

タイトル	名古屋市における地域資源を活かした観光の推進		
所属	南山大学 張ゼミ	氏名	床井 真由

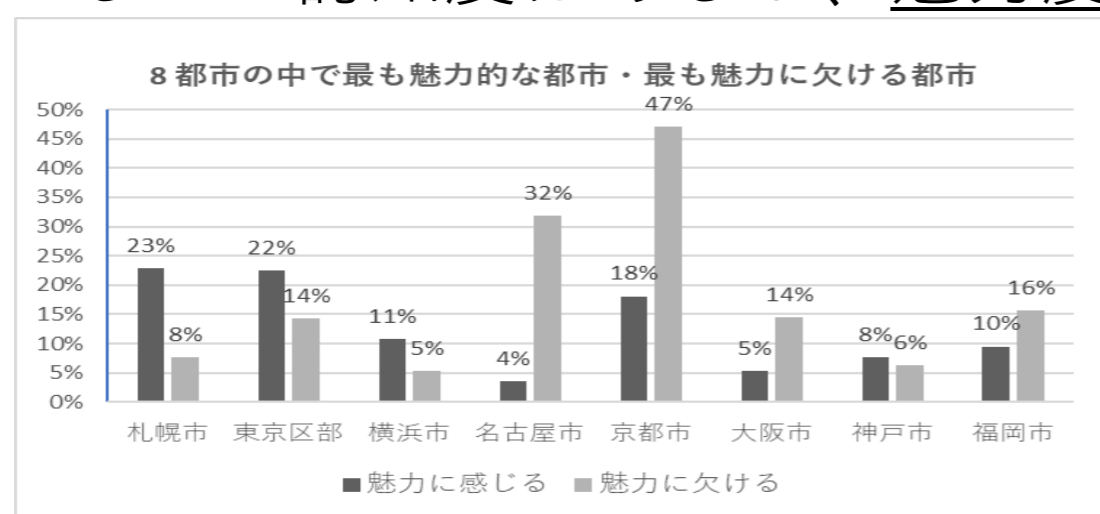
## 研究目的

- 目的① 名古屋の魅力や特徴を観光に有効に活用する方法を探る
- 目的② 名古屋に観光地としてのイメージを確立する方法を探る
- 目的③ 名古屋に良い影響を与える観光を確立する方法を探る

## 背景

名古屋市の観光の現状と課題：

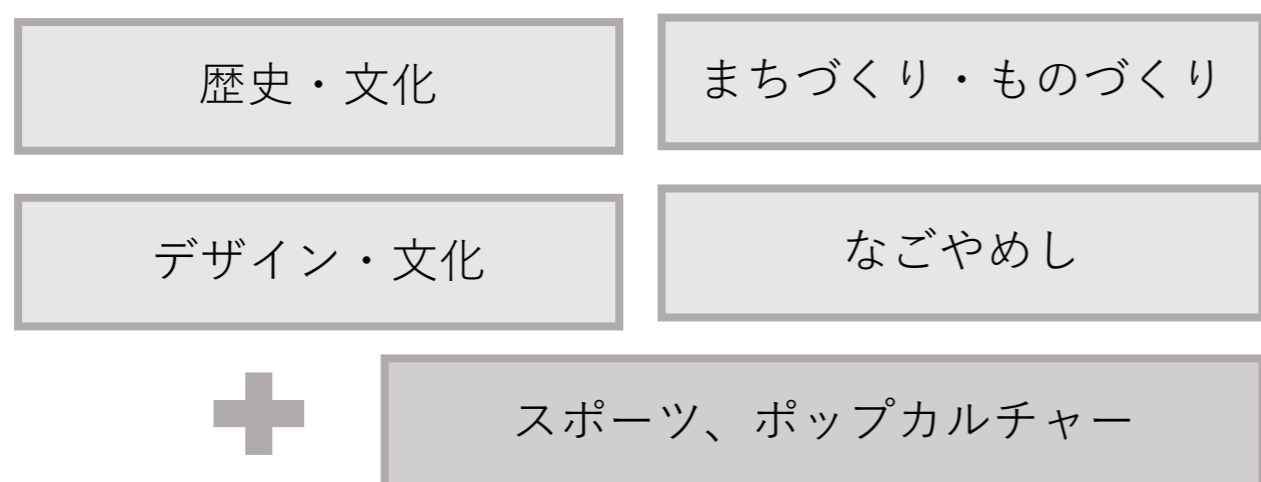
○都市としての認知度はあるが、魅力度は低い



○観光地としてのイメージや特徴が希薄

都市名	魅力的な都市として選択した理由
札幌市	食べ物がおいしい (72.9%)
東京区部	都会的だ (67.7%)
横浜市	おしゃれなお店がある (47.1%)
名古屋市	食べ物がおいしい (49.2%)
京都市	歴史がある (89.9%)
大阪市	食べ物がおいしい (61.2%)
神戸市	おしゃれなお店がある (53.4%)
福岡市	食べ物がおいしい (74.2%)

○名古屋が培ってきた観光資源が有効に活かされていない



○観光に関する情報発信の不足

## 意義

○名古屋は中部地方の政治、経済、文化の中核的都市で、今後もさらなる発展が期待される都市である

○観光は国の重要な政策の一つであり、地域活性化の方策としても注目されている

○地域資源を最大限に活かした観光の推進、地域ブランドの明確化を通して、観光地の魅力の向上が期待できる

○観光地の魅力向上により、持続的な観光客の誘致、持続的な観光の発展につながる

## 方法

○名古屋の観光に関する先行研究や資料、データの収集と分析、検討

○大阪市や横浜市など、他都市の事例との比較・検討

## 期待される結果

- 観光力を高めることによる名古屋の観光の持続的な発展
- 観光への取り組みを通じた名古屋の都市イメージ・魅力・価値の向上
- 市民が名古屋に誇りや愛着をもち、暮らしやすく住み続けたいまちの実現

## 参考文献

山田昭・吉田一彦編『名古屋の観光力—歴史・文化・まちづくりからのまなざし—』、名古屋：風媒社、2013年。  
名古屋市観光文化交流局ナゴヤ魅力向上担当部ナゴヤ魅力向上室「名古屋魅力向上・発信戦略」、

(<https://www.city.nagoya.jp/kankobunkakoryu/cmsfiles/contents/0000092/92256/nagoyamiryokukouzyousenryaku.pdf> 閲覧日：2020/12/09)

名古屋市観光文化交流局「平成30年度都市ブランドイメージ調査結果報告書」、

(<https://www.city.nagoya.jp/kankobunkakoryu/cmsfiles/contents/0000084/84816/image.pdf> 閲覧日：2020/12/09)