

【働き方改革推進支援事業】

「マル得チケット」 掲載効果アンケート結果について

2021年2月22日

 柏商工会議所

柏商工会議所では、会報誌等を活用した販路開拓支援サービス事業「マル得チケット」を実施しています。尚、今年度はPRページを拡大し、視認効果をアップさせる大幅リニューアルを行いました。

発行後、掲載者にご協力を頂いて事業効果のアンケートを実施しましたのでご紹介いたします。

マル得チケット利用者の客層 (三大紙)

- 1位 中年女性
- 2位 中年男性
- 3位 シニア女性
- 4位 シニア男性



マル得チケット利用者の客層 (地域コミュニティ誌)

- 1位 中年女性
- 2位 中年男性
- 3位 シニア男性
- 3位 若年女性



アンケート集計結果（三大紙）



有効回答者業種

- ・ 飲食業28%・販売業18%
- ・ サービス業36%・その他18%

掲載効果について

- ・ 効果があった（73%）
⇒約70%が「**掲載効果あり**」と回答

効果ありと答えた各店の店舗利用人数

- ・ 1～5名（74%）
- ・ 6～10名（13%）
- ・ それ以上（13%）※18名が利用

効果ありと答えた各店の

得られた効果について

- 売上が増加した（13%）
- 新規客が増えた（38%）
- 広告宣伝業務が簡素化できた（9%）
- 特に変わらなかった（常連客が利用など）（40%）

アンケート集計結果（地域コミュニティ紙）



有効回答者業種

- ・ 飲食業42% ・ 販売業21% ・ サービス業17% ・ 建設業8% ・ その他12%

掲載効果について

- ・ 効果があった（63%）
⇒約60%が「**掲載効果あり**」と回答

効果ありと答えた各店の利用人数

- ・ 1～5名（47%）
- ・ 6～10名（20%）
- ・ それ以上（13%） ※18名が利用と回答
- ・ お問い合わせがあった（20%）

効果ありと答えた各店の
得られた効果について

- 売上が増加した（13%）
- 新規客が増えた（60%）
- 広告宣伝業務が簡素化できた（13%）
- 特に変わらなかった（14%）

ラーメン店



新規客も多数来店しましたが、ほぼチケット利用のお客様でした！

成果が出た声



視認性がアップしたため、ご新規の方やリピーターのお客様にも目を留めて頂けました！

整体・リフレ事業者