

第1章 観光を取り巻く現状と課題

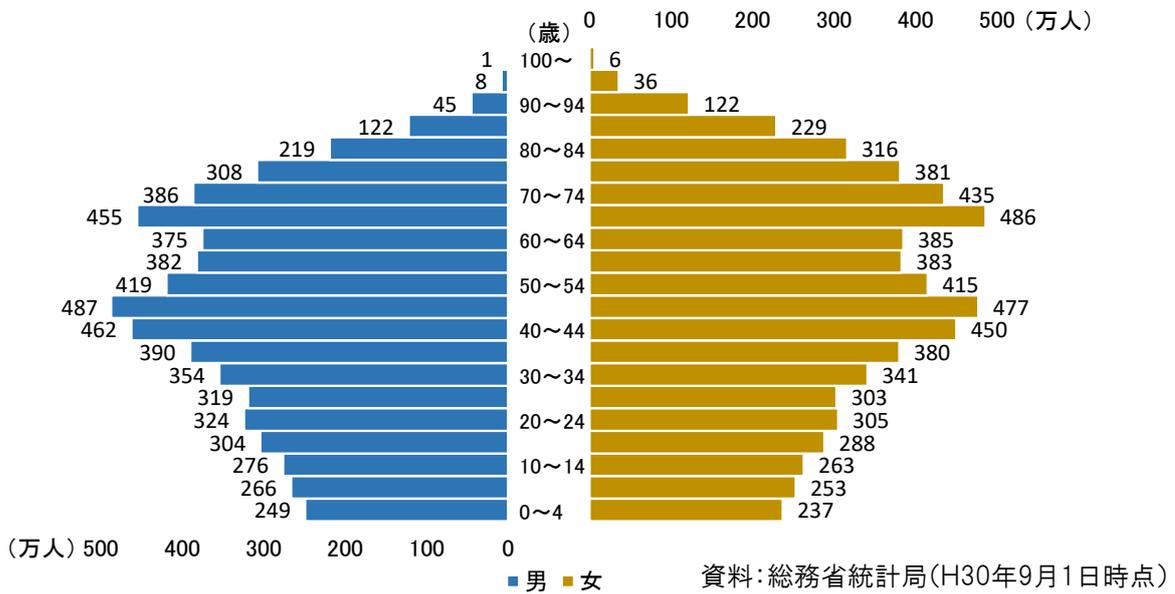
1 観光動向

(1) 観光を取り巻く背景と全国の動向

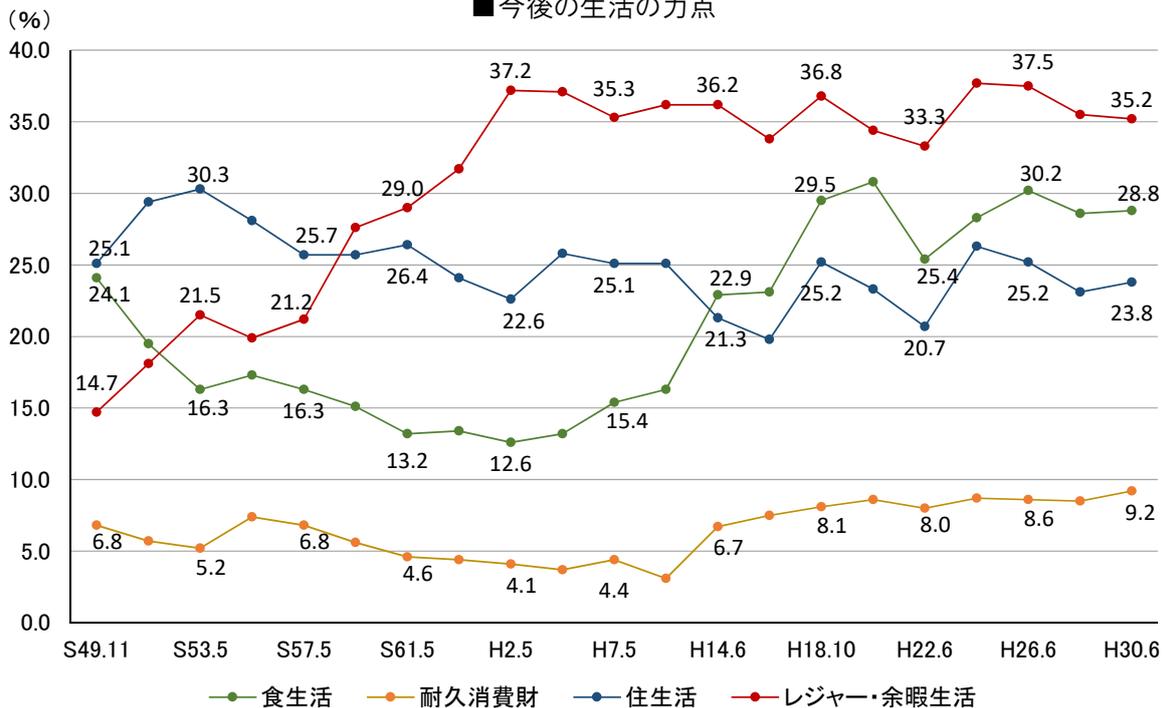
我が国の人口動向は、40～70歳の世代が中心となる少子高齢化の人口構成へと変化し、平均寿命も伸び、人生100年時代へと入ろうとしています。年間総労働時間も、1970年代の2,400時間から現在では1,800時間と自由時間が増加し、生活の力点も、レジャー・余暇生活に移行しています。

国の観光政策としては、2006年に観光推進基本法が制定され、2008年に観光庁を設置し、大型・画一型から個人化・多様化をめざすポストマスツーリズムの方向性へと推移しています。

■全国の人口ピラミッド



■今後の生活の力点



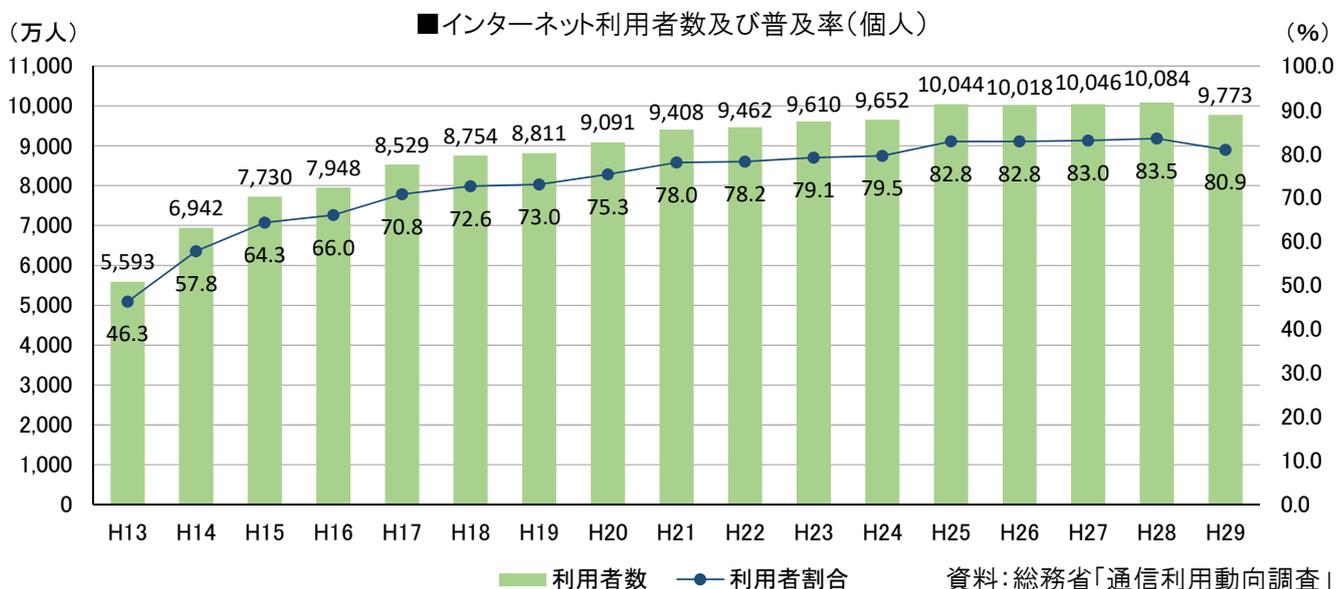
(2) 旅行産業の推移

旅行産業のビジネスモデルは、発地中心の旅行商品から着地中心の商品へと拡大しています。物見遊山を主とする周遊型で大手旅行会社が全国に人を送り出す送客型ビジネス形態のみならず、生活体験を主とする滞在型で、地元団体が主体となって全国から人を集める集客型ビジネスも求められています。

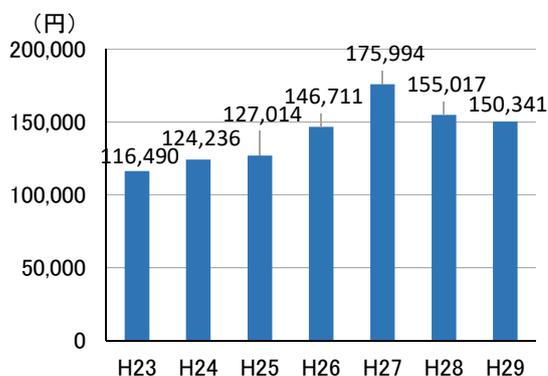
また、この20年でインターネットが普及し、観光客が自らHPやSNSによる情報で旅行先や行程を決めるなど旅行ビジネスの形態も大きく変化しています。

観光商品は、発地型では、訪問先や飲食・買い物先が限定されていましたが、着地型では、地元ならではの体験・交流、学習へと多様化しています。従来は、決まった観光地が地域とかい離して囲い込みをしていましたが、地域全体を観光地として、旅行者が地域や生活を共有する関係へと変化しています。環境や町並みの保全・創造やその地ならではの地域資源を活用した持続可能な観光まちづくりが各地で展開されています。

訪日観光客の観光消費額は、1人あたり約15万円で、宿泊費、飲食費、買い物に占める割合が多くなっています。

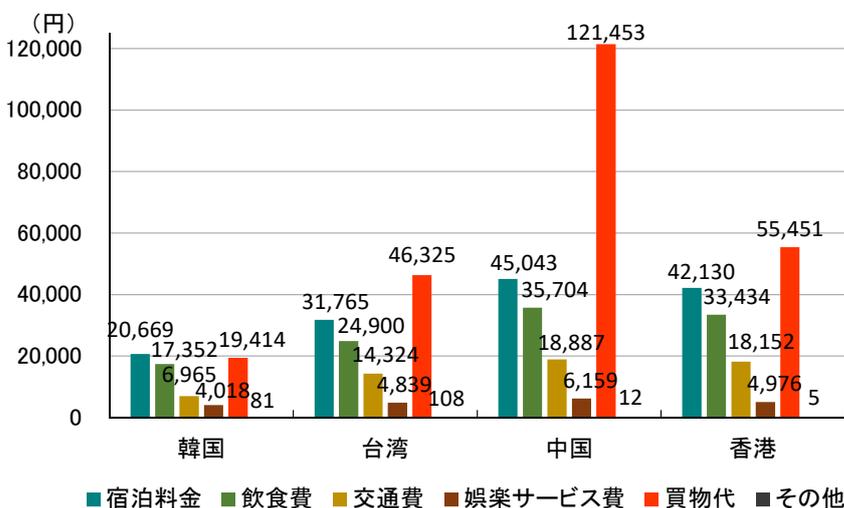


■観光・レジャー目的の訪日外国人
1人当たりの旅行支出額



資料: 日本政府観光局「JNTO」

■観光・レジャー目的の訪日外国人
費目別一人当たりの旅行消費額



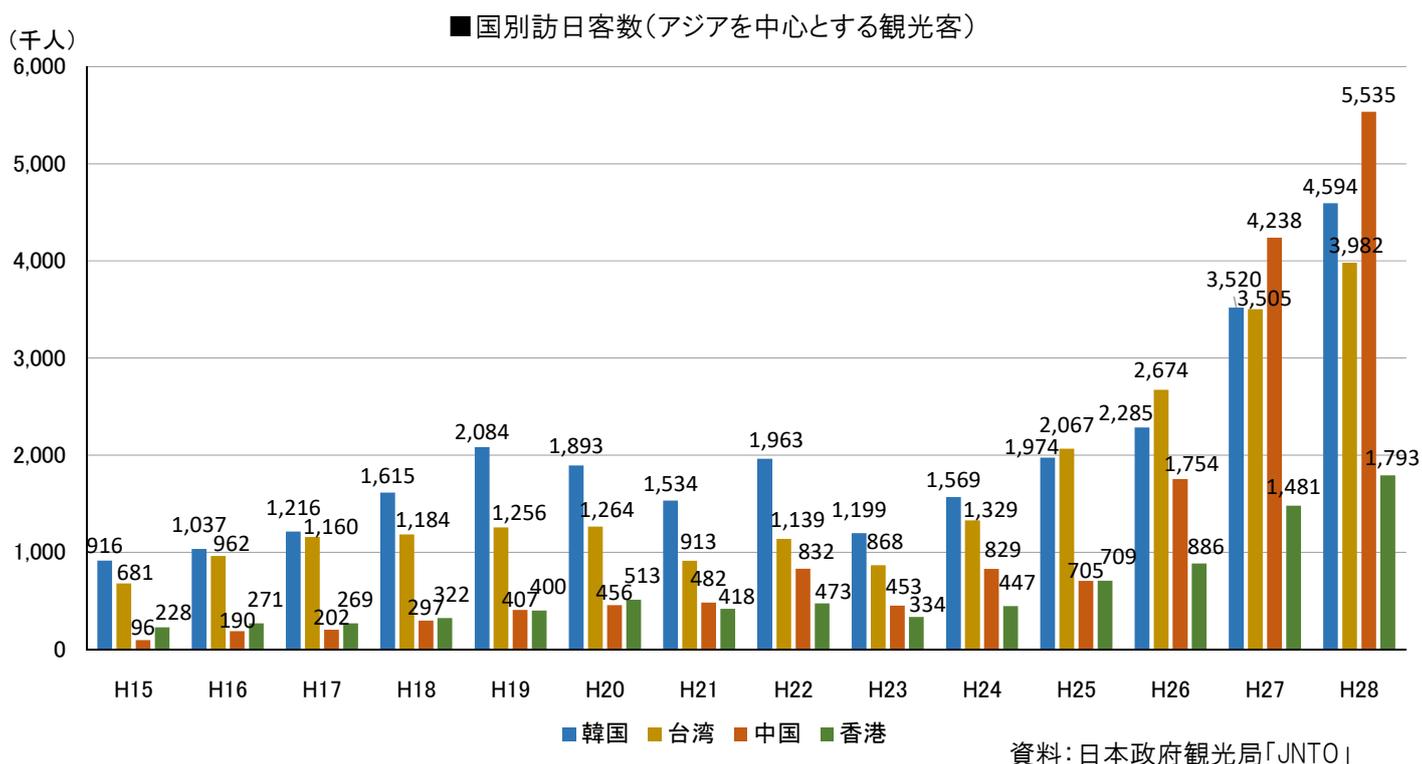
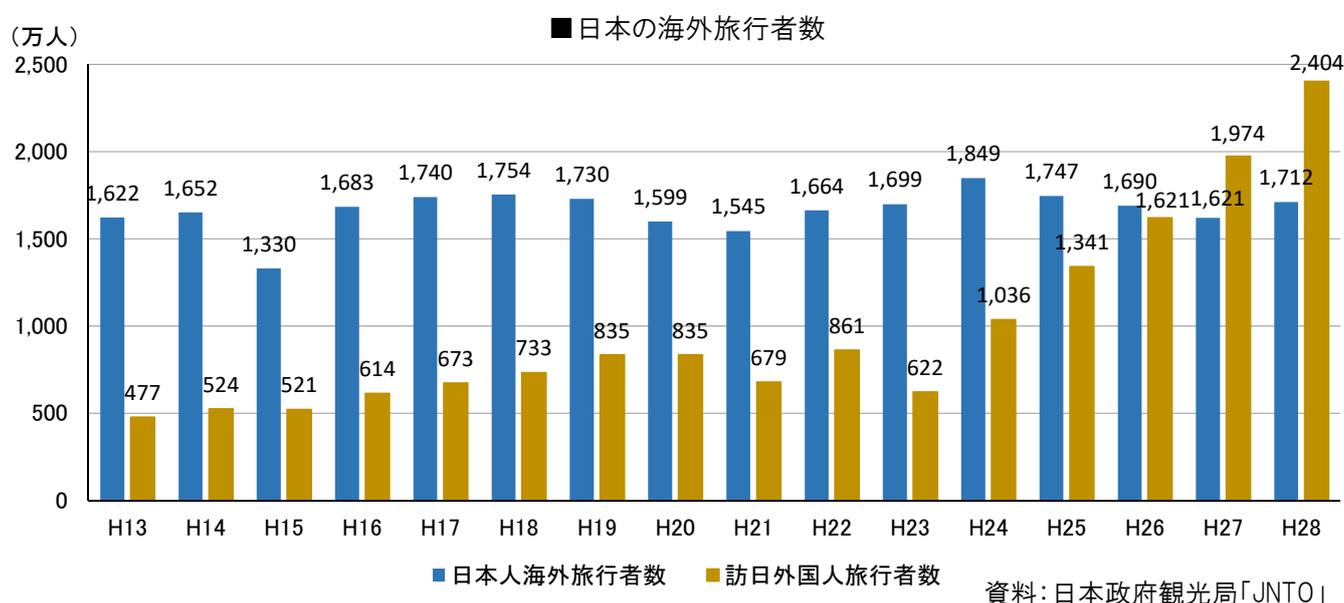
資料: 日本政府観光局「JNTO」

(3) 訪日観光客(インバウンド)の動向

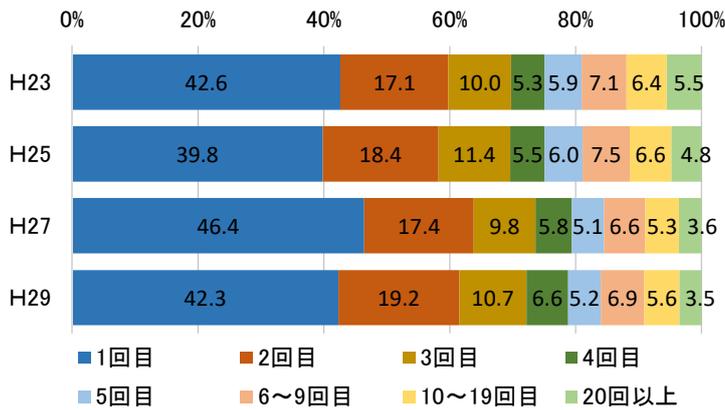
日本への外国人観光客は、平成24年から急速に増加し、平成28年は過去最高の2,404万人となっています。中国、韓国、台湾、香港、タイ、マレーシアといったアジアを中心に急増しており、東京、大阪、京都、福岡など都市圏を中心に経済効果を生み出しています。また、団体旅行から個別旅行へ移行しており、滞在期間も長期化しています。

行動形態は、リピーター化しており、爆買いから生活用品買い、大都市や有名観光地から市場、商店街、ビュースポット、歓楽街、飲食店などディープな地域へと移行しています。

日本のポップカルチャーであるアニメ、ドラマ、映画、ゲームなどのほか、伝統的イベント・ライフスタイル体験である着物・浴衣、餅つき、節分、花火や日本の現代の日常的生活体験である民泊、日常食、神社参詣、銭湯、学校、町家・街並み、農村・漁村、雪景色など、ローカルな魅力再発見へ移行する傾向にあります。

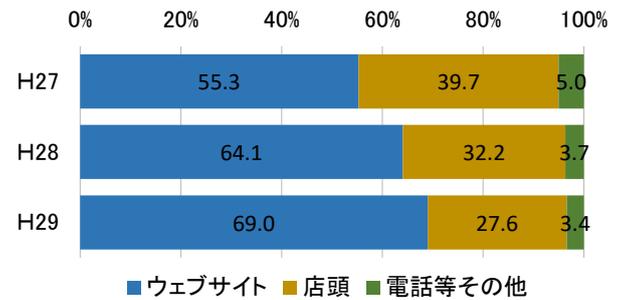


■観光・レジャー目的の訪日回数



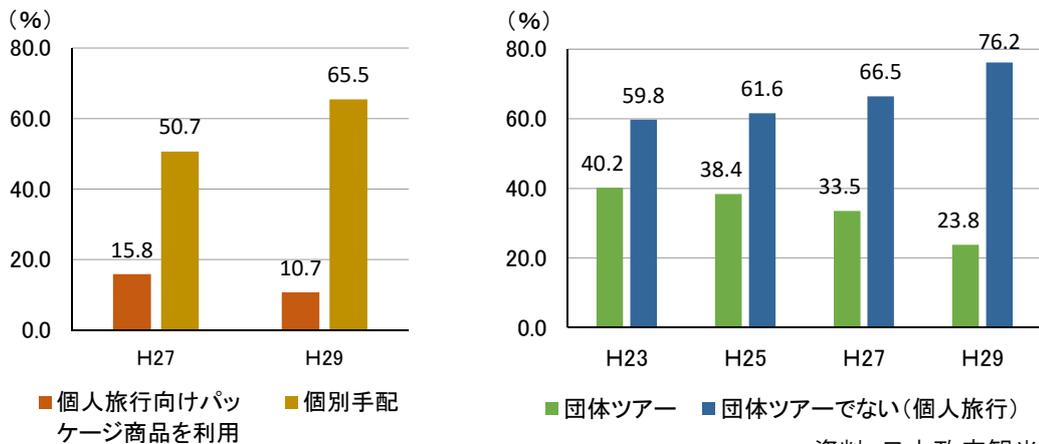
資料：日本政府観光局「JNTO」

■観光・レジャー目的の予約方法



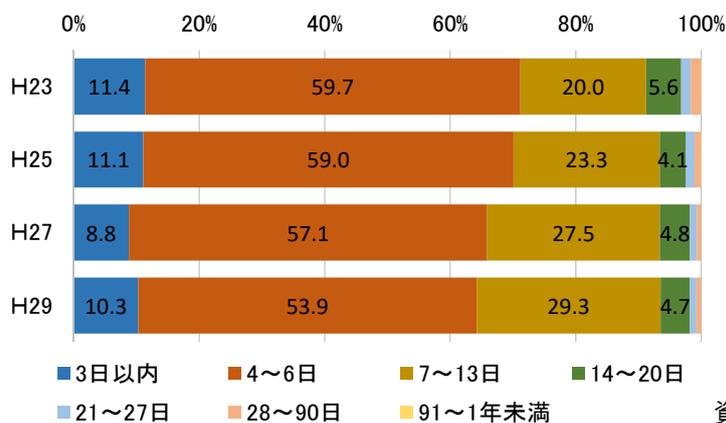
資料：日本政府観光局「JNTO」

■観光・レジャー目的の旅行形態



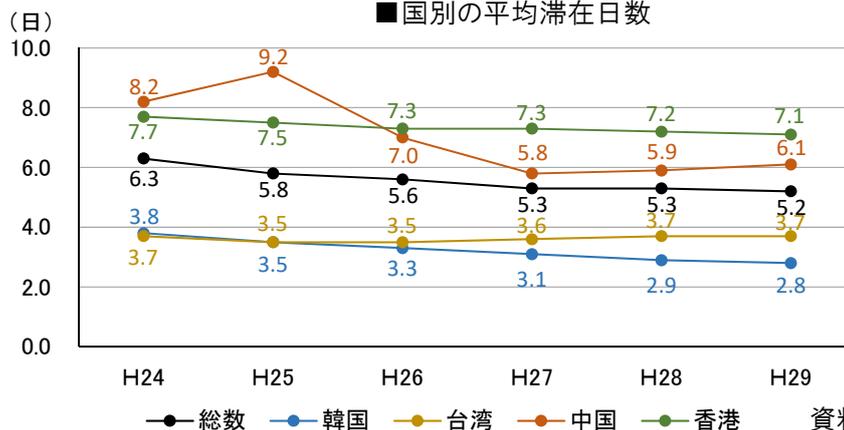
資料：日本政府観光局「JNTO」

■観光・レジャー目的の滞在期間



資料：日本政府観光局「JNTO」

■国別の平均滞在日数



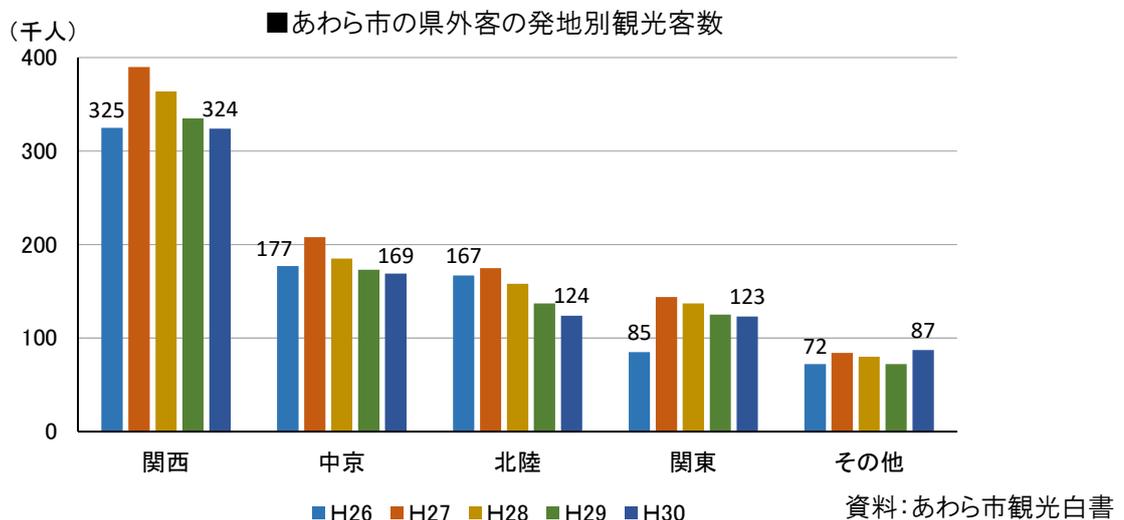
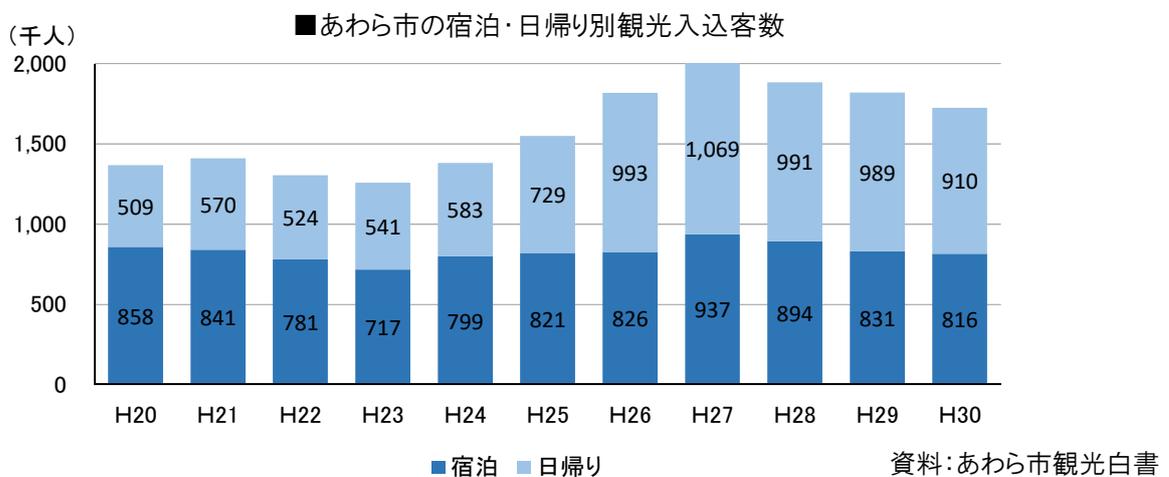
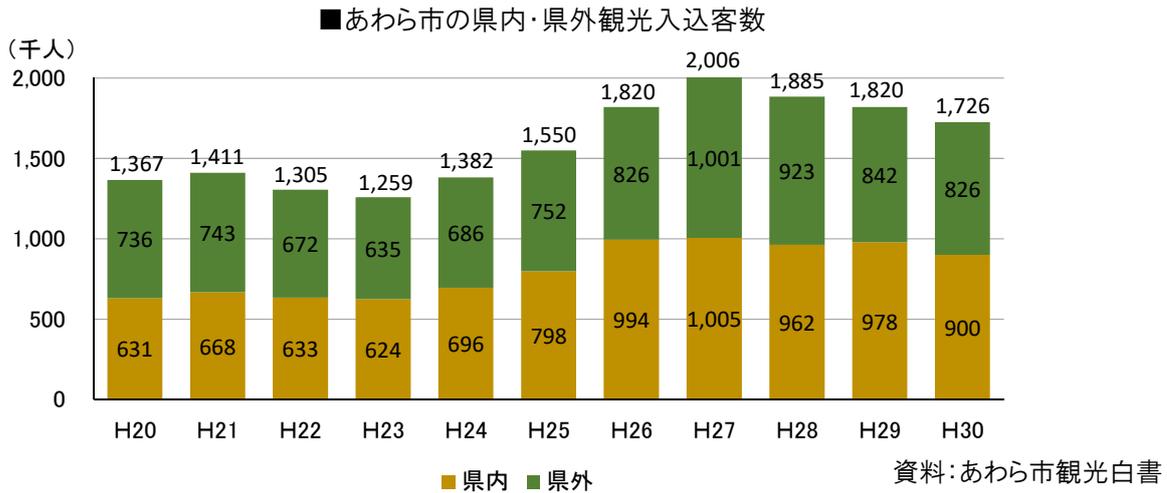
資料：日本政府観光局「JNTO」

2 あわら市の現状

(1) 観光入込客数と宿泊客数の推移

あわら市の観光入込客数は、北陸新幹線金沢開業の平成27年には約200万人に上昇しましたが、平成30年には約173万人となっており、開業前の平成26年の観光入込客数を若干下回る形になりました。

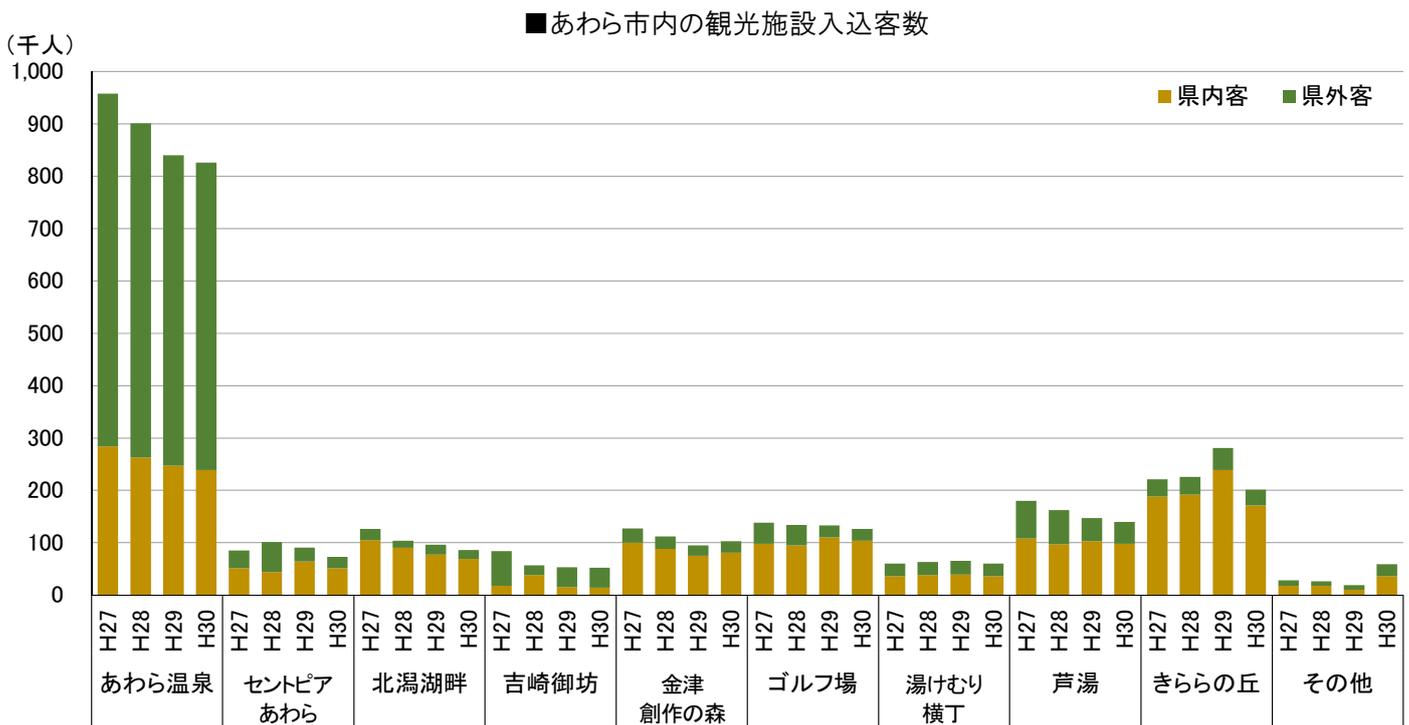
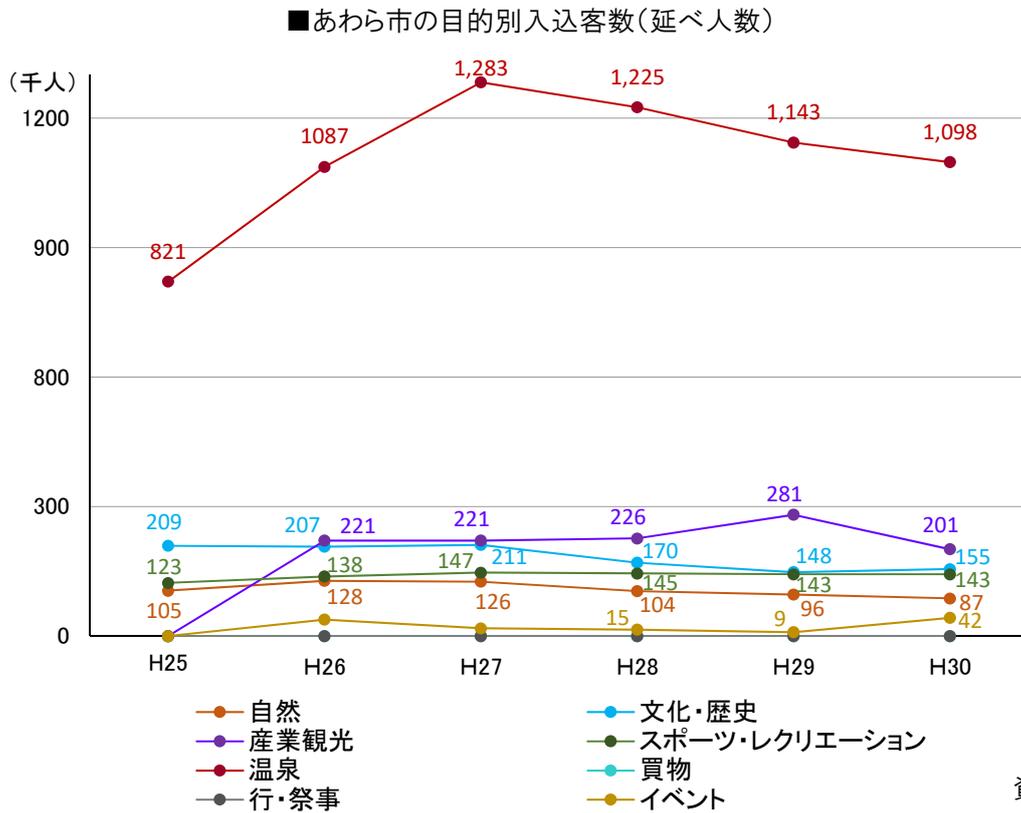
あわら市の宿泊客数においても、平成30年は約82万人で、平成27年の約93万人をピークに減少しています。県外客の発地の内訳をみると、関西方面が最も多く、北陸新幹線金沢開業後は関東方面が増加傾向にあります。



(2) 市内観光地別観光客数の推移

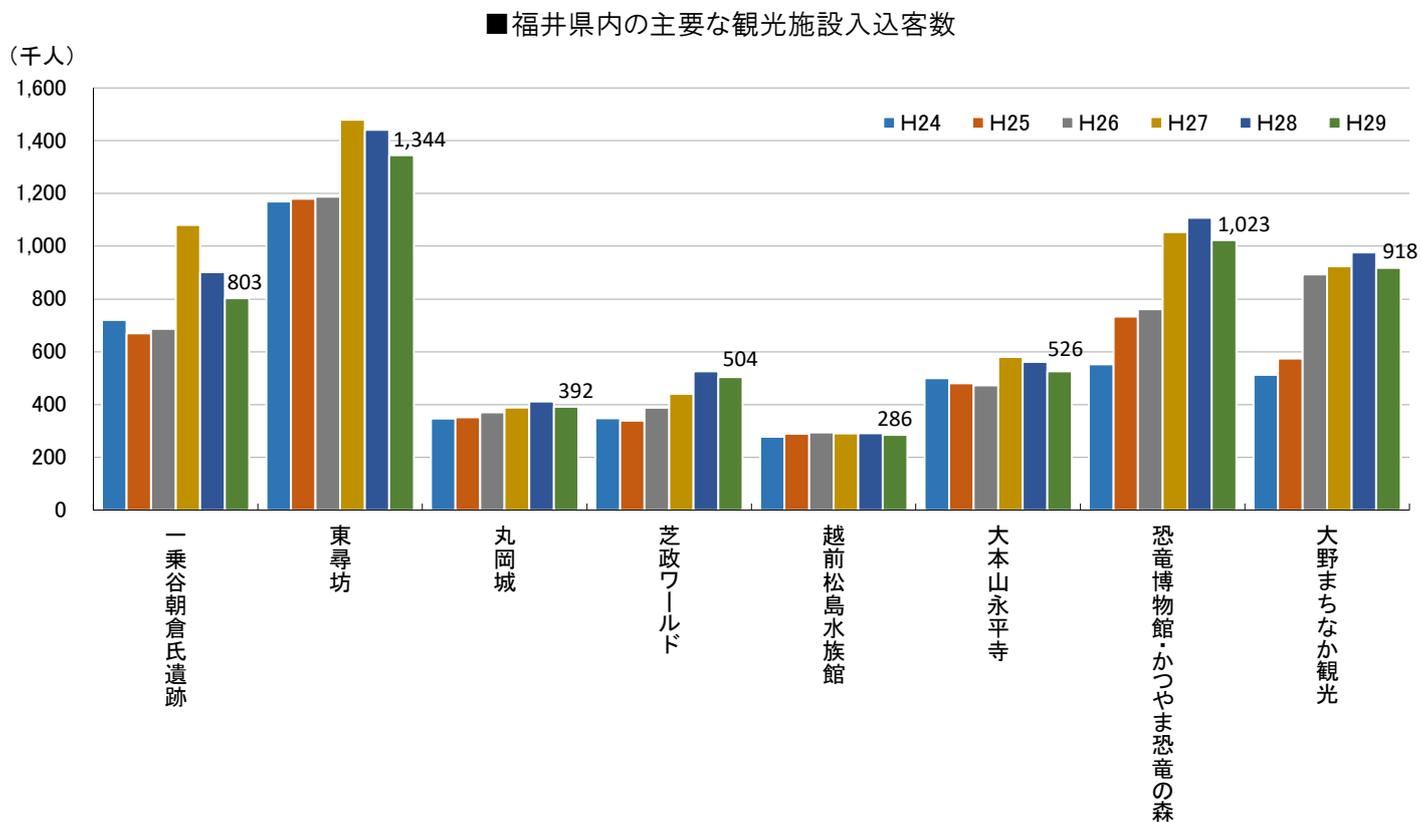
平成30年の目的別入込客数は、温泉が約110万人と最も多く、次いで、産業観光が約20万人となっています。文化・歴史は平成25年から減少傾向にあり、スポーツ・レクリエーションと自然は横ばいとなっています。

観光施設別で見ると、農産物直売所きららの丘が約20万人、芦湯が約15万人、ゴルフ場が約13万人、北潟湖畔、金津創作の森、セントピアあわらが約10万人、屋台村「湯けむり横丁」が約6万人、吉崎御坊が約5万人となっています。



(3) 県内主要観光地の観光客数の推移

坂井・あわらエリア周遊滞在型観光推進計画によると、周辺地域の平成29年の観光客数は、東尋坊が約134万人と最も多く、次いで、福井県立恐竜博物館が約102万人、一乗谷朝倉氏遺跡が約80万人、大本山永平寺が約52万人、丸岡城39万人となっています。



資料：福井県観光客入込数(推計)

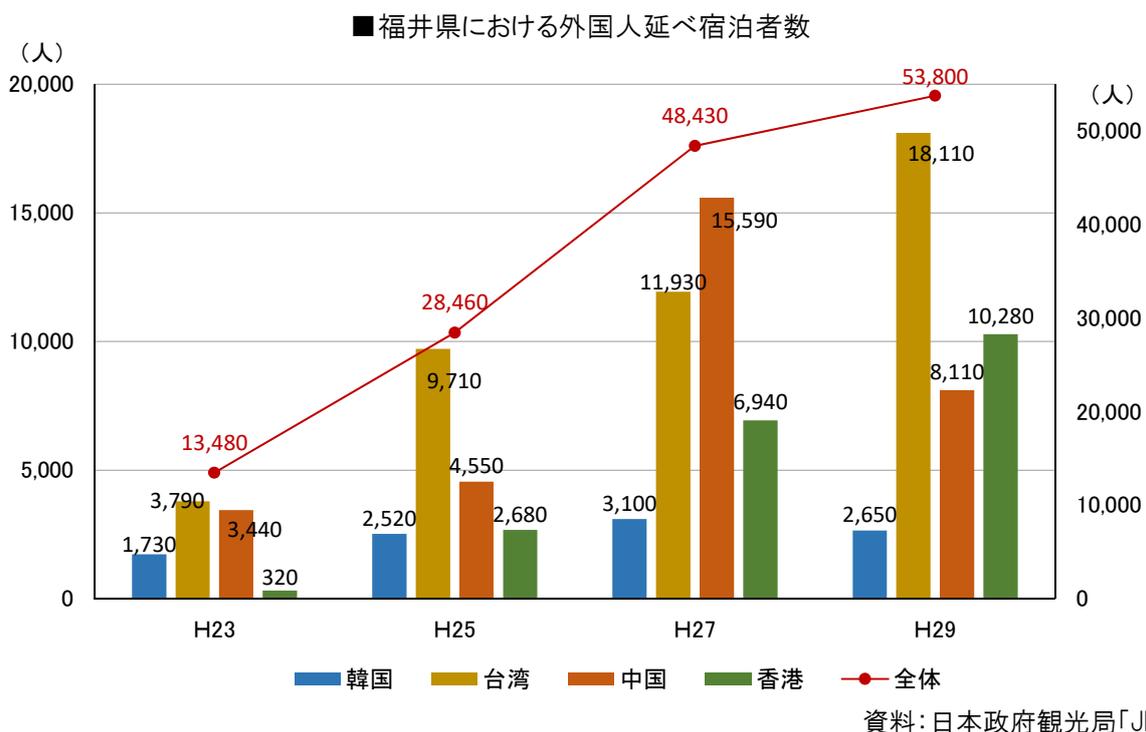
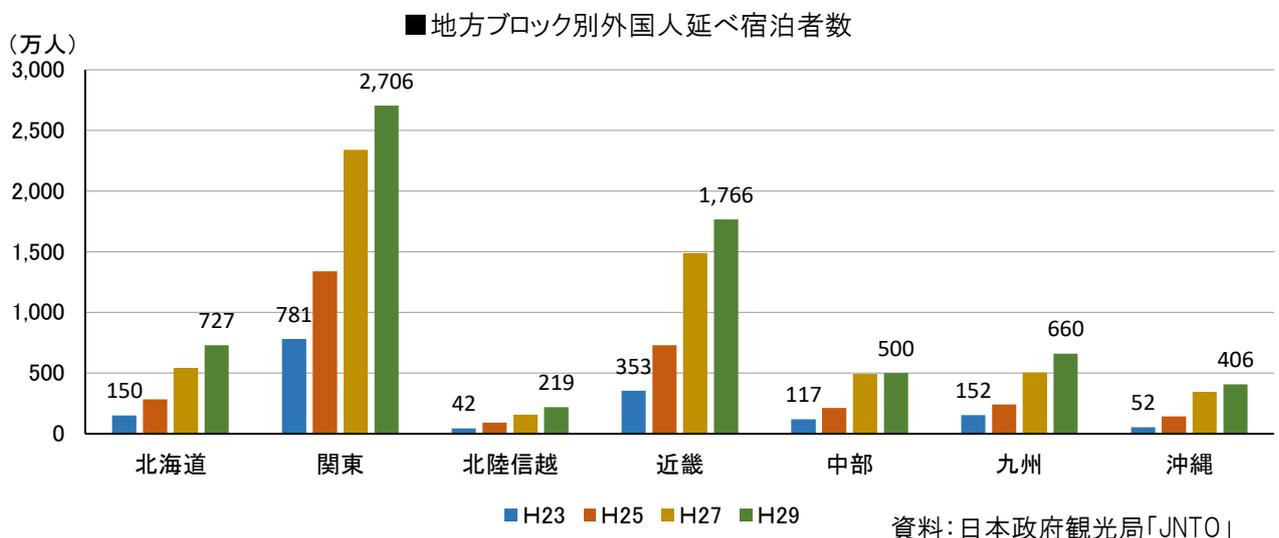
(4) 訪日外国人観光客の推移と旅行情報収集手段

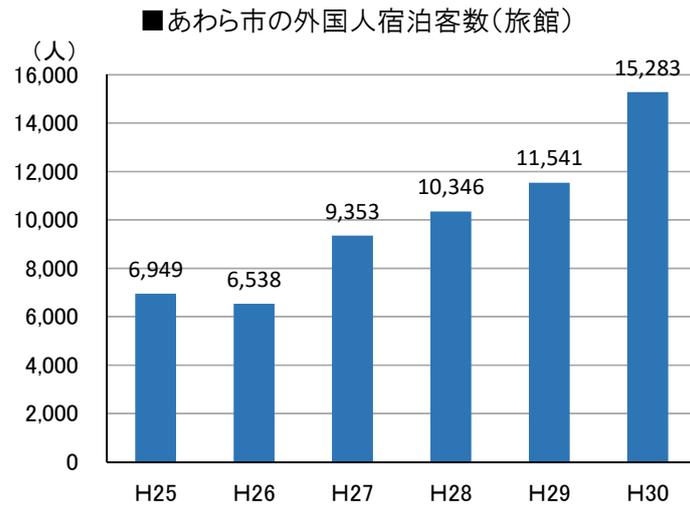
日本国内における訪日外国人の宿泊地としては、関東及び関西に二極化している状況が続いています。福井県における2017年の外国人延べ宿泊者数については、約5万4千人と非常に少ない現状となっていますが、まだまだ伸び代があると言えます。

あわら温泉の外国人宿泊客数は、平成30年は約1万5千人で、前年度から約32%増加しています。全国の訪日観光客数の伸び率が前年比8.7%増であることからみても、大きく伸びています。

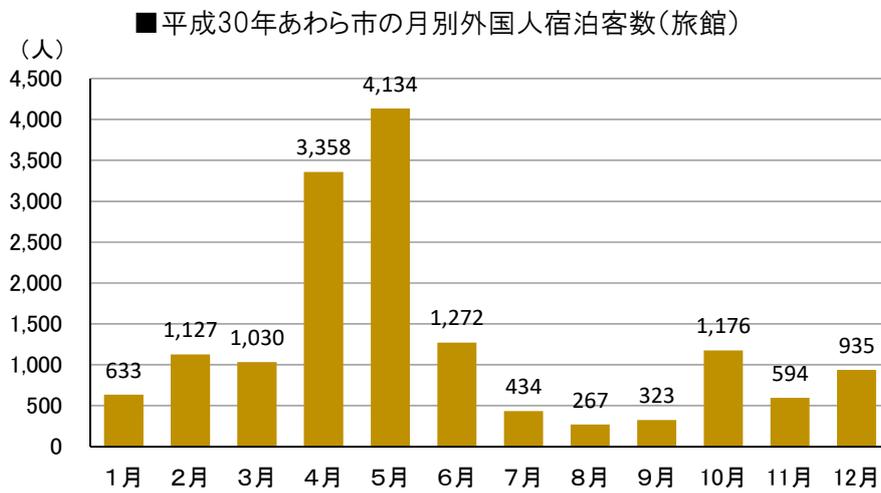
月別にみると、4～5月が多く、立山黒部アルペンルートとセットで販売される団体旅行が多いことが一因であると考えられます。国別でみると、台湾からの観光客が最も多く、次いで香港となっており、この上位2ヶ国で約8割を占めています。

日本を訪れる前の情報手段によると、国や旅行会社のHPや個人ブログ、口コミサイトなどインターネットやSNSが主流となっています。また、日本旅行中の情報収集の手段は、観光案内所やホテル・旅館の従業員、店のスタッフ、無料パンフレット・小冊子が多くなっています。

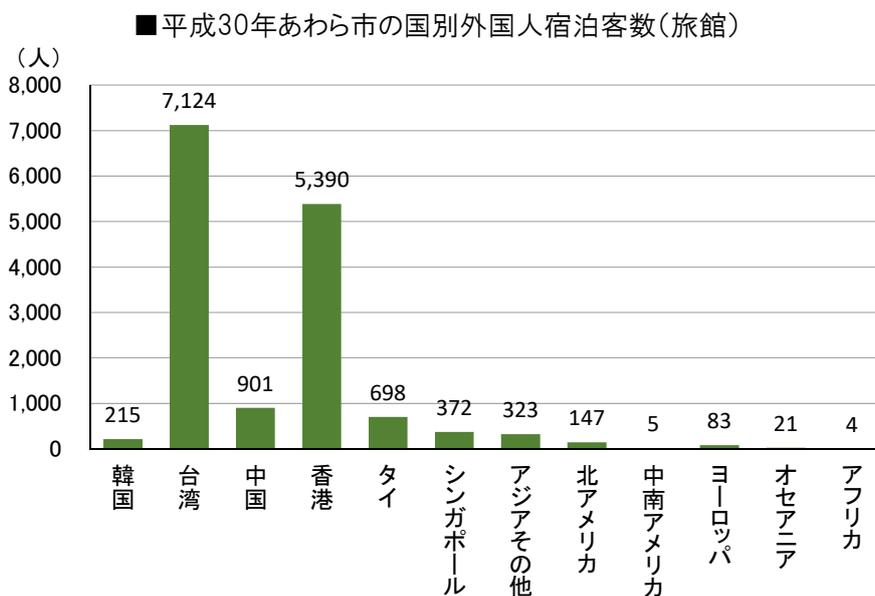




資料:あわら市

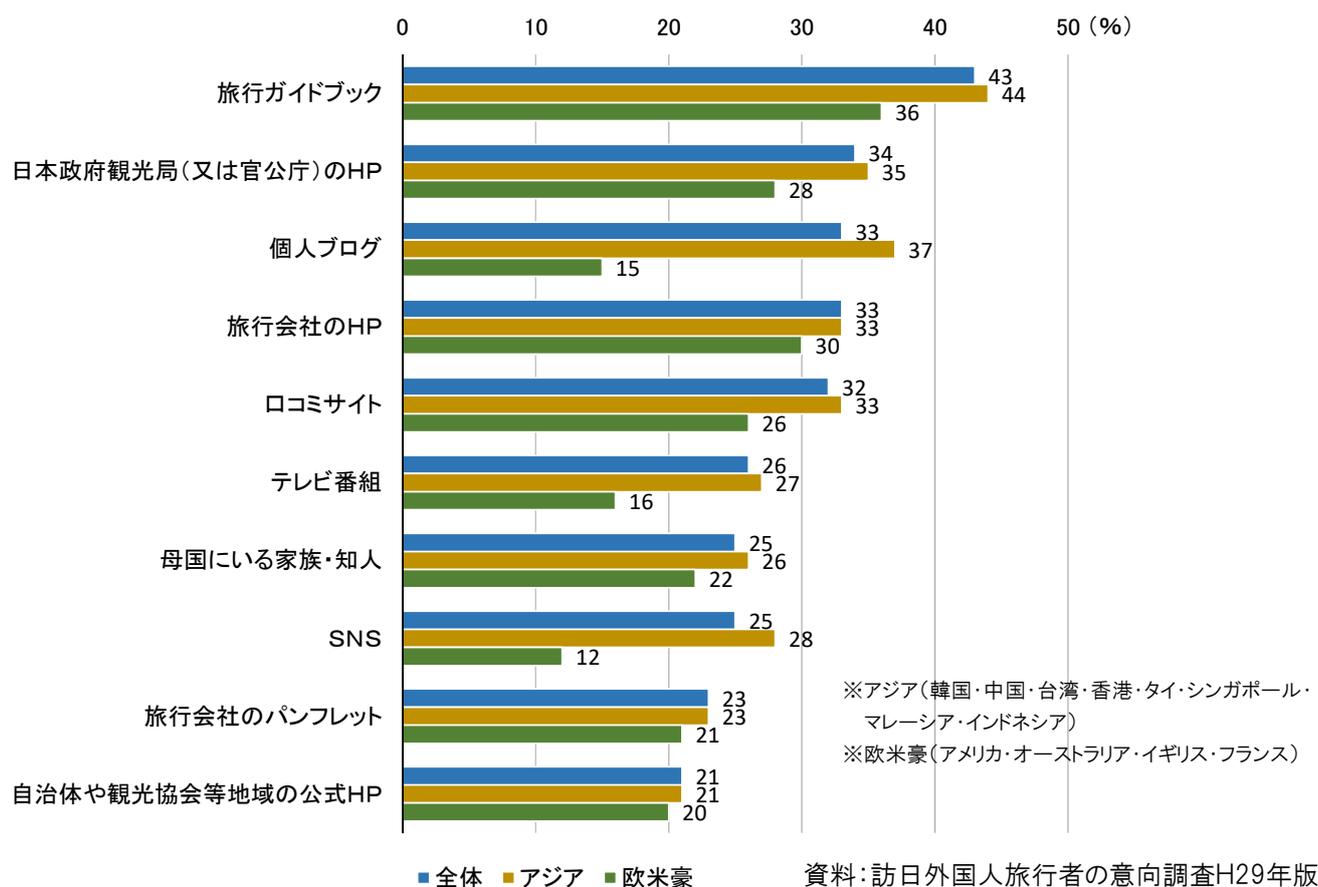


資料:あわら市

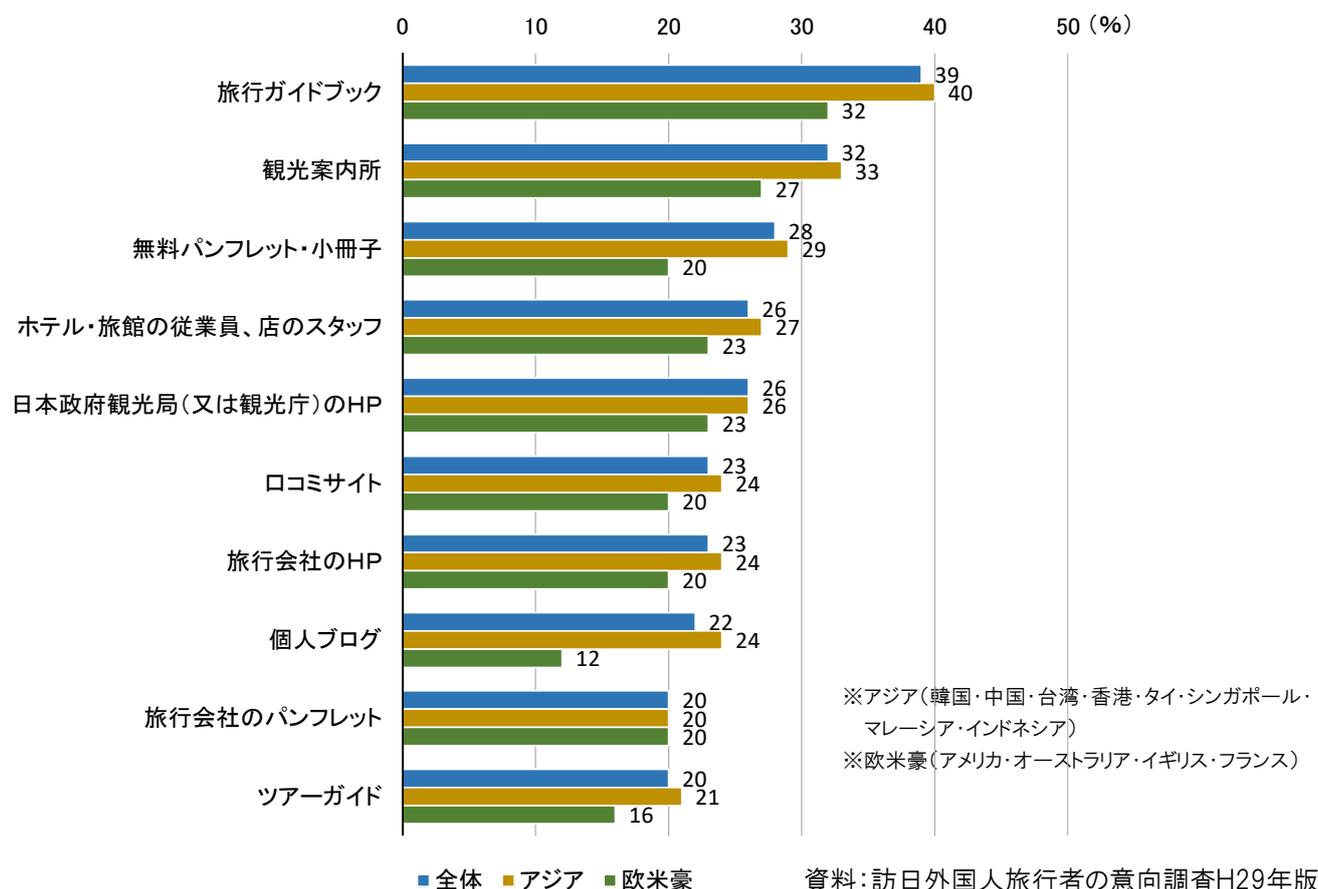


資料:あわら市

■ 日本旅行をする前の情報収集の手段



■ 日本旅行中の情報収集の手段



3 あわら市の観光関連計画

(1) 観光ビジョン

策定者：(一社)あわら市観光協会(平成27年度策定)

基本理念	
<p>『大切な人を世界一幸せにするまち』</p> <p>あわら市の観光の原点、自然の恵み「あわら温泉」で、心がほっとゆermみ、身体が癒されるとともに、あわらを旅し、美味しい空気や食、そしてあたたかな人とふれあうことで、あなたはもちろんのこと、あなたの大切な人を世界一幸せにします。</p>	
戦 略	戦 術
1. 高付加価値な商品を創る	<ul style="list-style-type: none"> ■ 魅力素材を活かした滞在型旅行商品の企画・販売 <ul style="list-style-type: none"> ・あわら厳選おすすめ旅のプログラムの企画・制作・販売 ・効果的で広がりのあるイベントの企画支援、広報支援 ■ 北陸の伝統工芸品などの活用とオリジナル商品の開発 <ul style="list-style-type: none"> ・北陸の伝統工芸品などを活用したあわらのイメージの底上げ ・オリジナル商品の紹介・開発・販売 など
2. プロフェッショナルな人材を育成する	<ul style="list-style-type: none"> ■ 観光コンシェルジュの育成・雇用 <ul style="list-style-type: none"> ・商品企画・開発、販売力、知識力、コミュニケーション能力などを備えた観光コンシェルジュの雇用 ・外国人や障がい者にも対応できる有資格者スタッフなどの充実 ■ 市民ガイド・マイスターの育成・活用 <ul style="list-style-type: none"> ・市民ガイドの育成と市民意識の醸成 ・次世代の子どもを対象とした「あわらジュニアガイドクラブ」の創設 など
3. 本質的な魅力を提供する観光地づくりを推進する	<ul style="list-style-type: none"> ■ 魅力創造・発見拠点(ガイドセンター)の創設 <ul style="list-style-type: none"> ・魅力発信拠点の創設と観光コンシェルジュの配置 ・魅せるツアー展示による誘客・案内 ■ ユニバーサルツーリズムに対応した観光地づくり <ul style="list-style-type: none"> ・外国人・障がい者にやさしいまちづくり ・サイン(案内板)の整備と案内ツールの充実 など
4. 狙いを定めて観光情報を伝える	<ul style="list-style-type: none"> ■ ターゲットを意識した効果的なプロモーションの実施 <ul style="list-style-type: none"> ・「心もカラダも健康、元気」に価値を置く人をターゲットにした徹底的なプロモーション ・インターネットを活用した着地型商品の販売 ■ マーケティングに裏打ちされたプロモーションの実施 <ul style="list-style-type: none"> ・顧客データを活用したプロモーションの実施 ・マーケティング調査に基づいた旅行商品の開発やクオリティ向上 ・旅行会社やマスコミを対象としたファムトリップの実施、マーケティングとプロモーションの同時展開 など

※一般社団法人あわら市観光協会

あわら市の観光事業の振興を図り、観光客の誘致・地域経済の発展及び文化の振興に寄与することを目的とし、平成22年4月に法人化。同9月、着地型旅行商品の企画・販売のため第3種旅行業に「あわらツアーデザインセンター」として登録。法人化による社会的な信用の確保と組織の透明化、あわら市の観光関連分野における地域情報化の推進、良質な情報の一元化と来訪者の満足度の向上、農林漁業者や商工会との連携強化により、グリーンツーリズム・ブルーツーリズム、エコツーリズムといった自然と触れ合う「ほんもの体験」や地元優良企業との連携を図り、地域経済の活性化を図ることを目指す組織

(2) 坂井・あわらエリア周遊滞在型観光推進計画

策定者：坂井・あわらエリア周遊滞在型観光推進委員会（平成28年度策定）

成長戦略		
1. マイカー&レンタカー層を中心とした周遊滞在サービスの開発・構築を推進し、エリアとしての観光力を高めます。 2. 北陸新幹線開通までに二次交通の整備を行い、新たな層を着実に取り込みます。 3. 新市場（首都圏）に向けたわかりやすいブランド・コミュニケーションを構築します。 4. 新市場（首都圏）に対するエリア全体の魅力強化「魅力的なコンテンツの開発」、人的サービスを中心とするサービスを向上します。		
戦略	戦術	
1. 集約のカギとなる「東尋坊&芦原温泉駅（北陸新幹線駅）」を戦略拠点として最大限に機能させる	■ 東尋坊の魅力強化と周遊滞在の戦略拠点化 ■ 芦原温泉駅の魅力強化と周遊滞在の戦略拠点化	
2. 東尋坊&あわら温泉からの周遊滞在化を促進する効果的な二次交通の整備及びホテル・旅館と観光施設の連携強化で集客向上を狙う	■ 戦略的な二次交通施策の構築・展開 ■ ホテル・旅館のPR及び観光施設との連携強化	
3. ファミリー層をターゲットとするリゾート・ゾーンの構築と滞在時間を伸ばすコンテンツの充実を目指す	■ ファミリー層向けのブランディングとプロモーション ■ 滞在コンテンツの拡充	
4. 丸岡城・吉崎御坊・三国湊町という優れた歴史スポットの再構築・シニア層に強く訴求するコンテンツを強化して集客へつなげる	■ 3つの歴史スポットの魅力強化 ■ 3つの歴史の連続創出 ■ 周辺歴史スポットとの連携プロモーションの実現	
5. 独自の自然資源、充実した子ども向けスポット、先進的な体験学習施設を活用して教育旅行の獲得を図る	■ 教育旅行向けの地域ブランドを創出	
推進事業（2017～2020）		
1. ファミリー層を中心とする東尋坊周辺リゾート・ゾーン		
あわら温泉・三国温泉魅力向上推進事業（ブランド・コミュニケーションの開発など）		ソフト
芦原温泉駅・芦原温泉街 景観整備事業（景観向上、空き店舗・既存店舗の改修促進事業）		ハード
2. 東尋坊・丸岡城・吉崎御坊跡・三国湊町をつなげた歴史文化ラインの形成		
歴史ミュージアム・ガイド養成講座		ソフト
歴史文化ライン 周遊促進クーポン&キャンペーン促進事業		ソフト
3. 周遊滞在促進のための基幹整備		
路線バス及びタクシー&レンタカー活用事業（二次交通商品造成）		ソフト
路線バス拡充事業（バス停改修、待合所の整備、運行状況確認システムの構築）		ハード
Wi-Fi整備事業（芦原温泉駅、吉崎御坊跡、北潟湖畔花菖蒲園、北潟湖畔サイクリングパーク）		ハード
観光看板整備事業（多言語表記、ピクトグラム）		ハード
北陸新幹線芦原温泉駅整備事業（駅舎整備）		ハード
芦原温泉駅観光案内所整備事業		ハード
観光客動向調査		ソフト

※坂井・あわらエリア周遊滞在型観光推進委員会
坂井市とあわら市の周遊滞在ツアーを推進する委員会

(3)越前加賀インバウンド推進機構中期戦略及び事業実施計画

策定者：越前加賀インバウンド推進機構(平成28年度策定)

コンセプト	越前加賀の新ブランド体系「ホワイトヒーリング」 白山を仰ぎ、白山の恵みによって育まれた越前加賀の自然や人の営み、 景観、歴史、温泉、食、宗教文化、日本文化、禅、四季
ターゲットの設定	香港、台湾、タイ(現状の最多来訪国、親日で礼儀正しい国)
戦略コンセプト	魅力マッチング、キャッチアップ、ICTの導入
シナリオ	1. 訪日観光客に訴求する「温泉街」「観光ゾーン」「駅周辺」の構築 2. 越前加賀の観光情報収集システムの構築 3. ICTでインバウンド受入施設のサポートと成功事例の創出 4. エリアを楽しくめぐる仕掛けの創出 5. 二次交通をナビゲートする仕組みの構築 6. 「宿泊＋着地型商品＋二次交通」をより便利に使う仕組みの構築
整備計画案	
ICTの利活用施策	<ul style="list-style-type: none"> ■ データのマーケティング活用 <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング基盤、データ収集のスタート(2017) ・マーケティングデータ分析(2018) ・ターゲットスポットの選定(2019) ・データを活用できる組織形成(2020) ■ 観光ICTの内容 <ul style="list-style-type: none"> ・多言語観光アプリ整備、デジタル情報スタンド整備(2017) ・アプリの機能拡張、デジタル情報スタンド拡大(2018) ・多言語サービス(通訳・翻訳)、ターゲットエリアの拡大(2019) ・ICTを活用できる組織形成(2020)
プロモーション施策	<ul style="list-style-type: none"> ・交通拠点を活かした海外誘客戦略の策定 ・広域観光プランの商品販売及び独自運用の検討 ・セールスコール開催(香港・タイ) ・広報・プロモーション
二次交通整備施策	<ul style="list-style-type: none"> ・運行状況調査及び商品造成 ・二次交通の情報配信ツールの整備 ・基幹ルートの設定と整備計画の立案 ・タクシー&レンタカー活用施策の検討
観光ガイド及び コンシェルジュ育成	<ul style="list-style-type: none"> ・知識の認知(2017) ・知識の浸透・共有(2018) ・ティーチング組織の醸成(2019) ・地域内ティーチングの浸透(2020)

※越前加賀インバウンド推進機構

「勝山市」「あわら市」「坂井市」「永平寺町」「加賀市」が連携して、越前加賀地域の評価の高い食や温泉、自然の造形美など観光資源も活かした魅力的な旅行ルートを造成し、首都圏のほか、今後も大幅な増加の見込める海外からの観光客の誘致に力点を置いた観光誘客を推進し、この地域の観光振興と地域の活性化を図るために設立した組織

(4) 地域ブランド戦略

策定者:あわら市(平成28年度策定)

地域ブランドに必要な3つの視点	
<p>「地域資源を活用した商品・サービスの開発」に「地域のイメージ向上」を加え、「地域外からヒト・モノ・カネを呼び込み地域経済の活性化に結び付ける」</p> <p>1. 消費者の視点 消費者の信頼や評価を高め、競争に勝ち残る</p> <p>2. 商品としての視点 地域の魅力を商品の付加価値として活用し、競争を優位にする</p> <p>3. 地域(住民)の視点 地域の魅力を高め、人口増加や地域経済活性化につなげる</p>	
地域ブランド発信事業 ブランドコンセプト	
<p>都会にはないぜいたくがあるまち</p> <p>ブランドスローガン あぁ、あわら贅沢。</p> <p>ブランドステートメント</p> <p>どこまでも広がる田園のむこうに、ゆっくりと夕陽がしずむ。 みんなが声をかけあって、みんながみんなを思いあっている。 日本海を渡ってきた風に、のんびりと風車がまわる。 これがあわらの普通で「ふだん」だけど、 あぁ、おもえば「贅沢」な景色かもしれない。 よそから見たらとても豊かで「贅沢」かもしれない。 食卓にはいつも、海の幸、山の幸、里のめぐみ。 みなさん、あわらしい贅沢を見つけてください。 こんやのお風呂は、どの温泉にしようかな。 そして、どうぞ感じてみてください。 あぁ、これって「贅沢」な暮らしかもしれない。 ここはあわら市、幸福な福井県にあるちょっと贅沢なまちです。 おはよう。いい天気やの。気をつけて、行ってきねの。</p>	
戦略	戦術
1. あわらしい贅沢をさがそう	■市民の「誇り」醸成 ふだんの暮らしのなかに隠れている、なにげない「贅沢」を見直しましょう。
2. あわらしい贅沢を磨こう	■「誇り」を「売り」へ あわらしい「贅沢」を、商品・サービスや情報コンテンツとして育てていきましょう。
3. あわらしい贅沢を発信しよう	■市外へ「売り」発信 広告やSNS、協働やコラボを積極的に展開して「贅沢」を発信しましょう。
実施事業	
1. あわらむすびプロジェクト	東京のNPO法人TABLE FOR TWOが主催する「おにぎりアクション」に協賛自治体として参加。「米」という資源に着目した情報発信とPRにより、あわら市のイメージアップと認知度の向上を目的とし、NPO法人TABLE FOR TWOとの連携による相乗効果を狙う。 ※「おにぎりアクション」とは・・・おにぎりを食べている写真を、特設サイトまたは「#OnigiriAction」を付けてSNSに投稿すると、協賛企業などから一枚当たり100円の支援金が拠出され、それがアジア・アフリカなどの子どもたちの給食費に充てられる活動。
2. インスタグラム写真コンテスト	SNS「インスタグラム」を使って、「都会にはないぜいたくがあるまち、あわら」の四季折々の魅力を発信し、あわらファンの獲得を図る。また、市民においては、あわらの魅力の再確認や新たな発見となり、「ふるさと愛」の醸成へとつなげる。
3. あわら贅沢さがし授業	子どもたちに、自分たちの暮らす地域の「宝」を知ってもらうための取り組み。地域の「宝」を知ってもらうことで、ふるさとに対する自信と誇りを醸成し、あわら市をもっと大好きになってもらう。

※地域ブランド戦略会議

平成27年度に「あわら市地域ブランド戦略会議」を立ち上げ、当会議に「ブランド専門部会」と「芦原温泉駅まちづくりデザイン部会」を置き、「ブランド専門部会」地域ブランド確立事業で検討

4 あわら市及び周辺エリアの観光資源

(1) あわら市内の観光資源

あわら市は、地域の特性に応じて6つのゾーンに分類でき、ゾーンごとに地域資源があります。県内随一の「芦原温泉街」、北陸新幹線駅の玄関口となる「金津市街地」、湖と海岸の「北潟・波松」、北陸街道で結ばれた「吉崎・細呂木」、森林と歴史の「坪江・劔岳」、広大な田園の「伊井・山方・里方・本荘・新郷」と、温泉、湖、海岸、森林、田園・丘陵地とバランスのとれた多彩な観光資源に恵まれています。

	観光施設・スポット	自然・歴史・文化	食・特産	産業・暮らし	祭・イベント
芦原温泉街	あわら温泉 セントピアあわら 芦湯 藤野巖九郎記念館 湯けむり横丁 伝統芸能館 三葉師 アメリカフウ並木道	芦原芸妓 越前竹人形 源泉 温泉発祥地公園	おろし蕎麦 ソースかつ井 女将の酒 ソフトクリーム 芦原焼 若狭牛 松乃露 水ようかん	上水道財産区 えちぜん鉄道 あわら湯のまち駅 三国競艇 温泉旅館	湯かけまつり 春まつり 灯源郷 節分お化け
金津市街地	まちなか鬼瓦工房 郷土歴史資料館 ちはやふる聖地 (山室桜並木、勝義書店、芦原温泉駅)	本陣飾り物 竹田川 千束一里塚 北陸街道	越前瓦(鬼瓦) 水ようかん スノー丸どら焼き スイートポテト	JR芦原温泉駅	金津まつり トリムマラソン
北潟・波松・山方	北潟湖畔公園 北潟湖畔花菖蒲園 あわら夢ぐるま公園 ファーマーズマーケット きららの丘	北潟湖 波松海岸 北潟国有林(旧街道) 坂井北部丘陵地 どっしゃどっしゃ踊り	フルーツ (メロン、スイカ、梨、 葡萄、苺、越前柿) 野菜 (大根、人参、キャベツ) 寒ブナ・天然ウナギ とみつ金時 富金豚	漁業、地引網 農業(畑作) フルーツライン 風力発電所 ゴルフ場	サイクリング カヌー 花菖蒲まつり 北潟まつり 体験プラン 観月の夕べ 湖上遊覧
吉崎・細呂木	金津創作の森 吉崎御坊跡(御山) 蓮如上人記念館 越前加賀県境の館 乗馬クラブパドゥドウ	北陸街道 多賀谷左近三経公墓所 吉崎道(切通し) たたら製鉄所跡 弁天島	柿 小女子	ゴルフ場 JR細呂木駅	蓮如忌 Gobou市 越前加賀県境綱引き
坪江・劔岳	刈安山森林自然公園 トリムパークかなづ	刈安山 蛭 古墳群 宇根観音 アベサンショウウオ	劔岳(刈安)そば 米(山水栽培)	北陸自動車道 YONETSUKAN ささおか	劔岳かりんて祭り
伊井・里方・新郷・本荘	伊井のコスモス畑 越のルビー収穫体験 ちはやふる聖地 (伊井桜並木)	藤野巖九郎出身地 えちぜん鉄道本荘駅 (国登録有形文化財) 春日神社 田園風景 竹田川	越のルビー 米(こしひかり、いちほまれ) 大麦	金津中部工業団地 カントリーエレベーター 農業(水田) えちぜん鉄道	伊井さつき祭り

(2)あわら市周辺の観光資源

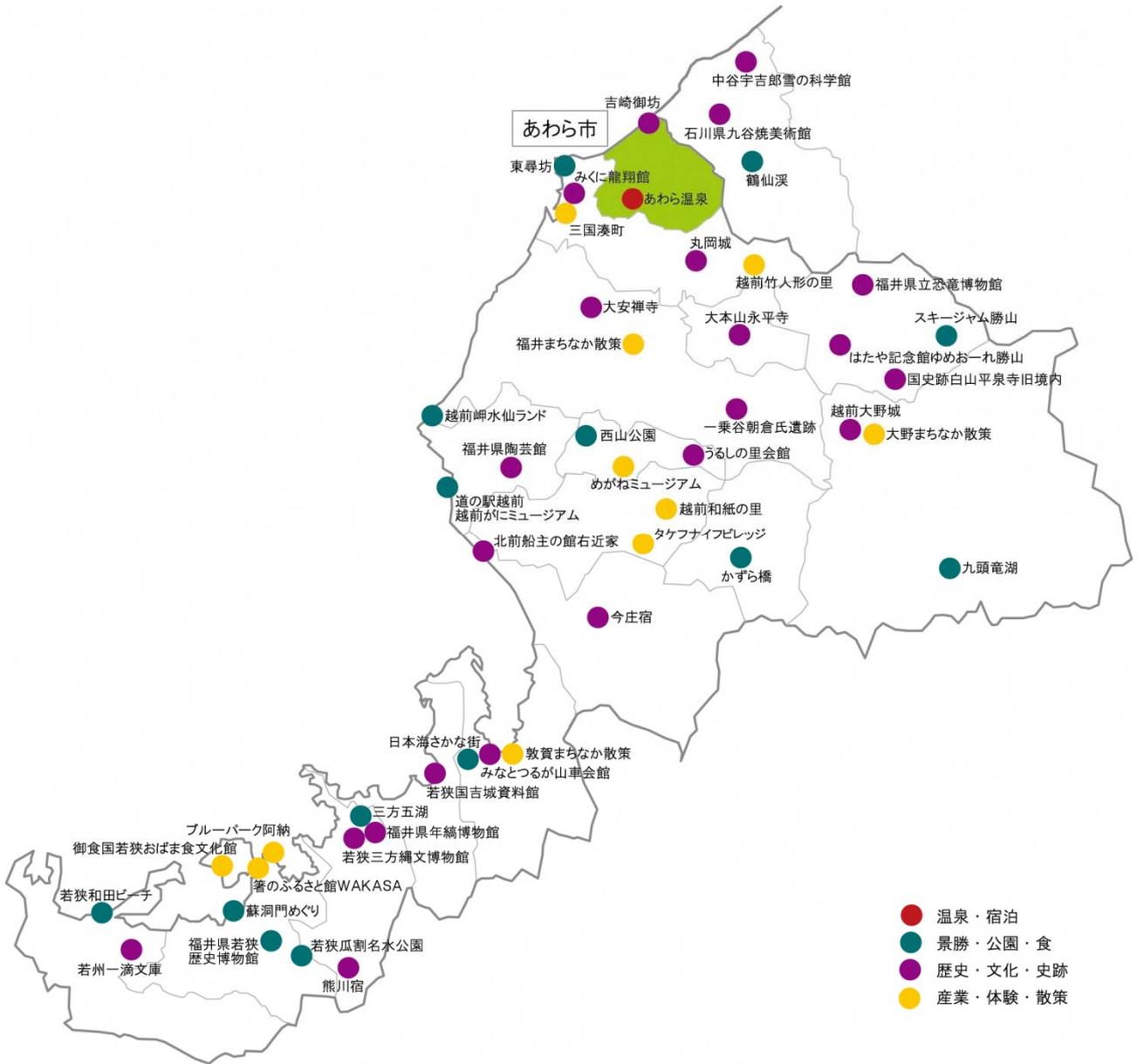
あわら市周辺には、東尋坊や大本山永平寺、恐竜博物館といった全国的に有名な観光スポットのほか、一乗谷朝倉氏遺跡や丸岡城などの歴史的な観光資源が数多く存在しています。

また、越前市の越前和紙や越前打ち刃物といった伝統工芸や加賀市の鶴仙溪といった自然景観も、広域的な滞在型観光につながる重要な観光資源となっています。

	坂井・福井エリア	奥越・永平寺エリア	丹南・越前エリア	加賀エリア
観光施設・スポット	東尋坊 芝政ワールド 越前松島水族館 三国温泉ゆあぽーと ふれあいパーク三里浜 福井県児童科学館 丸岡城 福井県総合グリーンセンター 地域交流センターいねす ゆりの里公園 一乗谷朝倉氏遺跡 養浩館庭園 あさくら水の駅 越前海岸(福井市) 健康の森温泉 足羽山公園遊園地 越前水仙の里温泉波の華 大安禅寺	恐竜博物館・かつやま 恐竜の森 スキージャム勝山 平泉寺白山神社 越前大仏・勝山城博物館 ゆめおーれ勝山 雁が原スキー場・勝山 温泉センター水芭蕉 越前大野城 大野まちなか観光 九頭竜湖 道の駅「九頭竜」 六呂師高原 九頭竜峡 和泉ふれあい会館 大本山永平寺 道の駅「禅の里」 永平寺温泉「禅の里」	西山公園 道の駅「西山公園」 ラポーゼかわだ うるしの里会館 めがねミュージアム 武生中央公園 (だるまちゃん広場) 越前そばの里 しきぶ温泉湯楽里 越前和紙の里 紫式部公園 越前の里味真野苑・万 葉館 こってコテいけだ 越前海岸(越前町) 道の駅「越前」 劔神社 越前陶芸村	加賀フルーツランド 鶴仙溪 こおろぎ橋 あやとりはし 柴山潟 中谷宇吉郎雪の科学館 九谷焼美術館 山中温泉ゆげ街道 鹿島の森 総湯
食・特産	花らっきよ 鮎 天然わかめ 甘えび 若狭牛 福井ポーク へしこ 油あげ 越前おろしそば 福井米(いちほまれ) 越前がに 水ようかん ソースカツ井 地酒	しょうゆかつ井 精進料理(ごま豆腐等) 上庄里芋 昇竜まいたけ 地酒 おろしそば	ボルガライス おろしそば 地酒 ほたるいか 越前うに 越前がれい 越前打ち刃物 越前和紙 越前箆笥 越前漆器(河和田塗) 越前焼 鯖江メガネフレーム	加賀パフェ 加賀かにごぼん
祭・イベント	三国祭 三国花火大会 丸岡城桜まつり ゆりフェスタ 竹田の里しだれ桜まつり ふくい春まつり 越前時代行列 福井フェニックスまつり	勝山左義長まつり おおの城まつり 永平寺大灯籠ながし	さばえつつじまつり 越前陶芸まつり 越前市サマーフェスティバル たけふ菊人形	大聖寺桜まつり 片山津温泉納涼花火 まつり 十万石まつり

参照：福井県観光入込客数、福井県観光情報ふくいドットコム

■福井県内の観光資源



参照: 福井県Tourist Guide

5 あわら市の観光振興における主な課題

あわら市を取り巻く現状を踏まえ、観光振興における主な課題を以下に整理します。

(1) 自然・歴史・文化・食の素材を活かした観光資源への磨き上げ

- ◇あわら市及びあわら温泉は、全国的にみると知名度が低く観光地として浸透していないことから、2023年春の北陸新幹線芦原温泉駅開業を見据え、あわら市の自然・歴史・文化・食などの素材を活かした観光資源への磨き上げや、インバウンド誘客を見据えた観光地づくりが急務となっています。
- ◇あわら市には、あわら温泉、金津本陣や宿場町、吉崎御坊、細呂木、北潟湖、刈安山など福井県随一の温泉観光地と自然や歴史、文化、食に恵まれた素材がありますが、目的地としての観光資源になっていないことから、市民や事業者、各種団体が魅力素材を共有し、連携しながら、これらの磨き上げと連携によるエリアの特性を活かした魅力的な観光地づくりが重要となっています。

(2) 観光まちづくりや観光拠点の整備

- ◇JR芦原温泉駅は、福井県の北の玄関口で嶺北北部の観光拠点となることから、観光案内機能や二次交通の整備、着地型旅行商品や土産品の開発、観光分野の人材育成、観光事業推進体制の構築が重要となっています。
- ◇市内に魅力的な資源や施設が点在するものの、移動手段が確立されておらず、ゆっくり滞在しながら飲食や買い物を楽しむことができる場所が少ないことから、観光客が市内各地を回遊することができる移動手段の構築や、郷土料理の飲食や土産物の販売、ガイドの詰所など、複合的な機能を備えた観光拠点を市内に数か所配置することが必要です。
- ◇芦原温泉街や金津まちなかは情緒や回遊性が乏しいことから、未利用地の活用や観光地にふさわしい景観形成、店舗づくりが必要です。商店の高齢化や後継者不足により、廃業や空き店舗の発生が今後も想定されることから、国際化、情報化、少子高齢化時代を踏まえた顧客のニーズを把握するとともに、魅力的な店舗の誘致やレベルアップが重要となっています。

(3) 魅力素材を活かした旅行商品開発、体験プランの創造

- ◇東尋坊や芝政などと連携した温泉宿泊地として、他所に依存する観光となっていることから、あわら市ならではの観光コンテンツや着地型旅行プログラムの造成、観光消費額を高める観光拠点の整備が重要となっています。
- ◇市内の観光客数は、温泉と農産物直売所で約100万人と多くを占め、その他の施設においては10万人前後と少ないことから、温泉や農業、食を基軸とし、各地の自然、歴史、文化資源の磨き上げと連携による相乗効果により、観光客数や観光消費額を増加させる必要があります。
- ◇土産品の定番化やマンネリ化など品揃えが乏しいことから、あわらの特産品である果物や野菜を活かしたオリジナル商品の開発や県内外のセレクト商品の販売により、観光消費額を高める必要があります。

(4) マーケティングの実施と効果的な情報発信、営業活動

- ◇SNSなどで誰もが簡単に情報を入手し、発信できる時代であり、インバウンド誘客や国内観光においても、効率的・効果的な情報発信が求められています。
- ◇ロゴやマップ、パンフレットなど一貫性がなく、十分に発信と活用ができていないことから、見やすく使いやすいデザイン性に優れた戦略的な情報発信をする必要があります。
- ◇駅の出向宣伝における費用対効果やターゲット層の設定などが不明確であることから、北陸新幹線芦原温泉駅開業においては、誘客拡大や観光消費額の拡大、開業効果を活用するマーケティングや戦略的な情報発信が必要となっています。

(5) 広域観光の推進や交通ネットワーク体系の整備

- ◇県内外の主要観光地において、相互の案内体制が不十分であり、外国人や県外の観光客がスムーズに活用できる広域観光プログラムや市町の区域を越えた周遊滞在化が求められています。
- ◇最も観光客数が多く、距離的にも近い東尋坊との周遊滞在化を促進し、効果的な二次交通の整備やホテル旅館と施設の連携強化による集客向上にむけた事業推進が必要です。
- ◇JR芦原温泉駅から、市外と市内の主要観光地への交通体系が不十分で、整備をしてもPR不足や効果検証が不十分であることから、利用者のニーズを踏まえた二次交通を整備する必要があります。

(6) 観光コンシェルジュの育成と観光案内ネットワークの確立

- ◇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者の増加が予想され、様々な観光客のニーズに対応したきめ細かいサービスの提供が急務であることから、商品企画・開発、販売力、知識力、コミュニケーション能力を備えた観光コンシェルジュの育成が重要です。
- ◇エリア観光を担う観光ガイドや語り部はいるものの人数は少なく、また、市民ガイドの人材や任意団体はあるものの、全市としてのガイド体制が構築されていないことから、北陸新幹線芦原温泉駅開業を見据えた観光コンシェルジュや市民ガイドの育成及びこれらを結びつけた観光案内ネットワークの構築が重要です。

(7) インバウンド観光の推進

- ◇訪日外国人客は、日本を訪れる前は、国や旅行会社のHPや個人ブログ、口コミサイトなどインターネットやSNSが主な情報手段であり、日本旅行中は、観光案内所やホテル・旅館の従業員、店のスタッフ、無料パンフレット・小冊子を情報手段としていることから、現地を訪問した際の、観光案内所や旅館、店舗における、きめ細かい情報提供や接客が求められています。
- ◇あわら市や福井県は未だインバウンドの宿泊者数が少なく、石川県や富山県と比較しても少ない状況であり、あわら市の知名度や魅力が外国人観光客に十分伝わっていない状況にあります。さらに、旅館や土産店・飲食店など市内の事業者のインバウンドへの意識の高まりが弱く、観光地や店舗においても英語を話せる人材が不足しています。このため、誘客のための戦略的なプロモーションやインバウンドに対応した外国人対応ガイドの人材育成、統一的なサイン整備や免税店・キャッシュレス決済など総合的なインバウンドの受け入れ環境整備が重要となっています。