

地域ブランド調査について

<出典：株式会社ブランド総合研究所>

【調査概要】

■ 調査の考え方

「ブランド」とは、対象に対する消費者からの好意的な「評価」と「期待」であることから、「地域ブランド調査」においては、全国各自治体に対する消費者からの評価や期待を調査ポイントとしながら、「居住」、「観光」、「製品の購入」という3つの場面・要素から魅力度全国ランキングを算出している。

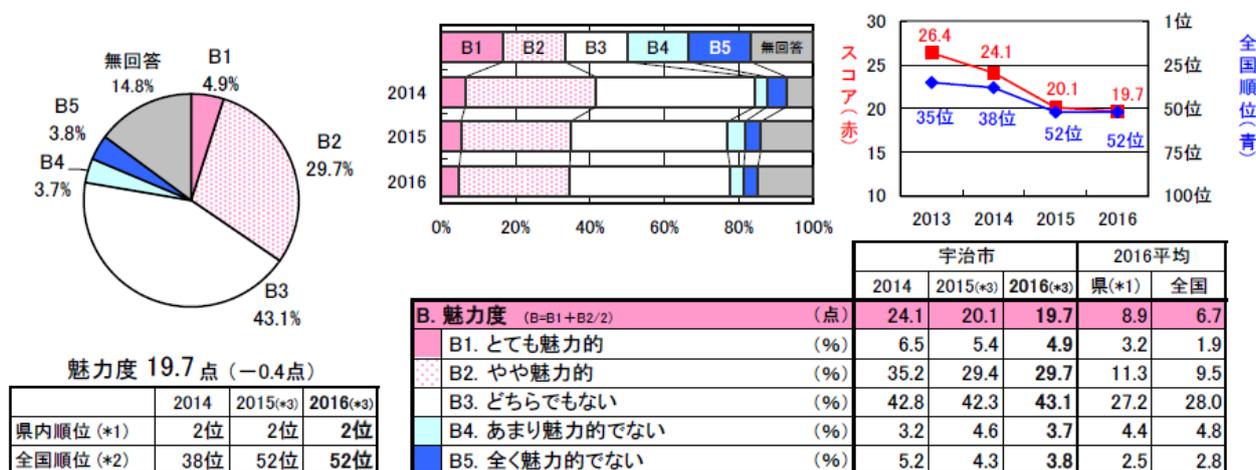
■ 調査概要

- 調査方法 : インターネット調査
 回答者 : 年齢20歳代～70歳代の消費者（各年代別にほぼ同数ずつ配信）
 有効回答者数 : 30,372人
 調査時期 : 2016年6月24日～7月30日
 調査対象 : 1,000市区町村
 ・790市（2016年4月時点での全市）
 ・東京都特別区23区
 ・187町村

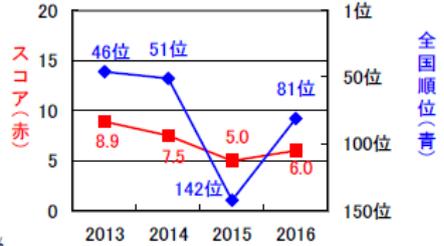
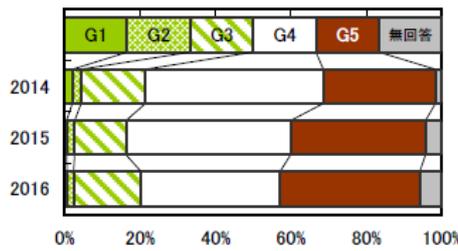
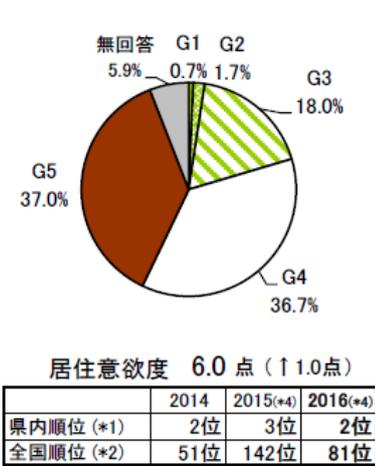
<地域ブランド調査 魅力度全国ランキング>

「宇治市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、地域ブランド調査の魅力度全国ランキングについては、全国29位を目標としている。

平成28年度の全国順位は52位であり、今後目標の順位を達成するためには、宇治茶以外の商品購入意欲度を上げる取組の他、居留意欲度や観光意欲度についても順位を上げる必要がある。

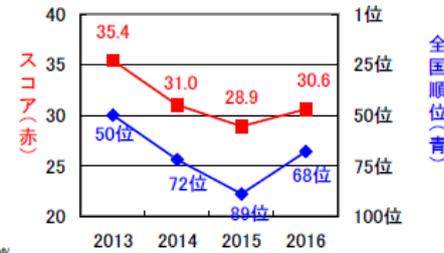
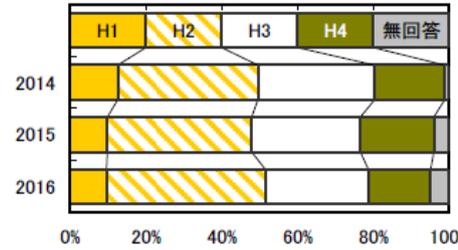
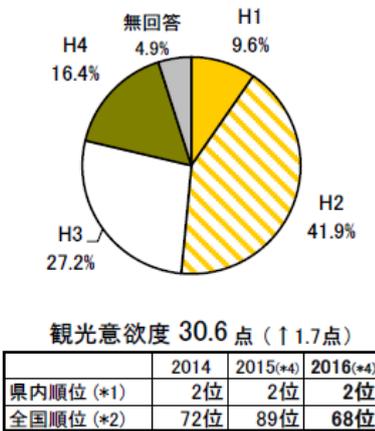


○居住意欲度



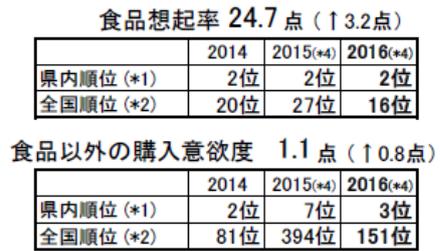
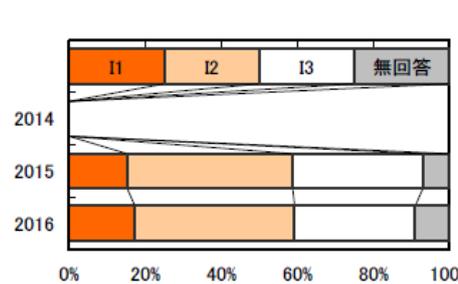
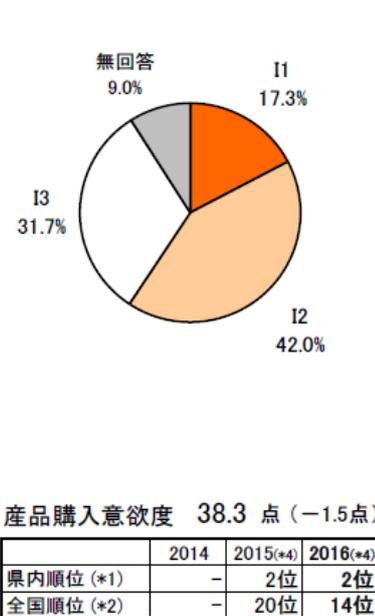
	宇治市			2016平均	
	2014	2015(*4)	2016(*4)	県(*1)	全国
G. 居住意欲度 (F=F1+F2/2+F3/4) (点)	7.5	5.0	6.0	4.3	3.4
G1. ぜひ住みたい (%)	2.1	0.6	0.7	0.9	0.7
G2. できれば住みたい (%)	2.3	2.1	1.7	2.1	1.8
G3. 住んでもよい (%)	17.1	13.6	18.0	9.2	7.0
G4. どちらともいえない (%)	47.1	43.6	36.7	37.2	36.5
G5. あまり住みたくない (%)	29.7	35.8	37.0	45.0	47.1

○観光意欲度



	宇治市			2016平均	
	2014	2015(*4)	2016(*4)	県(*1)	全国
H. 観光意欲度 (G=G1+G2/2) (点)	31.0	28.9	30.6	19.7	16.6
H1. ぜひ行ってみたい (%)	12.5	9.8	9.6	6.1	4.4
H2. 機会があれば行ってみたい (%)	37.0	38.1	41.9	27.1	24.3
H3. どちらともいえない (%)	30.8	28.7	27.2	32.9	35.1
H4. あまり行きたいとは思わない (%)	18.5	19.4	16.4	28.0	29.0

○産品購入意欲度



	宇治市			2016平均	
	2014	2015(*4)	2016(*4)	県(*1)	全国
I. 産品購入意欲度 (点)	-	39.8	38.3	23.0	21.1
I1. 具体的にある (%)	-	15.3	17.3	4.4	2.8
I2. いいものがあれば買いたい (%)	-	43.5	42.0	37.2	36.6
I3. ない (%)	-	34.2	31.7	48.2	50.4
産品想起率 (J+K) (点)	31.6	21.9	25.8	6.8	4.6
J. 食品想起率 (J=J1×J2) (点)	28.9	21.5	24.7	5.6	3.8
J1. 想起率 (*3) (%)	25.5	20.4	23.4	5.0	3.4
J2. 平均想起数 (*4) (個/人)	1.13	1.05	1.05	1.09	1.11
K. 食品以外想起率 (K=K1×K2) (点)	2.6	0.3	1.1	1.2	0.8
K1. 想起率 (*3) (%)	1.8	0.3	1.1	1.2	0.8
K2. 平均想起数 (*4) (個/人)	1.42	1.00	1.00	1.02	1.04