

**第 20 回「地域ブランド調査 2025」**  
**魅力度上位の順位に変動・東京下落。函館市は2年連続1位**  
 神奈川県が初の4位。 1000 市区町村平均は 20 年間で居留意欲が上昇、商品は伸びず

2025 年 10 月 6 日  
 株式会社ブランド総合研究所

全国で最も魅力的と評価された都道府県は 17 年連続で北海道となったが、神奈川県は調査史上初の 4 位となった。代わって東京都は 5 位に転落。関西万博が開催されている大阪府の順位は一つ低下したが、隣接する奈良県、兵庫県は順位が上昇した。市区町村では函館市が 2 年連続で 1 位に。鎌倉市が上昇するなど、上位で順位が大きく変動する自治体も多い。——株式会社ブランド総合研究所(本社:東京都港区、代表取締役:田中章雄)が実施した「地域ブランド調査 2025」から、このような結果が明らかとなった。

この調査は国内 1,000 の市区町村及び 47 都道府県について、認知度や魅力度、イメージなど全 90 項目について消費者が評価する大規模調査。インターネットを通じて得た全国の消費者 33,449 人の有効回答をもとに 20 代から 70 代の人口にあわせて集計・分析したもの。2006 年から毎年実施しており、今年が 20 回目(都道府県は 2009 年から調査しており、今回が 17 回目)。

都道府県の魅力度ランキング(上位 10)

順位	2025	2024	都道府県	魅力度(点)	
				2025	2024
1	(1)		北海道	70.7	(70.8)
2	(2)		京都府	52.6	(55.6)
3	(3)		沖縄県	48.6	(49.8)
4	(5)		神奈川県	43.1	(42.6)
5	(4)		東京都	42.1	(48.3)
6	(6)		福岡県	39.4	(42.0)
7	(8)		長野県	36.8	(34.9)
8	(7)		大阪府	35.6	(38.3)
9	(14)		奈良県	35.4	(31.1)
10	(11)		兵庫県	34.9	(33.3)
47 都道府県平均				27.8	(28.0)

市区町村の魅力度ランキング(上位 10)

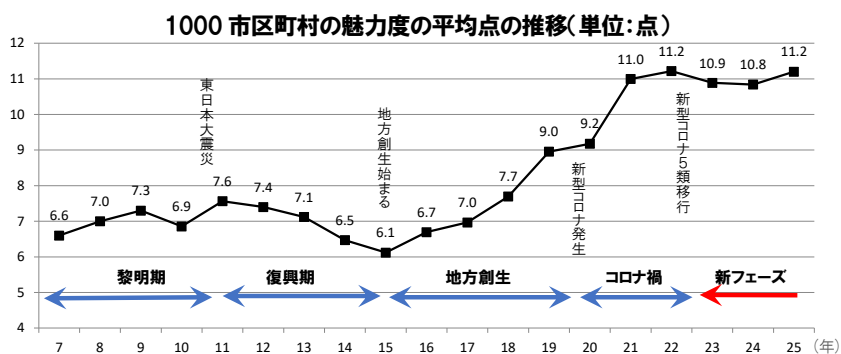
順位	2025	2024	市区町村	魅力度(点)	
				2025	2024
1	(1)		函館市	52.8	(58.2)
2	(2)		札幌市	51.8	(57.9)
3	(3)		京都市	49.6	(52.3)
4	(5)		小樽市	48.1	(50.9)
5	(7)		鎌倉市	46.9	(46.9)
6	(6)		金沢市	46.4	(48.8)
7	(4)		横浜市	44.8	(51.8)
8	(10)		富良野市	43.7	(45.0)
9	(9)		神戸市	41.4	(45.2)
9	(18)		福岡市	41.4	(41.0)
1000 市区町村平均				11.2	(10.8)

**2023 年から地域ブランドは新たなフェーズに**

1000 市区町村の魅力度の平均を、年度別に比較した。すると地域活性化に大きな影響を及ぼした出来事を境として、右図のように 5 つのフェーズに分けることができる。

地域ブランド元年と呼ばれている 2005 年からの黎明期、東日本大震災を機に始まった復興期、2015 年からの地方創生、2020 年からのコロナ禍、そして 2023 年からの新フェーズだ。

このグラフを見るとそれぞれのフェーズで傾向が異なっていることが見て取れる。さらに、それを回答者の年代別に分析すると、その傾向は大きく変化していることがわかる(次ページ図参照)。

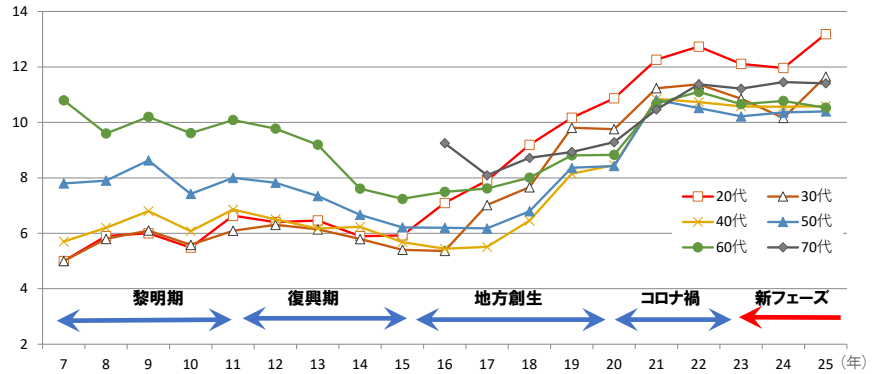


黎明期や復興期は年代が高いほど平均点が高いが、地方創生やコロナ禍のフェーズでは20代や30代の評価が上昇し、40代以上より高くなっている。

新フェーズでは20～30代は一度下降した後、25年には再び上昇しているが、40代以上はほとんど変化していない。

つまり、新フェーズでは若年層とそれ以外で地域に対する評価の状況が大きく異なっている可能性がある。今後、各地で地域活性化に取り組むにあたっては、そのターゲットによってしっかりと分析を行い、ターゲットに沿った戦略や情報を展開していく必要がある。

回答者の年代別による1000市区町村の魅力度の平均点の推移(単位:点)



### 熊本はITと空港効果で上昇

11位以下で大きく上昇したのは、19位の熊本県。前年の24.1点から27.7点へと3.6点の上昇で、これは奈良県に次いで大きかった。

同県は世界最大の半導体企業関連の工場が2024年末に稼働したことから、「IT・先端技術の県」のイメージが全国5位と高い(10年前の2015年には25位)。また、新空港の影響で観光意欲が前年の22位から14位へと急上昇、「アクセスがいい」も34位から25位へと上昇している。

26位の山形県も前年の33位から急上昇。山寺(宝珠山立石寺)や米沢上杉まつりが注目されている。

### 伊勢市、出雲市が急上昇

市区町村では2033年の伊勢神宮の式年遷宮の儀式が始まった伊勢市が前年の23位から13位へと上昇。出雲市も44位から20位に大きく順位を上げた。

15位の屋久島町、26位の南富良野町、31位的美瑛町、42位の洞爺湖町、45位の白川村、48位白浜町など観光人気が高い町村も順位を上げている。

1000市区町村の魅力度の平均は11.2点で前年より0.3点上昇したが、ランキング上位で点を落としている。一方で、500位以下の平均では0.6点上昇している。

都道府県・魅力度ランキング

順位	都道府県	点
11 (12)	長崎県	34.8
12 ( 9)	静岡県	33.7
13 (10)	石川県	31.6
14 (16)	広島県	30.2
15 (13)	宮城県	30.1
16 (20)	愛知県	30.0
17 (17)	鹿児島県	28.9
18 (15)	千葉県	28.7
19 (26)	熊本県	27.7
20 (19)	富山県	27.4
21 (22)	青森県	26.9
22 (25)	山梨県	26.1
23 (21)	三重県	25.2
24 (18)	秋田県	24.8
25 (23)	大分県	23.9
26 (33)	山形県	23.8
27 (26)	香川県	23.7
28 (30)	新潟県	23.6
29 (29)	和歌山県	23.4
30 (24)	宮崎県	23.2
31 (35)	岩手県	22.1
32 (28)	愛媛県	21.9
33 (37)	福島県	21.5
34 (34)	岐阜県	21.2
34 (36)	高知県	21.2
36 (31)	福井県	20.2
37 (40)	滋賀県	19.9
38 (32)	岡山県	19.5
39 (39)	栃木県	18.9
39 (41)	群馬県	18.9
41 (42)	徳島県	18.8
42 (38)	島根県	18.0
43 (43)	山口県	17.8
44 (44)	鳥取県	17.3
45 (47)	佐賀県	15.4
46 (45)	茨城県	14.3
47 (46)	埼玉県	13.7
47	都道府県平均	27.8

市区町村・魅力度ランキング

順位	市区町村	点
11 (16)	軽井沢町	40.8
12 (14)	日光市	40.6
13 (19)	熱海市	38.7
13 (23)	伊勢市	38.7
15 (25)	屋久島町	38.2
16 (11)	仙台市	38.0
17 (12)	箱根町	37.8
18 (17)	宮古島市	37.6
19 (13)	那覇市	36.9
20 (44)	出雲市	36.2
21 (21)	沖縄市	34.4
22 ( 8)	石垣市	34.3
23 (22)	名古屋市	34.2
24 (42)	奈良市	33.8
25 (42)	倉敷市	33.6
26(112)	南富良野町	33.4
27 (20)	伊豆市	33.1
28 (26)	長崎市	33.0
29 (15)	別府市	32.9
30 (29)	草津町	32.4
31 (61)	美瑛町	32.3
32 (39)	旭川市	31.7
33 (36)	渋谷区	31.0
33 (58)	飛騨市	31.0
33 (57)	由布市	31.0
36 (39)	松本市	30.4
37 (33)	富士河口湖町	30.3
38 (24)	姫路市	30.1
39 (37)	太宰府市	29.9
40 (49)	千歳市	29.6
41 (64)	白馬村	29.5
42 (73)	洞爺湖町	29.3
43 (47)	ニセコ町	29.2
43 (44)	大阪市	29.2
45(103)	白川村	29.1
45 (47)	浜松市	29.1
47 (31)	尾道市	28.9
48 (35)	釧路市	28.7
48 (90)	白浜町	28.7
50 (28)	宇治市	28.4
1000	市区町村平均	11.2

## 居注意欲度は神奈川県が1位に。鎌倉市の観光意欲度も急上昇

地域ブランド調査には、魅力度以外に観光意欲度や居注意欲度など「ヒト・モノ・カネ」の流入につながる行動指標や、地域資源やイメージなどの評価に関するものなど、数値化した指標は魅力度も含めて都道府県、市区町村ごとに90項目ずつある。その中で主要な指標の上位は以下のようになった。

居注意欲度は1位は神奈川県で、2021年以来4度目の1位となった。具体的な商品の購入以降を表す「食品想起率」では静岡県や長崎県、福岡市や仙台市などで大きく順位が上昇した地域がある。

### <都道府県結果> ※括弧内の数字は前年の順位・点

#### 観光意欲度

順位	都道府県名	点
1	(1) 北海道	68.7 (70.9)
2	(3) 沖縄県	55.7 (59.6)
3	(2) 京都府	54.8 (60.6)
4	(4) 福岡県	49.7 (54.6)
5	(6) 神奈川県	48.2 (51.5)
6	(10) 長崎県	47.6 (48.1)
7	(5) 東京都	46.7 (53.2)
8	(11) 奈良県	46.5 (46.7)
9	(7) 大阪府	45.6 (50.2)
9	(8) 長野県	45.6 (49.6)
47 都道府県平均		40.7 (42.7)

#### 認知度

順位	都道府県名	点
1	(1) 東京都	66.8
2	(2) 北海道	66.6
3	(4) 京都府	60.7
4	(3) 大阪府	60.6
5	(5) 神奈川県	58.4
6	(6) 千葉県	55.4
7	(10) 奈良県	54.9
8	(11) 静岡県	54.6
9	(7) 愛知県	54.2
10	(11) 兵庫県	54.0
47 都道府県平均		50.2

#### 情報接触度

順位	都道府県名	点
1	(1) 東京都	70.4
2	(2) 北海道	66.2
3	(4) 大阪府	65.7
4	(3) 京都府	58.3
5	(6) 沖縄県	56.6
6	(7) 神奈川県	52.5
7	(5) 石川県	49.6
8	(9) 千葉県	49.4
9	(10) 兵庫県	47.4
10	(8) 福岡県	46.6
47 都道府県平均		41.1

#### 居注意欲度

順位	都道府県名	点
1	(2) 神奈川県	24.5 (24.4)
2	(1) 東京都	24.3 (26.2)
3	(3) 北海道	20.8 (22.4)
4	(4) 福岡県	18.5 (21.6)
5	(8) 兵庫県	17.6 (17.0)
6	(7) 沖縄県	16.7 (18.9)
7	(5) 大阪府	16.0 (19.8)
8	(10) 愛知県	15.7 (16.1)
9	(6) 京都府	15.1 (19.7)
10	(11) 静岡県	14.9 (15.9)
47 都道府県平均		11.0 (11.7)

#### 食品想起率

順位	都道府県名	%
1	(1) 北海道	60.2
2	(3) 広島県	37.3
3	(15) 静岡県	35.8
4	(2) 大阪府	35.0
4	(13) 長崎県	35.0
6	(5) 沖縄県	34.2
7	(8) 愛知県	33.5
7	(9) 香川県	33.5
9	(10) 山梨県	32.3
10	(7) 青森県	31.7
47 都道府県平均		24.3

#### 食品以外想起率

順位	都道府県名	%
1	(2) 北海道	10.6
2	(1) 石川県	10.2
3	(4) 沖縄県	9.5
4	(3) 京都府	7.8
5	(11) 青森県	7.0
6	(11) 福井県	6.8
7	(9) 神奈川県	6.3
8	(6) 岩手県	6.2
9	(16) 愛知県	6.0
10	(22) 長崎県	5.9
47 都道府県平均		5.0

### <市区町村結果> ※括弧内の数字は前年の順位・点

#### 観光意欲度

順位	市区町村名	点
1	(1) 札幌市	54.7 (59.2)
2	(2) 函館市	52.8 (59.0)
3	(3) 小樽市	50.5 (53.8)
4	(5) 京都市	50.4 (52.1)
5	(16) 鎌倉市	49.5 (46.2)
6	(5) 金沢市	49.2 (52.1)
7	(15) 箱根町	47.7 (47.2)
8	(17) 軽井沢町	46.2 (46.0)
9	(10) 神戸市	45.5 (48.5)
10	(14) 富良野市	45.4 (47.5)
1000 市区町村平均		20.9 (21.3)

#### 認知度

順位	市区町村名	点
1	(6) 横浜市	62.1
2	(1) 名古屋市	61.2
3	(1) 京都市	60.9
4	(11) 札幌市	59.1
5	(4) 大阪市	58.9
6	(7) 渋谷区	57.0
7	(20) 福岡市	55.5
8	(3) 新宿区	54.5
9	(9) 鎌倉市	54.4
9	(36) 仙台市	54.4
1000 市区町村平均		24.6

#### 情報接触度

順位	市区町村名	点
1	(2) 京都市	57.4
2	(4) 渋谷区	56.4
3	(7) 横浜市	55.9
4	(5) 札幌市	54.9
5	(8) 大阪市	54.2
6	(10) 能登町	51.8
7	(12) 鎌倉市	51.3
8	(9) 名古屋市	51.1
9	(6) 金沢市	50.4
10	(1) 新宿区	49.7
1000 市区町村平均		16.7

#### 居注意欲度

順位	市区町村名	点
1	(1) 横浜市	19.2 (26.0)
2	(3) 神戸市	18.7 (20.3)
3	(7) 鎌倉市	18.5 (17.8)
4	(2) 福岡市	18.4 (20.8)
5	(4) 札幌市	17.7 (19.5)
6	(16) 軽井沢町	16.8 (15.9)
7	(5) 京都市	16.4 (18.6)
8	(14) 仙台市	16.3 (16.1)
9	(6) 世田谷区	16.0 (18.4)
10	(10) 金沢市	15.8 (16.9)
1000 市区町村平均		6.5 (6.4)

#### 食品想起率

順位	市区町村名	%
1	(1) 夕張市	46.0
2	(2) 札幌市	40.8
3	(21) 利尻町	34.9
4	(8) 松阪市	33.4
5	(3) 仙台市	31.6
6	(5) 函館市	30.8
7	(24) 福岡市	30.6
8	(26) 名古屋市	29.8
9	(9) 小樽市	27.0
10	(16) さぬき市	26.4
1000 市区町村平均		4.5

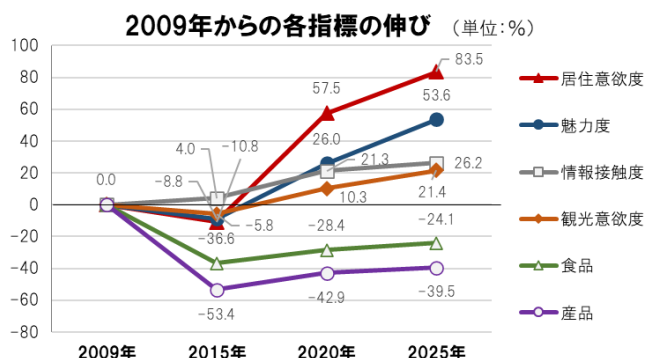
#### 食品以外想起率

順位	市区町村名	%
1	(2) 有田町	15.1
2	(4) 輪島市	15.0
3	(1) 今治市	14.5
4	(3) 鯖江市	12.2
5	(12) 小樽市	10.4
6	(11) 天童市	9.9
7	(7) 伊万里市	9.7
8	(6) 関市	9.5
9	(16) 金沢市	9.2
10	(13) 益子町	8.7
1000 市区町村平均		1.0

## 居注意欲は観光より伸びが大きく、商品は低下

前ページまでに示した 6 つの指標が、経年でどのように変化したかを、1000 市区町村の平均値で比較してみた(2006 年は市だけの調査のため、比較対象外とした)。数値は 2007 年の平均値からの伸びを%で算出している。

最も伸びた指標は居注意欲で 83.5%も上昇、特に地方創生への取り組みが本格化した 2015 年から急上昇している。これは観光意欲度の伸び(21.4%)より大きい。一方、食品や食品以外の商品は 2007 年より低下しており、2015 年以降の伸びも大きくはないようだ。



### <調査内容>

「地域ブランド調査 2025」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 20 回目。調査対象は全 792 市(2025 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 185 の町村を加えた計 1000 の市区町村と、47 都道府県に対して魅力度など計 90 項目を数値化した。

### <調査概要>

- ・ 調査方法 インターネット調査
- ・ 回答者 20 代～70 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、日本の縮図となるように、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 33,449 人(一人の回答者に対して市区町村の調査票では 20 市区町村、都道府県は 11 または 12 都道府県を提示し、それぞれについて回答してもらった。
- ・ 調査対象 全国 1,000 の市区町村(全 792 市+東京 23 区+185 町村)と 47 都道府県
- ・ 調査時期 2025 年 6 月 24 日～7 月 9 日
- ・ 調査項目 認知、魅力、情報接触、観光意欲、居注意欲、情報接触経路(「旅やグルメに関する番組」など 14 項目)、地域コンテンツの認知(「海・山・川・湖などの地理的名称」など 17 項目)、訪問経験(「行楽・観光のため」など 6 項目)、地域資源評価(「街並みや魅力的な建造物がある」など 18 項目)、地域の特性(「歴史・文化のまち」など 14 項目)、地域イメージ(「あこがれる」など 14 項目)、商品想起率(食品、非食品をそれぞれ自由記述) の計 90 項目(各地域の調査結果を数値化した項目数)

### <調査報告書について>

総合報告書 (税込 88,000 円※)	1000 市区町村および 47 都道府県の全 90 項目に関するデータをまとめた報告書
個別報告書 (税込 55,000 円※)	ご希望の市区町村・都道府県の結果を表やグラフで分析し、さらに回答者属性(年齢、居住地、ライフスタイルなど)別の結果を分析した報告書
ハンドブック (税込 4,400 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、居注意欲度、観光意欲度、商品想起率(総合、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:税込 110,000 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ともに全国各地で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1-1-20
- ・ 代表取締役 田中章雄
- ・ 資本金 2500 万円
- ・ 設立 2005 年 11 月

### <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  
Tel. 03-3539-3011(代) Fax.03-3539-3013  
E-mail: survey@tiiki.jp