

松山市都市イメージ調査2011

目次

1章 都市イメージ調査結果（県外）・・・p6

1. 認知度
2. 所在地助成想起状況
3. 来訪経験
4. 来訪目的
5. 来訪意向
6. 都市イメージ
7. 魅力度
8. 魅力点
9. 地域資源の認知状況
10. 地域資源に対する魅力度
11. 非魅力点
12. 魅力を感じる都市
13. 情報、話題の認知状況
14. 情報入手経路

2章 都市イメージ調査結果（市内）・・・p31

1. 都市イメージ
2. 魅力点
3. 地域資源の認知状況
4. 地域資源に対する魅力度
5. 非魅力点
6. 競合都市

3章 個別魅力資源評価（県外）・・・p39

1. 道後温泉
2. 道後温泉本館
3. 瀬戸内海国立公園
4. 松山城
5. 瀬戸のまつやま海ごはん
6. 紅まどんな
7. 坊っちゃん列車
8. 忽那諸島
9. ぼっちゃん島あわび
10. 路面電車
11. 四国霊場八十八カ所
12. 風早地区と鹿島
13. ライム
14. 坂の上の雲ミュージアム
15. 太陽エネルギーを活かす都市
16. 子規記念博物館
17. コンパクトシティ
18. 俳句のまち
19. 街はことばのミュージアム

調査概要

- 調査目的 : 関東、関西、中国、四国、そして松山市内において松山市がどのように認知されているかを調査し、「都市ブランド戦略ビジョン」の基礎資料とする。
- 調査対象 : 18歳以上の男女
- 回答者 : 下記のとおり。

【市内】

	18～29歳	30～39歳	40歳～49歳	50歳～59歳	60歳以上	計
松山市	83	83	83	83	83	415

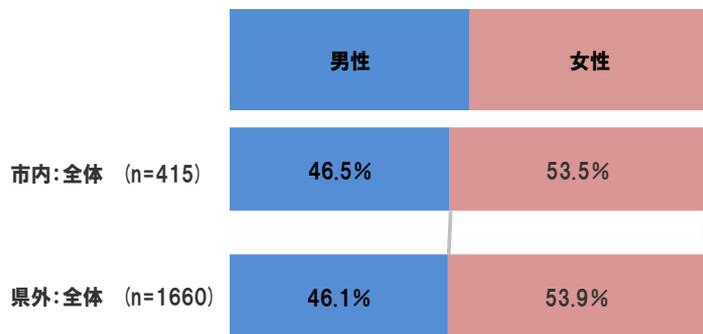
【県外】

	18～29歳	30～39歳	40歳～49歳	50歳～59歳	60歳以上	計
1都3県	83	83	83	83	83	415
2府1県	83	83	83	83	83	415
中国2県	83	83	83	83	83	415
四国	83	83	83	83	83	415
合計	332	332	332	332	332	1660

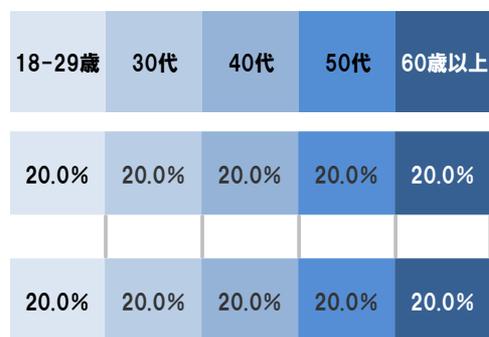
- 有効回答数 : 【市内調査】 415人
【県外調査】 1660人
- 調査地域 : 【市内調査】 愛媛県松山市
【県外調査】 1都3県（埼玉県、東京都、千葉県、神奈川県）
2府1県（京都府、大阪府、兵庫県）
中国2県（広島県、山口県）
四国（香川、高知、徳島）
- 調査方法 : インターネットリサーチ
- 調査時期 : 2011年11月30日（水）～2011年12月1日（木）

回答者のプロフィール

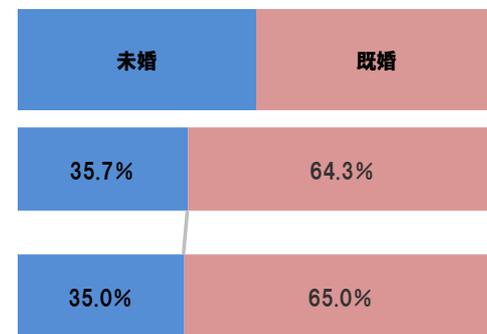
性別



年代



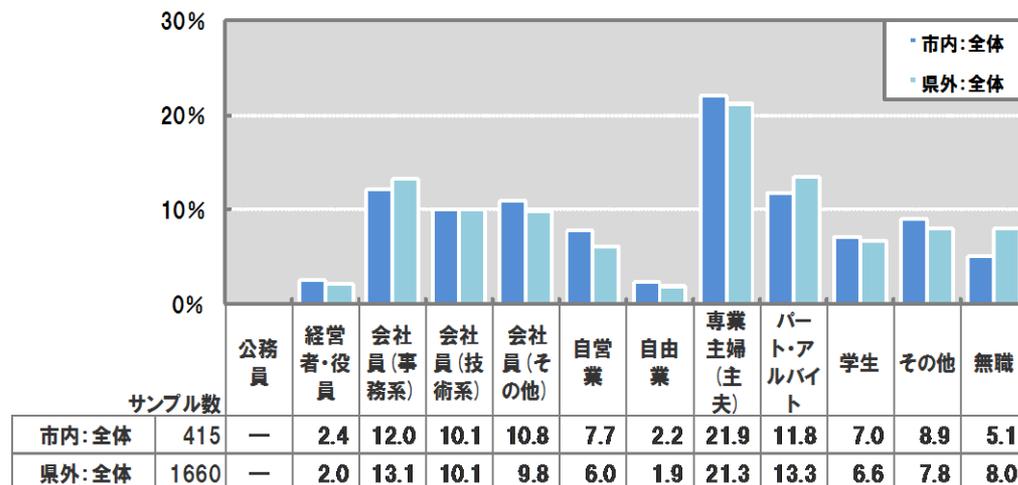
未既婚



居住エリア



職業



1章 都市イメージ調査結果

1. 認知度

■ 県外での松山市の認知度は6割強。ただし、松山市からの距離に比例して認知度は低くなる。

- 地域別でみると、松山市から遠距離になるほど認知度は低く、1都3県では約6割が名前だけ、もしくは名前も知らない。
- 性別でみると、男性では7割強が松山市を知っていると答えており、女性と比較して約15ポイント上回る割合。
- 年代別でみると、年代が上がるほど知っている人の割合が高くなる傾向で、60歳以上では7割強の人が知っていると回答。また傾向としては30代と40代でひとつの世代間有意差が見られる。
- 未婚・既婚、子どもあり・なしでは、既婚で子どもありがそれぞれ一方を上回っている。

あなたは松山市をどの程度ご存じですか？当てはまるものをひとつだけお選びください。

		よく知っている	知っている	少しだけ知っている	名前だけは知っている	名前も知らない	詳細認知・計
県外:全体 (n=1660)		7.8%	25.5%	30.3%	34.2%		63.6
性別	男性 (n=765)	9.2%	28.6%	33.9%	26.8%		71.6
	女性 (n=895)	6.6%	22.9%	27.3%	40.4%		56.8
年代別	18-29歳 (n=332)	8.1%	21.7%	22.9%	41.3%	6.0%	52.7
	30代 (n=332)	6.6%	23.8%	25.0%	41.6%	3.0%	55.4
	40代 (n=332)	7.5%	29.8%	31.3%	29.8%		68.7
	50代 (n=332)	8.7%	23.8%	35.2%	31.6%		67.8
	60歳以上 (n=332)	7.8%	28.6%	37.0%	26.5%		73.5
未既婚	未婚 (n=581)	7.7%	21.5%	29.3%	37.7%	3.8%	58.5
	既婚 (n=1079)	7.8%	27.7%	30.9%	32.3%		66.4
子の有無別	子供なし (n=687)	6.8%	22.7%	29.0%	36.8%	4.7%	58.5
	子供あり (n=973)	8.4%	27.5%	31.2%	32.3%		67.2

※3%未満の値は非表示。

		よく知っている	知っている	少しだけ知っている	名前だけは知っている	名前も知らない	詳細認知・計
県外:全体 (n=1660)		7.8%	25.5%	30.3%	34.2%		63.6
エリア別	1都3県 (n=415)	2.2%	14.7%	23.4%	55.7%	4.1%	40.2
	2府1県 (n=415)	2.9%	17.6%	32.0%	43.4%	4.1%	52.5
	中国2県 (n=415)	8.9%	30.8%	31.8%	28.0%		71.6
	四国 (n=415)	17.1%	39.0%		34.0%	9.6%	90.1
認知別	「松山市」認知者・計 (n=1623)	7.9%	26.1%	31.0%	34.9%		65.1
	「松山市」詳細認知者 (n=1056)	12.2%	40.2%		47.6%		100.0
	「松山市」名のみ認知 (n=567)			100.0%			—
	「松山市」非認知者 (n=37)			100.0%			—

※3%未満の値は非表示。

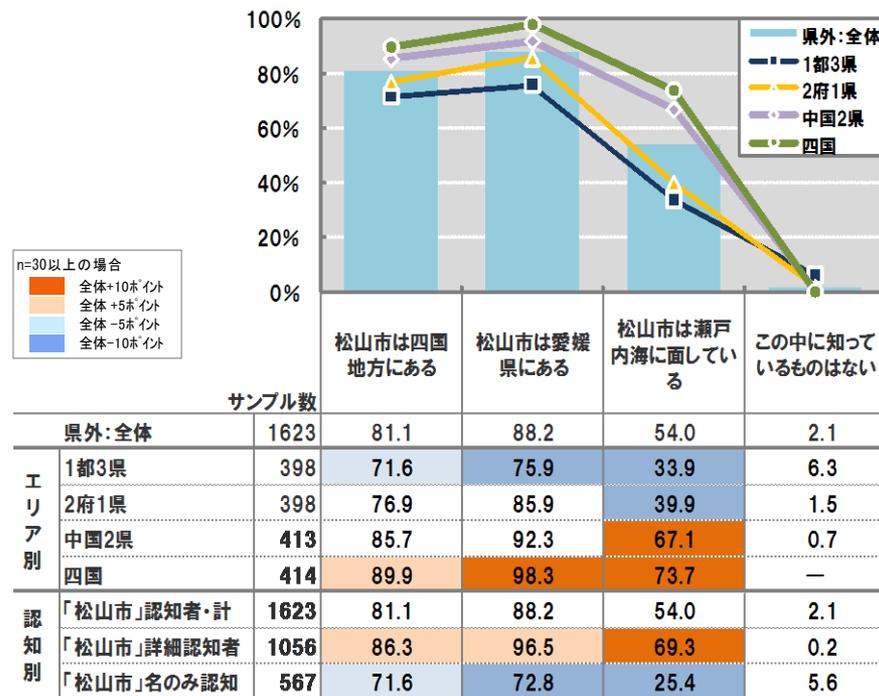
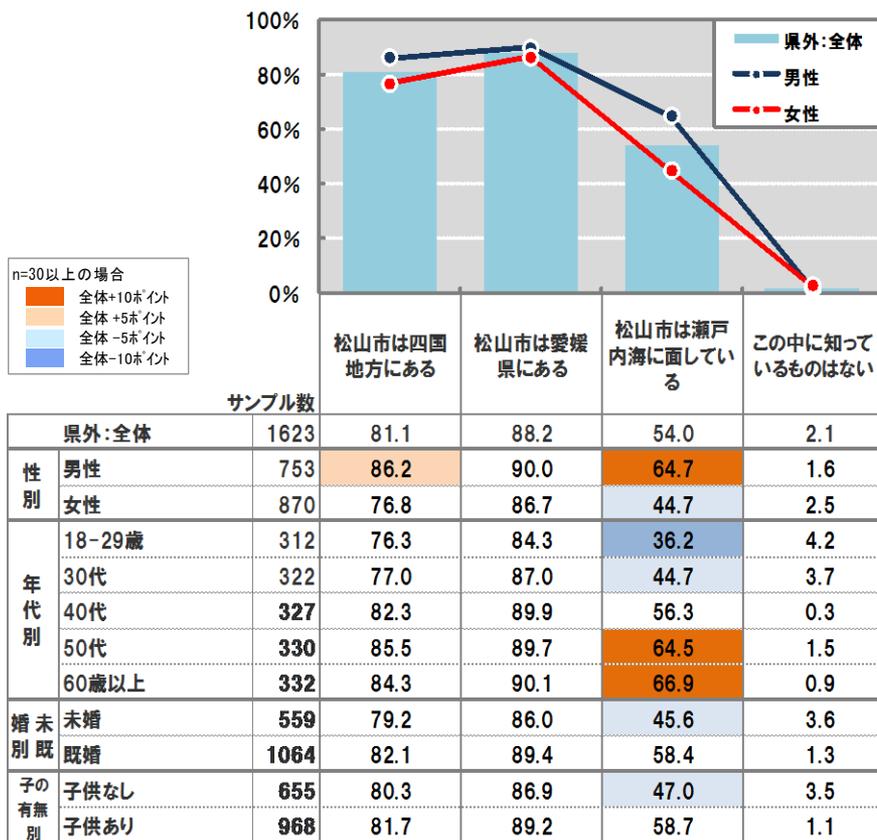
2. 所在地助成想起状況

■ 9割弱が「愛媛県にある」、8割が「四国地方にある」と回答。

■ 「瀬戸内海に面している」は5割強にとどまる。

- 「瀬戸内海に面している」はさらに、男女別、年齢別にみると、女性と若者層（18～30代）で特に低く、逆に男性、高年齢層（50～60歳代）は高い。また、エリア別では関東・関西が中国・四国の約半分のポイントで低い結果となっている。
- 年代別でみると、全体的に若い層が低く、年齢が上がるにつれて高くなる。
- エリア別においても、四国から距離的に離れれば離れるほど低いポイントとなる。

下記であなたがご存知のものを選んでください。当てはまるものを全てお選びください。

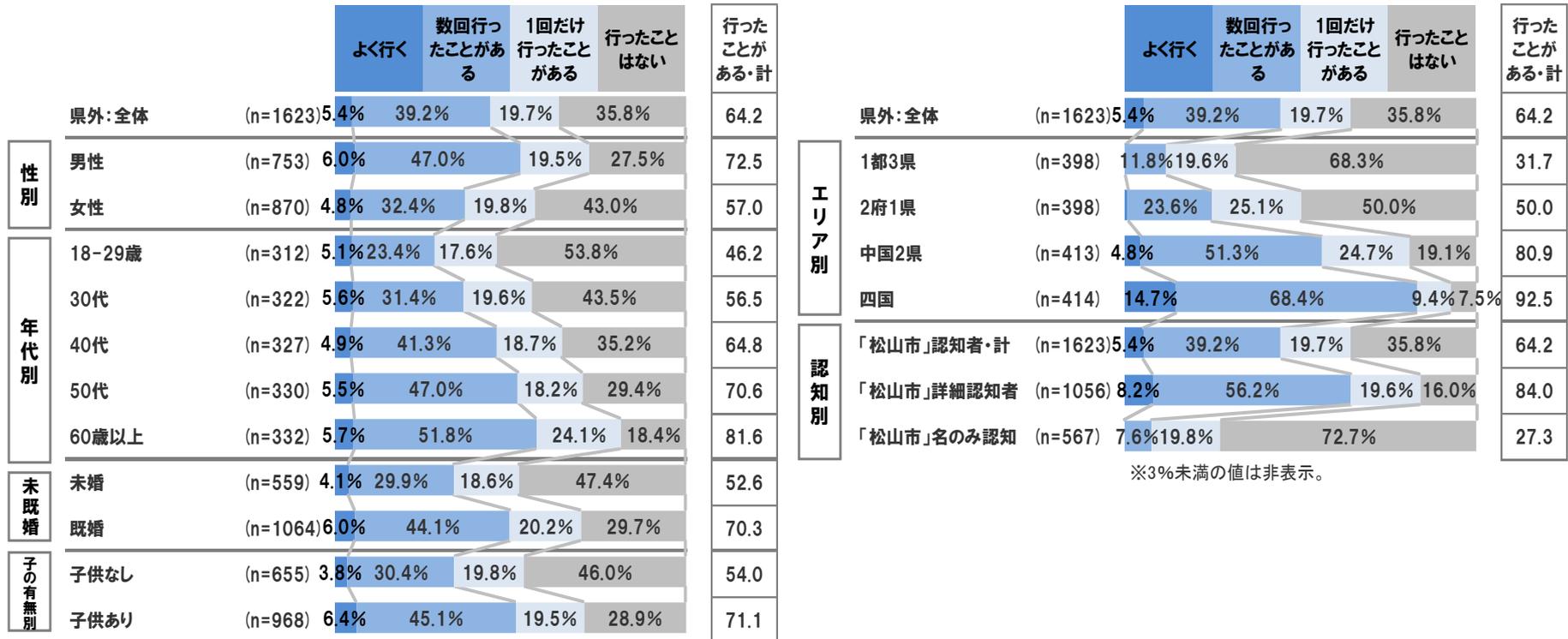


3. 来訪経験

■ 松山市へは、全体の64%が「行ったことがある」と回答。

- 性別で見ると、男性は5割強が複数来訪経験者であり、「1回だけ…」を含めても女性の来訪経験は男性を大きく下回る。
- 年代別で見ると、18-29歳の来訪経験は半数以下できわめて低く、年代が上がるほど来訪経験は高くなり、60歳以上では8割強の人が、松山市に行ったことがあると回答。
- 未婚・既婚、子どもあり・なし別では既婚、子どもありが高いポイントを示している。
- 地域別で見ると、1都3県では7割弱が来訪経験がなく、関西でも5割が同様にない。

あなたは、松山市に行ったことはありますか？ 当てはまるものをひとつだけお選びください。

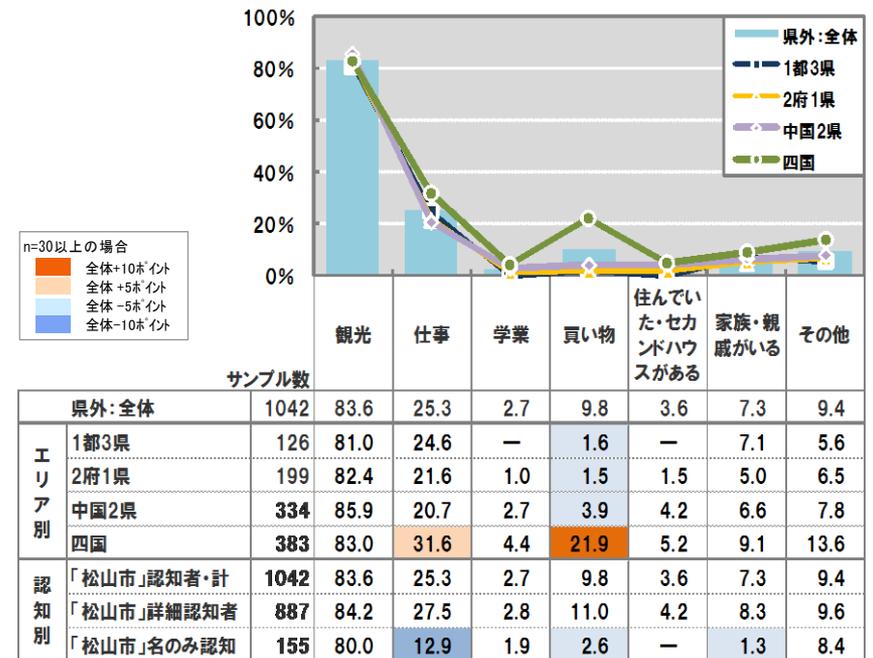
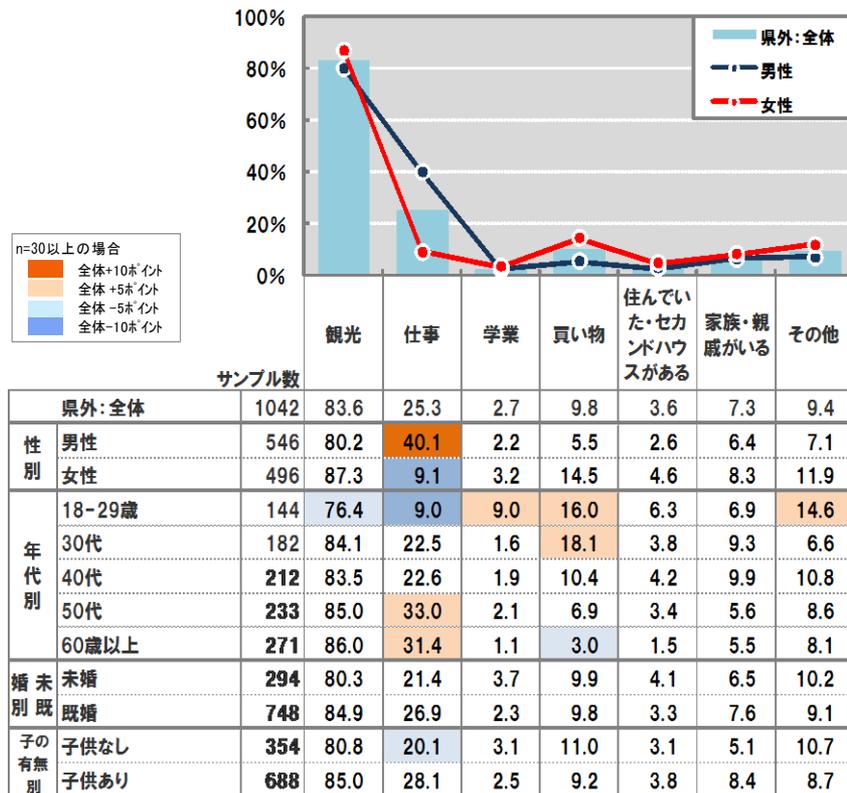


4. 来訪目的

■ 松山市への来訪目的は「観光」が8割強と突出して高く、以下「仕事」「買い物」が続く。

- 性別で見ると、来訪経験では男性が高いポイントを示していたが、目的別では最も高い「観光」において女性が男性を上回っている。
- この観光に関しては年代、エリアなど属性において若干の差はあるものの、他の項目ほど大きな差はない。
- 逆に「仕事」においては男女の差が激しく、男性が大きく上回っている。同様に年齢別では18～29歳が極めて低い。
- エリア別の「買い物」では四国エリアでのポイントが他を大きく上回っている。これは松山市が四国内では買い物に行くような都市圏であることが推測される

あなたが、松山市に行った目的は何ですか？当てはまるものを全てお選びください。



5. 来訪意向

■ 松山市への来訪意向は8割弱。

■ 他では低い女性や若者など、どの属性でも大きな差はなく来訪意向は高い。

- いずれも多くを占めるのは「機会があれば行ってみたい」であり、ではこの「機会」とは何か、が重要と考えられる。

あなたは、松山市に行ってみてみたいと思いますか？ 当てはまるものをひとつだけお選びください。

		ぜひ行ってみたい	機会があれば行ってみたい	どちらともいえない	あまり行ってみたいと思わない	行ってみたいと思わない	行ってみたい計
県外:全体 (n=1623)		16.0%	61.3%	15.7%	5.1%	77.3	
性別	男性 (n=753)	14.6%	62.7%	16.1%	5.2%	77.3	
	女性 (n=870)	17.1%	60.1%	15.4%	5.1%	77.2	
年代別	18-29歳 (n=312)	17.3%	55.1%	16.7%	6.7%	72.4	
	30代 (n=322)	17.4%	58.7%	15.8%	5.6%	76.1	
	40代 (n=327)	16.5%	63.0%	15.3%	4.0%	79.5	
	50代 (n=330)	14.5%	62.4%	17.0%	4.8%	77.0	
	60歳以上 (n=332)	14.2%	66.9%	13.9%	4.5%	81.0	
	未婚	未婚 (n=559)	14.5%	56.4%	19.3%	6.4%	70.8
既婚 (n=1064)		16.7%	63.9%	13.8%	4.4%	80.6	
子の有無別	子供なし (n=655)	16.5%	56.6%	18.2%	5.6%	73.1	
	子供あり (n=968)	15.6%	64.5%	14.0%	4.8%	80.1	

※3%未満の値は非表示。

		ぜひ行ってみたい	機会があれば行ってみたい	どちらともいえない	あまり行ってみたいと思わない	行ってみたいと思わない	行ってみたい計
県外:全体 (n=1623)		16.0%	61.3%	15.7%	5.1%	77.3	
エリア別	1都3県 (n=398)	14.6%	54.5%	21.9%	6.0%	69.1	
	2府1県 (n=398)	12.1%	60.1%	17.6%	6.8%	72.1	
	中国2県 (n=413)	15.7%	66.8%	12.1%	4.6%	82.6	
	四国 (n=414)	21.3%	63.5%	11.6%	3.1%	84.8	
認知別	「松山市」認知者・計 (n=1623)	16.0%	61.3%	15.7%	5.1%	77.3	
	「松山市」詳細認知者 (n=1056)	21.6%	67.0%	8.8%	3.0%	88.5	
	「松山市」名のみ認知 (n=567)	5.5%	50.8%	28.6%	10.6%	56.3	

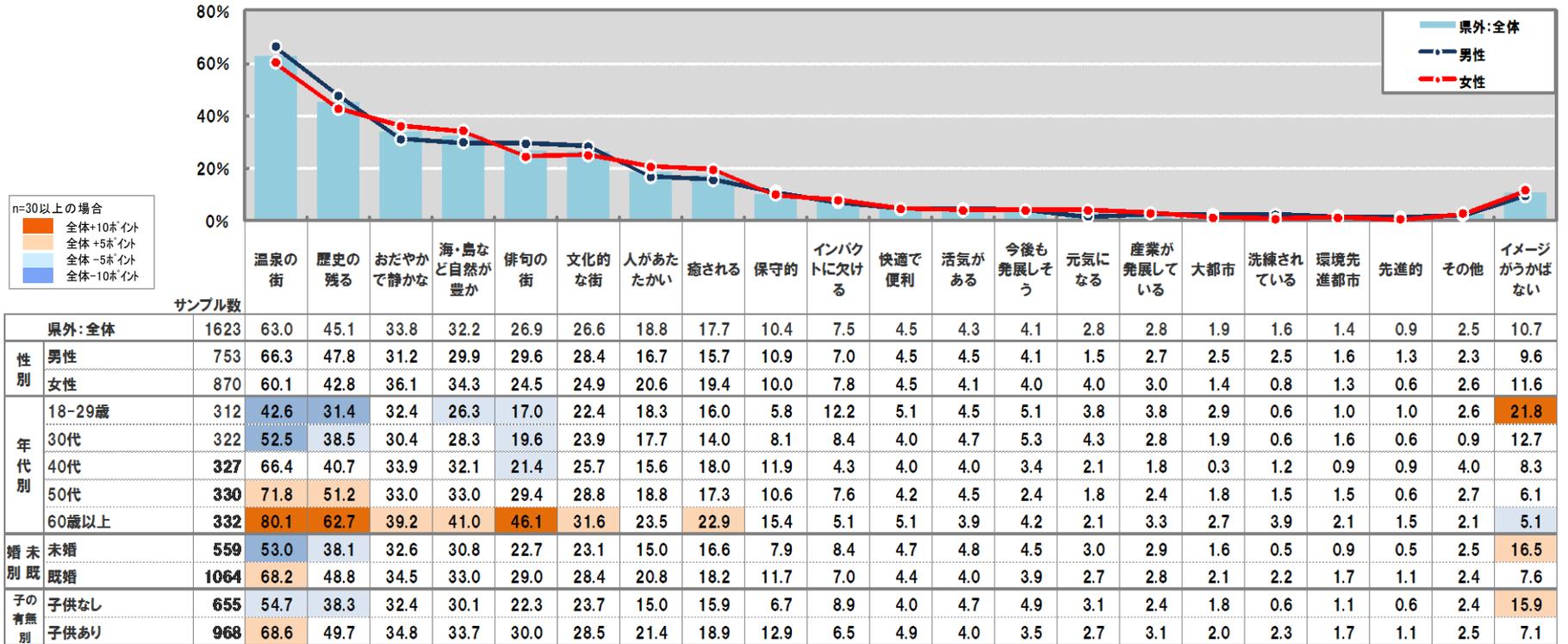
※3%未満の値は非表示。

6-1. 都市イメージ 【年代別】

■ 「温泉の街」というイメージが高く、次いで「歴史のある街」。

- ただし、「温泉の街」、「歴史のある街」では年代による差が大きく、いずれも50～60歳代が高く、逆に18～30歳代は低い。
- さらに「俳句の街」では60歳以上が突出して高く、相対的にそれ以外の年代では低い数値となっている。
- 一方、18-29歳では「イメージがうかばない」が2割強と、他の年代と比較して高く、イメージ想起ができていないことがうかがえる。

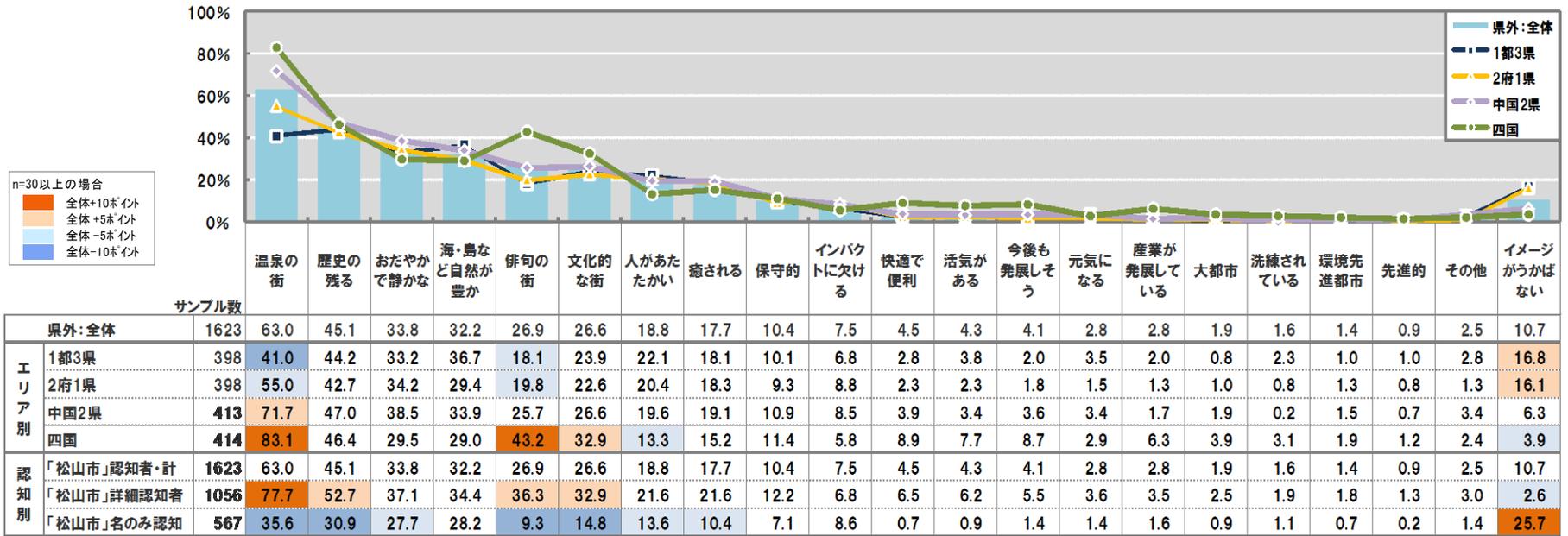
松山市のイメージについて、あてはまるものを全て選んでください。



6-2. 都市イメージ 【地域別】

- 「温泉の街」に関しては、松山からの距離に比例するように関東は四国でのポイントの約半分のポイントでしかない。
- 同様に「俳句の街」も四国エリアではイメージとしてもたれているが、関東、関西ではやはり半分以下でしかない。
- また、「イメージがうかばない」は関東、関西で特に高い傾向にある。

松山市のイメージについて、あてはまるものを全て選んでください。

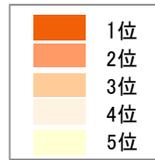
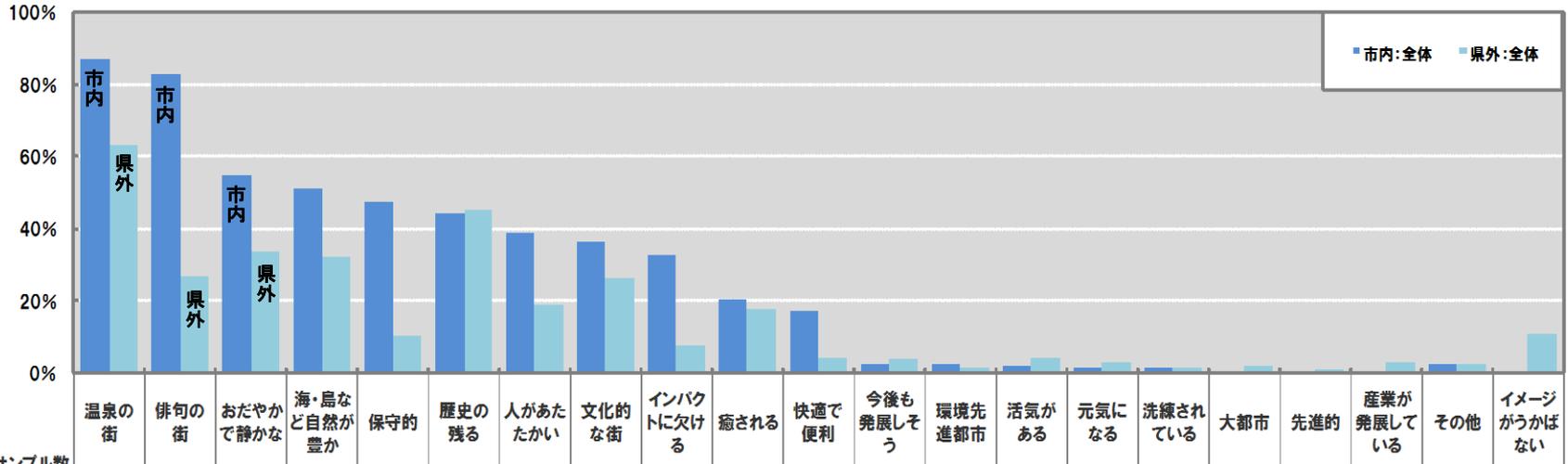


6-3. 都市イメージ【県外・市内差異】

■ 市民と他県民で差異はあるものの、「温泉の街」というイメージはいずれでもトップ。

「俳句の街」、「保守的」、「インパクトに欠ける」では、市民と他県民とのイメージ認識で大きな差異がある。

松山市のイメージについて、あてはまるものをすべて選んでください。



	サンプル数	温泉の街	俳句の街	おだやかで静かな	海・島など自然が豊か	保守的	歴史の残る	人があたたかい	文化的な街	インパクトに欠ける	癒される	快適で便利	今後も発展しそう	環境先進都市	活気がある	元気になる	洗練されている	大都市	先進的	産業が発展している	その他	イメージがつかばない
市内:全体	415	87.0	82.9	54.7	51.1	47.5	44.3	38.8	36.6	33.0	20.5	17.3	2.4	2.4	2.2	1.7	1.4	0.5	0.5	0.5	2.4	0.2
県外:全体	1623	63.0	26.9	33.8	32.2	10.4	45.1	18.8	26.6	7.5	17.7	4.5	4.1	1.4	4.3	2.8	1.6	1.9	0.9	2.8	2.5	10.7

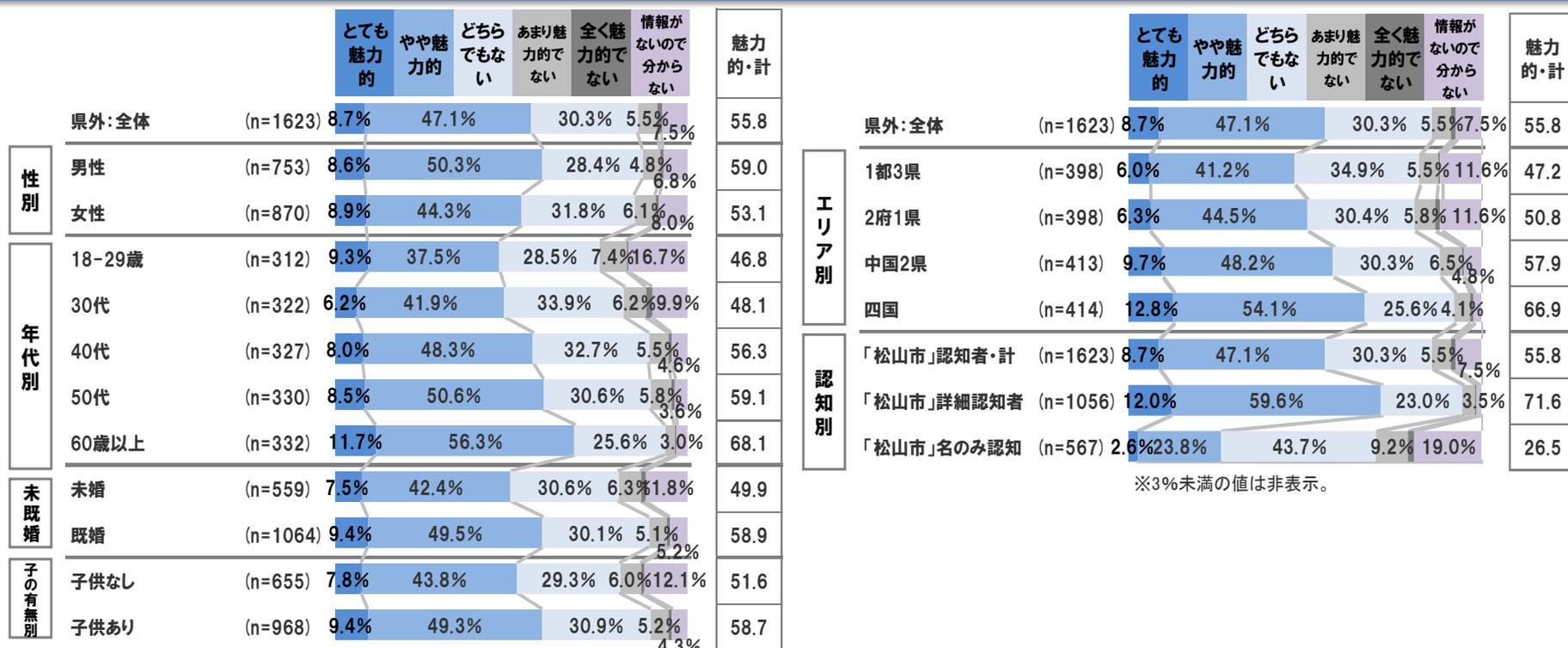
7. 魅力度

■ 松山市に対して魅力を感じている人は全体で56%。

一方、約8%の人は「情報が無いので分からない」と回答。

- 性別で見ると、女性より男性の方が魅力と感じている割合が高く、男性では6割弱が魅力的と回答。
- 年代別で見ると、年代が上がるほど魅力度は高くなる傾向で、60歳以上では7割弱の人が魅力的と回答し、18-29歳と比較して約21ポイント上回る割合。
- エリア別で見ると、1都3県では5割弱の認知度で、松山市までの距離が近づくほど、魅力度が高くなる傾向。
- 認知別では「詳細認知者」が「名前のみ認知者」を大きく上回っており、情報や体験があれば松山市の魅力度は上がると思われる。

あなたは、松山市についてどの程度魅力を感じますか？

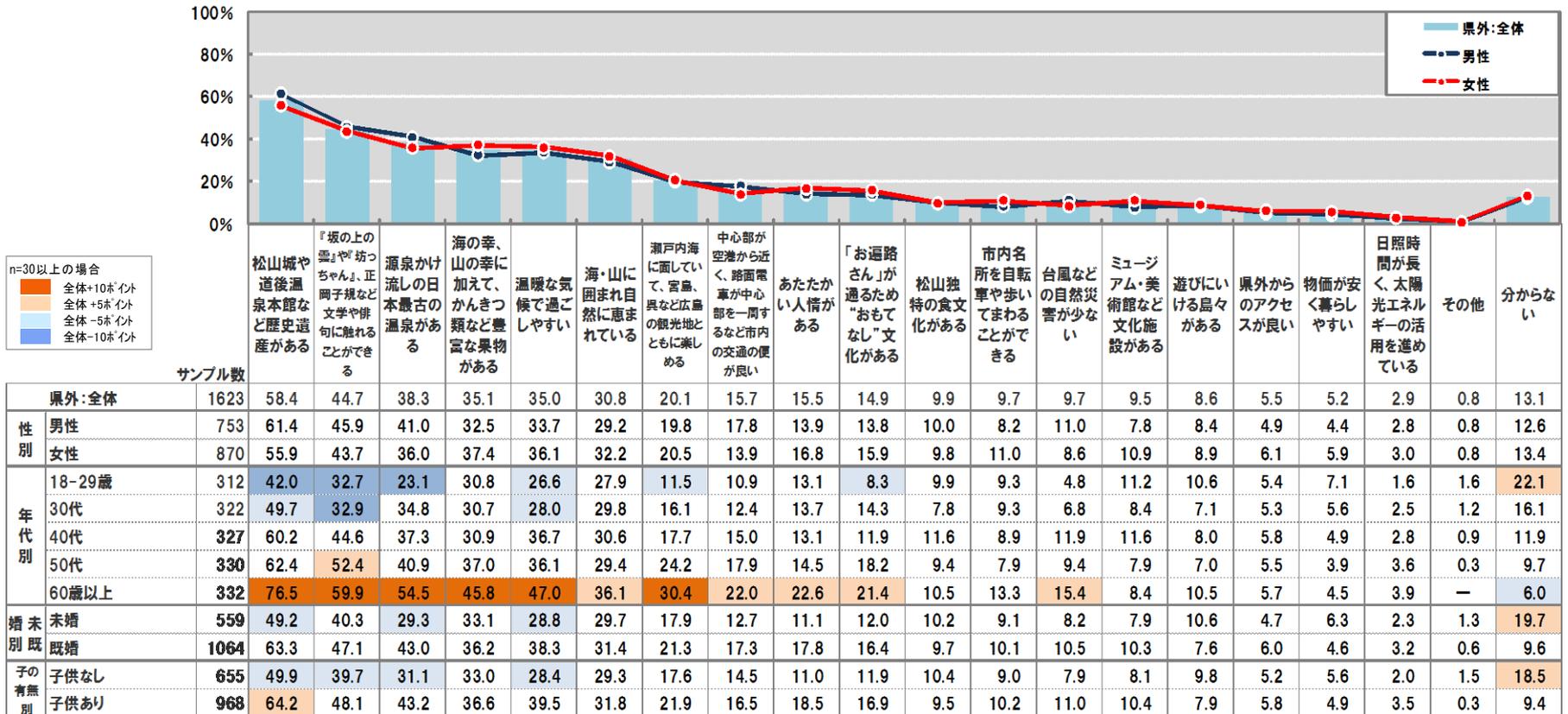


8-1. 魅力点 【年代別】

■ 全体的に60歳以上において高いポイントを示しており、年齢が若くなるほどポイントは下がる傾向。

- 特に「歴史遺産」、「文学や俳句に触れられる」、「日本最古の温泉」、「温暖な気候」、「瀬戸内海に面して～呉、広島との観光」においては60歳以上と18-29歳の若者層の差が激しい
- 逆に「わからない」に関しては60歳以上が極端に少なく、18-29歳が最も高いポイントを示している。

松山市の魅力はどこにあると思いますか？当てはまるものを全てお選びください。

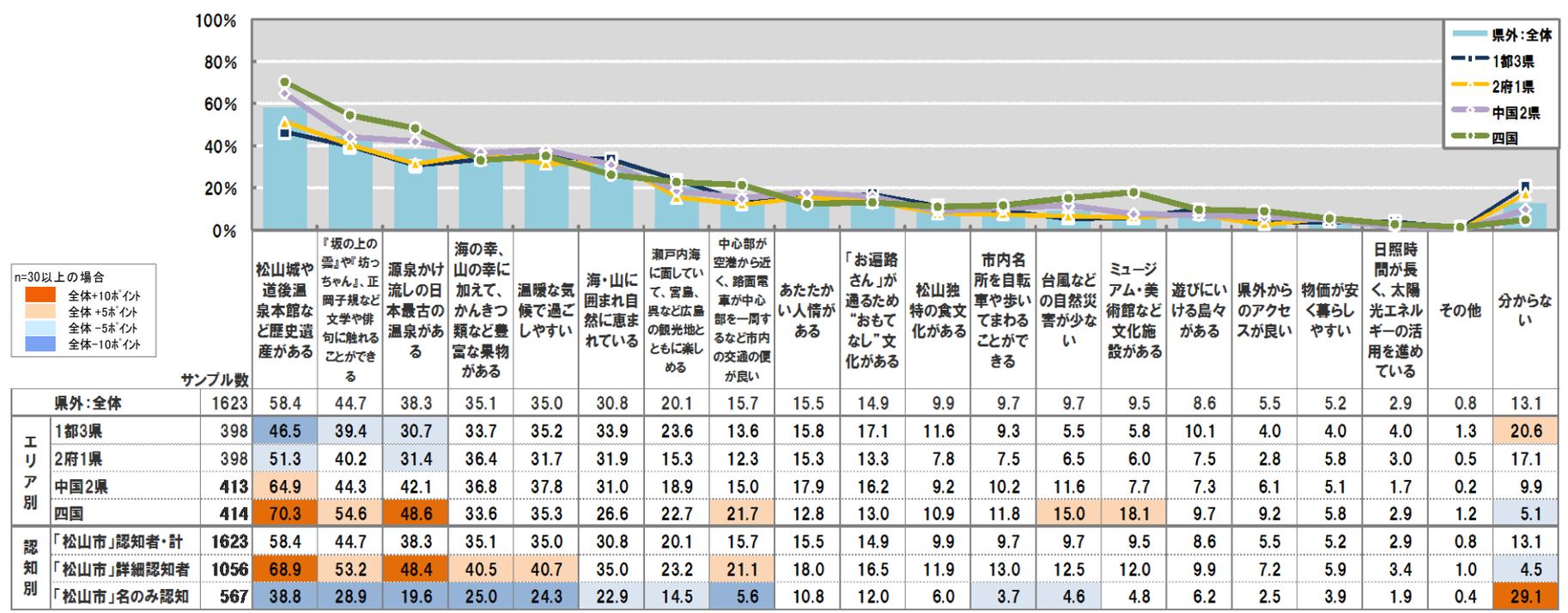


8-2. 魅力点 【地域別】

■ 上位項目である「歴史遺産」、「文学や俳句に触れられる」、「日本最古の温泉」では関東、関西が平均を下回る結果となっている。

- 逆に「海・山に囲まれ自然に～」、「瀬戸内海に面していて～」に関しては関東がトップのポイント。
- 「分からない」は関東、関西が他2エリアに大きく差をつけている。

松山市の魅力はどこにあると思いますか？ 当てはまるものを全てお選びください。

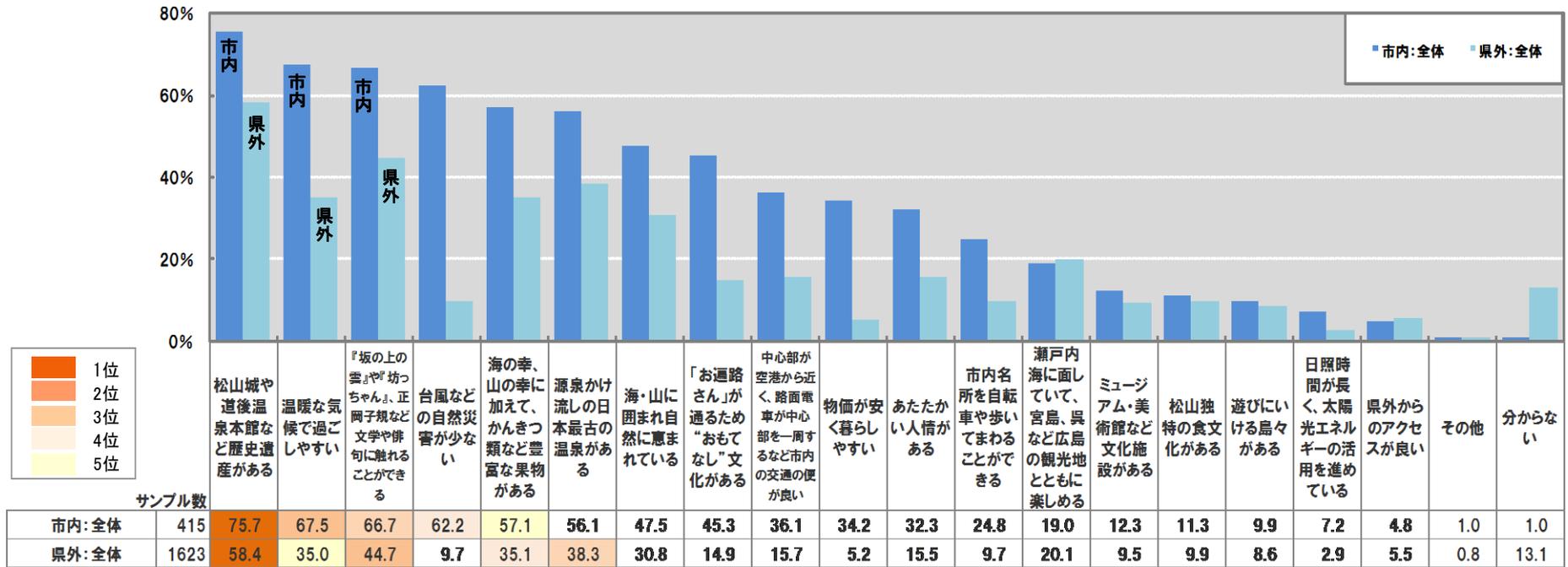


8-3. 魅力点【県外・市内差異】

■ 松山市民と他県民で最も魅力認知の差異があるものは「温暖な気候〜」、「自然災害が少ない」、「お遍路でおもてなし文化」、「市内の交通の便」、「物価が安く暮らしやすい」、「市内を自転車や歩いてまわる」が顕著。

- 逆に他県民が松山市民の魅力認知を上回っているのは「瀬戸内海に面していて、宮島、呉など広島観光地とともに楽しめる」。
- 若干の差はあれ、松山市民、他県民ともにトップは「歴史遺産（松山城や道後温泉本館など）」。

松山市の魅力はどこにあると思いますか？あてはまるものを全てお選びください。

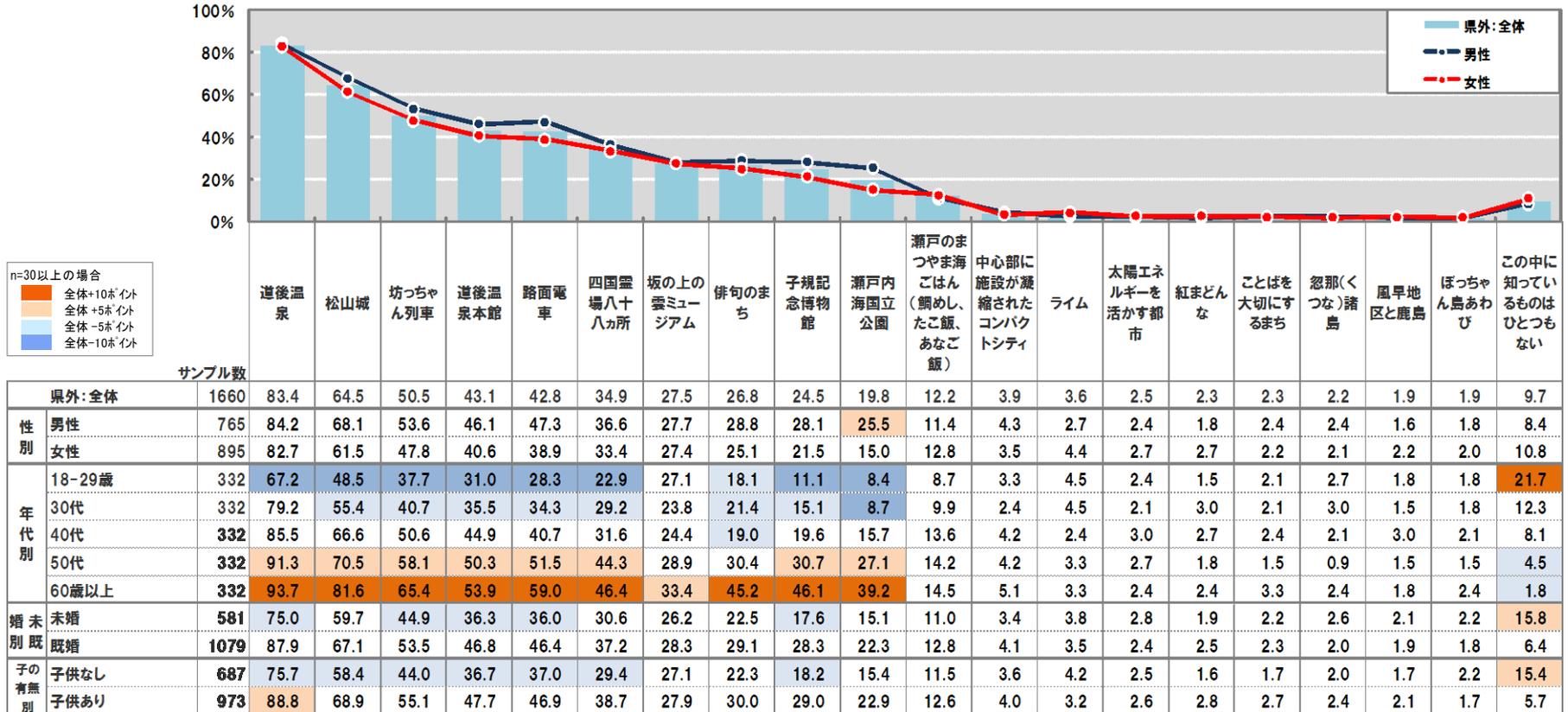


9-1. 地域資源の認知状況【年代別】

■ 「道後温泉」「松山城」が認知されている魅力資源として二つの柱といえる。「道後温泉」以外は、年代によって差が大きい。

- 「道後温泉」が認知されている魅力として他に差をつけて約8割でトップだが、一方、「道後温泉本館」は4割程度。
- ある程度認知されている項目（「道後温泉」～「瀬戸のまつやま海ごはん」まで）は、ほとんどが60歳以上で最も高いポイントを示しており、18-29歳、もしくは30歳代との差が激しい。

松山市の資源・魅力についてご存じのものを全て選んでください。

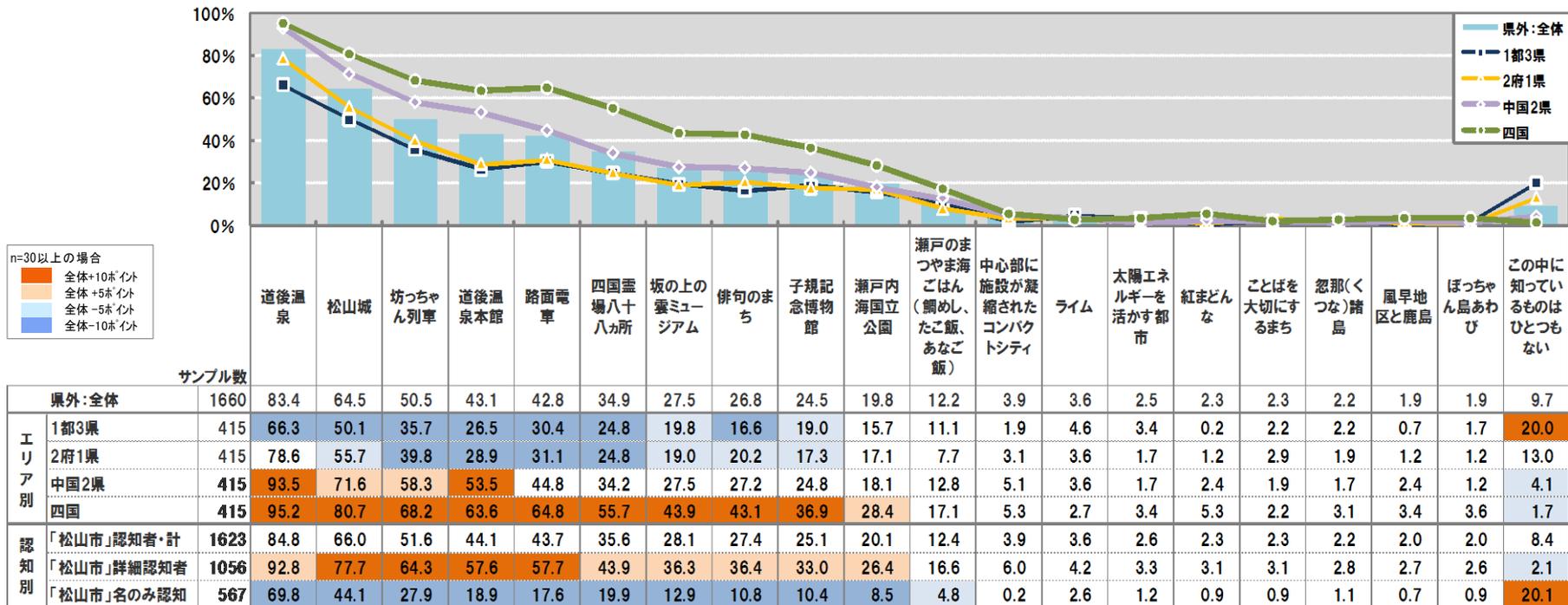


9-2. 地域資源・魅力の認知状況 【地域別】

■ 全体的に四国・中国と関東・関西という二極で認知における差異が出ている。

- 「道後温泉」、「松山城」以外で、ある程度認知されているもの（「坊っちゃん列車」～「瀬戸内海国立公園」）は、関東が四国の約半分のポイントと差が激しい。
- 「俳句のまち」、「ことばを大切にすまち」という“ソフト”的な創出魅力の認知はそれほど高くはない。
- 関東エリアにおいては「この中において知っているものはひとつもない」が高いポイントを示している。

松山市の資源・魅力についてご存じのものを全て選んでください。



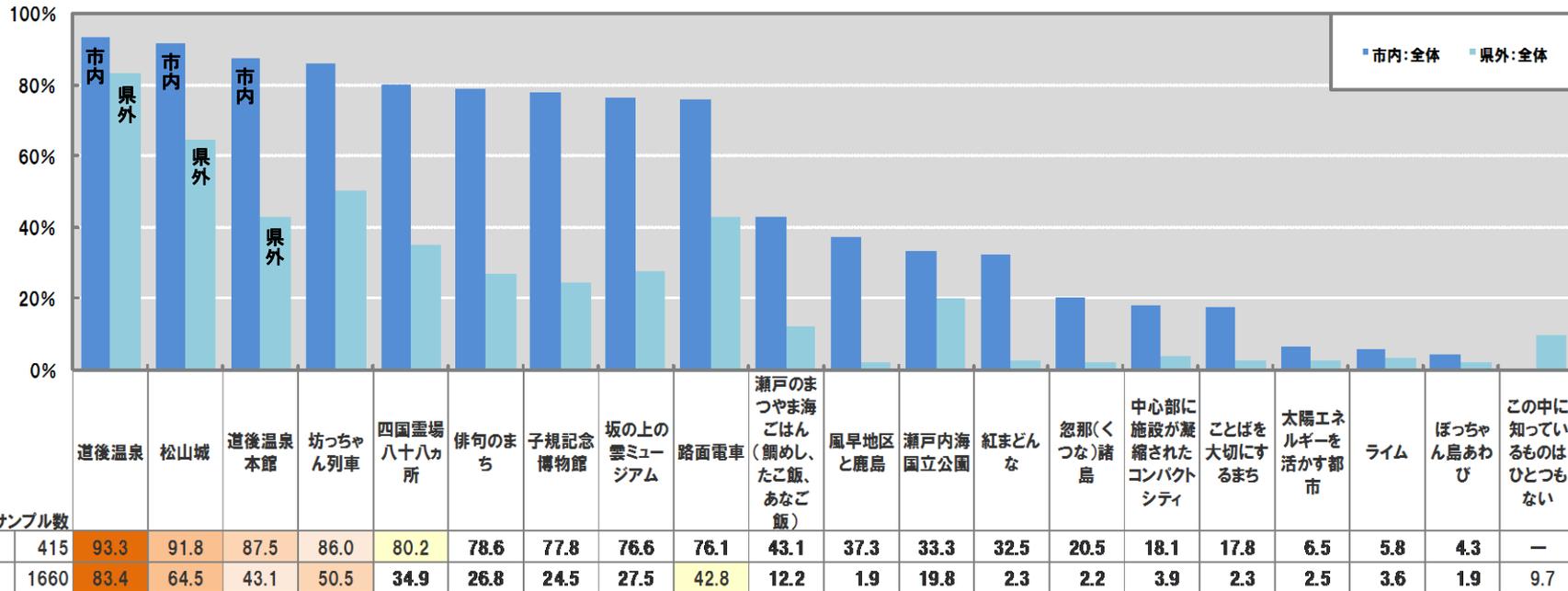
9-3. 地域資源・魅力の認知状況【県外・市内差異】

市内 県外

■ 「道後温泉」、「松山城」以外は市民と他県民との認知の差は大きい。

- 「道後温泉本館」は市民には広く知られているが、他県民には知られておらず認知の差異が生じている。
- 「俳句のまち」、「子規記念ミュージアム」、「坂の上の雲ミュージアム」は約半分近い差異がある。
- 「風早地区と鹿島」、「紅まどな」に関しては市民の中ではある程度の認知があるものの、他県民では低いポイントとなっている

松山市の資源・魅力についてご存じのものを全て選んでください。



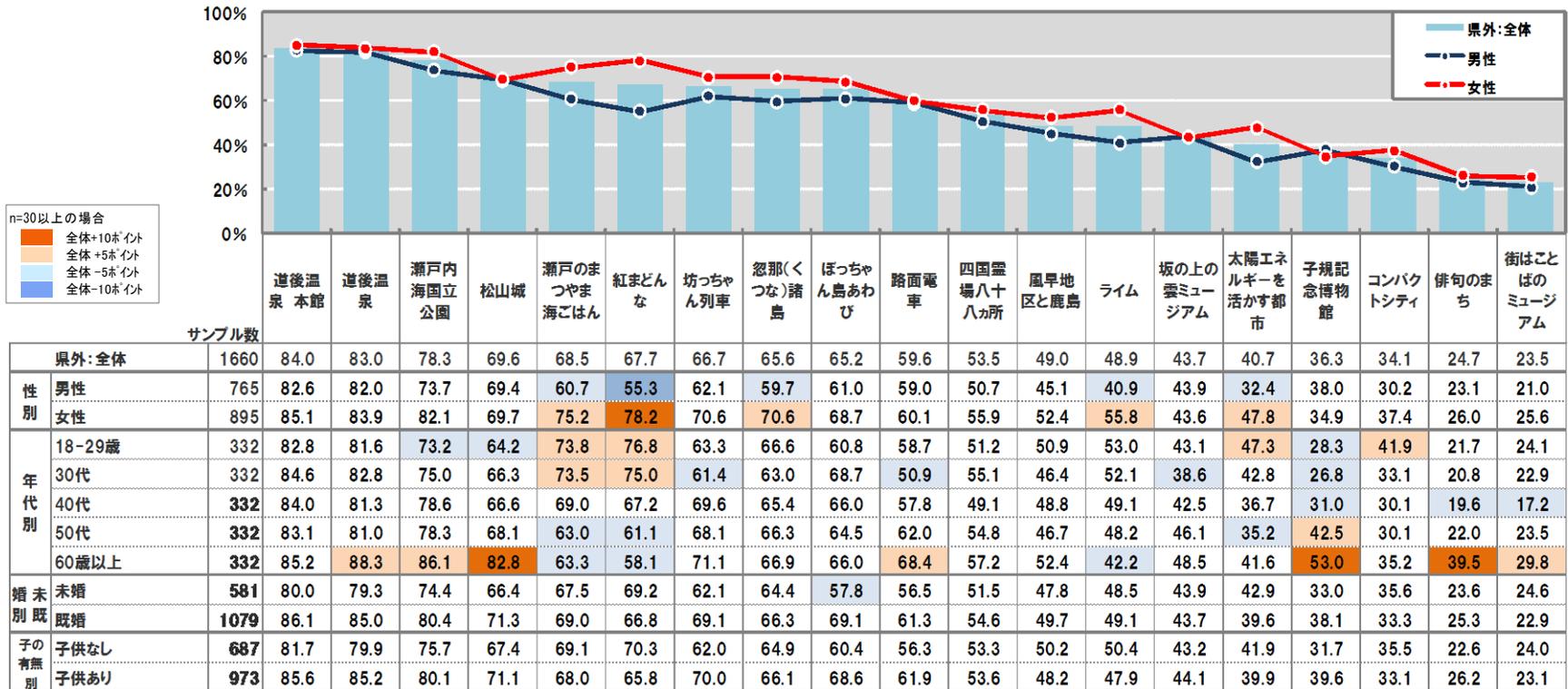
※市内:全体を基準に色付け

10-1. 地域資源に対する魅力度 【年代別】

■ 各魅力資源の情報を提供すると魅力度が大きく変わる資源が多い。

- 「温泉」と「本館」の間で差異があった道後温泉もほぼ同ポイントでトップとなり、しかも年代、性別に関係なく高いポイントを示している。
- 「瀬戸内海国立公園」が大きく上昇し、道後温泉に次いで魅力と捉えられている。
- また、「忽那諸島」、「風早地区と鹿島」など低いポイントだった地域が上昇しており、しかも比較的若い年代、女性に高いポイントを示している。
- 年齢・性別では特に若い女性において「食」関連の魅力度が高まっている（「瀬戸のまつやま海ごはん」、「紅まどんな」、「ぼっちゃん島あわび」、「ライム」）。

下記の写真と文章をお読みになり、設問にお答えください。
以下の項目の魅力について、最もあてはまるものをひとつずつお選びください。

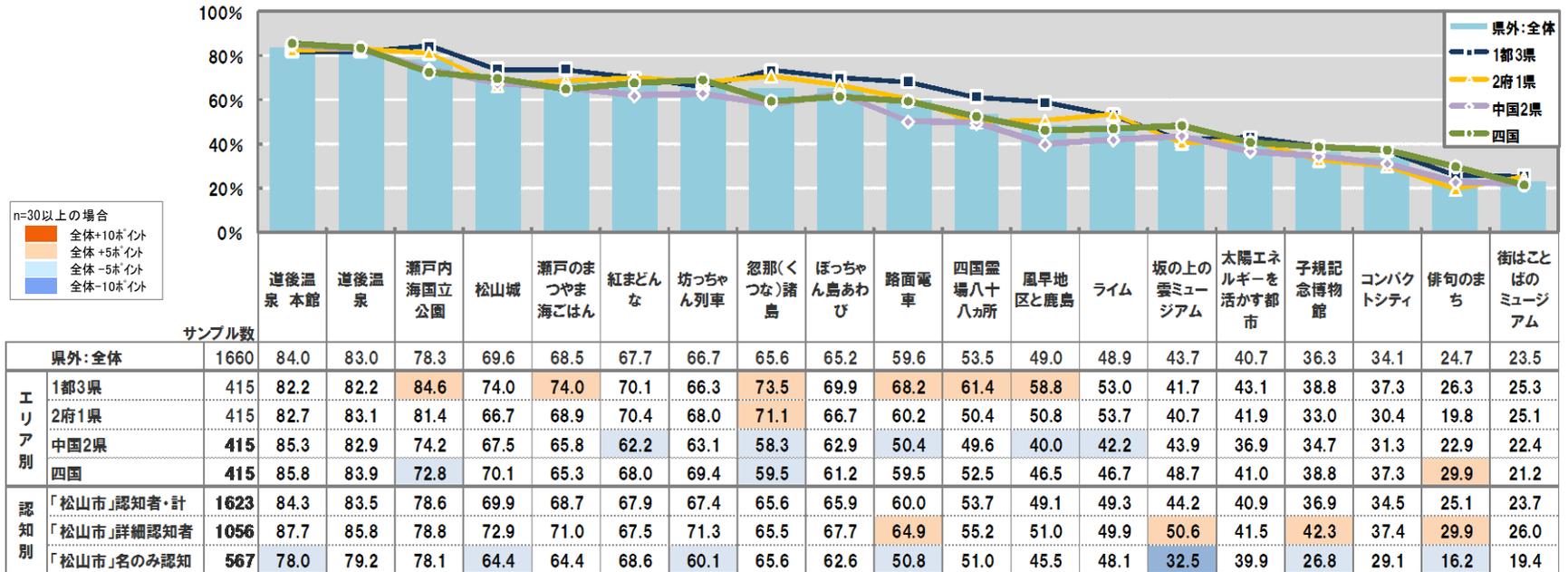


10-2. 地域資源に対する魅力度 【地域別】

■ 情報提供により四国・中国と関東・関西の二極化が無くなり、中には関東・関西が四国・中国より上回る魅力資源もある。

- 「道後温泉」、「道後温泉本館」に関してはどのエリアでも同程度に高いポイントを示している。
- 関東エリアで人気があり、特に四国エリアとで差が大きいもの（10ポイント以上）は、「瀬戸内海国立公園」、「瀬戸のまつやま海ごはん」、「路面電車」、「忽那諸島」。

下記の写真と文章をお読みになり、設問にお答えください。
以下の項目の魅力について、最もあてはまるものをひとつずつお選びください。

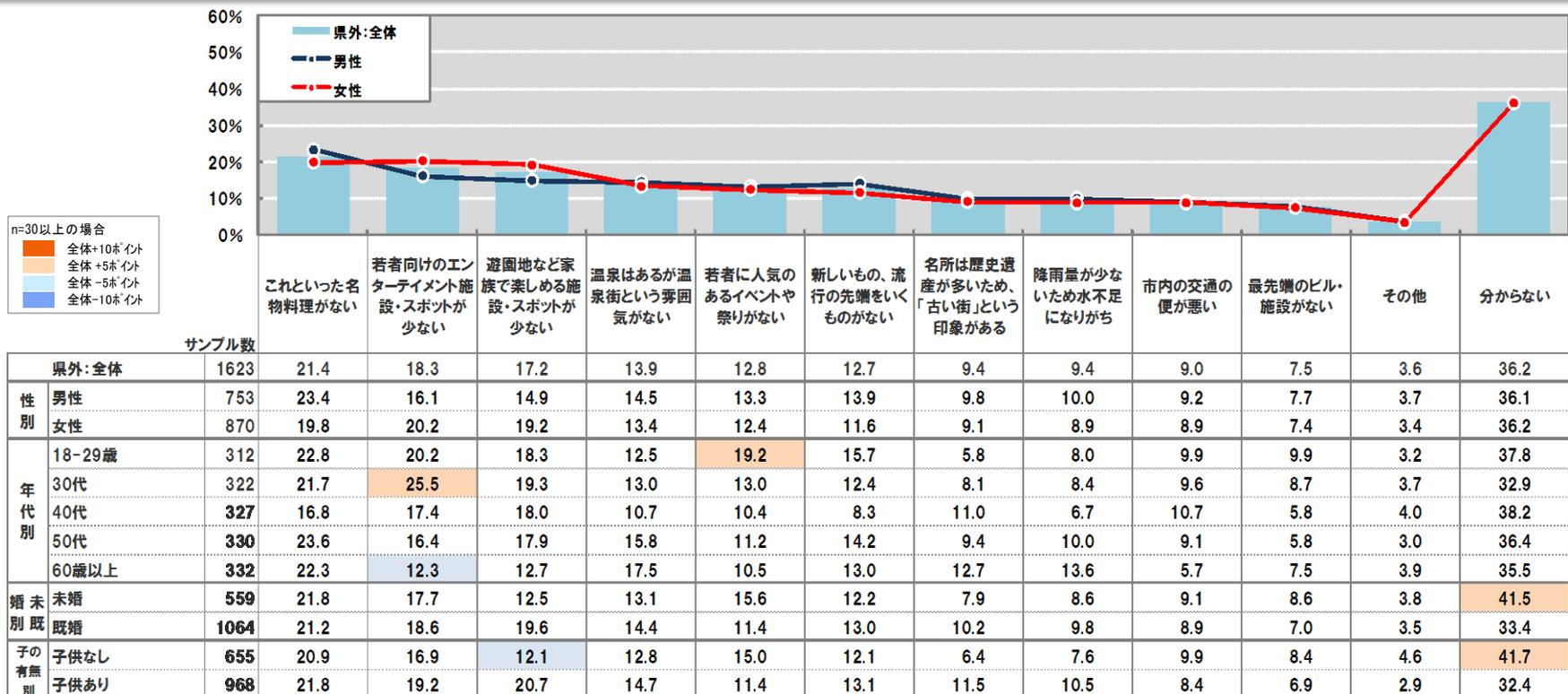


1 1-1. 非魅力点 【年代別】

■ 全体で見ると、いずれの項目も2割以下と低いが、「分らない」が36%を占めており、松山市を正しく理解できていないことがうかがえる。

- 年代別で見ると、「若者向けエンターテインメント施設～」、「若者に人気のイベント～」が18-29歳、30歳代において高いポイントを示している。
- 同じく年代別では「～古い街という印象」が18-29歳、30歳代において低いポイントであり、これは“良き歴史”と“単に古い”ことが識別されていることがわかる。
- また、「遊園地など家族で～」は、既婚・子供ありで高いポイントを示している。

松山市で魅力的でないと感じる点はどこですか？ 当てはまるものを全てお選びください。

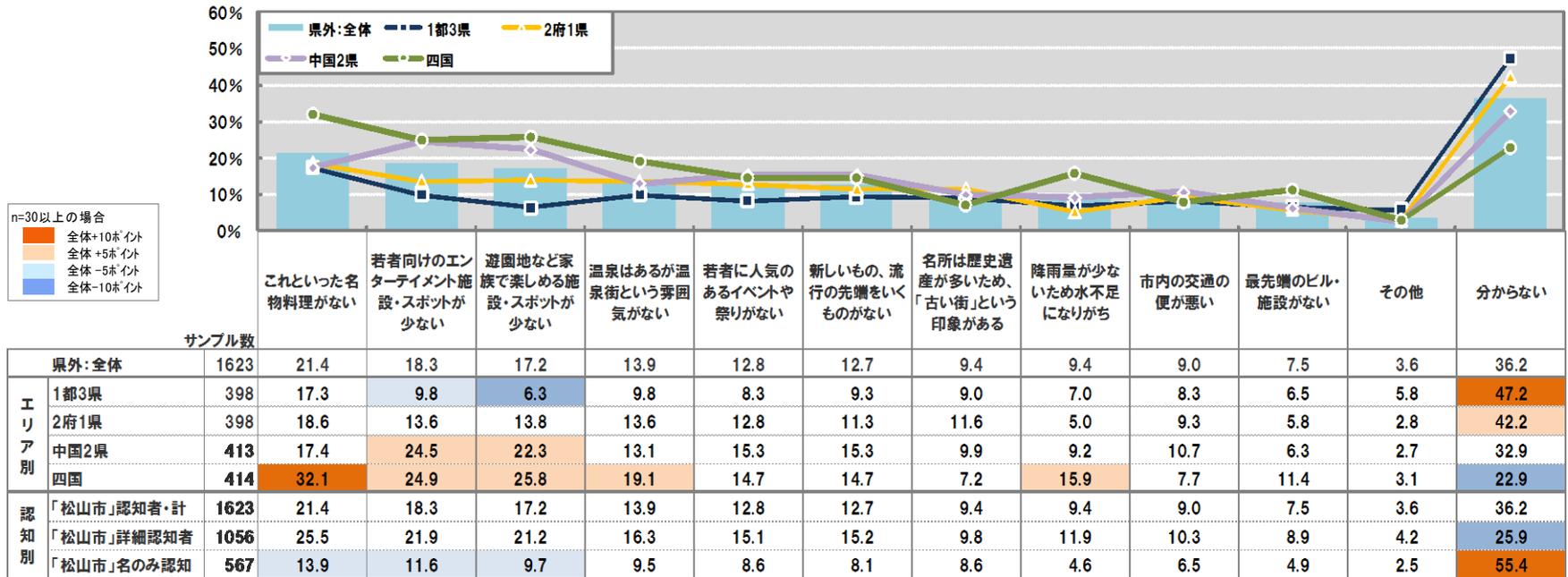


1 1-2. 非魅力点 【地域別】

■ 全体的に非魅力点は低いポイントであったが、その背景には特に関東、関西エリアで「分からない」が高いポイントを示していることがある。

- 認知別において、「～古い街という印象がある」以外は「詳細認知者」と「名前のみ認知者」の差が約5割前後で大きく差が出ている。特に「遊園地など家族で楽しめる施設・スポットが少ない」は顕著である。

松山市で魅力的でないと感じる点はどこですか？ 当てはまるものを全てお選びください。

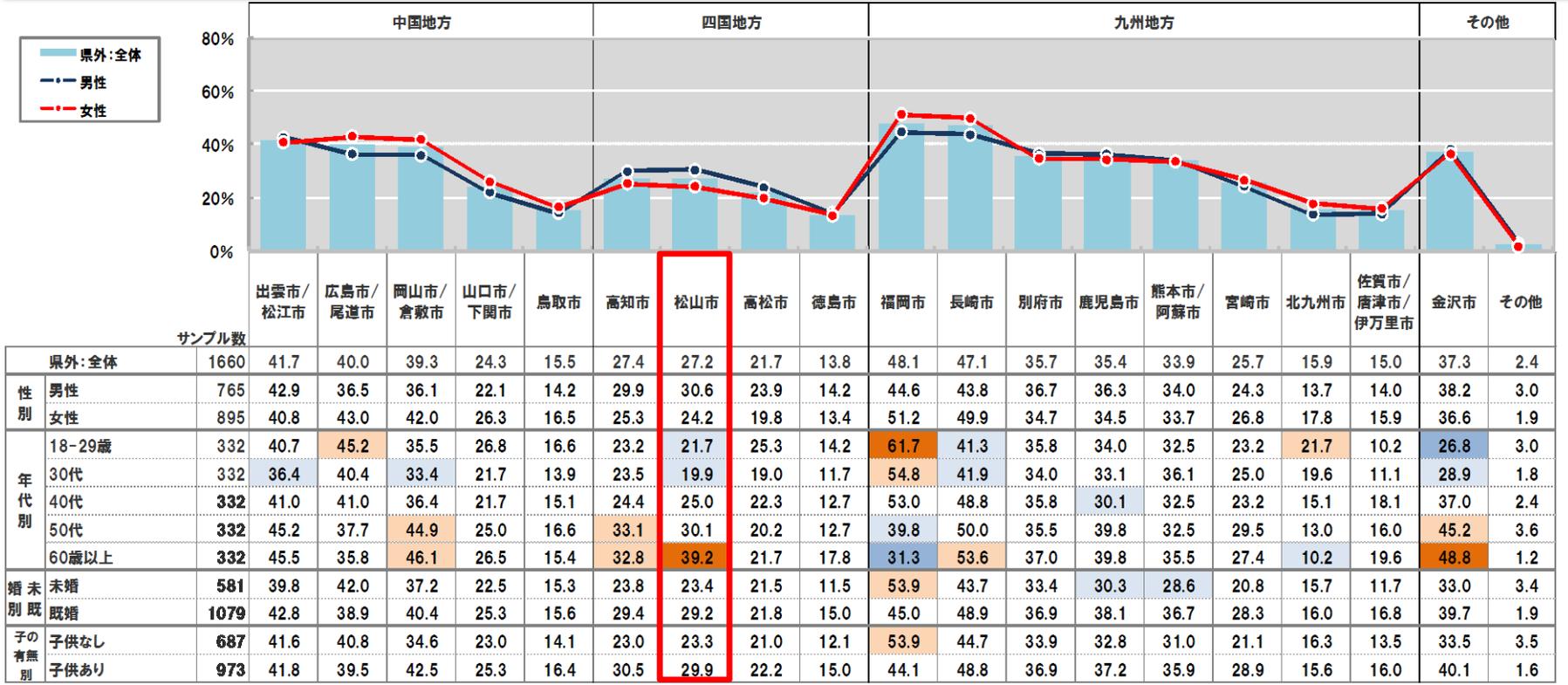


1 2-1. 魅力を感じる都市

■ 魅力を感じる都市の上位は、九州地方の「福岡市」「長崎市」、中国地方の「出雲市/松江市」「広島市/尾道市」「岡山市/倉敷市」、そして「金沢市」。松山市は全体で19項目中11番目。

- 上位2のうち、「福岡市」は若い層、特に女性において高いポイントを、一方、「長崎市」は比較的性別、年齢においてバランスのとれたポイントを示している。
- 「金沢市」は性別、年代別などすべての項目において「松山市」と同じ傾向を示している。ただし、総合ポイントにおいては金沢市の方が高い。
- 魅力・資源において「温泉」で類似のある「別府市」はどの項目においても平均的に魅力を感じられている。

中国・四国・九州地方・北陸地方であなたが魅力を感じる都市はどこですか？ 当てはまるものを全てお選びください。

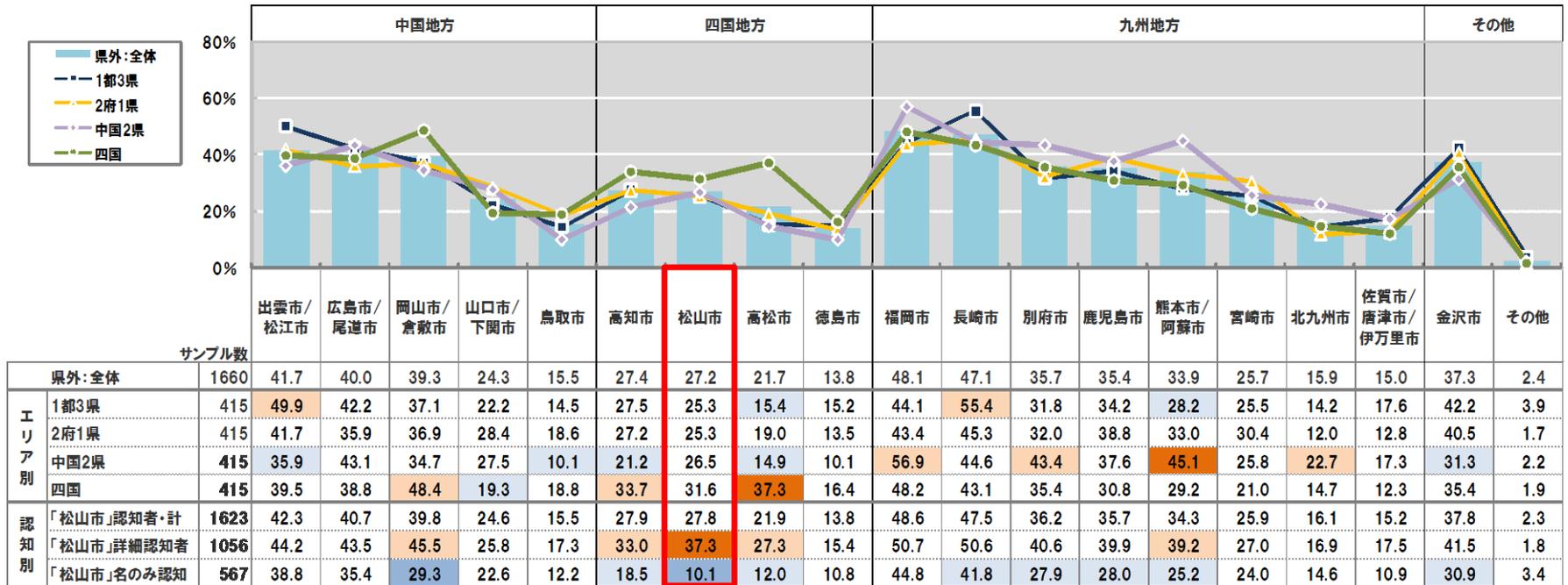


1 2-2. 魅力を感じる都市

■ 上位の都市の中で関東エリアで高いポイントを示しているのは「長崎市」、「出雲市/松江市」、「金沢市」。その他は比較的、中国・四国エリアでのポイントが高い。

- 松山市は「詳細認知者」においてポイントが高く、なおかつ「名前のみ認知者」との差も大きい。
- 松山について知れば知るほど魅力が感じられている、といえる。

中国・四国・九州地方・北陸地方であなたが魅力を感じる都市はどこですか？当てはまるものを全てお選びください。

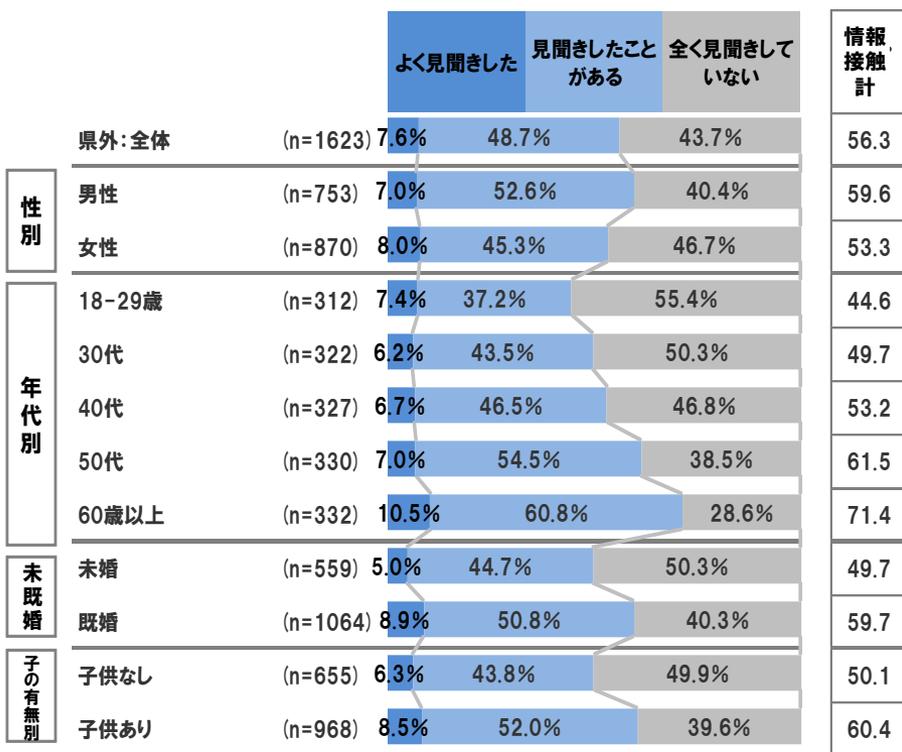


13. 情報、話題の認知状況

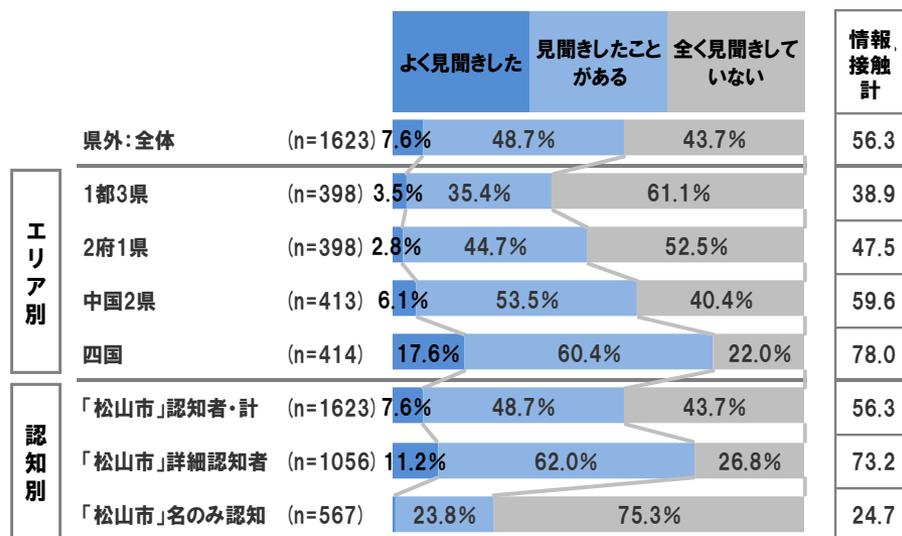
■ 全体の56%が、過去1年間に、松山市に関する情報に接触したと回答。

- 性別で見ると、女性より男性の方が見聞きしたと答えた割合が高く、男性の約6割が見聞きしたと回答。
- 年代別で見ると、年代が上がるほど見聞きした割合が高くなる傾向で、60歳以上では7割強と、18-29歳と比較して約27ポイント上回る割合。
- 地域別で見ると、松山市から遠距離になるほど見聞きした割合が低くなる傾向で、1都3県では4割弱の接触率。一方、四国では8割弱の接触率で、約39ポイントの開き。

過去1年間に松山市についての情報、話題などを見たり聞いたりしたことはありますか？
当てはまるものをひとつだけお選びください。



※3%未満の値は非表示。



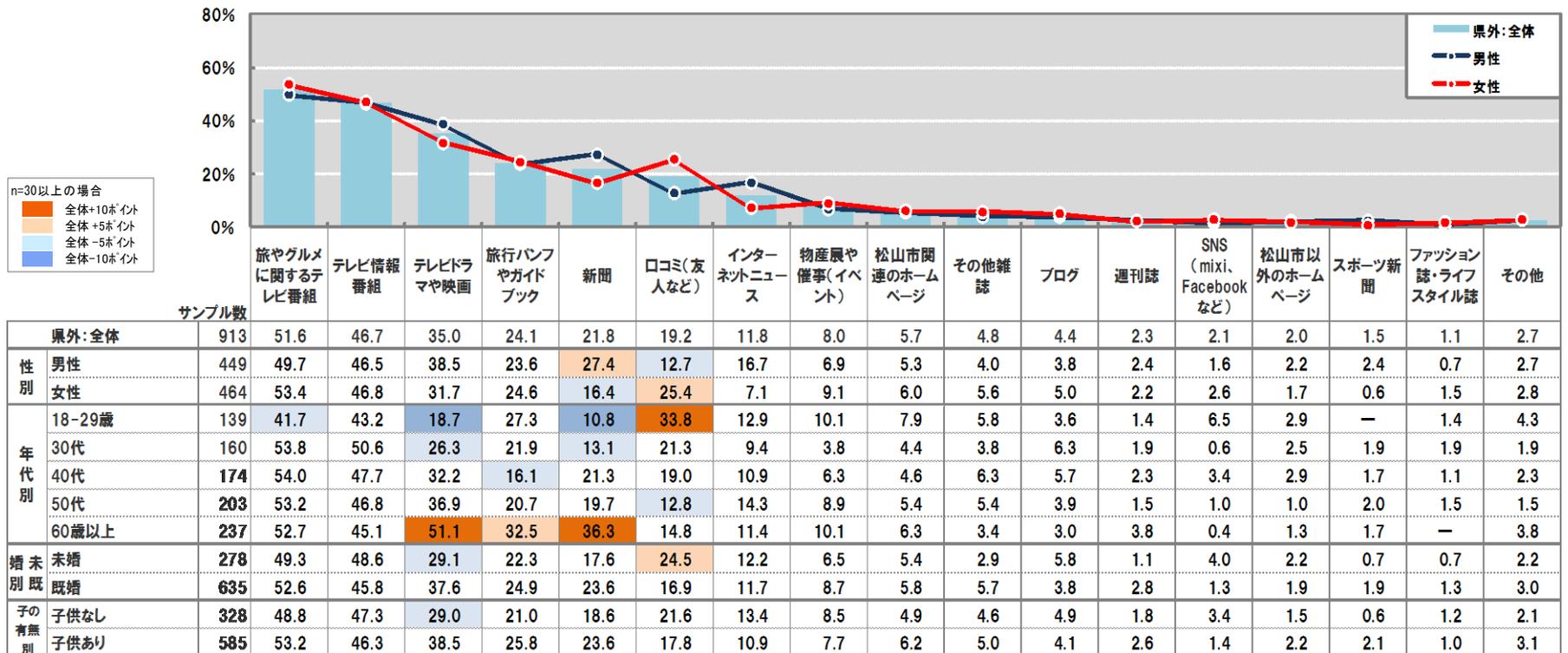
※3%未満の値は非表示。

1 4-1. 情報入手経路 【年代別】

■ 松山市に関する情報入手経路は、「旅やグルメに関するテレビ番組」「テレビ情報番組」「テレビドラマや映画」のテレビ関連が上位3項目。

- ただし、年代別では「テレビドラマや映画」が60歳以上に高いポイントで偏っており、逆に若い世代では低い。
- 同様に年代別では、「新聞」が高齢者と若者の差が大きい。
- 上位では「旅行パンフやガイドブック」も挙がっており、これも比較的高齢者にポイントが高いが、若者層との大きな差はそれほどない。
- 18-29歳の若者層で最も高いポイントを示しているのは「口コミ」であり、これは性別でも女性が高いポイントを示している。

松山市の情報や話題などを以下のどれから得ましたか？当てはまるものを全てお選びください。

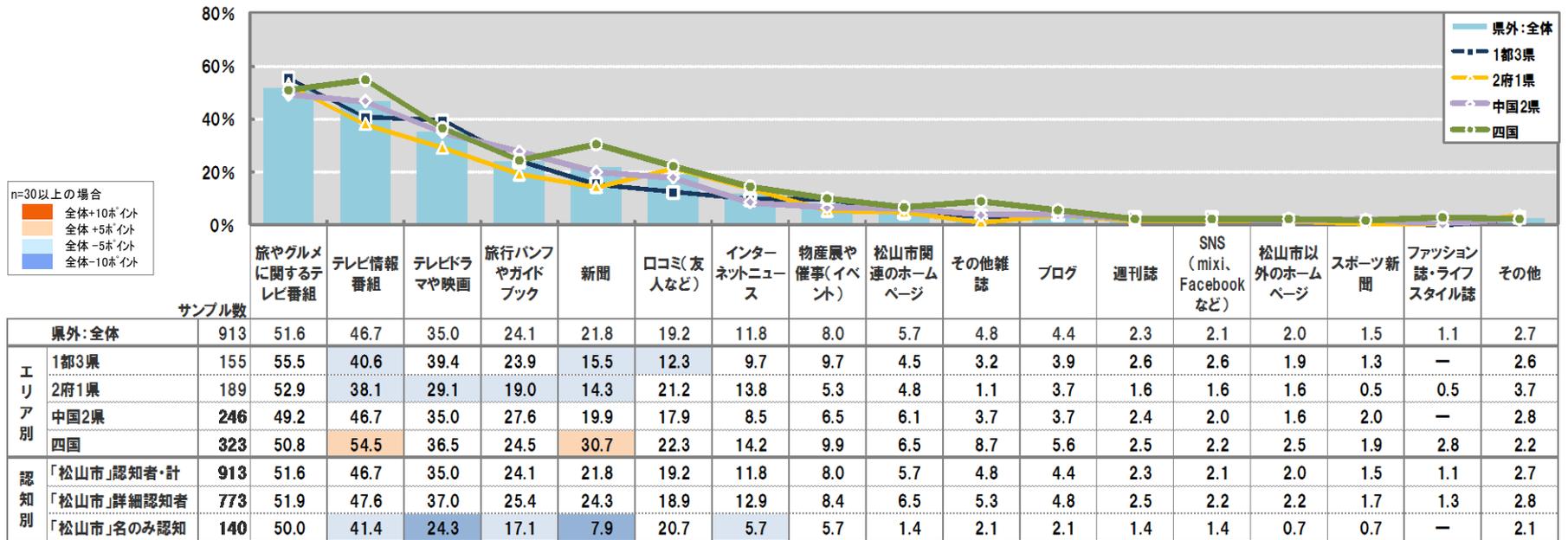


1 4-2. 情報入手経路 【地域別】

■ 「旅やグルメに関するテレビ番組」はどのエリアにおいても同程度に高いポイントを示している。

- 一方、四国・中国エリアに比べると、主に関西エリアでの情報入手において低いポイントが示されている。
- 18-29歳の若者層で最も高いポイントを示していた「ロコミ」も、関東エリアでは低くなっている。

松山市の情報や話題などを以下のどれから得ましたか？ 当てはまるものを全てお選びください。



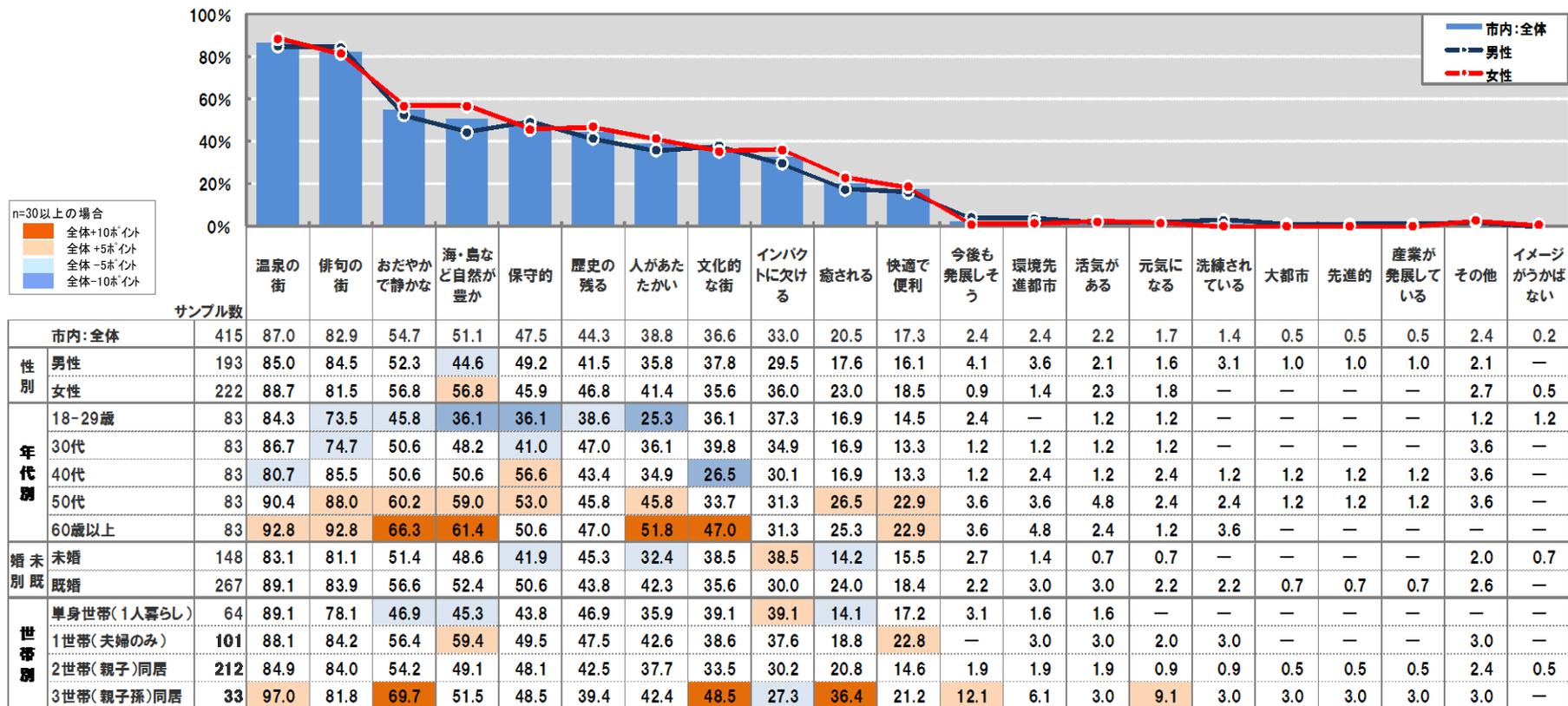
2章 都市イメージ調査結果（市内）

1. 都市イメージ

■ 年代が高いほどイメージ想起量が上がり、逆に18-29歳は低い傾向。

- 松山市民にとっては「温泉」、「俳句」がまちの二大イメージ要素となっている。
ただし、「俳句」に関しては高齢者と若者層で差がある。
- 性別でみると、女性では「海・島など自然が豊か」が57%と、男性と比較して約12ポイント上回る割合。

松山市のイメージについて、あてはまるものをすべて選んでください。



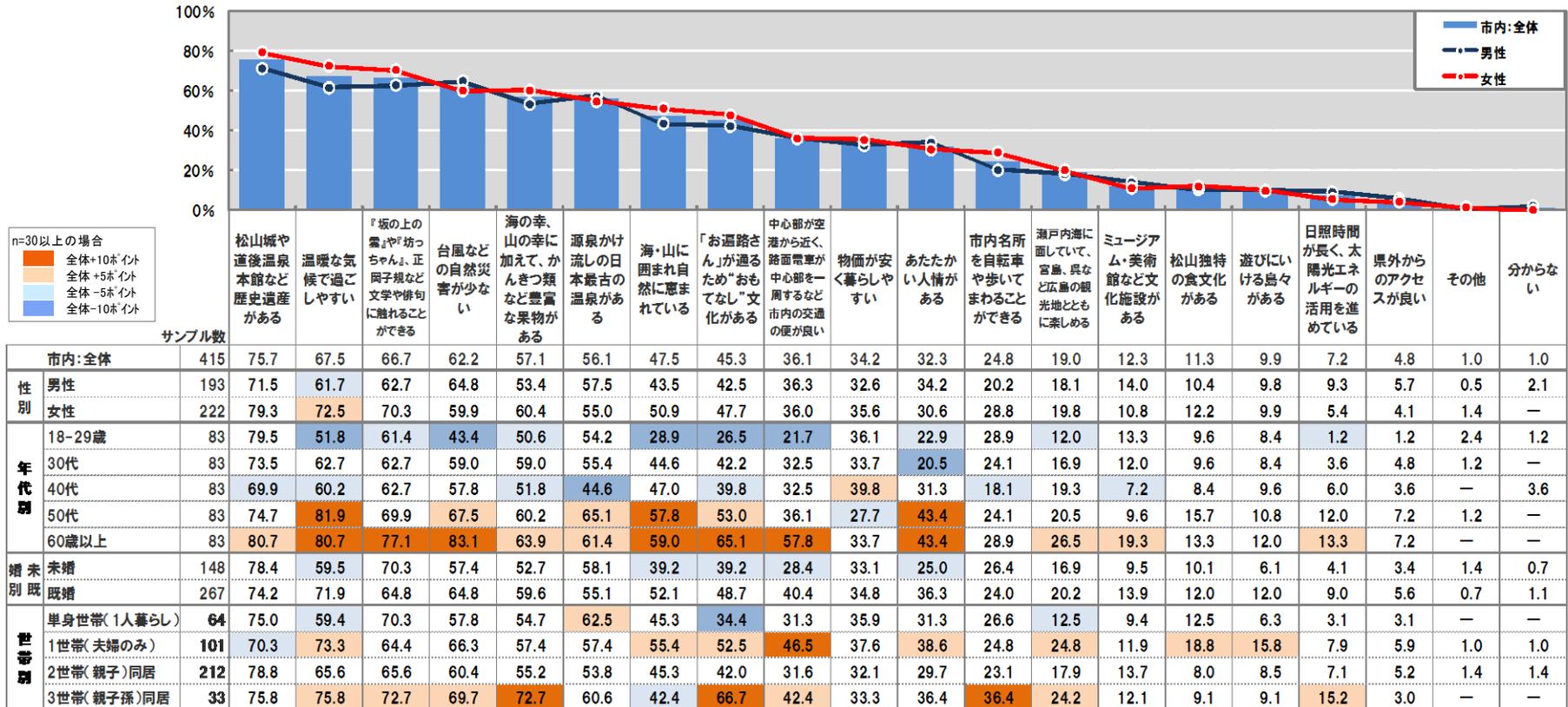
※市内:全体で降順ソート

2. 魅力点

■ 歴史遺産がトップだが、気候や自然環境が温泉と同程度もしくはそれ以上に魅力となっている。

- 年代別で見ると、年齢が上がるほど魅力点への意識が高くなる傾向にある。総じて60歳代以上は高く、18-29歳は低い。
- 歴史遺産に関しては年代に関係なく魅力と認識されている。

松山市の魅力はどこにあると思いますか？あてはまるものを全てお選びください。



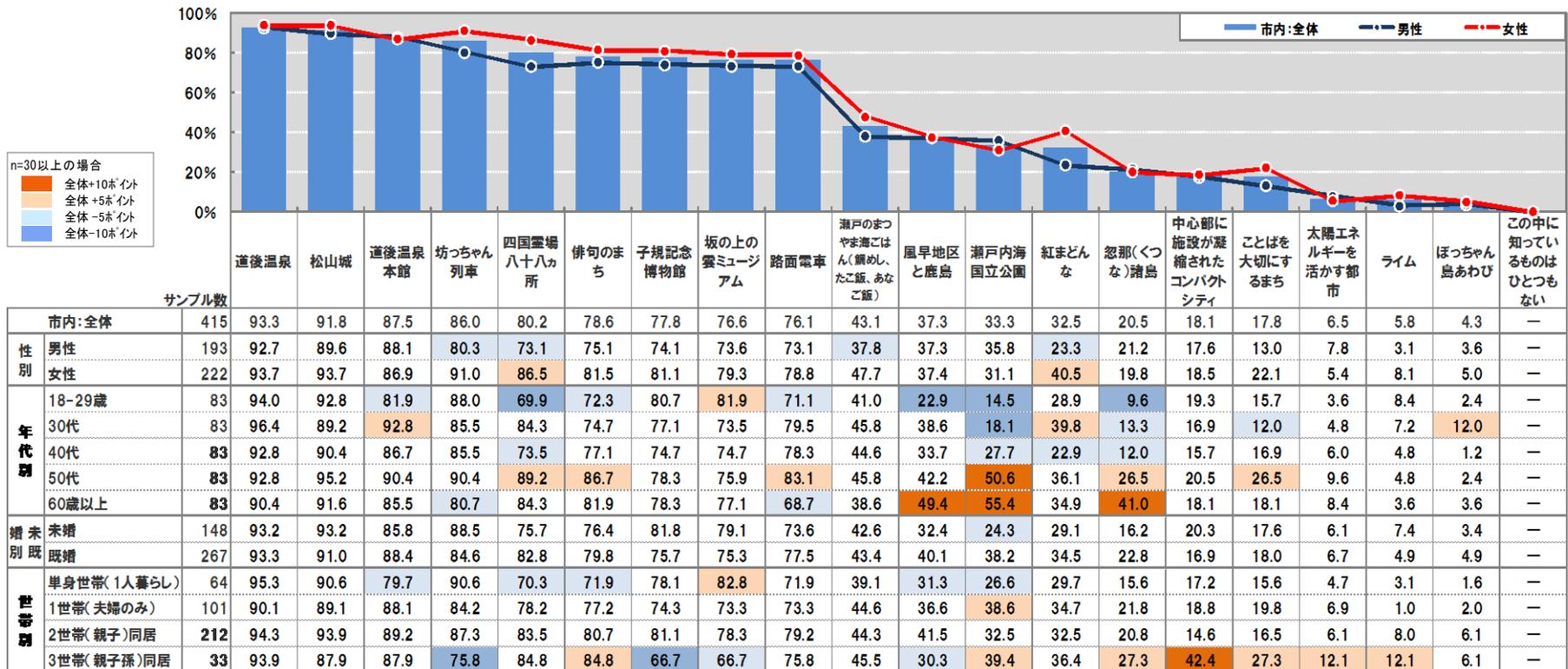
※市内:全体で降順ソート

3. 地域資源の認知状況

■ 「道後温泉（本館含む）」、「松山城」が二大要素で、以下「坊っちゃん電車（路面）」など松山市中心部にあるものが上位に目立つ。

- 「海ごはん」、「紅まどんな」、「ライム」、「ぼっちゃん島あわび」など“食”関連は比較的低いポイントとなっている。
- 年代別で見ると、50代以上では「俳句のまち」が8割以上と高い割合。また、「風早地区と鹿島」「瀬戸内海国立公園」「瀬戸内海国立公園」「瀬戸内海国立公園」「瀬戸内海国立公園」も、他の年代と比較して高い割合。

松山市の資源・魅力についてご存じのものを全て選んでください。

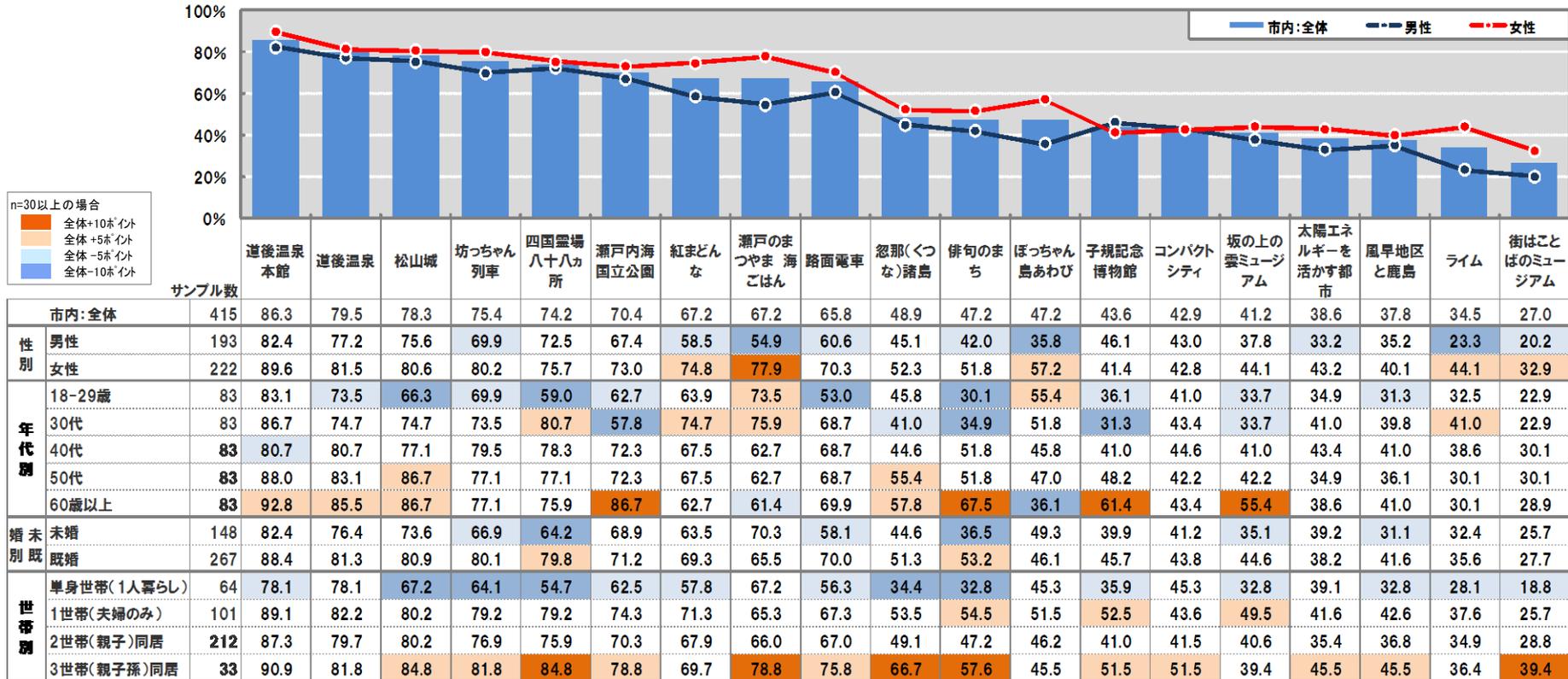


4. 地域資源に対する魅力度

■ 年代別で見ると、30代以下では「瀬戸のまつやま 海ごはん」「ぼっちゃん 島あわび」など「食」への魅力が高く、50代以上では「道後温泉」「松山城」といった文化遺産に対する魅力が高い。

- 性別で見ると、全19項目中18項目において、男性より女性の方が魅力度が高く、特に「瀬戸のまつやま 海ごはん」「ぼっちゃん島あわび」「ライム」は20ポイント以上上回る割合。
- 年代別で見ると、“食”関連は比較的若い世代に魅力と感じられている。
- 情報を提供すると、「瀬戸内海国立公園」、「紅まどんな」、「瀬戸のまつやま海ごはん」への魅力度はアップしている。

下記の写真と文章をお読みになり、設問にお答えください。以下の項目の魅力について最もあてはまるものをひとつずつお選びください。

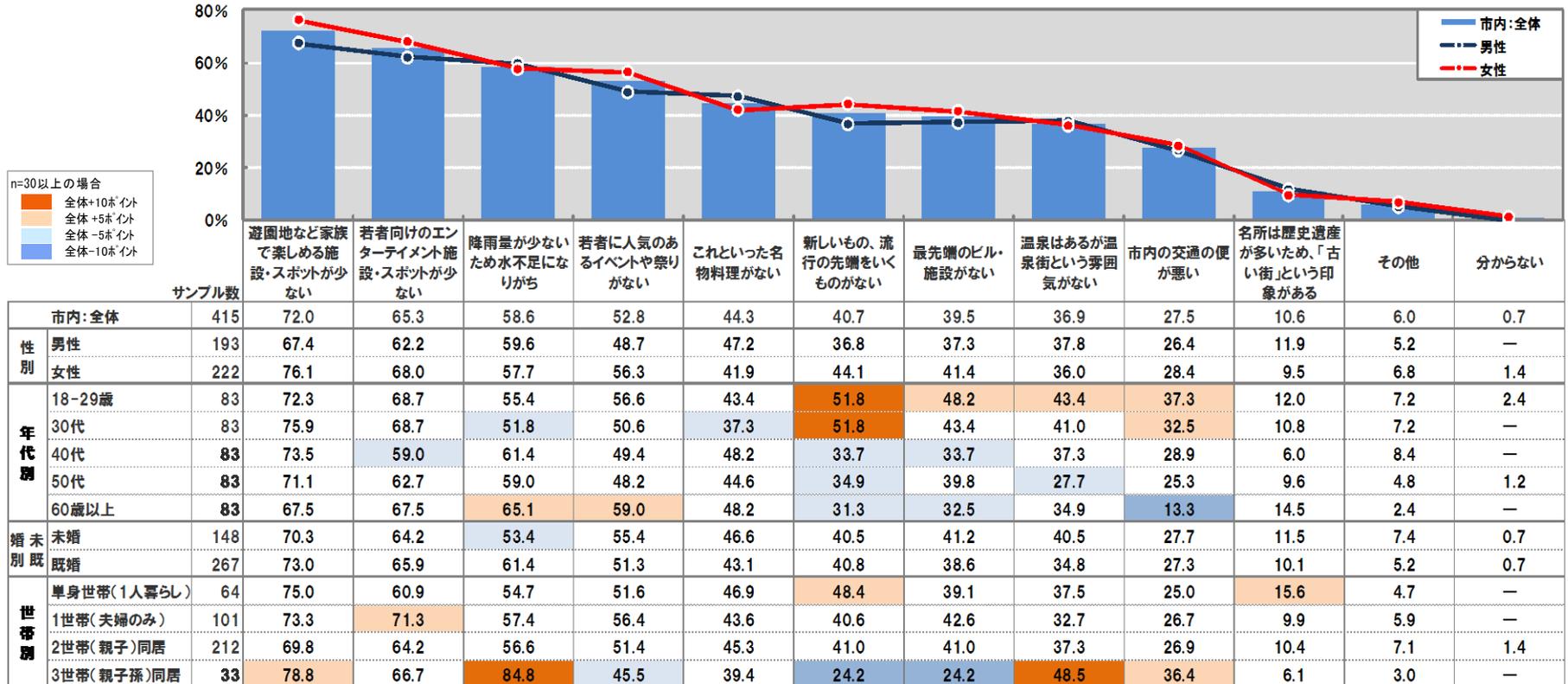


5. 非魅力点

■ 30代以下では、約半数が「新しいもの、流行の先端をいくものがない」と回答。

- 性別で見ると、女性は男性と比較して「遊園地など家族で楽しめる施設・スポットが少ない」「若者向けのエンターテイメント施設・スポットが少ない」「若者に人気のあるイベントや祭りがない」「新しいもの、流行の先端をいくものがない」と答えた人が5ポイント以上上回る。
- 年代別で見ると、30代以下では「新しいもの、流行の先端をいくものがない」が5割強と、40代以上と比較して16ポイント以上上回る。また、50代以下では年代が下がるほど「温泉はあるが温泉街という雰囲気がない」の割合が高くなる傾向。また、「市内の交通の便が悪い」も年代が下がるほど割合が高くなる傾向。

松山市で魅力的でないと感じる点はどこですか？あてはまるものを全てお選びください。

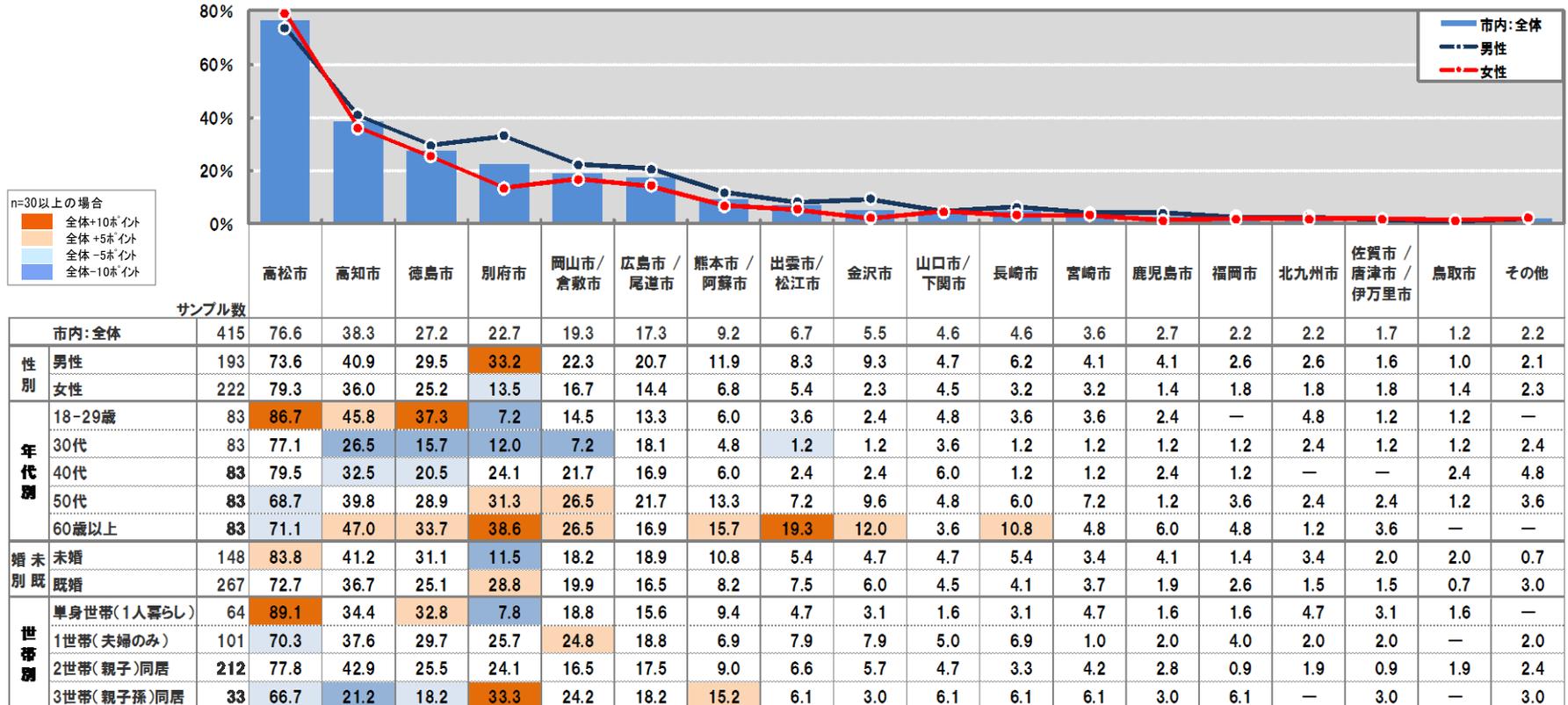


6. 競合都市

■ 松山市との競合都市は「高松市」が突出して高い割合。以下、「高知市」「徳島市」といった同じ四国のエリアや、「別府市」といった温泉があるエリアが上位。

- 性別で見ると、男性は「別府市」が3割強と、女性と比較して約20ポイント上回る割合。
- 年代別で見ると、18-29歳では「高松市」「徳島市」が他の年代と比較して高い割合。
一方、「別府市」は年代が上がるほど割合が高くなる傾向で、60歳以上では4割弱となった。

中国・四国・九州地方・北陸地方において、松山市と比べられていると思う都市を下記から全て選んでください。



3章 個別魅力資源評価（県外）

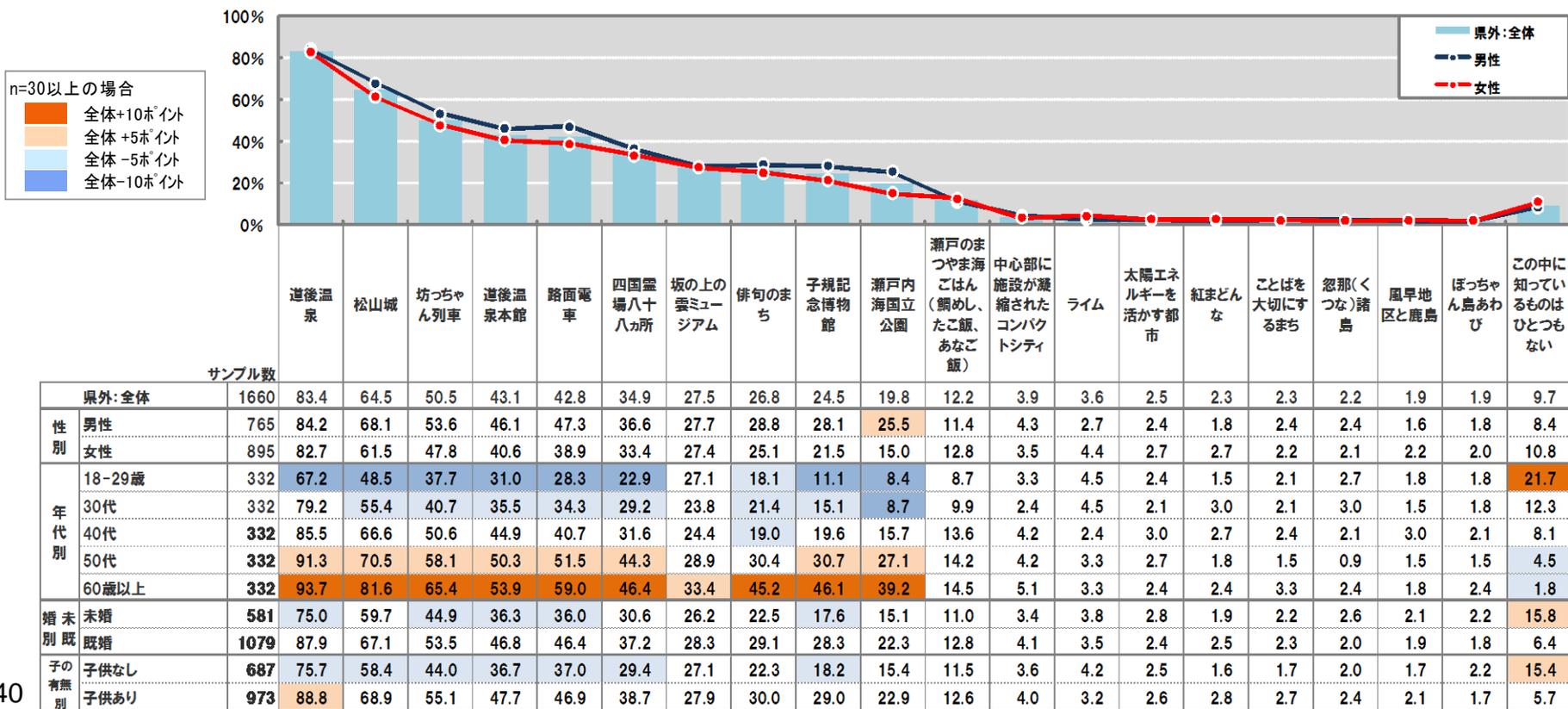
個別魅力資源の認知状況

資源名だけ見せて知っているかどうか。

■ 「道後温泉」、「松山城」がそれぞれ下位に大きな差をつけて1位、2位となっており、二つの柱ともいえる。

- 「道後温泉」が認知されている魅力として他に差をつけて約8割でトップだが、一方、「道後温泉本館」は5割程度。
- ある程度認知されている項目（「道後温泉」～「瀬戸のまつやま海ごはん」まで）は、ほとんどが60歳以上で最も高いポイントを示しており、18-29歳、もしくは30歳代の差が激しい。

Q.松山市の資源・魅力についてご存じのものを全て選んでください。



個別魅力資源の魅力度

情報提供（写真と説明文章）した後にどう感じるか？

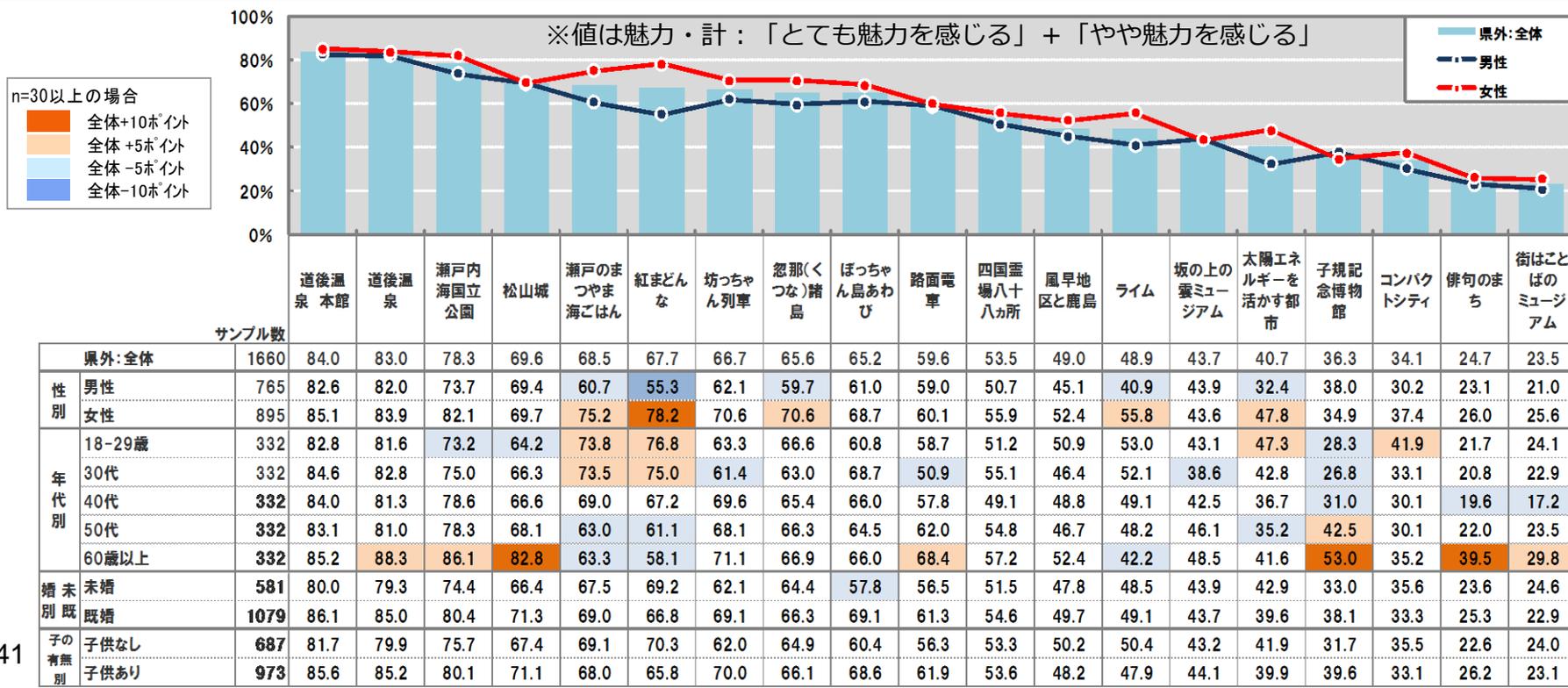
■ 各魅力資源の情報を提供すると魅力度が大きく変わる資源が多い。

- 「温泉」と「本館」の間で差異があった道後温泉もほぼ同ポイントでトップとなり、しかも年代性別に関係なく高い。
- 「瀬戸内海国立公園」が大きく上昇し、道後温泉に次いで魅力と捉えられている。
- また「忽那諸島」、「風早地区と鹿島」など低いポイントだった地域が上昇しており、しかも若い年代、女性に高い。
- 年齢・性別では特に若い女性において「食」関連の魅力度が高まっている（「瀬戸のまつやま海ごはん」、「紅まどんな」、「ぼっちゃん島あわび」、「ライム」）。

Q. 下記の写真と文章をお読みになり、設問にお答えください。

以下の項目の魅力について、最もあてはまるものをひとつずつお選びください。

「とても魅力を感じる」「やや魅力を感じる」「どちらでもない」「あまり魅力を感じない」「全く魅力を感じない」



1. 道後温泉

2. 道後温泉本館

道後温泉



三千年の歴史を誇る日本最古の温泉。古来より名湯として知られ、文人墨客も数多く訪れています。20度～55度の温度の異なる17本の源泉を調整し、加水加温をしていない本物の源泉を各旅館などに分湯しています。

道後温泉本館



道後温泉のシンボルである木造の本館は、日本唯一の皇室専用浴室があり、温泉施設としては初の国の重要文化財となっています。源泉かけ流しを堪能でき、ミシュランガイドブックでは三ツ星評価です。

■ 認知度

道後温泉の認知度は全体で8割に対して
本館の認知度は全体で4割にとどまる

■ 魅力度

- 道後温泉の魅力度は全体で8割。
- 本館も情報提供すると魅力度が8割を超える

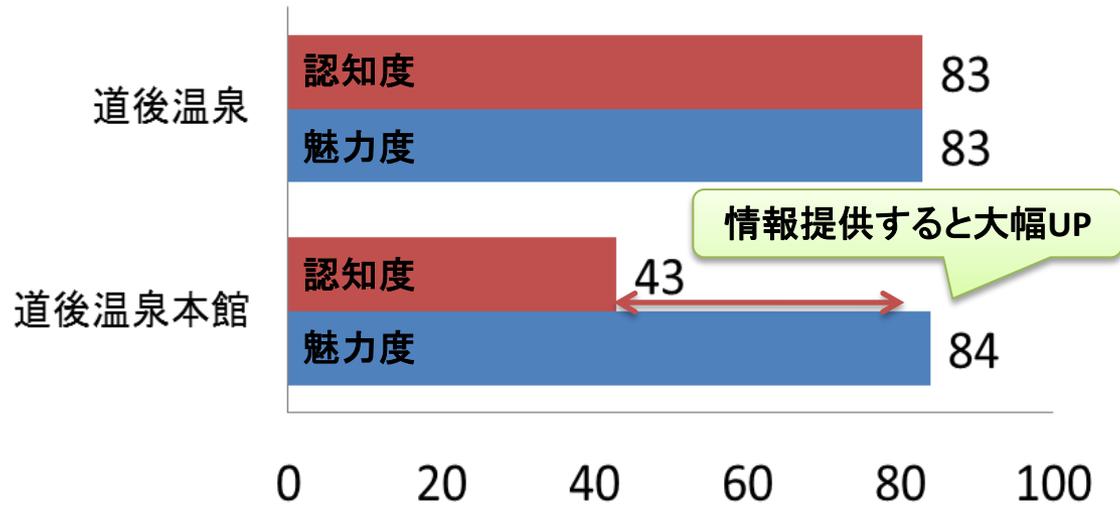
■ 対象者別クロス分析(男女×年令)

- 認知度は18-29歳で低い数値
- 魅力度は性別・年代関わらず高い数値。

	道後温泉		道後温泉本館	
	認知度	魅力評価	認知度	魅力評価
全体	83.4	83.0	43.1	84.0
男性 18-29才	63.4	73.2	27.7	72.3
男性 30-39才	75.5	81.1	35.8	82.1
男性 40-49才	82.9	81.5	47.3	87.0
男性 50-59才	92.3	82.0	51.4	84.2
男性 60-才	93.1	87.2	55.5	83.9
女性 18-29才	69.1	85.9	32.7	88.2
女性 30-39才	81.0	83.6	35.4	85.8
女性 40-49才	87.6	81.2	43.0	81.7
女性 50-59才	89.9	79.9	49.0	81.9
女性 60-才	94.7	90.4	50.9	87.7

※「認知度」は情報提供なし、「魅力評価」は情報提供後の数値

道後温泉・道後温泉本館



「道後温泉」の認知83%に対し、「本館」の認知は43%と約半分
「本館」について情報提供すると魅力的に感じる人が大幅増加

3. 瀬戸内海国立公園

日本初の国立公園で、風光明媚な風景、歴史・文化・産業など、多様な資源の宝庫です。来年の大河ドラマ「平清盛」の舞台でもあり、今後、注目が集まるエリアとなっています。



**全体として高く、女性の評価が比較的高い。
特に60歳以上は95%が魅力と感じている。**

■ 認知度と魅力度

- 若年層の認知度は1割と非常に低い。
- 年代関わらず情報提供すると魅力度は大幅上昇

■ 対象者別クロス分析(男女×年令)

- 性別では各年代で女性が約10%高い。
- 特に60歳以上の女性からは約95%と非常に高い魅力度

	認知度	魅力評価
全体	19.8	78.3
男性 18-29才	10.7	64.3
男性 30-39才	9.4	64.2
男性 40-49才	19.2	72.6
男性 50-59才	30.1	76.5
男性 60-才	41.3	81.7
女性 18-29才	7.3	77.7
女性 30-39才	8.4	80.1
女性 40-49才	12.9	83.3
女性 50-59才	23.5	80.5
女性 60-才	35.1	94.7

色	数値
黄色	全体 + 10ポイント
淡黄色	全体 + 5ポイント
淡紫色	全体 - 5ポイント
青色	全体 - 10ポイント

4. 松山城

江戸時代以前に建築された天守が現存する全国12城の1つで、火災や戦火で失われた櫓などもすべて木造で復元され、当時のままの雄姿を残しており、日本を代表する連立式平山城のひとつです。



**全体として認知度も高く魅力度も高い。
特に60歳以上は男性80%女性89%が魅力と感じている。**

■ 認知度と魅力度

- 認知度は全体で65%。道後温泉に次いで2位。
- 年代関わらず情報提供すると魅力度は大幅上昇

■ 対象者別クロス分析(男女×年令)

- 性別では男女でそれほど差はない。
- 60歳以上で高い数値を示している。

	認知度	魅力評価
全体	64.5	69.6
男性 18-29才	48.2	62.5
男性 30-39才	56.6	66.0
男性 40-49才	68.5	67.1
男性 50-59才	69.9	65.0
男性 60-才	82.1	79.8
女性 18-29才	48.6	65.0
女性 30-39才	54.9	66.4
女性 40-49才	65.1	66.1
女性 50-59才	71.1	71.8
女性 60-才	80.7	88.6

5. 瀬戸のまつやま海ごはん

瀬戸内海に面し、新鮮な水産物が豊富に水揚げされますが、中でも鯛・たこ・あなごは絶品で、これらを贅沢に使った「鯛めし」「たこめし」「あなごめし」は格別であり、市内の登録店で味わうことができます。



**女性の評価が比較的高い。（約7割～8割）
特に18-29歳の女性は82%が魅力を感じている。**

■ 認知度と魅力度

- 認知度は全年代で1割前後。
- 年代関わらず情報提供すると魅力度は大幅上昇

■ 対象者別クロス分析(男女×年令)

- 性別では各年代で女性が約10%高い。
- 特に18-29歳の女性からは約82%と非常に高い魅力度

	認知度	魅力評価
全体	12.2	68.5
男性 18-29才	5.4	57.1
男性 30-39才	7.5	65.1
男性 40-49才	12.3	63.0
男性 50-59才	12.0	62.3
男性 60-才	15.1	57.3
女性 18-29才	10.5	82.3
女性 30-39才	11.1	77.4
女性 40-49才	14.5	73.7
女性 50-59才	16.8	63.8
女性 60-才	13.2	74.6

6. 紅まどんな

愛媛の新品種で出荷時期が12月となっており、年末贈答品として注目される高級柑橘です。ゼリーのような食感で、甘い果汁とジュースーな口当たりが特徴で、カットフルーツにして食べます。



女性の評価が圧倒的に高い。（約8割）

■ 認知度と魅力度

－ 認知は2%前後だが、情報提供すると魅力度は大幅上昇

■ 対象者別クロス分析(男女×年令)

- － 圧倒的に女性に評価が高く、幅広い年代で評価されている
- － 男性の中では若い層のほうがポイントが高い

	認知度	魅力評価
全体	2.3	67.7
男性 18-29才	0.0	67.9
男性 30-39才	1.9	63.2
男性 40-49才	2.7	51.4
男性 50-59才	2.2	54.1
男性 60-才	1.8	48.6
女性 18-29才	2.3	81.4
女性 30-39才	3.5	80.5
女性 40-49才	2.7	79.6
女性 50-59才	1.3	69.8
女性 60-才	3.5	76.3

7. 坊っちゃん列車

小説「坊っちゃん」に登場した明治の風情がたっぷりの“マッチ箱のような汽車”。明治から昭和半ばまで松山平野を走っていましたが、電化で姿を消し、平成13年に復元され、毎日、運行しています。



女性の評価が比較的高い。（約7割）
特に18-29歳の女性は認知度が36%なのに対し
情報提供すると70%が魅力を感じている。

■ 認知度と魅力度

- 認知度は若年層4割、高齢層6割、全体で5割。
- 若年層の女性は情報提供すると魅力度は大幅上昇

■ 対象者別クロス分析(男女×年令)

- 性別では各年代で女性が高く約7割の魅力度。
- 年代では若年層の認知度が男女ともに低い。

	認知度	魅力評価
全体	50.5	66.7
男性 18-29才	41.1	50.9
男性 30-39才	39.6	47.2
男性 40-49才	52.1	65.1
男性 50-59才	55.2	66.7
男性 60-才	66.5	69.3
女性 18-29才	35.9	69.5
女性 30-39才	41.2	68.1
女性 40-49才	49.5	73.1
女性 50-59才	61.7	69.8
女性 60-才	63.2	74.6

8. 忽那諸島

松山沖の有人島9島を含む島々で、春は柑橘の花、夏は青く澄みきった海と白砂とトライアスロン大会、秋は歴史に育まれた祭、冬はみかんと、1年を通して島ならではの魅力が溢れています。



**全体として高く、女性の評価が比較的高い。
特に60歳以上は79%が魅力と感じている。**

■ 認知度と魅力度

– 認知は2%前後だが、情報提供すると魅力度は大幅上昇

■ 対象者別クロス分析(男女×年令)

- 性別では各年代で女性が10~15%高い。
- 特に60歳以上の女性からは約79%と非常に高い魅力度

	認知度	魅力評価
全体	2.2	65.6
男性 18-29才	2.7	55.4
男性 30-39才	2.8	52.8
男性 40-49才	2.7	62.3
男性 50-59才	1.1	63.4
男性 60-才	2.8	60.6
女性 18-29才	2.7	72.3
女性 30-39才	3.1	67.7
女性 40-49才	1.6	67.7
女性 50-59才	0.7	69.8
女性 60-才	1.8	78.9

9. ぼっちゃん島あわび

松山沖の島しょ部で養殖されるエゾアワビで、天然物と比べても肉厚で柔らかく、餌に昆布とわかめを与え、人工飼料や薬品は使わず、2～3年かけて大事に育てます。高級料亭やレストランでも使われています。



**認知度は性・年代関わらず低い。
情報提供すると全体で65%が魅力を感じている。**

■ 認知度

- 認知度は全体で2%程度。
- 性・年代関わらずまだ認知はされていない。

■ 魅力度

- 女性の30歳代、60歳以上で高い評価。
- 男性の18-29歳、30代では評価は比較的低い。

	認知度	魅力評価
全体	1.9	65.2
男性 18-29才	1.8	51.8
男性 30-39才	0.9	56.6
男性 40-49才	2.1	66.4
男性 50-59才	2.2	63.4
男性 60-才	1.8	62.4
女性 18-29才	1.8	65.5
女性 30-39才	2.2	74.3
女性 40-49才	2.2	65.6
女性 50-59才	0.7	65.8
女性 60-才	3.5	72.8

10. 路面電車

環境負荷の軽減やバリアフリー、交通渋滞緩和の観点から、路面電車が
見直される中で、市街地を循環する環状線やJR松山駅と道後温泉などを結
び、低床式車両も導入され、安全で環境にやさしい市民の足となっています。



女性の評価が比較的高い。（約6割）
特に18-29歳の女性は認知度が29%なのに対し
情報提供すると62%が魅力を感じている。

■ 認知度

- 認知度は若年層3割、高齢層6割、全体で4割
- 男女での違いはあまりない。

■ 魅力度

- 男女ともに60歳以上で高い評価を得ている。
- 男性の18-29歳、30代では評価は比較的低い。

	認知度	魅力評価
全体	42.8	59.6
男性 18-29才	27.7	52.7
男性 30-39才	35.8	45.3
男性 40-49才	43.8	58.2
男性 50-59才	53.0	61.7
男性 60-才	60.6	67.0
女性 18-29才	28.6	61.8
女性 30-39才	33.6	53.5
女性 40-49才	38.2	57.5
女性 50-59才	49.7	62.4
女性 60-才	56.1	71.1

1 1. 四国霊場八十八ヶ所

約1200年前に弘法大師(空海)により開かれ、江戸時代に盛んになったとされる四国遍路。松山市内には8つの霊場があり、お遍路さんをもてなす「お接待」の文化が、今も息づいています。



**認知度は全体で35%。性・年代での差は少ない。
魅力度は54%と一定の評価を得ている。**

■ 認知度

- 認知度は若年層3割、高齢層5割、全体で35%
- 男女での違いはあまりない。

■ 魅力度

- 女性の60歳以上で64%と高い評価を得ている。
- 男女とも50%~60%が多く、年代での差はあまりない。

	認知度	魅力評価
全体	34.9	53.5
男性 18-29才	15.2	48.2
男性 30-39才	30.2	53.8
男性 40-49才	32.9	41.8
男性 50-59才	45.9	54.1
男性 60-才	45.4	53.7
女性 18-29才	26.8	52.7
女性 30-39才	28.8	55.8
女性 40-49才	30.6	54.8
女性 50-59才	42.3	55.7
女性 60-才	48.2	64.0

12. 風早地区と鹿島

伊予の豪族 河野氏の本拠地として栄え、戦勝を祈願した「鹿島」など、その名残を伝える史跡が数多く残っています。



認知度は性・年代関わらず低い。
情報提供すると全体で49%が魅力を感じている。

■ 認知度

- 認知度は全体で2%程度。
- 性・年代関わらずまだ認知はされていない。

■ 魅力度

- 女性が高く特に18-29歳と60歳以上で評価が高い。
- 男女とも40%~60%が多く、年代での差はあまりない。

	認知度	魅力評価
全体	1.9	49.0
男性 18-29才	1.8	44.6
男性 30-39才	0.0	38.7
男性 40-49才	2.1	47.9
男性 50-59才	1.1	45.9
男性 60-才	2.3	45.9
女性 18-29才	1.8	54.1
女性 30-39才	2.2	50.0
女性 40-49才	3.8	49.5
女性 50-59才	2.0	47.7
女性 60-才	0.9	64.9

13. ライム

ライムは輸入品がほとんどですが、松山市はライムの生産量が日本一。希少な国産ライムは、香りと食味を同時に楽しめ、爽やかな香りとさっぱりとした味わいで、心も身体もシャキッと元気づけてくれます。



**認知度はまだ低いですが情報提供すると魅力度は大幅上昇。
女性の評価が比較的高い。（約6割）**

■ 認知度

- 認知は3%前後だが、情報提供すると魅力度は大幅上昇

■ 魅力度

- 男性4割、女性6割弱、全体で5割の魅力度
- 女性の評価が高く、幅広い年代で評価されている
- 男性の中では若い層のほうがポイントが高い

	認知度	魅力評価
全体	3.6	48.9
男性 18-29才	5.4	46.4
男性 30-39才	3.8	45.3
男性 40-49才	0.7	38.4
男性 50-59才	2.7	41.0
男性 60-才	2.3	37.6
女性 18-29才	4.1	56.4
女性 30-39才	4.9	55.3
女性 40-49才	3.8	57.5
女性 50-59才	4.0	57.0
女性 60-才	5.3	50.9

14. 坂の上の雲ミュージアム

松山市が進める『坂の上の雲』まちづくりの中核施設で、建築家・安藤忠雄氏の設計。志を胸に一歩ずつ坂道を登っていった主人公たちの思いを反映させた館内には、小説の世界や明治の日本を分かりやすく紹介しています。



認知度は全体で28%。性・年代での差は少ない。
魅力度は全体で44%と全ての年代で一定の評価。

■ 認知度

- 認知度は全ての年代で2割～3割で、全体で約3割
- 男女での違いはあまりない。

■ 魅力度

- 女性の60歳以上で52%と高い評価を得ている。
- 男女とも40%～50%が多く、年代での差はあまりない。

	認知度	魅力評価
全体	27.5	43.7
男性 18-29才	23.2	38.4
男性 30-39才	24.5	40.6
男性 40-49才	24.0	42.5
男性 50-59才	30.1	47.0
男性 60-才	32.1	46.8
女性 18-29才	29.1	45.5
女性 30-39才	23.5	37.6
女性 40-49才	24.7	42.5
女性 50-59才	27.5	45.0
女性 60-才	36.0	51.8

15. 太陽エネルギーを活かす都市

市民・企業・行政がパートナーシップを結成し、年間日照時間が全国平均を大きく上回る松山の気候的特性を活かして、太陽エネルギーの活用を核にクリーンエネルギーの普及・拡大による「脱温暖化」と「産業創出」を目指しています。
(松山サンシャインプロジェクト)



認知度はまだ低いが情報提供すると魅力度は大幅上昇。
女性の評価が比較的高い。(約5割)

■ 認知度

認知は2%前後だが、情報提供すると魅力度は大幅上昇

■ 魅力度

- 男性3割、女性5割弱、全体で4割の魅力度
- 女性の評価が高く、幅広い年代で評価されている
- 男性の中では若い層のほうがポイントが高い

	認知度	魅力評価
全体	2.5	40.7
男性 18-29才	1.8	35.7
男性 30-39才	0.9	35.8
男性 40-49才	2.1	30.1
男性 50-59才	3.3	28.4
男性 60-才	2.8	33.9
女性 18-29才	2.7	53.2
女性 30-39才	2.7	46.0
女性 40-49才	3.8	41.9
女性 50-59才	2.0	43.6
女性 60-才	1.8	56.1

16. 子規記念博物館

俳句の革新を遂げた正岡子規の生涯や業績を紹介した文学系博物館です。子規の世界を通して、松山の伝統文化や文学に触れることができます。



認知度は全体で25%。魅力度は全体で36%。
認知度・魅力度ともに年代での差が大きい。

■ 認知度

- 認知度は若年層1割、60歳以上で5割と年代の差が大きい。
- 男女での違いはあまりない。

■ 魅力度

- 魅力度は若年層2割、60歳以上で5割と年代の差が大きい。
- 男女での違いはあまりない。

	認知度	魅力評価
全体	24.5	36.3
男性 18-29才	8.0	23.2
男性 30-39才	17.9	25.5
男性 40-49才	19.9	28.1
男性 50-59才	31.1	43.7
男性 60-才	46.3	53.7
女性 18-29才	12.7	30.9
女性 30-39才	13.7	27.4
女性 40-49才	19.4	33.3
女性 50-59才	30.2	40.9
女性 60-才	45.6	51.8

17. コンパクトシティ

人口52万の四国最大の都市ですが、都市機能が市中心部に集まり、効率的な交通網も充実し、快適・便利で賑わいのある都市空間が形成されています。空港も市街地から近く(車で15分)、便利です。



**認知度は低いが情報提供すると魅力度は上昇。
18-29歳の男女、60歳以上の女性の魅力度が高い。**

■ 認知度

認知は4%前後だが、情報提供すると魅力度は上昇

■ 魅力度

- 性別では女性が比較的評価が高い。
- 男女ともに18-29歳の評価が高い。
- 60歳以上の女性でも評価が高い。

	認知度	魅力評価
全体	3.9	34.1
男性 18-29才	3.6	41.1
男性 30-39才	2.8	25.5
男性 40-49才	2.7	27.4
男性 50-59才	3.8	26.8
男性 60-才	6.9	31.7
女性 18-29才	3.2	42.3
女性 30-39才	2.2	36.7
女性 40-49才	5.4	32.3
女性 50-59才	4.7	34.2
女性 60-才	1.8	42.1

18. 俳句のまち

市民の俳句活動が活発な松山では、観光地などに「観光俳句ポスト」が設置され、誰でも投句ができ、2ヶ月一度、選句しています。毎年8月には「俳句甲子園」も開催され、夏の風物詩となっています。



**認知度は全体で27%。魅力度は全体で25%。
認知・魅力共に若年層での数値が低い。**

■ 認知度

- 認知度は若年層18%、60歳以上で45%と年代の差が大きい。
- 男女での違いはあまりない。

■ 魅力度

- 魅力度は若年層2割、60歳以上で4割と年代の差が大きい。
- 男性の18-29歳、30-39歳、40-49歳では数値が低い。

	認知度	魅力評価
全体	26.8	24.7
男性 18-29才	17.9	17.9
男性 30-39才	20.8	15.1
男性 40-49才	15.8	13.7
男性 50-59才	31.1	20.2
男性 60-才	45.0	38.5
女性 18-29才	18.2	23.6
女性 30-39才	21.7	23.5
女性 40-49才	21.5	24.2
女性 50-59才	29.5	24.2
女性 60-才	45.6	41.2

19. 街はことばのミュージアム

子規や漱石という明治の文豪を輩出した松山では、「ことば文化」にこだわりを持ち、公募で選ばれた「ことば」を誰もが目にできるように電車や観光地などに大きく掲出し、興味や愛着の持てる「街はことばのミュージアム」を展開しています。



認知度は全体で2%。魅力度は全体で24%。

■ 認知度

- 認知は2%前後。

■ 魅力度

- 魅力度は全体で24%。年代での差はあまりない。
- 男性の30-39歳、40-49歳では数値が低い。
- 女性の60歳以上では数値が比較的高い。

	認知度	魅力評価
全体	2.3	23.5
男性 18-29才	0.9	23.2
男性 30-39才	2.8	14.2
男性 40-49才	2.1	12.3
男性 50-59才	1.1	24.0
男性 60-才	4.1	26.6
女性 18-29才	2.7	24.5
女性 30-39才	1.8	27.0
女性 40-49才	2.7	21.0
女性 50-59才	2.0	22.8
女性 60-才	1.8	36.0

