

## 第2章 コンセプトと戦略の方針

### 1 コンセプト(基本的な考え方)

あわら市の観光を取り巻く主な課題を踏まえ、観光振興戦略のコンセプトを示します。

#### わごころ 和心あふれる 国際的な感幸地

##### —温泉・食・人で心と体が笑顔になる観光地の創造—

2023年の北陸新幹線の敦賀延伸を踏まえ、福井県の北の玄関口として、これまでの関西圏・中京圏に加え、関東圏、海外からの観光客を迎え入れるため「和心あふれる 国際的な感幸地」へと発展させます。

和心の「和」とは、おもてなしを連想させる日本的な「和」という意味だけでなく、心が温まる、癒される「和み」、周囲のまちなみや自然、人と人との「調和」という意味を表しています。

また、「感幸地」という言葉には、県民の幸福度ナンバーワンの福井県において、住む人も、訪れた人も、その土地の自然や食、温泉や人の温かさに触れて幸せを感じることができる土地、という意味を込めており、外国人をはじめ高齢者や障がい者が安全安心に楽しめる日本一の感幸地を創造していきます。

福井県を代表する宿泊地である「あわら温泉」や豊かな自然で育まれた「食」、地域の温かな「人」を核とし、あわらの多彩な魅力に触れ、人々と交流することで、来訪者の心と体が笑顔になり、幸せを感じる「感幸地」を目指します。

海岸、湖、森林、田園、丘陵地の日本ならではの原風景をフィールドに、ものづくりとおもてなしの精神で育まれた本陣飾り物の文化や、吉崎御坊や細呂木地区の歴史・遺跡に触れ、空、風、太陽の光を感じながらのフルーツや野菜の収穫体験、ウォーキング、トレッキング、サイクリング、ドライブなど多彩なアクティビティが心と体を笑顔にします。

越前がにや若狭牛、あわら市産の野菜やフルーツが朝夕に供されるあわら温泉では、女将の笑顔に迎えられ、心と体を癒し、心地よい時を提供します。

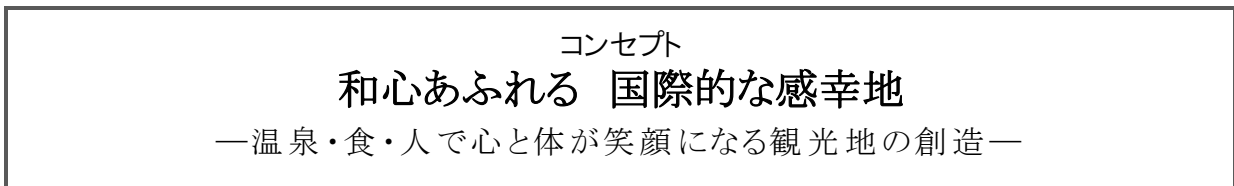
温泉・食・人で心と体が笑顔になる観光地は、あなたも、あなたの大切な人も世界一幸せにします。

あわらならではの素材を大切にした商品の企画・開発や体験・体感・滞在型の旅行商品の企画・開発、観光拠点の整備、歩いて楽しめる観光まちづくり、広域交通や地域交通の整備、世界に向けた情報発信などの施策を戦略的、横断的、効果的に展開します。

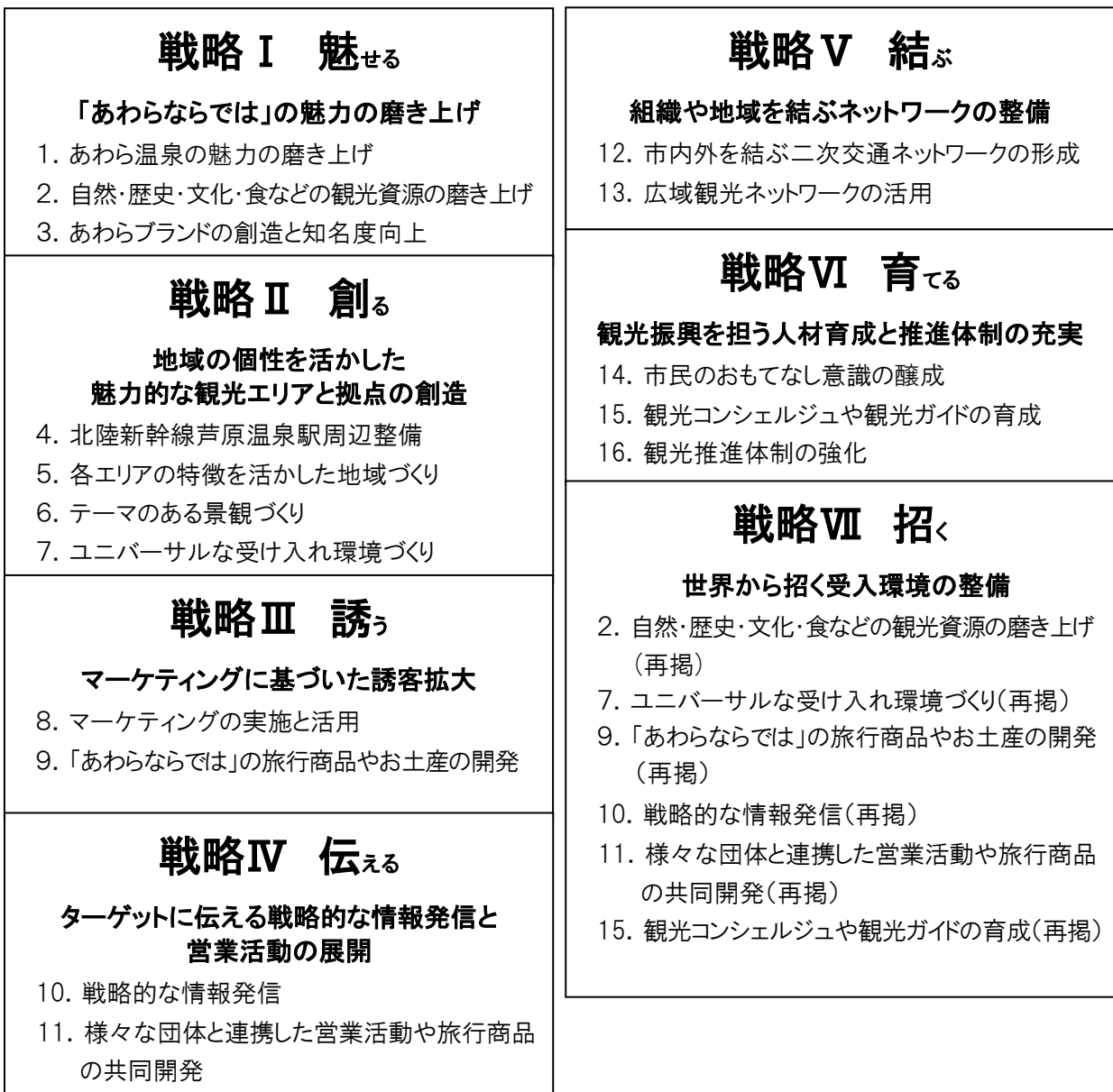
本戦略においては、年間の観光入込客数220万人、宿泊客数100万人(うち外国人宿泊客数5万人)を目標とします。また、年間観光消費額239億円を目標とします。

## 2 戦略の方針と施策の概要

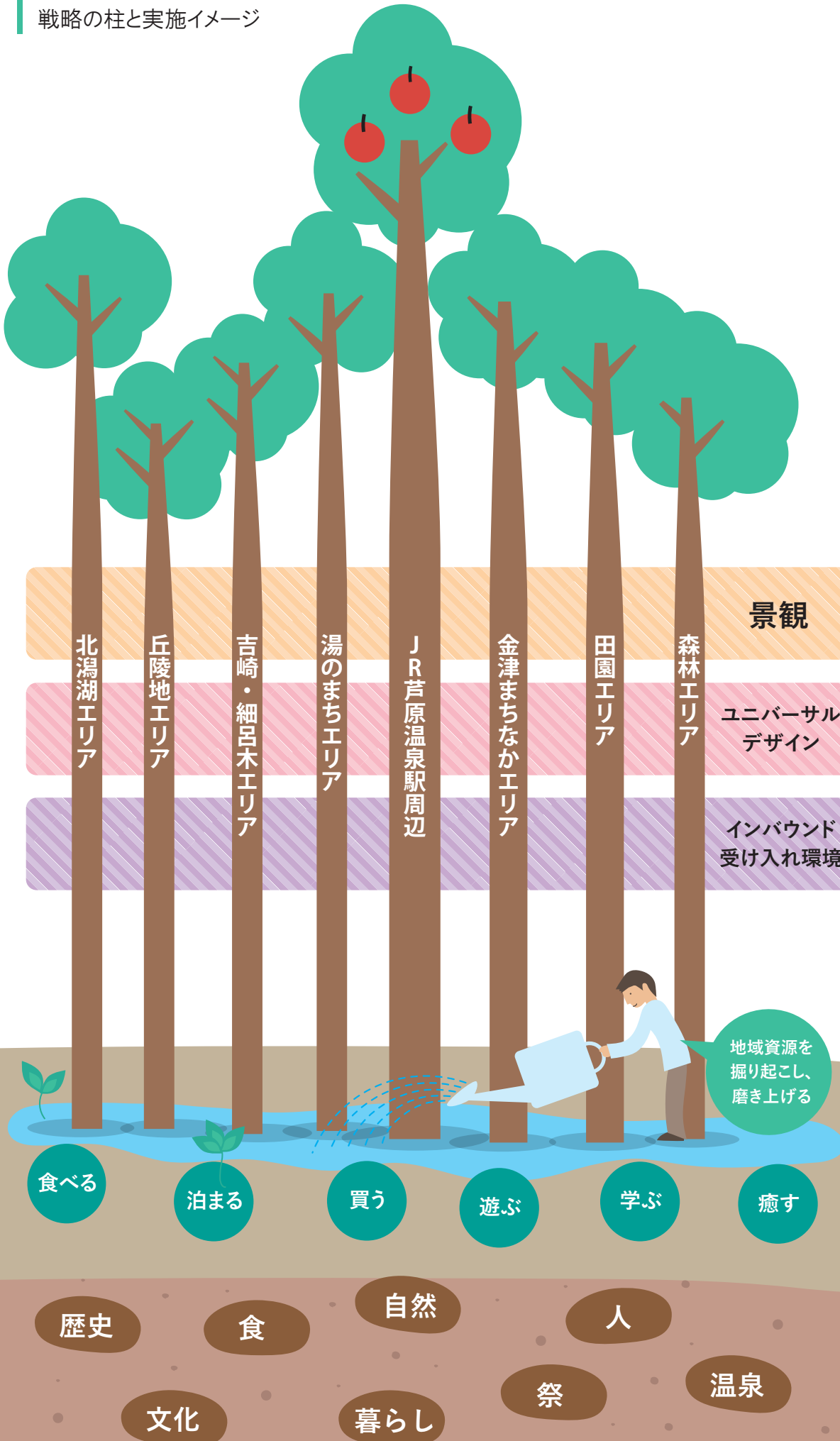
「和心あふれる 国際的な感幸地」という観光振興戦略のコンセプトのもと、7つの戦略を掲げ、各戦略の方針に沿って16の観光施策、52の事業を実施します。



### 戦略と施策【7戦略16施策52事業】



<b>数値目標</b>	観光入込客数	現状2018年	173万人	目標2023年	220万人
	宿泊客数	現状2018年	82万人	目標2023年	100万人
	うち外国人宿泊客数	現状2018年	2万人	目標2023年	5万人
	観光消費額	現状2018年	186億円	目標2023年	239億円



## II 創る

地域の個性を活かした魅力的な観光エリアと拠点の創造

## VI 育てる

観光振興を担う人材育成と推進体制の充実

## I 魅せる

「あわならでは」の魅力の磨き上げ

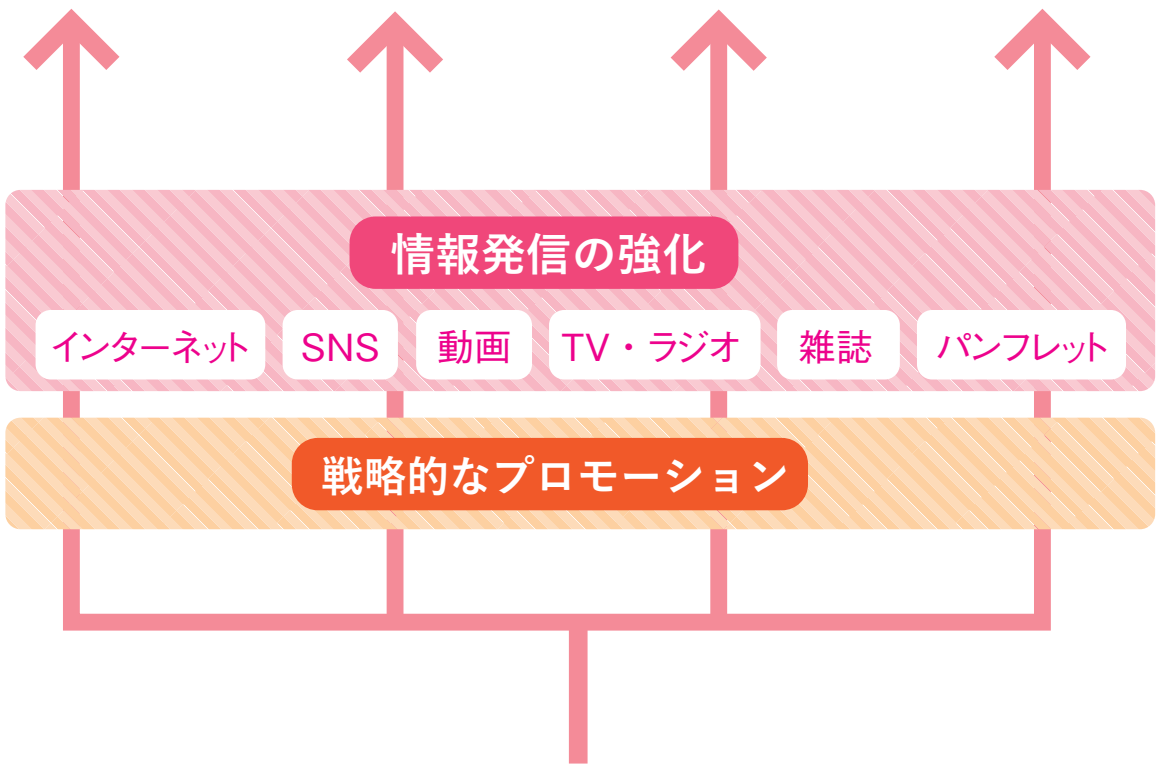
# V 結ぶ

組織や地域を結ぶ  
ネットワークの整備



# IV 伝える

ターゲットに伝える  
戦略的な情報発信と  
営業活動の展開



# III 誘う

マーケティングに  
基づいた誘客拡大



「あわならでは」の  
特別感のある  
旅行商品や観光ルートの  
企画・開発



### ■戦略の方針

あわら市には、あわら温泉はもとより、地域ごとに特徴があり、豊かな自然や歴史・文化、四季折々の食や祭などの地域資源があります。これらを掘り起し、磨き上げ、あわらならではの魅力的な観光資源に高めます。推進に当たっては、地域住民、集落、農林漁業者、商工業者、旅館、交通事業者、観光施設、各種団体などが連携しながら、エリア観光の目指すビジョンを共有しながら、エリア全体の魅力の底上げを目指します。

#### 施策1 あわら温泉の魅力の磨き上げ

あわら市が誇る県内最大の温泉地あわら温泉の情緒や笑顔でのおもてなし、伝統、文化、祭、そして食の魅力を丁寧に掘り起し、磨き上げることにより、温泉と連携した観光地としての魅力と、「あわらならではの」のおもてなしの向上につなげます。

#### 事業(3事業)

1	芦原芸妓の継承、越前竹人形や湯かけまつりの魅力向上と発信力強化
2	セントピアあわらと温泉文化の磨き上げ、旅館における食のおもてなし
3	生産者と宿泊事業者や飲食店との連携強化

#### 施策2 自然・歴史・文化・食などの観光資源の磨き上げ

海の幸、山の幸、里の幸、人の幸をテーマに、森林、海湖、田園、丘陵地と、そこで育まれた人々の営み、「あわらならではの」食文化、金津祭や本陣飾り物のものづくり文化、吉崎御坊や北陸街道の歴史文化、金津創作の森のアート、あわら温泉文化、伝統的な祭りなど地域の資源を磨き上げながら、観光資源として新たな付加価値を生み出します。

#### 事業(3事業)

4	まち・むらときめきプランと連携した観光素材の掘り起しと磨き上げ
5	自然・歴史・文化資源のあわらならではの磨き上げ
6	文化財や郷土歴史資料館の活用促進

#### 施策3 あわらブランドの創造と知名度向上

あわら市の自然、人、農産物などの魅力を丁寧に掘り起し、地域の誇れるものとして発信し、イメージアップとシビックプライドの醸成を推進します。また、あわら市出身の人物や、ゆかりのある人物、作品などとタイアップし、あわら市の知名度向上を図ります。

#### 事業(1事業)

7	地域資源のブランド化やゆかりの人などとタイアップした知名度向上
---	---------------------------------

■戦略の方針

北陸新幹線芦原温泉駅西口広場は、福井県の北の玄関口にふさわしい交通結節点と魅力発信拠点として利用者の利便性を向上するとともに、市民と来訪者が集い、憩えるエリアとして整備し、駅周辺の賑わいを創出します。この玄関口を拠点とし、市内の7つのエリアの特色に応じた観光エリアの整備を推進するとともに、これらを効果的、効率的にネットワーク化し、周遊・滞在型の観光地を目指します。

施策4 北陸新幹線芦原温泉駅周辺整備

北陸新幹線芦原温泉駅開業を踏まえ、JR芦原温泉駅と周辺エリアを「福井県の北の玄関口」として、駅利用者の利便性向上や、市民が集い、くつろぐことができる賑わい空間として整備します。また、市内はもとより嶺北や加賀の観光スポットや魅力を幅広く紹介できる施設を整備し、周遊・滞在型観光を推進する拠点とします。

事業(2事業)

8	芦原温泉駅西口駅前施設整備の推進
9	芦原温泉駅観光案内所と魅力体感施設の機能の充実

施策5 各エリアの特徴を活かした地域づくり

市内を「北潟湖エリア」「吉崎・細呂木エリア」「丘陵地エリア」「森林エリア」「田園エリア」「金津まちなかエリア」「湯のまちエリア」の7つのエリアに分類し、体験・体感・滞在型観光を基軸に、特色が際立つエリア観光を推進します。

各エリアの観光拠点は、既存の施設や休校舎を活用し、「レンタサイクル」「土産販売・飲食」「観光ガイド」を有する複合的な機能を充実するとともに、観光客がエリア間をスムーズに移動・滞在し、地元の食や人々のもてなしに触れあえる環境整備を推進し、観光客の満足度の向上と観光消費額の増加を図ります。

事業(8事業)

10	北潟湖や花菖蒲園を活かした湖畔エリアの磨き上げ
11	波松小学校を活かしたブルーツーリズムの推進
12	歴史ロマンを感じる「蓮如の里」「蓮如の道」づくりの推進
13	細呂木の史跡を活かした魅力の磨き上げ
14	フルーツラインを活かした収穫体験やツーリズムの推進
15	金津創作の森やトリムパークかなづの観光拠点としての強化
16	坪江・劔岳の里山のめぐみを活かしたツーリズムの推進
17	田園エリアの自然と景観を活かしたツーリズムの推進

## ■ 観光エリアの特性

エリア	エリアの特性
北潟湖エリア	<p>吉崎御坊跡、蓮如上人記念館、鹿島の森、県境の館、波松海岸、北潟湖、北潟湖畔公園、北潟国有林、あわら夢ぐるま公園などがある。</p> <p>波松海岸の地引網や、北潟湖を中心にサイクリング、カヌーなどのアクティビティが体験でき、花菖蒲や桜など水辺の風景が美しいエリアである。</p>
吉崎・細呂木エリア	<p>吉崎御坊跡、蓮如上人記念館、鹿島の森、県境の館などの観光資源がある。</p> <p>千束一里塚も含めた北陸街道沿いの昔ながらの街道や史跡、蓮如上人にまつわるストーリーを語るガイドとともに歴史探訪するエリアである。</p>
丘陵地エリア	<p>なだらかな北部丘陵地にはフルーツラインと呼ばれる広域農道を中心に、果樹園が広がり、メロン、スイカ、梨、柿、葡萄、いちじくなどの農園があるほか、乗馬クラブ、農産物直売所などの施設がある。</p> <p>収穫体験や乗馬などアクティビティが楽しめるグリーンツーリズムのエリアである。</p>
森林エリア	<p>刈安山や風谷峠、劔ヶ岳などの森林や、白山や坂井平野を見渡す眺望、古墳群、宇根観音などの歴史資源、さらに金津創作の森といった文化資源がある。</p> <p>山水による蕎麦や米は品質レベルが高く、はさがけによる米づくりや蛍、アベサンショウウオなど数多くの生物が生息する水と空気が清らかなエリアである。</p>
田園エリア	<p>古くは興福寺や春日大社の荘園のあった地であり、広大な稲作の田園風景が広がり、えちぜん鉄道と夕日が沈む地平線や冬季には雁の群れを見ることができる。</p> <p>越のルビーの農業体験とウォーキングやサイクリング、温泉とコラボし、大空と大地を満喫しながら、心と体が元気になるツアーを楽しめるエリアである。</p>
金津まちなかエリア	<p>古代の製鉄所「たたら」と運ぶ湊としての竹田川の水運、北陸街道の宿場町、参勤交代をもてなす本陣飾り物の伝統がある。</p> <p>竹田川や本陣飾り物をモチーフにした水と歴史のまちづくりやJR芦原温泉駅及び周辺の整備が進められるエリアである。</p>
湯のまちエリア	<p>明治に開湯した県内随一の温泉地で源泉が74本ある。温泉旅館ならではのおもてなしに触れ、一流の料理を味わえるほか、芦湯や芦原芸妓の伝統芸能館、藤野巖九郎記念館、湯けむり横丁など温泉情緒が漂う。</p> <p>女将の酒やあわら蟹がらプロジェクトなど、農業との連携による春夏秋冬の温泉地づくりを進めるエリアである。</p>

■ 観光エリア





## 施策6 テーマのある景観づくり

金津市街地や芦原市街地は、観光地にふさわしい統一した美しい景観形成や空き店舗のテナント誘致による観光まちづくりを推進します。金津市街地は、宿場町や金津本陣飾り物、竹田川など水と緑と歴史をテーマに、地域住民が主体となって景観まちづくりを促進し、まちなかの回遊を創出します。

芦原市街地は、地域住民が主体となり温泉地らしい景観形成を促進するとともに、観光案内機能を充実し、県内随一の温泉地にふさわしい観光地づくりを推進します。

### 事業(2事業)

18	金津まちなかエリアの景観づくりと回遊性の創出
19	温泉地にふさわしい景観づくり

## 施策7 ユニバーサルな受け入れ環境づくり

市内全域において、外国人、障がい者、高齢者、妊婦など誰もが快適に過ごせるユニバーサルツーリズムを推進します。宿泊施設や店舗において、キャッシュレス決済や免税店の導入を促進し、外国人観光客がストレスなく滞在できる環境整備の促進や多言語表示を含む統一的な案内看板やサイン整備を推進します。

また、マタニティ層やシニア層を対象にしたユニバーサルツアーや入浴介助サービスの導入、ユニバーサルタクシーなど、安心して休養・療養できるサービスから移動の配慮まで、総合的な視点でサービスを充実します。

### 事業(4事業)

20	案内看板・サインなどにおける多言語表示の整備促進
21	Wi-Fi環境の整備促進
22	キャッシュレス決済システムや免税店の導入促進
23	ユニバーサルツーリズムの推進

### ■戦略の方針

観光客の動向やニーズなどのマーケティングに基づいて、首都圏や外国人など新たなターゲット層の観光客を誘うため、あわらならではの特別感のある観光ルートや旅行商品、土産品、サービスの企画・開発や販売拠点の充実を目指します。

あわら市の自然や歴史、文化、食などこれまで住民にとって当たり前のものが、外国人観光客にとってはお金を払ってでも体験したい価値がある可能性があります。これらの観光素材のニーズの把握や磨き上げにより、新たな体験プログラムやサービスの提供、新規ビジネスを創出し、観光消費額の増加を目指します。

### 施策8 マーケティングの実施と活用

ターゲット層に対して、求められているサービスや商品がマッチしているか、的確に情報発信がされているかなどのマーケティング調査を実施します。これを踏まえ、ターゲット層のニーズに即した媒体でコンテンツを届け、マーケティングデータに裏打ちされた旅行商品の開発を推進します。調査で得られたデータは、宿泊施設や店舗など観光事業者と共有し、その中身を検証します。

あわらファンクラブを活用したニーズ調査やお客様の満足度調査、クレームの情報収集により、商品開発へフィードバックし、信頼度や満足度の向上に努めます。

#### 事業(2事業)

24	マーケティング調査システムの検討とデータの活用
25	「あわらファンクラブ」と「お客様の声」の活用

### 施策9 「あわらならではの」の旅行商品やお土産の開発

磨き上げた観光素材や観光エリア、「あわらならではの」の食や体験を結び、各エリアとあわら温泉が連携した着地型旅行や教育旅行、外国人向けの体験旅行商品の企画・開発・販売を推進します。

温泉と農業体験による健康づくりをテーマにした着地型体験プログラムや、他都市との連携による温泉宿泊地としての強みを活かした教育旅行プログラム、「あわらならではの」の歴史・文化、食を活かした外国人目線による体験プログラムの企画・開発を推進します。

訪れた人が手に取りたくなるような高付加価値、高品質、デザイン性に優れた「あわらならではの」の四季折々の農産物を活かしたスイーツやお土産などの企画・開発・販売を促進します。

#### 事業(6事業)

26	温泉と農業と健康に特化した滞在プログラムの開発
27	地域の祭や伝統行事を活かした体験型旅行商品の開発
28	教育旅行誘致のためのプログラム開発
29	外国人が楽しめる体験プログラムの充実や新たなサービスの開発
30	他市町と連携した周遊型旅行商品の開発
31	高付加価値で魅力的なスイーツやお土産の開発

■戦略の方針

インターネットやSNSを活用し、時代のニーズに応じた情報発信を強化するとともに、旅行会社や交通事業者、テレビ、ラジオ、雑誌、新聞などのメディアやあわら市ゆかりの人物などへの戦略的なセールス活動を推進します。

北陸新幹線芦原温泉駅開業を踏まえ、首都圏や外国人観光客を新たなターゲット層として、様々な団体と連携した周遊・滞在型商品の共同開発や共同プロモーションを推進します。民間企業、県、周辺市町、観光関連団体との連携やトップセールスによる営業活動を推進します。

施策10 戦略的な情報発信

情報化時代の今、SNSなどで簡単に情報の入手と発信ができる時代であり、やみくもに情報発信をしても埋もれていくことから、ターゲットとする層のニーズを的確にとらえ、インバウンド観光にも影響力の強いインターネットやSNS、インフルエンサーの活用など、観光客として来訪してほしいターゲット層を見据え、投資効果の高い、効率的・効果的なプロモーションを展開します。

事業(4事業)

32	SNSやインフルエンサーなど、インターネットを活用した情報発信
33	各種メディア(テレビ、ラジオ、雑誌など)を活用した情報発信
34	戦略的な海外プロモーションの実施
35	県及び昇龍道などと連携した情報発信強化

施策11 様々な団体と連携した営業活動や旅行商品の共同開発

北陸新幹線芦原温泉駅開業を見据え、新たなターゲット層である首都圏やインバウンドを対象にした営業活動や旅行商品の開発を推進するとともに、引き続き、関西・中京圏の観光客の誘客を強化します。

交通事業者や旅行会社、県や周辺市町、観光関連団体と連携したキャンペーンやプロモーション、トップセールスなどによる営業を強化します。これらの経験と実績を踏まえ、2025年の大阪万博などに訪れる外国人観光客のあわら市への誘客を推進します。

事業(5事業)

36	越前加賀インバウンド推進機構による誘客拡大
37	旅行会社への営業強化と商品造成促進
38	教育旅行、MICEの誘致
39	交通事業者や旅行会社と連携した誘客キャンペーンやイベントの展開
40	海外都市交流事業でのPRやトップセールスの実施

### ■戦略の方針

市内交通事業者と連携をとりながら、公共交通機関の利便性を高めるとともに、鉄道やバス、タクシー、レンタカー、レンタサイクルなどを充実させ、観光地へのアクセスや観光地間の周遊性を高めます。

インバウンド誘客を踏まえ、小松空港など周辺の主要空港や全線開通を控えた中部縦貫自動車道を活かした広域連携を強化します。

県や近隣市町との連携の強化や広域的な観光ルートの開発により観光客の周遊性を高め、滞在時間を延ばすため、効果的な広域観光情報の発信や周遊・滞在型商品の共同開発・共同プロモーションを展開します。

### 施策12 市内外を結ぶ二次交通ネットワークの形成

市内外の観光エリアを結ぶ二次交通ネットワーク形成を推進します。推進に当たっては、市内交通事業者と連携をとりながら、公共交通機関の利便性を高めるとともに、レンタカーやレンタサイクルなど実証実験で検証し、観光案内所間のネットワークや相互連携によるサービスや運営のシステムを確立し、実施します。

#### 事業(3事業)

41	えちぜん鉄道及びバスを活用した移動手段の充実
42	タクシーやレンタカーを活用した移動手段の充実
43	レンタサイクルやライドシェアの導入促進

### 施策13 広域観光ネットワークの活用

広域連携については、北陸新幹線の福井県の北の玄関口となるJR芦原温泉駅の総合的な観光案内と県内随一のあわら温泉という宿泊観光地としてのポジションを踏まえ、県内観光地を広域的に結び付け、市町の垣根を越えたネットワークづくりを推進します。

インバウンド観光として、周辺主要空港や全線開通を控えた中部縦貫自動車道など広域インフラと連携しながら、確実に快適に結ぶ交通ネットワークを整備します。

連携中枢都市や周辺市町の歴史・文化やものづくり体験プログラムと、あわら市の温泉宿泊地の特性を組み合わせた体験・滞在型商品を開発するため、他市町や旅行会社、交通事業者への営業訪問や招聘を積極的に展開し、外国人観光客や県外客を誘致する周遊・滞在型商品の共同開発を推進します。

#### 事業(3事業)

44	市内外の観光案内所間のネットワークづくりと相互連携
45	高速道路や周辺空港など高速交通ネットワークの活用
46	連携中枢都市や周辺市町との連携強化

■戦略の方針

幼少期から地域への関心を持ち、新たな発見や好奇心を持って様々な活動に参加するなど、ふるさとを愛する市民の育成と、多世代が連携して地域づくりに取り組むことを通じて、あわら市への愛着の醸成を図り、次世代に継承する人づくり、地域づくりを進めます。

観光客に感動を与えるおもてなし環境を整えるとともに、観光コンシェルジュや語り部、市民ガイドを育成します。また観光産業を担う人材の確保や育成を強化します。

施策14 市民のおもてなし意識の醸成

観光事業に携わる従業員を対象に、接客能力を向上させる研修会を定期的で開催し、お客様を迎え入れるおもてなし意識の改革や第三者的な観点での課題把握や改善に取り組みます。

ふるさと教育や若年層への観光情報発信、小学生向け観光おもてなし講座やジュニアガイドクラブの設立、小学生・中学生・高校生にも対象を拡大したガイド育成事業など、大人のガイド団体と連携しながら、市内を案内する活動を通じて、ホスピタリティやおもてなしの心、コミュニケーション力、実践力を身に付け、定住やUターンができる観光まちづくり・人づくりを推進します。

事業(2事業)

47	観光事業従事者の確保とおもてなし意識やサービス力の向上
48	市民の地域に対する愛着醸成

施策15 観光コンシェルジュや観光ガイドの育成

北陸新幹線芦原温泉駅開業により、首都圏や外国からの来訪客が増加することが予想され、様々な観光客のニーズに対応できる観光コンシェルジュを育成・雇用します。観光コンシェルジュは、コミュニケーション能力、販売力、知識力、提案力を備え、農林漁業者や商工業者、観光事業者と連携して旅行商品を企画・開発できる人材を長期的な視点で育成します。

外国人観光客への適切な情報提供及び満足度を向上させるため、観光案内所職員、宿泊施設従業員、商業施設従業員、観光ガイドなど観光に関わる人材を対象に語学研修を推進します。

あわら市の歴史や文化、食の魅力を伝える観光ガイドや語り部の研鑽を継続するとともに、観光ガイドネットワークを設立し、観光ガイドの登録や次世代の育成も見据えた運用手法や運用体制の構築を推進します。

事業(2事業)

49	観光コンシェルジュの雇用・育成
50	案内所職員・観光事業者・観光ガイドを対象とした外国語研修

## 施策16 観光推進体制の強化

本プランの推進に当たっては、行政や観光協会、農林漁業、商工業、観光業にわたる観光関連事業者、市民・一般企業が観光振興の重要性や相互の役割を共有し、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、協働による推進体制を構築します。

### 事業(2事業)

51	観光ガイドネットワークの構築と継続的な研鑽の実施
52	観光振興課と観光協会の体制強化

## 戦略Ⅶ 招く 世界から招く受入環境の整備

### ■戦略の方針

今後、訪日外国人客のリピーターは都市圏から、独自の生活文化や祭りなどの特別体験を求めて地方へ旅をするトレンドに移行する時期を迎えると言われており、そうした訪日外国人観光客を戦略的に誘客するために、あわらならではの特別感のある体験プログラムや土産品の開発、多言語表記、人材の確保と育成など、ストレスなく滞在できる環境の整備を強化します。

#### 施策2 自然・歴史・文化・食などの観光資源の磨き上げ(再掲)

##### 事業(1事業)

6	文化財や郷土歴史資料館の活用促進(再掲)
---	----------------------

#### 施策7 ユニバーサルな受け入れ環境づくり(再掲)

##### 事業(4事業)

20	案内看板・サインなどにおける多言語表示の整備促進(再掲)
21	Wi-Fi環境の整備促進(再掲)
22	キャッシュレス決済システムや免税店の導入促進(再掲)
23	ユニバーサルツーリズムの推進(再掲)

#### 施策9 「あわらならでは」の旅行商品やお土産の開発(再掲)

##### 事業(3事業)

27	地域の祭や伝統行事を活かした体験型旅行商品の開発(再掲)
29	外国人が楽しめる体験プログラムの充実や新たなサービスの開発(再掲)
31	高付加価値で魅力的なスイーツやお土産の開発(再掲)

#### 施策10 戦略的な情報発信(再掲)

##### 事業(2事業)

34	戦略的な海外プロモーションの実施(再掲)
35	県及び昇龍道などと連携した情報発信強化(再掲)

#### 施策11 様々な団体と連携した営業活動や旅行商品の共同開発(再掲)

##### 事業(2事業)

36	越前加賀インバウンド推進機構による誘客拡大(再掲)
40	海外都市交流事業でのPRやトップセールスの実施(再掲)

#### 施策15 観光コンシェルジュや観光ガイドの育成(再掲)

##### 事業(1事業)

50	案内所職員・観光事業者・観光ガイドを対象とした外国語研修(再掲)
----	----------------------------------

### 3 数値目標

「和心あふれる 国際的な感幸地」の実現を目指し、5年後の2023年の目標値を以下のとおり設定します。

項目	現状(2018年)	目標(2023年)
観光入込客数	173万人	220万人
宿泊客数	82万人	100万人
宿泊客数のうち 外国人宿泊客数	2万人	5万人
観光消費額	186億円	239億円

#### (1) 観光入込客数、宿泊客数、日帰り客数

2023年度の目標は、宿泊客数100万人と日帰り客数120万人を合わせた観光入込客数220万人、宿泊客数のうち外国人宿泊客数5万人を目指します。滞在体験型観光や土産品商品の開発や観光拠点の創出により、滞在時間の増加と新たな成長分野である外国人宿泊客数の増加を目指します。

#### ■観光入込客数、宿泊客数、日帰り客数、外国人宿泊客数の目標値

	2018年見込	2019年目標	2020年目標	2021年目標	2022年目標	2023年目標
観光入込客数	172.6万人	180.0万人	182.4万人	184.9万人	190.2万人	220.0万人
(前年比)	94.8%	104.3%	101.3%	101.4%	102.9%	115.7%
宿泊客数	81.6万人	83.1万人	84.5万人	85.9万人	89.3万人	100.0万人
(前年比)	98.2%	101.8%	101.7%	101.7%	104.0%	112.0%
日帰り客数	91.0万人	97.0万人	98.0万人	98.9万人	100.9万人	120.0万人
(前年比)	92.1%	106.6%	101.0%	100.9%	102.0%	118.9%
宿泊客数のうち 外国人宿泊客数	1.5万人	2.5万人	3.0万人	3.5万人	4.0万人	5.0万人
(前年比)	132.4%	166.7%	120.0%	116.7%	114.3%	125.0%

#### 【算出方法】

- 2019年は、2018年が大雪で大幅減となった影響を加味し2017年と同程度に回復することを想定した。
- 北陸新幹線金沢開業時のあわら市や先進地(金沢、宇奈月)の入込客数が開業年時に15%前後アップしていることを踏まえ、同程度を設定した。



## (2) 観光消費額

観光消費額は、農林漁業、商工業を含む裾野の広い観光業として、地域経済への波及規模を踏まえ、2023年の目標値を239億円に設定します。

### ■観光消費額の目標値

	2018年推計	2019年目標	2020年目標	2021年目標	2022年目標	2023年目標
県外宿泊客消費単価	23,600円	23,600円	23,600円	23,600円	23,600円	23,600円
県外日帰り客消費単価	2,100円	2,100円	2,100円	2,100円	2,600円	2,600円
県内宿泊客消費単価	12,700円	12,700円	12,700円	12,700円	12,700円	12,700円
県内日帰り客消費単価	2,000円	2,000円	2,000円	2,000円	2,500円	2,500円
観光消費額合計	186億円	190億円	193億円	197億円	210億円	239億円
(対前年比)	—	102.2%	101.6%	102.1%	106.7%	113.8%

#### 【算出方法】

- 観光消費額＝宿泊客消費単価×宿泊観光客数＋日帰り客消費単価×日帰り客数、県内・県外の内訳はあわら市の入込客数の発表に準ずる。
- 県内、県外の宿泊客の消費単価は、2017年の「福井県観光客入込数(推計)」の値をもとに設定。県内、県外の日帰り客の消費単価は日帰り入込客数と、各施設の想定単価を掛け合わせて全体数で割った値とした。

### (3) 観光関連施設などの利用者数

観光関連施設は、日帰り客はもとより宿泊客も利用できるよう体験プログラムや土産品の提供、ガイドや二次交通の充実により、利用者数の増加を目指します。

■ 観光関連施設などの利用者数の目標値

(単位:人)

	2018年見込	2019年目標	2020年目標	2021年目標	2022年目標	2023年目標	2018年に対する増加率
セントピアあわら (前年比)	72,481 79.8%	90,601 125.0%	91,054 100.5%	91,965 101.0%	93,804 102.0%	112,565 120.0%	55.3%
北潟湖畔 (前年比)	75,656 89.6%	83,978 111.0%	84,398 100.5%	84,820 100.5%	86,516 102.0%	100,359 116.0%	32.7%
吉崎御坊 (前年比)	51,968 98.6%	51,968 100.0%	52,228 100.5%	52,489 100.5%	53,014 101.0%	61,496 116.0%	18.3%
金津創作の森 (前年比)	103,167 108.5%	103,167 100.0%	103,683 100.5%	103,683 100.0%	105,756 102.0%	126,907 120.0%	23.0%
ゴルフ場 (前年比)	126,054 94.6%	133,617 106.0%	134,285 100.5%	134,957 100.5%	137,656 102.0%	159,681 116.0%	26.7%
湯けむり横丁 (前年比)	59,968 91.4%	64,765 108.0%	65,089 100.5%	65,740 101.0%	67,055 102.0%	77,784 116.0%	29.7%
芦湯 (前年比)	140,157 95.3%	145,763 104.0%	147,221 101.0%	148,693 101.0%	152,410 102.5%	182,892 120.0%	30.5%
きららの丘 (前年比)	201,173 71.4%	254,685 126.6%	257,232 101.0%	259,804 101.0%	265,000 102.0%	307,400 116.0%	52.8%
その他 (前年比)	79,554 209.1%	42,158 53.0%	44,810 106.3%	47,050 105.0%	47,991 102.0%	70,916 147.8%	-
合計 (前年比)	910,178 92.1%	970,702 106.6%	980,000 101.0%	989,201 100.9%	1,009,202 102.0%	1,200,000 118.9%	31.8%

#### 【算出方法】

■ 2019年は、2018年が大雪で大幅減となった影響を加味し2017年と同程度に回復することを想定した。