

## ビジネス客に関するヒアリング結果

- 県内の大手企業及び主要ホテルにヒアリングした結果は次のとおり。
- 海外からの出張者は、概ね下表のとおり3通りで、滞在期間は短いもので日帰り、長くは1か月程度。県内での滞在時間は短く1週間以内の出張の場合で半日程度、1か月の工場実習であれば週末に観光の時間あり
- 県内の観光案内先は、概ね名古屋市内に限定されており、大半が名古屋城、徳川美術館。
- 観光旅行者、受入企業、宿泊ホテルへの情報提供が不足
- なお、国内からの出張者は用務が済み次第帰社するため、観光案内している企業はなく、観光案内は海外からの出張者が対象

### [旅行形態]

目的	対象者	期間 (うち県内での滞在)	県内の観光案内
会議・商談、 表敬、納品 検査等	中堅社員～企業トップ (欧米亜数名)	2日間～5日間程度 (日帰り～5日間程度)	名古屋城、徳川美術館、 産業記念館等
報奨旅行	現地代理店経営者 (欧米亜数名～40名)	3日間～1週間程度 (1泊2日)	県内に宿泊するものの、 本社訪問、工場見学、パ ーティのみで観光なし <他の訪問地> 京都、富士山、東京等
工場実習	現地法人の作業員 (アジア中心10名程度)	1週間～1か月程度 (同上)	休日に、日本人社員が 県内の近隣観光地を案内

### 1 県内の大手企業

(1) 期間：平成21年6月30日～7月27日

(2) 対象：県内に本社又は支社・生産拠点を有する13社（製造業12社、商社1社の総務担当者又は営業担当者（うち3社に関しては、社員旅行を主に扱う子会社））

地域	本社所在地	
	愛知県	他県
名古屋	3社 (事務機器、窯業土石、鉄鋼)	2社 (繊維製品、商社)
尾張	3社 (工作機械、窯業土石、創薬)	1社 (電気機器)
西三河	3社 (輸送機器組立、同部品、電動工具)	—
東三河	—	1社(繊維製品)

(3) 聴取結果：

ア 出張者の受入れは、各社の進出先の国からが多く、アジアが中心

イ 観光案内先は、名古屋市以外に立地する企業も含め、ほぼ名古屋市内(名古屋城、徳川美術館等)に集中

その理由としては、事務所、工場の近隣に適当な観光地がないこと、新幹線又は航空機の出発時間の調整があり、名古屋駅又は中部国際空港にアクセスしやすい名古屋市に移動するため。半日程度のまとまった時間があれば、京都に案内

ウ 本県は、製造業主体であるため、外国人はモノづくりに対して高い関心

地域別の志向としては、欧米は日本文化（寺院、日本庭園、着物等）で、書道、陶芸等の体験にも強い関心。アジアは買い物（電化製品、化粧品等）中心

エ 団体での見学、報奨旅行については、出発前にスケジュールが決まっており、来日後に変更の余地なし。したがって、本県内を観光してもらうには、相手国における本県の観光情報の提供が必須。情報発信力の弱さが顕著で、本県の知名度は低い。

オ 日本人社員が案内する場合、自ら行ったことのない観光地は案内しないため、観光地を広く案内するには、案内する者に対して県内の観光情報の提供（パンフレット、インターネット等）が必要

## 2 県内の主要ホテル

(1) 期間：平成 21 年 8 月 12 日～20 日

(2) 対象：〈名駅付近〉 3 ホテル（外資系、電鉄系各 1 のシティホテル、ビジネスホテル 1）  
〈栄付近〉 1 ホテル（電鉄系のシティホテル）

(3) 聴取結果：

ア 平日はビジネス客、休日は家族連れ中心の観光客であるが、ビジネス客の割合が高い。  
（概ね 7～8 割）

イ 滞在期間は、短い場合で 1 日、長いと 3 か月

ウ 団体旅行の場合は、名古屋は通過点

エ 名古屋めしは、日本人、外国人ともに知られ、既に全国ブランド化。名古屋の場合、滞在時間が短く、ターゲットは観光よりも食

オ 2～3 時間程度で周遊できる観光コースがあると、勧めやすい。

カ 観光旅行者、ホテル側双方への観光情報の提供不足