福井市観光振興計画

（令和８～１２年度）

令和８年３月

福井市

目次

第１章　計画策定にあたって……2

１　「観光振興計画」改定の背景……2

第２章　福井市の観光の課題……8

１　福井市観光振興計画（令和２～７年度）の総括……8

２　福井市に関する主な観光データ……11

３　福井市の観光の課題……17

第３章　これからの観光戦略……18

１　観光振興計画改定のポイント……18

２　基本理念……19

３　計画期間……19

４　観光拠点……19

５　数値目標……19

６　施策体系……20

７　行動計画……22

第４章　観光振興計画における役割分担と推進体制・進行管理……32

１　役割分担……32

２　推進体制及び進行管理……33

第５章　巻末資料……34

１　策定経過……34

２　福井市新観光振興計画策定委員会名簿……35

第１章　計画策定にあたって

１．「観光振興計画」改定の背景

福井市では、平成２８年（２０１６年）３月に「福井市観光振興計画（平成２８～３２年度）」を策定し、「また来たくなるまち」を目指した観光施策を推進してきました。また、令和２年（２０２０年）３月には計画の改定を行い、「日々の暮らしの中にある『福」があふれるまち」を基本理念に、北陸新幹線福井開業を見据えた首都圏への観光プロモーションや、おもてなしの強化等の受入環境整備に取り組んでまいりました。

しかしながら、この間は、新型コロナウイルス感染症（以下、「コロナ」という）のまん延という未曽有の危機に見舞われ観光業界全体が大きな影響を受けるなど、当初の計画に即した施策展開が十分にできない期間もあったところです。

このような中、令和６年（２０２４年）３月には市民にとって半世紀の悲願であった北陸新幹線が敦賀まで延伸し、主要観光地では観光客入込数が大幅に増加するなど、市内外に新たな賑わいが生じているほか、関東圏からの来訪が大幅に増加するなど、これまでとは異なる人の流れも生まれています。また、令和１１年（２０２９）春には中部縦貫自動車道の県内区間全線開通も予定されていることから、中京圏や関東圏とのアクセス性はますます向上し、福井市への誘客のチャンスが今後も続くものと考えられます。

これらの状況を踏まえ、的確な現状分析と課題把握に基づく観光振興計画の改定を行い、新幹線開業を機に生まれた賑わいを一過性とすることのないよう、さらなる観光振興に取り組んでまいります。

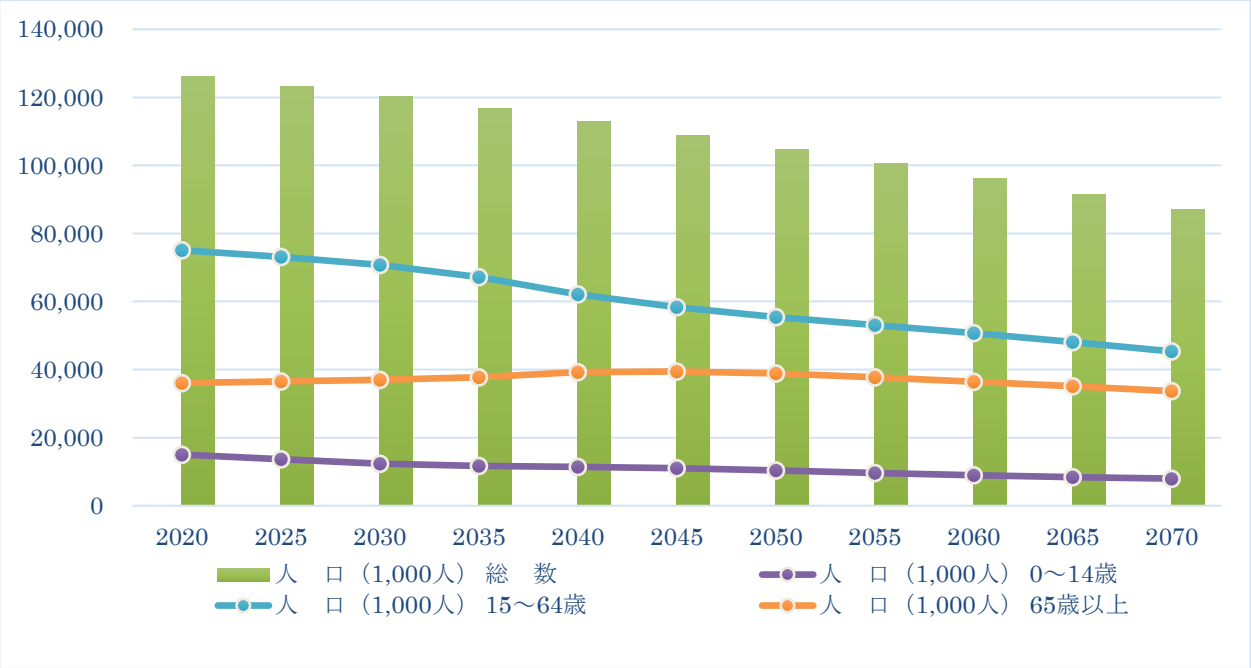
社会情勢の変化

① 人口減少社会の深刻化

国立社会保障・人口問題研究所の発表によると、わが国の人口は今後も減少を続け、令和３８年（２０５６年）には１億人を切ると推計されています。

人口減少や東京一極集中といった大きな流れを変えるには至っておらず、地域経済活動のさらなる縮小に対抗するため、観光消費の拡大による地域経済への補完がますます必要となっています。

◆将来の人口推計



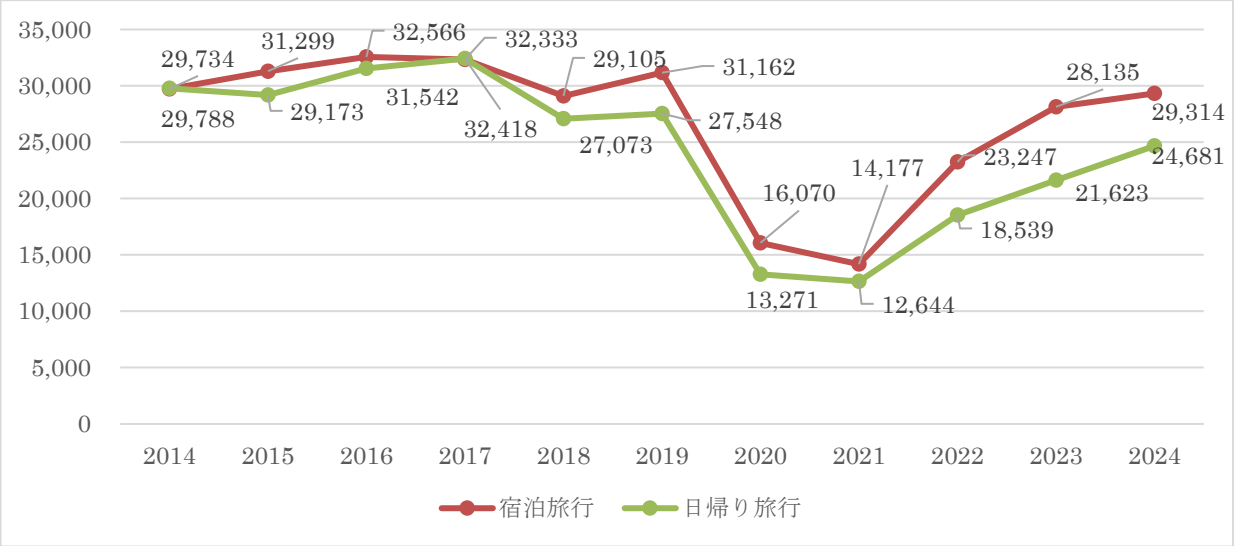
（出典：国立社会保障・人口問題研究所）

② 国内旅行の状況

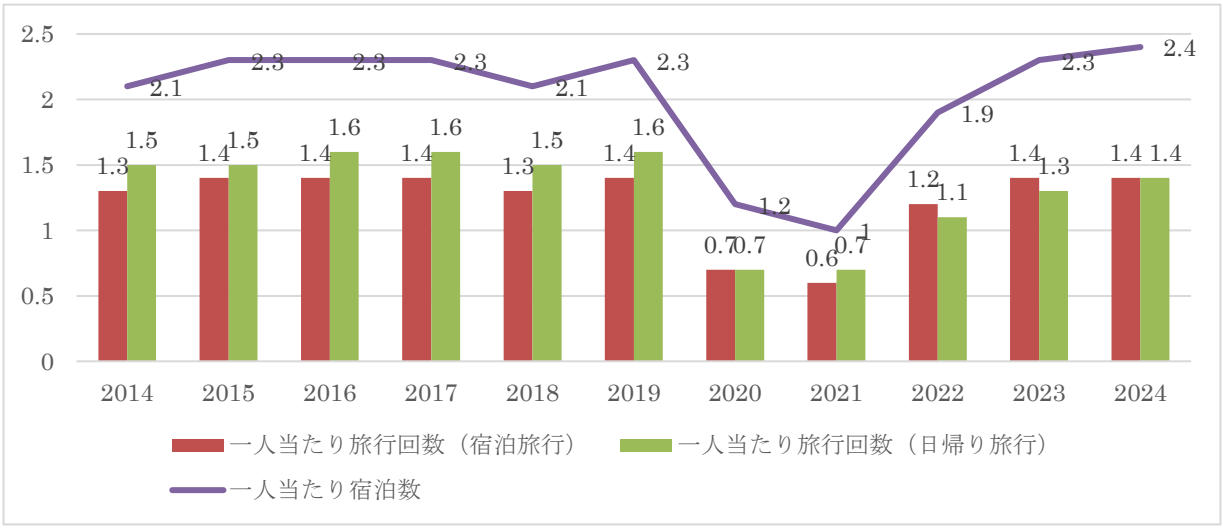
令和６年（２０２４年）における日本人の国内宿泊旅行の人数は、延べ２億９，３１４万人、国内日帰り旅行の人数は、延べ２億４，６８１万人となり、コロナ前の水準に戻りつつあります。一方、国民一人あたりの国内宿泊観光旅行および日帰り観光旅行の回数は、共に１．４回、国民一人あたりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は２．４泊となっており、コロナ前に比べ日帰り旅行の回数が少なくなってきています。

なお、国内旅行消費額については宿泊及び日帰り旅行ともに増加し、前年比１４．８％増の２５．２兆円となりました。

◆日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移　（単位：万円）



◆日本人国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移　（単位：回）



（いずれも出典：観光庁「観光白書」「旅行・観光消費動向調査」）

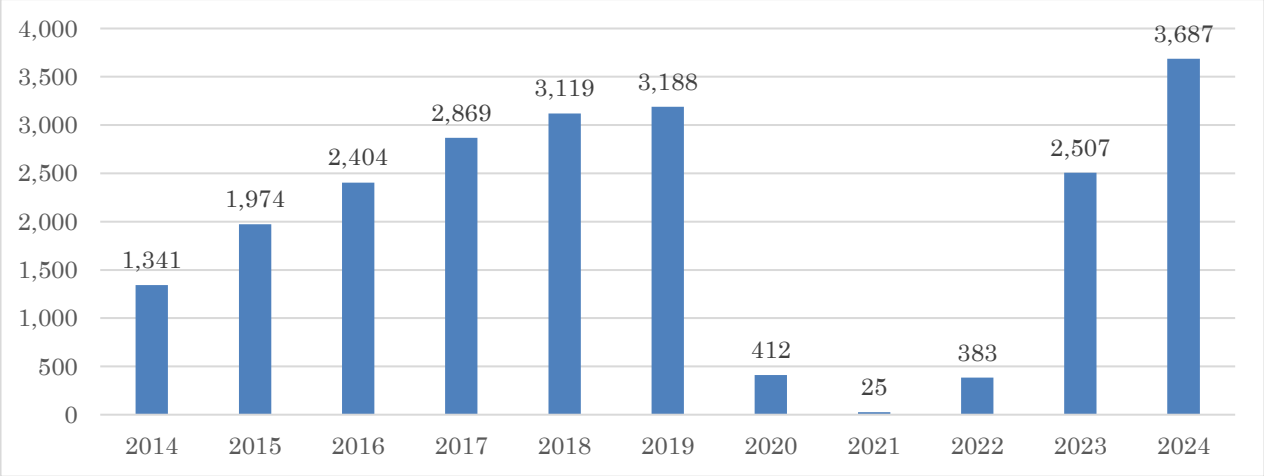
③ 訪日外国人旅行者の動向

訪日外国人旅行者数は、平成３０年（２０１８年）に初めて３，０００万人を突破しました。コロナの感染拡大期には一時的に大きく減少しましたが、令和４年（２０２２年）以降は急激に回復し、令和６年（２０２４年）には３，６８７万人を記録して過去最高となりました。

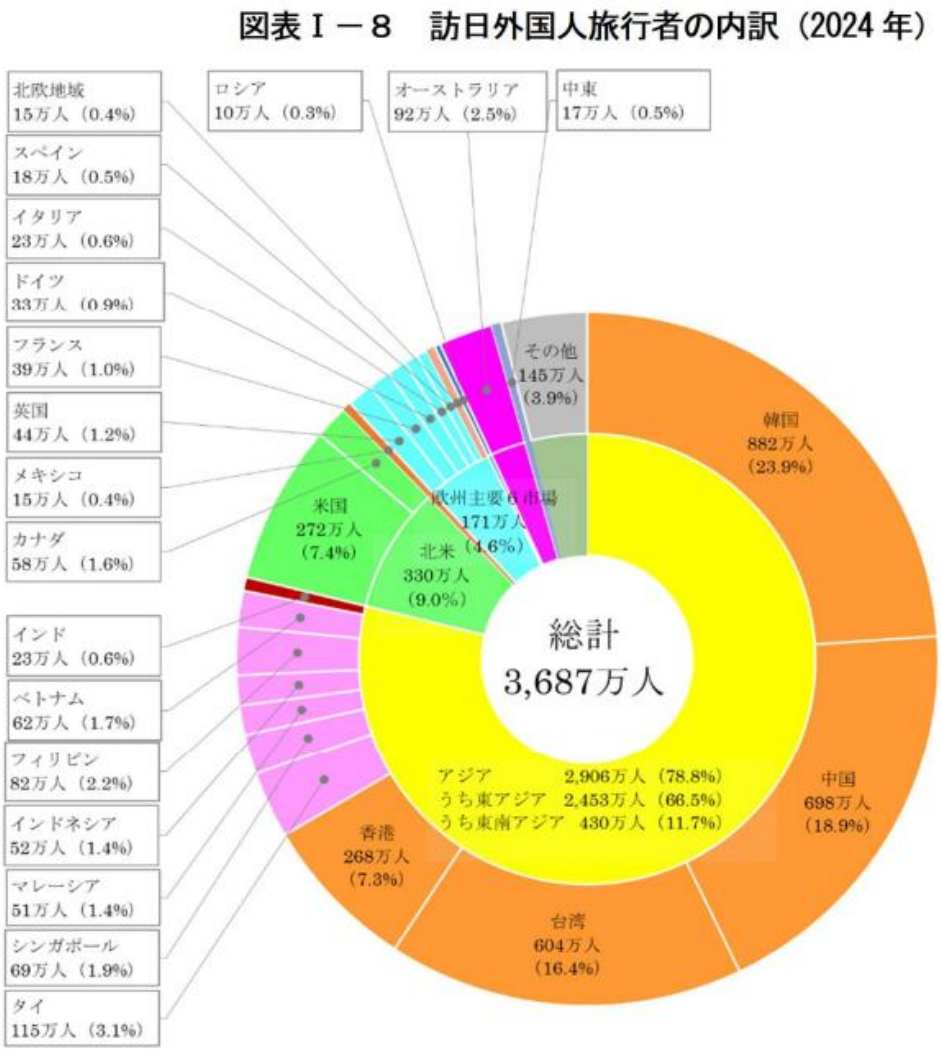
国・地域別に見ると第１位が韓国（８８２万人）、第２位が中国（６９８万人）、第３位が台湾（６０４万人）、第４位が米国（２７２万人）、第５位は香港（２６８万人）などとなっており、アジア圏からの旅行者が全体の７８．８％を占めています。

また、訪日外国人旅行消費額についても、この上位５カ国で全体の６５．７％を占めています。

◆訪日外国人旅行者数の推移　　（単位：万人）



◆訪日外国人旅行者の内訳



（出典：観光庁「観光白書」「訪日外国人消費動向調査 2024」）

国・県の動向

① 国の動向について

国では、平成１８年（２００６年）に成立した「観光立国推進基本法」に基づき、観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進や、国民経済の発展、国民生活の安定向上及び国際相互理解の増進等を図るため、令和５年(２０２３年)３月に新たな「観光立国推進基本計画」を閣議決定しました。この計画では、観光が成長戦略の柱、地域活性化の切り札であるという認識の下に、「持続可能な観光」、「消費額拡大」及び「地方誘客促進」をキーワードとする質の向上を重視した観光へと転換を図ることを目指しています。

また、令和７年（２０２５年）までに「持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数を１００地域にする」「訪日外国人旅行者数を令和元年水準超えにする」「国内旅行消費額を２２兆円にする」等の目標を掲げるとともに、これらの達成のため、あらゆる施策等を講じるとしています。

＊観光立国推進基本計画（令和５年度～７年度）＊

＜基本的な方針＞

１） 持続可能な観光地域づくり戦略

２） インバウンド回復戦略

３） 国内交流拡大戦略

② 福井県の動向について

福井県（以下、「県」という）では、令和２年（２０２０年）３月に「ふくい観光ビジョン」を策定し、北陸新幹線開業に向けて各種の観光誘客施策に取り組んできました。令和７年（２０２５年）３月には、これまでの取組をさらに拡充、発展させ、「ふくい新時代」における観光を次のステージに昇華させることを目的に、「ネクストふくい観光ビジョン」を策定しています。このビジョンでは、「しあわせ発掘ふくい ～知るたび、幸せになる旅～」を基本理念に、観光を通じて福井の生活文化と地域経済の活力を次世代へつなげることとしています。

＊ネクストふくい観光ビジョン*（令和７年度～１１年度）＊*

＜ビジョンの体系＞

目指す姿	戦略の柱
１．価値を高める	（１）クオリティーと消費単価を高める
	（２）ブランド力に磨きをかける
２．未来につなげる	（３）観光投資でさらに稼ぐ
	（４）持続可能な観光地づくりを進める
３．世界に選ばれる	（５）全国・世界に心惹かれる情報を届ける
	（６）インバウンド目線で攻める
４．みんなが幸せになる	（７）当事者として観光に関わる

ふくい嶺北連携中枢都市圏

福井市は、平成３１年（２０１９年）４月に嶺北１０市町（大野市、勝山市、鯖江市、あわら市、越前市、坂井市、永平寺町、池田町、南越前町、越前町）と「ふくい嶺北連携中枢都市圏」を形成し、圏域全体の情報発信や観光誘客の拡大に取り組んできました。

令和６年（２０２４年）４月には第２期ビジョンの策定を行っており、観光分野においては、圏域内の観光資源の魅力向上や広域観光周遊ルートの形成、情報発信力の強化のほか、外国人観光客の受入態勢の整備など、圏域全体へのさらなる誘客拡大に取り組むこととしています。

＊第２期ふくい嶺北連携中枢都市圏ビジョン*（令和６年度～１０年度）*＊

＜連携協定の体系＞（観光分野のみ）

連携協定の内容	事業名
戦略的な観光施策の推進	（１）観光客受入環境充実
	（２）広域観光情報発信
	（３）ふくいプロモーション
	（４）外国人観光客向け情報発信・受入環境整備

第２章　福井市の観光の課題

１．福井市観光振興計画（令和２～７年度）の総括

これまでの計画（以下、「現行計画」という）では、「日々の暮らしにある『福』があふれるまち」を基本理念に、２つの方向性と１３の基本施策を定めて関連事業に取り組んできました。計画期間は、当初、令和２～６年度の５年間としていましたが、北陸新幹線の開業時期が１年延期となったことから、開業が福井市に与える影響を十分に把握・分析して次の計画へと反映するため、当該計画期間も１年間延長することとしました。

《方向性１》福井ならではのブランディングと戦略的な観光プロモーション

基本施策1	福井のイメージの明確化、ブランディング
《施策総括》 福井市のイメージロゴ「福いいネ！」を開発し、著名人を起用したポスターやイメージ動画へ掲載するなど、同一ブランドを用いた長期的なプロモーションを実施しました。また、「桜のまちふくい」を印象付けるため、足羽川等の桜を用いたポスターや動画による PR を実施するなど、イメージの明確化を図りました。 「福井」といえば越前ガニ、そば、恐竜などをイメージする人が増えていますが、「福井市」としてのさらなるイメージの明確化や認知度向上のため、今後も継続した取組が必要です。	
基本施策2	観光誘客プロモーション
《施策総括》 北陸新幹線の福井開業を見据え、県や県内市町、沿線都市、JR など多様な主体と連携した共同プロモーションを実施したほか、一乗谷 DISCOVERY PROJECT メンバー等の著名人を活用したイメージアップにも取り組んだことにより、福井市を訪れる観光客は確実に増加しています。 新幹線開業で生まれた賑わいを一過性のものとすることがないよう、中部縦貫自動車道の県内区間全線開通等の今後訪れる誘客機会の拡大に併せた戦略的なプロモーションが必要です。	
基本施策3	観光情報のデジタル化と情報発信･営業の強化
《施策総括》 観光スポットや食、体験等の情報をワンストップに提供する公式観光サイト「福いろ」を開設し、きめ細かな情報発信を行った結果、多くの観光客から参照されるサイトへと成長しました。また、福井市観光協会と連携して観光商談会へ参加し、旅行会社等に対する積極的な観光情報の提供を行いました。 福井市を旅先に選んでいただき、滞在していただくためには、新鮮で魅力的な情報を発信し続けていくことが必要であることから、今後は、観光商品の販売や開発の主体である民間事業者と密接に連携していくことが重要です。	
基本施策4	台湾を中心としたインバウンド誘客の強化
《施策総括》 コロナ禍により活動が制限される期間が続きましたが、台湾の旅行会社を対象としたトップセールスの実施や、観光商談会への参加等、福井市観光情報の積極的な提供に努めました。また、長期滞在や観	

光消費の増加に寄与する欧米客の誘客促進のため、欧米人が訪日旅行時によく参照する「japan-guide.com」の運営会社と地域活性化協定を締結し、連携してプロモーション活動に取り組みました。

訪日旅行の行程に「FUKUI」を組み込んでいただくためには認知度の向上が肝要であり、今後も市域、県域を越えたプロモーション活動に取り組んでいきます。

基本施策5	福井ゆかりの人物と福井の関係等を活かした番組誘致、撮影支援

《施策総括》

県と連携してテレビ番組の誘致や映画の撮影支援等に取り組み、福井市への誘客促進や知名度の向上を図りました。また、福井を舞台としたライトノベル作品とのタイアップは、これまで福井市への関心が薄かった新たなファン層の獲得にもつながりました。

マスメディアに取り上げられた際の反響は依然として大きなものがあることから、今後も、福井市とのゆかりを活かしたプロモーション活動に取り組んでいきます。

基本施策6	観光動態調査等による観光ニーズの把握

《施策総括》

国の「地域経済分析システム」(RESAS)や県観光連盟の「福井県観光データ分析システム」(FTAS)など、観光に関するオープンデータが充実したことで、地域の状況を容易に、かつ詳細に分析することができるようになってきました。

今後は、観光事業者や行政がこれらのデータを積極的に活用することで、明確な根拠に基づく戦略策定や事業展開が行われる環境を整えていくことが重要です。

基本施策7	ふくいの宝を再認識するインナープロモーション

《施策総括》

市内の学校や公民館等での出前講座、また、中・高生の校外学習等の機会を通じたインナープロモーションに努めました。新幹線開業の前後には、県内外の大学と連携した観光動画やパンフレットの作成機会も増え、福井市に愛着を持つ関係人口の増加につながっています。

「福井市のことを知らない」「福井市に誇りが持てない」という意識の解消に向け、さらなる啓発に取り組むことが求められています。

基本施策8	フォトジェニック創出、インフルエンサー等による情報発信

《施策総括》

一乗谷朝倉氏遺跡での「和傘スカイ」の実施やフォトジェニックな食ブランド「粋福グルメ」の開発に取り組み、インフルエンサーや女性、若年層等への情報の発信・拡散を図りました。

さらなるムーブメントにつなげていくためには、民間事業者との連携のもと、地域が一丸となって情報を発信し、より多くの人々の目に止まる機会を増やしていくことが必要です。

《方向性２》選ばれるための魅力づくりと国内外の旅行者をもてなす受入環境の整備

基本施策1	おもてなしの充実

《施策総括》

新幹線開業に向けたおもてなし意識の醸成のため、観光おもてなし運動の推進や観光ガイドの育成に取り組みました。また、県と連携し、福井駅東口において、県内の観光情報を一元的に発信する新たな観光案内所を開設しました。

開業後、多くの観光客が福井市を訪れていることから、観光客の満足度向上やリピーターの増加に向けておもてなしの取組を継続していきます。

基本施策2	ICT 技術を活用した観光情報・素材のデジタル化

《施策総括》

福井市観光公式サイト「福いろ」や SNS による情報発信強化に取り組むとともに、まちなか観光に活用できるシェアサイクルシステムの導入や、MaaS アプリでのデジタル周遊チケットの販売など、観光素材のデジタル化を進めました。

スマートフォンの普及や性能向上、インバウンドの増加により、旅マエ・ナカで ICT 技術を活用する機会がますます増えていることから、観光情報や素材のさらなるデジタル対応は必要不可欠となっています。

基本施策3	「お客様目線」の受入環境整備

《施策総括》

新幹線開業を見据えた新たなパンフレットの作成や、主要観光地周辺の案内サインの充実・多言語化、観光地間をつなぐ周遊パスの造成、インバウンドの増加に備えた wi-fi やキャッシュレス端末の整備支援など、観光客の旅の利便性向上を図りました。

今後は、福井市を訪れた観光客の意見を聞きながら必要な改善を行うなど、満足度向上やリピーターの増加につながる、より良い受入環境の実現に取り組んでいく必要があります。

基本施策4	オール福井・自分事として取り組む

《施策総括》

市内の観光関連団体を支援し、連携して観光振興に取り組むとともに、観光おもてなし運動によるおもてなし意識の醸成や、市政出前講座等の機会を通じた機運醸成など、官民が一体となった受入環境の整備に取り組みました。

観光客の福井市内での消費を促していくため、福井市が強みとする「飲食・宿泊・交通」等の機能を支える事業者とのさらなる連携強化が必要です。

基本施策5	ターゲット別の「集客できる」素材の発掘・磨き上げ

《施策総括》

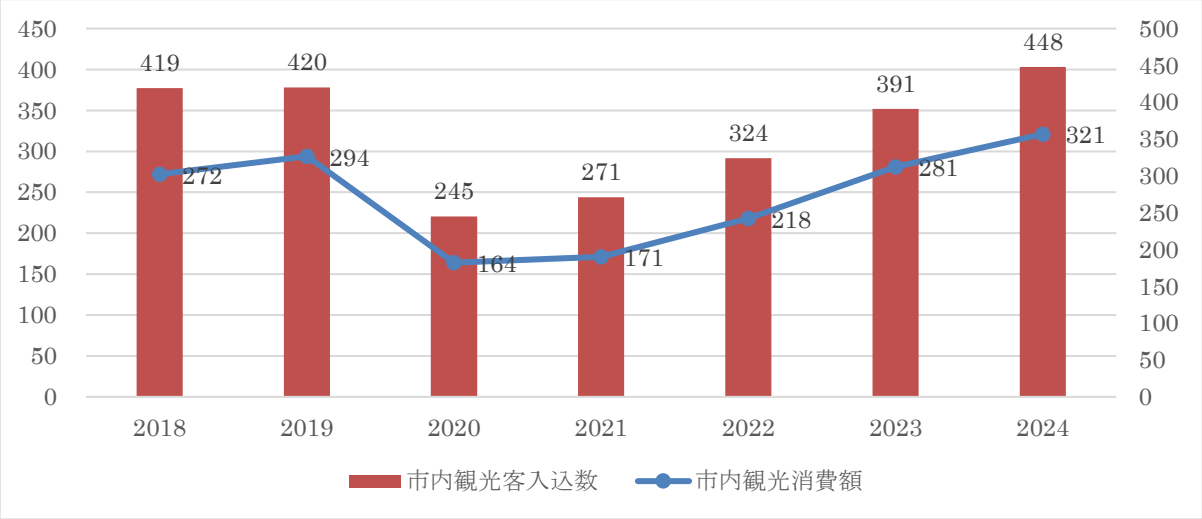
ふくい桜まつり等の大型イベントの開催や、県内各地の体験を集めた観光素材集の作成、ローカル鉄道を活用した地域の魅力発見ツアーの実施等、多様な観光ニーズに対応した素材の発掘、磨き上げに取り組みました。

地域の魅力の再発見やシビックプライドの醸成につながった一方で、人材や予算等の観点から、造成したコンテンツを観光客へ常時提供し続けることが難しいなどの課題も見えてきています。

２．福井市に関する主な観光データ

①観光客入込数及び観光消費額

◆市内観光客入込数及び観光消費額の推移　（単位：左軸：億円、右軸：万人）

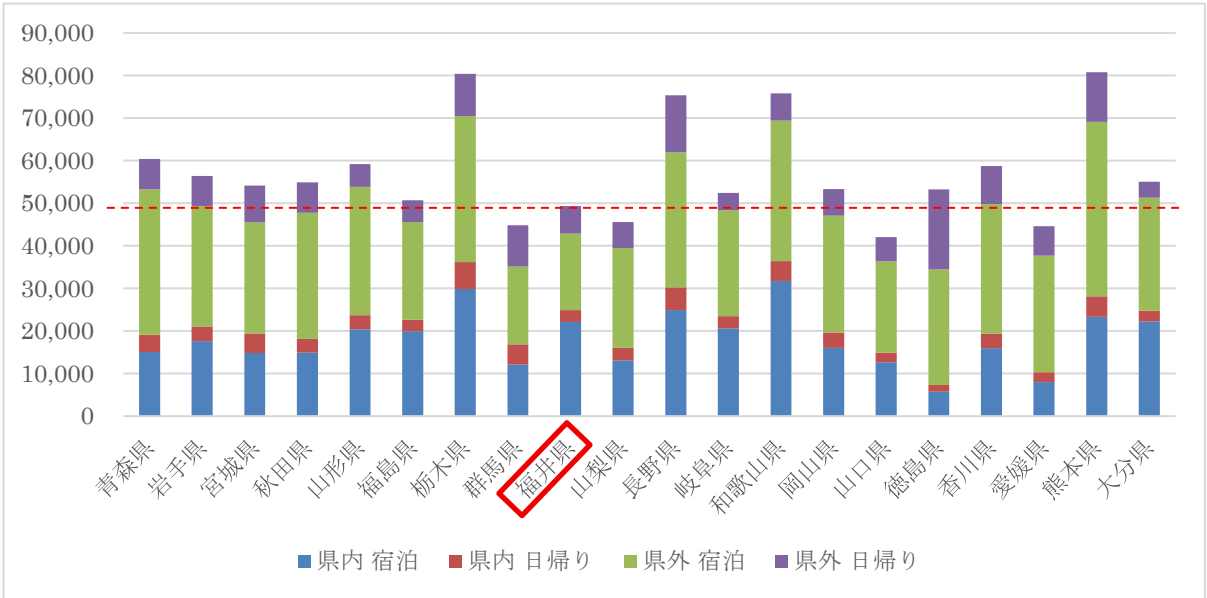


（出展：福井市調べ）

令和元年末（２０１９年）からコロナ禍が始まったことにより、観光客入込数は大幅に落ち込み、コロナ前の水準まで回復するのに約３年を要しましたが、令和６年（２０２４年）３月には北陸新幹線福井開業により、福井市への入込数も大きく増加しました。また、入込数の増加に伴い、観光消費額についても過去最高の３２１億円を記録しています。

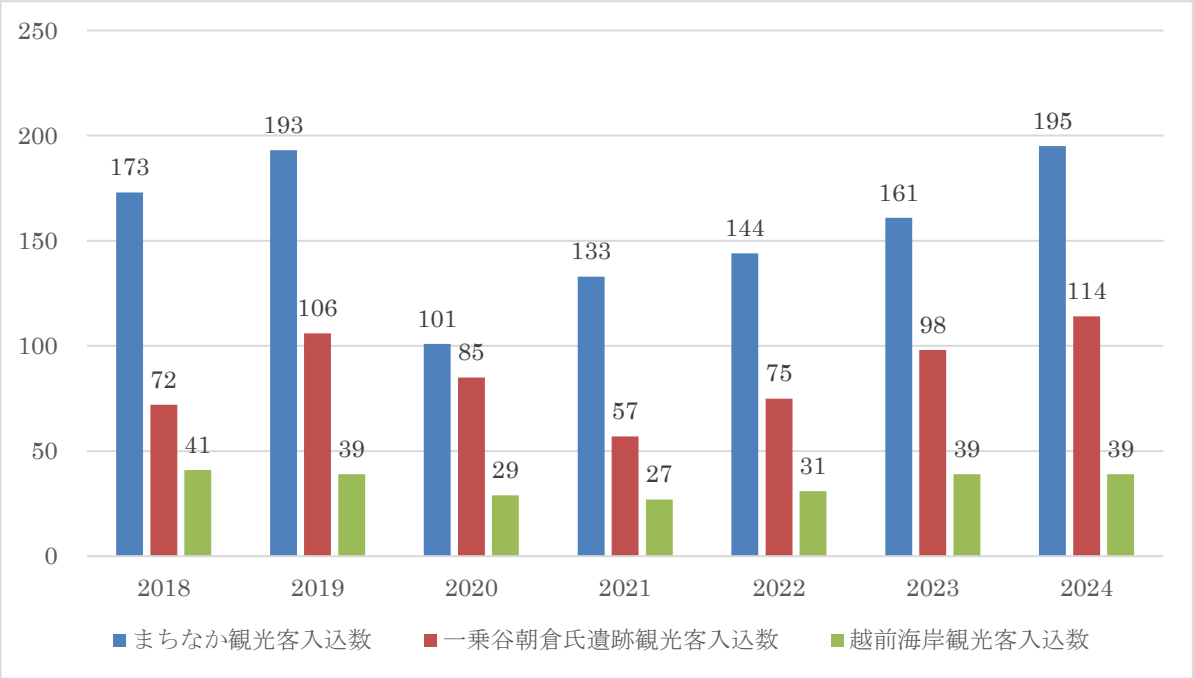
しかしながら、都道府県別観光消費額単価（観光入込客１人の１回の旅行における観光消費額）は、他県より低い水準にとどまっています。

◆都道府県別観光消費額単価（日本人・観光目的）　（単位：円）



（出展：観光庁「共通基準による観光入込客統計」2022 年）

◆観光拠点別観光客入込数（単位：万人）



〔まちなか〕

平成２８年（２０１６年）の「ハピリン」開業以降まちなかに賑わいが形成され、入込数も順調に増加しています。コロナ禍においては、一時的に入込数が大きく落ち込むこととなりましたが、近年は徐々に回復し、北陸新幹線が開業した令和６年（２０２４年）の入込数は過去最高の１９５万人を記録しました。

〔一乗谷朝倉氏遺跡〕

令和２年（２０２０年）のＮＨＫ大河ドラマ「麒麟がくる」のゆかりの地として注目が集まり、コロナ禍においても比較的高い水準で入込数が推移しました。北陸新幹線開業年の入込数は過去最高の１１４万人となりました。

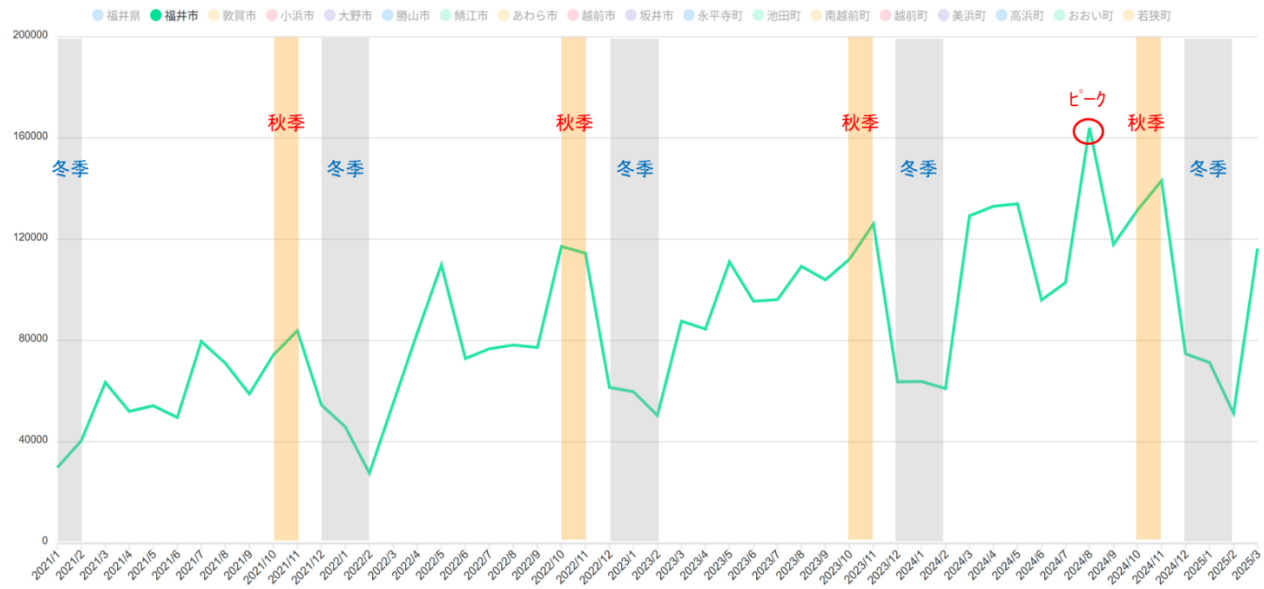
〔越前海岸〕

入込数はほぼ横ばいで推移しており、新幹線開業後も特段の変化は見られません。これは、娯楽の多様化による海水浴離れに加え、近年多発している猛暑・大雨等の自然災害などが少なからず影響しているものと考えられます。

② 月別観光客入込数の推移

月別の観光客入込数を見ると、ふくい桜まつりやゴールデンウィークのある４～５月、秋の行楽シーズンである１０～１１月には観光客が多いものの、１２～２月は大きく落ち込んでおり、冬季の誘客が課題となっています。

また、令和６年（２０２４年）の特徴として８月の入込数が大きく増加していますが、これは、新幹線の開業で福井が注目を集め多くの方に夏の旅行先として選んでいただけた結果と考えられます。今後は、このような状況を長く継続していくことが必要です。



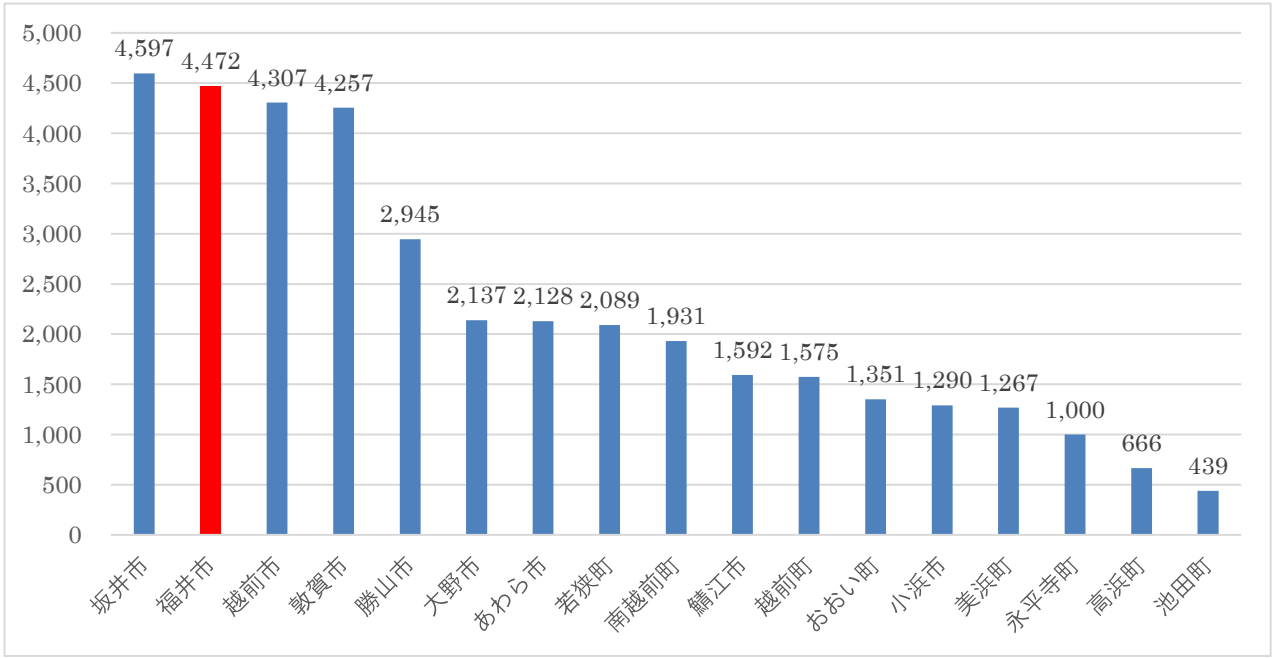
（出典：福井県観光連盟「福井県観光データ分析システム FTAS」）

③ 県内他市町観光客入込数

令和６年（２０２４年）の観光客入込数（延べ人数）を市町別に見てみると、県内第１位は、東尋坊・丸岡城・芝政ワールド・福井県児童科学館（エンゼルランド）など人気の高い観光地がある「坂井市」。第２位が福井市。第３位は、多くの家族連れで賑わう武生中央公園（だるまちゃん広場）を有する越前市。第４位は、日本海さかな街や氣比神宮が人気の敦賀市、第５位が恐竜博物館のある勝山市などとなっています。

また、観光地別で見た観光客入込数は以下のとおりです。

（単位：千人）



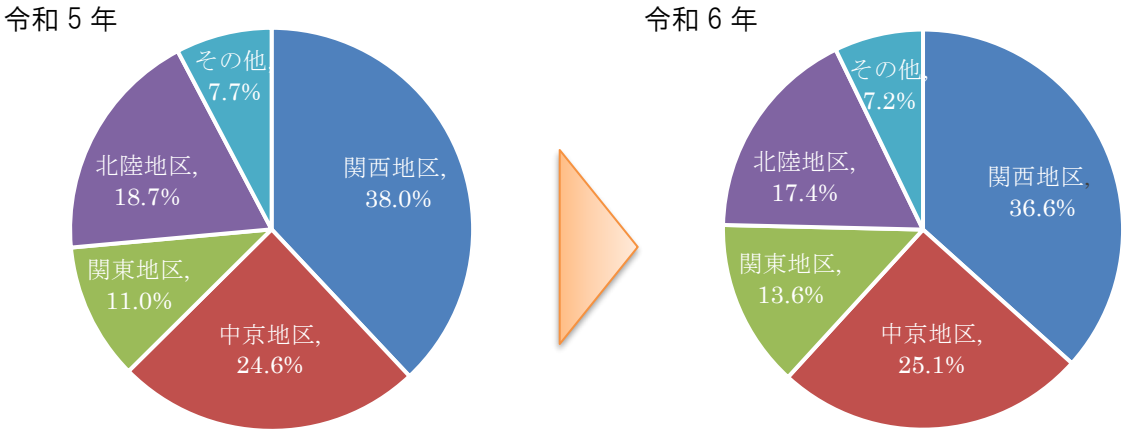
（出典：福井県「令和６年福井県観光客入込数（推計）」）

＜県内上位　観光客入込数＞

１位	武生中央公園（越前市）	１，６４７千人
２位	恐竜博物館・かつやま恐竜の森（勝山市）	１，５４６千人
３位	道の駅「南えちぜん山海里」（南越前町）	１，２２５千人
４位	氣比神宮（敦賀市）	１，１７６千人
５位	一乗谷朝倉氏遺跡（福井市）	１，１４１千人
６位	日本海さかな街（敦賀市）	１，０３０千人
７位	西山公園（鯖江市）	７９７千人
８位	東尋坊（坂井市）	７７８千人
９位	あわら温泉（あわら市）	６８０千人
１０位	道の駅「越前おおの荒島の郷」（大野市）	６７９千人
※その他	大本山永平寺（永平寺町）	５４４千人
	レインボーライン（美浜・若狭町）	４７２千人

＜県外客発地別構成率＞

令和６年（２０２４年）における県外からの観光客（実人数）は８８９．１万人となり、前年比１４．８％の増加となりました。北陸新幹線の開業に向けて、主要停車駅である東京や上野、大宮駅などにおいて、県や県内市町と連携して集中プロモーションを展開したことにより、関東地区からの訪問者の割合が増加しています。

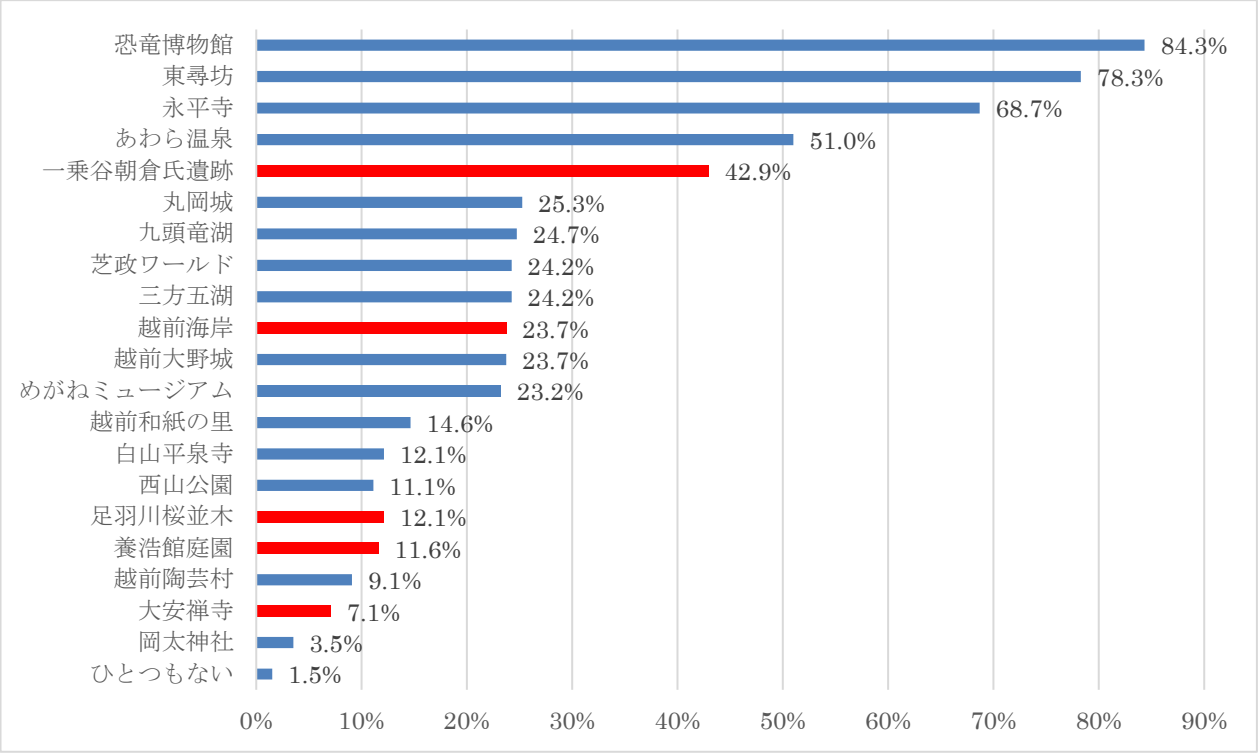


（出典：令和６年福井県観光客入込数（推計））

④ 県内観光地の認知度

観光案内所等で実施したアンケートの結果によると、県内における認知度の高い観光地は、１位が福井県立恐竜博物館（８４．３％）、２位が東尋坊（７８．３％）、３位が大本山永平寺（６８．７％）などとなっています。

福井市内の観光地の認知度は依然として低く、最も高い一乗谷朝倉氏遺跡が約４割、越前海岸が約２割、足羽川桜並木や養浩館庭園が約１割などにとどまっています。

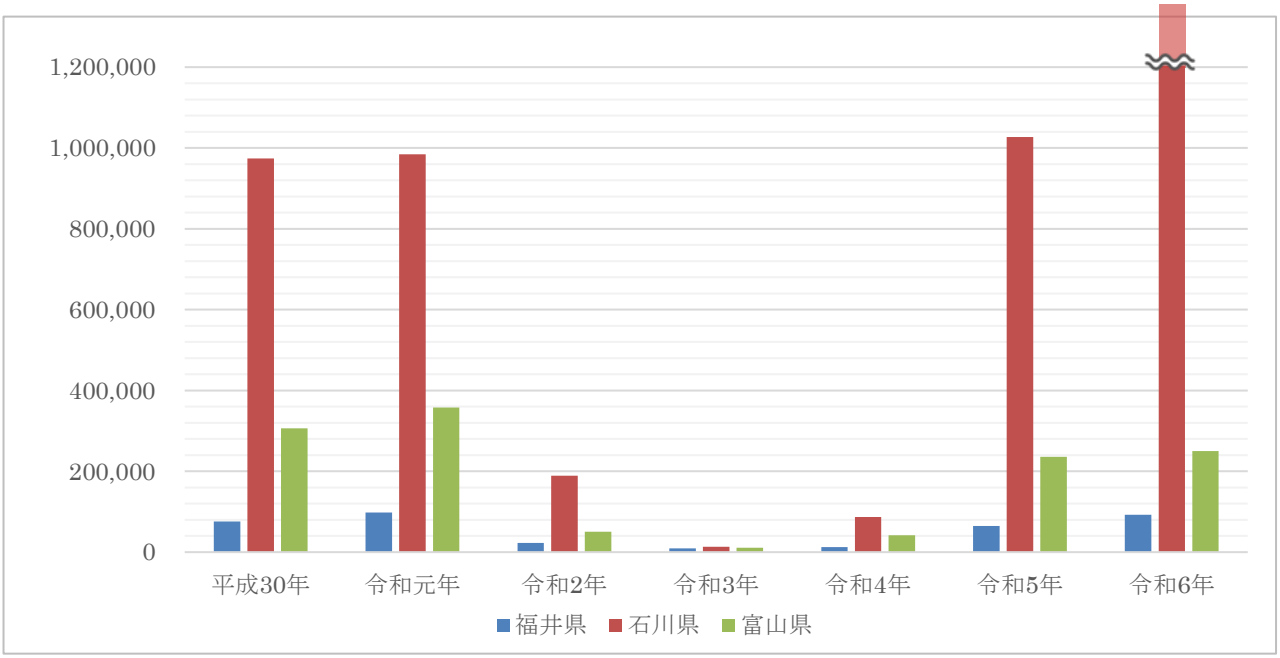


（出典：福井市調べ）

⑤ 県内インバウンドの状況

令和６年（２０２４年）における県内の外国人延べ宿泊者数は９２，１９０人となり、コロナ前の水準には届かないものの、大きく回復しました。しかしながら、全国的にインバウンド観光客が大きく増加している状況を鑑みると、県内への流入は限定的であると言えます。

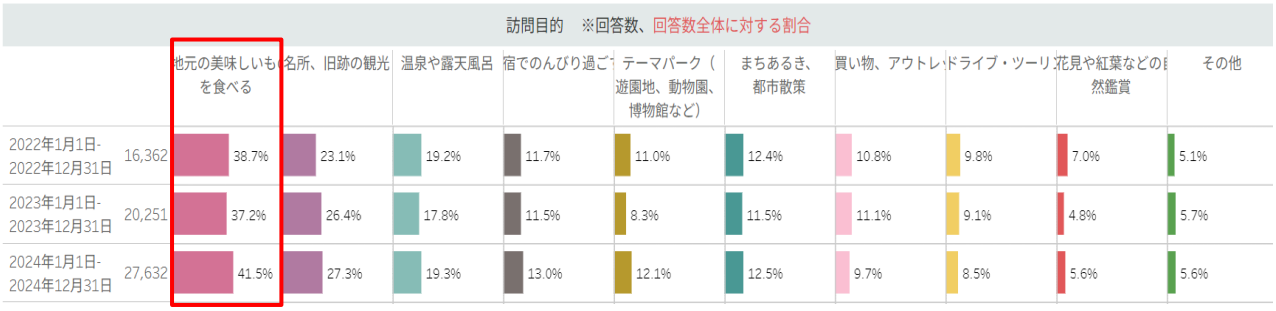
（単位：人）



（出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」）

⑥ 福井県への旅行目的

令和６年（２０２４年）における福井県への旅行目的をみると、「地元の美味しいものを食べる」（４１．５%）が最も多く、次いで、「名所、旧跡の観光」（２７．３%）や「温泉や露天風呂」（１９．３%）などが続いており、観光客が福井県の「食」に対して大きな関心を持っていることがわかります。



※上位 10 項目のみ表示

（出典：福井県観光連盟「福井県観光データ分析システム FTAS」）

なお、２０１９年に福井市が関東圏居住者を対象に実施したアンケート調査では、福井の食について以下の回答が得られています。

＜福井の食の認知度と喫食意向＞

品目	知っている	食べたことがある	（また）食べてみたい
越前がに	75.5%	56.6%	53.3%
のどぐろ	54.1%	40.1%	43.0%
ソースかつ丼	47.5%	34.6%	39.1%
おろしそば	45.5%	39.1%	41.4%
甘えび	38.5%	30.2%	33.5%
へしこ	36.0%	21.4%	18.1%
羽二重餅	34.6%	28.0%	18.1%
焼き鯖ずし	32.9%	26.3%	27.4%
越前うに	29.0%	16.7%	36.4%
ごま豆腐	24.1%	19.6%	17.5%
若狭カレイ	22.4%	13.4%	19.5%
小鯛の笹漬	20.8%	16.0%	16.7%
水ようかん	19.3%	14.2%	14.4%
福井の地酒	17.5%	15.2%	16.7%

3. 福井市の観光の課題

現行計画の策定にあたっては、福井市の観光の課題を以下の６点に整理しました。

（１）旅先としての福井の認知度不足・情報発信不足
（２）福井ならでは、福井をイメージするブランディング不足
（３）国内外の観光客に対する受入環境が不十分
（４）観光素材としての魅力不足、観光客ニーズへの対応不足
（５）市民が福井の良さを認識できていない、悲観的である
（６）他人事である・役割分担がなされていない

上記課題の解決に向けた取組とその成果については先に総括（８～１０頁）したとおりですが、いずれの課題も完全な解消に至っているものではなく、さらなる改善に取り組んでいく必要があります。

また、北陸新幹線開業後の状況を各種観光データに基づき把握・分析すると、以下の４点を新たな課題としてあげることができます。

（７）市内の観光消費を増やすためのメニューが不足
- ▸福井市が宿泊地に選ばれていない
- ▸福井市内での観光消費が少ない
- ▸夜間・早朝に楽しむことができる素材が少ない

（８）観光客が訪れる場所や時期にかたよりがある
- ▸新幹線の開業効果を市内全体で感じられていない
- ▸夏前、冬季の観光客が少ない（楽しめる素材の不足）
- ▸週末の宿泊施設不足や繁忙期における主要観光地への一時的な輸送力不足

（９）インバウンドの誘客につながっていない
- ▸外国人観光客からの福井に対する認知度が低い
- ▸食の多様性への対応が不十分

（１０）観光データの収集や適切な分析に基づく施策立案ができていない
- ▸オープンデータが充実してきているが、活用されていない
- ▸デジタル技術やマーケティング領域に長けた人材の不足
- ▸官・民の情報交換ができていない

第３章　これからの観光戦略

1.　観光振興計画改定のポイント

令和６年（２０２４年）３月の北陸新幹線福井開業により関東圏からの注目が増していることに加え、令和１１年（２０２９年）春に予定されている中部縦貫自動車道の県内区間全線開通では、中京や長野方面へのアクセスが大幅に改善されるなど、福井に対する関心はますます高まっていくものと考えられます。この好機を確実に捉え、観光によるまちづくりの推進や交流人口・関係人口の拡大を図っていくことが重要です。

現状において市内観光地の認知度は必ずしも高くありませんが、県内観光の周遊拠点として福井市が果たす役割は大きいことから、その役割を一層強化し、福井市を発地とする市域や圏域を超えた広域観光の円滑化を図っていくことが地域経済の活性化へとつながっていきます。

そこで、観光振興計画の改定にあたっては、以下の４つの視点から今後５年間で優先的に取り組むべき施策や行動計画を整理し、必要な対策や予算を集中することによって、前述の観光課題を解決することを目指します。

視点１　福井市への滞在を促すハブ機能の強化

県内周遊観光の拠点として福井市が果たす役割を一層強化することで、観光客の市内滞在時間の延長や周辺観光地への移動の円滑化等を図り、宿泊、飲食、買い物等の機会の増加による市内観光消費の増大につなげていくことが必要です。

視点２　持続可能な観光の推進

市内観光拠点の魅力アップ等の入込増加につながる取組と並行して、稼ぐ観光の推進や入込の平準化など、観光サービスの提供主体である宿泊・飲食・交通・土産店等の事業者（以下、「観光事業者」という）の経営安定化への貢献や、観光事業に対する市民理解の向上を図るなど、将来に渡り持続可能な観光を推進することが求められています。

視点３　旅先に選ばれるための観光プロモーション

ターゲットに即した効率的･効果的な情報発信により福井市のさらなる知名度向上を図るとともに、県内のキラーコンテンツや隣県の主要観光地を訪れた観光客に、福井市内の観光地まで一歩足を伸ばしてもらうための取組や、シビックプライドの醸成により地域ぐるみで一体的に情報を発信していくことが必要です。

視点４　インバウンド誘客の推進

今後も増加が見込まれるインバウンド需要を福井県内へと取り込んでいくため、県と連携して、市域の枠を超えた「FUKUI」の認知度向上に取り組む必要があります。また、キャッシュレスの導入や食の多様性に係る支援等、受入環境の整備にも積極的に取り組むことで、観光事業者の意識向上、対応強化につなげていくことが重要です。

2. 基本理念

改定計画の基本理念を次のように設定します。

「旅と交流が織りなす『福』を感じるまち」

～　ふくいが育んだ暮らしを味わう旅　～

〔趣旨〕

観光客が、福井市や周辺地域の豊かな食や歴史文化、自然などの魅力を満喫する旅の拠点として福井市に長く滞在できる環境を整えることで、観光消費の増大による経済活動の活性化を促します。観光客と観光事業者や市民との間に触れ合いが生まれ、素敵な旅の思い出や満足感の創出につながるなど、一連の流れの中で、観光客と市民が共に幸福を感じることのできるまちの実現を目指します。

また福井市は、海の幸や山の幸などの地の食材はもとより、郷土料理や報恩講料理、発酵食などの地域特有の気候や風土、歴史が育んだ豊かな食文化を味わうことができるまちです。福井市での飲食をその食文化が発展した背景とともに楽しんでいただくことが、観光客の旅の満足度の向上や地域への愛着醸成につながっていくことから、この「豊かな食文化」を福井市最大の強みと捉え、観光まちづくりへと活かしていきます。

3. 計画期間

改定計画の計画期間は、令和８年度から令和１２年度までの５年間とします。

4. 観光拠点

「まちなか」「一乗谷」「越前海岸」の３エリアを引き続き、福井市の観光拠点とします。

5. 数値目標

改定計画の進行状況を確認するため、数値目標を定めます。

	指標名	単位	令和6年実績	令和12年目標
1	市内観光消費額	億円	321	390
2	市内観光客入込数	万人	448	470
3	福井市観光公式サイトの閲覧数	万 PV	782	800
4	市内外国人延べ宿泊者数	万人泊	2.0	10.7

また、施策効果が適切に表れているか否かの検証に参考とする補足指標を設定します。

	補足指標名	単位	実績	目標
1	福井県を旅行した観光客1人当たりの消費単価	円	24,913	27,000 円以上
2	福井県を観光した観光客の満足度（5 段階評価）	点	4.25	上昇を目指す
3	観光政策の満足度が高いと感じている市民の割合	%	23.3	上昇を目指す
4	福井市観光公式サイトのユーザー数	万	311	上昇を目指す

6. 改定計画の施策体系

現行計画の２つの施策の方向性は維持しながら、以下の６つの基本施策を設定して、基本理念の実現に向けて具体的な取組を進めていきます。

基本理念	施策の方向性	基本施策
旅と交流が織りなす「福」を感じるまち　～ふくいが育んだ暮らしを味わう旅～	Ⅰ　また来たくなる魅力づくりと旅行者をもてなす受入環境の整備	県内観光拠点としての都市機能の強化
		主要観光拠点の魅力アップ
		持続可能な観光実現のための官民連携の強化
	Ⅱ　福井ならではのブランディングと戦略的な観光プロモーション	福井市のイメージの明確化、リブランディング
		ターゲットに即した情報発信
		インバウンド誘客の推進

基本施策に対応した行動計画を、下記のとおり設定します。

行動計画
❑市内宿泊施設の魅力向上 ❑全国に誇れる食文化体験の提供 ❑滞在を促す福井らしい体験の提供 ❑夜間・早朝観光コンテンツの開発 ❑公共交通を活用した観光促進
❑まちなかの魅力アップ ❑まちなかを昼夜で楽しむ大型イベントの開催 ❑一乗谷の魅力アップ ❑越前海岸の魅力アップ
❑観光おもてなし運動の継続と新たな交流機会の創出 ❑福井市との「ゆかり」を活かしたファンの形成 ❑事業者及び関係団体との連携強化 ❑観光の担い手育成 ❑観光地や観光施設等の適切な整備・維持管理
❑福井市ブランドの再定義と育成支援 ❑食文化を通じた福井ストーリーの整理・発信 ❑広域観光周遊拠点としてのイメージの確立
❑戦略的プロモーションの実施 ❑効果的な出向宣伝の実施と観光商談会への参加 ❑周遊観光を意識した情報発信 ❑インナープロモーションと自発的な情報発信の促進
❑影響力あるメディアを通じた外国人への情報発信 ❑市域を超えた「エリア」としての誘客 ❑“リアル”な対面による誘客プロモーション

7. 行動計画

施策の方向性Ⅰ　また来たくなる魅力づくりと旅行者をもてなす受入環境の整備

新幹線開業や高速交通網の整備等、人流の変化を捉えた、観光客の旅の目的地となる地域づくりを進めます。主要観光拠点の魅力アップやおもてなしを通じた旅の満足度・再訪意欲の向上や、観光事業者等との連携強化により市内観光消費の増大を図るなど、経済・地域社会・環境のバランスを取りながら将来にわたって持続可能な観光の実現に努めます。

基本施策１　県内観光拠点としての都市機能の強化

行動計画１－１　市内宿泊施設の魅力向上

福井市では、市内における宿泊需要を創出するため、「恐竜」等の福井の観光資源を活かしたコンセプトルームの整備や、宿自体が旅の目的となる多様で魅力的な宿泊施設の整備に取り組む宿泊事業者を支援してきました。

観光客の市内滞在につながっていることから、今後も県と連携して、意欲のある宿泊事業者の支援に取り組みます。また、良質なおもてなしやコストパフォーマンス等、観光客が魅力を感じる宿泊施設の情報を積極的に発信し、宿泊旅行者の収容力の増加や受け入れの平準化を図ります。

行動計画１－２　全国に誇れる食文化体験の提供

福井には、日本海や周囲の山々がもたらす四季折々の自然の恵みに支えられた全国に誇れる食材の数々と、人々の信仰や暮らしの中から育まれた独自の食文化が息づいています。

これらの食文化を、その背景にあるストーリーとともに体験することは、旅の満足度を高めるとともに、福井への深い愛着を育む契機ともなることから、観光客が滞在する拠点の周辺で福井の食文化の魅力を気軽に感じることのできる環境の整備に取り組みます。

行動計画１－３　滞在を促す福井らしい体験の提供

商工会議所と連携して磨き上げに取り組んだ体験プログラムは、「旅の体験手帖 ふくのね」として取りまとめ観光客に紹介していますが、体験施設までの移動手段の確保や施設間の連携がないことなど、利用促進に対する課題がありました。

福井市を訪れる観光客に福井の多彩な魅力を気軽に体験していただくことは、福井らしさの実感や旅の満足度向上に加え、本格的な産地への周遊にもつながることから、「ふくのね」で培ってきたプログラム等を活用しながら、アクセスの良い福井駅の近くで様々な体験を集中的に提供できる仕組づくりに取り組みます。

行動計画１－４　夜間・早朝観光コンテンツの開発

福井市を訪れた観光客からは、夜間の観光コンテンツの不足や飲食店の夜間営業時間の短さを指摘する声が聞こえています。

夜間観光の促進は、まちの賑わい創出や市内滞在時間の延長、観光消費の拡大に直結することから、地元の観光事業者と連携したナイトイベントや、福井市らしい文化・景観を活かした早朝体験プログラムの開発など、日中とは異なる心揺さぶられるコンテンツの造成に取り組みます。

行動計画１－５　公共交通を活用した観光促進

県内観光拠点機能の強化のためには、福井駅をハブとする周辺観光地への二次交通の充実や利便性の向上が欠かせません。現在、永平寺町と連携し、福井駅から一乗谷を経由し大本山永平寺までを結ぶ連絡バスの運行や、周遊切符の販売などに取り組んでいるところですが、全国的な運転手不足や採算性の問題など課題は残されています。

ライドシェア等の新たな交通サービスの普及や自動運転技術の進展といった外部要因も注視しながら、県や周辺市町、交通事業者と連携して回遊性の向上に取り組みます。

また、若年層や外国人旅行者の間では、自転車による周遊も浸透してきていることから、レンタサイクルを活用した観光コンテンツの造成にも取り組んでいきます。

コンセプトルームを備えた宿泊施設例

全国に誇れる食文化（報恩講料理）

養浩館庭園での体験例（座禅）

足羽川桜並木のライトアップ

基本施策２　主要観光拠点の魅力アップ

行動計画２－１　まちなかの魅力アップ

福井市のまちなかは、福井城址や養浩館庭園などの歴史的名所や知られざる老舗、足羽川・足羽山の桜並木や点在する恐竜モニュメントなど、福井市特有の伝統や景観を楽しむことのできるスポットにあふれていますが、その魅力を観光客に伝えきれていません。

それぞれのスポットが持つ魅力を深掘りすることはもちろん、スポット同士が持っているつながりをストーリー仕立てで整理し、観光客へわかりやすく発信することで、歩くほどに知って楽しめるまちの実現に取り組みます。

また、観光案内所における市内の宿泊、飲食、お土産、イベント等の情報発信に注力し、市内滞在時間の延長につながるまちなか案内機能の強化に取り組みます。

行動計画２－２　まちなかを昼夜で楽しむ大型イベントの開催

福井市の春を彩る「ふくい桜まつり」や夏の風物詩である「福井フェニックスまつり」は、地域の自然美と文化を融合させた観光資源として、県内外からの観光客の誘客やシビックプライドの醸成に重要な役割を果たしています。まちなか音楽フェスや秋のダンスイベントなどの新たなイベントも定着してきていることから、この賑わいを夜間にまで広げ、消費の拡大へとつなげていくことが必要です。

桜並木のライトアップや福井フェニックス花火は、イベント効果を昼夜にわたって持続させる重要な要素であり、観光客の夜間滞在の延長とまちなかでの消費喚起に寄与する施策として今後も継続して取り組んでいきます。

行動計画２－３　一乗谷の魅力アップ

一乗谷朝倉氏遺跡は、市内で最も知名度の高い観光地として観光客の来訪を牽引しています。しかし、象徴的な事物が少ないことなどからその希少性や趣が十分に伝わりきらず、推奨度（他の人に薦めたいと感じる割合）が低くなっている点が課題です。

日本最大級の遺跡範囲と良好な保存状態を備えた“本物”の戦国時代に触れられる唯一無二の場所であることを強みとし、没入感や臨場感の演出や体験コンテンツの充実など、観光客が自然にストーリーに入り込むことのできる仕掛けづくりに取り組みます。

また、県内の城や寺社仏閣、日本遺産に指定された歴史名所等、遺跡と親和性の高いスポットとのつながりを面で捉え、歴史・文化を軸にした広域周遊の中に位置付けることで、一乗谷の価値や魅力を効果的に発信していきます。

行動計画２－４　越前海岸の魅力アップ

海水浴需要の減少により観光客の入込は減少傾向にありますが、越前ガニをはじめとする食の豊かさや海岸沿いの景観の美しさは高く評価されています。アウトドア施設やヴィラ（一棟貸しの宿泊施設）での滞在が人気を集めるなど、「泳ぐ」から「体験」や「癒

し」を求める空間へと変わってきていることから、民宿等の宿泊事業者と連携し、日本海に沈む夕日をはじめとする越前海岸ならではの「エモい」観光資源を活かした観光コンテンツの造成に取り組むなど、非日常な観光体験の提供による海岸エリアでの長期滞在を促進します。

　また、地域の賑わい創出や担い手づくりに進んで取り組む地域団体等の活動を支援します。

名勝 養浩館庭園

福井フェニックスまつり

一乗谷朝倉氏遺跡

一乗谷朝倉氏遺跡復原町並での着付け体験

越前海岸（鉾島）

夕日の映える越前海岸

基本施策３　持続可能な観光実現のための官民連携の強化

行動計画３－１　観光おもてなし運動の継続と新たな交流機会の創出

福井市では、観光客に再び訪れたいと思ってもらえるまちとなるため、市民ぐるみで観光客を温かく親切に迎えることができる「観光おもてなし運動」に取り組んできました。近年では、じゃらん観光国内宿泊旅行調査 2025 において福井県が「地元の人のホスピタリティを感じた」部門で 5 位にランクインするなど、その成果が着実に表れています。

今後もこの運動を継続するとともに、これまで育成してきた「観光おもてなしマイスター」を福井の観光の顔と位置づけ、イベントへの派遣やマイスターお薦めのストーリーの整理など、マイスターと地元住民及び観光客との交流機会を創出することで、おもてなしの輪の拡大と旅の満足度や再訪意欲の向上に取り組みます。

行動計画３－２　福井市との「ゆかり」を活かしたファンの形成

福井市では、著名人や歴史上の人物、テレビ番組や小説等の作品との「ゆかり」を活用した情報発信、市内での宿泊を伴う合宿や教育旅行を実施する学生等への支援、都市間交流による相互誘客等の活動を通じて、市の知名度向上と関係人口の増加に取り組んできました。

多様な「ゆかり」を活用することで、普段は福井市に関心を持つことの少ない方々とのつながりが生まれ、新たな関係人口の創出や将来の来訪につながることから、こうした取組をさらに発展させ、著名人や作品を応援する人々に福井市とのつながりを実感していただける仕掛けづくりに取り組みます。

行動計画３－３　事業者及び関係団体との連携強化

観光は宿泊、飲食、交通、体験など多様な事業の集合体であり、個別の取り組みでは効果が限定的であることから、福井市や福井市観光協会がハブとなり、地域全体として統一感のある観光地経営を推進していくことが必要です。

観光サービスの提供主体である観光事業者との連携体制の構築や、観光事業者同士の交流機会の創出など、情報共有や意見交換を通じて地域の課題や需要を的確に把握することで、観光客にとって魅力的なサービスの提供や、インバウンドを含めた旅行者の受け入れ環境整備を進めるなど、観光地の持続的発展に向け効果的な施策について共に検討を進めます。

また、各種観光団体や県、周辺市町、商工会議所等の関係機関と連携し、持続可能な観光の実現に取り組む観光事業者を後押しします。

行動計画３－４　観光の担い手育成

福井県観光連盟が運用する FTAS 等のオープンデータの充実により、地域の状況をデータで容易かつ詳細に分析することができる環境が整いつつあります。しかしながら、

これらの情報を適切に読み解き、施策立案等に活用できる人材が不足していることから、戦略的な観光地経営を牽引する組織や人材の発掘・育成と活躍の場づくりに取り組みます。

また、観光振興は行政や観光事業者だけで実現するものではなく、実際に観光の現場で活躍している地域住民の存在が不可欠です。地域の観光素材の活用や保存に前向きに取り組む地域住民との協働を進めるとともに、福井市を訪れる多くの観光客に「また来たい」と思っていただけるよう、福井の歴史・食・文化に関するガイド講座を通じて、観光客と最前線で接する観光ボランティアガイドの育成及び資質向上に取り組みます。

行動計画３－５　観光地や観光施設等の適切な整備・維持管理

観光客に安全で快適な滞在を提供するためには、観光地や観光施設の適切な整備・維持管理が欠かせません。市内には老朽化が進む施設も見られることから、計画的に修繕・改修等に対応していく必要があります。

一乗谷朝倉氏遺跡や足羽川の桜並木、越前海岸の遊歩道など、観光客を強く惹きつける観光資源の活用・保全を進めていくとともに、需要や利用状況等を踏まえた観光施設等の適切な整備・維持管理に取り組み、子どもや高齢者、障がい者などを含む様々な立場の方が本市の観光を楽しむことができる環境づくりに努めます。

また、中部縦貫自動車道の県内区間全線開通により自動車で福井市を訪れる観光客の増加が予想されることから、観光地周辺の交通状況を注視するなど、快適で安全な旅の提供に努めます。

観光おもてなし運動

「ゆかり」を活かしたイベント（都市間交流）

ふくい観光おもてなしガイド

足羽川桜並木の強剪定の様子

施策の方向性Ⅱ　福井ならではのブランディングと戦略的な観光プロモーション

福井市をイメージするブランドの確立に取り組み、福井市を訪れる「理由」の提供や市内滞在の延長を促します。また、旅先としての認知度不足の解消に向け、観光データ等の客観的な根拠に基づく戦略的かつ効果的な情報発信を行い、インバウンドを含めた観光客の誘客を図ります。

基本施策４　福井市のイメージの明確化、リブランディング

行動計画４－１　福井市ブランドの再定義と育成支援

イメージロゴ「福いいネ！」を活用したブランディングや北陸新幹線開業により高まった注目を一過性のものとせず、今後も維持・発展させていくことが重要です。

「豊かな自然、歴史、食」など多くの都市に当てはまる汎用的な言葉ではなく、「福井市と言えば〇〇」を一言で表すことができる核となるイメージが必要であり、市民が持つ福井のイメージの把握と、観光データを活用した観光ニーズや動態調査の分析結果をもとに、オール福井で推し出すことのできる福井ブランドの再定義に取り組みます。

また、再定義したブランドの集客できる観光素材への育成や、積極的な情報発信に取り組む観光事業者を支援し、ブランドの定着と波及を促進します。

行動計画４－２　食文化を通じたストーリーの整理・発信

福井の食文化は、気候や風土、歴史、産業など多様な要素が重なり合って形成されてきたものであり、福井市のブランドとなり得る大きな強みですが、その成り立ちや価値が体系的に整理されていないことが課題です。

今後は、福井の食文化を観光客に伝わりやすいストーリーとして体系化し、食べ歩きや地元食材を活かした体験プログラムなどと結びつけることで、訪れる人々が五感を通じて福井市の魅力を実感できるまちづくりに取り組みます。

また、観光ウェブサイトや SNS、パンフレットなどを通じて一貫した情報発信を行い、福井の食文化を地域ブランドへと高めていきます。

行動計画４－３　広域観光周遊拠点としてのイメージの確立

福井市は北陸、関西、中京の三圏にアクセスしやすい地理的優位性を備えており、広域観光の周遊拠点としてのポテンシャルを有しています。しかし現状では、福井市に滞在することの魅力が十分に整理・発信されておらず、通過点として捉えられています。

京都や金沢には無い独自の魅力の発信や受入環境の一層の整備を通じて福井市への滞在価値を高めるとともに、鉄道・高速道路網を最大限に活かした広域ルートの提案など、福井市を中心に、またはプラスワントリップの旅先として福井市を絡めた広域観光を展開する意義を明確に示すことで、広域拠点としての位置づけの確立や交流人口の拡大につなげます。

基本施策５　ターゲットに即した情報発信

行動計画５－１　戦略的プロモーションの実施

新幹線の開業に合わせ、県・市町・民間事業等が連携した集中プロモーションを展開したことで、福井の知名度が上昇し観光客入込の増加につながりました。今後もこの賑わいを継続し、市内全域へと波及させていくことが重要であり、人口の多い首都圏に対する情報発信は継続しながら、中部縦貫自動車道の県内区間全線開通などの新たな交流拡大の機会を捉えたプロモーションを展開していくことが必要です。

新聞や雑誌、テレビ、ラジオなど影響力の大きなマスメディアを活用した情報発信はもちろんですが、限られた予算で効率的・効果的なプロモーションを展開するためには、明確なターゲット設定のもと、そのターゲットに適した手段やタイミング、コンテンツを用いて情報を発信していくことが重要です。また、その効果を検証し次の施策に反映していくことが求められることから、多くの観光客が旅の情報収集に用いており、データによる効果検証が可能なＩＴ技術を活用したプロモーションの強化に取り組みます。

行動計画５－２　効果的な出向宣伝の実施と観光商談会への参加

福井市への関心が低いなど、インターネットによる情報発信のみではアプローチが難しい層に対しては、主要駅やイベント会場、大型商業施設等の人が集まる場所へ出向き、対話でのコミュニケーションを通じた丁寧な情報提供によって、幅広い層に「福井のストーリー」を伝えていきます。

また、県や福井市観光協会などの関係機関と連携し観光商談会や旅行博といったイベントへ参加することで、新たに育成した福井市ブランドや体験コンテンツ等の観光情報を旅行会社へと提供し、商品造成や販売促進につなげるなど、旅行会社を通じた観光客の誘致にも取り組みます。

行動計画５－３　周遊観光を意識した情報発信

福井市観光公式サイト「福いろ」は、市域を越えた周遊観光情報を提供するとともに、グルメやイベント等の旅行者の関心に沿った、かつ鮮度の高い情報発信に努めてきたことで、福井旅行に際し多くの観光客が閲覧する情報源へと成長しました。

今後も、県内外の観光客をふくい嶺北連携中枢都市圏へ呼び込むための主要な情報発信手段として活用し、観光地や食、宿泊、体験等の圏域全体の魅力を継続的に発信していきます。

また、恐竜博物館や東尋坊、大本山永平寺等の県内主要観光地と市内のスポットをストーリー性を持って紹介することで、福井を訪れている観光客が自然に市内へと足を延ばせる環境を整えるなど、市内における消費や滞在の拡大にもつなげていきます。

行動計画５－４　インナープロモーションと自発的な情報発信の促進

SNS の普及により誰もが容易に情報発信可能となった現代においては、観光地に関す

る情報の伝達手段も多様化しています。福井市民一人一人が地域への誇りと愛着を持ち、積極的に発信活動を行うことが、地域のブランド力向上や持続的な観光誘客につながっていきます。

今後も、市政出前講座や講演・研修会などの機会を捉え、市民が福井の魅力や宝、幸福度日本一ふくいを再認識するインナープロモーションに取り組むことで、シビックプライドを醸成し、市民一人一人が観光アンバサダーとなって福井市の魅力を自ら発信することを促進します。

東京駅でのプロモーション

イベント会場での出向宣伝の様子

福井市観光公式サイト「福いろ」

市政出前講座による観光ＰＲ

基本施策６　インバウンド誘客の推進

行動計画６－１　影響力あるメディアを通じた外国人への情報発信

多くの日本人が海外を旅行する際、まずは誰もが知る観光地を訪問先として選択するように、“ＦＵＫＵＩ”が外国人から認知されていない中にあっては、誘客につなげることは容易ではありません。さらに、様々な訪日観光情報サイトに加えＳＮＳも広く活用され、旅行に関する情報源はますます多様化しています。

効率的・効果的に誘客につなげるため、誘客のターゲットが実際に利用しているメディア媒体を把握し、これを通じた“外国人目線”での情報発信を行うことで、認知度向上・ブランディングにつなげます。

行動計画６－２　市域を超えた「エリア」としての誘客

外国人観光客は国内観光客に比べ、インバウンド向けの周遊チケット等も活用しながら、市域・県域の枠にこだわることなく、広域で活動しています。さらに、すでに著名となっている観光地以外の、“知られざる場所”への探求心も旺盛です。

福井の周辺に目を向けると、金沢や岐阜といった、外国人観光客から人気を誇る国内有数の観光地に隣接しており、またこれらは欧米・アジア系の観光客がバランスよく訪れている特色があります。

こうした有力観光地に近接する福井ならではの地の利を活かし、これらと絡めた「エリア」として旅行プランを提案・情報発信し、広域周遊の一環として来福する機会を創出します。

行動計画６－３　“リアル”な対面による誘客プロモーション

誘客ターゲットの動向にあわせた、主にインターネットを通じた情報発信の取組に加え、旧来の顔を合わせて福井を PR することや、事業者等と会って関係を構築すること、トレンド等を把握することもまた、重要です。

直接会って、見どころや新たな情報を届けることのできる商談会への参加や観光事業者への営業活動、誘客のためのプロモーション活動などを通じ、“ＦＵＫＵＩ”の認知度を向上させ来福を促進します。

“外国人目線”での情報発信

対面による営業活動

第４章　観光振興計画における役割分担と推進体制・進行管理

１．役割分担

この計画は、福井市及び国や福井県、連携中枢都市圏域内の市町等の行政と、（公社）福井県観光連盟や（公財）福井市観光協会をはじめとする観光関連団体、観光事業者、市民等の民間とが密に連携し、地域の資源を活かしながら「オール福井」で取り組む観光推進体制で進めます。

（１）市民の役割

地域に活力と賑わいを生み出すことができるよう、すべての市民が観光振興を「自分事」として捉え、地域の魅力を自信を持って他者へと発信することや、来福されるすべての人へのおもてなしに取り組みます。

（２）観光事業者の役割

北陸新幹線や中部縦貫自動車道等の高速交通網の発展による経済効果をしっかりと享受できるよう、「お客様目線」での受入環境整備を進めます。

（３）（公財）福井市観光協会の役割

（公財）福井市観光協会は、福井市の観光振興の中核的役割を担うべき団体であり、行政や他市町の観光協会等など関係機関との連携を図りながら、具体的な事業や人材育成に取り組みます。

また、観光情報の収集や提供、観光誘客に向けたＰＲ活動に取り組むとともに、広域的に観光資源をつなぐ滞在型観光を進めます。

（４）福井市の役割

本計画に基づき、観光事業者や観光関連団体の活動を支援するとともに、国・県・連携中枢都市圏の市町をはじめとする関係者との協議および調整を図りながら、必要な観光振興事業に取り組みます。

さらに、観光に関する情報収集や調査研究を行い、観光事業者や観光関連団体とも情報を共有しながら、オール福井での観光まちづくりを進めます。

２．推進体制及び進行管理

（１）福井市観光振興計画推進委員会による進行管理

福井市新観光振興計画策定委員会の委員を中心として構成する「福井市観光振興計画推進委員会」により、改定計画の進行管理を行い、その効果を検証するとともに、必要に応じて、基本施策について必要な見直しを行うなど、ＰＤＣＡサイクルを回しながら、観光施策を継続的に改善していきます。

（２）観光地経営の高度化

近年充実してきてきたオープンデータや生成ＡＩツール等を活用し、客観的根拠に基づく観光施策の立案、効果の検証及び改善を徹底することで、経験や勘に過度に依存しない効果的な観光地経営を推進します。

（３）観光振興財源の確保

本計画の推進及び将来の観光施策を将来にわたり安定的に実施していくため、ガバメントクラウドファンディングの活用や宿泊税の導入など、観光振興財源のあり方について、他自治体の動向等を注視していきます。

第５章　巻末資料

1. 策定経過

回	日程	議事内容
第1回委員会	令和 7 年 6 月 3 日	・委員長等の選出 ・現計画の総括について ・福井市の観光課題と改定の方向性について
第 2 回委員会	令和 7 年 7 月 31 日	・基本理念と基本施策について ・福井市観光のブランディングについて ・市内観光地の魅力アップについて
第3回委員会	令和 7 年 10 月 21 日	・行動計画と施策体系全般について ・数値目標について ・新計画素案について
パブリック・コメント	令和 7 年 12 月 17 日～令和 8 年 1 月 16 日	
第4回委員会	令和 8 年 2 月 3 日	・パブリック・コメント等を踏まえた最終案提示
公表	令和 8 年 3 月	

2. 福井市新観光振興計画策定委員会名簿(12名)

（敬称略　五十音順、◎：委員長、○：副委員長）

氏名	会社名等
河上裕之	福井市旅館業協同組合　理事長
齋藤敏幸	食団連福井県支部　会長
阪下泰	西日本旅客鉄道株式会社　福井駅長
佐々木京美	福井郷土料理研究家　フードディレクター
佐々木大二郎	えちぜん鉄道株式会社　取締役
佐竹正範	公益社団法人　福井県観光連盟　観光地域づくりマネージャー
髙倉佑介	エクスポート･ジャパン株式会社　インバウンドマーケティング部　部長
友廣みどり	グリーン･ラボ　代表（元ウララコミュニケーションズ取締役）
◎南保勝	仁愛大学　人間学部　特任教授 福井県立大学　名誉教授
向山修平	株式会社JTB　福井支店
○安井正樹	公益財団法人　福井市観光協会　専務理事
安野敏彦	福井市観光アドバイザー