



Wellnestyle NAGOYA
for your shining life

別添チラシ有

令和4年10月7日

観光文化交流局観光交流部観光推進課

電話：972-2425

(公財)名古屋観光コンベンションビューロー

電話：202-1677

名古屋発！都市型ウェルネスツーリズム

「Wellnestyle NAGOYA」を開始します

新型コロナウイルス感染症を契機に全世界でウェルネスツーリズムに注目が集まっています。本市は、“サウナの聖地”と言われていますが、美容・健康にまつわる観光コンテンツが潜在的に多くあることから、このようなコンテンツを発掘し、名古屋への旅の目的としてPRする「都市型ウェルネスツーリズム」について新しく取り組みを進めます。

※ウェルネスツーリズムとは・・・(【参考】H31 観光庁「美容体験観光コンテンツの充実に向けたナレッジ集」)
心と体の健康に気づく旅、地域の資源に触れ、新しい発見と自己開発ができる旅、原点回帰し、リフレッシュし、明日への活力を得る旅のことです。

本市のウェルネスツーリズムに関するブランド構築について

☆ブランド名称について☆

ポストコロナを見据え、「新しい名古屋を発見」する新たな都市型観光として「Wellnestyle NAGOYA」(ウェルネスタイル ナゴヤ)という名称で新たにブランド構築を行います。当名称は「より良く生きる」という意味の「Wellness」と「考え方や行動の仕方」を意味する「Style」を組み合わせた造語です。



Wellnestyle NAGOYA
for your shining life

☆ブランドロゴについて☆

名古屋という「場」をよりシンプルに、多様性を受け入れ「心身ともに健康にイキイキと美しい体験ができる場所」として表現。ここで使用されているカラーは「スポーツ体験(ブルー)」、「美容体験(ピンク)」等のカテゴリーを設定し、Wellnestyle を表現しています。このロゴは、本市におけるウェルネスツーリズムに関連する商品等に積極的に掲載して頂き、プロモーションに活用していく予定です。

メインターゲットについて

健康志向、美容意識の高い 20 代～40 代の女性をメインターゲットにし、名古屋市ならではのサウナやスポーツアクティビティ、厳選素材を使った食事などの多彩な選択肢の中から、訪れる人のスタイルに合う新たな価値と出会うツーリズムの提供を目指します。



今後の展開

☆ウェブサイト「Wellnestyle NAGOYA」の公開☆

当ブランドについての最新情報の提供や参画事業者取組内容の紹介など、事業者向け及び旅行者向けの情報提供をするウェブサイトを 10 月 17 日(月)から公開いたします。



☆旅行商品「ACTI 美 TY NAGOYA」販売について☆

当ブランドが推奨する旅行商品として名鉄観光サービス株式会社より、ランニング、ウォーキング MAP 付きの宿泊プランや心とカラダを整える日帰り体験プランを 10 月 16 日(日)より販売いたします。(別紙 1 参照)

☆事業者向け説明会と講演会の開催☆

当ブランドの開始にあたり、関連事業者さま向けに、ウェルネスツーリズムについて理解し、本ツーリズムブランドが持つビジネスポテンシャルをお伝えする講演会をウェルネスツーリズム研究の第一人者である琉球大学教授・荒川雅志氏をお招きし、11月1日(火)にポートメッセなごやにおいて開催します。(別紙 2 参照)

☆「SPORTEC Nagoya」への出展☆

当ブランドについて周知をはかるため、11 月 9 日(水)～11 日(金)ポートメッセなごやで開催され、スポーツ・健康関連の事業者が出展及び来訪する展示会「SPORTEC Nagoya」へ出展し、当ブランドの取組みについて幅広く事業者に紹介します。