



# 犬山城下町の新たな魅力づくり

卷頭特集 産学連携でさらなる地域活性化に注力

近年、犬山城下町の観光に変化が起きている。

平成29年の観光客は57万人余りと過去最高を記録。

そのなかでも、スマートフォンを片手に城下町を散策する若年層が大幅に増えた。

キーワードは新語・流行語大賞にもなった「インスタ映え」。

現在、新たな視点での魅力づくりに取り組もうと地元企業、学生、行政が手を取り合っている。

注力している。

加えて、取り組みを後押ししたものがSNSの普及だ。新語・流行語大賞の年間大賞に輝いた「インスタ映え」の効果が城下町にも表れている。城山の麓に位置する三光稲荷神社にはピンク色のハート型を模した絵馬があり、スマートフォンを用いて着物姿で共に撮影する観光客が急増。画像をSNSに投稿する人々の姿が多く見られる。「絵馬と撮影するために平日でも列ができる」と藤原さん。数年前には予想はないでしようか。数年前には予想できなかつた状況ですね」と後藤さんは笑顔で語る。

今年3月から5月までは「春の犬山キャンペーン」を開催。ユネスコ無形文化遺産に登録された犬山祭のほか、城下町スタンプラリー、市の店舗の増加や、芸人が車夫を務めるお笑い人力車の影響もあり、地域そのものの魅力が若年層に広がっている。

産学連携に携わる皆さん。後列左から庫元正博教授、可児愛九（あいく）社長、庫元ゼミ3年生のプロジェクトリーダー・岸実優さん、熊田有紗さん、丹羽祐月（ゆつき）さん。前列左からゼミ長・中野満莉菜さん、堀内実那さん、藤田充香（みか）さん、森葉月さん



犬山市観光協会  
後藤真司さん  
産学連携事業に対し、若年層の観光客誘致を実感。今後にも期待を寄せる

キャラクター・わん丸君が城下町に登場して人々と交流するなど、多数のイベントが開かれる。毎年人気の犬山城遊覧船は、今年春から遊覧時間は15分間から30分間に延長。遠方から訪れる観光客の希望により実現した。「私たちは遊覧時間が長いと寒いかなと思っていたんです。しかし、遠方から足を運んでくださるお客様にとって15分間は短かった。お客様の声を聞いて本当によかつたです」とほほ笑む。

一時は観光誘致に悩み、地域一丸となって魅力発信に努めてきた犬山城下町。たくさんの人でにぎわうようになった現在は、積極的に人々の声へ耳を傾け、より内容を充実させている。

城下町の新たな魅力づくりは産学連携でもされている。犬山市内田東町の貸衣装業店「株式会社二幸」と、

名古屋市の金城学院大学の学生が手

を取り合い、魅力発信に努めている。

二幸は着物や浴衣のレンタル専門店「犬山日和」を城下町に構えており、事業を通して地域貢献ができるかと考えていた。そこで中小企業基盤整備機構での産学連携として、金城学院大学の国際情報学部・庫元ゼミの学生と協力。広告やマーケティングを学ぶ学生にとっても実践的な経験が得られるとして、犬山日和の事業を通じた城下町の新たな魅力づくりが始まった。

平成28年に産学連携がスタート。

2年目の昨年は、戌年犬山を盛り上

げ市のPRにつなげることをテーマ

に、学生たちは犬山日和の新企画を考案した。学生の提案数は80を超

ぐりが始まった。

その中から二幸が7企画を採用。S

N S投稿を目的とした、愛犬用の撮影パネルをまちに用意する「ワンス

タ映え」の企画や、愛犬用の貸衣装、

すでに実施されている貸出用犬耳力

チューシャのバリエーション増加と

いった提案が実現。今後は学生考案の犬山限定土産のハンカチやドロップの商品化も予定している。株式会

社二幸の可児愛九社長は「インスタ

映えの視点は、弊社でもなかなか会議で上がつてきません。学生の柔軟なアイデアに目から鱗といった気持ちでした」と笑顔を見せる。

学生は商品考案のため、何度も城下町を訪れた。

次第に学生は犬山市が心

に惹かれて、弊社でも

なかなか会議で上がつてきません。学生の柔軟な

アイデアに目から鱗といつた気持ちでした」と笑

顔を見せる。

学生は商品考案のため、

何度も城下町を訪れた。

次第に学生は犬山市が心

に惹かれて、弊社でも

なかなか会議で上がつてきません。学生の柔軟な

アイデアに目から鱗といつた気持ちでした」と笑

顔を見せる。