

犬山市観光戦略 KPI 進捗状況 一覧表

本戦略では20年先の目指すべき観光地の姿を見据え、これからの10年間で観光施策を展開していく上で、3つの基本理念に基づいた目標指標を設定し、計画的に施策を推進し、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、みんなでつくる・みんなのための観光」の実現を目指します。

それぞれの指標の目標値は、10年後の令和13年度時点の目標値として定めましたが、それに対する令和5年度の進捗状況と取りまとめました。

◆目標指標

基本理念	目標指標	令和元年度時点 ①	令和5年度時点 ②	当初と 令和5年度の比較 ② - ①	令和5年度の 見込値との比較 ② - (((③-①) ÷ 12) × 3) + ①	目標値 (令和13年度) ③	令和5年度時点 の達成率 ② ÷ ③	確認方法	
ゆっくりと安心して歴史・文化・自然が楽しめる、地域も潤う (コンフォタビリティ)	1 宿泊者数	110,304人	170,668人	+ 60,364人	見込値 140,203人 + 30,465人	200,000人	85.3%	観光統計(年集計)	
	2 日帰り・宿泊消費額 ※ R5年度の調査なし	令和4年度 時点				見込値 17,768百万円 一人あたり見込値 4,038円 + 268円	日帰り消費額 19,331百万円 一人あたり 4,615円 宿泊消費額 3,653百万円 一人あたり 22,695円	日帰り消費額 93.3% 宿泊消費額 101.5%	観光アンケート調査 (年集計)
		日帰り消費額 16,109百万円 一人あたり 3,846円	日帰り消費額 18,036百万円 一人あたり 4,306円	日帰り消費額 1,927百万円 一人あたり + 460円	日帰り消費額 見込値 17,768百万円 一人あたり見込値 4,038円 + 268円				
3 地元雇用率 (地元調達率) ※1 地元使用品目	令和4年度 時点 38% 13 品目	令和4年度 時点 39.4% 22.3品目	+ 1.4% + 9.3 品目	見込値39.1% + 0.3% 見込値15.2品目 + 7.1品目	48.0% (R4年度+10%) 33品目 (R4年度+20品目)	82.1% 67.6%	観光事業者アンケート調査		
犬山ならではの感動が得られる (オリジナリティ)	4 観光客満足度※2 ※ R5年度の調査なし	70.1%	80.3%	+ 10%	見込値 72.6% + 7.7%	80.1%	100.2%	観光アンケート調査	
	再訪問意向※2 ※ R5年度の調査なし	79.8%	80.7%	+ 0.9%	見込値 81.1% -0.4%	85.0%	94.9%		
5 犬山の認知度 (首都圏・関西圏)	70.0%	—	—	—	80.0%	—	インターネットアンケート調査		
犬山人のおもてなしに出会える (ホスピタリティ)	6 観光まちづくり会議の 開催数と延べ参加人数	6回 144人	13回 170人	+ 7回 26人	— —	3回30人/年 を維持	433.3% 566.7%	観光課調査	
	7 エリアマネジメント※3 の実施箇所	0箇所	0箇所	0箇所	見込値 1箇所	3箇所	0%	観光課調査	

※1 地元雇用率(地元調達率)は、市域内の観光業に関わる各事業所(飲食店、宿泊施設、小売店など)での従業員数のうち、犬山市内に在住している従業員数の割合

地元使用品目は各事業所が取り扱った食材等のうち、犬山産(市内で生産・加工された食材・品物)である品目の平均値

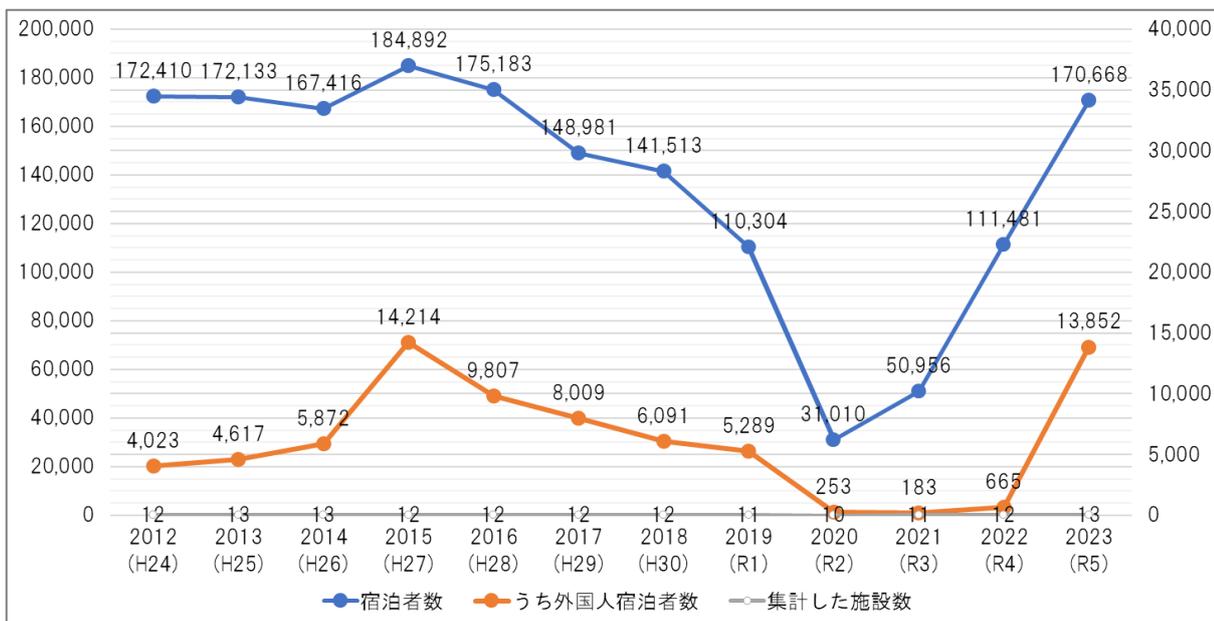
※2 観光客満足度は「大変満足」と「満足」の割合の合計、再訪問意向は「大変そう思う」と「そう思う」の割合の合計

※3 エリアマネジメントとは、地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、住民・事業主・地権者などによる主体的な取り組み

1. 犬山市内の宿泊者数

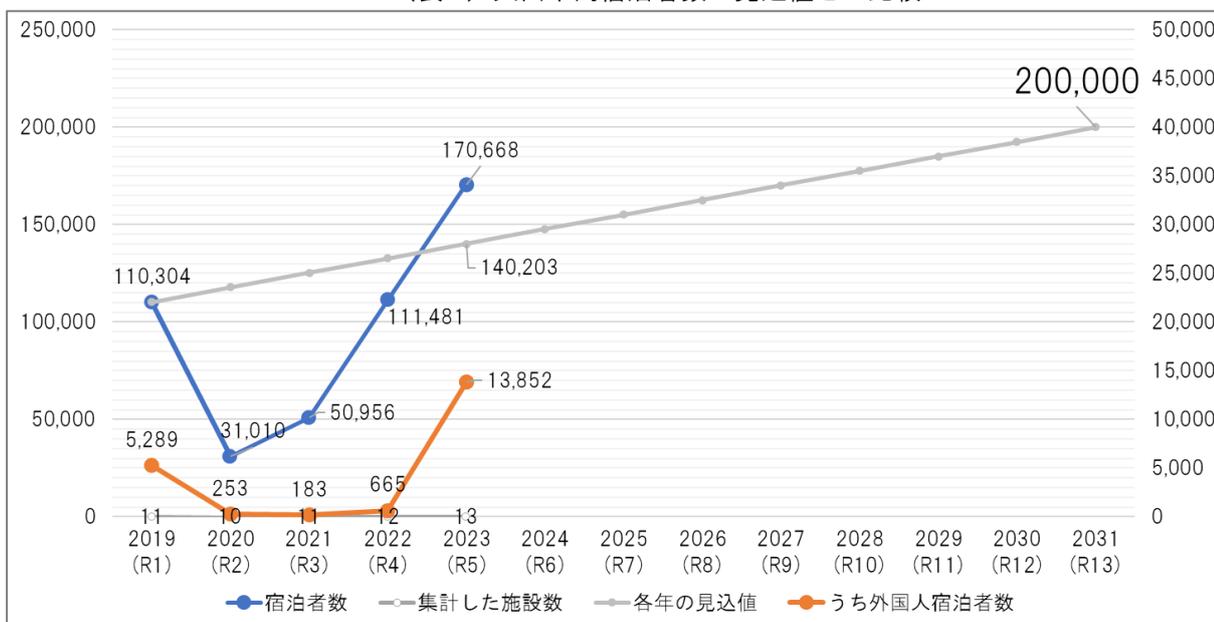
- ▶ (表 1) より、2015 (平成 27) 年の 184,892 人をピークに減少傾向にあり、2020 (令和 2) 年の新型コロナウイルス感染症の拡大時には 31,010 人まで落ち込んだ。その後、2023 (令和 5) 年には宿泊施設が増加したこともあり 170,668 人にまで宿泊客数が回復した、また、外国人宿泊者 (インバウンド) の占める割合が増加している。
- ▶ (表 2) より、本戦略において 2031 (令和 13) 年の目標値を達成するための同年の見込値と比較した場合、見込値は 140,203 人となっており、2023 (令和 5) は見込値を上回る宿泊者数となった。

(表 1) 犬山市内宿泊者数の推移



出典：犬山市資料

(表 2) 犬山市内宿泊者数の見込値との比較



出典：犬山市資料

2. 日帰り及び宿泊消費額の状況

※ 聞き取り調査のため、R5年度は調査なし

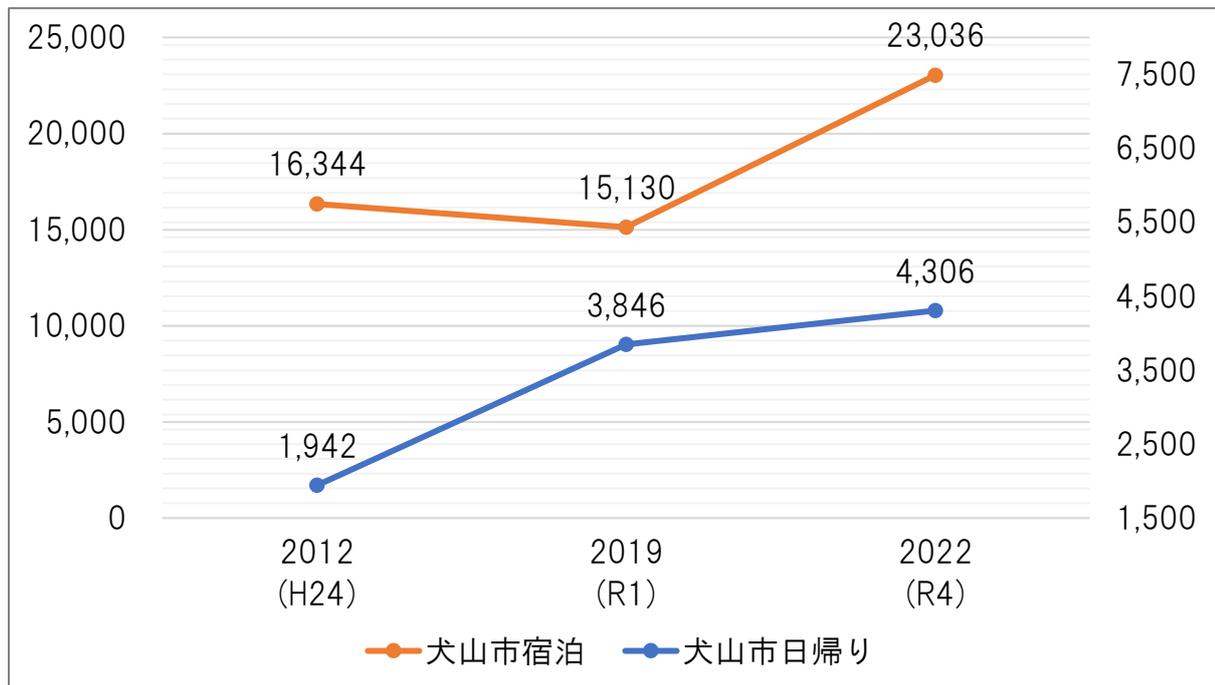
▶ (表3) と (表4) より、2022 (令和4) 年における来訪者の日帰り及び宿泊消費額は2019 (令和元) 年と比べてどちらも増加傾向にある。

(表3) 日帰り及び宿泊消費額の推移

年 \ 項目	犬山市日帰り	犬山市宿泊 (宿泊費有料に限る)	犬山市宿泊 (その他)
2022 (令和4) 年	4,306 円 (n=775)	23,036 円 (n=25)	0 円 (n=2)
2019 (令和元) 年	3,846 円 (n=1033)	15,130 円 (n=13)	4,977 円 (n=26)
2012 (平成24) 年	1,942 円 (n=3200)	16,344 円 (n=38)	—

出典：犬山市資料

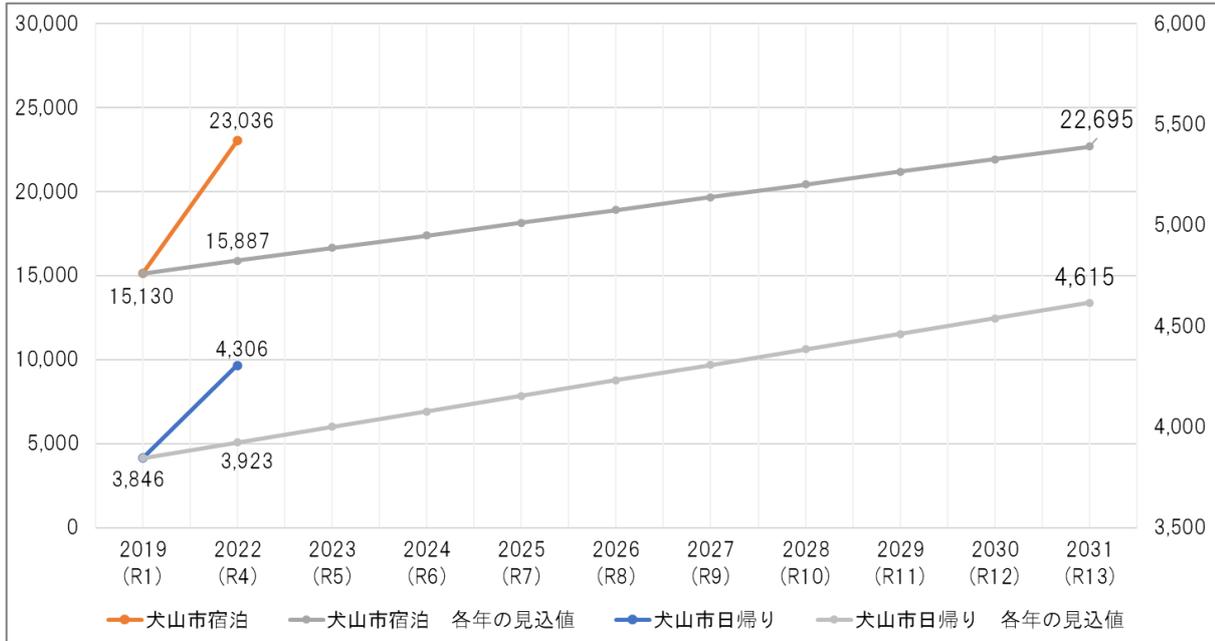
(表4) 日帰り及び宿泊消費額の推移 (グラフ)



出典：犬山市資料

- (表 5) より、本戦略において 2031 (令和 13) 年の目標値を達成するための同年の見込値と比較した場合、犬山市宿泊は 23,036 円となっており、見込値の 15,887 円を上回っている。
- 犬山市日帰り は 4,306 円となっており、見込値の 3,923 円を上回っている。

(表 5) 日帰り及び宿泊消費額の見込値との比較

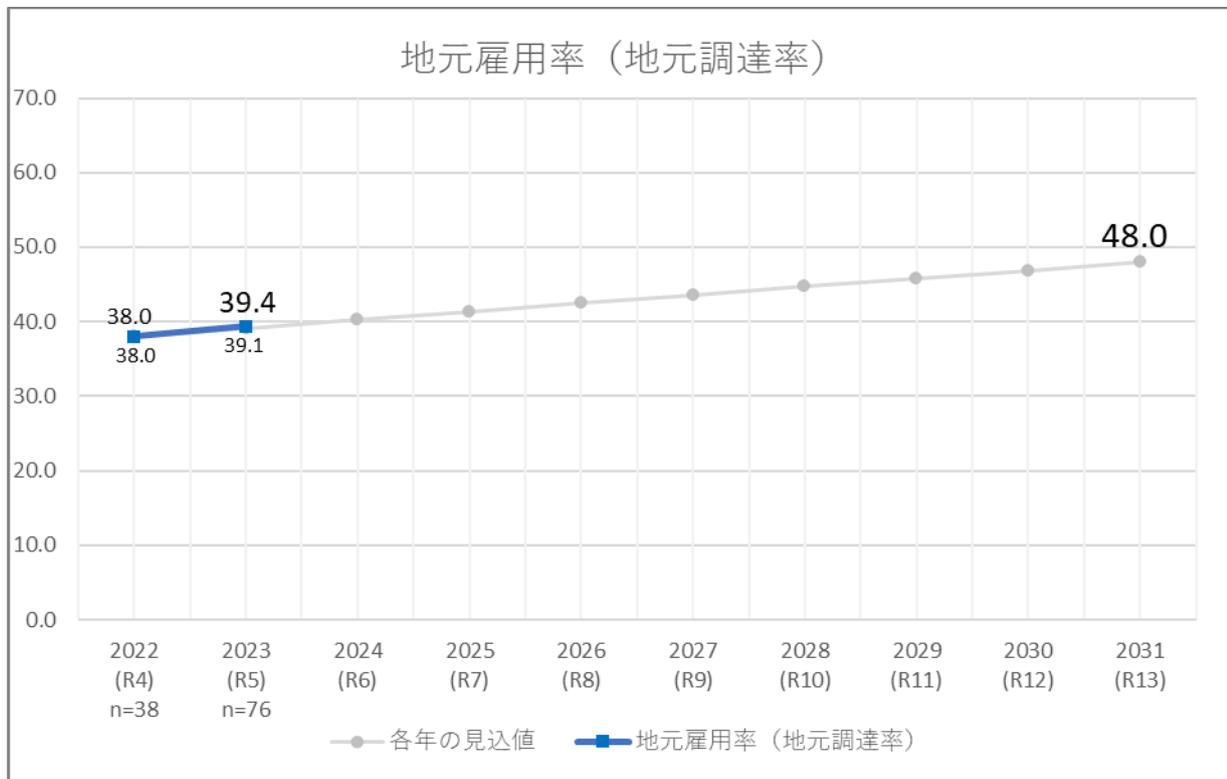


出典：犬山市資料

3. 地元調達率及び地元使用品目

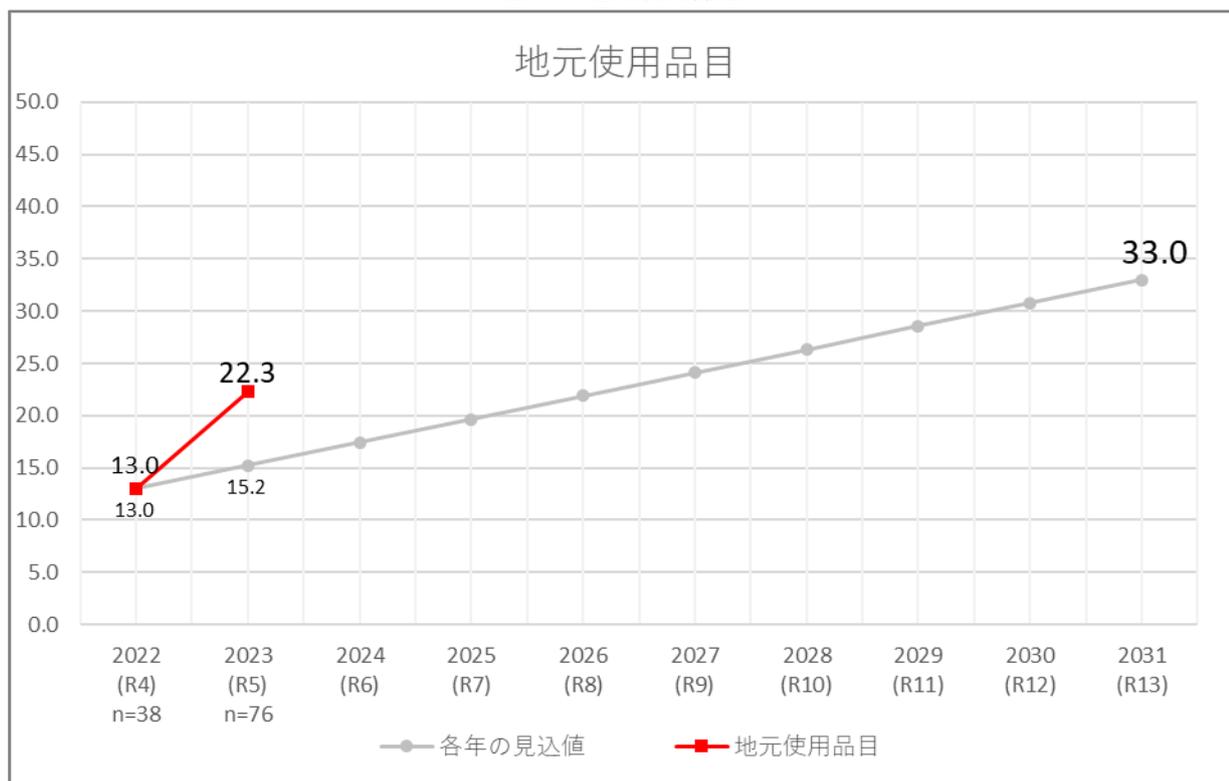
- ▶ (表 6) より、2023 (令和 5) 年における地元雇用率 (地元調達率) は 39.4% であり、前年より 1.4% 増加した。同年の見込値と比べても概ね同様の増加となった。
- ▶ (表 7) より、2023 (令和 5) 年における地元使用品目は 22.3 品目であり、前年より 9.3 品目増加した。同年の見込値には達しているものの、目標値にはまだ達していない。

(表 6) 地元雇用率 (地元調達率)



出典：犬山市資料

(表 7) 地元使用品目



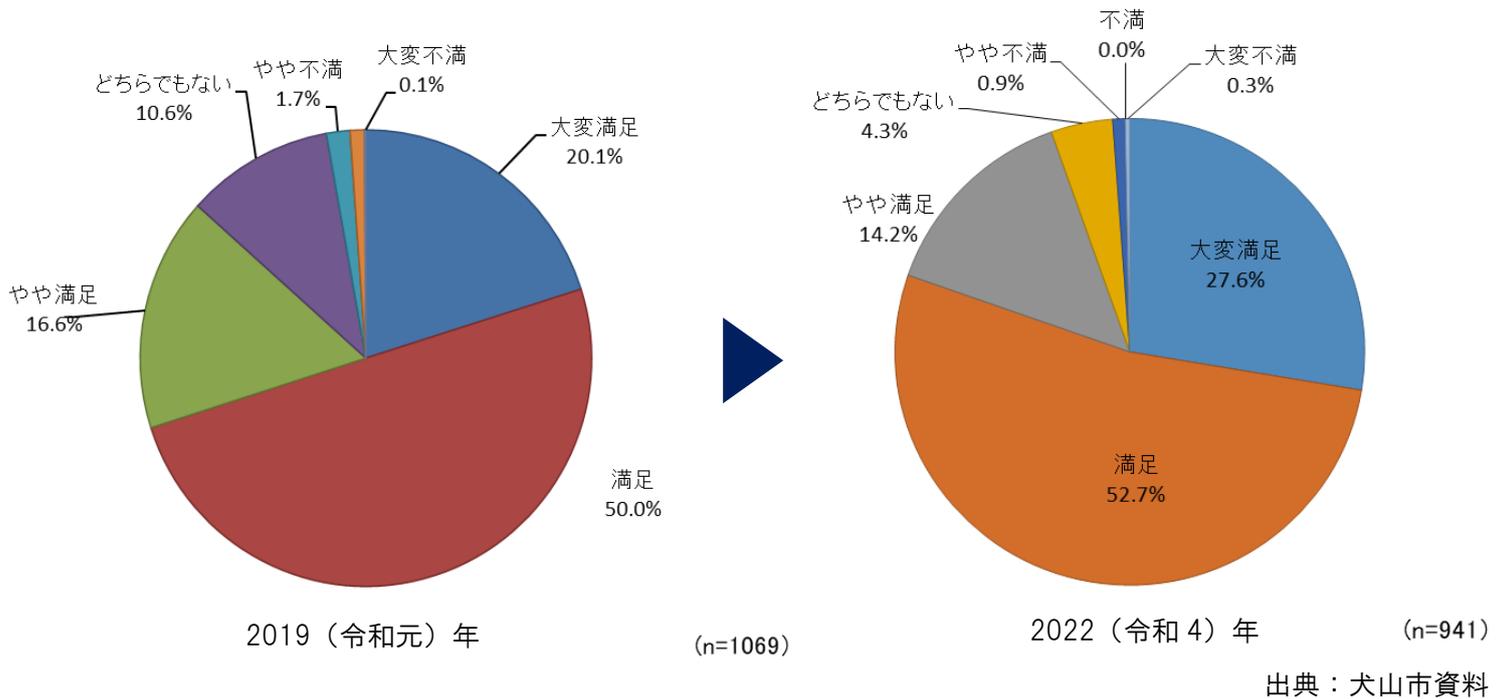
出典：犬山市資料

4. 観光客満足度及び再訪問意向

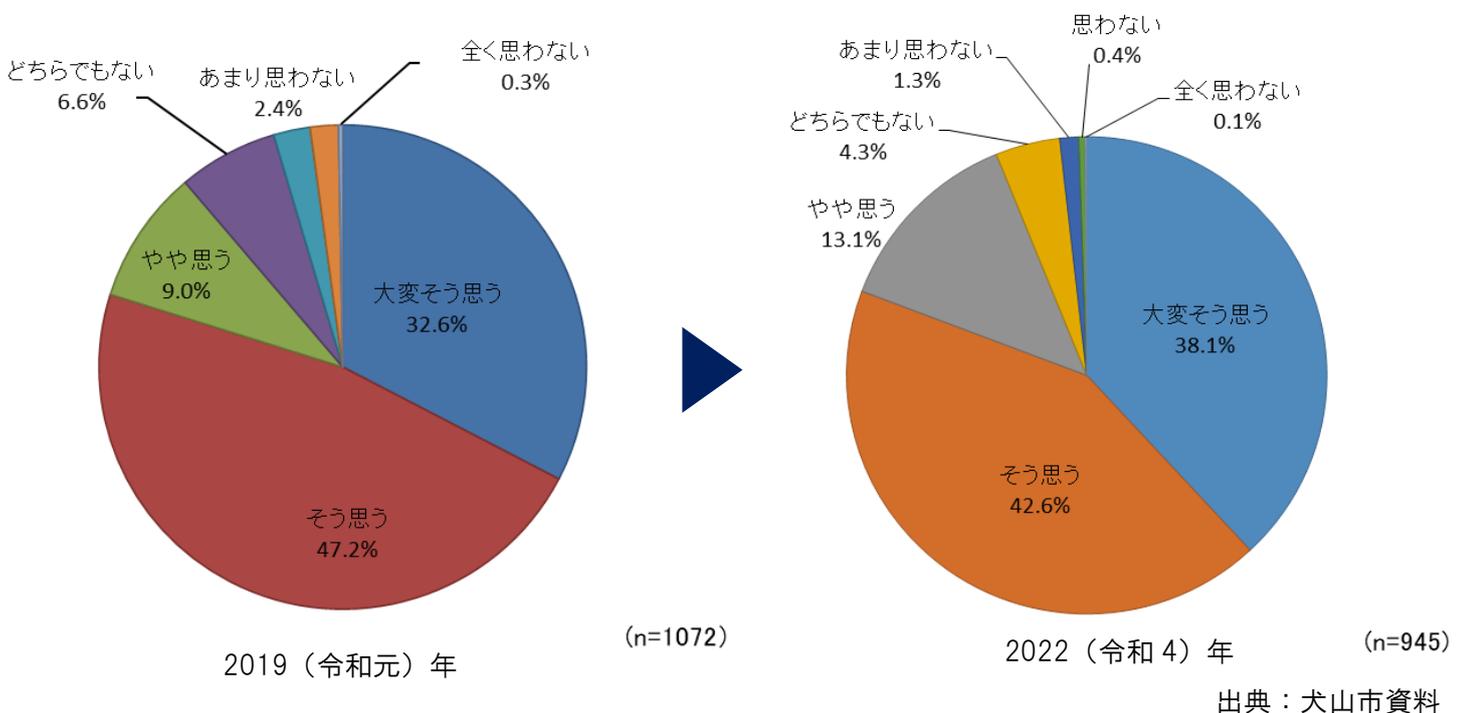
※ 聞き取り調査のため、R5年度は調査なし

- ▶ (表 8) より、2022 (令和 4) 年における観光客満足度は「満足」が 52.7% と最も高く、次いで「大変満足」(27.6%)、「やや満足」(14.2%) と続く。
2019 (令和元) 年の「大変満足」と「満足」の比較した合計値は、70.1% → 80.3% となり +10.2% だった。
- ▶ (表 9) より、2022 (令和 4) 年における再訪問意向は「そう思う」が 42.6% と最も高く、次いで「大変そう思う」(38.1%)、「やや思う」(13.1%) となっている。
2019 (令和元) 年の「大変満足」と「満足」の比較した合計値は、79.8% → 80.7% となり +0.9% だった。

(表 8) 観光客満足度



(表 9) 再訪問意向



5. 犬山市の認知度

※ インターネットアンケート調査のため、R5年度は調査なし

現状値 [2019 (令和元) 年度時点] 70.0%

目標値 [2031 (令和13) 年度時点] 80.0%

【目標設定方法】

・本市観光統計より、現状値は「犬山市を知らない」と回答した東京都（首都圏）37.6%と大阪府（関西圏）31.9%に対し、見方を変えるとそれぞれ約70%の人から本市を認知されていることがわかる。

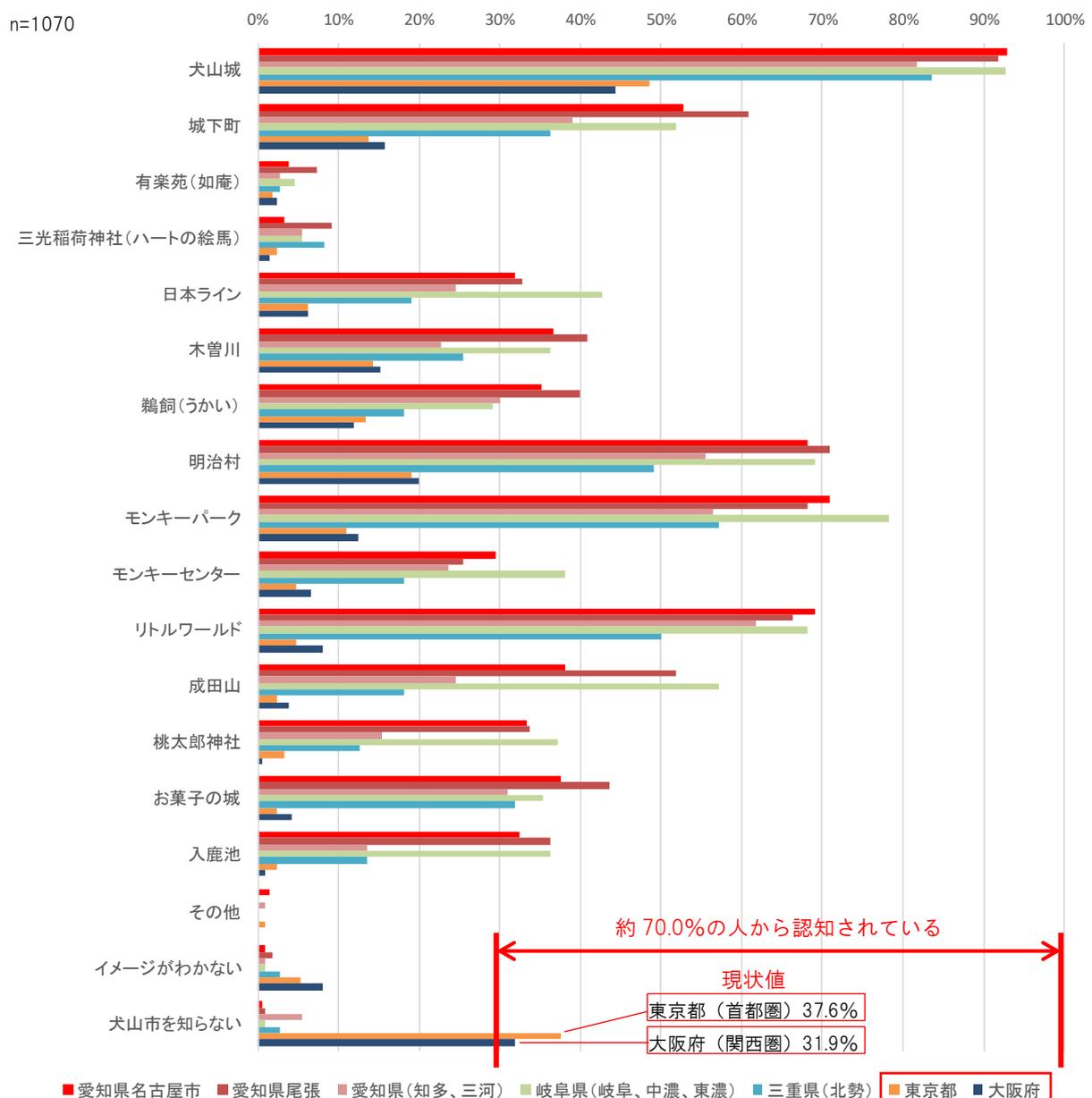
・目標値は、現状値の約70.0%から10.0%増加の80.0%を目標値として設定。

※ 『犬山市観光戦略策定支援業務 2019 年度実施調査』

2. 潜在ニーズ調査（インターネットアンケート調査）より抜粋

（〔Q3〕本市のイメージについて思い浮かぶものをお聞かせください。）

（表10）犬山市のイメージ



6. 観光まちづくり会議の開催数と延べ参加人数

▶（表 11）より、観光まちづくり会議の開催数と延べ参加人数について、2023（令和 5）年は木曾川河畔空間整備に向けた「河畔 de カタリーヴァ」を全 6 回、SDGs 観光まちづくり会議を全 5 回、犬山城下町に関する対話の場を全 2 回開催した。その結果合計 13 回、延べ参加人数は 170 人だった。

（表 11）観光まちづくり会議の開催数と延べ参加人数

年 項目	2019 （令和元）年	2022 （令和 4）年	2023 （令和 5）年
会議の開催数	6 回	7 回	13 回
延べ参加人数	144 人	127 人	170 人

7. エリアマネジメントの実施箇所

▶（表 12）より、エリアマネジメントの実施箇所について、2023（令和 5）年は 0 箇所だったが、想定箇所としている内田、栗栖、犬山城下町においては各施策の展開や関係者との協議などを実施しており、本戦略の計画期間内にエリアマネジメントの実現を目指している。

（表 12）エリアマネジメントの実施箇所

年 項目	エリアマネジメントの 実施箇所数
2023（令和 5）年	0 箇所
2019（令和元）年	0 箇所

各種アンケートの実施概要

①「地元雇用率（地元調達率）・地元使用品目」の調査

犬山市観光課において「地元雇用率（地元調達率）・地元使用品目」を調査するためのアンケート調査を犬山市観光協会の会員を対象に実施した。

実施期間	2024年7月1日（月）～7月19日（金）
調査方法	郵送アンケート調査
調査対象	犬山市観光協会の会員
有効回答数	76件/220件
主な質問項目	従業員数及び市内在住者の人数、事業所で取り扱っている品目数及び犬山産の品目数

犬山市観光戦略 目標設定のアンケート			
目的	犬山市では犬山観光の飛躍と観光分野の産業としての成長、持続可能な観光まちづくりの実現するため、令和3年度に「犬山市観光戦略」を策定しました。本アンケートは戦略で掲げる目標指標の「地元調達率・地元使用品目」を調査するため、犬山市観光協会の会員の皆様を対象に実施しています。大変お手数ですが、各調査項目についてお答えいただくようお願いいたします。		
事業所情報	事業所名	住所	
回答者	名前	電話番号	
従業員について	① 貴事業所に所属している従業員数は何名ですか？ ※ 令和6年3月31日時点（パートやアルバイトを含む）		名
	② ①のうち、犬山市内に在住している従業員数は何名ですか？ ※ 令和6年3月31日時点（パートやアルバイトを含む）		名
食材について	③ 貴事業所で取り扱っている食材数はおおよそ何品目ですか？ ※ 令和5年度中に購入・販売した品目数 ※ 小売業の場合は、取り扱っている商品数		約 品目
	④ ③のうち、 犬山産 の食材はおおよそ何品目ですか？ ※ 令和5年度中に購入した品目数 ※ 「犬山産」とは、市内で生産され、市内事業者が販売している食材 ※ 加工品については、市内で加工されて市内事業者が販売している場合は「犬山産」としてください。		約 品目
	⑤ ④のうち、 犬山産 として調達している食材の内訳を選択・記述してください。（順不同） ※ 各項目のうち、種類や味が異なるなど複数の項目がある場合は代表的な品目をお答えください。		
	<input type="checkbox"/> げんこつ飴 <input type="checkbox"/> きびだんご <input type="checkbox"/> 桃 <input type="checkbox"/> みかん <input type="checkbox"/> 豆腐 <input type="checkbox"/> 地酒 <input type="checkbox"/> 地ビール <input type="checkbox"/> あゆ <input type="checkbox"/> 栗 <input type="checkbox"/> こんにゃく <input type="checkbox"/> お茶 <input type="checkbox"/> ハチミツ <input type="checkbox"/> 米 <input type="checkbox"/> トマト <input type="checkbox"/> わかさぎ <input type="checkbox"/> 自然薯 <input type="checkbox"/> その他		
回答方法	大変お手数ですが次のいずれかで 令和6年7月19日（金）まで に回答をお願いします。 ① 「 あいち電子申請・届出システム 」で回答 →  ② FAXで送付（FAX番号：0568-44-0367 観光課宛） ③ メールで連絡（アドレス：040500@city.inuyama.lg.jp） ④ 電話で連絡（電話番号：0568-44-0342） ⑤ 窓口へ持参（犬山市役所 3階 観光課）		
問い合わせ先	犬山市役所 経済環境部 観光課（担当：小澤 ことね） 住所 犬山市大字犬山字東畑36番地 連絡先 電話 0568-44-0342 FAX 0568-44-0367 メール 040500@city.inuyama.lg.jp ※ ご回答いただいた内容については、本アンケートの目的以外には使用しません。		