

新どさんごレポート vol.14

テーマ：道外から見た「北海道」その①

北海道は外からどう思われているか、どんな人が北海道を好きなのか？
意外なファン像が明らかになってきました。

北海道博報堂「新どさんご研究所（新ど研）」では、生活者を取り巻く環境の変化に伴い、道民意識や行動も変わっていくという仮説のもと、「一步先の道民＝新どさんご」の姿を生活者データの分析や未来予測から提言していきます。これまでのレポートでは、全13回にわたり北海道の「中」を深掘りしてきた新ど研。今回からは視点を新たに「外」から見た北海道について研究します。

今回のテーマについて

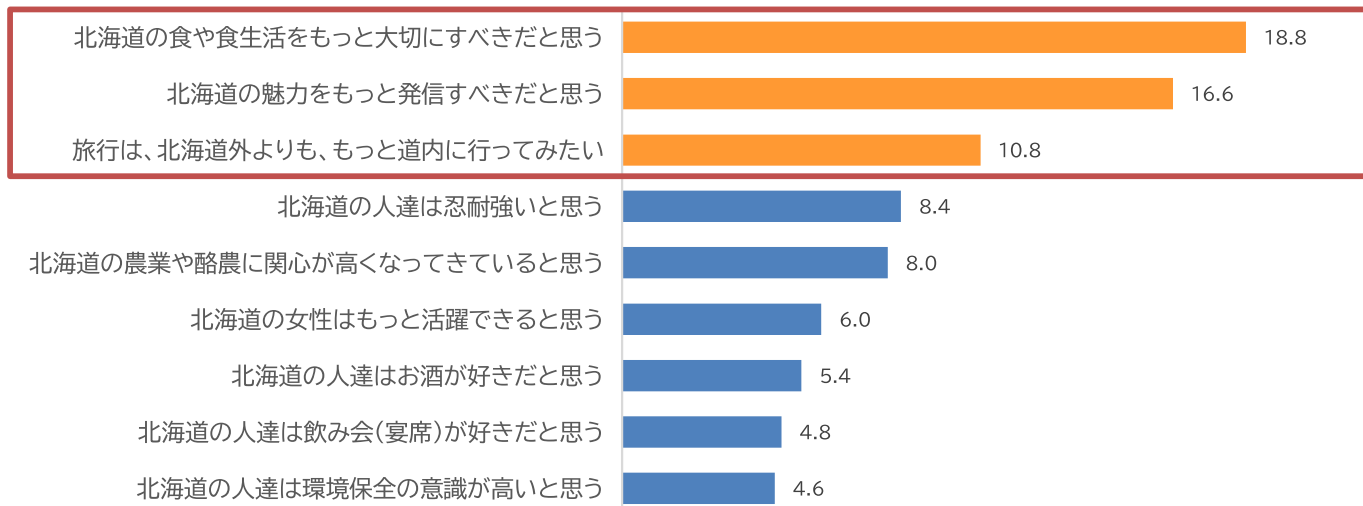
今回のテーマは、道外から見た「北海道」。道民のみならず道外からもファンが多い北海道。そこには、どのような価値があるのかについて、シリーズで研究していきたいと思えます。道内外1500サンプルを対象としたオリジナル定量調査で見えてきた意識や道外の生活者北海道意識の傾向についてインタビューも実施しました。まずは、道外の北海道ファンのアウトラインについてご紹介いたします。

1. 北海道の魅力は？

道外から見た北海道の魅力ポイント

新ど研の定量調査から、道外から見た北海道への意識項目の中で高いものを確認しました。「北海道の食や食生活をもっと大切にすべきだと思う」「北海道の魅力をもっと発信すべきだと思う」「旅行は、北海道外よりも、もっと道内に行ってみいたい」という項目がトップ3となり、食や旅の魅力度が高いことがわかります。

道外から見た北海道への意識



2. 北海道ファンは誰？

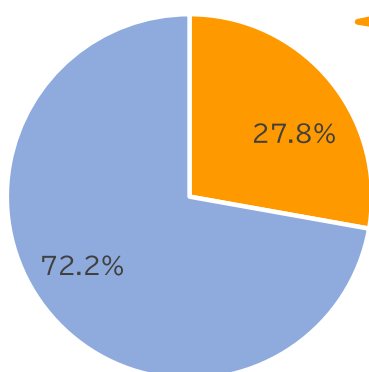
道外北海道ファンを定義

北海道の魅力はさまざまですが、トップ3項目にすべてあてはまる層こそ北海道の価値を実感して、発信していきたいと思っている人たちかと思えます。そこで、調査結果からそのような北海道ファン層を定量的に抽出しました。

「北海道の食や食生活をもっと大切にすべきだと思う」
 「北海道の魅力をもっと発信すべきだと思う」
 「旅行は、北海道外よりも、もっと道内に行ってみたい」

3項目全てに
 「あてはまる」+「まああてはまる」回答者
 ⇒<北海道ファン層>と定義

道外の北海道ファン層:27.8%



道外の3割弱もファンが存在！

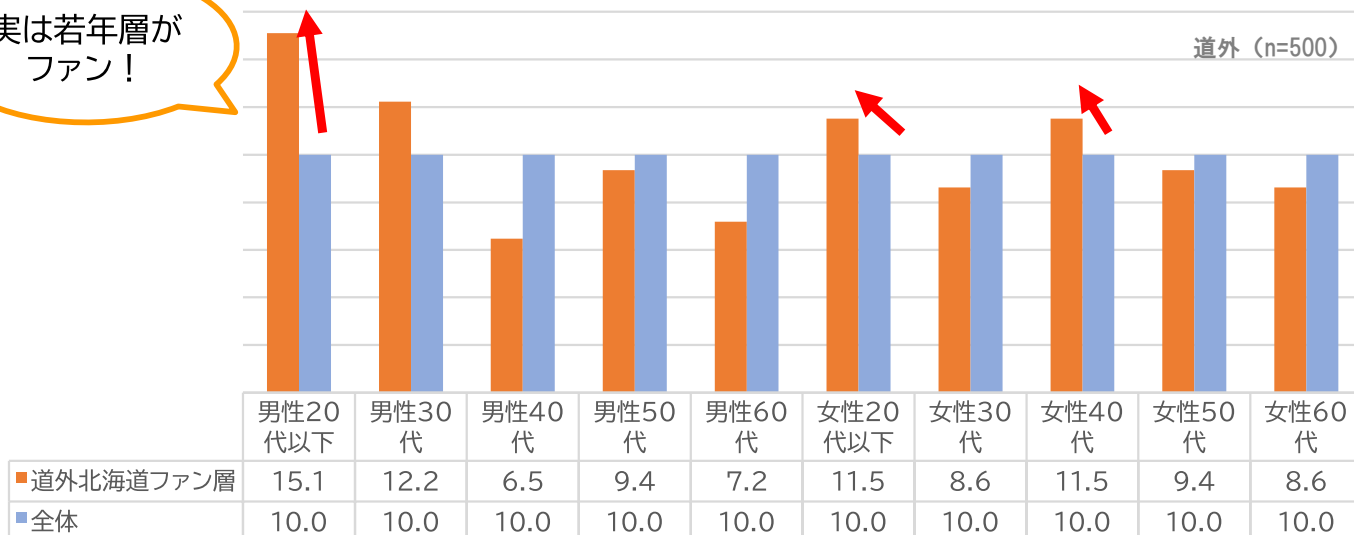
北海道ファンはどんな人？

北海道ファン層の性別・年代をそれぞれ集計し、グラフ化したものが下記の属性比較のグラフです。この結果を見ると「北海道外の北海道ファン」について興味深い結果がいくつか読み取ることができます。

- ①全世代・性別の中で男性20代以下が最も高い(15.1%)。
- ②男女共に北海道好意層の分布は相似しているが、男性40代と女性40代で最も大きな差がある。
- ③女性では20代以下も高く、男性20代以下と合わせて若年層のファンが多い傾向。

道外の北海道好意層 属性比較

実は若年層がファン！



道外の若年層に、北海道ファンが多い傾向を確認。
 その背景に迫るため、該当者へインタビューを行いました。(次ページへ)

3. 北海道ファンの声は？

今回は、北海道ファン層の中でも数値の高い20代の男性、女性の計4名にインタビューを行いました。北海道の食や旅の魅力について生声を聞いてみました。

「北海道の食や食生活をもっと大切にすべきだと思う」のはなぜか？

Q 北海道のイメージは？

ご飯が美味しい(夏は野菜がおいしい、冬は海鮮がおいしい、肉は通年おいしい)。メロン、チーズケーキ、生キャラメルetc…。
結論食べ物全部おいしい！

〇さん(京都府出身・埼玉県在住)、25歳、大学院生

Q 北海道の魅力といえば？

北海道は土地が広い。農業が発達、食料生産が盛んで、国内の食料自給率の向上に貢献している。
北海道は人間の生存に貢献している！

Ｔさん(徳島県出身・東京在住)、27歳、フリーエディター

北海道の食の魅力を感じているのは、まずは美味しさの体験による実感があり、それをきっかけとして食の経済的な価値や社会課題解決への意義までつながっていることかと思われます。

「旅行は、道外よりもっと道内に行ってみたい」のはなぜか？

Q 北海道の魅力は？

道が広く、自然が多い。風景が美しい。
散歩しやすいし、したくなる環境が北海道ならではの魅力。

Ｋさん(東京都出身・東京都在住)、27歳、脚本家

Q 北海道で想起することは？

北海道は広いので1人当たりの面積が広い。息苦しくなく、
呼吸がしやすそう。

Ｙさん(東京都出身・東京都在住)、24歳、大学院生

Q 北海道の中で行きたい土地はありますか？

札幌(中心街)、旭山動物園、小樽、網走、洞爺湖、ウポポイなどなど、まだ行ってみたい場所が**沢山ある**。

〇さん(京都府出身・埼玉県在住)、25歳、大学院生

北海道の自然や景色、そして“空気”がきれいという好印象や実感があり、広い北海道に共通しています。その上で、札幌をはじめ道外でも知られている地域や具体的な施設などが旅の候補になっていました。

今回の
発見ポイント



道外から好意を持つ若年層が多い北海道。 全体的に良いイメージではあるものの、 どさんこか否かで注目ポイントには差異も。

今回の調査・インタビューを通して、旅行・観光、グルメ、農業・酪農、生活・教育、食品、イベントなど多岐に渡る分野において複数の具体的な連想と好意的な反応が返ってくる部分が多いことが印象的でした。

例えば、北海道ファン層では「食品を買うときには、生産地が気になる方だ：21.6%（全体17.6%）」など食の安全性に敏感な人が多いのかもしれませんが。

北海道を認知したタイミングも総じて早く、「気づいたら知っている雄大な大地・北海道」というのが北海道に共通する認識のようです。

情報接触のタイミングとしては、北海道を特集した雑誌・テレビ番組、ネット動画などが多く、北海道訪問の予定があるなど自ら積極的に情報を取りに行く以外は、受動的な情報接触が多いようです。

逆説的に考えると、積極的に情報を取りに行かなくても情報接触のタイミングが少なくなることが北海道の人気の高さの査証かもしれません。

また、インタビューをする中で感じた、北海道出身・在住者と北海道外出身・在住者のギャップとしては、北海道が発祥の食べ物・イベント、北海道出身の有名人・著名、北海道が舞台となる漫画・映画などのコンテンツなど、北海道にゆかりのある事象に対する注目度の違いがありました。

今回は「外」から見た総論的な北海道のイメージをレポートしましたが、次回以降は観光・グルメ・コンテンツなどテーマごとにレポートしていきます。

今回担当：



●調査概要 新どさんこリサーチ2023
2023年12月実施 インターネット調査 1,500サンプル（道内1,000サンプル）
（2017年から同設計にて毎年11月～12月に実施）

・HAKUHODO・ **新ど研**
北海道博報堂 新どさんこ研究所

北海道博報堂「新どさんこ研究所」（新ど研）とは？

北海道民の今の姿をデータで明らかにしながら、「一步先の北海道民＝新どさんこ」と定義して、その変化を予測・提言する（株）北海道博報堂が設立した研究組織。

お問い合わせ先

株式会社北海道博報堂
新どさんこ研究所
☎011-251-0175 / ✉shindoken@hakuodo.co.jp

公式HP

<http://shindoken.com/>

過去のレポートはこちら！

