

## 「最も魅力に乏しい都市」なごや？

名古屋市観光文化交流局が7月に公表した調査結果は、ある意味で衝撃的であった。名古屋市はこの4月、市民経済局から「観光文化交流局」をいわば独立させた。「観光」と「文化」を「交流」させて、魅力アップと活性化を図る組織改革だろうか。

新組織誕生もなく実施されたのが、「都市ブランド・イメージ調査」である。調査目的は国内主要8都市それぞれのシビックプライドや魅力度合、名古屋に対して抱かれている魅力やイメージ、効果的なプロモーションに活用可能な媒体を把握すること。調査対象は札幌市、東京23区、横浜市、名古屋市、京都市、大阪市、神戸市、福岡市に在住する20～64歳で、かつ、各都市の在住年数が5年以上の男女、各都市418サンプル。調査期間は2016年6月1日～6日。

名古屋市はシビックプライドについて、「愛着度」は8都市中7番目、「誇り度」は6番目、「推奨度」は最下位。とりわけ「推奨度」の低さが際立つ。

観光に直接かかわる「訪問意向」は1.4ポイントと極端に低く、これも断トツの最下位である。

これと関連するが、名古屋市は「最も魅力を感じる都市」で最下位、「最も魅力に欠ける都市」で最上位となり、最も魅力に乏しい都市と見られている。なかでも「魅力に欠ける」が30.1ポイントと残念ながら抜きん出ている。

他都市の市民は自分の住んでいる都市を、「最も魅力的に感じる」と回答する人が最も多いが、名古屋市民は名古屋市よりも東京23区や京都市の方を「最も魅力的に感じる」と回答する人が多い。名古屋市民が名古屋を評価していないわけで、これもショックな結果だ。あと「なごやめし」のイメージ・評価が高いという、これまでと同じような結果も出ている。

「名古屋と観光」という講義や講演のなかで、同じような資料を示し、名古屋の個性と魅力、観光戦略を語ってきたが、今回の調査結果には考えさせられることが多い。

(2016年8月26日)

