

総括

●今年度の実績

○小牧山

～オンラインによるプロモーション強化と徳川家康を加えたプロモーションの展開～

VRを用いた「お家 de 小牧観光」の拡充や、Facebook、Instagramに加え、Youtubeの動画配信などSNSによる情報発信を強化しました。また、大河ドラマ「どうする家康」の放送が、2023年1月から予定されたことを観光推進の契機とするため、これまでの信長を中心としたプロモーションに加え、家康に関する情報発信を強化しました。具体的には、徳川家康と小牧山城に関するパンフレットの作成や徳川家康の武将印等グッズ作成、大規模城郭イベントへの出展によるPR、「小牧・長久手の戦い」同盟結成、愛知県大河ドラマ「どうする家康」観光推進協議会への参画等を実施しました。

○名古屋コーチン

～魅力創出・発信と販売促進支援の強化～

小牧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、SNSによる情報発信のため、名古屋コーチン関連商品の画像制作やECサイト「みやげっと」の取り扱い商品の拡充を実施しました。また、名古屋コーチンオリジナルキャラクター「こまちん」のオリジナルグッズ作成やイベントへ出展し、PRに努めました。

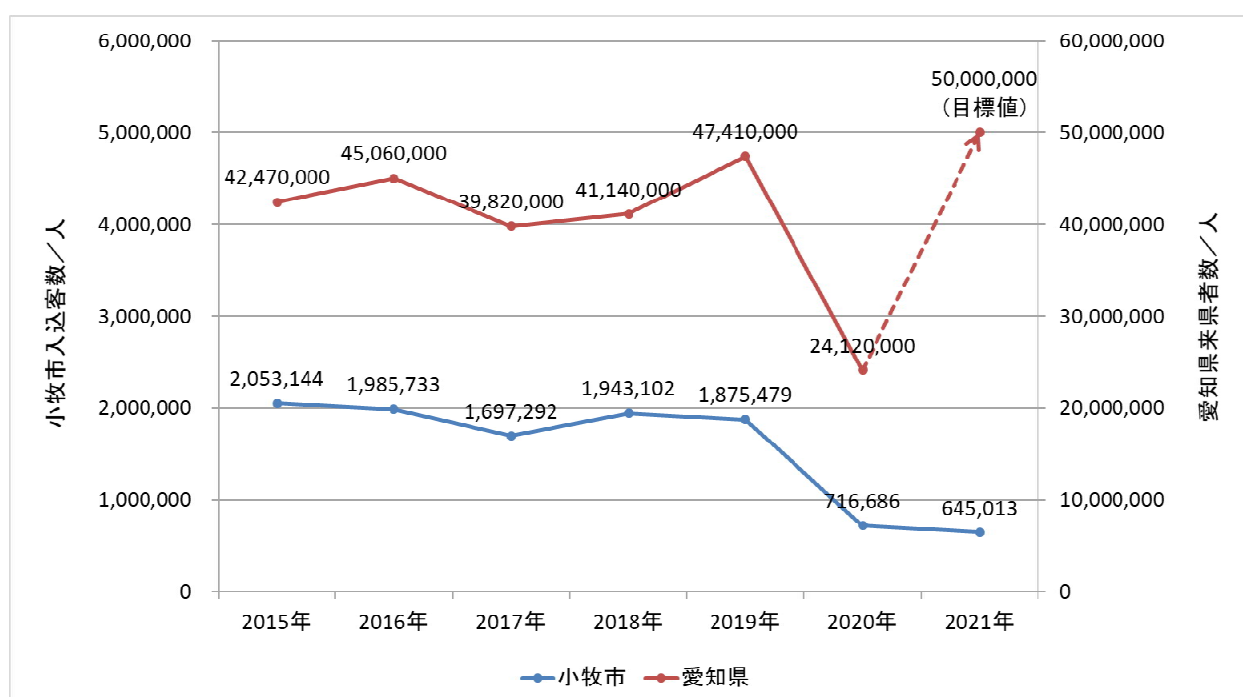
○総合事業

～オンラインでの魅力発信の継続及び推奨品の対象拡大・選定による新たな魅力創出～

市内の御朱印を取り扱う神社・仏閣の特設ページを観光協会ホームページで公開するとともに、新たな魅力を創出するため、推奨品の対象を拡大し、選定を行いました。

●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「令和元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

2020 年度に引き続き、2021 年度も新型コロナウイルス感染症が全世界的に猛威を振るい、観光振興に取り組むうえでは、非常に厳しい状況となりました。そのため、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、引き続き、コロナ前と比較し、大幅に減少しています。

2021 年度は、2020 年 12 月に策定した「小牧市観光振興基本計画 with コロナ版」に則り、SNS による情報発信の強化や EC サイトの拡充などオンラインを中心とした観光推進を実施しました。

また、2023 年 1 月より、大河ドラマ「どうする家康」の放送が決定されたことにより、これまで信長を中心に展開してきた小牧山城のプロモーションに、小牧・長久手の戦いから始まる家康の要素を加えて情報発信の強化に努めました。

●2022 年度の方向性

「小牧市観光振興基本計画 with コロナ版」に示す観光推進施策を進めながらも、各種ガイドラインや観光に対する意識や需要の変化へ柔軟に対応し、臨機応変に施策を展開することとします。

具体的には、大河ドラマの放送を本市の観光の契機とするため、計画的に施策を展開するとともに、来訪者の増加を見込み、受入態勢の強化にも努めます。また、本市の観光振興に向けた更なる推進を図るため、小牧市観光振興基本計画の改定に着手します。