

地域ブランド調査2021 調査項目一覧

2021.09 ブランド総合研究所

調査項目	概要
認知度	各地域の認知状況について5段階で回答。
魅力度	各地域に対する評価について5段階で回答。
情報接触度	各地域について過去一年間の情報接触状況を3段階で回答。
情報接触経路	前問の結果を受け、「ドラマや映画」など14項目で情報に接した項目を回答（複数回答可）
地域コンテンツの認知	各地域について認知している事柄について「海・山・川・湖などの地理的名称」など17項目で該当する項目を回答（複数回答可）
地域の特性	各地域について想起される地域特性について「歴史・文化のまち」など14項目で該当する項目を回答（複数回答可）
地域のイメージ	各地域について想起されるイメージについて「親しみがある」など14項目で該当する項目を回答（複数回答可）
地域資源評価	各地域で魅力的と考える資源について「海・山・川・湖など自然が豊か」など17項目で該当する項目を回答（複数回答可）
居留意欲度	各地域に対する居留意欲について5段階で回答。
訪問目的	各地域への過去5年間の来訪経験について「観光・行楽」など5項目に回答。また、上記5項目とは別に項目「訪れたことはない」を設け、「訪問率（％）」を算出（100％-「訪れたことはない」）。
観光意欲度	各地域に対する観光意欲について4段階で回答。
産品想起率（食品）	各地域から想起・購入意欲のある食品名を最大3品目自由記述で回答
産品想起率（食品以外）	各地域から想起・購入意欲のある食品以外の産品名を最大3品目自由記述で回答

地域ブランド調査2021 複数回答可設問の項目一覧

2021.09 ブランド総合研究所

設問	項目
情報接触経路	ドラマや映画・アニメなど
	小説・エッセイ・マンガなど
	旅やグルメに関するテレビ番組
	旅行・グルメに関する記事やガイドブックなど
	旅行・観光情報サイト
	ネットショッピングや通販カタログなど
	アンテナショップや物産展、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
	自治体のホームページやSNS、動画など
	ポスターやチラシ
	友人や知人・家族から
	事件やニュース
	その他のメディア
地域コンテンツの認知	海・山・川・湖などの地理的名称
	地区などの地理的名称
	商業施設や公共施設など
	地域固有の祭りやイベント等
	観光親善大使（著名人）
	出身又は当地拠点のアイドルやタレント
	行政の首長（知事や市長など）
	ご当地キャラクター（ゆるキャラなど）
	プロスポーツのチームや選手
	アマチュアスポーツのチームや選手
	ご当地グルメ・伝統料理
	地名の付いた農林水産品
	地名の付いた加工食品
	地名の付いた伝統工芸品・日用品など食品以外の商品
道の駅や農産品直売所	
世界遺産や日本遺産	
その他	
地域の特性	歴史・文化のまち
	学術・芸術のまち
	観光・レジャーのまち
	スポーツのまち
	国際交流のまち
	環境にやさしいまち
	デザインやセンスの良いまち
	住民参加のまち
	教育・子育てのまち
	健康増進・医療福祉のまち
	農林水産業が盛んなまち
	地場産業が盛んなまち
	IT・先端技術のまち
	生活に便利・快適なまち

設問	項目
地域のイメージ	あこがれる
	美しい（きれい）
	変化がある
	多様性がある
	安らぐ
	親しみがある
	歴史がある
	明るい
	楽しい
	にぎやか
地域資源評価	活気がある
	若々しい
	新しい
	先進的
	海・山・川・湖などの自然が豊か
	魅力的な温泉やレジャー施設・公園などがある
	スポーツの参加・観戦が楽しめる
	魅力的な伝統芸能、祭り、イベントがある
	魅力的な街並みや歴史建造物がある
	歴史人物、著名人、職人などにゆかりがある
魅力的な美術館・博物館がある	
訪問目的	買いたい土産や地域産品がある
	優れた伝統的技術がある
	魅力的な商店街や店舗がある
	地元産の食材が豊富
	食事がおいしい
	現居住地からの交通が便利
	地域内の交通が便利
	泊まりたい宿泊施設がある
	人のよさや優しさ、おもてなしがよい
	地域を代表する産業や企業がある
行楽・観光のため	
ビジネス（出張等）のため	
親戚・家族・友人の訪問のため	
居住や通学通勤している・していた	
その他	
訪れたことはない※	

※「訪れたことはない」は「訪問率（%）」
（100% - 「訪れたことはない」）で利用。