

■問3 問1 および問2の要因は何ですか。(抜粋)

【増加の理由】

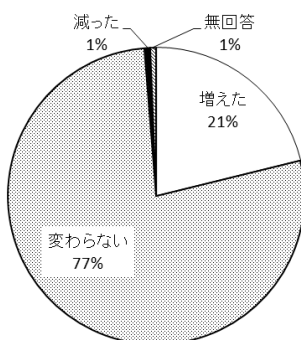
- ・重点販促商材に選定し、販売増を目指した。
- ・地場野菜を積極的に入荷するようにしたから。
- ・今まで、少量生産のため県内産の仕入れをあきらめていた商品なども積極的に県内産に切り替えていきました。
- ・市場に「おいしがうれしが」のシールの貼られてある商品があればなるべくそれを仕入れる様にしているため。
- ・みずかがみの取扱量、販売額が増加した。
- ・地産地消に対するニーズがある
- ・地産地消に対するニーズがあり、生産者がいろいろと考え、加工品の種類が増えてきた。
- ・地産地消に取組み品目を増やした。
- ・コース料理に滋賀産の原材料を使うことを明確に説明した。
- ・食品サンプルを提出すると販売が増える。
- ・お客様からのニーズはあるので、これから増やしていくところです。
- ・県外からの来訪者から県の特産物に対しニーズがある。
- ・県産食材を使用している表示をした。

【不変～減の理由】

- ・地産地消のニーズはあるが、原価が高くてなかなか品目をふやせない。
- ・出荷者、仕入先が少ない。
- ・天然ピワマスの年間漁獲量が限られているので販売数や品目が増やせない。
- ・食材の仕入ルートが無くなり、食材がうまくとれていない（漁獲量）。
- ・登録以前より地産地消を重視しながら営業につき、ほとんど変化なしです。
- ・もとより地元産品を中心に販売しております。
- ・仕入先がわからない。
- ・地区内で生産されたものと限定しているため、大幅な増加が難しい。
- ・生産者の高齢化、新規加入者がいないため。
- ・地元が農業生産地域であること、近所に大きな農水産物直売施設が2カ所あることでなかなか難しいことがある。
- ・取引先が増えず現状の出荷量に変化無し。

■問4 キャンペーン登録前と比較して、県内からの取引先や仕入先数は変化しましたか。

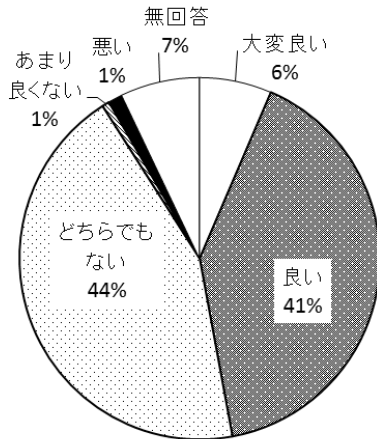
- ・取引先や仕入先が増加した事業者：21%（増加件数：合計117件）



	H20	H21	H22	H25	H26	H27	H28	H29	H30
増えた	24%	40%	39%	29%	34%	29%	38%	23%	21%
不変～減	73%	60%	58%	70%	63%	71%	57%	76%	79%
無回答	0%	0%	3%	1%	3%	0%	5%	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「良い」と答えた事業者：47%



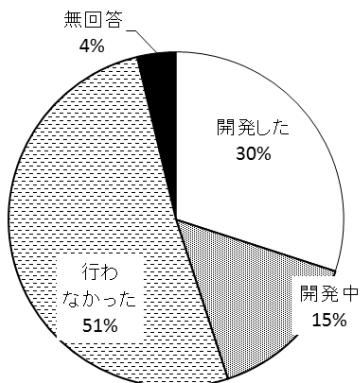
	H20	H21	H22	H25	H26	H27	H28	H29	H30
(大変)良い	60%	61%	58%	44%	49%	53%	43%	38%	47%
どちらでもない	36%	38%	37%	54%	41%	44%	43%	54%	44%
あまり良くない	0%	2%	0%	1%	3%	0%	0%	1%	1%
無回答(悪い)	4%	0%	5%	1%	7%	3%	14%	7%	8%

【キャンペーンに対する具体的な声（抜粋）】

- ・地元生産者、加工業者にとっては励みになる。
- ・「おいしがうれしが」は既に認知度が高くポスター等でアピールするとお客様が立ち止まるケースが多くなります。
- ・ポスター、のぼり旗に反応はして下さいます。
- ・キャンペーンに対して興味ある反応が一度もない。
- ・県内産であることをお伝えすると少し喜ばれる様子。
- ・滋賀を訪れる人に滋賀のものを食べさせたいが、近江牛以外でとなるとなかなか何を食べさせていいか悩まれるそうです。湖魚だけだと好き嫌いははっきりしてしまう為野菜もおりませて総合的に滋賀県のを「こんなものもあったのか」と新しい発見をしてもらえるようにメニュー作りをすると大変喜んでもらえます。
- ・ジビエに関しては反応が良い。
- ・キャンペーンをしなかったら減ると思う。
- ・虹色食材のキャンペーンはお客さんから反応もよかったです。
- ・ロゴがついているので安心感 信頼性があるとのこと。
- ・店のポスターを見て県産物に興味を持ってスタッフに質問される方もおられる。
- ・地元以外のお客様が滋賀県の食材に興味をもっているのが会話とかでわかる様になった。米はどのですか？このお野菜はどこで買えるか、果物など質問がおおくなった。
- ・滋賀へ来て店や土産を選ぶ時にのぼりやうれしがとあるだけで安心感があり選びやすい。

■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：30%（開発商品数：合計82件）

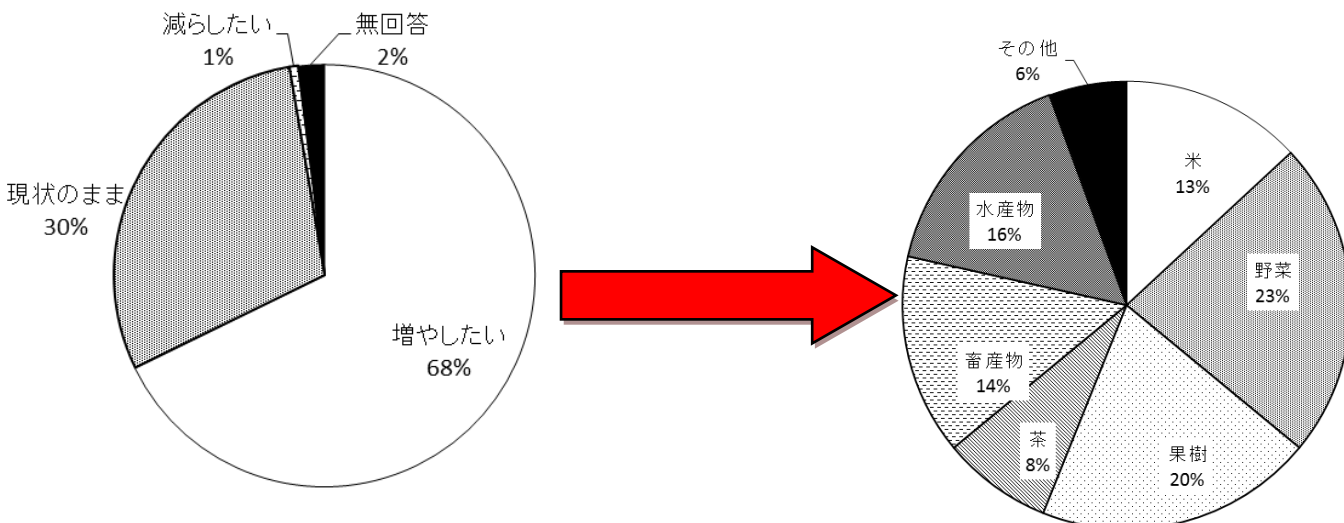


	H20	H21	H22	H25	H26	H27	H28	H29	H30
開発した	31%	48%	56%	40%	48%	47%	48%	42%	30%
開発中	35%	18%	19%	18%	23%	24%	9%	14%	15%
行わず	31%	33%	19%	40%	25%	26%	38%	39%	51%
無回答	3%	1%	6%	2%	4%	3%	5%	5%	4%

【開発した商品の例】

- 里山かぶらカレー 会席料理滋賀県産鮎をつかったじゅんじゅん鍋
- 近江カブのビーフシチュー
- びわ湖産しじみのクラムチャウダー、近江鶏のフリフリチキン、朝宮茶のラテ
- 伊吹産大豆、黒大豆を使って、つくね製品（一寸いっぷく）、甲津原みそを使ってせんべいを開発。
- 滋賀守山いちごを使用した菓子
- 鮎寿しを用いた揚げ物
- 万木かぶらのポタージュスープ
- 小鮎と生姜の佃煮 ハヤのなれ寿司
- 多賀にんじんのあんかけ、秦荘山いもの雲すまし
- 栗東産にんにくを使って熟成里にんにくの開発
- 湖北のイチゴのピューレを使用した葛餅
- 南浜ぶどうを使用したサイダー、ゼリー 地元の大豆を使用した豆菓子 等
- 豊郷産ジャンボレモンを使用したシフォンケーキ
- 焼き菓みに県内産はちみつや野菜、茶を使った開発。
- 和アイス「クズノイロ」（アドベリー、メロン等
- 琵琶湖のえび塩ラーメン、近江牛すきやきうどん
- 彦根梨を使ったスティックパイ
- 滋賀県産の特別栽培米のコメヌカを使用した無香料・無着色の洗顔石鹸。
- ビワマスのヒレ酒、季節の県産野菜の揚げ出し、カブのとりみあんかけ、ひがいの魚焼き酢、魚田
- 地元産エゴマを使用したリップバーム
- ふなずしを使ったドレッシングあられ、クッキー、瀬田しじみを使ったしょう油

■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／秋の詩／コシヒカリ／日本晴／キヌヒカリ／米粉／滋賀羽二重糯
- ②野菜・・・秦荘のヤマイモ／伊吹大根／大根／白菜／キャベツ／葱／通年入荷できるもの／地元惣菜を豊富に扱いたい／ほうれん草／葉物／アスパラガス／日野菜／カラフルな野菜／ハーブ／下田なす／季節の野菜／北ノ庄菜／弥平とうがらし／菜種／かぶ
- ③果樹・・・はっさく／夏みかん／いちご／ぶどう／草津メロン／彦根梨／守山メロン／通年入荷でき

るもの／いちじく／さくらんぼ／りんご／ブルーベリー／柿

④茶・・・朝宮茶／ほうじ茶／黒豆茶／どくだみ茶／くわの茶葉／滋賀県産抹茶／近江のお茶

⑤畜産物・・・近江牛／豚肉／ジビエ／地鶏／近江しゃも／鹿／卵／ブランド豚／蔵尾ポーク

⑥水産物・・・ピワマス／川エビ／鮎ずし／琵琶湖八珍／佃煮等の湖魚／鮎／うろり／ニゴイ／イロトコナマス

⑦その他・・・漬物／乾燥野菜／地場産品を使用した加工品／タラの芽／花卉類／大豆／みずくぐり／小豆／地酒

■問8 キャンペーンに対するご提案やご意見（抜粋）

- 一部直売所や平和堂等の販売所にはコーナーが設けられているが、消費者が該当商品を手にする機会と商品数が足りないように感じます。何はさておきやはりPR（広報）でしょう。
- レシピをもう少しのせてほしいです。
- 県全体で湖魚のPRを強く押し進めて頂きたい。
- 地元の為の「地産地消」ちう意味では今一つであると思います。「おいしがうれしが」自体のアピールが弱い。ネットも見づらい、催し物での掲示もよくわからない、パンフは興味を引きづらい、TV等で子供からお年寄りまでわかる様に最初だけでなく常時もっとキャンペーンを宣伝していかないと浸透していかない。
- 野菜は鮮度の良いJA直売所に朝出向き仕入れてあります。「おいしがうれしが」のラベルを店舗等で見かけますし、目立ってわかりやすいです。今後共PRをどうぞよろしくおねがいします。
- 滋賀フードツーリズムとのコラボレーションを考えられたら良いと思います。
- 小売店なので自ら生産・製造することはなかなか難しいです。生産者さんの情報、生産者さんとの連携をもって小さいお店でも県産商品を扱っていただける環境を望んでいます。
- 採れたての鮮度の良い商品、美味しい商品、こだわり商品の取り扱いを増やしたいと考えております。御機会などありましたら、お話しさせていただきます。
- テレビ等の影響は大変大きいので、番組で取り上げて頂ける様に努力して下さい。
- 滋賀の食材手帖の様な冊子ではなく一品ずつのポスターがあれば使用食材としてクローズUPしてはってみたい。
- HPのサーチが使いにくい。（お店のスタイルが“飲食店”“ホテル”“社員食堂”って、、、）これ以外も全体的に。
- お客様用で毎月発行の広報誌がほしいです