

【参加店舗】うべの魚を食べよう！キャンペーンに関するアンケート調査結果

1 調査概要

- (1) 調査目的 うべの魚を食べよう！キャンペーン(以下「キャンペーン」という。)の効果を検証するため、参加店舗を対象にアンケート調査を実施したもの
- (2) 調査対象 参加店舗(鮮魚店)
- (3) 実施期間 令和6年10月1日から令和6年11月30日まで
- (4) 回答者数 20店舗(回答率100%)

2 集計結果

* 表の比率(%)は、各質問の回答者数(N)に対する割合を示している。また、小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合がある。

* 「SA」は単一回答、「FA」は自由回答を表している。

■うべ産シール貼付枚数 55,397枚

■売上金額(推計) 20,634千円

Q1.キャンペーンに対する評価をお選びください。(SA)

キャンペーンに対する評価については、「満足」が35.0%、「やや満足」が30.0%となっており、「満足」と「やや満足」を合わせても、全体の65.0%にとどまっている。

	回答者数	比率	グラフ
満足	7 店舗	35.0 %	
やや満足	6 店舗	30.0 %	
普通	6 店舗	30.0 %	
やや不満	0 店舗	0.0 %	
不満	1 店舗	5.0 %	

N=20

Q2.キャンペーンをきっかけに来店者が増えたと思いますか。(SA)

来店者については、「変わらない」が55.0%と最も多くなっている。一方、「増えた」と「やや増えた」を合わせても、全体の45.0%にとどまっている。

	回答者数	比率	グラフ
増えた	2 店舗	10.0 %	
やや増えた	7 店舗	35.0 %	
変わらない	11 店舗	55.0 %	
やや減った	0 店舗	0.0 %	
減った	0 店舗	0.0 %	

N=20

Q3.キャンペーンは、売上効果があったと思いますか。(SA)

売上効果については、「ややあった」が70.0%と最も多く、次いで「変わらない」が20.0%となっている。一方、「あった」は僅か5.0%にとどまっている。

	回答者数	比率	グラフ
あった	1 店舗	5.0 %	
ややあった	14 店舗	70.0 %	
変わらない	4 店舗	20.0 %	
ややなかった	0 店舗	0.0 %	
なかった	1 店舗	5.0 %	

N=20

Q4.次回、キャンペーンを開催した場合、参加の希望をお選びください。(SA)

次回の参加希望については、「参加する」が60.0%にとどまっており、次回の開催が困難な状況となっている。

	回答者数	比率	グラフ
参加する	12 店舗	60.0 %	
参加しない	1 店舗	5.0 %	
わからない	7 店舗	35.0 %	

N=20

■クロス集計(来店者)

来店者が「増えた」「やや増えた」と回答した参加希望者は7店舗にとどまっている。

	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った
参加する	2	5	5	0	0
参加しない	0	0	1	0	0
わからない	0	2	5	0	0

■クロス集計(売上効果)

売上効果が「あった」「ややあった」と回答した参加希望者は11店舗にとどまっている。

	あった	ややあった	変わらない	ややなかった	なかった
参加する	1	10	1	0	0
参加しない	0	0	0	0	1
わからない	0	4	3	0	0

Q5.次回、キャンペーンを開催した場合、希望する開催期間をお選びください。(SA)

次回の開催期間については、「30日間」が52.6%で最も多く、次いで「60日間」となっている。

	回答者数	比率	グラフ
30日間	10 店舗	52.6 %	
45日間	0 店舗	0.0 %	
60日間	7 店舗	36.8 %	
わからない	2 店舗	10.5 %	

N=19

Q6.キャンペーンにご意見がありましたら、ご自由にお書きください。(FA)

<意見等は次のとおり>

○新鮮な地元の水産物をより一層の消費拡大につなげていきたいです。

○新聞、広報で周知されていたので、お客さんの反応は良かったです。高齢者でスマホを持っていない人が応募できなかったのは残念です。初めてのことで戸惑うこともありましたが、お客さんと店の意識が多少は変わったのではないかと思います。キャンペーン終了後も宇部産の表記は継続します。冊子については、見学に来た小学生が大変喜んでました。ありがとうございました。

○当店は高齢者のお客さんが大半で、応募方法が分からないという問合せが多かった。また、店舗では宇部産の全商品にシールを貼るという手間が発生した。

○宇部の魚に何があるのか、県内外を含め、馴染みのお客さんにも知っていただく良い機会になり、感謝しています。店としても、スタッフとしても、楽しい時間となりました。フェイスブックやインスタグラムで、宇部産のシールを貼って、わかりやすくPRできたことも感謝しています。フットワークが軽く、きめ細かなお気遣い大変お世話になりました。宇部まつりでのキャンペーンのPRも、今年の良い思い出となりました。これからも楽しい企画に期待しています。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

○高齢の方が多かったので、応募しないと言われる人が多かった。次回、開催する場合、各店舗に応募箱を置いて回収してもらえると、より応募者が増えそう。1か月ごとに抽選していただき、クーポン券を使う人がいた方が2か月目から、よりお客さんにキャンペーンへの応募を勧めやすい。

○天気が悪い日が多く、宇部産の魚があまりなかった。

○お客さんが高齢のため、シールを貼って応募するものと勘違いされていました。二次元コードからの応募は難しいと言われました。

○海が時化のときは困ったので、その際に何か代替があれば良かったと思う。

○のぼりやリーフレットがかわいかったので目にとまるお客さんも多かったです。高齢者のお客さんには応募方法が難しすぎたみたいです。

○地元の魚を食べようという企画自体は面白いと思いますが、宇部の地魚だけでは盛り上がりにかけると思います。食育をテーマにしていくなら、県外などの魚も対象にした方がメニューの幅も広がっていくと思います。今後もこのような企画を進めていくなら、漁業関係者と連携していかないと将来性が低いと思いました。

○魚の水揚げが少ないときは結構大変でした。開催期間は10日間又は14日間でも良いのではないかと思います。

○医大の若い年齢層が来てくれたように思います。

○高齢者のお客さんから当選したという声をいただき、良かったと思いました。

○シールは剥がしやすくした方が良いかも。

○面倒くさいと思いました。

○高齢者のお客さんからスマホでの応募ができないとの相談があったため、店員のスマホで応募を代行した(20回程度)。店頭のパスターなどで案内後、「広報を見たよ、市がやってるんだね」と10数名から反響があった。地域全体で宇部の魚に興味を持ってもらえる機会になった。お客さんにも地魚にフォーカスした接客の機会になった。対象商品の売上げについては、アナログのレジであるため、会計後にメモを記載し集計する方法となり業務時間が超過した。

○応募方法の電子化など、やや疑問点あり。

○計画性、話題性、将来性…何がしたいのか全くわからない。