
記者発表資料（平成 15 年 1 月 24 日）

生活文化観光局観光交流課

TEL：078-322-5339 FAX322-6138

E-mail:tourism@office.city.kobe.jp

神戸のイメージ調査結果について

趣旨

震災後、神戸のイメージがぼやけているという指摘もあるなか、本調査は、今後、神戸観光のプロモーションを行なっていくための基礎データとすることを目的に、「神戸のまち」が、神戸市以外の人々にどのようなイメージをもってとらえられているかを把握するために実施したものである。

調査概要

同様のイメージ調査（一部の項目）については、NHKの連続テレビドラマ「風見鶏」が放映されていた1977年(昭和52年)に東京、仙台で実施したことがあるが、それ以降はじめての調査である。今回は、東京、仙台のほか、西日本から見た神戸のイメージを把握するため、福岡でも実施した。

なお、行ってみたい観光地として神戸がどの地位にあるのかを知るため、調査の冒頭で「国内旅行で行ってみたい観光地はどこか」について、自由回答式に挙げてもらうこととした。

調査方法

調査員が面接法により、アンケート項目を聞き取り調査する形をとった。

調査日

平成14年11月3日（祝）～8日（金）

調査地点、サンプル数

東京（上野公園内都立美術館前）、サンプル数300

仙台（JR仙台駅構内）、サンプル数300

福岡（西日本鉄道株式会社天神駅構内）、サンプル数300

分析の概要（詳細は別添のとおり）

（1）国内旅行で行ってみたい観光地について、自由回答式に尋ねたところ、総合では、神戸は、北海道253人、沖縄155人、京都の100人に次ぐ、第4位で53人であった。今回調査を行った3都市では、いずれも北海道、沖縄、京都の人气が高かったが、神戸は東京の調査で4位、仙台では5位、福岡では6位という結果で、突出していないものの、それに準ずる支持を得ており、観光地として定着した人気を持っていると思われる。

（2）神戸に行ったことがあると答えた人は、総合では46.1%、その回数としては1回が最も多く40.9%であった。来神者の比率は、東京が64.7%と最も高く、仙台は今回の調査地点中最も遠方であったことから26.2%と低かった。来神回数は、いずれの調査地点も1回が最も多かった。

（3）神戸のイメージについては、総合では「港」が30.2%と最も高く、次いで「異国情緒」28.7%、「お洒落なファッション」15.6%、「六甲の山と緑」11.9%、「グルメ」5.9%の順であった。

昭和 52 年調査時と比較すると、「異国情緒」が低下したが、これは福岡における「異国情緒」が東京、仙台の半分以下であったことが要因と考えられる。一方、「港」、「お洒落なファッション」は上昇がみられた。東京と仙台においては「異国情緒」が 1 位であったが、福岡では「港」が最も高かった。また、東京における「六甲の山と緑」は 20.3%で仙台、福岡に比べて高い比率を占めた。

(4) 神戸の都市像については、総合では「観光都市」が 39.3%と最も高く、次いで「国際港湾都市」29.5%、「ファッション都市」20.5%の順であった。東京では、「国際港湾都市」が最も高かったが、仙台、福岡では「観光都市」が最も高く、特に仙台では半数近くを占めた。

(5) 神戸ブランドとして最も認知されているのは、総合では「洋菓子」35.6%で、次いで「神戸ビーフ」24.4%、「ファッション」18.7%、「灘の酒」8.3%、「神戸ワイン」5.6%の順であった。上位 3 項目で約 8 割を占めていた。どの調査地点においても、神戸ブランドの認知度の上位 3 項目は、1 位「洋菓子」、2 位「神戸ビーフ」、3 位「ファッション」の順で不動の地位を確立している。

(6) 神戸を代表する観光地として連想するものについては、総合では「北野異人館街」が 21.1%でトップ、次いで「三宮・元町」17.7%、「六甲・摩耶」14.7%の順であった。「旧居留地」や「南京町」は意外と低かった。

昭和 52 年調査時の類似項目「最も神戸らしさを感じるのはどこか」においては、「三宮」32.0%、「神戸港」23.0%、「六甲」22.0%、「北野異人館街」15.0%の順であった。

(7) 神戸で行ってみたい所としては、総合では「有馬温泉」が 242 件でトップ、次いで「北野異人館街」206 件、「六甲・摩耶」167 件、「明石海峡大橋」163 件、「ポートアイランド」155 件の順であった。東京、福岡では、「有馬温泉」がトップ、仙台では、「ポートアイランド」がトップであった。昭和 52 年調査において、「神戸で一番行ってみたい所」を 1 ヶ所挙げてもらった結果では、「六甲」36.0%、次いで「北野異人館」20.0%、「三宮」15.0%、「神戸港」11.0%、「須磨」11.0%、「有馬」6.0%であった。今回は、「有馬温泉」の躍進が顕著であった。

神戸のイメージ調査

1. 調査の目的及び方法

(1)目的

震災後、神戸のイメージがぼやけているという指摘もある。本調査は、今後、神戸観光のプロモーションを行なっていくための基礎データとすることを目的に、「神戸のまち」が、神戸市以外の人々にどのようなイメージをもってとらえられているかを把握するために実施したものである。同様のイメージ調査（一部の項目）については、NHKの連続テレビドラマ「風見鶏」が放映されていた1977年(昭和52年)に東京、仙台で実施したことがあるが、それ以降はじめての調査である。今回は東京、仙台のほか、西日本から見た神戸のイメージを把握するため、福岡でも実施した。

なお、行ってみたい観光地として神戸がどの地位にあるのかを知るため、調査の冒頭で「国内旅行で行ってみたい観光地はどこか」について、自由回答式に挙げてもらうこととした。

以上の調査により、地域別に神戸に対するイメージの相違を検証するとともに、四半世紀を経て神戸に対するイメージにどのような変化が見られるかを含めて分析を行った。

(2)調査方法

調査員が面接法により、アンケート項目を聞き取り調査する形をとった。事前の説明にてできるだけ回答者に偏りがでないように幅広くサンプルを集めるように指導した。

(3)調査都市・地点、調査日、及びサンプル

調査地区・地点	調査年月日	サンプル数
東京 上野公園内都立美術館前	平成14年11月3日(祝)7(木)8(金)	300
仙台 JR仙台駅構内	平成14年11月3日(祝)4(月/休)	300
福岡 西日本鉄道株天神駅構内	平成14年11月5日(火)6(水)	300

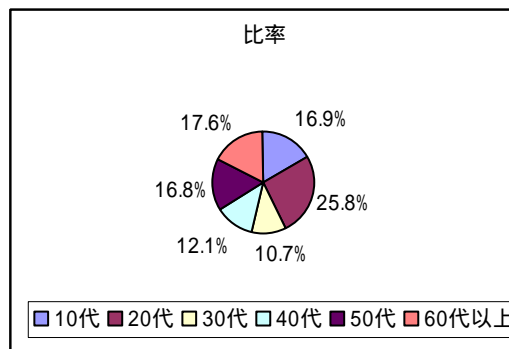
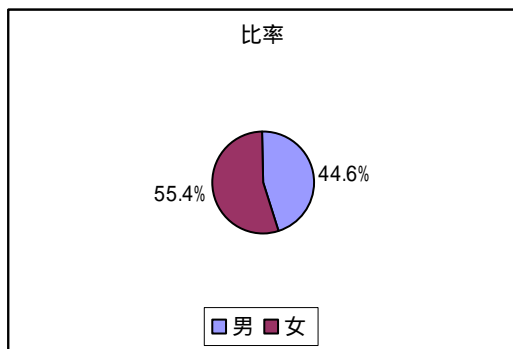
(4)サンプル内訳

(1)性別比

	回答数	比率
男	398	44.6%
女	494	55.4%
計	892	100.0%

(2)年齢比

	回答数	比率
10代	152	16.9%
20代	232	25.8%
30代	96	10.7%
40代	109	12.1%
50代	151	16.8%
60代以上	158	17.6%
計	898	100.0%



2. 神戸のイメージ調査の分析

(1)国内旅行で行ってみたい観光地（表1参照）

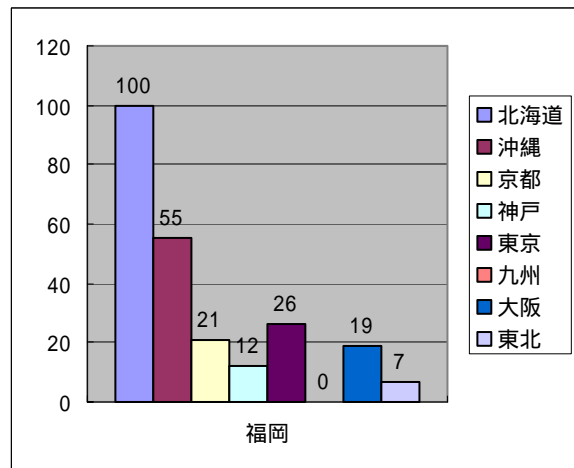
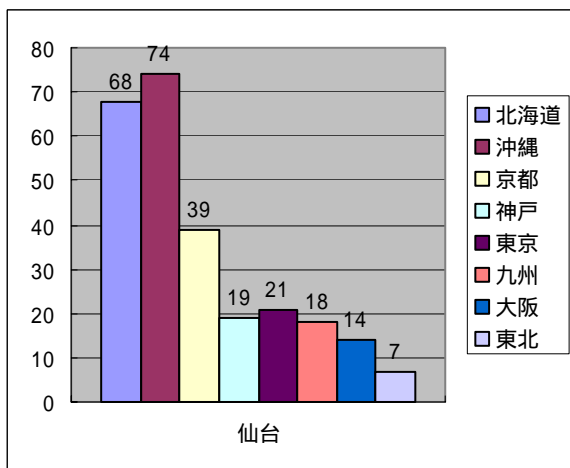
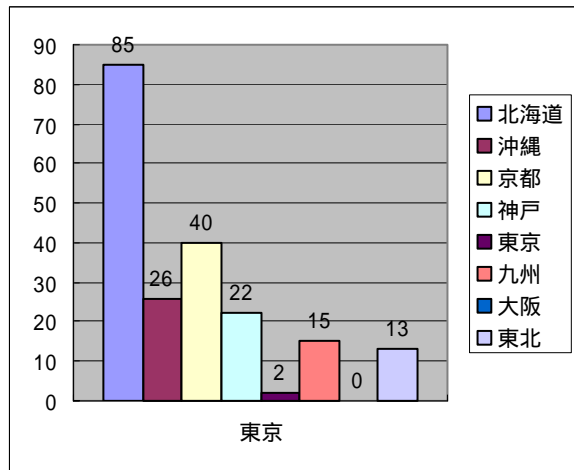
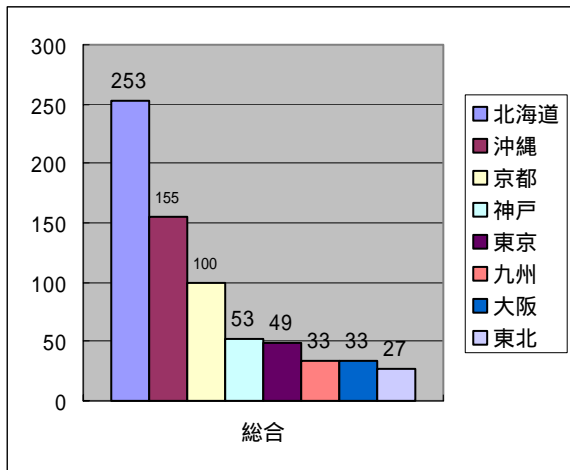
本調査は、国内旅行で行ってみたい観光地について、自由回答にて尋ねた結果である。

総合では、第1位が北海道253人、第2位が沖縄の155人、第3位が京都の100人、神戸は第4位で53人であった。以下、東京49人、九州33人、大阪33人、東北27人、金沢16人、四国12人、長崎11人、横浜7人の順であった。

今回調査を行った3都市では、いずれも北海道、沖縄、京都の人气が高かった。神戸は、東京の調査で4位、仙台では5位、福岡では6位という結果で、突出していないものの、それに準ずる支持を得ており、観光地として定着した人気を持っていると思われる。

表1 国内旅行で行ってみたい観光地

	北海道	沖縄	京都	神戸	東京	九州	大阪	東北	金沢	四国	長崎	横浜
東京	85	26	40	22	2	15	0	13	7	7	3	0
仙台	68	74	39	19	21	18	14	7	3	1	4	6
福岡	100	55	21	12	26	0	19	7	6	4	4	1
総合	253	155	100	53	49	33	33	27	16	12	11	7



(2)来神経験と回数 (表2 参照)

総合では、神戸に行ったことがあると答えた人は46.1%、その回数としては1回が最も多く40.9%であった。

東京では、来神経験者は調査地点中最も高い64.7%、その回数としては1回が最も多く31.4%であったが、一方、4回以上(その他)と答えた人の合計も38.1%と高かった。

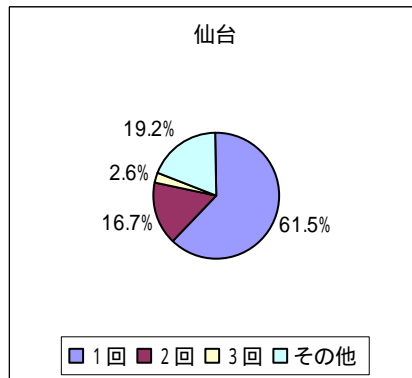
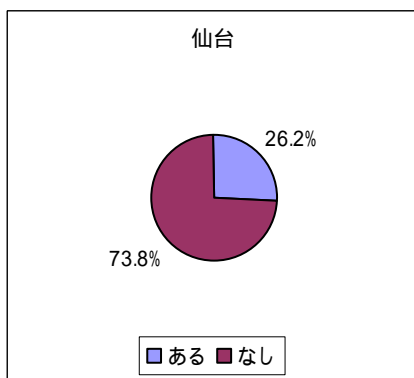
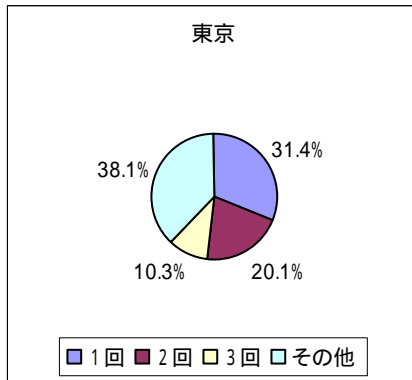
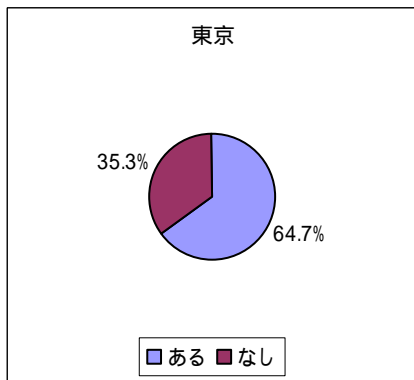
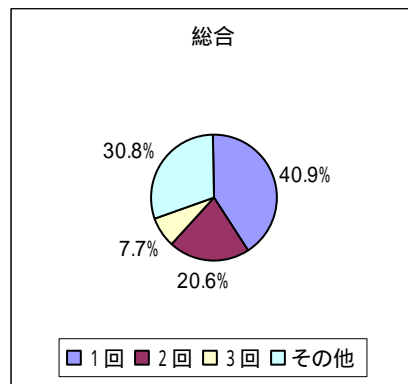
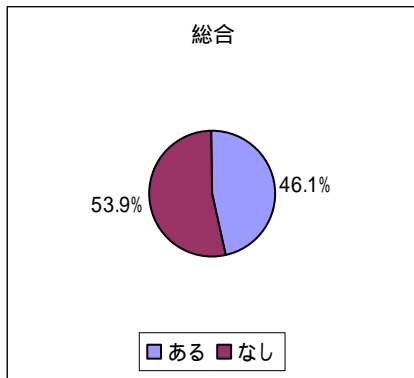
仙台では、今回の調査地点中最も遠方であったことから、来神経験者は26.2%と東京、福岡と比較して低い数値であった。回数としては1回が最も多く61.5%であった。

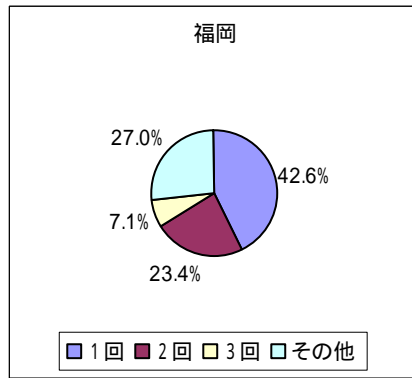
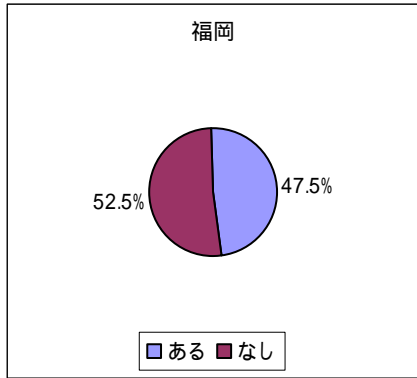
福岡では、来神経験者は47.5%、その回数としては1回が最も多く42.6%であった。

表2 来神経験とその回数

	ある	なし
東京	64.7%	35.3%
仙台	26.2%	73.8%
福岡	47.5%	52.5%
総合	46.1%	53.9%

	1回	2回	3回	その他
東京	31.4%	20.1%	10.3%	38.1%
仙台	61.5%	16.7%	2.6%	19.2%
福岡	42.6%	23.4%	7.1%	27.0%
総合	40.9%	20.6%	7.7%	30.8%





(3)神戸のイメージ (表3参照)

総合では、神戸のイメージは「港」が30.2%と最も高く、次いで「異国情緒」28.7%、「お洒落なファッション」15.6%、「六甲の山と緑」11.9%、「グルメ」5.9%の順であった。

昭和52年調査時と比較すると、「異国情緒」が48.0%から大きく(19.3ポイント)低下したが、これは福岡における「異国情緒」が16.7%と東京、仙台の半分以下であったことが要因である。一方、「港」は6.2ポイント、「お洒落なファッション」は5.6ポイントの上昇がみられた。

東京では、「異国情緒」が33.7%と最も高く、次いで「港」25.0%、「六甲の山と緑」20.3%、「お洒落なファッション」12.0%と続き、「グルメ」は2.0%と低い比率であった。また、「六甲の山と緑」は他2都市と比較して、高い比率であった。

昭和52年調査時と比較すると、「異国情緒」が17.3ポイント低下したのに対し、「港」が6ポイント、「六甲の山と緑」が6.3ポイント上昇した。

仙台では、「異国情緒」が35.5%と最も高く、次いで「港」29.8%、「お洒落なファッション」17.4%、「グルメ」6.7%、「六甲の山と緑」6.0%の順であった。

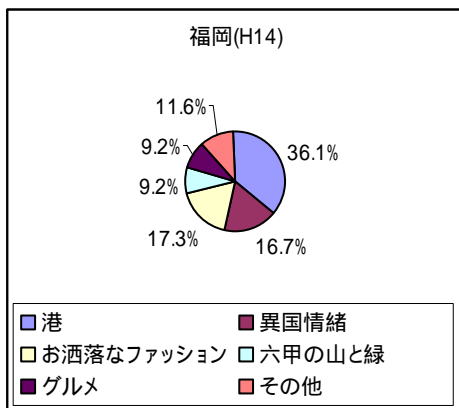
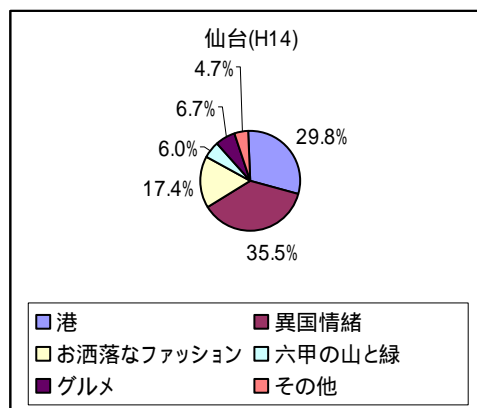
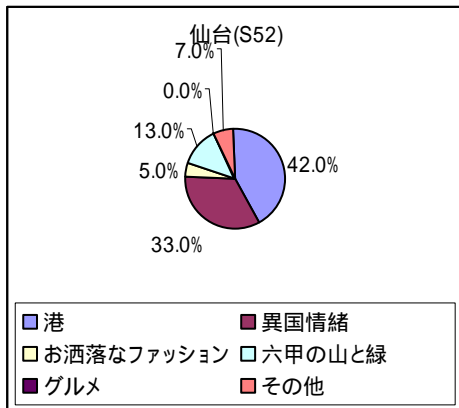
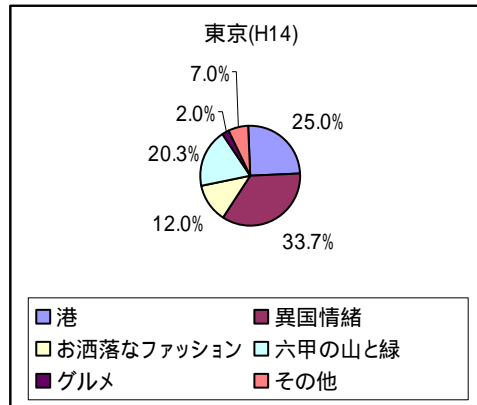
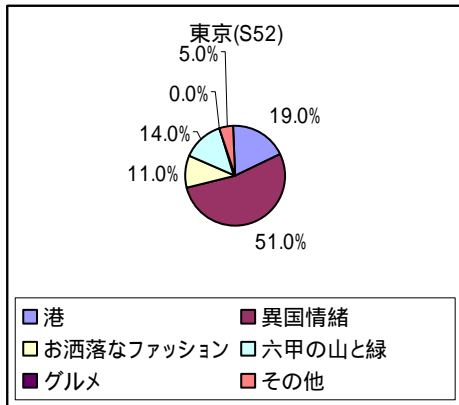
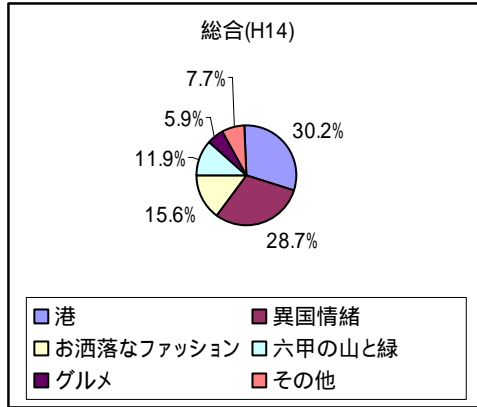
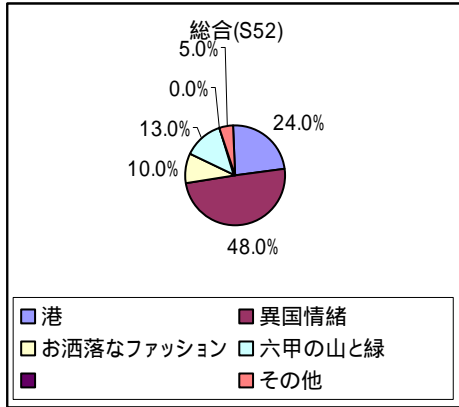
昭和52年調査時と比較すると、「お洒落なファッション」が12.4ポイント、「異国情緒」が2.5ポイント上昇し、反対に「港」が12.2ポイント、「六甲の山と緑」が7ポイント低下した。

福岡では、「港」が36.1%と最も高く、東京と仙台において「異国情緒」が1位であったのと比較して特徴的である。次いで「お洒落なファッション」17.3%、「異国情緒」16.7%、「六甲の山と緑」9.2%、「グルメ」9.2%の順であった。

表3 神戸のイメージ

	港		異国情緒		お洒落なファッション		六甲の山と緑		グルメ		その他	
	S52	H14	S52	H14	S52	H14	S52	H14	S52	H14	S52	H14
東京	19.0%	25.0%	51.0%	33.7%	11.0%	12.0%	14.0%	20.3%	-	2.0%	5.0%	7.0%
仙台	42.0%	29.8%	33.0%	35.5%	5.0%	17.4%	13.0%	6.0%	-	6.7%	7.0%	4.7%
福岡	-	36.1%	-	16.7%	-	17.3%	-	9.2%	-	9.2%	-	11.6%
総合	24.0%	30.2%	48.0%	28.7%	10.0%	15.6%	13.0%	11.9%	-	5.9%	5.0%	7.7%

昭和52年調査時は、福岡で調査をしていない。また、「グルメ」の項目がなかった。



(4)神戸の都市像（表4参照）

総合では、神戸の都市像は「観光都市」が39.3%と最も高く、次いで「国際港湾都市」29.5%、「ファッション都市」20.5%の順であった。

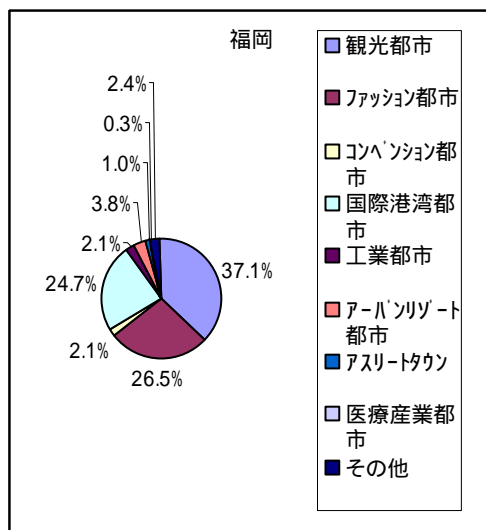
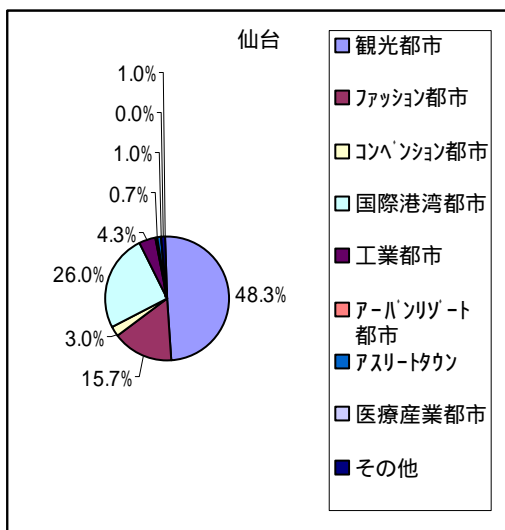
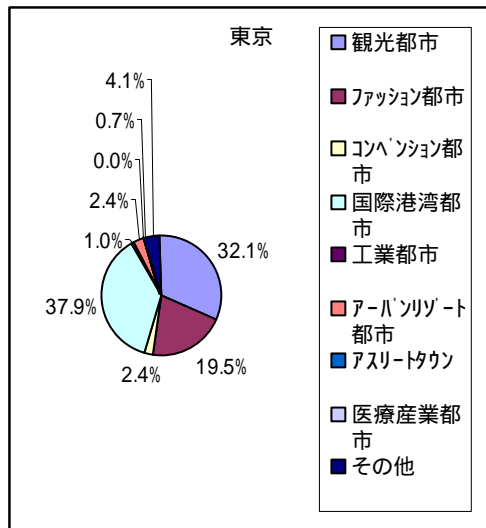
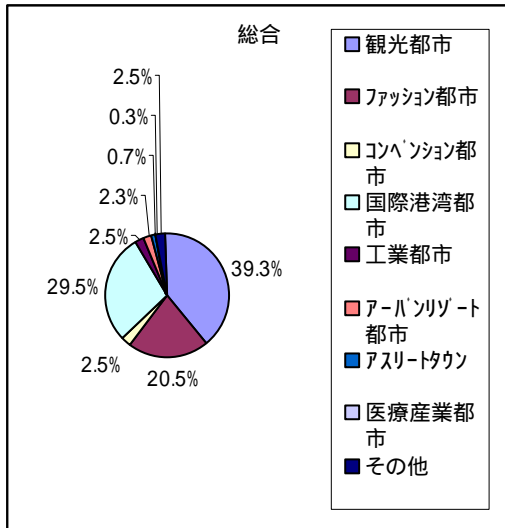
東京では、「国際港湾都市」が37.9%と最も高く、次いで「観光都市」32.1%、「ファッション都市」19.5%の順であった。

仙台では、「観光都市」が48.3%と最も高く半数近くを占め、次いで「国際港湾都市」26.0%、「ファッション都市」15.7%の順であった。

福岡では、「観光都市」が37.1%と最も高く、次いで「ファッション都市」26.5%、「国際港湾都市」24.7%の順であった。

表4 神戸の都市像

	観光都市	ファッション都市	コンベンション都市	国際港湾都市	工業都市	アーバンリゾート都市	アスリートタウン	医療産業都市	その他
東京	32.1%	19.5%	2.4%	37.9%	1.0%	2.4%	0.0%	0.7%	4.1%
仙台	48.3%	15.7%	3.0%	26.0%	4.3%	0.7%	1.0%	0.0%	1.0%
福岡	37.1%	26.5%	2.1%	24.7%	2.1%	3.8%	1.0%	0.3%	2.4%
総合	39.3%	20.5%	2.5%	29.5%	2.5%	2.3%	0.7%	0.3%	2.5%



(5)神戸ブランド（表5 参照）

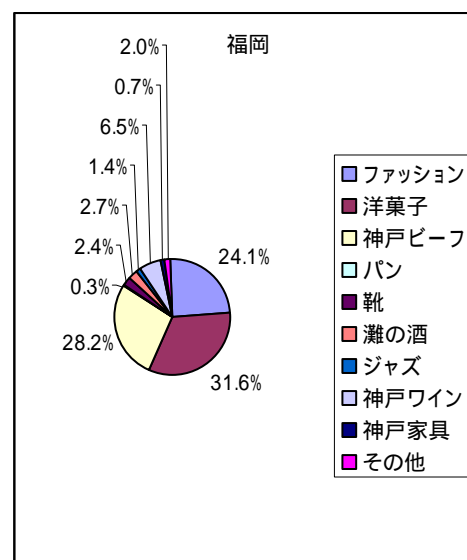
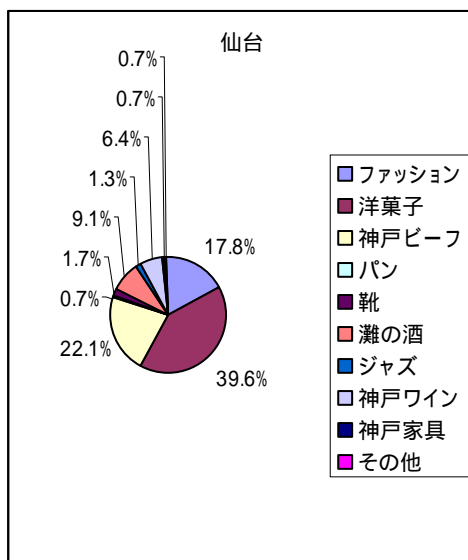
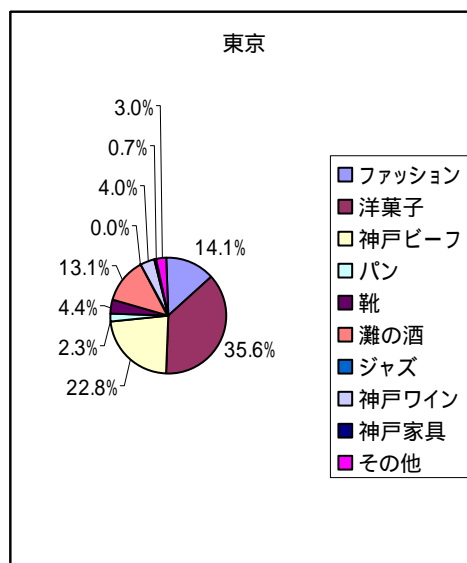
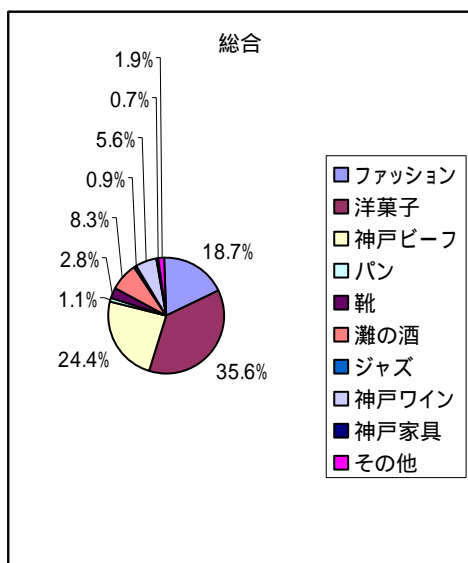
総合では、神戸ブランドとして最も認知されているのは「洋菓子」35.6%で、次いで「神戸ビーフ」24.4%、「ファッション」18.7%、「灘の酒」8.3%、「神戸ワイン」5.6%の順であった。上位3項目で約8割を占めている。

どの調査地点においても、神戸ブランドの認知度の上位3項目は、1位「洋菓子」、2位「神戸ビーフ」、3位「ファッション」の順で不動の地位を確立している。

「ファッション」は、福岡で最も高い比率24.1%を示している。「灘の酒」は東京で高い比率13.1%、逆に福岡では低い比率2.7%であった。

表5 神戸ブランド

	ファッション	洋菓子	神戸ビーフ	パン	靴	灘の酒	ジャズ	神戸ワイン	神戸家具	その他
東京	14.1%	35.6%	22.8%	2.3%	4.4%	13.1%	0.0%	4.0%	0.7%	3.0%
仙台	17.8%	39.6%	22.1%	0.7%	1.7%	9.1%	1.3%	6.4%	0.7%	0.7%
福岡	24.1%	31.6%	28.2%	0.3%	2.4%	2.7%	1.4%	6.5%	0.7%	2.0%
総合	18.7%	35.6%	24.4%	1.1%	2.8%	8.3%	0.9%	5.6%	0.7%	1.9%



(6)神戸を代表する観光地（表6 参照）

本調査項目は、「神戸といえばどこを連想するか」一つだけ挙げてもらった結果である。

総合では、「北野異人館街」が21.1%でトップ、次いで「三宮・元町」17.7%、「六甲・摩耶」14.7%の

順であった。

東京では、「三宮・元町」が27.5%でトップ、次いで「北野異人館街」25.1%、「六甲・摩耶」16.6%の順であった。

仙台では、「北野異人館街」が21.1%でトップ、次いで「六甲・摩耶」13.3%、「メリケンパーク・港」11.9%、「ポートアイランド」11.2%、「三宮・元町」10.5%の順であった。

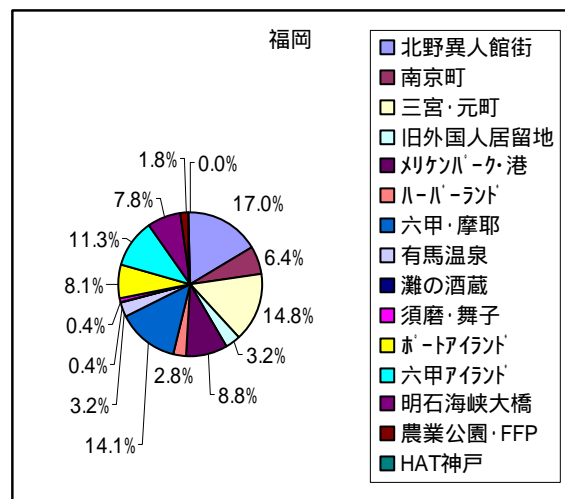
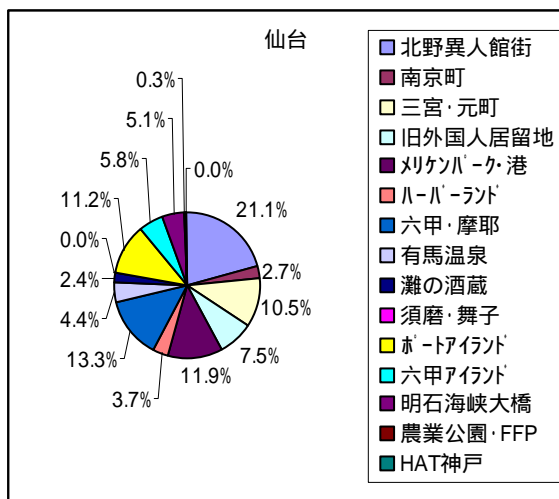
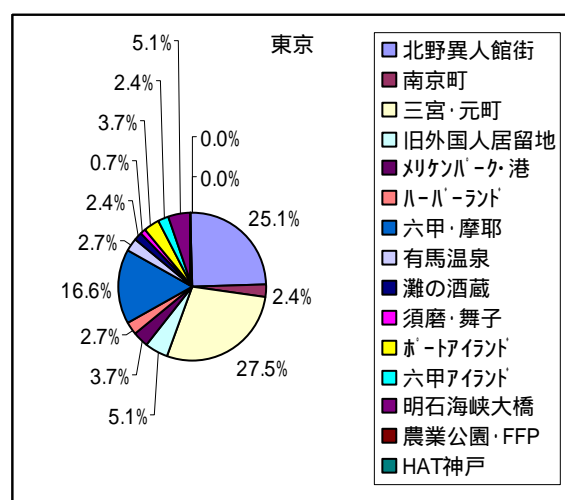
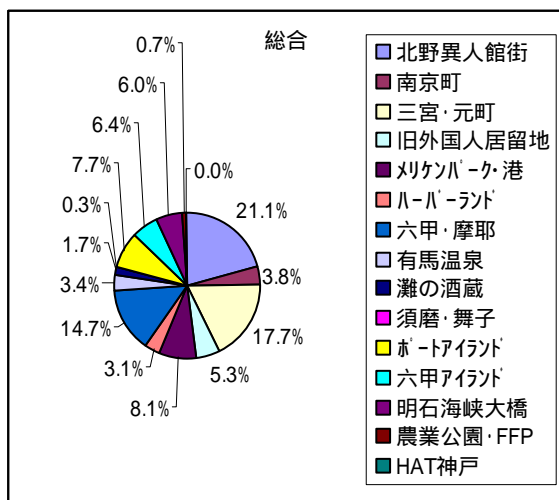
福岡では、「北野異人館街」が17.0%でトップ、次いで「三宮・元町」14.8%、「六甲・摩耶」14.1%、「六甲アイランド」11.3%の順であった。

昭和52年調査において、本設問に類似している項目として「最も神戸らしさを感じるのはどこか」について聞いた結果では、「三宮」32.0%でトップ、次いで「神戸港」23.0%、「六甲」22.0%、「北野異人館街」15.0%の順であった。

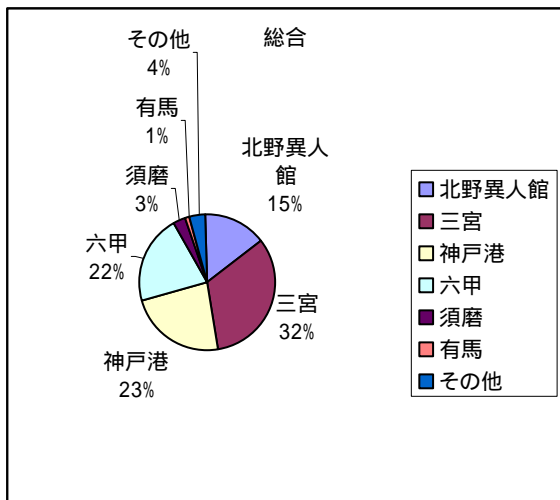
表6 神戸を代表する観光地

	北野異人館街	南京町	三宮・元町	旧外国人居留地	メリケンパーク・港	ハーバーランド	六甲・摩耶	有馬温泉
東京	25.1%	2.4%	27.5%	5.1%	3.7%	2.7%	16.6%	2.7%
仙台	21.1%	2.7%	10.5%	7.5%	11.9%	3.7%	13.3%	4.4%
福岡	17.0%	6.4%	14.8%	3.2%	8.8%	2.8%	14.1%	3.2%
総合	21.1%	3.8%	17.7%	5.3%	8.1%	3.1%	14.7%	3.4%

	灘の酒蔵	須磨・舞子	ポートアイランド	六甲アイランド	明石海峡大橋	農業公園・FFP	HAT神戸	計
東京	2.4%	0.7%	3.7%	2.4%	5.1%	0.0%	0.0%	100.0%
仙台	2.4%	0.0%	11.2%	5.8%	5.1%	0.3%	0.0%	100.0%
福岡	0.4%	0.4%	8.1%	11.3%	7.8%	1.8%	0.0%	100.0%
総合	1.7%	0.3%	7.7%	6.4%	6.0%	0.7%	0.0%	100.0%



(参考) 昭和52年類似調査項目「最も神戸らしさを感じるのはどこか」



(7)神戸で行ってみたい所 (表7参照)

本調査項目は、神戸で行ってみたい所を2ヶ所挙げてもらったものである。

総合では、「有馬温泉」が242件でトップ、次いで「北野異人館街」206件、「六甲・摩耶」167件、「明石海峡大橋」163件、「ポートアイランド」155件の順であった。昭和52年調査と比較して、「有馬温泉」の躍進が顕著な結果となった。

東京では、「有馬温泉」が95件でトップ、次いで「北野異人館街」82件、「六甲・摩耶」80件の順であった。

仙台では、「ポートアイランド」が86件でトップ、次いで「北野異人館街」80件、「有馬温泉」56件の順であった。

福岡では、「有馬温泉」が91件でトップ、次いで「六甲アイランド」61件、「明石海峡大橋」55件、「ポートアイランド」53件の順であった。

昭和52年調査において、「神戸で一番行ってみたい所はどこか」を聞いた結果は、「六甲」が36.0%でトップ、次いで「北野異人館」20.0%、「三宮」15.0%、「神戸港」11.0%、「須磨」11.0%、「有馬」6.0%であった。

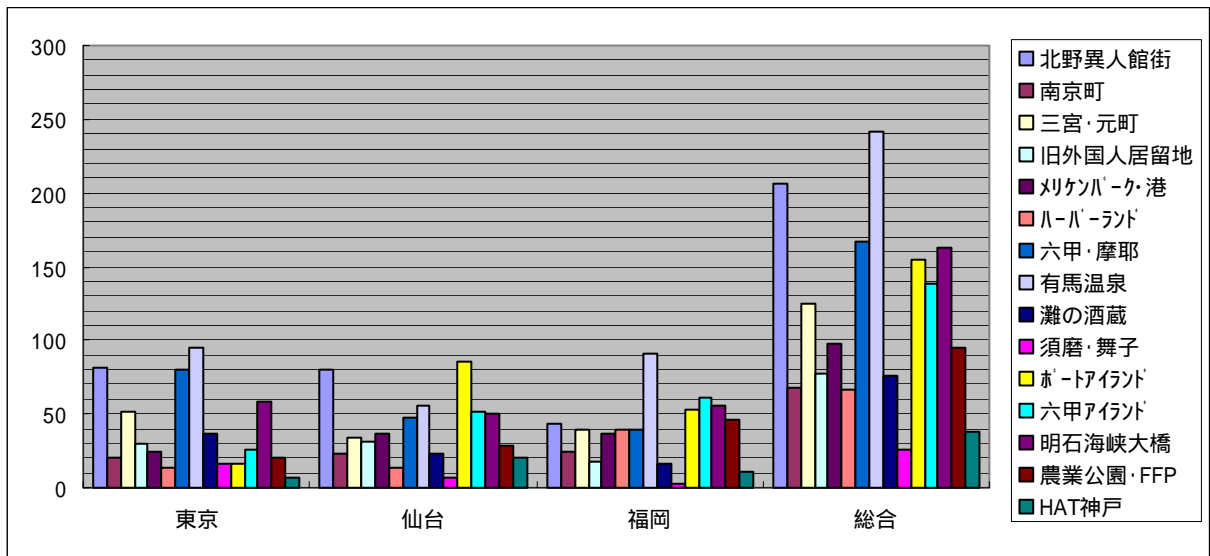
表7 神戸で行ってみたい所(H14年調査)

(単位: 件)

	北野異人館街	南京町	三宮・元町	旧外国人居留地	刈ヶ畑パーク・港	ハーバーランド	六甲・摩耶	有馬温泉
東京	82	21	51	30	25	13	80	95
仙台	80	23	34	31	37	14	47	56
福岡	44	24	40	17	36	39	40	91
総合	206	68	125	78	98	66	167	242

	灘の酒蔵	須磨・舞子	ポートアイランド	六甲アイランド	明石海峡大橋	農業公園・FFP	HAT神戸	計
東京	37	16	16	26	58	21	7	578
仙台	23	7	86	52	50	28	20	588
福岡	16	3	53	61	55	46	11	576
総合	76	26	155	139	163	95	38	1742

(H14 調査)



(参考) 昭和52年調査「神戸で一番行ってみたい所はどこか」

