

近江の地酒についてのアンケート結果

本県では「近江の地酒でもてなし、その普及を促進する条例」に基づき、滋賀の地酒を用いたおもてなしの普及促進に取り組んでいます。地酒にはその地域の自然、歴史、伝統が詰まっており、地酒の普及を促進することが郷土愛を育み、ひいては交流人口の増加、地域活性化につながるものと考えています。

国内需要の促進が課題となっている近年において、滋賀の地酒の普及促進を目的としてアンケート調査を実施しました。

★調査時期:令和7年10月

★対象者:県政モニター277人(20歳以上のみ)

★回答数:231人 (回収率 83.4%)

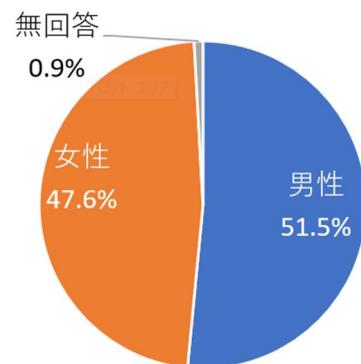
★担当課:商工観光労働部 観光振興局

(※四捨五入により割合の合計が100.0%にならない場合があります。)

【属性】

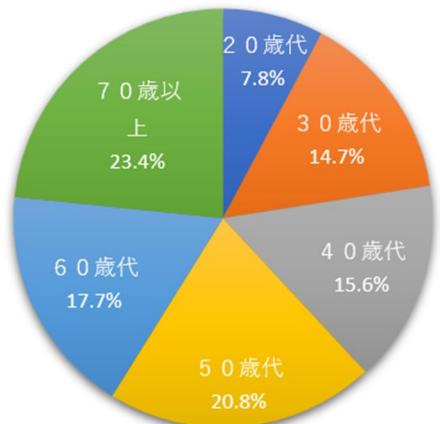
◆性別

項目	人数(人)	割合(%)
男性	119	51.5%
女性	110	47.6%
無回答	2	0.9%
合計	231	100.0%



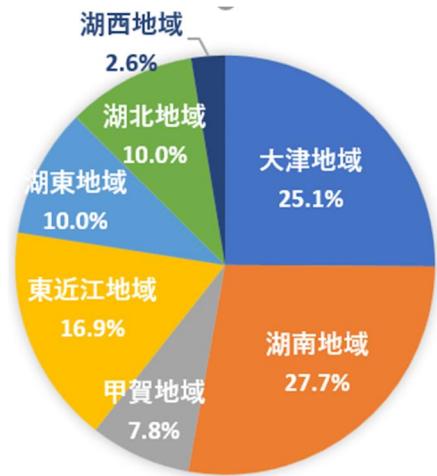
◆年代

項目	人数(人)	割合(%)
20歳代	18	7.8%
30歳代	34	14.7%
40歳代	36	15.6%
50歳代	48	20.8%
60歳代	41	17.7%
70歳以上	54	23.4%
合計	231	100.0%



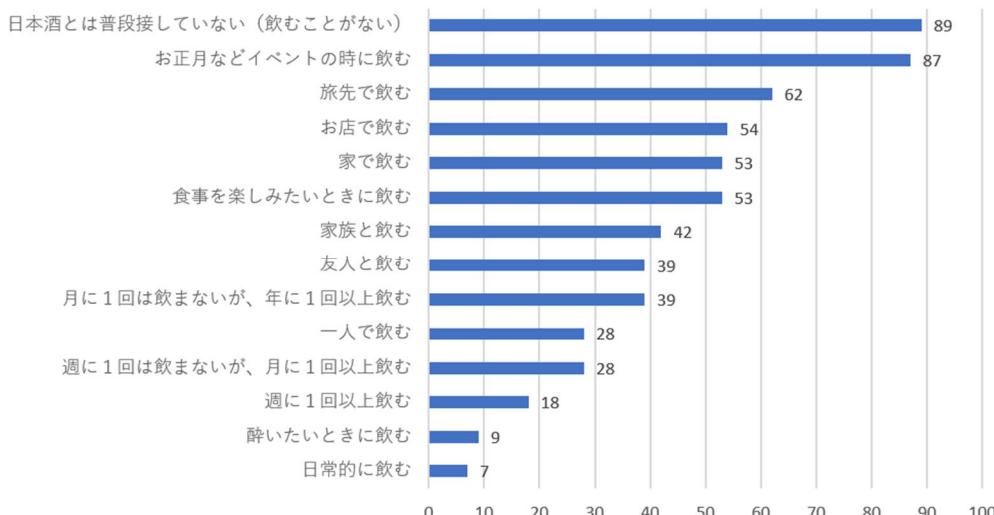
◆地域

項目	人数(人)	割合(%)
大津地域	58	25.1%
湖南地域	64	27.7%
甲賀地域	18	7.8%
東近江地域	39	16.9%
湖東地域	23	10.0%
湖北地域	23	10.0%
湖西地域	6	2.6%
合計	231	100.0%



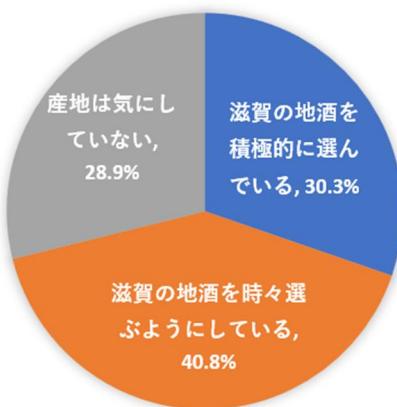
問1 あなたは普段から日本酒とどのように接していますか。あてはまるものをすべて選択してください。(「日本酒とは普段接していない(飲むことがない)」を選択された場合を除き、回答チェックはいくつでも n=231)

項目	人数(人)	割合(%)
日本酒とは普段接していない(飲むことがない)	89	38.5%
お正月などイベントの時に飲む	87	37.7%
旅先で飲む	62	26.8%
お店で飲む	54	23.4%
家で飲む	53	22.9%
食事を楽しみたいときに飲む	53	22.9%
家族と飲む	42	18.2%
友人と飲む	39	16.9%
月に1回は飲まないが、年に1回以上飲む	39	16.9%
一人で飲む	28	12.1%
週に1回は飲まないが、月に1回以上飲む	28	12.1%
週に1回以上飲む	18	7.8%
酔いたいときに飲む	9	3.9%
日常的に飲む	7	3.0%



問2 問1で「日本酒とは普段接していない(飲むことがない)」以外を選択された方にお聞きします。あなたは日本酒を選ぶ際、滋賀の地酒を積極的に選んでいますか。
(n=142)

項目	人数(人)	割合(%)
滋賀の地酒を積極的に選んでいる	43	30.3%
滋賀の地酒を時々選ぶようにしている	58	40.8%
産地は気にしていない	41	28.9%
合計	142	100.0%

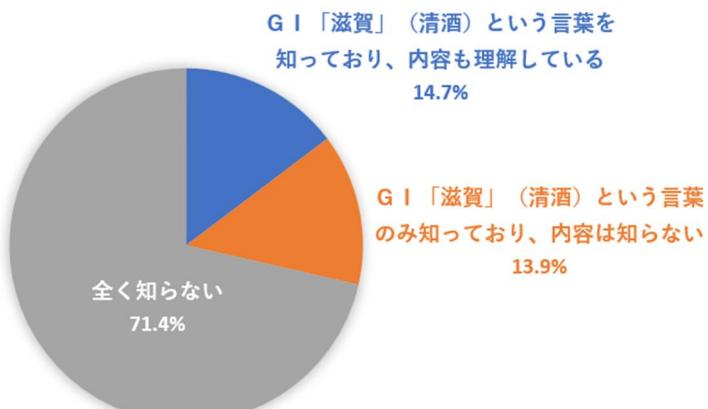


問3 あなたは令和4年4月に酒類の地理的表示※1として指定された GI「滋賀」(清酒)
※2を知っていますか。

※1 酒類の地理的表示(GI)とは、当該産地内で生産され、生産基準を満たした商品だけが、
産地名を独占的に名乗ることができる制度(滋賀県では「近江牛」「伊吹そば」に続き3例目)

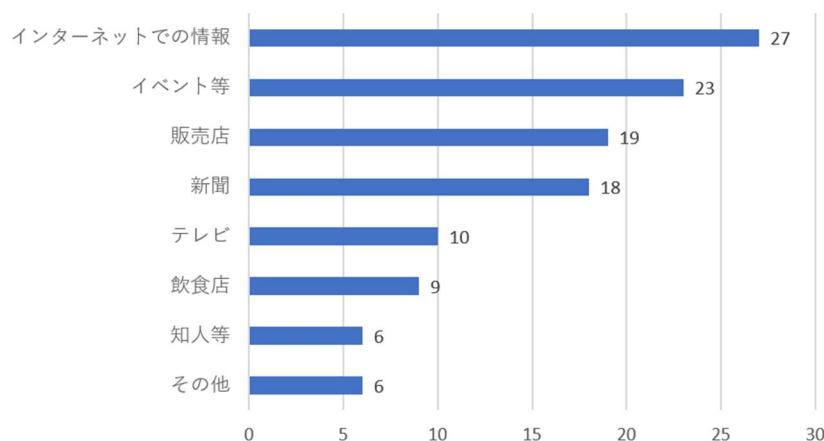
※2 「滋賀の米」「滋賀の水」「滋賀で製造」などの条件を満たしたうえで、毎年審査を合格した
お酒 (n=231)

項目	人数(人)	割合(%)
GI「滋賀」(清酒)という言葉を知っており、内 容も理解している	34	14.7%
GI「滋賀」(清酒)という言葉のみ知っており、 内容は知らない	32	13.9%
全く知らない	165	71.4%
合計	231	100.0%



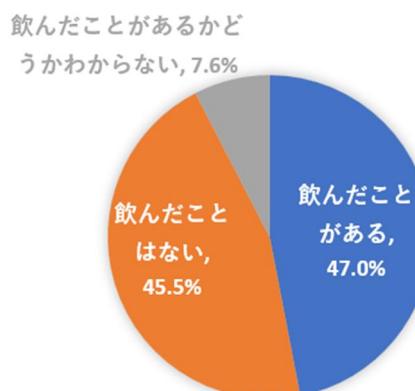
問4 問3で「言葉を知っており、内容も理解している」「言葉のみ知っており、内容は知らない」と回答された方にお聞きします。GI「滋賀」(清酒)をどこで知りましたか。(回答チェックはいくつでも n=66)

項目	人数(人)	割合(%)
インターネットでの情報	27	40.9%
イベント等	23	34.8%
販売店	19	28.8%
新聞	18	27.3%
テレビ	10	15.2%
飲食店	9	13.6%
知人等	6	9.1%
その他	6	9.1%



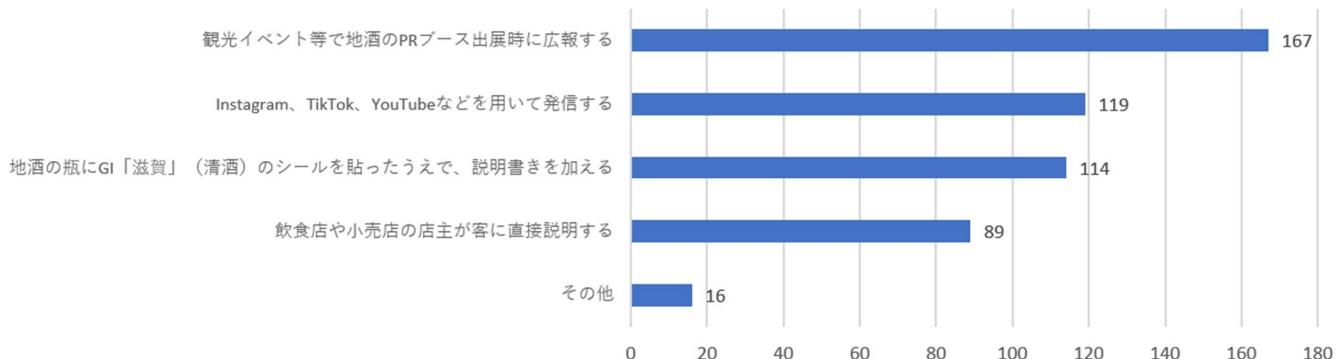
問5 問3で「言葉を知っており、内容も理解している」「言葉のみ知っており、内容は知らない」と回答された方にお聞きします。あなたは GI「滋賀」(清酒)のお酒を飲んだことがありますか。(n=66)

項目	人数(人)	割合(%)
飲んだことがある	31	47.0%
飲んだことはない	30	45.5%
飲んだことがあるかどうかわからない	5	7.6%
合計	66	100.0%



問6 GI「滋賀」(清酒)の認知度を上げるために、どのような取組が効果的だと思いますか。(回答チェックはいくつでも n=231)

項目	人数(人)	割合(%)
観光イベント等で地酒のPRブース出展時に広報する	167	72.3%
Instagram、TikTok、YouTubeなどを用いて発信する	119	51.5%
地酒の瓶にGI「滋賀」(清酒)のシールを貼ったうえで、説明書きを加える	114	49.4%
飲食店や小売店の店主が客に直接説明する	89	38.5%
その他	16	6.9%
内訳 スーパーで試飲できるようにする ホテル、旅館での積極的PR 等		

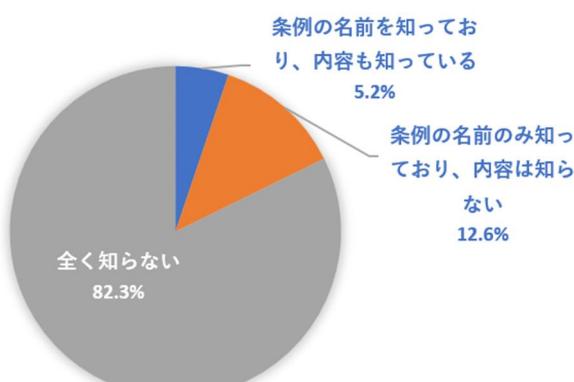


問7 あなたは「近江の地酒でもてなし、その普及を促進する条例※」を知っていますか。

(n=231)

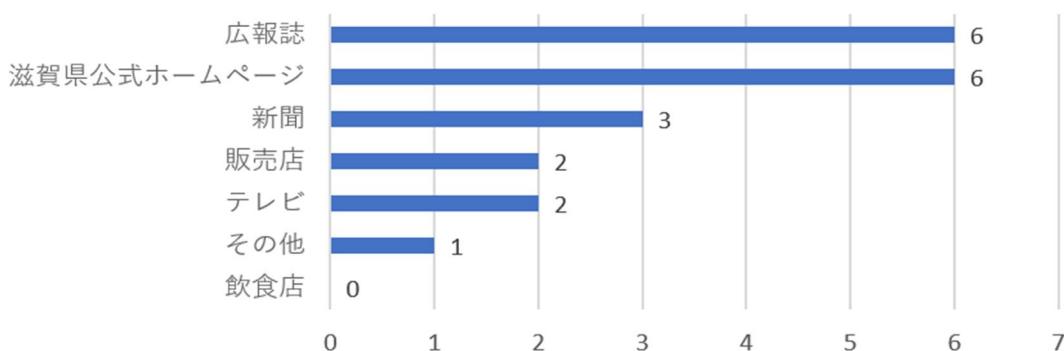
※「近江の地酒でもてなし、その普及を促進する条例」とは、近江の地酒の普及と、発酵食品をはじめとする本県の食文化の理解を深めつつ、近江の地酒を積極的に使用してもてなし、その普及を促進するよう定められているもの

項目	人数(人)	割合(%)
条例の名前を知っており、内容も知っている	12	5.2%
条例の名前のみ知っており、内容は知らない	29	12.6%
全く知らない	190	82.3%
合計	231	100.0%



問8 問7で「条例の名前を知っており、内容も知っている」と回答した方にお聞きします。
この条例をどこで知りましたか。(回答チェックはいくつでも n=12)

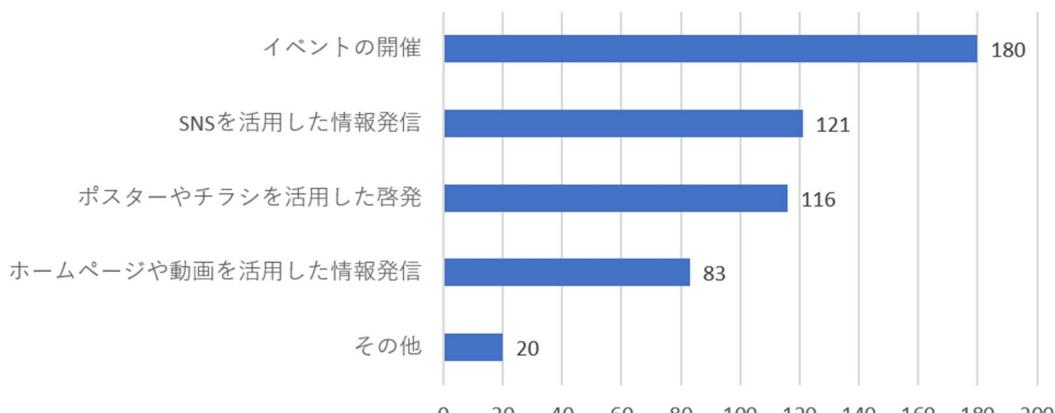
項目	人数(人)	割合(%)
滋賀県公式ホームページ	6	50.0%
広報誌	6	50.0%
新聞	3	25.0%
テレビ	2	16.7%
販売店	2	16.7%
飲食店	0	0.0%
その他	1	8.3%



問9 あなたが「近江の地酒でもてなし、その普及を促進する条例」を幅広く周知するために効果的だと思う方法を選んでください。

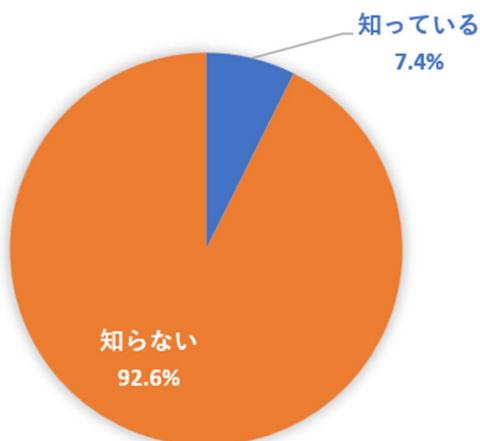
(回答チェックはいくつでも n=231)

項目	人数(人)	割合(%)
イベントの開催	180	77.9%
SNS を活用した情報発信	121	52.4%
ポスター・チラシを活用した啓発	116	50.2%
ホームページや動画を活用した情報発信	83	35.9%
その他	20	8.7%
→キャラバン的に全国各地でPRする、外国人向けに「旅マガ(訪日前の情報収集・計画期間)」に情報提供 等		



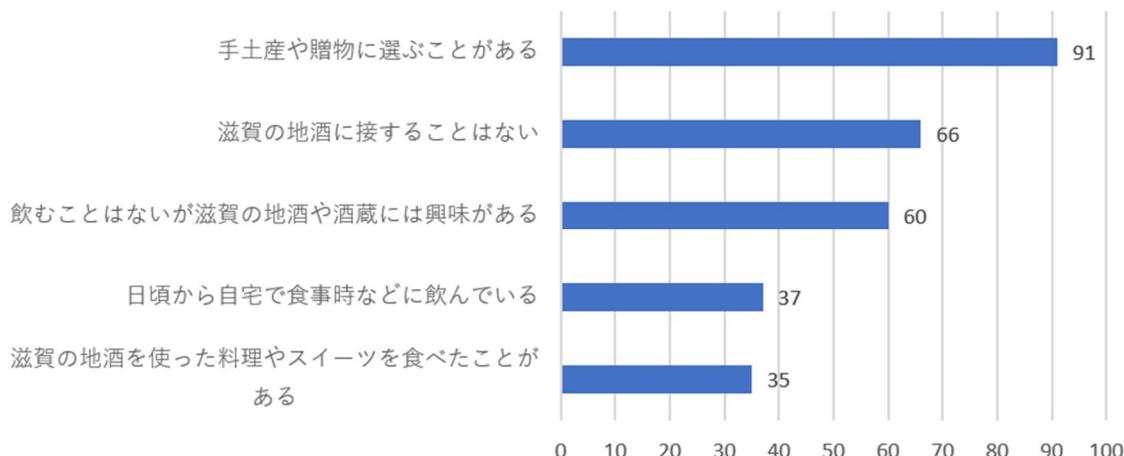
問 10 あなたは 10 月が「近江の地酒もてなし普及促進月間」であることを知っていますか。
(n=231)

項目	人数(人)	割合(%)
知っている	17	7.4%
知らない(このアンケートで初めて知った)	214	92.6%
合計	231	100.0%



問 11 あなたは日頃「滋賀の地酒」にどのように接していますか。
(「滋賀の地酒に接することはない」を選択された場合を除き、回答チェックはいくつでも n=231)

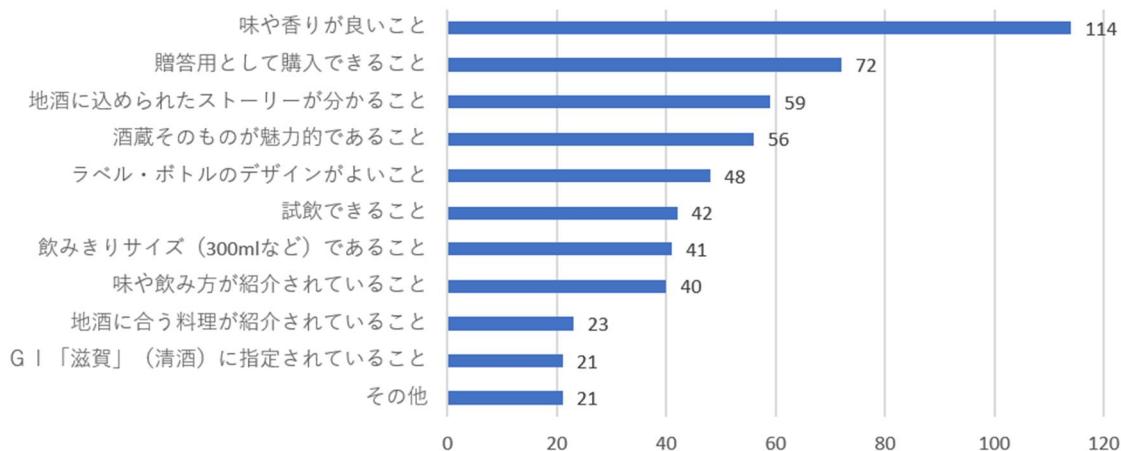
項目	人数(人)	割合(%)
手土産や贈物に選ぶことがある	91	39.4%
滋賀の地酒に接することはない	66	28.6%
飲むことはないが滋賀の地酒や酒蔵には興味がある	60	26.0%
日頃から自宅で食事時などに飲んでいる	37	16.0%
滋賀の地酒を使った料理やスイーツを食べたことがある	35	15.2%



問 12 あなたが、「滋賀の地酒」を購入する決め手は何ですか。

(回答チェックはいくつでも n=231)

項目	人数(人)	割合(%)
味や香りが良いこと	114	49.4%
贈答用として購入できること	72	31.2%
地酒に込められたストーリーが分かること	59	25.5%
酒蔵そのものが魅力的であること	56	24.2%
ラベル・ボトルのデザインがよいこと	48	20.8%
試飲できること	42	18.2%
飲みきりサイズ(300mlなど)であること	41	17.7%
味や飲み方が紹介されていること	40	17.3%
地酒に合う料理が紹介されていること	23	10.0%
GI「滋賀」(清酒)に指定されていること	21	9.1%
その他	21	9.1%



問 13 「近江の地酒でもてなし、普及を促進する条例」に基づき、「旅行者に対し近江の地酒を積極的に使用したもてなし」を実現するためには、県民に向けてどのような取組や発信をすればよいと思いますか。ご自由にお聞かせください。(任意、抜粋)

- ・酒蔵を見学してもらう。
- ・レストランや販売店でポスターを貼ってもらう。
- ・旅館やホテルでの提供。
- ・滋賀＝近江牛の認知はされているので、近江牛料理＝近江の地酒をイメージしてもらうようなイベントを実施する。
- ・スーパーでイベントを実施する。
- ・酒蔵めぐりのスタンプラリーや試飲めぐり
- ・お酒を飲まない人にも伝わるように料理と絡めたり有名人とコラボしたりする。
- ・地酒に合う料理教室イベントの実施。
- ・滋賀プラスワンに掲載する。
- ・育児中でも楽しめるノンアル商品の開発など。
- ・道の駅やSAでPRする。

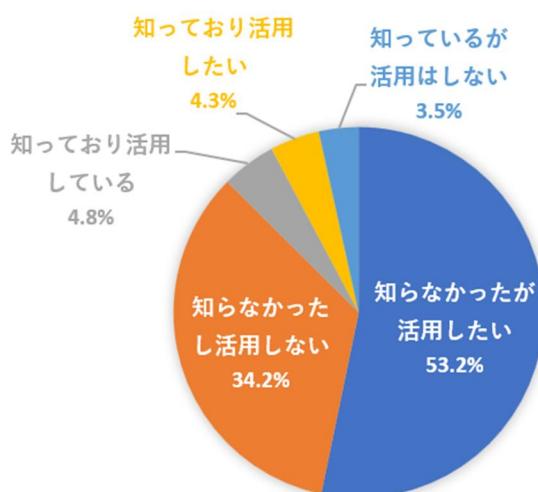
問14 滋賀の地酒の需要を促進し、今よりも消費量が増えるようにするためには、誰に向けてどのような取組を行えば実現できると思いますか。ご自由にお聞かせください。(任意、抜粋)

- ・インバウンド向けにSNSでの発信
- ・県外の人向けにふるさと納税の品目として追加する
- ・日本酒を普段飲まない人向けに小さなサイズで販売する。
- ・若い世代や女性向けに地酒を使ったカクテルやスイーツなどの楽しみ方を提案するイベントを企画する。
- ・音楽やアートとコラボした「おしゃれな日本酒フェス」を開き、SNS映えする体験で関心を集めること。
- ・東京や大阪の都市部で女性向けに無料で配布する。
- ・子育て世帯や女性向けにもスイーツや地酒を使った料理のレシピ、ノンアルの甘酒などを発信。
- ・健康志向が強い人向けにお酒の効用を発信する。

問15 あなたは、滋賀の地酒を取り扱う事業者を登録する制度「近江の地酒おもてなし推進店制度」※を知っていますか。

※近江の地酒おもてなし推進店制度とは、滋賀の地酒を取り扱う事業者(小売店や飲食店、旅館等)を登録し、推進店の情報や近江の地酒に関するイベントをSNSやホームページ等で広報している制度で、近江の地酒がどこで買えるか、どこで飲めるかが一覧で分かります。(n=231)

項目	人数(人)	割合(%)
知らなかったが活用したい	123	53.2%
知らなかったし活用しない	79	34.2%
知っており活用している	11	4.8%
知っており活用したい	10	4.3%
知っているが活用はしない	8	3.5%
合計	231	100.0%



問16 問15で「知っているが活用はしない」「知らなかつたし活用しない」と回答された方にお聞きします。その理由をお聞かせください。(任意、抜粋)

- ・お酒を飲まない、興味がない。
- ・わざわざサイトを開いてお酒を選ぶ習慣がない。
- ・すでに近くの店を把握している。

問17 その他、滋賀の地酒の普及促進について、ご意見やご提案がありましたらお聞かせください。(任意、抜粋)

- ・海外市場の開拓が必須。M&Aで経営基盤を強化する必要がある。
- ・贈答目的用に、高級感や歴史をPRできているものをしっかりPRする。
- ・大河ドラマで滋賀のPRの際に一緒に地酒もPRする。
- ・観光案内所での販売や、各地のデパートでの試飲販売会を開催する。