

**第10回「地域ブランド調査 2015」調査結果**  
**最も魅力的な市区町村は 2 年連続で函館市。北海道は7年連続**  
 新幹線開業に伴い、北陸地域の観光意欲度が上昇。東京は初の 3 位に

2015 年 9 月 30 日  
 株式会社ブランド総合研究所

全国で最も魅力的な市区町村は函館市となりました。同市が1位になったのは2014年に続いて2年連続3度目。回答者の73.6%が函館市を「魅力的」と回答しています。2位は札幌市、3位は京都市と上位3市は変わらないという結果となりました。なお、47都道府県では北海道が7年連続1位。また、2020年に世界的スポーツイベントが控えている東京都が一つ順位を上げて3位となりました。

本年3月の北陸新幹線開業に伴い、沿線の富山県・石川県等の情報接触度が急上昇。一方で観光意欲度は富山県内の上昇が顕著となっています。また、6月に2016年5月の開催が決定した伊勢志摩サミットに関連し、三重県、志摩市などの観光意欲度等が上昇しているほか、今年世界文化遺産に登録された軍艦島のある長崎県が魅力度を上げています。

この調査は株式会社ブランド総合研究所(本社:東京都港区、社長:田中章雄)が国内1000の市区町村及び47都道府県を対象に、認知度や魅力度、イメージなど全77項目からなる調査を実施した「地域ブランド調査2015」によるもので、今年で10回目の実施(年1回実施)。全国の消費者2万9046人から有効回答を得ました。

調査結果の特徴は以下の通り(11位以下は4ページの表を参照)。

**市区町村の魅力度ランキング**

順位		市区町村名	魅力度	
2015 (2014)			2015	(2014)
1	(1)	函館市	50.4	(51.3)
2	(2)	札幌市	49.7	(49.1)
3	(3)	京都市	47.3	(48.0)
4	(5)	横浜市	42.8	(43.4)
5	(4)	小樽市	41.9	(45.2)
6	(7)	神戸市	41.4	(40.9)
7	(6)	富良野市	41.3	(42.0)
8	(8)	鎌倉市	37.8	(37.0)
9	(9)	金沢市	35.2	(36.5)
10	(15)	軽井沢町	32.6	(31.5)

**都道府県の魅力度ランキング**

順位		都道府県名	魅力度	
2015 (2014)			2015	(2014)
1	(1)	北海道	58.1	(62.7)
2	(2)	京都府	47.6	(50.1)
3	(4)	東京都	38.9	(41.5)
4	(3)	沖縄県	36.9	(43.0)
5	(5)	神奈川県	27.3	(30.6)
6	(10)	長崎県	26.4	(23.0)
7	(7)	福岡県	25.5	(26.4)
8	(6)	奈良県	25.3	(29.3)
9	(8)	大阪府	25.0	(26.3)
10	(9)	長野県	21.3	(25.6)

※( )内は2014年調査の順位および点数

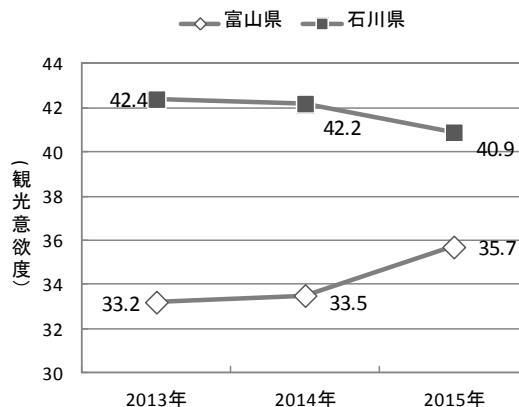
＜調査結果の特徴①～北陸新幹線関連～＞

■観光意欲度で石川県・富山県に差

2015年3月に長野駅・金沢駅間で開業した北陸新幹線に関連して、沿線地域は総じて「一年以内に同地域を見聞きしたことがあるか」を示す情報接触度が前年よりも上昇した。

次に富山県・石川県および各市の観光意欲度(訪れてみたいかどうか)をみると、特に富山県・富山県内市において上昇がみられた。

富山県は33.5点(47都道府県中28位)から35.7点(同16位)に、黒部市は32.0点(1000市区町村中62位)から34.5点(同31位)に、富山市は26.0点(同134位)から29.4点(同76位)とそれぞれ点数・順位と



【観光意欲度 富山県と石川県の推移】

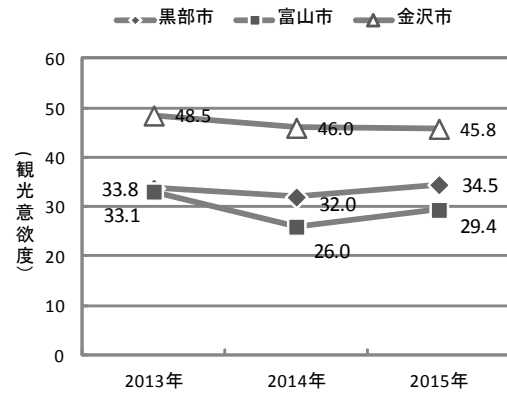
もに上昇している。

一方で石川県は 42.2 点(47 都道府県中 8 位)から 40.9 点(同 8 位)に、金沢市は 46.0 点(1000 市区町村中 12 位)から 45.8 点(同 7 位)となっており、順位面は変わらないかやや上昇しているが、点数は若干低下しており、富山県とは対照的な結果となった\*。

この結果から、北陸新幹線開業に伴う「地域イメージ」への影響は、特に富山県および県内市において観光等の意欲喚起に繋がっていることがわかる。対して石川県・金沢市については、今回の情報接触度の上昇が観光意欲度等には特に結びついていない。このことは、新幹線開業以前から同地域は既に高い観光意欲・イメージ等が形成されていたという可能性も考えられる。

なお、魅力度については各地域ほぼ横ばいで推移している。今回の情報接触や、それに伴う観光意欲の上昇が「地域そのものの魅力」として評価されるには現段階では至っていないものと思われる。

\*観光意欲度全体の傾向として、上位の点数が下がり、下位の点数は上昇傾向となっており、地域間の差が縮小傾向にある。石川県・金沢市については観光意欲度において上位に位置しており、点数は低下しているが順位は変わらない、もしくは上昇しているという結果となっている。



市名	観光意欲度		魅力度	
	順位	点数	順位	点数
黒部市	31 (62)	34.5 (32.0)	79 (111)	16.9 (15.8)
富山市	76 (134)	29.4 (26.0)	128 (136)	13.3 (13.9)
高岡市	328 (364)	16.5 (16.7)	429 (430)	4.1 (4.5)
金沢市	7 (12)	45.8 (46.0)	9 (9)	35.2 (36.5)
全国平均	- (-)	15.9 (16.7)	- (-)	6.1 (6.5)

都道府県名	観光意欲度		魅力度	
	順位	点数	順位	点数
富山県	16 (28)	35.7 (33.5)	32 (23)	12.4 (15.1)
石川県	8 (8)	40.9 (42.2)	11 (11)	21.1 (22.9)
長野県	13 (7)	38.3 (42.5)	10 (9)	21.3 (25.6)
新潟県	22 (29)	33.7 (33.2)	19 (35)	15.9 (12.0)
福井県	36 (42)	29.7 (28.7)	29 (45)	13.3 (8.9)
全国平均	- (-)	35.1 (36.6)	- (-)	17.4 (18.8)

【観光意欲度推移 上:市町村の結果、下:都道府県の結果】

## <調査結果の特徴②～伊勢志摩サミット関連～>

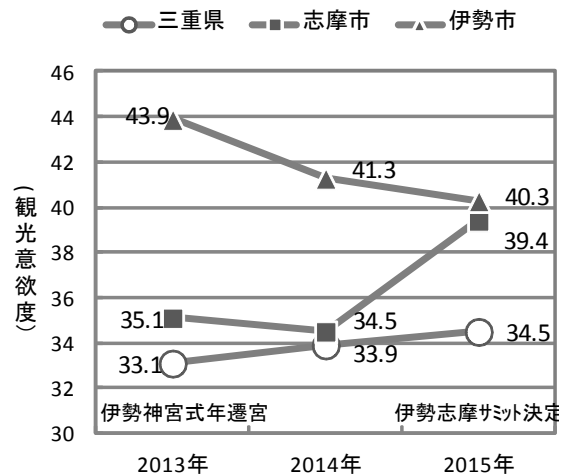
### ■各指標が急上昇した三重県、志摩市

2016 年 5 月に三重県志摩市での開催が決定した「第 42 回先進国首脳会議(愛称:伊勢志摩サミット)」に関連し、三重県と志摩市の情報接触度をはじめとする各指標が点数・順位とも上昇した。

三重県の情報接触度は前年の 31.1 点(47 都道府県中 33 位)から 35.4 点(同 23 位)に、志摩市は前年の 26.1 点(1000 市区町村中 132 位)から 33.6 点(同 49 位)に大幅に上昇している。また、観光意欲度については、三重県が 33.9 点(26 位)から 34.5 点(20 位)に、志摩市は 34.5 点(44 位)から 39.4 点(18 位)とこちらも大幅な上昇となっているほか、認知度や魅力度など他の指標についても点数・順位が上昇しており、伊勢志摩サミット開催決定の報が同地域のイメージに大きく寄与したことを伺わせる。

一方、伊勢市については情報接触度をはじめ各指標の点数が微減している。これは 2013 年に行われた伊勢神宮の式年遷宮に伴う情報接触や観光意欲が一段落したことが影響しているものと思われる。

なお、2008 年にサミットが開催された洞爺湖町(北海道)のイメージ形成をみると、開催年の 2008 年は情報接触度をはじめに認知度、魅力度といった各指標の点数順位が大幅に上昇したが、実施 2 年後の 2010 年には認知度、情報接触度といった指標が実施前の 2007 年の結果と同じ水準に戻っている。



市名	観光意欲度		魅力度	
	順位	点数	順位	点数
三重県	20 (26)	34.5 (33.9)	27 (32)	14.6 (13.1)
志摩市	18 (44)	39.4 (34.5)	27 (45)	25.0 (23.0)
伊勢市	16 (19)	40.3 (41.3)	24 (25)	25.8 (28.0)
鳥羽市	93 (78)	27.6 (30.2)	60 (68)	17.6 (19.0)

【三重県および各市の結果抜粋】

※図表中の( )内は 2014 年調査の順位および点数

### <調査結果の特徴③～世界遺産関連～>

#### ■長崎県の各指標結果が上昇

今年、「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」が世界文化遺産に登録された。中でも軍艦島等のある長崎県の結果が上昇している。

まず、情報接触度が33.7点(23位)から38.0点(17位)に大きく上昇。観光意欲度も順位は前年と同じながら、43.1点から43.7点に微増している。他の指標では、情報接触経路のうち「旅やグルメに関するテレビ番組」が、地域資源評価項目では「魅力的な街並みや歴史建造物」の点数・順位が上がっている。

なお、日本各地にある他の該当地域については調査結果から大きな変化は確認できなかった。

項目	長崎県	
	順位	点数
認知度	15 (19)	45.3 (44.1)
情報接触度	17 (23)	38.0 (33.7)
魅力度	6 (10)	26.4 (23.0)
観光意欲度	6 (6)	43.7 (43.1)

【長崎県の主要な項目結果】

※図表中の( )内は2014年調査の順位および点数

#### <調査内容>

「地域ブランド調査2015」は、ブランド総合研究所が年1回実施している調査で、2006年にスタートし、今回が第10回目。調査対象は全790市(2015年4月末現在)と東京23区、および地域ブランドへの取り組みに熱心な187の町村を加えた計1000の市区町村、そして47都道府県です。各地域に対して魅力度など全77項目の設問を設け、地域のブランド力を、消費者が各地域に抱く「魅力」として数値化しました。

#### <調査概要>

- ・ 調査方法 インターネット調査
- ・ 回答者 20代～60代の消費者を男女別、各年代別、地域別にほぼ同数ずつ回収し、日本の縮図になるように、年齢や地域人口の分布にあわせて再集計した
- ・ 有効回収数 29,046人(1人の回答者は20の地域について回答。したがって、地域ごとの回答者数は平均で548人)
- ・ 調査対象 全国1000の市区町村(全790市+東京23区+187町村)と47都道府県
- ・ 調査時期 2015年6月24日～7月17日
- ・ 調査項目 認知、魅力、情報接触、観光意欲、居留意欲、情報接触経路(「旅やグルメに関する番組」など14項目)、情報接触コンテンツ(「ご当地キャラクター」など9項目)、訪問経験(「行楽・観光のため」など16項目および訪問率)、地域資源評価(「街並みや魅力的な建造物がある」など16項目)、まちのイメージ(「歴史・文化のまち」など14項目およびイメージ想起率)、産品購入意欲、産品想起率(食品、非食品をそれぞれ自由記述)  
…計77項目

#### <調査報告書について>

総合報告書 (税別74,000円※)	1000市区町村の全77項目に関するデータをまとめた報告書
個別報告書 (税別46,000円※)	ご希望される市区町村の結果を表やグラフで分析し、さらに回答者属性別(年齢、居住地、ライフスタイルなど)の結果を分析した報告書
ハンドブック (税別3,700円)	1047地域の結果に関し、8つの主要指標(認知度、魅力度、情報接触度、居留意欲度、観光意欲度、産品購入意欲度、産品想起率(食品、食品以外))に内容を絞った報告書

※総合報告書・個別報告書のセットは特別価格税別94,000円

#### <ブランド総合研究所の会社概要>

ブランド総合研究所は、地域ブランドに関する調査とコンサルティングを行う専門企業です。代表取締役社長の田中章雄は地域ブランドの提唱者として全国各地で地域ブランドに関する講演を行っているほか、地域ブランドアドバイザーとして弊社コンサルタントスタッフと総力をあげて、全国各地の地域の活性化に取り組んでいます。

- ・ 本社 東京都港区虎ノ門1-8-5
- ・ 代表取締役 田中章雄
- ・ 資本金 2500万円
- ・ 設立 2005年11月

<調査結果 主要な指標上位結果>

**魅力度ランキング(47 都道府県)**

順位	都道府県名	点数
1 (1)	北海道	58.1
2 (2)	京都府	47.6
3 (4)	東京都	38.9
4 (3)	沖縄県	36.9
5 (5)	神奈川県	27.3
6 (10)	長崎県	26.4
7 (7)	福岡県	25.5
8 (6)	奈良県	25.3
9 (8)	大阪府	25.0
10 (9)	長野県	21.3
11 (11)	石川県	21.1
12 (12)	兵庫県	20.3
13 (25)	宮崎県	18.3
14 (19)	千葉県	17.8
15 (21)	広島県	17.1
16 (17)	愛知県	16.8
17 (15)	熊本県	16.5
18 (13)	宮城県	16.0
19 (35)	新潟県	15.9
20 (14)	静岡県	15.6
20 (16)	鹿児島県	15.6
22 (28)	山形県	15.3
23 (24)	岩手県	15.0
23 (20)	秋田県	15.0

**魅力度ランキング(市区町村 1位~25位)**

順位	都道府県名	点数
25 (18)	青森県	14.8
26 (37)	和歌山県	14.7
27 (32)	三重県	14.6
28 (33)	高知県	13.7
29 (45)	福井県	13.3
29 (40)	岐阜県	13.3
31 (22)	大分県	12.8
32 (23)	富山県	12.4
33 (26)	香川県	11.7
34 (38)	岡山県	11.5
35 (41)	栃木県	11.4
36 (30)	山梨県	10.6
37 (43)	徳島県	10.4
38 (36)	鳥取県	10.2
39 (31)	愛媛県	9.7
40 (26)	島根県	9.4
41 (34)	山口県	9.0
42 (29)	福島県	8.9
43 (39)	滋賀県	8.3
44 (42)	埼玉県	7.8
45 (46)	群馬県	7.4
46 (43)	佐賀県	7.2
47 (47)	茨城県	5.5

順位	市区町村名	都道府県名	点数
1 (1)	函館市	北海道	50.4
2 (2)	札幌市	北海道	49.7
3 (3)	京都市	京都府	47.3
4 (5)	横浜市	神奈川県	42.8
5 (4)	小樽市	北海道	41.9
6 (7)	神戸市	兵庫県	41.4
7 (6)	富良野市	北海道	41.3
8 (8)	鎌倉市	神奈川県	37.8
9 (9)	金沢市	石川県	35.2
10 (15)	軽井沢町	長野県	32.6
11 (12)	別府市	大分県	32.1
12 (10)	屋久島町	鹿児島県	31.5
13 (14)	那覇市	沖縄県	30.9
14 (13)	日光市	栃木県	29.0
15 (16)	熱海市	静岡県	28.9
15 (11)	石垣市	沖縄県	28.9
17 (22)	沖縄市	沖縄県	28.8
18 (26)	旭川市	北海道	28.2
19 (22)	福岡市	福岡県	27.9
20 (34)	姫路市	兵庫県	27.8
20 (22)	仙台市	宮城県	27.8
22 (20)	新宿区	東京都	27.0
23 (18)	伊豆市	静岡県	26.2
24 (25)	伊勢市	三重県	25.8
24 (21)	出雲市	島根県	25.8

※( )内は 2014 年調査の順位

※( )内は 2014 年調査の順位

**主要な評価項目の上位ランキング (47 都道府県ランキング)**

(カッコ内の数字は、2014 年調査時の順位)

項目	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
認知度	東京都(1)	北海道(3)	京都府(2)	大阪府(4)	神奈川県(5)
魅力度	北海道(1)	京都府(2)	東京都(4)	沖縄県(3)	神奈川県(5)
情報接触度	東京都(1)	北海道(2)	大阪府(3)	京都府(5)	沖縄県(6)
居留意欲度	東京都(1)	神奈川県(2)	北海道(2)	京都府(4)	福岡県(6)
観光意欲度	北海道(1)	京都府(3)	沖縄県(2)	東京都(4)	奈良県(5)
食品想起率	北海道(1)	大阪府(6)	京都府(4)	長崎県(13)	沖縄県(2)
食品以外想起率	石川県(1)	北海道(2)	京都府(3)	岩手県(5)	佐賀県(12)

**主要な評価項目の上位ランキング (1000 市区町村ランキング)**

(カッコ内の数字は、2014 年調査時の順位)

項目	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
認知度	京都市(1)	新宿区(5)	札幌市(4)	神戸市(3)	名古屋市(2)
魅力度	函館市(1)	札幌市(2)	京都市(3)	横浜市(5)	小樽市(4)
情報接触度	新宿区(2)	渋谷区(2)	京都市(8)、横浜市(7)		金沢市(43)
居留意欲度	横浜市(1)	京都市(3)	目黒区(8)	鎌倉市(5)	札幌市(2)
観光意欲度	函館市(2)	札幌市(1)	京都市(3)	富良野市(6)	小樽市(3)
食品想起率	札幌市(1)	夕張市(2)	函館市(3)	名古屋市(4)	松阪市(6)
食品以外想起率	今治市(3)	輪島市(2)	伊万里市(1)	有田町(4)	燕市(11)

<問合せ先(メディアおよび読者とも)>

株式会社ブランド総合研究所 (担当: 安田、平野)

Tel. 03-3539-3011(代) Fax.03-3539-3013

E-mail: survey2015@tiiki.jp