

名古屋市の観光資源改善に向けたフィールド研究の実践

－名古屋城の良好事例と最大活用案の提言－

科学コミュニケーションゼミナール 1316058 藤田実樹

1. 研究目的

平成 28 年に名古屋市観光文化交流局が実施した「名古屋市観光客・宿泊客動向調査（平成 28 年度）」によると、同年度の名古屋市の推定観光客数は 4,727 万人であり、平成 27 年度と比較しても 396 万人の増加と過去最高水準を達成した。同局が実施した「都市ブランド・イメージ調査」では名古屋市を代表する観光資源のひとつは名古屋城である。同調査における「名古屋で買い物・遊ぶときに、訪れたいところ・体験したいこと」、「名古屋のことを連想するコンテンツ」の両項目においても、名古屋城は 1 位となっている。従って、名古屋城の観光満足度の向上は、名古屋市のブランド・イメージとさらなる観光客の増加に直結する重要課題と捉えることができる。本稿では、名古屋城が実践する観光客満足度向上のための良好事例を収集し、さらなる改善策を導くことを目的とするフィールド研究の成果を報告する。

2. 研究方法

2018 年 2 月 8 日（10～12 時）に名古屋城内のフィールド調査を実施した。調査者は事前に参加型改善のトレーニングを受講した 17 名の大学生であり、いずれも首都圏在住者である。そのうち名古屋市を初めて訪れた者は 13 名（76.5%）であった。調査者は 3 グループに分かれて名古屋城内を徘徊し、デジタルカメラおよび ICT 端末を用いて良好事例の写真を収集した。調査者は収集した写真を KJ 法によって構造化し、良好事例の因子を検討した。抽出した因子をもとに、さらなる観光客満足度の向上と観光客の増員に向けた改善案を検討した。

3. 結果・考察

3-1. 結果

3 グループが収集した良好事例の写真を KJ 法によって構造化した結果、名古屋城の良好事例として「見やすい標識」、「バリアフリー」、「ICT 端末の活用」、「来場者への配慮」、「外国人観光客への配慮」、「城内・城外への宣伝（プロモーション活動）」、「高揚感の促進」の 7 因子を抽出した。さらに、名古屋城の良好事例と最大活用案を地元企業と地域住民に提言することで、より実践的な知見とするための意見やコメントを収集した。

3-2. 考察

本研究は、名古屋城の魅力度の向上のために、名古屋城内を調査し、収集した良好事例を 7 因子に集約した。

第1因子は「見やすい標識」である。天守閣内の順路案内の標識の文字が大きく、分かりやすいため混雑時など遠い位置からでも確認することができるようになっていた。第2因子は、「バリアフリー」である。天守閣までの動線には、高齢者、車椅子、ベビーカーの利用者専用のエレベーターが配置されていた。本丸御殿入り口にもスロープがあり、階段を使わなくても不自由なく移動できるような配慮がみられた。第3因子は、「ICT 端末の活用」である。城内にはスマートフォンをかざすことで、城内マップ、豆知識、クイズなどのコンテンツを取得できるアプリケーションがあり、スポットごとに有益な情報を得ることができた。第4因子は、「来場者への配慮」である。冷暖房完備の無料休憩所や、城内の至る所に配置されたベンチは、歩き疲れた観光客の休憩を促していた。衛生面でも特筆すべき配慮がみられた。第5因子は、「外国人観光客への配慮」である。城内に設置されたパンフレットや標識には5カ国語が表記されており、日本語を理解できない外国人観光客でも不自由なパンフレットを見ることができるようになっていた。第6因子は、「城内・城外への宣伝」である。調査当日は城内で名古屋の観光PR部隊として活動している武将隊、忍者隊がパフォーマンスを行っていた。公式ホームページは見やすく整備されており、SNSの更新度も高く、名古屋城でのイベント情報を積極的に宣伝していた。第7因子は、「高揚感の促進」である。城内には時間に合わせて武将隊、忍者隊が出陣する。戦国武将の衣装や戦国時代の言葉遣いによって時代を超えた世界観が演出されていた。

3-3. 現場への改善提案

今後、さらに観光客を増加させるためには、名古屋城を訪れたことのない観光客でも来場したくなるような魅力的なイベントが必要であると考え、主に次の2点を提案した。

1点目は、プロジェクトマップを使用した春限定の夜桜お花見会の開催。2点目は名古屋城で昔の雰囲気を感じられるイベントの開催である。

4. 結論

本研究では、名古屋城の良好事例を收拾し、「見やすい標識」、「バリアフリー」、「ICT 端末の活用」、「城内・城外への宣伝」、「高揚度の促進」の7因子に分類した。さらに改善提案として「名古屋城夜桜お花見会」「昔の遊び体験会」の2案を提案した。本研究が実施した改善によって名古屋城の更なる観光満足度の向上と名古屋市の観光客増加などの結果が期待される。

最後に、名古屋城は名古屋市の観光を支えるシンボルであり、名古屋市の観光には絶対の欠かすことのできない観光施設である。観光満足度を高めるためには来場者への絶対的な配慮が大切であるとわかった。

5. 卒業論文の執筆を終えて

大学2年の時から始めた本研究を無事に完成させることができたことを嬉しく思う。ゼミの活動を通して、名古屋の自治体や観光施設のモチベーションや変化に対する食欲さに驚くことが多かった。研究を通して新たな発見があり、研究を進めながらも知見が増えていくことに対する満足度も高まり有意義な卒業論文の時間を過ごすことができた。研究に協力してくださった方々に感謝の想いで一杯である。