

2-1 観光開発の系譜

明治以降の犬山市における観光に関する特記事項やこれに関連する交通関連事業等の系譜を整理したのが次表である。これを見ると、犬山市における観光の潮流は以下のように要約することができる。

●明治・大正・昭和前期(戦前) [1868～1949年]

日本ライン下り観光時代・・・風光明媚な自然や名所を楽しむ「宿泊慰楽型観光」

1902年(明治35年)の木曾川での観光鵜飼の開始が犬山市観光開発の始まりであるが、特に著名な地理学者であった志賀重昂氏が1913年(大正2年)犬山市付近の木曾川の流れを称して「日本ライン」と命名したことが犬山市の知名度を大いに高め、観光地としてのキャッチコピーとしても大いに効果的であったと言える。

また、引き続き木曾川が「日本八景」に当選するとともに、木曾川の名勝指定、犬山城の国宝指定、日本画家吉田初三郎の犬山城下町鳥瞰図も観光地としても知名度アップに拍車をかけたと思われる。こうした観光地としての知名度アップは多くの宿泊客を引き付け、木曾川河畔に観光旅館街を形成するに至った。



この間、現名鉄は犬山線、広見線、各務原線の鉄道を開業するとともに、「犬山遊園」という遊園地を開園するなど、鉄道利用者の増進に向けた観光事業の展開を行っている。

●昭和中後期(戦後・高度成長期) [1950～1989年]

テーマパーク観光時代・・・非日常的な時間・空間を楽しむ「日帰りレジャー型観光」

戦後1950年代から1980年代の高度経済成長期は国民の所得水準が大いに向上し、レジャー、レクリエーション需要も増大した(東京オリンピック、日本万国博覧会の開催)。こうした需要増を受け、名古屋都市圏の成長発展に伴う日帰り型の観光レク需要増大に対応すべく名鉄はモンキーセンター、犬山野猿公苑、明治村、リトルワールド等のテーマパークを開園した。また、犬山温泉、名鉄犬山ホテルの開業もこの時期である。このように、この時期は名鉄による観光事業が集中的に行われた時期である。

●平成期(低成長期) [1990～2019年]

城下町観光時代・・・歴史的な町並みの中で飲食や買い物を楽しむ

「日帰り郷愁&SNS拡散型観光」

1990年代に入ると犬山市による城下町関連施設が多く建設される。文化史料館、どんでん館、しみんてい、磯部家住宅、余遊亭等の施設がそれである。これら施設の特徴は観光施設であるとともに市民交流施設としての機能も期待される施設であることである。そして、城下町の町並みに大きな魅力を与えたのが城下町の背骨とも言うべき本町、中本町通りの電線の地中化及び道路の美装化である。これは、当該通りに都市計画決定されていた都市計画道路の幅員を現道幅員に変更し、現在の町並みを維持しながら道路整備を行う事業であった。

こうした犬山市のまちづくり事業により城下町の町並みの質は大いに向上し、名鉄の誘客

キャンペーンの効果もあり犬山城の登閣者数、城下町への来訪者数は大きく増大した。この観光客の増大は一層の観光客向け店舗の立地を促し、さらなる集客増をもたらすことになった。特に、SNSによるご当地情報発信が若い世代に響き、多くの若い女性客を呼び込んでいる。

一方、この観光客の特徴は日帰り観光主体であること、装置型テーマパークで味わえない歴史的な郷愁感を歩きながら、食べながら楽しむお手軽な観光であることである。その結果、多人数の来訪によるオーバーツーリズム問題(交通混雑、ごみの放置、住民生活との軋轢等)が生じるとともに、宿泊客が少なく、また、客単価も低いことから観光産業としての地域貢献はまだ顕在化していない状況にある。

●令和期 [2020年～]

ウイズコロナ観光時代・・・安全安心に本物を楽しむ「体験型宿泊観光」を目指して

平成期の人気が続いた令和期であったが、2020年(令和2年)に世界を襲った新型コロナウイルスにより世界、日本の観光状況は激変した。感染予防のため海外旅行は大きく制限されてインバウンド観光需要は消失、国内旅行も移動制限が実施されることから大幅に減少した。こうした観光需要の大幅減の中で2021年(令和3年)名鉄による国際級ホテルと新たなビジネスホテルが開業する予定である。

観光需要の地域経済に対する経済効果を高めるには客単価の高い(付加価値の高い)宿泊型観光と体験型観光を増やすことが必要と言われる。本物の自然環境や歴史文化を多く有する犬山市ではこれら資源をもう一度見つめなおし、その本質的価値を認識した観光商品の開発と販売が課題である。

【まとめ】

犬山市では、大正・昭和前期においては「日本ライン」という風光明媚で著名な観光地として広くから観光客が訪れる宿泊型観光地として発展した。しかし、高度経済成長期以降は、国民所得の上昇、名古屋大都市圏の発展に伴う日帰り観光レク需要の増大、国内外の観光地間の競争発生、団体旅行から個人旅行への観光タイプの変化などを背景に、日帰り観光地としての役割を果すことになった。観光事業者の誘客施策や市による歴史まちづくりの成果もあり、近年は観光公害が発生するほどの入込客数となっていたが、宿泊観光客の少なさを背景に観光の産業化までには至っていない。

2020年に世界を襲った新型ウィルスの感染はこうした観光動向に大きな影響を与え、特にインバウンド観光は消失する事態となっている。

国内外の今後の観光需要の見通しはこの感染症の動向やワクチン接種の進展により影響を受けられると思われるが、国民のライフスタイル、ワークスタイルの変化に対応して観光レク需要は今後も増大し、多様化すると見込まれることから、こうした観光需要に的確に対応し、地域産業の活性化や市民のシビックプライドの向上につなげる観光戦略策定が望まれる。

■犬山市における観光開発の系譜

元号	和暦	西暦	観光関連	交通関連	備考	
明治	1882		「野崎神社」を現在地に遷座			
	1896		犬山城、愛知県より日本正統城郭遺跡に指定			
	1902		犬山水産会社設立、「観光鑑賞」始まる			
	1912			日本 ライ ン 橋 光	名鉄犬山線「若狭～犬山間」開業	
	1913		老賢重治が「日本ライン」命名			日露戦争（1904-1905）
	1914		犬山造船株式会社設立、「ライン下り」開業			
	1923		「ヒトツバタゴ（日生地）」国の天然記念物に指定			関東大震災
	1925		日本正統城郭遺跡「日本正統城郭遺跡」			
	1925		名古屋鉄道「犬山遊園」を開業			
	1926		木曾川（日本ライン）が「日本八景」に当選			
	1927		「機太御神楽」創始			
	1930		「木曾川」が国の名勝指定			
	1936		「犬山城」が国指定（国宝保存法）			
	1937		入道工務店設立、入道池で「ゴート業」開業			
	1941				日中戦争終結	
					第2次世界大戦	
	1950		「犬山遊園中」完全記念パラダイス開業			
	1953		「犬山城」が国指定（文化財保護法）			
	1953		「成山山名吉原の松大誓寺」創始			
	1954		「犬山観光協会」発会			
	1956		「日本モンキーセンター」設立			
	1957		「ツインブリッジ（東バスター）」が開業			
	1957		「犬山幹線公園」開業			
	1959		「犬山ユースホステル」開業			
	1960		「犬山温泉」開業（26の源泉に純水）			
	1963		「豊稔寺（瑞雲院）」開業			
	1962		「愛知用水」通水			
	1963		犬山市国定公園指定			
	1964		「機太御神楽」に指定			
	1964		「犬山遊園」が市営となる			
	1965		「博物館（明治村）」開業			
	1965		「名鉄犬山ホテル」開業			
	1967		京都大学霊長類研究所開設			
	1969					
	1970		田福寺普賢堂完成			
	1972		「有光苑（瑞雲院）」と「旧世伝書院」の修築完工			
	1973		「東三吉古蹟発掘」			
					第3次石油危機（1973?）	
	1975		「八雲自然休養林開設」			
	1979					
	1980		第1回日本ライン豪華船開業			
	1983		「野井長徳博物館（リトルワールド）」開業			
	1985					
	1986					
	1987		犬山市文化史料館開館			
					つくば科学万博開催	
					有料道路尾張パークウェイ開業	
					名古屋圏地域整備法（リゾート法）制定	
					バブル景気の最中	
平成	1992		犬山商工会議所創立			
	1993		「犬山動物園」開設			
	1993		「犬山国際観光センター」完成			
	1996		犬山市文化史料館附館「からくり展示館」開館			
	1996		第1回「犬山お祭り」開催			
	2000		「国際会議場（犬山）」に指定			
	2000					
	2001		中本町まちづくり拠点施設「どんでん館」開業			
	2001		市民健康館「くらきくら」開業			
	2001		市民活動支援センター「しみんてい」開業			
	2003		ライン下り事業を継承。【木曾川観光株式会社】設立：事業継承			
	2004		「日本ライン」の瑞雲院発着線開設（第5）			
	2005		「木曾川」の瑞雲院開設（第1回）			
	2005		「瑞雲院」の瑞雲院開設（第1回）			
	2006		登録有形文化財「瑞雲院」開業			
	2007		美しい日本の歴史的風土100選に「木曾川と城下町」選定			
	2008		平成の名水100選に「八雲寺」が選定			
	2008		余坂木戸まちづくり拠点施設「余坂亭」別館開業			
					リーマンショック	
	2009		「犬山新行幸」完成			
	2010		「城下町電線類」地中化			
	2010		「瑞雲院」の瑞雲院開設（第1回）			
	2011		余坂木戸まちづくり拠点施設「余坂亭」別館完成			
	2011		「余坂亭」の瑞雲院開設（第1回）			
	2011		「城下町の道路美観化」			
					東日本大震災	
	2012		「瑞雲院」別館開設			
	2013		ライン下り事業廃止			
	2014					
	2015					
	2016					
	2017					
	2018					
	2019					
	2020					
	2021					

※本資料は、「犬山市史」「名古屋鉄道百年史」より作成

※赤字は名鉄に関する事業

4. 観光を取り巻く現状と課題

4-4 現状と課題の整理（犬山市の観光の強みと弱み）

強み (Strengths)	弱み (Weaknesses)
<p><犬山の資源></p> <ul style="list-style-type: none"> ・明確なランドマーク「国宝犬山城」を有する ・大規模集客施設（テーマパーク）を有する ・城下町、ユネスコ無形文化遺産である犬山祭、からくり文化、木曾川うかい、国宝茶室如庵などの歴史、文化を有する ・木曾川、里山、景勝地など豊かな自然を有する ・ホテルインディゴ犬山有楽苑、犬山駅西側のホテルの開業 ・観光ニーズの 5 割を超えるコンテンツを有する（歴史、文化、町歩き、食べ歩き、自然景観） <p><立地・交通面></p> <ul style="list-style-type: none"> ・名古屋駅からの速達性に優れる（約 30 分圏） ・高速道路、幹線道路により域外からのアクセスに優れる 	<p><観光客の動向></p> <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊客が減少傾向 ・テーマパーク来訪者の複数立ち寄りが少ない ・バスツアーの市外宿泊・市外昼食 <p><犬山の資源></p> <ul style="list-style-type: none"> ・夜間に利用出来る店舗、施設が少ない <p><消費・経済面></p> <ul style="list-style-type: none"> ・訪問者の消費額の低さ（日帰り：3,846 円、宿泊 15,130 円） （市内宿泊者の消費単価は 2012 年に比べて減少） ・代表する名物イメージが希薄（約半数が「思い浮かばない人」） ・特産品、名物が少ない ・市全体産業における「宿泊業、飲食サービス業」が占める割合は売上高 4.0%、従業者数 8.1%と少ない（2016 年経済センサス） ・体験型コンテンツが少ない ・観光人材の担い手の不足 <p><立地・交通面></p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内の回遊性が乏しい（1 カ所立ち寄りが 64%） ・観光資源が市内に広く分布し、2 次交通が不便 <p><コロナ禍における需要の変化></p> <ul style="list-style-type: none"> ・臨場感を味わえるような仕掛け工夫がこれから必要。 <p><コロナ禍における事業者に降りかかった課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・感染症対策を講じている店舗、講じていない店舗などばらつきがある。 ・事業者同士の情報共有・意見交換の仕組みがない。 ・マイクロツーリズムだけでは犬山、名古屋のホテルは埋まらない。
機会 (Opportunities)	脅威 (Threats)
<p><観光客の動向></p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国的な外国人観光客の増加 ・観光、旅行の多様化（個人旅行化など） ・観光入込客数は増加傾向（H25:約 534 万人→R1:約 563 万人） ・犬山城登閣者数の増加（H25:約 44 万人→R1:約 59 万人） ・外国人は香港、中国、台湾が多い（宿泊者：約 5 千人（R1）、犬山城閣者約 3.6 万人（R1）でともに増加傾向） ・新たな客層の取り込みに成功（特に若い女性） ・近隣からの来訪者が多い（愛知県、岐阜県で 7 割程度）（犬山～名古屋との繋がりが強い。岐阜県民のリピーターが比較的多い） <p><消費・経済面></p> <ul style="list-style-type: none"> ・コト消費への要望の高まり <p><住民の生活></p> <ul style="list-style-type: none"> ・受入環境整備（トイレ、休憩場所等） <p><コロナ禍における需要の変化></p> <ul style="list-style-type: none"> ・屋外テーマパークに、予定していなかった県内学校による教育旅行（遠足、修学旅行）の団体が来るようになった。 ・三密が回避できるところに観光客が来るようになった。 	<p><住民の生活></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、私有地への立入） ・住民、観光客、事業者の対話の不足 <p><コロナ禍における三密の回避></p> <ul style="list-style-type: none"> ・三密が生じる可能性があるイベント・催事は中止。実施できない状況にある。 ・伝統行事、催事が止まることで地域コミュニティの持続性が損なわれる恐れが出てきた。何らかの形で本質的なところは残していかなければ観光も維持できなくなる。 <p><コロナ禍における需要の変化></p> <ul style="list-style-type: none"> ・アウトドア需要が大きく高まっている。高まり過ぎて密を心配する声もある。 ・店舗（特に城下町）によって事業の好不調の差が生じている。 ・宿泊者数は激減。 ・平日と土日の客数の違いがこれまで以上に大きくなっている（平準化できていない）。 ・移動、交流を生業としているところは大打撃。 ・団体旅行が非常に厳しい状況で、これは戻らないかもしれない。 <p><コロナ禍における苦情の内容の変化></p> <ul style="list-style-type: none"> ・感染に対する恐れに関する住民や観光客からの苦情・不安の声が聞かれる。 <p><コロナ蔓延により観光施策に大きな影響></p> <ul style="list-style-type: none"> ・公共駐車場収益の大幅な減。 ・予算が削減。 ・宣伝活動の自粛、観光に関する会議等が中止に。 ・鵜飼事業は観覧者数が激減。

観光による地域経済の活性化・住民と観光客の共存による新たな観光まちづくり

課題

滞在・宿泊

- ・日帰り観光客の滞在時間を延長させる必要がある
- ・宿泊客数の増加が必要
- ・複数立ち寄りによる滞在時間の延長が必要
- ・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
- ・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
- ・名古屋宿泊から犬山宿泊へ誘導する必要がある
- ・夜の魅力づくりによる滞在延長・宿泊の増加が必要
- ・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
- ・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
- ・域内消費を増加させる必要がある
- ・消費額を増加させる必要がある
- ・MICE 客の誘致が必要

魅力の向上

- ・木曾川「日本ライン」としての魅力再構築する必要がある
- ・木曾川河畔の魅力向上させる必要がある
- ・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・創り出しをする必要がある
- ・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

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
- ・観光地としての感染症対策が必要
- ・災害・衛生マネジメントが必要
- ・観光人材の育成が必要
- ・観光に関わる人の増加が必要
- ・受け入れ環境の整備が必要
（看板、ゴミ、休憩所、施設整備）
- ・郷土愛の醸成が必要