

# ＜魅力創造・発信＞をめぐる状況

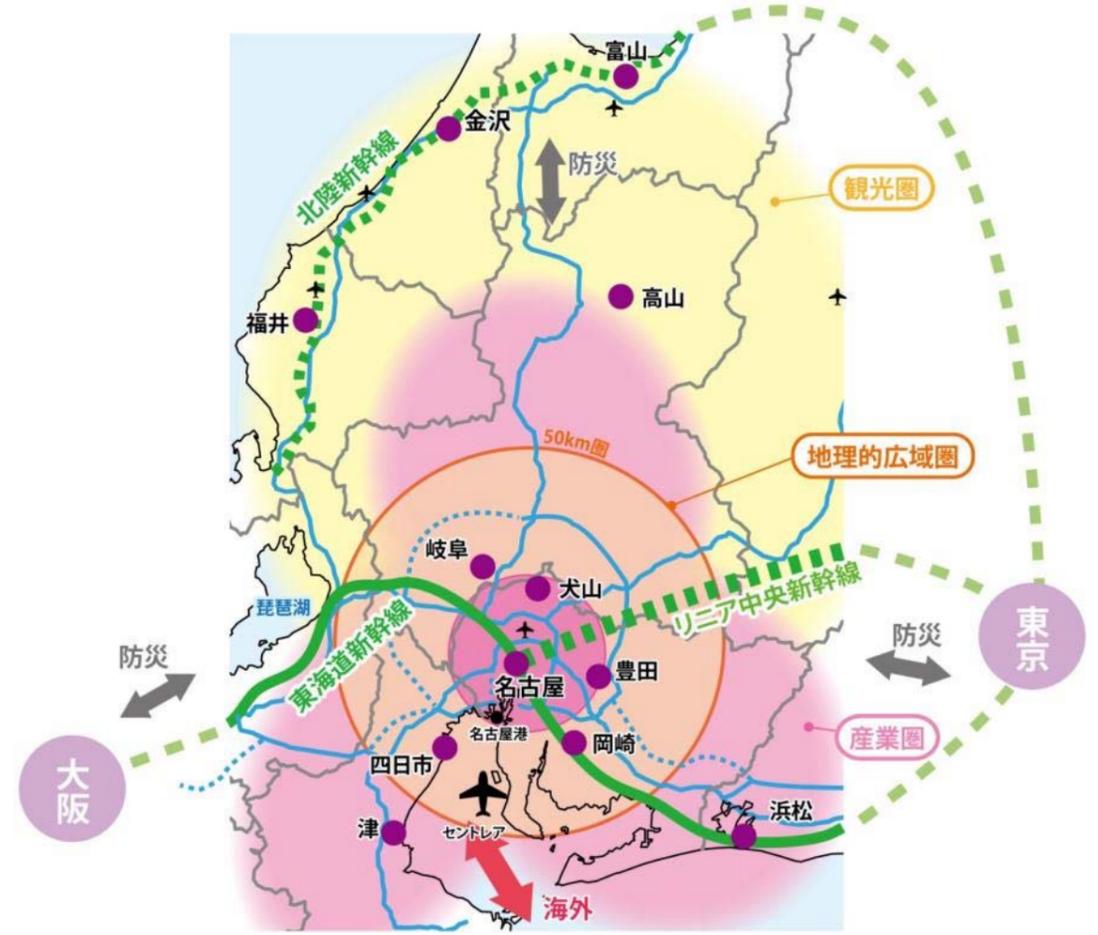
**名古屋大都市圏の位置づけ、捉え方** (図①、②)：多様な地域特性・地域資源の魅力を磨き、発信し、圏域内外での交流を活性化していくためには、圏域の立地優位性を最大限に活かしつつ、愛知・名古屋はもとより、都市圏として幅広く協力・連携していくことが重要である。

**圏域における文化・観光資源** (図③、④、⑤)：愛知・名古屋をとりまく地域には、史跡、自然、文化施設、レジャー、温泉などの多様な観光資源が分布しており、広域的な「昇龍道」プロジェクトが進められている。また、ものづくり産業の集積を生かした産業観光、「なごやめし」や「世界コスプレサミット」など地域の特色ある文化やイベントの人気の高まっている。

**外国人のべ宿泊者数** (図⑥)：愛知県の宿泊者数を見ると外国人のべ宿泊者数は多いが、多くは出張・ビジネス目的である。観光・レクリエーション目的の宿泊者数は少なく、静岡県、長野県や岐阜県より少ない状況である。

**見本市開催件数等** (図⑦)：この地域で開催される見本市・展示会の開催件数は、首都圏の約 1/25、関西圏の約 1/3 となっている。また、ほとんどは名古屋市で開催されている。

名古屋大都市圏の捉え方 (図②)



名古屋大都市圏の位置づけ (図①)



圏域における主な文化資源 (図③)



金シャチ横丁 (イメージ)

なごやめし

文化のみちエリアの主な歴史的建造物

龍のイラストは、中部運輸局、北陸信越運輸局及び中部広域観光推進協議会が、中部北陸 9 県の自治体、観光関係団体、観光事業者等と協働して中部北陸圏の知名度向上を図り、主に中華圏からインバウンドを推進するために立ち上げた「昇龍道プロジェクト」のイメージを表している。「昇龍道」とは、中部北陸 9 県のエリアを総称する名称である。

「昇龍道」プロジェクトの地域における主な観光資源等の分布(図④)



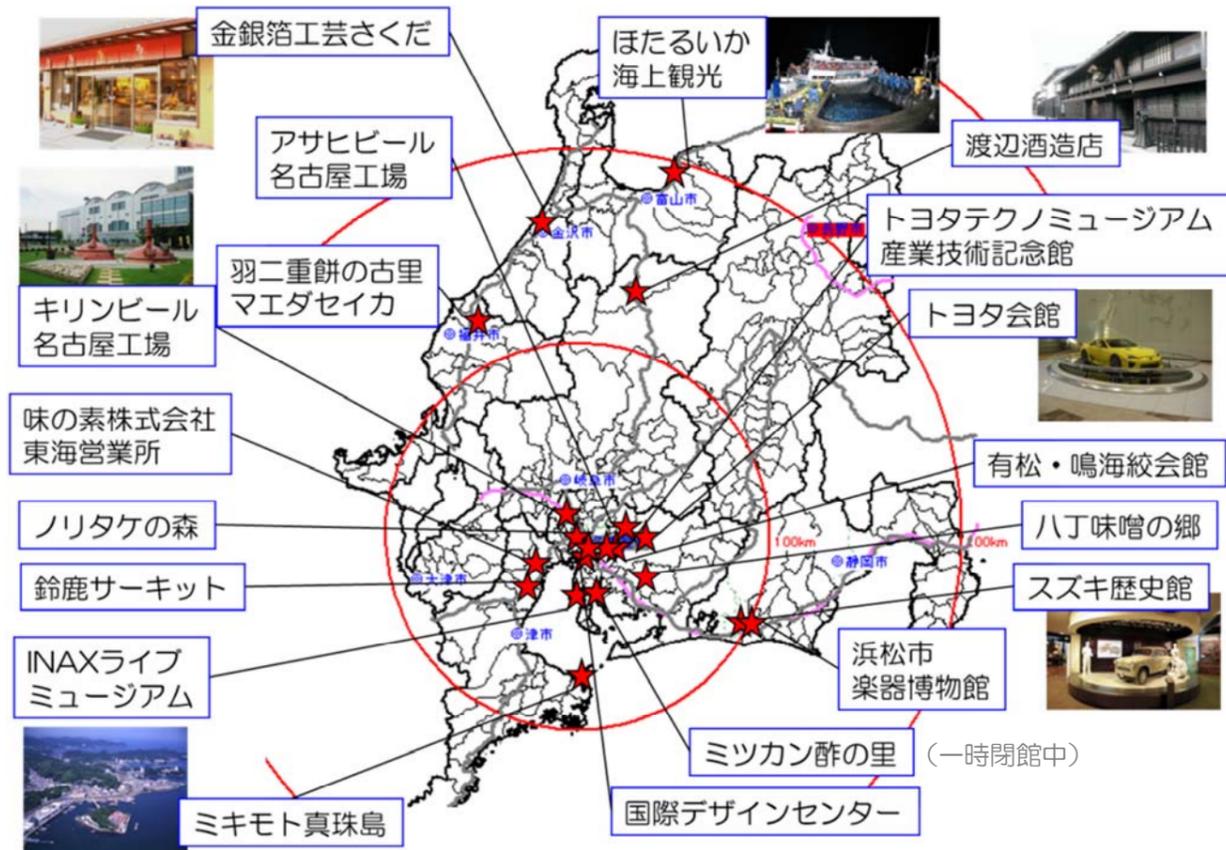
目的別外国人のべ宿泊者数【平成24年】(図⑥)

延べ宿泊者数 <sup>※1</sup>		主に観光目的 <sup>※2</sup>		主にビジネス目的 <sup>※2</sup>	
都道府県名	(千人)	都道府県名	(千人)	都道府県名	(千人)
1 東京都	8,292	1 東京都	2,831	1 東京都	5,457
2 大阪府	3,061	2 京都府	2,045	2 大阪府	1,742
3 京都府	2,305	3 北海道	1,666	3 愛知県	791
4 北海道	2,012	4 大阪府	1,318	4 千葉県	685
5 千葉県	1,795	5 千葉県	1,110	5 神奈川県	578
6 愛知県	945	∴ ∴ ∴		6 福岡県	521
		9 静岡県	273	7 北海道	346
		13 長野県	227	8 京都府	261
		15 岐阜県	201	9 兵庫県	245
		17 愛知県	154	10 静岡県	221

※1 延べ宿泊者数には宿泊目的割合不詳を含むため、観光目的とビジネス目的の合計とは一致しない。  
 ※2 「主に観光目的」とは、宿泊目的が主として観光・レクリエーション、「主にビジネス目的」とは、宿泊目的が主として出張・ビジネスであることを意味する。

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査報告」(平成25年6月)

「昇龍道」プロジェクトの地域における主な産業観光資源の分布(図⑤)



国内都市見本市開催件数及び主な施設(図⑦)

都市圏	都道府県名	2009	2010	2011	平均	主なメッセ施設(所在地、総展示面積)
名古屋都市圏	名古屋市	15	13	12	13	・ポートメッセ名古屋(名古屋市、33,946㎡)
	名古屋市	13	12	11	12	・吹上ホール(名古屋市、8,505㎡)
	浜松市	2	1	1	1	・アクトシティ浜松(浜松市、3,500㎡)
東京圏	東京都	301	290	323	304	・東京国際フォーラム(千代田区、5,000㎡)
	東京都	241	231	255	242	・東京ビッグサイト(江東区、82,666㎡)
	横浜市	35	36	40	37	・パシフィコ横浜(横浜市、20,000㎡)
	千葉市	25	23	28	25	・幕張メッセ(千葉市、75,098㎡)
大阪圏	大阪市	50	50	34	44	・インテックス大阪(大阪市、約70,000㎡)
	大阪市	45	43	28	38	・マイドームおおさか(大阪市、4,800㎡)
	神戸市	5	7	6	6	・神戸国際展示場(神戸市、13,600㎡)
	神戸市	5	7	6	6	

※年度単位での開催件数を表示  
 (出典：見本市・展示会データベース(日本貿易振興機構)、日本コンベンション都市ガイド)