

実施期間

令和2年度～令和6年度(5年間)

基本理念

観光でこころひとつに、活力ある地域の創造 ～ふくいブームの創造からムーブメント、文化へ～

基本戦略

- 1 観光で「稼ぐ」 …… DMOを中心とした観光プレイヤーの発掘・育成、観光資源の磨き上げ、新たなコンテンツの造成など、観光客の心をつかむ魅力づくりを推進
- 2 観光で「ブームを起こす」 …… 北陸新幹線福井・敦賀開業など今後迎える誘客拡大の好機を最大限活かし、ブームを創出するとともに、本県の魅力を高めムーブメントにつなげる
- 3 観光で「世界を魅了する」 …… 国・地域のニーズに応じた情報発信やコンテンツの充実、インバウンド目線の受入環境整備など、外国人の心に訴える「攻め」のインバウンド施策を展開
- 4 観光で「心を満たす」 …… 安全・安心で快適な旅行環境や観光地までの二次交通の充実、感動するおもてなし体験の提供などにより、観光客の満足度を向上

目標の達成状況

	基準値 (平成30年)	目標値 (令和6年)	令和5年	現状値
観光消費額	1,313億円	1,700億円	1,225億円	— (令和7年6月公表予定)
観光入込数	1,697万人	2,000万人	1,760万人	— (令和7年6月公表予定)
県内宿泊客数	406万人	510万人	324万人	229万人 (令和6年1月～8月)
外国人宿泊者数	7.6万人	40万人	6.5万人	5.7万人 (令和6年1月～8月)
来訪者満足度	46%	60%	52%	— (令和7年6月公表予定)

主な課題

- ・観光消費額・消費単価の向上
- ・宿泊施設の増強
- ・新幹線開業効果の持続化・最大化
- ・観光DXの活用
- ・安定した観光人材確保
- ・人口減少による日本人宿泊旅行者の将来的な減少
- ・インバウンド(特に個人旅行者)の誘客

新ビジョン検討にあたっての主な論点

I 高付加価値な観光地づくりを促進

- ・来県の目的となる**多様かつ魅力的な宿泊施設整備支援**
- ・主要観光地と周辺事業者による**観光客が散策しやすいエリアの整備**
- ・地域の食や伝統工芸等の**ブランド化**と国内外への発信
- ・ターゲットとする地域やペルソナに合わせた**誘客イベント**や**出向宣伝**
- ・**富裕層**や**インバウンド**をターゲットにした**商品造成**と**価格設定**
- ・イベントや食の**全国会議**などを**強力に誘致**
- ・自然環境を生かした**スポーツツーリズム**の推進

II 観光DXのさらなる推進

- ・決済データや宿泊数などの実績**データ等の収集体制構築**と多角的な分析
- ・**AI**による簡易分析・自動配信の**仕組みの導入**
- ・観光事業者の**稼ぐ力を省力・効率化**で**支え**、**旅行者の利便性向上**に**貢献**
- ・**旅行者の行動**と**消費額**等の**調査分析**

III 観光を支える人づくりと持続的な発展

- ・**地域の観光**の未来を担う**ひとづくり**への支援、県民全体での**おもてなし強化**
- ・地域固有の**自然・文化・食**を活かした**サステナブルツーリズムの推進**
- ・教育旅行やシニア層、産業観光など**多様な旅行ニーズ**の取り込みによる**観光需要の分散化・平準化**
- ・地域の観光を戦略的に牽引する**リーダー(DMO等)の確保・育成**
- ・地域への**観光投資**を促す**仕組み**や**窓口・調整役**となる**リーダー(DMO、地域JC等)の確保**が必要

IV インバウンド誘客と消費拡大の推進

- ・各市場の**旅行ニーズ**に応じた**プロモーション**(デジタル広告、メディア招聘、商談会等)
- ・**福井ならではの**上質な体験・滞在型**コンテンツ**の造成・磨き上げ
- ・**インバウンド受入環境**のさらなる**充実**
- ・**富裕層**向けの**高付加価値な商品**の提供
- ・**インバウンド客**を受け入れる**土壌**の造成

V 当事者として観光に関わる

- ・**県民が観光ビジョンに基づき行動**することで、旅行者の**受入**や**おもてなし**が**向上**
- ・**事業者**が旅行者の**目線**に立って**地域の資源**を見直す
- ・**旅行者**が地域の**祭やイベント**に参加することで**地域に貢献**し、**リピート**につなげる
- ・住民が地域の**魅力**に**自信**を持ち、**観光客**と接することによる**幸福度の向上**

「ネクストふくい観光ビジョン（仮称）」の骨子案

基本理念

しあわせ発掘ふくい ～知るたび、幸せになる旅～

福井を訪れるたび、知られざる福井の魅力を発掘し、知るたび（度・旅）、幸せになる旅を旅行者に届ける。旅行者に選ばれることで地域に対する県民の愛着や誇りを高め、観光を通じて福井の生活文化と地域経済の活力を次世代につなげる。

位置づけ

福井県長期ビジョンの分野別計画

計画期間

令和7年度～令和11年度(5年間)

策定の趣旨

- ・北陸新幹線の開業、中部縦貫道の県内区間整備などにより、観光・ビジネス両面でアクセスが向上した本県への注目度は格段に高まっており、観光需要拡大の好機を迎えている
- ・国内の旅行者は人口減少、少子高齢化の進展により将来的に減少が見込まれており、高付加価値旅行者の誘客が重要となっている。
- ・日本の豊かな自然、文化、食を求めて訪日する外国人旅行者は全国的に急増しており、本県においても、その潮流をしっかりと掴んでいく必要がある。
- ・本ビジョンは、行政や各種団体、事業者、県民それぞれが、観光が地域の発展に果たす役割、相互の幸福に繋がる効果など重要性への理解を深め、共通認識のもと観光の持続的発展に向け取り組んでいく指針とするものとして策定する。

★：最重点項目

現ビジョン：観光で「ブームを起こす」

1 価値を高める

現ビジョン：観光で「稼ぐ」

2 未来につなげる

現ビジョン：
観光で「世界を魅了する」

3 世界に選ばれる

現ビジョン：
観光で「心を満たす」

4 みんなが幸せになる

(1) クオリティーと消費単価を高める

(2) ブランド力に磨きをかける

(3) 観光投資でさらに稼ぐ

(4) 持続可能な観光地づくりを進める

(5) インバウンド目線で攻める

(6) 当事者として観光に関わる

①「面」で楽しむ観光地づくり

- ★主要観光地を含むエリア、観光地と宿泊施設を結ぶルート、隣接する市町など、大小様々な「面」での観光地づくり
- ・観光地をつなぐ新たな二次交通の検討
→周遊観光の促進と高価格化の実現

②宿泊先として選ばれる観光地へ

- ・来県目的となる多様かつ魅力的な宿泊施設の整備の拡充
- ★ふくいの民宿のブランド化による国内外からの利用促進
- ・世界に顧客を持つホテル等の誘致
- ・オーベルジュの誘致
→宿泊ボリュームを増強

③スポーツツーリズム・文化芸術観光の聖地に

- ★ナショナルサイクルルートなど自然環境を活かしたスポーツイベントの開催
- ・音楽フェスや国内外のアーティストが参画する国際的なアートイベント等の充実

①地域ブランドにストーリー性を

- ★食や歴史、伝統工芸等の産業、伝統芸能(お祭り等)、恐竜等をストーリー(物語)や歴史(歴史)とともに情報発信し旅行者に提供
- ・「鯖街道」などの日本遺産を活用した情報発信
→市町を超えた地域ブランドの構築

②MICE、教育旅行はふくい

- ・MICEや教育旅行、イベント、映像作品の撮影を地域連携で誘致

③ターゲットに合わせた誘客プロモーションの展開

- ・ターゲットとする地域やペルソナに合わせた誘客イベントや出向宣伝
- ★大阪・関西万博や中部縦貫道県内開通など大型イベントに向けた新たな情報発信・キャンペーン
- ・高山市など、他地域と連携したプロモーション

①投資が投資を呼ぶ好循環を

- ★宿泊施設や飲食店のリニューアルなど成功事例の周知による地域の観光事業者の投資意欲の増進
- ・金融機関や事業支援機関と連携した投資相談体制の充実
- ★投資を本県に呼び込めるコーディネーターと協力し、国内外からの投資を促進
- ・地域で中心となり観光投資の受入を牽引するリーダーの確保

②観光DXのさらなる推進

- ★旅行者、観光事業者、行政それぞれに必要な観光客消費動向の収集と適切なタイミングでの提供によるマーケティング強化
- ・翻訳機能や自動応答など多言語での接客ツールや入店整理システムの導入等による事業者省力化・効率化の推進と旅行者の利便性向上
- ・観光DXリーダーの育成

①県内全域での持続的な発展に向けて

- ・各地域のDMOを中心とした観光地マネジメント
- ・安定的な観光財源の確保
- ★開業効果の県内全域への波及
- ・外国人材の受入機関等の活用
- ・通年で集客が見込める観光コンテンツの造成
- ・教育旅行やコンベンション等による平日と土日祝の平準化

②持続可能な観光の実現に向けて再生型観光を強化

- ★地域の宿等と連携した、旅行者へ地域の行事や農業体験等の商品化
- ・旅行者の地域行事等参加による地域の活性化と暮らしの体験による旅行者の満足度向上
- ・本県固有の自然環境を生かしたネイチャーツーリズムの推進
→ふくいの価値の向上と地域文化の継承

③観光を支える、地域に根差した人づくり

- ★観光アカデミーの充実等、地域の観光を牽引するリーダーや現場を支えるプレーヤーの育成・確保
- ・個人旅行や富裕層に対応した有料ガイド等の育成

①インバウンドに刺さる情報・体験を

- ・国や地域ごとのトレンドの分析と求められる体験の選定
- ・海外の旅行会社へ本県特有の体験の売り込み
- ★海外メディアを通じ、個人旅行者をターゲットに外国人旅行者目線で情報発信拡大
- ・アウトバウンドの推進による相互交流の促進
- ・本県で学ぶ留学生や技能実習生等外国人目線でのSNS等による情報発信

②広域での周遊観光を

- ★近隣府県や交通機関等と連携した広域でのインバウンド誘客
- ・中部縦貫自動車道を利用した広域観光ルートの人気定番化

③富裕層を呼び込む

- ★ZENや越前打刃物など唯一無二の観光資源を活用した欧米からの消費単価が高い富裕層の呼び込み
- ・富裕層向け案内ガイドの育成

④インバウンドに快適な旅を

- ★多様な外国人旅行者の目線に立ったAIや遠隔通訳の活用による多言語対応など受入環境の高度化
- ・事業者の外国人対応の強化

①県民の幸せ

- ・観光により地域が潤い住民が幸せになる効果の周知
- ・地域活性化・観光誘客を図る県民主体の活動への支援
- ★ふるさとの魅力への理解を深める教育の推進
→地域に対する愛着と誇りの醸成

②事業者の幸せ

- ・観光DX推進による生産性向上
- ★事業者間連携による宿泊商品・体験コンテンツ・土産物などの商品開発・販売促進
→観光が地域の重要な成長産業となるよう、事業者による投資を幅広く後押し

③旅行者の幸せ

- ・地域の温かいおもてなしや質の高いサービスの提供
- ★旅行者のニーズに合わせた体験型観光などの造成、周知
- ・地産地消、自然保全等SDGsの取組みの推進
→旅行者の福井への愛着を高め再来訪を促す

目指す姿

戦略の柱

取組みの方向性