

第17回「地域ブランド調査 2022」
北海道が14年連続1位。近畿の府県は上昇
 魅力度や観光意欲度は前年に引き続き上昇。高年齢層がけん引役に

2022年10月8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14年連続で北海道。市区町村では札幌市が2年連続8度目の1位となった。また、東北と近畿で上昇した府県が多い。——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 2022」から、このような結果が明らかとなりました。

地域ブランド調査は、国内1,000の市区町村及び47都道府県の地域名称について、認知度や魅力度、イメージなど全89項目について質問し、各地域名称のイメージ形成や行動意向、評価等について明らかにする消費者調査です。調査はインターネットを通じて実施し、本年は全国の消費者34,768人から有効回答を得ました。調査は2006年から毎年実施しており、今年が17回目となります(都道府県の調査は2009年から14回目)。

今回の調査結果では、前年に引き続き「魅力度」の平均点が県・市共に上昇しています。前年の上昇は50代以下の年齢の回答者が大きく寄与していましたが、今年は60代以上の上昇が主な要因となっています。この傾向は「観光意欲度」にも見られるものです。また、この一年間にどのような情報に接したかを問う「情報接触経路」の結果をみると、消費者が接触したと回答した内容・経路に変化がありました。調査結果の特徴は以下の通りとなります。

(表1) 都道府県の魅力度ランキング

順位		都道府県	魅力度(点)	
2022	2021		2022	2021
1	(1)	北海道	73.3	(73.4)
2	(2)	京都府	57.3	(56.4)
3	(3)	沖縄県	53.6	(54.4)
4	(4)	東京都	49.3	(47.5)
5	(5)	大阪府	43.2	(42.0)
6	(6)	神奈川県	41.6	(40.0)
7	(7)	福岡県	40.8	(37.5)
8	(9)	奈良県	36.9	(33.4)
9	(8)	長崎県	35.8	(33.9)
10	(10)	石川県	33.1	(32.5)

(表2) 市区町村の魅力度ランキング

順位		市区町村	魅力度(点)	
2022	2021		2022	2021
1	(1)	札幌市	63.9	(63.9)
2	(3)	京都市	59.5	(62.0)
3	(2)	函館市	58.7	(62.8)
4	(6)	横浜市	56.1	(52.0)
5	(4)	小樽市	55.8	(56.1)
6	(7)	神戸市	55.7	(50.4)
7	(5)	鎌倉市	52.1	(54.8)
8	(9)	金沢市	50.9	(48.6)
9	(12)	那覇市	49.8	(47.1)
10	(11)	石垣市	49.4	(47.7)

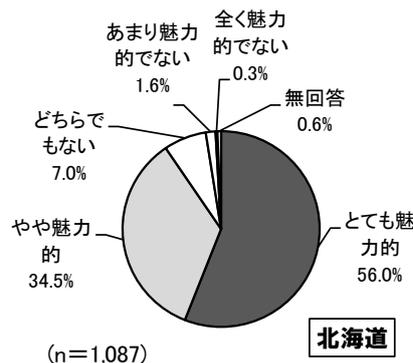
■北海道が14年連続1位、市区町村では札幌市が2年連続1位

都道府県の中で最も魅力度が高かったのは北海道。都道府県の調査を開始した2009年から14年連続で1位となった。前年は12.6点上昇したが、今年は0.1点の低下となった。

回答者の56.0%が「とても魅力的」、34.5%が「やや魅力的」と、合計で9割以上が北海道を「魅力的」と回答した。観光意欲度、食品想起率、食品以外想起率でも1位となったほか、居留意欲度も2位と、あらゆる面で高い評価を得ている。

市区町村では、札幌市が2年連続8度目の1位となった。

(図3) 北海道の魅力度の結果



点数は 63.9 点で前年と同じ。同市を「とても魅力的」と答えた人は 43.4%、「やや魅力的」は 41.0%。一方で、「魅力的でない」と否定的に回答する割合が 2.3%と北海道同様に非常に少ない。また、認知度は 9 位、情報接触度は 6 位に留まるが、観光意欲度や食品想起率で 1 位と高い評価を得ている。

■魅力度など、多くの指標で今年も上昇

魅力度の平均点は、47 都道府県平均で 27.7 点となり、前年より 1.3 点上昇した。1000 市区町村平均では 11.2 点で同様に 0.2 点上昇した。

主要指標の中で最も大きく伸びたのは都道府県では観光意欲度で 43.7 点と前年より 1.6 点の伸び。ところが、市区町村では 22.4 点となり、前年より 0.1 点の減少となった。

食品想起率は都道府県、市区町村ともに平均点が低下している。

(表 4) 都道府県・市区町村の主要項目の平均点推移 単位:点

	都道府県平均			市区町村平均		
	2022	2021	伸び	2022	2021	伸び
魅力度	27.7	26.4	+1.3	11.2	11.0	+0.2
認知度	50.7	50.5	+0.2	25.2	25.0	+0.2
情報接触度	40.5	40.4	+0.1	17.1	16.8	+0.3
居住意欲度	11.4	11.1	+0.3	6.5	6.2	+0.3
観光意欲度	43.7	42.1	+1.6	22.4	22.5	-0.1
食品想起率	21.5	22.3	-0.8	4.7	5.0	-0.3
食品以外想起率	3.6	3.5	+0.1	1.0	1.0	0.0

■伸び1位は和歌山県。近畿の府県が上昇

都道府県の魅力度が前年より最も大きく伸びたのは和歌山県。19.7 点から 23.7 点へと 4.0 点の伸びで、順位も 32 位から 26 位へと上昇した。

次いで伸びが大きかったのが奈良県。三重県、兵庫県などは順位も点数も伸びている。また、京都府、大阪府、滋賀県は順位は変わっていないが、点数は伸びており、近畿各府県の評価が全般的に上昇している。

(表 5) 伸びが大きい都道府県

	魅力度		
	2022	2021	伸び
和歌山県	23.7	19.7	4.0
奈良県	36.9	33.4	3.5
山形県	23.1	19.8	3.3
福岡県	40.8	37.5	3.3
秋田県	24.7	21.9	2.8
三重県	25.2	22.4	2.8
岩手県	22.4	19.9	2.5
富山県	24.7	22.3	2.4
福井県	19.0	16.6	2.4
兵庫県	32.4	30.0	2.4

(表 6) 伸びが大きい市区町村

	魅力度		
	2022	2021	伸び
阿蘇市	30.9	25.5	5.4
神戸市	55.7	50.4	5.3
高山市	29.5	24.3	5.2
弘前市	26.9	22.2	4.7
美瑛町	30.0	25.4	4.6
山中湖村	22.8	18.2	4.6
名古屋市	41.9	37.4	4.5
浦安市	36.6	32.3	4.3
伊丹市	14.9	10.6	4.3
白川村	28.9	24.7	4.2

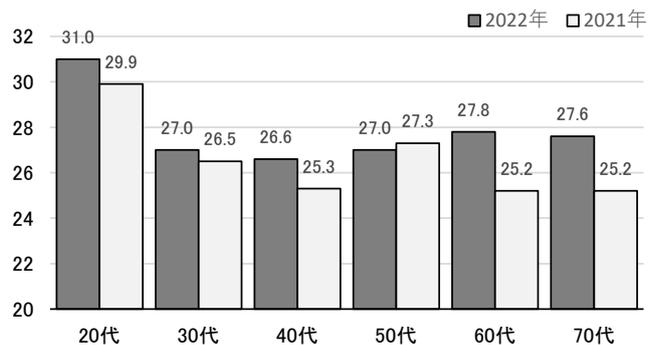
■60 代以上の魅力度の伸びが大きい

今回の調査で、魅力度が伸びた地域が多かった主な要因としては、60 代以上の回答者で平均点が大幅に上昇したことがあげられる。

図 7 は、回答者の年代別に 47 都道府県の魅力度の平均を比べたもの。20 代が最も魅力度の平均点が高くなっているが、次いで 60 代と 70 代となっており、それぞれ前年より大きく上昇している。なお、市区町村の結果においても同様の結果が得られた。

また、都道府県の観光意欲度においても同様の傾向がみられた。

(図 7) 都道府県の魅力度の年代別の比較 単位:点



■観光関連の情報接触が急増

過去 1 年間に地域に関する情報を見聞きした経路について、最も接触率が高かったのは「旅やグルメに関するテレビ番組」で 47 都道府県平均が 26.1%と、前年の 24.2%より増加した。次いで「旅行・観光情報サイト」が 14.9%と多く、前年の 13.1%より増加している。また、「旅行・グルメに関するガイドブック」は 12.6%と同様に前年の 11.9%より増加しており、こうした観光関連の情報の接触率が軒並み上昇している。一方で、「事件やニュース」は 14.8%で、前年の 20.4%より大幅に減少した。

コロナ禍の影響が長引く中で、消費者の中では国内観光に関する情報ニーズはかなり高まっているという状況が結果に表れた。

<調査内容>

「地域ブランド調査 2022」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 17 回目。調査対象は全 792 市(2022 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 89 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 34,768 人(一人の回答者に対して市区町村の調査票では 20 地域、都道府県については 15 または 16 地域を提示し、それぞれについて回答してもらった。なお、地域ごとの回答者数は都道府県は平均で 1,056 人、市区町村は平均で 632 人)
- ・ 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 2022 年 6 月 22 日～7 月 4 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)、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 17 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)、製品想起率(食品、非食品をそれぞれ自由記述)の計 89 項目

<調査報告書について>

総合報告書 (税込 81,400 円※)	1000 市区町村および 47 都道府県の全 89 項目に関するデータをまとめた報告書
個別報告書 (税込 50,600 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 4,070 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、製品想起率(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 103,400 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 1-1-20 虎ノ門実業会館
- ・ 代表取締役 田中章雄
- ・ 資本金 2500 万円
- ・ 設立 2005 年 11 月

<主要な指標の結果(一部のみ)>

(表 8) 魅力度ランキング(都道府県)

順位	都道府県名	点数	順位	都道府県名	点数
1	(1) 北海道	73.3	25	(22) 新潟県	24.3
2	(2) 京都府	57.3	26	(32) 和歌山県	23.7
3	(3) 沖縄県	53.6	27	(25) 山梨県	23.6
4	(4) 東京都	49.3	28	(31) 山形県	23.1
5	(5) 大阪府	43.2	29	(26) 大分県	22.5
6	(6) 神奈川県	41.6	29	(29) 高知県	22.5
7	(7) 福岡県	40.8	31	(30) 岩手県	22.4
8	(9) 奈良県	36.9	32	(28) 香川県	22.3
9	(8) 長崎県	35.8	33	(35) 岡山県	21.0
10	(10) 石川県	33.1	34	(34) 福島県	20.0
11	(13) 兵庫県	32.4	34	(36) 岐阜県	20.0
12	(10) 長野県	32.2	36	(32) 愛媛県	19.5
13	(12) 千葉県	32.0	37	(39) 福井県	19.0
14	(15) 静岡県	30.5	38	(38) 滋賀県	18.3
15	(13) 宮城県	29.6	39	(37) 島根県	18.1
16	(16) 鹿児島県	27.6	40	(41) 栃木県	17.7
17	(18) 熊本県	27.4	41	(42) 徳島県	17.4
18	(19) 広島県	27.3	42	(40) 鳥取県	17.3
19	(21) 青森県	26.7	43	(42) 山口県	15.4
20	(20) 愛知県	25.8	44	(44) 群馬県	15.1
21	(17) 宮崎県	25.4	45	(45) 埼玉県	14.3
22	(23) 三重県	25.2	46	(47) 茨城県	13.5
23	(24) 富山県	24.7	47	(46) 佐賀県	13.2
23	(26) 秋田県	24.7			

(表 9) 魅力度ランキング(市区町村上位)

順位	市区町村名	都道府県名	点数
1	(1) 札幌市	北海道	63.9
2	(3) 京都市	京都府	59.5
3	(2) 函館市	北海道	58.7
4	(6) 横浜市	神奈川県	56.1
5	(4) 小樽市	北海道	55.8
6	(7) 神戸市	兵庫県	55.7
7	(5) 鎌倉市	神奈川県	52.1
8	(9) 金沢市	石川県	50.9
9	(12) 那覇市	沖縄県	49.8
10	(11) 石垣市	沖縄県	49.4
11	(10) 富良野市	北海道	49.0
12	(8) 軽井沢町	長野県	48.8
13	(17) 熱海市	静岡県	45.8
14	(13) 仙台市	宮城県	45.5
15	(14) 日光市	栃木県	44.3
16	(15) 宮古島市	沖縄県	43.7
17	(20) 別府市	大分県	43.0
18	(24) 沖縄市	沖縄県	42.2
19	(25) 名古屋市	愛知県	41.9
20	(15) 屋久島町	鹿児島県	41.8
21	(23) 長崎市	長崎県	40.4
22	(21) 伊豆市	静岡県	40.2
23	(18) 伊勢市	三重県	39.0
24	(22) 福岡市	福岡県	38.7
25	(19) 箱根町	神奈川県	38.4

(表 10) 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(2)	大阪府(3)	京都府(4)	神奈川県(5)
魅力度	北海道(1)	京都府(2)	沖縄県(3)	東京都(4)	大阪府(5)
情報接触度	東京都(1)	北海道(3)	大阪府(2)	沖縄県(4)	京都府(5)
居留意欲度	東京都(2)	北海道(3)	神奈川県(1)	京都府(5)	福岡県(6)
観光意欲度	北海道(1)	京都府(3)	沖縄県(2)	東京都(6)	福岡県(7)
食品想起率	北海道(1)	大阪府(3)	沖縄県(2)	秋田県(5)	青森県(3)
産品想起率(食品以外)	北海道(1)	石川県(2)	沖縄県(4)	京都府(3)	佐賀県(18)

(表 11) 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	京都市(1)	名古屋市(2)	神戸市(5)	新宿区(4)、横浜市(9)	
魅力度	札幌市(1)	京都市(3)	函館市(2)	横浜市(6)	小樽市(4)
情報接触度	京都市(4)	横浜市(6)	渋谷区(3)	新宿区(8)	名古屋市(7)
居留意欲度	横浜市(1)	神戸市(2)	札幌市(3)	京都市(4)	鎌倉市(6)
観光意欲度	札幌市(1)	函館市(2)	京都市(3)	小樽市(4)	横浜市(10)
食品想起率	札幌市(1)、夕張市(2)		仙台市(3)	函館市(4)	宇都宮市(9)
産品想起率(食品以外)	今治市(1)	鯖江市(4)	輪島市(3)	有田町(5)	伊万里市(2)

項目別の都道府県および市区町村名の後の
()数字は、前年の順位

<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: survey2022@tiiki.jp