

# 全国ふるさと名物 5,000 産品 「1万人」の知名度調査を実施

## ～全国 No.1 は 2年連続、北海道の「白い恋人」～

株式会社インテージリサーチ（本社：東京都東久留米市、代表取締役社長：井上 孝志）は、昨年に引き続き、『ふるさと名物に関する知名度調査』を実施しました。本調査は2016年3月28～30日、全国の20歳以上の男女1万人を対象にインターネットで実施。昨年調査したふるさと名物3,300産品に、全国の各自治体がふるさと納税の返礼品に用いている産品を追加し、今年は約5,000産品<sup>※1</sup>の知名度を調査、分析しました。

### 【調査結果のポイント】

1. 全国での知名度1位は2年連続で北海道の「白い恋人」（86.0%）。2位は京都府の「生八ツ橋」（79.8%）、3位は沖縄県の「ちんすこう」（79.0%）でした。
2. 昨年に比べ最も知名度が上昇したのは、静岡県の「黒はんぺん」で知名度3.6ポイント増の21.3%。2位は兵庫県の「淡路島たまねぎ」で3.4ポイント増、3位は山梨県の「桔梗信玄餅」で2.7ポイント増でした。
3. 新規の調査産品の中で最も知名度が高かったのは、長野県の「信州そば」で55.9%でした。
4. 各都道府県内における知名度と全国知名度のギャップに関しては、34都道府県の151産品に70ポイント以上の知名度ギャップが見られました。
5. ふるさと納税受入額の上位30に入った自治体の約6割において、返礼品に全国知名度40%以上の産品が含まれていました。

### 【考察】

全国知名度上位四産品は昨年の調査結果と同一であり、この調査に再現性があり、精度が高いことが確認できました。

地元で知られていても全国では知名度の低い産品は、より広く消費者に受け入れられる潜在的な可能性があります。全国的な産品に成長させるためにはマーケティングの強化が課題であると考えます。

ふるさと納税の納税先選定では必ずしも返礼品だけが要因ではないと思われませんが、魅力的な産品により納税者の関心を集めている傾向もあると考えられます。

分析者：豊田 佑哉（ソーシャル事業推進部第1グループ研究員）

### 【報道関係のお問い合わせ先】

■株式会社インテージリサーチ 経営企画部 担当：宇和野／萩森

TEL：042-476-5300 FAX：042-476-5303

### 【調査に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージリサーチ ソーシャル事業推進部 担当：豊田／濱野

TEL：03-5294-8325

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage-research.co.jp/contact/index.php/input>

株式会社インテージリサーチ

〒203-8686 東京都東久留米市本町1-4-1

[www.intage-research.co.jp](http://www.intage-research.co.jp)

## 調査結果

1. 全国知名度が上位 10 の産品を見ると、1 位は 2 年連続で北海道の「白い恋人」(86.0%)、2 位は京都府の「生八ツ橋」(79.8%)、3 位は沖縄県の「ちんすこう」(79.0%)。1 位から 4 位は昨年弊社調査結果から変動がありませんでした(表 1)。

表 1：全国知名度上位 10 の産品

順位	都道府県名	品名	全国知名度	昨年順位
1	北海道	白い恋人	86.0% (N=3,643)	1
2	京都府	生八ツ橋	79.8% (N=3,688)	2
3	沖縄県	ちんすこう	79.0% (N=3,656)	3
4	京都府	八ツ橋	77.3% (N=3,688)	4
5	沖縄県	シークワサー	76.3% (N=3,656)	8
6	秋田県	きりたんぼ	75.3% (N=3,661)	6
7	北海道	夕張メロン	75.2% (N=3,643)	5
8	香川県	讃岐うどん	74.3% (N=3,660)	7
9	静岡県	うなぎパイ	72.7% (N=3,655)	11
10	沖縄県	サーターアンダギー	72.4% (N=3,656)	9

※昨年と比較可能な産品をランキングにしました

※昨年の調査結果および都道府県別の知名度上位 10 産品を弊社ウェブサイトに掲載しています

昨年調査結果：<http://www.intage-research.co.jp/service/report/report1.html>

各都道府県別上位 5 産品：<http://www.intage-research.co.jp/service/report/20160629.html#timeido>

2. 昨年に比べ最も知名度が上昇したのは、静岡県の「黒はんぺん」で知名度 3.6 ポイント増の 21.3%。2 位は兵庫県の「淡路島たまねぎ」で 3.4 ポイント増、3 位は山梨県の「桔梗信玄餅」で 2.7 ポイント増でした(表 2)。

表 2：継続調査産品・知名度上昇上位 5

順位	都道府県名	品名	知名度上昇ポイント	全国知名度	昨年全国知名度
1	静岡県	黒はんぺん	3.6	21.3% (N=3,655)	17.7% (N=3,375)
2	兵庫県	淡路島たまねぎ	3.4	37.4% (N=3,649)	34.0% (N=3,368)
3	山梨県	桔梗信玄餅	2.7	23.3% (N=3,645)	20.6% (N=3,362)
4	福岡県	福岡のあまおう	2.7	38.3% (N=3,657)	35.6% (N=3,378)
5	広島県	広島レモン	2.6	22.8% (N=3,660)	20.2% (N=3,364)

※統計的に上昇が有意であると確認できた産品をランキングにしました

3. 新規の調査產品の中で最も知名度が高かったのは、長野県の「信州そば」で55.9%でした（表3）。

表3：新規調査產品・知名度上位10

順位	都道府県名	品名	全国知名度
1	長野県	信州そば	55.9% (N=3,667)
2	和歌山県	紀州みかん	51.2% (N=3,602)
3	和歌山県	有田焼	46.9% (N=3,602)
4	山形県	さくらんぼ「佐藤錦」	46.3% (N=3,587)
5	愛媛県	みかんジュース	46.0% (N=3,673)
6	鹿児島県	安納芋	45.9% (N=3,659)
7	神奈川県	よこすか海軍カレー	45.8% (N=3,676)
8	和歌山県	紀州南高梅	43.6% (N=3,602)
9	沖縄県	あぐー	38.3% (N=3,656)
10	山形県	山形牛	38.2% (N=3,587)

4. 各都道府県内における知名度と全国知名度のギャップに関しては、34都道府県の151產品に70ポイント以上の知名度ギャップが見られました（表4）。

表4：都道府県内知名度と全国知名度のギャップ

順位	都道府県名	品名	知名度ギャップ	全国知名度	都道府県内知名度
1	秋田県	金萬	85.5	8.2% (N=3,661)	93.7% (n=206)
2	徳島県	金長まんじゅう	83.6	9.2% (N=3,594)	92.8% (n=222)
3	鳥取県	打吹公園だんご	83.3	7.6% (N=3,660)	90.9% (n=232)
4	島根県	多伎いちじく	82.4	7.5% (N=3,671)	89.9% (n=227)
5	秋田県	だまご餅	82.0	7.8% (N=3,661)	89.8% (n=206)
6	鹿児島県	加治木まんじゅう	81.9	8.3% (N=3,659)	90.2% (n=204)
7	佐賀県	佐賀のり	81.8	13.6% (N=3,664)	95.4% (n=219)
8	鳥取県	ふろしきまんじゅう	80.8	12.7% (N=3,660)	93.5% (n=232)
9	福井県	越のルビー	80.8	7.5% (N=3,597)	88.3% (n=230)
10	山形県	おしどりミルクケーキ	80.7	10.4% (N=3,587)	91.1% (n=213)

※知名度ギャップ70ポイント以上の產品を弊社ウェブサイトに掲載しています：

<http://www.intage-research.co.jp/service/report/20160629.html#gap>

5. ふるさと納税の受入額と返礼品の知名度の関係をみると、ふるさと納税受入額の上位 30 に入った自治体の約 6 割において、返礼品に全国知名度 40%以上の産品が含まれていました（表 5）。

表 5：ふるさと納税受入額と返礼品の知名度

納税受入額 順位	都道府県	市区町村	納税受入額(千円)	返礼品名	全国知名度
1	宮崎県	都城市	1,332,936	宮崎牛	44.0%
2	山形県	天童市	1,222,239	さくらんぼ「佐藤錦」	46.3%
3	長野県	飯山市	963,807	信州そば	55.9%
4	長崎県	平戸市	943,752	長崎かすてら	70.8%
5	山形県	米沢市	855,938	米沢牛	60.6%
6	島根県	浜田市	796,281	出雲そば	47.3%
7	静岡県	焼津市	749,781	静岡茶	52.8%
8	岡山県	備前市	717,372	桃太郎トマト	41.2%
9	福岡県	久留米市	641,218	久留米餅	14.9%
10	京都府	京丹後市	614,021	丹後ちりめん	44.2%

※納税受入額は総務省「ふるさと納税に関する現況調査について」より、平成 27 年度上半期（4 月～9 月）の額

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査地域：全国

調査対象者：“マイティ・モニター” 全国 20 歳以上 79 歳までの男女個人（10,466 サンプル回収）

サンプル構成：都道府県×性別×年代 5 区分（20 歳代、30 歳代、40 歳代、50 歳代、60 歳以上）均等割付

調査期間：2016 年 3 月 28 日（月）～3 月 30 日（水）

調査内容：都道府県別・市区町村別、出身地別、訪問経験別での産品知名度の違いなど。回答者負担を軽減するため、47 都道府県を三つに分け、一回答者あたり 14～17 都道府県の産品（約 1,700）について、名称の認知を聴取しました。

調査実施機関：株式会社インテージリサーチ

※1 産品名は特許庁の地域団体商標、『日本銘菓事典』株式会社東京堂出版、『事典 日本の地域ブランド・名産品』日外アソシエーツ株式会社、『ふるさと納税ハンドブック』日本経済新聞出版社などから抽出

【株式会社インテージリサーチ】<http://www.intage-research.co.jp/>

株式会社インテージリサーチ（本社：東京都東久留米市、代表取締役社長：井上孝志）は、インテージグループの一員として、社会・公共領域をテーマとした調査研究を行っています。また、リサーチノウハウとフィールドワークの専門性をコア・コンピタンスとして、公的統計調査の受託や民間の市場調査のデータ収集を行っています。