慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	地域ブランドと地域名産品ブランドの相互影響に関する考察
Sub Title	
Author	福井, 昭一(Fukui, Shoichi) 余田, 拓郎(Yoda, Takuro)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2015
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2015年度経営学 第3090号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002015-3090

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文（　2015 年度）

論文題名

地域ブランドと地域名産品ブランドの相互影響に関する考察

主 査	余田 拓郎 教授
副 査	井上 哲浩 教授
副 査	坂下 玄哲 准教授
副 査	

学籍番号	81431038	氏 名	福井 昭一

論文要旨

所属ゼミ	余田ゼミ	学籍番号	81431038	氏名	福井　昭一

（論文題名）
地域ブランドと地域名産品ブランドの相互影響に関する考察

（内容の要旨）

地域ブランド、地域名産品ブランドに関しては、特にこの 10 年、各種事例研究、概念の提唱が行われてきました。
本稿では、地域ブランドと地域名産品ブランドの相互影響に関して、共分散構造分析を行うことで、過去に提唱されてきた概念を、データ面から確認し、示唆を得ようと試みます。
とりわけ「地域が傘ブランドのように、地域内の名産品にポジティブな影響を与える」と唱えられてきた内容が、どの程度の説明力を持っているか、共分散構造分析のパス係数にて確認したいと考えます。

共分散構造分析を行い、モデル適合度指標により判断した結果、「地域ブランドは、傘ブランドとして、地域名産品にポジティブな影響を与える」ということが確認できました。

一方で、「地域名産品が、地域に与えるポジティブな効果」は、統計モデルとしては適合度の低い結果となりました。これは、分析対象とした 360 の名産品の中には、成功事例も、未成功事例も含まれているがゆえの、必然的な結果であると考えられます。
また、地域への訪問意向、居住意向は、「名産品」のみでは決定づけられないという当然の事実が確認されたとも解釈できます。

本分析においては、「農産、果物、水産、畜産、菓子、ご当地料理」といった異なる商品カテゴリを合算して分析していますので、今後の分析ではカテゴリ別での結果の比較、解釈も有効だと考えられます。更に、インバウンド旅行者によるいわゆる爆買い需要、ご当地のゆるキャラ需要、コンテンツ愛好家による聖地巡礼需要、そして人口増減予測といった他要素もモデルに投入することで、パブリック・セクター、私企業にとっての活用価値が上がりうると考えられます。