

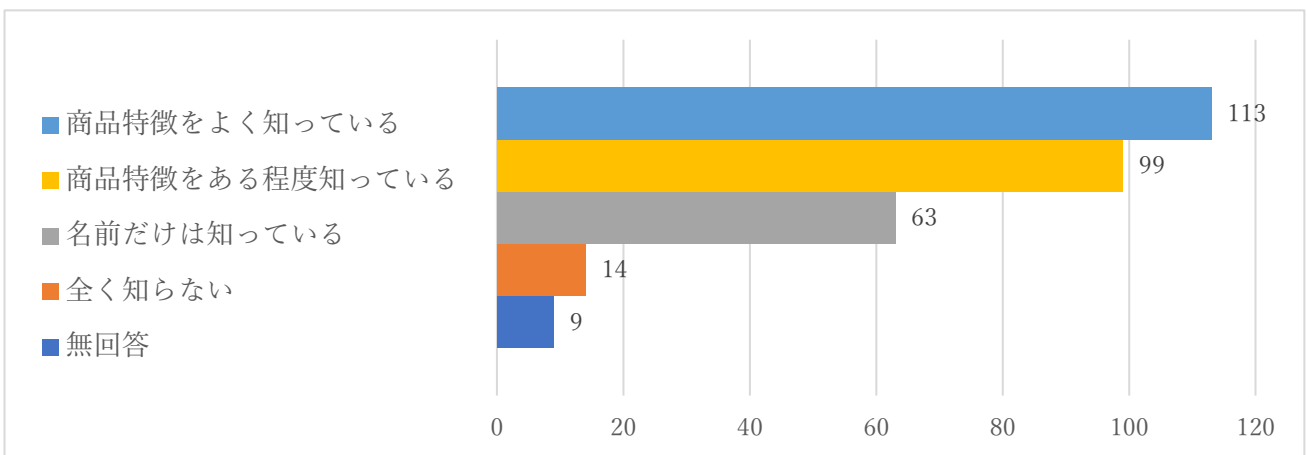
■湯沢市の地場産品知名度アンケート調査結果

ゆざわ小町商工会では、地場産品の更なる販売促進を図るべく「稲庭うどん」、「川連漆器」、「秋田仏壇」の3アイテムについて全国の卸売業者等 3,230 社を対象に、アンケート調査を実施いたしました。調査結果について一部抜粋、公表いたします。

■調査の設計

- ①標本数：3,230 社
- ②回収数：298 社
- ③回収率：9.2%
- ④調査手法：調査票郵送方式
- ⑤調査期間：令和4年12月19日～令和5年1月13日
- ⑥調査機関：株式会社東京商工リサーチ

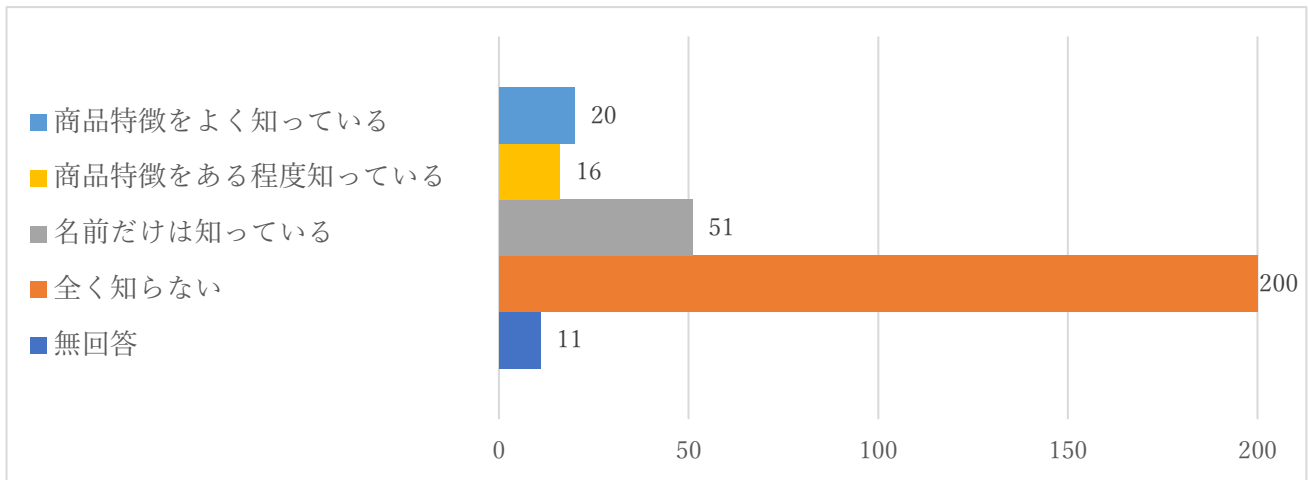
【稲庭うどん】



稲庭うどんの認知度について尋ねたところ、「商品特徴をよく知っている」が 37.9%、「商品特徴をある程度知っている」が 33.2%となり、稲庭うどんが全国的によく周知されていることが伺えます。

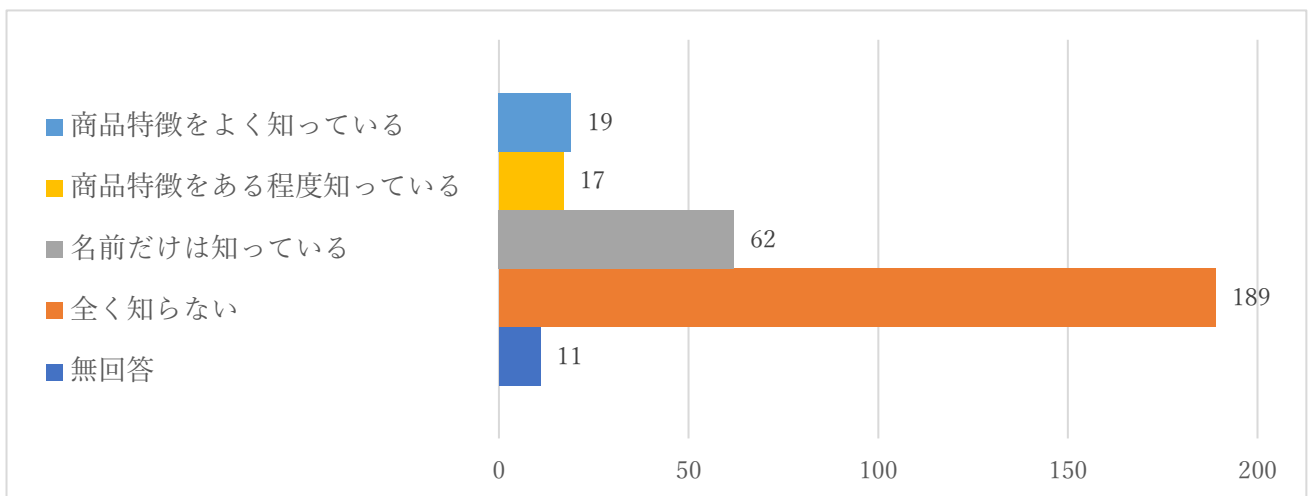
一方で、個別商品について尋ねたところ「稲庭うどんという以外の特徴がよく分からない」といった回答もあり、「稲庭うどん」であることに加え、プラスアルファの事業所ごとの特徴やセールスポイントが求められています。

【川連漆器】



川連漆器の認知度について尋ねたところ、「全く知らない」が67.1%と最も高く、次いで「名前だけは知っている」が17.1%となり、「商品をよく知っている」、「ある程度知っている」との回答は12.1%に留まりました。全国的な知名度は未だ不足しており、認知度向上のための取り組みが求められます。

【秋田仏壇】



秋田仏壇の認知度について尋ねたところ、「全く知らない」が63.4%と最も高く、次いで「名前だけは知っている」が20.8%となり、「商品をよく知っている」、「ある程度知っている」との回答は川連漆器と同じく12.1%に留まりました。秋田仏壇についても、全国的な知名度は十分とは言えず、認知度向上のための取り組みが求められています。

以上の結果から、商工会では「稲庭うどん」については全国的な知名度が十分であることから、事業者の新商品開発支援等特色ある商品づくりを、「川連漆器」、「秋田仏壇」については全国的な知名度がまだまだ不足していることから、首都圏での展示会出展等知名度向上を図るための取り組み支援を行ってまいります。