

第14回「地域ブランド調査 2019」
地方創生から5年、市区町村の魅力度が36%上昇
 北海道、函館市がそれぞれ連続で1位。大阪府や太宰府市が上昇

2019年10月17日
 株式会社ブランド総合研究所

全国で最も魅力的な都道府県は北海道となりました。北海道は2009年に都道府県を調査対象に加えて以来11年連続での1位という結果となりました。市区町村は函館市が53.7点で2年連続6度目の1位となりました。2位は前年3位の札幌市、3位は前年2位の京都市という結果となっています。

近年の傾向として、市区町村の魅力度が全体的に上昇しています。地方創生への取り組みが本格化した2015年の魅力度平均点は6.6点でしたが、以降平均点は上昇。2019年は9.0点と、調査対象に町村区を加えた2007年以降最も平均点が高くなっています。特に下位の上昇率が高く、調査対象全体の魅力度上昇が明らかになりました。その他には、令和ゆかりの地・太宰府市の各項目で点数が上昇、2015年以降魅力度が低下していた箱根町の魅力度が再度上昇するなどしています。

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、代表取締役: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84項目からなる「地域ブランド調査2019」によるもので、今年で14回目の実施(年1回実施)。全国の消費者31,369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となります(11位以下は4ページの表を参照)。

都道府県の魅力度ランキング

順位 2019 (2018)	都道府県名	魅力度 2019 (2018)
1 (1)	北海道	61.0 (59.7)
2 (2)	京都府	50.2 (52.2)
3 (3)	東京都	43.8 (41.9)
4 (4)	沖縄県	40.4 (41.2)
5 (5)	神奈川県	34.5 (36.7)
6 (7)	大阪府	32.9 (31.8)
7 (6)	奈良県	30.0 (32.6)
8 (8)	福岡県	29.6 (28.1)
9 (11)	石川県	25.4 (25.7)
10 (9)	長野県	24.8 (26.4)

市区町村の魅力度ランキング

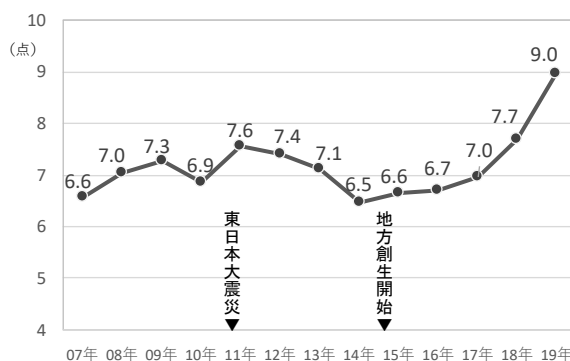
順位 2019 (2018)	市区町村名	魅力度 2019 (2018)
1 (1)	函館市	53.7 (50.0)
2 (3)	札幌市	52.9 (46.8)
3 (2)	京都市	51.0 (48.1)
4 (4)	小樽市	48.0 (45.5)
5 (5)	神戸市	44.9 (41.5)
6 (6)	横浜市	44.2 (40.7)
7 (8)	鎌倉市	43.1 (39.7)
8 (9)	金沢市	42.2 (39.3)
9 (7)	富良野市	40.8 (39.9)
10 (10)	仙台市	39.3 (35.5)
10 (11)	日光市	39.3 (34.3)

※()内は2018年調査結果

■地方創生以降、全体的に魅力度上昇が顕著

1000市区町村の魅力度平均点が2019年は9.0点と、調査対象に町村区を加えた2007年以降過去最高点となっている。

東日本大震災のあった2011年(7.6点)から2014年(6.5点)にかけて平均点は下降傾向だったが、地方創生への取り組みが本格化した2015年以降、魅力度の平均点は徐々に上昇。特に2018年以降は平均点の上昇が顕著となっている(右図参照)。2015年(6.6点)と2019年(9.0点)を比較すると点数が36.4%伸びていることになる。



【市区町村魅力度平均点の推移】

※2015年結果は年代70代も含めた結果

2015年と2019年の魅力度の結果を順位帯別の平均点で比較すると、1位から100位までの市区町村の平均点は2015年の23.7点から2019年には27.6点と3.9ポイント増加。上昇率は16.5%増となっている。他方、801位から1000位の平均点は2015年の1.1点から2019年には2.6点と1.5ポイント増えたが、上昇率でみると136.4%増と大きく上昇している。

同様に他の順位帯の平均点を比較すると、すべての順位帯での平均点が上昇しており、特に順位が低い層になるほど上昇率が大きくなる傾向となっている(右図参照)。

	2015	2019	上昇率
全体平均	6.6	9.0	+36.4%
1位-100位	23.7	27.6	+16.5%
101位-200位	13.2	16.7	+26.5%
201位-400位	7.5	10.2	+36.0%
401位-600位	3.9	5.9	+51.3%
601位-800位	2.3	3.9	+69.6%
801位-1000位	1.1	2.6	+136.4%

【順位帯ごとの平均点比較 (2015-2019)】

※2015年結果は年代70代も含めた結果

■令和ゆかりの地 太宰府市の各項目結果が上昇

2019年5月に改元された新元号「令和」の典拠となる歌のゆかりの地とされている太宰府市の各項目の点数が上昇している。

認知度は前年37.2点(128位)から45.3点(50位)に8.1ポイント、情報接触度は前年27.1点(147位)から37.9点(51位)に10.8ポイントと、それぞれ大幅に上昇。過去10年で最も点数が高くなっており、同市の周知性が高まっている。

対して魅力度も前年19.0点(77位)から27.5点(41位)と上昇しており、2012年の自己最高位42位を更新している。

同市は、居留意欲度が7.8点(95位)から9.5点(66位)、産品購入意欲度が30.4点(93位)から33.3点(61位)と各項目の点数および順位が上がっているが、特に、観光意欲度で30.0点(93位)から36.3点(40位)と大幅に点数・順位を伸ばしている。

項目	順位		点数	
魅力度	41	(77)	27.5	(19.0)
認知度	50	(128)	45.3	(37.2)
情報接触度	51	(147)	37.9	(27.1)
居留意欲度	66	(95)	9.5	(7.8)
観光意欲度	40	(93)	36.3	(30.0)
産品購入意欲度	61	(93)	33.3	(30.4)

【太宰府市の主要項目結果】

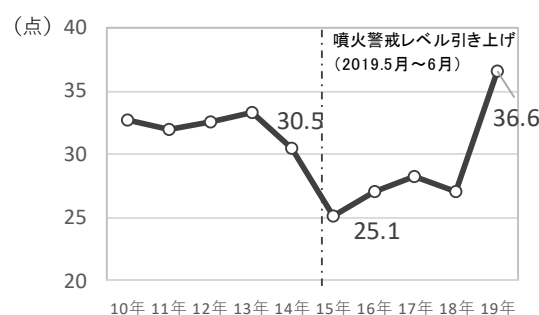
※カッコ内は前年結果

■箱根町の魅力度が再び上昇

魅力度が前年から最も上がったのは箱根町で、27.0点(28位)から36.6点(13位)と9.6ポイント上昇した。そのほかの項目では、観光意欲度が38.9点(24位)から47.3点(5位)と大きく順位・点数を上げている。

同町の過去10年の魅力度推移をみると、2014年までは30点台で推移していたが、火山性地震の活発化等に伴う噴火警戒レベルが引き上げられた2015年には25.1点に大きく点数が低下している。以降、20点台後半で推移していたが2019年に大きく上昇し、2014年以前の点数水準に回復した。

ただし、年代別で結果をみると2014年以前と2019年では同町を魅力的と評価する属性には変化がみられる。2014年以前は若年層の魅力度は低く、高齢層の魅力度が高い傾向にあったが、2015年以降20代の魅力度が上昇、2019年は若年層、高齢層の2極で魅力度が高まる結果となっている。



【箱根町の魅力度経年推移】

※2015年結果は年代70代も含めた結果

項目	順位		点数	
魅力度	13	(28)	36.6	(27.0)
認知度	37	(33)	47.1	(45.3)
情報接触度	19	(29)	44.9	(39.8)
居留意欲度	21	(57)	13.5	(9.3)
観光意欲度	5	(24)	47.3	(38.9)
産品購入意欲度	53	(97)	34.0	(30.3)

【箱根町の主要項目結果】

※カッコ内は前年結果

■大阪府が魅力度 6 位で過去最高位

都道府県結果では、大阪府が 6 位と自己最高位、居注意欲度でも 4 位と自己最高位となっている。その他の結果では、「2025大阪万博」(2018年11月決定)や、今年 6 月に実施された G20 などに関連性のある地域イメージ項目「国際交流の地域」が 2 位に上昇。また、今年 7 月に世界文化遺産登録が決定した「百舌鳥・古市古墳群」に関連して、地域コンテンツの認知項目「世界遺産や日本遺産」で前年 22 位から 15 位に順位を上げている。

項目	順位		点数	
魅力度	6	(7)	32.9	(31.8)
情報接触度	3	(4)	64.1	(59.7)
居注意欲度	4	(5)	18.3	(16.0)
観光意欲度	7	(6)	42.9	(44.1)
地域イメージ (国際交流の地域)	2	(5)	18.4	(13.2)
地域コンテンツの認知 (世界遺産や日本遺産)	15	(22)	7.3	(5.0)

【大阪府の主要項目結果】※カッコ内は前年結果

<調査内容>

「地域ブランド調査 2019」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 14 回目。調査対象は全 792 市(2019 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、そして 47 都道府県です。各地域に対して魅力度など全 84 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～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 31,369 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約 591 人)
- 調査対象 全国 1000 の市区町村(全 792 市※+東京 23 区+185 町村)と 47 都道府県
※2019 年 4 月時点の全市。同年 5 月に市名変更を行った「丹波篠山市」は旧市名「篠山市」で調査を実施。
- 調査時期 2019 年 6 月 24 日～7 月 11 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 16 項目)、訪問経験(「行楽・観光のため」など 16 項目)、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 84 項目

<調査報告書について>

総合報告書 (税別 74,000 円※)	1000 市区町村および 47 都道府県の全 84 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・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、居注意欲度、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(都道府県上位 30 位)

順位	都道府県名	点数
1 (1)	北海道	61.0
2 (2)	京都府	50.2
3 (3)	東京都	43.8
4 (4)	沖縄県	40.4
5 (5)	神奈川県	34.5
6 (7)	大阪府	32.9
7 (6)	奈良県	30.0
8 (8)	福岡県	29.6
9 (11)	石川県	25.4
10 (9)	長野県	24.8
11 (10)	長崎県	24.6
12 (12)	兵庫県	23.3
13 (13)	静岡県	23.0
14 (14)	宮城県	22.8
15 (17)	広島県	22.0
16 (15)	愛知県	21.0
17 (21)	熊本県	20.5
18 (16)	千葉県	20.1
19 (18)	鹿児島県	19.9
20 (19)	青森県	19.4
21 (24)	秋田県	18.5
22 (23)	大分県	17.6
23 (25)	山梨県	16.8
24 (22)	富山県	16.6

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 (27)	福島県	16.3
25 (29)	三重県	16.3
27 (30)	山形県	15.9
28 (20)	宮崎県	15.8
29 (31)	新潟県	15.7
30 (26)	岩手県	15.5
30 (27)	愛媛県	15.5

順位	市区町村名	都道府県名	点数
1 (1)	函館市	北海道	53.7
2 (3)	札幌市	北海道	52.9
3 (2)	京都市	京都府	51.0
4 (4)	小樽市	北海道	48.0
5 (5)	神戸市	兵庫県	44.9
6 (6)	横浜市	神奈川県	44.2
7 (8)	鎌倉市	神奈川県	43.1
8 (9)	金沢市	石川県	42.2
9 (7)	富良野市	北海道	40.8
10 (10)	仙台市	宮城県	39.3
10 (11)	日光市	栃木県	39.3
12 (17)	熱海市	静岡県	38.2
13 (28)	箱根町	神奈川県	36.6
14 (13)	石垣市	沖縄県	36.2
15 (18)	軽井沢町	長野県	35.2
16 (26)	那覇市	沖縄県	34.2
16 (28)	旭川市	北海道	34.2
18 (19)	別府市	大分県	34.1
19 (15)	屋久島町	鹿児島県	34.0
20 (16)	長崎市	長崎県	32.8
21 (31)	宮古島市	沖縄県	32.2
22 (14)	伊勢市	三重県	32.0
23 (27)	伊豆市	静岡県	31.2
24 (20)	新宿区	東京都	31.1
25 (12)	名古屋市	愛知県	30.8

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)

項目	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
認知度	東京都(1)	北海道(3)	大阪府(4)	京都府(2)	神奈川県(5)
魅力度	北海道(1)	京都府(2)	東京都(3)	沖縄県(4)	神奈川県(5)
情報接触度	東京都(1)	北海道(2)	大阪府(4)	京都府(3)	沖縄県(5)
居留意欲度	東京都(2)	神奈川県(1)	北海道(4)	大阪府(5)	京都府(3)
観光意欲度	北海道(1)	京都府(2)	沖縄県(3)	東京都(4)	奈良県(5)、 福岡県(10)
食品想起率	北海道(1)	宮城県(4)	大阪府(2)	沖縄県(8)	山形県(15)
食品以外想起率	京都府(4)	石川県(2)	北海道(1)、岩手県(5)		沖縄県(3)

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)

項目	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
認知度	名古屋市(1)	京都市(2)	新宿区(4)	神戸市(4)	大阪市(6)
魅力度	函館市(1)	札幌市(3)	京都市(2)	小樽市(4)	神戸市(5)
情報接触度	京都市(1)	札幌市(2)	新宿区(4)	大阪市(3)	横浜市(6)
居留意欲度	横浜市(1)	神戸市(2)	札幌市(9)	港区(3)	鎌倉市(4)
観光意欲度	函館市(1)、札幌市(2)		京都市(3)	小樽市(4)	箱根町(24)
食品想起率	仙台市(2)	夕張市(1)	札幌市(2)	宇都宮市(10)	喜多方市(8)
食品以外想起率	今治市(1)	有田町(2)	伊万里市(4)	輪島市(3)	小樽市(9)

＜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)

Tel. 03-3539-3011(代) Fax.03-3539-3013

E-mail: survey2019@tiiki.jp