■犬山市観光戦略　体系整理

※赤文字は調査結果に基づく　※青文字は観光まちづくり会議の意見

計画期間　20年先を見据えた10年間の計画、5年間のアクションプラン

資料４

現状

【社会潮流】
・インバウンド増加
【犬山の観光の強み】
・伝統的な鵜飼文化を有する
・大規模集客施設（テーマパーク）を有する
【犬山が有する機会・チャンス】
・ホテルインディゴ犬山有楽苑の開業
・犬山駅西ホテルの開業
【犬山の観光の弱み・課題】
・宿泊者数が少ない（日帰り83%）
・市内の回遊性が乏しい（1カ所立ち寄りが64%）
・訪問者の消費額の低さ（5000円未満が半数）
・リピートしたい場所が限定的
・夜間に利用出来る店舗、施設が少ない
・バスツアーの市外宿泊
・消費拡大（レストラン、夜の魅力向上）の必要性
・城下町以外への誘導
・移動（周遊）しやすい環境整備、巡りたくなる仕掛け

【社会潮流】
・観光・旅行の多様化
【犬山の観光の強み】
・国宝犬山城の知名度・賑わい（認知度72%）
・ユネスコ無形文化遺産である犬山祭
・城下町などの歴史的景観
・国宝茶室「如庵」
・観光ニーズの5割を超えるコンテンツを有する（歴史、文化、町歩き、食べ歩き、自然景観）
【犬山の観光の弱み・課題】
・知名度の不足（東京、大阪では3割が「知らない」）
・犬山を代表する名物イメージが希薄（約半数が「思い浮かばない人」）
・経済効果を生み出す仕組みづくり
・観光資源の活用、磨き上げ
・特産品、名物の必要性
・城下町らしさの保全
【犬山市が抱える脅威】
・名鉄犬山ホテルの営業終了によるリピーター層の動向

【社会潮流】
・人口減少、働き手の不足による事業効率化の必要性
・コト消費への要望の高まり
【犬山の観光の弱み・課題】
・観光客集中による城下町の生活環境への影響（ゴミのポイ捨て、道路混雑、市有地への立入）
・ゴミ対策、混雑対策の必要性
・住民・観光客・事業者の共存の必要性
・受入環境整備（トイレ、休憩場所等）
【犬山市が抱える脅威】
・観光人材の担い手の不足

目指す姿

- 滞在型観光の強化
- 観光地・犬山のブランド化
- 市民参画による観光まちづくり

視点

- 観光地・犬山の歴史
- 多様性
- 自然・景観
- 持続可能な観光

施策の方向性

- 観光客の滞在時間拡大および消費拡大
- 木曽川河畔の賑わい創出
- 市内全域へ観光効果の拡大
- 犬山ブランドの創出
- 資源の保全・磨き上げ、新たな資源の発掘・創出
- 住民と観光の調和・共生
- 市民の観光への関わり密接化

ターゲットを明確にしたプロモーションの実施　観光を総合的に推進する仕組みづくり

施策アイデア（例）

【観光客が夜に過ごす場所の創出】
■夜に観光客を受け入れる施設、店舗が少ない　■観光客のみでは商売が成り立たない？　■犬山駅前で住民、観光客両方が楽しめる場づくり　■駅西ホテルの開業に伴う犬山駅西ロータリー再整備　■犬山駅前通りのワクワク感づくり　■日帰り客を夕食まで引き延ばす手段

【インディゴを核としてインバウンド需要に対応した河川空間の形成】
■河川空間活性化夢プラン　■ロケーション、朝市、遊覧船、うかいなどの資源　■飲食、物販施設の不足　■賑わいの歴史　■宿泊施設の集積（誘致の検討）

【歴史に根ざしたそれぞれのストリートの再発見と再構築（城下町内のにじみ出し）】
■通りごとの背景（旧町名）　■下本町（ファッション、カルチャー）　■魚新通り（茶文化、クラフト、アート）　■寺内町（寺院）

【里山の自然資源を観光に活用】
■農泊の可能性　■アウトドアのフィールド　■入鹿池の活用

【域内経済循環する商品づくり】
■名物イメージ希薄　■少しは認知（きびだんご、げんこつ飴、あゆ、豆腐でんがく、犬山焼）　■地元産食事処のニーズ　■地元農産物での「犬山定食」の開発

【犬山の資源を活用したプロモーション】
■水（木曽川などの恵み）　■犬山温泉　■料亭文化

【犬山の「自然」の再価値付け】
■自然・景観ニーズ高い　■日本新八景の日本ライン　■里山風景　■入鹿池　■身近な自然（お手軽に行ける）　■今まで施策として投資していない

【住民、事業者、行政が対話できるプラットフォームの構築】
■城下町住民の不満の高まり　■事業者側の組織がない（むしろ複数ある）　■住民側の意見も集約できない　■住民、事業者とも事業者の組織化が必要との意見

【観光に関わる市民を増やす取り組み】
■体験プログラム（シェアリング）　■民泊　■農産物　■ガイド　■SNS情報発信

【観光の効果を知ってもらうための調査の実施】
■事業者や団体だけでなく、市民に効果を知ってもらい、観光の応援団となってもらう