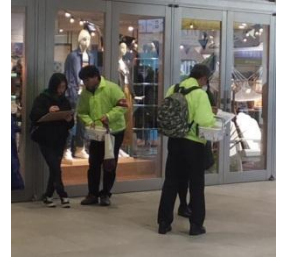


## ブランドコンセプトづくりにむけた調査の概要

### 1. ヒアリング調査

20-40歳代の市内及び市外（来街者）の女性を対象に、市の魅力やイメージなどについて観光案内所および茅ヶ崎駅自由通路にてヒアリング形式で調査実施。

- ・実施日：2017年2月19、26日（日曜日）
- ・アンケート回収票数 133票（うち市外が67票）



### 2. Web アンケート調査

神奈川県・東京都・埼玉県・静岡県・山梨県に居住する20～40歳代の女性を対象に、茅ヶ崎市の魅力・イメージ、自転車の魅力等についてインターネットを使ったアンケート調査を実施。

（被験者の条件）

※神奈川県は茅ヶ崎市を除く

○来訪先の街で自転車利用をおこなったことのある人

（住んでいる街以外での買い物や旅行、レジャーの際に自転車を使ったことがありますか？ ←YESの人が対象）

○茅ヶ崎市を知っている人

（茅ヶ崎市を知っていますか？右表の1と2の人→）

- ・実施日：～3月7日（2017年）
- ・アンケート回収票数 全体で約600票（各地域150票程度）

- |  |
|--|
| 1.茅ヶ崎市に行ったことがある／住んだことがある。                                    |
| 2.茅ヶ崎市に行ったことはないが名前以外に市に関するを知っている。<br>（テレビで見た、歌で聞いた、有名人・知人など） |
| 3.名前しか知らない   |
| 4.知らない   |

### 3. メディア調査

メディア等を通して形成された、広く一般的にもたれる本市のイメージについて調査を実施。

- ・雑誌：1990年～2016年の雑誌で「茅ヶ崎」をテーマ等で取り上げるものを調査
- ・歌詞：「茅ヶ崎」や関連する言葉「えぼし（岩）、サザンビーチ、国道134号等」の茅ヶ崎が舞台と思われるの歌をインターネット検索し、その歌詞を分析
- ・インスタグラム：「茅ヶ崎」というタグで検索して画像を分析、3月上旬の二日分のデータ
- ・インターネット：「茅ヶ崎」と同時に検索されている言葉・単語の度数（Google Adwords）など

### 4. ブランディング調査

※茅ヶ崎市産業振興課にて調査実施

「道の駅が発信するオリジナルブランド推進調査」の中でブランディング調査を実施。

地域特性調査で茅ヶ崎の「イメージ」、地域資源の認知度調査で「特徴」と「資源（食べ物や観光スポット等）」を調査。本調査で茅ヶ崎の「イメージ」についての整理で活用。

（被験者の条件等）

- ・神奈川県、東京都、埼玉県、静岡県、山梨県に居住する20～60代の男女
- ・市内居住者400票、市外居住者500票を獲得
- ・調査方法はWebアンケート調査、期間2016年11月末
- ・設問方法は被験者に対して50個程度の選択肢を設けて、回答してもらう方法。