

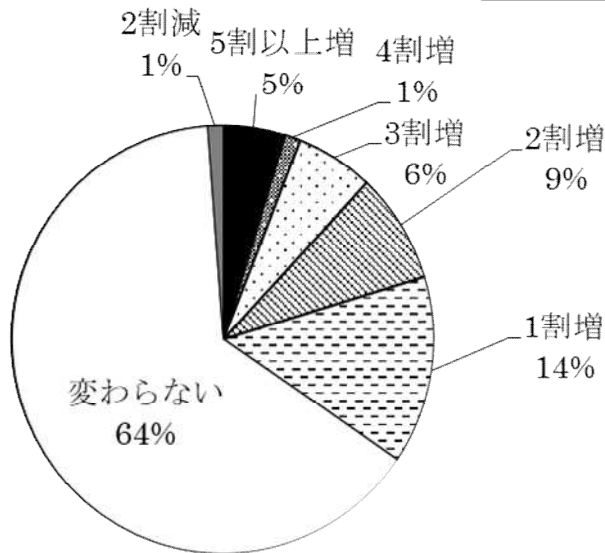
令和元年度「おいしが うれしが」キャンペーン推進店
実施状況アンケート調査結果

(対象：721事業者、回答：84事業者、回収率：11.7%、実施期間：令和2年1月)

■問1 「おいしが うれしが」キャンペーン登録前と比較して、滋賀県産農畜水産物（加工品・料理等を含む）の取扱品目や量は変化しましたか？

・取扱品目や量が増加した事業者：35%

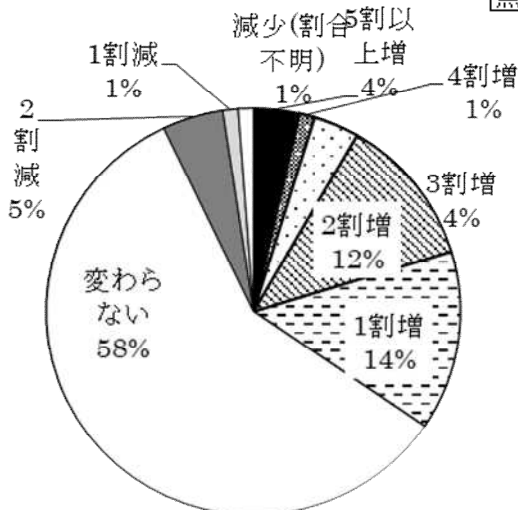
	H20	H21	H22	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
3～5割増	9%	19%	18%	13%	17%	9%	0%	14%	10%	12%
1～2割増 (割合不明含む)	51%	40%	35%	33%	39%	40%	52%	24%	31%	23%
不変～減	36%	38%	45%	54%	44%	51%	48%	62%	59%	65%



問2 「おいしが うれしが」キャンペーン登録前と比較して、滋賀県産農畜水産物（加工品・料理等を含む）の販売額は変化しましたか？

・販売額が増加した事業者：35%

	H20	H21	H22	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
3～5割増	7%	13%	9%	5%	17%	14%	0%	11%	7%	9%
1～2割増	37%	37%	21%	36%	29%	37%	43%	24%	24%	26%
不変～減 (割合不明含む)	53%	47%	65%	59%	54%	49%	57%	64%	67%	65%
無回答	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	2%	0%



■問3 問1 および問2の理由を記入願います。(抜粋)

【増加の理由】

- ・ 県食材を使用していることをメニューに明記しオーダー時にお客様に説明している。
- ・ 県産のおみやげコーナーを設けた。
- ・ 農家レストランを立ち上げた。
- ・ 当社が『滋賀県産にこだわった』と打ち出しているため、珍しさに来店頂いている。
- ・ リーフレットやご講演などに参加し、登録店になったことで、県産食材を理解することが増え、県産食材の事で会話することも増え、利用しやすくなった。
- ・ お米を取り扱っていますが、他地域のこしひかりより、関西では滋賀県産の方が親しみやすいみたいです。

【変わらない理由】

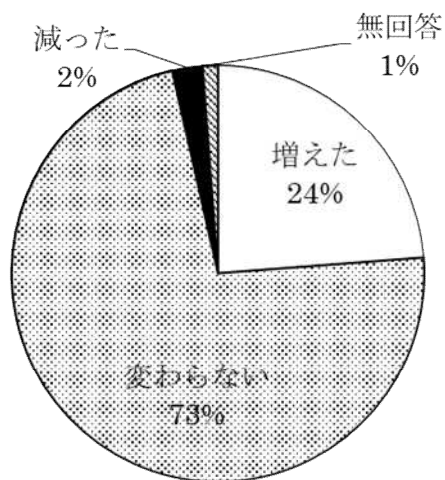
- ・ 当該、道の駅の商品については出荷者からの委託販売となっているが、出荷者から納品される商品にロゴマークを使用されているものが少ない。
- ・ 県産の農畜水産物を増やしたい気持ちはあるが、量を安定し、かつ値段を抑えたものを購入するというのがなかなか難しく、産地にこだわりすぎないようにせざるを得ない。
- ・ 京阪神や中京圏からの来園者が多い中で、県外での認知度が低いのではないかと？
- ・ 以前より滋賀県産の、主に農産物を仕入れるようにはなったが、それが直接集客や売り上げの向上につながっている訳では無い。
- ・ 「おいしが うれしが」が、購買動機になっていない。

【減少の理由】

- ・ 景気の低迷
- ・ ビワサーモンがない。
- ・ 「おいしが うれしが」キャンペーン登録とは関係なく高齢化により生産者が少しずつなくなり、出荷品が減った。特に米の販売が目に見えて減った。
消費者が今、必要な分のみの野菜を買っていく傾向にある。

■問4 「おいしが うれしが」キャンペーン登録前と比較して、県産農畜水産物の取引先（販売先・仕入先）は変化しましたか？

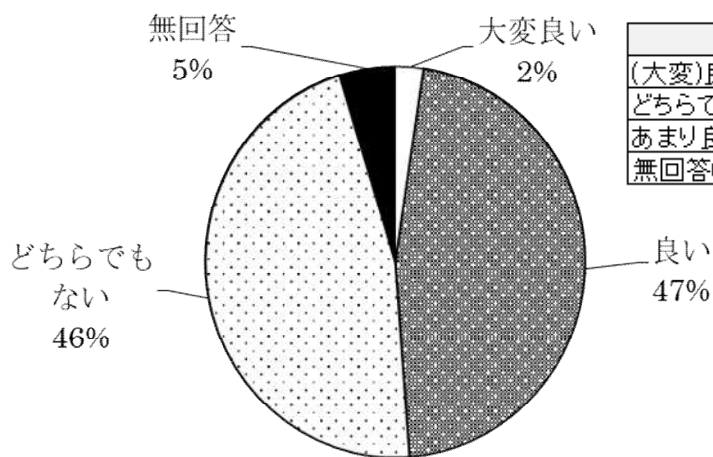
- ・ 取引先（販売先・仕入先）が増加した事業者：24%（増加件数：合計20件）



	H20	H21	H22	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
増えた	24%	40%	39%	29%	34%	29%	38%	23%	21%	24%
不変～減	73%	60%	58%	70%	63%	71%	57%	76%	79%	75%
無回答	0%	0%	3%	1%	3%	0%	5%	1%	1%	1%

■問5 キャンペーンに対するお客様の反応はどうか？

・お客様の反応が「大変良い」「良い」と答えた事業者：計48%



	H20	H21	H22	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
(大変)良い	60%	61%	58%	44%	49%	53%	43%	38%	47%	49%
どちらでもない	36%	38%	37%	54%	41%	44%	43%	54%	44%	46%
あまり良くない	0%	2%	0%	1%	3%	0%	0%	1%	1%	0%
無回答(悪い)	4%	0%	5%	1%	7%	3%	14%	7%	8%	5%

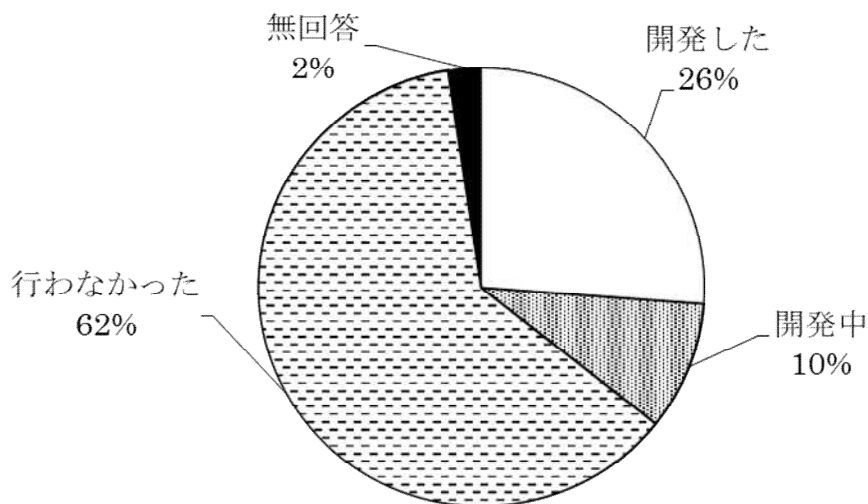
【キャンペーンに対する具体的な声（抜粋）】

- ・彦根梨やトマトなど地元の商品の人気が高い。
- ・滋賀食材は、水産物以外は近江牛を除いて、しっかりお客様に説明してあげることでその魅力を感じてもらえるようだ。
- ・おいしがうれしがのシールにより安全、安心感が強くなった。地元産で安心して食べられる。もっとおいしがうれしがをアピールすべき。
- ・地元が滋賀県なので、こういった「おいしがうれしが」キャンペーンを知っているが、大阪で店をやっているとほぼ知られていない。
- ・元々、県外からの旅行者は地場産のものを好む傾向にあるのでそれほど変化はない。

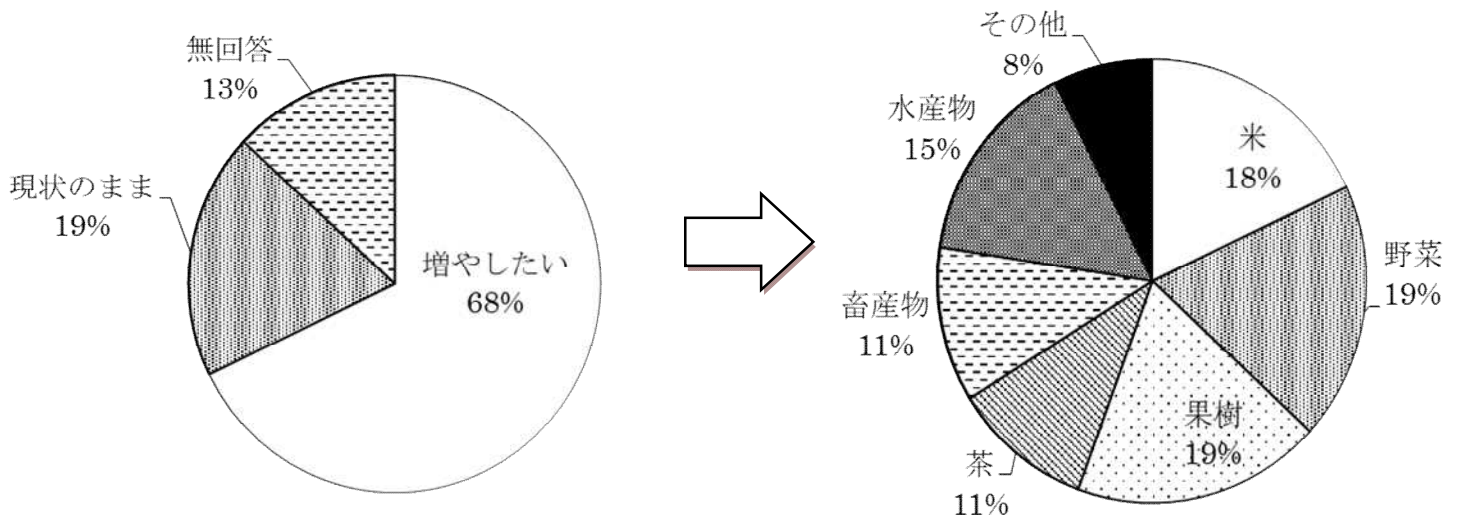
■問6 今年度、県産農畜水産物を使った新商品開発に取り組まれましたか？

・新商品を開発した事業者：26%（開発商品数：合計75件）

	H20	H21	H22	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
開発した	31%	48%	56%	40%	48%	47%	48%	42%	30%	26%
開発中	35%	18%	19%	18%	23%	24%	9%	14%	15%	10%
行わず	31%	33%	19%	40%	25%	26%	38%	39%	51%	62%
無回答	3%	1%	6%	2%	4%	3%	5%	5%	4%	2%



■問7 今後、県産農畜水産物の取扱を増やしていきたいですか？



【具体的に増やしたい品目、品種など（抜粋）】

- ① 米・・・環境こだわり米、みずかがみ、黒米、玄米、パックご飯、古代米、夢ごち、低無農薬栽培米、キヌヒカリ
- ② 野菜・・・下田ナス、赤カブ、菊の花、大豆、色野菜、いちご、すいか、とうもろこし、たまねぎ、かぼちゃ、日野菜、千筋水菜（せんすじみずな）、さつま芋
- ③ 果樹・・・ぶどう、いちじく、ブルーベリー、シャインマスカット、メロン、ラズベリー、彦根梨
- ④ 茶・・・朝官茶、緑茶、ほうじ茶、紅茶
- ⑤ 畜産物・・・県産豚肉、近江鶏、近江牛
- ⑥ 水産物・・・琵琶湖八珍、佃煮、生魚、びわマス、鮎、ふな寿し
- ⑦ その他・・・スイーツ、麴、地酒、漬物、県産自然植物

■問8 キャンペーンに対するご提案やご意見（抜粋）

- ・ 県外の方はポスターによる滋賀食材のキャンペーンの気付きがあると思う。ホテルや宿泊施設で聞いてきたという人もおられるのでこれからも引き続き多くの人の目につくような場所、機会にキャンペーン活動をして頂けたらうれしい。
- ・ 農家様とタイアップできる企画があればよい。
- ・ お年寄りのお客さまが多いので。お年寄りの方でも簡単に参加できる形がよい。
- ・ 小規模の仕入なので、こちらから買いに行きやすい所に行くという形になってしまう。まずは、マッチング交流会に参加させて頂きたい。
- ・ 当店は他県のお客さまや要人のご来店が多いので、できるだけ県産物を使用し、メニュー開発にも力を入れていきたいと考えている。
- ・ 店内にポスター等の掲示もしているが、お客様からのキャンペーンについての質問等は皆無である。キャンペーンそのものの認知がたいへん低いように思う。
- ・ 滋賀県特有の物がどれだけあって、どのような値段で購入できて、どこの業者さんに問い合わせればいいのか、まだまだ知らない事がたくさんある。
- ・ 現状一番の問題は生産量、次に物流。生産者と加工、消費事業者の調整が欠かせない。

以上