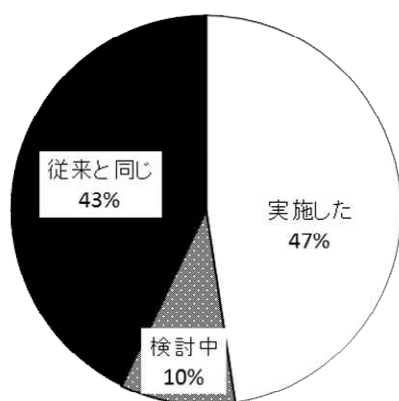


平成29年度「おいしが うれしが」キャンペーン サポーター
実施状況アンケート 調査結果

- アンケート実施期間：平成30年2月から3月
- 調査対象：350事業者（平成29年12月末時点登録事業者）
- 調査方法：郵送
- 回答数：84事業者
- 回収率：24%

- 問1 今年度、地産地消に関わる新しい取組はされましたか。
- ア) 新しい取組を開始した
 - イ) 新しい取組を検討中
 - ウ) 従来と同じ

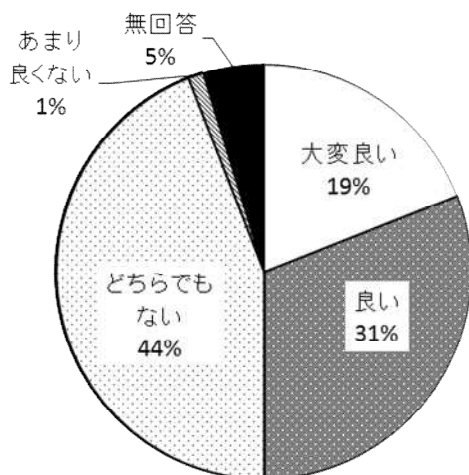


【取組事例】（抜粋）

- 地場野菜を使ったドレッシングの開発と販売を行った。
- 地球温暖化防止活動において、地産地消を目的として農産物直売所マップの配布および滋賀県の食材等をPRしている。
- 地産地消に関わる新しいプログラム教材で出前講座を実施した。
- 伊吹ひらたねなし柿の試食・PR活動を行った。
- おいしがうれしがシールを一袋ずつ貼りキャンペーンをアピールした。
- マルシェの開催。
- 環境こだわり米、おいしがうれしが「いちご」の販売を開始した。
- 直売所と新規取引を行い、地産地消に係る積極的な取組を行った。
- 地元食材の使用を希望される新しい取引先と取引できた。
- アグリフード EXPO 大阪に出展し、滋賀の農産物をPRした。

■問2 キャンペーンに対するお客様の反応はどうか。

- ア) 大変良い
- イ) 良い
- ウ) どちらでもない
- エ) あまり良くない
- オ) 悪い



【キャンペーンに対する具体的な声】(抜粋)

- 様々なイベントやつながりの場を企画されているので少しずつPRの効果が出てきているのではないかと。
- ネーミングもわかりやすく、県内の食材をアピールできるよいキャンペーンだと思う。
- 店の宣伝効果につながり、中には滋賀ロケーションオフィスより映画撮影の際のロケ弁依頼を受けた事業者もあった。
- 新規取引の商談などで、好意的にとらえていただける。
- 滋賀の物産と認識ができる。
- シールの効果は大きかった。その他、作物の品種、特徴を示すとより効果は高かった。
- 滋賀県産品に対する評価は良いと感じる。
- わかりやすいデザインで、一目でキャンペーン商品だと分かる。
- 商品の売れ行きが少しアップした。
- 「おいしが うれしが」シールが貼ってある商品は安心して買えるからよいそうです。
- 守山矢島かぶら：各学校、栄養教諭の方々から「児童の評判が良く、食べ残しがなかった」と、大変好評であり、次年度も継続実施予定。
- いちご：生産者から「直売所の来園増につながった」と好評だった。
- 試食などを通じ、近江米のおいしさが直接伝わる。(反応が良い)
- 東京グルメアンドダイニングショーに出店して、数件の手ごたえがあった。
- 来店者や消費者への認知度がまだまだのように思う。購買者にメリットの享受が少なく感じておられるようです。
- キャンペーンは実施されている方を知っている方は多い。しかし、内容については聞いてみると理解されていない。
- 認知度の低さが目立つ。
- 「おいしが うれしが」だから購入するというお客様は少ない。

■問3 キャンペーンに対するご提案やご意見（抜粋）

- イベントを毎年何か計画してもらって、参加できるようにお願いしたい。
- 売り場で歌など流されてはいかがでしょうか？おいしがうれしがソングで県内産の農作物を食べようというPRソング。
- 県内で近江米に特化した大々的なイベントの実施。（県外、消費地で実施）
- 東京案内所でもビワマス・フナズシ・ミズカガミ等の宣伝活動を拡大してほしい。
- 引き続き「おいしがうれしが」キャンペーンを推進、活用していきたい。
- キャンペーン自体が生産者、お客様に浸透しきれていないと思う。
- 地産のものが使いたい、流通量が少なくて断られることや、どこに聞いたらいいかわからない時がある。
- キャンペーンについてもっとPRするべきかと思います。滋賀県でおいしいものを探すならこのHPを見ればいいのかと思われるくらい、世間に対しての周知徹底が必要では。
- もう少し県をあげて大々的にPRしていただくと盛り上がるのかなと思う。滋賀県は全体的に県内産にこだわって野菜を買うといった人が少ない印象である。
- 県外で販促する資料等がもう少し充実して欲しいと思います。
- 今後も連携いただき、県内の農水産業の発展につなげていきたい。商談会のみでなく、セミナー等の共催も行えたらよいと思う。
- おいしがうれしがシール発行と積極的な提供の勢いさは必要で、県からの積極的な情報とリーダーシップの図らいが物足りない感が強いので注力をしていただきたい。
- 屋外、屋内問わず、ブース出展できるキャンペーンを多く企画してもらいたい。
- 当年度は、滋賀食材フェア等の新たなイベントにも参加させていただくことができ、大変嬉しく思っている。次年度も、滋賀食材フェアやイベント等、首都圏拠点の企画も含め、積極的に参加させていただければと思っている。
- 滋賀県は、『肉食+菜食+菌食』という自然観の3要素をカバーして、それぞれ豊富に特徴ある食材が揃っている地域だと思うが、その美味しさに加えて、これらをバランスよく組み合わせる栄養摂取するような、健康的でよりよい食生活も含めた提案や、魅力のPRもしていけるのではと期待している。
- もっと県外へ向けた滋賀の良さをPRできる販促物が欲しい。環境こだわり農産物でなくても使用できるものが欲しい。
- キャンペーン効果はあると思う。販売や仕入れ、取扱いに対する関心も増えてきていると思うが、その需要に対し現実的にまだまだ供給ができていない部分が多く、今後の課題だと思う。生産、流通、販売、そして消費者に至るまでの現実の流れをトータルで把握していない方達が非常に多くおられ、皆さんいきづまっているのだと日々感じる。やはり生産から消費までの具体的な知識が求められる。近江商人の「三方よし」の精神、生産者、流通業者、販売業者、消費者全ての利を考えなければ、現実的には実現できないと自分にも言い聞かせている。
- 滋賀県産小麦で強力小麦粉を作っているのは弊社が大半であるが、滋賀県産小麦で大きく使われる実需者が居られれば紹介していただきたい。用途：パン、中華麺、パスタ、ピザ等
- 非常に良い取組だと思う。認知度もかなり上がっているのではないかと思う。今後もさらに広がり、県外の方の認知度が上がれば、選ぶ方（お客さん）とすればキャンペーンをしている店や物が選択肢の一つになると思っている。