

「都道府県魅力度ランキング」検証報告書

【概要版】

令和4年9月30日
群馬県

「都道府県魅力度ランキング」検証結果

群馬県が「都道府県魅力度ランキング(地域ブランド調査2021)」の妥当性を検証した結果、以下の問題点がある。

【参考】2020ランキング検証結果
2021.7.15

「魅力度」を適切に示すランキングとは
言えない3つの理由

1 測定方法の問題点

- 1-1 抽象的概念を単一の質問で測定することの問題
- 1-2 経験の異なる回答者が混在することの問題

2 分析方法の問題点

- 2-1 不均一な点数配分の問題
- 2-2 平均値のみでランキングを作成する問題

より精緻
な分析

- ①魅力度を1つの項目のみで評価
- ②回答に対する配点が不自然
- ③下位25県がわずかな点数内、容易に順位変動

「魅力」は、認知的側面・感情的側面など多様な側面を有する抽象的な概念

学術研究では、多様な対象に関し魅力の測定が行われているが、
多くが複数の質問項目で測定

理由

- ・多次元で構成される魅力の全体像を把握するため
- ・抽象的概念を質問する際、質問項目自体も抽象的となることにより生じる回答者の解釈のばらつきを相殺し、緩和するため
- ・誤読・誤解による誤差を相殺し緩和するため

▶ 「魅力」という抽象的概念を単一の質問で測定することは問題

地域の魅力は、その地域への**居住経験**や**訪問経験**等により
捉え方や回答が変わる可能性

- ・ **居住経験あり** 「居住地としての魅力」が判断基準になりうる
- ・ **訪問経験あり** 「観光地としての魅力」が判断基準になりうる

魅力度ランキング

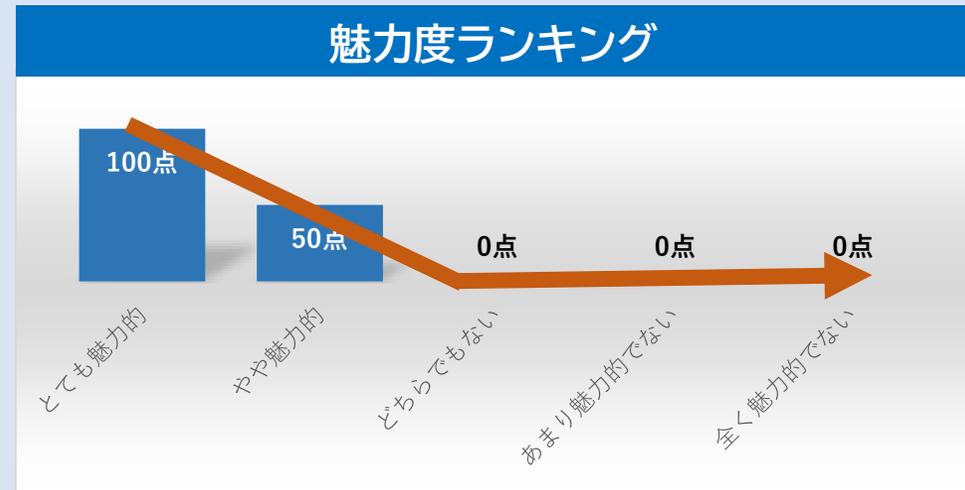
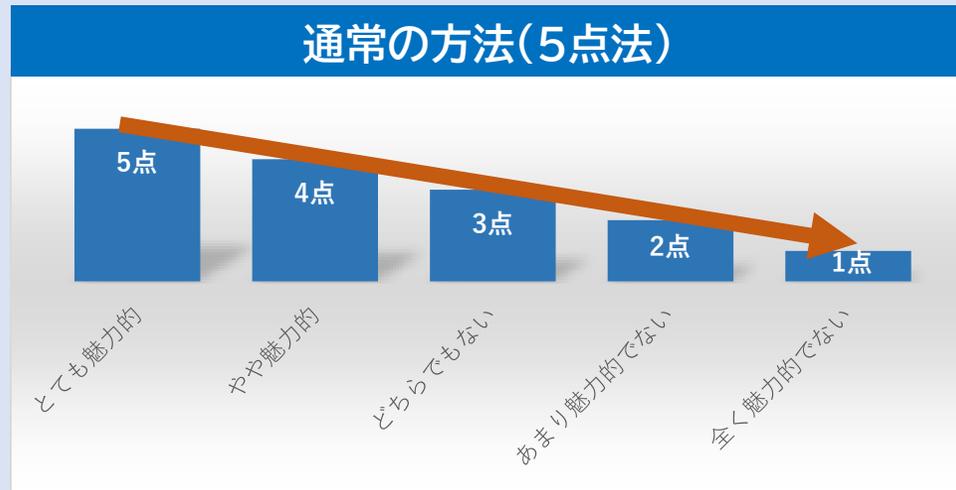
回答者の構成が現状の都道府県別人口構成を反映するように設計
(人口比でウェイトバック)



都市部・観光地は回答者に居住者・訪問経験者が多く含まれる。
一方で、回答者の多くが非居住者、非訪問経験者という県も存在。

▶ 異なる観点の魅力を同じ土俵の上で比較してもよいのか、大きな疑問

階層的な選択肢を用いる場合、通常は評価の差を均一に扱う。
魅力度ランキングでは、どちらでもない・あまり魅力的でない・全く魅力的でない を同等に扱い、評価の差が不均一。



回答が下位の選択肢に集中し、結果を正しく測定できない「床効果」が発生しやすい
(分析の結果、41県に床効果が発生した状態。通常の方法では発生しない。)

▶ 不均一な点数配分により結果が歪められた可能性

通常の方法(5点法)により、ランキングを作成

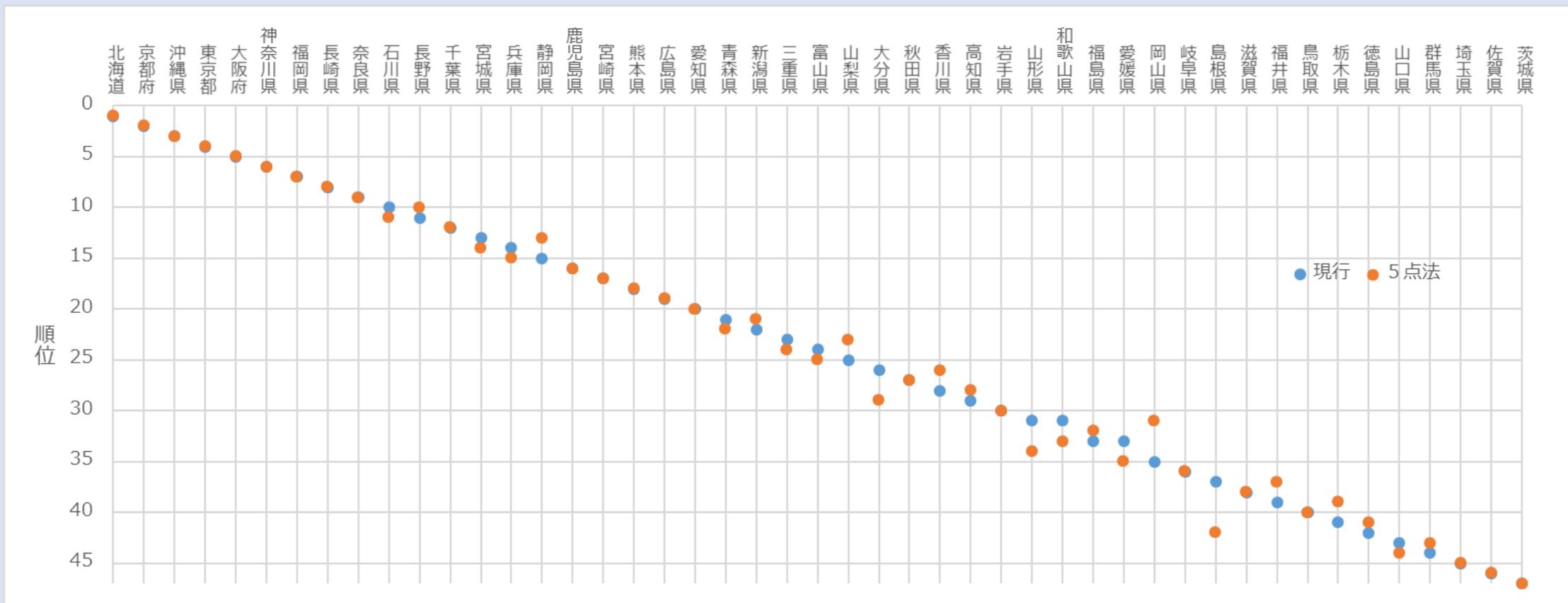


中位～下位グループで順位の変動を確認。

例

岡山県:(現行)35位→(変更)31位

島根県:(現行)37位→(変更)42位



現行手法で求めた
平均値と信頼区間

データのばらつきや誤差を考慮する必要

平均値の95%信頼区間*1を入手可能なデータから算出

*1:95%の確率で母集団の真の平均値が含まれると信頼できる区間。

- ▶ 多くの県が群馬県の信頼区間と重複しており、群馬県との有意差が確認できない(右図)

統計的な検定(Dunnettのt検定)*2で検証

*2:群馬県の平均値を基準に、他の都道府県の平均値との間に差があるか検定する手法。

- ▶ 14県で群馬県の平均値と統計的有意差がない

統計的に意味のない微小な誤差の範囲で
順位付けを行っており、問題

