

「しまねの魚を食べよう」キャンペーン参加飲食店アンケート結果

※参加 18 店舗中、13 店舗から回答有

【実施状況】

- ・白バイ貝料理の提供については、12 店舗が「できた」もしくは「概ねできた」の回答であった。
- ・10 月中旬以降、白バイ貝を目的とした漁業での漁獲対象魚種変更に伴い、原材料入手が困難化した事例が複数あった。
- ・レギュラーメニューとして提供をしていた店舗以外では提供食数が伸び悩んだ。
→今後同様のフェアを開催する場合、原材料入手が容易な時期を考慮する必要がある。

【PR に関すること】

- ・ポスター、パンフレットの配置は「実施」(10/13) もしくは「一部実施」(3/13) の回答であり、一定の協力が得られた。
- ・集客効果があった取組については、ポスター (5)、パンフレット (4)、テレビ (2)、定例会見、新聞、プレゼント (各 1) と続いた。
→ポスターのようなインパクト性のある PR は一定の効果があったものと思われる。一方でプレゼント企画については対象人数の追加周知が不十分であったことが集客につながらなかった面有。

【来店客に関すること】

- ・これまでも白バイ貝料理の提供をしていた 8 店舗の内 5 店舗が白バイ貝料理の注文が増えたと回答、13 店舗中 6 店舗でキャンペーン契機の来店が少数いたと回答。
- ・来店客の白バイ貝に対する評価は全ての店舗で好評であった。
→今回のキャンペーンをきっかけに注文をした客は一定数いたものと思われる。白バイ貝の評価は高かったことから、参加飲食店と連携をした取組を引き続き進めていくことが今後の利用拡大につながると思われる。

【流通に関すること】

- ・取引先卸を主体とした鮮魚店からの入手が大半。
→取引先卸からの入手ができなかった店舗は入手に苦労をしていることから、事前調整を強化することが必要と思われる。

【全体整理】

- ・食材選定・・・白バイ貝自体に魅力はあるが、インパクトが薄い面有。
- ・実施時期・・・流通量が十分な時期に実施する必要有。
- ・設計時期・・・早い段階からの準備が必要。
- ・実施体制・・・飲食店ほかの十分な協力体制構築が必要。

【その他】

- ・プレゼント企画は 357 枚の応募有。12 月下旬に抽選の上で 100 枚を選出し、翌年 1 月 14 日付発送。