



こさいの豚肉

第 9 回 こさいご当地グルメプロジェクト実行委員会

日 時 令和 5 年 8 月 29 日 (火) 15 時～

会 場 湖西市役所 市長公室

次 第

1. 開 会

2. 実行委員長あいさつ

3. 報告事項

(1) 湖西産豚肉取り扱い卸売業者との調整状況

(2) P-1 フェア 参加状況について

4. 議題

(1) P-1 フェアの PR について

(2) 今後のスケジュール

(3) イベントの効果測定について

5. その他

6. 閉 会

こさいご当地グルメプロジェクト実行委員名簿

(敬称略、順不同)

役 職	委員氏名	所 属	備考
委員長	前田 忍	サンクスループ(株)	
副委員長	清水 政士	はづき	
監事	二橋 和久	湖西市商工会	
監事	飯田 真樹	新居町商工会	
	森谷 義之	浜名湖屋	
	鈴木 誠	浜名湖青年会議所	鈴木豊店
	河村 沙耶	海の湖 HAMANA ジェンヌ	
	安田 拓真	Kosai Saiko Labo	静岡銀行 湖西支店

実行委員会事務局

湖西市 企画政策課 課長	馬淵 豪	
湖西市 企画政策課 課長代理	杉本 周平	
湖西市 企画政策課	楠野 泰弘	
湖西市 産業振興課 課長代理	吉田 善行	
湖西市 産業振興課 係長	小笠原 大悟	
湖西市 文化観光課 係長	稲垣 慎介	

3. 報告事項

(1) 湖西産豚肉取り扱い卸売業者との調整状況

<湖西ポーク>

訪問日	訪問先	内容
8月3日	浜松ハム株式会社	キッチンカー運営事業者が湖西産の豚肉を使った加工品を仕入れる場合は浜松ハムに相談してくれれば対応可能である。飲食店が湖西ポークを仕入れる場合は、直接、浜松ハムが受注というよりは、「伴物流」や「かきこや」が窓口になることが望ましいのではないか。「かきこや」にも仕入れの窓口について相談してもよい。
8月8日	株式会社かきこや	浜松ハムの取り扱う「湖西ポーク」において、「かきこや」が飲食店への肉の卸を担うことは可能だと思う。今後の調整次第ではあるが、必要になる1カ月前に部位と量が固まれば、対応は可能である。

<ふじのくに夢ハーブ豚> 取扱い：株式会社玉澤（浜松市）

<はまな三丁目の豚肉> 取扱い：すぎもとミート販売株式会社（浜松市）

(2) P-1 フェア 参加状況について 目標 20 店舗

※敬称略、順不同

	店舗名	エリア	ジャンル
1	Sucure	鷺津	カフェスイーツ、洋食
2	いちごや	新居	カフェスイーツ
3	わらしべ	鷺津	居酒屋
4	とんとん	新居	中華
5	はづき	新居	居酒屋
6	豊千	新居	居酒屋
7	和食つぐ味	新居	和食
8	そらうみ	新所、入出	その他

9	湖彩	新所原	居酒屋
10	Jダイナー	鷺津	洋食
11	ひいらぎ	新居	和食
12	ふるさと	鷺津	洋食

【エリア別】

エリア名	店舗数
新居	6
鷺津	4
新所、入出	1
新所原	1

【提供料理】

メニュー	店舗数
ブルドポーク（バーガー）	1
ポークステーキ	1
カレーパン	1
豚のたまり焼き	1

【確認事項】 参加飲食事業者の募集期間を延長するか

4. 議題

(1) P-1 フェアのPRについて

【論点1】 予算50万円で、プロモーションの方針として店舗を中心にPRするのか、駅前や店舗以外でもPRをするのか、PRプロモーションで何をすべきか

事務局側で実施予定のプロモーション

	項目	内容
1	PR 動画	浜松ケーブルテレビと連携してイベントの PR 動画を作成し、YouTube や市の公式ウェブサイト、SNS などにアップロードする。
2	プレスリリース	地元メディアにプレスリリースを送る。特に地元の新聞社やニュースサイト、テレビ局などに対して情報提供を行う。 (別紙2参照)
3	市公式ウェブサイト	市が運営しているウェブサイトにて告知を掲載する。市民がよく訪れるウェブサイトであれば、多くの市民への露出が期待できる。
4	広報	市が発行する広報誌などにも告知を入れる。デジタルサイネージを活用する。コーちゃんバスの広告枠を利用する。

実行委員会で検討するプロモーション（予算は50万円） 別紙1参照

※網掛け部分は作成した方がいいツール事務局（案）

	費用	項目	内容	採用
1	有料	チラシ	イベントの詳細を一覧できるフライヤーを作成し、市内の公共の場所や参加する飲食店、近隣の商店等に配布する (3,000部、印刷代：約2万円)	
2		ポスター	市内の主要な場所にポスターを掲示する。学校、公共施設、商業施設などに設置を検討。(200部：印刷代：約5万円)	
3		幟または ウインドウ フラッグ (P-1 フェア用)	幟を参加店舗や公共施設に掲出することによって宣伝。「ウインドウフラッグ」を店の入り口に掲出することによって宣伝。 (幟旗50枚、印刷代：約3万円) (ウインドウフラッグ：1台あたり約1,500円)	
4		ウェブ 広告	Googleの検索広告やFacebook広告等、ターゲットに合わせて地元を中心にインターネット広告を出稿する。(約25万円)	
5		卓上ミニ 旗	店のレジなどに設置する (卓上ミニ幟旗：1台あたり約700円)	
6	無料	コラボレ ーション	地元の有名人やインフルエンサーとコラボレーションして、彼らのフォロワーやファンにイベントをPRしてもらう。 静岡ブルーレヴズに宣伝大使を委嘱してPRしてもらう。	

※デザイン料：約15万円（上記1～4いずれか作った場合、3のみは約5万円）

【論点2】 「のぼり」の使用方法について

① P-1フェア用の「のぼり」 ※作る場合

② こさいの豚肉の「のぼり」

使用方法の事務局案

① P-1フェアの「のぼり」はイベント期間中のみ使用可 ※作る場合

② 「こさいの豚肉」ロゴマーク・「のぼり」の取り扱いについて以下の通りとする。

湖西産豚肉使用店	湖西市産以外の豚肉使用店
配布/使用可能	配布しない

ただしP-1フェア不参加店舗は、イベント終了後から配布

(2) 今後のスケジュールについて 別紙 3 参照

(3) イベントの効果測定について

【論点 3】 イベント効果測定をどうするべきか、何をもってイベント効果測定とするか

※網掛け部分は事務局（案）

	対象	内 容	懸案事項
1	お客様	メニューを注文されたお客様にインスタハ「# P - 1 フェア」で画像を掲載していただき、抽選でプレゼント。ハッシュタグ数をカウントして効果測定する。	<ul style="list-style-type: none"> ・メニューを注文していない方の応募がある ・その場での対応になるためイベント全体の評価が不十分
2		LINE プレゼント（豚肉 OR 食事券）付きアンケートなど	<ul style="list-style-type: none"> ・メニューを注文していない方の応募がある ・イベント終了後に答えていただくため店舗ごとの評価が不十分
3		各店舗でお客様が料理を注文された際に連番を振ったアンケートのQRコードが記載された名刺サイズのカードをお渡しいただく。	<ul style="list-style-type: none"> ・飲食店にとって手間になる ・その場で答えていただくためイベント全体の評価が不十分
4		各店舗にアンケートのQRコードが記載されたPOPを置いておき、お客様に読み取っていただく。	<ul style="list-style-type: none"> ・メニューを注文していない方の応募がある ・その場で答えていただくためイベント全体の評価が不十分
5	店舗	イベント参加店舗にアンケートを実施する。（例、注文数・イベントへの感想・次回イベントへの出展意欲などで効果測定する。）	メニューを注文されたお客様の評価ができない