

ふるさと名物商品購入助成事業の
販売実績等に関する報告書

平成28年5月

富山県

目 次

I. ふるさと名物商品購入助成事業の概要.....	1
1. 事業の趣旨、目的.....	1
2. 「ふるさと名物商品」の販売について.....	1
3. 販売促進策.....	2
4. 販売実績.....	2
5. 販売実績の分析について.....	2
II. 商品購買データ分析.....	4
1. 全体の購買傾向分析.....	4
2. 地域別の購買傾向分析.....	6
3. 商品ジャンル別購買傾向分析.....	10
4. 価格帯別購買傾向分析.....	13
5. 月別購買傾向分析.....	15
III. 購入者アンケート.....	17
1. 回答者属性.....	17
2. サイトを知ったきっかけ.....	18
3. サイトおよび事業について.....	19
IV. 参加事業者アンケート.....	23
1. 事業の効果について.....	23
2. ネット販売について.....	23
3. 今後について.....	24
4. 感想・要望・意見.....	24

I. ふるさと名物商品購入助成事業の概要

1. 事業の趣旨、目的

国が地方公共団体地域における消費喚起策や生活支援策を支援するために設けた「地域住民生活等緊急支援のための交付金」（平成26年度補正予算）を活用し、「ふるさと名物商品」として選定した県の特産品を、特設通販サイト等により県内外の消費者に対して割引販売（原則3割引）するもの。

本事業により、消費者の購入意欲を喚起し、県産品の販売促進及び知名度向上を図るとともに、商品を通して新たに富山県の魅力に触れることで、来県のきっかけを作る。



国「ふるさと割」ロゴマーク

2. 「ふるさと名物商品」の販売について

(1) 特設通販サイト 『とやまいきいき market』

- 活き活き…新鮮
- 行き行き…行きたい、go
- 生き生き…生産者、富山人の生き生きとした様子



(2) 取扱商品 460商品 ※（開設時は149商品）

■公募商品 410商品

- 食品（300商品）
- 非食品（110商品）

■企画商品 50商品

- 富山湾の恵み…その日富山湾で獲れた新鮮な魚貝類のセットを直送
- 富山大地の恵み…自然豊かな里山で循環型農業により丁寧に育てられた季節の野菜
- 地元タウン誌が太鼓判を押すローカルフード…実績ある地元タウン誌がセレクト
- 富山が生んだ逸品とやまもん…東京アンテナショップの店長が推薦
- 富山コンセプト商品…「幸のこわけ」「富のおもちかえり」「べつばら富山」「6次産業化・農商工連携商品」等の商品詰合せ

商品ジャンル内訳（460商品）

○海産物	123商品	○お肉・肉加工品	13商品	○米・麺	30商品
○和菓子・洋菓子	44商品	○お惣菜・加工食品	27商品	○飲料・お酒	26商品
○野菜・果物	6商品	○調味料	10商品	○その他食品	17商品
○工芸品・雑貨	102商品	○植物・ガーデニング	2商品	○ファッション	6商品
○その他	4商品				

(3) 会員数 1,144名

(4) 販売価格 定価の3割引（原則）

(5) 販売期間 平成27年6月10日（水）～平成28年2月29日（月）

3. 販売促進策

県外からの購入割合が半分以上となるよう、県内外に向けて、WEB、雑誌などをミックスしたPRを実施。

- 通販サイトの最大手である楽天市場へ出店
- 全国的な有名雑誌（3誌）や県内の新聞・情報誌への広告掲載
- 大手検索エンジンでの広告展開
- フェイスブックによるサイトの情報発信

4. 販売実績

(1) 特設通販サイト「とやまいきいき market」(販売期間：6/10～2/29)

自社サイト(6/10～)と楽天市場内サイト(6/30～)の2つの特設通販サイトで販売
販売件数 6,578 件 販売金額 42,049,835 円

県内		県外		合計	
件数	金額	件数	金額	件数	金額
1,957 件	13,442,891 円	4,621 件	28,606,944 円	6,578 件	42,049,835 円

(2) プレミアム付き商品券(いきいき富山館(東京アンテナショップ)・県外物産展で販売)

1セット5,000円分(1,000円×5枚)を3割引の3,500円で販売

- アンテナショップ…9月、10月、11月の3回、計3,000セットを販売(完売)
 - 物産展…1～2月に開催された大宮高島屋、名古屋丸栄、東急吉祥寺の物産展で販売(完売)
- 使用枚数 27,087 枚 販売金額 27,087,000 円

	発行セット数(枚数)	使用枚数	販売金額	使用率
アンテナショップ	3,000(15,000枚)	14,671枚	14,671,000円	97.8%
大宮高島屋	500(2,500枚)	2,458枚	2,458,000円	98.3%
名古屋丸栄	1,000(5,000枚)	4,981枚	4,981,000円	99.6%
東急吉祥寺	1,000(5,000枚)	4,977枚	4,977,000円	99.5%
計	5,500(27,500枚)	27,087枚	27,087,000円	98.5%

総販売額(1)+(2)=69,136,835円

5. 販売実績の分析について

この事業を通じて得た、県産品の販売結果や全国各地の顧客の情報等を有効に活用するため、通販サイトの売上結果や顧客の嗜好・ニーズ等を、地域別や年代別等に集計・分析し、参加事業者などにフィードバックすることで、事業者の商品開発や販路開拓等の新たな取り組みにつなげていただく基礎資料とする。

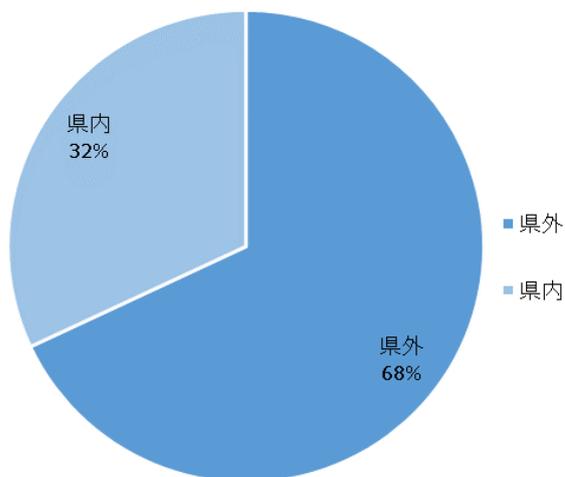
Ⅱ. 商品購買データ分析

1. 全体の購買傾向分析

①地域別（県内外、地域別）の売上額（割合）

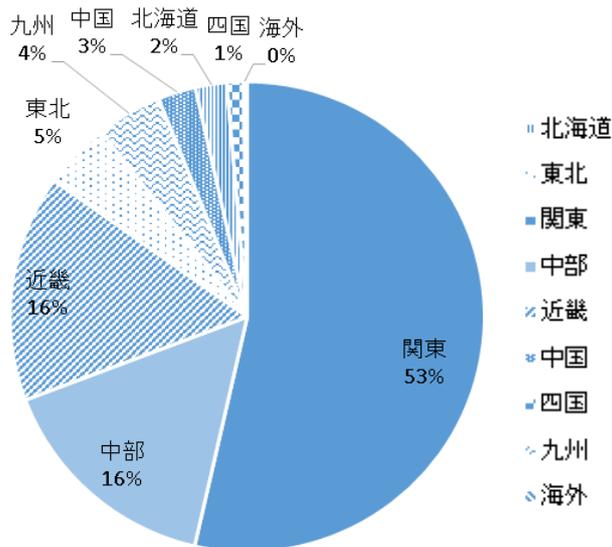
【県内外別】

「県外」からの購入が68%と高い割合を占めている。



【地域別】※

「関東」地方が53%と高い割合を占めている。



※地域別の分類（以下同様の定義とする）

北海道：北海道

東北：青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県

関東：茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県

中部：新潟県、石川県、福井県、山梨県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県
（中部から富山県は除く）

近畿：三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県

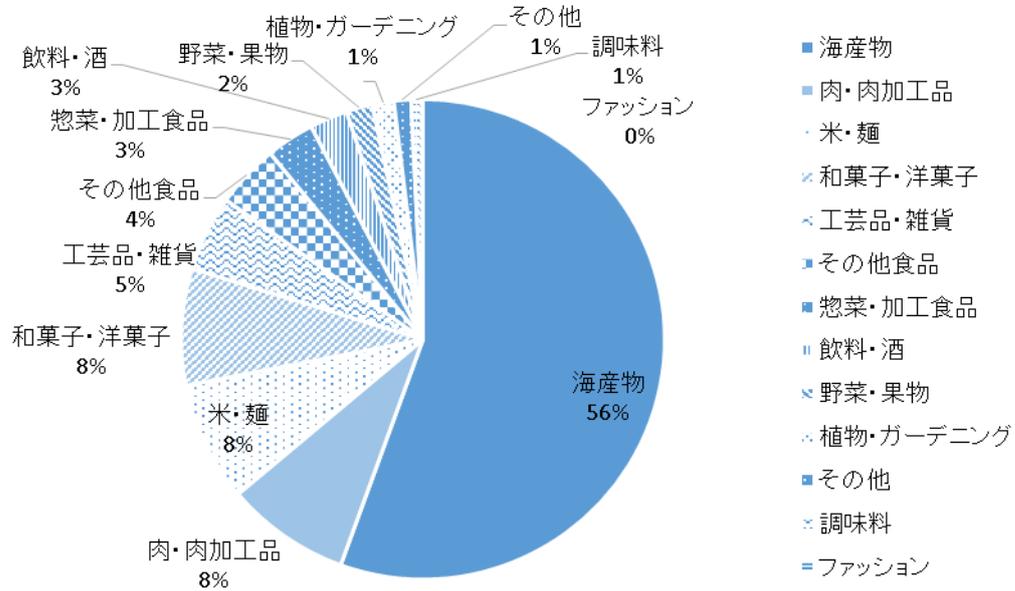
中国：鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県

四国：徳島県、香川県、愛媛県、高知県

九州：福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

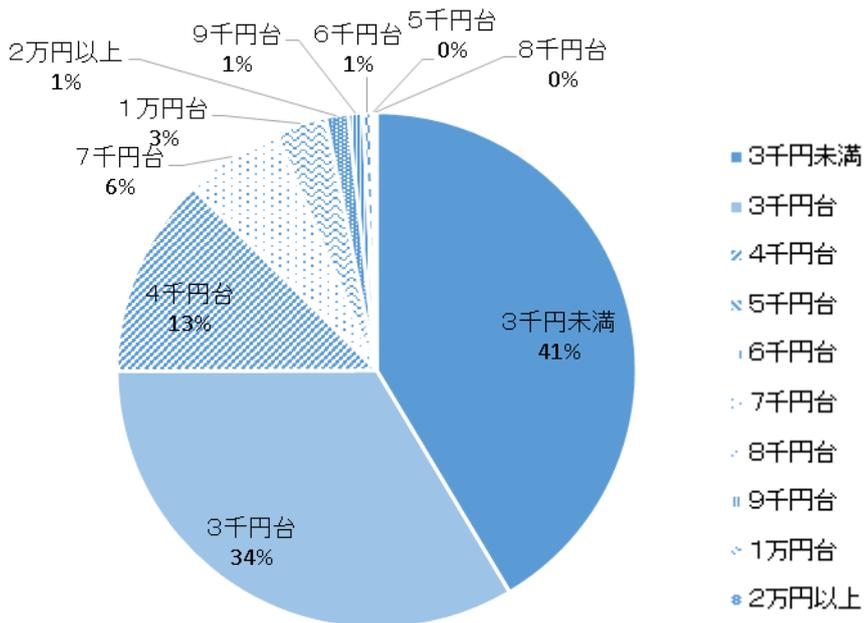
②商品ジャンル別の売上額（割合）

「海産物」のジャンルが56%と過半数を超え高い割合を占めている。



③価格帯別の売上額（割合）

「3千円未満」と「3千円台」で7割以上を占めており、比較的低い価格帯の商品の割合が高い。平均単価は4,482円となっている。

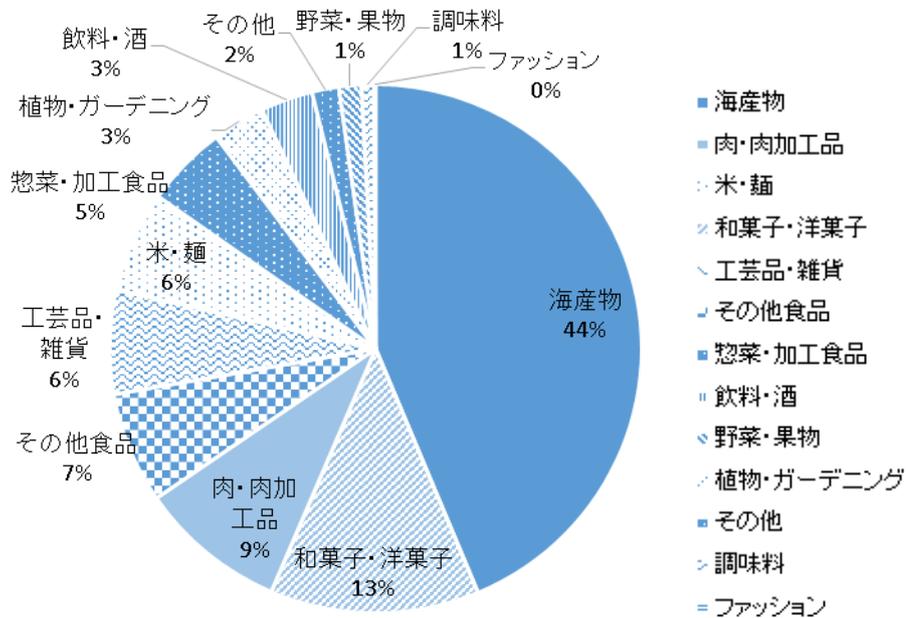


2. 地域別の購買傾向分析

①県内外別商品ジャンル別の売上額（割合）

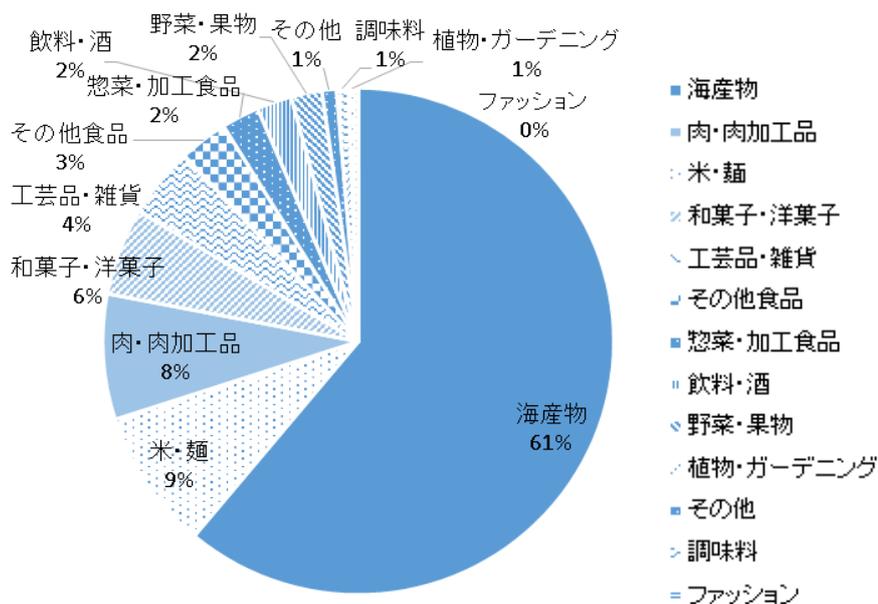
【県内】

「海産物」が44%と最も割合が高いが、全体の傾向（「海産物」56%）よりもやや低い。

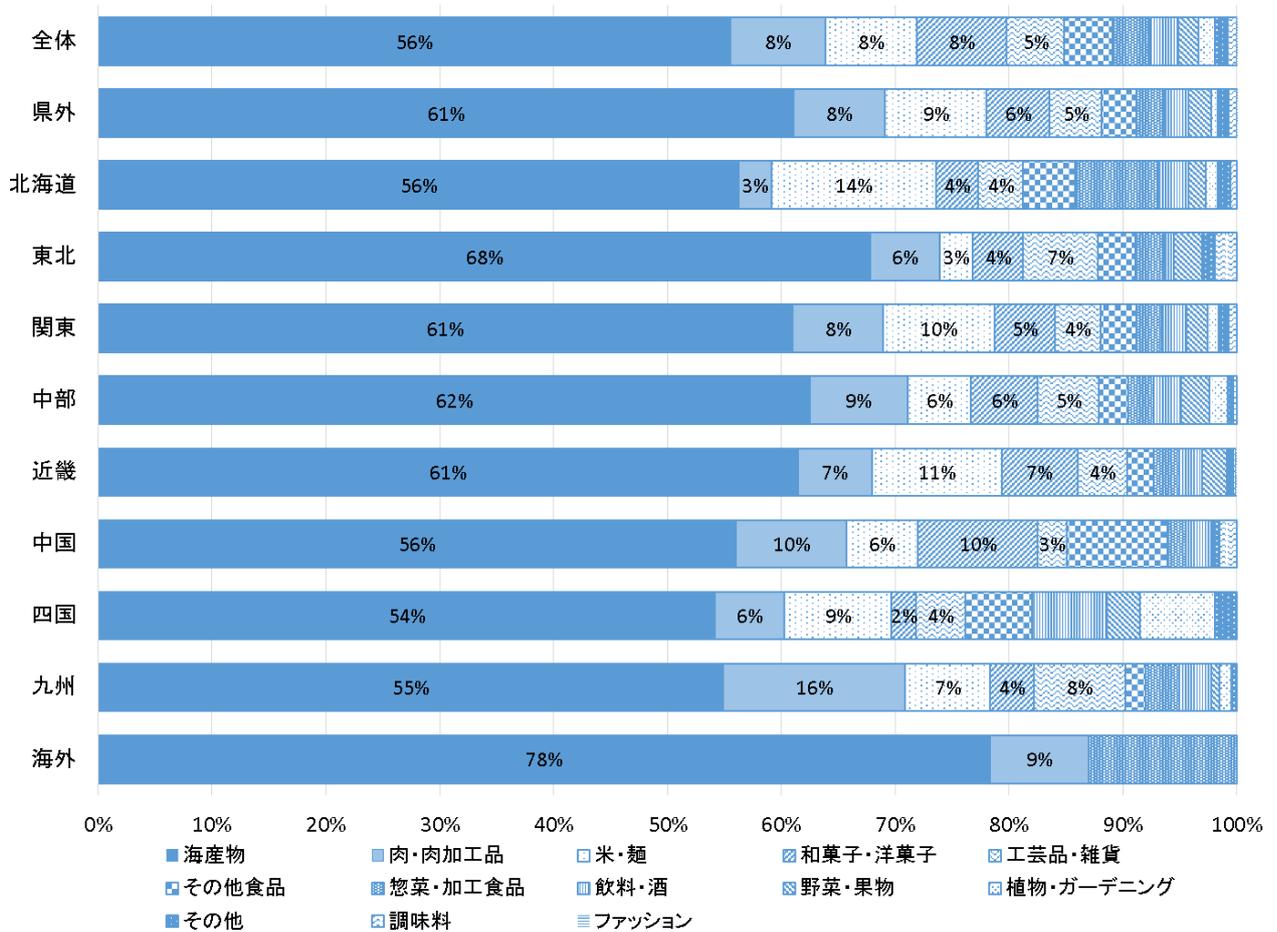


【県外】

全体の傾向と同じく「海産物」が61%と高い割合を占めている。次いで、「米・麺」(9%)「肉・肉加工品」の順となっている。



②各地域ジャンル別の売上額



【北海道】全体の傾向に比べ、「米・麺」(14%)、「惣菜・加工食品」(7%)の割合が高い。

【東北】全体の傾向に比べ、「海産物」の割合が68%と高く、「米・麺」の割合が3%と低い。

【関東】全体の傾向と比べ、「海産物」の割合が61%と高い。

【中部】全体の傾向と比べ、「海産物」の割合が62%と高い。

【近畿】全体の傾向に比べ、「海産物」(61%)、「米・麺」(11%)の割合が高い。

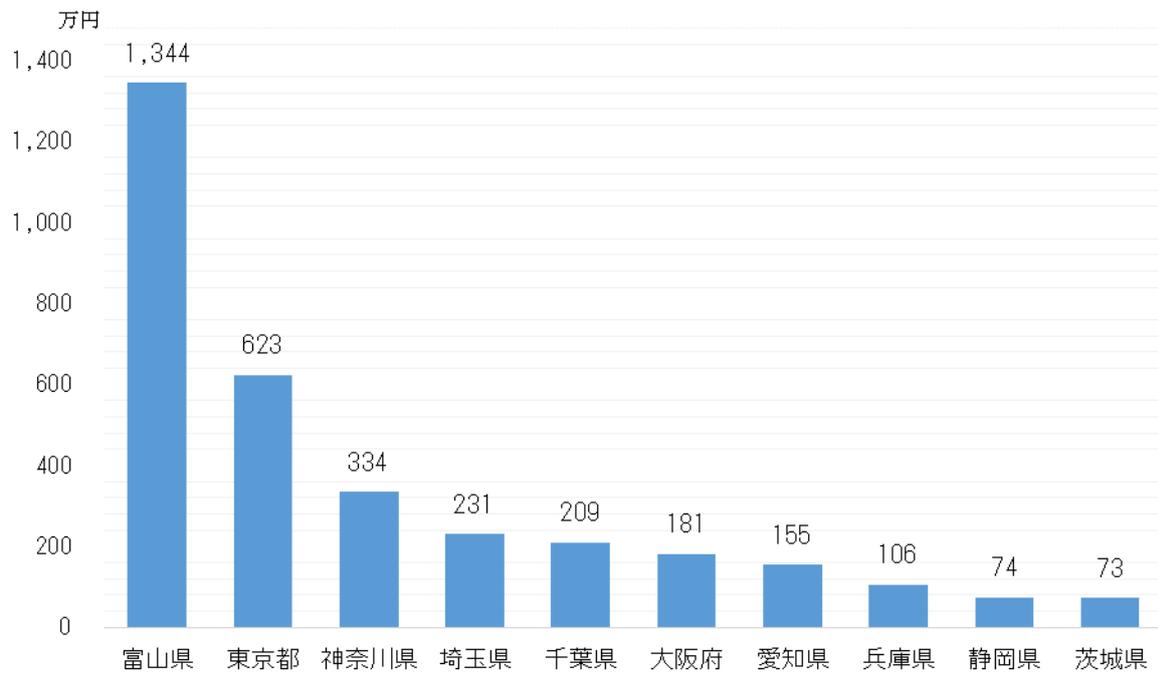
【中国】全体の傾向に比べ、「その他食品」(詰め合わせ商品など)の割合が9%と高い。

【四国】全体の傾向に比べ、「飲料・酒」の割合が7%と高く、「和菓子・洋菓子」の割合が2%と低い。

【九州】全体の傾向に比べ、「肉・肉加工品」の割合が16%と高く、「和菓子・洋菓子」の割合が4%と低い。

③購買額上位10都道府県の売上額（割合）

全体の3割を占める富山県の売上額が1位となっている。2位以下では地域別売上額で2位の関東地域の都道府県が5つランクインしている。



【地域別購買額一覧】

(上段：万円)

	海 産 物	肉 ・ 肉 加 工 品	米 ・ 麵	和 菓 子 ・ 洋 菓 子	工 芸 品 ・ 雑 貨	そ の 他 食 品	惣 菜 ・ 加 工 食 品	飲 料 ・ 酒	野 菜 ・ 果 物	植 物 ・ ガ ー デ ニ ン グ	そ の 他	調 味 料	フ ア ッ シ ヨ ン	総 計
県内	587.7	121.0	83.2	170.9	85.4	91.4	67.4	42.8	18.3	42.9	21.9	10.5	1.1	1344.3
	43.7%	9.0%	6.2%	12.7%	6.4%	6.8%	5.0%	3.2%	1.4%	3.2%	1.6%	0.8%	0.1%	100.0%
北海道	34.3	1.8	8.8	2.3	2.4	2.8	4.5	1.6	0.9	0.4	0.6	0.7	0.0	61.0
	56.2%	2.9%	14.4%	3.8%	3.9%	4.5%	7.4%	2.6%	1.5%	0.6%	1.0%	1.1%	0.0%	100.0%
東北	88.8	8.0	3.8	5.7	8.6	4.3	3.3	1.2	3.2	2.5	0.0	1.4	0.0	130.9
	67.8%	6.1%	2.9%	4.3%	6.6%	3.3%	2.5%	0.9%	2.5%	1.9%	0.0%	1.1%	0.0%	100.0%
関東	935.1	121.1	149.9	81.8	60.9	48.0	34.7	33.2	28.8	11.4	14.7	12.7	0.0	1532.5
	61.0%	7.9%	9.8%	5.3%	4.0%	3.1%	2.3%	2.2%	1.9%	0.7%	1.0%	0.8%	0.0%	100.0%
中部	280.3	38.8	24.9	26.1	24.3	11.5	10.0	10.9	11.2	1.3	7.0	2.4	0.0	448.7
	62.5%	8.6%	5.6%	5.8%	5.4%	2.6%	2.2%	2.4%	2.5%	0.3%	1.6%	0.5%	0.0%	100.0%
近畿	274.2	29.1	50.9	29.6	19.5	10.3	10.2	8.7	10.0	0.9	0.4	2.1	0.4	446.2
	61.5%	6.5%	11.4%	6.6%	4.4%	2.3%	2.3%	1.9%	2.2%	0.2%	0.1%	0.5%	0.1%	100.0%
中国	41.4	7.2	4.6	7.8	1.9	6.5	1.2	1.8	0.0	1.1	0.0	0.4	0.0	73.8
	56.0%	9.7%	6.2%	10.5%	2.6%	8.8%	1.6%	2.4%	0.0%	1.5%	0.0%	0.6%	0.0%	100.0%
四国	17.6	2.0	3.0	0.7	1.4	1.9	0.0	2.2	0.9	0.0	2.1	0.6	0.0	32.6
	54.1%	6.1%	9.3%	2.2%	4.3%	5.9%	0.0%	6.6%	2.8%	0.0%	6.6%	2.0%	0.0%	100.0%
九州	70.2	20.5	9.5	4.9	10.3	2.2	3.8	3.7	0.9	0.0	1.3	0.6	0.0	128.0
	54.9%	16.0%	7.4%	3.9%	8.0%	1.7%	3.0%	2.9%	0.7%	0.0%	1.0%	0.5%	0.0%	100.0%
海外	5.6	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1
	78.3%	8.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	13.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
合計 売上額	2335.2	350.0	338.6	329.8	214.7	179.0	136.0	106.0	74.3	60.5	48.1	31.5	1.5	4205.0
合計 割合	55.5%	8.3%	8.1%	7.8%	5.1%	4.3%	3.2%	2.5%	1.8%	1.4%	1.1%	0.7%	0.0%	100.0%

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。

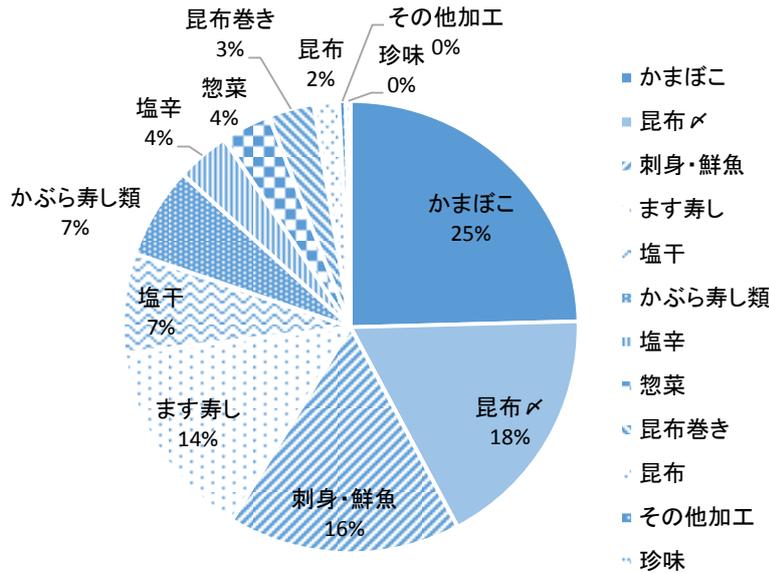
3. 商品ジャンル別購買傾向分析

①詳細ジャンル別の売上額（割合）

商品ジャンルのうち売上額の高かった上位5ジャンル「海産物」、「肉・肉加工品」、「米・麺」「和菓子・洋菓子」「工芸品・雑貨」について、商品の各ジャンルを細分化し、分析を行う。

【海産物】

「かまぼこ」（25%）や「昆布〆」（18%）「刺身・鮮魚」（16%）の割合が高い。



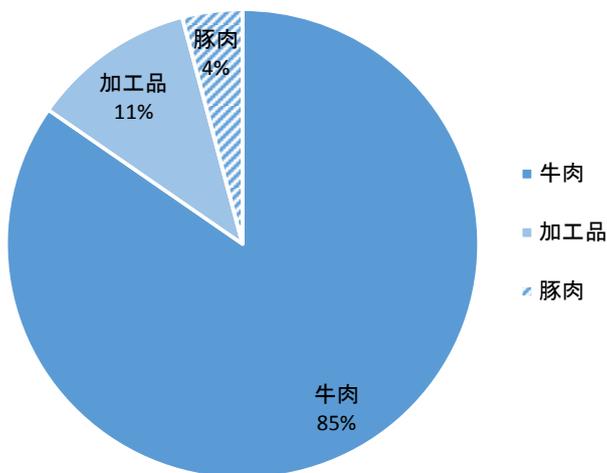
＜売上額が高かった商品＞

【海産物】

- ① 越中蒲鉾「ペア鯛」
- ② 富山湾朝とれ鮮魚
(玉手箱・宝石箱・おたのしみ)
- ③ 漁火ごちそうかまぼこ5本入
- ④ 氷見蒲鉾詰合せ
- ⑤ ぶりかぶら寿司
(冬季期間限定)

【肉・肉加工品】

「牛肉」が全体の8割以上を占めている。



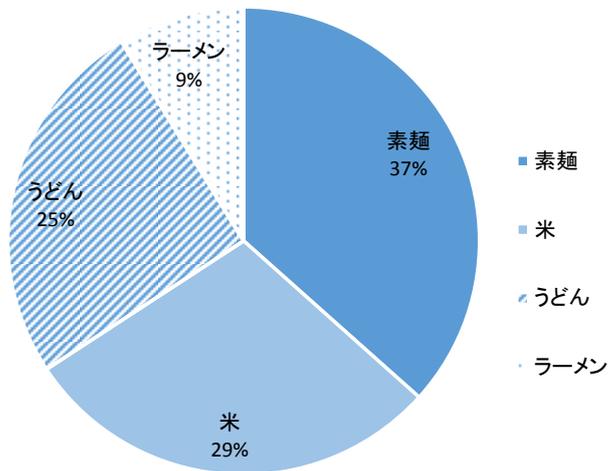
＜売上額が高かった商品＞

【肉・肉加工品】

- ① 氷見和牛特選ローストビーフ
ブロック【3・4人前】
- ② 氷見牛ハンバーグ5個入り
- ③ 熟成牛特選サーロイン
ステーキ用ブロック
- ④ 贈り物や特別な日に！極上
氷見牛サーロインステーキ
- ⑤ お口の中でとろけます！
すき焼き肉氷見牛ロース

【米・麺】

「素麺」のジャンルの割合が37%と高い。



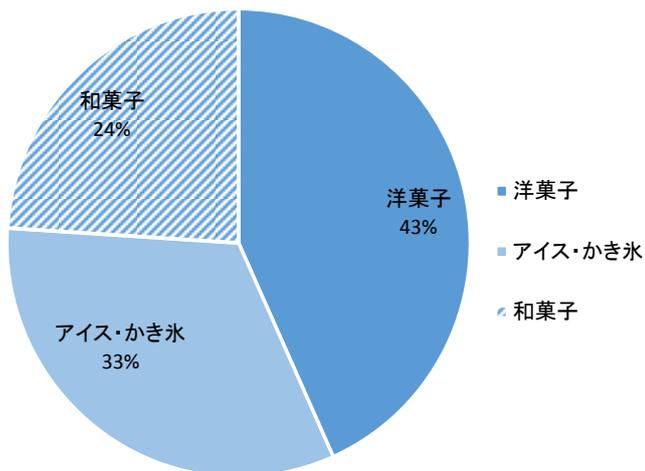
<売上額が高かった商品>

【米・麺】

- ① 大門素麺詰合わせ B
- ② 富山県産新米詰め合わせ
「ひぞっこ倶楽部 5kg
+てんたかく 5kg」
- ③ 氷見うどんセット
(細麺・よもぎめん他3種)
- ④ 氷見うどん珍味セット
- ⑤ 大門素麺詰合わせつゆ付き C

【和菓子・洋菓子】

「洋菓子」のジャンルの割合が43%と高い。



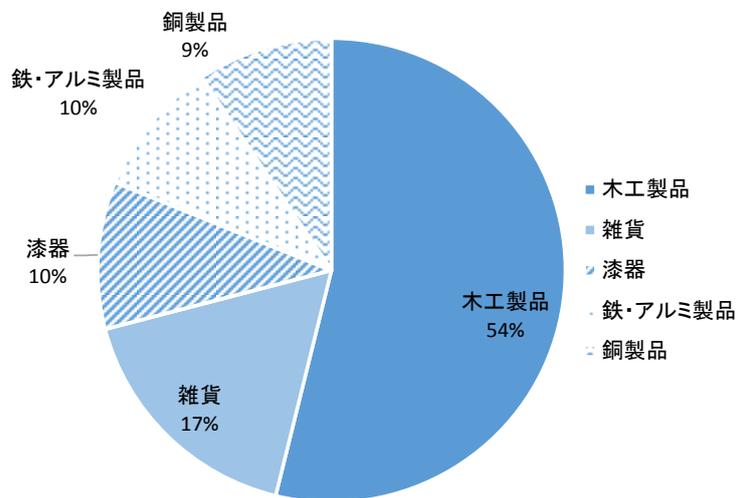
<売上額が高かった商品>

【和菓子・洋菓子】

- ① 食やくスイーツミニ
詰合わせセット
- ② 手作りカップジェラート
(12個入り)
- ③ ラム酒に漬けた干柿のアイス
- ④ フェルヴェールのつくりもん
まつりセット
- ⑤ モナカアイス 30個セット

【工芸品・雑貨】

「木工製品」のジャンルの割合が43%と高い。



＜売上額が高かった商品＞

【工芸品・雑貨】

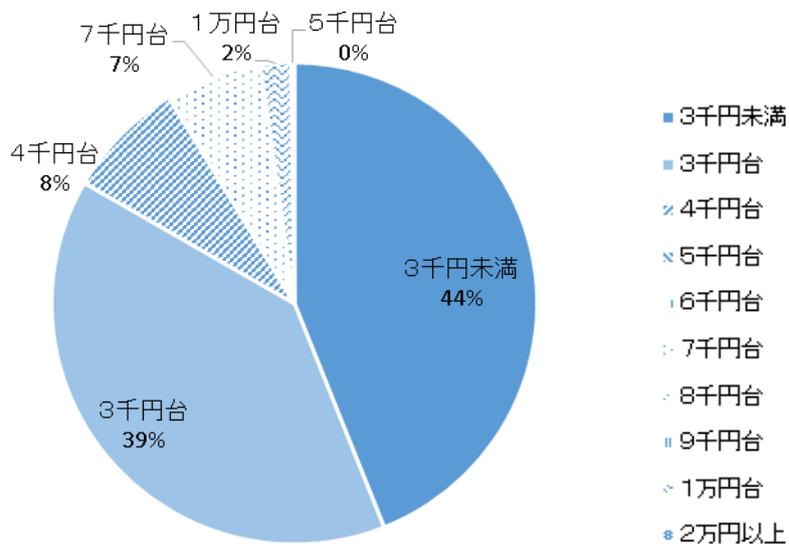
- ① 神殿 榊彫屋根三社
格子戸(特小)
- ② 木製鏡餅飾り(大)
- ③ 座卓・テーブル
- ④ 木製鏡餅飾り(中)
- ⑤ 灯籠(六角)

4. 価格帯別購買傾向分析

①食品・非食品の価格帯別売上額（割合）

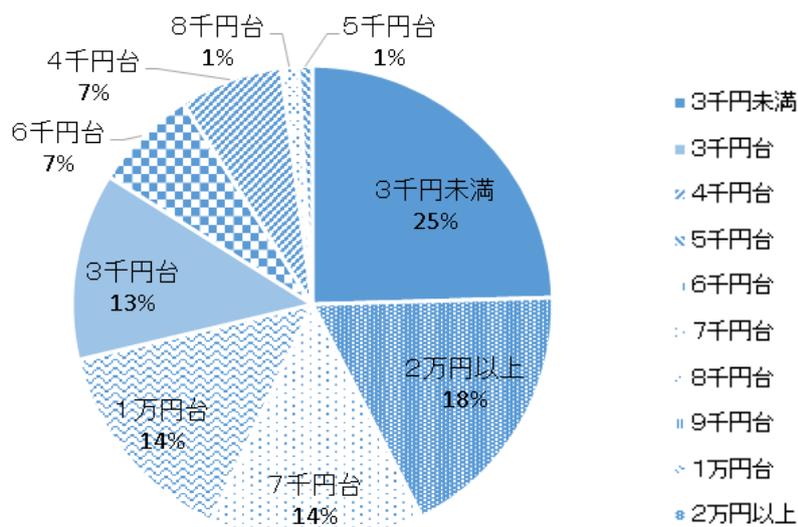
【食品】

全体の傾向同様、「3千円未満」と「3千円台」で7割以上を占めている。



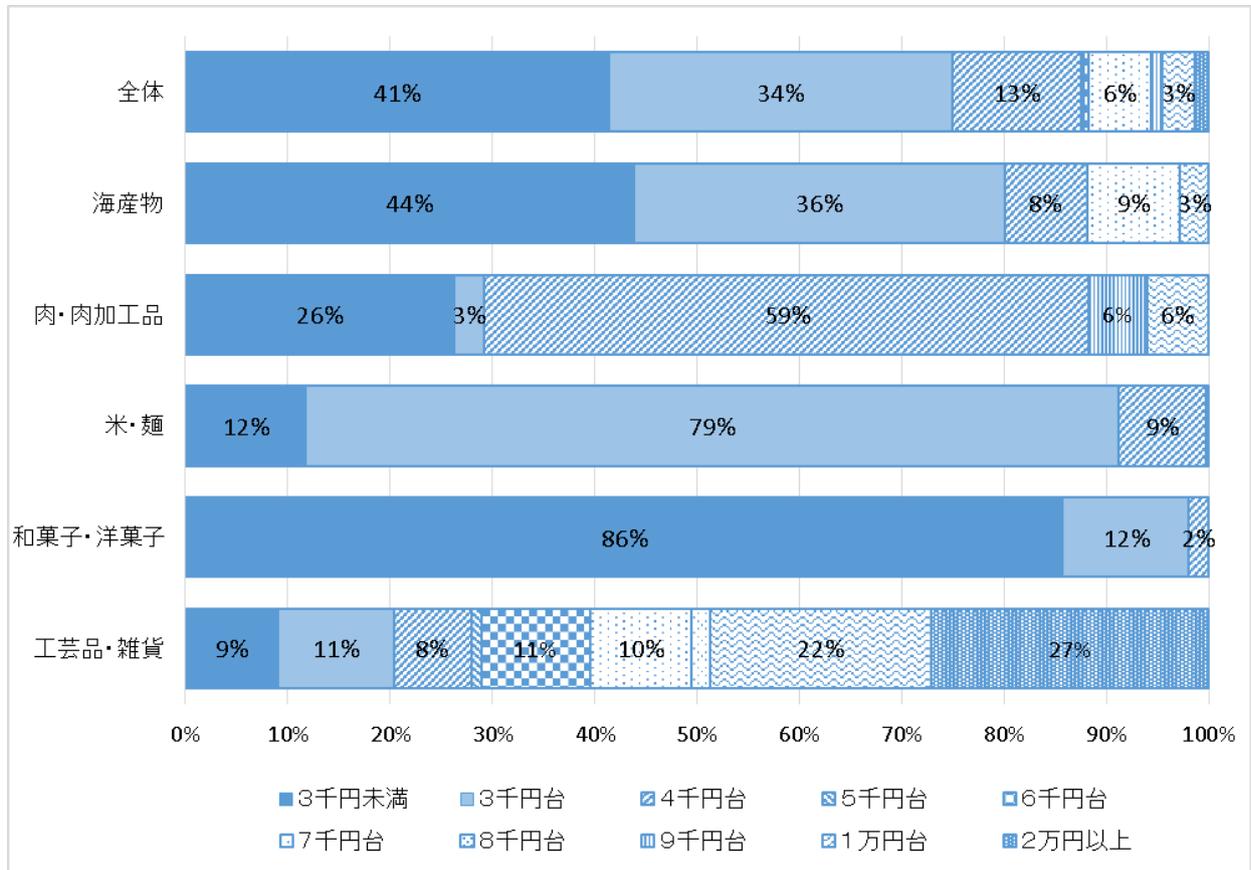
【非食品】

「3千円未満」の割合が高い一方で、「2万円以上」、「7千円台」といった比較的高額な価格帯も高い割合を占めている。



②商品ジャンル別の価格帯別売上額

商品ジャンルのうち売上額の高かった上位5ジャンル「海産物」、「肉・肉加工品」、「米・麺」、「和菓子・洋菓子」、「工芸品・雑貨」について分析を行う。



【海産物】全体の傾向同様、「3千円未満」と「3千円台」で7割以上を占めている。

【肉・肉加工品】全体の傾向に比べ、「3千円未満」(26%)、「3千円台」(3%)の割合が低く、「4千円台」の割合が59%と高い。

【米・麺】全体の傾向に比べ、「3千円未満」の割合が12%と低く、「3千円台」の割合が79%とかなり高い。

【和菓子・洋菓子】全体の傾向に比べ、「3千円未満」の割合が86%とかなり高い。

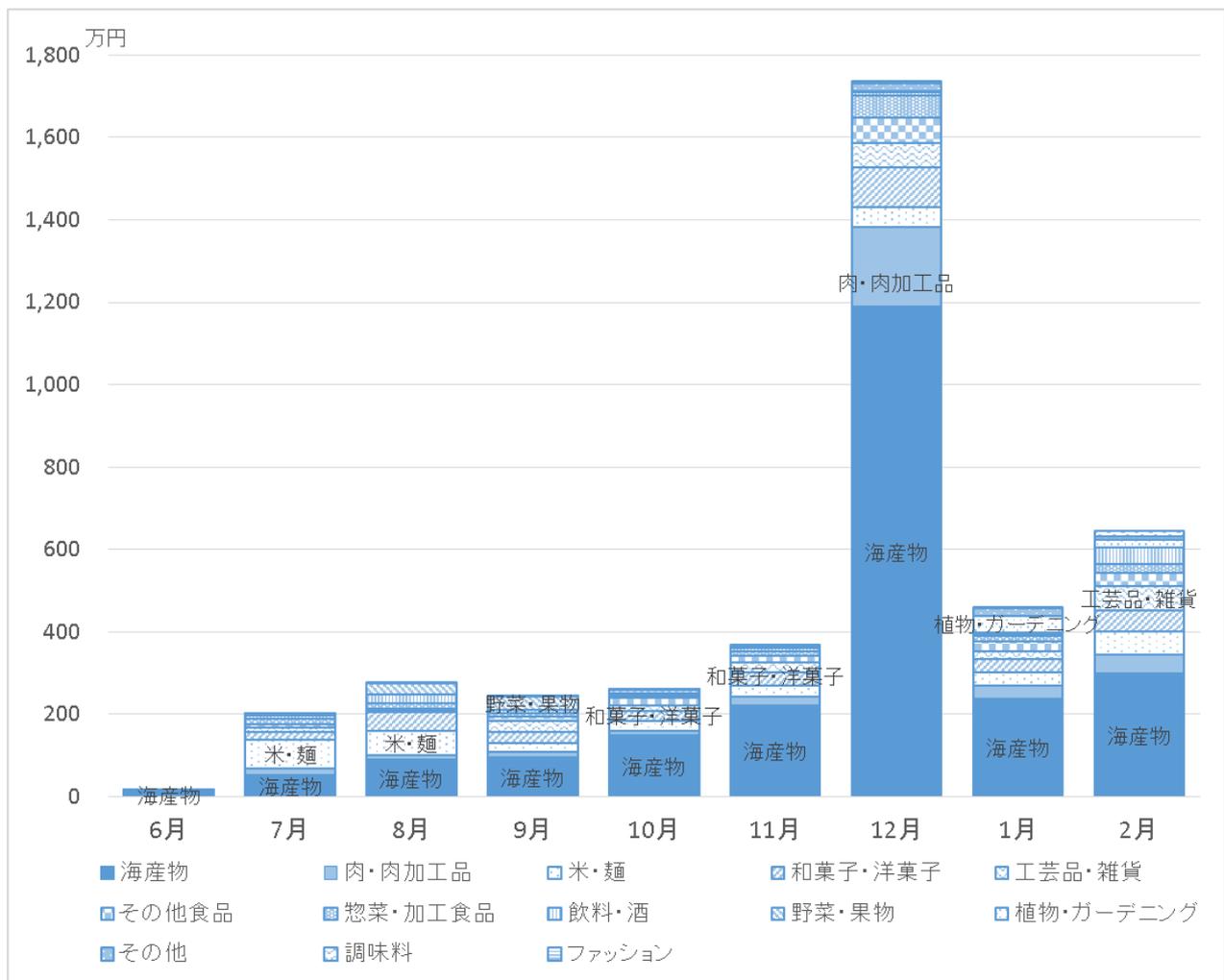
【工芸品・雑貨】全体の傾向に比べ、「3千円未満」(9%)、「3千円台」(11%)の割合が低く、「1万円台」(22%)、「2万円以上」(27%)の割合が高い。

5. 月別購買傾向分析

①月別の売上額のジャンル別内訳（6～2月、13分類）

月別の売上額では、お歳暮用の商品の注文が増加した12月の売上額が高い。

ジャンルの内訳では全体を通し「海産物」の割合が高く、12月には「お肉・肉加工品の割合が高くなっている。（グラフ内の凡例は売上額が高かったジャンル上位2位までを表示）



【月別売上額一覧】

(上段：万円)

	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	総計
海産物	7.8	51.6	88.8	94.1	147.7	219.9	1189.4	237.1	298.7	2335.2
	49.0%	25.6%	32.2%	38.4%	56.7%	59.7%	68.6%	51.6%	46.3%	55.5%
肉・肉加工品	0.6	16.2	11.7	13.5	12.8	21.6	194.1	32.6	46.9	350.0
	3.6%	8.1%	4.2%	5.5%	4.9%	5.9%	11.2%	7.1%	7.3%	8.3%
米・麺	1.1	70.0	59.0	23.0	23.2	28.5	47.2	30.7	56.0	338.6
	6.8%	34.8%	21.4%	9.4%	8.9%	7.7%	2.7%	6.7%	8.7%	8.1%
和菓子・洋菓子	2.5	19.9	44.8	25.6	24.8	30.8	97.4	33.3	50.7	329.8
	15.7%	9.9%	16.3%	10.4%	9.5%	8.4%	5.6%	7.2%	7.9%	7.8%
工芸品・雑貨	0.8	9.7	4.4	26.0	13.5	26.0	56.8	20.1	57.4	214.7
	5.0%	4.8%	1.6%	10.6%	5.2%	7.1%	3.3%	4.4%	8.9%	5.1%
その他食品	0.8	8.4	4.9	13.3	18.7	15.0	62.4	21.7	33.7	179.0
	5.3%	4.2%	1.8%	5.4%	7.2%	4.1%	3.6%	4.7%	5.2%	4.3%
惣菜・加工食品	1.2	12.7	11.6	6.5	4.0	9.8	53.4	15.1	21.7	136.0
	7.2%	6.3%	4.2%	2.6%	1.5%	2.7%	3.1%	3.3%	3.4%	3.2%
飲料・酒	0.4	7.5	23.7	7.6	5.1	9.5	9.6	4.2	38.4	106.0
	2.3%	3.7%	8.6%	3.1%	1.9%	2.6%	0.6%	0.9%	6.0%	2.5%
野菜・果物	0.0	2.3	25.0	31.9	9.1	0.0	1.2	2.4	2.3	74.3
	0.0%	1.2%	9.1%	13.0%	3.5%	0.0%	0.1%	0.5%	0.4%	1.8%
植物・ガーデニング	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	41.6	17.1	60.5
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	9.1%	2.7%	1.4%
その他	0.8	0.9	0.0	0.4	0.8	1.8	17.0	17.3	9.0	48.1
	5.0%	0.5%	0.0%	0.2%	0.3%	0.5%	1.0%	3.8%	1.4%	1.1%
調味料		1.9	1.5	3.4	0.7	4.4	2.8	3.7	12.9	31.5
	0.0%	1.0%	0.6%	1.4%	0.3%	1.2%	0.2%	0.8%	2.0%	0.7%
ファッション	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.1	0.4	0.0	0.0	1.5
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
合計売上額	16.0	201.2	275.5	245.3	260.5	368.3	1733.5	459.8	644.8	4205.0
合計割合	99.9%	100.1%	100.0%	100.0%	99.9%	100.2%	100.0%	100.1%	100.2%	99.8%

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。

Ⅲ. 購入者アンケート

「とやまいきいき market」サイトを利用して商品を購入した方へ、サイト内でアンケート調査を実施。318 人の方から回答をいただいた。

1. 回答者属性

①性別

「女性」の割合が 58.8%と高い。

	人数	割合
男性	131 人	41.2%
女性	187 人	58.8%
全体	318 人	100.0%

②年代

「40 歳台」、「50 歳台」、「60 歳台以上」合わせて 82.1%となっており、比較的高い年代の回答割合が高い。

	人数	割合
20 歳代以下	6 人	1.9%
30 歳代	50 人	15.7%
40 歳代	83 人	26.1%
50 歳代	88 人	27.7%
60 歳代以上	90 人	28.3%
不明	1 人	0.3%
全体	318 人	100.0%

③住所

	人数	割合
県内	147 人	46.2%
県外	171 人	53.8%
全体	318 人	100.0%

2. サイトを知ったきっかけ

①サイトを知ったきっかけについて（県内・県外別）

県内においては「新聞・雑誌」が31.3%と高い割合を占めている。

県外においては「インターネット広告」、「ネット検索」合わせて69.6%となっており、ネット媒体の割合が比較的高くなっている。

	人数	割合
全体	318人	
県内(小計)	147人	100.0%
新聞・雑誌	46人	31.3%
インターネット広告	24人	16.3%
県及びアンテナショップのHP	20人	13.6%
ポスター・チラシ	17人	11.6%
ネット検索	15人	10.2%
家族・友人・知人	10人	6.8%
その他	7人	4.8%
SNS・ブログ	4人	2.7%
テレビ・ラジオ	4人	2.7%
県外(小計)	171人	100.0%
インターネット広告	64人	37.4%
ネット検索	55人	32.2%
その他	12人	7.0%
ポスター・チラシ	10人	5.8%
県及びアンテナショップのHP	9人	5.3%
家族・友人・知人	9人	5.3%
新聞・雑誌	7人	4.1%
SNS・ブログ	3人	1.8%
テレビ・ラジオ	2人	1.2%

その他：・以前からサイトを利用

・羽田空港のデジタルサイネージを見て

・カード会社からのDMを見て

など

3. サイトおよび事業について

①サイトおよび事業に対する意見（一部抜粋）

地域	性別	年齢	コメント
【県内】			
県内	男性	20歳代以下	長く御無沙汰していた県外の友人と会う機会があり、これからも末長く付き合いが続くよう、手軽な贈り物と思っていたおり案内をいただき利用させていただきました。今後も富山PRのため、このような企画があれば是非利用させていただきます。
県内	男性	40歳代	今後、米やお菓子なども購入してみたい。
県内	男性	40歳代	今後も このような企画があれば利用したい。
県内	男性	40歳代	品目数と価格帯幅を増やして欲しい。
県内	男性	50歳代	富山在住ですが、知らない名産品もあり、機会があれば、購入してみたいと思いました。
県内	女性	20歳代以下	あまり宣伝されていないので、TV やツイッターなどでもっと宣伝があると、利用しやすいと感じました。
県内	女性	30歳代	商品が増えるともっといいと思います。
県内	女性	30歳代	私は富山県在住ですが、県外の人に物を送るのに、とても便利でした。
県内	女性	30歳代	他県の方に地元の物を贈りたいって思っても、今までは調べるのも大変でした。このサイトだと安くしかも簡単に調べる事も出来て、大変便利でした。
県内	女性	30歳代	富山県内の品物がたくさんあっていい。いつもお歳暮で富山らしいものと悩んでいたのですが、知らないものもあって非常に良かったです。
県内	女性	30歳代	品数が増えることを期待しています。
県内	女性	30歳代	価格別に商品が見られるとうれしいです。
県内	女性	30歳代	常温の商品を探していたため、商品詳細ページを確認しなくても商品一覧のページで常温かどうかはわかってとても便利でした。
県内	女性	40歳代	本当に有名な富山の物産というのは少ないようですが、送料込みで新しく人気だったり気になっていたものが購入できたのは、すごくお得でした。
県内	女性	40歳代	たまたまサイトを見つけたのですが、もっと広くPR されればということと、工芸品の品揃えがもう少し幅広くあれば、より良かったと思います。

地域	性別	年齢	コメント
県内	女性	40 歳代	大変よい企画だと思います。ご当地名産品が、送料込みで安価に購入できるので、遠くの親戚に送る事ができました。
県内	女性	40 歳代	助成されるのは、すごくいい取組みですね。サイトも見やすかったです。
県内	女性	50 歳代	遠方に住む 息子夫婦に 懐かしい富山の味を探していましたので セットや種類も多くセレクトしやすく助かりました。
県内	女性	50 歳代	利用をリピートしています。どんどん良い企画とご運営をお願いできたら、嬉しいです。
県内	女性	50 歳代	ホームページ自体も見易く、商品の種類・品数も豊富ですが、果物・野菜等がもっと多ければいいなと思います。
県内	女性	60 歳代 以上	富山の名産品を素早く選べること、そしてお安く購入できるので、とても助かります。友人にもこのサイトを推薦しています。
県内	女性	60 歳代 以上	商品の詳細な説明と写真があるので、良い品を安心して購入することができます。
県内	女性	60 歳代 以上	北陸新幹線開通で 富山の知名度があがり 割引があったことにより 友達に富山のものを送ってあげようと考えた。
【県外】			
県外	男性	30 歳代	送料込はありがたいです。
県外	男性	30 歳代	富山の美味しそうなものを知ることができ、その上お得に購入できたので、とても良かったです。
県外	男性	40 歳代	「お気に入り」のような、次に購入際に手軽に手続きできるよう工夫してほしい。
県外	男性	40 歳代	富山の名産品がたくさん知れてよかったです。
県外	男性	40 歳代	これからも、珍しく、地元ならではの商品をお願いします。
県外	男性	40 歳代	海産物加工品で自分の好みのセットが作れると嬉しい。
県外	男性	40 歳代	高齢の母が富山県出身で昔懐かしい味を数十年ぶりにと、ふるさと割りもあって購入をいたしました。
県外	男性	50 歳代	案内が判り易い。
県外	男性	50 歳代	海産物をもっと多く載せてほしい。

地域	性別	年齢	コメント
県外	男性	50 歳代	国の補助金が購入者に還元されることはとても良い。
県外	男性	50 歳代	このようなサービスはありがたい。今後もあれば利用したい。
県外	男性	60 歳代 以上	とてもありがたく使わせて頂いています。季節商品が多くあると、ありがたいです。
県外	男性	60 歳代 以上	見やすくわかりやすい。
県外	男性	60 歳代 以上	品揃えが多く活用させて頂きました。これからも地域発展のため頑張ってください。
県外	男性	60 歳代 以上	季節の旬の物や、地場産業の工芸品をもっと掲示してほしい。
県外	男性	60 歳代 以上	興味深い品物がたくさんある。
県外	男性	60 歳代 以上	品目数を増やし、今後も続けてほしい。
県外	男性	60 歳代 以上	いろんな特産物が紹介されていて、楽しむ事が出来、またお得に注文する事ができました。
県外	男性	60 歳代 以上	富山マラソンに参加して、富山のお土産を購入しました。家族の追加要望があり、再度購入することになりました。
県外	女性	30 歳代	送料込みなのありがたいし、地元に貢献しているような気持ちにもなれていいです。
県外	女性	30 歳代	富山県の産品について興味をもつきっかけになった。今回はある贈り物用に使ったが、自宅用や別途の贈り物用としてまた使ってみたいと思う。
県外	女性	30 歳代	シンプルで分かりやすくていいと思う。他にも扱う商品の幅を増やして欲しい。おかきなどは、少ない量での取り扱いがあるとうれしい。
県外	女性	30 歳代	探しやすかったです。
県外	女性	30 歳代	助成金により安く購入できてとてもありがたいです。富山の食べ物はとても大好きなので今後も購入していきたいし贈答品としても使っていきたいと考えています。
県外	女性	40 歳代	見やすく、選びやすい並びで助かりました。
県外	女性	40 歳代	富山県には行ったことがありませんが、インターネットでふるさと割りの広告を、みたことで富山県の特産品を知ることができました。インターネットで日本全国の人と繋がって、地域が活性化するとうれしいですね。

地域	性別	年齢	コメント
県外	女性	40 歳代	送料込みの金額なので心配なくてよい。
県外	女性	40 歳代	品ぞろえを増やしてほしい。
県外	女性	40 歳代	富山旅行中なので、重い思いをせずにすみませう。何が届くか楽しみです。
県外	女性	50 歳代	今回はふるさと割があったので、購入してみる気持ちになりました。他のものも興味がありますので、また利用してみたいと思います。
県外	女性	50 歳代	富山はおいしいものがたくさんあって、大好きです。
県外	女性	60 歳代 以上	富山の食は魅力があります。海産物、蒲鉾等……ゆっくり考えて、又、注文したいとおもいます。
県外	女性	60 歳代 以上	帰郷することもなくなって久々に、なつかしい蒲鉾をお取り寄せしようと、たまたまこのサイトにフィットして大変良かったです。もう少し見つけやすくアピールがあったらなお良かったと思いました。
県外	女性	60 歳代 以上	長期的にやって頂きたいです。
県外	女性	60 歳代 以上	初めて利用しました。お歳暮を探していましたが、魅力的な商品が多く迷ってしまいました。助成により 30%引きも良かった！商品到着が楽しみです。ありがとうございます！
県外	女性	60 歳代 以上	商品の説明も詳しく、注文の仕方も分かりやすかったです。
県外	女性	60 歳代 以上	以前、富山県に旅行をした際(高岡市 立山等)落ち着いた街並みや自然豊かで壮大な景色に感動したものでした。北陸新幹線も開通したので今度は電車で伺いたいと思ってます。まずは旅行に先立って今回のふるさと割を利用して新鮮なさかなを堪能したいと思い購入することにしました。

IV. 参加事業者アンケート

「とやまいいき market」参加事業者に対し、事業の効果等に関するアンケート調査を実施（H28.1.29～H28.2.15）。147事業者のうち65事業者から回答をいただいた。

1. 事業の効果について

① この事業による効果はあったか。 (事業者数)

かなりあった	多少はあった	なかった	計
11	46	8	65
(17%)	(71%)	(12%)	(100%)

② (①で「かなりあった」「多少はあった」と回答した事業者について) どのような効果があったか (複数回答可)。

	事業者数
ア 売上げが増加した	31
イ 県内外へのPRができた	34
ウ 新たな顧客の開拓につながった	23
エ 新商品開発や販路拡大など、新たな事業展開へのヒントが得られた	8
オ その他	2

③この事業に関連して工夫したこと (主な回答) ※32事業者より回答

- ・当サイト向けの新商品・詰め合わせ商品の開発
- ・商品発送時の自社パンフレット等の同梱によるPR
- ・サイト用の写真撮影

2. ネット販売について (初めてネット販売に参加された13事業者より回答)

①これまでネット販売をしなかった主な理由 (主な回答)

- ・ネット販売の方法が分からない。
- ・機会がなかった。
- ・対応できる人がいない。
- ・不特定多数への販売が不安。
- ・必要性を感じなかった。

② この事業の終了後も、ネット販売をしてみたいか。 (事業者数)

思う	どちらかといえは思う	どちらかといえは思わない	思わない	計
6	5	1	1	13

3. 今後について

①今後、県いきいき物産（株）通販サイトでの商品の取扱いを希望するか。

(事業者数)

希望する	今のところ 考えていない	既に取り扱って いる	計
56	8	1	65

4. 感想・要望・意見

①この事業についての感想、県の事業についての要望・意見（一部抜粋）

分 類	感想・要望・意見
効果等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県外からの発注が多く、大変PRになった。 ・ 売上ランキングにより、顧客嗜好や満足度を知ることができた。 ・ 予想以上の売上で驚いた。通常、県内→県外が多い中、県外→県外という、今までにない新たなパターンが多かった。 ・ 人員不足等で県外イベントへの出店が難しい中、県外の新たな顧客を獲得でき非常にありがたい。
ネット販売	<ul style="list-style-type: none"> ・ ネット販売の魅力がわかった。 ・ 不特定多数への販売に不安があったが、予想を上回る注文で、通販への取組みを考えるきっかけになった。 ・ ネットのアップ等、自社では対応できないことを代行していただいた。
事業者の 取組み	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業に際して、新たにパンフレットを作成した。 ・ 週1回の自社ミーティングでは毎回検討事項にした。
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ ブランディングを凶っている商品については、値引きの事業への参加は難しい。富山で作られたものを高くても買うというものに育てる事業を。 ・ 金額によるメリットではなく、魅力あるツールを期待。 ・ 他の卸先への配慮・調整が必要だった。 ・ 自社サイトの売上が減った。