

研究員 の眼

金融リテラシー以前の問題

Go To Eat プレミアム付き食事券キャンペーンサイトの違和感？

金融研究部 主任研究員 高岡 和佳子
(03)3512-1851 takaoka@nli-research.co.jp

Go To Eat キャンペーンといえば、「〇〇錬金術」や「無限〇〇」などと話題になったこともあり、オンライン飲食予約時のポイント付与をイメージする人が多いだろうが、プレミアム付食事券もある。プレミアム付食事券は地域毎に、販売事業者、利用開始時などが異なり、当然キャンペーンの Web ページも異なる。

通常の Web ページは、当該ページにアクセスした時に最初に表示される部分（以下、ファーストビュー）には、Web ページの内容が一目でわかるようなイメージ画像が表示される。プレミアム付食事券は地域毎に Web ページがあり、ファーストビューの画像も異なるが、同一の事業者が複数の地域でプレミアム付食事券の販売を受託している場合も多く、また元は同じキャンペーンなので、利用される画像の特徴には共通点が多い。大多数は、地域を代表するグルメや食事を楽しむ人、食器などの画像にキャンペーン名などのロゴタイプを組み合した図表 1 のようなパターンか、更に「25% プレミア付き」とか「8,000 円で 2,000 円お得」といったプレミアム商品券の特徴を示すロゴタイプが付記されるパターンである。

【図表 1】農林水産省 Go To Eat キャンペーン Web ページのファーストビュー



(資料) 農林水産省「Go To Eat キャンペーン」事業について
<https://gotoeat.maff.go.jp/>

【図表2】 3つの地域のファーストビューに用いられる画像



(資料) GO TO EAT キャンペーン千葉
<https://www.chiba-gte.jp/user/>

その中で、3つの地域のファーストビューに用いられている画像ⁱ (図表2) が気になって仕方がないのだが、違和感を覚えるのは筆者だけだろうか。

この画像は4つのロゴタイプで構成されている。1つ目が「食べて飲んで地域を明るく!」、2つ目が「ご飲食の代金がプレミアム食事券で」、3つ目が「25%お得!!」ⁱⁱ、4つ目が「例えば12,500円の飲食代が10,000円に!」である。気になるのは3つ目のロゴタイプ25%の基準が不明瞭である点だ。否、飲食代の25%お得との誤解を招きかねない点に違和感を覚える。

2つ目のロゴタイプは尻切れトンボなので文章は続くと考えられ、内容、配色、配置等のデザインを総合的に考えると、3つ目のロゴタイプが後続文として最も適切ではないだろうか。つまり、「ご飲食の代金がプレミアム食事券で25%お得」といった文章に読めてしまう。実際は、プレミアム食事券購入金額を基準に25%お得なのであって、飲食代を基準にすると、20%しか得ではない。12,500円の飲食代が10,000円になるのだから、得するのは差額の2,500円で、飲食代12,500円で割ると20%である。

4つ目のロゴタイプに具体例が記載されているのだから、誤解は生じないという反論もあろうが、25%と4つ目のロゴタイプの文字の大きさは、著しくのバランスを欠いており、やはり「25%お得」が目立つ。ファーストビューに用いられるイメージ画像なのだから、目くじら立てる必要はないのだが、世の中の人々はこの画像からキャンペーンの内容をどのように捉え、どのように感じるのだろうか。

この点を【図表2】の画像をみてキャンペーンの内容をどのように捉えるか、制度内容を元々正しく理解しているかどうか、そしてこのことに違和感を覚えるかどうかの3つの軸で、消費者の反応を整理し、【図表3】にまとめてみた。

【図表 3】画像から受け取るキャンペーンの内容、制度の理解と違和感

	キャンペーンの内容の捉え方	制度に対する理解	違和感
1	「ご飲食の代金がプレミアム食事券で25%お得」と捉える	購入金額の25%のプレミアムであることを知らない	無
2	同上	購入金額の25%のプレミアムであることを知っている	無
3	同上	同上	有
4	「ご飲食の代金がプレミアム食事券で」と「25%お得」を分けて捉え、飲食代の25%お得とは捉えない	—	無

筆者の捉え方、感じ方は、図表3の3にあたるが、大多数の人々が3か4であれば何ら問題ない。1の場合、飲食代の25%お得と誤解していても、実際に食事券を利用すれば20%お得なことには変わらないので、細かいことは気にしない人なら問題ないかもしれない。ただ、実際に利用して20%割引にしかならないと理解できない人と2に該当する人には多少問題があるかもしれない。もしかすると義務教育で身に付けているはずの百分率（%：パーセント）に対する理解が不十分なのかもしれない。数量の大小関係を正しく理解、比較する能力は金融リテラシーにおける重要な要素の一つだが、こういう知識や能力がないと今後の生活でいろいろと不利益を被る可能性がある。

「ご飲食の代金がプレミアム食事券で25%お得」と捉え、制度を正しく理解しているにも関わらず違和感を覚えなかった場合、今一度、割り算や割合や百分率のおさらいをすることを是非ともお勧めしたい。家電量販店やECサイトに代用されるポイント還元や一部の鉄道会社で、土曜日、日曜日、および祝日だけ利用可能な回数券（通常運賃の10回分で14回利用可能）など、同じようなプレミアムと割引の関係で、どちらが得なのか、本当はどれくらい得なのか等、数量の大小関係を正しく理解することが好ましい事例は数多くある。

ⁱ 厳密には、時間と共に画像が切り替わるスライド型ファーストビューのうち1つ画像である（2020年11月20日時点）。
ⁱⁱ 3つの地域の内、1つの地域は「25%お得！！」が「25%国が支援！！」になっている。