

令和3年度第5回 うべ未来モニターアンケート集計結果

1 アンケートのテーマ

『うべ元気ブランドについて』

- (1) 実施期間 令和3年9月13日（月）～9月26日（日）まで
(2) 担当部署 地域ブランド推進課

2 モニター数・アンケート回答者数

- (1) メール・郵送文書到達モニター数 758 人
(2) 回答者数（回答率） 332 人（43.8 %）

3 回答者の属性

※ 端数処理のため比率の合計が100%にならない場合があります。

【年代】

項目	回答者数	比率	グラフ
10歳代	3 人	0.9 %	
20歳代	6 人	1.8 %	
30歳代	32 人	9.6 %	
40歳代	59 人	17.8 %	
50歳代	63 人	19.0 %	
60歳代	70 人	21.1 %	
70歳代	89 人	26.8 %	
80歳代	10 人	3.0 %	

332 人



ご協力、ありがとうございました。

【居住校区】

項目	回答者数	比率	グラフ
東岐波	14 人	4.2 %	
西岐波	28 人	8.4 %	
恩田	32 人	9.6 %	
岬	11 人	3.3 %	
見初	9 人	2.7 %	
上宇部	32 人	9.6 %	
神原	11 人	3.3 %	
琴芝	15 人	4.5 %	
新川	16 人	4.8 %	
鵜の島	10 人	3.0 %	
藤山	19 人	5.7 %	
原	9 人	2.7 %	
厚東	3 人	0.9 %	
二俣瀬	6 人	1.8 %	
小野	5 人	1.5 %	
小羽山	9 人	2.7 %	
常盤	19 人	5.7 %	
川上	16 人	4.8 %	
厚南	12 人	3.6 %	
西宇部	20 人	6.0 %	
黒石	13 人	3.9 %	
船木	5 人	1.5 %	
万倉	5 人	1.5 %	
吉部	6 人	1.8 %	
在学・在勤	7 人	2.1 %	

N=332

【性別】

項目	回答者数	比率	グラフ
女性	146 人	44.0 %	
男性	186 人	56.0 %	

N=332

4 回答集計

- ※ 比率は、各設問の回答対象数（N）に対する割合を示しています。
- ※ 単数回答であっても、端数処理のため比率の合計が100%にならない場合があります。

『うべ元気ブランドについて』

担当部署 地域ブランド推進課

アンケートの趣旨

宇部市は、豊かな自然にあふれ、山と海の幸にも恵まれています。この特性を活かし、市内の農林水産物を使用した加工品を認証し、広くPRすることで、販売の促進につなげる「うべ元気ブランド認証制度」に取り組んでいます。

制度創設から10年目を迎えた2020年には、SDGs未来都市うべとして、環境や健康志向に配慮した品質の高い製品を「うべ元気ブランドSDGs認証製品」として認証しています。

このたび、「うべ元気ブランド」の認知度把握と、今後の戦略の参考とするため、本アンケートを実施します。

【Q1】宇部市では、市内で採れた農産物や水産物を加工したものの中で、優れたものを「うべ元気ブランド」に認証しています。「うべ元気ブランド」を知っていますか。

項目	回答者数	比率	グラフ
(1) 知っている	223 人	67.2 %	
(2) 知らない	109 人	32.8 %	

N=332

【Q2】環境や健康志向に配慮した品質の高い製品を「うべ元気ブランドSDGs」に認証しています。「うべ元気ブランドSDGs」を知っていますか。

項目	回答者数	比率	グラフ
(1) 知っている	103 人	31.0 %	
(2) 知らない	229 人	69.0 %	

N=332

※【Q1】または【Q2】で「知っている」を選択した方に伺います。

【Q3】「うべ元気ブランド」「うべ元気ブランドSDGs」を、何で知りましたか。（複数回答可）

項目	回答者数	比率	グラフ
(1) うべ元気ブランド認証製品・SDGs認証製品を販売している店舗	77 人	17.9 %	
(2) 市ウェブサイト	66 人	15.3 %	
(3) 広報うべ	121 人	28.1 %	
(4) SNS（フェイスブック、ツイッター、LINEなど）	23 人	5.3 %	
(5) パンフレットやリーフレット	39 人	9.1 %	
(6) 祭りや大型店舗等での催事出展	36 人	8.4 %	
(7) 学校給食	4 人	0.9 %	
(8) 新聞や雑誌、テレビ等	56 人	13.0 %	
(9) その他（自由記入）	8 人	1.9 %	

その他

市主催イベントでの販売コーナー、今回初めて知った、前市長時代からあったから、知人から教えてもらった、FMきらら

N=430

【Q4】うべ元気ブランド認証製品・SDGs認証製品を、お土産・贈答品として購入したことがありますか。

項目	回答者数	比率	グラフ
(1) ある → 【Q5】へ	70 人	21.1 %	
(2) ない → 【Q7】へ	262 人	78.9 %	

N=332

※【Q4】で「ある」を選択した方に伺います。

【Q5】お土産・贈答品として購入したものは何ですか。（自由記入）

月でひろった卵、小野茶、利休さん、記念館の見える街 ロイヤルのブランデーケーキ、小川の外科、小川蜜カス、やまぐちうべっちゃんケーキ、おせんべい、かまたのおはぎ、小野茶かりんとう、小野茶麺、小野茶サブレ、ブルーベリーようかん、うべっちゃんケーキ、ブルーUBEリーのドリンク、げってん、石炭包、宇部物語、岬通りまんじゅう、永山酒造の純米大吟醸酒 貴、一久ラーメン、餃子、万倉タケノコ、万倉タケノコごはんの素、山口茶、釜炒り小野茶、茶葉まるごと粉末緑茶、蒲鉾、蒲さし、渡り蟹せんべい、瀬戸内れんちょう、佐藤商店の干しエビ、きららえび

※【Q4】で「ある」を選択した方に伺います。

【Q6】お土産・贈答品をどこで購入されましたか。（自由記入）

山口宇部空港、名産品店、空港・駅の土産店、幸屋、井筒屋、近くのスーパー（丸久、アルク、フジ、まるき）、大型ショッピングセンター（ゆめタウン、フジグラン）、地区内の酒店・リカーショップ（永山本家酒造、佐藤商店）、お菓子販売店（かまたの恵、吹上堂、菓子乃季、ロイヤル、小川蜜カス本舗）、イベント、市主催イベントでの販売コーナー、山口県産品のお土産コーナー、トキスマ、うべわくわく市場、カタログギフト、山口茶業、JA、万倉（赤間硯）

【Q7】うべ元気ブランド認証製品、市内の農水産品や特産品などをインターネットで販売する「うべわくわく市場」を2020年12月に開設しましたが、知っていますか。

項目	回答数	比率	グラフ
(1) 知っている → 【Q8】へ	100 人	30.1 %	
(2) 知らない → 【Q9】へ	232 人	69.9 %	

N=332

※【Q7】で「知っている」を選択した方に伺います。

【Q8】「うべわくわく市場」を利用して、特産品等を購入したことがありますか。

項目	回答者数	比率	グラフ
(1) ある	18 人	18.0 %	
(2) ない	82 人	82.0 %	

N=100

【Q9】お土産・贈答品を購入するとき、どのようなことを意識しますか。（複数回答可）

項目	回答者数	比率	グラフ
(1) その土地の名産品、特産品	281 人	26.2 %	
(2) 味	208 人	19.4 %	
(3) 価格	226 人	21.1 %	
(4) 見た目・デザイン性	107 人	10.0 %	
(5) 賞味期限（日持ち）	174 人	16.2 %	
(6) 環境や健康志向に配慮したもの	30 人	2.8 %	
(7) 市の「ブランド認証製品」	34 人	3.2 %	
(8) その他（自由記入）	13 人	1.2 %	
その他			
・行ったところ（大型店舗等）で適当に購入する ・求めやすい店（自分の足か公共交通機関を使って行ける所） ・贈る相手が好きな物や家族構成などを考えて選びます ・相手に喜んでもらえる品を選びます ・軽量のもの ・口コミ ・お土産・贈答品を購入したことがない			

N=1,073

【Q10】宇部市のお土産・贈答品といえば、次のうち、どれをイメージしますか。（複数回答可）

項目	回答者数	比率	グラフ
(1) 日本酒	83 人	10.9 %	
(2) 焼酎	7 人	0.9 %	
(3) 蒲鉾	311 人	40.7 %	
(4) お茶	154 人	20.2 %	
(5) 菓子類	158 人	20.7 %	
(6) 水産加工品（蒲鉾を除く）	33 人	4.3 %	
(7) 工芸品	10 人	1.3 %	
(8) その他（自由記入）	8 人	1.0 %	
その他			
ラーメン、海苔、鮮魚（穴子、車エビ）、赤間硯、ガラス、ぶどう			

N=764

【Q11】宇部市の農畜産物といえば、次のうち、どれをイメージしますか。
(複数回答可)

項目	回答者数	比率	グラフ
(1) お茶	300 人	57.0 %	
(2) お米	27 人	5.1 %	
(3) みかん	36 人	6.8 %	
(4) ナス	32 人	6.1 %	
(5) キャベツ	17 人	3.2 %	
(6) タケノコ	57 人	10.8 %	
(7) 宇部牛	44 人	8.4 %	
(8) その他 (自由記入)	13 人	2.5 %	
その他			
・ 特になし、思い当たらない ・ キュウリ、はなっこりー、れんこん、かぼちゃ、麦、米 (野菜農家なので子、孫に分けます)			

N=526

【Q12】宇部市の水産物といえば、次のうち、どれをイメージしますか。
(複数回答可)

項目	回答者数	比率	グラフ
(1) ハモ	66 人	9.5 %	
(2) ガザミ (渡り蟹)	176 人	25.2 %	
(3) エビ	134 人	19.2 %	
(4) ノリ	140 人	20.1 %	
(5) レンチョウ	127 人	18.2 %	
(6) たこ	36 人	5.2 %	
(7) その他 (自由記入)	19 人	2.7 %	
その他			
・ 特になし、思い当たる物が無い ・ コチ、カレイ、シャコ、たいらぎ、ミル貝、赤貝、マゴチ ・ 昔なら製造エビ、岬のノリ、最近は不漁でナルトビエイ ・ かまぼこ			

N=698

◆うべ元気ブランドについて、知りたいことやご意見などがありましたら、ご自由にお書きください。

自由記入の内容
別紙

担当部署による総括

令和2年度に実施した前回アンケートと比べ、「うべ元気ブランド」の認知度は7.6ポイント下がり67.2%で、「うべ元気ブランドSDGs」の認知度は13ポイント上がり31.0%でした。自由意見において、PR不足の意見も多く、PR方法について様々なご提案があったので、今後の参考とします。

なお、名称も含め「ブランド」に対するご意見もあったため、Q11・Q12でお伺いした宇部市の農水産物のイメージを参考に、今後、改めて本市の地域ブランド商品のあり方を検討していきます。

また、昨年12月にオープンした宇部市公式通販サイト「うべわくわく市場」の認知度は30.1%で、利用した人も18.0%と低いことから、引き続き、認知度向上を図り、売上増加に繋げていきます。

◆うべ元気ブランドについて、知りたいことやご意見などがありましたら、ご自由にお書きください。

分類	性別	年代	内容
1.販売方法	女	40	菓子類でパッケージを家庭用に簡素にし、コストを抑えられてお手頃価格になったら、購入してみたい。
1.販売方法	女	70	贈答品を「うべわくわく市場」で探しましたが、品揃えやパッケージなど、あまり魅力を感じず諦めました。市外の地域ブランドでは、キャッチコピーや包装（梱包）、デザインに惹かれて手に取ることが多いので、ぜひ再考して頂きたいです。
1.販売方法	女	60	うべ元気ブランドという名前は知っていますが、商品については知りません。商品に小さなポップでも説明してあればわかるかもしれませんが。以前、ある商品が宇部を代表すると言われ売り込みをされた時、お土産用の外装を施したもののしかなく、宇部市民が食べる簡易包装か割れものでもあれば、市民が買って食べられるのにと意見しましたが…。残念です。
1.販売方法	女	60	できるだけお土産に利用したいと思っています。日本酒や焼酎は飲んだことがないので、どこかで試飲できると味を納得して買うことができると思います。
1.販売方法	女	70	覚えていないのですが、例えば、「月でひろった卵 小野茶」をばら売りで買ったときに、「宇部元気ブランド認証品」という小さな札は入っていたでしょうか。こちらは意識してそれを買っても、もらう側は「言わない限り」分からないというのはちょっともったいない。既に対応済みでしたらすみません。
1.販売方法	男	60	空港以外で、市街地またはショッピングモール内に購入できる場所がほしい。
1.販売方法	女	40	身近なスーパー等で普通に買えると良いですね！

◆うべ元気ブランドについて、知りたいことやご意見などがありましたら、ご自由にお書きください。

分類	性別	年代	内容
1.販売方法	男	30	もう少し認定商品の数を増やしてほしいです。そのためには、市民が認定品を購入するためのきっかけ、例えば割引制度やクーポン券の配布などを実施すれば、販売者側も登録意欲が湧くと思います。県外出身なのですが、帰省の際のお土産に宇部ブランドを紹介できると、地元の仲間も楽しんでくれると思います。
1.販売方法	女	50	宇部市は農水産物が多いので、うべ元気ブランドも多く、お土産に迷うこともあります。宇部なら〇〇！というような目玉商品が、どこでも買えるようにすれば、もっとうべ元気ブランドが広まると思います。
1.販売方法	男	70	もっと気軽に買える場所での販売、日頃から食べれる価格帯を希望。
1.販売方法	男	40	認定製品が全て揃う場所がほしい。空港や宇部新川周辺に購入できる店舗が多いと感じているので、北部や宇部駅周辺でも気軽に購入できるようにしてほしい。
1.販売方法	女	40	取り扱い店舗がスーパー以外わからない。道の駅か、ゆめタウン等のサービスカウンターでしか目にしない気がするので、何がうべ元気ブランドで、何があるのかも分からないのが、正直なところ。
1.販売方法	男	70	購入者がわかるように表示してほしい。（意識が低く申しわけありません）
1.販売方法	女	70	急ぐ時に、どこに行けば購入出来るかわからなくて困った。購入店などもっとわかっていれば助かった。
1.販売方法	男	70	全ての「うべ元気ブランド」商品等が展示販売される直売所（案）の整備を望む。
1.販売方法	男	70	安く手に入るのは知っているが、インターネット購入ができない人もいる。電話等で購入することが可能なら良いが？

◆うべ元気ブランドについて、知りたいことやご意見などがありましたら、ご自由にお書きください。

分類	性別	年代	内容
1.販売方法	女	50	うべ元気ブランドの商品を購入するのにもっと身近に（手軽に）購入出来るといいかと思います。販売店舗をなかなか見つけられないので。
2.周知	女	60	もっともっと情報を発信してほしい。
2.周知	女	70	うべ元気ブランドという、言葉自体を知らなかった。広報うべは目を通していているつもりですが。もう少し一般市民に周知宣伝することが大事ではないですか。因みに、私は美味しいものや贈答品を買う時は、生協か、他市のデパートで買います。
2.周知	女	50	私はうべ元気ブランドの製品の一部しか知りません。何を見たら全ての製品を知ることができるのかを知りたいです。
2.周知	男	40	うべ元気ブランド認証製品・SDGs認証製品を様々な方法で広報してほしい。自分は知らなかったため今後気にとめて見てみたい。
2.周知	男	70	地域振興券等で商品紹介・販売をすると良い。東京、新潟、山形、高知、岡山、の友達に年2回程度送りますが、宇部かまぼこは歯ごたえ、味共に好評です。うべ元気ブランドの紹介・機会を増やすと良い。私は丸尾原沖田川水系で米を作る農家です。お米が美味しいと島根県出雲農業法人が見学にきました（本年4月）。
2.周知	女	30	宇部で収穫できる野菜や魚など、知らない事の方が多いことに気づきました。皆に分かりやすいような宇部の畜産物の一覧があれば、読みたいと思います。
2.周知	男	50	蜜カスのカステラも好きだがインパクトに欠ける。アピール（SNS発信など）は、観光の町ではないので難しい。ときわ公園を拡大してアウトドアをアピールするなり必要かと。せっかく空港もあるのに勿体ない。きららビーチと連携とったりとか。すみません勝手書いて。

◆うべ元気ブランドについて、知りたいことやご意見などがありましたら、ご自由にお書きください。

分類	性別	年代	内容
2.周知	女	40	うべ元気ブランドというワードを初めて聞きました。認知度がかなり低いと思われます。広く人々に知ってもらうために、広報活動に力を入れるべきです。
2.周知	男	70	認定品の数は制限して、よく宣伝して下さい。
2.周知	男	50	どのような品物があるかよくわからないので、カタログ等を配布してほしい。
2.周知	男	70	家庭用として蒲鉾、干しエビ等を購入していますが、うべ元気ブランドであることを意識していません。うべ元気ブランドの名前及び利点が知られていないと思います。
2.周知	男	60	とにかく、告知方法が県外に向き過ぎている感じがおり、市民が意識していないように思う。市内に向けた告知方法の改善、県外への告知方法の改善を望みます。告知CMを市内高校生にコンテスト形式で依頼してみても面白いと思います。香川高校のS先生や慶進高校のT先生なんか生徒に本気で取り組ませると思います。
2.周知	男	70	「うべ元気ブランド認証製品・SDGs認証製品」があることを知りませんでした。
2.周知	女	40	うべ元気ブランド自体、聞いたことはあるが、目にすることが少ない気がする。宇部市の住人ですらこの有様なので、他県民からすると…なのでは。ふるさと納税制度やネット通販など、まず知名度の向上を目指すべき。
2.周知	女	60	小野茶も蜜カスも日本酒も買ったことはあるが、認定されたマークのものがあることは知らなかった。今度購入するときはSDGsのマークを探してみたいと思います。
2.周知	女	50	たくさん宣伝してほしい。
2.周知	女	60	名前は聞いた事があるが、あまり知らない。

◆うべ元気ブランドについて、知りたいことやご意見などがありましたら、ご自由にお書きください。

分類	性別	年代	内容
2.周知	男	80	もう少し告知のための機会を設けるほうがいいと思う。スーパーとかの量販店やコンビニなどの告知が少ない。また広報でもう少しPRすべきである。
2.周知	男	30	もっとSNSなどを用いて、若者にも興味を持たせる仕掛けをしてほしい。
2.周知	女	60	広報誌では何度も見っていますが、実際にスーパー店頭では、あまり宣伝を見かけないように感じます。スーパーのチラシに一言加えてもらうとか、もう少しこんな取り組みをしているということをアピールしてはどうでしょうか。個人商店や資本力の弱いお店が多いのではと思うので、宣伝などには地域のバックアップがあるとよいと思います。
2.周知	女	40	ほとんどの市民が見る広報等で、宣伝したらよい。どうやってつくっているか。子どもたちが口ずさむSDGsのようなわかりやすい歌。給食などの利用。
2.周知	男	60	ダイレクトメールは無いのかな。
2.周知	男	70	正直「うべ元気ブランド」については承知していませんので、もう少しPRに力を入れてはいかがですか？
2.周知	男	80	フェアなどを開催して、皆にもっと知ってもらいたいね。
2.周知	女	60	宇部ならではの商品をしっかりと特定し、宣伝を広範囲に進めていく事が望まれます。

◆うべ元気ブランドについて、知りたいことやご意見などがありましたら、ご自由にお書きください。

分類	性別	年代	内容
2.周知	女	40	ちらしや冊子を作ってアピールした方がいい。もうあるのですか？たぶん、見たことがありません…。広報と一緒に各家庭に配ってください。広報も見ますが、あまり小さい字で文字ばかりのところは、40代でも見る気をなくすので見ていません。宇部市民はまだアナログです。口コミが一番効果があり、ネット上の宣伝ではあまり伝わりません。
2.周知	女	70	「うべ元気ブランド」に関しての知識が全くなかった事を反省！！しかし、正直なところ、知らない人は多いのではないかと感じた。広い年代層が知るにはもっと工夫が必要だと思う。
2.周知	男	70	どこの何を見ればうべ元気ブランドがわかるか、高齢者わかるようにして下さい。高齢者は価格も重要な要素、価格が高くても魅力はどこかが伝わるのが重要。
2.周知	男	80	もっと市民に周知徹底すれば良いと思う。
2.周知	男	60	TV、新聞などでもPRしては？
2.周知	男	70	うべ元気ブランドについて、身近な人で知らない方もいると聞いております。市民の皆さんへわかりやすくPRをすべきと思います。
2.周知	男	60	うべ元気ブランドについて、商品のターゲットが、市内（県内）の消費者に対してか、東京等の大消費地の消費者に対してか明確になっていないと思う。東京のおいでませ山口館で宇部フェアのお手伝いを経験したこともあり、東京では「～ブランド」という商品のアピール点が他の地方の産物と差別化するまでの訴求力がないように思う。宇部市内でも市街地と中山間地区では消費動向も異なっており、商品（例えば海産品）については市内での認知をまずは考えるべきなのではと思います。 「ゆうれい寿司」のブランド化はできないのでしょうか？市街地のお寿司屋さんでも、タクシーの運転手さんでも、ご存知ない多くの市民がいます。

◆うべ元気ブランドについて、知りたいことやご意見などがありましたら、ご自由にお書きください。

分類	性別	年代	内容
3.イベント	女	30	うべ元気ブランドの事を知らなかったなので、何か知るきっかけとなる催しをしてほしい。
4.制度	男	50	ふるさと納税でも、税収ベースでプラスになるようなブランド育成ができると良いと思います。ハードルは高いかもしれませんが、広く浅くでなく選択と集中が大切なのではと思います。また市民への売り込みより、対外的な発信が大切だとも思います。
4.制度	男	40	ブランドをうたうのであれば、本当に自信のある味、品質のものに絞った方が良い。中途半端なものでは逆に宇部ブランドが下がると思います。
4.制度	女	50	「元気」や「SDGs」からは、美味しさをイメージできません。
4.制度	男	70	エコで持続可能な生活をする為には、地産地消が基本。地元で採れる農産物が他所に比べて美味しく安価であれば、他所からの引き合いが増え、宇部ブランドが自然に出来上がるのでは。
4.制度	男	40	うべ元気ブランドって初めて聞きました。宇部市のサイトで認証中の製品を見ました。全部、知らないですし、ぱっとしないなあという印象です。なぜ、これらの商品がブランド化されているのか、ストーリーがないと、商品に共感できない気がします。価値のあるプロダクトを作るのと同時に効果的なプロモーションをしていく必要があると思います。
4.制度	女	50	うべ元気ブランド認証の商品がもっとたくさん増えると、知名度があがる気がします。

◆うべ元気ブランドについて、知りたいことやご意見などがありましたら、ご自由にお書きください。

分類	性別	年代	内容
4.制度	男	50	うべ元気ブランドの対象に、地産地消を促すようなものを幅広く取り込み、地域圏内でお金や感謝が巡るようなブランド運営ができればよいと思う。農産物のブランドに加え、サービス自身をブランド化、対象品を購入したり、利用することが宇部を元気にしたり、誰かを元気付けることにつながるような、間接的な地方創生、町おこし事業が出来ないか。海山、川、農畜産、それらが行き交うための通貨自身も地域ブランド化出来ないか？地元の人が自身の生活で慣れ親しんで、地元でもっと消費する余地がある、某番組の出演者のような地元産の名物を熱く語るような人がもっと増えるようにするためのブランド化と思いました。
4.制度	女	50	あんまり魅力的なものがない。
4.制度	女	60	宇部市の特徴を生かした特産品をこれからも企画して販売してほしい。他県の方に送ってもインパクトがあるものがほしい。
4.制度	男	70	SDG s の単語がなぜ使われているか、理解に苦しむ。17項目の何に注力しているのかも不明で、単に流行り、カッコイイとの認識かもしれないが、もっと地元うべを意識させる言葉を選ぶべきだと思う。吉部の筍も、地域おこしにとっては良い視点。竹林の保全にもつながる。もっと学校給食などへの活用を図るべきだと思う。10%の助成でなく20-30%の助成に引き上げ、地産地消を図り、食の安全、輸送の低CO2などへの配慮をアピールできれば良いが…。地元の住民が、学校給食を体験できる機会を更に増やし、地産地消の説明や栄養士さんの話を聞く機会に。食を通じてのコミュニティスクールの展開もできるのでは。

◆うべ元気ブランドについて、知りたいことやご意見などがありましたら、ご自由にお書きください。

分類	性別	年代	内容
4.制度	男	30	オンラインショップや都市部販売を目指す場合、当たり前ですが全国の商品が競争相手となります。味的にも見た目的にも宇部商品の方が優れている部分がある必要があり、そこを無視すると競争に負けてしまうため徒労にしかありません。むしろ売れないものの原材料やパッケージを在庫することで、メーカー側も経営が圧迫される恐れもあります。ですので、選定側もきちんと選定時のこだわりを持ち、全国の商品と戦っても勝負ができるクオリティの商品を認証するような仕組みづくりをし、それがうべ元気ブランドの信用性を高め、消費者も抵抗感なく購入する、といった流れを作る必要があると思います。
4.制度	男	60	うべ元気ブランドという行政のブランド政策、無理があるね。認証制度なんか意味がないと思うね。そして、なんでもかんでもSDGsというのはアホな話。それより口コミのほうが重要なんじゃないですか。食べログとか、口コミサイトがもてはやされるのは、その証拠でしょう。アマゾンも当初からブックレビューをユーザーに投稿させているよね。そのためには、商品に口コミとなる特徴・強みがあるかどうかこそ。理屈を考えたら分かる話でしょ。

◆うべ元気ブランドについて、知りたいことやご意見などがありましたら、ご自由にお書きください。

分類	性別	年代	内容
4.制度	男	70	・ 宇部からの土産としたら「うべ蒲」「利休まんじゅう」「小野茶」くらいかな。東京の友人には喜ばれるけど全国ブランドにはならない。 ・ 蒲鉾は仙崎産も苦労している。食のコノミが変わって「ねり物」に変わっているように思う。 ・ 宇部空港の売店をみると山口の「豆子郎」は全国ブランドになっている。広島「もみじまんじゅう」も新製品にチャレンジした。広島の「おこのみ焼き」は、なぜ全国ブランドになったのかマーケティングしてはどうか。 ・ 若い人の考え方や嗜好調査、マーケティングも必要かも。 ・ 宇部のおみやげ企業は中小企業。もっと行政の金財・人財のバックアップも必要と考える。
5.その他	男	70	船木の金田ホルモンは、山口のブランドです。是非ともうべ元気ブランドの審査をお願いします。審査手続きに必要な情報を船木ふれあいセンター館長宛てに提供をお願いします。
5.その他	女	40	いろんな商品が出てきたらいいですね。
5.その他	男	60	コロナ禍で外出も消費も下向きで、日常品の購入くらいになっている。こんな時だからこそ、自分用のブランド品の購入や知り合いへの贈答などすればよいと思うのですが。
5.その他	男	50	石炭包、ユニークないい企画だと思いますので、市の方でも盛り上げていただきたいと思います。
5.その他	女	30	タルトみたいなのがおいしかった記憶がある。
5.その他	女	40	お花農家も宇部にはあります。

◆うべ元気ブランドについて、知りたいことやご意見などがありましたら、ご自由にお書きください。

分類	性別	年代	内容
5.その他	男	40	個人的には、宇部のブランドとして市外・県外に紹介したり、贈ったりするのは「うべかま」一択です。近年では日本酒の「貴」をおすすめすることもあります。贈ることはありませんでした。相手の嗜好など機会があれば利用したいと思います。菓子も素晴らしいものが多いとは思っていますが、もう少しブランド化がうまくできていると利用動機になると思います。
5.その他	男	50	うべブランドはおいしい。
5.その他	女	30	うべ元気ブランドをよく知らなかったの、今回のアンケートをきっかけに調べてみることで、知るきっかけになりました。
5.その他	女	30	梅干しが気になっているので、今度見かけたら買ってみようと思います。
5.その他	男	10	食べてみて、すごく美味しいものばかりでした。いいなと思いました。また、買ってみたいです。
5.その他	男	60	地元、地域の活性化に少しでも役立つよう、地元企業優先で商品の購入を心懸けたいと思います。
5.その他	男	80	買物はスーパー中心です。日本酒、蒲鉾、お茶等充分認識しています。高齢のせいか、「うべ元気ブランド」認知度はゼロに近い状態です。