

2-4 全国から見た名古屋の観光に関する評価

(名古屋の観光に対するインターネットアンケート結果)

(1) 調査の概要

① 調査目的

名古屋への訪問実績や訪問意向、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。

② 調査対象

東海・大阪圏・東京・北陸・甲信越・東北・北海道・中国・四国・九州・沖縄に住む 18～69 歳の男女 1,000 名とした。

③ 調査日時等

平成 18 年 11 月 25 日（土）～26 日（日）

④ サンプルング方法

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	男性							女性							計	%
	男性計	20代未満	20代	30代	40代	50代	60代以上	女性計	20代未満	20代	30代	40代	50代	60代以上		
①東海	40	1	9	7	5	10	8	54	2	12	11	9	11	9	94	9%
②大阪圏	115	5	19	20	26	27	18	105	3	23	18	22	20	19	220	22%
③東京圏	143	6	33	21	26	29	28	130	7	27	22	22	30	22	273	27%
④北陸・甲信越	55	6	13	12	9	8	7	55	3	8	13	13	9	9	110	11%
⑤東北・北海道	63	3	12	14	11	14	9	45	0	10	6	7	12	10	108	11%
⑥中国・四国	33	3	4	8	4	7	7	60	2	11	9	14	18	6	93	9%
⑦九州・沖縄	51	1	5	13	14	10	8	51	2	10	16	8	5	10	102	10%
計	500	25	95	95	95	105	85	500	19	101	95	95	105	85	1000	100%

(2) 名古屋の観光の認知度・訪問状況

① 名古屋への訪問実績

1) 訪問の経験

今までに名古屋へ訪れたことがあるかを尋ねたところ、66.2%の方（662名）が「訪れたことがある」と回答している。

性別では男性の方が訪れた割合が高く、年齢別では見ると20歳未満の方が極端に低い。

地域別は東海圏では9割以上、次いで大阪圏（80.0%）、北陸・甲信越圏（74.5%）と続いている。

図 2-4-1-1 名古屋への訪問の有無（性別・年齢別）

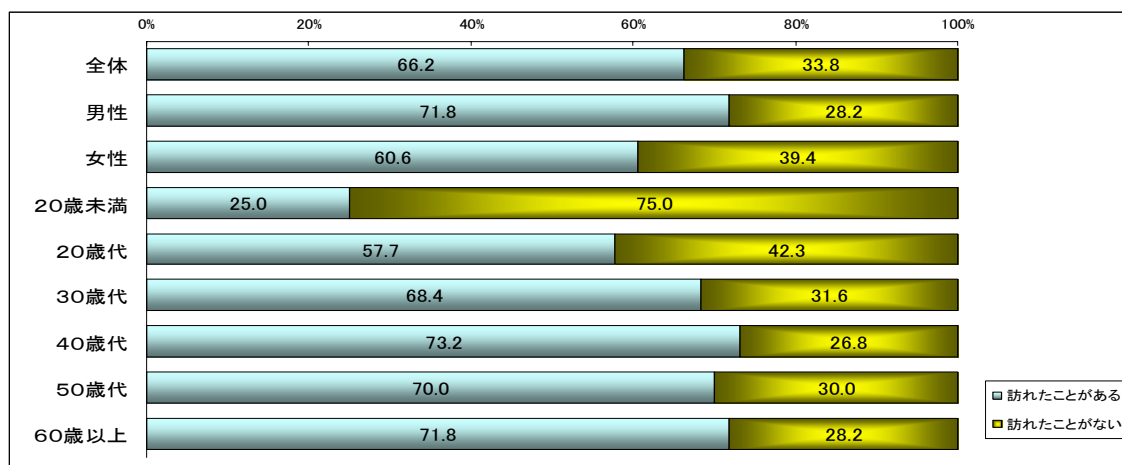
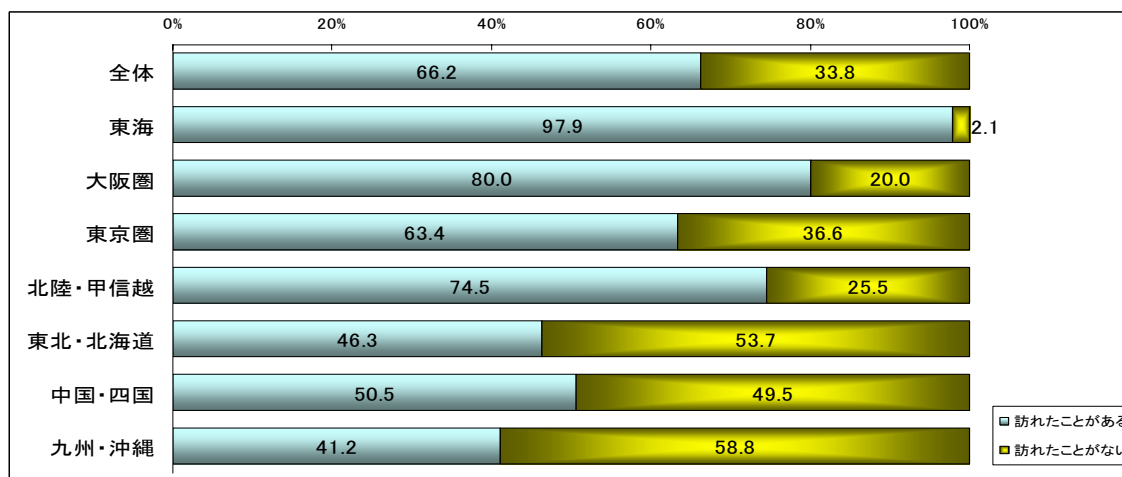


図 2-4-1-2 名古屋への訪問の有無（地域別）



2) 訪問の目的

目的は全体では「施設の見学」が43.1%（285名）と最も多く、次いで「友人・親戚への訪問」（36.4%・241名）、「仕事」「ショッピング」と続いている。

性別では、男性は「仕事」女性は「施設の見学」の割合が高い。

地域別でみると、東海圏は「ショッピング」が約63.0%を占める。北陸・甲信越圏、大阪圏では「観光」の割合が、東北・北海道圏では「仕事」の割合が高くなっている。

図 2-4-2-1 名古屋への訪問目的（性別・年齢別）

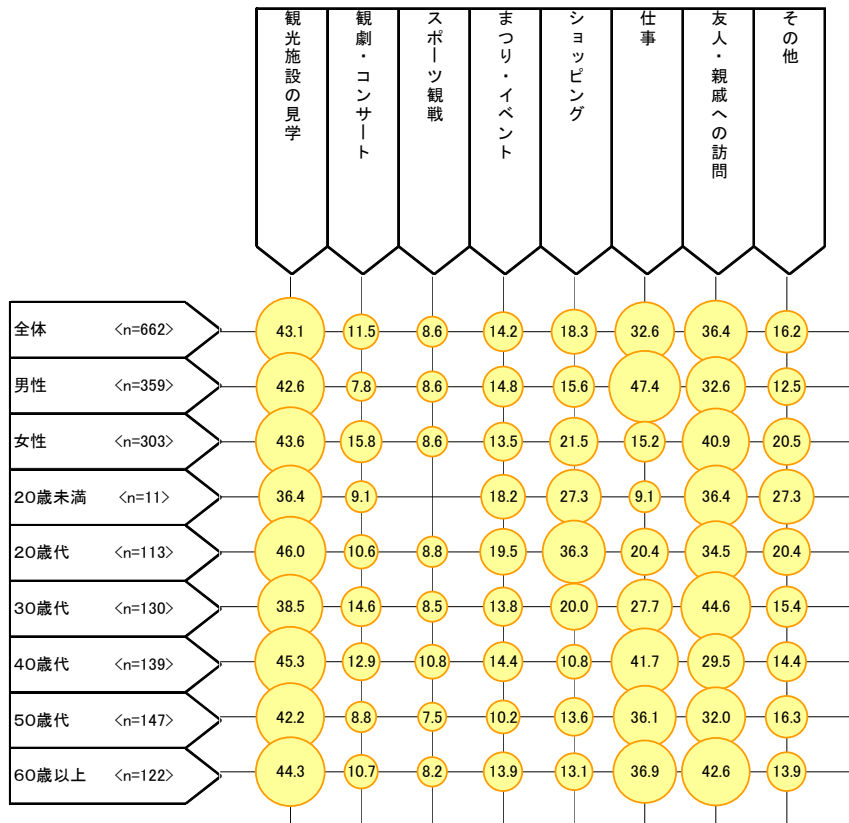
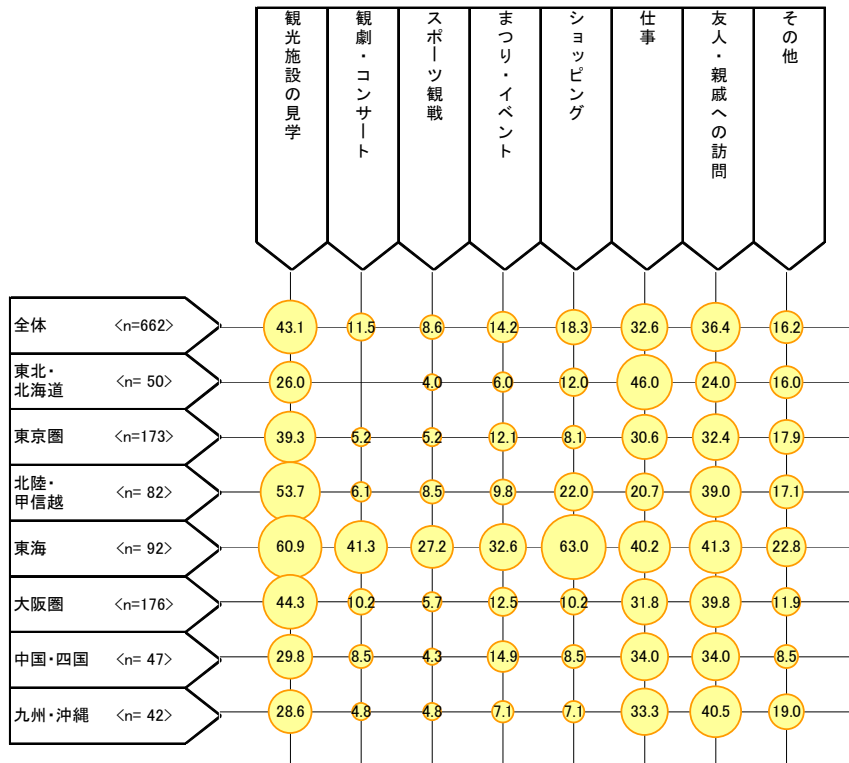


図 2-4-2-2 名古屋への訪問の有無（地域別）



3) 訪問のきっかけ

「名古屋へ訪れたことがある」と答えた 662 名の方にきっかけを尋ねたところ「以前から訪れたいと思っていたから」が 30.2%で最も多く、名古屋への関心が多く寄せられている。（「その他」を除く）次いで「知人に薦められたから・知人に案内されたから」が 22.5%、「興味のある催事が開催されていたから」18.4%となっている。

性別、年齢別においても、この割合はほぼ変わらない。地域別では北陸・甲信越圏で「以前から訪れたいと思っていたから」を訪問のきっかけにしている方が多い。

図 2-4-3-1 名古屋への訪問のきっかけ（性別・年齢別）

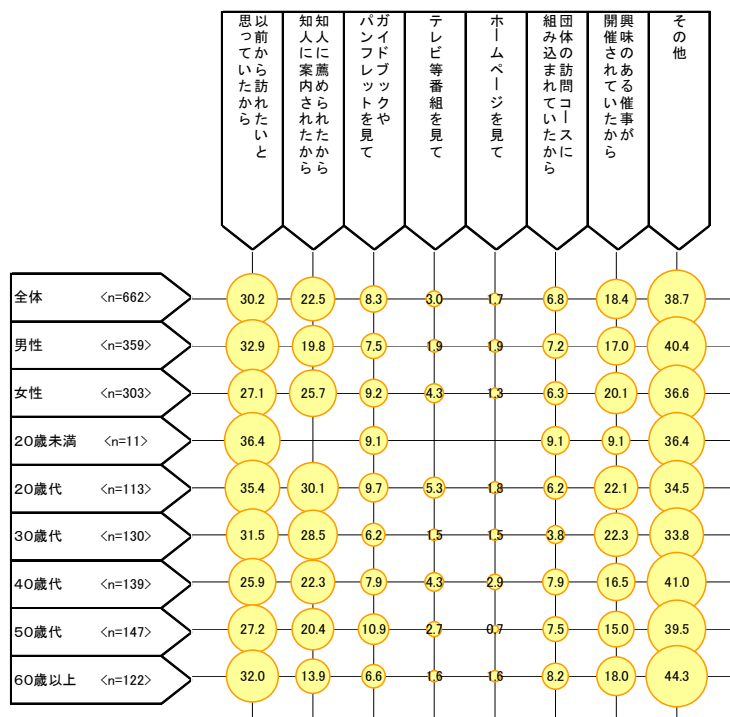
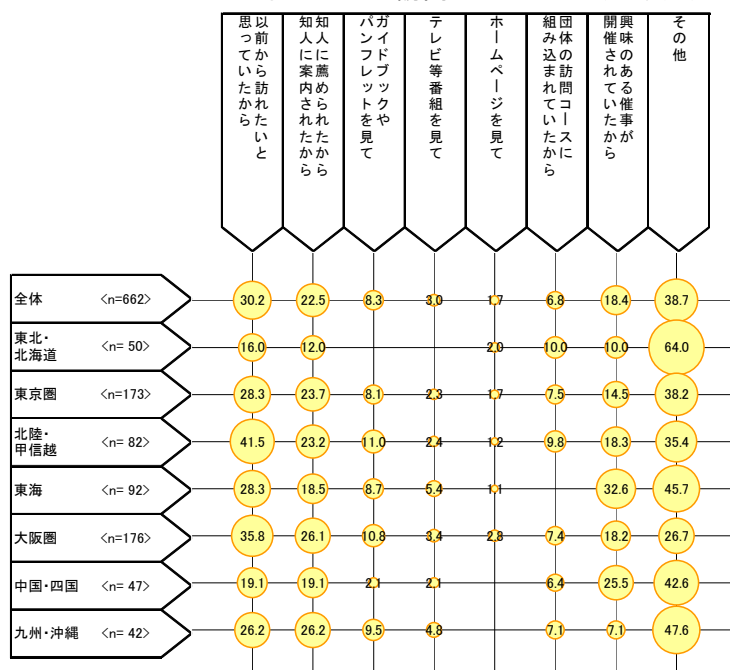


図 2-4-3-2 名古屋への訪問のきっかけ（地域別）



4) 訪問手段

名古屋への訪問の有無にかかわらず、訪問する場合の交通手段をお答え頂いた。

全体、性別、年齢別全てにおいて「新幹線」を利用して訪問する割合が 6～7 割となっている。

地域別でみると、東海圏は「自家用車」「鉄道」での訪問の割合が半数を占めている。大阪圏は「新幹線」(66.8%)に次いで「自家用車」(40.0%)となっているが、東京圏では「新幹線」(90.1%)が圧倒的に多い。また「航空機」の利用は東北・北海道圏(61.1%)、九州・沖縄圏(59.8%)で多く見られる。

図 2-4-4-1 名古屋への交通手段（性別・年齢別）

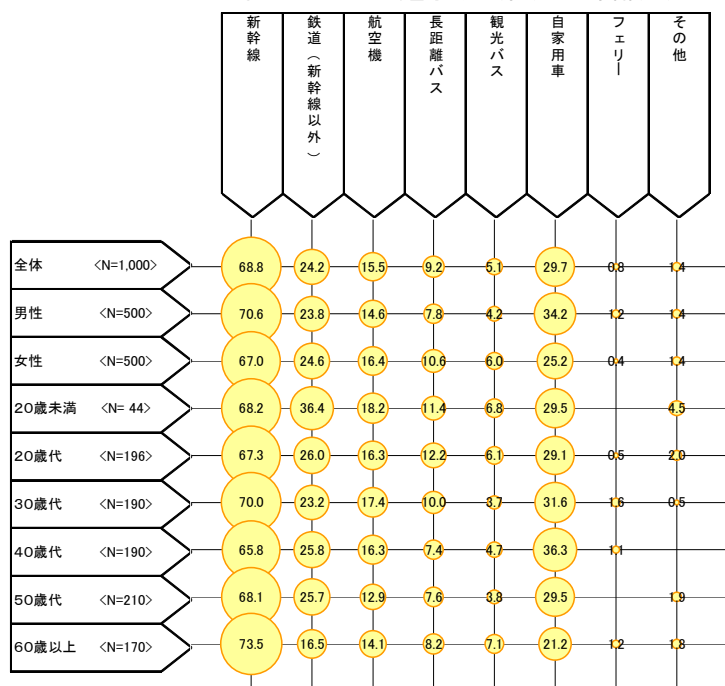
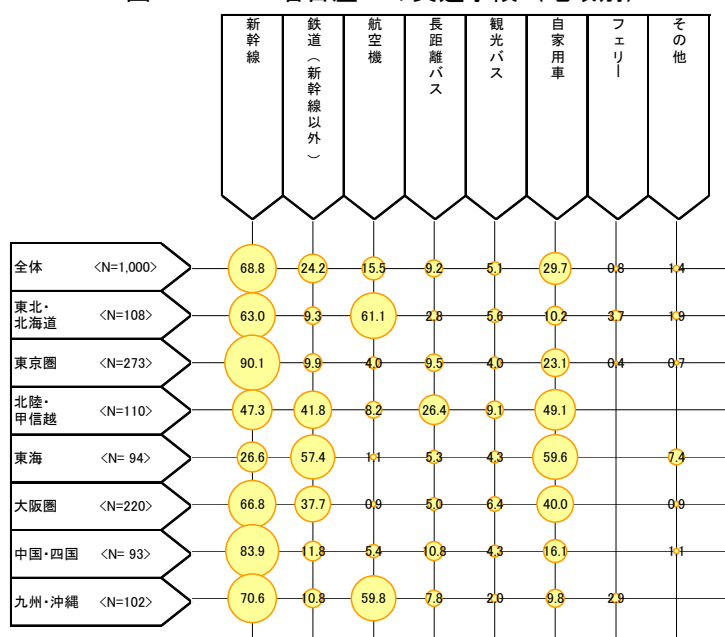


図 2-4-4-2 名古屋への交通手段（地域別）



② 名古屋の主要観光地の認知度と訪問状況

1) 名古屋の主要観光地の認知度

名古屋の観光地の中で知っているところやものについては、「名古屋城」と答える方が最も多く、ついで愛・地球博で全国的に認知度が広まり、マスコミでも多くとりあげられた影響もあり「なごやめし」が約7割以上と多くなっている。

性別や年齢別でみてもあまり変わりはないが、地域別では東海圏では全体的に名古屋の主要観光地を認知している。

図 2-4-5-1 名古屋の主要観光地の認知度（性別・年齢別）

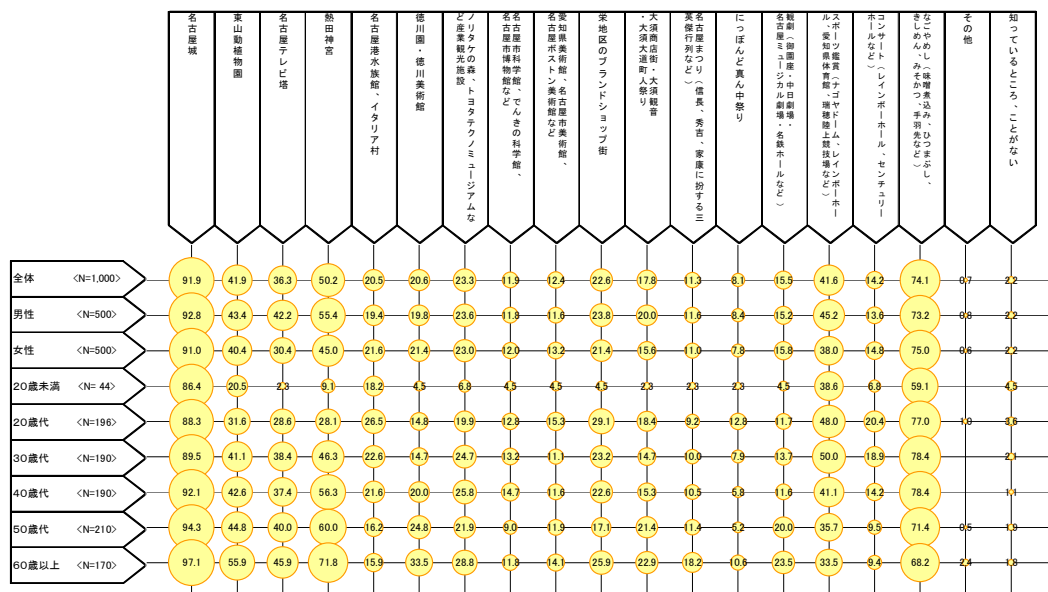
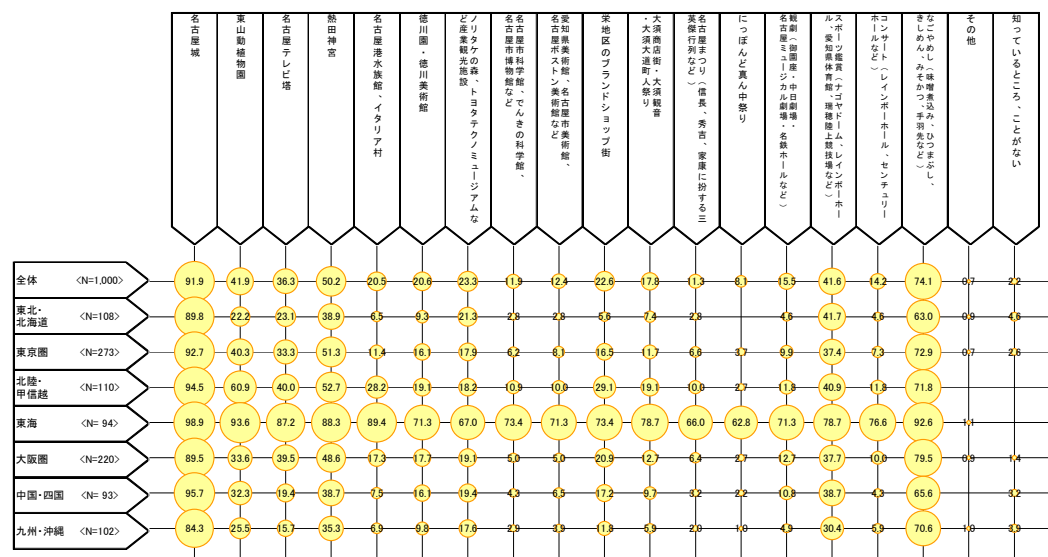


図 2-4-5-2 名古屋の主要観光地の認知度（地域別）



2) 名古屋の主要観光地の訪問・体験状況

名古屋の主要観光地の訪問状況として、全体的には「訪れたり体験したことがある観光施設がない」と答えた方は11.3%であり、ほとんどの方は名古屋の観光地や名古屋ならではの経験をしている。

訪れたところは、「名古屋城」「東山動植物園」「熱田神宮」「名古屋テレビ塔」と歴史的建物や、名古屋として象徴されるものが多い。また、体験したものとしては「なごやめし」をあげる方が約6割をしめており、多くの方が名古屋の食文化を体験していることがわかる。

図 2-4-6-1 名古屋の主要観光地の訪問・体験状況（性別・年齢別）

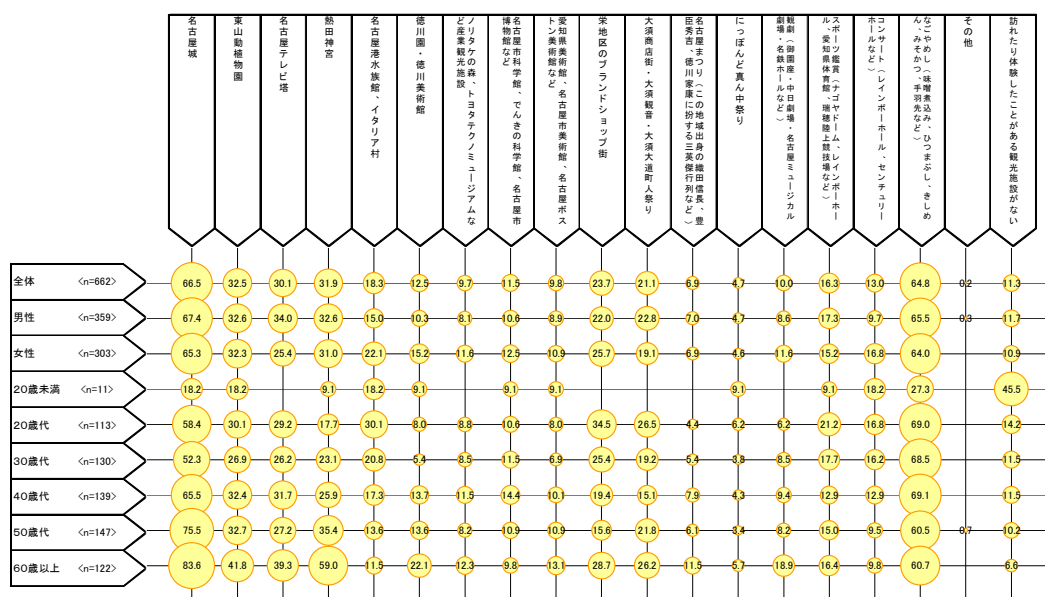
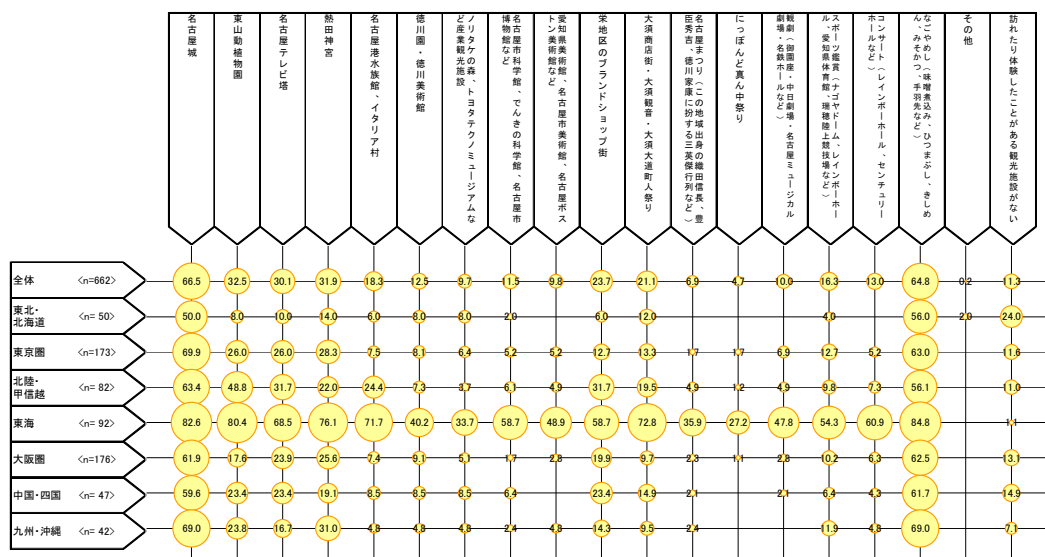


図 2-4-6-2 名古屋の主要観光地の訪問・体験状況（地域別）



(3) 名古屋に対する評価

① 名古屋に対する評価

1) 観光施設の魅力

名古屋へ観光で訪れた方の名古屋の観光施設の評価は全体で「やや満足」が 40.5%、「満足」が 12.9%で半数の方は満足と感じている。

性別では、女性の方が満足度は高く、年齢別で見ると 20 歳未満の方は「満足」との答えがみられず、約 6 割が「どちらともいえない」と評価されている。

地域別でみると、「満足」と答えた割合が最も高いのは東北・北海道圏で、逆に最も低いのは東京圏である。

図 2-4-7-1 観光施設の魅力の評価（性別・年齢別）

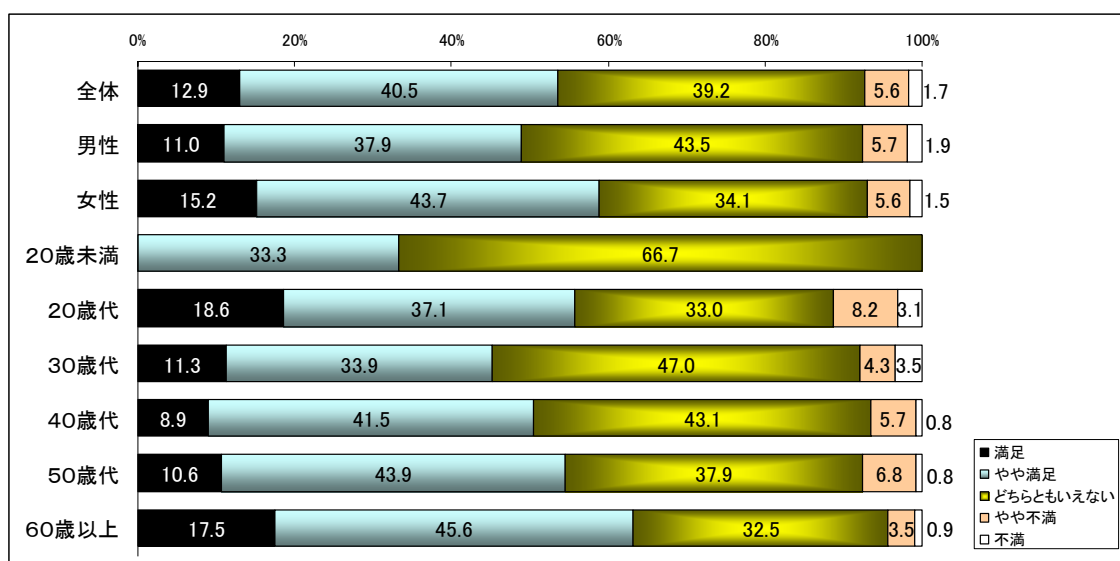
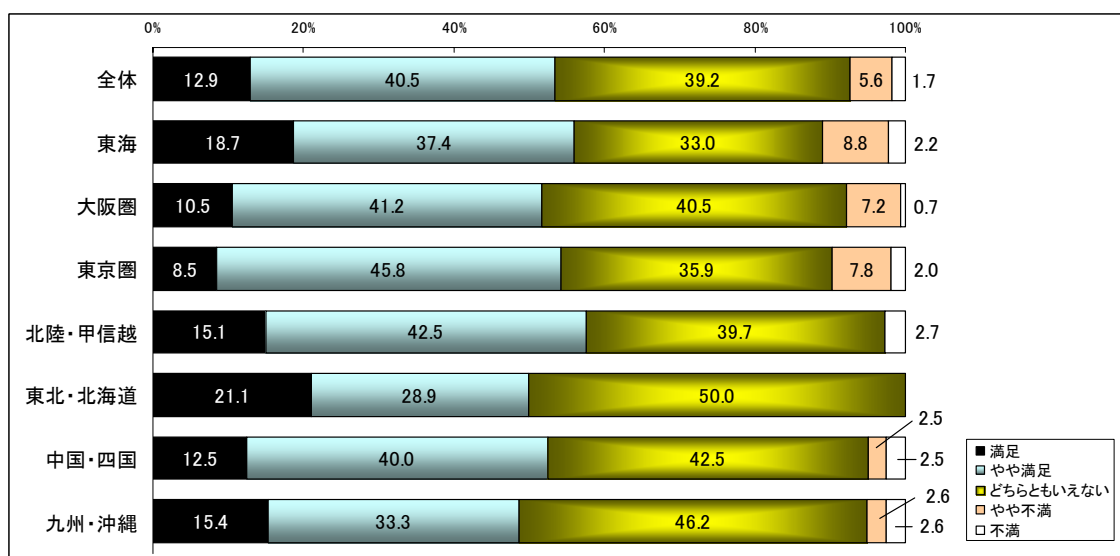


図 2-4-7-2 観光施設の魅力の評価（地域別）



2) 観光施設周辺の雰囲気

観光施設周辺の雰囲気は「どちらともいえない」が44.3%、「やや満足」が38.3%、「満足」が9.4%の順になっている。

性別では、男性・女性さほど変化はなく約半数の方は満足と感じている。

年齢別でみると、ここでも20歳未満の方は「満足」との答えがみられず、8割以上が「どちらともいえない」と感じている。

地域別でみると、東北・北海道圏や九州・沖縄圏の方の満足度は高いが、大阪圏では満足度が低くなっている。

図 2-4-8-1 観光施設周辺の雰囲気の評価（性別・年齢別）

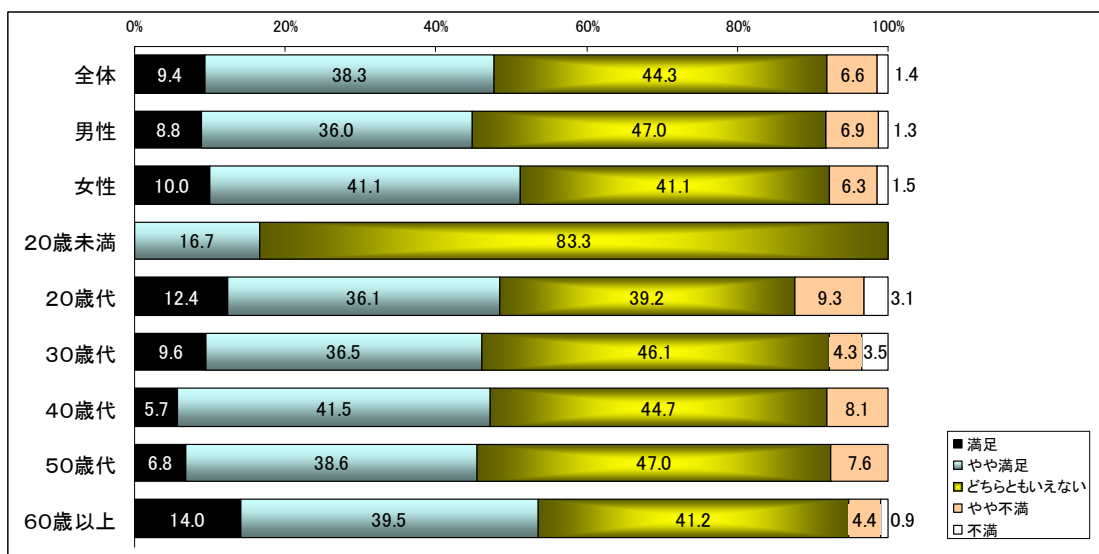
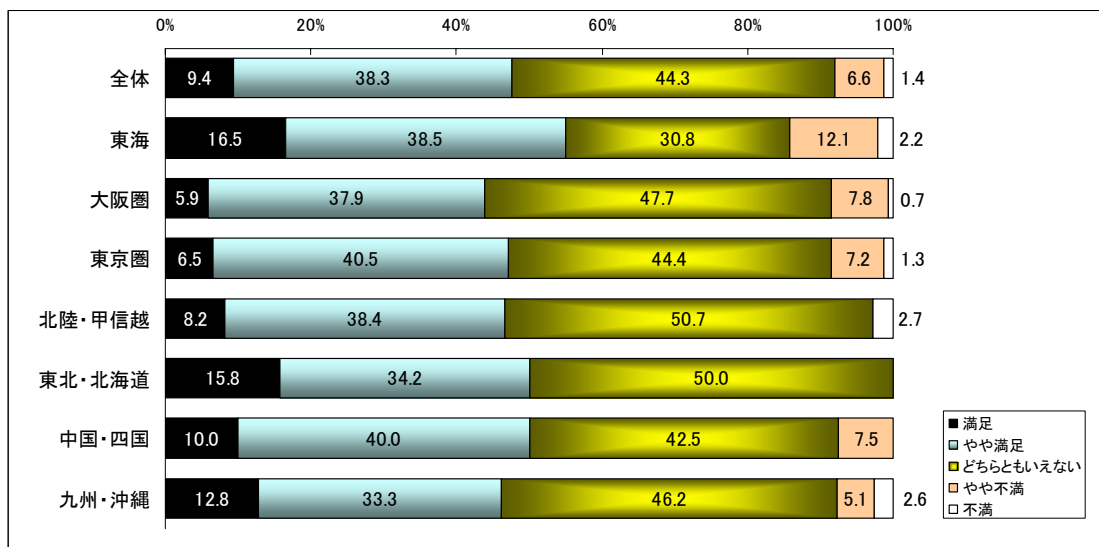


図 2-4-8-2 観光施設周辺の雰囲気の評価（地域別）



3) 係員、店員の親切さ、親しみやすさ

係員、店員の親切さ、親しみやすさは「どちらともいえない」が56.4%で半数以上を占めているが「やや不満」「不満」は7.7%と低い。

性別では、女性の方が満足度は高い。

年齢別では、20歳代以上で満足が3割以上だが20歳未満の方は満足度が低い。

地域別でみると、九州・沖縄圏の方の満足度は高いが、東北・北海道圏は満足度が低い。

図 2-4-9-1 係員、店員の親切さ、親しみやすさ（性別・年齢別）

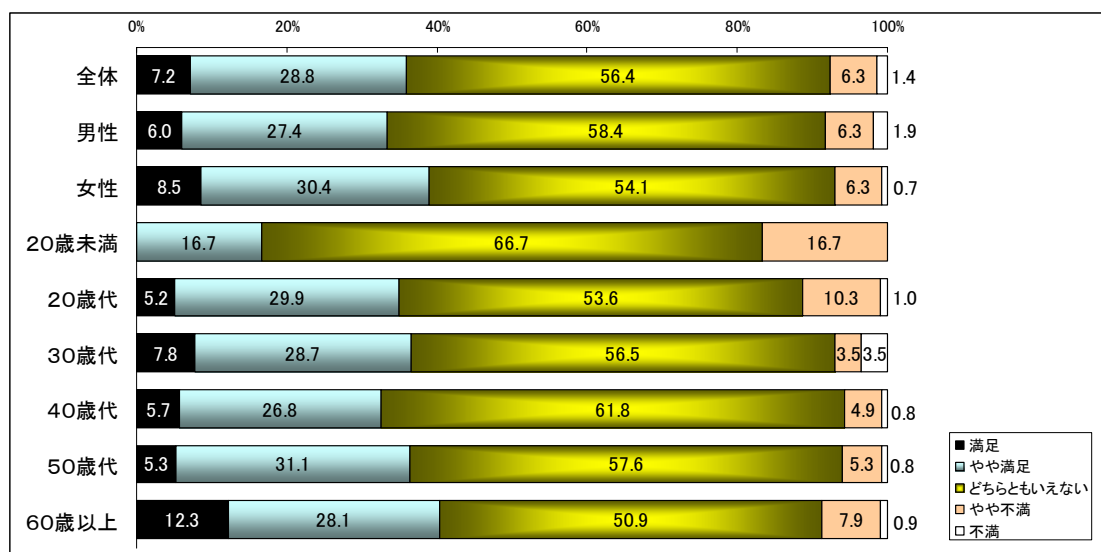
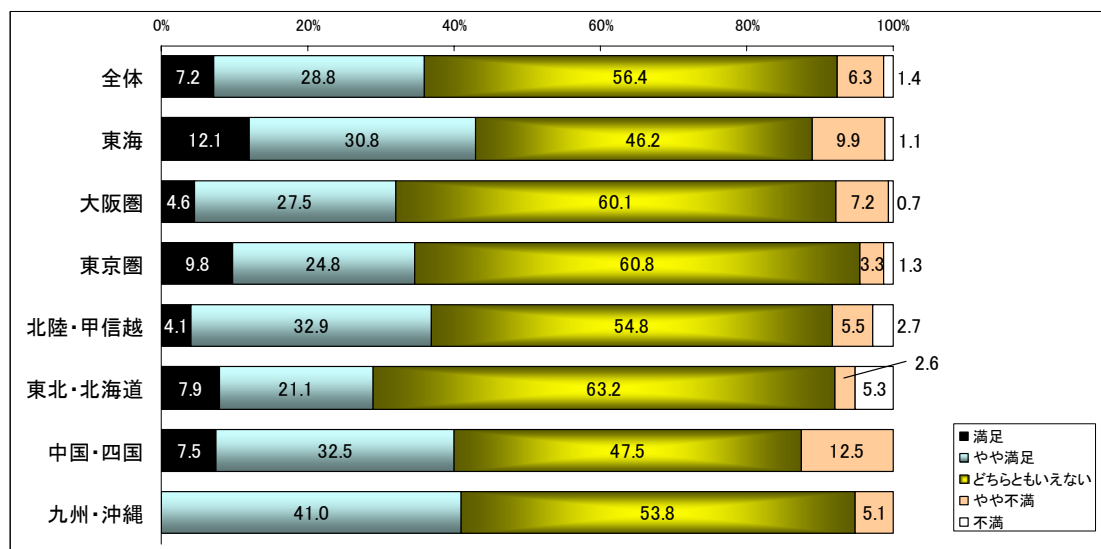


図 2-4-9-2 係員、店員の親切さ、親しみやすさ（地域別）



4) おみやげ品の評価

おみやげ品については「どちらともいえない」が47.7%、「やや満足」が31.3%、「やや不満」が10.2%で、満足度は約4割にとどまっている。

性別では女性の方が満足度は高く、年齢別では20歳代と60歳以上では満足度が高く、50歳代、40歳代で満足度は低くなっている。

地域別でみると、「満足」と答えた割合が高いのが東北・北海道圏や東京圏の方であり、北陸・甲信越圏では「満足」は2.7%と最も満足度は低くなっている。

図 2-4-10-1 おみやげ品の評価（性別・年齢別）

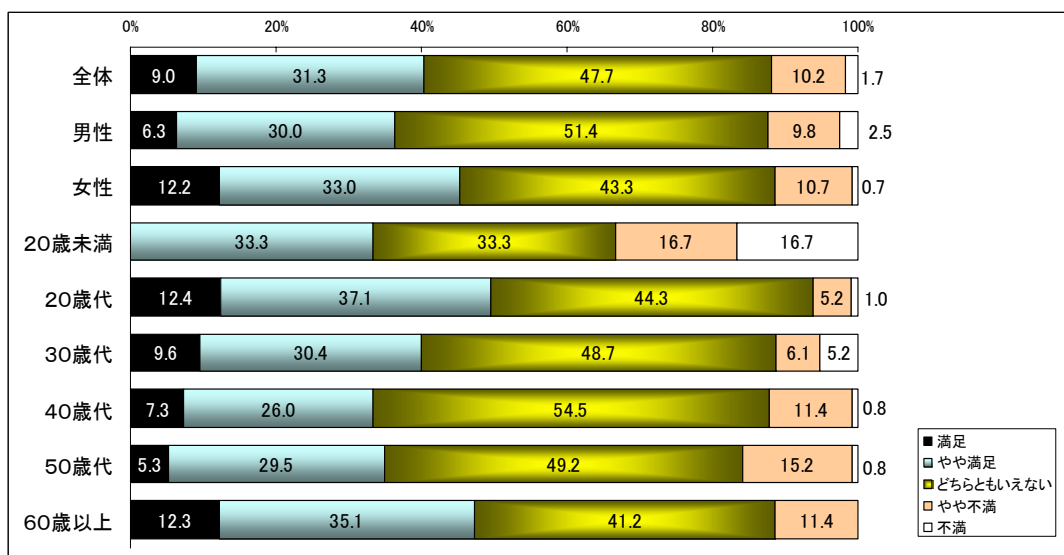
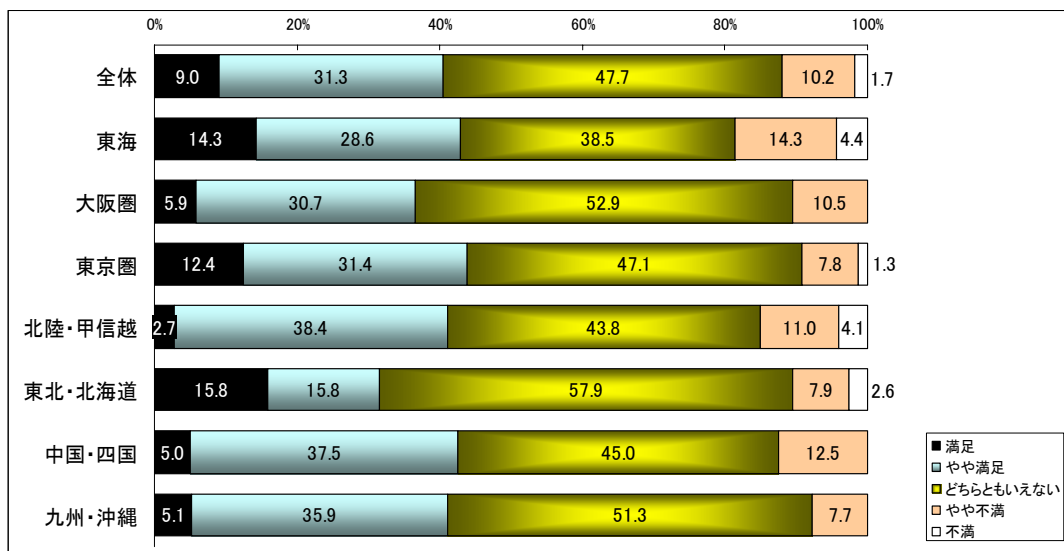


図 2-4-10-2 おみやげ品の評価（地域別）



5) なごやめしなどの食事の評価

なごやめしなどの食事の評価は、「やや満足」が40.4%、「満足」が29.5%で約7割が満足と感じている。

性別では、男性・女性共に約7割の方は満足と感じている。

年齢別では、「満足」と回答した割合が20歳代で47.4%と非常に高く、逆に50歳代は18.9%と低くなっている。

地域別でみると、東海圏や東京圏、中国・四国圏の方の満足度は高く、九州・沖縄圏では満足度は低い。

図 2-4-11-1 なごやめしなどの食事の評価（性別・年齢別）

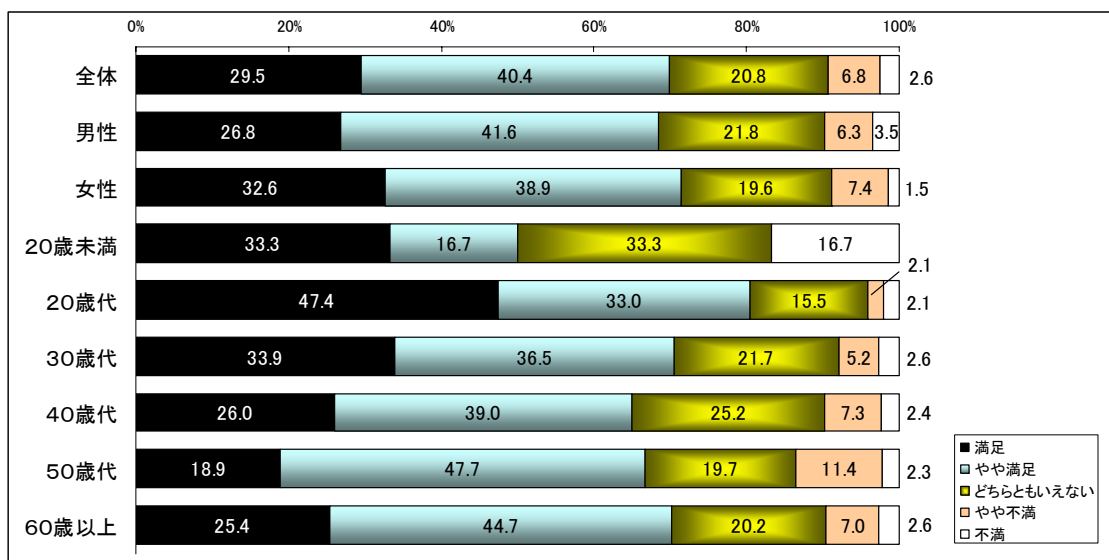
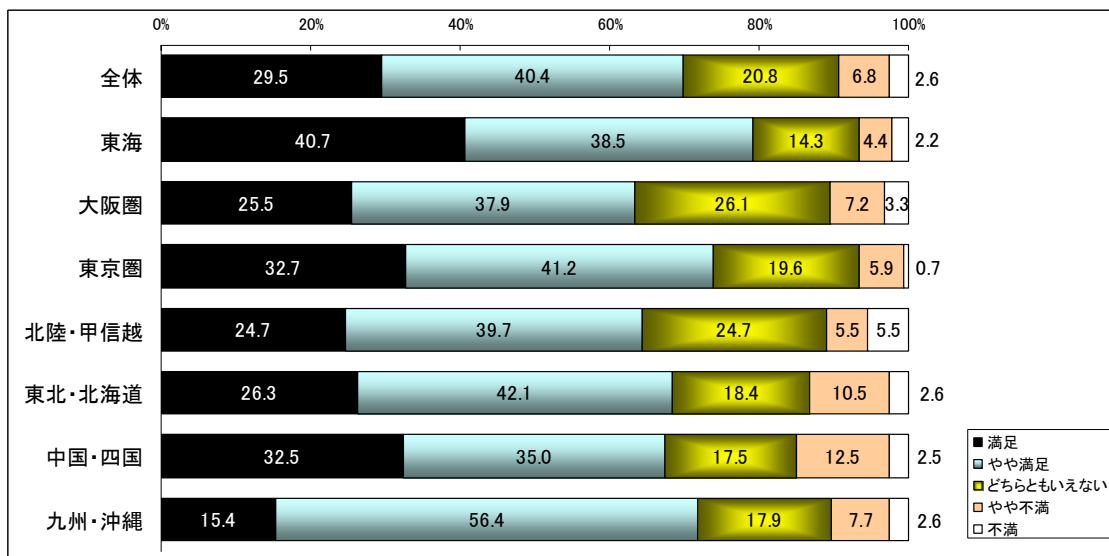


図 2-4-11-2 なごやめしなどの食事の評価（地域別）



6) 案内表示等のわかりやすさ

案内表示等のわかりやすさは「どちらともいえない」が59.1%、「やや満足」が26.6%「やや不満」が6.6%で不満と感じている方が多く見られる。

性別では、女性の方が「満足」と感じている割合が高い。

年齢別では、どの年代も「どちらともいえない」が5割以上を占めている。

地域別でみると、中国・四国圏の方の満足度は高いが、北陸・甲信越圏、九州・沖縄圏で満足度が低くなっている。

図 2-4-12-1 案内表示等のわかりやすさ（性別・年齢別）

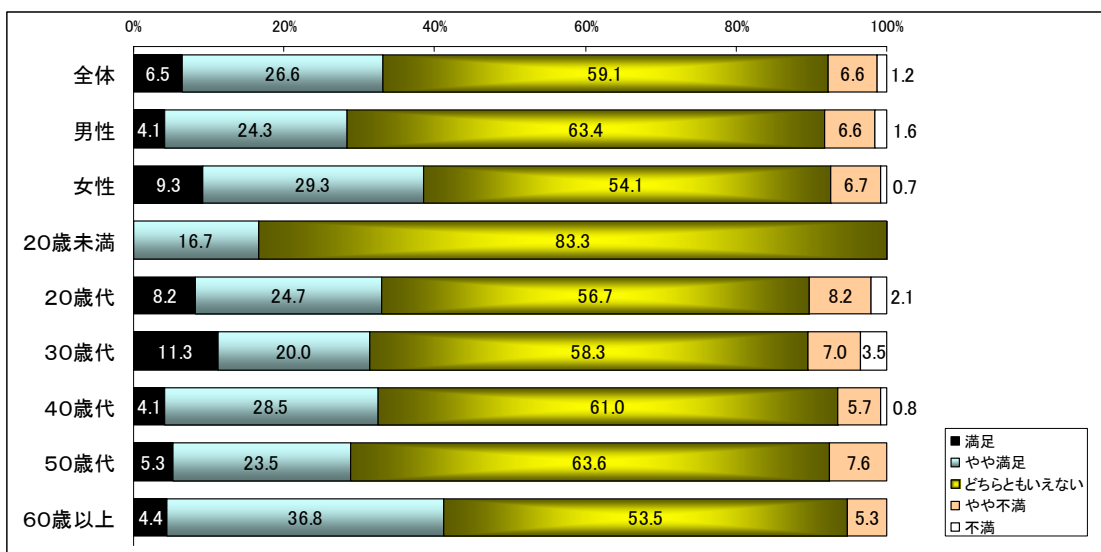
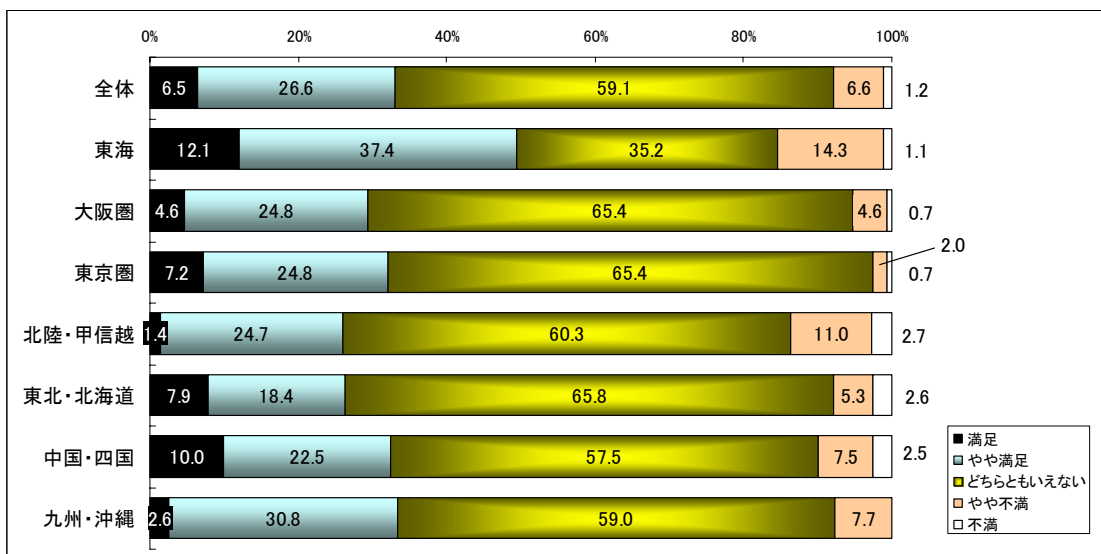


図 2-4-12-2 案内表示等のわかりやすさ（地域別）



7) 総合的な魅力の評価

総合的な魅力の評価は「やや満足」が 44.0%、「どちらともいえない」が 41.4%で約半数の方は満足と感じている。

性別でみると、女性の方が満足と感じている。

年齢別では、20 歳未満で「やや不満」が 16.7%と割合が多いものの、それ以外の年代は約 5 割が満足と答えている。

地域別でみると、東海圏の方の満足度は高く、九州・沖縄圏で満足度が低い。

図 2-4-13-1 総合的な魅力の評価（性別・年齢別）

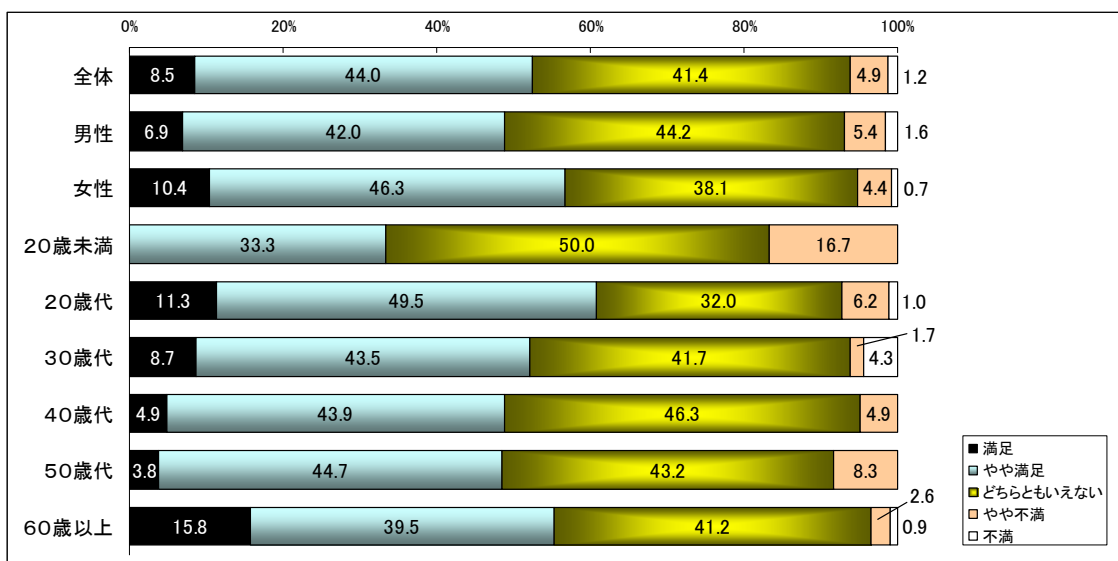
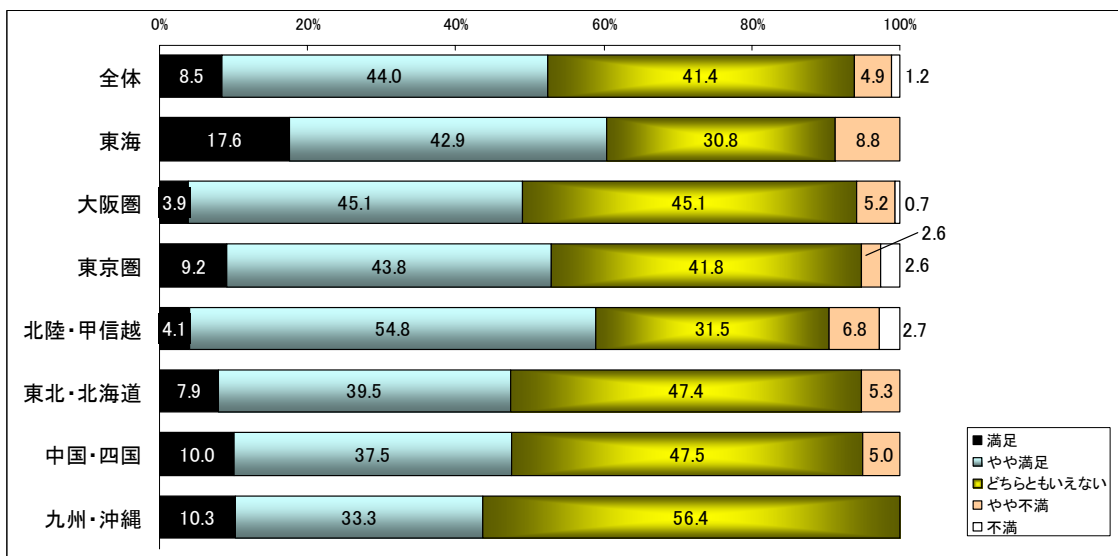


図 2-4-13-2 総合的な魅力の評価（地域別）



② 名古屋の特色

1) 名古屋の特色の知名度

ご存知の名古屋の特色として、「独自の食文化がある」が 84.3%と最も多くなっている。
名古屋が多くマスメディアに取り上げられていることが影響しているといえる。

性別では、男性・女性とも大きな違いは見受けられないが男性のほうが「家康、秀吉、信長ゆかりの史跡や遺産」が女性の方は「独自の食文化がある」と答える方が多い。

地域別でみると、どの地域も「独自の食文化がある」の知名度は高い。東海圏は全体的にどの特色においても知名度は高く、東北・北海道圏、九州・沖縄圏では「産業観光施設の集積」が高くなっている。

図 2-4-14-1 名古屋の特色の知名度（性別・年齢別）

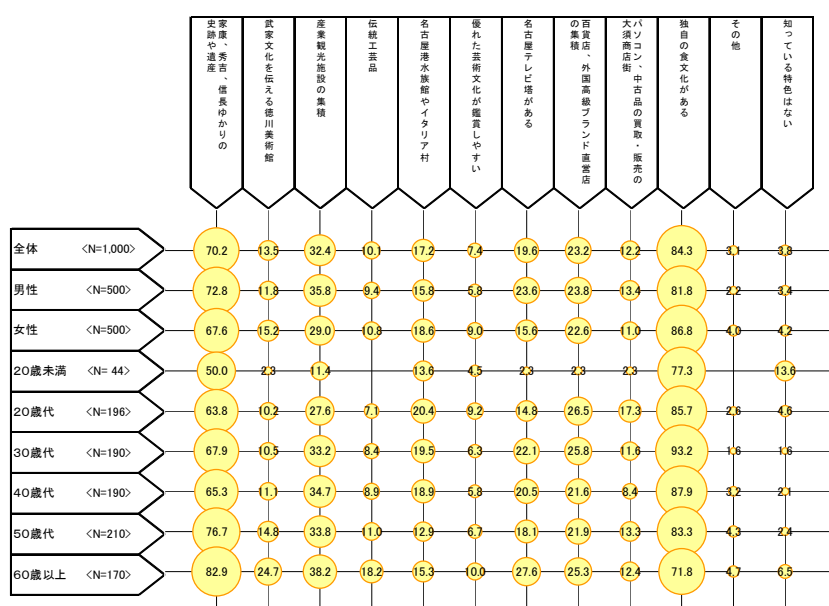
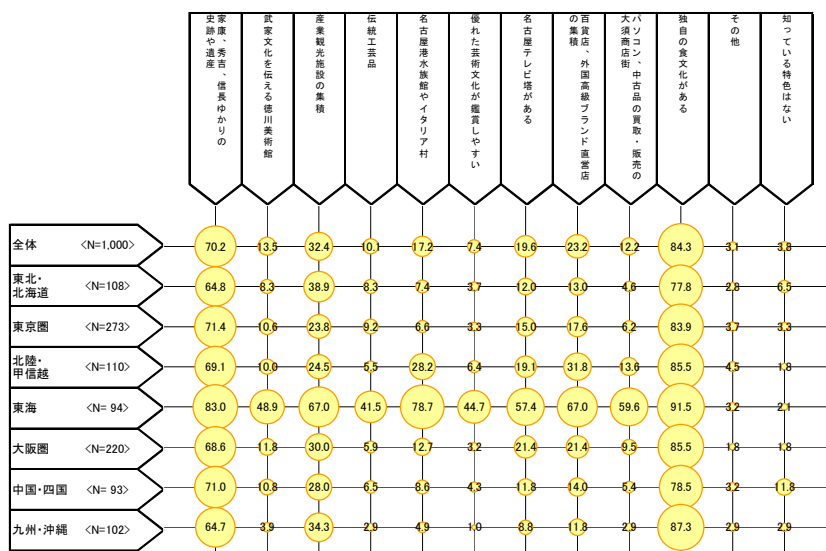


図 2-4-14-2 名古屋の特色の知名度（地域別）



(4) 観光振興の条件

① 名古屋の今後の訪問について

1) 名古屋への訪問意向

今後、名古屋へ観光での訪問の意向については、「機会があれば訪れたい」が 69.0%と最も多い。「是非訪れたい」の 19.1%とあわせて約 9 割の方は観光で名古屋を訪れたいと思っている。

性別では、どちらも大差は見られない。

年齢別でみると、20 歳代、30 歳代、60 歳代で「是非訪れたい」と考えている方の割合が高い。

地域別では、東海圏の方は「是非訪れたい」と思う割合が高く、東北・北海道、北陸・甲信越圏でも「是非訪れたい」の割合は高くみられる。

図 2-4-15-1 名古屋への訪問意向（性別・年齢別）

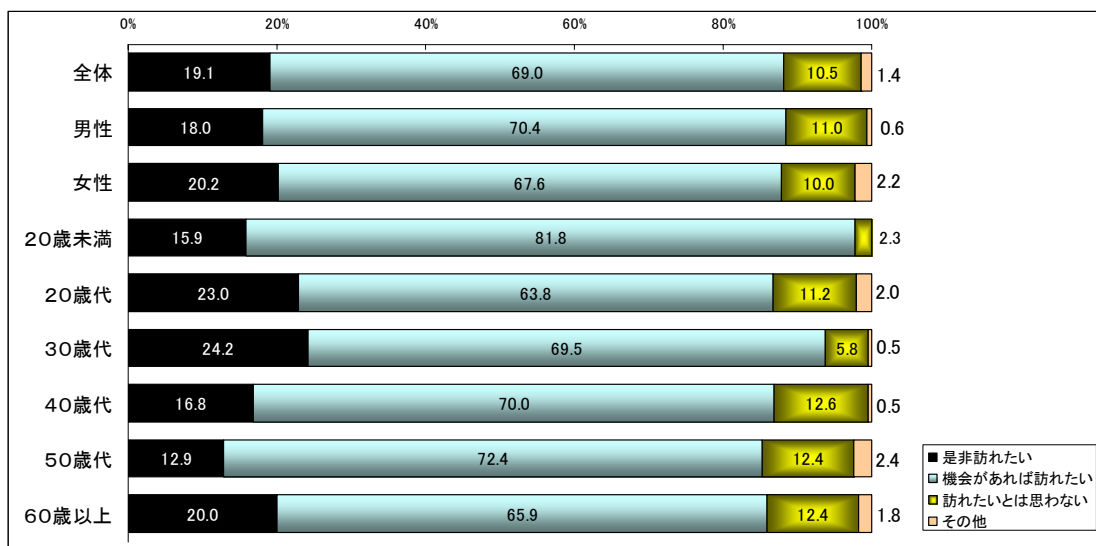
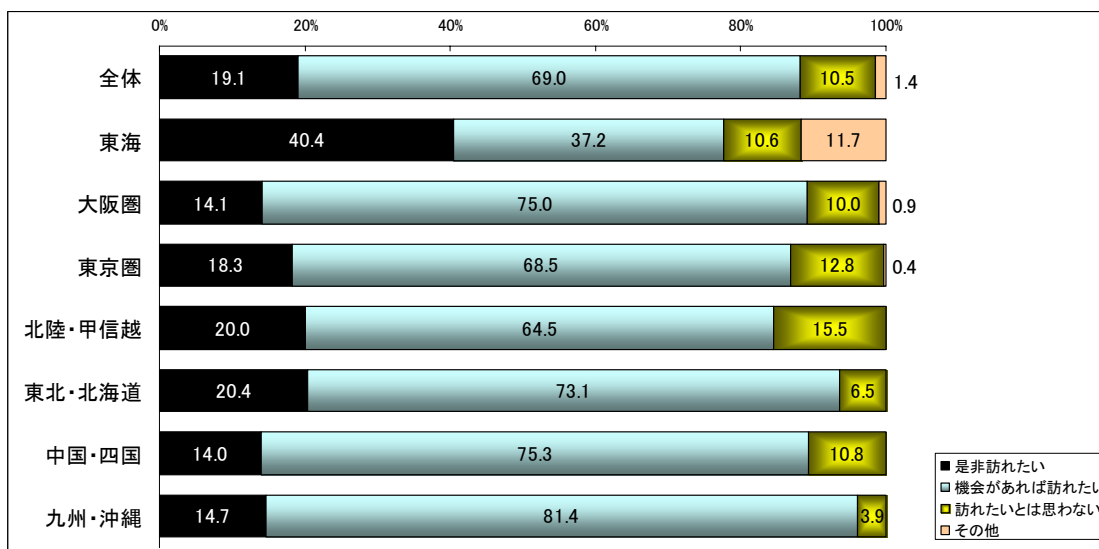


図 2-4-15-2 名古屋への訪問意向（地域別）



2) 訪れたい名古屋の観光の魅力

訪れたいと思われている名古屋観光の魅力は、「なごやめし」が 59.3%と多くの関心を集めている。次いで「名古屋城」50.3%、「徳川園・徳川美術館」31.0%、「リタケの森、トヨタテクノミュージアムなどの産業観光施設」30.0%、「名古屋港水族館、イタリア村」28.5%と続いている。

性別でみると、男性は「なごやめし」「名古屋城」「徳川園・徳川美術館」「リタケの森、トヨタテクノミュージアムなど産業観光施設」の順になり、女性では「なごやめし」「名古屋城」「リタケの森、トヨタテクノミュージアムなどの産業観光施設」「名古屋港水族館・イタリア村」を訪れたいと思っている。

年齢別では、どの年齢でも「なごやめし」「名古屋城」の割合は高くみられ、20 歳未満、20 歳代では「名古屋港水族館・イタリア村」の割合が、30 歳代、40 歳代では「リタケの森、トヨタテクノミュージアムなどの産業観光施設」の割合が、50 歳代、60 歳以上では「徳川園・徳川美術館」の割合が高くなっている。

地域別も「なごやめし」「名古屋城」の割合が高いが、東海圏では「名古屋港水族館・イタリア村」や「コンサート」「スポーツ鑑賞」の割合が高く、「名古屋城」の割合は低くなっている。東京圏では「徳川園・徳川美術館」「熱田神宮」「リタケの森、トヨタテクノミュージアムなどの産業観光施設」が、大阪圏では「名古屋港水族館・イタリア村」「リタケの森、トヨタテクノミュージアムなどの産業観光施設」「徳川園・徳川美術館」の順に割合が高い。

図 2-4-16-1 訪れたい名古屋の観光施設等（性別・年齢別）

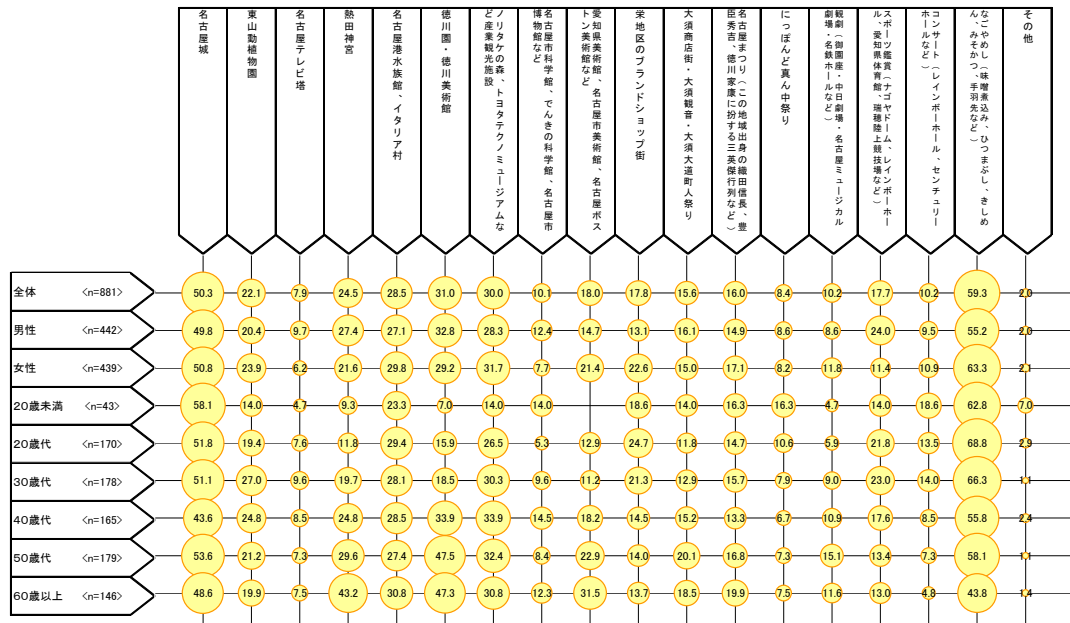
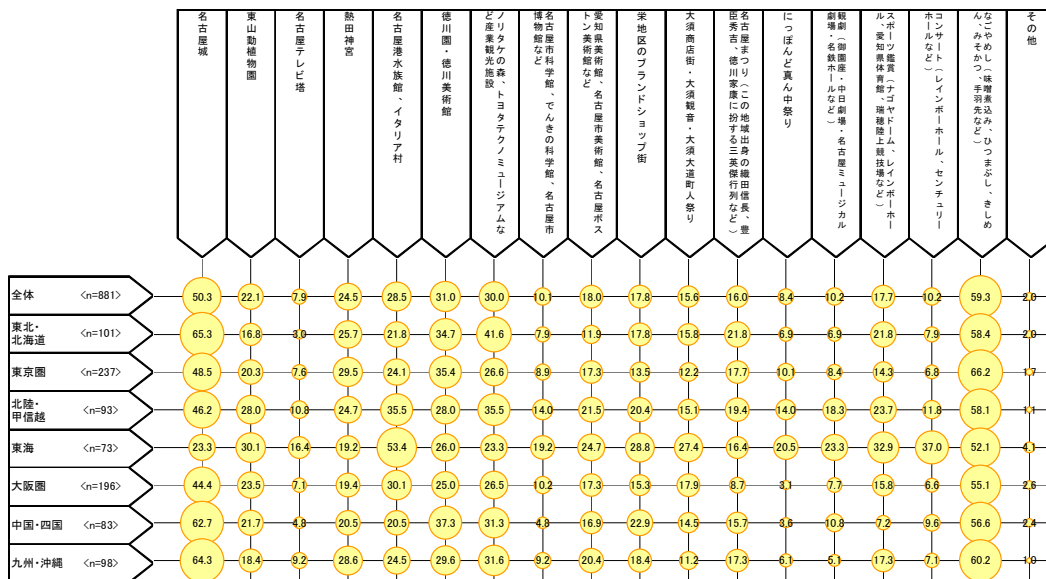


図 2-4-16-2 訪れたい名古屋の観光施設等（地域別）



② 名古屋を訪れたくない理由

一方、名古屋を訪れたいと思わない理由は「どの観光施設等も興味を感じないから」が 55.2% と半数を占めている。次いで「名古屋は遠いから」が 20.0%、「その他」が 14.3%、「どの観光施設等もよく知らないから」が 10.5%となっている。

性別でみると、女性では「どの観光施設等も興味を感じないから」の割合が高い。

年齢別でみると、20 歳未満を除き、どの年代も「どの観光施設等も興味を感じないから」の割合がほぼ半数を占めており、20 歳代では「名古屋は遠いから」の割合が比較的高くみられる。

地域別では、北陸・甲信越圏と東北・北海道圏を除き、どの地域ともに「どの観光施設等も興味を感じないから」の割合が高い。北陸・甲信越圏と東北・北海道圏では「名古屋は遠いから」と答える方の割合が多く見られる。

図 2-4-17-1 名古屋を訪れたくない理由（性別・年齢別）

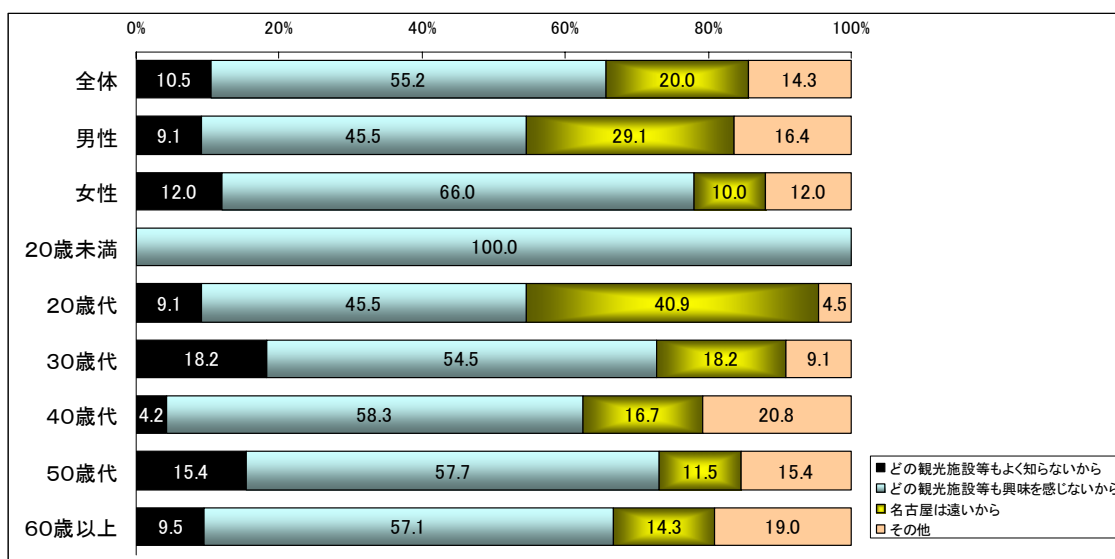
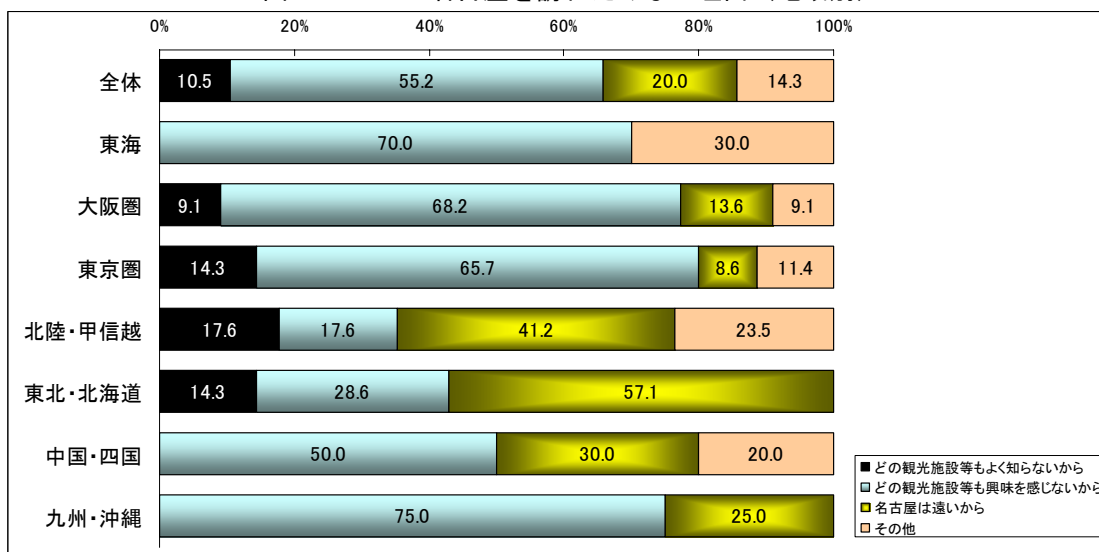


図 2-4-17-2 名古屋を訪れたくない理由（地域別）



③ 観光で訪れるために必要な魅力

1) 観光ルートバスの利用意向

名古屋市内の主要な歴史文化施設（名古屋城、徳川園など）や産業観光施設（トヨタテクノミュージアムなど）を気楽に巡ることができる「ルートバス」の利用意向については、「機会があれば利用したい」が 66.8%、「是非利用したい」が 15.8%とあわせて 8 割以上の方は利用を検討していることがわかる。

性別では、大きな変化は見られず、50 歳代の利用意向が高くなっている。

地域別では、どの地域も「機会があれば利用したい」の割合は高い。北陸・甲信越圏では「是非利用したい」の割合が 2 割となっているが、東海圏、東京圏、大阪圏では「利用したいとは思わない」の割合が約 2 割となっている。

図 2-4-18-1 観光ルートバスの利用意向（性別・年齢別）

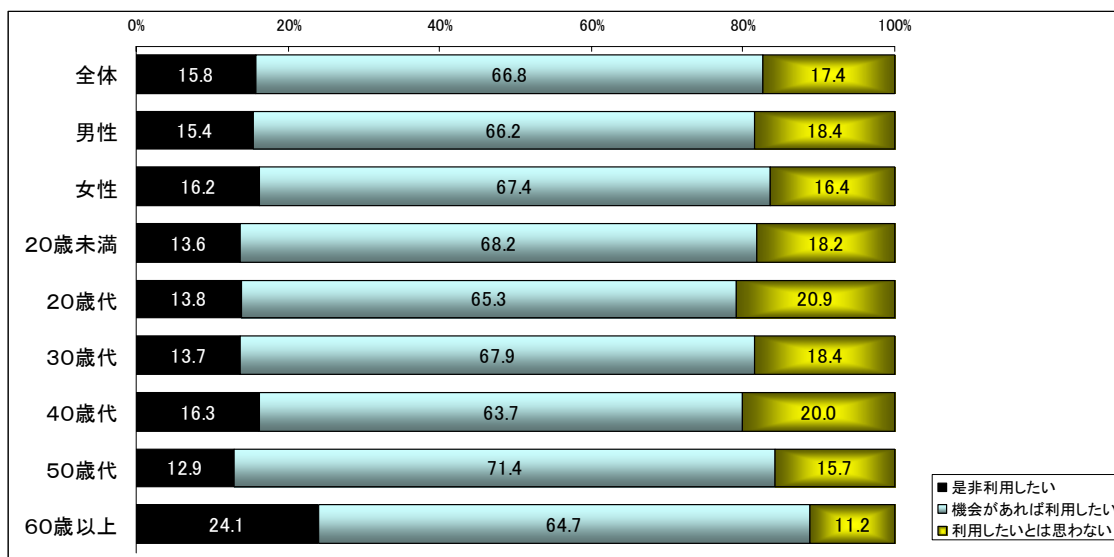
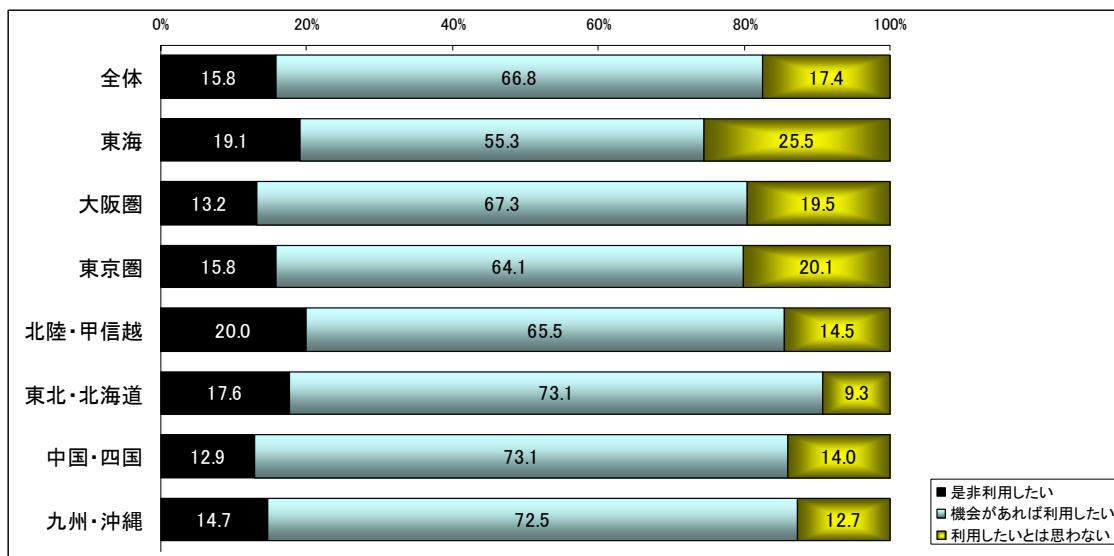


図 2-4-18-2 観光ルートバスの利用意向（地域別）



2) 名古屋城本丸御殿への意向

名古屋城本丸御殿が復元された場合の訪問意向については、「機会があれば訪れたい」が63.1%、「是非訪れたい」20.9%で約8割の方は訪れる意向を示している。

性別でみると、男性は「是非訪れたい」、女性では「機会があれば訪れたい」と答えた方の割合が高い。

年齢別では、20歳未満、20歳代では「訪れたいとは思わない」との回答が2割あるのに対し60歳以上の方では「是非訪れたい」が31.8%と高い割合をみせ、訪問意向の高さが伺える。

地域別でみると、どの地域も「機会があれば訪れたい」と思っている方の割合は高いが東海圏では「是非訪れたい」の割合が約4割を示している。東北・北海道圏、九州・沖縄圏、東京圏では「是非訪れたい」が2割を超えている。

図 2-4-19-1 名古屋城本丸御殿の訪問意向（性別・年齢別）

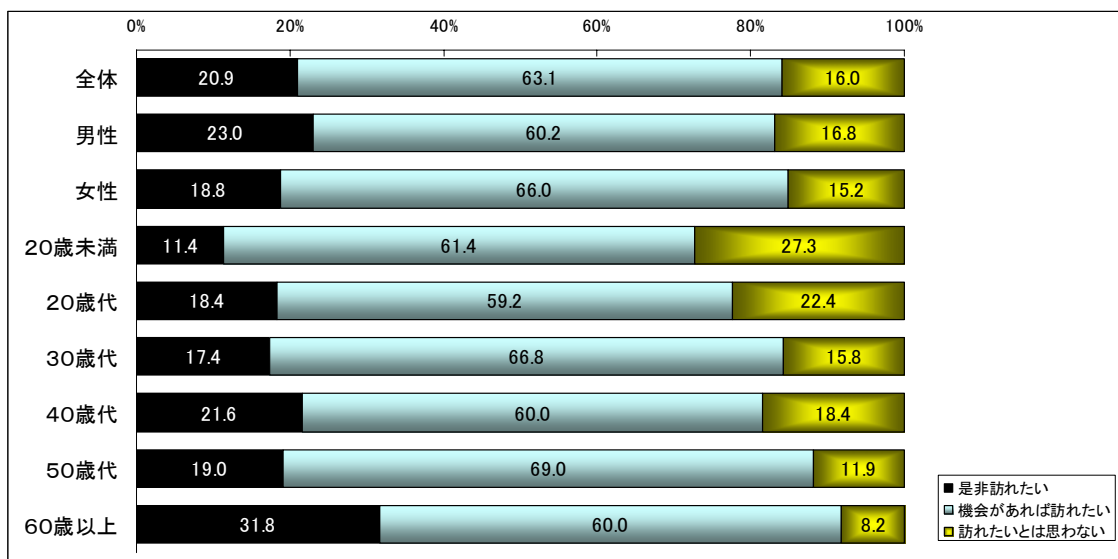


図 2-4-19-2 名古屋城本丸御殿の訪問意向（地域別）

