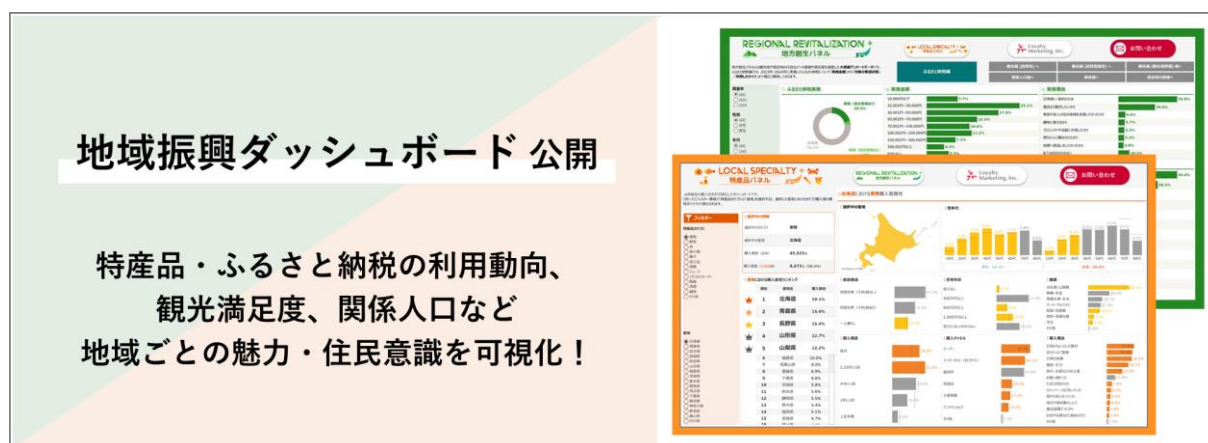


2025 年 8 月 7 日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

特産品やふるさと納税、観光満足度、関係人口などの調査データから 地域ごとの魅力と住民意識が分かる「地域振興ダッシュボード」を無料公開

共通ポイントサービス「Ponta(ポンタ)」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング(本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：勝 文彦、以下「LM」)は、2025 年 8 月 7 日(木)、Ponta リサーチ会員約 15 万人に聴取した「特産品パネル」と、約 11 万人に聴取した「地方創生パネル」のデータを活用した「地域振興ダッシュボード」を、データ可視化プラットフォーム「Tableau Public」にて公開しました。特産品やふるさと納税に関する意識・行動、地域ごとの観光満足度・移住意向などの傾向を可視化しています。地方自治体や、地域創生に携わる企業が戦略立案する際の現状把握や課題設定などにご活用いただけます。



LM は、1 億 ID 超の Ponta 会員基盤を通じて蓄積する、属性や行動に関するデータやリサーチ結果による志向・価値観のデータなど幅広いデータベースを、Tableau Public を用いてビジュアライズし、オープン環境で提供しています。このたび、地域振興ダッシュボードとして、「特産品パネルダッシュボード」「地方創生パネルダッシュボード」の 2 種類を公開しました。いずれのダッシュボードも、Ponta リサーチ会員を対象に実施した調査を基に構築・可視化しており、回答者の属性や行動に基づいた、特産品ごとおよび地域ごとの特徴を把握できるのが特長です。

「特産品パネルダッシュボード」は、カテゴリ別の購入状況や購入者の属性分布が一目で把握できる構成となっており、特産品の全体像の把握や傾向の比較に適しています。「地方創生パネルダッシュボード」は、観光編・関係人口編・移住編・居住地行政編・ふるさと納税編の 5 つで構成しています。地域ごとの観光地や行政サービスに対する評価、移住意向など意識データを網羅しており、地域の特徴や課題を分析することが可能です。自治体や地域創生に携わる企業の皆様に、これらのダッシュボードを用いて、地域のブランド力の把握や、特産品・ふるさと納税の利用者の属性やライフスタイルの分析など、戦略立案に向けた現状把握に活用いただけます。

LM は、本サービスの提供および1億人超のPonta会員のデータ分析を通じて、企業のマーケティングにおける課題解決を目指し、今後もマーケティング支援の強化を図ってまいります。

※本サービスは、Ponta 会員規約および個人情報保護法、その他の法令・ガイドラインに則り、データ分析を行っています。

※今後、年1回のデータ更新を予定しています。

特産品パネルダッシュボード

URL :

https://public.tableau.com/app/profile/loyaltymarketing/viz/_17536766479040/PanelResearchReport

地方創生パネルダッシュボード

URL :

https://public.tableau.com/app/profile/loyaltymarketing/viz/_17531761270970/sheet0

■利用例：特産品パネルダッシュボード

宮崎県産の肉の購入者は、特産品購入者全体に比べて男性は40～80代、女性は50～70代の割合が高い。購入理由は「日常のちょっとした贅沢」「日常の食事」が上位

特産品パネルダッシュボードでは、例えば宮崎県産の肉がどのような層に、どのような理由で選ばれているのかを確認できます。宮崎県産の肉の購入者の属性を見ると、特産品購入者全体に比べて男性は40～80代、女性は50～70代の割合が高い傾向が伺えます。また、会社員、公務員の割合が高く、世帯年収400万円以上が主な層となっています。購入理由を見ると「日常のちょっとした贅沢」「日常の食事」が約4割ずつとなり、上位となりました。

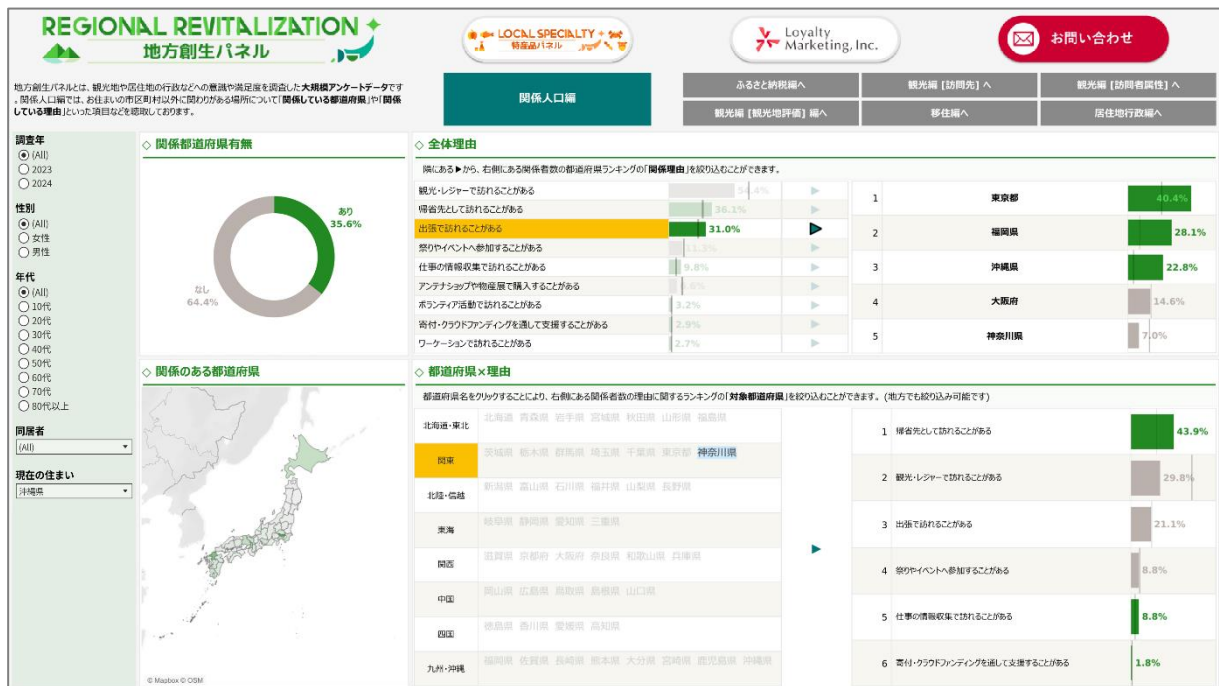


■利用例：地方創生パネルダッシュボード（関係人口編）

沖縄県居住者の「出張先」は東京都・福岡県が上位。神奈川県は「帰省先」としての関係が強い傾向が伺える

地方創生パネルダッシュボードの「関係人口編」では、回答者の居住地以外に関係のある都道府県とその理由を、性別や年代、居住する都道府県ごとに絞り込んで見ることができます。

例えば、現在の住まいが沖縄県の人について、関係する理由から条件を絞って見た場合、「出張で訪れることがある」では1位「東京都」、2位「福岡県」となりました。また、関係する都道府県から条件を絞って見た場合、「神奈川県」は「帰省先として訪れることがある」が約4割で1位でした。



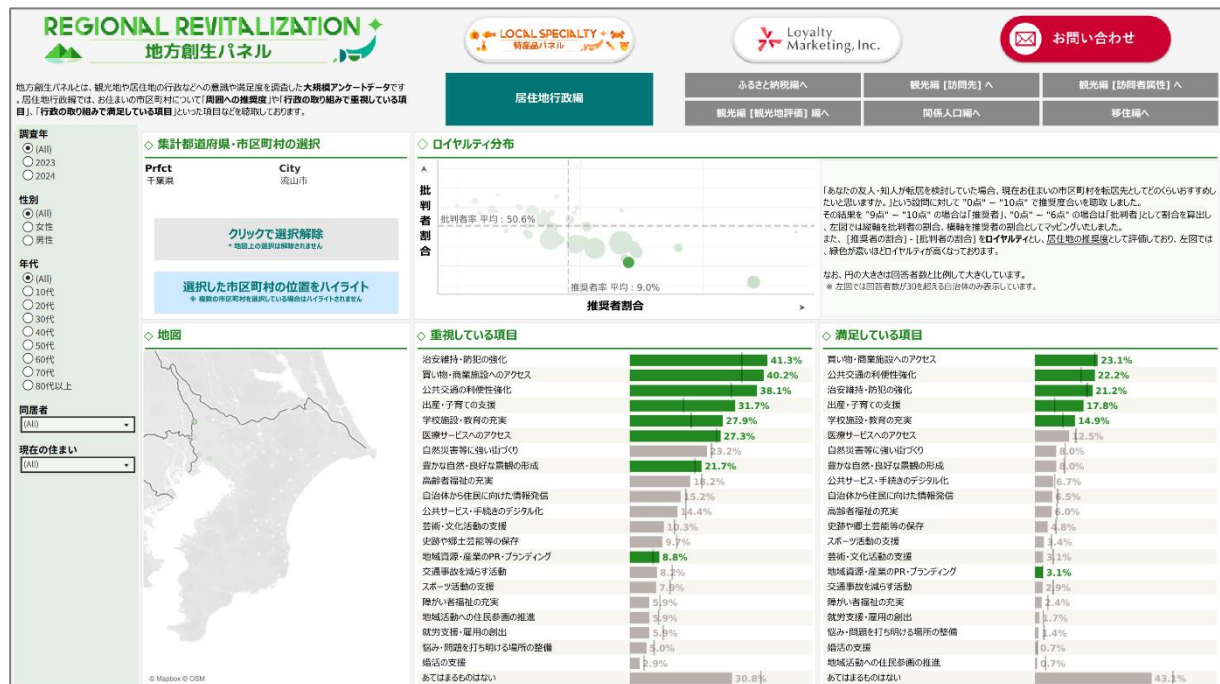
■利用例：地方創生パネルダッシュボード（居住地行政編）

千葉県流山市では「子育て・教育」への満足度が高い傾向が伺える

地方創生パネルダッシュボードの「居住地行政編」では、市区町村単位で居住地に対する推奨度や、行政サービスに対して重視・満足している項目を確認できます。重視と満足の差を比較することで、住民意識とのギャップを把握可能です。

例えば、2016～2021年に全国の市で人口増加率1位（※）となった「千葉県流山市」を見ると、「出産・子育ての支援」「学校施設・教育の充実」を重視する割合が全国平均よりも高くなっています。また、満足している項目でも、それぞれの満足度が全国平均よりも高く、上位となっています。これらの結果から、行政の取り組みが住民ニーズに合っていることが読み取れます。

※総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」より



■確認できる集計項目

【特産品パネルダッシュボード】

- ・購入産地ランキング（特産品カテゴリ別）
- ・購入者属性（性年代、家族構成、世帯年収、職業）
- ・購入行動（購入頻度、購入チャネル、購入理由）

【地方創生パネルダッシュボード】

以下の5つのテーマで構成しています。

◇ 観光編

- ・訪問先（観光地ごとの訪問者 UU 数、リフト値）
- ・訪問者属性（性年代・同居家族・居住地・職業）
- ・観光地評価（訪問目的、満足項目、訪問評価 [推奨度・満足度・再来訪意向] など）

◇ 関係人口編

- ・ 関係都道府県（関係のある都道府県の有無・関係のある都道府県）
- ・ 関係理由別の都道府県ランキング
- ・ 都道府県別の関係理由ランキング

◇ 移住編

- ・ 移住の検討状況
- ・ 移住先の候補
- ・ 移住の検討理由
- ・ 移住検討時の懸念事項

◇ 居住地行政編

- ・ 居住地域の推奨度
- ・ 居住地域の行政で重視している項目
- ・ 居住地域の行政で満足している項目

◇ ふるさと納税編

- ・ ふるさと納税の実施率
- ・ 実施内容（金額、理由、品目）
- ・ ふるさと納税の活用先に期待するテーマ
- ・ ふるさと納税実施時の利用サイト

【特産品パネル調査概要】

調査方法 ： インターネット調査

調査期間 ： 2024 年 11 月 22 日～2025 年 1 月 14 日

パネル ： 「Ponta リサーチ」会員

（Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をされている方）

調査対象 ： 全国 15 歳以上の男女

有効回答数 ： 158,676 サンプル

※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

※総務省「令和 2 年国勢調査」の性年代別人口構成比を基にウェイトバック集計を実施しています

【地方創生パネル調査概要】

調査方法 ： インターネット調査
調査期間 ： 2025 年 3 月 11 日(火)～2025 年 3 月 24 日(月)
 (前年度：2024 年 2 月 15 日(木)～2024 年 3 月 4 日(月))
パネル ： 「Ponta リサーチ」会員
 (Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)
調査対象 ： 全国 15 歳以上の男女
有効回答数 ： 117,614 サンプル（前年度： 158,584 サンプル）
※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「Ponta リサーチ」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

以上