

## 観光戦略の体系について

## 4-1 犬山らしさの基本コンセプト

## 犬山三景 水景・城景・緑景

## 日本ライン観光の再発見・水がはじまるところ・水が育む城下町と緑の自然

本市の観光を持続・発展していくには、施策の体系を整理し、その中で関係者が共有できる基本的なコンセプトを設定する必要があります。

犬山市観光戦略では、これを「犬山三景 水景・城景・緑景」としました。

これは、犬山らしさを突き詰めたときのフレーズであり、犬山の観光に必要な「景観」と「資源」のみなもととなるものです。

水景がいちばん前にありますが、まず、水があることで舟運があり、要害堅固な城ができ、産業が集積する城下町が形成されたこと、川・水の恵みによって実り豊かな里山ができたこと、つまり水の恵みこそが地域や歴史、人の営みを繋ぎ、全体を結ぶ基本的資源である、その上に城、緑があるという考えです。

この考えに立ち、基本コンセプトは景観だけでなく、観光のための空間整備・資源・サービスの創造・提供、人材育成、広報活動、そして観光まちづくりに取組む際に、常に立ち返り、根拠を見つめ直す「原点」として、規定しています。

言い換えれば常に立ち返る犬山らしさの基本概念となります。このコンセプトのもと、10年間の観光戦略を推進していきます。



木曾川（下流から上流を望む）



犬山成田山から犬山城を望む



八曾自然休養林

## コラム 「今治タオルのブランディング」

クリエイティブディレクターである佐藤可士和氏により、今治タオルは揺るぎないブランドを築き上げていった。

ロゴデザインには、白を背景に赤と青のモチーフで太陽と海をかたどったシンプルなデザインで、「赤は産地の活力、青は（タオル生産時に使われる）豊かな水、白はタオルのやさしさや清潔感をイメージした」と佐藤氏は語っている。



出典：今治タオル HP

## ■日本ラインとは？

岐阜県南部、木曾川中流にある渓谷のことである。木曾川と支流の飛騨川の合流点である岐阜県可児市の今渡から愛知県犬山市の犬山城付近に至る約13kmの部分は「日本ライン」と呼ばれている。

木曾川は、美濃太田盆地の西縁に連なり、岐阜・愛知県境をなす秩父中・古生層の尾張丘陵を侵食し、横断してつくる渓谷美と、木曾川に迫ってそびえる犬山城は、地理学者志賀重昂がドイツのライン川を連想されるとして、「誠に是れ一幅ラインの縮図」と褒め称えたことをきっかけに、「日本ライン」と通称されるようになった。

木曾川は、1927（昭和2）年に毎日新聞の前身である東京日日新聞と大阪毎日新聞の主催による投票により、昭和の新時代を代表する勝景に選出され、その中から検討委員により日本八景の一つとして選定された。



木曾川（上流から下流を望む）

## ■木曾川うかいとは？

鶺鴒は、鶺鴒舟に乗った鶺鴒匠がウミウを訓練し、川魚を捕らせる古代漁法である。鶺鴒漁をする人は鶺鴒匠と呼び、鶺鴒匠の船は鶺鴒舟（うぶね）という。

木曾川鶺鴒は最大三隻で漁を行い、1人の鶺鴒匠が操る鶺鴒は最大12羽である。鶺鴒の首に手縄（たなわ）をつけ、鶺鴒匠の手縄さばきに促されて水中に潜り、鮎をはじめとする川魚などを捕らえる。鶺鴒が魚を飲み込み水面に上がってくると、鶺鴒匠は手縄を引き、鶺鴒が捕らえた魚を吐き出させ、それを何度も繰り返すことで漁を行う。

犬山での鶺鴒は1659（万治2）年に、犬山城主3代目の成瀬正親が故郷の足助から鶺鴒匠を呼び寄せ、幕府の御料鶺鴒として始めたという。その後約150年間鶺鴒が推奨され、合わせて鶺鴒町や鶺鴒港もできた。しかし、犬山城主6代目の成瀬正典が隠居後、殺生禁令が出されることによって、鶺鴒が中止となり、鶺鴒匠が城下から追放された。1899（明治32）年に、鶺鴒鎌次郎の尽力により復活し、昭和39年からは観光目的に市営鶺鴒となった。



木曾川うかい

## ■木曾川の舟運とは？

木曾川の舟運は、古代より豊富な木曾山木材の重要な搬出路として開発されてきた。近世に入り、木曾川は、尾張藩にとって木曾・美濃と名古屋城下を結ぶ物資、特に木材の輸送路として大きな意味を持っていた。また、尾張藩主は美濃地域の主な運材要地、木曾山林を封ぜられることで、藩は木曾川の支配権を掌握した。尾張藩の木曾川支配は、主に林業政策の一環として扱われ、舟運をはじめ川並に関する諸事項は新たに設置した川並奉行（川を行き来する舟や荷物を取り締まる役職）の管下になった。川並奉行は沿岸の川番所に対して監督の役割もあった。

犬山は、木曾川を下る材木の中継、あるいは荷物の発着といった、湊としての機能を有しており、渡船場が3カ所ある。それは栗栖の渡し、内田の渡し、鶺鴒屋の渡しである。栗栖の渡しは最も上流に位置しており、その付近は奇岩巨石が多いため、それらの奇岩巨石の間に船が往来する様子は佳景であったという。内田の渡しは犬山城の北東にあり、東山道の一部であったため、利用者が最も多かった。鶺鴒の渡しは犬山城の西側にあり、犬山湊筏を支配する神戸氏が筏乗りの人々の往来のために設け、整備したものである。鶺鴒屋の渡し及び犬山川番所や筏の支配を担当する神戸家の屋敷がある鶺鴒町付近も犬山湊の中心部でもあった。犬山の渡船場は1925（大正14）年に犬山橋が完成するまで、重要な交通機関として役割を果たしていた。



港に停る石船（昭和初期）

1886（明治 19）年に、木曾川と堀川とを舟で結ぶ愛船株式会社が設立された。新木津用水の回収に伴い、木曾川から木津用水・新木津用水・庄内川・黒川・堀川を結んだ約 23 キロメートルの水路を利用し、名古屋に木材、薪炭、米、麦、肥料、丸石、天然水等の品物を運送していた。

### ■木曾川の治水・利水とは？

近世の初頭には木曾川はまだ堤防によって本流が固定しておらず、濃尾平野扇状地の要に位置する犬山を出ると流路は枝分かれして尾張地方へ分流支川が流れ込み、洪水被害をもたらしていた。

1609（慶長 14）年、徳川家康の命により犬山から河口まで木曾川の流れを固定し、木曾川の分流支川をしめ切って尾張側への洪水流入を防ぐ木曾川「御囲堤」の築堤工事が進められた。この御囲堤の整備により木曾川支川からの農業用水の取水が不可能になったため、その確保のため新たに宮田用水が整備され、尾張平野の農地の灌漑用水の源としての役割を果たすことになった。そして、1957 年（昭和 32 年）国営濃尾用水事業が開始され、1967 年（昭和 42 年）犬山頭首工により濃尾用水として宮田用水、木津用水、羽島用水の取水口がこの地に設置され、用水の安定供給が図られた。

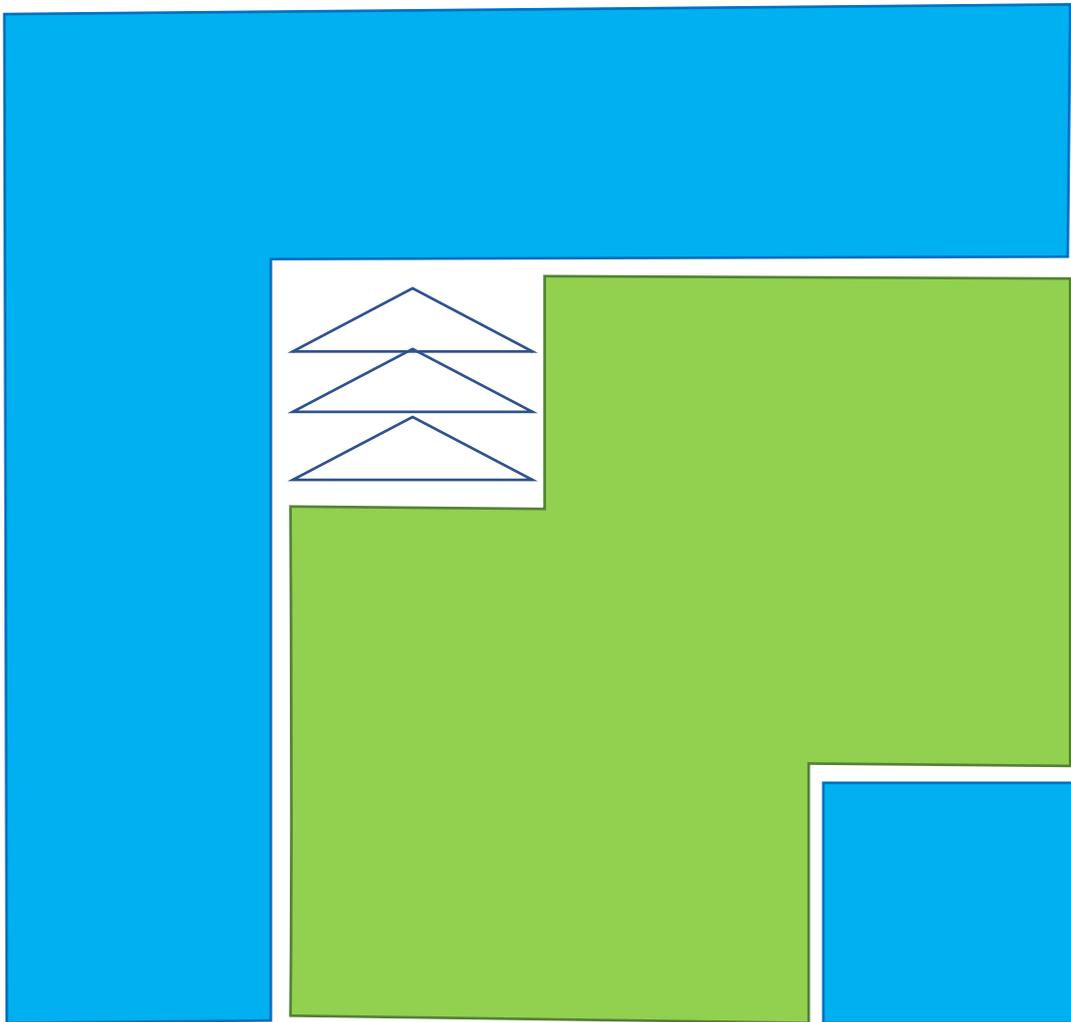


犬山頭首工

一方、宮田用水の受益を受けられない犬山や小牧東部の農業用水確保のため、1633 年に我が国最大級の入鹿池が農業灌漑用水のため池として整備されるとともに、ここを水源とする五条川沿岸地域では新田開発がすすめられた。1934 年（昭和 9 年）には入鹿池の余剰水の放水路として新郷瀬川が開削され、犬山城の外堀としての枠割を果たす郷瀬川に合流された。

なお、1914 年（大正 3 年）には、名古屋市水道事業として木曾川に犬山取水場が設置され、名古屋市水道の水源として現在も継続利用されている。また、1970 年（昭和 45 年）から愛知県県営水道事業の犬山浄水場の建設が始まり、1974 年（昭和 49 年）からは県下市町村に給水開始された。

このように、木曾川は名古屋大都市圏の水資源の根幹であり、犬山市はその要としての役割を果たしている。



## 犬山三景 水景・城景・緑景

(木曾川・入鹿池) (城下町) (里山・山並)

### コラム 「犬山市民憲章などに見られる”犬山らしさ”」

昭和 59 年 4 月 1 日に制定された『犬山市民憲章』には、「わたしのまち犬山市は、緑豊かな丘陵や木曾の清流と古城に代表される歴史的な文化遺産にはぐくまれ、先人のたゆまぬ努力と勤勉により発展してきました。わたしたちは、この輝かしい郷土犬山に誇りと責任を持ち、みんなで力を合わせ、明るい豊かな住みよいまちづくりをすすめることを願って、この市民憲章を定めます。」とあり、その最初の条項に、“城と川と緑を守り、美しいまちをつくります”と定められている。

また、犬山市景観計画（平成 20 年策定）では、目標景観像として「世界に誇る歴史と、水と緑に彩られたまち 犬山～水と緑と歴史のまちを目指して～」を定められており、犬山市民のアイデンティティを象徴する情景を思い起こさせるフレーズが用いられている。

## 4-2 目指すべき観光地の姿

### (1) 3つの基本理念

#### ① 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）

---

- ・犬山市には、国宝犬山城、犬山城下町をはじめ、市内各所の史跡や寺社仏閣等の歴史・文化資源を有する。
- ・また木曾川河畔や東部丘陵地域の里山風景など、多様な自然・景観資源を有している。
- ・これら先人から継承した資源を大切に育てながら、観光分野でも利活用していくことで、犬山観光を更なる高みに到達させる。
- ・日帰り観光客には、各所で体験、購入促進に繋がるコンテンツや商品を整えるとともに、複数箇所の立ち寄りを促すことで、滞在時間の延長と消費の拡大を実現する。
- ・宿泊施設の充実、朝晩の魅力づくり、体験型コンテンツの造成、スポーツ・文化イベントの開催などにより「近場でも泊まってゆっくり楽しむ犬山観光」を実現し、宿泊客数増加による観光消費の拡大を達成する。
- ・名古屋圏にあるという立地の良さを活かし、リニア新幹線を見据えた首都圏等広域誘客といずれ復活するインバウンド需要の獲得を実現する。
- ・市域内での生産・加工・販売・消費というサイクルを確立し、域内消費の拡大を実現する。
- ・年間を通じた魅力づくりを進めることで分散化・平準化を促進する。
- ・本市の歴史・文化・自然を「ゆっくりと安心して楽しんでいただける状況を創りあげる」ことで、滞在時間延長、宿泊客数の増加、消費額の増加、域内消費の拡大を達成し、地域経済の好循環を実現。観光が産業としての一翼を担えるよう成長を果たす。

#### ② 犬山ならではの感動が得られる（オリジナリティ）

---

- ・歴史・文化・自然資源を大切にしながら、新たな分野での魅力も発掘・構築することで、犬山観光の更なる磨き上げを進める。
- ・木曾川では「日本ライン」という古くて新しい魅力と価値の再構築を進める。
- ・既にある特産品を磨き上げるとともに、新たな名物の発掘・創造を促し、実現する。
- ・名古屋圏に立地しながら、里山や景勝地など豊かな自然を有するという利点を活かし、アウトドア分野の成長を実現する。
- ・多様なターゲット層に適した、犬山ならではの感動が得られるコンテンツ、商品を造成・醸成し、犬山ブランドとしての価値を高める。

#### ③ 犬山人のおもてなしに出会える（ホスピタリティ）

---

- ・持続可能で成長し続ける観光地を目指し、市民、事業者、観光客が共存・調和できる状況を実現する。そのために、観光関係者等による対話の場を通じ、観光への関心を高め、応援する人を増やす。
- ・対話や連携、協力体制の構築を進める中で積極的に観光に関わる人が増え、愛情と愛着を持った、「犬山ならではのおもてなしに出会える観光地」を実現する。
- ・市域内で観光に関する説明や働きかけを通じて、犬山観光への理解を深めるとともに、ふるさと犬山を愛し誇りを持つ、郷土愛の醸成を実現する。

## (2) 観光まちづくりの将来像

目指すべき観光地の姿を実現するため、3つの基本理念を踏まえた観光まちづくりを推進するために、以下の将来像を定める。

# 犬山らしさを磨き、ずっといたくなる、 みんなでつくる・みんなのための観光

### 犬山らしさを磨く

国内外の多彩な観光地の中で、犬山市が選択されるには観光地として際立った個性と魅力が必要です。「ゆっくりと」「犬山ならではの」「おもてなし」3つの基本理念のもと、犬山らしさを磨くと共に、ずっと滞在したくなるような「観光まちづくり」を進めます。また、四季折々の癒し、犬山でしかない学び、そして親身なおもてなしに満ちた観光地を目指します。

### ずっといたくなる

ひとつの観光地に留まる滞在型観光は名所旧跡を巡る周遊観光より、保養休養の癒しをより求める観光であり、非日常ではなく異日常の観光を求めるとされます。したがって、滞在宿泊型観光を増やすためには、旅行者が買い物、食事、休憩、学習等の日常的な活動を普段の生活空間とは異なる地域色豊かな空間で過ごす楽しさを提供することが必要です。そして、滞在型観光客も住民が消費する商品やサービスを購入することで地域の消費需要の創出に繋がり、施設の収益が確保され、経営の持続性を高めることとなります。

### みんなでつくる・みんなのための観光

こうした滞在宿泊型観光ニーズに対応するため、犬山市民自らが生活文化や生業を磨き、街並みや自然風景の質の向上を図ることを目指します。こうした市民の主体的な取り組みにより、市民の生活の質を高め、シビックプライドを醸成します。

## ◆持続可能な開発目標(SDGs)への対応

SDGs (Sustainable Development Goals : 持続可能な開発目標) は、「誰一人取り残さない (leave no one behind)」持続可能でよりよい社会の実現を目指す世界共通の目標である。2015年の国連サミットにおいて全ての加盟国が合意した「持続可能な開発のための2030アジェンダ」の中で掲げられました。2030年を達成年限とし、17のゴールと169のターゲットから構成されている。

特に、経済成長と雇用に関する「目標8」、消費と生産に関する「目標12」、海洋資源に関する「目標14」の3つの目標には、観光の役割が明記されたターゲットが設定されているが、国連世界観光機関 (UNWTO) は、「すべての目標に対して、観光は直接的、または間接的に貢献する力があり、持続可能な開発目標の達成に向けて、重要な役割を担っている」宣言している。

犬山市観光戦略においても、SDGsの理念に則り、観光まちづくりの推進にあたり展開する施策に対して、SDGsの目標と照らし合わせながら、戦略の目標設定を行うとともに、達成すべきゴールに向かい施策を取り組むこととする。

## コラム 「持続可能な開発目標（SDGs）の詳細」

SDGs の 17 の目標を視覚的にわかりやすく伝達するための工夫として、イラストと目標の描かれたカラーアイコンが用いられている。17 の目標とアイコンは以下のとおりである。

	<p><b>目標 1</b> 【貧困】</p> <p>あらゆる場所あらゆる形態の貧困を終わらせる</p>		<p><b>目標 10</b> 【不平等】</p> <p>国内及び各国家間の不平等を是正する</p>
	<p><b>目標 2</b> 【飢餓】</p> <p>飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養の改善を実現し、持続可能な農業を促進する</p>		<p><b>目標 11</b> 【持続可能な都市】</p> <p>包摂的で安全かつ強靭（レジリエント）で持続可能な都市及び人間居住を実現する</p>
	<p><b>目標 3</b> 【保健】</p> <p>あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する</p>		<p><b>目標 12</b> 【持続可能な消費と生産】</p> <p>持続可能な消費生産形態を確保する</p>
	<p><b>目標 4</b> 【教育】</p> <p>すべての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する</p>		<p><b>目標 13</b> 【気候変動】</p> <p>気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる</p>
	<p><b>目標 5</b> 【ジェンダー】</p> <p>ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児のエンパワーメントを行う</p>		<p><b>目標 14</b> 【海洋資源】</p> <p>持続可能な開発のために、海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する</p>
	<p><b>目標 6</b> 【水・衛生】</p> <p>すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する</p>		<p><b>目標 15</b> 【陸上資源】</p> <p>陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する</p>
	<p><b>目標 7</b> 【エネルギー】</p> <p>すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的なエネルギーへのアクセスを確保する</p>		<p><b>目標 16</b> 【平和】</p> <p>持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する</p>
	<p><b>目標 8</b> 【経済成長と雇用】</p> <p>包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用（ディーセント・ワーク）を促進する</p>		<p><b>目標 17</b> 【実施手段】</p> <p>持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する</p>
	<p><b>目標 9</b> 【インフラ、産業化、イノベーション】</p> <p>強靭（レジリエント）なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る</p>		

なお、犬山市観光戦略において、持続可能な開発目標（SDGs）の観点は非常に重要であると考慮しており、基本理念及び目標指標と該当するSDGsの目標を関連付けることで、SDGsとも連動しながら計画を推進することとしている。

出典：国際連合広報センターHP、外務省国際協力局HP

### 4-3 対象となる観光客層への対応

観光まちづくりの将来像の実現に向けて、観光戦略では観光ターゲットを定め、それぞれのターゲット別の施策の方向性を設定する。ただし、年代、圏域、目的別のターゲット全体へアプローチしていくが、中でも、犬山市の観光の産業化をより図るためには客単価の高い滞在・体験型観光を増やす必要があるため、名古屋圏から関西圏、首都圏へと圏域のターゲットを拡大する。また、MICE のうち、特に市内及び名古屋圏内企業の MI(ミーティング、インセンティブ)需要を捉え、これを誘客する取り組みを推進していくこととする。

#### ◆観光ターゲット別の対応方針

基本理念		ターゲット別の方向性	
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)	年代	名古屋圏の若者・ファミリー	滞在時間を延長するため、市内複数箇所訪問(例：城下町+1)を促すようなプランの案内、観光商品・観光資源の提供
		名古屋圏のシニア	ゆっくり過ごせる癒しの場や知的好奇心に応える歴史・文化の学びの提供など、犬山ならではの満足できる魅力と場所づくり
	圏域	名古屋圏外近県	類似観光地(城下町・テーマパーク)との差別化を図る犬山ならではの観光商品、資源の提供、広域ルートを提供
		首都圏等	犬山が宿泊地となり広域周遊を促す仕掛けづくり、テーマ性を有する広域観光ツアーへの犬山の組み込み推進
		インバウンド	欧米系、アジア系の観光ニーズの違いを配慮した滞在型観光コンテンツの提供、キャッシュレス決済や交通情報の提供
	目的	ビジネス客	企業の研修、打合せ等をターゲットに自然環境や癒しの空間を満喫できるビジネス空間の提供及び観光コンテンツの販売
		特定目的	鶉飼見学が出来る修学旅行、小牧・長久手の戦い等を学ぶ歴史ツアー、明治村と城下町で学ぶ歴史的建造物視察ツアー等のユニークツアー提供
責任ある旅行者	観光とは地域の文化や暮らしを体感し、じっくり楽しむことと理解した観光客が訪れたい観光地づくり		
犬山ならではの感動が得られる (オリジナリティ)	年代	名古屋圏の若者・ファミリー	思い出に残る撮影スポットや視点場の提供、多様なアウトドア型体験コンテンツの提供、城下町まち歩き周遊促進、犬山らしいお土産品の提供
		名古屋圏のシニア	犬山観光のプランディングの場所として、木曾川と犬山城が構成する「水景・城景・緑景」を望む木曾川河畔地区の観光まちづくり
	圏域	名古屋圏外近県	類似観光地(城下町・テーマパーク)との差別化を図る犬山ならではの体験観光と心地よい景観形成
		首都圏等	犬山が宿泊地となり広域周遊を促す仕掛けづくり、テーマ性を有する広域観光ツアーへの犬山の組み込み推進
		インバウンド	日本の歴史文化、生活文化を深く体験できるアクティビティの提供及び日本の「食」を楽しめる場の提供
	目的	ビジネス客	自然との触れ合いを通じて癒し効果が得られる交流支援型観光施設の提供
		責任ある旅行者	清潔感、安心感を身近に体感できる観光地づくり
犬山人のおもてなしに出会える (ホスピタリティ)	年代	名古屋圏の若者・ファミリー・シニア	市民による体験メニューの提供など、観光まちづくりの実践を通じて犬山市民と来訪者との交流を図り、体験を共有することで来訪者のリピート率を上げる
		名古屋圏外近県・首都圏等・ビジネス客	犬山への観光を機会にした新たな出会いを契機に関係人口増を目指す
	インバウンド・特定目的	観光ガイドや体験アクティビティを通じて犬山人への愛着と理解を深める	

#### 4-4 施策の基本方針と推進体制

3つの基本理念を念頭に置き、観光顧客のターゲットに対する対応の考え方を踏まえて、観光戦略の柱として以下の5つを基本的方向性とします。

##### ◆5つの基本的方向性

高めるもの・方向性	方向性の趣旨
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)	宿泊施設の充実や多様な体験コンテンツを提供することで、宿泊客数を増やします。
域内循環型の観光経済確立 (地消地産)	宿泊・飲食・購入・体験などに、市域内の様々な事業者が関わり、利益を上げる仕組みを構築し、観光産業の域内循環を進めます。
資源発掘・創造ブランド形成 (ソフト施策)	既にある資源を磨き上げるとともに、新たな資源を発掘・創造することで、本市観光のブランド力と魅力を高めます。
景観・インフラの整備 (ハード施策)	城下町、木曾川河畔、栗栖地区など、それぞれのエリアの価値を高めることができるよう、空間の整備を進めます。
みんなで作る観光施策 (市民参画・交流・ 関係人口・多様な参画)	観光分野に関わる市民が増え、おもてなしの向上や受入体制が整う中で、観光地としての魅力を高めるとともに、市民と観光客の共存・調和を実現します。

また、観光戦略を進めるに際し、上記5つの基本的方向を下支えする基盤として、以下の3つの取り組みを進めます。

高めるもの・方向性	方向性の趣旨
データを活用した プロモーションの展開	定期的なデータの収集により観光客の行動やニーズを把握することで、誘客方法の検討やターゲット別の施策展開に活かし、効果的なプロモーションを実施します。
自然災害・衛生のための マネジメントの充実	自然災害の発生や新型コロナウイルス感染症の拡大などに対し、市及び観光事業者が適切に対応し、安心安全な観光地となるようリスクマネジメントを進めます。
マネジメントを重視した 観光推進体制の整備	観光施策の総合的な効果発揮に向けて、多様な担い手と協議・調整の場を設置し、観光戦略の進捗を管理し、観光施策を着実にする体制を整備します。

前ページ「マネジメントを重視した観光推進体制の整備」については、更に下記のとおり取り組みの進め方を示します。

◆推進体制構築の考え方

進め方	内容
<p style="text-align: center;"><b>観光まちづくり プラットフォームの構築</b></p>	<p>市民、行政、観光協会、商工会議所、民間事業者、NPO等の多様な主体が行う観光まちづくり活動が総合力として実効性を発揮するように、各主体の取り組みを協議調整する対話の場を設けます。また、観光地全体の危機管理、衛生管理等のリスクマネジメントや感染症鎮静化以降の回復プログラムの立案実施を進めるためにもこうした場を設けます。</p>
<p style="text-align: center;"><b>犬山らしさを磨く 観光まちづくり推進組織の 組成</b></p>	<p>観光資源の再評価・価値づけ、訴求力の高いサービスやコンテンツ、観光商品をマーケティングデータに基づき企画し、開発するプレイヤーとしての観光まちづくり推進組織を組成します。また、この組織は人と人、産業と産業、地域と地域等をマッチングする役割も担います。</p>

## 4-5 施策の体系整理

策定の背景	ホテルインディゴ犬山有楽苑への対応 リニア開通による環境変化 観光客増加による問題の顕在化	戦略の目的	観光の産業化による市民への効果の還元 犬山市の観光を持続可能なブランドへと向上 観光に伴う課題の解決	計画期間	20年先を見据えた10年間のプラン 3年間のローリング 新型コロナウイルスの影響からの回復プログラム
-------	-----------------------------------------------------	-------	----------------------------------------------------------	------	----------------------------------------------------------

### 基本コンセプト『犬山三景 水景・城景・緑景』 観光まちづくりの将来像『犬山らしさを磨き、ずっといたくなる、みんなで作る・みんなのための観光』

3つの基本理念	高めるもの方向性	方向性の趣旨	重点ターゲット	ターゲット	望む形	対応
ゆっくりと安心してと歴史・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)	宿泊施設の充実や多様な体験コンテンツを提供することで、宿泊客数を増やします。	現状の若い世代やファミリーのメインターゲットに加え、観光まちづくりの推進により、様々なターゲットに対して、取り組みを展開していく。	若い世代 (日帰り・ショート)	滞在時間の延長	市内2箇所以上を訪問 (城下町+1)
	域内循環型の観光経済確立 (地消地産)	宿泊・飲食・購入・体験などに、市域内の様々な事業者が関わり、利益を上げる仕組みを構築し、観光産業の域内循環を進めます。				
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)	既にある資源を磨き上げるとともに、新たな資源を発掘・創造することで、本市観光のブランド力と魅力を高めます。	特に、以下のターゲットを重点的に対応することとする。	シニア (日帰り・ショート)	質の高い滞在・体験	満足できる魅力と場所づくり
	景観・インフラの整備 (ハード施策)	城下町、木曾川河畔、栗栖地区など、それぞれのエリアの価値を高めることができるよう、空間の整備を進めます。				
犬山人のおもてなしに出会える (ホスピタリティ)	みんなで作る観光 (市民参画・交流・関係人口・多様な参画)	観光分野に関わる市民が増え、おもてなしの向上や受入体制が整う中で、観光地としての魅力を高めるとともに、市民と観光客の共存・調和を実現します。	滞在・体験型 (圏域拡大)	首都圏 (リニアを見据え)	規制がなくなった時すぐに来てもらえる	わざわざ行ってみたい魅力づくり
				インバウンド		段階的拡大 アジア70 欧米30
			MICEのうちMIを誘客	ビジネス客	滞在地(宿泊地)になる	ユニークベニューの開発、犬山ならではのMICEの導入
				特定の目的がある旅行者 SIT	特別な体験の提供	コアなメニューづくり
				レスポンスブルツーリスト (責任ある旅行者)	住民・旅行者が共存している	まちの価値づけと関係者による対話の実施

データを活用したプロモーションの展開	定期的なデータの収集により観光客の行動やニーズを把握することで、誘客方法の検討やターゲット別の施策展開に活かし、効果的なプロモーションを実施。
自然災害・衛生のためのマネジメントの充実	自然災害の発生や新型コロナウイルス感染症の拡大などに対し、市及び観光事業者が適切に対応し、安心安全な観光地となるようリスクマネジメントを推進。
マネジメントを重視した観光推進体制の整備	観光施策の総合的な効果発揮に向けて、多様な担い手と協議・調整の場を設置し、観光戦略の進捗を管理し、観光施策を着実にする体制を整備。



## 4-7 将来構想図

目指すべき観光地の姿として掲げた3つの基本理念を受け、観光まちづくりの将来像「犬山らしさを磨き、ずっといたくなる、みんなで作る・みんなのための観光」を実現するために、犬山市の豊富な観光資源を活かし、観光まちづくりを推進していく。

推進に際しては、犬山市内の観光資源が市全体の中でそれぞれ連携することが必要であるため、それぞれの資源の位置付け及び活用の方向性を「将来構想図」で示す。

### ①市全域



②犬山城下町エリア

〔城下町時代の道筋を活かした  
歴史と生活が共存する街並み〕



凡例	
	丸の内（城郭）ゾーン
	遊園ゾーン
	文化的景観ゾーン
	公園
	文化資源
	船着場
	鉄道網
	河川
	遊歩道

**メインストリート** 城下町の魅力を強く訴求する骨格軸。伝統的な街並みの維持強化。  
**サブストリート** 骨格軸を補完し、城下町の暮らしを体感させる界隈づくり。