

GOOD UP FUKUOKA

参加店アンケート

【対象】 参加店舗639店（任意）

【回答者】 99店舗（回答率15.5%）

【実施期間】 2021年1月16日（月）～29日（金）

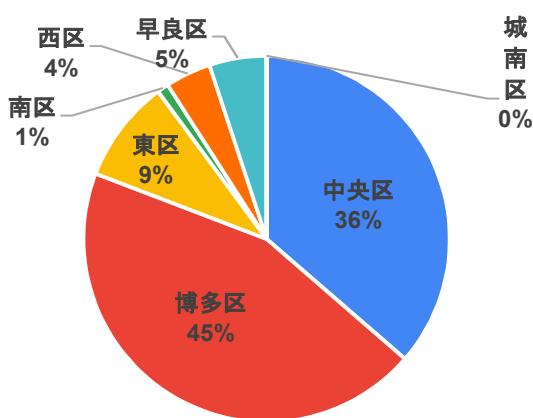


GOOD UP FUKUOKA参加店アンケート

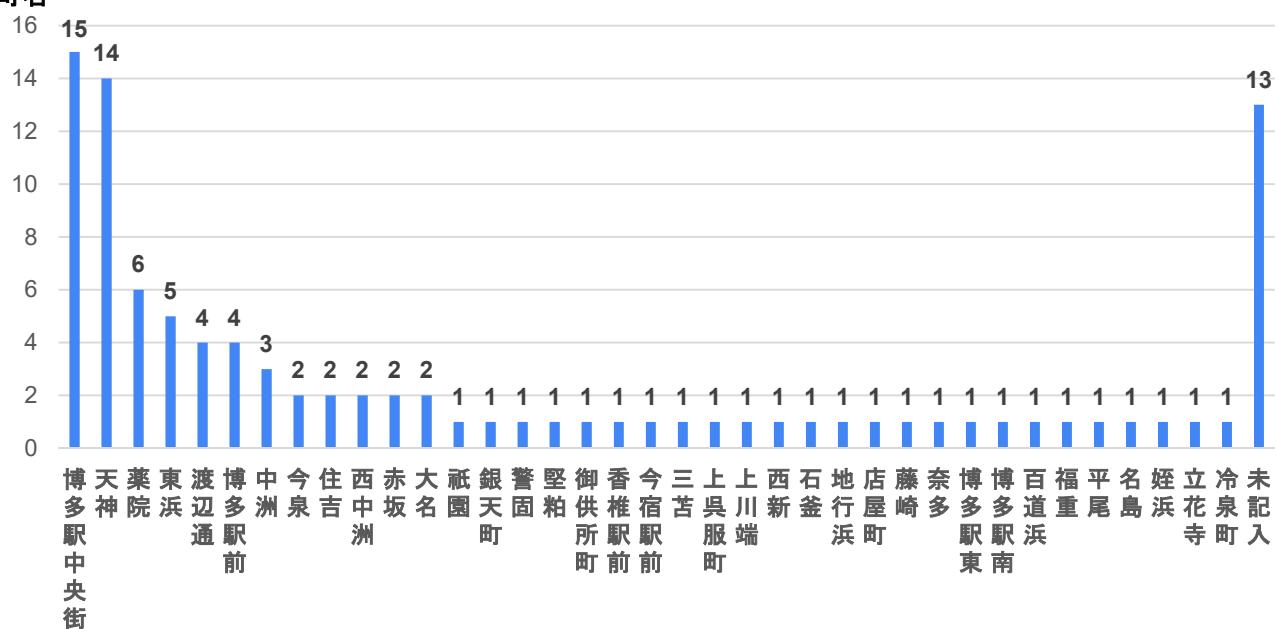
回答者情報

■店舗所在地

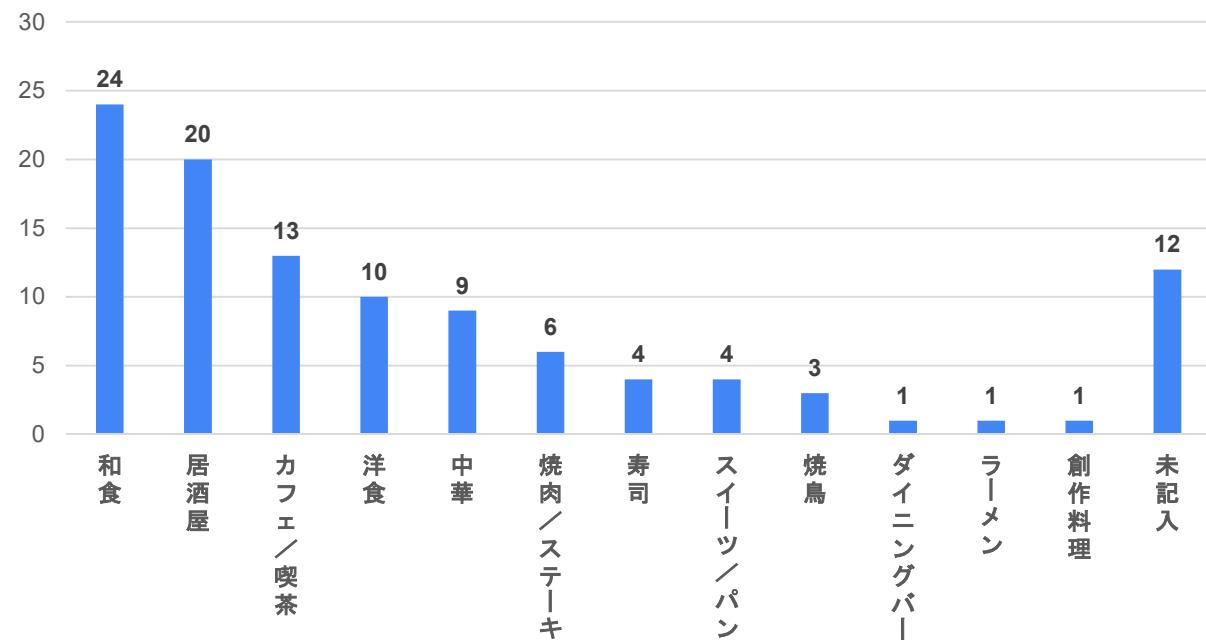
	回答数	構成比(%)
中央区	36	36.4
博多区	44	44.4
東区	9	9.1
南区	1	1.0
西区	4	4.0
早良区	5	5.1
城南区	0	0.0
合計	99	100



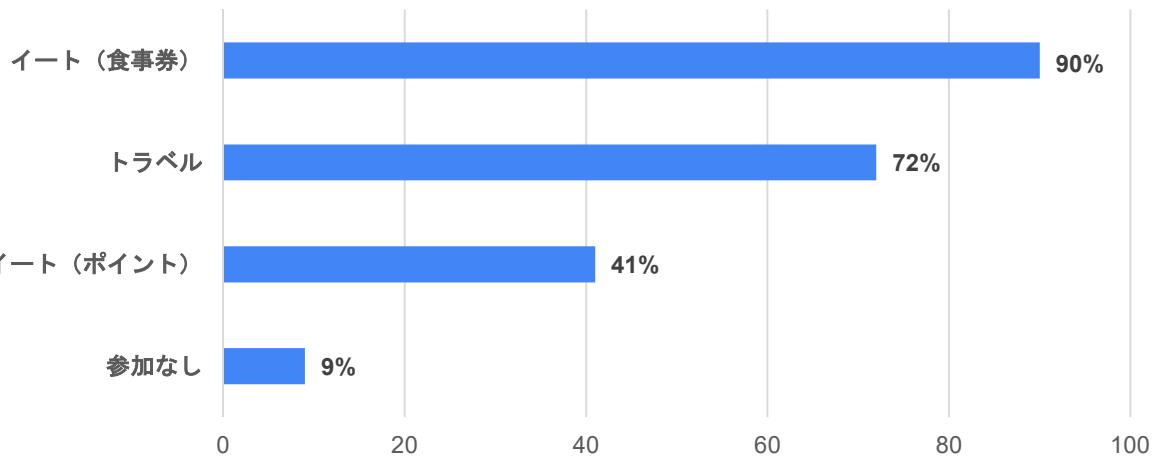
■町名



■ジャンル※複数選択可



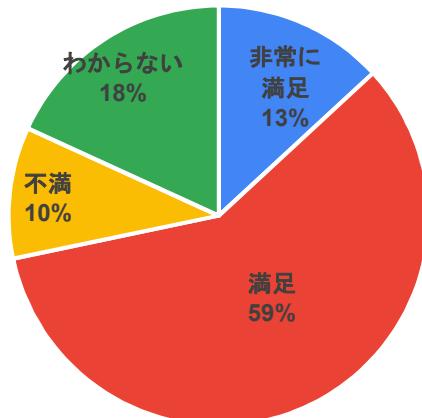
■Go Toキャンペーンの参加有無 ※複数選択可



GOOD UP FUKUOKAにつきまして

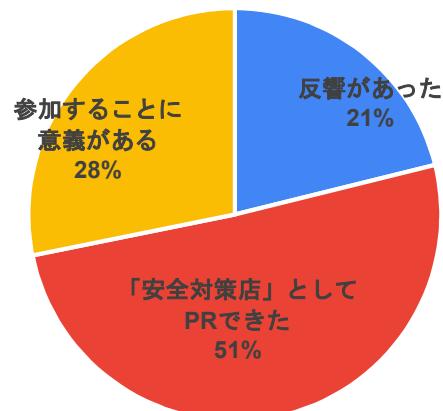
Q1.本プロジェクトの満足度を教えてください。

	回答数	構成比
非常に満足	13	13.1
満足	58	58.6
不満	10	10.1
わからない	18	18.2
合計	99	100.0



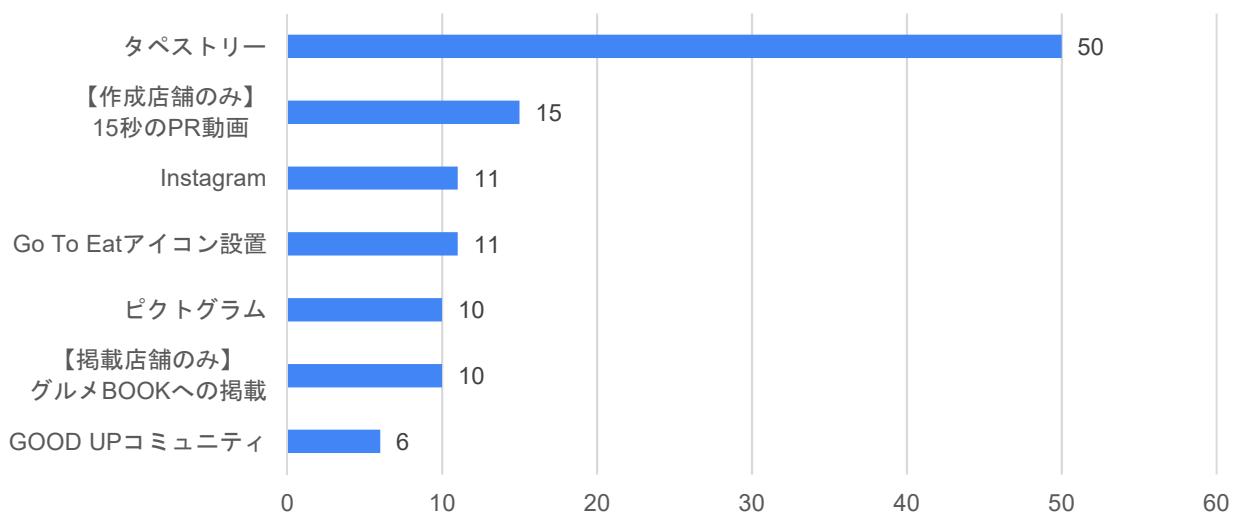
Q2. (Q1で「非常に満足」または「満足」と回答された方のみ) その理由をお聞かせください。

	回答数	構成比
反響があった	15	15.2
「安全対策店」としてPRできた	36	36.4
参加することに意義がある	20	20.2
合計	71	71.7



Q3. (Q1で「非常に満足」または「満足」と回答された方のみ) 本プロジェクトでよかったですツール・サービスを教えてください。※複数回答可

	回答数
タペストリー	50
ピクトグラム	10
Instagram	11
GOOD UPコミュニティ	6
Go To Eatアイコン設置	11
【作成店舗のみ】15秒のPR動画	15
【掲載店舗のみ】グルメBOOKへの掲載	10



Q4.具体的なエピソードやご意見等ありましたらご記入ください。

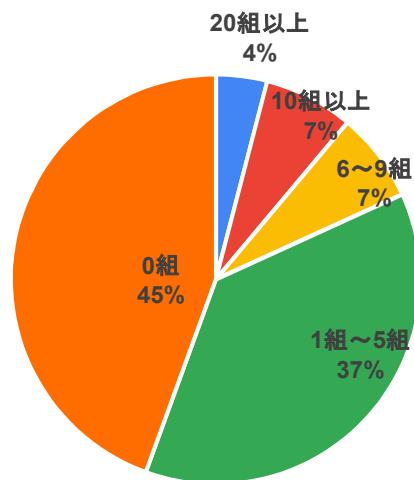
- ・複数のお客様よりグルメBOOKを見たとのお声がありました。
- ・お客様に安全に食事して頂ける店とPR出来た。
- ・赤く目立つタペストリーが良かった。
- ・インスタの動画で店舗紹介は良かった。目に留まった。
- ・動画を見て来客された方や常連さんとお話するネタにもなりました。
- ・のぼりPOPなど、店舗の大きさもあるので、セットで少なくともあった方が良かったです。
- ・まずは安心できることが最優先だと思う。
- ・PR動画を活用することが出来たのが良かった。
- ・やることは素晴らしいがたかったけど、手続きが大変だった。

Q5. (Q1で「不満」と回答された方のみ) その理由をお聞かせください。

- ・あまり集客には、結び付かなかったです。
- ・反応がほぼ無かったです。周知不足。
- ・軽飲食の店にはあまり意味がない。
- ・グッドアップ福岡はあまり浸透しなかったと思われる。画面を表示するのは使いにくかったのかもしれません。
- ・GOOD UP FUKUOKAのことを知らない方しかいない。利用者が0だった。安全対策実施の基準が低く、どのお店もできるのでは?と疑問である。

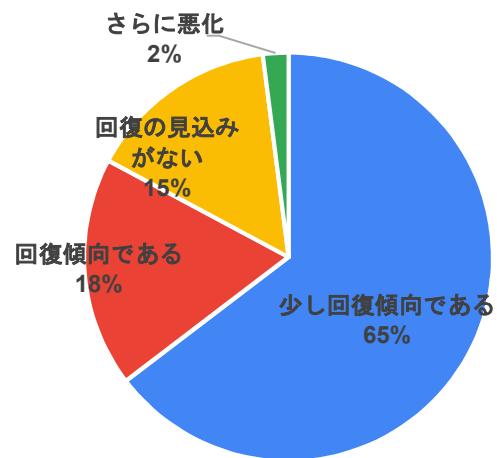
Q6.GOOD UP特典利用者数についてお聞かせください（月平均）

	回答数	構成比
20組以上	4	4.0
10組以上	7	7.1
6~9組	7	7.1
1組~5組	37	37.4
0組	44	44.4
合計	99	100.0



Q7.緊急事態宣言中（4・5月頃）と比較して、第三波前（2020年10月）の売上状況をお聞かせください。

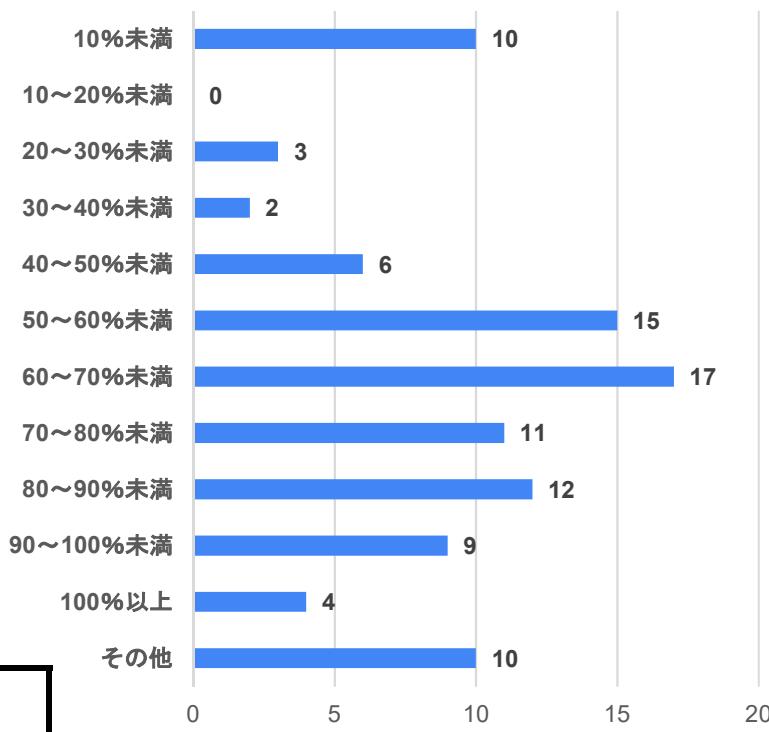
	回答数	構成比
少し回復傾向である	64	64.6
回復傾向である	18	18.2
回復の見込みがない	15	15.2
さらに悪化	2	2.0
合計	99	100.0



Q8.前年同月比の約何%ですか？

【第三波前 ※2020年10月】

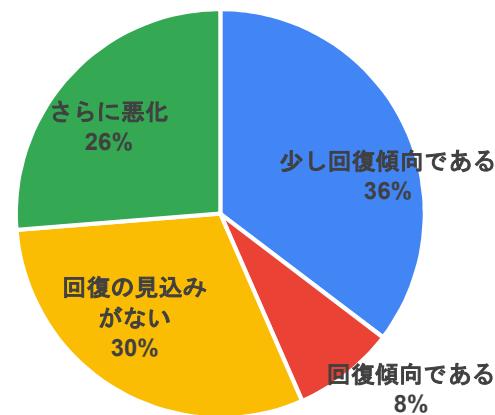
10%未満	10
10～20%未満	0
20～30%未満	3
30～40%未満	2
40～50%未満	6
50～60%未満	14
60～70%未満	17
70～80%未満	11
80～90%未満	12
90～100%未満	9
100%以上	4
その他	10
合計	15



<その他の回答>
前年実績がない、未回答

Q.9緊急事態宣言中（4・5月頃）と比較して、第三波後（2020年12月）の売上状況をお聞かせください。

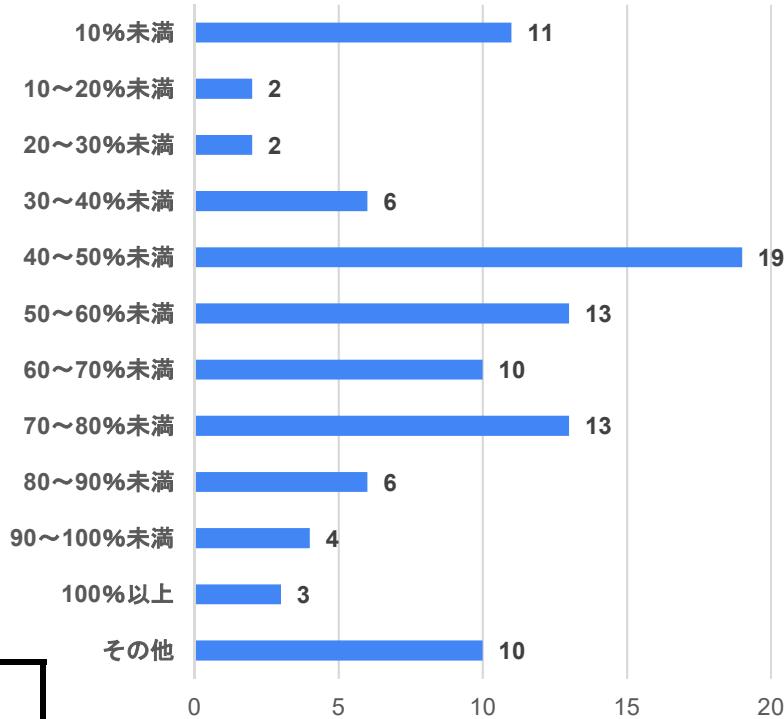
	回答数	構成比
少し回復傾向である	35	35.4
回復傾向である	8	8.1
回復の見込みがない	30	30.3
さらに悪化	26	26.3
合計	99	100.0



Q10.前年同月比の約何%ですか？

【第三波後 ※2020年12月】

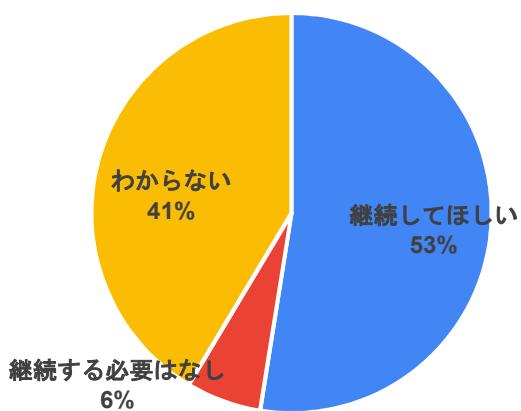
10%未満	19
10～20%未満	13
20～30%未満	13
30～40%未満	11
40～50%未満	10
50～60%未満	6
60～70%未満	6
70～80%未満	4
80～90%未満	3
90～100%未満	2
100%以上	2
その他	10
合計	15



<他の回答>
前年実績がない、未回答

Q11.2021年3月以降の本プロジェクトの継続についてのご意見をお聞かせください。

	回答数	構成比
継続してほしい	52	52.5
継続する必要はない	6	6.1
わからない	41	41.4
合計	99	100.0



Q12.当所または行政等の飲食店支援事業に対するご意見・ご感想をお聞かせください。

<GUFIに対するご意見・感想>

- 何らかの対策をしていただけたことは感謝します。今後も期待します。
 - この度は、積極的な活動、PR活動を無料で参加させていただき、ありがとうございました。
 - プロジェクト活動ありがとうございます。配達のみのグループがあると嬉しいです。もちろん有料です。
 - 厳しい状況はまだ続くと思います。継続した支援をお願いします。
 - 少しでも回復の方へ進むように、皆で頑張ります。ご協力よろしくお願ひいたします。
 - さまざまな取り組みをしてお客様の反響を得たい。
 - 数枚でもステッカーがあればもっとアピールできると思います
 - 告知を増やして、集客力をアップして欲しい。
 - もう少しこの取り組みをみんなに知ってもらいたい。
 - もっと飲食店がPRできるイベント等を作っていただけたらと思います。
 - コロナウイルス感染防止対策店のPRと特典の強化をお願いします。
- ▲ 本プロジェクトについて、ただお客様がクーポンを”利用されないだけ”かと思っていたが、SNSや独自のアンケートで情報を集めてみても誰ひとり本プロジェクトをご存じなかったです。
- ▲ 無料でアピールできる場を作っていただいた事はありがたかったのですが、サイトを見ててくれたのかは、スマホの画面をみて利用された方がいなかつたため、分からぬのが実情です。
- ▲ 飲食店すべてが感染源のような言い方をされていますが、対策をしっかりしている店・していない店があると思う。対策をしていても、協力してくれないお客様もいらっしゃいます。利用者の意識も高めていただきたいと思います。

<行政に対するご意見・感想>

- コロナが落ち着くまで営業停止で良いので協力金を考えて欲しい。(最低でも人件費と家賃)
 - 補助金や助成金ではなく、無条件融資枠の創設か給付金の創設を求めます。
 - 自粛要請を出してちゃんと補償してもらいたい。簡単に誰でもできるように。
 - 各店舗、前年度売り上げに応じた支援がほしい。
 - 家賃補助をしていたきたい。
 - 1月に入りお客様の予約の数が激減していますテイクアウトの容器の手当として欲しいです。
 - 公平な支援を希望します。
 - 色々とアクションすることで、お客さんも反応するので、行政等は現状を踏まえてアクションしていただきたい。
 - 飲食業界ばかりマイナスの事を言われているので、明るいCMとか予防意識が高まり楽しく食事ができるCMが欲しい
 - 本当に厳しい状況が続いています。融資のモラトリアムも検討いただきたい。
 - Go To イートの食事券のお客様が少ない。もうちょっと発行して欲しい。
- ▲ コロナが悪くありませんが！私たち飲食業界は、どうやって生活従業員の生活していくべきなのでしょうか？行政は飲食が原因だと言っていますけど！どうやっていくべきなのでしょう。
- ▲ このままでは、支援金や補助金がないとやっていけないです。
- ▲ 私もそうですが、飲食店の大半が小さなお店です。営業できればいいというのはやってない方の判断で、今は営業してもマイナスです。なので、本当に一度止めて安心を手に入れることを優先してください。
- ▲ 補助があっても、コロナ対策するにも、設備投資するにも、手元資金をまず先に使わないといけないのは、現状何の助けにならない。現場は、日銭に困っています。
- ▲ いろいろと支援策をいただけるのはありがたいが、本業と異なることばかりを続けてきて、新たな支援策の提案をもらっても疲労度が高まるばかりです。
飲食業の本分に関わること、たとえば広告出稿の補助や、メニュー作成、感染対策のできる店内オペレーションの勉強会、IT導入支援、営業を続ける飲食業事業者との交流会などが無料・時間自由・オンライン対応で参加できる機会があればと思います。

<飲食店の現状>

- ▲ 年が明けて一段と悪くなっています。前年50%に落ちています。
- ▲ 緊急事態宣言中より少しずつ回復しており感謝致します。ただ、2月から赤字が続いており状態は悪化しております。普通に戻ったとしても、このマイナスを0にするまでには今現在で最低12年はかかります。もっと長期化すると思うので、何十年も返済し続けないといけないと思うと毎日寝れません。店を辞めたほうがいいかと思いますがスケルトンにするお金もないし、何十年もこの仕事をしていたので他で働ける自信がありません。辞めるのも地獄、続けるのも地獄です。
- ▲ とにかく飲食業は冷え切って、まったく売り上げが上がらない。
- ▲ 資金繰り支援ではもはや限界。弊社は今月末で事業を停止します。

<その他>

- 一丸となってコロナを乗り越えたい
- 「外食＝悪事」にならないことを願います。
- ▲ 根拠のない風評流布はやめてほしい。
- ▲ 飲食店の対策に加え、利用者のモラル向上が必要だと思います。要は、道徳の欠如が現状と考えます。

■考察

- ✓回答者の70%以上の方が、「満足」以上と回答しており、全体的な満足度は高いと考えられる
- ✓公式サイトやタペストリー、動画など、無料で「安全対策実施店」とPRできる点でとても喜ばれているところが読み取れる
- ✓第3波前後の到来により、売上の回復度合は再び悪化傾向
- ✓GOOD UP FUKUOKAを「継続してほしい」という回答も半数を超えており、このようなプロジェクトへの期待は高いと推察される
- ✓反面「わからない」との回答も多いので、目的を明確に伝え、参画してもらわなければならぬ

■課題と対応

◎認知度が低い

⇒①広告掲載やインフルエンサーによる情報発信などを加えて公式SNSの投稿頻度を高める
②行政等で実施する飲食店支援策の周知の徹底。連携出来る部分があれば積極的に連携を行う
③需要の高まっているテイクアウト情報の掲載ページを追加し、特設サイトへのアクセス数を伸ばす

◎集客につながっていない（GOODUP特典利用者が少ない）

⇒上記の通り認知度向上に努めた後に、実際に送客につながるような取り組みを実施する
※取り組み内容については現在検討中（福岡市の商品券事業との連携やテイクアウトのキャンペーン等）

◎GUFコミュニティの利用者が少ない

⇒閲覧者のアクセスのしやすさ、見やすさを考慮し、twitterでの情報発信に移行。Twitterの“即効性”と“拡散性”的高さを活用し、オンタイムの情報をより多くの飲食店に発信する。