

観光戦略会議専門部会の会議要旨

■ 第 1 回犬山市観光戦略会議専門部会

令和元年 10 月 7 日（月） 午前 9 時 57 分から午前 11 時 50 分まで

犬山市役所 2 階 202、203 会議室 出席委員 5 名

- 議題 ①観光戦略策定の背景および現状について
②第 1 回犬山市観光戦略会議について
③第 1 回犬山市観光まちづくり会議について
④実施する調査の内容について
⑤自由討議
⑥今年度の専門部会スケジュールについて

<主な議論>

- 実施する調査の内容を協議。
 - ・インターネットアンケート調査の対象エリア及び票の割り振り。
 - ・アンケートの設問項目の追加設定。
 - ・位置情報データで分かることの確認。
 - ・対面アンケート調査の調査エリアへの栗栖の追加。
- 自由討議
 - ・観光資源の整理は市内のものだけでなく広域、城下町のものも必要。
 - ・全国のどのような都市をベンチマークとし、日帰り観光の強化だけでなく、宿泊を増やすところまで目指すのか。
 - ・アクティビティを提供する窓口となる団体があるのか。

■ 第 2 回犬山市観光戦略会議専門部会

令和元年 12 月 17 日（火） 午後 5 時 00 分から午後 6 時 40 分まで

犬山市役所 2 階 202、203 会議室 出席委員 5 名

- 議題 ①第 2 回及び第 3 回犬山市観光まちづくり会議について
②実施した調査の結果概要（速報値）について
③観光戦略の骨子（素案）について

<主な議論>

- 調査結果（単純集計）に対する必要な詳細な集計・分析の観点。
 - ・深掘りすべき集計・分析についてのアドバイス。
- 骨子（素案）について（犬山らしさ）
 - ・犬山の特徴、らしさ、他との違いなどの議論を深め、何を際立たせていくのか、エッジを効かせる必要性。
 - ・歴史、文化、自然を捉え、犬山の DNA に根差したものとする。
- 骨子（素案）について（ターゲット）
 - ・犬山は近隣の企業が外国からのお客さんの接待に使う場ともなっている。ア

- ・アメリカからの旅行者の数字が出ているのは、ビジネス絡みの可能性がある。
- ・名古屋のビジネス客を誘導する視点（おもてなし接待、ビジネスミーティング、会合、バンケット、カンファレンス）。
- ・MICEは特定多数をオフシーズンに呼ぶ有効な戦略で名古屋からの距離感も良い。そういうオフシーズン対策するのがDMO。
- 骨子（素案）について（その他）
 - ・魅力ある空間を観光客に提供する。そのイメージを作り共有する。
 - ・空間には、景観、インフラなども含まれ、空間を繋ぐ交通がセットになる。
 - ・観光の推進体制、推進主体の議論を深める必要性。
- 滞在型観光（宿泊施設）
 - ・自然発生的に宿泊を含めた受入れの箱ができるわけない。事業者にとってリスクが高いため、環境を整えないと。
 - ・投資そのものへのインセンティブもあるし、商売できる環境を整え投資を呼び込むやり方もある。インディゴを契機に進めていくべき。
 - ・犬山市の滞在型は少しでも宿泊に結び付けることだと。観光では需要か供給かで言ったら、供給が先。その中でコンテンツの充実が重要。
 - ・通常は個のホテルがコンテンツ作りをやるが、犬山では地域でコンテンツ作りをやっていけるので、名鉄と地域との連携が重要になっていく。

■ 第3回犬山市観光戦略会議専門部会

令和2年2月19日（水） 午前9時58分から午前11時35分まで

犬山市役所5階 503会議室 出席委員 4名

議題 ①第4回犬山市観光まちづくり会議について

②実施した調査の結果概要について

③観光戦略の骨子（案）について

<主な議論>

- 観光まちづくり会議関連
 - ・商店街組合勉強会に対して現状の体制の確認。
 - ・歩行者天国の考え方。幅広い議論をしないといけない。
- 調査結果のまとめかた
 - ・導き出した傾向のところを文章だけでなくグラフを使ってまとめること。
 - ・インバウンドも統計データをまとめたものから傾向を入れ込むこと。
- 体系整理について
 - ・キャッチコピーの議論を翌年度していくことの頭出し。
 - ・景観、空間の話が出てきていない。一つの施策として入れる必要がある。
 - ・他の計画（都市マス、景観、歴まち、道の駅など）との関係、頭出し。
 - ・プロトタイプ（ターゲット）の書き方の整理。優先順位を付けられないか。