

第16回「地域ブランド調査2021」  
**北海道が13年連続1位。札幌市は9年ぶり1位に**

魅力度は多くの地域で上昇。コロナ禍で地域への関心度が高まる

2021年10月9日  
 株式会社ブランド総合研究所

多くの自治体で魅力度が大幅に上昇。その中で、全国で最も魅力的な都道府県は13年連続で北海道となりました。市区町村では札幌市が1位、函館市が2位と上位を独占しました。——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2021」の結果からは、このような結果が明らかとなりました。

この調査は国内1000の市区町村及び47都道府県を対象に、全国の消費者35,489人から有効回答を得て集計したもので、認知度や魅力度、イメージなど全89項目から構成しています。2006年から毎年実施しており、今年が16回目となります(都道府県の調査は2009年から13回目)。

今回の調査結果では、多くの自治体で魅力度や観光意欲度などの評価が大幅に上昇しました。コロナ禍で都道府県を超えた移動がままならない中で、地域への関心が高まったためと思われます。今後、こうした関心の高まりを観光集客や商品販売、移住促進などにつなげ、地域の発展と持続性向上に結び付けることが重要なポイントとなるでしょう。そのほかの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)	
2021	2020		2021	2020
1	(1)	北海道	73.4	(60.8)
2	(2)	京都府	56.4	(49.9)
3	(3)	沖縄県	54.4	(44.1)
4	(4)	東京都	47.5	(36.4)
5	(6)	大阪府	42.0	(31.9)
6	(5)	神奈川県	40.0	(34.7)
7	(9)	福岡県	37.5	(29.6)
8	(11)	長崎県	33.9	(25.9)
9	(7)	奈良県	33.4	(30.6)
10	(8)	長野県	32.5	(30.5)
10	(10)	石川県	32.5	(29.2)

(表2) 市区町村の魅力度ランキング

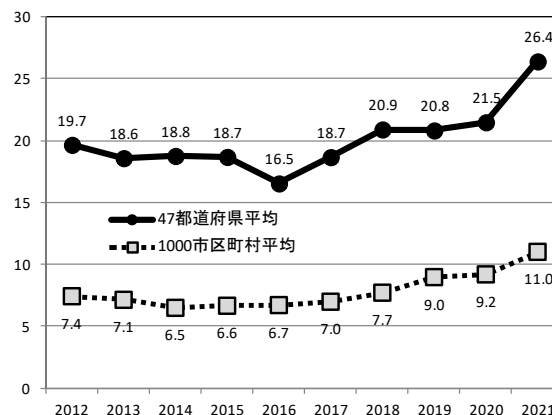
順位		市区町村	魅力度(点)	
2021	2020		2021	2020
1	(2)	札幌市	63.9	(51.3)
2	(2)	函館市	62.8	(51.3)
3	(1)	京都市	62.0	(51.9)
4	(5)	小樽市	56.1	(46.9)
5	(7)	鎌倉市	54.8	(44.6)
6	(4)	横浜市	52.0	(48.1)
7	(6)	神戸市	50.4	(44.8)
8	(20)	軽井沢町	49.2	(33.3)
9	(8)	金沢市	48.6	(43.8)
10	(9)	富良野市	48.5	(43.7)

■各地の魅力度が上昇

都道府県の魅力度について過去10年の平均推移をみると、2016年以降は上昇傾向にあるが、2021年は最も大きく上昇している。市区町村平均は2014年から上昇傾向にあるが、都道府県と同様に2021年が最も大きく上昇している(図3)。

都道府県の中で最も魅力度が高かったのは北海道で都道府県の調査を開始した2009年より13年連続での1位となった。魅力度の点数は73.4点で、前年の60.8点から12.6点も伸び、47都道府県で最も点数が上昇している(表4)。

(図3) 魅力度の平均点の推移(点)



北海道を「とても魅力的」と答えた人は 57.6%で、前年の 40.9%より大幅に増えている。また、「やや魅力的」と答えた人は 31.5%いるため、両者を合計するとおよそ 9 割近い回答者が北海道を「魅力的」と答えていることになる。一方で、「あまり魅力的でない」と「全く魅力的でない」の合計は 1.0%と少ない。

2 位は京都府で、13 年連続で 2 位。点数は前年の 49.9 点から 56.4 点へ上昇した。「とても魅力的」との回答が 36.1%と前年の 29.4%より増加している。

大阪府は前年より 10 点以上上昇して 42.0 点で、順位も 5 位。点数、順位ともに過去最高となった。

### ■千葉県、宮崎県の魅力度が急上昇

都道府県で北海道の次に伸びが大きかったのは東京都。調査直後に開催となった東京オリンピック・パラリンピックの影響の可能性が大きい。

次に高かったのは千葉県で、前年の 21 位から 12 位へと急上昇。「とても魅力的」が 11.0%で前年の 3.9%のおよそ 3 倍となった。特に 20 代では 24.6%と多く、前年の 6.3%のおよそ 4 倍に増えている。

長崎県も前年の 11 位から 8 位へと上昇。すべての年代で評価が高まっている。宮崎県は前年の 22 位から 17 位へと 5 つも順位を上げた。「とても魅力的」が 9.4%で前年の 4.4%から 2 倍以上に増えている。特に九州や中国・四国の居住者からの評価が高い。

### ■軽井沢が急上昇。宮古島など離島も人気

市区町村で最も魅力度が高かったのは札幌市で、2012 年以來となる 9 年ぶり 7 度目の 1 位となった。同市を「とても魅力的」と答えたのは 45.3%で、前年の 29.0%から大幅増となった。

2 位は函館市で、1 位と 2 位を北海道の市が独占した。北海道からは 4 位に小樽市、10 位に富良野市、26 位に釧路市、29 位に帯広市、30 位に登別市、34 位に旭川市と多くの市が上位にランクインしている(11 位以下は 4 ページ目を参照)。

札幌市より魅力度が伸びたのは 3 市町で、その中で最も伸びが大きかったのは軽井沢町だった。「とても魅力的」が 27.6%で、前年の 13.3%より 2 倍以上に増えたことで、点数は 49.2 点と前年(33.3 点)より 15.9 点の上昇。順位も 8 位(前年 20 位)になった。

同町の観光意欲度の順位が 20 位(前年 25 位)であるのに対し、居住意欲度の順位 13 位(同 20 位)の方が上で、その伸びも大きい。ワーケーションの対象として人気を集めている可能性がある。

(表 4) 魅力度の伸びが大きい都道府県

順位		都道府県	魅力度		
2021	2020		2021	2020	伸び
1	(1)	北海道	73.4	(60.8)	12.6
4	(4)	東京都	47.5	(36.4)	11.1
12	(21)	千葉県	30.4	(19.6)	10.8
3	(3)	沖縄県	54.4	(44.1)	10.3
5	(6)	大阪府	42.0	(31.9)	10.1
8	(11)	長崎県	33.9	(25.9)	8.0
17	(22)	宮崎県	26.6	(18.6)	8.0
7	(9)	福岡県	37.5	(29.6)	7.9
15	(14)	静岡県	29.4	(21.9)	7.5
22	(28)	新潟県	24.1	(16.6)	7.5

(表 5) 魅力度の伸びが大きい市区町村

順位		市区町村名	魅力度		
2021	2020		2021	2020	伸び
8	(20)	軽井沢町	49.2	(33.3)	15.9
15	(24)	宮古島市	44.6	(30.7)	13.9
22	(36)	福岡市	41.5	(27.8)	13.7
1	(2)	札幌市	63.9	(51.3)	12.6
11	(16)	石垣市	47.7	(35.4)	12.3
36	(87)	与那国町	32.7	(20.9)	11.8
2	(2)	函館市	62.8	(51.3)	11.5
55	(122)	湯河原町	29.5	(18.3)	11.2
15	(18)	屋久島町	44.6	(33.8)	10.8
5	(7)	鎌倉市	54.8	(44.6)	10.2

(表 6) 主要指標の平均(都道府県)

指標	単位	2021	2020	21/20
認知度	点	50.5	47.6	1.06
情報接触度	点	40.4	38.8	1.04
魅力度	点	26.4	21.5	1.23
居住意欲度	点	11.1	9.5	1.17
観光意欲度	点	42.1	34.8	1.21
食品想起率	%	22.3	17.1	1.30
産品想起率	%	3.5	2.3	1.52

(表 7) 主要指標の平均(市区町村)

指標	単位	2021	2020	21/20
認知度	点	25.0	23.2	1.08
情報接触度	点	16.8	16.1	1.04
魅力度	点	11.0	9.2	1.20
居住意欲度	点	6.2	5.6	1.11
観光意欲度	点	22.5	18.9	1.19
食品想起率	%	5.0	4.2	1.19
産品想起率	%	1.0	0.9	1.11

## ■認知度より魅力度、観光意欲度の上昇が大きい

魅力度以外の指標も前年より上昇している。都道府県と市区町村において、主要指標の2年間の平均点とその伸び率(前年比)を一覧表にした。

47 都道府県の平均(表 6)では、2021 年の認知度は前年比で 1.06 倍、情報接触度は同 1.04 倍となっており、前年からの伸びは数%に過ぎない。ところが魅力度は 1.23 倍、観光意欲度は 1.21 倍と、いずれも対前年比で 20%以上の伸びとなっている。また、食品想起率は 1.30 倍、産品(非食品)想起率は 1.52 倍と、産品の購入意欲度もかなり上昇している。

1000 市区町村の平均(表 7)でも同様の結果となっている。認知度や情報接触度は数%の伸びにとどまっているのに対し、魅力度や観光意欲度は 20%近い伸びとなっている。

ただし、すべての自治体で魅力度が上昇しているわけではない。前年と比較可能な 995 市区町村のうち、前年より上昇したのは 759 で、およそ 2 割に当たる 200 は前年より低下している(変化なしが 36)。また、観光意欲度では上昇したのは 959 と 9 割を超えているが、低下したのは 32、変化なしが 4 市区町村あった。

### <調査内容>

「地域ブランド調査 2021」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 16 回目。調査対象は全 792 市(2021 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 35,489 人(1人の回答者は 20 の地域について回答。地域ごとの回答者数は都道府県は平均で 1,021 人、市区町村は平均で約 649 人が回答した)
- ・ 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
- ・ 調査時期 2021 年 7 月 5 日～7 月 20 日
- ・ 調査項目 認知、魅力、情報接触、観光意欲、居住意欲、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)、産品想起率(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、居住意欲度、観光意欲度、産品想起率(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1-8-5
- ・ 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	73.4	25 (27)	山梨県	22.2
2	(2) 京都府	56.4	26 (20)	秋田県	21.9
3	(3) 沖縄県	54.4	26 (23)	大分県	21.9
4	(4) 東京都	47.5	28 (24)	香川県	21.2
5	(6) 大阪府	42.0	29 (36)	高知県	20.7
6	(5) 神奈川県	40.0	30 (35)	岩手県	19.9
7	(9) 福岡県	37.5	31 (39)	山形県	19.8
8	(11) 長崎県	33.9	32 (24)	愛媛県	19.7
9	(7) 奈良県	33.4	32 (28)	和歌山県	19.7
10	(8) 長野県	32.5	34 (33)	福島県	19.6
10	(10) 石川県	32.5	35 (33)	岡山県	19.2
12	(21) 千葉県	30.4	36 (42)	岐阜県	18.2
13	(12) 兵庫県	30.0	37 (30)	島根県	17.3
13	(13) 宮城県	30.0	38 (37)	滋賀県	16.8
15	(14) 静岡県	29.4	39 (44)	福井県	16.6
16	(17) 鹿児島県	27.1	40 (40)	鳥取県	16.5
17	(22) 宮崎県	26.6	41 (47)	栃木県	16.2
18	(18) 熊本県	26.4	42 (32)	山口県	15.6
19	(18) 広島県	26.0	42 (46)	徳島県	15.6
20	(16) 愛知県	25.3	44 (40)	群馬県	15.3
21	(14) 青森県	24.6	45 (38)	埼玉県	14.4
22	(28) 新潟県	24.1	46 (45)	佐賀県	12.8
23	(31) 三重県	22.4	47 (42)	茨城県	11.6
24	(26) 富山県	22.3			

(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	(2) 札幌市	北海道	63.9
2	(2) 函館市	北海道	62.8
3	(1) 京都市	京都府	62.0
4	(5) 小樽市	北海道	56.1
5	(7) 鎌倉市	神奈川県	54.8
6	(4) 横浜市	神奈川県	52.0
7	(6) 神戸市	兵庫県	50.4
8	(20) 軽井沢町	長野県	49.2
9	(8) 金沢市	石川県	48.6
10	(9) 富良野市	北海道	48.5
11	(16) 石垣市	沖縄県	47.7
12	(14) 那覇市	沖縄県	47.1
13	(10) 仙台市	宮城県	46.7
14	(13) 日光市	栃木県	45.7
15	(18) 屋久島町	鹿児島県	44.6
15	(24) 宮古島市	沖縄県	44.6
17	(11) 熱海市	静岡県	44.1
18	(15) 伊勢市	三重県	43.4
19	(12) 箱根町	神奈川県	42.9
20	(17) 別府市	大分県	42.8
21	(21) 伊豆市	静岡県	42.1
22	(36) 福岡市	福岡県	41.5
23	(22) 長崎市	長崎県	40.4
24	(23) 沖縄市	沖縄県	39.9
25	(19) 名古屋市	愛知県	37.4

(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(6)
情報接触度	東京都(1)	大阪府(2)	北海道(3)	沖縄県(5)	京都府(4)
居住意欲度	神奈川県(1)	東京都(2)	北海道(3)	沖縄県(5)	京都府(4)
観光意欲度	北海道(1)	沖縄県(3)	京都府(2)	大阪府(5)	長崎県(11)
食品想起率	北海道(1)	沖縄県(3)	大阪府(2)、青森県(4)		秋田県(7)
産品想起率(食品以外)	北海道(1)	石川県(2)	京都府(5)	沖縄県(5)	岩手県(3)

(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(2)	名古屋市(1)	大阪市(4)	新宿区(5)	神戸市(3)
魅力度	札幌市(2)	函館市(2)	京都市(1)	小樽市(5)	鎌倉市(7)
情報接触度	熱海市(25)	札幌市(1)	渋谷区(4)	京都市(5)	大阪市(3)
居住意欲度	横浜市(1)	神戸市(2)	札幌市(3)	京都市(5)、福岡市(13)	
観光意欲度	札幌市(1)	函館市(1)	京都市(3)	小樽市(4)	富良野市(5)
食品想起率	札幌市(1)	夕張市(2)	仙台市(3)	函館市(4)	喜多方市(6)
産品想起率(食品以外)	今治市(1)	伊万里市(4)	輪島市(3)	鯖江市(6)	有田町(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: survey2021@tiiki.jp