

## 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



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

## ■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。



## ■木曾川うかいとは？

鵜飼は、鵜舟に乗った鵜匠がウミウを訓練し、川魚を捕らせる古代漁法である。鵜飼漁をする人は鵜匠と呼び、鵜匠の船は鵜舟（うぶね）という。

木曾川鵜飼は最大三隻で漁を行い、1人の鵜匠が操る鵜飼は最大12羽である。鵜の首に手縄（たなわ）をつけ、鵜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。鵜が魚を飲み込み水面に上がってくると、鵜匠は手縄を引き、鵜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。

犬山での鵜飼は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鵜匠を呼び寄せ、幕府の御料鵜飼として始めたという。その後約150年間鵜飼が推奨され、合わせて鵜飼町や鵜飼港もできた。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、鵜飼が中止となり、鵜匠が城下から追放された。1899（明治32）年に、鵜飼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鵜飼となった。



## ■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、鵜飼屋の渡しである。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。鵜飼屋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。鵜飼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鵜飼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。

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。

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。

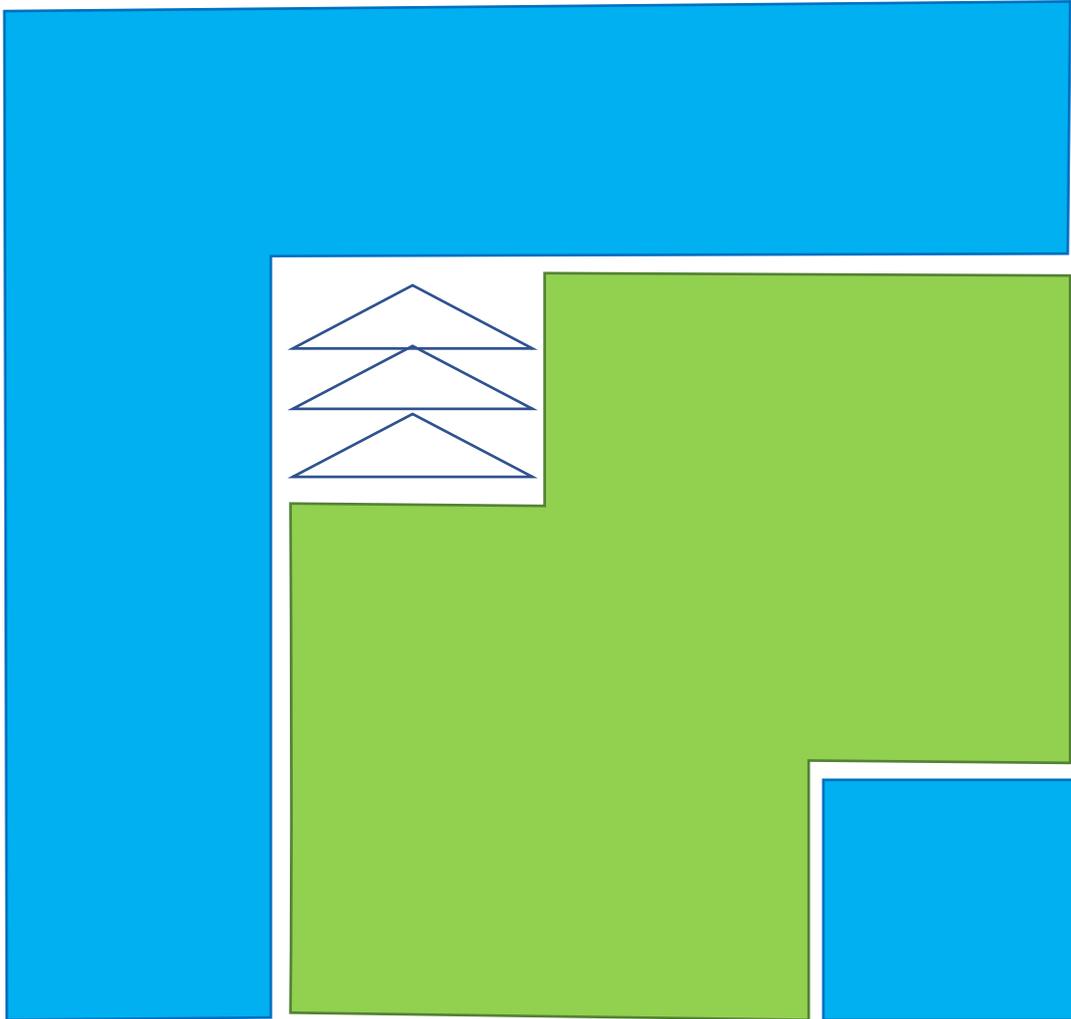
このように、木曾川は名古屋大都市圏の水資源の根幹であり、犬山市はその要としての役割を果たしている。



◆基本コンセプトイメージ

---

【案①】



犬山三景 水景・城景・緑景

(木曾川・入鹿池) (城下町) (里山・山並)

【案②】

犬山の観光（景観・資源）のみなもと

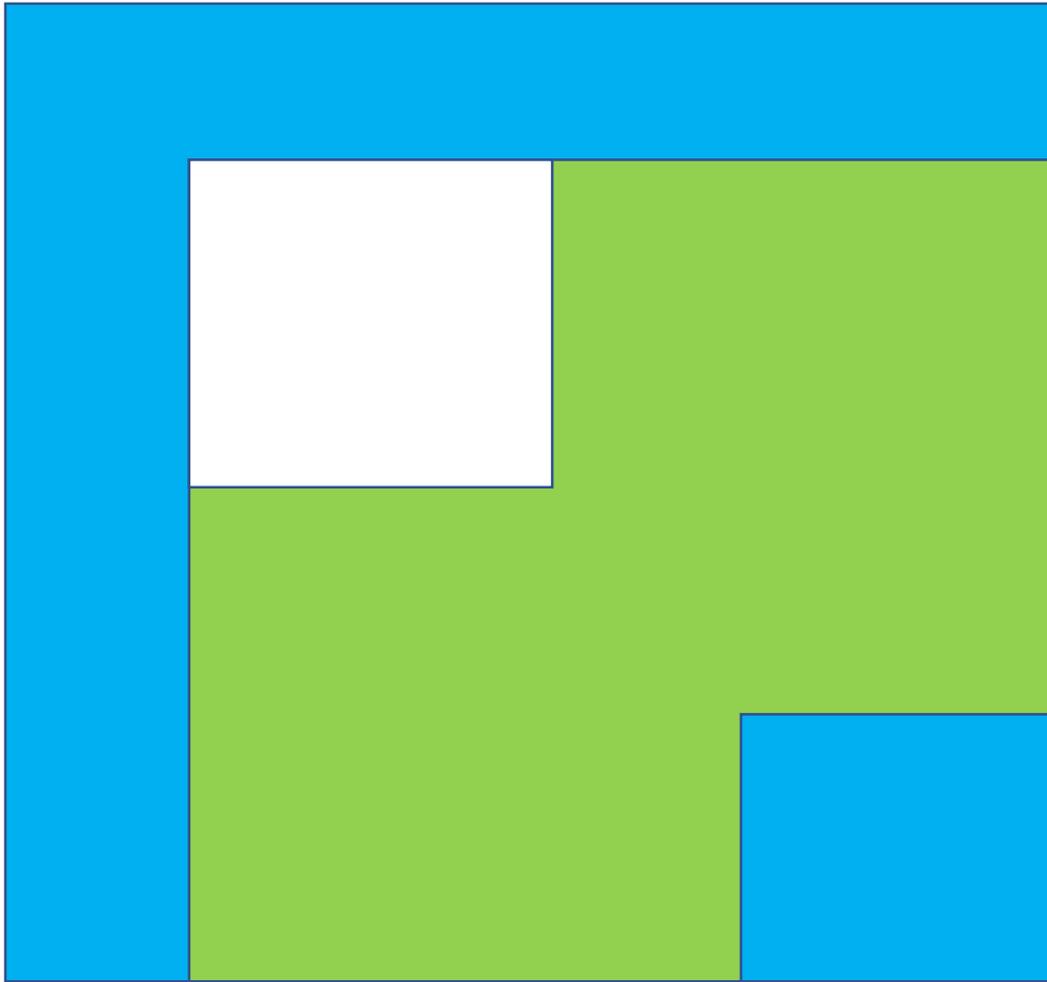


「みず・しろ・みどり」三色 犬山

「みず」がはぐくむ「しろ」のまちと「みどり」のさと・やま

【案③】

犬山の観光（景観・資源）のみなもと



「みず・しろ・みどり」犬山三景

「みず」がはぐくむ「しろ」のまちと「みどり」のさと・やま

参考資料：観光戦略を策定している自治体におけるキャッチコピーの例

※全国的に有名な観光地を有する自治体、城下町を有する自治体、大きな河川が流れる自治体を抽出

番号	都市名	策定（改定）年	キャッチコピー
1	函館市	H26.4	人・まち・文化の宝宝箱 <b>新・国際観光都市</b> 函館へ
2	小樽市	H29.4	ホンモノの小樽とふれあう —観光客と市民がふれあい、新しい発見があり、また来たいと思える街—
3	日光市	H26.3 (H30.3)	Worldクラスの観光資源、Worldクラスのおもてなし、Worldクラスの満足感 「世界の日光を体験しよう！」 Experience the world of Nikko!
4	鎌倉市	H28.3	鎌倉の持つ様々な魅力や価値が世界に誇る貴重な財産であることを認識し、 観光に携わるあらゆる主体が連携・協力し、 誰もが「住んでよかった、訪れてよかった」と思える <b>成熟した観光都市</b> を目指します。
5	熱海市	R3策定予定	変化しつづける <b>温泉観光地</b> 熱海 —多様な地域の資源・価値に立脚し、時代・価値観の変化に柔軟に対応する 満足度の高い滞在空間の提供—
6	高山市 <sup>※1</sup>	R2.3	飛騨高山の風土と飛騨人の暮らしが生み出す本物 それが『飛騨高山ブランド』
7	下呂市	H27.3	下呂市を訪れるすべての人をおもてなしの心で迎える <b>ホスピタリティあふれるまちづくり</b>
8	伊勢市	H30.3	<b>住む人と訪れる人がおかげさまの心を通じて交わるまち</b> 常若の精神を未来へ受け継ぎ、若々しく瑞々しいまち
9	出雲市	H21.3	「神話の夢舞台・出雲」 世界を結ぶご縁都市、ご縁を大切にすること ～神話と歴史・文化の地から本物の豊かさを提供～
10	由布市	H28.3	人と暮らしが織りなす <b>“懐かしき未来”の創造</b> ～“住んで良し、訪れて良し”、原点回帰のまちづくり～
11	金沢市	H28.3	四季折々、 <b>ほんものの日本</b> を五感で発見できる街
12	富良野市	H31.3	持続性のある受入体制の強化 <b>オールシーズン「滞在型」の国際観光地へ</b>
13	姫路市	H29.3	観光を通して、 <b>愛し愛されるまち</b> 姫路
14	松江市 <sup>※2</sup>	H19.3	<b>水の都松江・旅絵巻</b> ～「不昧好み」、「松江好み」を基調とした 水の都松江らしい質の高い文化観光体験の提供～
15	松本市	H30.4	「3ガク都・松本」の磨かれた観光資源が世界に広がり、何度も訪れたくなるまち
16	彦根市	H28.3	<b>21世紀型城下町・彦根の創造</b>
17	長野市	H29.4	<b>「ながのファン」を増やす</b> ことで、本市経済と、地域コミュニティの活性化を目指す
18	四万十市 <sup>※3</sup>	R2.3	地域の誇りが人を誘う、おもてなしの”環光”地
19	米沢市	H28.3	地域ブランドの向上とより選ばれる観光地・米沢を目指して
20	岐阜市	R2.4	「市民と描く」岐阜市未来ツーリズム ～ <b>岐阜の魅力を守り・岐阜の観光を育て・岐阜市民の誇りへ</b> ～

※1 飛騨高山ブランド戦略（令和2年3月策定）

※2 松江市観光振興プログラム（平成19年3月策定）

※3 四万十市産業振興計画Ver.2（令和3年3月策定）の観光分野に記載

## 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

# 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

### 今だけ、ここだけ、あなただけ

---

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。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。

### 暮らすように旅する

---

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。

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。なお、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。

### 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の対応は、観光客ターゲットを見据えて以下のように考えます。

#### ◆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）	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
	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
	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）	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、城下町まち歩きを周遊促進、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
	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
	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）	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8つを基本的方向性とします。

##### ◆8つの基本的方向性

高めるもの・方向性	方向性の趣旨
<b>滞在・体験型観光</b> (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。
<b>域内循環型の観光経済確立</b> (地消地産)	宿泊・飲食・購入・体験などに、市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。
<b>資源発掘・創造ブランド形成</b> (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。
<b>景観・インフラの整備</b> (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。
<b>みんなでつくる観光施策</b> (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。
<b>データを活用したプロモーションの展開</b>	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。
<b>自然災害・衛生のためのマネジメントの充実</b>	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。
<b>マネジメントを重視した観光推進体制の整備</b>	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。

新型コロナウイルス感染症の鎮静化以降、次なる観光まちづくりの推進に向け、上記8つの基本的方向の実現を下支えする推進体制を以下の視点で構築します。

##### ◆推進体制構築の考え方

方向性	方向性の趣旨
<b>観光まちづくりプラットフォームの構築</b>	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。
<b>犬山らしさを磨く観光まちづくり推進組織の組成</b>	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。

#### 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 東京オリパラ、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年間の計画 3年間のアクションプラン 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	ターゲット	望む形	対応	高めるもの 方向性	方向性の趣旨
ゆっくりと安心してと歴史・文化・自然が楽し、地域も潤う (コンフォタビリティ)	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)	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。
	ファミリー (日帰り・ショート)				
	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		
犬山ならではの感動が得られる (オリジナリティ)	名古屋圏外の旅行者 (遠方)	滞在地(宿泊地)になる	広域周遊ルートの形成	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。
	インバウンド	規制がなくなった時すぐに来てもらえる	段階的拡大 アジア70 欧米30		
犬山人のおもてなしに出会える (ホスピタリティ)	名古屋へ来訪するビジネス客	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	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。
	首都圏 (リニアを見据え)		わざわざ行ってみたい魅力づくり		
	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。