

北陸新幹線開業を見据えた観光振興

かにが旨い！花で幸せ！剣で戦え！
～県外観光客100万人増へ～

E班：チーム『ポジティブ』



丹南健康福祉センター	川上 和彦
丹南土木事務所	山本 幸一
学校振興課	成實 清岳
鯖江市税務課	釘内 宏一
越前市税務収納課	直江 真央

目次

1. 要約

・ ・ ・ ・

3

2. 現状分析

・ ・ ・ ・

4

3. 政策提言

・ ・ ・ ・

8

4. まとめ

・ ・ ・ ・

17

1 要約

現状

丹南地区

- ① 県外観光客の割合が低い
- ② 10代～30代観光客が少ない

課題分析

- ① 30代 **安い**越前がにのPR
- ② 20代 **四季を通して**楽しめる魅力アップ
- ③ 10代 伝統工芸に**触れ合う**機会の創出

政策

- ① **低価格**な越前がにの**ブランド化**
- ② **フラワーロード、カフェ**を整備しデートスポット化
- ③ 伝統工芸と**チャンバラ**をイベント化

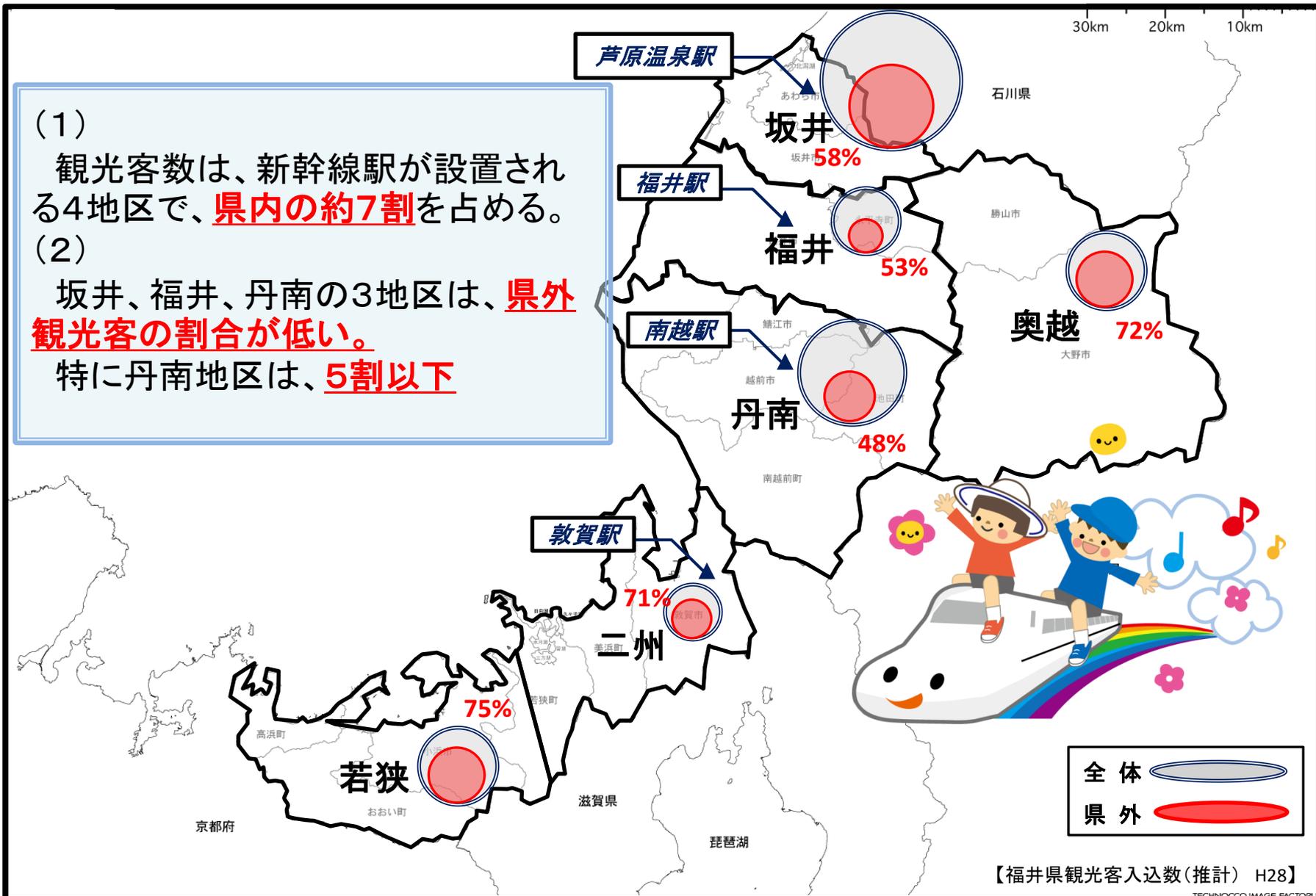
目標

県外からの観光客 ⇒ **100万人増**

2 主要観光地における観光客の状況

現状分析①

- (1)
観光客数は、新幹線駅が設置される4地区で、**県内の約7割**を占める。
- (2)
坂井、福井、丹南の3地区は、**県外観光客の割合が低い**。
特に丹南地区は、**5割以下**



①市町別の県外観光客割合

地区	割合	市町	割合
坂井	58.4%	あわら市	50.8%
		坂井市	61.3%
福井	52.8%	福江市	55.6%
		永平寺町	47.7%
丹南	48.3%	鯖江市	31.4%
		越前市	32.1%
		池田町	39.8%
		南越前町	44.8%
		越前町	70.8%

②1観光地あたりの県外客集客力

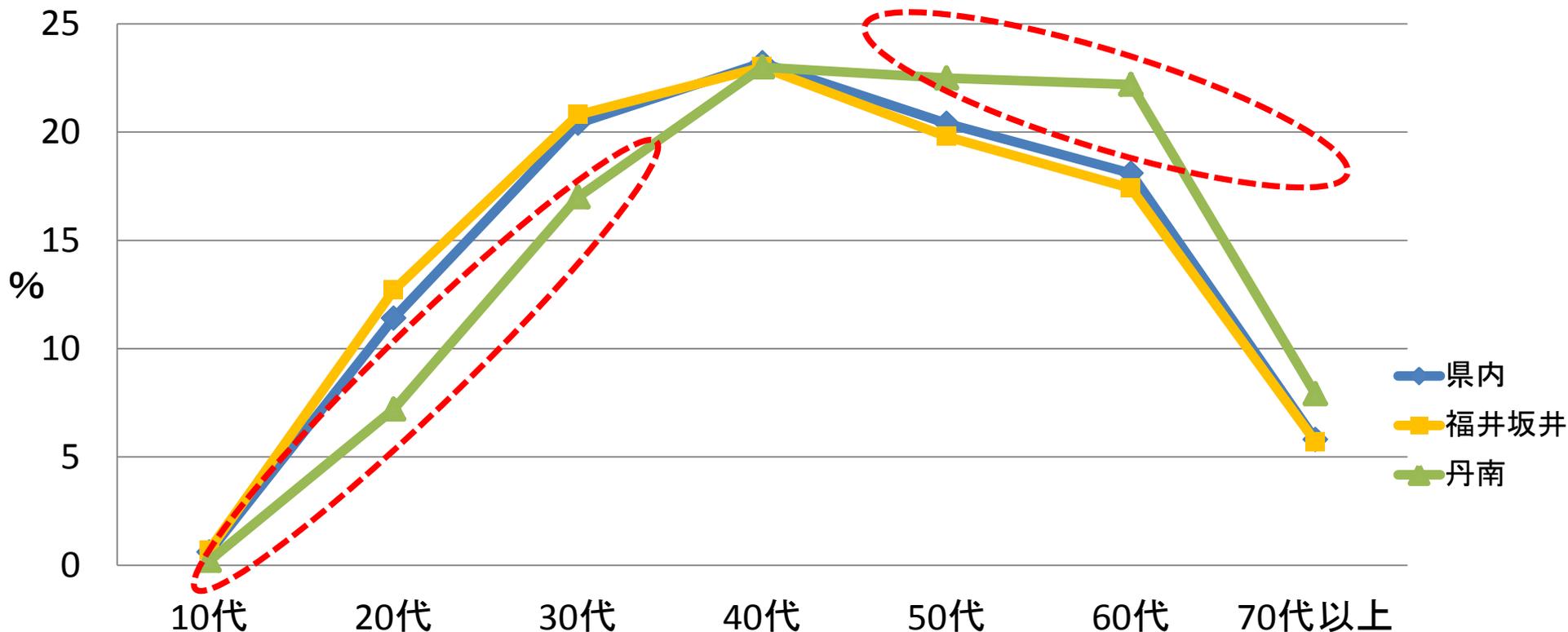
地区	集客力	順位
坂井	202千人	2位
福井	147千人	4位
丹南	121千人	6位 ※最下位

【福井県観光客入込数(推計) H28】

(1) 県外観光客の割合は、**ワースト1~4位の市町が丹南地区**である。

(2) 1観光地あたりの県外客集客力は、**丹南地区が最下位**となっている。

①丹南地区の県外観光客の属性



【丹南地域周遊・滞在型観光推進計画】

(1) 7割強が40代以上となっており、**50代以上の割合**が他地域と比べ**多い**。

(2) **10代～30代の割合**が他地域と比べて**少ない**。

2 丹南地区の観光 その2

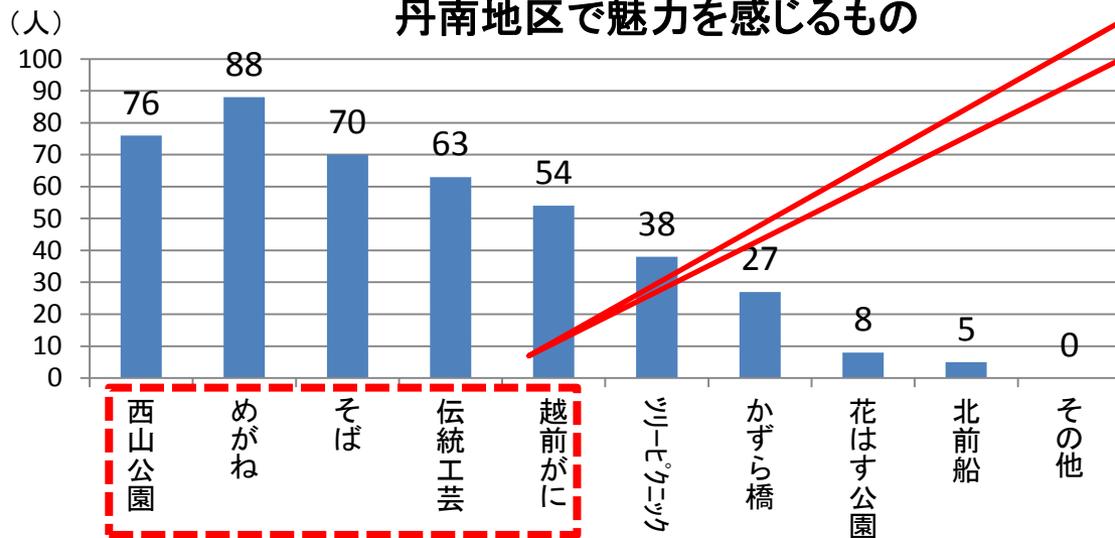
②丹南地区の観光の魅力について

アンケート調査

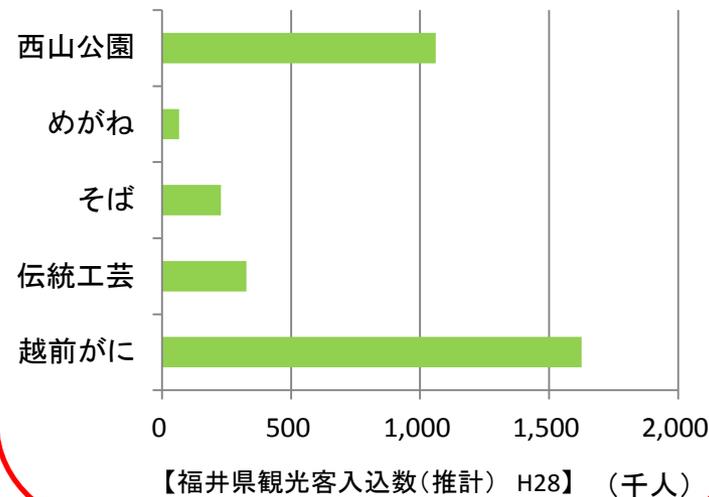
目的: 丹南地区の観光の魅力进行调查し、政策テーマを決定

対象者: 10代~30代の若手職員

丹南地区で魅力を感じるもの



関連観光地の観光客数



- (1) 西山公園、めがね、そば、伝統工芸、越前がにの5項目に魅力を感じている。
- (2) 関連観光地の観光客数は越前がにが最も多く、次いで西山公園、伝統工芸である。

◎ 既存の観光素材の魅力をさらに強化し、県外観光客の10代~30代増加を目指す 7

観光素材の磨き上げ

(1) 『旨い』～越前がに～
低価格の「旨(うまみ)」ブランド

(2) 『幸せ』～西山公園～
幸せを呼ぶグランセ

(3) 『戦え』～伝統工芸～
歴史を変えろ宮本武蔵を倒せ

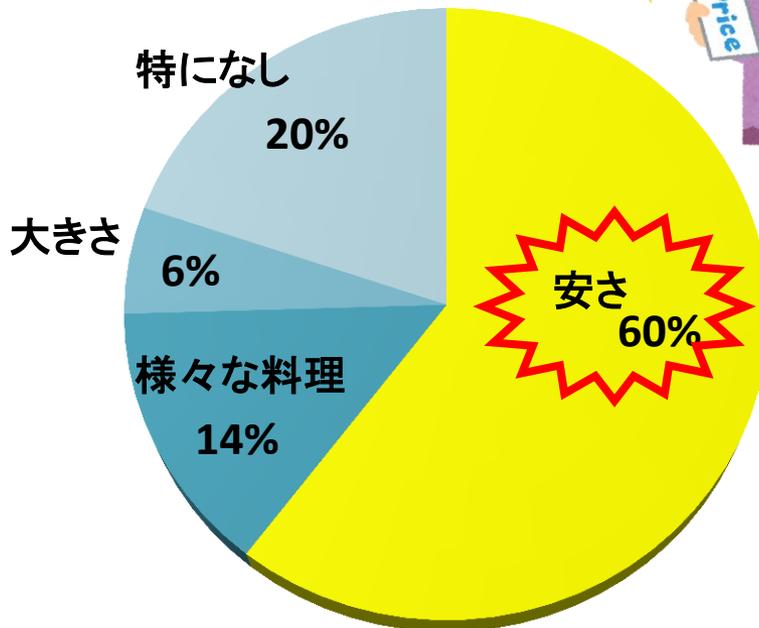
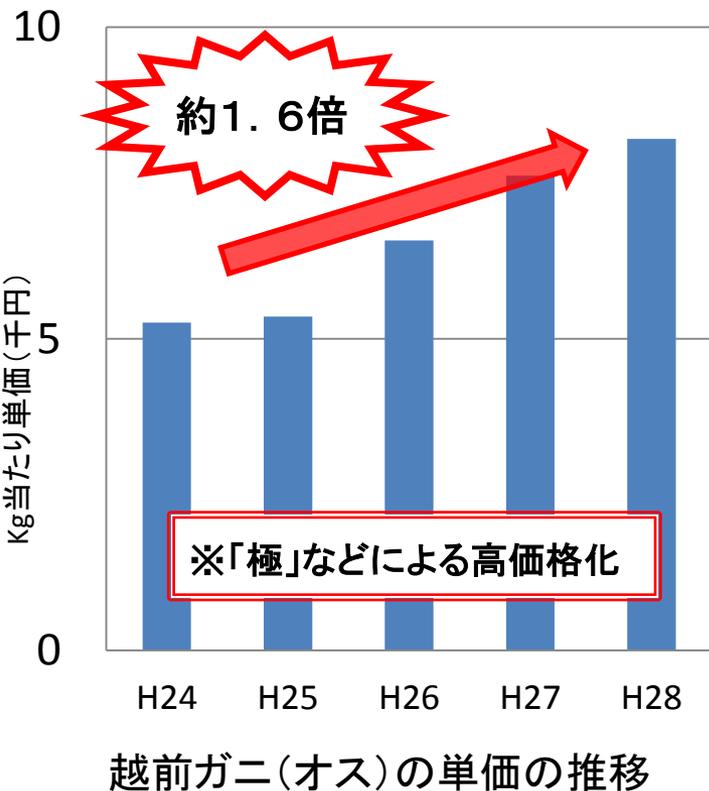
①観光素材の魅力

- (1) 福井の食のトップブランドである『越前がに』は、**全国的に知名度**が高い。
- (2) 高級ブランド「極(きわみ)」を立ち上げ、越前がにの評価はさらに高まっている。

②課題



◎低価格ブランドの立ち上げが必要



アンケート調査

目的:越前がにへの要望調査
対象者:30代の若手職員

3 越前がに その2

《低価格の「旨(うまみ)」ブランド》

目的

高価格ブランド「極」に対抗する低価格ブランドを立ち上げ、30代をターゲットとし、越前がにの消費を拡大させる。



内容

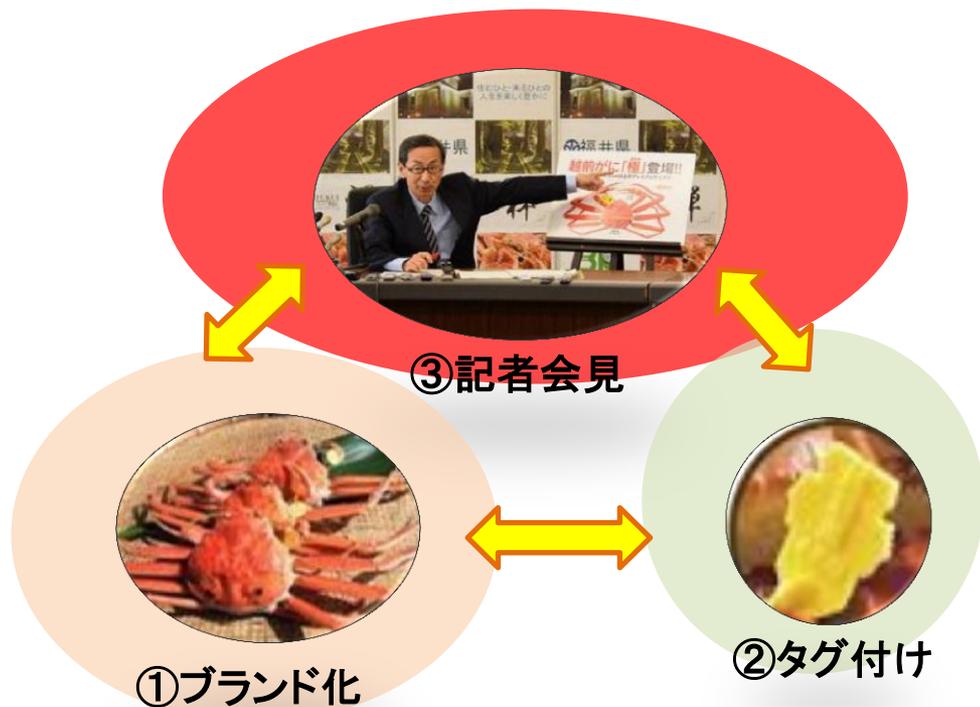
セイコガニ(メスの越前がに)を
「旨」としてブランド化

比較

	価格(円/kg)	人気
オス	約8,200円	約35%
メス	約2,500円	約65%

【若手職員アンケート調査】

セイコガニは、安くて人気が高い！



目標

越前がにの観光施設・主要行事
観光客 40万人増

①観光素材の魅力

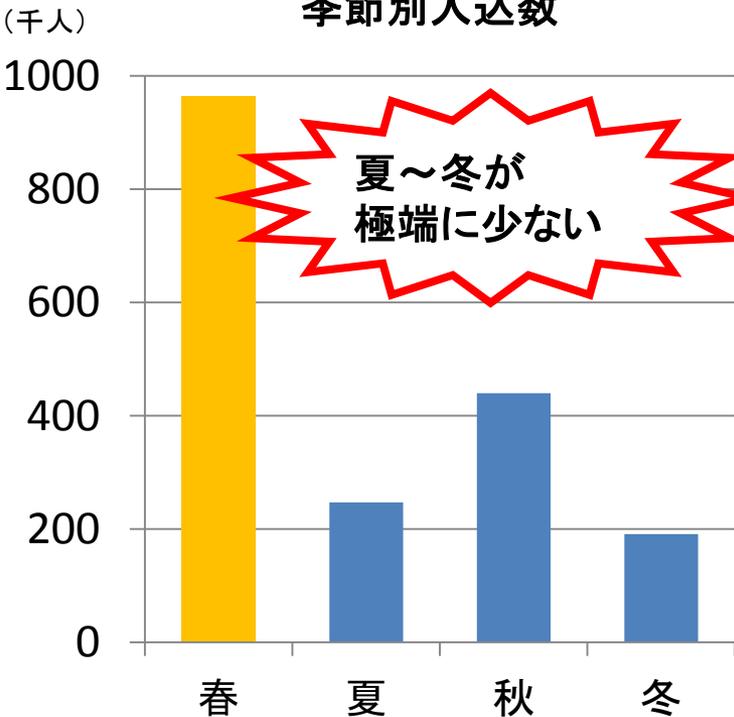
- (1)大人も子供も訪れ、観光客数が**100万人を超える県内屈指の観光地**である。
- (2)約5万株のつつじが咲き乱れ、**花が最も魅力的**な公園である。【アンケート調査結果】

②課題

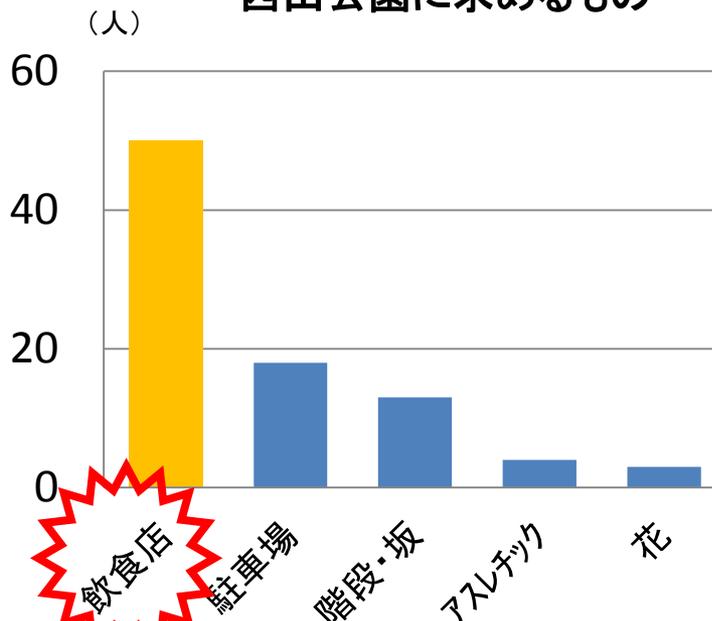
アンケート調査

目的：西山公園への要望調査
対象者：西山公園の観光客

季節別入込数



西山公園に求めるもの



◎春夏秋冬いつでも楽しめる施設が必要

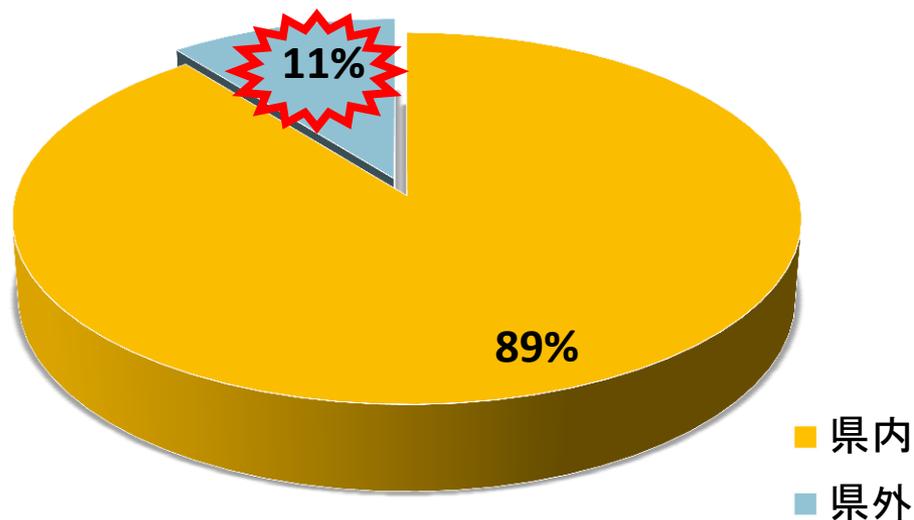


②課題

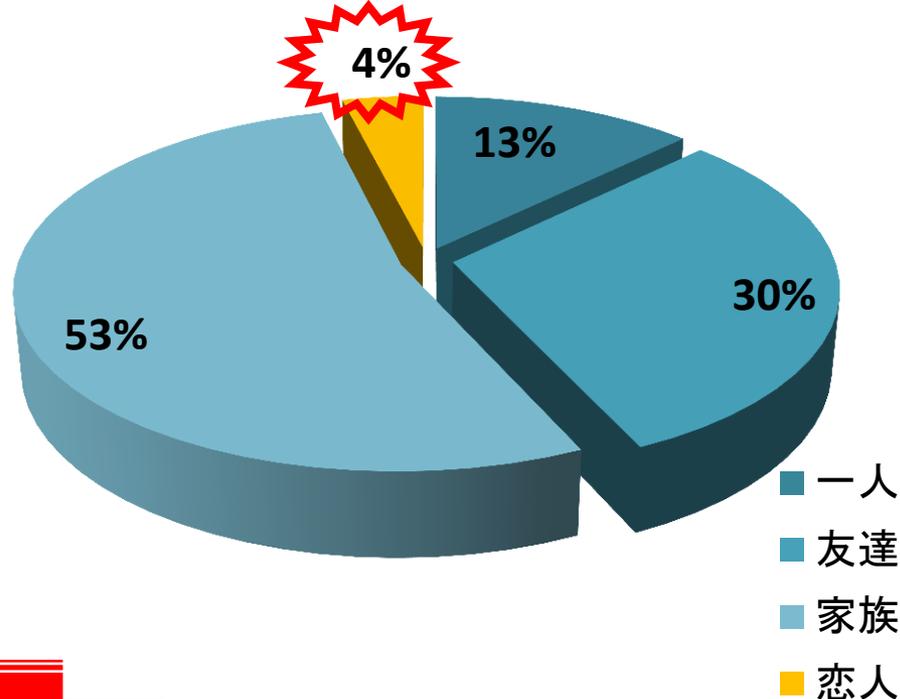
アンケート調査

目的：西山公園の観光客属性の把握
対象者：西山公園の観光客

県外観光客の割合



誰と来たか



◎県外観光客およびカップルを引き寄せる魅力が必要



《 幸せを呼ぶグランセ 》

目的

最大の魅力である花をオールシーズン楽しめるフラワーロード、カフェを整備し、デートスポットとして20代への知名度アップを図る。

内容①

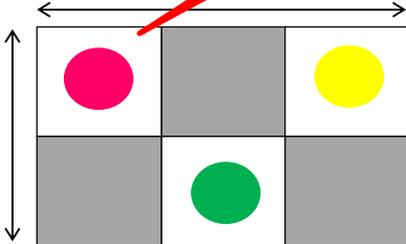
四季折々の花を活用した フラワーロードを整備

整備イメージ

【平面図】

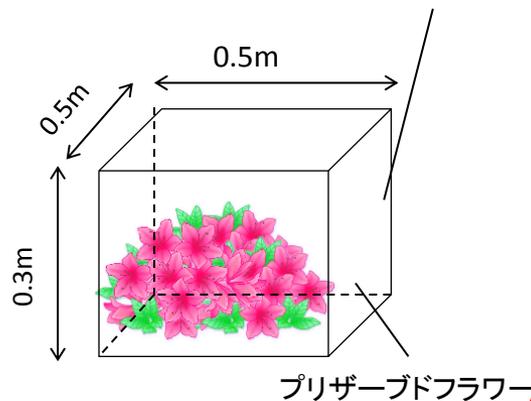
幅0.5@3=1.5m

延長0.5@2=1.0m



【立面図】

アクリルケース



費用

9,000万円

グランセとは…

ネパール語でつつじを意味し、ネパールでは国花です。象徴であるつつじを大切にしていこうという意味です。



※ LEDも整備し、夜はイルミネーションとして楽しむこともできる

内容②

恋をモチーフした花で外観を彩った
「カフェグランセ」を整備

魅力1

◎季節に応じて異なる花が屋根を覆う

魅力2

◎結びのチャームでデートスポットの名所へ

魅力3

◎花を使ったインスタ映えするメニュー

費用 5,000万円

(イメージ: 滋賀県 ラコリーナ)



※ 丹南5市町の花

目標

西山公園の観光客 50万人増

3 伝統工芸 その1

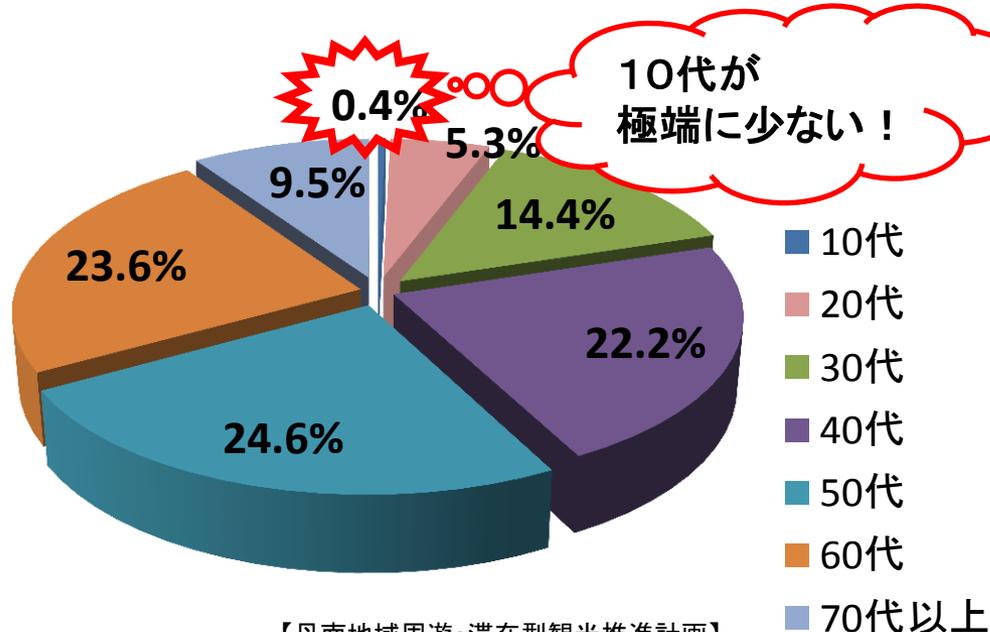
①観光素材の魅力

- (1) 100年以上の歴史を有する伝統的工芸品の県内7品目中5品目が丹南地区に存在している。
- (2) 伝統的工芸品は手作業が中心であり、昔ながらの職人の技を見ることができる。



②課題

伝統工芸関連観光地の県外観光客属性



【丹南地域周遊・滞在型観光推進計画】

聞き取り調査

《実施場所》
西山公園(7/22,29)
《対象者》
小学生、中学生

◆結果

- ・伝統工芸って何かわからない
- ・面白くなさそう、興味ない
- ・高そう、大人のもの
- ・授業で和紙や刃物を習ったなど

◎10代に伝統工芸に触れ合わせる機会が必要

《歴史を変えろ宮本武蔵を倒せ ～佐々木小次郎最後の戦い～》

目的

10代をターゲットにしたチャンバラ合戦イベントと伝統工芸を融合させ、普段触れ合うことがない伝統工芸に触れ合う機会を創出し、興味・関心を高める。



内容

小学生を対象とし、
100VS100 のチャンバラ合戦を開催

勝負内容

◎ 殿様の紙風船(和紙)を割ったチームの勝利

- 1 招待状に和紙、合戦前の食事に漆器等を使用
- 2 剣は打刃物をモチーフにしたソフト剣を使用

場所

◎ 小次郎の里公園 (越前市)

佐々木小次郎の生誕地である越前市で開催

《小次郎修行の地》
滝に打たれよう!

修行

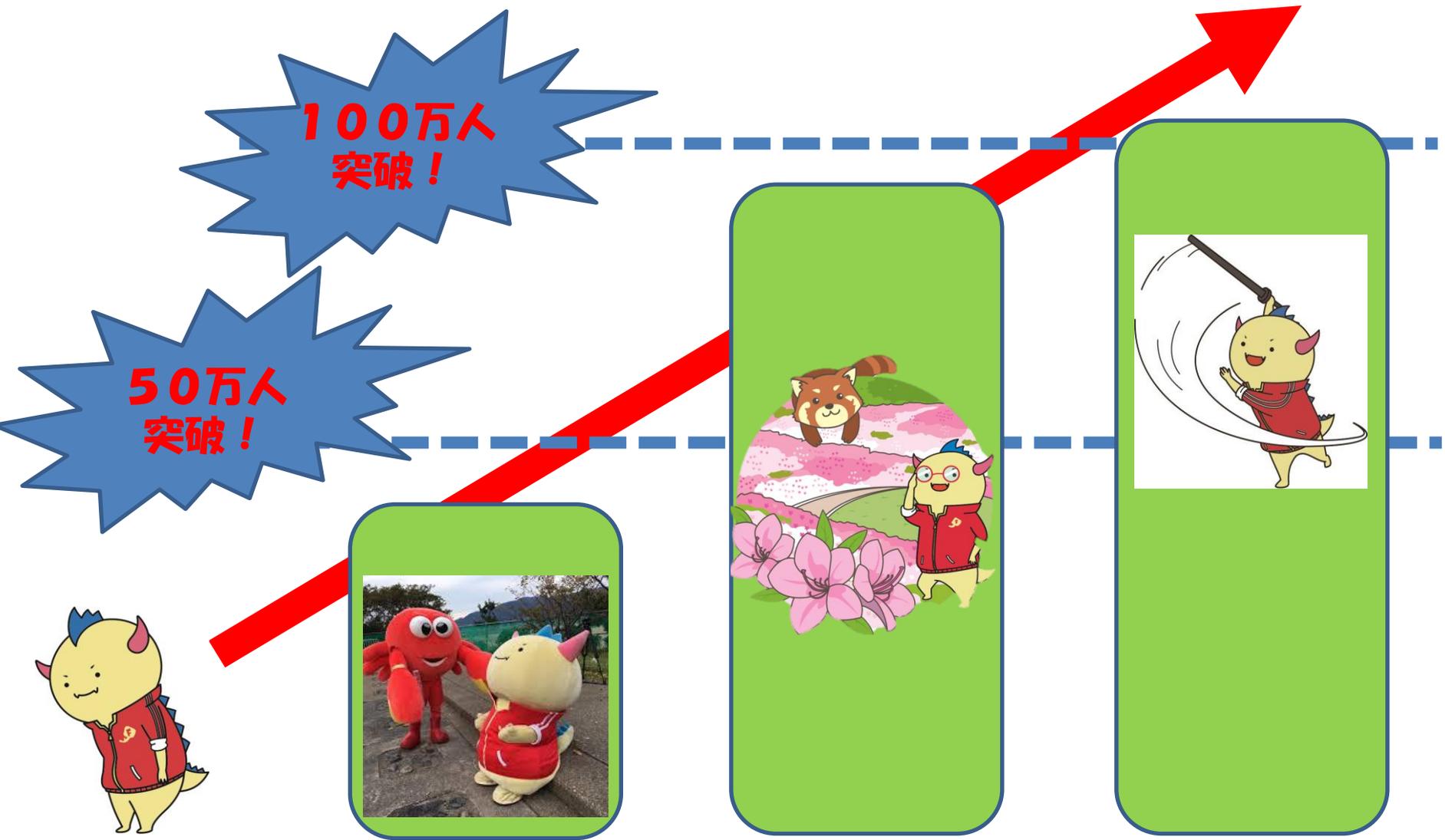


@TearsSwitch.inc

目標

伝統工芸の観光施設・主要行事
観光客 10万人増

4 まとめ



3つの政策を実施することで県外観光客 **100万人増** を達成!

おわりに

私たちは、「ポジティブ」[®]というチーム名で、答えのない観光というものを前向きに考えるという思いでスタートしました。発表の2週間前には、心が折れそうになりました。。。しかし、なんとか今日という日を迎えることができました。

それも、田中講師のご指導や職場の方々の励ましのおかげです。

ご清聴いただきありがとうございました。