

平成28年度
第5回市政モニターアンケート

地元企業製品の認知度について

北九州市市民文化スポーツ局広聴課
北九州市産業経済局企業立地支援課

目 次

I 調査の概要	1
II 市政モニターの構成	1
III 調査結果	2
(1) 北九州市でつくられている食品以外の地元製品の認知度	2
(2) 地元製品と認識している商品や企業について	3
(3) 地元製品の購入の有無	4
(4) 地元製品の購入希望の有無	5
(5) 地元製品を購入する際に重要視する点	6
(6) 地元製品「街かどショールーム」事業の認知度について	7
(7) 北九州市で実施している認定制度の認知度について	9
(8) 北九州市で実施している認定制度の認定商品や企業について	10
(9) 地元製品の認知度を向上させる効果的な方法について	11
(10) 地元製品の認知度向上及び利活用推進についての意見（抜粋）	12
IV 全体考察	14

I 調査の概要

調査対象者	市政モニター 149人		
回答者数	135人 (回収率 90.6%)		
調査実施日	平成28年8月24日～平成28年9月23日		
実施方法	調査票による郵送及びインターネット調査		
調査実施課	市民文化スポーツ局広聴課	Tel 582-2527	
調査依頼課	産業経済局企業立地支援課	Tel 582-2065	

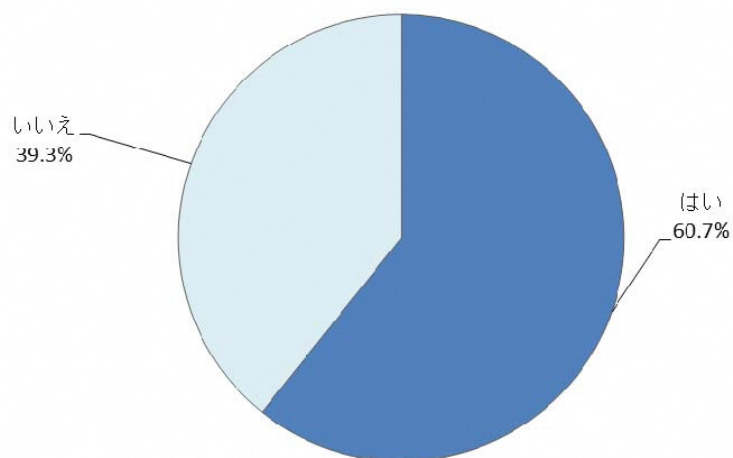
II 市政モニターの構成

区分	合計	男性	女性	区分	合計	男性	女性
全体	149 (100.0%)	47 (31.5%)	102 (68.5%)	区別			
				門司区	16 (10.7%)	5 (3.4%)	11 (7.4%)
20歳代	17 (11.4%)	2 (1.3%)	15 (10.1%)	小倉北区	26 (17.4%)	6 (4.0%)	20 (13.4%)
30歳代	23 (15.4%)	6 (4.0%)	17 (11.4%)	小倉南区	31 (20.8%)	11 (7.4%)	20 (13.4%)
40歳代	28 (18.8%)	5 (3.4%)	23 (15.4%)	若松区	16 (10.7%)	12 (8.1%)	4 (2.7%)
50歳代	20 (13.4%)	7 (4.7%)	13 (8.7%)	八幡東区	12 (8.1%)	2 (1.3%)	10 (6.7%)
60歳代	33 (22.1%)	12 (8.1%)	21 (14.1%)	八幡西区	39 (26.2%)	6 (4.0%)	33 (22.1%)
70歳以上	28 (18.8%)	15 (10.1%)	13 (8.7%)	戸畑区	9 (6.0%)	5 (3.4%)	4 (2.7%)

※ 数値の単位未満は四捨五入を原則としましたので、総数と内容の合計は一致しない場合があります。

Ⅲ 調査結果

問1 北九州市内でつくられている食品以外の地元製品※についてご存知ですか。
 ※今回の調査は、食品以外の製品(日用品や工業製品など)を対象にしているためです。



		回答者数	はい	いいえ
全体		135	60.7%	39.3%
性別	男性	44	54.5%	45.5%
	女性	91	63.7%	36.3%
年齢別	20歳代	14	42.9%	57.1%
	30歳代	22	54.5%	45.5%
	40歳代	25	60.0%	40.0%
	50歳代	20	65.0%	35.0%
	60歳代	29	72.4%	27.6%
	70歳代以上	25	60.0%	40.0%
区別	門司区	16	68.8%	31.3%
	小倉北区	24	66.7%	33.3%
	小倉南区	28	57.1%	42.9%
	若松区	14	50.0%	50.0%
	八幡東区	11	45.5%	54.5%
	八幡西区	33	63.6%	36.4%
	戸畑区	9	66.7%	33.3%

北九州市内でつくられている食品以外の地元製品の認知度について、全体では「はい」が60.7%、「いいえ」が39.3%であった。
 年齢別では、20歳代を除く全ての年代で半数以上が知っていると回答しており、その中でも60歳代が72.4%と最も高い。

問2 (問1で「1 はい」と答えた方にお尋ねします。)
知っている商品や企業をご記入下さい。(複数回答可)

《回答内容抜粋》

【企業名(50音順)】

- ・岡野バルブ製造(株)
- ・九州製紙(株)
- ・黒崎播磨(株)
- ・シャボン玉石けん(株)
- ・新日鐵住金(株) (八幡製鐵所)
- ・(株)セントラルユニ
- ・(株)ゼンリン
- ・(株)タカギ
- ・(株)高田工業所
- ・TOTO(株)
- ・日本磁力選鉱(株)
- ・BASF 戸田バッテリーマテリアルズ(合)
- ・(株)フジコー
- ・(株)ブリヂストン
- ・(株)マツシマメジャテック
- ・三島光産(株)
- ・(株)三井ハイテック
- ・(株)村上製作所
- ・(株)安川電機
- ・安田工業(株)
- ・(株)山本工作所
- ・吉川工業(株)
- ・吉野石膏(株)

など

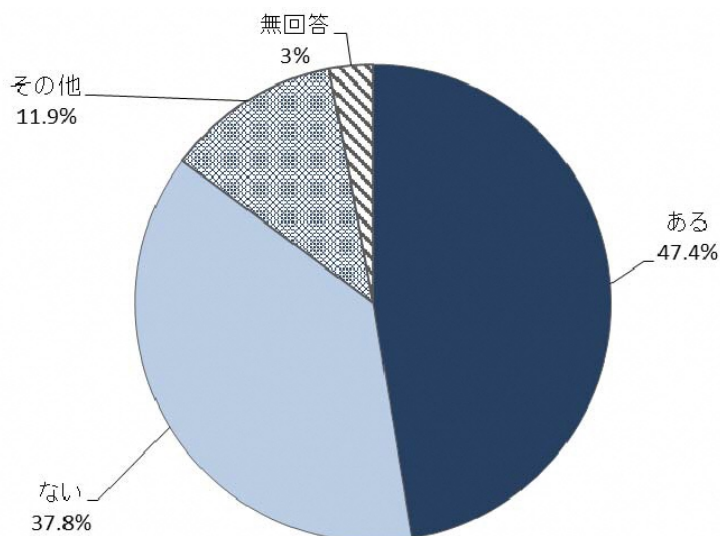
【商品名(順不同)】

- ・産業用ロボット
- ・小倉織
- ・無添加石鹼
- ・空気消臭除菌装置
- ・浄水器
- ・住宅地図
- ・製鉄品
- ・耐火煉瓦
- ・衛生陶器用品
- ・バルブ製品
- ・モーターコア金型
- ・自動車ガラス製品
- ・ドラム缶
- ・医療施設関連製品
- ・古紙再生トイレットペーパー
- ・鉄鋼副産物リサイクル品
- ・リチウムイオン電池の原材料
- ・石膏ボード
- ・大型ラジアルタイヤ
- ・マイクロ波レベル計
- ・精密電子機器
- ・工業用ラベル
- ・釘、鉄線
- ・ハイパーもぐりんこ

など

認知されている商品(食品を除く)や企業は、小倉織などの美術・工芸品から、無添加石鹼・古紙再生トイレットペーパー等の日用品、産業用ロボット・自動車関連などの工業製品に関するものまで多岐に渡る。

問3 北九州市内でつくられている（食品以外の）地元製品を購入した事がありますか。



		回答者数	ある	ない	その他 (記述式)	無回答
全体		135	47.4%	37.8%	11.9%	3.0%
性別	男性	44	45.5%	38.6%	13.6%	2.3%
	女性	91	48.4%	37.4%	11.0%	3.3%
年齢別	20歳代	14	14.3%	71.4%	14.3%	0.0%
	30歳代	22	40.9%	45.5%	13.6%	0.0%
	40歳代	25	48.0%	40.0%	12.0%	0.0%
	50歳代	20	45.0%	35.0%	20.0%	0.0%
	60歳代	29	62.1%	17.2%	13.8%	6.9%
	70歳代以上	25	56.0%	36.0%	0.0%	8.0%
区別	門司区	16	50.0%	31.3%	18.8%	0.0%
	小倉北区	24	45.8%	45.8%	8.3%	0.0%
	小倉南区	28	53.6%	28.6%	14.3%	3.6%
	若松区	14	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%
	八幡東区	11	27.3%	54.5%	9.1%	9.1%
	八幡西区	33	48.5%	30.3%	15.2%	6.1%
	戸畑区	9	44.4%	44.4%	11.1%	0.0%

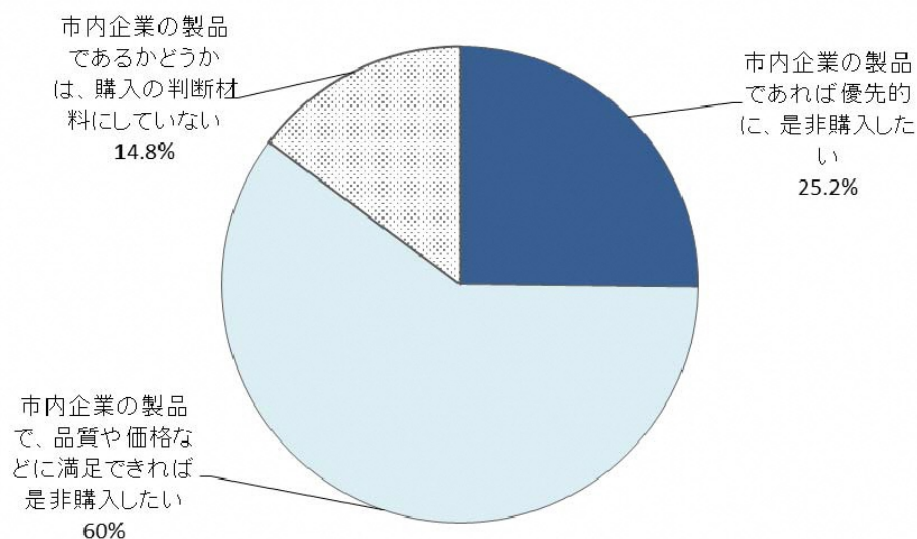
《その他回答抜粋》

地元製品かどうか意識していないので不明、どれが地元製品なのか不明、貰ったことはある 等

北九州市内でつくられている（食品以外の）地元製品の購入について、全体では「ある」が47.4%、「ない」が37.8%であった。

年齢別に見ると、購入したことが「ある」人について、60歳代が最も高い62.1%で、最も低い20歳代の14.3%と比べると47.8ポイントの開きがあった。

問4 北九州市内でつくられている（食品以外の）地元製品を購入したいと思いますか。

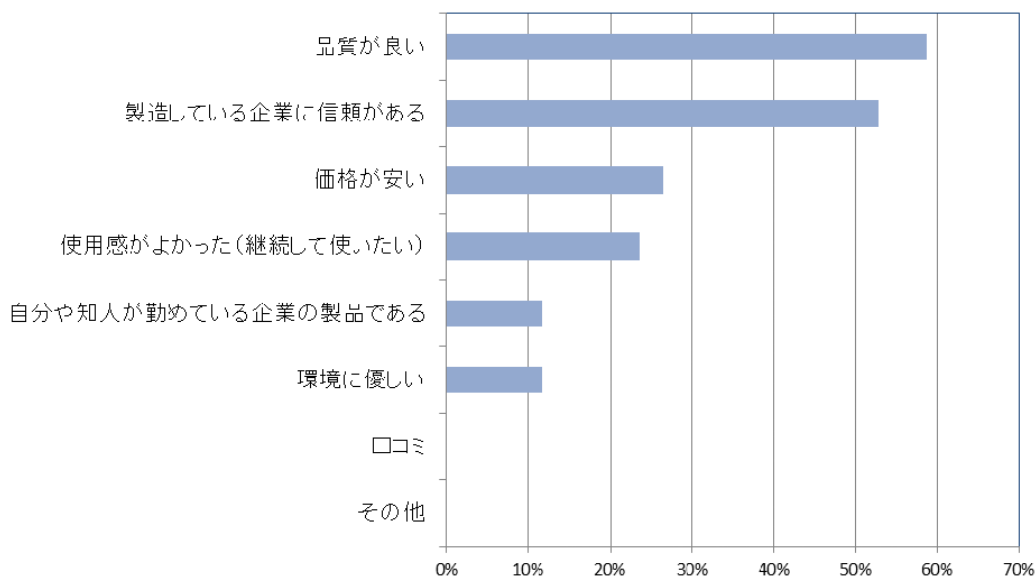


		回答者数	市内企業の製品であれば優先的に、是非購入したい	市内企業の製品で、品質や価格などに満足できれば是非購入したい	市内企業の製品であるかどうかは、購入の判断材料にしていない
全体		135	25.2%	60.0%	14.8%
性別	男性	44	29.5%	56.8%	13.6%
	女性	91	23.1%	61.5%	15.4%
年齢別	20歳代	14	14.3%	78.6%	7.1%
	30歳代	22	40.9%	36.4%	22.7%
	40歳代	25	24.0%	72.0%	4.0%
	50歳代	20	10.0%	55.0%	35.0%
	60歳代	29	27.6%	65.5%	6.9%
	70歳代以上	25	28.0%	56.0%	16.0%
区別	門司区	16	25.0%	62.5%	12.5%
	小倉北区	24	25.0%	58.3%	16.7%
	小倉南区	28	28.6%	67.9%	3.6%
	若松区	14	14.3%	78.6%	7.1%
	八幡東区	11	9.1%	72.7%	18.2%
	八幡西区	33	24.2%	51.5%	24.2%
	戸畑区	9	55.6%	22.2%	22.2%

北九州市内でつくられている（食品以外の）地元製品を購入したいかについて、全体で「優先的に是非購入したい」が25.2%、「品質や価格などに満足できれば是非購入したい」が60.0%と肯定的な意見が多く、「市内企業であるかどうかは、購入の判断材料にしていない」は14.8%であった。

年齢別に見ると、「優先的に是非購入したい」では30歳代が40.9%と全体平均よりも15.7ポイント上回っている。「市内企業であるかどうかは、購入の判断材料にしていない」では50歳代が35.0%と全体平均より20.2ポイント上回っている。

問5 (問4で「1 市内企業の製品であれば優先的に、是非購入したい」と答え
た方にお尋ねします。) 製品を購入する時に、重要視するのはどのような
ことですか。(2つまで回答可)



	回答者数	価格が安い	品質が良い	製造している企業に信頼がある	自分や知人が勤めている企業の製品である	使用感がよかった(継続して使いたい)	□□ミ	環境に優しい	その他	
全体	34	26.5%	58.8%	52.9%	11.8%	23.5%	0.0%	11.8%	0.0%	
性別	男性	13	53.8%	69.2%	46.2%	23.1%	15.4%	0.0%	7.7%	0.0%
	女性	21	9.5%	52.4%	57.1%	4.8%	28.6%	0.0%	14.3%	0.0%
年齢別	20歳代	2	50.0%	100.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	30歳代	9	11.1%	55.6%	66.7%	0.0%	22.2%	0.0%	11.1%	0.0%
	40歳代	6	66.7%	83.3%	33.3%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%
	50歳代	2	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	60歳代	8	25.0%	50.0%	50.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%
	70歳代以上	7	14.3%	57.1%	71.4%	28.6%	28.6%	0.0%	14.3%	0.0%
区別	門司区	4	50.0%	75.0%	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	小倉北区	6	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%
	小倉南区	8	37.5%	62.5%	62.5%	12.5%	25.0%	0.0%	12.5%	0.0%
	若松区	2	0.0%	100.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	八幡東区	1	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	八幡西区	8	12.5%	37.5%	62.5%	0.0%	62.5%	0.0%	25.0%	0.0%
	戸畑区	5	60.0%	80.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

購入の際、重要視する項目は、全体では「品質が良い」58.8%、「企業に信頼がある」52.9%が半数を超え、「価格が安い」26.5%、「使用感がよかった」23.5%、「自分や知人が勤めている企業の製品である」11.8%、「環境に優しい」11.8%を大きく上回った。「□□ミ」「その他」は0%であった。

年代別でも、概ね「品質」「信頼」の項目は関心が高いが、20歳代、40歳代では「価格」の項目が50%を超えた。

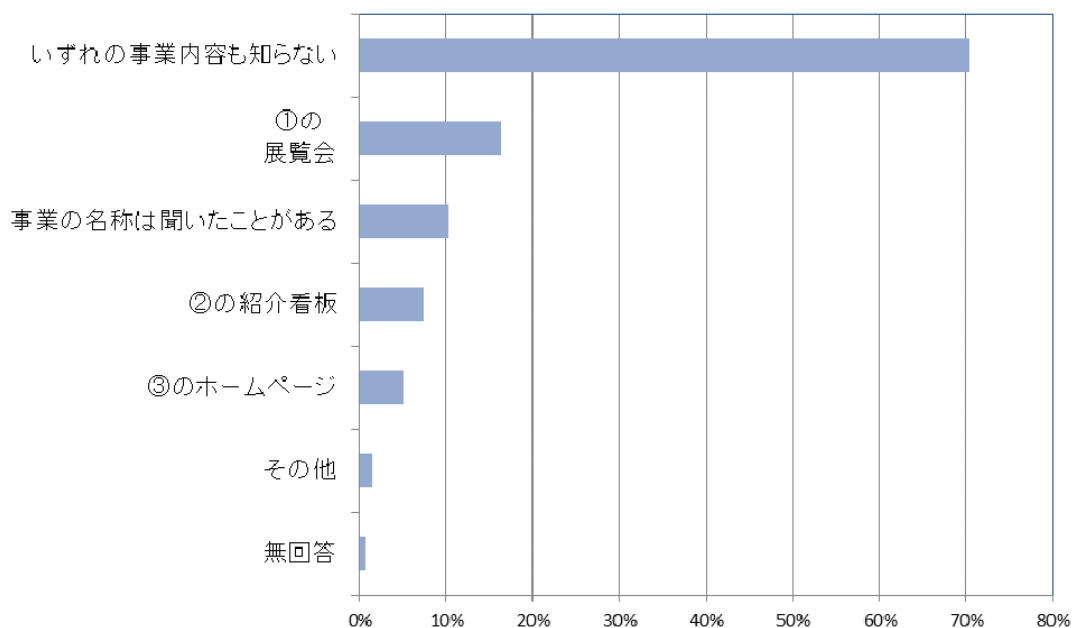
ここからは、北九州市で実施している“地元製品「街かどショールーム」事業”についてお伺いします。

○地元製品「街かどショールーム」事業

優れた地元製品の認知度向上を図るために、市民に身近な公共的空間などで製品の紹介を行っています。

- ①市内の金融機関や、ホテルのロビーなどで地元製品を展示する“地元製品「街かどショールーム」”
- ②公園の施設等の実際の公共工事に使用された製品の紹介看板の設置
- ③インターネット上で地元製品をより多くの方にPRする“いいっちゃプロジェクトホームページ”

問6 上記の地元製品「街かどショールーム」事業のいずれかをご存知ですか。
(複数回答可)



		回 答 者 数	①の 展 覧 会	②の 紹 介 看 板	③の ホ ー ム ペ ー ジ	事業の名 称は聞い たことがあ る	いずれの 事業内容 も知らな い	その他	無回答
全体		135	16.3%	7.4%	5.2%	10.4%	70.4%	1.5%	0.7%
性 別	男性	44	27.3%	6.8%	9.1%	13.6%	54.5%	4.5%	2.3%
	女性	91	11.0%	7.7%	3.3%	8.8%	78.0%	0.0%	0.0%
年 齢 別	20歳代	14	7.1%	0.0%	0.0%	7.1%	85.7%	0.0%	0.0%
	30歳代	22	13.6%	4.5%	9.1%	0.0%	77.3%	0.0%	0.0%
	40歳代	25	16.0%	4.0%	4.0%	8.0%	80.0%	0.0%	0.0%
	50歳代	20	20.0%	5.0%	5.0%	20.0%	70.0%	0.0%	0.0%
	60歳代	29	13.8%	3.4%	3.4%	10.3%	72.4%	0.0%	0.0%
	70歳代以上	25	24.0%	24.0%	8.0%	16.0%	44.0%	8.0%	4.0%
区 別	門司区	16	0.0%	6.3%	0.0%	12.5%	87.5%	0.0%	0.0%
	小倉北区	24	29.2%	4.2%	8.3%	4.2%	66.7%	0.0%	0.0%
	小倉南区	28	21.4%	10.7%	3.6%	14.3%	67.9%	3.6%	0.0%
	若松区	14	42.9%	7.1%	14.3%	14.3%	42.9%	0.0%	0.0%
	八幡東区	11	18.2%	0.0%	0.0%	9.1%	81.8%	0.0%	0.0%
	八幡西区	33	3.0%	9.1%	6.1%	9.1%	75.8%	3.0%	0.0%
	戸畑区	9	0.0%	11.1%	0.0%	11.1%	66.7%	0.0%	11.1%

地元製品「街かどショールーム」事業の認知度について、「展覧会」16.3%、「紹介看板」7.4%、「ホームページ」5.2%、「事業の名称は聞いたことがある」10.4%であるのに対し、「いずれの事業内容も知らない」が70.4%だった。

年代別に見ると、50歳代以降で事業の認知度がやや高い傾向にあり、70歳代以上では、「いずれの事業も知らない」が最低値の44.0%であった。

ここからは、北九州市で実施している“北九州エコプレミアム”“北九州発!新商品創出事業(トライアル発注制度)”“北九州オンリーワン企業”についてお伺いします。

○北九州エコプレミアム

北九州市では、環境負荷が低いことを新しい付加価値として捕らえた製品や、技術、産業活動を「エコプレミアム」と定義し、北九州発のエコプレミアムを選定する「北九州エコプレミアム」を実施しています。

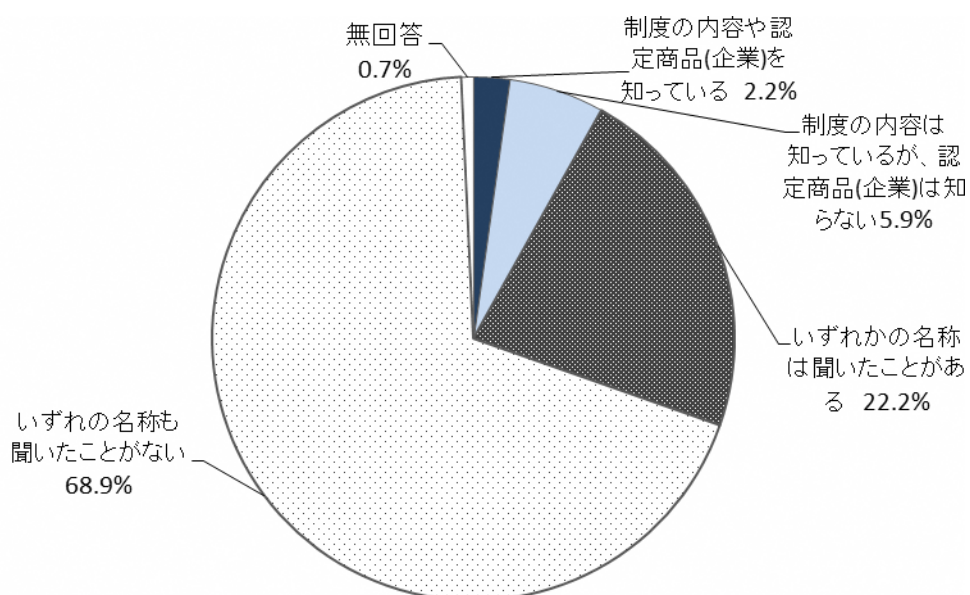
○トライアル発注制度

北九州市では、中小企業が技術開発助成制度などを活用して開発した、優れた新商品を市で認定する「北九州発!新商品創出事業(トライアル発注制度)」を実施しています。

○北九州オンリーワン企業

北九州市では、独創的な製品や技術、サービスを提供する優れた中小企業を「オンリーワン企業」として認定する「北九州オンリーワン企業」を実施しています。

問7 上記の3つの事業のいずれかについて、事業の内容や認定された商品(企業)をご存知ですか。



		回答者数	制度の内容や認定商品（企業）を知っている	制度の内容は知っているが、認定商品（企業）は知らない	いずれかの名称は聞いたことがある	いずれの名称も聞いたことがない	無回答
全体		135	2.2%	5.9%	22.2%	68.9%	0.7%
性別	男性	44	2.3%	9.1%	31.8%	56.8%	0.0%
	女性	91	2.2%	4.4%	17.6%	74.7%	1.1%
年齢別	20歳代	14	0.0%	0.0%	7.1%	92.9%	0.0%
	30歳代	22	0.0%	0.0%	18.2%	81.8%	0.0%
	40歳代	25	4.0%	12.0%	16.0%	68.0%	0.0%
	50歳代	20	5.0%	5.0%	20.0%	70.0%	0.0%
	60歳代	29	0.0%	10.3%	31.0%	58.6%	0.0%
	70歳代以上	25	4.0%	4.0%	32.0%	56.0%	4.0%
区別	門司区	16	6.3%	18.8%	18.8%	56.3%	0.0%
	小倉北区	24	0.0%	0.0%	20.8%	79.2%	0.0%
	小倉南区	28	3.6%	7.1%	32.1%	57.1%	0.0%
	若松区	14	0.0%	7.1%	35.7%	57.1%	0.0%
	八幡東区	11	0.0%	0.0%	18.2%	81.8%	0.0%
	八幡西区	33	3.0%	3.0%	12.1%	78.8%	3.0%
	戸畑区	9	0.0%	11.1%	22.2%	66.7%	0.0%

“北九州エコプレミアム” “トライアル発注制度” “北九州オンリーワン企業” といった制度の内容や認定商品（企業）の認知度について、全体では「制度の内容や認定商品（企業）を知っている」2.2%、「制度の内容は知っているが、認定商品（企業）は知らない」が5.9%、「いずれかの名称は聞いたことがある」が22.2%で、「いずれの名称も聞いたことがない」が68.9%であった。特に20歳代は、「いずれの名称も聞いたことがない」が最大値の92.9%を示した。

問8 （問7で「1 制度の内容や認定商品（企業）を知っている」と答えた方にお尋ねします。）知っている商品、企業、制度名をご記入下さい。（複数回答可）

《回答内容》（3名）

【知っている制度名】

北九州エコプレミアム、北九州オンリーワン企業

【知っている企業】

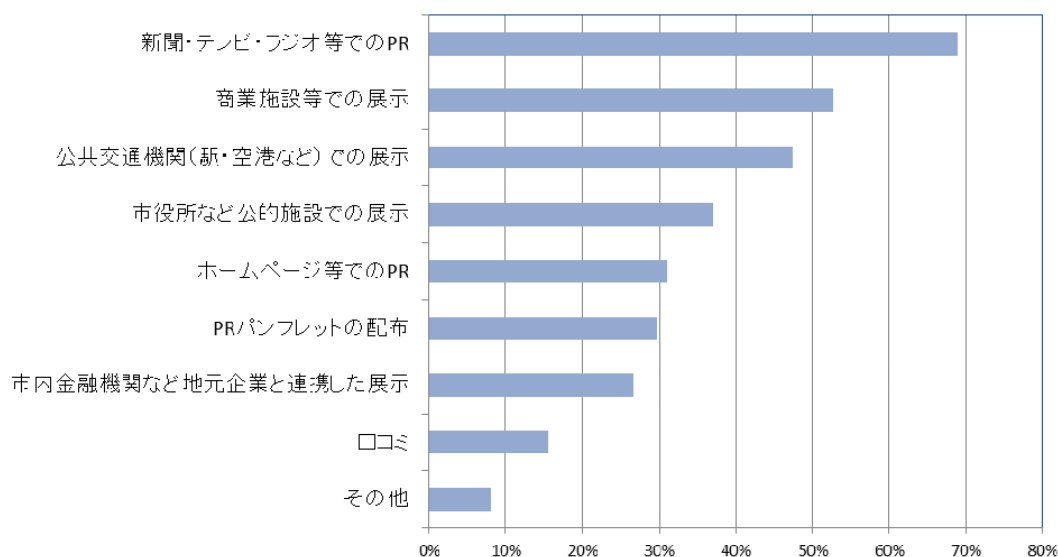
㈱イマナガ、シャボン玉石けん㈱

【知っている商品】

小倉織を使った製品、無添加石鹼、廃潤滑油から出来た再生重油

問9 今後、皆様が地元製品を知るのにどの方法が効果的だと思いますか。

(複数回答可)



		回答者数	市役所など公的施設での展示	市内金融機関など地元企業と連携した展示	商業施設等での展示	公共交通機関(駅・空港など)での展示	ホームページ等でのPR	新聞・テレビ・ラジオ等でのPR	PRパンフレットの配布	口コミ	その他
全体		135	37.0%	26.7%	52.6%	47.4%	31.1%	68.9%	29.6%	15.6%	8.1%
性別	男性	44	34.1%	18.2%	45.5%	52.3%	38.6%	65.9%	27.3%	11.4%	15.9%
	女性	91	38.5%	30.8%	56.0%	45.1%	27.5%	70.3%	30.8%	17.6%	4.4%
年齢別	20歳代	14	35.7%	21.4%	50.0%	57.1%	7.1%	71.4%	14.3%	14.3%	7.1%
	30歳代	22	27.3%	27.3%	45.5%	54.5%	36.4%	68.2%	22.7%	27.3%	9.1%
	40歳代	25	28.0%	36.0%	64.0%	56.0%	32.0%	48.0%	32.0%	12.0%	12.0%
	50歳代	20	35.0%	25.0%	55.0%	45.0%	50.0%	75.0%	25.0%	20.0%	5.0%
	60歳代	29	34.5%	24.1%	65.5%	44.8%	24.1%	65.5%	41.4%	6.9%	13.8%
	70歳代以上	25	60.0%	24.0%	32.0%	32.0%	32.0%	88.0%	32.0%	16.0%	0.0%
区別	門司区	16	43.8%	31.3%	56.3%	62.5%	43.8%	68.8%	37.5%	25.0%	12.5%
	小倉北区	24	29.2%	33.3%	54.2%	41.7%	37.5%	58.3%	41.7%	20.8%	8.3%
	小倉南区	28	60.7%	28.6%	50.0%	53.6%	28.6%	71.4%	21.4%	7.1%	7.1%
	若松区	14	21.4%	14.3%	50.0%	57.1%	35.7%	57.1%	28.6%	7.1%	0.0%
	八幡東区	11	27.3%	36.4%	54.5%	54.5%	18.2%	72.7%	27.3%	27.3%	18.2%
	八幡西区	33	30.3%	15.2%	45.5%	30.3%	24.2%	78.8%	30.3%	18.2%	9.1%
	戸畑区	9	33.3%	44.4%	77.8%	55.6%	33.3%	66.7%	11.1%	0.0%	0.0%

《その他回答抜粋》

市政だよりでのPR、SNSの活用、地元スポーツチームとの連携したPR、YouTube(ユーチューブ)などの動画を活用したPR、イベント出店、チラシのポスティング など

地元製品を知るのにどの方法が効果的について、全体では「新聞・テレビ・ラジオ等でのPR」が68.9%と高く、次いで「商業施設での展示」52.6%、「公共交通機関での展示」47.4%、「市役所など公的施設での展示」37.0%、「ホームページ等でのPR」31.1%、「PRパンフレット等の配布」29.6%、「地元企業と連携した展示」26.7%、「口コミ」15.6%、「その他」8.1%の順だった。

特に「新聞・テレビ・ラジオ等でのPR」は、性別や年齢を問わずに支持されており、70歳代以上で88.0%と最高値を示した。

問10 その他、地元製品の認知度向上及び利活用推進についてご意見があれば、ご自由にお書き下さい。

《回答内容（抜粋）》

【地元製品のPR方法や情報発信について】（40件）

- 役所や金融機関は曜日や時間が限られていて、用がなければなかなか足を運ばないので効果的ではないと思います。逆に家族連れ等の多い商業施設の方が良いと思います。
- 地元製品の周知の為に地元（自宅周辺）から出る機会の少ない人々に看板等方法を考えるべきである。
- 市政だよりなどでもっとアピールしないと知らない人の方が多いと思います。
- 工場見学・売り場紹介案内・地元産であるメリット紹介
- 地元製品の置いている売場でPR看板などを設置してもらえると自然と目に入り、興味をもちますし、購入意欲も沸いてくると思います。この商品のこの部分に新日鉄住金の鉄が使われていますなど。
- スーパーなどの販売店舗に北九州市内で製造されている商品であることをポスターなどでアピールしてもらおう。
- 地元の人なら地元製品を買いたいという気持ちは必ずあると思います。市役所や駅などを利用してパンフレットや無料モニターなどをしたら良い気がします。
- 特別に設けた場所も良いが、人が日常生活で立ち寄る場に展示することも良いのでは。（やはり、いつも目につくところにあると印象に残るので）
- 私は北九州に来て2年半がたちますが、地元製品にどのようなものがあるか分かりません。普段の生活で目につく所から、きちんとPRしていくべきだと思います。
- どんどんPR活動をしてほしい。
- 若い人にはホームページ等でのPRでも良いと思うが、主婦にはスーパーでのチラシ展示の方が効果的だと考える。
- 普段使っているものや、全国的にしられているものが、身近なところで作られていると嬉しいし、誇りに思う。それが品質も良ければ、さらなることと思う。PRは地元だけにとどまらず、福岡県全域、全国、世界へと発信して欲しい。
- 近年、映画のロケで有名になりつつあるので、映画の中でPRするなどして認知度向上をしてはどうでしょう？

【地元製品の判別について】（5件）

- 「北九州発！！」などわかりやすいシールを製品外箱や商品に貼ってほしい。食品も「地産地消」と書いてあると、応援を含め買うので、地元製品も同じようにアピールしてほしい。
- 地元のデパートでも「北九州の企業の製品」などのうたい文句がついていると興味が出てきて購入の基準にはなると思いますので、小売の現場でPOPなどを利用してアピールしてほしいです。
- 製品に地元で作成など表記があれば優先で購入したいですね。

【地元製品に対する意見】（11件）

- 地元製品について知りたくなった。出来れば使いたいし、全国区になったらとても嬉しいと思う。
- 普段使っているものや、全国的にしられているものが、身近なところで作られていると嬉しいし、誇りに思う。それが品質も良ければ、さらなることと思う。PRは地元だけにとどまらず、福岡県全域、全国、世界へと発信して行ってほしい。
- 地元の人なら地元製品を買いたいという気持ちは必ずあると思います。
- 市民は認知度はあってもなかなか手を伸ばすところまで行きつかないので、市外から「評判がいい」という声をもらえば、巡り巡ってよい利活用促進が図れるかと思っています。
- 地元の食品関係であれば、購入の機会もあるし、応援したい気持ちもありますが、食品以外の地元製品については、利活用についてピンとくるものはありません。ただし、問2にある自分が知っている製品や企業が、有名な企業が多いので、これら以外のものを知りたいと思いました。

【市の取り組みに対する意見】（14件）

- 今回のアンケートで地元製品への取り組みについて知ったことも多かったため、もっと積極的なPR活動があればいいかなと思いました。
- 地元製品の周知の為に地元（自宅周辺）から出る機会の少ない人々に看板等方法を考えるべきである。
- 市の取り組みも知らなかったし、どのような地元製品があるかも知る由がない。
- 街かどショールームを知りませんでした。高齢者にもわかる様、病院、市民センター等展示があればと思います。
- 地元製品であるかどうかより、その製品を使用するメリットがわかる機会を作ることが必要。

IV 全体考察

●アンケート実施の目的

本市では、北九州市新成長戦略において、「地元製品・サービスの利活用の推進」をリーディングプロジェクトの一つに掲げ、地元企業の優れた製品の認知度向上を図り、利活用に繋げる取り組みを推進している。

平成 25 年度から銀行やホテルのロビーなど、身近な公共的空間で「街かどショールーム」と題した展示会を行っているほか、平成 29 年 3 月にオープン予定の北九州スタジアムに、建設に実際に使用された地元製品の紹介コーナーを設ける予定である。

こうした取り組みの成果と課題を把握するため、地元製品の認知度等の調査を実施したものである。なお、今回の調査は食品以外の製品（日用品や工業製品など）を対象としている。

◇地元企業製品の認知度等について（問 1～2）

【地元製品の認知度】

北九州市内で行われている、食品以外の地元製品について、約 6 割が「知っている」と回答し、特に 60 歳代が 72.4%と高い値を示している。一方で、20 歳代については、「知らない」と回答した人が 57.1%と半数以上に上っており、若年層に向けた地元製品の PR の必要性がうかがえる。

【知っている商品・企業名】

地元製品として知っている商品・企業については、生活関連用品、美術工芸品、自動車・鉄鋼・電子部品などの工業製品及びその製造企業など多岐に渡ることが判明した。

◇地元製品の購入歴・購入希望の有無・購入の際に重要な点について（問 3～5）

【地元製品の購入の有無】

地元製品の購入歴について、全体では「ある」が「ない」を弱冠上回ったが、5 割弱に留まった。年齢別に見ると、「ある」では 60 歳代が最高値の 62.1%を示したが、一方で「ない」では 20 歳代が最高値の 71.4%を示しており、地元製品の認知度の結果と同様の傾向を示した。

また、購入の際に地元製品かどうかを意識していなかったため不明といった意見もあった。

【地元製品の購入希望の有無】

購入希望の有無については、「優先的に是非購入したい」(25.2%)と「品質や価格などに満足できれば是非購入したい」(60.0%)が合わせて約8割強と、肯定的な意見が多い。

年齢別に見ると、30歳代は「是非購入したい」が最大値の40.9%で、地元製品の優先的購入に関して積極的であることが判明した。一方で、50歳代は、「是非購入したい」が最小値の10.0%で、「市内企業であるかどうかは購入の判断材料にしていない」が最大値の35.0%を示しており、地元でつくられたということが、必ずしも購入の決め手となっていないことがうかがえる。

【製品を購入する際に重要視する点】

製品購入時の重要な点として、「品質が良い」「企業に信頼がある」が約5割強と高い割合である事が分かった。次いで「価格が安い」「使用感が良い」「自分や知人が勤めている企業の製品である」「環境に優しい」の順だった。年代別で見ても、この二項目の割合が高かったが、傾向として40歳代以下では「品質」を、50歳代以上では「信頼」を重要視することがうかがえる。

◇地元製品「街かどショールーム」事業の認知度について（問6）

平成25年度から行っている地元製品「街かどショールーム」事業について、「展示会」が16.3%、「紹介看板」が7.4%、ホームページが5.2%、「事業の名称は聞いたことがある」は10.4%に留まり、事業全体の認知度の低さがうかがえる。周知方法の更なる工夫が必要である。

◇北九州市で実施している認定制度の認知度等について（問7～8）

【北九州市で実施している認定制度の認知度】

“北九州エコプレミアム”“トライアル発注制度”“北九州オンリーワン企業”などの優れた技術、製品、産業活動に対する認定制度については、「制度の内容や認定商品（企業）を知っている」(2.2%)、「制度の内容は知っているが認定商品（企業）は知らない」(5.9%)、「いずれかの名称は聞いたことはある」(22.2%)は全体の約4割弱にとどまり、「いずれの名称も聞いたことがない」が約6割強であった。

【認定制度の中で知っている商品や企業について】

主に日用品関係の商品や企業が挙げられている。これまでの調査で、地元製品や企業の名前は幅広く知られていることは判明しているため、それらの製品や企業がこうした認定制度に選定されている、ということが広く浸透していないことを示していると考えられる。

◇地元製品の効果的なPRについて（問9）

全体で「新聞・テレビ・ラジオ等でのPR」「商業施設での展示」が約5～6割強と高い数値を示した。次いで「公共交通機関での展示」（47.4%）、「公的施設での展示」（37.0%）、「ホームページ等でのPR」（31.1%）、「PRパンフレット等の配布」（29.6%）、「地元企業と連携した展示」（26.7%）、「口コミ」（15.6%）、「その他」（8.1%）であった。その他の意見11件のうち、半数以上の6件で市政だよりを活用したPRが効果的と回答している。

効果的なPRのためには、性別や年代を問わず、広く周知できる方法が求められていることが判明した。

◇地元製品の認知度向上及び利活用推進についての意見（抜粋）（問10）

地元製品を分かりやすく周知するなどのPR方法や、認知度向上のための自治体の取り組みの積極的なPRを求めのご意見をいただいた。

●まとめ

「地元製品の認知度等」の結果から、本市に立地している企業やその製品（食品除く）については、多岐に渡り知られてきてはいるが、更に幅広く周知できるよう、PR方法の工夫が必要である。

また、市が取り組んできた事業や認定制度については、認知度が低く、積極的なPRを行っていく必要がある。

【市政モニターに関すること】

市民文化スポーツ局市民総務部広聴課（TEL：582-2527）

【アンケートに関すること】

産業経済局企業支援・産学連携部企業立地支援課（TEL：582-2065）