染防止のため、来場者に対し、マスク着用、咳エチケットの呼びかけ

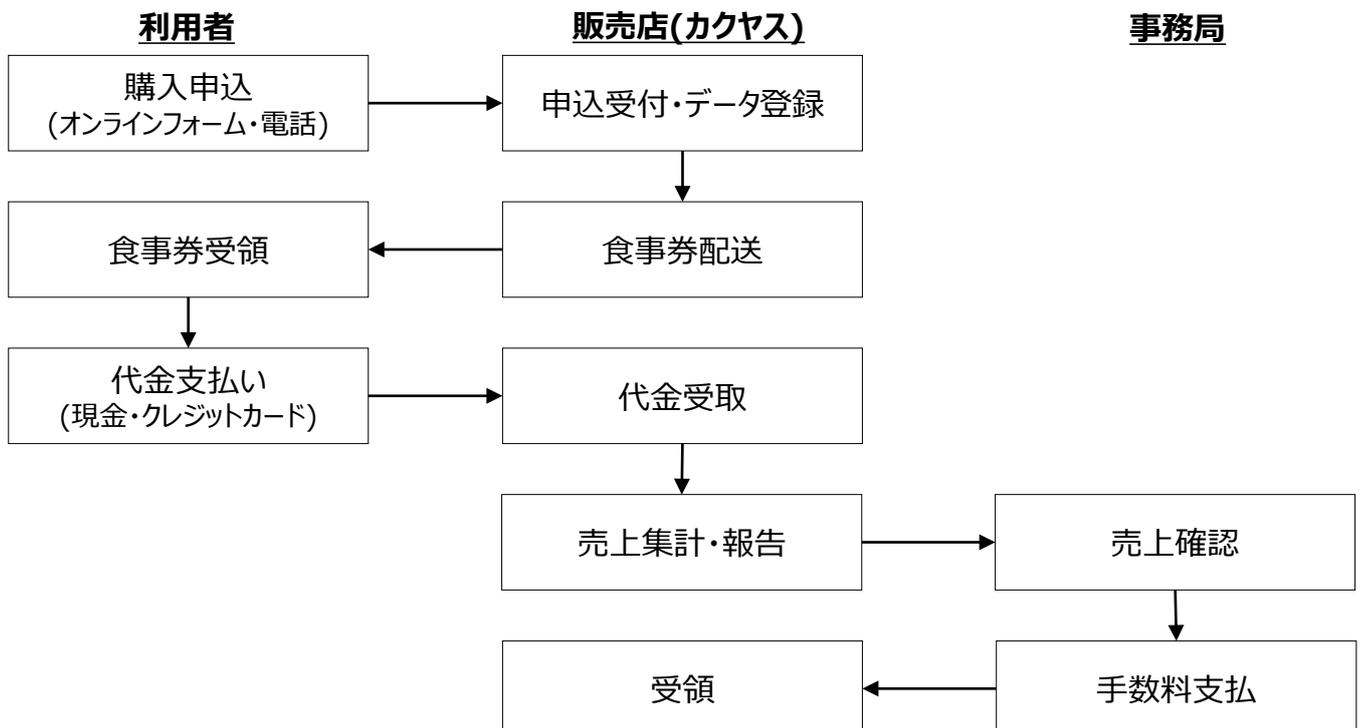


販売所イメージ  
(JTB有楽町店)

- 販売停止期間の影響でアナログ食事券の券面の有効期限が変更となっているため、「延長案内」を販売時に配布することで利用者の混乱が低減する対応を行った。

## 宅配販売方法

- 宅配販売は、酒類や日用品等の宅配サービスを提供しているカクヤスと連携し、販売網を活用した引換券不要の宅配方式による食事券を販売した。
- カクヤスのオンライン申込フォームもしくは電話にて食事券購入の申し込みを行った利用者に対して、カクヤスの販売スタッフが指定の場所に食事券を配達した。



## 販売店への配布物

- 販売店には、販売開始時には販売店キット、販売終了時には店頭用掲示物などを連携し、円滑な販売が出来るように事務局としてサポートした。

## 販売店キット



販売店マニュアル



アナログ食事券



販売店ステッカー



食事券封入袋



延長案内

## 販売終了時掲示物



終了直前用掲示物



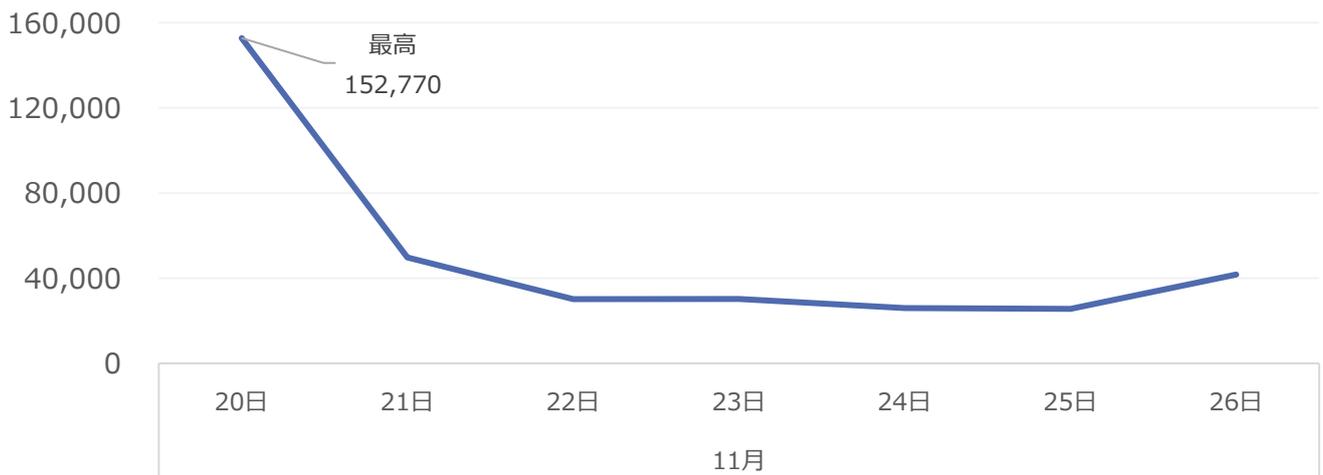
終了後掲示物

## アナログ食事券販売数

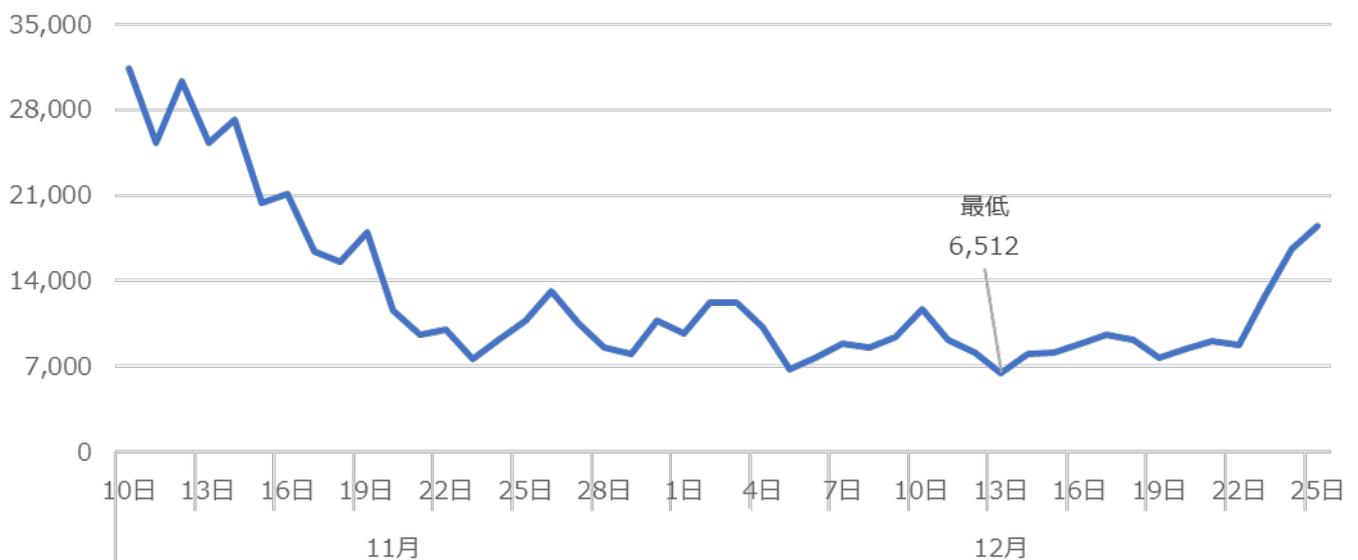
- アナログ食事券の全体販売セット数は943,495セットとなり、発行数3,000,000セットに対して31.5%ほどの販売率となった。
- 以下が販売の伸び悩んだ要因と考えている。
  - 販売停止期間が長期化した事により、再開時の利用者の購買意欲が低下した
  - 販売停止期間中に各自治体の商品券等の発行により需要が分散した  
(例:大田区 大田区プレミアム付デジタル商品券)

## 日別販売数推移

### 令和2年販売実績



### 令和4年販売実績



## 法人別販売店舗数・販売セット数一覧

#	法人名	店舗数		販売セット数		
		令和2年	令和4年	令和2年	令和4年	合計
1	株式会社カクヤス	175	179	159,570	296,126	455,696
2	株式会社ビックカメラ	14	13	44,085	111,979	156,064
3	株式会社コジマ	27	28	37,503	66,082	103,585
4	株式会社東横イン	35	30	32,834	42,750	75,584
5	株式会社京王ストア	0	10	0	25,428	25,428
6	株式会社丸井	11	0	23,138	0	23,138
7	株式会社JTB	11	2	7,984	8,491	16,475
8	株式会社読売情報開発	0	33	0	14,346	14,346
9	株式会社JR東日本びゅうツーリズム&セールス	14	0	11,260	0	11,260
10	株式会社東急ホテルズ	10	0	8,039	0	8,039
11	株式会社成城石井	4	0	6,687	0	6,687
12	株式会社ゼロエミッション	1	3	1,500	4,425	5,925
13	ジェイアール東日本商業開発株式会社	2	0	5,751	0	5,751
14	株式会社パレスホテル	1	1	834	4,555	5,389
15	株式会社JTBコミュニケーションデザイン	1	1	956	3,117	4,073
16	日本ホテル株式会社	5	0	3,956	0	3,956
17	株式会社ニュー・オータニ	1	1	990	2,531	3,521
18	H.I.S.ホテルホールディングス株式会社	1	1	863	2,335	3,198
19	株式会社ホテルアンドアソシエイツ	1	1	1,210	1,790	3,000
20	株式会社八王子エルシイ	1	1	674	1,748	2,422
21	一般社団法人墨田区観光協会	1	0	2,351	0	2,351
22	鹿島東京開発株式会社	1	0	1,404	0	1,404
23	東汽商事株式会社	1	1	593	527	1,120
24	住友不動産ヴィラフォンテーヌ株式会社	1	0	1,061	0	1,061
25	JR東京西駅ビル開発株式会社	1	0	1,052	0	1,052
26	株式会社相鉄ホテルマネジメント	3	0	903	0	903
27	株式会社レンブラントホールディングス	1	0	678	0	678
28	佐藤株式会社	1	1	107	377	484
29	株式会社ホテルオークラエンタープライズ	1	1	255	189	444
30	七島信用組合	6	6	120	305	425
31	大島町商工会	1	1	8	28	36
	合計	333	314	356,366	587,129	943,495

## 販売店独自の広報

- 一部販売店では、販売促進のために独自のホームページ構築や対象地域に折り込みチラシ・ポスティングを行うなど販売店独自の広報活動を実施した。

### カクヤス特設ホームページ

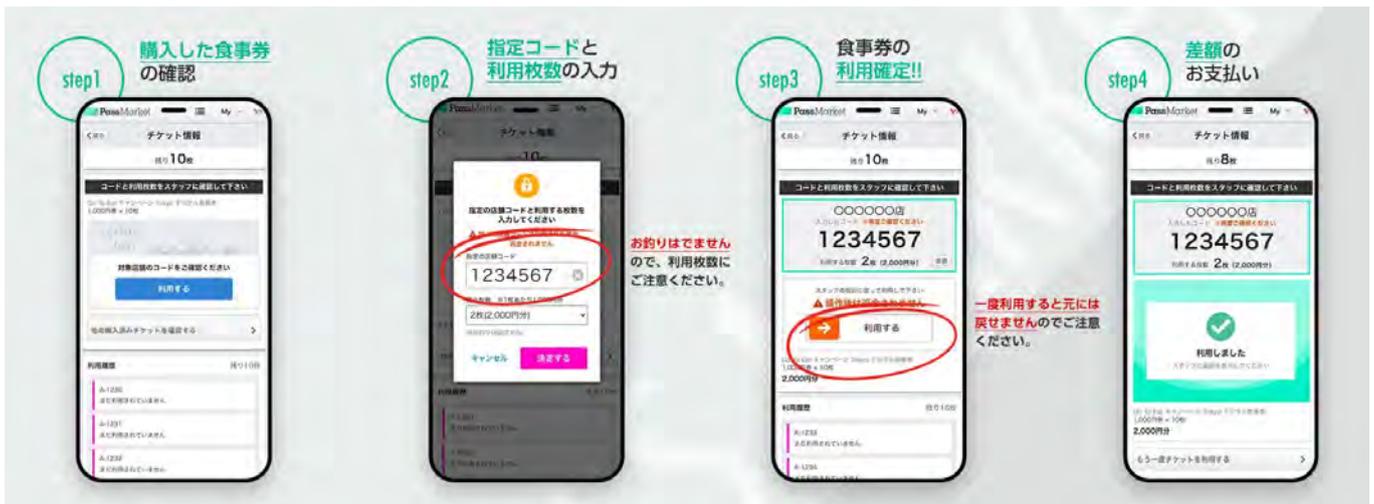


### 読売情報折り込み・ポスティング用チラシ



## デジタル食事券販売プラットフォーム（PassMarket）

- デジタル食事券の導入にあたって、取引の正確性・企業の信用性等の観点から、EC取引の多い大手IT企業のチケットプラットフォームであるヤフー株式会社「PassMarket」を採用し、利用者は、オンラインチケット事業者が提供するチケット購入専用ページからデジタル食事券を購入するスキームを構築した。
- 購入したチケットはWeb上で保管され、利用時には、Yahoo! JAPAN IDでログインのうえ、特定URLから食事券を呼び出し、店員から伝えられた店舗ごとに割り当てられている店舗コードを入力することで、無効化（利用済処理）を行うという仕組みとした。
- 決済情報も同じくWeb上で保管されており、日次で事務局に共有され、加盟店ごとにアナログ食事券の精算金額と合算して振り込みを行った。



※抽選・当落処理にはズバトクを使用

## 業界大手のプラットフォームを利用することでセキュリティを担保

- デジタル食事券の販売においては、業界大手ヤフー株式会社のデジタルチケットプラットフォームを採用したことで、外部からの不正アクセスや偽造等の不正行為最小化がなされた。
- 同社のセキュリティは、第三者認証ISMS国際規格「ISO/IEC 27001:2013」、及び国内規格「JIS Q 27001:2014」を取得しており、インターネット決済サービスのセキュリティ基準である「PCI DSS」の認定も取得している。
- 情報管理および取引プロセスに関するシステムの安全性は、国際水準であることが認められており、本施策の実行で信頼できるパートナー企業であった。

## 申込～抽選・販売までの流れ

- 利用者は応募期間内に抽選申込を行い、応募期間終了後にヤフー株式会社にて当落処理を実施した。当落処理後、全応募者に対して販売開始前に当選・落選の通知を行い、販売開始日には当選者へ販売開始をメール通知した。

## 全体スケジュール

抽選販売回	抽選申し込み期間	抽選結果メール送付	販売期間
一次販売	令和2年11月20日(金) 10:00～ 令和2年11月24日(火) 23:59	令和2年11月26日(木)18:15～	令和4年10月26日(水)10:00～ 令和4年11月1日(火)23:59
二次販売	令和4年10月26日(水)10:00～ 令和4年11月1日(火)23:59	令和4年11月8日(火)15:00～	令和4年11月9日(水)10:00～ 令和4年11月16日(水)23:59
三次販売	令和4年11月10日(木) 10:00～ 令和4年11月16日(水) 23:59	令和4年11月22日(火)15:00～	令和4年11月24日(木)10:00～ 令和4年12月1日(木) 23:59
四次販売	令和4年11月25日(金) 10:00～ 令和4年12月1日(木) 23:59	令和4年12月7日(水)15:00～	令和4年12月8日(木)10:00～ 令和4年12月15日(木) 23:59
五次販売	令和4年12月9日(金) 10:00～ 令和4年12月14日(水) 23:59	令和4年12月20日(火)15:00～	令和4年12月21日(水)10:00～ 令和4年12月25日(日) 23:59

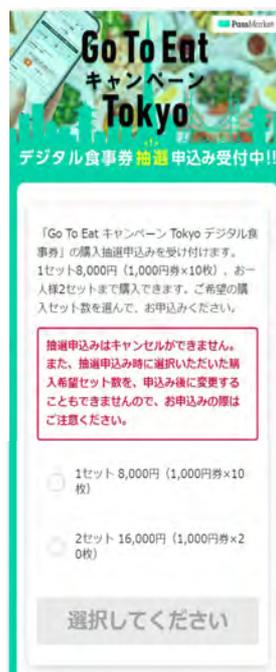
## 画面遷移

### 抽選応募～当落通知メール

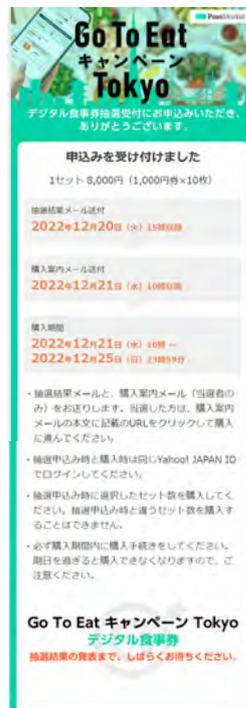
#### デジタル食事券 特設ページ



#### 応募要項



#### 応募完了



#### 当落通知メール



## 申込～抽選・販売までの流れ

### 画面遷移

#### 販売開始以降

##### 購入案内メール



##### 当選内容確認 (申込セット確認)



##### 購入セット数確認



##### 支払方法選択

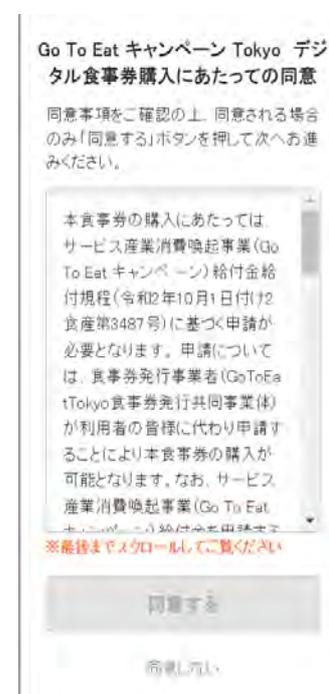


#### 申込内容の確認・同意

##### 申込内容の確認



##### 同意事項確認・同意



#### 購入完了



## 各抽選回ごとの申込・当選数量

### 申込者数と当選者数

- ・ ヤフーのズバトクシステムで当落処理を実施した。

### 各抽選回ごとの当落結果

抽選回	申し込み			当選		
	申し込み件数		申込セット数	当選件数		当選セット数
	1セット	2セット		1セット	2セット	
一次抽選申込	66,114	205,073	476,260	65,514	202,713	470,940
二次抽選申込	147,160	400,260	947,680	145,688	395,383	936,454
三次抽選申込	37,843	117,579	273,001	37,427	115,737	268,901
四次抽選申込	18,513	49,953	118,419	18,328	49,453	117,234
五次抽選申込	12,112	27,984	68,080	12,047	27,662	67,371
合計	281,742	1,601,698	1,883,440	279,004	1,581,896	1,860,900

### 抽選申込増加施策

- ・ 抽選申込の増加施策として、以下施策を実施した。

#### 実施施策

- ✓ Yahoo!ニュースの特別枠への掲載 [令和4年10月26日(水)~11月1日(火)]
- ✓ Yahoo! JAPAN 公式Twitterでのツイート [令和4年10月27日]
- ✓ Yahoo! JAPAN 公式LINE VOOMでの告知 [申し込み受付開始時(毎回)]
- ✓ ズバズバトクTOPページへの掲載 [令和4年10月26日(水)~11月1日(火)]
- ✓ PayPayグルメ 公式LINEでの告知 [申し込み受付開始時(毎回)]
- ✓ PayPayグルメ TOPページへの掲載 [令和4年10月31日(月)~12月26日(月)]
- ✓ PayPayグルメ デジタル食事券取扱店の店舗ページでの訴求 [全期間]
- ✓ PayPayグルメ おすすめ情報メールへの掲載 [申し込み受付開始時(毎回)]



Yahoo!ニュース  
特別枠



Yahoo!  
公式Twitter



PayPayグルメ  
公式LINE



ズバトクTOPページ

## デジタル食事券販売数

- デジタル券販売予定の125万セットに対し、達成率76%（950,474セット）であった。
- 未達の要因としては、主に以下2点が考えられる。
  - 販売停止を挟み一次抽選～販売まで2年を要したことで、応募したことを忘れていた、または、当時のYahoo! JAPAN IDでのログイン方法を忘れていた
  - 二次販売の販売時期がアナログ食事券の再開時期と重複したことで、二次当選者がアナログ食事券の購入に流れた ※二次は約90万セットの当選に対し、購入率約57%

抽選販売回	販売			参考情報	
	1セット枚数	2セット枚数	合計セット数	当選セット数	未購入分 (当選-販売)
一次販売	22,553	153,032	175,585	470,940	295,355
二次販売	74,417	457,956	532,373	936,454	404,081
三次販売	16,911	114,248	131,159	268,901	137,742
四次販売	10,037	61,006	71,043	117,234	46,191
五次販売	6,380	33,934	40,314	67,371	27,057
合計	130,298	820,176	950,474	1,860,900	910,426

- 各種プロモーションは抽選応募への誘導が主目的としており、当初食事券購入への誘導は購入案内メールのみを予定していたが、購入セット数の進捗が芳しくなかったため、公式Twitterにて購入案内を投稿し、購入完了に至っていない当選者へ購入促進を実施した。
- 以下は公式Twitterの効果と考えられる一例である。
- 各販売回で4～7回程Twitterにて案内を実施したが、下記2点以降顕著な効果は見られなかった。

### 販売数推移

#### 令和4年10月27日



#### 令和4年10月28日

