

# ふくい観光ビジョン(概要)

## 1 策定の趣旨

- 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、本県においても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、経済効果や雇用効果、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高まっています。
- 本県においては、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、大阪・関西万博等の大規模な国際イベントの開催など誘客拡大の好機が到来します。
- この機を最大限に活かし、観光振興の機運を盛り上げ、行政や団体、観光関係事業者のみならず、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。

## 2 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。

## 3 目標設定

		現状値 (平成30年)	目標値 (令和6年)
定量 目標	観光消費額 【福井県観光統計】	1, 313億円	1, 700億円
	観光客入込数 【福井県観光統計】	1, 697万人	2, 000万人
	延べ宿泊者数 【宿泊旅行統計調査(観光庁)】	406万人	510万人
	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
	来訪者満足度 【福井県アンケート調査】	46%*	60%
定性 目標	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		

\*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)と回答した人の割合)

## 4 計画期間

令和2年度～6年度(5年間)

## 5 戦略の体系

### 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へとつながります。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、ターゲットに合わせ、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。

<観光客の心をつかむ>

- (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

<観光地域づくりをすすめる>

- (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

### 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。

<ブランド力を高める>

- (1) 個々の資源に価値を高めるストーリーを

<心惹かれる情報を届ける>

- (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

### 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。

<インバウンド目線で攻める>

- (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

### 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。

<すべての人にやさしい環境を整える>

- (1) 「また来たい」福井へ
- (2) 暮らしの中に観光を