

小 牧 市
観光振興
基本計画

概要版

2016-2020

平成28年3月



キミと一緒に、育っていきたい。
Komaki

はじめに

小牧市は、3大ハイウェイの結節点や県営名古屋空港を擁するなど恵まれた交通条件を生かし、自立性の高い内陸工業都市として発展してまいりました。また織田信長によって築城され、日本の「城づくり・まちづくり」のルーツとして注目を浴びる史跡小牧山をはじめとする多くの歴史的資源や豊かな文化、自然に恵まれたまちです。



本市は、第6次小牧市総合計画において“人と緑 かがやく創造のまち”を 将来都市像とし、平成26年度からスタートした新基本計画ではさまざまな地域資源を活用し、本市に「訪れたい人」「住みたい人」「住み続けたい人」を増加させるため、産業や交流の活性化に向けた地域振興を課題として掲げています。

平成25年は、戦国時代の武将、織田信長が天下統一を目指して、小牧山城を築城して450年という節目の年であったことから、一年間を通して様々な記念事業を開催しました。この事業には、多くの市民の皆さまに参加いただき、郷土への愛着や誇りを感じるきっかけづくりや、市内外への情報発信による本市の認知度の向上などの成果がありました。これらの成果により高まった観光機運を観光振興に着実につなげていくことを目的として、本市の目指すべき観光まちづくりの目的や方向性などについて明確にするため、このたび小牧市観光振興基本計画を策定しました。

観光振興にあたりましては、地域に暮らす人々が、それぞれの地域が持つ固有の資源の価値を理解し、資源の魅力を創出、プロデュースし、さらに価値を高め伝えることが重要となります。

今後、この計画を基盤とし、観光まちづくりに向け各事業者や関係団体、住民のみなさま、そして行政が互いの役割を理解し、ともに手を取り一体となって、各施策を積極的に展開していくことにより、人口減少、少子高齢化時代にあっても小牧が活力にあふれ、元気好循環のまち「元気創造都市」の実現が図られていくことをおおいに願っております。

最後にこの計画の策定にあたりまして、貴重なご意見、ご提案をいただきました策定委員会委員の皆さまをはじめ、ご協力をいただきました関係者の皆さまに対しまして、心よりお礼申し上げます。

平成28年3月

小牧市長 山下 史 守 朗

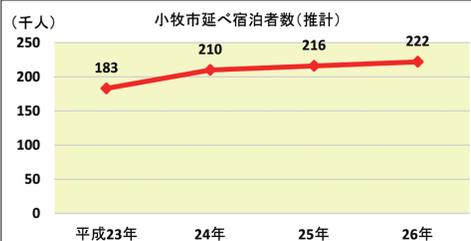
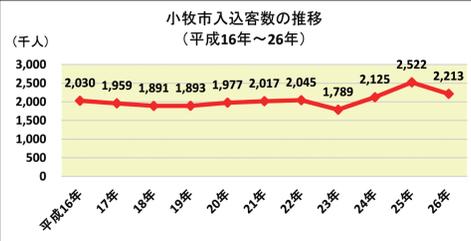
計画策定の趣旨

今後の本市を取り巻く観光に関する変化を好機として捉え、小牧市民が自分たちの住むまちに愛着と誇りを持ち、また市外からも訪れてみたいと支持されるような魅力のある都市を目指すことを目的とした観光振興を進めるためにも、観光まちづくりの目的や必要性について明らかにし、本市の観光に関する指針とするため、小牧市観光振興計画を策定しました。

計画の期間

平成28年度から平成32年度(5カ年)

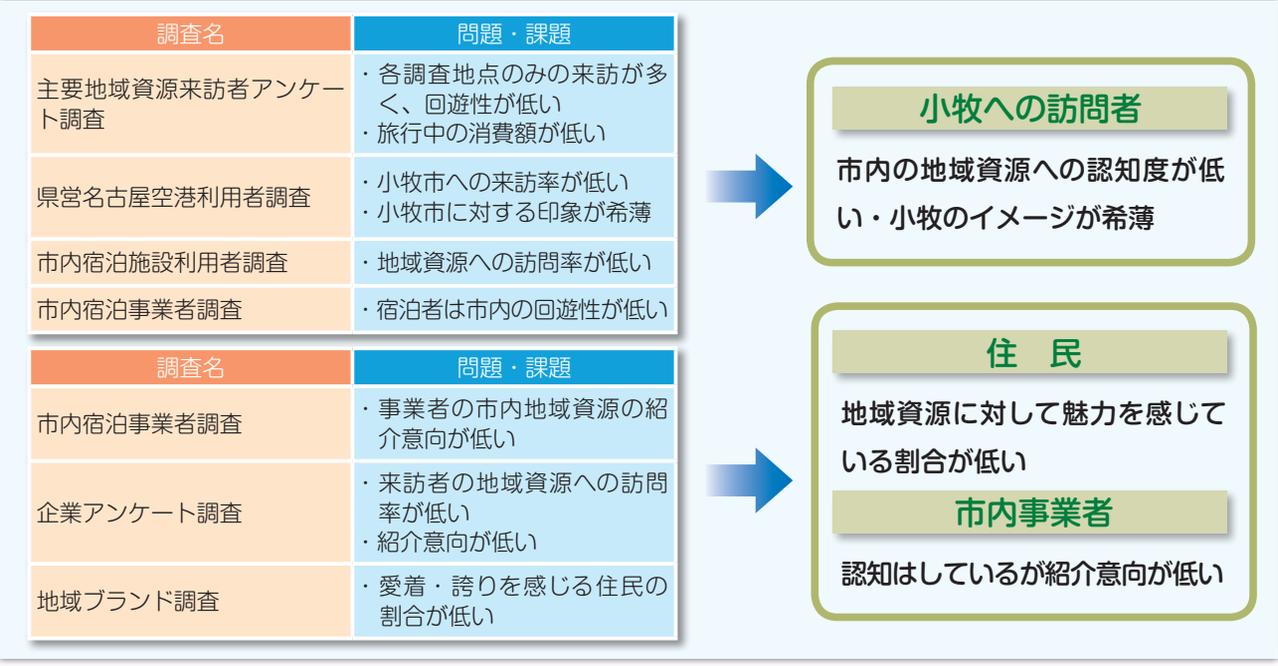
小牧市の観光の現状



出典：宿泊旅行統計調査(観光庁)

小牧市の入込客数は、平成25年に実施した織田信長公小牧山城築城450年記念事業により、過去10年間で最高の252万人に達しました。また、小牧市内の宿泊者数は平成23年度以降増加傾向にあります。

小牧市の観光振興における課題



問題点 観光に対する住民・市内事業者の関心・関与が低い

課題 住民・市内事業者が小牧市にある地域資源の魅力や価値に気づき、関心を持ち、観光まちづくりに関与するようにしていくこと

基本理念

住民の愛着と誇りの醸成と地域産業の振興への貢献を目指す

基本方針

各主体が地域資源を見つめ直し、その価値に気づき、
魅力を感じ伝えたいとなるような観光推進施策に取り組む

基本施策

育てる
観光は人が創るもの

【施策の展開方向】
市民の観光意識の底上げ

- 観光ガイドボランティア・市民
サポーター・観光をマネジメント
できる人材の確保・育成など

磨く
今ある資源を磨く

【施策の展開方向】
資源の発掘・磨き上げ

- 景観整備・案内看板などの機能
整備
- パンフレット・マップ等による案
内環境の整備など

つなぐ
人や組織、事業や資
源をつなぐ

【施策の展開方向】
資源の有機的連携

- 資源と資源をつなぐ
- 人と資源をつなぐ
- 人と人、組織と組織、人と組織
をつなぐ
- 地域と人をつなぐ

伝える
人から人へ伝える

【施策の展開方向】
さまざまな広報媒体を
活用した戦略的プロ
モーション

- パンフレットやマップ、ホーム
ページ、SNS、イベントの活
用やロケの誘致など

計画の推進に向けて

観光振興における各主体に期待される役割

観光施策の推進にあたっては、市民や観光協会、事業者、行政など観光振興に携わる各主体の役割を明確にしたうえで、自らの役割を理解し、主体的かつ相互に連携・協働しながら取り組んでいくことが求められます。

市民の役割

- ・地域の暮らしや文化を大切にすることを心がけます。
- ・観光に関心を持ちながら、観光まちづくりに参画します。
- ・おもてなしの心で来訪者を迎えます。

観光協会の役割

- ・観光振興基本計画を踏まえた、効果的な観光振興事業を積極的に展開し、観光の推進役としてその一翼を担います。
- ・マーケティングを実施し、旅行会社や来訪者が必要とする情報を提供します。
- ・地域の観光魅力を来訪者に提供します。
- ・市民・事業者・行政など各主体の情報交換、交流、活動拠点としてのハブ機能の役割を果たします。
- ・市民(市民団体)とのコーディネーター役を果たします。
- ・周辺市町やテーマを同じくする地域との連携を図ります。

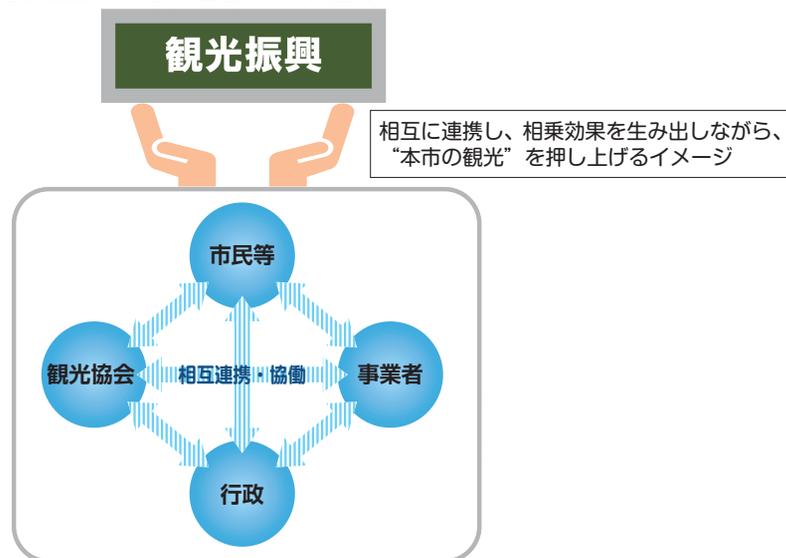
事業者の役割

- ・観光まちづくりに各々の立場で参画します。
- ・地元から期待される企業・商店街としての社会的貢献に努めます。
- ・自らの企画力や経営力を高め、顧客の多様なニーズを的確に捉え良質なサービスを提供します。
- ・着地型観光への意識を高め、他産業と連携するなどし、新たな観光需要を開拓します。
- ・観光事業者と連携して、新たな観光の魅力の創出に貢献します。
- ・地域特性を生かした事業展開を図り、他産業と連携した観光まちづくりに取り組みます。
- ・商工業や農業等と結びついた、戦略的な地元産品や旅行商品の開発、販売、発信に努めます。

行政の役割

- ・基本計画を踏まえ、市全体の観光振興基本計画に関する施策の実施と進捗管理を行います。
- ・観光まちづくりの取り組みに対して支援します。
- ・観光振興に資する基盤整備を推進します。
- ・国、県、他自治体等、市域を越えた連携を推進します。

< 観光振興に向けた各主体の連携イメージ >



計画の検証と評価

毎年度の観光の取り組みを観光白書として取りまとめ、観光振興基本計画の進捗状況を把握し共有します。

評価指標

指標名	基準値(H26)	目標値(H32)
主要なイベント及び地域資源への来訪者の数(交流人口)	2,213,229人	3,000,000人

小牧市観光重点プラン(計画期間内の重点的に進める施策)

小牧市観光重点プランの体系

計画期間内における観光振興のテーマ

“夢・チャレンジ” 始まる観光

小牧の「過去から現在、そして未来へと伝えていきたいもの、小牧の地で紡がれた夢と、それに向けた革新的なチャレンジ」をストーリーとして展開するためテーマを設定し、観光に携わるあらゆる関係者の共通認識とします。

重点的に取り組むキーワード

小牧山

小牧山は、織田信長が天下統一を夢見て自ら初めて城を築き、その南麓に城下町を整備し4年を過ごした地です。この史実は近世城郭のルーツを塗り替える発見といわれています。また、徳川家康と羽柴(豊臣)秀吉がただ一度直接対峙した小牧・長久手の戦いにおいて、小牧山に家康が陣を置いた地としても広く知られており、本市のシンボルとして、市民が最も愛着と誇りを持つ資源といえます。平成25年の織田信長公小牧山城築城450年記念事業の実施を契機に、観光の視点から活用され始めたところですが、小牧山の歴史的価値や魅力の発信の拠点として史跡小牧山地内に建設される(仮称)史跡センターの完成により、市民の交流の場として、また観光拠点としてのさらなる活用が見込まれます。



小牧山(国指定史跡)

名古屋コーチン

名古屋コーチンは、旧尾張藩の武士であった海部兄弟が血のにじむような努力により創りだした国産実用鶏です。一時は絶滅しかけましたが、地鶏ブームもあり、かしの王様として全国的に知名度は高く、小牧市地域ブランド調査においても市民が小牧市の連想イメージの中心に置いています。



名古屋コーチン

航空宇宙産業

かつては小牧空港とも呼ばれていた県営名古屋空港は、小牧市地域ブランド調査において、小牧市民以外の4市で小牧市についての連想イメージでほぼ中心に位置し、航空自衛隊についても同様の結果となっています。さらに三菱重工をはじめとする市内の航空宇宙関連産業とも連動し、小牧市は他市から航空宇宙産業に関連するまちというイメージを持たれているといえます。また「MRJ 機体組立工場見学コース」と「県営名古屋空港見学者受入拠点施設」(ともに豊山町)の開設が追い風となり、本市と航空宇宙産業のイメージはさらに強化されるものと推測されます。



国産小型旅客機 MRJ

キーワード1：「小牧山」

(仮称) 史跡センターの開設に向けた史跡ガイダンスの充実等

スタートアップ
事業

育てる・磨く・つなぐ・伝える

観光推進施策	基本施策	関係主体				
		行政	観光協会	商工会議所	民間事業者	市民・市民活動団体
(仮称) 史跡センターの開設に向けた史跡ガイダンスの充実等	育てる	○	◎			○
	磨く	◎	○			○
	つなぐ	○	◎			○
	伝える	○	◎			○

◎：取り組みの主体者 ○：取り組みを支援したり、啓発したり、補助する者(以下、同様)

小牧山の歴史やロケーションを活用したイベントの開催等

スタートアップ
事業

磨く・つなぐ・伝える

観光推進施策	基本施策	関係主体				
		行政	観光協会	商工会議所	民間事業者	市民・市民活動団体
小牧山の歴史やロケーションを活用したイベントの開催等	磨く	○	◎	○	○	○
	つなぐ	○	◎	○	○	○
	伝える	○	◎	○	○	○

ツアーの商品開発とプロモーション等

スタートアップ
事業

磨く・つなぐ・伝える

観光推進施策	基本施策	関係主体				
		行政	観光協会	商工会議所	民間事業者	市民・市民活動団体
ツアーの商品開発とプロモーション等	磨く	○	◎		○	
	つなぐ	○	◎		○	
	伝える	○	◎		○	

(仮称) 史跡センターを軸とした観光スポットとしての必要な機能整備等

磨く・つなぐ・伝える

観光推進施策	基本施策	関係主体				
		行政	観光協会	商工会議所	民間事業者	市民・市民活動団体
(仮称) 史跡センターを軸とした観光スポットとしての必要な機能整備等	磨く	◎	○			
	つなぐ	○	○	◎	○	
	伝える	○	◎	○	○	

小牧山周辺の街並み整備等

育てる・磨く・つなぐ・伝える

観光推進施策	基本施策	関係主体				
		行政	観光協会	商工会議所	民間事業者	市民・市民活動団体
小牧山周辺の街並み整備等	育てる	○		○	◎	
	磨く	◎	○	○		
	つなぐ	○	○	◎		
	伝える	○	◎	○		

広域連携によるコース造成等

スタートアップ
事業

磨く・つなぐ・伝える

観光推進施策	基本施策	関係主体				
		行政	観光協会	商工会議所	民間事業者	市民・市民活動団体
広域連携によるコース造成等	磨く	○	◎			
	つなぐ	○	◎	○		
	伝える	○	◎	○		

キーワード2：「名古屋コーチン」

市内取扱店舗の拡大等

磨く・つなぐ・伝える

観光推進施策	基本施策	関係主体				
		行政	観光協会	商工会議所	民間事業者	市民・市民活動団体
市内取扱店舗の拡大等	磨く	○	○	◎	◎	
	つなぐ	○	○	◎	○	
	伝える	○	◎	○	◎	

イベント・プロモーションの展開等

スタートアップ
事業

磨く・つなぐ・伝える

観光推進施策	基本施策	関係主体				
		行政	観光協会	商工会議所	民間事業者	市民・市民活動団体
イベント・プロモーションの展開等	磨く	○	◎	○	○	
	つなぐ	○	◎	○	○	
	伝える	○	◎	○	◎	

名古屋コーチンを使ったグルメの開発等

育てる・磨く・つなぐ・伝える

観光推進施策	基本施策	関係主体				
		行政	観光協会	商工会議所	民間事業者	市民・市民活動団体
名古屋コーチンを使ったグルメの開発等	育てる	○		◎	◎	
	磨く	○		○	◎	
	つなぐ	○	○	◎	○	
	伝える	○	◎	○	○	

ひきずり鍋の伝承と普及等

育てる・磨く・つなぐ・伝える

観光推進施策	基本施策	関係主体				
		行政	観光協会	商工会議所	民間事業者	市民・市民活動団体
ひきずり鍋の伝承と普及等	育てる	○		◎	○	○
	磨く	○		◎	○	◎
	つなぐ	○	○	◎	○	○
	伝える	○	◎	○	○	

キーワード3：「航空宇宙産業」

観光ルート・観光プランの造成・誘致等 つなぐ・伝える

観光推進施策	基本施策	関係主体				
		行政	観光協会	商工会議所	民間事業者	市民・市民活動団体
観光ルート・観光プランの造成・誘致等	つなぐ	○	◎		◎	
	伝える	○	◎		○	

航空宇宙産業のまちとしてのイメージ・プロモーション展開等 育てる・磨く・つなぐ・伝える

観光推進施策	基本施策	関係主体				
		行政	観光協会	商工会議所	民間事業者	市民・市民活動団体
航空宇宙産業のまちとしてのイメージ・プロモーション展開等	育てる	◎	○	○	◎	
	磨く	◎	○	◎	○	
	つなぐ	○	◎	○	○	
	伝える	○	◎	○	○	

総合事業

3つのキーワードについては、重複もしくは関連する観光推進施策も考えられます。また、重点施策となるキーワードではないが本市の地域資源で、キーワードと連携し展開する観光推進施策も想定されるため、ここでは総合事業としての観光推進施策を示します。

観光商品化等 スタートアップ事業 つなぐ・伝える

観光推進施策	基本施策	関係主体				
		行政	観光協会	商工会議所	民間事業者	市民・市民活動団体
観光商品化等	つなぐ	○	◎		◎	
	伝える	○	◎		◎	

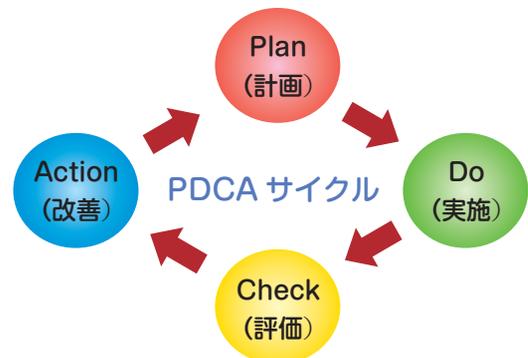
推奨品・特産品の開発および販売促進等 つなぐ・伝える

観光推進施策	基本施策	関係主体				
		行政	観光協会	商工会議所	民間事業者	市民・市民活動団体
推奨品・特産品の開発および販売促進等	つなぐ	○		◎	○	
	伝える	○	◎	○	○	

プランの検証と評価

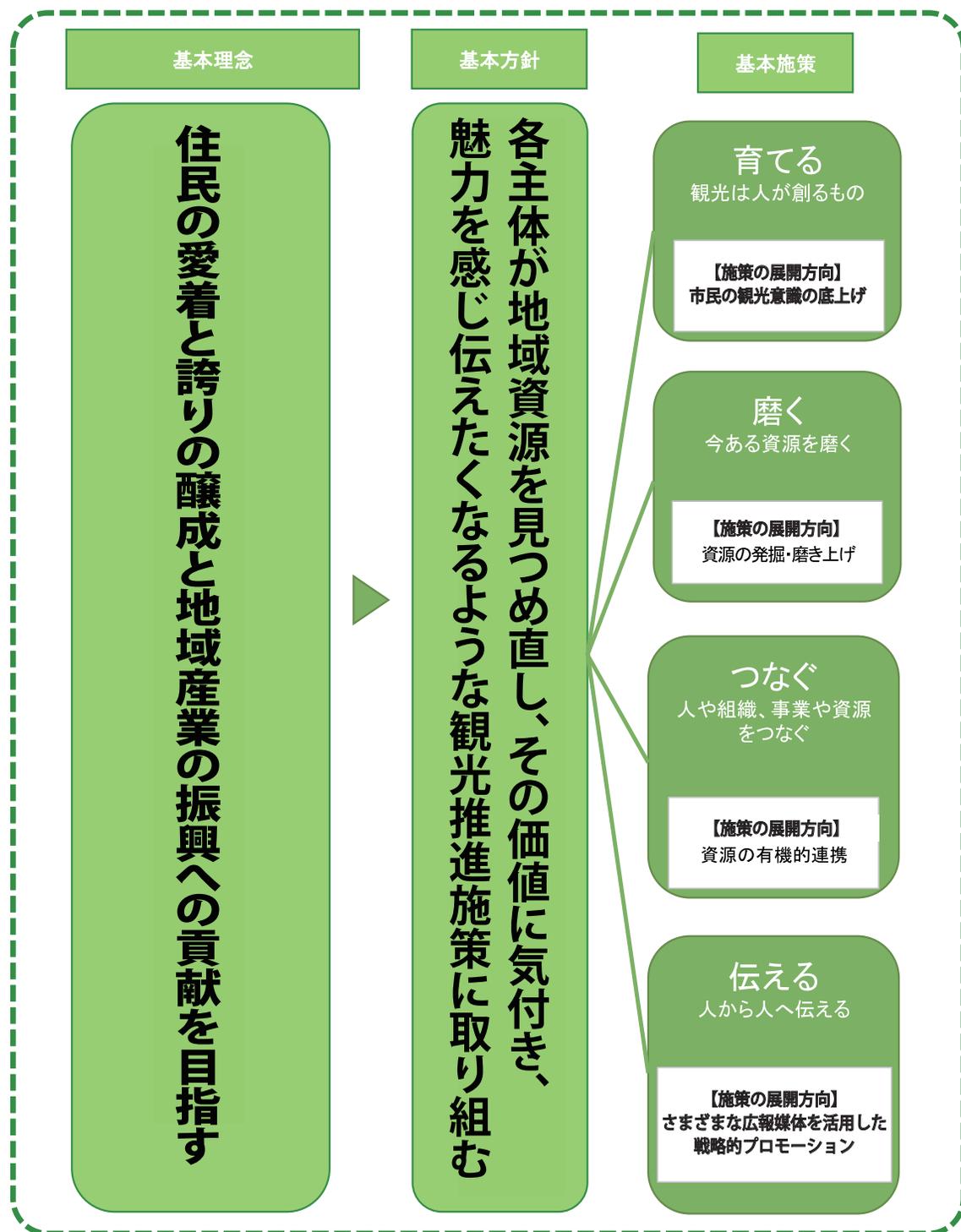
本プランは、行政が主体となり具体的な目標値を設定しながら進捗管理を行い、施策については随時追加・修正等を加え、場合によっては事業方法や施策を転換するなど積極的な見直しを行いながら、着実に観光振興を進めていかなければなりません。

プランの見直しのプロセスにおいては、年度ごとにいわゆるPDCAサイクル、すなわちPlan(計画)―Do(実施)―Check(評価)―Action(改善)を繰り返すことにより、事業の評価と改善を行い、着実な事業展開を担保します。



小牧市観光振興基本計画・小牧市観光

小牧市観光振興基本計画の体系

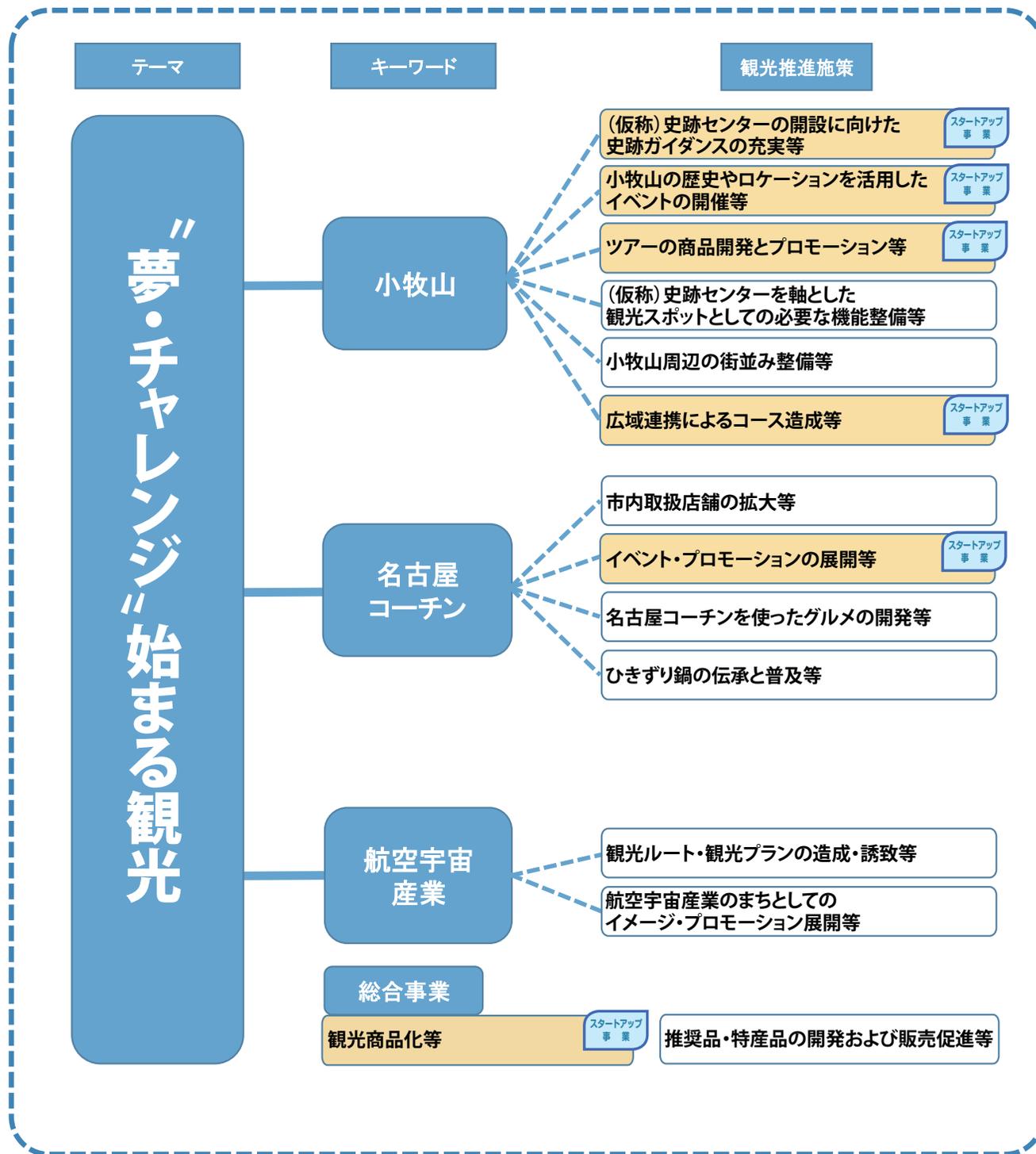


評価指標と数値目標

指標名	基準値 (H26年)
主要なイベント及び地域資源への来訪者の数 (交流人口)	2,213,229人 →

重点プランの概略 (平成28～32年度)

小牧市観光重点プランの体系



目標値 (H32年)

3,000,000人



小牧市観光振興基本計画

平成28年3月

発行：小牧市

〒485-8650 愛知県小牧市堀の内三丁目1番地

電話0568-72-2101（代表）

編集：小牧市地域活性化営業部シティプロモーション課

E-mail:citypromotion@city.komaki.lg.jp