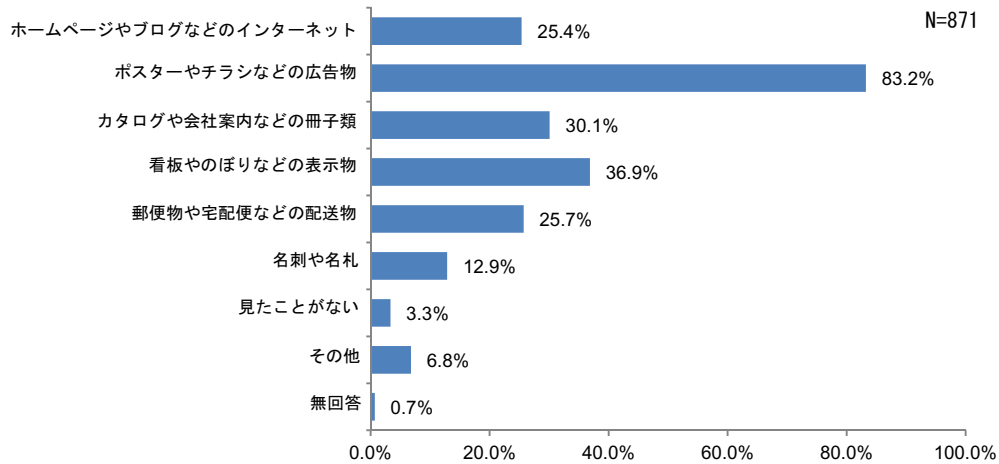


調査結果

1 北海道のロゴマーク「試される大地 北海道」について

問1 ロゴマーク「試される大地 北海道」をあなたはどのようなもので見たことがありますか。
次の中からいくつでもお選びください。



【全体】

「ポスターやチラシなどの広告物」(83.2%)と答えた人の割合が最も高く、次いで「看板やのぼりなどの表示物」(36.9%)、「カタログや会社案内などの冊子類」(30.1%)の順となっている。

【圏域別】

「ポスターやチラシなどの広告物」については、道北圏(88.8%)が最も割合が高く、次いで十勝圏(88.6%)となっている。「看板やのぼりなどの表示物」については、道央圏(40.1%)が最も割合が高く、次いでオホーツク圏(35.9%)となっている。

【人口規模別】

「ポスターやチラシなどの広告物」については、人口10万人未満の都市(87.0%)が最も割合が高く、次いで町村部(83.0%)となっている。「看板やのぼりなどの表示物」については、札幌市(42.2%)が最も割合が高く、次いで町村部(34.5%)となっている。

【性別】

「ポスターやチラシなどの広告物」については、男性81.7%、女性84.7%となっており、「看板やのぼりなどの表示物」については、男性35.6%、女性37.6%となっている。

【年代別】

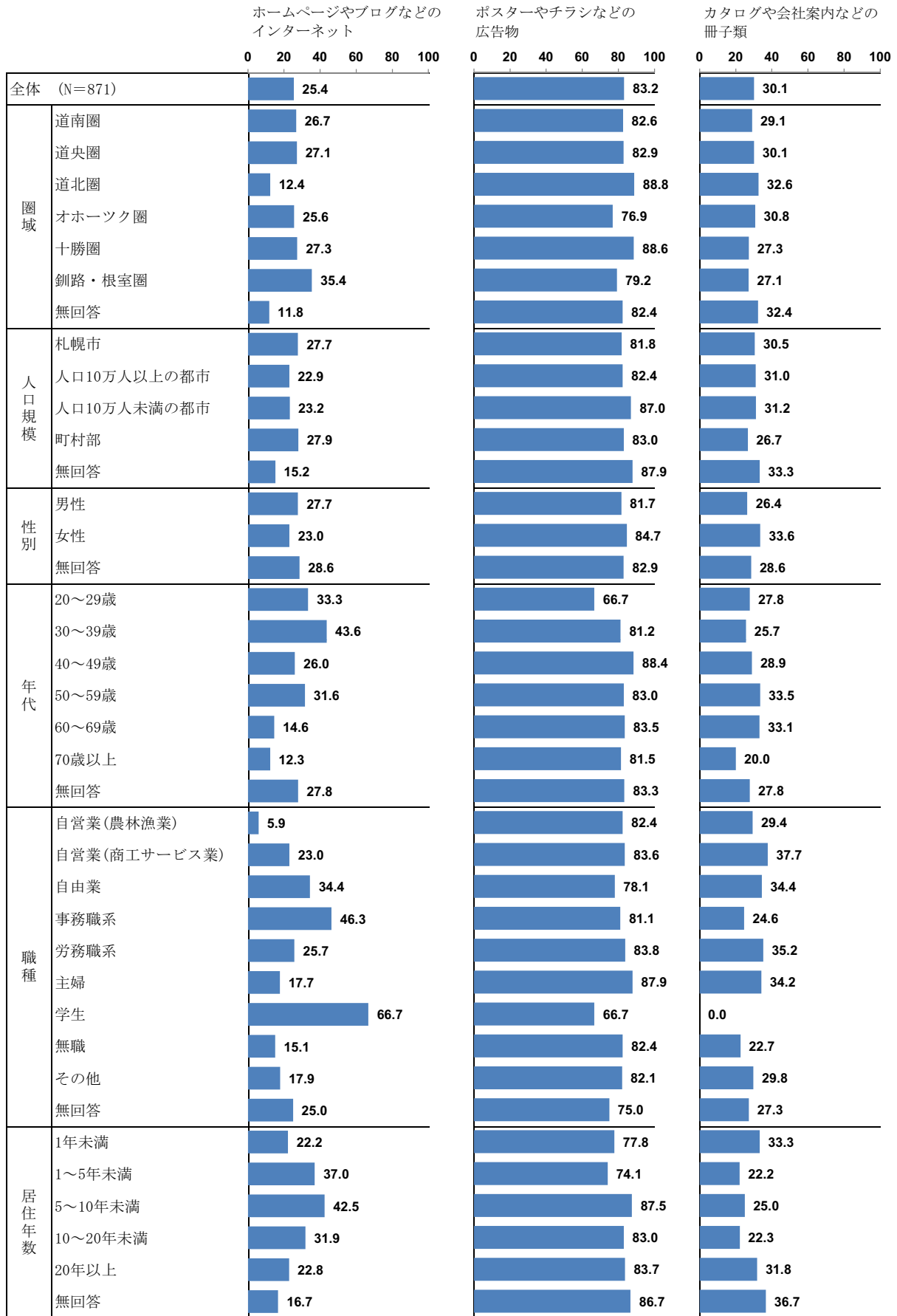
「ポスターやチラシなどの広告物」については、40~49歳(88.4%)が最も割合が高く、次いで60~69歳(83.5%)となっている。「看板やのぼりなどの表示物」については、60~69歳(41.3%)が最も割合が高く、次いで50~59歳(39.8%)となっている。

【職種別】

「ポスターやチラシなどの広告物」については、主婦(87.9%)が最も割合が高く、次いで労務職系(83.8%)となっている。「看板やのぼりなどの表示物」については、学生(66.7%)が最も割合が高く、次いでその他(41.7%)となっている。

【居住年数別】

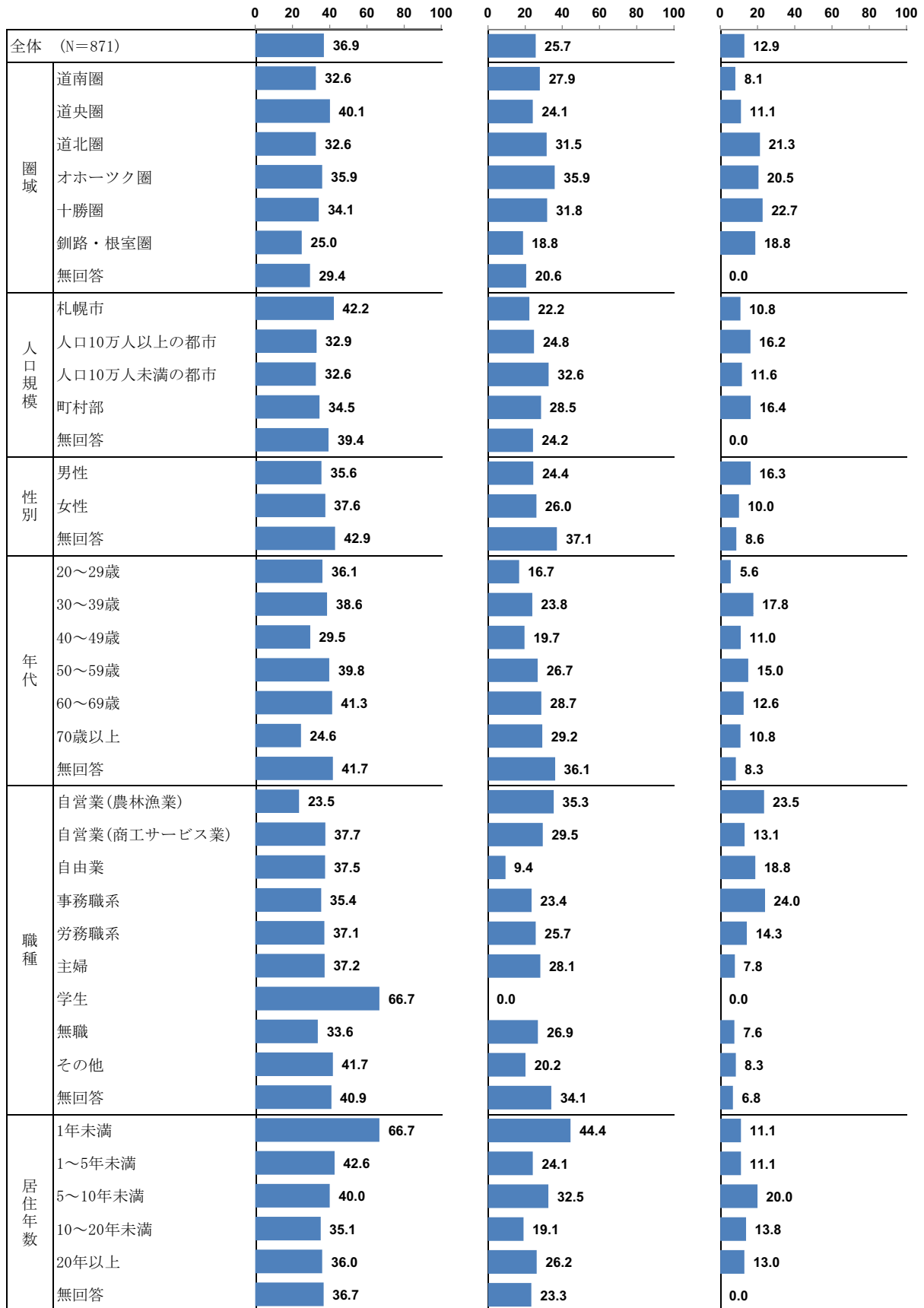
「ポスターやチラシなどの広告物」については、5~10年未満(87.5%)が最も割合が高く、次いで20年以上(83.7%)となっている。「看板やのぼりなどの表示物」については、1年未満(66.7%)が最も割合が高く、次いで1~5年未満(42.6%)となっている。

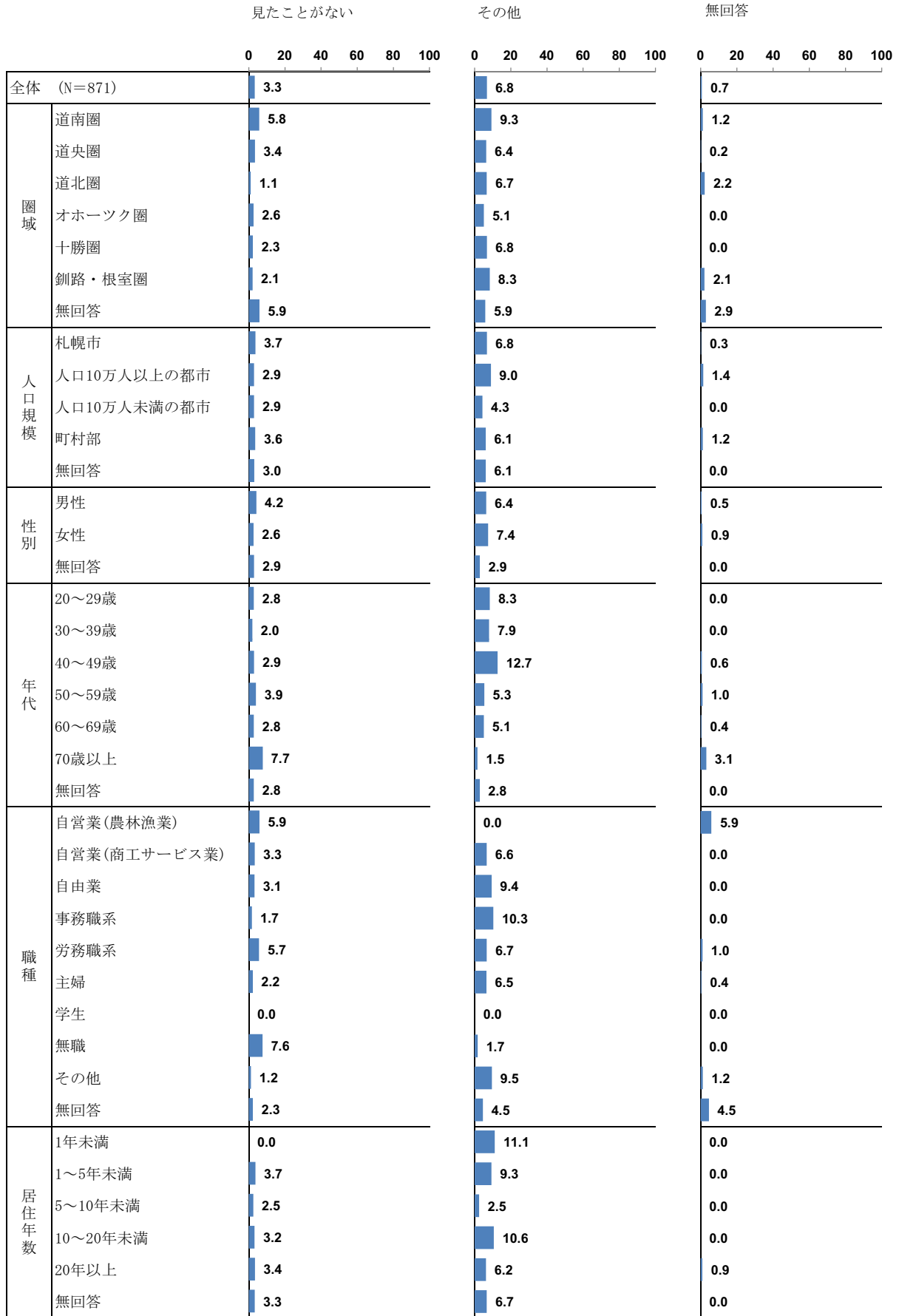


看板やのぼりなどの表示物

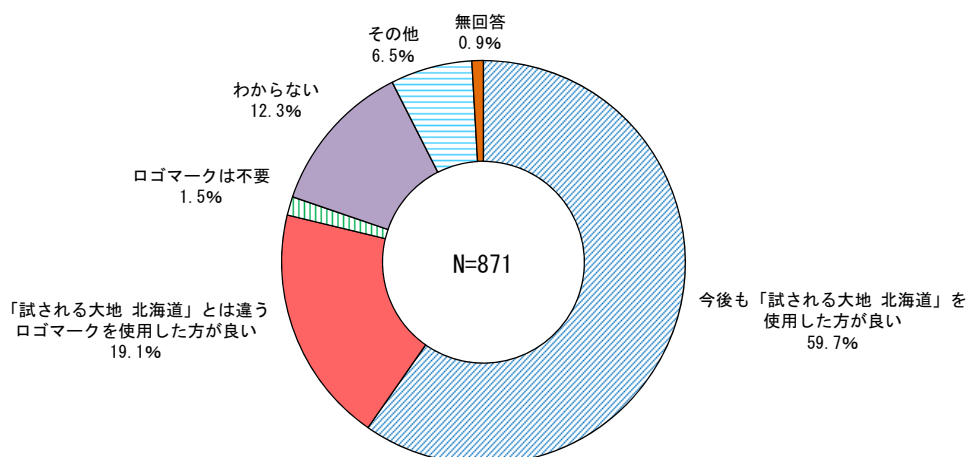
郵便物や宅配便などの配送物

名刺や名札





問2 あなたは、北海道をPRするために使用するロゴマークについてどのように思いますか。
次の中から1つだけお選びください。



【全体】

「今後も「試される大地 北海道」を使用した方が良い」(59.7%)と答えた人の割合が最も高く、次いで「「試される大地 北海道」とは違うロゴマークを使用した方が良い」(19.1%)、「わからない」(12.3%)の順となっている。

【圏域別】

「今後も「試される大地 北海道」を使用した方が良い」については、道北圏(67.4%)が最も割合が高く、次いで釧路・根室圏(64.6%)となっている。「「試される大地 北海道」とは違うロゴマークを使用した方が良い」については、オホーツク圏(23.1%)が最も割合が高く、次いで道南圏(22.1%)となっている。

【人口規模別】

「今後も「試される大地 北海道」を使用した方が良い」については、人口10万人未満の都市(65.2%)が最も割合が高く、次いで人口10万人以上の都市(61.4%)となっている。「「試される大地 北海道」とは違うロゴマークを使用した方が良い」については、札幌市(21.8%)が最も割合が高く、次いで町村部(20.6%)となっている。

【性別】

「今後も「試される大地 北海道」を使用した方が良い」については、男性58.5%、女性61.3%となっており、「「試される大地 北海道」とは違うロゴマークを使用した方が良い」については、男性23.5%、女性14.8%となっている。

【年代別】

「今後も「試される大地 北海道」を使用した方が良い」については70歳以上(78.5%)が最も割合が高く、次いで60～69歳(65.0%)となっている。「「試される大地 北海道」とは違うロゴマークを使用した方が良い」については、50～59歳(22.8%)が最も割合が高く、次いで30～39歳(21.8%)となっている。

【職種別】

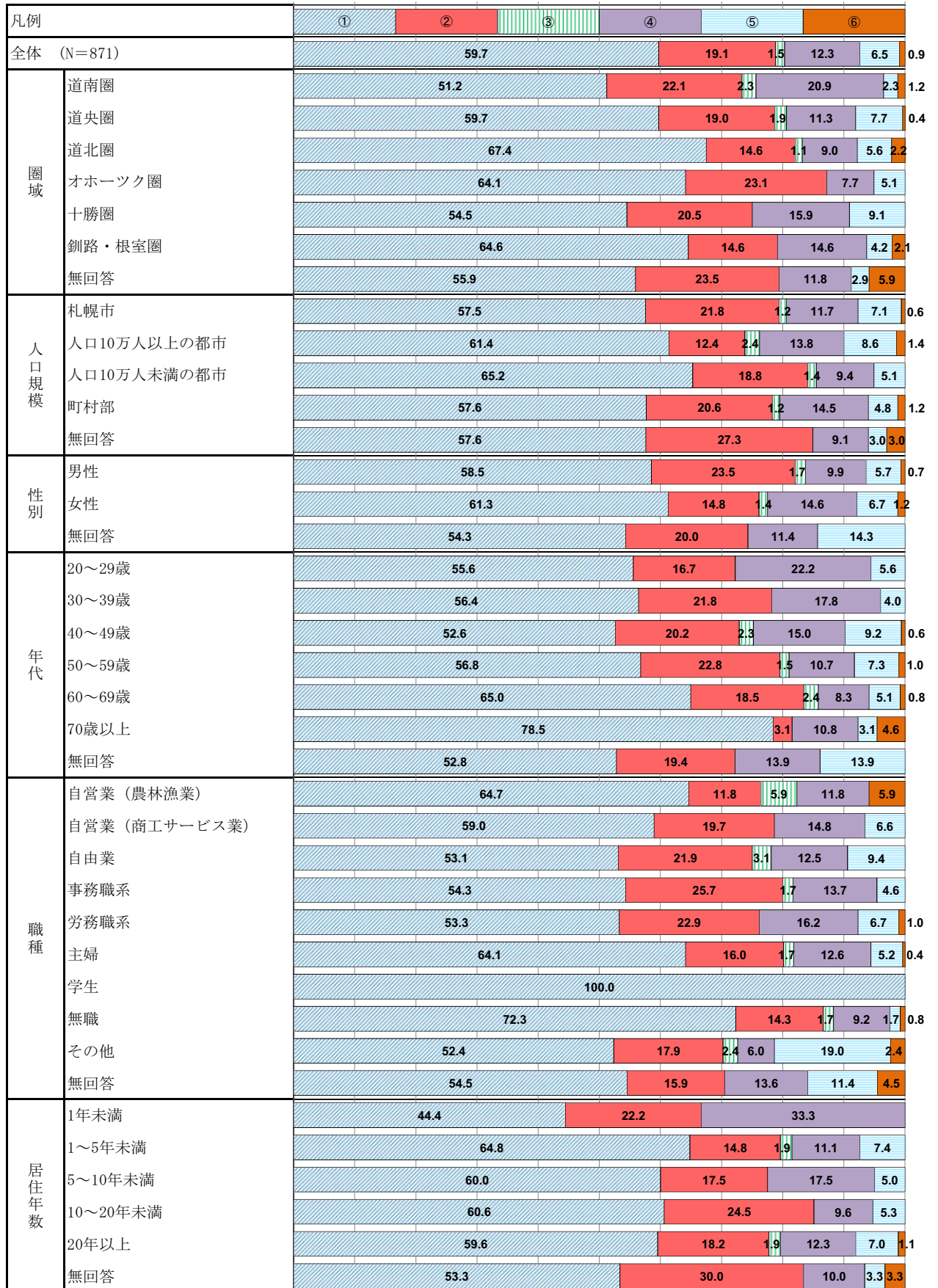
「今後も「試される大地 北海道」を使用した方が良い」については、学生(100%)が最も割合が高く、次いで無職(72.3%)となっている。「「試される大地 北海道」とは違うロゴマークを使用した方が良い」については、事務職系(25.7%)が最も割合が高く、次いで労務職系(22.9%)となっている。

【居住年数別】

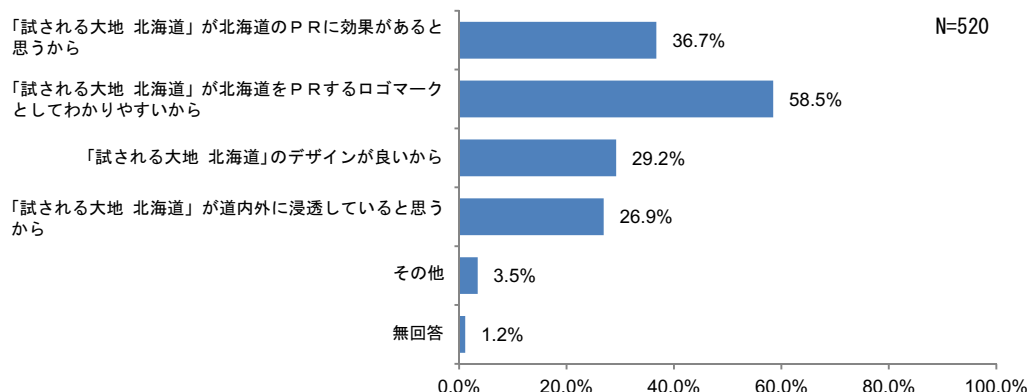
「今後も「試される大地 北海道」を使用した方が良い」については、1～5年未満(64.8%)が最も割合が高く、次いで10～20年未満(60.6%)となっている。「「試される大地 北海道」とは違うロゴマークを使用した方が良い」については、10～20年未満(24.5%)が最も割合が高く、次いで1年未満(22.2%)となっている。

- ①今後も「試される大地 北海道」を使用した方が良い
 ②「試される大地 北海道」とは違うロゴマークを使用した方が良い
 ③ロゴマークは不要 ④わからない ⑤その他 ⑥無回答

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



問3 ※「問2」で選択肢「1」を選んだ方のみお答えください。
 あなたが北海道をPRするために、今後も「試される大地 北海道」を使用した方が良いと思う理由について、次の中からいくつでもお選びください。



【全体】

「試される大地 北海道」が北海道をPRするロゴマークとしてわかりやすいから（58.5%）と答えた人の割合が最も高く、次いで「試される大地 北海道」が北海道のPRに効果があると思うから（36.7%）、「試される大地 北海道」のデザインが良いから（29.2%）の順となっている。

【圏域別】

「試される大地 北海道」が北海道をPRするロゴマークとしてわかりやすいからについては、釧路・根室圏（61.3%）が最も割合が高く、次いで道央圏（60.6%）となっている。「試される大地 北海道」が北海道のPRに効果があると思うからについては、道北圏（48.3%）が最も割合が高く、次いで道南圏（45.5%）となっている。

【人口規模別】

「試される大地 北海道」が北海道をPRするロゴマークとしてわかりやすいからについては、札幌市（63.1%）が最も割合が高く、次いで人口10万人以上の都市（58.1%）となっている。「試される大地 北海道」が北海道のPRに効果があると思うからについては、町村部（45.3%）が最も割合が高く、次いで人口10万人以上の都市（38.8%）となっている。

【性別】

「試される大地 北海道」が北海道をPRするロゴマークとしてわかりやすいからについては、男性59.1%、女性58.3%となっており、「試される大地 北海道」が北海道のPRに効果があると思うからについては、男性35.9%、女性36.4%となっている。

【年代別】

「試される大地 北海道」が北海道をPRするロゴマークとしてわかりやすいからについては、70歳以上（68.6%）が最も割合が高く、次いで40～49歳（58.2%）となっている。「試される大地 北海道」が北海道のPRに効果があると思うからについては、70歳以上（54.9%）が最も割合が高く、次いで60～69歳（46.1%）となっている。

【職種別】

「試される大地 北海道」が北海道をPRするロゴマークとしてわかりやすいからについては、学生（100.0%）が最も割合が高く、次いで無職（68.6%）となっている。「試される大地 北海道」が北海道のPRに効果があると思うからについては、自由業（47.1%）が最も割合が高く、次いで無職（43.0%）となっている。

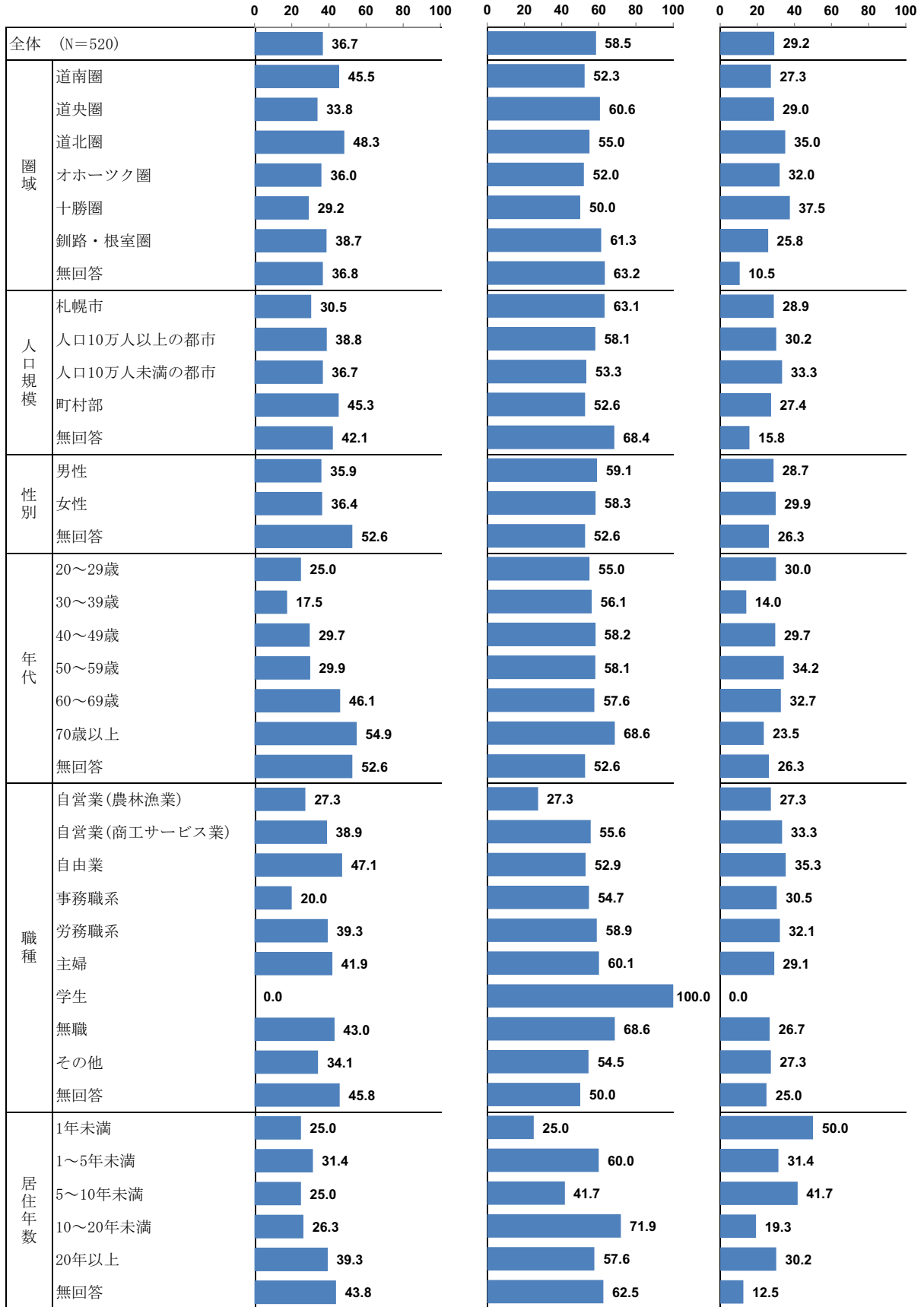
【居住年数別】

「試される大地 北海道」が北海道をPRするロゴマークとしてわかりやすいからについては、10～20年未満（71.9%）が最も割合が高く、次いで1～5年未満（60.0%）となっている。「試される大地 北海道」が北海道のPRに効果があると思うからについては、20年以上（39.3%）が最も割合が高く、次いで1～5年未満（31.4%）となっている。

「試される大地 北海道」が
北海道のPRに効果があると思
うから

「試される大地 北海道」が
北海道をPRするロゴマーク
としてわかりやすいから

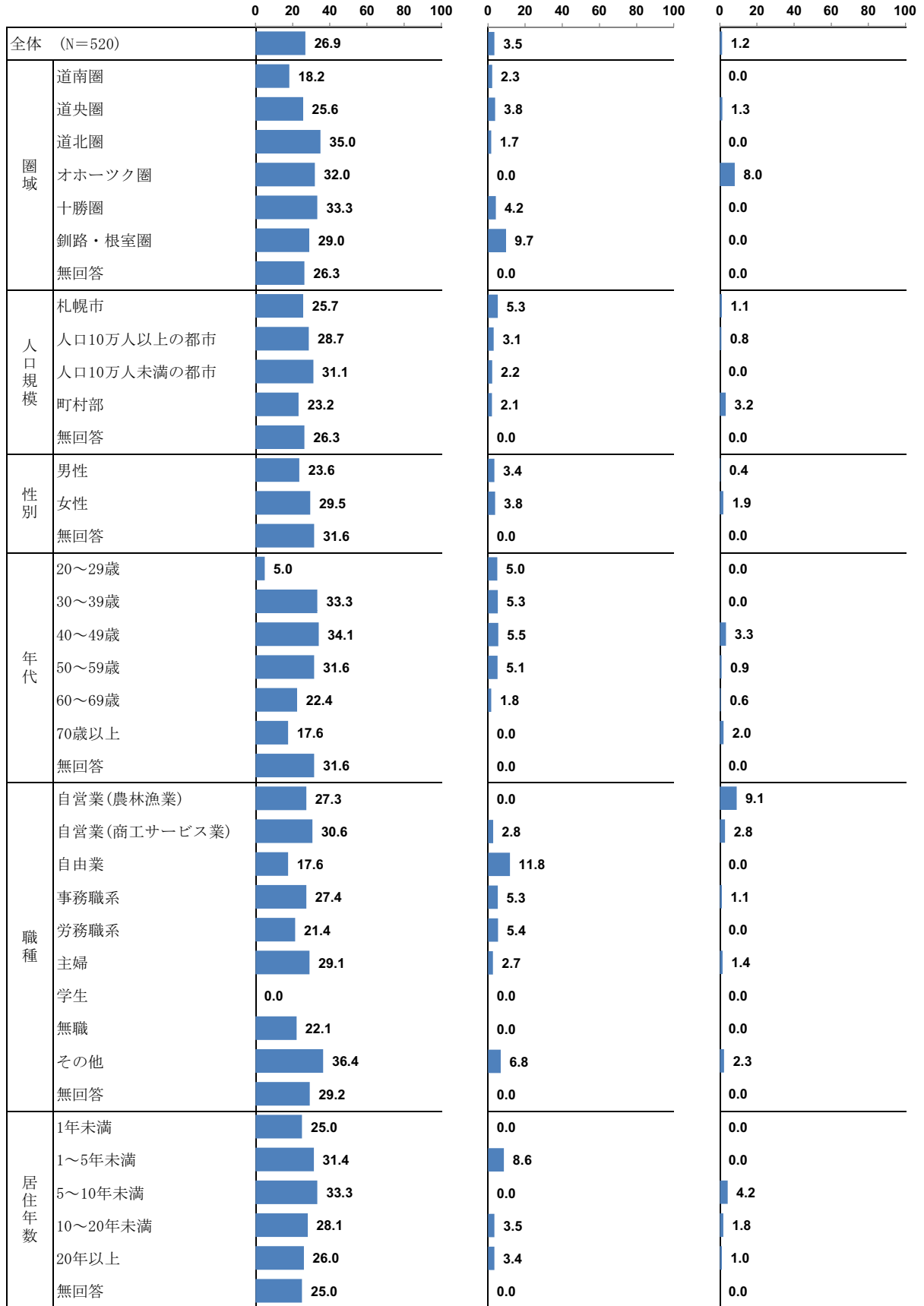
「試される大地 北海道」の
デザインが良いから



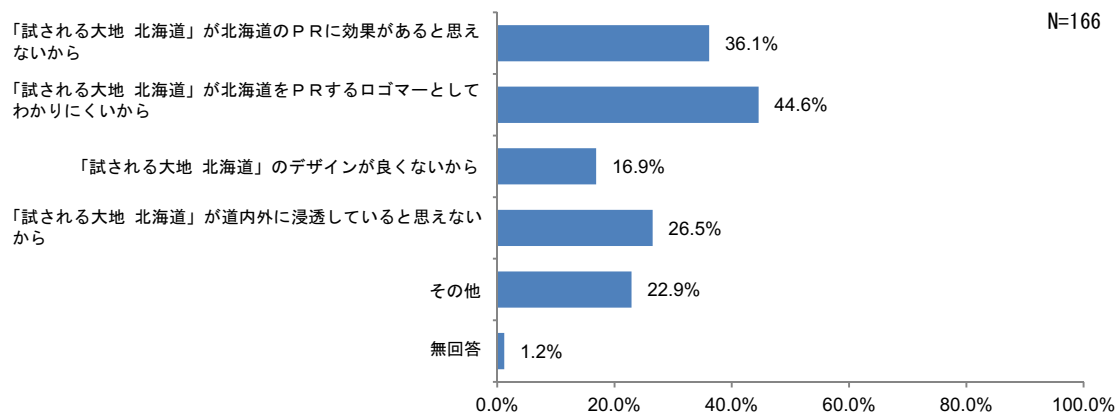
「試される大地 北海道」が
道内外に浸透していると思う
から

その他

無回答



問4 ※「問2」で選択肢「2」を選んだ方のみお答えください。
 あなたが北海道をPRするために、「試される大地 北海道」とは違うロゴマークを使用した方が良いと思う理由について、次の中からいくつでもお選びください。



【全体】

「試される大地 北海道」が北海道をPRするロゴマークとしてわかりにくいから（44.6%）と答えた人の割合が最も高く、次いで「試される大地 北海道」が北海道のPRに効果があると思えないから（36.1%）、「試される大地 北海道」が道内外に浸透していると思えないから（26.5%）の順となっている。

【圏域別】

「試される大地 北海道」が北海道をPRするロゴマークとしてわかりにくいからについては、オホーツク圏（55.6%）と十勝圏（55.6%）が最も割合が高く、次いで道央圏（43.6%）となっている。「試される大地 北海道」が北海道のPRに効果があると思えないからについては、オホーツク圏（44.4%）が最も割合が高く、次いで道央圏（37.6%）となっている。

【人口規模別】

「試される大地 北海道」が北海道をPRするロゴマークとしてわかりにくいからについては、町村部（61.8%）が最も割合が高く、次いで札幌市（43.7%）となっている。「試される大地 北海道」が北海道のPRに効果があると思えないからについては、町村部（47.1%）が最も割合が高く、次いで札幌市（35.2%）となっている。

【性別】

「試される大地 北海道」が北海道をPRするロゴマークとしてわかりにくいからについては、男性 42.1%、女性 48.4%となっており、「試される大地 北海道」が北海道のPRに効果があると思えないからについては、男性 38.9%、女性 32.8%となっている。

【年代別】

「試される大地 北海道」が北海道をPRするロゴマークとしてわかりにくいからについては、60～69歳（55.3%）が最も割合が高く、次いで30～39歳（54.5%）となっている。「試される大地 北海道」が北海道のPRに効果があると思えないからについては、50～59歳（48.9%）が最も割合が高く、次いで30～39歳（45.5%）となっている。

【職種別】

「試される大地 北海道」が北海道をPRするロゴマークとしてわかりにくいからについては、自由業（71.4%）が最も割合が高く、次いで主婦（62.2%）となっている。「試される大地 北海道」が北海道のPRに効果があると思えないからについては、労務職系（54.2%）が最も割合が高く、次いで自営業（農林漁業）（50.0%）となっている。

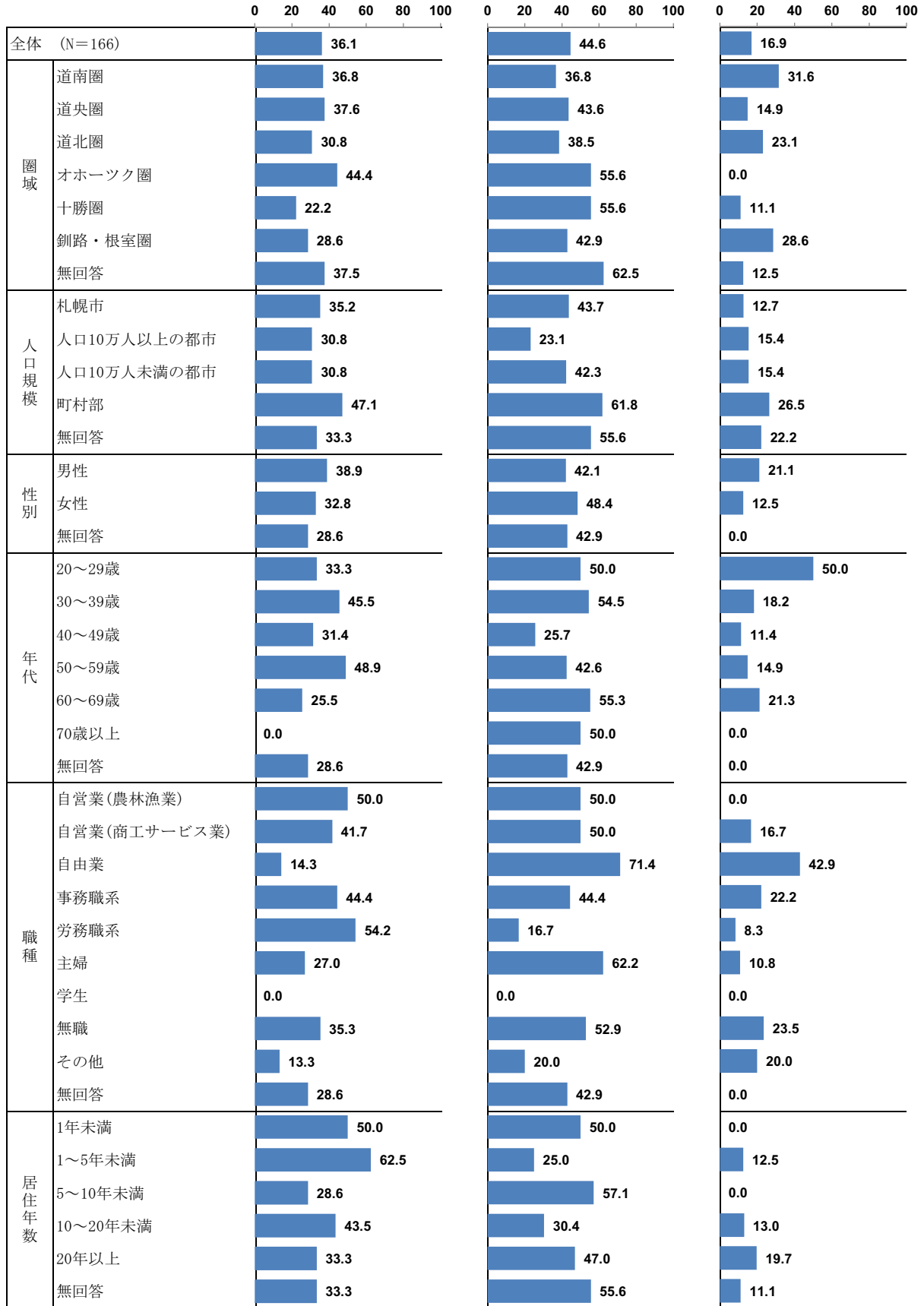
【居住年数別】

「試される大地 北海道」が北海道をPRするロゴマークとしてわかりにくいからについては、5～10年未満（57.1%）が最も割合が高く、次いで1年未満（50.0%）となっている。「試される大地 北海道」が北海道のPRに効果があると思えないからについては、1～5年未満（62.5%）が最も割合が高く、次いで1年未満（50.0%）となっている。

「試される大地 北海道」が
北海道のPRに効果があると
思えないから

「試される大地 北海道」が
北海道をPRするロゴマーク
としてわかりにくいから

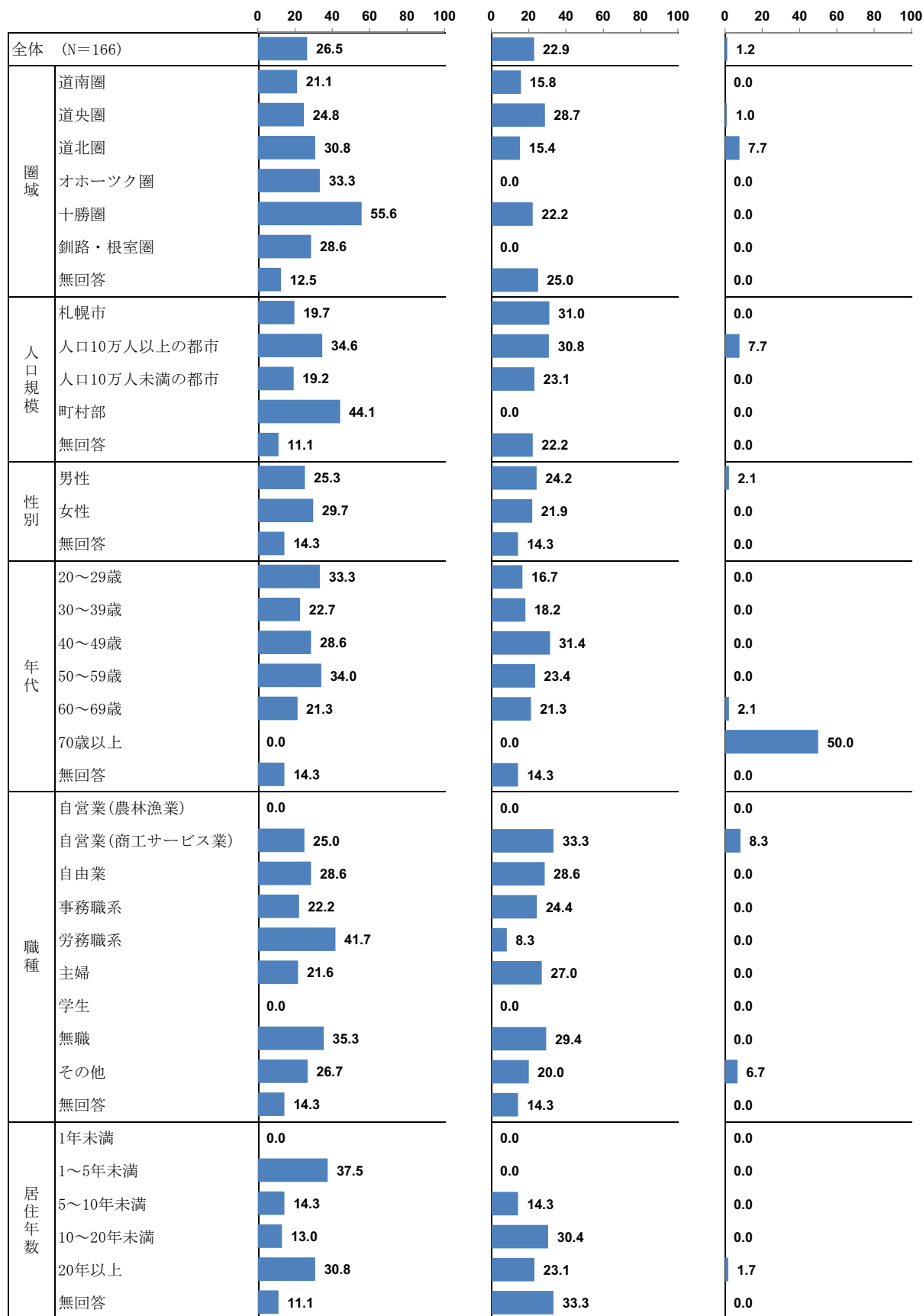
「試される大地 北海道」の
デザインが良くないから



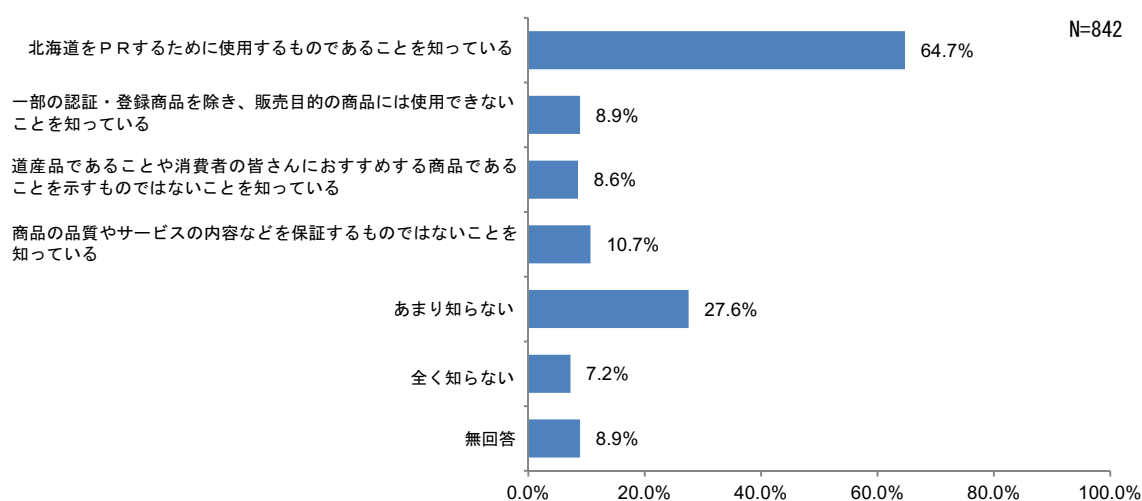
「試される大地 北海道」が
道内外に浸透していると思え
ないから

その他

無回答



問5 ※「問1」で選択肢「1～6」または「8」を選んだ方のみお答えください。
あなたは、ロゴマーク「試される大地 北海道」の使用目的などを知っていますか。次の中からいくつかでもお選びください。



【全体】

「北海道をPRするために使用するものであることを知っている」(64.7%)と答えた人の割合が最も高く、次いで「あまり知らない」(27.6%)、「商品の品質やサービスの内容などを保証するものではないことを知っている」(10.7%)の順となっている。

【圏域別】

「北海道をPRするために使用するものであることを知っている」については、道央圏(66.7%)が最も割合が高く、次いで道南圏(65.4%)となっている。「あまり知らない」については、十勝圏(37.2%)が最も割合が高く、次いで釧路・根室圏(36.2%)となっている。

【人口規模別】

「北海道をPRするために使用するものであることを知っている」については、町村部(67.9%)が最も割合が高く、次いで人口10万人未満の都市(66.4%)となっている。「あまり知らない」については、人口10万人以上の都市(28.9%)が最も割合が高く、次いで札幌市(27.8%)となっている。

【性別】

「北海道をPRするために使用するものであることを知っている」については、男性64.9%、女性64.3%となっており、「あまり知らない」については、男性24.5%、女性29.5%となっている。

【年代別】

「北海道をPRするために使用するものであることを知っている」については、70歳以上(78.3%)が最も割合が高く、次いで60～69歳(70.9%)となっている。「あまり知らない」については、20～29歳(45.7%)が最も割合が高く、次いで30～39歳(39.4%)となっている。

【職種別】

「北海道をPRするために使用するものであることを知っている」については、無職(77.3%)が最も割合が高く、次いで自営業(商工サービス業)(66.1%)となっている。「あまり知らない」については、労務職系(38.4%)が最も割合が高く、次いで学生(33.3%)となっている。

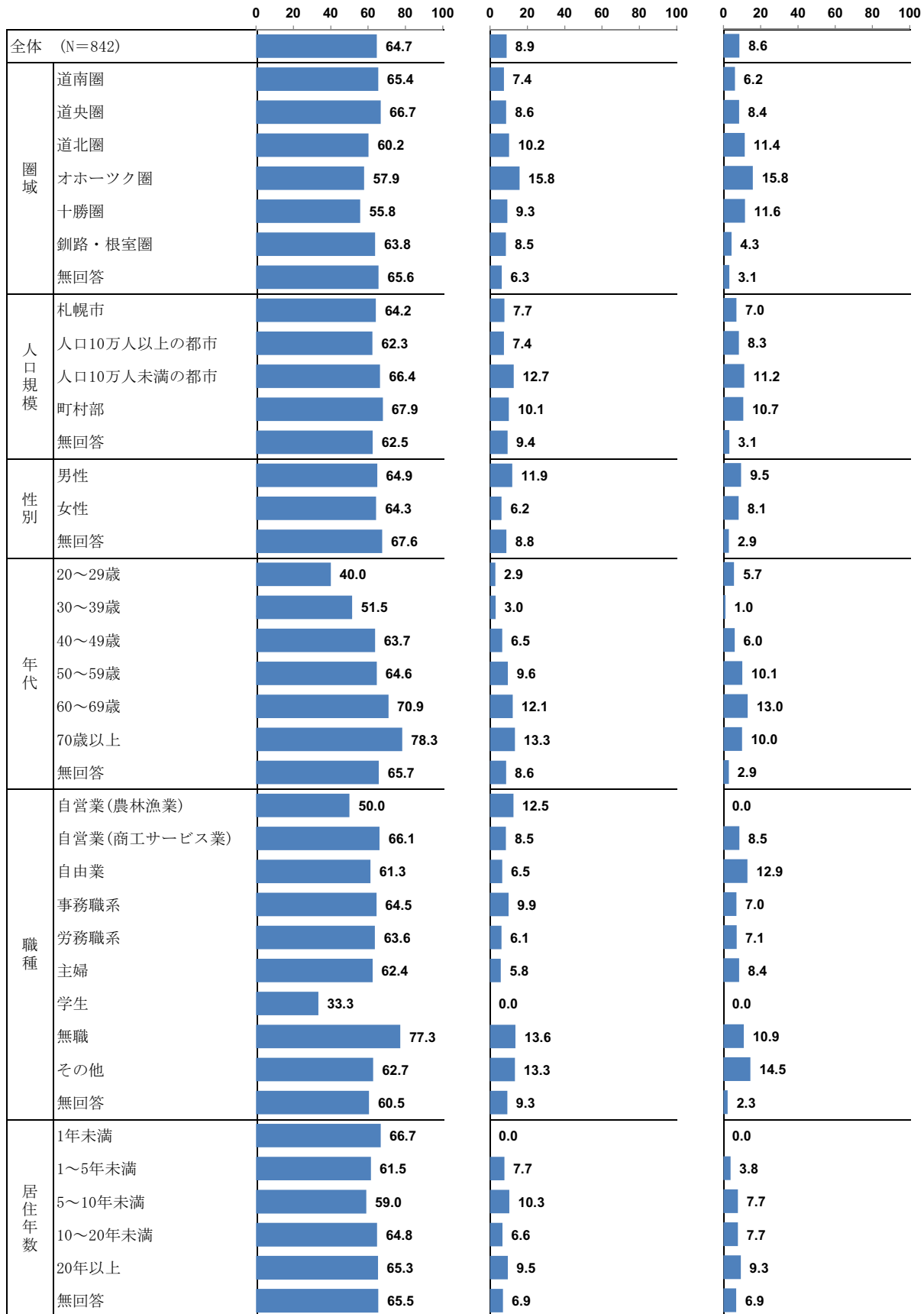
【居住年数別】

「北海道をPRするために使用するものであることを知っている」については、1年未満(66.7%)が最も割合が高く、次いで20年以上(65.3%)となっている。「あまり知らない」については、5～10年未満(43.6%)が最も割合が高く、次いで10～20年未満(34.1%)となっている。

北海道をPRするために使用するものであることを知っている

一部の認証・登録商品を除き、販売目的の商品には使用できないことを知っている

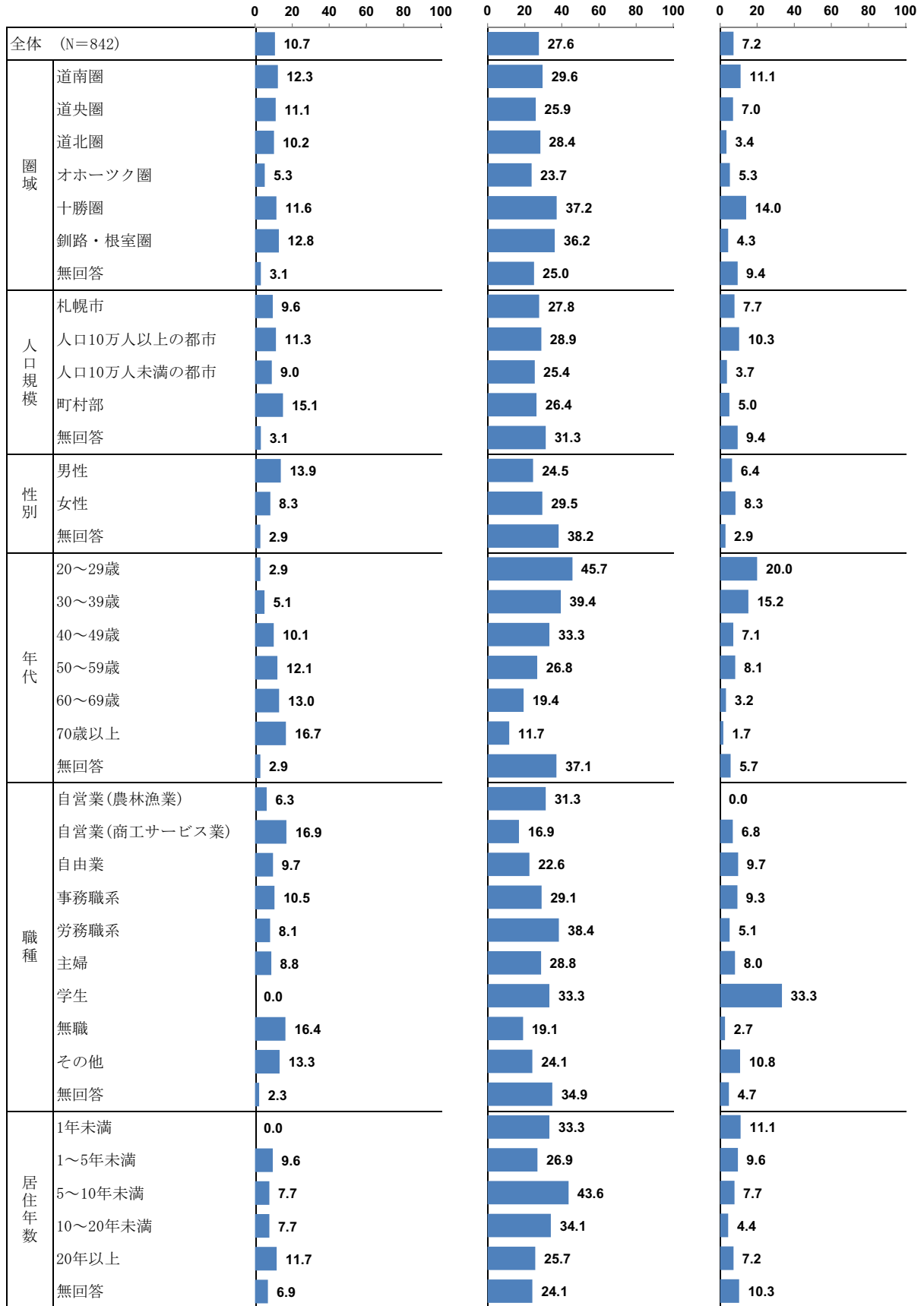
道産品であることや消費者の皆さんにすすめる商品であることを示すものではないことを知っている



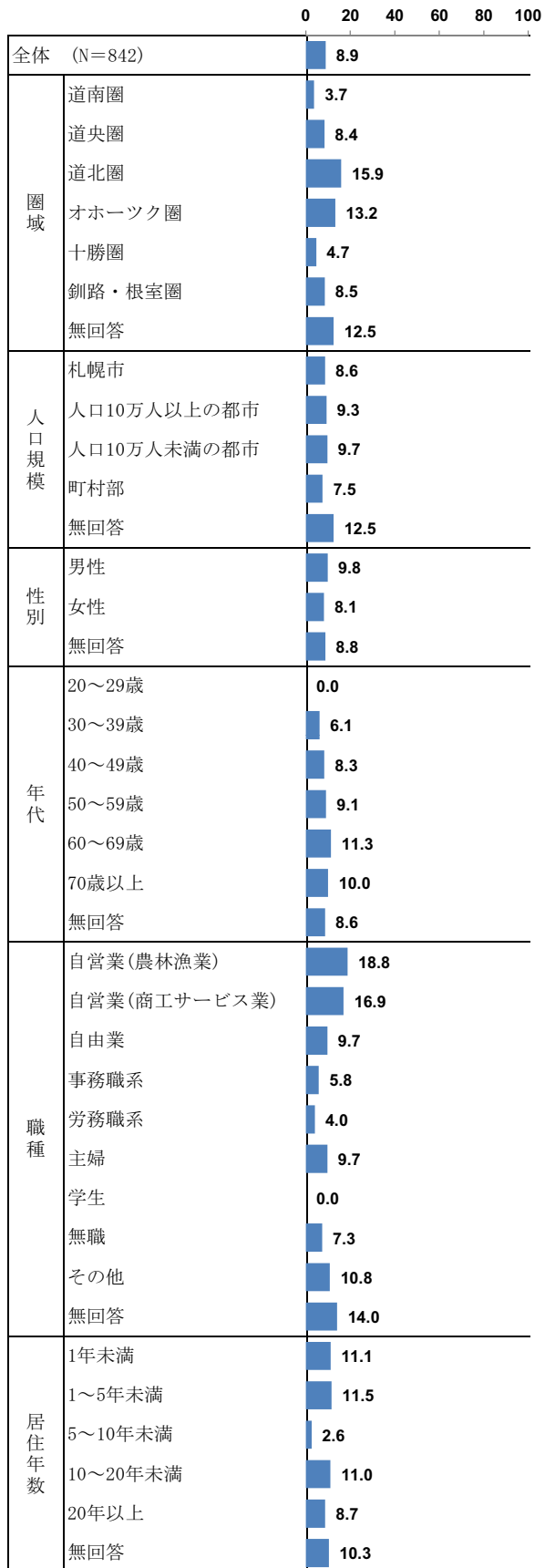
商品の品質やサービスの内容
などを保証するものではない
ことを知っている

あまり知らない

全く知らない



無回答



「北海道のロゴマーク「試される大地 北海道」について」の調査を終えて

ロゴマーク「試される大地 北海道」の表示については、「ポスターやチラシなどの広告物」を見たことがあると答えた人が全体の8割を超えており、そのほかにも「看板やのぼりなどの表示物」、「カタログや会社案内などの冊子類」、「郵便物や宅配便などの配送物」、「ホームページやブログなどのインターネット」など幅広い媒体で認識されている。

また、全体の約6割の人が今後もロゴマーク「試される大地 北海道」を使用した方が良いと答えており、このうち「試される大地 北海道」が北海道をPRするロゴマークとしてわかりやすいから」と答えた人の割合が一番多かった。

調査結果については、ロゴマーク「試される大地 北海道」が現在も多くの方々に利用されている状況なども踏まえながら、今後の北海道をPRする施策に役立てていきたい。

(総合政策部知事室広報広聴課)