

平成20年度マスターセンター補助事業

観光資源活用による地域活性化事例と福井県における活用策

報 告 書

平成21年1月

社団法人 中小企業診断協会 福井県支部

## はじめに

人口減少や少子高齢化が進むわが国において、観光は、地域における消費の増加や新たな雇用の創出など幅広い経済効果をもたらすとともに、地域の人々が誇りと愛着を持つことができる活力に満ちた地域社会の実現をもたらすものとして、近年注目を集めている。

また、成長するアジアの活力をわが国に取り入れていくといった観点からも、観光振興による地域活性化は、21世紀のわが国経済社会の発展のため不可欠である。

このような観光立国実現に向けて、平成20年10月1日に国土交通省に観光庁が設置された。

一方で、大都市と地方との格差是正を目的に、地域にある資源を活用して新たな事業展開を図る中小企業を支援するために、平成19年度より地域資源活用支援事業がスタートし、既に400を超える事業計画が認定され、その取り組みが進められている。

都道府県が指定した地域資源、地域で生産される特徴ある農林水産物、地域の技として定着している鉱工業品やその製造技術、地域にしかない自然や歴史ある風景、建築物による観光資源は、全国で約10,000に上っている。

その中で、観光資源は4,800あまり選定されているものの、その活用面では全国認定された事業計画ではわずか34件と少なく、農林水産物や鉱工業品に比べ、活用に向けた課題が多いことが予想される。

しかし、観光資源の開発や活用は、地域の観光事業者だけでなく農林水産物や土産品などの鉱工業品、飲食・宿泊・交通など広範な産業へ波及効果が大きく、小規模・零細企業の多い福井県にとっても地域活性化に不可欠なものである。

そこで、全国の観光資源を活用した認定事例や全国の観光を中心とした地域活性化事例の研究を通して、福井県内の観光資源を見つめなおし、観光資源活用による地域活性化に向けた提案を行うことを目的として、本調査研究事業を実施した。

今回の提案が、福井県の産業、特に観光関連産業の皆様のこれからの取り組みの一助となれば幸いである。

平成21年1月

(社) 中小企業診断協会福井県支部

支 部 長 上 村 辰 美

## 目 次

はじめに	
第1章 全国における地域資源の指定と観光資源の活用	1 ページ
1. 地域資源活用支援の流れと計画認定件数の推移	
2. 都道府県別に見た特徴と観光資源の活用状況	
3. 観光資源活用の認定件数が少ない理由	
4. 観光行動の変化と今後の方向性	
第2章 福井県の観光産業の現状と地域資源	9 ページ
1. 人口減少社会の到来	
2. 福井県の観光入込客数と観光消費額の推移	
3. 福井県の観光戦略	
4. 福井県が認定する地域資源及び観光資源	
第3章 福井県の観光ビジネスにおける課題	21 ページ
1. 福井県の観光資源活用面での課題	
2. 観光をめぐる環境変化	
3. 福井県を訪れる観光客の観光行動と観光資源活用のポイント	
第4章 全国における観光活性化事例	31 ページ
1. 長野市の事例	
2. 長崎市の事例	
3. 萩市の事例	
4. 川越市の事例	
5. 輪島市の事例	
6. 黒部市の事例	
7. 弘前市の事例	
第5章 これからの福井県観光資源活用に向けて	39 ページ
1. 磨く・・・観光資源の見直し、新たな資源の創出	
2. 結ぶ・・・観光資源活用に向けた地域資源の連携、事業者間の連携強化	
3. 広げる・・・住民の協力を含めたまちづくり活動との連携と継続的な取り組み	
4. 観光資源活用に向けたマーケティング活動実施へ	
おわりに	47 ページ
(執筆者紹介、参考資料)	

# 第1章 全国における地域資源の指定と観光資源の活用について

## 1. 地域資源活用支援の流れと計画認定件数の推移

### (1) 「中小企業地域資源活用促進法」と地域資源活用支援の流れ

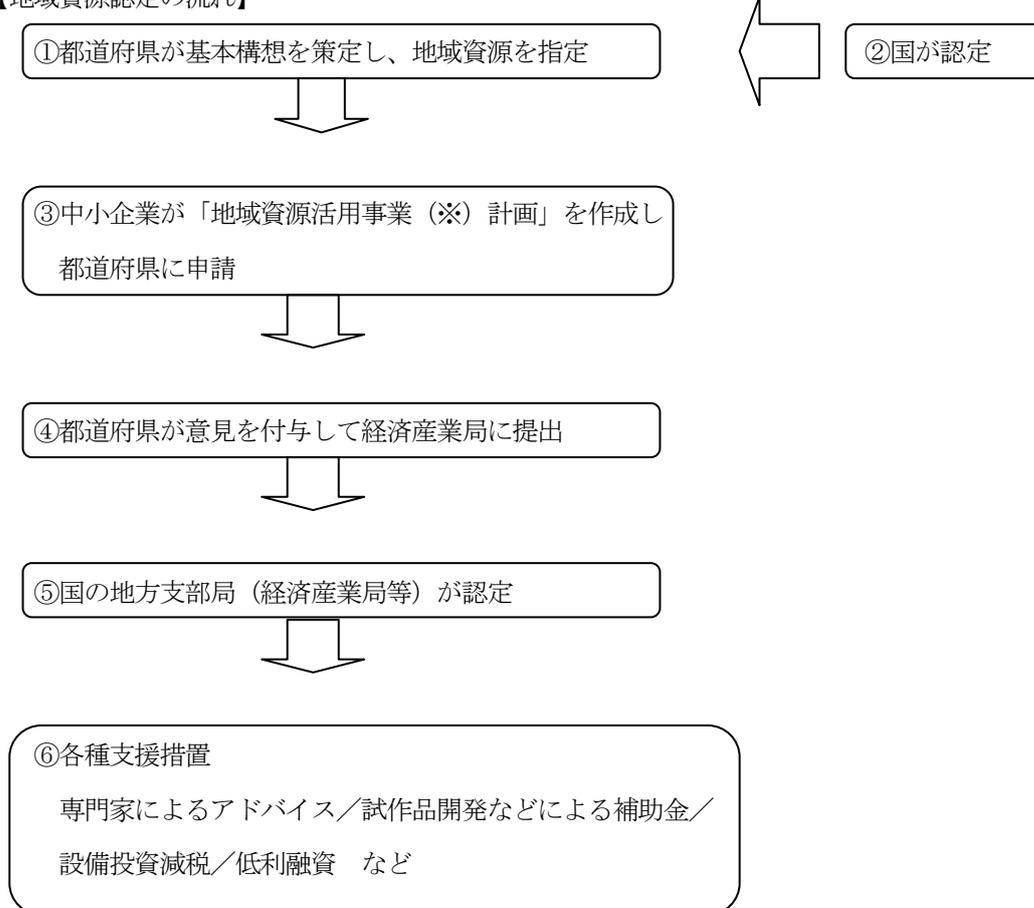
平成19年6月に「中小企業地域資源活用促進法」が施行され、これは「地域資源を活用して新商品の開発等に取り組む中小企業に対し、税制・金融面をはじめとする総合的な支援措置を行い、地域経済の活性化を図ること」を目的とする法律である。

地域資源の定義については下記のとおりとなっている。

- ①地域の特産物として相当程度認識されている農林水産物や鉱工業品
- ②地域の特産物である鉱工業品の生産に係る技術
- ③文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源として相当程度認識されているもの  
(ただし、具体的な地域資源については、各都道府県が策定する「基本構想」によって指定される。)

地域資源認定の流れについては、下記フロー図の通りである。

#### 【地域資源認定の流れ】



※「地域資源活用事業」とは、「地域資源を活用して行われる新商品の開発、生産又は需要の開拓及び新サービスの開発、提供又は需要の開拓に関する事業活動」である。

全国の都道府県が、基本構想の中で指定する地域資源は、総数で10,922件（平成20年7月時点）を数え、内訳は農林水産品3,328件、鉱工業品2,421件、観光資源5,173件と、観光資源が半数を占めている。

都道府県別の地域資源指定状況をみると、最も多く指定しているのは北海道の947件、最少は徳島県の89件と10分の1となっている。47都道府県の平均を計算してみると232件となる。

資源別にみると、北海道が農林水産品535件、鉱工業品165件といずれも全国1位で、観光資源では兵庫県の430件がトップとなっている。

ちなみに、観光資源の指定数で多いのは、長野県370件、北海道247件、奈良231件、京都229件と、歴史遺産や建造物の多い地域とリゾート地で高くなっていることが伺われる。

## (2)地域資源活用計画の認定の推移

地域資源の類型別で事業計画が認定されている件数を比較すると、右表のとおりである。最も多いのが鉱工業品の238件で、全体の半分を占めている。次いで農林水産物の156件。観光資源の活用計画は最も少なく34件で、全体の10%未満である。

【地域資源類型別件数・内訳】

地域資源類型	件数（件）	内訳（%）
総数	428	100.0
農林水産物	156	36.4
鉱工業品	238	55.6
観光資源	34	7.9

（平成20年7月31日 現在）

また、地域資源認定事業計画の推移を見ていくと、初回の平成19年10月が最も多く、153件となっている。各類型別で見ても、農林水産物・鉱工業品・観光資源の全てで平成19年10月の認定スタート時の件数が最も多くなっている。

【地域資源認定事業計画の類型別推移

〔上図〕件数、〔下図〕増加率（初回の認定件数を100%として換算）

	認定時期				
	H19年10月	H19年12月	H20年2月	H20年3月	H20年7月
総数	153	71	85	19	100
農林水産物	57	27	35	4	33
鉱工業品	81	41	44	15	57
観光資源	15	3	6	0	10

（単位：件）

	認定時期				
	H19年10月	H19年12月	H20年2月	H20年3月	H20年7月
総数	100.0	46.4	55.6	12.4	65.4
農林水産物	100.0	47.4	61.4	7.0	57.9
鉱工業品	100.0	50.6	54.3	18.5	70.4
観光資源	100.0	20.0	40.0	0.0	66.7

（単位：%）

次に、これらの3類型の中から「観光資源」に焦点をあてて、都道府県別に見た特徴や活用状況について見ていく。

## 2. 都道府県別に見た特徴と観光資源の活用状況

### (1) 都道府県別に見た観光資源活用計画の状況

【地域資源活用事業計画全体に占める観光資源活用の割合（上位県別）】

県	観光資源（件）	地域資源総数（件）	観光資源/地域資源全体（％）
全国	34	428	7.9
長崎県	3	10	30.0
埼玉県	2	7	28.6
京都府	3	11	27.3
沖縄県	8	31	25.8
山口県	2	8	25.0
秋田県	1	5	20.0
福島県	2	10	20.0
千葉県	1	5	20.0

(H20年7月31日現在)

上の表は、認定された地域資源事業計画の総数に占める観光資源活用計画の割合を県別に見たものである。全国平均は7.9%と10%にも満たないが、トップの「長崎県」が30.0%、次いで「埼玉県（28.6%）」、「京都府（27.3%）」、「沖縄県（25.8%）」、「山口県（25.0%）」と続いている。

右表は、観光資源の認定件数の上位県である。

最も多いのが「沖縄県」で8件、次いで「北海道」と「京都府」、「長崎県」が3件で続き、「福島県」、「埼玉県」、「兵庫県」、「山口県」が2件と続く。

以上が、観光資源を活用した事業計画が2件以上認定されている県で、いずれも全国的に有名な観光地を有する。

【観光資源を活用した事業計画認定数（上位県別）】

県	観光資源（件）
沖縄県	8
北海道	3
京都府	3
長崎県	3
福島県	2
埼玉県	2
兵庫県	2
山口県	2

(H20年7月31日現在)

### (2) 都道府県別に見た特徴

前述の各県の観光資源を活用した認定事業計画をそれぞれ見てみる。

※（ ）内は活用されている観光資源名

#### ① 沖縄県

「沖縄音楽・舞踊」「琉球王国」「自然」など独自の文化・歴史、そして熱帯性の気候による自然という独特の資源を活用した事業が認定されている。

- ・音楽配信サイトの利用高度化による沖縄音楽関連商品の開発・販売（沖縄音楽）
- ・今帰仁ブランド商品改良及び販路開拓とものづくり体験型観光プログラム開発連携事業（豚、ハイビスカス、沖縄島野菜、マンゴー、パイナップル【農林水産物】沖縄黒糖【鉱工業品】やんばるの森、琉球王国のグスク及び関連遺産群【観光資源】）

- ・沖縄空手の事業的活用による普及推進プロジェクト（沖縄の空手・古武術）
- ・宮古芸能館開発設置事業（沖縄の伝統舞踊、沖縄音楽）
- ・渡名喜村の古民家を活用した観光ツアー（渡名喜県立自然公園）
- ・黒蝶真珠手作り体験・練習用擬似貝体験（黒蝶真珠【鉱工業品】、黒蝶真珠養殖場【観光資源】）
- ・地域資源を活用した沖縄ペーパークラフト・シリーズ商品ライン拡充及び本土市場開拓事業（琉球王国のグスク及び関連遺産群、シーサー製作所・工房・風景、ヤンバルクイナ生息地・飼育地、ヨナグニサン生息地・飼育地、ヤンバルテナガコガネ生息地・飼育地）
- ・OKINAWA亜熱帯自然環境学習プログラム開発・販売事業（沖縄のビーチ、マングローブ自生地、植林地、サンゴ生息地・養殖地）

## ②北海道

日本最北の地であり、特に「温泉」が観光資源として活用されている。

- ・「スギ花粉リトリート（疎開）ツアー」による糠平温泉郷全国ブランド化への挑戦（イムノリゾート上士幌・ぬかびら温泉）
- ・サッポロ・シティ・ジャズを活用した観光プログラムの開発事業（サッポロ・シティ・ジャズ）
- ・乾癬病やアトピー性皮膚炎などに効果があるといわれている豊富温泉の成分を生かした乳液・クリーム等の開発（豊富温泉）

## ③京都府

古くからの伝統がある都市で、「工芸」「町並み」が活用されている。

- ・滞在型観光客をターゲットとした「ほんものの京友禅染め浴衣生地作り体験」の開発と提供（京都伝統工芸体験工房）
- ・アテンドサービスを付加した「京町家ホームビジットプログラム」の開発と提供（京町家）
- ・暮らすように旅をする「京町家ステイ」と伝統文化研修「オリジン・アート・プログラム」の提供（京町家）

## ④長崎県

江戸時代から培われた異国情緒が溢れる都市であり、当時の趣を漂わせる「教会」などが活用されている。

- ・平戸ATA（エリア・ツーリズム・エージェント）構築事業（ひらめ、いか等の水産品、農産品【農林水産物】、長崎の教会群とキリスト教関連遺産 他【観光資源】）
- ・五島巡礼 八十八ヶ所霊場巡り（タクシー・バスプラン）開発事業（五島八十八ヶ所）
- ・「近代化遺産 軍艦島再生プロジェクト」（賑わいの島）構築事業（軍艦島（端島））

## ⑤福島県

北海道同様、福島県も「温泉」が重要な観光資源となっている。

- ・健康と癒しの温泉地創設事業（いわき湯本温泉）

- ・相馬野馬追と新田川温泉を中心とした体験型、滞在型の観光システム構築事業（新田川温泉、相馬野馬追）

#### ⑥埼玉県

江戸時代の趣を残す川越市の「蔵造りの街並み」などが観光資源として活用され、「小江戸」と称されたりもする。

- ・和銅採掘遺跡及び和同開珎に関連する地域資源を活用した「ご利益ツアー」及び関連商品の開発（和銅採掘遺跡）
- ・ハイクラス外国人観光客向けプレミアムツアー事業化（蔵造りの町並み）

#### ⑦山口県

山口県も「温泉」、そして「萩の街並み」が観光資源として認定され、その中で工芸品にも注目している。

- ・観光宿泊拠点・湯田温泉オリジナルブランド構築事業（湯田温泉）
- ・観光資源である「萩まちじゅう博物館」の歴史的特徴のひとつである、江戸末期に廃絶した萩硝子を復活させ、萩観光の魅力を高める。（萩まちじゅう博物館）

#### ⑧兵庫県

スポーツ施設を活用したサービスによる付加価値づくりと産業体験という異なった資源の活用となっている。

- ・淡路佐野運動公園とスポーツホテルのノウハウを活用した日本初、トップアスリート養成のためのスポーツコンシェルジュサービスと大会コーディネートサービスの提供（兵庫県立淡路佐野運動公園）
- ・銀の馬車道プロジェクトに因んだ体験型産業観光「いぶし瓦の技術を活かした体験プログラム」の開発と提供（銀の馬車道）

これらの認定された計画を、その活用される観光資源別に見てみると、国定公園や森といった「自然」が8件、「温泉」5件、「音楽」4件、「産業遺産」4件、「宗教関連施設」3件、「工場等での体験」3件、「街並み」3件と続いている。

認定された計画をみると、自然や遺産、街並みなどの景観や施設に、ソフトなサービスを加えた新たな観光資源づくりの取り組みが多くみられ、地域にある生活や文化、サービスを見直す活動が、新たな活用計画づくりの原点のように感じられる。

### 3. 観光資源活用の認定が少ない理由

地域資源の指定数や類型別に対して、観光資源分野は活用のための事業計画の認定数がなぜこれほど少ないのか。総数428件に対して34件（平成20年7月現在）、全体の7.9%しかない現状を踏まえて、その原因・理由を考察してみる。

#### (1) 制度分類上の偏りと他施策との関係

観光資源分野の場合、産地技術や農林水産物に比べ制度上の支援策にメリットが少ないことがあげられる。

地域資源活用プログラムでの支援の要は、試作品開発と市場開拓が中心であり、企業にとっては観光資源分野というより、その地にある農林水産や産地技術商品の開発の方が相応しいという理由から分野を選定される傾向もあるのではないだろうか。

また、観光資源そのものを売り出す発想からいけば、その支援施策は他にも国土交通省や観光庁などの施策メニューのほうが使い勝手がよいこともあげられる。

#### (2) 地域連携が不可欠な分野

基本構想にあげられた観光資源は、概ね「地域や名称」を指し示しているため、一般の企業単独で取り組むには観光土産品の開発等に限られ計画がたてにくい分野である。もちろん、観光プログラム策定や仕組みづくりは可能だが、観光はそもそも他業種や地域全体を巻き込んで成り立つものが多く、単独企業だけでは展開が難しい面があるといえよう。

さらには、想定する観光資源にはそれぞれ独自のイメージがあり、そのイメージにマッチする観光土産品の開発となると、商品ジャンルにも限りがある。また、その地で作られる素材を活かした商品となるとさらにジャンルが絞られてしまう。（例、永平寺＝厳粛で質素なイメージ→健康で体に優しい贅沢でない商品）したがって、いかに他業種や地域全体がまとまって、既存の発想から脱却した展開が見出せるかが課題であるといえよう。

指定された観光資源は、これまでも相当の観光地として形成されてきたものも多く、そこから脱却した新しいコンセプトやストーリーづくりには時間がかかる。観光土産品についても食品や菓子で相当数の商品があり、新規性をもった商品づくりをしようと思うと観光資源に対する十分な掘り起こしや、コラボレーション、新しい事業パートナー探しに傾注しなければならない。

観光はリアルなもののため、実際に体験をしてもらう観光商品をつくる必要がある。例えば、産業観光があげられるが、地域の観光資源としてあげるには複数の見所を擁していなければ魅力が薄れる。

しかしながら、複数箇所を巻き込んでとなるとコンセンサスや事業計画策定が難しく、特にその中核となる企業や団体が強い調整力と推進力を発揮し、地域が連携しなければ事業が進行しにくい。

#### 4. 観光行動の変化と今後の方向性

##### (1) 観光行動の変化と見直しのポイント

近年、観光客が減少し、活力が低下している従来型の観光地が増えてきている。

これは、

- ①高速交通網の整備発達によって日帰り圏が拡大した
- ②旅行の大衆化の中で主流だった団体客から、多様なニーズを持った個人や小規模グループ客を中心とした旅行スタイルへ変化した
- ③観光地間の競合関係の広域化等といった旅行環境の変化について行けない

ことによるものといえよう。

そうした変化や逆風に対していかに地域資源としての観光を推進していくべきか、発想を転換し地域を再発見するなかで活路を見出す事例も増えてきている。

地域にはさまざまな観光資源が埋もれている。従来の「観光資源」という概念からは外れるため、その地域の人々には観光資源としての価値を見出されないようなあたりまえの生活の一部も、観光客の視点で見ると大きな魅力をもつ資源である場合が少なくない。このような埋もれた観光資源を発掘し、新たな観光魅力として紹介し、さらに観光商品としてマーケティングすることができれば、地域にとっては大きなプラスとなりうる。

そこで、観光振興の新たな展開として、「体験や学習」を加えた観光形態が注目されている。

##### (2) 体験型観光への視点

福井県でも、永平寺や東尋坊などの既存観光地の低迷が続くなか、このような新しい形態の観光に期待が寄せられている。その代表例として「産業観光」があげられるが、全国産業観光推進協議会によると、産業観光とは『歴史的・文化的価値のある産業文化財（産業遺構）や工場・工房及び産業製品、コンテンツなどのソフト資源を観光資源とする新しい観光形態であり、それらの価値や意味、面白さにふれることにより、人的交流を促進するもの』と定義されている。

つまり、過去の産業的な遺産から、現在稼働している工場、伝統産業の製造現場、特産品の工場などを対象とする観光への変化が起こり、従来型の観光と比べてより人々の生活に密着したものとなる。特に、それぞれの地域には生活の基盤として何らか必ず特有の産業があるため、産業自体がまちの生活や文化にも大きな影響を与えているからである。産業とって重厚長大なものだけでなく、小さい産業施設でも十分非日常的であり、魅力的な観光の対象となりうる。

それらを地域の観光資源として活用するには、「産業観光資源」としての意味付けと、適切な情報発信を行うことが極めて重要であるが、まずはそれらの施設や企業に産業観光のメリットを十分認識してもらい土壌作りも大切だろう。

### (3) ニューツーリズムに向けて

また、近年は、産業観光を含む「ニューツーリズム」といわれる新たなトレンドも生まれてきている。ニューツーリズムとは、従来の物見遊山的な観光旅行に対して、テーマ性が強く、人や自然とのふれあいなど体験的要素を取り入れた新しいタイプの旅行のことを指す。

テーマとしては、前出の産業観光、エコツーリズム、グリーンツーリズム、ヘルスツーリズム、ロングステイなどがあげられる。旅行商品化としても旅行会社主導でなく、地域の立場から特性を活かすことが必要で、その意味でニューツーリズムは地域活性化につながる新しい旅行の仕組み全体を指すとも言える。

地域の側で観光協会などが第3種旅行業を取得し、地域内発着の旅行商品を開発し、売り出しているところの動きが始まっているが、今はまだ多数の地域が旅行商品のコンテンツとなる様々な体験や交流のプログラム開発に取り組んでいる段階である。また、その情報発信やプロモーション活動は、それぞれの観光協会や自治体のホームページに掲載している程度が現状で、なかなか全国の消費者に届きにくいというのが実態でないだろうか。

しかし、そうした中でも、旅行会社の立場でもニューツーリズムの流通に対して新しい動きが出てきた。具体例としては、JTBの「着旅」や、KNTの「旅の発見」などであるが、どちらも現状ではまだ販売までは至らず、ニューツーリズムの体験プログラムを紹介する情報サイトである。現在のところ、消費者は直接個々の主催事業者に申し込み、宿泊施設や交通手段は別途手配しなければならない。また、自分の望むプログラムや行程、宿泊施設、交通機関を選び個々に予約をしなければならないものが多いが、体験プログラムと宿泊交通のセットというプランも近々ラインナップされ増加してくるに違いない。

平成20年10月には、観光庁がいよいよ発足した。そして、訪日外国人観光客の誘致を平成32年に2,000万人とする目標も掲げている。訪日外国人客も個人化、ニーズの高度化が指摘される中で、インバウンドとニューツーリズムとのマッチングも期待されている。

## 第2章 福井県の観光産業の現状と地域資源

### 1. 人口減少社会の到来

福井県の人口は平成12年以降年々減少し、平成17年には821千人となった。福井県の人口は平成27年には788千人と見込まれ、県内経済を維持、発展させていくには、県外市場への寄り積極的な拡大と同様に、交流人口を増加させて、市場規模を拡大させていく努力が不可欠になる。

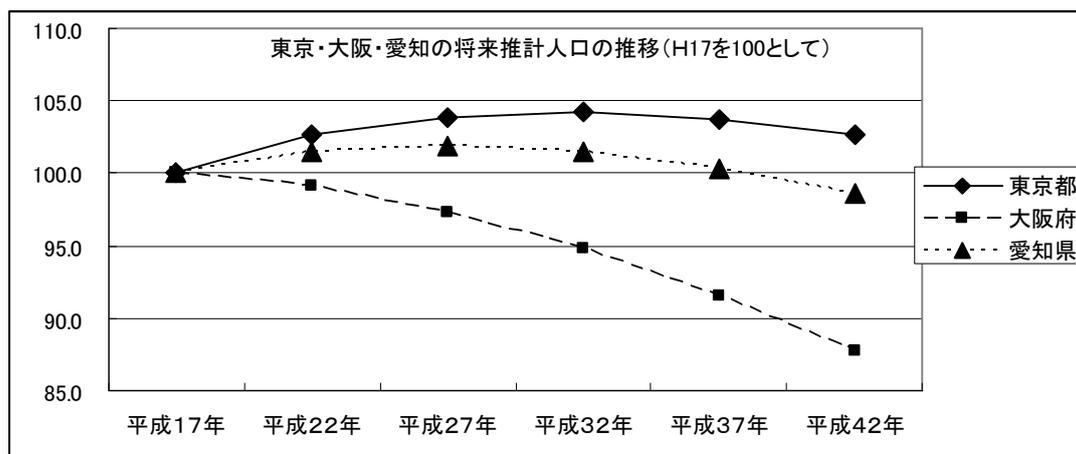
	平成7年	平成12年	平成17年	平成27年
福井県の人口	826,996人	828,944人	821,592人	788,000人

出展：「国勢調査」総務省統計局

「日本の都道府県別将来推計人口（平成19年5月版）」国立社会保障・人口問題研究所

また福井県だけでなく、大阪、愛知といった大都市でも将来的には人口の落ち込みが見られる。特に大阪府の平成42年（2030年）の人口は、平成17年と比べて、1割以上の大幅な減少となっている。

	平成17年 (2005)	平成22年 (2010)	平成27年 (2015)	平成32年 (2020)	平成37年 (2025)	平成42年 (2030)
福井県	822千人	807千人	788千人	763千人	736千人	707千人
東京都	12,577千人	12,906千人	13,059千人	13,104千人	13,047千人	12,905千人
大阪府	8,817千人	8,736千人	8,582千人	8,358千人	8,072千人	7,741千人
愛知県	7,255千人	7,367千人	7,392千人	7,359千人	7,276千人	7,152千人

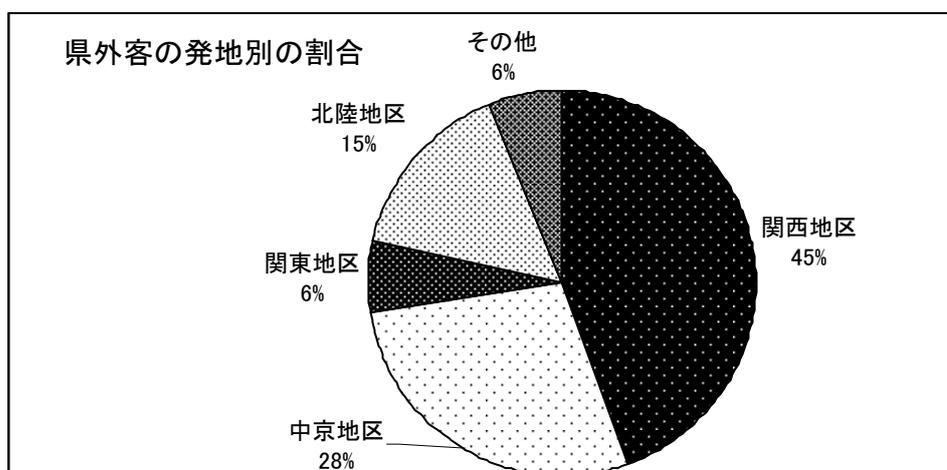


出展：「日本の都道府県別将来推計人口（平成19年5月版）」国立社会保障・人口問題研究所

関西方面からの観光客が県外客 40%以上を占める多い福井県にとって、関西地方の大幅な人口減少は大きな影響が予想される。

参考：平成19年の県外客の発地別入込状況（出展：「福井県観光客入込数（推計）」福井県産業労働部観光振興課）

	関西地区	中京地区	関東地区	北陸地区	その他	合計
観光客数	2,070 千人	1,318 千人	282 千人	713 千人	283 千人	4,666 千人
全体に占める割合	44.4%	28.2%	6.0%	15.3%	6.1%	



## 2. 福井県の観光入込客数と観光消費額の推移

### (1) 福井県の観光入込客数の推移

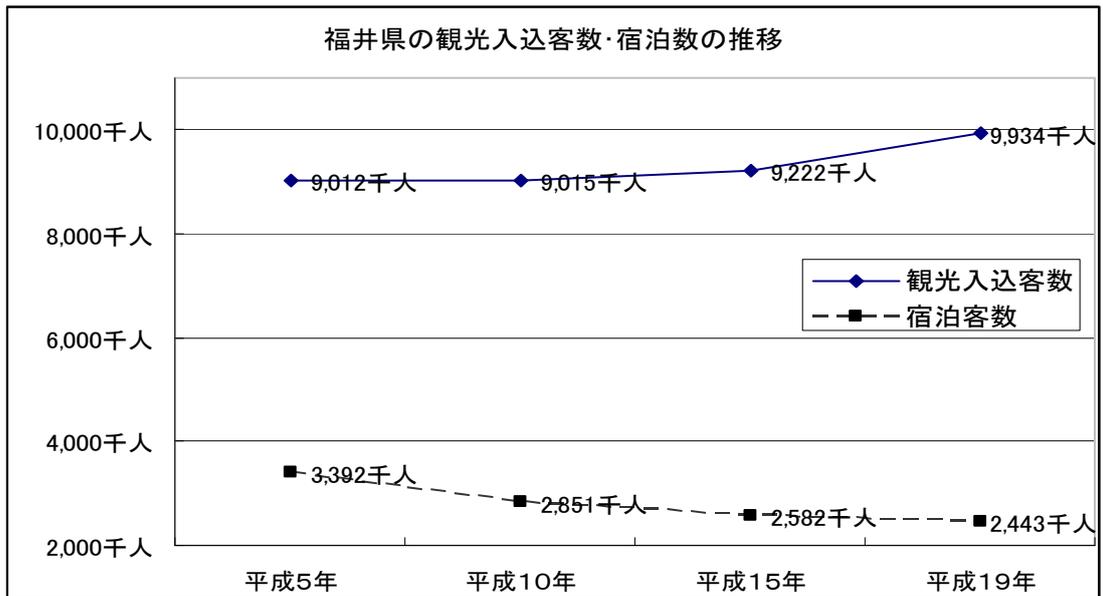
福井県の観光入込客数を見ると、毎年増加している。特に、平成19年はNHK連続テレビ小説「ちりとてちん」や関西方面からの快速電車の敦賀までの乗り入れなど観光入込客数が増加する要因が多く、1000万人の大台まであと少しのところまで来ている。

しかし、宿泊客数は年々減少傾向が見られる。通過型の観光が多く、滞在型観光をどうやって増加していくかが課題である。

### 福井県の観光入込客数・宿泊客数の推移

	平成5年	平成10年	平成15年	平成19年
観光入込客数	9,012千人	9,015千人	9,222千人	9,934千人
宿泊客数	3,392千人	2,851千人	2,582千人	2,443千人

出展：「福井県観光客入込数（推計）」福井県産業労働部観光振興課

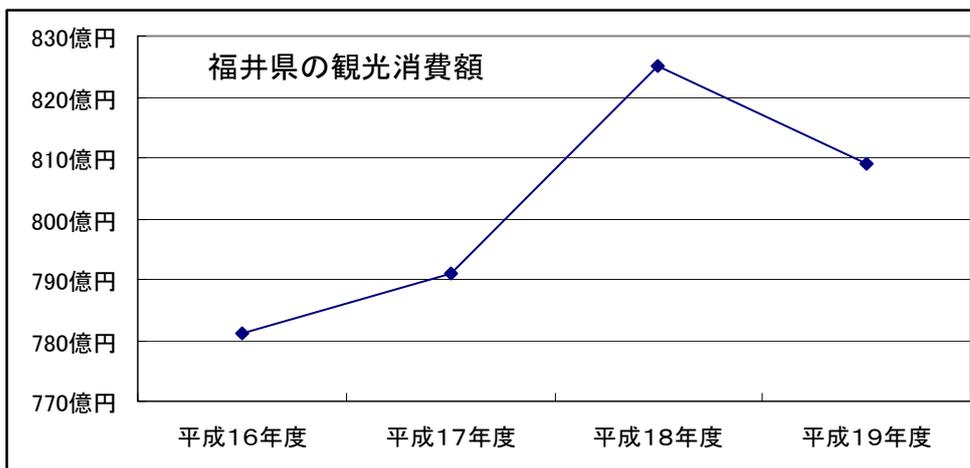


#### (2)福井県の観光消費額の推移

福井県の観光消費額（注）は、観光入込客数の増加を受け増加してきたが、宿泊客数等の減少により、800億円程度で推移している。

#### 福井県の観光諸費額の推移

	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度
観光消費額	781億円	791億円	825億円	809億円



出展：「福井県観光客入込数（推計）」福井県産業労働部観光振興課

（注）観光消費額とは、観光客により旅行滞在中に観光地点および宿泊施設においてなされる消費支出の総額で、（社）日本観光協会が策定した「全国観光統計基準」において宿泊費、飲食費、交通費、入場・観覧費、土産・買物費、その他（電話代等）を対象としている。

福井県の観光消費額 809 億円という額は同一の統計ではないことから、単純な比較はできないが、鉱工業出荷額の衣服 649 億円（平成 18 年度工業統計調査（福井県総務部情報政策課））や小売業の百貨店・総合スーパー年間販売額 620 億円（平成 16 年福井県商業統計調査（福井県総務部情報政策課））、IT 関連産業の年間売上高 316 億円（平成 18 年特定サービス産業実態調査（福井県総務部情報政策課））におけるソフトウェア業と情報処理・サービス業の年間売上高の合計額）と比較しても、他の産業に劣らない重要な産業と位置付けられる。

### (3)観光産業の雇用への効果

従業員数においても、宿泊業だけで 7,857 人を雇用しており、他産業と比較しても高い雇用人数となっている。

	宿泊業	飲食業	医療・福祉	教育・学習 支援	百貨店・総 合スーパー	織物・衣 服・身の回 り品小売業
従業者数	7,857人	14,689人	11,955人	2,997人	2,346人	4,987人
	宿泊＋飲食	22,546人				

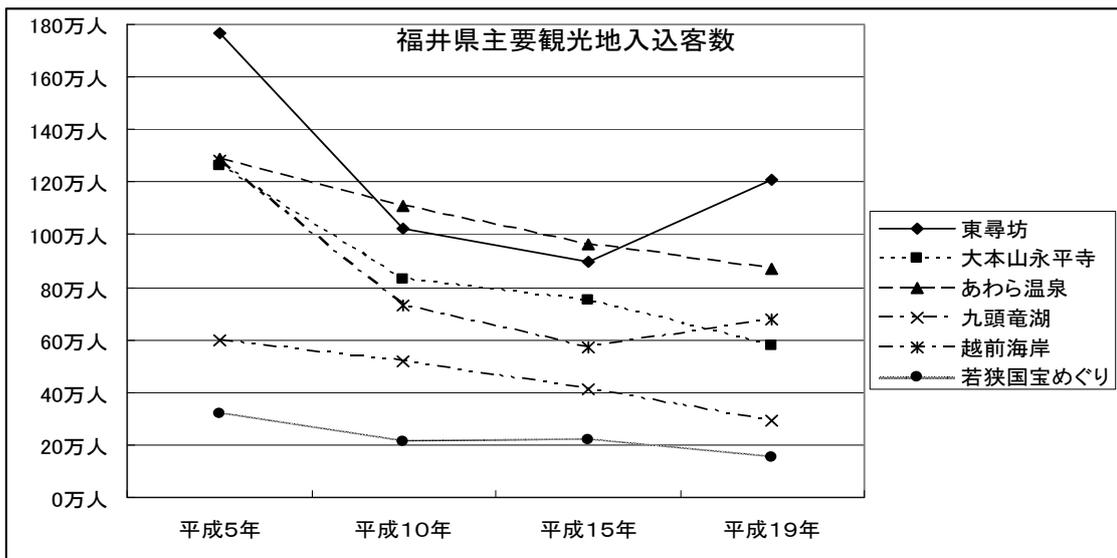
出展：平成 16 年サービス業基本調査（総務省統計局）福井県商業統計調査（福井県総務部情報統計課）  
観光産業は、宿泊だけでなく、飲食、土産品、施設等観覧などすそ野が広い産業であり、観光産業の発展は、高い雇用効果が期待できる。

### (4)県内主要観光地の入込客数

長期的な視野で見ると、以前から全国的に知名度の高い福井県内の主要観光地は観光客数が減少してきている。

その一方、三国湊町並散策や大野まちなか観光など、街中散策型の観光は入込客数の規模としてはそれほど大きくないものの、近年、入込客数を伸ばしてきている。

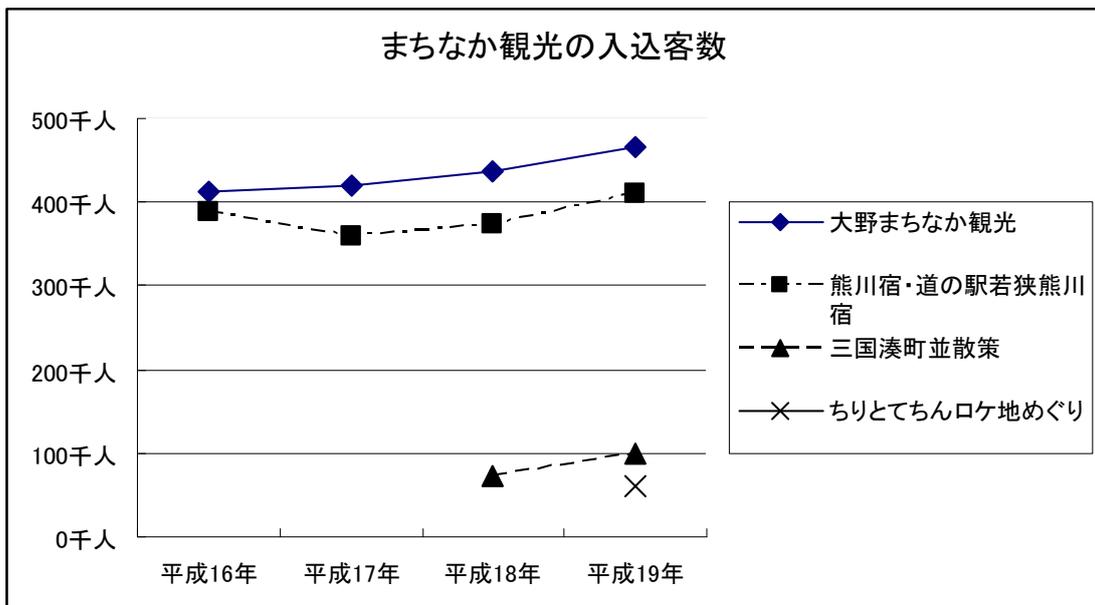
観光地	平成 5 年	平成 10 年	平成 15 年	平成 19 年
東尋坊	177万人	102万人	90万人	121万人
大本山永平寺	126万人	83万人	75万人	58万人
あわら温泉	129万人	111万人	96万人	87万人
九頭竜湖	60万人	52万人	41万人	29万人
越前海岸	128万人	73万人	57万人	68万人
若狭国宝めぐり	32万人	21万人	22万人	15万人



出展：「福井県観光客入込数（推計）」福井県産業労働部観光振興課

	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年
大野まちなか観光	413千人	421千人	438千人	465千人
熊川宿・道の駅若狭熊川宿	388千人	359千人	375千人	410千人
三国湊町並散策			72千人	99千人
ちりとてちんロケ地めぐり				61千人

(数値が記入されていないところは統計をとっていない。)



出展：「福井県観光客入込数（推計）」福井県産業労働部観光振興課

### 3. 福井県の観光戦略

福井県では、平成15年12月に「挑戦チャレンジふくいー福井県経済社会活性化プラン」を策定し、本県の経済社会の活性化の主役である「民」の活力を高め、県内産業や地域資源の潜在力を十分に引き出すための施策として「ビジット“ふくい”」という項目を設け、「歴史と心の観光」、「エンジョイ“スローライフ”」、「探訪“ふくい”」、「成果重視のアウトソーシング」を柱とする観光振興施策の基本的な方向性を示している。

この「ビジット“ふくい”」の方向性を基本に置きながら、今後の福井県全体の観光振興の方向を示すために「ビジットふくい推進計画」を策定し観光戦略を進めている。

計画のなかでは

#### みがく～観光地の活性化～

魅力ある観光地づくりや土産品の開発に取り組みます。

#### たかめる～くつろぎ空間の創造～

宿泊施設の魅力向上に取り組みます。

#### そだてる～観光の人づくり～

観光振興に取り組む人材を育成します。

#### しぼる～対象を絞ったアプローチ～

年齢層や地域、目的など、対象を絞った観光客の誘致を推進します。

国内旅行志向が強く消費額の多い「中高年齢層」

旅行好きで旅行先の決定権を握るといわれる「女性」

将来のリピーターとなる「小中高生～教育旅行～」

今後拡大が見込まれる「東アジア」

直接的な誘致につながる「集い」（大会、会議等）

というマグネット戦略を掲げて、各種施策を進めている。

また平成20年度中には、同計画の成果と課題をふまえて、新たな観光戦略プランの策定を予定している。

#### 4. 福井県が認定する地域資源及び観光資源

##### (1) 県認定の地域資源

福井県内には、豊富な農林水産物、和紙や漆器などの伝統産品、繊維織物や眼鏡フレームなどの地場産業が持つ高度な製造技術、また美しい自然風景や歴史遺産、文化財などが多数存在している。

また、国内外の他社との厳しい競争のなかにある中小企業者等が、今後ビジネスで勝ち残っていくためには他社にはない独自の特徴や強みを持つことが必要といわれている。

こうしたなかで、県では中小企業に対する支援の一環として、県産農林水産物を使った特産品や各種生産・加工技術、伝統産業、文化財や自然などを「地域資源」として認定している。

認定された地域資源は、「中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律」並びに「国の地域産業資源活用事業の促進に関する基本方針」に基づき選ばれたものである。これら地域資源は、県内地域の特産物と広く認められるものであること、または、地域の中小企業等に共有されている資源であること。あるいは、現在（あるいは潜在的に）ビジネス活用に取り組もうとする中小企業が存在しており、その取り組みが大都市圏など県外市場の消費者等を販売ターゲットとしているもの、などを勘案して認定されている。

本県の地域資源は平成20年7月現在で95件が認定されている。内訳は、農林水産物が全体の26.3%、鉱工業品・技術が27.4%、文化財・観光資源が46.3%である。地域別内訳でみると、福井市が11.2%で最も多く、坂井市と越前市がそれぞれ8.3%で続いている。

##### (参考) 国・県における地域資源関連の主な支援メニュー

###### 1. 「中小企業地域資源活用プログラム」※国の支援制度

中小企業地域資源活用促進法の認定を受けた事業計画に基づく新規性の高い商品開発等の試作品開発や展示会出展等にかかる費用の一部を助成。

###### 2. 「ふくいの逸品創造ファンド事業」※県の支援制度

###### (1) ふくいの強みを活かすチャレンジ企業支援

県内の特色ある産業資源（ふくいの強み）をもとに、顧客ニーズを的確につかんで商品計画を立て、もっとも有利な販売経路を開拓する中小企業者等の取り組みに対する助成。

###### (2) 企業同士の連携による産地福井の再活性化

###### ①企業連携による繊維産地競争力強化モデル事業

繊維の産地企業が開発力や販売力の強化を目指し、繊維関連企業が連携して行う、売れる商品開発や販路開拓の取り組みに対する助成。

###### ②小売店との連携による福井ブランドめがね販売モデル事業

眼鏡の産地企業がエンドユーザーの嗜好を把握するために、小売店等との連携によって自社ブランド商品の共同企画から販売までを行う取り組みについての助成。

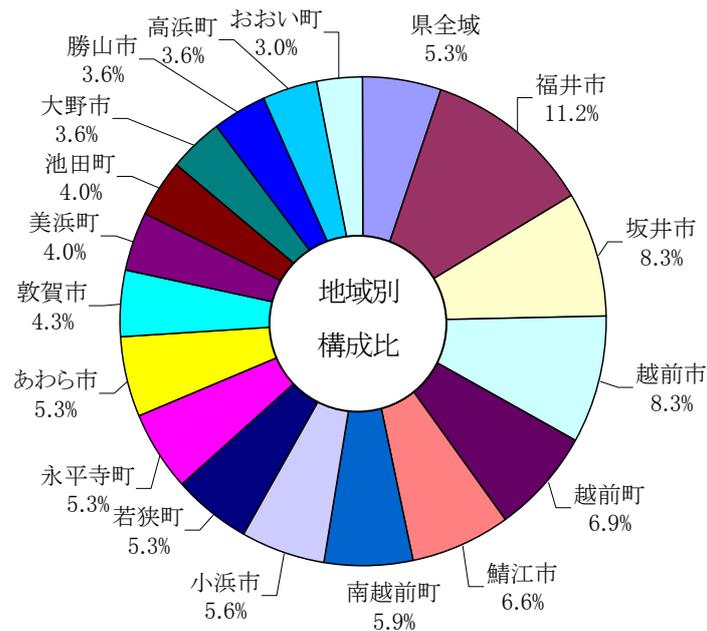
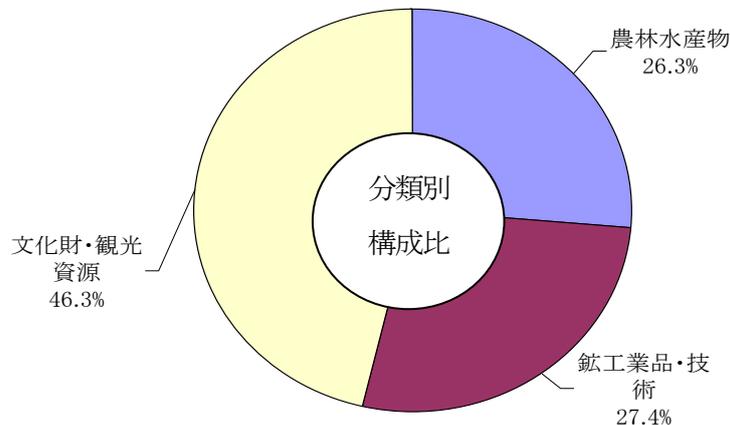
中小企業者等が、経営の改革などのために地域資源を活用することは、同業他社等との差別化につながるるとともに、提供する商品やサービスの付加価値を高めるための重要な要素となる。

具体的な例をあげると、若狭湾周辺に自生している椿の種から採取した油による食用油の開発、県産コシヒカリ米の米粉を使った米パンの製造・販売、越前和紙を利用したソファの開発など、地域資源を活用した新商品の開発が行われている。

また、中国等からの安価な輸入製品との競合にさらされて転換期を迎えているといわれる繊維工業や眼鏡枠製造業など本県の地場産業の活性化にもつながるものとみられる。

こうした地域資源の活用は、他社の取り組み事例に刺激を与えいろいろな業種・業態の中小企業の事業活動を促すことにもつながり、本県経済・産業全体の競争力強化の源泉となり得るものといえる。今後、地域資源を活用し新商品や新サービスの開発・提供に取り組む企業等が更に増えることが見込まれている。

### 福井県が認定した地域資源の内訳



## 福井県の指定する地域資源の内容（平成20年7月現在）

### ①農林水産物（25件）

農産物 (17件)	らっきょう、福井梅、サトイモ、ハス（花はす）、越のルビー（ミディトマト）、福井すいか、福井米、富津（とみつ）甘藷、しらやま西瓜、越前水仙、若狭牛、ナツメ、そば、大豆、にんにく、たけのこ、谷田部ねぎ
水産物 (8件)	大型クラゲ（エチゼンクラゲ）、越前がに、若狭かれい、若狭ふぐ、若狭クエ、若狭ぐじ（アカアマダイ）、鯖、鮎

### ②鉱工業品及び鉱工業品生産技術（26件）

鉱工業品(1件)	笏谷石
食品加工品 (12件)	へしこ（魚の糠漬け）、越前そば（越前おろしそば）、水産練製品（かまぼこ、ちくわ等）、ごまどうふ、焼き鯖、つるし柿、昆布加工品（おぼろ昆布、とろろ昆布等）、なれずし、醤油、みそ、大豆加工品（とうふ、油揚げ等）、日本酒（清酒）
繊維関連(4件)	絹・人絹織物製品、合成繊維長繊維・ニット生地製品、編みレース、細幅織物製品
工業品 (9件)	眼鏡（枠含む）、越前瓦、家具建具、越前和紙、越前漆器、若狭塗・若狭塗箸、越前打刃物、指物（越前指物）、越前焼

### ③文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源（44件）

(44件)	永平寺、あわら温泉、越前海岸、一乗谷朝倉氏遺跡、氣比神宮、金崎宮、蘇洞門、九頭竜湖、恐竜の化石、平泉寺白山神社、西山公園、東尋坊、丸岡城、越前陶芸村、三方五湖、レインボーライン、熊川宿、たけふ菊人形、気比の松原、瓜割の滝、若狭湾、若狭の社寺建造物群、大野城下町、三国湊町並み、花はす公園、越前水仙の里公園・水仙ミュージアム、九頭竜川水系、足羽山・足羽川の桜並木、越前古民家、鯖街道、越前和紙の里、一乗滝、六呂師高原、小浜西組の町並み、足羽山、鶉の瀬、お水送り、勝山左義長まつり、かずら橋、千古の家、日引の棚田、若狭和田海水浴場、越前の里味真野苑、松岡古墳群
-------	--

## (2)本県の観光資源

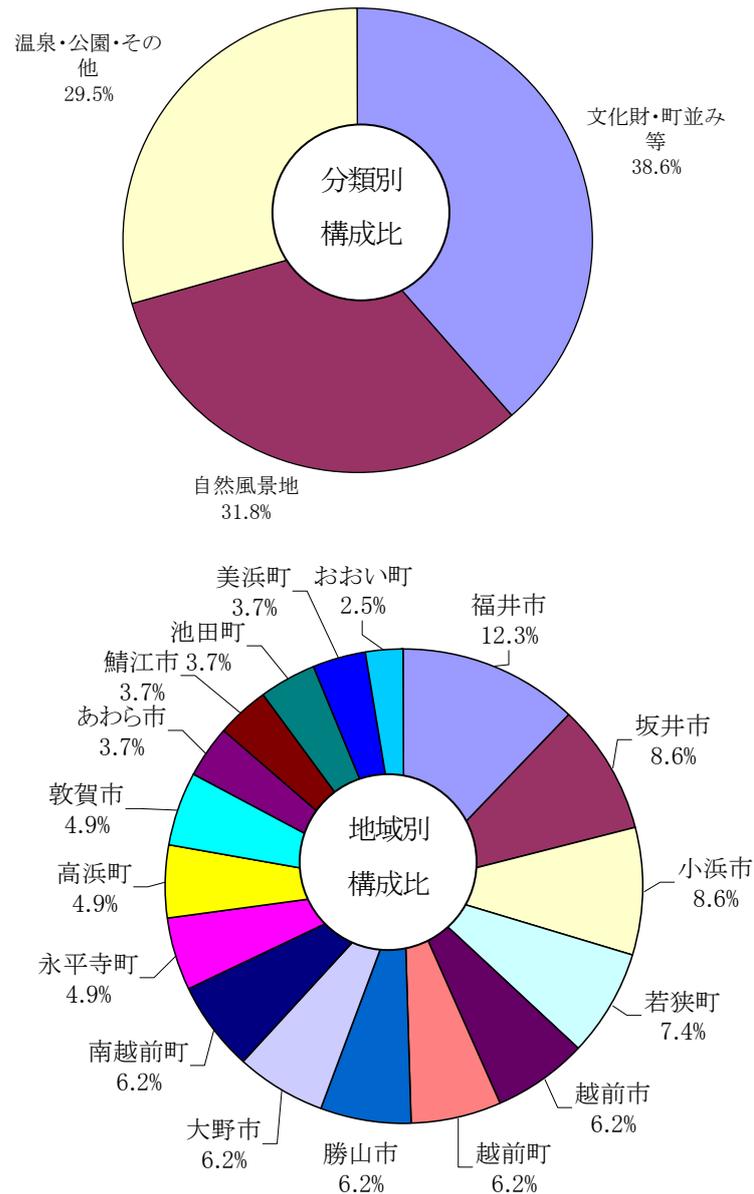
本県は、古くから我が国の政治・文化の中心地であった「京」をはじめとする関西圏に近いという地理的条件から、中央の文化を巧みに取り入れながらも本県の特性を活かした独自の文化を創造してきた。

また、嶺北・嶺南ともに海、山などの豊かな自然に恵まれていることから、全国に誇れるような美しい自然景観が各地に点在している。さらに近年では、質・量とも素晴らしい恐竜化石や初期哺乳類化石が多数見つかったことから、全国的にみても有力な化石発掘地として注目を集めている。

このように本県は、県内外の観光客を満足させられる実力を持った観光資源を多数保有しており、これらを活かした観光振興によって地域の活性化や産業振興などが期待されている。

観光振興の効果としては、まず観光客の移動や消費活動がもたらす広域的な経済波及効果があげられる。観光分他は関係する産業や分野が極めて多いことから、効果が及ぶ裾野の広い振興策といえる。

### 福井県の観光資源の内訳



観光客の増加に対応し宿泊施設を整備するために建設業の仕事が発生したり、観光需要を当て込んで製造業が土産品の企画・開発に取り組むなど、一見縁遠いとみられる産業にも直接的・間接的に経済的効果が広がっていくことも想定できる。

このように、観光振興の視点と合わせて考えればいろいろなビジネスチャンスを見出せることから、県では中小企業庁の「中小企業地域資源活用プログラム」に基づき認定している地域資源 95 件のなかで、観光関連は文化財や自然の風景地、温泉などを合わせて 44 件（46.3%）ともっとも多くなっている。

分類別で見ると、文化財・町並み等が観光資源全体の 38.6%を占めており、次いで自然風景地が 31.8%、温泉・公園・その他が 29.5%となっている。地域別で見ると、嶺北は福井・坂井地区が 29.6%、丹南地域が 25.9%、奥越地域 12.3%で、他方、嶺南地域は 32.1%が分布している。市町別では、福井市が 12.3%でもっとも高く、坂井市と小浜市がそれぞれ 8.6%で続いている。

また、観光振興というと経済的側面からの効果に注目しがちであるが、各地域の自然環境の整備、歴史・伝統・文化の磨き直しにもつながり、地域のイメージアップやアイデンティティの確立、住民の郷土愛の向上などの効果も想定できる。

人々の暮らしのなかに根付いた多彩な観光資源を、地元の住民や中小企業者等が中心となり事業化等に活用することは、観光価値を高め地域の活性化の有効打として期待されている。

## 福井県が指定する観光資源の内容

### ①文化財・町並み等

	名 称	内容・特徴
1	越前古民家	越前地方の昔の人々の暮らし振りを伝える民家や家具・建具類。
2	三国湊町並み	北前船で栄えた港町の三国の情緒や繁栄を偲ぼせる町並みや旧家。
3	丸岡城	1576 年、柴田勝豊が築城した二層三階建ての平山城。
4	千古の家	江戸時代初期に建築された県内最古の民家。豪族の生活様式が見れる。
5	永平寺	1244 年に道元禅師によって開創された日本曹洞宗の第一道場。
6	松岡古墳群	1500 年前に継体天皇が過ごしたといわれる「越の国坂中井」の古墳群。
7	平泉寺 白山神社	白山神社は 720 年頃に泰澄大師が創建した古社、平泉寺はその別当寺。
8	勝山左義長まつり	小正月に行われる火祭り。300 年以上の歴史を誇る。どんど焼きは迫力。
9	大野城下町	小京都とも呼ばれ、越前大野城を中心に古い商店や蔵が建ち並ぶ。
10	かずら橋	足羽川峡谷を真下にのぞむ昭和初期の吊橋を再現したもの。
11	一乗谷朝倉氏遺跡	戦国時代の武将、朝倉氏の城下町跡。国の特別史跡、特別名勝に指定。
12	氣比神宮	702 年の建立。重要文化財の大鳥居は日本三大木造大鳥居の一つ。
13	金崎宮	金崎山にある神社。周辺は桜の名所（金ヶ崎千本桜）でも有名。
14	熊川宿	町中を若狭街道（鯖街道）が通り、宿場町の面影を残す町並み。
15	若狭の社寺建造物群	大陸・半島と奈良・京都との交流を顕著に示す社寺などの遺跡群。
16	小浜西組の町並み	国史跡と山麓に広がる町並みで門前町や商家町、寺社等で構成。
17	お水送り	神宮寺で行われる。奈良と若狭の古い深い関係を物語る歴史的な行事。

## ②自然風景地

	名 称	内容・特徴
1	九頭竜川水系	本県嶺北地方を流れる一級河川の九頭竜川と、それに合流する河川等。
2	東尋坊	海食によって削られた岩壁で名高い奇勝。国の天然記念物。
3	恐竜の化石	国内有数の恐竜化石の産出地。国内屈指の規模の恐竜博物館もある。
4	九頭竜湖	九頭竜ダムによって誕生した人工湖。湖畔は桜の名所としても有名。
5	六呂師高原	大野盆地に広がる高原。一帯には牧場、温泉などレジャー施設が点在。
6	一乗滝	佐々木小次郎が「つばめ返し」をあみ出したという言い伝えを持つ滝。
7	足羽山	標高 116.8m で福井市街地を一望できる。博物館や動物園などもある。
8	越前海岸	日本海の荒々しい景観が魅力の海岸。呼鳥門や水仙など見所も多い。
9	気比の松原	赤松、黒松約 17,000 本が生い茂る嶺南地域の松原。国の名勝地。
10	瓜割の滝	山あいの岩間から湧き出る清泉。名水百選やふくいのおいしい水認定。
11	三方五湖	美浜町と若狭町にまたがる 5 つの湖の総称。ラムサール条約に登録。
12	蘇洞門	海蝕によりできた奇岩・洞窟・断崖、滝による景勝地。
13	若狭湾	入り江が続くリアス式海岸。沖合の対馬海流で海産物に恵まれている。
14	若狭和田海水浴場	白砂青松の美しいビーチ。環境省の「快水浴場百選」の一つに選定。

## ③温泉・公園・その他

	名 称	内容・特徴
1	あわら温泉	明治 16 年の開湯で 127 年の歴史を持つ。本県を代表する温泉地。
2	足羽山・足羽川の桜並木	足羽川堤防上に全長 2.2km の桜のトンネルを作る全国有数の桜の名所。
3	西山公園	桜やツツジの名所。公園内にレッサーパンダがいる動物園を持つ。
4	越前の里味真野苑	敷地 2 万坪。日本庭園や国の重要文化財の角屋造り民家等がある。
5	越前水仙の里公園・水仙ミュージアム	越前水仙の資料館で、世界各国の水仙原種を集めて栽培している。
6	越前陶芸村	日本六古窯の一つに数えられ素朴さと重量感が魅力の「越前焼」の里。
7	越前和紙の里	本県の伝統産業の一つ。1500 年前から伝わる越前和紙の技術を伝える。
8	たけふ菊人形	絢爛豪華な菊の花の展示会で、菊人形で華麗な時代絵巻を再現する。
9	花はす公園	南越前町は日本一の花はす生産を誇る。花はすまつり等イベント開催。
10	レインボーライン	三方五湖及びその周辺の自然美をたっぷりと堪能できる有料道路。
11	鶉の瀬	公園は 2,000 m <sup>2</sup> の広さを誇り、芝生や石畳、藤棚などがある。
12	鯖街道	若狭の海で水揚げされた鯖など海産物を近江や京へ運んだ街道。
13	日引の棚田	内浦湾に面した半農半漁の集落にある棚田。「日本の棚田百選」に選定。

### 第3章 福井県の観光ビジネスにおける課題

#### 1. 福井県の観光資源活用面での課題

##### (1) 福井県って？

福井県の観光ビジネスにおける課題を探るに、まず最初に福井県の観光資源そのものについての課題を考察してみたい。地域資源活用プログラムに指定された観光資源を前章からうけて考察するに、これら福井県内の観光資源が国内及び海外に発信されて魅力を放っているかという課題である。すなわち、「地域資源そのもの」に内包する課題である。

福井県の立地は、東京からも3時間半、大阪からなら2時間弱でアクセスできるということからも決して遠くはないが、よく福井県って何処でしょうというテレビ番組のインタビューやクイズ番組などでは「東北地方?」「九州?」といった誤解が数多い。こうした誤解の生じる原因が何処にあるのかを考えなければならない。一県民として筆者が考える県内の観光スポットに対する意見は、以下の通りである。

東尋坊



風光明媚で絶景地であり、県内観光地を代表する名所であるが、「自殺の名所である面は県民として残念。

永平寺



歴史的・宗教的には福井県を代表するお寺である。しかしながら、門前町の寂しさは痛々しい。

あわら温泉

名泉を数多くもつわりに、温泉旅館のサービスや湯の街全体のイメージはあまり自慢できない。

朝倉氏遺跡

歴史的・文化的要素が充実しているのに、県民にも良さが伝わっていない。

若狭湾

越前や加賀への観光ルートとして昼食を堪能する観光地としては機能しているが、滞在型への脱皮が出来ていない。

若狭国宝めぐり

小京都としての魅力が存分に発揮されていないような気がしてならない。誘客するために地元は具体的にどういった取り組みを行うのか。

## (2) 県民性

では、福井の観光資源を最大限に発揮するために何が必要なのか。それを探るために避けては通れないことが、「県民性」である。言い方を変えれば、県土に漂う人の「空気」である。情報面や地理的な要素に不足はないものの、わが県の県民性には一般的には積極的に外地へ打って出る積極性に欠ける。言葉を変えるなら、「つつまじやか」ではあるが、「おとなしい」、「人はいい」が「押しが弱い」部分が多い。

また、「質実剛健」ではあるが「暗い」というイメージがあり、「新しいもの好き」「外にはいい顔をする」が「内には厳しい」ことが内部の盛り上がり欠けることにつながっているのではないかと。すなわち、福井県民としての自信・プライドが弱いことが影響しているのだろう。

また、反対に県外から福井県を見た場合には、高い評価をする人も多い。名古屋市役所に勤務していたある男性は、現役中に訪れた福井県大野市（旧和泉村）の人と自然に魅力を感じて定年退職後妻とともに移り住み、現在では大野市内の福祉施設で第2の人生を満喫するとともに福井の持つ地域資源のすばらしさに感銘を受けている。こうした人々が増えることが地域の活性化につながる。

また、ビジット・ふくい推進計画にもあるように県内でも様々な観光に関する取り組み（体験型誘致など）がなされているが、そうした取り組みが地元住民の間でもごく近隣でしか盛り上がっていないことも県民性である、「押しの弱さ」「しつこさの欠如」に拠るものと考えられる。

参考までに、「県民性ワールド」サイトから引用する。

男性	負けず嫌いの頑張り屋。（昔「越前詐欺」といわれたのは、越前商人の成功に対する嫉みから）普段は温和だが、逆境にも強いリーダーシップもあり、周囲から一目置かれる存在。但し、結構遊び好きで、ギャンブルにハマることも。したたかだから長生き？若狭（南部）は明るく楽天的な人が多い。
女性	気が強く負けず嫌いで辛抱強い。男性と比べて積極的で、意外と目立ちたがり屋でもある。自立志向が強く、妙な「甘え」もない。逆にしっかりしすぎて、スキがないぐらい。ファッションにも関心強い。

## (3) 国際化対応

近年、福井県内を歩いていると、数年前に比べて非常に耳に付くのが、中国語の会話であり、目に付くこととして中国人が自転車に乗り数人単位で移動していること。しかしながら、福井のどの地域に行っても、中国語表記やハングル表記での道路標識や案内標識は見かけられず、せいぜい英語の単語が散見するのみである。こうした状況で、果たして中国や韓国からの観光客を増やしていこうとソフトのみの取り組みを行ったとしても、観光客にとって丁寧な対応をしているとは感じられない。研修生や実習生として日本に滞在、職業訓練して帰国した中国人が再来日し、客人や家族を連れて福井を訪れることも躊躇してしまうのではないかと。

#### (4)リーダー（牽引役）の不足

観光産業として発展している全国の先進事例を研究すると、必ずといっていいほどその事例の中には、属人的要素が強いことが感じられる。すなわち、人としての魅力でその地域の観光を牽引している人物が必ずといっていいほど存在するということである。

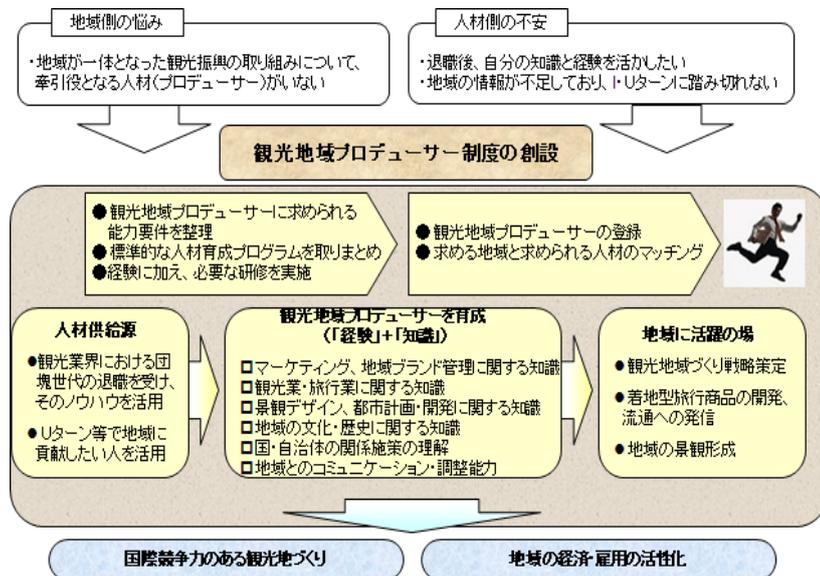
例を挙げると、黒川温泉をブームに乗せた同温泉旅館「新明館」後藤哲也氏、大江戸温泉物語をはじめとして各地の温泉旅館の再生に望む橋本浩氏、星野リゾートとして洗練されたリゾート開発を行う星野佳路氏などカリスマが存在する。また、別府温泉の「ハットウオンパク」をはじめとする地域ぐるみでの活性化の動きも各地で見られる。また、「観光地域プロデューサー」制度が国土交通省で創設され、各地での活動がなされている。

以下、「観光地域プロデューサー」に関して、観光庁ホームページより抜粋する。

#### 観光地域プロデューサー

観光振興を通じた地域の活性化を図るためには、各地域の多様な観光資源を磨き、または発見・創造して適切に情報発信するとともに、旅行者ニーズを踏まえ、関係者が見せ方楽しませ方を工夫・改善していく必要があり、そのためには地域が一体となった観光地づくりを行うことが不可欠となっています。こうした課題に対して、自身の知識と経験、何より熱意を持って地域のために活動する「プロデューサー」的人材が地域を牽引していくことが求められています。

そのため、観光庁では、地域の観光振興の牽引役となる人材を欲している地域と、観光地域プロデューサー希望者とのマッチングを促進する「観光地域プロデューサー」モデル事業を実施しています。



こうした、観光リーダーに対して期待する面もあるが、ここにあっても外部からやってきた人材に対しては寛容であるのに対し、内部から出てきたリーダー（リーダーが観光ビジネスの経営者である場合が多い）的存在には「出る杭は打たれる」よろしく、つぶし合いになっているうちに事業そのものが風化していってしまう危険性が孕んでいる。

## (5)観光行政に関する課題

観光ビジネスを行政とのかかわりの面から捉えるに、観光とまちづくりは表裏一体のものとして捉えなければならないものとも考えられる。いくら観光ビジネスとしての魅力度が高くても、そのビジネスを取り巻く行政やまちそのものがそのビジネスを下支えし、心からの応援と人的支援を行わなければその観光ビジネスの魅力も半減することであるし、長続きしない。自治体における観光担当部署や各地の観光協会、観光事業者関連団体などが有機的な連携を行うことによるPR活動やイベント運営となれば、地元地域との結びつきも強まり、結果盛り上がりにも勢いを増すことが予想される。

## 2. 観光をめぐる環境変化

### (1)旅行に求めるものの変化

以前は、「旅行」といえば、「見聞を広げる」「観光で見て歩く」「経験としての旅行」といった見方が多く、団体旅行としての社員旅行、修学旅行、団体ツアーなどが旅行の中心であった。しかしながら、経済社会が成熟化し日本国民全体が中流家庭化した現代においては、「安い」旅行よりも、各人テーマを持った旅行が中心である。例えば、「熟年夫婦の互いの良さを見直す旅行」であるとか、「究極の癒しを求める旅行」や、「おいしいものを食べまくる旅行」などなど。

### (2)生活スタイルの変化

生活スタイルに関しても、その多様化がさげばれている事はいうまでもない。それは、従来であれば若者の特権であったものが、現在ではサラリーマンや定年退職組の中にも自分オリジナルのライフスタイルを模索し、楽しんでいる。自ずと観光地へ求めるものの価値観も多様化してくることとなり、十把一絡げで観光客を捉えていた観光地においてはその対応に苦慮していることであろう。

すなわち、観光に関わるビジネスにおいても、顧客ニーズの多様化が進んでおり、そのためにも観光を提供する側にとっても自己の存在意義や、自己（自社）のウリをアピールしなくては生き残ってはいけない。観光ビジネスにおいても、M. ポーターのファイブフォース戦略（売り手の交渉力、買い手の交渉力、競争企業の交渉力、新規参入企業の脅威、代替品の脅威）を意識した戦略が必要になるものと思われる。

分かりやすく言うと、

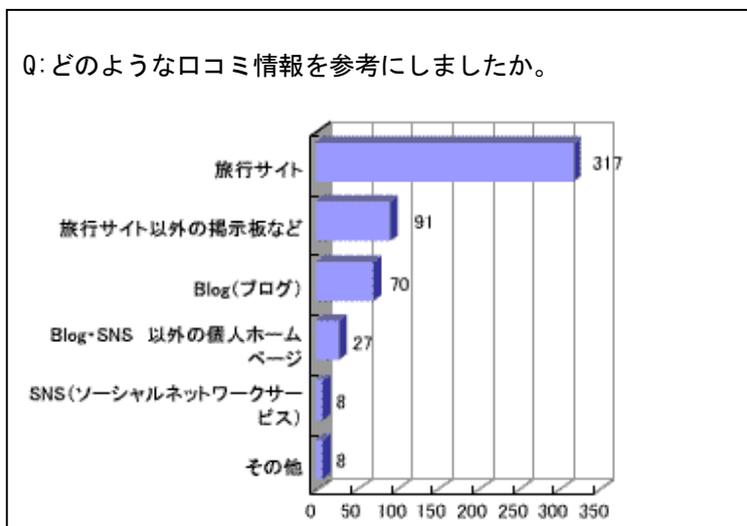
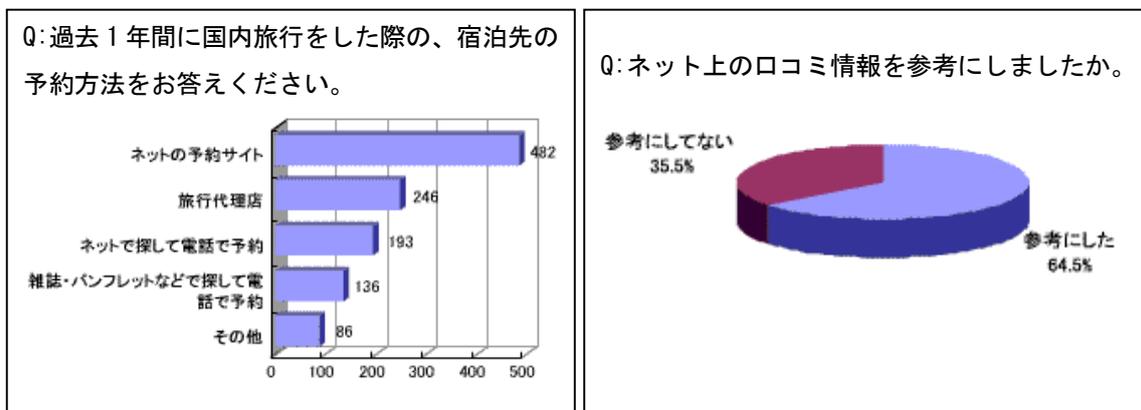
- ①売り手の交渉力＝観光ビジネス従事者のマーケティング力
- ②買い手の交渉力＝観光を楽しむ消費者の情報収集力および行動力
- ③競争企業の交渉力＝観光ビジネス間の同業他社のビジネス力
- ④新規参入企業の脅威＝観光ビジネスへ新たな切り口を持って参入する他業種の脅威
- ⑤代替品の脅威＝消費者が観光へ求めるものの代替品となる産業の脅威

と、でも解釈できようか。

### (3) インターネットの普及

現在、旅行業界とりわけ、宿泊施設におけるインターネットによる予約は全体の過半数を超えていると見られる。また、インターネットコム株式会社とg o oリサーチが行ったオンライン宿泊予約の利用動向調査によると、予約の際にネット上のクチコミ情報を「参考にした」ユーザーは全体の3割以上にのぼり、自らのオンラインコミュニティ内での情報発信も活発であると報じられている。

このようなデータなどを参考とすると、現代ではネット上の評判や評価により、宿泊見込み客を逃すことも、逆に圧倒的に伸ばすことも可能であり、そこへ至るスピード感も従来とは比べ物にならないほど早いといえる。



(2006/2/10~12 10代~50代のインターネットユーザー1,094人を対象にした調査結果より)

### (4) 外国人旅行者の増加

外国から日本を訪れる旅行者に関しても、従来は「東京」「京都」が圧倒的シェアを誇っていたので

あるが、一度訪れたことのある外国人は未だ経験したことのない旅行先を求めており、新たな需要として喚起することが求められる。その中には、日本独自の文化や古くからの慣習の経験・体験など「楽しさ」「愉快」性を求められることも多い。今まで地方に眠っていた風習や同じ日本人から見ると色あせていた風土が、外国人から見ると魅力的に写ることも考えられる。ターゲットを外国人観光客へ向けることも新たなマーケティング戦略として考慮すべき時代となっていることを認識しなければならない。

#### (5)個人旅行中心

前項にも述べたが、旅行の中心は「団体」から、「個人」へシフトしていることは疑いようのない事実であり、だからこそ観光ビジネスにとってはビジネスチャンスであるということもできる。すなわち、「個人」旅行では、旅行する人の「わがまま」を聞いてあげる余地が大きいため、旅行自体が高額なものとなり、付加価値（＝顧客満足＝顧客のわがまま）を高めることが可能であれば、利益率を高めることは比較的容易である。いたずらに入り込み客数の増加や規模の拡大による売上増を狙うよりも、ビジネスを小さくしても利益が増加する戦略転換の一つである。それぞれの観光ビジネスの成功事例は次章以降に紹介されているが、その中にも高付加価値、高価格、しかもお客さんはどんどん来る、といった観光ビジネスの展開が見られる。

#### (6)行動経済学

ここで、「行動経済学」にも触れておきたい。「行動経済学」とは、人間の判断は全て感情に基づくものであるか、行動はその感情に左右されてしまい必ずしも合理的な行動をとるわけではない、という考え方である。言い方を変えると、従来の経済学のように、儲かるからこうするとか、この方法が得をする、と計算して有利な方法を選択するのではなく、人間は感情で行動するという考えを取り入れている。さらに、合理的でない行動を取るのはランダムではなく、法則があるということである。

こうした「行動経済学」を、観光ビジネスに採り入れるとすれば、どのような場面が考えられるであろうか。例えば、次のうちどちらにお得感があるだろうか。

a. 「キャンペーン期間中、旅行代金1割引！」

b. 「キャンペーン期間中10名様に1名、抽選で無料ご招待！」

おそらく、b.の方がよりお得感があるだろう。両者とも10%の割引キャンペーンであるのに、感じ方が異なる。このように消費者の心理を上手くマーケティングに活用することが、観光ビジネスでも必要である。例えば、「孫に昔話をしながらふるさとを訪れる旅」といった、定年退職したおじいちゃん・おばあちゃんとその孫が、そのおじいちゃん・おばあちゃんが生まれ育った地へ旅をし、孫の年代の頃の話をするといったシーンを頭の中に描けるような旅の企画は如何か。「母と娘の思い出旅」「夏休み探検旅行」など、超具体的なプランを提供することが必要ではないだろうか。

### 3. 福井県を訪れる観光客の観光行動と観光資源活用のポイント

5年前の調査であるが、平成16年に福井県観光振興課が実施した「観光客動向調査」結果から、福井県を訪問する観光客の観光行動と満足度から、観光資源活用のポイントについて考えてみたい。

#### (1)旅行の目的

福井県を訪問する観光客の旅行目的は、「温泉」、「海や山などの自然鑑賞」が20%を超え、次いで「飲食（味覚）」、「歴史や文化施設の見学」が続く。

年齢別にみると、年齢が高くなるほど「温泉」、「歴史や文化」、「飲食」の割合が高まる。この傾向からみると、観光を通じた地域活性化の第一ポイントは、これらの観光資源の魅力を高めること、関連した消費を導くような連携を行っていくことである。

年齢別旅行目的

(%)

	海や山などの自然鑑賞	歴史や文化施設の見学	温泉	飲食(味覚)	スポーツ	仕事(出張)	祭りやイベント	産業観光(農業体験等)
全体	20.1	14.9	21.1	15.2	9.9	4.5	2.0	2.7
10代	25.9	14.5	15.2	8.0	22.5	0.4	1.5	2.1
20代	20.2	6.0	15.8	9.9	27.1	2.6	3.0	1.9
30代	22.6	11.6	17.9	10.2	17.3	4.5	1.7	1.7
40代	21.4	12.9	20.5	13.5	10.7	6.1	2.4	2.4
50代	17.7	17.4	23.7	18.4	3.0	6.0	1.8	3.4
60代	19.1	18.9	23.6	20.8	1.4	3.6	1.7	3.5
70代以上	18.9	23.9	26.0	18.9	0.7	1.5	2.5	2.8

#### (2)交通手段

今回の調査結果では、自家用車の割合が圧倒的に高い。つまり、福井県内の観光地は、まず自家用車に対応した施設整備が必要であることが伺われる。当然、ロードマップの整備や観光施設の目印など分かりやすい道路表示等の必要性が高いことがわかる。

一方で、鉄道利用する高齢者の方々向けの案内板、駅周辺のガイドマップ、観光地への二次アクセスの整備も重要である。

年齢別交通手段

(%)

	鉄道	路線バス・長距離バス	航空機(小松空港を利用)	自家用車(二輪含む)	貸切バス	その他
全体	10.0	1.0	2.0	75.0	10.8	1.2
10代	4.0	2.1	1.2	81.5	9.1	2.1
20代	7.8	0.7	1.3	83.9	5.0	1.3
30代	7.0	0.7	1.3	85.4	5.0	0.5
40代	7.6	0.6	2.3	80.8	7.3	1.4
50代	9.2	1.1	2.6	72.4	13.7	1.1
60代	14.9	1.1	2.4	63.8	16.8	1.1
70代以上	20.3	2.2	1.6	53.2	20.6	2.1

### (3)福井県への来県経験

この調査で、福井県の来県が「5回以上」と訪問回数が多いのは「北陸」、「関西」、「中京」からの観光客で、「関東」は「2～4回」が多く今後の伸びが期待できる。

リピート回数が多いというのは、「魅力」を感じている裏返しであるが、更なる磨きをかけ、また新たなサービスを追加することで回数を伸ばすとともに、これまで福井県に観光に来ていない人たちに向けた情報発信の担い手として活躍いただくよう、更なる情報提供が必要となる。

居住地別本県への来訪経験 (%)

	初めて	2～4回目	5回以上
全体	16.0	38.6	45.4
関西	12.0	37.0	51.0
中京	12.6	41.0	46.4
関東	29.9	45.5	24.6
北陸	10.4	26.2	63.3
その他	35.0	47.5	17.5

### (4)県内での宿泊

福井県を訪問する県外観光客の内、県内で宿泊する割合は約30%で、この割合を高めていくためには宿泊施設の魅力向上だけでなく、宿泊動機となる「夜」や「朝」の楽しみづくりも重要である。

宿泊先選択の際の情報源では、民宿はリピート率が高く、また「知人の薦め」も効果的であることがわかる。一方で、あわら温泉では「旅行代理店」、「パンフレット」のウエイトが高く、リピート率を高めたり、知人の紹介による宿泊を増やすなど、宿泊客のロイヤリティを高めるもてなしや差別化したサービス、施設内での充実も検討すべきであろう。

居住地別日帰り、宿泊の別 (%)

	日帰り・県外泊	(県内)宿泊
全体	70.2	29.8
関西	67.2	32.8
中京	68.4	31.6
関東	71.3	28.7
北陸	86.3	13.7
その他	76.2	23.8

宿泊施設別の情報源

(%)

	テレビ・ラジオ	新聞	雑誌	パンフレット	旅行代理店	インターネット	一度来てよかった	知人などに薦められて
全体	3.6	5.2	17.6	8.4	7.5	13.8	29.7	14.2
あわら温泉	1.9	10.2	6.0	21.5	29.1	12.1	14.0	5.3
民宿	4.7	3.5	9.6	1.4	3.3	13.1	44.3	20.1
公共の宿	3.3	4.3	32.4	8.7	0.2	15.5	22.9	12.8

### (5)観光消費額

一人当たりの観光消費額は、県内宿泊の場合、土産品で2倍に、入場料等も増加することから、やはり宿泊にいかにつなげていくかが重要なポイントとなる。

四季別にみると、「越前かに」の旬となる冬季が最も高く、逆に春季では3,500円以上低くなる。一方で、福井県の統計によると冬季は大幅に来県客数が減少するので、この両面での対策が必要となる。

対策の一つに、春から夏にかけての消費向上に向けた、新たな土産品の開発や名物料理の提供が上

げられ、また、冬季限定のイベントの実施などの観光動機を作ることも必要である。

今後の福井県観光のターゲットを考えると、観光消費の多い40代以上の方々、磨くポイントは季節感を演出した「飲食」や「イベント」で、既存の「温泉」や「文化・歴史施設」へ訪問する方には、土産品の開発や他の観光地への周遊などの連携が必要になっている。

一人当たりの平均消費額(県内消費) (単位:円)

日程別	全体	項目		
		宿泊費	土産品代	その他入場料等
日帰り・県外泊	4,306	—	2,431	1,875
(県内)宿泊	25,473	18,046	5,316	2,111

一人当たりの平均消費額(県内消費) (単位:円)

	春季	夏季	秋季	冬季
全体	12,446	14,645	15,261	15,968

年代別観光消費額 (単位:円)

	観光消費額
全体	12,829
10代	12,921
20代	14,617
30代	17,447
40代	20,451
50代	20,900
60代	23,236
70代以上	23,162

目的別観光消費額 (単位:円)

	観光消費額
自然	19,638
文化・歴史	19,656
温泉	22,284
飲食	26,695
スポーツ	11,932
仕事	13,185
イベント	20,290
産業観光	13,547

#### (6)福井県観光への満足度

県外観光客に満足度を聞いているが、「満足」以外は何らかの不満や物足りなさを感じているという回答であるので、ここから最も整備や充実しなければならないポイントを絞ると、まず「交通機関」である。これは自家用車での来県が多い状況でも、リピート客を増やすためにも行政や交通事業者との連携を地域として考えていく必要がある。

実際に、調査結果の中にも、「タクシーの運転手に当地のことを尋ねたがほとんど知らなかった」とか「観光地間の移動がたいへんだ。バスで観光できる地域を増やして欲しい」との意見も寄せられているが、利便性に加え接客レベルの向上も必要である。

満足度 (％)

項目	満足	普通	不満
(ア)交通機関についての満足度	19.5	70.3	10.2
(イ)接客についての満足度	47.3	51.8	1.0
(ウ)宿泊についての満足度	58.3	39.4	2.3
(エ)土産品についての満足度	30.5	65.1	4.4
(オ)食べ物についての満足度	58.9	39.1	2.0

次いで、「土産品」、「接客」についても大いに改善が必要なポイントである。

観光動向調査の際にも、「土産品の種類が少ない」とか「当地ならではの土産品がほとんどない」との声もあった。

また、接客についても「土産物店の呼び込みがうるさくてゆっくり回れない」とか「土産品店でトイレを貸してくれない所もあった」など観光地全体で解決が必要な面も伺われる。「雨が降った時、傘の貸し出し等細かいサービスを考えてはどうか」などの細かな気遣いも期待している。

他には、バリアフリー化や謂れの説明板設置など観光施設自身のインフラ整備に関する苦情も多く寄せられているが、あわら温泉について「温泉街を想像していたので物足りなかった」とか「館内に土産品店があり、街中に店が少ないため、街中散策を楽しめない」など、観光地全体のレイアウトや景観に関する感想も聞かれ、個々の観光事業者の努力だけでなく地域としての連携が必要な部分も多く寄せられている。

#### (7)観光活性化に向けた観光資源活用のポイント

ここまで紹介した県外観光客のアンケートを中心に、活用すべき観光資源と活用の方向性を整理してみたい。

##### ①食事

観光動機の大きな割合を占め、かつ観光消費でも大きな金額となる「飲食」は、旬と名物料理が大きなカギになる。しかし、地域で取れた野菜や魚など、その地域へのこだわりを発信していくことが重要になる。

##### ②土産品

その地域ならではの民芸品や農産物を活用した土産品の開発が求められており、季節感のあるもの（例：新そば、新酒など）を土産品として育てる必要がある。

##### ③温泉、宿泊施設

それぞれの施設の個性づくりとリピート客を増やす取り組みが求められ、また県内消費を増やすためには次の宿泊先を紹介するなど県内での連泊に導く情報提供の仕組みづくりが必要である。

##### ④接客・観光客の受け入れ体制

各観光施設、観光地の土産物店では接客のレベルアップだけでなく、地域としてのルールづくりが必要な状況にあり、また地域住民を含めた観光客の受け入れ体制づくりが必要となっている。

##### ⑤交通・観光施設、景観・まちづくり

高齢者に向けたバリアフリー化への対応を含め、中高年齢者が来たくなる景観づくりや施設整備など、観光事業者だけで解決できない課題も多く、自治体や他業界、地域住民との連携が今後重要になってくる。

そこで、次に全国各地で行われている観光活性化に向けた地域連携の取り組み事例を紹介したい。

## 第4章 全国における観光活性化事例

ここで、全国の各地域において観光資源を活用し地域の活性化に取り組む事例を紹介していきたい。

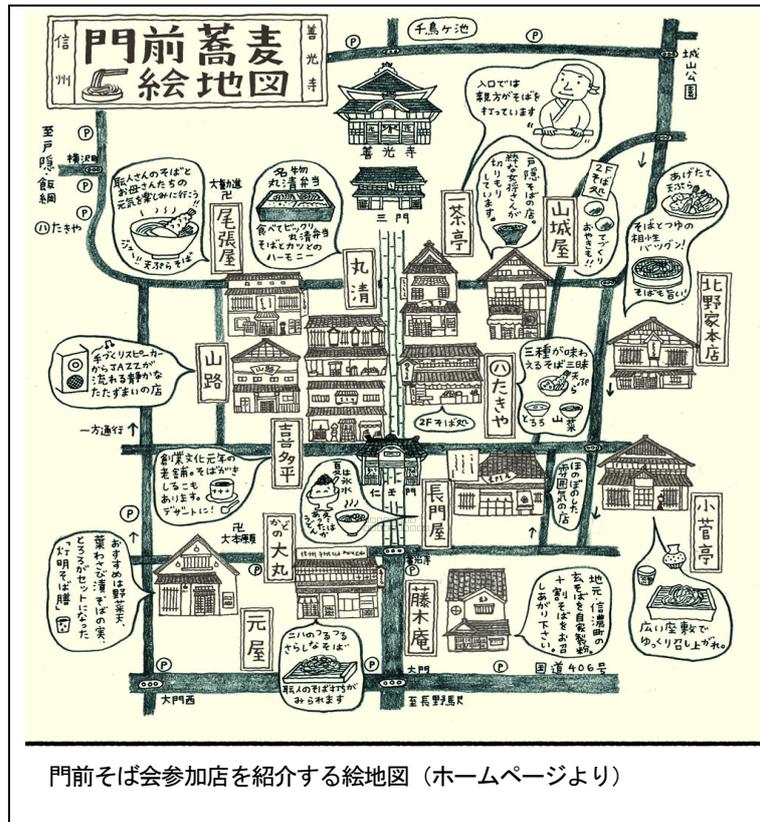
### 1. 長野市の事例

#### (1) 門前そばの会

かつては、旅人をもてなす茶屋が発展して、今ではそば屋を営む店が善光寺周辺には多くあり、これらの店が集まって組織したのが「門前そばの会」。

この3年、長野灯明まつりに合わせて実施しているのが「門前そば屋のそば食いねえ〜」で、13店の加盟店を回るスタンプラリーを行うなど、連携した事業やPR活動を行っている。

注目は、それぞれのお店紹介で「JAZZが流れるお店」や「しるこが名物」など、そば以外の特徴も紹介し、親しみ易さを演出し、



門前そば会参加店を紹介する絵地図（ホームページより）

スタンプラリーには多くの観光客も参加している。ホームページも設け各店の紹介を行うなど、できることから無理をしないで取り組んだ連携のモデルである。

#### (2) 街かどミニ博物館

善光寺表参道周辺の門前商家が、貴重な資料や建物の一部、調度品、道具類、美術品などを無料で公開する取り組みが、「街かどミニ博物館」事業。

10の商店に加え、駐車場の側面などを活用して合わせて12箇所、その家に伝わる品々を紹介している。

揃えているのは、軒下に付けられている金属製の看板のみで、それぞれのお店のウインドーを活用し、それぞれの商店の趣きを凝らした展示が目を引く。



軒下に付けられた「街かどミニ博物館」のサイン



ウィンドーに飾られた大福帳や調度品

店内を見ると、特に近代的な改装がされているわけではないが、昔ながらの店構えの良さを残しながら、あまりお金を掛けずに、門前町の景観にマッチした、その店の商売に関連した展示品にはお店の個性が表れている。

この街かどミニ博物館の取り組みは、インターネットの旅行ガイドブックにも紹介されるなど話題を呼び、善光寺周辺の散策スポットとしても人気を集めている。

### (3) 善光寺周辺地区街並み環境整備事業

長野市が平成13年から取り組んでいる景観形成事業で、「寺屋根を望む街」をテーマに、13.5haの整備促進区域を定め電線類地中化、道路美装化、案内板の整備に加え、地区内の民家の修景助成や地元のまちづくり協議会への助成なども行っている。

善光寺周辺地区は、約1350年前に開かれた善光寺を核とした門前町で、善光寺独特の院坊の街並みや土蔵づくりの商家の街並みなど特徴ある景観が残されている。

これらの歴史的景観を守り育てるため、地区住民主体の「善光寺周辺地域まちづくり協議会」と協力して事業を進めている。

実際に周辺を歩いてみると、商店だけでなく、民家でも白壁に瓦屋根の家が多く見うけられ、この地域に新築されたマンションでも1階部分は瓦屋根をつけていたり、銀行や郵便局などの以前からあったテナントビルでも、1階部分には同様な改装を施し、景観形成に積極的な参画を行っている。

修景助成については、平成16年度から19年度までで19件の実績を上げ、平成20年度も9件を予定しているが、「善光寺」を中心としたまちづくりへの市民の意識効用の成果と考えられる。



従前からの建物と修景事業で整備された建物が並ぶ



マンションの1階部分も瓦屋根が付けられ景観を演出

## 2. 長崎市の事例

### (1)長崎さるく博

「さるく」とは、ぶらぶら歩くという長崎弁で、平成18年4月1日から212日間にわたって開催されたのが「日本ではじめてのまち歩き博覧会 長崎さるく博'06」。

これは、修学旅行など観光客が減少していた長崎市が、市民生活に根付く「季節感あふれる暮らしや風情」を新たな観光資源として、観光客と市民が触れ合う中で体験したり語り伝えたりすることで、新しい長崎の魅力を再発見、発信することを主目的に実施された。

この「さるく博」では、①特製マップを片手に自由に長崎のまちを散策する「遊さるく」(42コース)、②長崎市民がガイド役を務め市民に語り継がれた歴史スポットを紹介して回る「通さるく」(31コース)、③専門家による文化や歴史の紹介講座とガイドツアーによる現地見学を併せた「学さるく」(74テーマ)、④長崎に今でも生きている伝統工芸や文化を体験する「長崎体験」(9テーマ)が設けられ、約200日にわたる期間中に延べ1,023万3千人の参加者を得ている。

このイベントのすごいところは、単なる博覧会に終わらないことで、平成18年の「さるく博」本番に向けて2年前からプレ「さるく」を行い、本番に向けたガイド養成や新たな市民ボランティアの発掘に取り組んできたことや、「さるく博」終了後も、継続して「遊さるく」、「通さるく」、「学さるく」の各コースやツアーを実施するなど、長崎を代表する観光事業に成長している。

また、この「さるく博」を通して市内の各地域に伝わる歴史や民話を掘り起こし、新たな観光資源として磨き直すとともに、ボランティアガイドを通して市民から市民へ語り継ぐという将来の観光を支える人材育成の役割を担っていることも、各地域で大いに参考となる取り組みである。

長崎では、従来の観光施設に加え、長崎奉行所跡で博物館整備を行ったり出島の再現を図るなどハード面でも整備を行い、市民を巻き込んだ歴史観光都市としての新たな道を目指している。



昔の写真を見せながら説明する市民ガイド



長崎駅に設置された「さるく博」参加者向けの案内所

### 3. 萩市の事例

#### (1) 萩まちじゅう博物館

毛利36万石の城下町として栄え、歴史と文化が調和した町として、また幕末維新を支えた多く志士の遺産を持つ観光都市として有名な萩市も、近年は観光客減少に悩んでいた。

そこで、2004年の毛利輝元開府400年を契機として有形無形の文化遺産が散在するまち全体を屋根のない大きな博物館とみなし、かけがえのない萩の「おたから」をありのままに保存、展示をめざす、市、市民、NPO、そして民間業者の連携・協働による新たな街づくりの取り組みとして「萩まちじゅう博物館」構想を策定している。

中心となる情報展示の「コア」は萩博物館、まちじゅうにある文化遺産は「サテライト」、そして「トレイル」として



高杉晋作生誕地の民家も庭先まで一般公開

文化遺産やその関連性そして価値を萩市民や観光客に分かりやすく解説していくリアルとバーチャルの両面での提供を行い、市民参加型まちづくりと観光を促進する取り組みを進めている。

#### (2) ボランティアガイド事業

萩まちじゅう博物館の案内人として、NPO萩観光ガイド協会が実施するのが、無料ガイド事業。

松蔭神社を中心拠点として、市内の各歴史遺産が集中する「城下町エリア」、「堀内エリア」、「旧松本村エリア」、「藍場川エリア」の4箇所にもガイドが常駐し、無料でガイドするほか、萩市全体を周遊して有料でガイドするサービスも用意し、観光客が歴史や文化を体験し、理解を深める支援を行っている。



松蔭神社前も無料ガイドの受付所

#### (3) 景観形成

歴史的な景観や建物を残すだけでなく、地域の特徴を伝える景観づくりにも取り組んでいる。武家屋敷エリアを中心に見られるのが夏蜜柑の木で、明治維新後に禄を失った士族の救済のために萩藩士小幡高政が夏蜜柑の栽培を奨励したことがきっかけで夏蜜柑加工品が地域の名物になっているが、景観形成だけでなく、歴史や文化を伝える大きな役割も担っている。



生垣にも夏蜜柑が植えられ景観を形成

## 4. 川越市の事例

### (1) 「街づくり」

「蔵」という古き歴史のある建物を活かした街づくりを行っている。それは行政や商店街だけではない住民、NPO法人（川越蔵の会）などまさに「街」が一体となった結晶である。その雰囲気をさらに引き出す工夫として、電線の地中化が行われている。



【景観維持のため電線は地中化された、蔵づくりの街】

【川越のシンボル「時の鐘」】

### (2) 雰囲気（「ノスタルジー」感）

「菓子屋横丁」はまさに昭和初期を思わせるノスタルジー感があった。立ち並んでいる昔懐かしい「駄菓子屋」は良い雰囲気（アトモスフィア）を醸し出している。「ぶらっと散歩しながら、駄菓子をつまんで歩く・・・」という、気ままなショッピングを出来るのは大きな魅力である。



### (3) イベント

#### 【菓子屋横丁】

比較的閑散期である2月に、「二升五合市（正しくは、春夏冬二升五合〔あきないますますはんじょう、と読む〕）」というセールや、「まちなか職人展」などのイベントを行っている。

また、街中を人力車が走るといふ仕組みづくりがされていた。観光客がただ見て歩くだけではなく、人力車に乗ることで蔵が実際に建っていた時代を体験できる。

ただ、車の往来が多いために落ち着いて観光・買い物をする雰囲気は若干乏しく、またアクセス面では駅から徒歩で15分ほどと少し離れた位置にある。そういった課題はあるものの、「川越」は蔵づくりの街並みを中心として「小江戸」と称される、観光資源の成功事例と言えよう。

## 5. 輪島市の事例

### (1) 白米の千枚田棚田オーナー制度

白米千枚田(しろよねせんまいだ)は、輪島市中心部から国道249号線を東へ15分の国道沿い、輪島と曾々木の間辺りに位置し、小さな田(平均約1.6坪)が幾何学模様を描いて海岸まで続いている。田の枚数は国指定部分で1,004枚、実数では2,000枚を超える。春から夏には海に沈む夕日が田に映えて美しく絶好の撮影ポイントとなる。2006年5月に当時の小泉純一郎首相が、「絶景だよ、絶景」と褒め称えたエピソードが残っている。



白米千枚田

この美しい幾何学模様を呈する景観を守るためには稲作の継続が必要条件である。しかも、この狭さゆえ稲作には人的な労力と多くの手間を要するため、高齢化・後継者不足による地元の農家だけでは稲作が困難であり、現在では「白米千枚田愛耕会」をはじめとしてボランティアや個人支援により稲作が続けられている。

そこで採用されたのが、“マイ田んぼ”が持てる「白米千枚田オーナー制度」の企画である。

本オーナー制度は、米の収穫が第一目的ではなく、千枚田の観光景観保全には稲作を継続していく必要があることを理解した上で、その体験を通して先人の苦勞、収穫の喜びを感じていただくこと、地元住民、オーナー同士の交流による人と人の結びつきを大切にすることを目的としている。

当地においての稲作は、一つ一つの作業自体に体力と時間がかかるが、その分、効率性重視の現代社会では忘れられている「つくる喜び」を体感することができ、スローライフ体験が心の豊かさにつながる。また、米粒一粒の大切さを改めて考えさせられることにもつながる。

さらに、白米千枚田は日当たりや風通しがたいへん良いため、病害虫が発生しにくく減農薬栽培を行っており、潮風薫るハザ干しのコシヒカリはおいしいと評判である。

会員制度には2種類、①オーナー会員制度、と②トラスト会員制度があり、募集人数は両方で30名程度。

① オーナー会員	② トラスト会員
<ul style="list-style-type: none"> <li>・実際に米作りに参加する。</li> <li>・年会費 田んぼ1枚2万円(追加1枚3,000円)</li> <li>・指定田んぼ管理と表札建立</li> <li>・収穫米10kg+地元山菜+オーナー名表札の特典</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農作業の支援を行う。</li> <li>・年会費1万円</li> <li>・収穫米5kg+地元山菜の特典</li> <li>・希望により稲作体験</li> </ul>

こうした取り組みによって観光地としての役割に加えて、自然景観の確保と当地へのリピート訪問を同時に実現させていこうとする取り組みが非常にユニークである。





## 第5章 これからの福井県観光資源活用に向けて

全国認定を受けた地域資源の活用事例や各都市における観光資源を活用した地域活性化の取り組みを参考に、福井県の観光資源活用に向けたいくつかの提案を行ってみたい。

そこで、観光資源活用に向けた取り組みのステップを、「磨く」、「結ぶ」、「広げる」の3段階に分けて整理してみる。

### 1. 磨く・・・観光資源の見直し、新たな資源の創出

地域資源の中で、観光資源の特徴は、その地に出向かなければ体験できないものということ。農林水産物や鉱工業製品は、流通によって他の地域へ出荷して消費することが可能であるが、観光資源そのものは、その地域から動かせないもの、つまり地域固有の自然風景や歴史、宗教、文化などその地域を代表する「顔」であり、これまでの観光対象として活用されてきたものでもある。

ここで改めて地域資源の活用した新たな事業の創出を訴えるのは、これらの観光資源が上手く活用されていない、これらの資源が持っていた本来の「光」が弱まっている、または持っている「光」が見えにくくなっている可能性が高いということではないか。

そうすると、見えにくくなっている「光」を外に見えるようにするためには、まず「磨く」ことから始めなければならない。

では、「磨く」というのは具体的にどのような活動であるのか。これまで紹介した事例などを通して紹介してみたい。

#### (1)歴史を伝える

歴史的な観光地といわれるところでは、歴史史跡そのものに集客を頼る傾向が強い。しかし、歴史史跡やその案内表示板、パンフレットだけでその魅力を表現すること、伝えることは難しいもの。そのパンフレットや案内看板ですら整備されていない観光地も多く、これらの整備は当然必要なものである。

全国で取り組まれている事例の中から伺えることは、これらの魅力を伝えるために、市民が自らその語り部として参加し、魅力を伝える役割と新たな魅力を作り出す役割を担っていること。

長崎のさるく博では、パンフレットに載っていない地域の歴史や習慣、地域に伝わる物語を地元の言葉で紹介しているが、これ自身も新たな観光資源を掘り起こす活動である。

萩硝子復活への取り組みも、地域に伝わる歴史的な工芸品の再生を通して、新たな観光資源を掘り起こす取り組みであり、福井県内にも多くの伝統工芸産地があるが、産地の歴史を紐解き古の魅力ある資源に着目することも重要である。

## (2)生活に密着する

観光というのは、「見る」だけでなく「体験する」ことで、体験によって、よりその地域や観光対象の魅力が伝わるものである。

歴史や宗教、文化などは、地域の生活や習慣の中に根付いているもので、この習慣自身も観光資源となりうる。漁業や農業などの体験、地域につたわる神事や宗教的な儀式への参加、伝統料理の調理や試食体験などもこの一例である。

これまでの観光対象の見学に加えて、これらの地域に伝わる習慣の体験をプログラム化することで、観光資源の魅力をさらに高めることができる。

また、地域に伝わる名物料理を飲食店でメニュー化、定番化することで、より上質な福井の食材や食文化を紹介することも重要な観光資源となる。

## (3)余計なものを取り去る

自然や景観、街並みは、その持っている美しい姿が観光の対象となるが、あとで作られた人工物によって一部に景観が阻害される事例は増えており、観光資源自身の魅力にも大きな影響を与えている。

電線や電柱、歴史的な街並みの中に立つ近代的な建物や電飾看板など、誰しものが気になることであるが、取り去ることで景観や街並みの再生を図ることが可能である。既に、電線の地中化の取り組みは全国に見られ、街並み改善のためのファサード整備に向けた助成金なども制度化された事例が多くみられる。

利便性改善により観光客の増加を図ろうとする取り組みは全国で見られるが、観光対象によってはシンプルさによりさらにその魅力を増すというものもあるので、景観への配慮だけでなく、その地域のターゲット観光客を見据えた上で、「余計なもの」となりかねない施設や設備には注意を払う必要がある。

## (4)ユニバーサルデザインへの取り組み

ユニバーサルデザインとは、どんな人でも楽しめるインフラの整備という意味で使わせていただいたが、高齢者や身体に障害を持つ方々のための施設的な改善に加え、海外からの訪問客に対応した外国語での案内表示の充実が、今後の観光資源活用の中で不可欠になっていく。

道路等の案内表示板の整備、地域の観光パンフレット、施設紹介パンフレット、観光客の注意事項など最低でも、日本語、英語に加え中国語、韓国語の4ヶ国語の整備が必要である。

九州地区では、アジアからの誘客に向けた先駆的な取り組みが行われているが、小松空港を活用した韓国、台湾、中国からの旅客流入の活性化に向けた北陸三県の取り組みを考えると、本県でも当然整備べきで、観光資源毎の取り組みとしてホームページの対応も必要となってくる。

また、「健康長寿」を売りにしていく福井県としては、高齢者の観光客の受け入れに向けた見やすい

文字でのパンフレット作成やレンタカー利用者向けの道路マップ作成（分かりやすい目印の表記や駐車場の表示など）も必要となっている。

### 観光資源を「磨く」取り組み例

歴史を伝える	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元住民による案内ガイドサービス</li> <li>・観光対象施設周辺の見所を紹介した散策マップ作成</li> <li>・観光対象施設加え、市町や集落の歴史や文化を紹介するガイド作成</li> </ul>
生活に密着する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の伝統料理体験講座、飲食店でのメニュー化</li> <li>・地域神事への参加体験のプログラム化や観客席の設営</li> <li>・農業や漁業体験プログラム化</li> </ul>
余計なものを取り 去る	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電線等地中化</li> <li>・看板の統一、街並み景観の統一</li> <li>・観光地の個性を阻害するサービスや販売の制限</li> </ul>
ユニバーサルデザ イン	<ul style="list-style-type: none"> <li>・英語、中国語、韓国語の案内パンフレット、ホームページ作成</li> <li>・高齢者向けの見やすい、分かりやすいパンフレット作成、提供</li> <li>・道路や街路への案内板の外国語併記</li> <li>・飲食店のメニューやお土産品の外国語での紹介</li> </ul>

## 2. 結ぶ・・・観光資源活用に向けた地域資源の連携、事業者間の連携強化

観光資源の活用を考える際、観光資源だけを見つめていても新たな事業アイデアは浮かんでこない。

また、中小企業が自社だけで何かを起こそうとしても、周囲の協力なしに高い効果をあげることは難しいのも現状である。

そこでヒントになるのは、今回地域資源として指定された農林水産物や鉱工業品との連携、同業者や地域間の連携、異業種間の連携である。

昨年7月末までに全国認定を受けた地域資源の活用計画34件の中にも、農林水産物との連携を図るものが5件、鉱工業品や産地技術との連携が5件あり、温泉地同士の連携や協同組合などが中心となって同業者間の連携を図るものが6件、異業種間の連携が1件と、半数が連携によるものである。

一つの観光資源も、そこにいくつかの要素が組み合わせられることで、観光資源の魅力を高めることにもつながり、このような相乗効果を生み出すことが、地域の取り組みとして必要となっている。

そこで、資源や企業を「結ぶ」ことで、新たな取り組みをスタートさせるためのヒントを紹介したい。

### (1)農林水産品との連携

観光資源としてあげられるものは、自然や歴史史跡、寺社仏閣など、観光対象自身が動かないもの、変化がないものが多い。その中で、季節の変化によりアクセントをつけられるのは、季節感を演出する農林水産品とその加工品である。

朝市で有名な大野市も、小京都と呼ばれる街並みの観光対象に加えて、地域で採れた野菜や山菜、その加工した伝統料理、民芸品などが朝市で販売され、この朝市を目当てに県外客だけでなく近隣の市町からの訪問客で賑わいを見せている。

よく観光地のどこへ行っても、包装紙を替えただけで中身が変わらないお土産品を見かけるが、求められているのは、その地域で採れた新鮮なもの、その地域でないと味わえない固有のもの、お土産話といっしょに紹介できる民芸品なのではないだろうか。

寺社仏閣の参道や観光地にいたる沿道には、お土産物を販売するお店が多くあるが、そのお店ごとの個性を表現していくためには、このような農産物や水産物、加工品を取り入れ、また名物料理などを含め共同開発していく取り組みが必要である。

### (2)鉱工業品、産地技術との連携

地域には、その伝統的工芸品や産地と呼ばれる固有の産地技術があるが、これらと観光資源を結び付けていく取り組みも、観光資源の活用を考える上で必要なものとなる。

全国認定の計画の中では、漬物や清酒、焼酎など食に関連した産地技術の活用が見られるが、黒部市の事例のように、産業観光と地域の水産物を交えた複合型観光プランの提供も大いに参考になる。

福井県には、漆器、和紙、陶器、打刃物、めのう細工など伝統的工芸品が数多くあり、また繊維やめがねといった生活に身近な商品を生産する地場産業もある。

既に、陶芸や紙すきは福井県が設置する施設で体験コースが提供され、若狭塗箸も一部ではあるが民間施設で体験できるサービスが提供されている。これらと観光資源との連携、もちろん取って付けるわけにはいかないが、地域との関連性や歴史的なつながりを紹介しながら、観光地と連携したプログラムを提供することで、滞在時間を延長させたり、お土産品の購買につなげることも可能となる。

### (3)同業者間の連携

既に、協同組合等を通して、同業者間の共同事業は実施されているが、組合員の経営状態の悪化などにより組合事業も停滞している地域も多いのではないかと。このような組合が活用できるのが今回の地域資源活用プログラムである。

山口県の湯田温泉では、この事業を活用して周辺の観光地を紹介するなど温泉街紹介ホームページのバージョンアップを行うほか、温泉街紹介のガイドブックの更新、温泉街に足湯の整備に取り組んでいるが、これらの事業はどの温泉街にも共通して検討できるものではないだろうか。

既に、芦原温泉では湯めぐり手形を発行し、特徴づくりの取り組みを行っているが、いくつかの温泉を回ること、次は別の温泉宿に泊ってみようという温泉街のリピーターづくりにつながるものである。

また、長野市の善光寺「門前そばの会」のように、スタンプラリーやホームページでの参加店紹介など「できることからやろう」という取り組みも紹介させていただいたが、重要な点はまず具体的な連携の取り組みをスタートさせること。その連携のステップアップとして、さらなるアイデアと推進力が生まれてくるものではないだろうか。

#### (4)異業種間の連携

全国認定計画の中で、異業種間の連携例は1つしかないが、今後は重要となる視点である。

認定計画の中では、観光事業者と交通事業者が連携して、地域の農産品や農産加工品を組み合わせた旅行商品の企画、インターネット販売に取り組んでいるが、このような関連性の高い業種間での連携は今後も大いに検討されていくのではないかと。特に、宿泊施設と飲食施設の連携は最も重要で、リピーターづくりにはバラエティある地域の食事の提供が不可欠である。

他県では、既に、PET検診と観光、宿泊に健康食をセットにした観光プランが商品化されているが、福井県の健康長寿に関連した食事と芦原温泉、公共検診施設の連携による1泊プランなど、関西や中京方面の中高年を対象にしたプランは大いに商品化の可能性が高いと考える。

また、オリジナルの眼鏡づくりと福井の食体験をセットにするなど、健康やデザインなど料金にこだわらないサービスを付加した観光の商品化は、本県の産業振興面を考えると重要な取り組みとなる。

#### 観光資源を「結ぶ」取り組み例

農林水産物との連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の農業者と連携した門前朝市</li> <li>・地元農水産品を活用した名物料理の開発</li> <li>・伝統料理の試食、調理体験</li> <li>・宿泊施設での地場食材を使った創作料理や伝統料理の提供</li> </ul>
鉱工業品・産地技術との連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・繊維や眼鏡の工場見学や加工体験コースづくり</li> <li>・オーダーメイド生産システム等来県者を対象にしたプログラムづくり</li> </ul>
同業者間の連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・温泉街の共同パンフレット作成、ホームページの充実</li> <li>・食べ歩きスタンプラリーなどいつでも参加できるイベント実施</li> </ul>
異業種間の連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホテルと地元居酒屋、料亭などが連携した宿泊パック</li> <li>・健康検診施設など公共施設との連携した観光プランづくり</li> <li>・オリジナル眼鏡づくり等の地場産業の体験と福井の食体験ツアー</li> </ul>

### 3. 広げる・・・住民の協力を含めたまちづくり活動との連携と継続的な取り組み

全国で取り組まれている観光地の活性化事例を見てくると、地域住民と連携した活動が数多く見られる。これらの活動は、地域の歴史や文化を語り継いだり、住民の中に観光への参加を通して地域産業への理解を深めたり、さらには観光を支える人材育成にも及ぶなど、「まちづくり」、「地域づくり」にもつながっている。

観光活性化は、地域の魅力を高める活動に他ならず、一人一人の取り組み、一事業者の取り組みを、業界や地域、更には周辺地域との連携へと「広げる」ことで、更なる魅力が高まるのではないかな。

そこで、住民や他の観光地へ「広げる」ための取り組みについて紹介したい。

#### (1)地域住民との連携

全国各地で、観光ボランティアガイドが導入され、地域の住民が、県外からの観光客の接待や案内にあたる例が多い。これらの交流を通して、更なるリピート客の増加が図られるケースも多く聞かれ、ボランティアといっても、地域観光の重要な担い手である。

これら観光客受け入れ役に加え、歴史を伝えたり掘り起こし観光資源を磨き直す担い手でもあり、また一方では地域の景観を維持したり、文化を継承する担い手でもある。

今後の観光を考えると、観光先選択のポイントは、これまで以上に「見る」ことから「体験する」ことが重点を増し、地域の食文化が重要性を高め、また街並みを含めた地域全体の魅力が差別化の鍵になる。

これまでも地域の産業を支え、農林水産品及び加工品、鉱工業品を生産し、産地技術を伝えるなど地域資源には地域に暮らす人々の参画が不可欠であるが、今後はこれまで以上に主体的な参画が必要となっていく。

これからの地域観光事業を考えるには、これら住民の地域活動との連携抜きには進められない状況あり、そのためにも柱となる地域づくりビジョンや観光ビジョンなどの共有は不可欠となる。

このようなビジョンづくりの活動にも地域住民の参画を募るなど、住民の意識を高め、自らの地域を良くする住民運動と連動させていくことが望まれる。

#### (2)観光地間の連携

日本の観光行動は、近年の「ハッピーマンデー法」の実施に伴い、2泊3日でいくつかの地域を回遊する傾向が高まりつつある。このようなニーズに対応していくには、一つの観光地、一つの県だけで完結することはむずかしい。そこで、観光地間の連携も必要となってくる。

連携といってもパンフレットやホームページで紹介し合うなどデジタルなものだけでなく、むしろ人を介したアナログというか双方向の媒体を活用した連携が、上質さを売りにする福井県には必要ではないだろうか。

例えば、旅館が次の宿泊先のホテルを紹介したり、昼食のレストランが夕食の居酒屋を紹介したり、また観光先や案内ガイド、体験コースなどの紹介や予約をする、などの人から人への情報伝達が（高度に発達した情報社会だからこそ）信頼され、満足度を高めるものとなる。

そのためには、観光従事者同士の交流、お互いの観光地や観光関連事業者の体験交流が必要であり、これらの仕掛けを行っていくことからまず取り掛かるべきである。

### (3) 県境を超えた連携

日本人の多くが、2泊3日の連休を目指して活発に観光行動をとることを考えると、空港や新幹線駅、JRのターミナル駅を出入りする2泊3日のコースを想定した連携をとることが必要となる。

福井県のこれまでの観光客流入は、関西、中京及び近県が中心で、関東やその他の地区の割合が非常に低い。これに比べ、お隣の石川県金沢市や岐阜県高山市は、関東からの流入が多い地域であり、これらの地域との連携は、新たな観光客の誘客に大いに効果があると考えられる。

小松空港を出入りするアジア諸国からの観光客の受け入れ面でも、金沢、京都などと連携した取り組みも必要となろう。

このあたりになると観光資源の活用も地域を越えた文化の流れ、歴史的なつながりなどを紹介していくことになる。

加賀百万石を築いた前田利家が加賀に移る前に越前市に居城を築いていたし、紫式部も京都と福井を結ぶ大きなつながりがあり、大野藩の藩主を務めた金森長近は初代高山藩主として高山の街づくりを行ったことは、歴史的な近県とのつながりを紹介する一端であり、鯖街道など若狭地域と京都との食文化のつながりなど例をあげればきりが無い。

このようなつながりを洗い直し、お互いの資源をつなげあうことで、新たな観光資源づくり、観光ルートづくりにつなげていくことが、福井県の観光産業の活性化につながる大きなチャンスとなるのではないだろうか。

#### 観光資源連携を「広げる」取り組み例

地域住民との連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちづくり協定など地域景観の維持と再生へ向けた協力</li> <li>・地域の文化・祭事への観光客受け入れ</li> <li>・観光ボランティアガイドへの参加と地域固有の歴史や文化の紹介</li> </ul>
観光地間の連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光に従事する人から人へ観光先の紹介を行う信頼の絆づくり</li> <li>・地産地消を促進する地元産食材を使った新名物料理の開発</li> </ul>
県境を越えた連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・著名な武将や文人の生涯を通した足跡をたどるツアー</li> <li>・京都の食文化とこれを支えた若狭の加工文化をたどるツアー</li> <li>・都市づくりの起源を探るツアー</li> </ul>

#### 4. 観光資源活用に向けたマーケティング活動実施へ

これまでの観光地といわれる地域は、従来からのリピート観光客や大手旅行代理店の送り込むツアーに支えられてきた、といっては失礼になるが、それが実態ではないだろうか。

今、国内の消費者の行動を見てみると、常に変化し、現在は商品に求める機能やその価格についても非常に敏感な行動が見られる。

消費財メーカーや消費者向けのサービスを行う事業者は、常に消費者の行動を探り、試し、新たな商品やサービスを投入し、自らの経済活動を支えている。これがマーケティング活動である。

マーケティング活動には、いくつかの理論や手順があるが、いずれの場合であっても、常にその魅力を高める、またニーズを掴みその期待に応える、取り組みを行うための基本的な取り組みである。

しかし、観光地や観光事業者にこのような取り組みが一般的であったかという点、まだまだ始まったばかりではないだろうか。

自らの地域の観光を考え、今後の方向性を定め、ターゲットとなる顧客を見定め、そのターゲットの満足を得るために必要な商品やサービス内容を定め、価格的な適正さを検証しながら、その観光地としての魅力を高めていくことが、これまで以上に必要となっている。

今回の研究では、マーケティングにまで踏み込むことができなかったが、これは観光地、観光資源毎に必要な作業であり、また連携を考える上では、ターゲットを同じにすることで相乗効果を生むことが可能となることは当然である。

是非とも、福井県内各地域が観光資源の磨き直しとマーケティング活動に着手されることを期待したいし、中小企業診断士として、このような活動に是非参画していきたい。

## おわりに

今回の報告書では、福井県における観光資源の活用について、我々なりの考え方や体験した各地の事例を参考に提案を行ったが、観光資源毎の詳細な分析や現状調査面も不十分であり、まだまだ検討が足りない部分が多くあることは否めない。

できれば、次年度の調査研究事業では、具体的に地域や観光資源を取り上げ、その地域の分析や調査、活用できる資源の掘り起こしなどを通して、より実践的な提案に取り組みたい。

福井県支部では、今年度、観光を中心とした地域資源の活用をテーマに取り上げたが、地域間格差や大都市への人口移動など発生している問題の解決に向けて、地域の個性やアイデンティティの確立が必要であると感じ、観光を通して地域を見つめなおす取り組みが、そのきっかけになるのではないかと感じている。

歴史的な史跡や文化施設も、その時代のそこに住む人たちの営みの中から生まれたものであり、それを大切に守っていく取り組みも、その地域の文化や習慣として息づいていることで、そこに観光対象としての「光」が発せられているのではないだろうか。

自然景勝地やリゾート地も、その景観や自然を守ろうという地域住民の取り組みが、その価値を高めているし、その地域に伝わる伝統的な儀式や食事、自然の楽しみ方、時間のすごし方など、その地域の生活に根ざした文化を感じることで、さらに観光対象の価値を高めている。

このような活動すべてが、現在では「地域づくり」や「まちづくり」という言葉で表現されているが、その地域独自の文化や習慣を守り伝えていく活動そのものに他ならない。

この地域資源活用プログラムは、地域間格差の是正という大義は掲げられているが、むしろ地域にあるものを見つめ直し、地域住民や事業者自身が再理解するよい機会につながれば、ここを再スタートにして地域に対する愛着が深まり地域に対する関心が高まるよい機会になればと願うものである。

## 執筆者紹介

(社) 中小企業診断協会福井県支部 調査研究委員会

委員氏名	執筆担当
峠岡 伸行	第4章、第5章
竹川 充	第3章、第4章
笠松 誠一	第3章
平岡 誠	第2章
上藤 正純	第2章、第4章
高見 和宏	第1章
永田 幸也	第1章、第4章

## 参考文献

- 資料1 都道府県別 地域産業資源活用計画 認定数
- 資料2 都道府県別 観光資源活用計画の認定一覧
- 資料3 福井県の暦年別観光客入込状況
- 資料4 福井県内市町別季節別観光客入込状況
- 資料5 福井県主要観光地入込状況
- 資料6 福井県内市町別目的別入込状況
- 資料7 福井県の県外客発地別観光客入込状況
- 資料8 福井県の地域資源マップ
- 資料9 福井県の策定した「ビジット“ふくい”推進計画」(抜粋)(平成15年策定)

資料1 都道府県別 地域産業資源活用事業計画 認定数

(平成20年7月31日現在)

	総数			農林水産物			鉱工業品			観光資源			観光資源/ 地域資源全体 (%)
	計	H19	H20	計	H19	H20	計	H19	H20	計	H19	H20	
		計	1回		計	1回		計	計		1回		
合計	428	328	100	156	123	33	238	181	57	34	24	10	7.9
北海道	38	31	7	25	21	4	10	8	2	3	2	1	7.9
青森県	6	2	4	4	1	3	1	1	0	1	0	1	16.7
岩手県	6	4	2	5	3	2	1	1	0	0	0	0	0.0
宮城県	7	6	1	7	6	1	0	0	0	0	0	0	0.0
秋田県	5	5	0	2	2	0	2	2	0	1	1	0	20.0
山形県	9	8	1	4	3	1	5	5	0	0	0	0	0.0
福島県	10	6	4	2	2	0	6	3	3	2	1	1	20.0
茨城県	4	4	0	3	3	0	1	1	0	0	0	0	0.0
栃木県	2	2	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0.0
群馬県	8	6	2	1	1	0	7	5	2	0	0	0	0.0
埼玉県	7	7	0	1	1	0	4	4	0	2	2	0	28.6
千葉県	5	4	1	2	2	0	2	1	1	1	1	0	20.0
東京都	3	2	1	0	0	0	3	2	1	0	0	0	0.0
神奈川県	6	4	2	0	0	0	5	3	2	1	1	0	16.7
新潟県	7	5	2	2	2	0	5	3	2	0	0	0	0.0
長野県	4	3	1	4	3	1	0	0	0	0	0	0	0.0
山梨県	9	8	1	2	2	0	7	6	1	0	0	0	0.0
静岡県	11	9	2	8	7	1	2	1	1	1	1	0	9.1
愛知県	11	8	3	1	1	0	10	7	3	0	0	0	0.0
岐阜県	12	10	2	2	2	0	10	8	2	0	0	0	0.0
三重県	9	9	0	3	3	0	6	6	0	0	0	0	0.0
富山県	10	9	1	1	0	1	9	9	0	0	0	0	0.0
石川県	14	12	2	1	1	0	13	11	2	0	0	0	0.0
福井県	9	7	2	1	1	0	8	6	2	0	0	0	0.0
滋賀県	2	2	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0.0
京都府	11	6	5	1	1	0	7	4	3	3	1	2	27.3
奈良県	6	4	2	3	2	1	3	2	1	0	0	0	0.0
大阪府	6	3	3	0	0	0	6	3	3	0	0	0	0.0
兵庫県	15	8	7	5	2	3	8	5	3	2	1	1	13.3
和歌山県	8	5	3	5	3	2	3	2	1	0	0	0	0.0
鳥取県	6	4	2	1	1	0	5	3	2	0	0	0	0.0
島根県	8	6	2	6	5	1	2	1	1	0	0	0	0.0
岡山県	13	11	2	4	4	0	8	6	2	1	1	0	7.7
広島県	11	8	3	1	0	1	9	7	2	1	1	0	9.1
山口県	8	6	2	5	4	1	1	0	1	2	2	0	25.0
徳島県	9	6	3	2	1	1	6	4	2	1	1	0	11.1
香川県	12	10	2	3	2	1	9	8	1	0	0	0	0.0
愛媛県	10	10	0	2	2	0	8	8	0	0	0	0	0.0
高知県	10	8	2	5	4	1	5	4	1	0	0	0	0.0
福岡県	11	6	5	0	0	0	11	6	5	0	0	0	0.0
佐賀県	6	6	0	0	0	0	6	6	0	0	0	0	0.0
長崎県	10	7	3	1	1	0	6	4	2	3	2	1	30.0
熊本県	7	5	2	4	2	2	2	2	0	1	1	0	14.3
大分県	5	4	1	3	3	0	2	1	1	0	0	0	0.0
宮崎県	7	6	1	6	5	1	1	1	0	0	0	0	0.0
鹿児島県	4	4	0	2	2	0	2	2	0	0	0	0	0.0
沖縄県	31	22	9	16	12	4	7	5	2	8	5	3	25.8

平成20年7月31日現在

資料2 都道府県別 観光資源活用計画の認定一覧(認定日順)

都道府県	地域名	事業名	事業概要	地域資源 (3類型)	法認定事業者	認定日
北海道	上士幌町	「スギ花粉トリート(疎開ツアー)」による糠平温泉郷全国ブランド化への挑戦	スギ花粉が無い特性を活かし、体内の免疫バランス改善と「食、健康、医療」を融合させた新たなリゾートサービスを提供する。	イムノリゾート上士幌・ぬかびら温泉 (観光資源)	テルメン観光株式会社	H19.10.12
北海道	札幌市	サッポロ・シティ・ジャズを活用した観光プログラムの開発事業	サッポロ・シティ・ジャズを様々な場で体験できる観光プログラムを企画する。1)小規模ライブ開催、2)ジャズが聴くことができる場の情報提供、3)札幌JAZZオムニバスCD等の商品企画開発、4)サッポロ・シティ・ジャズを知ることができる講座の企画開発等を組み合わせ、エンドユーザーである観光客に回遊するプログラムを企画し、提供する。	サッポロ・シティ・ジャズ (観光資源)	株式会社コムズワーク	H20.2.22
北海道	豊富町	「乾癬病やアトピー性皮膚炎などに効能があるといわれている豊富温泉の成分を生かした乳液・クリーム等の開発	古くから火傷に効くとされてきたが、近年では乾癬やアトピー性皮膚炎等に効能があるといわれている豊富温泉の成分を活用した乳液、クリーム等の化粧品を開発、販売する。	豊富温泉 (観光資源)	株式会社インダストリークリエートコーポレーション	H20.7.4
青森県	十和田市	世界唯一となる改良馬「新南部馬」を活用した、レジャーホース乗馬プログラムによる、観光乗馬ランド事業の展開とブランド確立	当社独自技術により生み出した、小型で強靱、温かな性格に加え、日本人の体格にあう特性を持った「新南部馬」を使い、安全、安心、誰でも気軽に楽しめる、健康志向型レジャーホースによるニーズ別・対象別の乗馬プログラムを開発し、市場開拓を図る。国立公園十和田湖を始めとした歴史、観光資源とのコラボレーション、地域関係者との連携を図り、観光入込数拡大を目指す。	乗馬場 (観光資源)	(有)十和田乗馬倶楽部	H20.7.4
秋田県	にかほ市	「天然記念物・獅子ヶ鼻湿原」を活用した「癒しと学びのトレッキング観光プログラム」の開発とブランド確立～太古の自然にふれる・癒しと学びのトレッキング～	天然記念物「獅子ヶ鼻湿原」ガイド付トレッキングをベースとした「癒しと学びの観光プログラム」に主眼を置き、宿泊観光客の新規獲得およびリピーター促進を実現するため、a.癒しと学びの観光プログラム商品群の開発と事業性評価 b.観光の魅力開発フォーラムの立ち上げと実施 c.観光プログラム関連のガイドブック等ツールの開発 d. ITツール等を利用したプロモーションシステムの開発 e.顧客管理システムの開発を行い 1)地方⇄都市間交流に根ざした「天然記念物とふれあう癒しと学びの郷」としてのブランド確立 2)広域に及ぶ鳥海国立公園における魅力(人気)NO.1エリアとしての位置づけ確立を目指す。	鳥海国立公園 (文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源)	羽州観光開発株式会社	H19.12.14
福島県	猪苗代町	「磐梯山」の伏流水と「会津身不知柿」の特性を活かした乳製品の開発・販売	「磐梯山」の伏流水と「会津身不知柿」を利用し、県公設試等が現在取り組んでいるそれらの特性評価結果を最大限に活かした商品(ヨーグルト、ゼリー等の乳製品・機能性飲料等)開発を行ない、需要開拓・販路拡大を図る。	会津身不知柿 (農林水産物) 磐梯山 (観光資源)	有限会社旭乳業販売	H19.10.12

福島県	いわき市	健康と癒しの温泉地創設事業	日本温泉保養士協会にて認定しているバルネオセラピスト(温泉保養士)のレベルアップといわき湯本温泉の泉質を生かした健康プログラム(バルネオプログラム)の開発及びその他の関連サービスを開発することにより、「健康増進と癒しを中心にしたリピート型短期型滞在」を可能とする温泉地への転換を実現し、需要開拓を図る。	いわき湯本温泉 (観光資源)	いわき湯本温泉旅館協同組合	H19.10.12
新潟県	佐渡市	外国人向け、佐渡で学ぶ日本の文化と酒芸及び新しい新潟清酒開発と販路拡大	佐渡情報や日本文化の発信と、佐渡島の酒米を使用した外国人テイストに合った特徴のある清酒を開発し、海外(外国人)市場の新たな開拓を行う。商品の開発に当たっては、地域伝統文化との連携により外国人向けにストーリーをつくるとともに、綿密なリサーチを実施し、それに伴う新技術の導入や佐渡金山の行動での貯蔵方法を取り入れ、付加価値を高めた清酒の提供を図る。	新潟清酒 (鉱工業品) 能(能舞台) 佐渡金山 (観光資源)	尾畑酒造株式会社	H20.6.13
埼玉県	秩父市	和銅採掘遺跡及び和同開珎に関連する地域資源を活用した「ご利益ツアー」及び関連商品の開発	史跡愛好家・一般観光客向け・子ども向けまでコース別に「和銅史跡巡りツアー」を、事業経営者等向けに「ご利益ツアー」を開発。あわせて和同開珎関連商品の企画・販売する。	和銅採掘遺跡 (観光資源)	(株)和銅鉱泉旅館	H19.10.12
埼玉県	川越市	ハイクラス外国人観光客向けプレミアムツアー事業化	東京近郊の「安近短」の日帰り観光地として発展してきた川越市の地域産業資源「蔵造りの町並み」の伝統的な特長を活かして、外国人富裕層向けに高付加価値コンテンツで構築されたプレミアムツアーの開発・提供を行う。	蔵造りの町並み (観光資源)	イーグルトラベル株式会社	H20.3.6
千葉県	香取市	江戸優りのまち・佐原グルメまちぐるみダイニング事業	北総のポークなど地元食材を活用したメニューの開発、各個店の得意総菜を集めた「佐原町ぐるみ弁当(御膳)」の提供及び集客イベント「佐原グルメ祭り(仮称)」を開催するなど佐原の歴史的街並みを訪れる観光客に対して各種サービス事業を展開。	佐原の歴史的街並み 佐原の山車行事 (観光資源) 北総のポーク (農林水産物)	(株)ボン・シェール	H19.10.12
神奈川県	横浜市	野毛大道芸を中核にした、野毛劇場ブランド事業	商店街を舞台にした大道芸等の体験学習サービスや大道芸をモチーフにした土産物の開発等により、見て、学んで、食べて、歩いて、買って楽しめる、街全体回遊型観光事業の展開。また、野毛地区に関連する地域資源を活用した、野毛劇場ブランドの衣食住関連製品を開発する。	野毛大道芸フェスティバル (観光資源)	野毛地区振興事業協同組合	H19.10.12
静岡県	熱海市ほか	伊豆の温泉の効能と八十八ヶ所巡りの各寺院のご利益を結び付けた、心と体を癒す観光ツアーの商品化	顧客ニーズ別に伊豆の温泉の効能と八十八ヶ所巡りの寺院をパッケージにして提供する観光ツアー(例:悩み解消)の展開	熱海温泉郷、伊東温泉、東伊豆まち温泉、七滝温泉、下田温泉、伊豆長岡温泉、土肥温泉、修善寺温泉、堂ヶ島温泉、松崎温泉 (観光資源)	三嶋観光バス(株)	H19.10.12
京都府	京都市	滞在型観光客をターゲットとした「ほんものの京友禅染め浴衣生地作り体験」の開発と提供	本事業では、京町家という環境と本物の工房に隣接している特徴を活かし、従来にはない「京都古来の雰囲気の中で」職人とも交流が図れるという付加価値を有した新サービスの開発を行う。	京都伝統工芸体験工房 (観光資源)	有限会社丸益西村屋	H20.2.15

京都府	京都市	暮らすように旅をする『京町家ステイ』と伝統文化研修『オリジン・アート・プログラム』の提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本事業では、『京町家』を過ごしやすく快適なものへ改修し、一棟貸し、ゆったりとまさに「暮らすように」滞在できるサービスを提供する。</li> <li>・滞在時にはお客様のご要望により、京都の伝統文化をゆったりとほんものを体感して頂けるプログラムを併せて提案する。</li> </ul>	京町家 (観光資源)	株式会社庵	H20.7.7
京都府	京都市	アテンドサービスを付加した「京町家ホームビジットプログラム」の開発と提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>・京都市への外国人観光客は、アメリカ、ヨーロッパからが6割近くを占め、日本の伝統文化や伝統工芸工房などでの体験を求める旅行者が多くなっている。</li> <li>・本事業では、ホンモノの日本文化に触れつつ家庭的な雰囲気も味わいたいとの顧客ニーズに応えるため、京都の歴史文化や伝統産業などにも精通した地域の住民の力を活用するアテンドサービスを併用した京町家ホームビジットプログラムの本格的な事業化を目指す。</li> </ul>	京町家 (観光資源)	有限会社ワックジャパン	H20.7.7
兵庫県	淡路市	淡路佐野運動公園とスポーツホテルのノウハウを活用した日本初、トップアスリート養成のためのスポーツコンシェルジュサービスと大会コーディネートサービスの提供	<p>本事業では、2002年FIFAワールドカップでイングランドチームのキャンプ地として注目された「淡路佐野運動公園」を優良なスポーツ施設として活かしながら、スポーツ科学等サービス（トレーニングメニュー、スポーツ栄養管理プログラム等）、スポーツ大会・合宿運営サービスをホテルの付加価値サービスとして事業化を行う。</p>	兵庫県立淡路佐野運動公園 (観光資源)	(株)アテーナホテルズ	H19.12.14
兵庫県	姫路市	銀の馬車道プロジェクトに因んだ体験型産業観光「いぶし瓦の技術を活かした体験プログラム」の開発と提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当社は、「銀の馬車道」沿いに位置し、文化2年に姫路城主の命をうけて船津町に窯を築き、瓦の材料や製品の運搬など銀の馬車道に恩恵を受け共に歩んできた。また3年前から、学校教育の一環として県内を始め関西各地からの体験学習や研修などを受け入れてきた。</li> <li>・本事業は、いぶし瓦の技術を活用し、「教育旅行」や「中高年の趣味の旅」などをターゲットとした体験型観光事業をビジネスとして本格化させるものである。</li> </ul>	銀の馬車道 (観光資源)	光洋製瓦株式会社	H20.7.7
岡山県	美咲町	棚田を地域資源として活用し、癒しを提供する美咲町農村体験プログラム事業	棚田の農村風景や、農作業などを通じて都市生活者が「癒し」を感じる体験プログラムや、福利厚生としての法人向け「棚田レンタル」による人材研修プログラム等の事業化を目指す。	大塚和西棚田・小山の棚田 (観光資源)	美咲ファイネスト(株)	H19.10.12
広島県	府中市	府中産業観光体験ツアーものづくりの町府中をまるごと楽しめる体験ツアーや工場見学。匠の技にふれてみよう!	府中市の産業集積を背景に、産業観光をキーワードに当地域の強みである「ものづくり」を観光化することで、従来型の名所旧跡を巡る観光とは一味違う魅力を活用した産業観光を商品化し、従来の近隣人を対象にした日帰りツアーからターゲットを広島、関西方面に広げ、ものづくり体験のできる宿泊付きルアーの開発などの商品充実を目指す。	府中市の産業観光関連工場 (観光資源)	(株)ユアーズエージェント	H19.10.12
山口県	山口市	観光宿泊拠点・湯田温泉オリジナルブランド構築事業	歴史・文化を体験できるボランティアガイドによる散策コースの設定や、温泉入浴指導員を活用した湯田温泉オリジナル入浴法によるもてなしメニューの開発、健康食の開発等を行うなど、団塊世代の団体客・個人客をターゲットに新たな旅行商品を開発し顧客開拓を目指す。	湯田温泉 (観光資源)	湯田温泉旅館協同組合	H19.10.12

山口県	萩市	観光資源である「萩まちじゅう博物館」の歴史的特徴のひとつである、江戸末期に廃絶した萩硝子を復活させ、萩観光の魅力を高める。	萩市の観光産業は1975年をピークに減少傾向であるが、当地域の歴史的特徴を活かした萩硝子の商品開発、販路開拓により、萩硝子ブランドの周知性を高めることで、萩観光の振興に寄与することを目指す。	萩まちじゅう博物館 (観光資源)	萩ガラス工房(有)	H19.10.12
徳島県	徳島市ほか	「四国八十八箇所霊場と遍路道」を活用した「初心者認定・歩き遍路お試し宿泊プラン」商品化と販路開拓	四国八十八箇所巡礼の開始地であるという徳島の特性を活かし、第1番から第10番までの札所巡礼を、本来の徒歩により、「随時に」、「短期間に」、「安価に」、「気軽に」行うことができる宿泊プランを企画開発・販売。大都市圏の団塊世代等高齢化層を主なターゲットとして旅行代理店等を通じ販売することにより、同巡礼志向者の潜在需要を喚起する。	四国八十八箇所霊場と遍路道 (発心の道場) (観光資源)	中央不動産株式会社  (徳島県徳島市)	H20.2.19
長崎県	平戸市	平戸ATA(エリア・ツーリズム・エージェント)構築事業	資本関係のない競合ホテルや旅館が、教会等の歴史遺産や豊富な農水産物等の地域資源を活かした観光プログラムを開発し、長崎県で初めてインターネット上に「仮想平戸アイランドツーリズム旅館」を構築し、3宿泊施設が一体的な施設として機能することで滞在型観光客の増加を図る。	ひらめ、いか等の水産品、農産品 (農林水産物) 長崎の教会群とキリスト教関連遺産 他 (観光資源)	(代表事業者) 株式会社平戸観光ホテル (共同申請者) (有)旗松亭 (株)ニュー平戸海上ホテル(長崎県平戸市)	H19.10.12
長崎県	五島市	五島巡礼 八十八ヶ所霊場巡り(タクシー・バスプラン)開発事業	旅に癒しを求める需要が高まっているなか、大都市圏から隔絶された地理的なハンデを逆手に、日本最西端の八十八箇所巡礼地として巡拝者が一度は訪れたい観光巡礼地化をとして定着できる新たな観光メニューを開発する。	五島八十八ヶ所 (観光資源)	有限会社五島観光タクシー	H19.10.12
長崎県	長崎市	「近代化遺産 軍艦島再生プロジェクト」(賑わいの島)構築事業	近代化産業遺産群として認定を受け、平成21年度に上陸開始が計画されている長崎県軍艦島(端島)を観光資源として活用し、上陸案内ガイドの育成等を通じた付加価値のある軍艦島航路及び軍艦島観光商品の開発を行い、軍艦島の魅力創出に寄与する。	軍艦島(端島) (観光資源)	やまさ海運株式会社 (長崎県長崎市)	H20.7.31
熊本県	阿蘇郡小国町(阿蘇市、阿蘇郡高森町)	阿蘇カルデラツーリズムを活用した地域密着型旅行商品の創出	阿蘇地域で進められている地域資源を活用した「阿蘇カルデラツーリズム」と循環バスを連携させた滞在型観光のしくみをブラッシュアップし、地元旅行業3社と財団法人阿蘇地域振興デザインセンターの協働で、阿蘇くじゅう国立公園、あか牛などの地域資源を活用した地域密着型の旅行商品(地旅)として旅行商品化し販売する。 また、インターネットを活用した地元の旅行業3社による共同販売も行う。	あか牛 (農林水産物) 阿蘇たかな漬 (鉱工業品及びその生産技術) 阿蘇くじゅう国立公園、阿蘇神社 他 ◎ (観光資源)	有限会社九州トラベルサービス (共同認定事業者:株式会社スタートラベル、南阿蘇鉄道株式会社)	H19.11.16
鹿児島県	鹿屋市	「ばら焼酎」の開発、製造及び「かのやばら園」を活用した需要開拓による地域振興	「かのやばら園」のばらを使用し、行政やNPO法人等と商品開発を行った「ばら焼酎」に「ばらの香り」を付けていくなど商品の改良を行い商品としての完成度を高める。また、原材料栽培をする「かのやばら園」と一緒に販路開拓を行うことにより、地域を売り込むための効果的なプロモーション活動を展開していく。	鹿児島島の焼酎(産地技術) かのやばら園 (観光資源)	大海酒造協業組合	H19.10.12

沖縄県	那覇市	沖縄空手の事業的活用による普及推進プロジェクト	沖縄空手の伝統的な型及び型の意味、空手・古武術の歴史等を映像保存(DVD制作)する。世界に5,000万人いるといわれる空手愛好家や学校教育現場等からの普及を図り、最終的には体験プログラム等を開発し観光プログラムとしての販売を行う。	沖縄の空手・古武術 (観光資源)	(株)沖縄映像センター	H19.10.12
沖縄県	那覇市	宮古芸能館開発設置事業	宮古島の陸域観光メニューを拡充し高付加価値化を図るため、宮古島に芸能館を整備(既存の建物を活用)し、伝統芸能の紹介をはじめとするエンターテインメントプログラムを開発する。40万人の宮古島来島者のうち5~10%の来場を見込んでいる。	沖縄の伝統舞踊、沖縄音楽 (観光資源)	(株)バック	H19.10.12
沖縄県	渡名喜村	渡名喜村の古民家を活用した観光ツアー	古民家を改装した宿泊・食堂施設を核とし、地域の自然や関連商品とも複合した付加価値の高い観光プログラムを開発する。	渡名喜県立自然公園 (観光資源)	(株)福木島となぎ	H19.10.12
沖縄県	今帰仁村	今帰仁ブランド商品改良及び販路開拓とものづくり体験型観光プログラム開発連携事業	平成18年度からスタートしている今帰仁ブランド開発育成を拡充・推進するため、市場ニーズの深堀等を実施し商品改良を行っていくことに加え販売手法についても検討を重ねる。また、地域内に存在する体験型観光メニューを体系化し、ニーズに合ったメニューを提供できるオーダーメイド型の体験型観光プログラムを開発する。また、加工品と観光産業のリンクによる今帰仁ブランドの確立をめざす。	豚、ハイビスカス、沖縄島野菜、マンゴー、パイナップル (農林水産物) 沖縄黒糖 (鉱工業品) やんばるの森、琉球王国のグスク及び関連遺産群 ◎(観光資源)	今帰仁ブランド協同組合	H20.3.12
沖縄県	石垣市	黒蝶真珠手作り体験・練習用擬似貝体験	真珠養殖に対する理解度を向上し、さらに海洋環境問題や漁業に対する意識高揚を図ることを目的として、国内唯一である当社の黒蝶真珠の挿核技術を体験する観光プログラムを開発する。 主に修学旅行や家族連れをメインターゲットとし、真珠の成長過程を確認するためのリピーターの増加(八重山観光客の増加)にも資するものと期待している。	黒蝶真珠 (鉱工業品) 黒蝶真珠養殖場 ◎(観光資源)	琉球真珠株式会社	H20.3.12
沖縄県	那覇市	OKINAWA亜熱帯自然環境学習プログラム開発・販売事業	沖縄県における修学旅行の受入れは着実に実績を伸ばしている。また、沖縄の自然環境は、山・川・海の生態系の循環機能がコンパクトにまとまり容易に環境の仕組みを観察することができる。本事業では、環境に関する専門家と提携し、沖縄の自然環境の優位性を理論的に提案し、「沖縄だからできる環境学習」として高付加価値のプログラムを開発する。マーケットとしては、私立中・高等学校とし、大手旅行会社を通じて関東(首都圏)を想定している。	沖縄のビーチ マングローブ自生地、植林地 サンゴ生息地・養殖地 (観光資源)	エコツーリズムデザイン研究所 (沖縄県那覇市)	H20.7.25
沖縄県	那覇市	地域資源を活用した沖縄ペーパークラフト・シリーズ商品ライン拡充及び本土市場開拓事業	当社は、広告業として開業、平成13年からペーパークラフトを商品化し、2万個の販売実績がある。18年度には最優良県産品として認定され、県内航空会社・旅行代理店・書店等から好評を得ている他、本土出版社からの引き合いもある。本事業では、商品ラインナップの試作品開発と販路開拓としてホームセンター市場開拓、書店流通開拓を目指す。	琉球王国のグスク及び関連遺産群、シーサー製作所・工房・風景、ヤンバルクイナ生息地・飼育地、ヨナグニサン生息地・飼育地、ヤンバルテナゴコガネ生息地・飼育地 (観光資源)	有限会社 ジグゼコ コミュニケーションズ (沖縄県那覇市)	H20.7.25
沖縄県	那覇市	音楽配信サイトの利用高度化による沖縄音楽関連商品の開発・販売	当社が運営する沖縄音楽配信サイト「沖縄ちゅらサウンズ」を活用した、ライブ情報提供等による沖縄観光客のライブハウス誘客システムの開発及び沖縄音楽を活用した旅行商品の開発・販売を行う。	沖縄音楽 (観光資源)	ゆいワークス 株式会社 (沖縄県那覇市)	H20.7.25

資料3 福井県の暦年別観光客入込状況（実人数）

	総観光客数		地域別		日程別		総消費額	
	人員 (人)	対前年比 (%)	県内 (人)	県外 (人)	日帰り (人)	宿泊 (人)	消費額 (億円)	対前年比 (%)
平成元年	8,503,000	104.7	3,210,000	5,293,000	4,862,000	3,641,000	…	…
2	8,903,000	104.7	3,324,000	5,579,000	5,083,000	3,820,000	…	…
3	9,465,000	106.3	3,744,000	5,721,000	5,512,000	3,953,000	…	…
4	9,555,000	101.0	3,970,000	5,585,000	5,774,000	3,781,000	…	…
5	9,012,000	94.3	3,992,000	5,020,000	5,620,000	3,392,000	…	…
6	9,624,000	106.8	4,269,000	5,355,000	6,225,000	3,399,000	…	…
7	9,996,000	103.9	4,577,000	5,419,000	6,751,000	3,245,000	…	…
8	9,809,000	98.1	4,741,000	5,068,000	6,697,000	3,112,000	…	…
9	9,079,000	92.6	4,552,000	4,527,000	6,262,000	2,817,000	…	…
10	9,015,000	99.3	4,549,000	4,466,000	6,164,000	2,851,000	…	…
11	9,237,000	102.5	4,859,000	4,378,000	6,553,000	2,684,000	…	…
12	9,715,000	105.2	5,042,000	4,673,000	6,896,000	2,819,000	897	—
13	9,271,000	95.4	4,697,000	4,574,000	6,594,000	2,677,000	850	94.8
14	9,382,000	101.2	4,777,000	4,605,000	6,707,000	2,675,000	846	99.5
15	9,222,000	98.3	4,891,000	4,331,000	6,640,000	2,582,000	813	96.1
16	8,793,000	95.3	4,493,000	4,300,000	6,325,000	2,468,000	781	96.1
17	9,302,000	105.8	4,989,000	4,313,000	6,842,000	2,460,000	791	101.3
18	9,851,000	105.9	5,191,000	4,660,000	7,312,000	2,539,000	825	104.3

(注) 平成元年～15年の観光客(実人数)の推計に当たっては、平成16年度に県が行った「観光客動向調査」によって得られた係数(1人当たりの平均訪問観光地点数)で延べ入込客数を除して算出している。

資料：福井県観光振興課「福井県観光客入込数(推計)」

資料4 福井県内市町別季節別観光客入込状況（延べ人数）

(単位：人、%)

市町名	平成17年	平成18年	対前年比	平成18年 季節別入込状況			
				春	夏	秋	冬
				(3～5月)	(6～8月)	(9～11月)	(1, 2, 12月)
福井市	2,790,000	2,937,000	105.3	1,022,000	1,057,000	606,000	252,000
敦賀市	1,587,000	1,772,000	111.7	281,000	648,000	547,000	296,000
小浜市	1,224,000	1,502,000	122.7	296,000	475,000	564,000	167,000
大野市	1,411,000	1,503,000	106.5	301,000	493,000	579,000	130,000
勝山市	1,118,000	1,218,000	108.9	257,000	308,000	199,000	454,000
鯖江市	667,000	644,000	96.6	425,000	77,000	100,000	42,000
あわら市	1,505,000	1,478,000	98.2	380,000	413,000	385,000	300,000
越前市	966,000	974,000	100.8	216,000	290,000	298,000	170,000
坂井市	4,703,000	4,976,000	105.8	1,308,000	1,926,000	1,384,000	358,000
永平寺町	688,000	692,000	100.6	164,000	208,000	220,000	100,000
池田町	98,000	104,000	106.1	21,000	28,000	32,000	23,000
南越前町	820,000	859,000	104.8	189,000	286,000	164,000	220,000
越前町	956,000	1,081,000	113.1	266,000	281,000	211,000	323,000
美浜町	823,000	829,000	100.7	149,000	442,000	196,000	42,000
高浜町	776,000	913,000	117.7	115,000	607,000	114,000	77,000
おおい町	606,000	599,000	98.8	133,000	270,000	137,000	59,000
若狭町	1,429,000	1,512,000	105.8	359,000	480,000	483,000	190,000
合計	22,167,000	23,593,000	106.4	5,882,000	8,289,000	6,219,000	3,203,000

資料：福井県観光振興課「福井県観光客入込数(推計)」

資料5 福井県主要観光地入込状況（入込数5万人以上）

（単位：人、％）

市町村名	観光地（施設）名	平成17年	平成18年	対前年比		
				県内客	県外客	
福井市	越前海岸（福井市）	573,000	655,000	353,000	302,000	114.3
	一乗谷朝倉氏遺跡	380,000	466,000	93,000	373,000	122.6
	健康の森温泉	124,000	126,000	118,000	8,000	101.6
	越前水仙の里温泉波の華	51,000	55,000	49,000	6,000	107.8
敦賀市	氣比神宮	593,000	581,000	174,000	407,000	98.0
	金崎宮	91,000	139,000	42,000	97,000	152.7
	あっとほうむ	73,000	111,000	92,000	19,000	152.1
	敦賀きらめき温泉リラ・ポート	97,000	104,000	5,000	99,000	107.2
	氣比の松原（海水浴客を除く）	59,000	63,000	3,000	60,000	106.8
小浜市	蘇洞門めぐり	301,000	320,000	30,000	290,000	106.3
	御食国若狭おぼま食文化館	210,000	257,000	74,000	183,000	122.4
	国宝めぐり	138,000	168,000	18,000	150,000	121.7
	若狭塗箸施設	128,000	164,000	1,000	163,000	128.1
	エンゼルライン	—	73,000	7,000	66,000	皆増
大野市	大野まちなか観光	421,000	438,000	164,000	274,000	104.0
	九頭竜湖	288,000	301,000	21,000	280,000	104.5
	六呂師高原	166,000	147,000	112,000	35,000	88.6
	道の駅「九頭竜」	93,000	97,000	23,000	74,000	104.3
	九頭竜峡	68,000	72,000	29,000	43,000	105.9
勝山市	和泉ふれあい会館	—	68,000	16,000	52,000	皆増
	県立恐竜博物館・長尾山総合公園	254,000	291,000	50,000	241,000	114.6
	スキージャム勝山	291,000	258,000	119,000	139,000	88.7
	平泉寺白山神社	166,000	186,000	112,000	74,000	112.0
	雁が原スキー場・勝山温泉センター水芭蕉	130,000	175,000	161,000	14,000	134.6
鯖江市	越前大仏・勝山城博物館	111,000	114,000	7,000	107,000	102.7
	西山公園	515,000	488,000	390,000	98,000	94.8
あわら市	うるしの里会館	56,000	63,000	44,000	19,000	112.5
	あわら温泉	933,000	938,000	328,000	610,000	100.5
	北潟湖畔	105,000	109,000	83,000	26,000	103.8
	金津創作の森	125,000	105,000	78,000	27,000	84.0
	吉崎御坊	112,000	101,000	21,000	80,000	90.2
越前市	セントピアあわら	69,000	80,000	56,000	24,000	115.9
	しきぶ温泉湯楽里	202,000	187,000	169,000	18,000	92.6
	越前そばの里	170,000	184,000	62,000	122,000	108.2
	紫式部公園	49,000	60,000	30,000	30,000	122.4
	越前の里味真野苑・万葉館	54,000	55,000	38,000	17,000	101.9
坂井市	芝政ワールド	1,500,000	1,501,000	250,000	1,251,000	100.1
	東尋坊	1,090,000	1,273,000	255,000	1,018,000	116.8
	丸岡城	301,000	316,000	132,000	184,000	105.0
	越前竹人形の里	304,000	271,000	4,000	267,000	89.1
	越前松嶋水族館	197,000	220,000	79,000	141,000	111.7
	ふれあいパーク三里浜	198,000	211,000	90,000	121,000	106.6
	地域交流センターいねす	140,000	147,000	133,000	14,000	105.0
	福井県総合グリーンセンター	126,000	137,000	133,000	4,000	108.7
	三国温泉ゆあぼーと	101,000	99,000	49,000	50,000	98.0
	福井県児童科学館	83,000	84,000	44,000	40,000	101.2
	三国湊町並散策	—	72,000	43,000	29,000	皆増
	永平寺町	大本山永平寺	620,000	606,000	52,000	554,000
道の駅河野		306,000	296,000	74,000	222,000	96.7
南越前町	今庄365スキー場	79,000	95,000	28,000	67,000	120.3
	花はす温泉そまやま	70,000	89,000	55,000	34,000	127.1
	今庄365温泉やすらぎ	97,000	79,000	38,000	41,000	81.4
	河野シーサイド温泉ゆうばえ	42,000	53,000	37,000	16,000	126.2
	越前海岸（越前町）	521,000	680,000	204,000	476,000	130.5
越前町	うち 露天風呂「漁火」	130,000	124,000	68,000	56,000	95.4
	越前陶芸村	215,000	201,000	121,000	80,000	93.5
	劔神社	98,000	98,000	95,000	3,000	100.0
美浜町	三方五湖レークセンター	79,000	54,000	8,000	46,000	68.4
	レインボークライン	418,000	416,000	98,000	318,000	99.5
高浜町	道の駅シーサイド高浜	324,000	309,000	30,000	279,000	95.4
	若狭高浜エルどらんど	125,000	140,000	33,000	107,000	112.0
おおい町	あみーシャン大飯	107,000	104,000	52,000	52,000	97.2
	大飯町情報交差点・ぼーたる	104,000	104,000	21,000	83,000	100.0
	道の駅PR物産展	94,000	98,000	31,000	67,000	104.3
	きのこの森	54,000	54,000	16,000	38,000	100.0
若狭町	熊川宿・道の駅若狭熊川宿	359,000	375,000	75,000	300,000	104.5
	常神半島	169,000	168,000	20,000	148,000	99.4
	若狭瓜割名水公園	109,000	138,000	28,000	110,000	126.6
	みかた温泉「きららの湯」	88,000	120,000	84,000	36,000	136.4
	福井県海浜自然センター	92,000	84,000	17,000	67,000	91.3
	縄文ブラザ	63,000	57,000	11,000	46,000	90.5
入込数5万人以上の観光地の計		15,469,000	16,548,000	5,612,000	10,936,000	107.0

（注）千人未満を四捨五入している。  
資料：福井県観光振興課「福井県観光客入込数（推計）」

資料6 福井県内市町別目的別入込状況（延べ人数）

平成18年 (単位：人)

市町名	自然	文化・歴史	産業観光	スポーツ・レクリエー	温泉	買物	行・祭事	イベント	計
福井市	439,000	844,000	34,000	330,000	249,000	300,000	428,000	313,000	2,937,000
敦賀市	63,000	737,000	124,000	293,000	122,000	—	153,000	280,000	1,772,000
小浜市	392,000	479,000	369,000	100,000	—	—	—	162,000	1,502,000
大野市	401,000	497,000	251,000	100,000	82,000	97,000	—	75,000	1,503,000
勝山市	—	590,000	—	446,000	—	—	182,000	—	1,218,000
鯖江市	—	21,000	63,000	274,000	30,000	—	256,000	—	644,000
あわら市	122,000	205,000	—	133,000	1,018,000	—	—	—	1,478,000
越前市	—	116,000	266,000	157,000	187,000	—	—	248,000	974,000
坂井市	1,310,000	897,000	271,000	1,590,000	109,000	358,000	180,000	261,000	4,976,000
永平寺町	—	622,000	—	24,000	—	—	24,000	22,000	692,000
池田町	11,000	3,000	22,000	23,000	40,000	—	—	5,000	104,000
南越前町	24,000	18,000	26,000	178,000	221,000	296,000	—	96,000	859,000
越前町	328,000	186,000	101,000	83,000	163,000	25,000	—	195,000	1,081,000
美浜町	471,000	—	96,000	262,000	—	—	—	—	829,000
高浜町	29,000	—	—	531,000	—	309,000	—	44,000	913,000
おおい町	—	7,000	204,000	126,000	104,000	98,000	53,000	7,000	599,000
若狭町	749,000	512,000	25,000	—	120,000	57,000	49,000	—	1,512,000
合 計	4,339,000	5,734,000	1,852,000	4,650,000	2,445,000	1,540,000	1,325,000	1,708,000	23,593,000

資料：福井県観光振興課「福井県観光客入込数（推計）」

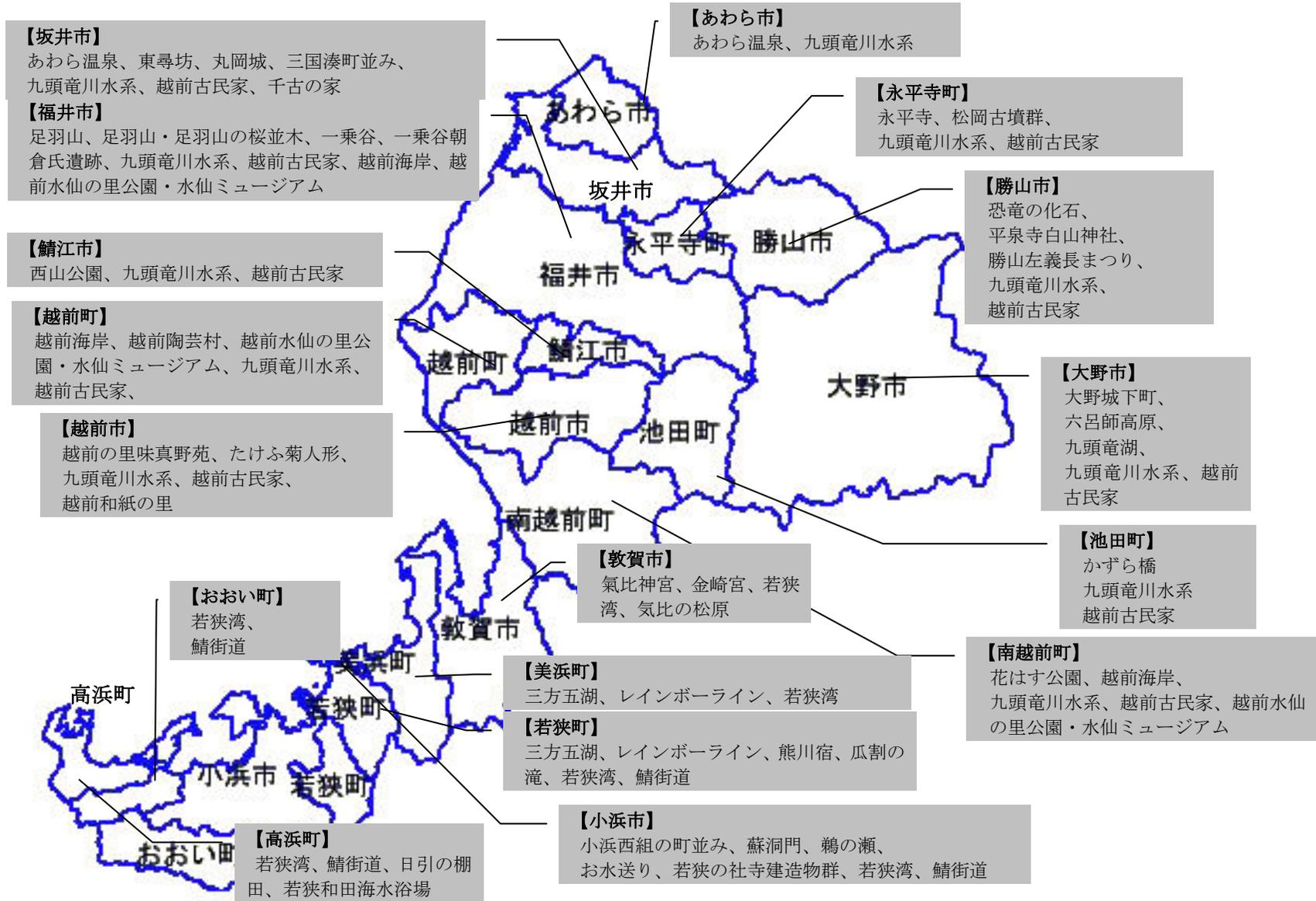
資料7 福井県の県外客発地別観光客入込状況

(単位：人、%)

区分	観光客数（実人数）		対前年比	平成18年 構成比	〔参考〕観光客数（延人数）	
	平成18年	平成17年			平成18年	平成17年
関西地区	1,945,000	1,750,000	111.1	41.7	5,751,000	5,186,000
中京地区	1,285,000	1,243,000	103.4	27.6	4,137,000	4,007,000
関東地区	292,000	250,000	116.8	6.3	990,000	851,000
北陸地区	804,000	802,000	100.2	17.3	2,280,000	2,281,000
その他	334,000	268,000	124.6	7.1	1,185,000	951,000
計	4,660,000	4,313,000	108.0	100.0	14,343,000	13,276,000

資料：福井県観光振興課「福井県観光客入込数（推計）」

資料8 福井県の地域資源マップ



## 資料9 福井県の策定した「ビジット“ふくい”推進計画」(抜粋)

### I. 基本的考え方

#### 1. 施策の転換 ～ 宣伝中心から魅力づくりへ ～

- ・地域間競争を勝ち抜いていくためには、魅力づくりが何よりも重要  
→「輝く観光地」の創造
- ・事業者のみならず、地域住民が同じ方向を目指した取り組みが必要
- ・地域の魅力向上に意欲ある人材を「地域リーダー」として育成し、その取り組みを盛り上げていくことで地域の魅力向上を図る。

### II. マグネット戦略～観光客をひきつける魅力づくり～

#### 1. みがく ～観光地の活性化～

- (1)「輝け！観光地」
  - 観光地を磨く 洗練された場、おしゃれな空間
  - 観光客に開かれた「祭り」 住民と観光客が一体となる
  - 「思い出の土産品」開発
- (2)観光地をつなぐ
  - 観光地の連結 歴史街道、産業の道、自然探索など
  - 他府県との連携 北陸・関西・中京方面との連絡
  - 「ビジット・アゲイン」 農業体験、マイ樽、祈願成就
  - 福井駅の拠点化
- (3)交通基盤の整備 福井駅、敦賀直通快速、舞鶴若狭自動車道、小松空港、北陸新幹線、えちぜん鉄道、福井鉄道

#### 2. たかめる ～くつろぎ空間の創造～

- (1)旅館の集積地
  - 個々の旅館の施設・設備の改善 制度融資、経営革新
  - 旅館の集積を活用した地域全体の魅力の向上
- (2)民宿の集積地
  - 個々の民宿の施設・設備の改善
  - 民宿の集積を活用した地域全体の魅力の向上

#### 3. そだてる ～観光の人づくり～

- 地域づくりリーダーの育成
- 語り部の育成・支援
- エコ・グリーンツーリズム・インストラクターの育成
- 通訳ボランティア・ガイドの育成・登録
- ふくいブランド大使による観光PR等

#### 4. しぼる ～対象を絞ったアプローチ～

- (1) 中高年齢層
  - 観光コースの開発 「健康長寿」「グルメ」「リッチ」「歴史探訪」「いやし、やすらぎ」「祈り」
  - 旅行雑誌やパンフレットなど紙情報媒体の活用
- (2) 女性
  - 女性客向けに工夫したサービスの提供 「健康、美容」「おしゃれ」
  - 女性客向けの情報の発信
- (3) 小中高生
  - 体験学習プログラムの作成
  - インストラクターの養成や隣接する市町村との連携
  - 誘致活動の促進
- (4) 東アジア（情報発信）
  - 現地のマスコミや旅行エージェントなどの招聘
  - インターネットによる情報発信

（誘致活動）

  - キーパーソンへの頻繁なアプローチ
  - ヒューマンネットワークによるアプローチ
  - 新規旅行商品への支援
  - 広域連携による誘致
- （受け入れ体制の整備）
  - 外国人用の料金体系の設定
  - わかりやすい案内・誘導サインの設置
  - 観光従事者の語学研修の実施
  - 通訳ボランティアガイドの育成・登録
- (5) 集い
  - 誘致活動 「コンベンション」「サークル」「原発」
  - 観光への誘導

※計画期間 平成16年度から20年度までの5年間で、現在見直し作業中