

8. 不正防止対策

①不正防止の為の対策

不正防止対策	対策方法
① 飲食店による自己取引、架空取引、虚偽報告に対する対策を講じるものとする。	◇専用ホームページ（加盟登録画面）での対策 ・加盟店登録の際に 誓約書の掲載及び確認を必須 とした。 ◇ファミポート機能による対策 ・ 食事券（金券）は切り離すことができる用紙 を採用し、飲食店への振込時には、回収した食事券の半券（事務局送付用）と回収用伝票の情報が一致するようにした。
② 飲食店による加盟店要件の偽装、実態のない店舗の加盟に対する対策を講じるものとする。	◇専用ホームページ（加盟登録画面）での対策 ・加盟店登録の際に 誓約書の掲載及び確認を必須 とした。 ・ 営業許可番号、有効期限の入力欄を必須項目 とした。
③ 飲食店が利用済みの食事券を無効処理しないことによる不正に対する対策を講じるものとする。	◇食事券半券回収キットと案内書類の事前送付による対策 ・ 食事券（金券）は切り離すことができる用紙 を採用する。 ・加盟店に対して回収キットを案内書類と一緒に事前送付、換金請求書と共に食事券の半券を回収
④ 利用者による買占め・転売、偽造など、利用者が行う不正に対する対策を講じるものとする。	◇ファミポート機能による対策 ・用紙は コピーガード搭載の用紙 を利用した。 ・食事券への印字として、 購入者氏名、注意事項を記載した 。
⑤ 受託者内部において発生し得る不正を防止するため、これに対する対策を講じるものとする。	◇金銭業務を事務局以外の共同事業体に委託することによる対策 ・加盟店への振込業務を 事務局以外の共同事業体 へ依頼した。
⑥ 飲食店や受託者による不正が発覚した場合、委託者が事業者名を公表するなどの措置を講じる場合がある。	◇専用ホームページ（加盟登録画面）での対策 ・加盟店登録の際に 誓約書の掲載及び確認を必須 とした。

不正防止の為、本事業の約款を策定。加盟店登録の際、約款を確認、了承いただくことを条件に、加盟店登録を行いました。利用者向けには専用WEBページにて掲出。チケットは不正コピー防止の策がとられている紙を利用しました。

②-1. 不正防止の為の約款策定と掲示

令和2年度 沖縄県 Go To Eatキャンペーン食事券事業約款

第1章 総則

(趣旨)

第1条 新型コロナウイルス感染拡大により影響を受けた国内経済の回復に向けた緊急経済対策として令和2年度 Go To Eatキャンペーンに係る事業のうち食事券発行事業を沖縄県において（以下「本事業」という。）行う。

2 本事業の実施に関しては、この約款に定めるところによる。

(発行団体)

第2条 プレミアム付食事券（以下「食事券」という。）の発行団体は、(株)JTB沖縄【Go To Eatキャンペーン沖縄事務局】（以下「事務局」という。）とする。

(実施期間)

第3条 本事業の実施期間は、令和2年10月（契約締結日）から令和3年3月31日までとする。

(食事券の販売内容)

第4条 食事券の販売単位は、額面1,000円の10枚（紙クーポン）と6,250円・12,500円・18,750円（電子クーポン）をもって1冊とする。

2 食事券の販売は、1冊単位とし、販売金額は8,000円（紙クーポン）と5,000円・10,000円・15,000円（電子クーポン）とする。

(券面表示事項)

第5条 食事券には次の事項を記載する。

- (1) 発行団体名
- (2) 利用可能な金額、期間
- (3) 偽造防止のための通し番号
- (4) 釣銭対応
- (5) 返品、返金等の対応
- (6) 紛失、盗難等の免責
- (7) 転売の禁止
- (8) 約款の存在

第2章 食事券の販売

(購入対象者)

第6条 食事券の購入対象者は、特に定めない。

(購入限度額)

第7条 食事券の購入限度額は、1名につき1回2冊までとする。

(販売方法)

第8条 食事券の販売方法は、次のとおりとする。

(1) 紙クーポンは、全国16,618カ所のファミリーマート店頭において、多機能端末での受付・レジでの支払い、受取りを行う。

(2) 電子クーポンは、WEB専用の電子食事券申込みフォームより行い、必要な情報を入力・決済し、メールでURLの受取りを行う。

(食事券の販売期間)

第9条 食事券の販売期間は、令和2年11月1日0:00から令和3年1月31日23:59までとする

(販売会場)

第11条 食事券の販売会場は、次のとおりとする。

(1) 紙クーポンは、全国16,618カ所のファミリーマート店頭において行う。電子クーポンは、WEB専用ページより行う。

(販売周知)

第12条 事務局は、事務局構成団体の広報紙やポスター等により、販売の周知をするものとする。

第3章 食事券の利用

(有効期間)

第13条 食事券の有効期間は、令和2年11月1日から令和3年3月31日までとし、有効期間を経過した食事券は無効とする。

(加盟店)

第14条 食事券が利用できる店舗は、第21条による登録をした店舗（以下「加盟店」という。）とする。

(対象サービス)

第15条 食事券は、加盟店が取扱う食事サービス（テイクアウト及びデリバリーを含む）（以下「食事サービス」という。）について、利用できるものとする。

第16条 食事券の利用に対する釣銭は、支払わないものとする。

(利用者の責務)

第17条 利用者が購入した食事券の返品、現金との交換はできないものとする。

2 利用者が食事券で購入した食品等については、現金による返金ができないものとする。

3 利用者が購入した食事券が盗難、紛失、滅失した場合は、利用者の責務とする。

4 利用者が購入した食事券は、転売できないものとする。

②-2. 不正防止の為の約款策定と掲示

第4章 食事券の加盟店

（加盟店の募集）

第18条 加盟店の募集の周知方法は、沖縄県商工会議所連合会・沖縄県商工会連合会の協力、及び本事業のホームページや広報紙等によるものとする。

（加盟店の登録資格）

第19条 加盟店の登録資格は、沖縄県内で営業しており3密対策を実施している店舗とする。ただし、反社会的勢力でないこと、また、反社会的勢力を不当に利用していると認められるなど反社会的勢力と密接な関係を有していないこととする。以下詳細の条件を満たしている店舗に限る。

- ・日本標準産業分類の「76 飲食店」に分類される飲食店のうち、食品衛生法第52条第1項の許可を得ている飲食店であり、かつ、その場で飲食させる事業所とし、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律第2条第4項に規定される「接待飲食等営業」を営む飲食店を除く。
- ・「新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針（改定）」に基づく外食業の事業継続のためのガイドライン」に基づき、新型コロナウイルス感染症の感染予防対策に取り組んでいる店舗。

（加盟店の登録手続き）

第20条 加盟店の登録を希望する店舗は、事務局に食事券加盟店申請書を提出し、事務局の承認を得なければならない。

2 事務局は、前項の規定による申請があった場合は、当該申請者が登録資格を有することを確認の上、当該申請者に食事券取扱登録店決定通知書を発送する。

3 事務局は、事務局構成団体のホームページ等で、加盟店を明らかにしなければならない。

（加盟店の募集期間）

第21条 加盟店の募集期間は令和2年10月16日から令和2年12月28日（予定）までとする。ただし、加盟店が少ない場合は、募集期間を延長することができる。

（換金期間）

第22条 加盟店による使用済食事券の換金期間は、令和2年11月1日から令和3年3月31日までとする。

2 換金期間を過ぎた食事券は無効とする。

（換金方法）

第23条 加盟店の換金方法については、次のとおりとする。

(1) 使用済食事券を換金する場合は、事務局が委託する回収換金業者に、換金申込書と半券を切り取った使用済食事券を郵送にて提出する。加盟店は、回収換金業者からあらかじめ指定した預金口座へ、換金額の振り込みを受ける。

(2) 回収換金業者から加盟店に対する換金額の振り込みは、月に最大1回とし、回収換金業者が設定する毎月の回収日までに到着した食事券額面金額分について振り込みを行う。回収については当日消印有効とする。

(3) 回収換金業者から加盟店の預金口座へ換金額を振り込む際の振込手数料は、事務局が負担する。

（加盟店の遵守事項）

第24条 加盟店は、次の事項を遵守しなければならない。

(1) 利用者が利用期間中に食事券を持参した場合は、食事券額面分の食事サービスの提供を行うこと。

(2) 事務局から配布された加盟店の告知ポスターは、利用者の見やすい場所に掲示すること。

(3) 利用者から受け取った食事券には、店印を押印すること。

(4) すでに他店押印のある食事券は、受け取らないこと。

(5) 偽造等の不正使用の疑いがある場合は、受け取りを拒否するとともに速やかに事務局に申し出ること。

(6) 食事券の交換、譲渡、売買、再利用はしないこと。

(7) 加盟店が自ら購入した食事券を自店名で換金しないこと、また、商品仕入れ等に使用しないこと。

(8) 提出済の食事券の半券については換金額の振り込みを受けるまで保管すること。

(9) 本約款に定める各条項を遵守するとともに、事務局からの指示に従うこと。

（加盟店資格の喪失等）

第25条 事務局は、前条の各号に違反する行為が加盟店に認められた場合は、加盟店登録の取り消し等を行うことができる。

（紛失等の責務）

第26条 利用者から受け取った食事券が盗難、紛失、滅失した場合は、加盟店の責務とする。

2 ただし、食事券郵送時の食事券滅失については、滅失した食事券の半券の提出を行うことができる場合に限り、事務局の責務とし、損害の補填をするものとする。

（届出事項の変更）

第27条 加盟店は、登録事項に変更があった場合は、速やかに事務局に届け出るものとする。

第5章 雑則

（事務局の過失による紛失等の責務）

第28条 事務局の過失による食事券の盗難、紛失、滅失は、事務局の責務とし、損害の補填をするものとする。

（その他）

第29条 この約款に定めるもののほか、本事業の実施に伴い必要な事項は、事務局が別に定める。

附則

（施行期日）

1 この約款は、令和2年10月（契約締結日）から施行する

9. 問合せ対応

①コールセンターの設置

電話対応経験値の高いオペレートスタッフを、時期に応じて人数を変え配置し、問い合わせ内容に応じた柔軟な対応を心がけました。

- ・利用者向け、加盟店向けの問い合わせ番号を別々に設定し、コールセンターのスタッフは利用者向け・加盟店向けの業務を兼務しコスト削減を図った。

名称	Go To Eat キャンペーンおきなわコールセンター
稼働期間	加盟飲食店向け：2020年10月26日（木）～2022年9月30日（金） 消費者向け：2020年10月26日（木）～2022年9月30日（金）
設置場所	株式会社KDDIエボルバ
対応時間	平日10:00～17:00（土・日曜日・祝祭日・年末年始は休み）
人数	2020年10月26日（月）～2022年9月30日（金）2名 ※2020年12月1日（火）～2021年2月28日（日）3名

②新型コロナウイルス感染防止対策

■コールセンターは3密対策を行った上でコールセンターを運営

- ①十分なスペース確保
- ②隣同士に飛沫感染防止ガード設置
- ③消毒除菌の徹底（1日2回程度）
- ④毎朝検温
- ⑤換気
- ⑥マスク着用の徹底

③. コールセンター実績

年月	令和2年（2020年）			令和3年（2021年）											
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
入電数	134	3468	1559	736	497	853	396	296	501	141	131	545	624	1384	800
応答数	67	2439	1385	664	464	806	390	287	495	138	128	541	589	1020	718
応答率	50.0 %	70.3 %	88.8 %	90.2 %	93.4 %	94.5 %	98.5 %	97.0 %	98.8 %	97.9 %	97.7 %	99.3 %	94.4 %	73.7 %	89.8 %

年月	令和4年（2022年）								
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
入電数	472	535	557	286	179	268	580	350	144
応答数	445	514	541	277	177	268	526	332	140
応答率	94.3 %	96.1 %	97.1 %	96.9 %	98.9 %	100 %	90.7 %	94.9 %	97.1 %

10. その他

①-1 アンケート調査

本キャンペーン終了後に加盟飲食店向けにアンケート調査を実施。

【目的】

加盟店舗に対して「Go To Eatキャンペーンおきなわ」の売り上げへの貢献度や来店への影響等、加盟店の状況を調査し、事業の効果を把握・検証するため、アンケート調査を実施

【対象加盟店舗数】

Go To Eatキャンペーンおきなわ加盟店（2,413店舗）

【実施期間】

2022年10月21日（金） ～ 10月31日（月）

【回収サンプル数】

148件（設問によって回答率が異なります）

〈アンケート設問〉

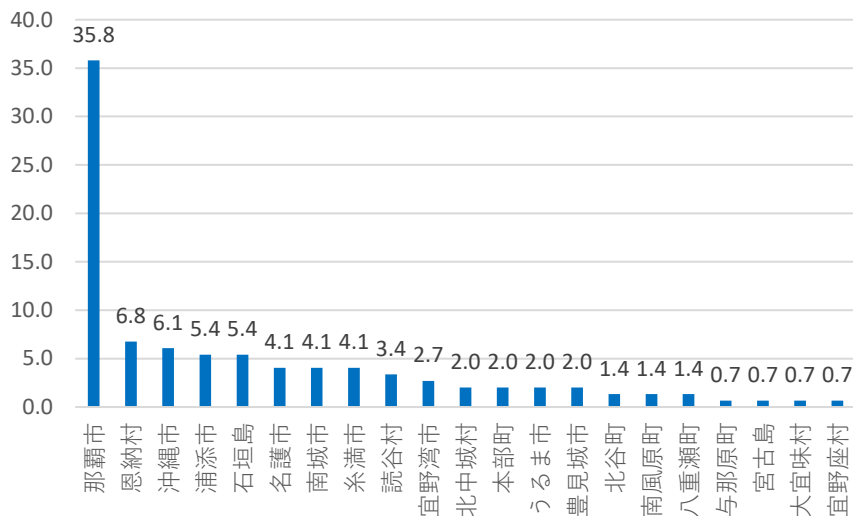
1. 店舗所在地（市町村）
2. 加盟状況
3. Go To Eatキャンペーンおきなわは、店舗売り上げに貢献したと思いますか。
4. 売り上げ以外でGo To Eatキャンペーンおきなわ導入の効果はありましたか。
 - 4-1：「1.効果があった」の場合、どのような効果がありましたか。（例：観光客が増えたなど）※自由回答
 - 4-2：「1.効果があった」の場合、どのような工夫をしましたか。（例：ホームページやSNSで発信した等）※自由回答
5. Go To Eatキャンペーンおきなわ導入後、客層に変化はありましたか。
 - 5-1：「1.変化があった」の場合、どのような変化がありましたか。（例：ファミリー層の増加等）※自由回答
6. Go To Eatキャンペーンおきなわの利用期間について、どのように思いましたか。
7. 紙食事券は譜面額が1000円券でしたが、使い勝手はいかがでしたか。
 - 7-1：「2.（ ）円券があったほうがよかった。」の場合、いくらの食事券があったほうがよろしかったでしょうか。例：5000円券があればよかった 等）※自由回答
8. Go To Eatキャンペーンおきなわ（紙・電子）食事券を利用されたお客様から、何かクレームはありましたか。
 - 8-1：「1.あった」の場合、どのようなクレームがありましたか。（例：お釣りが出ないこと 等）※自由回答
9. Go To Eatキャンペーンおきなわの加盟店申請方法はとうでしたか。
10. Go To Eatキャンペーンおきなわは新型コロナウイルス感染症拡大による事業者皆様の経営環境悪化の状況を踏まえ、需要喚起を目的に実施しましたが、有効な方法だと思いますか。
11. 「問10.」についてそれ以外の方法で、希望する事業支援はありますか。（例：支援金の配布 等）※自由回答
12. 電子食事券対応加盟店舗様へお伺いいたします。Go To Eatキャンペーンおきなわ（電子食事券）について、使い勝手はいかがでしたでしょうか。
 - 12-1：「3.その他」の場合、使い勝手はいかがでしたか。 ※自由回答
13. 紙食事券のみ対応加盟店舗様にお伺いいたします。電子食事券を導入しなかった、できなかった要因をご記入ください。 ※自由回答
14. その他ご意見、ご感想等ございましたら自由にご記入ください。 ※自由回答

①-2. アンケート調査

1. 店舗所在地（市町村）

回答者の店舗所在地の回答率はサンプル数148件に対し92.6%となった。

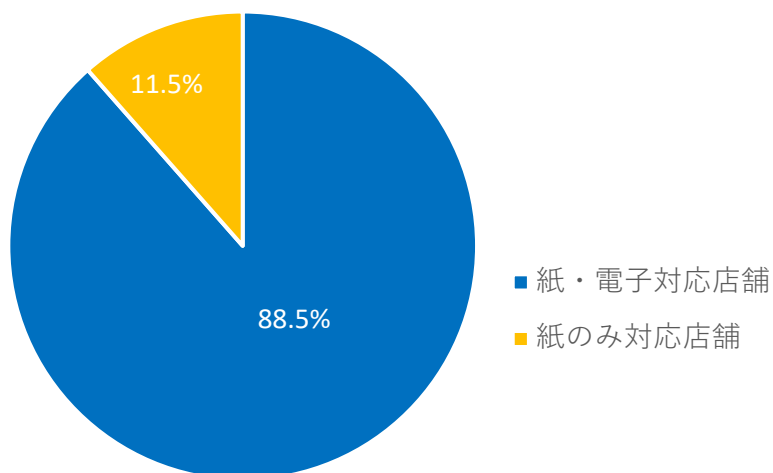
「那覇市（35.8%）」が最も多く、次に「恩納村（6.8%）」、「沖縄市（6.1%）」と続く結果となる。



Q1	選択項目	回答数	割合 (%)
1	那覇市	53	35.8
2	恩納村	10	6.8
3	沖縄市	9	6.1
4	浦添市	8	5.4
5	石垣島	8	5.4
6	南城市	6	4.1
7	糸満市	6	4.1
8	名護市	6	4.1
9	読谷村	5	3.4
10	宜野湾市	4	2.7
11	豊見城市	3	2.0
12	北中城村	3	2.0
13	うるま市	3	2.0
14	本部町	3	2.0
15	八重瀬町	2	1.4
16	南風原町	2	1.4
17	北谷町	2	1.4
18	与那原町	1	0.7
19	宜野座村	1	0.7
20	大宜味村	1	0.7
21	宮古島	1	0.7
	総計	137	92.6

2. 加盟状況

加盟状況は88.5%が「紙・電子対応店舗」一部、11.5%が「紙のみ対応店舗」であった。

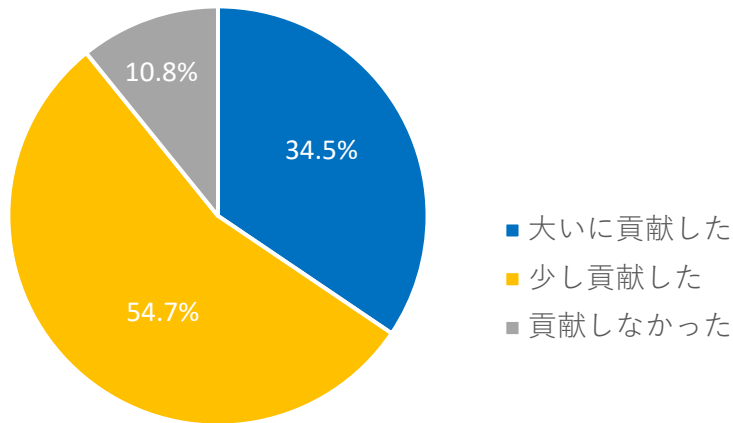


Q2	選択項目	回答数	割合 (%)
1	紙・電子対応店舗	131	88.5
2	紙のみ対応店舗	17	11.5
	総計	148	100.0

①-3. アンケート調査

3. Go To Eatキャンペーンおきなわは、店舗売り上げに貢献したと思いますか。

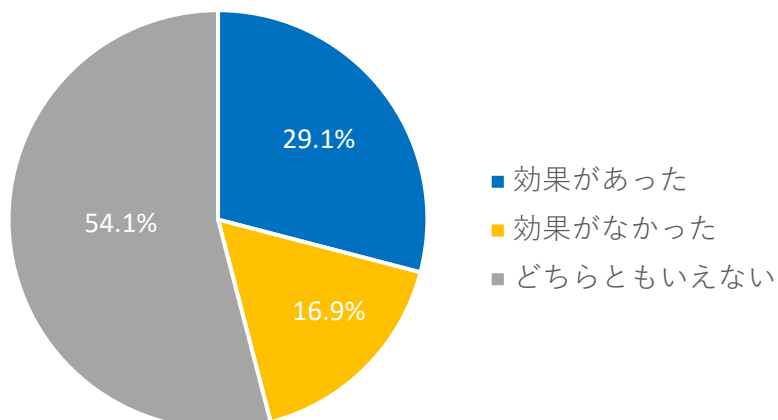
全体の89.2%が「貢献した」と回答。（回答1.2両方含む）
反対に貢献しなかったと回答したのは10.8%となった。



Q3	選択項目	回答数	割合 (%)
1	大いに貢献した	51	34.5
2	少し貢献した	81	54.7
3	貢献しなかった	16	10.8
	総計	148	100.0

4. 売り上げ以外でGo To Eatキャンペーンおきなわ導入の効果はありましたか。

「どちらともいえない(54.1%)」が最多で半数以上を占める結果となった。
「効果があった」は29.1%で全体の3割弱となった。



Q4	選択項目	回答数	割合 (%)
1	効果があった	43	29.1
2	効果がなかった	25	16.9
3	どちらともいえない	80	54.1
	総計	148	100.0

①-4. アンケート調査

■ 4-1. 「1.効果があった」の場合、どのような効果がありましたか。
（例：観光客が増えたなど）※自由回答

回答数：51

- ・ 参加店リストを見て来店された方がいた
- ・ 観光客を含む他のユーザー層の獲得が出来た。
- ・ 電子マネー端末の導入
- ・ 宿泊のお客さまにキャンペーンを案内し喜ばれたことが何度かあった。
- ・ 観光客・地元の方ともにお客が増えた
- ・ 観光客が増えました
- ・ お得なキャンペーンで初めて当店にいらっしゃるお客様が増えた
- ・ 当店での利用は少なかったものの、園全体としての入場者数が上がった
- ・ 観光客の方が利用してくれていた。
- ・ 利用客が増えてくれた
- ・ 地元客も結構利用していた。
- ・ 新規のお客様が来店した。
- ・ 観光客が少し増えた
- ・ クーポン利用の常連の単価アップに繋がった。クーポン利用の一見のお客様の来店が何組かあった。
- ・ 参画店舗としてPRする場が設けられた
- ・ 県から認証されたという安心感
- ・ 先の予約が増えた
- ・ リーシートが増えた
- ・ 観光客が増えた
- ・ 観光客のクーポン利用でお客が増えたように思う
- ・ 売上が増えた
- ・ テイクアウトの利用が増えた
- ・ 地元民の利用者がほとんどだった
- ・ 新規のお客様が増えた
- ・ 単純に飲食でお金を使う人が増えた
- ・ 平日も含め繁忙になり集客効果がありました
- ・ ほんの僅かに新規が増えた
- ・ 特に増えなかった。
- ・ 観光客、団体ツアーのお客様が利用
- ・ Go To Eat目的のお客様がリピート客に繋がった
- ・ キャンペーン実施店舗であることで来店した客がいた
- ・ コロナ前とは違う客層の利用も多々あり、新規顧客獲得に貢献
- ・ GOTO EATが利用できるということで来店数が多少上がりました
- ・ 客数の増加と単価アップ
- ・ 客数の増加、客単価アップ
- ・ GO TO EATクーポンの問い合わせを多く受けた
- ・ 新規ユーザーが増えた
- ・ 新規のお客様獲得へ繋がった
- ・ 売り上げに影響した
- ・ 観光客、地元のお客様の利用が増えた
- ・ 観光客だけでなく、地元のお客様へのアピールになった
- ・ 観光客が増えた
- ・ キャンペーンをきっかけに来てくれるお客様が増えました
- ・ お客様が増えた
- ・ 観光客が増えた
- ・ 少しは来てくれたと思う
- ・ 常連のお客様方が、スマホでの支払いができるようになり、なおかつお得なので来店回数が増えた。
- ・ 利用客が増えた。
- ・ 地元客が利用するようになった。
- ・ 地元の利用で外食のきっかけになったとおもいます
- ・ 県外のお客様を集客出来た。

最多回答コメント

- ・ 観光客の利用者が増えた
- ・ 地元客が利用するようになった

①-5. アンケート調査

■ 4-2. 「1.効果があった」の場合、どのような工夫をしましたか。
（例：ホームページやSNSで発信した等）※自由回答

回答数：48

最多回答コメント

- ・ SNSでの発信
- ・ ホームページでの告知

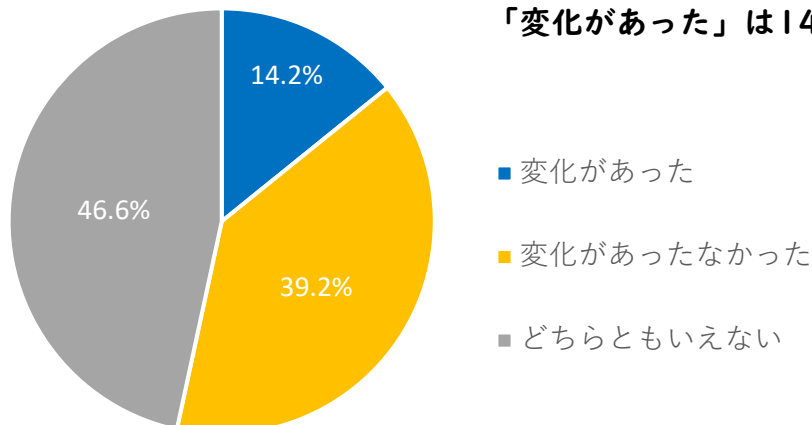
- ・ SNSでの発信(インスタ
- ・ 特に工夫はしておりません（回答数：7）
- ・ ステッカー等、目につく所に掲示
- ・ おすすめのお店を紹介するなど、お客様がより満足されるようにした。
- ・ SNS拡散
- ・ SNSでの発信
- ・ 店舗前にポスターを貼りだし、ホームページ等でも発信した
- ・ 加盟店表記を目立つ場所に設置した
- ・ POPなどを店舗に貼った。
- ・ HPでの告知、店頭での告知
- ・ SNS発信
- ・ 店頭への掲示。
- ・ ホームページで発信した
- ・ 入り口に認証店のステッカーを提示
- ・ ネット予約
- ・ ポスターなどでPR
- ・ グルメサイトでの発信
- ・ 店頭での掲示
- ・ ぐるなび、食べログなどで情報発信
- ・ お客様はご自身で利用できる店舗を選んできているので、店側から猛烈にアピールする必要性は感じなかった。
- ・ ホームページに掲載
- ・ ポスター/SNS/ネットなどd案内
- ・ 公式ホームページ、他社WEBなど含め告知
- ・ 団体の食事利用の予約が増えた
- ・ 店頭で告知
- ・ ホームページ、フェイスブック、インスタで発信、店頭ポスターを掲示
- ・ 利用可店舗である事をセールス業務の1材料として営業を中心に発信および口頭セールスを行う
- ・ ネット予約サイトに掲載しました
- ・ ホームページでの案内や店内チラシには使用出来る案内を記載
- ・ ホームページや店頭のチラシなどに利用出来る旨の記載
- ・ HP・SNSでの発信
- ・ ホームページやインスタSNSを活用した
- ・ SNSで発信
- ・ SNS発信、店舗ファサードにポップ貼り
- ・ SNSでの発信等
- ・ ホームページでの告知
- ・ ポスターの掲示
- ・ SNS
- ・ 携帯に不慣れなお客様にスタッフが携帯での決済がお得ですと説明し、来店の度に操作のやり方を教えてあげた
- ・ 店舗前に提示
- ・ 問い合わせに対応できた。
- ・ 無料でインフルエンサーを選ぶサイトがあったので利用した。

①-6. アンケート調査

5. Go To Eatキャンペーンおきなわ導入後、客層に変化はありましたか。

「どちらともいえない(46.6%)」が最多で半数近くを占める結果となった。

「変化があった」は14.2%で最低値となった。



Q5	選択項目	回答数	割合 (%)
1	変化があった	21	14.2
2	変化がなかった	58	39.2
3	どちらともいえない	69	46.6
	総計	148	100.0

5-1. 「1.変化があった：の場合、どのような変化がありましたか。（例：ファミリー層の増加等）※自由回答

- ・ ファミリー層が拡大した
- ・ 地元の方のご利用が少なかったがGOTOイートにより地元の方が増えた
- ・ ファミリー層や初めての来店客が増加
- ・ 客層が変化した、今まで利用されることがない客層が増えた
- ・ ご夫妻層が増えた
- ・ 若い世代のお客様が増えた
- ・ 客単価が上がった
- ・ 新規客の増加
- ・ 地元客が増えた
- ・ 遠方からの客が増えた
- ・ 地元客が増えた
- ・ ファミリー層、観光客が増えた
- ・ 特定の富裕層以外のお客様が多くみられました
- ・ 一般、ツアー団体の利用が増えた
- ・ ホテル内レストランなので宿泊ベースが基本ですが外来ゲストも増えた
- ・ 観光客が増えた
- ・ ファミリー層の増加、若い世代の増加
- ・ 観光客が増えた
- ・ 30代～40代 増加
- ・ お客様方にスタッフが、携帯での決済のやり方を毎回教えていたので携帯に不慣れな年配客が増えました。

回答数：20

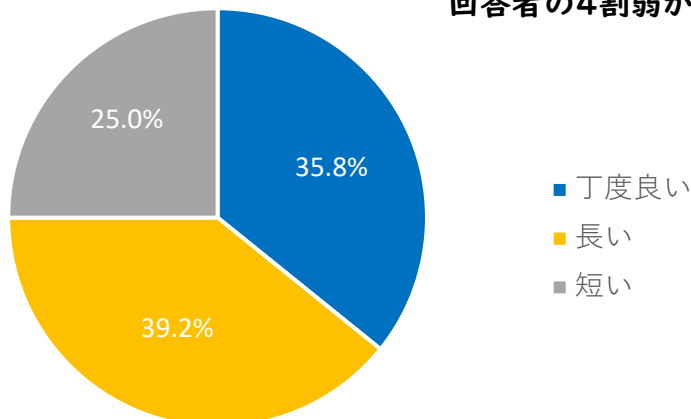
最多回答コメント

- ・ ファミリー層の利用が増えた
- ・ 観光客、地元客が増えた

①-7. アンケート調査

6. Go To Eatキャンペーンおきなわの利用期間について、どのように思いましたか。

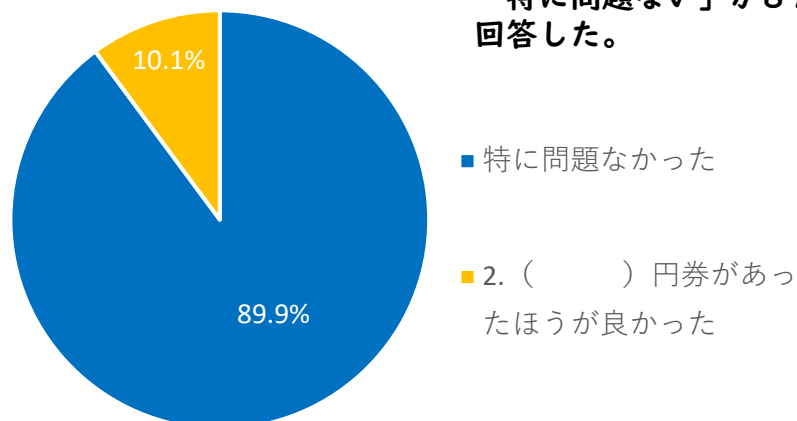
利用期間について「丁度良い」と回答したのは35.8%であった。
回答者の4割弱が「長い」と回答した。



Q6	選択項目	回答数	割合 (%)
1	丁度良い	53	35.8
2	長い	58	39.2
3	短い	37	25.0
	総計	148	100.0

7. 紙食事券は譜面額が1000円券でしたが、使い勝手はいかがでしたか。

「特に問題ない」が89.9%で、一部の回答者は他金額が必要だと回答した。



Q7	選択項目	回答数	割合 (%)
1	特に問題なかった	133	89.9
2	2. () 円券があったほうが良かった	15	10.1
	総計	148	100.0

■ 7-1. 「2. () 円券があったほうがよかった。」の場合、いくら
の食事券があったほうがよかったですでしょうか。（例：5000円券があれば
よかった 等）※自由回答

回答数：19

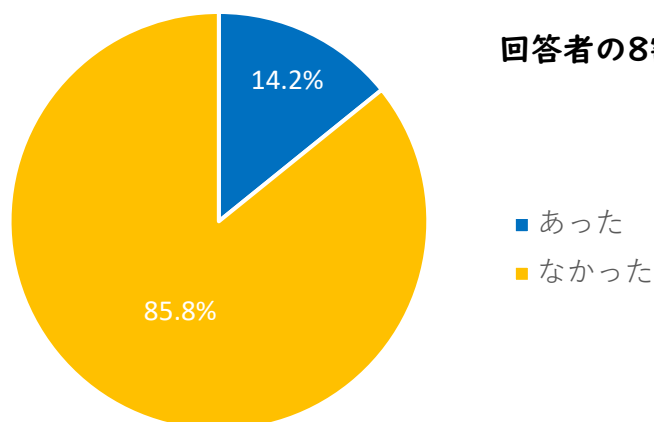
最多回答コメント

・ 500円券、5,000円券

- ・ 500円券（回答数：5）
- ・ 5000円券
- ・ 2000円券、5000円券
- ・ 500円券など千円未満。沖縄そばなどの昼食は千円までいかないことが多いので。
- ・ 利用する方がいなかった
- ・ 5000円券があれば高額利用者の場合かさばらなかった
- ・ 3000円券、5000円券
- ・ 500円の金券があった方がお客様は利用しやすいのかなとは思いました
- ・ 1000円券で丁度いい
- ・ 5000円券
- ・ 5000円券があると数えやすいし間違えない
- ・ 3000円券や5000円券があれば良かった
- ・ 5000円券があっても良かった
- ・ 紙の食事券はいらなかった
- ・ 10000円券があればよい

①-8. アンケート調査

8. Go To Eatキャンペーンおきなわ（紙・電子）食事券を利用されたお客様から、何かクレームはありましたか。



回答者の8割以上がクレームはなかったと回答した。

Q8	選択項目	回答数	割合 (%)
1	あった	21	14.2
2	なかった	127	85.8
	総計	148	100.0

回答数：21

最多回答コメント

- ・利用期間が認知されていない
- ・テイクアウトのみに対するクレーム

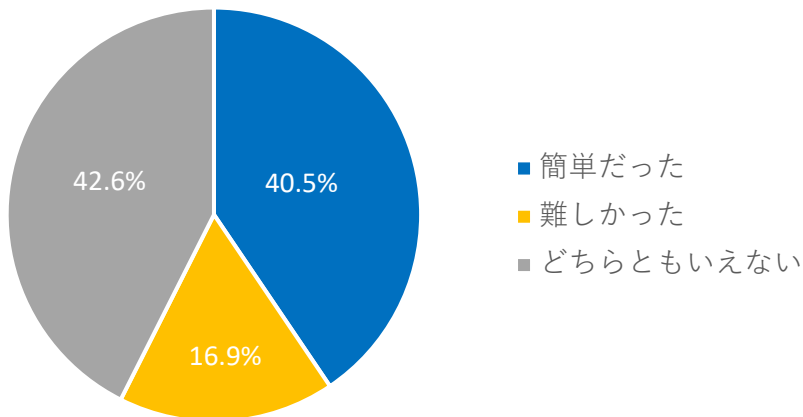
■ 8-1 「1.あった」の場合、どのようなクレームがありましたか。
（例：お釣りが出ないこと 等）※自由回答

- ・ お釣りがでない。電子の使い方がわかりにくい
- ・ 初期は、持ち帰りに使用できなかったの、クレームよりとても残念がってた
- ・ お釣りがでないこと
- ・ 期間が短いから早く使わないとならない返金も出来ない
- ・ 弊社が行列ができるお店でフライト時間が間に合わずに電子キャンセルができないためクレームが来ました
- ・ 使用期間の認知があまりしれてなかった
- ・ 使えない期間に、なぜ、使えないのか？ など
- ・ 延長に延長でルールが分からなくなった。（認証店と非認証店の使用方法）
- ・ 使える店が少ない、紙と電子で分かりにくい、など。
- ・ 有効期限、使える／使えない期間がありすぎる(制限)
- ・ R4年4月の時点で経済動かしなら、goto食事券も制限しなければいいのにね。と言われるお客様が多数いました。
- ・ 再開して最後短い。
- ・ 電子クーポンはお客様が理解されていないので、ホテルスタッフに依頼されることが多くお断りしてご自身で操作していただいたのですが結局スタッフがつきっきりで一つずつ操作をお伝えしていたら苛立ちから様々な文句を言われました
- ・ 購入の仕方が分かりづらい。
- ・ 使えない期間、テイクアウトのみなど、購入後に変化されても困る。それなら買わなかった。とのこと。
- ・ 使えるお店が少ない
- ・ まん防期間中のテイクアウトのみの使用をお願いしても、反発するお客様がいたこと
- ・ コロナにてテイクアウトのみ利用可能でしたが、そこを認識しておらず、「使えません」と答えたら怒られました。ちゃんと表記するようにと、小さい字では表記してあるんですが、「見えない」とまた怒られました。
- ・ 利用制限（テイクアウト限定のみの、期間等）
- ・ 店にネットをひいてないので、電子がなかなか接続できず、みんなあたふたわからずに、使うことができなかった。お客様にご迷惑かけた。
- ・ コロナ感染者が増え、GOTOEATがストップしてしまい、どこで使えばよいか相談を受けた。

①-9. アンケート調査

9. Go To Eatキャンペーンおきなわの加盟店申請方法はどうでしたか。

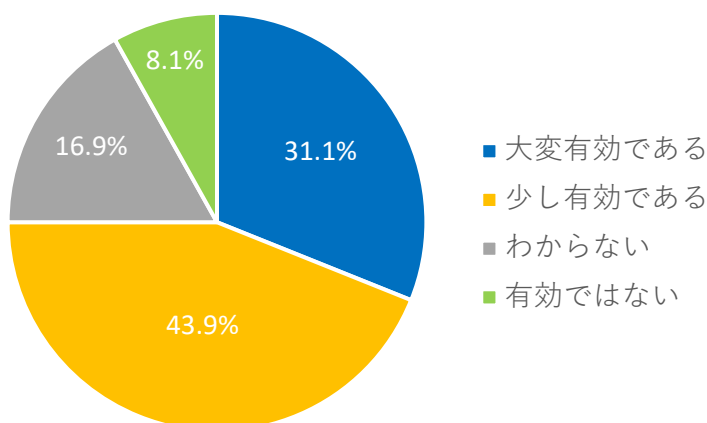
「簡単だった」「どちらともいえない」が同様の結果で4割を占める結果となった。



Q9	選択項目	回答数	割合 (%)
1	簡単だった	60	40.5
2	難しかった	25	16.9
3	どちらともいえない	63	42.6
	総計	148	100.0

10. Go To Eatキャンペーンおきなわは新型コロナウイルス感染症拡大による事業者皆様の経営環境悪化の状況を踏まえ、需要喚起を目的に実施しましたが、有効な方法だと思いますか。

回答者の75.0%は「有効である」と回答した。



Q10	選択項目	回答数	割合 (%)
1	大変有効である	46	31.1
2	少し有効である	65	43.9
3	わからない	25	16.9
4	有効ではない	12	8.1
	総計	148	100.0

①-10. アンケート調査

11. 「問10.」についてそれ以外の方法で、希望する事業支援はありますか。
 (例：支援金の配布 等) ※自由回答

回答数: 61

最多回答コメント

・支援金の配布

- ・ 直接の支援金の配布 (回答数: 25)
- ・ 地域振興券のような商品券を沖縄全世帯へ配布
- ・ 家賃、電気料金の補助
- ・ 電気・ガス・水道料金、食材&飲料すべてが価格高騰しており、その辺の支援があると助かります。
- ・ 購入の場所や使用できるお店が、はっきりしてないし
- ・ 特にありません
- ・ プレミアム額を増やす
- ・ 感染症対策費用補助をもう少し簡潔な方法で配布してほしい。
- ・ コロナ3年で生活が変わり外食が激減してます。今こそ協力金などの支援が必須。各市町村によってプレミアム商品券というのは考えるべきだと思う。金のない市町村はやりたくてもできない
- ・ 事業所規模に応じた支援金配布
- ・ せっかくキャンペーンで来てくれた方が快適に過ごせるために使える支援金
- ・ もっとキャンペーンをしてほしい。
- ・ 使用しなかった場合 (出来なかった) の救済措置など
- ・ 支援金の配布等でもいいが、やはりお客さんが来ないことには活気も生まれないのでキャンペーンはとても有効であったと思います
- ・ 特になし
- ・ 閑散期にして欲しかった
- ・ コロナ禍より、現在のアフターコロナ時での消費者支援が望ましいと思う。客数は戻りつつあるが、かなり客単価が落ちてきている
- ・ 各家庭に飲食店もしくはどこでも利用できる商品券の配布 (貯金に回らず経済効果が見込めると思う)
- ・ 減税
- ・ インバウンド規制緩和
- ・ 県民に行動自粛を求めるなら、支援金は出して欲しい。物価高等で営業がかなり厳しい状態。今ニュースで第8波が騒がれているがここで沖縄県もまた県民に行動自粛を呼びかけた時はお店を閉めなければいけない状況になる可能性が高くなる。もっと地域住民を対象としている店舗の事も考えて欲しい。観光客だけの店はいいかもしれないがそれ以外の店もある事を知って欲しい
- ・ もっと平等な支援が良い
- ・ 支援金の支給額を増やしてほしい。
- ・ 飲食店だけでなく飲食材料を取り扱う業者様も支援できる事業
- ・ まずは、利用制限 (人数制限、時間制限など) の「完全撤廃」。特に沖縄県職員。「暗黙の了解」という名の飲みに行くなよっていう上司からの圧がハンパない。パワハラだよ。ね。っていう声があります。県職員が完全撤廃で出かけられるようにならないと、他の公務員、銀行員、企業の動きがかなりにぶい。支援金の配布があればさらにありがたい。
- ・ 新たな支援事業

①-11. アンケート調査

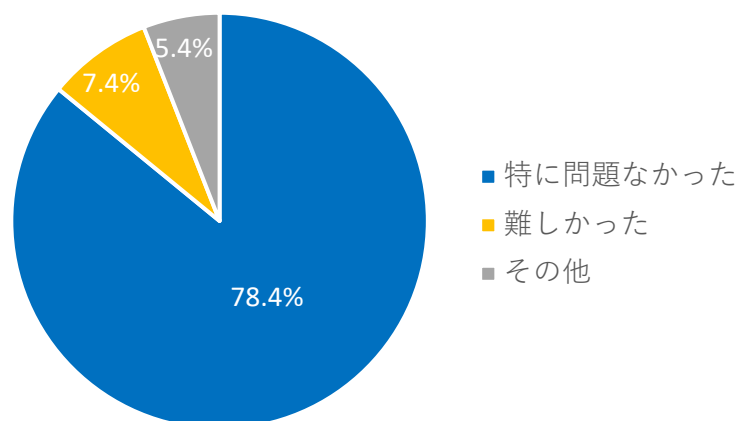
11. 「問10.」についてそれ以外の方法で、希望する事業支援はありますか。

（例：支援金の配布 等）※自由回答

- ・ 支援金配布難しければ感染対策物品（アルコール消毒液など）直接配布
- ・ 家飲み慣れたのか以前の入客にはまだ遠い。コロナ前の売り上げに対しての支援金があてほしい。
- ・ 消費者へクーポン券（金券）配布
- ・ コロナの影響で休業を繰り返していた為、やはり店舗ごとの支援金をもっと充実させてほしい。
- ・ 宿泊施設を絡めたクーポン
- ・ 食事券を保管したり、そのために労力、人件費を倍に使う。そのため通常現金でのお客様へ、もっと簡易的に、例えばQRコードのシールひとつで(PayPayのように)お支払できるのが良いと思う。お店に負担もかからずお客様も簡単。電子機械とか紙とかコストかかりすぎ。
- ・ 観光客に対する更なる旅行支援
- ・ 過去の売り上げに応じた支援金の配布
- ・ コロナ収束までの資金援助
- ・ 協力金をちゃんと店舗を締めていたのになかったのどうにかしてほしい

12. 電子食事券対応加盟店舗様へお伺いたします。Go To Eatキャンペーンおきなわ（電子食事券）について、使い勝手はいかがでしたでしょうか。

回答者の78.4%は「特に問題なかった」と回答。



Q12-1	選択項目	回答数	割合 (%)
1	特に問題なかった	116	78.4
2	難しかった	11	7.4
3	その他	8	5.4
	総計	135	91.2

■ 12-1. 「3.その他」の場合、使い勝手はいかがでしたか。 ※自由回答

回答数: 8

- ・ 知り合いや他のお客様はテレビ等では見るがあまり理解してなかった
- ・ なぜ沖縄銀行なのか疑問
- ・ おきぎんスターペイ限定なのがいまいちでした。
- ・ 残高不足の場合、2回に分けて会計する必要があるのが手間 追加購入したら合算しても良いかと
- ・ 利用するお客様が理解されていない方が多かったので使い勝手が良いとは言えない。
- ・ 同一人物がいくつも買っているのに、額面が別れてるから、QRを複数に分けて読み込まないといけな
- ・ いのがとてもめんどくさかった。追加購入なら、金額合算で良いのではないかと
- ・ レジスペースが狭い店舗なので、決済端末が大きすぎた。
- ・ バッテリーの持ちが悪かった。

①-12. アンケート調査

13. 紙食事券のみ対応加盟店舗様にお伺いいたします。電子食事券を導入しなかった、できなかった要因をご記入ください。 ※自由回答

回答数：14

- ・ 末端機器の設置、取り扱い、操作方法を含め、現状の業務に多少の混乱を招く恐れがあった
- ・ わかりづらい
- ・ 導入の手続きが煩雑
- ・ 申請時に電子クーポン対応の機器を準備する事ができなかった。
- ・ スタッフ不足で対応が難しかった。
- ・ 面倒に感じた
- ・ 電子マネー等をあつかったことがないので 使い勝手等に不安があった
- ・ 外国人のスタッフへの説明が難しい。参画事業者に端末の配布を行っていたら電子も導入していたと思う。
- ・ 従業員数を最小限にしている事と、電子の扱いに不安があったため
- ・ Wi-Fi機器の不良
- ・ NET環境の整備
- ・ 難しかった
- ・ 設備の対応ができなかった。
- ・ 大人2人と学生バイトなのですが、大人がSNS関係にうとくて対応出来ないと困るので導入しませんでした。

最多回答コメント

- ・ 導入の手続きが面倒
- ・ 電子端末の扱いが不安

14. その他ご意見、ご感想等ございましたら自由にご記入ください。 ※自由回答

回答数：48

最多回答コメント

- ・ 事務局からの制限とお客様との板挟みになることが辛かった
- ・ コロナ禍ではなくアフターコロナの実施してほしい
- ・ またキャンペーンを実施してほしい、再開してほしい

- ・ 県外への訴求をもっと予算を使ってやるべきと思いました。初めての来沖者や久しぶりの来沖者はほとんど知らず、しょっちゅう来沖されてる人の利用が大半の感じがしました。
- ・ 紙食事券の最後の換金の締め切りの期日が早かったため、4,000円分換金してもらえませんでした。お電話しましたが対応してもらえず残念です。それがあったためせっかく導入しましたが利益につながったとはいいがたいです。
- ・ 更なるキャンペーン実施をお願い致します
- ・ 期間が利用停止、延長等のためポスターや返信封筒の利用期限切れ等、廃棄した量が多くてもったいなく感じた
- ・ コロナ関連の対策でいろいろとあって、正直わけわからなかった(あくまでいちスタッフとしての意見です)
- ・ 本土に比べてキャンペーンを知らない方や購入方法を知らない人が多い
- ・ コロナ禍での感染防止とあったが、あまりにも感染拡大中の企画だったので、店内にいれることができなかったが、利用者は店内で使用する人は一人としていなかった、テイクアウトのお客様が、2~3名くらいしかいなかった。当店の知名度の問題かもしれないが、効果は一切なかった。残念です。
- ・ 最終換金締切が早かったと思います。集計後、郵送なので
- ・ 何をするのも遅い。短い。振込も遅すぎる。個人事業は早く現金が欲しいのに何日経過しての振込なのか!また金額が何度かに分けられるなどもあり非常にやり方が悪過ぎる
- ・ 年に1度でもいいからこのようなキャンペーンをしていただけたら、経済活性になるのかなと思います。
- ・ 長い期間サポートいただきありがとうございました。

①-13. アンケート調査

- ・ 期間が伸びたり、途中使えないなど、感染状況に応じてではあるが分かりにくかった。
- ・ GOTOイートの名前がグルメサイトでも別物であったためお店もお客様も混乱した。
- ・ 換金頻度が多すぎてもう紙ではやりたくない
- ・ 県内内需を高める為にも、今だからやるべき、是非再開してほしい
- ・ 換金期限に間に合わず7,000円が消えた
- ・ 深く検討がされないまま見切り発車した感が強く、本来支援されるべき者にメリットがない愚策であると感じた。
- ・ 集客の一部としてではなく、導入した店舗への特典も欲しいところ。資金を出してコロナ対策をして感染防止認証店を取得しているのもメリットが欲しかった。
- ・ 是非また実施してほしいと思います。ありがとうございました。
- ・ 紙食事券は書面記入があり、面倒だった
- ・ コロナ禍の中、店舗を救う貴重なキャンペーンでした。ありがとうございました。
- ・ 何度も中断したことであまり盛り上がらないまま終わってしまったと感じています
- ・ このような状況になるとは思いもしなかった中、様々な支援や対策を国を上げて取り組んでいただき感謝いたします。この事業に関わられた全ての方々ありがとうございました。
- ・ お客様が電子の利用の仕方が分からず、スタッフに電子の取得から操作させたので、混雑時に対応が困った（回答数：3）
- ・ 営業環境が整う迄の支援及び旅行者支援が必要です。
- ・ 電子クーポンの残高が足りず、レジ前で電子クーポンを取得し始めて他のお客様を待たせてしまった
- ・ 支払い時に電子クーポンの残高が足りずレジ前で取得作業を始めたので、レジ前が混雑した
- ・ 精算時に電子クーポンの残高が足りずにその場で取得し始めた。その為、レジが混雑した
- ・ お客様から電子クーポンの取り方をよく聞かれた。電子クーポンの取得方法をもう少し簡単にしたい
- ・ お客様から電子クーポンの取得方法についてよく質問された、もう少し取得方法を簡単にしたい。
- ・ お客様から電子クーポンの取得についてよく質問があった。取得方法を簡単にしたい。
- ・ 終了後の回収期間が短くてお金が受け取れませんでした。とても残念でした。
- ・ 上でも書きましたが、利用制限（人数制限、時間制限など）の「完全撤廃」。特に沖縄県職員。「暗黙の了解」という名の飲みに行くなよっていう上司からの圧がハンパない。パワハラだよね。っていう声があります。県職員が完全撤廃で出かけられるようにならないと、他の公務員、銀行員、企業の動きがかなりにぶい。支援金の配布があればさらにありがたい。
- ・ 今後も紙のみでも対応して頂ければ参加したいです。
- ・ StarPay端末を導入するのが手間でした（申込～登録～返却）。それほどの利用回数でもないのに、わざわざ端末を入れることで、他のところにコストがかかっているのではと心配になります。また、利用制限の度重なる延長で、店内飲食で使える機会が大幅に減ってしまったのは残念でした。クレーム欄にも書かせて頂きましたが、利用制限はあくまでお願いであり、強制力は無いとお客様に反発されることもあり、事務局に問い合わせても、あくまでお願いベースで利用を制限してほしいとの回答だったので、お客様と板挟みになるケースがあって辛かったです。
- ・ 食券を事前購入する食堂の店舗での導入が出来なかった。
- ・ ホームページ上での店舗検索が後から登録された店舗から出てくるので、先に登録した店舗からの表示にして欲しいと思いました！
- ・ GO TO EAT第2弾で外食するお客様を増やしたい。
- ・ また当キャンペーンを行ってほしいです。
- ・ 感染防止の目的で行うのであれば、感染防止店とそれ以外をしっかりと差別化して、事業を実施してほしい。結果的に、感染防止していない店舗の宣伝を行っているように感じた。
- ・ 電子の読み取りを専用の端末ではなく、App等で取得可能にしてみたいです。
- ・ 特になし
- ・ 次回もGOTOEATキャンペーンをやってほしいです。
- ・ お陰様で県内活気がでております。来年もこの企画を更に広げて取り組みをお願いします。
- ・ もっと簡単な方法じゃないと年をとった人は使いにくいと思いました。基本30代までの人しか使用していない気がします。

11. 所感

（1）実施体制

- ・沖縄県では総務省がまとめている経済センサスの人口1,000人あたりの飲食店の数が全国でも高い数字であることから、沖縄県商工会連合会や商工会議所を構成員として幅広く告知できる体制を構築し、沖縄県内の飲食店登録件数4,000店を目標に新規加盟店の登録を促進してきましたが、食事券の利用は紙クーポンと電子クーポンの両方を登録条件としたことが影響し、2,413店舗となる。

（2）食事券の発行、販売、回収

- ・食事券の発行では、全国でも珍しい紙クーポン（ファミリーマート）と電子クーポン（沖縄銀行）を併用することで新型コロナウイルス感染防止対策を講じて、消費者の安心・安全につながる取り組みを行いました。が、複雑な購入方法や沖縄県独自の緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が続いたことで、想定以上の販売実績を残すことが出来なかったが、デジタル技術活用促進の一助となる取り組みであったと考える。
（紙クーポン販売冊数95,104冊、電子クーポン販売冊数108,321冊）

（3）食事券の使用、回収後の飲食店への代金の振込

- ・食事券の回収後の飲食店への換金では、紙クーポンはマインドシフト（22年1月よりディーアイ・ネクストへ事業譲渡）、電子クーポンは沖縄銀行が換金業務を担い、遅延なく円滑な代金の振込みが行えた。換金ターム（期間）についても、飲食店からのクレームはなく、運転資金確保の観点からも貢献ができたと考える。

（4）実績確認監査等事業者への報告、（5）相談窓口・申請案内等事業者との連携

- ・相談窓口・申請案内等事業者（博報堂）との連携は問題なく図れたが、実績確認監査等事業者（EY）が指定したクラウドストレージ（Azure Storage）での実績報告・管理は容易ではなく、事務局業務の負担となった。

（6）飲食店の新規加盟促進

- ・前述（1）実施体制で記載の通り、4,000店を目標に沖縄県飲食業生活衛生同業組合を始めとした団体からの加盟促進を積極的に行い、目標達成率60%と一定数の成果は上げられたと考える。

（7）消費者の利用促進

- ・沖縄県は、隣接している県等がある他都道府県とは異なる地理的特性のため、消費者の食事券を購入する購買意欲や利用できる飲食店の表示方法を工夫（料理画像を差込み）し、公式ホームページの充実を図った。また、地元新聞社（琉球新聞社、沖縄タイムス社）での露出を多くすることで、沖縄県民向けの利用促進を意識して取り組んだ。

（8）不正防止対策

- ・一部の飲食店による自己取引が発生し事務局での対応に苦慮したが、事務局内での電子クーポンの利用実績をチェックする体制を構築していたことで自己取引の事象を発見し、未然に不正防止をすることができた。

（9）問合せ対応

- ・コールセンター開設当初はオペレーターの教育やキャンペーンの告知が浸透していないことで多少の混乱は生じたが、時間経過とともにスムーズなオペレーションができた。

（10）総評

- ・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が繰り返され行われた中で、沖縄県との連携や事務局として食事券販売・利用促進の提案を積極的に行い、円滑な事業運営に努めましたが、コロナ渦中でのキャンペーンの観点では改善の余地がある施策だったと思います。



<キャンペーンロゴ>

<受託業者>

Go To Eatキャンペーンおきなわ共同事業体

<代表者> 株式会社JTB沖縄

〒900-0029 沖縄県那覇市旭町112番地1

TEL:098-861-5539／FAX:098-869-3424

<構成員>

株式会社沖縄銀行

株式会社沖縄ファミリーマート

沖縄県商工会連合会

那覇商工会議所

浦添商工会議所

沖縄県商工会議所

宮古島商工会議所