

2-3 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

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、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2,101名とした(名古屋市を除く)。

③ 調査日時等

平成27年2月6日(金)～9日(月)

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 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	125	4	18	24	21	20	23	15	123	3	17	22	21	20	24	16	248
関東	354	9	52	72	66	55	60	40	350	8	50	67	61	55	64	45	704
近畿	164	5	24	30	28	26	32	19	174	5	25	31	29	26	34	24	338
北陸・甲信越	66	0	9	13	11	11	13	9	68	0	8	12	11	12	14	11	134
東北・北海道	119	3	15	20	20	23	23	15	129	3	16	21	20	23	24	22	248
中国・四国	95	2	13	16	16	16	18	14	98	2	13	17	16	16	19	15	193
九州・沖縄	114	2	17	20	18	23	20	14	122	2	17	20	19	23	22	19	236
合 計	1037	25	148	195	180	174	189	126	1064	23	146	190	177	175	201	152	2,101

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

①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43.5%である。訪問回数としては、「1回」が17.4%と多く、以下「3～5回」、「2回」、「11回以上」となっている。

性別にみると、男性では訪れた割合は50.3%と半数を占め、女性より13.7ポイント高い。

年齢別にみると、訪れた割合は30歳代（48.5%）と40歳代（47.6%）で高い。

地域別にみると、「東海」（82.3%）では8割以上が訪れており、うち「11回以上」が4割を占めている。次いで訪れた割合が高いのは、「北陸・甲信越」（50.0%）と「近畿」（48.9%）で、ほぼ半数となっている。

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 2-3-1 過去5年間の名古屋への訪問回数

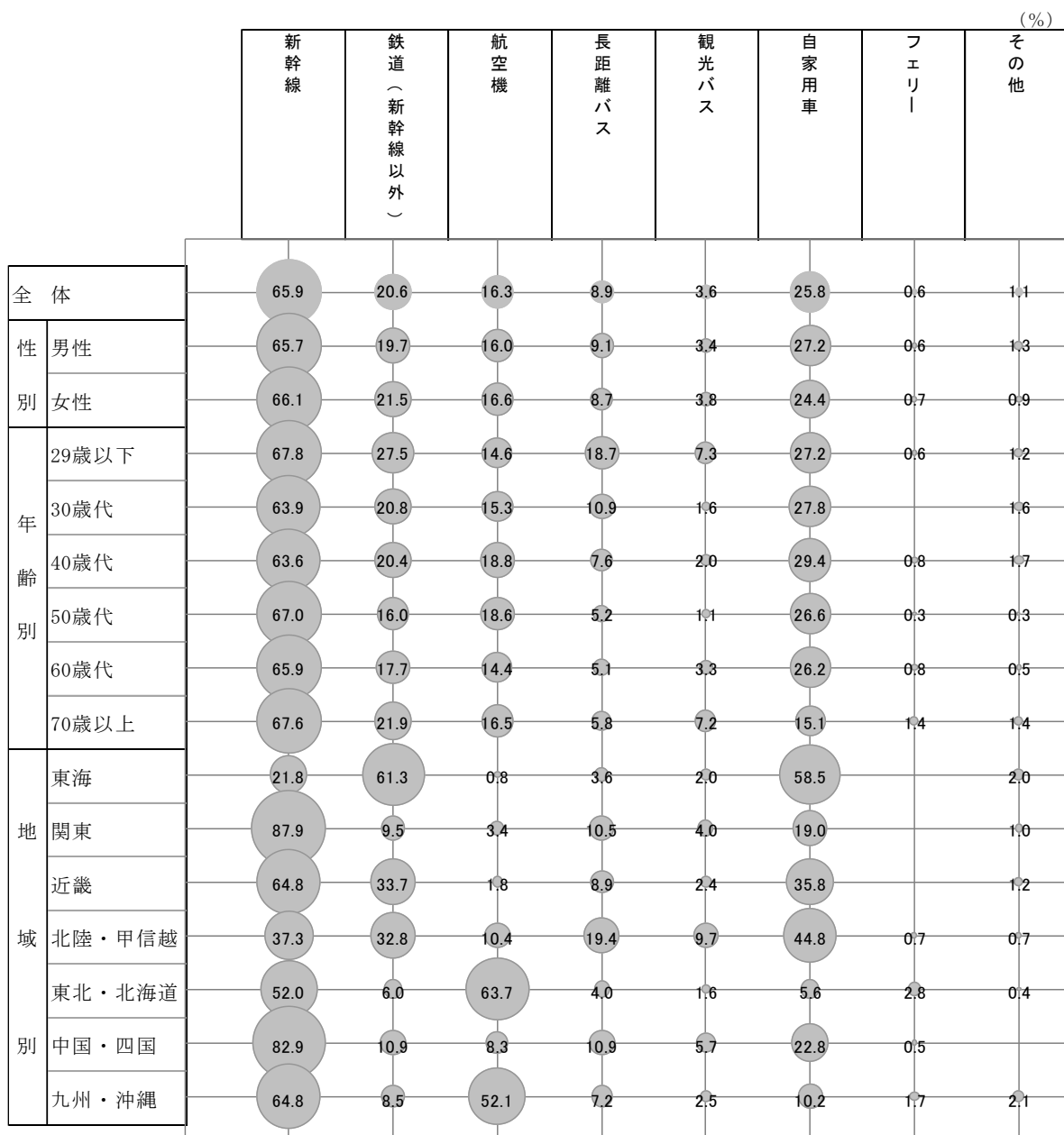


b. 名古屋への交通機関

名古屋を訪れる場合の交通機関としては、「新幹線」が65.9%と最も多く、次いで「自家用車」、「鉄道（新幹線以外）」、「航空機」と続いている。

地域別にみると、「東海」では「鉄道」と「自家用車」の割合が高い。「関東」、「近畿」、「中国・四国」、「九州・沖縄」では「新幹線」、「北陸・甲信越」では「自家用車」、「東北・北海道」では「航空機」の割合がそれぞれ最も高くなっている。

図 2-3-2 名古屋への交通機関（複数回答）



c. 名古屋への訪問目的

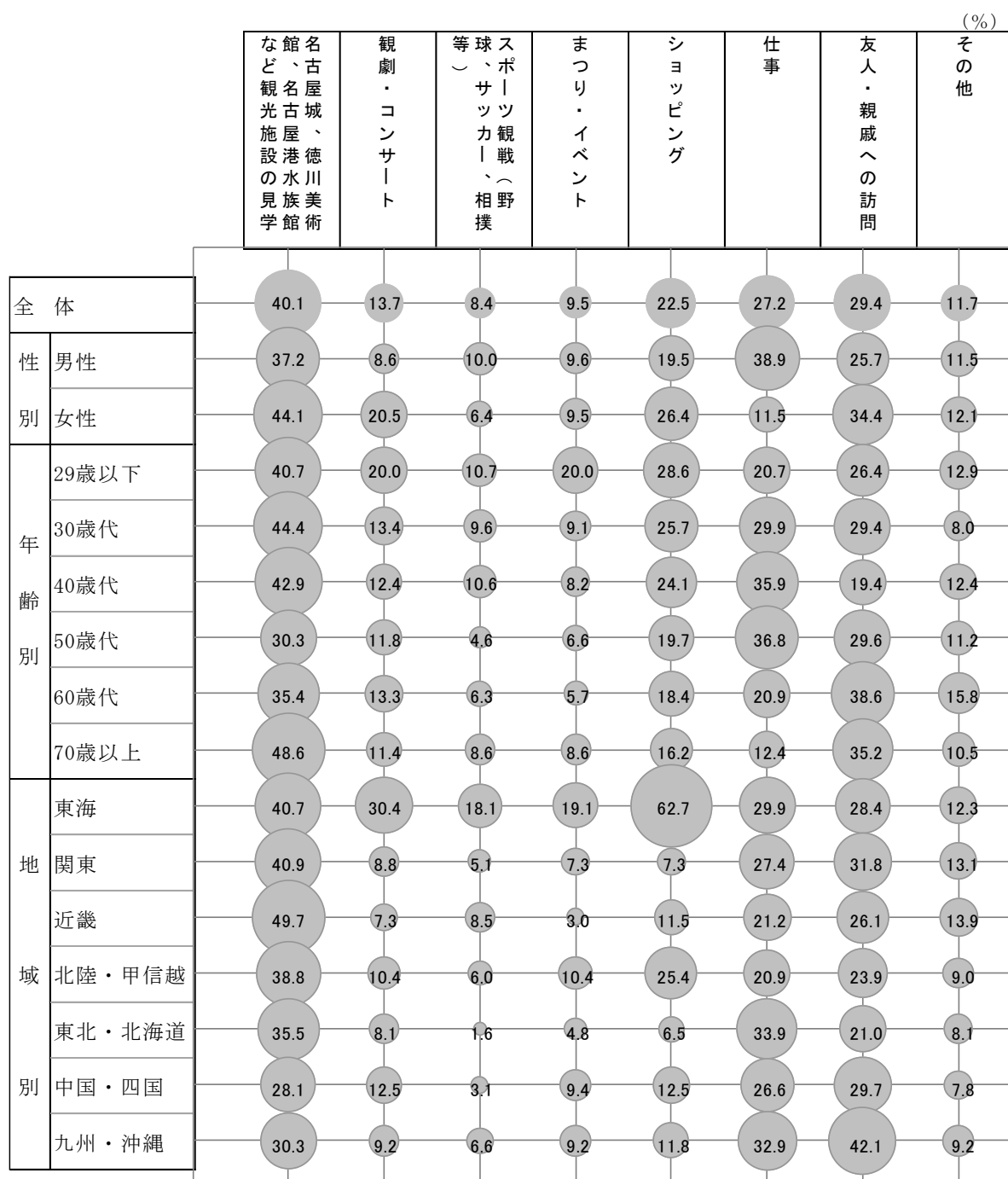
過去5年以内に名古屋を訪れた方（912人）の訪問目的としては、「観光施設の見学」（40.1%）が最も多く、次いで「友人・親戚への訪問」、「仕事」、「ショッピング」と続いている。

性別にみると、男性は「仕事」、女性は「観光施設の見学」の割合が最も高い。

年齢別にみると、40歳代以下と70歳以上では「観光施設の見学」、50歳代では「仕事」、60歳代では「友人・親戚への訪問」の割合が、それぞれ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62.7%と特に高い。また、「九州・沖縄」では「友人・親戚への訪問」が最も高くなっている。

図 2-3-3 名古屋への訪問目的（複数回答）



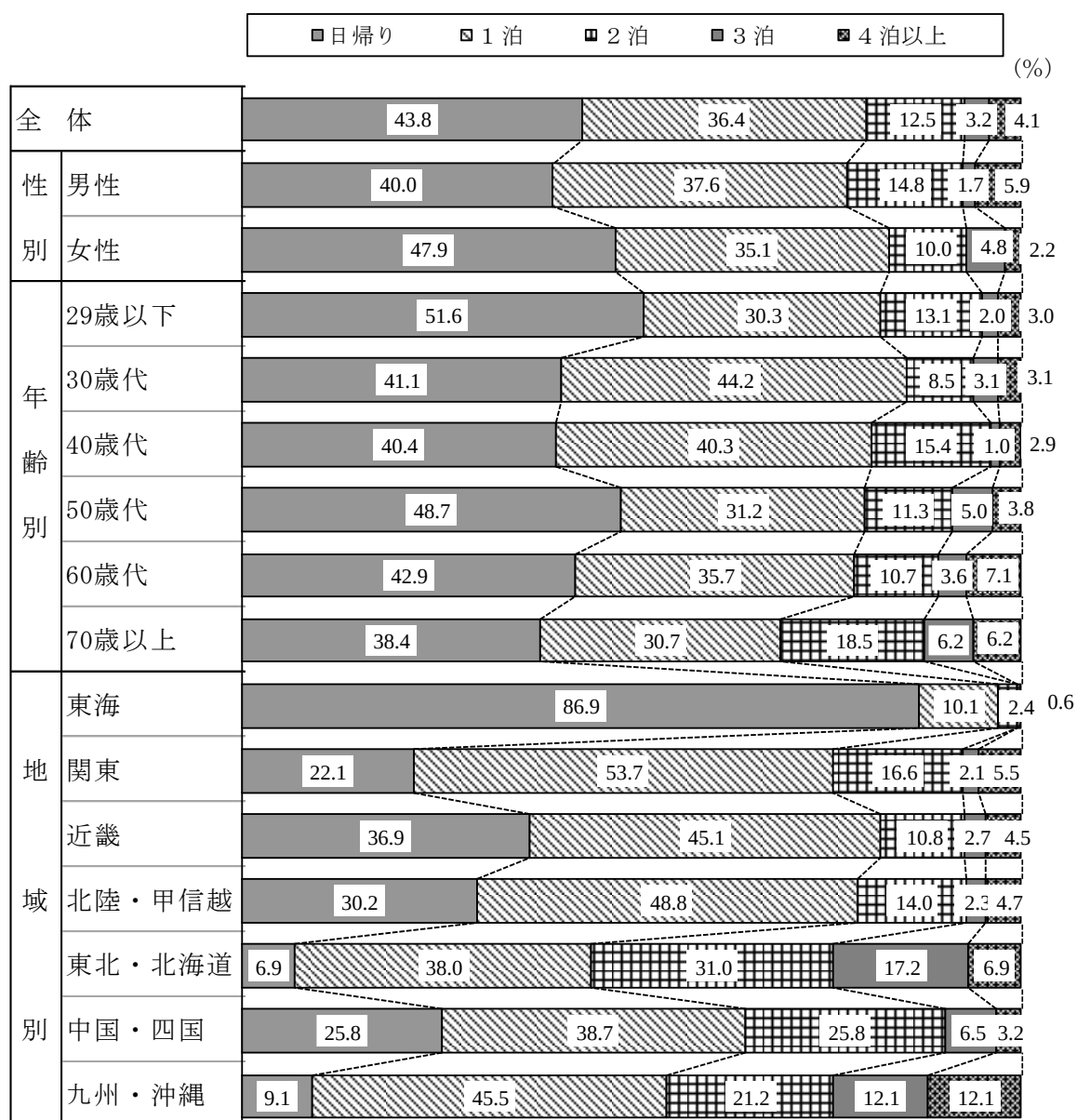
d. 名古屋への訪問日程

観光等が目的で名古屋を訪れた方（前ページ 図 2-3-3 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 561 人）の直近の訪問日程としては、「日帰り」の割合は 43.8%で、「1泊」が 36.4%、「2泊」が 12.5%など宿泊した割合が 56.2%となっている。

「日帰り」の割合は、女性や 29 歳以下、50 歳代で半数程と高い。

地域別にみると、「東海」では大半が「日帰り」である。一方、「東北・北海道」と「九州・沖縄」では 9 割以上が宿泊している。

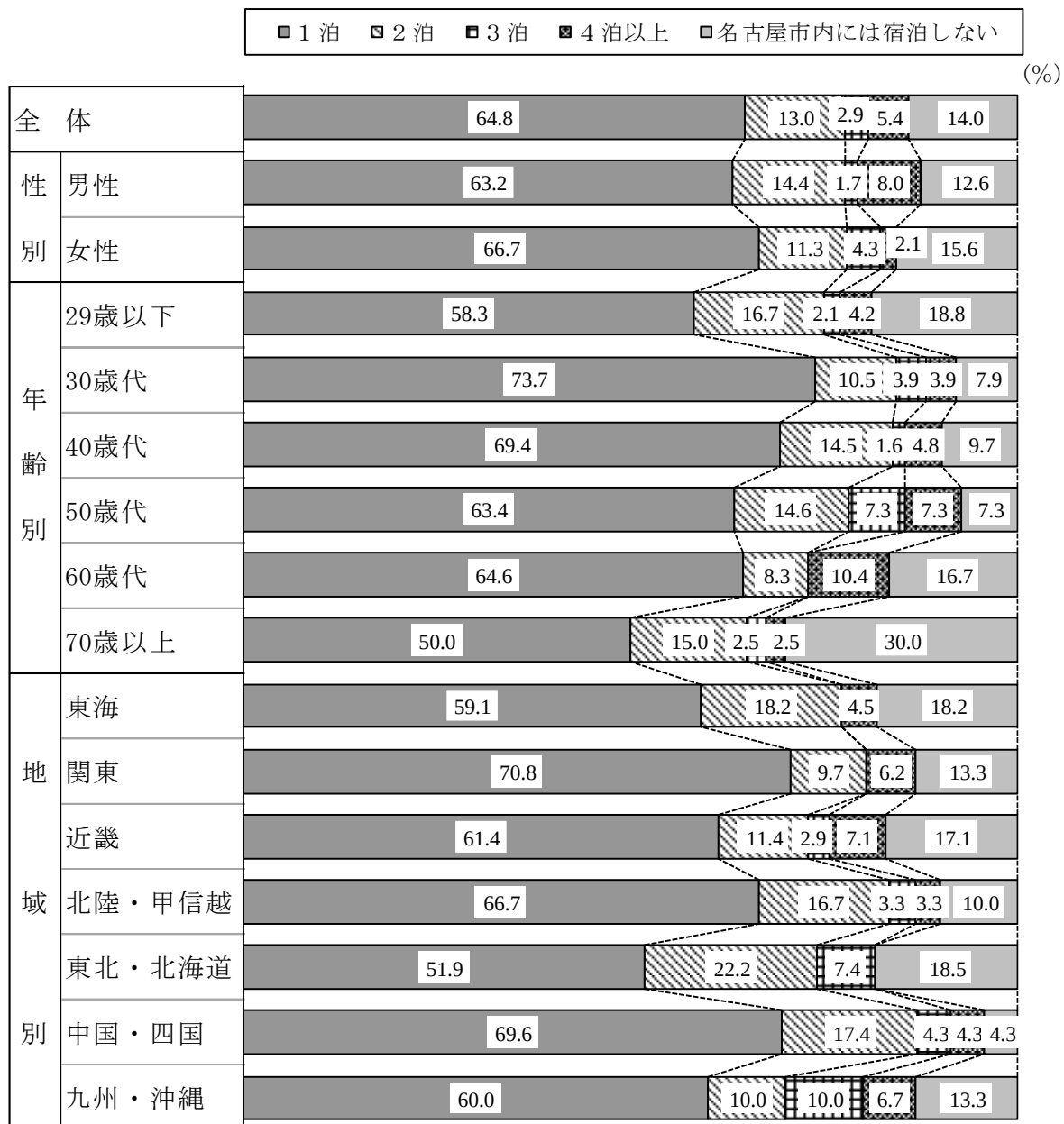
図 2-3-4 名古屋への訪問日程



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（561 人）のうち、1泊以上の日程で名古屋を訪れた方（315 人）の名古屋市内での宿泊数は、「1泊」が64.8%と最も多い。また、「名古屋市内には宿泊しない」は14.0%となっている。

図 2-3-5 名古屋市内での宿泊数



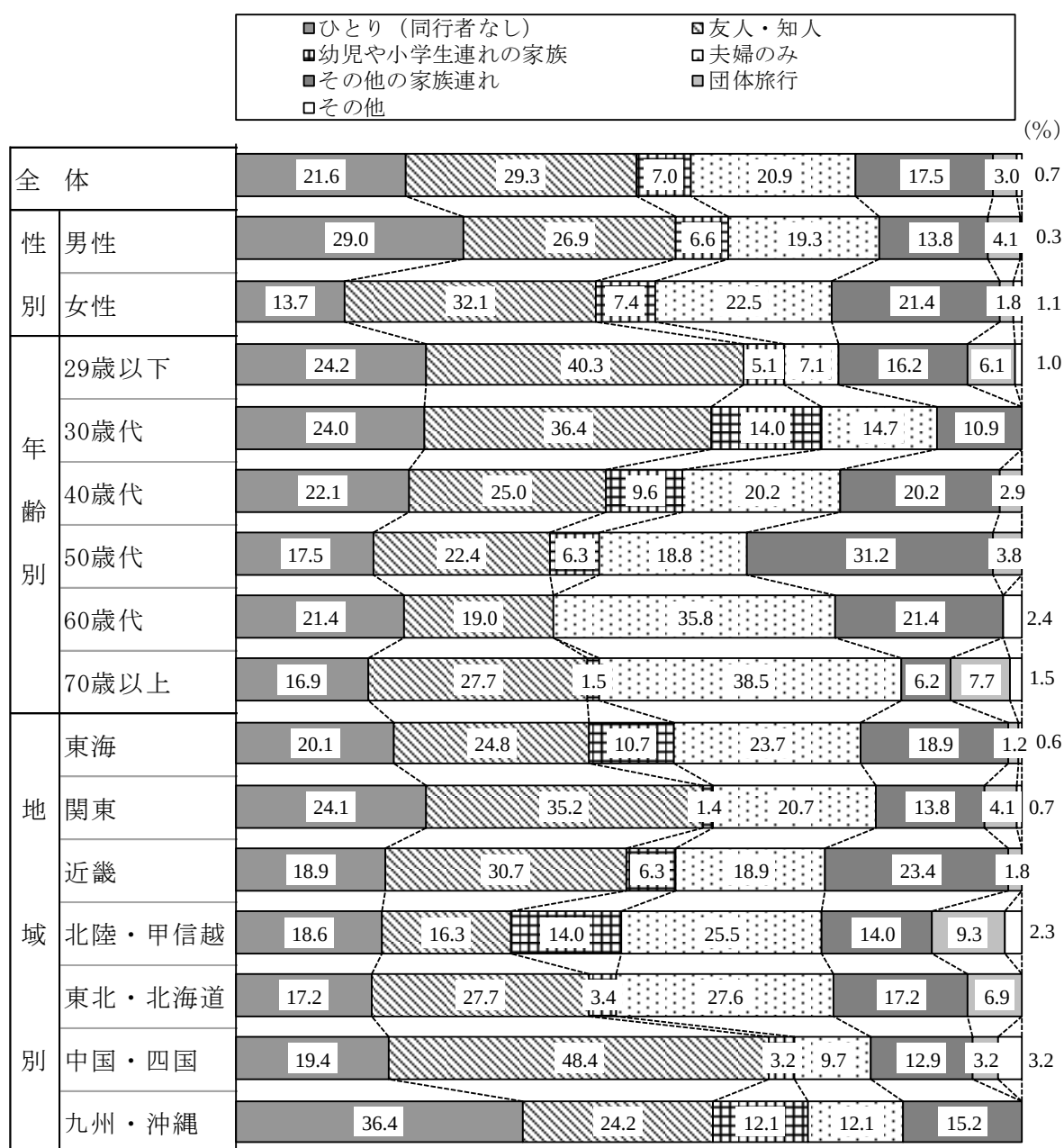
f. 名古屋への旅行形態

観光等が目的で名古屋を訪れた方（561人）の直近の訪問は、「友人・知人」（29.3%）の割合が最も高く、以下「ひとり（同行者なし）」、「夫婦のみ」、「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、男性では「ひとり（同行者なし）」、女性では「友人・知人」の割合が最も高い。

年齢別にみると、「友人・知人」の割合は若い世代で、「夫婦のみ」の割合は高年齢層で多くなっている。

図 2-3-6 名古屋への旅行形態



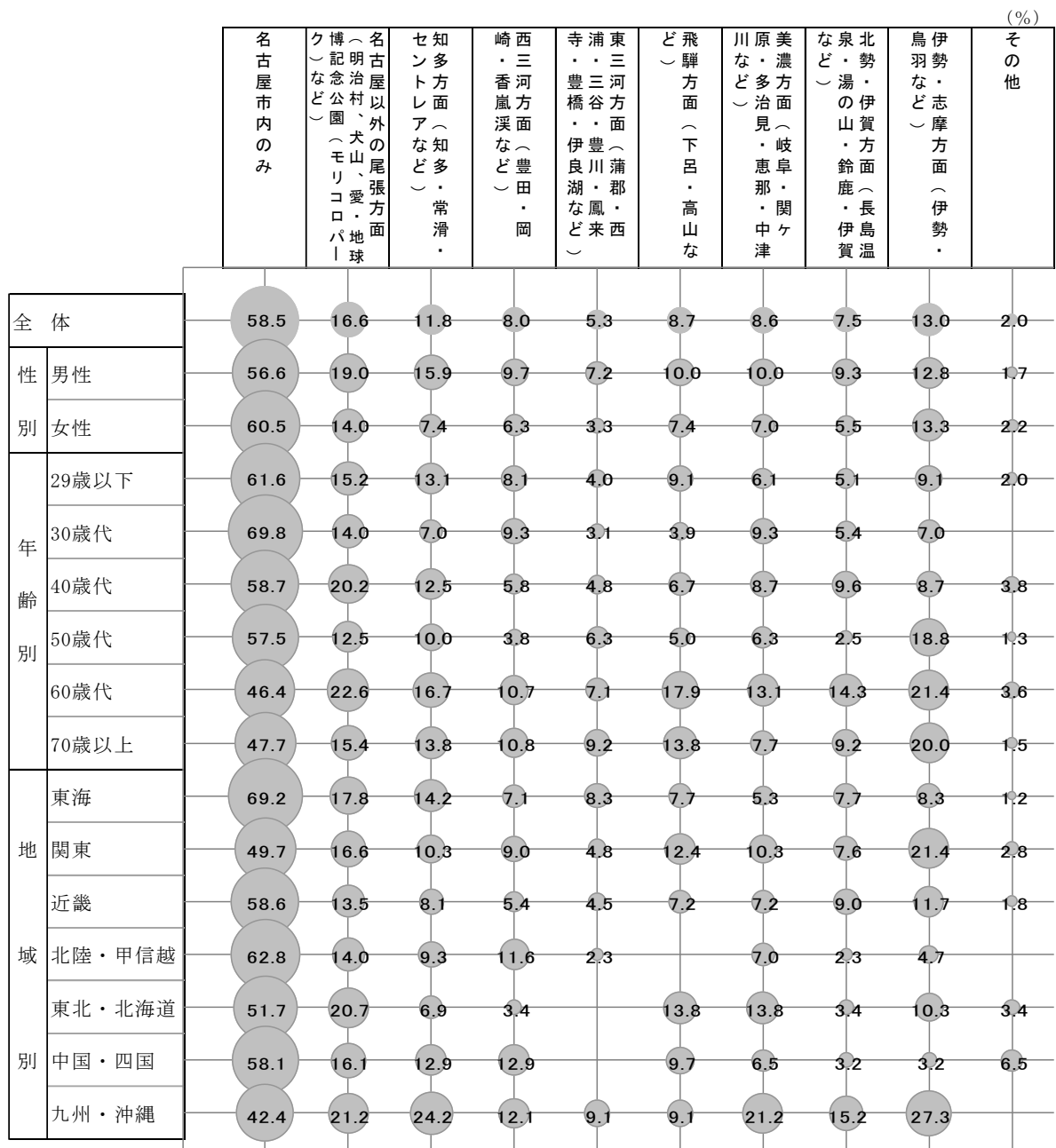
g. 名古屋市以外の訪問地

観光等が目的で名古屋に訪れた方（561 人）が、名古屋市以外にも訪問した割合は 41.5%であった。訪問地としては、「名古屋以外の尾張方面」が最も多く、次いで、「伊勢・志摩方面」、「知多方面」と続いている。

名古屋市以外にも訪問した割合は、60 歳代以上で半数以上と高い。一方、30 歳代では「名古屋市内のみ」が 7 割を占めている。

地域別にみると、「九州・沖縄」や「関東」、「東北・北海道」からの訪問者では、名古屋市以外にも訪問した割合が高くなっている。

図 2-3-7 名古屋市以外の訪問地（複数回答）

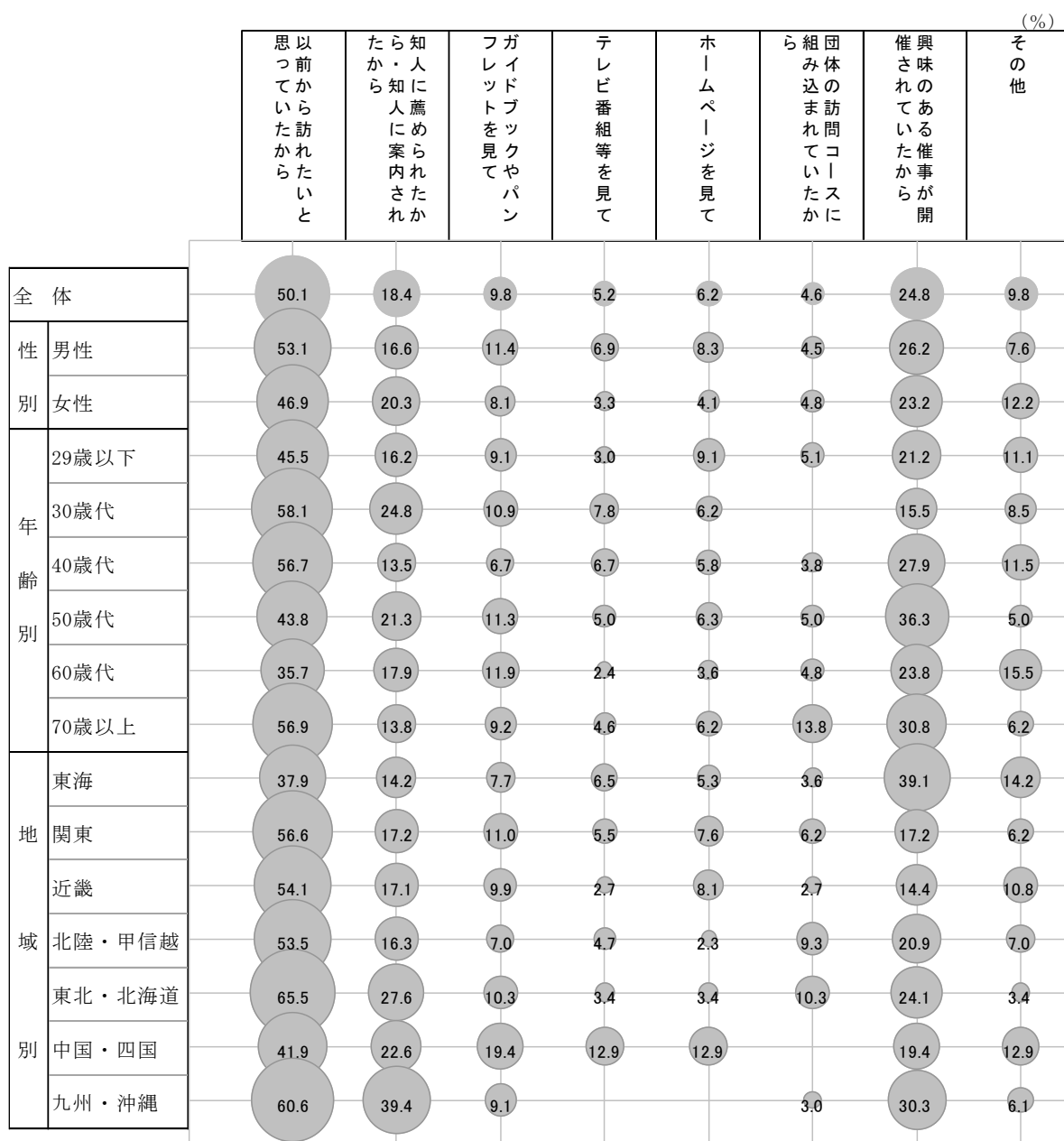


h. 名古屋への訪問のきっかけ

観光等が目的で名古屋を訪れた方（561 人）のきっかけは、「以前から訪れたいと思っていたから」が 50.1%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」（24.8%）、「知人に薦められたから・知人に案内されたから」（18.4%）となっている。

「東海」からの訪問客では「興味のある催事が開催されていたから」が最大のきっかけとなっている。また、「九州・沖縄」からの訪問客では「知人に薦められたから・知人に案内されたから」の割合も比較的高い。

図 2-3-8 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

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、「名古屋城」(90.0%)が最も高く、大半が知っている。以下「なごやめし」(56.5%)、「熱田神宮」(44.6%)、「東山動植物園」(41.7%)、「栄」(35.9%)と続いている。

「名古屋城」は総じて高く、すべての階層で9割前後となっている。

60歳代以上では「熱田神宮」が第2位となっている。

地域別にみると、「東海」では、全般に高い認知度となっている。

表 2-3-1 名古屋の観光資源の認知度（複数回答）

		(%)																					
		名古屋城	徳川園	徳川美術館	熱田神宮	リニア・鉄道館	トヨタ産業技術記念館	ノリタケの森	名古屋科学館（プラネタリウムなど）	名古屋美術館	名古屋博物館	名古屋港（名古屋水族館、シートレイランド、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、絞り会館など）	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）	名古屋まつり	にっぽんど真ん中祭り	名古屋おもてなし武将隊	その他	知っているものはない
全 体		90.0	12.8	19.4	44.6	16.5	19.1	13.3	13.5	11.0	9.3	22.6	41.7	35.9	18.8	0.9	5.2	56.5	9.3	6.2	9.7	1.2	6.2
性 別	男性	88.8	12.4	19.5	47.8	19.3	21.5	11.7	13.4	10.6	9.3	23.2	41.1	40.9	20.0	0.9	4.6	49.9	8.7	5.9	8.8	1.4	7.4
	女性	91.2	13.1	19.4	41.5	13.8	16.7	14.8	13.5	11.4	9.4	21.9	42.3	31.1	17.8	0.9	5.8	63.0	10.0	6.6	10.5	0.9	5.1
年 齢 別	29歳以下	86.5	8.8	9.6	20.8	16.4	16.1	8.5	14.6	9.1	7.9	21.6	26.3	30.7	14.9	1.2	3.8	52.9	9.4	7.3	9.9	1.2	10.2
	30歳代	88.8	9.9	13.8	31.7	20.5	18.2	13.2	13.5	11.2	9.6	26.2	30.4	37.9	17.1	0.8	3.4	60.3	7.5	6.2	9.6	1.0	7.0
	40歳代	91.3	9.8	17.9	46.2	25.5	21.0	15.4	13.7	11.2	9.5	25.8	40.9	44.3	23.2	0.6	6.4	63.3	8.4	7.6	9.5	1.7	5.0
	50歳代	88.3	12.9	18.1	39.0	14.9	18.1	13.2	13.8	9.7	8.6	19.5	43.6	33.2	17.2	0.6	5.2	54.2	8.9	5.2	10.3	1.7	6.3
	60歳代	93.3	15.9	25.9	63.8	10.8	19.0	15.6	14.1	12.1	10.5	22.6	54.9	38.5	21.3	1.3	5.9	60.3	11.8	5.9	10.8	1.0	3.6
	70歳以上	91.7	20.9	33.8	70.1	9.7	23.0	13.3	10.4	12.9	9.7	18.3	56.5	28.8	19.1	1.1	7.2	44.6	10.1	5.0	7.2	0.4	5.4
地 域 別	東海	93.5	40.3	49.6	78.2	48.8	42.3	47.6	59.3	42.3	37.1	71.8	83.1	77.0	68.5	3.2	25.0	70.6	39.1	39.1	46.0	0.8	3.6
	関東	91.2	10.4	16.8	42.8	12.1	14.3	8.7	8.1	7.7	7.2	16.2	39.3	33.9	14.9	1.0	3.1	57.8	7.7	2.4	3.8	1.4	5.7
	近畿	91.1	8.6	16.3	45.9	20.1	19.2	12.7	8.6	7.4	4.1	18.6	38.2	36.1	15.4	0.0	3.3	60.4	4.7	2.1	5.9	1.8	4.1
	北陸・甲信越	88.1	11.9	14.9	48.5	11.2	23.9	10.4	6.7	5.2	3.7	23.9	58.2	32.8	11.2	0.0	0.0	49.3	5.2	0.7	4.5	3.0	6.7
	東北・北海道	86.7	6.9	14.5	26.6	7.7	12.1	3.6	5.2	4.0	3.6	10.1	21.4	16.1	4.4	0.0	0.8	45.2	4.0	0.8	6.0	1.2	9.7
	中国・四国	89.1	5.7	10.9	36.8	10.9	16.1	7.8	6.7	7.3	5.2	14.0	28.5	23.3	8.3	1.0	2.1	49.7	3.1	2.1	4.7	0.0	8.3
地 域 別	九州・沖縄	86.4	9.3	14.8	36.4	7.6	15.7	8.1	6.4	6.8	6.4	14.8	33.1	31.4	11.4	0.8	3.8	53.8	2.5	1.3	5.1	0.0	8.1

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（912人）が訪問した場所又は経験したものとしては、「名古屋城」（41.7%）と「なごやめし」（41.3%）の割合が高く、次いで「栄」（34.8%）、「熱田神宮」（20.2%）となっており、「訪問した場所又は経験したものはなし」の割合は22.0%である。

男性や30歳代以下、70歳以上では「名古屋城」、女性や40歳～60歳代では「なごやめし」が最も高くなっている。また70歳以上では「熱田神宮」の割合も比較的高い。

「東海」では「栄」が最も高く、「大須」の割合も比較的高い。また、「近畿」では「なごやめし」が最も高くなっている。

表 2-3-2 名古屋の観光資源の訪問・体験状況（複数回答）

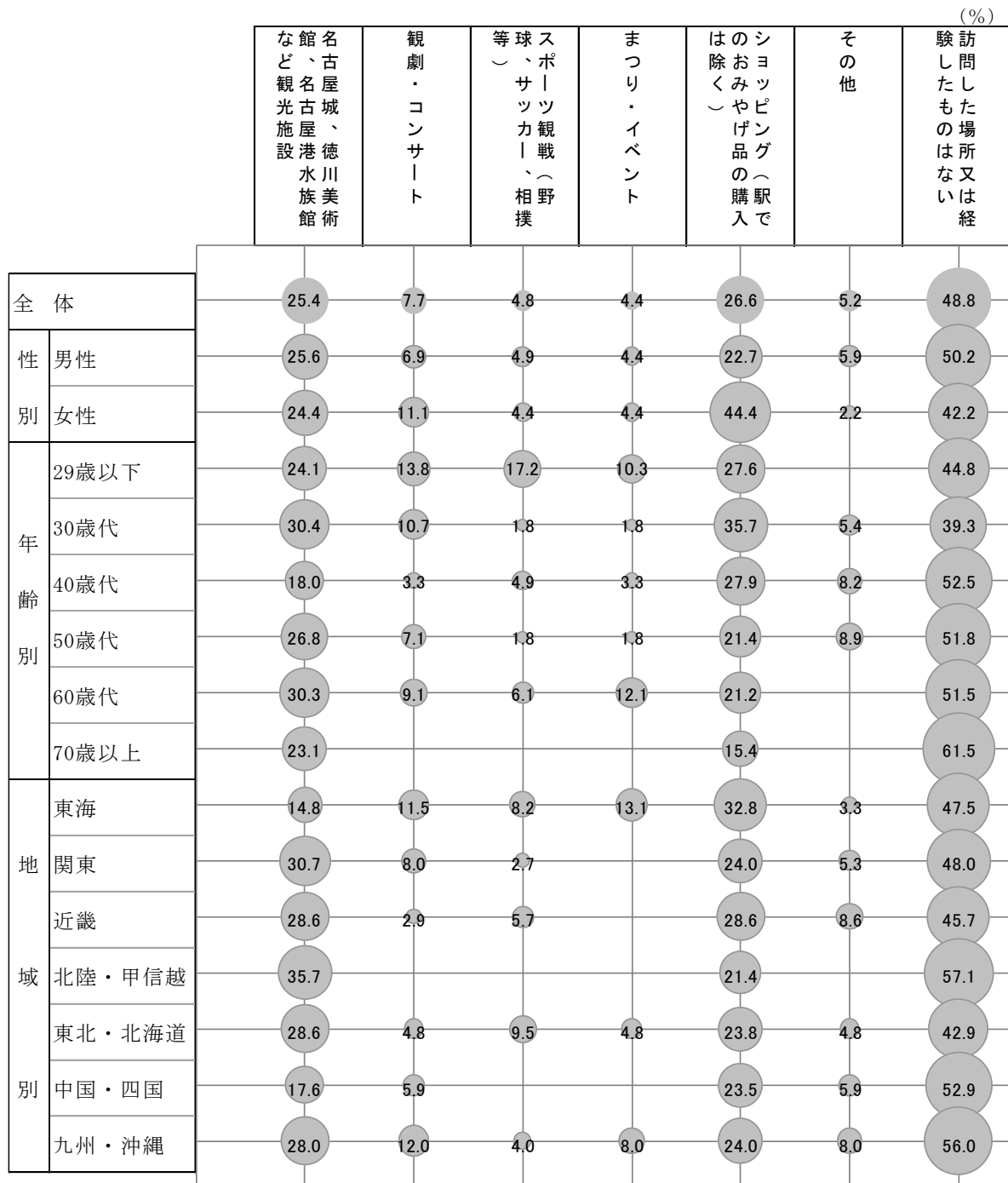
																					(%)		
		名古屋城	徳川園	徳川美術館	熱田神宮	リニア・鉄道館	トヨタ産業技術記念館	ノリタケの森	名古屋科学館（プラネタリウムなど）	名古屋市美術館	名古屋博物館	名古屋港（名古屋港水族館、シートレイ ンランド、ポートビルなど）	東山動植物園	栄（名古屋テレビ塔、久屋大通公園、オ アシス21など）	大須（大須観音・大須商店街）	文化のみち（二葉館など）	有松（街並み、絞り会館など）	名古屋まつり	名古屋おもてなし武将隊	その他	訪問した場所又は経験したものはない		
全 体		41.7	7.7	8.0	20.2	6.0	6.6	6.5	7.0	5.0	3.5	15.7	13.9	34.8	16.2	0.3	1.6	41.3	2.5	1.5	2.5	1.4	22.0
性 別	男性	42.7	7.3	6.9	19.7	8.0	8.6	3.6	6.7	4.4	3.6	14.9	14.2	33.7	16.3	0.4	1.1	36.8	2.5	2.3	1.7	1.7	24.3
	女性	40.3	8.2	9.5	20.8	3.3	3.8	10.3	7.4	5.9	3.3	16.7	13.6	36.2	16.2	0.3	2.3	47.4	2.6	0.5	3.6	1.0	19.0
年 齢 別	29歳以下	39.3	4.3	2.1	16.4	7.9	4.3	4.3	10.0	0.7	1.4	21.4	13.6	35.7	22.9	0.0	1.4	38.6	4.3	5.0	4.3	1.4	21.4
	30歳代	43.9	4.8	4.8	17.6	8.0	8.0	4.8	6.4	3.2	2.1	17.6	16.6	36.4	14.4	0.0	1.1	42.8	0.0	0.0	2.1	1.6	18.7
	40歳代	37.6	5.3	6.5	16.5	6.5	7.6	7.1	4.7	6.5	4.1	17.1	10.0	39.4	18.2	0.6	1.8	40.6	2.4	2.9	2.9	1.8	22.9
	50歳代	40.1	9.2	5.9	13.8	5.9	4.6	5.3	7.9	5.3	3.9	12.5	15.1	33.6	13.2	0.0	0.7	42.1	1.3	0.7	2.0	1.3	25.0
	60歳代	38.6	9.5	10.8	23.4	2.5	5.7	10.8	5.1	4.4	2.5	10.8	10.1	31.0	10.1	0.6	3.2	41.8	2.5	0.6	2.5	1.9	25.9
	70歳以上	54.3	16.2	22.9	40.0	4.8	9.5	6.7	9.5	12.4	8.6	14.3	20.0	30.5	21.0	1.0	1.9	41.9	6.7	0.0	1.0	0.0	17.1
地 域 別	東海	30.4	10.8	9.3	31.9	11.8	8.8	11.8	18.1	13.2	4.9	34.3	30.4	57.8	44.6	1.0	3.9	41.7	5.9	4.4	4.4	1.0	11.8
	関東	45.6	6.6	8.0	17.5	3.3	5.5	4.0	4.0	3.3	4.0	8.8	7.7	28.5	7.7	0.4	0.4	45.6	3.3	0.4	1.8	1.5	25.9
	近畿	38.8	6.7	3.6	15.8	6.1	7.3	6.7	2.4	1.8	1.2	12.7	10.3	28.5	9.7	0.0	1.2	46.1	0.0	0.6	2.4	1.8	20.6
	北陸・甲信越	40.3	4.5	6.0	14.9	3.0	4.5	3.0	4.5	1.5	0.0	13.4	13.4	25.4	6.0	0.0	0.0	32.8	0.0	0.0	0.0	3.0	20.9
	東北・北海道	61.3	8.1	12.9	11.3	3.2	8.1	3.2	1.6	1.6	3.2	4.8	8.1	19.4	4.8	0.0	0.0	29.0	1.6	1.6	3.2	3.2	29.0
	中国・四国	39.1	7.8	12.5	14.1	4.7	4.7	7.8	4.7	4.7	4.7	9.4	7.8	23.4	4.7	0.0	1.6	31.3	0.0	0.0	1.6	0.0	32.8
	九州・沖縄	51.3	7.9	7.9	25.0	6.6	5.3	5.3	6.6	2.6	5.3	13.2	10.5	39.5	13.2	0.0	3.9	40.8	1.3	2.6	2.6	0.0	25.0

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（248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割合は51.2%と半数以上を占めている。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）」（26.6%）と「観光施設」（25.4%）が多くなっている。

訪問した場所又は経験したものでは、男性や50歳代以上では「観光施設」が最も高くなっている。一方、女性や30歳代、「東海」では「ショッピング」が3割以上と特に高くなっている。

図 2-3-9 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）



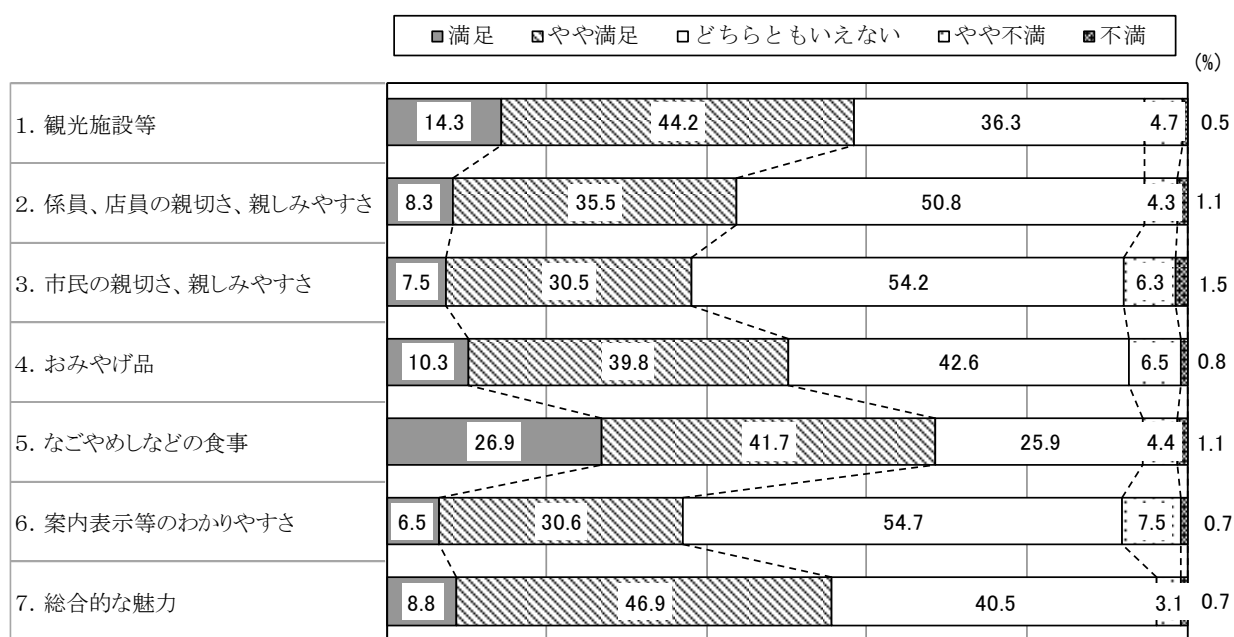
(3) 名古屋に対する評価

① 名古屋訪問時の印象

過去5年以内に名古屋を訪れた方(912人)では、「なごやめしなどの食事」については、「満足」(26.9%)と「やや満足」(41.7%)を合わせて68.6%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。満足と感じる割合は、「観光施設等」(58.5%)と「総合的な魅力」(55.7%)については6割弱で、「おみやげ品」(50.1%)については半数となっている。「係員、店員の親切さ、親しみやすさ」(43.8%)や「市民の親切さ、親しみやすさ」(38.0%)、「案内表示等のわかりやすさ」(37.1%)については、満足と感じている割合は4割前後で「どちらともいえない」がそれぞれ過半数を占めている。

一方、「やや不満」と「不満」を合わせた不満と感じる割合は、全般に低く1割に達する項目はみられない。

図 2-3-10 名古屋訪問時の印象



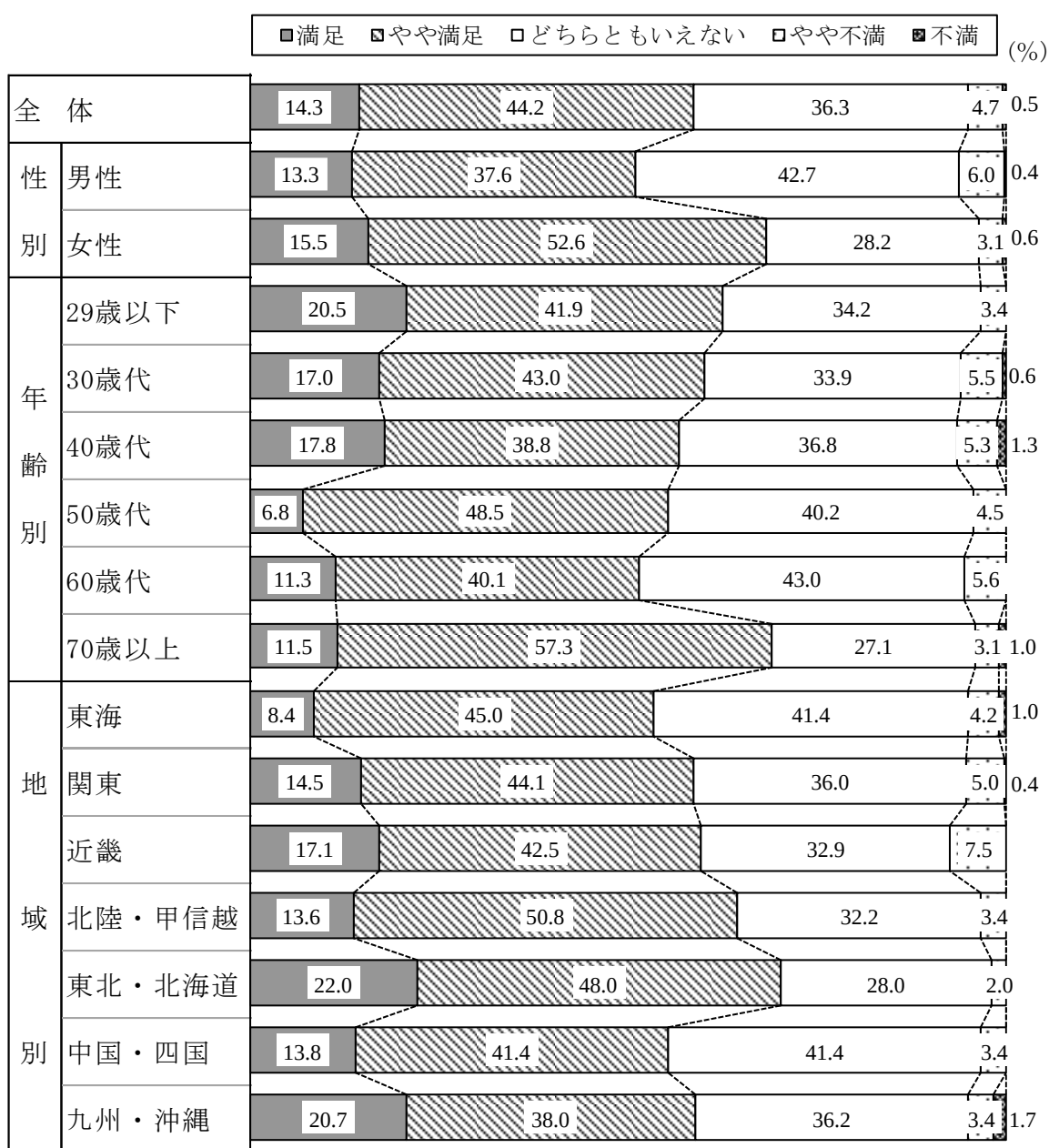
a. 観光施設等の評価

観光施設等については、「満足」（14.3%）と「やや満足」（44.2%）を合わせて58.5%と6割程が満足と感じており、「やや不満」（4.7%）と「不満」（0.5%）を合わせ5.2%が不満と感じている。

性別にみると、満足とを感じる割合は女性68.1%、男性50.9%と、女性の満足度の方がかなり高い。これは、前述 図2-3-3 名古屋への訪問目的で「名古屋城、徳川美術館、名古屋港水族館など観光施設の見学」と回答された方では75.7%が満足と感じている。

年齢別、地域別にみても、満足とを感じる割合は、すべての階層で過半数を占め、不満とを感じる割合が1割に達する階層はなく、総じて高い評価を得ている。

図 2-3-11 観光施設等の評価

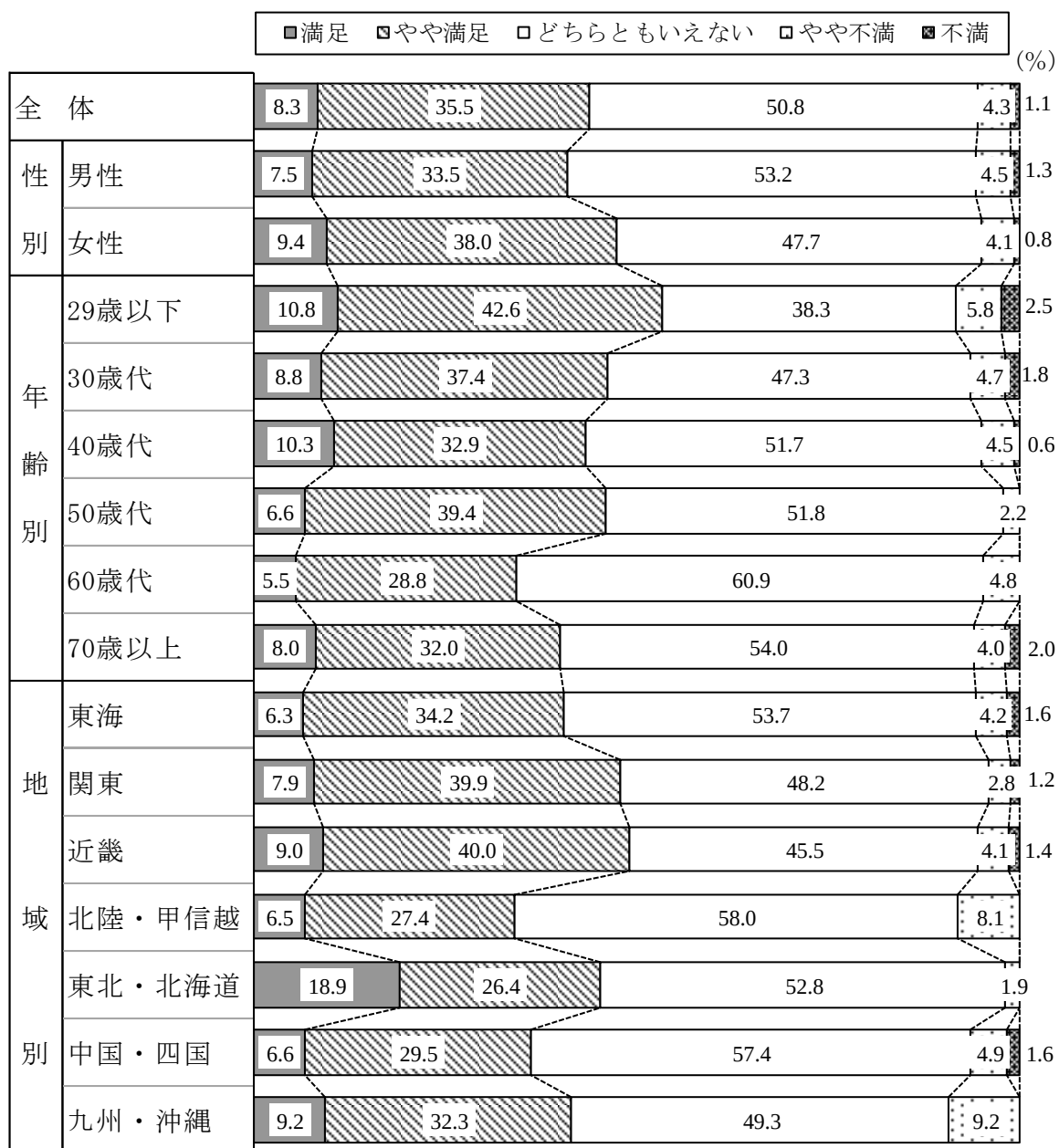


b. 係員、店員の親切さ、親しみやすさの評価

係員、店員の親切さ、親しみやすさについては、「満足」(8.3%)と「やや満足」(35.5%)を合わせ 43.8%が満足と感じている。「どちらともいえない」(50.8%)が半数で、「やや不満」(4.3%)と「不満」(1.1%)を合わせ 5.4%が不満と感じている。

属性別にみると、29 歳以下では満足と感じる割合が過半数を占めているものの、そのほかの階層では「どちらともいえない」の割合が最も高くなっている。

図 2-3-12 係員、店員の親切さ、親しみやすさの評価

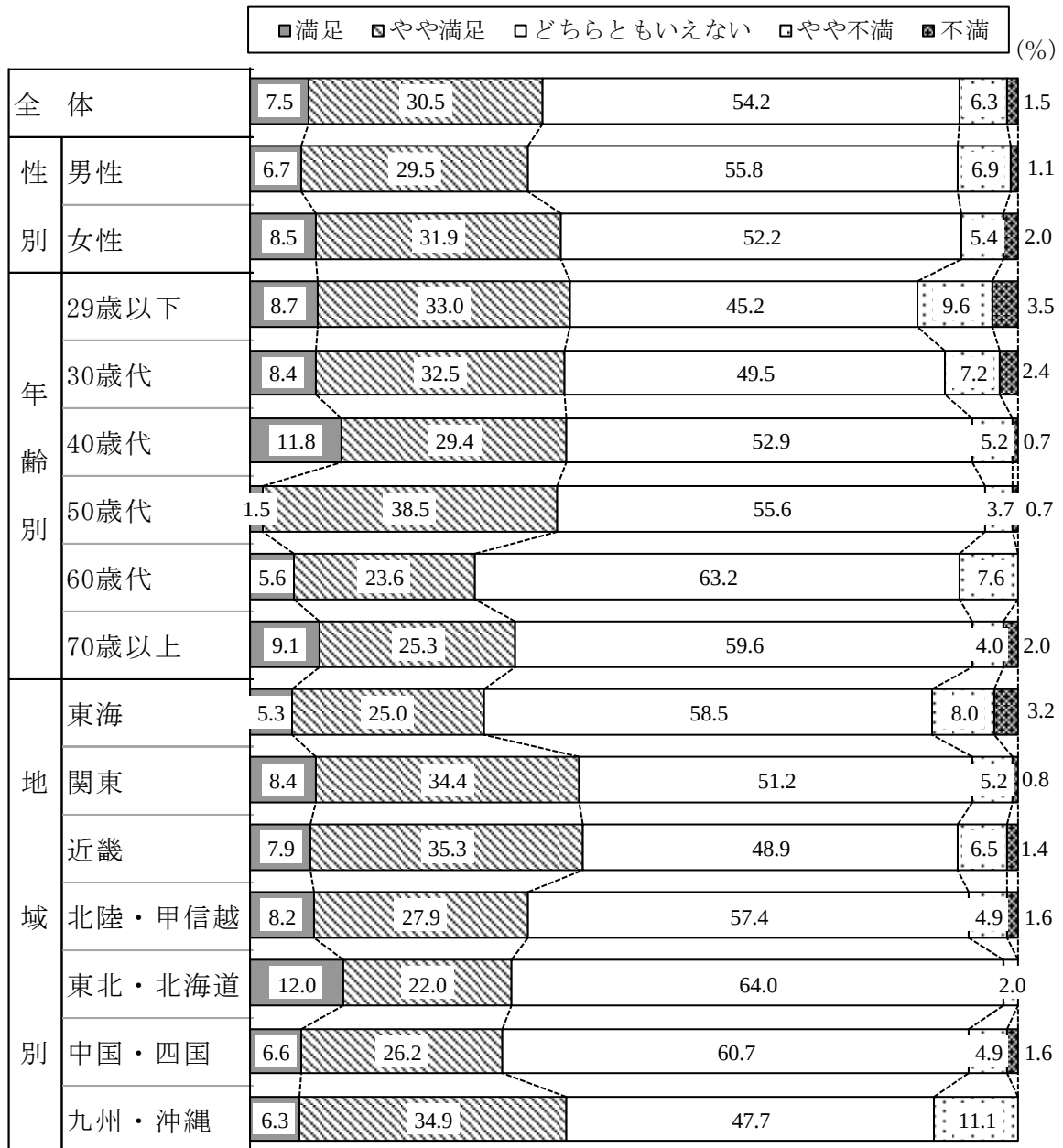


c. 市民の親切さ、親しみやすさの評価

市民の親切さ、親しみやすさについては、「満足」(7.5%)と「やや満足」(30.5%)を合わせ38.0%が満足と感じている。「どちらともいえない」が54.2%と過半数を占めており、「やや不満」(6.3%)と「不満」(1.5%)を合わせ7.8%が不満と感じている。

属性別にみても、すべての階層とも「どちらともいえない」の割合が最も高くなっている。

図 2-3-13 市民の親切さ、親しみやすさの評価



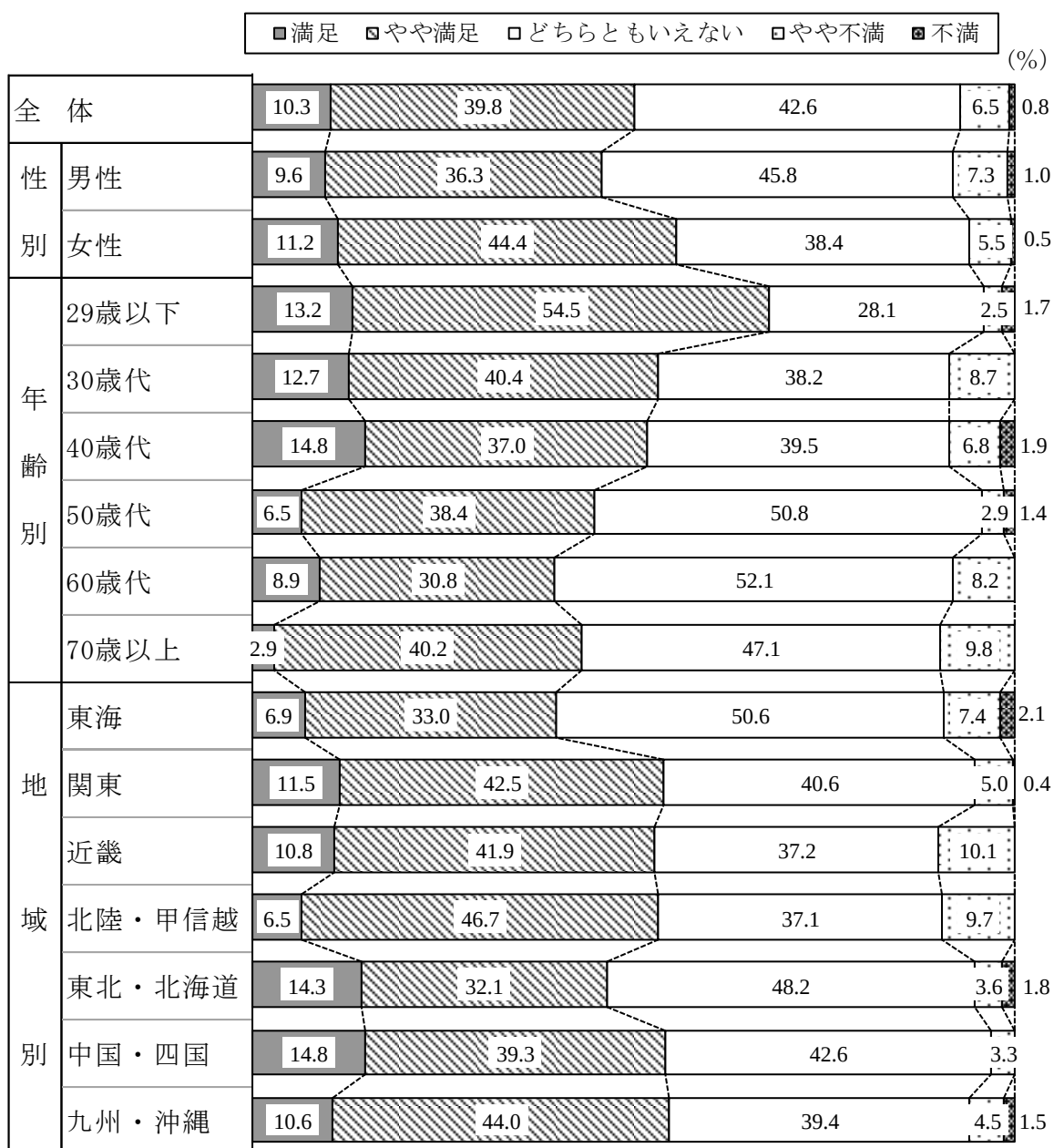
d. おみやげ品の評価

おみやげ品については、「満足」（10.3％）と「やや満足」（39.8％）を合わせ 50.1％と半数が満足と感じている。不満と感じている割合は、「やや不満」（6.5％）、「不満」（0.8％）を合わせた 7.3％であり、「どちらともいえない」は 42.6％となっている。

年齢別にみると、60 歳代までは、若い世代ほど満足している割合が高く、特に 29 歳以下では 7 割近くを占めている。一方、高年齢層ほど「どちらともいえない」の割合が高くなっている。

地域別にみると、満足と感じる割合は、「東海」では相対的にやや低くなっている。

図 2-3-14 おみやげ品の評価

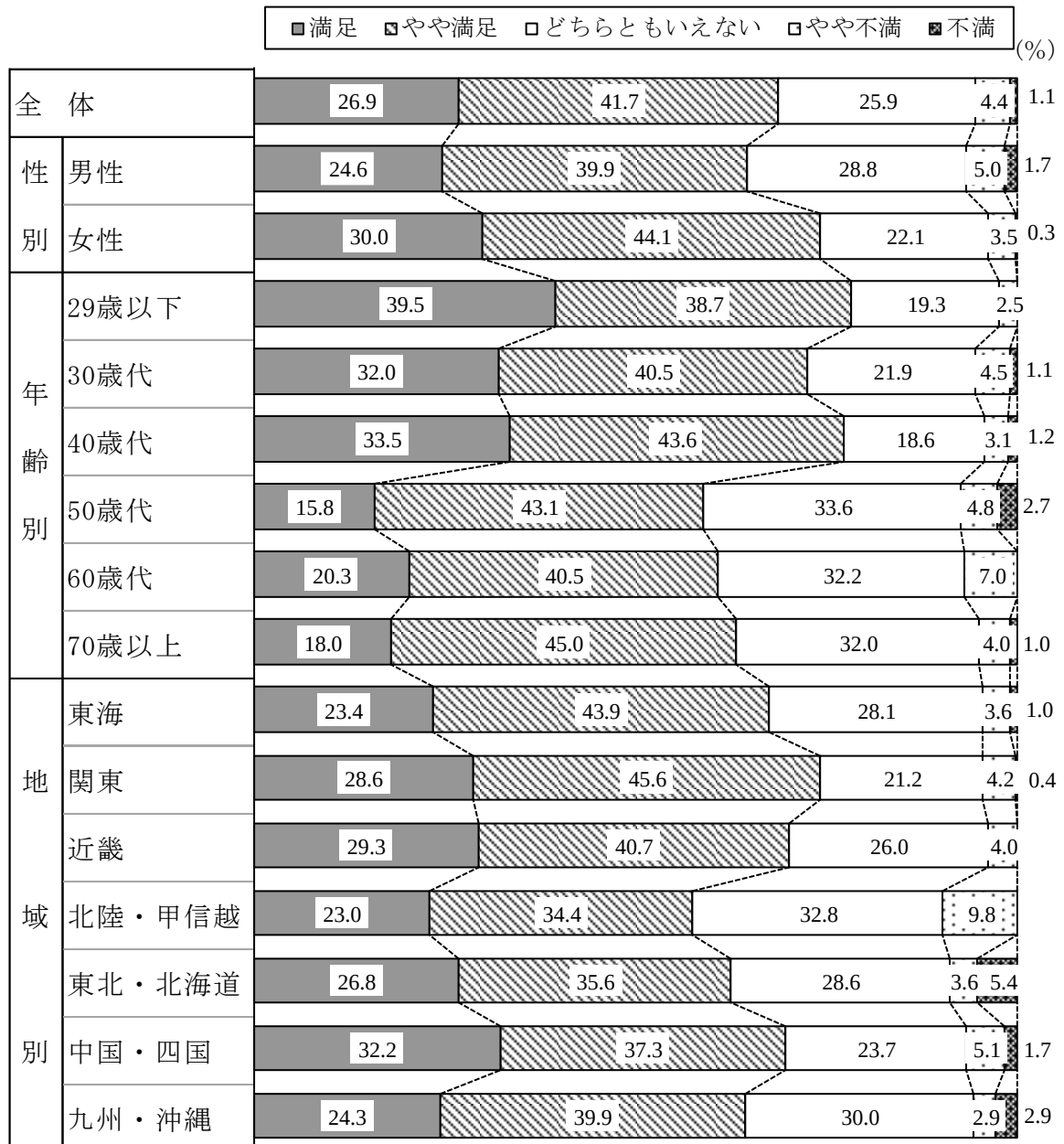


e. なごやめしなどの食事の評価

なごやめしなどの食事については、「満足」が26.9%と3割弱みられ、「やや満足」(41.7%)を合わせて68.6%と7割程が満足と感じている。一方、「やや不満」(4.4%)と「不満」(1.1%)を合わせ5.5%が不満と感じている。

属性別にみても、総じて満足度は高くなっている。

図 2-3-15 なごやめしなどの食事の評価

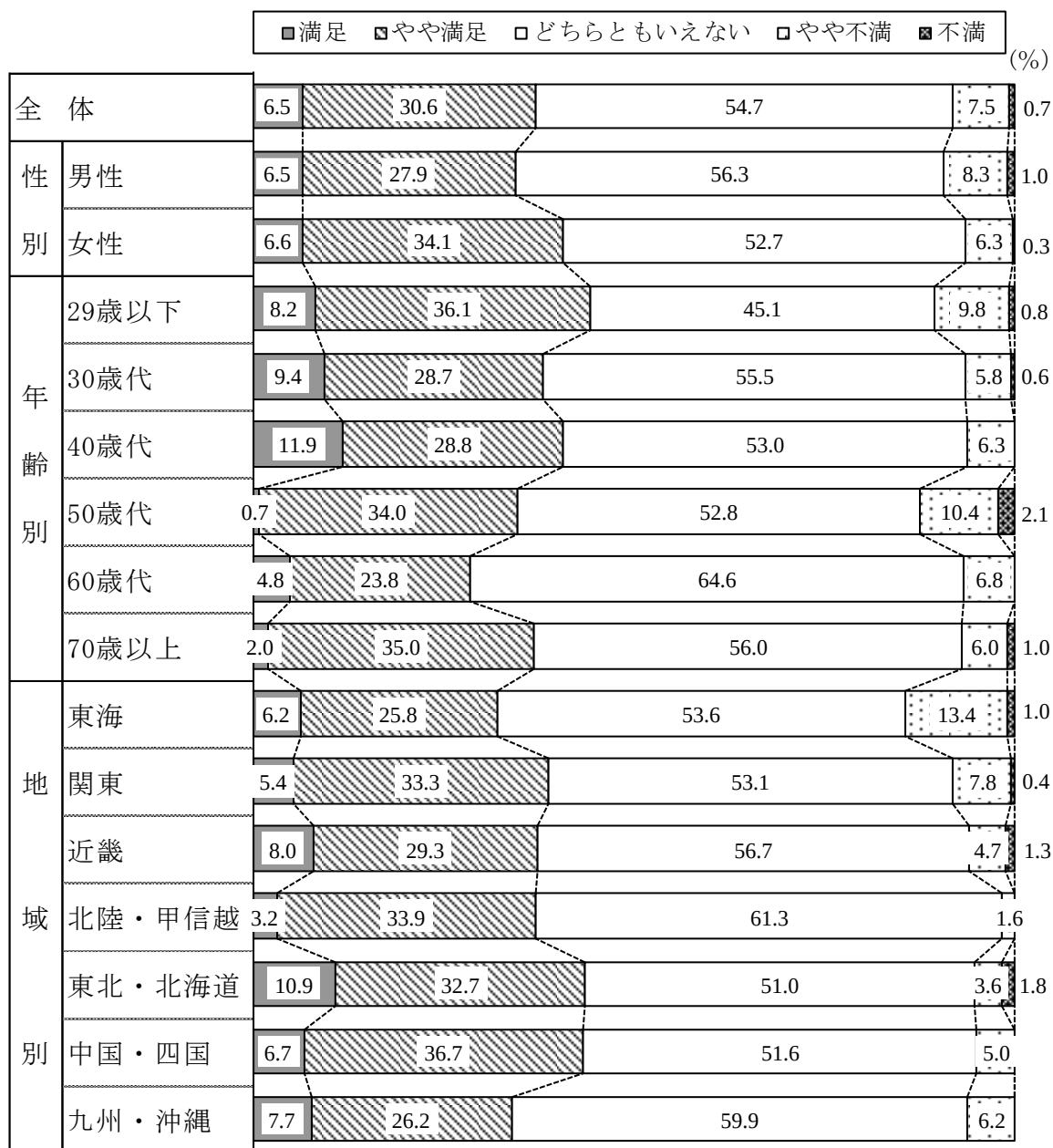


f. 案内表示等のわかりやすさの評価

案内表示等のわかりやすさについては、「満足」(6.5%)と「やや満足」(30.6%)を合わせ37.1%が満足と感じている。「どちらともいえない」が54.7%と過半数を占め、「やや不満」(7.5%)と「不満」(0.7%)を合わせ8.2%が不満と感じている。

属性別にみても、すべての階層とも「どちらともいえない」の割合が最も高くなっている。

図 2-3-16 案内表示等のわかりやすさの評価



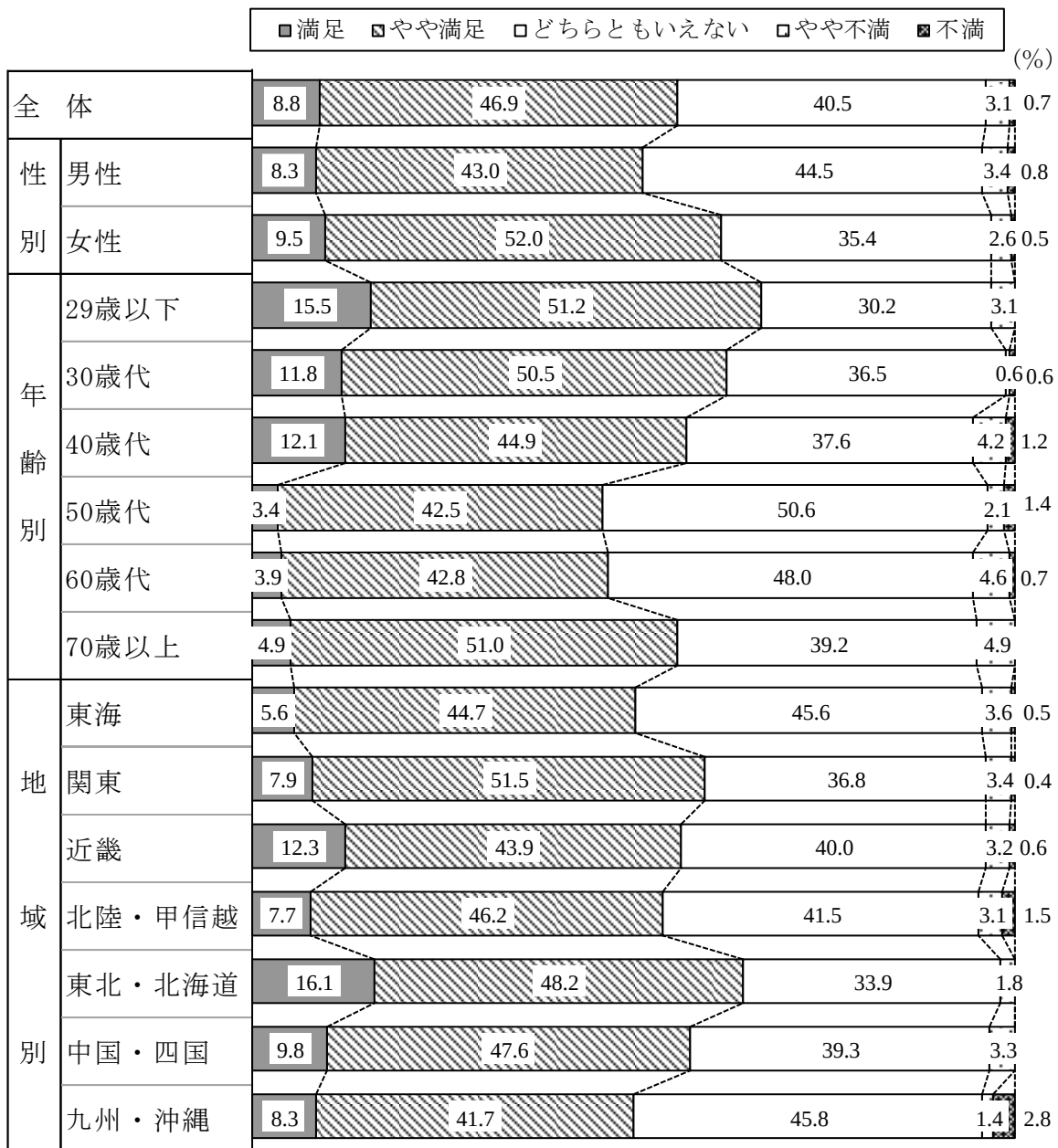
g. 総合的な魅力

総合的な魅力としては、「満足」(8.8%)と「やや満足」(46.9%)を合わせて55.7%と過半数が満足していると回答している。一方、「やや不満」(3.1%)と「不満」(0.7%)を合わせた不満と感じる割合は3.8%と僅かである。

性別にみると、満足と感じる割合は女性(61.5%)で男性(51.3%)より10ポイント高い。

年齢別にみると、満足と感じる割合は、30歳代以下の若い世代では6割以上を占めているものの、50～60歳代では、5割弱と相対的にやや低くなっている。

図 2-3-17 総合的な魅力



② 名古屋への訪問意向と観光地としての魅力について

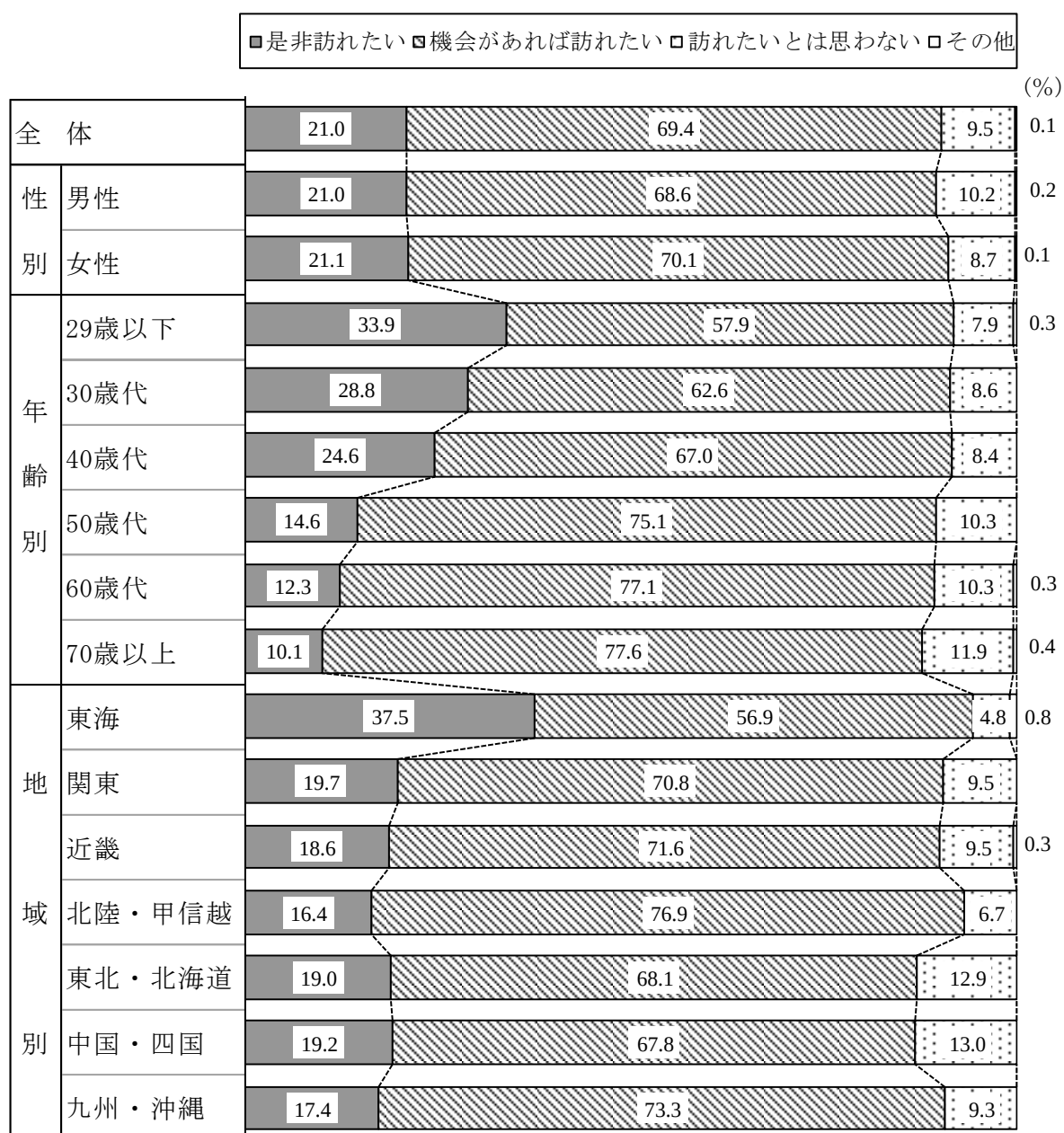
a. 名古屋への今後の訪問意向

今後、名古屋への訪問意向としては、「是非訪れたい」が21.0%で、「機会があれば訪れたい」が69.4%、合わせて90.4%と9割が訪れたいと考えている。

全ての階層とも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、年齢が若いほど高くなっている。また、「東海」では4割弱と特に高い。

図 2-3-18 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（1899 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」（50.9%）と「名古屋城」（49.9%）が半数ほどと多い。以下、「熱田神宮」（22.8%）、「東山動植物園」（22.8%）、「リニア・鉄道館など」（20.9%）、「徳川美術館」（20.7%）が2割以上、「名古屋港」（19.1%）、「栄」（18.5%）、「トヨタ産業技術記念館」（17.0%）、「徳川園」（16.3%）、「ノリタケの森」（15.7%）が16～19%と続いている。

男性では「名古屋城」、女性では「なごやめし」が最も高くなっている。

「なごやめし」は若い年代で高く、40歳代以下では6割近くがあげている。一方、「徳川美術館」は年齢が上がるほど高く、70歳以上では第2位となっている。

地域別にみると、「東海」を除く地域で、「名古屋城」または「なごやめし」が、第1位または第2位となっている。

表 2-3-3 訪れたい名古屋の観光資源（複数回答）

		名古屋城	徳川園	徳川美術館	熱田神宮	リニア・鉄道館	トヨタ産業技術記念館	ノリタケの森	名古屋科学館（プラネタリウムなど）	名古屋市美術館	名古屋市博物館	名古屋港水族館、シートレイ 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、絞り会館など）	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）	名古屋まつり	につぼんど真ん中祭り	名古屋おもてなし武将隊	その他	(%) 訪問してみたい場所又は経験してみたい
全 体		49.9	16.3	20.7	22.8	20.9	17.0	15.7	13.2	11.3	8.9	19.1	22.8	18.5	11.1	5.4	7.7	50.9	11.1	7.6	6.0	1.2	6.5
性 別	男性	49.5	15.1	20.2	24.5	27.1	23.0	9.9	11.7	9.9	9.7	16.9	20.3	21.1	10.9	4.3	6.2	42.4	9.9	6.5	5.3	1.3	7.9
	女性	50.2	17.4	21.1	21.1	14.8	11.1	21.2	14.5	12.6	8.1	21.1	25.2	16.0	11.3	6.5	9.2	59.1	12.2	8.7	6.6	1.1	5.2
年 齢 別	29歳以下	56.7	11.8	10.8	13.1	16.6	14.0	9.9	22.0	7.6	6.7	19.4	21.3	21.0	10.5	3.5	6.4	56.7	16.6	10.2	8.6	1.3	8.0
	30歳代	55.4	13.6	12.2	17.0	21.9	14.2	11.1	11.4	8.5	6.8	23.6	22.4	25.3	8.0	4.8	4.0	57.1	14.2	12.5	7.4	1.1	6.5
	40歳代	48.6	11.3	13.5	22.0	26.9	18.0	13.8	15.6	9.2	8.9	22.0	27.2	22.6	15.6	3.7	7.0	56.3	9.5	7.3	5.2	1.8	5.8
	50歳代	43.1	15.0	20.8	21.7	19.8	17.6	18.5	12.8	11.2	9.9	16.9	18.5	15.0	12.5	5.8	6.1	51.4	7.3	5.1	5.1	1.6	6.7
	60歳代	48.1	22.9	30.4	37.0	19.5	20.6	20.1	9.2	14.6	10.0	15.2	22.6	13.8	10.0	8.3	11.2	45.3	9.7	3.7	5.2	1.1	6.6
	70歳以上	45.9	24.6	41.4	25.8	20.1	17.2	22.5	7.4	18.0	11.9	16.4	25.0	11.1	10.2	6.6	13.1	34.8	8.2	6.1	3.7	0.0	4.9
地 域 別	東海	30.8	13.7	17.9	23.9	27.8	15.8	15.4	30.3	12.8	9.4	36.3	35.0	34.6	33.3	4.3	9.0	38.0	6.0	6.8	5.6	1.3	7.3
	関東	55.9	17.3	19.3	24.3	19.2	14.9	14.8	8.9	9.4	7.1	16.3	18.7	17.1	7.7	5.5	7.1	55.3	11.9	9.3	7.2	0.9	7.1
	近畿	42.6	14.1	19.0	18.4	24.3	16.1	18.0	10.5	12.8	9.8	16.7	23.3	14.4	8.5	4.9	7.5	48.5	8.9	5.9	5.2	2.3	7.2
	北陸・甲信越	45.6	16.8	25.6	26.4	16.0	20.8	16.0	12.8	11.2	9.6	20.0	27.2	17.6	8.0	3.2	8.8	46.4	11.2	5.6	3.2	0.8	0.8
	東北・北海道	55.1	18.1	25.9	19.4	20.8	20.8	15.3	12.5	14.4	10.2	16.2	16.2	15.7	5.6	6.9	8.3	55.6	14.8	8.8	7.9	1.9	8.3
	中国・四国	58.3	15.5	18.5	20.8	17.9	17.3	19.0	11.9	10.7	9.5	13.1	22.6	16.1	7.7	6.5	7.7	54.8	11.9	6.5	4.2	0.0	6.5
地 域 別	九州・沖縄	53.7	17.8	23.8	26.2	18.7	19.2	13.1	12.6	10.3	10.3	18.7	25.2	15.9	10.7	6.1	7.5	50.5	12.6	6.5	4.7	0.9	4.2

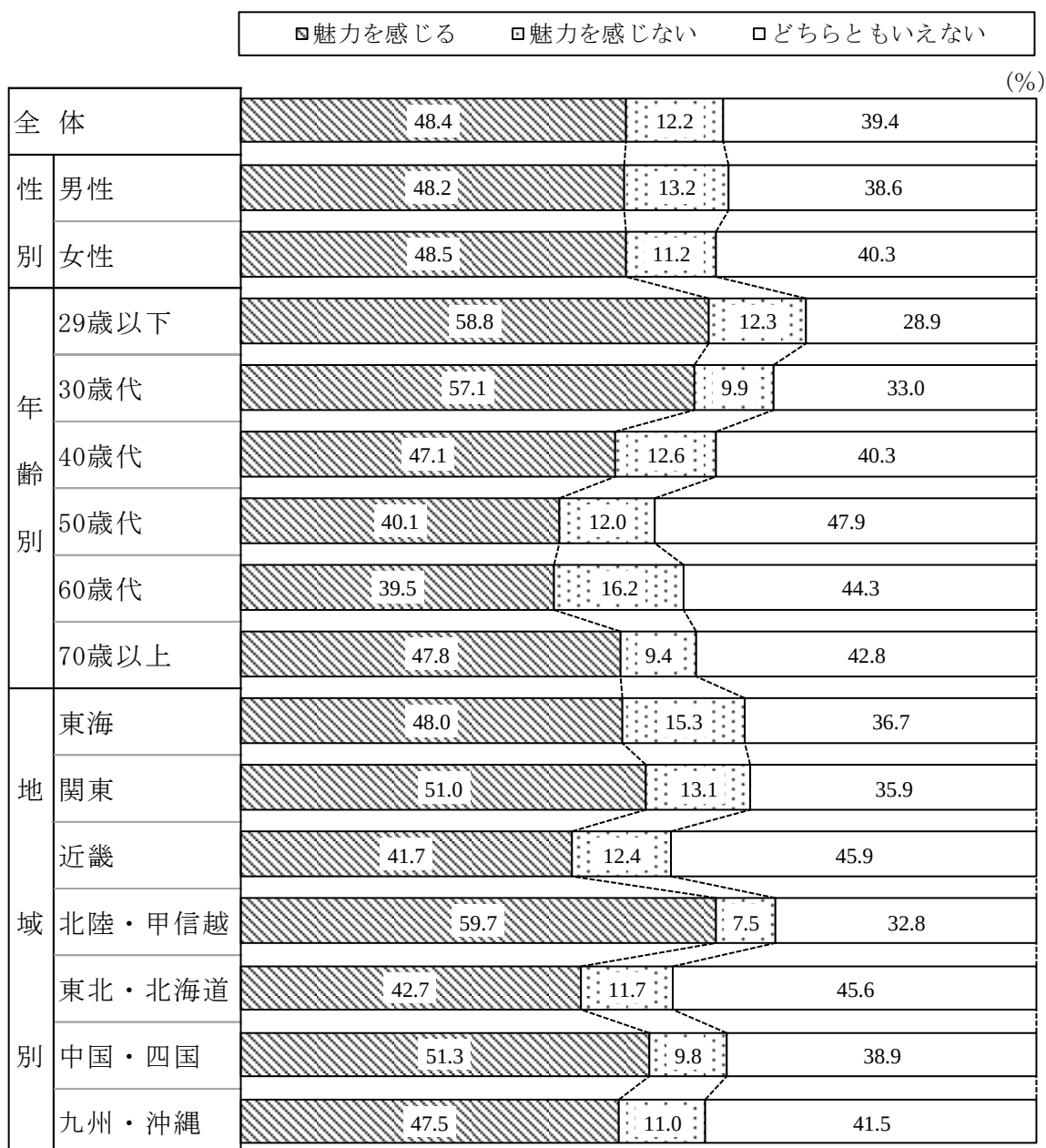
c. 名古屋の観光地としての魅力について

名古屋の観光地として「魅力を感じる」は 48.4%と半数であり、「魅力を感じない」は 12.2%と 1 割程である。

性別にみても、あまり差異はみられない。

年齢別にみると、30 歳代以下の若い世代では 6 割程が「魅力を感じる」としている。一方、50～60 歳代では「どちらともいえない」の割合が最も高くなっている。

図 2-3-19 観光地としての魅力

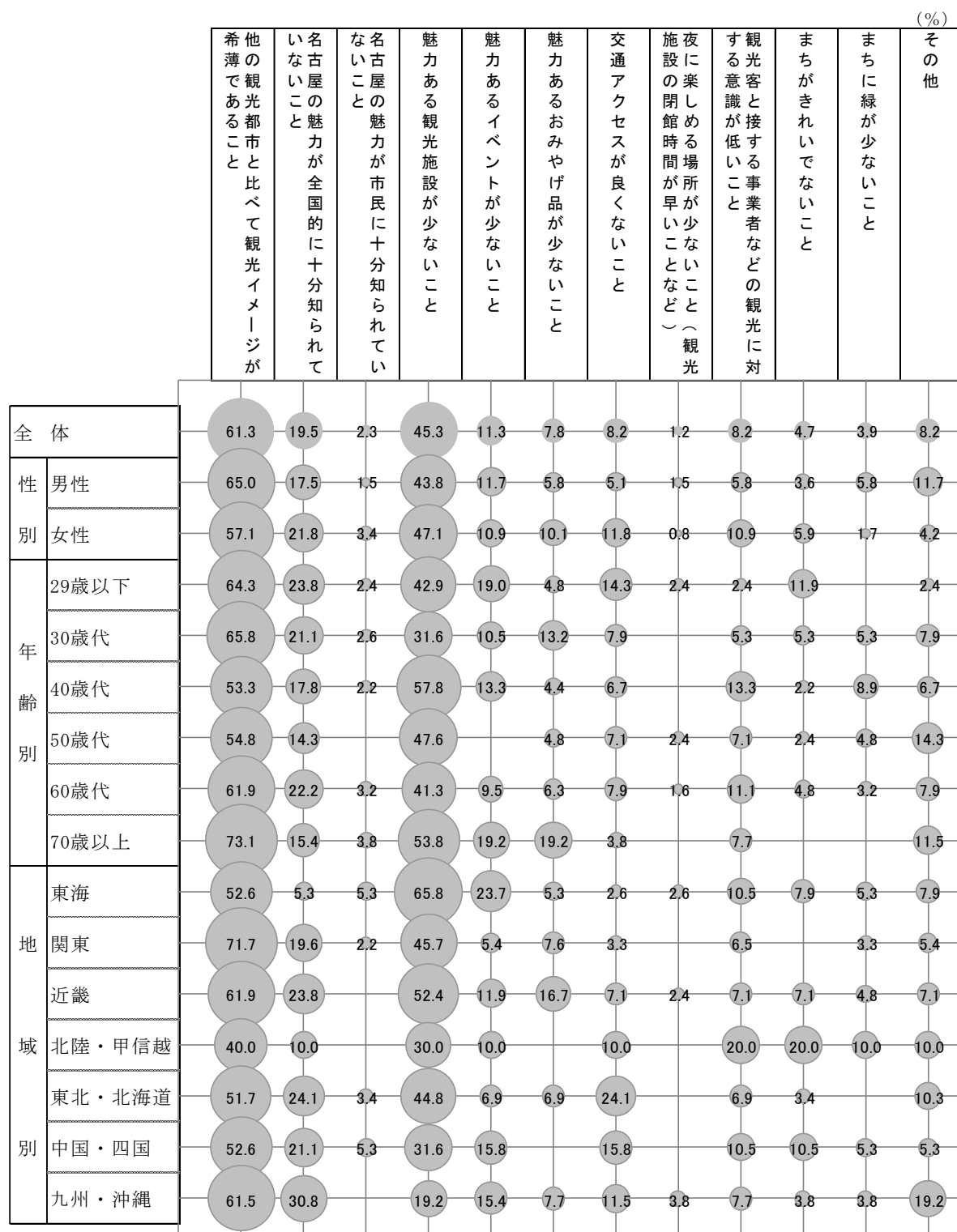


d. 名古屋に観光地としての魅力を感じない理由

名古屋に観光地としての魅力を感じない方（256 人）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 61.3%と最も多く、次いで「魅力ある観光施設が少ないこと」が 45.3%となっている。

40 歳代と地元「東海」では、「魅力ある観光施設が少ないこと」、70 歳代と「関東」では「他の観光都市と比べて観光イメージが希薄であること」が最大の理由となっている。

図 2-3-20 名古屋に観光地としての魅力を感じない理由（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について

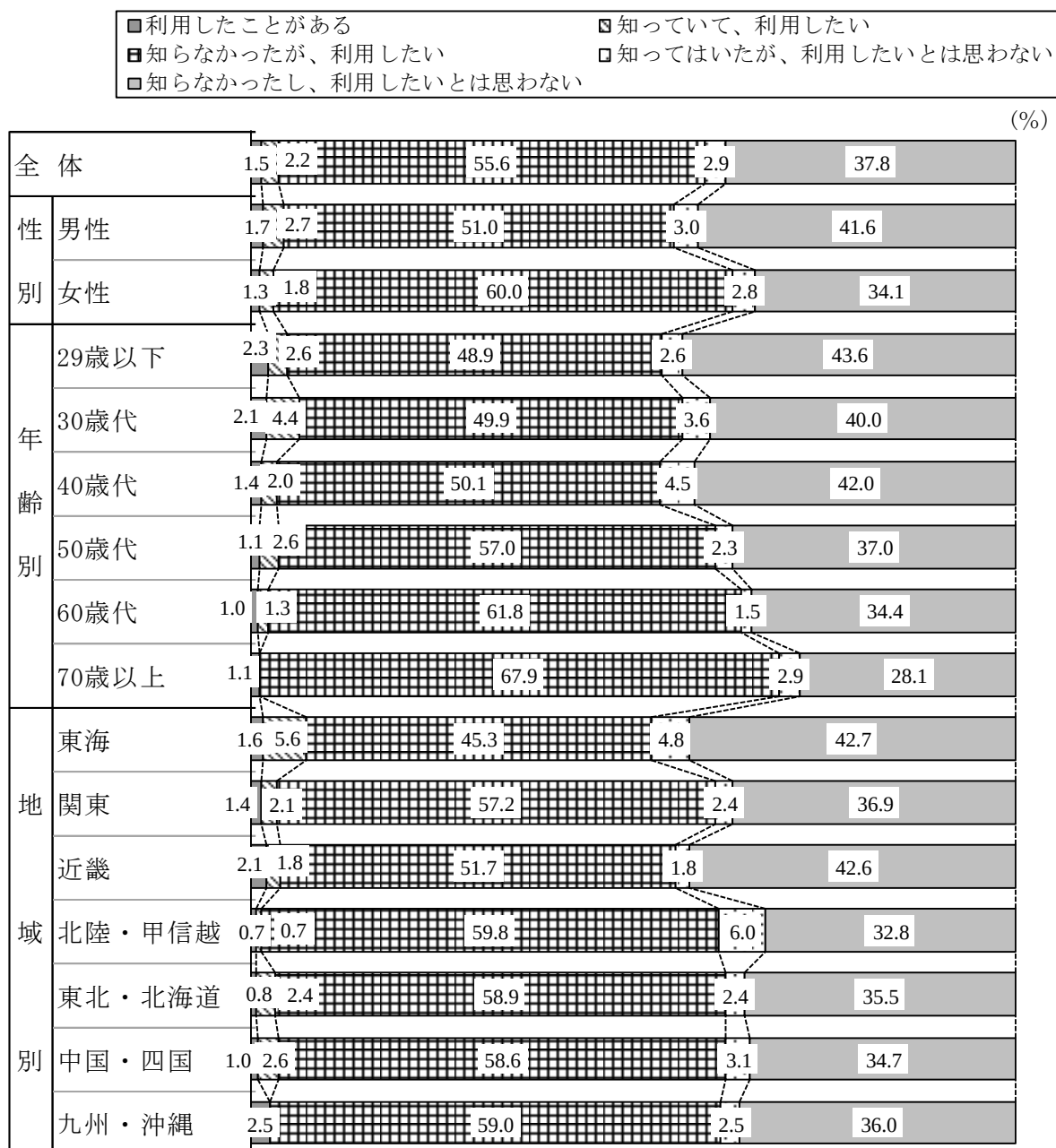
a. なごや観光ルートバスの認知度・利用意向

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 1.5%と僅かである。「知っていて、利用したい」(2.2%)と「知ってはいたが、利用したいとは思わない」(2.9%)を合わせた認知度は 6.6%と低い。また、「知っていて、利用したい」(2.2%)と「知らなかったが、利用したい」(55.6%)を合わせた今後の利用意向は 57.8%と 6 割程を占めている。

利用意向の割合としては、女性や 60 歳代以上では 6 割以上と高くなっている。

認知度としては、一番高い「東海」でも 12.0%と、認知度は低い。

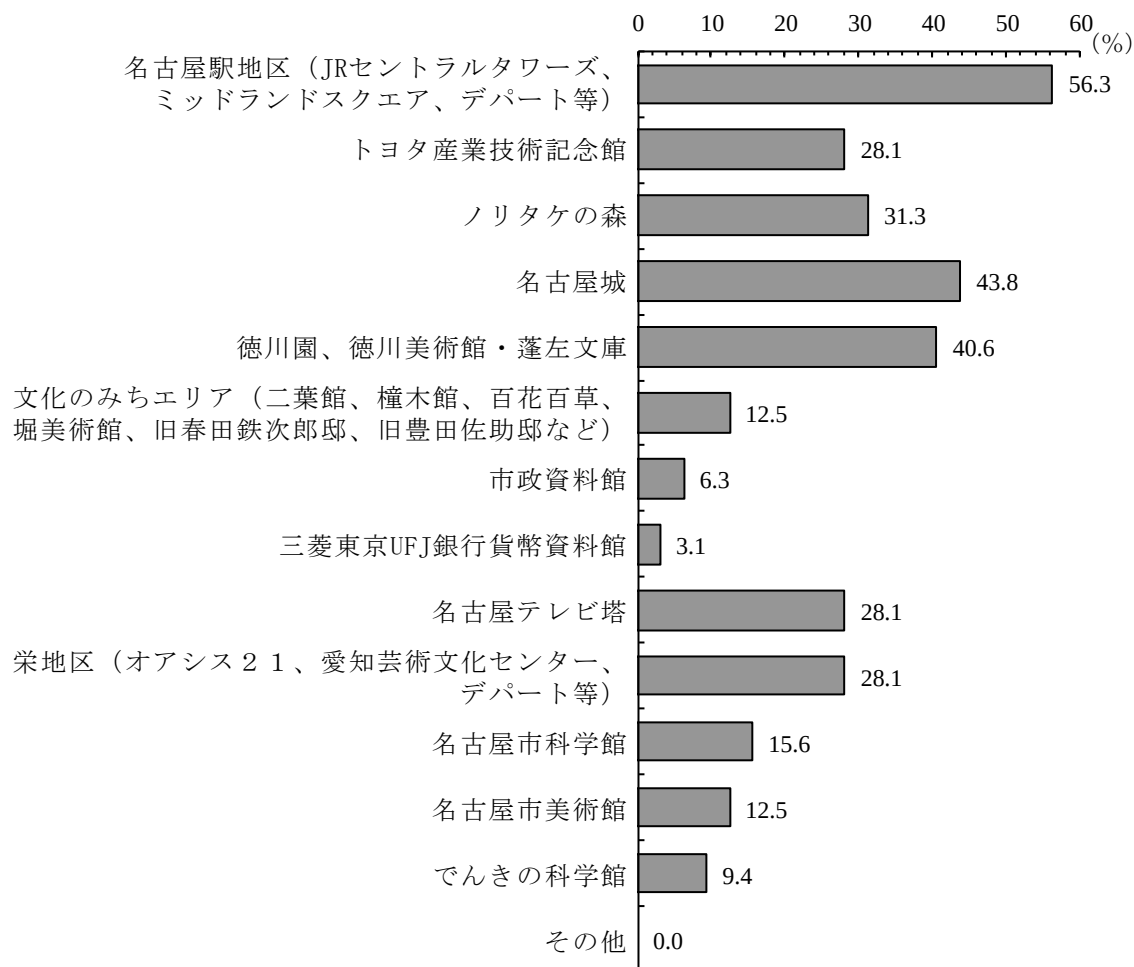
図 2-3-21 なごや観光ルートバスの認知度・利用意向



b. 「メーグル」を利用して訪れた観光施設

観光ルートバス「メーグル」を利用した方（32人）が利用して訪問した観光施設は、「名古屋駅地区」（56.3%）が半数以上と最も多く、次いで「名古屋城」（43.8%）と「徳川園、徳川美術館・蓬左文庫」（40.6%）が4割以上で、「ノリタケの森」、「トヨタ産業技術記念館」、「名古屋テレビ塔」、「栄地区」は3割程となっている。

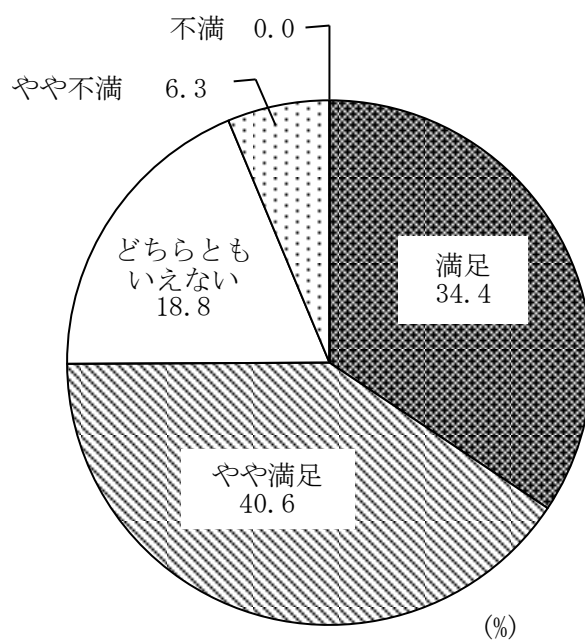
図 2-3-22 「メーグル」を利用して訪れた観光施設（複数回答）



c. 「メーグル」の利用満足度

観光ルートバス「メーグル」を利用した方（32人）の印象としては、「満足」（34.4%）が3割以上で、「やや満足」（40.6%）を合わせると75.0%と8割弱を占めている。一方「やや不満」は6.3%みられるが「不満」は皆無である。

図 2-3-23 「メーグル」の利用満足度



② 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、「平成25年5月公開の「玄関・表書院」は、すでに見学した」が1.1%であり、「見学はしていないが、復元を進めていることも、「玄関・表書院」を公開していることも知っていた」(5.5%)、「復元を進めていることは知っていたが、「玄関・表書院」をすでに公開していることは知らなかった」(10.0%)を合わせた16.6%が「本丸御殿」の復元を知っており、「両方とも知っていた」、「復元を進めていることは知らなかったが、「玄関・表書院」を公開していることは知っていた」(2.8%)を合わせた9.4%が「玄関・表書院」の公開を知っている。

「東海」では「玄関・表書院」を見学した割合はまだ僅かであるが、復元や公開を知っている割合は46.3%と半数近くみられる。

図 2-3-24 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」は 14.9%、「機会があれば訪れたい」(68.5%) を合わせて 83.4%と大半が訪問意向を持っている。

属性別にみても、大きな差異はみられない。

図 2-3-25 名古屋城「本丸御殿」復元後の訪問意向

