

## e - モニター「地域ブランドに関するアンケート」の結果報告

地域ブランドに関するアンケートを実施した結果について次のとおり報告します。

同アンケートの内容及び回答集計については、e - モニターのホームページ(下記リンク先)をご覧ください。

<http://www.e-kocho.pref.mie.jp/monitor/index.html?a=top;result&id=31>

実施期間 平成19年12月12日から平成20年1月15日まで

回答者数 686人(モニター数1041人) 回答率65%

回答者の属性

|     |    |            |
|-----|----|------------|
| 男女比 | 男性 | 357人 (52%) |
|     | 女性 | 329人 (48%) |

|     |      |            |
|-----|------|------------|
| 年代別 | 20代  | 75人 (11%)  |
|     | 30代  | 176人 (26%) |
|     | 40代  | 159人 (23%) |
|     | 50代  | 164人 (24%) |
|     | 60代  | 89人 (13%)  |
|     | 70以上 | 23人 (3%)   |

アンケート結果について

【地域ブランドの認知度】

Q1では、「地域ブランド」という言葉を聞いたことがあるか尋ねたところ、74%(511名)の方が聞いたことがあると答えています。

Q2では、どのような「地域ブランド」を知っているか自由記入していただいたところ、松阪牛、伊賀牛、伊勢茶など三重県の物産を記入された方が多く、三重県以外では、宮崎県の地鶏が多かったです。

【地域ブランドのイメージ】

Q3では、地域ブランドから何を思い浮かべるか尋ねたところ、90%(621名)の方がその土地の特産品と答えています。これは、Q2の回答においても、地域の特産品などの名称を挙げられた方がほとんどで、京都や北海道など地域名を記入された方はごく僅かだったことと一致します。

Q4では、自治体が地域ブランドに取り組むことについて尋ねました。

34%(587名)の方が地域の活性化に役立つ、27%(470名)の方が各地の特色がよくわかる、18%(309名)の方が自治体は積極的に取り組むべきであると回答しています。(複数回答)

また、一時のブームに終わらせない、厳密に管理すべき等々の意見もありました。

以上のことから、地域の特産品等のブランド化を図り、地域の活性化を推進していくことが行政に求められていると言えます。

#### 【三重ブランドの認知度】

Q5では、「三重ブランド」という言葉を聞いたことがあるか尋ねたところ、36% (252名)の方が聞いたことがあると答えた一方、63% (434名)の方が知らないと答えています。

Q6では、どのような「三重ブランド」を知っているか自由記入していただいたところ、三重ブランドとなっていない米や野菜、お菓子等の名称を記入された方も散見され、Q5で知っているという回答のあった36%より下回ることが分かりました。

このことから、効果的な三重ブランドのPR、情報発信に取り組む必要があることが分かりました。

#### 【三重ブランドの代表性】

Q7では、三重ブランドのホームページ<http://www.miebrand.jp/>を見ていただいたうえで、三重ブランドに認定されている品目が三重県を代表するものと思うかを尋ねました。

77% (535名)の方が認定品は三重県を代表するものであると答えていただきましたが、18% (126名)の形がどちらとも言えないと答えています。

三重ブランド認定品以外にも有名な県産品はあります。全国的に有名だからといって三重ブランドに認定される訳ではありません。

三重ブランド認定委員会による厳しい審査を経て、三重ブランド認定基準に適合すると認められたものだけを三重ブランドとして認定しています。

#### 【三重ブランドの認定】

Q8では、品目とその生産者を三重ブランドとして認定していることについてどう思うか尋ねました。

70% (482名)の方が両方を認定するのは妥当、17% (122名)の方が品目だけで良いと答えています。

三重ブランド認定制度の特徴として、県産品とその生産者をセットで認定していることが挙げられます。これは、責任の所在を明らかにし、信頼性の確保に努めている証であります。

### 【三重ブランドのイメージ】

Q9では、三重ブランドのイメージを尋ねました。

59% (406名)の方が、品質等を三重県が保証したものであるを選択し、次いで27% (191名)の方が、少数精鋭でブランド展開すべきであると答えています。

その他の意見として、安全性、信頼性の確保のため情報開示や検査等の必要を求める意見もありました。

食品等の表示問題など消費者の安全安心を求める声が強いことがはっきりと示されました。

三重ブランド認定事業者と協働して、三重県も信頼性の確保に努めていきます。

### 【三重ブランドの推薦】

Q10では、県民の皆さまがどのような県産品を三重ブランドに相応しいと思っているのか教えていただくために、三重ブランドに推薦したい品目等を尋ねました。

その回答で多かったのは、伊勢うどん、桑名のはまぐり、伊賀牛などでしたが、既に認定されている松阪牛、伊勢茶などを記入された方もありました。また、伊勢神宮や熊野古道など観光地を推薦していただいた方もあります。

三重ブランド認定制度は、生産者からの申請主義とし、その対象を県産品としていますので、建物や地名などは認定の対象外となります。

また、「自然を生かす技術(人と自然の力)」を三重ブランドのコンセプトとしていますので、推薦いただいたものが三重ブランドに認定されるとは限りませんので、ご了承ください。

地域ブランドに関するアンケートの結果は、以上のとおりです。

お忙しいなか、ご協力いただいたe - モニターの皆さま、ありがとうございました。

皆さまの貴重なご意見を今後の三重ブランド推進事業に反映させていただきますので、応援をよろしくお願い申し上げます。

事務担当

マーケティング室ブランドG

電話 059-224-2391

FAX 059-224-2558

[miebrand@pref.mie.jp](mailto:miebrand@pref.mie.jp)

<http://www.miebrand.jp/>