

2014.12.12

富士市ブランド調査報告書

富士市 産業経済部 観光課
富士山・シティプロモーション推進室

目次

調査設計	2
調査結果	3
1 富士市認知・訪問経験	4
2 富士市／その他エリアイメージ	5
3 富士市のブランド資産、価値	12
4 富士市の資産認知・魅力度	15
5 富士市訪問意向／滞在訪問意向／居住意向／継続居住意向	20
6 富士市の魅力	24
現状分析まとめ	25
(参考) 富士山について	28

■ 調査目的

■ 調査地域

■ 調査手法

■ 調査対象/サンプル数

■ 調査実施日

■ 調査実施機関

富士市の資産の認知・魅力を、インナー／アウターの視点から把握し、シテプロモーションを推進する施策立案に生かす。

【インナー】 富士市

【アウター】 富士市以外静岡県／山梨県／首都圏

インターネット調査

20～60代男女

(対象者条件:アウターは「富士市」認知者に絞る)

富士市		回収数
男性	20代	35ss
	30代	29ss
	40代	45ss
	50代	43ss
	60代	29ss
女性	20代	30ss
	30代	56ss
	40代	57ss
	50代	25ss
60代	6ss	
		(TOTAL355ss)

富士市以外静岡県		回収数
男性	20代	33ss
	30代	33ss
	40代	33ss
	50代	33ss
	60代	33ss
女性	20代	30ss
	30代	33ss
	40代	33ss
	50代	33ss
60代	33ss	
		(TOTAL330ss)

山梨県		回収数
男性	20代	33ss
	30代	33ss
	40代	33ss
	50代	33ss
	60代	33ss
女性	20代	33ss
	30代	33ss
	40代	33ss
	50代	33ss
60代	27ss	
		(TOTAL324ss)

首都圏		回収数
男性	20代	33ss
	30代	33ss
	40代	33ss
	50代	33ss
	60代	33ss
女性	20代	33ss
	30代	33ss
	40代	33ss
	50代	33ss
60代	33ss	
		(TOTAL330ss)

全体		回収数
男性	20代	134ss
	30代	128ss
	40代	144ss
	50代	142ss
	60代	128ss
	女性	20代
30代		155ss
40代		156ss
50代		124ss
60代	99ss	
		(TOTAL1339ss)

2014年7月11日(金)～16日(水)

電通マクロミルインサイト

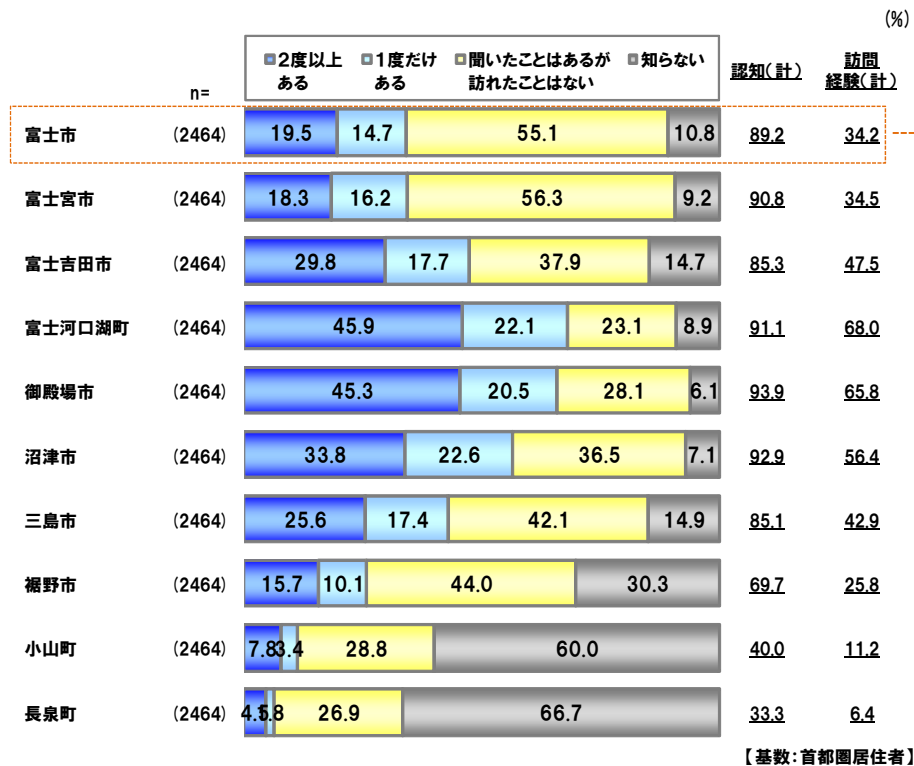
調查結果

1 富士市認知・訪問経験

- 首都圏居住者において、富士市は9割の人に認知されており、訪問経験は3割半ば。他エリアを見ると、「富士河口湖町」と「御殿場市」への訪問経験が高い。
- 性年代別にみると、男性の訪問経験が女性に比べてやや高い。

SQ4.あなたはこれまでに、以下の地域を訪れたことがありますか。

●首都圏居住者の各エリア認知・訪問経験



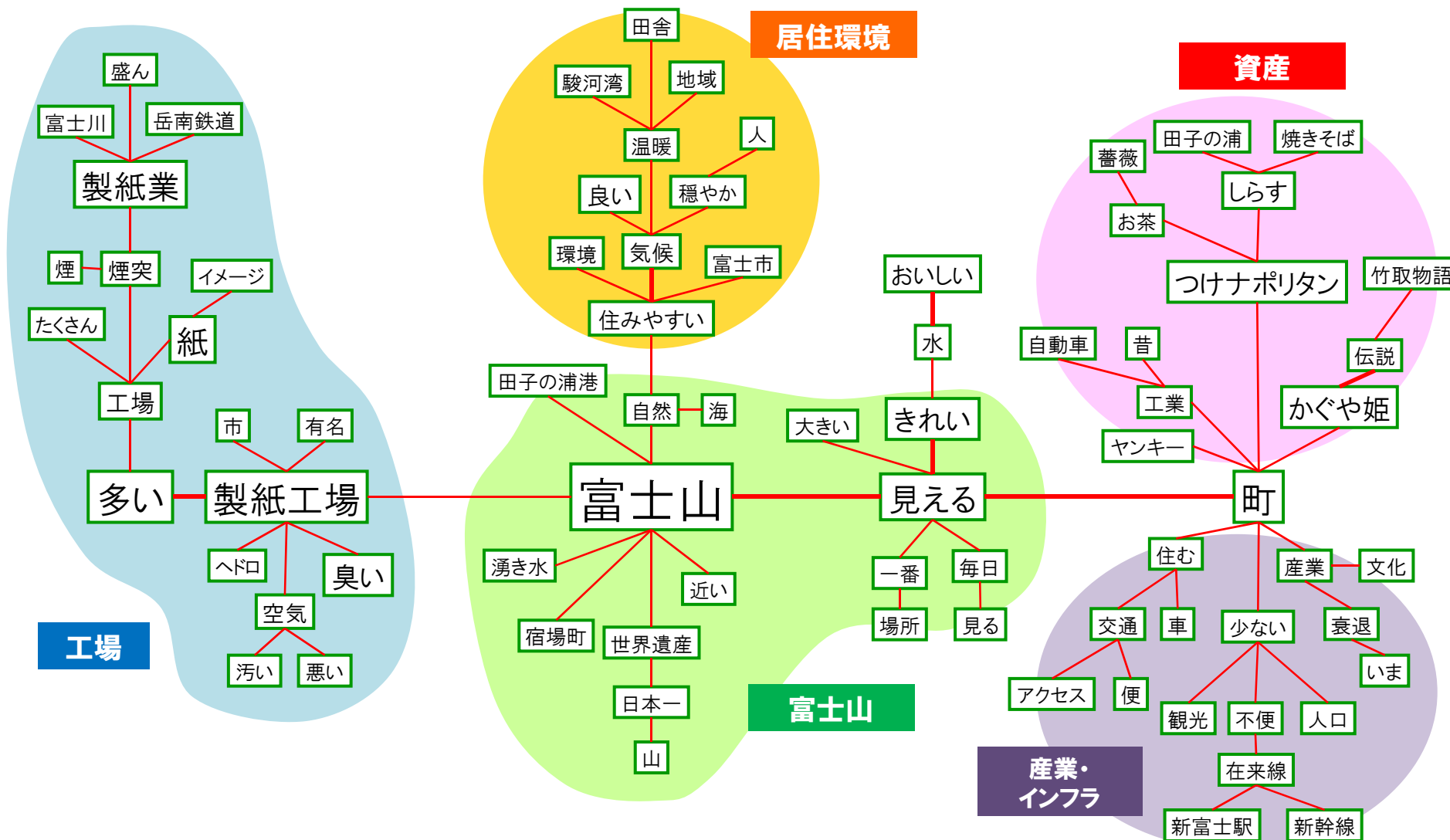
●首都圏居住者の富士市認知・訪問経験詳細(性年代別)



2-① 富士市イメージ (各エリア居住者から見た富士市)

- 富士市居住者にとって、富士市から連想することは『富士山』と『製紙工場』が大きく、それに続くかたちで『住みやすさ』や『つけナポリタン』、『かぐや姫』など他の資産も想起される。
- 『富士山』については、「富士市からきれいに見える」という印象を持っている様子。

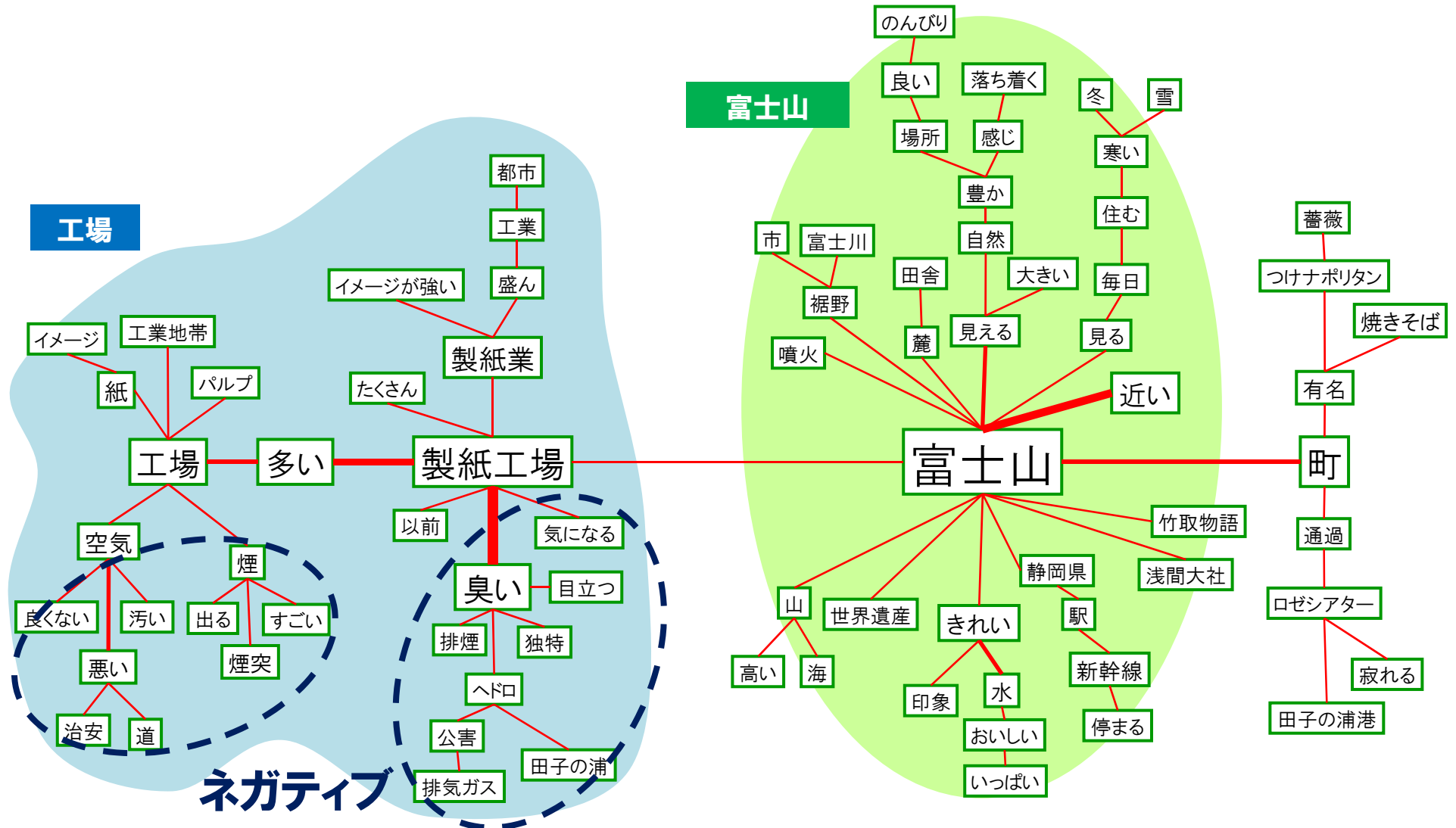
Q5. 『富士市』について連想される事柄やイメージを、自由にご記入ください。



2-① 富士市イメージ (各エリア居住者から見た富士市)

- 富士市以外の静岡県居住者にとって、富士市は『富士山』と『製紙工場』とのイメージが大きく、その他の資産の想起は少ない。
- 『製紙工場』については、富士市居住者と比べて「臭い」「空気が悪い」などのネガティブなイメージがやや多くみられる。

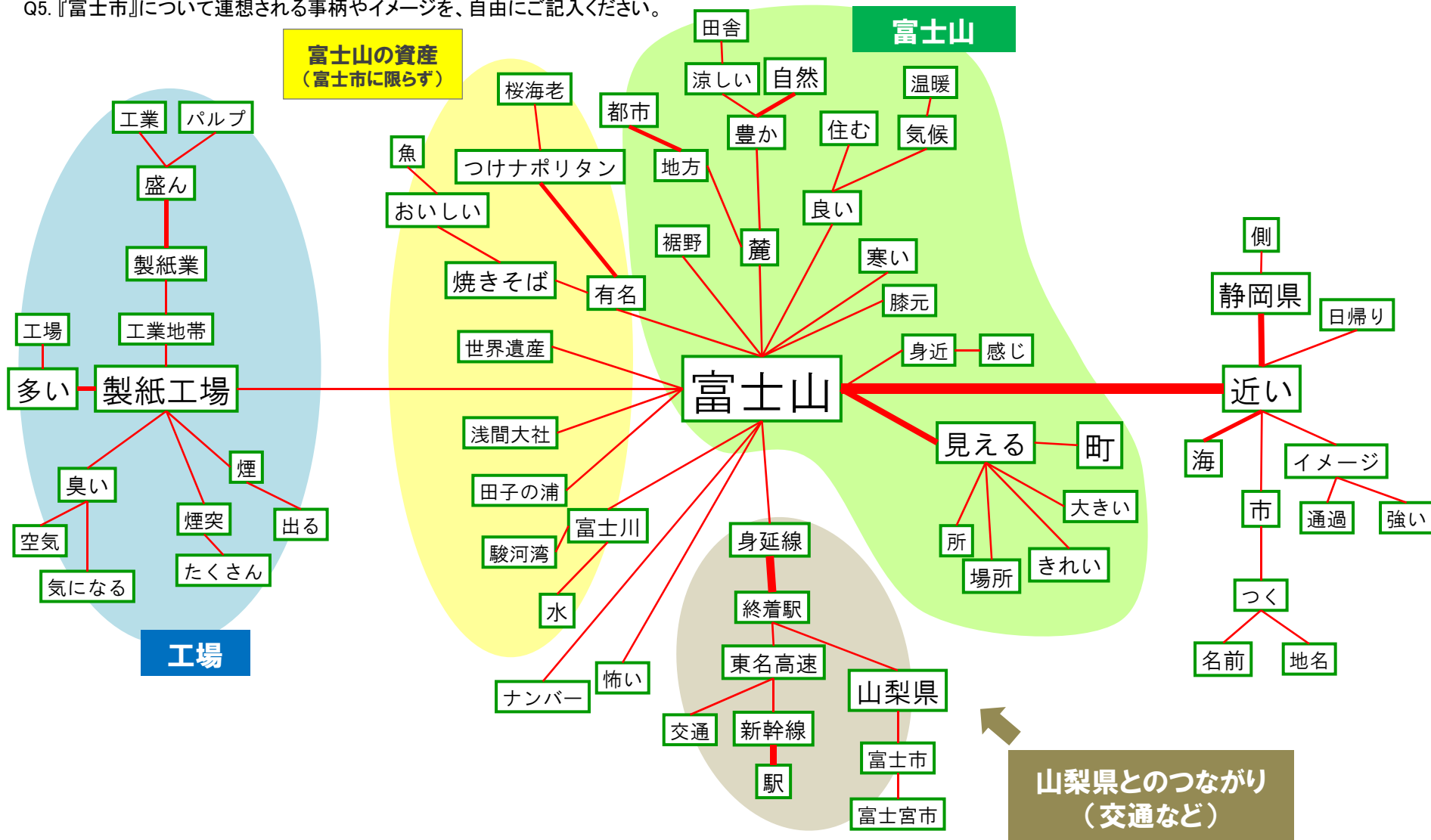
Q5. 『富士市』について連想される事柄やイメージを、自由にご記入ください。



2-① 富士市イメージ (各エリア居住者から見た富士市)

- 山梨県居住者にとって、富士市は『富士山』のイメージが大きく、『製紙工場』のイメージはあるものの、その他の資産については、富士市独自の資産というよりも、富士山周辺の資産が想起されている。
- そのほか、富士市が身延線の終着駅であることもあり、近いなど富士市とつながりを感じている。

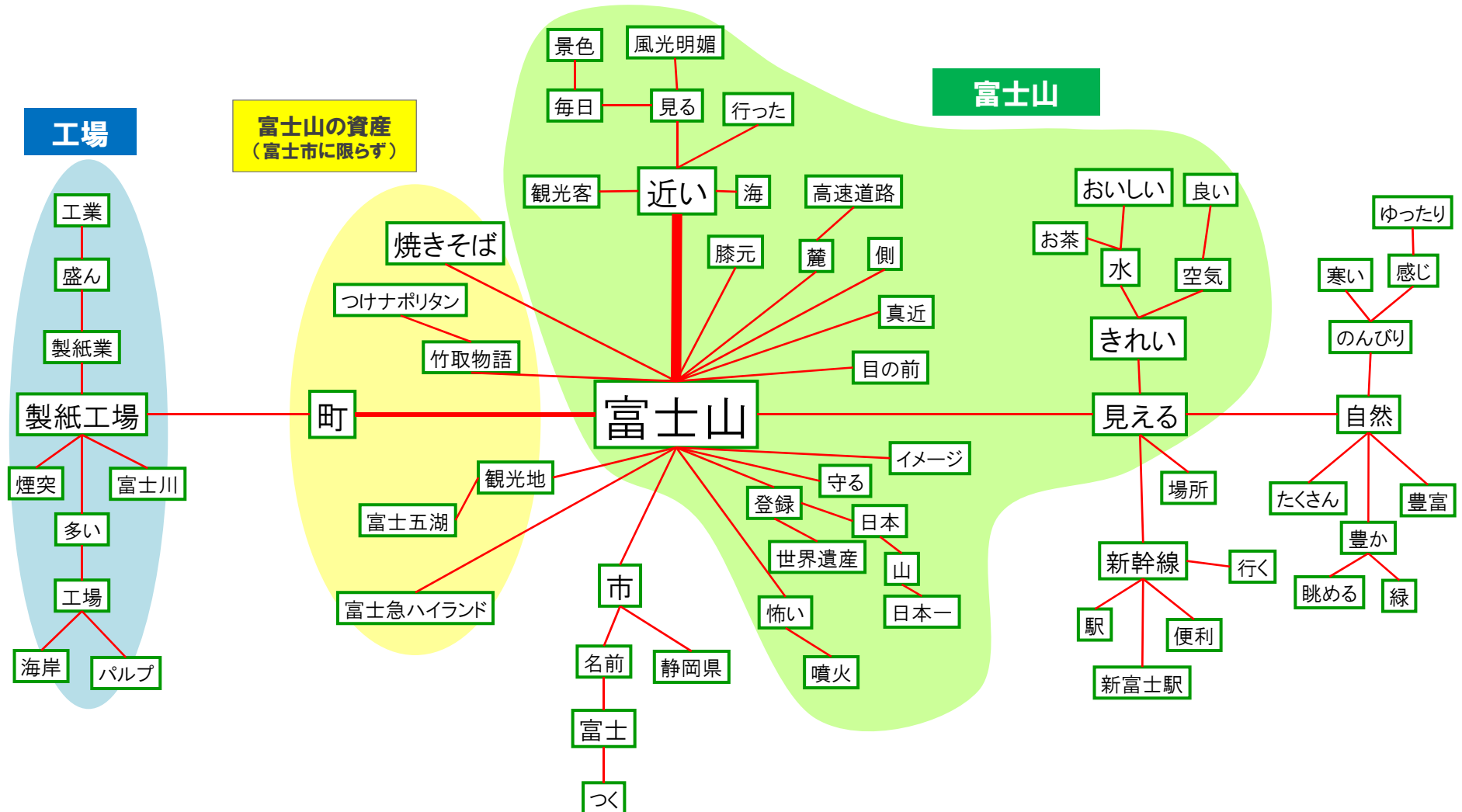
Q5. 『富士市』について連想される事柄やイメージを、自由にご記入ください。



2-① 富士市イメージ (各エリア居住者から見た富士市)

- 首都圏居住者にとっても、富士市からは『富士山』の連想が大きく、想起される資産は富士市ではなく富士山周辺のものが見られる。この傾向は山梨県居住者よりもやや強く、首都圏の人にとって富士市は“富士山の麓のまちのひとつ”という認識がもたれていると思われる。
- また、新富士駅があることから、「富士山⇄見える⇄新幹線」とつながっており、新幹線から見える景色も印象に残っている様子。

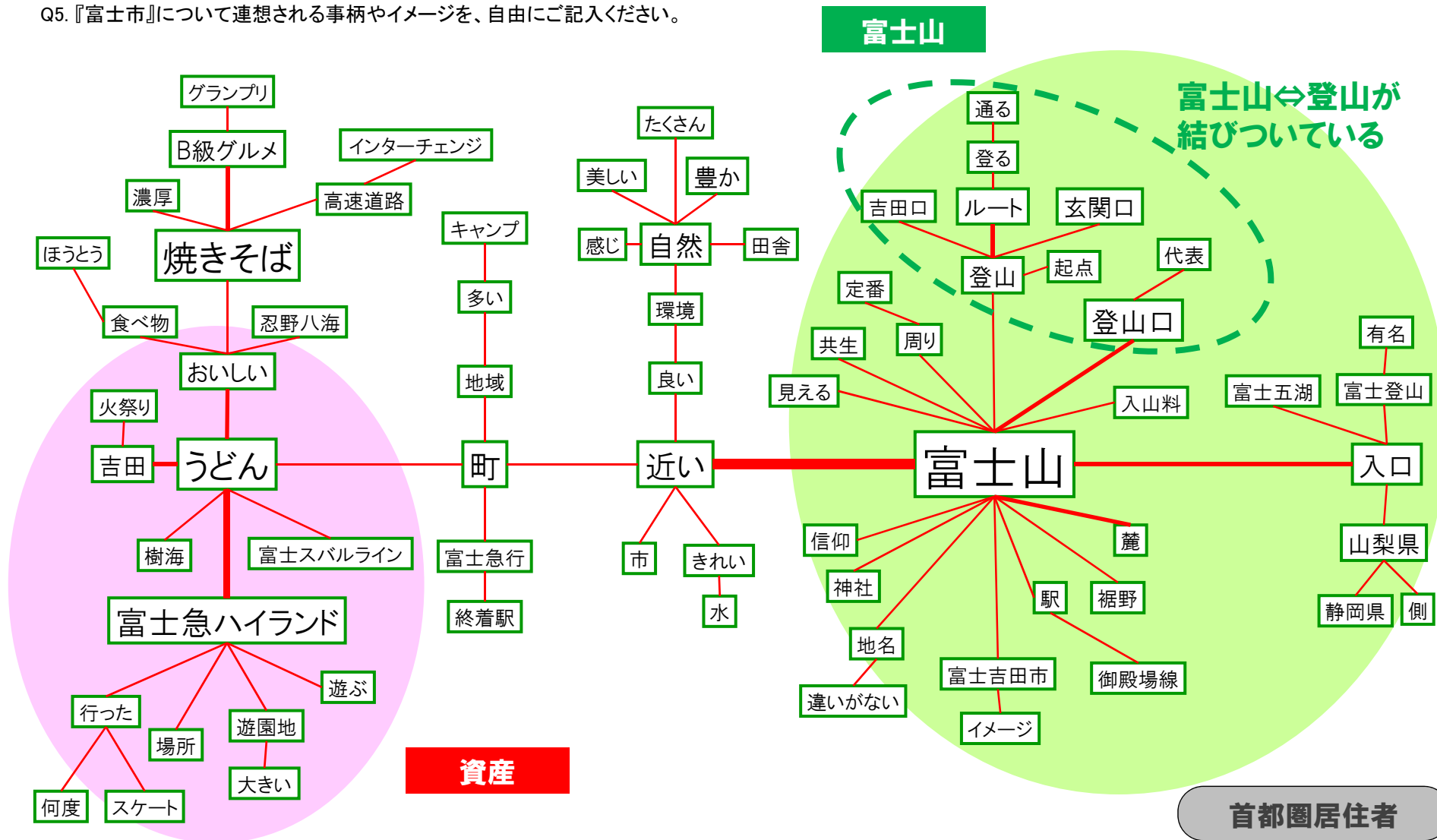
Q5. 『富士市』について連想される事柄やイメージを、自由にご記入ください。



2-② その他エリアイメージ

- 富士吉田市は、『富士山』のほか、『うどん』『富士急ハイランド』など富士吉田市の資産の想起がみられる。
- さらに『富士山』に関しては、『登山』と結びついており、“富士登山→富士吉田市”という認識につながっていることが想定される。

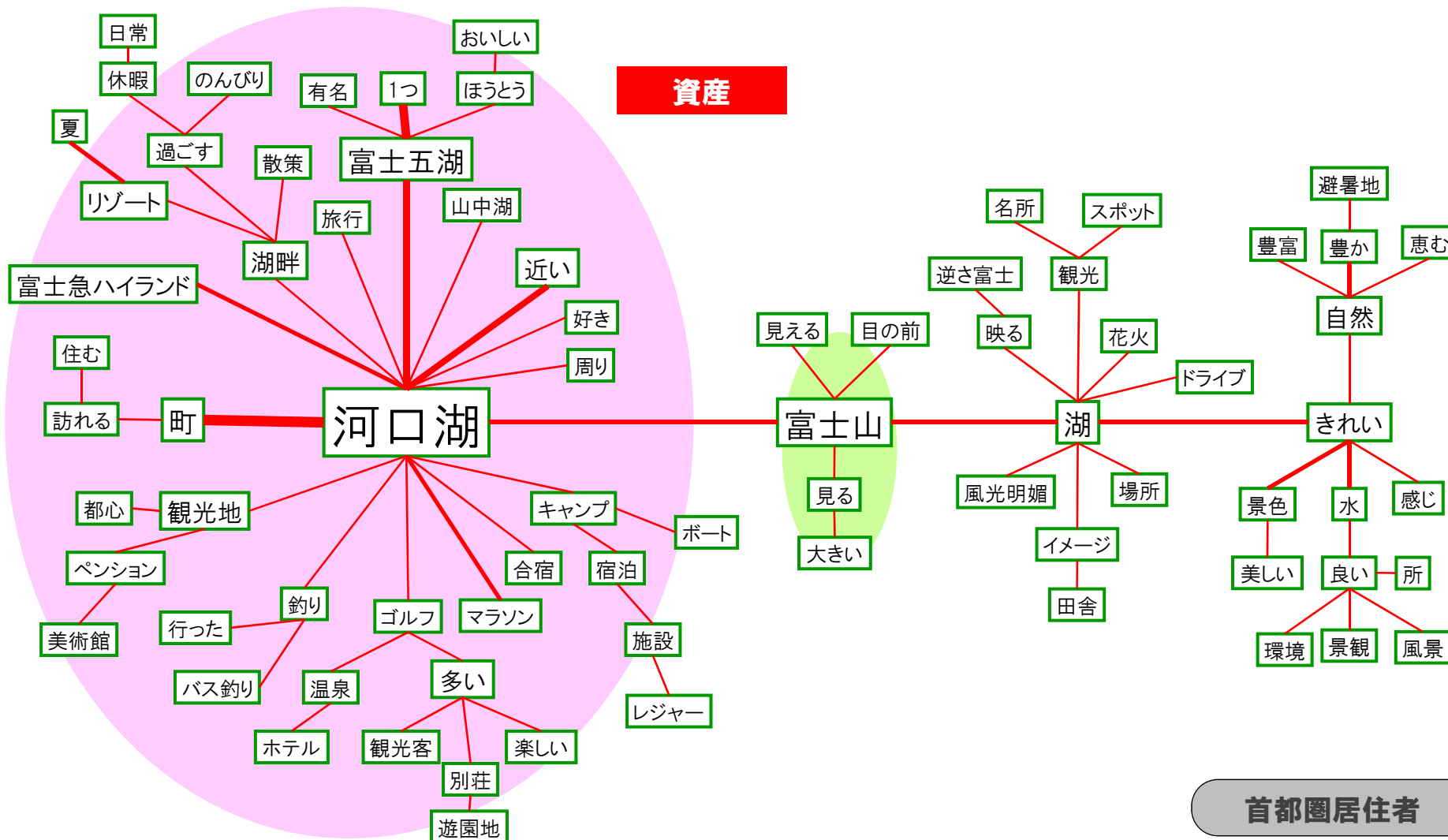
Q5. 『富士市』について連想される事柄やイメージを、自由にご記入ください。



2-② その他エリアイメージ

- 富士河口湖町から想起されることは、『富士山』よりも『河口湖』が大きい。
- その他『富士五湖』などの湖関連の資産や、『ゴルフ』『キャンプ』などアウトドア・遊び関連の資産が多い。

Q5. 『富士市』について連想される事柄やイメージを、自由にご記入ください。



3 富士市のブランド資産、価値

ブランド資産

歴史的文化資産	古(いにしえ)や歴史を感じさせる場所があると思う
	歴史上有名な物語があると思う
	地域に受け継がれている独自の芸術、伝統芸能があると思う
生活資産	子育てしやすい環境であると思う
	物価が高くなく、生活費の負担が少ないと思う
	家(一戸建て)を取得しやすい環境であると思う
経済インフラ資産	働く場が充実していると思う
	地域内での交通機関が発達していて、移動に便利だと思う
	経済・商業の中心となる産業があり、地域の活性化に貢献していると思う
食文化資産	食べ物がおいしいと思う
	おいしい料理屋があると思う
	地域特有の特産品(農産物、海産物、畜産物、酒など)があると思う
コミュニティ資産	住民同士が交流できる場所や機会があると思う
	住民と訪問者が触れ合うことができる雰囲気があると思う
	多様な価値観や趣味を持った人たちの交流の場所や機会があると思う
自然資産	美しい公園や自然施設があると思う
	美しい街並みがあると思う
	豊富な自然があると思う

ブランド価値

関係絆価値	その地域に住む人、集まる人たちの価値観に共感・共鳴できると思う
	人とのふれあいを感じられると思う
	訪問者を暖かく受け入れる土地柄だと思う
自己実現価値	感性が刺激されると思う
	人生観を変えることができると思う
	誇りを感じられると思う
ゆとり価値	経済的にゆとりのある暮らしができると思う
	精神的にゆとりを持った生活ができると思う
	ストレスの少ない生活ができると思う
感覚価値	神秘的な気分になれると思う
	原風景を思い起こさせられると思う
	日常から開放された気分になれると思う

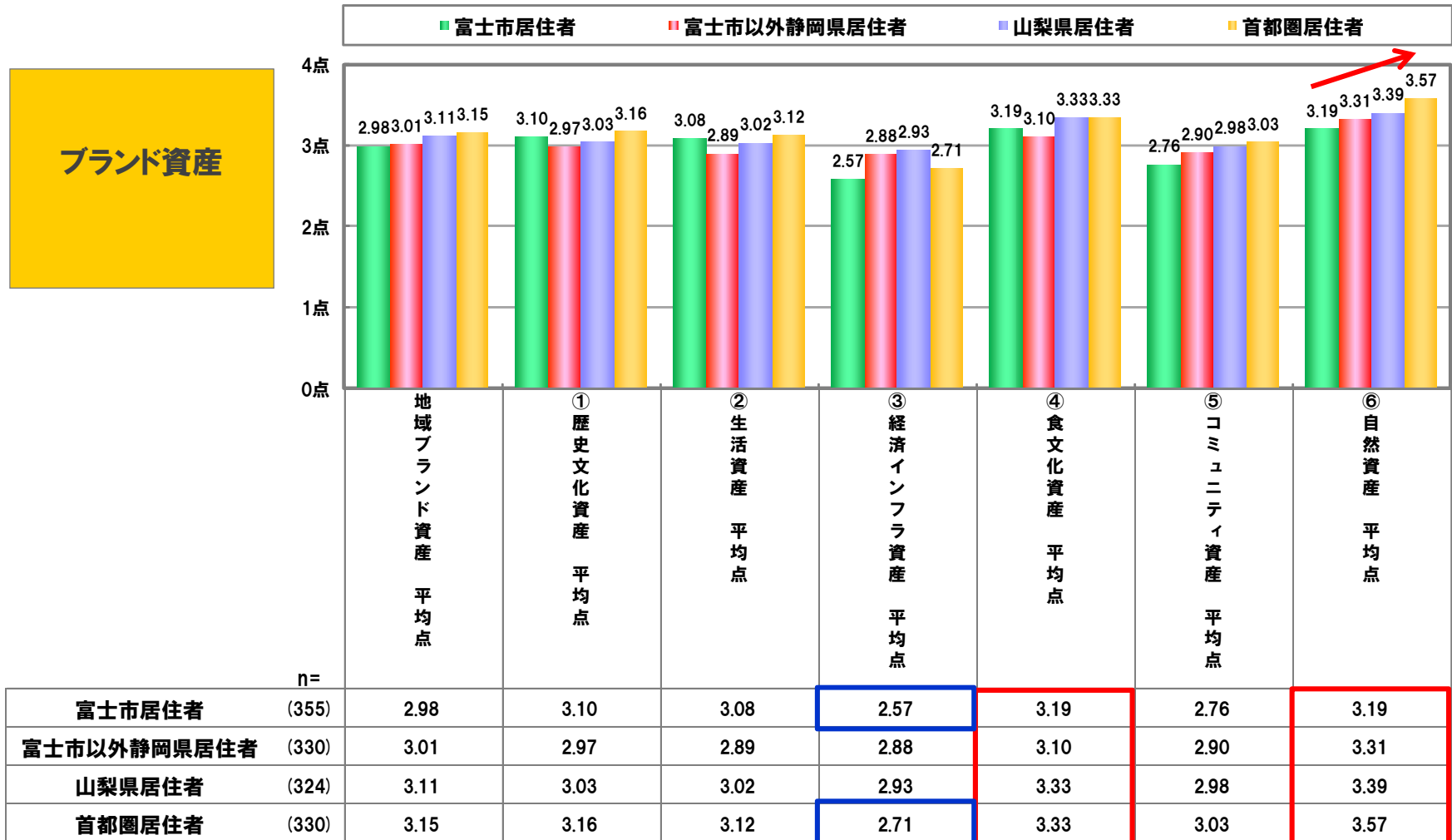
回答に以下得点付けを行い、各資産/価値ごとに平均点を算出。

- ・そう思う 5点
- ・ややそう思わない 4点
- ・どちらでもない 3点
- ・あまりそう思わない 2点
- ・そう思わない 1点

3-① 富士市のブランド資産 (各エリア居住者から見た富士市のブランド資産)

- 富士市のブランド資産について、富士市居住者と富士市居住者以外どちらについても『自然遺産』『食文化資産』の認識・評価が高い。全体的に富士市居住者の認識よりも、山梨県、首都圏居住者の評価は高い。特に『自然遺産は』首都圏居住者で評価が高い。
- 一方、首都圏居住者にとって『経済インフラ』の評価はやや低く、これについては富士市居住者自身の評価も低い。

Q6. 『富士市』は、どのようなところだと思いますか。次の各項目について、あてはまるものを1つずつお知らせください。



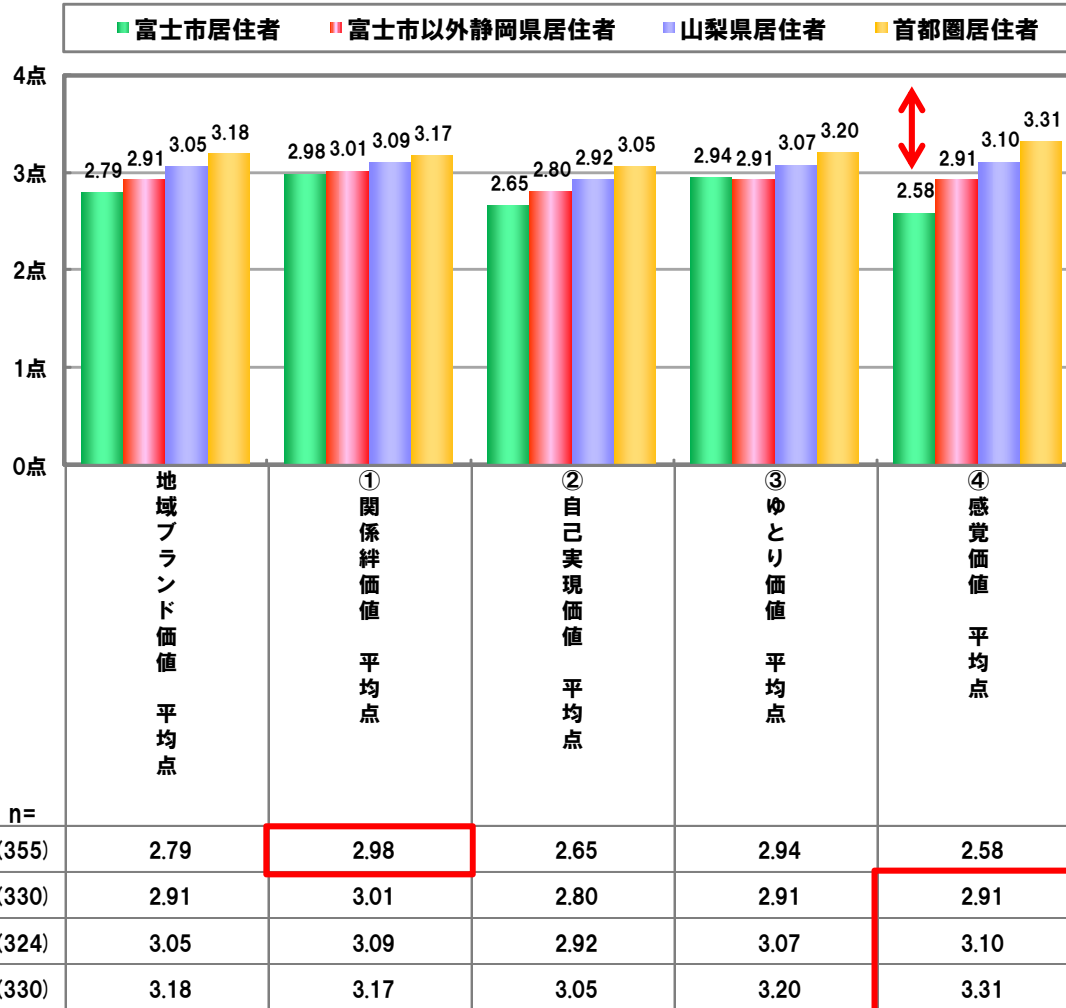
【基数：富士市居住者/富士市認知者】

3-② 富士市のブランド価値 (各エリア居住者から見た富士市のブランド価値)

- 富士市居住者が思う富士市のブランド価値については、『関係絆価値』が最も高く、『感覚価値』が最も低い。
- 一方、首都圏、山梨県居住者では『感覚価値』の評価が最も高く、富士市居住者の認識との間に差が見られる。

Q7.では、『富士市』について、どのようなイメージを抱いていたり、訪れるとどのような気分になると思いますか。次の各項目について、あてはまるものを1つずつお知らせください。

ブランド価値



n=	富士市居住者 (355)	富士市以外静岡県居住者 (330)	山梨県居住者 (324)	首都圏居住者 (330)
地域ブランド価値 平均点	2.79	2.91	3.05	3.18
① 関係絆価値 平均点	2.98	3.01	3.09	3.17
② 自己実現価値 平均点	2.65	2.80	2.92	3.05
③ ゆとり価値 平均点	2.94	2.91	3.07	3.20
④ 感覚価値 平均点	2.58	2.91	3.10	3.31

【基数:富士市居住者/富士市認知者】

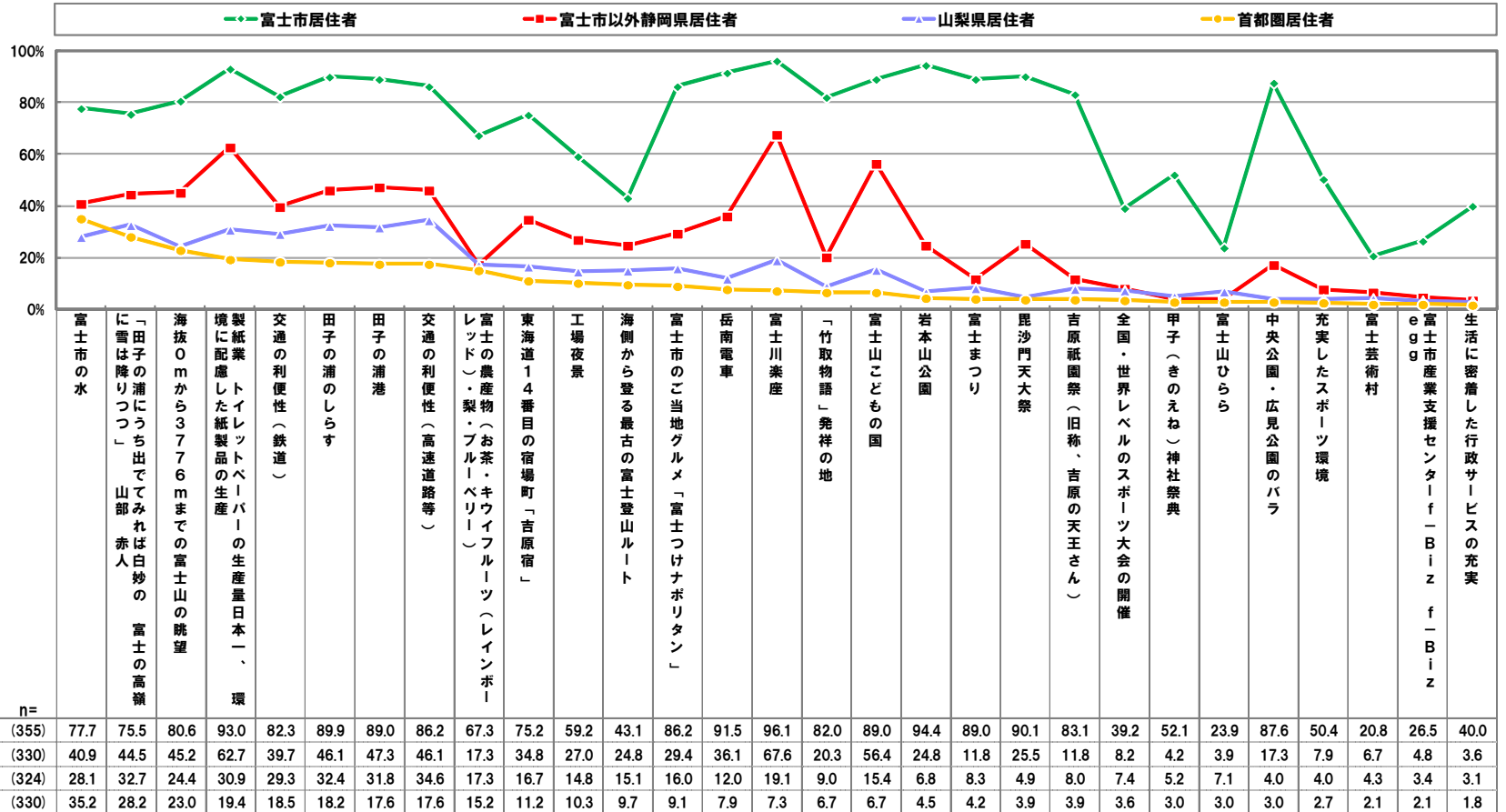
4-① 富士市の資産認知

- 首都圏居住者では、富士市の資産は全体的に認知は低い様子。「富士市の水」の認知が最も高く、「山部赤人の歌」が続く。代表的産業である「製紙業」については、静岡県居住者には半数以上で認知されているものの、山梨県、首都圏居住者で認知は低い。
- 「海側からの富士山ルート」や「富士山ひらら」などは、富士市居住者においても他の資産と比べて認知率はやや低い。

Q8. 『富士市』の名所、特産、イベント、取り組みなど次の項目について、どの程度ご存じですか？それぞれについて、あてはまるものをお知らせください。

グラフの項目並び順
↓
グラフは首都圏居住者の認知率が高い順にソート

●TOP2:「よく知っている」+「知っている」のスコア



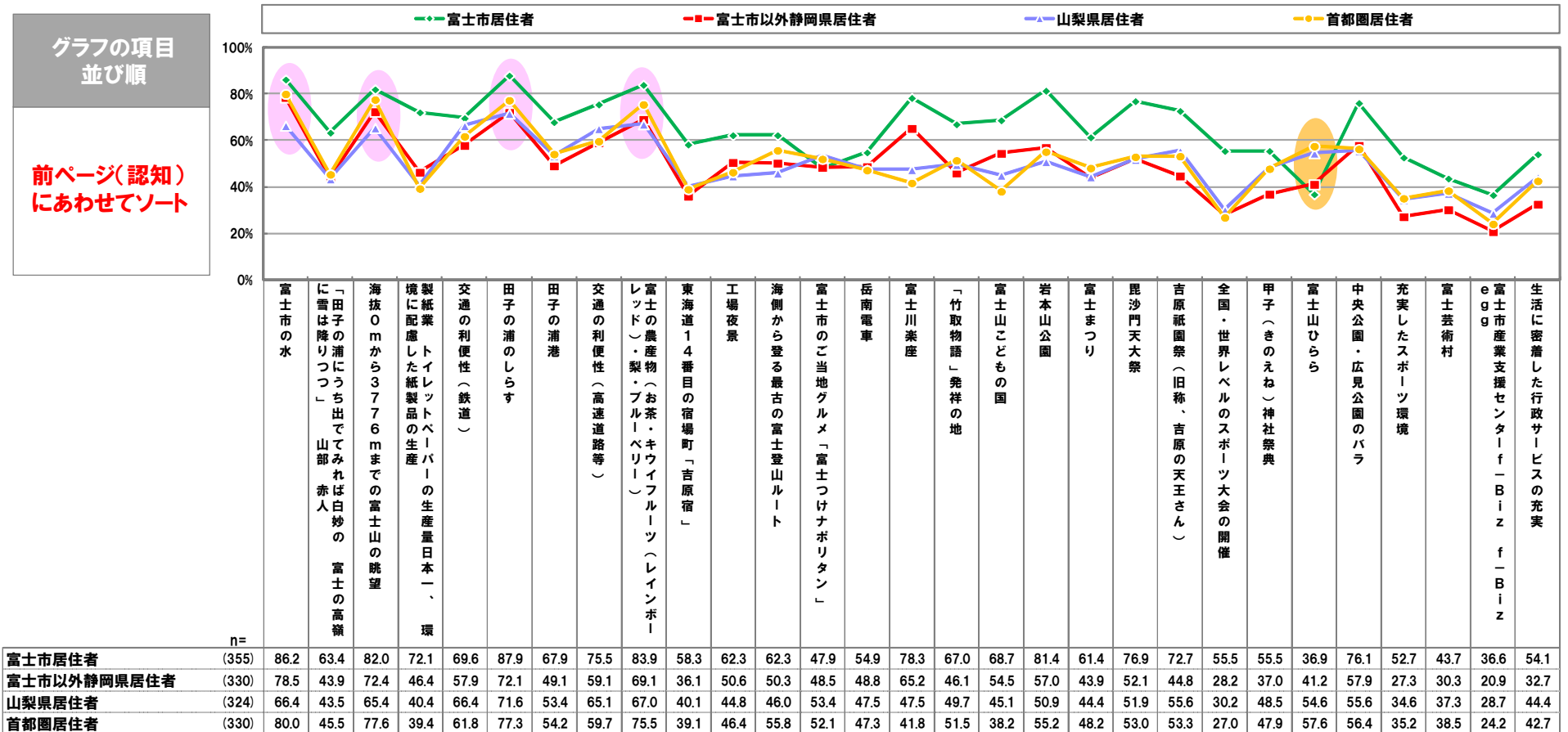
【基数：対象者全体】

4-② 富士市の資産魅力度

- 首都圏居住者において、最も認知されていた「富士市の水」は魅力度も高い。そのほか「富士山の眺望」や「田子の浦のしらす」、
「富士の農産物」は、認知は低かったものの、魅力度は高い。
- また、「富士山ひらら」は、静岡県外居住者(山梨/首都圏)では魅力を感じられている様子。

Q9.引き続き、『富士市』の名所、特産、イベント、取り組みなどについてお伺いします。次の項目について、あなたはどの程度魅力を感じますか。それぞれについてお知らせください。

●TOP2:「魅力を感じる」+「やや魅力を感じる」のスコア



【基数:対象者全体】

4-③ 富士市の資産×魅力度

- 『田子の浦港やしらす』、富士山関連の『水』、『眺望』に加えて富士の農産物は認知・魅力ともに全体的に高い。
- 富士市以外で認知されていないが魅力度は高いものとしては、『毘沙門天大祭』や、『岩本山公園』『中央公園・広見公園』などの自然関連の資産がみられる。また、『つけナポリタン』や『富士山ひらら』は静岡県内では魅力度は低めだが、山梨県・首都圏の人の魅力度は高い。

▼富士市の資産を、富士市及び他エリアの認知・魅力度によって分類。

全体的に認知・魅力度が高い	田子の浦のしらす	現状の富士市の魅力を構成する資産	
	田子の浦港		
	富士市の水		
	海拔0mから3776mまでの富士山の眺望		
	富士の農産物(お茶・キウイフルーツ(レインボーレッド)・梨・ブルーベリー)		
富士市と富士市以外静岡県のみ認知・魅力度が高い	富士川楽座	静岡県内で評価される資産	
	富士山こどもの国		
富士市のみ認知・魅力度が高い	製紙業 トイレットペーパーの生産量日本一、環境に配慮した紙製品の生産	→ 富士市の誇り・自慢	
魅力度が高くない資産	富士市以外の全体的に	毘沙門天大祭	今後浸透させていくことによって富士市の魅力UPが期待される資産
		岩本山公園	
		中央公園・広見公園のバラ	
	首都圏と山梨県のみ	吉原祇園祭(旧称、吉原の天王さん)	
		富士市のご当地グルメ「富士つけナポリタン」	
		富士山ひらら	
	首都圏と富士市のみ	「竹取物語」発祥の地	
首都圏と富士市以外静岡県のみ	海側から登る最古の富士登山ルート		
富士市以外静岡県のみ	工場夜景		
全体的に魅力度が低い	甲子(きのえね)神社祭典		
	富士まつり		
	「田子の浦にうち出でてみれば白妙の 富士の高嶺に雪は降りつつ」山部 赤人		
	東海道14番目の宿場町「吉原宿」		
	全国・世界レベルのスポーツ大会の開催		
	岳南電車		

【参考】富士市の資産認知×魅力度マップ

富士市居住者

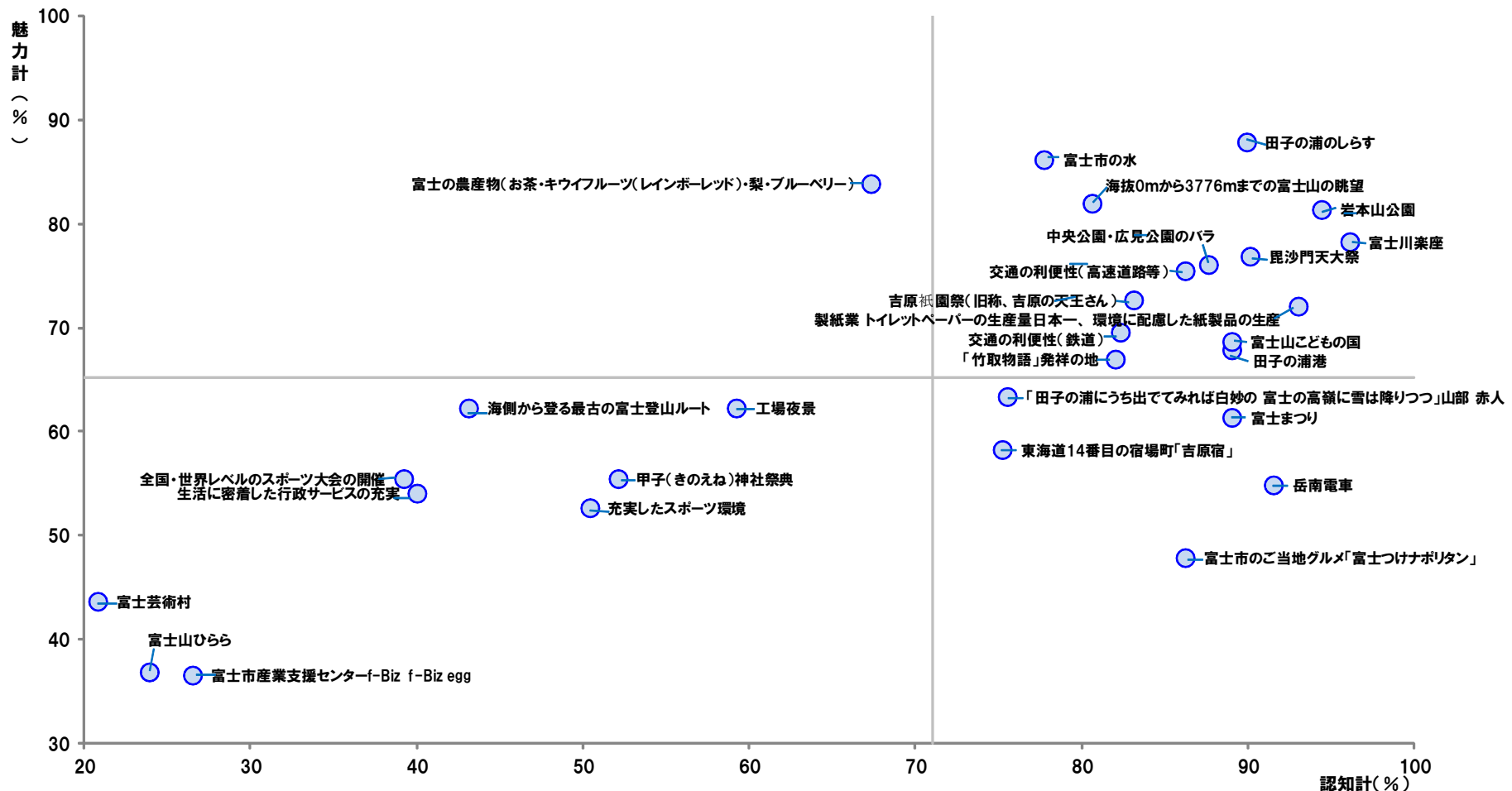
18

- 富士市居住者の富士市資産の評価について、「田子の浦のしらす」の魅力が最も高く、認知もされている。その他認知・魅力共に高い資産としては、富士山関連の『富士市の水』や『富士山の眺望』などがみられる。
- 『富士の農産物』については、平均の認知率よりやや低いものの、魅力度は高い。

Q8. 『富士市』の名所、特産、イベント、取り組みなど次の項目について、どの程度ご存じですか？それぞれについて、あてはまるものをお知らせください。

Q9. 引き続き、『富士市』の名所、特産、イベント、取り組みなどについてお伺いします。次の項目について、あなたほどの程度魅力を感じますか。

それぞれについてお知らせください。



【参考】富士市の資産認知×魅力度マップ

首都圏居住者

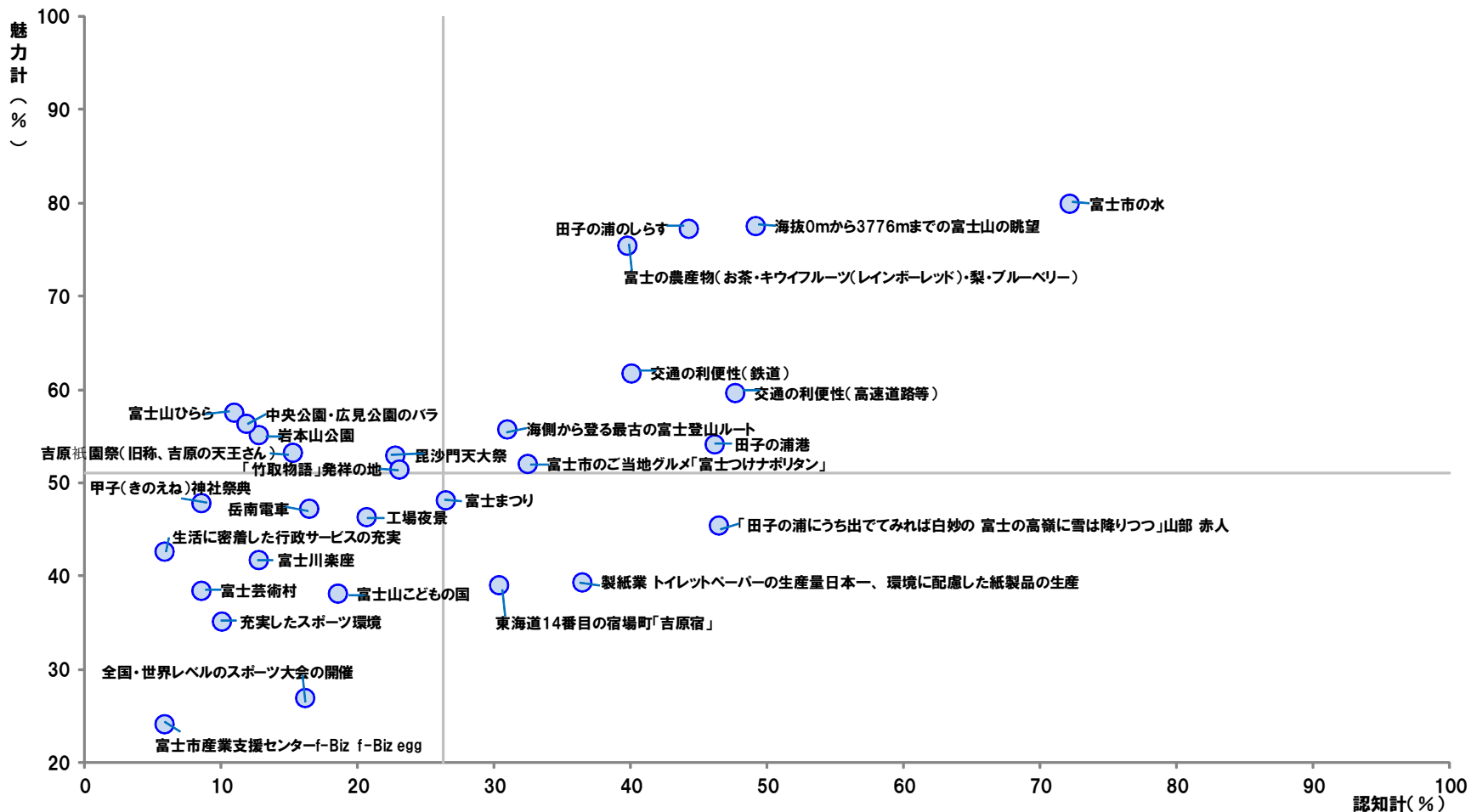
19

- 首都圏居住者では、『富士市の水』、『富士山の眺望』、『田子の浦のしらす』に加えて『富士の農産物』の認知・魅力が共に高い。
- 山梨県同様、『富士山ひらら』や『富士つけナポリタン』の魅力度は高め。

Q8. 『富士市』の名所、特産、イベント、取り組みなど次の項目について、どの程度ご存じですか？それぞれについて、あてはまるものをお知らせください。

Q9. 引き続き、『富士市』の名所、特産、イベント、取り組みなどについてお伺いします。次の項目について、あなたほどの程度魅力を感じますか。

それぞれについてお知らせください。

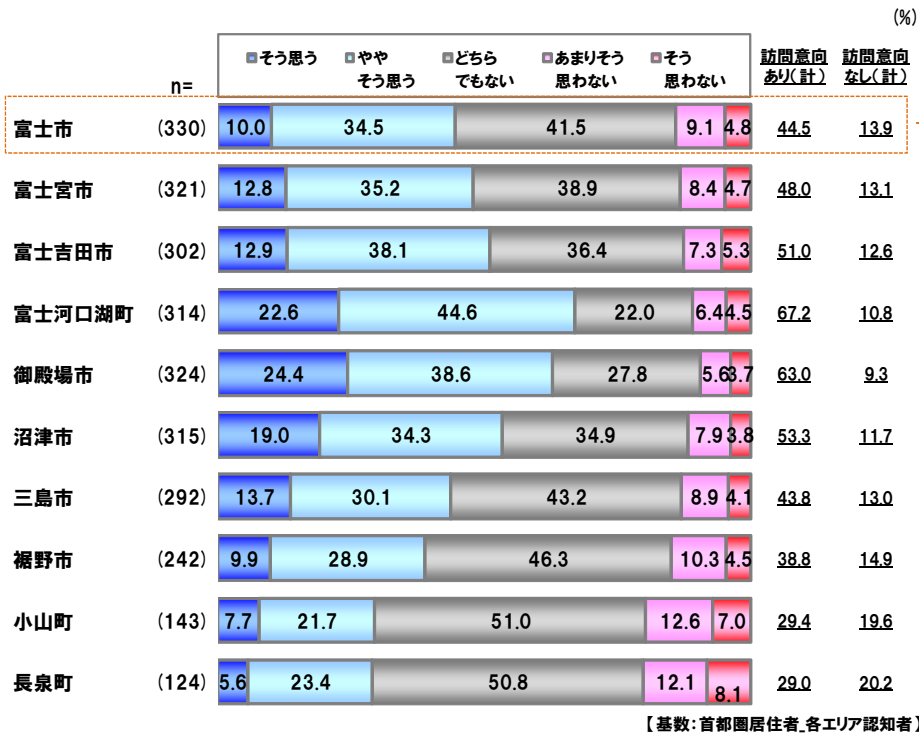


5-① 富士市訪問意向

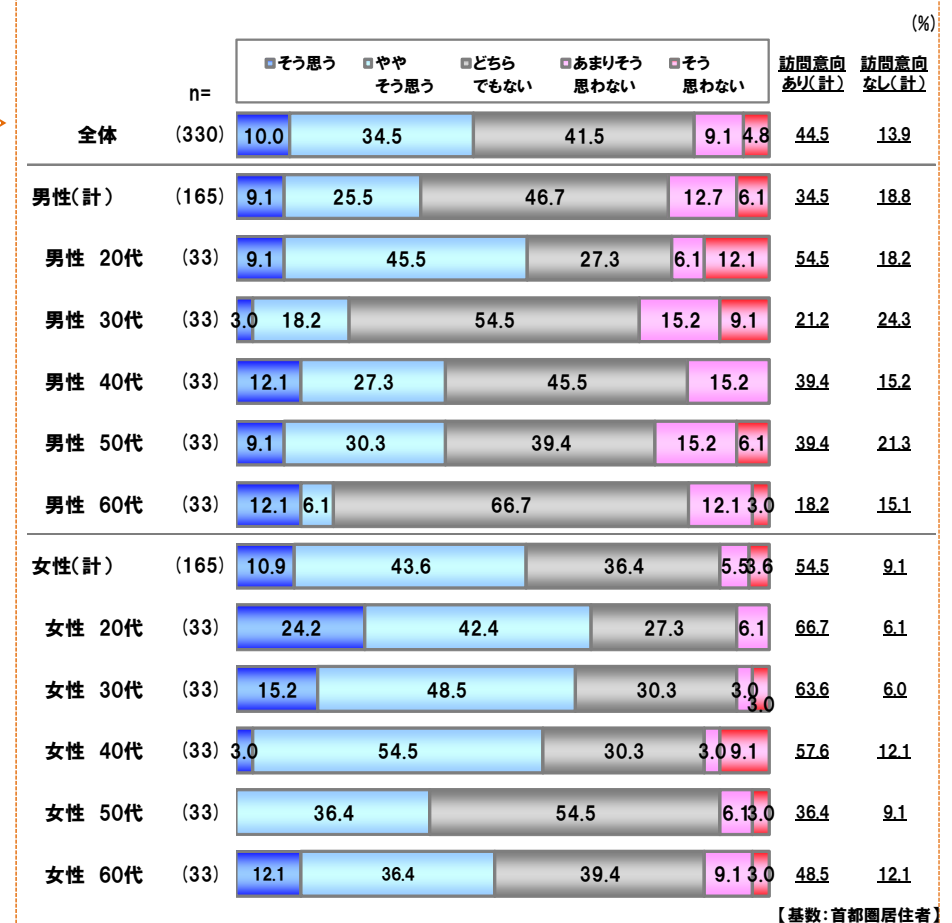
- 首都圏居住者において、富士市の訪問意向は4割半ば。その他エリアについてみると、訪問経験が高かった「富士河口湖町」「御殿場市」では訪問意向も高く、6割を超える。
- 富士市訪問意向を性年代別にみると、女性の訪問意向が高く5割半ばに至る。

Q1.以下の地域について、近い将来、機会があれば訪れてみたいと思いますか。

●首都圏居住者の各エリア訪問意向



●首都圏居住者の富士市訪問意向詳細(性年代別)

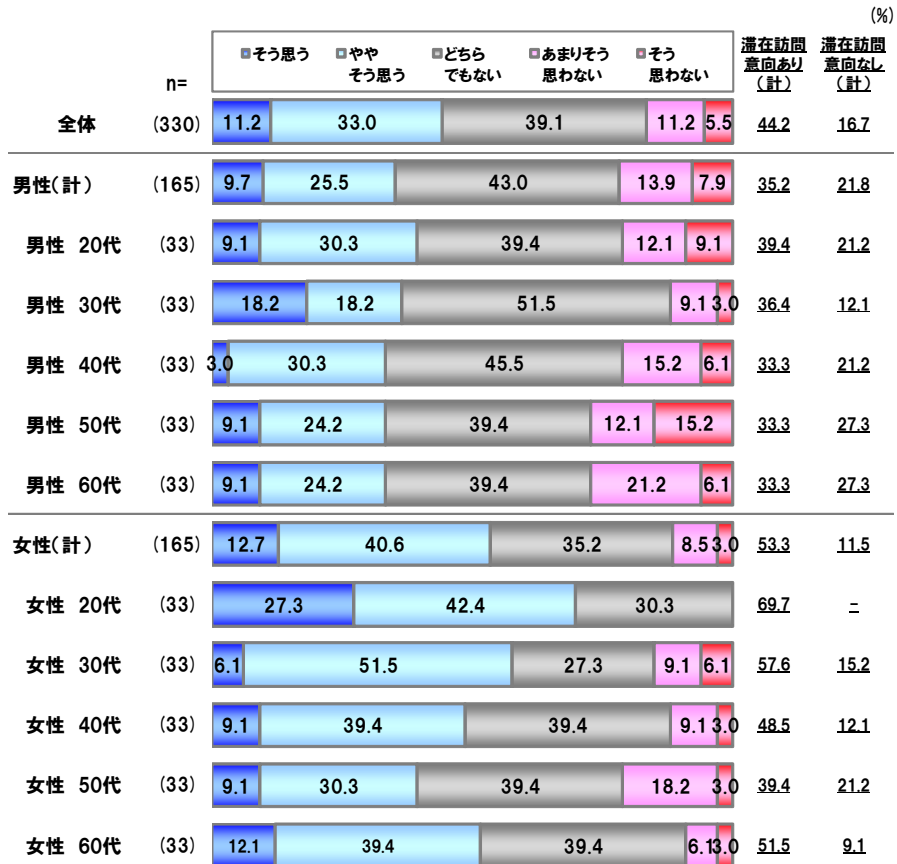


5-① 富士市滞在訪問意向、居住意向

- 首都圏居住者における富士市への1泊以上の訪問意向についても女性で意向が高く、特に20代女性で高い。
- 居住意向については、全体的に1割未満。男性20代が他の年代と比べてやや高め。

●首都圏居住者の富士市滞在訪問意向

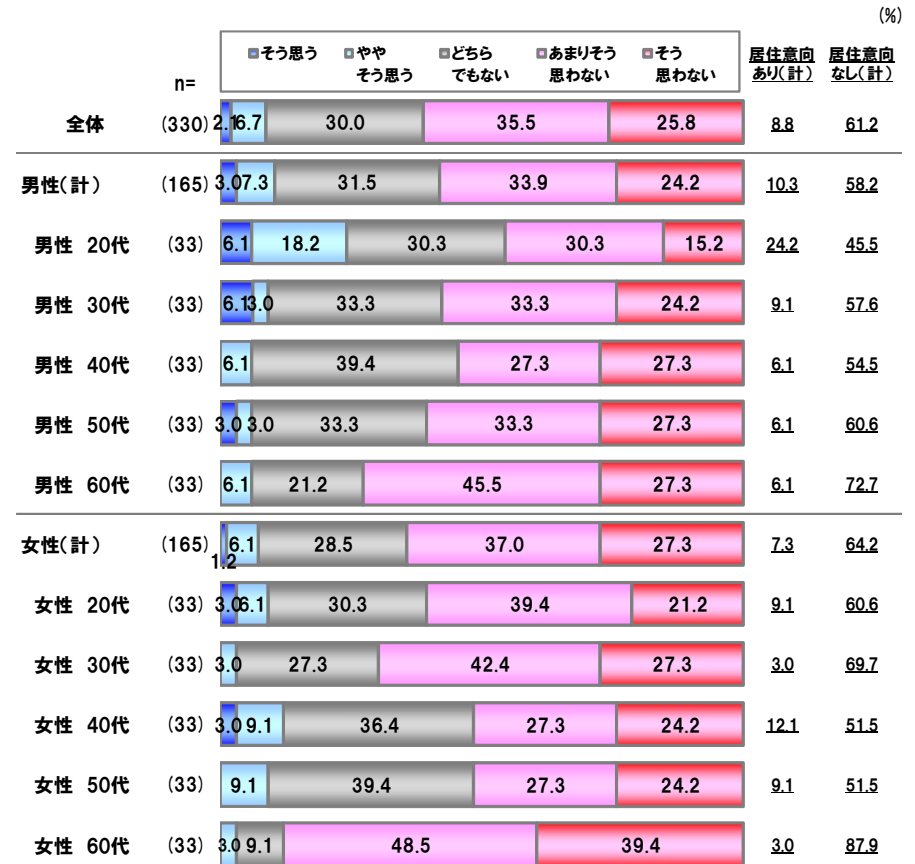
Q2. 今後、機会があれば『富士市』に1泊以上滞在してみたいと思いますか。



【基数:首都圏居住者】

●首都圏居住者の富士市居住意向

Q3. 今後、機会があれば『富士市』に住んでみたいと思いますか。

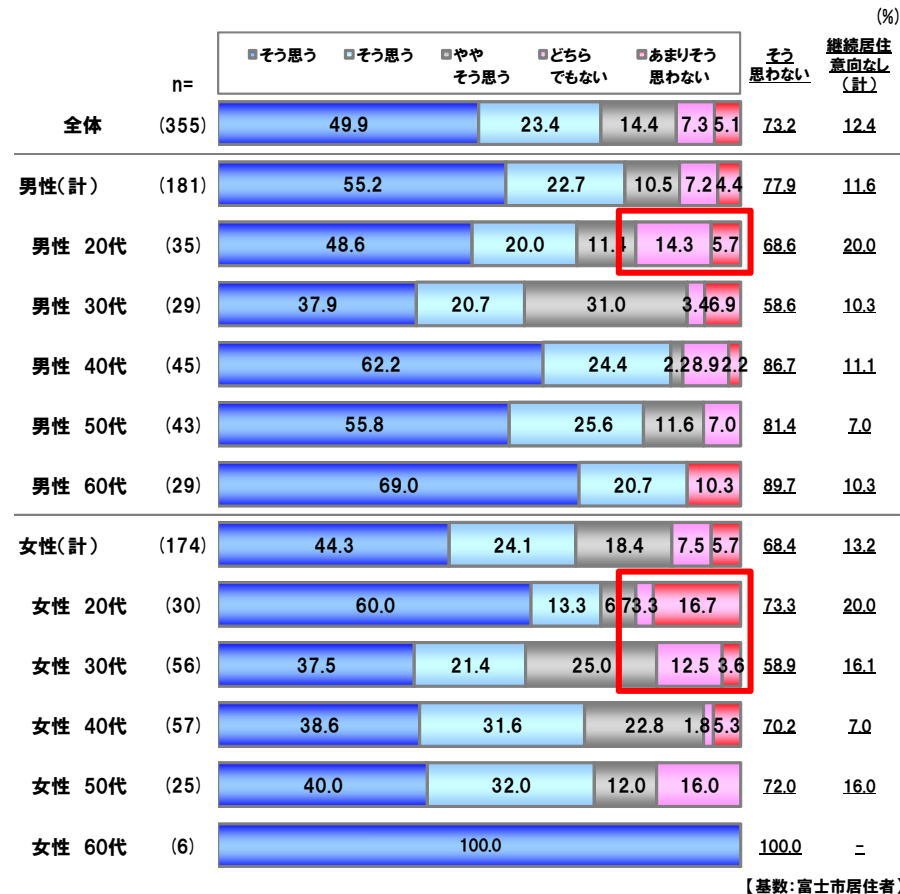


【基数:首都圏居住者】

5-① 富士市継続居住意向

- 富士市居住者の継続居住意向については、男性20代、女性20～30代などの若年層で意向なしの人のスコアがやや高く、若者に対して富士市の魅力拡大が課題のひとつとして考えられる。

Q4.あなたは今後も、引き続き『富士市』に住み続けたいと思いますか。

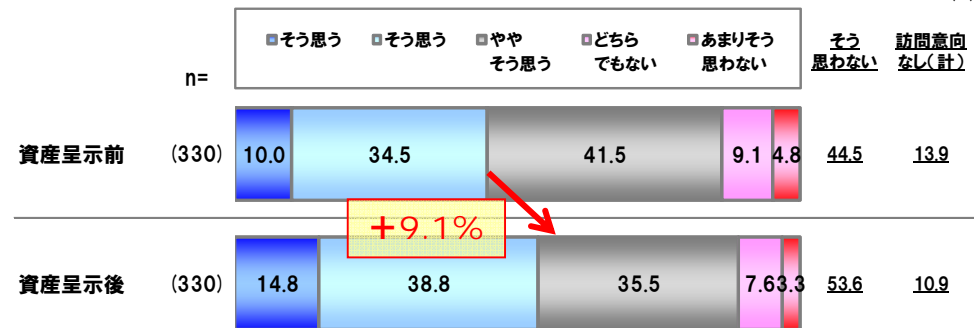


5-② 富士市訪問意向 資産呈示後の変化

- 資産呈示後に、訪問意向は9.1%UP。
- 訪問意向の理由としては、歴史や自然、食などの資産について、それらを知ることによって体験したいという理由が多く見られる。

●首都圏居住者の富士市訪問意向【資産呈示前⇄資産呈示後】

Q10.『富士市』の名所、特産、イベント、取り組みなどご覧いただきましたが、再度、『富士市』についてあなたのお気持ちをお伺いします。あなたは近い将来、機会があれば『富士市』を訪れてみたいと思いますか。



●首都圏居住者の富士市訪問意向理由(抜粋)【資産呈示後】

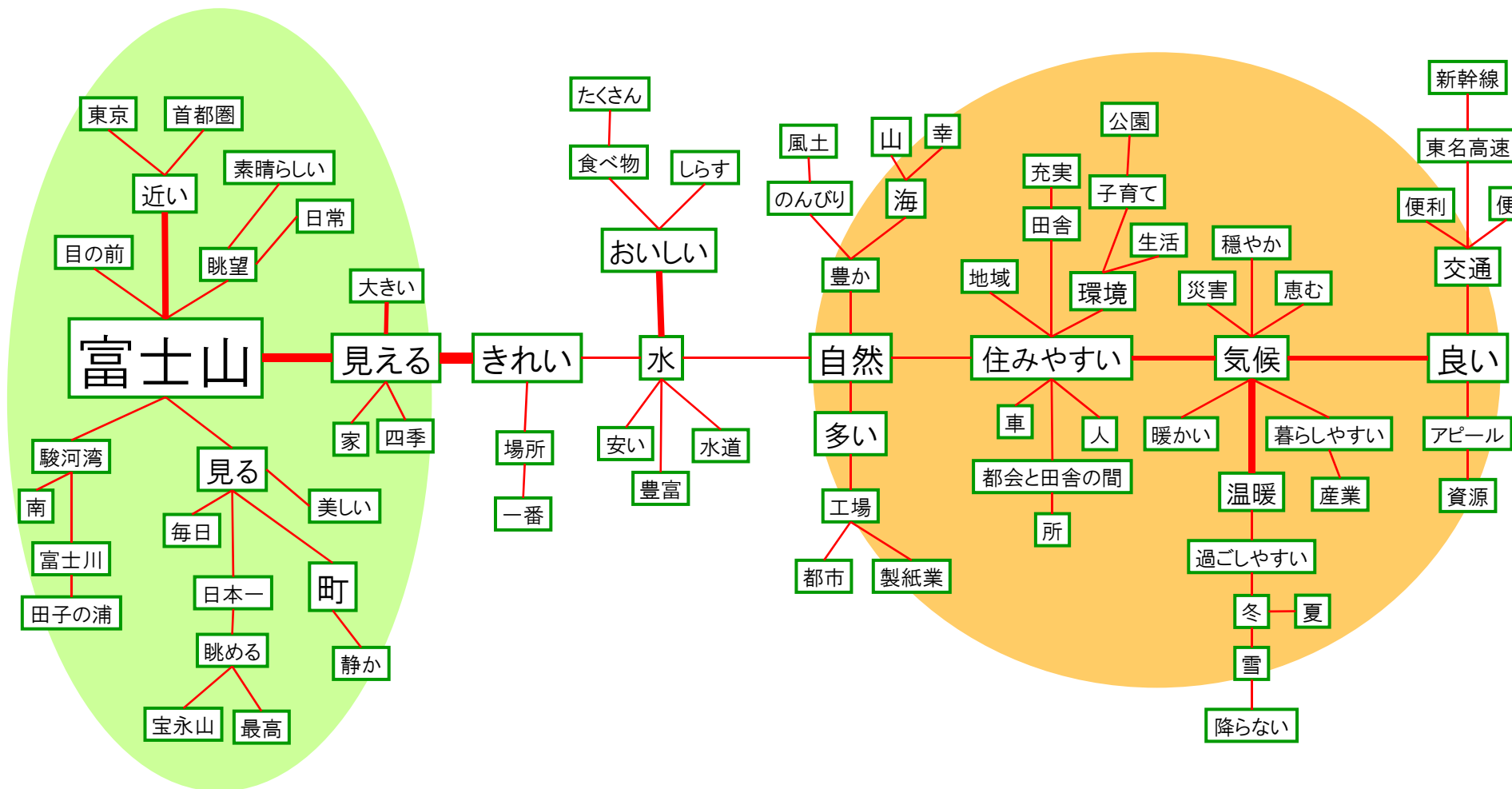
Q11.近い将来、機会があれば『富士市』を訪れてみたいと思いますか、という設問で、あなたが【●●】とお答えになったのは、どのような理由からですか。

歴史・文化	【首都圏】男性_60代	宿場町としての古い歴史があることを忘れていた。あらためて訪ねてみたい気持ちになった。
	【山梨県】女性_30代	お祭りなども、活発にあり、竹取物語の発祥の地であることにも、歴史を感じ興味を持ちました。また、田子の浦の歌の地でもあることもわかり、観光として訪れてみたいという気持ちが生まれました。
自然	【首都圏】女性_20代	綺麗な景色、美味しいものがたくさんあって解放感がありリフレッシュできそうだったから。
	【首都圏】男性_30代	景色がよく空気も綺麗。自然あふれるいい町だと思う。バイクのツーリングにとても最適。
食	【首都圏】女性_20代	おいしい食べ物やきれいな景色を見ることが出来そう。交通の便もよさそう。
	【首都圏】男性_30代	しらす、ナポリタン、よく聞く。実際に食べてみたい。吉原に行ってみよう。
富士山	【山梨県】女性_30代	山梨側からしか富士山を見たことがないので、頂上から町並みすべてを見渡せるところがとても魅力的だから。
	【首都圏】女性_60代	富士山ルートがあるのなら富士登山をしてみたいと思いました。また季節の行事も見てみたいです。

6 富士市の魅力

- 富士市居住者にとって、富士市の魅力は『富士山』と、『住みやすいまち』が大きい。

Q12.あなたが思う『富士市』の魅力について、できるだけ詳しく文章でお知らせください。



現状分析まとめ

富士市の連想(イメージ)

- 富士市の連想としてまず第一に『富士山』、次いで『工場』が連想される。富士市居住者では、その他『かぐや姫』や『しらす』などの資産や『住みやすさ』なども想起されるが、その他のエリアの人たちにとっては、資産はあまり想起されず、『富士山』と『工場』の想起が大きい。
- 富士市以外静岡県居住者にとっては、『工場』に対してネガティブなイメージがやや多くみられる。
- 山梨県、首都圏居住者では、富士市特有の資産というよりも、富士山周辺の資産(富士五湖など)が想起されており、富士市は“富士山のふもとのまちのひとつ”と認識されている様子。製紙業が盛ん、工場が多いとの認識はもたれている。

富士市と他のエリアの連想比較

- 富士宮市と富士河口湖町は、『富士山』<『富士山以外の資産』。
- 富士吉田市は、富士市同様に『富士山』の想起が大きい、『富士山』と『登山』が結びついており、富士山の資産を活かしている様子。

富士市	“富士山の麓のまちのひとつ”。工場が多い、製紙業が盛んなイメージあり。
富士宮市	『やきそば』の連想が強く、『富士山』を上回る。『朝霧高原』など他の資産の想起もみられる。
富士吉田市	『富士山』について、『登山』と結びついており、富士登山→富士吉田とつながることが想定される。その他、『うどん』や『富士急ハイランド』などの資産の想起もみられる。
富士河口湖町	『河口湖』の想起が強く、『富士山』を上回る。その他、『ゴルフ』や『キャンプ』などアウトドア/遊び関連の資産の想起が多くみられる。

ブランド資産

富士市居住者が思う富士市のブランド資産は、『自然資産』『食文化資産』が高く、これらは富士市居住者が思うより、首都圏居住者の方が評価が高い。

首都圏居住者によるブランド資産評価を他エリアと比較すると、『自然資産』は富士河口湖町、『食文化資産』では富士吉田市の評価をやや下回る。(どちらも2位)

ブランド価値

富士市居住者が思う富士市のブランド価値で最も高いのは『関係絆価値』で、最も低いのは『感覚価値』。それに反して富士市以外の人では、『感覚価値』の評価は高い。(特に首都圏で高い)

首都圏居住者における富士市のブランド価値を、他エリアと比較すると全体的に富士市の評価は高い。

資産の認知・魅力度

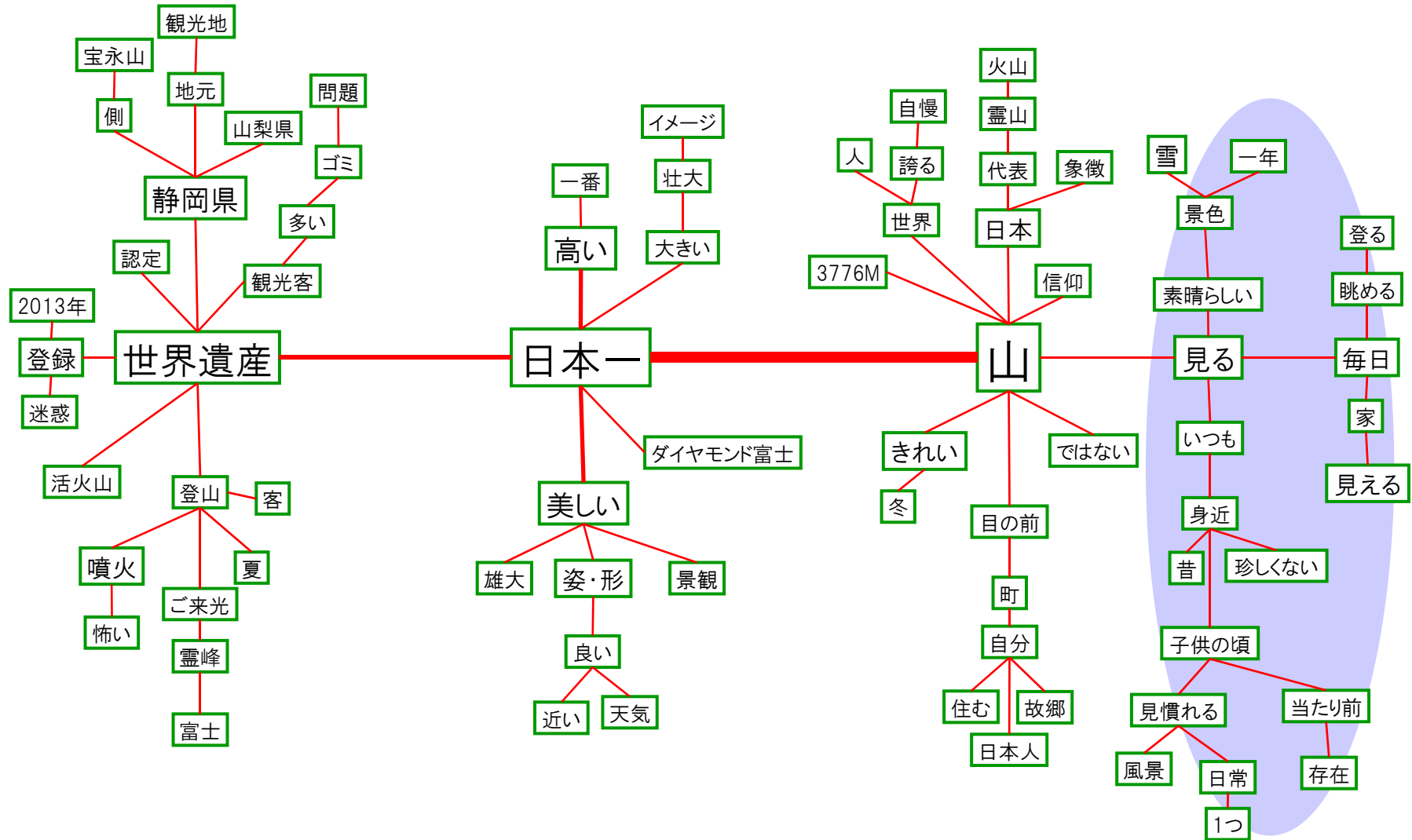
現状の富士市の魅力を構成しているものとしては、「富士市の水」や「田子の浦のしらす」。今後、富士市の資産として浸透させていくことで、富士市の魅力UPが期待される資産として、『毘沙門天大祭』や、『岩本山公園』『中央公園・広見公園』などの自然関連の資産や、『つけナポリタン』や『富士山ひらら』などのご当地グルメがみられる。

【参考】富士山について

富士山について① 富士山から連想すること

- 富士市居住者が「富士山」から連想することは、「世界遺産」「日本一」が大きく、その他「いつも見える」など身近に感じている様子。

SQ2. 『富士山』について、連想される事柄やイメージをご自由にお知らせください。

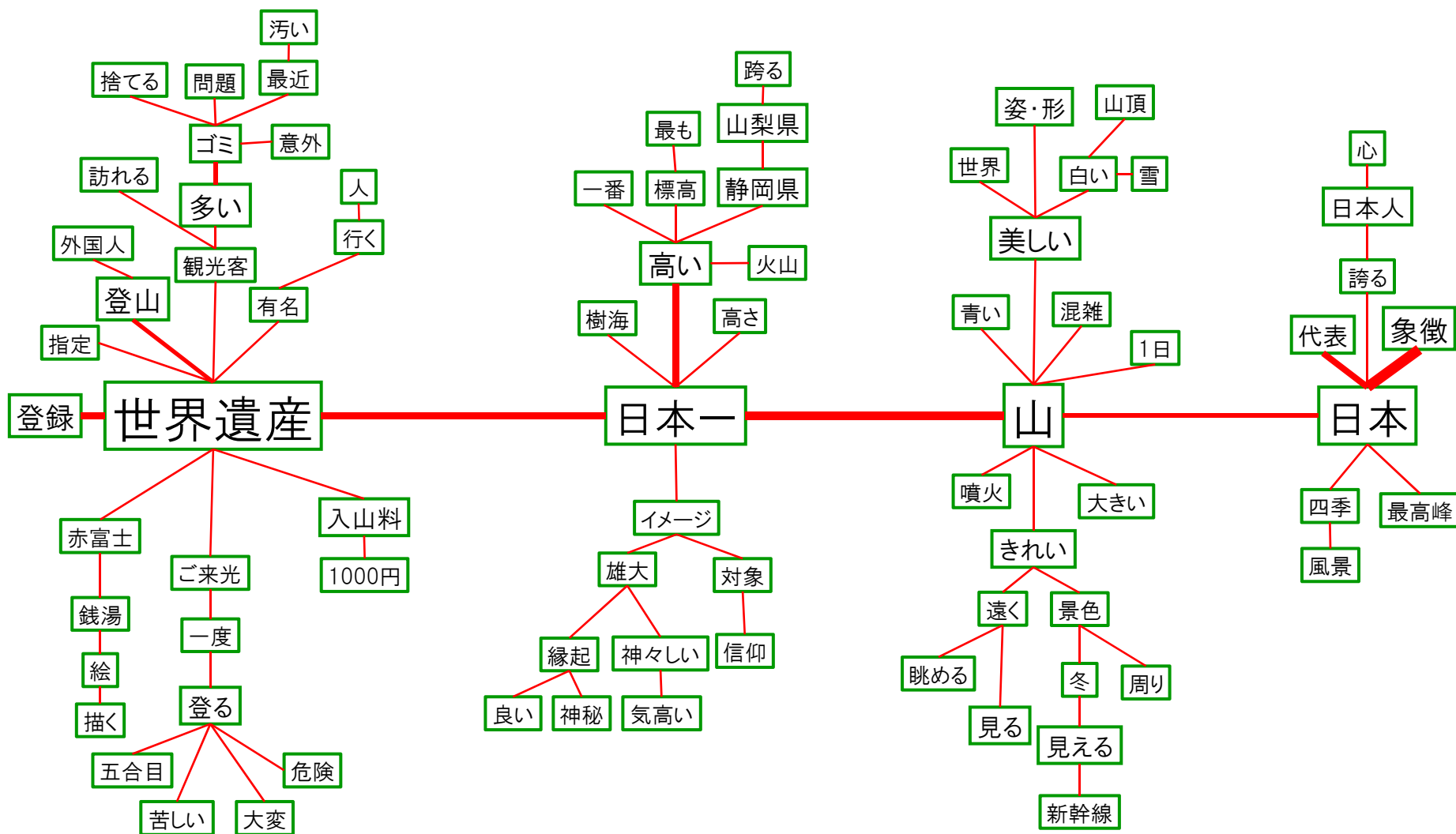


富士山について① 富士山から連想すること

『首都圏居住者』が富士山から連想すること

- 首都圏居住者にとって、「富士山」から連想することは、「世界遺産」や「日本一」など、日本を誇る山というイメージ。

SQ2. 『富士山』について、連想される事柄やイメージをご自由にお知らせください。

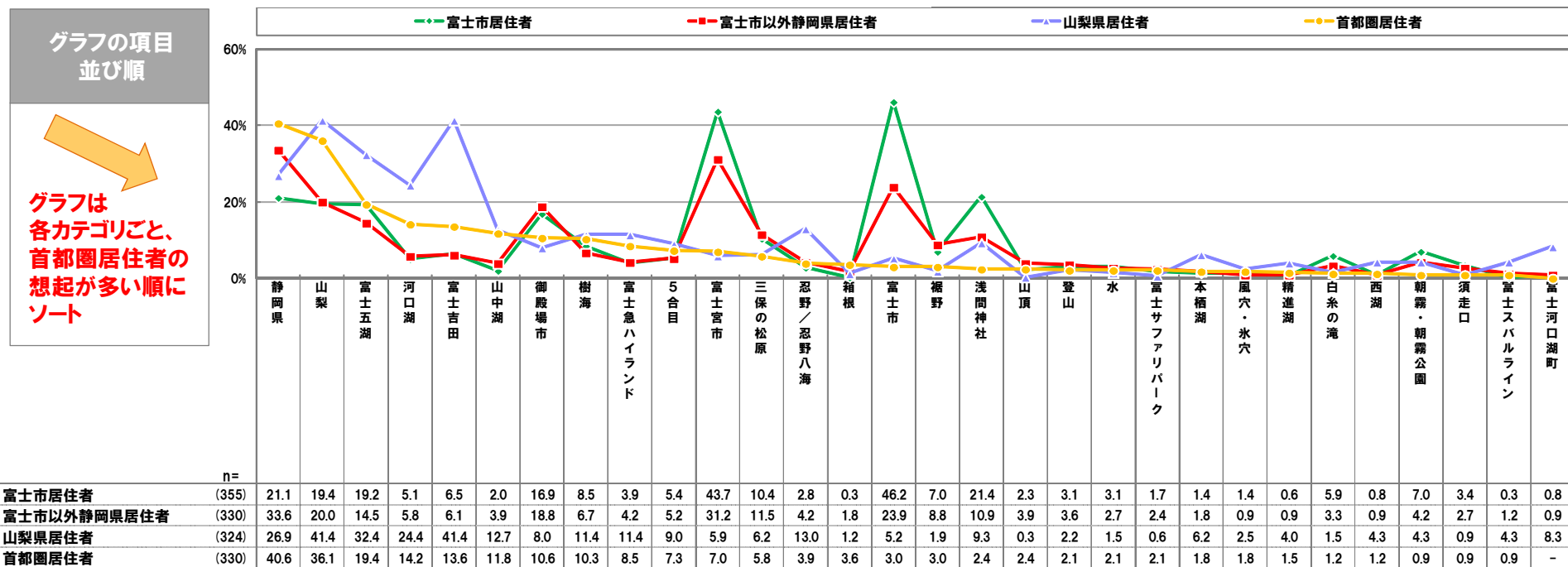


富士山について② 富士山から連想するまちや場所

- 富士山と聞いて思い浮かぶ場所について、市町村単位では「富士吉田」が最も多く想起され、「御殿場市」が続く。その他、富士五湖など様々な観光資産があがる。

SQ2.『富士山』について、連想される事柄やイメージをご自由にお知らせください。

※想起された自由回答もとに項目を作成。TOP30のみグラフ化

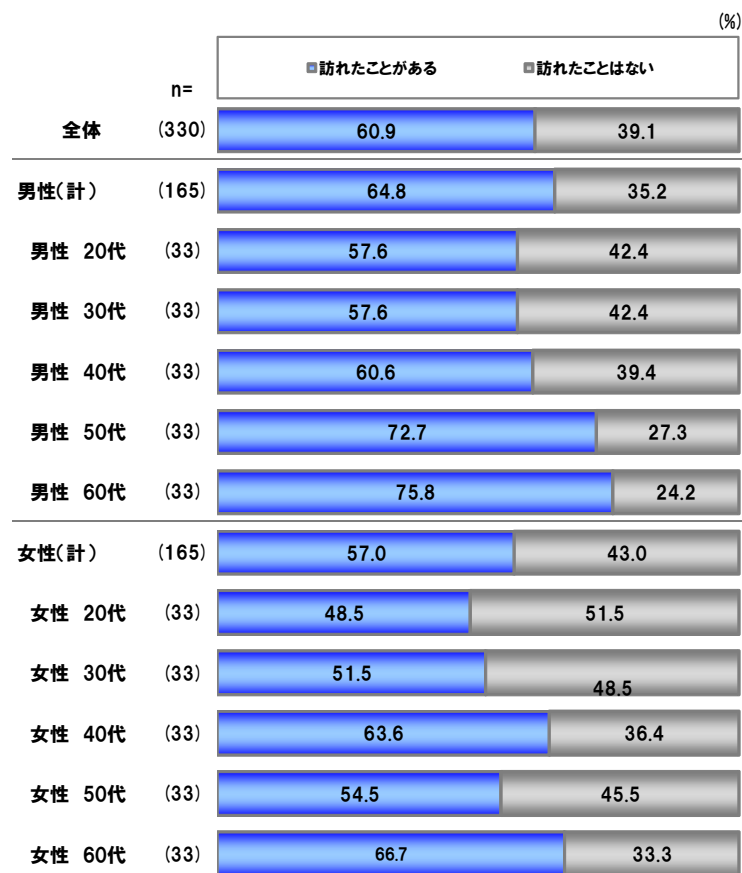


【基数：対象者全体】

富士山について③ 富士山訪問、登山経験

●首都圏居住者の富士山訪問経験

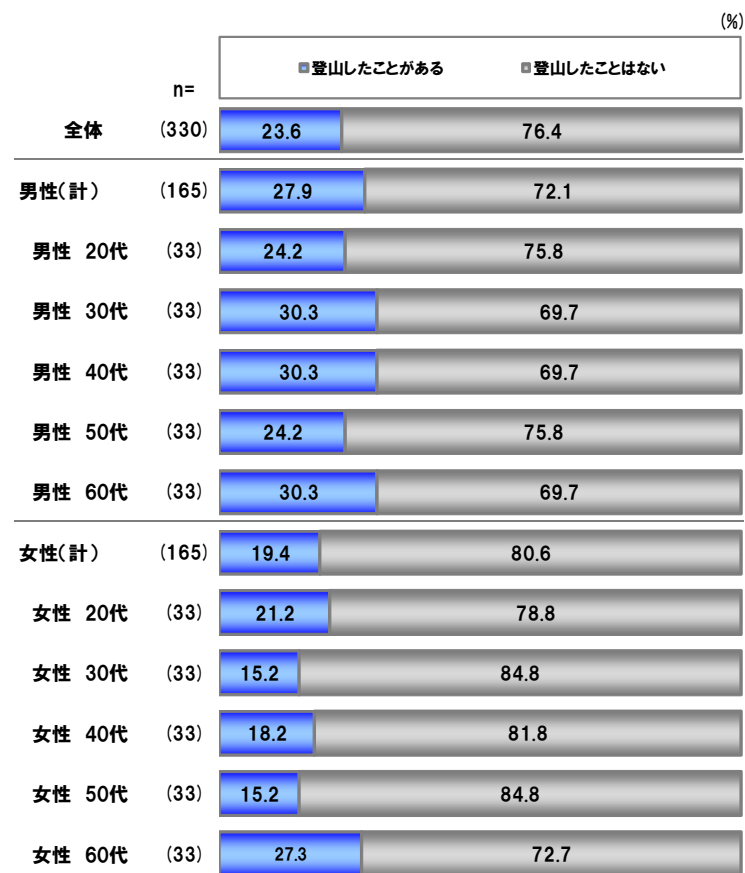
Q28.(1)あなたは、『富士山』に訪れたことがありますか。



【基数:首都圏居住者】

●首都圏居住者の富士山登山経験

Q28.(2)では、あなたは『富士山』に登山したことがありますか。

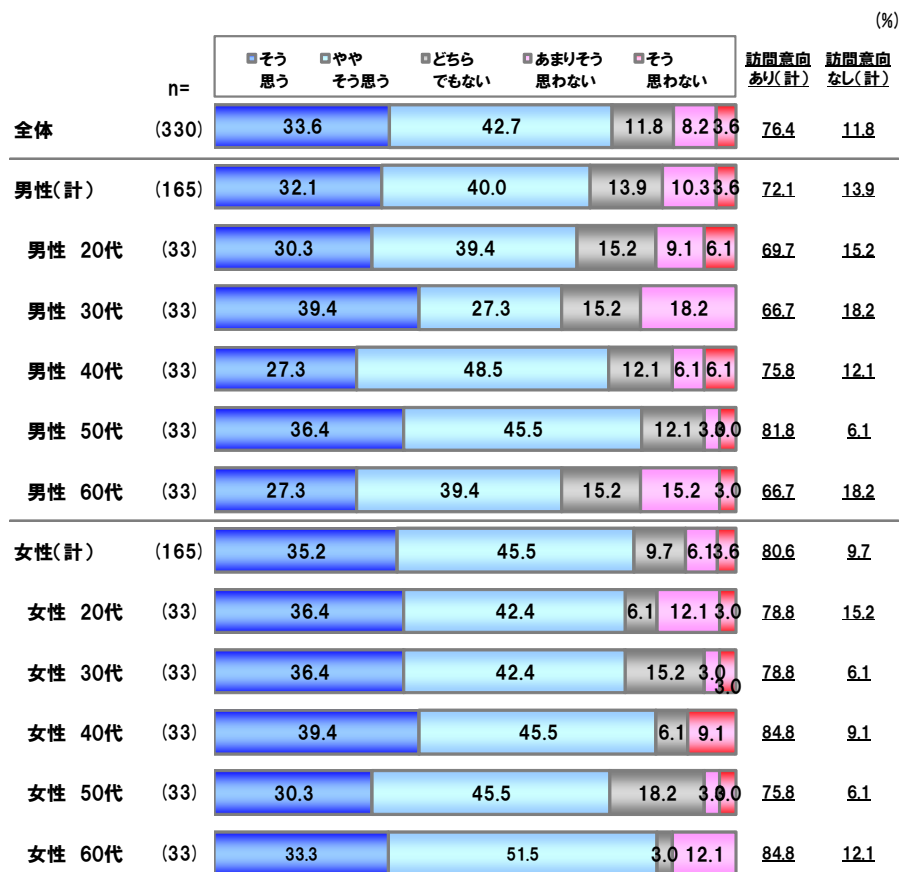


【基数:首都圏居住者】

富士山について④ 富士山訪問、登山意向

●首都圏居住者の富士山訪問意向

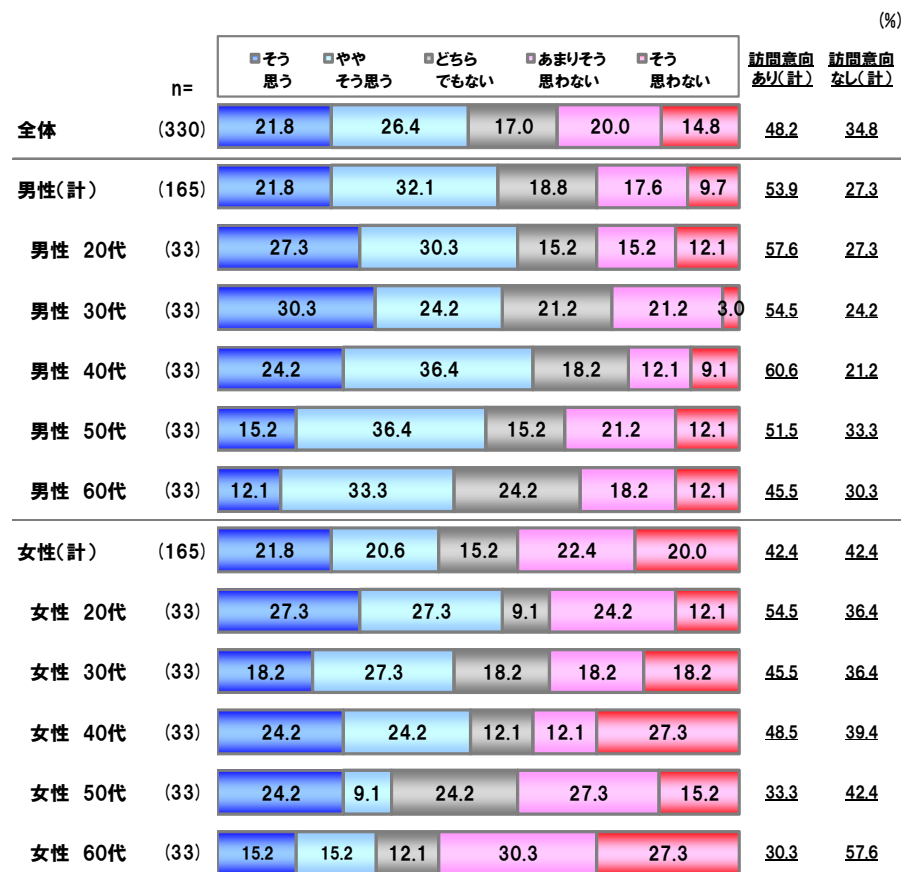
Q29.(1) 今後、機会があれば『富士山』に訪れてみたいと思いますか。



【基数：首都圏居住者】

●首都圏居住者の富士山登山意向

Q29.(2) 今後、機会があれば『富士山』に登山してみたいと思いますか。

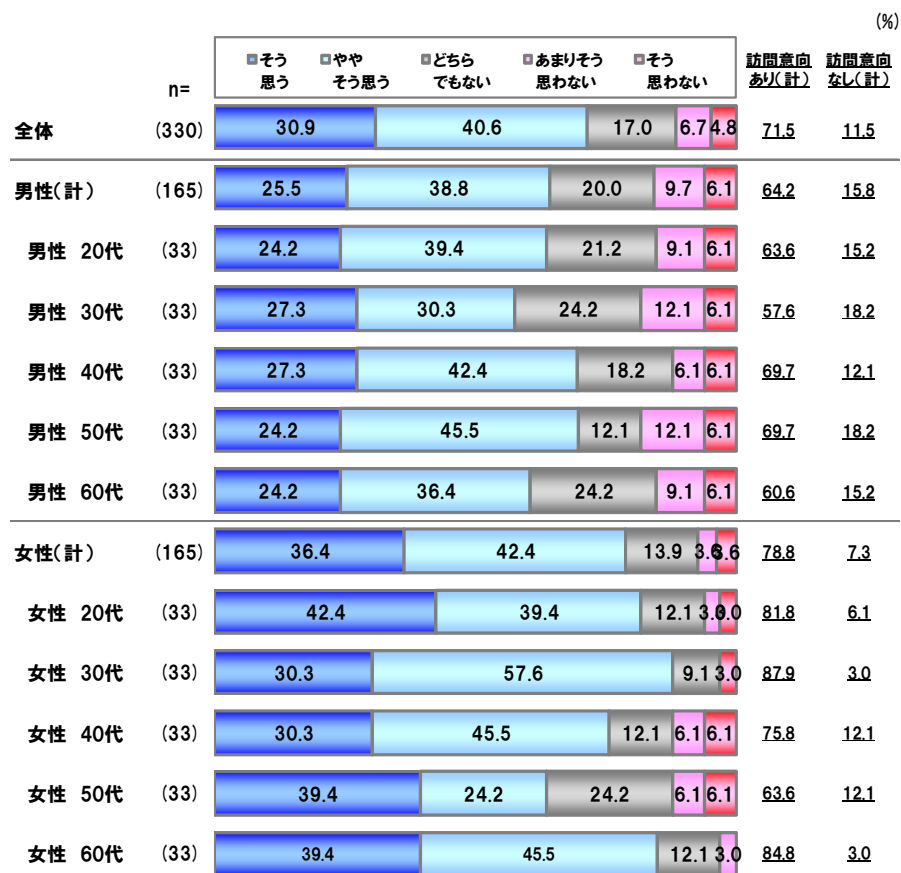


【基数：首都圏居住者】

富士山について⑤ 富士山の近くのまち訪問、居住意向

●首都圏居住者の富士山の近くのまち訪問意向

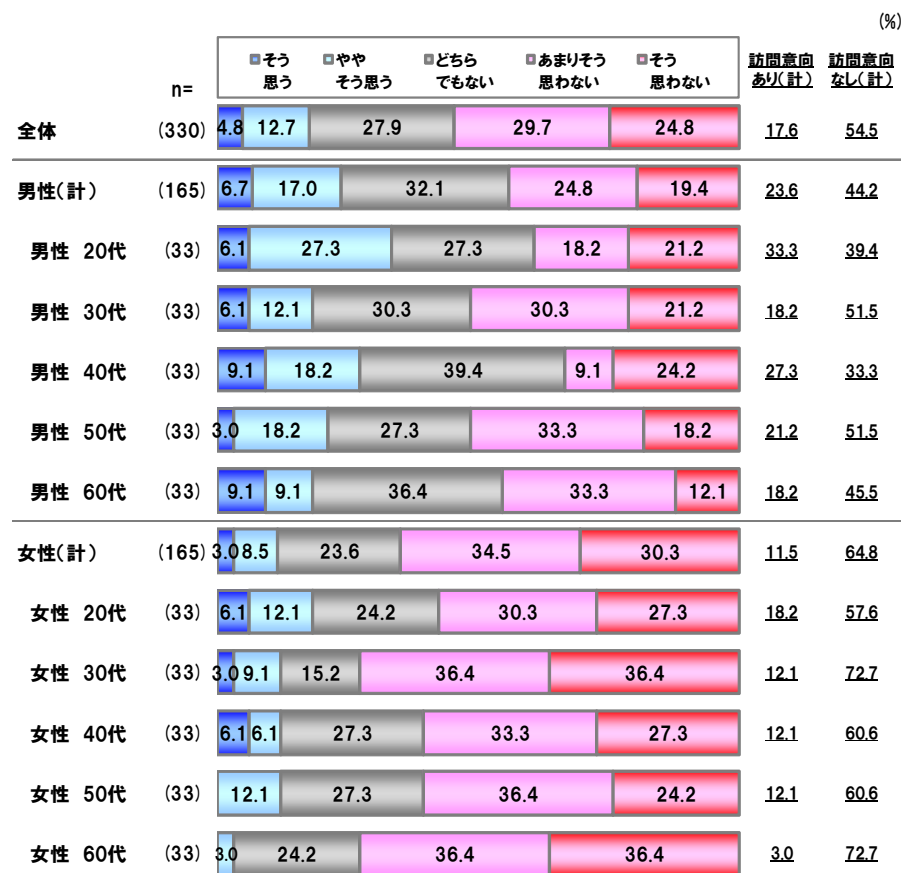
Q30. (1) 今後、機会があれば『富士山』の近くのまちに旅行などで、1泊以上滞在してみたいと思いますか。



【基数：首都圏居住者】

●首都圏居住者の富士山の近くのまち居住意向

Q30 (2) 今後、機会があれば『富士山』の近くのまちに住んでみたいと思いますか。



【基数：首都圏居住者】

富士市 産業経済部 観光課
富士山・シティプロモーション推進室
Tel:0545-55-2958 Fax:0545-51-1997
Mail: sy-kankou@div.city.fuji.shizuoka.jp