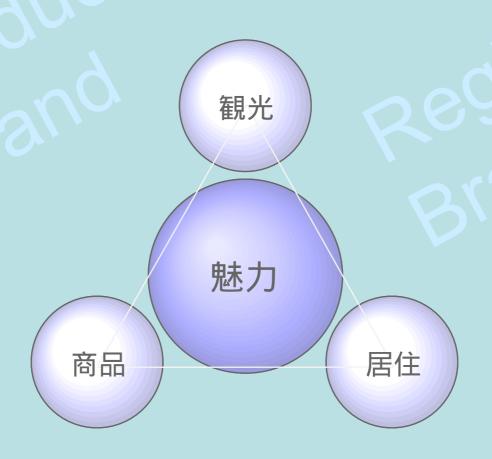
# 地域ブランド調査2006 [市版]

Tiiki Brand Survey · City Issue





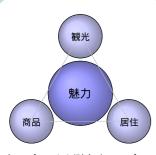
# Tiiki Brand Survey 2006 Message

この調査は、国内全779市を対 象に、その魅力と課題を浮き彫り にする日本唯一の全国規模調査 です。

今、わが国では、地域振興の決 め手として地域ブランドへの取り 組みが、全国各地で急速に進展 しています。一方、平成の大合併 による新たな市の誕生等も背景 に、改めて、地域ブランドの根幹 となる市のイメージの模索や、地 域資産の発掘、見直しといった動 きも活発化してきています。

こういった状況を受けて、市の 特性を的確に把握し、地域振興 施策の立案などにおいて要とな る分析データを提供し、地域活性 化に資することを目的として企画 されたのが、今回の調査、「地域 ブランド調査2006[市版] です。

この調査は、全国の男女約2万 人に対し、インターネット調査に よって、全国779市のそれぞれの 認知度、魅力度イメージ、情報接 触度を評価してもらうものです。 また、観光、商品、居住に対する 経験、意欲、イメージなどについ ても明らかにしました。まさに地 域のブランド戦略には不可欠な 指標です。



市のブランドを測定するモデル。 魅力度と観光、商品(地域産品)、 居住の3つの視点から構成し、そ のバランスを上記のように円を組 み合わせてグラフ化することで市 のブランド力が一目でわかるよう にしています。

### 地域ブランドの考え方

### 「地域ブランド」とは消費者からの評価と期待

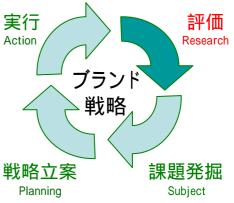
### 測定できなければ、戦略は作れない

人口減少期時代を迎え、ライフスタイルの変化や消費 者ニーズの多様化、さらに若年人口の減少や、団塊 マーケットの出現といった社会環境の変化が地方自治 体にも大きな影響を及ぼしつつあります。こうした社会 の変化をとらえ、「地域ブランド」を強化することが、今や、 地域を活性化へと導くひとつ大きな課題となっています。

地域ブランドとは、地域に対する消費者からの評価と 期待です。従って、地域ブランドを構築するには、まず、 確かなデータによる消費者からの評価を知ることが重 要です。なぜなら、「測定できなければ、戦略は作れな い」からです。

地域ブランド調査2006[市版]は、全国の消費者約2万 人による各市に対する「評価と期待」を測定する日本最 大規模の調査です。

# 地域ブランド戦略のプロセス



### 評価のポイント

### 観光、商品、居住の3つの側面から評価

「地域ブランド調査」は、全779市(2006月7月時点)すべてのブランド力を測定します。

本調査では、認知度、魅力度という総合指標のほか、情報接触度、イメージ、それに観光、商品(地 域産品)、居住という側面から導かれた評価指標について測定し、多角的に評価します。

その結果をランキング等によっ て、市の評価や位置づけを明確 にします。また、個別評価シート により評価結果を詳細に分析し ます。さらに、回答者属性による クロス集計などから、「誰にどのよ うに評価されているか」ということ を明らかにします。

なお、この調査は今後も年1回 の定期調査として実施しますの で、ブランド戦略等の取り組みの 効果測定として活用することも可 能です。

#### 市の総合ランキング(例)

順位	市	魅力度	居住	観光	商品
1	A市	95.5	82.5	95.8	90.2
2	B市	92.3	92.8	83.5	95.0
3	C市	91.2	80.5	85.0	97.0
4	D市	89.5	85.0	3	52.2
5	E市	82.3	75	8.5	62.0
6	F市	841	<b>1 1 1 1</b>	62.0	52.3
7	G市	8 11	62.0	90.2	68.0
8	H市	79.8	90.2	85.0	72.0
9	市	78.8	55.6	99.2	55.8
10	J市	77.7	42.6	76.5	89.5

### 本調査のメリット

### 消費者視点による地域の強さと弱さを理解

本調査は地域のブランド力を明らかにするばかりでなく、 消費者視点による、地域の強さ(魅力)と弱さ(課題)を明 らかにします。

また、調査結果を観光、商品(地域産品)、居住の3つ の評価側面から分析し、さらに消費者属性によるクロス分 析などにより、具体的な戦略やアクションプランに結びつ けることが可能です。

さらに、こうした分析を弊社では、専門的な手法や視点 を加えた調査結果としてご報告するだけでなく、その個 別報告会やセミナーの実施、課題の抽出、ブランド戦略 シナリオの設計、具体的なアクションプログラムの策定な どによって、地域活性化への具体的な活動にむすびつ けるお手伝いも行います。

#### 地域ブランド調査の特徴

最大規模の地域ブランド調査 全国779市を網羅 全国約2万人による評価 徹底した消費者視点



消費者によるブランド力を理解 地域の強さ弱さを抽出 観光・商品・居住を評価・分析 消費者属性別に詳細分析 地域ブランド戦略の立案へ



### 🏊 地域ブランド調査プログラム

### 調査の設問の構成

### 2つの総合指標と5つの評価項目

地域ブランド調査では、市のブランド力を 測定するにあたり、2つの総合指標と5つの 評価項目を設定しました。

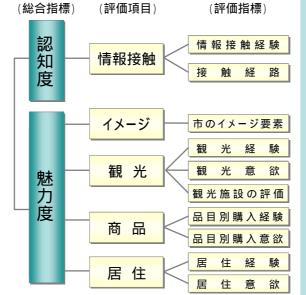
総合指標は「認知度」と「魅力度」から成り ます。魅力度は市のプレミアムを表す指標 で、いずれも5段階による評価を元に数値 化したもので、ランキング等を作成するほ か、消費者属性などによる分析を行います。

評価項目は「情報接触」「イメージ」「観 光」「商品」「居住」の5つ。この5つの項目 ごとに詳しく市のブランド力を分析していく ことで、具体的な課題を抽出し、戦略を導 くことが可能になります。

なお、各項目は右図のように複数の評価 指標から構成されています。例えば情報接 触は接触経験(頻度)と接触経路から成り、 市の情報発信がどのような経路で誰に届 いているのかを明らかにします。

また、観光、商品、居住の各項目は過去 の経験の他に、意欲度を把握することで将 来性やロイヤルティが測定できるような構 造になっています。

#### 地域ブランド調査の構成図



# Research **Outline**

### 調査概要

調査名称

地域ブランド調査2006〔市版〕 Tiiki Brand Survey · City Issue

調查期間

2006年7月下旬~8月上旬

調查方法

インターネット調査

想定回答者

10代~60代の消費者を各年代別に、

ほぼ同数ずつ回収予定。

6地域(北海道·東北、関東、中部、近 畿、中国・四国、九州・沖縄) ごとにほ ぼ同数ずつ回収予定(集計の際には 人口の分布にあわせて再集計します)

有効回収数

約2万人(予定)

調查対象

全国の779市

調査主体

㈱ブランド総合研究所

調査協力

アイブリッジ(株)

調查項目

各市に対する評価

(認知度、魅力度、認知度、情報接触) 各市の観光に対する評価

(観光経験、観光意欲、観光資源)

各市の商品に対する評価

(購入経験、購入意欲、分野別評価) 各市の居住・イメージに関する評価

(居住経験、居住意欲、イメージ)

回答者のライフスタイル

回答者の属性 など

# スケジュール&納品物

### 9月にメディアにて発表、報告書を発行

### 調 杳

7月下旬

## 結果発表

9月上旬

9月中旬以降をメトに、 総合報告書と個別報 告書(下記参照)を作 成し、随時お届けし

9月中旬~

納 品

> 9月下旬に東京にて 結果報告会を開催し ます。また、ご希望に より出張個別報告会 を開催します。

報告会

9月下旬~

調査は7月下旬から 約2週間実施。調査 モニターに依頼メ-ルを配信し、約2万件 を回収します。

調査結果のランキン グの一部を9月上旬 に新聞、テレビ等のメ ディアで全国発表し

調査結果は、報告書にまとめて発行します。報告書に は、総合報告書と個別報告書、結果データCDの3種類

があります。 総合報告書は全779市のデータおよび各種ランキング を総合指標、各評価指標別にまとめたものです。また調

査概要や結果の全体分析についてもまとめてあります。

個別報告書は市ごとの調査結果を、豊富なグラフと表 でわかりやすくまとめたものです。また各市について書 かれた消費者の生の声も掲載しています。

業務内容や予算に応じて、 総合報告書のみ、 合報告書+個別報告書の各セットを用意しました。また、 全国を6つのエリアに分けて、そのエリア内全市のデー タをまとめた エリア版、および 全国版も用意しました。 さらに、調査結果をもとに、個別の結果報告会やコンサ ルテーション、市の課題抽出、ブランド戦略の企画立案 なども個別にお受けしますので、ぜひご相談ください。



お申し込みは申込書に記入しFAXまたは 郵送するか、弊社ホームページよりお申し込 みください。



報告書の内容について、詳し〈は中面をご覧〈ださい。

株式会社ブランド総合研究所

代表者:田中章雄(代表取締役社長)

所在地:東京都港区虎/門1-8-5 TEL :03-3539-3011(代) FAX 03-3539-3013

:2005年11月 設立 資本金:2000万円

主な事業内容:地域および企業のブランド の戦略 立案、構築、管理、情報発信

ホームページ: http://tiiki.jp/ メール :inf@tiiki.jp

# 市のプランドを様々な観点からランキング!

### 自市の魅力度の総合ランキング

総合報告書では、全779市の全指標および調 査項目の結果という豊富な調査データを一覧表 にして、各市の状況や特徴を確認することができ るようにしました。

第1部では認知度、魅力度という総合指標の全 779市のランキングを掲載。さらに、観光意欲、商 品購入意欲、居住意欲などの評価指標の上位ラ ンキング、イメージ要素ごとの上位ランキングなど 計100種類を超えるランキングを作成し、その解 説記事とともに紹介します。

第2部では779市の総合指標(認知度、魅力 度)、情報接触度、接触経路に関する全データを 都道府県ごとに詳細データまで掲載。特に情報 接触経路はドラマや映画、小説、テレビСM、 ホームページなどのメディアや情報ツールごとの 接触状況を明らかにします。

第3部では全779市の観光と居住に関するデー タを都道府県ごとに掲載。観光面は観光経験、 観光意欲、観光イメージについて調査した結果 を掲載。特に観光イメージでは、「歴史がある」 「自然や緑が豊か」「泊まりたい宿泊施設がある」 など16のポイントで市の観光の魅力を消費者が 評価した結果を掲載します。また、居住面は居 |住・通勤経験、居住意欲、市のイメージについて 調査した結果を掲載。特に市のイメージは「親し みがある」「憧れる」「環境にやさしい」など10のポ イントによる市のイメージを掲載します。

第4部では商品(地域産品)を「米」「野菜」「和 洋菓子」など食品15品目、「花」「人形」「陶磁器」 など食品以外(工芸品、工業製品など)は12品目 にわけ、品目別に商品の購入経験、購入意欲を 掲載します。

市として伝えたハイメージや評価が、実際の魅 力と合っているのか、また、最も力をいれたいポ イントがきちんと認知されているのか、など、地域 ブランドに活かしていくための具体的な指標を明 らかにします。

#### イメージ要素および商品の品目一覧

市のイメージ(10要素)

都会的である、親しみがある、憧がれる、活気がある、セン スがいい、安心できる、環境にやさしい、他にはない魅力が ある、豊かさを感じる、情緒がある

観光イメージ (16要素)

歴史がある、自然や緑が豊か、交通の便がよい・行きやす い、街並みがきれい、風情がある、おもてなしがよい、食事 がおいしい、文化・芸術が盛ん、魅力的な祭りやイベントが ある、魅力的なテーマパークや施設がある、魅力的な美術 館や博物館がある、魅力的な歴史建造物がある、泊まりた い宿泊施設がある、買いたいお土産や地域産品がある、趣 味やスポーツが楽しめる、魅力的なショップや商店街がある

商品(地域産品)の分野(食品15品目、食品以外12品目) 食品:米、野菜、豆·豆製品、穀物、果物、肉·肉製品、魚·魚 製品、乳製品、和洋菓子、漬物・佃煮、飲料、酒・地ビール ワイン、めん類、郷土料理・弁当、調味料/食品以外:花・観 葉植物、人形、陶磁器、漆器・塗り物、ガラス製品、皮革製 品、木工品、紙製品、布製品、プラスチック製品、金属製品、 その他

第1部・市の各種ランキング (以下は全ランキングの一部を抜粋したもの)

#### 観光意欲ランキング

9 市

10 J市

#### 順位 市 観光意欲 1 A市 95.5 2 B市 92.3 91.2 3 C市 89.5 4 D市 5 E市 82.3 6 F市 81.1 G市 80.2 7 8 Η市 79.8

78.8

77.7

#### 民仕音効ういまいが

店	注息欲フノヤ.	J•J	
順位	市	居住意欲	
1	A市	95.5	
2	B市	92.3	
3	C市	91.2	
4	D市	89.5	
5	E市	2 3	
8	珊	21.	
7	C i	80.2	
8	H市	79.8	
9	市	78.8	
10	J市	77.7	

順位	市	接触度
1	A市	95.5
2	B市	92.3
3	C市	91.2
4		89.5

ホームページ視聴ランキング

	13	1 × M×1×
1	A市	95.5
2	B市	92.3
	C市	91.2
4		89.5
16	_10	82.3
6	F市	81.1
7	G市	80.2
8	H市	79.8
9	市	78.8
10	J市	77.7

#### 第2部 都道府県別・779市の総合指標データ一覧 (以下はその一部を抜粋したもの)

						認知度	₹ (Q1)					魅力度	₹ (Q2)			1	青報接	触 (Q4)			情報招	触経
全国順位	エリア内順位	市名	サンプル数	よく知っている	知っている	少しだけ知って	名前だけは知っ	名前も知らない	認知スコア	とても魅力的	やや魅力的	どちらでもない	じゃない	全く魅力的じゃ	魅力スコア	た 便も見聞きし	一度だけ見聞き	全く見聞きして	情報接触スコア	ドラマや映画	イ・マンガセ	する番組に関
		単位	J	%	%	%	%	%	点	%	%	%	%	%	点	%	%	%	点	%	%	%
全国	平均	712	999	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	50.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	50.0	30.0	40.0	30.0	50.0	20.0	20.0	20.
北海	道	35市平均	999	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	50.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0		30.0	40.0	30.0	50.0	20.0	20.0	20.
	1	札幌市	999	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	8	_ ( a	8.80	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
		旭川市	999	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88		88 8.8			88.8	88.8	88.8	88.8	88.
		函館市	999	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	80.0	<u></u>	88 18. 8.8	88.8	<u>18.</u>	<u>F</u> 4	3.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
		釧路市	999	88.8	88.8	88.8		8.8	80.0	88.8	3.88	38.8	88.8	88.8		88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
		苫小牧市	999	88.8	88.8	88.88		88.8		3.8	8.8	8.8			88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
		帯広市	999	88.8	88.8	88.8		8	<u></u>	3.8 8 656	8.8	8.8	88.8		88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
		小樽市	999	88.8	88.8	88.8	88.8	_				88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
		江別市	999	88.8	88.8	88.8		8.د	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
		北見市	999	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
		室蘭市	999	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
	11	千歳市	999	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88

#### 第3部 都道府県別・779市の観光・居住関連データ一覧 (以下はその一部を抜粋したもの)

			ŧ	見光経	験 (Q6	i)		観光	意欲	(Q7)							観光地	1のイ:	メージ	(Q8)		
全国順位	エリア内順位	市名	とがあるのたこ	ことがある 1度だけ行った	とが無い 1度も行ったこ	旅行経験スコア	いが行ってみた	行ってみたい機会があれば	ないともいえ	とは思わないあまり行きたい	旅行意欲スコア	歴史がある	自然や縁が豊か	い・行きやすい交通の便がよ	街並みがきれい	風情がある	い おもてなしがよ	こっこ まい事物	んと、芸術が盛	やイベントがあ魅力的なお祭り	遊戯施設があるテー マパー クや	施設がある
		単位	%	%	%	沪	%	%	%	%	竔	%	%	%	汃	%	%	%	%	%	%	%
全国	平均		30.0	40.0	30.0	50.0	30.0	40.0	20.0	10.0	50.0	20.0	20.0	20	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0
比海	道	35市平均	30.0	40.0	30.0	50.0	30.0	40.0	20.0	10.0	50.0	20.0	20,0	20.0	20 18. 3.8	20.	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0
	1	札幌市	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	<b>™</b> <u>⊿o</u>	3.8 8	8	00.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
		旭川市	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.2		.8	8.8	8	8.8		88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
		函館市	88.8	88.8	88.8	88	-00	88,2		8	3	8 8		8.8	8.80	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
	4	釧路市	88.8	88.8	88.8	88	RR R	88.8	90	8	8	8	8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
	5	苫小牧市	88.8	88.8	88.8	88.88	00.0	8.1	88	88	88.8	88.8	8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
	6	帯広市	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	8.8	JO.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
	7	小樽市	88.8	88.8	88.8	88.8	00.0	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
	8	江別市	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
	9	北見市	88.8	88.8	8.88	8.88	88.8	88.8	8.88	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	8.88	8.88	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
	10	室蘭市	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
	11	千歳市	88.8	88.8	88.8	88.88	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.

#### 第4部 都道府県別・779市の商品(地域産品)関連データ一覧 (以下はその一部を抜粋したもの)

	l			購入経期				購入		Q14)					品 (Q12					工芸品		
全国順位	エリア内順位	市名	こごがある	たことがある一度だけ購入し	ない 購入したことが	購入経験スコア	ぜひ購入したい	購入してみたい	がない	回答のい・無	購入意欲スコア	*	野菜	果物	肉、肉製品	魚・魚製品	和洋菓子		花、観葉植物	人形	陶磁器	木工品
		単位	%	%	%	点	%	%	%	%	点	%	%	%	点	%	%	%	%	%	%	%
全国	平均		30.0	40.0	30.0	50.0	30.0	40.0	20.0	10.0	50.0	20.0	20.0	200	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20
北海	道	35市平均	30.0	40.0	30.0	50.0	30.0	40.0	20.0	10.0	50.0	20.0	20.0	2 )	20	0.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20
	1	札幌市	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.88	90.0	8	g.	3	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
	2	旭川市	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.0	88	88.	88	. 1	8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
	3	函館市	88.8	88.8	88.8	88.8	8.89	88.8	88.8	7/40	8.8	38.8	88.8	88 38.	88.0	08.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
	4	釧路市	88.8	88.8	88.8	8	-8.J	8	$=\frac{8}{5}$	3.8 8 8	8.8 .8	88. 88. 8.8 3.8	$\overline{}$	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
	5	苫小牧市	88.8	88.8	88.8	- E	00.0	88.8		.8	.8	8.66	8.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
	6	帯広市	88.8	88.8	88.8	88.88		8( (	<b>1</b>	8.53	88.8	88.8	8.80	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
	7	小樽市	88.8	88.8	88.8	88	88	88.0	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
	8	江別市	88.8	88.8	88.8	88.88	oo.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
		北見市	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
		室蘭市	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88
	11	千歳市	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88

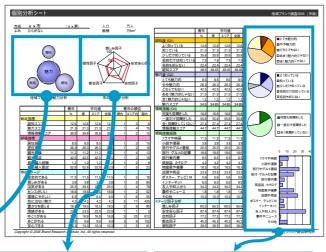
# 個別の市のブランド評価を徹底分析

#### 市の評価を1枚に集約

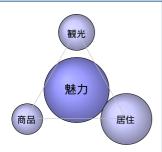
地域ブランド調査では、各市の評 価をまとめた個別報告書(10ページ 程度)を作成します。

図表でわかりやすく3枚にまとめた 「個別シート」は、市の状況が一目で 把握できるようになっています。地域 ブランドのバランスをわかりやすく図 式化したほか、市のイメージ結果を元 にブランドパーソナリティ分析を行っ た結果をチャート図化しました。そし て総合指標や評価指標と、全国およ び県内の順位を一覧表にしました。

#### 個別シート(総合指標編)



#### 地域ブランドのバランスを図式化



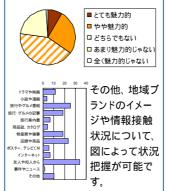
市の魅力の要素を、大きく"観 光""商品""居住"とし、それら のバランスを把握します。

#### 市のブランドパーソナリティ分析



市の地域ブランドの要素となる 因子を抽出、それらのバランス から、自市の具体的な強み・弱 みを把握することができます。

#### 各種指標のグラフ化



### 消費者属性別に詳細分析

各市に対する観光意欲や商品購入 意欲、イメージなどの評価は、消費者 の年齢別、居住地別、ライフスタイル などによって大きく異なっているもの です。そこで、個別報告書では15種 類の属性別に総合指標、イメージ、観 光、商品、居住の各評価指標の結果 を分析した豊富なクロスデータ表を、 個別市ごとに作成し、お届けします。

また貴市についてのイメージや要望 など、回答者が書いた生の声もまとめ ました。

これらの個別報告書は貴市の結果 について作成しますが、県内の全市 およびエリア(北海道・東北、関東、中 部、近畿、中国・四国、九州・沖縄)内 の全市のデータが必要な場合にはお 得な「完全データ·エリア版(データC D付き)」または「完全データ·全国版 (データCD付き)」を用意しました。豊 富なデータをぜひ地域活性化にお役 立てください。

#### 属性別のクロス分析シート

			合指		1.	1201	+ +^	4= +=	1 / 22	1 abr 1 =		報接触		(Q5) ペ自	1 - 4
	属 性	魅力ス	認知ス	情報接	ドラマ	イ 小 ・説 マ・	する番	行雑が	ド行	品贩		店頭お	聞テレビ	ヘージ体	ト そ や の 掲 ほ
		コア	7	a.	146	111	20 11	総	合指	票	36		100	青報接	触絲
							Ī	魅	認	情	۴	イ小	す旅	行雑	イが
						属 性		カー	知	報	ラ	一説	るや	・詰	ド行
	単位	点	1			EΞ		スコ	スコ	接触	マヤ	マ・ンエ	番グ組ル	グや ル新	ブノッン
全国	平均	50.0	-					7	구	取ス	映	ガッ	組ル	メ闘	2
居	北海道·東北	88.8	7					´			画	t	íc	記の	Ť
住	関東	88.8	7							ア			関	事旅	7.
地	中部	88.8	1			单	位	点	点	点	%	%	%	%	%
_	近畿	88.8	8全国	可平均	]			50.0	50.0	50.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.
	中国·四国	88.8	8 旅	年4	回以	E		88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
	九州·沖縄	88.8	8 行	年2	. 3 🗖	1		88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
年	20代以下	88.8	8 経		回程			88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
齢	30代	88.8	8 験		いない			88.8	88.8	88.8	88.88	88.8	88.8	88.8	88.
	40代	88.8	8 旅		<b>卜旅行</b>			88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
	50代	88.8	8 行		k旅行			88.8	88.8	88.8	88.88	88.8	88.8	88.8	88.
	60代以上	88.8	ヨニ		クツフ			88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
性	男性	88.8	1 9		(旅行			88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
別	女性	88.8	3 1		引りツ			88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
婚	既婚	88.8	ارا⊑			泊旅行		88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
姻	未婚	88.8	8 "			帰り旅	Έ	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
職	会社員	88.8	8			とがない		88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
業	公務員	88.8	<b>多</b> 物	よく		-13 10.0	_	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
	自由·自営業	88.8	4 産		z 行〈		_	88.8	88.8	88.8	88	88.8	00.0	88.8	88.
	専業主婦	88.8	1 展			かない	_	88.8	88.8	88.8	88.	88	88.	88.8	88.
	学生	88.8	8 /00		いない	7.401	-	88.8	88.	₹ .	8.8	38		88.8	88.
	非定職、臨時職	88.8	食		- 安/	۸.		₩.	8.8	8.8		8.6.	00.0	88.8	88.
	無職	88.8	R	<u>D</u>		塩分		3.8	1.8	2.8	3.8	3.8	88.8	88.8	88.
認	知っている	88	<b>4</b> □			=2	H	8	8	181	-	88.8	88.8	88.8	88.
知	少し+名前だけ	88	U O			1 <del>  </del>	Н	8.00		8					
	知らない	88.8	3	1世 名					88.8		88.8	88.8	88.8	88.8	88.
情	何度も見聞き	88.8	$\wedge$			加良		88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
報	一度だけ	88.8	9			題商品	1	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
	見聞きなし	88.8	3 準	-	70 12	えいもの	_	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
居	住んでいる	88.8	3 非		上 安/		_	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
住	かつて住んだ	88.8	食			高性能		88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
	経験なし	88.8	8 88		<u> </u>			88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
観	複数回経験あり	88.8	8 0	10.00	1やす	_		88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
光	1度だけ	88.8	8購		色への		_	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
	経験なし	88.8	<u> </u>			珍しさ		88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
商	複数回購入あり	88.8	8基		3店や		'名	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
品	1度だけ購入	88.8	8 準			題商品		88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.
	購入経験なし	88.8	1_	とに	かくま	えいもの	)	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.8	88.

### 総合報告書の目次

第1部 市のランキング 779市の総合ランキング 魅力度ランキング 認知度ランキング 地域のイメージランキング 地域のイメージランキング 観光経験ランキング 観楽音欲ランキング 地域のイメージランキング 観光経験ランキング 商品購買経験ランキング 商品購買経験ランキング 居住経験ランキング 居住経験ランキング 「情報経路の接触度ランキング(14種類) ドラマや映画、小説・エッセイ・マング 要素 地域の観光イメージ別ランキング(16要素) 歴史がある、自然や緑が豊か など 市のイメージある、類しみがる。憧がれる など 商品の品目別購入差線ランキング(16品目) 来 野菜 豆 豆製品、穀物、果物、佃煮、 魚・魚製品、乳製品、和洋菓子、漬物・佃煮、 飲料(ジュース・お茶・水)、河・地ピール・ワイン めん類(苦ば・うどめ、ラーメン)、郷土料四・ のより、の品目別購入経験ランキング(16品目) 来 19歳品、乳製品、和洋菓子、漬物・佃煮、 飲料(ジュース・お茶・水)、河・地半料中・ がん類(苦ば・うどめ、ラーメン)、郷土料日 調味料(醤油=別購入経験ランキング(12品目) 花・観葉植物、人形(離人形・かぶと・ごけしなど) 陶磁器、漆器・塗り物、ガラス製品(衣服・着物・ (カバン・財布・靴など)、木工品(衣服・着物・ (カバン・財布・靴など)、木工品(衣服・着物・ (カバン・財布・靴など)、木工品(衣服・着物・ 田飯部・物など、ブラスチック製品、金属製品(包 丁・鍋など)、その他の製品

第2部 都道府県別·総合指標データ一覧 認知度

認知度 魅力度 情報接触度 情報接触経路の接触度(14種類) ドラマや映画 小説・エッセイ・マンガなど、旅や グルメに関する番組、雑誌や新聞の旅行・グルメ 関連記事、旅行パンフやガイドブック、通販カタロ グや商品パンフット、物産展や催事(イベント)な ど、百貨店やスーパーの店頭および商品、テレビ CMや新聞雑誌の広告、市町村や都道府県のホ ームページ、そのほかのサイトや掲示板など、 ボスターやチラシ、友人や知人・家族から、事件 やニュース

第3部 都道府県別・観光・居住関連データ

店は庭歌 居住意欲 市のイメージ(10要素) 都会的である、親しみがある、憧がれる、活気が ある、センスがいい、安心できる、環境にやさしい 他にはない魅力がある、豊かさを感じる、情緒が

をある 観光経験 観光きか (16要素) 歴史がある、自然や緑が豊か、交通の便がよい、行きやすい、街並みがされい、風情がある、おもてないがよい、食事がおいしい、文化・芸術が盛ん、魅力的な祭りやイベントがある、魅力的なデーマパークや施設がある、魅力的な歴史建造物がある、泊まりたい宿泊施設がある、買いたいお土産や地域産品がある、趣味やスポーツが楽しめる、魅力的なショップや商店街がある

第4部 都道府県別・商品(地域産品)関連データ 商品購入経験(全体) 商品購入発望(全体) 食品の品目別購入経験(15品目) 食品の品目別購入経験(15品目) 食品の品目別購入意欲(15品目) 米、野菜、豆・豆製品、穀物、果物、肉・肉製品、 魚・魚製品、乳製品、和洋菓子、漬物・佃煮、 飲料(ジュース・お茶・水)、酒・地ビール・ワイン めん類(そば・うどん・ラーメン)、郷土料理・弁当 調味料(醤油・味噌・塩)、その他の食品 食品以外の品目別購入経験(12品目) を記以外の品目別購入経験(12品目) で・観葉植物、人形(離人形・かぶと・こけしなど)、 陶磁器、漆器、塗り物、ガラス製品、皮革製品 (カバン・財布・靴など)、木工製品(衣服・着物・服 飯)、おい物など、ブラスチック製品、金属製品(包丁・ 鍋など)、その他の商品

第5部 回答者のライフスタイルと属性 旅行スタイル別旅行頻度 物産展や特産品への参加経験 食品を選ぶ際の留意点 食品以外の商品を選ぶ際の留意点 | | (年齢、性別、未既婚、子供の有無職業、居住地)

### 個別報告書の目次

地域ブランドのパランス分析グラフ 市のブランドパーソナリティ分析グラフ 総合指標の調査結果と平均(全国、エリア、県) 総合指標の責市の順位(全国、エリア、県) 認知スコア、魅力スコア、情報接触スコア、居住経 験、居住意欲、観光経験、観光意欲、購入経験 (全体)、購入意欲(全体)、市のイメージ 評価指標の調査結果とグラフ 情報経路別の接触度、観光イメージ、地域産品の 品目別の購入経験・品目別の購入意欲 品目別の購入経験・品目別の購入意欲 市のイメージに関する回答者からの自由意見 市のイメージに関する回答者からの自由音見

観光

# 魅力

# 地域ブランド戦略の 高品 お手伝いをします。

株式会社ブランド総合研究所は、 地域密着型コンサルティングの経験を活かし、 これから地域ブランドを導入しようと考えている方々、 あるいは既に導入されている方々に対し、 調査と合わせ、最適なプログラムを用意し、 成功へと導くサポートを致します。

お問合せ先

株式会社ブランド総合研究所

TEL: 03-3539-3011 FAX: 03-3539-3013

E-mail: survey@tiiki.jp

http://tiiki.jp/