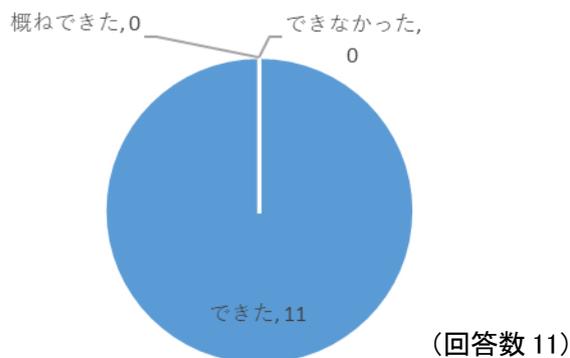


「イワガキを食べに行こうキャンペーン」キャンペーン  
参加飲食店実施後アンケート集計

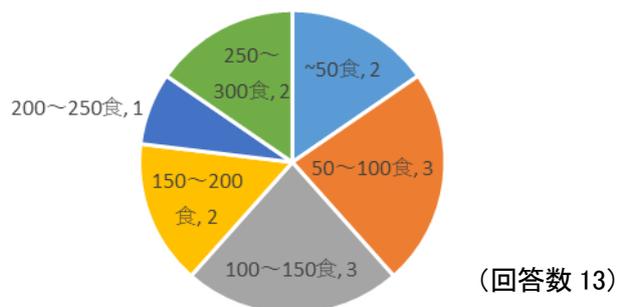
※参加 25 店舗中 14 店舗から回答あり

【実施状況】

1. キャンペーン期間中、イワガキ料理を  
注文に応じて安定的に提供できましたか？

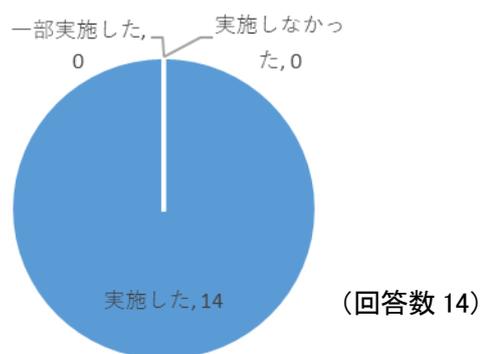


2. キャンペーン期間中のイワガキ料理の  
提供食数を教えてください。

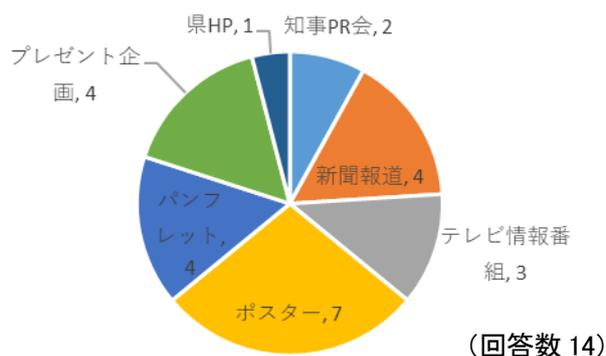


【PRに関すること】

3. 店内にキャンペーンポスターの貼付、  
パンフレットの配置等をされましたか？

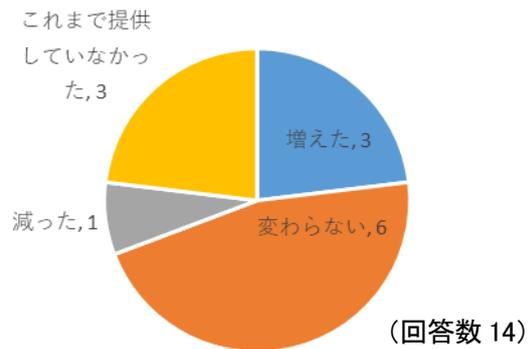


4. 県が仕掛けた PR で最も集客効果があった  
と思われる取組を教えてください。  
(複数回答可)

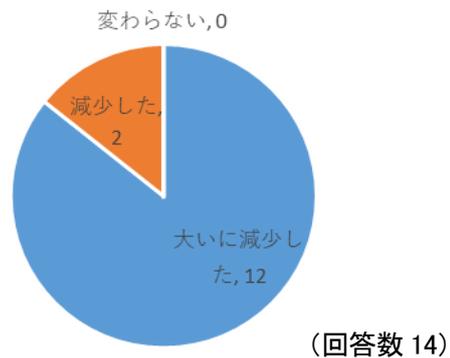


**【来店客に関すること】**

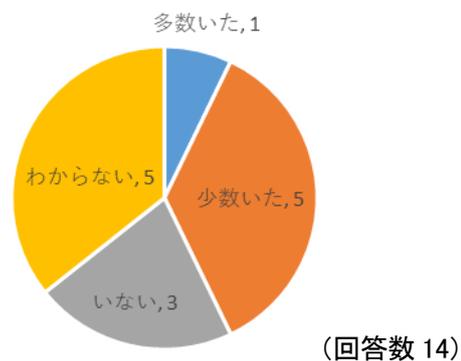
5. キャンペーン期間中のイワガキ料理の注文数はこれまでより増えましたか？



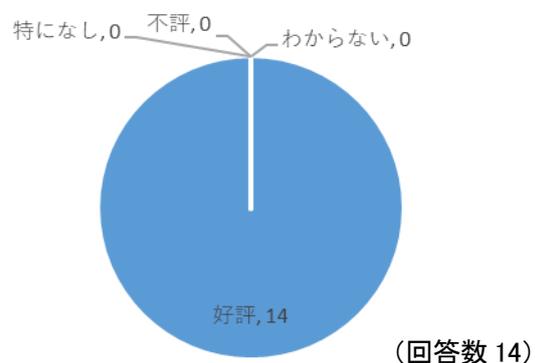
6. コロナ禍の影響による来店客の減少はどの程度ありましたか？



7. キャンペーンをきっかけとした来店客はいましたか？

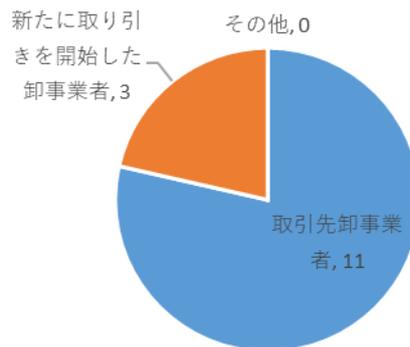


8. 来店客のイワガキに対する反応はいかがでしたか？



## 【流通に関すること】

### 9. 調理に用いたイワガキはどこから入手をされましたか？



(回答数 14)

## 【その他】

### 10. 自由意見をお願いします。

- いつもありがとうございます。岩ガキを食べられた県内外のお客様は、カキの大きさと味の良さ感動して、中には、2度、3度と足を運んで頂きました。とても良い企画だったと思います。これからも宜しくお願い致します。有りがとうございました。
- パンフレットと応募券は別のほうが良かったかとも思います。理由として、パンフを席に置いての販促が出来なくなってしまうため。今回はありがとうございました！
- またぜひ他の海産物でもキャンペーンをお願いします。
- 来年も行ってほしい。
- PR不足だと思います。お客様が来店、注文されてからキャンペーンをはじめて知る様な感じでした。
- 岩ガキについては、常時、提供しているので、キャンペーンでご来店のお客様は、ほとんどおられなかった。プレゼント企画も説明しないと書いてもらえず、時間がある時は、良いが忙しい時間帯だと、まったく書いてもらえなかった。
- 当キャンペーンによる集客効果はあまりなかったと感じましたが、お客様のアンケートの感想は好評だったので、今後もイワガキをもっとPRし、集客につながるキャンペーンができると、今後の観光客数回復につながるだろうと思いました。
- 今回は非常にタイミングが悪かった。大阪は緊急事態宣言中で夜も時短営業でPRがむずかしかった。
- 今回はSサイズを使いました。上質でたいへん美味でした。今回は、コロナの影響で残念でした。又のキャンペーンありましたら参加したいです。
- 機会あればまたよろしくお願いします

## 【まとめ】

- アンケートの回答があった14店舗全てでキャンペーン中はイワガキの安定供給ができた。大半の店舗で100食以上、多い所では250食以上のイワガキ料理を提供。
- PRについては、14店舗全てで販促ポスター、パンフレットを活用。マスコミ周知や販促グッズの集客効果が高いとの意見があったものの、キャンペーン目当てでの来客は少なくPR不足が課題。
- 14店舗全てでコロナ禍で来客が減少した中、3店舗ではイワガキ料理の注文数が増加するなど、キャンペーンの一定の効果が見られた。来店客のイワガキに対する反応は好評。
- イワガキの仕入れは主に取引先卸事業者。3店舗で新規の取引先があった。