

## 【調査内容】

地域ブランド調査は、地域のブランド力を消費者視点で評価・測定する仕組みとなっています。

指標は「認知(地域が知られているか)」、「魅力(地域がどのように評価されているか)」という大きく分けて二つの指標を設定しました。

「魅力度」では、その地域が魅力的かどうかを問い、さらにその魅力が何に起因するか様々な項目を設けて、その要因を明らかにします。

### 調査概要

- 調査名称 地域ブランド調査2013
- 調査期間 2013年7月実施
- 調査方法 インターネット調査
- 回答者 日本全国を6地域に分けて回収  
各年代別(20代~60代)ほぼ同数ずつ回収
- 回収目標数 30,000人以上
- 調査対象 47都道府県、全国1,000市区町村  
(789市+東京23区+188町村)の計1,047自治体
- 調査主体 株式会社ブランド総合研究所

## ● 調査項目(72項目)

知られているか	認知度	「ドラマや映画」、「小説・エッセイ・マンガなど」、「旅やグルメに関する番組」、「旅行パンフレットやガイドブック」、「物産展や催事(カタログ)など」、「自治体等のブログやSNS」、「友人、知人・家族」等16項目
	情報接触度	
	情報接触経路	
どのように思われているか	魅力度	「歴史・文化のまち」、「学術・芸術のまち」、「観光・レジャーのまち」、「スポーツのまち」、「国際交流のまち」、「環境にやさしいまち」、「農林水産業が盛んなまち」等16項目+「イメージ想起率」
	まちのイメージ	
	地域資源評価	「海・山・川・湖など自然が豊か」、「魅力的な温泉やレジャー施設・公園がある」、「スポーツの参加・観戦が楽しめる」、「魅力的な伝統芸能、祭り、イベントがある」、「魅力的な街並みや歴史建造物がある」等16項目
	居留意欲度	
	訪問経験	「行楽・観光」、「スポーツイベントに参加・観戦」、「食・グルメイベントに参加」、「ビジネス(出張)」、「買い物・食事」等16項目
	観光意欲度	
	産品購入意欲度	食品、食品以外

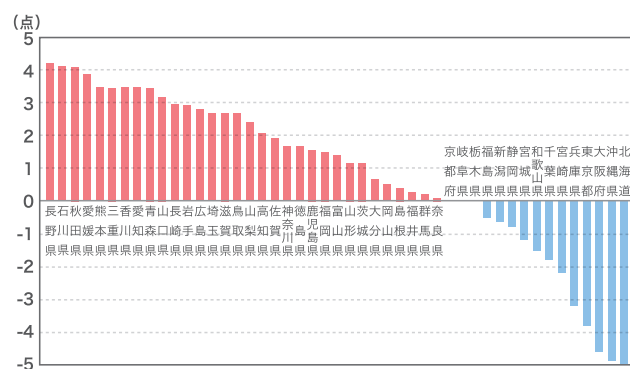
## 【TOPICS 調査結果から見えてくるもの】

### ● 北海道依然圧倒的1位も 都道府県別魅力度結果 (総合報告書の内容から)

北海道が2012年の魅力度が63.9点で、都道府県が調査対象に加わった2009年から4年連続1位。2位は京都府(54.6点)、3位は沖縄県(48.4点)となっています。

しかし、2012年の結果と2009年の結果を比較すると、一番点数が下がっているのは北海道で-5点。依然として他都府県を大きく引き離していますが、その差は縮まりつつあります。

一方、長野県(+4.2点)、石川県(+4.1点)などは2009年と比較し魅力度を上げています。



【各県の魅力度2012年と2009年の点差】

順位	県名	点数	順位	県名	点数
-	-	平均 19.7 (20.1)	-	-	平均 19.7 (20.1)
1	(1) 北海道	63.9 (70.7)	25	(31) 高知県	15.2 (13.0)
2	(2) 京都府	54.6 (53.4)	26	(23) 新潟県	14.9 (17.4)
3	(3) 沖縄県	48.4 (50.3)	26	(27) 山形県	14.9 (14.3)
4	(4) 東京都	41.1 (40.3)	26	(28) 三重県	14.9 (13.7)
5	(5) 奈良県	35.9 (34.0)	29	(22) 山梨県	14.4 (17.5)
6	(6) 神奈川県	34.2 (30.6)	30	(33) 愛媛県	14.2 (12.8)
7	(8) 長野県	27.8 (28.9)	31	(33) 大分県	14.0 (12.8)
8	(7) 大阪府	27.5 (29.4)	31	(26) 富山県	14.0 (15.3)
9	(11) 長崎県	27.4 (25.9)	33	(37) 岡山県	12.9 (12.1)
10	(10) 福岡県	26.4 (26.7)	34	(39) 山口県	12.7 (11.6)
11	(9) 兵庫県	22.1 (27.0)	35	(32) 和歌山県	12.4 (12.9)
12	(12) 静岡県	21.9 (23.6)	36	(35) 岐阜県	12.0 (12.6)
13	(13) 石川県	21.5 (22.7)	37	(38) 滋賀県	11.4 (11.8)
14	(14) 青森県	21.4 (21.4)	38	(40) 福井県	11.0 (10.9)
15	(20) 愛知県	19.9 (17.7)	39	(29) 島根県	10.9 (13.5)
16	(18) 秋田県	19.7 (19.3)	40	(45) 埼玉県	10.8 (9.6)
17	(24) 宮崎県	19.2 (17.0)	41	(43) 徳島県	10.7 (10.1)
18	(17) 鹿児島県	18.6 (20.2)	42	(41) 鳥取県	10.4 (10.8)
19	(19) 熊本県	18.1 (18.1)	43	(35) 福島県	9.2 (12.6)
20	(16) 千葉県	17.0 (20.9)	44	(42) 栃木県	9.1 (10.3)
21	(15) 宮城県	16.3 (21.0)	45	(46) 佐賀県	8.9 (7.5)
22	(20) 広島県	15.7 (17.7)	46	(47) 茨城県	7.8 (7.2)
23	(30) 香川県	15.5 (13.4)	47	(44) 群馬県	7.6 (9.8)
24	(25) 岩手県	15.4 (15.5)			

【2012年魅力度順位 ※( )内は2011年結果】

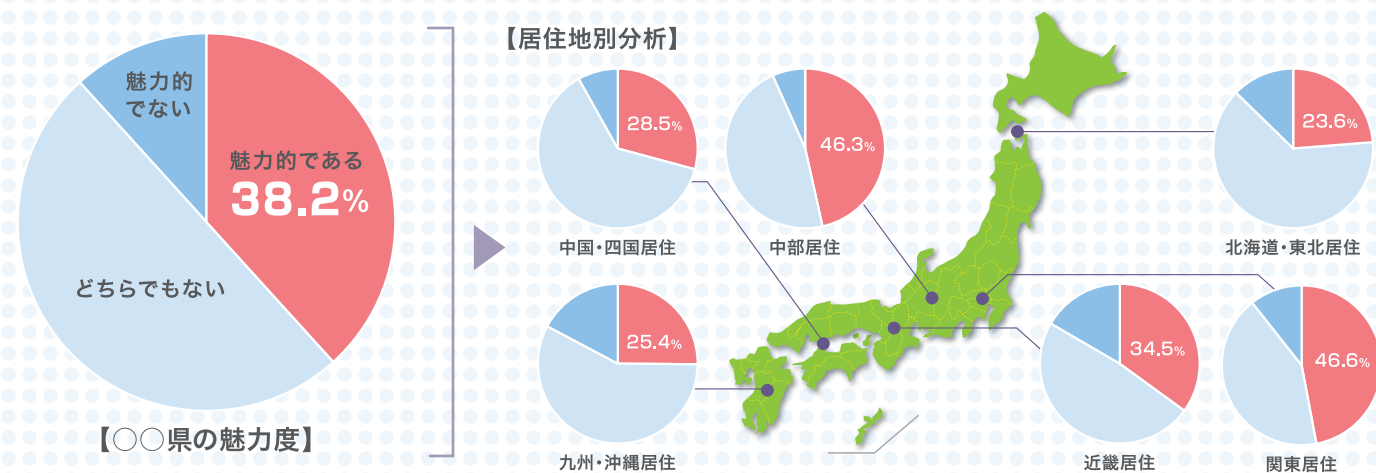
# 全国3万人による自治体の通信簿 地域ブランド調査

## 調査内容と各種報告書のご案内

BBI ブランド総合研究所  
BRAND RESEARCH INSTITUTE, INC.

## ある県※の魅力度・居住地別の回答者割合

※答えは3ページ目下に掲載



## あなたの地域がどう評価されているのかが分かる!

### 地域の無形資産を把握

地域名の認知、イメージは地域が有する無形の資産と言えます。今各地では「シティーセールス」や「シティープロモーション」、地域ブランドの確立といった地域活性化に向けた取組み、地域の無形資産(認知、イメージ、意向)を活用、または資産価値を高める取組みが盛んに行われています。

### 地域活性化の指針に

取組みに当たってその地域がどの程度知られているのか、どのようなイメージを持たれているかを知ることが重要です。また、取組み後に地域の認知やイメージにどのような変化があったかを把握することが次の取組みに向けた指針になります。

## 地域ブランド調査を活用し、戦略的に地域のブランド力を高めてみませんか?

### 地域ブランド調査とは

「地域ブランド調査2013」は、全国約30,000人による自治体のブランド力を徹底評価する日本最大規模の消費者調査です。毎年実施されているもので、今年で8回目の実施。

1047地域(1,000市区町村及び47都道府県)を対象とした、いわゆる国民視点による「自治体の通信簿」です。魅力度、認知度、情報接触度、各自治体のイメージ(「歴史・文化のまち」など16項目)、情報経路別の接触度(「旅番組」など16項目)、観光意欲度、居留意欲度、産品の購入意欲度、地域資源の評価(「街並みや魅力的な建造物がある」など16項目)など調査項目は全72項目※にも及び、各地域のブランド力を多角的に分析できます。

調査項目等調査概要は4ページ目をご参照ください。

回答者数

30,375人  
(地域ブランド調査2012)

調査対象地域数

1047 地域

調査項目数

約72項目※

※2013年の予定項目数で、実際は変更となる場合がございます。

次項からは各種報告書の紹介です



お問合せ先:

株式会社ブランド総合研究所

東京都港区虎ノ門1-8-5(〒105-0001)

TEL:03-3539-3011 FAX:03-3539-3013

E-mail:survey2013@tiiki.jp http://tiiki.jp/

会社概要(株式会社ブランド総合研究所)

代表者 : 田中章雄(代表取締役社長)

設立 : 2005年11月

資本金 : 2,500万円

主な事業内容 : 地域や企業の調査およびコンサルティング

ホームページ : http://tiiki.jp/

2013年8月発行