

# 都市ブランド・イメージ調査結果

## 調査の概要

### (1) 目的

国内主要8都市それぞれのシビックプライドや魅力度合、名古屋に対して抱かれている魅力やイメージ、効果的なプロモーションに活用可能な媒体を把握するために実施

### (2) 調査対象

札幌市、東京23区、横浜市、名古屋市、京都市、大阪市、神戸市、福岡市に在住する20～64歳で、かつ、各都市の在住年数が5年以上の男女

ネットリサーチ会社のネットリサーチシステムを利用し、各都市418サンプル

### (3) 調査期間

平成28年6月1日～6月6日

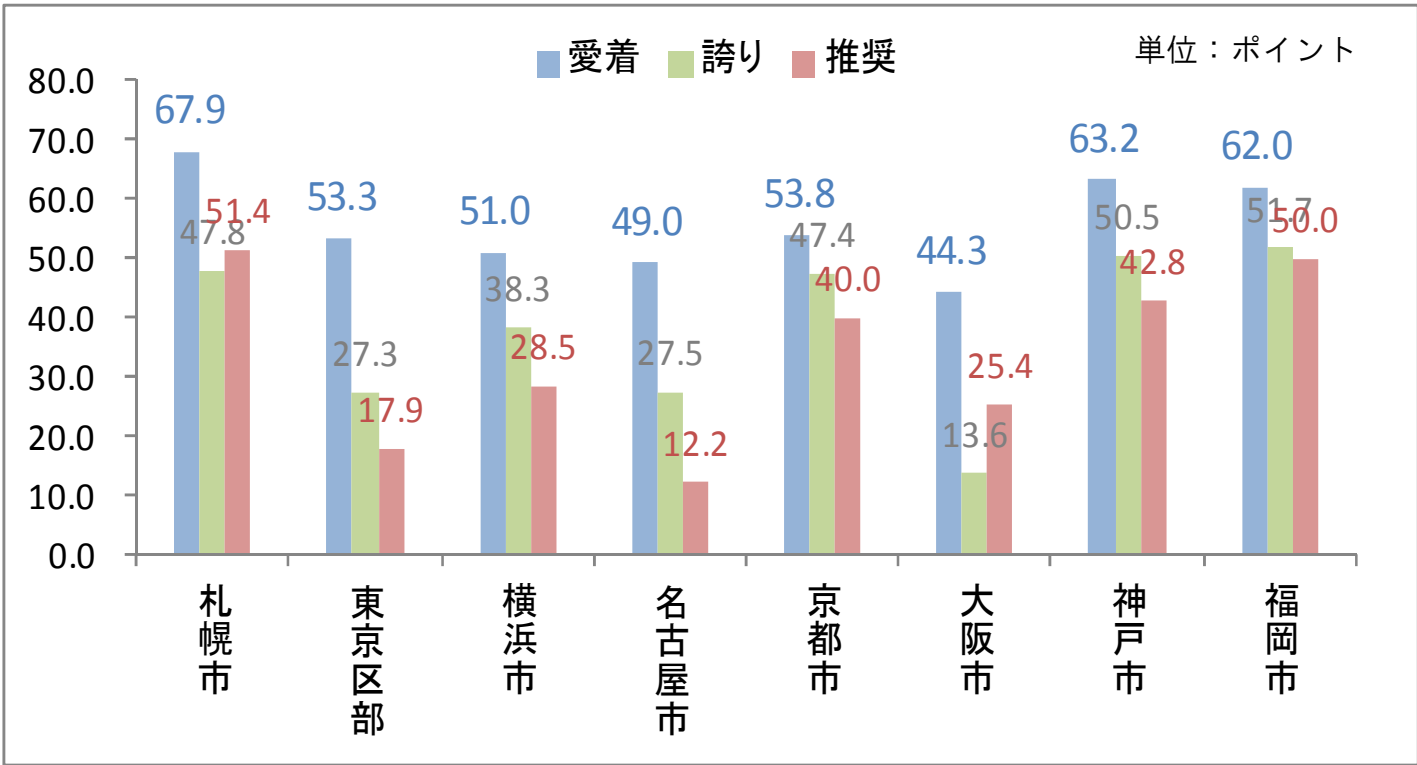
平成28年7月

名古屋市観光文化交流局

# 1 シビックプライド（愛着・誇り・推奨）について

- ① 住んでいる都市に対する愛着＝「愛着度」  
（Q 現在お住まいの都市に愛着を感じますか。）
- ② 住んでいる都市に対する誇り＝「誇り度」  
（Q 現在お住まいの都市に誇りを感じますか。）
- ③ 住んでいる都市に買い物や遊びを友人・知人へ推奨＝「推奨度」  
（Q 現在お住まいの都市に買い物・遊びなどで訪れることを友人・知人に薦めたいですか。）

- 名古屋市の「愛着度」は調査対象とした8都市中7番目で、「誇り度」は6番目、「推奨度」は最下位。
- 名古屋市は「愛着度」、「誇り度」、「推奨度」において、中立を意味する5～7点を付けた人が他都市と比べて最も多い。
- 名古屋市は「推奨度」において、同意を意味する8～10点を付けた人が他都市と比べて最も少ない。
- 「愛着度」札幌市、神戸市、福岡市の順に高く、大阪市、名古屋市、横浜市の順に低い。
- 「誇り度」は福岡市、神戸市、札幌市の順に高く、大阪市、東京区部、名古屋市の順に低い。
- 「推奨度」は札幌市、福岡市、京都市の順に高く、名古屋市、東京区部、大阪市の順に低い。
- 「愛着度」や「誇り度」が最も低いのは大阪市であるが、「推奨度」は名古屋市の2倍以上である。
- 「誇り度」は「推奨度」と比べ高くなっている都市が多いが、札幌市と大阪市のみ「推奨度」の方が高い。
- 東京区部と名古屋市は「愛着度」、「誇り度」、「推奨度」の数値が似たような傾向がある。
- 非同意を意味する0～4点を付けた人が最も多い都市は東京区部であるが、同意を意味する8点～10点を付けた人が名古屋市よりも、東京区部の方が多いため、「推奨度」の最下位は名古屋市となっている。



## 【各都市 得点別人数の割合】

単位：%

都市名	「愛着度」				「誇り度」				「推奨度」			
	同意 8-10点	中立 5-7点	非同意 0-4点	NPS	同意 8-10点	中立 5-7点	非同意 0-4点	NPS	同意 8-10点	中立 5-7点	非同意 0-4点	NPS
札幌市	70.6	26.8	2.6	67.9	55.0	37.8	7.2	47.8	57.2	37.1	5.7	51.4
東京区部	57.9	37.6	4.5	53.3	38.3	50.7	11.0	27.3	<b>33.5</b>	51.0	<b>15.6</b>	17.9
横浜市	58.1	34.7	7.2	51.0	46.7	45.0	8.4	38.3	40.7	47.1	12.2	28.5
名古屋市	54.1	<b>40.9</b>	5.0	49.0	35.9	<b>55.7</b>	8.4	27.5	25.4	<b>61.5</b>	13.2	12.2
京都市	60.8	32.3	6.9	53.8	53.8	39.7	6.5	47.4	48.8	42.3	8.9	40.0
大阪市	52.9	38.5	8.6	44.3	29.9	53.8	16.3	13.6	37.3	50.7	12.0	25.4
神戸市	66.3	30.6	3.1	63.2	56.5	37.6	6.0	50.5	50.2	42.3	7.4	42.8
福岡市	65.6	30.9	3.6	62.0	57.4	36.8	5.7	51.7	56.7	36.6	6.7	50.0
平均	60.8	34.0	5.2	55.6	46.7	44.6	8.7	38.0	43.7	46.1	10.2	33.5

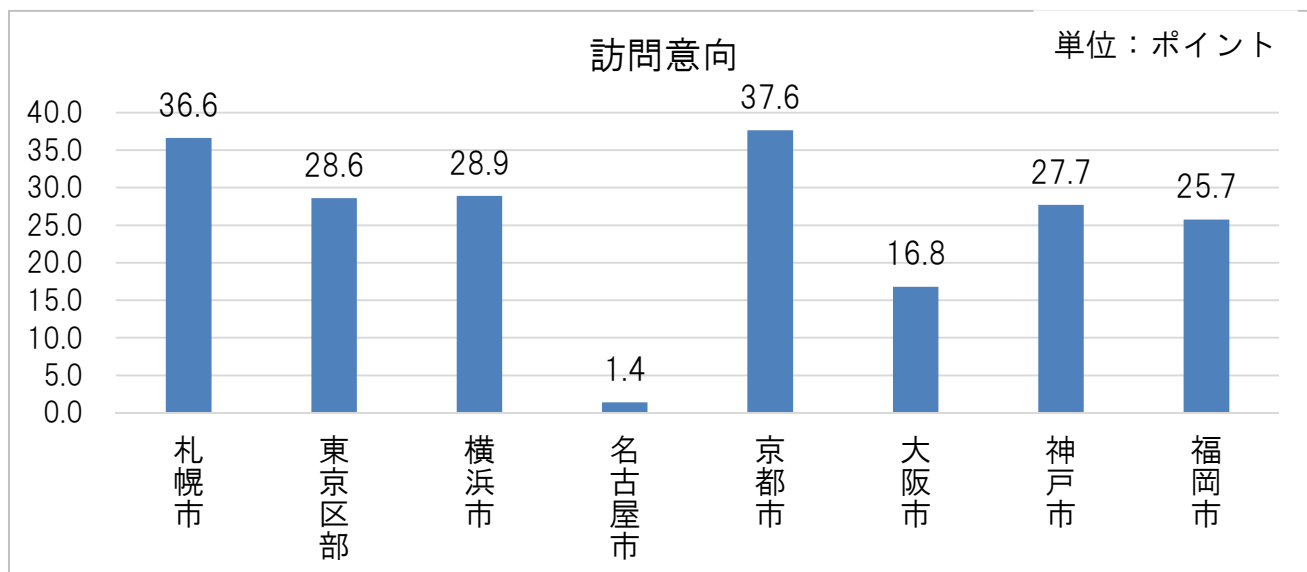
## ※ 「愛着度」「誇り度」「推奨度」の算出方法

設問に対して同意（例：愛着を感じる）できれば10点、全くできないならば0点として得点を選択。10～8点を同意、5～7点を中立、0～4点を非同意とし、同意の割合から非同意の割合の差を算出して指数化した=NPS（ネットプロモータースコア）

## 2 都市の魅力について

- ④ 各都市を買い物や遊びで訪問したいか＝「訪問意向」  
 (Q 次の各都市について、買い物や遊びに行きたいと思いませんか。)

○名古屋市への「訪問意向」は、調査対象とした8都市の中で最も低い。

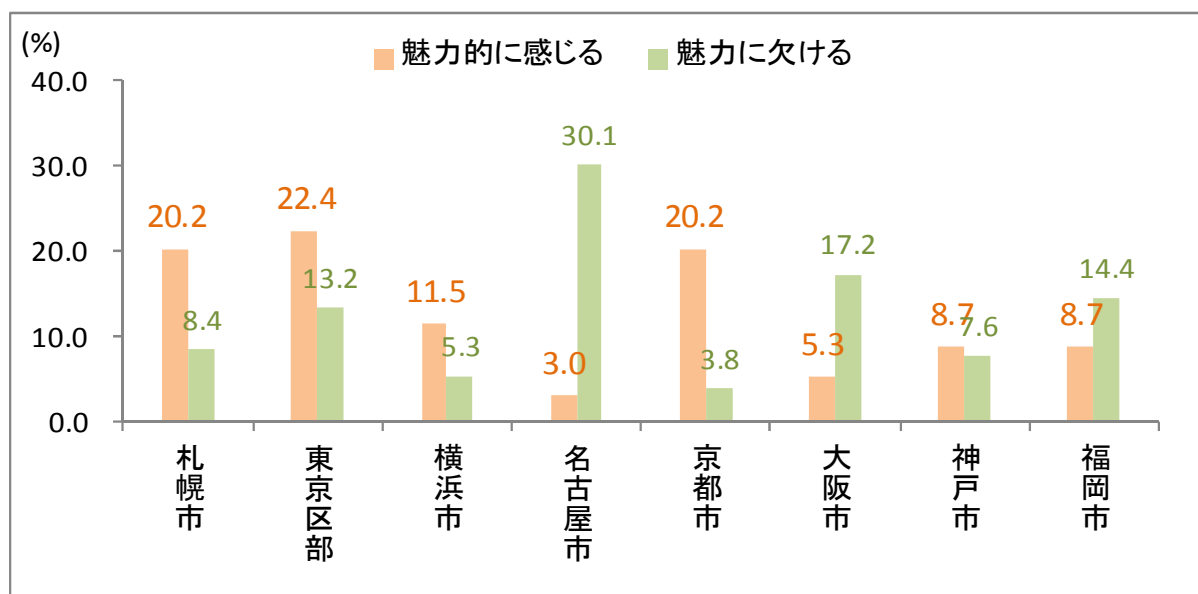


※「訪問意向」の算出方法

行きたいを10点、行きたくないを0点として得点を選択。10～8点を「訪問意向あり」、5～7点を中立、0～4点を「訪問意向なし」とし、「訪問意向あり」の割合から「訪問意向なし」の割合の差を算出して指数化した＝NPS（ネットプロモータースコア）

- ⑤ 8都市の中で最も魅力的な都市・最も魅力に欠ける都市  
 (Q 現在お住まいの都市を含む8都市の中で最も魅力的に感じる都市、最も魅力に欠けると感じる都市をそれぞれ一つ選んでください。)

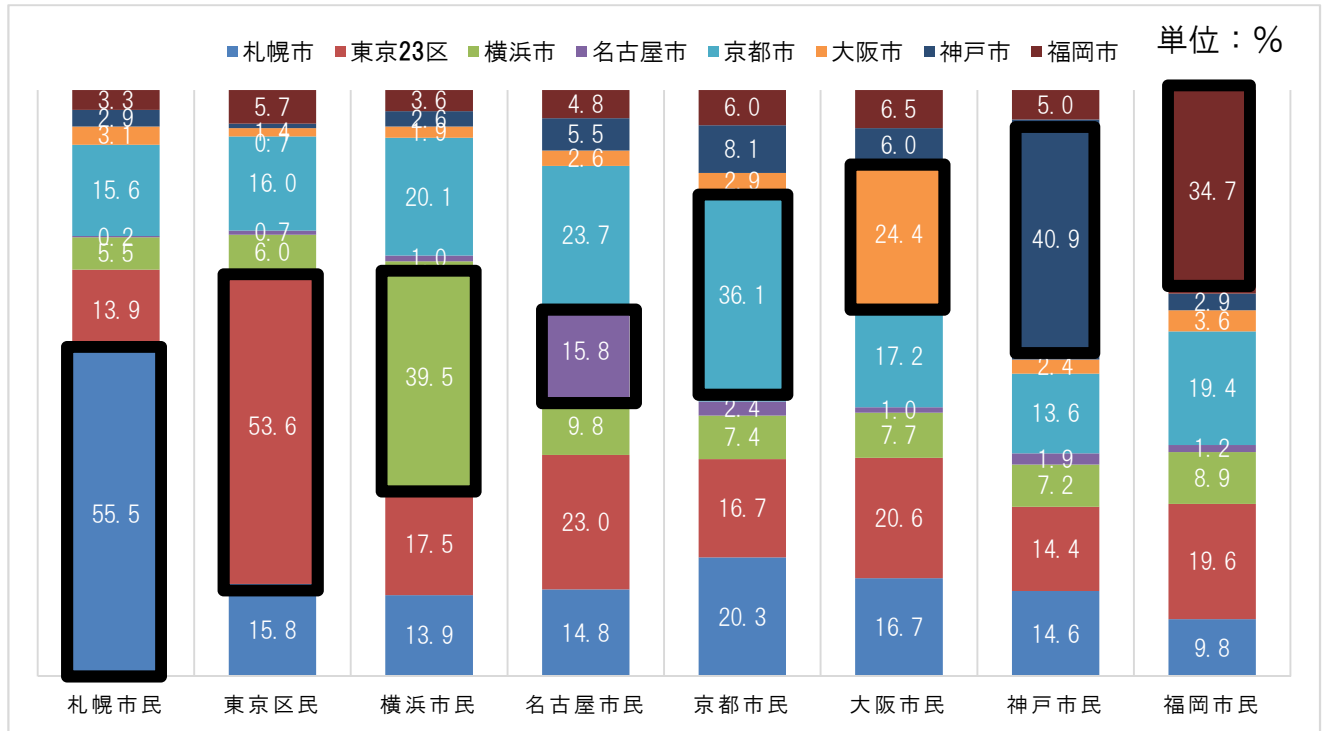
○名古屋市は「最も魅力的に感じる都市」で最下位、「最も魅力に欠ける都市」で最上位となり、最も魅力に乏しい都市と見られている。



⑥ 8都市の市民が最も魅力的に感じる都市（Qは⑤と同様）

○他都市の市民は自分の住んでいる都市を、「最も魅力的に感じる」と回答する人が最も多いが、名古屋市民は名古屋市よりも東京23区や京都市の方を「最も魅力的に感じる」と回答する人が多い。

「最も魅力的に感じる」を回答した割合



⑦ 魅力的な都市を選択した理由

(Q 「Q6」で「1. 魅力的に感じる」で選択した都市について、どのような理由によるものか、あてはまるものを全て選んでください。

○京都市の「歴史がある」をはじめとして、札幌市(76.9%)や東京区部(69.6%)、大阪市(69.5%)、神戸市(70.4%)、福岡市(72.5%)では、概ね7割以上の人から支持されている魅力があり、都市のイメージが確立されている。

○一方で、名古屋市の魅力としては、「食べ物がおいしい」が最も認知されているが、約5割にとどまっており、横浜市とともに都市イメージが十分に確立されていないといえる。

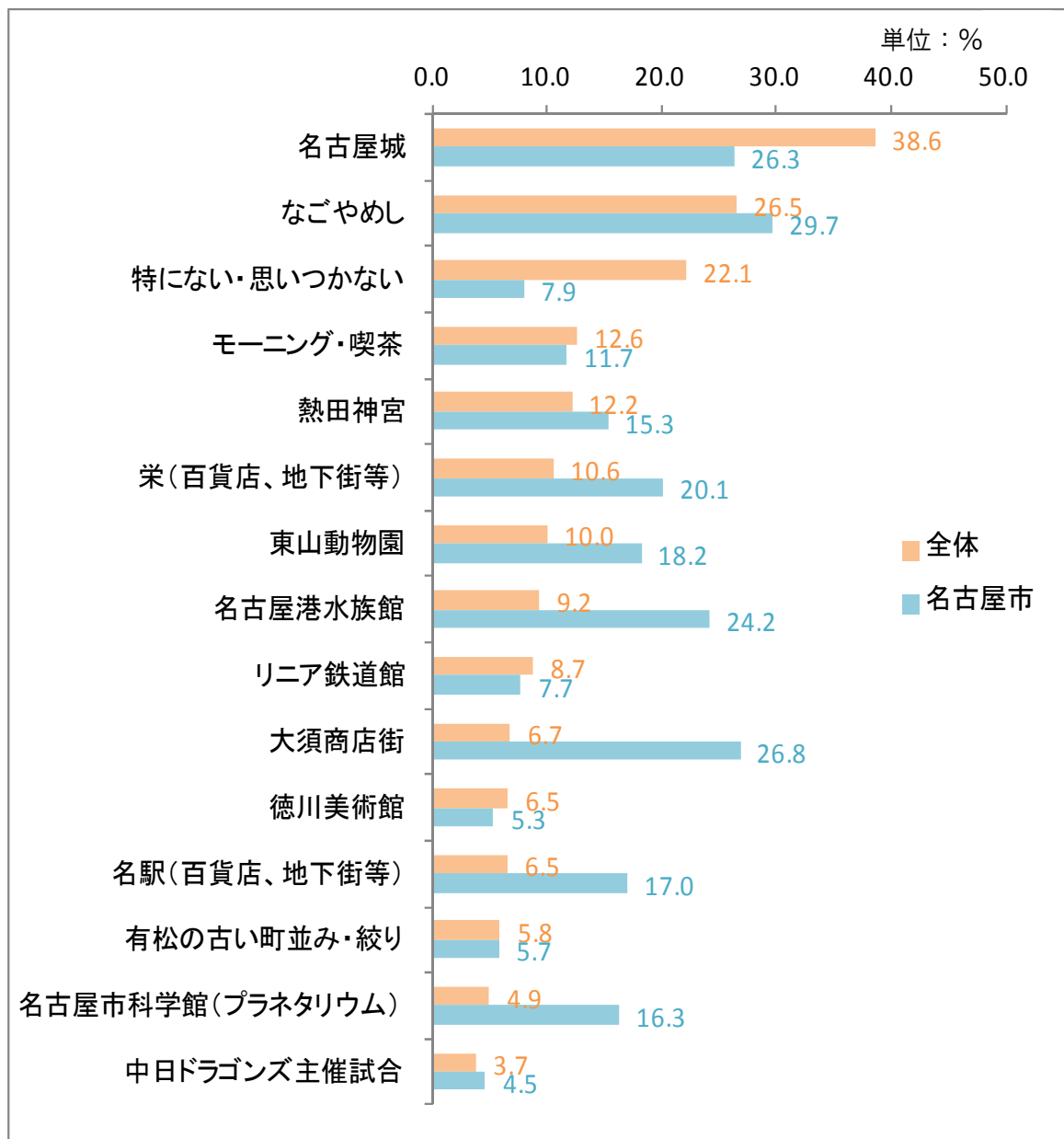
都市名	最も高かった理由	都市名	最も高かった理由
札幌市	食べ物がおいしい (76.9%)	京都市	歴史がある (91.4%)
東京区部	都会的だ (69.6%)	大阪市	活気がある (69.5%)
横浜市	おしゃれなお店がある (53.9%)	神戸市	おしゃれな店がある (70.4%)
名古屋市	食べ物がおいしい (52.5%)	福岡市	食べ物がおいしい (72.5%)

### 3 名古屋の魅力資源等について

⑧ 名古屋で買い物や遊ぶときに、訪れたいところ・体験したいこと

(Q 名古屋で買い物や遊ぶことを考えたときに、何に訪れたい・体験したいですか。)

- 名古屋での買い物・遊びについて、全体(※)では「名古屋城」がトップになるが、名古屋市民は「なごやめし」や「大須商店街」が上回っている。
- 全体では「特にない・思いつかない」が2割で、3番目に多い回答となっている。
- 名古屋市在住者が全体を概ね10%以上上回るのは、「栄」、「名古屋港水族館」、「大須商店街」、「名駅」、「名古屋市科学館」である

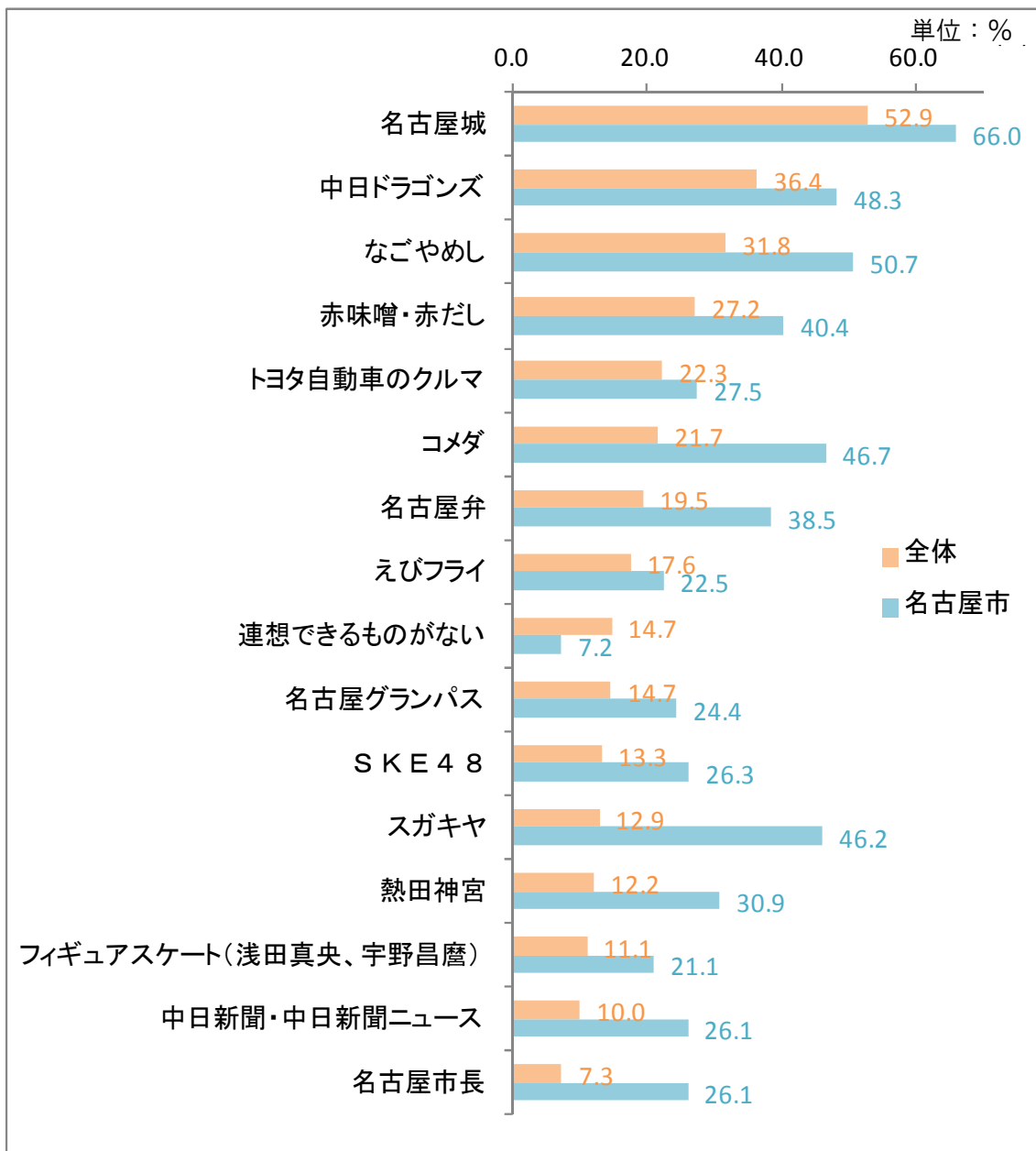


※ 調査対象とした8都市（名古屋市民の回答を含む）をいう。以下同じ。

⑨ 名古屋のことを連想するコンテンツ

(Q テレビや雑誌、インターネット、SNS等、様々なメディアから発信される情報、まちを歩いていて、何を見聞きしたときに名古屋を連想しますか。)

- 名古屋を連想するコンテンツとして、「名古屋城」、「中日ドラゴンズ」、「なごやめし」が上位3項目となっている。
- 上位のコンテンツの中で、「コメダ」と「スガキヤ」は全体と比べて名古屋市民の割合が突出して高い。

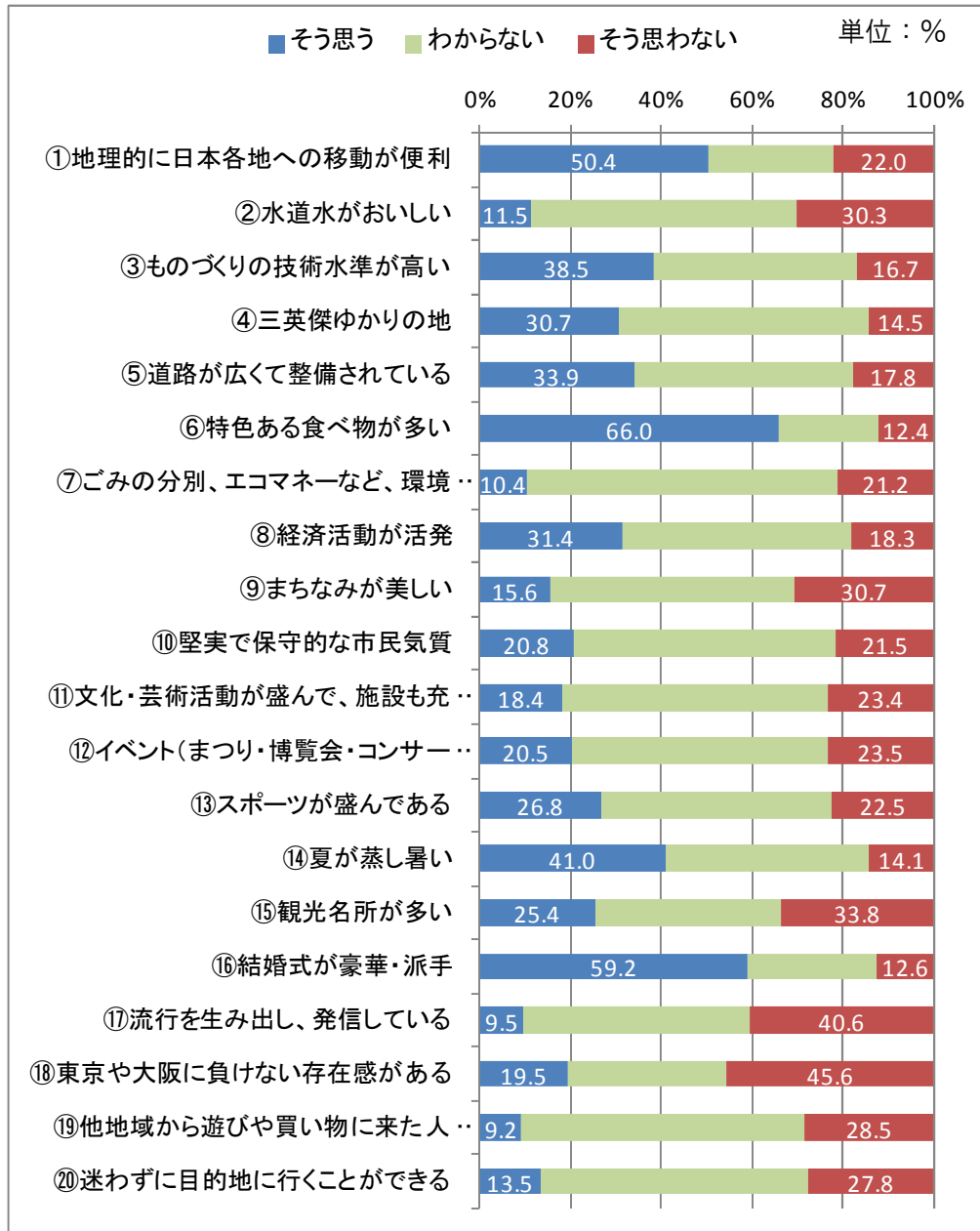


⑩ 名古屋のイメージとして連想できること・できないこと

(Q 以下の①～⑳について、名古屋のイメージであると思いますか。)

○「そう思う」割合が多い3項目は、「特色ある食べ物」と「豪華・派手な結婚式」、「地理的に日本各地への移動が便利」であり、「そう思わない」割合が多い3項目は「東京や大阪に負けない存在感がある」と「流行を生み出し、発信している」、「観光名所が多い」である。

(全体の回答結果)



※ 名古屋市民の回答を含む



○全体的には5割以下であるが、名古屋市民が5割以上となったものは、以下の5項目。  
「水道水がおいしい」、「ものづくりの技術水準が高い」、「三英傑ゆかりの地」、「道路が広くて整備されている」、「夏が蒸し暑い」

(名古屋市民の回答結果)

