

地域ブランド研究会 事業報告

研究会主査 竹 林 明
【和歌山大学観光学部教授】

本研究会の目的は、和歌山県下の地域のマーケティングあるいはブランディングにおいて、その地域の住民が果たす役割を明らかにすることである。

地域のマーケティングを考える場合、顧客として一般に想定されるのは、①訪問者、②住民・勤労者、③企業、④製品の購入者という 4 種類の顧客群である。本研究は中でも住民の位置づけとそこで果たされる役割に注目する。住民は、地域にとって直接の顧客ともなりうるが、一方で訪問者などの外部顧客に対して、地域の魅力を左右する要因ともなりうるからである。

本研究は、マーケティング、人的資源管理論、経営組織論の知見を融合することによって、地域と住民と外部顧客との関係性のモデル構築および実証を行ない、地域の魅力向上すなわちブランド価値向上に対する各地域住民の位置づけの明確化を目指すものである。なお、本研究会は「おもてなし研究会」の成果を敷衍する研究との位置づけでもある。

具体的な研究の方法としては、和歌山県内を中心に若年層（とくに高校生）に対するアンケート調査（「住民意識と地域ブランドに関する調査」回答数約 6,000）を実施し、地域ブランドに関する地域間格差についての分析を行った。調査および分析の結果は、報告書として取りまとめた。なお、研究会は後述のメンバーの参加のもとで進められた。日時及び議題、出席者は次の通りである。

研究会開催状況：

2015 年 6 月 23 日 13:30－15:15 8 名

議題：研究会の概要説明、研究の基本的枠組み、今後の予定について

出席者（敬称略、順不同）：大門忠志、塩路慎一、竹田茉耶（和歌山社会経済研究所）、山下佳奈（和歌山商工会議所）竹林明（主査）、佐々木壮太郎、上野美咲、上野山裕士（和歌山大学）

2015 年 7 月 30 日 10:00－11:30 10 名

議題：調査項目案の報告と研究の方向性、今後の予定について

出席者（敬称略、順不同）：大門忠志、塩路慎一、竹田茉耶（和歌山社会経済研究所）、山下佳奈（和歌山商工会議所）竹林明（主査）、佐々木壮太郎、竹田明弘、柳到亨、上野美咲、上野山裕士（和歌山大学）

2015 年 10 月 21 日 16:30－18:00 7 名

議題：調査の内容、調査票の配布分担、今後の予定について

出席者（敬称略、順不同）：竹田茉耶（和歌山社会経済研究所）、山下佳奈（和歌山商工会議所）竹林明（主査）、佐々木壮太郎、佐野楓、上野美咲、上野山裕士（和歌山大学）

2016 年 2 月 26 日 10:50－12:20 9 名

議題：質問紙調査の回収状況報告、分析のたたき台提示、報告書役割分担、今後の予定について

出席者（敬称略、順不同）：大門忠志、塩路慎一、竹田茉耶（和歌山社会経済研究所）、山下佳奈（和歌山商工会議所）竹林明（主査）、佐々木壮太郎、竹田明弘、上野美咲、上野山裕士（和歌山大学）

2016 年 3 月 30 日 10:30－12:00 5 名

議題：データの分析結果、報告書の構成（役割分担）について

出席者（敬称略、順不同）：大門忠志、（和歌山社会経済研究所）、竹林明（主査）、竹田明弘、上野美咲、上野山裕士（和歌山大学）

報告書の目次は以下の通りである。

目次

はじめに

第 1 章 本研究の視点と意図

第 2 章 地域価値向上と住民意識

1. 地域価値の多面性
2. 多面性な評価の取り組み
3. 地域にとって顧客とは
4. 地域価値評価の経路
5. 住民意識調査

第 3 章 調査概要と結果・単純集計

1. 調査概要
2. 調査結果

第 4 章 和歌山県内高校生及び一般の地域間分析

第 5 章 近畿圏における住民意識調査の比較

1. 概要
2. 居住地域の自己評価
3. 居住地域の自己認識
4. 自己評価と自己認識のギャップ

5. 和歌山県の状況と今後に向けて

おわりに

付録(質問票)

メンバー：

竹林 明(代表)	和歌山大学観光学部教授
佐々木 壮太郎	和歌山大学観光学部教授
竹田 明弘	和歌山大学観光学部准教授
佐野 楓	和歌山大学観光学部准教授
柳 到亨	和歌山大学経済学部准教授
大門 忠志	和歌山社会経済研究所研究部長
塩路 慎一	和歌山社会経済研究所主任研究員
竹田 茉耶	和歌山社会経済研究所研究委員
山下 佳奈	和歌山商工会議所企業支援部企画・街づくり支援室室長
中谷 正隆	和歌山商工会議所企業支援部企画・街づくり支援室室長補佐
日浦 孝祉	和歌山商工会議所企業支援部企画・街づくり支援室主事
上野 美咲	和歌山大学経済学部特任助教
上野山裕士	和歌山大学観光学部特任助手