【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。

調査対象となる1047地域に対して、「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、89項目を設定しました。

「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を、居住意欲度、観光意欲度、産品購入意欲度、またイメージ想起率といった様々な項目を設け明らかにします。

また、調査では出身都道府県など回答者属性の設問も設け、どのような属性から認知・評価されているかも分析できるように設計しています。

調査概要

●調査名称	地域ブランド調査2021
●調査期間	2021年7月
●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～70代）ほぼ同数ずつ回収
●有効回答者数	約3万人
●調査対象	47都道府県、全国1,000市区町村 （792市＋東京23区＋185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（89項目）

どのように知られているか	認知度	
	情報接触度	「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14項目
	情報接触経路	
	地域コンテンツの認知	「地区などの地理的名称」、「ご当地キャラクター」、「ご当地アイドル」、「ご当地グルメ」等17項目
どのように評価されているか	魅力度	
	地域特性想起	「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14項目
	地域のイメージ	「あこがれる」、「親しみがある」「活気がある」、「安らぐ」等14項目
	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17項目
	居住意欲度	
	訪問経験	「行楽・観光」、「ビジネス（出張）」等6項目
	観光意欲度	
	産品想起率	地名に対する食品、食品以外の産品想起率2項目
だれから評価されているか（分析軸）	回答者属性（年代・性別・現居住地等）	
	回答者属性（出身地、一年以上の居住経験地等）	
	消費者行動（余暇活動の経験がある地域、旅行頻度等）	

【TOPICS 調査結果から見えてくるもの】

●10年で地域を“魅力的”と感じる層に大きな変化

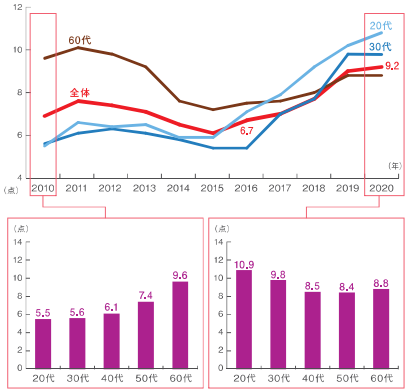
県・市の魅力度について過去10年の平均値推移をみると、2016年以降共に上昇傾向にあります。特に市区町村の平均点は2016年以降、継続して上昇傾向しており、2016年の6.7点から2020年には9.2点と2.5ポイント上昇。過去10年間で最も点数が高くなっています。

そこで、過去10年を比較可能な20代から60代までの年代別結果をみると、2010年は、最も点数が高かったのは60代で9.6点と突出しており、次いで50代が7.4点となっており、30代以下はそれぞれ5点台となっています。**高年齢層の回答者ほど、各地域に対して“魅力的”と回答する傾向が2010年当時にはありました。**

しかし、2016年以降は20代の点数が上昇し始め、2018年にはすべての年代で最も点数が高くなっています。2020年の結果をみると、最も点数が高かったのは20代の10.9点。2010年と比較すると5.4ポイント上昇。次いで30代が9.8点。同じく2010年より4.2ポイント上昇しています。

2020年をはじめとする近年は、特に20代、30代の上昇が大きく、**若年層ほど各地域に対して“魅力的”と回答する傾向に変化**しています。

なお、別項目の認知度においても20代は2016年以降上昇傾向にあり、2020年は23.6点で60代（23.5点）と同水準になっています。



【上：魅力度年代別結果推移 下左：2010年各年代平均 下右：2020年各年代平均】

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：survey2021@tiiki.jp　https://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）
設立　：2005年11月
資本金　：2500万円
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　：https://tiiki.jp/

2021年8月発行

全国3万人による大規模消費者調査

第16回地域ブランド調査2021

調査内容と各種報告書のご案内

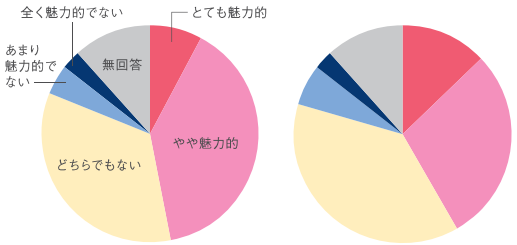
ブランド総合研究所 BRAND RESEARCH INSTITUTE, INC.

あなたの地域がどう評価されているのかが分かる！

ある2地域の魅力度結果

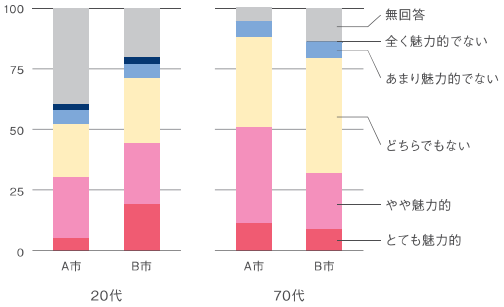
単純集計（全国からの視点）ではほぼ同じ魅力度ですが…

A市：27.4点　B市：27.3点



年代別の回答結果を比較すると…

A市は高年齢層で、B市は若年層で魅力度が高くなっています



地域ブランド調査2020活用地域

都道府県・・・28都道府県
市区町村・・・190市区町村

全国各地の都道府県／市区町村の他、地方議会、大学、調査会社等様々な方面でご活用いただいております。

メディア掲載（発表後3カ月間）

WEB記事掲載数・・・852媒体

地域ブランド調査2020発表から3カ月のみの掲載数です。そのほか、新聞、テレビニュース、地域情報番組等多数のメディアで掲載、地域を評価・分析する指標として多くの場面で活用いただいております。

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」は、**1047**の地域名称（1,000市区町村及び47都道府県）を対象とした、全国約**30,000**人による日本最大規模の消費者調査です。各地域名の認知や想起、評価の状況を把握することを目的に毎年一回実施しており、今年で16回目となります。調査項目は魅力度、認知度、情報接触度、地域特性想起（「歴史・文化のまち」など14項目）、情報経路別の接触度（「旅番組」など14項目）、地域コンテンツの認知（「ご当地グルメ」など17項目）、観光意欲度、居住意欲度、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17項目）など全**89**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。調査結果は単純集計（全国からの評価）はもとより、回答者の年代別、性別、居住地または出身地別といった特定の回答者属性の集計結果も取りまとめ、各地域がどのような評価をされているかを明らかにしています。

※調査項目等調査概要は4ページ目をご参照ください。
※収録している調査項目は報告書によって異なります。詳細は2ページ目の「報告書一覧」をご参照ください。

有効回答者数	**35,489**人
調査対象地域数	**1047**地域
調査項目数	**89**項目

次頁からは各種報告書の紹介です ▶▶▶