

第13回昇龍道プロジェクト推進協議会

犬山市の観光施策について 「犬山市観光戦略策定と今後」

愛知県犬山市観光課
課長 小池 信和



愛知県犬山市について



犬山市について

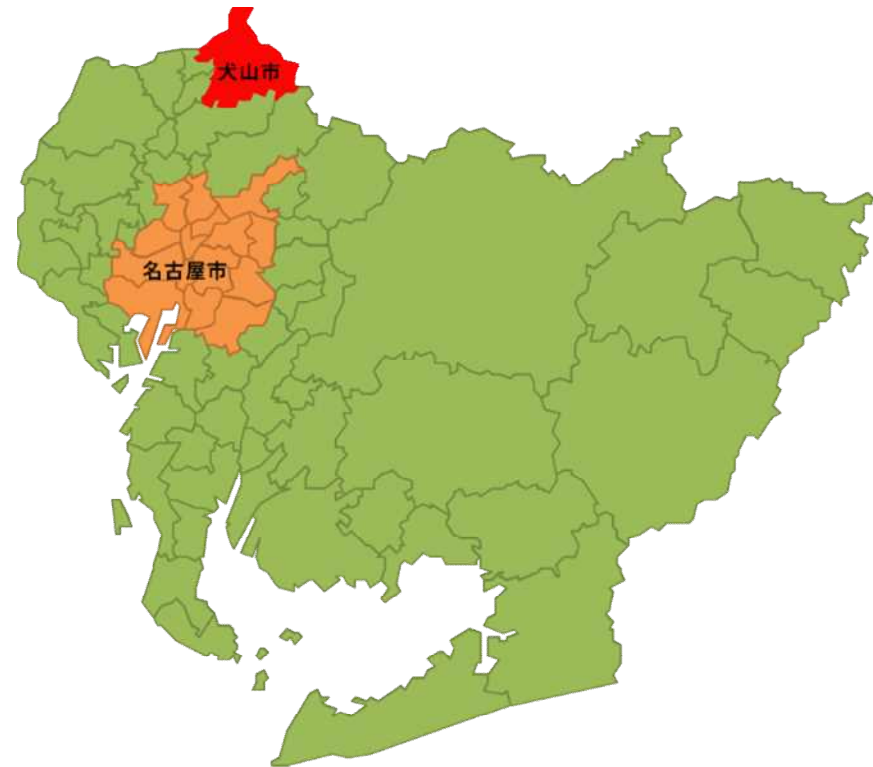
愛知県犬山市について

愛知県犬山市は、県の最北部に位置し、国宝犬山城や城下町などの歴史的資産をはじめ、木曾川、東部丘陵に広がる里山などの水と緑の豊かな自然環境に恵まれている。

風光明媚な景色を楽しむことができる木曾川の一帯は名勝に指定されており、1300年の歴史を誇る伝統的な鵜飼も行われている。

近年、観光客数は増加傾向にあり、平成30年は、犬山城の登閣者数が史上初めて60万人を突破するなど、「尾張の奥座敷」とも称される犬山は県内有数の観光地となっている。

一方で、増加する観光客により引き起こされる交通渋滞、混雑などの問題が生じるなど、観光とそこに住む地域住民との共存、調和が新たな課題として顕在化している。



▲犬山市の位置



犬山市の豊富な観光資源



国宝犬山城

1537年築城

日本最古の天守といわれる

木曾川うかい

1,300年続く伝統的漁法

全国では珍しい昼鵜飼を開催



犬山祭

387回を数える江戸時代から続く祭り

ユネスコ無形文化遺産登録
(平成28年12月)



犬山市の豊富な観光資源



石上げ祭

毎年8月第1日曜日に開催

家族やグループで大小さまざまな石を尾張富士の山頂に担ぎあげる天下の奇祭



入鹿池

江戸時代にできた農業用の人工のため池。日本で1・2を争う貯水量平成27年「世界かんがい施設遺産」に選定



青塚古墳

東海地区最大級の前方後円墳



大縣神社

尾張二の宮。紀元前3年に現在の地に鎮座

現在の御社殿は1661年に再興され国の重要文化財指定



令和3年度
犬山市観光戦略を
策定しました



犬山市観光戦略

令和4年度～令和13年度(2022～2031)

W

E

L

C

O

M

E

I N U Y A M A C I T Y



1. 基本事項

犬山市観光戦略策定の背景と目的

- 犬山市は多くの観光資源を有する東海地方有数の観光都市です。
- これまで、大規模宣伝や建造物の復元・修景、電線類地中化、空き店舗活用などにより、知名度向上や観光客数増加を果たしましたが、多くの観光客が訪問して市民生活への影響が顕在化する、観光の恩恵が市域全体に拡がらない、日帰り客が中心で消費が高まらず経済への貢献が十分でないなどの課題も明らかになっています。また新型コロナウイルス感染症拡大が観光分野にも大きな影響を与えました。
- こうした課題を、市及び市民、観光関係者（団体や事業者など）が共有し、一緒になって力を合わせることで、**犬山観光の更なる飛躍と観光分野の産業としての成長、魅力の向上、そして持続可能な観光まちづくりを実現することを目的に**、ここに『犬山市観光戦略』を策定することとしました。

計画期間

本戦略は20年先を見据えた**10年間の計画**とし、計画期間を2022（令和4）年度から2031（令和13）年度までとします。



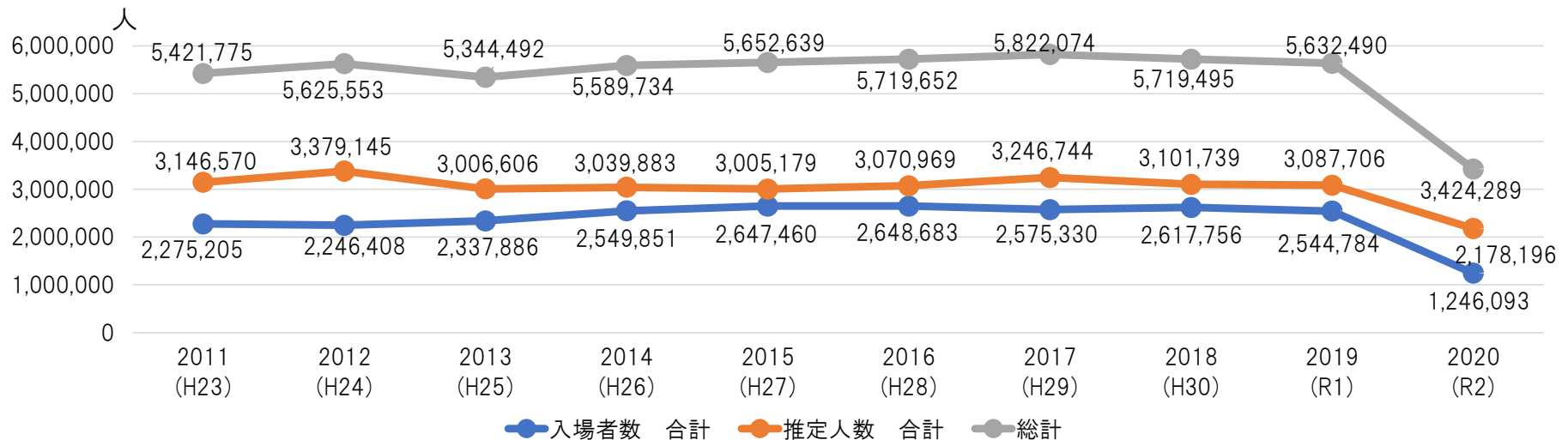


2. 観光を取り巻く現状と課題

犬山市の観光の現状

- 犬山市の観光入込客数統計によると、2011（平成23）年の約542万人から2019（令和元）年の約563万人とおおむね横ばい傾向でした。
- 2020（令和2）年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け全体の入込客数総計は激減しました。

（表1） 歴年観光入込客数



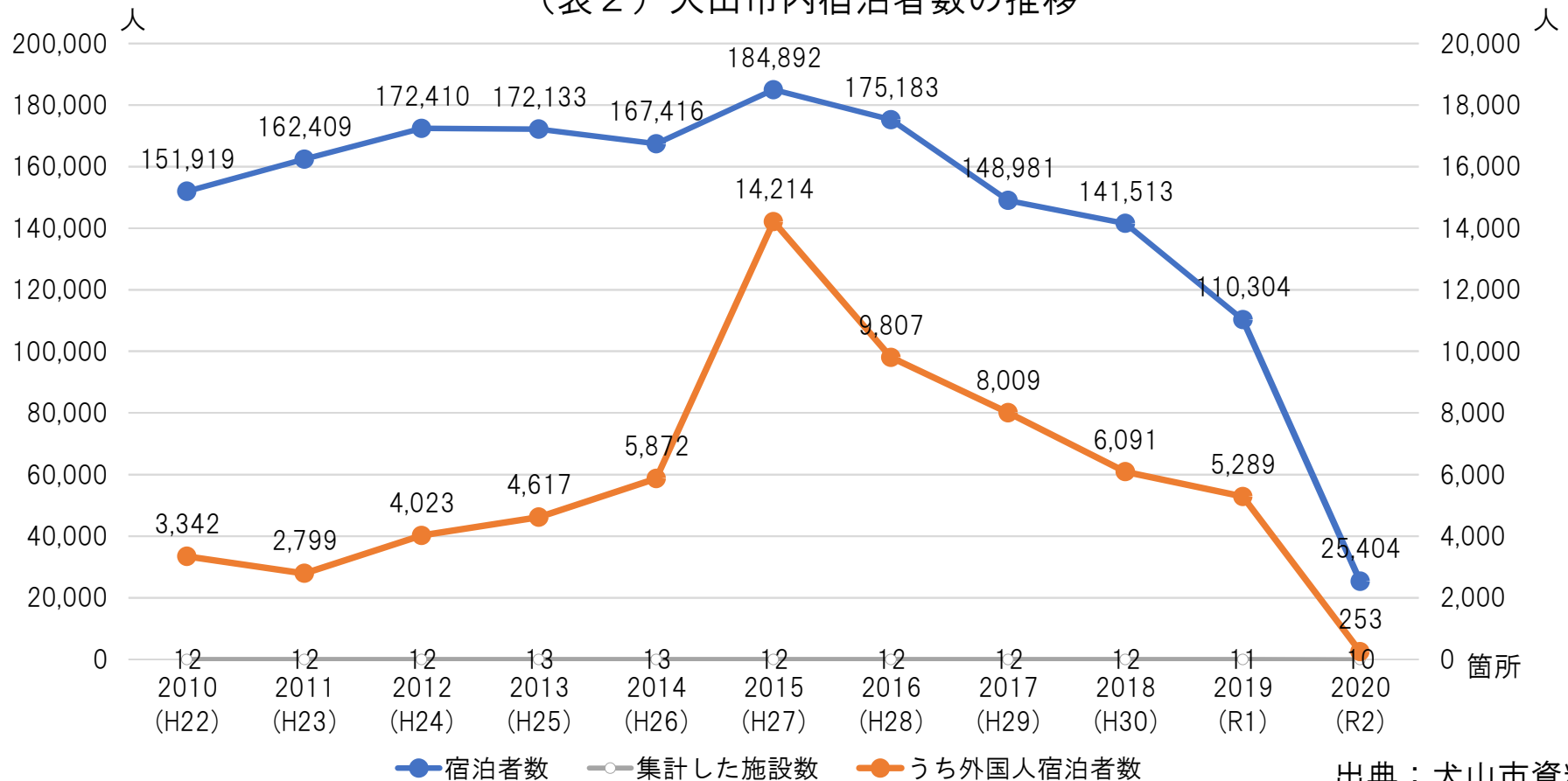
出典：犬山市資料



2. 観光を取り巻く現状と課題

▶ 犬山市の**宿泊者数**は、過去10年間の推移をみると、2015（平成27）年の184,892人をピークに**減少傾向**にあり、新型コロナウイルス感染症が拡大する前の2019（令和元）年は110,304人、うち外国人宿泊者数は5,289人でした。

（表2）犬山市内宿泊者数の推移



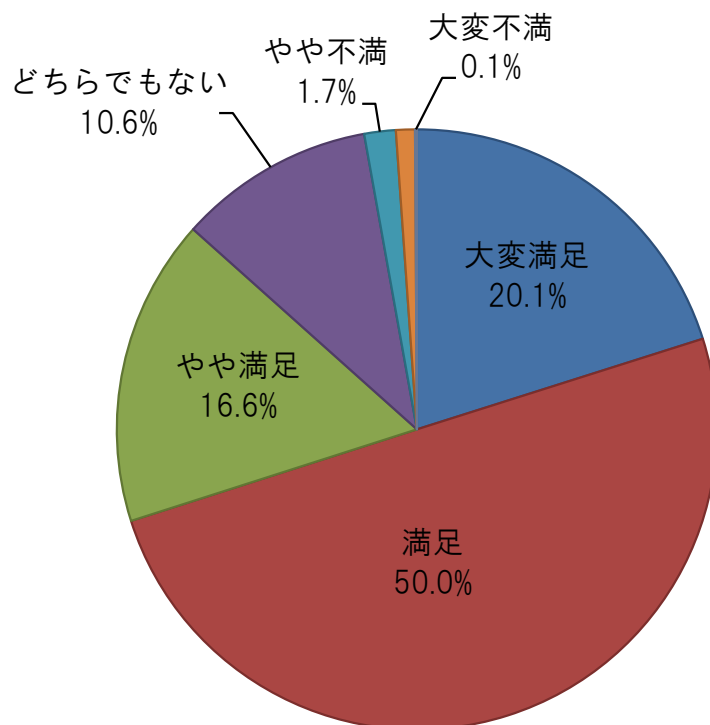
出典：犬山市資料



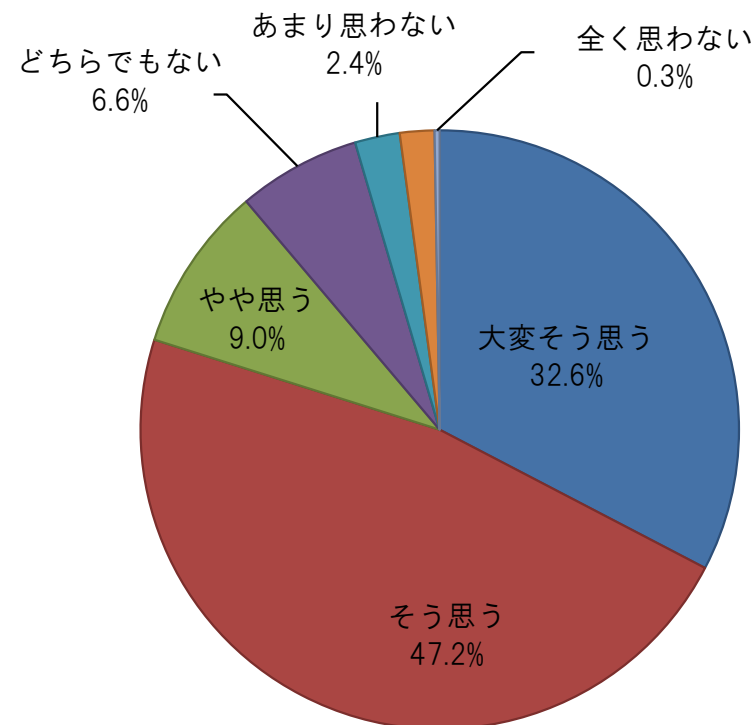
2. 観光を取り巻く現状と課題

- 2019（令和元）年度に市が主な観光施設で来訪者にアンケート調査した結果、犬山市での観光の満足度は、「満足」が50.0%と最も多く、次いで「大変満足」（20.1%）、「やや満足」（16.6%）と続きます。
- 犬山市への再訪問意向は、「大変そう思う」（32.6%）、「そう思う」（47.2%）を合わせると、**約80%が「また訪れたい」**となっています。

（表3）犬山市での観光の満足度



（表4）犬山市への再訪問意向

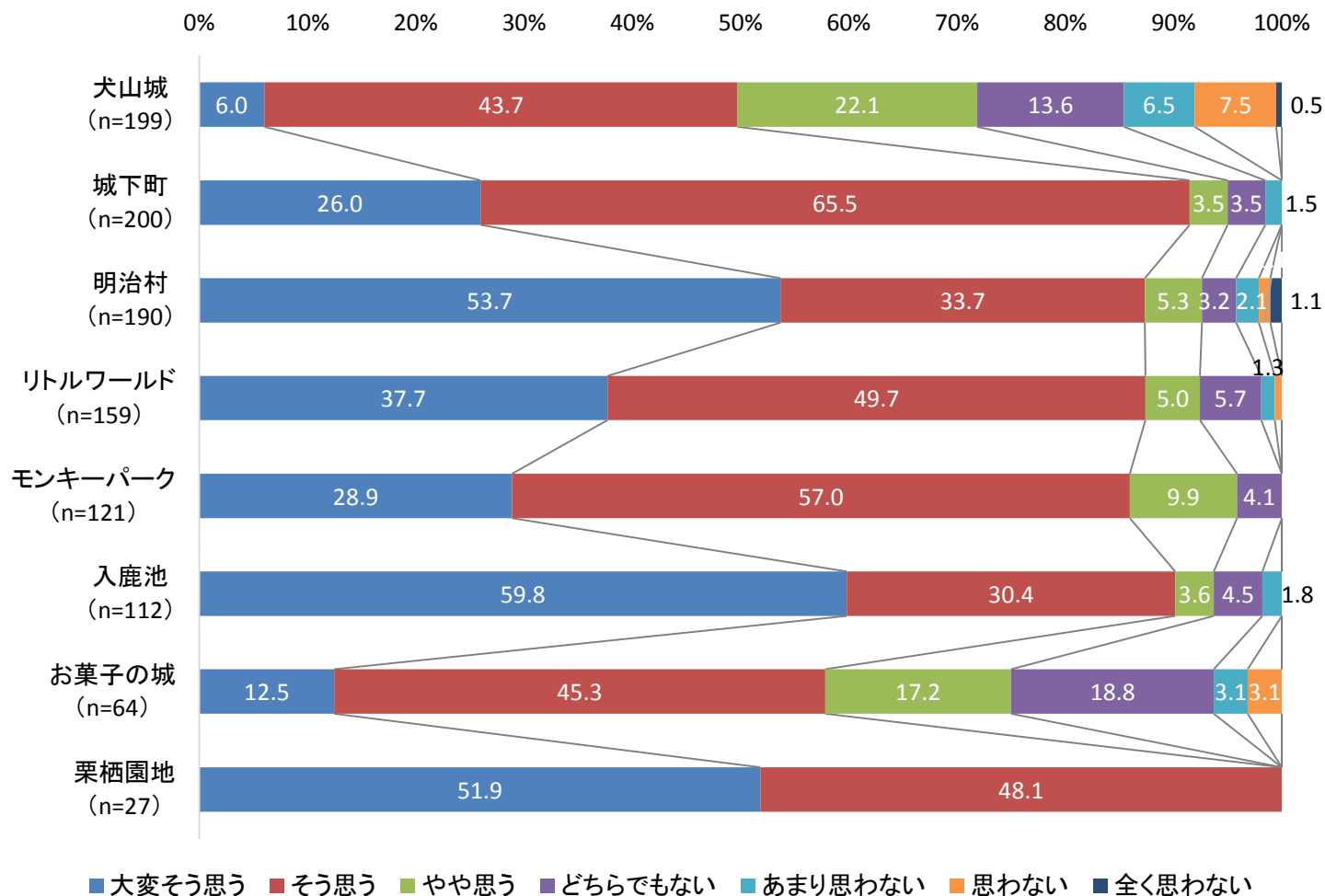




2. 観光を取り巻く現状と課題

- ▶ 犬山市への再訪問意向を調査地点別で見ると、「大変そう思う」が比較的高い値を示すのは「入鹿池（59.8%）」「明治村（53.7%）」「栗栖園地（51.9%）」となっています。

(表5) 【調査地点別】犬山市への再訪問意向





2. 観光を取り巻く現状と課題

▶ 2019（令和元）年度に市が来訪者にアンケート調査した結果、来訪者の日帰り及び宿泊消費額は、観光が盛んな他都市と比較して低い数値となっています。

（表6）犬山市と他都市の日帰り・宿泊比率及び単価

| 都市名 | 日帰り (%) | 日帰り客単価 (円) | 宿泊 (%) | 宿泊客単価 (円) | 備考 |
|------|---------|----------------------|--------|-----------|-------------|
| 犬山市 | 96.4 | 3,846 | 3.6 | 15,130 | 令和元年度 (本調査) |
| 川越市 | 97.3 | 6,192 | 2.7 | 17,104 | 平成30年 |
| 鎌倉市 | 96.8 | 6,281 | 3.2 | 24,785 | 平成29年度 |
| 彦根市 | 85.4 | 4,203 | 14.6 | 19,480 | 令和元年 |
| 名古屋市 | 85.8 | 市内：3,088 市外：6,400 | 14.2 | 31,304 | 令和元年 |
| 高山市 | 52.0 | 9,529 | 48.0 | 34,258 | 令和元年度 |
| 伊勢市 | 90.7 | 7,647 | 9.3 | 26,893 | 令和元年度 |

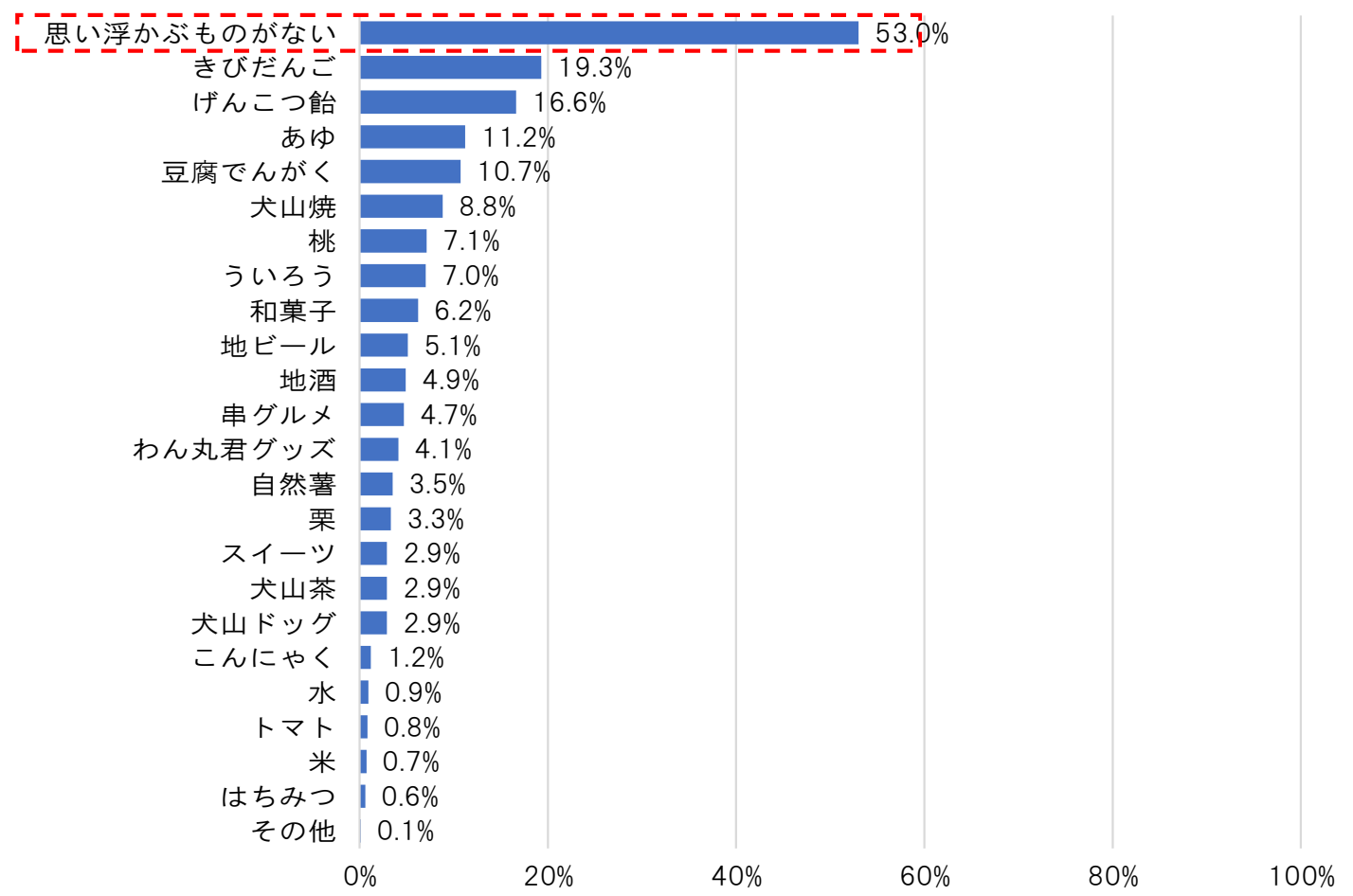
出典：犬山市資料



2. 観光を取り巻く現状と課題

➤ 2019（令和元）年度に市調査の結果、犬山の名物・名産品として思いつくものについて「思い浮かぶものがない（53.0%）」が最も多く選択されており、観光地であるにも関わらず名物・名産品のイメージが希薄となっています。。

(表7)
犬山の名物・名産品
として思いつくもの



出典：犬山市資料



2. 観光を取り巻く現状と課題

犬山市の観光の課題

① 宿泊・滞在・体験

- 日帰り観光客の滞在時間延長が必要（体験メニューの充実・回遊性の向上、複数立ち寄り）
- 宿泊者数の増加が必要（夜の魅力づくり・インバウンド需要の取込み）
- 平準化・分散化が必要
- MICE客の誘致が必要
- 観光客の消費額の増加が必要
- 域内消費を増加させることが必要
- 観光による地域雇用の拡大が必要

② 魅力の向上

- 木曾川及び河畔の魅力の向上が必要（資源の磨き上げが必要・歴史文化、既にある特産品）
- 豊かな自然（里山、景勝地）の活用
- 新たな名物の発掘・創出が必要
- インバウンド・富裕層も視野に入れた高単価、高付加価値の商品の造成が必要
- ブランド力やまちの訴求力の向上が必要

③ 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・観光に関わる人の増加が必要
- 自分のまちを誇りに思う郷土愛の醸成が必要
- 自然災害・衛生マネジメントが必要（観光地としての感染症対策・受入環境の整備）

3. 戦略策定に際して「犬山らしさ」の検討



これら 3 つの課題解決のため、
観光戦略を策定しました。

そこで、まずは「犬山らしさ」は
何かを議論しました。



3. 戦略策定に際して「犬山らしさ」の検討

(1) 主な自然的特徴

① 犬山の地理的な特性が生み出したもの・こと

- ・ 木曾川が濃尾平野に流れ出るまさに扇の頂に位置する
- ・ 日本ラインと名付けるような風光明媚な資源がある
- ・ 木曾川が物流の大動脈として使われていたとき、物資の集散地として発展
- ・ この地が天然の要害ということで国宝犬山城と城下町が形成された
- ・ 尾張名古屋の奥座敷として観光地を形成

② 犬山で取られた水が尾張地方を潤している (愛知用水、県営上水道、名古屋市上水道、 入鹿池など)



③ 桃、鮎、豆腐、蒟蒻、酒など水の良さで育まれた産物がある



3. 戦略策定に際して「犬山らしさ」の検討

(2) 主な歴史的、文化的特徴

① 木曾川を資源とする文化

- ・ 1300年受け継がれている **伝統漁法の鵜飼**
- ・ 遊覧船、川下り
- ・ 川祭
- ・ 石上げ祭



② 城下町

- ・ その時々 **の流行り物を楽しむことができる空間**
(産業の集積地)

③ 工芸

- ・ 犬山焼
- ・ からくり人形



3. 戦略策定に際して「犬山らしさ」の検討



見えてきたもの

=犬山らしさとは
「水」がもたらす「水景」が
大きく全てを繋ぐものとして
浮かび上がりました。



4. 観光戦略の体系

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・水がはじまる場所・水が育む城下町と緑の自然

本市観光を持続・発展させるため、施策の体系を整理し、その中で関係者が共有できる基本的なコンセプトを設定しました。

これは、**犬山らしさを突き詰めたときのフレーズ**であり、**犬山の観光に必要な「景観」と「資源」のみなもととなるものです。**

基本コンセプトは景観だけでなく、観光のための空間整備・資源・サービスの創造・提供、人材育成、広報活動、そして**観光まちづくりに取り組む際に常に立ち返り、根拠を見つめ直す「原点」として規定**しています。



4. 観光戦略の体系

基本コンセプトイメージ

本戦略を推進する上での原点である「犬山らしさの基本コンセプト」を視覚的に「見える化」するため、イメージ図を作成しました。犬山三景である水景（木曾川・入鹿池等の水の恵み）を青、城景（国宝犬山城・城下町等の歴史文化）を三角形、緑景（水田・里山・山並等の自然）を緑で表し、自然と人の営みである歴史文化が一体となった「犬山らしさ」を表しました。



成田山名古屋別院大聖寺から国宝犬山城を望む



犬山三景 水景・城景・緑景

(木曾川・入鹿池) (城下町) (水田・里山・山並)

4. 観光戦略の体系



「水・城・緑」といった
犬山らしさを踏まえ
基本理念を定めました。



4. 観光戦略の体系

目指すべき観光地の姿

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)
- ② 犬山ならではの**感動**が得られる (オリジナリティ)
- ③ 犬山人の**おもてなし**に出会える (ホスピタリティ)



犬山市の観光の課題

- ① **宿泊・滞在・体験**
- ② **魅力の向上**
- ③ **おもてなし・受入体制整備**

3つの課題に対応したもの
となっています。



4. 観光戦略の体系

6つの基本方針

高めるもの・方向性

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）

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）

域内循環型の観光産業確立（地産地消）

資源発掘・創造 ブランド形成（ソフト施策）

景観・インフラの整備（ハード施策）

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）

戦略を下支えする3つの取組み

下支えする取組み

データを活用したプロモーションの展開

自然災害・衛生のためのマネジメントの充実

マネジメントを重視した観光推進体制の整備



4. 観光戦略の体系

将来構想図

それぞれの資源の位置づけ及び活用の方向性を表わすとともに、重点的に取り組む施策の核となるゾーンを示します。

◆施策を推進していくゾーンの設定

| 対象 | ゾーン名 | 内容 |
|--------------|------------|---|
| 市全域 | 歴史文化ゾーン | 城、城下町、神社仏閣、テーマパーク(建築物・世界の民族文化など)、古墳などの歴史・文化に触れ、学ぶことができるゾーン |
| | 環境学習ゾーン | 緑豊かな空間で自然を楽しみ、学ぶことができるゾーン |
| | 自然体験ゾーン | 木曾川や入鹿池をはじめとした水環境や里山などの自然環境を活かしたアクティビティやアウトドアを楽しめるゾーン |
| 犬山城下町 エリア | 城郭ゾーン | 犬山観光の象徴である国宝犬山城及び周辺施設の歴史や価値を感じ、楽しむことができるゾーン |
| | 遊園ゾーン | 木曾川河畔の美しい景観に親しむとともに、住民と観光客が憩い、楽しむことができるゾーン |
| | 城下町ゾーン | 城下町のまちなみを体感することができ、宿泊・飲食・買物などの観光機能を楽しむことができるとともに、住民の暮らしと観光客との調和を図るゾーン |
| | 駅周辺にぎわいゾーン | 犬山観光の玄関口として、市民とともに観光客も活気とにぎわいを感じられるゾーン |

①市全域

歴史文化ゾーン

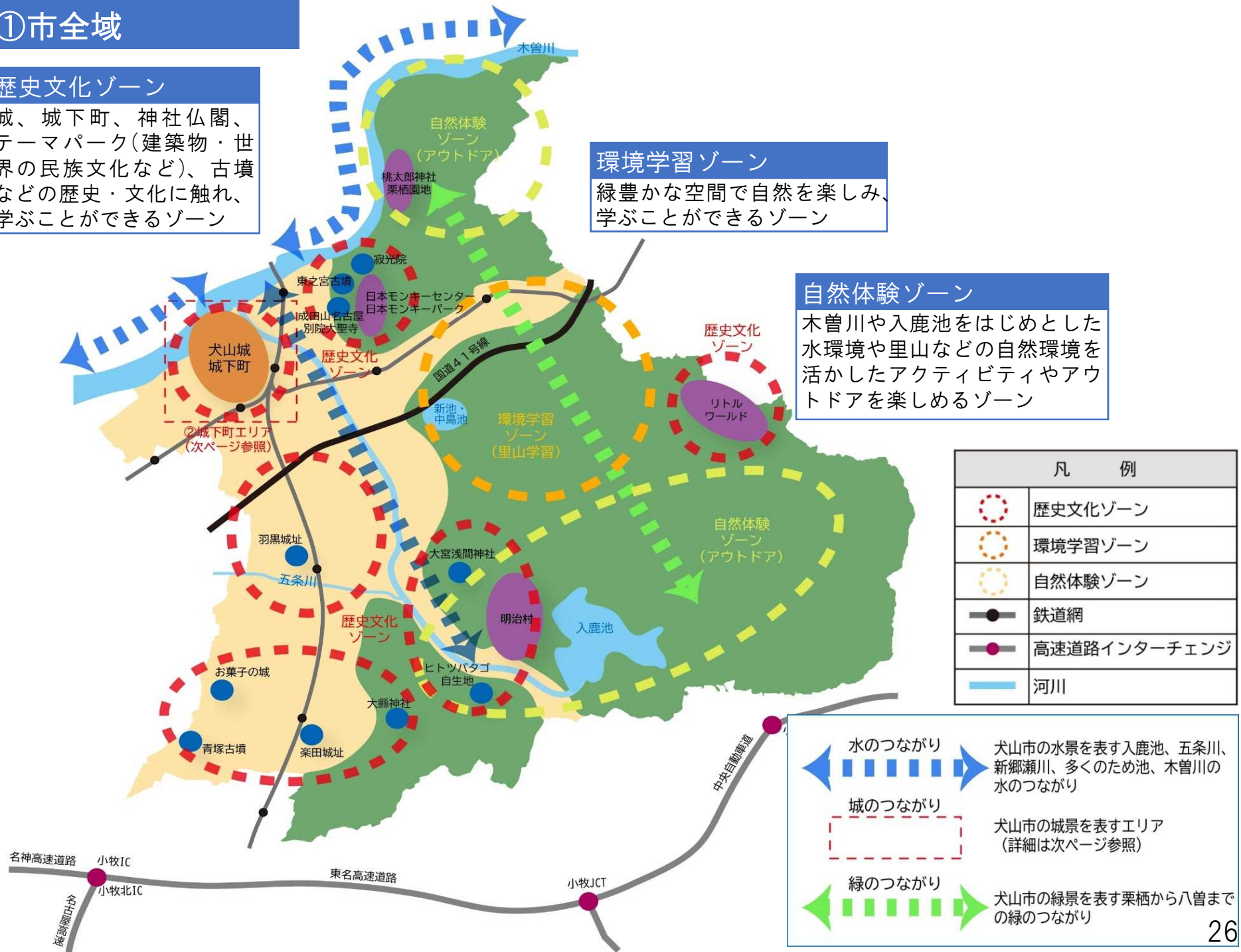
城、城下町、神社仏閣、テーマパーク(建築物・世界の民族文化など)、古墳などの歴史・文化に触れ、学ぶことができるゾーン

環境学習ゾーン

緑豊かな空間で自然を楽しみ、学ぶことができるゾーン

自然体験ゾーン

木曽川や入鹿池をはじめとした水環境や里山などの自然環境を活かしたアクティビティやアウトドアを楽しめるゾーン



| 凡 例 | |
|-----|--------------|
| | 歴史文化ゾーン |
| | 環境学習ゾーン |
| | 自然体験ゾーン |
| | 鉄道網 |
| | 高速道路インターチェンジ |
| | 河川 |

水のつながり 犬山市の水景を表す入鹿池、五条川、新郷瀬川、多くのため池、木曽川の水のつながり

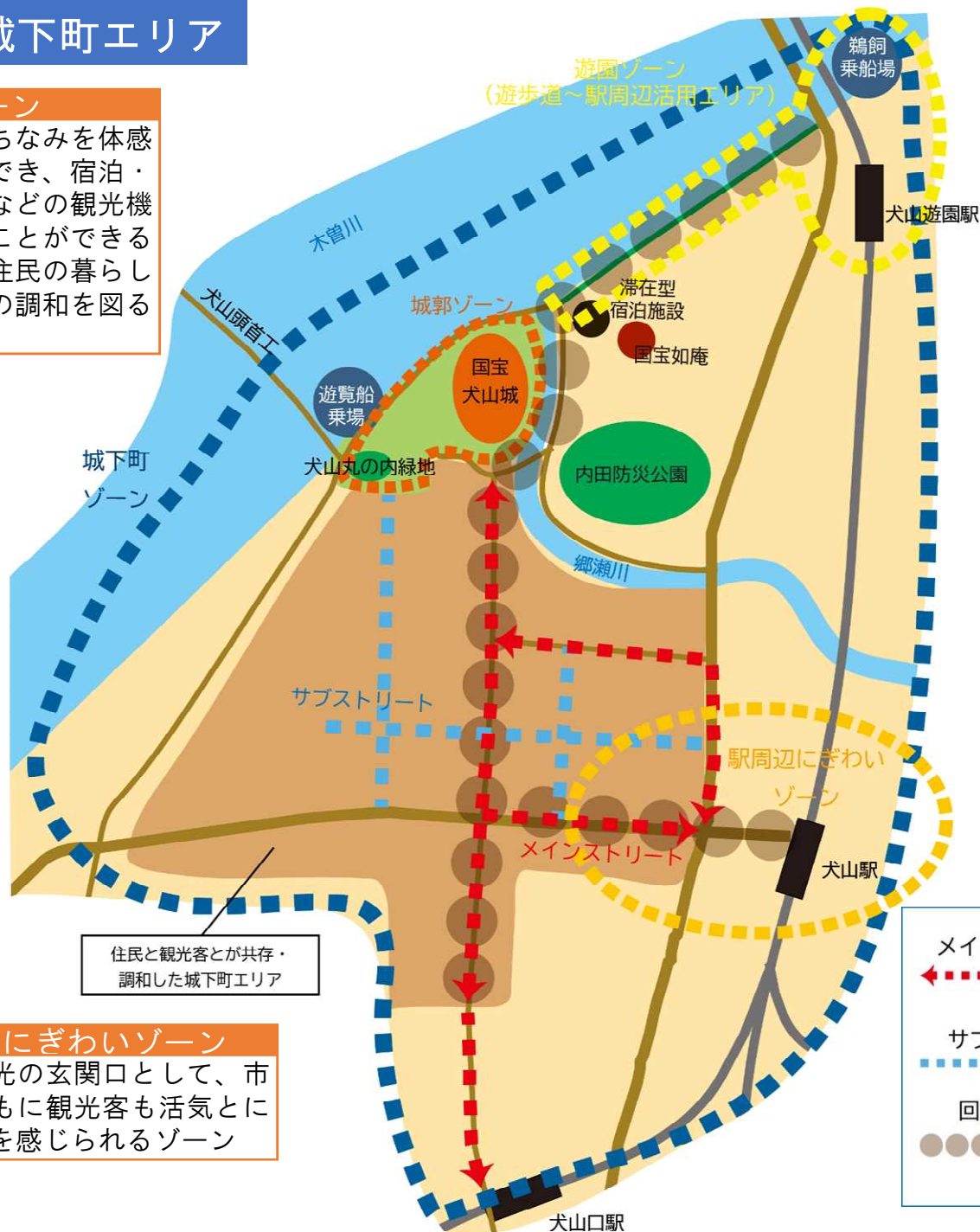
城のつながり 犬山市の城景を表すエリア (詳細は次ページ参照)

緑のつながり 犬山市の緑景を表す栗栖から八曾までの緑のつながり

②犬山城下町エリア

城下町ゾーン

城下町のまちなみを体験することができ、宿泊・飲食・買物などの観光機能を楽しむことができるとともに、住民の暮らしと観光客との調和を図るゾーン



遊園ゾーン

木曾川河畔の美しい景観に親しむとともに、住民と観光客が憩い、楽しむことができるゾーン

城郭ゾーン

犬山観光の象徴である国宝犬山城及び周辺施設の歴史や価値を感じ、楽しむことができるゾーン

| 凡 例 | |
|-----|-----------------------|
| | 城郭ゾーン |
| | 遊園ゾーン |
| | 城下町ゾーン |
| | 駅周辺にぎわいゾーン |
| | 住民と観光客とが共存・調和した城下町エリア |
| | 公園 |
| | 船着場 |
| | 鉄道網 |
| | 道路 |
| | 遊歩道 |

住民と観光客とが共存・調和した城下町エリア

駅周辺にぎわいゾーン

犬山観光の玄関口として、市民とともに観光客も活気にぎわいを感じられるゾーン

メインストリート

城下町の魅力を訴求する骨格軸。伝統的な街並みの維持活用、及び観光客と住民の調和・共存を図る路線

サブストリート

骨格軸を補完し、城下町の魅力や特徴を体感できる路線

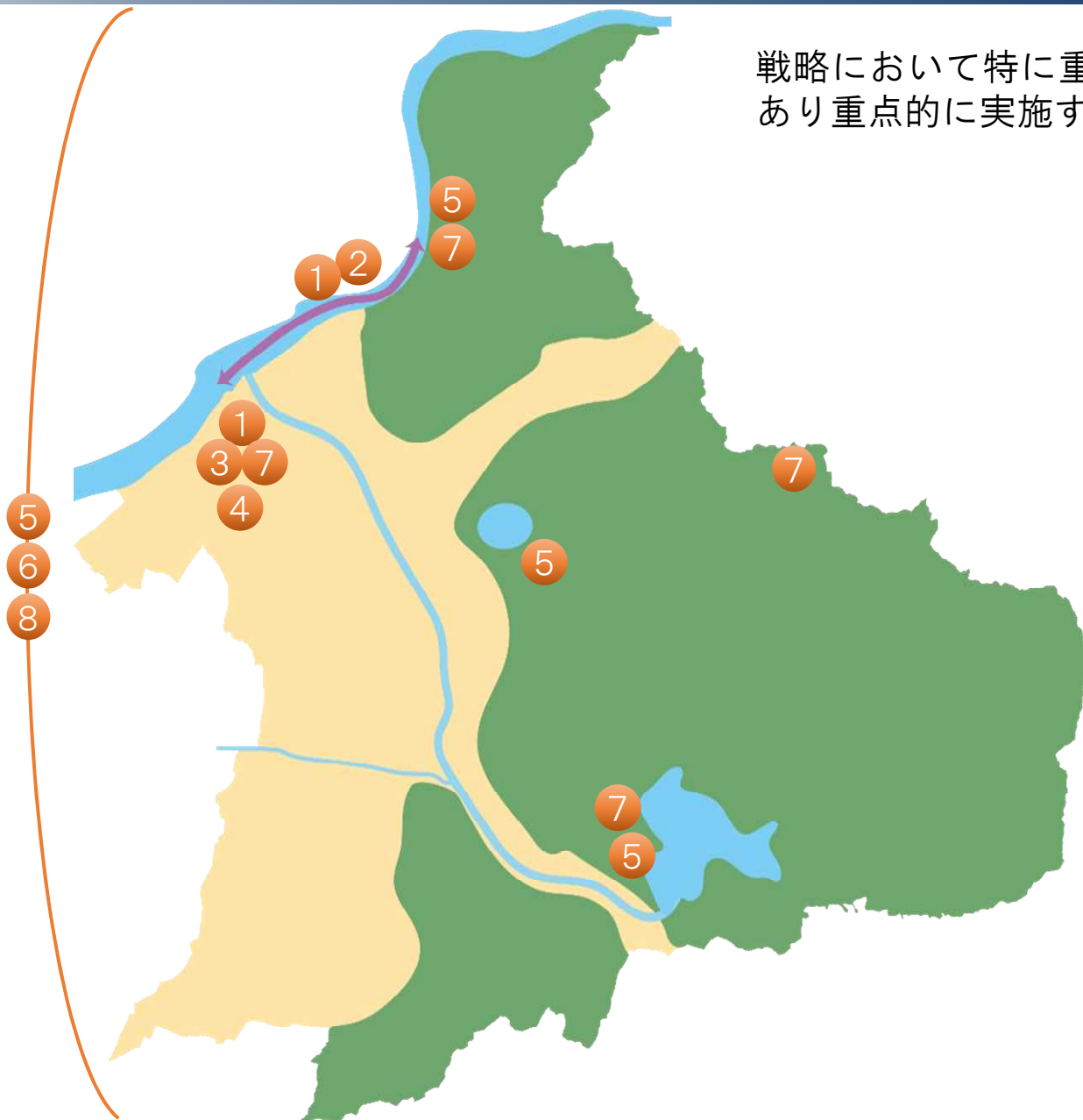
回遊イメージ

城下町ゾーンの魅力を広げ・高める、犬山駅から本町通り、郷瀬川沿い、木曾川河畔、犬山遊園駅までの回遊ルート



5. 重点プロジェクト

戦略において特に重要な施策（プロジェクト）であり重点的に実施する取組みです。



重点プロジェクト一覧

【水景】

- ①遊園ルネサンス
- ②日本ライン再発見ルート

【城景】

- ③城下町景観・環境レベルアップ
- ④城下町クリエイティブ層の移住マッチング

【水景・緑景】

- ⑤SDGs体験・学習サイト

【水景・城景・緑景】

- ⑥クロスオーバー資源開発
- ⑦ユニークMICE
- ⑧広域連携



5. 重点プロジェクト

①遊園ルネサンス

チャレンジ
する施策
(抜粋)

憩いの場、滞在の場としての内田地区木曾川河畔整備（社会実験から実装へ）
宿泊・飲食・物販の誘致（マッチング）
〔遊園ゾーン・犬山駅周辺〕



②日本ライン再発見ルート

チャレンジ
する施策
(抜粋)

木曾川うかいの更なる充実
遊覧船メニューの拡充（企画船、定期船など）
栗栖の自然環境を活かしたアクティビティサイトの整備と充実



木曾川うかい



木曾川ラフティング





5. 重点プロジェクト

③城下町景観・環境レベルアップ

チャレンジする施策 (抜粋) 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



犬山城下町

④城下町クリエイティブ層の移住マッチング

チャレンジする施策 (抜粋) 歴史的建造物の保存活用に向けた検討・支援
既存建物を宿泊・ワーケーションとして活用検討



小島家住宅

⑤SDGs体験・学習サイト

チャレンジする施策 (抜粋) 栗栖、今井、八曾などのキャンプサイト活用
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)



栗栖園地



入鹿池





5. 重点プロジェクト

⑥ クロスオーバー資源開発

| | |
|-------------------|--|
| チャレンジする施策 (抜粋) | 異分野連携、多様な主体の参加による観光コンテンツ・体験メニュー開発と磨き上げ 高単価・高付加価値商品造成取組み支援 地元で調達、地元で消費の仕組みづくり (マッチング) |
|-------------------|--|

⑦ ユニークMICE

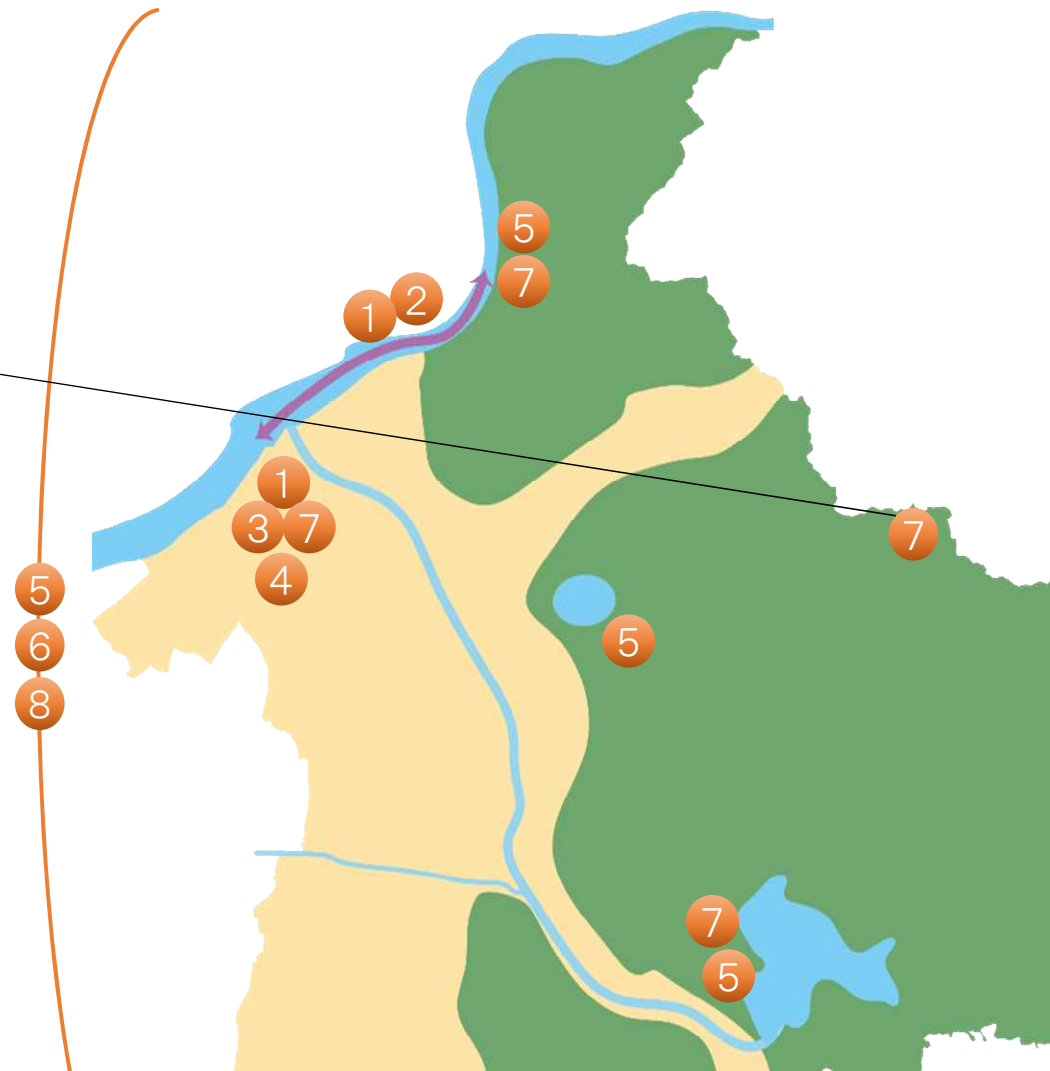
| | |
|-------------------|--|
| チャレンジする施策 (抜粋) | 犬山城下町、明治村、リトルワールド、キャンプサイト、河畔などを企業・法人・大学などがMICEでの活用促進 |
|-------------------|--|



博物館明治村

⑧ 広域連携

| | |
|-------------------|----------------------------|
| チャレンジする施策 (抜粋) | 城・木曾川などテーマに即した広域連携とコンテンツ造成 |
|-------------------|----------------------------|





6. コロナ禍からの回復プログラム

◆新型コロナウイルス感染症の影響からの回復に向けて配慮すべきこと

- ①ロードマップの作成（回復状況に応じたターゲットと取組みの明確化など）
- ②観光動向の把握（自然志向、分散志向、滞在志向への対応など）
- ③ターゲットの見直し（回復状況に合わせたターゲットの見直しなど）
- ④マネジメント組織の必要性（安心・安全の「見える化」など）
- ⑤推進体制の構築（多様な担い手と協議・調整の場を設置など）

◆回復プログラム

| 段階 | 取組み内容 |
|--------------|---|
| 第1期：市内日帰り観光型 | まち歩き・マニア・学習旅行・アウトドア（歴史・自然・環境） |
| 第2期：市内滞在観光型 | 機動性のあるMICE・ワーケーション（ユニークベニュー・空き家活用） |
| 第3期：準広域観光型 | 若者・ファミリーやシニア向けの体験・宿泊 |
| 第4期：広域観光連携型 | 名古屋圏外の旅行者、首都圏・関西圏、 インバウンド向けの広域観光連携 |



7. 未来に向けて検討すべきこと

◆現時点では課題として認識しているものの、具体的な方針決定には至らない事項

- ①観光サービスと地域生活サービスの共存
- ②ブランド形成のためのデザインマネジメント
- ③緑の保全・整備のための連携体制
- ④地域に負荷を与えない観光交通システム
- ⑤文化発信拠点の整備及び伝統継承のための人材育成

今後、犬山市観光協会をはじめ、犬山商工会議所や民間事業者、まちづくり団体、そして市民など、関係者としっかりと対話・協議・調整を行う中で、取り組みの方向性や対応を研究・検討していく。

◆本戦略策定以降の観光に関する主な機会

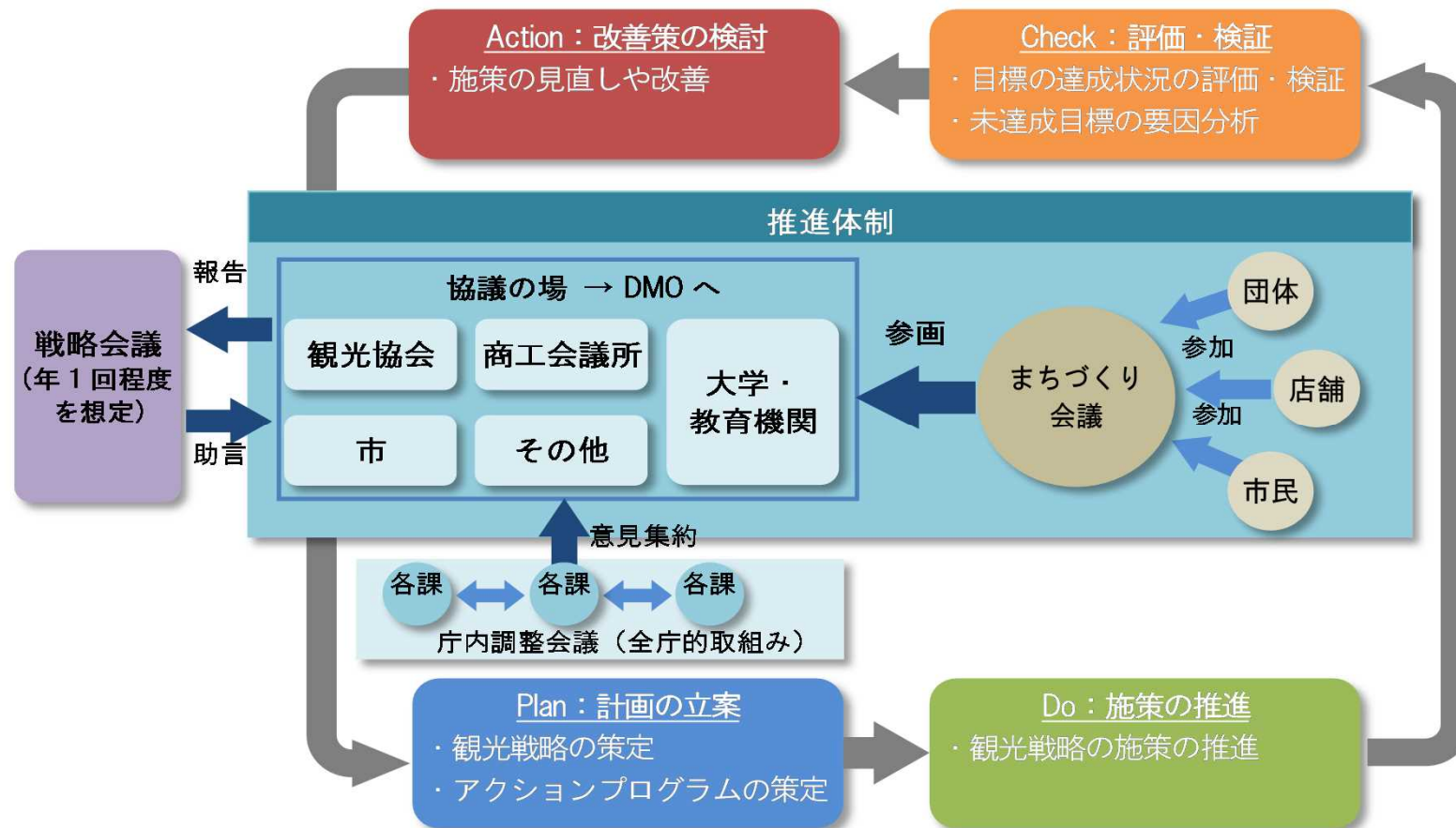
| 時期 | 内容 |
|----------------|------------------------------|
| 2022（令和4）年 | ジブリパーク開業 |
| 2026（令和8）年 | 第20回アジア競技大会（愛知・名古屋アジア競技大会）開催 |
| 2027（令和9）年（予定） | リニア中央新幹線開業 |



8. 戦略の評価と見直し（PDCAの考え方）

戦略が着実に推進できるよう計画（Plan）、実行（Do）、評価（Check）、改善（Action）、次の計画（Plan）といった、PDCAサイクルに基づき進行を管理します。

また時勢や事業進捗に合わせて適切に対応できるように計画期間内に評価と見直しを行います。



9. 犬山市のインバウンド施策



インバウンドについて

9. 犬山市のインバウンド施策



外国人観光客は激減しました。

○外国人犬山城登閣者数

平成29年 25,661人

令和 3年 2,515人(90%減)

○外国人宿泊者数

平成29年 8,009人

令和 3年 183人(97%減)

犬山市内主要観光・宿泊施設外国人推移（5 か年）

| 施設 | 犬山城 | | | | | 明治村 | | | | | 宿泊 | | | | |
|----|--------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|------|------|
| | 平成29年 | 平成30年 | 令和1年 | 令和2年 | 令和3年 | 平成29年 | 平成30年 | 令和1年 | 令和2年 | 令和3年 | 平成29年 | 平成30年 | 令和1年 | 令和2年 | 令和3年 |
| 年 | 外国人 | 外国人 | 外国人 | 外国人 | 外国人 | 外国人 | 外国人 | 外国人 | 外国人 | 外国人 | 外国人 | 外国人 | 外国人 | 外国人 | 外国人 |
| 1 | 1,806 | 1,842 | 2,570 | 4,255 | 312 | 138 | 398 | 407 | 675 | 72 | 539 | 350 | 353 | 119 | 4 |
| 2 | 1,740 | 2,373 | 3,222 | 2,163 | 229 | 152 | 398 | 454 | 310 | 46 | 417 | 332 | 422 | 102 | 11 |
| 3 | 1,721 | 1,955 | 2,692 | 0 | 246 | 147 | 296 | 542 | 12 | 42 | 433 | 463 | 519 | 20 | 4 |
| 4 | 3,053 | 3,646 | 3,610 | 0 | 237 | 1,383 | 595 | 1,082 | 9 | 39 | 1,033 | 1,043 | 924 | 2 | 1 |
| 5 | 2,626 | 2,103 | 3,397 | 0 | 307 | 1,589 | 395 | 1,006 | 11 | 58 | 955 | 717 | 856 | 0 | 0 |
| 6 | 1,935 | 2,124 | 3,211 | 237 | 91 | 1,089 | 207 | 695 | 70 | 34 | 521 | 373 | 448 | 6 | 0 |
| 7 | 2,085 | 2,358 | 3,153 | 167 | 158 | 786 | 731 | 718 | 111 | 28 | 604 | 360 | 416 | 0 | 17 |
| 8 | 2,020 | 2,088 | 2,218 | 217 | 176 | 526 | 322 | 427 | 40 | 27 | 674 | 348 | 309 | 1 | 27 |
| 9 | 1,472 | 1,843 | 1,759 | 186 | 0 | 633 | 323 | 621 | 81 | 24 | 535 | 486 | 118 | 2 | 56 |
| 10 | 2,886 | 2,518 | 3,878 | 228 | 208 | 493 | 268 | 909 | 44 | 22 | 959 | 526 | 323 | 0 | 28 |
| 11 | 2,645 | 2,871 | 3,505 | 370 | 294 | 372 | 332 | 736 | 39 | 55 | 728 | 703 | 391 | 0 | 28 |
| 12 | 1,662 | 2,262 | 2,811 | 143 | 257 | 316 | 415 | 706 | 26 | 37 | 611 | 390 | 184 | 1 | 7 |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 25,651 | 27,983 | 36,026 | 7,966 | 2,515 | 7,624 | 4,680 | 8,303 | 1,428 | 484 | 8,009 | 6,091 | 5,263 | 253 | 183 |

犬山市及び犬山市観光協会インバウンド誘致活動取組み

○ハード

- ・ 観光ホームページの多言語化（英・繁体・簡体・韓）
- ・ 城下町町歩きマップ・犬山城パンフレット
（英・繁体・簡体字・韓）
- ・ 犬山総合パンフレット（英・繁体・簡体・ベトナム）
- ・ JNTO(日本政府観光局)による外国人観光案内所カテ1の認定

○ソフト

- ・ 行政機関との連携による旅行会社・メディア招請事業の実施

◆連携先

国土交通省中部運輸局・愛知県国際観光コンベンション課

愛知県観光協会・名古屋観光コンベンションビューロー

- ・ 民間会社との連携による旅行会社・メディア招請事業の実施

◆ 連携先

- 名古屋鉄道・中部国際空港・ネクスコ中日本
- ・ 海外観光展への出展事業 BtoC向け
- ・ 海外旅行会社セールス BtoB向け



団体・インセンティブツアーの犬山商品造成促進
海外TV番組・インフルエンサー、KOLによる情報発信



愛知県犬山市の インバウンドの取組み (コロナ前)

9. 犬山市のインバウンド施策



◆コロナ前

- 年間30件以上の取組みを、積極的に実施してきました。
- 国・県をはじめ、さまざまな連携を充実させました。

平成30年度の取り組み実績（コロナ前）

1. カナダKOLプロモーション

日時：6月8日（金）

場所：犬山城、城下町

主催：国土交通省中部運輸局、HIS

内容：カナダのKOLを招請し、犬山城下町にて着物体験を通じて犬山の情報発信

2. 台湾雄獅旅行社犬山視察

日時：6月22日（金）

場所：有楽苑、博物館明治村

主催：犬山市観光協会

内容：岐阜観光連盟での招請での視察であったが、個別リクエストにて市内観光施設の視察

3. 台湾プロモーション

日時：6月21日（木）～25日（月）

場所：台北

主催：犬山市観光協会

内容：名古屋観光コンベンションビューロー共同出展で日本の観光物産博参加に参加
を通じて一般来訪客に対してのPR活動実施

4. OTAを活用した中国個人旅行者誘客促進事業

日時：7月31日（火）

場所：野外博物館リトルワールド

主催：国土交通省中部運輸局

内容：C-TRIP社より派遣のKOLによるWEBサイトの旅行情報取材

5. 台湾教育旅行受け入れ

日時：8月18日（土）

場所：犬山城・城とまちミュージアム

主催：愛知県観光協会

内容：台北市立松山高級家事職業学校の修学旅行の訪問地の一つとして犬山に訪問からくり人形実演はじめ城下町散策

6. OTAを活用した韓国個人旅行者誘客促進事業

日時：8月29日（水）

場所：犬山城及び城下町各店、有楽苑

主催：名古屋鉄道(株)

内容：韓国旅行博士ブロガーによるWEBサイトの旅行情報取材

7. タイガーエアー台湾招請事業

日時：9月5日（水）

場所：犬山城、犬山城下町

主催：名古屋鉄道(株)

内容：台湾高雄ブロガー招請による城下町フリー切符を利用した情報発信の為の取材

8. Vjtm2018トラベルマートにての商談会

日時：9月20日（木）～22日（土）

場所：東京ビックサイト

主催：日本政府観光局

内容：日本最大のイン会バウンド商談会に参加し、マッチングシステムによる犬山商品

9. チェジュ航空共同プロモーション

日時：9月19日（水）

場所：犬山城、城下町

主催：名古屋鉄道(株)

内容：チェジュ航空と名古屋鉄道(株)共同プロモーションによりブロガーによる犬山取材

10. VJシンガポールメディア取材

日時：9月24日（月）

場所：犬山城、城下町・明治村・リトルワールド

主催：国土交通省、名古屋鉄道(株)・名古屋・中部国際空港等

内容：シンガポールブロガー、メディアを招請し犬山取材

11. VJタイを対象とした体験コンテンツ等PR

日時：9月24日（月）～27日（木）

場所：HISバンコク商品企画担当者を招請した造成の為の視察

主催：国土交通省中部運輸局、中部国際空港(株)、名古屋観光コンベンションビュー-ロ-、
犬山市観光協会

内容：VJによるHISバンコクでの商品企画の為の招請

1 2. VJ中国旅行会社招請事業

日時：10月22日（月）

場所：犬山城、城下町

主催：国土交通省中部運輸局・中部国際空港

内容：中国旅行会社招請し犬山取材

1 3. エアプサン共同プロモーション

日時：10月23日（火）

場所：犬山城、城下町

主催：名古屋鉄道(株)

内容：チェジュ航空と名古屋鉄道(株)共同プロモーションによりブロガーによる犬山取材

1 4. 名古屋鉄道シンガポール旅行記者ジョージリム氏招請事業

日時：10月29日（月）

場所：犬山城、城下町

主催：名古屋鉄道(株)

内容：シンガポール旅行記者ジョージリム氏招請による犬山取材

1 5. Find the WASABI in NAGOYA撮影

日時：10月31日（水）

場所：犬山城、城下町

主催：TBSテレビ海外事業部

内容：タイを中心とする東南アジア4か国発信する旅行番組撮影

16. VJマカオ航空招請取材

日時：11月5日（月）

場所：犬山城・城下町・明治村

主催：国土交通省中部運輸局、名鉄観光サービス(株)

内容：エアーマカオ商品担当者を招請し犬山視察

17. タイ情報誌WANT'S取材

日時：11月19日（月）

場所：犬山城、城下町

主催：WANT'S

内容：タイのホテル等で配布する旅行情報誌取材

18. アジア大商談会におけるマレーシア、インドネシア取材

日時：11月21日（水）

場所：犬山城、城下町

主催：愛知県国際観光コンベンション課

内容：愛知県によるマレーシア・インドネシアの旅行会社・メディア招請による取材

19. アジア大商談会

日時：11月22日（木）

場所：名古屋

主催：愛知県国際観光コンベンション課

内容：愛知県によるマレーシア・インドネシアの旅行会社とのマッチング商談会

20. VJフランス旅行会社招請事業

日時：11月22日（木）

場所：犬山城・城下町

主催：国土交通省中部運輸局、愛知県観光協会、浜松市・下呂市

内容：フランス旅行会社による犬山視察

21. 仏メディア招請によるプロモーション事業

日時：12月2日（日）～3日（月）

場所：犬山城・城下町・寂光院

主催：愛知県国際観光コンベンション観

内容：フランスメディアによる犬山視察

22. 愛知県観光協会フィリピンメディア招請事業

日時：12月5日（水）

場所：犬山城・城下町・寂光院

主催：愛知県観光協会

内容：フィリピンメディア招請による犬山取材

23. 愛知県観光協会フィリピンメディア招請事業

日時：12月5日（水）

場所：犬山城・城下町・寂光院

主催：愛知県観光協会

内容：フィリピンメディア招請による犬山取材

24. 東南アジアを対象とした訪日プロモーション事業

日時：12月7日（金）

場所：犬山城・城下町

主催：中部運輸局

内容：フィリピンメディア招請による犬山取材

25. 台湾旅行会社招請事業

日時：12月7日（金）～11日（火）

場所：犬山を含んだ昇竜道

主催：犬山市観光協会

内容：犬山市観光協会・奥飛観光開発(株)と連携し台湾旅行会社招請、犬山商品造成を促進

26. 愛知県MICEプランナー視察事業

日時：12月13日（木）

場所：犬山城

主催：愛知県国際観光コンベンション課

内容：アメリカ・シンガポール・イギリス・ドイツ・デンマークのMICEプランナーによる犬山視察

27. 東海外客招請事業

日時：1月18日（金）

場所：犬山城

主催：東海外国人観光客誘致促進協議会愛知・名古屋部会

内容：中国C-trip社、韓国ハナツアーによる犬山視察

28. VJタイを対象とした体験コンテンツ等PR事業（TITF（タイ国際旅行博）参加と旅行会社訪問）

日時：2月12日（火）～20日（水）

場所：バンコク

主催：国土交通省中部運輸局、中部国際空港(株)、名古屋観光コンベンションビューロー、犬山市観光協会

内容：タイ最大の旅行博覧会で犬山商品の即売会での販売及びバンコク有力旅行会社への営業訪問

29. 台湾教育旅行受け入れ

日時：2月18日（土）

場所：犬山城・城下町

主催：愛知県観光協会

内容：草屯市立旭光高級中学の修学旅行の訪問地の一つとして犬山に訪問
全員着物姿で犬山城、城下町を散策

30. 韓国ツアーpon商品造成視察

日時：2月26日（火）

場所：犬山城、城下町

主催：名古屋鉄道(株)

内容：名古屋鉄道でんしゃ旅商品造成視察

31. タイ南部旅行業協会昇竜道商品造成視察

日時：3月3日（日）～3月8日（金）

場所：名鉄小牧ホテル、犬山城、城下町、明治村、リトルワールド

主催：おもてなし中部誘客促進協議会

内容：犬山市内をご視察いただくことによりタイ南部インセンティブ商品造成促進

3 2. 儒城観光振興協議会・台中市温泉観光協会犬山視察

日時：3月10日（日）

場所：明治村

主催：下呂温泉観光協会

内容：犬山観光視察

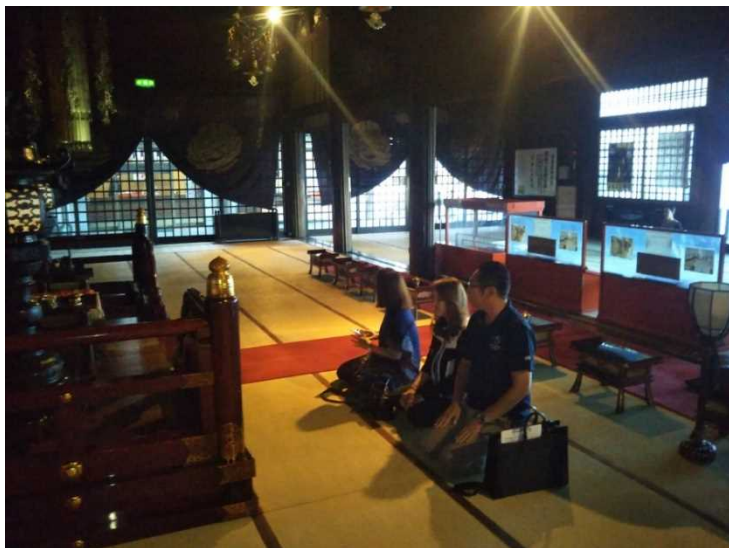
3 3. 台湾メディア取材

日時：3月14日（木）

場所：犬山城

主催：愛璽電達電視台

内容：栄瑞からの遊びのお誘いという番組で犬山城撮影



タイ旅行会社犬山体験コンテンツ事業



タイ旅行会社犬山体験コンテンツ事業



タイ旅行会社犬山体験コンテンツ事業



シンガポールビジットジャパン大使・ジョージリム氏犬山取材



マカオ航空犬山取材



マレーシア・インドネシア犬山商品造成取材



アジア・インバウンド大商談会の様子



台湾旅行会社ファムトリップ



台湾旅行会社ファミトリップ



台湾旅行会社ファミトリップ



台湾旭光高級中学修学旅行



タイ旅行業協会南部支部一行犬山訪問



インドネシア芸能人活用プロモーション事業



台湾訪日旅行造成旅行会社セールコール



台湾訪日旅行造成旅行会社セールコール



タイ向けプロモーション動画撮影事業



タイ南部旅行業協会セールスコール事業



バンコク訪日旅行造成旅行会セールスコール



バンコクFITフェア出展事業



バンコクFITフェア出展事業



Vjtmトラベルマートインバウンド商談会



インドネシア旅行社招請事業



名古屋鉄道タイYou tuber招請事業



名古屋鉄道タイYou tuber請事業



極東電視台Youtube台湾チャンネル事業



Vjtmアセアン・インディアトラベルマート事業



ベトナム旅行社招請事業



タイインセンティブグループアテンド



愛知県犬山市の インバウンドの取組み (コロナ禍)



- ◆コロナ禍（令和2年・3年度）
- インバウンドは極めて厳しい状況となりました。

- その中でも、国県などをはじめ連携を大切にしながら、出来ることを少しずつ実施しました。



◆コロナ禍（令和2年・3年度）

- また、犬山市独自事業を企画・実施するなど、
WITHコロナを踏まえ、
知恵と工夫で取組みを進めました。

• 取り組み実績（コロナ禍）

海外事業について渡航制限が解けない限り、往来はもちろんできない状況にありますが、オリンピック後、コロナワクチンの接種の拡大が進むにつれ、国によっては、渡航制限も緩くなる傾向にあり、徐々に、インバウンド促進事業が進み始めてまいりました。

当協会のターゲットとしての台湾については、ゼロコロナ政策をとっていて厳しい状況であります。11月5日にはITF（台湾国際旅行博覧会）がリアルで開催され、4月以降の訪日旅行商品造成に気運が高まっているとの情報も入ってまいりました。

タイについては、11月1日から日本を含む63か国を開国し、隔離なしで入国できる状況にあります。インバウンドが戻った時に乗り遅れないように、オンライン商談、オンライン観光展の出展、SNSの情報発信など事業を推進しております。

前年度と異なり、コロナとの共生という考えが深まり、当協会としても単独事業として、在外からの招請は難しいながらも、在日のインフルエンサーやオンラインを活用として商談会を実施することにより犬山の最新観光の情報を発信しました。

1. レンタカーを活用した中部エリアへのF I T誘客事業
中部国際空港を中心に岐阜県・愛知県の参画した市町と連携し、渡航制限が解除された際を視野に入れ、アジア（台湾・韓国、香港、タイ）向けの旅のニーズに合わせた旅程を取材し、中部エリアの魅力に情報発信を行う。
2. 愛知・名古屋MICE協議会オンライン商談事業
愛知県のMICE向けのコンテンツとして、タイの旅行会社向けインセンティブツアーで採用いただけるよう犬山城とユニークベニューとしての明治村を提案
3. 台湾・タイ向け旅行情報発信事業（犬山独自事業）
訪日旅行情報サイト台湾(歩歩日本)びタイ(Chillchilljapan)についてFacebookで情報発信
台湾 4月141,278名リーチ 5月93,917名リーチ
タイ 4月116,479名リーチ 5月83,071名リーチ
4. 愛知県欧米豪トラベル記者招請事業
欧米豪向けWEBサイト「Japan travel」に犬山城・城下町体験記を掲載

5. 愛知県ムスリム招請事業
マレーシアのインフルエンサー（在日）を招請し、ムスリム可能な犬山城下町の情報を発信
6. 中部運輸局アジア向け情報発信事業
アジア出身のモデル（在日）を招請し、犬山城の動画を撮影し、運輸局のホームページ、SNS、今後の観光展で情報を発信する
7. 愛知県観光地多言語WEB整備事業
愛知県が、外国人受け入れ環境整備の一環で、犬山を実証実験として、デジタルマップの制作
8. タイ観光展にオンラインで出展（犬山独自事業）
名古屋鉄道、名古屋観光コンベンションビューローと連携し「Japan calling2」のバンコクでの観光展に出展。名古屋鉄道のレップが来場者に対して観光案内をする。
中継として、名古屋城から3者のPRを兼ねて、名古屋おもてなし武将隊に出演いただき、バンコクに対して情報発信をする。
9. ベトナム市場に向けたランドオペレーター商談会
愛知県観光協会が主催のベトナム市場に向けたランドオペレーター商談会に参加
中国、台湾、韓国の次なる市場として注視している東京にあるオペレーターが6社
10. 東海外客中国ライター招請事業
東京在住の中国のライターを招請し、テーマが親子旅。城下町及び日本モンキーセンターに訪問し、取材撮影を行った。

- 1 1. 在住外国人招請事業
愛知県観光コンベンション課が在日の外国人（台湾・タイ・中国）を招請し、自国のWEB媒体に投稿し情報発信を行い、アフターコロナのインバウンドの誘客を図る。
- 1 2. アジア観光客誘致促進事業
愛知県観光コンベンション課が韓国のインフルエンサーを招請し、犬山城及び城下町を取材し情報の発信。
- 1 3. 台湾訪日旅行造成旅行会社オンライン商談会（犬山独自事業）
渡航制限が解けず、犬山とかつてパイプがあった、台湾の旅行会社10社とオンライン商談会を実施することにより、最新の犬山観光をPRすることができた。
- 1 4. タイ訪日旅行造成旅行会社オンライン商談会（犬山独自事業）
名古屋観光コンベンションビューローと連携し、タイの旅行会社10社とオンライン商談会を実施することにより、最新の犬山観光をPRすることができた。
- 1 5. タイインフルエンサー招請事業（犬山独自事業）
東京在住の発信力のあるインフルエンサーを招請し、犬山城、城下町、テーマパークを取材し最新の犬山観光についてfacebook,lgにて発信した。



愛知県感染予防インバウンド用動画撮影



インドネシア情報発信事業



愛知県感染予防インバウンド用動画撮影



国内ランドオペレーター視察事業



タイバンkokオンライン観光展



タイバンkokオンライン観光展犬山動画



タイバンkokオンライン観光展名鉄・名古屋犬山共同ブース



愛知県ムスリム招請事業



名古屋鉄道・名古屋・犬山タイオンライン観光展事業



愛知県ムスリム招請事業



愛知県中国インフルエンサー招請事業



タイインフルエンサー招請事業



タイインフルエンサー招請事業



タイインフルエンサー招請事業



タイインフルエンサー招請事業



愛知県犬山市の インバウンドの取組み

withコロナの時代
～これから～

9. 犬山市のインバウンド施策



観光協会では、オンライン商談会など、
犬山市独自の取組みも実施してきました。



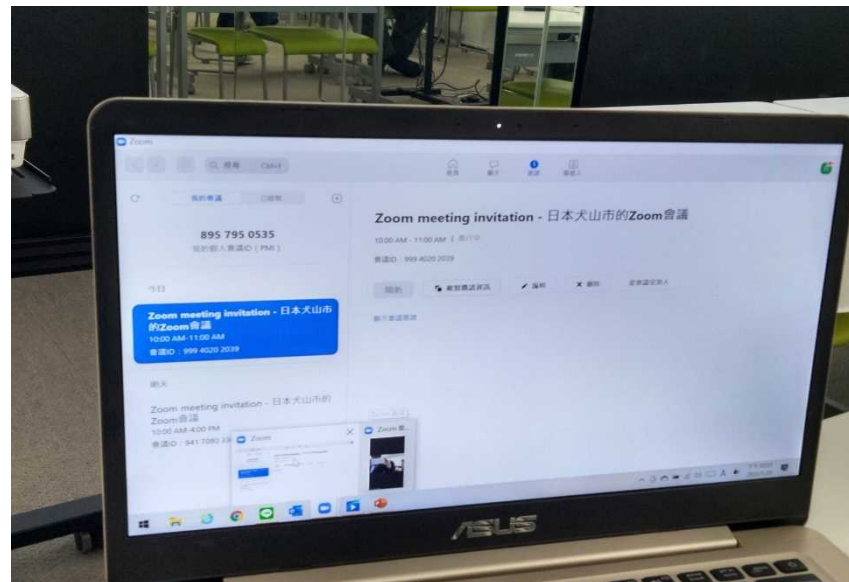
台湾オンライン商談会



台湾オンライン商談会



台湾オンライン商談会



台湾オンライン商談会



タイオンライン商談会



タイオンライン商談会



タイオンライン商談会



タイインフルエンサー招請事業

9. 犬山市のインバウンド施策



台湾、タイなど
長年培ってきた海外での人脈
を活かし、
今後に繋げていきます。



インバウンドの取込みは
非常に厳しい状況ですが、

コロナの収束を信じて
前を向き取組みを進めます。



そのためには
昇龍道をはじめとした
広域連携が重要になります。

単独の市では成し得ない、
大規模で濃密な施策の展開が
可能になります。



加えて、
犬山の宿泊施設との連携も
必須と考えます。



新しくできた2つの宿泊施設

○ホテルインディゴ犬山有楽苑

○ホテルμスタイル犬山エクスペリエンスとの連携

○加えて、既存の宿泊施設との連携
充実によって、



犬山観光が日帰りから
宿泊型への進化を果たす
ものと考えます。



今後も、
様々な連携により、中部9県の
発展に貢献させていただきたいと
考えています！

引き続きのご支援を
よろしくお願いいたします。



ご清聴ありがとうございました