

■犬山市観光戦略 骨子素案のアイデア

| 犬山の観光に関する現状・課題 | 課題解決の方向性 | 基本コンセプト・犬山の将来像 | 目指す姿・目標 | 施策の方向性 | 施策のたね（アイデア集） | | ストーリーのたね | | |
|---|---|--|--|--------------------------|--|---|--|--|---|
| | | | | | 全般 | 個別対象・個別エリア向け具体案 | | | |
| <p>■社会潮流</p> <ul style="list-style-type: none"> インバウンド増加 観光・旅行の多様化 コト消費への要望の高まり 人口減少、働き手の不足による事業効率化の必要性 <p>■犬山の観光の強み</p> <ul style="list-style-type: none"> 国宝「犬山城」の知名度・賑わい 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」 豊かな自然（木曽川、桜、里山など） 伝統的な鵜飼文化を有する 大規模集客施設を有する（明治村、リトルワールド、モンキーパーク、モンキーセンター等） 名古屋駅からの速達性 中部国際空港に直結 高速道路・幹線道路により域外からのアクセスに優れる 名古屋鉄道による東海エリアへのプロモーション展開 <p>■犬山が有する機会・チャンス</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 道の駅開業予定（五郎丸） AichiSkyExpo（愛知県国際展示場）の開業 中部国際空港第2ターミナル開業（LCC増加） 東京オリンピック開催 アジア競技大会開催 リニア中央新幹線開業 <p>■犬山の観光の弱み・課題</p> <ul style="list-style-type: none"> 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） 訪問者の消費額の低さ 宿泊者が少ない（日帰り中心の観光客） 市内の回遊性が乏しい 夜間に利用出来る店舗、施設が少ない 犬山を代表する名物が乏しい（イメージが希薄） 団体客を収容出来る昼食場所が乏しい バスツアーの市外宿泊 <p>■犬山が抱える脅威</p> <ul style="list-style-type: none"> 名鉄犬山ホテルの営業終了によるリピーター層の動向 周辺各地の観光政策活性化による競合性 観光人材の担い手の不足 | <p>■観光の産業化による市民サービスの充実</p> <p>観光を基幹産業へと成長。雇用の確保、税収増加等による市民への還元</p> <p>■観光地としての犬山市のブランドイメージの確立</p> <p>愛知県犬山市からの日本の犬山、世界のINUYAMAへ</p> <p>■課題解決による暮らしと観光の調和</p> <p>ゴミのポイ捨て、生活道路の混雑、駐車場不足等の改善によるストレス低減</p> <p>■市民参加による観光まちづくり</p> <p>■観光の魅力を市内全域に拡大</p> <p>■観光を総合的に推進する仕組みづくり</p> | <p>※キャッチコピー的な記載</p> <p>例) 未来へつなぐ歴史のまち・犬山</p> <p>例) 持続可能な観光都市・犬山の確立</p> <p>例) 住む人に愛される訪れたいまち犬山</p> <p>表記イメージについて、要検討</p> | <p>観光客の消費を上げたい</p> | <p>観光客の滞在時間拡大および消費拡大</p> | <p>■宿泊施設の拡充（宿泊施設誘致）による来訪者消費単価の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> 高付加価値商品の開発（商品、メニュー） 市内資源を活用した名物・特産品の開発 販路拡大および市内経済循環の活発化 ナイトタイムエコノミーの拡大 料亭文化の歴史を踏まえた新たなコンテンツの創出 インディゴからの外国人旅行者の受入（体験プログラムの提供） 雇用拡大 消費を低迷させない環境整備 キャッシュレス環境の整備 多様な観光客の受入環境の充実（宗教、食主義、LGBT等） 体験型観光の充実 着地型商品の拡充（アウトドア、スポーツ、農業体験等） 滞在中の外国人を見据えた体験型ショートトリップの整備 | <p>■インセンティブツアーの取り込み</p> <p>【外国人】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内企業への産業視察の取り込み MICE関係者の受入促進 名古屋市内等におけるMICE関係者の宿泊先としての整備 名古屋市内等におけるMICE関係者のエクスカースション訪問先としての受入環境整備 市外からの呼び込み 名古屋周辺滞在者・岐阜市滞在者のショートトリップでの取り込み 中部国際空港・AichiSkyExpo利用者のショートトリップでの取り込み 名古屋港停泊中のクルーズ船乗客のショートトリップでの取り込み 犬山市へのビジネス出張者のアフタービジネスコンテンツの拡充 飲食スポットの整備 ゆっくり食事が出来るスポットの整備（城下町） <p>【全域】</p> <ul style="list-style-type: none"> 大人数で食事が出来るスポットの確保 | <p>■ターゲット</p> <ul style="list-style-type: none"> 40代男、30代女のカップル 1泊旅行 20代前半女子 4人グループ 1泊女子会旅行 小学生 2人の子供 2泊家族旅行 外国人（〇〇国）3泊犬山拠点旅行 <p>■地理的</p> <ul style="list-style-type: none"> 城下町ストーリー 木曽川ストーリー 栗栖ストーリー 入鹿池ストーリー 里山ストーリー 広域ストーリー <p>■モノ的</p> <ul style="list-style-type: none"> 文化財 ものづくり 農産物 <p>■コト的</p> <ul style="list-style-type: none"> 水 まつり 鵜飼 文化観光 景色・自然 <p>※要確認 アクションプランはストーリーのたねに紐付けて整理</p> | | |
| | | | | | <p>木曽川河畔に賑わいを持たせたい</p> | <p>木曽川河畔の賑わい創出</p> | | <p>■城下町からの回遊性の創出</p> <ul style="list-style-type: none"> マルシェの進化 宿泊施設の充実（施設誘致検討、犬山温泉） 既存資源の有効活用（遊覧船、木曽川うかい等） 受入環境整備（トイレ等） 飲食施設の拡充・支援 歴史的背景を踏まえた賑わいづくり | <p>■ホテルインディゴ利用者の取り込み</p> <ul style="list-style-type: none"> 栗栖地区の魅力資源の活用（桃太郎神社、ラフティング、竹林） エリアマネジメントの検討（内田、栗栖） |
| | | | | | <p>城下町だけでなく市内全域に観光の効果をにじみ出したい</p> | <p>市域全域への観光効果のにじみだし</p> | | <p>■城下町内（本町通りからの）にじみ出し方策の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> 城下町以外への拡大（里山、川沿い） 認知度を高めるプロモーションの実施 移動手段の充実（二次交通、自転車など） 公共交通（鉄道、バス）の利用促進 レンタサイクルステーションの検討 移動を円滑にする手段の検討 観光案内の充実 城下町から市内広域の観光案内の機能強化 多言語情報の充実及び多言語通訳人材の育成 災害時の情報提供 | <p>■各地エリアの魅力向上・発信</p> <p>【城下町エリア】</p> <ul style="list-style-type: none"> 下本町の活用（ファッション、カルチャー等） 魚新通りの活用（高価値の店舗、茶文化、クラフト、アート等） 寺内町の活用（寺院、車山等） 磯部邸、堀部邸の活用（ユニークベニュー） <p>【城下町以外のエリア】</p> <ul style="list-style-type: none"> 栗栖地区の魅力向上（グランピング、アウトドア） 今井地区の魅力向上（アウトドア、農泊） 丸山地区の魅力向上（東之宮古墳、犬山焼） 観光施設の新たな活用による利用者層の拡大（ユニークベニュー等） 地域イベントの観光客集客の活用 犬山温泉の活用 入鹿池の活用（釣り、ボート、カヌー、明治村にホテル、花火等） |
| | | | | | <p>住民と観光を調和（共生）させたい</p> | <p>住民と観光の調和・共生</p> | | <p>■住民（市民）、事業者、行政の話し合いの場・機会の創出、機運醸成</p> <ul style="list-style-type: none"> 住民の意志統一の仕組みの構築 事業者同士の連携体制の構築（組織化） 明確なルールづくり及び役割分担 おもてなし意識の醸成、観光教育の推進による意識変革 増加する観光客に対応した環境整備 城下町エリアにおける観光客の動線の見直し（周遊性、分散化） 城下町（本町通り）の観光客が安心して快適に過ごせる環境づくり（トイレ環境の充実、ゴミ捨てのルール、通信環境の整備、休憩スポットの設置、観光客向けのルール・マナー啓発） | <p>■城下町周辺の交通渋滞の緩和</p> <ul style="list-style-type: none"> 犬山駅西交差点（地下道の活用） 外縁部での駐車場シェアの活用 |
| <p>市民が関わる観光でありたい（交流人口・関係人口を増やしたい）</p> | <p>市民の観光への関わり密接化（交流人口・関係人口を増やしたい）</p> | <p>■様々な層を取り込み（ヤングママ、オーバー60等）</p> <ul style="list-style-type: none"> 体験プログラムの創出（シェアリング） イベント民泊の活用 産学官連携 外国人留学生との連携 市民同士のネットワーク構築 シェア駐車場の整備 広域観光の充実 昇龍道エリア、近隣地域との広域観光周遊ルートでの連携 | <p>■スポーツコンテンツの拡充</p> <p>【名鉄駅拠点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ウォーキングイベントの開催 <p>【全域】</p> <ul style="list-style-type: none"> サイクリング団体との連携 ゴルフ場利用者の市内滞在促進 新たな集客施設の拡充 道の駅の整備（橋爪・五郎丸地区） | | | | | | |

| | | | | | | | |
|----------------|----------|----------------|----------------------------------|------------------------|--|--|----------|
| | | | 今ある資源の保全・磨き上げ 新たな資源の発掘・創出をしたい | 資源の保全・磨き上げ、新たな資源の発掘・創出 | <ul style="list-style-type: none"> ■犬山ストーリーづくり ■テーマ等に基づく広域的な連携（尾張藩など） ■木曾檜の歴史・ストーリーの活用 ■木曾川、川遊び（船）の活用 ■犬山祭および地域の祭り・文化の活用 ■文化観光（お茶、俳句） ■自然観光（山歩き、ヒトツバタゴ） ■犬山城、城下町の保存活用 <ul style="list-style-type: none"> ・城下町の環境整備（飲食店等） ・城郭愛好者の取り込み ・武将を活用した観光推進 ・城郭を有する都市との観光連携 | <ul style="list-style-type: none"> ■資源の活用（若水庵、尾張信貴山、水、ため池（カヌー）、地層・チャート） ■美しい景色の活用（天守からの眺め、東之宮からの景色、若水庵、尾張信貴山、城下町） ■からくりの活用 ■歴史的資源の魅力発信 【城下町】 <ul style="list-style-type: none"> ・城下町エリアの街歩きコンテンツの充実 ・歴史的町並み等を活用した魅力向上 ・文人墨客ゆかりの品、場所の掘り返し 【木曾川】 <ul style="list-style-type: none"> ・木曾川うかひの保存活用 | |
| | | | 誇れる犬山ブランドを創りたい | 犬山ブランドの創出 | <ul style="list-style-type: none"> ■犬山観光のイメージづくり ■犬山のファンづくり ■数多くある文化財の再価値づけ ■犬山の資源を活用したプロモーション（水、温泉、料亭文化） ■市民が誇れる特産品の開発 ■犬山名物となる土産物、名物グルメの開発 ■新たな犬山ブランドの磨き上げ <ul style="list-style-type: none"> ・フィルムコミッションの推進 ・犬山市内企業・事業者等との連携 ・スポーツツーリズムの推進 | <ul style="list-style-type: none"> ■犬山企業の活用 <ul style="list-style-type: none"> ・カトージ（ベビー用品）、エイト工業（金属加工）、木工品 ■犬山焼の磨き上げ ■「犬山定食」の開発 | |
| | | | ターゲットを明確にしたプロモーションをしたい | ターゲットを明確にしたプロモーションの実施 | <ul style="list-style-type: none"> ■マーケティングデータの活用（アンケート調査結果等による旅行者の動向（消費額、宿泊数等）） 【国内】 <ul style="list-style-type: none"> ■東京・大阪における認知度向上およびファンづくり ■日常的な来訪、リピーターの拡大（名古屋、尾張、岐阜、三河、静岡方面） 【国外】 <ul style="list-style-type: none"> ・ニーズや社会情勢を踏まえたターゲット設定（台湾、タイ、欧米豪等） ・ターゲットに応じた連携（他自治体、空港、鉄道など） ■犬山ならではの文化の創造・発信 <ul style="list-style-type: none"> ・犬山祭の維持支援・観光コンテンツとしての活用 ・車山等の地域の文化財を活用した魅力発信 ■国内外への犬山の魅力発信 <ul style="list-style-type: none"> ・姉妹友好都市等の都市間連携を活用した観光プロモーション ・教育旅行等の誘致 ・リニアによる後背圏人口拡大に対応した広域プロモーション ・海外に向けた観光プロモーション | <ul style="list-style-type: none"> ■犬山城を核とする歴史・文化プロモーション 【犬山城・城下町】 <ul style="list-style-type: none"> ・歴史・文化魅力軸の歴史観光コンテンツの魅力発信 ・城下町地区の魅力向上 | |
| | | | 観光を総合的に推進したい | 観光を総合的に推進する仕組みづくり | <ul style="list-style-type: none"> ■SDGsの視点を踏まえた観光戦略 ■コンシェルジュになる人材（DMOの検討） ■地域の担い手育成・支援 <ul style="list-style-type: none"> ・地域の観光団体等の担い手育成・支援による受入体制の強化 ・観光ガイドの充実 ■マーケティング調査の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング調査を活用した観光施策の推進 ・ターゲットにあわせた情報発信方針の確立 ■新たな税（観光税）の検討 | <ul style="list-style-type: none"> ■地域の担い手育成・支援 【城下町】 <ul style="list-style-type: none"> ・多様な課題に対応する組合組織の形成 | |
| 犬山の観光に関する現状・課題 | 課題解決の方向性 | 基本コンセプト・犬山の将来像 | 目指す姿・目標 | 施策の方向性 | 施策のたね（アイデア集） | 個別対象・個別エリア向け具体案 | ストーリーのたね |
| | | | | | 全般 | | |