

2 - 4 全国から見た名古屋の観光に関する評価

(名古屋の観光に関する全国インターネット調査結果)

(1) 調査の概要

調査目的

名古屋への訪問実績や観光資源の認知度、観光に対する評価など名古屋の観光実態を把握するため、インターネットを用いてアンケートを実施した。

調査対象

東海、関東、近畿、北陸・甲信越、東北・北海道、中国・四国、九州・沖縄に住む 18~79 歳の男女 1,145 名とした(名古屋市を除く)

調査日時等

平成 26 年 1 月 31 日(金)~2 月 3 日(月)

サンプリング方法

国勢調査における都道府県人口割合と性・年齢別人口割合をもとに、各カテゴリーのサンプル数を求めた。(下表参照)

インターネット調査の対象者

地域	性・年齢		男 性							女 性							合 計
	男性計	19歳以下	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	女性計	19歳以下	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	
東海	68	3	9	12	10	10	15	9	65	2	9	12	13	9	10	10	133
関東	192	5	28	40	38	27	31	23	187	6	25	34	35	28	34	25	379
近畿	93	4	11	16	18	13	17	14	94	3	12	16	17	14	18	14	187
北陸・甲信越	43	2	4	7	10	6	7	7	39	3	4	6	7	6	7	6	82
東北・北海道	63	2	9	9	11	11	13	8	66	2	8	11	10	11	13	11	129
中国・四国	52	1	6	10	8	10	9	8	54	2	6	8	12	7	10	9	106
九州・沖縄	62	2	9	10	10	13	10	8	67	1	9	10	13	11	14	9	129
合 計	573	19	76	104	105	90	102	77	572	19	73	97	107	86	106	84	1,145

注：東 海 - 愛知県(名古屋市を除く)・岐阜県・三重県・静岡県
 関 東 - 東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県・群馬県・栃木県・茨城県
 近 畿 - 滋賀県・京都府・大阪府・奈良県・和歌山県・兵庫県
 北 陸 - 福井県・石川県・富山県
 甲信越 - 新潟県・長野県・山梨県
 東 北 - 青森県・秋田県・岩手県・山形県・宮城県・福島県
 中 国 - 鳥取県・島根県・岡山県・広島県・山口県
 四 国 - 香川県・徳島県・愛媛県・高知県
 九 州 - 福岡県・大分県・宮崎県・熊本県・佐賀県・長崎県・鹿児島県

(2) 名古屋への訪問状況と観光資源の認知度等

名古屋への訪問状況

a. 過去5年間の名古屋への訪問回数

過去5年以内に名古屋を訪れたことがある割合は41.5%である。訪問回数としては、「1回」が17.7%と多く、以下「11回以上」、「2回」、「3～5回」となっている。

性別にみると、男性では訪れた割合は43.3%で、女性より3.6%高い。

年齢別にみると、訪れた割合は50代が47.1%で最も高い。

地域別にみると、「東海」では9割以上が訪れており、うち「11回以上」が5割を占めている。訪問回数としては、「東海」地域を除き、「1回」の割合が最も高くなっている。

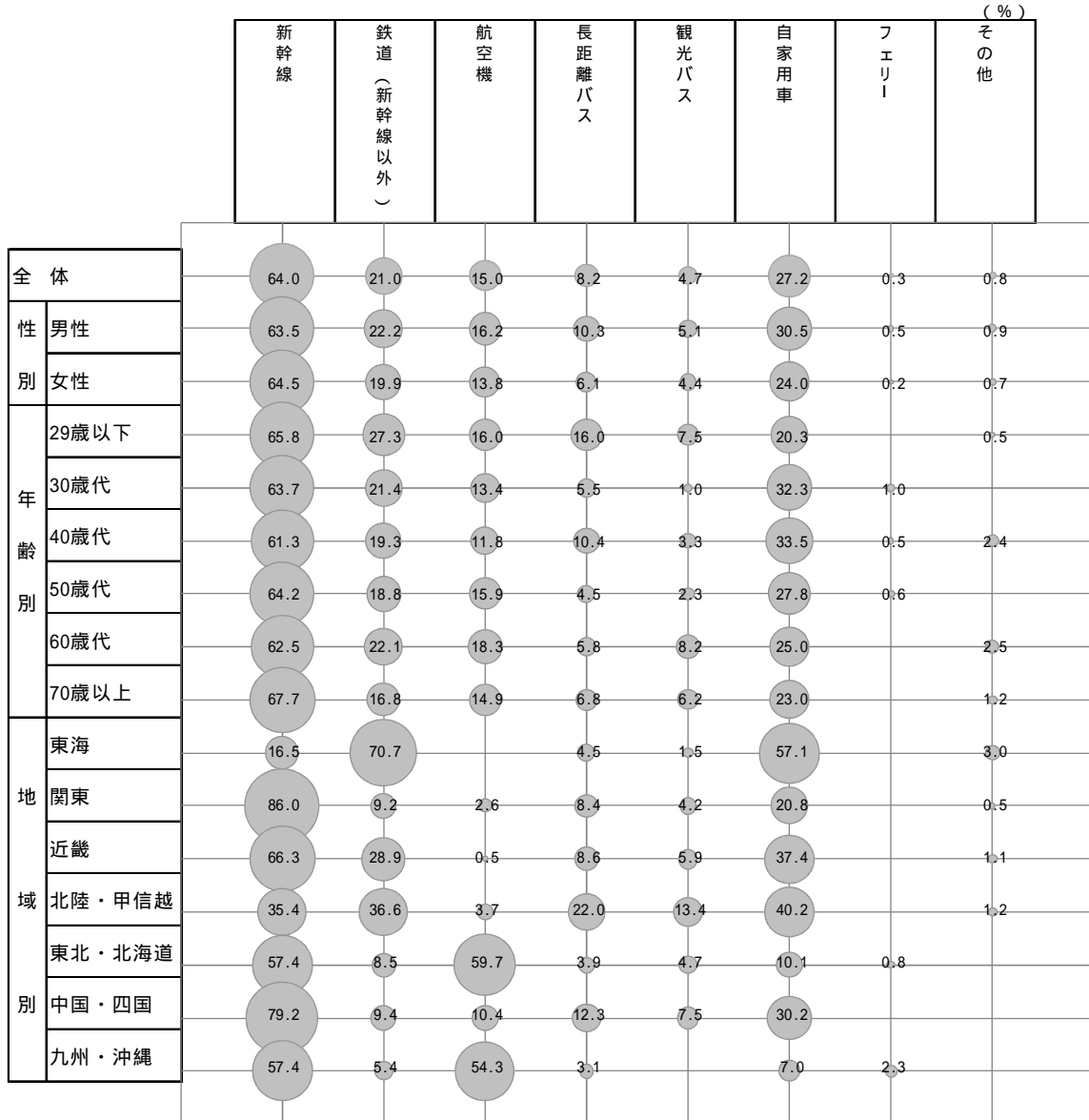
図 2-4-1 過去5年間の名古屋への訪問回数



b. 名古屋への交通機関

名古屋を訪れる場合の交通機関としては、「新幹線」が64.0%と最も多く、次いで「自家用車」が27.2%で、以下、「鉄道（新幹線以外）」、「航空機」、「長距離バス」となっている。

図 2-4-2 名古屋への交通機関（複数回答）

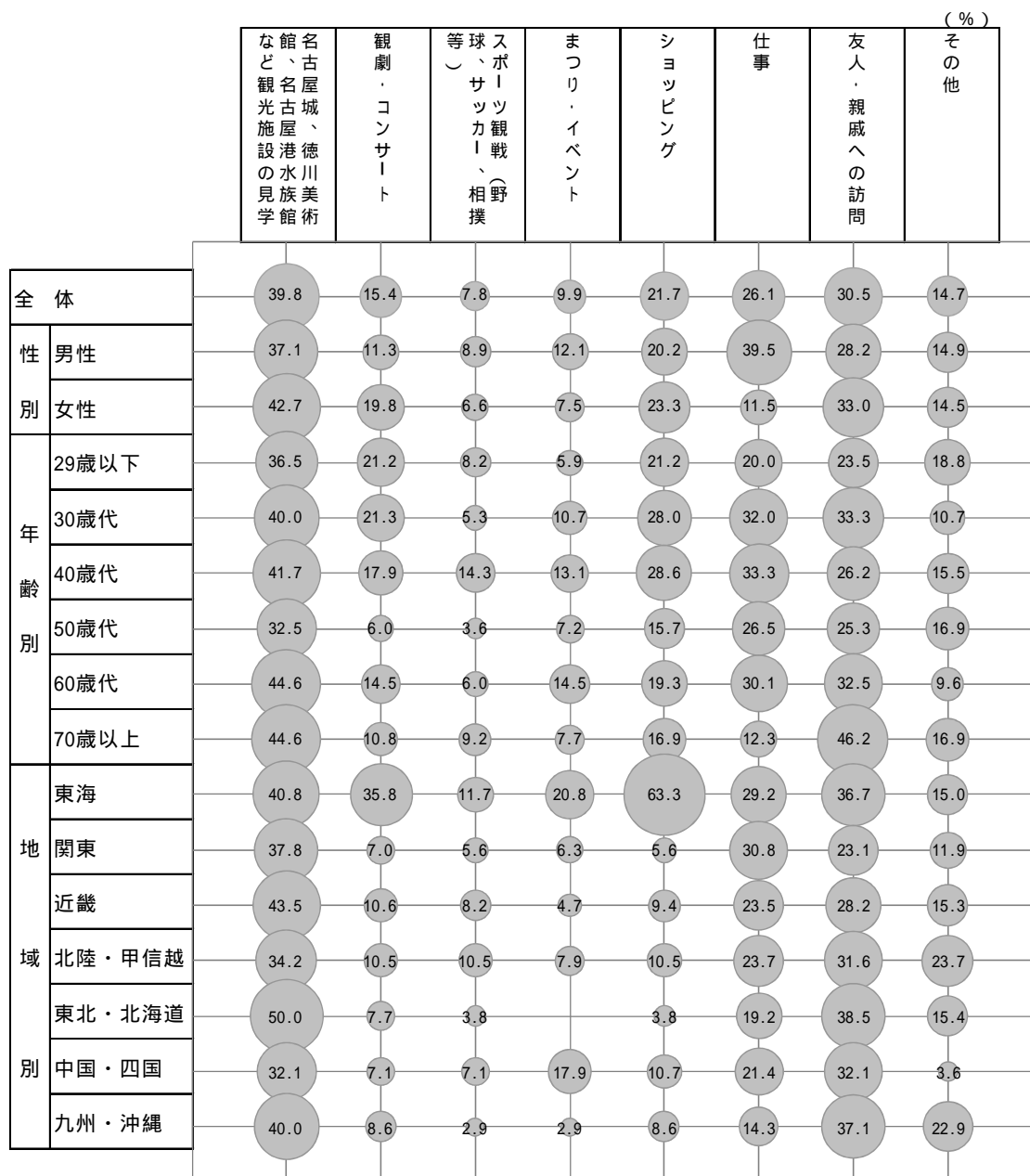


c. 名古屋への訪問目的

過去5年以内に名古屋を訪れた方（475人）の訪問目的としては、「観光施設の見学」、「仕事」、「友人・親戚への訪問」の割合が多くなっている。

性別にみると、男性は「仕事」、女性は「観光施設の見学」の割合が高い。

図 2-4-3 名古屋への訪問目的（複数回答）



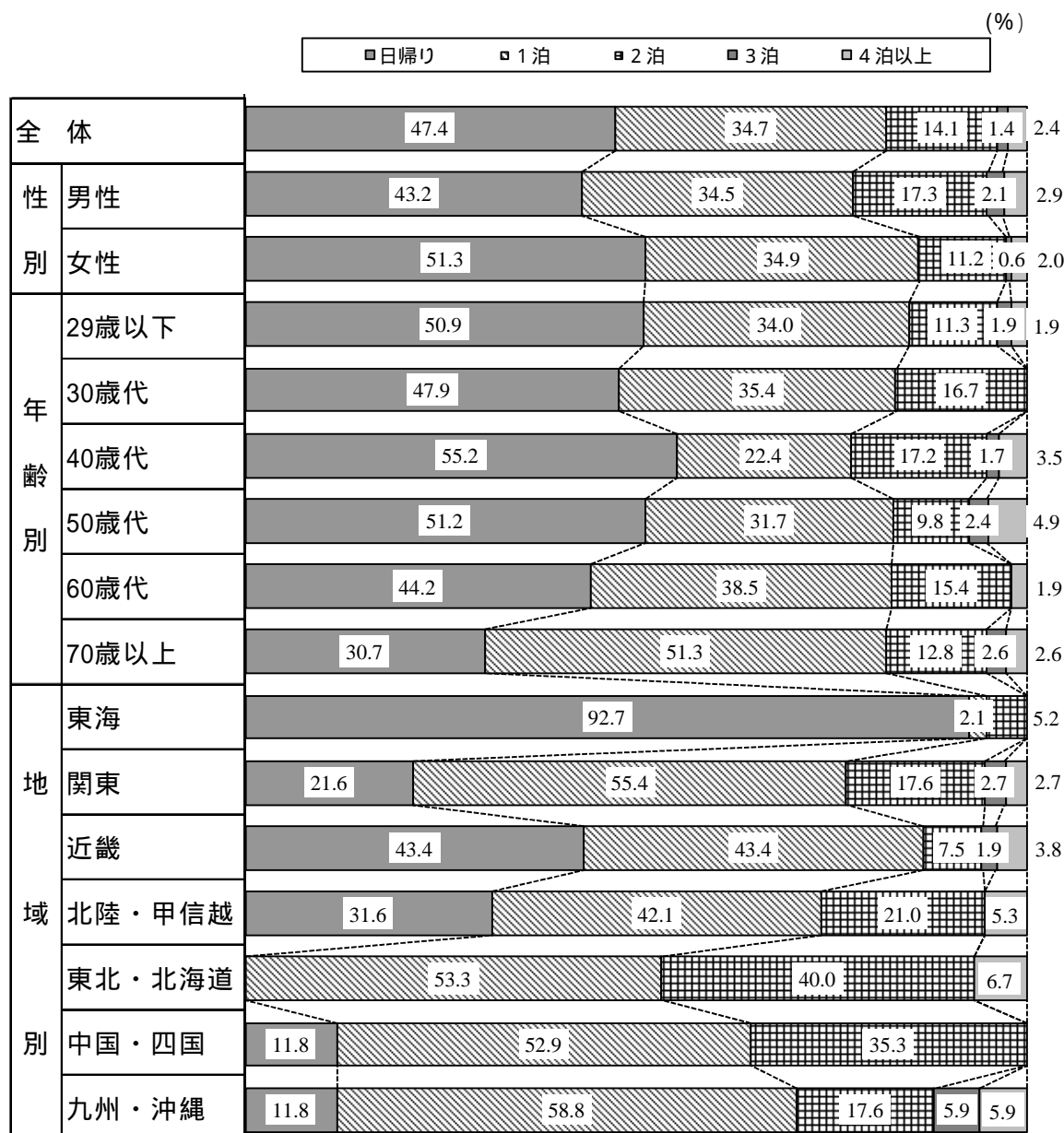
d . 名古屋への訪問日程

観光等が目的で名古屋を訪れた方（前ページ 図 2-4-3 で「観光施設の見学」「観劇・コンサート」「スポーツ観戦」「まつり・イベント」「ショッピング」と回答した方 291 人）の直近の訪問日程としては、「日帰り」が 47.4%と 5 割ほどで、「1泊」が 34.7%、「2泊」が 14.1%となっている。

「日帰り」の割合は、女性や 40 歳代で高い。

地域別にみると、「東海」では大半が「日帰り」である。

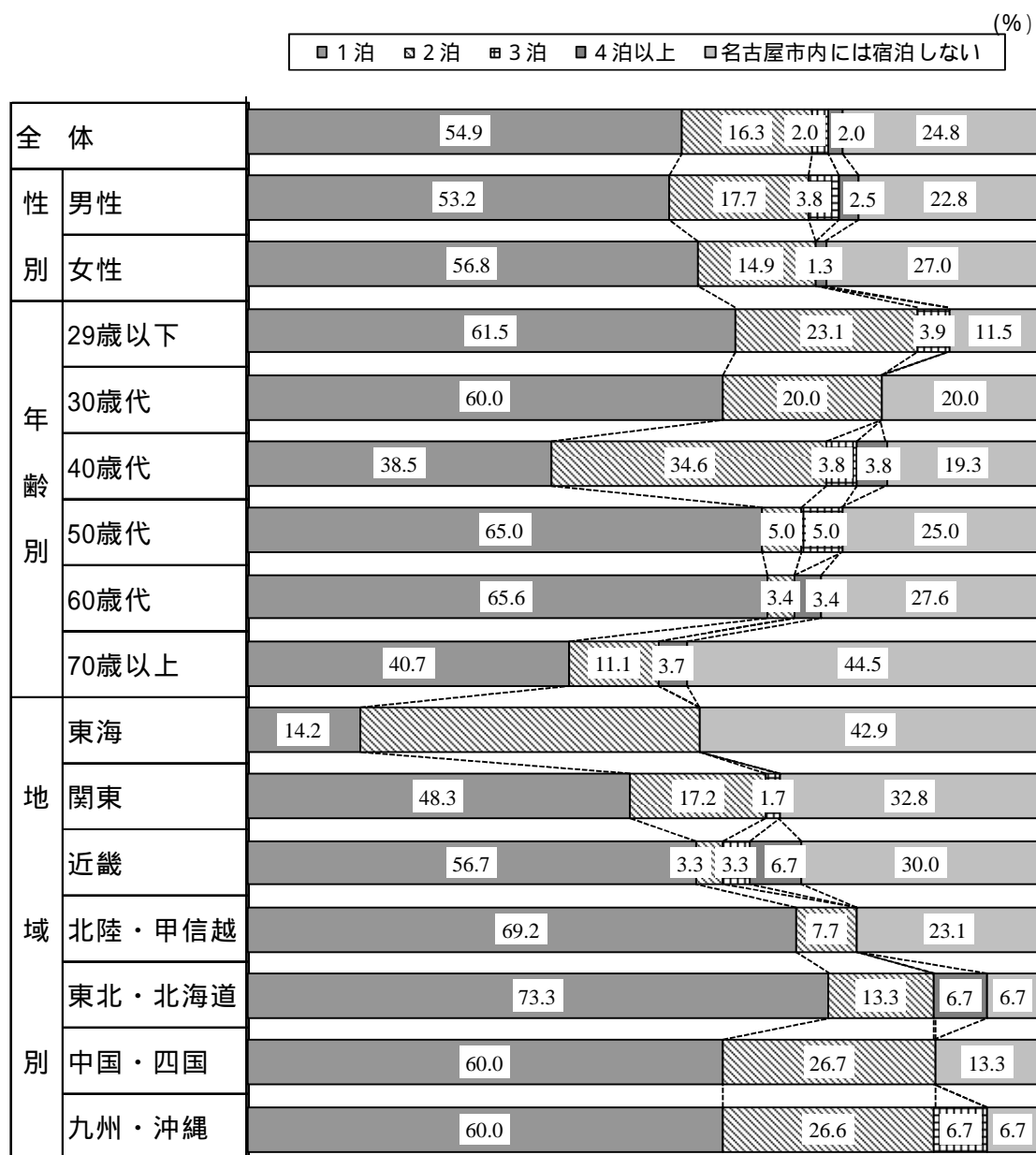
図 2-4-4 名古屋への訪問日程



e . 名古屋市内での宿泊数

観光等が目的で名古屋を訪れた方(291人)のうち、1泊以上の日程で名古屋を訪れた方の名古屋市内での宿泊数は、「1泊」が54.9%と最も多い。また、「名古屋市内には宿泊しない」は24.8%となっている。

図 2-4-5 名古屋市内での宿泊数



f. 名古屋への旅行形態

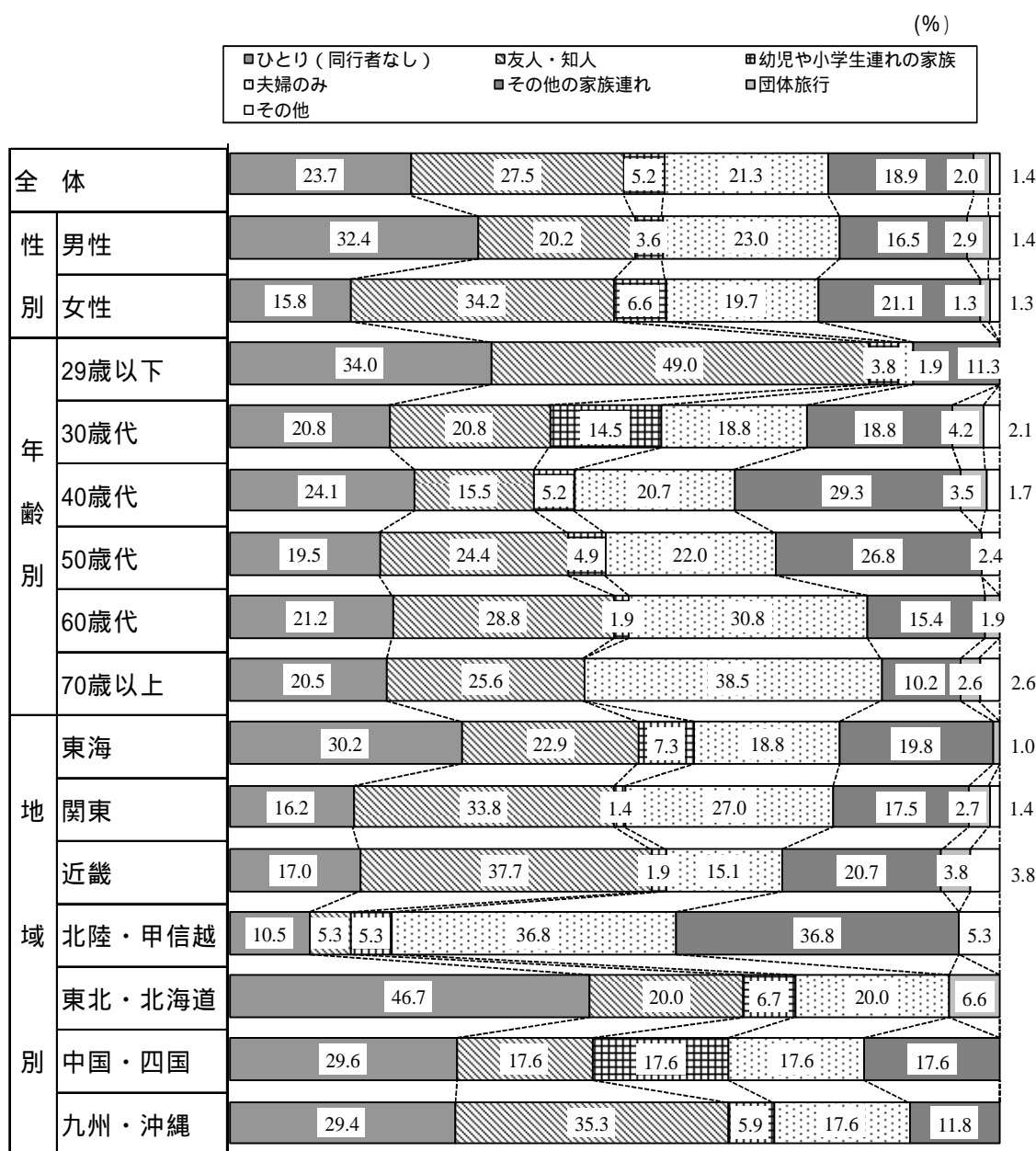
観光等が目的で名古屋を訪れた方（291人）の直近の訪問は、「友人・知人」と「ひとり（同行者なし）」が多く、「夫婦のみ」が多く、以下「その他の家族連れ」となっている。また、「幼児や小学生連れの家族」、「夫婦のみ」、「その他の家族連れ」を合わせた家族連れの割合は45.4%である。

性別にみると、「ひとり（同行者なし）」の割合は、男性が女性より多くなっている。

年齢別にみると、「友人・知人」の割合は29歳以下で高く、「夫婦のみ」の割合は年齢が上がるほど高くなっている。

地域別にみると、「北陸・甲信越」では「夫婦のみ」と「その他の家族連れ」、「近畿」では「友人・知人」が最も多くなっている。

図 2-4-6 名古屋への旅行形態



g . 名古屋市以外の訪問地

観光等が目的で名古屋を訪れた方（291人）が、名古屋市以外にも訪問した割合は45.7%であった。訪問地としては、「伊勢・志摩方面」が最も多く、次いで、「明治村・犬山方面」、「下呂・高山方面」、「豊田・岡崎・足助方面」と続いている。

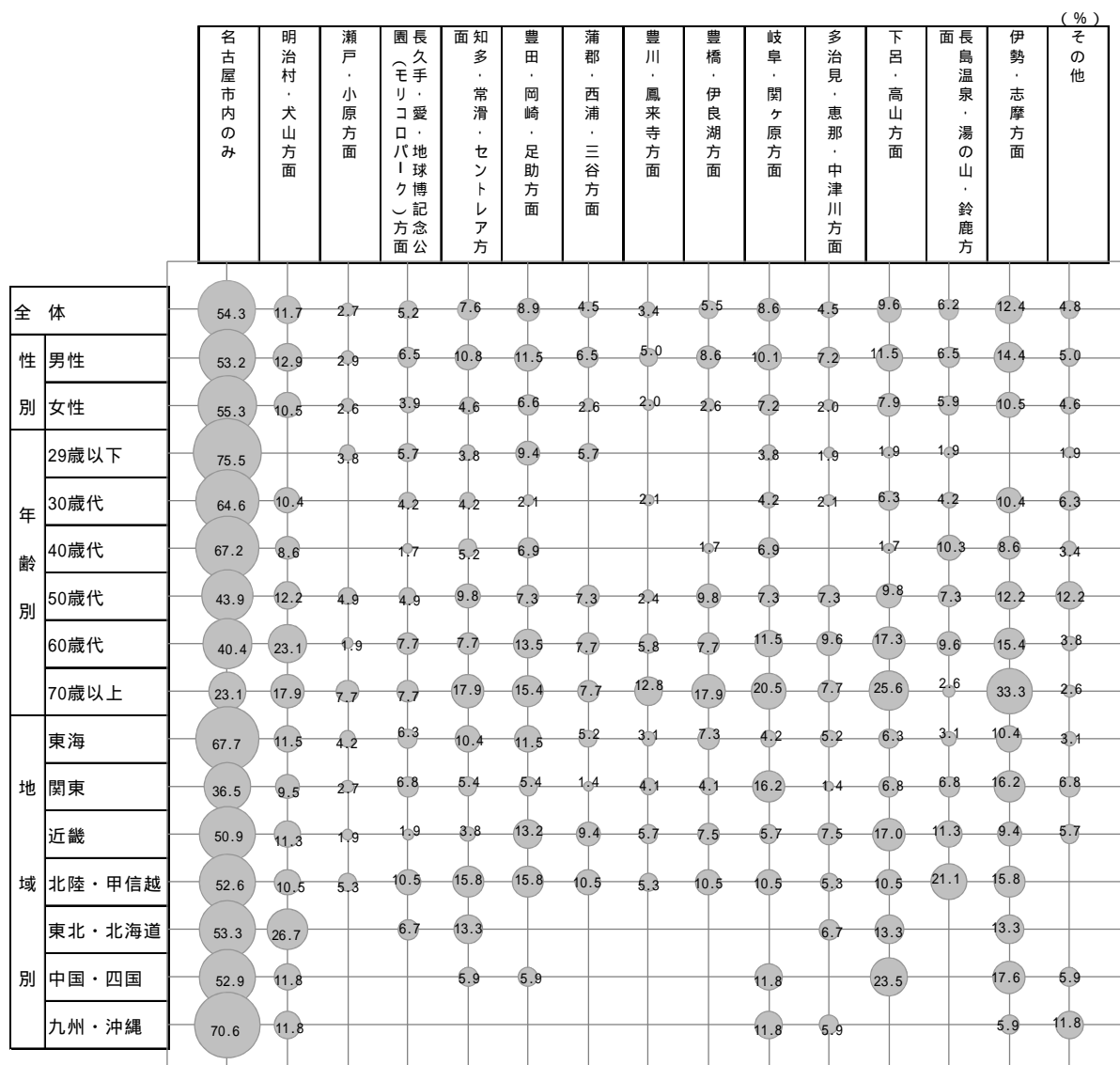
名古屋市以外にも訪問した割合は、男性女性共に5割ほどで高くなっている。

年齢別にみると、70歳以上では、名古屋市以外にも訪問した割合が7割以上を占めている。

一方、29歳以下では「名古屋市内のみ」が7割以上を占めている。

地域別にみると、「関東」からの訪問者では、名古屋市以外にも訪問した割合が6割以上であり、訪問地としては、「伊勢・志摩方面」と「岐阜・関ヶ原方面」が高くなっている。

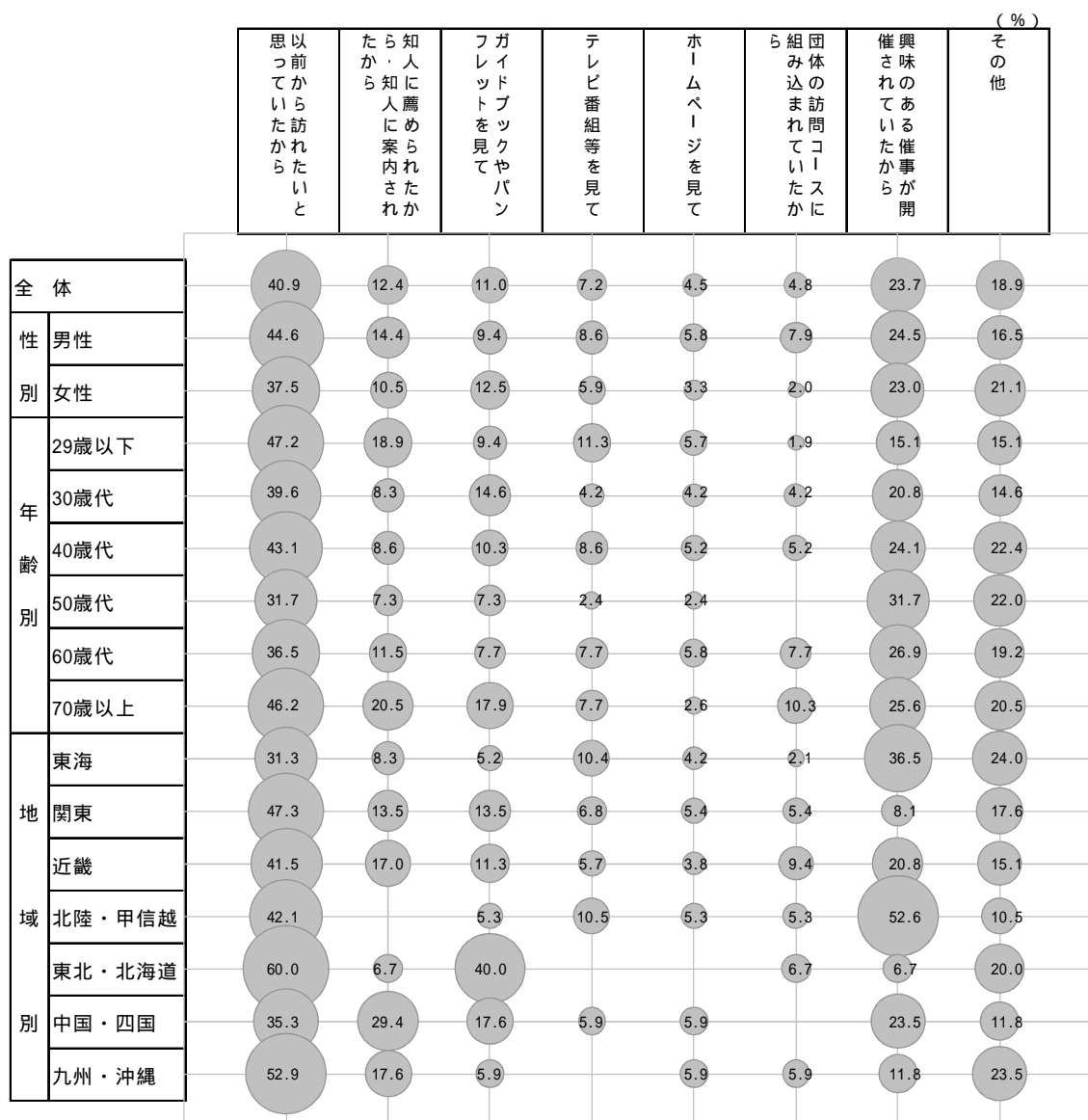
図 2-4-7 名古屋市以外の訪問地（複数回答）



h. 名古屋への訪問のきっかけ

観光等が目的で名古屋を訪れた方（291人）のきっかけは、「以前から訪れたいと思っていたから」が40.9%で最も多く、次いで「興味のある催事が開催されていたから」、「その他」、「知人に薦められたから・知人に案内されたから」となっている。

図 2-4-8 名古屋への訪問のきっかけ（複数回答）



名古屋の観光資源の認知度と訪問・体験状況

a. 名古屋の観光資源の認知度

名古屋の観光資源の中で知っているものとしては、「なごやめし」と「名古屋ゆかりの武将や尾張徳川家の史跡や遺産」の割合が高く、以下、「熱田神宮」、「東山動植物園」と続いている。

地域別にみると、上位5項目は「東海」以外の地域で同じである。

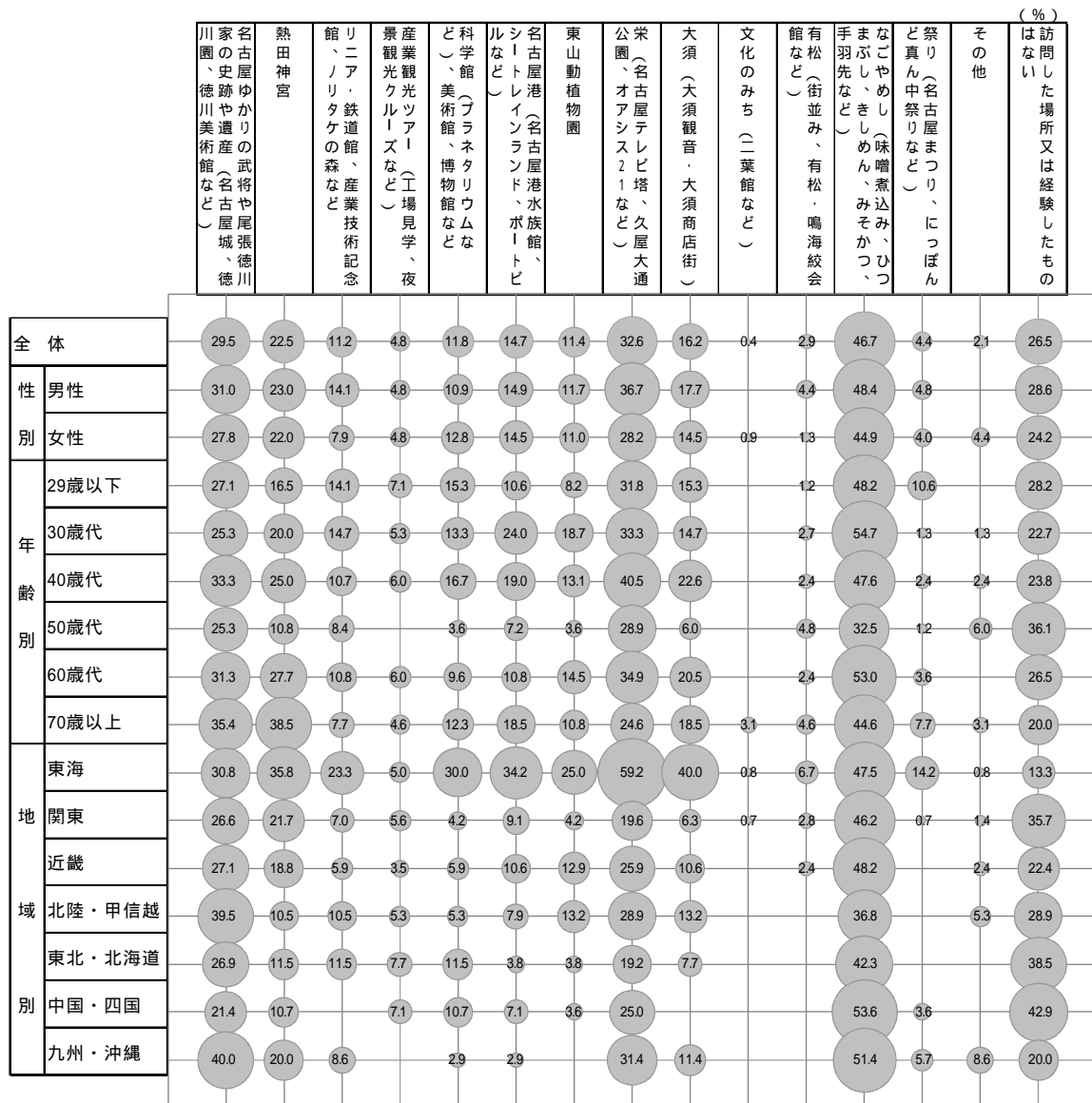
図 2-4-9 名古屋の観光資源の認知度（複数回答）

		（%）															
		川園、徳川美術館など	名古屋ゆかりの武将や尾張徳川家の史跡や遺産（名古屋城、徳川家康の史跡など）	熱田神宮	リニア・鉄道館、産業技術記念館、ノリタケの森など	科学館（プラネタリウムなど）、美術館、博物館など	シルトレイランド、ポルトピルなど	名古屋港水族館、シーサイドインランド、ポートビルなど	東山動植物園	栄（名古屋テレビ塔、久屋大通公園、オアシス21など）	大須（大須観音・大須商店街）	文化のみち（二葉館など）	有松（街並み、有松・鳴海絞会館など）	なごやめし（味噌煮込み、ひつまぶし、きしめん、みそかつ、手羽先など）	祭り（名古屋まつり、にっぽんど真ん中祭りなど）	その他	知っているものはない
全	体	58.5	52.1	23.2	17.1	27.6	41.2	39.3	19.3	1.7	7.0	70.6	11.9	0.9	10.1		
性	男性	59.0	57.9	29.1	18.7	30.2	41.5	46.8	22.0	2.1	7.7	68.9	12.4	1.0	9.8		
	女性	58.0	46.3	17.3	15.6	25.0	40.9	31.8	16.6	1.4	6.3	72.2	11.4	0.7	10.5		
年	29歳以下	48.1	23.0	24.6	20.3	22.5	22.5	34.2	16.6	2.1	4.3	64.7	10.7	0.5	16.0		
	30歳代	49.8	33.8	26.4	15.9	27.4	30.8	37.8	19.9	0.5	4.5	73.1	11.4	1.0	13.4		
	40歳代	63.7	52.4	27.4	17.9	33.0	41.5	42.9	18.9	2.8	7.5	75.5	12.3	1.4	9.9		
	50歳代	54.0	55.7	22.7	15.9	28.4	38.6	38.6	15.9	0.6	7.4	68.8	11.9	0.6	9.7		
	60歳代	66.8	74.0	20.2	15.9	24.5	58.2	40.4	21.6	1.4	9.6	71.6	12.5	0.5	7.7		
	70歳以上	68.9	76.4	16.8	16.8	29.8	56.5	41.6	23.0	3.1	8.7	68.3	12.4	1.2	3.1		
地	東海	80.5	87.2	68.4	67.7	83.5	87.2	87.2	77.4	7.5	39.1	82.7	60.2	1.5	2.3		
	関東	54.9	53.6	16.4	9.0	18.7	33.5	35.6	11.1	1.3	4.2	72.6	5.5	0.8	8.4		
	近畿	54.5	52.4	23.0	13.4	29.4	41.2	38.0	16.0	0.5	2.7	71.7	2.7	0.5	10.7		
	北陸・甲信越	65.9	52.4	25.6	19.5	41.5	53.7	47.6	22.0	1.2	6.1	73.2	11.0	1.2	11.0		
	東北・北海道	56.6	34.9	10.9	7.8	11.6	20.2	18.6	5.4	0.8	0.8	61.2	4.7	0.8	15.5		
	中国・四国	58.5	39.6	18.9	10.4	12.3	31.1	33.0	10.4	0.9	0.9	69.8	8.5	0.9	10.4		
九州・沖縄	49.6	38.8	11.6	7.8	13.2	38.0	23.3	7.8	1.6		58.9	4.7	0.8	16.3			

b. 名古屋の観光資源の訪問・体験状況

過去5年以内に名古屋を訪れた方(475人)が訪問した場所又は経験したのものとしては、「なごやめし」が46.7%と最も高く、次いで「栄」(32.6%)、「名古屋ゆかりの武将や尾張徳川家の史跡や遺産」(29.5%)が3割程度あり、「訪問した場所又は経験したものはなし」の割合は26.5%である。

図 2-4-10 名古屋の観光資源の訪問・体験状況 (複数回答)

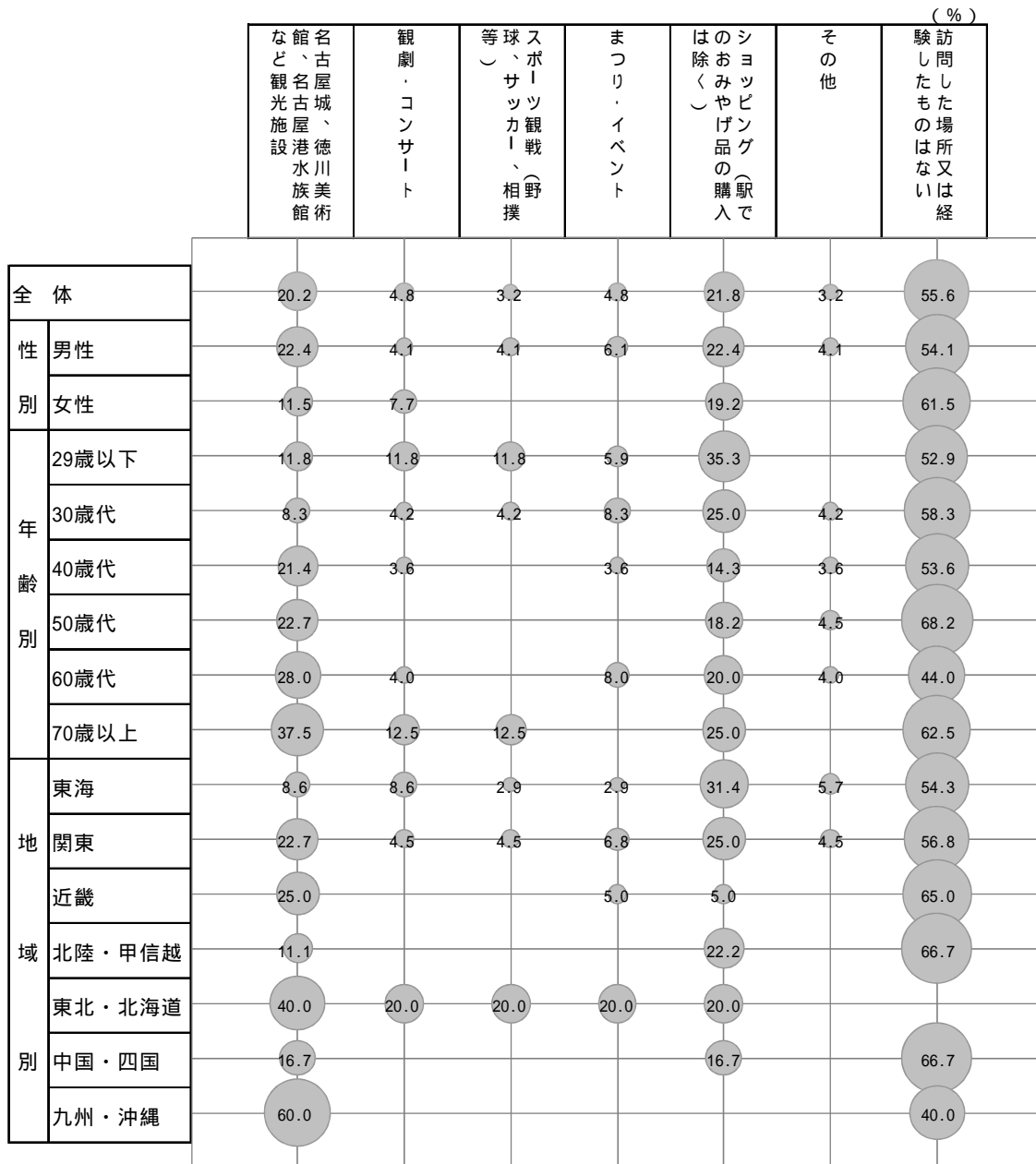


c . 仕事目的での訪問時における観光資源の訪問・体験状況

過去5年間以内に仕事目的で名古屋を訪れた方(124人)の直近の訪問で、そのときあわせて訪問した場所又は経験したのものがある割合は44.4%となっている。訪問した場所又は経験したものとしては、「ショッピング(駅でのおみやげ品の購入は除く)」が21.8%、「観光施設」が20.2%となっている。

訪問した場所又は経験したのものがある割合は、男性の方が45.9%と高い。

図 2-4-11 仕事目的での訪問時における観光資源の訪問・体験状況(複数回答)



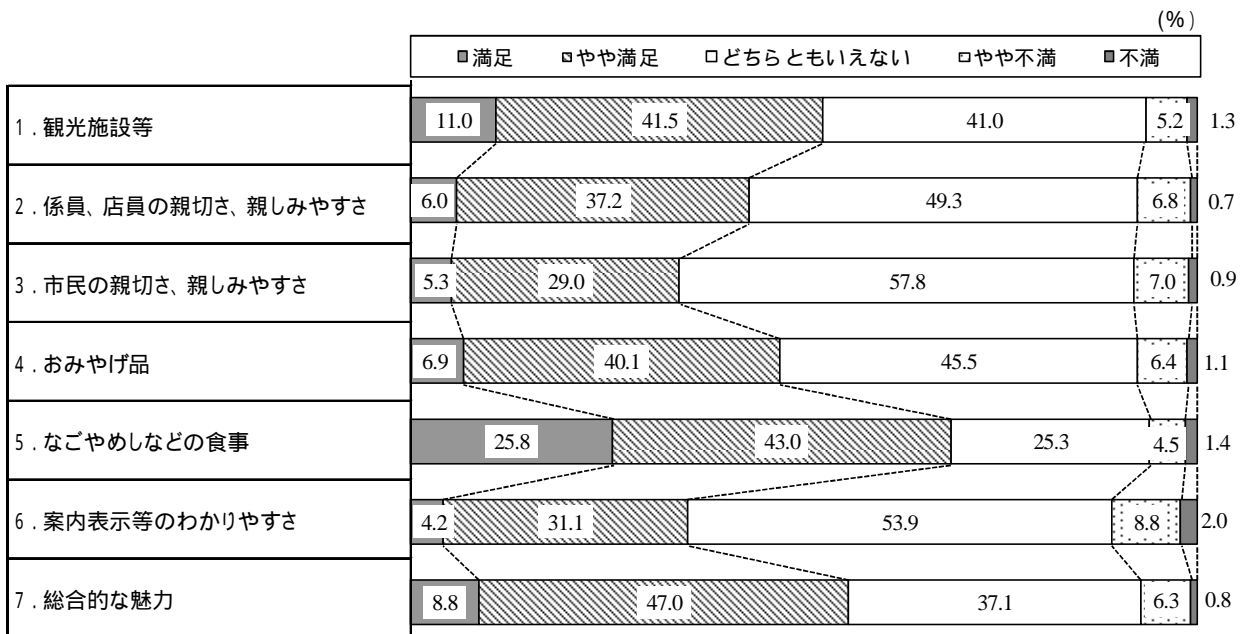
(3) 名古屋に対する評価

名古屋訪問時の印象

過去5年以内に名古屋を訪れた方(475人)では、「なごやめしなどの食事」については、「満足」と「やや満足」を合わせて68.8%と7割程が満足と感じており、下記の7項目のうち最も評価が高い。満足と感じる割合が、次いで高いのは、「総合的な魅力」と「観光施設等」で5割以上である。「おみやげ品」では5割弱が満足と感じている。「市民の親切さ、親しみやすさ」、「係員、店員の親切さ、親しみやすさ」については、満足と感じている割合は3~4割程で「どちらともいえない」が約半数を占めている。

一方、「やや不満」と「不満」を合わせた不満と感じる割合は、「案内表示等のわかりやすさ」については1割程度みられるものの、そのほかの項目については5~8%となっている。

図 2-4-12 名古屋訪問時の印象



a. 観光施設等の評価

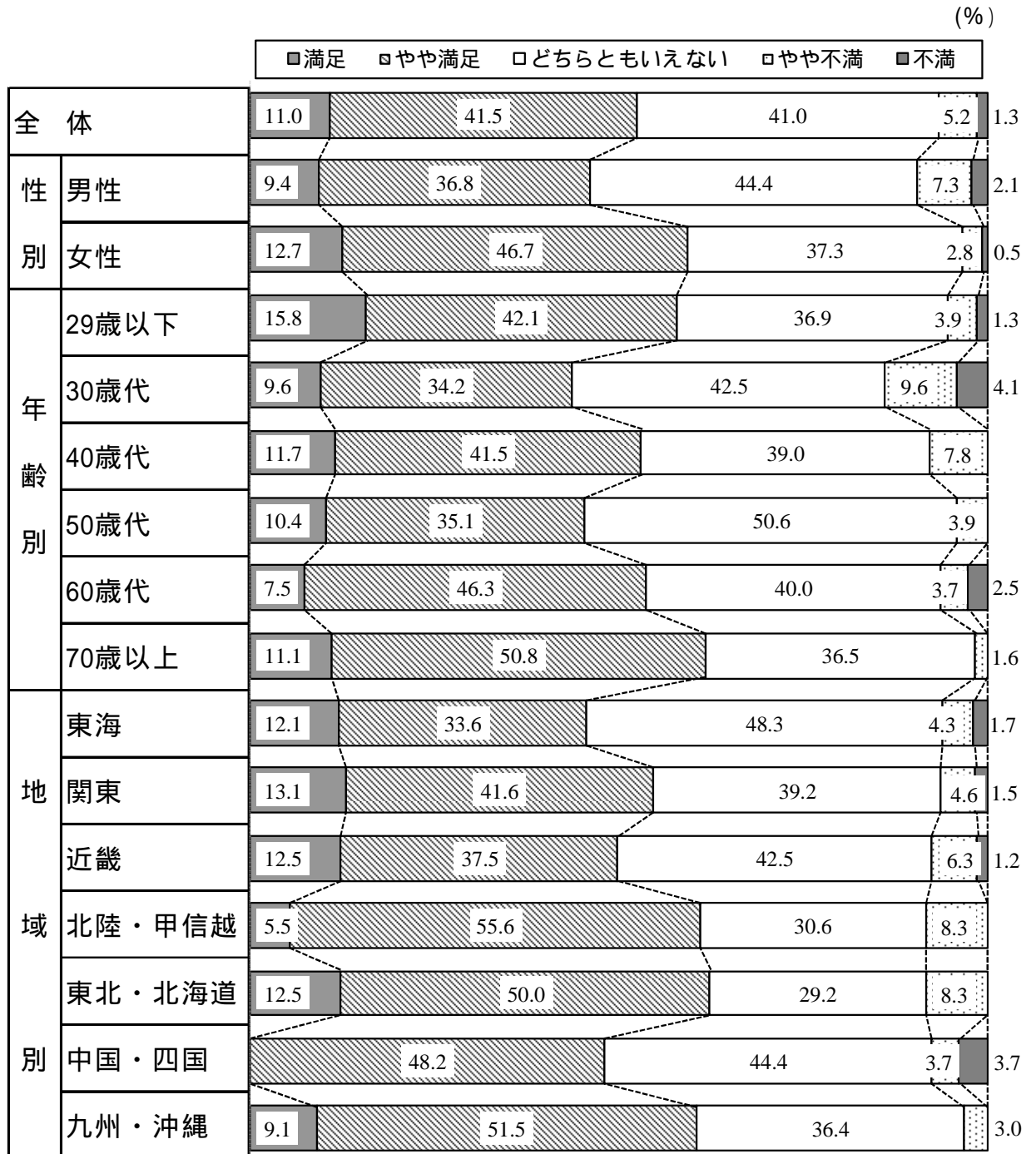
観光施設等については、「満足」と「やや満足」を合わせて52.5%と5割程度が満足と感じており、「やや不満」と「不満」を合わせ6.5%が不満と感じている。

性別にみると、満足と感じる割合は女性59.4%、男性46.2%と、女性の満足度の方が高い。

年齢別にみると、50歳代では「どちらともいえない」が半数程度みられる。一方、29歳以下と70歳以上で6割程度が満足と感じている。

地域別にみると、満足と感じる割合は、ほとんどの階層で過半数を占めている。

図 2-4-13 観光施設等の評価



b. 係員、店員の親切さ、親しみやすさの評価

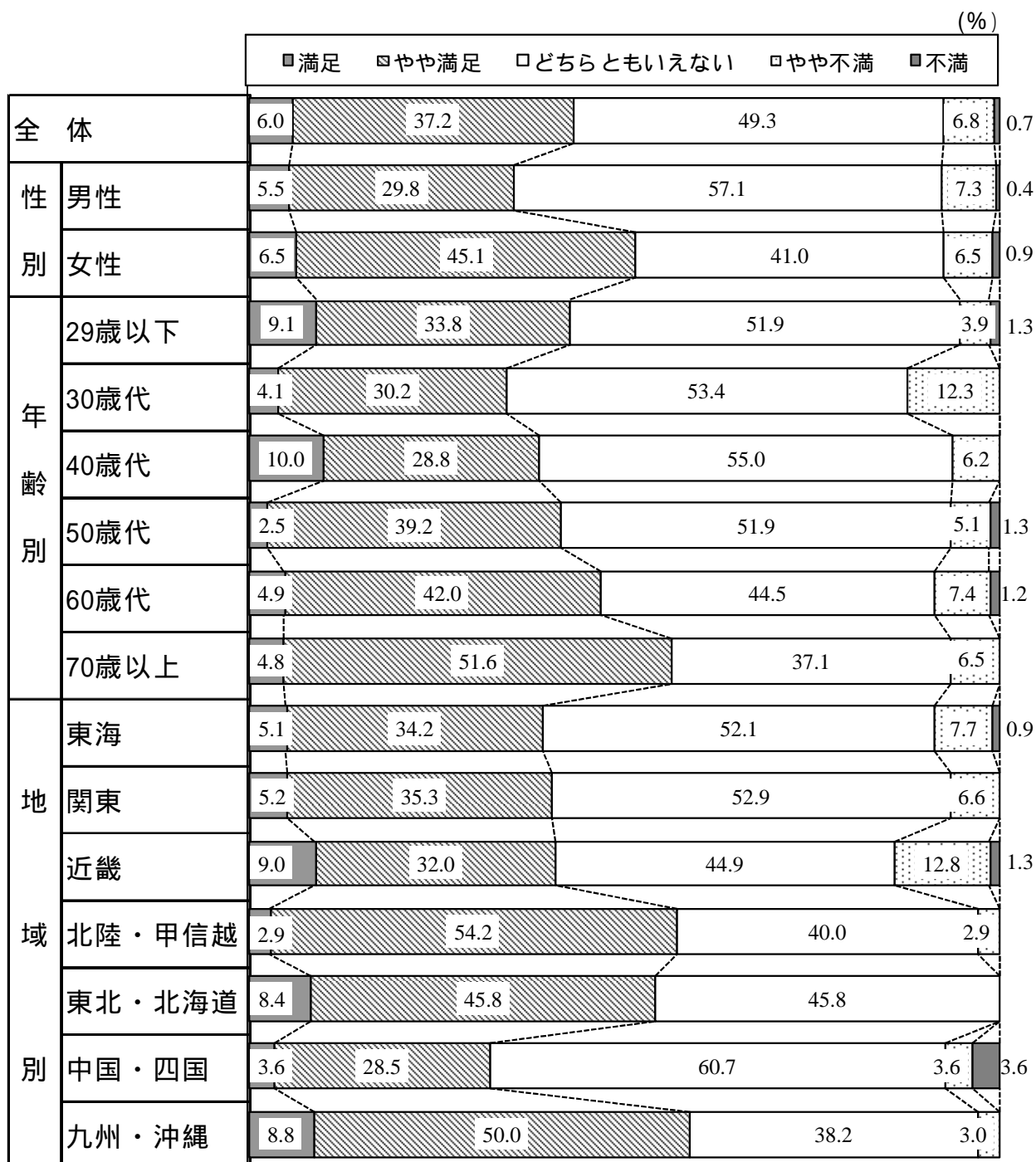
係員、店員の親切さ、親しみやすさについては、「満足」と「やや満足」を合わせ 43.2%が満足と感じており、「やや不満」と「不満」を合わせ 7.5%が不満と感じている。

性別にみると、満足と感じる割合は女性が過半数を占めている。

年齢別にみると、30歳代以上では年齢が上がるほど満足と感じる割合は高くなっている。

地域別にみると、満足と感じる割合は「北陸・甲信越」と「九州・沖縄」で高い。

図 2-4-14 係員、店員の親切さ、親しみやすさの評価



c. 市民の親切さ、親しみやすさの評価

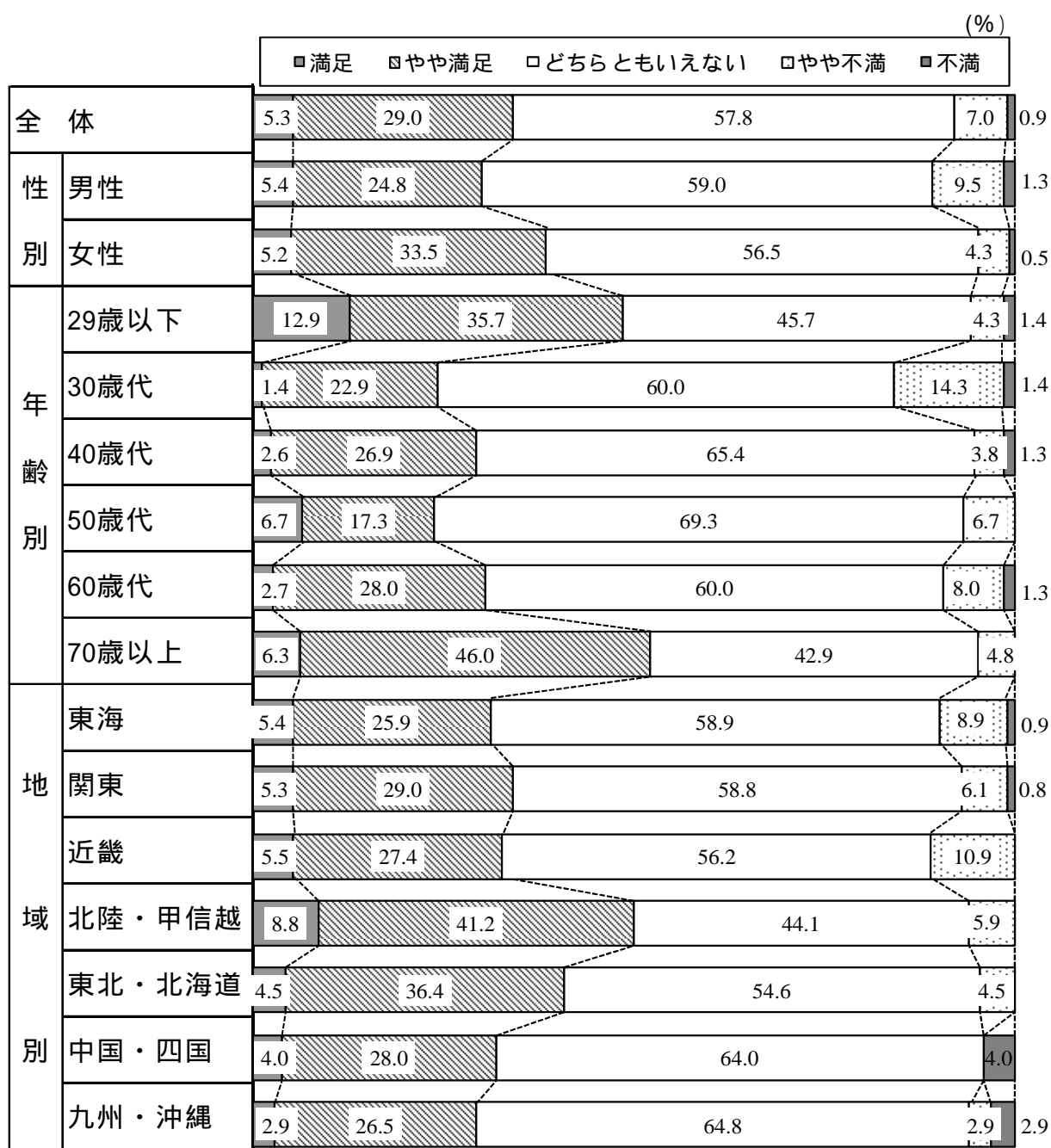
市民の親切さ、親しみやすさについては、「満足」と「やや満足」を合わせ 34.3%が満足と感じている。「どちらともいえない」が過半数を占めており、「やや不満」と「不満」を合わせ 7.9%が不満と感じている。

性別にみると、満足と感じる割合は女性の方が高く、男性では6割程度が「どちらともいえない」と回答している。

年齢別にみると、満足と感じる割合は30歳代から60歳代で3割程度と低い。また、30代では不満と感じる割合が15.7%と多い。

地域別にみると、「九州・沖縄」では満足と感じる割合が3割未満と低い。

図 2-4-15 市民の親切さ、親しみやすさの評価



d . おみやげ品の評価

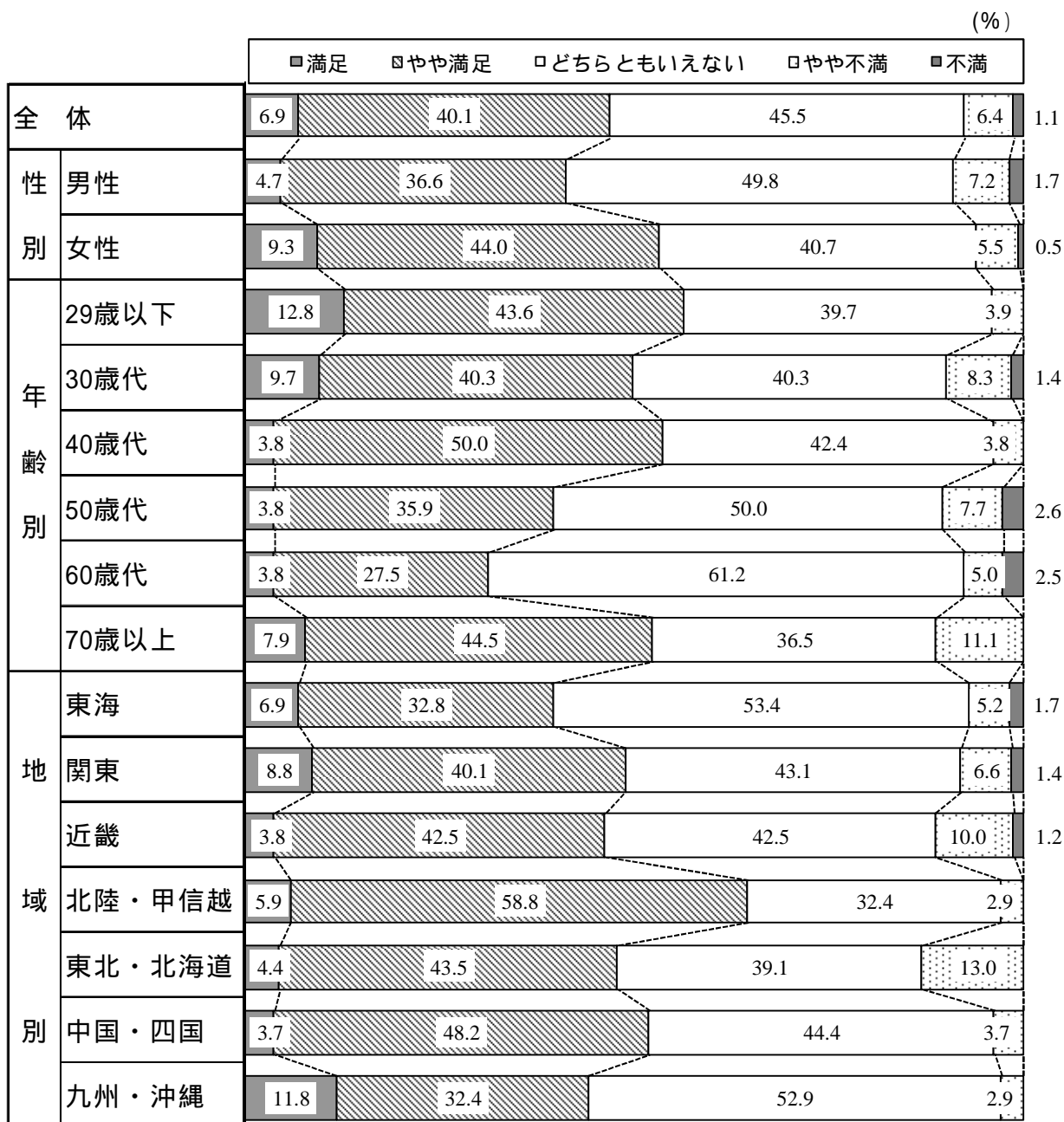
おみやげ品については、「満足」と「やや満足」を合わせ 47.0%と半数近くが満足と感じており、「やや不満」と「不満」を合わせた 7.5%が不満と感じている。

年齢別にみると、満足と感じる割合は 60 代で 3 割と低い。

性別にみると、満足と感じる割合は女性が 53.3%と高い。

地域別にみると、満足と感じる割合は、「北陸・甲信越」で高い。一方、不満と感じる割合は、「東北・北海道」で 13%みられる。

図 2-4-16 おみやげ品の評価

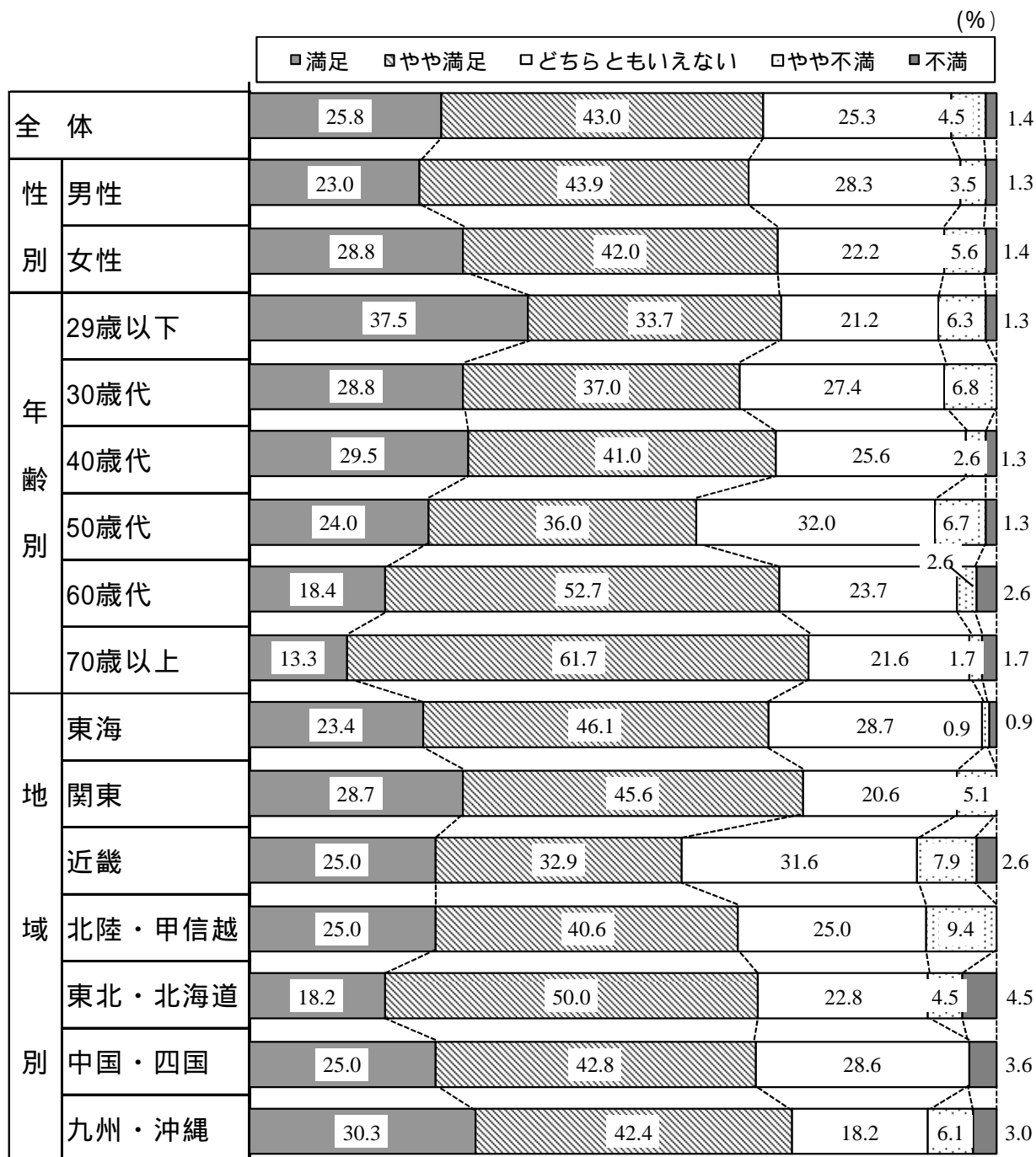


e. なごやめしなどの食事の評価

なごやめしなどの食事については、「満足」と「やや満足」を合わせ68.8%と7割程が満足と感じている。一方、「やや不満」と「不満」を合わせ5.9%が不満と感じている。

属性別にみても、総じて満足度は高い。

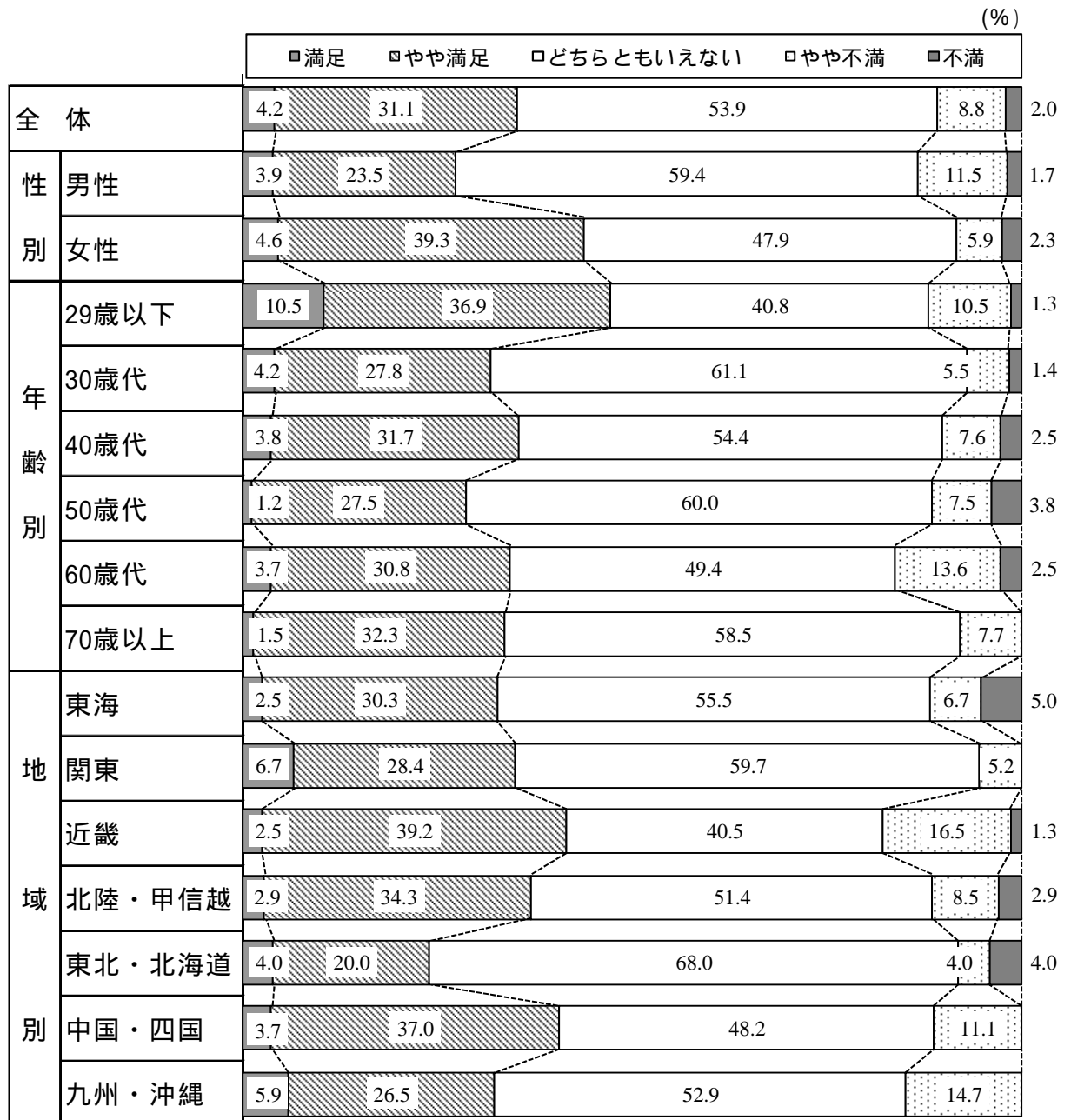
図 2-4-17 なごやめしなどの食事の評価



f. 案内表示等のわかりやすさの評価

案内表示等のわかりやすさについては、「満足」と「やや満足」を合わせ 35.3%が満足と感じている。「やや不満」と「不満」を合わせ 10.8%が不満と感じている。

図 2-4-18 案内表示等のわかりやすさの評価



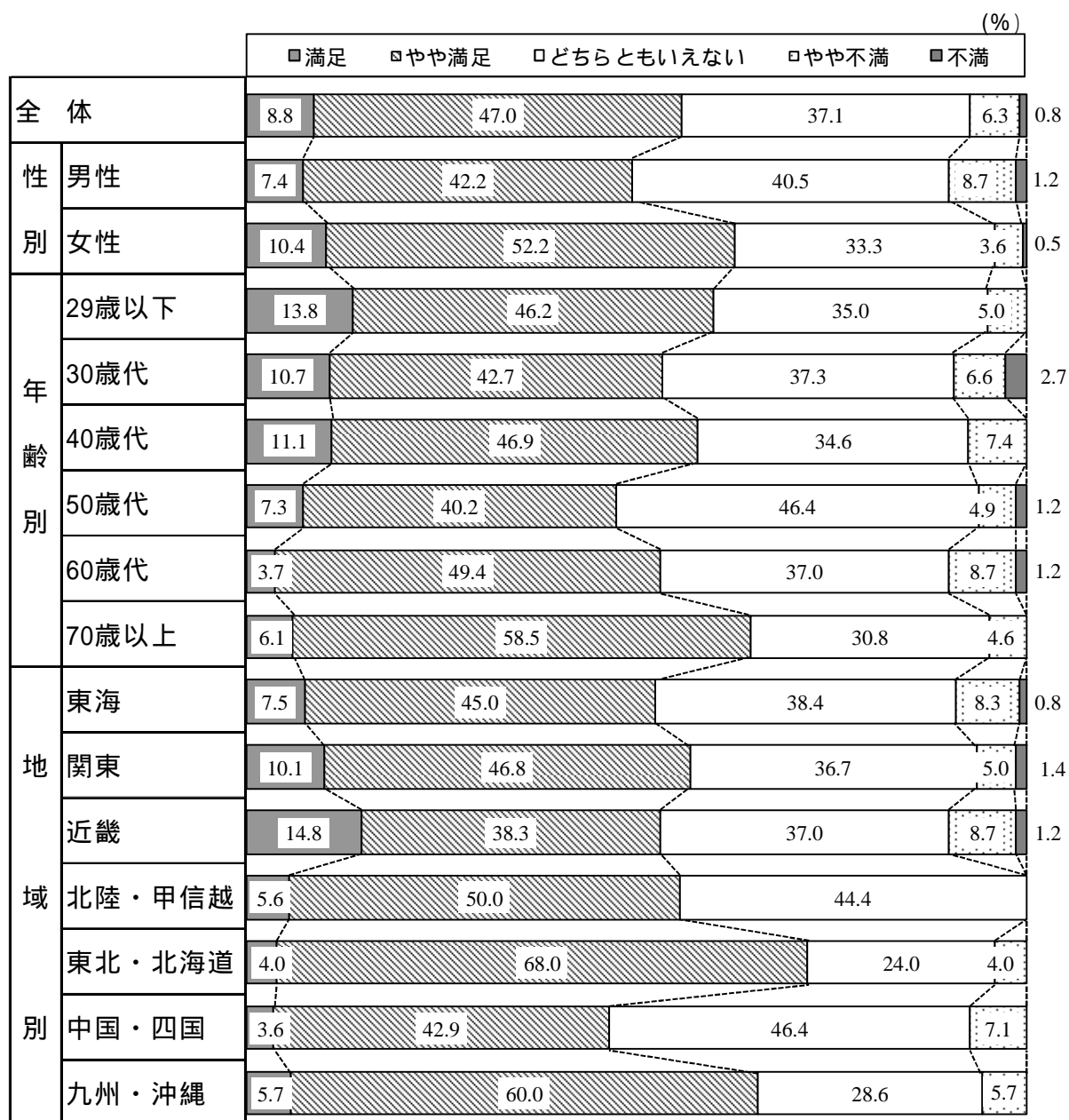
g . 総合的な魅力

総合的な魅力としては、「満足」と「やや満足」を合わせ 55.8%と満足と感じた割合は過半数を占めており、「やや不満」と「不満」を合わせた不満と感じる割合は7.1%となっている。

性別にみると、満足と感じる割合は女性が62.6%と高い。

地域別にみると、「中国・四国」以外の地域では満足と感じる割合が半数以上を占めており、特に「東北・北海道」では7割が満足と感じている。

図 2-4-19 総合的な魅力



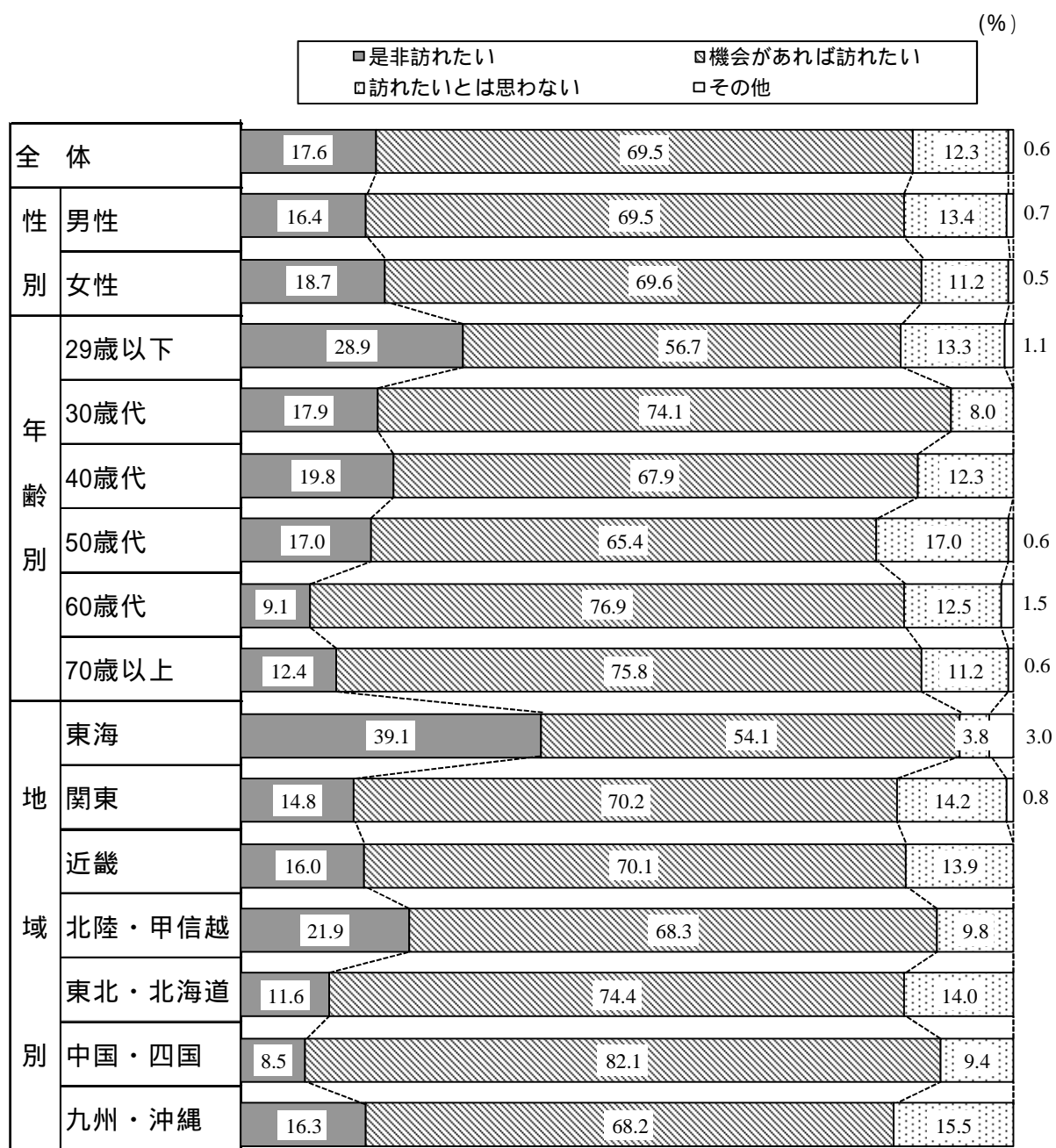
名古屋への今後の訪問について

a. 名古屋への訪問意向

今後、名古屋への訪問意向としては、「是非訪れたい」が17.6%で、「機会があれば訪れたい」が69.5%で、合わせて87.1%と約9割が訪れたいと考えている。

全ての階層で8割以上が訪問意向を持っている。

図 2-4-20 名古屋への訪問意向

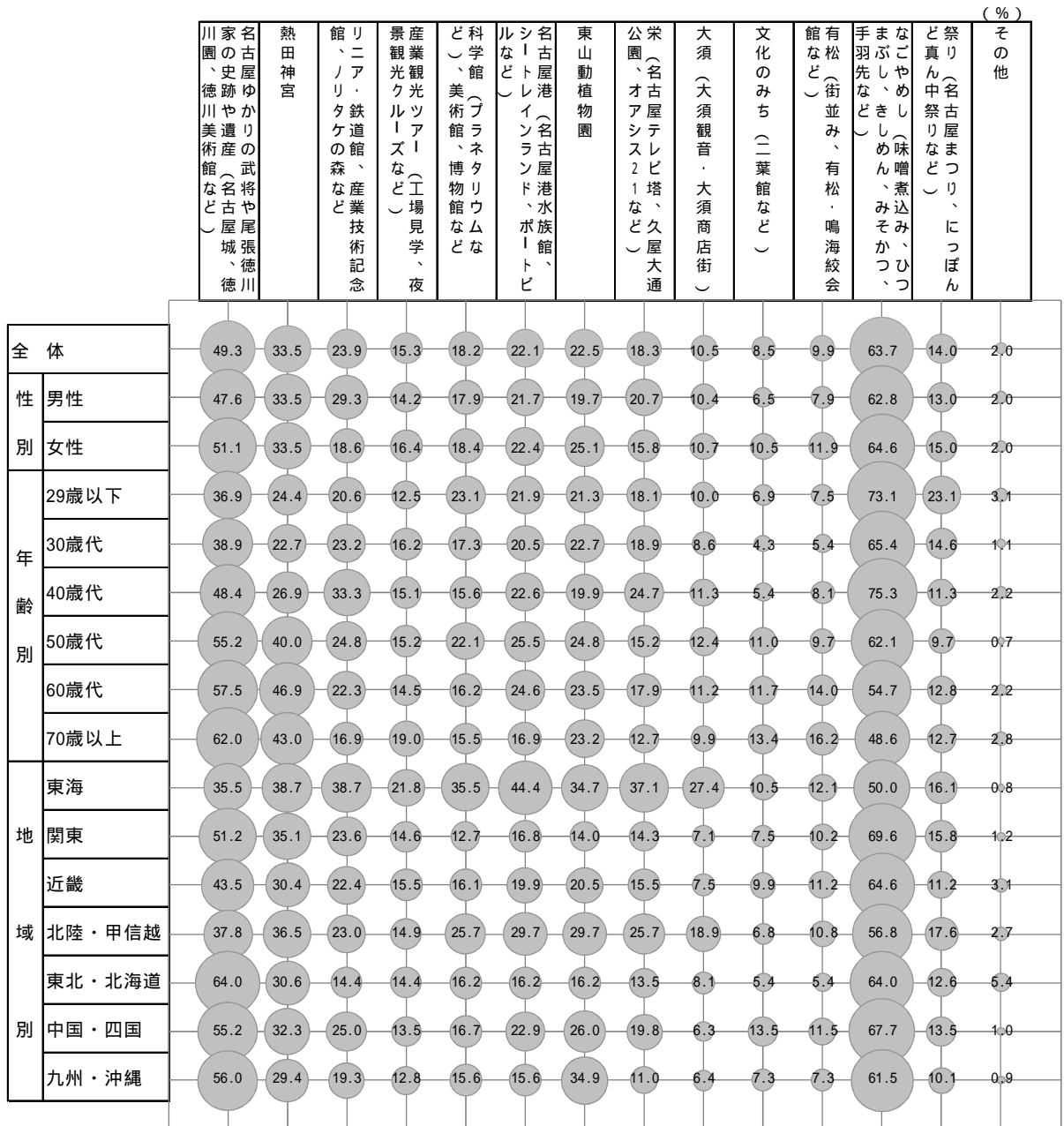


b. 訪れたい名古屋の観光資源

今後、名古屋へ訪れたいと思う方(997人)が訪問したい場所又は経験したいものとしては、「なごやめし」と「名古屋ゆかりの武将や尾張徳川家の史跡や遺産」が多い。

ほぼ全ての階層で「なごやめし」が最も高くなっている。

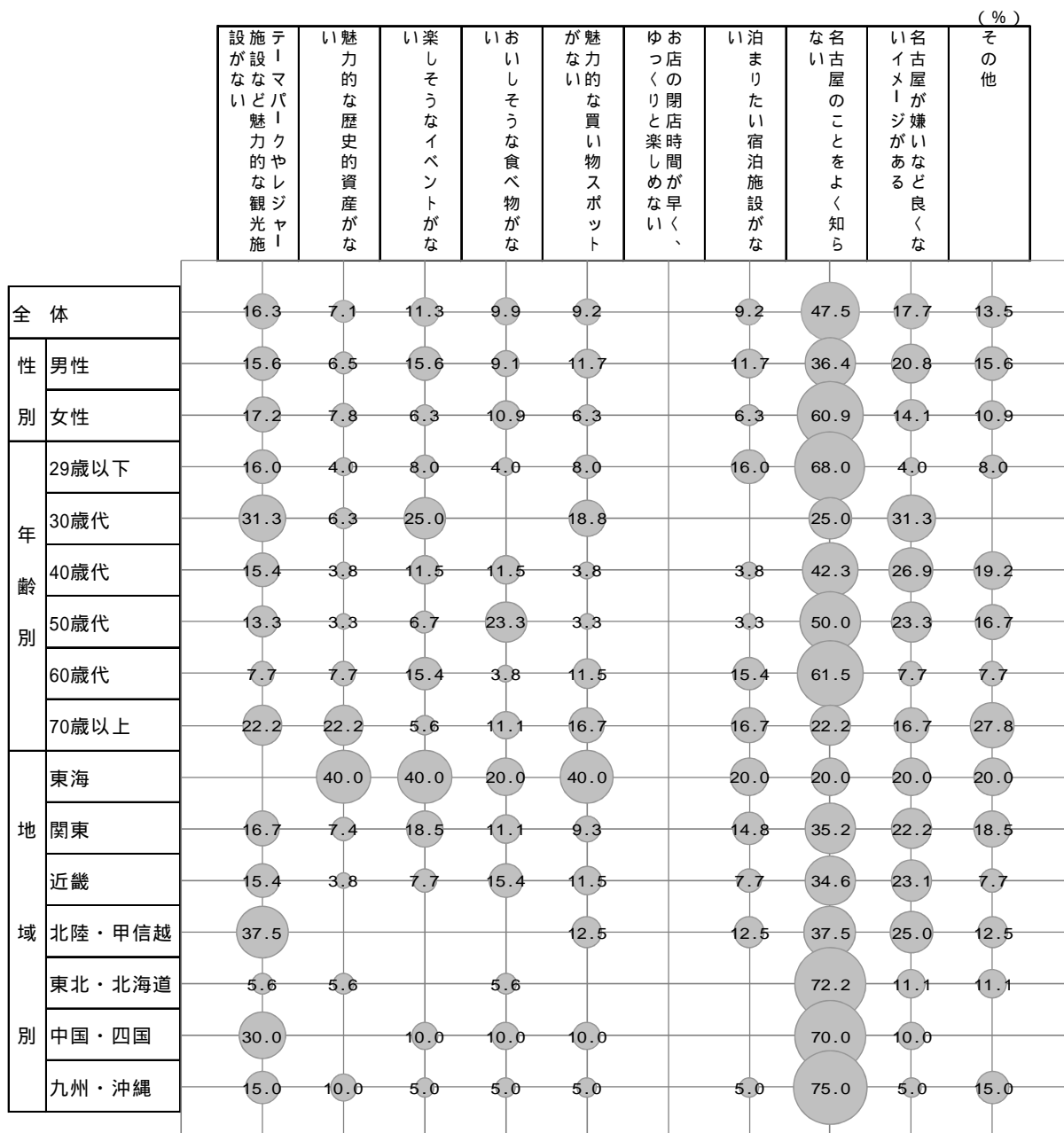
図 2-4-21 訪れたい名古屋の観光資源（複数回答）



c . 訪れたいと思わない理由

名古屋を訪れたいと思わない方（141人）の理由としては、「名古屋のことをよく知らない」を47.5%が挙げている。そのほかの理由をみると、「テーマパークやレジャー施設など魅力的な観光施設がない」や「楽しそうなイベントがない」など訪問意向を起こさせる観光資源がないことを挙げている。「名古屋が嫌いなど良くないイメージがある」は17.7%となっている。名古屋の観光資源の周知の徹底が名古屋への訪問意向を高めることにつながるといえる。

図 2-4-22 訪れたいと思わない理由（3つまで回答）

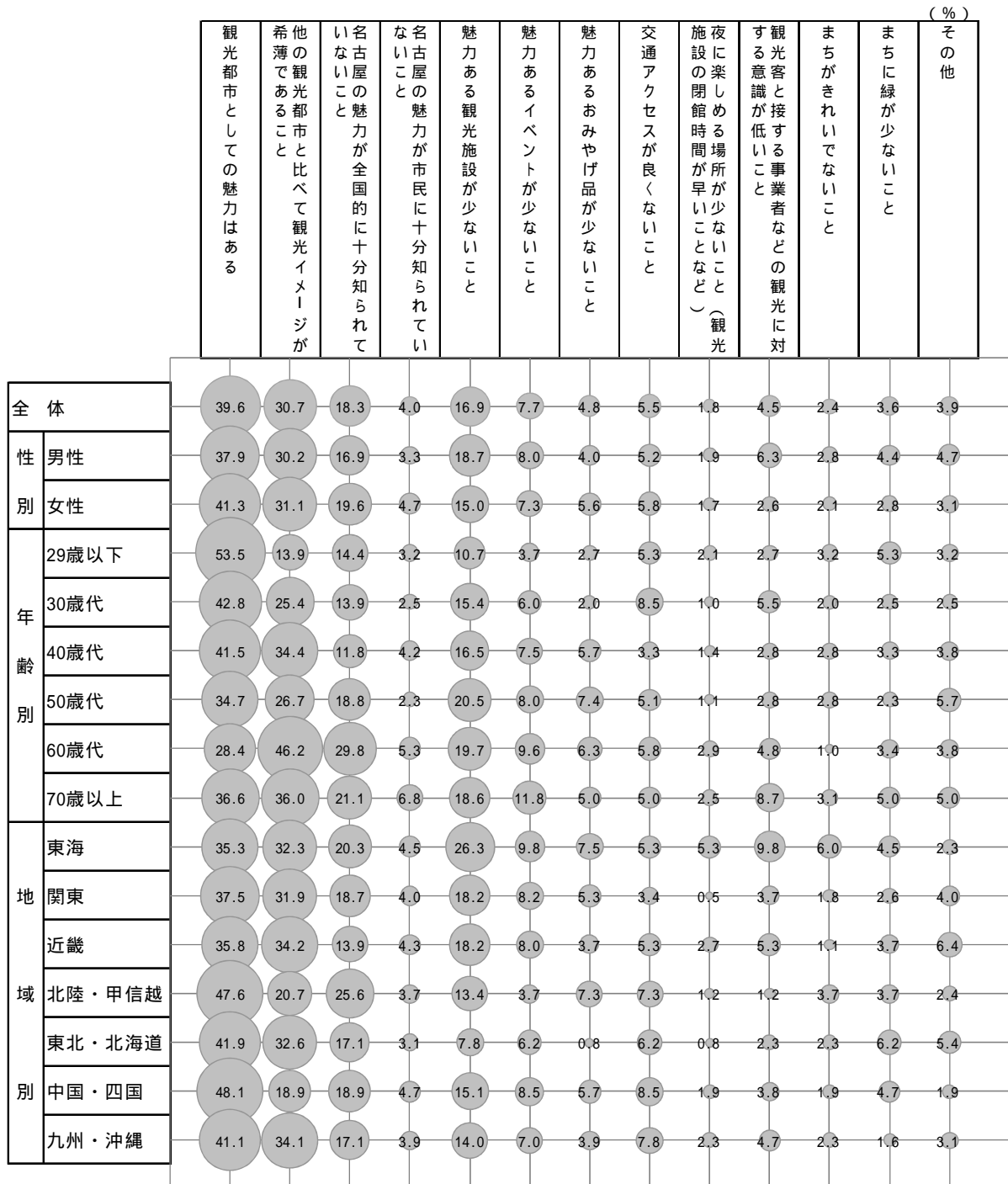


d. 名古屋の観光地としての魅力について

名古屋の観光地として「観光都市としての魅力はある」の割合は39.6%である。一方、魅力を感じない方の理由としては、「他の観光都市と比べて観光イメージが希薄であること」が30.7%と最も多く、次いで「名古屋の魅力が全国的に十分知られていないこと」が18.3%、「魅力ある観光施設が少ないこと」が16.9%となっている。

「魅力はある」の割合は、年代が若いほど高く40歳代以下では4割以上を占めている。一方、「観光イメージが希薄であること」は60歳代以上で高くなっている。

図 2-4-23 名古屋の観光地としての魅力（3つまで回答）



(4) 観光振興について

「名古屋おもてなし武将隊」について

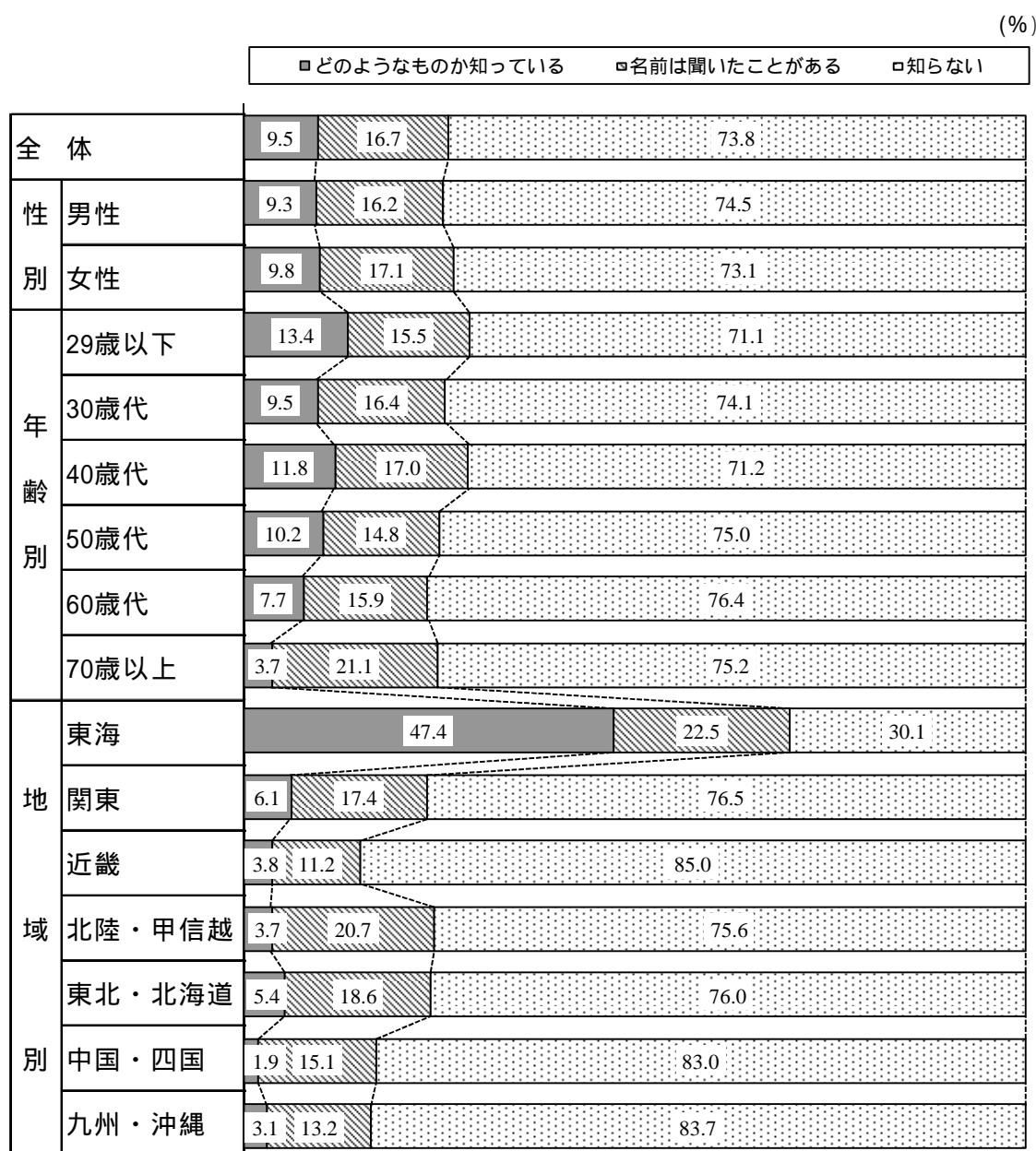
a. 「名古屋おもてなし武将隊」の認知度

平成21年11月に結成した「名古屋おもてなし武将隊」の認知状況としては、「どのようなものか知っている」は9.5%であり、「名前は聞いたことがある」と、合わせて認知度は26.2%となっている。

性別、年齢別にみると、29歳以下で認知度が28.9%、40歳代で28.8%と相対的にやや高いものの、特に大きな差異はみられない。

地域別にみると、認知度は「東海」では69.9%と高いものの、そのほかの地域ではまだ低く、特に「近畿」、「九州・沖縄」、「中国・四国」では1割台となっている。

図2-4-24 「名古屋おもてなし武将隊」の認知度

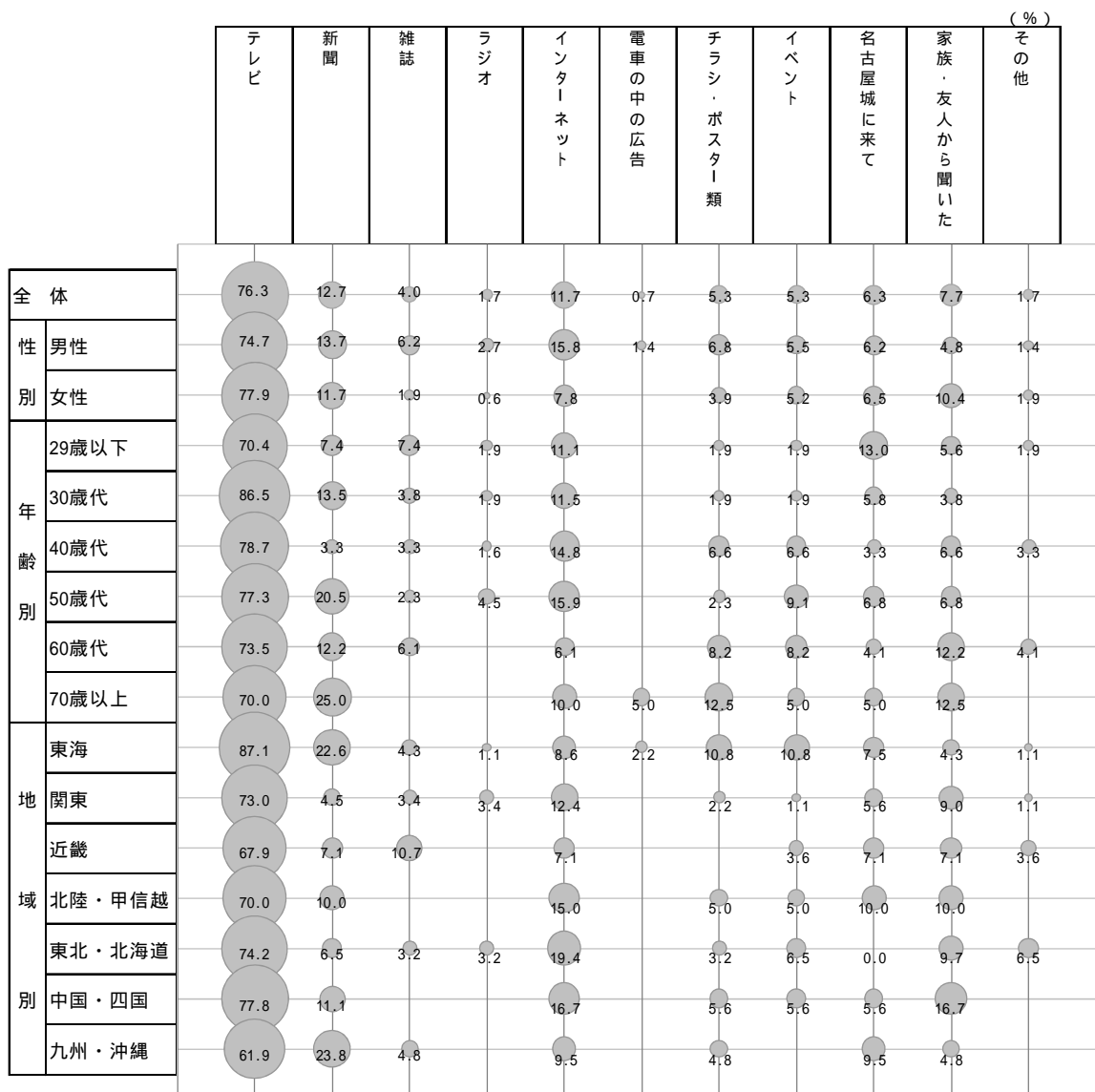


b. 「名古屋おもてなし武将隊」の認知経路

「名古屋おもてなし武将隊」を知っていた方(300人)が知ったきっかけとしては、「テレビ」が76.3%と圧倒的に高い。そのほかでは「新聞」が12.7%と「インターネット」が11.7%で、それ以外は数%である。

全ての階層で「テレビ」は圧倒的に高い。

図 2-4-25 「名古屋おもてなし武将隊」の認知経路

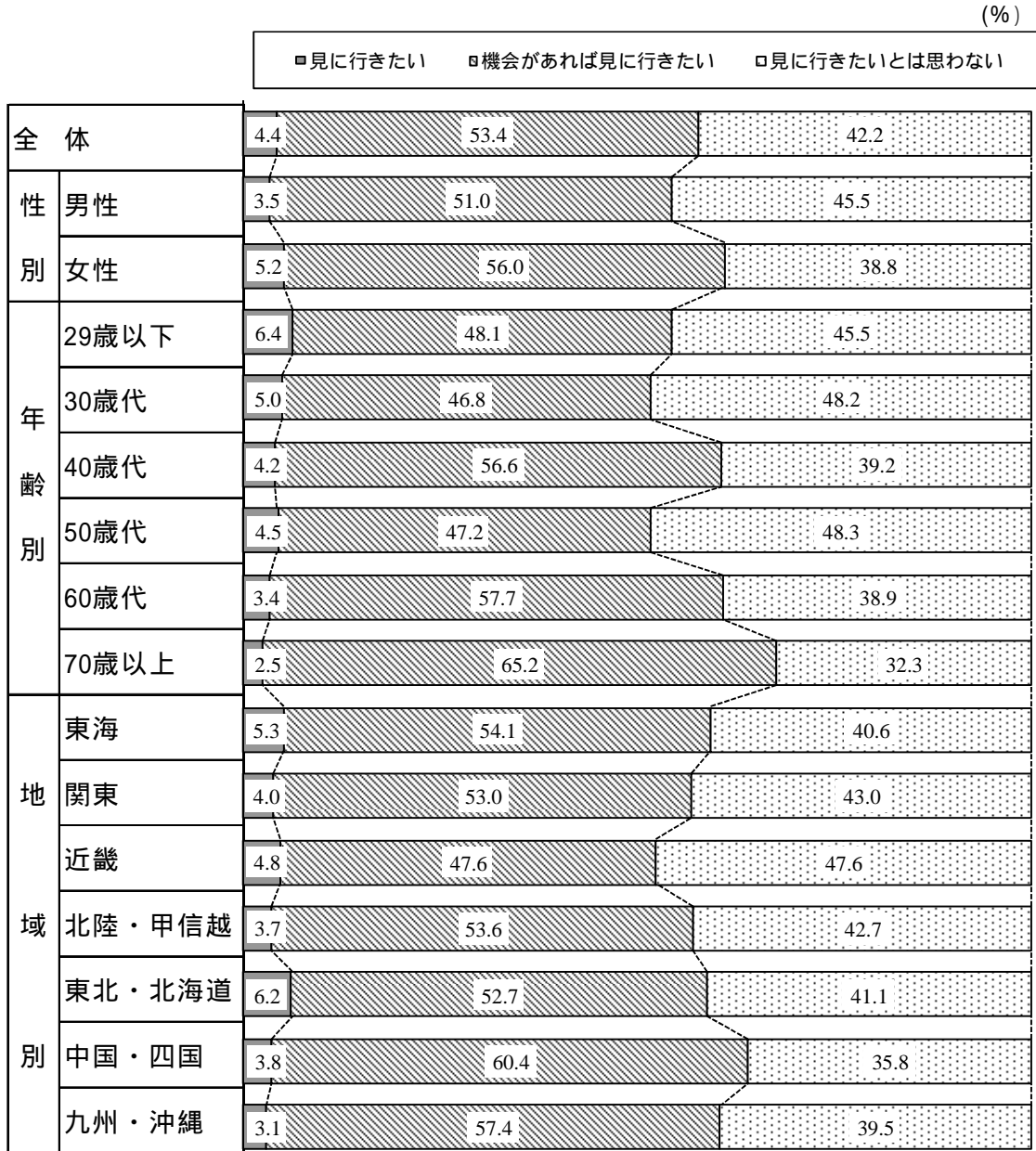


c. 「名古屋おもてなし武将隊」観覧意向

「名古屋おもてなし武将隊」を名古屋に「見に行きたい」割合は 4.4%と少ないものの、「機会があれば見に行きたい」は 53.4%と過半数を占め、合わせて 57.8%と 6 割近くが観覧意向を持っている。

性別・年齢別・地域別にみても大きな差異はみられない。

図 2-4-26 「名古屋おもてなし武将隊」観覧に名古屋への訪問意向



なごや観光ルートバスの認知度・利用意向

主要観光施設等を周遊する金色の観光ルートバス「メーグル」を「利用したことがある」割合は1.0%と僅かである。「知っていて、利用したい」と「知ってはいたが、利用したいとは思わない」を合わせた認知度は7.5%と低い。しかし、「知っていて、利用したい」と「知らなかったが、利用したい」を合わせた利用意向は50.5%と5割程度を占めている。

認知度としては、「東海」でも24.1%と認知度は低い。

図 2-4-27 なごや観光ルートバスの認知度・利用意向



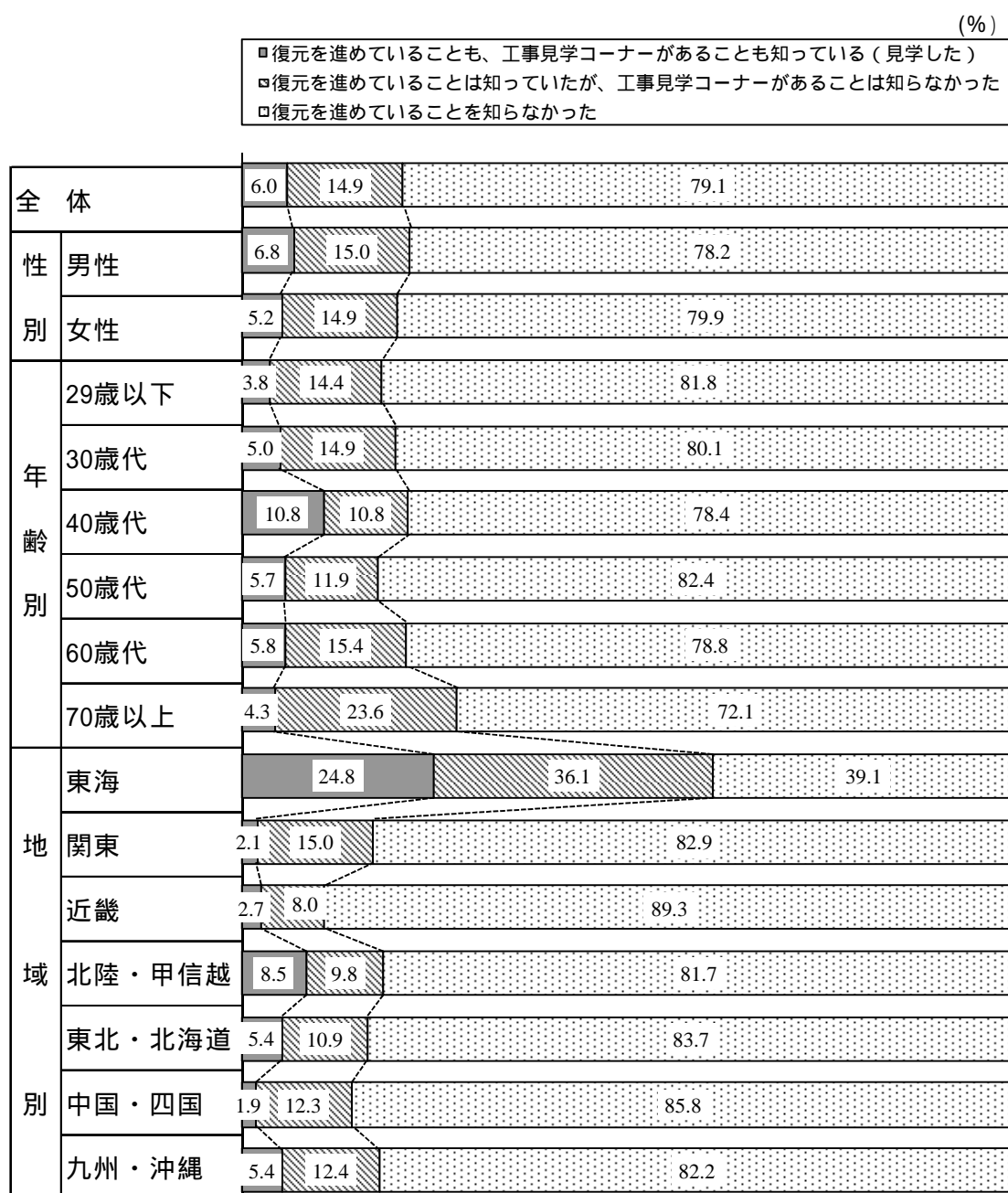
名古屋城「本丸御殿」の復元

a. 名古屋城「本丸御殿」復元の認知度

名古屋城「本丸御殿」の復元の取組みについて、「復元を進めていることも、工事見学コーナーがあることも知っている」、「復元を進めていることは知っていたが、工事見学コーナーがあることは知らなかった」を合わせて20.9%が「本丸御殿」の復元を知っている。

地域別にみると、「東海」では「復元も、工事見学コーナーも知っている」が24.8%で、「復元は知っていたが、工事見学コーナーは知らなかった」と合わせ「本丸御殿」の復元を知っている割合は60.9%と6割を超えている。

図 2-4-28 名古屋城「本丸御殿」復元の認知度



b. 名古屋城「本丸御殿」復元後の訪問意向

名古屋城「本丸御殿」が復元された場合、「是非訪れたい」、「機会があれば訪れたい」を合わせて79.6%が訪問意向を持っている。前述の名古屋への訪問意向（P82 図 2-4-20）で訪問意向が無かった方（141人）のうち、1名が「是非訪れたい」、38名が「機会があれば訪れたい」としており、この取組みが名古屋の観光振興に大きく貢献することを示唆している。

性別、年齢別にみても、大きな差異はみられない。

地域別にみると、訪問意向の割合に大きな差はみられない。

図 2-4-29 名古屋城「本丸御殿」復元後の訪問意向

