

総括

●今年度の実績

○小牧山

～小牧山を核とした誘客により観光資源をつなぎ・伝える～

観光ガイドボランティアの充実等、既存事業を着実に遂行した他、新たな観光誘客の手法として「小牧山春のキャンペーン」を実施しました。また、小牧山観光誘客推進プロジェクトにて確認された方針のもと、おもてなしの方策の検討を進め、事業の予算化を行いました。

○名古屋コーチン

～商品開発支援から販売促進支援へ～

小牧市商工会議所を中心に、(一社)小牧市観光協会と市の連携により、市内の名古屋コーチン関連店を巡るスタンプラリーを開催した他、市内宿泊施設等にて、商品販売や紹介棚設置を行うなど、昨年の商品開発中心の支援から、販売促進支援へ取り組みを進めました。

○航空宇宙産業

～航空関連2施設との連携を目指して～

社会科見学や遠足の目的地に選んでいただくための取り組みとして、小牧山の「学校で誰もが学ぶ歴史と深い関わりがある」という特性を活かし、航空関連2施設と小牧山をめぐるモデルコースの紹介を含めた、教育旅行PR冊子を作成しました。

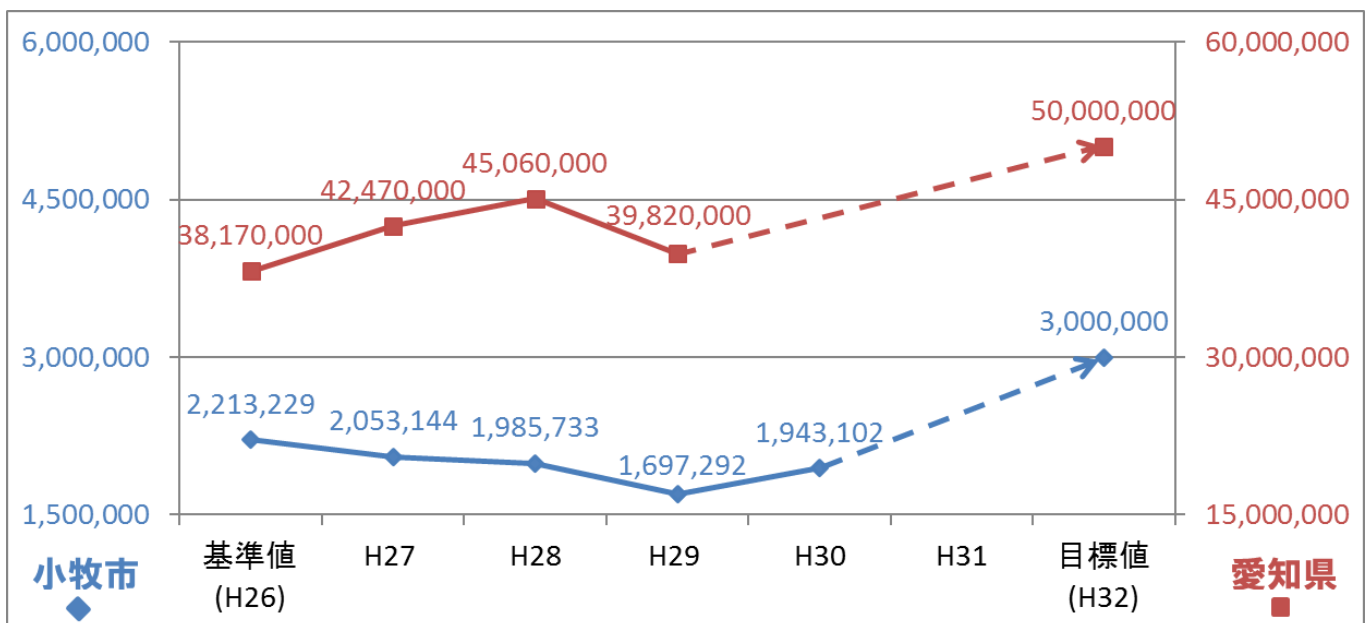
○総合

～愛知県とともに集中的な観光誘客活動を展開～

愛知デスティネーションキャンペーンに参加し、県の発信力や集客力を活用した市の観光PRと誘客推進に取り組むとともに、(一社)小牧市観光協会のホームページリニューアルや、市民四季の森の観光看板の張り替え等を行い、観光振興のための機能整備に努めました。

●今年度の評価と課題

主要なイベント及び地域資源への来訪者の数(交流人口)



※愛知県の数値は「平成30年度版あいち観光戦略に基づく観光振興施策の実施状況・来県者数」による

総括

主要なイベント及び地域資源への来訪者の数(交流人口)は、平成 25 年に「小牧山城築城 450 年記念」の各種記念事業を実施したことにより、2,522,150 人と大幅に伸びたものの、その後は減少傾向にあります。

平成 30 年の交流人口は、雨や台風等天候により減少した平成 29 年と比較して、1,943,102 人となり、245,810 人増加したものの(P48 参照)、依然として目標値(3,000,000 人)達成には厳しい結果となっています。

平成 31 年 4 月には、いよいよ(仮称)史跡センターが小牧山城史跡情報館「れきしるこまき」としてオープンを迎えます。これを機に交流人口の増加に繋がるよう、引き続き、計画に基づいた取り組みを着実に推進する必要があります。

●来年度以降の方向性

「小牧山」に関しては、小牧山城史跡情報館のオープンが交流人口の増加へ繋げられるよう、今年度予算化した「小牧山城史跡情報館プロモーション事業」や「小牧山おもてなしアプリ(AR)事業」など具体的なおもてなしのための事業を進め、「名古屋コーチン」に関しては、引き続き、小牧商工会議所・(一社)小牧市観光協会・市の三者で販売促進に努め、“発祥の地小牧で名古屋コーチンが食べられる・関連商品が買える環境づくり”を推進します。

また、「航空宇宙産業」に関しては、今年度作成した教育旅行 PR 冊子を活用し、航空関連 2 施設と小牧山城への誘客に積極的に取り組みます。

さらに、(一社)小牧市観光協会推奨品については、改選を行い、小牧市の歴史や特産品などの魅力を発信できる商品の開発と販売促進に努めます。

来年度は、観光振興基本計画の計画期間も残すところ 2 年となり、改めて、掲げた目標値に対する施策の進捗を評価・検証し、必要な改善を加えながら、市の観光振興に向けて、更なる推進を図っていきたいと考えます。