



SAKAI

# 坂井市観光ビジョン戦略基本計画



# 目次

序. はじめに	1
序-1. 計画策定の背景と目的	1
序-2. 計画の位置づけ	2
序-3. 計画期間	3
1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況	4
1-1. 国が定める観光・旅行に関する目標値	4
1-2. インバウンド（訪日外国人）の動向	5
1-3. 近年の国内旅行の動向	9
1-4. 交通手段の状況	13
1-5. 観光案内所・観光団体の状況	19
1-6. 観光資源・地域資源の状況	21
2. 坂井市の観光の課題	32
2-1. 既存の観光地に関する課題	32
2-2. 観光資源・地域資源に関する課題	34
2-3. 交通に関する課題	35
2-4. インバウンドに関する課題	36
2-5. 広報・情報発信に関する課題	36
2-6. 観光の担い手に関する課題	37
3. 観光ビジョンの基本的な考え方	38
3-1. 基本コンセプト	38
3-2. 目標指標	39
3-3. 方針（事業体系図）	40
4. 観光ビジョンの方向性・施策	44
方向性Ⅰ-1 福井県・北陸を代表する観光地である東尋坊の魅力向上を図る	44
方向性Ⅰ-2 既存の観光資源・地域資源の新たな魅力を再発見する	45
方向性Ⅰ-3 新たな観光資源・地域資源を掘り起こす	48
方向性Ⅰ-4 食と特産品の魅力向上の推進とブランド化を図る	49
方向性Ⅱ-1 様々な交通事業者との連携による誘客拡大を図る	50
方向性Ⅲ-1 外国人旅行者の受け入れ体制を整える	51
方向性Ⅳ-1 観光客が求める情報をタイムリーかつ効果的に発信する	52
方向性Ⅴ-1 観光地・組織・人が連携して観光客の受け入れ体制を整える	53
5. 推進体制	56
5-1. 実施主体と役割分担	56
5-2. 事業や取り組みにおける主な推進体制	58
資-1. マップ	60
資-2. 用語集	61
資-3. 坂井市観光ビジョン戦略基本計画策定の歩み	62
資-4. 坂井市観光ビジョン戦略基本計画策定委員	63

## 序. はじめに

### 序－1. 計画策定の背景と目的

坂井市が誕生して3年目の平成20年6月、それまで旧町単位で行っていた観光振興に関する取り組みを、より効果的かつ効率的に事業展開を図るために「坂井市観光連盟」が設立されました。最初に担った大きな業務が、夢ある将来を見据えた観光振興の拠り所となる「坂井市観光ビジョン戦略基本計画」の策定でありました。

この計画は平成21年3月に策定され今日に至るまでの間、本市の観光施策の指針としてきましたが、時代の変遷とともに本市をはじめ観光を取り巻く環境は、大きく様変わりしてきました。

本市の人口は、昭和50年から平成17年まで増加傾向が続いていましたが、平成22年の国勢調査では、人口減少期に入ったことが確認され、持ち直しの兆しがありません。持続可能な自治体運営を実践していくためには、未来を支える若者が生きがいと満足感を感じることのできる環境づくりをはじめ、多様な世代の方々による豊かな地域コミュニティの実現や、人口減少克服のための様々な分野に亘る施策の戦略的な取り組み、さらには市民満足度の高い魅力あふれる個性的なまちづくりの実現が求められています。

全国的な人口減少を背景に、政府は観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」とするため、平成28年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定しました。このビジョンでは、「観光資源の魅力を見極め地方創生の礎に」「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」という、「3つの視点」が設けられ、地方自治体の観光施策は、国内旅行者のみならず、インバウンドに対応した効果的な施策の展開を行い、地域の経済効果に結び付けていくことの重要性を示しております。

今回の計画策定にあたり、このような政府の方向性を的確にとらえた上で、北陸新幹線敦賀延伸開業、東京オリンピック・パラリンピック開催、大阪関西万国博覧会開催等も見据え、交流人口や関係人口の増加と地域経済の好循環の拡大のために、戦略的で効果的な観光振興の施策を展開していく必要があります。

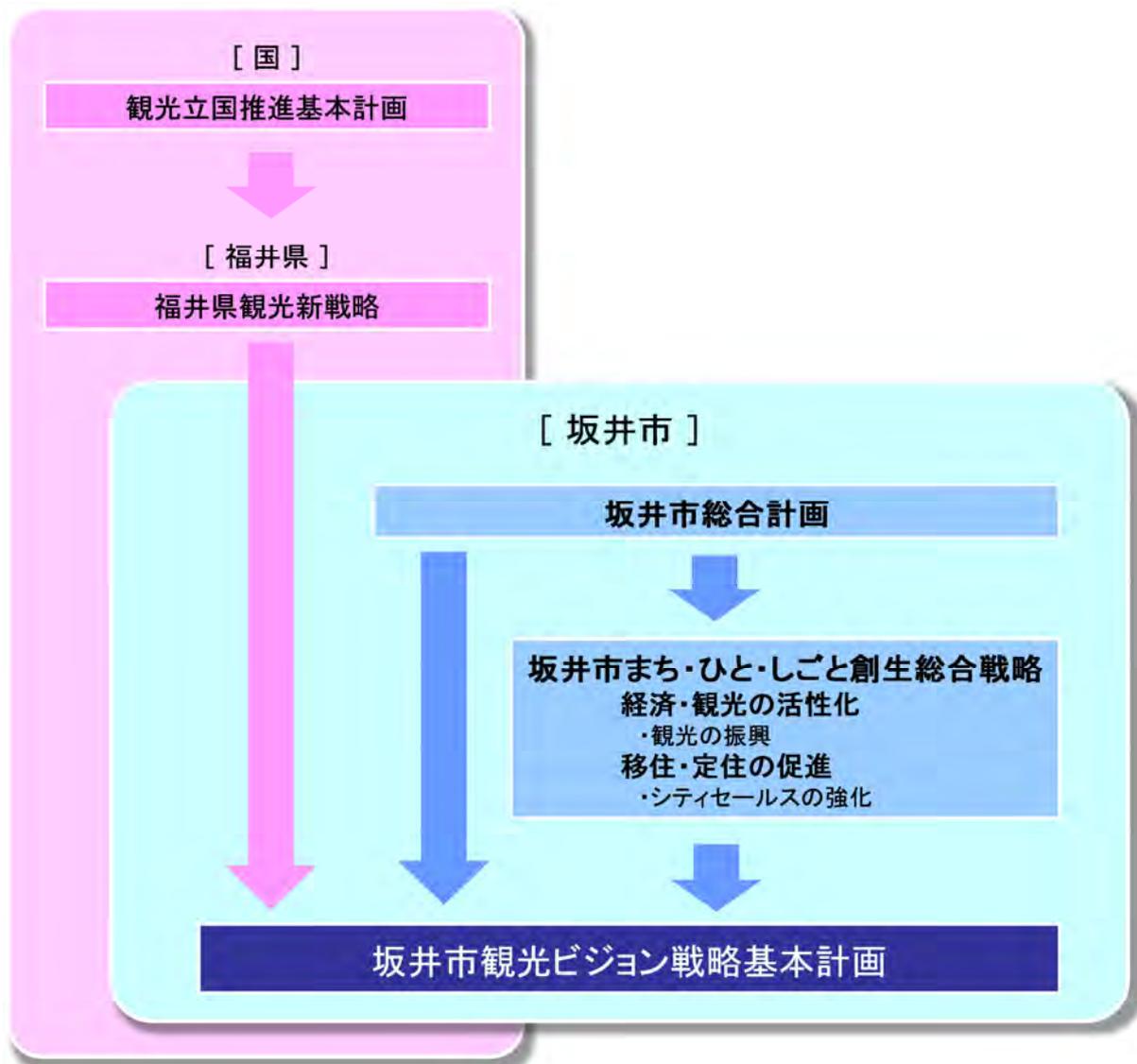
これからの5年間は、本市や福井県にとって、まさに時代の大きなターニングポイントであることを深く認識し、観光事業者はもとより市民をはじめ各産業界が一丸となって知恵と工夫を出し合い、他地域から際立った魅力的な観光地域づくりを実践し、本市の魅力を国内に留めることなく、全世界へと発信していかなければなりません。

本計画は、平成31年4月からの5年間を計画期間とし、基本コンセプトや様々な施策を掲げ、来るべき新時代に即応すべく、「坂井市観光ビジョン戦略基本計画」として、策定しました。



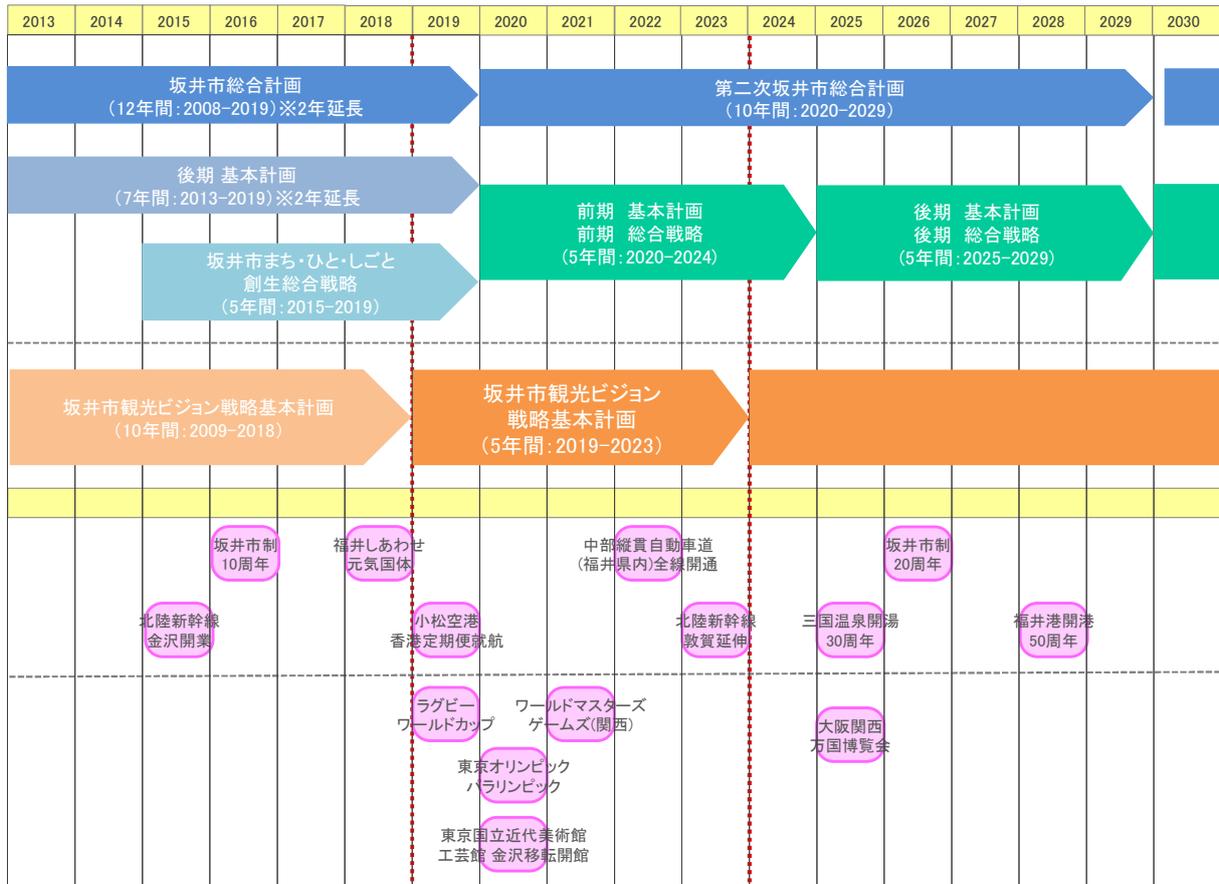
## 序ー 2. 計画の位置づけ

本計画は、国の「観光立国推進基本計画」や福井県の「福井県観光新戦略」等を踏まえ、上位計画である「坂井市総合計画」及び「坂井市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に基づく観光分野の個別計画として位置づけます。



### 序-3. 計画期間

本計画の計画期間は、2019年度から2023年度までの5年間とします。



年	社会	国際・経済
2019	・消費税率8%から10%に引き上げ	
2020		・訪日外国人4,000万人 ・訪日外国人旅行消費額8兆円
2021		
2022	・成人年齢18歳に引き下げ	
2023	・75歳以上人口2,000万人超え	
2024		
2025	・日本高齢化率(65歳以上)30%に	・キャッシュレス決済比率40%程度に
2026		
2027	・リニア中央新幹線(品川-名古屋)開業	
2028		
2029	・生産年齢人口(15~64歳)7,000万人	
2030		・訪日外国人6,000万人 ・訪日外国人旅行消費額15兆円

## 1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況

### 1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況

#### 1-1. 国が定める観光・旅行に関する目標値

国が定める観光・旅行に関する目標値

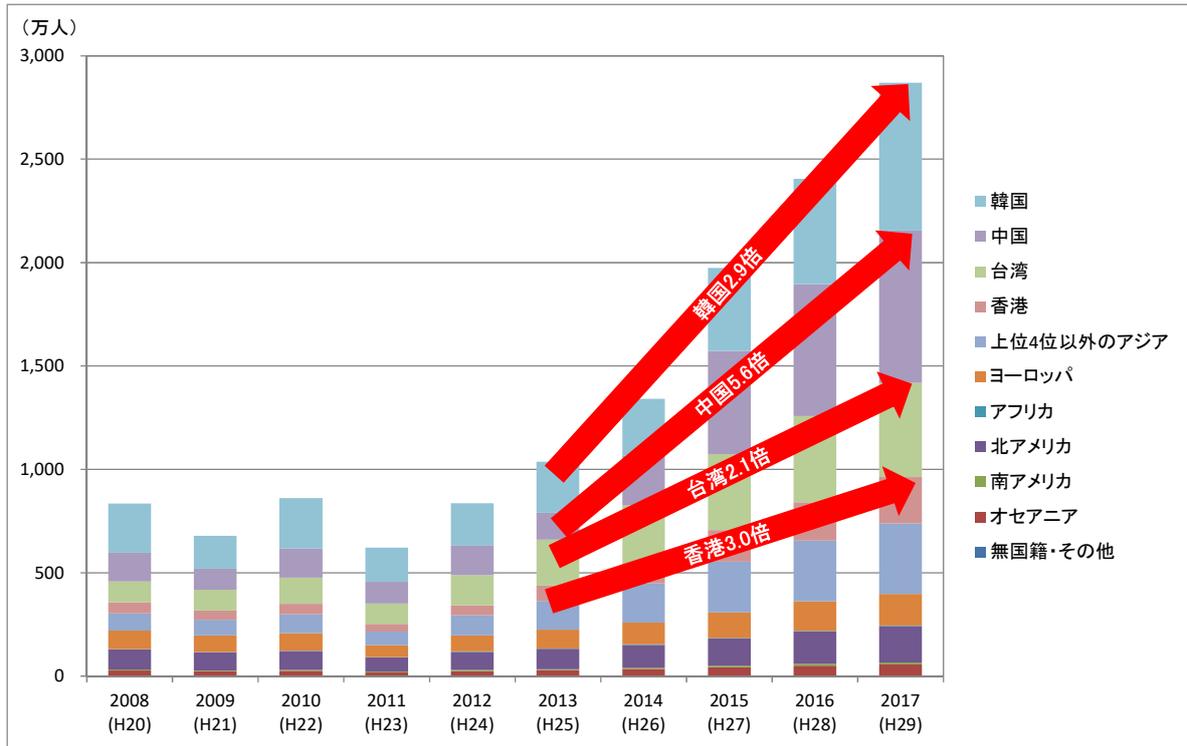
	2020年 目標	2030年 目標
訪日外国人旅行者数	4,000万人 (2015年の約2倍)	6,000万人 (2015年の約3倍)
訪日外国人旅行消費額	8兆円 (2015年の2倍超)	15兆円 (2015年の4倍超)
地方部での外国人 延べ宿泊者数	7,000万人泊 (2015年の3倍弱)	1億3,000万人泊 (2015年の5倍弱)
外国人リピーター数	2,400万人 (2015年の約2倍)	3,600万人 (2015年の約3倍)
日本人国内旅行消費額	21兆円 (最近5年間の平均から約5%増)	22兆円 (最近5年間の平均から約10%増)

出典：「観光庁 明日の日本を支える観光ビジョン」を基に作成



1-2. インバウンド（訪日外国人）の動向

(1) 訪日外国人の推移



国別訪日外国人の推移

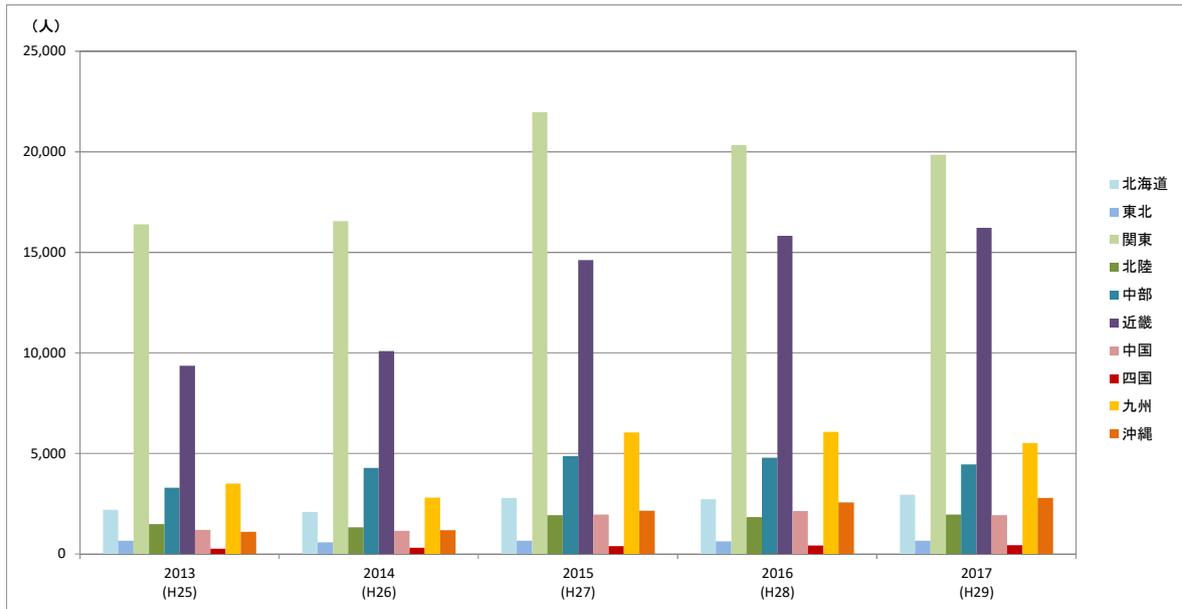
出典：「日本政府観光局（JNTO）統計データ」を基に作成

- ・ 平成 25 年以降、訪日外国人が急激に増加しています。特に韓国、中国、台湾、香港などのアジア圏からの来訪者の著しい増加が見られます。
- ⇒ 現在「越前加賀インバウンド推進機構」での活動を通じてターゲットにしているのは、台湾(個人・団体)、香港(個人・団体)、タイ(団体)であり、まさにターゲット地域からの訪日外国人が大きく増えています。



# 1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況

## (2) 日本国内のエリア別来訪者数



日本のエリア別来訪者数



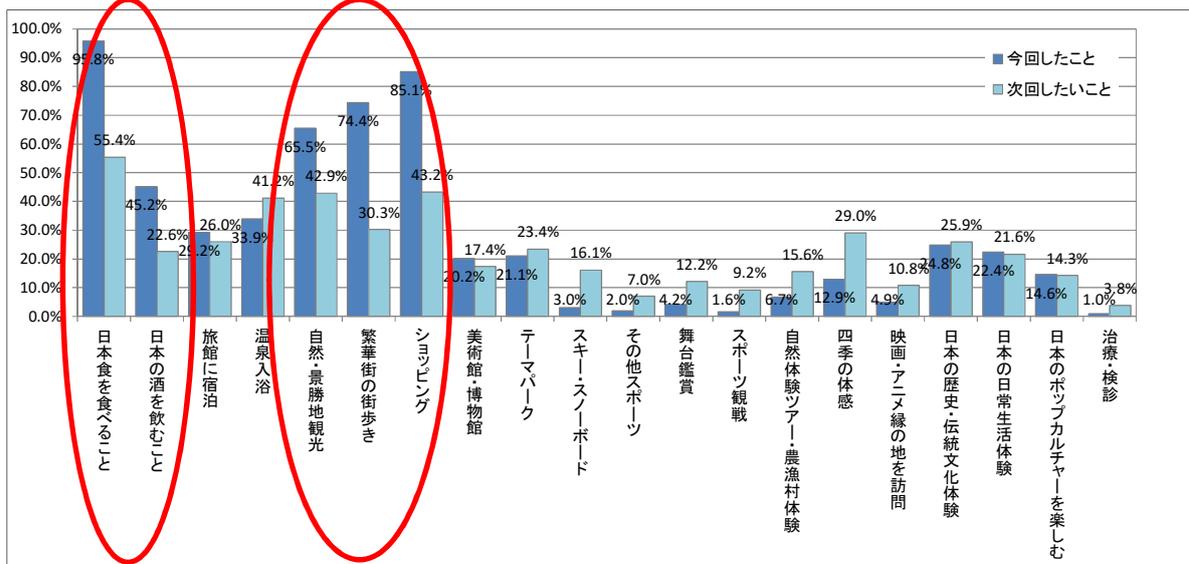
来訪者数の日本のエリア別割合（2013年と2017年の比較）

※福井県は中部に含まれる。

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査集計結果 2017年」を基に作成

- 平成 25 年から 5 年間のエリア別の訪日外国人数をみると、関東が群を抜いて多く、次いで近畿、九州となっています。
- 平成 25 年から平成 29 年の割合の推移を見ると、関東が 6.6 ポイント減少したのに対し、近畿は 4.9%増加しており、近畿圏への来訪者の割合が増加しています。

(3) 人気のコト



訪日外国人の日本へのニーズアンケート結果

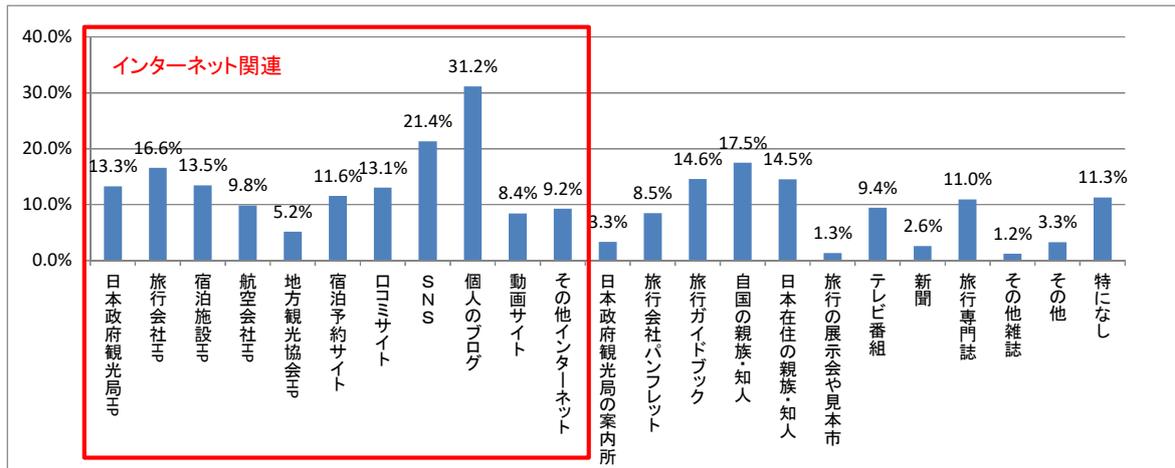
出典：「国土交通省観光庁統計データ 訪日外国人消費動向調査 平成 29 年年次報告書」を基に作成

- ・ 訪日外国人のニーズとして「日本食を食べること」と「日本の酒を飲むこと」などの飲食関連は高い人気を誇っています。
  - ⇒ 「日本食を食べること」に対しては、本市では、海・山・里で四季折々の食材が提供できるので、期待に応えていくことができます。
  - ⇒ 「日本の酒を飲むこと」に関しても、本市には酒蔵があり、本市の各店舗で供される料理と日本酒との相性も良く、アピールポイントとなります。
- ・ 「ショッピング」や「繁華街の街歩き」なども訪日外国人の高いニーズの 1 つとなっています。
- ・ 「自然・景勝地観光」も訪日の際の楽しみの 1 つとなっています。
  - ⇒ 近年、爆買いに代表される「モノ消費」から、体験型観光などの「コト消費」へとニーズが変化していることから、都会にはない本市が有している食・自然・景観等の情報を強く発信していくことが重要です。

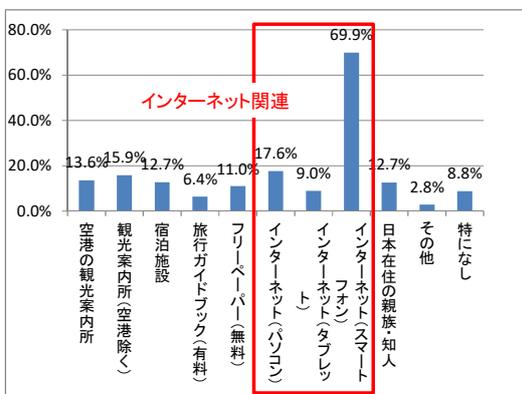


# 1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況

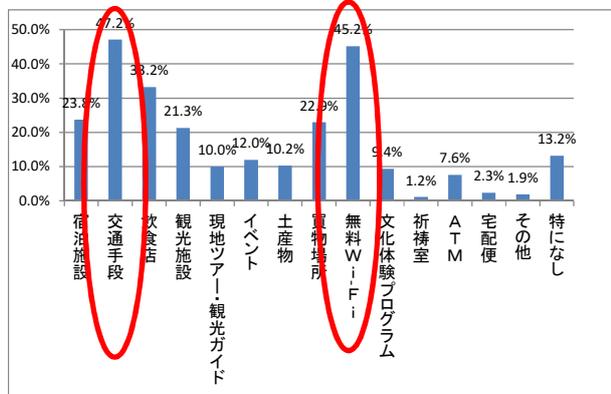
## (4) 訪日外国人の情報収集源等



出発前の情報収集源



滞在中に役に立った情報収集源



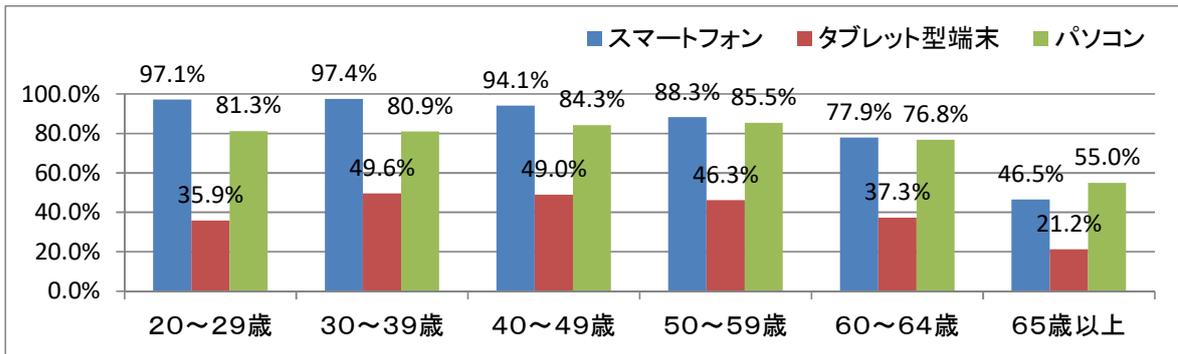
滞在中にあると便利だと思った情報

出典：観光庁「訪日外国人の消費動向（H29）」を基に作成

- ・ 観光に関する情報は、出発前及び滞在中ともに「インターネット関連（HP、SNS等）」から入手する傾向にあります。
- ・ 滞在中にあると便利だと思った情報のなかで、「無料Wi-Fi(公衆無線LAN)」の回答が多いことから、無料Wi-Fiスポットが観光客に求められていることがわかります。  
⇒ 外国人旅行者は、主な情報入手手段としてスマートフォンを用いているが、本市の「無料Wi-Fiスポット」は不足しており、技術的動向を見極めながら計画的なネット環境の整備が必要です。
- ・ 滞在中にあると便利だと思った情報のなかで、「交通手段」の回答が多いことから、観光地への移動手段をはじめ乗り継ぎ時間や乗降方法、予約方法などの細かな情報を求めています。  
⇒ 観光地へのアクセスに関する情報やそれら交通手段の利用方法等に関する情報を、利用者目線で分かりやすく、整理をして発信していく必要があります。

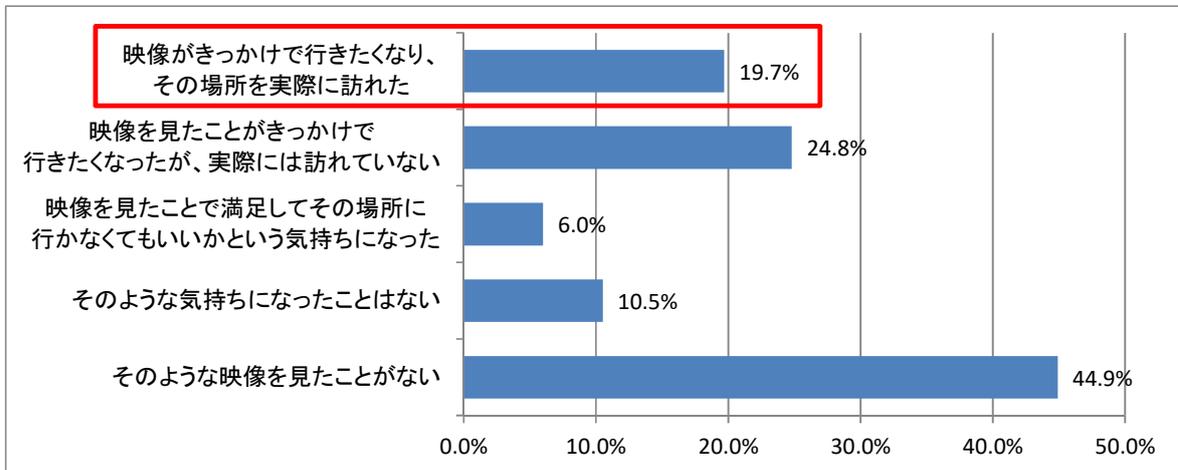
1-3. 近年の国内旅行の動向

(1) 情報収集手段（情報通信機器の保有状況）



年代別情報通信機器の保有状況

出典:総務省「平成 29 年通信利用動向調査」を基に作成



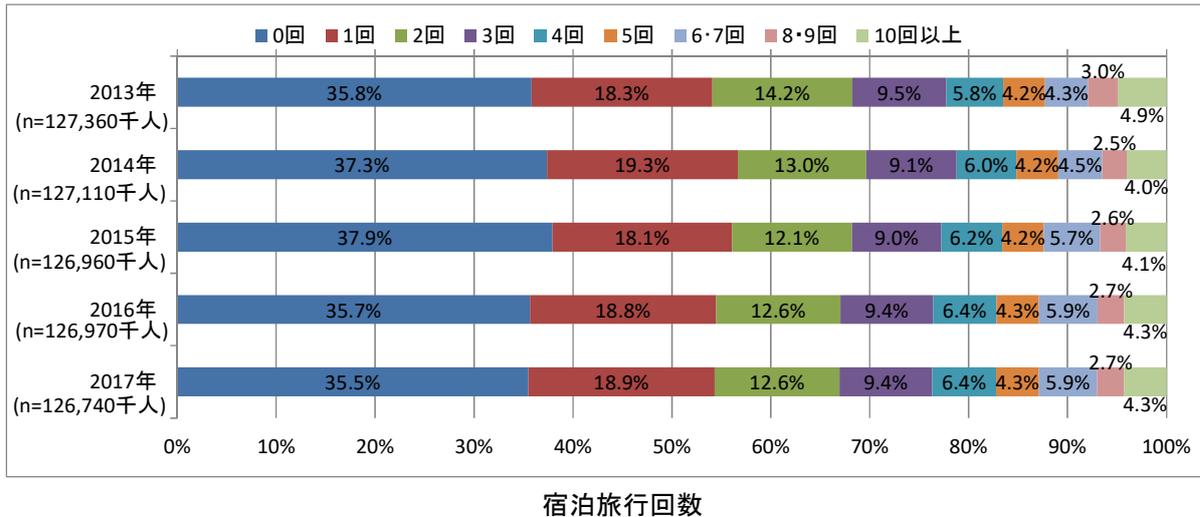
旅行などに対するスマートフォンの影響

出典:JTB 総合研究所「スマートフォンの利用と旅行消費に関する調査（2016）」を基に作成

- ・ 64 歳までの区分で見ると、スマートフォンとパソコンの保有率が概ね 8 割を超え、65 歳以上でも 5 割程度の保有率となっています。
- ・ タブレット端末は、30～59 歳で 5 割近い保有率ですが、それ以外の年代は、4 割を下回っています。
- ・ スマートフォンを利用して SNS などで映像を見たことがきっかけで、実際に旅行につながった割合が約 2 割あり、インターネットを介した情報発信の有効性が見取れます。

# 1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況

## (2) 宿泊旅行回数及び旅行者数（延べ人数・実人数）



### 旅行者数（延べ人数・実人数）

	延べ旅行者数(千人)	実旅行者数(千人)
2013年	630,950	92,440
2014年	595,221	89,918
2015年	604,715	89,180
2016年	641,079	92,541
2017年	647,510	93,662

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」を基に作成

#### 【宿泊旅行回数】

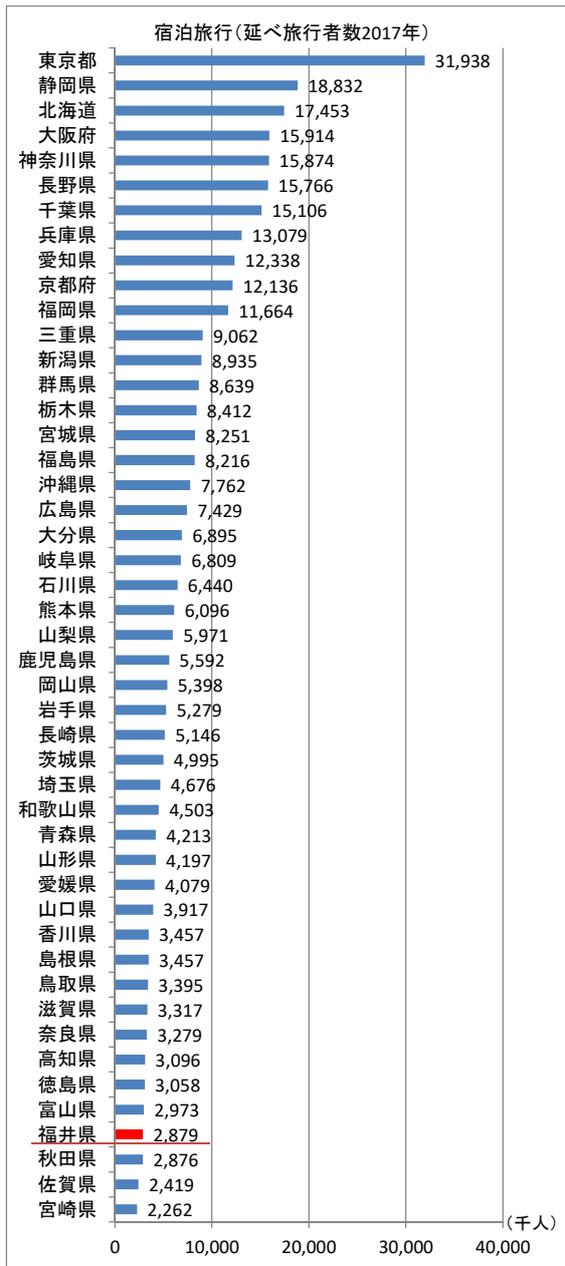
- ・ 年間1回も宿泊旅行を行わない旅行者が各年4割弱程度、1～3回の合計が概ね4割を占め、4回以上の宿泊旅行の割合は2割程度となっています。

#### 【旅行者数（延べ人数・実人数）】

- ・ 平成26年4月に消費税率8%になったこともあり、前年よりも旅行者数が減少していますが、それ以降は増加傾向に転じています。



(3) 人気の旅行先



都道府県別宿泊旅行者数(延べ人数)



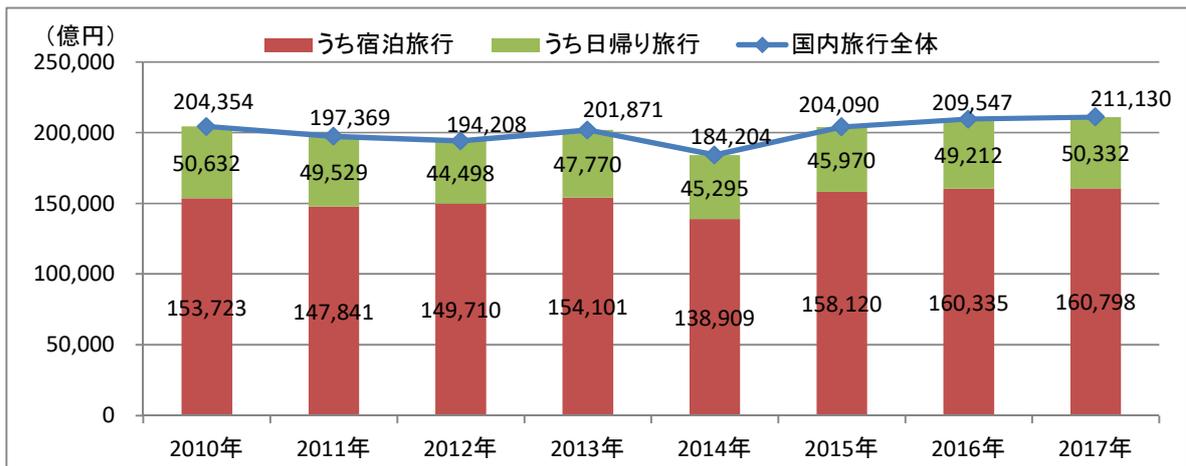
都道府県別日帰り旅行者数(延べ人数)

出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査(2017年)」を基に作成

- ・ 宿泊旅行は、「東京都」「大阪府」「神奈川県」などの大都市圏が上位にある一方、「静岡県」や「長野県」といった大都市圏から少し離れた場所も上位となっています。
- ・ 日帰り旅行は、「東京都」「千葉県」「神奈川県」「愛知県」などの大都市圏が上位を占めています。

# 1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況

## (4) 観光消費額の動向



国内旅行消費額の推移

### 国内旅行一人1回当たり旅行単価

2017年(H29年)	国内旅行	宿泊旅行	日帰り旅行
旅行消費額[億円]	211,130	160,798	50,332
旅行者数[万人]	64,751	32,333	32,418
旅行単価[円]	32,606	49,732	15,526

出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査 H29)」を基に作成

### 宿泊費

	1泊2食付き (平日)[円]	前年比 [%]	1泊2食付き (休前日)[円]	前年比 [%]	平日・休前日 の差[円]
2015年(H27年)	16,315	—	19,453	—	3,138
2016年(H28年)	16,770	103	19,911	102.4	3,141
2017年(H29年)	17,441	104	20,389	102.4	2,948

出典：総務省統計局「小売物価統計調査年報 全国統一価格品目の価格)」を基に作成

- ・平成29年の「国内旅行消費額（国内旅行全体）」は21兆1,130億円で微増しています。そのうち、「宿泊旅行消費額」は16兆798億円で増加傾向にあります。一方で、「日帰り旅行消費額」は5兆332億円で概ね横ばいで推移しています。
- ・国内旅行一人1回当たり旅行単価のうち、宿泊旅行は、日帰り旅行と比べて約3倍となっています。
- ・宿泊費は、年々上昇傾向にあり、平日と休前日の価格差は、概ね3,000円となっています。

1-4. 交通手段の状況

(1) 北陸新幹線敦賀延伸開業等をもたらす影響・効果

北陸新幹線敦賀延伸開業がもたらす効果（推計）

	北陸全体	うち福井県
経済波及効果	約800億円/年	約210億円/年
雇用創出効果	約7,200人分/年	約1,900人分/年

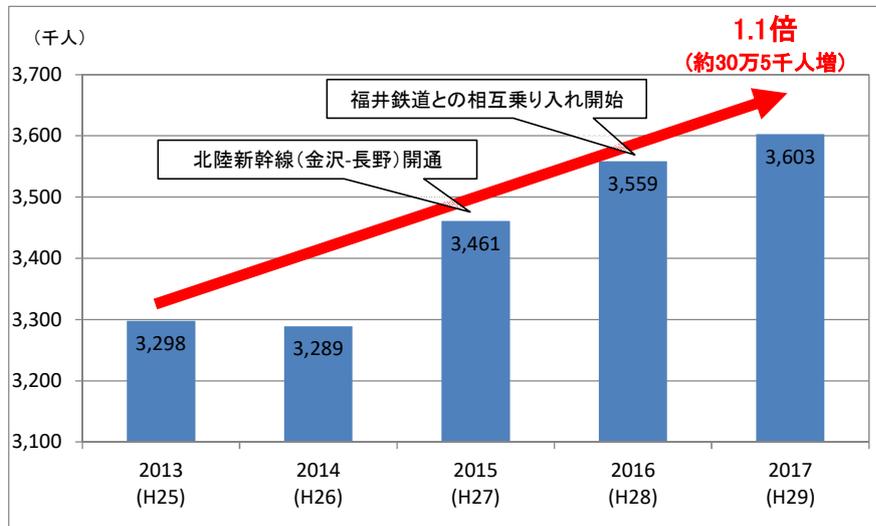
出典：「H24.11 北陸経済連合会調査」を基に作成

(2) 鉄道（北陸新幹線・えちぜん鉄道）・道路（中部縦貫自動車道）関連



北陸新幹線ルート

出典：福井県HP 福井県新幹線建設推進課「北陸新幹線レポート（創刊号）」



えちぜん鉄道利用人員実績推移

出典：OKB 総研（「利用人員実績」（えちぜん鉄道株式会社）

- ・ 東京ー金沢間を運行している北陸新幹線は、2023年春に金沢ー敦賀間が延伸開業する予定です。
- ・ えちぜん鉄道の利用者数は、平成27年の北陸新幹線金沢開業、平成28年の福井鉄道との相互乗り入れを機に、順調に利用者を伸ばし、平成25年からの5年間では1.1倍となっています。
- ・ 自動車専用道路では、「中部縦貫自動車道」が、中京圏と福井県を結ぶ第2ルートとして、県内全線整備に向けた工事が進み、2022年度の供用開始を要望しています。

# 1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況

## (3) 航空（小松空港・能登空港）・クルーズ船関連

### ■国内線

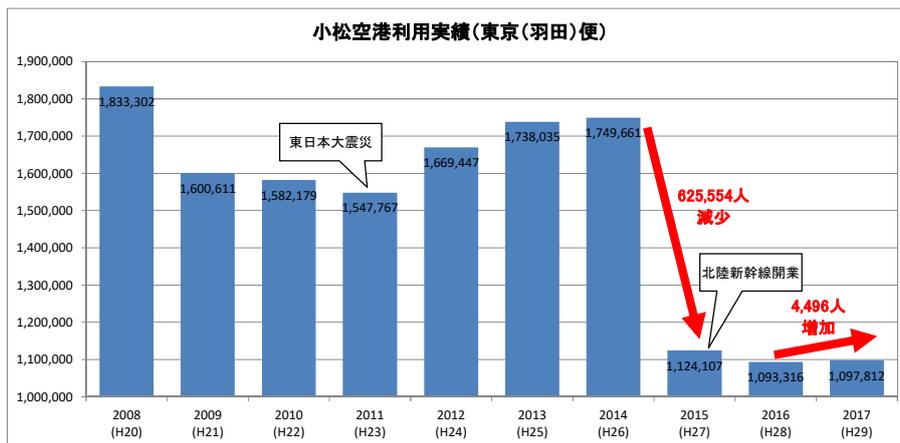
小松空港	東京(羽田)便	全日本空輸 日本航空	1日10往復
	成田便	IBEXエアラインズ(ANA共同運航)	1日1往復
	札幌(新千歳)便	全日本空輸	1日1往復
	仙台便	IBEXエアラインズ(ANA共同運航)	1日2往復
	福岡便	全日空 IBEXエアラインズ(ANA共同運航)	1日4往復
	那覇便	日本トランスオーシャン空港	1日1往復
能登空港	東京(羽田)便	全日空 IBEXエアラインズ(ANA共同運航)	1日2往復

### ■国際便

小松空港	ソウル(仁川)便	大韓航空(JAL共同運航)	水・金・日
	上海(浦東)便	中国東方航空(JAL共同運航)	月・木・金・日
	台北(桃園)便	エバー航空(ANA共同運航) タイガーエア台湾	月・火・水・金・土 木・日
	香港便	※2019年4月～定期就航予定	水・土

小松空港・能登空港に就航している航空路線（平成30年9月現在）

出典：小松空港HP「フライト情報」を基に作成



小松空港利用実績（東京（羽田）便）

出典：「小松空港 小松空港利用実績」

- 国内線は東京（羽田）便の1日10往復を含む6路線、国際線はソウル・上海・台北の路線が小松空港に就航しています。
- 北陸新幹線開業後、石川県内は首都圏等からの多くの観光客で賑わっていますが、小松空港の東京（羽田）便は、利用者数が大きく減少しています。（前年より625,554人減少）  
⇒ 航空路線の利用促進のため、航空会社、石川県、福井県がプロモーションを行ったことにより、平成29年には小松空港の東京（羽田）便の利用客数は回復に転じています。（前年より4,496人増加）
- 昨今、話題となっているクルーズ船は、国内100を超える港が寄港実績を有しており、近隣の港では、金沢44回、富山伏木8回、敦賀5回、輪島と七尾が4回の寄港があります。（平成30年実績）

(4) 観光地間の連携・交通手段

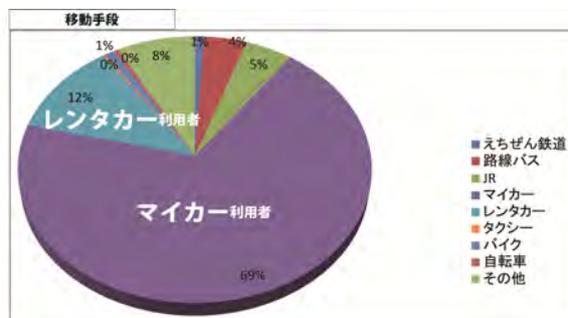
内容：坂井あわらエリア内主要観光地における観光客動向調査  
 実施日 平成 28 年 9 月 23 日(金)～25 日(日)  
 平成 28 年 11 月 18 日(金)～20 日(日)  
 データ取得数 9 月調査 2,202 件、11 月調査 1,908 件

■ 東尋坊

平成 28 年 9 月調査



東尋坊とその他観光地の周遊状況 (9 月調査)

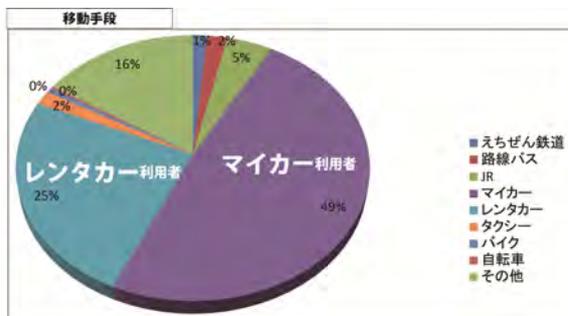


東尋坊への交通手段比率 (9 月調査)

平成 28 年 11 月調査



東尋坊とその他観光地の周遊状況 (11 月調査)

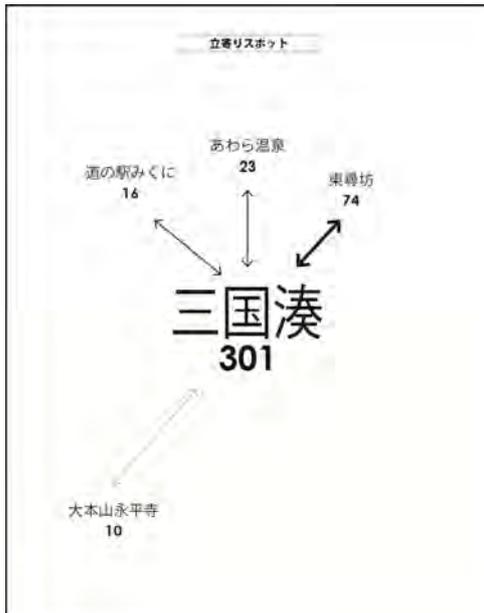


東尋坊への交通手段比率 (11 月調査)

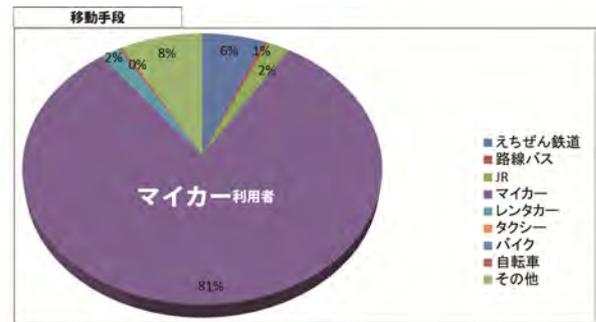
# 1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況

## ■ 三国湊

平成 28 年 9 月調査

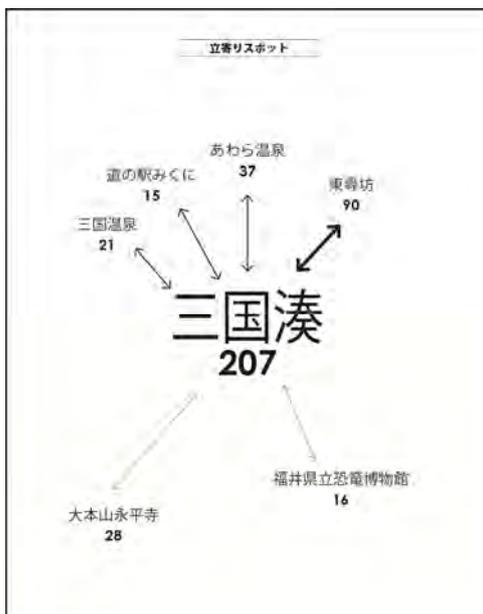


三国湊とその他観光地の周遊状況 (9 月調査)

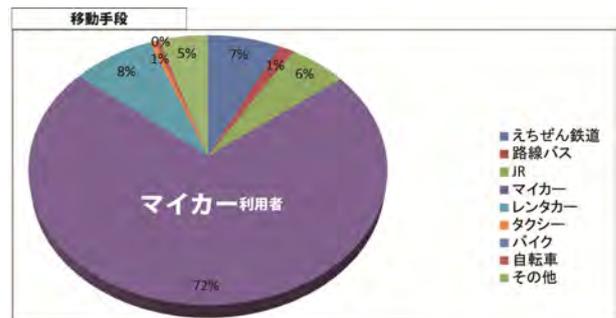


三国湊への交通手段比率 (9 月調査)

平成 28 年 11 月調査



三国湊とその他観光地の周遊状況 (11 月調査)



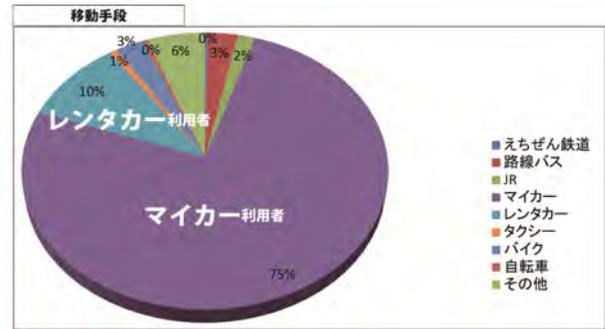
三国湊への交通手段比率 (11 月調査)

■ 丸岡城

平成 28 年 9 月調査



丸岡城とその他観光地の周遊状況 (9月調査)

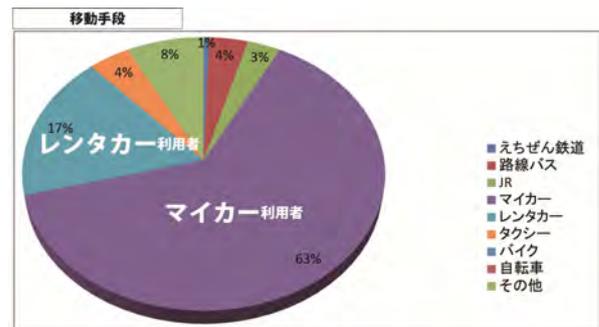


丸岡城への交通手段比率 (9月調査)

平成 28 年 11 月調査



丸岡城とその他観光地の周遊状況 (11月調査)



丸岡城への交通手段比率 (11月調査)

出典：坂井・あわらエリア周遊滞在型観光推進計画書「資料編」

## 1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況

- ・ 東尋坊を訪れた人は、「あわら温泉」に立ち寄っている人が多く、その他にも「大本山永平寺」や「福井県立恐竜博物館」への立ち寄りが目立ちます。
- ・ 三国湊を訪れた人は、「東尋坊」に立ち寄っている人が多く、その他にも「あわら温泉」への立ち寄りも比較的多いように見えます。
- ・ 丸岡城を訪れた人は、「東尋坊」に立ち寄っている人が多く、「一乗谷朝倉氏遺跡」、「大本山永平寺」などの「歴史」に関連した場所への立ち寄りも多い傾向にあります。
- ・ 「東尋坊」「三国湊」「丸岡城」のいずれも、約8割以上がマイカー及びレンタカー利用で訪れています。



## 1-5. 観光案内所・観光団体の状況

福井県と石川県にあるカテゴリー化された施設

石川県(観光案内所名)	住所	カテゴリー
イオンスタイル新小松	小松市	パートナー
ANAクラウンプラザ	金沢市	パートナー
グッドネイバー	金沢市	パートナー
ゲストハウスPongyi(ポンギー)	金沢市	パートナー
北陸道 尼御前サービスエリア上り線 エリア・コンシェルジュ	加賀市	1
北陸道 尼御前サービスエリア下り線 エリア・コンシェルジュ	加賀市	1
ホテル日航金沢	金沢市	1
石川国際交流サロン	金沢市	パートナー
石川県国際交流センター(公益財団法人17国際交流会)	金沢市	パートナー
小松空港案内所	小松市	1
加賀市観光情報センター KAGA旅・まちネット	加賀市	1
金沢国際ホテル	金沢市	1
金沢観光案内所	金沢市	2
金沢 東急ホテル	金沢市	パートナー
こまつふれあいショップ ぶっさんや	小松市	1
クロネコほっとステーション	金沢市	2
めいてつ・エムザ 黒門小路 案内所	金沢市	パートナー
道の駅 のと里山空港	輪島市	1
道の駅 とぎ海街道	志賀町	パートナー
珠洲ビーチホテル	珠洲市	2
すみよしや旅館	金沢市	パートナー
わじま観光案内センター	輪島市	1
和倉温泉駅観光案内所	七尾市	1
ゆのくにの森	小松市	2

福井県(観光案内所名)	住所	カテゴリー
あわら湯のまち駅観光案内所	あわら市	1
芦原温泉駅観光案内所	あわら市	1
ウェルカムセンター(福井市観光案内所)	福井市	2
北陸道 南条サービスエリア下り線 エリア・コンシェルジュ	南越前町	1
北陸道 南条サービスエリア上り線 エリア・コンシェルジュ	南越前町	1
道の駅 九頭竜	大野市	1
道の駅「若狭おばま」	小浜市	パートナー
道の駅 シーサイド高浜	高浜町	パートナー
道の駅 越前 観光案内所	越前町	1
敦賀駅交流施設オルパーク観光案内所	越前市	1
観光・匠の技案内所	越前市	1

【カテゴリー3】 : 常時英語による対応が可能。その上で、英語を除く2以上の言語での案内が常時可能な体制がある。全国レベルの観光案内を提供。原則年中無休。Wi-Fiあり。ゲートウェイや外国人来訪者の多い立地。

【カテゴリー2】 : 少なくとも英語で対応可能なスタッフが常駐。広域の案内を提供。

【カテゴリー1】 : 常駐でなくとも何らかの方法で英語対応可能。地域の案内を提供。

【パートナー施設】 : 観光案内を専業としない施設であっても、外国人旅行者を積極的に受け入れる意欲があり、公平・中立な立場で地域の案内を提供。

出典 : JNTO Visit Tourist Information Centers in japan

## 1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況

### 坂井市にある観光案内所

坂井市(観光案内所名)	住所
坂井市東尋坊観光交流センター	坂井市三国町安島64-1-166
三国湊町家館	坂井市三国町北本町4-6-55
三國湊座	坂井市三国町北本町4-6-48
道の駅 みくに ふれあいパーク三里浜	坂井市三国町山岸67-3-1
一筆啓上茶屋	坂井市丸岡町霞町3-1-3
竹田水車メロディーパーク	坂井市丸岡町山口64-30
道の駅 さかい 坂井地域交流センターいねす	坂井市坂井町蔵垣内34-14-1

- ・ 福井県及び石川県にはカテゴリー化を受けた観光案内所がいくつもありますが、坂井市にはカテゴリー化を受けている観光案内所が存在していません。  
⇒ 本市を訪れた外国人旅行者が観光案内所で観光情報を得ようとした際に、その対応体制がまだ整っていないと言えます。

### 福井県と石川県にあるDMO

種別	福井県(法人名)
地域DMO	(株)まちづくり小浜
地域DMO	勝山市観光まちづくり(株)

種別	石川県(法人名)
地域連携DMO	(公社)石川県観光連盟
地域DMO	(一社)金沢市観光協会
地域DMO	(一社)こまつ観光物産ネットワーク
地域DMO	(一社)加賀市観光交流機構
地域DMO	(一社)白山市観光連盟

【地域連携DMO】：複数の地方公共団体に跨がる区域を一体とした観光地域として、マーケティングやマネジメント等を行うことにより観光地域づくりを行う組織

【地域DMO】：原則として、基礎自治体である単独市町村の区域を一体とした観光地域として、マーケティングやマネジメント等を行うことにより観光地域づくりを行う組織

※広域連携DMO及び地域連携DMOの形成・確立に当たっては、連携する地域間で共通のコンセプト等が存在すれば、必ずしも地域が隣接している必要はありません。

出典：国土交通省 観光庁 「日本版DMOになるには」

### 坂井市にある観光団体

観光団体名
(一社)坂井市観光連盟
坂井市三国観光協会
坂井市丸岡観光協会

- ・ 現状、福井県内には2団体、石川県内には5団体のDMO組織が存在しています。  
⇒ 本市には3つの観光団体が存在していますが、まだDMO組織は存在していません。

## 1-6. 観光資源・地域資源の状況

## (1) 主要行祭事・観光地の入り込み状況

## 主要行祭事の入込み状況

行祭事(平均入込数順)	H27(2015) [千人]	H28(2016) [千人]	H29(2017) [千人]	H29(2017) 対前年比 [%]
ふくい春まつり	238	223	324	145
三国花火大会(坂井市)	210	230	230	100
さばえつつじまつり	199	207	202	98
とうろう流しと大花火大会	200	185	190	103
三国祭(坂井市)	185	175	184	105
敦賀まつり	167	158	170	108
越前時代行列	151	153	130	85
福井フェニックスまつり	136	141	143	101
越前市サマーフェスティバル	114	122	122	100
おおの城まつり	108	116	125	108
竹田の里しだれ桜まつり(坂井市)	57	78	68	87
丸岡城桜まつり(坂井市)	60	69	60	87
ゆりフェスタ(坂井市)	60	64	62	97

出典：福井県観光振興課「福井県観光客入込数（推計）」（平成 27～29 年）を基に作成

- ・ 「三国花火大会」や「三国祭」は、20 万人前後の入込み状況となっています。  
⇒ 福井県の中では坂井市の行祭事は上位に位置する入込み数です。

## 主要観光地の入り込み状況

観光地(平均入込数順)	H27(2015) [千人]	H28(2016) [千人]	H29(2017) [千人]	H29(2017) 対前年比 [%]
東尋坊(坂井市)	1,479	1,441	1,344	93.3
恐竜博物館・かつやま恐竜の森	1,053	1,107	1,023	92.4
西山公園	990	1,061	966	91.0
あわら温泉	1,018	964	905	93.9
大野まちなか観光	924	977	918	94.0
一乗谷朝倉氏遺跡	1,080	901	803	89.1
氣比神宮	662	747	740	99.1
大本山永平寺	581	562	526	93.6
芝政ワールド(坂井市)	441	526	504	95.8
丸岡城(坂井市)	389	412	392	95.1

出典：福井県観光振興課「福井県観光客入込数（推計）」（平成 27～29 年）を基に作成

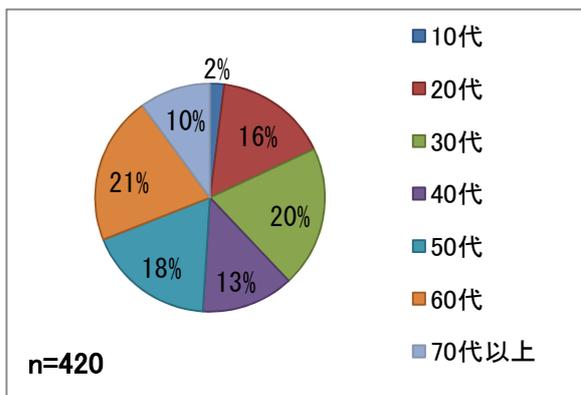
- ・ 「東尋坊」は、140 万人前後の入込み状況となっています。  
⇒ 福井県の中では坂井市の観光地が最上位に位置する入込み数です。

# 1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況

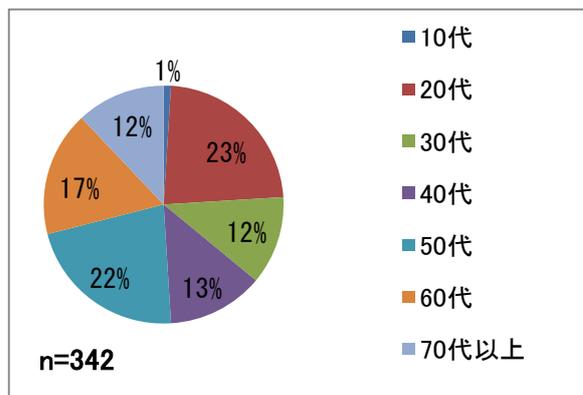
## (2) 市内各観光地の入り込み状況

### ■ 東尋坊

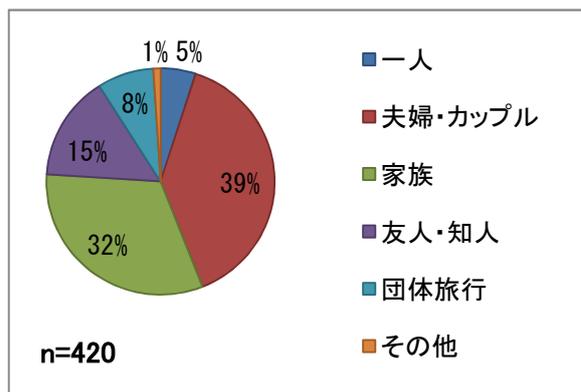
実施日：平成 28 年 9 月 23 日(金)・24 日(土)・25 日(日)  
 平成 28 年 11 月 18 日(金)・19 日(土)・20 日(日)  
 データ取得人数：n=420 件・n=342 件  
 調査方法：現地でのアンケート調査



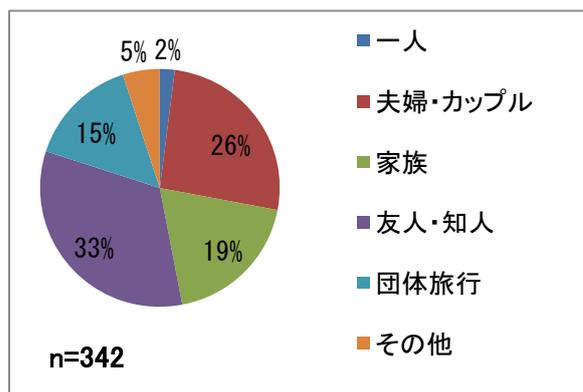
来訪者の年代分布(9月調査)



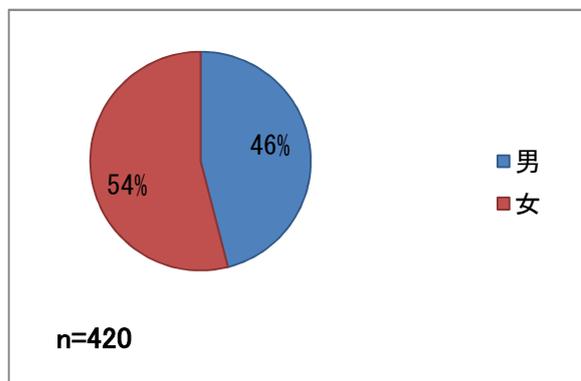
来訪者の年代分布(11月調査)



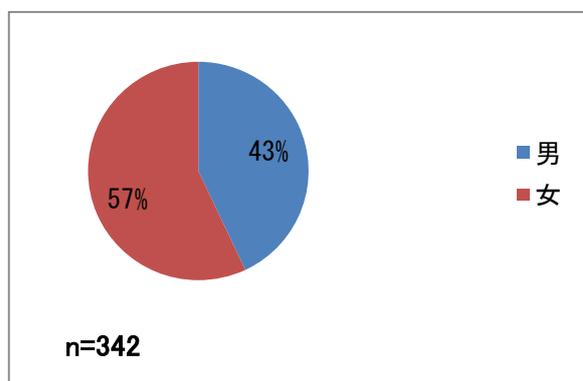
来訪者の属性分布(9月調査)



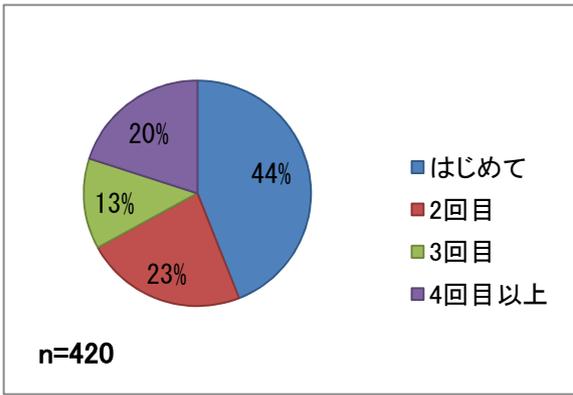
来訪者の属性分布(11月調査)



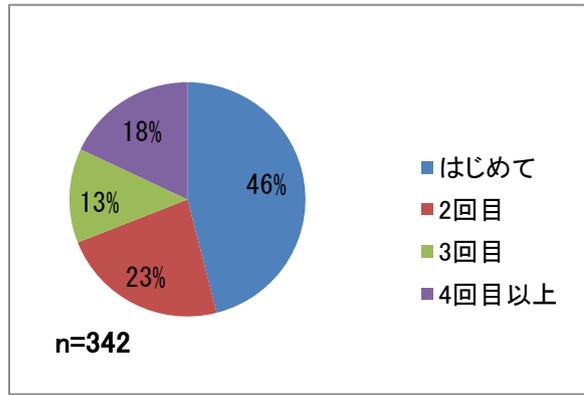
来訪者の男女別分布(9月調査)



来訪者の男女別分布(11月調査)



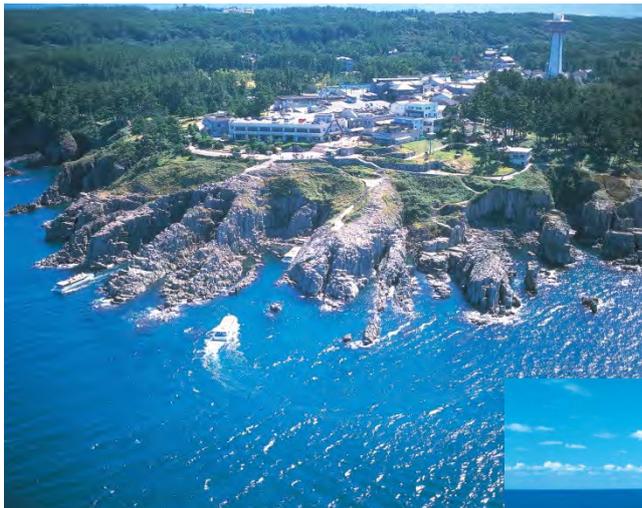
来訪者のリピーター率(9月調査)



来訪者のリピーター率(11月調査)

出典：坂井・あわらエリア周遊滞在型観光推進計画書「資料編」

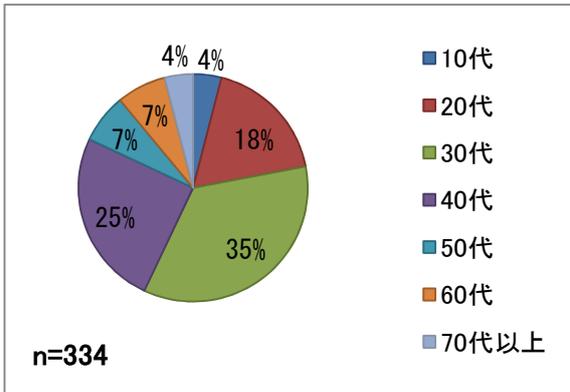
- ・「東尋坊」は10代以外の幅広い年齢層が来訪しています。
- ・「夫婦・カップル」や「家族」が多く、「一人旅行」はさほど多くないようです。
- ・初回来訪者が多いものの、4回以上来訪しているリピーターも2割程度います。



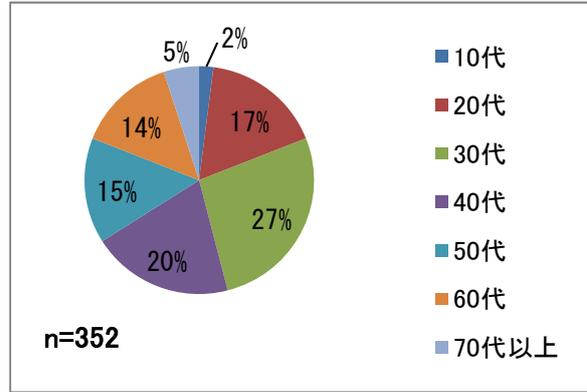
# 1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況

## ■ 越前松島水族館

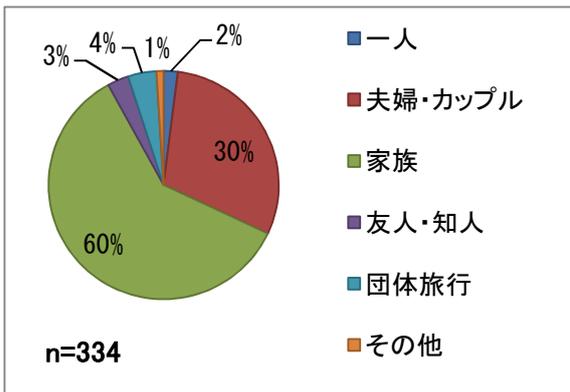
実施日：平成 28 年 9 月 23 日(金)・24 日(土)・25 日(日)  
 平成 28 年 11 月 18 日(金)・19 日(土)・20 日(日)  
 データ取得人数：n=334 件・n=352 件  
 調査方法：現地でのアンケート調査



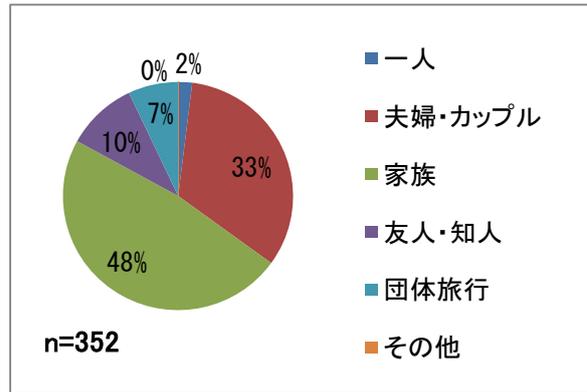
来訪者の年代分布 (9 月調査)



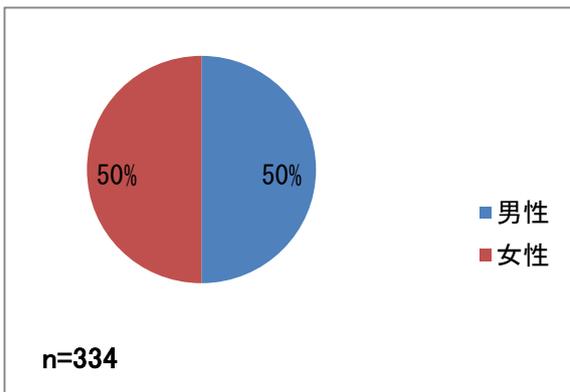
来訪者の年代分布 (11 月調査)



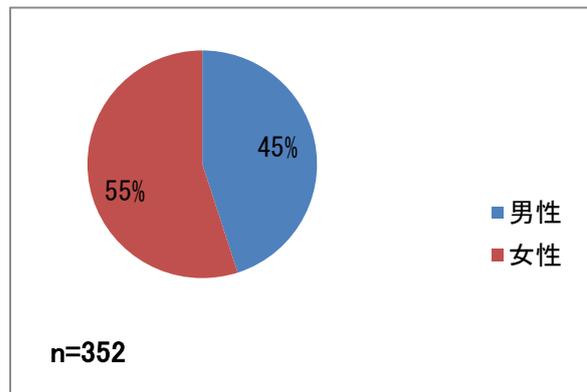
来訪者の属性分布 (9 月調査)



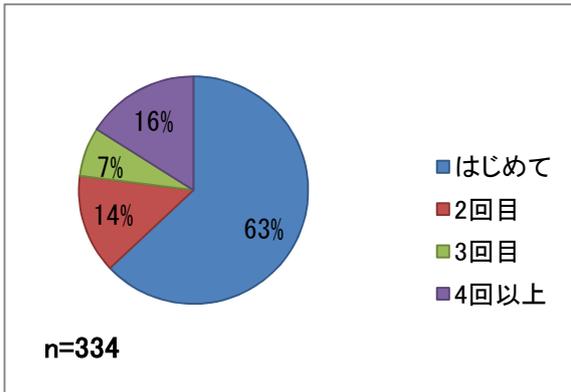
来訪者の属性分布 (11 月調査)



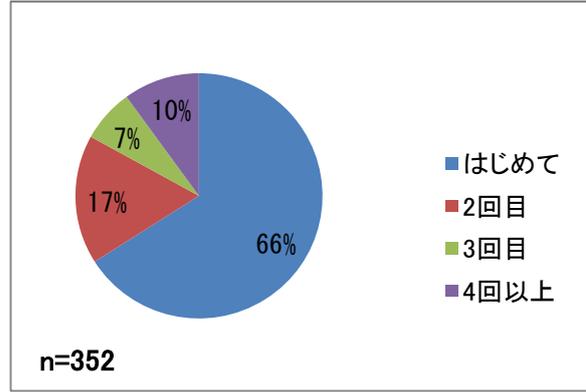
来訪者の男女別分布 (9 月調査)



来訪者の男女別分布 (11 月調査)



来訪者のリピーター率(9月調査)



来訪者のリピーター率(11月調査)

出典：坂井・あわらエリア周遊滞在型観光推進計画書「資料編」

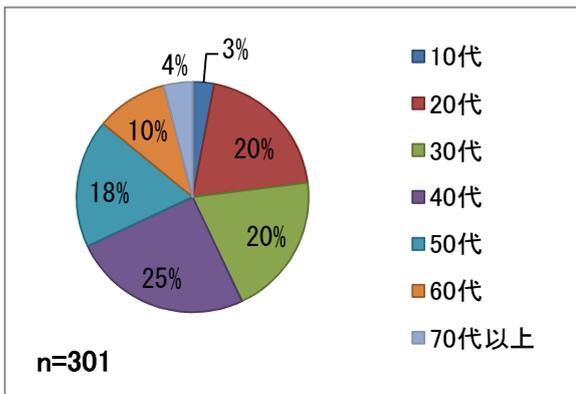
- ・ 20～40代の来訪者が多くなっています。
- ・ 「家族」での来訪が約半数を占めています。
- ・ 初回来訪者が全体の2/3を占めています。



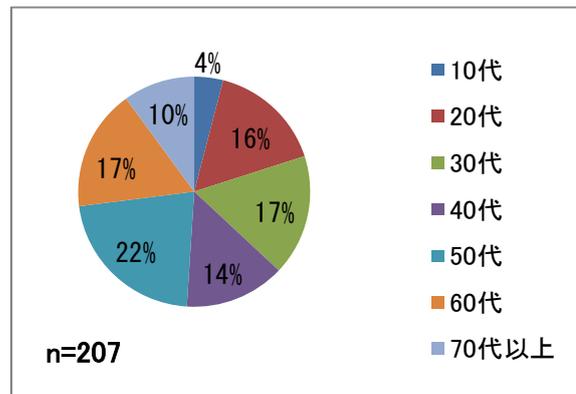
# 1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況

## ■ 三国湊

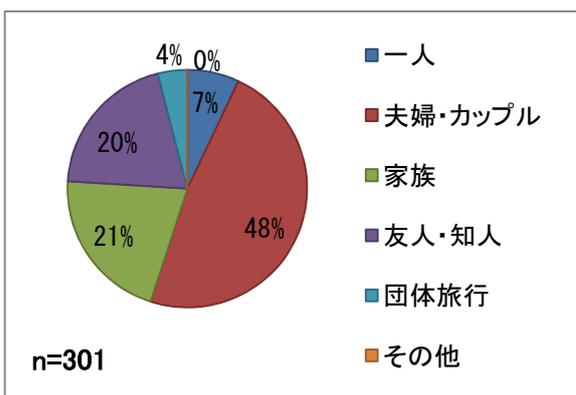
実施日：平成 28 年 9 月 23 日(金)・24 日(土)・25 日(日)  
 平成 28 年 11 月 18 日(金)・19 日(土)・20 日(日)  
 データ取得人数：n=301 件・n=207 件  
 調査方法：現地でのアンケート調査



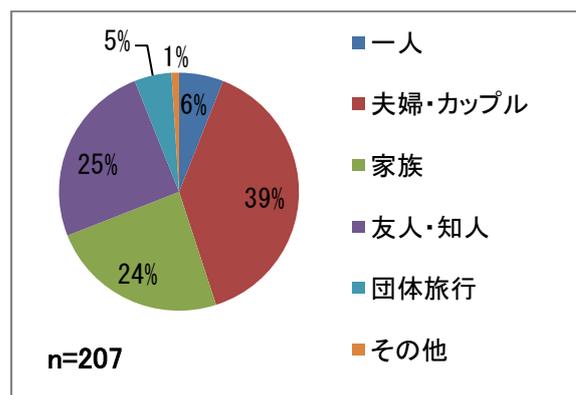
来訪者の年代分布 (9 月調査)



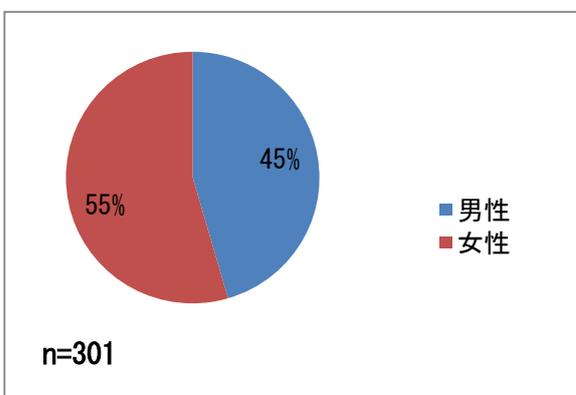
来訪者の年代分布 (11 月調査)



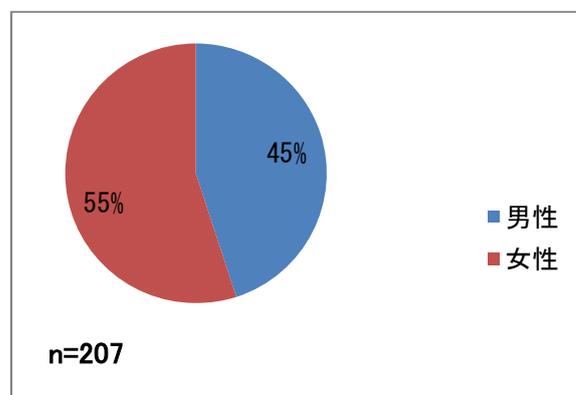
来訪者の属性分布 (9 月調査)



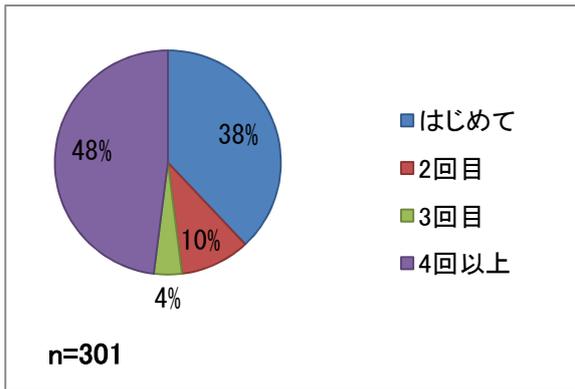
来訪者の属性分布 (11 月調査)



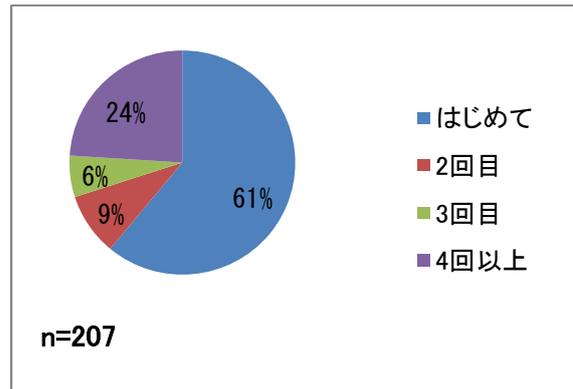
来訪者の男女別分布 (9 月調査)



来訪者の男女別分布 (11 月調査)



来訪者のリピーター率(9月調査)



来訪者のリピーター率(11月調査)

出典：坂井・あわらエリア周遊滞在型観光推進計画書「資料編」

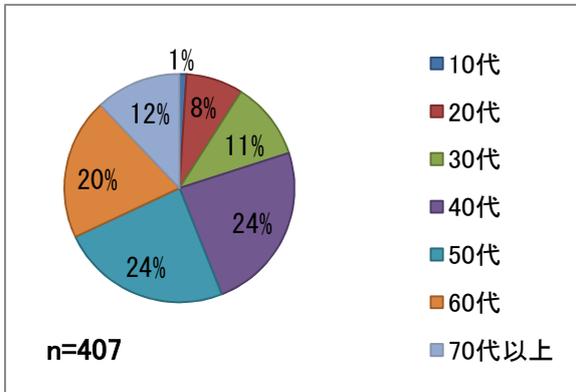
- ・ 20代から60代まで幅広い年代がまんべんなく訪れています。
- ・ 「夫婦・カップル」の割合が高く、次いで「家族」「友人・知人」で訪れる割合が高くなっています。



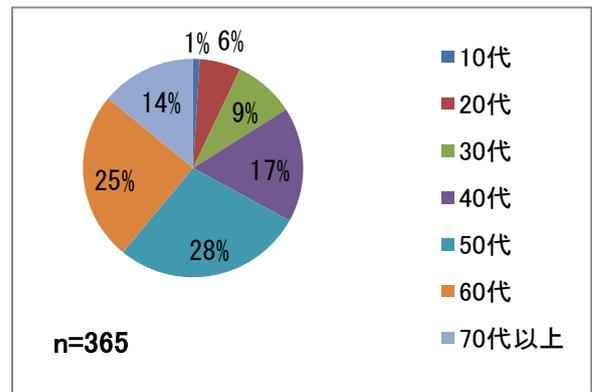
# 1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況

## ■ 丸岡城

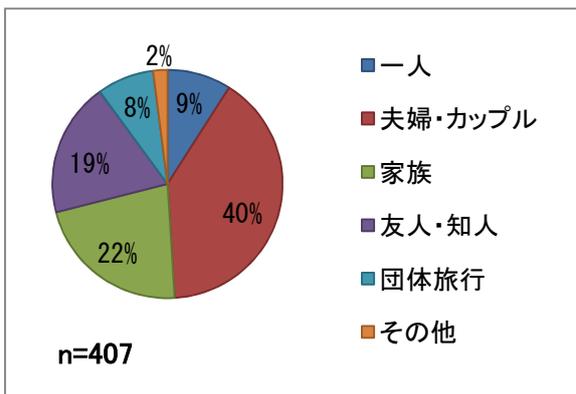
実施日：平成 28 年 9 月 23 日(金)・24 日(土)・25 日(日)  
 平成 28 年 11 月 18 日(金)・19 日(土)・20 日(日)  
 データ取得人数：n=407 件・n=365 件  
 調査方法：現地でのアンケート調査



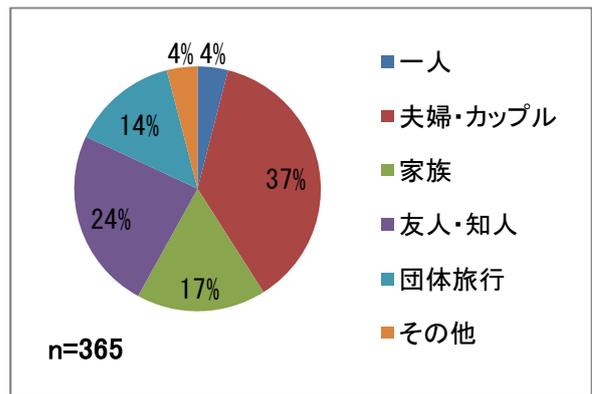
来訪者の年代分布 (9 月調査)



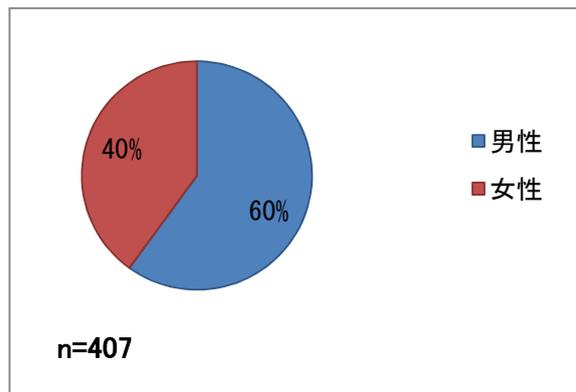
来訪者の年代分布 (11 月調査)



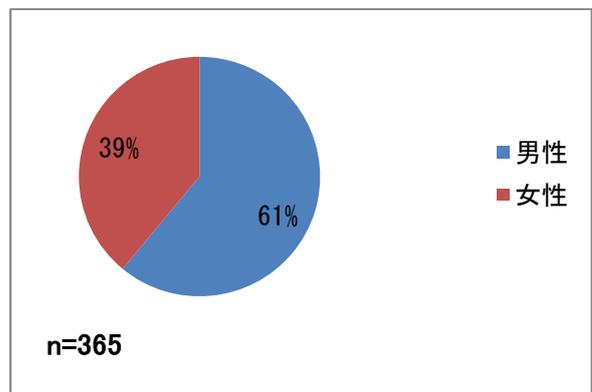
来訪者の属性分布 (9 月調査)



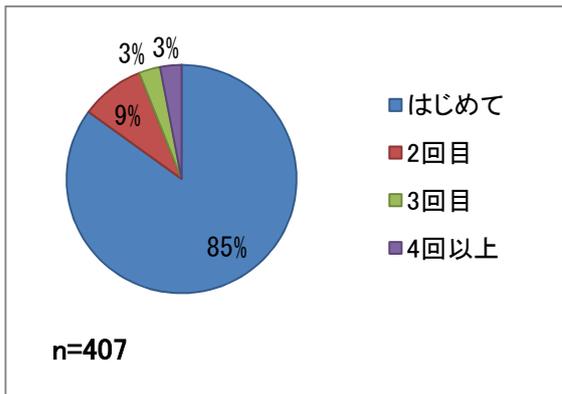
来訪者の属性分布 (11 月調査)



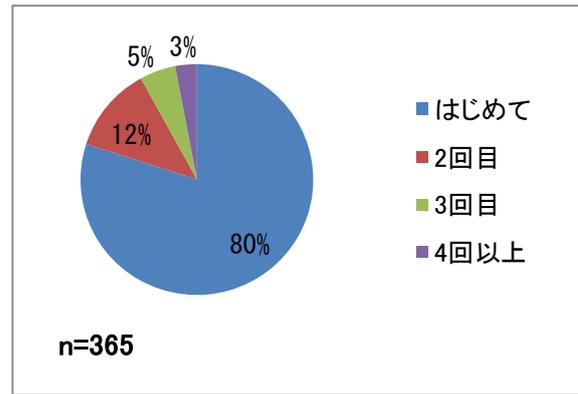
来訪者の男女別分布 (9 月調査)



来訪者の男女別分布 (11 月調査)



来訪者のリピーター率(9月調査)



来訪者のリピーター率(11月調査)

出典：坂井・あわらエリア周遊滞在型観光推進計画書「資料編」

- ・「夫婦・カップル」が最も多く訪れており、一人での旅行や団体旅行は多くありません。
- ・女性より男性の来訪者が多くなっています。
- ・初回来訪者の割合が80%~85%で、リピーターは極端に少なくなっています。



■ 全体を通しての分析

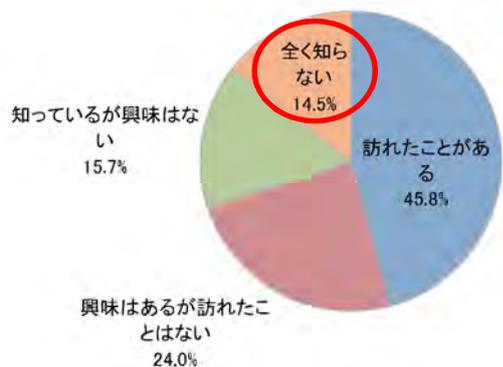
- ・「三国湊」は、初回訪問者とリピーターともに多く訪れていますが、他の観光地は初回訪問者が多くなっています。
- ・東尋坊・越前松島水族館・三国湊は、やや「女性」が多く来訪していますが、丸岡城は「男性」比率が高くなっています。
- ・越前松島水族館・三国湊・丸岡城は、「夫婦」、「カップル」の来訪が多い傾向にあります。
- ・東尋坊・三国湊は、各年齢層が幅広く来訪していますが、越前松島水族館では「20~40代」、丸岡城では「40代以降」の来訪が多く見られます。

# 1. 坂井市の観光・旅行を取り巻く主な状況

## (3) 観光資源・地域資源の認知度について

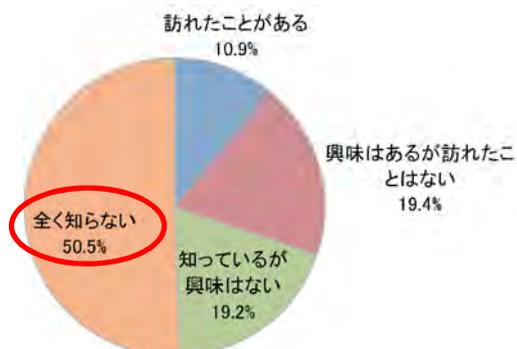
実施日：平成 28 年 12 月 17 日-18 日  
 データ取得人数：1200 サンプル(東京 400、名古屋 400、大阪 400)  
 ※男女比 各 200 サンプル：400 サンプル  
 ※年代 20～29 歳、30～44 歳、45～59 歳、60 歳以上を各 100 サンプル  
 調査方法：ネットリサーチ会社によるモニター調査

### ■ 東尋坊



回答数 %	全体	訪れたことがある	興味はあるが訪れたことはない	知っているが興味はない	全く知らない
全体	1248 100.0	572 45.8	299 24.0	196 15.7	181 14.5
関東地方	416 100.0	126 30.3	124 29.8	85 20.4	31 19.5
中部地方	416 100.0	230 55.3	85 20.4	55 13.2	46 11.1
近畿地方	416 100.0	216 51.9	90 21.6	56 13.5	54 13.0

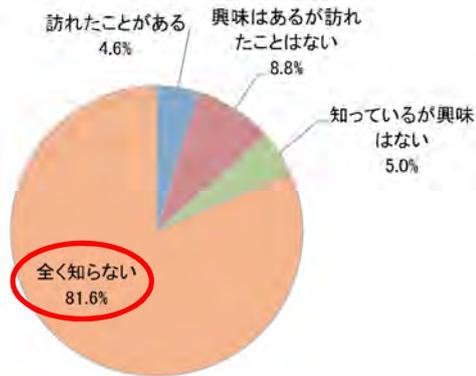
### ■ 芝政ワールド



回答数 %	全体	訪れたことがある	興味はあるが訪れたことはない	知っているが興味はない	全く知らない
全体	1248 100.0	136 10.9	242 19.4	239 19.2	631 50.6
関東地方	416 100.0	8 1.9	27 6.5	15 3.6	365 88.0
中部地方	416 100.0	67 16.1	98 23.6	129 31.0	122 29.3
近畿地方	416 100.0	61 14.7	117 28.1	95 22.8	143 34.4

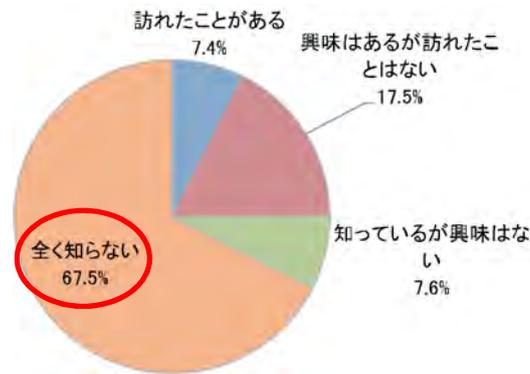


■ 三国湊



回答数 %	全体	訪れたことがある	興味はあるが訪れたことはない	知っているが興味はない	全く知らない
全体	1248 100.0	58 4.6	110 8.8	62 5.0	1018 81.6
関東地方	416 100.0	10 2.4	44 10.6	12 2.9	350 84.1
中部地方	416 100.0	29 7.0	32 7.7	30 7.2	325 78.1
近畿地方	416 100.0	19 4.6	34 8.2	20 4.8	343 82.5

■ 丸岡城



回答数 %	全体	訪れたことがある	興味はあるが訪れたことはない	知っているが興味はない	全く知らない
全体	1248 100.0	92 7.4	218 17.5	95 7.6	843 67.5
関東地方	416 100.0	20 4.8	71 17.1	25 6.0	300 72.1
中部地方	416 100.0	39 9.4	67 16.1	43 10.3	267 64.2
近畿地方	416 100.0	33 7.9	80 19.2	27 6.5	276 66.3

出典：坂井・あわらエリア周遊滞在型観光推進計画書「資料編」

- ・ 東尋坊は、「訪れたことがある」の回答も半数近くあり、概ね認知されていることが分かります。
- ・ それ以外の観光地は半数以上が「全く知らない」と回答していることから、認知度が低いことが分かります。
- ・ 全ての観光地において、「全く知らない」との回答率が、中部地方・近畿地方に比べ関東地方で高く、関東地方での認知度が低いことが分かります。



### 2. 坂井市の観光の課題

坂井市の観光を取り巻く現在の状況、近年の観光に関する全国的な動向も踏まえ、これからの坂井市の観光に関する課題を以下に整理します。

#### 2-1. 既存の観光地に関する課題

##### (1) 東尋坊

###### ■ 通過型観光地からの脱却

福井県内最大の観光地である「東尋坊」を訪れる観光客は、これまでの観光バスを利用した団体ツアー観光から少人数・小グループがマイカーで訪れる個人型観光に旅行形態が大きくシフトしています。岩場の景色だけを楽しんで、食事や買い物をしない通過型の個人観光客が増え、滞在時間も短く観光消費の増加につながらない状況にあります。

###### ■ リピーターの確保

「東尋坊」は、国指定名勝となっている雄大な自然景観が最大の魅力の観光地です。

東尋坊周辺では散策路が整備されていますが、急な階段や坂道が多く、散策しにくい箇所も見受けられます。雄大な景観を楽しみながら、誰もが安全に安心して周遊できる施設整備が求められます。

また、自然景観が魅力である一方、四季折々の移り変わりなどの魅力を十分に紹介出来ていません。自然景観を見て楽しむだけでなく、それらを活用した様々な楽しみ方を提供し、観光客が何度も訪れたいくなる取り組みが必要です。

###### ■ 商店街の魅力向上

「東尋坊」は夕陽の名所としても人気があり、陽気な春先から空気が澄んだ晩秋までの間は、大自然が織りなす景観を求めて多くの若いカップルや外国人旅行者が訪れています。しかしながら、商店街を構成する各個店の閉店時間が早く、来訪者に対し不便で不愉快な空間を提供する結果となっています。また、老朽化した空き店舗の景観や観光客の手荷物を預かるサービスがないなど、商店街全体の魅力向上とホスピタリティの不足が課題として挙げられます。

###### ■ 駐車場の再整備

「東尋坊」は、マイカーやレンタカーでの来訪が非常に多いことから、エリア内の歩行者や自然景観に配慮した駐車場の確保が求められています。しかし、現状の駐車場は、公営と民間の駐車場が混在し、また、駐車場によって料金設定が異なるなど、利用者にとって分かりにくい状況です。観光客が利用しやすい駐車場整備が課題となっています。

##### (2) 丸岡城

###### ■ 北陸唯一の現存天守の城としての魅力向上

国指定重要文化財である丸岡城は、野面積みの石垣や望楼型の古い建築様式を持つ平山城で、霞ヶ城の別称の通り、満開の桜の中に浮かぶ姿は幻想的でひととき美しいお城です。

しかし、全国的な知名度は低く、その存在や魅力が十分に知られていません。日本一短い手紙と強く連携するなど、丸岡城と周辺エリアの魅力向上が課題となっています。

### (3) 三国湊

#### ■ 日本遺産認定を受けた北前船寄港地としての魅力向上

三国湊は、北前船寄港地として日本遺産認定を受けた地域で、北前船交易で栄えた格子戸が連なる町家や豪商の面影が残る歴史的建造物など、情緒ある町並みが残ります。

しかし、県外での知名度は低く、その存在や魅力を知られていないことから、三国湊の魅力の発信が課題となっています。

### (4) 三国温泉

#### ■ 知名度向上と新たな顧客の獲得

三国温泉は、三国漁港で水揚げされた新鮮な海産物が食べられるほか、雄大な日本海を眺めながら温泉に入れるなど、好立地にあります。

しかし、あわら温泉や加賀温泉郷と比べ、県外での知名度は低く、存在や魅力が十分に知られていません。また、一定のリピーターはいるものの、新たな顧客の獲得も必要となっています。

### (5) 竹田地区

#### ■ 集客力の向上

「しだれ桜の里」として人気がある竹田地区では、丈競山での登山や、竹田川での川遊びをはじめ、中山間地特有の食文化や風習、また地域の人々との交流やアクティビティ体験などのグリーンツーリズムを楽しむことができます。

しかし、ターゲットを絞った広報戦略や集客力のあるイベント企画が脆弱であることから、四季を通じた安定的なマーケティング戦略の構築が求められています。

### (6) ゆりの里公園

#### ■ 公園リニューアルに伴う新たな観光地としての活用

農業施設である「ゆりの里公園」は、直売所やレストラン、噴水等の親水施設やイルミネーションを整備することで、幅広い年齢層が楽しめる複合型観光施設としてリニューアルしました。

しかし、施設の魅力を活用しきれておらず、また県外での知名度も低いことから、その存在や魅力を十分に伝えきれていません。プロジェクションマッピングやイルミネーションを楽しめる時間帯はもとより、年間を通じた集客力の更なる向上や魅力の発信が課題となっています。

### (7) 公共施設の充実整備

#### ■ 誰もが快適に利用できる観光地内の公共施設の整備

多様な観光客がストレスなく快適な観光が行えるための環境を整えることも、受け入れ側の責務であると考えています。

分かりやすい観光案内サインや清潔で使いやすい多機能トイレ、手荷物預かり所の設置など観光客が快適に観光できる公共施設の充実整備が課題となっています。

### 2-2. 観光資源・地域資源に関する課題

#### (1) トレンド（民泊、農泊、就農体験など）

##### ■ 新たな観光ニーズへの対応

これまでの物見遊山的な観光から、海・山・川・里の豊かな自然や地元の人たちとふれあいながら観光客自らが五感で体感する体験型観光など観光客のニーズが多様化しています。時代のトレンドを的確に把握するとともに多様なニーズに対応した取り組みが重要です。

#### (2) イベント

##### ■ イベントの知名度向上

坂井市には、北陸を代表する三国祭や三国花火大会といった大きな集客力を誇るイベントがあるものの、全国的に知られているものではなく、県外からの集客については十分といえない状況です。

歴史や伝統のある祭事行事や既存イベントの知名度向上とともに、日常的な海・山・川・里の風景など、これまで観光資源として捉えていなかった地域資源を掘り起こすなど、新たな資源の利活用が重要です。

#### (3) 食・特産品

##### ■ ブランディングの強化

全国的に有名な高級ブランド「越前がに」以外にも、「若狭牛」「花らっきょ」「竹田の油揚げ」「福地鶏」「福井ポーク」など、ブランド化された特産品があります。

既にブランド化された特産品については、更なるブランド力を高める取り組みが必要です。また、「セイコガニ」「水がに」「甘えび」といった三国産水産物や「越のルビー」「スイカ」「メロン」なども、地元の魅力ある特産品として美味しさや食べ方・旬の時期をPRするなど、ブランディングの強化が課題です。

##### ■ 年間を通じた食の魅力発信

冬の味覚の王様「越前がに」は、全国に知られている食のブランドの1つですが、その越前がにを楽しむことができる期間は11月から3月であり、通年使える集客ツールではありません。

越前がに以外の食材においては、旬の時期の情報発信が十分でなく、観光客に来てもらいたい時期に、来訪を促す動機付けができていません。

いずれも、食材の量・価格での安定供給はもちろんのこと、様々な食材と組み合わせで情報を発信することや、飲食店や宿泊施設での新しい料理メニューの提供による話題の創出などで、観光客からのニーズが高い「食の魅力」による集客力を、一年を通じて高めていかなければなりません。



### 2-3. 交通に関する課題

#### (1) 広域交通

##### ■ 北陸新幹線敦賀延伸開業に伴う広域交通網の整備

坂井市は、えちぜん鉄道や京福バスなどの路線が延びており、公共交通機関は県内でも充実しているエリアです。

しかし、北陸新幹線敦賀延伸開業に伴う関東圏からの新たな観光客の来訪や外国人旅行者（インバウンド）の需要拡大に対応した二次交通サービスの提供が喫緊の課題です。

新幹線駅や空港・港と市街地・観光地を結ぶ公共交通機関の整備など、坂井市へ誘客するための新たな交通機関の整備や、既存の公共交通機関を活用しながら周辺市町や交通事業者と連携した広域交通網の整備が求められます。

#### (2) 地域内交通

##### ■ 観光客にも分かりやすい二次交通の利便性向上

市内の二次交通の状況は、各交通事業者が主要な観光地と駅などを結ぶ路線運行やサービス提供を行っていることから、県内他地域と比べると整っている状況であると言えます。

しかし、二次交通利用の案内は十分ではなく、個人旅行者や外国人旅行者に観光地等へのアクセス方法が届いていなく、観光客の二次交通利活用ニーズに応えきれていません。

二次交通利用の際の、所要時間・乗り継ぎ場所・運賃・最寄り駅やバス停といった観光客に分かりやすい情報提供を行うなど、利用しやすさを向上させることで、既存二次交通の利用を促し、二次交通利用ニーズに応えていく必要があります。

併せて、二次交通に関するサービスの向上や施設整備、観光客の潜在的利用ニーズがある新規路線の検討などにも、積極的に取り組んで行かなければなりません。



### 2-4. インバウンドに関する課題

#### (1) ハード面

##### ■ 外国人旅行者が利用しやすい施設整備

近年、東尋坊などでは外国人旅行者の来訪が増えており、全国的な傾向と同様に、特にアジア圏から外国人旅行者が増えています。

しかし、文化の異なる外国人旅行者の立場に立った受け入れ環境の整備は十分ではありません。無料 Wi-Fi の整備や多言語に対応した観光案内看板の設置や観光案内所での観光情報提供など、外国人旅行者が利用しやすい施設整備が課題となっています。

#### (2) ソフト面

##### ■ 外国人旅行者の利便性向上

外国人旅行者を受け入れる際には、旅行者側の言葉や文化の理解が必要です。

施設整備などのハード面だけでなく、外国人旅行者の文化に対応したソフト面の取り組みも重要となります。外国人旅行者のニーズを把握し、坂井市に興味を持ってもらう機会を数多く提供していく必要があります。また、店舗でのキャッシュレス化への対応なども課題となっています。

### 2-5. 広報・情報発信に関する課題

#### (1) 既存情報媒体の見直し

現在、パンフレットやポスターといった従来からの広報資材のほか、ホームページの運営、新聞や雑誌への広告掲載などを行っています。従来からの紙媒体による情報発信は、情報更新の周期が長くなる傾向にあるため、タイムリーな情報提供には向きませんが、手軽で有効な情報発信手段の一つとして、最新の情報への更新や多数あるパンフレットの集約など、分かりやすい魅力ある広報資材の作成に努めていくことが課題となっています。

#### (2) 新たな情報発信環境への対応

目まぐるしい進展を続ける情報化社会を見据えると、インターネットを用いた多様な SNS による情報発信は、スマートフォンを頻繁に利用する国内の若年層や外国人旅行者だけでなく、幅広い年齢層の全国各地の方々に対しても、スピード感を持った訴求力があります。これらは既に情報発信手段の主力となっていることから、この媒体を利活用した情報発信手法の確立が急務となっています。

## 2-6. 観光の担い手に関する課題

### (1) 組織・連携

#### ■ 官民連携の強化による受け入れ体制の整備

市内での観光施策を戦略的かつ効果的に展開していくためには行政のみならず観光団体や民間企業、地域住民が連携しながら、一体となって取り組むことが重要です。

観光団体の組織統一やDMOの設立も、今後重要な取り組みの1つであると言えます。

DMO設立に向けた取り組みは、地域リーダーの台頭やリーダーとなるような人材の育成にもつながります。

#### ■ 広域連携の強化による誘客拡大

観光客を幅広く呼び込み、市内での周遊性や回遊性を高めていくには、様々な地域や組織との連携が必要です。例えば、三国温泉への宿泊客を増やしていくには、本市単独での取り組みと合わせて、県下最大の宿泊集積地あわら温泉を有するあわら市と連携しながら、認知度を高めていくことも、大切な取り組みであると言えます。

### (2) 人材(財)

#### ■ 観光の担い手の育成

現在、三国湊と丸岡城において観光ガイドが活動しており、分かりやすい歴史や建物、町歩きの説明や案内が観光客に喜ばれています。しかしながら、お互いの歴史を紹介しあうことは少なく、周辺の観光地や広域的な観光案内も十分ではないようです。観光ガイドが歴史や見どころと関連付けながら、周辺観光地の案内も行うことで、直接的に観光客の好奇心を刺激し、周遊を促すことができます。幅広い知識で様々な案内ができる観光ガイドや観光担い手の育成や技量向上も、早急に取り組むべきことの一つです。

#### ■ 市への愛着の醸成(シビックプライド)

観光客をもてなして受け入れることは、観光関係者やボランティアの方々に限定されることではありません。市民が気さくに観光客と接することが増えれば、観光客にとって、そのことも訪問先の魅力の一つに映ります。そのためには、市民が地元へ愛着と誇りを持って、観光客に優しく接することができる機運醸成も大切です。



## 3. 観光ビジョンの基本的な考え方

### 3-1. 基本コンセプト

坂井市の観光における目指すべき方向性として、坂井市観光ビジョン戦略基本計画の基本コンセプトを下記のとおり定めます。

# 彩り豊かな歳時記で 住む人も訪れる人も 笑顔あふれる観光交流のまち

目の前に迫ってきている大きなイベントとして、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催や2023年の北陸新幹線敦賀延伸開業をはじめ、2025年の大阪関西万国博覧会の開催等があり、本市としても、このイベント等を絶好のチャンスと捉え、多様な資源を持った本市の「魅せ方」や「楽しみ方」等をしっかりと確立し、観光産業によって豊かな地域を創造することが必要です。

また、2003年4月からスタートしたビジットジャパン事業の展開により、訪日外国人旅行者の急増が継続している昨今、地方都市にもしっかりと楽しんで観光消費をしてもらう仕掛けが求められております。

こうしたなか、理想的な「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりにあたっては、地域住民を主体とした幅広い「地域づくり」の議論はもとより、来訪者のニーズを踏まえた関係者による戦略的な「観光振興」の議論を積み重ねていくことが非常に重要です。

これら観光施策の推進母体としては、マーケティング機能とマネジメント機能を兼ね備え、多様な人々の意見を集約し合意形成を図りながら、地域経済の好循環を実現させることが可能な「日本版DMO」組織の創設が必要であり、できるだけ早い段階で組織化の実現を図り、観光振興の施策を展開すべきであります。

本市には、北陸を代表する風光明媚な景勝地である「東尋坊」や国内現存12天守の一つである「丸岡城」、また、北前船寄港地として日本遺産に認定された「三国湊」をはじめ、際立った魅力を持つ観光地や観光資源を数多く有しております。

これらを有効に利活用して、観光客による人々の交流をより盛んにしていくことで、人口減少により地域の経済活動が縮小していくことに立ち向かっていかなければなりません。観光客がより多く来訪し、そして、笑顔で本市を楽しんでもらえれば、きっとリピーターとなって、新しい仲間を連れて再訪してくれるはずです。この好循環のスパイラルを継続することで、市民にも観光を通じて笑顔が増えていくものと思います。

本市の四季折々にある数多くの魅力的な観光資源を「彩り豊かな歳時記」と表現し、観光という人々が交流する機会を活かして、市民にも観光客にも笑顔があふれ広がることをこの計画の未来像として掲げ、基本コンセプトとします。

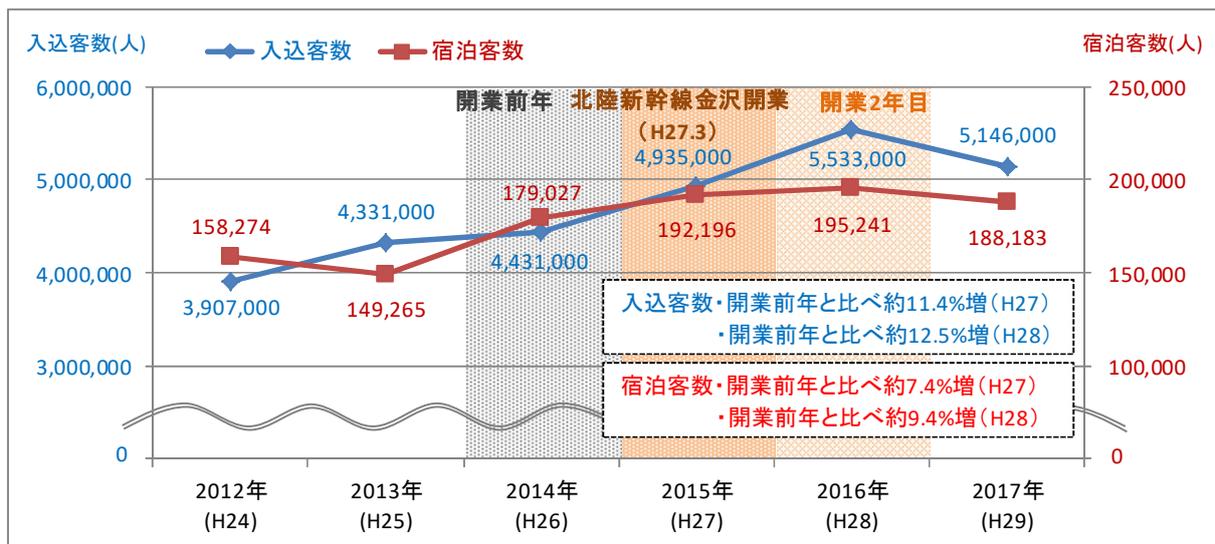
## 3-2. 目標指標

分類	現状値 (2017年)		目標値 (2023年)
観光客入込数※ <sup>1</sup>	514.6万人	約17%増	600.0万人
年間国内宿泊者数※ <sup>2</sup>	186,707人	約7%増	200,000人
年間外国人宿泊者数※ <sup>2</sup>	1,476人	約14倍増	20,000人
観光消費額	264.5億円	約17%増	310.0億円

※1 福井県観光振興課「平成28年観光動向調査」

※2 2017年の市集計結果

※観光消費額の目標値は、福井県観光振興課「平成28年観光動向調査」結果より、1人当たりの平均観光消費額（県内消費）を参考に、2017年の市統計結果の入込客数、年間宿泊者数、年間外国人宿泊者数に掛け合わせて試算



(参考) 人口減少分に相当する消費額を観光客で補う場合の必要人数目安 (人)

	2015年	2020年	2023年	2025年
人口推計	90,433	88,419	86,916	85,915
減少人数	-	2,014	3,517	4,518

直近の観光客の増減に関する数値や動向を基に、既に恩恵を受けている北陸新幹線金沢開業による効果を勘案し、また、2023年の北陸新幹線敦賀延伸開業時に受ける大きなインパクト分を上乘せして、合わせて、観光に関係する各種事業や団体の取り組みによる効果やそこで設定されている目標値も踏まえて、設定しました。

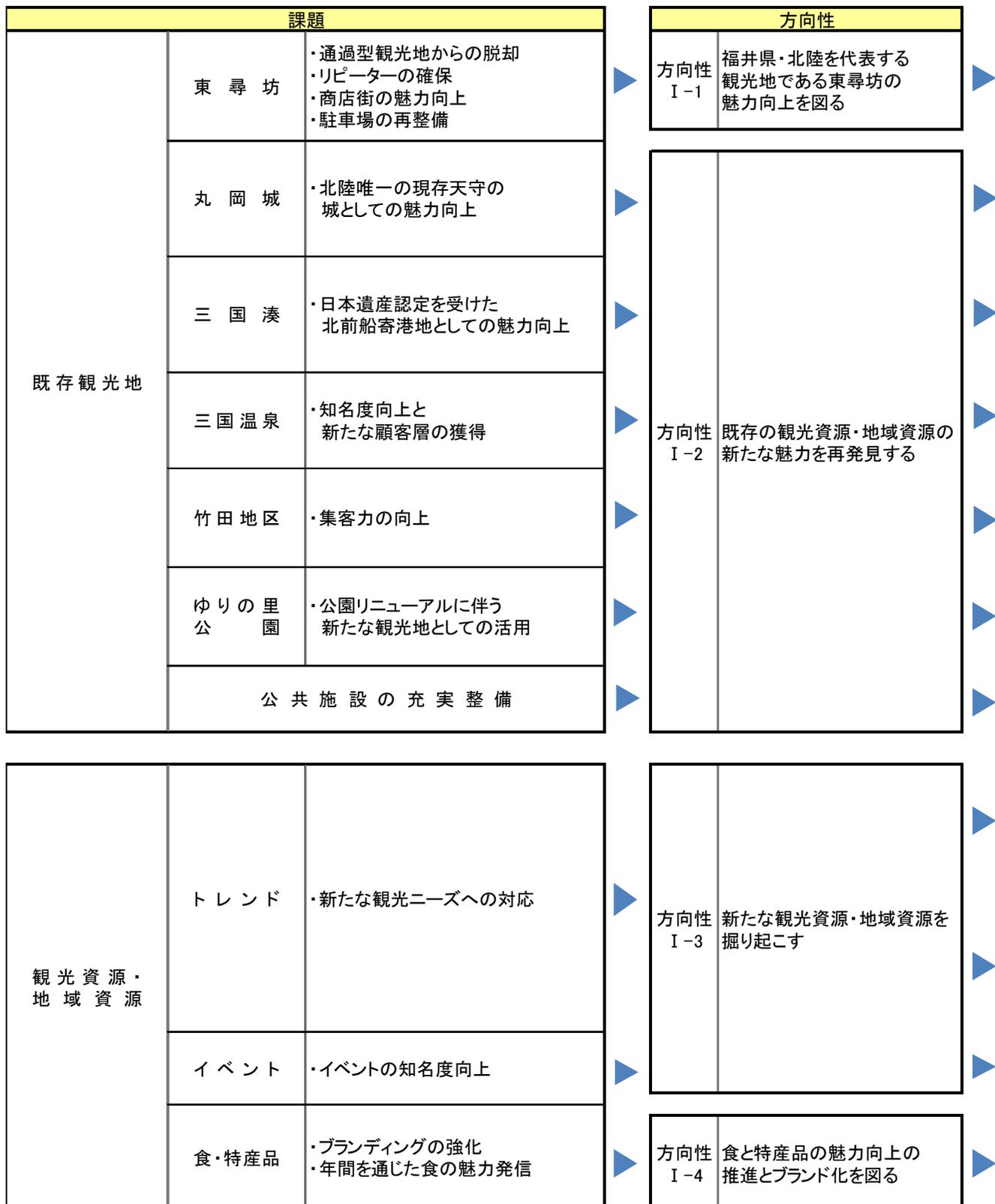
この目標人数から算出される観光消費額の目標値は、人口減少による市内経済の減少分を上回っており、市政において観光が担う役割という点からも、想定すべき範囲の目標値です。

### 3. 観光ビジョンの基本的な考え方

#### 3-3. 方針（事業体系図）

様々な観光の課題を解決し、基本コンセプトに基づいた観光施策を展開していくために、5つの方針、8つの方向性、20の施策を掲げます。

#### 方針 I【磨く】 観光資源・地域資源の魅力向上と新たな観光ニーズへの対応を推進する



施策		主な取り組み
▶ 施策 I-1-1	東尋坊エリア全体の再整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>○観光拠点施設の整備</li> <li>○散策路の整備</li> <li>○駐車場一元管理に向けた再整備</li> <li>○商店街活性化の推進</li> </ul>
▶ 施策 I-2-1	丸岡城と周辺エリアの魅力向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>○一筆啓上茶屋の再整備</li> <li>○丸岡城下の回遊性強化</li> <li>○日本一短い手紙との連携拡充</li> <li>○国宝指定に向けた連携・支援</li> </ul>
▶ 施策 I-2-2	三国湊の観光地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>○日本遺産を通じた全国自治体との連携強化</li> <li>○駐車場増設などの観光客受け入れ整備</li> <li>○三国漁港活性化のための新施設等の整備検討</li> <li>○三国温泉との連携による回遊性の向上</li> </ul>
▶ 施策 I-2-3	三国温泉の魅力発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>○三国温泉ブランドの確立による差別化</li> <li>○宿泊エリアとしての知名度向上</li> <li>○地元食材を通じた農業・漁業関係者と宿泊施設との連携強化</li> </ul>
▶ 施策 I-2-4	竹田地区全体での観光地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>○四季の魅力の発信による通年の誘客力強化</li> <li>○地域資源の発掘による観光資源への推進</li> <li>○教育旅行の誘致</li> </ul>
▶ 施策 I-2-5	ゆりの里公園の利活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>○市民も観光客も楽しめるイベントの定期的な開催</li> <li>○食事の提供やお土産の販売などの新しい魅力の開拓</li> <li>○夕方・夜間を含む年間を通じた誘客の推進</li> </ul>
▶ 施策 I-2-6	幅広い観光客に対する快適な観光地づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>○パブリックエリアの整備</li> <li>○手荷物預かりや案内サイン設置などのサービス向上</li> </ul>
▶ 施策 I-3-1	滞在型観光の促進強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>○新たな宿泊プランの支援</li> <li>○自然を生かした体験プログラムの造成支援</li> <li>○文化財活用とストーリーの発信</li> <li>○フォトスポットの案内整備</li> <li>○オンライン旅行会社の活用支援</li> </ul>
▶ 施策 I-3-2	新しい観光客の取り込み強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>○モデルコース・アクセス情報の提供</li> <li>○県外プロモーションの強化</li> <li>○北陸新幹線を活用した教育旅行の誘致</li> <li>○学生合宿の助成支援</li> <li>○クルーズ船の誘致・クルーズ客の誘客</li> </ul>
▶ 施策 I-3-3	イベントのブランディングと新たなイベントの創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>○県外へのイベント情報発信と観光客誘客の推進</li> <li>○新しい観光イベントの開催検討</li> </ul>
▶ 施策 I-4-1	新たな食のブランド化と新商品開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>○地元産品の情報提供と食事購入機会の案内</li> <li>○地元食材のブランド化推進</li> <li>○ご当地グルメの創出</li> <li>○イベントを活用したPRの推進</li> </ul>

**方針Ⅱ【結ぶ】** 広域交通網の活用を推進する

課題			方向性	
交 通	広 域 交 通	・北陸新幹線敦賀延伸開業に伴う広域交通網の整備	方向性Ⅱ-1	様々な交通事業者との連携による誘客拡大を図る
	地 域 内 交 通	・観光客にも分かりやすい二次交通の利便性向上		

**方針Ⅲ【広げる】** インバウンドの受け入れ体制を整備する

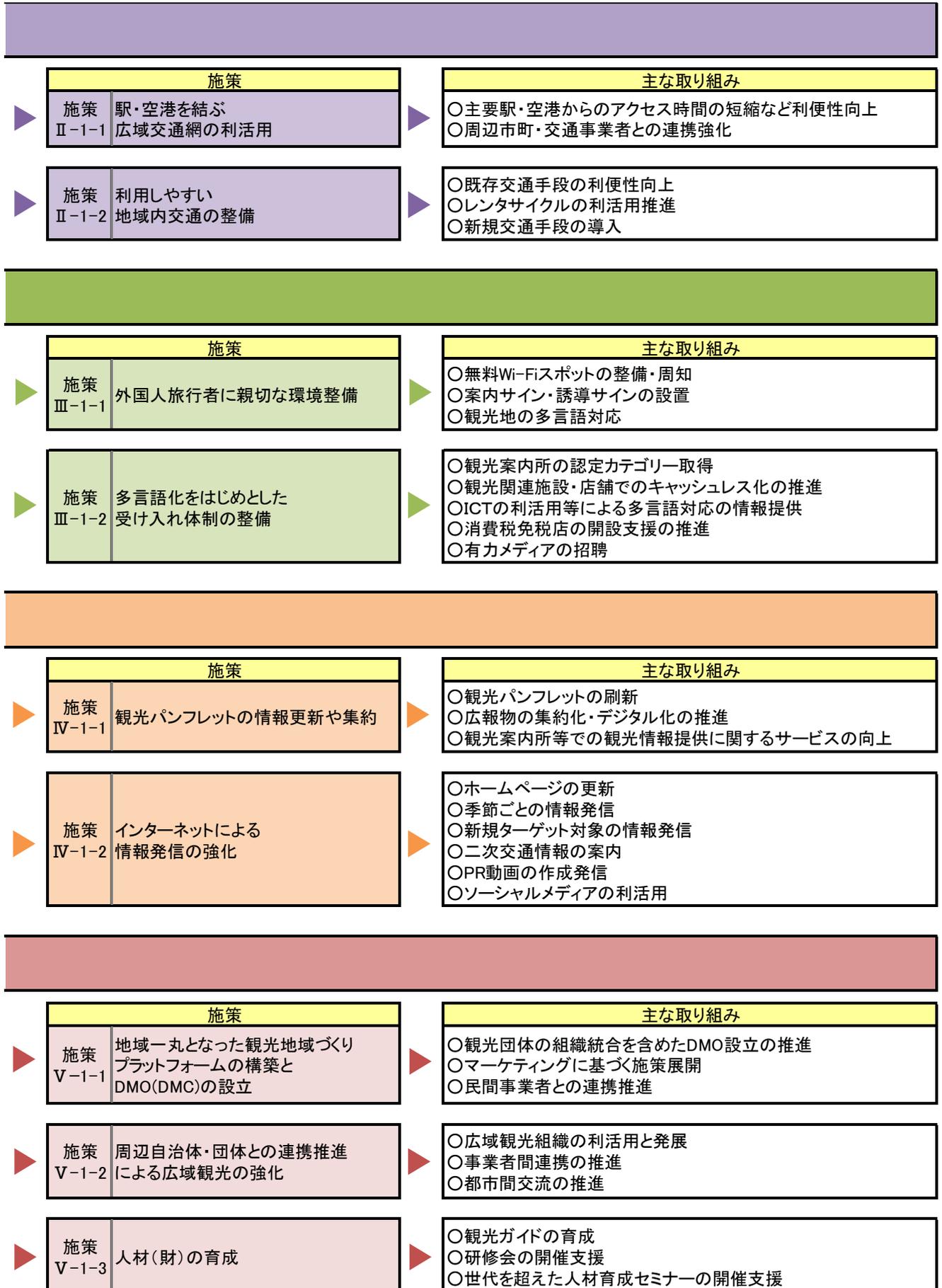
課題			方向性	
インバウンド	ハ ー ド 面	・外国人旅行者が利用しやすい施設整備	方向性Ⅲ-1	外国人旅行者の受け入れ体制を整える
	ソ フ ト 面	・外国人旅行者の利便性向上		

**方針Ⅳ【伝える】** 観光情報の整理と効果的な発信をする

課題			方向性	
広 報 ・ 情 報 発 信	・既存情報媒体の見直し		方向性Ⅳ-1	観光客が求める情報をタイムリーかつ効果的に発信する
	・新たな情報発信環境への対応			

**方針Ⅴ【育てる】** 観光地域づくりのための組織づくり・人材(財)づくりを推進する

課題			方向性	
観光の担い手	組 織 ・ 連 携	・官民連携の強化による受け入れ体制の整備	方向性Ⅴ-1	観光地・組織・人が連携して観光客の受け入れ体制を整える
		・広域連携の強化による誘客拡大		
	人 材 ( 財 )	・観光の担い手の育成 ・市への愛着の醸成(シビックプライド)		



### 4. 観光ビジョンの方向性・施策

#### 方針Ⅰ【磨く】

#### 観光資源・地域資源の魅力向上と新たな観光ニーズへの対応を推進する

坂井市には、海・山・里の多彩な自然景観や豊富な産物、歴史的建造物、長年続く祭やイベントなど、様々な観光資源・地域資源があります。それらを「磨く」ことで今まで以上の魅力向上を目指し、新たな観光ニーズに応えていきます。

#### 方向性Ⅰ-1 福井県・北陸を代表する観光地である東尋坊の魅力向上を図る

年間約140万人が訪れる「東尋坊」は、自然、歴史、商店街などの豊富な観光資源を今まで以上に活用することで、更に多くの観光客の来訪が期待できるエリアです。また、北陸新幹線敦賀延伸開業までの間に、リピーターを獲得できるような、魅力度の高い観光地として様々な受け入れ体制を整えるため、平成29年度から東尋坊エリア全体の活性化や魅力づくりに関する協議を進めています。

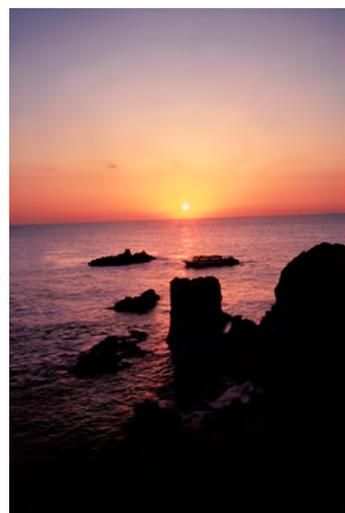
東尋坊では、周辺を含めたエリア全体の再整備を行い、福井県・北陸を代表する観光地として、より一層の魅力向上を目指します。

#### 施策Ⅰ-1-1 東尋坊エリア全体の再整備

新たな観光拠点施設や自然景観を存分に楽しめる散策路の整備、滞在時間を延ばすための体験プログラムの造成・実施、快適に観光を楽しむハード・ソフト両面からのサービスの向上など、何度も訪れたくなる「東尋坊」にするための取り組みを、周辺エリアと一体となって推し進めます。

##### [主な取り組み]

- ・ 観光拠点施設の整備
- ・ 散策路の整備
- ・ 駐車場一元管理に向けた再整備
- ・ 商店街活性化の推進



## 方向性 I-2 既存の観光資源・地域資源の新たな魅力を再発見する

市内の多種多様な観光資源・地域資源の魅力向上や新しい魅力創出を行います。

国指定重要文化財である「丸岡城」は、天守の国宝化に向けた取り組み活動を進展させながら、日本一短い手紙「一筆啓上賞」との連携、特産品販売やそば打ち体験が楽しめる休憩所「一筆啓上茶屋」の再整備、城周辺に点在する史跡を巡る町歩きの楽しさ創出などと併せて、丸岡城とその周辺の魅力向上を目指しています。

平成30年に北前船寄港地・船主集落として日本遺産認定を受けた「三国湊」は、全国に点在する他の寄港地や船主集落と比べても、今なお数多くの文化財を有しており、北前船に関連する自治体との魅力度向上のための事業連携を通じて、北前船航路の中で重要な役割を担っていた主要港の1つであったことを積極的に発信し、三国漁港や三国温泉との連携によりエリアとしての魅力も高めながら、更なるにぎわい創出に取り組めます。

「三国温泉」は、三国漁港で水揚げされた新鮮な海の幸を味わうことができる食の楽しさ、近くに日本海が広がっていることで、海岸線を散策することができたり、温泉につかりながら夕陽を眺めることができるロケーションの素晴らしさなど、他の宿泊地にはない魅力を強くアピールすることで差別化を図りながら、観光客が泊まりたくなる宿泊地を目指します。

「竹田地区」は、「竹田の里しだれ桜まつり」などの様々なイベントの機会や、観光の拠点でもある宿泊施設「ちくちくぼんぼん」を利活用して、農山村特有の地域資源を地区全体で楽しめる仕掛けをより一層充実させていくことで、通年集客力のある観光エリアの構築を目指します。

施設のリニューアルをした「ゆりの里公園」は、従来の市民向けの利用から、観光客も楽しめる観光施設となるよう、イベント開催や食の提供、体験プログラムの造成など、新しい魅力を増やしていきます。

加えて、それぞれの観光地では、パブリックエリアでのサービス向上や施設の充実に取り組み、来訪した観光客がより快適に過ごせ、良い印象を持ってもらえる観光地づくりを目指します。

### 施策 I-2-1 丸岡城と周辺エリアの魅力向上

現存天守 12 の 1 つである丸岡城の、歴史的価値の再認識と城下を含めた観光エリアの拡充及び整備を図り、今まで以上に魅力度を高めていきます。

#### [主な取り組み]

- ・ 一筆啓上茶屋の再整備
- ・ 丸岡城下の回遊性強化
- ・ 日本一短い手紙との連携拡充
- ・ 国宝指定に向けた連携・支援



### 施策 I-2-2 三国湊の観光地域づくり

北前船交易で隆盛を極めた頃の風情が漂う町並みの魅力を、歴史・文化・建築・祭りなどと合わせながら、発信します。

北前船で日本遺産認定を受けている全国の自治体と集客活動や情報発信の連携を強めていく中で、三国湊が北前船寄港地の拠点の一つであった歴史的価値も、しっかりと伝えていきます。

また、三国温泉や三国漁港との連携により、エリアとしての集客力強化を推進します。



#### [主な取り組み]

- ・ 日本遺産を通じた全国自治体との連携強化
- ・ 駐車場増設などの観光客受け入れ整備
- ・ 三国漁港活性化のための新施設等の整備検討
- ・ 三国温泉との連携による回遊性の向上

### 施策 I-2-3 三国温泉の魅力発信

三国温泉が有しているロケーションに恵まれた立地や提供される四季折々の食のレベル、美人づくりの湯とも言える良質な泉質、多様な宿泊施設の形態など、様々な魅力の発信力を高めて、観光客に選ばれる宿泊地を目指すとともに、三国温泉のブランディング化を進めます。

#### [主な取り組み]

- ・ 三国温泉ブランドの確立による差別化
- ・ 宿泊エリアとしての知名度向上
- ・ 地元食材を通じた農業・漁業関係者と宿泊施設との連携強化



### 施策 I-2-4 竹田地区全体での観光地域づくり

今ある観光資源・地域資源をさらに利活用しながら、新たな話題や楽しみ方を創出して、滞在時間の増、通年来訪、宿泊客誘致につなげ、竹田地区全体のにぎわいに繋がります。

#### [主な取り組み]

- ・ 四季の魅力の発信による通年の誘客力強化
- ・ 地域資源の発掘による観光資源への推進
- ・ 教育旅行の誘致



### 施策 I-2-5 ゆりの里公園の利活用

農業と観光が融合する拠点施設として、市民利用だけでなく観光客も通年楽しむことができる取り組みを展開します。

[主な取り組み]

- ・市民も観光客も楽しめるイベントの定期的な開催
- ・食事の提供やお土産の販売などの新しい魅力の開拓
- ・夕方・夜間を含む年間を通じた誘客の推進



### 施策 I-2-6 幅広い観光客に対する快適な観光地づくり

多目的トイレやバス待合所など、観光地内パブリックエリアでの使いやすく快適な設備の整備と、手荷物預かりや観光案内サインの設置などによる、観光客に寄り添った全ての方にやさしいサービスの提供を進めます。

[主な取り組み]

- ・パブリックエリアの整備
- ・手荷物預かりや案内サイン設置などのサービス向上



### 方向性 I-3 新たな観光資源・地域資源を掘り起こす

坂井市には、自然や歴史、文化財など、豊かな観光資源・地域資源があり、それらを活用したイベントや体験プログラムも数多くあります。今後も、これら資源を見直し、磨き上げ、また、組み合わせていくことで、より大きな魅力として育て上げていくことができます。

また、観光資源・地域資源として今まで注目される機械が少なかった、例えば、伝統芸能や郷土工芸品・レジャー産業などであっても、体験プログラムとして新しい魅力の付加、施設・会場のリニューアル、見せ方・楽しみ方・紹介方法を見直すことなどで綺麗に輝き出す可能性がありますので、観光客の新しいニーズに合わせながら、新しい価値を掘り起こして付加していくことも大切です。

それら資源の見直しや掘り起しは観光業に携わる者だけで行うものではなく、これからの坂井市を担う若者や本市を訪れる観光客、あるいは市民以外のよそ者など、自由闊達で固定概念の無い様々な価値観を通じて見出されていくものではないでしょうか。併せて、坂井市に住む市民自らがいろんな資源を見つめ直すことは、故郷に対する思い入れや愛着などの醸成にもつながります。

#### 施策 I-3-1 滞在型観光の促進強化

従来型の物見遊山的な観光から、そこに住む人の暮らしや生活文化・自然・四季などを五感で体感できる魅力的な観光メニューを用意するなど、「コト観光」へのニーズに対応していくことで、滞在中の楽しみ方の多様性や観光客の満足度を高めていきます。

##### [主な取り組み]

- ・ 新たな宿泊プランの支援
- ・ 自然を生かした体験プログラムの造成支援
- ・ 文化財活用とストーリーの発信
- ・ フォトスポットの案内整備
- ・ オンライン旅行会社の活用支援



#### 施策 I-3-2 新しい観光客の取り込み強化

北陸新幹線敦賀延伸開業や東京オリンピック・パラリンピック開催といった様々な機会を活かして、本市を来訪したことがない方への来訪の動機付けを行い、新しい観光客の取り込みや将来のリピーター獲得に取り組みます。

##### [主な取り組み]

- ・ モデルコース・アクセス情報の提供
- ・ 県外プロモーションの強化
- ・ 北陸新幹線を活用した教育旅行の誘致
- ・ 学生合宿の助成支援
- ・ クルーズ船の誘致・クルーズ客の誘客



### 施策 I-3-3 イベントのブランディングと新たなイベントの創出

毎年行われているイベントは、そのコンセプトやポジショニングを踏まえたブラッシュアップを繰り返すとともに、知名度や魅力の向上に努めながら集客力を高めていきます。観光資源の見直しや掘り起こしを通じて、観光のトレンドに応じた新たなイベントの創出にも取り組みます。

[主な取り組み]

- ・ 県外へのイベント情報発信と観光客誘客の推進
- ・ 新しい観光イベントの開催検討



### 方向性 I-4 食と特産品の魅力向上の推進とブランド化を図る

四季折々の豊富な農水産物や食・料理・特産品も観光資源として効果的に活用します。

本市には、皇室献上品として90年以上続く「越前がに」をはじめ、福井県のブランド牛「若狭牛」の最大生産地であり、メロン・スイカ・ナシなどの果物、コシヒカリ・ソバなどの穀物、他にも新鮮な野菜や海産物など、全国にアピールできるおいしい食べ物が豊富にあります。

それらの中には、「ウニ」「アワビ」「ガサエビ（越前エビ）」など、収量が少ないことや鮮度が落ちやすいことから、一般に流通することがほとんどなく、まさに本市でしか味わえないモノもあります。

「食」では、地元産物の魅力向上を図り、特産品としてのブランド化を構築していくとともに、実際に食事をするのできる飲食店・宿泊施設や購入することができる道の駅・販売店舗の紹介、地元産物を積極的に活用した新商品の開発にも取り組みます。

#### 施策 I-4-1 新たな食のブランド化と新商品開発

年間を通して、本市産物のおいしさをアピールし、本市を訪れないと味わうことができない様々な食材や料理についても積極的に発信し、食のブランド化の構築を推進します。

また、地元の産物を活用した商品開発にも取り組み、特産品や名物の充実を図り、消費の拡大を促します。

[主な取り組み]

- ・ 地元産品の情報提供と食事購入機会の案内
- ・ 地元食材のブランド化推進
- ・ ご当地グルメの創出
- ・ イベントを活用したPRの推進



### 方針Ⅱ【結ぶ】

### 広域交通網の活用を推進する

#### 方向性Ⅱ-1 様々な交通事業者との連携による誘客拡大を図る

快適な旅行を提供するには、公共交通網を整備し、目的地までの道のりをしっかり「結ぶ」必要があります。2023年春に北陸新幹線が敦賀まで延伸開業されることにより、関東圏からの新たな国内観光客の増加が見込まれているので、今まで以上に公共交通網を充実させる必要があります。

旅行に必要な交通網には、駅や空港などと市街地を結ぶ広域交通と、市内の主要な交通結節点や観光地間を結ぶ地域内交通があります。この双方の交通アクセスを満たすことで、観光地に行きやすくなり、利便性及び周遊性が向上します。

そこで、観光客の誘客拡大と利便性向上を進めるため、様々な交通事業者と連携を図りながら駅・空港と観光地を結ぶ広域交通網の再構築と利用しやすい地域内交通の整備に努めます。

##### 施策Ⅱ-1-1 駅・空港を結ぶ広域交通網の利活用

鉄道主要駅や小松空港からの観光地・宿泊施設への乗継ぎをスムーズに行える利用しやすい二次交通の導入など、広域交通網の利活用に関する取り組みとともに誘客拡大を図ります。

[主な取り組み]

- ・ 主要駅・空港からのアクセス時間の短縮など  
利便性向上
- ・ 周辺市町・交通事業者との連携強化



##### 施策Ⅱ-1-2 利用しやすい地域内交通の整備

観光地間の移動や個人観光客の多様なニーズに対応した交通手段として、レンタサイクルなどの利用しやすい地域内交通の整備に関する取り組みを進めます。

[主な取り組み]

- ・ 既存交通手段の利便性向上
- ・ レンタサイクルの利活用推進
- ・ 新規交通手段の導入



## 方針Ⅲ【広げる】

## インバウンドの受け入れ体制を整備する

## 方向性Ⅲ-1 外国人旅行者の受け入れ体制を整える

2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックや2025年の大阪関西万国博覧会開催時期に、外国人旅行者の更なる増加が予想されており、都市部だけにとどまらず地方にも足を延ばすことが期待できるため、早急なインバウンド対策が必要です。

そこで外国人旅行者に対しての受け入れ施設整備として、分かりやすい案内看板・誘導サインの設置、現地での情報収集やSNSの発信が行いやすいように無料Wi-Fiスポットの整備及び周知を行います。

また、外国人旅行者の消費を促すため、地域事業者におけるキャッシュレス決済、消費税免税販売の導入を推進します。多言語による受け入れ体制の整備としては、観光案内所のカテゴリ取得、多言語による観光地などの情報提供を行い、外国人旅行者が訪れやすい観光地を目指します。併せて、より坂井市を楽しんでもらうために、外国人向けの体験プログラムの造成や観光ガイドなどの育成を推進します。観光案内業務やデジタルシステムによる観光情報提供を通じて、外国人旅行者のニーズ・動向も把握しながら、適確な情報発信・受け入れ体制の整備を進めていきます。

## 施策Ⅲ-1-1 外国人旅行者に親切な環境整備

外国人旅行者がストレス無く観光を楽しめるよう無料Wi-Fiスポットなどのハード整備をはじめとした環境整備を進めます。

## [主な取り組み]

- ・ 無料Wi-Fiスポットの整備・周知
- ・ 案内サイン・誘導サインの設置
- ・ 観光地の多言語対応



## 施策Ⅲ-1-2 多言語化をはじめとした受け入れ体制の整備

外国人旅行者への定期的な情報発信や文化や言葉の違いによる滞在中の不安を軽減させる取り組みなど、外国人旅行者に対する受け入れ体制の整備を進めます。

## [主な取り組み]

- ・ 観光案内所の認定カテゴリ取得
- ・ 観光関連施設・店舗でのキャッシュレス化の推進
- ・ ICTの利活用等による多言語対応の情報提供
- ・ 消費税免税店の開設支援の推進
- ・ 有カメディアの招聘



## 方針Ⅳ【伝える】

### 観光情報の整理と効果的な発信をする

#### 方向性Ⅳ-1 観光客が求める情報をタイムリーかつ効果的に発信する

観光客が観光情報を得る手段は、観光パンフレットやテレビ・雑誌から、インターネットのホームページへと移り、昨今は、スマートフォンで手軽にSNSからリアルタイムに情報を得ることが多くなっています。インターネットやSNSは、旅行前に情報を調べるのはもちろん、旅行中の情報収集に重要なツールであり、また、旅行後には観光客が旅先の写真や情報を掲載し、世界へ拡散されています。魅力的な観光地であることをPRするために、SNSによるリアルタイムな情報発信を強化ことや、拡散したくなるような景色や食の紹介など、観光客のニーズに応じたタイムリーかつ効果的な情報発信を推進し、情報の発信者と受信者が共感しながら相互に楽しめるような新しい情報発信にも取り組みます。

インターネットやSNSによる情報収集が増加しているとはいえ、ガイドマップなどの紙媒体の観光パンフレットは、現地での情報を収集するためのものとして、大きな役割を果たしています。観光パンフレットの更新や広報物の集約を行い、インターネットによる情報発信を上手く組み合わせながら、分かりやすい二次交通情報の発信とともに、駅や道の駅などの交通拠点を活用しながら、観光客が求める観光情報を的確に発信し続けていきます。

##### 施策Ⅳ-1-1 観光パンフレットの情報更新や集約

既存の情報媒体は、常に最新の情報が提供できるよう更新し続けていく必要があります。また、多数ある観光パンフレットの集約、デジタルデータへの更新など、魅力があり発信しやすい広報物作成に取り組みます。

市内や道の駅などの観光案内所では、観光客からの問い合わせに十分に答えられるよう、案内内容の充実や案内技量向上など、サービス向上に努めます。

###### [主な取り組み]

- ・観光パンフレットの刷新
- ・広報物の集約化・デジタル化の推進
- ・観光案内所等での観光情報提供に関するサービスの向上



##### 施策Ⅳ-1-2 インターネットによる情報発信の強化

観光情報網の整備を進めるとともに、魅力を分かりやすく効果的に伝える情報を整理し、SNS、ホームページなど、できるだけ多くの手段を駆使し、旅行前・旅行中・旅行後のタイミングに応じて必要な情報発信を進めます。

###### [主な取り組み]

- ・ホームページの更新
- ・季節ごとの情報発信
- ・新規ターゲット対象の情報発信
- ・二次交通情報の案内
- ・PR動画の作成発信
- ・ソーシャルメディアの利活用



## 方針Ⅴ【育てる】

## 観光地域づくりのための組織づくり・人材(財)づくりを推進する

## 方向性Ⅴ-1 観光地・組織・人が連携して観光客の受け入れ体制を整える

観光施策の展開によって、地域経済の活性化を維持拡大していくためには、新規来訪への動機付けの提供と、リピーターの獲得が重要になります。そのためには、観光資源・地域資源の魅力を向上させるだけではなく、観光客が「行ってみたい」「体験してみたい」「来て良かった」「また来たい」と思ってもらえる仕掛けづくりや受け入れ体制整備など、魅力度向上と満足度向上の両方を、一緒に進めていくことが重要です。

今、北陸新幹線敦賀延伸開業や外国人旅行者の受け入れ拡大といった外的要因により、このエリアでは新しい観光客取り込みへの追い風が吹いています。その観光客をリピーターへとつなげていくため、市内の観光団体（(一社)坂井市観光連盟、坂井市三国観光協会、坂井市丸岡観光協会）を組織統合し、一元的な観光地域づくりプラットフォームを構築していく中で、交通事業者、宿泊施設、商工業者、農林水産業者、飲食店などの多種多様な事業者、市民やまちづくり団体との連携を今まで以上に深めていき、マーケティングやマネジメントを行う、観光戦略展開の強力なリーダーシップ力を持つ“DMO(DMC)”設立へと発展させ、安定的で継続的な運営資金で、観光客が快適に滞在できる観光地域づくりにまい進していかなければなりません。

また、このような組織設立や観光施策の協議検討を通じて、観光に携わる方々の意欲を高めていき、観光の担い手として育成することや、市民に郷土の魅力を再認識してもらうことで、市民自らが市内のいろいろな情報をSNSや口コミで発信したくなるようなシビックプライドの醸成、市全体でのおもてなしの向上などに努めていきます。

併せて、周辺自治体や姉妹都市交流がある自治体と、相互に行き交う交流人口を拡大していきます。また、観光客の幅広いニーズに応えることのできる観光ガイドの育成にも力を入れ、周辺自治体に関する事なども幅広く案内できる人材育成にも取り組み、様々な角度から観光地間の連携を深めていきます。

このような取り組みから、観光客が何度も「訪れて良し」と感じるのはもちろんのこと、「住んで良し」とも思ってもらえるような、魅力ある地域づくりを目指します。

## 施策Ⅴ-1-1 地域一丸となった観光地域づくりプラットフォームの構築とDMO(DMC)の設立

地域のいろんな人材や関係者をつなぐことで観光客の多様なニーズに応え、満足度を向上させるとともに、地域経済を循環させて、地域を活性化させていきます。また、情報発信に関しても、地域の多様な関係者がそれぞれに一方的に発信する今までのやり方ではなく、一元的かつ双方向的に発信することで多面的な観光情報の提供を行います。併せて、官民連携による観光に関する組織の設立を進め、観光地域づくりのプラットフォームの構築を図ります。

## [主な取り組み]

- ・観光団体の組織統合を含めたDMO設立の推進
- ・マーケティングに基づく施策展開
- ・民間事業者との連携推進

### 施策V-1-2 周辺自治体・団体との連携推進による広域観光の強化

近隣 5 市町で取り組んでいる「越前加賀インバウンド推進機構」やあわら市と連携している「周遊滞在型観光推進委員会」、福井市を中心とした嶺北一円の自治体で組織する「ふくい嶺北連携中枢都市圏」など既存の広域観光組織との連携をより深めるとともに、さらなる利活用と発展を図ります。

また、姉妹都市や友好都市との連携により、都市間交流を推進します。



[主な取り組み]

- ・ 広域観光組織の利活用と発展
- ・ 事業者間連携の推進
- ・ 都市間交流の推進

### 施策V-1-3 人材(財)の育成

観光事業者や観光ガイドなど観光に携わる方々に対して、周辺観光地に関する知識に厚みを持たせ、併せておもてなし力の向上を図るなどのスキルアップのため、様々な研修機会を設けます。

また、市民に対しても一緒に観光客をもてなしてもらうには、地元への愛着と誇りが重要です。そのためには、日本遺産の三国湊や国宝にも値する丸岡城など、市内にある様々な宝とその秀でた価値を伝えることでシビックプライドの醸成を行い、観光産業をはじめ地域コミュニティのために自発的に行動できる人材の育成に努めていきます。



[主な取り組み]

- ・ 観光ガイドの育成
- ・ 研修会の開催支援
- ・ 世代を超えた人材育成セミナーの開催支援



施策と方向性の関連

施策	方針Ⅰ				方針Ⅱ	方針Ⅲ	方針Ⅳ	方針Ⅴ	
	方向性Ⅰ-1	方向性Ⅰ-2	方向性Ⅰ-3	方向性Ⅰ-4	方向性Ⅱ-1	方向性Ⅲ-1	方向性Ⅳ-1	方向性Ⅴ-1	
方針Ⅰ【磨く】	方向性Ⅰ-1 福井県・北陸を代表する観光地である東尋坊の魅力向上を図る								
	I-1-1	東尋坊エリア全体の再整備	◎	○	○		○	○	○
	方向性Ⅰ-2 既存の観光資源・地域資源の新たな魅力を再発見する								
	I-2-1	丸岡城と周辺エリアの魅力向上		◎	○		○	○	
	I-2-2	三国湊の観光地域づくり		◎	○	○		○	○
	I-2-3	三国温泉の魅力向上		◎	○	○		○	
	I-2-4	竹田地区全体での観光地域づくり		◎	○		○	○	○
	I-2-5	ゆりの里公園の利活用		◎	○		○	○	
	I-2-6	幅広い観光客に対する快適な観光地づくり	○	◎		○	○		
	方向性Ⅰ-3 新たな観光資源・地域資源を掘り起こす								
	I-3-1	滞在型観光の促進強化	○	○	◎	○			○
	I-3-2	新しい観光客の取り込み強化	○	○	◎	○			○
	I-3-3	イベントのブランディングと新たなイベントの創出	○	○	◎				○
	方向性Ⅰ-4 食と特産品の魅力向上の推進とブランド化を図る								
	I-4-1	新たな食のブランド化と新商品開発		○		◎		○	○
	方針Ⅱ【結ぶ】	方向性Ⅱ-1 様々な交通事業者との連携による誘客拡大を図る							
II-1-1		駅・空港を結ぶ広域交通網の利活用			○	◎			○
II-1-2		利用しやすい地域内交通の整備			○	◎			○
方針Ⅲ【広げる】	方向性Ⅲ-1 外国人旅行者の受け入れ体制を整える								
	III-1-1	外国人旅行者に親切な環境整備			○		◎	○	
	III-1-2	多言語化をはじめとした受け入れ体制の整備			○		◎	○	
方針Ⅳ【伝える】	方向性Ⅳ-1 観光客が求める情報をタイムリーかつ効果的に発信する								
	IV-1-1	観光パンフレットの情報更新や集約			○		○	◎	
	IV-1-2	インターネットによる情報発信の強化			○		○	◎	
方針Ⅴ【育てる】	方向性Ⅴ-1 観光地・組織・人が連携して観光客の受け入れ体制を整える								
	V-1-1	地域一丸となった観光地域づくりプラットフォームの構築とDMO(DMC)の設立			○		○		◎
	V-1-2	周辺自治体・団体との連携推進による広域観光の強化			○		○		◎
	V-1-3	人材(財)の育成			○		○		◎

それぞれの方向性・施策は、様々な事柄と関連があるため、単体での取り組みではなく、その他の方向性・施策と連携しながら取り組んでいく必要があります。

◎：メインとなる方向性      ○：サブとして関連する方向性

## 5. 推進体制

### 5-1. 実施主体と役割分担

数多く掲げた施策を、多面的に取り組みながら実現していき、その効果を上げていくためには、行政・観光団体・観光事業者をはじめ、市民にも関わってもらい、お互いが担うべき役割を果たしながら、連携・推進していかねばなりません。

そのためには、観光施策を一元的かつ総合的に扱うことができるよう、観光団体が担うべき役割を高めていき、マーケティングに基づきマネジメントを展開できるDMO組織の早期設立を見据えていく必要があります。

#### 実施主体が担う役割

実施主体		主な役割
行政	市	観光に関係する団体・事業者・関係者が、主体的に観光振興に取り組めるよう、事業推進の協議、ハード整備の計画策定、財源の確保や調整などの支援を行います。
	国・県・(公社)福井県観光連盟	各観光政策の取り組みに対して、事業協力や事業連携、指導、財源提供などの支援を行います。
	周辺自治体・広域観光団体	広域連携をすることで効果を高めることができる観光施策の連携・協力を行います。
観光団体 (一社)坂井市観光連盟 坂井市三国観光協会 坂井市丸岡観光協会		行政や観光事業者・市民団体等との連携を図り、観光地の再整備や魅力向上に取り組めます。 新しい観光商品・二次交通サービス・特産品の造成支援や開発検討を行います。 観光イベントの開催支援・協力を行います。 組織統合に向けた協議やDMO組織の設立を目指します。
事業者	観光事業者 観光施設・宿泊施設 ・飲食店・土産物店	観光客のニーズを踏まえ、質の高いサービスの提供、新たな商品造成を行います。 事業展開を通じて、観光施策と連携・協力をしながら、新たな魅力づくりに取り組みます。
	その他事業者 交通事業者・JA・農林水産業者 ・商工会・商工業者 等	
地元住民	まちづくり団体 (ボランティアガイド 含)	まちづくり・地域おこしの活動を通じて、観光施策と連携・協力をしながら、新たな魅力づくりに取り組みます。
	市民	坂井市に誇りと愛着を持ちながら、観光客を温かく迎え、坂井市の魅力を伝えます。

## 施策別の実施主体

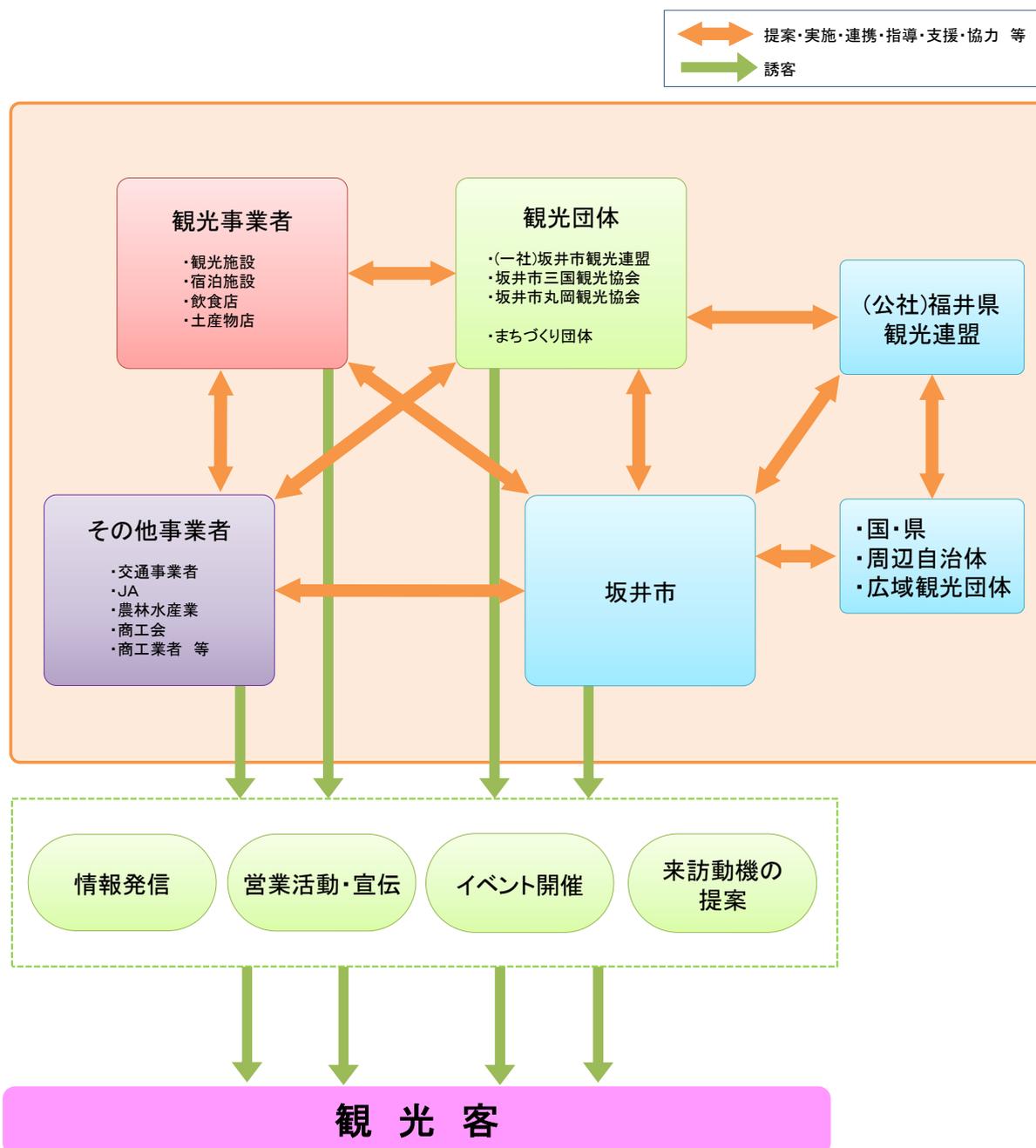
施 策		実施主体						
		行政 市・県・ 国・周辺 自治体	観光 団体	事業者		地元住民		
				観光 事業者	その他 事業者	まちづく り団体	市民	
方針Ⅰ 【磨く】	I-1-1	東尋坊エリア全体の再整備	◎ ハード	○	○	○	◎ ソフト	
	I-2-1	丸岡城と周辺エリアの魅力向上	◎ ハード	◎	○	○	◎ ソフト	○
	I-2-1	三国湊の観光地域づくり	◎ ハード	◎	○	○	◎	○
	I-2-3	三国温泉の魅力発信	○	○	◎	○	◎	
	I-2-4	竹田地区全体での観光地域づくり	○	○	◎	○	◎	○
	I-2-5	ゆりの里公園の利活用	◎	○	◎	○	○	○
	I-2-6	幅広い観光客に対する 快適な観光地づくり	◎	○	◎	○	○	
	I-3-1	滞在型観光の促進強化	○	◎	◎	○	◎	○
	I-3-2	新しい観光客の取り込み強化	○	◎	◎	○	○	
	I-3-3	イベントのブランディングと 新たなイベントの創出	○	◎	◎	○	◎	○
	I-4-1	新たな食のブランド化と 新商品開発	○	◎	◎	◎	○	
方針Ⅱ 【結ぶ】	II-1-1	駅・空港を結ぶ 広域交通網の利活用	◎	○	○	◎		
	II-1-2	利用しやすい地域内交通の整備	◎	○	○	◎	◎	
方針Ⅲ 【広げる】	III-1-1	外国人旅行者に親切な環境整備	◎	○	○	○	○	
	III-1-2	多言語化をはじめとした 受け入れ体制の整備	○	◎	◎	◎	◎	
方針Ⅳ 【伝える】	IV-1-1	観光パンフレットの情報 更新や集約	○	◎	◎	○	◎	
	IV-1-2	インターネットによる 情報発信の強化	○	◎	◎	○	◎	○
方針Ⅴ 【育てる】	V-1-1	地域一丸となった観光地域づくり プラットフォームの構築と DMO(DMC)の設立	◎	◎	◎	◎	◎	
	V-1-2	周辺自治体・団体との 連携推進による広域観光の強化	◎	○	○	○	○	○
	V-1-3	人材(財)の育成	○	◎	◎	○	◎	○

◎：施策を主体となって実施する ○：施策の実施において協力、連携する

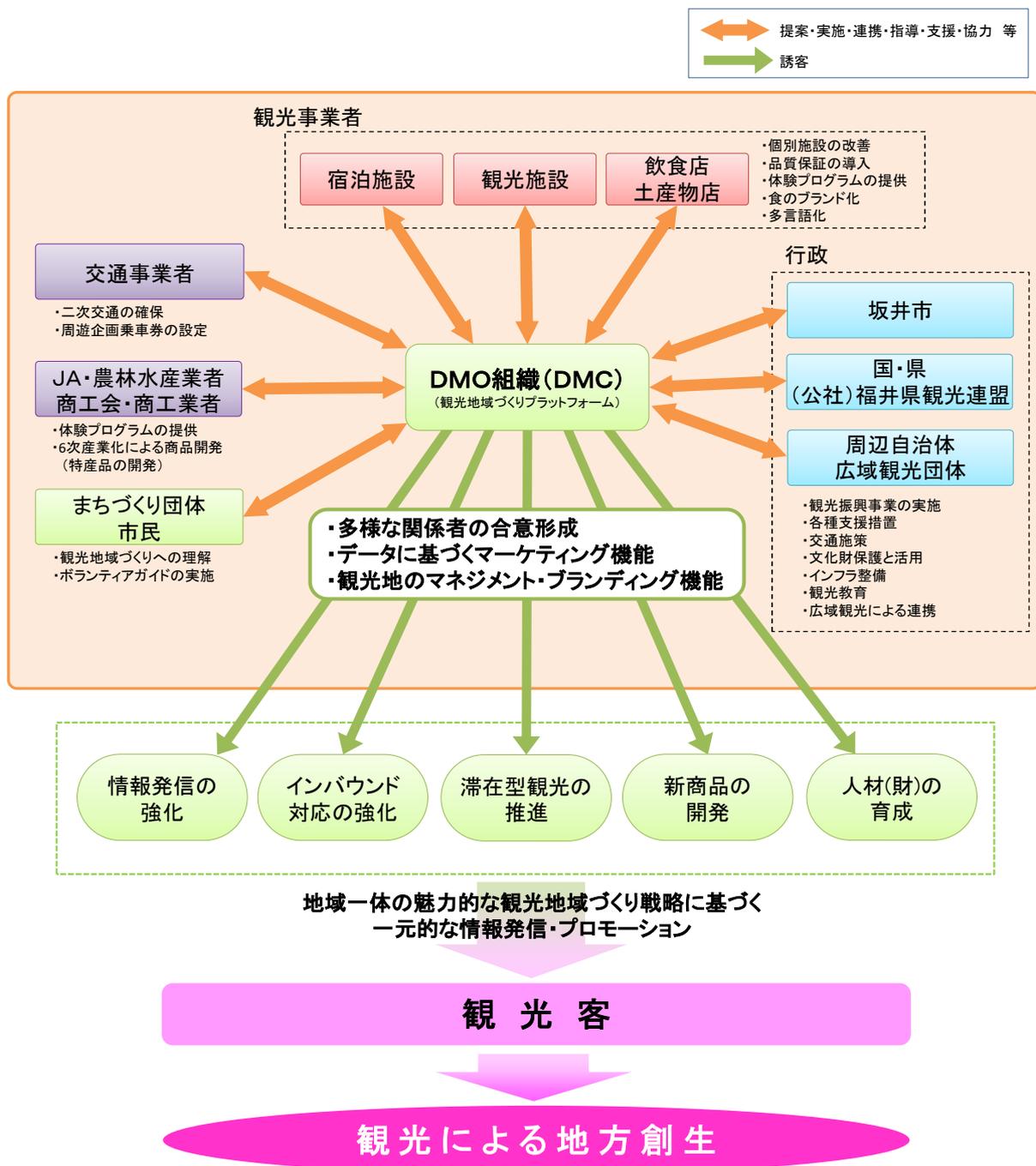
## 5. 推進体制

### 5-2. 事業や取り組みにおける主な推進体制

#### 推進体制イメージ【現在】



推進体制イメージ【将来：DMO組織化後】



出典：国土交通省 観光庁 「日本版DMOとは」を基に作成

資-1. マップ



## 資－２．用語集

### ○SNS

Social Networking Service（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の略。

インターネットを介したアプリケーション等を用いて、ユーザー同士がコミュニケーションを行い、社会的なつながりを形成していく媒体のこと。Instagram や Facebook、Twitter などがこれにあたる。

### ○DMO

Destination Management/Marketing Organization（デスティネーション・マネージメント/マーケティング・オーガニゼーション）の略。

DMOとは、観光物件、自然、食、芸術、芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と共同して観光地域づくりを行う法人のこと。

### ○DMC

Destination Management Company（デスティネーション・マネージメント・カンパニー）の略。

DMCとは、地域の資源を生かした観光地経営を主導し、データ分析や戦略づくり、旅行商品の開発や販売を行うプロフェッショナルなサービスを提供する企業。一般に株式会社の形をとる。

### ○日本版DMO

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と共同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人。

DMOは対象エリアに応じて3つに区分される。主に単独市町村で活動するものを地域DMO、複数の自治体にまたがる区域で活動するものを地域連携DMO、複数の都道府県にまたがる区域で活動するものを広域連携DMOに区分される。

### ○シビックプライド

市民がまちに対して抱く誇りや愛着心のこと。

### ○ICT

「Information and Communication Technology（情報通信技術）」の略。

通信技術を活用したコミュニケーションを指し、情報処理だけではなく、インターネットのような通信技術を利用した産業やサービスなどの総称。

### ○IoT

「Internet of Things」の略。

様々な「モノ（物）」がインターネットに接続され（単につながりだけではなく、モノがインターネットのようにつながる）、情報交換することにより相互に制御するしくみのこと。

### ○観光地域づくりプラットフォーム

着地型旅行商品の販売を行うため、地域内の着地型旅行商品の提供者と市場（旅行会社、観光客）をつなぐワンストップ窓口としての機能を担う事業体のこと。

### ○日本遺産

「日本遺産（Japan Heritage）」は地域の歴史的の魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産（Japan Heritage）」として文化庁が認定するもの。

世界遺産登録や文化財指定は、いずれも登録・指定される文化財（文化遺産）の格付けを行い、保護を担保することを目的とするもの。一方で日本遺産は、既存の文化財の価値づけや保全のための新たな規制を図ることを目的としたものではなく、地域に点在する遺産を「面」として活用し、発信することで、地域活性化を図ることを目的としている点に違いがある。

（参考文献：観光庁ホームページ、文化庁ホームページ、JTB 総合研究所ホームページ）

## 資－３．坂井市観光ビジョン戦略基本計画策定の歩み

年月日	会議名・検討状況 等
H30.05.02(水)	第1回観光ビジョン戦略基本計画策定委員会
H30.05.29(火)	庁内地域資源魅力向上戦略会議
H30.07.30(月) ～07.31(火)	第2回観光ビジョン戦略基本計画策定委員会 兼 視察研修 【視察先】長野県：(一社)信州いいやま観光局 【視察先】石川県：(一社)加賀市観光交流機構
H30.09.18(火)	第3回観光ビジョン戦略基本計画策定委員会
H30.10.26(金)	第4回観光ビジョン戦略基本計画策定委員会
H30.12.03(月)	第5回観光ビジョン戦略基本計画策定委員会
H30.12.06(木)	庁内協議
H31.01.11(金)	庁内地域資源魅力向上戦略会議
H31.01.15(火)	議会定例協議会概要説明
H31.01.24(木)	議会全員協議会集中審議
H31.01.28(月)	第6回観光ビジョン戦略基本計画策定委員会
H31.02.07(木) ～02.21(木)	パブリックコメント
H31.03.08(金)	3月定例議会産業建設常任委員会経過報告説明
H31.03.11(月)	第7回観光ビジョン戦略基本計画策定委員会
H31.03.20(水)	3月定例議会行政協議経過報告説明
H31.03.22(金)	パブリックコメント回答ホームページ公開
H31.03.26(火)	観光ビジョン戦略基本計画市長提出

## 資－４．坂井市観光ビジョン戦略基本計画策定委員

氏名	企業・団体・職名		
小林 弘二	阪南大学国際観光学部 教授	学識経験者	委員長
江川 誠一	福井県立大学地域経済研究所 講師	学識経験者	副委員長
大和 久米人	(一社)坂井市観光連盟 会長	観光団体	副委員長
刀根 亨	坂井市三国観光協会 会長	観光団体	
岩田 龍見	坂井市丸岡観光協会 会長	観光団体	
川上 千尋	(公社)福井県観光連盟 観光プロデューサー・観光ネットワーク推進事業部長	広域観光団体	
小針 悟	東尋坊観光遊覧船(株) 社長	観光事業者	
坪川 京子	(株)エクシート 執行役員 経営企画室 室長	出版事業者	
安江 敏郎	凸版印刷(株)西日本事業本部北陸営業所 所長	情報コミュニケーション 事業者	
仲野 勲	西日本旅客鉄道(株)福井支店 支店長代理	交通事業者	
西田 高宏	(株)JTB福井支店 支店長	旅行事業者	
齋藤 晋作	(株)リクルートライフスタイル じゃらんリサーチセンターエリアプロデューサー	旅行事業者	
鍋嶋 邦広	森トラスト・ホテルズ & リゾーツ(株) 関連事業部 部長	観光案内所 運営事業者	
加藤 浩	坂井市 政策監	市職員	
鍋嶋 正和	坂井市産業環境部 部長	市職員	
村中 克成	(株)クリエイティブ・エッジ 代表取締役	オブザーバー	



坂井市

## 坂井市観光ビジョン戦略基本計画

発行年月／平成 31（2019）年 3 月  
発行／福井県 坂井市  
編集／坂井市 産業環境部 観光産業課

〒919-0592 福井県坂井市坂井町下新庄 1 - 1  
TEL：0776-50-3152 FAX：0776-68-0440  
E-mail：kankou@city.fukui-sakai.lg.jp