

ふくい観光ビジョン

令和2年3月

福井県

(目次)

I	策定の趣旨	1
II	観光を取り巻く環境の変化	2
	1 国内外における観光の動向	
	2 観光がもたらす効果	
III	本県観光の主な現状と課題	6
IV	基本理念と数値目標	8
	1 基本理念・目標設定・計画期間	
	2 戦略の体系	
V	戦略の展開	11
	1 観光で「稼ぐ」	11~23
	2 観光で「ブームを起こす」	24~30
	3 観光で「世界を魅了する」	31~36
	4 観光で「心を満たす」	37~42
	【参考】	
	① 「新たな観光戦略」検討会議	43
	② 「福井県観光新戦略」に基づく主な施策の実施状況	46
	③ 観光を取り巻く状況（資料編）	49

- 福井県は、美しい自然、個性あふれる歴史・文化、食など、多種多様な資源に恵まれ、民間調査において連続して「幸福度日本一」となるなど、住みやすい、暮らしやすい地域として高い評価を受けています。
- 一方で、本県を含め、全国各地で人口減少や少子高齢化など社会構造の変化が急速に進み、地域内消費の減少による地域経済の縮小や地域間格差の拡大等が懸念されています。
- こうした中で、観光の振興は、交流人口の拡大により、地域経済の活性化や雇用の拡大などの経済的な効果だけでなく、異なる価値観や多様性の尊重、地域への愛着や誇りの醸成など様々な効果をもたらし、SDGs※の達成に向け観光への期待がますます高まっています。
- 本県では、来るべき令和5年（2023年）春予定の北陸新幹線福井・敦賀開業や中部縦貫自動車道県内区間開通など高速交通網の整備進展のほか、ワールドマスタースゲームズ2021関西や大阪・関西万博等の大規模な国際イベントが周辺で開催されるなど、誘客拡大の好機を迎えます。
- 本ビジョンは、この機を最大限に活かし、観光振興の機運を盛り上げ、行政や関係団体、観光事業者のみならず、県民一人ひとりが自らの果たすべき役割等に対する理解を深め、共通認識のもと県民一丸となって取り組んでいく指針とするものです。

※SDGs（Sustainable Development Goals）：持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現を目指して平成27年（2015年）に国連で採択された持続可能な開発目標

1 国内外における観光の動向 ～ 世界の潮流 ～

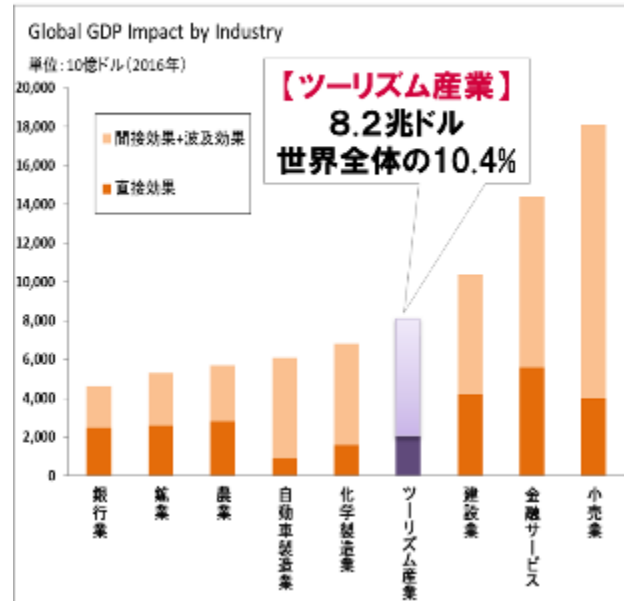
II 観光を取り巻く環境の変化

- 観光は非常に裾野の広い産業であり、その経済波及効果は世界全体のGDPの約10%で化学製造業などを上回り、雇用創出効果は世界全体の雇用の約10%で金融サービスと同等のレベルになっています。
- 国連世界観光機関（UNWTO）は平成29年（2017年）を「開発のための持続可能な観光の国際年」と定め、引き続き成長が見込まれる観光分野のSDGsに対する貢献への期待もますます高まっています。

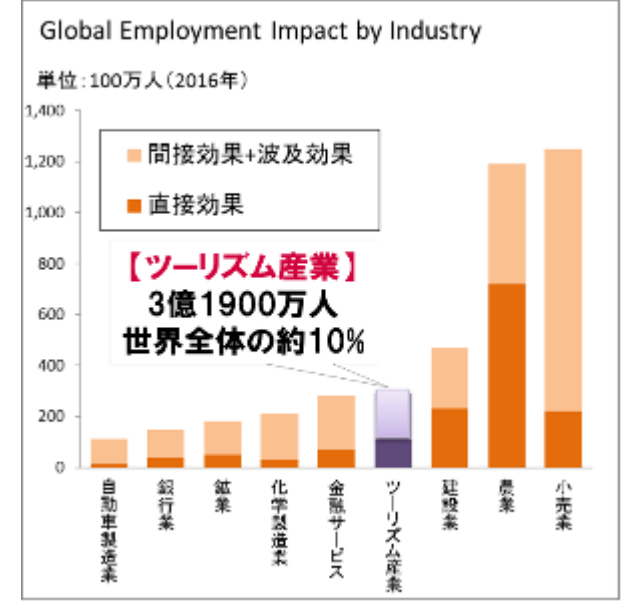
★ツーリズム(観光)産業とは 非常に裾野の広い産業



ツーリズム産業がもたらす経済波及効果



ツーリズム産業がもたらす雇用創出効果



出典元: Travel & Tourism Benchmarking Reports (2018.6)

Tourism for SDGs

(※観光はSDGsの17の目標すべてにつながっている)



目標8「働きがいも経済成長も」～すべての人々のための持続的、包摂的かつ持続可能な経済成長、生産的な完全雇用およびディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）を推進する～

＜観光に関するターゲット＞
雇用を創出し、地域の文化や産品を活かす持続可能な観光のための、持続可能な開発の効果測定ツールを開発し、実践する。

＜観光に関するターゲット＞

令和12年（2030年）までに、雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業を促進するための政策を立案し実施する。



目標12「つくる責任つかう責任」～持続可能な消費生産形態を確保する～

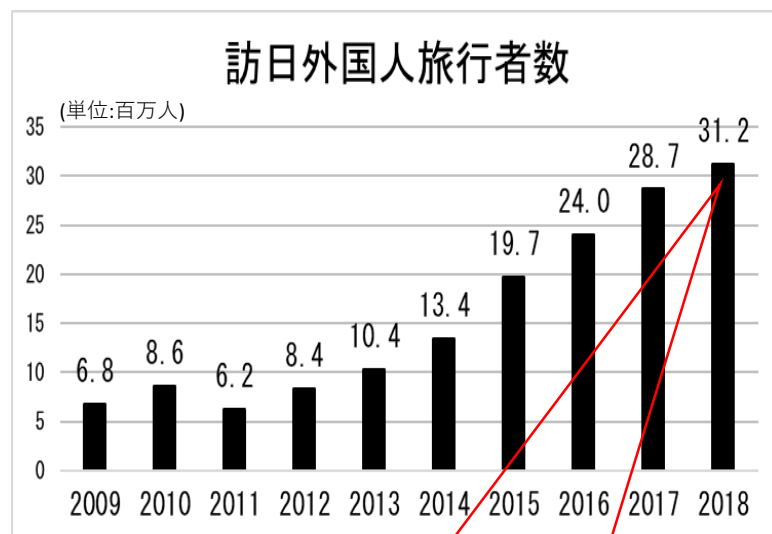
＜観光に関するターゲット＞

雇用を創出し、地域の文化や産品を活かす持続可能な観光のための、持続可能な開発の効果測定ツールを開発し、実践する。

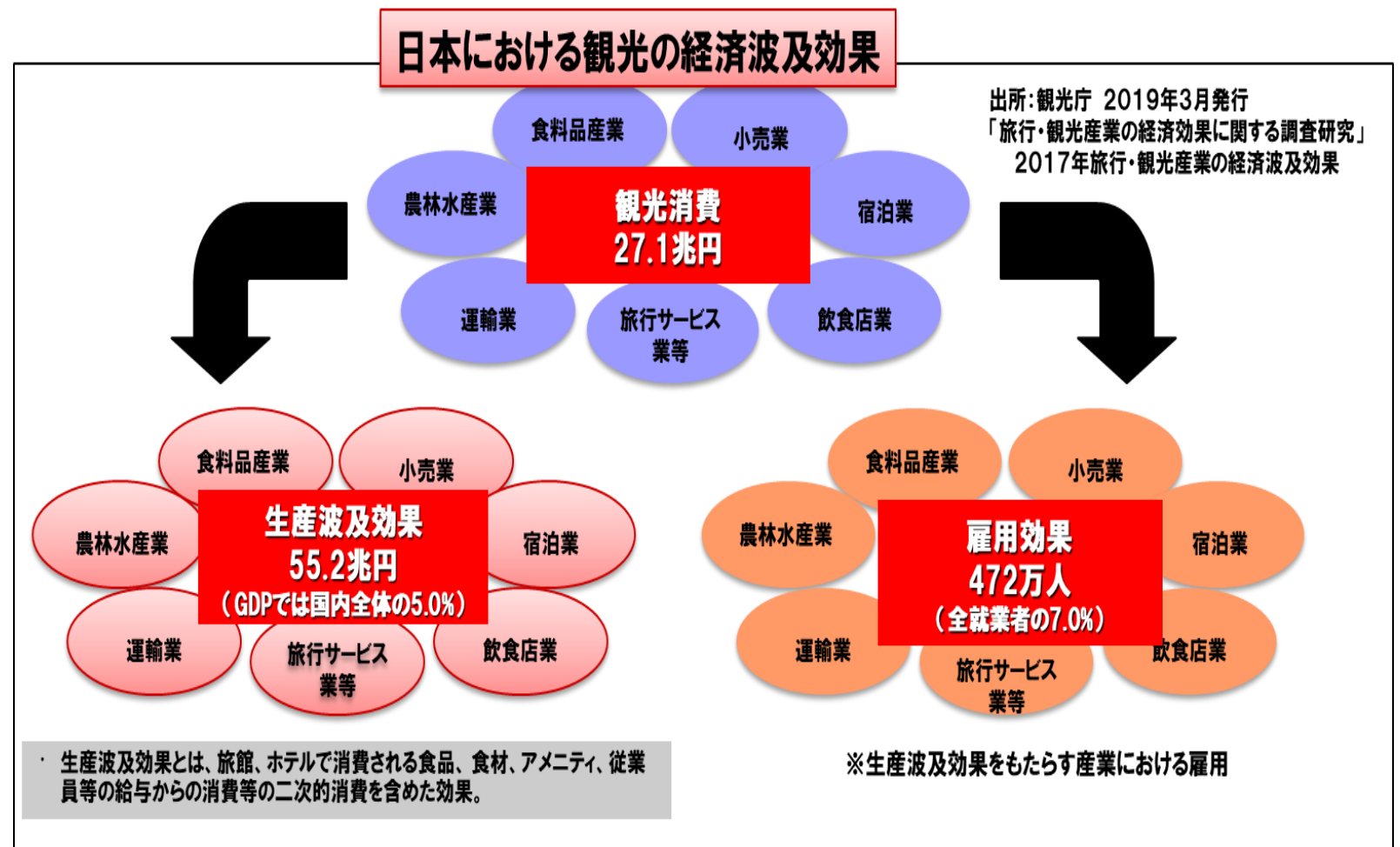
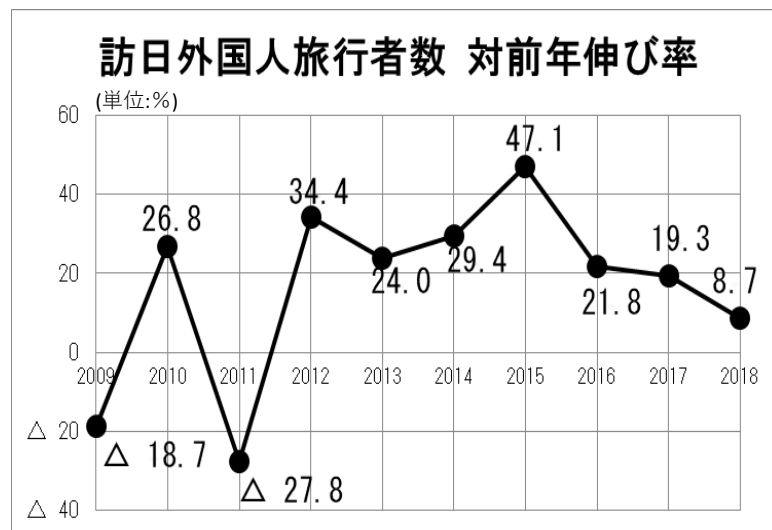
1 国内外における観光の動向 ～ 日本の潮流 ～

II 観光を取り巻く環境の変化

- 我が国では、観光を「我が国の成長戦略の柱、地方創生への切り札」と位置づけ、「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28年3月策定）においては、令和12年（2030年）の訪日外国人旅行者数6,000万人などの目標を掲げ、「観光先進国」の実現を図ることとしています。
- 近年、国内外からの観光客の観光消費がもたらす生産波及効果や雇用効果は大きくなってきており、生産波及効果は日本国内全体のGDPの約5%を、雇用効果は全就業者の約7%を占めています。しかし、世界における割合と比べると小さく、国内の観光産業はまだまだ伸びしろのある産業といえます。



**2018年訪日外国人旅行者数
約3,119.2万人**



2 観光がもたらす効果

II 観光を取り巻く環境の変化

- 交流人口の拡大は、人口の減少による地域経済の縮小を補う効果があります。
- 観光庁の試算（2017年）では、定住人口1人の減少による経済規模の縮小（年間消費額相当分）は、外国人旅行者なら8人分、国内の宿泊旅行者なら25人分、日帰り旅行者なら80人分の旅行消費で補えるとされています。
- また、経済的効果だけでなく、コミュニティの強化や住民の自信・誇り（シビックプライド）の醸成など様々な効果も期待され、住民一丸となった魅力づくり等の取組みにより、地域が抱える課題の解決や活力の創造などにつながっている事例も数多くあります。

<観光がもたらす効果>

観光収入の増加

雇用創出

インフラ改善

地域に対する
誇りの醸成

など

地域のにぎわいが
生まれる

店舗の売り上げ
が増える

新たな商業施設が
建設される

交通網が
改善される

新たな
地域コミュニティが
形成される

地域に残る若者が
増える

生きがいが
芽生える

伝統・文化が
継承・保全される

<他県の取り組み>

○温泉文化で国際都市に ～かつての賑わいを取り戻す～【大分県別府市】

別府市の宿泊客数は、1970年代をピークに減少に転じ、平成21年（2009年）には約200万人まで減少していました。こうした状況の中、市民や民間企業を中心に、温泉を核としたウェルネス産業を起こすことを目的に「ハットウ・オンパク（別府八湯温泉泊覧会）」を開催するとともに、これらの情報を市内に暮らす多数の留学生の協力を得て世界に発信しました。現在では年間約250万人（2018年）の宿泊客が訪れるに至り、特に外国人観光客の激増により、地域に大きな経済効果が生まれています。



○しまなみ海道をサイクリストの聖地に ～スポーツを用いた地域活性化～【一般社団法人しまなみジャパン】



しまなみ海道が通る島しょ部エリアでは、少子高齢化による人口減少や地域経済の停滞といった課題に直面していました。これらの課題を「サイクリング」による交流人口の増加により解決しようと、愛媛・広島両県の行政、民間企業、地域住民などが連携し、さらには世界的自転車メーカーの協力も得て、環境整備や情報発信に取り組みました。

平成26年（2014年）からは国内最大級の国際サイクリング大会を開催し、平成30年（2018年）大会の経済効果は約5.5億円となるなど、地域に好影響を与えています。

○「日本一の星空」を村の誇りに ～地域の価値を再発見～【長野県阿智村（株式会社阿智昼神観光局）】

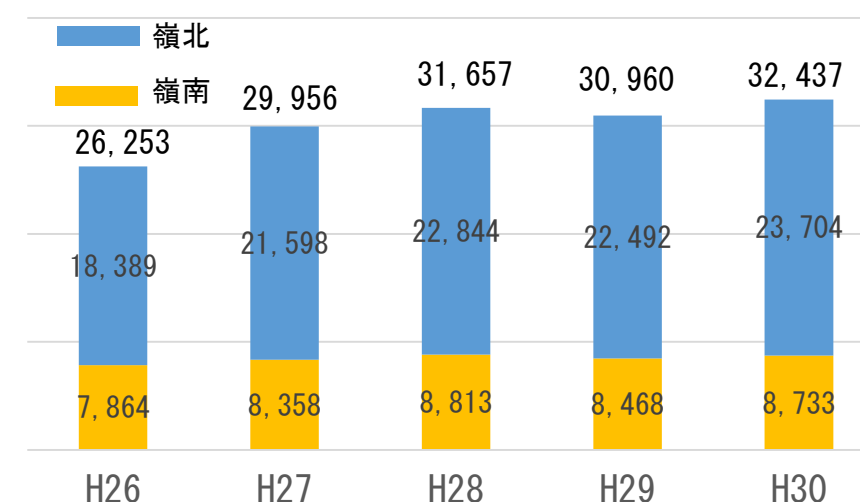
歴史の浅い温泉地において、住民を含めた関係者が一体となり、温泉とあわせ「日本一の星空」を核としたブランディング戦略を展開。この取組みで始めたナイトツアーの利用者は平成24年（2012年）度の6,500人から4年後の平成28年（2016年）度には11万人を超えるなど、地域にも活気が生まれました。また、星の綺麗さに意識的でなかった住民が村の魅力を見つめ直すきっかけにもなり、農家主催の朝市の開催など新たな取組みに波及しています。



1 多様な旅行ニーズに応える魅力づくり

- 本県の観光客入込数（延べ人数）は近年増加傾向にあり、平成30年（2018年）には過去最高となりました。
- 一方で、直近5か年の推移については、嶺北地域に比べ嶺南地域の伸びが小さいことや、県内に宿泊する観光客が全体の2割程度と少ないことなどの課題もあります。
- 県内各地で観光地域づくり法人（DMO）の設立の動きが進む中、福井ならではの観光資源を活かし、地域一体となって多様なニーズに応える魅力づくりを進め、滞在・宿泊の促進等による消費の拡大など経済効果の最大化を図ることが必要です。

【観光客入込数（延べ人数）の推移（千人）】



<福井県観光客入込数（推計）（県統計）>

2 福井ならではのストーリーの発掘と情報発信

- 本県には世界に誇る「恐竜」「年縞」といった本物の価値を提供する資源や、日本遺産などの歴史ある資源が数多くあります。
- しかし、民間調査によると、本県に関する情報のメディア等での接触度が他県に比べ相対的に低いなど、本県の魅力が十分に伝わっていません。
- 新幹線福井・敦賀開業等を契機に、ターゲットを意識して本県の魅力を前面に打ち出した情報発信を行うことで認知度を高め、福井への観光意欲を創出する必要があります。
- また、個々の資源の価値を高めるストーリー（物語）を発掘・発信し、ブランドの確立につなげていくことが必要です。

【本県の情報接触度等に関する評価】

指標	全国順位
情報接触度	42位
魅力度	37位
認知度	42位
観光意欲度	37位

<地域ブランド調査2019（株）ブランド総合研究所）>

3 海外からの誘客拡大

- 本県の外国人延べ宿泊者数は、平成30年（2018年）には約7.6万人となり増加傾向にありますが、全国と比較するとまだまだ少ないのが現状です（全国46位）。
- また、消費税免税店数の少なさ（86店舗（全国46位）：令和元年（2019年）10月現在）などから、外国人観光客の受入環境についても進んでいるとは言い難い状況です。
- 大阪・関西万博など大規模な国際イベントの開催を控え、近隣府県等と連携しながら、インバウンド目線に立った情報の発信やコンテンツの充実、受入環境の整備に取り組み、本県への誘客を拡大することが必要です。

4 旅行の満足度を高める環境整備

- 平成30年（2018年）の福井国体・障スポの際には、県民一体となったおもてなし運動を展開するなど、来県者が満足する環境づくりに取り組んできました。
- 一方で、民間調査によると、本県へのアクセスや現地での観光情報の入手に関する評価が他県に比べ低く、新幹線福井・敦賀開業等に向けて、さらなるおもてなし機運の醸成や二次交通の充実等に取り組む必要があります。
- また、観光客の増加を見据え、環境への影響の配慮など、住民目線に立った観光施策の展開も必要です。

【本県の満足度等に関する評価】

指標	全国順位
地元の人ホスピタリティを感じた	26位
現地へのアクセスが良かった	34位
現地で良い観光情報を入手できた	42位

<じゃらん宿泊旅行調査2019（㈱リクルートライフスタイル）>

基本理念

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

北陸新幹線福井・敦賀開業等を契機に、「地方創生の切り札」とされる観光に地域一体となって取り組み、観光客目線の情報発信等を集中的に行うことで、多方面から注目が集まるふくいブームを創出します。観光を通じて交流人口拡大を図り、SDGsの理念に沿って地域の持続可能性を高めるとともに、新たな価値を定着させ、ブームを一過性で終わらせないムーブメント、さらには文化へと高めていきます。

目標設定

		現状値 (平成30年)	目標値 (令和6年)	備考
定量 目標	(1) 観光消費額 ＜福井県観光統計＞	1,313億円	1,700億円	約30%増加
	(2) 観光客入込数 ＜福井県観光統計＞	1,697万人	2,000万人	約20%増加
	(3) 延べ宿泊者数 ＜宿泊旅行統計調査(観光庁)＞	406万人	510万人	約25%増加
	(4) 外国人延べ宿泊者数 ＜宿泊旅行統計調査(観光庁)＞	7.6万人	40万人	約430%増加
	(5) 来訪者満足度 ＜福井県アンケート調査＞	46%*	60%	約15ポイントの増加
定性 目標	(6) 観光関連サイトへの事業者の登録・県民の投稿件数を増やす			県民の観光への取り組みのモニタリング指標

※令和元年調査（直近1年間に本県に旅行経験のある人のうち、7段階評価で上位2段階（大変満足、満足）を回答した人の割合）

計画期間

令和2年度～6年度（5年間）

基本戦略1 観光で「稼ぐ」

価値ある食を提供するなど、観光客に気持ちよい消費を促すことが、地域経済の活性化ひいては住民の生活の豊かさの向上につながります。そのためにも、観光地域づくり法人（DMO）を中心に観光のプレイヤーを発掘・育成し、ターゲットにあわせ、観光資源を磨き上げ、新たなコンテンツを造成するなど、地域一体となって観光客の心をつかむ魅力づくりを進めます。

基本戦略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、ブームを創出します。また、ブームを一過性で終わらせないよう、個々の資源のストーリーの発掘・発信を通じて魅力を高め、ムーブメントにつなげます。さらには、これらを誰もが認める「ふくいブランド」として確立し、文化へと高めていきます。

基本戦略3 観光で「世界を魅了する」

交流人口の拡大には、近年増加している訪日外国人観光客の需要の取り込みが重要です。関西・京都、北陸など、外国人観光客の多い周辺地域からの誘客も重視しながら、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します。

基本戦略4 観光で「心を満たす」

安全・安心で快適な旅行環境や感動するおもてなし体験の提供などは、観光客の満足度を高めます。観光地までの二次交通の充実や、SDGsの理念に沿った住民の暮らし・豊かさの維持向上につながる持続可能な施策の展開など、すべての人にやさしい環境を整え、地域社会と観光との共生を図ります。

戦略の柱	項目	プロジェクト
<p>観光で 「稼ぐ」</p>	<p>1 観光客の心をつかむ</p>	<ul style="list-style-type: none"> (1)世界に通用する食・食文化を (2)選ばれる観光地へ (3)魅力あふれる嶺南地域へ (4)スポーツ・文化を観光の目的に (5)ワクワクつづく滞在に (6)「ここにしかない」MICE・教育旅行を
<p>観光で 「ブームを起こす」</p>	<p>2 観光地域づくりをすすめる</p>	<ul style="list-style-type: none"> (1)頑張る事業者に活力を (2)みんなで観光のイノベーションを
<p>観光で 「世界を魅了する」</p>	<p>3 ブランド力を高める</p>	<ul style="list-style-type: none"> (1)個々の資源に価値を高めるストーリーを
<p>観光で 「心を満たす」</p>	<p>4 心惹かれる情報を届ける</p>	<ul style="list-style-type: none"> (1)いつでもどこでも「今」の情報を (2)欲しい人に欲しい情報を
<p>観光で 「世界を魅了する」</p>	<p>5 インバウンド目線で攻める</p>	<ul style="list-style-type: none"> (1)外国人に刺さる情報・体験を (2)世界基準のおもてなしを
<p>観光で 「心を満たす」</p>	<p>6 すべての人にやさしい環境を整える</p>	<ul style="list-style-type: none"> (1)「また来たい」福井へ (2)暮らしの中に観光を

(1)世界に通用する食・食文化を

◎現状・課題

- ・「食」は常に旅の目的の上位に挙げられ、地域が稼ぐための重要なコンテンツであることから、価値ある食の提供やサービスのレベルアップなどにより、「本場で味わいたい」という需要を創出し、気持ちよい消費につなげていくことが必要です。
- ・本県には、里山里海湖が育んだ豊かな食材や地域に根付く固有の食文化のほか、食を彩る漆器・打刃物等の伝統工芸が揃い、中でも、敦賀昆布や越前打刃物は世界のトップシェフに愛用され、高い評価を得ています。

◎取組みの方向性

世界のトップシェフ等から地域の風土・歴史・文化を料理に表現する手法を学ぶ場を提供することで、世界に通用する料理人を育成し、地元食材を活かした質の高い食の提供や店舗のサービスレベルの向上につなげます。

また、富裕層向けの特別なロケーションでの高級な食体験の提供や、女子旅向けの名物の発掘、ヴィーガン*対応の精進料理の提供など、ターゲット層のニーズにあわせた食のバリエーションの充実を図ります。

さらには、食を彩る伝統工芸や食材の産地等と連携し、本県の食・食文化の奥深さを伝える体験プログラムを造成するなど、福井ならではのフードツーリズムを進めます。

<主な取組み例>

- ・県内料理人等のレベルアップを目指したトップシェフ等との交流の場の提供【県、民間】
- ・地元食材の魅力を引き出す一流シェフの料理店の出店【民間】
- ・店舗のサービス向上、メニュー充実を目的としたセミナー等の開催【県、市町、民間】
- ・ターゲットごとに目玉となる地域名物の発掘【県、市町、民間】
- ・食材の産地等と連携した食体験の提供【県、市町、民間】

～県民oneアクション～

- ・SNS等を活用して福井の食や土産物を発信します！



越前がにを使った新作メニュー

*ヴィーガン：完全菜食主義者

(2) 選ばれる観光地へ

◎現状・課題

- 本県には、東尋坊や恐竜博物館など知名度の高い観光地のほか、丹南伝統的工艺品産地や三方五湖など、県内外に誇る観光資源が各地域にあります。
- 旅行先の選択肢を広げ、県内各地への誘客を促進するためには、地域を代表する観光資源（観光拠点）をスケールアップし、これらの資源を核とした地域の魅力をさらに高めていく必要があります。
- また、その他の観光地についても、時代に合わせ、新たな価値を検討していく必要があります。

◎取組みの方向性

各地域を代表する唯一無二の観光資源である、東尋坊、恐竜博物館、一乗谷朝倉氏遺跡、丹南伝統的工艺品産地、三方五湖などを磨き上げ、人を惹きつけ旅行先として選ばれる観光地づくりを進めます。

また、自然を活かしたアクティビティコンテンツの導入によるスキー場の通年活用など、その他の観光地についても、時代のニーズに合った新たな取組みを進めます。

～県民oneアクション～

- 県内の観光地を巡ります！
- 地元の観光資源を知り、その魅力を友人に紹介します！



一乗谷朝倉氏遺跡

(2) 選ばれる観光地へ

<主な観光拠点における方向性>

○東尋坊周辺（東尋坊ラグジュアリーリゾート）

本県が誇る景勝地で、県外での知名度も高い東尋坊においては、訪れる観光客の満足度を向上させ滞在時間を延ばすため、絶景を楽しむ仕掛けやアクティビティの導入、エグゼクティブ層向けのリゾートホテルや厳選食材が楽しめるオーベルジュ※を誘致するなど、ラグジュアリーリゾートの形成を目指します。

また、本県で最も観光客が訪れる観光地であることを活かして、県内の観光・歴史資源などの情報を発信し、周遊を促します。

※オーベルジュ：宿泊施設を備えたレストラン



東尋坊

○あわら温泉周辺

県内最大の宿泊地であるあわら温泉においては、芦原の芸妓文化の体験企画を充実し、足湯や日帰り温泉など観光客が気軽に温泉に親しめる温泉街のまち歩きを促すとともに、周辺の飲食店と連携した泊食分離を提案するなど、多様な宿泊ニーズへの対応を進めます。

また、本県の北の玄関口となる芦原温泉駅において、賑わい空間の整備にあわせ、広域観光案内所を整備し観光コンシェルジュを配置するなど、観光案内機能の強化を図ります。



あわら温泉（芦湯）

(2) 選ばれる観光地へ

○一乗谷朝倉氏遺跡周辺（一乗谷ミュージアム）

中世の歴史を楽しみながら学べる「一乗谷朝倉氏遺跡博物館（仮称）」を整備し、戦国期の城下町跡がそのまま残る他に類例のない遺跡の価値を国内外へ強力に発信します。

また、最新技術を活かしながら、戦国時代の生活や文化をよりリアルにより楽しく体験できるプログラムの充実や、「戦国」をテーマとした観光列車の導入に向けた検討を進め、「一乗谷朝倉氏遺跡」全体を活性化し、誘客の核として磨き上げます。

さらに、ともに日本遺産に認定された「白山平泉寺」や国の重要文化財に指定されている「大本山永平寺」「丸岡城」などの中世歴史遺産、越前大野城など周辺にある歴史・文化資源をつなげ、周遊観光ルートを構築します。



一乗谷朝倉氏遺跡博物館（仮称）

○恐竜博物館周辺（ダイナソーバレーリゾート）

恐竜博物館については、化石発掘に加え、レプリカづくりや化石クリーニング等の恐竜研究体験を提供するなどオールシーズン体験可能な施設へフルモデルチェンジするとともに、映像やライブショーなどの体感型の機能を強化し、年間を通じた交流人口の拡大を図ります。

また、恐竜列車・バスの運行や恐竜ホテル（恐竜ルーム等）の改修、長尾山総合公園全体の充実、六呂師高原での自然体験など周辺での体験プログラムを組み合わせた周遊券の設定等により、県内での回遊や宿泊をパッケージ化し促進する取組みを進めます。



恐竜博物館

(2) 選ばれる観光地へ

○丹南伝統的工芸品産地（クラフトツーリズムのメッカ）

丹南地域は越前漆器、越前和紙、越前打刃物、越前焼、越前箆笥の5つの伝統的工芸品産地が集積している全国でも稀有な地域です。

産地が持つ歴史や背景、特徴に関する伝統工芸士等からの解説や工房見学、まち歩きにより産地ならではの空気を感じてもらうなど、本物の伝統工芸を体験できるプログラムを充実させ、体験から商品の購入につなげる産業観光を推進するなど、クラフトツーリズムのメッカを目指します。

○敦賀周辺

大陸からの玄関口として栄えた歴史ある敦賀港を含む金ヶ崎エリアにおいて、命の大切さ・平和の尊さを発信する「人道の港敦賀ムゼウム」や当時の港・鉄道のジオラマ等を展示する「敦賀赤レンガ倉庫」、周辺に残る鉄道遺産などを中心に、欧亜国際連絡列車が走っていた明治後期から昭和初期を意識した景観の整備を進め、ノスタルジックな雰囲気を作成します。



越前和紙の里 卯立の工芸館



「人道の港敦賀ムゼウム」
リニューアルイメージ

(2) 選ばれる観光地へ

○三方五湖周辺（サイクリングリゾート）

若狭湾国定公園のハイライトスポットである三方五湖周辺においては、自然景観や漁村・農村の風景を保全しながら、リニューアルしたレインボーライン山頂公園の魅力を発信し、新たな道の駅や五湖を巡る遊覧船を整備するなど、観光拠点のレベルアップを図ります。

また、エリア内の年縞博物館や縄文博物館、園芸体験施設などを周遊できるサイクリングロードの整備やサイクリングツアーガイドの養成などを進め、サイクリングリゾートの形成、ナショナルサイクルルート認定を目指します。



三方五湖

○若狭湾沿岸

若狭湾沿岸においては、ビーチの国際環境認証「ブルーフラッグ」を取得した若狭和田ビーチに代表される美しい海や港を活かし、SUP*やカヤックなどのアクティビティコンテンツの充実、養殖地の観光活用、新鮮な海の幸を提供する漁家レストラン、グランピング*などの飲食・宿泊施設等の整備を進め、海や港に親しむリゾート空間の形成を目指します。



若狭湾

*SUP：スタンドアップパドルボード（Stand Up Paddleboard）の略。マリンスポーツの一つ。

*グランピング：快適さを兼ね備えた新たなキャンピングスタイル。グラマラス（魅惑的な）とキャンピングを掛け合わせた造語。

(3) 魅力あふれる嶺南地域へ

◎現状・課題

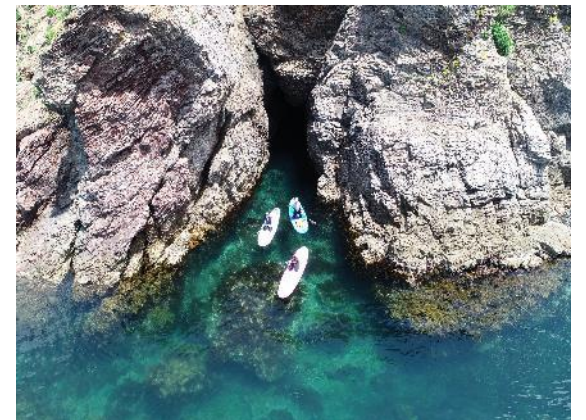
- ・北陸新幹線の当面の終着駅が敦賀駅となる中で将来的な大阪への延伸も見据え、嶺南地域ならではの魅力を高め、近隣府県と連携しながら、さらなる誘客拡大を図る必要があります。
- ・嶺南地域の主要宿泊施設である民宿は、新鮮な地魚を使ったメニューや漁業体験などの特徴的なサービスを提供していますが、施設の老朽化、経営者の高齢化、廃業による減少といった問題を抱えています。

◎取組みの方向性

豊かな自然や歴史を活かした新たなツーリズムを推進するなど、嶺南地域ならではのコンテンツを最大活用していきます。

また、京都や滋賀などの近隣府県と連携し、広域的な誘客施策を展開していきます。

さらには、民宿や古民家等の特徴を活かした滞在型観光を促進していきます。



SUP体験

<主な取組み例>

- ・サイクリング、SUP、トレイルなどのアクティビティコンテンツの充実【県、市町、民間】
- ・嶺南地域の自然を楽しみながら宿泊できるホテルやグランピング施設の誘致・整備【県、市町、民間】
- ・美しい自然景観・豊かな食を一度に楽しめる観光列車やレストランバスの運行【県、市町、民間】
- ・鯖街道や小浜線、びわ湖一周サイクリング「ビワイチ」などを活かした京都・滋賀との連携による広域周遊ルートの設定【県、市町、民間】
- ・施設のリニューアルや体験プログラムの充実など、民宿が行う誘客に向けた新たな取組みへの支援【県、市町】

(4) スポーツ・文化を観光の目的に ① スポーツツーリズムの推進

◎現状・課題

- ・スポーツは「する」「観る」「支える」という様々な関わり方があり、スポーツツーリズムを推進することで、さらなる交流人口の拡大が期待されます。
- ・本県においては、平成30年（2018年）の福井国体・障スポにあわせて整備した施設や、大会開催のノウハウなどのレガシーを活かしていくことが必要です。

◎取組みの方向性

県、市町、競技団体、経済団体、観光団体等が一体となった地域スポーツコミッションを創設し、全国大会・イベントや世界大会の誘致・開催などを進めます。

また、福井の自然を活かしたアクティビティコンテンツの充実や県内スポーツチームの活躍応援などにより、スポーツによる交流人口の拡大を図ります。

＜主な取組み例＞

- ・有名選手が参加する「アスリートナイトゲームズ」など、集客力のあるスポーツ大会・イベントを誘致・開催【県、市町、民間】
- ・自然を楽しむラフティングやサイクリング大会など参加型イベント等の企画・開催【県、市町、民間】
- ・県内スポーツチームによる地域活動への参加やチームのPR等の広報活動を支援【県】



アスリートナイトゲームズ（2019.8）

～県民oneアクション～

- ・スポーツ大会開催時にボランティア、応援として参加します！
- ・国内外選手のおもてなしをします！

(4)スポーツ・文化を観光の目的に ②文化の継承・観光活用

◎現状・課題

- ・交流人口の拡大のためには、地域に根付く歴史遺産や景観資源、伝統芸能、文化芸術を観光活用することが必要です。
- ・また、地域住民自らがこうした本県の文化の価値を認識し保存・継承していくことが重要であり、観光活用による交流人口の拡大は、住民の保存・継承意識の醸成につながります。

◎取組みの方向性

地域に根付く歴史遺産・景観資源を核とした景観づくりや、芸能および神事の伝承・公開を進め、観光客目線に立ってその魅力をわかりやすく伝える取組みを展開し、観光活用を図ります。

また、普段の生活の中で文化を感じられる環境づくりを推進するほか、サブカルチャー・ポップカルチャー等の若者文化に関するイベントを開催するなど、多彩な文化を活かしてまちなかの賑わいを創出します。

<主な取組み例>

- ・重要文化的景観への登録を目指した越前海岸の水仙群生地における景観づくり【県、市町】
- ・保存会が行う伝統芸能の伝承活動や広報活動、公開活用を支援【県、市町】
- ・日本遺産の構成文化財や無形民俗文化財（祭り等）の魅力を動画で発信【県、市町、民間】
- ・優れた美術作品をまちかどに展示【県、民間】
- ・まちなか音楽フェス「ワンパークフェス」や地域資源に着目した芸術祭の開催【県、市町、民間】



県指定無形民俗文化財の
「小浜放生祭」



越前水仙

～県民oneアクション～

- ・地域の伝統ある祭り等へ参加します！
- ・歴史遺産や景観、伝統芸能の魅力や各種行事をSNS等で発信します！
- ・地元のイベント（祭り、環境維持活動など）開催時に地域外の人を積極的に受け入れます！

(5) ワクワクつづく滞在に

◎現状・課題

- ・高速交通網の整備に伴い、観光地間の移動時間が短縮しています。複数の府県を1日で巡るツアーも造成され、福井県内に宿泊する観光客は2割程度にとどまっています。誘客の核となる観光地と周辺の観光資源をつなげ、県内での周遊を促し、宿泊者数の増加を図る必要があります。

(参考指標) ・観光客入込数における宿泊者数の割合 19.1% <平成30年福井県観光客入込数(推計)>

◎取組みの方向性

主要観光地周辺での体験プログラムを充実させるとともに、自治体間の連携をとりながら、観光客のニーズに沿ったストーリー性のある観光ルートを提案・発信していきます。

また、漁家民宿や農家民宿、オーベルジュなど多様な宿泊形態の提案や、早朝・夜間のイベントの開催などにより、県内での周遊性を高め、滞在の楽しみを増やし、宿泊旅行を促進します。

<主な取組み例>

- ・自然体験や農業・漁業体験などの体験プログラムの充実【県、市町、民間】
- ・一乗谷朝倉氏遺跡、越前大野城、養浩館庭園など戦国から幕末までの歴史をたどるルートの構築・発信【県、市町】
- ・民宿のリニューアル支援、オーベルジュ等の誘致【県、市町、民間】
- ・ホテル等における恐竜や伝統工芸をテーマにしたルームの拡充【県、市町、民間】
- ・観光地・宿泊地周辺での早朝ヨガ・坐禅やライトアップイベントの開催【市町、民間】



福井県庁舎でのプロジェクションマッピング(2018.10)

～県民oneアクション～

- ・地域で提供できる観光客向け体験・交流プログラムの開発に取り組みます！

(6)「ここにしかない」MICE、教育旅行を

◎現状・課題

- ・ M I C E※や教育旅行の誘致のため、他県・県内市町との共同営業や助成制度の整備等に取り組んでいますが、コンベンションの開催実績、教育旅行の来訪者数ともに、近隣県と比べるとまだまだ少ない状況です。
- ・ M I C Eや教育旅行はその経済効果の大きさや将来の再来訪への期待などから、本県の特徴を活かしながら、今後も積極的に誘致に取り組む必要があります。

◎取組みの方向性

M I C Eについては、（公社）福井県観光連盟に誘致部門を新設し、受入体制を整えながら、恐竜博物館や寺社仏閣等を利用して会議やレセプションを開催する「ユニークベニュー※」を企画・提案するなど、国内外からの誘致を進めていきます。

教育旅行については、生徒、父兄、学校関係者が安心して体験学習や宿泊ができる体制づくりを進めるとともに、石川県、富山県や県内市町と連携し、首都圏の学校等に対して、本県独自の伝統工芸や自然と触れ合う体験プログラムを造成・PRするなど、さらなる誘致を進めていきます。

<主な取組み例>

- ・ M I C E機能を有するホテルの誘致、宿泊施設間の連携強化【県、市町、民間】
- ・ 国内外商談会への参加【県、市町】
- ・ 会議と観光のパッケージ提案【県、市町】
- ・ 教育旅行推奨の施設・宿の認定【県、市町】
- ・ 学力・体カトップクラスなど本県の強みを活かしたプログラムの造成【県、市町】



I S T S 福井大会 (2019.6)

～県民oneアクション～

- ・ M I C E開催時のおもてなしに協力します！

※MICE：Meeting（会議、研修、セミナー）、Incentive tour（報奨、招待旅行）、Convention/Conference（大会・学会・国際会議）、Exhibition（展示会）の略称。ビジネストラベルの一つ。

※ユニークベニュー：歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場

(1) 頑張る事業者に活力を

◎現状・課題

- これまでの観光は、地域の魅力をプロモーションし、多くの観光客に来てもらう「集客増」に主眼が置かれていましたが、地域経済の活性化には観光消費を増やすことが重要です。
- 地域の稼ぐ力を引き出すためには、マーケティングに基づく戦略やその仕組みをマネジメントする体制の構築、戦略を実践するプレイヤーを発掘・支援していくことが必要です。

◎取組みの方向性

(公社) 福井県観光連盟を本県の観光地域づくりの中核を担う組織(福井県版DMO)として機能強化し、マーケティングに基づく事業戦略の策定、観光プレイヤーの発掘・支援、観光資源の発掘・磨き上げなどを行います。

福井県版DMOは、特に、地域の観光を担うプレイヤーの発掘と支援に重点を置いて活動を行います。市町や事業者の現場を回りながら、民間活力が必要な事業領域にチャレンジするプレイヤーを発掘し、その活動をコーディネート・ブラッシュアップするとともに、資金面でも支援していきます。

また、県内各地域のDMOの設立支援やDMO間の連携強化を図り、地域の稼ぐ力を引き出し、地域一体となって観光に取り組む基盤づくりを推進します。

<主な取組み例>

- マーケティングデータの収集・分析・提供【DMO】
- 地域の観光を担うプレイヤーの発掘、支援【DMO、市町】
(事業領域の例：泊食分離、ナイトタイムエコノミー、魅力的な土産品や体験プログラムの開発、サービススキル向上 など)
- 観光資源の発掘・磨き上げ【DMO、市町】

(2) みんなで観光のイノベーションを

◎現状・課題

- ・観光を通じ地域づくりを進めていく上では、地域をけん引するリーダーや観光事業者・観光ガイドなど現場を支えるプレイヤーの活躍、さらには県民一人ひとりの積極的な行動が不可欠です。
- ・福井県観光アカデミーの開設等により、新たなバスツアーの企画・商品化につなげるグループなどもでてきており、こうした自主的・主体的な取組みをさらに拡大していく必要があります。

◎取組みの方向性

市町や県立大学等と連携し、観光地域づくりの中核人材、高校生・大学生など次代を担う観光人材の育成のほか、事業者が観光で「稼ぐ」ためのビジネス力の向上を図っていきます。

また、県民が地域の魅力を理解し、情報発信やおもてなしなどで力を発揮できるよう、本県の観光を学ぶ基礎講座やステップアップとしての観光ガイドの養成講座等を開催し、地域の観光を支えるプレイヤーを育成します。

＜主な取組み例＞

- ・観光の現場で役に立つ知識や考え方を学ぶ福井県観光アカデミーの充実（ビジネスコースの新設など）【県】
- ・県内の大学・職業系高校における企業等との協働プロジェクトの実施（地元商店街への観光客誘引策の検討など）【県、大学、民間】
- ・県立大学における観光学講座の開催【大学】
- ・地域のボランティアガイドや広域的なルート等を提案できる県認定ガイドの養成【県、市町】

～県民oneアクション～

- ・観光を学ぶ講座等へ積極的に参加します！
- ・地域のボランティアガイドへの登録、県認定ガイドの取得に取り組みます！

(1) 個々の資源に価値を高めるストーリーを

◎現状・課題

- ・本県には、「恐竜」「年縞」など観るよりも学ぶことで本物の価値を知り感動する資源や、「越前和紙」「眼鏡フレーム」など古くからの歴史・製法を学ぶことで新たな価値を知ることができる資源が数多くあるなど、「学びの場」という特長を持っています。
- ・しかし、こうした独自の魅力をもつ資源の価値が十分に伝わっておらず、これらの地域資源がブランドとして広く認知されるためには、観光客の共感を呼ぶ、独自性を強調したストーリー（物語）を発掘・発信していくことが必要です。

（参考指標） ・魅力度 全国37位、認知度 全国42位 <株ブランド総合研究所「地域ブランド調査2019」>

<個々の資源のストーリー（例）>

◎取組みの方向性

県民参加を促進しながら、個々の資源が持つ特長ある「学び」の要素（歴史的背景等）など知的好奇心を刺激するストーリー（物語）を発掘します。

また、こうしたストーリーについてあらゆる機会を捉え発信していくことで個々の資源の魅力を高め、誰もが認める「ふくいブランド」としての確立を図ります。

<主な取組み例>

- ・地域資源のストーリーを再発見する県民参加型プロジェクトの実施【県】
- ・地域資源の固有の歴史や事象をストーリーで紹介するホームページや冊子等の作成【県、市町、民間】
- ・ストーリーを体感してもらうモデルコースの設定【県、市町、民間】

地域資源	ストーリー
恐竜	約40年前、一人の女子中学生が持ち込んだ化石から始まった恐竜王国の歩み
大本山 永平寺	770年以上経った今も曹洞宗の中で最も厳しいと言われる修行の場
一乗谷 朝倉氏遺跡	朝倉氏滅亡後、約400年もの間地中に眠っていた戦国城下町遺構（日本のポンペイ）
越前和紙	全国で唯一、紙の神様を祀る和紙の里。地域が守り継いできた岡太神社・大瀧神社の建築様式や祭礼
眼鏡 フレーム	明治期に農家の冬季の副業として始まり、世界的な一大産地へと成長した歩み
人道の港	ポーランド孤児や「命のビザ」を持ったユダヤ人難民が上陸した歴史
年縞	7万年の年月をかけて積み重なり、「世界標準のものさし」に認定された、水月湖の年縞の奇跡
鯖街道	海と都をつなぎ、豊富な食材や人、文化を運んだ交流の「道」の歴史・文化の魅力

～県民oneアクション～

- ・それぞれの地域資源が持つ歴史的背景等を学び、その価値を再発見します！

(1) いつでもどこでも「今」の情報を

◎現状・課題

- ・近年、多くの方がスマートフォン等を通じて旅行に関する情報を収集しています。
- ・生活の中で福井県の情報に触れたという人が少なく、旅行者が福井の情報をタイムリーに入手できるようにするためには、デジタル情報の充実を図ることが必要です。

(参考指標) ・情報接触度 全国42位 <㈱ブランド総合研究所「地域ブランド調査2019」>

◎取組みの方向性

従来のパンフレット等による情報発信に加え、観光客が求めるあらゆる情報を提供できるような情報基盤（観光情報ポータルサイト）を整備し、観光情報のデジタル化を推進します。

また、自治体や事業者だけでなく、県民や観光客など多様な主体による情報の発信・拡散を促進し、観光客に福井の「今」が届く情報発信を展開していきます。

<主な取組み例>

- ・観光地や宿泊・飲食施設、アクセス情報などウェブサイト上での観光情報の充実【県、市町、民間】
- ・県の観光情報ポータルサイト「ふくいドットコム」の機能充実【県】
- ・インスタ映えする風景の発掘・発信【県、市町、民間】

～県民oneアクション～

- ・SNS等を活用して、県内の写真映えスポットなどの情報を発信します！
- ・観光関連サイトへ投稿します！

(2) 欲しい人に欲しい情報を

◎現状・課題

- ・ 本県を訪れる県外観光客の約7割が関西・中京圏在住者であり、首都圏からの観光客は約1割となっています。
- ・ 首都圏では本県の観光地を知っている方が少なく、首都圏在住者にとって本県はミステリアスな地であると言えます。
- ・ 今後、新幹線福井・敦賀開業等の好機を活かしながら、観光客の居住地や年齢別などそれぞれのターゲットに対し、求める情報を積極的に発信していくことが必要です。

(参考指標) ・ 福井県の観光地認知状況 21.1% <福井市「首都圏における観光消費マーケティング調査」>

◎取組みの方向性

観光客の居住地や年齢による本県への認識、距離感の違いなどを踏まえながら、デジタルメディアを最大活用し、欲しい人に欲しい情報を届けられるよう、これまでの行政PRにとらわれない力強い戦略的なプロモーションを展開します。

また、NHK大河ドラマ・朝ドラ等の実現に向けて誘致活動を強化するほか、フィルムコミッションを設立し、話題性のある映画やテレビ番組等の誘致に取り組むなど、メディアの発信力を最大限活用し、誘客拡大を図ります。

<主な取組み例>

- ・ 注目度の高いエリアでのイベント等の開催やメディアプロモーションの強化【県、市町、民間】
- ・ インフルエンサーなどの発信力を活かしたSNS等での情報拡散【県、市町、民間】
- ・ ドローンなどの新しいツールを活用し、動画サイトやウェブ等で発信【県、市町、民間】
- ・ 近隣府県やJR各社、航空会社等と協働したキャンペーンの実施【県】
- ・ 福井とのつながりを活かした発信【県、市町、民間】

(2) 欲しい人に欲しい情報を

<居住地別の方向性>

○首都圏

本県の情報に関する接触度・認知度が他県に比べ低いことから、人口や情報が集中する首都圏においては、特に、メディアの活用や注目度の高いエリアでのイベント開催など、インパクトのある手法で露出を増やし、本県の情報への接触機会を飛躍的に高めていきます。

プロモーションにあたっては、恐竜や年縞に代表される中生代から近代に至るまで幅広く厚みのある歴史・文化資源など、本県の観光資源が持つ本物の魅力を前面に打ち出し、「行ってみたいなと思ったところが実は福井」という展開を図っていきます。

また、金沢経由であわら温泉や恐竜博物館を訪れるなど、より広範囲に旅行される方に対しては、北陸各県やJR各社、航空会社等と協働し、北陸の強みを前面に出しながら、各県それぞれの魅力を組み合わせた情報発信を進めます。

さらに、北陸新幹線の当面の終着駅が敦賀となることを活かし、関西・中京エリアからの観光客に人気がある嶺南地域の観光資源の情報なども発信し、県内全域への誘客につなげていきます。



走行する新幹線（イメージ）

(2) 欲しい人に欲しい情報を

○関西圏

関西圏は、本県を訪れる県外客の割合が最も多い地域であり、来訪経験がある人も多いため、プロモーションにあたっては、整備が進む新たな観光地を含め、既存の観光資源についても新たな視点から「魅せる」発信を行い、観光客にとっての福井の印象を変えるような展開を図っていきます。

特に距離の近い嶺南地域の美しい海、質の高い食、寺社仏閣などの新たなストーリーや、再整備が進む東尋坊・恐竜博物館など知名度の高い観光地等の見どころを発信することにより、各地域への周遊を促し、宿泊につなげます。

さらに、近隣の滋賀や京都と連携して、各府県が誇る名勝地や鉄道遺産などの歴史資源を巡る旅行コースなどを関西圏のマスメディアや旅行会社を通じて発信し、誘客拡大を図ります。



水島



くずまんじゅう



明通寺



旧北陸本線トンネル

(2) 欲しい人に欲しい情報を

○中京圏

中部縦貫自動車道や冠山峠道路の開通により、本県と中京圏との新たな交流が期待されることから、恐竜博物館、越前大野城、ツリーピクニックアドベンチャーいけだなど、その玄関口となる奥越地域や丹南地域の観光資源を中心に情報発信を強化します。

また、自動車での来県が多く見込まれることから、その移動のしやすさを活かし、奥越・丹南地域を起点として、例えば、越前大野城～一乗谷朝倉氏遺跡～丸岡城を巡る「お城巡りコース」や恐竜博物館～越前和紙の里～水島を巡る「親子で楽しめるコース」のような新たなモデルコースを発信することにより、各地域への周遊を促し、宿泊につなげます。

さらに、旅行会社と協働して、名古屋駅や中部国際空港発着のバスツアーを造成し、その発信に取り組むほか、近隣県である岐阜県と連携して、両県が誇る歴史資源を巡る旅行コースなどを中京圏のマスメディアや旅行会社を通じて発信し、誘客拡大を図ります。



ツリーピクニックアドベンチャーいけだ



越前大野城



丸岡城

(2) 欲しい人に欲しい情報を

<年齢別の方向性>

○若年層（20代）

若者は食、宿泊、遊びといった自分の体験をSNS上で共有する傾向があり、様々な情報を積極的に収集しています。特に写真映えする観光資源の情報を求めており、夕映えの東尋坊や三方五湖の絶景を望む足湯等の魅力を、SNSを活用しながら映像で訴えるなど、情報発信を強化していきます。

○ファミリー層（30～50代）

子供との旅行が多くなるこの年代は、自動車での移動が中心であり、比較的自由な行動が可能となります。現在ファミリー層に人気の高い恐竜博物館だけでなく、エンゼルランドふくい、うみんぴあ大飯、イカ釣り体験など、三世代を含む家族で楽しめる観光資源を組み合わせで発信します。

○シニア層（60代以上）

シニア層はゆったり・上質な食や宿を好む傾向があるため、本県を代表する越前がにや高級な温泉宿などの魅力を発信していきます。また、歴史的な名所を求めて旅行をする方も多いため、一乗谷朝倉氏遺跡や大本山永平寺のほか、今庄宿、熊川宿、明通寺など本県が強みとする歴史資源の魅力をそのストーリーとともに発信していきます。

○女性

女性同士の旅、一般的に言う「女子旅」では、食や宿泊施設、温泉を重視する傾向にあります。あわら温泉における湯めぐりや地酒を楽しむまち歩きコースなど、女性同士で楽しめる情報を発信していきます。



うみんぴあ大飯
(福井県こども家族館)



大本山永平寺

(1)外国人に刺さる情報・体験を ①国・地域に応じた情報発信

◎現状・課題

- ・訪日外国人の旅行情報の入手経路はウェブサイトやSNSが多いことから、デジタルマーケティングの活用が重要となってきたおり、県内においても自治体・事業者とともに積極的に取り組んでいく必要があります。
- ・国・地域ごとの嗜好等に応じて、観光地や体験プログラム等の情報を発信していくことが必要です。

◎取組みの方向性

観光情報ポータルサイトの機能を強化し、外国人による活用を促進するとともに、その利用状況などから、観光客の行動パターンや嗜好等に関する情報の収集・分析を進め、国・地域の特徴に応じた情報発信を展開していきます。

これまで重点的に誘客に取り組んできた台湾や香港に加え、訪日客数が著しく増加している中国や長期滞在が期待できる欧米豪のほか、新たな市場として、経済成長に伴い訪日客増加が見込まれる東南アジアの国々を開拓していきます。

<主な取組み例>

- ・県の観光情報ポータルサイト「ふくいドットコム」の外国人目線での全面改修（国・地域別の内容、分析機能等の追加）【県】
- ・「ふくいドットコム」の閲覧状況等の分析およびその分析結果による観光地等のPR情報の見直し【県、民間】
- ・東南アジア等における新たな市場開拓のための現地商談会への参加や営業活動の実施【県、市町、民間】

～県民oneアクション～

- ・（在住外国人）SNSを活用して自国へ県内観光地を発信します！
- ・（在住外国人）県観光ホームページや県公式SNSに対してアドバイスします！
- ・身近な外国人の知り合いへ福井の魅力を紹介し、SNS等での拡散を依頼します！
- ・海外の観光関連サイトにおすすめの県内観光地を投稿します！

(1) 外国人に刺さる情報・体験を ① 国・地域に応じた情報発信

<地域別の方向性>

○台湾

現地の県観光営業窓口を活用してきめ細やかな情報発信や営業活動を展開するほか、県内市町と台湾の自治体との友好提携の関係を活かして誘客促進を図ります。また、台湾の学校は、海外への研修旅行に熱心なことから、本県の学力・体力が全国トップクラスであることや豊かな自然を利用した体験プログラムが充実していることなどを活かし、教育旅行の誘致を推進します。



漁業体験

○香港

現地商談会など石川県と共同プロモーションを展開し誘客拡大を図るとともに、小松空港における定期便の定着化、さらには通年の運航につなげていきます。また、9割以上の方がFacebookから旅行情報を入手していることから、画像や動画を活用した情報を発信していきます。さらに、高品質の「メイドインジャパン」への関心が高いことから、本県の眼鏡や繊維分野における工場見学などの産業観光を推進します。

○中国

キャッシュレスや免税店等の整備を進め、ショッピングが好きな中国人観光客に対して、買い物がしやすい環境であることをPRし、県内での観光消費を促進します。また、県上海事務所を活用してきめ細やかな情報発信や営業活動を展開するほか、県や市町が友好提携協定を締結している中国の自治体とも連携したプロモーションを実施していきます。さらに「Weibo」や「WeChat」といった独自のSNSが普及していることから、それらを活用した情報発信を展開します。また、2022年北京冬季オリンピックをきっかけにスキーやスノーボード等への関心が高まることが見込まれるため、スノーアクティビティのプログラムの充実を図り、誘客を促進します。

(1)外国人に刺さる情報・体験を ①国・地域に応じた情報発信

○東南アジア

SNSの利用が活発な東南アジアにおいては、県の観光情報ポータルサイト「ふくいドットコム」を充実させたくえて、Facebookなどでの観光情報の発信を強化していきます。

また、ベトナムやフィリピンは訪日ビザが必要で、旅行会社を通じビザ申請とあわせて旅行を申し込むことが多いため、現地の旅行会社等に対してきめ細やかな情報発信や営業活動を展開します。

さらには、県内在住外国人にはベトナムやフィリピンの方が多いため、在住外国人による情報発信を強化するとともに、東南アジアの気候上、四季を感じられる場所やインスタ映えするスポットを好むことから、季節ごとのおすすめスポットの紹介を進めます。

○欧米豪

欧米豪においては、日本独自の文化や歴史に関心が高く、日本伝統の精神文化としての「ZEN」、「UMAMI（うまみ）」を世界に広めた出汁（だし）文化やへしこ・地酒等の発酵食品など本県ならではの「食文化」、世界で愛用されている越前和紙や越前漆器等の「伝統工芸」など本県の強みを活かした体験プログラムを外国人目線で開発します。

また、それらの体験プログラムを動画にまとめ、リニューアルする県の観光情報ポータルサイト「ふくいドットコム」や外国人に人気の訪日旅行サイト等に掲載し、広く世界に紹介します。



越前漆器の漆塗り体験

(1)外国人に刺さる情報・体験を ②近隣府県等からの誘客強化(広域連携の強化)

◎現状・課題

- ・京都府や石川県、岐阜県など近隣府県には多くの外国人観光客が訪れています。今後、新幹線福井・敦賀開業や中部縦貫自動車道開通など高速交通網の整備が進み移動時間が短縮される中で、近隣府県から本県への誘客拡大が期待されます。
- ・また、東京オリンピック・パラリンピック、ワールドマスタースゲームズ2021関西、大阪・関西万博など大規模な国際イベントの開催という好機を活かして、参加者を本県に誘致していくことも必要です。

◎取組みの方向性

中部縦貫自動車道を利用した中部国際空港—高山・白川郷—福井といった周遊コースなど、新たな広域観光ルートを設定し、海外の旅行会社等に売り込みます。

また、関西にはない本県ならではの観光地等と組み合わせた広域観光ルートの設定や、北陸三県を「工芸の北陸」として海外の文化探求層向けに売り込むなど、連携してプロモーションを行うことにより、近隣府県からの誘客を図っていきます。

さらに、大阪・関西万博など大規模な国際イベントの開催地とも連携し、参加者を本県へ誘致していきます。

<主な取組み例>

- ・京都の寺社仏閣と若狭の自然など各々の魅力を組み合わせた広域観光ルートの設定【県、市町、民間】
- ・近隣府県のDMOや自治体などとの連携による海外旅行博への共同出展【県、市町、民間】
- ・近隣府県のDMOや自治体などの観光案内所における本県情報の提供【県】
- ・国際イベント期間中における開催地でのPRやホームページでの共同発信【県、市町、民間】

～県民oneアクション～

- ・本県の伝統工芸品や食材を扱う飲食店など、県外の福井県ゆかりの店に対して県内観光情報を提供します！

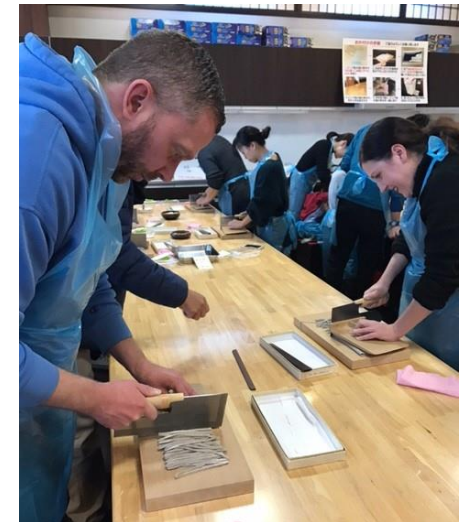
(1)外国人に刺さる情報・体験を ③外国人に刺さるコンテンツづくり

◎現状・課題

- ・海外からの誘客にはコンテンツそのものの充実も必要です。大型の観光地開発でなくとも、人気の体験プログラムなどがあれば、その情報が拡散され、認知度の向上や誘客拡大につながります。
- ・県内には、日本人向けの観光コンテンツは多いものの、外国人向けの観光コンテンツが少ない状況です。外国人に選ばれる観光地となるためには、外国人が求める体験プログラムを充実させることが重要となります。

◎取組みの方向性

訪日観光客や在住外国人からの意見を取り入れながら、伝統的工芸品産地などの拠点施設におけるインバウンド対応を推進し、福井でしか経験できない「本物」で特別感のある体験プログラムを開発します。これにより、インバウンドに取り組む観光事業者を増やし、産地の持続的な発展につなげていきます。



そば打ち体験

<主な取組み例>

- ・坐禅やそば打ち体験、専門家の直接指導による伝統工芸づくりなど、外国の富裕層向けの観光体験プログラムの開発【県、市町、民間】
- ・大阪や京都等の観光団体と連携した体験プログラムの商品化【県、市町、民間】
- ・外国人留学生等による体験プログラムツアーの開催【県、市町、民間】

～県民oneアクション～

- ・（在住外国人）開発中の体験プログラムに対してアドバイスします！
- ・（在住外国人）SNS等を活用して体験プログラムなどを自国へ情報発信します！
- ・海外の家族・友人に対して体験プログラムを紹介・広めます！

(2)世界基準のおもてなしを

◎現状・課題

- ・海外からの誘客にはコンテンツの魅力向上に加え、県内観光地、宿泊施設、飲食店、交通機関などにおける多言語化対応、キャッシュレス決済・免税対応、W i - F i などの受入環境の整備が必要です。
- ・しかし、来県する外国人観光客が少ないこともあり、県内における受入環境の整備は進んでいるとは言い難く、外国人受入れに向けた取組みを早急に進める必要があります。

(参考指標) ・消費税免税店数 86店舗 (全国46位) <観光庁「都道府県別消費税免税店数(2019年10月1日現在)」>

◎取組みの方向性

外国人観光客を積極的に誘致する重点整備エリアを県内各地に設定し、エリア内における多言語化対応やキャッシュレス決済・免税対応、W i - F i 環境の整備などを優先して進めていくとともに、エリア以外の地域へも整備を広げていきます。また、インバウンド啓発セミナーの開催等を通じて、県内観光事業者のインバウンドへの取組みを促します。

<主な取組み例>

- ・受入環境の整備に対する補助制度の創設【県】
- ・ICT※、AI、チャットボットなど最新技術を活用した多言語案内等の充実【県、市町、民間】
- ・外国人観光客が訪れる人気店の経営者によるセミナーの開催【県、市町】

※ICT: Information and Communication Technology (情報通信技術) の略。



キャッシュレス決済 (イメージ)

～県民oneアクション～

- ・外国人観光客に対して笑顔と元気なあいさつをします！
- ・困っている外国人観光客への声掛けをします！
- ・多言語音声翻訳アプリ「VoiceTra」等を使って積極的に交流します！

(1) 「また来たい」福井へ ① 快適性を高める観光インフラの整備

◎現状・課題

- ・県内には、駐車場の不足や洋式トイレの未整備、手すりやスロープの未設置等の課題を抱えた観光地があり、快適に観光を満喫するためにはこれらの改善が必要です。
- ・また、増加が見込まれる宿泊需要に対応するためには、県内の宿泊施設の多数を占める民宿の魅力向上や受入環境の整備（建物や客室、浴室等の老朽化への対応や個室化、洋室化など）を進める必要があります。

◎取組みの方向性

外国人や高齢者、障害者を含むすべての観光客がストレスなく快適に過ごせるよう、ユニバーサルデザインの観点を取り入れ、既存施設における手すりやスロープの設置などのバリアフリー化や洋式トイレの設置、民宿施設の改修など観光インフラの整備を推進します。

<主な取組み例>

- ・道の駅など観光施設の駐車場の整備、拡充【県、市町、民間】
- ・観光地周辺のトイレの整備、洋式化【県、市町、民間】
- ・手すりやスロープの設置など観光地のバリアフリー化【県、市町、民間】
- ・多言語表記による、まち歩き用観光案内板やWi-Fiの整備【県、市町、民間】
- ・個室化、洋室化などの民宿のリニューアル支援【県、市町】



スロープ



多言語表記の観光案内版

(1)「また来たい」福井へ ②旅行者の安全・安心の確保

◎現状・課題

- ・近年、全国各地で地震や台風、豪雨などの自然災害が多発し、本県においても、平成30年（2018年）豪雪時には県内の交通網が長期間滞り、多くの観光施設が休業となるなど、観光客に与える影響も大きいことから、官民あわせて迅速かつ正確な情報の発信、旅行者の安全・安心の確保等に努めていく必要があります。

◎取組みの方向性

観光地における事故や災害等の発生により本県の観光に支障が生じた際に、防災担当部局や市町等関係者との情報共有を円滑に進め、観光客等に対し旅行・観光関連情報を速やかに発信していきます。

特に、外国人旅行者に対しては、国が提供している外国人向け災害時情報提供アプリ「Safety tips」の利用促進や外国語診療が可能な医療機関の充実など、安全・安心の提供により配慮していきます。

<主な取組み例>

- ・観光地における事故・災害等発生時に備えた対応マニュアルの充実【県、市町、民間】
- ・災害等発生時・事後における現況や観光面での影響など、観光情報サイト等を通じた正確な情報の発信【県、市町】
- ・日本政府観光局（JNTO）等と連携した外国人患者を受け入れる医療機関の情報の提供【国、県】
- ・外国人旅行者対応コールセンターの新設【県】

～県民oneアクション～

- ・災害発生時・事後においてSNS等を使って各地域の詳細・正確な情報を拡散します！
- ・災害発生時に観光客等への声掛け（情報の提供）をします！
- ・地域の防災訓練等へ参加し、避難経路の確認など各種情報を収集します！

(1)「また来たい」福井へ ③交通アクセスの向上**◎現状・課題**

- ・新幹線駅からの二次交通の利便性を高めるには、まずは、スマートフォンなどで、県内の路線バス、コミュニティバス等の経路検索をスムーズに行える環境にしていく必要があります。
- ・本県では主要な観光地が点在し、観光客の周遊の起点となる駅等からの交通アクセスの充実度は地域によって差があります。これらの状況を整理し、各観光地までの交通手段の充実を図る必要があります。
- ・また、鉄道やバスに加え、タクシーやレンタカー、レンタサイクル等様々な交通手段の情報を提供していくことが必要です。

◎取組みの方向性

公共交通機関の経路検索がスマートフォンで行えるようダイヤやルート等のオープンデータ化を進めます。

また、新幹線駅を起点とした周遊ルートを構築するにあたり、地域の鉄道や路線バスのダイヤを充実させ、駅から人気の観光地への直行バスや周遊バスを拡充するなど、市町、事業者とともに交通手段の充実を図ります。

さらに、公共交通機関のキャッシュレス化、共通フリー切符の開発、観光型MaaS*の構築など、観光地間をより快適に移動できる環境づくりを進めていきます。

<主な取組み例>

- ・スマートフォンなどでの経路検索を可能とするためのオープンデータ化【県、市町、民間】
- ・JR福井駅から恐竜博物館への直行バスの運行【県、民間】
- ・地域周遊バスや県内主要観光地を巡る定期観光バスの運行【県、市町、民間】
- ・ICカードやQRコード等によるキャッシュレス化、複数の交通機関が利用可能な共通フリー切符の開発【県、市町、民間】
- ・観光型MaaSの構築【県、市町、民間】

※観光型MaaS：鉄道、バス、タクシー、レンタカー、レンタサイクル等の交通サービスの一括検索・予約・決済を可能とし、観光施設や宿泊施設など地域と連携したサービスを一体的に提供する仕組み

(1) 「また来たい」福井へ ④旅ナカ情報の充実

◎現状・課題

- ・国内旅行中（旅ナカ）においては、多くの方がウェブサイトやガイドブックのほか、ホテルフロントや観光案内所などで現地の情報を得ています。
- ・旅ナカでの観光情報の入手に関する本県の評価は他県に比べ低く、県内の観光案内所等における情報提供サービスの充実が必要です。

（参考指標） ・「現地で良い観光情報を入手できた」 全国42位 <じゃらん宿泊旅行調査2019>

◎取組みの方向性

新幹線福井・敦賀開業にあわせて、県都の玄関口である福井駅に県全域の観光案内を行う拠点を設置するとともに、県内の各観光案内所における広域観光案内機能の充実、ICTを活用したサービス向上などに取り組みます。

また、観光客があらゆる場で情報を入手できるよう、宿泊施設、飲食店等における観光情報の提供体制を強化します。

<主な取組み例>

- ・県内の各観光案内所等における市町域を越えた観光情報の提供【県、市町】
- ・最新技術を活用した観光案内の充実【県、市町、民間】
- ・宿泊施設、飲食店等が観光情報を提供する「まちなか観光案内」の充実【県、市町、民間】
- ・滞在地周辺の飲食店情報や施設のバリアフリー情報などの充実・発信【県、市町、民間】



福井市観光案内所

(1)「また来たい」福井へ ⑤おもてなし機運の醸成

◎現状・課題

- ・旅行者が本県で地元の人ホスピタリティを感じた割合は、民間調査によれば25%（全国26位）と決して高くありません。
- ・平成30年（2018年）開催の福井国体・障スポで醸成された県民のおもてなし意識を新幹線福井・敦賀開業等に向けてさらに高めていく必要があります。

（参考指標） ・「地元の人ホスピタリティを感じた」 全国26位 <じゃらん宿泊旅行調査2019>

◎取組みの方向性

県民、事業者、行政等が一体となった「おもてなし県民運動」の展開などにより、県内における新幹線福井・敦賀開業等の機運を高めるとともに、おもてなしに関する国の認証制度の活用などを通じて観光関連事業者のサービスレベルの向上を図ります。

また、本県の豊かな自然景観を楽しめるよう、観光地および観光地に至るまでの景観整備にも取り組みます。

<主な取組み例>

- ・新幹線福井・敦賀開業PRイベントの実施による機運醸成【県、市町】
- ・県民や事業者による「おもてなし宣言」運動の展開【県、民間】
- ・「おもてなし規格認証」の取得拡大に向けた観光事業者向けセミナーの開催【県】
- ・観光事業者を対象としたコンシェルジュ力強化セミナーの開催【DMO】
- ・中部縦貫自動車道周辺や若狭の里山里海湖等の植樹・植栽などによる景観整備【県、市町】

～県民oneアクション～

- ・道案内やあいさつなど観光客との積極的なコミュニケーションをします！
- ・地域の清掃への参加や軒先の花壇設置などにより美しい景観づくりを進めます！

(2)暮らしの中に観光を

◎現状・課題

- ・本県においても観光客は増加傾向にありますが、今後のさらなる増加を見据え、地域社会における経済利益を追求する一方で、コミュニティ・旅行者・文化資源・環境に対する利益の最大化、悪影響の最小化など、様々な側面に配慮しながら、長期的な視点に立って、観光振興および観光地域全体のマネジメントを進めていく必要があります。

◎取組みの方向性

観光地域づくり法人（DMO）を中心に、国が検討を進めているSDGsの実現を意識した日本版の観光指標の活用を含め、住民の満足度や環境への負荷など、観光が地域に及ぼす影響の把握、「見える化」を図ります。

さらに、観光に関する地域住民とのコミュニケーション、外国人の多様性に対する理解等を促進し、観光客に対しては、福井の独自性ある文化や美しい自然環境等の観光資源を持続的に保つためのルール・マナーの遵守を促すなど、観光客だけでなく住民の暮らし・豊かさの維持向上につながる施策を展開していきます。



若狭和田ビーチ（高浜町）での
清掃活動

<主な取組み例>

- ・住民を対象とした観光に関する意識調査等の実施【DMO】
- ・各種広報媒体や集会等を活用した調査結果の周知【県、市町、DMO】
- ・調査結果や住民の意見等を踏まえた、渋滞の改善、景観等の資源保全など新たな観光施策・対策の実施【県、市町、DMO】

～県民oneアクション～

- ・環境保全活動など持続可能な観光の実現に向けた各種取組みへ参加します！
- ・観光客に対してマナー啓発等と呼びかけます！

参考①

「新たな観光戦略」検討会議

I 「新たな観光戦略」検討会議 委員名簿

委員氏名	企業・団体・職名
あいざわ ひろみ 相澤 弘美	アイザワ商店 店主
あさくら ゆき 朝倉 由希	文化庁 地域文化創生本部研究官
かつき たけとし 勝木 健俊（座長）	公益社団法人福井県観光連盟 会長
きたじま おりえ 北嶋 緒里恵	株式会社リクルートライフスタイル じゃらんリサーチセンター 調査・開発グループマネージャー
すぎやま なおみ 杉山 尚美	株式会社ぐるなび 理事 営業部インバウンド戦略グループ長
たかはし あつし 高橋 敦司	株式会社ジェイアール東日本企画 常務取締役営業本部長
たがわ ひろみ 田川 博己	株式会社JTB 代表取締役会長執行役員
たなべ かずひこ 田辺 一彦	一般社団法人若狭路活性化研究所 代表
はしもと のりあき 橋本 典明	NHK福井放送局 局長
みずた まさひろ 水田 雅博	西日本旅客鉄道株式会社 営業本部副本部長
むらた なほ 村田 菜穂	きずき 越前生漣島の子紙保存会 指導役
むらやま けいすけ 村山 慶輔	株式会社やまところ 代表取締役

（五十音順、敬称略）

○令和元年 8月19日

第1回検討会議

- ・新たな観光戦略の策定にかかる意見交換

○令和元年11月15日

第2回検討会議

- ・新たな観光戦略の骨子案にかかる意見交換

○令和2年 1月30日

第3回検討会議

- ・新たな観光戦略の最終案にかかる意見交換

参考②

「福井県観光新戦略」に基づく
主な施策の実施状況

「福井県観光新戦略」(H27.3月策定)に基づく主な施策の実施状況

1、戦略の柱

基本戦略1：極める

本県のダントツブランド「恐竜」と、我が国最大の戦国城下町の遺構が残る「一乗谷朝倉氏遺跡」の強みを極め、他の追随を許さない、誰もが認める観光地を創出

基本戦略2：輝かせる

「海湖（うみ）と歴史の若狭路」の魅力づくりをさらに進めるとともに、県内各エリアで「100万人観光地」を創出。また、「福井ならではの」歴史・文化、自然、食、暮らしなどの観光素材を輝かせ、新しいツーリズムを推進

基本戦略3：繋げる

車による県内観光の周遊性を高めるとともに、観光地間をつなぐ公共交通機関などの利便性を向上。また、県内市町間や近隣府県との連携により、発信力と周遊性を向上

基本戦略4：伝え、動かす

エリアや顧客ニーズに応じた重点的なプロモーション活動、インターネットを活用した情報発信等を効果的に組み合わせ、本県の魅力をより多くの人に伝え、観光意欲を喚起

基本戦略5：心をつかむ

「住んでよし、訪れてもよしの福井県」として、何度も訪れてもらえるよう観光客の心をつかむ。また、県民がふるさとに自信と誇り、愛着を持ち、人をひきつける観光のまちづくりを推進するため、地域の観光や観光産業を担う人材を育成

基本戦略6：世界から招く

東アジア・東南アジアを中心とした誘客宣伝活動を強化するとともに、外国人向けの広域観光ルートの構築や受入環境の整備を推進

2、計画期間

平成27年度～平成31年度（5年間）

3、目標の達成状況

	平成25年	目標値（平成31年）	平成30年時点
観光客入込数	1,034万人	1,300万人	1,697万人※
観光消費額	836億円	1,200億円	1,313億円※
入込100万人以上の観光地数	1か所 （東尋坊）	5か所	3か所 （東尋坊、恐竜博物館、 武生中央公園）
教育旅行受入数	6.9万人	10万人	9.7万人
外国人宿泊者数	2.8万人	10万人	7.6万人

※平成28年から時点修正後の積算係数を用いて集計

【参考：県内の主な観光地の観光客入込数の推移（H25→H30）】

東尋坊：118万人→135万人
一乗谷朝倉氏遺跡：67万人→72万人
大野まちなか観光：57万人→88万人
恐竜博物館※：73万人→113万人
永平寺：48万人→49万人
氣比神宮：62万人→72万人

※かつやま恐竜の森、野外恐竜博物館を含む

基本戦略1 極める

○世界に冠たる「恐竜王国 福井」に

- ・大型肉食恐竜「アロサウルス」の実物全身骨格など、常設展示の恐竜全身骨格を44体（実物10体）に充実（H27～）
- ・発掘調査により認められた5種類の恐竜化石と発掘現場が、恐竜化石では全国で初めて国の天然記念物に指定（H29）
- ・「ほねほねザウルス」と本県の公式恐竜ブランド「Juratic」とのコラボ商品発売（H28～）
- ・映画「ジュラシック・ワールド」（H27、H30）、「騎士竜戦隊リュウソウジャー」（R1）とのタイアップPR



「アロサウルス」の実物全身骨格

○一乗谷朝倉氏遺跡を世界文化遺産に

- ・一乗谷朝倉氏遺跡博物館（仮称）の建築・展示の設計など、日本最大の戦国城下町「一乗谷ミュージアム」化を推進（H27～）
- ・遺跡研究の拠点化を目指し、資料データベースの整備や他機関との共同研究・調査を実施
- ・復原町並での生活再現など、体験プログラムを充実（H27～）



一乗谷朝倉氏遺跡博物館（仮称）外観イメージ

基本戦略2 輝かせる

○「100万人観光地」の整備

- ・敦賀金ヶ崎「赤レンガ倉庫」リニューアルオープン（H27）
- ・武生中央公園「だるまちゃん広場」オープン（H29）
- ・世界に唯一「年縞博物館」オープン（H30）
- ・永平寺門前の景観整備（H30）、宿泊施設「柏樹閣」オープン（R1）



年縞博物館

○福井の食や食文化の魅力を全国、そして世界に

- ・ミラノ国際博覧会への出展（テーマ：禅と精進料理の福井）（H27）
- ・新ブランド米「いちほまれ」の本格生産、県内外でのPR・販売（H30～）

○新しい「福井ならではの」ツーリズムの推進

- ・幕末明治福井150年博を開催（H30）
- ・日本遺産に本県から4件が認定



- 「御食国若狭と鯖街道」【県・小浜市・若狭町】（H27）
- 「きっと恋する六古窯」【越前町 他】（H29）
- 「北前船寄港地・船主集落」【敦賀市・南越前町・坂井市・小浜市 他】（H29）
- 「石から読み解く中世・近世のまちづくり 越前・福井」【県・福井市・勝山市】（R1）
- ・北陸三県が連携し、北陸新幹線を活用した修学旅行を誘致・支援（H28～）

「福井県観光新戦略」(H27.3月策定)に基づく主な施策の実施状況

基本戦略3 繋げる

○県内交通アクセスの利便性の向上

- ・中部縦貫自動車道永平寺大野道路が全線開通 (H29)
- ・一乗谷朝倉氏遺跡⇄永平寺など、主要観光地をつなぐ直行バスを運行 (H28～)
- ・福井鉄道およびえちぜん鉄道の相互乗り入れ開始 (H28～)

○自治体間の広域連携・相互交流の推進

- ・県内6エリアで周遊・滞在型観光を推進し市町等が実施する事業を支援 (H28～)
 - 〔 敦賀市・南越前町・長浜市の鉄道遺産を巡るガイドブック等の作成、ツアー造成
嶺北エリアの酒蔵の「銘酒ラベル」を集め歩く「御酒飲帳」の配布 など 〕
- ・滋賀県、京都府、NEXCO等と連携し、舞鶴若狭自動車道等の定額乗り放題プラン、施設割引サービス等を実施 (H28～)
- ・泰澄大師白山開山1300年記念イベント、中部縦貫自動車道永平寺大野道路開通記念イベントを開催 (H29)
- ・北陸三県とJRが連携し「北陸デスティネーションキャンペーン」(H27)や「日本の美は北陸にあり。」キャンペーン(H28～)を実施



中部縦貫自動車道永平寺大野道路の開通記念イベント

基本戦略4 伝え、動かす

○首都圏等における新規顧客の開拓

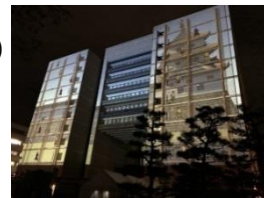
- ・首都圏JR主要駅、ツーリズムEXPOジャパンにおいて観光PR
- ・「FUKUI HAPPINESS」をキャッチコピーとした観光ポスター(17市町20種類)を制作し、県外での出向宣伝、観光施設、駅、宿泊施設等において掲出(H27～)
- ・ドラマ「チア☆ダン」、映画「えちてつ物語」とタイアップし、各公式HPでロケ地などを紹介 (H30)



「チア☆ダン」ロケ

○県内交流の活発化と県民による情報発信

- ・お盆、国体期間中の県庁舎を使ったプロジェクションマッピングの上映など、県内各地でライトアップイベントを実施 (H30)
- ・国体会場での観光PR、食のふるまい等を実施 (H30)
- ・福井市中心部での初の野外音楽祭「ONE PARK FESTIVAL」を開催 (R1)



県庁でのプロジェクションマッピング

○インターネットを活用した情報の発信

- ・情報発信専任として採用した職員が県内を回って取材や撮影を実施。フェイスブックやインスタグラム、ユーチューブ等を活用し、県内のイベント情報や周辺の食・観光情報、若者が楽しめる情報など福井の魅力を国内外へ発信 (H28～)

基本戦略5 心をつかむ

○感動を呼ぶおもてなし環境の整備

- ・接客技術等を習得する「観光おもてなし認定講習」を実施 (認定合格者:978名)
- ・国体・障スポ期間中、福井・敦賀駅の総合案内所で、受講生が「観光コンシェルジュ」として活動し観光地等を紹介 (41名参加) (H30)
- ・宿泊・飲食・食品製造等の観光関連事業者による土産品の開発、店舗改装等を支援 (H30～)



福井駅の総合案内所

○地域や観光産業を担う人づくり

- ・観光の核となる人材を育成する「観光アカデミー」を開講 (H27～:受講者計156名)
- ・ガイド技術を学ぶ「認定観光ガイド養成講座」を実施 (H28～:受講者計104名)

基本戦略6 世界から招く ZEN, Alive. Fukui

○各国・地域のニーズにあった誘客活動の強化

- ・外国人誘客ブランド「ZEN, Alive. Fukui」を発表 (H28)
- ・台湾に現地営業窓口を設置し、継続的な営業PRや県内事業者の活動支援を実施 (H30～)
- ・香港やシンガポールにおいて食文化提案会・商談会を開催 (H29～)
- ・石川県と合同で香港において観光説明会・台湾において報奨旅行セミナーを開催 (H30～)
- ・台湾の教育旅行関係者に、本県の魅力の売込みや、事前視察の支援等を実施
- ・海外旅行会社の視察やメディア・ブロガー等の取材を支援
- ・海外大手宿泊予約サイトに特集ページを掲載し、県内観光地や宿泊情報等を発信 (H30～)
- ・留学生など在住外国人や海外ブロガーを活用し、SNS等により福井の魅力を発信 (H29～)
- ・英語版QRコードの作成により県内主要観光地(57か所)を紹介 (H30)
- ・日本航空と連携し、本県を特集した「新JAPAN PROJECT」を展開 (H30～)



香港合同観光説明会



フランス人ブロガーファム

○外国人受入環境の整備

- ・飲食店や宿泊事業者等向けのインバウンドセミナーを開催(H29～)
- ・観光事業者等に対する免税店対応、WEBサイトの多言語化等を働きかけ(H29～)

○イベント・コンベンションの誘致推進

- ・「福井工大・ネーション大学ジョイントシンポジウム」を開催 (H27)
- ・「宇宙技術および科学の国際シンポジウム (ISTS)」を開催 (R1)

参考③

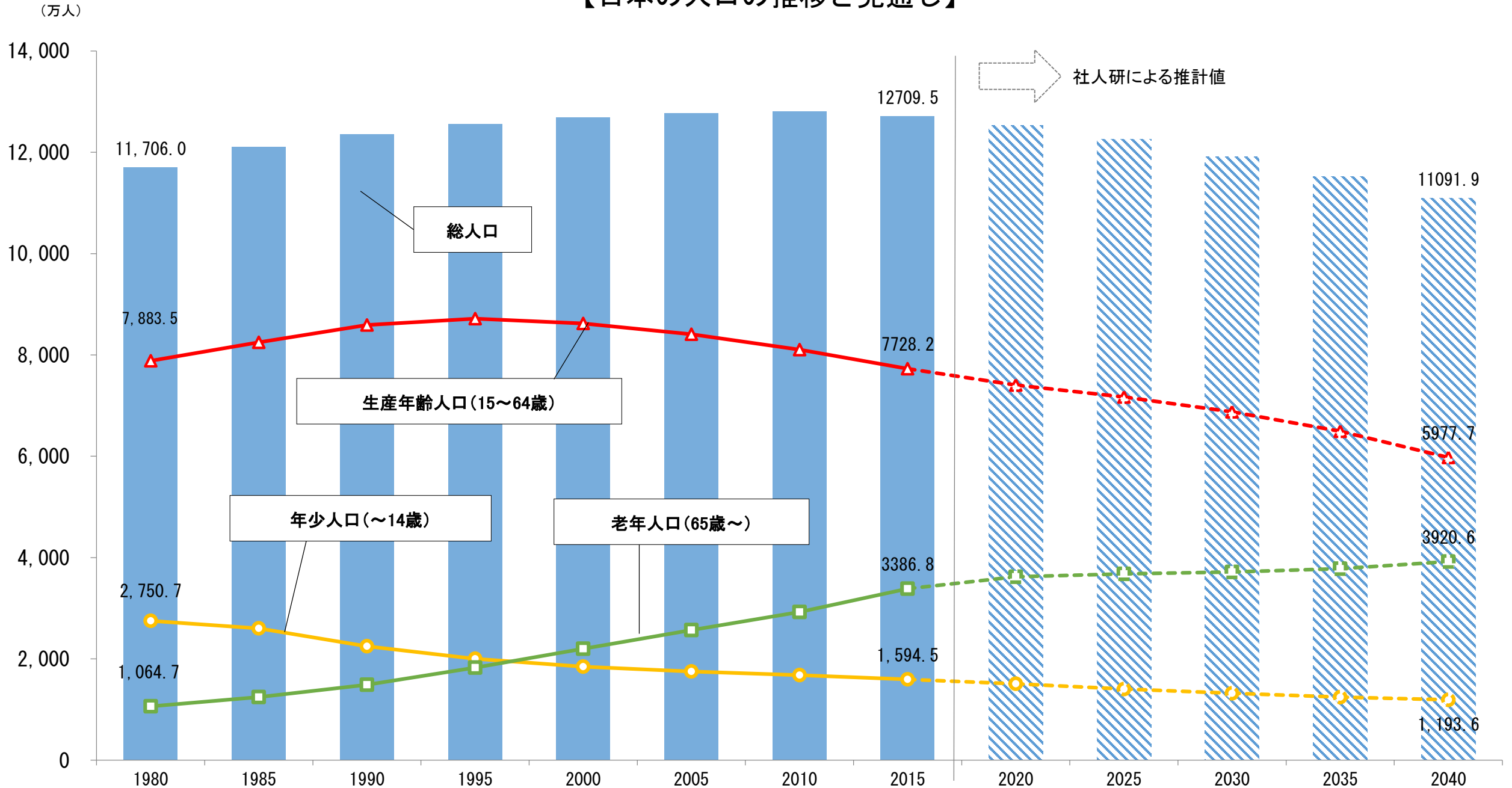
観光を取り巻く状況（資料編）

I 全国の状況

(1) 人口減少社会の本格化

- ・ 少子高齢化の進行により、日本の総人口は2008年をピークに減少に転じている。
- ・ 観光庁の試算（2017年）によれば、定住人口が1人減少することによる経済規模の縮小は、外国人旅行者ならば8人分、国内の宿泊旅行者ならば25人分、日帰り旅行者ならば80人分で補うことができるとされている。

【日本の人口の推移と見通し】



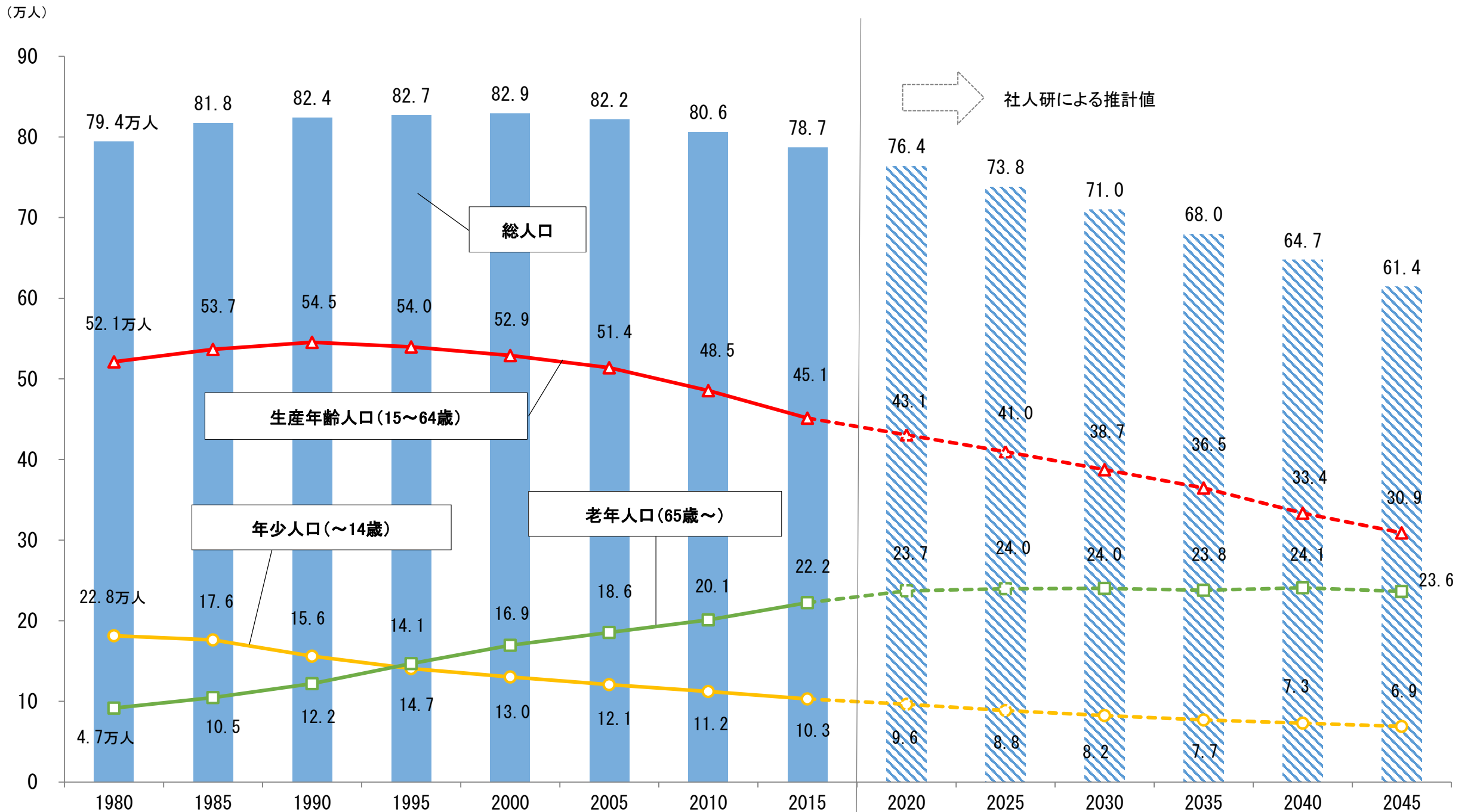
<総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年推計）」>

I 全国の状況

【参考】:本県人口の推移と見通し

・本県においても同様に人口減少、高齢化が進んでおり、2015年時点の本県の人口は78.7万人となっている。

【本県人口の推移と見通し】



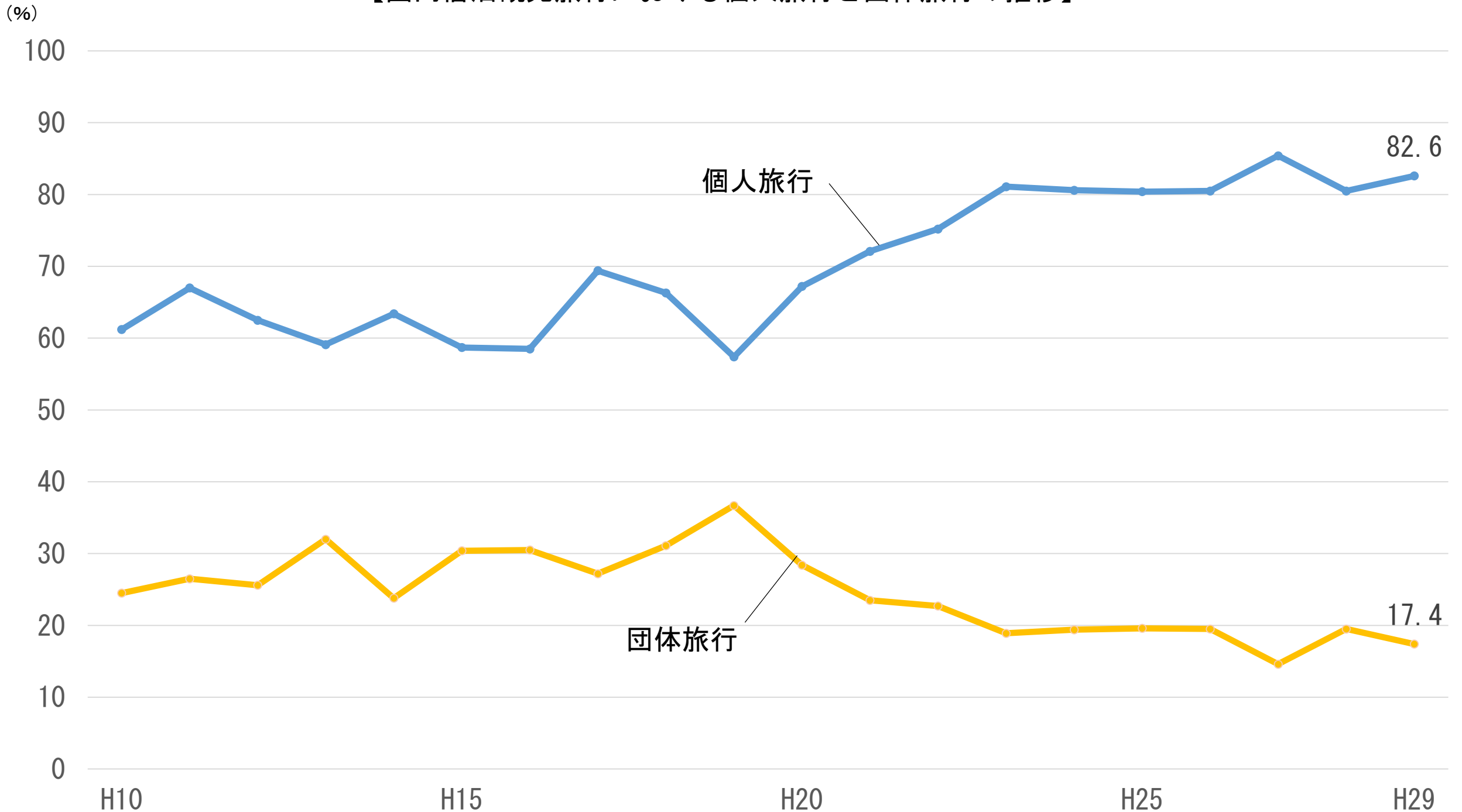
<総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成30年推計）」>

I 全国の状況

(2-1) 旅行形態の多様化

- ・ 価値観やライフスタイルの多様化を背景として、旅行形態は団体旅行から個人旅行にシフトしている。

【国内宿泊観光旅行における個人旅行と団体旅行の推移】

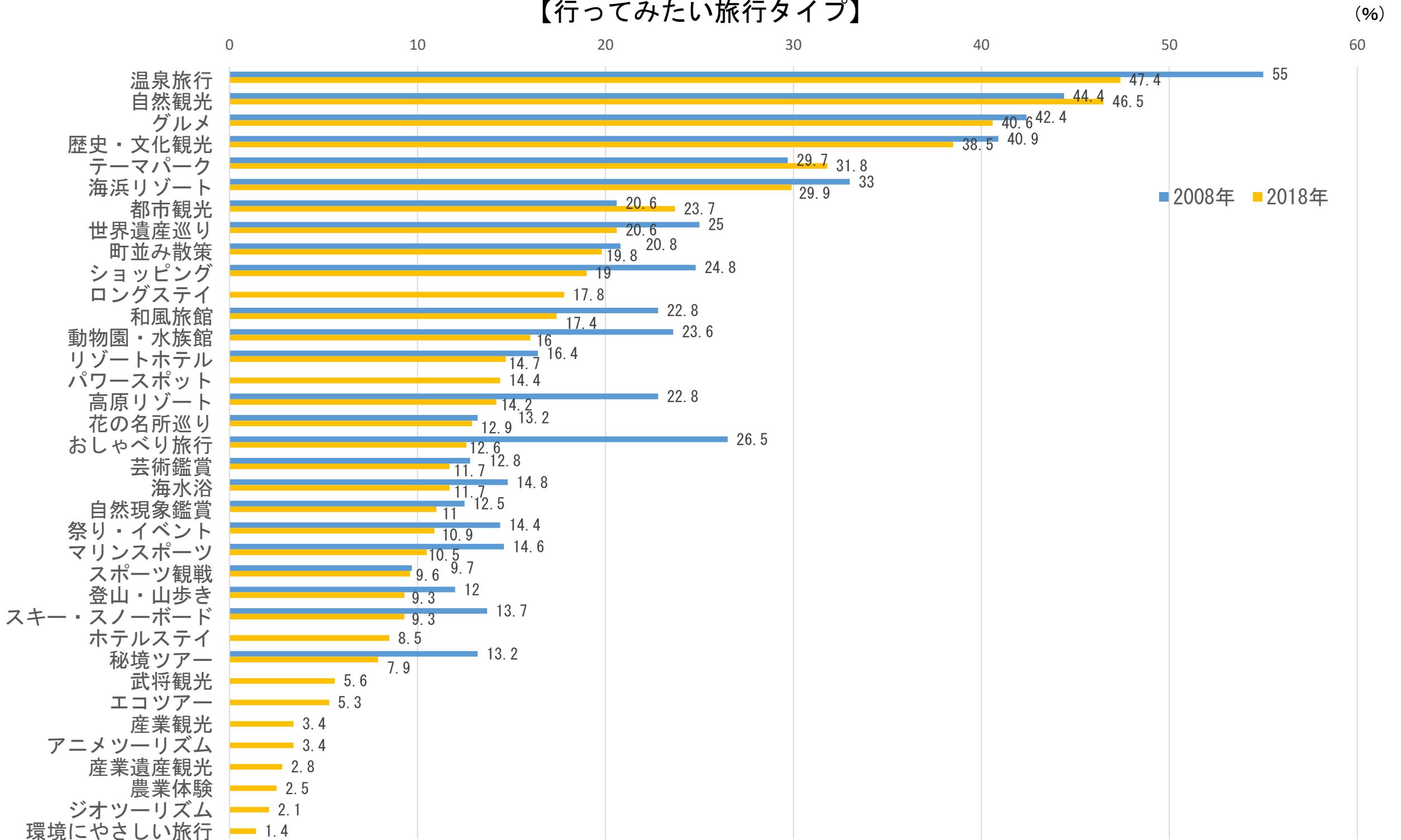


Ⅰ 全国の状況

(2-2) 旅行形態の多様化

- 行ってみたい旅行タイプとして、「温泉旅行」や「自然観光」などの割合が高いが、「武将観光」や「アニメツーリズム」など、旅行目的が多様化している。

【行ってみたい旅行タイプ】



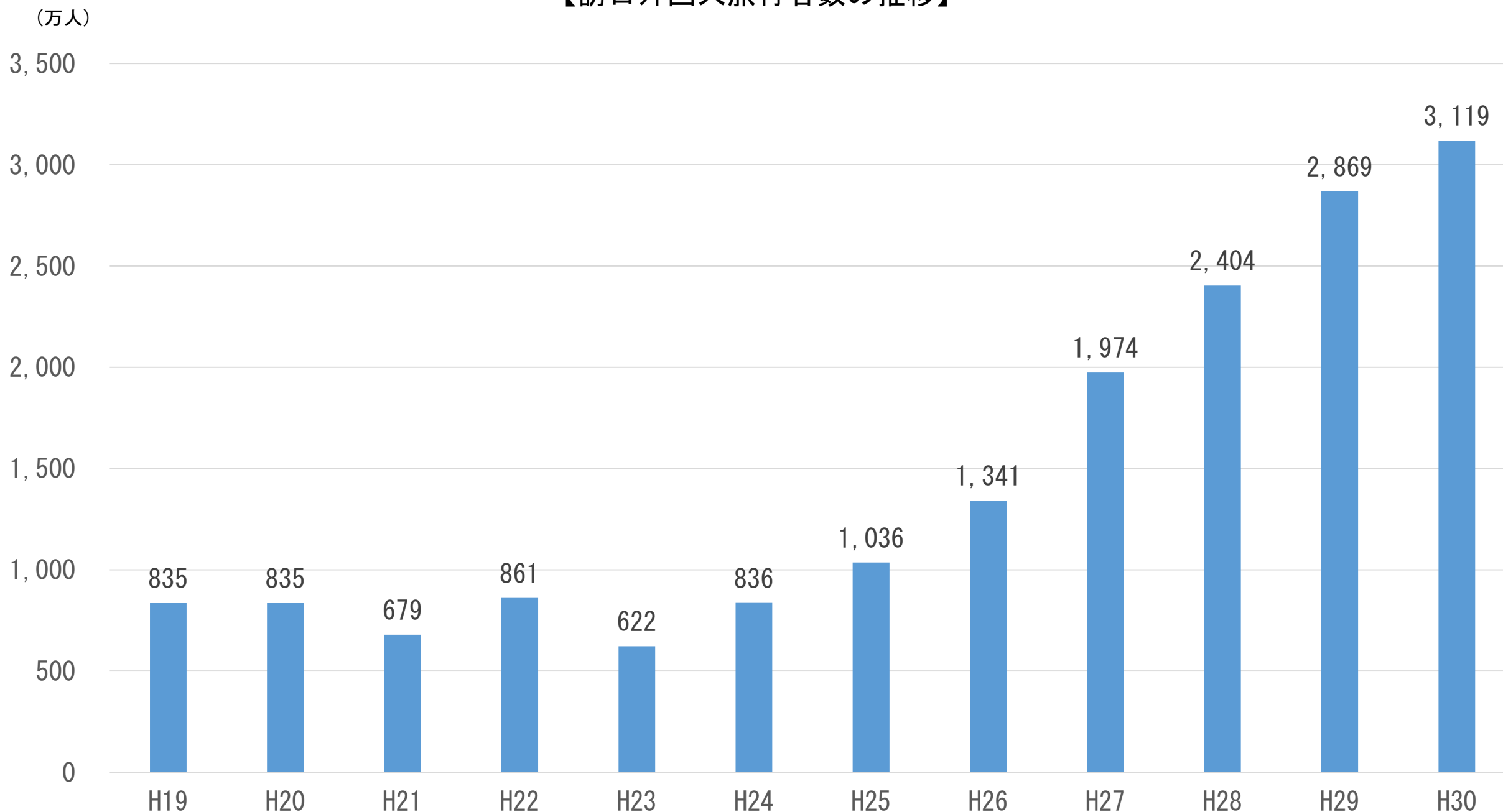
<(公財)日本交通公社「JTB旅行意識調査」>

I 全国の状況

(3-1) 訪日外国人旅行者の増加

- ・ 訪日外国人旅行者数は近年増加傾向にあり、平成30年（2018年）には3,000万人を突破した。
- ・ 国は、東京オリンピック・パラリンピックの開催を機に、令和2年（2020年）の訪日外国人旅行者数を4,000万人にする目標を掲げている。

【訪日外国人旅行者数の推移】



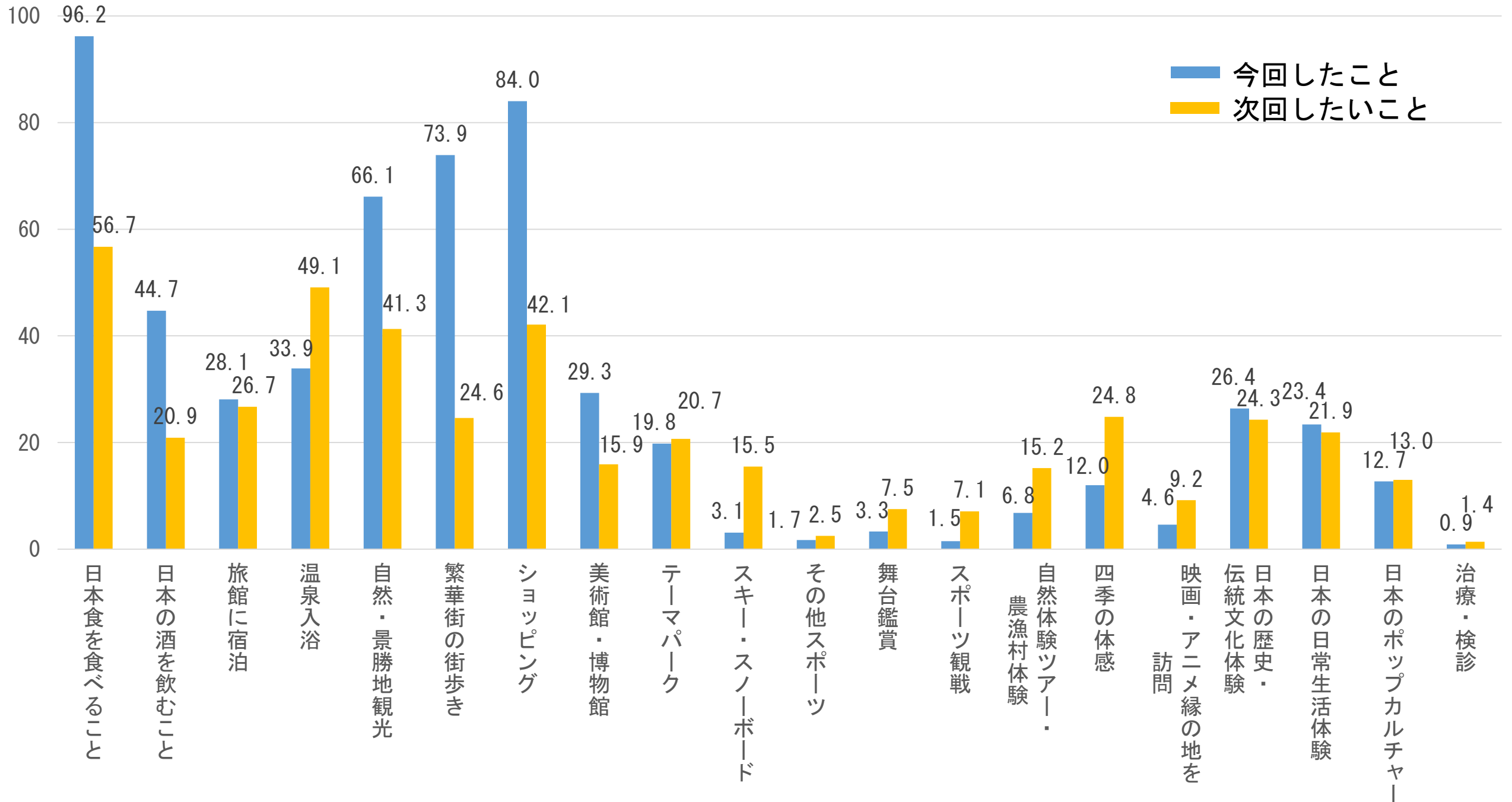
<日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」>

I 全国の状況

(3-2) 訪日外国人旅行者の増加

- 訪日外国人の来訪目的は「日本食」「ショッピング」「自然・景勝地観光」などの割合が高く、再来訪の目的としては「日本食」に次いで、「温泉入浴」の割合が高くなっている。

【外国人観光客の来訪目的（今回したことと次回したいこと）】



I 全国の状況

(3-3) 訪日外国人旅行者の増加

- ・訪日外国人観光客が「次回したいこと」について国別にみると、フランスでは「日本の歴史・伝統文化体験」が全体より順位が高く、台湾、香港、中国、タイでは「ショッピング」が順位が高い。

【国別訪日外国人観光客の来訪目的（次回したいこと）】

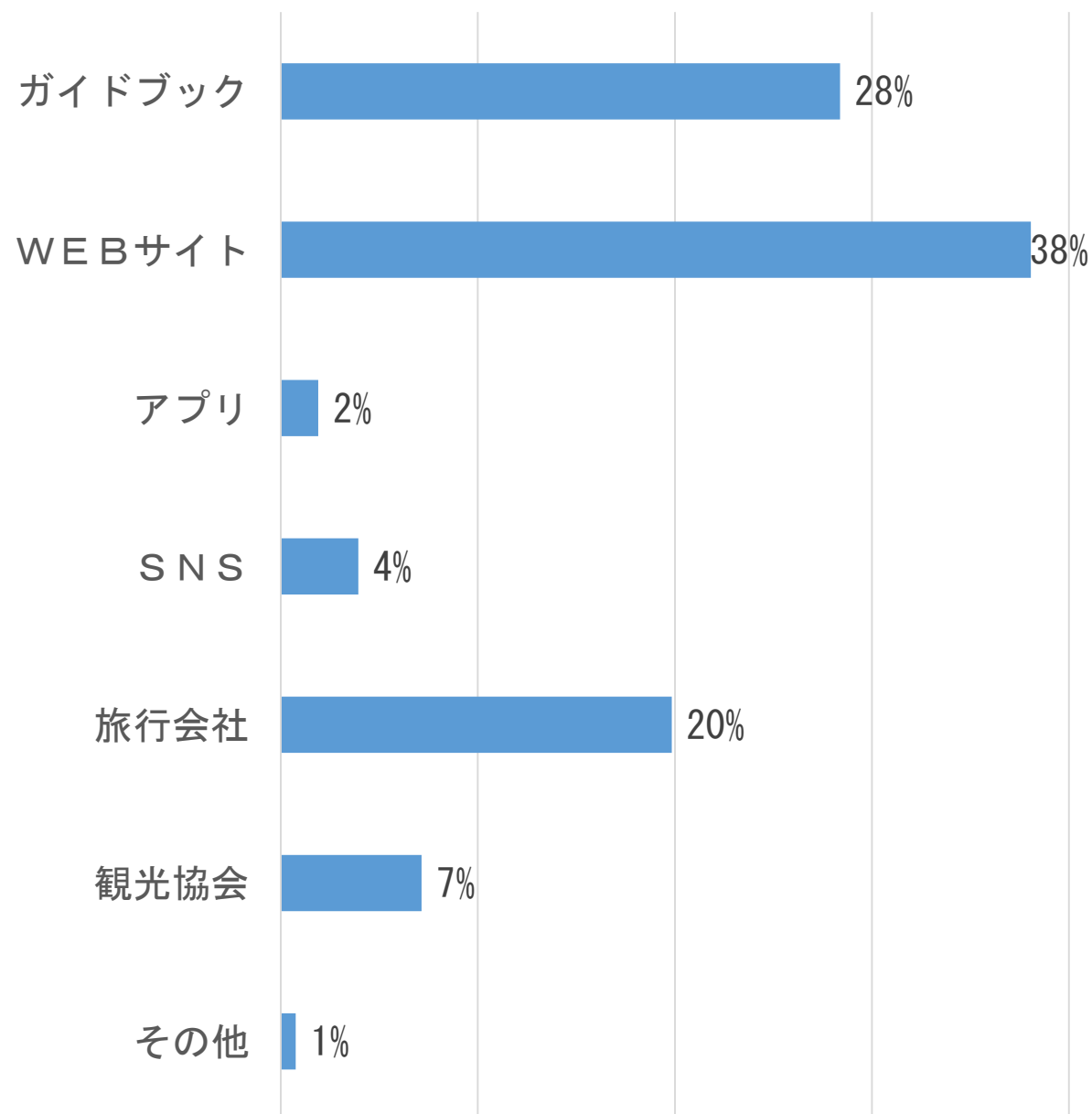
	全体	台湾	香港	中国	タイ	フランス
1位	日本食を食べること	日本食を食べること	日本食を食べること	日本食を食べること	日本食を食べること	日本食を食べること
2位	自然・景勝地観光	自然・景勝地観光	ショッピング	温泉入浴	ショッピング	自然・景勝地観光
3位	温泉入浴	温泉入浴	温泉入浴	ショッピング	自然・景勝地観光	日本の歴史・伝統文化体験
4位	ショッピング	ショッピング	自然・景勝地観光	自然・景勝地観光	温泉入浴	温泉入浴
5位	日本の歴史・伝統文化体験	四季の体感	繁華街の街歩き	繁華街の街歩き	四季の体感	日本の日常生活体験
6位	四季の体感	繁華街の街歩き	四季の体感	四季の体感	旅館に宿泊	四季の体感
7位	旅館に宿泊	日本の日常生活体験	旅館に宿泊	旅館に宿泊	テーマパーク	美術館・博物館等
8位	日本の日常生活体験	旅館に宿泊	テーマパーク	日本の歴史・伝統文化体験	繁華街の街歩き	旅館に宿泊
9位	繁華街の街歩き	日本の歴史・伝統文化体験	スキー・スノーボード	テーマパーク	スキー・スノーボード	日本の酒を飲むこと
10位	日本の酒を飲むこと	テーマパーク	日本の歴史・伝統文化体験	スキー・スノーボード	日本の歴史・伝統文化体験	ショッピング
11位	美術館・博物館等	スキー・スノーボード	日本の酒を飲むこと	日本の日常生活体験	自然体験ツアー・農漁村体験	自然体験ツアー・農漁村体験
12位	自然体験ツアー・農漁村体験	日本の酒を飲むこと	日本の日常生活体験	美術館・博物館等	日本の日常生活体験	繁華街の街歩き
13位	テーマパーク	自然体験ツアー・農漁村体験	自然体験ツアー・農漁村体験	自然体験ツアー・農漁村体験	美術館・博物館等	日本のポップカルチャーを楽しむ
14位	スキー・スノーボード	日本のポップカルチャーを楽しむ	美術館・博物館等	日本の酒を飲むこと	日本の酒を飲むこと	テーマパーク
15位	日本のポップカルチャーを楽しむ	美術館・博物館等	日本のポップカルチャーを楽しむ	映画・アニメ縁の地を訪問	日本のポップカルチャーを楽しむ	舞台・音楽鑑賞

I 全国の状況

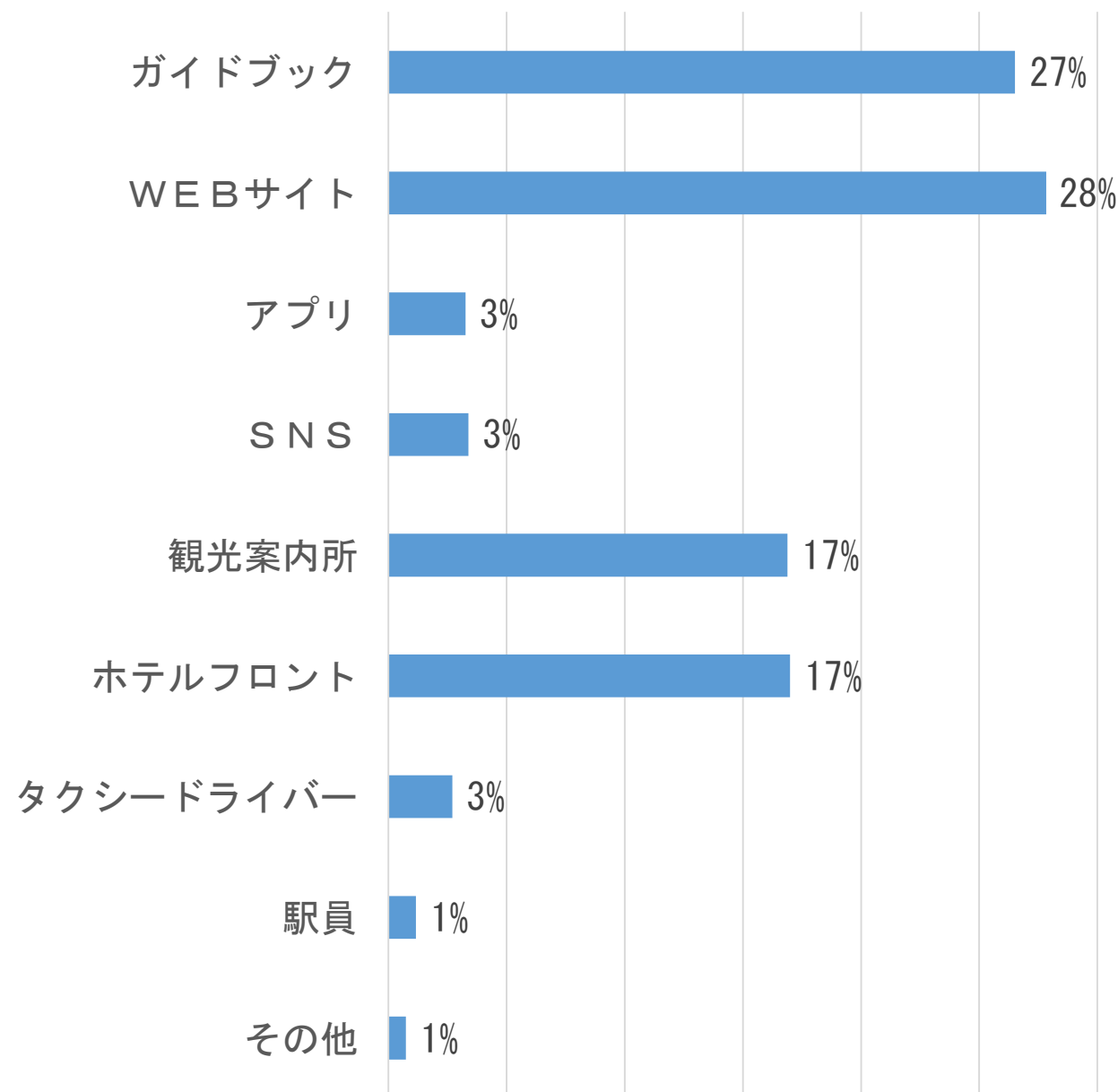
(4-1) 旅行情報の入手方法

- ・スマートフォンの普及等により、日本人の国内旅行の旅行情報の入手手段は、旅行前、旅行中ともに「WEBサイト」が最も多く、次いで「ガイドブック」が多い。
- ・「WEB」「ガイドブック」以外の情報入手手段としては、旅行前は「旅行会社」「観光協会」が多く、旅行中は「観光案内所」「ホテルフロント」が多い。

【国内旅行の旅行前の情報入手手段】



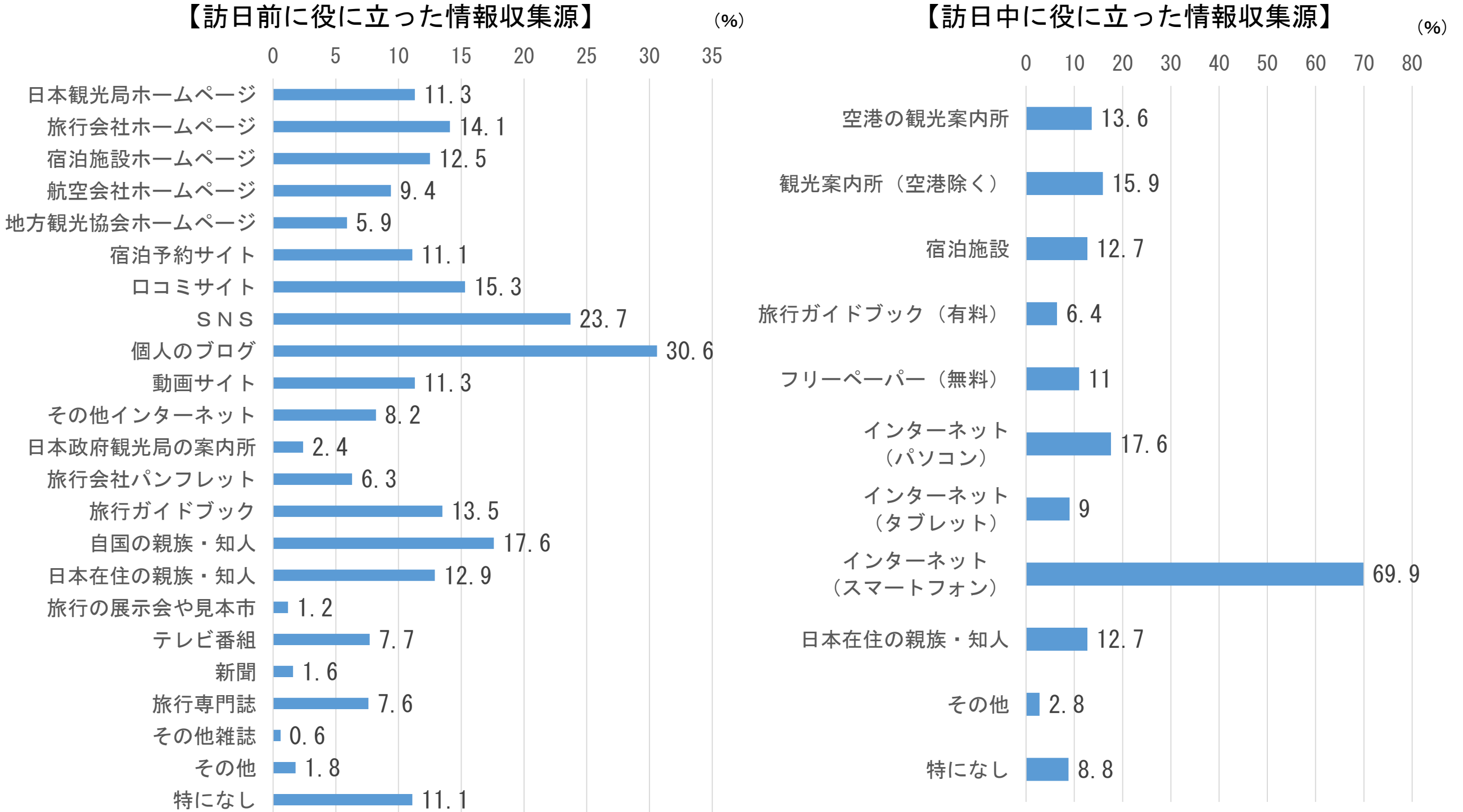
【国内旅行の旅行中の情報入手手段】



I 全国の状況

(4-2) 旅行情報の入手方法

・ 訪日外国人の情報収集源としては、出発前は「個人のブログ」「SNS」、日本滞在中は「インターネット（スマートフォン）」が多く、いずれもインターネットを通じた情報収集が主となっている。



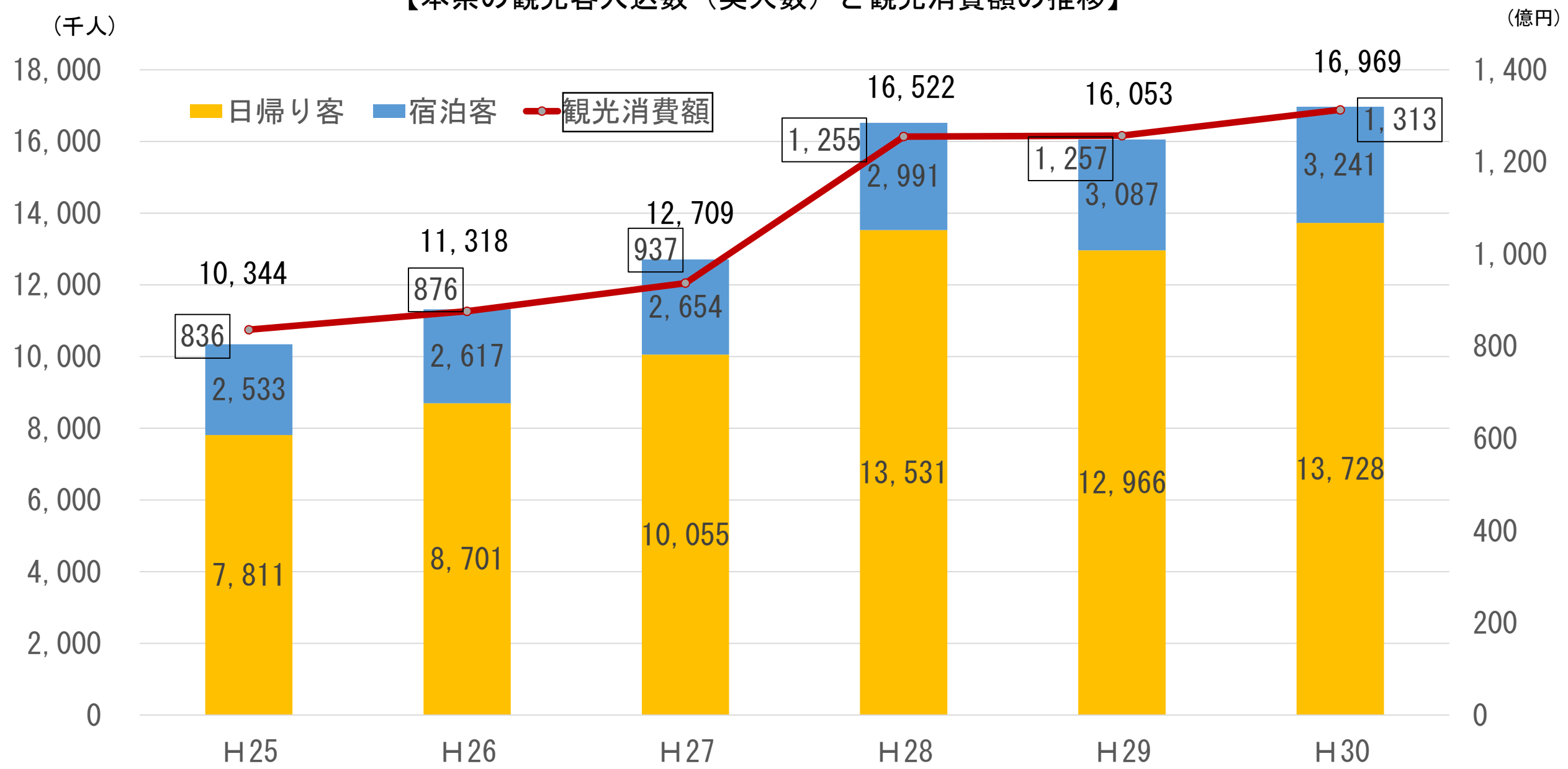
II 本県観光の状況

(1-1)観光客入込数・観光消費額

- ・本県の観光客入込数・観光消費額は増加傾向にあり、平成30年（2018年）にはそれぞれ過去最高となる1,697万人（実人数）、1,313億円となった。
- ・入込数について、平成25年（2013年）から平成30年の日帰り客の増加率（75.8%）に対し、消費額の大きい宿泊客の増加率（28.0%）は小さい。

※平成28年から、時点修正後の積算係数（平均訪問観光地点数／人、平均観光消費額／人）を用いて推計

【本県の観光客入込数（実人数）と観光消費額の推移】



<福井県観光統計>

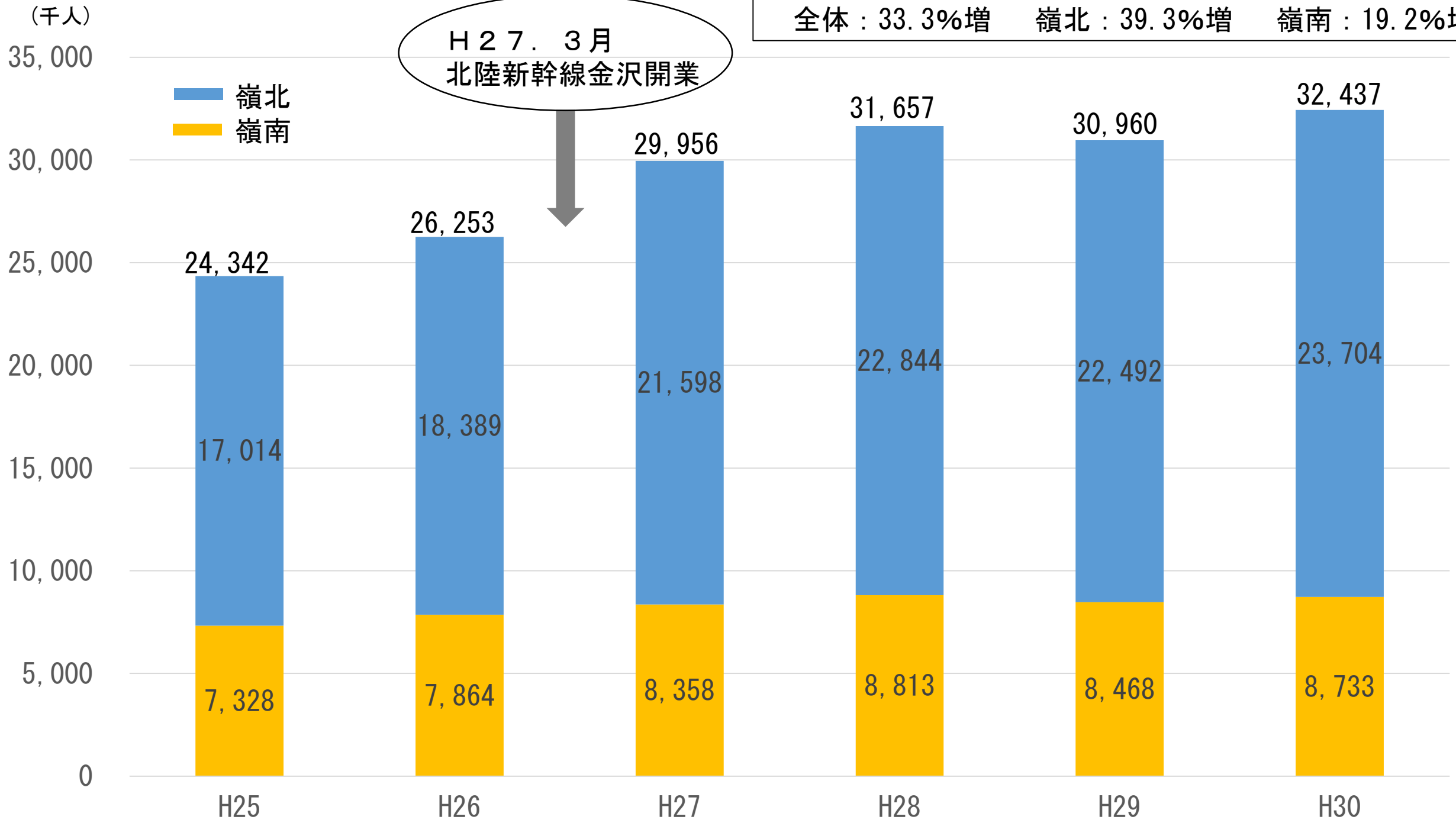
II 本県観光の状況

(1-2)観光客入込数・観光消費額

・観光客入込数（延べ人数）の嶺北・嶺南別の推移をみると、いずれも増加しているものの、嶺北の増加率と比較し嶺南の増加率が小さい。

【嶺北、嶺南の観光客入込数の推移（延べ人数）】

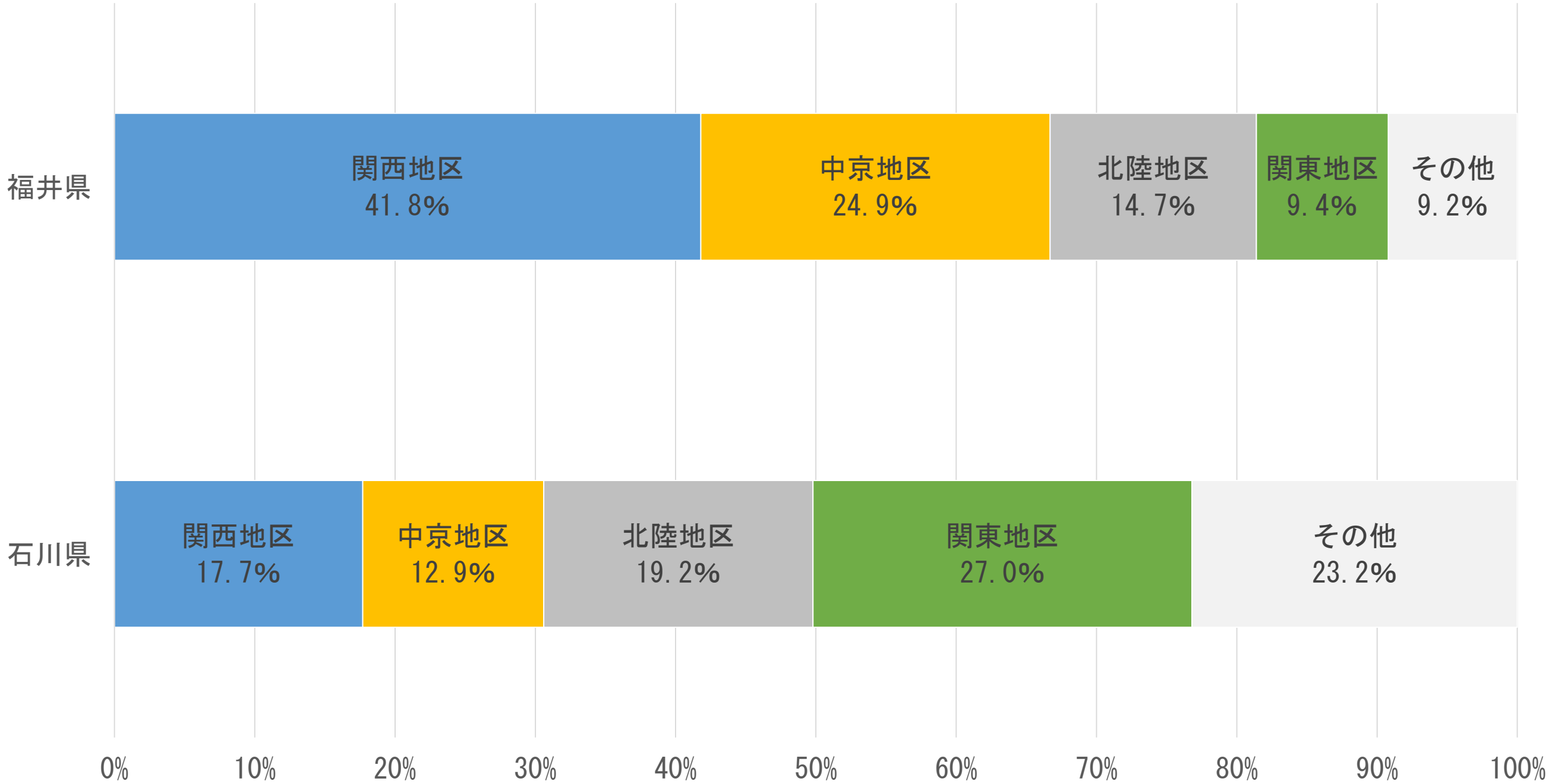
<H25とH30の比較>
 全体：33.3%増 嶺北：39.3%増 嶺南：19.2%増



II 本県観光の状況 (1-3)観光客入込数・観光消費額

・ 県外客の発地別割合をみると、本県は関西地区、中京地区の割合が高く、石川県との比較では関東地区およびその他地域の割合が低い。

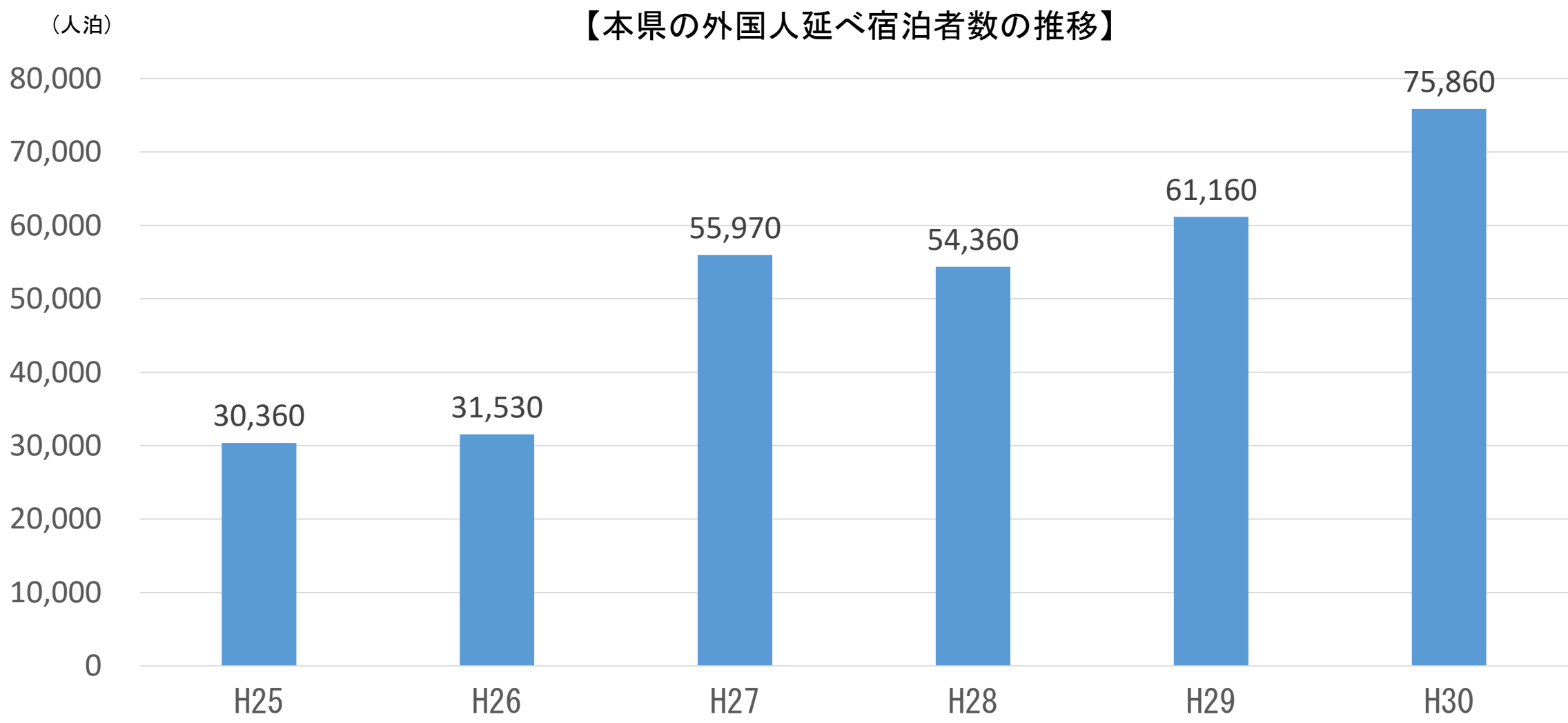
【県外客の発地別割合】



II 本県観光の状況

(2-1)外国人宿泊者数

- ・外国人延べ宿泊者数は増加傾向にあり、特に、平成27年(2015年)の北陸新幹線金沢開業以降、大幅に増加した。
- ・しかし、他県と比較するとまだまだ少ない(平成30年は全国46位)。



【他県との比較】

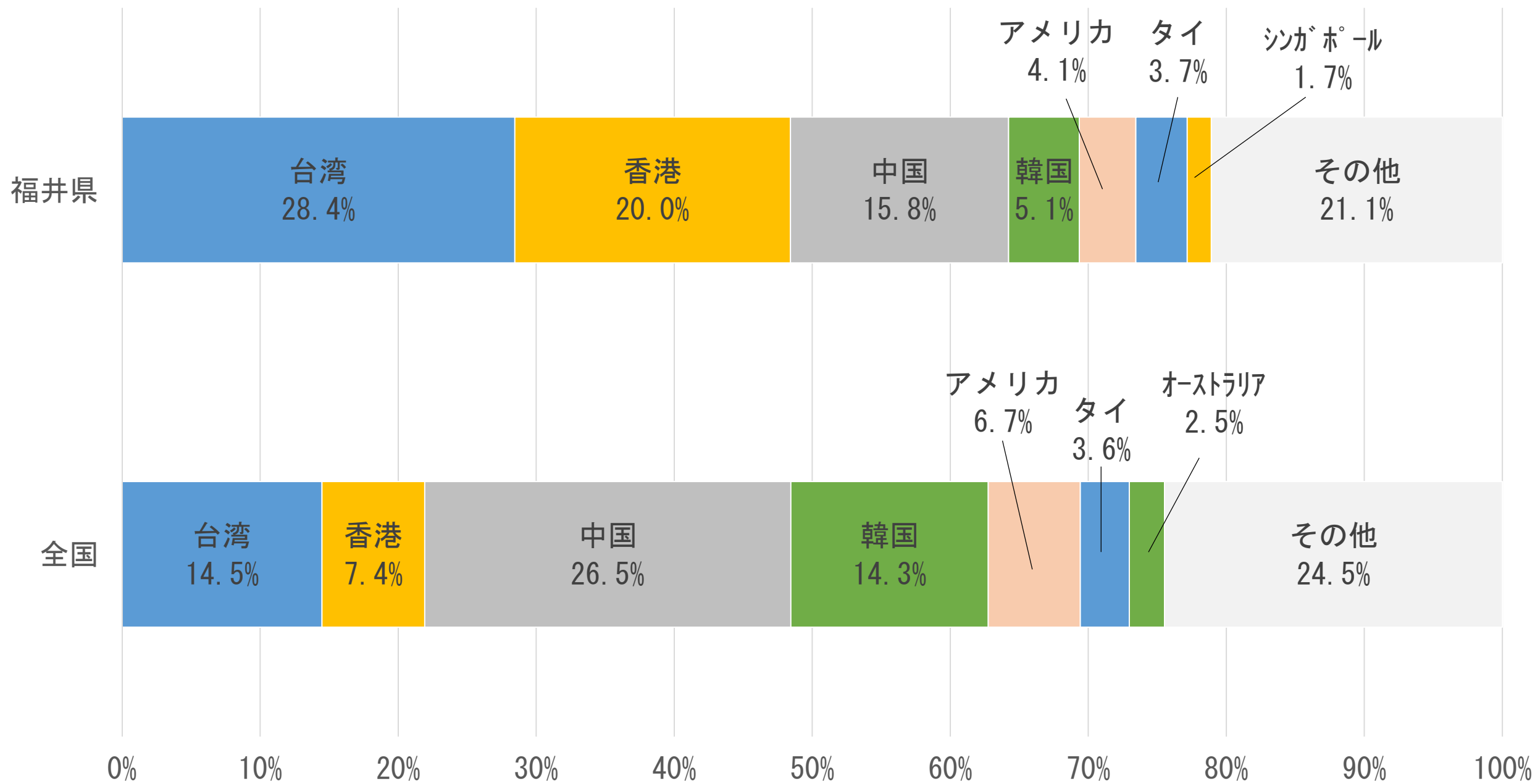
	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年
石川県	326,380	348,290	517,430	623,460	777,240	973,950
富山県	136,290	142,070	207,790	222,270	287,720	306,200

<観光庁「宿泊旅行統計調査」>

II 本県観光の状況 (2-2)外国人宿泊者数

- ・ 本県の外国人宿泊者について、国・地域別では台湾、香港が多く、全国と比較すると中国、韓国の割合が低い。
- ・ 全国平均では、中国が最も多く、東アジア以外の国・地域の割合が本県と比べてやや高い。

【外国人宿泊者の国・地域別割合】



<観光庁「宿泊旅行統計調査（平成30年）」、福井県数値は「宿泊旅行統計調査（平成30年）」を基に福井県推計>

II 本県観光の状況

(5-1)福井のブランド力

・ 本県の魅力度、観光意欲度はともに上昇傾向にあるが、北陸三県の中では最も低い。

【魅力度の推移】

	2017	2018	2019	直近3か年の推移
福井県	第39位 (11.4点)	第39位 (13.3点)	第37位 (13.4点)	+2位 (+2.0点)
石川県	第10位 (24.4点)	第11位 (25.7点)	第9位 (25.4点)	+1位 (+1.0点)
富山県	第23位 (15.4点)	第22位 (18.5点)	第24位 (16.6点)	△1位 (+1.2点)

【観光意欲度の推移】

	2017	2018	2019	直近3か年の推移
福井県	第41位 (29.0点)	第40位 (28.9点)	第37位 (29.6点)	+4位 (+0.6点)
石川県	第6位 (43.5点)	第7位 (43.4点)	第8位 (42.0点)	△2位 (△1.5点)
富山県	第21位 (34.1点)	第17位 (35.7点)	第18位 (34.5点)	+3位 (+0.4点)

< (株)ブランド総合研究所「地域ブランド調査」 >

II 本県観光の状況

(5-2)福井のブランド力

・ 地域資源への評価として、「自然」「食」「産業」の評価が比較的高く、「スポーツの観戦」「道路や交通の便」などの評価が低い。

【地域資源に対する評価（評価の高いもの）】

評価内容	順位
海・山・川・湖などの自然が豊か	第19位
地元産の食材が豊富	第18位
地域を代表する産業や企業がある	第14位

【地域資源に対する評価（評価の低いもの）】

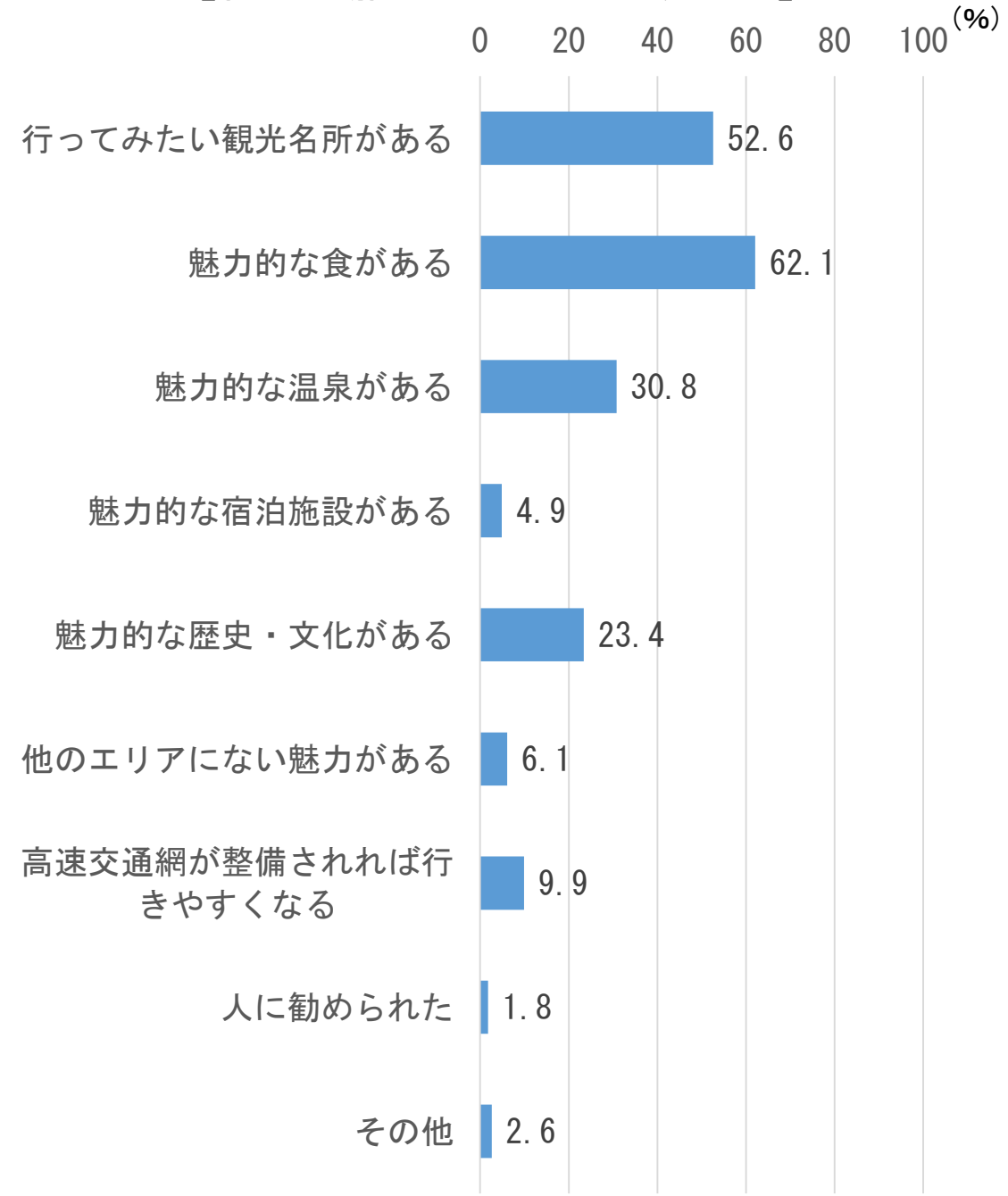
評価内容	順位
スポーツの参加・観戦が楽しめる	第41位
魅力的な商店街や店舗がある	第43位
道路や交通の便がよい	第42位

< (株)ブランド総合研究所「地域ブランド調査2019」 >

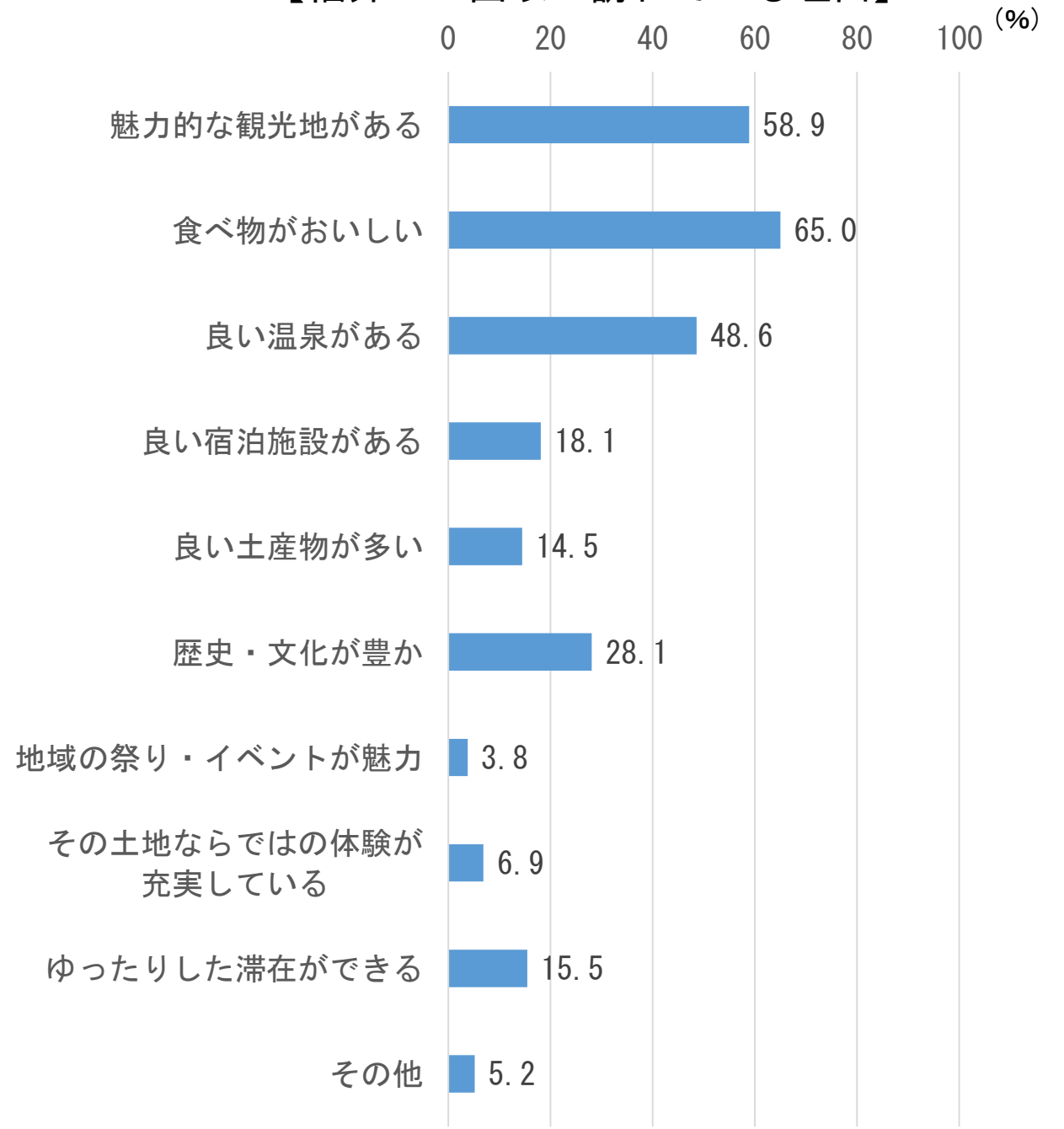
II 本県観光の状況 (5-3)福井のブランド力

・本県へ来たことのない方が感じる本県の魅力およびリピーターの方が感じる魅力ともに、「食」「観光名所」のほか、「温泉」「歴史・文化」の割合が高い。

【福井へ旅行したいと思う理由】



【福井へ2回以上訪れている理由】



II 本県観光の状況

(5-4)福井のブランド力

・「美しい日本の歴史的風土 100選」では5件が選出されているほか、名勝の数では京都、滋賀に次ぐ14件が登録されており、いずれも全国で3番目に多い。

【美しい日本の歴史的風土 100選】

	1位	2位	3位
都道府県 (件数)	岐阜県 (8件)	長野県 (6件)	福井県 (5件)

<財団法人古都保存財団「美しい日本の歴史的風土100選(平成19年)」>

- 【内訳】**
- 曹洞宗大本山 永平寺 (永平寺町)
 - 戦国大名朝倉氏一乗谷遺跡、松平家城下町の遺産 (福井市)
 - 越前和紙の里 五箇地域 (越前市)
 - 小浜の社寺群、酒井家城下町 小浜 (小浜市)
 - 白山信仰の拠点 平泉寺 (勝山市)

【名勝数】

	1位	2位	3位
都道府県 (件数)	京都府 (36件)	滋賀県 (18件)	福井県 (14件)

<文化庁「国宝・重要文化財等都道府県別指定件数(令和2年2月1日時点)」>

- 【内訳】**
- 気比の松原 (敦賀市)
 - 旧玄成院庭園 (勝山市)
 - 伊藤氏庭園 (南越前町)
 - 西福寺書院庭園 (敦賀市)
 - 三方五湖 (美浜町、若狭町)
 - 梅田氏庭園 (池田町)
 - 三田村氏庭園 (越前市)
 - おくのほそ道の風景地 けいの明神 (氣比神宮境内) (敦賀市)
 - 瀧谷寺庭園 (坂井市)
 - 萬徳寺庭園 (小浜市)
 - 柴田氏庭園 (敦賀市)
 - 若狭蘇洞門 (小浜市)
 - 城福寺庭園 (越前市)
 - 養浩館庭園 (福井市)

II 本県観光の状況 (5-5)福井のブランド力

- ・世界三大輝石安山岩の柱状節理「東尋坊」や日本三大珍味「越前の雲丹」など、本県の歴史や自然に育まれた多くの貴重な地域資源がある。

【世界三大〇〇、日本三大〇〇】

- ・ **世界三大輝石安山岩の柱状節理** → **東尋坊**
(他、ノルウェー西海岸、朝鮮半島の金剛山)
- ・ **世界三大恐竜博物館** → **福井県立恐竜博物館**
(他、ロイヤル・ティレル古生物学博物館 (カナダ)、自貢恐竜博物館 (中国))
- ・ **日本三大珍味** → **越前の雲丹 (うに)**
(他、からすみ (長崎)、このわた (三河))
- ・ **日本三大水仙群生地** → **越前海岸**
(他、房総半島、淡路島)
- ・ **日本三大松原** → **気比の松原**
(他、虹の松原 (佐賀県)、三保の松原 (静岡県))
- ・ **日本三大木造大鳥居** → **気比神宮**
(他、巖島神社 (広島県)、春日大社 (奈良県))
- ・ **日本六古窯** → **越前焼**
(他、瀬戸焼、常滑焼、信楽焼、丹波焼、備前焼)

II 本県観光の状況 (5-6)福井のブランド力

- ・幸福度ランキングでは福井県は3回連続全国1位となっている。分野別では、「仕事」「教育」の分野で1位となっており、「健康」「生活」面でも評価が高い。
- ・北陸三県が上位を占めている。

【幸福度ランキングの推移】

	2012年版	2014年版	2016年版	2018年版
1位	長野県	福井県	福井県	福井県
2位	東京都	東京都	東京都	東京都
3位	福井県	長野県	富山県	長野県
4位	富山県	鳥取県	長野県	石川県
5位	滋賀県	富山県	石川県	富山県

【分野別ランキング】

健康分野 (医療健康、運動 体力)	仕事分野 (雇用、企業)	生活分野 (個人、地域)	教育分野 (学校、社会)
第8位	第1位	第5位	第1位

<株日本総合研究所「全47都道府県幸福度ランキング2018」>

II 本県観光の状況

(6-1) 本県をめぐる交通の状況

- ・ 北陸新幹線が令和5年（2023年）春に敦賀まで開業し、県内には4つの駅が設置される。
- ・ 新幹線開業により福井・東京間の所要時間は約30分短縮され、乗り換えも不要となる。
- ・ 一方、新大阪、名古屋からのアクセスは北陸新幹線を利用した場合、敦賀駅で乗り換えることになる。

【新幹線福井・敦賀開業後の県内各駅から各都市間の所要時間等】

※現行の所要時間は、H31.3.16改正ダイヤの最速値
 ※開業後の所要時間は、国調査に基づく県試算値

		東京駅		新大阪駅		名古屋駅	
		開業前	開業後	開業前	開業後	開業前	開業後
芦原温泉駅	時間(分)	3:19※ ¹	3:05	1:59	1:52	1:48	1:41
	乗換(回)	1	1	0	1	1	2
福井駅	時間(分)	3:25※ ¹	2:53	1:43	1:41	1:37	1:28
	乗換(回)	1	0	0	1	1	2
南越駅 (仮称) ※開業前は武生駅発	時間(分)	3:11※ ²	3:11※ ¹	1:36	1:37	1:23	1:24
	乗換(回)	1	1	0	1	1	2
敦賀駅	時間(分)	2:51※ ²	2:51※ ²	1:13	1:13	1:02	1:02
	乗換(回)	1	1	0	0	1	1

※1：金沢経由、北陸新幹線利用
 ※2：米原経由、東海道新幹線利用

II 本県観光の状況

(6-2)本県をめぐる交通の状況

- ・ 本県と岐阜県を結ぶ中部縦貫自動車道および冠山峠道路の整備が進んでいる。
- ・ これらの全線開通により、中京圏とのアクセス向上および新たな周遊観光ルートの構築等が期待される。

【中部縦貫道県内区間開通後の各都市間の所要時間等】

	現在	開通後	効果
大野⇒名古屋 (東海北陸道経由)	2 : 30	2 : 10	△20分

※開通前は国道158号線利用
 ※高山方面からも同様の時間短縮効果が期待

【冠山峠道路開通後の各都市間の所要時間等】

	現在	開通後	効果
池田町 ⇔揖斐川町	2 : 15	1 : 25	△50分

※開通前は北陸自動車道、名神高速道路利用



II 本県観光の状況

(6-3)本県をめぐる交通の状況

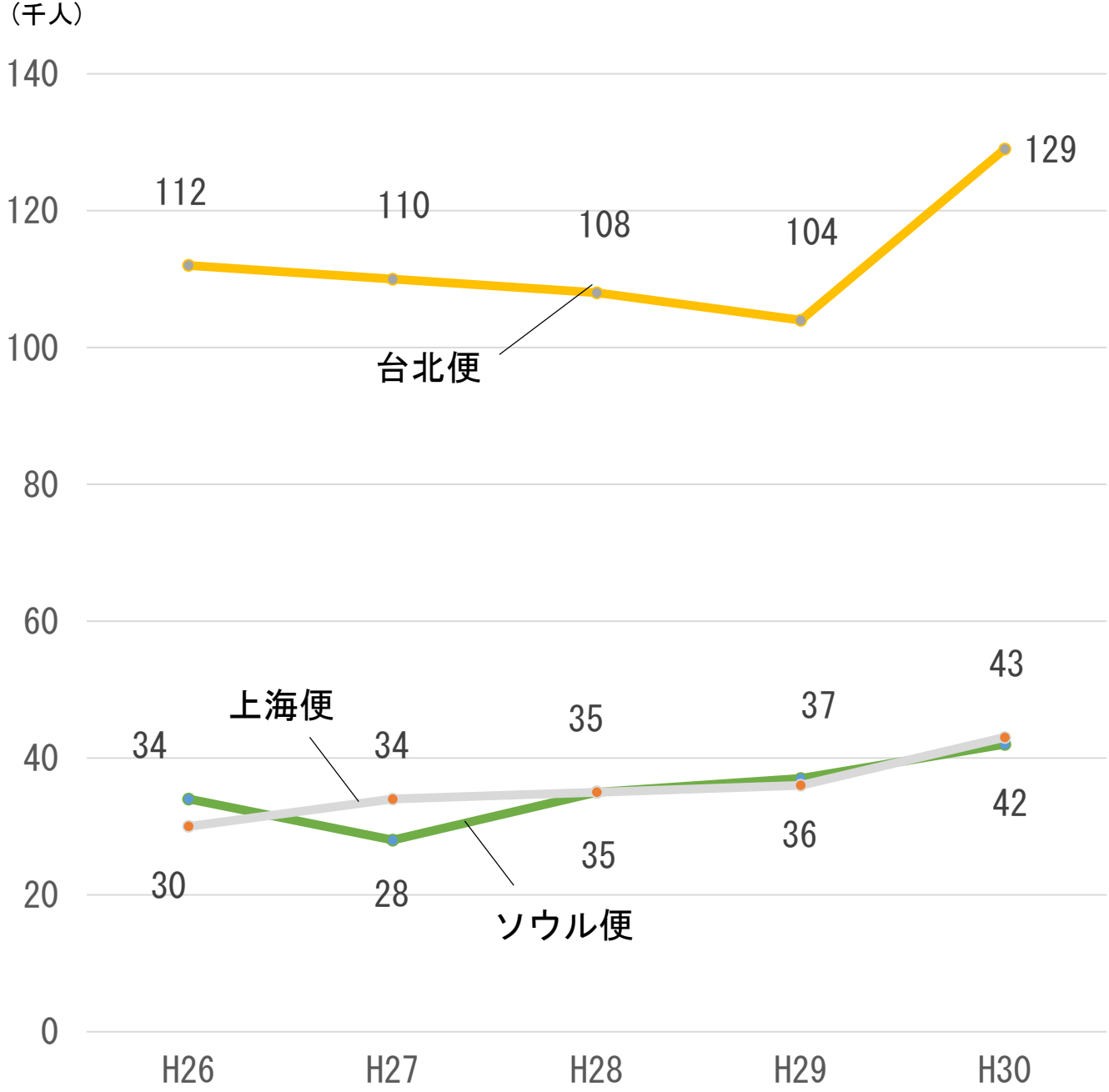
・本県の空の玄関口である小松空港の国際線は、ソウル便（週3便）、上海便（週6便）、台北便（毎日運航）に加え、平成31年（2019年）4月には香港便の定期便（週2便、10月26日までの季節運航便）が就航した。

※各線の便数は令和元年冬ダイヤ

【小松空港国際線運航状況（令和元年冬ダイヤ）】

	航空会社	所要時間
ソウル便	大韓航空	1時間45分
上海便	中国東方航空	2時間5分
台北便	エバー航空 タイガーエア台湾	2時間45分

【小松空港国際線利用実績】



<小松空港資料>

～県民一人ひとりがふくいの魅力の発信源～

幸福度日本一の福井の暮らしや文化は福井県の一番の観光資源であり、県民の皆様がそれらに愛着と誇りを持ち、その魅力を広く発信することは、人を惹きつける大きな力となります。

北陸新幹線福井・敦賀開業など100年に一度のチャンスに、県民一丸となって観光を通じた地域の活性化に取り組んでいきましょう。

ふくい観光ビジョン

令和2年3月策定

福井県交流文化部観光誘客課

〒910-8580 福井県福井市大手3丁目17-1

TEL 0776-20-0380

FAX 0776-20-0381

Eメール kankou@pref.fukui.lg.jp