

地域ブランド、「うどん県」香川が 14 位に浮上、「くまモン」人気で熊本県も上昇！ “応援消費”が復興を加速 震災 2 年ふんばり見せた東北地域 —「地域ブランド戦略サーベイ 2013」発売—

2013 年 5 月 7 日
株式会社日経リサーチ

株式会社日経リサーチ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:中村 良)は全国各地の地域のブランド力などを多角的に調査・分析した報告書「地域ブランド戦略サーベイ 2013」を「地域編」と「名産品編」の 2 分冊で発売しました。

この調査はブランド力や認知度、魅力点など様々な観点から地域ブランドを評価し、ランキング化したもので、今回が 4 回目となります。測定対象は「地域編」が今回から新たに対象に加えた 99 の町村を含む都道府県・主要な市区町村など合計 765、「名産品編」が 360 ブランドです。

ランキングの一部は 5 月 6 日付日本経済新聞で「地域ブランド調査」として紹介されました。

「地域ブランド戦略サーベイ」の特長は

- ◎都道府県や市区などの地域名称の「地域編」と、「名産品編」の 2 本立て。
- ◎当社独自の測定指標「地域ブランド PQ」で各地域ブランドの実力を容易に比較できる。
- ◎過去 2 回分(今回は 2010 年と 2008 年)の調査結果も収録、ブランド力の推移が把握可能。
- ◎訪問経験者の満足度を調査。また地元都道府県民による評価も調査、全国評価とのギャップも明確に。

また、今回の報告書から、調査結果の注目ポイントについて、当社リサーチャーが執筆した独自の分析記事を、報告書巻頭のカラーページに特集として掲載しています。

- ☆「うどん県」の香川、「くまモン」の熊本など、ブランド戦略が話題になった県の順位に変動は？
- ☆震災後、岩手・宮城・福島の前被災地 3 県など東北地方の地域ブランド力に生じた変化とは？
- ☆都道府県ランキングで最も上昇した意外な県のユニークなブランド戦略とは？(「地域編」のみ)
- ☆「B1 グランプリ」で注目のご当地グルメはご当地を救えるのか？(「名産品編」のみ)

など興味深いテーマを取り上げています。

本調査は地域ブランドの何がどのように評価されているのか、どのような取り組みがブランド構築に有効かなどを明らかにすることで、各地域ブランドの現状と課題を見える化し、価値を高めるためのヒントを提供します。地域ブランド化を通じて地域振興に取り組んでおられる自治体や地域活性化を後押しする企業の担当者、研究機関の方など幅広くご利用いただけます。

ご提供方法 : 報告書および CD-ROM

価 格 : 各編 78,750 円(税込み)です。

詳しくは、日経リサーチの「地域ブランド戦略サーベイ」のホームページ

(<http://www.nikkei-r.co.jp/service/branding/area-brand4.html?20130507b>)をご覧ください。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社日経リサーチ

事業開発本部マーケティング部 担当:岡

TEL: 0120-980-181 (平日 9:00~18:00) FAX: 03-5296-5124

E-mail: area_brand@nikkei-r.co.jp よりお願いいたします。