

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。

② 調査対象

東海、東京圏、大阪圏、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20年7月12日(土)～13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

性・年齢 地域	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 以上	女性 計	19歳 以下	20歳 代	30歳 代	40歳 代	50歳 代	60歳 以上	
東海	71	4	18	18	14	8	9	47	0	8	9	10	10	10	118
東京圏	157	5	26	15	32	38	41	182	4	16	34	37	47	44	339
大阪圏	71	2	10	8	11	23	17	94	3	4	11	13	35	28	165
北陸・甲信越	29	1	8	5	7	5	3	35	1	4	11	6	7	6	64
東北・北海道	61	2	14	16	10	14	5	55	1	15	16	14	5	4	116
中国・四国	55	1	8	12	6	17	11	33	3	11	7	9	2	1	88
九州・沖縄	56	1	7	32	10	4	2	54	3	30	16	1	3	1	110
合 計	500	16	91	106	90	109	88	500	15	88	104	90	109	94	1000

(2) 名古屋への訪問状況と観光資源の認知度等

① 名古屋への訪問状況

1) 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 44.4%である。訪問回数としては、「1回」が 20.0%と多く、以下「11回以上」(7.8%)、「2回」(7.5%)、「3～5回」(7.4%)と続いている。

性別にみると、男性の方が訪れた割合が高く、49.2%とほぼ半数を占める。

年齢別にみると、訪れた割合は 30 歳代 (47.6%)、40 歳代 (46.0%) が相対的に高い。

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」(52.5%)が過半数を占めている。次いで訪れた割合が高いのは、「北陸・甲信越」(53.1%)で、以下「大阪圏」(47.2%)、「東京圏」(40.5%)、「中国・四国」(35.1%)、「九州・沖縄」(26.3%)、「東北・北海道」(23.3%)となっている。訪問回数は、「東海」以外では「1回」の割合がそれぞれ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

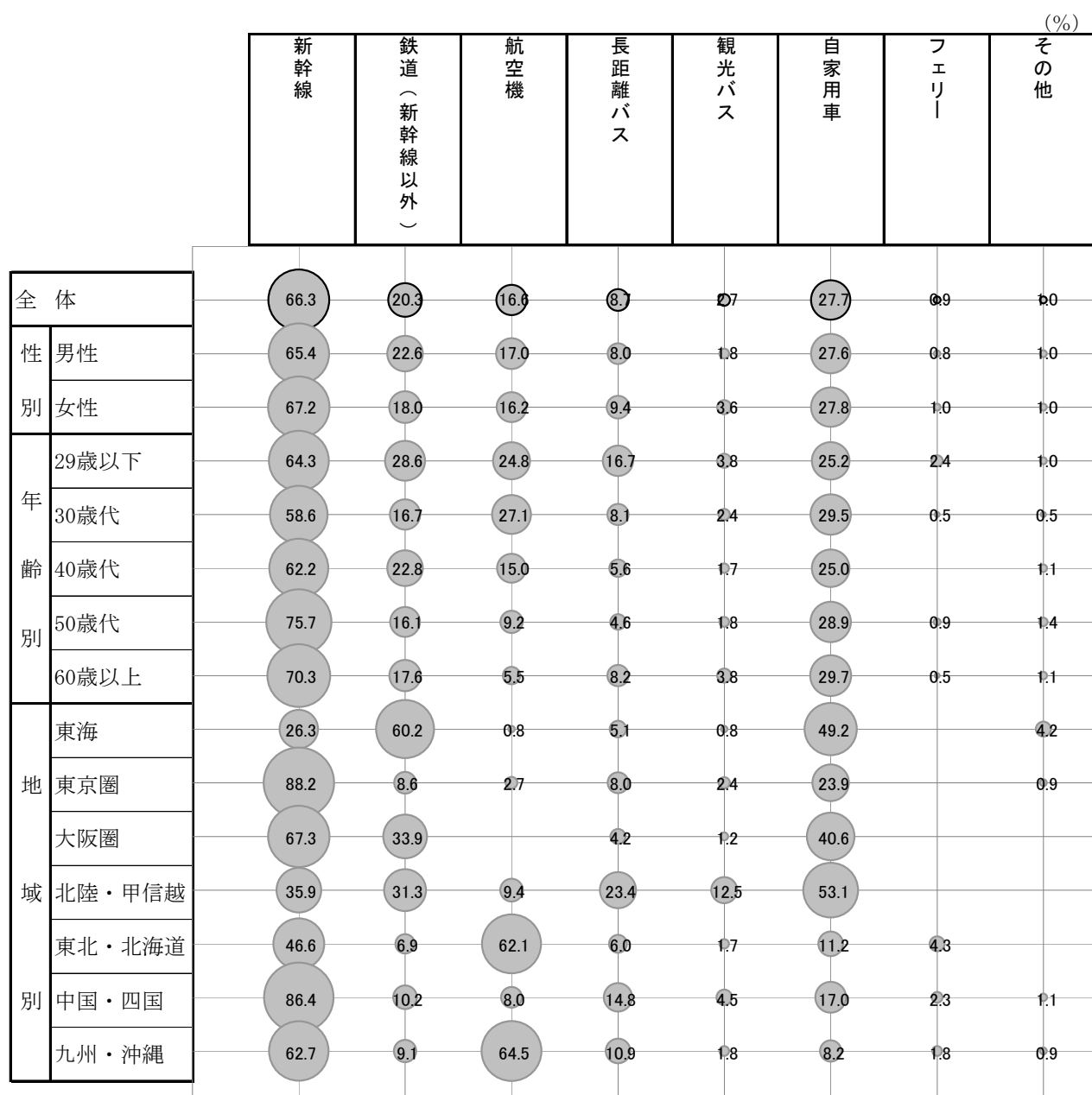


2) 名古屋への交通機関

名古屋を訪れる場合の交通機関は、「新幹線」が 66.3%と最も多く、次いで「自家用車」(27.7%)、「鉄道（新幹線以外）」(20.3%)、「航空機」(16.6%)となっている。

地域別にみると、「東海」では「鉄道（新幹線以外）」と「自家用車」の割合が高い。「東京圏」、「大阪圏」、「中国・四国」では「新幹線」、「北陸・甲信越」では「自家用車」、「東北・北海道」、「九州・沖縄」では「航空機」の割合がそれぞれ最も多くなっている。また、「北陸・甲信越」では他の地域と比べ「長距離バス」の割合が相対的に高い。

図 2-4-2 名古屋への交通機関（複数回答）



3) 名古屋への訪問目的

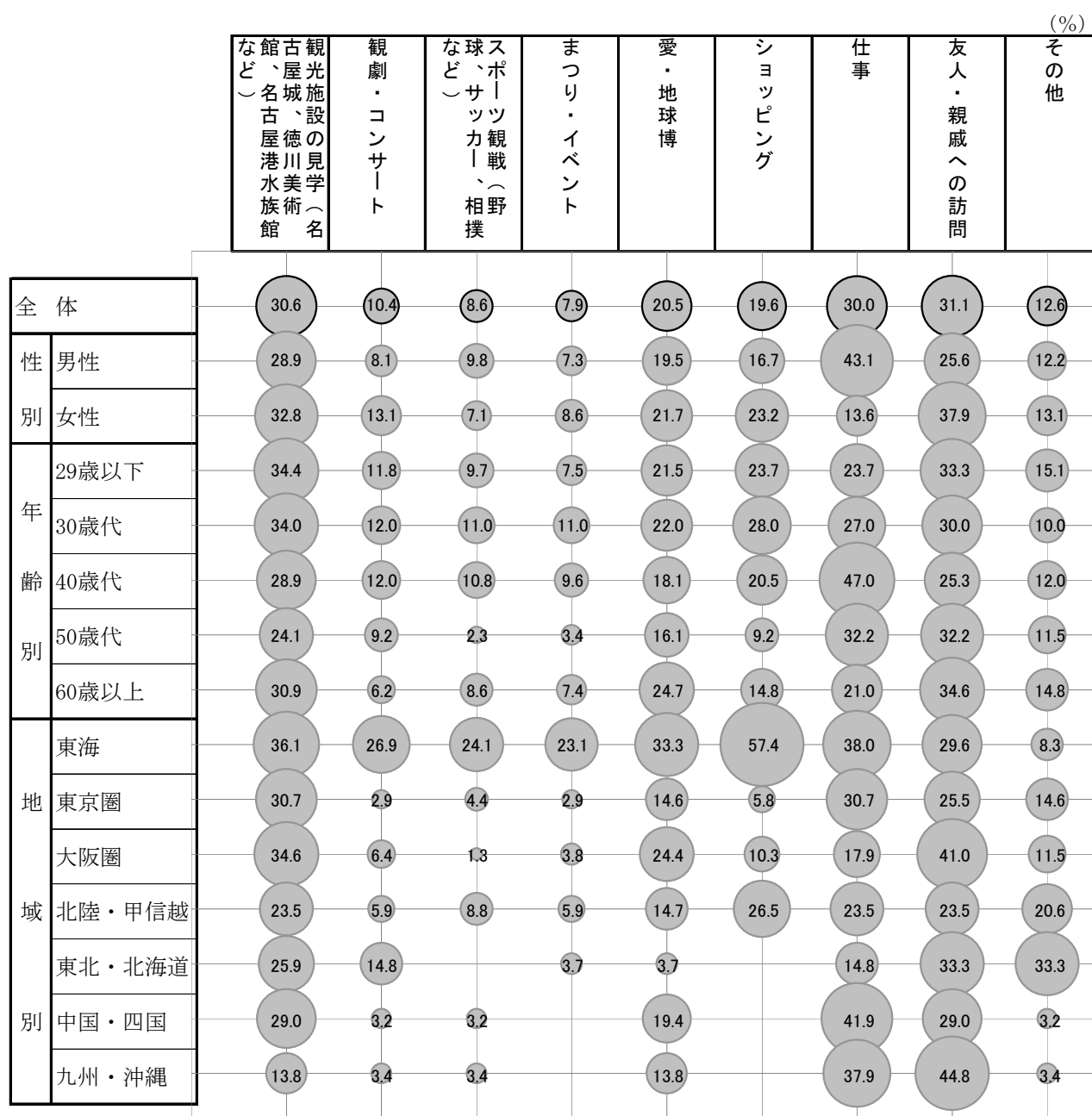
過去5年以内に名古屋を訪れた方(444人)の訪問目的としては、「友人・親戚への訪問」(31.1%)や「観光施設の見学」(30.6%)、「仕事」(30.0%)が多く、以下「愛・地球博」(20.5%)、「ショッピング」(19.6%)と続いている。

性別にみると、男性は「仕事」(43.1%)、女性は「友人・親戚への訪問」(37.9%)や「観光施設の見学」(32.8%)の割合が高い。

年齢別にみると、30歳代以下では「観光施設の見学」(約34%)、40歳代では「仕事」(47.0%)、60歳以上では「友人・親戚への訪問」(34.6%)の割合が最も高くなっている。

地域別にみると、「東海」では「ショッピング」が57.4%と過半数を占めている。

図 2-4-3 名古屋への訪問目的（複数回答）



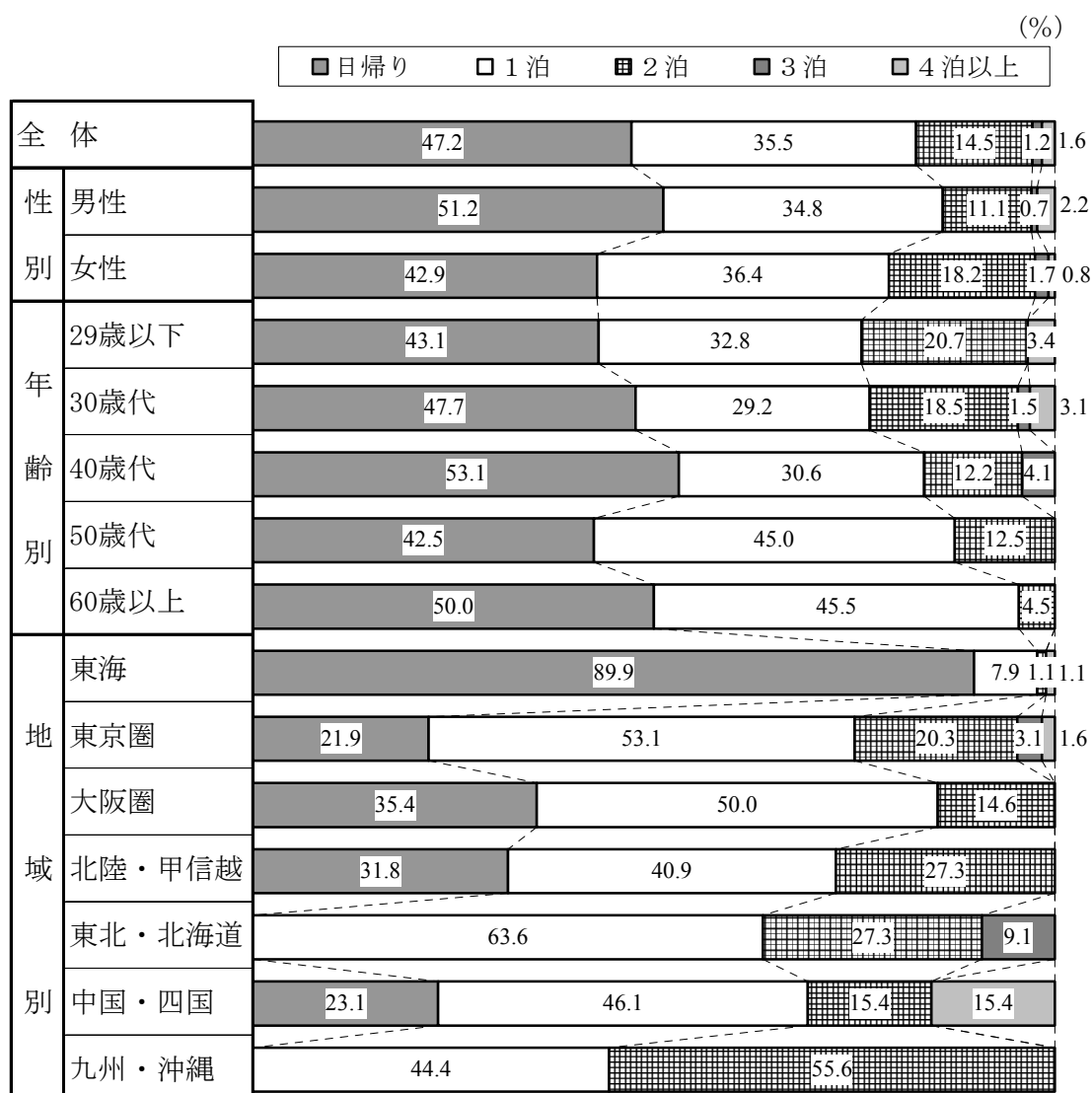
4) 名古屋への訪問日程

観光等が目的で名古屋を訪れた方（P58 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」と回答した方 256 人）の直近の訪問日程としては、「日帰り」が 47.2% とほぼ半数を占め、「1 泊」が 35.5%、「2 泊」が 14.5% となっている。

「日帰り」の割合は、男性や 40 歳代が多い。

地域別にみると、「東海」では「日帰り」が 9 割を占めている。一方、「東北・北海道」、「九州・沖縄」では全員が、「東京圏」、「中国・四国」では 7～8 割の方が宿泊している。

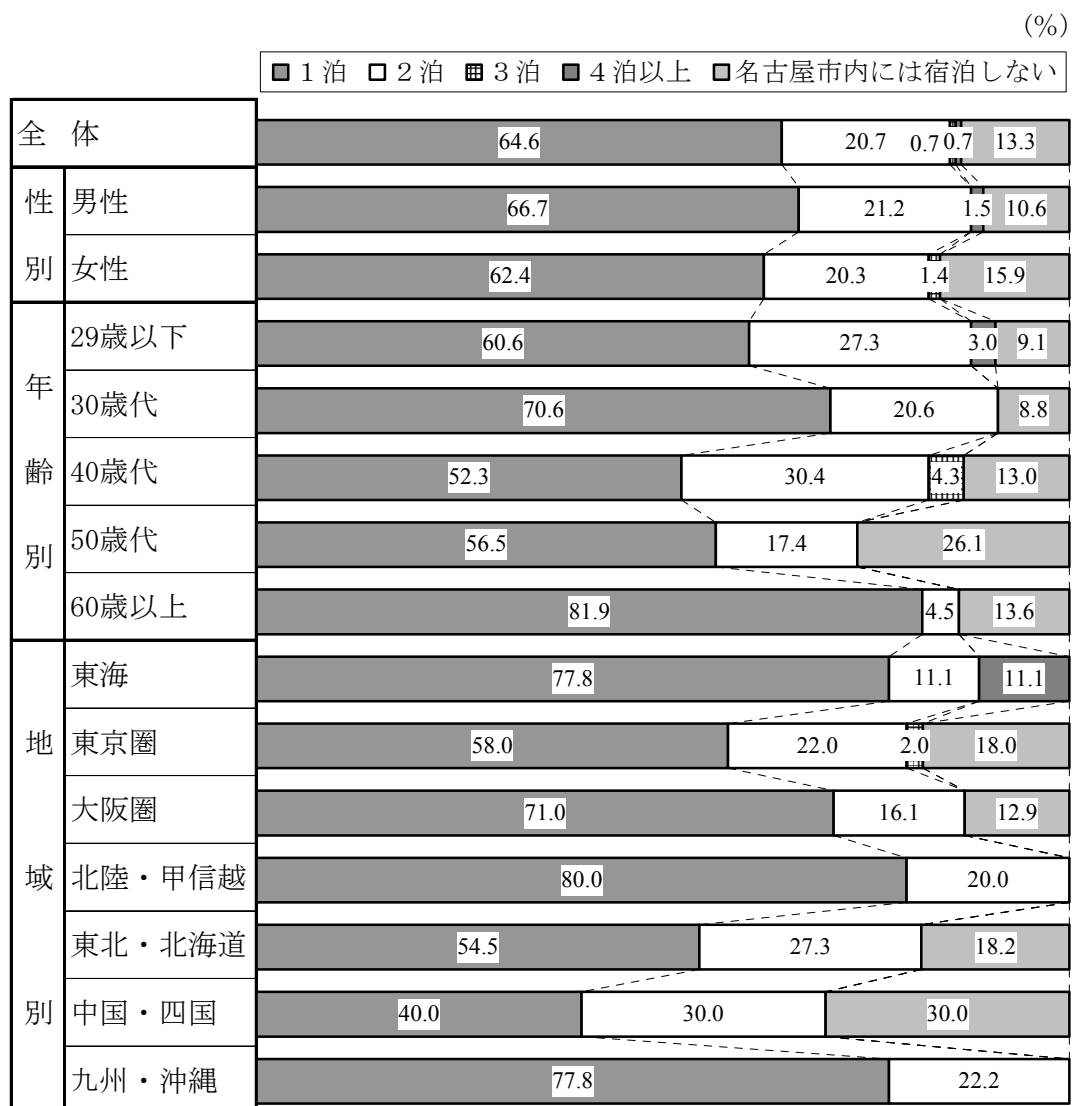
図 2-4-4 名古屋への訪問日程



5) 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(256人)のうち、1泊以上の日程で名古屋を訪れた方(135人)の名古屋市内での宿泊数は、「1泊」が64.6%と最も多く、次いで「2泊」(20.7%)、「名古屋市内には宿泊しない」(13.3%)となっている。

図 2-4-5 名古屋市内での宿泊数



6) 名古屋への旅行形態

観光等が目的で名古屋を訪れた方（256人）の直近の訪問は、「友人・知人」が29.3%と最も多く、次いで「ひとり（同行者なし）」と「夫婦のみ」が各々21.1%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」の割合を合わせた家族連れが45.7%である。

性別にみると、男性では「友人・知人」（31.9%）や「ひとり（同行者なし）」（31.8%）の割合が、女性では「夫婦のみ」（27.4%）の割合が高くなっている。

年齢別にみると、40歳代以下では「友人・知人」の割合が最も高い。また、家族連れの割合は高年齢層ほど高くなっている。

地域別にみると、「東北・北海道」では「友人・知人」の割合が高い。一方、「東京圏」、「大阪圏」では家族連れが過半数を占めている。

図 2-4-6 名古屋への旅行形態



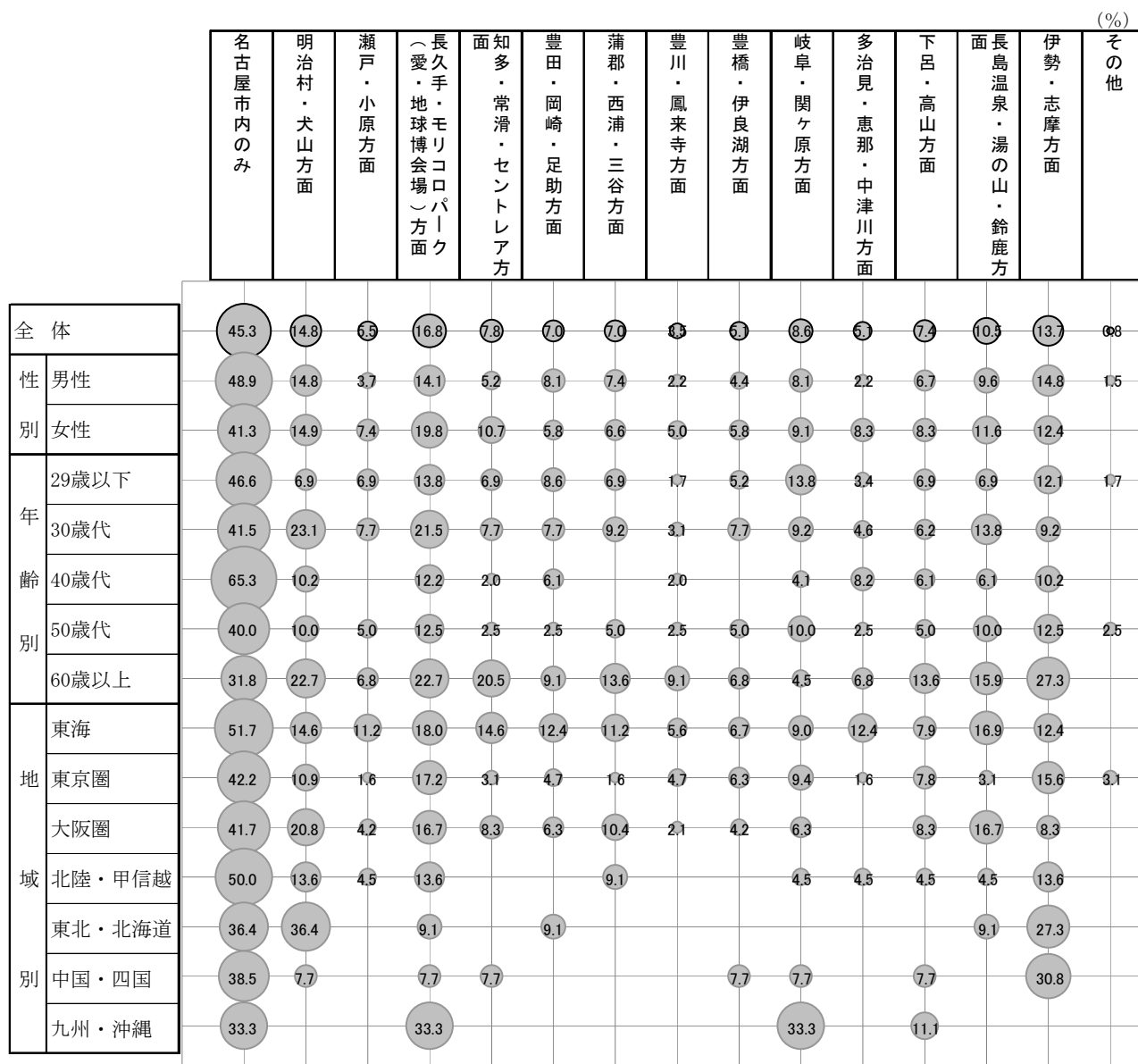
7) 名古屋市以外の訪問地

観光等が目的で名古屋に訪れた方(256人)が、「名古屋市以外にも訪問した」割合は54.7%であった。訪問地は、「長久手・モリコロパーク（愛・地球博会場）方面」（16.8%）が最も多く、以下「明治村・犬山方面」（14.8%）、「伊勢・志摩方面」（13.7%）、「長島温泉・湯の山・鈴鹿方面」（10.5%）と続いている。

「名古屋市以外にも訪問した」割合は、女性や50歳代以上で高く、60歳以上では「伊勢・志摩方面」（27.3%）、「明治村・犬山方面」（22.7%）、「長久手・モリコロパーク（愛・地球博会場）方面」（22.7%）、「知多・常滑・セントレア方面」（20.5%）などに比較的数量多く訪問している。

地域別にみると、「九州・沖縄」、「東北・北海道」、「中国・四国」など遠方からの訪問者の「名古屋市以外にも訪問した」割合が6～7割と高い。

図 2-4-7 名古屋市以外の訪問地（複数回答）

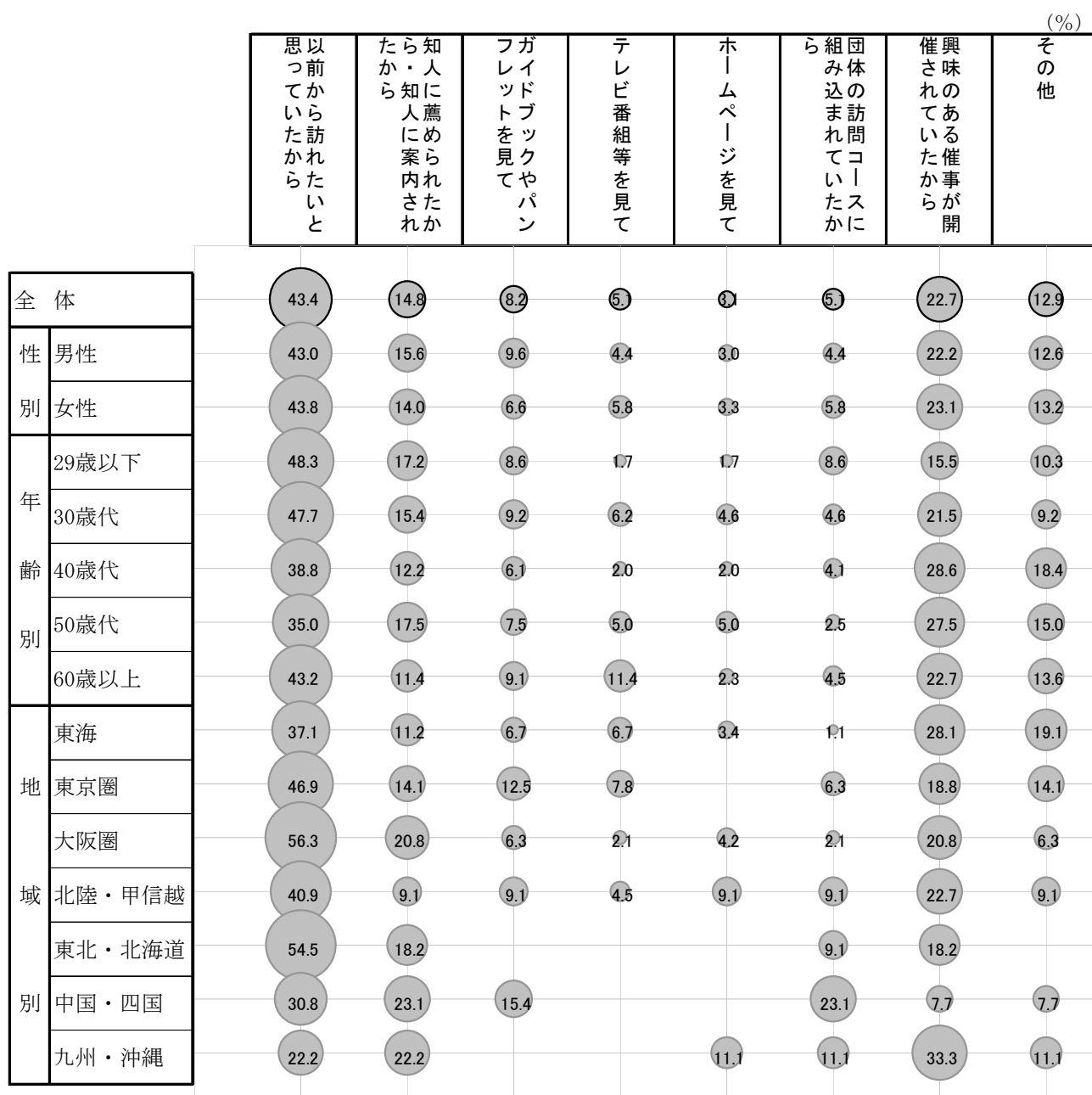


8) 名古屋への訪問のきっかけ

観光等が目的で名古屋を訪れた方（256 人）のきっかけは、「以前から訪れたいと思っていたから」が 43.4%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」（22.7%）、「知人に薦められたから・知人に案内されたから」（14.8%）となっている。

地域別にみると、「九州・沖縄」では「興味のある催事が開催されていたから」が最も多い。

図 2-4-8 名古屋への訪問のきっかけ（複数回答）



② 名古屋の観光資源の認知度と訪問・体験状況

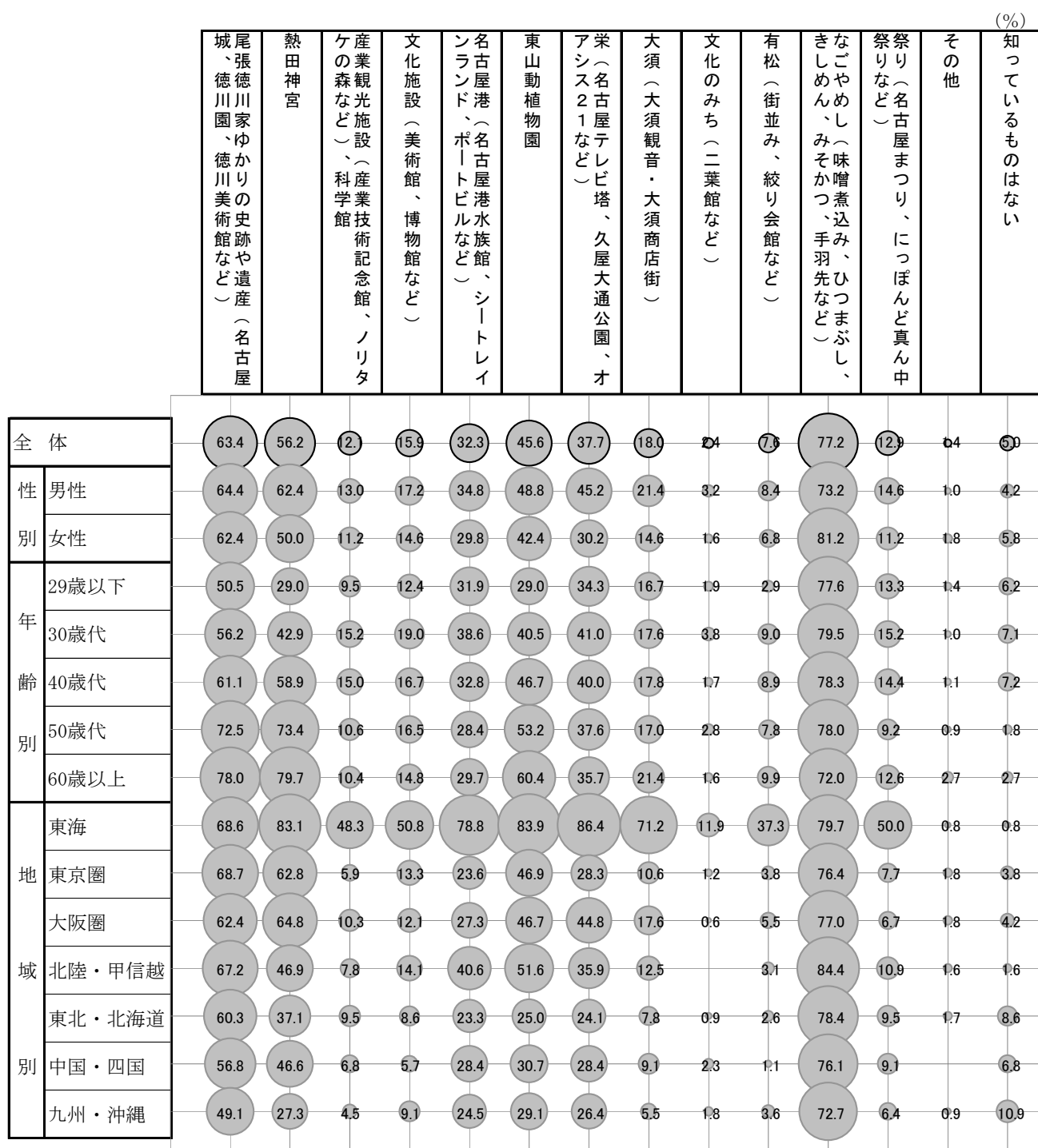
1) 名古屋の観光資源の認知度

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」(77.2%)が最も多い。

「尾張徳川家ゆかりの史跡や遺産」(63.4%)、「熱田神宮」(56.2%)の認知度も6割前後と高い。

60歳以上では「熱田神宮」や「尾張徳川家ゆかりの史跡や遺産」、「東海」では「栄」や「東山動植物園」、「熱田神宮」の方が「なごやめし」の認知度を上回っている。

図 2-4-9 名古屋の観光資源の認知度（複数回答）

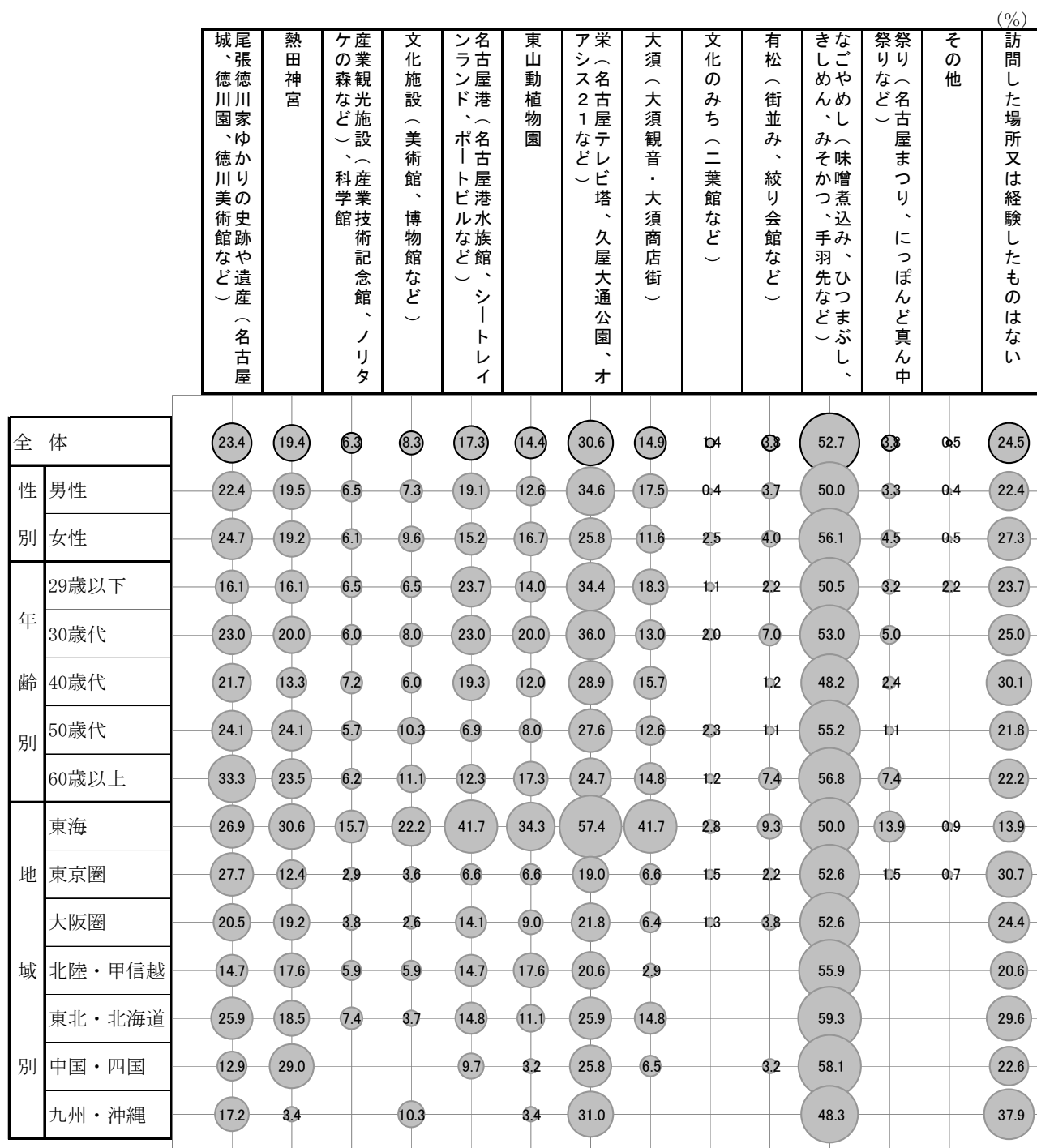


2) 名古屋の観光資源の訪問・体験状況

過去5年以内に名古屋に訪れた方(444人)が訪問した場所又は経験したものとしては、「なごやめし」(52.7%)は過半数が経験している。次いで「栄」(30.6%)、「尾張徳川家ゆかりの史跡や遺産」(23.4%)、「熱田神宮」(19.4%)、「名古屋港」(17.3%)となっていて、「訪問した場所又は経験したものはない」割合は24.5%である。

「東海」では「栄」(57.4%)が最も多く、そのほかの階層では「なごやめし」が最も多い。また、60歳以上では「尾張徳川家ゆかりの史跡や遺産」が、「中国・四国」では「熱田神宮」がそれぞれ第2位となっている。

図 2-4-10 名古屋の観光資源の訪問・体験状況(複数回答)

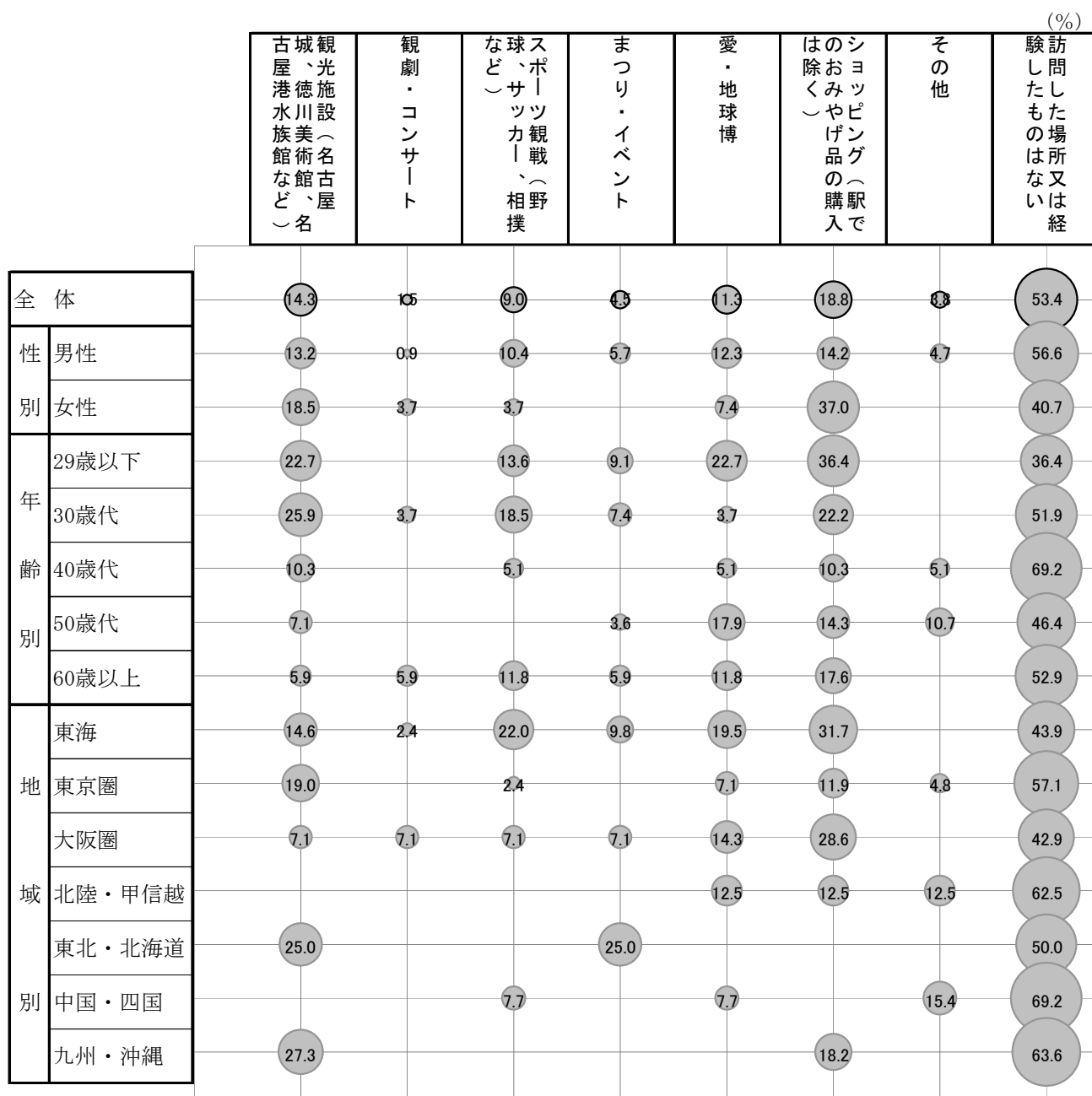


3) 仕事目的での訪問時における観光資源の訪問・体験状況

過去5年間以内に仕事目的で名古屋を訪れた方（133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ものがある」割合は46.6%とほぼ半数である。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18.8%、「観光施設」が14.3%、「愛・地球博」が11.3%、「スポーツ観戦」が9.0%となっている。

「訪問した場所又は経験したものがある」割合は、女性や29歳以下、50歳代、「東海」、「大阪圏」では過半数を占めている。

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

① 名古屋に対する印象

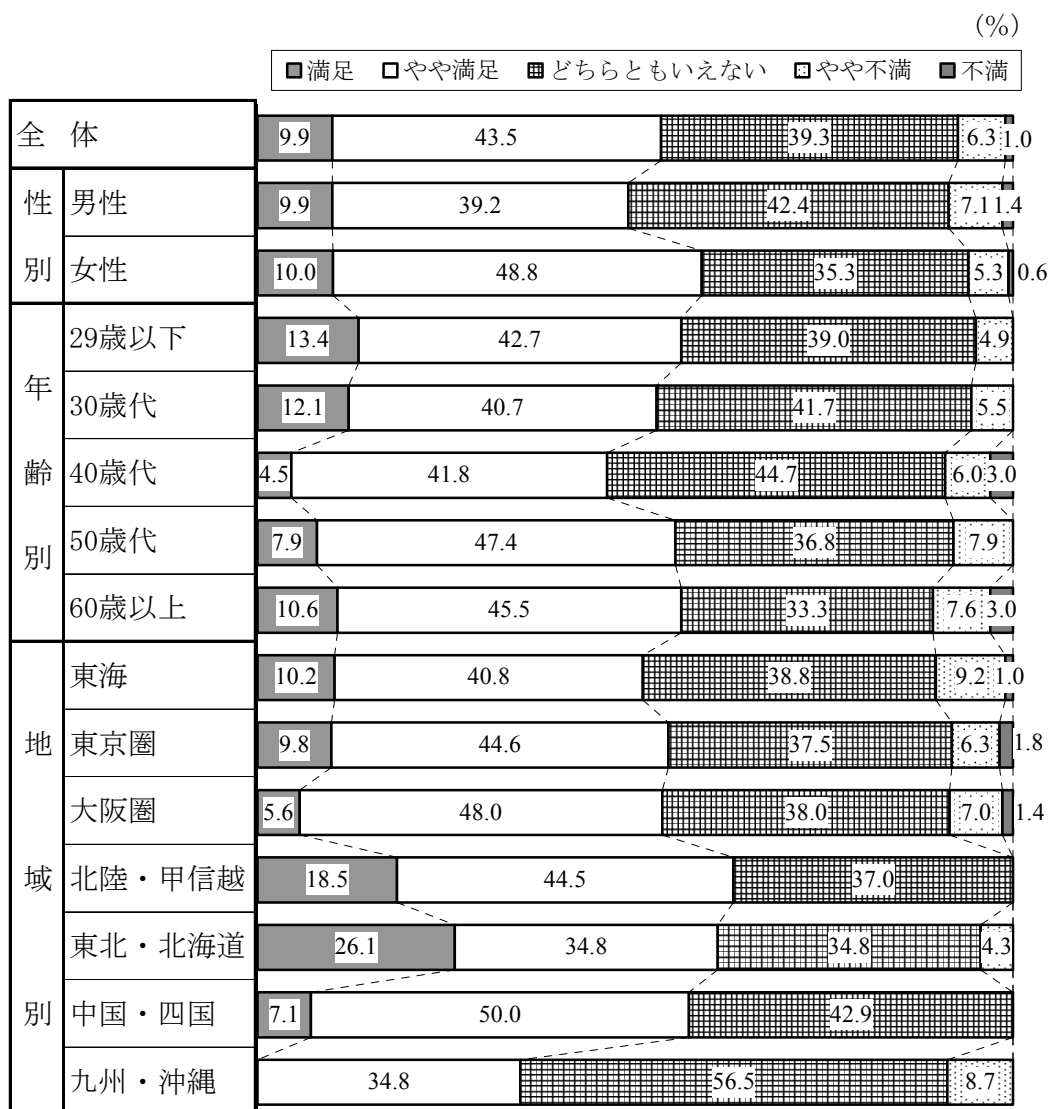
1) 観光施設等の評価

過去5年以内に名古屋を訪れた方(444人)の印象として観光施設等については、「満足」(9.9%)と「やや満足」(43.5%)を合わせ53.4%と半数強が満足と感じており、「やや不満」(6.3%)と「不満」(1.0%)を合わせ7.3%が不満と感じている。

「仕事」目的での訪問の割合が高い男性(P58 図2-4-3 参照)や40歳代では、満足度が相対的にやや低くなっている。

地域別にみると、「北陸・甲信越」、「東北・北海道」では満足と感じた人の割合が6割を超え、満足度は高い。一方、「九州・沖縄」では満足度は比較的低い。

図2-4-12 観光施設等の評価



2) 係員、店員の親切さ、親しみやすさの評価

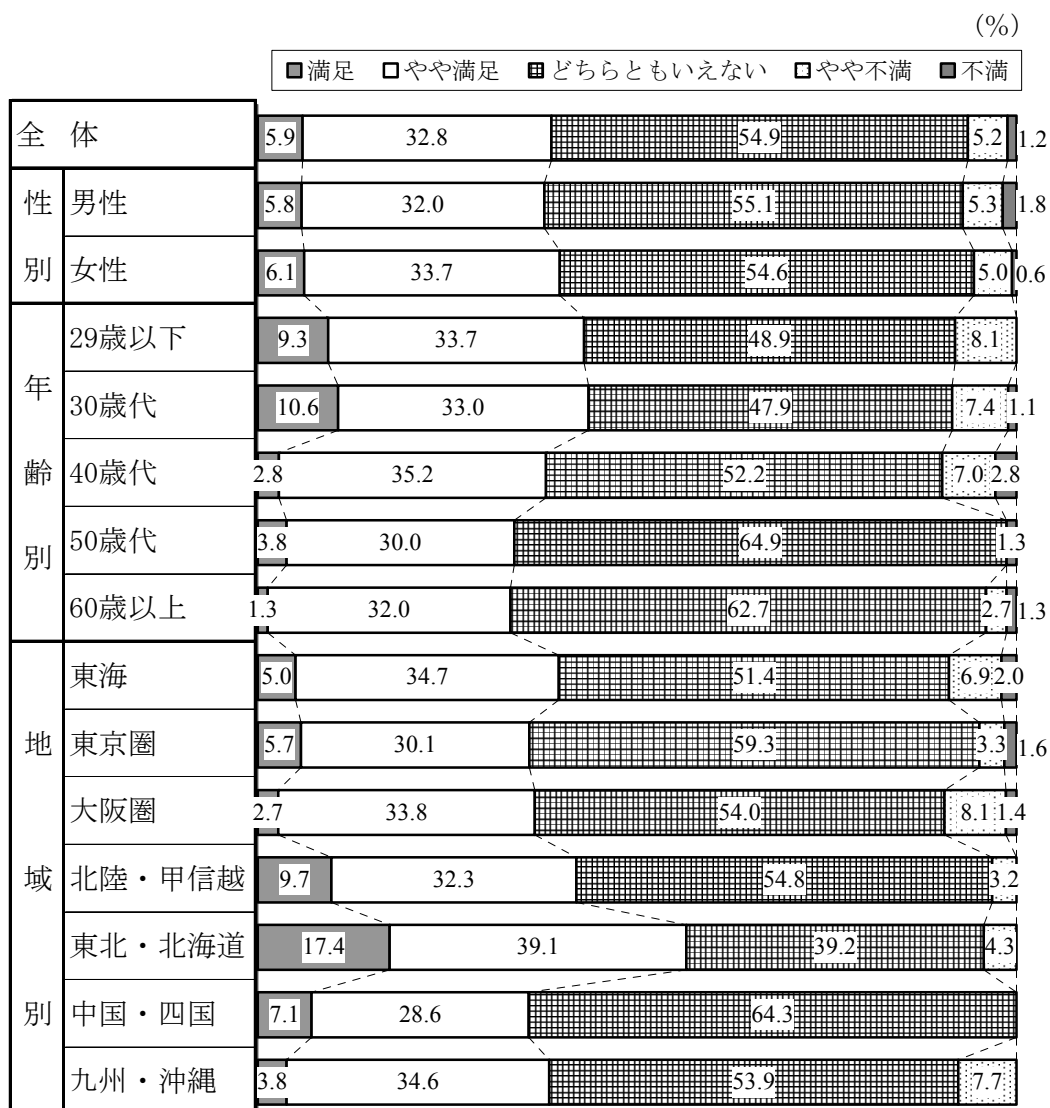
係員、店員の親切さ、親しみやすさについては、「満足」(5.9%)と「やや満足」(32.8%)を合わせ 38.7%が満足と感じており、「やや不満」(5.2%)と「不満」(1.2%)を合わせ 6.4%が不満と感じている。

性別による大きな差はみられない。

年齢別にみると、29歳以下と30歳代の若年層の方が満足と感じる割合が多くなっている。

地域別にみると、「東北・北海道」では満足度が高い。

図 2-4-13 係員、店員の親切さ、親しみやすさの評価

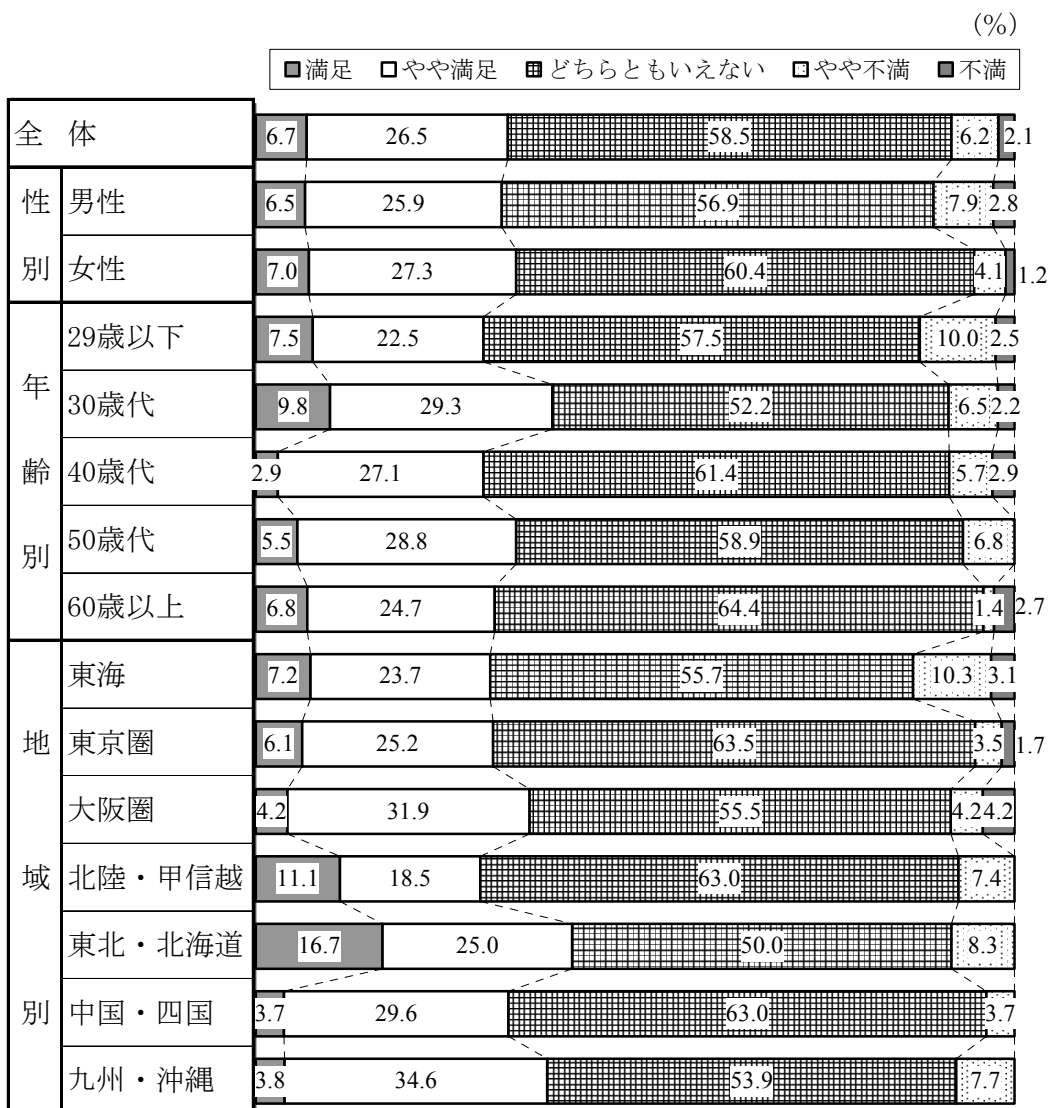


3) 市民の親切さ、親しみやすさの評価

市民の親切さ、親しみやすさについては、「満足」(6.7%)と「やや満足」(26.5%)を合わせ33.2%が満足と感じている。「どちらともいえない」が58.5%を占めており、「やや不満」(6.2%)と「不満」(2.1%)を合わせ8.3%が不満と感じている。

満足と感じた割合は、女性や30歳代、「東北・北海道」では相対的に高い。一方、不満と感じた割合は、29歳以下と「東海」では13%程度みられる。

図 2-4-14 市民の親切さ、親しみやすさの評価



4) おみやげ品の評価

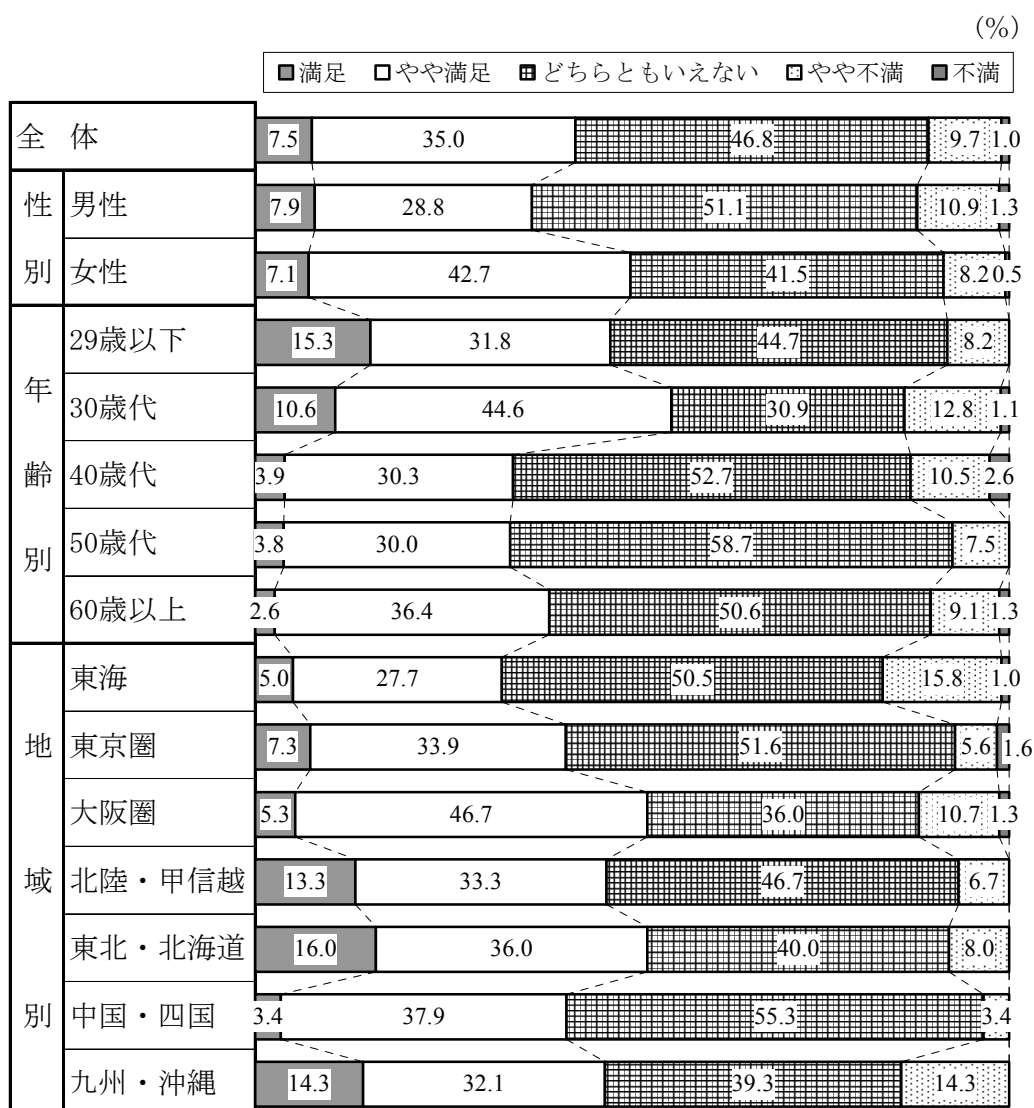
おみやげ品については、「満足」(7.5%)と「やや満足」(35.0%)を合わせ 42.5%が満足と感じているものの、「やや不満」(9.7%)と「不満」(1.0%)を合わせて 10.7%が不満と感
じている。

性別にみると、女性の方が満足度は高く、半数が満足と感じている。

年齢別にみると、30 歳代では満足と感じた割合が過半数を占めているが、40 歳代以上の
中高年齢層では満足と感じた割合はそれぞれ 3 割台にとどまっている。

地域別にみると、満足と感じた割合は、「大阪圏」、「東北・北海道」では半数を超えてい
るが、「東海」では比較的 low、不満と感じた割合が 16.8%みられる。

図 2-4-15 おみやげ品の評価



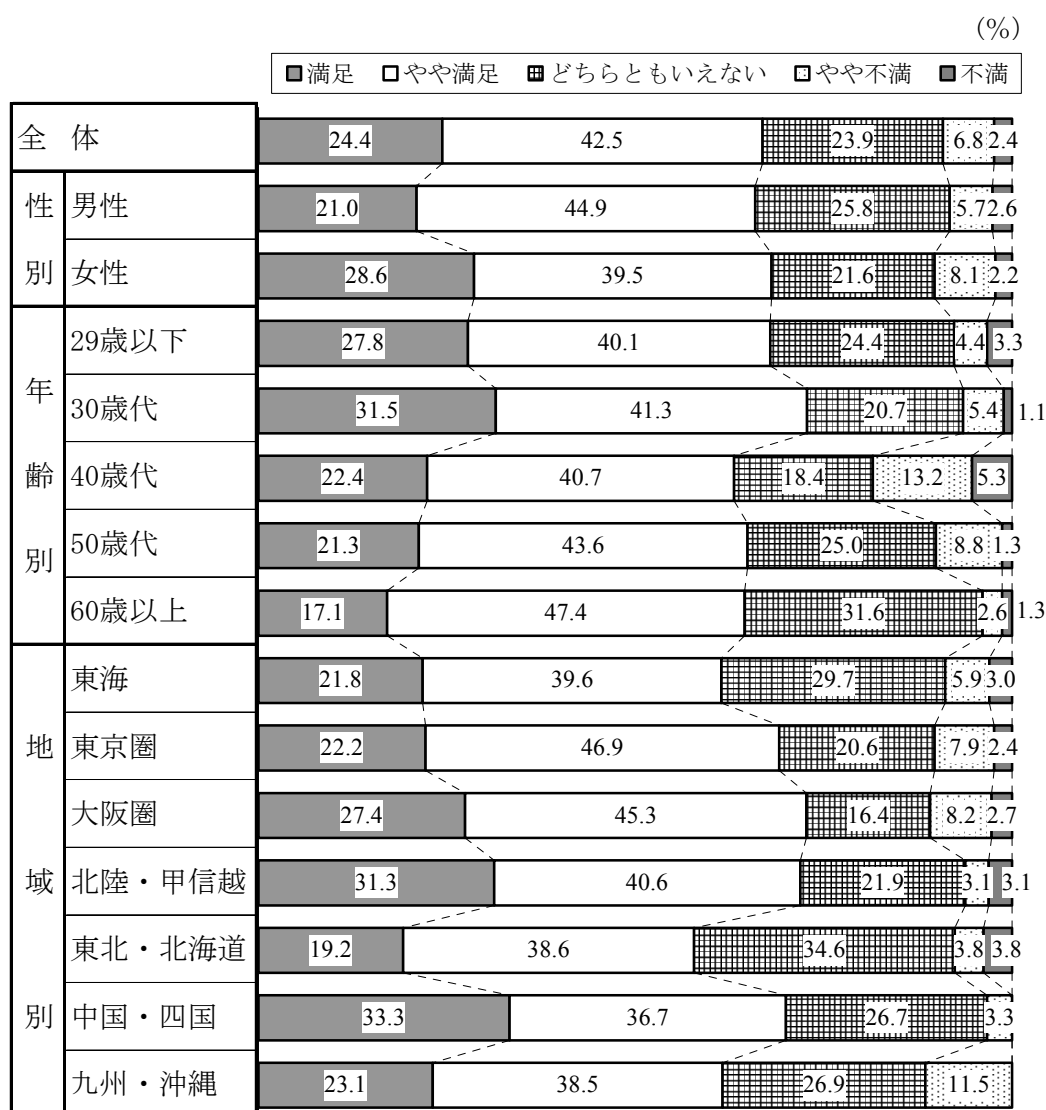
5) なごやめしなどの食事の評価

なごやめしなどの食事については、「満足」が24.4%で「やや満足」(42.5%)を合わせて66.9%と7割弱が満足と感じていて、かなり高い評価を得ている。一方、「やや不満」(6.8%)と「不満」(2.4%)を合わせ9.2%が不満と感じている。

各階層別にみても満足度は高く、特に30歳代や「大阪圏」、「北陸・甲信越」、「中国・四国」ではそれぞれ7割以上が満足と感じている。

不満と感じた割合は、40歳代で「やや不満」(13.2%)と「不満」(5.3%)を合わせて18.5%とほかの層に比べやや多い。

図 2-4-16 なごやめしなどの食事の評価



6) 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」(6.2%)と「やや満足」(30.5%)を合わせ36.7%が満足と感じている。一方、「やや不満」(8.1%)と「不満」(3.8%)を合わせて11.9%が不満と感じており、評価項目のうちで最も高くなっている。

女性や29歳以下では比較的満足度は高い。一方、不満と感じた割合は、男性や30歳代、40歳代で相対的に高い。

地域別にみると、「東北・北海道」、「大阪圏」では満足度は高い。一方、「東海」では満足と感じた割合は3割に満たない。

図 2-4-17 案内表示等のわかりやすさの評価



7) 総合的な魅力の評価

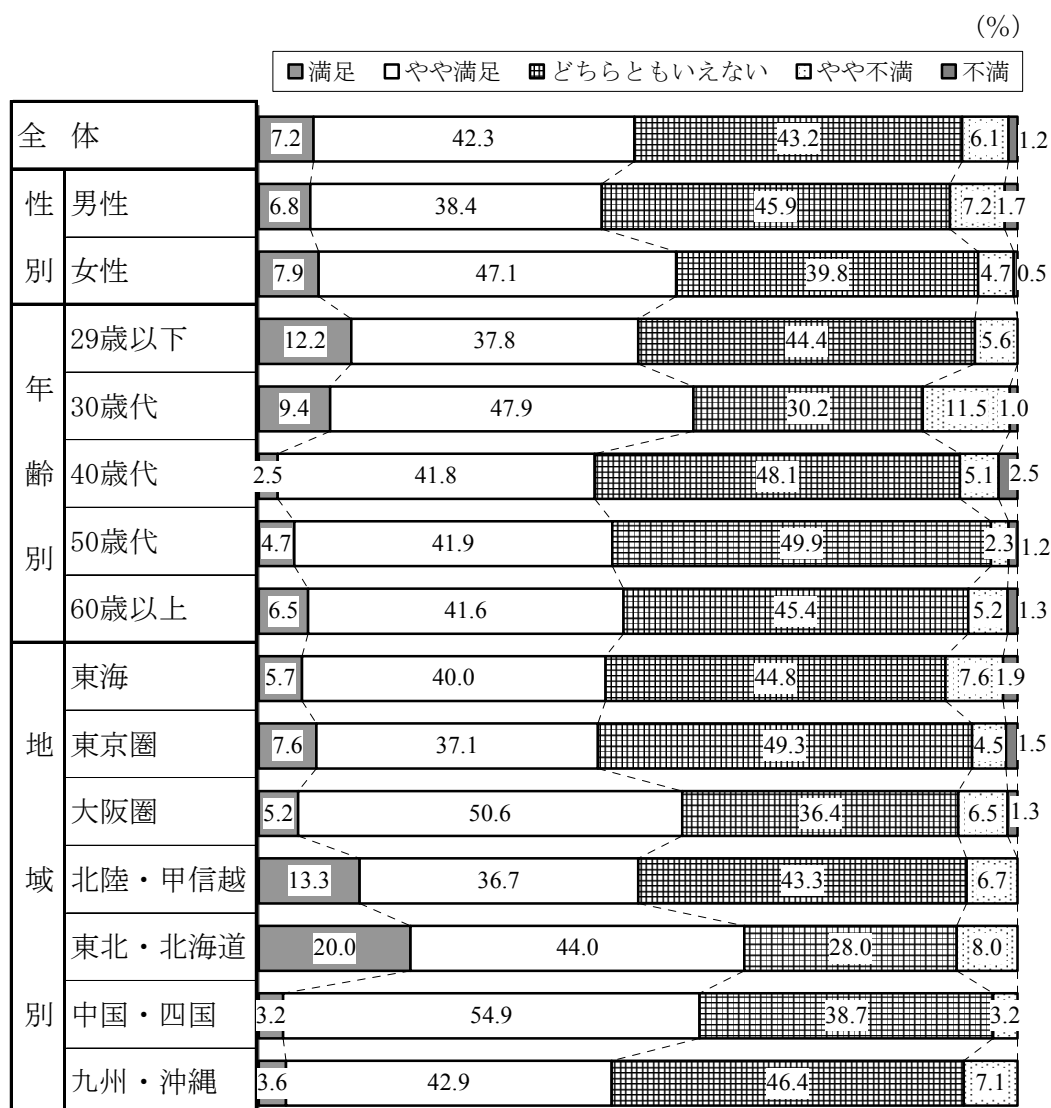
総合的な魅力としては、「満足」(7.2%)と「やや満足」(42.3%)を合わせて49.5%と半数が満足と感じており、「やや不満」(6.1%)と「不満」(1.2%)を合わせ7.3%が不満と感じている。

性別にみると、女性の方が満足度は高くなっている。

年齢別にみると、30歳代では満足と感じた割合が高いものの、不満と感じた割合も相対的に高い。

地域別にみると、「東北・北海道」の満足度は高くなっている。

図 2-4-18 総合的な魅力の評価



② 名古屋への今後の訪問について

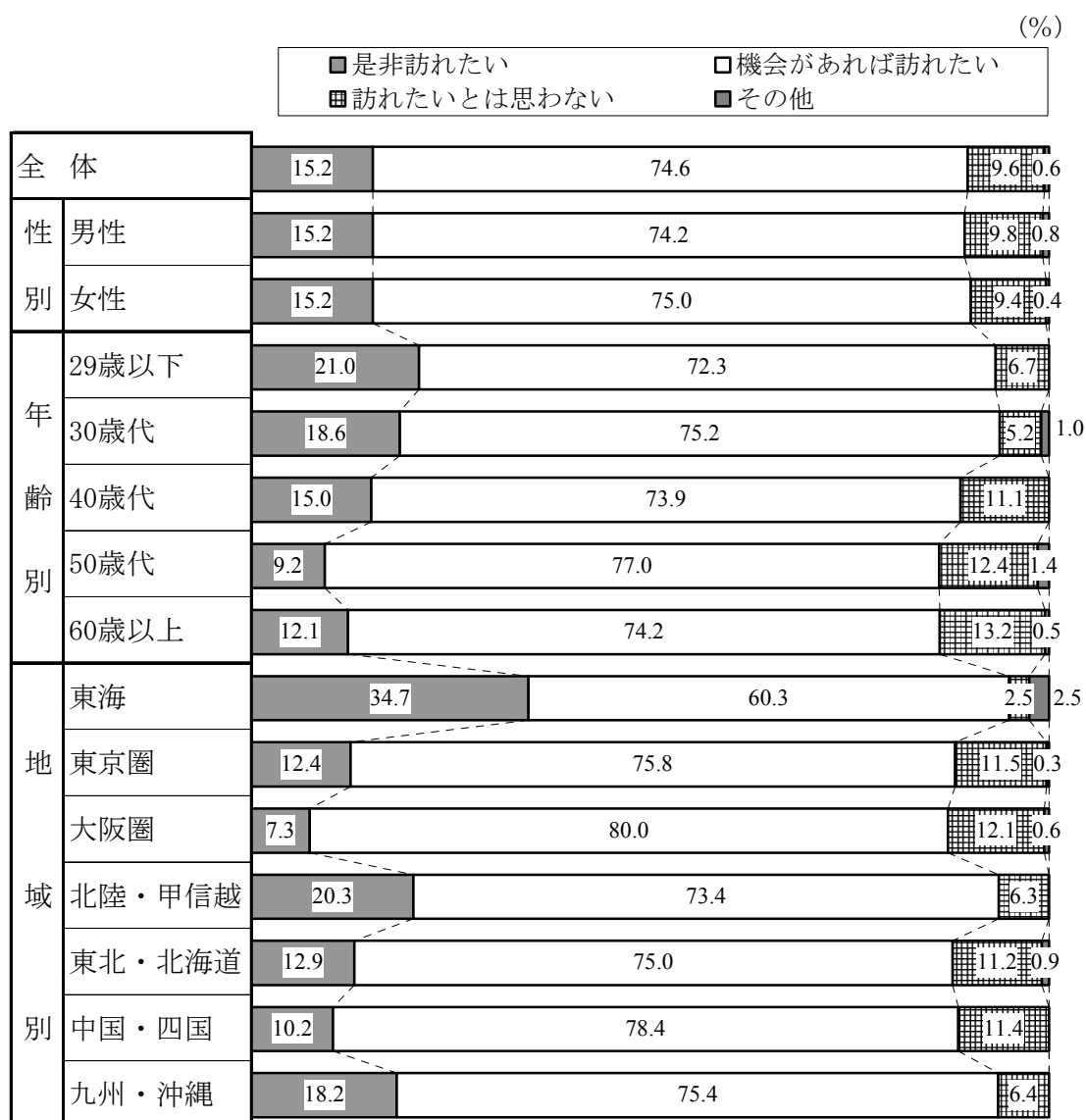
1) 名古屋への訪問意向

今後、名古屋への訪問意向としては、「機会があれば訪れたい」が74.6%を占め、「是非訪れたい」(15.2%)を合わせて9割と大半が訪れたいと考えている。

どの階層も9割前後が訪問意向を持っている。

「是非訪れたい」という強い訪問意向の割合は、「東海」で多く、そのほか29歳以下や「北陸・甲信越」でも2割以上みられる。

図 2-4-19 名古屋への訪問意向

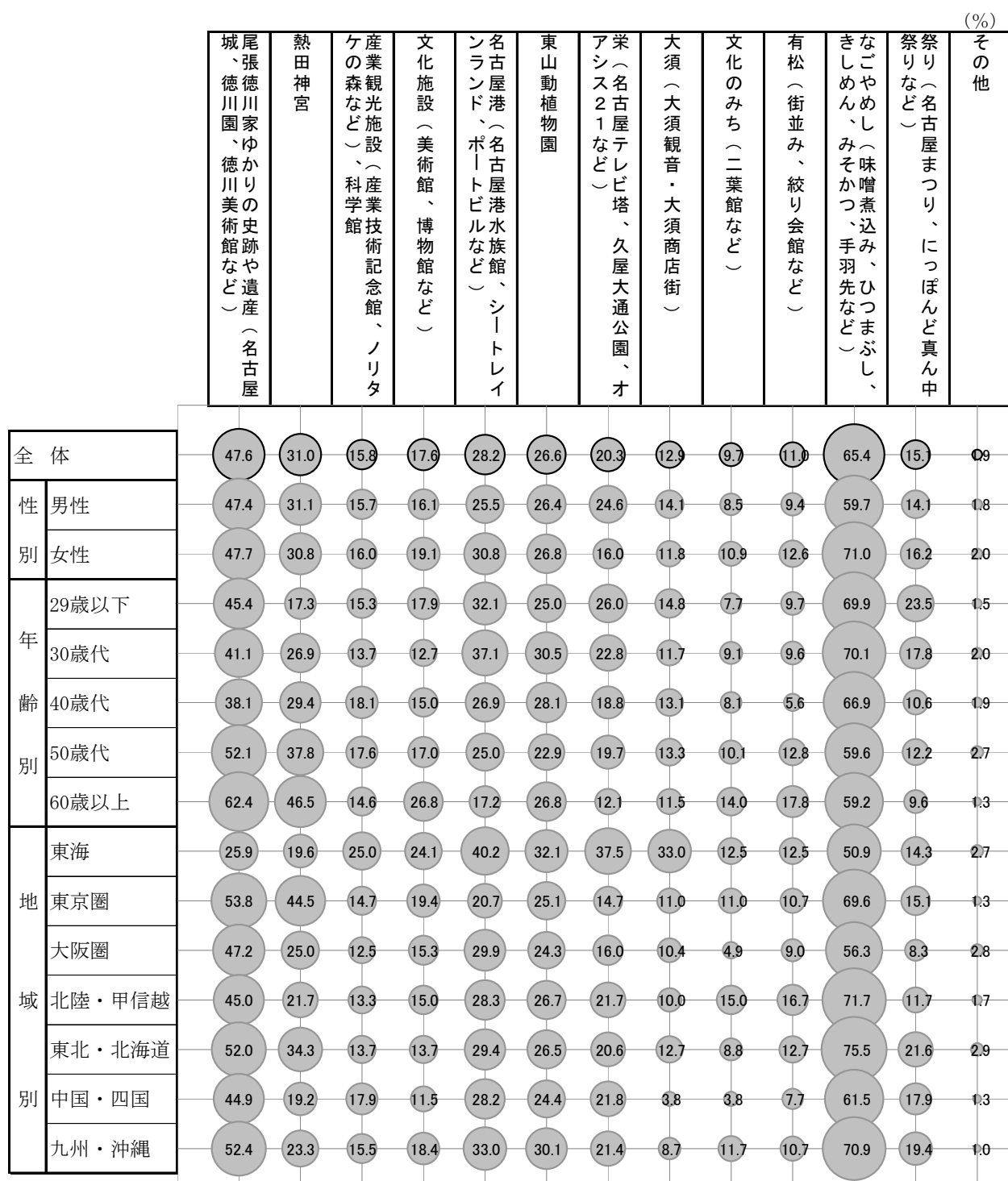


2) 訪れたい名古屋の観光資源

今後名古屋へ訪れたいと思う方(898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」が65.4%と最も多く、次いで「尾張徳川家ゆかりの史跡や遺産」(47.6%)、「熱田神宮」(31.0%)、「名古屋港」(28.2%)、「東山動植物園」(26.6%)、「栄」(20.3%)となっている。

60歳以上では「尾張徳川家ゆかりの史跡や遺産」の割合が最も高いが、そのほかの階層では全て「なごやめし」が最も高くなっている。また、「東海」では「名古屋港」「栄」「大須」「東山動植物園」などの割合も比較的高い。

図 2-4-20 訪れたい名古屋の観光資源（複数回答）



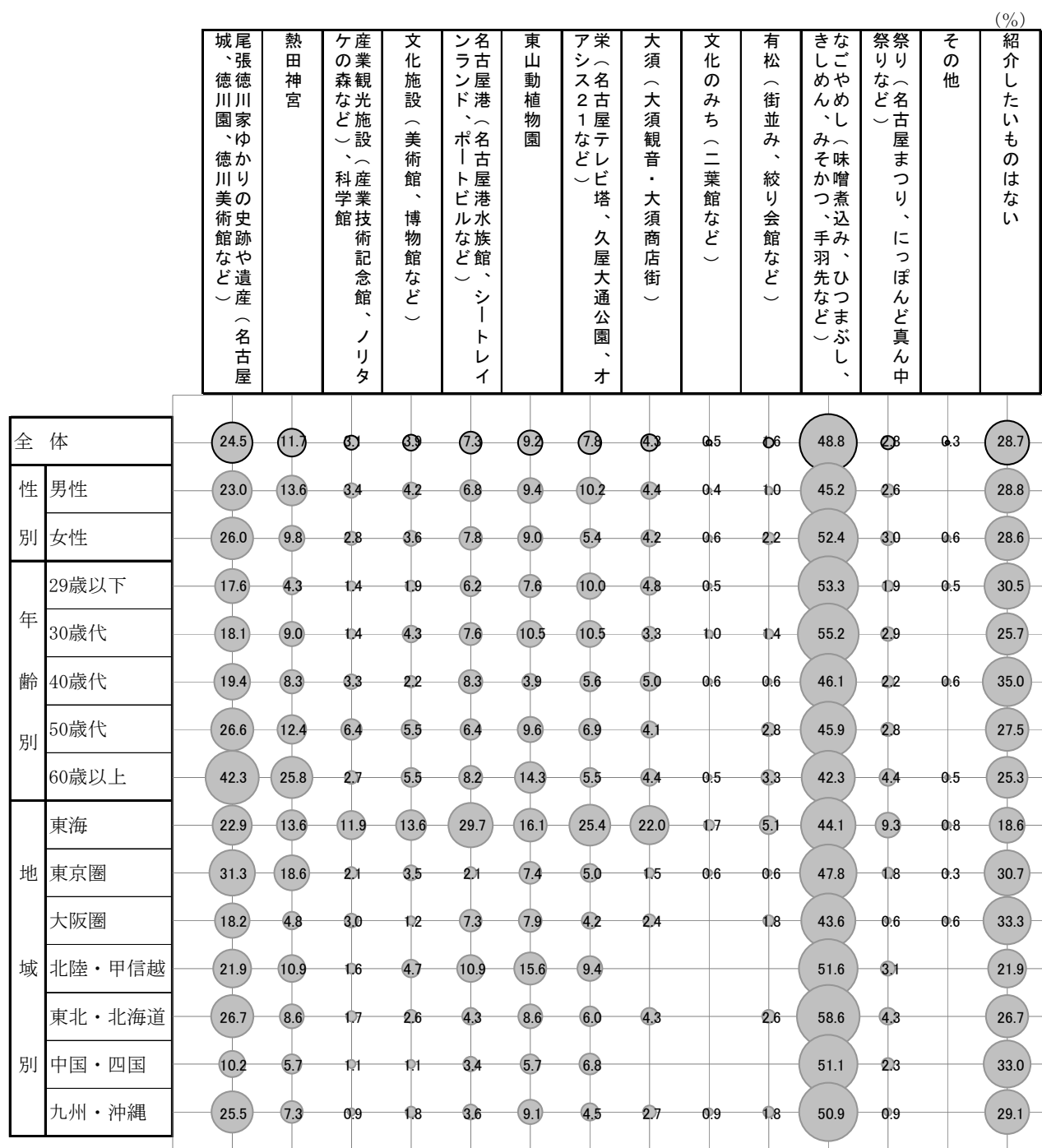
3) 紹介したい名古屋の観光資源

友人・知人などに紹介したい名古屋の観光資源がある割合は71.3%であり、「なごやめし」が48.8%で最も高く、次いで「尾張徳川家ゆかりの史跡や遺産」が24.5%となっている。

「なごやめし」の割合は総じて高く、特に30歳代や「東北・北海道」で相対的に高くなっている。

地域別にみると、「東海」では、上記のほか「名古屋港」「栄」「大須」の割合も2割以上となっている。

図 2-4-21 紹介したい名古屋の観光資源（複数回答）



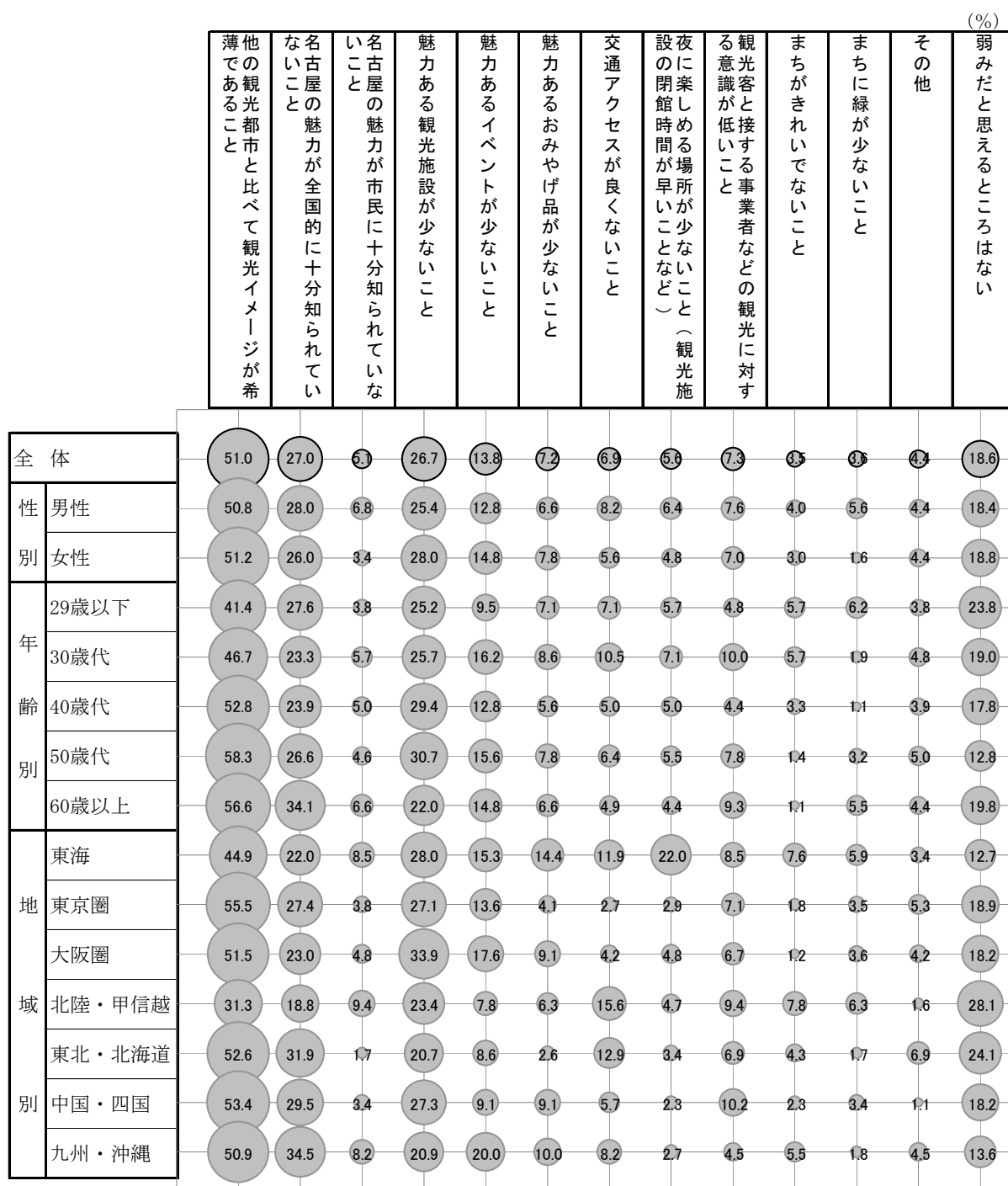
4) 名古屋の観光地としての弱み

名古屋の観光地としての弱みとしては、「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51.0%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27.0%、「魅力ある観光施設が少ないこと」が26.7%となっている。

各階層とも、弱みの第1位及び上位3つは上記のとおりである。

地域別にみると、「東海」では「夜に楽しめる場所が少ないこと」、「九州・沖縄」、「大阪圏」では「魅力あるイベントが少ないこと」、「北陸・甲信越」では「交通アクセスが良くないこと」の割合がそれぞれ相対的に高くなっている。

図 2-4-22 名古屋の観光地としての弱み（3つまで回答）



(4) 観光振興について

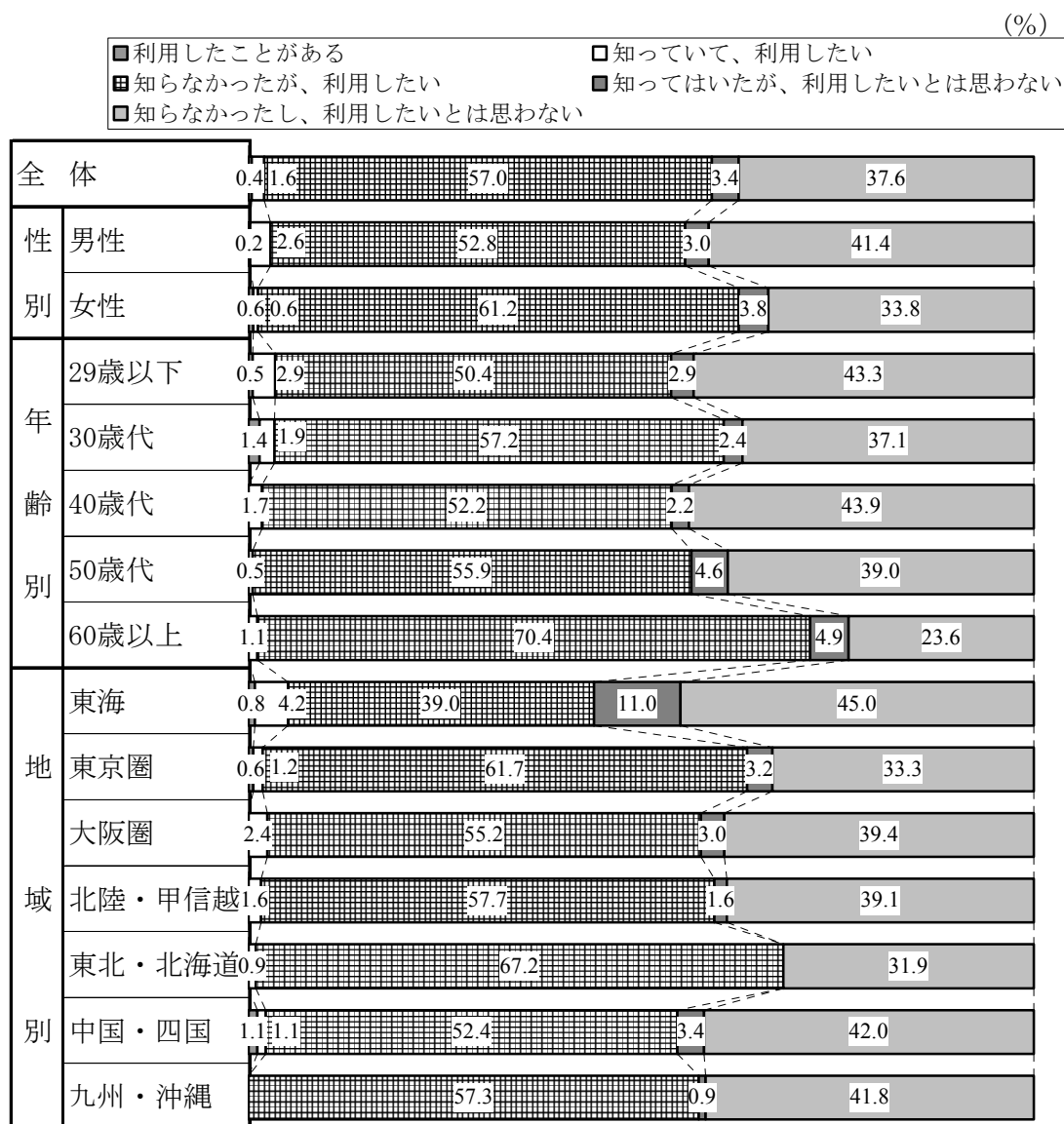
① なごや観光ルートバスの認知度・利用意向

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 0.4%と僅かである。「知っていて、利用したい」(1.6%)と、「知ってはいたが、利用したいとは思わない」(3.4%)を合わせた認知度は 5%程度であるものの、「知っていて、利用したい」(1.6%)と「知らなかったが、利用したい」(57.0%)を合わせた利用意向は 58.6%と 6 割近くを占めている。

利用意向の割合としては、女性や 60 歳以上、「東京圏」、「東北・北海道」ではそれぞれ 6 割以上と高くなっている。

認知度としては、「東海」では 16.0%となっているものの、そのほかの階層では数%以下と未だ低い状況にある。

図 2-4-23 なごや観光ルートバスの認知度・利用意向



② 名古屋城「本丸御殿」の復元

1) 名古屋城「本丸御殿」復元の認知度

名古屋城「本丸御殿」の復元の取り組みについて、「復元を進めていることも、2010年の玄関の一部公開も知っていた」が4.1%、「復元を進めていることは知っていたが、2010年の玄関の一部公開は知らなかった」が10.9%で、合わせて15.0%が「本丸御殿」の復元を知っている。

性別にみると、男性の方が認知度は高い。

「東海」では「復元を進めていることも、2010年の玄関の一部公開も知っていた」割合が19.5%、「復元を進めていることは知っていたが、2010年の玄関の一部公開は知らなかった」と合わせて42.4%が「本丸御殿」の復元を知っている。

図 2-4-24 名古屋城「本丸御殿」復元の認知度



2) 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」は17.9%、「機会があれば訪れたい」(68.1%)を合わせて86.0%が訪れたいと思っている。前述の名古屋への訪問意向(P74 図2-4-19 参照)と比較すると「是非訪れたい」という強い訪問意向の割合が2.7ポイント増えており、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。

「是非訪れたい」の割合は、29歳以下、60歳以上や「東海」、「北陸・甲信越」、「九州・沖縄」では2割以上と比較的高くなっている。

図2-4-25 名古屋城「本丸御殿」復元後の訪問意向

