

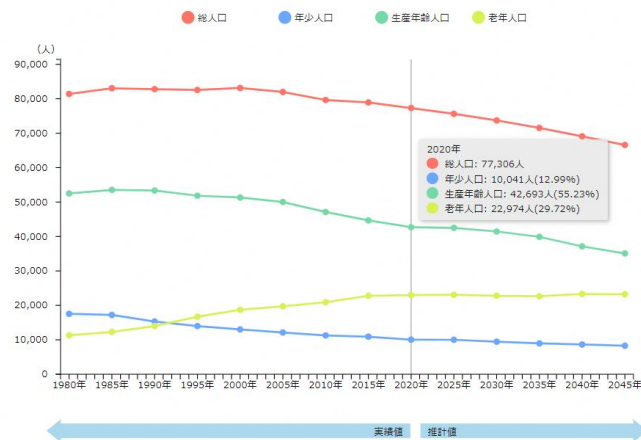
京都府福知山市にまつわる 各種アンケート調査・データ

👉Instagramでのハッシュタグ
#いがいと福知山 で
投稿された写真を中心に構成

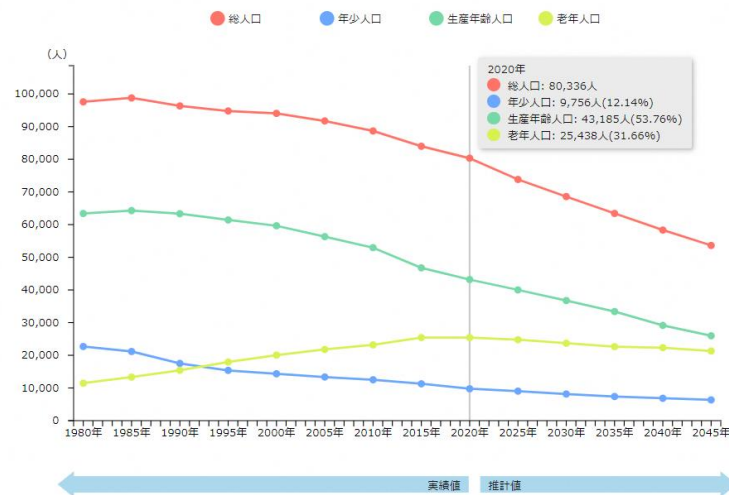
2023年7月
福知山市役所
市長公室 秘書広報課

人口構造の推移＜福知山市＋近隣類似市＞

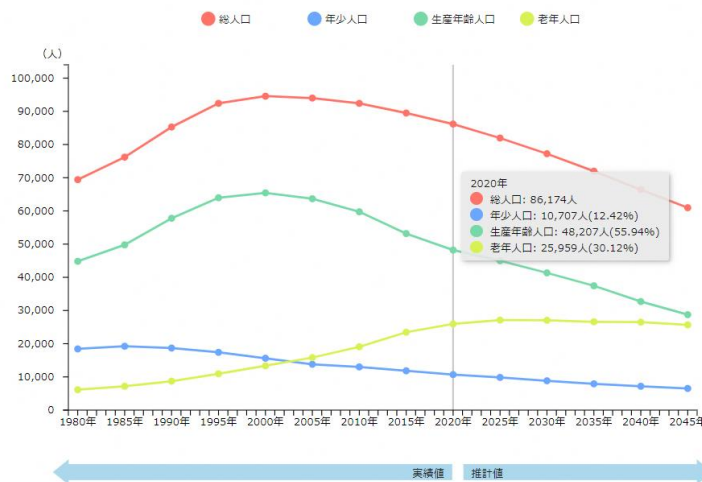
京都府福知山市



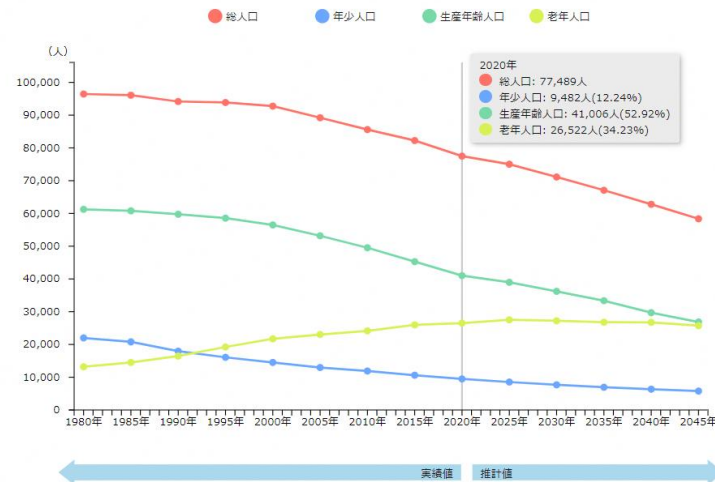
京都府舞鶴市



京都府亀岡市



兵庫県豊岡市



RESASより

【出典】

総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

【注記】

2025年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成30年3月公表）に基づく推計値。

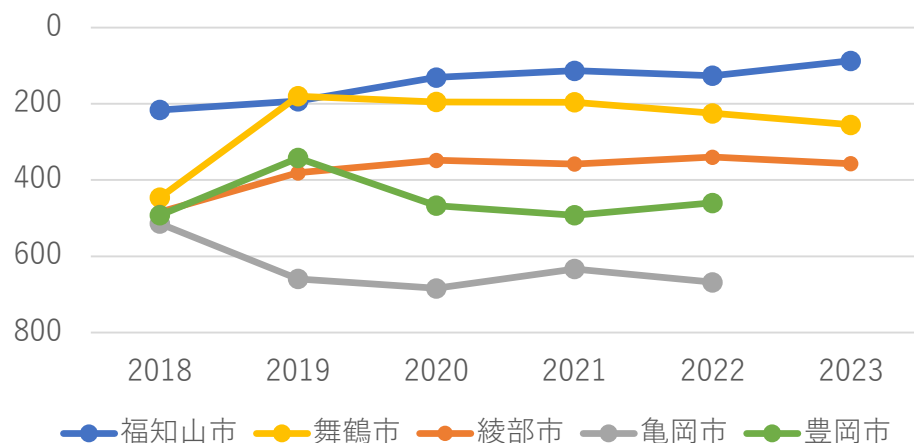
住みよさランキング・福知山市子育て世代アンケート

住みよさランキング

< 福知山市 + 近隣類似市 >

調査主体：東洋経済新報社「都市データパック」

対象：全国812市区



福知山市	2018	2019	2020	2021	2022	2023
全国	216位	193位	131位	113位	126位	87位
京都府内		5位	2位	2位	3位	1位

- 合計特殊出生率が2.02 … 本州3位、京都府1位
- 病院・一般診療所数 … 京都府北部で最多
- 大規模小売施設数 … 京都府2位

(参考)

福知山市は792市中

面積 大きい順から

120番目ほど

人口 多い順から

340番目ほど

福知山市子育て世代アンケート

調査主体：福知山市

調査年：2020年8月

調査方法：現在高校生以下のこどもがいる福知山市民100人
(男女比半々) にアンケート

本州3位！合計特殊出生率2.02のまち 京都府福知山市の緊急企画
子育て世代100人に聞きました！

子育てするうえで、福知山市のどんなところが気に入ってますか？

事実！
◇府内1位の短さ！平均通勤時間18.3分*1
◇市民の81.9%が市内で通勤・通学！*2
◇大規模小売施設数は府内2位！*3
◇全国チェーンを含む商店や飲食店が集積
◇昼夜間人口比率は105.7%！*2
福知山は他市の人も多く
通勤・通学・買い物に来る便利なまち

事実！
◇京都府北部で唯一！
「最後の砦」地域救命救急センターがある
◇京都府北部で最多！
病院・一般診療所の合計80施設*4
◇三世代同居の数は高い(6.4%)*5が、
近くに祖父母が住んでいる子育て世代は約7割*6

事実！
◇過去10年で宅地建設が集中し人口上昇した
「子育て世帯が多い地域」が複数ある*7
◇若年層の人口移動が多いが、転入したての親子は
福知山市の「すくすくひろば」や「子育てコンシェルジュ」が地域とのつながりを持つきっかけに*5

1位 すべてが近い！
仕事、買い物、子どもの学校など
すべてが近いところに
まとまっている … 56%

2位 (同率) 医療が充実！
2位 (同率) 近くに家族！
病院が近くにあり、
こどもが病気やけがをしたときも安心 … 53%

4位 子育て世代が多い！
まわりに子育てしている人が多く、
情報交換や悩み相談ができる … 51%

**全国でも
いいと！際立つ
福知山！**
①合計特殊出生率2.02は
全国33位！本州3位！
京都府内1位！（市区町村中 2020年7月発表）
②住みよさランキング2020
全国131位！（812市区中）
216位→193位→年々上昇！
府内では京都市に次いで2位！
③2019年内閣官房「出生数や
出生率の向上に関する事例集」の
全国13事例のひとつ
に選ばれました！

結論！
子育てするなら **福知山**

詳細はこちら

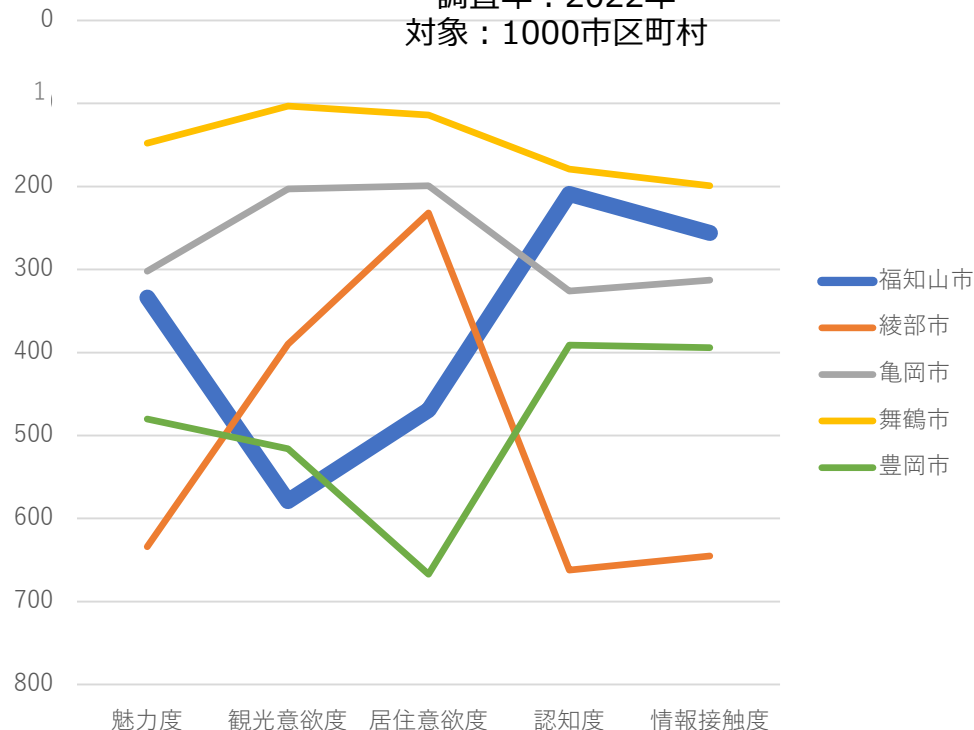
<https://www.city.fukuchiyama.lg.jp/site/promotion/27481.html>

⇒データ上は「住みやすい」

地域ブランド調査

<福知山市 + 近隣類似市>

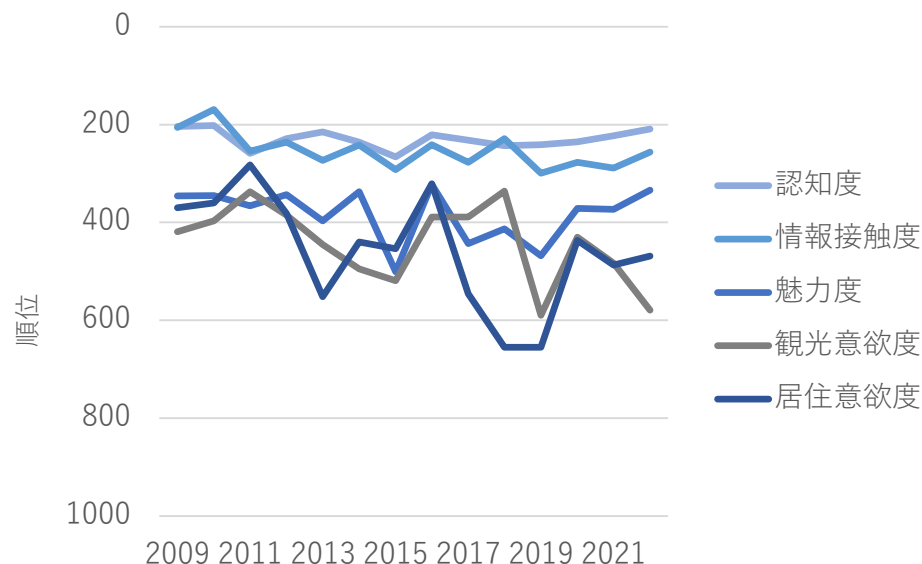
調査主体：ブランド総合研究所
調査年：2022年
対象：1000市区町村



- ・ 調査方法 インターネット調査
- ・ 回答者 20代～70代の消費者を男女別、各年代別、地域別にほぼ同数ずつ回収し、日本の縮図になるように、年齢や地域人口の分布にあわせて再集計
- ・ 有効回収数 34,768人（一人の回答者に対して市区町村の調査票では20地域、都道府県については15または16地域を提示し、それぞれについて回答。なお、地域ごとの回答者数は都道府県は平均で1,056人、市区町村は平均で632人）

<福知山市 経年比較>

調査主体：ブランド総合研究所
調査年：2009～2022年
対象：1000市区町村



○「認知度」と「情報接触度」が上位安定（200番台）
＊近隣類似市比較では、舞鶴市に次いで2位

○「魅力度」「観光意欲度」「居留意欲度」は
長年300～600番台で変動
＊近隣類似市比較では、2～5位

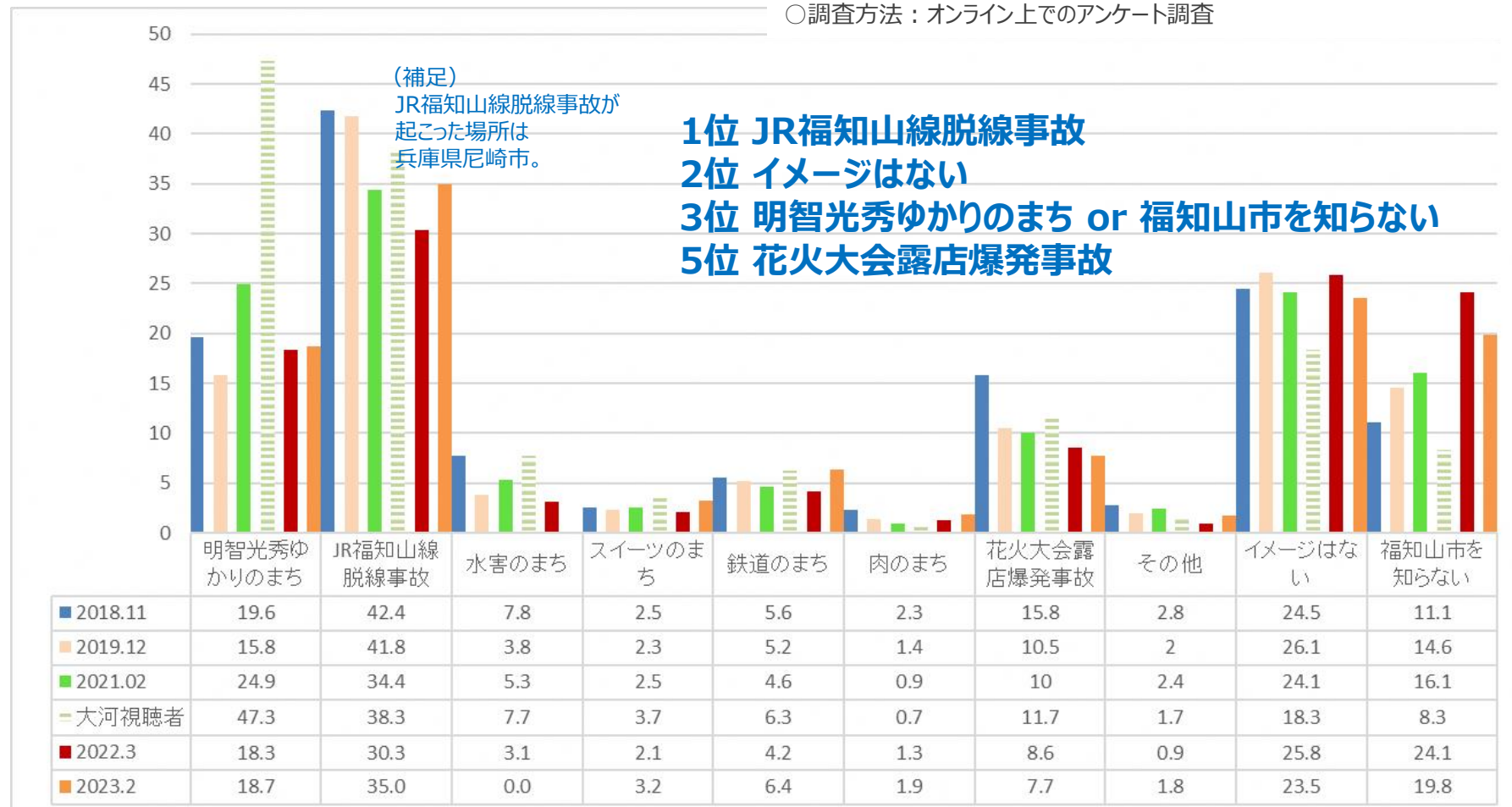
⇒全国では認知度と情報接触度が高め、それに比べると魅力度や観光・居留意欲は低い

都市圏での福知山市イメージ調査

東京・大阪の1000人に聞いた

福知山市の印象<経年比較>

- 調査主体：福知山市
- 調査委託先：株式会社マクロミル(2018～2021) 株式会社シグナル(2022、2023)
- 調査対象：東京都、大阪府に在住の20～70代の1000人（各地域500人ずつ）
うち大河ドラマ視聴者（「大河ドラマを見た」との回答者）は300人(2021のみ)
- 調査時期：2018年11月、2019年12月、2021年2月、2022年3月、2023年2月
- 調査方法：オンライン上でのアンケート調査

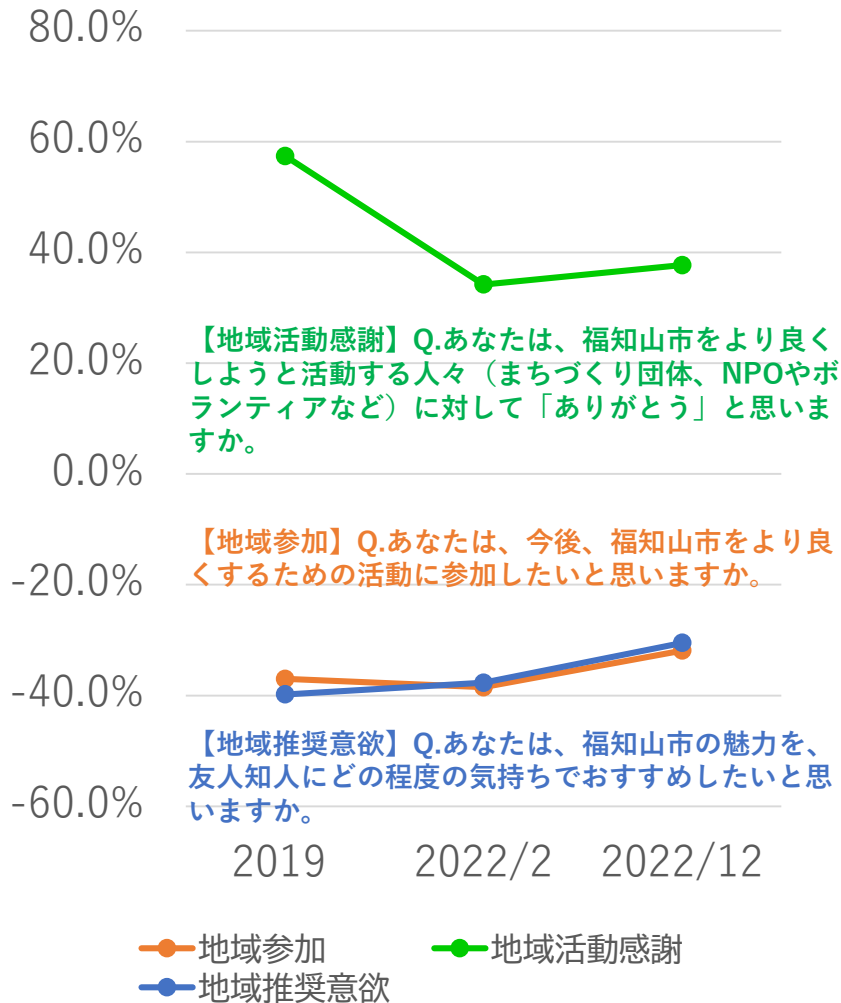


P.6に
直近2年
の詳細あり

⇒地域ブランド調査で上位の「情報接触度」の理由は、事故報道にあると思われる
ネガティブな情報に接触すると、認知度は上がるが、魅力度・観光・居住意欲は上がらない

シティブロモーション成果指標 mGAP指数（修正地域参画総量指標）

福知山市 mGAP指数



市民アンケート（18歳以上 無作為抽出 郵送またはWeb回答）

mGAP=修正地域参画総量指標 modified Gross Area Participation

東海大学河井孝仁教授が提唱する、シティブロモーションの指標である。

▽算出方法

質問に対して「10＝とてもありがたいと思う」から「0＝どうでもいいと思う」のなかで選択。

回答「8」～「10」（推奨者）の合計(%)から「0」～「5」（批判者）の合計(%)を引く。

まちづくり構想アンケート2022	批判者						±ゼロ		推奨者		指数	量	
回答者約1018人	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	③-①	指数×人口
地域推奨意欲	41	22	29	66	37	310	103	136	113	22	78	-30.5%	-231.91
					①	52.8%		②		③	22.3%		
地域参加	67	35	40	68	32	285	109	94	100	23	100	-31.9%	-242.56
					①	55.3%		②		③	23.4%		
地域活動感謝	25	19	7	23	16	136	50	100	143	39	409	37.7%	286.66
					①	23.4%		②		③	61.1%		
												-24.7%	-187.81

市民アンケート2022	批判者						±ゼロ		推奨者		指数	量	
回答者約1114人	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	③-①	指数×人口
地域推奨意欲	50	26	41	86	79 ①	323 55.0%	165 ②	140 27.7%	137	19 ③	35 17.3%	-37.7%	-288.26
地域参加	92	39	62	93	49 ①	313 59.2%	101 ②	119 20.1%	119	22 ③	85 20.7%	-38.5%	-294.38
地域活動感謝	31	9	15	37	17 ①	156 24.1%	76 ②	118 17.6%	178	67 ③	397 58.3%	34.2%	261.50
												-42.0%	-321.14

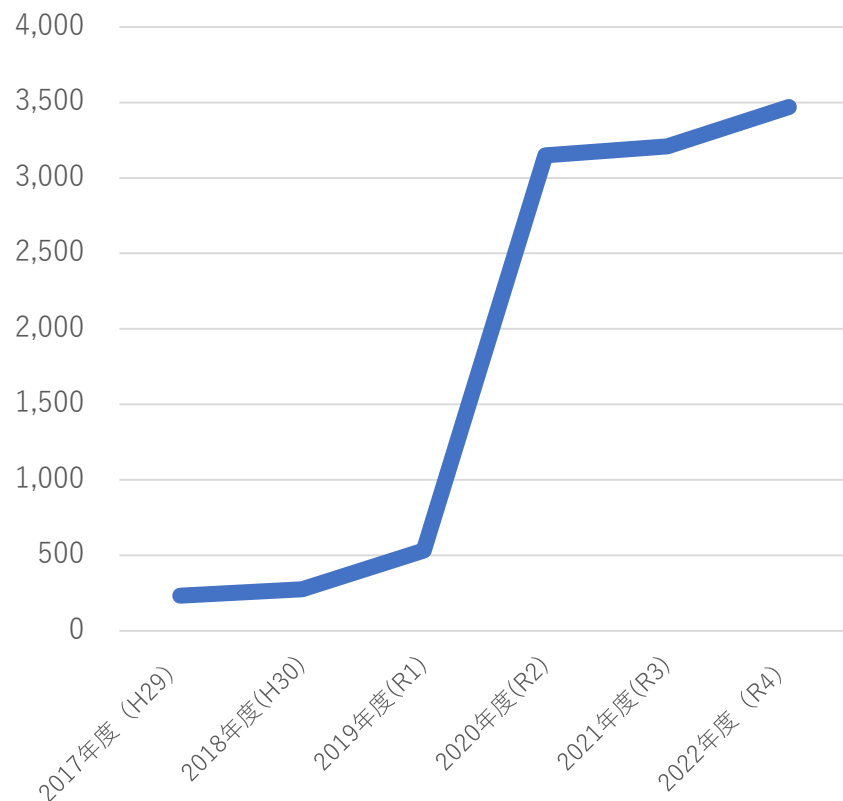
市民アンケート2019	批判者					±ゼロ		推奨者			指数	量	
回答約950人	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	③-①	指数×人口
地域推奨意欲	29	21	31	102	66	278	125	132	100	13	41	-39.8%	-308.772
					①	56.2%		②		③	16.4%		
地域参加	47	34	46	93	51	266	100	121	104	21	62	-37.0%	-287.050
					①	56.8%		②		③	19.8%		
地域活動感謝	12	5	7	13	9	103	34	75	156	60	481	57.4%	445.315
					①	15.6%		②		③	73.0%		
												-19.4%	-150.507

* 地域外ターゲットの「地域推奨量」は未測定。

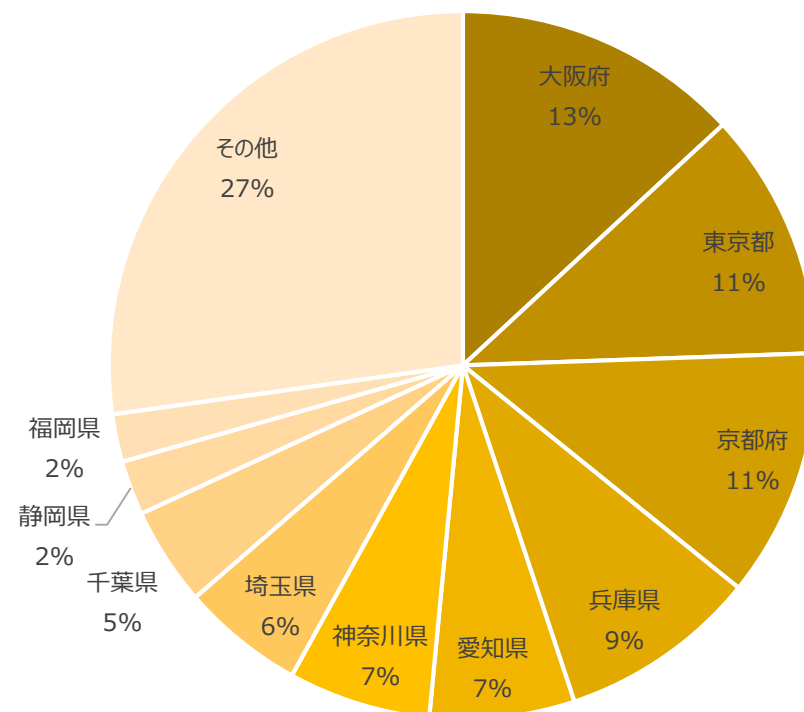
⇒「地域推奨」「地域参加」の意欲が低いが
上昇傾向にある

いがいと！福知山ファンクラブ会員数

＜市外会員数 経年比較＞



＜市外会員数 内訳 都道府県別＞
2023年3月末時点



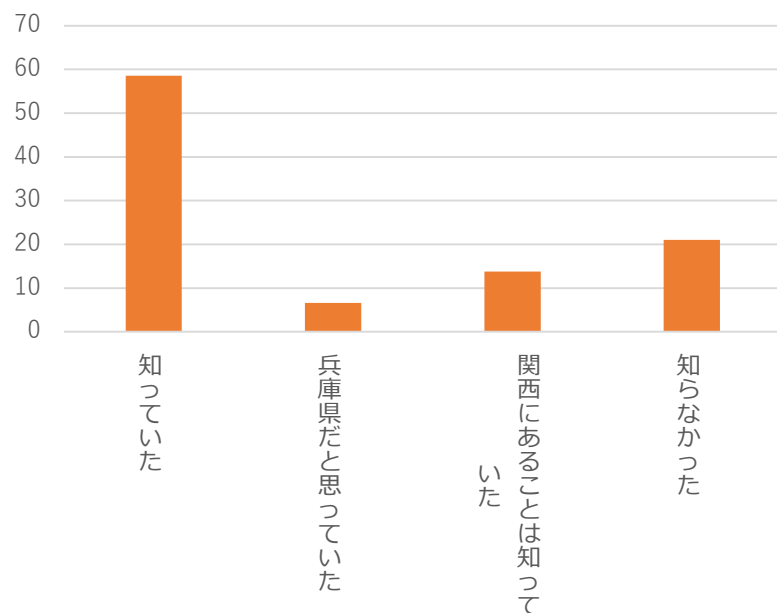
ファンクラブ詳細はこちら

<https://www.city.fukuchiyama.lg.jp/site/promotion/10469.html>

⇒大河ドラマを機に光秀ファンにアプローチを展開。会員数がドラマ前と比べて7倍に

都市圏での福知山市イメージ調査

Q1.福知山市は、京都府にある市だと知っていましたか？



調査期間：2023年2月15日～17日

調査地域：一都一府（東京都・大阪府）

調査方法：インターネットリサーチ

対象者：上記エリアに居住する、20代～70代の男女 1000名
【年代別】①20代 ②30代 ③40代 ④50代 ⑤60代 ⑥70代以上 各世代の合計1000名(男500名、女500名ずつ)
【エリア別】東京都:500名、大阪府:500名

実施機関：株式会社シグナル

分析：株式会社プラチナム（2022年度 福知山市PR力強化業務委託先）

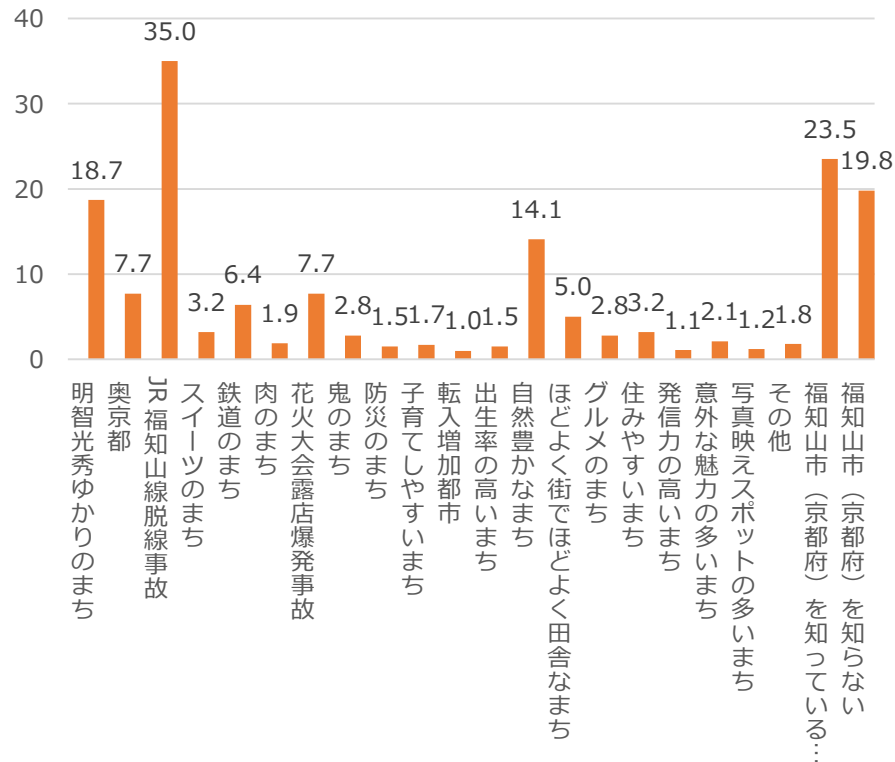
- 今回初めて質問に加えた福知山市の地理的認知については、予想に反し約6割の人が福知山市を京都府の都市として認識していた。エリアでみると同関西エリアの大阪在住の生活者の方が正しく認識していた。
- 年代別でみると、20・30代前半の若年層は「知っていた」という回答が半数以下にとどまっているが、それ以上の年代は約6～7割が正しく認知していた。
- 兵庫県だと思っていた層はどの年代も少なく、福知山市を見聞きしたことのある層はその位置やエリアまでしっかり認識していると言える。

都市圏での福知山市イメージ調査

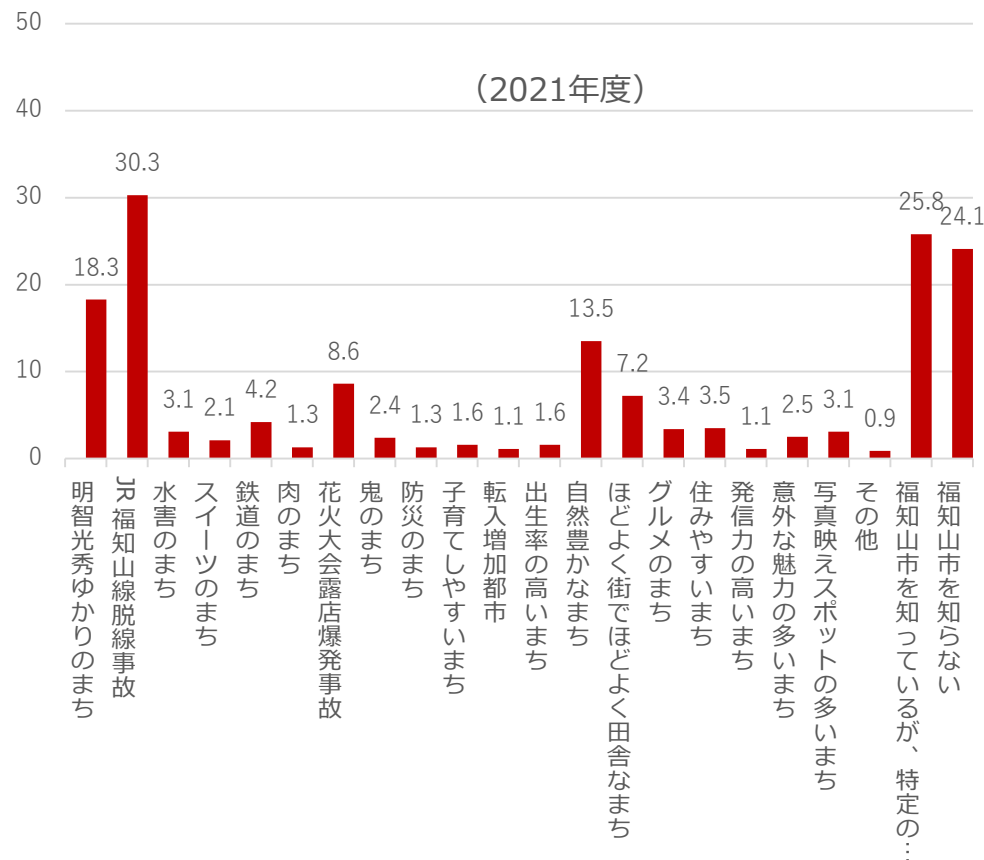
Q2.『京都府 福知山市』という地域について

どのような印象をお持ちですか？

あてはまるものを全てお選びください。(2022年度)



(2021年度)



■ 明智光秀ゆかりのまちという印象は、大河ドラマの影響が大きかった2020年度と比較すると落ち込んでいたものの、昨年度からやや微増。「光秀そっくりさん」など明智光秀を立てた取り組みを継続していることで昨年度から減少はせずキープしている。

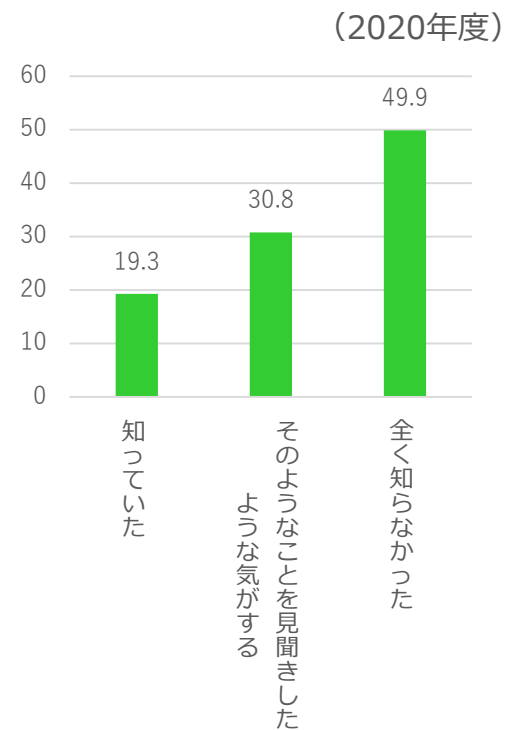
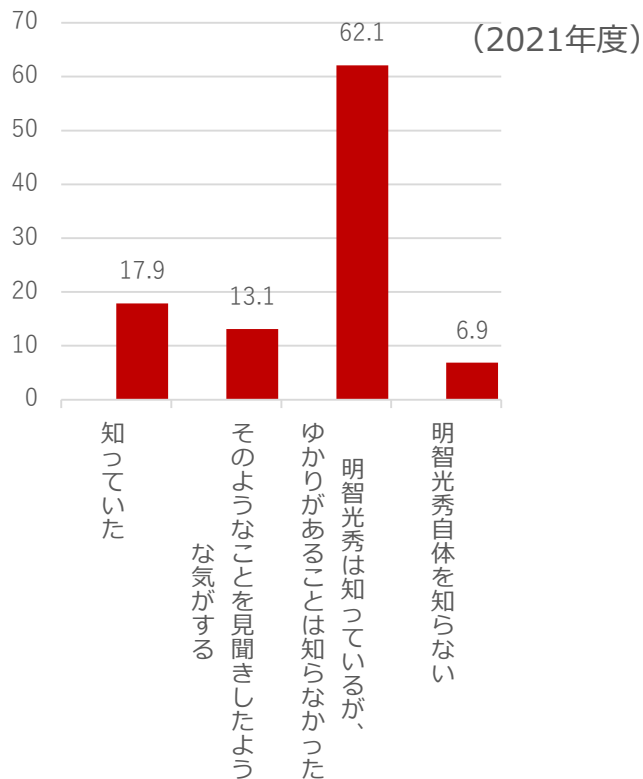
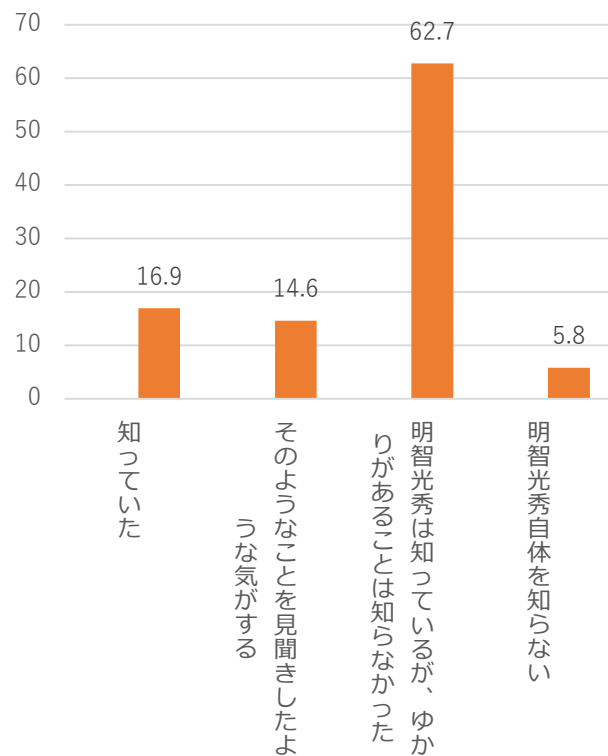
■ 福知山脱線事故についてのイメージは、昨年度の30.3%から35%に増加。コロナ禍で見合わせていた追悼慰霊式が3年ぶりに開催されるなど改めて今年報じられるケースもあったため、多くの年代で微増する結果となった。

■ 新しく追加した項目の「奥京都」については7.7%を占めており、また併せて「肉のまち」「スイーツのまち」についても竜王戦対局などをきっかけに食を通して認知が広まり微増している。食材に「奥京都」を付けるなどの取り組みが作用している。

■ また「福知山市を知らない」という割合が減少。とくに若年層での減少が大きく見られた。

都市圏での福知山市イメージ調査

Q3.明智光秀が福知山市にゆかりのある人物と
いうことを知っていましたか？(2022年度)



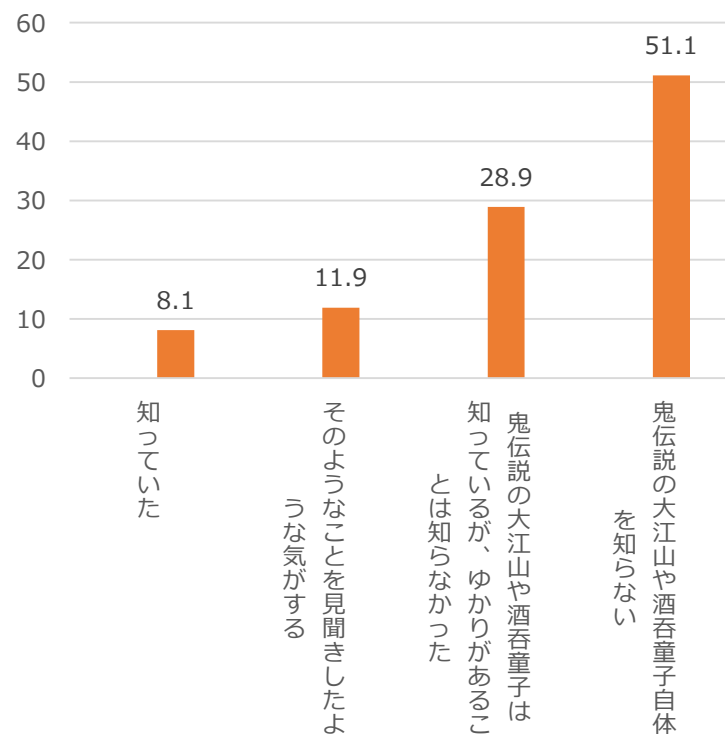
■大河ドラマが終わったことの影響もあるのか、明智光秀が福知山にゆかりのある人物だと知っている人は、20年度から引き続き17.9%から16.9%に減っている。地域ごとでみるとそこまで昨年と差違はなく東京の方が知っている人が少なかった。

■年代別でみると若年層の「知っていた」人は増加しており、40～60代の「知っていた」人が減少している。
「光秀そっくりさん」や「変化人」など、まちのアイコンとしてのユニークな市の発信がリーチし定着化していると考えられる。

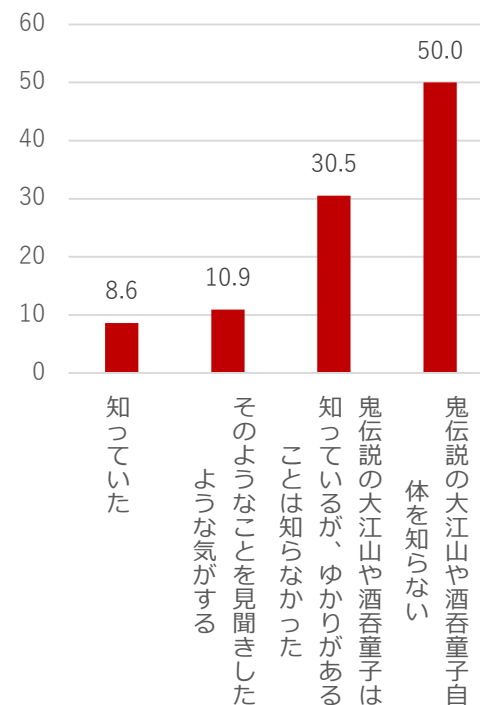
都市圏での福知山市イメージ調査

Q4.福知山市が鬼にゆかりのあるまち（鬼伝説の大江山、酒吞童子など）ということを知っていましたか？

(2022年度)



(2021年度)

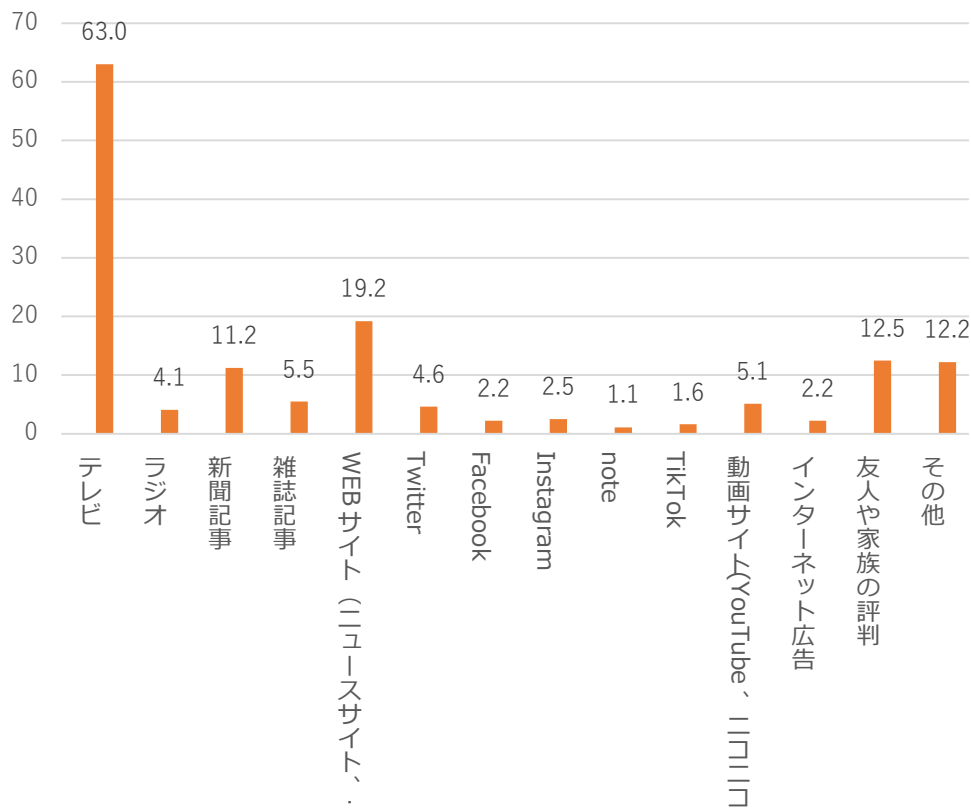


■ 鬼の認知度については昨年度から大きな変化は見られず、「そのようなことを見聞きしたような気がする」というライト層が10.9%から11.9%にやや増加。背景には若年層での増加がみられ、TikTokや声優を活用し話題化した施策などが少なからず作用していると考えられる。

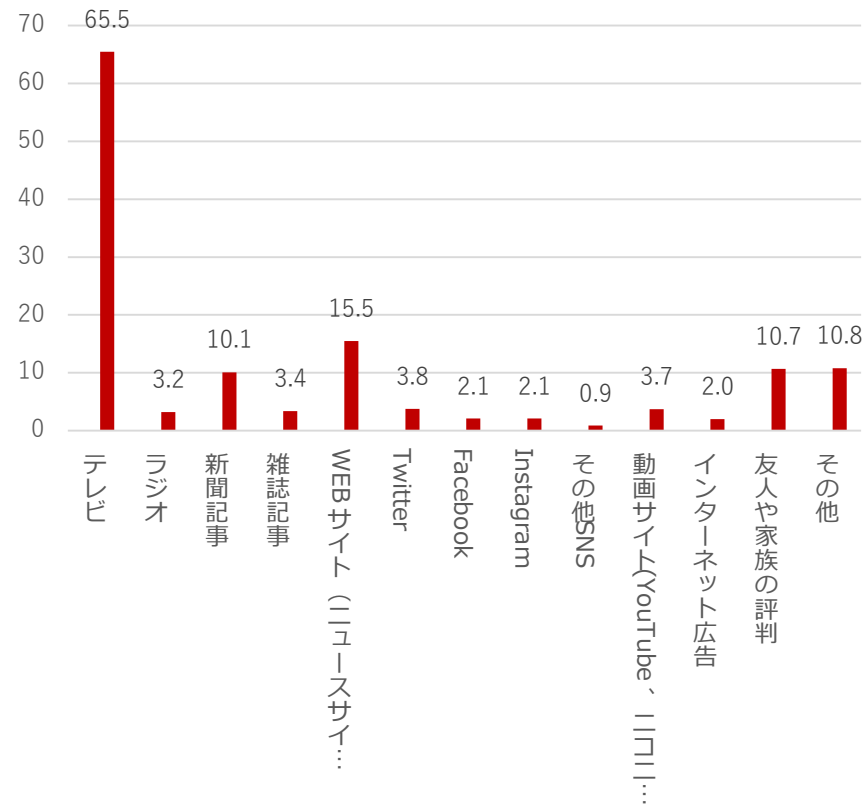
■ 「そもそも大江山の鬼伝説や酒吞童子自体を知らない」という層は変わらず約半数を占めているため、「福知山」「鬼」というワードのつながりは少しずつ広まりつつも、本質的な背景や由来までの認知には課題が見られる。

都市圏での福知山市イメージ調査

Q5.福知山市を知っている方にお伺いします。あなたは最近何を通じて福知山市のことを知りましたか？ あてはまるものを全てお選びください。（2022年度）



（2021年度）



- 情報接触経路は、圧倒的にテレビからの情報が多く、大阪と東京で差はでなかった。どの年代でも他の媒体に比べ、テレビからの情報が圧倒的に多かった。
- 一方で、若年層に関してはWEBサイトやSNSから知ったという層も多く、Twitter・Instagramからの認知の伸びは20～30代が起因している。
- 今回選択肢に増やしたnoteやTikTokについては、20～40代前半のみ回答があった。ツールごとにリーチする層が異なることも鑑み、情報発信の際に使い分ける必要がある。