

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

観光を産業の柱へ！！みんなが潤うまちづくり事業

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

犬山市

### 3 地域再生計画の区域

犬山市の全域

### 4 地域再生計画の目標

#### 4-1 地方創生の実現における構造的な課題

##### ①住民生活への影響

犬山城下町周辺部やモミジの名所である継鹿尾山寂光院、キャンパーたちに人気の栗栖園地などでは、ハイシーズンになると駐車場不足等に起因する交通渋滞が発生。周辺住民は自宅へ出入りできなくなるなど、生活に支障をきたしている。城下町では、市外事業者が増えた為、昼間は営業していても夜間は無人となる家屋が増加。居住人口が減少する中で、数年前、夜間に火災が発生した際、発見が遅れ延焼したことがあり、災害に対する懸念がある。加えて、観光客によるゴミのポイ捨てにも不満の声が上がっているが、城下町の店舗によるまとまった商業組合などはなく、課題を受け止め、解決に向けた取組みに至る体制はない。また、人口が減少し、江戸時代から続く祭り(ユネスコ無形文化遺産に登録された犬山祭)では担い手が不足している。

##### ②宿泊者数の伸び悩み及び中核的宿泊施設閉鎖による影響

観光客数は増加傾向にある(H24年約560万人→H29年約580万人)が、宿泊者数は伸びていない(H24年約17万人→H29年約14万人)。これは、本市の観光が「城を見る」など、見学重視の観光地であること、及び「体験する」タイプのコンテンツが僅かであることから、滞在時間が短く、「日帰り観光地化」していることも要

因である(観光客数のうち宿泊者の割合は約2%)。特に、インバウンドは日本全体で増加している状況と比べ、全く取り込めていない(H29年の外国人宿泊者数約7,800人。全体のうち僅か5%程度)。

また、宿泊者数全体の5割以上を占めるホテルが平成31年8月末をもって営業停止となることが決定。新たに開業する外資系ホテルの詳細は明らかではないが、少なくとも閉鎖期間中には観光客の受け皿となる宿泊施設が不足するため、宿泊者数は更に減少すると想定される。

これまで、バスツアーなどで訪れる団体客は、当該ホテルでのランチと犬山城見学をセットにしたプランの利用が多かったが、数百人規模での団体客の受入れが可能な施設は、市内ではこのホテル以外には無い。また、ホテルが立地する木曾川河畔で実施される、伝統漁法を保存し観光資源として供している「木曾川うかい」は、観覧者のうち、約4割がホテルの利用者であることから、大幅な減少が想定される。このように、ホテルが担っていた食事、宿泊など年間約20万人の受け皿を本市は消失することになる。

また、当該ホテルは、食材や土産物などの多くを地元業者から仕入れているが、約2年間は取引がなくなり、市内業者の売り上げが大きく落ち込み、外資系ホテル開業後も先行きは不透明である。

### ③観光客の一部地域への偏りと観光所得の域外流出

本市を訪れる観光客は、犬山城と城下町や、郊外のテーマパーク等市域の一部に集中(施設別訪問先の約82%)し、地域全体に観光の広がりがみられない。また、城下町を中心として店舗は増加しているものの、市外からの出店も多く、市内で生産される食材の利用や地場産の土産物は少ないため、観光関連の消費は域外に流出し、地域経済の好循環がみられない。また住民も十分な恩恵を受けていない。

### ④特産品(土産物など)の魅力構築が不十分

「犬山には名物がない」と常に言われており、総合戦略策定時のアンケートでは「犬山市訪問の目的」として「買い物・特産品の購入」とした人の割合は少ない(約9%。最も多いのは名所・旧跡訪問64.5%)。市内には工芸品としての焼き物や、お茶、飴などの特産品や土産物があり、個々の事業者は努力しているもの

の、販売網の形成や商品のPRなど、魅力を発信・伝達するスキームがない。また、個々の商品は伝統的であり昔ながらの商品が多いため、若い世代に訴求する商品が少なく、課題となっている。

#### ⑤若者の活躍の場がない

地元には大学があり、大都市近郊という立地から市外の大学に通う学生も多く居住しているが、まちづくりで学生が活躍できる場が少ない。そのため、学生がまちを知り、まちへの愛着を高める、逆に企業や住民が学生のことを知る機会も少なく、卒業後の就職・定住に結びついていない。

これらの数多くの課題に対し、本市ではこれまで客観的なデータを用いず、勘と経験に基づき対応してきたという側面がある。また、長期的な視点に立った方針や戦略といったものはなく、進むべき方向性も有していない。

## 4-2 地方創生として目指す将来像

### 【概要】

背景：犬山市は、国宝犬山城とその城下町、地元鉄道会社が経営するテーマパークなどの多くの観光資源を有し、年間約580万人が訪れる東海地方有数の観光都市である。近年は、城ブームや、「インスタ映え」を狙った若い女性の来訪により、各施設の入場者数は増加しているが、観光客の増加に伴い、観光地周辺では駐車場不足や交通渋滞、ゴミ問題などが発生し、住民の生活に支障をきたしている。

また、本市の観光の特徴としては滞在時間が短い、典型的な「日帰り観光地」になっているということがある。宿泊者数は伸び悩んでいる。かつては犬山城の麓、一級河川木曾川河畔には多くの旅館が立ち並んでいたが、現在では6軒まで減少している。

そのような中で、宿泊者全体の5割以上を占め、本市の代表的な宿泊施設となっているホテルが平成31年8月末をもって営業を停止し、33年秋に外資系ホテルが開業することが発表されている。

本市は平成21年をピークに人口減少に転じ、地域経済も縮小傾向にある。産業構造としては製造業が中心(約35%：平成28年経済センサス、会社と個人事業

所の従業者総数に占める割合)であり、東海地方有数の観光地でありながら、観光分野の占める割合は少ない(約10%：同上、会社と個人事業所の従業者総数に占める「宿泊業、飲食サービス業」の割合)。

目指す将来像：事業者を始め、各種団体、学生など、さまざまな主体が「観光」分野に参入・連携して地域経済を活気づかせ、循環させる仕組みを構築する。「多くの観光資源を持つ」という強みを活かしながら、観光に関わる人が増えることで、新たなコンテンツも多数造成され、観光を「ビジネス」として質・量ともに向上させる。これらの取組みによって、将来においては「観光が基幹産業化」し、地域経済の活性化とまちの賑わい創出、若い世代の移住・定住促進、学生や高齢者など幅広い世代の活躍機会の創出に繋がり、市民にとってはずっと暮らしたくなる、観光客にとってはまた来たくなる・暮らしてみたいくなるまちを実現する。

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2019年度増加分 1年目	2020年度増加分 2年目
市の支援を受けて、新たにインターネットの体験予約サイトに登録された体験型観光メニューの利用者数(延べ人数) (人)	0	10	50
(仮)地域で稼ぐ研究会への参加者数 (延べ人数) (人)	0	100	100
(仮)地域で稼ぐ研究会で実施されたお試し事業の数(件)	0	1	2
シェアリングエコノミーを活用した駐車場の利用額(円)	22,100	150,000	200,000

2021年度増加分 3年目	KPI増加分 の累計
100	160
100	300
2	5
250,000	600,000

## 5 地域再生を図るために行う事業

### 5-1 全体の概要

5-2の③のとおり。

### 5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

#### ① 事業主体

2に同じ。

#### ② 事業の名称

観光を産業の柱へ！！みんなが潤うまちづくり事業

#### ③ 事業の内容

本市が有する多くの課題に対して、「勘と経験」ではなく、数値（データ）をもとに方針と戦略を整え、解決にあたる。「シェアリング」の仕組みを用いて参入のハードルを下げ、事業者を始めとして若者から高齢者まで誰もが気軽に観光産業に参画できる場と機会を作り、新たな特産品開発など、ビジネスの創出も促すことによって、将来においては観光を大きな産業に成長させる。具体的には以下の事業を実施する。

1 「多くの観光資源を持つ」ことを活かして「稼げるまち」になるために必要

なデータの収集・分析及び戦略の策定

本市を訪れる観光客の動態、ニーズ、消費額等に関する調査を実施し、分析したデータに基づいて、観光を市の基幹産業として成長させるための戦略を策定する。データ分析、戦略の策定にあたっては、有識者や地元関係者などで組織する「戦略会議」から助言を受ける。

## 2 「(仮) 地域で稼ぐ研究会」の開催とお試し事業の実践

当初は行政が事務局となって、事業者、団体、学生、ボランティア、地域住民など幅広い主体の参画によるワークショップを開催する。渋滞やゴミ問題などの地域課題や、①の調査で判明した新たな課題などを共有し、そうした課題への対応策を検討するとともに、検討した対応策を「お試し事業」として実施する。「お試し事業」の成果を戦略に反映させる。また、閉鎖が決定しているホテルへの市内納入業者や多くの市民を巻き込み、ピンチをチャンスに変える新たなビジネスの機会を掴む場として機能する。

## 3 シェアリングエコノミーを活用して市域全体で「稼ぐまち」を目指す。

シェアリングエコノミーの仕組みを観光の分野に対して積極的に取り入れ、遊休資産の活用や地域資源と個人・団体のスキルを掛け合わせた体験型観光メニューの造成などにより、地域課題の解決と観光で稼げるまちづくりを実現する。

(1) 説明会や研修の実施により、市民に対してシェアリングエコノミーの普及啓発を図る。

(2) 空きスペースを駐車場として活用するなど、駐車場不足と渋滞の解消を目指す。

(3) イベント民泊実施への呼びかけを行い、ホテル閉鎖による宿泊施設不足に対応するとともに、関係人口の増加を促進する。

(4) 体験予約サイトを活用することで、予約受付～料金徴収までの手間を軽減させるとともに、市域全体で新たな体験型観光コンテンツを生み出す。

## 4 工芸品・特産品のバージョンアップを図る

市内の生産者や製造業者、学生などが協力して、既存の工芸品の魅力向上や地元の素材を活かした新たな特産品の開発などに取り組む。①の調査結果をもとに観光客のニーズや嗜好を把握し、ターゲットの設定や新たなマーケッ

トの創出に活かす。

(1) 愛知県の郷土伝統工芸品である犬山焼の窯元が、現代のライフスタイルに合う新商品開発に挑戦する。

(2) 地元の素材を活用し、地元企業が加工を手掛ける特産品開発に挑戦する。

(3) これまでは観光客を対象としていなかった市内の工場やゴルフ場の食堂などを団体客のランチ会場としての利活用を検討する。

(4) 若者が食べたくなる、買いたくなるようなデザイン・内容の新たな特産品開発に挑戦する。

#### 5 学生が活躍できるフィールドづくり

地元で大学があること、近年若い女性の観光客が増加しつつあることを活かして、学生がまちづくりに参画し、活躍できる場をつくる。

(1) 夜のにぎわいづくりにつながる事業の検討及び実施

(2) 検索サイトを活用した観光資源に関する情報の充実

#### ④ 事業が先導的であると認められる理由

##### 【自立性】

計画期間中は市が主体となり、専門家からの助言も得ながら研究会を運営。研究会自体は大きな収益を生み出すのではなく、参画者が「稼ぐ」主体へと成長することを支援する、という役割を担う。参画者は「地域で稼ぐ方法」を学び、実践するとともに、活動を通じて研究会運営のノウハウについても学ぶ。また、市は活動の中で、将来的な「観光産業」のキーパーソンとなる人材の発掘と育成も行う。

計画期間中に市が研究会を主宰する人材の発掘とスタートアップ支援を行うことにより、期間終了後は、研究会が民間主導で活動し自立自走した組織に成長することが可能になる。研究会が継続展開することで、参画する事業者が、データを活用しながら引き続き「地域で稼ぐ方法」を学び実践するとともに、事業者間でも切磋琢磨することが出来、その結果「稼ぐ人や店」が増加し、まち全体でも「観光産業」というエンジンを成長させることによって地域経済活性化に繋がる。加えて、健全で持続可能な観光地

となるよう、研究会の場で諸課題の解決にも取り組むことができる。

#### 【官民協働】

行政、民間事業者、学生の産学官に加え、各種団体、ボランティアなどが一堂に会し、事業を企画・実施していく点や民間資金の活用を検討する点など、（仮）地域で稼ぐ研究会は官民連携により地域課題を解決する仕組みとなっている。

#### 【地域間連携】

「観光」をツールとして、地域経済活性化を始めとした諸課題の解決に取組み、地方創生を実現するためには、他の自治体との連携が必須である。周辺自治体などと協議・協力を重ねることは、インバウンドを含む観光客誘致や観光の産業化などに資すると考えており、単市では得られない効果をもたらすことが出来る。

#### 【政策間連携】

特産品開発における農商工分野と観光分野の連携のほか、雇用創出や学生の市内就業及び定住促進、シェアリングエコノミーの活用など、様々な政策分野が連携することで、地域内での経済の好循環を生み出し、単独事業では得られない多様な主体の参画による相乗効果で、市域全体に賑わいを創出する事業である。

- ⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））  
4-2の【数値目標】に同じ。

- ⑥ 評価の方法、時期及び体制

#### 【検証方法】

（第2期）地方版まちひとしごと創生総合戦略を審議している犬山市総合計画審議会にて、KPIの達成状況をもとに、PDCAサイクルに基づく効果検証を行う。

議会の検証については、外部組織のメンバーに市議会議員が2名加入し、市議会と情報共有を図りながら検証を行うこととしている。

#### 【外部組織の参画者】

犬山市総合計画審議会委員など

【検証結果の公表の方法】

検証結果は、市公式ホームページにより公表を行う。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 47,724千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画の認定の日から2022年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から2022年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、7-1に掲げる評価の手法により行う。

### 7－3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5－2の⑥に掲げる【検証結果の公表の方法】に同じ。