

経済水道委員会

説明資料

名古屋市観光戦略（案）について

平成30年12月27日

観光文化交流局

目 次

	頁
1 戦略策定の趣旨	1
2 観光施策の現状と課題	2
3 基本理念	4
4 施策の方向性	5
5 重点エリア	6
6 施策と具体的な取り組み	8
7 目標値	12
8 M I C E 編	13
9 推進体制	18
10 今後の予定	18

1 戦略策定の趣旨

区 分	内 容
策定趣旨	訪日外国人旅行者が急増し、観光及びMICEを取り巻く環境が大きく変化していることを踏まえ、本市における交流人口の拡大や都市の活性化を推進していくための観光及びMICE施策の方向性を示すものとして、新たな観光戦略を策定するもの
位置づけ	本市の総合計画及び「名古屋魅力向上・発信戦略」に基づく、観光分野に特化した行政計画
計画期間	概ね10年先を見据えた平成31年度から平成35年度までの5年間

注 MICE：企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行 (インセンティブ旅行) (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会・見本市、イベント (Exhibition/Event) の頭文字

2 観光施策の現状と課題

(1) 我が国の観光を取り巻く情勢

- ・平成28年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、観光先進国への新たな国づくりに向け、施策を総合的かつ計画的に推進
- ・平成32年の訪日外国人旅行者数の目標を4,000万人、平成42年は6,000万人に設定

(2) 本市の観光を取り巻く状況

平成32年の東京オリンピック・パラリンピックや、平成34年の名古屋城天守閣の木造復元、平成38年のアジア競技大会の開催、平成39年のリニア中央新幹線の開業等を契機として、交流都市として一層飛躍するため、観光施策を戦略的に推進することが必要

(3) 現行の観光戦略ビジョンの評価

ア 取り組み内容

- ・現行の観光戦略ビジョンのもと、「名古屋らしい魅力の創出」「観光プロモーションの推進」「おもてなしの充実」「広域観光の推進」の4つの視点から観光施策を推進した
- ・名古屋城本丸御殿の完成公開等名古屋城の魅力向上に向けた取り組みや、「人生大逆転街道・信長攻路」事業、「人生大出世夢街道・太閤秀吉功路」事業をはじめとした歴史観光の推進、名古屋まつりやにつぼんど真ん中祭り等の大規模イベント開催による賑わいを創出した
- ・歴史文化、ものづくり、なごやめし等の情報発信や、海外観光展やエアラインを活用した観光プロモーション等を実施した
- ・なごや観光ルートバス「メーグル」の運行による観光客の回遊性及び利便性の向上や通信環境の整備を実施した
- ・昇龍道プロジェクトをはじめとした広域連携の取り組みに参画した
- ・観光入込客数、宿泊客数は直近10年間で緩やかな増加傾向にあり、特に、外国人宿泊者数は、10年前と比較して約2.8倍に増加した

イ 平成30年度目標値と平成29年度実績

区 分	平成30年度目標値			平成29年度 実績
	当初	達成年度	上方修正後	
観光総消費額	3,300億円	27年度	4,100億円	3,501億円
観光入込客数	3,700万人	26年度	4,800万人	4,575万人
延べ宿泊客数	720万人	25年度	1,000万人	868万人
外国人宿泊者数	82万人	27年度	150万人	105万人
観光客の満足度	75%	24年度	85%	78.2%

注 平成22年度当初に設定した平成30年度目標値は、平成27年度までに達成したため、平成29年度に上方修正を行った

(4) 名古屋の観光に関する課題

区 分	内 容
受入環境	訪日外国人旅行者が急増している中、市内の観光施設でのトイレの洋式率が60%にとどまっていることや、近年世界各国で普及したキャッシュレス環境への対応が不十分であるとともに、ラグジュアリーホテルが不足している
観光コンテンツ	モノ消費からコト消費へシフトする中、体験型やナイトタイムの観光コンテンツが不十分であり、滞在時間を長くして、宿泊につなげ、観光消費額の増加を図ることが必要である
情報発信	詳細なデータに基づく観光客の動向やニーズの把握が不十分なため、ターゲットごとへの効果的な情報発信が脆弱である
MICE	ターゲットを明確化した誘致プロモーションや必要なMICE施設の拡充・機能強化が必要である

3 基本理念

世界中の人が行き交う交流都市・名古屋へ

- ・名古屋城天守閣木造復元、第20回アジア競技大会開催、リニア中央新幹線開業をチャンスと捉え、オール名古屋として本市の観光を飛躍させます

4 施策の方向性

区 分	内 容
誰もが観光を満喫できる受入環境の整備	名古屋城天守閣の木造復元、第20回アジア競技大会開催、リニア中央新幹線開業を見据え、すべての観光客がストレスなく快適に観光を満喫できるよう、多言語対応、通信・交通インフラ・決済環境等ハード・ソフト両面から受入環境の整備を進める
観光コンテンツの創造・発掘・磨き上げ	点在する名古屋の観光コンテンツを「歴史文化・武家文化」、「文化芸術」、「ものづくり」の3つに分類し、それぞれのコンテンツをストーリーでつなげ、魅力を磨き上げる
戦略的なプロモーション・PR	ターゲットにあわせた観光情報と伝える手法を戦略的に組み立て、効果的なプロモーションを実施する
MICEの推進	高い経済効果が期待されるMICEの誘致について着実に進める

5 重点エリア

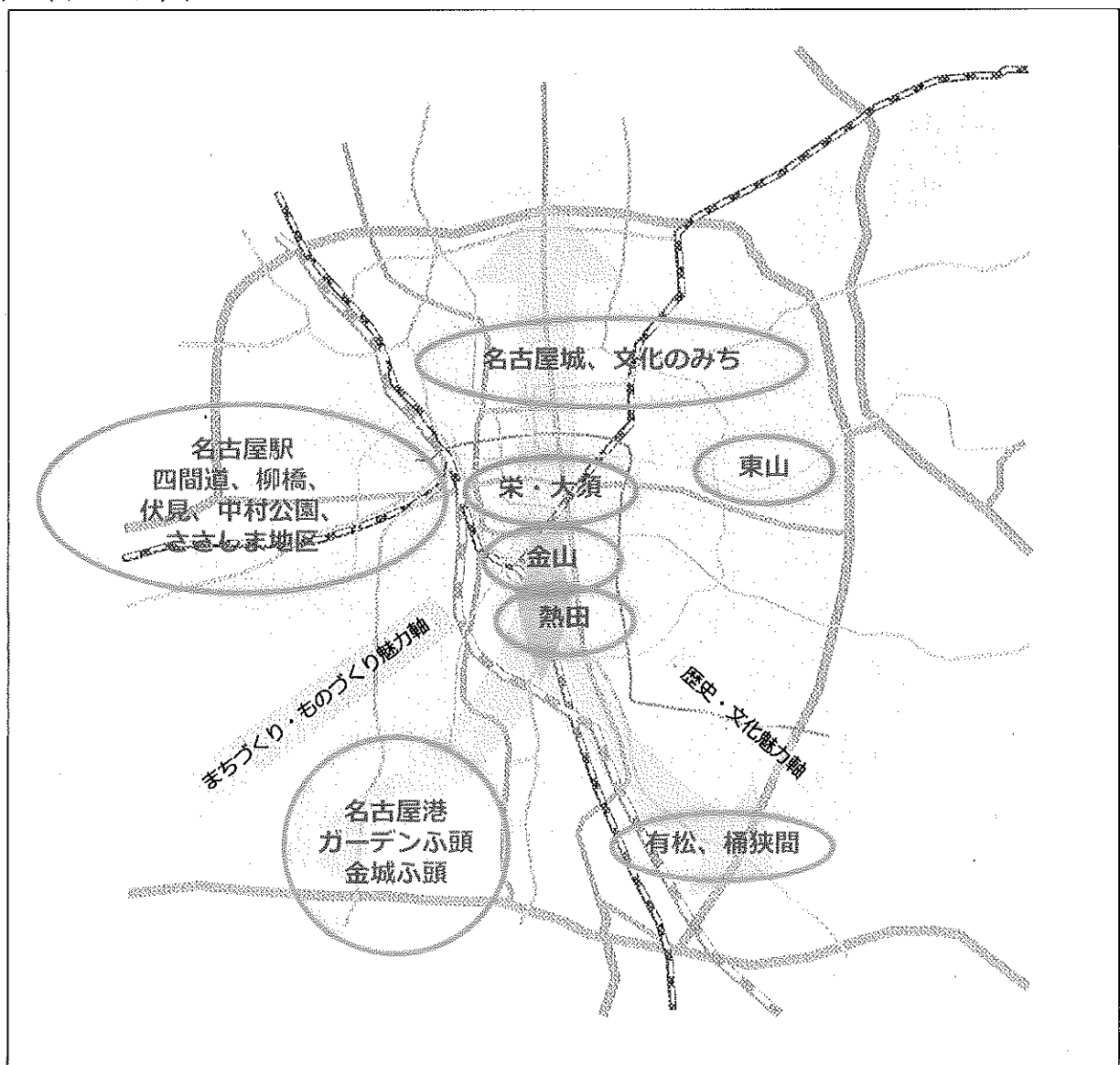
(1) 趣旨

名古屋魅力向上・発信戦略における、2つの魅力軸「歴史・文化魅力軸」と「まちづくり・ものづくり魅力軸」を中心に、市内の8つのエリアを重点エリアとして設定し、観光誘客につなげるもの

注1 歴史・文化魅力軸：名古屋城を核として、江戸時代に形成された尾張なごやの歴史的な骨格

2 まちづくり・ものづくり魅力軸：名古屋城を核として、近世以降の名古屋のまちづくりと近代の産業発展を支えてきた都市基盤や大都市としてのイメージをけん引するエリア

(2) イメージ図



(3) 各エリアでの具体的な取り組み

エリア	具体的な取り組み
名古屋城	<ul style="list-style-type: none"> ・特別史跡名古屋城跡の整備 ・天守閣の木造復元 ・名古屋の歴史や文化を体験することができる金シャチ横丁の第二期整備を推進する ・イベントや多客期における開園時間の延長等の天守閣閉館中に魅力向上事業を実施する ・名古屋城から徳川園に至る「文化のみち」における歴史的建造物を保存・活用していく
栄・大須	<ul style="list-style-type: none"> ・栄地区は、名古屋テレビ塔やオアシス21等の都心のシンボル空間の再生、大須エリアは、ポップカルチャー等で活気ある誰もが集い楽しめるまちの雰囲気醸成していく
金山	<ul style="list-style-type: none"> ・市民会館、音楽プラザ等の文化芸術の創造拠点が集積している金山地区と名古屋城下町最南端の入り口として設置された大木戸の跡がある東別院周辺の周遊性を高める
熱田	<ul style="list-style-type: none"> ・熱田神宮、宮の渡し公園、白鳥庭園等の施設に加え、ひつまぶしやしめじをはじめとした「なごやめし」等の豊富な観光資源の活用について地域団体等と連携していく
有松・桶狭間	<ul style="list-style-type: none"> ・人生大逆転街道「信長攻路」・人生大出世夢街道「太閤秀吉攻路」を整備・活用していく ・有松地区の歴史的町並みを活用した賑わいづくり、桶狭間・大高地区においては地域団体と連携し、桶狭間の戦いにまつわる歴史的資産を活用していく
名古屋駅	<ul style="list-style-type: none"> ・リニア中央新幹線開業に向けた名古屋駅のスーパーターミナル化 ・名古屋駅を中心としたエリア（四間道・柳橋・ささしまライブ24地区等）の回遊性を向上していく ・名古屋市科学館、名古屋市美術館、御園座等がある伏見地区の、芸術的・文化的な雰囲気を活かしたまちづくりを進める
東山	<ul style="list-style-type: none"> ・東山動植物園再生プラン基本構想の実現を具体化するための新基本計画に基づく展示施設の整備と、より一層の賑わいのある快適な園内空間づくりを進める
名古屋港	<ul style="list-style-type: none"> ・金城ふ頭エリアのLEGOLAND® JAPAN、リニア・鉄道館等、ガーデンふ頭エリアの名古屋港水族館等のアミューズメント施設やイベントを活用していく

6 施策と具体的な取り組み

(1) 誰もが観光を満喫できる受入環境の整備

ア 施策1 大交流時代に向けた受入環境の整備

施策	具体的な取り組み
観光案内の充実	<ul style="list-style-type: none"> ◎観光案内の機能強化 ◎多言語情報の充実及び多言語ボランティア人材の育成 ◎災害時の情報提供
交通インフラの充実	<ul style="list-style-type: none"> ・なごや観光ルートバス「メーグル」の利用促進 ・新たな路面公共交通システム等の導入検討 ・水上交通の推進及び水辺の賑わい創出 ◎名古屋駅のスーパーターミナル化 ・中部国際空港の完全24時間化の実現 ◎空港機能を発揮するためのアクセス機能の強化検討
ストレスなく観光を満喫できる環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客のための通信環境の整備 ・観光客が安心して快適に過ごせる環境づくり ◎トイレの洋式化及び機能向上 ◎キャッシュレス環境の整備 ◎多様な観光客の受入環境の充実
市バス・地下鉄における利便性向上	<ul style="list-style-type: none"> ◎地下鉄一日乗車券の24時間券化 ◎観光客向けの券売機の導入 ◎券売機等の多言語化及びわかりやすい案内
宿泊施設の機能向上	<ul style="list-style-type: none"> ◎ラグジュアリーホテル誘致
地域の担い手育成・支援	<ul style="list-style-type: none"> ◎地域の観光団体等の担い手育成・支援による受入体制の強化

注 ◎は新規・拡充事項

(2) 観光コンテンツの創造・発掘・磨き上げ

ア 施策2 名古屋城をはじめとした歴史観光の推進

施策	具体的な取り組み
名古屋城の魅力向上	◎特別史跡名古屋城跡の整備 ◎天守閣の木造復元 ◎金シャチ横丁の第二期整備の推進 ◎天守閣閉館中の魅力向上事業
名古屋城を核とする歴史・文化魅力軸のプロモーション	・歴史・文化魅力軸の歴史観光コンテンツの魅力発信 ・熱田地区の魅力向上
武将観光の推進	・世界的に認知度の高い武将を活用した観光推進 ◎人生大逆転街道「信長攻路」・人生大出世夢街道「太閤秀吉功路」の整備・活用 ◎有松・桶狭間・大高地区の魅力向上
歴史的資源の魅力発信	・「文化のみち」の魅力向上 ◎歴史の里 しだみ古墳群の魅力発信 ◎歴史的町並み等を活用した魅力向上

注 ◎は新規・拡充事項

イ 施策3 名古屋の文化芸術に触れる観光の推進

施 策	具体的な取り組み
名古屋独自の文化芸術の創造・発信	<ul style="list-style-type: none"> ・なごやめしの普及促進 ・山車等の地域の文化財を活用した魅力発信 ◎文化芸術の創造・発信
夜の観光推進	<ul style="list-style-type: none"> ◎ナイトタイムエコノミーの推進 ◎お座敷遊び、料亭文化等のPR
大規模イベントの開催・支援	<ul style="list-style-type: none"> ・名古屋まつりの開催 ・世界コスプレサミットの開催 ・にっぽんど真ん中祭りの開催 ◎新たな大規模イベントの開催支援
名古屋の文化が集積する観光エリアの魅力向上・発信	<ul style="list-style-type: none"> ◎東山動植物園の魅力向上 ◎名古屋駅周辺（四間道・柳橋・ささしまライブ24地区等）の魅力向上 ◎名古屋テレビ塔やオアシス21等の栄地区・大須エリアの魅力向上・発信 ◎金山地区・東別院周辺の魅力向上・発信 ◎名古屋市科学館等の伏見地区の魅力向上・発信
新たな名古屋ブランドの磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・フィルムコミッション事業の推進 ・コスプレホストタウンの推進 ◎スポーツツーリズムの推進 ◎スタジアム・アリーナを活用した名古屋の魅力発信

注 ◎は新規・拡充事項

ウ 施策4 名古屋の強みである産業を活かした観光の推進

施策	具体的な取り組み
多様な切り口による産業観光のPR	◎産業観光施設の魅力向上・発信 ◎近隣自治体等との連携によるPR
名古屋城を核とするまちづくり・ものづくり魅力軸のプロモーション	・まちづくり・ものづくり魅力軸の産業観光コンテンツの魅力発信 ・名古屋港の魅力向上・発信
体験型コンテンツの充実・PR	◎伝統産業の体験型コンテンツの充実 ◎工場見学・企業見学等の機会の拡大
土産品の開発・支援	◎魅力的な土産品の開発・支援

注 ◎は新規・拡充事項

(3) 戦略的なプロモーション・PR

ア 施策5 ターゲット別に伝える・魅せるPR

施策	具体的な取り組み
マーケティング・ターゲティングの実施	◎マーケティング調査を活用した観光施策の推進 ◎ターゲットにあわせた情報発信
海外に向けたプロモーション・情報発信	・広域観光の推進 ・留学生を介した名古屋の魅力発信 ◎海外に向けた観光プロモーション ◎外航クルーズ船の誘致
国内外への名古屋の魅力発信	・エアポートセールスの推進 ・教育旅行等の誘致 ・姉妹友好都市を活用した観光プロモーション ◎ICT (AR/VR) を活用した観光コンテンツの魅力発信 ◎観光分野におけるパートナー都市との連携・交流 ◎リニアによるスーパー・メガリージョンとしてのゲートウェイ都市のPR ◎WEBプロモーションの充実・強化

注 ◎は新規・拡充事項

7 目標値

指 標	現状値 (平成29年度)	目標値 (平成35年)	備 考
観光総消費額	3,501億円	6,000億円	観光入込客数の目標値に、一人当たりの消費額の単価を乗じたもの
観光入込客数 (延べ人数) (実人数)	6,863万人 4,575万人	1億人 7,000万人	過去5年の増加傾向に加え、戦略の推進により更に500万人程度の増加を見込み設定
延べ宿泊客数	868万人	1,300万人	過去5年の増加傾向に加え、戦略の推進により更に延べ60万人程度の増加を見込み設定
外国人 延べ宿泊者数	157万人	370万人	戦略の推進により、年間15%の増加を見込み設定
観光客の満足度	78.2%	90%	戦略の推進により年2%の増加を見込み設定

注 平成35年は、暦年

8 MICE編

(1) MICE施策の現状と課題

ア 国の動向

<ul style="list-style-type: none"> ・平成25年6月策定の「日本再興戦略 -JAPAN is BACK-」において、「2030年にはアジアNo. 1の国際会議開催国としての不動の地域を築く」という目標を設定 ・平成30年7月の「MICE国際競争力強化委員会提言」において、「国際営業力強化」「国内主催者の取組支援強化」「様々なニーズにこたえ、満足度の高いコンテンツ開発促進」「地域力及び人材力の強化」の4つの柱からなる施策の推進を掲げ「2030年MICE関連訪日外国人消費相当額8,000億円」をMICE全体目標として設定
--

イ 本市の状況

区分	内容
MICE全般	<ul style="list-style-type: none"> ・コンベンションについては、名古屋国際会議場を運営するとともに、(公財)名古屋観光コンベンションビューローを中心に誘致活動に取り組み、平成29年は国際会議開催件数183件、都市別順位第5位となっている ・展示会・見本市については、名古屋市国際展示場(ポートメッセなごや)を運営し、平成29年度の全館平均利用率は50.2%で、利用者数は1,657,000人となっている ・ミーティング・インセンティブについて、誘致促進の取り組みに着手している
MICE施設	<ul style="list-style-type: none"> ・展示面積国内第4位である名古屋市国際展示場(ポートメッセなごや)について、老朽化した第1展示館を金城ふ頭駅前へ移転改築し、展示面積を拡大するとともに、多機能化を図る ・国内第3位の固定席3,000席を擁する名古屋国際会議場は大規模な学会を中心に、地域の最大のコンベンション施設として多く利用されており、高い稼働率を維持している

ウ 課題

区 分	内 容
M I C E全般	<ul style="list-style-type: none"> ・都市間の誘致競争が激しくなる中、地域のポテンシャルを活かし、ターゲットを明確化したプロモーションが必要 ・ミーティング・インセンティブに関する実態を把握し、誘致促進につなげる ・M I C Eを地域経済の活性化のために活用していく
M I C E施設	<ul style="list-style-type: none"> ・海外においては展示面積20万㎡を超える展示場が多数あり、国内他都市においても拡張整備が予定される中、本市は新第1展示館整備後も、拡大する展示・見本市等の需要に応じた規模・機能強化が求められている ・設置から30年が経過する国際会議場についても、他都市が機能強化を図る中、求められる要求水準を満たすべく拡充・機能強化が必要 ・大規模国際会議や大規模インセンティブ旅行に必要なラグジュアリーホテルが不足している

(2) 施策の方向性

区 分	内 容
ターゲットを明確化したプロモーション	ものづくり企業や理工系大学の集積といった当地域のポテンシャルを活かし、ターゲットを明確にしたプロモーションに取り組むことで、他都市との差別化を図る
M I C Eを活用した産業の活性化	M I C Eの効果地域産業により確実に波及させるため、M I C E関連人材の育成や関連産業の活性化を図る
多様化する国際会議や増加する展示会需要への対応	拡大し多様化するM I C E活動に対応し、激化する都市間競争に打ち勝つため、必要な基本インフラである国際展示場及び国際会議場について、要求される水準に対応するための拡充・機能強化を図る

(3) 施策と具体的な取り組み

ア 施策1 誘致・プロモーションの展開

区 分	内 容
MICE情報の把握・活用	<ul style="list-style-type: none"> ◎MICE情報の把握（国際会議や展示会等のMICEイベントやキーパーソン等の情報把握、ミーティング・インセンティブの実態調査） ◎MICEマーケティング調査（MICE開催主催者等を対象とした動向調査等）
プロモーションの強化	<ul style="list-style-type: none"> ・国際会議や展示会等の主催団体や国内外キーパーソンへの働きかけ、セールスの実施 ・国内外のMICE見本市への出展・PR ◎企業や学術集積エリアとしてのプロモーション・ブランド化 ◎プロモーションツールの作成・活用 ◎MICE誘客のコンテンツとしての大規模スポーツイベントにかかるプロモーションに必要な情報収集・支援手法の検討

注 ◎は新規・拡充事項

イ 施策2 MICE誘致・開催に関する支援の充実

区 分	内 容
MICE支援制度の充実	<ul style="list-style-type: none"> ◎MICE助成制度の利用促進、制度の見直し ◎MICE開催支援メニューの充実 ◎MICEに関するワンストップ窓口
ユニークベニユーの活用	<ul style="list-style-type: none"> ◎ユニークベニユーの把握・発掘・活用

注1 ◎は新規・拡充事項

2 ユニークベニユー：博物館や美術館、歴史的建造物、城郭、屋外空間等で会議やレセプションを開くことで、特別感や地域の特性を演出できる会場

ウ 施策3 MICE人材の育成

区分	内容
組織の強化	◎組織体制の強化（地域のMICE関係団体及び国との情報共有・連携強化）
人材育成	◎セミナー等を活用した関連産業の人材育成 ◎市民参加型MICEの開催

注 ◎は新規・拡充事項

エ 施策4 MICEを活用した地域産業の活性化

区分	内容
MICE開催活動の促進	◎MICE開催を契機とした地域産業の国内外へのPRやインセンティブ旅行の促進等、MICEを活用したビジネス機会のさらなる創出 ◎MICE施設を活用した新たなビジネスイベント等の開催・誘致の促進
観光産業とMICEの連携	・MICE施設にかかるステークホルダーとの連携 ◎MICE施設と観光施設との連携 ◎インセンティブ旅行の受入先企業拡大 ◎ナイトタイムエコノミーを活用したMICE参加者の観光消費促進

注 ◎は新規・拡充事項

オ 施策5 MICE施設の改修及び拡充・機能強化

区分	内容
MICE基幹施設の改修及び拡充・機能強化	・国際展示場・会議場の効果的な運営 ◎都市間競争に打ち勝つために必要な規模・機能を備えた施設の拡充整備 ◎施設の利用促進を図る助成制度の整備拡充
MICE周辺施設の整備	◎周辺環境の整備（施設と公共交通機関の接続性等、利便性の向上） ◎宿泊施設の機能向上（ラグジュアリーホテル誘致の支援）

注 ◎は新規・拡充事項

(4) 目標値

指 標	現状値	目標値 平成35年度	備 考
国際会議の開催件数	188件	263件	過去5年の増加傾向に加え、戦略の推進により更に年2%程度の増加を見込み設定
名古屋市国際展示場（ポートメッセなごや）・名古屋国際会議場の利用者数	2,693,000人	3,490,000人	戦略の推進により、国際展示場は年2%の増加と新第1展示館整備による増加、国際会議場は高い利用率を勘案し、年1%の増加を見込み設定
名古屋市国際展示場（ポートメッセなごや）の利用率	全展示施設 平均50.2%	全展示施設 平均70%	新第1展示館整備後の需要見込みを踏まえて設定
名古屋国際会議場（センチュリー・イベント・白鳥）の利用率	主要3ホール 平均80.8%	主要3ホール 平均85%	高い利用率を勘案しつつ、戦略の推進により5%増を見込み設定

9 推進体制

(1) 本市における推進体制

本市の観光施策を実現するパートナーである（公財）名古屋観光コンベンションビューローをはじめとして、市民、ホテルや観光施設等観光に携わる様々な主体及び経済団体等と連携・協力することによって、本戦略の推進に取り組む

(2) 市内における推進体制

本戦略を総合的に推進していくため、市内の各局区室で構成する市内連携組織である「名古屋市観光戦略会議」を継続して設置し、観光推進に関する情報共有や、観光施策についての市内の連携を図る

10 今後の予定

区 分	内 容
平成31年 1月	パブリックコメント
3月	策定・公表