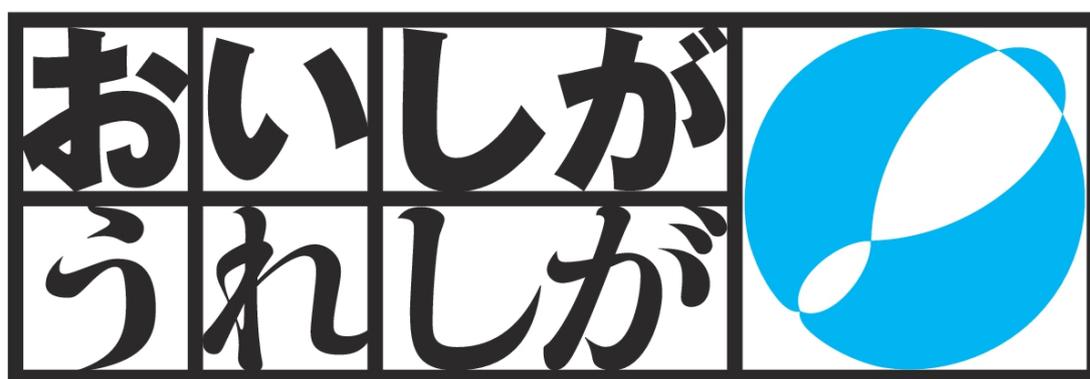


「おいしが うれしが」キャンペーンQ&A(令和4年4月1日改正版)

自然がおいしい、心がうれしい。



やっぱり滋賀のもんがええなあ

滋賀県 農政水産部 미래の農業振興課 食のブランド推進室

「おいしが うれしが」キャンペーンQ&A

- Q1 「おいしが うれしが」キャンペーンの考え方について
- Q2 ロゴマーク(キャンペーン名称、キャッチフレーズ、シンボルマーク、サブフレーズ)の意図について
- Q3 キャンペーンにおいて県が行う取組について
- Q4 キャンペーンにおいて登録事業者が行う取組について
- Q5 ロゴマークの使用について
- Q6 加工食品へのロゴマークの使用について
- Q7 ロゴマークを使用した加工食品の表示に関する注意点について
- Q8 飲食店でのロゴマークの使用について
- Q9 キャンペーン時の商取引に関する県の関与について
- Q10 キャンペーンに伴う登録事業者の負担について
- Q11 ロゴマークを使用した食品の登録事業者以外の店舗における販売について
- Q12 食品の生産・流通に関わらない事業者の登録について
- Q13 キャンペーンの立ち上げから制度拡充について
- Q14 県外でのロゴマークの取扱いについて

Q1 「おいしが うれしが」キャンペーンの考え方について

(1) キャンペーンの趣旨

滋賀県では、県民等が県産農畜水産物やその加工食品(料理等含む。以下「県産農畜水産物等」という。)を知り、消費する機会を増やすことによって、滋賀の豊かな食材や食文化を実感できる地産地消等を推進しています。

その取組の一環として、食品小売店や飲食店等の食品販売事業者、生産事業者、加工事業者および流通事業者等(以下「食品販売事業者等」という。)と滋賀県が協働して、県産農畜水産物等を積極的かつ継続的に発信・PRすることにより、地産地消や県産農畜水産物等の消費拡大(以下「地産地消等」という。)を推進する「おいしが うれしが」キャンペーン(以下「キャンペーン」という。)を実施しています。

(2) キャンペーンの実施方針

キャンペーンの特徴は、地産地消等を推進する運動の趣旨に賛同いただき、自らキャンペーン活動を行う意志を示してキャンペーンに登録いただいた事業者(以下「登録事業者」という。)がキャンペーンの趣旨に沿った取組を主体的・継続的に実施されることにあります。

登録事業者それぞれに、可能な範囲でキャンペーンの趣旨に即した活動を実施いただくことになります。

また、県は活動展開の旗印となる「おいしが うれしが」キャンペーンロゴマーク(以下「ロゴマーク」という。)を作成していますので、積極的にご活用ください。

Q2 ロゴマーク(キャンペーン名称、キャッチフレーズ、サブフレーズ、シンボルマーク)の意図について

キャンペーンを継続的に展開し、発展させていくには、地産地消等を推進する運動の本質が誰にとっても分かりやすく、登録事業者をはじめとする関係者が活動展開の旗印となるロゴマークを効果的に活用することが重要と考えています。

このため、県民等や登録事業者とともに、地産地消等の意識を高め、「食べる人」と「つくる人」の心が通い合うコミュニケーションを広げ、深めることを目的とした戦略コンセプト「地元の食の「発見」と「感動」を通じたコミュニケーションの創出」を設定しました。

さらに、この戦略コンセプトを端的に表し、県民等や登録事業者が、このコンセプトを共有し、愛着を持って頂けるように、**「自然がおいしい、心がうれしい。」というキャッチフレーズと「おいしが うれしが」というキャンペーン名称**を定めたところです。

「おいしが」は、滋賀の自然が育んだ食材を味わった方々が思わず口にする言葉、**「うれしが」**は、丹精込めて作った食材や料理を提供した、生産者・流通業者・飲食店など作り手の方々が、その気持ちを伝える言葉、**食べた人と提供した人の互いの心の響き合いから、滋賀の地産地消等を育てていきたいと考え設定しました。**

さらに、**サブフレーズである「やっぱり滋賀(地)のもんがええなあ」**には、一人でも多くの方に、このフレーズを口に出して言っていただきたい—そんな思いを込めて、日常の中で使われる表現を用いました。

シンボルマークは<琵琶湖>を表すと同時に、発見や感動を表す<!=感嘆符>でもあります。円形から少し飛び出た部分は、<殻を破って一歩外へ出よう!>という意気込みを表現しています。また、シンボルマーク全体は一筆書きで描けるようにデザインされており、生産者から消費者まで様々なものがつながっていく循環を表しています。

Q3 キャンペーンにおいて県が行う取組について

「おいしが うれしが」キャンペーン実施要領第3の1のとおり、キャンペーンにおいて、県は以下の取組を行います。

- ①食品販売事業者等に対するキャンペーンへの参画の呼びかけ
- ②登録事業者に対するロゴマークおよびポスター等の提供
- ③登録事業者の取組に関する情報発信
- ④その他キャンペーンの普及・定着に必要な活動

Q4 キャンペーンにおいて登録事業者が行う取組について

「おいしが うれしが」キャンペーン実施要領第3の2のとおり、登録事業者は、自らの創意工夫と費用により、以下の取組を行うものとします。

- ①キャンペーンの継続的な実施(県産農畜水産物の意識的な取扱い)
- ②キャンペーンの名称やロゴマーク等の積極的な使用
- ③地産地消や県産農畜水産物等のPR・情報提供
- ④その他キャンペーンの普及・定着に必要な活動

これらの内容については、滋賀県知事あてに提出いただく「おいしが うれしが」キャンペーン登録申込書に明記し、取り組むことに同意する意志を表明していただきます。

Q5 ロゴマークの使用について

「おいしが うれしが」は、県産食材を味わった消費者の発見や感動と、その言葉を聞いた提供者(生産者)の喜びの言葉を端的に表し、インパクトのある**コミュニケーションツール**として使用していただけるように定めたキャンペーンの名称です。

ロゴマークは、県民等と登録事業者が、キャンペーンの趣旨を共有し、その効果を増大させるために**極めて重要なものです。**

県が定めた**「おいしが うれしが」キャンペーンロゴマーク使用基準に基づき、適正にご活用ください。**

登録事業者にロゴマークを活用いただく局面としては、①店舗での掲示、②広報・宣伝時の利用等が考えられます。ロゴマークは、登録事業者であれば期日を限定せず活用いただけます。

ロゴマークをホームページ上で活用される際は、キャンペーンの趣旨を伝えていただくことを前提として、活用していただいて結構です。なお、名刺への使用については、誤解を生じる可能性があるため、控えていただきますようお願いいたします。

その他、ロゴマークの特段の使用方法を企画される場合は、別途、県担当課にご相談ください。

Q6 加工食品へのロゴマークの使用について

加工食品にロゴマークを使用する場合、当該品目に関する産地表示の規制等の情報を十分に把握し、産地偽装等の問題が生じるおそれを払拭した上で、使用いただく必要があると考えています。

さらに、キャンペーンの趣旨に照らして、ロゴマークの使用にふさわしい内容の商品であるかどうかという点が、使用を判断されるポイントとなると考えられます。

具体的な個別の商品については、実際の小売りをを行う店舗や料理を提供される方の戦略と照らし合わせて的確に判断いただくとともに、消費者にその内容を十分説明でき、理解いただけるかという点から判断いただくことが最も適切と考えています。

例えば、加工食品における県産材料の占める割合を100%にするか、50%以上にするのかといった基準は、日常、「食」を提供されている事業者の皆さんがロゴマークを使ってどういうPR、訴求を行うのが最も有効かという戦略に基づいて判断していただくことが最も適切と考えます。

また、キャンペーンは地産地消等の推進が目的ですので、加工食品については原材料に県産農畜水産物が一部でも使用していることが必須となります。このため、滋賀県で加工しても、原材料に滋賀県産農畜水産物が全く使用されていない加工食品にロゴマークを使用することはできません。

これらの条件をクリアすれば、それ以上細かいルールを設定する予定は今のところありません。

Q7 ロゴマークを使用した加工食品の表示に関する注意点について

加工食品にロゴマークを使用する場合、商品全体が滋賀県産であるとの誤認を避けるため、「滋賀県産の〇〇〇を△%使用」等使用割合を併記する必要があります。ただし、使用割合が100%の場合は割合表示を省略することができます。

なお、食品の表示については、関係する諸法令を遵守し、適切に行うようお願いします。

Q8 飲食店でのロゴマークの使用について

ロゴマークは店舗の入り口のほか、メニュー、PRチラシ、リーフレット等に使用することができます。メニュー等で使用する場合、景品表示法等を遵守のうえ、優良誤認を招かないよう「滋賀県産〇〇〇を使用」等、適切な表示をお願いします。

Q9 キャンペーン時の商取引に関する県の関与について

キャンペーンへの県の関わり方として、地産地消等を推進する運動の重要性とこれを踏まえたキャンペーンの意義を県民等にPRすること、また、この趣旨に賛同いただける登録事業者等の取りまとめを行い基本的な方向性をお示しすることと位置付けています。

キャンペーンにおける具体的な商取引に県が関与することは、そもそも公的機関として望ましいことではないと考えておりますので、ご理解いただくようお願いいたします。

なお、県産農畜水産物の生産状況についてのお尋ねに対しては、県担当課で把握している範囲での情報提供を行います。

Q10 このキャンペーンに伴う登録事業者の負担について

キャンペーンの特徴として、登録事業者の皆さん自らの企画として、「自主的に」「可能な範囲で」参加していただくこととしておりますので、登録費用の徴収等は現在のところ考えておりません。

また、登録事業者が自ら行う企画実施に伴う負担は、登録事業者それぞれの取組規模や企画内容等により多様なパターンになるものと考えておりますので、キャンペーンの実施にかかるPR経費への補助についても現在のところ考えておりません。

Q11 ロゴマークを使用した食品の登録事業者以外の店舗における販売について

ロゴマークは、キャンペーンの趣旨に則り、情報発信やPRを行う際に利用できるとしてあります。

キャンペーンの目的の1つには、「県産農畜水産物を取り扱っている店舗が分かるようにする」ことがあります。

このため、**ロゴマークを使用した食品が登録事業者以外で販売されることは好ましくありません。**

当該食品にかかる登録事業者から、食品販売事業者の方にキャンペーンの趣旨をご説明いただき、本キャンペーンに登録されるよう促していただきますようお願いいたします。

Q12 食品の生産・流通に関わらない事業者の登録について

メディア関係の事業者など、食品に直接関わらない事業者の方であっても、「おいしが うれしが」キャンペーンの趣旨に賛同いただける方については、登録が可能です。

Q13 キャンペーンの立ち上げから制度拡充について

キャンペーンの立ち上げにおいては、県内の地産地消を推進する運動の一環であることから、滋賀県内の食品販売事業者等に登録を呼び掛け、登録事業者のロゴマークやポスター等の使用も県内に限定してきました。

しかし、「おいしが うれしが」キャンペーンが広がるにつれ、多くの登録事業者から「県外でもロゴマークを使用したい」といった要望や、県産農畜水産物を使用している県外事業者の方から「キャンペーンに登録したい」といった声が寄せられようになりました。

また、**県外でも県産農畜水産物やその商品の PR にロゴマーク等を活用いただくことは、県外消費者の県産農畜水産物の魅力を知る機会の増加および滋賀県への来訪意欲や来訪時の消費意欲の高まりにつながり、ひいては地産地消等の推進の効果が期待できると考えられます。**

こうしたことから、登録事業者の意向も踏まえ、**平成 26 年 9 月から、あくまで県内での地産地消運動を基本としながらも、県外にもキャンペーンを拡充することとし、県外の食品販売事業者等の登録やロゴマークやポスター等の県外使用を可能としました。**

Q14 県外でのロゴマークの取扱いについて

県外でロゴマークを使用する場合には、産地の誤認を避けるため、サブフレーズを「やっぱり滋賀のものがええなあ」とする基本タイプのロゴマークを使用いただくこととし、県内タイプおよびラインタイプの使用は認められません。

また、キャッチフレーズ（自然がおいしい、心がうれしい。）およびサブフレーズ（やっぱり滋賀のものがええなあ）を省略することも認められません。