

基本理念	高めるもの 方向性	チャレンジする施策	事業内容	新規 継続 拡充 終了	R8年 8月までの取組み状況	R8年 9月以降の取組み(予定)	重点プロジェクト										
							6-1 遊園ルネ サンス	6-2 日本ライ ン再発見 ルート	6-3 城下町景 観・環境 レベル アップ	6-4 城下町ク リエイ ティブ移 住	6-5 SDGs体 験・学習 サイト	6-6 クロス オーバー 資源開発	6-7 ユニーク MICE	6-8 広域 連携			
							水景	水景	城景	城景	緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景			
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)	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)	1 まちなみや景観誘導、まちづ くりの在り方検討	各種計画の策定・改定（第6次犬山市総合計画策 定、都市計画マスタープラン・緑の基本計画改 訂、犬山市景観計画改訂）	継続	左記の計画はR5.3に策定・改訂を完了。各施策を計画的に実施	各施策を計画的に実施											
			河畔空間活性化事業の実証事業の一環として 「河畔 de カタリーヴァ（ワークショップ）」 を開催	拡充	木曽川河畔空間整備基本構想策定時に内田地区住民との意見交換（ワーク ショップ）を開催。河畔に必要な機能、あるべき姿などを語りあい意見集約 した。また必要な機能を検証する機会、及び河畔で地域住民が活動したり活 躍したりする機会や気運の醸成、河畔に親しむ契機として地区住民とともに 実証事業などを継続実施。（宵のいぬやマルシェ体験ブース出店、水辺で乾 杯、早朝ラジオ体操開催など）	内田地区の子どもから高齢者まで多くの関わりを得ながら河畔が唯一無二の 空間となるよう、取組みを継続する。8月中旬に早朝ラジオ体操、来春には花見 など楽しみながら河畔に親しむ取組みも実施予定。灯かりに関する取り組み も継続を検討。	●					●	●				
			「犬山市かわまちづくり計画」策定の取組み	継続	具体的な事業化を目指して国と協議の上で「犬山市かわまちづくり推進協議 会」を立ち上げて参画した委員より意見を頂戴して「かわまちづくり計画」 を策定。その後R7.8月に国土交通省より登録を受けて整備や利活用に向けた 協議を進めている。また、R7.11とR8.2には内田地区へ説明会を全5回開催し て延べ44名が参加した。	5カ年の計画（R8年～12年）のため、河川管理者のほか地元住民等と適宜協 議・調整を進めて整備の実現からその後の利活用に向けて関係各所と連携し ながら推進していく。	●										
		2 宿泊・飲食・物販の誘致 （マッチング）〔遊園ゾー ン・犬山駅周辺〕	犬山館跡地の利活用	継続	犬山館本館跡地の利活用については買い手が見つかったことにより、現地に 砂利が敷かれてR8.8月からのロングラン花火時には屋台が出店する利活用が 見られた。	民地であるため市が主体的に実施できるものではないが、今後の利活用を継 続して注視していく。	●						●	●			
			3 木曽川河畔の憩いと賑わいづ くり（マルシェの通年実施 他）、エリアマネジメント	【再掲】「犬山市かわまちづくり計画」策定の 取組み	新規	具体的な事業化を目指して国と協議の上で「犬山市かわまちづくり推進協議 会」を立ち上げて参画した委員より意見を頂戴して「かわまちづくり計画」 を策定。その後R7.8月に国土交通省より登録を受けて整備や利活用に向けた 協議を進めている。また、R7.11とR8.2には内田地区へ説明会を全5回開催し て延べ44名が参加した。	5カ年の計画（R8年～12年）のため、河川管理者のほか地元住民等と適宜協 議・調整を進めて整備の実現からその後の利活用に向けて関係各所と連携し ながら推進していく。										
		「宵のいぬやマルシェ」開催（R4～R8）		継続	内田地区遊歩道（市道犬山395号線）にて河畔活性化の実証事業として宵のい ぬやマルシェをR4～R8に継続開催。ロングラン花火とともに多くの来訪者を もたらし河畔活性化と夜の賑わいづくりに資する取組みとなった。	花火との組み合わせによる本催事は誘客・賑わいづくり・消費の面で有効的 である。今後も更に良いコンテンツとなるよう、朝市協同組合と連携しなが ら工夫し実施する。											
		【再掲】河畔空間活性化事業の実証事業の一環 として「河畔 de カタリーヴァ（ワークショッ プ）」を開催		拡充	木曽川河畔空間整備基本構想策定時に内田地区住民との意見交換（ワーク ショップ）を開催。河畔に必要な機能、あるべき姿などを語りあい意見集約 した。また必要な機能を検証する機会、及び河畔で地域住民が活動したり活 躍したりする機会や気運の醸成、河畔に親しむ契機として地区住民とともに 実証事業などを継続実施。（宵のいぬやマルシェ体験ブース出店、水辺で乾 杯、早朝ラジオ体操開催など）	内田地区の子どもから高齢者まで多くの関わりを得ながら河畔が唯一無二の 空間となるよう、取組みを継続する。8月中旬に早朝ラジオ体操、来春には花見 など楽しみながら河畔に親しむ取組みも実施予定。灯かりに関する取り組み も継続を検討。	●					●	●				
		木曽川うたかた亭の実施(各務原市連携事業)		拡充	R8年3月に犬山市と各務原市による連携事業である「木曽川うたかた亭」を開 催。2艘の屋形船（有楽丸、若あゆ丸）を活用して遊覧をしながら音楽と食事 と酒を楽しみ、川岸ではマルシェも開催した。また、R8年8月にはロングラン 花火開催時に「宵のうたかた亭」2日間開催したことで全5店舗が出店した。	高級船を活用した取組みであり高付加価値・高単価商品造成に繋がるものと して有効と考える。安定した実施スキーム等と関係者（木曽川観光、旅行会 社、宿泊施設等）との連携強化も事業化に向け研究が必要である。											
		栗栖園地の適正な管理		継続	「犬山市かわまちづくり計画」を策定し、内田地区と合わせて栗栖地区も対 象範囲としており、その後R7.8月に国土交通省より登録を受けた。	国土交通省木曽川上流河川事務所にに対し、河川法準則に基づく区域指定及び 管理団体認定に向けた相談・協議を進めてきた。今後はかわまちづくり計画 の実現に向けてハード整備の推進と並行して管理団体認定を目指すことでエ リアマネジメントの実現を図る。											
		4 遊覧船メニューの拡充（企画 船、定期船等）	市が所有する屋形船「若あゆ丸」の活用	継続	市が所有する屋形船「若あゆ丸」の高質化を図るため、R5.6月に改修を実施 した。有料利用数はR5年度4件、R6年度4件、R7年度8件。	木曽川観光㈱と連携・協議を進め、木曽川観光㈱所有の高級船「有楽丸」と ともに利活用拡大に向けた販売、営業を実施している。販売に際しては有楽 丸が優先される状況にあるが、宿泊施設連携により国内外の富裕層や停泊時 における企画も生まれており更なる遊覧船の活用を図る。	●	●					●	●			
			遊覧船メニューの充実（春の犬山城遊覧船、秋 の周遊船の定例運航及び企画船の実施検討）	継続	木曽川観光の取組みを支援。春の犬山城遊覧船及び秋の周遊船を毎年恒例の 犬山の船遊びとして定着することができている。	鶺鴒シーズン以外の川遊びを充実することは犬山観光に必要な取組みであ り、今後も木曽川観光㈱と連携し事業を継続する。											
		5 文化的景観の研究・検討	取組み実績なし	継続	取組み実績なし	本市にとってどのように取組みを進めていくか研究を行う。	●	●				●					
		6 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）	日本ライン夏まつりロングラン花火の開催	継続	R8.8に日本ライン夏まつりロングラン花火（8/1～10までの10日間）を開 催。あらためて花火のコンテンツとしての重要性を認識することができた。 協賛金を募集したところ約88社、300万円程の支援をいただいた。	次年度以降もロングラン花火という形式で開催予定。1日で大規模な花火大会 を実施するのではなく、長期間実施することによる周辺への経済効果（消費 額の増、宿泊客の増）は大きいと考える。分散化にも繋がる。内容について は更に魅力が高まるよう要検討。	●							●	●		
			【再掲】「宵のいぬやマルシェ」開催（R4～ R8）	継続	内田地区遊歩道（市道犬山395号線）にて河畔活性化の実証事業として宵のい ぬやマルシェをR4～R8に継続開催。ロングラン花火とともに多くの来訪者 をもらし河畔活性化と夜の賑わいづくりに資する取組みとなった。	花火との組み合わせによる本催事は誘客・賑わいづくり・消費の面で有効的 である。今後も更に良いコンテンツとなるよう、朝市協同組合と連携しなが ら工夫し実施する。											
			犬山駅西ロータリーでのイルミネーション装飾 設置	継続	市内事業者からイルミネーション装飾一式の寄附があり実現。R5年より犬山 の玄関口である犬山駅西に設置（R7年度は11月下旬～R8.2月末に実施）。駅 前通り発展会の電飾と合わせて駅前が美しく彩られた。	今後も実施予定であり、冬のコンテンツとして可能性を有していることか ら、更なる工夫をしていきたい。											
			名鉄三園（明治村、リトルワールド、モンキー パーク）の取組み	拡充	○明治村「宵の明治村」を開催、竹灯りの径（みち）・プロジェクション マッピング・花火競演等（R8.8.8より 20：30まで延長開村）、日本モンキ ーパーク「モンパの夜まつり」開催、打ち上げ花火、ナイトパブルショー等 （R8.8.8より）。リトルワールドナイト」開催、ナイターグルメ・花火 ショー・カラフル噴水ショー・スカイランタン等(R8.7.25より 20：15まで延 長）。	夏季イベントとして各施設とともに営業時間を延長。様々な催事や魅力的なイ ベントを実施し充実している。三園ともに花火打上等のナイトコンテンツを 充実させており、宿泊者の増加に繋がる取り組みのため本市でもイベント等 でのPRに努めていきたい。											
			内田河畔で「竹あかり」（実証事業）を実施 （R8.3月）。	継続	「INUUYAMA YOI NOMICHI 竹あかりナイトウォーク」の一環として河畔空間活 性化事業も兼ねて内田河畔に竹あかりを設置（R7.11～R8.1）。夜暗くて寂し い木曽川河畔内田地区へ約200mの区間で様々な竹あかりをR6年度から変化 をつけて装飾した。	河畔の遊歩道を明るくしてすることについて、防犯、賑わいづくり、空間の 高質化、という点で一定の効果はあると考える。城から河畔への連続性につ いても課題があり手法や内容については今後も検討が必要。											

[illegible]

基本理念	高めるもの 方向性	チャレンジする施策	事業内容	新規 継続 拡充 終了	R8年 8月までの取組み状況	R8年 9月以降の取組み(予定)	重点プロジェクト							
							6-1 遊園ルネ サンス	6-2 日本ライ ン再発見 ルート	6-3 城下町景 観・環境 レベル アップ	6-4 城下町ク リエイ ティブ移 住	6-5 SDGs体 験・学習 サイト	6-6 クロス オーバー 資源開発	6-7 ユニーク MICE	6-8 広域 連携
							水景	水景	城景	城景	緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景
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)	広域連携による 周遊観光の構築 (市外連携型の 観光コンテンツ 提供)	17 県内～東海～中部～全国など 圏域ごとの連携強化（名古屋 市・県内自治体・各務原市・ 木曽川流域・昇龍道等）	木曽川中流域観光協議会における木曽川を中心 とした広域連携	継続	犬山市、各務原市、可児市、美濃加茂市、坂祝町の4市1町による協議会（岐 阜県主導）。木曽川中流域の魅力発信と具体的な事業の実施を進めている。 R7年度はR6に続き「River to Summit」として11月に流域全体で複数イベント を同時開催した。	広域連携の取組みとして中流域の枠組みは有効であり、愛知県側から唯一の 参加自治体として今後も精力的に参画していきたい。また木曽川を挟んで対 岸同士の各務原市と催事を開催することは河畔活性化に更なる拡がりを持た せることになるため、今後もマルシェなど多様な企画を両市で進めていく。								
			名古屋鉄道を中心としたCo-machi観光推進協議 会での取組み	継続	なごや圏を中心とした観光圏の創造を目指す広域観光の取組みで名古屋鉄道 （株）が主導。名古屋市及び周辺都市の魅力的な観光資源を繋ぎ「なごや 圏」としてブランディングと誘客を図り、犬山市、岡崎市など11自治体が参 画している。R7.9月には品川で2日間出展した。	R8年度においても品川での出展など他自治体と連携して首都圏からの誘客を 図っていく。今後も広域連携ならではの効果的な取組みを期待し参画してい く。								
			あいち歴史観光デジタルスタンプラリーの実施	継続	愛知の歴史観光を広くPRし周遊を促すために実施。小牧・長久手の戦い、三 英傑所縁の城など、テーマに沿った8のコースを巡る。大河ドラマ「豊臣兄 弟！」に関連したコースも展開されている。	戦国時代の歴史を辿る歴史観光のコンテンツ。本市は国宝犬山城というラン ドマークを有し、愛知県内の周遊を促進するものであり参画は意義があると 考える。（R8.5.2-R9.1.11）								●
			愛知県・名古屋市・名古屋鉄道等との連携によ るインバウンド需要の取込み	継続	円安状況にもある中、犬山においても外国人観光客の増加が目立っている。 市及び観光協会単独ではターゲット国である台湾、タイに対し旅行博出店、 旅行会社への営業など熱心に取り組んでいる一方で、愛知県、名古屋市、名古 屋鉄道（株）、宿泊施設等との連携によるスケールメリットを活かした海外 誘客も重要であり繋がりを強化して実施している。	犬山城の登閣者数も外国人観光客が増加しており、観光案内所への来訪者数 も増加傾向にある。特に平日の誘客という点ではインバウンドは重要であり 閑散期での誘客に資すると考える。地域に配慮した受け入れ体制を官民で整 えた上でしっかりとした対応をしていきたい。								
			各務原市との連携	継続	木曽川鶴飼事業の共催、日本ライン夏まつりロングラン花火の共催（両市観 光協会、両市商工会議所も含めた実行委員会）、遊覧船事業の連携、両市で のキャラバン・宣伝活動など、木曽川を挟み効果的な観光振興を進めてい る。	今後も犬山・各務原広域観光推進協議会のほか木曽川中流域観光振興協議会 での枠組みも活かし、木曽川河川空間活性化を主要な取組みとして連携を深 めていく。								
		18 城・木曽川などテーマに即し た広域連携とコンテンツ造成 （国宝五城・木曽川中流域・ 尾張藩等）	国宝五城によるお城EXPOへの参画	継続	横浜市で開催される最大の城イベント「お城EXPO」に国宝城郭都市の5市に よる「国宝城郭都市協議会」として参画した。（R7.12月）	本市の大きな強みである「国宝犬山城」を活かしたプロモーションは、コア なファンの獲得・拡大、目的地となる旅の造成促進に資するものであり、今 後も「お城」を活かしたプロモーションは必須と考え充実を図る。								
			【再掲】木曽川中流域観光協議会での河畔を中 心とした広域連携	拡充	犬山市、各務原市、可児市、美濃加茂市、坂祝町の4市1町による協議会（岐 阜県主導）。木曽川中流域の魅力発信と具体的な事業の実施を進めている。 R7年度はR6に続き「River to Summit」として11月に流域全体で複数イベント を同時開催した。	広域連携の取組みとして中流域の枠組みは有効であり、愛知県側から唯一の 参加自治体として今後も精力的に参画していきたい。また木曽川を挟んで対 岸同士の各務原市と催事を開催することは河畔活性化に更なる拡がりを持た せることになるため、今後もマルシェなど多様な企画を両市で進めていく。		●			●	●		●
			小牧・長久手の戦い同盟によるPRの実施	継続	小牧・長久手の戦い同盟の会議をR7年度中に2回実施。歴史文化を活かして広 域での周遊を促す仕組みを検討している。	R8年度は大河ドラマ「豊臣兄弟」にて小牧・長久手の戦いが取り上げられる 予定のため、放映に合わせたイベントの開催やメディアへのPRを行うこと で、今後も広域的な取組みが更に推進出来るよう努める。								
			尾張藩連携事業における旅行商品造成	継続	インバウンド獲得を目指す旧尾張藩での取組み。R7年度はイギリスでの旅行 博出展（レップ）、商品造成等を実施。	本市のインバウンドのターゲット国は台湾とタイであるが、今後は欧州も開 拓していきたい。足がかりとして市単独ではなく広域連携での取組みに参画 することは有効と考えている。欧米豪からの誘客は時間を要するので地道な 取組みを継続する。								
		19 リニア中央新幹線開業を意識 した広域連携推進（首都圏・ 関西圏・インバウンドを意識 した誘客）	【再掲】国宝五城によるお城EXPOへの参画	継続	横浜市で開催される最大の城イベント「お城EXPO」に国宝城郭都市の5市に よる「国宝城郭都市協議会」として参画した。（R7.12月）	本市の大きな強みである「国宝犬山城」を活かしたプロモーションは、コア なファンの獲得・拡大、目的地となる旅の造成促進に資するものであり、今 後も「お城」を活かしたプロモーションは必須と考え充実を図る。			●				●	●
	域内循環型の 観光産業確立 (地産地消)	20 E Cサイトでの販売体制確立 及び拡大	オンライン尾張いぬやまふさと市の実施	継続	WEBで犬山の逸品が購入できるサイトを設営して24店舗が参加。犬山市観光 協会実施。	オンラインショップの取組みは拡充に時間を要するなど課題は多い。ただし 犬山への来訪動機に繋がるとともに実店舗以外の販路拡大も期待できること から引き続き実施する。						●		
		21 特産品開発（地域資源活かし て全国で売れる特産品を）	犬山産の米を使用したバウムクーヘンの販売	継続	犬山産の米を使用したバウムクーヘンを製造販売している「ココトモファーム」は、店舗数を拡大するなど、新たな犬山の名物として認知も高まっている。R1年度のアンケート調査においては、犬山の名物、特産品が「思い浮かばない」が1位（53％）であったことからバウムクーヘン商品などが更に成長することを期待する。	同左						●		
			お茶殻を使用した石鹸の製造販売	継続	犬山茶のお茶殻を利用し石鹸を製造。JAと連携し商品化が完了して販売して いる。（R4年度～）	犬山産農産物を使用した新たな六次化商品開発は重要であり、今後、市とし ても支援を行う。								
			二ノ宮みかんを使用したみかんジュースの製造 販売	継続	犬山産みかん（二ノ宮みかん）を使用し100％みかんジュースの製造販売を実 施（R4年度～）	犬山産農産物を使用した新たな六次化商品開発は重要であり、今後、市とし ても支援を行う。								

基本理念	高めるもの 方向性	チャレンジする施策	事業内容	新規 継続 拡充 終了	R8年 8月までの取組み状況	R8年 9月以降の取組み(予定)	重点プロジェクト									
							6-1 遊園ルネ サンス	6-2 日本ライ ン再発見 ルート	6-3 城下町景 観・環境 レベル アップ	6-4 城下町ク リエイ ティブ移 住	6-5 SDGs体 験・学習 サイト	6-6 クロス オーバー 資源開発	6-7 ユニーク MICE	6-8 広域 連携		
							水景	水景	城景	城景	緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景		
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)	域内循環型の 観光産業確立 (地産地消)	22 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）	実績なし	—	実績なし	実績なし										
		23 地元で調達、地元で消費の仕 組みづくり（マッチング）	宿泊施設での市内農作物の活用支援	継続	ホテルインディゴ犬山有楽苑のレストランにて犬山産の食材使用の支援を実施。入鹿池のワカサギ、栗栖の野菜(落花生・レモン・葉物野菜)、今井のブドウ、入鹿はちみつ、善師野のお茶など多数使用している。	宿泊施設での市内農産物利用は地産地消の面からも観光地の魅力向上の面からも有効と考える。引き続き、宿泊施設の要望に応じてマッチング支援を実施する。										
		24 老舗・名店になり得る店舗、 名物を増やすための支援・誘 致・働きかけ	【再掲】犬山産の米を使用したバウムクーヘンの販売	継続	犬山産の米を使用したバウムクーヘンを製造販売している「ココトモファーム」は、店舗数を拡大するなど、新たな犬山の名物として認知も高まっている。R1年度のアンケート調査においては、犬山の名物、特産品が「思い浮かばない」が1位（53%）であったことからバウムクーヘン商品などが更に成長することを期待する。	同左										
		25 新たな財源獲得検討（税、利 用料、寄付、クラウドファン ディングなど）	木曽川鵜飼におけるふるさと納税型クラウドファンディング	終了	木曽川鵜飼を今後も持続可能な取り組みとしていくため、ふるさと納税型クラウドファンディングで支援を募った。結果的としてR7.6月～12月までの7カ月間で約14万円の寄附を受けることが出来た。	今後も多様な手法を活用することで、観光施策を推進するための財源の確保に努めていく。										
犬山城入場登閣料の改定	新規		今後予定している事業や将来的に必要なとなる費用をまかなうため、R8.3月より次のとおり改定した。 一般 550円→1,000円、小中学生 110円→200円	入場登閣料を改定したことによる収入増加分を基金に積み立て、今後予定している事業や将来的に必要なとなる費用に充てていく。												
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)	26 自然・歴史資源を活かした多 彩な学びのツーリズムの企画 実施（犬山頭首工、入鹿池、 古墳など）	東之宮古墳の周知・活用	継続	東之宮古墳ワークショップ「東之宮古墳ジオラマ作成」をR8.2月に開催し、子ども7人とその保護者が参加したほか、R3年度から開催していた「土あげ祭」の最終回をR8.3月に開催し、文化財保護の普及啓発を図った。	土あげ祭はR7年度をもって終了となったが、文化財に親しむ企画は有効であり、今後も工夫しながら実施の予定。										
		27 犬山温泉の再興（ホテルイン ディゴ犬山有楽苑とともに）	犬山観光情報での犬山温泉PR	継続	ホテルインディゴ犬山有楽苑の開業を経て、犬山唯一の温泉である「犬山温泉」のPRを犬山観光情報ホームページ・大人アガル犬山のリーフレットで実施している。	温泉があることは宿泊増を目指す上で重要。現時点での取組みは十分でないためプロモーションの在り方など今後更なる工夫が必要。										
		28 木曽川うかいの更なる充実	鵜飼実演の高質化（座敷鵜飼）	継続	座敷鵜飼の演目をより見応えがあり充実したものとなるよう、照明や内容を工夫・改良を行った。各地における鵜飼実演で披露しており、好評を得ている。	鵜匠2名による掛け合いや鵜が歩くさまを披露するなど改良を加え新たな実演のバージョンを作ることが出来た。一部の実演場所では観客が鵜を複数羽操る体験を行ってみるなど、今後も更なる改善を図り鵜飼事業の充実に資する取組みとしたい。										
			木曽川鵜飼パンフレット・HPの充実（木曽川観光株）	継続	木曽川鵜飼・遊覧のパンフレットをリニューアル（R6年度）。ホームページも更新、R4年度よりWEB予約も開始している。R6年度のパンフレットは鵜飼観覧、わんわんクルーズ、遊覧船などの舟遊びを紹介した総合パンフレットとなった。	WEB予約の割合が高まっているとのことであり、今後より利用しやすい仕組み構築に努める。										
			鵜匠の新規採用	新規	R8.4月より34年ぶりに鵜匠の募集を実施し、R8.7より新たに2名を採用することとなった。	今後も木曽川鵜飼の伝統・文化を継承していけるよう鵜舟の操船技術や鵜との接し方などを学び、来季以降のデビューを目指していく。										
		29 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）	トレイルランニングレースの開催	継続	NPO法人による取組み。R7.3月に八曾にて第一回大会を開催したが八曾キャンプ場が閉鎖となり池野地区での開催を断念。新たな開催地としてR8.2月に栗栖地区で開催した。	R9.2の開催に向けて市として施設利用など可能な支援を実施している。今後もイベント開催に向けた動向を注視していく。										
		30 入鹿池（世界かんがい施設遺 産）の資源磨き上げ（ツーリ ズム、視点場、ワカサギ）	入鹿池のワカサギをブランド化（市内宿泊施設での利活用促進）	継続	釣り人が取ったワカサギを市内宿泊施設に提供する仕組みを構築し実施してきたが、保管や流通の手間など運用面で難しい状況となり、スキームの再構築を検証する為、一時休止となった。	同左										
		31 国宝犬山城の世界遺産登録に 向けた取組み	犬山城みらいサポーターの活動	継続	未来を担う子どもたちが主役となり、犬山城に愛着を持ち市民の力で後世に引き継ぐため、みらいサポーターを設置（R5.8月に発足）。対象は市内在住の小中学生でR7.8月には国宝五城天守合同床磨きを実施した。	R8年度は8月23日に五城合同で床みがきを実施予定。世界遺産登録に向けた機運醸成のためにも重要な取り組みであり、今後も積極的に事業実施を予定。										
			【再掲】国宝五城での取り組み	継続	横浜市で開催される最大の城イベント「お城EXPO」に国宝城郭都市の5市による「国宝城郭都市協議会」として参画した。（R7.12月）	本市の大きな強みである「国宝犬山城」を活かしたプロモーションは、コアなファンの獲得・拡大、目的地となる旅の造成促進に資するものであり、今後も「お城」を活かしたプロモーションは必須と考え充実を図る。										
		32 （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）	民間団体「犬山フルまちミュージアム実行委員会」による活動	新規	歴史ある犬山のポテンシャルを活かし文化・芸術を活かした体験型の観光まちづくりを展開しており、R8.7.15より犬山市文化史料館で開催されている「昭和時代の犬山」のトピックコーナー展にて「犬山と岡本太郎と万博EXPO'70」を展示している。	点（犬山城）から線（本町ストリート）へと進んできた犬山の観光を面（歴史的な街並みがある城下町、湊町全体、すなわち「ふるまち」＝故きよき町）へと展開し、歴史的な文化資源を活かした体験型観光コンテンツの充実を図ることで、参加する市民の郷土愛醸成を深めるとともに、日帰り観光中心からインバウンドを含めた滞在型観光への転換と地域住民の郷土愛醸成、文化の薫り高いまちづくりを目指す。										
		33 既存イベント等を観光資源と してブラッシュアップ・活用	成田山護摩行	継続	成田山で毎朝実施されている護摩行の体験紹介。ホテル宿泊者等へ案内している。	犬山らしさのある魅力的なコンテンツとなり得るため、多様なチャンネルで紹介している。ホテルインディゴ犬山有楽苑の宿泊者向けにコンテンツ提供予定。										
		34 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組 み	着物・浴衣で巡る犬山	継続	城下町には着物レンタル可能な店が全5店舗あり、東海エリアでは特に充実している。「犬山に来て着物を来て楽しむ」ということを浸透させるため、R8.7より「浴衣で犬山巡り」を実施しており、対象店舗で浴衣特典を受けられるようになっている。	着物を楽しむまち、という認識をさらに定着させていけるよう、今後は「着物を着て美しい風景や建物などのフォトスポットで写真を撮る」という楽しみを提供していく。										
			投扇興体験	継続	旧磯部邸にて開催。伝統的な江戸遊びを提供。ホストとのやり取りも魅力があり好評である。	同左										

基本理念	高めるもの 方向性	チャレンジする施策	事業内容	新規 継続 拡充 終了	R8年 8月までの取組み状況	R8年 9月以降の取組み(予定)	重点プロジェクト								
							6-1 遊園ルネ サンス	6-2 日本ライ ン再発見 ルート	6-3 城下町景 観・環境 レベル アップ	6-4 城下町ク リエイ ティブ移 住	6-5 SDGs体 験・学習 サイト	6-6 クロス オーバー 資源開発	6-7 ユニーク MICE	6-8 広域 連携	
							水景	水景	城景	城景	緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景	
大山ならではの 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)	42 デジタルコンテンツの充実	犬山観光ナビによる発信	拡充	犬山観光のWEBでの玄関口である「犬山観光ナビ」の内容を、常に新しく情報提供できるよう、更新の頻度を高めている。犬山城天守の観覧待ち時間や公共駐車場の空き情報も合わせて掲示。また、犬山城の年間混雑予測を新たに公開した。	今後も関係各所と連携しながら、見やすく鮮度の高い情報発信に努めていく。									
			わん丸君Xによる発信事業	継続	随時及び即時の情報発信ツールとして、Xを活用している。フォロワー数は1万5,000人超となっており、発信ツールとして有効である。	現在も即時情報の発信ツールとして活用できており、今後も継続して適切な情報発信に努める。									
			小澤諒祐と犬山ドローン旅による情報発信	継続	ドローン操縦と撮影の第一人者による動画の作成と発信。他にはない構図と画による美しい動画を作成し発信している。	新たな表現方法として非常に有効である。美しい映像はTV番組での映像提供においても重宝されており犬山の価値を高めている。多忙である小澤氏との調整も必要であるが、今後も継続実施としたい。TV等での映像提供以外にもInstagram、YouTube、TikTokなどでの発信を積極的に実施する。					●				
			ふるさとイノベーションコンテストでの選考と「New Travel」の導入	新規	「ふるさと」を起点に、地域が抱える実課題の解決に挑む、東海発のオープンイノベーションプログラムとしてR7.9に「ふるさとイノベーションコンテスト」が開催された。全89社からの提案が審査され、みんなで創る動画ガイドブック「New Travel」が最優秀賞を受賞し、R8.1～3月には犬山市でPoC（概念実証）を展開した。	「New Travel」の取り組みを継続していくため、「大人アガル犬山」リーフレットへの掲載による周知などに努めていく。動画による魅力発信は犬山城下町への一極集中を分散させ、市内全域に賑わいを広げる取り組みにもなるため、今後も事業者などと連携しながら周遊を促進させるための取り組みを展開していく。									
		43 首都圏、関西圏、名古屋圏でのアンテナショップ・商品セールス展開・PR活動など	【再掲】国宝五城によるお城EXPOへの参画	継続	横浜市で開催される最大の城イベント「お城EXPO」に国宝城郭都市の5市による「国宝城郭都市協議会」として参画した。（R7.12月）	本市の大きな強みである「国宝犬山城」を活かしたプロモーションは、コアなファンの獲得・拡大、目的地となる旅の造成促進に資するものであり、今後も「お城」を活かしたプロモーションは必須と考え充実を図る。						●	●		
			大阪お城フェスへの参画	継続	大阪市で開催される大規模お城イベント「大阪お城フェス」に犬山城として出展（R7.8月、R8.8月）。関西圏での営業。プロモーションにより強い来訪動機を促す取組み。	首都圏・関西圏からの誘客はコアなファンへ訴求することも重要であり、本市の重要コンテンツである犬山城を活用し来訪を促すことは有効であると考え。今後も城関係の催事出展も中心に誘客宣伝活動を進める。									
		44 大山祭がつなが観光まちづくりの推進	第392回大山祭の開催（試案祭における夜車山総揃え）	拡充	1日目の夜車山（よやま）が雨天により中止となったが、観光客が集中することによって交通規制の範囲を見直すことで、関係者と来訪者の双方にとってより安全に迫力と魅力ある催事となるよう取り組んだ。	過去の開催時における反省点を踏まえたことで、雑踏対策やトイレの配置見直しなどを入念に出来た。今後も関係各所と連携し、開催数を重ねることに改善していくことで安全安心なイベント運営に努めていく。									
	からくり町巡りの開催		継続	R7.10月からからくり町巡りを開催。各町内におけるからくりを披露した。（車山運行は実施していない）	R8年度も車山運行は実施せず、からくり披露に注力する予定。大山祭の魅力を来訪者、市民に向け披露することで文化の薫り高い観光地づくりを推進する。										
	45 「水・城・緑」を意識したコンテンツ造成などの取組み促進	【再掲】花手水の設置（初夏及び冬）	継続	犬山城下町に花手水を設置。市及び観光協会にて城前観光案内所、城前広場、磯部邸に設置。城下町の多くの店舗の参画もあり、犬山らしく町並みの風情に合う企画となった。（R8.2月）また、城前観光案内所へ短冊飾りを設置し、季節感のある取り組みを実施。（R8.7）	今後も短冊飾りや花手水を継続して設置することで、犬山城下町の価値とブランド力向上を図り、閑散期のコンテンツとしても成長を期待している。各店舗への呼びかけを実施して協力店舗が増えるよう努め、R9.2月頃にも実施予定。	●	●	●		●	●				
	景観・インフラ の 整備 (ハード施策)	46 鵜飼の価値を高めるガイダンス施設等の整備	取組み実績なし	継続	取組み実績なし	現在の鵜管理事務所は老朽化が進み移転・建替えなど検討が必要であり、合わせてガイダンス施設の検討も視野に入れる必要あり。鵜匠を新しく採用したことを契機に必要な機能を把握した上で、今後候補地の研究を進める。		●							
47 栗栖の自然環境を活かしたアクティビタサイトの整備と充実		【再掲】栗栖園地の拡充	拡充	栗栖園地南部分を整備し芝生広場を拡充する工事を実施（R8年3月）。芝貼り作業を桃太郎発展会を中心とした地域住民とともに行った。（R4～7年度）整備費用はいちい森と緑づくり都市緑化推進事業を活用。	芝生広場はキャン普利用などで賑わいを見せており、広大な芝生広場の利活用の可能性は大きく、多様な過ごし方、遊び方が考えられる。令和8年度には駐車場の改修工事と進入路の測量を予定しており、かわまちづくり計画の実現に向けて将来的な管理運営体制など更なる可能性を模索していく。			●			●				
48 栗栖から木曽川犬山緑地までの遊歩道整備と交通規制の研究・検討		愛知県への要望事業	継続	犬山市として愛知県に継続して要望を行っている。	継続して要望を実施。			●			●				

基本理念	高めるもの 方向性	チャレンジする施策	事業内容	新規 継続 拡充 終了	R8年 8月までの取組み状況	R8年 9月以降の取組み(予定)	重点プロジェクト							
							6-1 遊園ルネ サンス	6-2 日本ライ ン再発見 ルート	6-3 城下町景 観・環境 レベル アップ	6-4 城下町ク リエイ ティブ移 住	6-5 SDGs体 験・学習 サイト	6-6 クロス オーバー 資源開発	6-7 ユニーク MICE	6-8 広域 連携
							水景	水景	城景	城景	緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景
大山ならではの 感動が得られ る (オリジナリ ティ)	景観・インフラ の 整備 (ハード施策)	49 憩いの場、滞在の場としての内田地区木曽川河畔整備（社会実験から実装へ）	【再掲】「犬山市かわまちづくり計画」策定の取組み	拡充	具体的な事業化を目指して国と協議の上で「犬山市かわまちづくり推進協議会」を立ち上げて参画した委員より意見を頂戴して「かわまちづくり計画」を策定。その後R7.8月に国土交通省より登録を受けて整備や利活用に向けた協議を進めている。また、R7.11とR8.2には内田地区へ説明会を全5回開催して延べ44名が参加した。	5カ年の計画（R8年～12年）のため、河川管理者のほか地元住民等と適宜協議・調整を進めて整備の実現からその後の利活用に向けて関係各所と連携しながら推進していく。	●							
		50 視点場、案内板、ベンチ等の整備	市内へ設置している案内看板などの見直し	新規	R7年度にはキャッスルパーキングの場内看板、本町交差点の誘導看板、掲載内容が適さなくなった看板の除却などを適宜実施した。	必要に応じて見直しを図ることで適切な情報発信及び円滑な受入体制を構築できるようにしていく。	●	●	●		●	●		
		51 歴史的建造物の保存活用に向けた検討・支援	小島家住宅の整備・活用（㈱DONDENの取組み）	継続	国登録有形文化財「小島家住宅」と「真野家住宅」を改修し宿泊施設等に利活用する取組み。㈱DONDENなど民間事業者による事業として取り組み、R7.4月に「宿-SHUKU-」が開業となった。	市としても歴史的建造物が解体、除却されてしまうことに懸念があり、今の時代に即した利活用を見出し「保存と活用」が進むことは非常に好ましいものと考えている。今後は宿泊者増加に繋がるよう、各種媒体での情報発信に努めていく。			●	●				
		52 既存建物を宿泊・ワーケーションとして活用検討、クリエイティブ層等移住のためのマッチングの取組み	【再掲】小島家住宅の整備・活用（㈱DONDENの取組み）	継続	国登録有形文化財「小島家住宅」と「真野家住宅」を改修し宿泊施設等に利活用する取組み。㈱DONDENなど民間事業者による事業として取り組み、R7.4月に「宿-SHUKU-」が開業となった。	市としても歴史的建造物が解体、除却されてしまうことに懸念があり、今の時代に即した利活用を見出し「保存と活用」が進むことは非常に好ましいものと考えている。今後は宿泊者増加に繋がるよう、各種媒体での情報発信に努めていく。				●			●	
			移住定住相談窓口の開設	継続	城下町地区及びクリエイティブ層に限定はせず、市域全体を対象に「移住定住相談窓口」を設置。窓口を一元化することで相談しやすい体制を構築。関連イベントにも積極的に出店し、臨時的移住定住相談窓口を設置している。	今後も移住・定住を検討する方にやさしく分かりやすい窓口となるよう継続実施する。								
		53 「美しいまち」を意識した施設整備（看板、道路、街路樹など）	本町通り路面サインの設置	終了	犬山城下町で道路全体に観光客が広がり歩くことで近隣住民の車両通行に支障が生じることから、道路の路肩部に景観を配慮した路面サイン（L=780m（両側））を設置したことで車道と路肩が明確に視認できるようになった。	案内板など観光客が使用・認知する設備を適宜見直していくとともに、住民と観光客が共存するためのハード施策も推進していけるよう、関係部局と連携していくことで受入体制の強化を図っていく。			●					
		54 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）	国道41号線沿線に「道の駅」整備検討	終了	R2年基本計画策定したが新型コロナウイルス感染症拡大、物価高騰等社会情勢の変化もありR2年5月に見合わせ、あり方の再検証となり、その結果R6年3月議会施政方針にて計画自体を白紙とすると表明した。	同左						●		
		55 新池、中島池の環境学習サイト整備	新池・中島池について環境学習やアウトドア利用の可能性を検討	継続	関心を示す団体に実施主体（担い手）の可能性を探るためアプローチしたものの、実現には至らなかった。	実施主体（担い手）を見出す等、課題が多く事業化は難しい状況である。検討は継続する。					●			
		56 二次交通の課題改善と充実（観光ガイドタクシー、シャトルバス運行、バイク、自転車、MaaSなど）	名鉄西部交通によるガイド付き観光タクシーの実証事業実施	終了	タクシーに犬山観光ボランティアガイド「ナイスで犬山」のガイドが同行して観光案内を実施する試験事業。全6コースを設定し実施したが結果として本格事業化には至らず（R4年9月）。R5～7年度は未実施。	二次交通は一度に解決するものではなく事業者等関係者と連携し複合的な取り組みが必要であり継続検討。			●					

基本理念	高めるもの 方向性	チャレンジする施策	事業内容	新規 継続 拡充 終了	R8年 8月までの取組み状況	R8年 9月以降の取組み(予定)	重点プロジェクト							
							6-1 遊園ルネ サンス	6-2 日本ライ ン再発見 ルート	6-3 城下町景 観・環境 レベル アップ	6-4 城下町ク リエイ ティブ移 住	6-5 SDGs体 験・学習 サイト	6-6 クロス オーバー 資源開発	6-7 ユニーク MICE	6-8 広域 連携
							水景	水景	城景	城景	緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景
犬山人の おもてなしに 出会える (ホスピタリ ティ)	市民とともにある 観光 (市民参画・交 流 ・関係人口 ・多様な参画)	57 本町通りの在り方再構築（屋 外広告物、ゴミ・音・におい などの環境）、目指す姿とま ちのルールづくり	本町町内会との意見交換会実施	継続	R4.10月より本町町内会と意見交換会を実施。課題が多く、その後町内住民だけで話し合いを実施することとなった。その後、R7.4月、R7.10月、R8.5月にも開催して市長との意見交換会を開催した。	次回も意見交換会はR8.10月頃に予定している。市として出来ることから取り組んでいるが、課題も多く、町内としてのルールづくりも含め継続した検討・検証が必要である。								
			SDGs観光まちづくり会議の開催	拡充	市、観光協会、商工会議所、まちづくり株式会社など関係者による課題の共有と改善の為の協議と実践の機会をR5.7月に設置。月に1回程度実施することと協議を進めている。会議のほかに事業者に声かけをした交流会、犬山祭のトイレマップ作成などを実施。	今後も月1回の頻度で会議を開催する予定である。改善のための取組みとしてワークショップ(意見・情報交換)や交流会なども積極的に実施する。								
			持続可能な観光地となるための具体的な取組み	継続	R7年のGW、秋の紅葉シーズン、R8年のGWに各種取組みを実施。具体的には試験的なゴミ箱設置（城前案内所、福祉会館跡地、どんでん館）、臨時休憩所の設置（福祉会館跡地）、本町通り住民用臨時駐車スペースの確保（犬山北小学校の駐車場を借用）等の取組みを実施。加えてR7.4月よりシルバー人材センターによる夕方の時間帯での清掃活動を継続。串ごみを回収するために竹で出来た串入れの設置を実施。近年の暑さ対策として、R8.8月にも「犬山ひんやりプロジェクト」として氷柱を設置や打ち水を実施して、城下町の一部事業者の一部も参画した。	引き続き出来ることから取組みを実施・拡充していく。福祉会館跡地の休憩所は仮設であり、利便性、運用の容易さと適切な管理体制を検討していく。								
		58 城下町・町内ごとの空間づくり（武家町・町人地等歴史文化を踏まえた名所・視点場・コンテンツ・集いの場形成）	取組み実績なし	継続	取組み実績なし	分散化の為にも、本町通り以外へのにじみだしを促す仕掛け作りが必要である。現状では町名由来看板を設置し城下町各町内の歴史文化を踏まえた仕立てが一部あるものの、更に拡がりが生まれるよう、今後研究を進める。								
		59 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、ガイド等観光人材育成）	【再掲】河畔空間活性化事業の実証事業の一環として「河畔 de カタリーヴァ（ワークショップ）」を開催	継続	木曽川河畔空間整備基本構想策定時に内田地区住民との意見交換（ワークショップ）を開催。河畔に必要な機能、あるべき姿などを語りあい意見集約した。また必要な機能を検証する機会、及び河畔で地域住民が活動したり活躍したりする機会や気運の醸成、河畔に親しむ契機として地区住民とともに実証事業などを継続実施。（宵のいぬやマルシェ体験ブース出店、水辺で乾杯、早朝ラジオ体操開催など）	内田地区の子どもから高齢者まで多くの関わりを得ながら河畔が唯一無二の空間となるよう、取組みを継続する。8月中旬に早朝ラジオ体操、来春には花見など楽しみながら河畔に親しむ取組みも実施予定。灯かりに関する取り組みも継続を検討。								
		60 DMO機能の導入	DMO機能導入に向けた検討	継続	現時点での具体的な取組みは無いものの、関係団体との連携を構築していきながら本市にとって最適な観光まちづくりの体制を検討している。	将来において観光協会などの各種団体と連携しながら観光まちづくりの中核となるよう、研究を進める。								
		61 インナーブランディング（郷土愛の醸成）	市民鵜飼の開催	継続	福祉施設鵜飼、親子鵜飼（親子で観覧）、なごみ鵜飼（大人2人で観覧）など、市民が木曽川鵜飼に親しむ契機として実施して多くの方が参加して好評を得ている。	市民が木曽川鵜飼に親しみと愛着を持っていただく機会として有効であると考えており継続実施の予定。可能であれば今後拡充も検討していく。								
			夏休み小学生鵜飼体験の開催	継続	市内小中学生を対象に屋鵜飼の観覧に招待。伝統漁法の学習機会の提供と郷土愛醸成に繋げる取組み。R7年度計138名参加。R8年度は123名が参加予定。	郷土の伝統文化に触れる機会として非常に有効であると認識しており、今後も継続実施を検討。								
			わん丸君によるPR	新規	平成12年に登場したわん丸君が平成21年から活躍していた2代目から15年ぶりに3代目へR7.9月にリニューアルした。	各種イベントでわん丸君によるPRを継続することで犬山の認知度を向上させ、郷土愛の醸成にも努めていく。								
			犬山歴史文化ぶらっとフォームの発足	継続	R5年度より犬山歴史文化ぶらっとフォームを発足。R7年度は地域で街道や河川交通にまつわる活動を行っている団体に、活動報告を行っていただいた。また、実際に木曽街道や善師野跡を歩く「街道ウォーキング」を開催した。	継続して実施する。								
			小中学生向け体験事業（犬山焼絵付け体験、犬山茶の烏龍茶葉づくり体験等）	継続	小中学生向け事業として特産品協会が実施。犬山焼絵付け体験、烏龍茶葉づくりと上生菓子づくり体験、パウムクーヘンクレープ作り体験	小中学生向け事業として特産品協会が実施。体験後アンケートを実施しており、令和8年度より、げんこつ飴づくりを追加。本事業は、特産品の周知と郷土愛増のため有効であり、今後も継続予定。								
		62 地域に愛される店・市民が楽しめる店、市民が憩える場づくり促進	取組み実績なし	継続	取組み実績なし	内容の検討と具体的な取組みについて研究する。								
		63 市民に潤いのある仕組みづくり（エリアマネジメント、体験メニュー、観光分野で働く等）	【再掲】栗栖園地の適正な管理	継続	「犬山市かわまちづくり計画」を策定し、内田地区と合わせて栗栖地区も対象範囲としており、その後R7.8月に国土交通省より登録を受けた。	国土交通省木曽川上流河川事務所に対し、河川法準則に基づく区域指定及び管理団体認定に向けた相談・協議を進めてきた。今後はかわまちづくり計画の実現に向けてハード整備の推進と並行して管理団体認定を目指すことでエリアマネジメントの実現を図る。								
			体験型観光コンテンツ造成の参画呼掛け（ホスト募集）	継続	シェアリングエコノミーを活用して体験型の観光メニュー（コンテンツ）を造成し来訪者に楽しんでもいただくとともに、市民である担い手（ホスト）も少額ではあるもののお金を稼ぐとともにやりがいを得る機会として、また観光分野に関わる人材の発掘を目的として取組みを進めている。	爆発的な売り上げなどの経済効果があるものではないが、市民が活躍できる、潤いを得られる仕組みとして、非常に有効であり、今後も継続して実施していく。								

基本理念	高めるもの 方向性	チャレンジする施策	事業内容	新規 継続 拡充 終了	R8年 8月までの取組み状況	R8年 9月以降の取組み(予定)	重点プロジェクト							
							6-1 遊園ルネ サンス	6-2 日本ライ ン再発見 ルート	6-3 城下町景 観・環境 レベル アップ	6-4 城下町ク リエイ ティブ移 住	6-5 SDGs体 験・学習 サイト	6-6 クロス オーバー 資源開発	6-7 ユニーク MICE	6-8 広域 連携
							水景	水景	城景	城景	緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景	水景 城景 緑景
データを活用したプロモーションの展開	64	【チャレンジする施策】 観光関連データの収集整理と分析、多様なメディアを活用した情報発信による知名度向上、目標とする数値（KPI）の設定と管理	【再掲】小澤諒祐（こざわ りょうすけ）と犬山ドローン旅による情報発信	継続	「ふるさと」を起点に、地域が抱える実課題の解決に挑む、東海発のオープンイノベーションプログラムとしてR7.9に「ふるさとイノベーションコンテスト」が開催された。全89社からの提案が審査され、みんなで創る動画ガイドブック「New Travel」が最優秀賞を受賞し、R8.1～3月には犬山市でPoC（概念実証）を展開した。	「New Travel」の取り組みを継続していくため、「大人アガル犬山」リーフレットへの掲載による周知などに努めていく。動画による魅力発信は犬山城下町への一極集中を分散させ、市内全域に賑わいを広げる取り組みにもなるため、今後も事業者などと連携しながら周遊を促進させるための取り組みを展開していく。	-							
			メディアを活用した情報発信とブランディング（パブリシティ）	継続	各種メディア（ＴＶ・雑誌等）への広報宣伝等による働きかけ、及び取材時の現場対応を実施。R7年度は取材協力269回となった。	メディアを活用した情報発信は多額の費用を要することなく広域かつ強力な情報発信が可能であり、知名度向上に資するものと捉えている。本市のブランド力向上にも寄与すると考えており、今後も積極的に活用を進めたい。								
			犬山観光ナビ等での情報発信	継続	犬山観光のWEBでの玄関口である「犬山観光ナビ」の内容を、常に新しく情報提供できるよう、更新の頻度を高めている。犬山城天守の観覧待ち時間や公共駐車場の空き情報も合わせて揭示。犬山観光ナビ及び犬山城HPのPV数：約462万PV、わん丸君X、フォロワー数：15,954フォロワー。	今後も関係各所と連携しながら、見やすく鮮度の高い情報発信に努めていく。								
			犬山ロケサービスによる効果的なPRと価値の向上	継続	犬山ロケサービスチームによる映画等の映像撮影に対する協力。博物館明治村を中心に映画撮影のエキストラ募集、様々な手続きの調整、必要物の用意など手厚くサポート。R7～8年度にかけて大河ドラマや映画などでの撮影を支援した。	犬山市は博物館明治村を有することから映画等の撮影地に選定される機会が多くあるが、ロケサービスの丁寧な対応がより選ばれる要因となっているものとする。撮影班による宿泊数も多く得られることからブランディングや郷土愛醸成に留まらず、消費の拡大にも寄与しており今後も充実した取組みとしていきたい。								
			遼河はるひ氏 犬山観光特使就任による犬山PR	拡充	R5.10月に遼河はるひ氏が犬山観光特使就任式となった。幼いころからの犬山好きで本人からの立候補により今回の運びとなった。遼河はるひ氏が監修の犬山食材を使用した“犬山たっぷり！初夏のカラフルランチ”には252名が来場した。	観光特使による情報発信は1人目の田村淳氏（現在も特使）同様、強力な発信力があり犬山のブランディング、価値向上の点で非常に効果がある。遼河はるひ氏ならではのアプローチや持ち味を発揮していただけることを期待している。								
			【必要なデータの取得】名古屋経済大学による観光アンケート調査の実施	継続	犬山市観光戦略の目標指標の進捗把握と確認の為、KPIに関する事項を中心に学生によるアンケート調査を実施した（R6.11月）	地元学生によるアンケート調査の取組みは参加者のフィールドワークにより地域全体で観光施策を進め、共に検討する方向性を持つことが出来ることから有効であり、今回はR8.11に実施予定。								
			【KPIの設定と進捗確認】	継続	犬山市観光戦略に記載の目標指標（KPI）の進捗確認を実施。名古屋経済大学学生によるアンケート調査(R6.11月）などにより状況の把握に努めている。	具体的な数値により観光施策の達成度を確認することは必要かつ有効であり、今後も計画期間内での推移を把握し施策に活用していく。								
自然災害・衛生のためのマネジメントの充実	65	【チャレンジする施策】 事業者間連携によるリスクマネジメント、安心・安全の観光地を具現化する取組み、BCP・DCMの体制づくり	災害協定締結者との連携	継続	年に1回程度、連絡を取り状況を確認し、有事の際に機能する体制を維持する。	災害に備えた取組みとして重要であるため、今後も連携体制を維持する。	-							
マネジメントを重視した観光推進体制の整備	66	【チャレンジする施策】 観光まちづくりプラットフォームの構築、犬山らしさを磨く観光まちづくり推進組織（ex.DMO）の設置	【再掲】SDGs観光まちづくり会議の開催	拡充	市、観光協会、商工会議所、まちづくり株式会社など関係者による課題の共有と改善の為の協議と実践の機会をR5.7月に設置。月に1回程度実施することで協議を進めている。会議のほかに事業者に声かけをした交流会、犬山祭のトイレマップ作成などを実施。	今後も月1回の頻度で会議を開催する予定である。改善のための取組みとしてワークショップ(意見・情報交換)や交流会なども積極的に実施する。	-							
			【再掲】DMO機能導入に向けた検討	継続	現時点での具体的な取組みは無いものの、関係団体との連携を構築していきながら本市にとって最適な観光まちづくりの体制を検討している。	将来において観光協会などの各種団体と連携しながら観光まちづくりの中核となるよう、研究を進める。								