

## 「地域ブランド調査 2020」 調査結果について

### ～調査概要～

- 調査主体 : (株)ブランド総合研究所
- 調査期間 : 2020年6月24日～7月20日
- 調査発表日 : 2020年10月14日
- 調査方法 : 20歳代から70歳代を対象にインターネット調査により実施
- 集計方法 : 性別・年代・居住地を基準に、実際の人口縮図になるよう属性に応じて係数を設定し再集計(ウェイトバック集計)
- 有効回答者数 : 31,734人(栃木県に対する回答者 : 604人)  
※一人の回答者は20地域について回答
- 対象自治体 : 1,047(都道府県47、全市792、東京特別区23、一部町村185)
- 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テレビ番組」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)、  
地域のイメージ  
(「歴史・文化のまち」など14項目及びイメージ想起率)  
訪れたい観光施設(自由記述)  
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

【参考：調査項目】

【外部からの各地域名評価項目】

認知度 (Q1)	物語系 ドラマや映画・アニメなど 小説・エッセイ・マンガなど	商品系 百貨店やスーパーの店頭および商品 テレビCMや新聞雑誌の広告
魅力度 (Q2)	旅行系 旅やグルメに関するテレビ番組 旅行・グルメに関する記事やガイドブックなど 旅行・観光情報サイト	広告系 自治体のホームページやSNS、動画など ポスターやチラシ
情報接触度 (過去1年以内) (Q3)	商品系 ネットショッピングや通販カタログなど アンテナショップや物産展、催事(イベント)など	口コミ系 友人や知人・家族から 事件やニュース その他のメディア
情報接触経路 (Q4)	海・山・川・湖などの地理的名称 行政の首長(知事や市長など) 地名の付いた農林水産品	地名の付いた食品以外の商品
地域コンテンツの認知 (Q5)	地区などの地理的名称 ご当地キャラクター(ゆるキャラなど) 商業施設や公共施設など プロスポーツのチームや選手 道の駅や農産品直売所	道以外の農産品直売所 世界遺産や日本遺産 その他
市区町村のイメージ (Q6)	地域固有の祭りやイベント等 アマチュアスポーツのチームや選手 観光親善大使(著名人) ご当地グルメ・伝統料理 出身又は当地拠点のアイドルやタレント	
地域資源に対する評価 (Q7)	歴史・文化のまち 環境にやさしいまち 農林水産業が盛んなまち	学術・芸術のまち デザインやセンスの良いまち 地場産業が盛んなまち
居留意欲度 (Q8)	観光・レジャーのまち 住民参加のまち IT・先端技術のまち	スポーツのまち 教育・子育てのまち 生活に便利・快適なまち
訪問経験 (Q9)	国際交流のまち 健康増進・医療福祉のまち	
観光意欲度 (Q10)	海・山・川・湖などの自然が豊か 魅力的な温泉やレジャー施設・公園などがある 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	自然資源 歴史資源 モノ資源 サービス資源
訪れたい観光施設等 (Q11 自由記述)	歴史的人物、著名人、職人などにゆかりがある 魅力的な美術館・博物館がある 買いたい土産や地域産品がある	自然資源 歴史資源 モノ資源 サービス資源
商品購入意欲度 (Q12)	優れた伝統的技術がある 魅力的な商店街や店舗がある 地元産の食材が豊富	自然資源 歴史資源 モノ資源 サービス資源
産品想起率 (Q13)	食事がおいしい 道路や交通の便がよい 泊まりたい宿泊施設がある 人のよさや優しさ、おもてなしがよい 地域を代表する産業や企業がある	自然資源 歴史資源 モノ資源 サービス資源
自由意見 (Q14 自由記述)	行楽・観光のため スポーツイベントに参加・観戦するため 芸術イベントに参加・観覧するため 食・グルメイベントに参加するため 祭り・その他イベントに参加するため ビジネス(出張など) 親戚・家族・友人の訪問	生活 医療福祉 買い物・食事 趣味・娯楽 通勤・通学 居住 セカンドハウス その他 通過・乗り換え その他の目的のため
	食品(自由想起) 食品以外(自由想起)	※1人の回答者は、1つの地域について 3個まで 想起・記述できるものとした。

【回答者属性】

出身都道府県 (Q15)	愛着度 (Q16)	自慢度 (Q17)	自慢要因 (Q18)	行動経験 (Q19)
関係すると考える都道府	関係すると考える県 (Q20)	関係県との関係性 (Q21)		
行動経験・意向等	宿泊観光頻度 (Q22)	体験観光の関心 (Q23)	扶養する子供の有無	職業 (Q25)

# 1 魅力度

この2項目を「魅力度」として計算。

## (1) 設問~どの程度魅力を感じるか

	回答項目 (%)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	差違 2020-2019
魅力度	とても魅力的	1.9	2.7	1.7	1.9	1.6	1.7	1.8	2.7	3.4	0.7
	やや魅力的	14.5	15.3	16.4	20.6	12.3	17.3	18.9	19.5	15.9	▲3.6
	どちらでもない	58.5	62.8	57.9	54.3	54.8	53.6	54.0	55.5	57.0	1.5
	あまり魅力的でない	19.3	13.2	16.3	13.7	16.8	16.5	18.5	14.5	16.7	2.2
	全く魅力的でない	4.1	3.2	5.4	5.7	4.2	5.4	4.4	5.5	4.4	▲1.1

※魅力度は各調査項目の総合評価ではなく、上記調査によって決定される。

魅力度 = 100点 × 「とても魅力的」回答者割合 + 50点 × 「やや魅力的」回答者割合

## (2) 都道府県全国順位

順位		都道府県名	魅力度	
2020	(2019)		2020	(2019)
1	(1)	北海道	60.8	(61.0)
2	(2)	京都府	49.9	(50.2)
3	(4)	沖縄県	44.1	(40.4)
4	(3)	東京都	36.4	(43.8)
5	(5)	神奈川県	34.7	(34.5)
6	(6)	大阪府	31.9	(32.9)
7	(7)	奈良県	30.6	(30.0)
8	(10)	長野県	30.5	(24.8)
9	(8)	福岡県	29.6	(29.6)
10	(9)	石川県	29.2	(25.4)
11	(11)	長崎県	25.9	(24.6)
12	(12)	兵庫県	23.7	(23.3)
13	(14)	宮城県	23.0	(22.8)
14	(13)	静岡県	21.9	(23.0)
14	(20)	青森県	21.9	(19.4)
16	(16)	愛知県	21.6	(21.0)
17	(19)	鹿児島県	21.2	(19.9)
18	(15)	広島県	20.2	(22.0)
18	(17)	熊本県	20.2	(20.5)
20	(21)	秋田県	20.0	(18.5)
21	(18)	千葉県	19.6	(20.1)
22	(28)	宮崎県	18.6	(15.8)
23	(22)	大分県	18.4	(17.6)
24	(30)	愛媛県	17.8	(15.5)
24	(33)	香川県	17.8	(14.9)

順位		都道府県名	魅力度	
2020	(2019)		2020	(2019)
26	(24)	富山県	17.1	(16.6)
27	(23)	山梨県	16.9	(16.8)
28	(29)	新潟県	16.6	(15.7)
28	(34)	和歌山県	16.6	(14.8)
30	(32)	島根県	16.2	(15.0)
31	(25)	三重県	15.8	(16.3)
32	(37)	山口県	15.5	(13.4)
33	(25)	福島県	15.4	(16.3)
33	(39)	岡山県	15.4	(13.1)
35	(30)	岩手県	15.2	(15.5)
36	(35)	高知県	15.0	(14.7)
37	(39)	滋賀県	14.3	(13.1)
38	(41)	埼玉県	14.1	(12.8)
39	(27)	山形県	13.9	(15.9)
40	(41)	鳥取県	13.4	(12.8)
40	(45)	群馬県	13.4	(11.5)
42	(36)	岐阜県	13.1	(13.9)
42	(47)	茨城県	13.1	(9.4)
44	(37)	福井県	13.0	(13.4)
45	(46)	佐賀県	12.5	(11.2)
46	(44)	徳島県	12.1	(12.2)
47	(43)	栃木県	11.4	(12.5)
		平均	21.5	(20.8)

### (3) 栃木県の魅力度の推移

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
順位	40	45	42	44	41	41	35	46	43	44	43	47
魅力度	9.1	8.3	10.3	9.1	10.3	9.9	12.2	7.8	10.3	11.3	12.5	11.4

最高：35位（2015年） 最低：47位（2020年）

## 2 認知度

### (1) 設問 ～ 本県をどの程度知っているか

認知度＝100点×「よく知っている」回答者割合＋75点「知っている」＋50点×  
「少しだけ知っている」回答者割合＋25点×「名前だけ知っている」

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
順位	35	27	36	38	40	38	40	37	32
認知度(点数)	42.7	42.3	41.5	41.7	43.2	44.0	44.3	44.6	44.5

最高：27位（2013年） 最低：40位（2016年・2018年）

## 3 情報接触度

### (1) 設問 ～ 過去1年間に本県の情報を見聞きしたか。

情報接触度＝100点×「何度も見聞きした」回答者割合  
＋50点×「見聞きしたことがある」回答者割合

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
順位	30	30	28	34	42	40	33	35	37
情報接触度(点数)	36.6	32.7	32.0	33.9	27.5	30.1	34.0	33.8	31.7

最高：19位（2011年） 最低：42位（2016年）

#### 4 情報接触経路

(1) 設問 ～ どのようにして本県情報を入手したか（複数回答可）

14項目について「はい」と答えた回答者の割合（%）を算出。主な項目は以下のとおり。

※（）の値は全国平均

	回答項目	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	差異 2020-2019
情報 接 触 経 路 （ % ）	旅やグルメに関するテレビ番組	15.6 (15.4)	15.5 (19.2)	14.8 (20.2)	<b>21.6</b> (20.7)	12.8 (18.4)	16.0 (19.6)	18.9 (22.9)	18.9 (21.6)	16.8 (18.7)	▲ 1.9
	旅行・グルメに関する記事やガイドブックなど	-	-	6.0 (7.1)	<b>7.5</b> (6.9)	4.8 (6.8)	4.7 (6.8)	8.6 (9.9)	7.3 (10.1)	<b>9.1</b> (8.7)	1.8
	旅行・観光情報サイト	-	-	6.4 (9.9)	8.9 (10.0)	8.1 (10.7)	9.3 (10.8)	11.2 (12.1)	11.5 (12.8)	9.9 (10.9)	▲ 1.0
	百貨店やスーパーの店頭および商品	2.8 (3.3)	2.7 (3.0)	1.1 (2.2)	<b>2.9</b> (2.4)	1.2 (2.2)	1.5 (2.3)	2.8 (3.1)	1.6 (2.8)	2.2 (2.6)	0.6
	テレビCMや新聞雑誌の広告	5.1 (8.7)	7.5 (9.4)	4.5 (5.3)	4.1 (5.8)	4.2 (4.8)	3.5 (5.1)	<b>6.2</b> (5.6)	<b>7.3</b> (7.0)	3.9 (6.2)	▲ 2.3
	友人や知人・家族から	4.1 (5.3)	4.2 (5.7)	4.5 (5.0)	3.9 (3.9)	3.8 (4.0)	1.8 (3.9)	3.5 (6.6)	<b>6.9</b> (6.1)	3.6 (5.3)	▲ 3.3
	事件やニュース	25.9 (25.3)	17.2 (20.0)	17.8 (18.1)	14.4 (18.0)	15.0 (20.1)	13.8 (18.5)	15.3 (20.0)	14.1 (15.9)	18.3 (21.9)	4.2

#### 5 観光意欲度

(1) 設問 ～ 今後、本県に観光や旅行に行きたいと思うか。

	回答項目	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
観 光 意 欲 （ % ）	ぜひ行ってみたい	8.3	8.4	8.2	7.7	5.6	7.0	7.7	8.8	8.1
	機会があれば行って みたい	39.8	38.8	39.6	39.4	36.9	36.9	37.1	35.4	38.6
	どちらともいえない	28.9	33.1	31.3	31.3	25.4	27.6	27.3	27.0	26.4
	あまり行きたいとは思 えない	20.8	18.0	17.6	17.9	20.0	22.9	24.9	26.2	23.3

観光意欲度＝100点×「是非行ってみたい」回答者割合

＋ 50点×「機会があれば行ってみたい」回答者割合

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	差異 2020-2019
川順位	43	44	44	43	43	45	44	43	42	1
観光意欲度(点数)	28.2	27.8	28.0	27.4	24.1	25.5	26.3	26.5	27.4	0.2

最高：42位（2011年・2020年） 最低：45位（2017年）

## 6 訪問率

(1) 設問 ～ 過去5年間に訪れたことがあるか。

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	差異 2020-2019
順位	21	21	17	19	26	26	18	20	20	0
訪問率(%)	23.6	25.1	26.8	28.9	23.5	28.6	30.8	33.6	34.1	0.5

最高：17位（2010年・2014年） 最低：26位（2016年・2017年）

## 7 居留意欲度

(1) 設問 ～ 本県に住んでみたいと思うか。

	回答項目	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	差異 2020-2019
居 住 意 欲 (%)	ぜひ住みたい	0.7	0.7	0.1	0.6	0.7	0.8	1.2	1.9	1.6	▲ 0.3
	できれば住みたい	0.6	2.0	1.1	1.7	1.2	0.7	2.7	3.1	2.3	▲ 0.8
	住んでも良い	9.2	10.5	10.6	10.3	7.2	7.3	12.6	12.4	13.0	0.6
	どちらともいえない	37.2	39.0	43.3	39.2	30.9	34.3	29.9	32.6	33.1	0.5
	あまり住みたくない	50.5	46.1	41.3	44.6	48.8	52.1	50.7	47.9	47.7	▲ 0.2

居留意欲度 = 100点 × 「是非住みたい」回答者割合  
 + 50点 × 「できれば住みたい」回答者割合  
 + 25点 × 「住んでもよい」回答者割合

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	差異 2020-2019
順位	45	36	46	42	45	46	37	36	39	▲ 3
居留意欲度(点数)	3.3	4.3	3.3	4.0	3.1	2.9	5.7	6.5	6.0	▲ 0.5

最高：35位（2011年） 最低：46位（2014年・2017年）

8 産品購入意欲度

- (1) 設問 ～ 購入したい商品（食品、非食品、食事メニューなど含む）はあるか。  
 産品購入意欲度＝100点×「具体的にある」回答者割合  
 ＋ 50点×「いいものがあれば買いたい」回答者割合

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	差異 2020-2019
順位	34	44	42	38	35	37	▲2
産品購入意欲度(点数)	33.9	27.5	29.7	32.3	34.6	32.2	▲2.4

最高：34位（2015年） 最低：44位（2016年）

13 栃木県出身者の愛着度（回答者：337人）

- (1) 設問 ～ 栃木県に対して愛着はあるか。  
 愛着度＝100点×「とても愛着がある」回答者割合  
 ＋ 50点×「やや愛着がある」回答者割合  
 ※2012～2014は「とても愛着がある」のみで計測

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	差異 2020-2019
愛着度順位	41	41	46	43	34	28	16	33	39	▲6
愛着度(点数)	33.8	31.1	24.1	46.9	49.8	51.7	56.1	51.5	49.1	▲2.4

最高：2018年（16位） 最低：2014年（46位）

