

今回のテーマは・・・『ブランド』です。

「ブランド」という言葉を聞いて「時計」「バック」「財布」などの装飾品をイメージされる方が多いのではないかと思います。高いお金をだしてでも「欲しい」と思わせる「魅力ある商品やサービス」。

今回は物ではなく地域の「ブランド」の話題です。

■『地域ブランド力』

日経リサーチは全国の都道府県や都市、名産品などがどのくらいブランド力を持つか「2008年地域ブランド力調査」の結果をまとめました。

それによると

第1位 北海道 第2位 京都府 第3位 沖縄県

・・・なんだから納得の都道府県です

最下位47位 群馬県 46位 栃木県 45位 茨城県

以上がワースト3位です。みな、北関東地域で、群馬県は最下位です。

調査項目は

- | | | |
|-----------|----------|----------------|
| ・独自性があるか？ | ・愛着があるか？ | ・地域の商品を買いたいのか？ |
| ・行きたいか？ | ・住みたいか？ | |

群馬のポイントの中で「住みたいか？」と「地域の商品を買いたいか？」のポイントだけは上昇していますが、「愛着があるか？」は下降しています。

東京や関西から群馬に家を建築された方によると群馬は大変「住みやすい」という声を良く聞きます。群馬の良さが全国に伝わらないのは非常に残念ですね。やはり知名度の低さが原因でしょうか？

ちなみに2008年の群馬の人口は転入より転出者が2370人増加となり群馬県の人口は減っています。住みたくなる魅力ある地域にしたいものですね。

■『変動金利の人気上昇』

住宅ローンを利用する人が「変動金利型」を選ぶ傾向が強まっているようです。大手都市銀行では新規の住宅ローンに占める変動型の割合が2008年12月は5—9割程度に高まっているとのこと。最近の景気後退の長期化を考えて、金利は当分上がらないと考えている利用者が多いようです。ちなみに当社で人気の高い労金でも店頭金利を比較すると、変動金利が2.875%なのに対して、10年固定3.5%、20年固定4.3%と1%前後の開きがあり、目先の返済額を軽くしたいと考える利用者が増えているようです。ちなみに2007年の12月の変動金利利用者は3-7割程度、りそな銀行では2008年12月は全体の9割が変動型の利用。最近では固定と変動のミックスで利用する人も増えています。