

## 地場産品を活用した食による地域活性化

### ■目的

市内商工業者において地場産品（市内で製造、販売、流通する食品）を使用した新商品などの開発を促し、その販売を支援するため、食をテーマとしたPRイベントを開催するとともに、市内外に茨木のブランド価値を高める取り組みとして情報発信に努め、食による地域活性化を図る。

### ■取組の報告

## 「～秋だもん！さつまいも！！～茨木おいもスイーツフェア 2013」

### 1 スイーツフェアの開催報告

#### 1 目的

- ①スイーツフェアの開催を通して、市内の製菓店及び和洋菓子を市内外へPRし、認知度の向上を図る。
- ②市民が主導するプロジェクトと協力して事業に取り組むことで、民間の主体性を活かした振興策を推進する（産業振興アクションプランの基本方針）。

#### 2 概要

前回3月に実施した結果から、事業者や消費者のニーズを考慮し、11月に実施する。11月はサツマイモのベストシーズンであり、またサツマイモは、幅広い世代に受け入れられやすく和菓子にも洋菓子にも応用されやすい作物である。市内では、サツマイモを使って食育・商業活性化に取り組む市民主導型のプロジェクト（宙いもプロジェクト）が進められ、サツマイモに対する気運が高まっている。

これらを踏まえてサツマイモをテーマ食材に設定した上で、前回とは違った趣向の企画を打ち出すことで、茨木市のブランド推進と認知度向上を目指す。

#### 3 実施期間、場所

平成25年11月9日（土）～12月1日（日）、23日間、市内製菓店および公共施設

#### 4 参加店舗 27店

#### 5 実施体制

主催：市

協力：梅花女子大学、(株)シティライフNEW、(株)ジュピターテレコム(J:COM)、(有)ヴァリエ、茨木おいもプロジェクト、大阪府中央卸売市場

後援：茨木商工会議所

○各主体の役割

主体	役割
茨木市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主催者としての全体統括、事務局</li> <li>・参加店の応募募集、参加店や市民等の対応窓口</li> <li>・参加店の情報管理</li> </ul>
アルパック	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市の業務支援</li> <li>・企画・運営・調整支援</li> <li>・個別実務の実施（外注等含む）</li> <li>・評価・総括</li> </ul>
梅花女子大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スイーツづくり体験の企画・実施</li> <li>・いも子といも男のスイーツレポートの支援</li> </ul>
シティライフ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・シティライフへの掲載（取材等含む）</li> <li>・スイーツの商品やお店の写真撮影</li> </ul>
J:COM	<ul style="list-style-type: none"> <li>・番組「北摂シティライフ」の制作・放映（スイーツラリー、宙いも+バルのPR含む）</li> </ul>
ヴァリエ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホームページの作成・更新</li> <li>・facekookページの作成</li> <li>・ポスター、チラシデザイン・印刷</li> <li>・当日用マップデザイン・印刷</li> <li>・お店用ポップ等の関連デザイン・印刷</li> </ul>
宙いもプロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・さつまいもの提供・販売・配達</li> </ul>

○コア会議

- ・以下をメンバーとするコア会議を設置し、全体の企画・運営を行った。

<開催経過>

- ・第1回：平成25年7月16日（火）15：30～17：30 8名
- ・第2回：平成25年8月7日（水）9：30～12：00 8名
- ・第3回：平成25年9月19日（水）9：30～12：00 10名
- ・第4回：平成25年10月17日（水）9：30～12：00 8名
- ・第5回：平成26年2月6日（木）16：10～18：20 8名

## 5 開催報告

### (1)スイーツラリー（11月9日～12月1日；23日間）

市内製菓店で茨木産サツマイモ（宙いも）を使用したスイーツを製作・販売し、スタンプリ形式で市民等に各店を巡ってもらう（他産地のサツマイモとの併用可）。一定数以上のスタンプを集めた人には、抽選で賞品を進呈する。スイーツがお土産として市外にも広まることを想定し、テイクアウト可能な店舗を対象とした。

#### ①参加店舗との調整

##### ○参加店舗（募集方法）

**27店舗（同一店舗を除くと24店舗）**が参加（前回26店舗（同25店舗）。募集は、市内製菓店60店舗に対しフェア参加を呼び掛ける封書を送付するなどにより行った。また、応募のあったスイーツ店を対象にした説明会を開催するとともに、希望者には茨木産のサツマイモを配布した。

##### ○参加店説明会

開催時期：9月2日（月）午後2時から（1時間程度）

開催場所：市役所南館8階 中会議室

内 容：茨木おいもスイーツフェア及びスイーツラリーについて、茨木おいもプロジェクトによる茨木産サツマイモの紹介、茨木産サツマイモの試食会への参加の意向確認

結 果：**説明会には10事業者が出席**。クイックスイートをサンプルとして配布（紅はるかと同様の品種。北部市場より入手）

##### ○試食

- ・**試食の希望店舗は11店舗**。市が9月20日に試し掘り、水洗いを行い提供（1～2週間寝かした頃が食べ頃）。
- ・1店舗あたり3本提供、うち1本はなるとやが焼き芋にして提供。

##### ○その他

- ・スイーツラリー期間中にオーナーが不在の場合も多いため、スイーツフェアのプロセス、スタンプ等のルール等のマニュアルを配布し、スムーズな調整に努めた。
- ・また、期間前後に各店舗をまわり、のぼり、アンケート調査票の配布・回収等を行った。

#### ②参加店舗が販売した個数

記入用紙を配布し把握。27店舗のうち24店舗から回答。対象期間中に

・**合計6,273個販売、1店舗平均272個を販売**

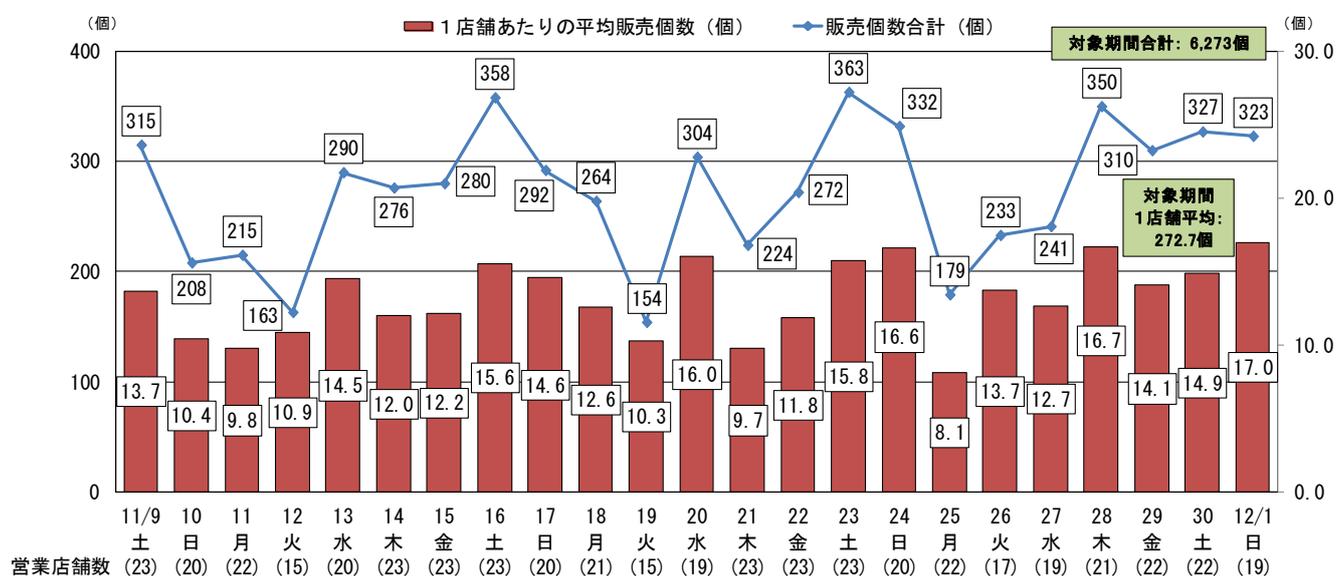
・**金額では合計1,590千円、1店舗平均は約69.1千円販売。**

## スイーツラリー対象商品の販売個数 調査結果

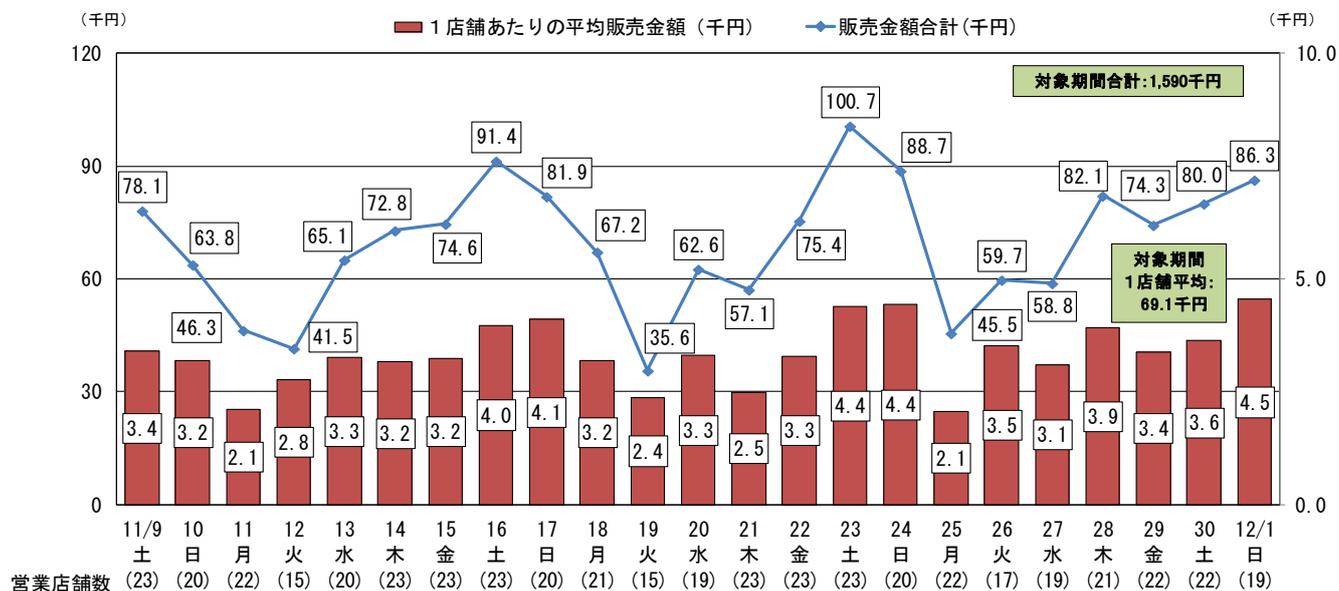
参加店舗が回答した「日付ごとに販売したスイーツラリー対象商品の個数」を集計した。参加店舗27店舗のうち24店舗から回答を得た。結果は下記のとおりである。

- 販売個数は曜日、天候にも大きく影響されるが、土日に多く販売している傾向があり、スイーツラリー一後半は特に多く販売しています。※期間中、雨が降ったのは10（日）、11（月）、15（金）、25（月）
- 期間中に販売された対象商品の総個数は6,273個（1店舗平均は272個）、販売金額に換算すると約1,590千円（1店舗平均は約69.1千円）となっています。 ※24店舗の合計
- 期間中に販売された対象商品の個数が最も多い店舗は831個（1日平均36.1個）、最も少ない店舗は30個（1日平均1.8個）であり、販売個数は店舗により大きく差があります。 ※個別の集計表を参照

### [日付ごとの販売個数]



### [日付ごとの販売金額]



### ③賞品について

#### ○賞品について

- ・ A賞～C賞を設定（下記表）。また、応募者の満足度などの意向を把握するため、応募はがきにアンケートを付け、回答いただいた（応募はがきのサイズを大きく設定）。
- ・ 締切は12月8日（消印有効）。抽選を行い、12月17日に賞品を発送。
- ・ **応募はがきは196枚（前回204枚）。**
- ・ **コンプリート者23名（前回29名）、応募者はA賞23名、B賞69名、C賞104名。**
- ・ 賞品は、参加店のうち、焼き菓子など日持ちのするスイーツを20店舗から購入（A賞は1,000円のスイーツ10店舗分の詰め合わせ、B賞は2,000円のスイーツ1店舗分を送付）。

賞	スタンプ数	賞品	当選数	応募者数
A賞	全スタンプ	茨木スイーツコンシェルジュの認定証	該当者全員	23名
		スイーツラリー参加店のスイーツ10,000円程度	10名（抽選）	
B賞	10個以上	スイーツラリー参加店のスイーツ3,000円程度	20名（抽選）	69名
C賞	3個以上	サツマイモ2,000円程度（大阪府卸売市場提供）	30名（抽選）	104名

※A賞に落選した方はB、C賞に、B賞に落選した方はC賞に当選可能性があるように抽選を行った（上記表にはカウントしていない）

- ・ 応募はがきのスタンプ数と人数（スタンプ欄のみ）

	C賞								B賞								A賞		
	3	4	5	6	7	8	9	104	10	11	12	13	14	15	16	20	23	24	
スタンプ数	3	4	5	6	7	8	9	104	10	11	12	13	14	15	16	20	23	24	
人数	77	16	3	3	2	1	2	104	46	10	6	1	1	1	1	1	2	69	23

#### ○その他

- ・ 応募に必要となる各店の押印欄に加え、前回はなかったリピーター欄を設定。

### (2)いも子といも男のスイーツレポート

#### ○趣旨と概要

- ・ 参加店舗のスイーツへの注目度を早期から高めるため、開催当初の5日間を募集期間として対象商品についての感想コメントを集め、「茨木おいもスイーツフェア」のホームページ上において掲載した。
- ・ 感想コメント提供者のうちから50名（※）に、サツマイモ（500円程度）を送付した。（※応募は36名であり、全員に送付）

#### ○具体的方法

- ・ 11/9～13の5日間でレポートを募集。コメントを整理し、徐々に増やした。

- ・レポートが書きやすいよう例文を示し、項目が多くなり過ぎないように設計した。

○結果

- ・**36名からレポートがあった。**

(3) おいもスイーツづくり体験

○概要：11月10日（日）午後1～3時、ローズWAM料理工房

○内容：市民にもっとサツマイモに親んでもらうため、親子で参加可能なクッキング教室を実施した。梅花女子大学食文化学科の先生、学生による指導のもと、前回のフェアで市民一番人気だった同大学生の作品「フロランタン風さつまいもタルト」のスイーツ作りに挑戦した。

○広報：10月号市報で募集。2人1組で10組。先着順。市内在住の親子。実費程度負担。

○開催報告

- ・**9組の親子が参加。**梅花女子大学からは、菅本先生、柳本先生、去年の優勝者を含む学生4名が参加。
- ・当日10時半に集合し、ミーティングを開催し、タルトはスタッフで準備（11時から）。参加者は13時からスイートポテト体験等を行い、14時過ぎ完成、14時半試食、15時解散した。その後片付けを行い、スタッフは16時頃に解散。
- ・当日の写真、レシピは、ホームページで後日紹介した。

○その他：イベント保険に加入。



6 茨木産サツマイモの調達とお店への提供方法

○調達方法

- ・茨木産サツマイモは、茨木おいもプロジェクトから参加店が購入した。値段は250円/kgだが、プロジェクトの店舗サポーター（年会費5,000円）になると150円/kgで提供を受けられる（一般的な相場は350円/kg）。
- ・供給可能な量以上が必要となった場合にサツマイモを確保するルートとして、大阪府中央卸売市場の協力を得た。
- ・参加店が市役所まで取りに行き受け取る。なお、支払い等の具体的な方法は、宙いもプロジェクトが対応。
- ・**24店舗のうち22店舗が宙いもプロジェクトのさつまいもを利用。**

## 7 広報・周知について

### ①参加店舗へのPRツール等の提供

#### ○予告用チラシ

- ・10月初旬にお店などへ配布。**A 5判で1万3,000部。1店舗に500枚配布。**
- ・配布しやすいよう、500枚単位で束にして納品。バルの告知も掲載。
- ・9月19日出稿〆切り。

#### ○予告用ポスター

- ・10月初旬にお店などへ配布。**B 3判、100部。**バルの告知も掲載。
- ・9月19日出稿〆切り。

#### ○マップ

- ・前回少なかったため**16,000部を印刷。各店舗には500部配布（13,500部）。**
- ・残りの**2,500部は市役所（1,000部は公共施設に配置、1,500部は予備）。**
- ・直前に郵送で送付。

#### ○のぼり

- ・**各店1枚ずつ配布。**タンク、ポールが必要な場合は貸出（店に取りに来てもらい、回収は事務局が行う）
- ・直前に直接配布。一部店舗は郵送。

#### ○商品ポップ、スタンプ

- ・**直前に郵送。**

### ②その他のPR

#### ○市広報紙11月号で掲載。

#### ○北摂シティライフ11月号（10月下旬発行）

- ・イベント告知及び各店舗のオリジナル新作スイーツを一挙に紹介した。
- ・スイーツの商品と店舗の写真撮影（誌面、HPで活用）10月11日。
- ・シティライフ11月号の発行は11月1日、10月25日に校了。

#### ○j:comの番組

- ・(株)シティライフNEWとタイアップした番組「北摂シティライフ」で、フェア内の企画等を紹介した。

#### ①宙いもプロジェクトからの茨木スイーツフェアのご紹介前フリ（ロケVTR）

- ・放送：11月1-15日
- ・取材：宙いもの試し掘り（10月19日）

#### ②茨木スイーツフェアのイベント中押し（ロケVTR）

- ・放送：11月16-30日
- ・取材：亀多浪、シュエット、ドエルを取材（10月24日に撮影）

※前回取材した幸春、ティコラッテ、ボンネージュ以外の店舗

③茨木バル告知（ポスターなどのデータを元に告知）

- ・放送：11月前半号（11月1日以降放送）※イベントの告知のみ

○公式ホームページ

- ・趣旨、内容、各お店と商品の紹介等。
- ・いも子といも男のスイーツレポート。
- ・ヴァリエと市で調整し作成。
- ・アクセス数は2,600（前は4,000）

※ホームページのうち、Googleマップにアクセスした数で把握

○facebook

- ・市が日々の情報をタイムリーに発信。

○その他

- ・産経リビングに掲載

## 8 その他の連携事業

○バルフェスタいばらき2013（11月23、24日開催）

- ・広報面で相互協力（チラシ、マップ等に掲載等）。
- ・9/13原稿メ切り、9/20入稿（バル実行委員会）宙いもPとスイーツフェアでA5判1ページ

## 2 アンケート結果の報告

- ・スイーツラリー参加者（応募はがき）
- ・スイーツラリー参加店舗  
→次ページ以降を参照

## スイーツラリー参加者に対するアンケート調査結果

スイーツラリーの応募はがきから、スイーツラリーに対する参加者の満足度や意見、感想などを把握した。

応募締切：平成25年12月8日（日）

応募者数（回答者数）：196件

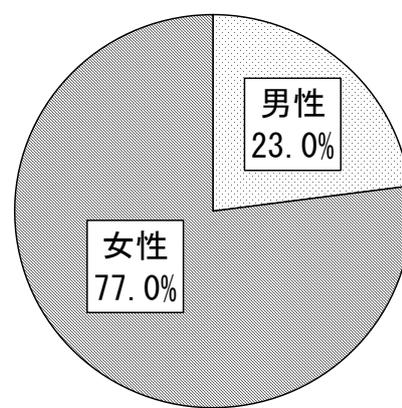
### 1. 回答者の属性

#### (1) 性別

○「男性」が約2割、「女性」が約8割となっています。

項目	回答数 (件)	割合 (%)
男性	45	23.0%
女性	151	77.0%
合計	196	100.0%

■前回  
「男性」20.6%、「女性」79.4%



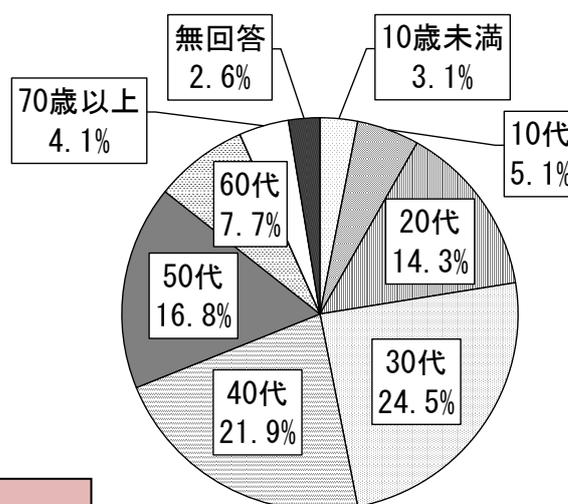
#### (2) 年代 ※自由記載を年代別に集計

○「30代」、「40代」が多く、全体の5割近くを占めています。また、「60代」、「70歳以上」が他と比べて低くなっています。

○自由記載から算出した平均年齢は41.3歳となっています。

項目	回答数 (件)	割合 (%)
10歳未満	6	3.1%
10代	10	5.1%
20代	28	14.3%
30代	48	24.5%
40代	43	21.9%
50代	33	16.8%
60代	15	7.7%
70歳以上	8	4.1%
無回答	5	2.6%
合計	196	100.0%

■前回  
「10代以下」6.9%、「20代」14.2%、「30代」22.5%、  
「40代」25.5%、「50代」15.2%、「60代」9.8%、  
「70代」5.4%、「不明」0.5%

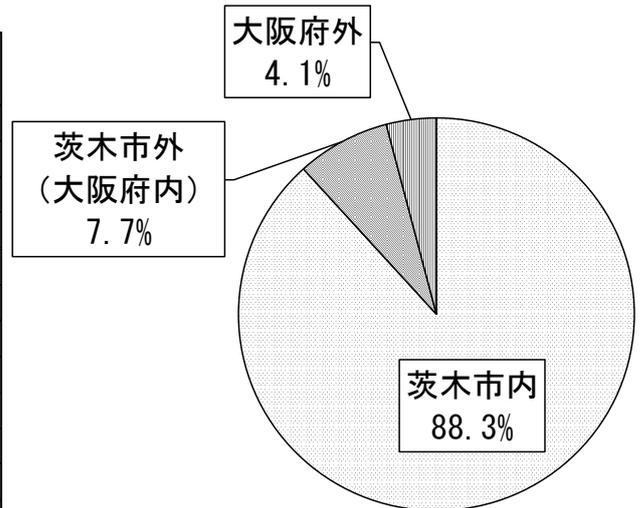


### (3) 住所

○「茨木市内」が約88%、「茨木市外（大阪府内）」が約8%、「大阪府外」が約4%となっています。

○茨木市外（大阪府内）は「高槻市」が7件、「大阪市」が4件となっています。また、京都府、兵庫県、三重県からの参加もありました。

項目	回答数 (件)	割合 (%)	
茨木市内	173	88.3%	
茨木市外 (大阪府内)	大阪市	4	2.0%
	高槻市	7	3.6%
	門真市	1	0.5%
	八尾市	2	1.0%
	豊能郡	1	0.5%
	15	7.7%	
大阪府外	京都府京都市	3	1.5%
	兵庫県宝塚市	1	0.5%
	兵庫県尼崎市	2	1.0%
	兵庫県神戸市	1	0.5%
	三重県松阪市	1	0.5%
	8	4.1%	
合計	196	100.0%	



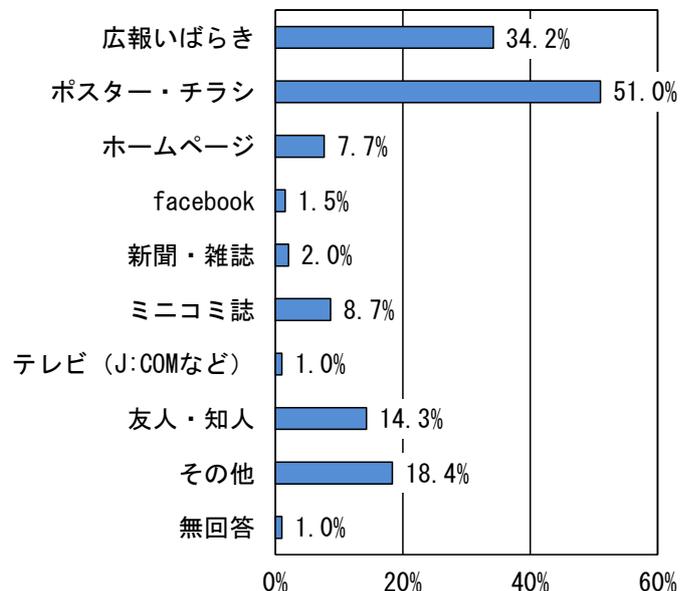
## 2. スイーツラリーアンケート

### (1) このイベントを知ったきっかけ（複数回答）

○「ポスター・チラシ」が最も多く約51%、「広報いばらき」が約34%となっています。

○その他の主な回答は、「店頭で知った」（15件）、「のぼりで知った」（6件）などとなっています。

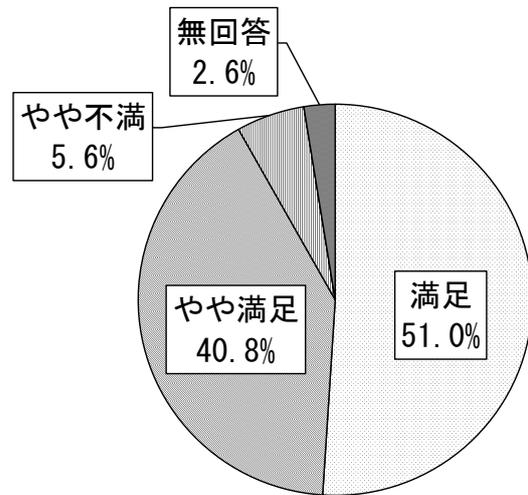
項目	回答数 (件)	割合 (%)
広報いばらき	67	34.2%
ポスター・チラシ	100	51.0%
ホームページ	15	7.7%
facebook	3	1.5%
新聞・雑誌	4	2.0%
ミニコミ誌	17	8.7%
テレビ (J:COMなど)	2	1.0%
友人・知人	28	14.3%
その他	36	18.4%
無回答	2	1.0%
※196名が回答	196	



## (2) スイーツフェアの満足度

- 「満足」が最も高く約51%、「やや満足」が約41%となっています。
- 一方、「やや不満」が約6%となっています。

項目	回答数 (件)	割合 (%)
満足	100	51.0%
やや満足	80	40.8%
やや不満	11	5.6%
不満	0	0.0%
無回答	5	2.6%
合計	196	100.0%



### ■満足な主な理由

#### 【店舗を知れた：37件】

- 知らなかったスイーツのお店をたくさん知れて、うれしかったです。
- 10店中初めて行ったのが8店。新しい発見だった。
- こういう企画がないと知ることがないので。
- 食べ比べるのが楽しく、新しいお店を知ることができた。

#### 【スイーツが美味しかった：28件】

- 行ったことのないお店も行けたし、どこもおいしかったので。
- 手頃な値段でおいしかったため。
- おいもの味をうまくひき出した工夫されたスイーツで味が気に入ったから
- 美味しいお店もあったがフェア以外の商品の方が良い店もあった。
- たくさん歩いて色々なお店の方とお話が出来ておいしいもの食べられてとても楽しかったです。

#### 【多様な店舗をめぐれた：16件】

- 市内のいろいろなお店に行くのが楽しい。
- 行ってみたかった店に行くきっかけになりました。
- 洋菓子・和菓子店が充実しているから。

### ■不満足な主な理由

#### 【期間が短い：10件】

- いろいろなスイーツを楽しめるが、期間内でたくさん食べなくてはいけないのが大変。
- 遠方の店に行くにはもう少し休日の回数が必要。
- 期間が短くて、全店まわりたいのに無理でした。

#### 【売り切れ：7件】

- お昼に売り切れしているものもあって残念だった。
- 対象商品が購入できない店があったため。
- 店に行ったら売切だったり店自体がなくなっていてがっかりしたことが数回あった。行っても買えなければ「もう行かない」と思ってしまう。

#### 【その他】

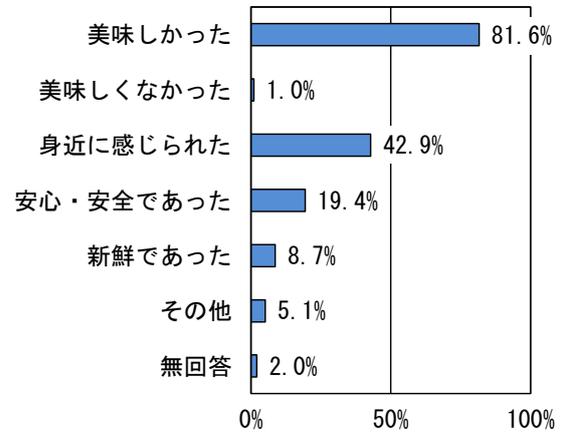
- おいしいお店が少なかった。
- 広範囲に点在しすぎている。

(3) 茨木産さつまいもを食べて感じたこと（複数回答）

○「美味しかった」が約82%、「身近に感じられた」が約43%などとなっています。

○その他は、「素材の味は分からなかった（違いは分からない）」（6件）などとなっています。

項目	回答数 (件)	割合 (%)
美味しかった	160	81.6%
美味しくなかった	2	1.0%
身近に感じられた	84	42.9%
安心・安全であった	38	19.4%
新鮮であった	17	8.7%
その他	10	5.1%
無回答	4	2.0%
※196名が回答	196	



#### (4) スイーツフェアを盛り上げるための提案・アイデア等（自由記述）

○主な回答は以下のとおりです。

##### ■PRに関する意見：26件

- 知名度が低く感じたので、もっとPRすれば良いと思う。
- 食材（芋）についての情報（味、食感、品種名、特長など）が分からないので、スイーツに対してイメージがふくらまない。もっと食材についての情報を発信してはどうか。
- 作った人の顔写真や生のコメントもいいかも。店外観写真はとても助かった。
- 阪急、JRの阪神間駅にポスターを貼る。
- 駅にマップやのぼりがあると、より多くの人に知ってもらえるのでは。

##### ■参加店が集まるイベント開催に関する意見：23件

- 参加店が一同に集まったイベントがあれば、一度に色々な味が楽しめていいですね。
- 春にも参加しましたが冬は寒くて、一ヶ所に集めてもらえればと思いました。
- 茨木農業祭とコラボして、各店の出店を出してみてもどうでしょう。
- スイーツラリーは一部の人しか参加できないと思います。たくさんの茨木市民が参加できるように、市役所前のグラウンドに茨木のスイーツ店を何十店舗も出店して、B1グランプリのようにおいしかったお店をみんなに投票してもらおうのはどうでしょう。

##### ■さつまいも以外での実施に関する意見：18件

- 秋だけではなく、四季それぞれの旬のスイーツフェアをしてほしい。
- 色んな野菜を使ったスイーツも食べてみたいです。
- 前回も同じ食材だったので、次は違う食材にチャレンジして欲しい。

##### ■長期間の開催に関する意見：13件

- 2ヶ月ぐらいの期間で開催してほしいです。
- 期間をもう少し長くしてほしい。24店で23日は少し短いように思います。

##### ■景品に関する意見：13件

- A賞1万円相当を10人でなく、千円を100人の方がうれしいです。10人だと当たる気がしない。
- 参加証（賞）として茨木童子とさつまいものデザインのグッズを必ずもらえるととても嬉しい。
- 参加賞がほしい。各店でおまけがほしい。
- 割引クーポン券が添付があれば、うれしいかも。

##### ■その他の主な意見

- パン屋も入れてほしい。
- 一定の料金を払って、食べ放題！！
- kids用のスイーツラリーがあっても良いと思います。たくさん食べれないので。
- 素人のスイーツレシピコンテスト開催。チャンピオンのレシピ、又は入選者のレシピで、各店等で販売する。
- スイーツのコラボ（市民とお店のコラボ作品大会）。
- 店同士でコラボ。
- もう少しお店の方もこれを盛り上げようという姿勢が必要ではないか。
- 公共交通との連携をお願いしたい。案外、バス停や駅の近くにあるお店も多いので、週末限定でもよいので…。

(5) スイーツフェアの問題点・困ったことなど（自由記述）

○主な回答は以下のとおりです。

■売り切れに関する意見：30件

- 対象品が早く売り切れてしまいスタンプを押してもらえないことがあり、残念だった。
- 店があいていても、品物が売り切ればかりで手に入れるのが大変だった。予約をしても午前中に売切れで会社員には買うのが大変だと思う。
- お店に足を運んでも対象商品が売切ということがあったので（しかも日中）なるべく売切のないようお願いしたい。
- お昼すぐに行ったのに売り切れといわれた店が3店舗あった。せっかく行ったのに意味がない。
- 店頭へ何度か行ったが売れ切れていたのが買えなかった。3度目で予約して買えた。数量が限られていた。

■交通に関する意見：27件

- 一般交通機関では行きにくいお店があったこと
- 市街地から離れたお店へのアクセス。行くことをためらってしまった。
- 駐車場情報も掲載してほしい。高額商品の店は同じくらいの価格の商品で参加すべき。

■期間に関する意見：20件

- 期間が短いので全店回るのがむずかしかった。
- 期間内に思ったほど多くの店を回れなかった。甘いものの食べ過ぎになりそう。

■価格に関する意見：14件

- 単価の高い物は買えないので、安くしてほしい。1000円近い値段は高い。
- 高い商品もあって、全部はまわれない。
- ワンコイン以下（できれば300～100円）の商品を対象にしてほしい。

■スタンプに関する意見：12件

- 言わないと押してくれないところがあった。
- 台紙をどこでもらえばいいのが困った。後でレシートを見せて押してもらうことになったりした。
- スタンプ3コの次は、10コ以上というのは少しハードルが高くて、あきらめました。5コだったら、チャレンジしたかな。
- スタンプが10コをこえるのはなかなかむずかしい。もう少し段階を増やして（3、7、10、15とか、5、10、15とか）ほしい。

■その他の意見

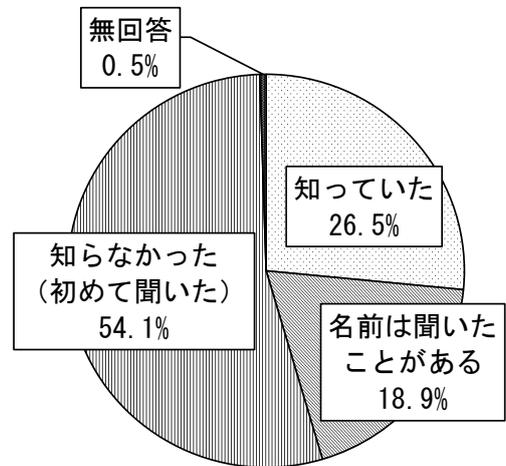
- 営業時間内に行ってもお店が閉まっていたことがあった。
- マップが分かりづらく行き着けない店があった。道でマップを広げたのが、芋の絵が大きく描かれていて恥ずかしい。
- 店舗を知る機会は増えるが、対象商品しか購入しないため、今後スタンプラリー方式は飽きられる可能性がある。
- 最終日に定休日のお店が…そこは開けてほしかった。
- 太りやすくなること。
- 客側からスタンプを押しましたが、お店の方は意外と無関心でした。

(6) 茨木宙いもプロジェクトの認知度

○「知らなかった（初めて聞いた）」が最も高く、約54%となっています。

○一方、「知っていた」が約27%、「名前は聞いたことがある」が約19%となっています。

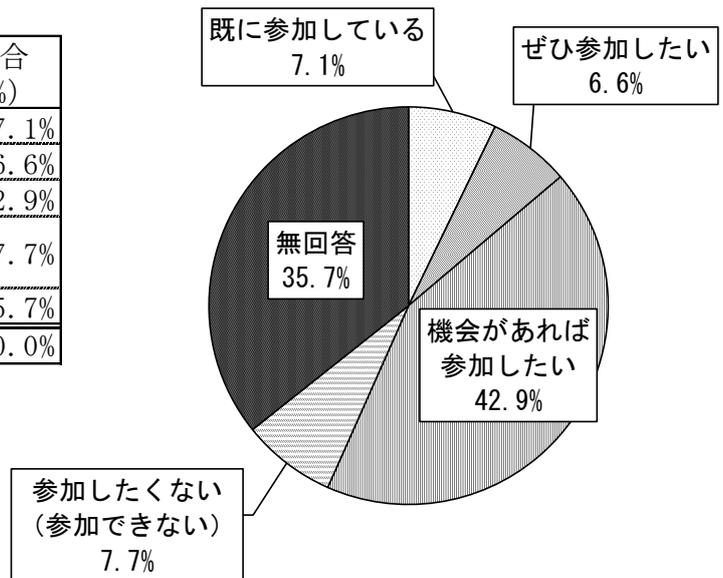
項目	回答数 (件)	割合 (%)
知っていた	52	26.5%
名前は聞いたことがある	37	18.9%
知らなかった (初めて聞いた)	106	54.1%
無回答	1	0.5%
合計	196	100.0%



(7) 茨木宙いもプロジェクトへの参加意向

○「既に参加している」、「ぜひ参加したい」がそれぞれ約7%（27名）、「機会があれば参加したい」が最も高く約43%（84名）となっています。

項目	回答数 (件)	割合 (%)
既に参加している	14	7.1%
ぜひ参加したい	13	6.6%
機会があれば参加したい	84	42.9%
参加したくない (参加できない)	15	7.7%
無回答	70	35.7%
合計	196	100.0%



## (8) 食に関する取組への参加意向

- 「バル」が52件、「B 1 グランプリ」が48件、「うまいもん市」が24件などが主な回答となっています。

### ■その他の主な意見

#### 【地元店・地元料理】

- 地元お菓子屋さんに習うお菓子作り。
- 朝ごはんやランチなど、日常の食に華を少しでも加えることができるようなイベント（もちろん茨木産・茨木のお店）
- 茨木の郷土料理祭。あるかは知らないけど…
- 地元の夜食や屋台をしてほしい。
- 麺類色々やモンのイベントがあれば。茨木産の米粉とか？北摂産の有機オーガニック食材
- パン屋さんの試食会
- 手作りパン屋さんを周るスタンプラリーとか。

#### 【子ども】

- 中学生アイデア（レシピ）大会
- 幼児も楽しめるバルの様なものがあれば。

#### 【特定の食材】

- めん類、粉もののラリー等だったらまわれそう。
- ラーメン博
- お寿司ラリー
- 地ビール、地酒を扱ったもの！
- アジア料理フェアを作ってほしい。

#### 【その他】

- グルメ系マラソンイベント
- 1カ所でたくさん食べれるイベントなら何でも。
- 手作り野菜収穫体験
- 姉妹都市のうまいもん市

## スイーツラリー参加店舗に対するアンケート調査結果

スイーツラリーの参加店舗を対象としたアンケートから、参加店舗の満足度や意見、感想、茨木産農産物の利用意向などを把握した。

参加店舗数：27店舗

回答店舗数：25店舗 ※閉店した1店舗、店主が同じ参加店舗数1店を除いた全店舗が回答

### 1. 今回の茨木スイーツラリーについて

#### (1) 茨木スイーツラリーに参加したことによる効果

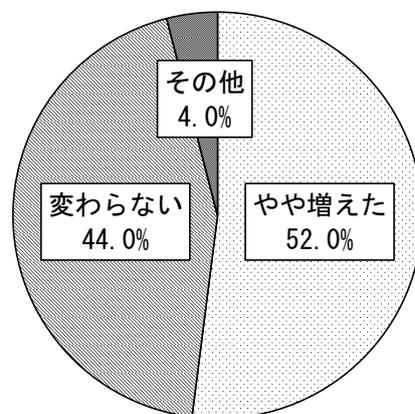
##### ① 来店者数

○「やや増えた」が約52%（13店）、「変わらない」が約44%（11店）などとなっています。

項目	回答数 (件)	割合 (%)
大きく増えた	0	0.0%
やや増えた	13	52.0%
変わらない	11	44.0%
減った	0	0.0%
その他	1	4.0%
回答店舗数	25	100.0%

##### ■ 前回

「大きく増えた」5.0%、「やや増えた」65.0%、「変わらない」25.0%、「その他」5.0%



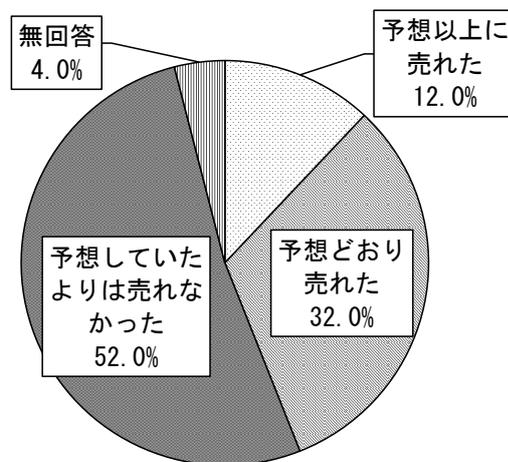
##### ② 茨木スイーツラリー対象商品の売れ行き

○「予想していたよりは売れなかった」の割合が最も高く約52%（13店）、「予想どおり売れた」が約33%（8店）、「予想以上に売れた」が約12%（3店）となっています。

項目	回答数 (件)	割合 (%)
予想以上に売れた	3	12.0%
予想どおり売れた	8	32.0%
予想していたよりは売れなかった	13	52.0%
無回答	1	4.0%
回答店舗数	25	100.0%

##### ■ 前回

「よく売れた」45.0%、「やや売れた」55.0%、「売れなかった」0.0%



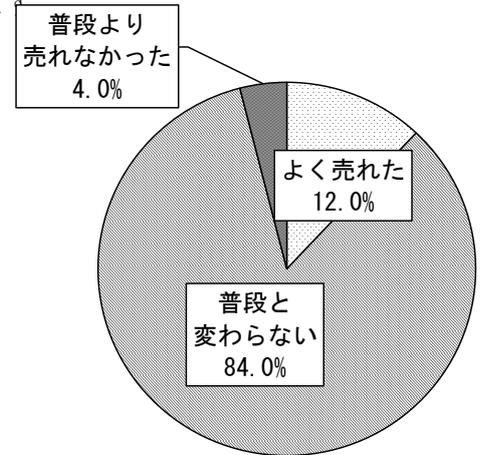
### ③対象商品以外の商品の売れ行き

○「普段と変わらない」の割合が最も高く約84%（21店）、「よく売れた」が約12%（3店）、「普段より売れなかった」が約4%（1店）となっています。

項目	回答数 (件)	割合 (%)
よく売れた	3	12.0%
普段と変わらない	21	84.0%
普段より売れなかった	1	4.0%
無回答	0	0.0%
回答店舗数	25	100.0%

■前回

「よく売れた」30.0%、「普段よりやや売れた」65.0%、「普段と変わらない」65.0%



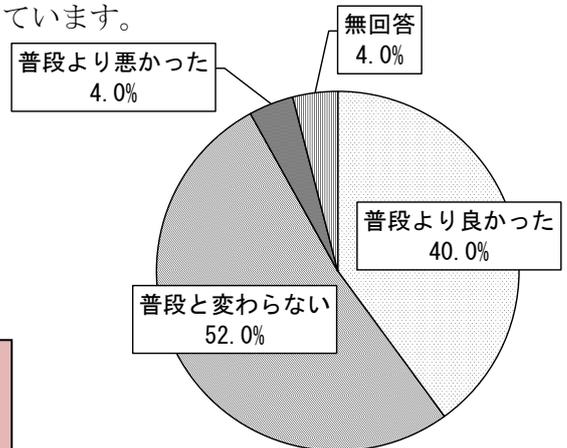
### ④月間（11月）の売上高

○「普段と変わらない」の割合が最も高く約52%（13店）、「普段より良かった」が約40%（10店）、「普段より悪かった」が約4%（1店）となっています。

項目	回答数 (件)	割合 (%)
かなり良かった	0	0.0%
普段より良かった	10	40.0%
普段と変わらない	13	52.0%
普段より悪かった	1	4.0%
無回答	1	4.0%
回答店舗数	25	100.0%

■前回

「かなり良かった」5.0%、「普段より良かった」45.0%、「普段と変わらない」50.0%

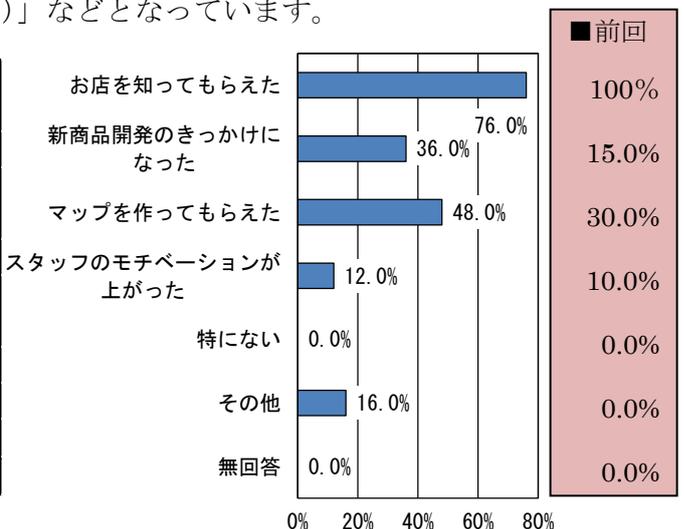


### (2) 茨木スイーツラリーに参加によるメリット（複数回答）

○「お店を知ってもらえた」の割合が最も高く約76%（19店）、次いで、「マップを作ってもらえた」が約48%（12店）、「新商品開発のきっかけになった」が約36%（9店）となっています。

○その他は、「意外にも好評だったため、今も継続して販売している」、「同じ参加店と知り合いになった（協力し合って連帯感があれば良い）」などとなっています。

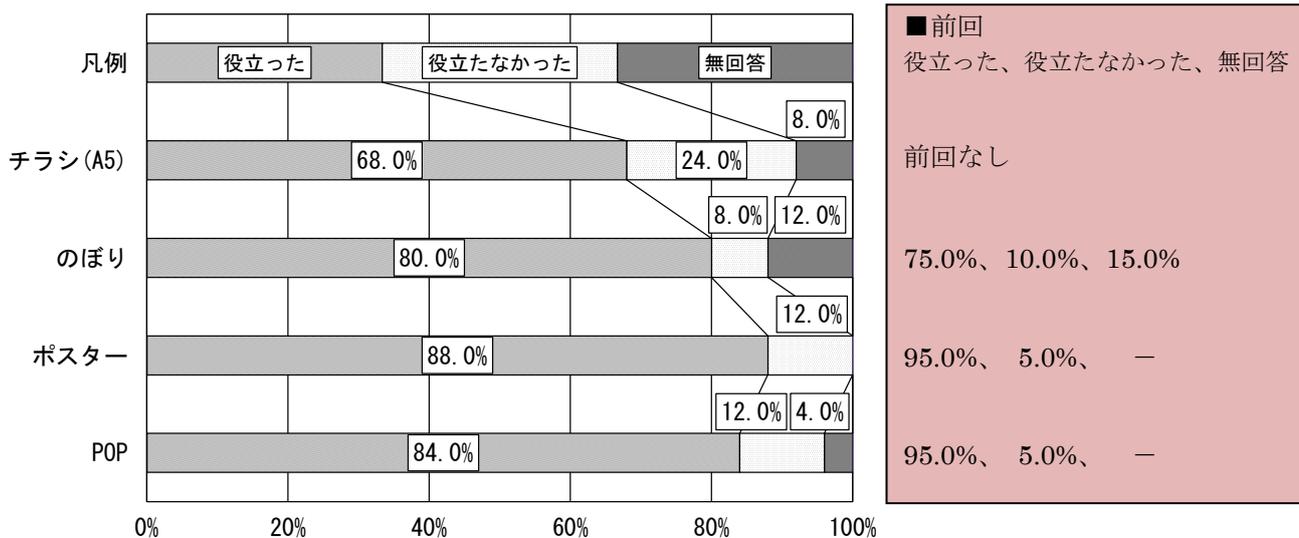
項目	回答数 (件)	割合 (%)
お店を知ってもらえた	19	76.0%
新商品開発のきっかけになった	9	36.0%
マップを作ってもらえた	12	48.0%
スタッフのモチベーションが上がった	3	12.0%
特にない	0	0.0%
その他	4	16.0%
無回答	0	0.0%
※25店舗が回答	25	



### (3) 今回のPRツールの評価

- チラシ (A5) は、「役立った」が約68% (17店)、「役立たなかった」が約24% (6店) となっています。
- のぼりは、「役立った」が約80% (20店)、「役立たなかった」が約8% (2店) となっています。
- ポスターは、「役立った」が約88% (22店)、「役立たなかった」が約12% (3店) となっています。
- POPは、「役立った」が約84% (21店)、「役立たなかった」が約12% (3店) となっています。

項目	役立った		役立たなかった		無回答		合計	
	回答数 (件)	割合 (%)						
チラシ (A5)	17	68.0%	6	24.0%	2	8.0%	25	100.0%
のぼり	20	80.0%	2	8.0%	3	12.0%	25	100.0%
ポスター	22	88.0%	3	12.0%	0	0.0%	25	100.0%
POP	21	84.0%	3	12.0%	1	4.0%	25	100.0%

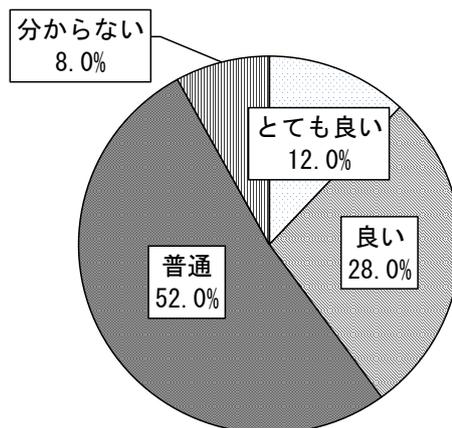


### (4) 茨木宙いもプロジェクトのさつまいもの評価

#### ①味

- 「普通」が最も高く約52% (13店) となっています。また、「良い」、「とても良い」と好評価であった店舗は全体の4割 (10店舗) となっています。

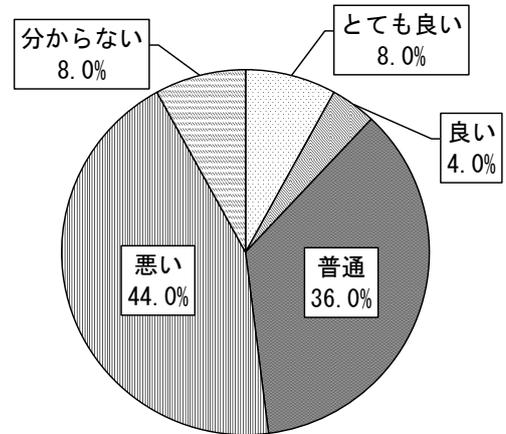
項目	回答数 (件)	割合 (%)
とても良い	3	12.0%
良い	7	28.0%
普通	13	52.0%
悪い	0	0.0%
分からない	2	8.0%
無回答	0	0.0%
回答店舗数	25	100.0%



## ②品質

- 「悪い」が最も高く約44%（11店）、「普通」が約36%（9店）となっています。
- 「良い」、「とても良い」と好評価であった店舗は約12%（3店）となっています。

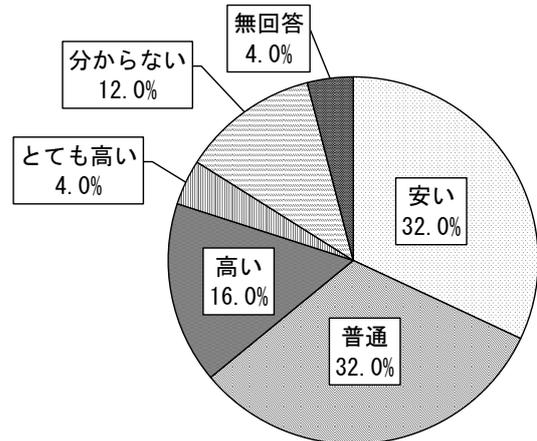
項目	回答数 (件)	割合 (%)
とても良い	2	8.0%
良い	1	4.0%
普通	9	36.0%
悪い	11	44.0%
分からない	2	8.0%
無回答	0	0.0%
回答店舗数	25	100.0%



## ③価格

- 「安い」と「普通」が最も高くそれぞれ約32%（各8店）、「高い」が約16%（4店）などとなっています。

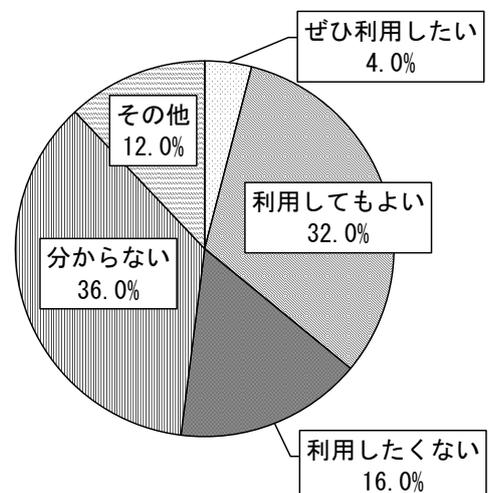
項目	回答数 (件)	割合 (%)
安い	8	32.0%
普通	8	32.0%
高い	4	16.0%
とても高い	1	4.0%
分からない	3	12.0%
無回答	1	4.0%
回答店舗数	25	100.0%



## ④今後の利用意向

- 「分からない」が最も高く約36%（9店）、次いで「利用してもよい」が約32%（8店）、「利用したくない」が16%（4店）などとなっています。
- その他は、「繊維が大変多かったので改良してほしい」、「芋がスイーツに合わなかったので他の物がよい」などとなっています。

項目	回答数 (件)	割合 (%)
ぜひ利用したい	1	4.0%
利用してもよい	8	32.0%
利用したくない	4	16.0%
分からない	9	36.0%
その他	3	12.0%
無回答	0	0.0%
回答店舗数	25	100.0%



(5) 茨木スイーツラリーに関するお客様の声や反応で、印象に残っていること（自由記述）。

○主な回答は以下のとおりです。

■好評な意見

- 廻っているお客さんはちょっと楽しそうな気がした。
- 初日に御来店のお客様に、「楽しみにこの日を待ってました」という嬉しい声がありました。
- 「スイーツラリーが楽しい」と言って参加されたお客様がおられました。
- 「地図（チラシ等）により色々なお店を知る事ができた」との声がありました。
- 大きい商品はたくさん食べきれないので困るなあ…。普段来れない場所やお店に行けたので楽しかった。
- 前回のスイーツラリーで当選したお客様が今回も応募するため回っておられた。評判よかったです。

■不満に関する主な意見

- 仕事終わってからお店に行きたいが、早く閉まっているお店が多くてまわれない。
- 前はスタンプ全部集めたらもれなくプレゼントがあったが、今回は抽選。集めようという意欲の低下。「どうせ集められないから…」と言われる方が多かった。
- 地図がわかりにくい。
- 茨木バルと同じ時期なので混乱する。

■その他の意見

- 年配のご夫婦が多かったように思います。
- 茨木市にこんなにたくさんのお店があるんですね。今回はA賞は抽選だし、当たらない等
- スタンプを集めるのが目的で商品はどうでもいいようなお客さんがいるようにも思えます。こちらとしては商品を大切にあってもらえると作りがいも出るのですが…。

## (6) 茨木スイーツラリーの改善点など、気付いた店（自由記述）。

○主な回答は以下のとおりです。

### ■企画内容に関する主な意見

- 全店の価格を統一すべき。
- 前回、今回参加していないお店、パン屋なども新しく参加すれば、もっと幅が広がり楽しそう。
- いもの品質もよくなっていかないと、商品にするにはしんどいです。いもだけにこだわると全品いもの商品を食べるお客さんはつらいかなとも思います。パン屋が入ってもいいと思います。
- 全店まわった方でも景品がないのがかわいそう。
- シールの配分（箱に貼る統一シール）、値段を一緒にする（全店だいたい揃えて300～600円程度か）。

### ■PR ツールへの意見

- 今年3月のラリーの時はスタンプ用紙が足りない位だったが、今回500部届いてビックリ！！すごく余ってもったいないと思った。初めに入数（必要数）を聞き、不足したら補充するという形だと余らないのでは。
- チラシが多すぎてかなり余りました。もったいないし、その分の費用をお客様へのプレゼントの方へ充当した方がもっと盛り上がるのではないかと思います。
- スタンプラリーのマップがたくさん余りました。

### ■さつまいもに関する意見

- これからもさつまいもを使ったスイーツを続けるのなら、どの店もネタ不足で困ってくると思うので、主催側からスイーツのアイデアを提供してはどうか。
- さつまいもの大きさがまちまちで使いものにならないものもあった。ある程度品質はそろえてほしい。
- さつまいもの繊維が多いので使いにくい。さつまいもを市役所まで引き取りに行く人手がいるのは、店として少しやりづらいです。
- 芋のスジが多く半分捨てた。

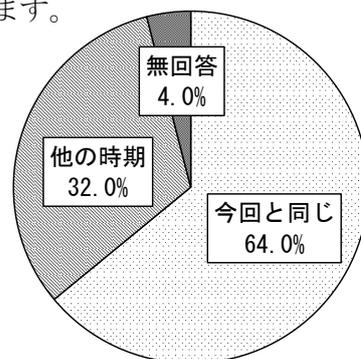
## 2. 今後の取組意向について

### (1) テーマ食材などについて

#### ①開催時期

- 「今回と同じ」が約64%（16店）、「他の時期」が約32%（8店）となっています。
- 他の時期の主な回答は、「洋菓子屋の暇な時期のバレンタインデーのあと」、「春の気候の良い時」、「とれたてよりも少しねかせた方がよい」などとなっています。

項目	回答数 (件)	割合 (%)
今回と同じ	16	64.0%
他の時期	8	32.0%
無回答	1	4.0%
回答店舗数	25	100.0%



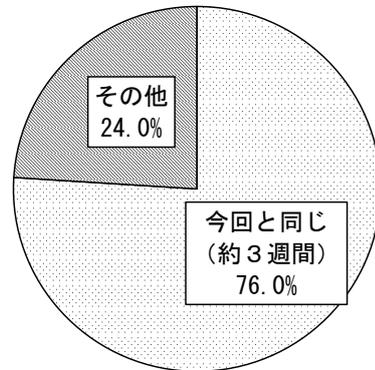
#### ■前回

「今回と同じ」10.0%、「他の時期」85.0%、「無回答」5.0%

## ②開催期間

- 「今回と同じ（約3週間）」が約76%（19店）、「その他」が約24%（6店）となっています。
- その他の回答は、「1か月はほしい」（2件）、「もう少し短くてもよい（2週間ぐらい）」（3件）などとなっています。

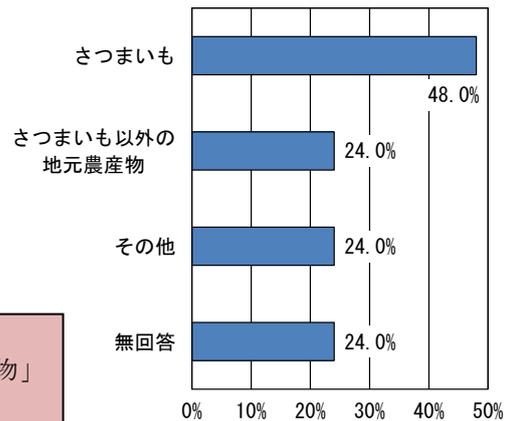
項目	回答数 (件)	割合 (%)
今回と同じ（約3週間）	19	76.0%
その他	6	24.0%
無回答	0	0.0%
回答店舗数	25	100.0%



## ③テーマとする食材（複数回答）

- 「さつまいも」が最も多く約48%（12店）、「さつまいも以外の地元農産物」、「その他」がそれぞれ約24%（各6店）となっています。
- その他の回答は、「いちご」、「栗」などとなっています。

項目	回答数 (件)	割合 (%)
さつまいも	12	48.0%
さつまいも以外の 地元農産物	6	24.0%
その他	6	24.0%
無回答	6	24.0%
※25店舗が回答	25	



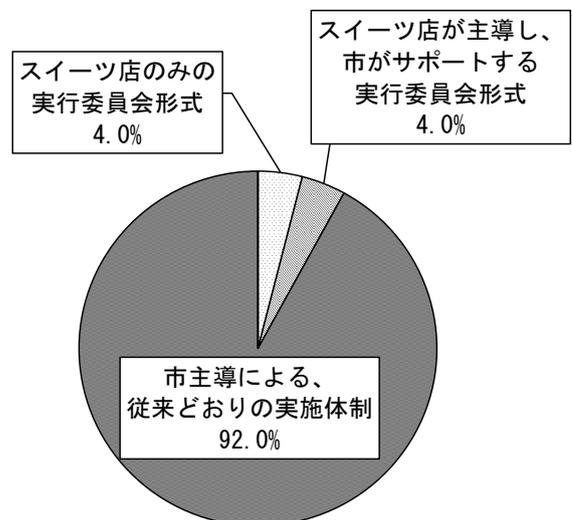
■前回  
「さつまいも」30.0%、「さつまいも以外の地元農産物」5.0%、「その他」35.0%、「無回答」30.0%

## (2) 運営方法について

### ①望ましい実施体制

- 「市主導による、従来どおりの実施体制」が約92%（23店）となっています。

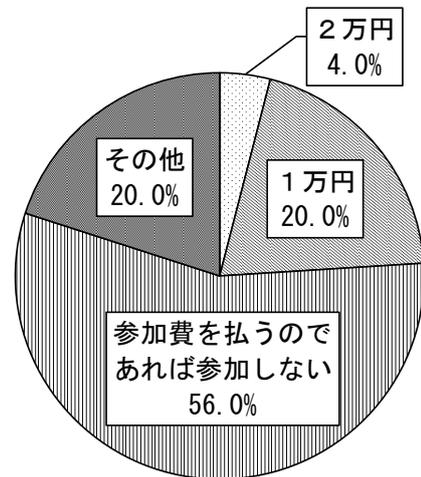
項目	回答数 (件)	割合 (%)
スイーツ店のみの 実行委員会形式	1	4.0%
スイーツ店が主導し、 市がサポートする 実行委員会形式	1	4.0%
市主導による、 従来どおりの実施体制	23	92.0%
その他	0	0.0%
無回答	0	0.0%
回答店舗数	25	100.0%



## ②参加店から参加費を徴収する場合に、負担可能な金額

- 「参加費を払うのであれば参加しない」の割合が最も高く約56%（14店）となっています。
- 参加費の徴収費用は、「1万円」、「その他」がそれぞれ約20%（各5店）、「2万円」が約4%（1店）となっています。
- その他の回答は、「5千円まで」（2件）、「テーマ、内容による」（2件）、「3千円くらい」（1件）、「参加費を取るのであれば、印刷部数など厳しくチェックしてほしい」（1件）などとなっています。

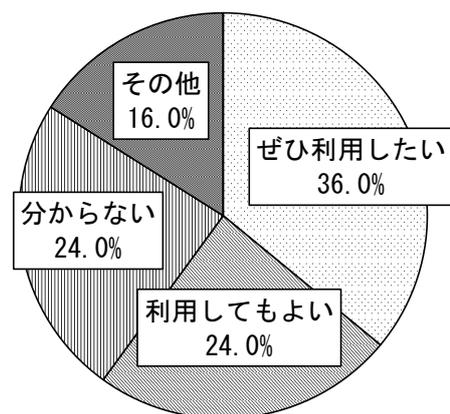
項目	回答数 (件)	割合 (%)
5万円	0	0.0%
4万円	0	0.0%
3万円	0	0.0%
2万円	1	4.0%
1万円	5	20.0%
参加費を払うのであれば参加しない	14	56.0%
その他	5	20.0%
無回答	0	0.0%
回答店舗数	25	100.0%



## 3. 茨木産農産物の利用意向

- 「ぜひ利用したい」、「利用してもよい」と利用に前向きな店舗が約60%（15店）となっています。
- 利用したい茨木産農産物の回答は、「ゆず」（8件）、「栗」（6件）、「レモン」、「柿」（それぞれ4件）、「たまご」（3件）などとなっています。

項目	回答数 (件)	割合 (%)
ぜひ利用したい	9	36.0%
利用してもよい	6	24.0%
利用したくはない	0	0.0%
分からない	6	24.0%
その他	4	16.0%
無回答	0	0.0%
回答店舗数	25	100.0%



### 3 今回の評価（成果と課題）

#### ■市民

○参加者の満足度は高い。

※「満足」約51%、「やや満足」約41%

○宙いもプロジェクトへの参加意向も高い。

※「ぜひ参加したい」約6.6%（13名）、「機会があれば参加したい」約43%（84名）

△応募者数は196名（前回204名）であり、参加者の増加が望まれる

※茨木市民は27.7万人

△応募者196名のうち、市外からの応募は23名（約12%）。市外への波及効果は低い。

#### ■事業者

○来客があり、対象商品も一定売れた。

※来客数：「やや増えた」約52%、「変わらない」約44%

※対象商品の売れ行き：「予想以上に売れた」約12%、「予想どおり売れた」約32%

○また、お店を知って貰えるきっかけ、新商品開発のきっかけになった。

※「お店を知ってもらえた」約76%、「マップを作ってもらった」約48%、

「新商品開発のきっかけになった」約36%

△対象商品は一定売れたが他の商品への波及は少ない。ついで買いにつながっていない。

△宙いもの評価は、品質が悪い。価格、味の評価は悪くなく「また利用したい」という割合も高いため、品質改善が必要。

⇒収穫できた芋から順に選別せず出荷したため、品質が悪いものが入ってしまった。いい芋も多かったため、次回以降は選別を強化する。

△期間中の24店舗の売上合計は159万円（店舗平均6.9万円）。「参加費を払ってでも参加したい」という事業者は少数（市が主導する実施体制を希望）。

△参加者を増やすなど、売り上げがあがる仕掛けが必要。

#### ■運営側

○開催時期、期間は良かった。テーマ「さつまいも」の評価も高い。

※開催時期：「今回と同じ」約64%

※開催期間：「今回と同じ」約76%

※テーマとする食材：「さつまいも」約48%

○宙いもプロジェクトの連携は良かった。参加者の関心も高い。

○親子スイーツ教室の参加者は満足。継続した展開も検討できる（梅花女子大学とのさらなる連携など）。

○ポスター、のぼり、POPは事業者からの評価が高く、効果がある。

△チラシを過剰に配布。効果も少ない（全く配布しなかった店舗も複数あり）。

△マップを過剰に配布。足らなくなったら補充でもよい。200部程で十分？

△プレゼントは過剰であり、当選者が少ない（参加者アンケートより）。

△事務局負担が大きく、コストパフォーマンスが悪い（いも、賞品の手配、梱包・発送、のぼり・アンケート等の配布・回収、各店舗との調整）

△スイーツレポートは応募者が少ない。効果は少ない？

※その他の広報手段は？facebook、HP、ミニコミ、CATV

## 4 今後について（次回以降の企画提案）

### ■総評

- プロモーションとしての目的はほぼ達成。ただし、深めていくことは難しい。  
⇒今の仕組みでは、これ以上の効果を見込むことは難しい
- コストパフォーマンスが悪い。市の事業として続けるべきかどうか。



### ■今後の方向性

- コストパフォーマンスを考慮した運営の検討が必要
  - 参加者数をどう増やすか
- <例>
- ・各店舗の魅力を掘り下げてPR。リピーター、ファンの獲得をめざす  
→さつまいもだけでなく、商品・こだわりのポイント、店主自身を紹介するなど
  - ・効果的なプロモーションの検討  
→プレスリリース、駅前等でのPR、市内に通勤している人をターゲットにする、スイーツ店以外でのPR、全市をあげたPR（他部署との連携）、茨木童子、観光大使を使ったPR、梅花女子大学をはじめとする市内大学との連携など



### ■取組のパターン

- A. 実行主体を変えて開催
  - 実行委員会形式、シティライフ、梅花女子大学…
- B. 他のアイテムでスイーツラリーを開催
  - 違う食材、パン屋など対象を変更…
- C. スイーツラリー以外の方法
  - 店舗と連携するスイーツ教室、サミット（一同に集まり販売）…
- D. 事業の中止（一定の成果があがり目標達成。別事業へシフト）

## ■第6回コア会議で出された主な意見（今後について）

- 実行委員会形式は、スイーツ店に温度差があるため難しい。成果も見えてきている中で中止はもったいないので、**何らかの形で継続させたい**。
- 市民によるコンテストもいいが、**プロによるコンテスト**など、スイーツ店の意欲があがる企画があっても面白い。
- さつまいもは、食材の特徴として「食べたい」が打ち出しにくくパンチ力が弱い。**PRの視点から、「全商品100円」**などサービス品として提供してはどうか。宣伝コピーとしても使いやすい。ラリーだと1個しか買わないが、100円商品だけを購入するのは勇気がある（ただし、店側が大量に作れるかは不明）。参加年代が高い傾向があるが、100円にすると低くなるだろう。
- ・ランチパスポートのように、「アプリを有料でダウンロードして貰い、**アプリを見せれば安くなる**」といった取組はどうか。
- ・**「店側に必要性を感じてもらおう」**ことが必要。スイーツ店がやりたいと思っていることは、**ネット通販**である。スイーツ店が新たな展開を図れるために、ネット通販事業につながる取組を企画してはどうか（茨木アソートとして販売？）。
- ・スイーツフェアと似た仕組みで、高槻商工会議所が「スイーツコレクション」を開催し、洋菓子店14店舗が参加している。**高槻・茨木の共催**し、阪急電鉄ともコラボした「北摂スイーツフェア」となれば面白い（市主催事業ではないが）。
- ・**大阪府の都市魅力イベント**でPRをするなど、広域連携を検討してはどうか。日本のスイーツは人気であり、**インバウンド**も期待できる。