



令和7年度第8回 「しがweb アンケートプラス調査」 (県外向け調査)の結果について

1 調査の目的

滋賀県以外にお住まいの方を対象として、滋賀県に対するイメージ・意識・認知度等をインターネットを活用して適時迅速に調査し、速やかに県の施策に活用するための基礎資料とする。

2 調査の概要

- 調査対象 県外(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、京都府、大阪府、兵庫県)在住の満18歳以上の個人
- 標本数 1,000人
- 調査方法 インターネットを利用し、パソコン、スマホ等により回答するweb調査
- 調査期間 令和8年2月17日(火)
- 調査会社 株式会社ブランド総合研究所

3 調査項目

滋賀の食材の認知度に係る調査について

4 主な調査結果 ※詳細は別添集計表(エクセル表)を参照ください。

Q1：滋賀の食材のうち、知っているものは「近江牛」が最も高く、77.2%で、次いで「ふなずし」が54.9%、「近江米」が44.0%だった。

Q2：滋賀の食材を知ったきっかけは、「テレビ番組」が最も高く、58.9%だった。

Q3：滋賀の食材のうち、購入したことがあるものは、「近江牛」が最も高く33.0%で、続いて「近江米」が24.2%だった。

- Q4：滋賀の食材の購入先は、「滋賀県内の店舗（スーパー、道の駅など）が最も高く、約半数の46.1%であった。
- Q5：滋賀の食材を購入しようと思った主な理由は、「味がおいしいと聞いた／おいしそうだったから」が最も高く、55.3%だった。
- Q6：今後も滋賀の食材を購入したいと思うかは、「ぜひ購入したい」が25.9%、「機会があれば購入したい」が58.0%となり、合計で83.9%となった。
- Q7：滋賀の食材を購入したことがない、もしくは購入したいと思わない理由としては、「価格が高いと感じるから」が最も高く、39.0%だった。
- Q8：普段食材を購入する際重視することは、「味、おいしさ」が最も高く、73.7%だった。
- Q9：どのような情報が提供されると、滋賀の食材に対する関心が高まるかには、「旬の時期や食べごろの情報」が最も高く、約半数の49.3%だった。
- Q10：滋賀県と縁がある人の中では、「滋賀県に観光に訪れたことがある」との回答が37.3%で最も高かった。
- Q11：滋賀の食材全般に対するイメージについては、「琵琶湖」「自然」「環境」「豊富」「魚」といった語句が確認でき、琵琶湖や自然と関連づけたイメージが多く見られ、水や魚などに関する意見がありました。