

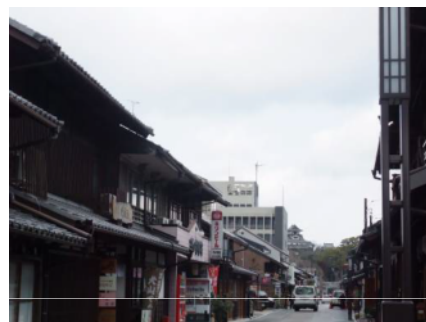
3類型	観光資源	通巻番号	4-23-011
地域資源名	犬山城・犬山城下地区	認定日	平成23年9月29日
地域	犬山市	所管省庁	経済産業省・国土交通省

**事業名：犬山の歴史を直接地域住民との連携から学び体験する
「城下町文化再発見！」着地型観光事業**

会社名：株式会社ツーステーション
(共同申請者：犬山まちづくり株式会社)
所在地：愛知県丹羽郡扶桑町大字
柏森字西前282番地1
連絡先：TEL：0587-93-1128
FAX：0587-93-3491
H P：http://www.tourstation.jp

事業概要(新たな活用の視点)

- ・同社は、犬山まちづくり株式会社と連携し、「犬山城」とその城下で歴史的・文化的な道路・街並み等の景観を有する「犬山城下地区」において着地型観光プランを企画した。
- ・本事業は、当地にて生活を営む地域住民の協力を仰ぎ、彼らが「語り部」「伝承人」となることで、地域住民から犬山城下町等の歴史・文化を直接学ぶとともに、各種メニューを体験できる点が特徴である。



【犬山城下地区及び犬山城天守閣】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・本事業は、同社従業員及びパートナーで構成される「犬山おもてなし隊」がコーディネーターとなり顧客をアテンドし情報提供するとともに、地域住民が語り部となり、彼らとのふれあいによって地域にて育まれた祭りやからくり文化等の観光資源を有機的に結びつけて、参加者が学び・体験するものである。地域のまちづくり会社と連携して、このような体験型プランを柔軟に組み合わせたツアー商品は当地域内では他に例を見ない。

◆市場性

- ・着地型旅行商品への注目、城や歴史などへのファン層の拡大など市場は活性化している。
- ・犬山城及び犬山城下町を訪れる観光客数は、近年増加しており(犬山城への来場者は約5年前に比べて倍増)、かつてない賑わいを見せている。このような地域で魅力ある観光プランを提供する本事業は市場性を有しているものと考えられる。

◆販路

- ・同社の既存顧客の中心層である60代前後の女性層をメインターゲットに販路展開する。
- ・具体的には、自社既存顧客へのPRや全国的組織である「地旅推進ネットワーク」の活用、私鉄・公共団体・国内クルーズ事業者とのタイアップなどで確保していく。
- ・本ツアープランをオプションツアープランとして扱ってもらえるよう大手旅行会社に拡販する。

地域における関係事業者等との連携

- ・共同申請者である犬山まちづくり株式会社に加えて、犬山市、犬山市観光協会、犬山商工会議所及び犬山城下町の各事業者と緊密な連携を図り、推進していく予定である。