

**全国ふるさと名物 5000 産品 1 万人の知名度調査**  
**「知名度ギャップが高い産品」では「金萬」が V2 !**  
**圧倒的に高い知名度！1～3 位は 3 年連続で「あの商品」**

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、自主企画調査「ふるさと名物に関する知名度調査」を実施しました。本調査は昨年に引き続き、全国の 20 歳以上の男女 1 万 259 人を対象にインターネットで実施。全国の約 5000 産品の知名度を明らかにしました。

**<ポイント>**

1. 各都道府県内における知名度と全国知名度のギャップが最も大きかったのは、2 年連続で秋田県「金萬」
2. 全国知名度ランキングの 1 位「白い恋人」2 位「生ハツ橋」3 位「ちんすこう」は 3 年連続で不動
3. 男性には「お酒」、女性には「スイーツ」の知名度が高い



## 各都道府県内と全国の知名度の差が最も大きいのは 2 年連続で秋田県「金萬」

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、秋田県「金萬」が 2 年連続で最も大きいという結果になりました。福井県「越のルビー」、徳島県「金長まんじゅう」にも 80pt 以上の大きな知名度ギャップがあります。

図表 1 に挙がっている製品のほかにも、31 都道府県の 104 産品に 70pt 以上の知名度ギャップが見られました。

図表 1 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	産品名	知名度ギャップ	全国知名度	県内知名度	回答者数	県内回答者数
1	秋田県	金萬	82.9pt	8.1%	91.0%	3,558	211
2	福井県	越のルビー	81.9pt	7.1%	89.0%	3,545	209
3	徳島県	金長まんじゅう	81.3pt	9.2%	90.5%	3,550	220
4	沖縄県	ポーポー	78.9pt	8.5%	87.4%	3,560	214
5	高知県	ごっくん馬路村	78.9pt	14.7%	93.6%	3,549	218
6	高知県	土佐ジロー	78.3pt	15.3%	93.6%	3,549	218
7	宮崎県	青島ういろう	78.0pt	9.0%	87.0%	3,547	207
8	鹿児島県	加治木まんじゅう	77.9pt	8.5%	86.4%	3,562	214
9	秋田県	だまご餅	77.9pt	7.9%	85.8%	3,558	211
10	富山県	入善ジャンボ西瓜	77.9pt	7.4%	85.3%	3,579	217

## 全国知名度ランキング 1~3 位は 3 年連続で不動

全国知名度ランキングは、1 位が「白い恋人」、2 位「生ハツ橋」、3 位「ちんすこう」。4 位「ハツ橋」を含めて 3 年連続で同じ順位であり、圧倒的に認知されていることがわかりました。

そのほかの上位産品も昨年から大きな変化は見られず、これらの産品は全国において確固たるブランドを築いていることがうかがえます。

図表 2 全国知名度上位 10 の産品

順位	都道府県名	産品名	全国知名度	昨年順位	回答者数
1	北海道	白い恋人	83.2%	1	3,558
2	京都府	生ハツ橋	76.2%	2	3,545
3	沖縄県	ちんすこう	75.7%	3	3,550
4	京都府	ハツ橋	74.7%	4	3,560
5	北海道	夕張メロン	74.5%	8	3,549
6	沖縄県	シークワサー	74.2%	5	3,549
7	秋田県	きりたんぼ	73.6%	7	3,547
8	広島県	もみじ饅頭	72.6%	6	3,562
9	沖縄県	サーターアングギー	71.5%	11	3,558
10	静岡県	うなぎパイ	70.7%	10	3,579

※昨年の調査結果および都道府県別の知名度上位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/20160629.html>

各都道府県別上位産品：<http://www.intage-research.co.jp/service/report/20170809.html>

## 男性に「お酒」、女性に「スイーツ」の知名度が高い

男性と女性で知名度の差を見ると、男性は、兵庫県「灘の酒」、大分県「大分麦焼酎(むぎ焼酎)」など、女性に比べて「お酒」の知名度が高くなっています。一方女性は、沖縄県「紅いもタルト」、北海道「ロイズ生チョコレート」など、男性に比べて「スイーツ」の知名度が高くなっています。最も男女差が顕著な「紅いもタルト」は、知名度に 28.7pt もの開きがあります。

図表 3 男女差が大きい上位 5 の製品(男性が高い)

順位	都道府県名	製品名	男女差	男性知名度	女性知名度	男性回答者数	女性回答者数
1	兵庫県	灘の酒	6.1pt	24.6%	18.5%	1,773	1,807
2	徳島県	徳島ラーメン	5.8pt	35.3%	29.5%	1,764	1,786
3	大分県	大分麦焼酎、大分むぎ焼酎	5.4pt	24.2%	18.8%	1,769	1,786
4	兵庫県	山田錦	5.2pt	21.2%	16.0%	1,773	1,807
5	宮崎県	雲海酒造 本格焼酎	4.8pt	16.5%	11.7%	1,764	1,783

図表 4 男女差が大きい上位 5 の製品(女性が高い)

順位	都道府県名	製品名	男女差	男性知名度	女性知名度	男性回答者数	女性回答者数
1	沖縄県	紅いもタルト	28.7pt	46.8%	75.5%	1,773	1,787
2	北海道	ロイズ生チョコレート	27.9pt	37.1%	65.0%	1,775	1,813
3	京都府	よーじやあぶらとり紙	25.3pt	9.2%	34.5%	1,767	1,790
4	北海道	よつ葉チーズ・バター	25.2pt	19.0%	44.2%	1,775	1,813
5	北海道	マルセイバターサンド	24.9pt	21.0%	45.9%	1,775	1,813

## 考察

地元で知られていても全国では知名度の低い製品は、より広く消費者に受け入れられる可能性があると言えます。その可能性を生かし、全国的な製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られます。また、本リリースには記載していませんが、全国的に知名度が高い製品についても、年代が低くなるにつれ、知名度が低くなっていることが調査で明らかになりました。そのため、新しい世代を今後取り込むために、マーケティング戦略の見直しの必要が出てくると考えられます。

全国的には知名度がなくとも、地元で有名な製品は、「給食で食べた」「地元なら誰でも知っている面白いCM」など、独特なエピソードがあるものです。「帰省土産には全国的に知名度が高い製品」と思いがちですが、全国と地元で知名度のギャップがある製品も、製品にまつわるエピソードを添えて渡したら喜ばれそうです。知名度ギャップを逆手に取り、利用することで、話題作りにつなげることも可能なのではないのでしょうか。

分析者：豊田 佑哉（公共サービス事業部 ソーシャル事業推進部）

### 【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(10,259 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：2017 年 3 月 28 日(火)～3 月 31 日(金)

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

※ 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、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。

【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 公共サービス事業部 担当:豊田  
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>