

計画策定の趣旨

国は、「観光立国推進基本計画（令和5年3月31日閣議決定）」において、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととしています。

本市においても、観光資源の付加価値の向上を図り、交流人口を拡大し、持続可能な観光を推進し、ひいては地域経済の発展に寄与することを目的として「第二次坂井市観光ビジョン戦略基本計画」を策定します。

主な課題

- 観光まちづくりを担う人材の不足
- DMOを含む観光関係事業者間の連携不足
- 観光客が短時間で立ち去る通過型観光からの脱却
- 高付加価値な体験コンテンツの不足
- 文化・伝統の保存継承につながる仕掛けの未整備
- 周遊性の向上につながる二次交通の整備不足
- 観光地の認知度獲得につながる情報発信、プロモーションの不足
- AIをはじめとした先端技術の活用に向けた速やかな対応
- インバウンド向けの戦略的な誘客施策の不足

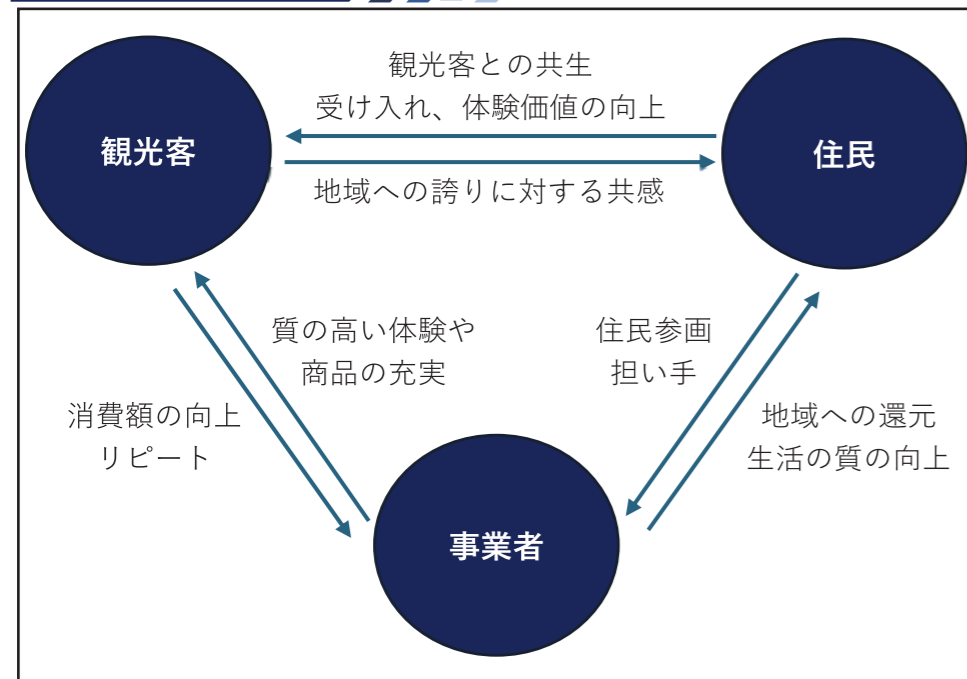
目指す将来像

「地域に誇りをもたらし、未来を拓く、持続可能な観光まちづくり」の実現

本計画が目指す観光は、地域に対する誇りを持つためのきっかけづくりであると同時に、地域全体の産業を下支えする成長戦略の核と位置付けます。

「稼ぐ」観光によって、関連産業も含めた収益を向上させることで、持続可能な地域好循環の創造を目指します。社会が大きく変化する中で、新たな価値の創造に挑戦し、観光を通じて貴重な歴史文化や自然を次世代へ継承できる観光まちづくりを推進していきます。

持続可能な地域好循環



重点ターゲット層

観光客一人あたりの消費額を高めるため、「高付加価値の消費とリピートが見込める滞在型」観光への段階的な転換を目指します。

- 短期的な重点ターゲット
 - ▶国内市場：関東圏・関西圏・中京圏からの誘客
- 中長期的な重点ターゲット
 - ▶国内市場：関東圏・関西圏・中京圏のリピーター、富裕層、高感度な個人旅行者
 - ▶インバウンド：欧米豪やアジア圏の富裕層

推進に向けた戦略

戦略	戦略の方向性	戦略の概要	主な施策
1	観光まちづくりを担う「人材（財）の育成・確保」	専門人材の育成・確保と体制整備で、観光を地域の誇りと稼ぐ力に変える。	▶観光まちづくり推進体制の強化 ▶広域連携の強化 ▶観光人材の育成・確保
2	観光資源を磨き「観光消費」を拡大	観光資源をストーリーでつなぎ、体験と商品の価値を高めて稼ぐ循環を確立する。	▶ブランドストーリーを活かした高付加価値化 ▶滞在型観光の推進 ▶観光地の魅力向上 ▶祭事・イベントへの支援 ▶多様なターゲットの誘客推進
3	より快適な「二次交通」の整備	観光地への移動環境を強化し、観光客の回遊性と住民の利便性を促進する。	▶広域交通網の活用推進 ▶地域内交通の充実
4	実効性のある「プロモーション戦略」	独自の価値を戦略的に発信し、消費に繋がる「選ばれるまち」を実現する。	▶マーケティングの強化 ▶プロモーションの拡充
5	デジタルとデータを活用した「観光DX」の推進	デジタル技術とデータを活用し、競争力を強化する。	▶デジタル化の推進 ▶観光データ利活用の高度化
6	世界に選ばれる「インバウンド戦略」	高付加価値化を進め、海外発信と受入れ体制を強化し、世界に選ばれる訪問地を目指す。	▶インバウンド誘客の促進 ▶観光商品・体験の造成、販売 ▶インバウンド受入れ環境の整備

数値目標

指標	基準値	目標値（令和12年）
観光客の満足度	88.3%	Up
観光事業者の満足度	22.5%	40%
住民の観光まちづくりに対する満足度	31.1%	40%
観光客入込数	459万人	550万人
観光消費額	244億円	310億円

計画の推進体制

多様な主体が本計画を共有し、連携・協力しながら、個別の取り組みや事業の実効性を高め、官民一体となった推進体制で本計画を着実に進めます。

