

「名古屋ブームをご存知ですか」

- 内からみた名古屋、外からみた名古屋 -

名古屋ブームに関するアンケート調査結果について

中部開発センターでは、今話題の「名古屋ブーム」の認知度について、さまざまな角度から全国の人を対象にインターネットを利用したアンケート調査を実施した。

(調査期間：2005年5月13日～6月5日)

回答者の属性について

有効回答者数は、5,061人。男女比では、女性の割合が52.9%と高かった。年齢別にみると30代が35.6%と最も高く、次いで40代(27.8%)、20代(17.2%)の順であった。地域別では、中部圏が43.1%、首都圏が26.0%、近畿圏が19.3%であった。名古屋との関係では、「住んだことはないが行ったことがある」が48.3%と最も高く、次いで「住んだことも行ったこともない」(20.8%)、「かつて名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学したことがある」(16.3%)、「現在、名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学中」(14.6%)の順であった。

図1 男女比

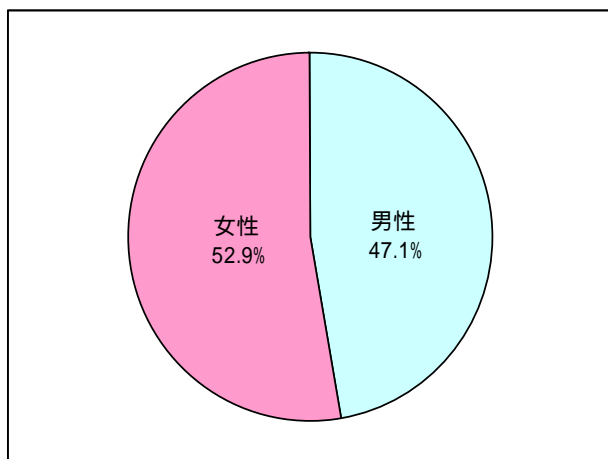


図2 年齢比

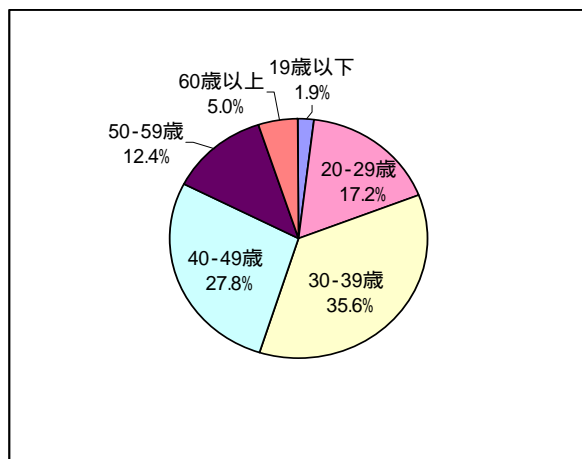


図3 地域比

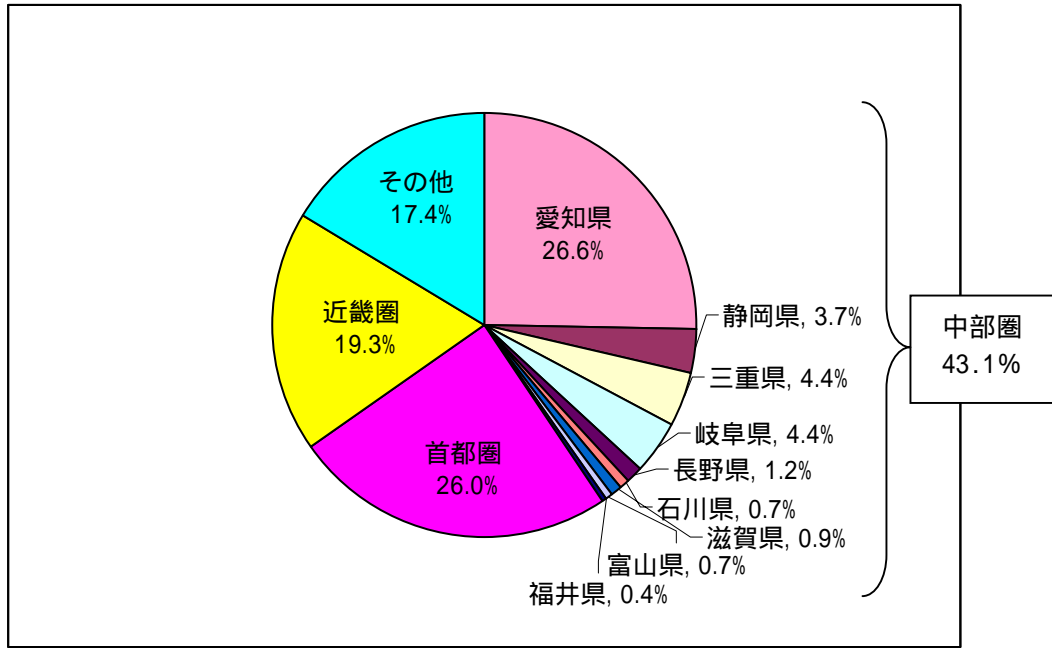
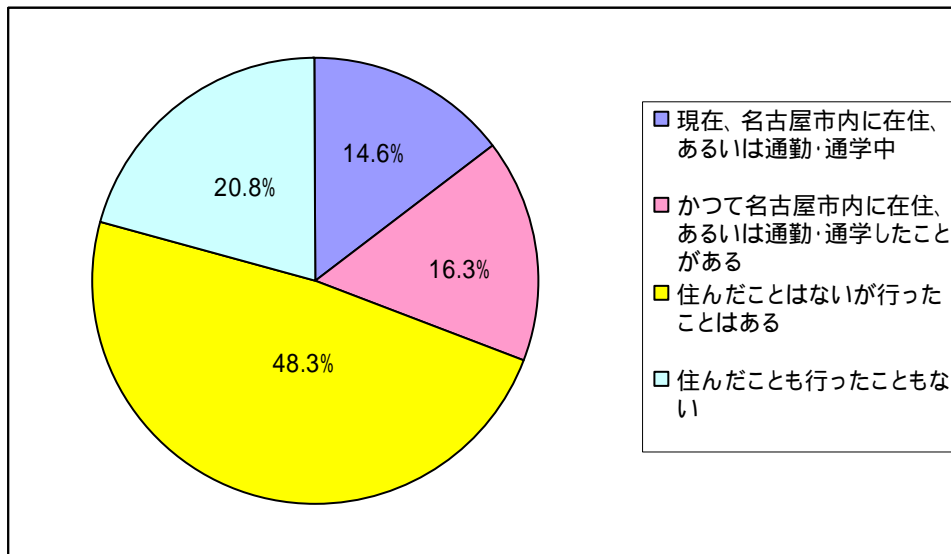


図4 名古屋との関係

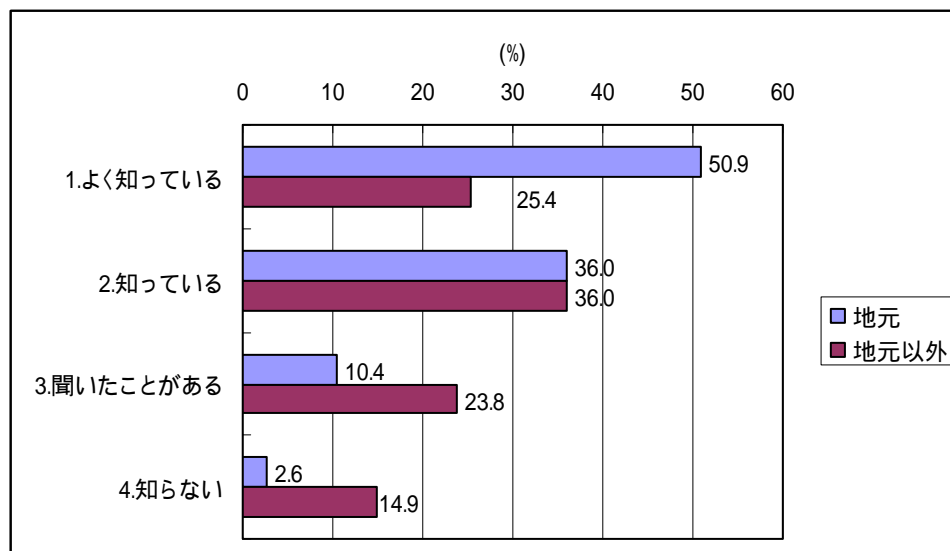


アンケート調査の結果

【1】名古屋ブームの認知度について

問 1	現在、名古屋の動向および名古屋の文化が全国的にも注目を集め、名古屋ブームともいわれているのをご存知ですか。
-----	---

図 5 名古屋ブームの認知度（地域別）



(注) 地元とは、現在、名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学中の人、地元以外とは、かつて名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学したことがある、住んだことはないが行ったことはある、住んだことも行ったこともない人を指す。

図 6 名古屋ブームの認知度（男女別）

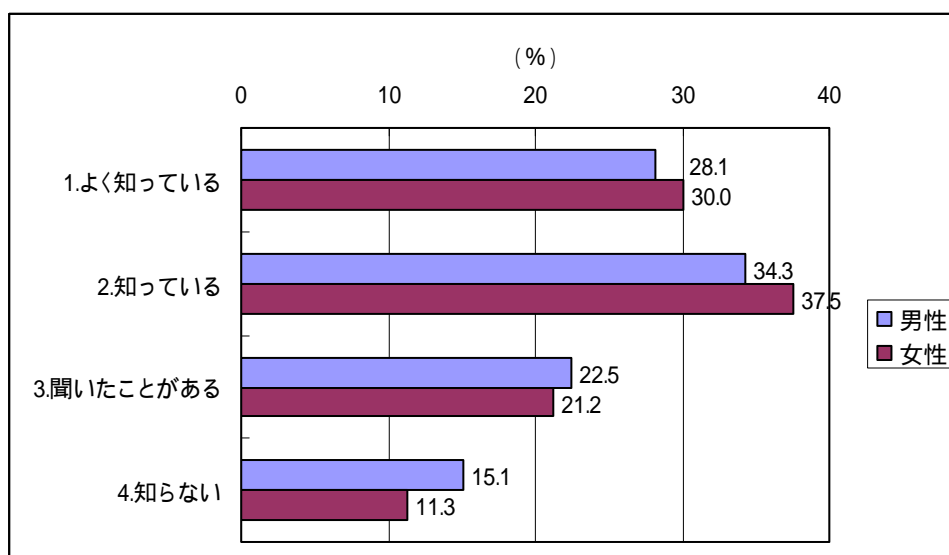
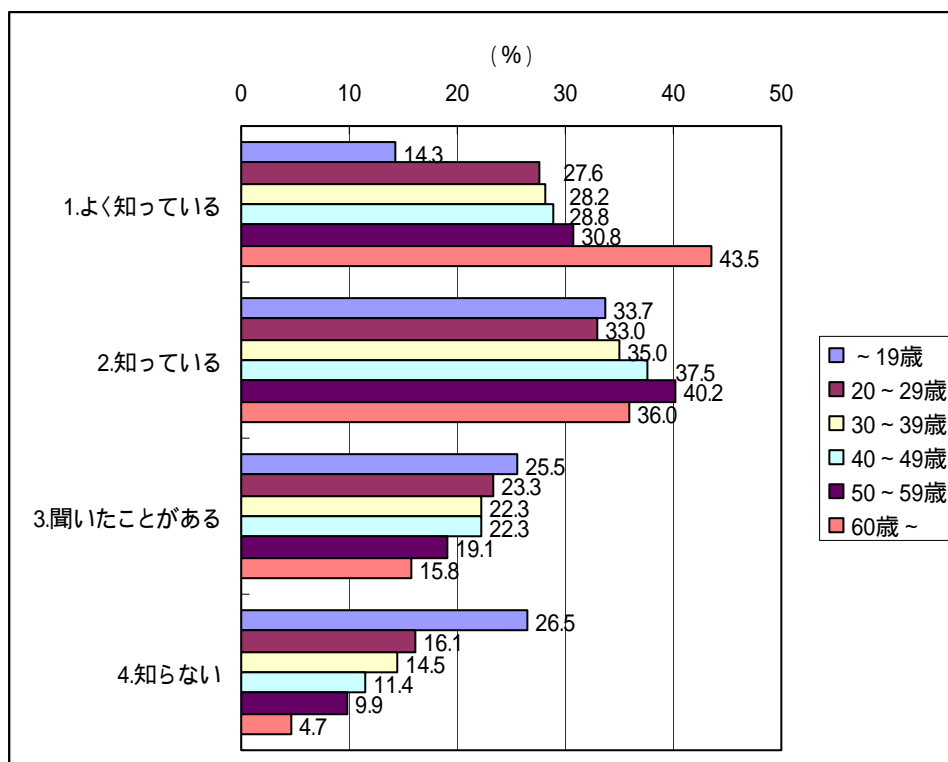


図7 名古屋ブームの認知度（年齢別）



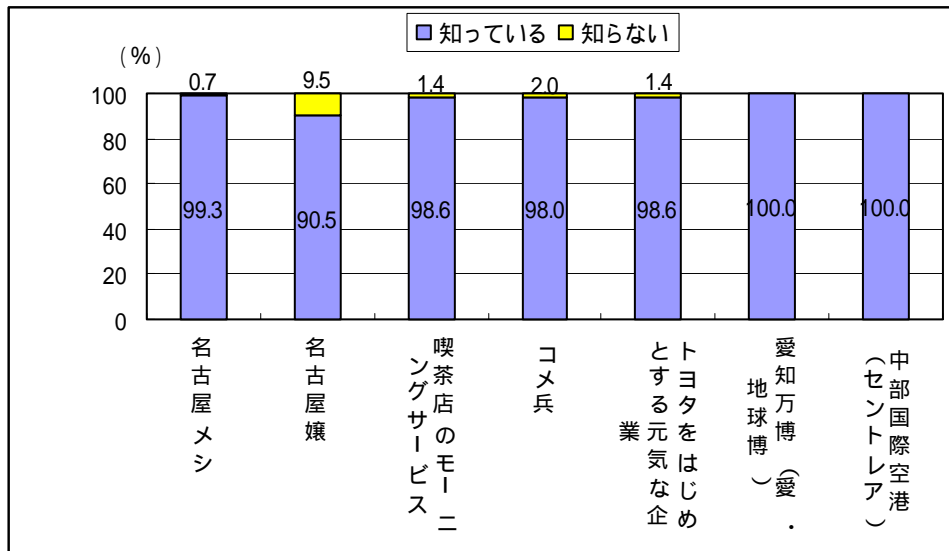
名古屋ブームは地元以外でも6割の人が認知。特に高い女性、高齢者の認知度

- ・名古屋ブームの認知度を地域別で見ると、地元では「よく知っている」「知っている」が9割近くを占め、その認知度は当然のことながら高い。
- ・地元以外でも「よく知っている」「知っている」が6割と、名古屋ブームは、半数以上の人に認知されている。
- ・男女別で見ると、「よく知っている」が男性28.1%、女性30.0%、「知っている」が男性34.3%、女性37.5%と、いずれも女性の認知度の方が男性よりも高い。
- ・年齢別で見ると、年齢が高くなるほど認知度は高くなる。特に、60歳以上は「よく知っている」「知っている」が8割近くと、各年代の中で一番認知度が高い。

問2 それでは、名古屋ブームに関連する以下の項目についてご存知ですか。各々の項目についてお答え下さい。

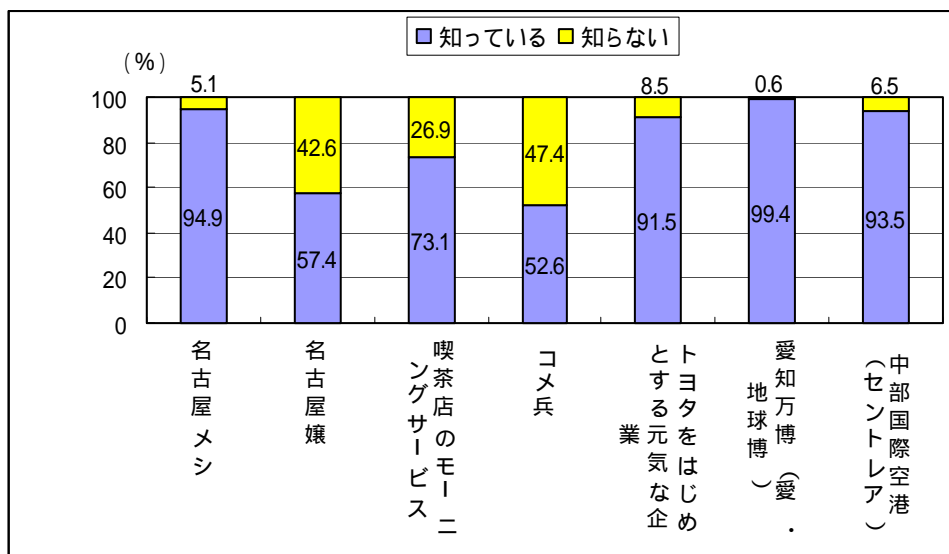
図8 名古屋ブームに関連する項目の認知度（地域別）

地元



（注）地元とは、現在、名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学中の人を指す。

地元以外



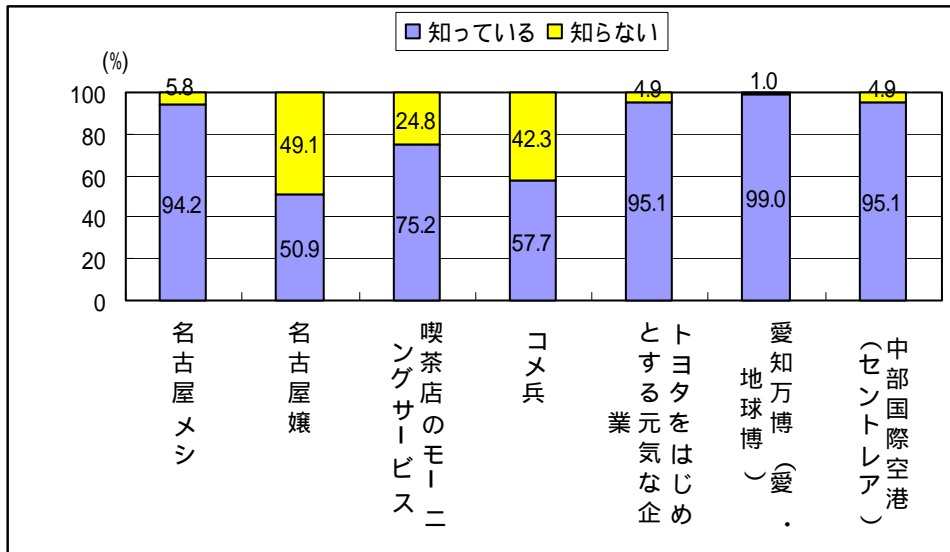
（注）地元以外とは、かつて名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学したことがある、住んだことはないが行ったことはある、住んだことも行ったこともない人を指す。

地元以外でもほぼ半数以上が「喫茶店のモーニングサービス」「名古屋嬢」「コメ兵」を認知

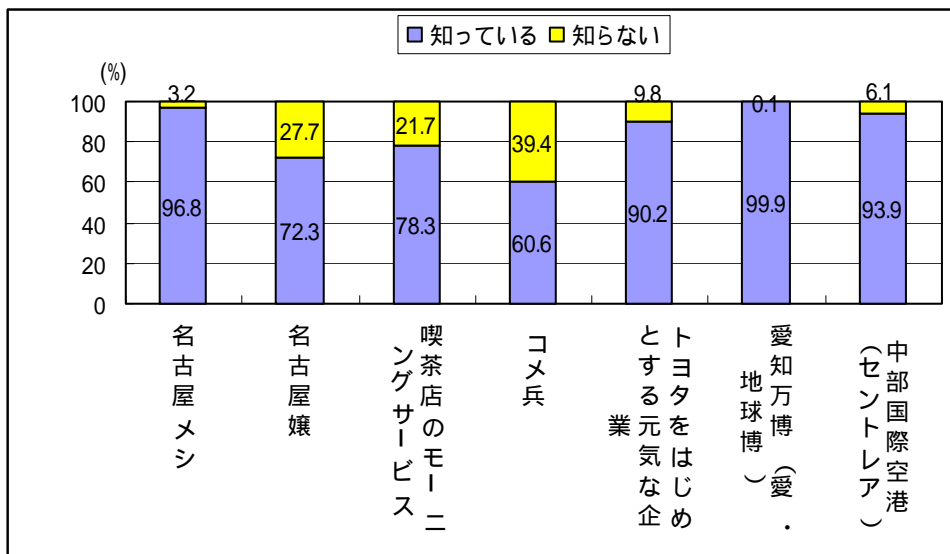
- ・名古屋ブームに関連する項目の認知度を地元、地元以外でみると、格差はあるものの、どちらもあらゆる項目において高くなっており、名古屋ブームが地元、地元以外を問わず浸透していることを裏付けている。
- ・地元以外でも「愛知万博」「名古屋メシ」「中部国際空港」「トヨタをはじめとする元気な企業」は9割の人が知っていると回答。「喫茶店のモーニングサービス」「名古屋嬢」も半数以上の人に認知されている。また、これまで名古屋を中心に営業していた「コメ兵」の認知度が5割を超えているのも注目される。

図9 名古屋ブームに関連する項目の認知度（男女別）

男性



女性

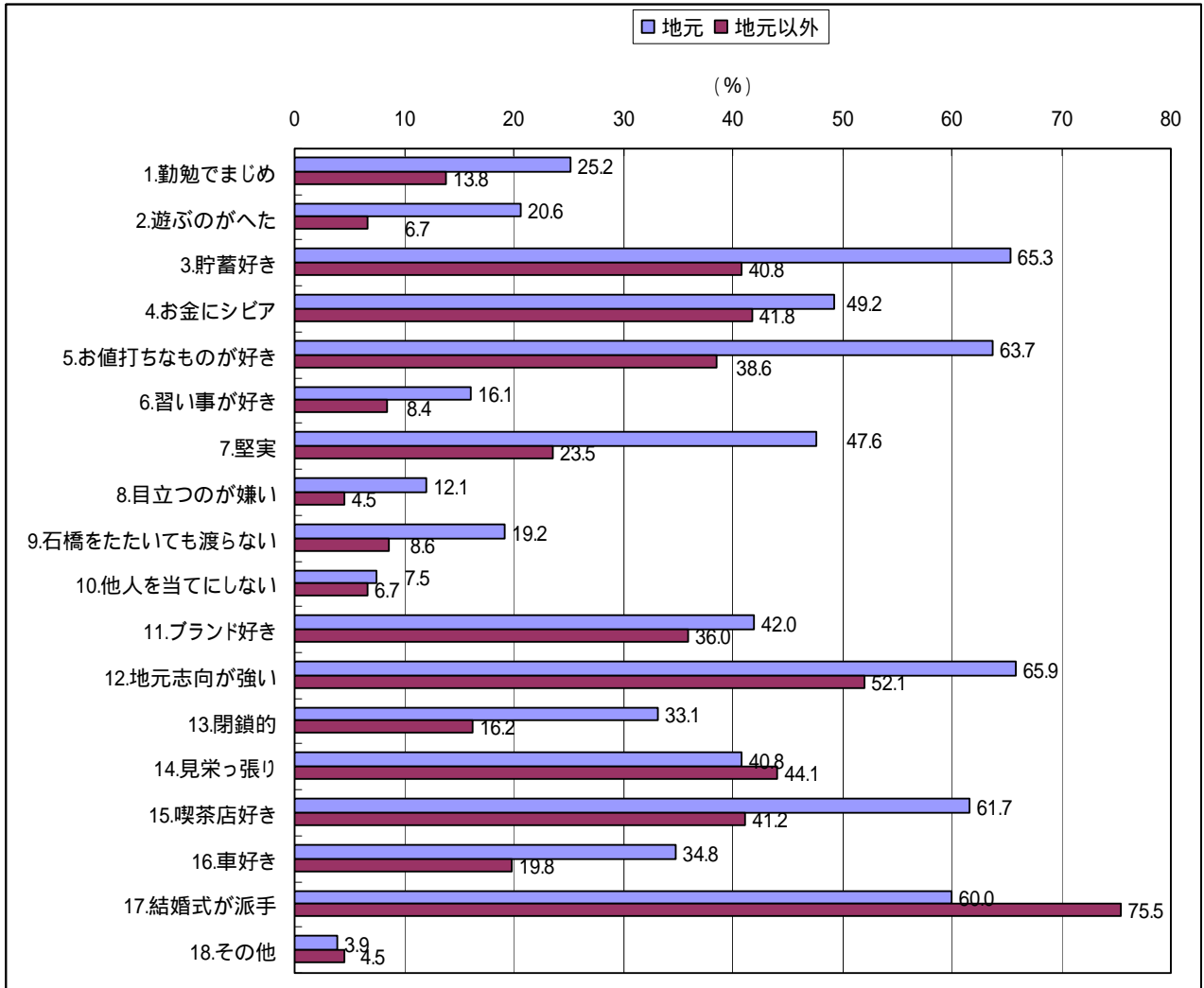


名古屋ブームは項目別にみても女性の方が男性より認知度が高く、女性を中心に浸透
 ・男女別でみると、「トヨタをはじめとする元気な企業」「中部国際空港」を除いて、「名古屋メシ」「名古屋嬢」「喫茶店のモーニングサービス」「コメ兵」等で、女性の認知度が男性を上回った。名古屋ブームが女性を中心に浸透していることがうかがえる。

【2】名古屋のイメージについて

問3 名古屋人というどのようなイメージが思い浮かびますか。
思い浮かぶものをお答え下さい。(複数回答可)

図10 名古屋人のイメージ(地域別)

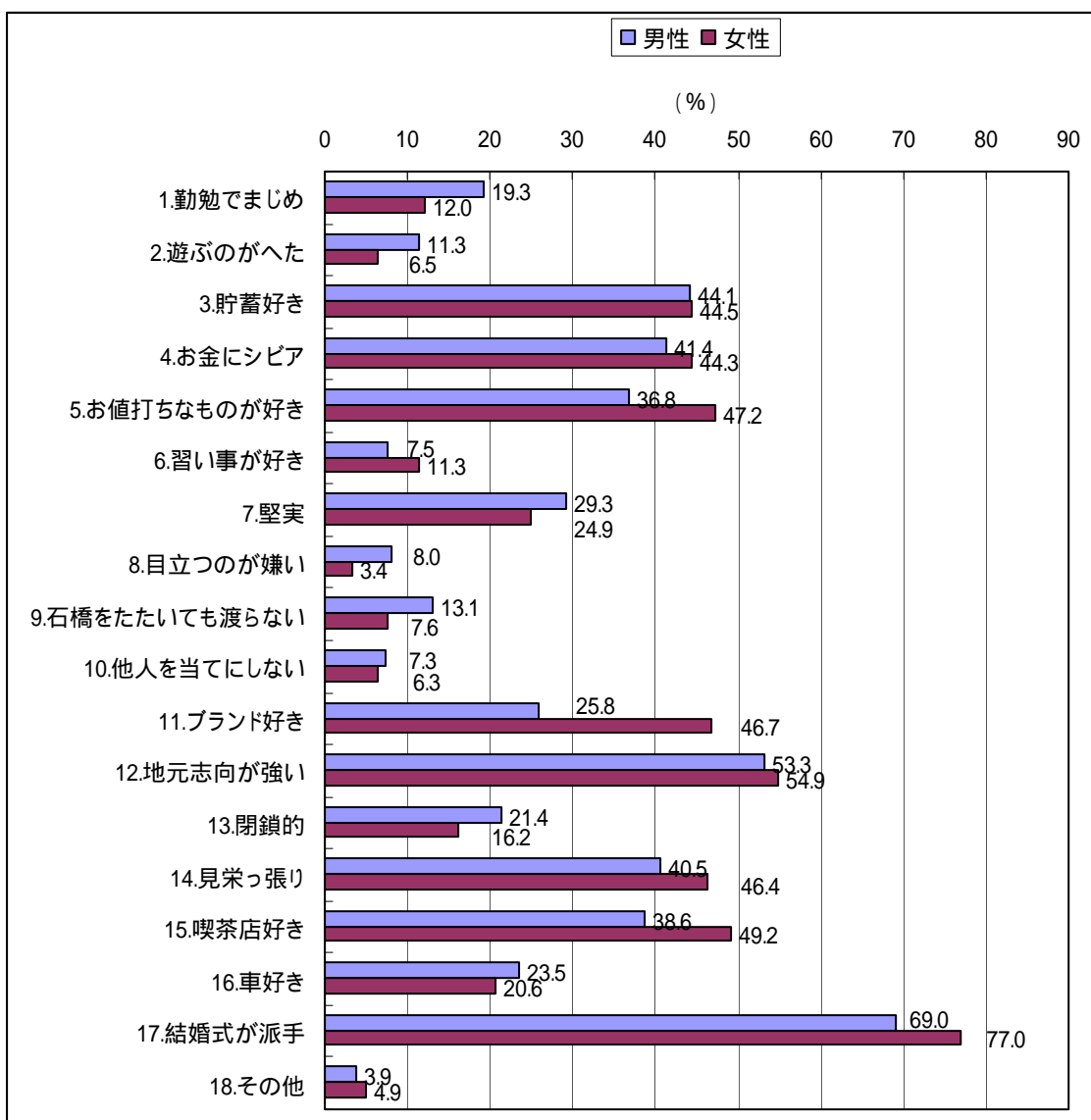


(注) 地元とは、現在、名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学中の人、地元以外とは、かつて名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学したことがある、住んだことはないが行ったことはある、住んだことも行ったこともない人を指す。

名古屋人のイメージは「外見にはお金をかけるが、合理的」

- ・名古屋人のイメージについて尋ねたところ、「結婚式が派手」「見栄っ張り」「ブランド好き」など、外見にお金をかけるイメージを持つ人の比率が高い一方で、「貯蓄好き」「お金にシビア」など合理的なイメージを持つ人の比率も高かった。
- ・地元、地元以外でみると、「貯蓄好き」「お値打ちなものが好き」「堅実」など、合理的なイメージを持つ人の比率は地元の方が大きく上回った。逆に、「結婚式が派手」というイメージを持つ人の比率は地元以外の方が高かった。

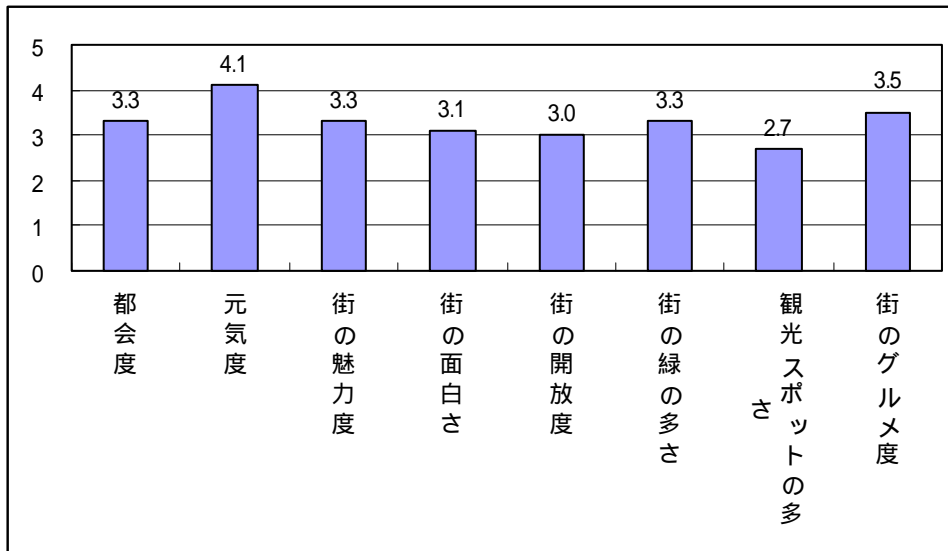
図 11 名古屋人のイメージ（男女別）



問4 名古屋の街というどのようなイメージが思い浮かびますか。
 それぞれ以下の項目について高い順に5、4、3、2、1と5段階で評価するとどのようになりそうですか。

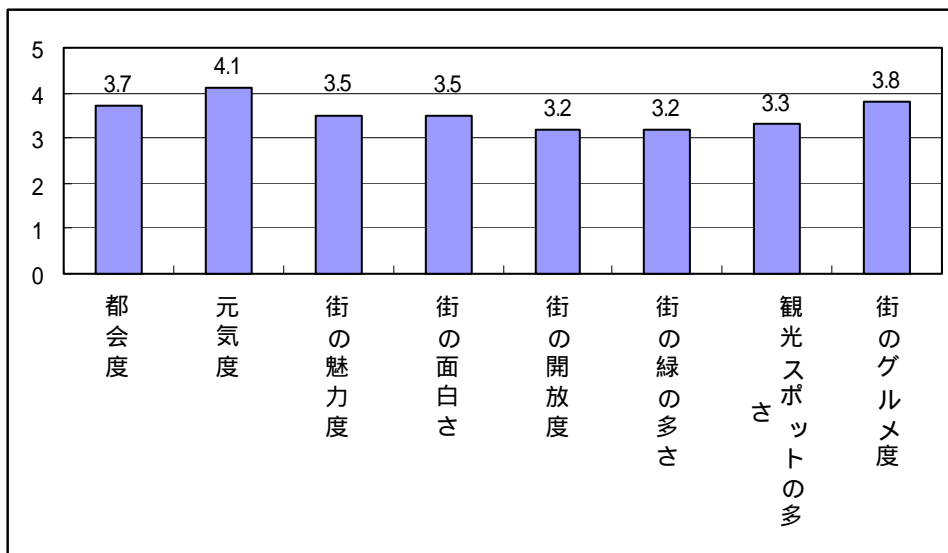
図12 名古屋の街のイメージ評価（地域別）

地元



(注) 地元とは、現在、名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学中の人を指す。

地元以外

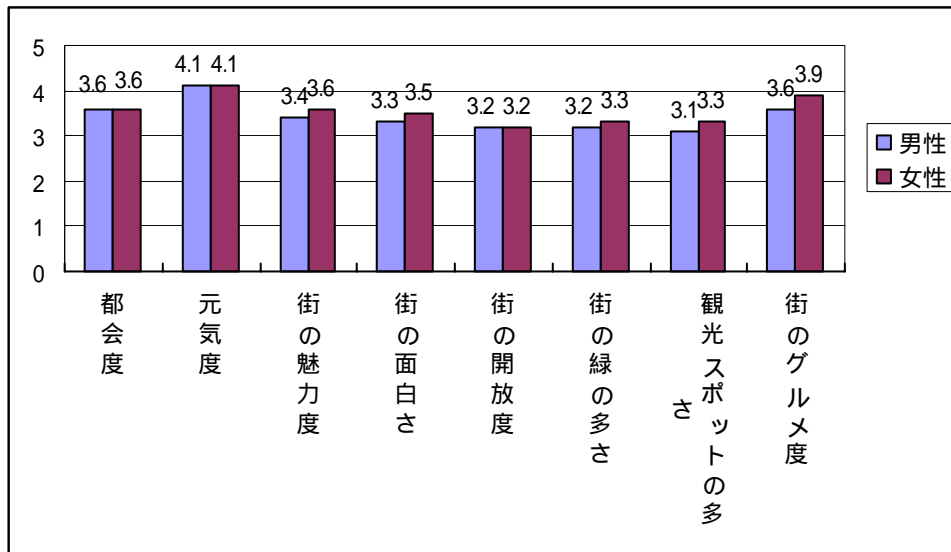


(注) 地元以外とは、かつて名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学したことがある、住んだことはないが行ったことはある、住んだことも行ったこともない人を指す。

評価が高いのは「元気度」「グルメ度」。やや控えめな地元の評価

- ・名古屋の街のイメージは、地元、地元以外ともに「元気度」「グルメ度」の評価が高い。また、「街のグルメ度」をはじめ、ほとんどの項目で地元以外の評価が地元を上回っている。

図 13 名古屋の街のイメージ評価（男女別）

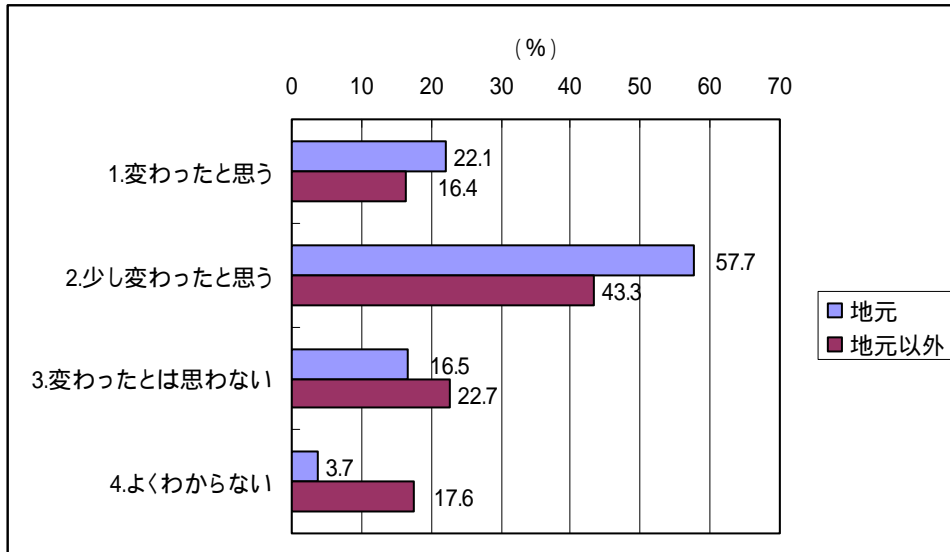


「街のグルメ度」を中心に女性の評価が高い

- ・名古屋の街のイメージを男女別で見ると、総じて女性の評価の方が男性より高い。特に「街のグルメ度」で 0.3 ポイント、「観光スポットの多さ」「街の魅力度」「街の面白さ」で 0.2 ポイント男性の評価を上回っている。

問5	最近、名古屋の街のイメージは変わったと思いますか。
----	---------------------------

図14 名古屋の街のイメージは変わったか（地域別）

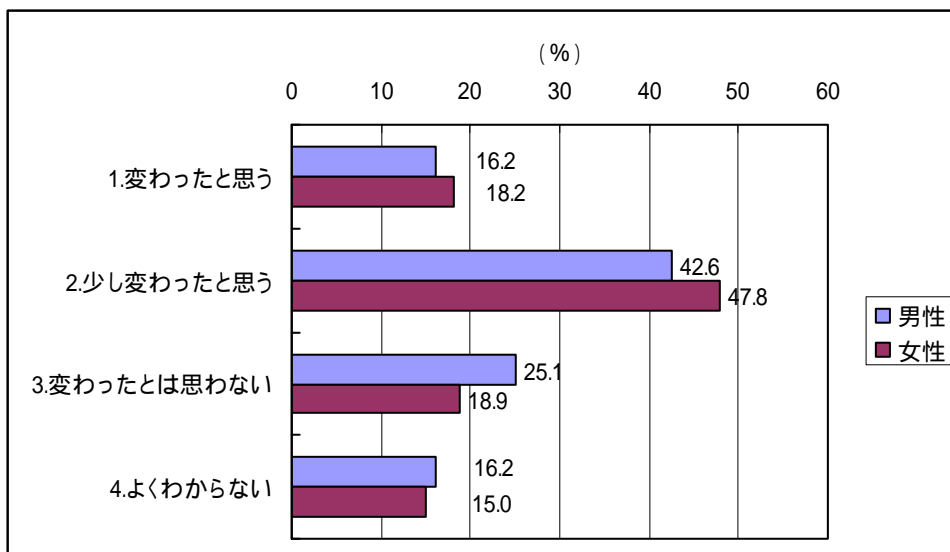


（注）地元とは、現在、名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学中の人、地元以外とは、かつて名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学したことがある、住んだことはないが行ったことはある、住んだことも行ったこともない人を指す。

地元以外でも「名古屋のイメージは変わったと思う」

- ・名古屋の街のイメージの変化について尋ねたところ、地元以外でも変わったと考える人の方が多い。「変わったと思う」「少し変わったと思う」と回答した人の比率は地元8割、地元以外でも6割となっている。

図15 名古屋の街のイメージは変わったか（男女別）

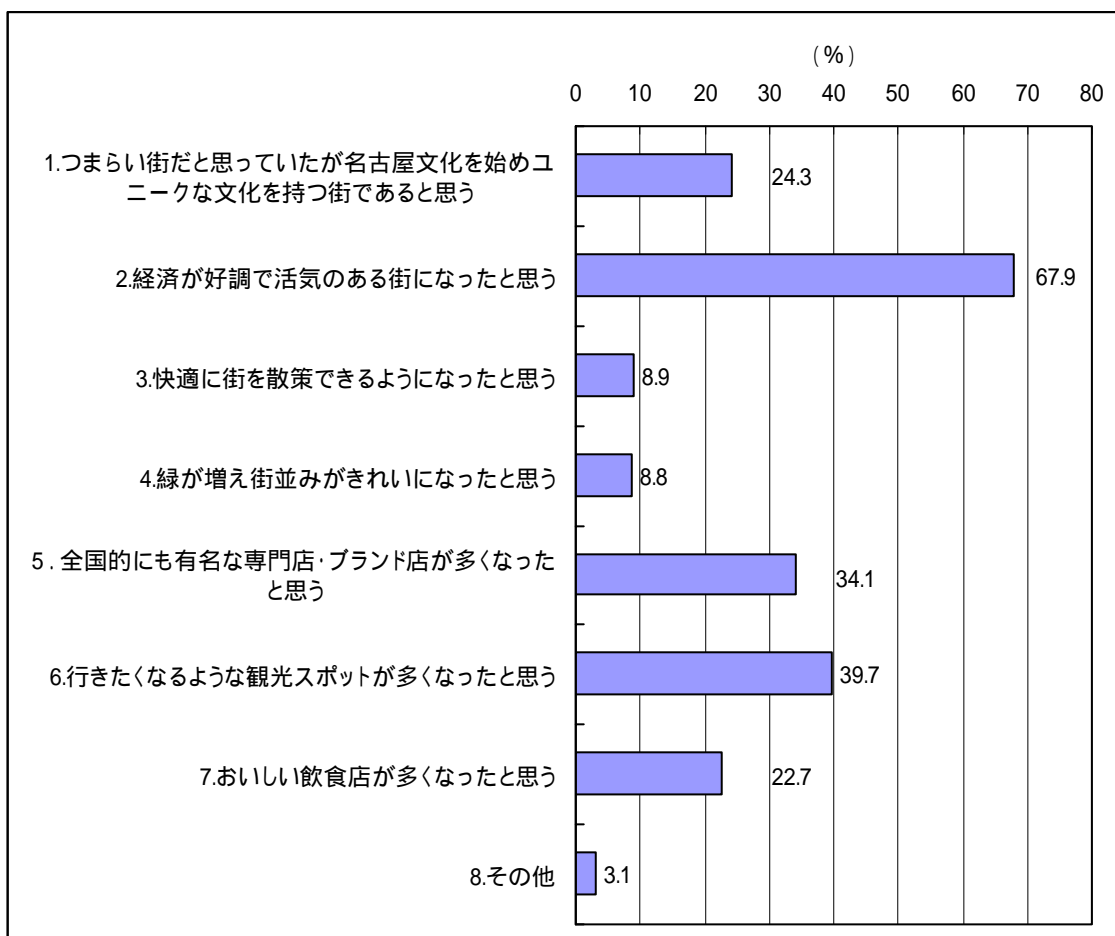


女性の方が名古屋の街のイメージが変わったと実感

- ・男女別でみると、「変わったと思う」「少し変わったと思う」と回答した人の比率は、ともに女性の方が男性より高かった。

問6 問5で「変わったと思う」「少し変わったと思う」と回答された方のみお答え下さい。どのように街のイメージは変わったと思いますか。

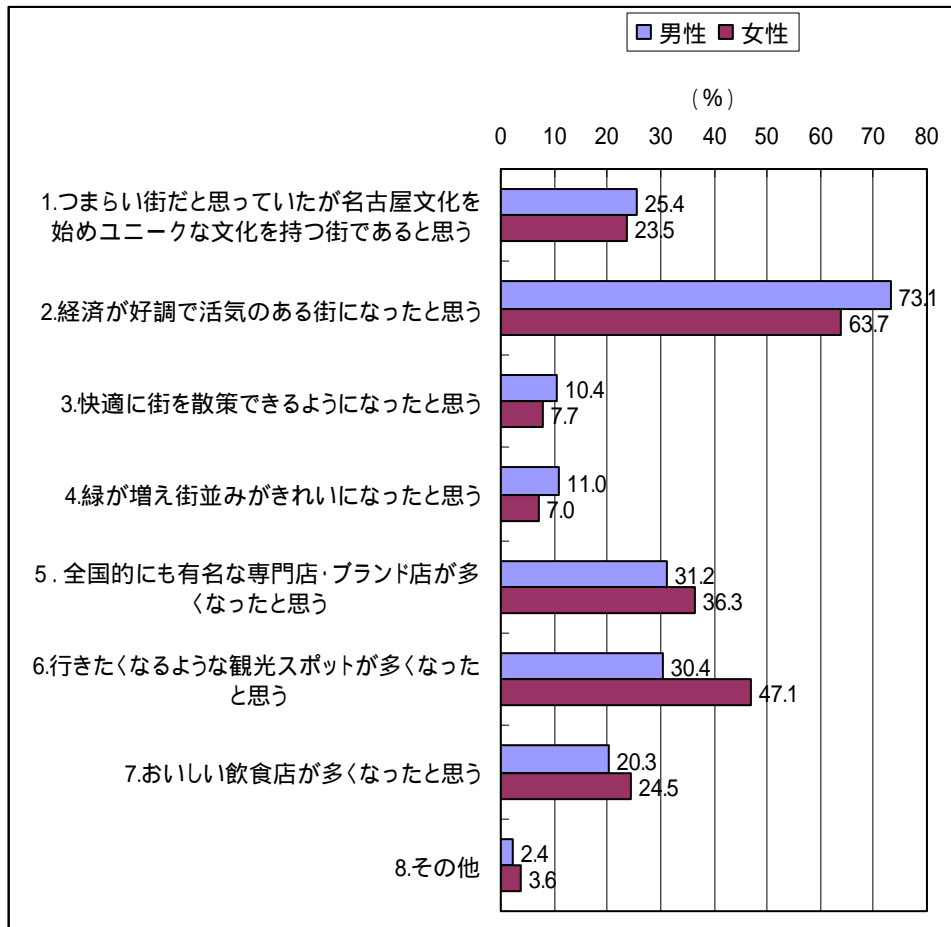
図16 どのように街のイメージが変わったか



名古屋の街のイメージが変わったのは「経済」と「観光スポット」

- ・どのように街のイメージが変わったかという質問に対しては、7割近くの人が「経済が好調で活気のある街になったと思う」と回答。次いで「行きたくなるような観光スポットが多くなったと思う」の順となった。

図 17 どのように街のイメージが変わったか（男女別）



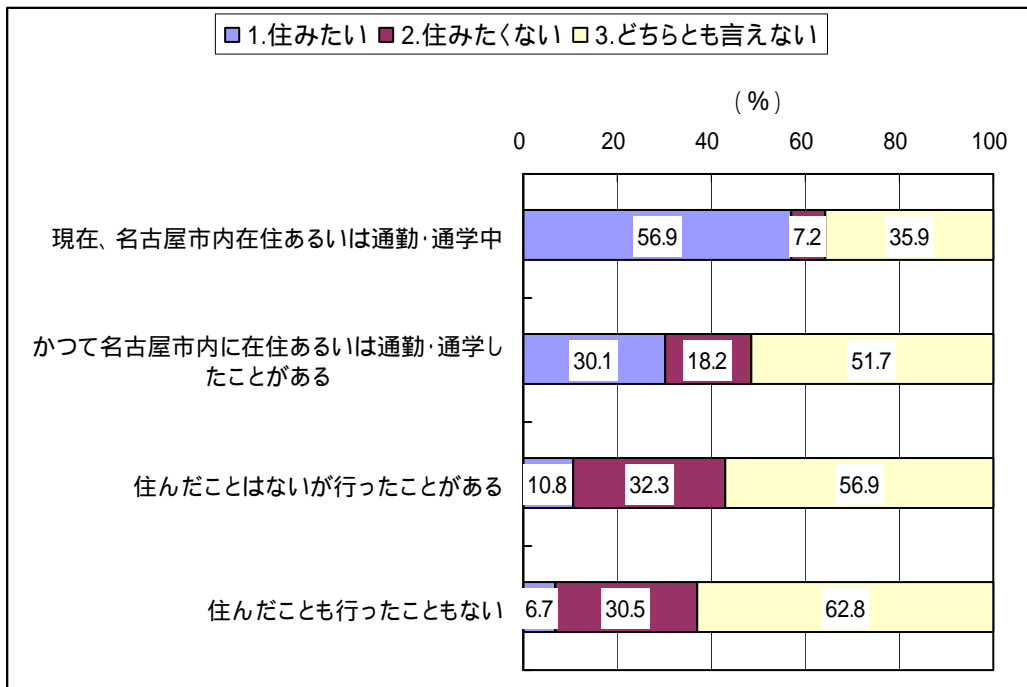
イメージが変わったのは、男性は「経済」、女性は「観光」「買い物」「グルメ」

- ・男女別でみると、「経済が好調で活気のある街になったと思う」と回答した人の比率は、男性が女性を大きく上回っており、逆に「行きたくなるような観光スポットが多くなったと思う」「全国的にも有名な専門店・ブランド店が多くなったと思う」「おいしい飲食店が多くなったと思う」と回答した人の比率は、女性が男性を上回っている。女性が「観光」「買い物」「グルメ」に注目していることは、名古屋の観光にとって好材料といえる。

【3】名古屋への居住希望について

問7	それでは、あなたは、名古屋に住みたいと思いますか。
----	---------------------------

図 18 名古屋への居留意向（在住別）

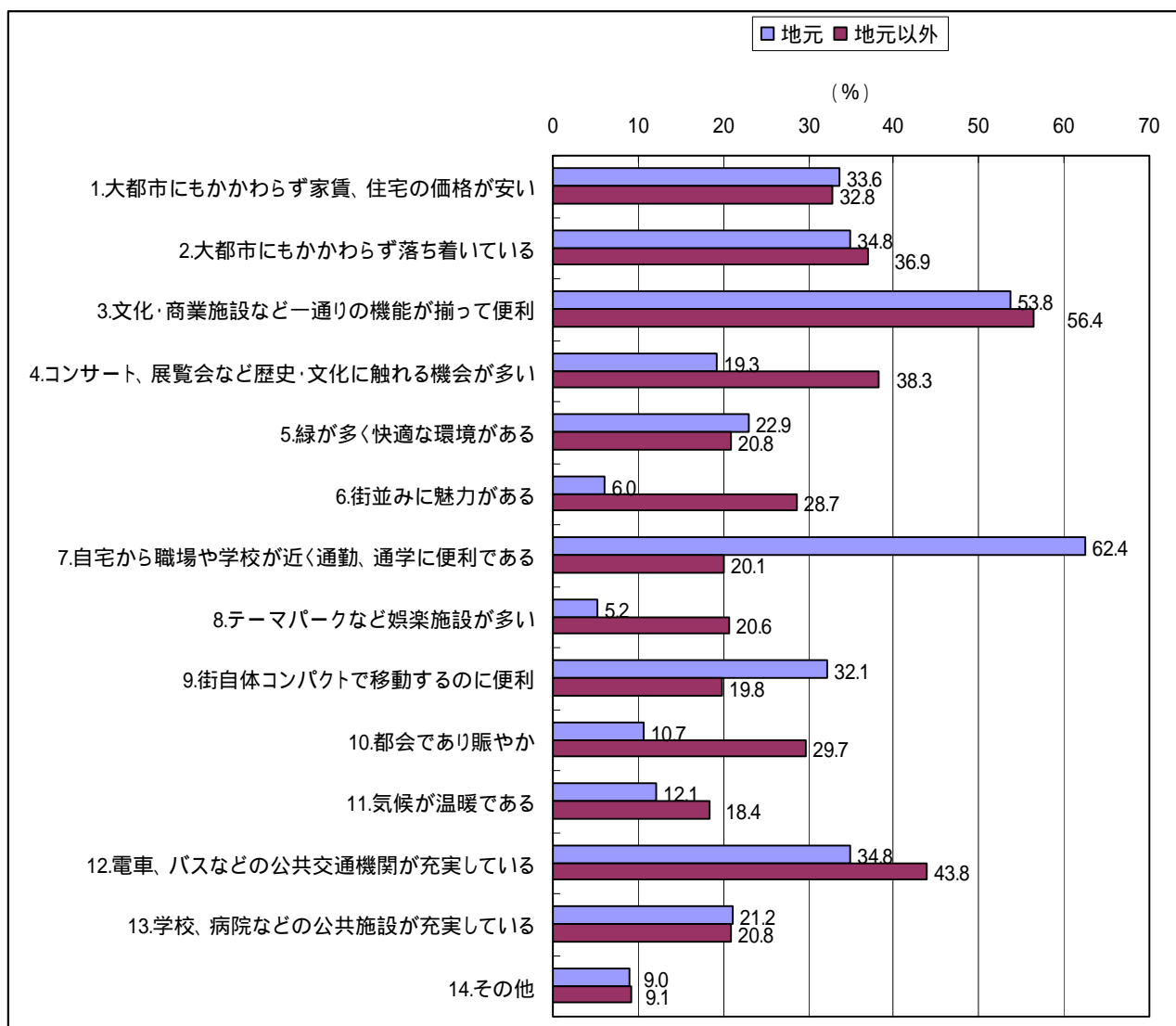


名古屋を知っている人は、名古屋に「住みたい」が「住みたくない」を上回る

- ・当然の結果ではあるが、名古屋に住んでいる人の居留意向は高く、住んでいない人は低い。ただし、かつて在住、あるいは通勤・通学したことがある人でみると、「住みたい」と回答した人の比率が、「住みたくない」と回答した人の比率を大きく上回っている。

問 8 問 7 で「住みたい」と回答された方のみお答え下さい。なぜ、名古屋に住みたいと思いますか。その理由についてお答え下さい。(複数回答可)

図 19 名古屋に住みたい理由(地域別)



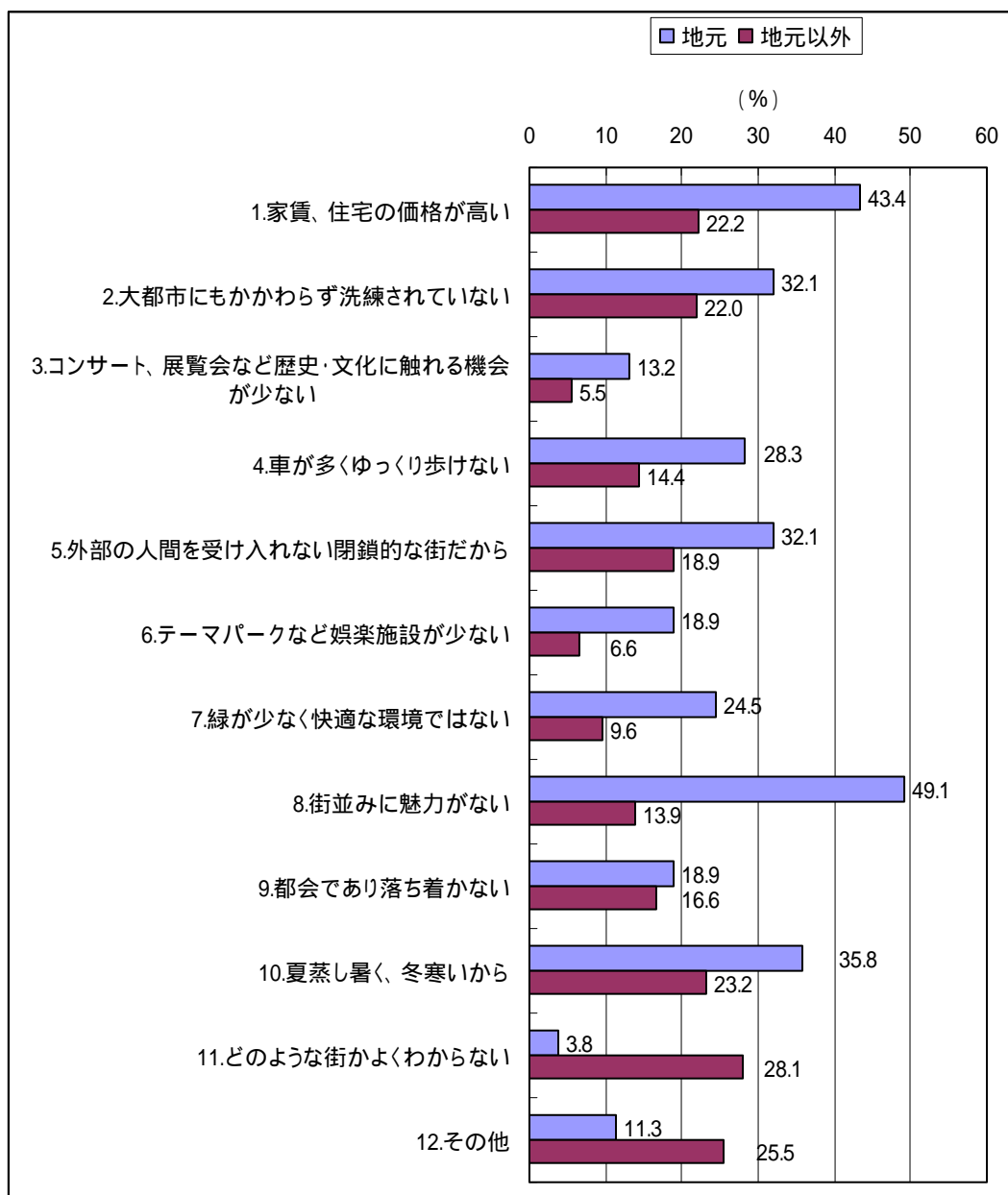
(注) 地元とは、現在、名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学中の人、地元以外とは、かつて名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学したことがある、住んだことはないが行ったことはある、住んだことも行ったこともない人を指す。

名古屋に住みたい理由は、利便性の高さ

- ・名古屋に住みたい理由として一番多かったのが、「文化・商業施設など一通りの機能が揃って便利」、二番目が「電車、バスなどの公共交通機関が充実している」であり、利便性の高さを評価する声が目立った。また、「大都市にもかかわらず家賃、住宅の価格が安い」「大都市にもかかわらず落ち着いている」と回答した人も多かった。
- ・地元で名古屋に住みたいと回答した人の理由についてみると、「自宅から職場や学校が近く通勤、通学に便利である」をあげた人が一番多かった。

問9 問7で「住みたくない」と回答された方のみお答え下さい。なぜ、名古屋に住みたくないと思いますか。その理由についてお答え下さい。(複数回答可)

図20 名古屋に住みたくない理由(地域別)



(注) 地元とは、現在、名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学中の人、地元以外とは、かつて名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学したことがある、住んだことはないが行ったことはある、住んだことも行ったこともない人を指す。

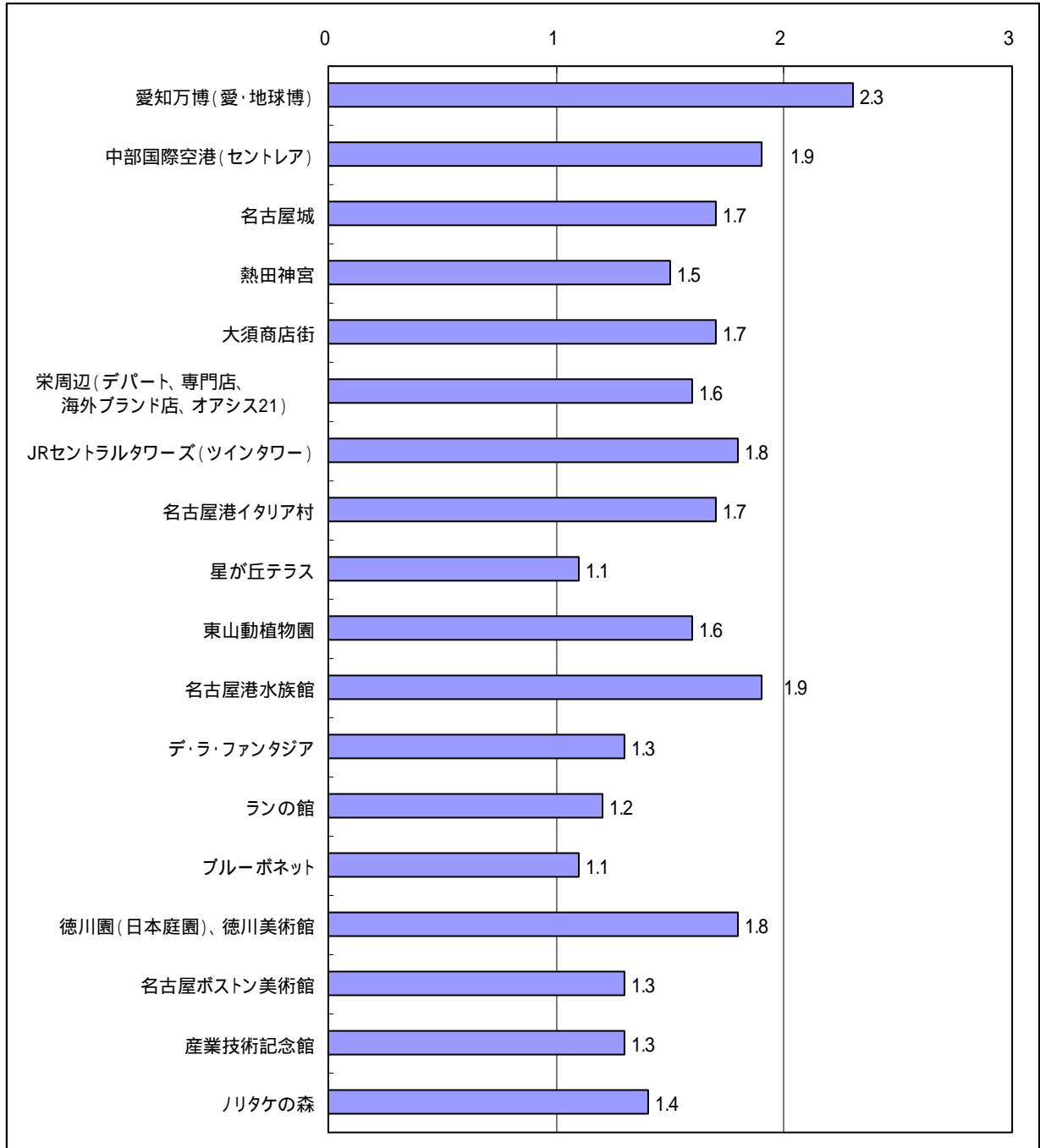
名古屋に住みたくない理由は、地元は「街並みに魅力がない」、地元以外は「どのような街がよくわからない」

- ・ 地元で名古屋に住みたくないと回答した人の理由についてみると、「街並みに魅力がない」と回答した人の比率が一番高く、次いで「家賃、住宅の価格が高い」の順となった。
- ・ 地元以外で住みたくないと回答した人の理由についてみると、「どのような街がよくわからない」を理由にあげた人が多い。

【4】名古屋の観光スポット、グルメについて

問 10 現在、愛知、岐阜、三重県にお住まいの方のみお答え下さい。
 遠方の方（海外からも含む）が名古屋を訪れるとして、おすすめしたい観光スポットを4段階で採点するとどのようになりますか。

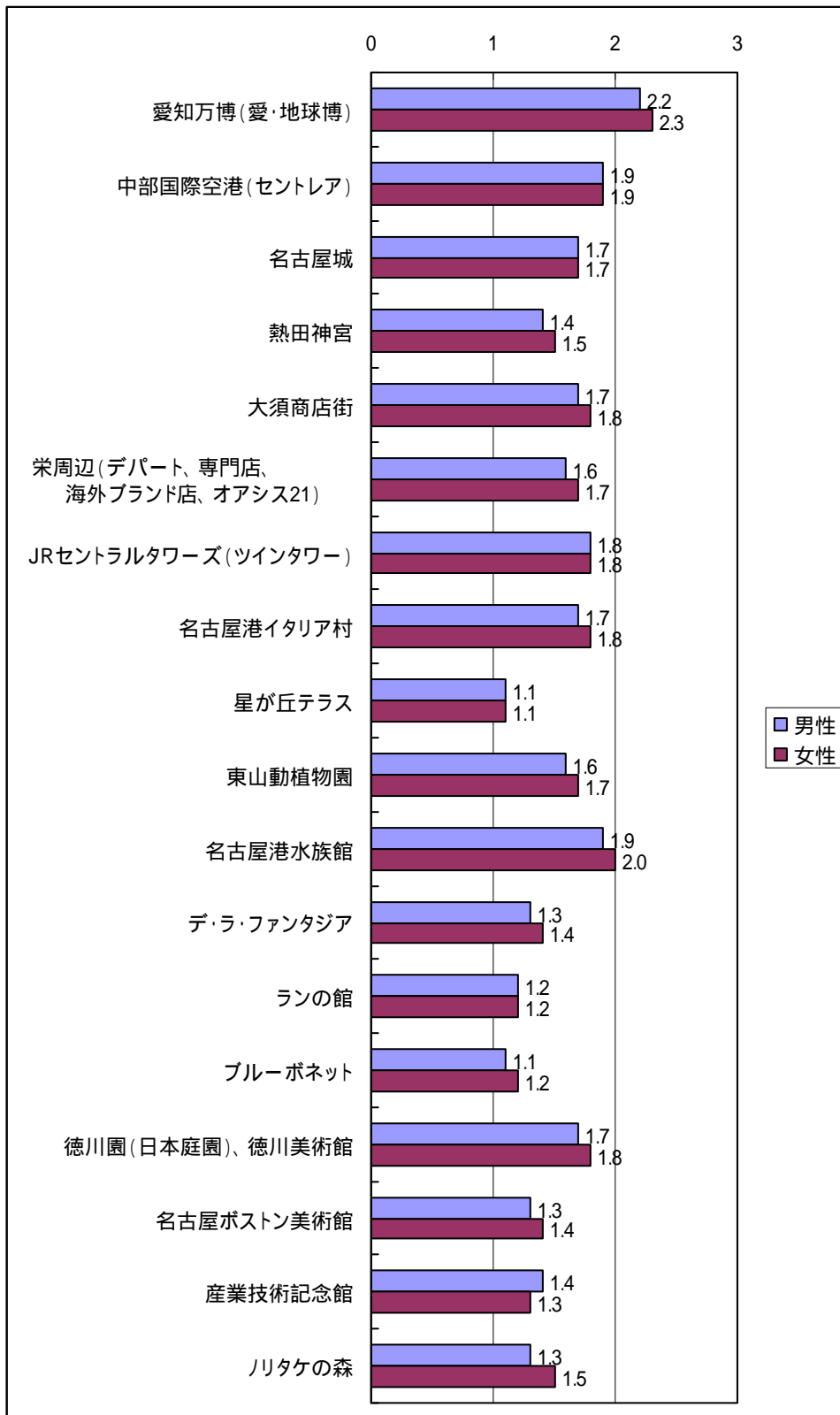
図 21 観光スポットのおすすめ度



おすすめの観光スポットベスト 3 は、「愛知万博(愛・地球博)」「中部国際空港(セントレア)」「名古屋港水族館」

- ・名古屋の観光スポットのおすすめ度は、「愛知万博(愛・地球博)」が圧倒的に高く、次いで「中部国際空港(セントレア)」「名古屋港水族館」の順。「JRセントラルタワーズ(ツインタワー)」「徳川園(日本庭園) 徳川美術館」など、新しい観光スポットのおすすめ度も高い。

図 22 観光スポットのおすすめ度（男女別）

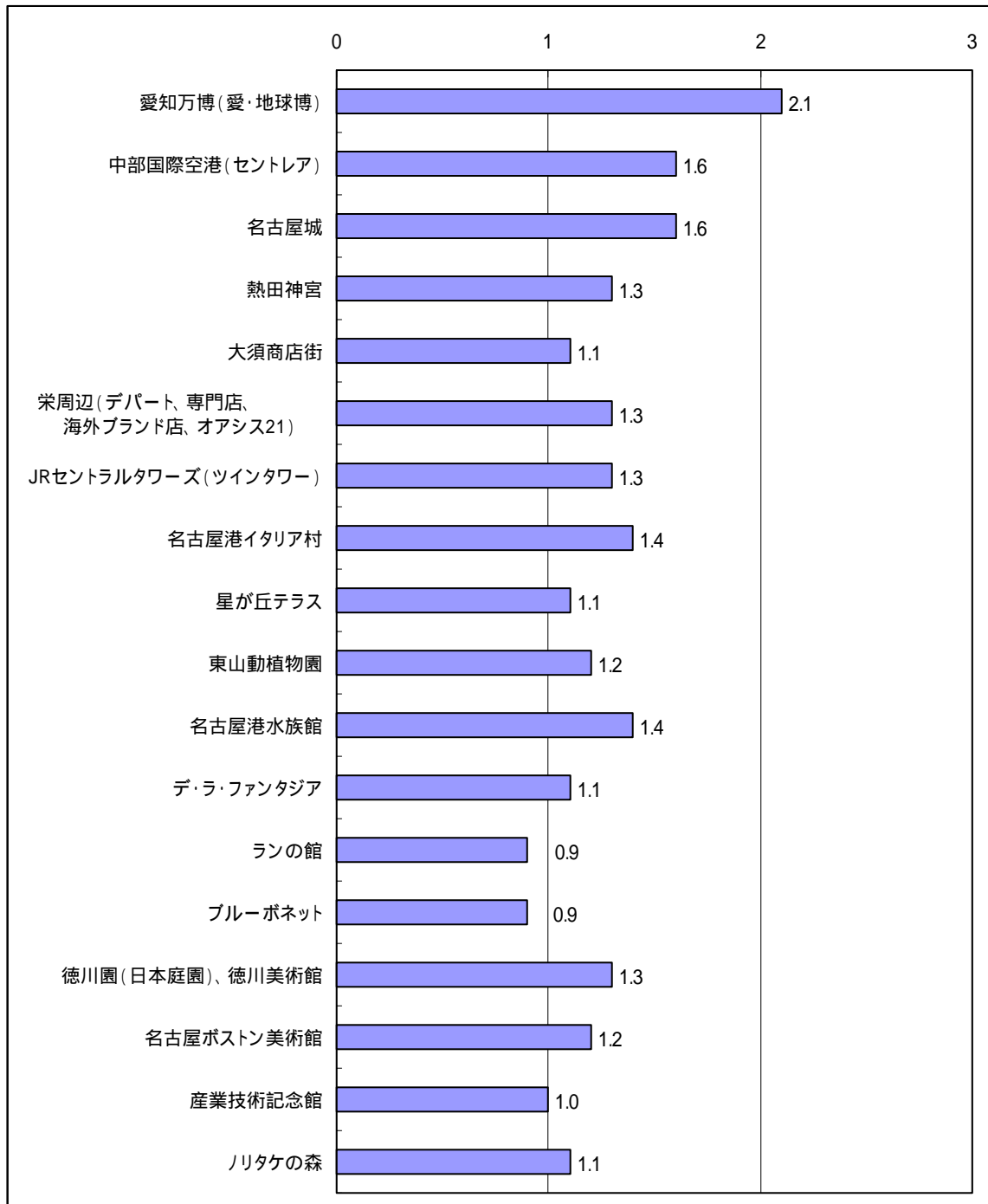


女性の方が高い、地元観光スポットへの評価

- ・名古屋の観光スポットのおすすめ度を男女別でみると、男女とも「愛知万博(愛・地球博)」が一番高いが、全般的にどの観光スポットも女性の方が男性を上回っている。名古屋の観光スポットに対する評価は女性の方が高い。

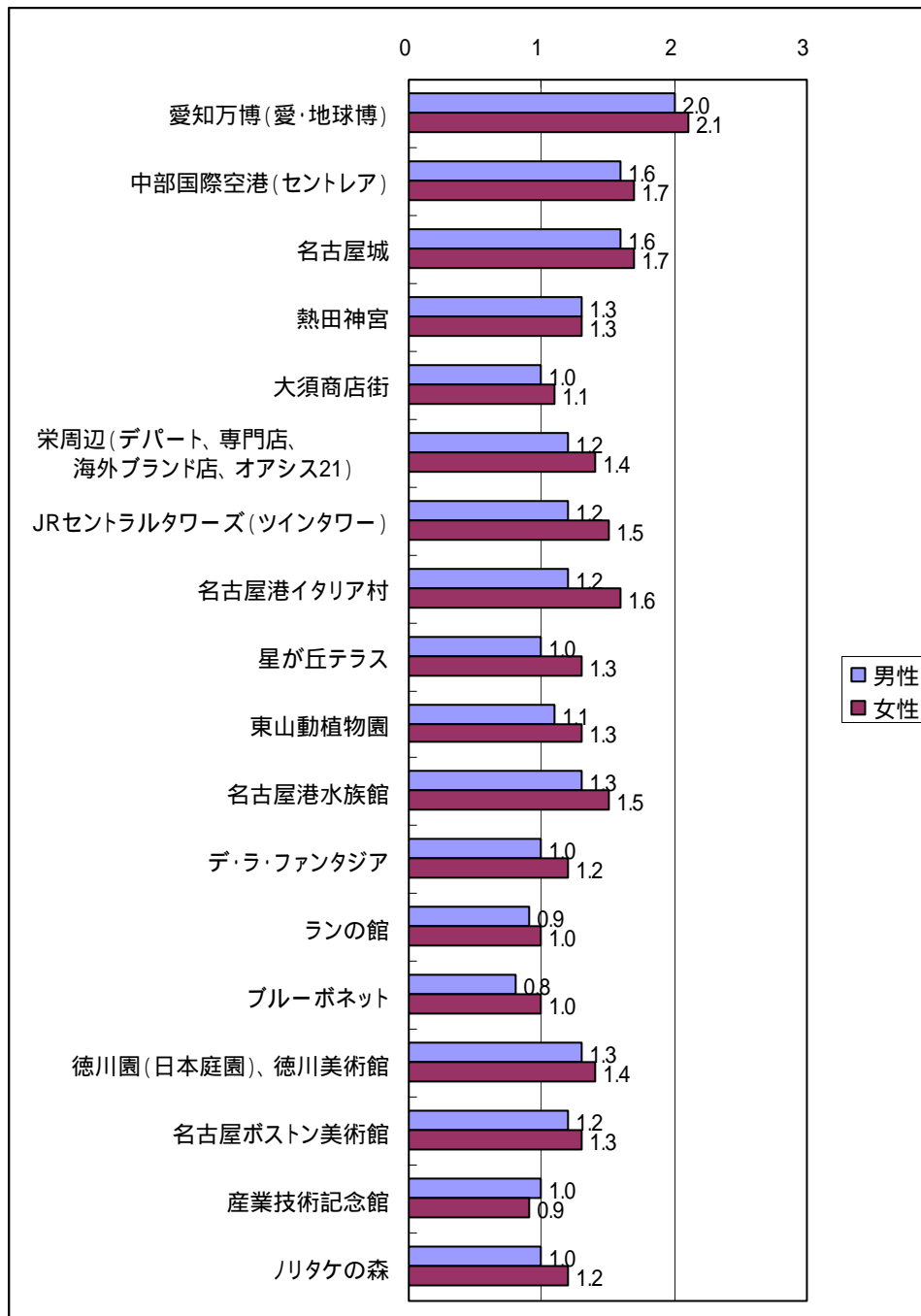
問 11 現在、愛知、岐阜、三重県以外にお住まいの方のみお答え下さい。
 あなたが名古屋を訪れるとして、行きたい観光スポットを4段階で採点するとどのようになりますか。

図 23 観光スポットの人気度



行きたい観光スポット・ナンバーワンは、「愛知万博(愛・地球博)」。次いで「中部国際空港(セントレア)」「名古屋城」
 ・観光スポットの人気度は、「愛知万博(愛・地球博)」が圧倒的に高い。次いで「中部国際空港(セントレア)」「名古屋城」「名古屋港イタリア村」「名古屋港水族館」の順。全体的に、問10のおすすめ度を人気度が下回っているのが気になるところ。問10のおすすめ度の割に人気度が低いのは、「徳川園(日本庭園) 徳川美術館」「名古屋港水族館」と「大須商店街」「栄周辺(デパート、専門店、海外ブランド店、オアシス21)」「JRセントラルタワーズ(ツインタワー)」などの繁華街。

図 24 観光スポットの人気度（男女別）

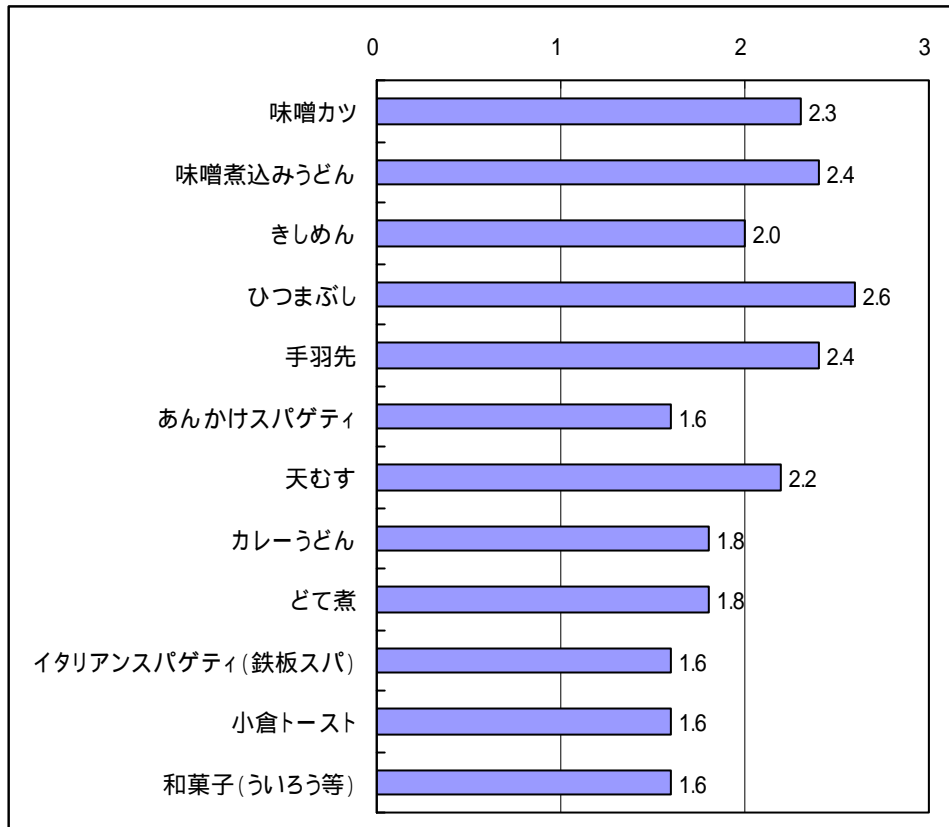


観光スポットの人気度は、女性の方が高い

- ・観光スポットの人気度を男女別で見ると、男女とも「愛知万博(愛・地球博)」が圧倒的に高いが、一般的にどの観光スポットもおすすめ度と同様、女性の方が男性を上回っている。特に、男性と比べ女性の人気度が目立つのは「名古屋港イタリア村」。

問 12 現在、愛知、岐阜、三重県にお住まいの方のみお答え下さい。
 遠方の方（海外からも含む）が名古屋を訪れるとして、おすすめしたい名古屋グルメを4段階で採点するとどうなりますか。

図 25 名古屋グルメのおすすめ度

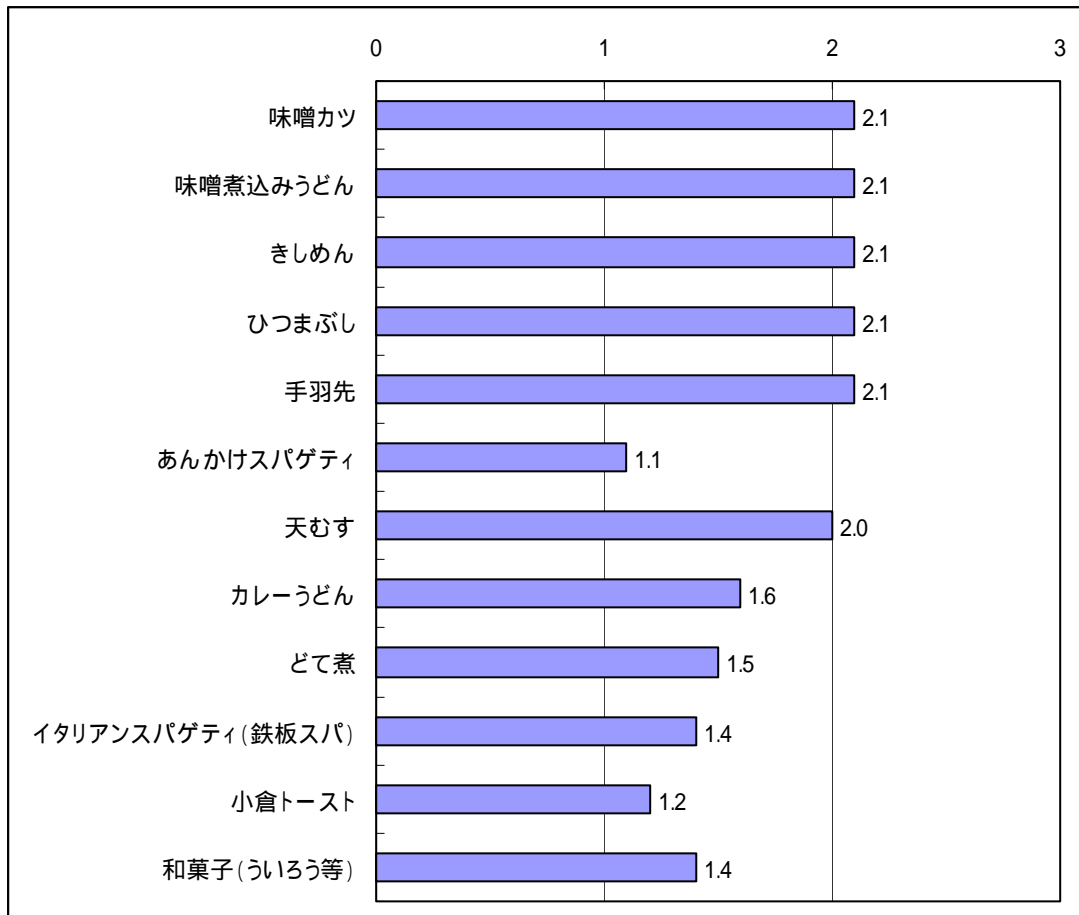


地元（愛知、岐阜、三重）おすすめの名古屋グルメは、「ひつまぶし」「味噌煮込みうどん」「手羽先」「味噌カツ」

・名古屋グルメのおすすめ度は、「ひつまぶし」「味噌煮込みうどん」「手羽先」「味噌カツ」の順。

問 13 現在、愛知、岐阜、三重県以外にお住まいの方のみお答え下さい。
 あなたが名古屋を訪れるとして、食べてみたい名古屋グルメを4段階で採点するとどうなりますか。

図 26 名古屋グルメの人気度



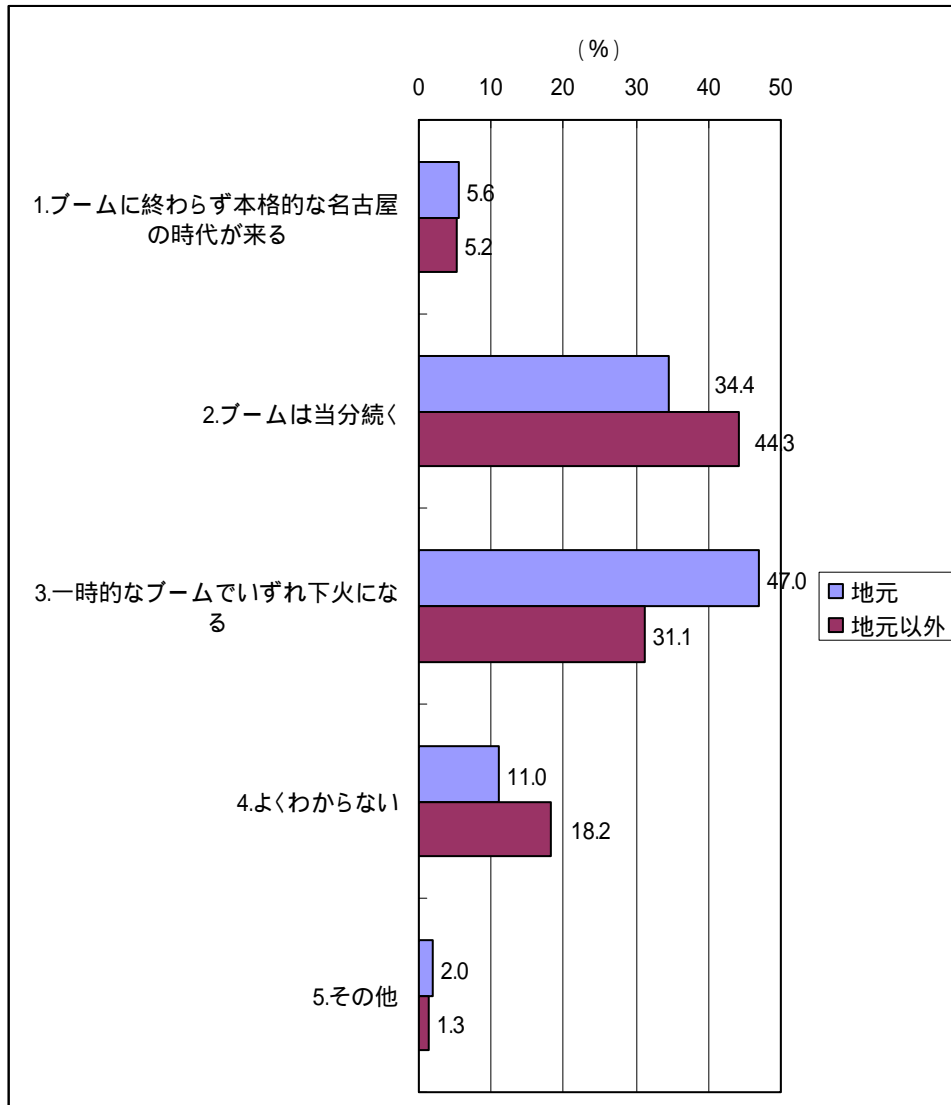
食べてみたい名古屋グルメは、「味噌カツ」「味噌煮込みうどん」「きしめん」「ひつまぶし」「手羽先」が横一線

- ・名古屋グルメの人気度は、「味噌カツ」「味噌煮込みうどん」「きしめん」「ひつまぶし」「手羽先」が高い。問 12 のおすすめ度の高いものは人気度も高く、名古屋ブームで名古屋のグルメに関する情報はかなり浸透しているとみられる。

【5】今後の名古屋について

問 14	今後、名古屋ブームはどのように思いますか。
------	-----------------------

図 27 名古屋ブームの今後（地域別）

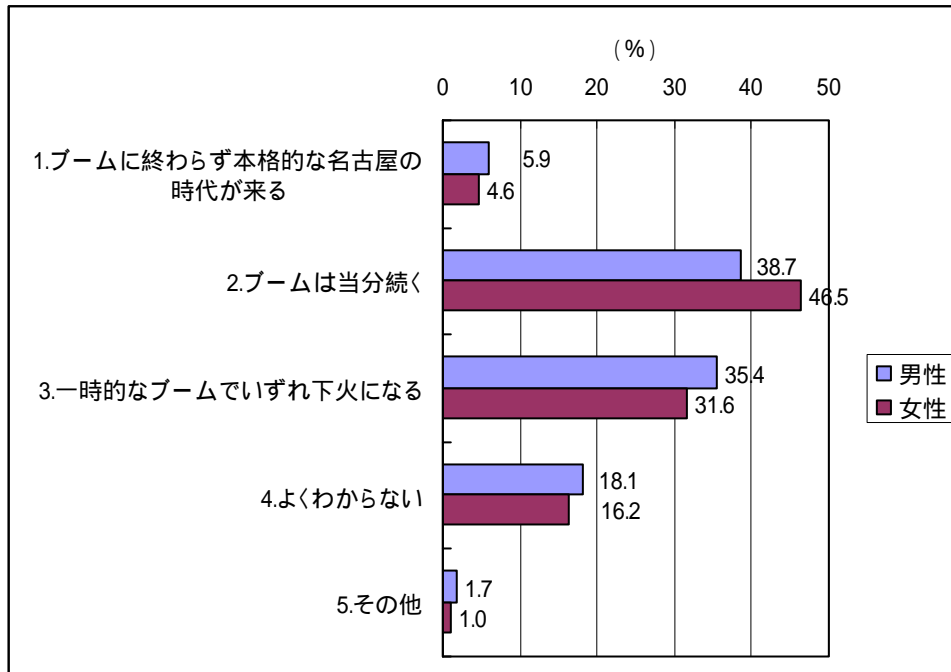


(注) 地元とは、現在、名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学中の人、地元以外とは、かつて名古屋市内に在住、あるいは通勤・通学したことがある、住んだことはないが行ったことはある、住んだことも行ったこともない人を指す。

見方が分れる名古屋ブームの今後

- ・名古屋ブームの今後については、地元と地元以外で大きく見方が分れた。地元以外では、「ブームは当分続く」とみる人が、「一時的なブームでいずれ下火になる」とみる人を大きく上回っているのに対し、地元では、「一時的なブームでいずれ下火になる」とみる人が、「ブームは当分続く」とみる人を大きく上回っており、対照的な結果となった。何事にも慎重なこの地域のお国柄がよく出ている。

図 28 名古屋ブームの今後（男女別）

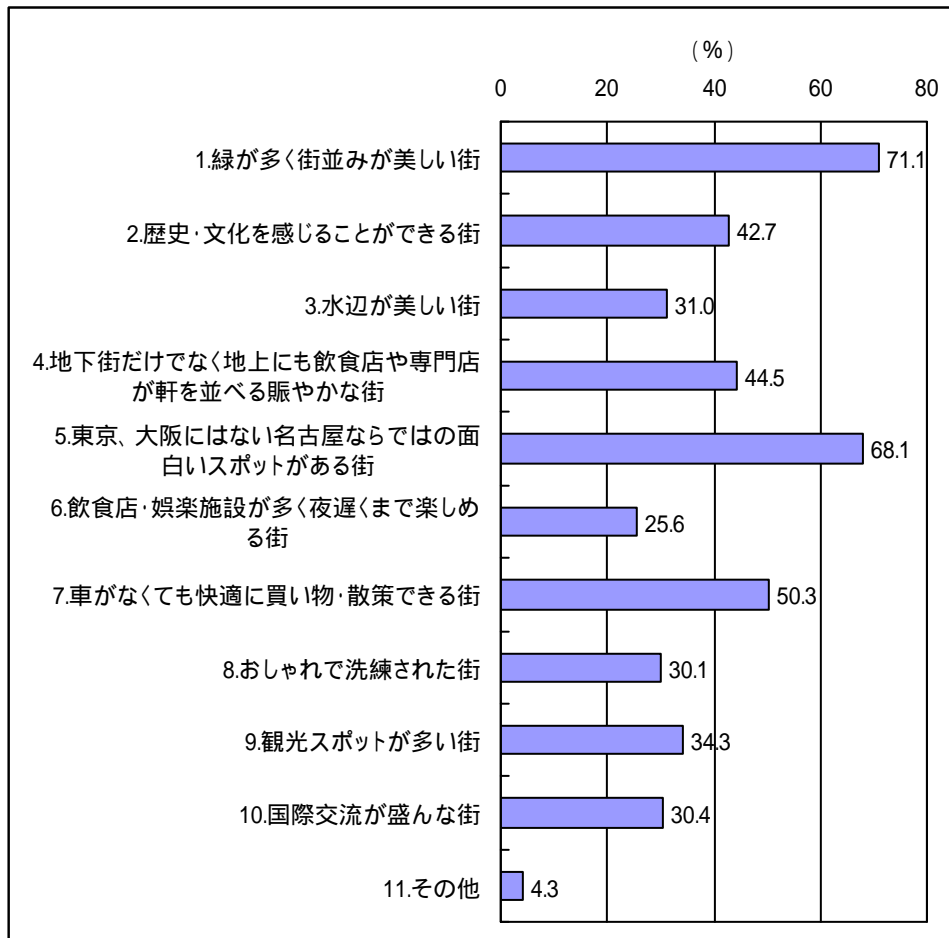


女性の方が「名古屋ブームは当分続く」

- ・名古屋ブームの今後を男女別でみると、女性の方が男性より「ブームは当分続く」と考えており、女性の方が今回の名古屋ブームの勢いを感じていることがわかった。

問 15	現在、愛知、岐阜、三重県にお住まいの方のみお答え下さい。 今後、名古屋はどのような街になって欲しいですか。(複数回答可)
------	---

図 29 どのような街になって欲しいか(愛知、岐阜、三重県)

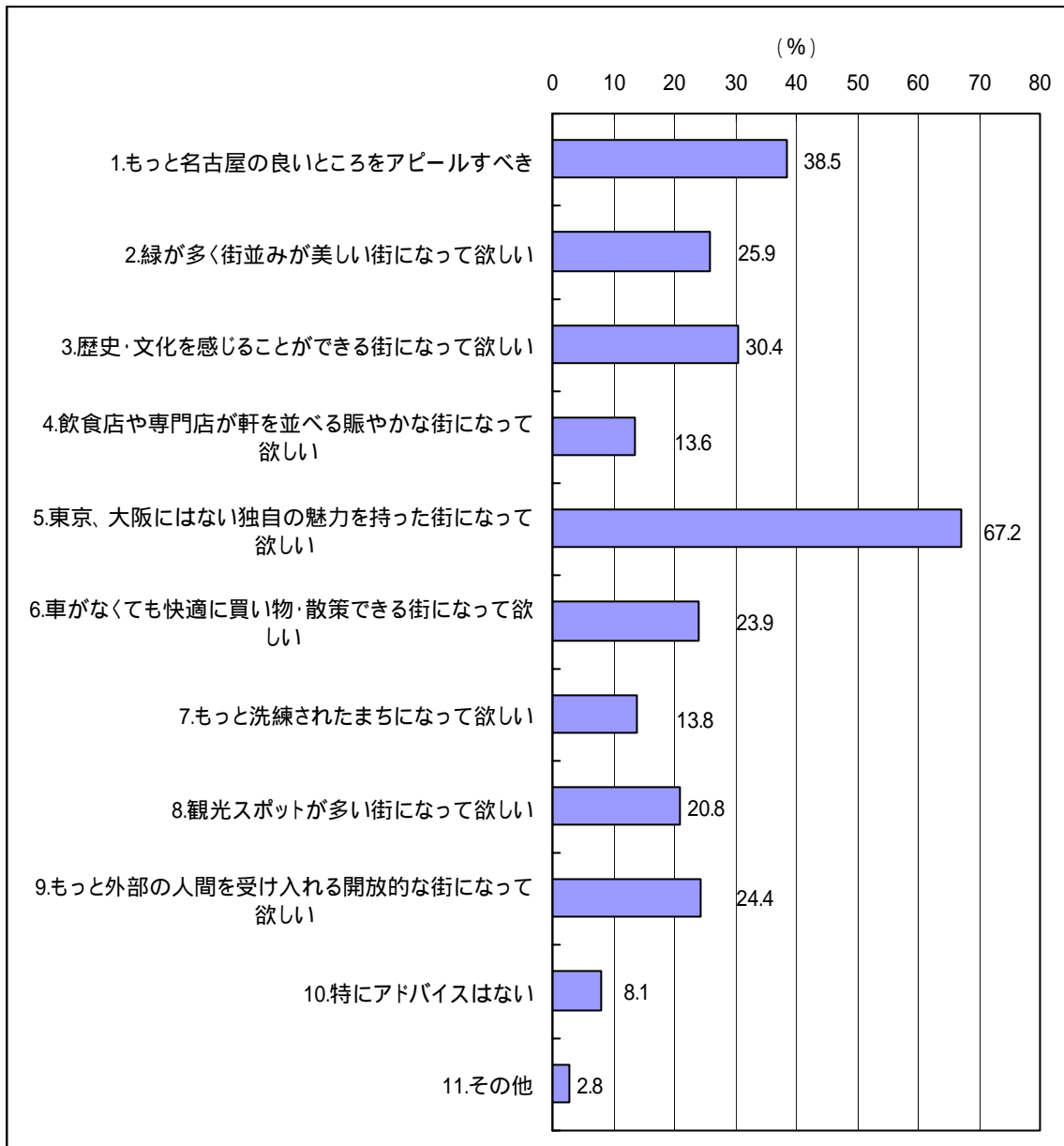


地元(愛知、岐阜、三重)の希望は、「緑が多く街並みが美しい街」「東京、大阪にはない名古屋ならではの面白いスポットがある街」

- ・どのような街になって欲しいかは、「緑が多く街並みが美しい街」「東京、大阪にはない名古屋ならではの面白いスポットがある街」が上位となった。「車がなくても快適に買い物・散策できる街」「地下街だけでなく地上にも飲食店や専門店が軒を並べる賑やかな街」と回答した人の比率も高く、魅力的な街並みや商店街に対するニーズが高いことを示す結果となった。

問 16 現在、愛知、岐阜、三重県以外にお住まいの方のみお答え下さい。
名古屋に対するアドバイスはありますか。(複数回答可)

図 30 名古屋に対するアドバイス(愛知、岐阜、三重県以外)



地元(愛知、岐阜、三重)以外の人からのアドバイスは、「独自性」と「外へのアピール」
 ・名古屋に対するアドバイスは、「東京、大阪にはない独自の魅力を持った街になって欲しい」が7割近くを占めた。次いで「もっと名古屋の良いところをアピールすべき」が多く、これまでも指摘されてきた外へのアピールの不足が課題として改めて浮き彫りになった。

アンケート調査を終えて

名古屋ブームは全国的に浸透

名古屋ブームは地元以外でも6割以上の人に認知されており、認知度は高い。名古屋メシや喫茶店のモーニングサービスなど、今回のブーム以前には、全国的な知名度があまりなかった言葉の認知度も高く、今回の名古屋ブームの浸透度の高さを裏付ける形となった。

女性主導の名古屋ブーム

元気な名古屋経済については、男性の認知度が上回るものの、グルメ、ファッション、観光スポットなど、多くの項目で女性の認知度が男性を上回った。名古屋ブームの勢いを感じているのも女性の方である。今回の名古屋ブームは、愛・地球博開催、中部国際空港開港、好調な経済など様々な要因が重なって起こった現象と考えられるが、今回のアンケート結果からみると、女性主導のブームという側面も強い。

まだまだ続く？名古屋ブーム

愛・地球博以降の名古屋ブームの行方は、この地域にとって気になるところである。アンケートによれば、地元以外ではブームは当分続くとみる人が多いのに対し、地元ではブームを一時的として控えめにみる人が多いという対照的な結果になった。好調な企業収益や、堅調な雇用情勢などからみれば、地元の人でももう少し強気になってもいいのかもしれない。

名古屋ブームは名古屋をアピールする絶好の機会

米紙ワシントンポストでも取り上げられたように、名古屋がいい意味で注目されたのは今回の名古屋ブームが初めてである。特に、今回のブームで画期的なのは、女性の関心を集めた点である。これまで、名古屋といえば、ものづくりのイメージが強く、残念ながら女性が好んで訪れるような街とはいえなかった。今回のアンケートで明らかになったように、名古屋のグルメや観光スポットに、女性が関心を示していることは、名古屋にとっては心強い材料である。名古屋や名古屋周辺には、まだまだ全国的に知られていない魅力は数多い。今回の名古屋ブームを機に、名古屋の魅力を積極的にアピールすること、また日本全国、さらには海外から多くの人を集めることができる街をめざすことが、ポスト愛・地球博の名古屋に最も求められることなのではないか。

【本調査に関する照会先】
社団法人中部開発センター
(担当: 若尾、三宅)
TEL: 052-221-6421
FAX: 052-231-2370