

大分が過去最高の15位 都道府県別魅力度ランキング 復興応援、観光意欲落ちず

民間シンクタンク、ブランド総合研究所（東京都）が19日発表した「地域ブランド調査2016」の都道府県別魅力度ランキングで、大分県が過去最高の15位（点数は16・5）となった。同研究所は「熊本・大分地震の発生で注目が集まったことに加え、復興応援の思いや『九州ふっこう割』もあり、大分への観光意欲が落ちなかったことが要因では」と分析している。

調査は6月24日～7月30日までインターネットを通じて実施。全国の20～70代の男女約3万3000人に認知度、魅力、観光・居住意欲など77項目のアンケート結果を集計、数値化した。今年で11回目。

大分県の魅力度は前年の32位（14・0）から順位を17上げ、全都道府県のうち最も大きな伸びだった。

過去1年以内に大分県の情報を見聞きしたかを示す「情報接触度」は前年の44位（28・5）から17位（38・8）に上昇。研究所によると、地震の報道の影響が大きいとみられるものの、テレビCMや自治体のホームページで情報を得たという回答も前年に比べ伸びていたという。

地震関連の報道が多かったにもかかわらず、「観光意欲度」の点数は33・2で、前年の33・9からほぼ横ばい。上位の都道府県が点数を下げたため順位は16位（前年27位）に上昇した。

県広報広聴課は魅力度が上がったことについて「地震後、おんせん県のテレビCMを各地で流したり、民間と一体となって大分の元気な姿を見せたことが功を奏したのではないかと分析。「来年も順位を保持するよう、観光に加え移住促進などの情報もさらに発信していきたい」としている。

の男女約3万3000人に認知度、魅力、観光・居住意欲など77項目のアンケート結果を集計、数値化した。今年で11回目。

大分県の魅力度は前年の32位（14・0）から順位を17上げ、全都道府県のうち最も大きな伸びだった。

過去1年以内に大分県の情報を見聞きしたかを示す「情報接触度」は前年の44位（28・5）から17位（38・8）に上昇。研究所によると、地震の報道の影響が大きいとみられるものの、テレビCMや自治体のホームページで情報を得たという回答も前年に比べ伸びていたという。

地震関連の報道が多かったにもかかわらず、「観光意欲度」の点数は33・2で、前年の33・9からほぼ横ばい。上位の都道府県が点数を下げたため順位は16位（前年27位）に上昇した。

県広報広聴課は魅力度が上がったことについて「地震後、おんせん県のテレビCMを各地で流したり、民間と一体となって大分の元気な姿を見せたことが功を奏したのではないかと分析。「来年も順位を保持するよう、観光に加え移住促進などの情報もさらに発信していきたい」としている。

（2016年10月20日付朝刊県政面）

- ① 記事にある「情報接触度」が点数、順位とも上昇した要因を2つ、文章中の言葉を使って説明しましょう。

地震の報道の影響。テレビCMやホームページで情報を得たという回答も伸びた。

- ② 「観光意欲度」の点数は前年とほぼ変わりませんが、順位は大きく上がりました。理由は何でしょう。

上位の都道府県が点数を下げたため

- ③ 下の文章は、記事から読み取れることをまとめたものです。カッコの中に適当な言葉を入れましょう。

情報接触度が（ **上がった** ）うえ、観光意欲度が（ **大きく落ちなかった** ）ため、魅力度が（ **上がった** ）。