

## 第4次

# 若狭町観光振興ビジョン

令和8年度～令和12年度  
(2026年度～2030年度)

## Discover Wakasa

-時をめぐり、世界とつながる。語りたくなるまち。-



## 目次

---

### 第1章 第4次若狭町観光振興ビジョンの策定について……………P1

1-1. 本ビジョン策定の趣旨

1-2. 計画期間

1-3. 本ビジョンの位置づけ

### 第2章 観光を取り巻く現状と課題……………P3

### 第3章 将来像とその達成に向け取り組むこと……………P17

3-1. 将来像

3-2. 3つの重点プロジェクト

3-3. 体系図

3-4. ねらい

3-5. 基本方針と施策

3-6. 目標数値

3-7. 推進体制と役割

# 第1章 第4次若狭町観光振興ビジョンの策定について

## 1-1 本ビジョン策定の趣旨

「若狭町観光振興ビジョン」は、若狭町らしい持続可能な観光の将来像を示し、その実現に向けた基本方針と具体的な取り組みの考え方を定めるものです。本ビジョンに基づき、行政、観光協会、観光事業者、そして住民の皆様が一体となり、変化する時代の潮流に対応しながら、地域に眠る資源を磨き上げ、その価値を最大限に活用することで、持続可能な観光振興を推進します。

若狭町では平成21年(2009年)に第1次観光振興ビジョンを策定し、以降、官民一体で観光振興を着実に進めてまいりました。

この歩みの中で、観光を取り巻く環境は大きく変化しました。世界的には、SDGs達成への貢献をめざす「サステナブル・ツーリズム(持続可能な観光)」が主要な動向となり、環境負荷の低減や文化保全、地域経済への貢献が観光地に求められるようになってきました。また、旅行者の価値観は、名所をただ巡る短時間滞在型の観光から、その土地ならではの暮らしや歴史・文化に触れる「地域固有の体験」へと関心を移しています。

国内に目を向ければ、人口減少社会が本格化する中で、観光は交流人口・関係人口を創出し、地域経済を活性化させる「地方創生の重要な施策」として、その重要性を一層増しています。とりわけ、2024年3月の北陸新幹線敦賀開業は、首都圏との時間的距離を短縮し、新たな人流を生み出しています。さらに、デジタル技術の進展は目覚ましく、旅行の計画・予約・体験がオンラインで簡便化されるだけでなく、AIによる個人の嗜好に合わせた旅行プランの自動提案などが可能となり、観光サービスの形態を変えつつあります。

これらの大きな環境変化に的確に対応し、機会を逃すことなく若狭町の発展へと繋げるため、現状を踏まえつつ、広域的かつ新たな視点を取り入れ、官民が目指すべき共通の目標となる「第4次若狭町観光振興ビジョン」を策定します。

本ビジョンが、町民の皆様にとっても自らが暮らす地域の価値を再発見し、郷土への愛着と誇りを深める一助となることを願っています。私たちが目指すのは、単に観光客を増やすことだけを目的とするのではなく、地域が主体となり、そこに住む人々の暮らしの豊かさと、訪れる人々がもたらす経済の活性化を両立させる「観光まちづくり」です。観光客との交流を通じて、私たち自身が地域の魅力に改めて気づき、誇りを持って暮らし続けられる地域を創造すること。訪れる人に感動を、そして住む私たちに豊かさをもたらすこの取り組みを、皆様と共に力強く推進してまいります。

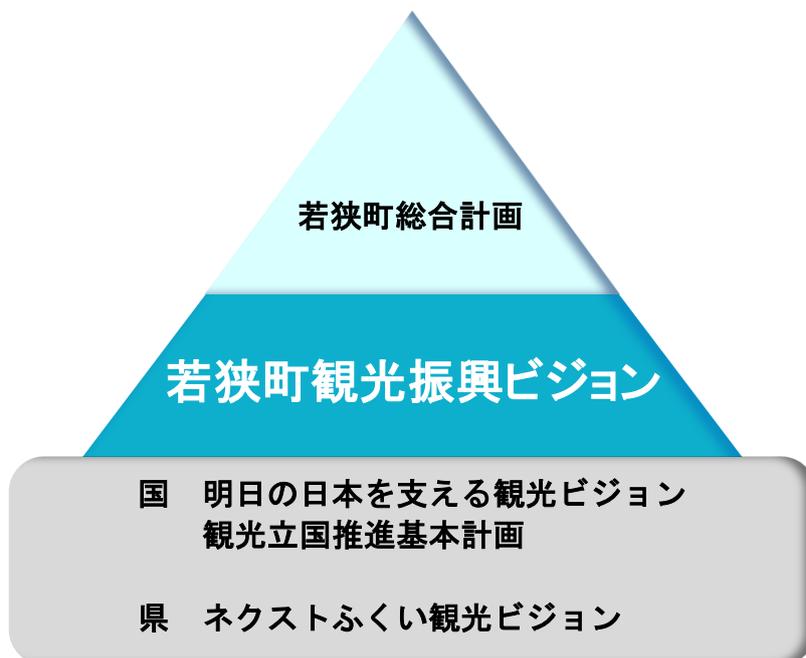
## 1-2 計画期間

令和8年度～令和12年度(2026年度～2030年度)

## 1-3 本ビジョンの位置づけ

本観光振興ビジョンは、第2次若狭町総合計画(中期基本計画)における重点政策「観光客の心をつかみ、稼げる観光地づくり」を踏まえ、本町が目指す観光の将来像や目標を実現するための指針です。

また、国の観光関連計画や県の観光ビジョンの方向性とも整合を図り、国内外の観光動向や需要の変化に的確に対応することで、本町の観光価値を高め、地域の持続的な発展と活力創出に貢献することを目的としています。



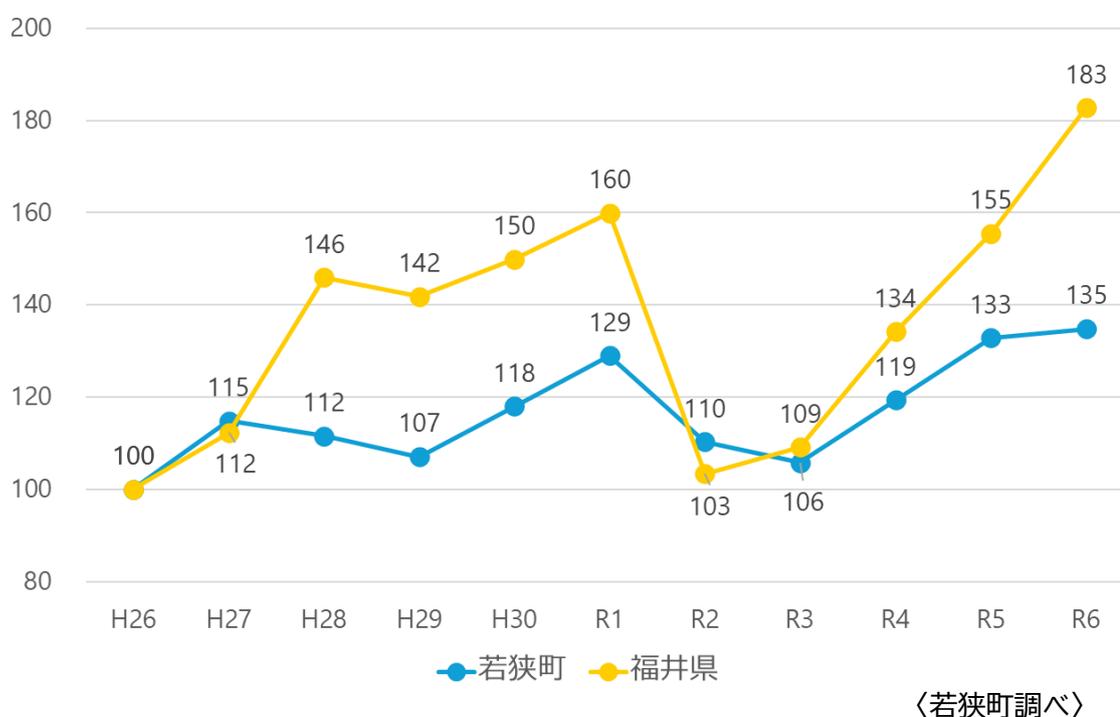
## 第2章 観光を取り巻く現状と課題

図表1 地域ブランド調査 市区町村ランキング 若狭町／1000 市区町村

	順位	点数	備考
魅 力 度	316	12.5	県内6位 全国1位の点数 52.8点
認 知 度	464	23.9	県内8位 全国1位の点数 62.1点
情報接触度	403	16.2	県内7位 全国1位の点数 57.4点
観光意欲度	268	23.5	県内7位 全国1位の点数 57.4点

【出典】ブランド総合研究所「地域ブランド調査 2025」

図表2 観光入込客数 福井県全体との比較(H26を100として比較)

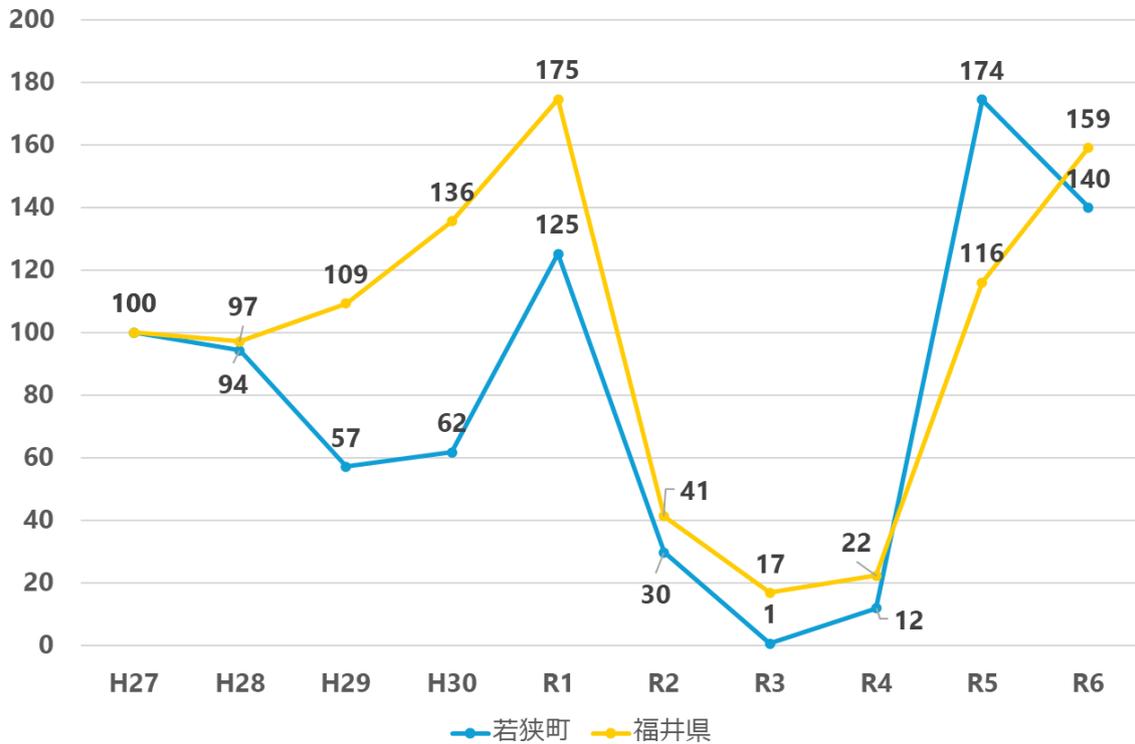


図表3 前ビジョン目標値と実績

KPI	基準値 R1実績	R7 目標値	R2実績	R3実績	R4実績	R5実績	R6実績	R7実績
観光消費額	63.4億円	76.5億円	42.2億円	48.3億円	48.4億円	51.4億円	61.2億円	
年間観光入込客数	200万人	240万人	170万人	163万人	184万人	205万人	209万人	
年間延べ宿泊者数 (推計)	12.6万人	14.5万人	8.3万人	8.7万人	8.9万人	9.2万人	10万人	
道の駅の売上合計	1億7460万円	2億950万円	1億5689万円	1億7412万円	1億9800万円	2億2056万円	2億4050万円	
教育旅行受入数	32校	38校	9校	11校	31校	30校	32校	

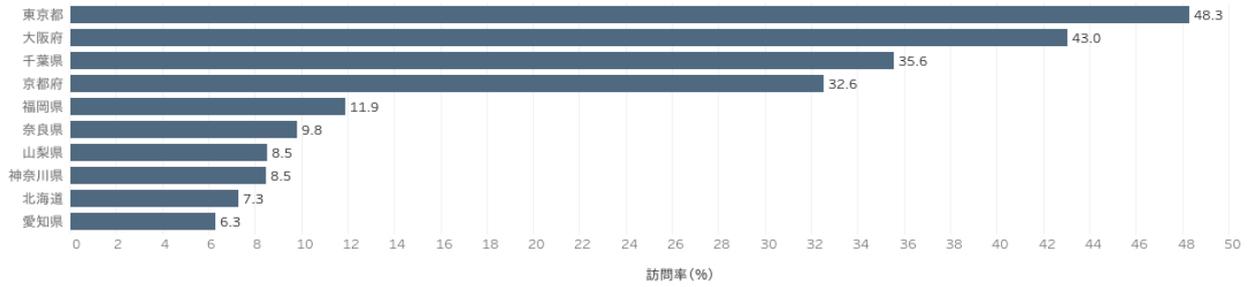
〈若狭町調べ〉

図表4 外国人宿泊者数(県全体との比較)(H27を100として比較)



〈若狭町調べ〉

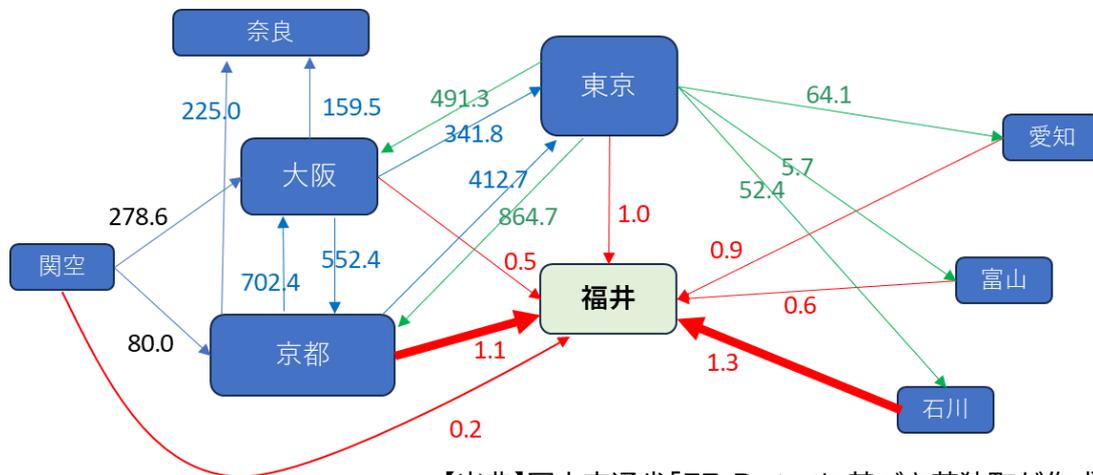
図表5 インバウンド都道府県別訪問率



【出典】 JNTO「日本の観光統計データ」

図表6 2023年 欧米豪訪日者の動き

(千人/年)



【出典】国土交通省「FF-Data」に基づき若狭町が作成

図表7 2024年 訪日外国人旅行者一人当たりの旅行支出額

アメリカ	イギリス	フランス	中国	台湾	上海
348,895円	395,606円	369,835円	268,691円	184,077円	245,480円

【出典】 JNTO「日本の観光統計データ」

当町の観光は、観光入込客数こそ増加傾向にあるものの、その伸び率は県全体の水準に及ばず、前ビジョンで掲げた目標値も届いていない状況です。

この伸び悩みの要因の一つは、情報発信力の弱さにあります。対外的には、調査で当町に対する「魅力度」や「観光意欲度」は高い評価を得ているにもかかわらず、「認知度」は中位に留まり、回答者の41.3%が「町の名前を知らない」と回答しています。豊富な地域資源や魅力がターゲット層に十分に届いていません。

この状況はインバウンド市場においても同様です。近隣の京都・大阪・石川へ多数の訪日客が訪れる中、当町はその成長市場の恩恵を十分に取り込めていません。今後は、単に観光客の「数」を追うだけでなく、地域経済への貢献度がより高い「質」を重視した戦略への転換が不可欠です。

観光庁の「2024年 訪日外国人旅行者一人当たりの旅行支出額」によると、中国が268,691円、台湾が184,077円であるのに対し、アメリカは348,895円、イギリスは395,606円、フランスは369,835円と、欧米からの旅行者は一人当たり10万円以上も多く消費していることがわかります。この消費額の高さは滞在期間の長さと同比例する傾向にあり、彼らはより長く滞在し、深く文化を体験することを求めています。

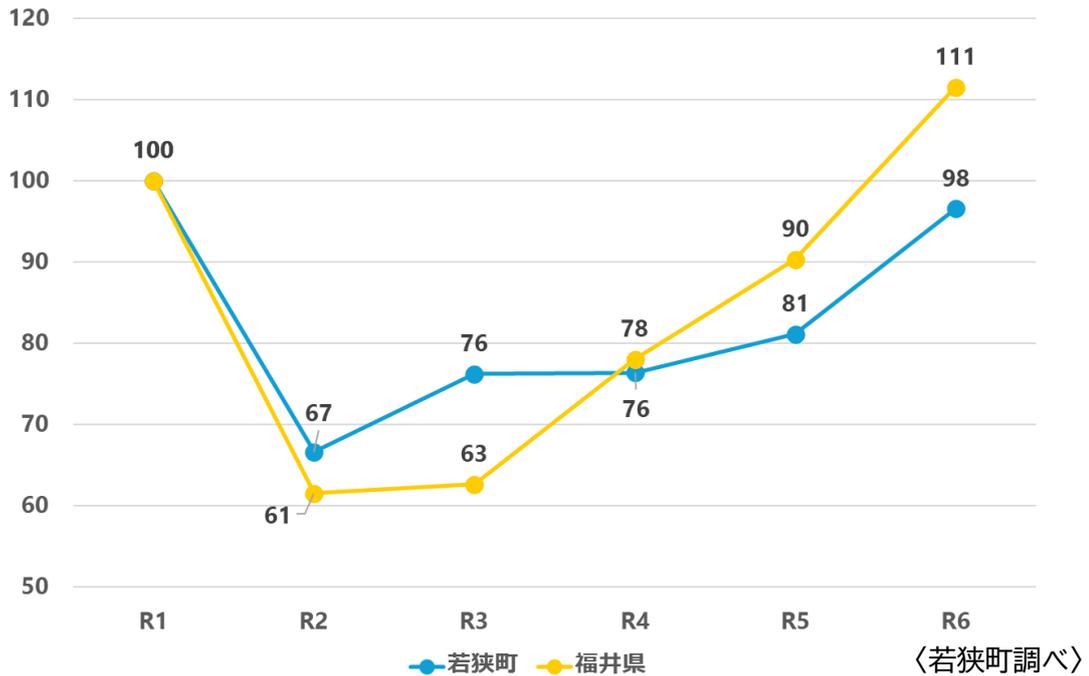
当町の持つ歴史や文化、豊かな自然といった資源は、画一的な観光地にはない「本物の体験」を求める欧米の旅行者の嗜好と極めて親和性が高いにもかかわらず、その魅力が彼らに届いていません。これは裏を返せば、当町にとって欧米市場は、大きな「伸びしろ」があることを意味します。

これらの現状とデータを踏まえれば、今後のプロモーション戦略において、長期滞在や高消費によって地域経済への貢献がより大きく、かつ成長のポテンシャルを秘めた欧米市場を主要ターゲットとして明確に設定し、限られた資源を集中投下することが極めて重要です。

多くの地域資源があるにもかかわらず、その存在が知られていないために機会を逸している現状を打破するには、国内外からの誘客を促進する上でも、まず「知ってもらう」ことが全ての出発点です。

したがって、当町の魅力を的確に外部へ発信するプロモーションの強化が急務であると同時に、地域一丸となっておもてなしの機運を醸成し、地域の魅力を語れる担い手を増やすために、住民自身が地域の価値に改めて気づき、知ることから始める必要があります。

図表8 観光消費額 福井県全体との比較(R1を100として比較)



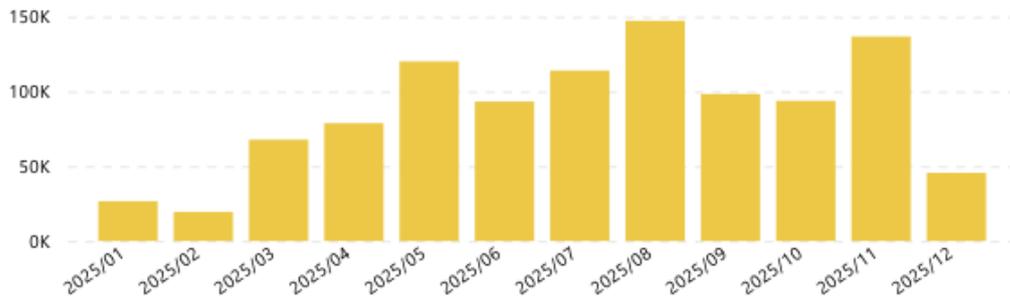
図表9 2025年 福井県内観光地の滞在時間

スポット名	滞在時間 (分)
芝政ワールド	299.0
福井県立恐竜博物館	83.7
御食国若狭おばま食文化館	66.2
福井県立一乗谷朝倉氏遺跡資料館	63.1
三方五湖レインボーライン	58.5
東尋坊	58.1
曹洞宗大本山永平寺	54.8
福井県立年縞博物館	47.4
一乗谷朝倉氏遺跡	42.2
日本海さかな街	41.1
めがねミュージアム	39.6
熊川宿 (道の駅除く)	36.9

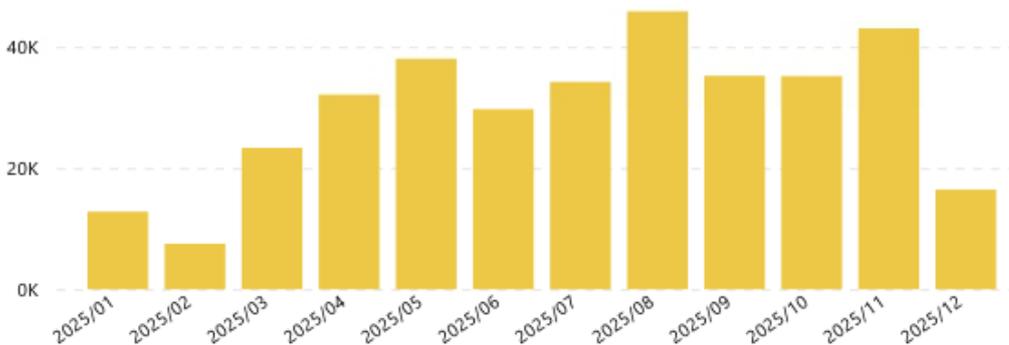
【出典】「おでかけウォッチャー」を加工して若狭町が作成

図表 10 月別来訪者推移

三方五湖・若狭湾エリア(令和7年1月～令和7年12月)



熊川エリア(令和7年1月～令和7年12月)



【出典】「おでかけウォッチャー」

当地域の観光は、観光入込数こそ増加傾向(図表 2)にあるものの、質的な課題を抱えています。県全体と比較して観光消費額の伸び率が低く、依然としてコロナ禍前の水準を回復できていないのが現状です。

その最大の要因の一つが、観光客の滞在時間の短さです。例えば、主要な観光地である「三方五湖レインボーライン」の平均滞在時間は 58.5 分、「熊川宿」では 36.9 分と、いずれも 1 時間未満に留まっています。これは、景色を見てすぐに次の目的地へ移動してしまう短時間滞在型の観光が中心であることを示しています。

さらに、季節による繁閑差も課題です。特に冬季(12 月～2 月)は閑散期となり、観光客数が大きく落ち込みます。これは、冬ならではの魅力を体験できるコンテンツが不足しているとも言えます。

これらの課題を解決し、滞在時間の延長と観光消費額の拡大を実現するためには、新たな来訪目的を創出しなければなりません。既存の観光資源を活かしつつ、閑散期でも集客できる体験プログラムや、滞在時間を延ばすための周遊企画など、観光コンテンツを充実させる必要があります。

図表 11 消費行動の実施率(全国)

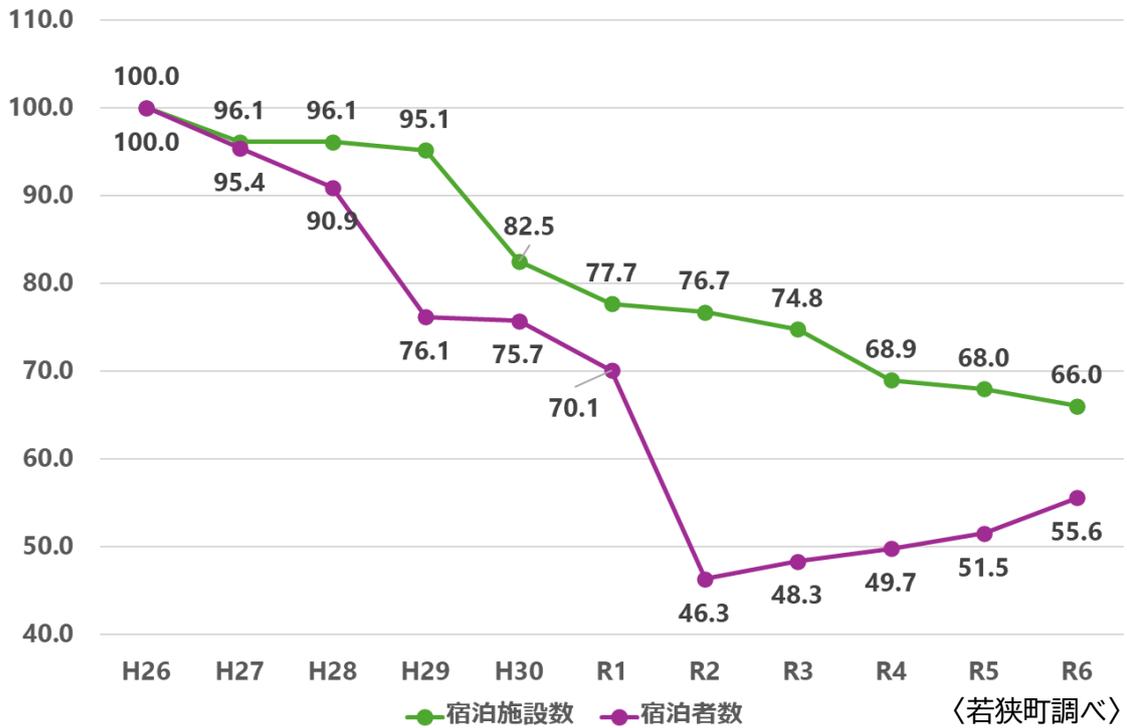
	旅行中に行った行動	(%)
買い物	直売所などで買い物をする	57.7
飲食	朝食を食べる	69.5
	昼食を食べる	71.9
	喫茶・スイーツを食べる	31.9
	夕食を食べる	74.7
	バーなどでお酒を飲む	7.4
	各種体験プログラムに参加	10.3
体験・観光	観光施設に行く、遊ぶ	24.5
	スポーツ・アウトドアを楽しむ	9.4
	健康・美容（立ち寄り温泉、エステ・マッサージ）	7.4
	スポーツ観戦、コンサート、祭り	11.7
	その他の体験・観光	9.7
	何も実施しなかった	3.0

【出典】「じゃらん観光国内宿泊旅行調査 2025」抜粋

若狭町の観光における課題は、観光客の消費が限定的にとどまり、地域経済への波及効果が十分に発揮されていない点にあります。特に、観光客が気軽に立ち寄り、地域ならではの価値を感じながら消費できる場所・モノが不足していることが、滞在時間や消費額の伸び悩みを招いています。

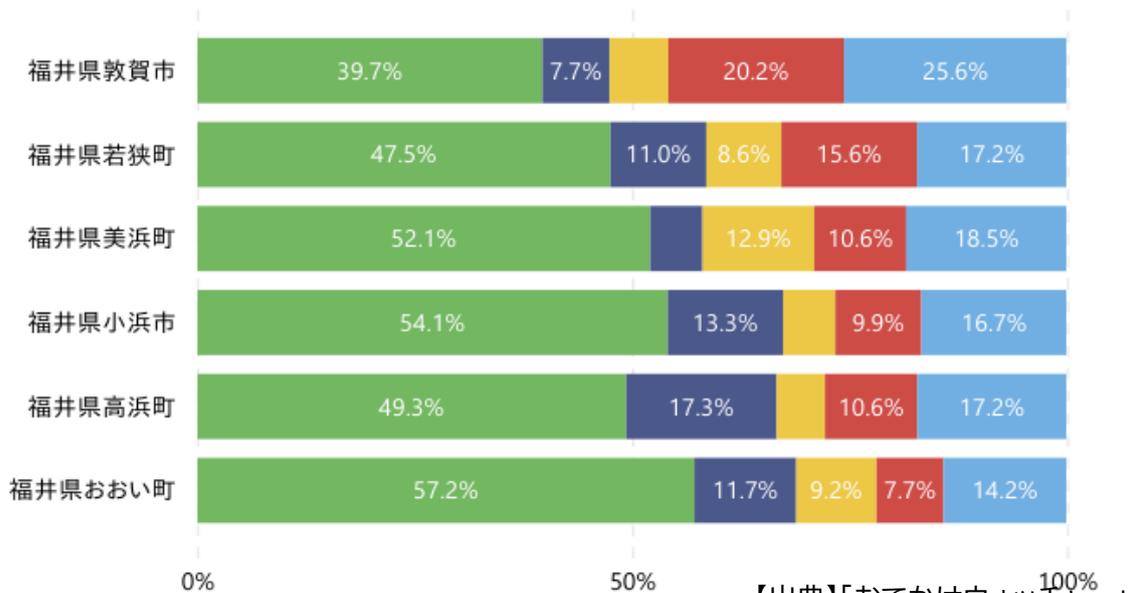
これらの状況を打開し、観光客を単に誘客するだけでなく、「滞在し、周遊し、消費してもらう」ことで地域を活性化させるためには、土産物の充実、魅力的な商業施設や飲食店の支援、多言語対応やガイド人材の育成、二次交通の整備といった受入環境を総合的に整えることが必要です。

図表 12 若狭町宿泊者数と宿泊施設数推移の比較



図表 13 来訪地・旅程(宿泊地)別構成

旅程 ● 日帰り ● 宿泊(市区町村内宿泊) ● 宿泊(県内他市区町... ● 宿泊(県外宿泊) ● 宿泊(帰宅日)



図表 14 1人当たりの観光消費額単価(滞在・消費への影響)

(円)

区 分	日程別	全体額 (円)	項 目		
			宿泊費	土産品代	その他入場料等
県内客	日帰り	2,729 (-527)	—	1,054 (+18)	1,675 (-545)
	宿 泊	17,963 (+5,226)	11,480 (+4,167)	2,219 (+714)	4,264 (+345)
県外客	日帰り	6,032 (-247)	—	2,414 (+490)	3,618 (-737)
	宿 泊	26,537 (+2,895)	13,397 (+461)	4,282 (+834)	8,858 (+1,600)
合 計	日帰り	3,972 (-417)	—	1,566 (+197)	2,406 (-614)
	宿 泊	24,913 (+3,326)	13,034 (+1,158)	3,891 (+809)	7,988 (+1,359)

(※) その他入場料等は、昼食代、域内交通費を含む。

【出典】福井県「令和6年福井県観光客入込数」

若狭町では観光客の総数は増加傾向にあるものの、宿泊者数は減少しています。現状、観光客の半数以上が日帰り(図表 13)であり、滞在時間が短い(図表 9)という課題があります。しかし、当町を訪れる観光客の 52.5%が町外に宿泊している事実は、宿泊への高い潜在ニーズを示しています。

この宿泊者数の減少は、町内の宿泊施設不足が原因の一つと考えられます。その結果、本来であれば獲得できたはずの宿泊需要を逃しているのが実情です。

宿泊客は日帰り客よりも消費額が大きく、長期滞在はさらなる経済効果をもたらします。そのため、地域内での滞在と消費を促進するには、宿泊施設の確保と、長期滞在につながる魅力的な施策の両方が不可欠です。

図表 15 再訪意向(令和6年1月～令和6年12月)



【出典】〈FTAS〉

図表 16 リピーターの割合(令和6年1月～令和6年12月)

若狭町	45.1%
福井県全体	53.0%

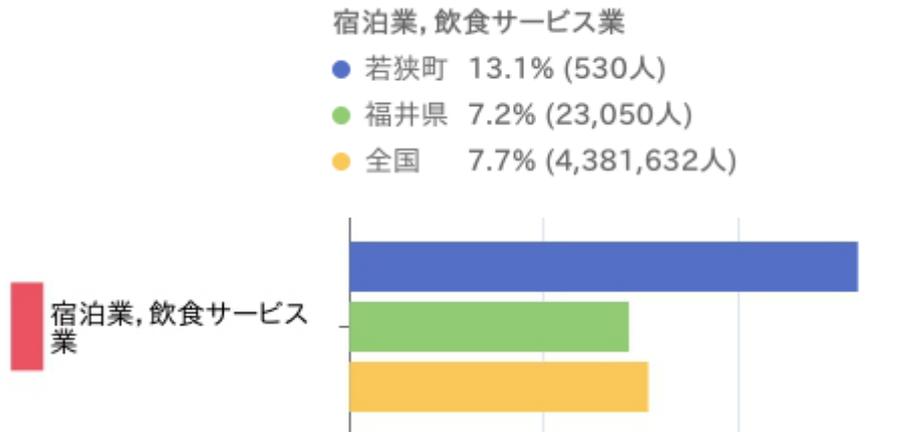
【出典】「FTAS」データを使用して若狭町が作成

若狭町への再訪意向は 77.0%と高い水準にあるものの、実際のリピーター率は 45.1%と福井県全体の平均を下回っています。この「意向と行動のギャップ」は、観光振興における重要な課題です。

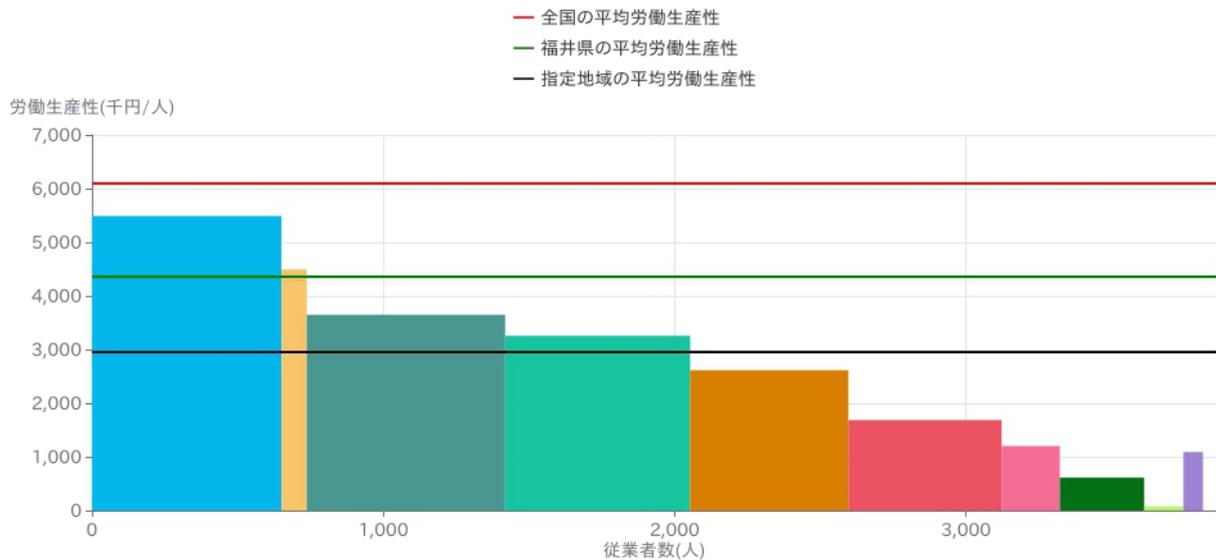
経営学の「1:5 の法則」によれば、新規顧客の獲得には既存顧客を維持する 5 倍のコストがかかります。この点からも、リピーターは費用対効果に優れたターゲット層であり、その維持・獲得は持続的な観光振興の鍵となります。

現在は初来訪者の割合が高い状況ですが、今後は新規誘致と並行し、一度訪れた観光客を確実にリピーターへとつなげるための取り組みを強化していく必要があります。

図表 17 産業構成割合 従業者数(2021年)



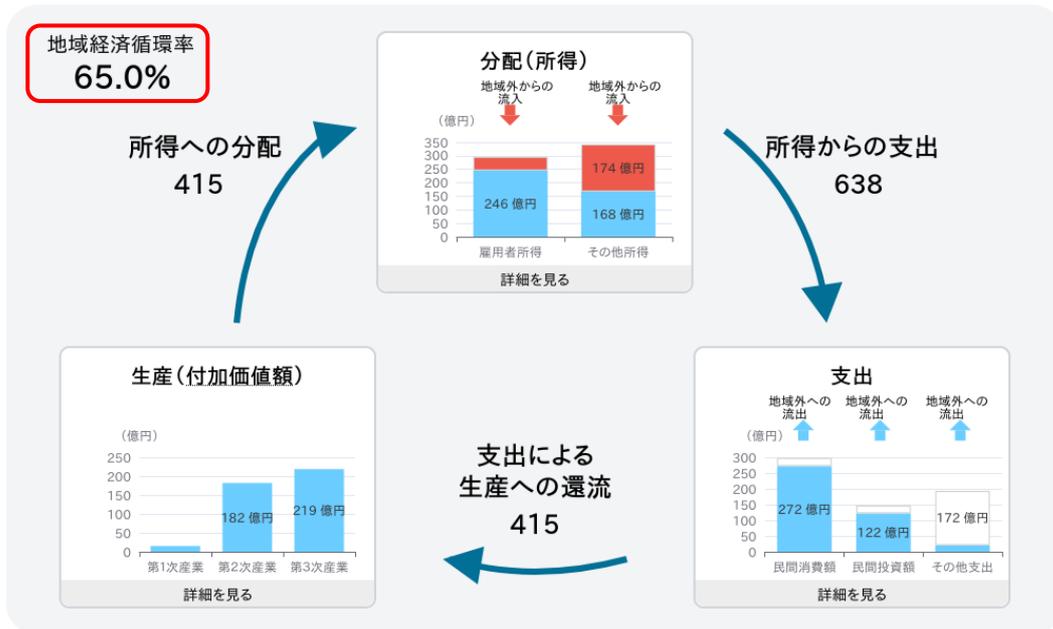
図表 18 従業者と労働生産性から見る付加価値額(2021年)



産業	労働生産性(千円/人)	従業者数(人)	付加価値額(百万円)	産業	労働生産性(千円/人)	従業者数(人)	付加価値額(百万円)
● 製造業	5,489	650	3,568	● 宿泊業, 飲食サービス業	1,686	526	887
● 運輸業, 郵便業	4,494	87	391	● サービス業(他に分類されないもの)	1,205	200	241
● 建設業	3,648	681	2,484	● 農林漁業	616	289	178
● 医療, 福祉	3,258	635	2,069	● 生活関連サービス業, 娯楽業	74	135	10
● 卸売業, 小売業	2,613	543	1,419	● その他	1,090	67	73

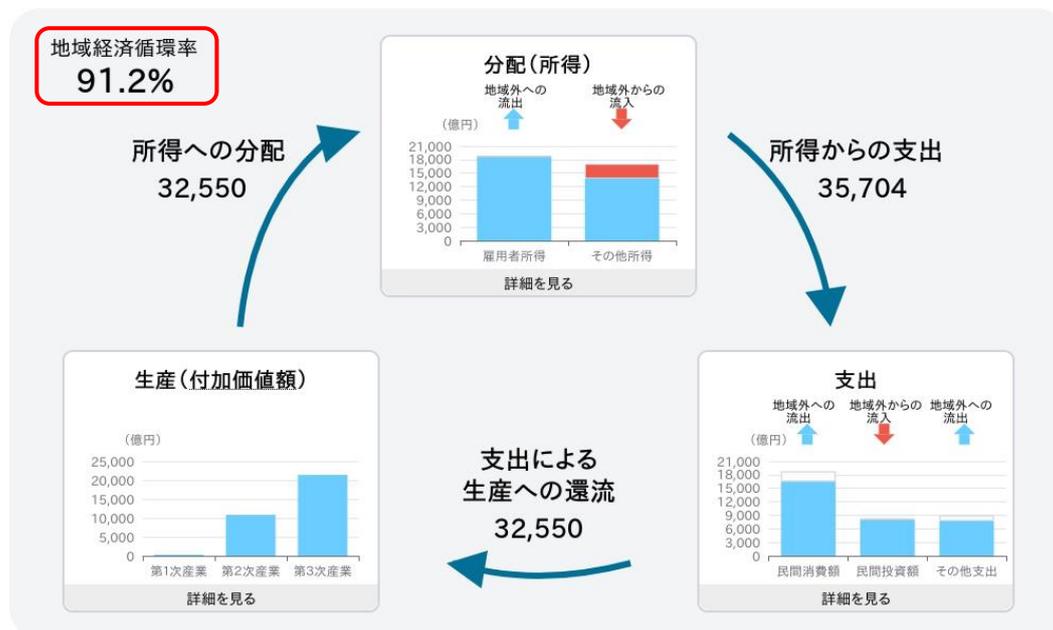
観光業のメイン産業である「宿泊業・飲食サービス業」の労働生産性を「製造業、建設業、医療、福祉」と比較すると 1.9 倍～3.2 倍の差があり、若狭町において従業者数の割合の多い観光業の労働生産性を上げることが重要です。

図表 19 地域経済循環分析(2022 年若狭町)



【出典】「RESAS」

図表 20 地域経済循環分析(2022 年福井県)



【出典】「RESAS」

地域経済循環率の値が高いほど地域内でお金が循環していることを意味し、低いほど域外(他地域)への流出依存度が高いことを示します。福井県全体(91.2%)に比べ、若狭町内(65.0%)でのお金の循環率は低いです。

## SWOT 分析

### 強み

- + 三方五湖など抜群の資源景観と豊かな水資源がある
- + 世界基準の年縞がある
- + 縄文文化、古墳群、熊川宿など歴史的遺産がある
- + 漁家民宿があり新鮮な魚を提供できる
- + 梅が日本海側最大の産地で皇室献上している
- + 関西、中京方面から近距離
- + 人気観光地である京都、金沢の導線上に立地

### 弱み

- 認知不足
- 宿泊施設(収容力)の減少
- 観光事業者の高齢化
- 大人数に対応できる食事場所がない
- 二次交通が整っていない
- 魚介類が獲れる、農作物が採れるが、それを加工して商品化する事業者がいない
- 経営のデジタル化が困難な小規模事業者



### 機会

- + 日本へのインバウンドの増加
- + 高速道路 IC が3箇所ある
- + 北陸新幹線敦賀開業
- + 日本遺産プレミアムに認定

### 脅威

- 人口減少と高齢化
- アクセスが良くなったがゆえの日帰り客増加
- 冬期間の積雪などによる影響
- デジタルデバイド

## 観光を取り巻く現状と課題まとめ

若狭町の観光は、観光入込客数が微増しているものの、構造的課題を抱えています。県の伸び率に及ばない客数の伸び悩みや、低い地域経済循環率が示すように、観光の恩恵が地域経済に十分に還元されていません。産業構造において観光業が重要な位置を占める当町にとって、これらの課題解決は持続的な地域発展のための急務です。

現状の課題は、大きく三つの側面に集約されます。

第一は、情報発信力の弱さに起因する「機会損失」です。高い魅力度や観光意欲度にもかかわらず、町の名前すら知られていないという「認知度の低さ」が、国内外の潜在的な観光客を呼び込む上で大きな障壁となっています。さらに、訪れた観光客の滞在時間も短く、景色を見るだけの短期滞在型の観光に留まっており、地域が持つ多様な魅力を深く体験する機会を逸しています。

第二は、観光客の消費や滞在を促す「受け皿の不足」が深刻な点です。宿泊者数が減少する一方で、町外に宿泊する観光客が高い割合で存在するという事実は、宿泊施設が不足し、本来獲得できるはずの宿泊需要を取りこぼしていることを示唆しています。また、観光客が気軽に立ち寄り、消費できる土産物店や飲食店の不足も、観光消費額が伸び悩む一因となっています。

第三は、ファンを育てる「関係構築の弱さ」です。再訪意向は高いものの、実際のリピーター率が低いという「意向と行動のギャップ」は、一度訪れた観光客との継続的な関係を築けていない現状を浮き彫りにしています。

これらの課題を克服するためには、観光客を単に「呼び込む」だけでなく、「知ってもらい、長く滞在し、消費し、再び訪れてもらう」という一連の好循環を創出する視点が不可欠です。そのすべての活動の原点となるのが、「地域資源を知り、伝えよう」です。私たち自身がまず、足元にある歴史、文化、食、自然といった地域資源の価値を再発見(Discover)し、その魅力を自信と愛情を持って語り、効果的に「伝える」ことこそが、認知度の低さや関係構築の弱さを克服するすべての始まりとなります。

## 第3章 将来像とその達成に向け取り組むこと

### 3-1 将来像

# Discover Wakasa

-時をめぐり、世界とつながる。語りたくなるまち。-

この将来像は、若狭町を訪れる人々や私たち住民が、どのような体験をし、どのようなまちを目指すかを示しています。各フレーズには以下の意味が込められています。

#### 1. 「Discover Wakasa」

- 観光客による、まだ知られていない若狭の奥深い魅力や価値の「発見」
- 住民自身が誇りを持つきっかけとなる地域の素晴らしさを「再発見」
- 観光地を見るだけでなく、自ら探し、学び、体験するような、能動的な旅

#### 2. 「時をめぐり」

- 7万年の時を刻む年縞から、縄文、古墳、鯖街道の歴史遺産へ  
若狭町をめぐるとは、その悠久の時の流れを体感する体験

#### 3. 「世界とつながる」

- 若狭町の食、文化、美しい自然  
この世界に誇る資源の魅力を確認し、世界へ発信

#### 4. 「語りたくなるまち」

- 旅が終わった後も、思い出が心に残り、思わず家族や友人に話したくなる(発信したくなる)体験
- 住民が自らのまちに愛着と誇りを持ち、その魅力を伝える

## 3-2 各施策を横断して取り組む3つの重点ポイント

本ビジョンの実現に向けて、各施策、関係主体を横断し、特に注力すべき3つの重点ポイントを示します。今後の成長が見込まれる市場を獲得する「①インバウンドの誘客強化」、「旅の目的地」として選ばれるための「②認知度の向上」、そして、地域経済への貢献度を高める「③観光消費の循環・拡大」です。これら3つのポイントは相互に連携し、相乗効果を生み出すことで、本ビジョンの実現を加速させる原動力となります。

### ①インバウンドの誘客強化

- ・ 長期滞在や高消費が見込める欧米市場をターゲット
- ・ 京都・大阪・金沢といった主要都市からの近接性を活かした広域周遊観光の促進
- ・ 歴史・文化・自然を活かした高付加価値な体験コンテンツの造成・発信
- ・ 国際的な観光市場における若狭町ブランドの確立とポジショニングの明確化
- ・ 多言語対応や決済環境、おもてなしといった受入環境の整備

### ②認知度の向上

- ・ ターゲットとなる顧客のニーズを的確に把握
- ・ ブランド統一イメージを核とし、ターゲットに響く情報を発信
- ・ 年縞、三方五湖、熊川宿といった「若狭町ならではの価値」をブランドとして明確化
- ・ メディアやエージェント、インフルエンサー等との関係を強化

### ③観光消費の循環・拡大

- ・ 魅力的なコンテンツ(宿泊・体験・土産物)で観光消費額を向上させ、観光収益が地域内で循環する基盤を構築
- ・ 循環した経済効果を漁業・農業・飲食業等の他産業へ波及させ、地域経済全体を活性化
- ・ 得られた収益を次の魅力向上へ再投資し、持続的に「稼げる地域」へと発展

### 3-3 体系図

将来像			
Discover Wakasa - 時をめぐり 世界とつながる。語りたくなるまち。 -			
ねらい	基本方針	施策	
地域資源を知り、 魅力を伝えよう	I プロモーションを強化する	①地域資源のストーリー化とブランド価値の明確化	
		②人とのつながりを活用したプロモーションの展開	
		③認知度を上げる評価制度の活用	
		④広域連携の推進	
	II 住民に知ってもらう	①子どもたちが観光資源に触れる機会の創出	
		②地域資源を知る機会の創出	
		③地域資源の魅力の可視化	
		④地域資源のストーリー化とブランド価値の明確化（再掲）	
来てもらい、感動を 体感してもらおう	III 観光コンテンツを充実させる	①地域資源を活かした体験コンテンツの充実	
		②教育旅行による環境学習、文化体験の提供	
	IV 受入環境を整える	①自然環境、文化遺産の保全	
		②観光消費を促す機会の創出	
		③サイクリングルート of 環境整備	
		④インバウンドに対応した環境整備	
		⑤プロフェッショナルガイドの育成	
		⑥二次交通の充実	
		⑦観光客の安全・安心対策	
	長く居てもらい、 ファンになってもらおう	V 宿泊施設を確保する	①持続可能な宿泊業支援
			②民間観光施設の誘致
		VI 長期滞在を促進する	①周遊ルート、プランの開発
			VII リピーターを増やす
		②来訪者との継続的な関係づくり	
計画を推進するための体制づくり		推進体制と役割分担の明確化	

継続 強化 新規

強く関与 関与

細施策	役割分担				重点ポイント		
	町	観光協会 専門組織	観光 事業者	住民	インバウンド 誘客強化	認知度 向上	観光消費 循環拡大
<input checked="" type="checkbox"/> 市場調査に基づいたマーケティングの実行 <input type="checkbox"/> 地域資源のストーリーの整理 <input type="checkbox"/> 個別ブランド価値の明確化 <input checked="" type="checkbox"/> 若狭町ブランドのイメージカラー、ロゴの作成	◎	○	○	○	○	○	
<input type="checkbox"/> SNSや動画サイト等を活用したプロモーションの展開 <input type="checkbox"/> 旅行エージェント・インフルエンサーの若狭町視察の実施 <input checked="" type="checkbox"/> 地域OTAを活用したプロモーションの展開 <input checked="" type="checkbox"/> インバウンド流入を目指した新たな観光ルートの開拓	◎	◎	◎		○	○	○
<input checked="" type="checkbox"/> 国内外で認められる評価の獲得	◎	○			○	○	
<input type="checkbox"/> プロモーション連携	◎	◎			○	○	
<input checked="" type="checkbox"/> 小中高生を対象とした観光資源の探求学習の実施	◎		○	○		○	
<input checked="" type="checkbox"/> 地域資源を知る・発見するツアーや講演会の実施 <input checked="" type="checkbox"/> 体験プログラムの実施	◎		◎	○		○	
<input type="checkbox"/> 地域資源の棚卸しとリスト化	◎	○	○	○		○	
(省略)							
<input type="checkbox"/> 自然・歴史・暮らしを活かした体験型コンテンツ開発と実施		○	◎	○	○		○
<input type="checkbox"/> 自然を活かした環境学習と地域の歴史・文化を体験する教育旅行の推進	○	◎	◎		○		
<input type="checkbox"/> 三方五湖等の自然環境の保全 <input type="checkbox"/> 熊川宿や古墳等の文化遺産の保全	○	○	○	○			
<input checked="" type="checkbox"/> 商業施設の整備 <input type="checkbox"/> 飲食店出店支援 <input type="checkbox"/> お土産等開発支援 <input checked="" type="checkbox"/> 地域OTAの活用推進	◎	○	◎		○		○
<input type="checkbox"/> 若狭湾サイクリングルートのコース、トイレ等整備	◎				○		○
<input type="checkbox"/> ウェブサイト、案内板の多言語対応	◎	○	○		○		○
<input type="checkbox"/> 語り部および英語対応コンシェルジュの育成	◎	◎			○		○
<input checked="" type="checkbox"/> デマンドタクシーの観光客利用開放 <input type="checkbox"/> レンタカー会社との連携 <input type="checkbox"/> レンタサイクルの活用	◎				○		
<input checked="" type="checkbox"/> 危機・災害時における観光客の安全・安心対策 <input checked="" type="checkbox"/> 獣害対策	◎	○	◎		○		
<input type="checkbox"/> 古民家や民宿等の宿泊施設改修支援 <input checked="" type="checkbox"/> 移住希望者と民宿業のマッチング機会の創出 <input checked="" type="checkbox"/> 経営相談体制の構築	◎		◎		○		○
<input checked="" type="checkbox"/> 客層に応じたホテル等の誘致	◎				○		○
<input type="checkbox"/> テーマ性を持った観光ルート、プランの開発	◎	◎	◎		○		○
<input checked="" type="checkbox"/> 訪れるたびに新たな特典や体験が得られる魅力的な仕組みづくり <input type="checkbox"/> おもてなし活動の推進 <input type="checkbox"/> 観光事業者向け研修の実施	○	◎	◎		○		○
<input type="checkbox"/> メール配信等による継続的な関係づくり <input type="checkbox"/> 「交流」という観光動機に応えるイベント開催		◎	◎		○		○



## 3-4 3つのねらい

本ビジョンが目指す「Discover Wakasa-時をめぐり、世界とつながる。語りたくなるまち。-」の実現に向け、行政、観光協会、観光事業者、住民が一体となって取り組むための行動指針として、3つの大きなねらいを掲げます。まず、自らが地域の価値を再認識し、誇りを持って発信する「①地域資源を知り、魅力を伝えよう」。次に、明確な戦略のもと国内外へ攻めの誘客を行い、若狭ならではの感動体験を届ける「②来てもらい、感動を体感してもらおう」。そして、来訪者の満足度を高め、地域経済を潤す「③長く居てもらい、ファンになってもらおう」。この3つのねらいを共有し、町全体で若狭町のファンを増やしていく持続的な循環を生み出します。

### ねらい① 地域資源を知り、魅力を伝えよう

観光振興の原点は、私たち自身が地域の歴史・文化・自然・食といった宝の価値を深く「知り」、それを自らの言葉で、誇りを持って「伝える」ことにあります。町民一人ひとりが地域の魅力の発見者であり、案内人であるという意識を育みます。シビックプライドの醸成を通じておもてなしの質を高めるとともに、SNS等を活用した個々人の自発的な情報発信を促し、共感を呼ぶリアルな若狭町の魅力を国内外へ届けます。

### ねらい② 来てもらい、感動を体感してもらおう

旅行者のニーズが多様化する現代において、「待ち」の姿勢から脱却し、国内外のターゲット市場に対し「積極的に呼び込む」攻めの誘客を展開します。データに基づきターゲットを明確に定め、感動体験をフックとしたデジタルマーケティングやメディアへの露出強化、旅行会社との連携による商品造成など、戦略的なプロモーションを官民一体で推進します。選ばれる観光地となるため、常に市場の動向を捉え、時機を逃さずアプローチし続けます。

### ねらい③ 長く居てもらい、ファンになってもらおう

観光消費額を高め、地域経済への効果を最大化するためには、来訪者に「長く居てもらう」ことが不可欠です。その実現のため、魅力的な宿泊施設の整備支援や、複数の地域資源を組み合わせた周遊ルートの開発、そして特別な体験コンテンツの造成を通じて滞在型観光を推進します。さらに、心に残るおもてなしで満足度を最大限に高め、「また来たい」と思ってもらうことで、若狭町のファン(リピーター)を増やしていきます。

## 3-5 基本方針と施策

7つの基本方針とそれに沿った各施策を次のとおり定めます。

### 基本方針 I プロモーションを強化する

#### 施策① 地域資源のストーリー化とブランド価値の明確化

##### 1. 市場調査に基づいたマーケティングの実施

市場調査によって届けたい相手のニーズを的確に捉え、明確化されたブランド価値と統一イメージを核として戦略的なマーケティングを展開することで、若狭町の魅力が効果的に伝わるようにする。

##### 2. 地域資源のストーリーの整理

積み重ねられた歴史的・文化的な蓄積をストーリーとして整理・具現化し、地域内外の人々にわかりやすく伝えられるようにする。

##### 3. 個別ブランド価値の明確化

三方五湖、熊川宿、瓜割の滝、福井梅、若狭の海産物をはじめとした各地域資源のブランド価値を明確にし、住民を含めた関係者がその価値を共有することで、ブランドの発信力を高める。

##### 4. 若狭町ブランドのイメージカラー、ロゴの作成

若狭町観光共通のイメージカラー、ロゴを作成し、統一したブランディングを行う。

#### 施策② 人とのつながりを活用したプロモーションの展開

##### 1. SNS や動画サイト等を活用したプロモーションの展開

プロモーション用のキャッチコピーを作成し、各種データ分析をもとに、インスタグラムや YouTube などの動画サイトを活用して、各ブランドのターゲット層に応じたプロモーションを展開する。

※AI 技術について

急速に進化する AI 技術は、観光客の情報取得手段やマーケティングの在り方を大きく変革させつつあり、今後数年のうちに新たなサービスが登場することが予想される。AI 技術の動向を継続的に把握しつつ、実現性や費用対効果を見極めながら、観光プロモーションへの活用を検討する。

## 2. 旅行エージェント・インフルエンサーの若狭町視察の実施

ターゲット地域や年齢層に影響力のある国内外のエージェントやインフルエンサーを若狭町に招へいし、町内の観光資源を実際に視察・体験(FAM トリップ)してもらうことで、情報発信につなげる。

## 3. 地域 OTA を活用したプロモーションの展開

地域 OTA「漁師の宿帖」で収集される各民宿等のデータを一元的に活用し漁村エリア一体のプロモーションを展開する。

## 4. インバウンド流入を目指した新たな観光ルートの開拓

ツーリズム EXPO ジャパンなどの国際観光イベントに積極的に参加し、ランドオペレーターや外国人との接点を創出するとともに、外国人に「国際観光アンバサダー(仮称)」としての役割を担ってもらうことで、外国人ネットワークにおける若狭町の認知度向上と将来的な送客につなげる。

また、京都や大阪などの都市部に集中しているインバウンド観光客を若狭町へ誘導するための施策を実施する。

### 施策③ 認知度を上げる評価制度の活用

#### 1. 国内外で認められる評価の獲得

UN Tourism(世界観光機関)が実施する「ベストツーリズムビレッジ※」など国内外に通用する評価を獲得することで認知度を拡大させる。

※ベストツーリズムビレッジ:持続可能な開発目標(SDGs)に沿って、観光を通じて文化遺産の保全や持続可能な開発に取り組む優良地域を認定するプロジェクト

### 施策④ 広域連携の推進

#### 1. プロモーション連携

三方五湖広域観光協議会、小浜市・若狭町日本遺産活用推進協議会、若狭湾観光連盟、福井県観光連盟など、近隣市町と一体となってプロモーションに取り組む。

また、ドイツのアイフェル地方やイタリアのモンテッキオ、イギリスのオックスフォード大学など年縞を切り口にした外国との連携の可能性を探る。

## 基本方針Ⅱ 住民に知ってもらう

### 施策① 子どもたちが観光資源に触れる機会の創出

#### 1. 小中高生を対象とした観光資源の探求学習の実施

学校教育と連携し、観光資源のストーリーを理解し誇りに思えるよう観光資源に触れる機会をつくる。また、地域の自然や文化に根差した各学校独自の探求学習についても、それ自体が大事な地域資源であることを伝える。

### 施策② 地域資源を知る機会の創出

#### 1. 地域資源を知る・発見するツアーや講演会の実施

住民に地域資源を知ってもらうため、実際に体験、発見できる住民向けツアーや地域資源の講演会を実施する。

#### 2. 体験プログラムの実施

働き手・後継者の確保に向け、地域の仕事や暮らしを実感できる体験プログラムを実施し、積極的な情報発信を行う。梅の収穫や梅の剪定をはじめとした農業体験、漁業見学などを通じ、観光関連産業の魅力ややりがいを感じられるようにする。

### 施策③ 地域資源の魅力の可視化

#### 1. 地域資源の棚卸しとリスト化

地域資源の整理と、連携大学・外国人アドバイザー・観光客など外部の視点も入れながら、観光資源の掘り起こしを行う。若狭町が誇る日本一の資源を中心に地域資源をリスト化し、住民に周知することでシビックプライドの醸成につなげる。

### 施策④ 地域資源のストーリー化とブランド価値の明確化(再掲)

(省略)

## 基本方針Ⅲ 観光コンテンツを充実させる

### 施策① 地域資源を活かした体験コンテンツの充実

#### 1. 自然・歴史・暮らしを活かした体験型コンテンツ開発と実施

地域の自然環境、歴史や暮らしといった固有の魅力を生かした体験型コンテンツ(サイクリング、トレイル、水上アクティビティ、縄文体験、梅ツーリズムなど)を充実させる。特にインバウンド向けの体験コンテンツは、関心や滞在スタイルを踏まえ、多言語対応や受入体制の整備を図りながら、満足度の高い滞在と再訪につながる観光の実現を目指す。

### 施策② 教育旅行による環境学習、文化体験の提供

#### 1. 自然を活かした環境学習と地域の歴史・文化を体験する教育旅行の推進

三方五湖や若狭湾を有する自然環境を生かした環境学習、年縞博物館・縄文博物館など地域の歴史・文化に触れる体験を提供することで、次世代を担う若者の学びを支援するとともに、交流人口の拡大を図る。

## 基本方針Ⅳ 受入環境を整える

### 施策① 自然環境、文化遺産の保全【町・関係団体・住民】

#### 1. 三方五湖等の自然環境の保全

三方五湖をはじめとする里山里海湖の保全として、地域や既存の関係団体等と連携しながら、植生・自然環境の保護活動を展開し、清掃・除草活動等の実施や資源の維持・補修等を実施する。

#### 2. 熊川宿や古墳等の文化遺産の保全

町、集落、個人所有者が連携・協力しながら、熊川宿、古墳の管理・修理・修景を行う。

### 施策② 観光消費を促す機会の創出

#### 1. 商業施設の整備

道の駅三方五湖周辺などに、滞在施設や商業空間を整備し、エリア内の回遊性を高める案内・送客機能の整備を進める。

#### 2. 飲食店等出店支援

飲食店等観光に関連する事業の開業、出店を支援する。

#### 3. お土産等開発支援

地域資源を活かした魅力的なお土産等の開発を支援する。

#### 4. 地域 OTA の活用推進

地域 OTA「漁師の宿帖」を活用することで、町外に流れていた予約システムに係る手数料を町内(若狭三方五湖観光協会)に留め、更なる観光施策に活用し地域経済の循環を図る。

### 施策③ サイクリングルート of 環境整備

#### 1. 若狭湾サイクリングルート of コース、トイレ等整備

「若狭湾サイクリングルート」の一部となっている三方五湖サイクリングコース「ゴコイチ」ルートのコース整備や、コース周辺へのトイレ、シャワールームといった受入環境整備を行うなどの取り組みを進める。

## 施策④ インバウンドに対応した環境整備

### 1. ウェブサイト、案内板の多言語対応

ネイティブ専門家によるウェブサイト、案内板、観光パンフレット等の多言語対応を進める。

## 施策⑤ プロフェッショナルガイドの育成

### 1. 語り部および英語対応コンシェルジュの育成

観光ガイド(語り部)の後継者育成を継続するとともに、地域の方言を生かした語りや表現力の継承を図る。あわせて、外国人による宿泊施設への問い合わせや観光地ガイドへの対応に備え、英語対応が可能な人材を育成する。

## 施策⑥ 二次交通の充実

### 1. デマンドタクシーの観光客利用開放

町民に限定して運行していたデマンドタクシーを観光客が利用できるようにし、二次交通の充実を図る。

### 2. レンタカー会社との連携

レンタカー会社と連携し、共同でのプロモーションや利用者への特典提供などを通じて、広域からの誘客と周遊観光を促進する。

### 3. レンタサイクルの活用

主要駅から点在する観光資源をレンタサイクルで結び、二次交通の充実を図る。また、貸出、返却時間の拡大など、利用者の利便性を向上させる仕組みを検討する。

## 施策⑦ 観光客の安全・安心対策

### 1. 危機・災害時における観光客の安全・安心対策

危機・災害発生時に観光客に与える影響を最小化するため、避難経路となる道路の整備などハード面の対策と、観光客への迅速な情報発信、避難誘導、帰宅困難者対策といったソフト面の対応計画をまとめる。有事の際にはこの計画に基づき、ハード・ソフト両面から迅速かつ的確に対応する。

## 2. 獣害対策

獣の生息域と人の活動域の間に緩衝地帯を設けるゾーニングや、観光客に対し、多言語看板で「獣に餌を与えない、近寄らない」等注意喚起とともに、「この地域は安全に管理されている」という情報を発信することで安心感を与える。

## 基本方針Ⅴ 宿泊施設を確保する

### 施策① 持続可能な宿泊業支援

#### 1. 古民家や民宿等の宿泊施設改修支援

宿泊施設数を維持するために、古民家や民宿等の施設改修を支援する。特にインバウンド、長期滞在、家族・個人など多様な層に対応した宿泊施設整備や商品造成を支援し、宿泊単価・消費額の向上を目指す。

#### 2. 移住希望者と民宿業のマッチング機会の創出

宿泊業や漁業を希望する移住者と空き民宿をマッチングさせるための仕組みをつくる。

#### 3. 経営相談体制の構築

事業承継や経営課題を総合的に支援する相談体制を充実させる。専門家による個別相談、承継計画の策定支援、雇用・人材育成に関する助言、金融機関等との連携を通じ、後継者や働き手が安心して参入・定着できる環境を構築する。

### 施策② 民間観光施設の誘致

#### 1. 客層に応じたホテル等の誘致

多様化する旅行者のニーズに応えるため、民間投資による宿泊施設の誘致を進めます。特に、インバウンドや富裕層をターゲットとした高付加価値なホテルや、地域の魅力を活かした旅館などを誘致することで、新たな市場を開拓します。

## 基本方針VI 周遊を促進する

### 施策① 周遊ルート、プランの開発

#### 1. テーマ性を持った観光ルート、プランの開発

広域的な視点で、自然、歴史、食、文化、体験プログラムなどの地域資源を組み合わせ、明確なテーマ性を持った観光ルートや滞在プラン、宿泊プランを開発する。インバウンドについては、高付加価値旅行者層に向けた観光周遊ルートを造成する。あわせて広域で連携しながら、ウェブサイト等によるルート、プランの情報発信を行い、滞在時間の延長と観光消費額の拡大を図る。

## 基本方針Ⅶ 再訪を促進する

### 施策① 再来訪を促す仕組みづくり

#### 1. 訪れるたびに新たな特典や体験が得られる魅力的な仕組みづくり

訪れるたびに魅力が高まる仕組みを整える。例えば、来訪回数に応じて特典が増えるデジタルスタンプラリーや、リピーター限定の宿泊割引、通常では体験できない特別な体験や食事会への優先参加権を付与することで、「また来たい理由」を明確にし、継続的な来訪を促進する。

#### 2. おもてなし活動の推進

旅マエ・旅ナカ・旅アトの各段階を通じた一貫したおもてなし活動を推進する。具体的には、宿泊予約後の事前案内や、地域の方言を交えた歓迎メッセージの送付による期待感の醸成、記念日や旅行目的に応じたさりげない配慮の実践、滞在中の温かみのある声かけに加え、宿泊後のお礼連絡や再訪を促す情報発信など、来訪者との関係性の継続を意識した取組を進める。

#### 3. 観光事業者向け研修の実施

「訪れるたびに新たな特典や体験が得られる魅力的な仕組みづくり」や「おもてなし活動の推進」にあたって、観光事業者を対象とした専門家による研修を実施する。

### 施策② 来訪者との継続的な関係づくり

#### 1. メール配信等による継続的な関係づくり

来訪後も若狭町とのつながりを保つため、季節のイベント情報や限定クーポンの配信、SNS での交流など情報発信と交流の仕組みを構築する。

#### 2. 「交流」という観光動機に応えるイベント開催

各観光組合などにおいて、定期的な朝市やマルシェなどを開催し、観光客を交えた地元住民との交流機会を創出する。

### 3-6 目標数値

#### KGI 観光消費額(推計)

令和6年(2024年)		➔	令和12年(2030年)	
62.4億円			76.5億円	
R7	R8	R9	R10	R11
59.6億円	61.9億円	63.7億円	67.3億円	70.9億円

#### KPI① 観光入込客数

令和6年(2024年)		➔	令和12年(2030年)	
209万人			240万人	
R7	R8	R9	R10	R11
204万人	206万人	210万人	220万人	230万人

#### KPI② 外国人宿泊者数(推計)

令和6年(2024年)		➔	令和12年(2030年)	
2,702人			4,000人	
R7	R8	R9	R10	R11
3,100人	3,200人	3,400人	3,600人	3,800人

#### KPI③ 観光客の今後の来訪意向

令和6年(2024年)		➔	令和12年(2030年)	
77.0%			85.0%	
R7	R8	R9	R10	R11
71.2%	72.0%	73.0%	75.0%	80.0%

〈FTASより〉

KGI(Key Goal Indicator)は、企業やプロジェクトの最終的なゴールを数値で定量的に示した指標。  
 KPI(Key Performance Indicator)は、最終的な目標達成に向けたプロセスの中間目標を数値化したもので、進捗状況を定量的に把握する指標。

## 3-7 推進体制と役割

本ビジョンが描く将来像の実現は、行政や特定の事業者だけでは成し遂げられません。町、観光協会、観光事業者、そして住民一人ひとりが、それぞれの立場で主体的に役割を担い、強固な連携を築く「オール若狭町」体制で臨むことが不可欠です。

前ビジョンの「住民が主役」という精神を継承・発展させ、「みんなが観光大使」としてそれぞれの力を結集し、持続可能な観光まちづくりを推進します。

### <各主体の主な役割>

#### 住民

日々の暮らしや地域文化そのものが、若狭町の最も重要な観光資源であることを認識し、訪れる人々を温かく迎えます。

- ・来訪者への温かい挨拶や道案内など、日常の中での「おもてなし」の実践
- ・地域の歴史や文化、自然等の魅力を学び、理解を深める
- ・地域の美化活動や伝統行事、イベント等への参加・協力
- ・SNS等を活用した、若狭町の日常風景や暮らしの魅力の情報発信
- ・自らが「観光大使」とあるという意識を持ち、地域の魅力と誇りを伝える

#### 観光事業者(サービスの提供)

来訪者の満足度向上と観光消費額の拡大を牽引し、地域経済の活性化を担います。

- ・若狭町の資源を活かした、体験価値の高い商品・サービスの開発と品質向上
- ・来訪者のニーズに応える質の高いおもてなしの実践
- ・事業者間の連携による共同プロモーションや新商品開発の推進
- ・多様化する観光需要に対応するための設備整備
- ・人材育成や経営改善への積極的な取り組みによる「稼ぐ力」の向上
- ・後継者の確保・育成

#### 観光協会、専門組織(事業の実行・実践)

町の観光振興を実践する専門組織として、国内外から観光客を呼び込む最前線に立ちます。

- ・データに基づいた戦略的な情報発信(デジタルマーケティング)と宣伝活動(エージェント、メディア等の連携強化と誘客活動等)
- ・観光案内機能の充実と、来訪者への的確な情報提供など観光客の受入支援
- ・観光事業者の育成・支援
- ・観光関連データの収集・分析
- ・観光資源の発掘・磨き上げ、魅力的な観光の企画・造成・販売支援

### 町(コントロール・ハード整備)

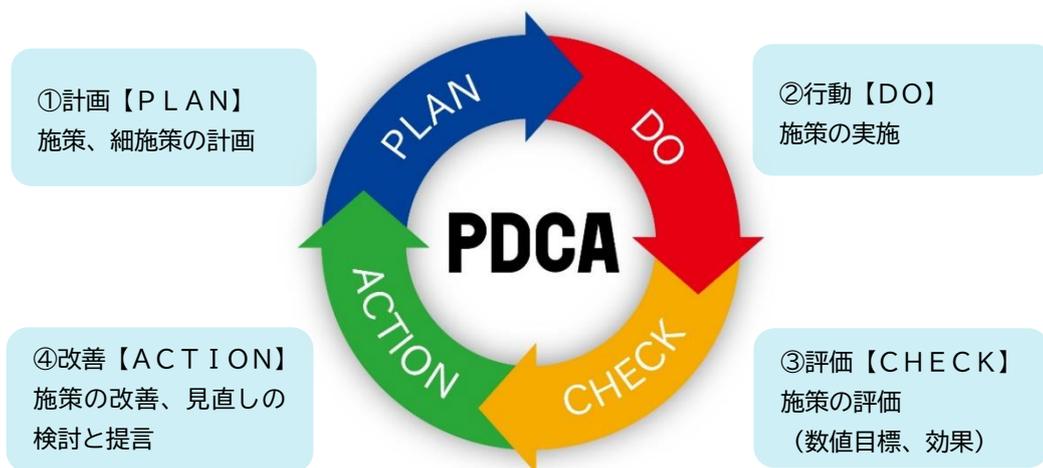
町全体の観光振興を支える土台を構築し、各主体が活動しやすい環境を整えます。

- ・ビジョン全体の推進管理と進捗状況の把握
- ・町と観光協会を軸とした、観光事業者や住民等との地域全体の連携促進・調整
- ・観光基盤(二次交通、多言語対応、サイン整備等)の計画的な整備
- ・支援制度、補助制度の創設
- ・受益者負担による新たな観光財源の検討
- ・国や県との連携による補助事業等の活用と広域観光の推進
- ・観光関連データの収集・分析と、それに基づく戦略策定の支援

### 観光振興ビジョン推進委員会

ビジョンの実効性を確保し目標を達成するため、推進体制の中核として PDCA サイクルに基づく進捗管理を担います。

- ・PDCA サイクル(計画-実行-評価-改善)に基づくビジョン全体の進捗管理
- ・各施策の進捗状況や成果についての年次評価・検証
- ・社会情勢や新たな観光ニーズを踏まえた施策の改善、計画見直しの検討と提言



このように、各主体がそれぞれの役割を最大限に発揮し、有機的に連携することで、相乗効果が生まれます。

町が環境を整え、観光協会が広く誘客し、事業者が質の高いサービスで迎え、住民が温かい心で交流する。この持続的な循環を創り出すことで、「また来たい」と思われる魅力あふれる若狭町を実現します。

さらに今後は、こうした連携をより確かなものとするため、観光地域づくりの新たな推進組織のあり方についても検討を進めていきます。

## 前ビジョンの振り返りと第4次ビジョンとの関係

※評価 ○出来た、△不十分、×出来ていない

前ビジョン アクションプラン	実績・成果	評価 ※	第4次ビジョン 施策での位置づけ
①食材のブランド化・リブランド化を図ろう	熊川葛や福井梅、山内かぶらといった地元食材を活用し、新たなお茶やケーキ類、壺漬け商品などを開発しました。この取り組みにより、若狭町産食材の知名度向上とブランド価値の形成が進みました。また、観光消費額の増加にも貢献しています。ただし、現状では消費動向へのインパクトが限定的であるため、さらなるブランド戦略や広域市場での認知拡大が課題となっています。	○	・地域資源のストーリー化とブランド価値の明確化 ・観光消費を促す機会の創出
②食の魅力を高める人材を育成しよう	大学生による日本酒と刺身の「マリアージュ」考案や語り部による勉強会を通じ、食文化に関する感性を磨く機会を提供しました。さらに、食材生産者と利用者のマッチングや食事空間の演出指導を行い、地域の食の魅力の向上につながりました。	○	・観光消費を促す機会の創出
③若狭の雰囲気を味わえる地の物でもてなそう	若狭町産の食材を積極活用した飲食店舗の増加を促進しました。この結果、地元の特産品活用が進み、「御食国」としての食文化が観光資源としてより広く認知されるようになりました。地の物をもてなす店舗が増えることで、食を中心とした地域らしい体験型観光が実現しました。	○	・観光消費を促す機会の創出
④食を活かしたイベントを開催しよう	首都圏での試食会や物販形式での出向宣伝を開催し、若狭町が誇る地域食材のPRを進めました。リアルイベントであるため限られた効果ではありましたが、外部市場に町の食材をアピールする良い機会となりました。この活動によって食材の魅力を知る消費者を新規に獲得する第一歩を踏むことができました。	○	・地域資源を活かした体験コンテンツの充実
⑤地域の特色を最大限発揮するための宿・飲食店づくりを進めよう	民宿のリニューアルを進めサイクリスト向け宿泊施設を整備したほか、三方湖や梅林を眺めるロケーションを活かした飲食店を開発しました。また、地域間連携を深める熊川マルシェの開催を通じて、店舗間の結びつきや観光振興が進みました。これにより、三方五湖や若狭湾といった資源活用が観光体験に取り入れられました。	○	・観光消費を促す機会の創出 ・持続可能な宿泊業支援

御食国の食を知る、活かす

	⑥5 彩の水の景観や歴史・生活文化を活用するための環境を整備しよう	観光資源の魅力を最大化するため、サイクリングルートやトレイルコースの整備を推進しました。また、河内川ダム周辺では山座熊川やピクニック広場といった観光環境整備を実施しました。さらに、古民家を活用した宿泊施設を整備することで、地域の生活文化を体験できる宿泊環境を構築しました。この取り組みにより、地域性を活かした新たな観光体験を提供する基盤が整い、地域の魅力発信に寄与しました。	○	・地域資源を活かした体験コンテンツの充実 ・観光消費を促す機会の創出 ・サイクリングルートの環境整備
	⑦新しい「雅遊」を演出しよう	健康志向や自然体験を重視し、山でのキャンプ体験やウェルネス観光プログラム、水上アクティビティを導入しました。ツアーマーチでは新しい形態の観光体験「HAPIPO」を導入し、地域の独自性を感じられるイベントを実現しました。また、ワーケーションニーズに対応するため、民宿をリニューアルし滞在環境を向上させました。これらの取り組みにより、新たな観光層の獲得と地域の可能性を広げる結果につながりました。	○	・地域資源を活かした体験コンテンツの充実 ・教育旅行による環境学習、文化体験の提供 ・周遊ルート、プランの開発
	⑧観光資源を保全しよう	三方五湖や熊川宿を中心に地域の景観や環境保全を実施しました。観光資源の価値を守るため、地域の自然や歴史的背景に配慮した保全活動を推進しました。これにより、魅力的な観光地としての価値が維持されるとともに、次世代に受け継ぐべき景観や文化が守られました。これらの活動は、観光振興と地域環境への配慮が調和する取り組みとして評価されています。	○	・自然環境、文化遺産の保全
外からの目を活用し、観光まちづくりにおいて協働する	⑨外からの目を借りて町の魅力を再発見しよう	都市圏の大学生や飲食店関係者など外部の視点を取り入れる機会を設け、地方の魅力を再発見しました。インフルエンサーによる若狭湾視察も実施し、船小屋やみかえりの松、青の洞窟などの地域資源を再発見しました。この取り組みは、外部の視点を活用して地元が気付かなかった魅力を効果的に引き出し、情報発信の強化につながりました。	○	・地域資源の魅力の可視化
	⑩観光まちづくりのために、観光事業者と住民が手を携えよう	観光まちづくりでは、事業者と住民が協力し、観光資源を活用した没入体験型イベントを熊川で実施しました。また、地元の高校や中学校と連携した探求学習プログラムを組み込むことで、観光だけでなく学びの場を提供しました。住民と事業者が一体となることで、地域の観光振興に直結し、自治意識の醸成にも寄与しました。	○	・地域資源を知る機会の創出

	⑪「観光空間」を認識し、広域連携しよう	青々吉日や嶺南地域を中心に広域連携を進め、観光プランを軸にしたスタンプラリーを実施しました。若狭湾観光連盟や日本遺産協議会などとの協働を通じて、広域的な観光振興を図り、隣接地域との連携強化にも努めました。この取り組みにより観光エリアの幅が広がり、地域全体としての魅力が向上するとともに、回遊型観光の促進につながりました。	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広域連携の推進</li> <li>・周遊ルート、プランの開発</li> </ul>
来訪者へ“ほんもの”の魅力を伝える	⑫みんなで語り部になろう	地域の歴史や文化を伝える「語り部の会」が勉強会を継続的に実施しましたが、住民全体への浸透は十分ではありませんでした。語り部の存在は観光の付加価値を高める重要な要素であるため、広く住民へこの取り組みを広げる仕組みが課題として残されています。	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子どもたちが観光資源に触れる機会の創出</li> <li>・地域資源を知る機会の創出</li> <li>・地域資源の魅力の可視化</li> <li>・プロフェッショナルガイドの育成</li> </ul>
	⑬人と人とのふれあいを大事にしよう	神子観光組合による日曜朝市や道の駅での縞々縁日、熊川マルシェなど、人と人が直接触れ合えるイベントを積極的に実施しました。これらの場を通じて、地域産品の魅力発信や観光客との交流の場が広がり、ふれあいの大切さが実感されました。人と人との繋がりによる地域活力の向上と、観光の質的な底上げに繋がる成果が生まれました。	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・再来訪を促す仕組みづくり</li> <li>・来訪者との継続的な関係づくり</li> </ul>
	⑭快適な滞在環境を提供しよう	山座熊川やレインボーライン山頂公園では Wi-Fi 環境を整備し、キャッシュレス対応店舗の増加を促進しました。また、ゴゴイチバスの運行開始やレンタサイクル用自転車の購入で移動の利便性を向上させました。これにより観光客が快適に滞在し、観光を楽しむ環境が整いました。滞在満足度の向上に寄与する効果を発揮しています。	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・持続可能な宿泊業支援</li> <li>・民間観光施設の誘致</li> <li>・サイクリングルート の環境整備</li> <li>・インバウンドに対応した環境整備</li> <li>・二次交通の充実</li> </ul>

新たな観光客を誘客する	⑮ウィズコロナ時代はマイクロツーリズムを意識しよう	ウィズコロナ時代に対応するため、北近畿や嶺北地方といった近距離圏域への観光PRを強化しました。この取り組みにより、生活圏内で楽しめる観光資源を提供し、安全性を重視した観光スタイルを構築しました。	○	
	⑯関東圏および中部内陸県から誘客しよう	関東圏や北陸新幹線沿線に向けて動画作成やSNSを活用した情報発信を行いました。首都圏や埼玉県、長野県など各地域でのPR活動により、沿線地域からの観光客誘致につながりました。この取り組みは、具体的な観光価値を分かりやすく伝えるとともに、新たな観光層を取り込む効果を生んでいます。	○	・人とのつながりを活用したプロモーションの展開
	⑰外国人観光客の誘客を促進しよう	忍者体験やくず寒ざらし体験をプログラム化し、台湾や香港における教育旅行の営業活動を展開しました。さらに、海外エージェントを招聘し、パンフレットの多言語化や駅看板の英語表記などインフラ整備も実施しました。加えて、県内在住外国人を活用したSNS情報発信など、多角的なプロモーション手法により外国人観光客の誘致が進みました。	○	・インバウンドに対応した環境整備 その他各種施策が関連

これまでの取り組みでは、地域資源の活用と観光振興に重点を置き、多角的な視点から地域の魅力を引き出す施策を展開してきました。景観や歴史文化の保全、広域的な観光連携、語り部の活動や地域住民とのふれあいを通じた魅力発信など、観光事業者と住民が一体となって「まちづくり」を進めてきたことは、大きな成果です。

これらの施策の結果として、地域内外からの観光客誘致が進み、地域経済の活性化や持続可能な観光基盤の整備が着実に進展しました。しかし、観光施策の恩恵や目的が地域住民全体へ十分に浸透していないという課題も存在しており、地域の一体感をさらに向上させる取り組みが求められています。

今後は、観光振興を地域と観光客が共存する仕組みとして捉え、住民が主体的に関与できる環境を整える必要があります。あわせて、新たな資源の発掘・整備と、SNS等を活用した発信力の強化、インバウンド対応の基盤整備を進めます。

第4次観光振興ビジョンでは、これまでの成果と学びを基盤に、多様化するニーズや観光市場の変化に対応する方針を明確にします。地域と観光が調和し、持続的に発展する未来につなげます。