

<ジーコム独自調査レポート No.142>

# Go To キャンペーンの利用率

福岡県居住者の「Go To キャンペーンの利用」に関する調査

2020年11月

# 調査概要

## 1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

## 2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

## 3. 調査時期

2020年11月13日（金）～11月20日（金）

## 4. 調査規模

511サンプル

### 【標本構成】

■性	件数	構成比 (%)
男性	225	44.0
女性	286	56.0
全体	511	100.0

■年代	件数	構成比 (%)
20代	37	7.2
30代	100	19.6
40代	97	19.0
50代	98	19.2
60代	117	22.9
70代以上	62	12.1
全体	511	100.0

■居住地	件数	構成比 (%)
福岡市内	281	55.0
市外都市圏	112	21.9
その他福岡県	118	23.1
全体	511	100.0

■ライフステージ	件数	構成比 (%)
未婚	125	24.5
既婚・子どもなし	55	10.8
既婚・子どもが小学生以下	103	20.2
既婚・子どもが中学生以上で扶養	64	12.5
既婚・子育て終了	164	32.1
全体	511	100.0

■職業	件数	構成比 (%)
会社員	145	28.4
公務員	14	2.7
団体職員・病院勤務	12	2.3
経営者・会社役員	10	2.0
派遣社員・契約社員	35	6.8
商工自営	23	4.5
農林漁業	0	0.0
自由業	13	2.5
学生	7	1.4
パート・アルバイト	70	13.7
専業主婦（主夫）	119	23.3
無職	62	12.1
その他	1	0.2
全体	511	100.0

### 【報告書の見方】

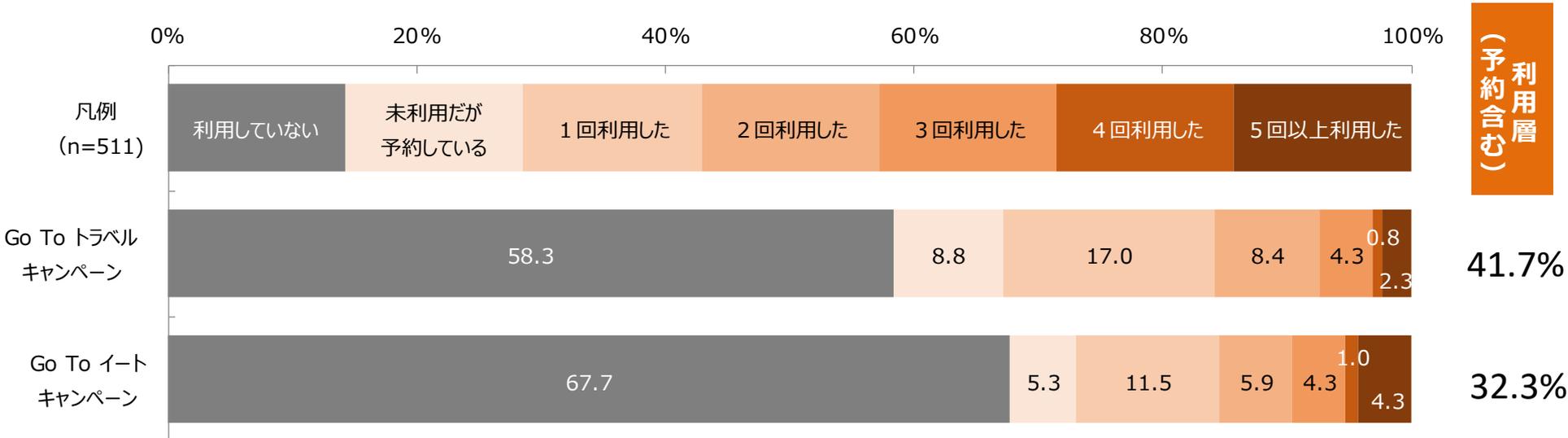
- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

# 1. 「Go To キャンペーン」の利用状況

両キャンペーンともに若年層で利用率が高く、半数近くが利用。

「Go To トラベルキャンペーン」の利用層（予約含む）は41.7%、「Go To イートキャンペーン」の利用層（予約含む）は32.3%である。

◆「Go To キャンペーン」の利用状況【単一回答】



\*「Go To イートキャンペーン」は「プレミアム付き食事券」の利用は除き、「飲食店予約サイト経由のポイント還元」の利用に関してのみ聴取。

\*利用層(予約含む):全体-「利用していない」

- ・性別では、「Go To イートキャンペーン」について、女性は男性に比べて利用層(予約含む)の割合が高い。
- ・年代別では、両キャンペーンともに、20・30代は他の年代に比べて利用層(予約含む)の割合が高い。

◆「Go To キャンペーン」の利用状況【単一回答】

		調査数	利用していない	予約利用していない、 未利用だが、	1 回 利用 した	2 回 利用 した	3 回 利用 した	4 回 利用 した	5 回 以上 利用 した	【%】	【%】 (利用層 予約含む)	
Go To ライト キャンペーン	全体	511	58.3	8.8	17.0	8.4	4.3	0.8	2.3		41.7	
	性別	男性	225	60.0	7.6	16.4	8.4	2.7	0.9	4.0		40.0
		女性	286	57.0	9.8	17.5	8.4	5.6	0.7	1.0		43.0
	年代別	20・30代	137	48.9	13.1	21.9	10.2	5.1	0.7	0.0		51.1
		40・50代	195	61.5	5.6	18.5	6.2	4.6	1.0	2.6		38.5
		60代以上	179	62.0	8.9	11.7	9.5	3.4	0.6	3.9		38.0
Go To イート キャンペーン	全体	511	67.7	5.3	11.5	5.9	4.3	1.0	4.3		32.3	
	性別	男性	225	76.4	3.6	8.0	3.6	3.6	0.4	4.4		23.6
		女性	286	60.8	6.6	14.3	7.7	4.9	1.4	4.2		39.2
	年代別	20・30代	137	54.7	5.8	14.6	9.5	8.8	1.5	5.1		45.3
		40・50代	195	67.2	4.1	10.8	6.2	4.1	1.5	6.2		32.8
		60代以上	179	78.2	6.1	10.1	2.8	1.1	0.0	1.7		21.8

\*「Go To イートキャンペーン」は「プレミアム付き食事券」の利用は除き、「飲食店予約サイト経由のポイント還元」の利用に関してのみ聴取。

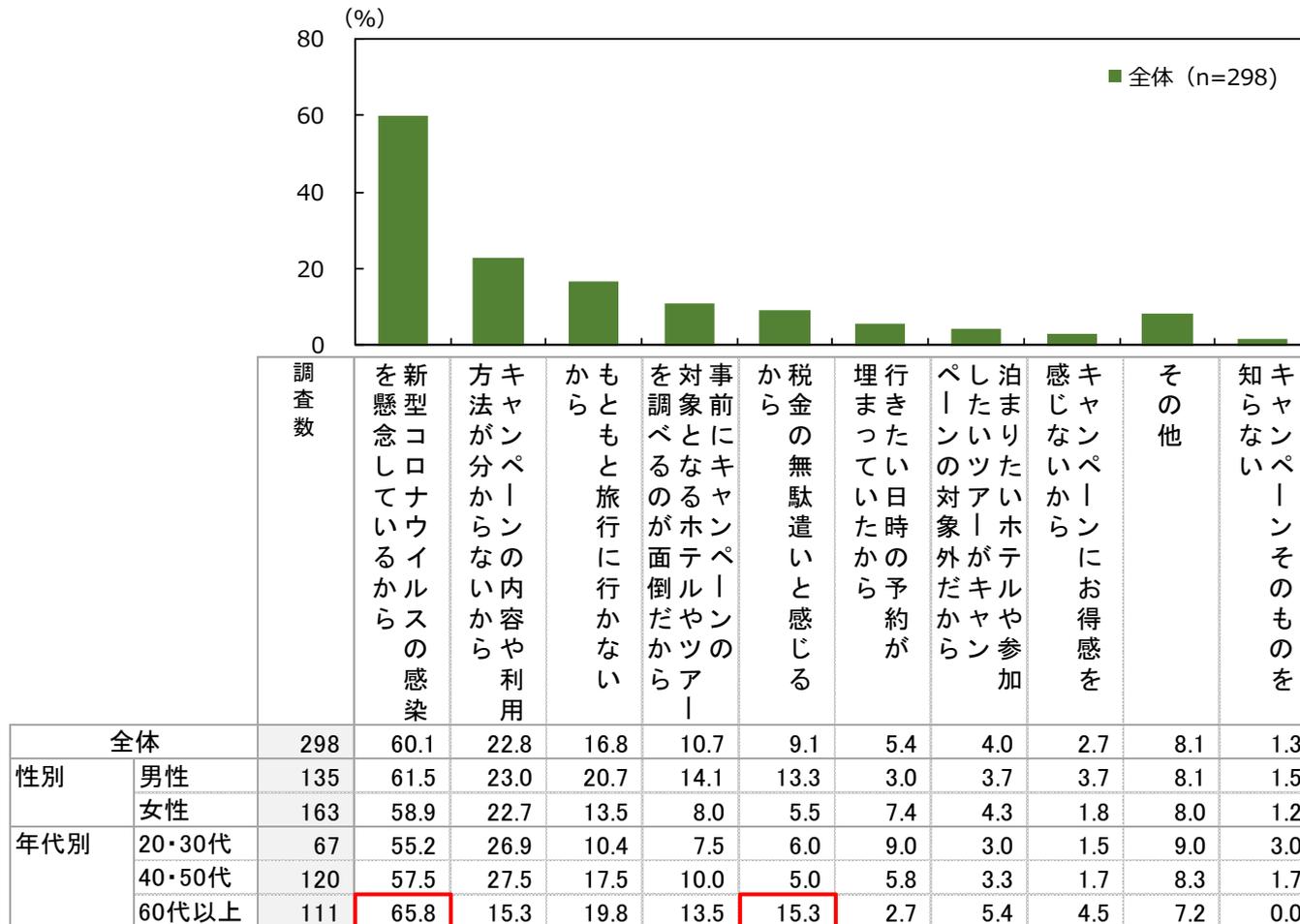
\*利用層(予約含む):全体-「利用していない」

### 「Go To トラベルキャンペーン」未利用の理由は、新型コロナウイルス感染の懸念が突出している。

「Go To トラベルキャンペーン」の未利用理由について、「新型コロナウイルスの感染を懸念しているから」の割合が60.1%で突出して高く、次いで「キャンペーンの内容や利用方法が分からないから」22.8%、「もともと旅行に行かないから」16.8%の順である。

・年代別では、60代以上は他の年代に比べて「新型コロナウイルスの感染を懸念しているから」「税金の無駄遣いと感じるから」の割合がやや高い。

◆「Go To トラベルキャンペーン」を利用しない理由【複数回答】



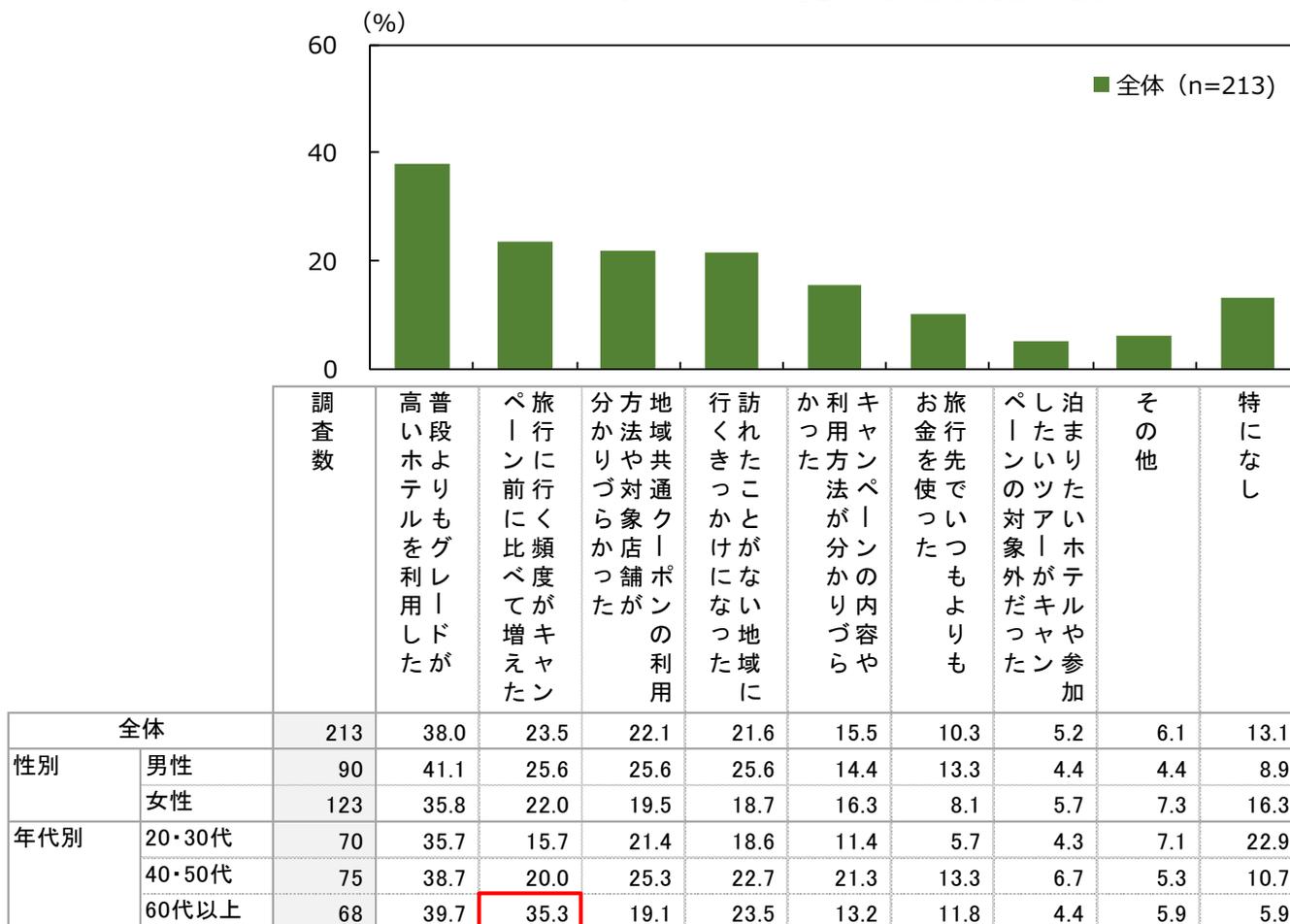


ホテルのグレードアップや旅行頻度増加につながっているものの、地域共通クーポンに対する不満の割合も高い。

「Go To トラベルキャンペーン」を利用した感想について、「普段よりもグレードが高いホテルを利用した」の割合が38.0%で最も高く、次いで「旅行に行く頻度がキャンペーン前に比べて増えた」23.5%、「地域共通クーポンの利用方法や対象店舗が分かりづらかった」22.1%の順である。

・年代別では、60代以上は他の年代に比べて「旅行に行く頻度がキャンペーン前に比べて増えた」の割合が高い。

◆「Go To トラベルキャンペーン」を利用した感想【複数回答】

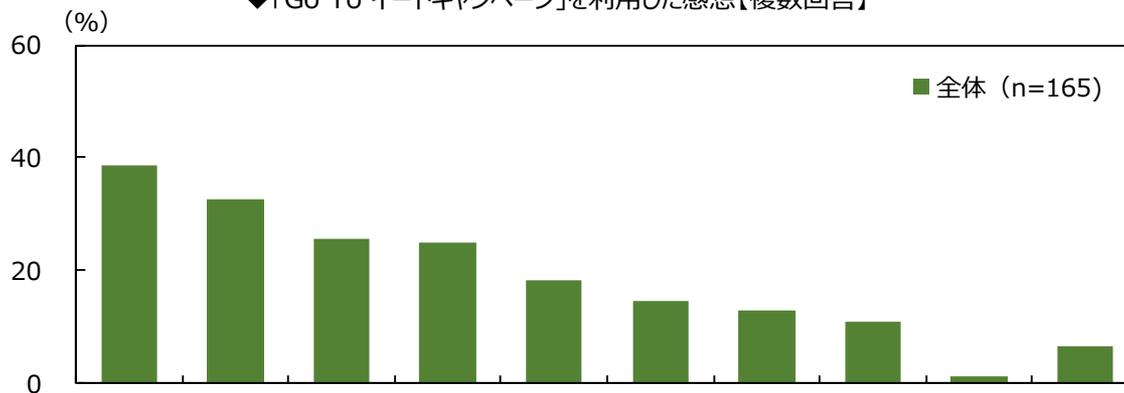


## キャンペーンにより、初めて飲食店を利用するきっかけにつながっている。

「Go To イートキャンペーン」を利用した感想について、「行ったことがない飲食店に行くきっかけになった」の割合が38.8%で最も高く、次いで「飲食店に行く頻度がキャンペーン前に比べて増えた」32.7%、「利用したい飲食店がキャンペーンの対象外だった」25.5%である。

- ・性別では、男性は女性に比べて「普段よりもグレードが高い飲食店を利用した」の割合が高い。
- ・年代別では、40・50代は他の年代に比べて「利用したい飲食店がキャンペーンの対象外だった」「還元されるポイントが利用しづらい」の割合がやや高い。

◆「Go To イートキャンペーン」を利用した感想【複数回答】



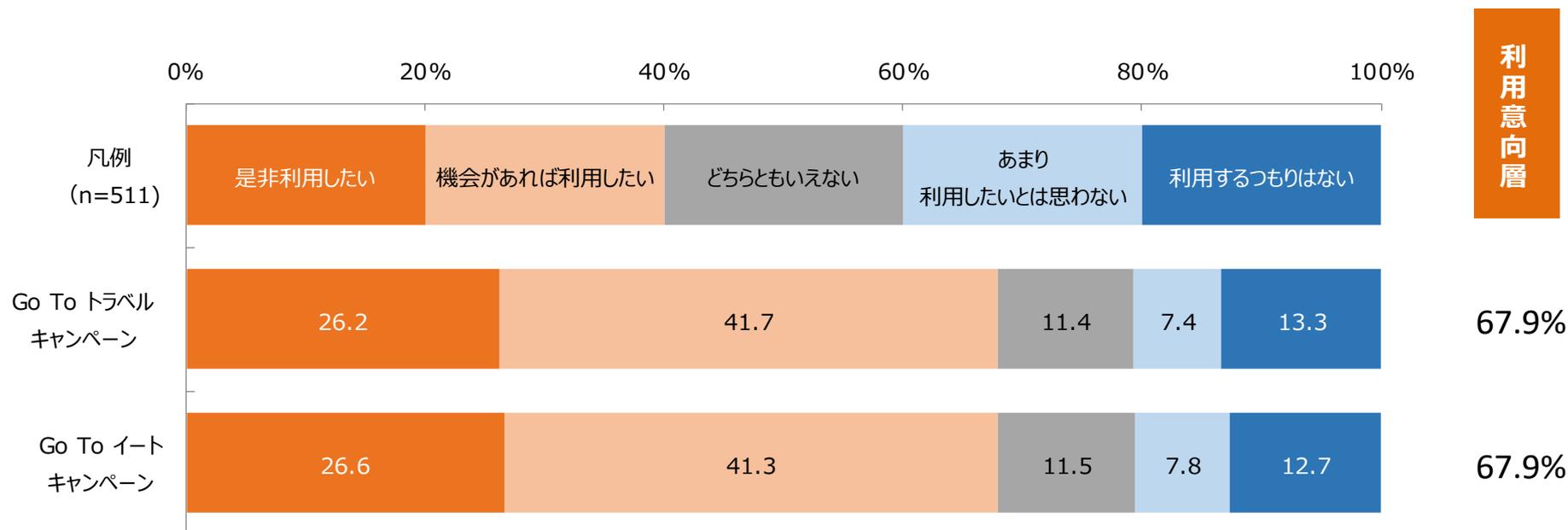
調査数		行ったことがない飲食店に行くきっかけになった	飲食店に行く頻度が増えた	利用したい飲食店がキャンペーンの対象外だった	平日まで利用できるポイントが不安	還元されるポイントが利用しづらい	キャンペーンの方法が分からなかった	普段よりもグレードが高い飲食店を利用した	注文する品数が増えた	その他	特になし	
全体		165	38.8	32.7	25.5	24.8	18.2	14.5	12.7	10.9	1.2	6.7
性別	男性	53	39.6	34.0	28.3	22.6	22.6	18.9	20.8	9.4	1.9	5.7
	女性	112	38.4	32.1	24.1	25.9	16.1	12.5	8.9	11.6	0.9	7.1
年代別	20・30代	62	37.1	33.9	19.4	25.8	14.5	16.1	11.3	16.1	0.0	8.1
	40・50代	64	40.6	35.9	34.4	23.4	26.6	10.9	14.1	9.4	1.6	4.7
	60代以上	39	38.5	25.6	20.5	25.6	10.3	17.9	12.8	5.1	2.6	7.7

## 6. 「Go To キャンペーン」の今後の利用意向

両キャンペーンともに、既利用層の再利用意向は9割を超えており、未利用層も半数が利用意向を持っている。

キャンペーンの今後の利用意向について、「Go To トラベルキャンペーン」「Go To イートキャンペーン」ともに利用意向層は67.9%である。

◆「Go To キャンペーン」の今後の利用意向【単一回答】



\*「Go To イートキャンペーン」は「プレミアム付き食事券」の利用は除き、「飲食店予約サイト経由のポイント還元」の利用に関するのみ聴取。

\*利用意向層:「是非利用したい」+「機会があれば利用したい」

- ・性別では、「Go To イートキャンペーン」について、女性は男性に比べて利用意向層の割合が高い。
- ・年代別では、両キャンペーンともに、20・30代は他の年代に比べて利用意向層の割合が高い。
- ・キャンペーン利用別では、両キャンペーンともに、既利用層は未利用層に比べて利用意向層の割合が高い。

◆「Go To キャンペーン」の今後の利用意向【単一回答】

		調査数	【%】				【%】			
			是非利用したい	機会があれば	どちらともいえない	とあまり利用したい	ない利用するつもりは	利用意向層	非利用意向層	
Go To トラベル キャンペーン	全体	511	26.2	41.7	11.4	7.4	13.3	67.9	20.7	
	性別	男性	225	24.9	38.2	13.3	7.6	16.0	63.1	23.6
		女性	286	27.3	44.4	9.8	7.3	11.2	71.7	18.5
	年代別	20・30代	137	30.7	46.0	9.5	5.1	8.8	76.6	13.9
		40・50代	195	22.1	46.2	11.8	6.2	13.8	68.2	20.0
		60代以上	179	27.4	33.5	12.3	10.6	16.2	60.9	26.8
	「Go To トラベルキャンペーン」利用別	既利用層	213	51.2	45.1	2.3	0.9	0.5	96.2	1.4
		未利用層	298	8.4	39.3	17.8	12.1	22.5	47.7	34.6
	Go To イート キャンペーン	全体	511	26.6	41.3	11.5	7.8	12.7	67.9	20.5
		性別	男性	225	19.1	41.3	12.9	12.0	14.7	60.4
女性			286	32.5	41.3	10.5	4.5	11.2	73.8	15.7
年代別		20・30代	137	34.3	43.8	7.3	5.8	8.8	78.1	14.6
		40・50代	195	28.7	43.1	10.3	5.1	12.8	71.8	17.9
		60代以上	179	18.4	37.4	16.2	12.3	15.6	55.9	27.9
「Go To イートキャンペーン」利用別		既利用層	165	56.4	37.6	4.2	0.6	1.2	93.9	1.8
		未利用層	346	12.4	43.1	15.0	11.3	18.2	55.5	29.5

\*「Go To イートキャンペーン」は「プレミアム付き食事券」の利用は除き、「飲食店予約サイト経由のポイント還元」の利用に関するのみ聴取。

\*利用意向層:「是非利用したい」+「機会があれば利用したい」

\*非利用意向層:「利用するつもりはない」+「あまり利用したいとは思わない」

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4丁目1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221

FAX 092-761-0228

URL : <https://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail : [inq@gcom-net.co.jp](mailto:inq@gcom-net.co.jp)