

「飲食店デリバリーサービス利用促進キャンペーン」の実施結果について

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた、市民及び飲食店を支援するため、5月補正予算により、株式会社出前館（以下「出前館」という。）と連携して実施しました「飲食店デリバリーサービス利用促進キャンペーン」（以下「キャンペーン」という。）の実施結果について、キャンペーン終了後に実施した飲食店へのアンケート調査の結果も含めて御報告いたします。

1 キャンペーンの概要

（1）キャンペーン期間

6月3日から6月30日まで

（2）キャンペーン内容

ア 市民へのサポート（京都市・出前館が負担）

出前館で商品代金（税込）1,000円以上の注文に対し、500円分のポイントを還元

イ デリバリーを実施する飲食店へのサポート

（ア）「出前館」初期登録手数料の免除（出前館が負担）

出前館に新規登録する際に、飲食店が負担する初期登録手数料2万円を免除（5月20日から7月31日まで）

（イ）「出前館」サービス利用料の全額助成（京都市が負担）

飲食店が負担するサービス利用料（商品代金（税抜）の10%）の全額助成

（ウ）「出前館」配達代行手数料の一部助成（出前館が負担）

飲食店が負担する配達代行手数料（商品代金（税抜）の30%）の7%を助成（5月1日から10月31日まで）

2 キャンペーンの周知状況

（1）飲食店への周知

初期登録手数料無料に係る周知チラシを作成し、5月20日から料理関係団体や商店街に周知依頼を行うとともに、京都市中小企業緊急支援補助金の交付決定通知書にチラシを同封する等、幅広く周知を行った。

（2）市民への周知

6月3日から京都市のホームページや公式フェイスブックで周知したほか、500円分のポイント還元に係る周知チラシを作成し、各区役所・支所や地下鉄主要駅に配架する等、幅広く周知を行った。

3 キャンペーンの実施結果

(1) 飲食店の登録状況

- ア 登録店舗数 516店舗 (6月30日時点)
 イ 新規登録店舗数 98店舗 (5月20日から6月30日まで)

<参考>登録店舗の内訳

(単位:店舗)

区分	5/19 時点	5/20~6/30		(参考) 7/1~7/31	
		新規登録	小計	新規登録	総計
大手外食事業者	128	25	153	6	159
中小外食事業者	145	31	176	30	206
市内大手外食事業者	7	10	17	1	18
市内中小外食事業者	138	32	170	35	205
合計	418	98	516 (+23%)	72	588 (+41%)

※括弧内は5月19日時点と比較した増加率

<外食事業者の区分>

- ・大手外食事業者 : 市外に本社を置く資本金5千万円を超える外食事業者
- ・中小外食事業者 : 市外に本社を置く資本金5千万円以下の外食事業者
- ・市内大手外食事業者 : 市内に本社を置く資本金5千万円を超える外食事業者
- ・市内中小外食事業者 : 市内に本社を置く資本金5千万円以下の外食事業者

(2) キャンペーン利用状況

- ア 500円分のポイント還元対象件数 52,307件
 イ 出前館サービス利用料助成件数 61,950件
 ※当初想定件数10万件

(3) 本市が負担する費用(見込)

- ア 500円分のポイント還元 7百万円
 ※500円分のポイントのうち、2分の1を本市が負担
 イ 出前館サービス利用料助成 12百万円

合計 19百万円

4 アンケート調査

(1) 実施概要

- ア 調査対象 516店舗
 ※キャンペーン終了時の6月30日に
 出前館に登録されていた市内の店舗
 イ 調査方法 郵送による送付, 回収
 ウ 実施期間 7月15日から8月19日まで
 エ 回収結果 96店舗

<回答店舗内訳>

- ・大手外食事業者 29店舗 (30%)
- ・中小外食事業者 2店舗 (2%)
- ・市内大手外食事業者 2店舗 (2%)
- ・市内中小外食事業者 63店舗 (66%)

(2) 市内中小外食事業者の回答状況 ※アンケート結果の詳細は、別紙参照

- 出前館に新規登録した市内中小外食事業者のうち、「コロナ禍の影響で新たにデリバリーを始めるため」という回答は約6割であった。
- 市内中小外食事業者のうち、キャンペーンを知っていたのは約6割であった。
- 市内中小外食事業者のうち、約3割がキャンペーン期間中に売上が増加したと感じていた。
- 新規の注文や売上が増加したことなどを理由として、キャンペーン終了後もデリバリーを継続する市内中小外食事業者は、約9割であった。
- キャンペーン感想については、市内中小事業者のうち、「良かった」が約3割、「よくわからない」が約6割、「良くなかった」が約1割となった。
- 主な意見

<良かった点>

- ・ このようなキャンペーンは良いと思います。本当に注文が増えるかは各店によるとと思いますが、お店を動かすには良いキャンペーンでした。ありがとうございました。
- ・ 色々な角度から支援していただけることは助かります。
- ・ 今後も期間限定で後押ししていただければ、我々も心強く思うので、またこういった企画を京都レベルでやっていただきたいです。
- ・ 出前館の注文については、増加しました。
- ・ 今回、出前館による売上の増減は見られませんでした。取組としてすごく良いと思いました。今後も飲食店の救済につながるキャンペーンがあれば、よろしく願います。

<良くなかった点>

- ・ キャンペーン期間が短いため、あまり効果を感じられませんでした。
- ・ キャンペーンが終わると注文は明らかに減りました。キャンペーンの告知をもっと早めにしても良かったのではないかと感じます。キャンペーンを知らない人も多かったように思います。
- ・ 利用者が今回のキャンペーンを認知していなかったように感じます。もう少しSNSやキャンペーンのCMをするべきではと感じました。
- ・ もう少し、キャンペーンを広報し、期間を延長してほしかったです。
- ・ 出前館へ参入する他の店が増えたため、出前館での売上が大きく減少しました。

5 キャンペーンの総括

(1) 登録店舗について

出前館の市内登録店舗数は、初期登録手数料の無料期間開始前の418店舗と比較して、キャンペーン終了時の6月30日時点では約2割増、初期登録手数料の無料期間終了時の7月31日時点では約4割増となった。

また、アンケートに回答した新規登録店舗の約6割が、「コロナ禍により、デリバリーを新たに始めるために出前館に登録した」と回答していることや、約9割の店舗がデリバリーを継続する意向であることから、本キャンペーンは、新たな販路としてデリバリーを導入する市内飲食店の後押しにつながったものと考えている。

一方で、アンケート結果から、「キャンペーンを知らなかった」「キャンペーンの周知期間が短かった」という意見もあり、個々の店舗まで十分に周知させるためには、期間や方法に課題が残る結果となった。

(2) 売上について

出前館によると、市内登録店舗の売上は、前年同月比の約4割増であった。

また、アンケートに回答した店舗の約3割がキャンペーン期間中の売上が増加したと回答していることから、市内飲食店の支援に一定、寄与できたと考えている。

(3) 利用想定件数について

5月補正予算の計上に当たっては、デリバリー需要が上昇傾向にあったことを踏まえ、出前館による需要予測をもとに、利用件数を10万件と想定して算出したが、実際の利用件数は当初予定の約6割となった。

これは、緊急事態宣言解除の見通しが不透明な中での想定であり、キャンペーン開始前の5月21日に、緊急事態宣言が解除されたことや、キャンペーン期間中の6月19日に、広域的な移動制限が解除されたことが要因であると考えている。

(4) 今後について

出前館への市内登録店舗数が増加していることや、今後もデリバリーを継続する意向の飲食店が多数あることを踏まえると、本キャンペーンは、市内飲食店の新たな販路拡大の後押しに、一定の効果があったものと考えている。

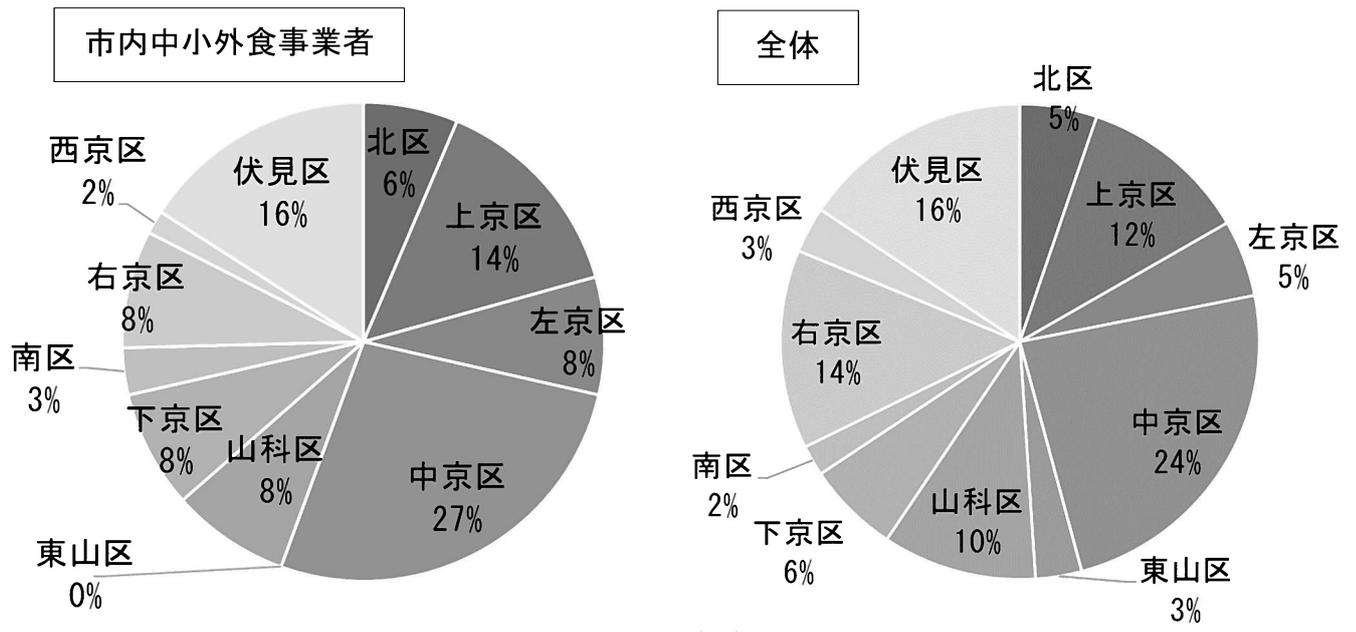
一方で、緊急事態宣言解除後、飲食店が営業を再開し始める中、7月以降、市内での新規感染者数は再び増加しており、感染拡大防止と事業活動との更なる両立が求められる状況となっている。

このため、引き続き、市内飲食店の実情把握に努めていくとともに、ガイドライン推進宣言事業所ステッカー、京都市新型コロナあんしん追跡サービス及びアドバイザーチームによる感染症対策等サポートナビなどの利用促進や、新しい生活スタイル対応のための感染症対策補助金による支援等、ウィズコロナ社会での営業支援に取り組んでいく。

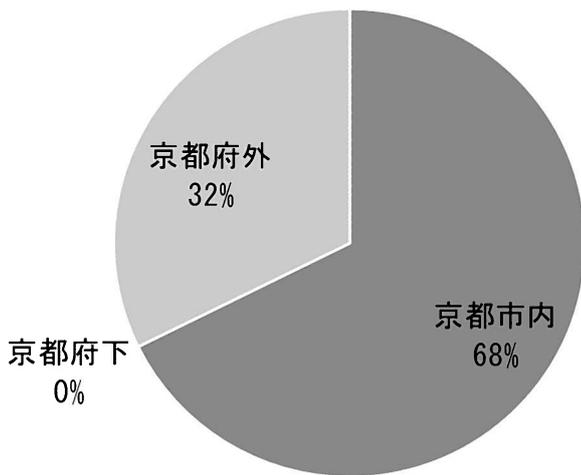
飲食店デリバリーサービス利用促進キャンペーン アンケート結果

1 店舗情報

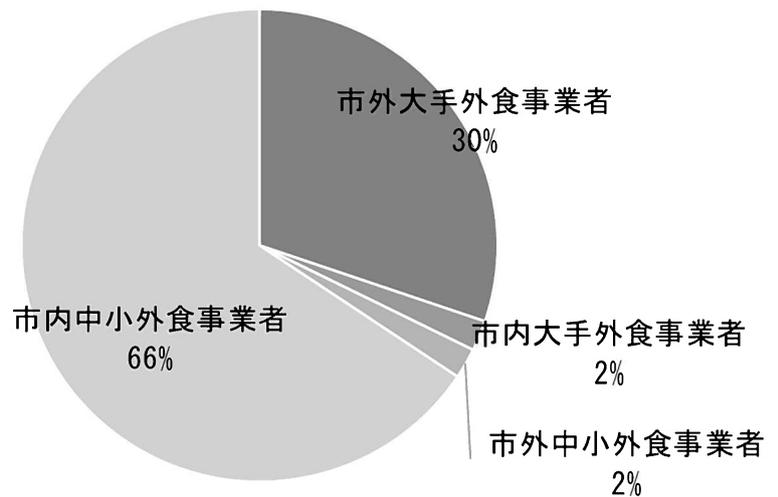
(1) 店舗所在地



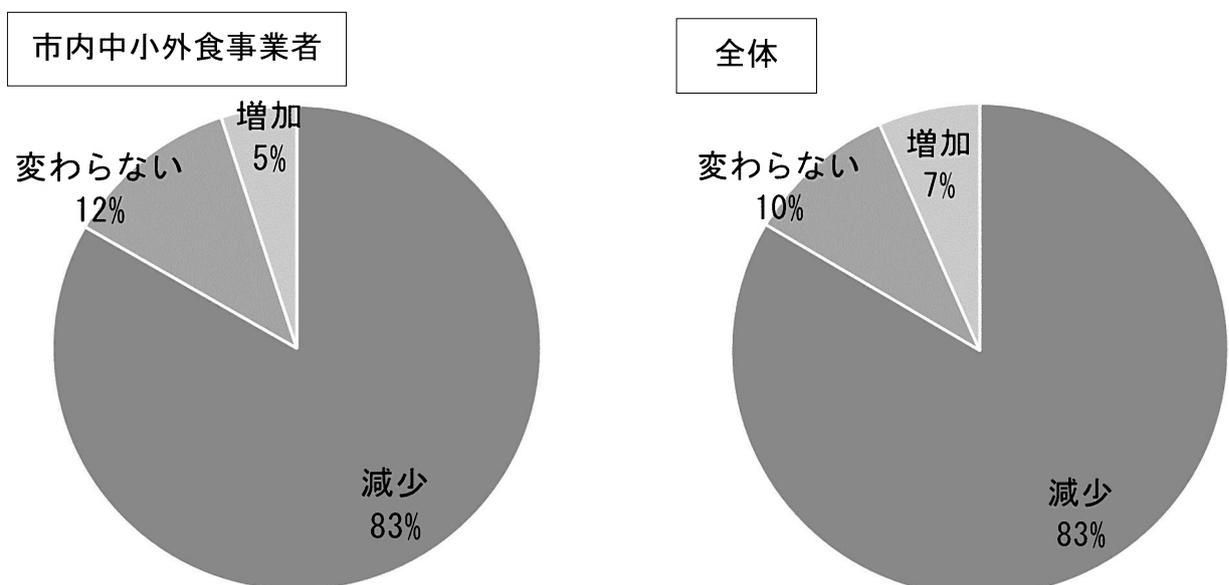
(2) 本店所在地



(3) 店舗規模

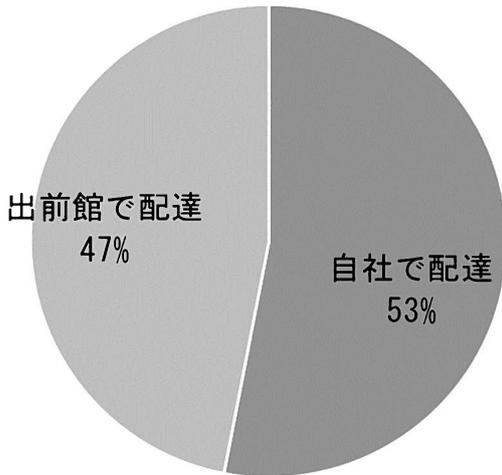


(4) 新型コロナウイルス感染症による売上の変化 (前年5月と今年5月の比較)

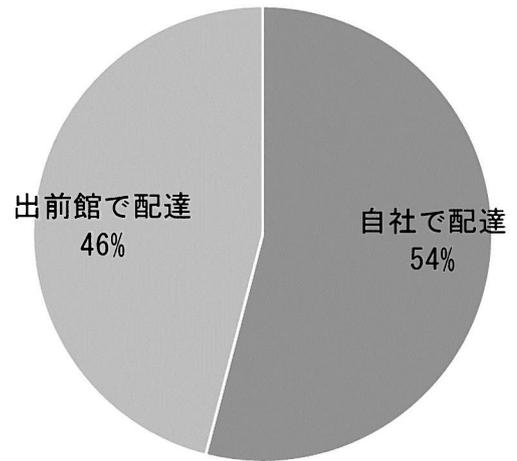


(5) 配達について

市内中小外食事業者

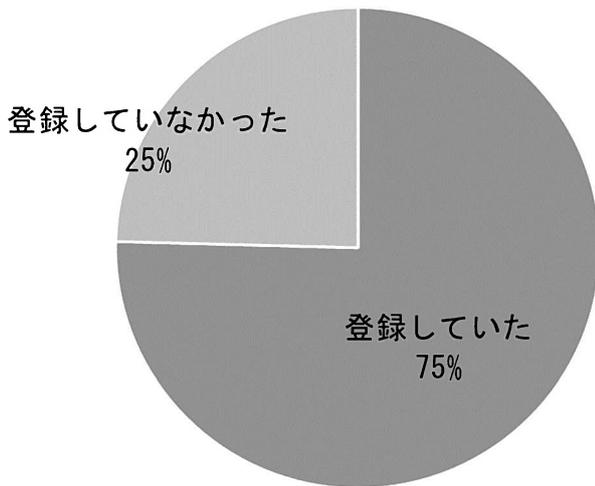


全体

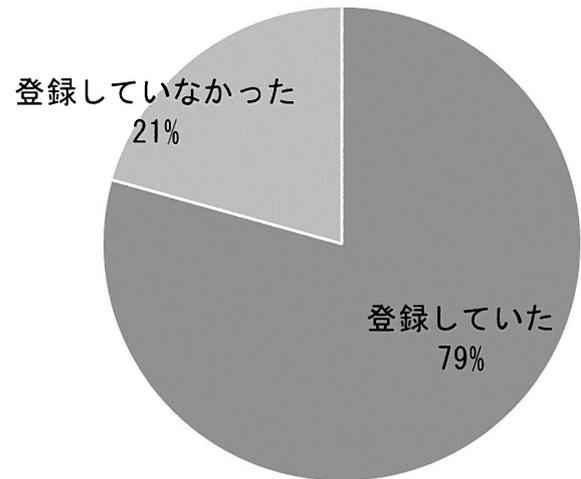


2 初期登録手数料無料キャンペーン（5/20）以前における出前館への登録

市内中小外食事業者

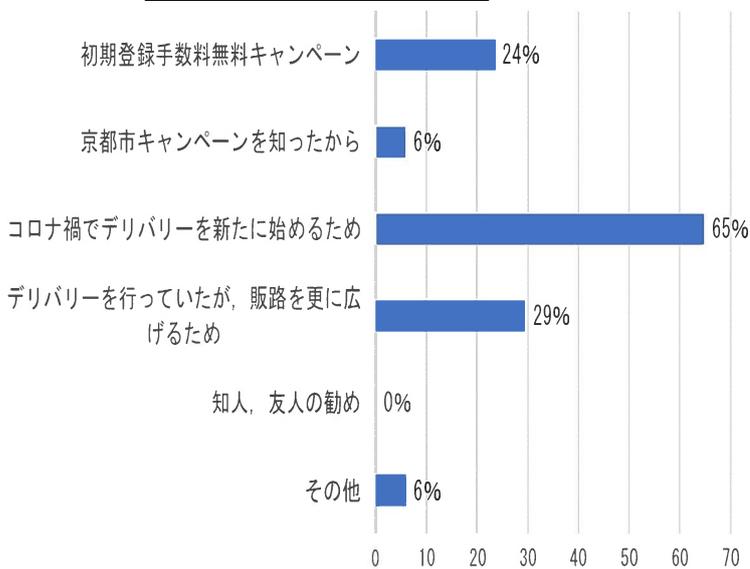


全体

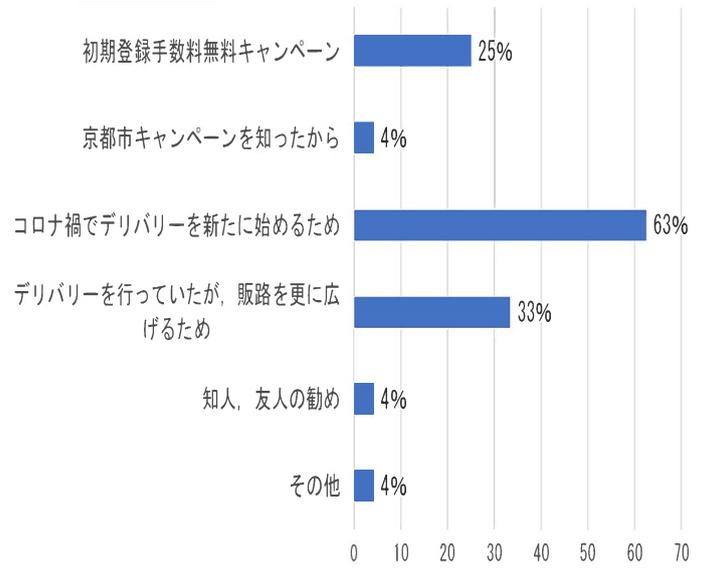


3 出前館に新規登録した理由（複数回答可）

市内中小外食事業者



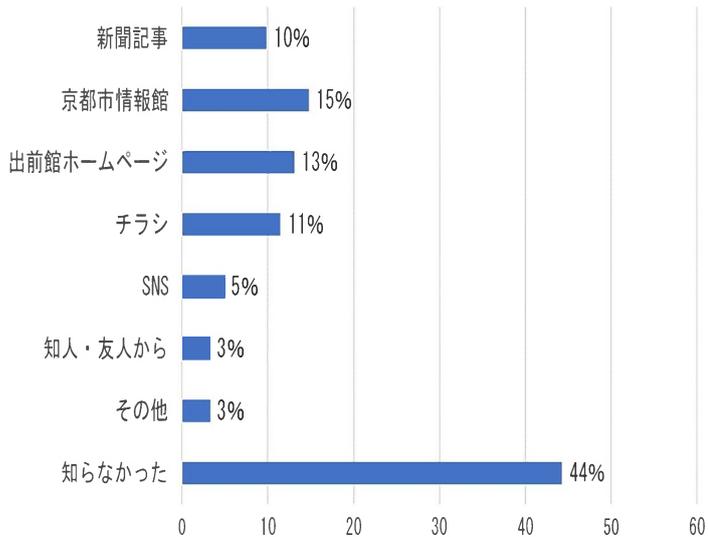
全体



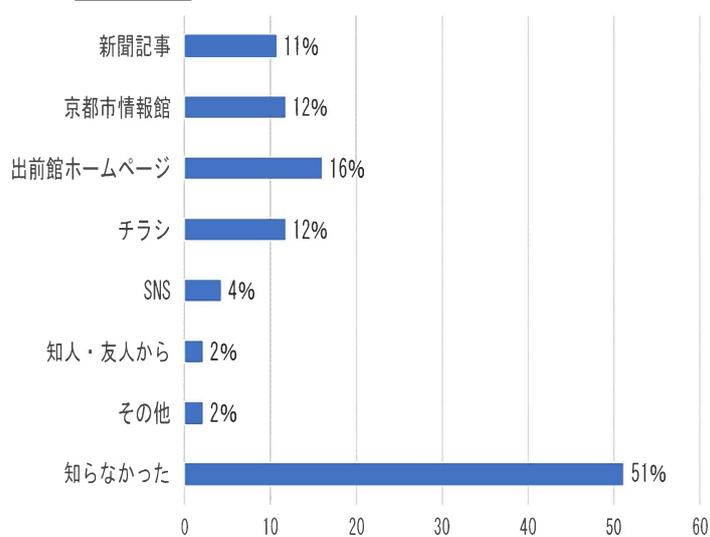
※複数回答のため、合計が100%を超える

4 出前館の初期登録手数料無料キャンペーン（5/20～7/31）の認知度（複数回答可）

市内中小外食事業者



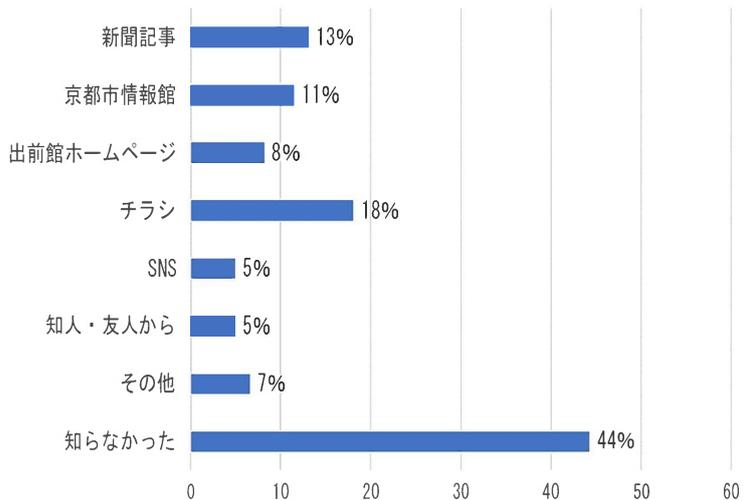
全体



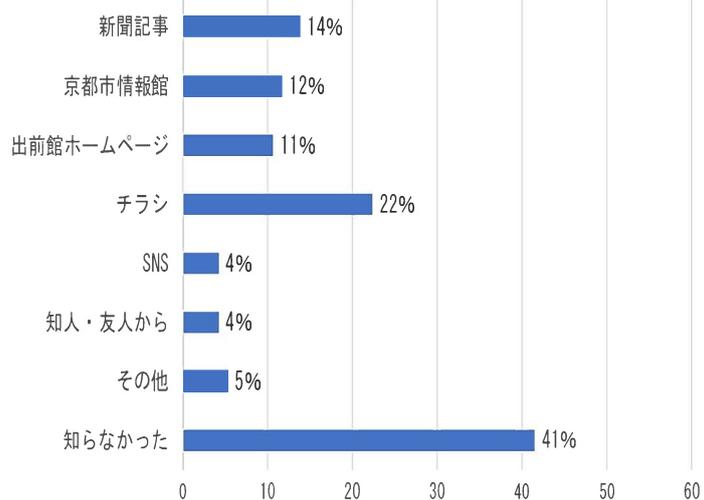
※複数回答のため、合計が100%を超える

5 京都市キャンペーン（6/3～6/30）の認知度（複数回答可）

市内中小外食事業者



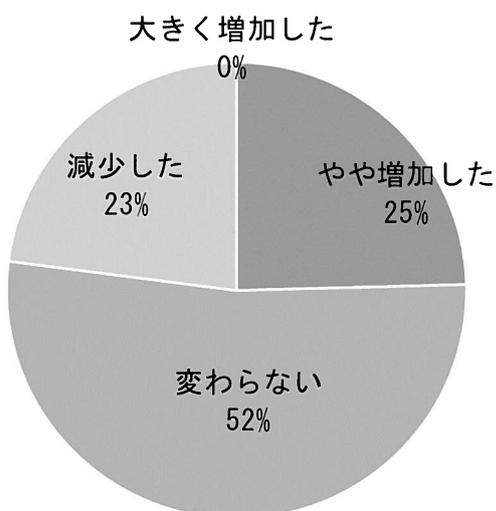
全体



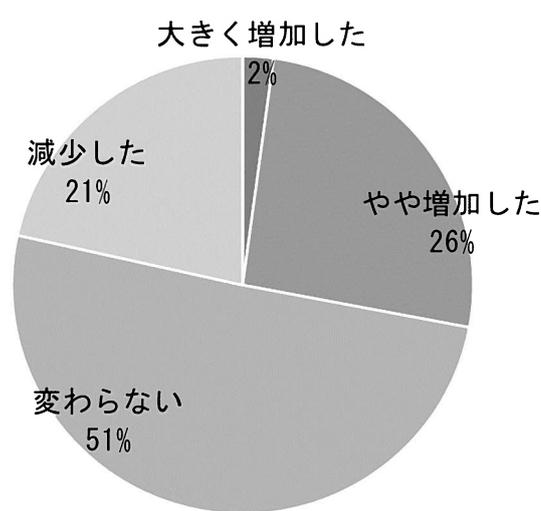
※複数回答のため、合計が100%を超える

6 京都市キャンペーン期間中（6/3～6/30）の売上

市内中小外食事業者

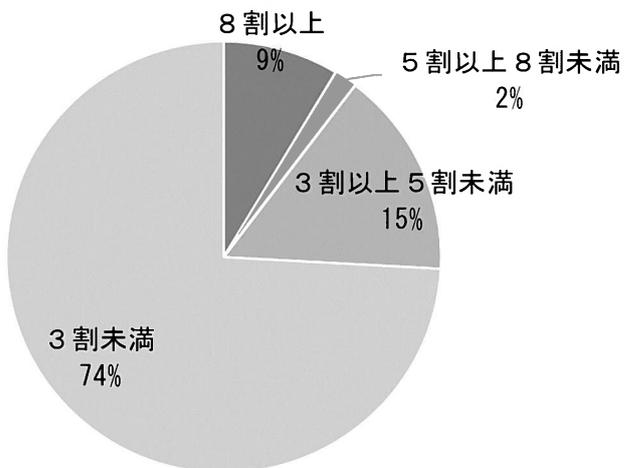


全体

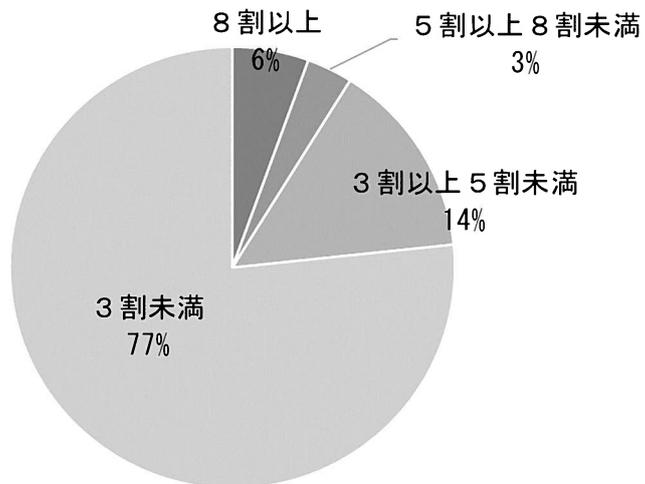


7 京都市キャンペーン期間中（6/3～6/30）の売上のうち、出前館のデリバリーによる売上の割合

市内中小外食事業者

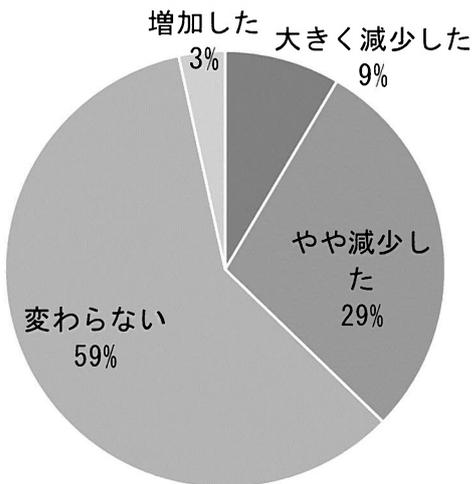


全体

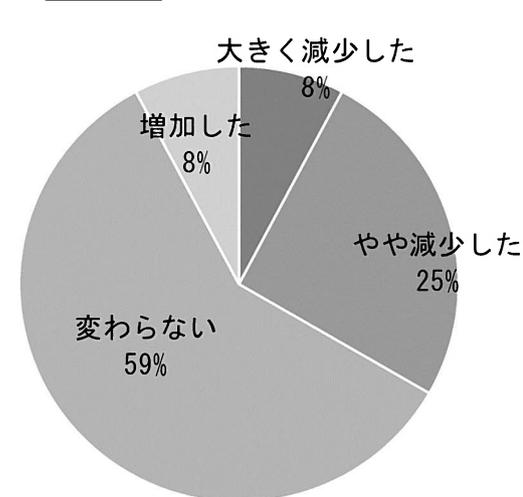


8 京都市キャンペーン終了後（7/1～）の出前館での注文数

市内中小外食事業者

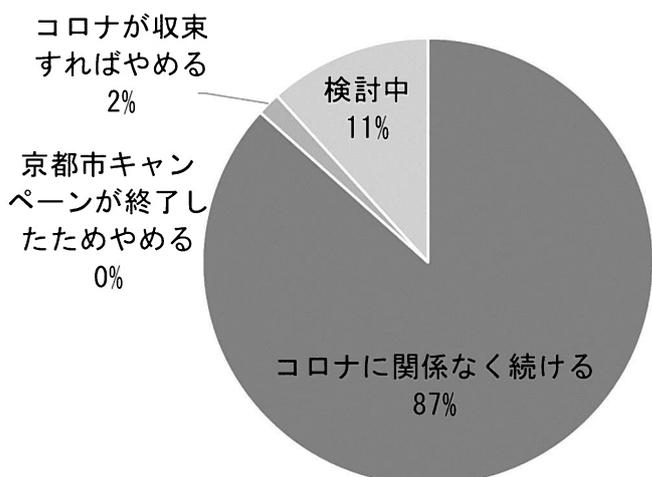


全体

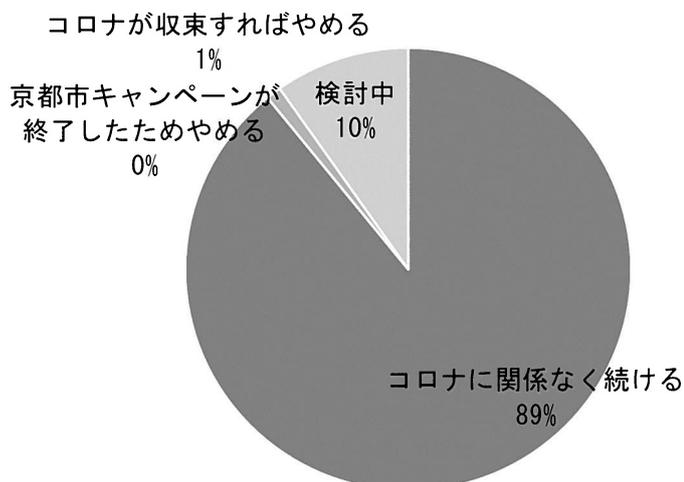


9 デリバリーを継続する意向

市内中小外食事業者



全体



○デリバリーを継続する理由

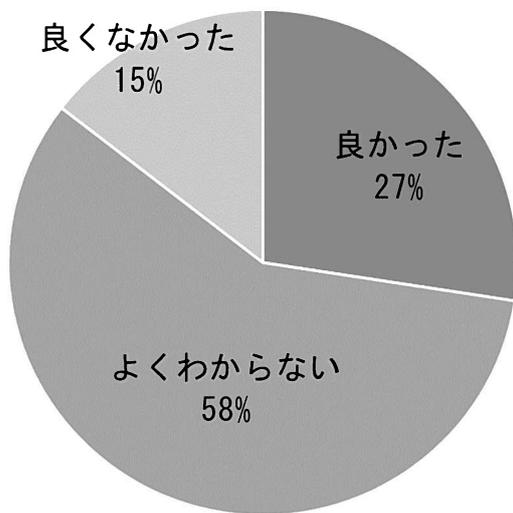
- ・コロナに関係なく需要があると感じたため。
- ・常連客にデリバリーを通じて支援してもらえたから。
- ・デリバリーやテイクアウトを行うことによる売上の増加のため。
- ・デリバリーによる新規の注文が増えたため。
- ・デリバリーという新しい形で料理を提供していきたいため。
- ・店舗営業以外にも販路を確保しておきたいため。

○デリバリーをやめる理由

- ・店内営業が忙しくなり、デリバリーを行う余裕がなくなったため。

10 京都市キャンペーンの感想

市内中小外食事業者



全体

