

方針別の施策について

基本理念 ゆっくりと安心して歴史・文化・自然が楽しめ、地域も潤う
① (コンフォタビリティ)

7-1 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）

◆方向性の趣旨

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。

◆課題の整理

【滞在時間】

- 日帰り観光客の滞在時間を延長させる必要がある
- 複数立ち寄りによる滞在時間の延長が必要
- 体験メニューの充実による滞在時間を延長させる必要がある
- 犬山城、城下町、木曾川河畔など回遊性を高め滞在時間・宿泊者数を増加させる必要がある

【宿泊客】

- 宿泊客数の増加が必要
- 名古屋宿泊から犬山宿泊へ誘導する必要がある
- 立地アクセスの良さを活かした首都圏等、広域誘客（リニア新幹線を見据え）の増加が必要
- 新たな宿泊施設との連携により宿泊者数を増加させる必要がある
- インバウンド需要取込みによる宿泊者数を増加させる必要がある
- 夜の魅力づくりによる滞在延長・宿泊の増加が必要

【その他】

- 平日と休日、繁忙期と閑散期など平準化・分散化の必要がある
- MICE 客の誘致が必要

◆ターゲット別の方向性

ターゲット別の方向性		
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、広域ルートの提供
	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	鶺鴒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くなる観光地づくり

◆チャレンジする重点施策

チャレンジする重点施策	重点プロジェクト						
	1	2	3	4	5	6	7
	遊園ルネサンス	日本ライン再発見ルート	城下町景観・環境レベルアップ	城下町クリエイティブ移住	SDGs体験・学習サイト	クロスオーバー資源開発	ユニークMICE
水景	水景	城景	城景	緑景	水景・城景・緑景	水景・城景・緑景	
木曽川河畔地区の街並みや景観誘導の在り方の検討、宿泊・飲食・物販の誘致	●					●	●
木曽川河畔の賑わいづくり（マルシェの通年実施他）、エリアマネジメント	●					●	●
城下町と栗栖を結ぶ遊覧船メニューの拡充（企画船、定期船等）	●	●				●	●
木曽川（栗栖～内田地区）文化的景観の研究・検討	●	●			●		
ナイトタイムエコノミーの充実（イベント、飲食店、イルミネーション、ライトアップなど）	●					●	●
多様な宿泊形態の実現（イベント民泊＋民泊施設、簡易宿所増、一棟貸切り型宿泊施設）	●	●		●			●
既存宿泊施設の充実	●						
栗栖、今井、八曾のキャンプサイトを自然体験・環境学習の場に		●			●	●	
多彩な体験型観光メニューの開発（シェアエコ活用等）	●	●				●	
ホテルμスタイル犬山エクスペリエンス・ホテルインディゴ犬山有楽苑等の宿泊施設との連携・体験コンテンツのガイダンス機能	●					●	
テーマパーク名鉄3園の魅力発信と一泊したくなる仕掛けづくり							
広域観光・周遊ルートの造成（犬山を宿泊拠点とした広域周遊）	●					●	
季節ごとに異なる体験イベントの実施	●	●	●	●	●	●	
MICE：城下町、明治村、リトルワールド、キャンプサイトの活用		●					●
MIを中心にしたMICE誘致の推進	●	●					●

◆成果指標

成果指標	現状値 (令和元年度時点)	目標値 (令和13年度)	算出根拠
宿泊客数	人	人	観光統計
宿泊客消費額	円	円	観光アンケート調査

7-2 域内循環型の観光経済確立（地産地消）

◆方向性の趣旨

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。

◆課題の整理

【観光の基幹産業化】

- 宿泊観光客の消費額を増加させる必要がある
- 域内消費を増加させ、観光の経済波及効果を高めることが必要である
- 観光産業による地域雇用の拡大が必要である

◆ターゲット別の方向性

ターゲット別の方向性		
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、広域ルートの提供
	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	鵜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

◆チャレンジする重点施策

チャレンジする重点施策	重点プロジェクト						
	1	2	3	4	5	6	7
	遊園ルネサンス	日本ライン再発見ルート	城下町景観・環境レベルアップ	城下町クリエイティブ移住	SDGs体験・学習サイト	クロスオーバー資源開発	ユニークMICE
水景	水景	城景	城景	緑景	水景・城景・緑景	水景・城景・緑景	
犬山の「水」にまつわる商品の開発・充実	●					●	
E Cサイトでの販売体制確立及び拡大						●	
特産品開発（地域資源活かして全国で売れる特産品を）						●	
地元にも愛される名物・普段使いの特産品（既存の価値ある資源磨き上げ）						●	
城下町とその他の地域を結びつける取組み（出張朝市、案内所から情報発信強化）		●				●	
地元で調達、地元で消費の仕組みづくり	●	●				●	
老舗になり得る店舗支援・誘致						●	
新たな財源獲得検討（税、利用料など）	●	●				●	

◆成果指標

成果指標	現状値 (令和元年度時点)	目標値 (令和13年度)	算出根拠
宿泊業地元調達率	%	%	観光事業者アンケート調査

基本理念

②

犬山ならではの感動が得られる（オリジナリティ）

7-3 資源発掘・創造ブランド形成（ソフト施策）

◆方向性の趣旨

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。

◆課題の整理

【魅力の向上】

- 木曾川「日本ライン」としての魅力を再構築する必要がある
- 歴史・文化資源を磨き上げる必要がある
- 既にある特産品を磨き上げる必要がある
- 新たな名物の発掘・創出をする必要がある（コンテンツづくり）
- 高単価、高付加価値の商品を造成する必要がある
- 豊かな自然（里山、景勝地）の活用・アウトドアを開発する必要がある
- ブランド力を向上させる必要がある

◆ターゲット別の方向性

ターゲット別の方向性		
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、城下町まち歩きの周遊促進、犬山らしいお土産品の提供
	名古屋圏のシニア	犬山観光のブ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

◆チャレンジする重点施策

チャレンジする重点施策	重点プロジェクト						
	1	2	3	4	5	6	7
	遊園ルネサンス	日本ライン再発見ルート	城下町景観・環境レベルアップ	城下町クリエイティブ移住	SDGs体験・学習サイト	クロスオーバー資源開発	ユニークMICE
水景	水景	城景	城景	緑景	水景・城景・緑景	水景・城景・緑景	
犬山頭首工が舞台の環境学習	●				●	●	●
犬山温泉の再興（インディゴ犬山有楽苑とともに）	●					●	●
木曽川鶴飼の更なる充実	●	●				●	
里山を活かしたアウトドア・スポーツ観光（トレイルランニングレース開催等）		●			●	●	
入鹿池（世界かんがい施設遺産）の資源磨き上げ（釣-リズム、視点場）					●	●	●
入鹿池が舞台の環境学習	●				●	●	●
国宝犬山城の世界遺産登録に向けた取り組み			●	●		●	
（大本町/下本町/魚新通等）城下町ストリート の特色を出す（にじみだし）			●	●		●	
城下町の中心地・本町通り「かわいいと文化」の まち+視点場づくり			●			●	
尾張の奥座敷としてのブランドイメージ向上に 向けた取り組み	●		●			●	
世界でも稀有な施設「日本モンキーセンター」 「明治村」のブランド力向上						●	
犬山焼の新たな価値づくり（ブランディング）						●	
名古屋市との連携による犬山のブランディング	●	●	●			●	●
街道を歩く観光商品の造成（インバウンド、アク ティブシニア）							
異分野連携、多様な主体の参加による観光商品・ 体験メニュー開発	●	●				●	
高単価、高付加価値商品造成の取り組み推進	●	●	●	●	●	●	
文化財・芸術・スポーツ分野の連携と活用（スポ ーツコミッション等との連携等）	●	●	●			●	
デジタルコンテンツづくりと充実						●	
関東、関西、名古屋圏でのアンテナショップ等の 展開						●	

◆成果指標

成果指標	現状値 （令和元年度時点）	目標値 （令和13年度）	算出根拠
観光客満足度（風景・体験アクティ ビティ）	%	%	観光アンケート調査
リピート率	%	%	観光アンケート調査

7-4 景観・空間の整備（ハード施策）

◆方向性の趣旨

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。

◆課題の整理

【空間整備】

- 木曾川河畔の魅力を向上させる必要がある
- 受け入れ環境の整備が必要（看板、ゴミ、休憩所、施設整備）

◆ターゲット別の方向性

ターゲット別の方向性		
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、城下町まち歩きの周遊促進、犬山らしいお土産品の提供
	名古屋圏のシニア	犬山観光のブ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

◆チャレンジする重点施策

チャレンジする重点施策	重点プロジェクト						
	1	2	3	4	5	6	7
	遊園ルネサ ンス	日本ライン 再発見ルー ト	城下町景 観・環境レ ベルアップ	城下町クリ エイティブ 移住	SDGs 体 験・学習サ イト	クロスオー バー資源開 発	ユニーク MICE
水景	水景	城景	城景	緑景	水景・城景・ 緑景	水景・城景・ 緑景	
鵜飼ガイダンス施設等の整備（鵜飼の充実と拠点の整備検討）	●						
栗栖アクティビティサイト整備（園地・登山道・河川空間、農園、桃太郎神社等）		●			●		
栗栖から緑地までの遊歩道整備などの検討		●					
内田木曾川河畔整備（社会実験から実装へ）	●						
視点場、案内板、ベンチ等の整備	●	●	●		●	●	
歴史的建造物の保存活用（調査→支援）			●	●			
空き家の活用（ワーケーション、クリエイティブ層の移住のためのマッチング等）				●			●
城下町「美しいまち」を意識した施設整備（看板、道路、街路樹など）			●				
国道 41 号沿道「道の駅」整備（市中心部に観光案内機能を備えた施設整備）							
新池、中島池の環境学習サイト整備					●		
二次交通の課題改善と充実（観光ガイドタクシー、ホテルからのシャトルバス運行、MaaS）							

◆成果指標

成果指標	現状値 (令和元年度時点)	目標値 (令和 13 年度)	算出根拠
観光客満足度(風景・体験アクティビティ)【再掲】	%	%	観光アンケート調査
リピート率【再掲】	%	%	観光アンケート調査

基本理念

③

犬山人のおもてなしに出会える（ホスピタリティ）

7-5 みんなでつくる観光施策（市民参画・交流・関係人口増・多様な参画）

◆方向性の趣旨

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。

◆課題の整理

【おもてなし・受入体制整備】

- 観光客と住民との共存・調和が必要
- 観光人材の育成が必要
- 観光に関わる人の増加が必要
- 郷土愛の醸成が必要
- 観光地としての感染症対策が必要
- 自然災害・衛生マネジメントが必要

◆ターゲット別の方向性

ターゲット別の方向性		
年代	名古屋圏の若者・ファミリー	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
	名古屋圏のシニア	
圏域	名古屋圏外近県	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
	首都圏等	
	ビジネス客	
目的	インバウンド	観光ガイドや体験アクティビティを通じて相互理解を深める
	特定目的	

◆チャレンジする重点施策

チャレンジする重点施策	重点プロジェクト						
	1	2	3	4	5	6	7
	遊園ルネサ ンス	日本ライン 再発見ルー ト	城下町景 観・環境レ ベルアップ	城下町クリ エイティブ 移住	SDGs 体 験・学習サ イト	クロスオー バー資源開 発	ユニーク MICE
水景	水景	城景	城景	緑景	水景・城景・ 緑景	水景・城景・ 緑景	
本町通の屋外広告物・環境（ゴミ・音・匂い）等のルールづくりと共有			●				
武家町、町人地、町内ごとの空間づくり（歴史を踏まえた名所・賑わい形成）	●		●	●			
市民が参画する観光まちづくり（対話の場、参画の仕組みづくり、観光人材育成 等）	●	●			●	●	
ワーケーション・ブリージャーの仕組みづくりと誘致	●	●				●	●
DMO 機能の導入						●	
インナーブランディング（犬山愛の醸成）	●	●			●	●	

◆成果指標

成果指標	現状値 (令和元年度時点)	目標値 (令和 13 年度)	算出根拠
体験型メニューの造成数	件	件	観光協会資料
体験型メニューの参加者数	人	人	観光協会資料

観光戦略の推進を支える施策

7-6 データを活用したプロモーションの展開

◆方向性の趣旨

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。また、定点観測による施策事業の進捗の確認と精査を行います。

◆取り組み内容

- 目標とする数値（KPI）の設定
- SNS等の多様な媒体を活用した情報発信（フィルムコミッション等映像コンテンツの制作）
- 経験の蓄積とデータを踏まえたプロモーション（KPIの活用、定点観測、アンケート等）
- 定点観測による施策事業の進捗確認と精査
- 犬山キャンペーンの更なる深化
- データを用いた事業者間連携

◆成果指標

成果指標	現状値 (令和元年度時点)	目標値 (令和13年度)	算出根拠

7-7 自然災害・衛生のためのマネジメントの充実

◆方向性の趣旨

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。

◆取り組み内容

- 事業者間連携によるリスクマネジメント、ルールづくり
- 安心・安全の観光地を具現化する取り組み
- BCP・DCM※の体制づくり (※Destination Community Management)

◆成果指標

成果指標	現状値 (令和元年度時点)	目標値 (令和13年度)	算出根拠

7-8 マネジメントを重視した観光推進体制の整備

◆方向性の趣旨

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、観光施策を着実に推進する体制を整備します。

◆推進体制構築の考え方<再掲>

方向性	方向性の趣旨
観光まちづくり プラットフォームの構築	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。
犬山らしさを磨く 観光まちづくり推進組織の 組成	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、開発するプレー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。

◆取り組み内容

- 観光まちづくりプラットフォームの構築
- 危機管理、衛生管理等のリスクマネジメント
- 犬山らしさを磨く観光まちづくり推進組織の組成
- マーケティングデータに基づく訴求力の高いサービスやコンテンツ、観光商品の企画、開発

◆成果指標

成果指標	現状値 (令和元年度時点)	目標値 (令和13年度)	算出根拠