

越前市 観光振興プラン

令和 5 年度～令和 9 年度

< 案 >

令和 年 月改定

越前市

目 次

1 章 観光をとりまく概況	3
1 世界の潮流	3
2 国内の観光動向	4
2 章 越前市の観光における現状と課題	6
1 観光客の動向	6
2 越前市を取り巻く環境の変化	8
3 地域資源と観光活用の状況	9
3 章 越前市の観光が目指す方向性	12
1 観光振興の目的	12
2 本市が目指す観光振興の考え方	13
(1) 将来像	13
(2) 将来像に向けての戦略	15
3 本計画の目標と成果指標	17
(1) 目標	17
(2) 成果指標	17
4 施策の体系	19
4 章 展開する施策	20
施策1 「手仕事」を活かした認知度向上と消費拡大	20
施策2 地域資源を活かした観光の魅力向上	23
施策3 来訪客の受入環境整備	26
施策4 ウォーカブルなまちづくりの推進	28
施策5 広域視点での観光推進	30
5 章 推進体制	32
1 役割分担と連携	32
2 進行管理	33
資料編	34
越前市観光振興プラン策定の経過	34
越前市観光振興プラン改定委員会 委員一覧	34
誘客促進基礎調査結果	35

1 章 観光をとりまく概況

1 世界の潮流

■国際観光の潮流は、観光を通じて地域の「持続可能性」に寄与すること

- ・近年の国際観光の潮流では、従来の観光において、オーバーツーリズムやファストツーリズム等の弊害から地域の環境・文化・経済等の維持・発展が阻害されてきたという反省のもと、観光を通じて地域の「持続可能性」を高めるという考えに注目が高まっています。
- ・UNWTO は、観光振興を通じて SDGs に寄与することを「サステナブルツーリズム（持続可能な観光）」と定義しその推進を掲げており、そのためには訪問客を受け入れるコミュニティの文化や価値観の尊重、コミュニティが安定した雇用、収入獲得の機会、社会サービスを楽しむことができるようにするといったことが求められるとしています。

図表 1 サステナブルツーリズムの定義とそこに求められること

定義	訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れる <u>コミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する</u> 観光
求められること	1)自然遺産や生物多様性の保全を図りつつ、環境資源を最適な形で活用する。 2)訪問客を受け入れる <u>コミュニティの社会文化面での真正性を尊重し、コミュニティの文化や価値観を守り</u> 、異文化理解に資する。 3)訪問客を受け入れる <u>コミュニティが安定した雇用、収入獲得の機会、社会サービスを享受できるようにする</u> 等、全てのステークホルダーに公平な形で社会経済的な利益を分配し、実行可能かつ長期的な経済運用を実施する。

出典：UNWTO 駐日事務所ホームページ「持続可能な観光の定義」より一部表現を簡略化し、下線強調を加えた。

- ・このサステナブルツーリズムに対する意識は顧客側においてもみられ、それはコロナ禍を機にさらに高まっているとみられます。世界大手オンライン旅行会社が世界 30 ヶ国を対象に実施した調査では、「コロナの感染拡大以降、より持続可能性を意識した旅行がしたいと思うようになった」と回答した旅行者は 61%に上り（出典：Booking.com“Sustainable Travel Report 2021”（オンライン回答、回答数合計 29,349 人））、旅行先の過ごし方でも「現地の文化を代表するような本格的な体験」や「旅行中に使ったお金を現地コミュニティに還元」に約 7 割の旅行者が意欲を示しています（図表 2）。

図表 2 旅行先の過ごし方としてあてはまるもの



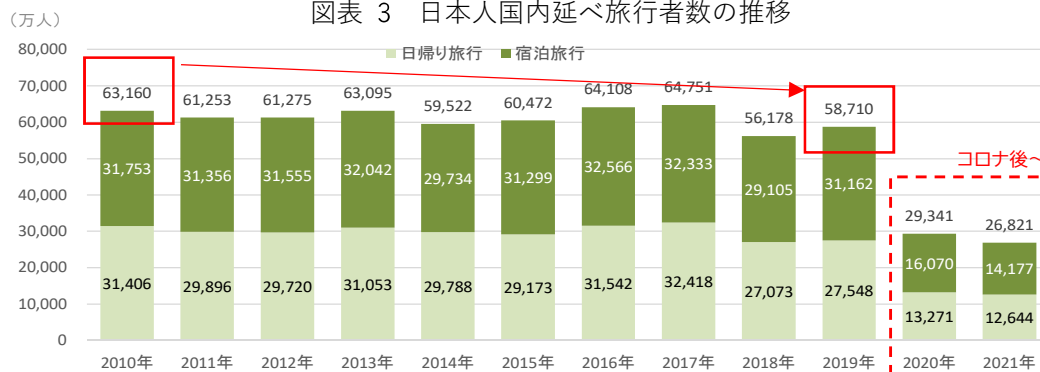
出典：Booking.com“Sustainable Travel Report 2019”（オンライン回答、回答数合計 18,077 人）

2 国内の観光動向

■旅行者数は減っているが「旅行するならお金をかける」という傾向あり

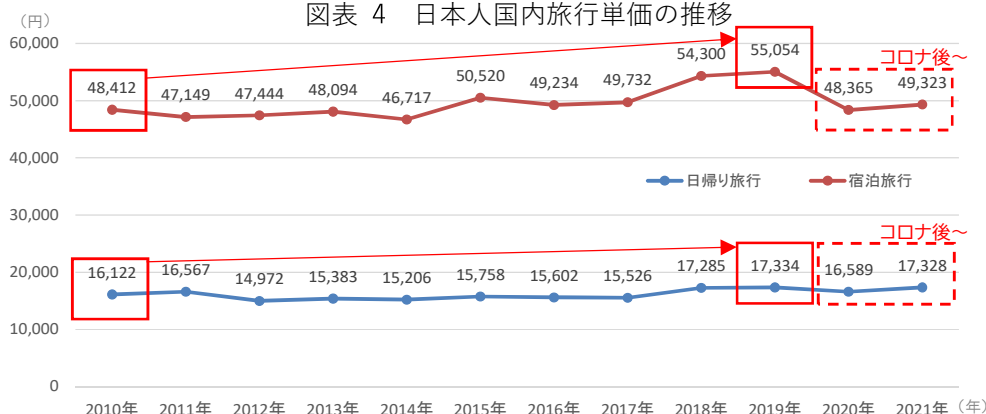
- ・コロナ禍前までの動向では、旅行者数は減少傾向、旅行単価は増加傾向にありました。2020年には旅行者数は大きく減少しましたが、旅行単価は宿泊旅行で87.8%、日帰り旅行で95.7%の減少に留まっており、旅行者数は減っているものの、旅行するなら一定のお金をかける傾向は続いていると考えられます。観光地ではこうした「お金をかけて旅行する顧客」の獲得競争がより厳しくなると推測されます。

図表 3 日本人国内延べ旅行者数の推移



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

図表 4 日本人国内旅行単価の推移

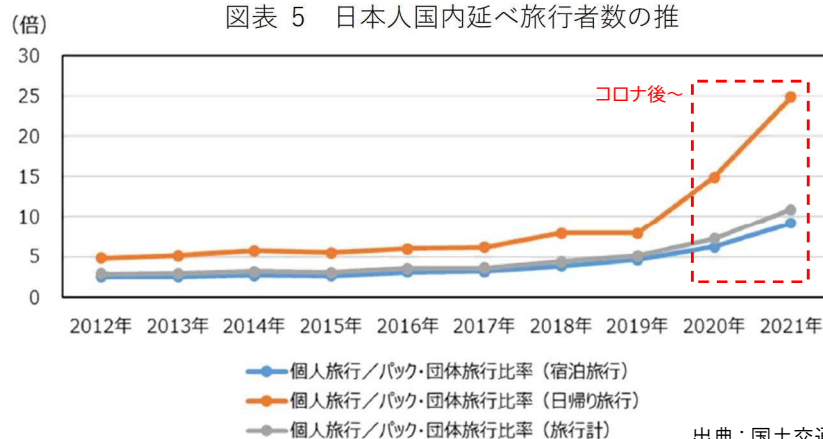


出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

■旅行消費額における個人旅行割合が急増、個人に選ばれることの重要性が増している

- ・旅行消費額を旅行形態別にみると、「パック・団体旅行」に対する「個人旅行」の比率は2020年以降大きく上昇しています。コロナ禍以降、観光地が顧客の消費を獲得するには、個人旅行者に選ばれることがより重要になっているといえます。

図表 5 日本人国内延べ旅行者数の推



出典：国土交通省「観光白書」(令和4年版)

< 1章のまとめ：観光を取り巻く概況 >

- ・近年の観光政策においては、単に多くの入込数を確保することではなく、観光を通じて獲得した収益を還元することで、持続可能な地域づくりに寄与することが求められています。
- ・国内旅行者が減少する中で、旅行に一定の消費をする顧客を取り合う状況が加速しており、旅行形態も個人旅行へ大きくシフト。観光地には、個々の顧客に「選ばれる」だけの強い価値を示すことがより重要になっています。

< 参考：近年の潮流を踏まえた、今後の観光政策に対する国の考え >

以上にまとめた潮流の中で、地域の観光政策は大きな転換点を迎えており、国では今後の方向性について次のような考え方を示しています。

①地域独自の「看板商品」の創出

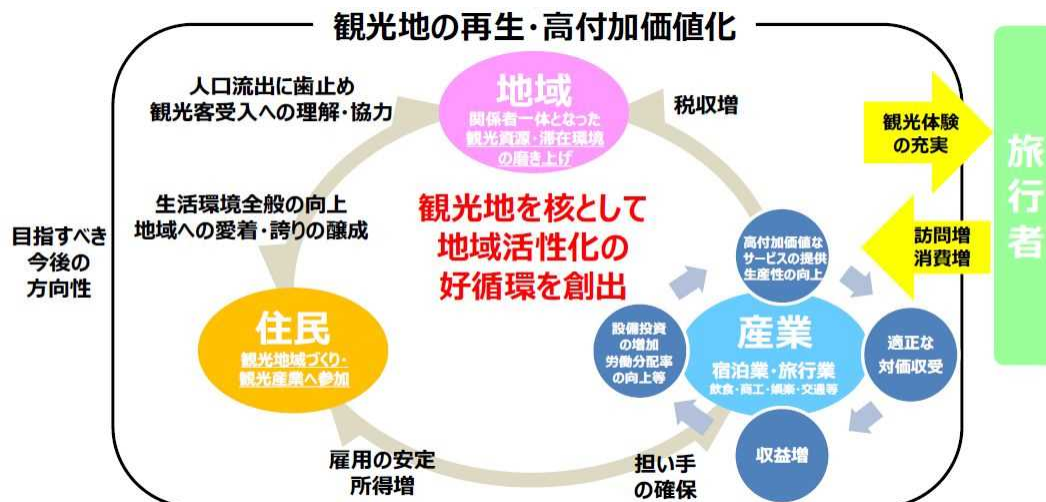
観光庁では、競争の激化する観光市場で顧客を獲得するには、地域固有の資源を活用した「看板商品」を創出し、その販売を通じて「稼ぐ力」を高めることが重要としています。

カテゴリ	地域固有の資源を活用した「看板商品」の例
自然	地域ならではの自然を活用した体験型アクティビティ
食	地域の名物食体験や地域特性を活かした新メニューの開発
歴史・文化・芸術	地域に根付く文化・芸術を観光客が体験できるプログラム
地場産業	地域で営まれてきた生業を題材とした体験・学習プログラムの造成

出典：「観光白書（令和4年度版）」ポストコロナに向けた観光庁の主な施策より

②「持続的な地域経営」の確立

「観光白書」（令和4年度版）は、観光政策で重要なことは「収益を地域内で循環させることにより、地域の社会経済活性化や文化・環境の保全と再生を図ること」としており、観光庁「アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会」はこの考えのもと、稼いだ収益を地域産業に分配し、より高付加価値化されたサービスを提供する好循環のモデルを示しています。



図表出典：観光庁「アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会」資料

2章 越前市の観光における現状と課題

1 観光客の動向¹

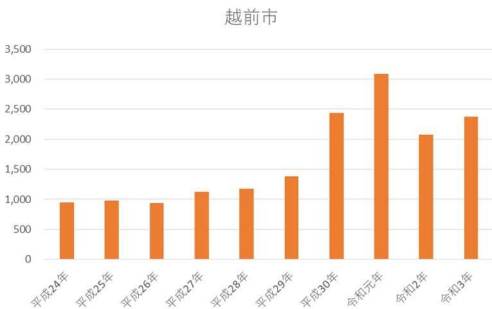
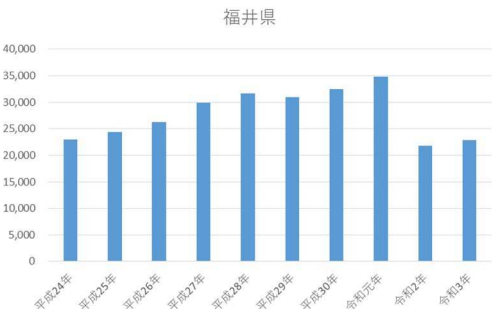
■「だるまちゃん広場」により入込数が拡大、ただし県外客の獲得効果は限定的

・本市の観光客入込数は平成 30 年以降増加しており、これは平成 29 年 8 月に武生中央公園に新設された「だるまちゃん広場」の効果と考えられます。しかし入込客の多くは県内客であり、令和元年の内訳では 1,420 千人のうち県外から訪れているのは 185 千人（13.0%）と限定的です。また、県内容について、イベントのない平日等は市内からの来訪者も多くみられます。

図表 6 観光客入込数の推移（福井県・越前市）

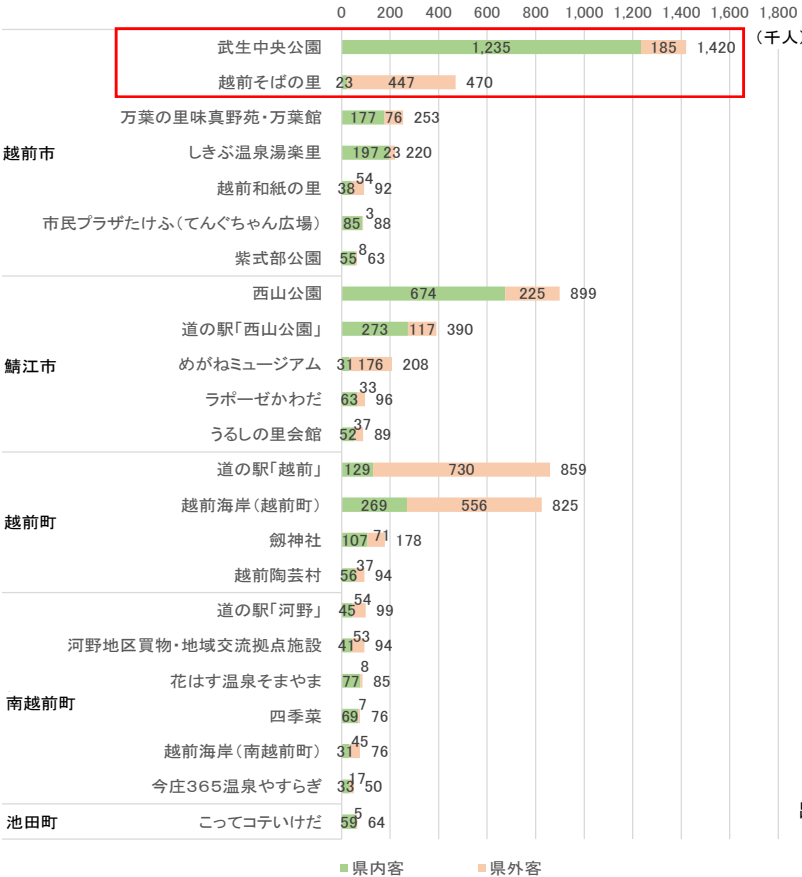
（千人）

	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年
福井県	22,954	24,342	26,253	29,956	31,657	30,960	32,437	34,859	21,834	22,848
越前市	944	977	936	1,119	1,178	1,385	2,436	3,086	2,075	2,375



出典：福井県「福井県観光客入込数（推計）」

図表 7 丹南地域の市町別観光客入込数の推移（令和元年度）



出典：福井県「福井県観光客入込数（推計）」

¹ 観光客の動向の詳細は「越前市誘客促進基礎調査報告書」を参照。本書ではそこから主要部分を抽出して示す。

■認知度は低く、日帰り客がメインで観光消費額は小さい

- ・越前市の観光地としての認知度はまだ高いとは言えず、「越前または福井県で思いつくもの」として上位にあがるのは越前がに、東尋坊、永平寺、恐竜博物館などで市独自の資源ではありません。
- ・越前市を訪問する旅行者の7割強は市内を日帰りで訪れており、訪問客の市内消費額も他地域に比べて低くなっています。

図表 8 越前市の認知度（首都圏調査）

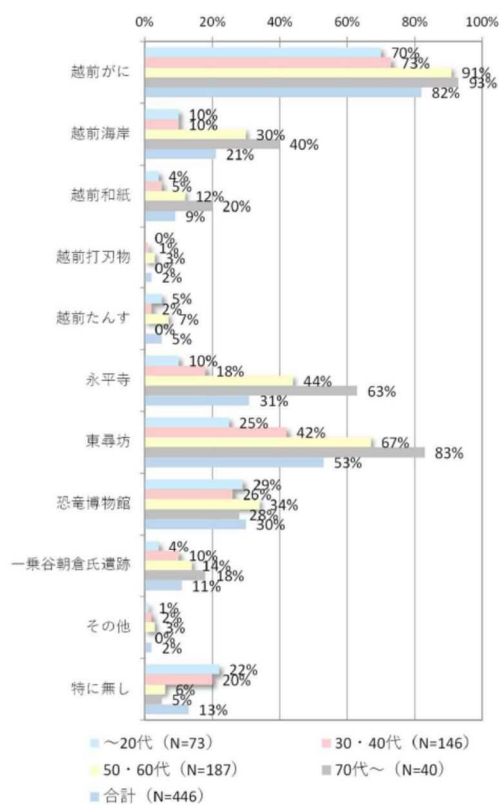


図表 9 訪問客の市内滞在日数

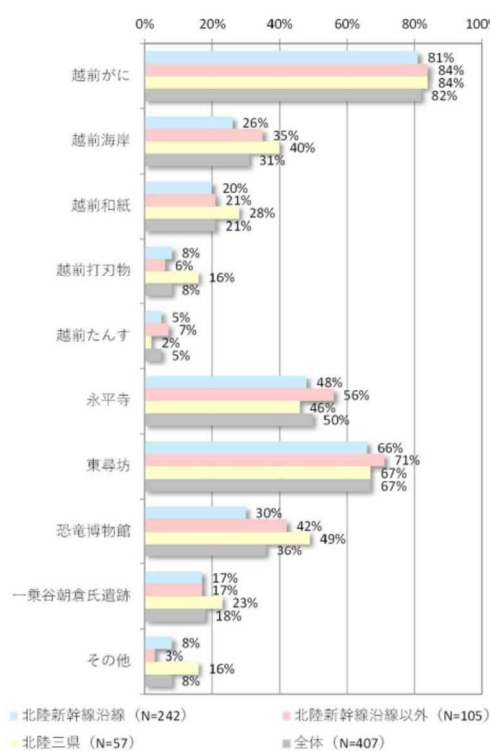


図表 10 「越前・福井県」で思いつくもの

（首都圏調査）



（金沢駅調査）



図表 11 市内訪問客の消費額

カテゴリ	市内1人あたり消費額（円）	金沢市における消費額 （令和3年金沢市観光調査）
飲食費	3,106	9,356
おみやげ・買い物	2,838	4,147
宿泊費	4,266	6,550
その他（入場料、体験料等）	2,271	（完全に一致する項目なし）

2 越前市を取り巻く環境の変化

■新幹線駅の開業等のアクセス向上による誘客の可能性

2024 年に北陸新幹線「越前たけふ駅」が開業を予定しており、首都圏をはじめ、信越、東北などさまざまな方面からの新たなアクセスによる誘客が見込まれます。また、2023 年以降に中部縦貫自動車道や国道 417 号冠山峠道路の開通が予定され、中京圏のアクセスが向上します。

交通網の整備

北陸新幹線の2024年春 金沢～敦賀開業、
中部縦貫自動車道の2026年春に全線開通により、
首都圏や中京圏とのアクセスが大きく向上します。



■道の駅開業による誘客及び広域連携の可能性

2023 年 3 月に新幹線駅前にオープンする道の駅「越前たけふ」においては、物産販売所における伝統工芸品の販売や、地元の食の提供等を行うとともに、施設内に観光案内所を設け、丹南地域の観光案内や情報発信を行う予定であることから、広域で連携した観光促進のチャンスとなります。

■2024 年大河ドラマ「光る君へ」放送に伴う誘客の可能性

2024 年の大河ドラマの題材に、本市ゆかりの紫式部が選ばれたことに伴い、地域の歴史文化に触れる契機として本市が実施する、機運醸成の取組みや大河ドラマ館の整備等により、多くの観光客が訪れる好機が到来します。

■2025 年大阪・関西万博開催に伴う誘客の可能性

2025 年に“大阪・関西万博”が「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマに開催される予定であり、国内外から多くの人やモノが集まることによる交流の促進が予想されます。万博の開催は、魅力を発信する絶好の機会であり、本市を訪れる観光客が増大する大きなチャンスとなります。

3 地域資源と観光活用の状況

■越前市の地域資源

- ・本市には伝統産業や歴史文化、食、自然など様々な地域資源があり、これらは本市に来訪する観光客へその価値を提供し、来訪の満足度を高めるものとしての活用が見込めます。
- ・特に越前和紙・越前打刃物・越前筆笥の伝統産業の産地が集積している状況は全国でも稀であり、他地域と差別化の見込める「本市特有の資源」と言えます。

＜越前市の主な地域資源＞

産業	伝統産業（越前和紙・越前打刃物・越前筆笥）など
歴史文化	寺社（大塩八幡宮、大瀧神社は国重要文化財）、紫式部など
自然・景観	コウノトリ、田園風景、豊かな水など
まちなみ	今立五箇エリア、武生エリア（寺町通り、タンス町通り、蔵の辻）など
食	越前おろしそば、中華そば・ボルガライス、料亭文化など

■現行観光振興プランの振り返り

現行の観光振興プランでは、「手仕事のまち、ニッポンの越前市」を観光コンセプトに掲げ、伝統産業や先端産業等の「産業文化」、料亭文化や市3大グルメ等の「食文化」、たけふ菊人形等の「観光文化」において培われた「手仕事」を軸に、魅力的な観光地づくりを進めてきました。

具体的には、①手仕事を体感する、②利便性の向上、③広域連携の推進を施策の柱とし、この6年間では、市内の伝統工芸の工房などにおける手仕事の体感をテーマにしたコンテンツ開発、観光二次交通の利便性向上等の受入環境整備、丹南地域で連携したプロモーションを中心とした広域連携を軸に事業を展開し、手仕事のまち歩き事業や丹南地域周遊・滞在型観光推進事業などを実施してきました。さらに、平成30年度から実施したインバウンド事業においては、伝統的工芸品産地の工房体験のメニュー化や、観光二次交通の実証実験、プロモーションの取組みを行ってきたところです。

これらの取組みにより、実際の伝統産業産地での体験やまちなか周遊への誘客による観光資源の魅力の向上や、食をテーマにした企画による市内飲食店の消費拡大、たけふ菊人形等のイベント来場者数や各観光地への来訪者数の着実な増加、インバウンドの受入れ環境の強化、自治体の域を超えた他市町との連携体制の構築等の成果を得ることが出来ました。

しかしながら、令和2年からの新型コロナウイルス感染拡大により、旅行スタイルの変化や、インバウンドの激減など、観光産業は大きな打撃を受けました。困難な状況のなか、本市ではこのピンチをチャンスに変え、地域の観光素材を組み立て、実施、検証し、次の事業に展開するなど着実に磨き上げを行ってきました。

具体的には、国や県の対策と歩調を合わせながら、地方創生臨時交付金を活用したバスツアー助成、タクシー・レンタカー利用促進等の二次交通対策事業や体験クーポンの発行事業等により、誘客の増大及び消費拡大につなげるとともに、宿泊施設の整備や多言語サイトの制作、オンラインツアーの実施等、ウィズコロナでの新たな観光のあり方を模索しながら、観光需要回復に向けた事業を実施し、観光客受入の体制を強化しました。

・本年度までの主な成果

	概要・目的	主な成果
①手仕事を体感する	本市ならではの観光資源である越前和紙、越前打刃物、越前筆筥といった伝統産業や食、祭り、自然などを活用し、観光客が手仕事を体感でいる仕組みづくりを行い、交流人口を拡大するとともに、再度訪ねたいと思われる観光地づくりを目指す。	・産業観光：伝統産業産地の工房や職人と連携した「手仕事のまち歩き」ツアーの実施 ・越前和紙：紙の文化博物館がリニューアル。同施設を含む和紙3館及び周辺地域の工房等を拠点にした観光開発 ・越前打刃物：R2にタケフナイフビレッジをリニューアル、ドイツフランクフルトにおけるアンビエント展への出展及び市長のトップセールス ・まちなか周遊：筆筥会館の整備、公会堂記念館との連携、ちひろの生まれた家記念館の活用、御朱印巡りなどのまち歩きコンテンツの造成 ・食文化：市3大グルメ企画、天皇の料理番メニューを活用した商品、料亭文化企画などを展開 ・たけふ菊人形：入場料の無料化やメインテーマのを工夫等、来場者数増員を図る取り組み
②利便性の向上	北陸新幹線開業に向け、二次交通やインバウンド対策、情報発信などを強化するとともに、駅周辺への「道の駅」整備など、受入れ環境の整備を進めることで観光客の利便性の向上を図る。	・二次交通対策：北陸新幹線越前たけふ駅前の交通拠点の整備、観光客向け定額タクシー助成制度、レンタカー助成制度の創設 ・観光ガイドの育成：ボランティアガイドの育成や英語ガイドの養成 ・インバウンド対策：伝統産業を軸としたコンテンツ開発、宿泊拠点施設整備、多言語webサイト制作、各種モニターツアー・ファムツアーの実施、オンデマンドバスの実証実験（二次交通対策） ・道の駅の整備：越前たけふ駅前に道の駅を整備（R4年度末開業予定）施設内に観光案内所を設置し丹南地区の観光情報を発信
③広域連携の推進	丹南地域の2市3町で策定した丹南地域周遊・滞在型観光推進計画を着実に推進し、圏内の誘客増を図り、経済効果拡大に結び付けるため、市町の枠を超えて連携し、ターゲットごとの周遊ルートの整備やプロモーション活動を行う。	丹南地域周遊・滞在型観光推進事業の展開 平成29年に策定した5か年の推進計画に基づき、丹南地区5市町が広域連携事業を実施 ・観光資源の磨き上げと地域の特性を活かした連携による商品造成 ・webやSNSを活用した広域プロモーションの実施 ・二次交通課題対策、宿泊体制の検討については専門部会を設け、各事業者を交え広域連携の取り組みを研究 ・丹南地区広域で活用可能な観光素材集の作成

■現観光振興プランの成果のまとめ

- 「手仕事のまち、ニッポンの越前市」のコンセプトのもと、「手仕事のまち歩き」ツアー等による新たな「手仕事」のコンテンツ開発、伝統工芸の工房体験メニュー開発、三大グルメや料亭でのメニュー開発、寺社仏閣の素材を活かした周遊コンテンツなど、今後継続的に販売できる観光コンテンツの開発。→観光コンテンツを軸とした誘客と消費の拡大
- 観光二次交通の課題に対して実証を重ねながら、本市オリジナルの500円定額タクシーというシステムを構築し、利用者も増加している。市内観光地への移動手段として、各観光周遊の企画に利用され、「RENEW」との連携事業も実施。→広域的な連携や決済などの利便性の向上
- 広域連携の推進
道の駅での新幹線駅周辺での観光拠点を整備。ターゲット層（首都圏、新幹線沿線市町ど）へのPRの実証。→ターゲット層を絞ったPR手法の確立

■観光振興プラン推進上の課題

これまでプランを推進してきた中で、推進主体において把握している課題を以下に示します。

現行プランの構造	推進上の課題
・観光振興プランの目的を「越前市を観光で訪れてみたいくなるまちとするため」とし、このために目標指標として「観光客入込数」を設定（平成27年：112万人→令和4年：325万人）	・観光客入込数の詳細を分析できていない ・観光振興政策で実現すべき「地域の魅力向上（顧客の満足度やリピート率）」や「経済効果（消費額）」の効果を測定する指標がない ・効果を測定するためのデータ取得の仕組み自体が不十分である。 ・個々の事業の効果検証・PDCA展開ができない
・目標達成のために、以下3つの施策を展開 ①手仕事を体感する ②利便性の向上 ③広域連携の推進	・観光振興の目的指標「観光客入込数」の達成にむけての、必要な事業が十分整理できていない。

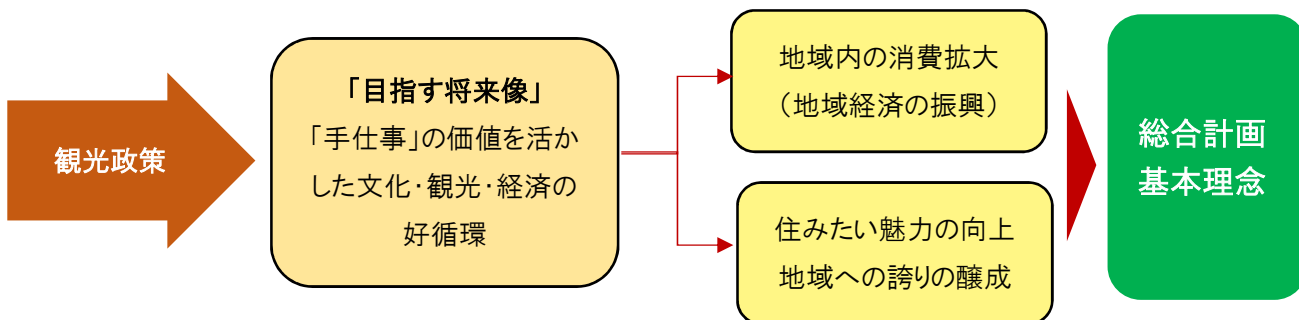
<2章のまとめ：越前市の観光における課題>

- ① 越前市が「観光地として選ばれる」ための戦略が求められている
- ② そのためには、越前市の「手仕事」をはじめ、さまざまな地域資源を活かした観光コンテンツを充実させることが重要である
- ③ さらにこれまでの成果も活かし、来訪客の満足度向上や、新しい交通網から生まれる交流圏域からの誘客促進などをさらに推し進めることが求められる。
- ④ これらの取組みが実際に「観光地として選ばれる」という最終的に求められる成果につながるよう、その実施方針やプロセスを明確化する必要がある。

3章 越前市の観光が目指す方向性

1 観光振興の目的

本市が観光振興に取り組む目的は、本市の魅力ある地域資源を最大限活かした文化・観光・経済の好循環を通じ、地域内の消費を拡大するとともに、地域の魅力を向上させて定住促進や地域への誇りを醸成することです。



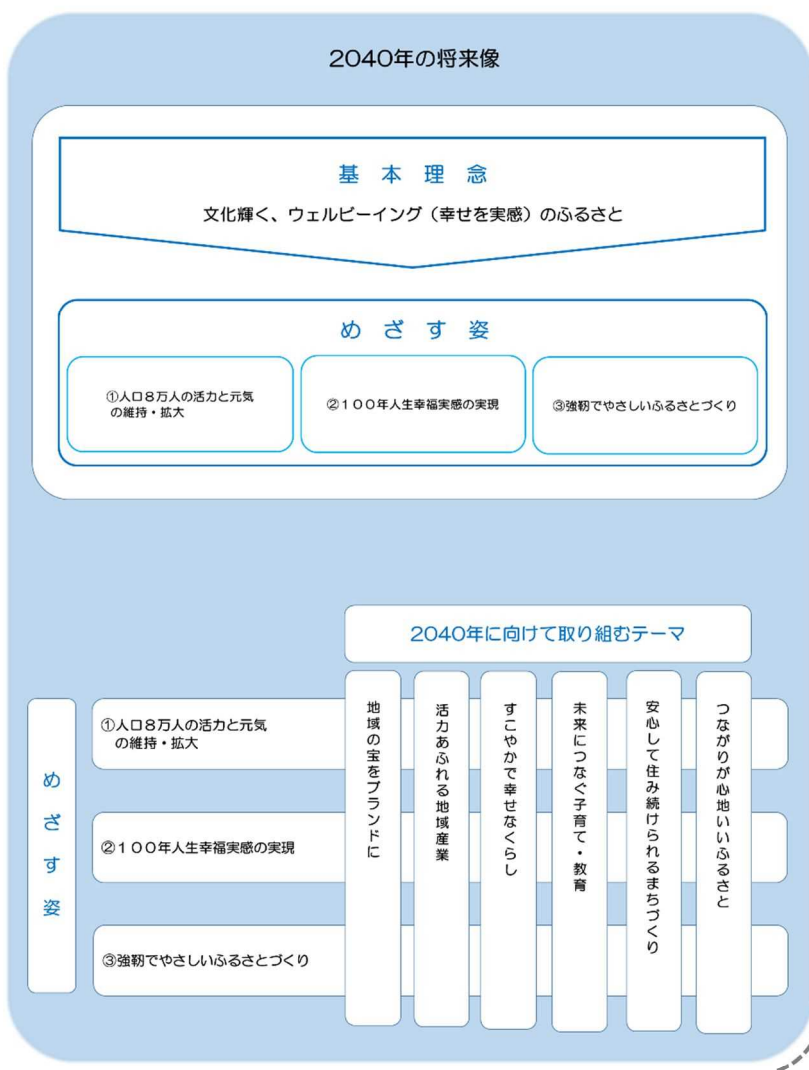
<総合計画（市の総合的な考え方）との関係>

基本構想
(2023～2040年)

越前市総合計画は、越前市が目指す将来像の実現に向けて、総合的かつ計画的なまちづくりを推進するための市政運営の指針であり、市民や団体、事業者等と行政が、それぞれの役割を担いながら、参画、協働してまちづくりに取り組むための共通の指針となる、本市の最上位計画です。

「文化輝く、ウェルビーイング（幸せを実感）のふるさと」を基本理念に据え、めざす姿や2040年に向けて取り組む各テーマを定めています。

本観光振興プランは、上位計画である総合計画に基づき、2040年の将来像の実現に向け、主に観光分野に係る政策によって、その達成を図るものとして位置付けられます。



2 本市が目指す観光振興の考え方

(1) 将来像

先に示した目的を果たすため、本市では、伝統産業をはじめとする「手仕事」の文化を「地域特有の価値」と捉え、地域に深く触れ時間や対価を払ってもらえる「顧客」の獲得を目指します。また、このことで得られた収益や交流を地域に幅広く還元し、その発展が地域の価値をさらに高めるという好循環を生み出すことを目指します。

このように、「地域特有の価値」を活かした地域の発展・魅力向上は、行政だけでなく地域事業者との協働によって進めていくものであり、また市民の地域に対する誇り（シビックプライド）や愛着の醸成にもつながるものです。

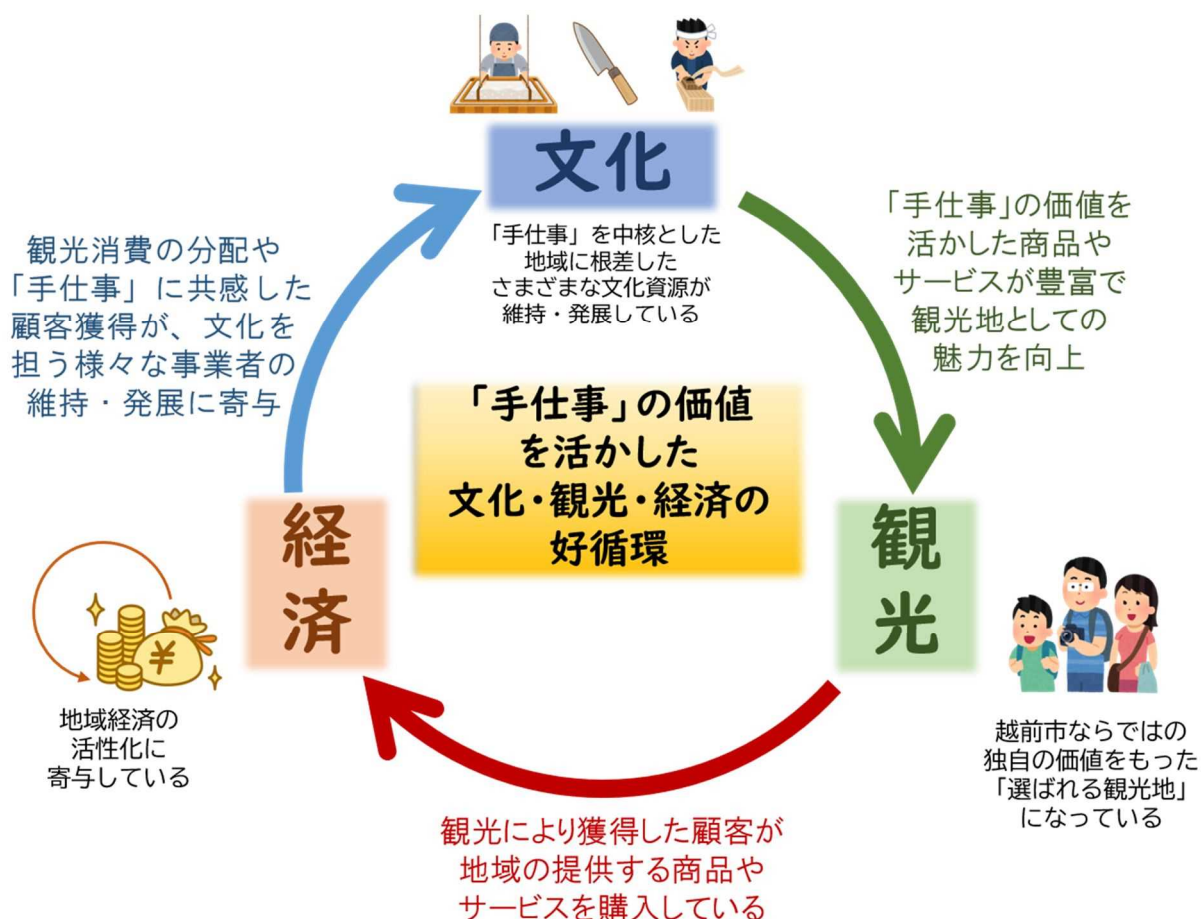
目指す将来像 「手仕事」の価値を活かした、文化・観光・経済の好循環

この将来像は、以下2点が実現した状態のことを指します。

- ①「手仕事」の価値に共感したファン（顧客）が国内外に増えることで、認知度や価値が向上し、文化や技が継承されていく
- ②観光振興による交流や消費額が拡大し、地域経済の好循環が創出されている

※「手仕事」の価値とは・・・伝統的工芸品を生み出す職人たち、三大グルメや料亭、和菓子、酒などの食、菊栽培などの文化、歴史ある寺社仏閣など、本市に根付く資源を支える人やその思い、技、モノ、歴史をいう

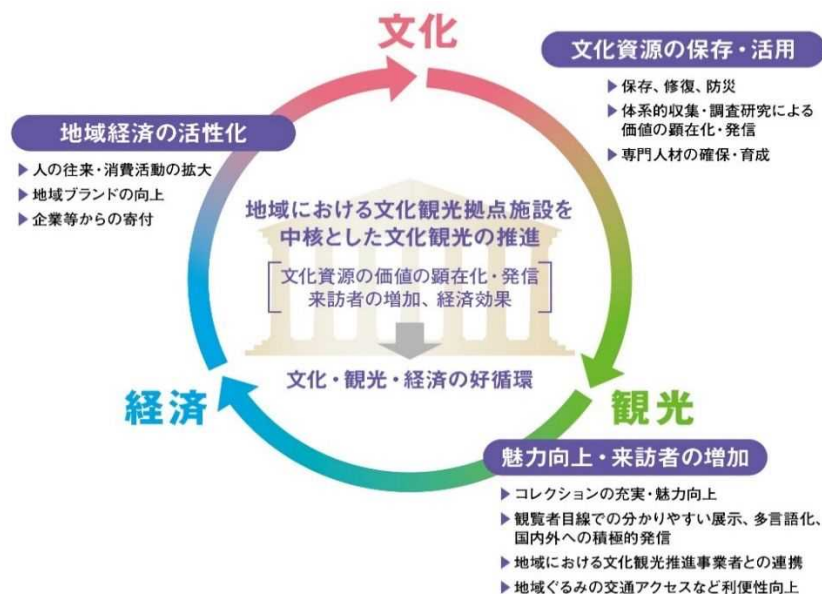
<越前市の目指す文化・観光・経済の好循環のイメージ>



<参考：地域固有の資源を活かした持続可能な地域づくり>

固有の価値をもつ地域産業を活かして得た「顧客」からの収益を、その地域産業に還元すれば、観光が地域産業の維持・発展に直接寄与できます。また、このことで地域産業が地域の観光の価値をさらに向上させることも期待できます。さらに観光においては飲食・宿泊・交通などの付带的サービスを提供する事業者が多いことから、この好循環の経済効果は幅広い産業分野へ波及することが期待できます（＝持続可能な地域の形成）。

こうした、地域固有の「文化資源」を観光に活用して持続可能な地域づくりを進める考え方は、2020年に成立した「文化観光推進法」における「文化観光」にも示されています。同法では、文化資源の活用による経済効果を地域にもたらすことで、文化への再投資という好循環を創出し、持続的な文化振興と経済発展を実現することを目指しています。



図表出典：「共生する文化と観光「文化観光推進法」の成立と取り巻く議論」中尾智行（文化庁参事官（文化観光担当）付博物館支援調査官）

<持続可能な開発目標（SDGs）との関わり>

SDGs（Sustainable Development Goals）は、平成27年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のため、17のゴール（目標）と169のターゲット（達成基準）から構成されています。国は「持続可能な開発目標（SDGs）実施指針」で地方自治体の各種計画等にSDGsの要素を反映させることを推奨しています。本プランでは、17のゴールのうち、「8 働きがいも経済成長も」「9 産業と技術革新の基盤をつくろう」「12 つくる責任 つかう責任」について、関わりが深い分野として、その達成に向けて取り組みます。



（２）将来像に向けての戦略

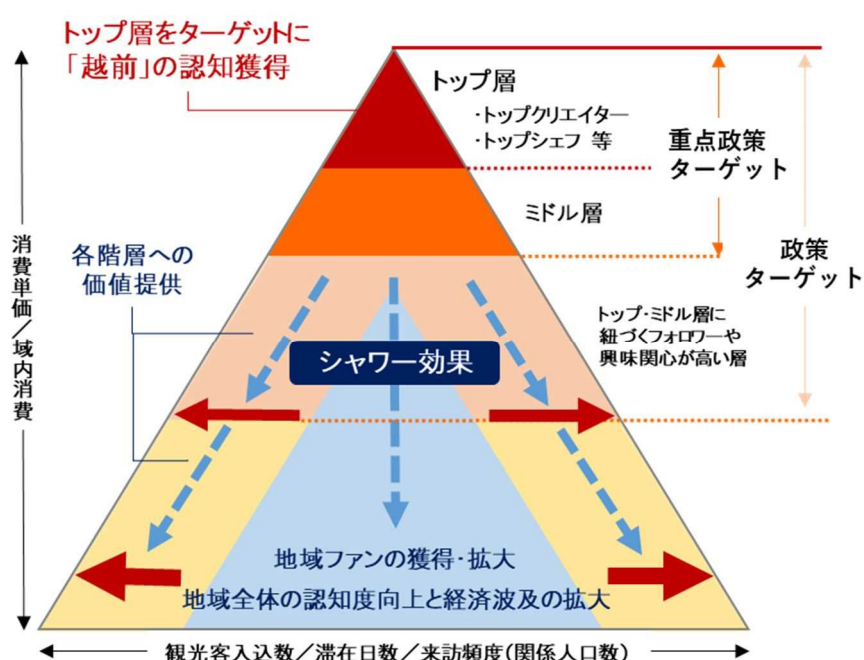
戦略① 価値に共感するターゲット層を重点主軸に売込む！

本市には、綿々と引き継がれてきた様々な観光に活かせる資源があります。特に「越前和紙」「越前打刃物」「越前筆筥」の３産地の伝統的工芸品は、すでに国内外に顧客を持ち、芸術や建築など様々な分野に展開されています。

例えば、伝統的工芸品の価値に共感し、そこに適切な対価を支払う顧客「トップ層」を観光政策の中心的なターゲットと位置づけます。そうした「トップ層」のニーズの把握や、その満足度を得られるような高水準の価値提供に注力します。また、モノの価値に対する関心が高く、「トップ層」の影響により一定額の消費が見込める「ミドル層」についてもターゲットに含めていくことで、施策の効果を高めていきます。

こうした「トップ層」や「ミドル層」を多く確保することで、これらの層が持つ影響力が、フォロワーに波及していくシャワー効果により、幅広い階層の獲得にもつなげ、地域全体としての認知度向上や、経済効果を高めていきます。

＜顧客ターゲットのイメージ 例：伝統的工芸品＞



「トップ層」

数は少ないと想定されるものの、価値に強く共感し、時間とお金をかけてもらえる層。本政策のメインターゲット。

「ミドル層」

モノの価値に対する関心が高く、トップ層に呼応し、一定の来訪・購買が見込める層。

また、これまで本市において実施してきた一般観光客向けの事業につきましても、それぞれの個別施策においてターゲット層を検証し、狙った層への的確なプロモーションや売り込みをすることで誘客や消費拡大につなげ、文化・観光・経済の好循環を生みだせるよう推進してまいります。

戦略② 「越前」をキーワードに広域的な認知度向上と誘客を図る！

丹南地区の5つの伝統的工芸品「越前和紙」「越前打刃物」「越前箆笥」「越前焼」「越前漆器」や、「越前海岸」「越前がに」「越前おろしそば」、歴史・文化を示す「越前国府」や「越前・若狭」など、この地域を示す「越前」を、今後県外の新たな圏域からの誘客を図る際、特有の技や伝統、歴史、食、自然を連想させるキーワードとして示すことで、本市への認知や関心を高め、ファンの獲得や来訪のきっかけにつなげてまいります。

具体的手法としては、首都圏向けのプロモーション等を実施する際、これらの素材を複合的に組み合わせることにより、背景にあるストーリーを見せながらPRすることで、「越前」の魅力向上を図っていくことや、丹南地区の観光のゲートウェイとして新たに道の駅に設置する観光案内所や、「千年未来工芸祭」「RENEW」といった既に広域連携の実績のあるイベント時等において、積極的に「越前」をキーワードにした情報発信を行っていきます。

戦略③ 高付加価値化を通じて消費拡大と地域経済への波及効果を図る！

戦略①及び②で示す「地域特有の価値」に共感する顧客をメインターゲットとしてその価値をプロモーションしていく際に、商品・サービス（観光コンテンツ）の高付加価値化や販売促進を図り、消費拡大につなげます。どこにでもあるものを安く提供するのではなく、本市ならではのモノを磨き上げたり、複数のコンテンツの組み合わせにより相乗効果を図ることで価値を上げ、その価値に見合った適切な価格で提供していくことを目指します。

そうした消費の拡大が、より多くの地域事業者の維持・発展に寄与するよう、上記の取組みは、地域事業者の活力や主体性を引き出しながら、その後押しができる形で進めます。

このことによって、観光を通じた顧客の獲得が、地域経済へ波及するよう図ります。

3 本計画の目標と成果指標

(1) 目標

先に示した戦略に基づき、本計画では越前の「手仕事」の価値が地域外へ広く認知され、来訪や購入に進むことで、越前市における観光消費を拡大させることを目指します。

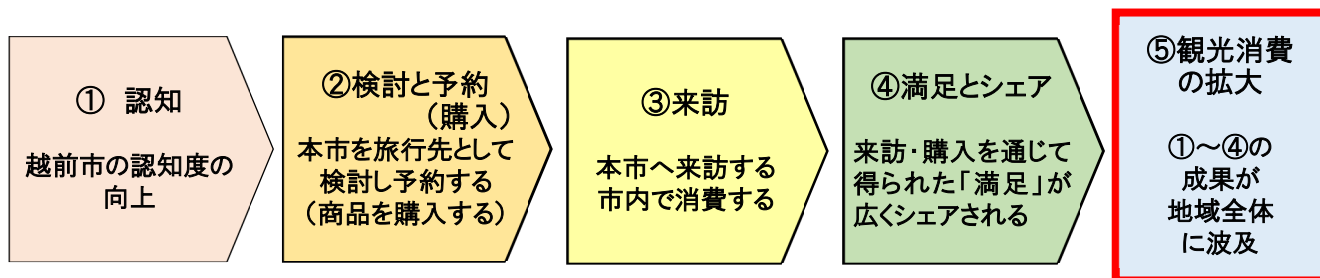
本計画の目標 本市の認知度の向上からつながる観光消費額の拡大

(2) 成果指標

「顧客」の行動は「①認知」「②検討と予約（購入）」「③来訪」「④満足とシェア」という段階を経ると想定できます²。そこで本計画は、この各段階にアプローチする施策をそれぞれ実施します。

- 地域資源の「特有の価値」やそこから生まれた商品・サービスをプロモーションし「①認知」を広めます。
- 販売チャネルや購買環境を整え、関心をもった顧客が商品・サービスの購入を「②検討・予約（購入）」することを促します。
- 歩いて地域を周遊できる楽しみづくりや受入環境整備等に取り組み「③来訪」した顧客が地域で消費を行うとともに「④満足とシェア」につながるよう促します。
- これらの成果を地域全体に波及させる「⑤観光消費の拡大」に取り組み、「目標」達成を図ります。

【認知から来訪、旅行後までのフェーズ（トラベルライフサイクル）ごとの指標設定】



² マーケティングにおいて消費者の購買行動をモデル化した「AIDMA」「AISAS」や、この概念を旅行者のものとして捉えなおした「トラベルライフサイクル」に基づくもの。

以上の考えから、目標の達成状況を以下の成果指標で把握します。毎年度ごとに検証を行い、必要に応じて事業の内容や目標値の見直しを行います。

	成果指標	基準値 (令和4年度)	最終目標値 (令和9年度)
①認知	Web アンケートによる認知度 (よく知っている、知っている、場所や特産品がわかるの合計)	10%	20%
②検討と 予約	オンライン予約サイト(OTA)への登録事業者数	9件	20件
③来訪	越前市 年間観光客入込数※	(令和元年) 3,086 千人 県外客比率 32.5%	3,500 千人 県外客比率 40%
	同 宿泊者数	115 千人	150 千人
④満足と シェア	越前市の観光に関するキーワードの SNS 投稿数 キーワード…「越前和紙」「越前打刃物」「越前筆筥」 「越前おろしそば」「紫式部」「たけふ菊人形」など	実数値(初年度算出)	前年比5%増/毎年
⑤観光消費 の拡大	来訪者アンケートによる1人あたり市内観光消費額	飲食: 3,106 円	飲食: 4,000 円
		買い物: 2,838 円	買い物: 4,000 円
		宿泊: 4,266 円	宿泊: 5,000 円
		体験/入場料: 2,271 円	体験/入場料: 2,500 円

※出典「福井県観光客入込数(推計)」

4 施策の体系

以上の目標達成のために、本計画では次の施策を推進します。

施策	取り組むべきテーマ
1) 「手仕事」を活かした認知度向上と消費拡大	・ 伝統産業への誘客策（越前和紙・越前打刃物・越前筆筥） ・ ターゲット層への効果的なプロモーションと実証による検証 ・ 顧客に伝えるべき「手仕事」の価値の明確化、ストーリー化 ・ プロモーションの方針設計と関係者間の共有 ・ 各種プロモーションツールの制作と運用 ・ 他分野他地域のクリエイター等との連携による新たな価値の創出 ・ 本格的な体験コンテンツの開発と磨き上げ ・ インバウンド対策 ・ 教育旅行の推進 ・ 土産品の開発 など
2) 地域資源を活かした観光の魅力向上	・ 歴史文化資源（紫式部、大塩八幡宮や大瀧神社等の寺社仏閣） ・ 食資源（越前市三大グルメ、料亭、越前がに） ・ 自然、景観、公園（コウノトリ、グリーンツーリズム、登山） ・ たけふ菊人形、サマーフェスティバル（誘客イベント） ・ 武生中央公園、庁舎前ひろば、道の駅広場（にぎわい創出）、 ・ 継体天皇、万葉の里味真野苑、万葉菊花園 ・ 地域資源を活かしたロケ誘致（フィルムコミッション） ・ 絵本資源（かこさとし、いわさきちひろ） ・ 北府駅鉄道ミュージアム など
3) 来訪客の受入環境整備	・ 北陸新幹線駅前を中心とした観光情報案内の拡充 ・ 道の駅を活用した「越前」の情報発信やPRイベントの実施 ・ 観光二次交通の充実 ・ 宿泊施設の誘致・拡充 ・ 歴史文化資源の活用（ガイド育成、プロモーションツール制作） ・ 観光コンテンツ企画での観光DXの検討 ・ ワークেশンの受入推進 など
4) ウォークブルなまちづくりの推進	・ 観光サインの整備によるまちあるき周遊促進 ・ 地域資源を活用したまちなか観光の推進 ・ 観光二次交通対策
5) 広域視点での観光推進	・ 「越前」をキーワードとしたプロモーション ・ 観光素材、道の駅観光案内による丹南地域内での広域連携 ・ 丹南地域の伝統産業産地との連携推進（千年未来工藝祭、RENEW） ・ 海の資源と連動した宿泊滞在の促進（越前海岸連携など） ・ 新幹線沿線自治体と連携したプロモーションや誘客事業 ・ ふるさと納税等を活用した地域ファンの獲得 など

4 章 展開する施策

施策1 「手仕事」を活かした認知度向上と消費拡大

1) 現状の課題

観光振興の目的は、顧客の獲得・利益の地域分配を通じて地域経済を活性化すること、またこのことを通じて住民の地域への誇りや愛着を醸成することにあります。この核となるのが「地域特有の価値」であり、本市においては「越前和紙」「越前打刃物」「越前筆笥」など伝統的工芸品をはじめとする「手仕事」文化がこれにあたります。この活用について、現状では以下の課題があります。

①認知を広めること

越前市の認知度は未だ低く、伝統的工芸品をはじめとした地域資源も十分に認知されているとはいえません。過年度までに取り組んできたプロモーションをこれからもより効果的に実施し、引き続き「地域特有の価値」を広く国内外へ伝えていくことが求められています。

②「顧客」を獲得すること

過年度までのプロモーションでは、「地域特有の価値」に対して対価を支払う「顧客」の獲得が十分にできていません。価値を伝えるだけでなく、その価値を体現する商品・サービス（和紙や刃物などの「モノ」および工房見学や体験・交流などの「コト」）を購入してもらうというアクションを引き出し、経済的な利益を獲得することが今後の大きな課題となっています。ここでは特に、強く共感し時間とお金を使う「トップ層」と呼ばれる地域ファンをつくっていくことが重要となります。

③地域経済の発展につなげること

「地域特有の価値」を通じて獲得した顧客の消費は、そうした価値を担う「手仕事」をはじめとした地域事業者にも広く分配し、地域産業の維持・発展に寄与することが求められています。このためには、観光事業が地域事業者の収益向上に寄与するよう、また、そうした活動を積極的に行っていけるよう後押しするための官民の連携体制や支援環境づくりも必要となります。

2) 目指すべきこと

以上の課題を踏まえて、本施策では以下の実現を目指します。

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">① 越前市といえば伝統的工芸品をはじめとした「手仕事」文化が盛んで特有の価値があることが、国内で広く知られ、海外においてもその認知が進んでいくこと。② 越前市の「手仕事」文化が生み出す商品・サービスの価値に強く共感し、時間とお金を使う「顧客」が全国に増えていくこと。③ 観光を通じた「顧客」の獲得に積極的な、「手仕事」文化に携わる地域事業者が拡大し、それによって得られた収益が、地域産業の維持・発展につながっていくこと。 |
|--|

3) 実施事業

本施策では、以下のような事業を展開します。市観光誘客課が施策全体を管理しつつ、越前市観光協会や地域事業者等と連携して進めます。

具体的な事業内容については、毎年度ごとに市場や地域の状況等を踏まえながら設計・実施していきます。

項 目	内 容
①「手仕事」の価値のプロモーションによる認知拡大	1) 価値の明確化 伝えるべき本市の「手仕事」の価値について、伝統工芸の職人等の関連事業者とのグループワークの実施等により、歴史的背景を交えた本市ならではの価値について、明確化・ストーリー化を行います。 2) プロモーションの方針 明確化した「手仕事」の価値やストーリーを効果的にプロモーションするため、メインターゲット、活用すべきチャネル、促すべき成果、実施体制等についての方針を定め、地域の事業者や関係主体との間で共有します。 3) ツールの制作と運用 方針に基づき、プロモーションのためのツールを紙・Web 等様々なメディアで製作し、これを継続的に運用します。HP やパンフレット等の自前の媒体、SNS やインフルエンサーによる拡散、TV や雑誌等の有料メディアを活用します。 4) ターゲット別プロモーションの実施 方針に基づき、メインターゲットに向けた効果的なプロモーションを行うとともに、その実証を通じて成果を検証し、より適切な手法へと PDCA を重ねます。
②「手仕事」の価値に共感する顧客の獲得	1) 顧客獲得のための方針 伝統的工芸品をはじめとした「手仕事」を活かし、「顧客」を獲得する方針を決定します。基本的には、価値に共感する「トップ層」をターゲットに、高単価な商品を開発し、その宣伝販売を行うためのプロセス・手法などを定めます。 2) 「手仕事」の商品・サービス販売の強化 伝統的工芸品をはじめとした各種商品・サービス情報の集約や一元的な販売などをリアル／オンライン双方で行えるよう支援し、販売を促進します。例として、Web サイトへの登録支援や旅行会社へのセールス等を行います。 3) 教育旅行／学習旅行の推進 「手仕事」のもつ文化的・教育的価値を活かし、学校連携の教育旅行や、親子

	や成人等、幅広い年齢層を対象とした学習旅行の誘致を検討します。 4) インバウンド顧客獲得の推進 商品・サービスの宣伝・紹介や、その予約・購入などにおいて、多言語化、クレジット対応、Web による海外からの利便性向上等を進め、インバウンド顧客の獲得を推進します。
③「手仕事」の価値の高付加価値化を通じた消費拡大	1) 他分野他地域のクリエイター等との連携による新たな価値の創出 伝統的工芸品をはじめとした「手仕事」に関わる事業者が地域内外の様々なクリエイターと交流・コラボレーションする機会をつくり、現代の顧客ニーズに即した新たな価値創出を支援します。クリエイター招致イベントの開催やクリエイター同士のコラボによる新商品開発の支援、PR への協力を行います。 2) 本格的な体験コンテンツの開発と磨き上げ モニターツアーの実施等により、「特有の価値」を活かした本市でしか味わえない「本格的な」体験コンテンツの開発を支援するとともに、旅行会社や OTA との連携による販売を通じて顧客の反応を把握し、より魅力的なものとなるよう磨き上げを支援します。 3) 本市ならではの価値を有する「土産品」の開発 「特有の価値」を活かし、本市でしか購入できない魅力ある「土産品」の開発を促します。顧客のニーズを調査し、特にトップ層を対象とした高単価な商品開発を目指します。また、開発された新商品について、本市として積極的にプロモーションします。 4) DX を活用したコンテンツ開発 伝統工芸品をはじめとした「手仕事」文化を活かし、DX を通じて新たなコンテンツを生み出すことを目指します。想定されるものとして、オンライン観光や VR 観光、また、伝統的工芸品の 3D データ化による閲覧などがありますが、様々な可能性を検討します。

施策2 地域資源を活かした観光の魅力向上

1) 現状の課題

本市には「手仕事」に関わるもの以外にも、自然、歴史文化、食など様々な地域資源があり、これらの活用によって、観光誘客による消費拡大に寄与できる可能性があります。しかし現状では、以下の課題があります。

①商品化（観光コンテンツ化）が十分に進んでいない

本市観光政策の目的である観光消費の拡大のためには、各々の地域資源を商品化（観光コンテンツ化）し、対価を得ていく必要がありますが、十分に商品化が進んでいない地域資源も多く、さらなる経済効果を生みだせる余力があります。

②来訪客にとっての魅力向上のしかけが十分ではない

地域資源の活用は、必ずしも商品として直接消費を得なければならないものではありませんが、少なくとも、地域を訪れた観光客の満足度を高めるなど、何らかの形で本市観光政策の目的に寄与するものでなくてはなりません。現状では、地域資源の活用は個別の取組みに留まるものも多く、十分に滞在の魅力向上につなげることができていない恐れがあります。来訪客の視点で考え、来訪時の観光客のニーズや行動を踏まえて、地域資源の魅力が伝わるように考えていくことが求められます。

2) 目指すべきこと

以上の課題を踏まえて、本施策では以下の実現を目指します。

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">① 地域を訪れた観光客が、自然、歴史文化、食など様々な地域資源を楽しみ、それに対価を支払っており、滞在中の消費拡大につながっていくこと。② 観光客が来訪したとき、魅力的な地域資源が豊富な観光地であるという印象が伝わり、様々な資源に触れることで、滞在中の満足度を向上させていくこと。 |
|---|

3) 実施事業

本施策では、以下のような事業を展開します。市観光誘客課が施策全体を管理しつつ、それぞれの観光資源に関連する庁内部署や越前市観光協会、民間事業者・団体等と連携して進めます。

具体的な事業内容については、毎年度ごとに市場や地域の状況等を踏まえながら設計・実施していきます。

項 目	内 容
①様々な地域資源の商品化・販売の促進	1) 歴史文化資源の情報集約と案内の拡充 継体大王等の万葉の歴史、紫式部が暮らしたまち、国の重要文化財である大塩八幡宮や大瀧神社などの寺社仏閣といった歴史文化に関わる資源を活かした企画開発を行い、魅力向上を図るとともに、来訪客に伝わりやすい形で情報発信していきます。 2) 食資源の磨き上げとプロモーション 越前市三大グルメや料亭文化、越前がにといった本市の食資源を活かし、魅力的な企画開発等によってこれを磨くとともに、本市滞在中の楽しみとして積極的にプロモーションしていきます。 3) 自然観光コンテンツの開発 コウノトリの取組みをはじめとした本市の自然環境を活かし、グリーンツーリズムなどの観光コンテンツ開発を進めます。
②各地域資源の魅力向上	1) 賑わいの拠点づくり 武生中央公園、庁舎前ひろば、道の駅「越前たけふ」交流広場などのスペースを、本市滞在中の交流の拠点として活用し、地域の賑わいづくり及び交流人口の拡大を図ります。 2) 大規模誘客イベント たけふ菊人形やサマーフェスティバルといった大規模誘客イベントについて、情報発信の強化や実施内容の創意工夫により、来訪者の増大及び訪問客の満足度向上につなげます。 3) 絵本を題材とした観光の活性化 「ちひろの生まれた家」記念館や、かこさとし氏監修の武生中央公園「だるまちゃん広場」など、絵本に関わりのある本市出身作家たちに関連する施設を活用し、回遊性向上やにぎわい創出等、観光の活性化を図ります。

4) 地域資源を活かしたフィルムコミッション

「越前市フィルムコミッション」において、映画やテレビ等のロケーション撮影に係る情報の提供や撮影支援を行うことで、本市の伝統文化や自然景観等の資源をロケに活用させることにより、本市の魅力向上を図ります。

5) 北府駅鉄道ミュージアムの活用

北陸新幹線開業で鉄道への関心が高まるなか、「北府駅鉄道ミュージアム」が令和5年春に完成することから、鉄道ファンなどの誘客を促進するため、ターゲットを絞った情報発信等、観光地としての魅力向上を図ります。

施策3 来訪客の受入環境整備

1) 現状の課題

「手仕事」文化をはじめとする「地域特有の価値」に共感した観光客が本市を来訪したとき、求められる体験を確実に提供するとともに、滞在中のストレスを抑えて快適な時間を過ごせることは重要です。こうした観光面における「受入環境」が十分に整っていることで、観光客の満足度が向上し、何度も地域に来訪したり、本市の評価を口コミ等で広めてくれる地域ファンを獲得することができるといえます。この「受入環境」の整備については、現状では以下の課題があります。

①観光情報案内が十分でない

本市の観光に関する様々な情報は、そのすべてが網羅的・一元的に集約されているとはいえません。来訪客にとって、「すぐ」「わかりやすい形で」情報を案内できるよう、情報の量や入手効率をさらに高めていくことが求められます。

②利便性向上の必要性

現状では、観光面での二次交通にあたる市内での移動手段は、観光客の観点からは不便さがぬぐえないのが実情です。鉄道、バス、タクシー、レンタカー、自転車等、様々な手段で移動しやすい環境づくりが求められます。また、本市は日帰り旅行者が大半を占めていることから、宿泊者数を増やすためには、宿泊施設の充実が必要です。さらに、ポストコロナにおけるワーケーション等の新たな観光ニーズに応じた環境整備も今後より重要になってくると考えられます。

③観光ガイド機能の不足

「手仕事」をはじめ本市の抱える地域資源について、その価値や魅力が充分かつ適切に伝えられているとはいえません。そのための解説ツールや観光ガイド機能の強化が求められます。

2) 目指すべきこと

以上の課題を踏まえて、本施策では以下の実現を目指します。

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">① 本市を来訪する観光客が、観光に関する情報をすぐ・簡単に入手できること。② 様々な手段による観光目的での市内移動がしやすい状態にあり、観光客のニーズに応じたストレスのない滞在環境が整備されていること。③ 観光客のニーズに応じて解説やガイドの手配等が十分になされ、満足度が向上していること。 |
|---|

3) 実施事業

本施策では、以下のような事業を展開します。市観光誘客課が施策全体を管理しつつ、越前市観光協会や交通事業者、関連する庁内部署等と連携して進めます。

具体的な事業内容については、毎年度ごとに市場や地域の状況等を踏まえながら設計・実施していきます。

項 目	内 容
①情報案内の拡充	1) 北陸新幹線駅前を中心とした観光情報案内の拡充 北陸新幹線「越前たけふ」駅前に、新たに観光案内所を設け、新幹線開業により来訪が見込まれる観光客へスムーズな情報提供を行います。 2) 道の駅を活用した「越前」の情報発信やPRイベントの実施 道の駅「越前たけふ」において、伝統的工芸品等の「越前」ブランドの展示販売や、各種PRイベントを実施し、情報発信機能を持つ施設として、積極的な活用を図ります。 3) DXを通じた情報発信力の強化 情報発信力を高めるため、新たなデジタル技術を活用した観光 Web サイト等の機能拡充を進めます。
②観光客の利便性向上	1) 観光二次交通の充実 交通の結節点である新幹線駅と各観光地間を結ぶ二次交通について、定額タクシーやレンタカーを中心に、交通事業者等と連携し、観光型Ma a Sなどの観光客に移動しやすい環境を提供します。また、並行在来線駅間を結ぶ効果的な仕組みを確立し、観光客の移動手段の充実を図ります。 2) 宿泊施設の誘致・拡充 新幹線開業に伴う来訪者の利便性向上のため、越前たけふ駅周辺エリアにおけるホテル等の誘致を図るとともに、まちなかの古民家や空き物件を活用した宿泊施設の拡充の可能性について検討していきます。 3) ワークেশョンの受入推進 密を避けるニーズの高まり、リモート技術の発展、休暇取得の多様化などから生まれている新たな観光スタイルに応じて、情報提供や滞在中の過ごし方を提案できる環境づくりを検討していきます。
③観光ガイド機能の強化	1) 文化資源を中心としたガイド機能向上 「手仕事」や歴史文化をはじめとした地域資源の価値をわかりやすく来訪客に伝えるために、ガイド人材の育成や、案内パネル・音声ガイドなどICTを活用したガイドツールの制作を行います。

施策4 ウォーカブルなまちづくりの推進

1) 現状の課題

本市には歩いて巡ることのできるエリアがいくつか存在し、「越前市総合計画」や「越前市中心市街地活性化プラン」においては、居心地がよく歩きたくなる空間の形成を目指し、ウォーカブルなまちづくりを推進しています。観光政策の観点としては、そうしたウォーカブルなまちづくりの形成を通じて、「手仕事」をはじめとした様々な地域資源を楽しむやすくなる効果が見込めます。歩きやすい観光地の形成は、滞在の魅力を高め、満足度向上にもつながることが期待でき、地域のファンの獲得という観点から、本計画の目的達成に寄与できるといえます。こうしたことについて、現状では以下の課題があります。

①まち歩きのためのインフラ整備が十分でない

まち歩きを促すためには、地図やまちなかのサインといった観光客のための情報基盤等のインフラ整備が求められます。まち歩きマップの製作など、こうした整備は一部進み始めているものの、現状では、内容が更新されず情報が古いまま掲載されているサイン等もあり、観光客に対し十分な案内を行える環境になっているとはいえません。統一基準に基づいた、利用者にとってわかりやすいサインの整備が求められます。

②まち歩きで楽しめるコンテンツが少ない

まち歩きの魅力を向上させるには、歩きながら楽しめる観光コンテンツの充実が不可欠といえますが、そうしたコンテンツは少ないのが実情です。たとえば、飲食、特に食べ歩きできるメニュー開発や、まち歩きガイド、またスタンプラリーのように歩きながら観光地を巡る仕組みなどによって、まち歩きそのものが高くなる状態を作り出すことが見込めます。こうしたコンテンツを拡充することによって、滞在中の消費を拡大し、また滞在中の満足度を向上させることが求められます。

2) 目指すべきこと

以上の課題を踏まえて、本施策では以下の実現を目指します。

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">① 来訪した観光客が、まちなかを迷わず安心して歩きやすいように、観光サインなどが十分に整備されていること。② まち歩きをしながら楽しめる様々なコンテンツがあり、本市を訪れる観光客の消費額・満足度を高めていること。 |
|---|

3) 実施事業

本施策では、以下のような事業を展開します。市観光誘客課が施策全体を管理しつつ、インフラ整備を所管する庁内部署や店舗・工房などの民間事業者と連携して進めます。

具体的な事業内容については、毎年度ごとに市場や地域の状況等を踏まえながら設計・実施していきます。

項 目	内 容
①まち歩きインフラ整備	1) まち歩きのためのサイン整備 本市の定める公共サイン整備の統一基準に従い、観光客をスムーズに案内できるよう、来訪者の視点に立ったまちなかのサイン整備により、まち歩きによる周遊を促進します。
②まち歩きコンテンツの拡充	1) コンテンツ開発 まちなかの歴史文化資源や飲食店等を活かした、まち歩きにおいて楽しめるコンテンツ（商品・サービス）の開発・拡充を図ります。また、まち歩きガイドにより、観光客に対する、まちなか散策による地域資源の魅力向上を図ります。

施策5 広域視点での観光推進

1) 現状の課題

越前市の周辺には、「越前漆器」「越前焼」をはじめさまざまな技術が集積しており、広域連携によるイベントも開かれています。越前海岸まで足を伸ばせば、観光の楽しみ方もより多彩になり、観光客へ提供するコンテンツを考えたとき、広域の視点は重要といえます。また北陸新幹線「越前たけふ駅」の開業や中部縦貫自動車道・国道417号冠山峠道路の開通などによるアクセス環境の向上によって、誘客においても首都圏・中京圏を視野にいった広域の視点が求められています。こうした広域観光における課題には、以下のものがあります。

①市外と連携したプロモーションのさらなる重要性

観光誘客を効果的に行うには、近隣自治体や首都圏・中京圏など遠方の拠点など、市外と連携した広域プロモーションが重要です。本市ではすでにこうした取組みを進めてきましたが、新幹線駅の開業や中部縦貫自動車道の開通など交通環境の変化にも応じながら、より効果的なプロモーションを実施することが求められています。また、近年ではふるさと納税やリモート観光など、直接来訪しなくとも観光消費を行える手段が増えており、こうした手段も活かして、国内外に広く地域をプロモーションすることが必要となっています。

②広域視点での楽しみ方の提案が必要

旅行者は自治体の境界に関わらず移動するものであり、観光客の視点にたてば、近隣の地域資源とも連携した一連の楽しみ方を提案することが重要です。伝統産業や越前海岸など近隣にも魅力的な地域資源がありますが、それらと併せて観光客を呼び込む動きは十分にできていないのが現状で、需要を取り逃がしている恐れがあります。また、こうした広域観光の推進においては、観光客をできるだけ市内に滞在宿泊するよう促すことで、観光消費につなげる取組みも必要になります。

2) 目指すべきこと

以上の課題を踏まえて、本施策では以下の実現を目指します。

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">① 近隣自治体や首都圏・中京圏など遠方との連携によって、越前市の価値や魅力が様々な場面でプロモーションされ、観光客を惹きつけていること。② 本市と併せて、周辺の伝統産業や越前海岸なども併せて楽しんでいる旅行者が多く、そうした観光客が市内に滞在し消費していること。 |
|--|

3) 実施事業

本施策では、以下のような事業を展開します。市観光誘客課が施策全体を管理しつつ、他自治体や観光関連主体等と連携して進めます。

具体的な事業内容については、毎年度ごとに市場や地域の状況等を踏まえながら設計・実施していきます。

項 目	内 容
①広域プロモーションの展開	1)「越前」をキーワードとした広域プロモーション 今後県外の新たな圏域からの誘客を図る際、伝統的工芸品「越前和紙」「越前打刃物」「越前筆筒」「越前焼」「越前漆器」や、「越前海岸」「越前がに」「越前おろしそば」「越前国府」など、この地域を表す「越前」を、各々の背景にあるストーリーを見せながら、特有の技や伝統、歴史、食、自然を連想させるキーワードとして活用することで、本市への認知や関心を高め、ファンの獲得や誘客につなげてまいります。 2) 観光素材、道の駅観光案内による丹南地域内での広域連携の推進 丹南地域が有する各観光素材を複合的に組み合わせ、その相乗効果により全体的な魅力向上を図ります。また、道の駅「越前たけふ」に、丹南地区の観光のゲートウェイとして新たに設置する観光案内所において、広域連携した情報発信を行っていきます。 3) 新幹線沿線自治体と連携したプロモーションや誘客事業 北陸新幹線の県内延伸を契機とした、本市含む県内の駅設置4市で連携したプロモーションや、首都圏や軽井沢等の新幹線沿線のエリアにおける富裕層向けの誘客事業を展開します。 4) ふるさと納税等を活用した地域ファンの獲得 ふるさと納税と観光資源を包括的にPRすることで、ふるさと納税寄附者に本市の魅力を伝え、本市に関心を持つファンの獲得に努めます。
②広域での楽しみ方の提案	1) 丹南地域の伝統産業をテーマとした楽しみ方の提案 丹南地域内で広域連携する「千年未来工芸祭」や「RENEW」といった、伝統産業をテーマとしたイベントをきっかけに、広域的な観光二次交通の提供等による、本市内における産業観光の消費拡大を図ります。 2) 海の資源と連動した宿泊滞在の促進 丹南地域の大きな観光資源の一つである海の資源「越前海岸」と連携を図ることで、本市での宿泊滞在を促進し、観光消費の拡大を目指します。

5章 推進体制

1 役割分担と連携

本プランの推進にあたっては、行政、観光協会、民間観光関連事業者、市民・団体などが、観光振興の重要性や各々の役割を理解し、連携しながら一体的に取り組むことが重要であることから、その体制を強化していきます。

また、本プランの目的を達成するため、多様な意見を取り入れながら、実効性の高い施策展開を図ります。

（１）行政

市関係部局と横断的に連携し、全庁的な観点から観光振興を図るとともに、国や県をはじめ、観光協会や観光関連事業者との積極的な協議・調整を図ってまいります。さらに、本市観光振興の目的を分かりやすく説明し、共感を得て、観光まちづくりやおもてなしの向上に取り組む市民意識の醸成を図ります。また、本プランの目的達成のため、観光振興施策の企画立案、実施、評価、改善を行います。

（２）観光協会

越前市観光協会は本市の観光振興の中核的役割を担う団体であり、行政との施策の調整を図りながら、地域の観光情報の収集・発信・提供や観光誘客に向けたPR活動等の事業を主体的に展開するとともに、観光関連事業者等との連携を深め、協力体制を確立する役割が期待されます。また、市民や各種団体に対し本市の魅力を発信し、誇りを醸成する仕掛けづくりを行う役割が期待されます。

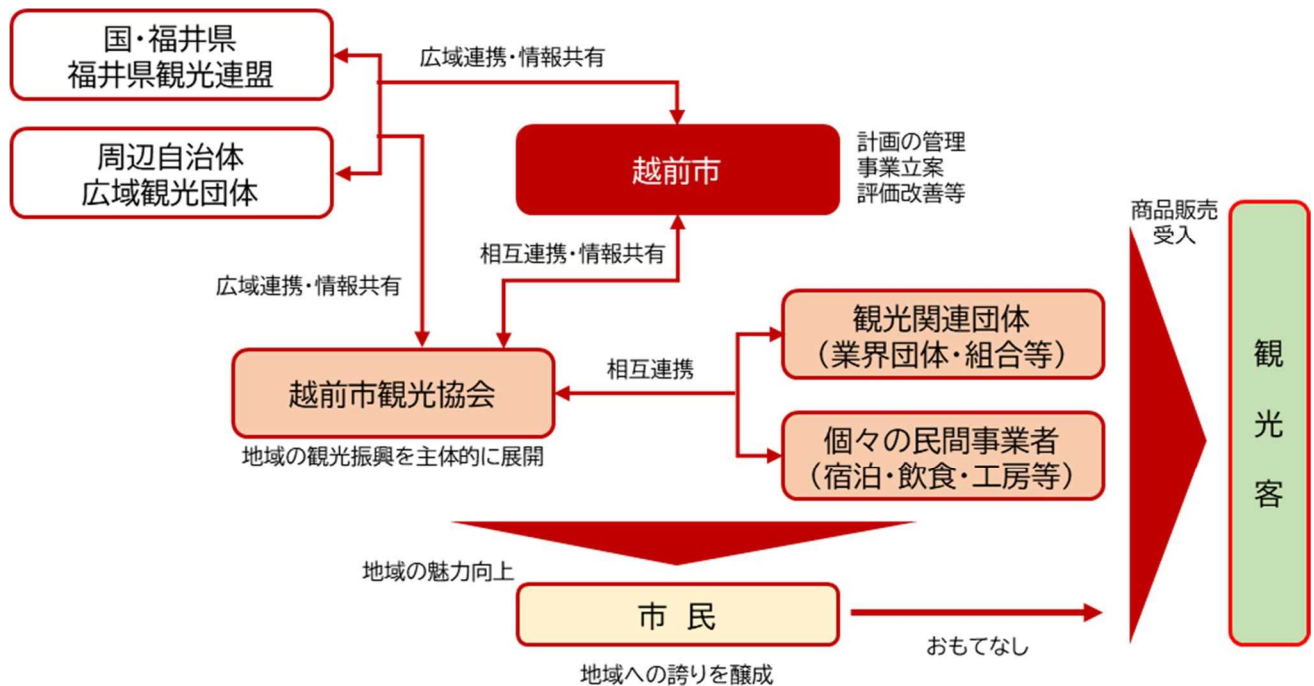
（３）民間事業者

観光まちづくりの担い手として、観光客の多様なニーズに合った魅力ある商品づくりや地域資源を活かした旅行商品の開発と質の高いサービスを提供する役割が求められます。また、行政や観光協会と連携し、情報の発信や観光振興事業への積極的な関わりを持つとともに、観光まちづくりを担う人材の育成にも努め、事業者同士が連携・協力して、おもてなし力を向上することで、来訪客の満足度向上を図る役割が期待されます。

（４）市民

市民は、地域づくりの主役として、魅力ある地域の創造に向け、一人ひとりが自分たちの地域に誇りと自信（シビックプライド）を持って来訪者を迎え、地域を育もうと、主体的に本市の魅力を伝えていく、おもてなしの心を養っていくことが役割として求められます。

【推進体制イメージ図】



2 進行管理

本プランの施策には、庁内他部署に関わりの深いものや、連携を取って実施することが合理的なものもあることから、下記に示す本プラン改定委員会の事務局担当各課で構成する推進会議を開催し、連絡調整、情報共有、進行管理を行いながら、円滑な推進を図ります。

本プランの目的を達成するため、定期的に成果指標や各事業の進捗を評価する効果検証を実施し、状況に応じて施策の見直しを行うなど、計画全体の改善を継続的に実施します。

構成メンバー

課名	関連分野・事業等
総合交通課	・ 北陸新幹線開業に関すること ・ 二次交通対策に関すること
産業政策課 工芸の里推進室	・ 伝統産業（越前和紙、越前打刃物、越前筆筒）に関すること ・ 千年未来工藝祭、RENEW 等の産業観光関連イベントに関すること
文化課	・ 紫式部・寺社仏閣・万葉関連等、文化的資源の活用に関すること
都市計画課	・ 観光サイン整備等、ウォーカブルなまちづくりに関すること
その他関係課	・ 必要に応じ個別連携

資料編

越前市観光振興プラン策定の経過

越前市観光振興プランの改定に関する越前市事業計画策定等委員会

(越前市観光振興プラン改定委員会)

年月日	会議名	内容
令和4年7月28日	第1回改定委員会	改定スケジュールについて 現状と課題の共有について 市プランの方向性について ほか
令和4年9月30日	第2回改定委員会	新プラン骨子(案)について ほか
令和4年11月4日	第3回改定委員会	新プラン素案について ほか
令和4年12月21日～ 令和5年1月12日	パブリック・コメント	
令和5年2月 日	第4回改定委員会	

越前市観光振興プラン改定委員会 委員一覧

職 名	氏 名	企業・団体・役職等
委員長	村田 治夫	福井鉄道株式会社 代表取締役社長
副委員長	三田村 悦子	紫ゆかりの館 館長
委員	吉岡 供仁子	料亭 鎌仁別荘
委員	石川 美由紀	福井県和紙工業協同組合 石甚製紙所
委員 (～7/31)	佐々木 修宏	西日本旅客鉄道株式会社 金沢支社地域共生室営業課 福井営業支店
委員 (8/1～)	藤澤 大輔	西日本旅客鉄道株式会社 金沢支社地域共生室営業課 福井営業支店長
委員	山本 善典	まちづくり武生株式会社 参与
委員	宮地 広樹	一般社団法人 越前市観光協会 統括マネージャー
委員	畑中 容子	公益社団法人 福井県観光連盟 事務局長

越前たけふ駅誘客促進基礎調査

越前たけふ駅誘客促進基礎調査

(1) 調査実施概要

- ・ JR 金沢駅および首都圏居住者に対し、福井県及び越前市に対する認知度調査を行った。
- ・ また、越前市を訪れている観光客の特性を把握するため JR 武生駅及び観光施設来訪者にアンケート調査を行った。

①JR 金沢駅利用者調査（「金沢駅調査」と記載）

調査方法	金沢駅のコンコースにいらっしゃる旅行者（キャリーバッグ等持参されている方）に声をかけ、北陸新幹線利用者にヒアリングを実施
対象者	新幹線を利用して金沢を訪れた方
調査日時	令和4年4月26日（火）～28日（木） 8:00～20:00
サンプル数	413 票（ヒアリング：399 票、WEB：14 票）

②首都圏居住者調査（「首都圏調査」と記載）

調査方法	ネットリサーチ企業に依頼し、インターネット調査を実施
対象者	東京都、神奈川県、埼玉県在住者（人口、年齢階層によりサンプルを配分）
サンプル数	446 票

③JR 武生駅利用者調査（「武生駅調査」と記載）

調査方法	駅構内及び待合室においてヒアリングを実施
対象者	武生駅における特急利用者
調査日時	令和4年5月4日（祝）、5日（祝）、12日（木）、13日（金）
サンプル数	県外居住者 187 票（ヒアリング：173 票、WEB：14 票） 県内居住者 154 票（ヒアリング：149 票、WEB：5 票） 計 341 票

④観光施設調査

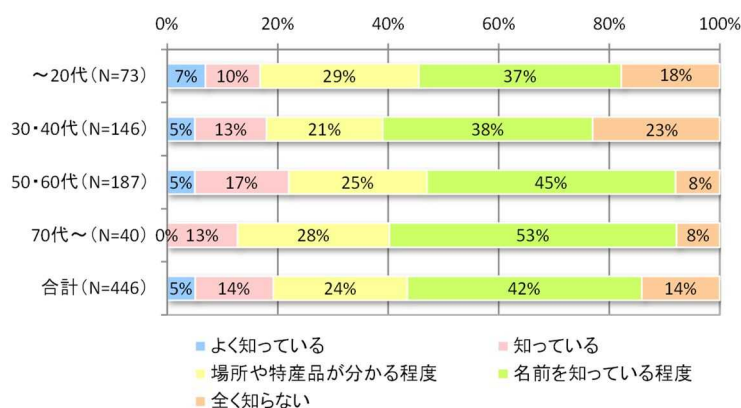
調査方法	市内観光施設において依頼文（QR コード付）を配布し、スマートフォン等から回答するインターネット調査
対象者	市内観光施設来訪者
調査期間	令和4年4月27日（水）～5月16日（月）
サンプル数	175 票

(2) 調査結果

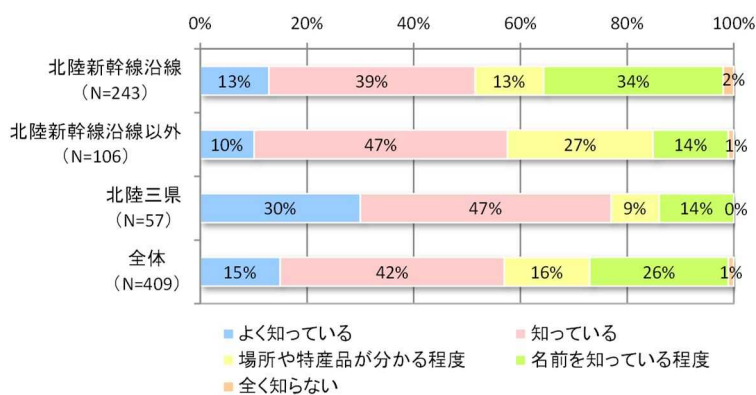
①福井県の認知度

- ・首都圏調査における福井県の認知度をみると、「よく知っている」「知っている」を合せて19%と認知度は低い。
- ・金沢駅調査では「よく知っている」「知っている」を合せて57%であり、一定の認知度がある。
- ・石川県の調査では、金沢開業前の首都圏における北陸新幹線の認知度は、「名前を聞いたことがある」が61%であり、開業前の認知度はあまり高くなかったといえる。

図表 福井県の認知度（首都圏調査）



図表 福井県の認知度（金沢駅調査）



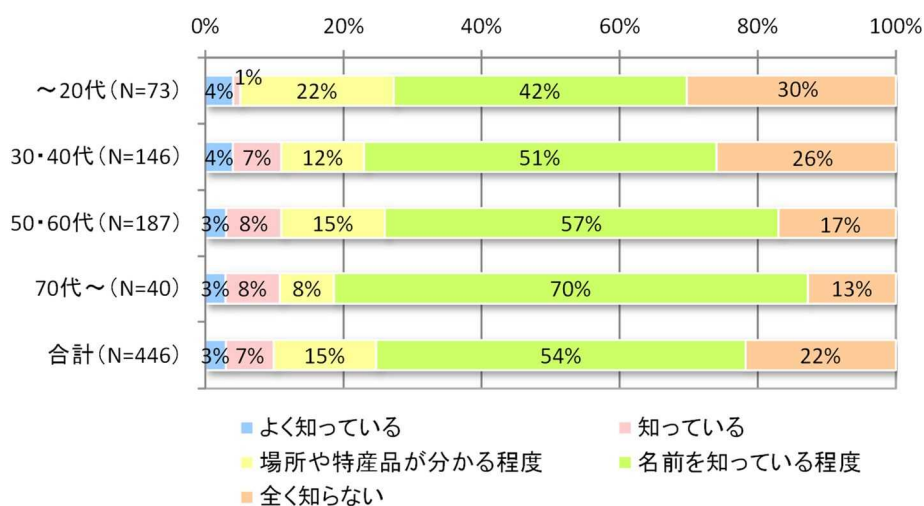
図表 （参考）認知度

石川県	北陸新幹線の認知度：名前を聞いたことがある61%、どこを通るのか知っている18%、東京金沢間の時間を知っている8%、知らない40%	北陸新幹線金沢開業に向けた首都圏等誘客促進策検討調査（H22）（以下「首都圏誘客調査」）
富山県	敦賀開業における新大阪－富山間の所要時間に対する認知度：関西圏30%、首都圏16%	新幹線延伸に関する関西圏、首都圏等住民に対する意識調査（R1）（以下「関西圏、首都圏意識調査」）

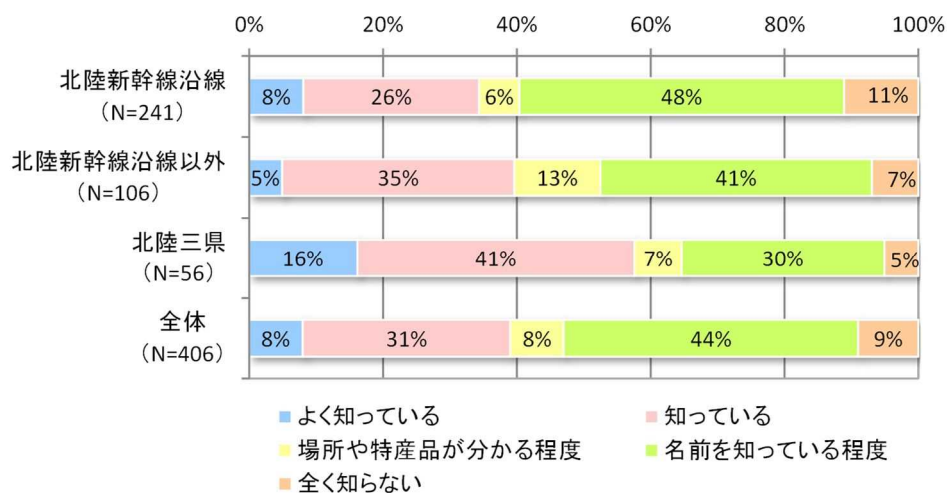
②越前市の認知度

- ・首都圏調査における越前市の認知度をみると、「よく知っている」「知っている」を合せて10%と認知度は低い。
- ・金沢駅調査では「よく知っている」「知っている」を合せて39%であり、一定の認知度がある。
- ・富山市の調査では、金沢開業前の富山市の首都圏における認知度は「名前は聞いたことがある」「全く知らない」をあわせて55%であり、越前市は富山市より認知度が低い状況といえる。

図表 越前市の認知度（首都圏調査）



図表 越前市の認知度（金沢駅調査）



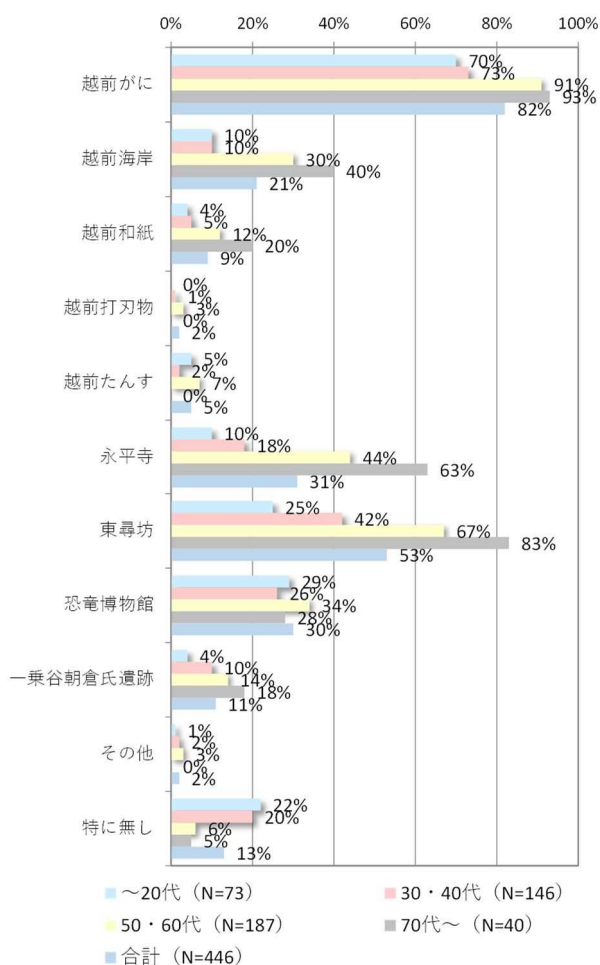
図表 （参考）認知度

富山市	訪れたことがある 28%、知っている 17%、名前は聞いたことがある 42%、全く知らない 13%	首都圏在住者ウェブアンケート（H24）
-----	---	---------------------

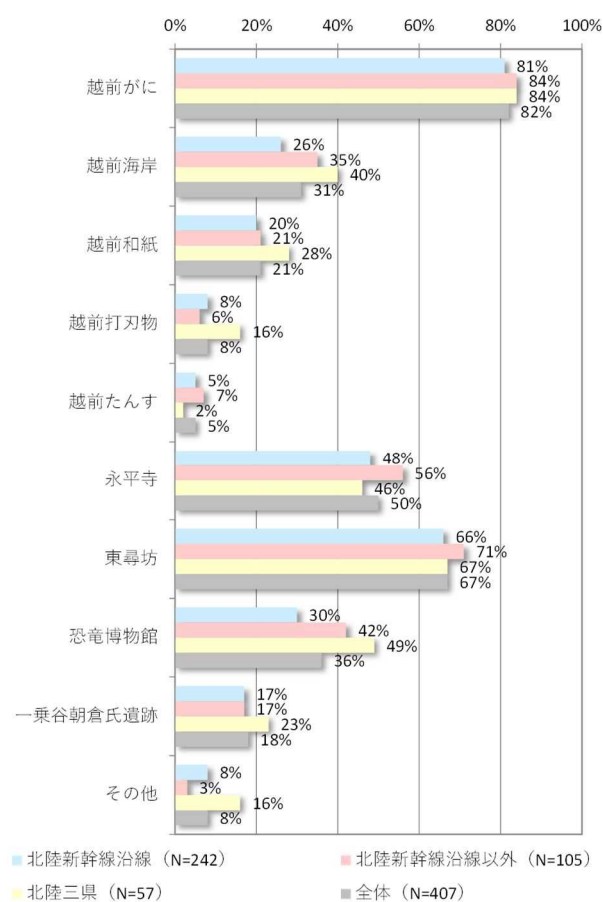
③ “越前・えちぜん” や “福井県” で思いつくもの

- ・首都圏調査では、「越前がに」が最も多く 82%、次いで「東尋坊」が 53%、「永平寺」が 31%、「恐竜博物館」が 30%。
- ・金沢駅調査では、「越前がに」が最も多く 82%、次いで「東尋坊」が 67%、「永平寺」が 50%、「恐竜博物館」が 36%。越前市内のキーワードでは、越前和紙を挙げる人が一定程度みられる。
- ・富山市が首都圏に行った調査では、海の幸関連、立山、富山湾の認知度が高い。黒部市が首都圏に行った調査では、黒部峡谷、トロッコ電車を合せて 59%であり、具体的な観光拠点に対する認知度が高い。

図表 越前・福井県で思いつくもの（首都圏）



図表 越前・福井県で思いつくもの（金沢駅）



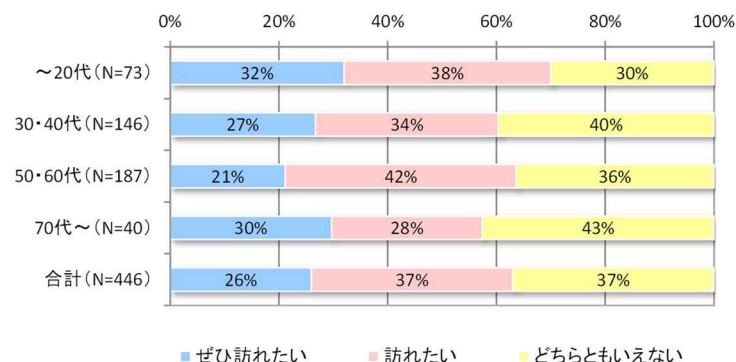
図表 （参考）魅力・関心

富山市	ホテルイカ 62%、ますの寿司 54%、海の幸 53%、ブリ等活魚 49%、立山山麓 49%、富山湾 42%	首都圏在住者ウェブアンケート (H24)
黒部市（最も印象に残った）	黒部峡谷の景観 38%、トロッコ電車 21%、立山連峰を望む景色 15%	首都圏在住者インターネット調査 (H28)

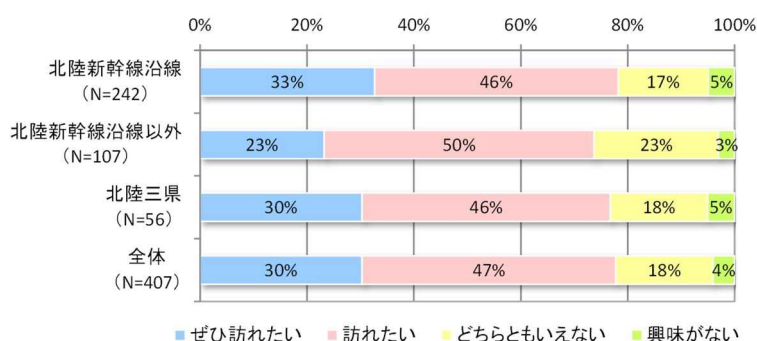
④新幹線延伸後の来訪意向

- ・首都圏調査では「ぜひ訪れたい」「訪れたい」を合すると 63%。
- ・金沢駅調査では「ぜひ訪れたい」「訪れたい」を合せて 77%と来訪意向は高い。
- ・石川県が金沢開業前に首都圏に行った調査では、「とても旅行したい」「まあ旅行したい」を合せて 58%であり、越前市の来訪意向は高いといえる。

図表 越前市への来訪意向（首都圏調査）



図表 越前市への来訪意向（金沢駅調査）



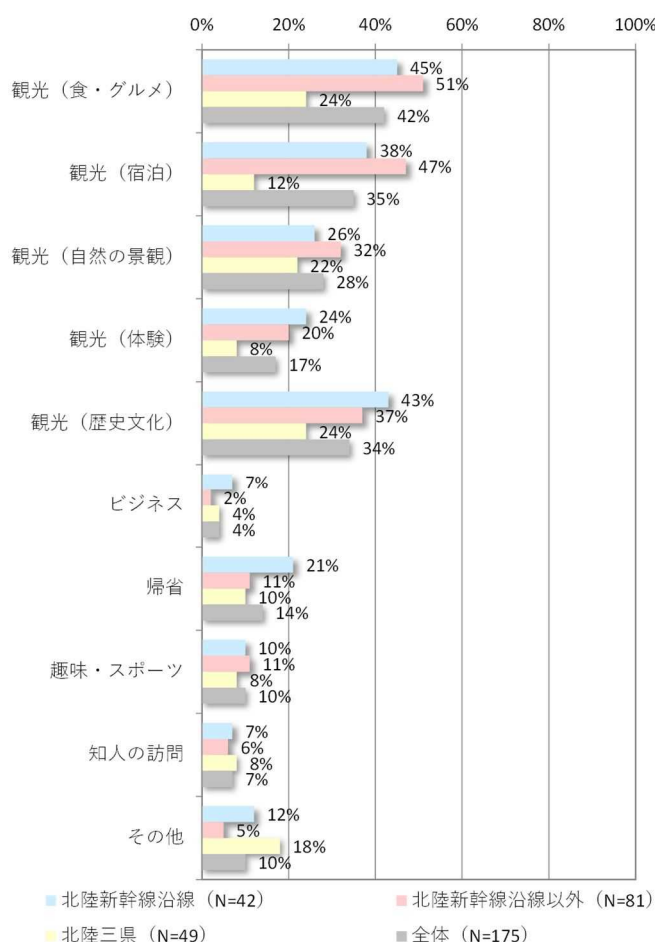
図表 （参考）来訪意向

石川県	とても旅行したい 16%、まあ旅行したい 42%、どちらともいえない 26%	首都圏誘客調査（H22）
富山県（敦賀開業後）	関西圏：ぜひ訪れたい 23%、機会があれば 61%、首都圏も同様	関西圏、首都圏意識調査（R1）
金沢市（再訪）	1年以内 26%、3年以内 27%、いつか 42%	金沢市観光調査（R2）
富山市（新幹線開業後）	ぜひ行ってみいたい 30%、行ってみいたい 27%、機会があれば 41%	首都圏在住者ウェブアンケート（H24）
黒部市（リピート意向）	ぜひまた観光したい 46%、機会があれば刊行したい 47%、どちらともいえない 6%	首都圏在住者インターネット調査（H28）

⑤今回の旅行の目的

- ・観光施設調査では、「観光（食・グルメ）」が最も多く 42%、次いで「観光（宿泊）」35%、「観光（歴史文化）」が 34%。
- ・富山県の調査では、観光の目的は自然、食が多い。
- ・金沢市の調査においては、観光で期待することは、食、史跡・名所、歴史風情のある街の街歩きが多い。食や自然が強いが、金沢を訪れる人は歴史、文化、街歩きに対する関心が高い。

図表 今回の旅行の目的（観光施設調査）



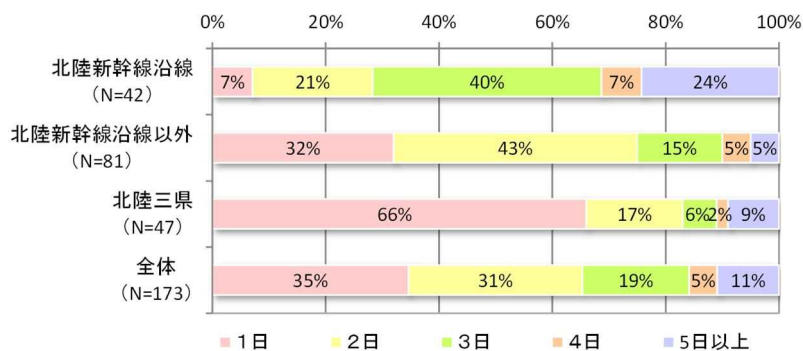
図表 （参考）観光で訪れた際の目的

富山県	豊かな自然 69%、おいしい食べ物 58%、歴史や文化 30%、街並み・景観 20%	関西圏、首都圏意識調査 (R1) ※首都圏
金沢市（期待していたこと）	食べること 90%、史跡・名所観光 59%、歴史風情のある街の街歩き 55%、自然・景勝地 46%、お酒を飲む 39%	金沢市観光調査 (R2)

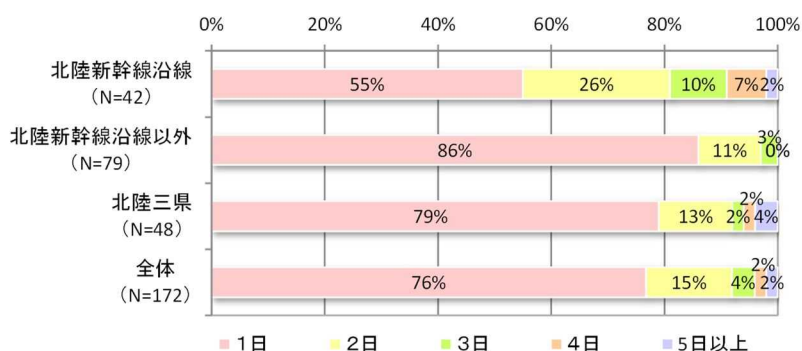
⑥旅行の滞在日数

- ・観光施設調査では、今回の旅行の滞在日数は全体で、1日が35%、2日が31%、3日が19%、4日が5%、5日以上が11%。
- ・うち越前市滞在日数は全体で、1日が76%、2日が15%、3日が4%、4日が2%、5日以上が2%であり、周遊する立ち寄り箇所として訪れている人が多い。
- ・金沢市の調査では、金沢で宿泊する人は約9割と高く、滞在時間は2日以上になるケースが多い。

図表 今回の旅行の滞在日数（観光施設調査）



図表 うち越前市の滞在日数（観光施設調査）



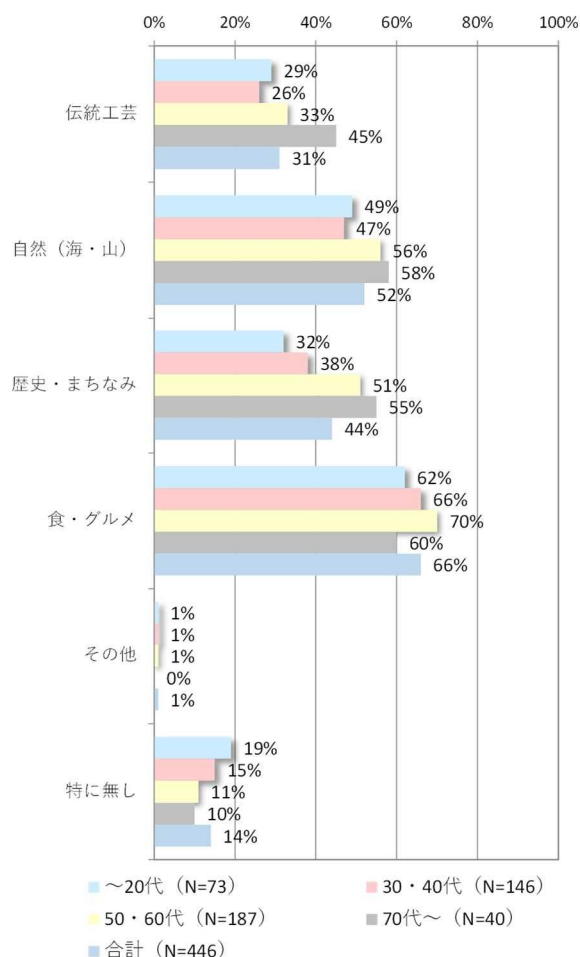
図表 （参考）滞在日数

金沢市	日帰り 11%、1泊 58%、2泊 26%、3泊以上 5% ※金沢市内の宿泊	金沢市観光調査 (R2)
富山市	日帰り 24%、1泊 44%、2泊 21%、3泊以上 9% ※旅行全体	市内観光地観光客ヒアリング調査 (H24)

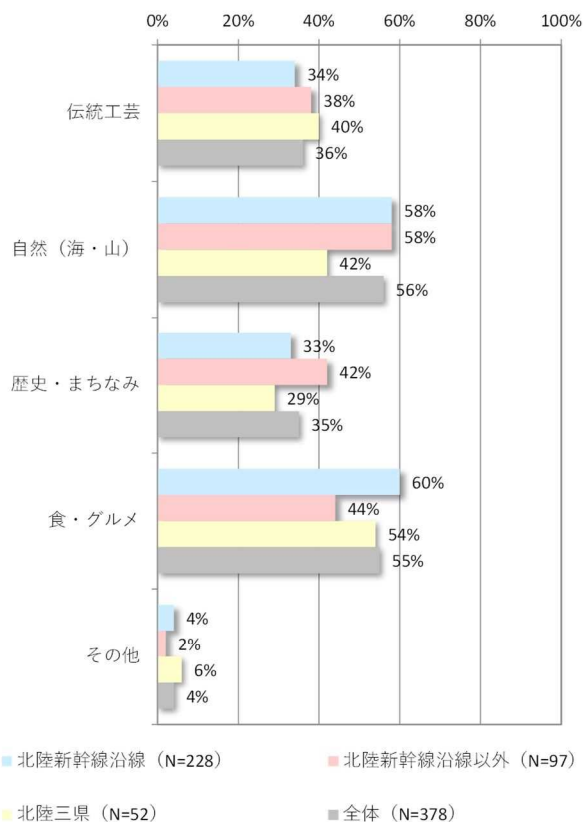
⑦越前市・丹南地域の観光資源で魅力的に感じたポイント

- ・首都圏調査では、「食・グルメ」が66%と最も多く、「自然（海・山）」が52%。
- ・金沢駅調査では、「自然（海・山）」が56%と最も多く、「食・グルメ」が55%。
- ・首都圏や関西圏に対する石川県、富山県に対する調査でも、食、自然は上位を占めるが、石川県においては歴史・伝統に関する興味も大きい。

図表 魅力的に感じたポイント（首都圏調査）



図表 魅力的に感じたポイント（金沢駅調査）



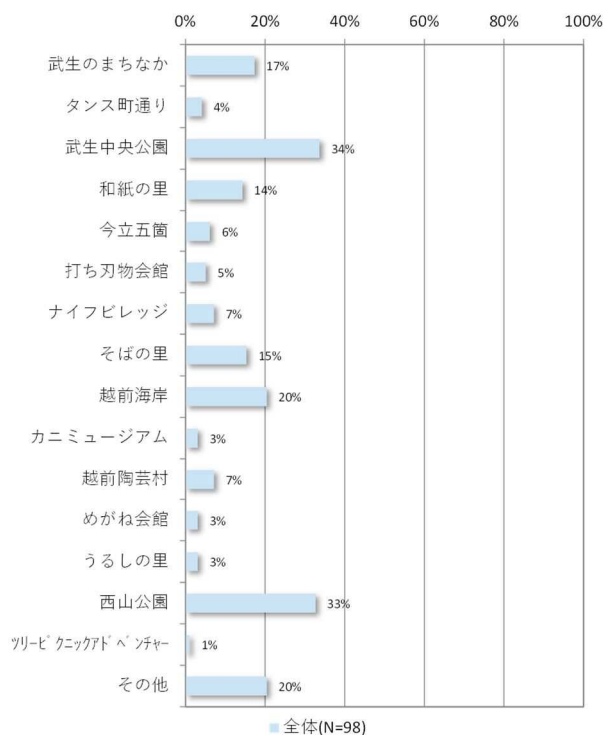
図表 （参考）旅行に訪れたい理由

石川県	食が魅力的 56%、歴史や伝統 43%、自然景観 42%、観光名所が多い 41%、温泉 32%	首都圏誘客調査（H22）
富山県（今後訪れた際の行動）	おいしい食 66%、自然を楽しむ 47%、歴史・文化 18%、街並み・景観 17%、宿泊 14%	関西圏、首都圏意識調査（R1） ※首都圏

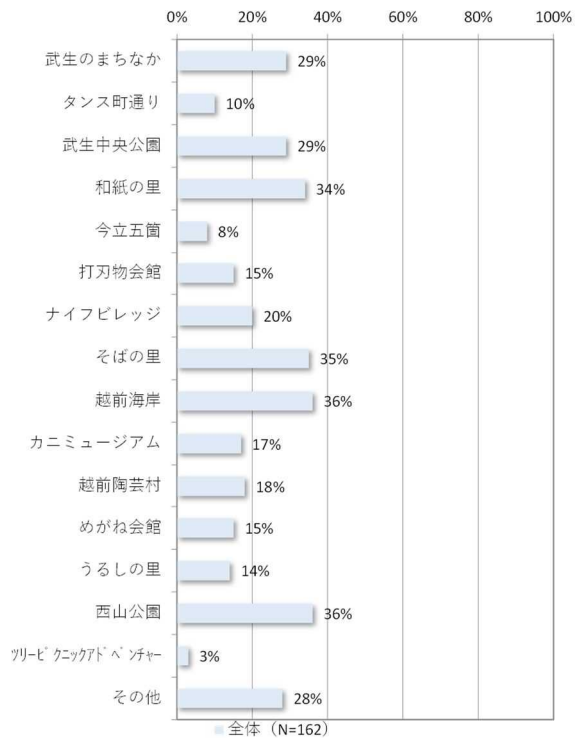
⑧観光で訪れた場所

- ・JR 武生駅で特急を利用する県外居住者の観光で訪れた場所をみると、武生中央公園、西山公園が多いものの多様な場所を訪れている。
- ・観光施設調査では、越前海岸、西山公園、そばの里、和紙の里を訪れている人が多いが、突出して多い場所はなく、目的地は多様である。
- ・金沢市の調査では、金沢の観光客のうち7割以上が金沢城・兼六園、茶屋街、近江町市場を訪れており、観光として主となるコンテンツが明確である。

図表 観光で訪れた場所（武生駅調査・県外）



図表 観光で訪れた場所（観光施設調査）



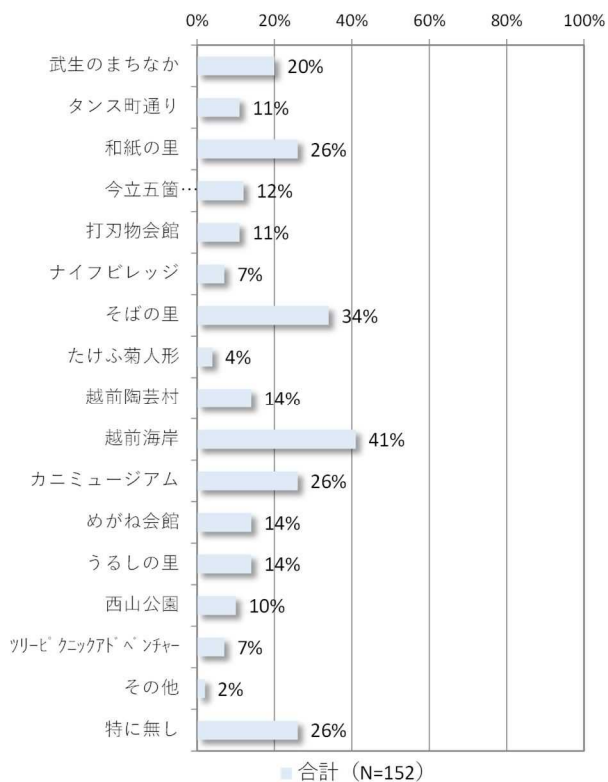
図表（参考） 観光で訪れた場所

金沢市	金沢城・兼六園 89%、茶屋街 79%、 近江町市場 76%、金沢 21 世紀美術館 51%	金沢市観光調査（R2）
-----	---	-------------

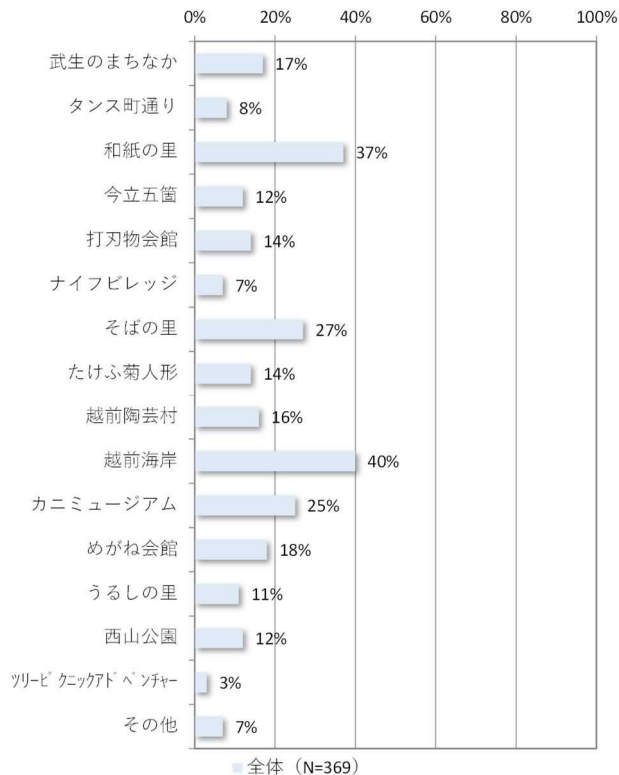
⑨観光で訪れたい場所

- ・首都圏調査では、越前海岸、そばの里、和紙の里が多いが、突出して多い場所はなく、目的地は多様である。
- ・金沢駅調査では、越前海岸、和紙の里、そばの里が多いものの目的地は多様である。
- ・越前市外の観光拠点を挙げる人も多い。

図表 観光で訪れたい場所（首都圏調査）

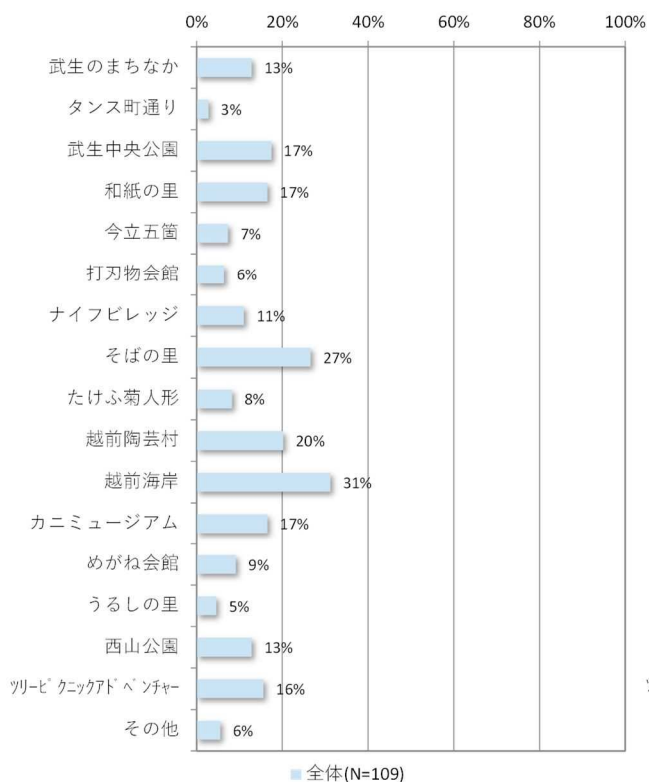


図表 観光で訪れたい場所（金沢駅調査）

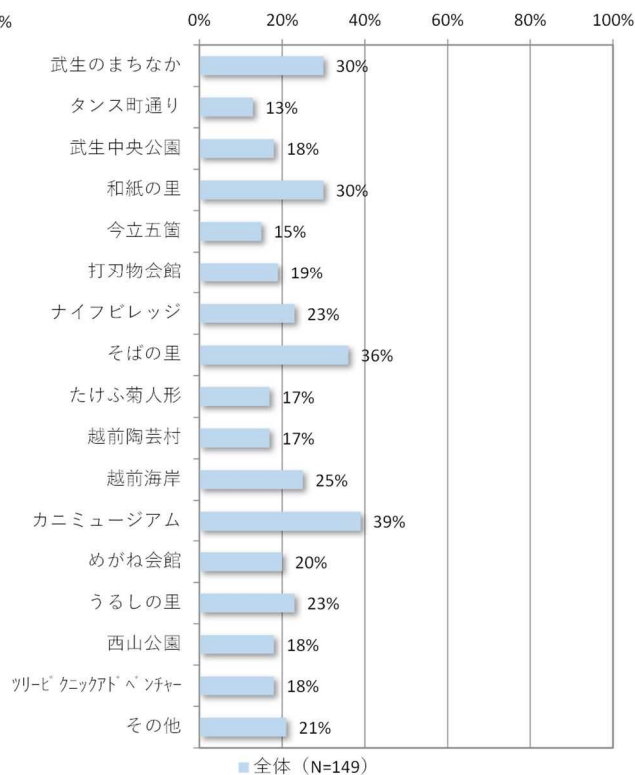


- ・JR 武生駅で特急を利用する県外居住者の観光で訪れたい場所をみると、越前海岸、そばの里、陶芸村が多いものの目的地は多様である。
- ・観光施設調査では、カニミュージアム、そばの里、武生のまちなか、和紙の里が多いが、突出して多い場所はなく、目的地は多様である。
- ・越前市外の観光拠点を挙げる人も多い。

図表 観光で訪れたい場所（武生駅調査・県外）



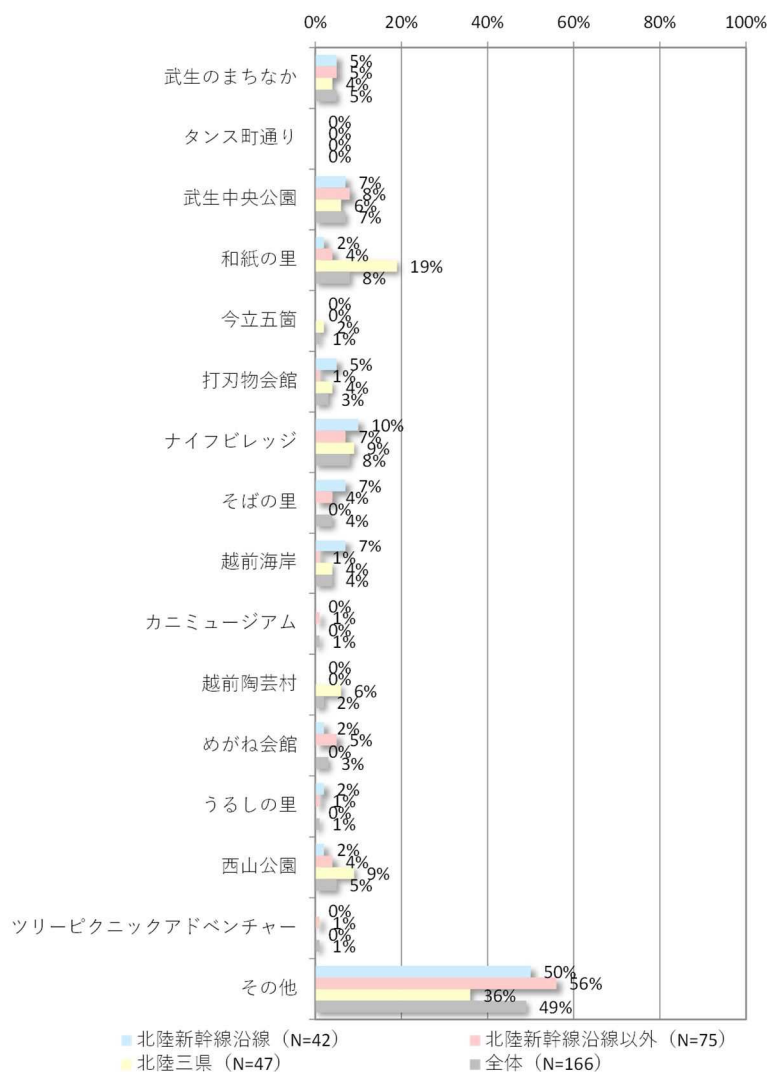
図表 観光で訪れたい場所（観光施設調査）



⑩今回の旅行先の一番の目的地

- ・一番の目的地として多様な観光拠点が選ばれており、突出して選択される拠点が無い。
- ・その他では、かこさとしふるさと絵本館、万葉の里味真野苑、ちひろの生まれた家記念館、恐竜博物館（勝山市）の回答がみられた。

図表 今回の旅行先で一番の目的地（観光施設調査）



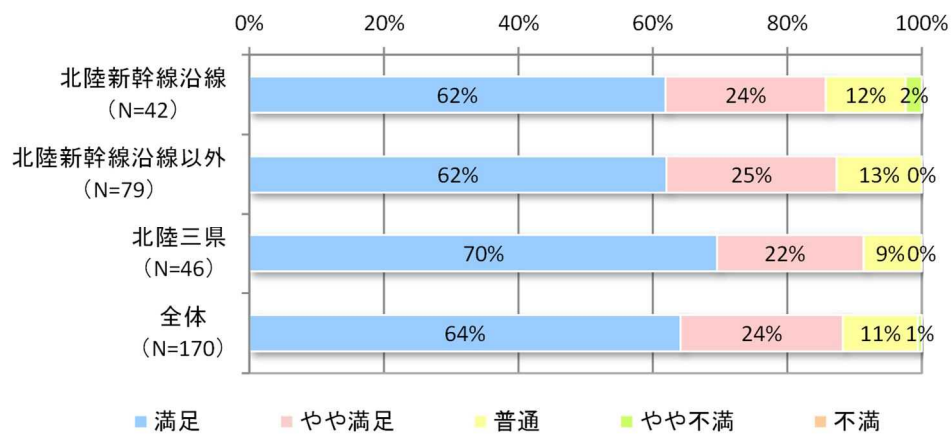
その他（2件以上）

- ・かこさとしふるさと絵本館（11件）
- ・万葉の里味真野苑（5件）
- ・ちひろの生まれた家記念館（4件）
- ・恐竜博物館（勝山市）（4件）
- ・しきぶ温泉湯楽里（3件）
- ・御誕生寺（3件）
- ・陽願寺（3件）
- ・リト@葉っぱ切り絵展（2件）
- ・蕎麦の店、食べ歩き（2件）
- ・明城ファーム（2件）
- ・龍泉刃物（2件）

⑪越前市を訪れた満足度

- ・観光施設調査では、「満足」が最も多く 64%である。「満足」と「やや満足」を合わせて 8 割を超える。
- ・金沢市の調査では、「とても満足」「概ね満足」を合すると 96%である。

図表 越前市を訪れた満足度（観光施設調査）



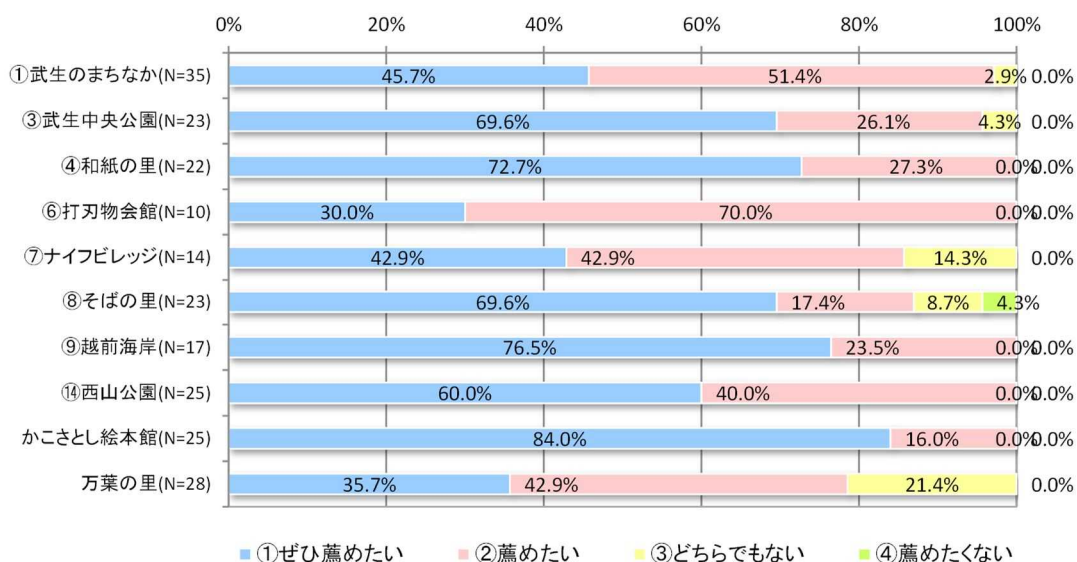
図表 （参考）観光満足度

金沢市	とても満足 49%、概ね満足 47%	金沢市観光調査 (R2)
-----	--------------------	--------------

⑫訪れた観光拠点のお薦め度

- 観光施設調査では、訪れた観光拠点のお薦め度は全般的に高く、「ぜひ薦めたい」が多いのは、武生中央公園、和紙の里、そばの里、越前海岸、かこさとし絵本館である。

図表 訪れた観光拠点のお薦め度（観光施設調査）

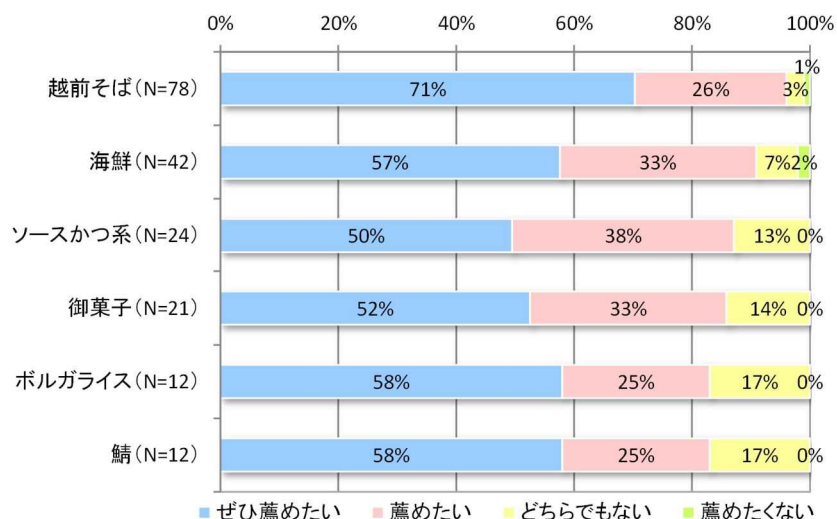


※10件以上の項目のみ集計

⑬食べもののお薦め度

- 観光施設調査では、食べもののお薦め度は全般的に高く、「ぜひ薦めたい」が多いのは、越前そばである。

図表 食べもののお薦め度（観光施設調査）



※上位5位以内の項目のみ集計

⑭消費額（越前市内、1人あたり）

- ・観光拠点を訪れている人の越前市内の1人あたり消費額は、飲食費約3,100円、おみやげ・買い物約2,800円、宿泊費約4,300円、その他約2,300円である。
- ・国の調査と比べると、飲食費は同程度、買い物、宿泊費において越前市は低い。
- ・金沢市の調査では、飲食費が高い点が特徴である。

図表 越前市内における1人あたり消費額（観光施設調査）

■飲食費

A:北陸新幹線沿線 N=(42)	B:北陸新幹線沿線以外 N=(81)	C:北陸三県 N=(49)	不明 N=(3)	総計 N=(175)
¥3,533	¥3,213	¥2,384	¥6,000	¥3,106

■おみやげ・買い物

A:北陸新幹線沿線 N=(42)	B:北陸新幹線沿線以外 N=(81)	C:北陸三県 N=(49)	不明 N=(3)	総計 N=(175)
¥3,010	¥2,541	¥3,047	¥5,000	¥2,838

■宿泊費

A:北陸新幹線沿線 N=(42)	B:北陸新幹線沿線以外 N=(81)	C:北陸三県 N=(49)	不明 N=(3)	総計 N=(175)
¥5,576	¥4,850	¥2,133	¥5,000	¥4,266

■その他（入場料、体験料等）

A:北陸新幹線沿線 N=(42)	B:北陸新幹線沿線以外 N=(81)	C:北陸三県 N=(49)	不明 N=(3)	総計 N=(175)
¥2,429	¥1,962	¥2,568	¥3,534	¥2,271

※有効な回答数を母数とする平均

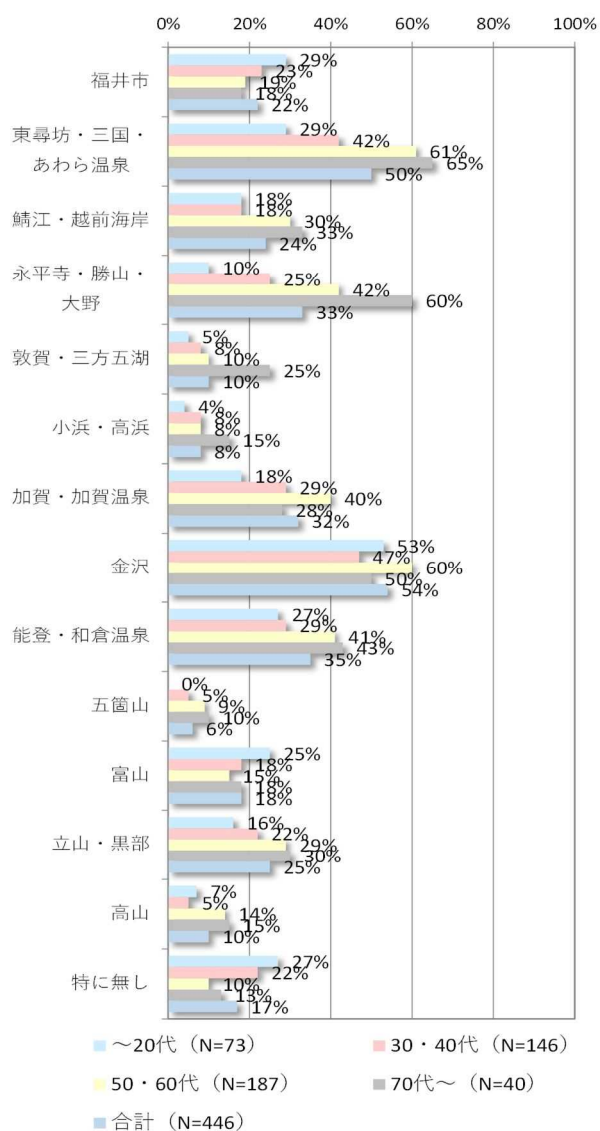
図表 （参考）観光消費額

国調査（その他地方平均）	飲食費3千円、買物4千円、宿泊7千円、娯楽・サービス・その他2千円、交通費5千円	旅行・観光消費動向調査（R2） 日本人・全目的、旅行消費額(年合計)を訪問者数(宿泊客・日帰り客)で除して算出
金沢市	飲食費¥9,798、買物¥4,203、宿泊¥5,190、娯楽・サービス・その他¥2,585、交通費¥4,132	金沢市観光調査（R2） 有効な回答数を母数とする平均
黒部市	1万円未満42%、1～2万円26%、2～3万円18%、3万円以上14%	首都圏在住者インターネット調査（H28）

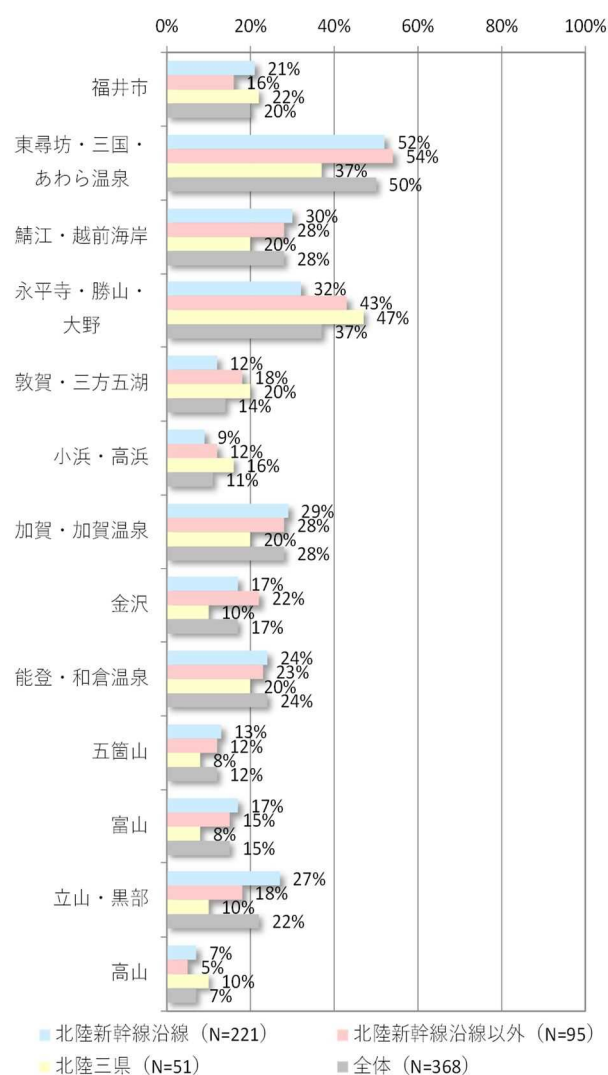
⑮越前市を訪れる際にあわせて周遊したい場所

- ・首都圏調査では「金沢」が最も多く 54%、次いで「東尋坊・三国・あわら温泉」50%、「能登・和倉温泉」35%、「永平寺・勝山・大野」33%、「加賀・加賀温泉」32%。
- ・金沢駅調査では、「東尋坊・三国・あわら温泉」が最も多く 50%、次いで「永平寺・勝山・大野」が 37%、「鯖江・越前海岸」28%、「加賀・加賀温泉」28%。
- ・金沢市の調査では、再訪時には金沢のみという回答が減り、隣県への周遊意向が高まる。

図表 越前市とあわせて周遊（首都圏調査）



図表 越前市とあわせて周遊（金沢駅調査）



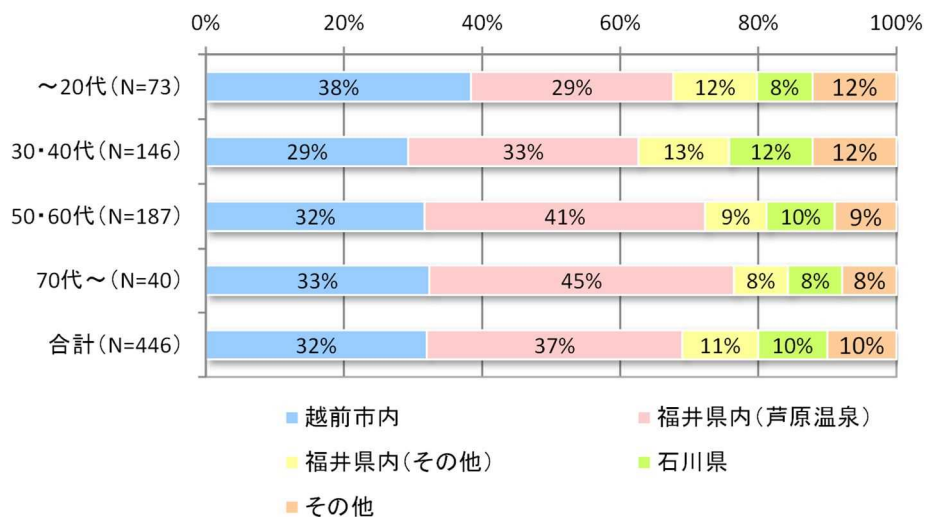
図表 （参考）周遊観光地

金沢市（今回）	金沢のみ 71%、能登 9%、加賀 9%、富山県 6%、福井県 4%	金沢市観光調査（R2）
金沢市（再訪時）	金沢のみ 25%、能登 51%、富山 35%、加賀 28%、岐阜 21%、福井 18%	金沢市観光調査（R2）

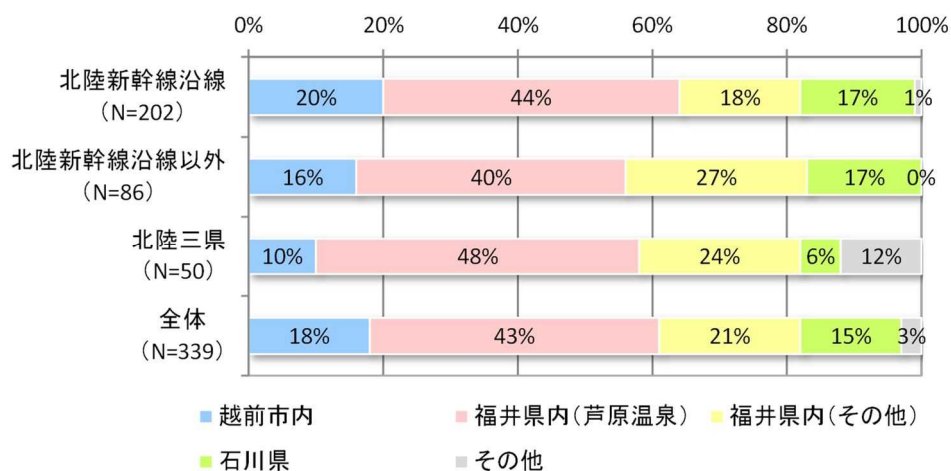
⑯越前市を訪れた際に宿泊する場所

- ・首都圏調査では、「福井県内（芦原温泉）」が37%、「越前市内」が32%。
- ・金沢駅調査では、「福井県内（芦原温泉）」が43%、「福井県内（その他）」が21%。
- ・金沢市の調査では、「金沢のみ」「金沢と他地域」を合せて82%であり、市内の宿泊率が高い。
- ・富山市の調査では、富山市に宿泊する人は6割。

図表 越前市を訪れた際に宿泊する場所（首都圏調査）



図表 越前市を訪れた際に宿泊する場所（金沢駅調査）



図表 （参考）宿泊状況

金沢市	金沢のみ 68%、市内＋他地域 14%、 他地域 10%、日帰り 8%	金沢市観光調査（R2）
富山市	富山市内 60%、富山市外 33%、不明 7% →富山市外の理由：ツアーで決まっていた、 温泉が目的だから、目的地から遠いから	市内観光地観光客ヒアリング 調査（H24）