# 農林水産商工委員会資料

(農林水産部・商工労働部共管分)

## ■ 付託議案

## 【予算案】

第91号議案 令和5年度島根県一般会計補正予算(第5号) [関係分]

••• P1~3

## ■ 報告事項

①飲食需要回復・拡大支援事業(しまねプレミアム飲食券)の実施結果等について ••• P4~25

> 令和5年9月27日·28日 農 林 水 産 部 商 工 労 働 部

# 第91号議案 令和5年度島根県一般会計補正予算 (第5号)【関係分】

# しまねブランド推進課

(単位:千円)

				I			— I— I I I I I
事業名	補正前の額	補正額	計		備	子	
総計	789,844	16,385	806,229	【財源】国	C	使·手	0
小心 口!	709,044	10,383	800,229	その他	0	県	16,385
(農林水産業費 計)	133,470	<b>1</b> ,891	131,579	【財源】国	0	使·手	0
(废你小庄未真 町/	100,470	<b>A</b> 1,031	101,070	その他	0	県	▲ 1,891
1 一般職給与費	32,470	▲ 1,891	30,579	一般職員4名			
(商工費 計)	656,374	18,276	674,650	【財源】国	0	使·手	0
(同工員 田/	030,374	10,270	074,030	その他	0	県	18,276
1 一般職給与費	119,214	▲1,217	117,997	一般職員16名			
2 首都圏情報発信·県産品販路開拓 事業費	117,818	19,493	137,311	⇒ 別紙 P2			
					_	_	

# 日比谷しまね館事務所移転事業

予算額:19.493千円

#### 1. 事業概要

日比谷しまね館事務所が現在入居する帝国ホテルタワーの建替に伴い、令和6年3 月末までに退去する必要があることから、日比谷しまね館に近接し、現在と同規模の 面積を確保できる場所に移転する。

あわせて、日比谷しまね館においては、現在館内に設置している移住・定住相談窓口を新事務所に移転し相談体制の強化を図るとともに、売り場面積の拡大や、入店しやすい店舗づくりに向けたレイアウト変更、バックヤード不足の緩和を図り、同館の魅力向上と店舗運営の効率化を図る。

#### 2. 事業内容

(1)事務所移転

9,658千円

事務所移転先:**紫ビル 7F**(千代田区有楽町 1-2-14、144.36 m<sup>2</sup>)

- ・オフィス機能の移設・整備
- ・遮音性を備えた会議室2室の整備 ※うち1室は移住・定住相談専用室
- ・セキュリティ関連工事等(鍵付きドアを新設) など

#### (2) 日比谷しまね館における定住相談機能移転並びに館内改修工事 8,935千円

- ・移住・定住相談窓口の新事務所への移転
- ・より効果的な情報発信、効率的な店舗運営のための改修工事 (可動什器新設、ディスプレイ増設等)
- ・改修後のリニューアルキャンペーンの実施 など

#### (3) 債務負担行為(令和6年度~令和10年度)

72,060千円

・新事務所の5年間の家賃相当額

#### 3. 今後のスケジュール(案)

令和5年10月~ 契約締結・工事(新事務所・日比谷しまね館) 令和6年1月中旬 リニューアルオープン(予定)

#### (参考) 日比谷しまね館の運営状況

管理運営業務委託先:株式会社 東急コミュニティー (無償委託) 委託期間:令和2年4月22日~令和6年3月31日 (4年度間)

過去3年度間の収支状況(単位:千円)

年度	総収入 (参考)		支出	売上原価	人件費	収支
令和 2	110, 998	館内売上 102,502	168, 584	79, 584	48, 353	<b>▲</b> 57, 586
3	144, 639	118, 644	180, 634	100, 957	46, 289	<b>▲</b> 35, 995
4	181, 320	145, 696	218, 433	124, 303	46, 351	<b>▲</b> 37, 113

今年度の館内売上げ見込み:176,908千円程度





令和5年9月27日・28日 農林水産商工委員会 しまねブランド推進課

# 飲食需要回復・拡大支援事業(しまねプレミアム飲食券)の 実施結果等について

## 1 事業概要

販売期間		ローソン : 令和5年3月15日~7月31日 ローソン以外: 令和5年3月20日~7月31日	
利用期間		令和5年3月20日~8月10日	
特典率		20%(1,000円/組)	
販売額		5,000円/組	
券面額		6,000円/組(500円×12枚)	
24.7C	組数	45.8万組	
<b>発行</b>	券面額	27. 48億円	
県予算額 予算		683, 042千円 (特典 458, 000千円 事務費 225, 042千円)	
登録店舗数		1,764店(期間終了時点)	

## 2. 販売実績等

販売実績	組数	428, 407組(販売率93.5%) 「ローソン 234, 513組 ローソン以外 193, 894組
	券面額	2,570,442,000円(A)
換金実績		2,560,265,000円(B) (販売実績に対する換金率 99.6%)
未換金額	(A-B)	10, 177, 000円(C)
県特典分		1,696,167円(C×1千円/6千円)
購入者負担分		8, 480, 833円(C×5千円/6千円)

※ 未換金額のうち、購入者負担分(余剰金)については、事業の委託先である (株)JTB山陰支店から寄附を受けた後、財源措置を行い、今回のしまねプレ ミアム飲食券の発行経費に充当予定。

# 3. 換金実績の内訳

# (1) 市町村別店舗数及び換金実績

	加盟店		換金実績		
市町村	店舗数	割合	換金額(円)	割合(%)	
松江市	615	34. 86%	1, 160, 649, 500	45. 33%	
浜田市	121	6. 86%	139, 160, 500	5. 44%	
出雲市	452	25. 62%	747, 679, 000	29. 20%	
益田市	117	6. 63%	154, 234, 000	6. 02%	
大田市	82	4. 65%	62, 558, 500	2. 44%	
安来市	64	3. 63%	59, 940, 500	2.34%	
江津市	54	3. 06%	41, 239, 000	1.61%	
雲南市	65	3. 68%	80, 165, 000	3. 13%	
奥出雲町	45	2. 55%	36, 967, 000	1.44%	
飯南町	12	0. 68%	8, 967, 000	0.35%	
川本町	9	0. 51%	3, 413, 500	0. 13%	
美郷町	7	0. 40%	1, 714, 500	0. 07%	
邑南町	28	1. 59%	14, 132, 500	0. 55%	
津和野町	22	1. 25%	11, 339, 000	0.44%	
吉賀町	15	0. 85%	5, 921, 000	0. 23%	
海士町	11	0. 62%	6, 837, 000	0. 27%	
西ノ島町	9	0. 51%	966, 000	0. 04%	
知夫村	0	0. 00%	0	0.00%	
隠岐の島町	36	2. 04%	24, 381, 500	0. 95%	
計	1, 764	100.00%	2, 560, 265, 000	100.00%	

【参考】令和2年国勢調査				
人口(人)	割合(%)			
203, 616	30. 3%			
54, 592	8. 1%			
172, 775	25. 7%			
45, 003	6. 7%			
32, 846	4. 9%			
37, 062	5. 5%			
22, 959	3. 4%			
36, 007	5. 4%			
11, 849	1. 8%			
4, 577	0. 7%			
3, 248	0. 5%			
4, 355	0. 6%			
10, 163	1. 5%			
6, 875	1. 0%			
6, 077	0. 9%			
2, 267	0. 3%			
2, 788	0. 4%			
634	0. 1%			
13, 433	2. 0%			
671, 126	100. 0%			

# (2) ジャンル別店舗数及び換金実績

	**	加盟店	ī	換金実績	
	ジャンル	店舗数	割合	換金額(円)	割合(%)
1	居酒屋	319	18. 1%	532, 968, 500	20. 8%
2	和食・日本料理	302	17. 1%	585, 251, 000	22. 9%
3	カフェ・軽食・喫茶	234	13. 3%	124, 665, 500	4. 9%
4	定食·食堂	203	11. 5%	173, 430, 000	6. 8%
5	そば・うどん	99	5. 6%	87, 007, 000	3. 4%
6	焼肉・ホルモン	95	5. 4%	307, 737, 500	12. 0%
7	ラーメン	79	4. 5%	65, 156, 500	2. 5%
8	イタリアン・フレンチ	69	3.9%	111, 410, 500	4. 4%
9	寿司	54	3. 1%	141, 121, 500	5. 5%
10	ダイニングバー・バル	48	2. 7%	29, 640, 000	1. 2%
11	中華·台湾料理	45	2. 6%	93, 538, 500	3. 7%
12	洋食	35	2. 0%	56, 476, 500	2. 2%
13	お好み焼き・たこ焼き	30	1. 7%	20, 270, 500	0. 8%
14	スナック・ラウンジ等	25	1.4%	7, 363, 000	0. 3%
15	カレー	20	1. 1%	17, 677, 000	0. 7%
16	パン・スイーツ	19	1. 1%	23, 074, 500	0. 9%
17	ファストフード	17	1.0%	44, 319, 000	1. 7%
18	仕出し	11	0. 6%	35, 634, 500	1. 4%
19	各国料理•多国籍料理	11	0. 6%	6, 327, 500	0. 2%
20	創作料理	10	0. 6%	10, 837, 000	0. 4%
21	その他	39	2. 2%	86, 359, 000	3. 4%
	計	1, 764	100.0%	2, 560, 265, 000	100. 0%

<sup>※</sup>登録解除済店舗を含まず

# 4. アンケート調査結果

# (1) しまねプレミアム飲食券加盟店向け【書面】

○ 実施期間: 令和5年8月14日~8月31日

○ 回答店舗数:922店/1,764店

○ 内容と結果:資料1のとおり

# (2)県民(利用者)向け【WEB】

○ 期間:令和5年8月18日~20日

○ 答者数:1,000人

○ 内容と結果:資料2のとおり

# しまねプレミアム飲食券加盟店アンケート結果

#### 1 基本情報

## (1) 飲食店の所在地

市町村名	件数
松江市	289
浜田市	70
出雲市	232
益田市	63
大田市	49
安来市	34
江津市	27
雲南市	45
奥出雲町	26
飯南町	9
川本町	7
美郷町	4
邑南町	17
津和野町	8
吉賀町	11
海士町	6
西ノ島町	4
知夫村	0
隠岐の島町	20
複数市町村	0
計	921

#### (3) 営業形態

営業形態	件数	割合
食事中心	505	55%
食事とアルコール類	389	42%
アルコール類中心	26	3%
計	920	100%

#### (4)利用人数

利用人数	件数	割合
個人客が中心	418	42%
小グループ(10人以下)	383	38%
10人以上団体	28	3%
様々	168	17%
計	997	100%

#### (5) 営業時間帯

( 0 ) [		
営業時間帯	件数	割合
昼のみ	213	23%
昼中心	311	34%
夜中心	186	20%
夜のみ	218	23%
計	928	100%

## (2)飲食店のジャンル

(と) 飲食品のフィフル	
ジャンル	件数
和食・日本料理	176
居酒屋	149
定食・食堂	136
カフェ・軽食・喫茶	136
そば・うどん	68
焼肉・ホルモン	47
ラーメン	46
イタリアン・フレンチ	40
寿司	33
中華・台湾料理	25
仕出し	25
洋食	22
ダイニングバ <del>ー・</del> バル	20
ファストフード	16
スナック・ラウンジ等	15
お好み焼き・たこ焼き	14
パン・スイーツ	13
カレー	13
創作料理	7
各国料理 • 多国籍料理	7
その他	24
計	1, 032

## (6) コロナ前の飲食店の経営規模(1ヶ月の平均売上)

経営規模	件数	割合
10万円未満	19	2%
10万円以上~50万円未満	71	10%
50万円以上~100万円未満	123	17%
100万円以上~250万円未満	280	38%
250万円以上~500万円未満	119	16%
500万円以上~1,000万円未満	89	12%
1,000万円以上~2,000万円未満	20	3%
2,000万円以上	19	2%
計	740	100%
コロナ後に営業を開始	89	

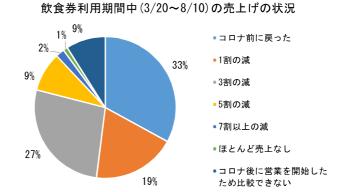
※飲食店によって、一部無回答や複数回答の項目があるため、合計店舗数が一致しない項目がある

## 2. 質問項目

#### (1)コロナ禍の影響について

①飲食券利用期間中(3/20~8/10)の売上げの状況(コロナ前との比較)

項目	件数	割合
コロナ前に戻った	292	33%
1割の減	169	19%
3割の減	244	27%
5割の減	82	9%
7割以上の減	21	2%
ほとんど売上なし	6	1%
コロナ後に営業を開始し たため比較できない	85	9%
計	899	100%

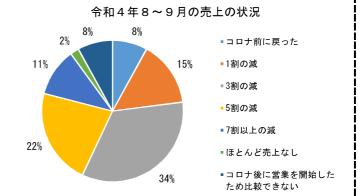


- 〇 令和4年度に行ったアンケート結果と比較すると、「コロナ前に戻った」と回答した飲食店の割合が、8%から33%に増加。
- 売り上げが減少している飲食店についても、全般的に減少幅が改善してきており、徐々にコロナ前の状況に戻りつつあると考えられる。

	R3調査	R4調査	R5調査		
		八年初日	いの利益	R3比較	R4比較
コロナ前に戻った	-	8%	33%	-	25%
1割の減	2%	15%	19%	17%	4%
3割の減	17%	34%	27%	10%	<b>▲</b> 7%
5割の減	31%	22%	9%	▲22%	▲13%
7割以上の減	32%	11%	2%	▲30%	▲9%
ほとんど売上なし	17%	2%	1%	▲16%	▲1%

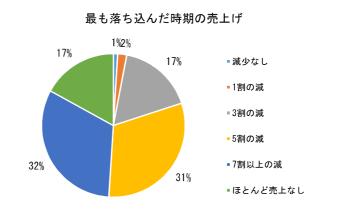
#### 参考 R4調査 令和4年8~9月の売上の状況(コロナ前との比較)

項目	件数	割合
コロナ前に戻った	65	8%
1割の減	117	15%
3割の減	263	34%
5割の減	168	22%
7割以上の減	87	11%
ほとんど売上なし	15	2%
コロナ後に営業を開始し たため比較できない	63	8%
計	778	100%



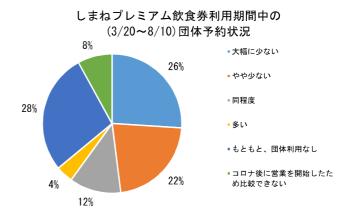
#### 参考 R3調査 売上が最も落ち込んだ時期の売上の状況 (コロナ前との比較)

項目	件数	割合
減少なし	8	1%
1割の減	18	2%
3割の減	133	17%
5割の減	249	31%
7割以上の減	250	32%
ほとんど売上なし	138	17%
計	796	100%



#### ②しまねプレミアム飲食券利用期間中(3/20~8/10)の団体の予約状況(コロナ前との比較)

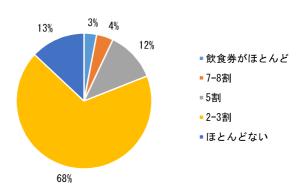
項目	件数	割合
大幅に少ない	239	26%
やや少ない	201	22%
同程度	110	12%
多い	33	4%
もともと、団体利用なし	260	28%
コロナ後に営業を開始した ため比較できない	72	8%
計	915	100%



## (2) しまねプレミアム飲食券で支払われる方の割合

項目	件数	割合
飲食券がほとんど	26	3%
7-8割	43	4%
5割	108	12%
2-3割	619	68%
ほとんどない	116	13%
計	912	100%

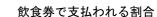
#### 飲食券で支払われる割合

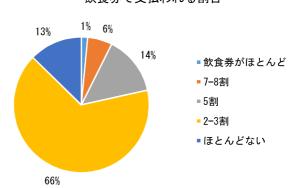


- 令和3年度に行ったアンケート結果と比較すると、飲食券で支払われる割合が低下している。
- 〇 令和3年度に発行した「GoToEatキャンペーン」の飲食券の特典率を引き下げたことが主な要因と考えられる。
  - ※令和3年度GoToEatキャンペーン特典率:40%~50%
  - ※令和5年度しまねプレミアム飲食券特典率:20%

#### 参考 R4調査 しまねプレミアム飲食券で支払われる方の割合

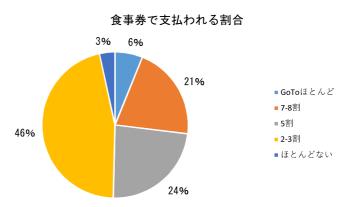
項目	件数	割合
飲食券がほとんど	12	1%
7-8割	47	6%
5割	113	14%
2-3割	526	66%
ほとんどない	101	13%
計	799	100%





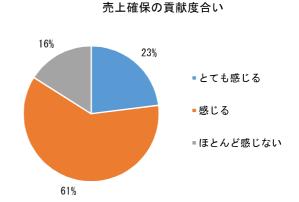
#### 参考 R3調査 GoToEat食事券で支払われる方の割合

項目	件数	割合
GoToがほとんど	52	6%
7-8割	177	21%
5割	200	24%
2-3割	393	46%
ほとんどない	29	3%
計	851	100%



(3) しまねプレミアム飲食券が、コロナ禍での売上確保に貢献していると感じるか。

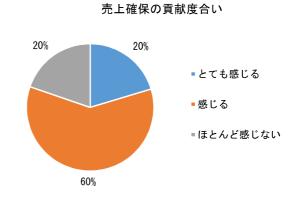
項目	件数	割合
とても感じる	207	23%
感じる	553	61%
ほとんど感じない	148	16%
計	908	100%



○ しまねプレミアム飲食券が、コロナ禍での売上確保に貢献していると感じる飲食店の割合が、「とても感じる」、「感じる」合計で8割以上を占めており、多くの飲食店が飲食消費喚起の事業効果を実感している。

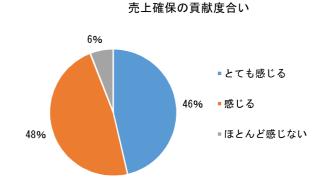
参考 R4調査 しまねプレミアム飲食券が、コロナ禍での売上確保に貢献していると感じるか。

項目	件数	割合
とても感じる	160	20%
感じる	471	60%
ほとんど感じない	155	20%
計	786	100%



参考 R3調査 GoToEatキャンペーンが、コロナ禍での売上確保に貢献していると感じるか。

項目	件数	割合
とても感じる	394	46%
感じる	406	48%
ほとんど感じない	50	6%
計	850	100%



#### (4) 燃料・原材料等の高騰で影響が大きいものについて(複数回答可)

項目	合計	割合
食材の値上げ	887	47%
光熱水費の値上げ	754	40%
人件費の増	238	12%
その他	13	1%
影響を感じない	0	0%
計	1, 892	100%

燃料・原材料等の高騰の影響

1%

●食材の値上げ

・光熱水費の値上

げ
・人件費の増

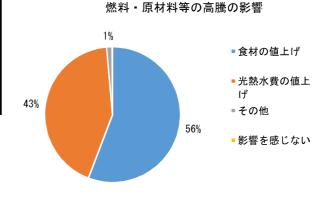
・その他
・影響を感じない

○ 8割以上の飲食店が、食材や光熱水費の高騰に対して、影響があると回答しており、多くの飲食店が、燃料・原材料等の高騰の影響を受けている状況。

	影響があると回答した 店舗数	アンケート 全回答数	回答した飲食店の割合
食材の値上げ	887		96%
光熱水費の値上げ	754		82%
人件費の増	238	92:	26%
その他	13		1%
影響を感じない	0		0%

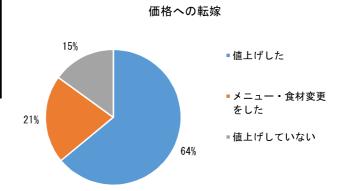
参考 R4調査 燃料・原材料等の高騰で影響が大きいものについて (複数回答可)

項目	合計	割合
食材の値上げ	832	56%
光熱水費の値上げ	638	43%
その他	20	1%
影響を感じない	1	0%
計	1, 491	100%



#### (5) 価格への転嫁について

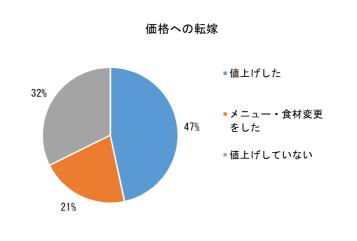
項目	合計	割合
値上げした	624	64%
メニュー・食材変更をした	206	21%
値上げしていない	148	15%
計	978	100%



- 令和4年度に行ったアンケート結果と比較すると、「値上げした」と回答した飲食店の割合が、 令和4年度の47%から64%に増加しており、燃料・原材料等の高騰の対応策として、価格転嫁 が徐々に進んでいると考えられる。
- 値上げに伴う顧客離れ等を懸念して、「値上げをしていない」と回答した飲食店も15%あるが、 その中には、「今後値上げ予定」や、「値上げを検討中」と回答した飲食店も含まれている。

### 参考 R4調査 価格への転嫁について

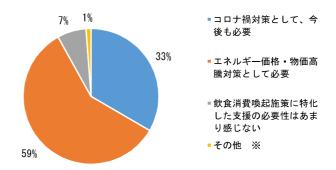
項目	合計	割合
値上げした	421	47%
メニュー・食材変更をした	190	21%
値上げしていない	292	32%
計	903	100%



#### (6) 行政による飲食消費喚起施策の必要性について(複数回答可)

( - )		
項目	件数	割合
コロナ禍対策として、今 後も必要	423	33%
エネルギー価格・物価高 騰対策として必要	741	59%
飲食消費喚起施策に特化 した支援の必要性はあま り感じない	87	7%
その他 ※	15	1%
計	1, 266	100%

#### 行政による飲食消費喚起施策の必要性



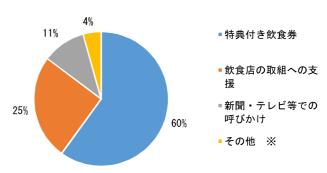
- ※「その他」の主な内容 ・今後は必要ない
  - ・飲食業以外の産業に対する支援が必要
  - 外食は感染の危険があるというイメージの払しょくが必要
- 「コロナ対策」として行政による飲食消費喚起施策が必要と回答したのは約5割となっている 一方で、8割の飲食店が「エネルギー価格・物価高騰対策」として必要と回答しており、多く の飲食店にとって、燃料・原材料等の高騰が喫緊の経営課題となっていることが考えられる。
- 〇 また、約1割の飲食店が、「飲食消費喚起施策に特化した支援の必要性はあまり感じない」と 回答。

	影響があると回答した 店舗数	アンケート 全回答数	回答した飲食店の割合
コロナ禍対策として、今 後も必要	423		46%
エネルギー価格・物価高 騰対策として必要	741	922	80%
飲食消費喚起施策に特化した支援の必要性はあまり感じない	87		9%

#### (7) 行政による飲食消費喚起施策の内容について今後求めるもの

(1) 11311 01 0 312(11)30 31(2)831(10) 11		
項目	合計	割合
特典付き飲食券	594	60%
飲食店の取組への支援	250	25%
新聞・テレビ等での呼びかけ	103	11%
その他 ※	43	4%
計	990	100%

行政による飲食消費喚起施策の内容

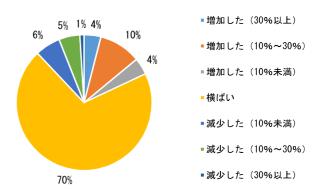


- ※「その他」の主な内容・特になし、なにもしなくてよい・・・14件
  - ・観光誘客や定住促進等を通じた、飲食店利用者増加を図る取り組み・・・5件
  - ・支援金、補助金の充実、現金配布など・・・9件
- 約6割の飲食店が、特典付き飲食券による飲食消費喚起策と回答。
- O これまで行ってきたプレミアム飲食券の発行が、飲食消費喚起として、効果的であったと飲食店が感じていることが要因と考えられる。

#### (8) しまねプレミアム飲食券終了後(8/11~回答日)の売り上げの状況

項目	件数	割合
増加した(30%以上)	32	4%
増加した(10%~30%)	88	10%
増加した(10%未満)	37	4%
横ばい	591	70%
減少した(10%未満)	46	6%
減少した(10%~30%)	40	5%
減少した(30%以上)	11	1%
計	845	100%

しまねプレミアム飲食券終了後 (8/11~回答日)の売り上げの状況

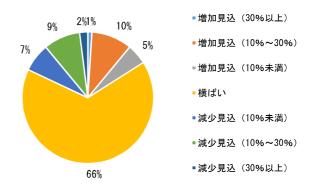


O お盆期間中を含むものの、回答した飲食店のうち、プレミアム飲食券の利用期間終了後も、売り上げが横ばいであった事業者が約7割を占めている。

#### (9) 今後3か月程度の売上げの予測

(0) / 及0/3 / 11 生 及 50 元 工 17 60 1 / 次 1		
項目	件数	割合
増加見込(30%以上)	10	1%
増加見込(10%~30%)	87	10%
増加見込(10%未満)	40	5%
横ばい	578	66%
減少見込(10%未満)	60	7%
減少見込(10%~30%)	83	9%
減少見込(30%以上)	15	2%
計	873	100%

#### 今後3か月程度の売上げの予測

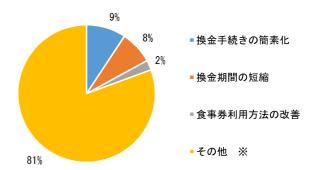


- 回答した飲食店のうち、約7割の飲食店が、今後の売上げ予測として横ばいと回答しており、 多くの飲食店が、プレミアム飲食券の利用期間中と同程度の売り上げを今後も維持できる見 込みと考えている状況。
- 一方で、約2割の飲食店が減少見込みと回答しており、プレミアム飲食券の利用期間終了や、 燃料・原材料等の高騰を背景に、先行きに不安を感じている状況と考えられる。

#### (10) その他意見(自由記述)

項目	合計	割合
換金手続きの簡素化	24	9%
換金期間の短縮	20	8%
食事券利用方法の改善	6	2%
その他 ※	208	81%
計	258	100%

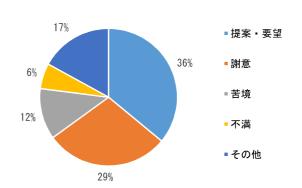
#### その他意見 (意見内容)



#### ※「その他」の内訳

<u> </u>		
項目	合計	割合
提案•要望	75	36%
謝意	59	29%
苦境	25	12%
不満	13	6%
その他	36	17%
計	208	100%

#### その他(意見の分類)



#### ○「提案・要望」の主な内容

- ・飲食券の継続・再開を希望 26件
- ・プレミアム率を上げて欲しい 13件
- ・補助制度の拡充・充実等(家賃補助、新規事業への補助、賃上げへの補助、物価高騰対策補助等) 8件
- ・燃料・原材料価格等の高騰に対する支援
- ・イベント開催等、飲食券発行以外の需要喚起策の実施
- 飲食券の無料配布

#### ○「謝意」の主な内容

- ・飲食券が売り上げの増加につながった。
- ・飲食券をきっかけに、新規の顧客やリピーター獲得につながった。
- ・飲食券のお陰で倒産を回避することができた。

#### ○「苦境」の主な内容

- コロナ禍による影響が継続している。
- ・燃料・原材料価格等の高騰に加え、人件費の増が経営を圧迫している。
- 人手不足。

#### ○「不満」の主な内容

- ・飲食店が悪いような行政の発信をしないでほしい。
- ・飲食券の発行が飲食需要の喚起につながっていない。
- ・中心市街地以外にも目を向けてほしい。

# アンケート用紙

※選択肢のある質問は、番号に〇をつけてください。

アンケート回答日	令和5年	月	$\Box$
----------	------	---	--------

【基本情報】
1. お店の所在地 (市町村名)
2. お店のジャンル(主なものに〇をつけてください)
(1) 和食・日本料理 (2) 居酒屋 (3) 定食・食堂 (4) カフェ・軽食・喫茶
(5) そば・うどん (6) 焼肉・ホルモン (7) ラーメン (8) 洋食
(9) イタリアン・フレンチ (10)寿司 (11)ダイニングバー・バル
(12) 中華・台湾料理 (13)創作料理 (14)お好み焼き・たこ焼き
(15) パン・スイーツ (16) カレー (17) 各国料理・多国籍料理
(18) ファストフード (19)仕出し (20)スナック・ラウンジ等 (21)その他
3. 営業形態(主なものに〇をつけてください)
(1) 食事中心 (2) 食事とアルコール類(いわゆる飲み会・宴会)
(3)アルコール類中心(スナック・ラウンジ等)
4. 利用人数
(1) 個人客が中心 (2) 小グループ(10 人以下)や家族が中心
(3)10 人以上の団体が中心 $(4)$ 様々でどれとも言えない
5. 営業時間帯
(1) 屋のみ (2) 屋と夜( <u>屋が中心</u> ) (3) 昼と夜( <u>夜が中心</u> ) (4) 夜のみ
6. お店の経営規模
(1) コロナ前の売上額(月平均) <u>約</u> 万円
(2) コロナ後に営業を開始した

Q 1. コロナ禍の影響について ①しまねプレミアム飲食券利用期間中(3/20~8/10)の売上げの状況 ※コロナ前の売上げに対して、どの程度の売上げかをお答えください。 (1) コロナ前レベルに戻っている (2) 1 割程度の減 (3) 3 割程度の減 (4) 5割程度の減 (5) 7割以上の減 (6) ほとんど売上げがない (7) コロナ後に営業を開始したため比較できない ②しまねプレミアム飲食券利用期間中(3/20~8/10)の団体の予約状況 (コロナ前と比較して) (1) 大幅に少ない (2) やや少ない (3) 同程度 (4) 多い (5) もともと、団体利用はない (6) コロナ後に営業を開始したため比較できない Q2. しまねプレミアム飲食券で支払われる方の割合 (1) 飲食券の支払いがほとんど (2) 7~8 割程度 (3) 5 割程度 (4) 2~3 割程度 (5) 飲食券の利用はほとんどない Q3. しまねプレミアム飲食券が、コロナ禍の中での売上げ確保に貢献している と感じられますか? (1) とても感じる (2) 感じる (3) ほとんど感じない(理由: ) 【燃料・原材料等の高騰に関する質問項目】 Q4. 燃料・原材料等の高騰で影響が大きいものは? (複数回答可) (1) 食材の値上げ (2) 光熱水費の値上げ (3) 人件費の増 (4) その他(内容: ) (5) 影響を感じない(理由: ) Q5. 価格への転嫁について (1) 値上げした (2) メニュー、食材の変更による対応 (3) 値上げしていない(理由: )

【新型コロナの影響・しまねプレミアム飲食券に関する質問項目】

【行】	<b>なによる飲食消費喚起施策に関</b>	する質問項目】		
Q 6	行政による飲食消費喚起放	施策の必要性について	(複数回答可)	
	(1) コロナ禍対策として、今後	<b>後も必要</b>		
	(2) エネルギー価格・物価高脚	業対策として必要		
	(3) 飲食消費喚起施策に特化し	ンた支援の必要性はあま	り感じない	
	(4) その他(内容:			)
Q 7	行政による飲食消費喚起放	施策の内容について今	後求めるもの	
	(1) 特典付き飲食券による消費	<b>貴</b> 喚起		
	(2) 飲食店の自主的な取組への	の支援(例:イベントへ	の補助金など)	
	(3) 新聞・テレビ等での飲食品	<b>5利用の呼びかけ</b>		
	(4) その他(内容:			)
Q8.	しまねプレミアム飲食券約	冬了後の売上げの状況	(8/11(金)~回答日)	
!	※8月11日(金)から回答日	までの売上げの状況に	ついてご回答ください。	
	(1) 増加した(口30%以上	□10%~30%未満	□10%未満)	
	(2) 横ばい			
	(3) 減少した(□10%未満	□10%~30%未満	□30%以上)	
Q 9	今後3ヶ月程度の売上げの	D予測について (複数	回答可)	
	(1) 増加見込み(口30%以上	□10%~30%未満	□10%未満)	
	(2) 横ばい			
	(3) 減少見込み (□10%未満	□10%~30%未満	□30%以上)	
	(減少見込みの理由:			)
Q 1	O. その他ご意見等ありまし	したらお書きください	(自由記述)	

ご協力ありがとうございました。

# しまねプレミアム飲食券県民アンケート結果

実施方法:WEBアンケート

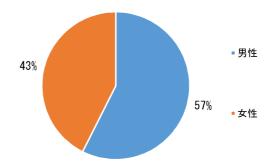
実施期間:令和5年8月18日(金)~20日(日)

回答者数:島根県在住者1,000人

# 1. 属性

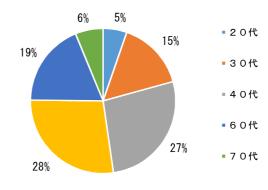
# (1)性別

項目	件数	割合
男性	574	57%
女性	426	43%
計	1, 000	100%



## (2)年代

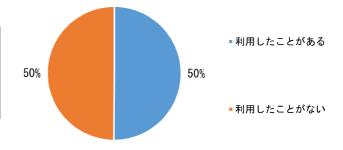
項目	件数	割合
20代	53	5%
30代	154	15%
40代	270	27%
50代	275	28%
60代	186	19%
70代	62	6%
計	1, 000	100%



# 2. 設問への回答

(1) しまねプレミアム飲食券(利用期間: R5.3.20~R5.8.10) を利用されたことがありますか?

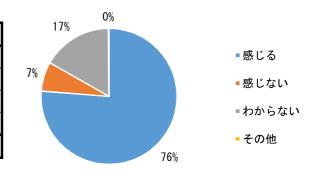
項目	件数	割合
利用したことがある	501	50%
利用したことがない	499	50%
計	1, 000	100%



(2) しまねプレミアム飲食券が飲食消費を喚起したと感じられますか?

※(1)で「利用したことがある」と回答した方のみ

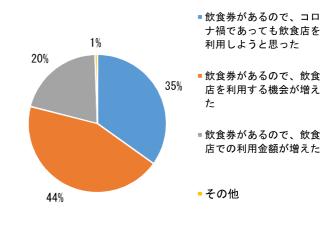
項目	件数	割合
感じる	382	76%
感じない	35	7%
わからない	83	17%
その他	1	0%
計	501	100%



- プレミアム飲食券を利用した方の約8割の方が飲食消費を喚起したと回答。
- 飲食店向けのアンケートにおいても、約8割の飲食店が売り上げ確保に貢献していると感じており、飲食店及び飲食券利用者双方の多くが、飲食消費喚起の事業効果を実感している。

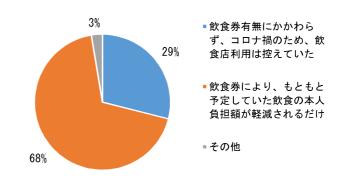
(3) しまねプレミアム飲食券が飲食消費を喚起したと感じる理由は何ですか? (複数回答可) ※(2) で「感じる」と回答した方のみ

項目	件数	割合
飲食券があるので、コロ ナ禍であっても飲食店を 利用しようと思った	189	35%
飲食券があるので、飲食 店を利用する機会が増え た	239	44%
飲食券があるので、飲食 店での利用金額が増えた	111	20%
その他	3	1%
計	542	100%



(4) しまねプレミアム飲食券が飲食消費を喚起したと感じない理由はなんですか? (複数回答可) ※(2)で「感じない」と回答した方のみ

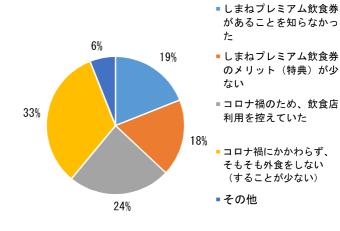
項目	件数	割合
飲食券有無にかかわら ず、コロナ禍のため、飲 食店利用は控えていた	11	29%
飲食券により、もともと 予定していた飲食の本人 負担額が軽減されるだけ	26	68%
その他	1	3%
計	38	100%



### (5) しまねプレミアム飲食券がを利用しなかった理由は何ですか? (複数回答可)

※(1)で「利用したことがない」と回答した方のみ

項目	件数	割合
しまねプレミアム飲食券 があることを知らなかっ た	95	19%
しまねプレミアム飲食券 のメリット(特典)が少 ない	92	18%
コロナ禍のため、飲食店 利用を控えていた	117	24%
コロナ禍にかかわらず、 そもそも外食をしない (することが少ない)	165	33%
その他	30	6%
計	499	100%

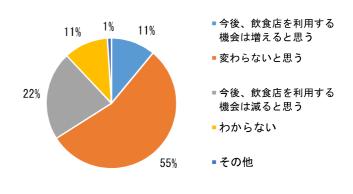


#### その他の回答

- 物価高のため外食どころではない
- カードで購入できない
- お店によっては、飲食券を使わないほうが支援になる
- ・近くに飲食券が使えるお店がない

#### (6) しまねプレミアム飲食券終了後、飲食店を利用する機会に変化はありますか?

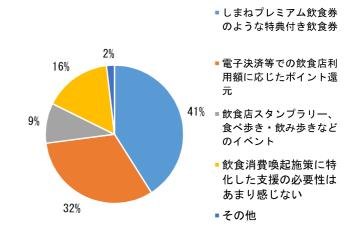
項目	件数	割合
今後、飲食店を利用する 機会は増えると思う	113	11%
変わらないと思う	550	55%
今後、飲食店を利用する 機会は減ると思う	221	22%
わからない	114	11%
その他	2	1%
計	1, 000	100%



- 「今後、飲食店を利用する機会は増えると思う」及び「変わらないと思う」と回答した方の合計が、約7割となっており、多くの方が、プレミアム飲食券の利用期間終了後も、これまでと同程度、飲食店を利用することが見込まれる。
- 飲食店向けアンケートにおいても、約7割の飲食店が、今後の売上げ予測を横ばいと回答 しており、多くの飲食店が、プレミアム飲食券の利用期間中と同程度の売り上げを今後も 維持できる見込みと考えている状況。

# (7) 飲食店やその関連事業を応援するための消費喚起の取組として、どういう取組が効果的 (利用回数や利用額が増える) だと思われますか? (複数回答可)

項目	件数	割合
しまねプレミアム飲食券 のような特典付き飲食券	554	41%
電子決済等での飲食店利 用額に応じたポイント還 元	431	32%
飲食店スタンプラリー、 食べ歩き・飲み歩きなど のイベント	127	9%
飲食消費喚起施策に特化 した支援の必要性はあま り感じない	214	16%
その他	25	2%
計	1, 351	100%



#### その他の回答

- ・消費税の減税
- ・人気投票、ランキング付け
- 消費喚起の取組として、特典付き飲食券の発行や、ポイント還元など、利用者にメリットがある取り組みを求める声がある一方で、全回答者(千人)のうち、約2割の方が、飲食消費喚起施策に特化した支援の必要性を感じていないと回答。