

## F1層のリアルをミュゼマーケティングが調査！ MUSEE MARKETING News Letter ～Go To キャンペーン編～

# Go To トラベル、どうだった？ 停止前の所感を女性913人に聞く

2020年夏に始まった「Go To キャンペーン」。2020年の年末にGo To トラベルの一時停止が発表され、今年2月7日まで停止期間が延長。また、Go To イートの見直しの要請が一部都道府県に実施されるなど、紆余曲折ある取り組みです。一方で、実施されている期間は多くの方が利用しました。では、20、30代の女性たちは、どれくらい利用していたのでしょうか？913人にアンケートを実施しました。

### <トピックス> ～ Go To キャンペーン編～

- キャンペーン利用率は62%。うち81%がGo To トラベルを利用
- Go To トラベルの予約は「じゃらん」が多数 その理由は？
- 54%が「通常より安く食事ができるから」Go To イートを利用
- 「今後も続けてほしい」が7割も、「状況に応じた柔軟性が必要」と回答

#### 【調査概要：Go To キャンペーン編】

- 調査日 : 2020年12月2日～2020年12月13日
- 調査方法 : インターネット調査
- 調査人数 : 913名
- 調査対象 : 全国20～34歳の女性

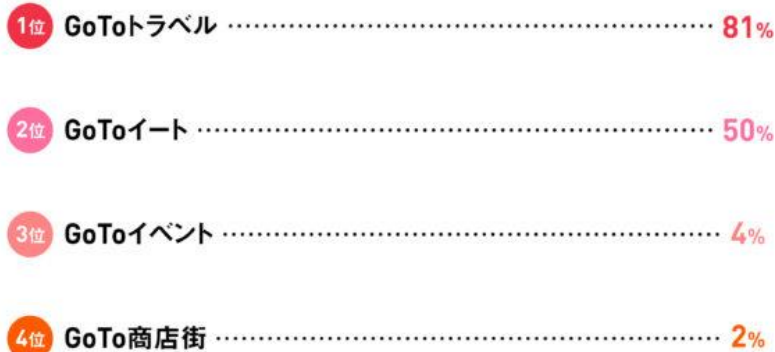
※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【ミュゼマーケティング調べ】とご明記ください。

## ■ キャンペーン利用率は62%。うち81%がGo To トラベルを利用

はじめに、Go To キャンペーンを利用したか聞くと、「利用した」と答えた人は62%でした。「利用した」と答えた人にその種類を聞くと、「Go To トラベル」の利用率が圧倒的に高く81%。あとには「Go To イート」、「Go To イベント」、「Go To 商店街」が続いています。

### Q 利用した種類は何ですか？

(GoToキャンペーンを利用したと回答した方)



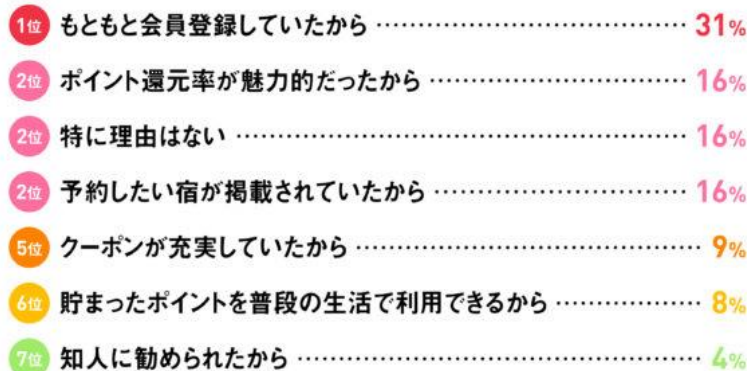
また、「利用した」人にGo To キャンペーンの仕組みを理解して使っていたか聞くと、75%が「なんとなく理解して使っている」と回答。「完全に理解して使っている」のは20%、「まったくわからないが使っている」人は5%でした。「利用していない」と答えた人に今後利用する予定があるか（一時停止前）を聞いてみたところ、「利用する予定はない」が74%でした。

## ■ Go To トラベルの予約は「じゃらん」が多数 その理由は？

Go To キャンペーンにおいて中心的な施策ともいえる「Go To トラベル」。2020年10月1日からは東京も利用対象となり、全国的に取り組みが開始されました（2021年1月時点は停止中）。Go To トラベルを予約する際に利用したサイトは、1位が「じゃらん（34%）」、2位が「楽天トラベル（29%）」、3位が「JTB（5%）」でした。それらを選んだ理由を聞いてみると、「もともと会員登録していたから」「ポイント還元率が魅力的だったから」「予約したい宿が掲載されていたから」といった回答が多く挙がりました。

### Q 利用した予約サイトを選んだ理由は何ですか？

(Go Toトラベルを利用したと回答した方)



Go To トラベルを利用した人に、自分が住んでいる都道府県内・都道府県外、どちらを訪れたか聞いたところ、66%が「都道府県外」と回答しました。

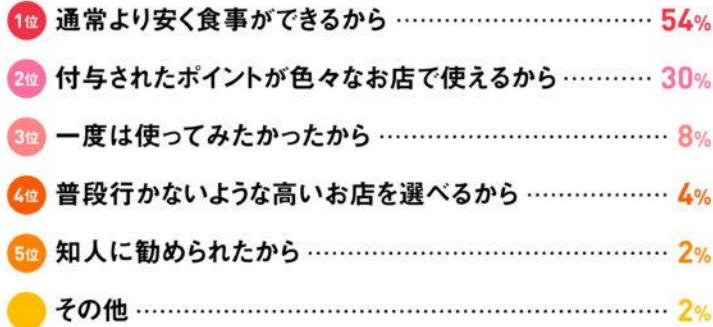
具体的に何県に行ったかについては、「静岡県（6%）」、「東京都（6%）」、「神奈川県（6%）」、「北海道（5%）」、「大阪府（5%）」などが上位に挙がっています。

## ■ 54%が「通常より安く食事ができるから」Go To イートを利用

ポイント還元やプレミアムつき食事券で、お得に食事が楽しめる「Go To イート」。「利用した」と回答した人にその理由を聞いてみると、「通常より安く食事ができるから」、「付与されたポイントが色々なお店で使えるから」、「一度は使ってみたかったから」という回答が挙がりました。

Q Go Toイートを利用した理由は何ですか？

(Go Toイートを利用したと回答した方)



利用した予約サイトについては、1位が「ホットペッパーグルメ（51%）」、2位が「ぐるなび（13%）」「食べログ（13%）」、3位が「一休.com（2%）」でした。

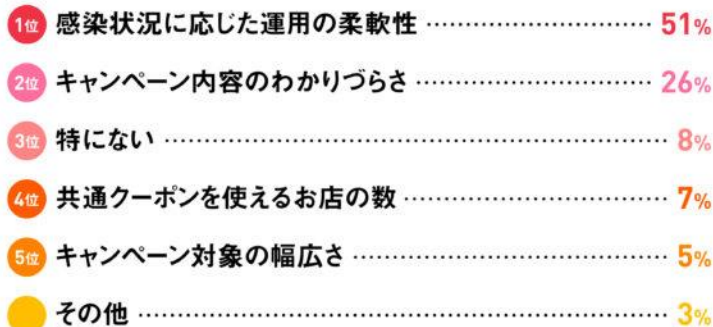
利用した予約サイトを選んだ理由は、「もともと会員登録していたから（26%）」、「予約したいお店が掲載されていたから（21%）」、「ポイント還元率が魅力的だったから（20%）」などが多く挙げられたことから、Go To トラベル同様、キャンペーン実施以前から利用していたサイトをそのまま利用していたようです。

## ■ 「今後も続けてほしい」が7割も、「状況に応じた柔軟性が必要」と回答

Go To キャンペーンで良かった点について聞いてみると、1位が「普段より安く利用できる（62%）」、2位が「経済支援になる（17%）」でした。

反対に、改善が必要だと思う点については、1位が「感染状況に応じた運用の柔軟性」、2位が「キャンペーン内容のわかりづらさ」。日々変化している感染状況に合わせた運用を求め人が多いようです。

Q GoToキャンペーンで改善が必要だと思う点はどこですか？



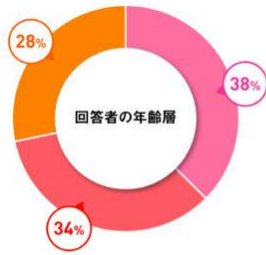
通常より安い値段で利用できたり、各方面の経済支援になったりする一方、新型コロナウイルス感染の不安と隣り合わせでもあるGo To キャンペーン。ただ、「Go To キャンペーンを今後も続けてほしいと思うか」聞いたところ、「思う」との回答が72%で、20代、30代の女性たちはこの取り組みに対し、おおむね好意的に受け止めていたようです。

今後の取り組みがどのようになるか不透明ではありますが、日々の感染状況に合わせて柔軟に対応することが、Go To キャンペーンをさらに有益なものにしていくヒントとなりそうです。

▶記事詳細はこちら：<https://musee-marketing.com/topic/goto/>

※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【ミューゼマーケティング調べ】とご明記ください。

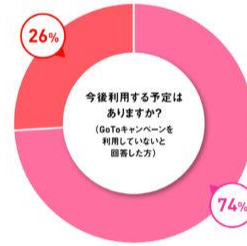
# ■ データ一覧 ～ Go To キャンペーン編～



■ 20歳～24歳 ■ 25歳～29歳 ■ 30歳～34歳

回答者の職業

会社員	57%
学生	18%
アルバイト・パート	13%
専業主婦	5%
その他	8%



■ 利用する予定はない  
■ 利用する予定である

Q 旅行中、特にお金を費やしたのは何ですか？  
(Go Toトラベルを利用したと回答した方)

1位 食事	40%
2位 宿泊する部屋のグレード	29%
3位 お土産	11%
4位 観光地	7%
4位 旅行の移動手段	7%
6位 旅行用の服やアクセサリー	2%
その他	4%

Q Go Toトラベルを利用するにあたって気を付けたことは何ですか？

1位 少人数で行動した	62%
2位 消毒液を持参した	52%
3位 交通機関の利用を避け、車を使用した	47%
4位 密になりそうな人気の観光地は避けた	44%
5位 特になし	5%
その他	5%

Q 主にどんなお店に行きましたか？  
(Go Toイートを利用したと回答した方)

1位 居酒屋	39%	9位 ラーメン・麺類	2%
2位 焼肉・ステーキ	29%	9位 各国料理	2%
3位 和食	24%	9位 アジア・エスニック	2%
4位 イタリアン・フレンチ	17%	13位 ダイニングバー	1%
5位 洋食	13%	13位 創作料理	1%
6位 カフェ・スイーツ	8%	13位 多国籍料理	1%
7位 中華	5%	13位 バー	1%
8位 ビュッフェ・バイキング	4%	その他	3%
9位 カレー	2%		

Q Go Toイートを利用していない理由は何ですか？  
(Go Toイートを利用していないと回答した方)

1位 キャンペーン内容を理解していないから	19%
2位 3密が懸念されるから	16%
3位 特に行きたいお店がないから	13%
3位 感染状況が日々変わっているから	13%
5位 時間が取れないから	8%
6位 これから利用する予定だから	7%
7位 金銭的に余裕がないから	5%
8位 一緒に行く人がいないから	3%
9位 食に興味がないから	2%
9位 Go Toキャンペーンに反対だから	2%
その他	12%

Q GoToキャンペーンを良いと思う理由を教えてください。  
(前問で「思う」と答えた方)

1位 経済が回るから	34%
2位 観光地や宿泊施設・飲食店の救済につながるから	27%
3位 いつもより高いお店や宿を利用できるから	17%
4位 コロナ禍でも気分転換ができるから	12%
5位 行ってみたかった場所に行けるから	10%

## 『ミュゼマーケティング』について

美容意識の高い女性を中心とした会員層を有し、自社デジタルメディアと全国177(※)店舗のサロンによるクロスメディアアプローチが特徴のメディアサービスです。店頭サンプリング、商品モニター、リサーチ、デジタル広告やメールマガジンによるサービス告知などを提供しています。

F1層をコアとした全国390万人以上(※)の会員さまへ向け、自社サービスの認知拡大、継続的な収益モデルを検討したい企業様は、ミュゼマーケティングへお問い合わせください。

▶サービスの詳細・資料ダウンロードはこちら：<https://musee-marketing.com/>



MUSEE  
MARKETING

## 美容脱毛サロン『ミュゼプラチナム』について

“全ての女性のキレイをお手伝いしたい”との想いを込め、2003年に誕生した、高品質の美容脱毛サロン。多くの女性の支持を受け、現在では全国に177(※)店舗を展開中。

▶ミュゼプラチナム ホームページはこちら：<https://musee-pla.com/>

(※) 2020年12月末日時点



MUSEE  
PLATINUM  
ミュゼプラチナム