施策の総括表　進捗管理シート

資料３

基本理念	高めるもの 方向性	チャレンジする施策	実施内容	令和5年8月までの取り組み状況	令和5年9月以降の取り組み（予定）	重点プロジェクト 6-1 遊園ルネサンス 水景	6-2 日本ライン再発見ルート 水景	6-3 城下町景観・環境レベルアップ 城景	6-4 城下町クリエイティブ移住 城景	6-5 SDGs体験・学習サイト 緑景	6-6 クロスオーバー資源開発 水景 城景 緑景	6-7 ユニークMICE 水景 城景 緑景	6-8 広域連携 水景 城景 緑景
ゆっくりと 安心して歴史・文化・自然が楽しめ、地域も潤う （コンフォタビリティ）	滞在・体験型観光 （宿泊施設の充実＆多様な体験コンテンツ提供）	1　まちなみや景観誘導、まちづくりの在り方検討	第6次犬山市総合計画の策定	第6次犬山市総合計画をR5.3に策定完了	各施策を計画的に実施	●					○	○	
			都市計画マスタープラン・緑の基本計画の改訂	都市計画マスタープラン・緑の基本計画をR5.3に改訂完了	各施策を計画的に実施								
			犬山市景観計画の改訂	犬山市景観計画をR5.3に改訂完了	各施策を計画的に実施								
		2　宿泊・飲食・物販の誘致（マッチング）［遊園ゾーン・犬山駅周辺］	犬山館跡地の利活用	犬山館本館跡地の利活用について、管理会社に照会。犬山市が進める観光戦略の概要及び河川空間活性化の取組みについて説明。	民間による土地の利活用に関することであるため、市が主体的に実施するものではないが引き続き声掛けなどにより注視していく。	●					○	○	
		3　木曽川河畔の憩いと賑わいづくり（マルシェの通年実施他）、エリアマネジメント	「木曽川河畔空間整備 基本構想」を策定（R5年8月公表予定）	内田河畔の整備に向けて、地域住民等との意見交換、国（河川管理者）等との協議を踏まえ、「木曽川河畔空間整備 基本構想」を策定（R5年8月）。	大まかな構想案の段階であり、今後、R5は対話の場（河畔 de カタリーヴァ）の継続実施、及び実証事業の実施を予定。R6以降は構造調査及びかわまちづくり計画策定に向けた取組みを実施した後に基本計画、実施計画を経て整備に繋げる。	●					○	○	
			「宵のいぬやマルシェ」開催（R4.R5）	内田地区遊歩道（市道犬山395号線）にて河畔活性化の実証事業として宵のいぬやマルシェをR4、R5と開催。	日本ライン夏まつりロングラン花火と連動した催事として認知されており、観覧者数も分散化を図りながら増加している。今後も継続実施予定。								
			河畔空間活性化事業の実証事業の一環として「河畔DEカタリーヴァ（ワークショップ）」を開催	河畔空間活性化事業の取組みの一つとして、地域住民とのワークショップ「河畔DEカタリーヴァ」の一環で、河川敷ライブ、あったか鍋のふるまい、書初め体験などの実証事業を実施（R4年12月～1月）。	新たな利活用の可能性を探る取組みとして、地域住民と行政、団体等が連携し今後も継続して実施予定。								
			栗栖園地の適正な管理	木曽川河川敷内、栗栖園地の適正な管理を実施。地元住民等による桃太郎発展会に委託。キャンプ利用などアウトドア利用が進んでいる。	現在、国土交通省木曽川上流河川事務所に対し、河川法準則に基づく区域指定及び管理団体認定に向けた相談・協議を進めており、将来的には管理団体認定により、更なる利活用を図る。								
		4　遊覧船メニューの拡充（企画船、定期船等）	市が所有する屋形船「若あゆ丸」の改修	市が所有する屋形船「若あゆ丸」の高質化を図るため、改修を実施。R5年6月に完成。	木曽川観光㈱と連携・協議を進め、木曽川観光㈱所有の高級船「有楽丸」とともに現在利活用拡大に向けた販売、営業を展開。今後は他の民間業者とも連携を図り、高質化した「若あゆ丸」の利活用を進める。	○	●				●	●	
			遊覧船メニューの充実（春の犬山城遊覧船、秋の紅葉船の定例運航及び企画船の実施検討）	船会社木曽川観光㈱の取組みを支援。春の犬山城遊覧船及び秋の紅葉船を毎年恒例の犬山の舟遊びとして定着することができている。	鵜飼シーズン以外の川遊びを充実することは犬山観光に必要な取組みであり、今後も木曽川観光㈱と連携し事業を継続する。また、40人乗りなど大人数での遊覧以外で屋形船を利用したクルーズの企画も検討中であり、R5年11月に飲食とクルーズをセットにした企画船の運航を試験実施の予定。								
		5　文化的景観の研究・検討	取組み実績なし	取組み実績なし	本市にとってどのように取組みを進めていくか研究・検討を行う。	●	●			○			
		6　ナイトタイムエコノミーの充実（イベント、飲食店、イルミネーション、ライトアップなど）	日本ライン夏まつりロングラン花火を3年ぶりに開催	R4年8月、日本ライン夏まつりロングラン花火を3年ぶりに開催（8/1～10までの10日間）。R5年度も開催。あらためて花火のコンテンツとしての重要性を認識することができた。	R6年度以降もロングラン花火という形で継続実施予定。1日で大規模な花火大会を実施するのではなく、長期間・短時間実施することによる周辺への経済効果（消費額の増、宿泊客の増）は大きいと考える。内容については更に魅力が高まるよう要検討。	●					●	○	
			【再掲】「宵のいぬやマルシェ」開催（R4.R5）	内田地区遊歩道（395号線）にて河畔活性化の実証事業として宵のいぬやマルシェをR4、R5と開催。	日本ライン夏まつりロングラン花火と連動した催事として認知されており、観覧者数も分散化を図りながら増加している。今後も継続実施予定。								
			ホテルでの夜市開催（ホテルμスタイル犬山エクスペリエンス）	犬山朝市協同組合により、「μスタイルナイトガーデン」と称した夜市を開催（R5年7/26-30）。	犬山駅西という好立地を活かすなど、今後も夜の賑わいづくりに資する取組みの充実を期待する。								
			「河畔DEカタリーヴァ」の連携事業として「河畔ＤＥアカリーヴァ」（実証事業）を実施（R5年1月）。	河畔空間活性化事業の実証事業の一環として「河畔DEカタリーヴァ」の連携事業として「河畔ＤＥアカリーヴァ」を開催（R5年1月）。夜暗くて寂しい木曽川河畔内田地区にて提灯アート（カーテンウォール）や光る椅子とテーブルを設置する実証事業を実施。	河畔の遊歩道を明るくすることについて、一定の効果はあると考える。手法や内容については今後も要検討。R5年冬頃に内田河畔において賑わいと活気をもたらすことを検証する実証事業を実施予定。								
		7　多様な宿泊形態の実現（新たな宿泊施設誘致、イベント民泊＋民泊施設、簡易宿所、一棟貸切り型宿泊施設）	一棟貸し宿泊施設の開業（R5年5月～）	民間事業者による取組み。城下町（名栗町、大本町）の2箇所に一棟貸しの宿泊施設が開業（R5年5月、7月）。	民間事業者による取組みであるが、本市の宿泊者数増及び多様な過ごし方を提供することができることから、今後もこうした取組みに注視するとともに、市や観光協会ができる支援を行う。	○	○		○		○	○	
			ホテルインディゴ犬山有楽苑の開業（R4年3月～）	木曽川河畔、内田地区名鉄犬山ホテル跡地に「ホテルインディゴ犬山有楽苑」がオープン（R4年3月）。	本市において核となる宿泊施設であるため、連携を深め宿泊者数増加を目指す。								
		8　既存宿泊施設の充実	ホテルμスタイル犬山エクスペリエンスとの連携	朝市協働組合とホテルとの共同企画。ホテル前で出張朝市を開催（R5年7月）。	R5年7月末には夜市も開催。今後も駅前の立地の良さを活かした企画を進める意向。	●		○				○	
		9　栗栖、今井、八曽などのキャンプサイト活用	栗栖園地の拡充、新たなコンテンツの取組み	栗栖園地南部分を整備し芝生広場を拡充する工事を実施（R5年1月～3月）。芝貼り作業を地域住民とともに行った。また、芝生広場での利活用の可能性を探る一環として、「モルック体験会」及び「ラジコン操作体験会」を開催（R4年12月）。多くの方に楽しんでいただいた。	芝生広場は現在、キャンプ利用、ピクニック利用で賑わいを見せているが、広大な芝生広場の利活用の可能性は大きく、多様な過ごし方、遊び方が考えられる。管理運営体制を国との協議を踏まえ、かわまちづくり計画策定の中で整理した後に、更なる可能性を模索、実施していきたい。		●			●	●		
		10　多様な体験型観光メニューの開発（シェアリングエコノミー活用等）	体験型観光コンテンツの造成及び拡充（シェアリングエコノミーの仕組みを活用）	シェアリングエコノミーを活用した取組み実績として、R4年度はメニュー数36件（うち、新規メニューは12件）延べ参加者数247人となった。 特に、春、夏などは城前観光案内所等を会場に、「犬山体験チャレンジ」として集中的に体験フェアを開催。利活用が進んでいる。 ※主なメニューはどろだんご作り、リボン作り、犬山焼絵付け体験など	R5以降も継続して担い手・利用者募集の取組みを実施。チラシの作成・配架、Instagramでの発信、犬山観光情報HPでの周知宣伝をすることで新規メニュー3件(継続20件）、参加者数100人を目標としている。	●	●				●		
			ワークショップの開催	犬山市文化史料館にて、すごろくづくり、家紋のうちわづくり、コースターづくりなど歴史文化にちなんだ工作体験を実施。	歴史文化にちなんだこれらの取組みは、犬山らしさを感じる事業であり参加者からも好評を得ている。ワークショップは今後も継続していく予定。								
		11　ホテルμスタイル犬山エクスペリエンス・ホテルインディゴ犬山有楽苑等の宿泊施設との連携・体験コンテンツのガイダンス機能	犬山城早朝開城の実施	両ホテルと連携して犬山城の早朝開城企画プランを造成・販売（R5年8月1日～10日）。	宿泊客数を増加して市内の消費額を高めるため、今後も宿泊施設と連携した取り組みを推進する。	○		○			○		
			わん丸君ルームの造成	ホテルμスタイル犬山エクスペリエンスと連携し、市の公式キャラクターである「わん丸君」に特化したコンセプトルームを造成。	部屋の利用そのものが目的となる企画であり、話題づくり及び特定の目的となるツーリズムとして今後も協議・工夫していく。								
			福祉施設への提供企画	ホテルインディゴ犬山有楽苑で提供しているクロワッサン（ゴントランシェリエ）を市内福祉施設に定期的に提供。	ホテルのコンセプトが地域との連携であり、今後も様々な形で地域との繋がりを模索していく意向であるとのことであり、市としても支援し連携を進める。								
			ホテル見学ツアー及び、職場体験の実施	ホテルインディゴ犬山有楽苑での開催。木曽川河畔活性化の取組みの一つとして企画実施。内田地区の子どもを対象にホテル内見学ツアー及び、ベッドメイクやフロント受付などの職業体験を行った（R5年1月）。	ホテルのコンセプトが地域との連携であり、今後も様々な形で地域との繋がりを模索していく意向であるとのことであり、市としても支援し連携を進める。								

施策の総括表　進捗管理シート

資料３

基本理念	高めるもの 方向性	チャレンジする施策	実施内容	令和5年8月までの取り組み状況	令和5年9月以降の取り組み（予定）	重点プロジェクト 6-1 遊園ルネサンス 水景	6-2 日本ライン再発見ルート 水景	6-3 城下町景観・環境レベルアップ 城景	6-4 城下町クリエイティブ移住 城景	6-5 SDGs体験・学習サイト 緑景	6-6 クロスオーバー資源開発 水景 城景 緑景	6-7 ユニークMICE 水景 城景 緑景	6-8 広域連携 水景 城景 緑景
ゆっくりと 安心して歴史・文化・自然が楽しめ、地域も潤う （コンフォタビリティ）	滞在・体験型観光 （宿泊施設の充実＆多様な体験コンテンツ提供）	12　テーマパーク名鉄３園の魅力発信と一泊したくなる仕掛けづくり	若い太陽の塔の魅力発信	岡本太郎氏による「若い太陽の塔」の価値を高め市民愛を深めるため、下期リーフレットに若い太陽の塔を掲載（R5年8月末予定）。	アートを活かした取組みはコアな客層の開拓やファンづくりに重要であり、手法やＰＲのあり方を模索する。								
			デジタルチケットの導入	明治村、リトルワールド、モンキーパークにてWEBで購入可能なデジタルチケットを導入。お客様にとって利便性向上とデータ把握に有効な取組み。	利便性向上と魅力づくりに資する取組みを今後も推進しており、市・協会も連携して発信に努める。						○		
			リトルワールド40周年	サーカスの復活（R5年春）、水木しげる関連催事（世界の妖怪博）など魅力的なイベントを開催。	グルメ関連の催事も積極的に実施しており、観光案内所や犬山観光情報ＨＰなどでも情報発信に努める。								
ゆっくりと 安心して歴史・文化・自然が楽しめ、地域も潤う （コンフォタビリティ）	滞在・体験型観光 （宿泊施設の充実＆多様な体験コンテンツ提供）	13　季節ごとに異なるコンテンツ・体験イベントの実施	花手水の設置（初夏）	犬山城下町に花手水を設置。市及び協会にて城前観光案内所、城前広場、磯部邸に設置。城下町の多くの店舗の参画もあり、町並みの風情に合う企画となった（R5年6月実施）。	今後も花手水を継続して設置することで、犬山城下町の価値とブランド力向上を図る。R6年1月頃にも実施予定。	○	○	○	○	○	●		
			チャレンジ！犬山体験の開催（春休み、夏休み）	春休み、夏休みの時期に、多くの体験型観光コンテンツ体験会を集中して開催。インターネットサイトでの申込以外に、直接受付なども対応することで、利用しやすい仕組みとした。	いわゆる「おんぱく」的なイベントほどの大規模感はないものの、仕組みとしては同様である。地道ではあるが利用者もあり今後も継続していく方針としている。								
		14　観光客が集中する時期、時間、曜日、場所などの分散化・平準化	観光プロモーションの通年化	R4年度より4半期毎でなく、観光プロモーションを3-8月と9-2月に実施することで観光客の分散化・平準化を図った。	R5年度以降も「大人アガル犬山」の観光プロモーションを上期・下期に分け通年で実施。	○		●					
			三種の御城印作成・販売	「小牧・長久手の戦い」ゆかりの地である犬山のＰＲと市内周遊を目的に、犬山城、羽黒城址（及び八幡林古戦場）、楽田城址（及び青塚砦、内久保砦）の三種の御城印を販売。合わせて2,000部限定で合戦帳も作成配布した。ゆかりの地にのぼり旗を掲出。	R5年8月から、第二弾として限定御城印セットを2,000部限定で販売。								
			犬山城再入場券の発行・開場時間の延長	犬山祭及びＧＷ時に、混雑や待ち時間緩和、城下町回遊の施策として、犬山城の再入場が出来る券を発行するとともに、開場時間を1時間延長した。	施策として有効であり、今後も状況を見て実施していく。								
		15　犬山城下町、明治村、リトルワールド、キャンプサイト、河畔等を企業・法人・大学等がＭＩでの活用促進	明治村、リトルワールドのＭＩＣＥ活用検討	愛知県国際コンベンション課との連携。ユニークＭＩＣＥの場所として、明治村（呉服座、帝国ホテル正面玄関）を選定。アジアの旅行会社に対し情報提供し利用を促す取組みを実施。また、明治村及びリトルワールドをＪＮＴＯが制作するＭＩＣＥコンベンションガイドブックに掲載、活用を促している。	今後も本市の資源を活かしＭＩＣＥ活用が進むよう研究を進めるとともに、支援を継続する。		○					●	
		16　MI（ミーティング、インセンティブ旅行）を中心にしたMICE誘致の推進	スポーツコミッション事業によるＭＩＣＥ展開	いぬやまスポーツコミッション（文化スポーツ課所管）によりバスケットボール、少年野球大会などの誘致を実施。多数の参加者が宿泊することで市内消費を拡大する取組みとなっている。	同左	○	○					●	
	広域連携による周遊観光の構築（市外連携型の観光コンテンツ提供）	17　県内～東海～中部～全国など圏域ごとの連携強化（名古屋市・県内自治体・各務原市・木曽川流域・昇龍道等）	木曽川中流域観光協議会での河畔を中心とした広域連携	犬山市、各務原市、可児市、美濃加茂市、坂祝町の4市１町による協議会（岐阜県主導）。木曽川中流域の魅力発信と具体的な事業の実施を進めている。R4年度は「RIVER　TO　SUMMIT」として11月に流域全体で複数イベントを同時開催。犬山と各務原市は共同で両岸でのマルシェ開催、各務原側ではゆったりと川と城を眺めながら音楽と飲食を楽しむ催事を実施。好評を得た。また、インディゴ及びμスタイルホテル宿泊者に岐阜県の店舗での買い物がお得になる連動企画も実施。宿泊者数増に資する取組みとなった。	広域連携の取組みとして中流域の枠組みは有効であり、愛知県側から唯一の参加自治体として今後も精力的に参画していきたい。また木曽川を挟み両岸で催事を開催することは河畔活性化を更に拡がりを持たせることになるため、今後もマルシェなど多様な企画を両市で進めていく。Ｒ５年度は11月に遊覧船を用いた催事を検討中。								●
			各務原市との連携	木曽川うかい事業の共催、日本ライン夏まつりロングラン花火の共催（両市観光協会、両市商工会議所も含めた実行委員会）、遊覧船事業の連携、両市でのキャラバン・宣伝活動など、木曽川を挟み効果的な観光振興を進めている。	今後は上記のとおり木曽川中流域観光協議会の枠組みも活かし木曽川河川空間活性化を主要な取組みとして連携を深める。								
		18　城・木曽川などテーマに即した広域連携とコンテンツ造成（国宝五城・木曽川中流域・尾張藩等）	国宝五城によるお城ＥＸＰＯへの参画	横浜市で開催される「お城ＥＸＰＯ」に国宝城郭都市の５市による「国宝城郭都市協議会」として参画。他のブースに劣らず大変な好評を得ることができた（R4年12月）。	本市の大きな強みである「国宝犬山城」を活かしたプロモーションは、コアなファンの獲得・拡大、目的地となる旅の造成促進に資するものであり、今後も「お城」を活かしたプロモーションは必須と考え充実を図る。		○			○	○		●
			【再掲】木曽川中流域観光協議会での河畔を中心とした広域連携	犬山市、各務原市、可児市、美濃加茂市、坂祝町の4市１町による協議会（岐阜県主導）。木曽川中流域の魅力発信と具体的な事業の実施を進めている。R4年度は「RIVER　TO　SUMMIT」として11月に流域全体で複数イベントを同時開催。犬山と各務原市は共同で両岸でのマルシェ開催、各務原側ではゆったりと川と城を眺めながら音楽と飲食を楽しむ催事を実施。好評を得た。また、インディゴ及びμスタイルホテル宿泊者に岐阜県の店舗での買い物がお得になる連動企画も実施。宿泊者数増に資する取組みとなった。	広域連携の取組みとして中流域の枠組みは有効であり、愛知県側から唯一の参加自治体として今後も精力的に参画していきたい。また木曽川を挟み両岸で催事を開催することは河畔活性化を更に拡がりを持たせることになるため、今後もマルシェなど多様な企画を両市で進めていく。Ｒ５年度は11月に遊覧船を用いた催事を検討中。								
			尾張藩連携事業における旅行商品造成	ドイツを今後数年、ターゲット国として3つの旅行商品を造成した（R4年度）	本市のインバウンドのターゲット国は台湾とタイであるが、今後は欧州も開拓していきたい。足がかりとして市単独ではなく広域連携での取組みに参画することは有効と考えている。継続実施の予定。								
		19　リニア中央新幹線開業を意識した広域連携推進（首都圏・関西圏・インバウンドを意識した誘客）	【再掲】国宝五城によるお城ＥＸＰＯへの参画	横浜市で開催される「お城ＥＸＰＯ」に国宝城郭都市の５市による「国宝城郭都市協議会」として参画。他のブースに劣らず大変な好評を得ることができた（R4年12月）。	本市の大きな強みである「国宝犬山城」を活かしたプロモーションは、コアなファンの獲得・拡大、目的地となる旅の造成促進に資するものであり、今後も「お城」を活かしたプロモーションは必須と考え充実を図る。 特に関東圏・関西圏からの誘客はリニアを見据え重要であると考え、主要コンテンツでの開拓は継続実施していきたい。			○				○	●
	域内循環型の観光産業確立 （地産地消）	20　ＥＣサイトでの販売体制確立及び拡大	オンライン尾張いぬやまふるさと市の実施	ＷＥＢで犬山の逸品が購入できるサイトを設営。38店舗が参加。犬山市観光協会が実施。	オンラインショップの充実は犬山への来訪動機につながるとともに、実店舗以外の販路拡大の点からも推進していきたい。今後、更なる拡充を研究する。						○		
		21　特産品開発（地域資源活かして全国で売れる特産品を）	犬山産の米を使用したバームクーヘンの販売	犬山産の米を使用したバームクーヘンを製造販売している「ココトモファーム」は、店舗数を拡大するなど、新たな犬山の名物として認知も高まっている。H31年度のアンケート調査においては、犬山の名物、特産品が「思い浮かばない」が1位（53%）であったことからバームクーヘン商品が更に成長することを期待する。	同左						○		
			お茶殻を使用した石鹸の製造販売	犬山茶のお茶殻を利用し石鹸を製造。ＪＡと連携し事業化（Ｒ４年度）。	犬山産物を使用した新たな特産品開発は重要であり、今後、市としても支援を行う。								
			二ノ宮みかんを使用したみかんジュースの製造販売	犬山産みかん（二ノ宮みかん）を使用し100%ミカンジュースの製造販売を実施（Ｒ４年度）。	犬山産物を使用した新たな特産品開発は重要であり、今後、市としても支援を行う。								

施策の総括表　進捗管理シート

資料３

基本理念	高めるもの 方向性	チャレンジする施策	実施内容	令和5年8月までの取り組み状況	令和5年9月以降の取り組み（予定）	重点プロジェクト 6-1 遊園ルネサンス 水景	6-2 日本ライン再発見ルート 水景	6-3 城下町景観・環境レベルアップ 城景	6-4 城下町クリエイティブ移住 城景	6-5 SDGs体験・学習サイト 緑景	6-6 クロスオーバー資源開発 水景 城景 緑景	6-7 ユニークMICE 水景 城景 緑景	6-8 広域連携 水景 城景 緑景
ゆっくりと 安心して歴史・文化・自然が楽しめ、地域も潤う （コンフォタビリティ）	域内循環型の観光産業確立 （地産地消）	22　城下町とその他の地域を結びつける取組み（出張朝市、案内所から情報発信強化）	三種の御城印作成・販売	「小牧・長久手の戦い」ゆかりの地である犬山のＰＲと市内周遊を目的に、犬山城、羽黒城址（及び八幡林古戦場）、楽田城址（及び青塚砦、内久保砦）の三種の御城印を販売。合わせて2,000部限定で合戦帳も作成配布した。ゆかりの地にのぼり旗を掲出。	R5年8月から、第二弾として限定御城印セットを2,000部限定で販売。		●				●		
		23　地元で調達、地元で消費の仕組みづくり（マッチング）	宿泊施設での市内農作物の活用支援	ホテルインディゴ犬山有楽苑のレストランにて犬山産の食材使用の支援を実施。入鹿池のワカサギ、木曽川の鮎、栗栖の落花生・レモン、今井のブドウなど。	宿泊施設での市内農産物利用は地産地消の面からも観光地の魅力向上の面からも有効と考える。引き続き、宿泊施設の要望に応じてマッチングの支援を実施する。	●	●				●		
		24　老舗・名店になり得る店舗、名物を増やすための支援・誘致・働きかけ	【再掲】犬山産の米を使用したバームクーヘンの販売	犬山産の米を使用したバームクーヘンを製造販売している「ココトモファーム」は、店舗数を拡大するなど、新たな犬山の名物として認知も高まっている。H31年度のアンケート調査においては、犬山の名物、特産品が「思い浮かばない」が1位（53%）であったことからバームクーヘン商品が更に成長することを期待する。	同左						●		
		25　新たな財源獲得検討（税、利用料、寄付、クラウドファンディングなど）	前澤友作氏によるふるさと納税寄附	実業家、前澤友作氏が全国の観光地に対し、魅力的な取組みに対しふるさと納税として寄附する企画に採択。遊覧船のリニューアルと鵜飼事業の振興（船頭育成）が選ばれ、市が所有する屋形船「若あゆ丸」の改修を実施した（R5年6月）。	リニューアルされた屋形船及び民間船会社（木曽川観光㈱）所有の屋形船（有楽丸）を利活用し、高質な舟遊びを提供できるよう仕組み構築と営業・販売を進める。	●	●	●			●		
犬山ならではの感動が得られる （オリジナリティ）	資源発掘・創造 ブランド形成 （ソフト施策）	26　自然・歴史資源を活かした多彩な学びのツーリズムの企画実施（犬山頭首工、入鹿池、古墳など）	古墳散策ツアーの実施	東之宮古墳及び周辺の文化財を散策するツアーを実施（R4年10月）。	文化財を散策し楽しむ企画は有効であり、今後も継続実施の予定。	●	●			●	●	●	
		27　犬山温泉の再興（ホテルインディゴ犬山有楽苑とともに）	犬山観光情報での犬山温泉ＰＲ	ホテルインディゴ犬山有楽苑の開業を経て、犬山唯一の温泉である「犬山温泉」のＰＲを犬山観光情報ホームページで行っている。	プロモーションとして、今後更なる工夫が必要。	●					●	●	
		28　木曽川うかいの更なる充実	木曽川鵜飼待合所の改修（木曽川観光㈱）	木曽川観光㈱により、木曽川鵜飼待合所の改修工事を実施（Ｒ５年5月）。	椅子・テーブルなどの調度品を充実させ快適に過ごせる空間づくりを図る予定（民間事業者による取組み）。	●	●				●		
			木曽川鵜飼パンフレット・ＨＰの充実（木曽川観光㈱）	木曽川鵜飼・遊覧のパンフレットをリニューアル（R4年度）。ホームページもあらためるとともに、ＷＥＢ予約も開始。	WEB予約の割合が高まっているとのことであり、今後より利用しやすい仕組み構築に努める。								
		29　里山を活かしたアウトドア・スポーツ観光（トレイルランニングレース開催等）	トレイルランニングレースの開催検討（R6年春）	ＮＰＯ法人による取組み。新型コロナ感染症拡大の影響を受けるなどで過去3年、開催できずにいたが、R6年1月頃の開催を目指し、関係機関等と調整中。	同左		●			●	●		
		30　入鹿池（世界かんがい施設遺産）の資源磨き上げ（ツーリズム、視点場、ワカサギ）	入鹿池のワカサギをブランド化（市内宿泊施設での利活用促進）	入鹿池で釣れるワカサギをホテルインディゴ犬山有楽苑のレストランで利用できるような仕組みを構築。釣り人が釣ったワカサギを貸しボート店に渡し、ホテルに提供。釣り人は1回提供ごとにポイントを得て貯まったボート券と交換出来る仕組み。	宿泊施設は地元の食材が入手でき、釣り人はボート券が手に入る。地産地消の取組みが促進され、入鹿池全体のブランディングにも繋がるため、今後も継続を期待する。					●	●	●	
		31　国宝犬山城の世界遺産登録に向けた取組み	犬山城みらいサポーターの発足	未来を担う子どもたちが主役となり、犬山城に愛着を持ち市民の力で後世に引き継ぐため、みらいサポーターを設置（R5年8月20日発足予定）。対象は市内在住の小中学生。床みがきや情報発信、イベントの参画など。	世界遺産登録に向けた機運醸成のためにも重要であり今後本格的に進めていく予定。			●	●		●		
			国宝五城での取組み（国宝五城サミットの開催（IN姫路）	国宝城郭都市観光協議会では五城での一体となった観光振興の強化を従来から進めており、今後も観光面での連携を更に深めることとしている。	お城ＥＸＰＯIN姫路において、国宝城郭都市（国宝五城）の首長が集い意見交換をする国宝五城サミットが開催予定（R5年9月）。観光サイドでの繋がりを深め五城で協力体制の強化を図ることとしている。								
		32　（大本町/下本町/魚新通等）城下町ストリートの特色を出す（にじみだし）	下本町で文化・アート・クラフト・音楽等イベントの開催（R5年8月～）	民間団体「犬山フルまちミュージアム実行委員会」による主催。下本町防災街区を中心に、アート、音楽、クラフトなどの体験型イベントを開催（R5年8月～R6年1月頃）。歴史ある犬山のポテンシャルを活かし体験型観光のまちづくりを展開する。市及び教育委員会は後援し支援を実施。	点（犬山城）から線（本町ストリート）へと進んできた犬山の観光を面（歴史的な街並みがある城下町、湊町全体、すなわち「ふるまち」＝故きよき町）へと展開し、歴史的な文化資源を活かした体験型観光コンテンツの充実を図ることで、参加する市民の郷土愛醸成を深めるとともに、日帰り観光中心からインバウンドを含めた滞在型観光への転換と地域住民の郷土愛醸成、文化の薫り高いまちづくりを目指す。			●	●		●		
		33　既存イベント等を観光資源としてブラッシュアップ・活用	成田山護摩行	成田山で毎朝実施されている護摩行の体験紹介。ホテル宿泊者等にご案内、観光リーフレットにて紹介、旅行商品として造成（JTB）など幅広に展開していく。	犬山らしさのある魅力的なコンテンツとなり得るため、多様なチャンネルで紹介していく予定。								
			瑞泉寺座禅会	青龍山瑞泉寺にて毎週日曜日8時から開催。R5年度上期プロモーションにて展開。大人アガルコンテンツとして紹介している。	既存の催事、コンテンツは他にも魅力的なものが数多くあるため、発掘し紹介する取組みは有効と考える。今後も積極的に展開。						●		
			提灯塗り絵体験	杭登録有形文化財「旧堀部邸」にて提灯の塗り絵体験を開催。毎週水曜～日曜日、各日3回開催。R5年度上期プロモーションにて紹介。	既存の催事、コンテンツは他にも魅力的なものが数多くあるため、発掘し紹介する取組みは有効と考える。今後も積極的に展開。								
		34　尾張の奥座敷としてのブランドイメージ向上に向けた取組み	チャレンジする施策№33に記載の「成田山護摩行」「座禅会」「提灯塗り絵体験」参照。	同左	同左								
			犬山成田山開創70周年記念限定御朱印の作成	犬山成田山開創70周年を記念した限定の御朱印を作成。切り絵式で台紙を5色から選択。	犬山らしさ「水（水の恵み）」「城（犬山城を始めとする文化財）」「緑（豊かな自然）」のうち、文化に資する取組み。	●		●			●		
			投扇興体験	旧磯部邸にて開催。伝統的な江戸遊びを実施。ホストとのやり取りも魅力があり好評である。	同上								
		35　世界でも稀有な施設「日本モンキーセンター」「博物館明治村」のブランド力向上	【再掲】明治村、リトルワールドのＭＩＣＥ活用検討	愛知県国際コンベンション課との連携。ユニークＭＩＣＥの場所として、明治村（呉服座、帝国ホテル正面玄関）を選定。アジアの旅行会社に対し情報提供し利用を促す取組みを実施。また、明治村及びリトルワールドをＪＮＴＯが制作するＭＩＣＥコンベンションガイドブックに掲載、活用を促している。	今後も本市の資源を活かしＭＩＣＥ活用が進むよう研究を進めるとともに、支援を継続する。						●		
			アート視点でのプロモーション	博物館明治村の聖ザビエル天主堂。色ガラスに白ペンキで草花模様が描かれたステンドグラスが特徴的であり、明治村をアートの視点で魅力発信する取組み。R5年度下期プロモーションにて発信予定(準備中)	同左								
		36　犬山焼の新たな価値づくり（ブランディング）	観光施設に犬山焼を活用（彩雲橋トイレ改修工事）	木曽川河畔内田地区の彩雲橋公衆トイレ改修工事の際に、室内に犬山焼のレリーフを設置（男・女・多目的の3枚）。	施設利用者に快適に使用していただくことに加え、河畔と犬山焼の価値を高めることに寄与するものと考える。						●		
			犬山焼絵付け体験開催	体験型観光コンテンツの一つとして、シェアリングエコノミーの仕組みも取り入れ、犬山焼絵付け体験を実施	犬山らしく体験者からも好評を得ている。また、犬山焼の認知度向上と価値づくりにも資するため継続実施の予定。								
		37　名古屋市との連携による犬山のブランディング	名古屋城内でのイベントへの参加（名古屋城まつり）	名古屋城内でのイベントに犬山市として参画。お城繋がりのプロモーションは、来訪者の属性として「お城好き」の方も多く、有効である。現地でのプロモーションをきっかけに犬山城への来訪にも繋がっている。機会を得て今後も参画の予定。	同左	●	●	●			●	●	

施策の総括表　進捗管理シート

資料３

基本理念	高めるもの 方向性	チャレンジする施策		実施内容	令和5年8月までの取り組み状況	令和5年9月以降の取り組み（予定）	重点プロジェクト							
							6-1 遊園ルネサンス	6-2 日本ライン再発見ルート	6-3 城下町景観・環境レベルアップ	6-4 城下町クリエイティブ移住	6-5 SDGs体験・学習サイト	6-6 クロスオーバー資源開発	6-7 ユニークMICE	6-8 広域連携
							水景	水景	城景	城景	緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景
犬山ならではの感動が得られる （オリジナリティ）	資源発掘・創造 ブランド形成 （ソフト施策）	38	街道に関する観光資源の開発（インバウンド、アクティブシニア）	取組み実績なし	取組み実績なし	街道に関する資料の把握、観光振興での打ち出し方の研究を実施。						○		
		39	異分野連携、多様な主体の参加による観光コンテンツ・体験メニュー開発と磨き上げ	【再掲】花手水の設置（初夏）	犬山城下町に花手水を設置。市及び協会にて城前観光案内所、城前広場、磯部邸に設置。城下町の多くの店舗の参画もあり、町並みの風情に合う企画となった（R5年6月実施）。	今後も花手水を継続して設置することで、犬山城下町の価値とブランド力向上を図る。R6年1月頃にも実施予定。	○	○				●		
				小牧・長久手の戦いに関するコンテンツ造成	小牧・長久手の戦いゆかりの地にちなみ、三種の特別御城印販売及び犬山合戦帳の配布（R5年3月）。第二弾として特別御城印帳セットを販売（R5年8月）。 小牧・長久手の戦いゆかりの地（犬山城、羽黒城址、八幡林古戦場、楽田城址、内久保砦、青塚砦）にのぼり旗を掲出。 小牧・長久手の戦いを詳しく紹介するパネルを作成。城とまちミュージアムにて展示（R5年8月～）。	小牧・長久手の戦いは真の天下分け目の戦いであり秀吉・家康の史上最大の合戦であることからブランド力と価値を高め育てていく。								
				【再掲】体験型観光コンテンツの造成及び拡充（シェアリングエコノミーの仕組みを活用）	シェアリングエコノミーを活用した取組み実績として、R4年度はメニュー数36件（うち、新規メニューは12件）延べ参加者数247人となった。 特に、春、夏などは城前観光案内所等を会場に、「犬山体験チャレンジ」として集中的に体験フェアを開催。利活用が進んでいる。 ※主なメニューはどろだんご作り、リボン作り、犬山焼絵付け体験など	R5以降も継続して担い手・利用者募集の取組みを実施。チラシの作成・配架、Instagramでの発信、犬山観光情報HPでの周知宣伝をすることで新規メニュー3件(継続20件）、参加者数100人を目標としている。								
		40	高単価・高付加価値商品造成取組み支援	取組み実績なし	取組み実績なし	事業者との連携、ニーズの調査など基本的な事項の把握と研究が必要。	○	○	○	○	○	●		
		41	文化財・芸術・スポーツ分野の連携と活用（スポーツコミッション等との連携等）	3×3バスケットボール大会の開催	いぬやまスポーツコミッション（文化スポーツ課所管）の支援により、3×3のプロバスケットボール大会を城前広場で開催。プロの試合だけでなく、プログラムに市内小学生の試合も組み込まれるなど、市民も楽しめる良い大会となった。地元大学（名古屋経済大学）も参画し大会を盛り上げた。	いぬやまスポーツコミッション事業として引き続き継続支援を行う。	○	○	○			○		
				全国学童軟式野球大会の開催	いぬやまスポーツコミッションの支援により、全国学童軟式野球大会を誘致。開催（R5年11月）に向けた準備を実施。	全国学童軟式野球大会の開催（R5年11月3日-5日）。								
				犬山遊園駅アートオブジェ設置	犬山遊園駅に桃太郎伝説をモチーフとしたオブジェ、影絵アートを設置。名古屋鉄道㈱による取組み。	重点プロジェクト「遊園ルネサンス」の玄関口として、またアートを活かした観光まちづくりとして重要な取組みである。上期リーフレットでも紹介し「アート溢れる犬山」を紹介し定着を図る。他にも明治村のステンドグラス、リトルワールドのフレスコ画、若い太陽の塔を紹介。								
				第14回鈴木しづ子顕彰会　小中高生「いのちの俳句大会」	犬山市に所縁のある俳人「鈴木しづ子」を顕彰するとともに、文化の薫り高い俳句のまち犬山を目指し、小中高生対象の俳句大会を実施（Ｒ４年9月実施）。約90名参加。	R5年度も継続して開催予定（R5年9月）。								
犬山ならではの感動が得られる （オリジナリティ）		42	デジタルコンテンツの充実	犬山観光情報の充実	犬山観光のWEBでの玄関口である「犬山観光情報」の内容を常に新しい情報が提供できるよう、更新の頻度を高めている。公共駐車場の空き情報も合わせて掲示。	現在も年間200万ビュー以上となっており一定の利用がなされているが、今後も見やすく鮮度の高い情報発信を進める。								
				わん丸君ツイッターによる発信事業	随時及び即時の情報発信ツールとして、ツイッターを活用している。フォロワー数1万超となっており、発信ツールとして有効である。	左記のとおりであり、現在も即時情報の発信ツールとして活用できている。今後も継続して適切な情報発信に努める。						○		
				小澤くんとドローンたびによる情報発信	ドローン操縦と撮影の第一人者による動画の作成と発信。他にはない構図と画による美しい動画を作成し発信している。	新たな表現方法として有効であり、小澤氏との調整も必要であるが、今後も継続実施としたい。								
		43	首都圏、関西圏、名古屋圏でのアンテナショップ・商品セールス展開・PR活動など	【再掲】国宝五城によるお城ＥＸＰＯへの参画	横浜市で開催される「お城ＥＸＰＯ」に国宝城郭都市の５市による「国宝城郭都市協議会」として参画。他のブースに劣らず大変な好評を得ることができた（R4年12月）。	本市の大きな強みである「国宝犬山城」を活かしたプロモーションは、コアなファンの獲得・拡大、目的地となる旅の造成促進に資するものであり、今後も「お城」を活かしたプロモーションは必須と考え充実を図る。						○	○	
				お城フェスin大阪への参画	大阪市で開催される大規模お城おベント「お城フェスin大阪」に犬山城として出展（R5年8月）。関西圏での営業。プロモーションにより強い来訪動機を促す取組み。	首都圏・関西圏からの誘客はコアなファンへ訴求することも重要であり、本市の重要コンテンツである犬山城を活用し来訪を促すことは有効であると考える。今後も城関係の催事出店も中心に誘客宣伝活動を進める。								
		44	犬山祭がつなぐ観光まちづくりの推進	3年ぶりとなる犬山祭の本格実施	新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け車山運行行事は中止となっていたが、R4年4月に3年ぶりに本格実施（2日目は雨天中止）。R5年4月はコロナ前と同等の規模での本格開催となった。	江戸時代から続く伝統行事であり今後も歴史を繋いでいくとともに、郷土愛の醸成と誇りを高めることができるよう市も参画し事業推進する。			●					
		45	「水・城・緑」を意識したコンテンツ造成などの取組み促進	【再掲】花手水の設置（初夏）（水・緑）	犬山城下町に花手水を設置。市及び協会にて城前観光案内所、城前広場、磯部邸に設置。城下町の多くの店舗の参画もあり、町並みの風情に合う企画となった（R5年6月実施）。	今後も花手水を継続して設置することで、犬山城下町の価値とブランド力向上を図る。R6年1月頃にも実施予定。	○	○	○		○	●		
				【再掲】小牧・長久手の戦いに関するコンテンツ造成（城）	小牧・長久手の戦いゆかりの地にちなみ、三種の特別御城印販売及び犬山合戦帳の配布（R5年3月）。第二弾として特別御城印帳セットを販売（R5年8月）。 小牧・長久手の戦いゆかりの地（犬山城、羽黒城址、八幡林古戦場、楽田城址、内久保砦、青塚砦）にのぼり旗を掲出。 小牧・長久手の戦いを詳しく紹介するパネルを作成。城とまちミュージアムにて展示（R5年8月～）。	小牧・長久手の戦いは真の天下分け目の戦いであり秀吉・家康の史上最大の合戦であることからブランド力と価値を高め育てていく。								
	景観・インフラの整備 （ハード施策）	46	鵜飼の価値を高めるガイダンス施設等の整備	取組み実績なし	取組み実績なし	現在の鵜管理事務所は老朽化が進み移転・建替えなど検討が必要であり、合わせてガイダンス施設の検討が必要。まずは必要な機能を把握した上で、候補地の研究を進める。	●							
		47	栗栖の自然環境を活かしたアクティビティサイトの整備と充実	【再掲】栗栖園地の拡充、新たなコンテンツの取組み	栗栖園地南部分を整備し芝生広場を拡充する工事を実施（R5年1月～3月）。芝貼り作業を地域住民とともに行った。また、芝生広場での利活用の可能性を探る一環として、「モルック体験会」及び「ラジコン操作体験会」を開催（R4年12月）。多くの方に楽しんでいただいた。	芝生広場は現在、キャンプ利用、ピクニック利用で賑わいを見せているが、広大な芝生広場の利活用の可能性は大きく、多様な過ごし方、遊び方が考えられる。管理運営体制を国との協議を踏まえ、かわまちづくり計画策定の中で整理した後に、更なる可能性を模索、実施していきたい。		●			○			
		48	栗栖から木曽川犬山緑地までの遊歩道整備と交通規制の研究・検討	愛知県への要望事業	犬山市として愛知県に継続して要望を行っている。	継続して要望を実施。		●			○			
		49	憩いの場、滞在の場としての内田地区木曽川河畔整備（社会実験から実装へ）	市道犬山395号線の整備	市道犬山395号線の歩道整備工事を実施。これまで未舗装であった同所を整備。犬山城下町から内田地区河畔への動線を強化。	引き続き、東側の遊歩道整備に向け、取組みを進め河畔空間全体の高質化、活性化の取組みを継続する。	●							
				彩雲橋公衆トイレの改築	経年により老朽化していた彩雲橋公衆トイレの建替え工事を実施。河川敷内であるため、国土交通省木曽川上流河川事務所と協議・占用変更許可を経て施工。河畔の高質化に寄与することができた。	同上								

施策の総括表　進捗管理シート

資料３

基本理念	高めるもの 方向性	チャレンジする施策	実施内容	令和5年8月までの取り組み状況	令和5年9月以降の取り組み（予定）	重点プロジェクト 6-1 遊園ルネサンス 水景	6-2 日本ライン再発見ルート 水景	6-3 城下町景観・環境レベルアップ 城景	6-4 城下町クリエイティブ移住 城景	6-5 SDGs体験・学習サイト 緑景	6-6 クロスオーバー資源開発 水景 城景 緑景	6-7 ユニークMICE 水景 城景 緑景	6-8 広域連携 水景 城景 緑景
犬山ならではの感動が得られる （オリジナリティ）	景観・インフラの整備 （ハード施策）	49　憩いの場、滞在の場としての内田地区木曽川河畔整備（社会実験から実装へ）	木曽川河畔空間活性化基本構想の策定	観光戦略重点プロジェクトの一つとして掲げている「遊園ルネサンス」の重点的な取組み。現在の遊歩道は舗装が経年で劣化し樹木も樹形が大きくなり景観を阻害するなど課題も多い状況。新たな観光地として、また市民の憩いと活躍の場として再整備を図るものであり、Ｒ４年度は基本的な構想として取りまとめた。	整備に際しては諸課題を解決しながら進めていく必要があり、構想も3案を提示する内容となった。今後も河川管理者と協議・相談しながら構造調査も実施し最適な河畔空間整備を目指す。	●							
		50　視点場、案内板、ベンチ等の整備	犬山駅西口ロータリーにウェルカム看板の設置	犬山駅西口、東西連絡橋付近にウェルカム看板を設置（R4年3月）。従前は木質系の観光案内看板であったが経年により劣化したため、改修した。来訪者をお迎えする看板として再生。	観光地犬山の玄関口に相応しいウェルカム看板を設置することができた。	●	●	●		●	●		
			犬山駅西口ロータリーに観光案内看板設置	犬山駅西口のロータリー内に観光案内看板を設置。	犬山駅は観光地の玄関口であり、案内機能・誘導機能としての案内看板を設置することができた。								
			木曽川河畔市道犬山395号線にベンチ及び看板設置	市道犬山395号線整備に合わせて、観光案内看板を設置。裏面にはかつての木曽川や城の風景などの写真を複数表示している。合わせて付近に視点場、憩いとくつろぎの場としてベンチを設置した。	案内板とベンチ設置により、河畔空間の高質化を図ることができた。								
		51　歴史的建造物の保存活用に向けた検討・支援	小島家住宅の整備・活用（㈱DONDENの取組み）	国登録有形文化財「小島家住宅」を改修し宿泊施設等に利活用する取組み。㈱DONDENなど民間事業者による取組み。R5年度～6年度にかけて実施予定。	市としても歴史的建造物が解体、除却されてしまうことに懸念があり、今の時代に即した利活用を見出し「保存と活用」が進むことは非常に好ましいものと考えている。			●	●				
		52　既存建物を宿泊・ワーケーションとして活用検討、クリエイティブ層等移住のためのマッチングの取組み	【再掲】小島家住宅の整備・活用（㈱DONDENの取組み）	国登録有形文化財「小島家住宅」を改修し宿泊施設等に利活用する取組み。㈱DONDENなど民間事業者による取組み。R5年度～6年度にかけて実施予定。	市としても歴史的建造物が解体、除却されてしまうことに懸念があり、今の時代に即した利活用を見出し「保存と活用」が進むことは非常に好ましいものと考えている。				●			●	
			移住定住相談窓口の開設	城下町地区及びクリエイティブ層に限定はせず、市域全体を対象に「移住定住相談窓口」を設置（企画広報課）。窓口を一元化することで相談しやすい体制を構築。	今後も移住・定住を検討する方にやさしく分かりやすい窓口として継続実施する。								
		53　「美しいまち」を意識した施設整備（看板、道路、街路樹など）	【再掲・加筆】木曽川河畔市道犬山395号線にベンチ及び看板設置	市道犬山395号線整備に合わせて、観光案内看板を設置。裏面にはかつての木曽川や城の風景などの写真を複数表示している。合わせて付近に視点場、憩いとくつろぎの場としてベンチを設置した。	案内板とベンチ設置により、河畔空間の高質化を図ることができた。ベンチ及び看板のデザインについては美しいまちを意識して作成した。			●					
		54　国道41号沿道「道の駅」整備（市中心部に観光案内機能を備えた施設整備）	国道41号線沿線に「道の駅」整備検討	R2年基本計画策定したが新型コロナ感染症拡大、物価高騰等社会情勢の変化もありR2年5月に見合わせ、あり方の再検証となった。	R5年度中には方向性を見出す方針						●		
		55　新池、中島池の環境学習サイト整備	新池・中島池について環境学習やアウトドア利用の可能性を検討	市庁内関係課が状況把握・共有のための打合せを実施	規制等の確認、実施主体（担い手）を見出す等、課題も多い為継続検討					●			
		56　二次交通の課題改善と充実（観光ガイドタクシー、シャトルバス運行、バイク、自転車、MaaSなど）	名鉄西部交通によるガイド付き観光タクシーの実証事業実施	タクシーに犬山観光ボランティアガイド「ナイスで犬山」のガイドが同行して観光案内を実施する試験事業。全6コースを用意（R4年9月）。	二次交通は一度に解決するものではなく事業者と連携し複合的な取組みが必要であり継続検討。			●					
犬山人のおもてなしに出会える （ホスピタリティ）	市民とともにある観光 （市民参画・交流・関係人口・多様な参画）	57　本町通りの在り方再構築（屋外広告物、ゴミ・音・においなどの環境）、目指す姿とまちのルールづくり	本町町内会との意見交換会実施	R4年10月に本町町内会と意見交換会を実施。課題が多く、その後町内住民だけで話し合いを実施することとなった。R5年3月以降2回、市長との意見交換が実施された。	市として出来ることから取り組んでいくが、課題も多く、町内としてのルールづくりも含め継続した検討・検証が必要。			●					
			ＳＤＧs観光まちづくり会議の開催	市、観光協会、商工会議所、ＴＭＯなど関係者による課題解決の為の協議の場を設定（R5年7月）。	現在まずは城下町地区の課題を議論している。持続可能な観光まちづくりを実現するため、多くの課題を改善できるよう定期的な協議の場を継続して設ける予定。								
			持続可能な観光地となるための具体的な取組み実施	R5年のＧＷに際し、試験的にゴミ箱の設置（城前観光案内所、本町交差点、丸の内ポケットパーク）、臨時休憩所の設置（丸の内ポケットパーク）、本町通り住民用臨時駐車スペースの確保（犬山北小学校の駐車場を借用）等の取組みを実施。	効果的で必要な対策（取組み）の見極め、持続可能な手法・スキームの検討など課題は多いが、できることから少しずつ実施していく。								
		58　城下町・町内ごとの空間づくり（武家町・町人地等歴史文化を踏まえた名所・視点場・コンテンツ・集いの場形成）	取組み実績なし	取組み実績なし	分散化の為にも、本町通り以外へのにじみだしを促す仕掛け作りが必要である。現状では町名由来看板を設置し城下町各町内の歴史文化を踏まえた仕立てが一部あるものの、更に拡がりが生まれるよう、今後研究を進める。	●		●	●				
		59　市民が参画する観光まちづくり（対話の場、参画の仕組みづくり、ガイド等観光人材育成）	「河畔DEカタリーヴァ」（内田地区住民とのＷＳ）を開催	木曽川河畔空間活性化事業の取組みの一つとして、地域住民とのワークショップ「河畔DEカタリーヴァ」を開催。望ましい河畔の姿や在り方、あったらいいなと思う機能等、活発な意見交換を実施し（計6回開催。112名参加）、基本構想に反映することができた。	新たな利活用の可能性を探る取組みとして、地域住民と行政、団体等が連携し今後も継続して実施予定。	●	●			●	●		
		60　DMO機能の導入	ＤＭＯ機能導入に向けた検討	現時点での具体的な取組みは無いものの、犬山市観光協会総会の場において会議資料に「ＤＭＯ法人設立に向けた動き」と表記。	将来において観光協会が観光まちづくりの中核となるよう、研究を進める。						●		
犬山人のおもてなしに出会える （ホスピタリティ）	市民とともにある観光 （市民参画・交流・関係人口・多様な参画）	61　インナーブランディング（郷土愛の醸成）	市民鵜飼の開催	親子鵜飼（親子で観覧。計28名参加）、なごみ鵜飼（大人2人で観覧。計28名参加）など、市民が木曽川うかいに親しむ契機として設定。R4年度計56名参加。多くの方に好評を得ている。	左記のとおり、市民が木曽川うかいに親しみと愛着を持っていただく機会として有効であると考えており継続実施の予定。	●	●			●	●		
			夏休み小学生鵜飼体験の開催	市内小中学生を対象に昼鵜飼の観覧に招待。R4年度　計68名参加。	郷土の伝統文化に触れる機会として非常に有効であると認識しており、今後も継続実施の予定。								
			市民向け体験事業（犬山焼絵付け体験、犬山茶の烏龍茶葉づくり体験）	市民向け事業として特産品協会が実施。犬山焼絵付け体験（R5年8月）、烏龍茶葉づくり（R5年7/25）。	特産品の周知と愛着増のため有効であり、今後も継続予定。								
		62　地域に愛される店・市民が楽しめる店、市民が憩える場づくり促進	取組み実績なし	取組み実績なし	内容の検討と具体的な取組みについて研究する。			●			●		
		63　市民に潤いのある仕組みづくり（エリアマネジメント、体験メニュー、観光分野で働く等）	【再掲・加筆】栗栖園地の適正な管理（エリアマネジメント）	木曽川河川敷内、栗栖園地の適正な管理を実施。地元住民等による桃太郎発展会に委託。キャンプ利用などアウトドア利用が進んでいる。	現在、国土交通省木曽川上流河川事務所に対し、河川法準則に基づく区域指定及び管理団体認定に向けた相談・協議を進めており、将来的には管理団体認定により、園地での収益を高め地域に再投資を促すなどエリアマネジメントを実現し、更なる利活用を図る。	●	●	●		●	●	●	●
			体験型観光コンテンツ造成の参画呼掛け（ホスト募集）	シェアリングエコノミーを活用して体験型の観光メニュー（コンテンツ）を造成し来訪者に楽しんでいただくとともに、担い手（ホスト）も少額ではあるもののお金を稼ぐとともにやりがいを得る機会として、また観光分野に関わる人材の発掘を目的として取組みを進めている。	爆発的な売り上げなどの経済効果があるものではないが、市民が活躍できる、潤いを得られる仕組みとして、非常に有効であり、今後も継続して実施していく。								

施策の総括表　進捗管理シート

資料３

基本理念	高めるもの 方向性	チャレンジする施策		実施内容	令和5年8月までの取り組み状況	令和5年9月以降の取り組み（予定）	重点プロジェクト							
							6-1 遊園ルネサンス	6-2 日本ライン再発見ルート	6-3 城下町景観・環境レベルアップ	6-4 城下町クリエイティブ移住	6-5 SDGs体験・学習サイト	6-6 クロスオーバー資源開発	6-7 ユニークMICE	6-8 広域連携
							水景	水景	城景	城景	緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景
データを活用したプロモーションの展開		64	【チャレンジする施策】　観光関連データの収集整理と分析、多様なメディアを活用した情報発信による知名度向上、目標とする数値（KPI）の設定と管理	【再掲】小澤くんとドローンたびによる情報発信	ドローン操縦と撮影の第一人者による動画の作成と発信。他にはない構図と画による美しい動画を作成し発信している。	新たな表現方法として有効であり、小澤氏との調整も必要であるが、今後も継続実施としたい。	-							
				名古屋経済大学による観光アンケート調査の実施	犬山市観光戦略の目標指標の進捗把握と確認の為、ＫＰＩに関する事項を中心に学生によるアンケート調査を実施した（Ｒ４年11月）	地元学生によるアンケート調査の取組みは、地域全体で観光施策を進め、共に検討する方向性を持つことが出来有効である。今後も可能な範囲で連携を図りたい。								
				ＫＰＩの設定と進捗確認	犬山市観光戦略に記載の目標指標（ＫＰＩ）の進捗確認を実施。名古屋経済大学学生によるアンケート調査などにより状況の把握に努めている。	数値により観光施策の達成度を確認することは必要かつ有効であり、今後も計画期間内での推移を把握し施策に役立てる。								
自然災害・衛生のためのマネジメントの充実		65	【チャレンジする施策】　事業者間連携によるリスクマネジメント、安心・安全の観光地を具現化する取組み、BCP・DCMの体制づくり	広域避難所への避難誘導看板設置	城下町地区を訪れた来訪者が災害時に適切に避難可能となるよう、最寄りの広域避難場所である内田防災公園までのルートを示す掲示物を本町通りを中心に設置（R2年度事業）。	災害時の避難誘導など防災面での取組みも今後強化が必要。	-							
				災害協定締結者との連携	災害協定締結者と帰宅困難者の受入に関する打合せを実施。	災害時に備えた取組みとして重要であるため、今後も連携体制を維持する。								
マネジメントを重視した観光推進体制の整備		66	【チャレンジする施策】　観光まちづくりプラットフォームの構築、犬山らしさを磨く観光まちづくり推進組織（ex.DMO）の設置	【再掲】ＳＤＧs観光まちづくり会議の開催	市、観光協会、商工会議所、ＴＭＯなど関係者による課題解決の為の協議の場を設定（R5年7月）。	現在まずは城下町地区の課題を議論している。持続可能な観光まちづくりを実現するため、多くの課題を改善できるよう定期的な協議の場を継続して設ける予定。	-							
				ＤＭＯ機能導入に向けた検討	現時点での具体的な取組みは無いものの、犬山市観光協会総会の場において会議資料に「ＤＭＯ法人設立に向けた動き」と表記。	将来において観光協会が観光まちづくりの中核となるよう、研究を進める。								