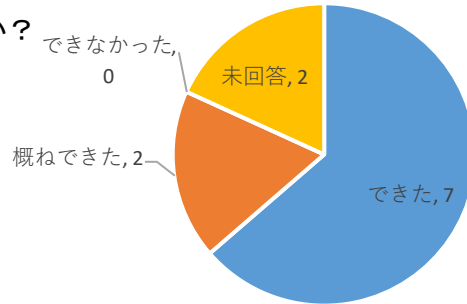


しまねの魚を食べようキャンペーン(白バイ貝)
参加飲食店実施後アンケート結果

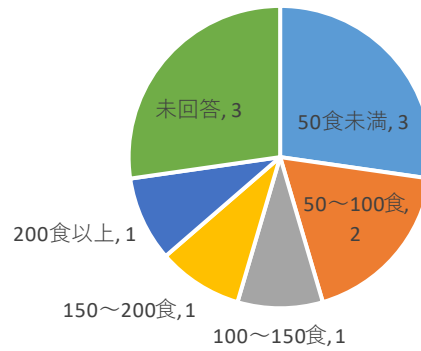
※参加 14 店舗中 11 店舗から回答あり

【実施状況】

1. キャンペーン期間中、白バイ貝料理を
注文に応じて安定的に提供できましたか？

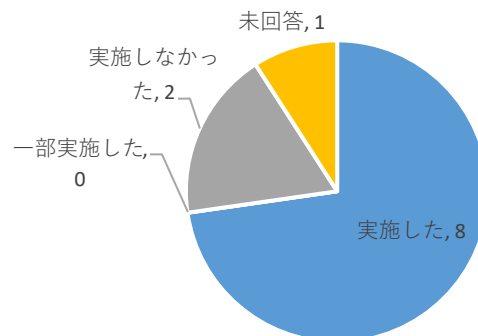


2. キャンペーン期間中の白バイ貝料理の
提供食数を教えてください。

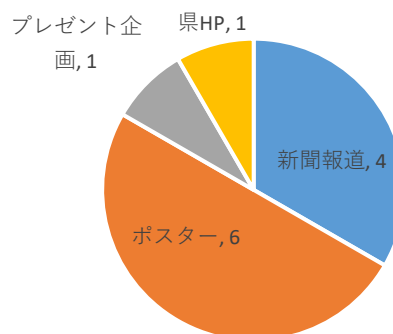


【PRに関すること】

3. 店内にキャンペーンポスター等の
配置をされましたか？

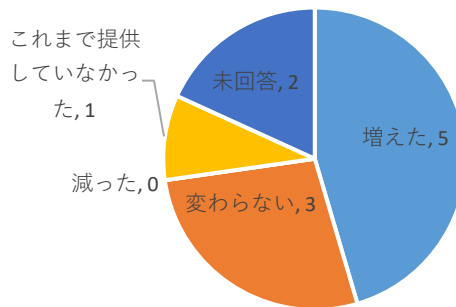


4. 県が仕掛けたPRで最も集客効果があった
と思われる取組を教えてください。
(複数回答可)

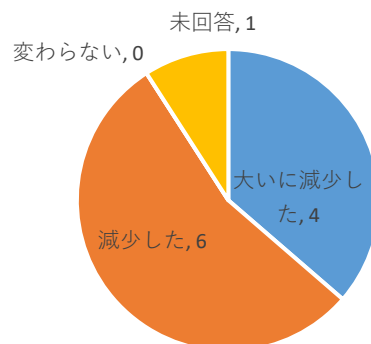


【来店客に関すること】

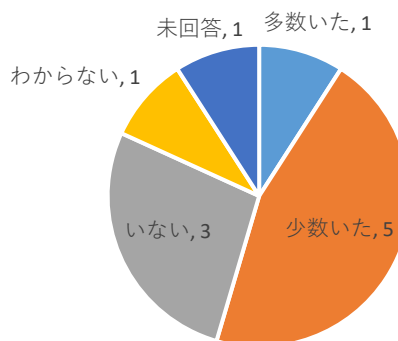
5. キャンペーン期間中の白バイ貝料理の注文数はこれまでより増えましたか？



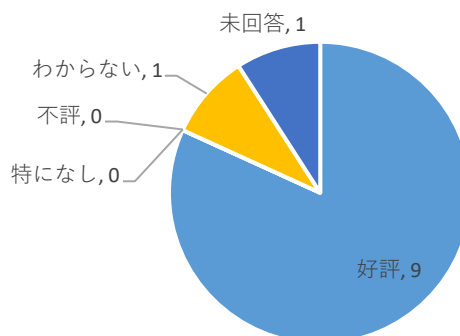
6. コロナ禍の影響による来店客の減少はどの程度ありましたか？



7. キャンペーンをきっかけとした来店客はいましたか？

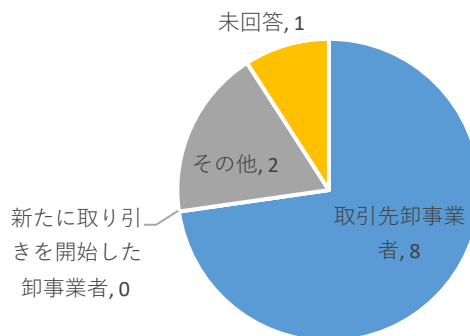


8. 来店客の白バイ貝に対する反応はいかがでしたか？



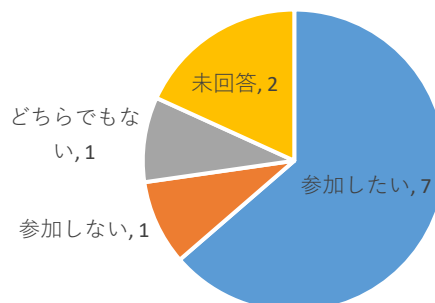
【流通に関すること】

9. 調理に用いた白バイ貝はどこから
入手をされましたか？



【その他】

10. 来年度も同様なキャンペーンがあれば、
参加を希望しますか？



11. 自由意見ををお願いします。

- 県内外からのお客さんでとても好評でした。またの企画をお願いします。
- キャンペーンに対する取組や周知が不十分。
- 店内に入ってからキャンペーンを知り、注文、参加される方がほとんど。
- 本店では予約制での営業のためバイ料理は出すのが少ないです。食べた方は喜んでおられました。コロナの中でアンケートはやめていました。
- コロナでしたので、観光客も少ないと思う。PR等の効果もなかったと思います。地元のお客がほとんどなので、うちの店がやるのが疑問だと思うが、協力できることがあればしたいと思う。

【まとめ】

- 回答があった9店舗全てで、キャンペーン中は概ね白バイ貝の安定提供ができたようです。大半の店舗で50食以上、多い所では300食の白バイ貝料理が提供されました。
- PRについては、殆どの店舗で販促ポスター等の販促資材を活用。新聞報道や店舗でのポスター掲載で集客効果があったものの、キャンペーンをきっかけとした来客は少なく、PR不足が課題として残りました。
- 殆どの店舗でコロナ禍により来客が減少する中、9店舗中7店舗でキャンペーン期間中の白バイ貝料理の注文数が増加するなど、白バイ貝の認知度向上に関しては、一定の成果があったと考えています。
- 来店客の白バイ貝に対する反応は概ね好評であり、参加店舗からも9店舗中7店舗で来年度以降のキャンペーンも参加したいと好評価であったことから、こうした取組を定期的に行っていきたいと考えています。