

令和7年度ネクストふくい観光ビジョン推進懇話会 議事録

日時：令和8年3月25日（水）14：00～15：30

場所：福井県庁地下1階正庁

1 開会

2 あいさつ

3 議事（座長：山田委員により進行）

（1）福井県の観光動向【資料1】

（2）ネクストふくい観光ビジョンに基づく主な施策の実施状況【資料2】

- ・以上議題を県事務局
- ・各委員から意見聴取

<覺井委員>

まず、北陸新幹線のご利用状況を簡単にご紹介させていただくと、今年度の上期が対前年と比較して101%、10月から12月が106%となっており、開業2年目も引き続き好調といえる。

今後も持続安定的に誘客していくためには、国内旅行については人口自体が減少する中で、いかにリピーターの方を捉えるかということと、拡大基調のインバウンドをいかに増やしていくかということになる。

例えば金沢市は、リピート率7割以上を目標に据え、それに向けて今持っている素材のブラッシュアップや、新たに食文化のコンテンツ開発を強くしていくと謳っている。福井県においても、恐竜博物館や、永平寺、東尋坊など、全国規模の知名度の観光地がある中で、既存のコンテンツに新しい楽しみ方を作ることでリピート率上昇を狙える。

インバウンドは非常に幅が広いので、まずはある程度明確なターゲット層を決めて、そこにピンポイントで打っていくというのが重要と考える。例えば、富山県が立山黒部のアルペンルートの雪をキーにして、特に台湾などから非常に多く誘客している。

また、最近は観光地を検索する時にもAIを使う。そういう意味ではAIに選ばれるような観光地の見せ方、情報の出し方も重要。

福井県の中でも、例えば芦原温泉の若い経営者の皆様がアイデアを出し合い、今までの温泉地だけじゃない新しいものを生み出そうとしている。こういった流れを広げていくことが重要。

<藤田委員>

美浜町では、令和6年はお客様が増えたなというのを非常に実感したが、令和7年は万博の影響もあったのか伸び悩んだ印象。ただ、口コミやNPS（推奨度）は思った以上に高いので、今後も期待したい。また、60%が日帰り客というデータもあり、滞在・宿泊していただくために、体験型の観光、ツアー、そういったものもいろいろと開発していきたく。コンテンツは商談会でもある程度旅行会社にも食いついていただけたところもあるが、いざ周遊していただくためのツアーとなると、旅行会社とマッチングは非常に難しい。価格的なものか時間的なものか、そのあたりの

ところはまだまだ私も勉強不足だが、何とかして売り込む方法がないだろうかというようなことも考えている。

関西の特に旅行会社の方々とお話をしていると、やはり福井県というと、カニに対する引きが非常に強い。越前ガニは価格が高いが、来年のシーズンに向けてメニューを作っていけないかなというようなことも考えている。

それから私どもの町では、美浜町在住のフランス人がランドオペレーターのような形でフランスからのお客さん呼び込んだり、それ以外でもインバウンドのお客さんが多くなっている実感をしている。自転車で三方五湖を走る方など、本当に増えている。

今後は、金沢や京都に宿泊して福井に日帰りで来ているような方に、泊まっていただく仕組みも考えていきたい。

ナショナルサイクルルートについては、補欠ではあったが候補に挙がったことで、今後に期待している。

<山田座長>

インバウンドはどこからの来訪が多いか。

<藤田委員>

アジアの方もいらっしゃるが、欧米が多いと感じている。

<池上委員>

まず、県の取組みについて個別に必要なことを押さえているという印象。この後は構造化が必要だと思う。

例えば、国内でもかなり先進的な観光 DX が進んでいる。これ素晴らしいことだが、今後はこれを単なる手段ではなくどう全体の設計につなげるかというフェーズ。ただ、他県ではそれすらもできていないところが多い。

個別の施策も、宿泊設備、改修やホテル誘致の強化など、重要なものを明確にしている。

一方で、東尋坊の再整備などは、それ自体必要なことだが、滞在型コンテンツをどうつなげるのかといったことも必要。コンテンツツーリズムも現状は補助的な施策だが、福井県の場合は本気で設計をしていくと、主軸に持っていける可能性がある。団体旅行の誘致は、今後どこかでトランジションしていくことになると思うが、当面はここでマスを抑えていかないといけないところ。昨年7月、福井県内でインバウンドの方の現地ヒアリングを実施した。福井駅と恐竜博物館の2か所で累計百数十人に聞いたところ、国籍が非常に多様に渡っており、40か国以上から来ていた。さらに、日本人とドイツ人など、いろんな国のミックスで来ている場合があった。また、数週間、1か月と長期に日本に滞在している中の行き先の一つとして来県しているなど、いろんな訪問のバリエーションが見えてきた。

その中で今、中長期的に福井がものすごい潜在性があるということもわかって、その価値を高めて、金額を高めて継続的に呼んでいくための方法論というものもおぼろげに見えてきた。

そこで、さらに追加調査として、40 カ国の中の 12 カ国について、1 カ国 500 人、計 6000 人にアンケートを実施した。

その結果、福井の価値というのは、極めて独自性のあるユニークな、かつ深く入っていくポジショニングが取り得るなどということで、やっぱりこの己を見つめ直すような、福井の精神性みたいなものがある。そうすると数ではなくて、深さと金額で持っていくということが、福井の受け入れ体制にもある。調査で見えてきたのは、受け入れ側の宿泊施設では、インバウンドの方を受け入れたいと思っている、もしくは受け入れられると思っている方が少ないということ。また、県内の DM0 でも体制が整っているところとそうでないところの差が激しいというのも見えてきた。そのため、今のまま数を増やすと、いわゆるオーバーツーリズムというか、ハレーションが起きてしまう可能性もある。そこはどのようにして体制を整えるかという話と同時に、呼ぶだけならいくらでも呼べるということはわかってる。

ただ、呼び方とか、どういう人に来てもらうかっていうのが大事で、その中で福井にとって価値のある形で来てもらえる人、もしくは価値のある人を選べるということが見えてきたが、そのためには、受け入れ側もある程度整ってもらう必要がある。そういうブランディングの設計が必要。また、ブランディングというのは、よく刺さる人が今来てる人と必ずしも一致はしてないかもしれないということも見えてくる。今後来てもらえる人と、今すぐ来ている人というのを、少し仕分けをしてアプローチをしていく必要がある。

インバウンドは数ももちろんある程度は大事だが、福井に本当に価値をもたらす、福井が持っている真正性、これは本当に圧倒的な差別化が出ている要素で、今必ずしもそれは、皆さんからすると空気のように当たり前のものなので、外から見ると価値があるんですけど、当たり前のものを形にしてアピールするっていうのは、なかなかどの地域でも意識されないんですが、そういったものを実はすごく価値があるし、高く持っていけるので、数が少なくてもバリューが出せるものをお持ちである。それが十分刺さっていくということが見えてきたので、それを今後進めていけばいい。

インバウンドは数ももちろんある程度は大事だが、福井が持っている真正性はすごく価値があり、数が少なくてもバリューが出せるものをお持ちである。それが十分刺さっていくということが見えてきたので、それを今後進めていけばいい。

<山田座長>

インバウンドについて、観光ビジョンでは 2029 年に 40 万人という目標を掲げているが、達成可能だと思われるか。

<池上委員>

答え方が難しいが、40 万人という数それだけを目標にするなら、プロモーションのやり方次第で達成は可能だと思う。今実施しているプロモーションをずっとするか次第だが、延長線上でいいというわけでもない。40 万人を呼ぼうと思えば、いかようにもやりようはあると思う。

ただ一言加えるなら、40 万人という数値目標が福井にとってどのような価値につながるかについても、認識を共有しながら進めていく必要がある。

<笠島委員>

インバウンドの話メインでさせてもらいたいが、うちを含めて伝統工芸の産地は新幹線開業の令和6年、そして令和7年は増加している。うちの施設も開業時と同等ぐらいの入りになっており大きく増えたという感じではないが、コンスタントに、インバウンドの人気はまだ衰えてない感じがする。

毎回同じ話ではあるが、京都や金沢から来て、うちに来る、そしてそのまま、また県外に帰って行って、もしくは東京とかそのまま新幹線の駅に乗って、また県外に行ってしまうというお客さんが相変わらず非常に多い。タケフナイフビレッジの施設自体はそのインバウンドの人が大量に来るところではなくて個人や小グループでパラパラッと来るお客さんが基本的に多い状況。一人一人そのヒアリングができる状況なので、どういう風な経緯で来たのか、なぜここに来たのか、次どこに行くのとか、そういったことを個別に接客の中で聞き取りやコミュニケーションを取りながら対応している、福井にそのままいるという人はもちろんいるが、やはり県外に行ってしまう人は相変わらず多い。来場者の国籍は、やはりアジア以外の人がほとんどで、多いのはヨーロッパの方が最近多い。フランスや中東が多く、アメリカ、カナダも多い。

宿泊施設や食事場所、新しい施設が県内にいろいろオープンし、インバウンドの方に優しい設備なども増えているなど感じている。海外の人が見てもわかる言語表記だったり、何かスマホを使ったような案内だったりとかも。

二次交通がうちは課題だが、例えばサイクリングといったものが少しでも短距離であれば改善できるような

サイクルツーリズムみたいなどころにもっと設備が整えば海外の人は歩いてきたりとか、エコな車を使わずに自分で自転車で回ったりとかしてる人も多いのでそういったところの海外の人が利便、便利に使えるような仕組みができれば多少の二次交通の不便さも少しはカバーできるのではと感じている。

今年度感じたことは、教育関係やビジネス関係で福井にまとまって滞在したり、いろんな目的で滞在される方がいるということ。

うちに来られる方で、例えば海外の高校生が県内の私立の学校との連携、姉妹校とか、それで受け入れて、団体がうちに来て、2日間かけて包丁体験等をしている。結構ボリュームも多く、うちとしては旅行会社でそんなに一気に来ることはない、そういう教育機関からの要望だったりとかあった。

またビジネス関係で、仕事で体験をして、仕事のために泊まる人がいる。帰る日や前泊の時にいろんな福井のいいところを企業の方が取引先の方に案内して連れて回ったりとか食事したり、そういうのも結構多く、うちとしてはいいお客さんであると感じている。

本当は観光じゃなくて目的は教育だったり、ビジネスで来県される海外の方に、ついでにここを楽しんでもらおうということで何回か予約が入っている。そういうことを次年度以降も力を入れられたら非常にいいなというふう感じた一年でした。

旅行会社さんからのいろんな要望で、短時間で体験できるような、そういうコンテンツがあると

いいなというふうな要望があり、うちとしても、例えば一時間でできるような体験とか、何か持って帰ってもらうとか、そういったものを要望に応じて考えて作ったりして、次年度に向けてアピールしていこうかなと思っており、こういったいろんな福井県全体の底上げに、うちとしても何ができるかなということ考えながら、次年度以降も取り組めたらいいなと思っている。

<後藤委員>

私のこれまでの取組みとして、直木賞作家や映画化、ドラマ化されているような作品の関係者の方々に福井を案内したり、次の発想につなげる協力をしてきた。また歴史関係では、雑誌取材への対応として一緒に場所を巡り、そこにあるストーリーを伝えることや、番組制作への協力も行ってきた。

そうした方々と接していて強く感じるのは、「大きくストーリーでその地域を見たい」というニーズで、これはおそらくインバウンドの方も同じである。その中で皆さんがおっしゃるのは、短い時間で福井に来るからやはり食文化と観光のセットということ。歴史であっても観光であっても、胃袋を掴むということは非常に大切だということを実感している。

京都や名古屋から福井に来る場合でも、東京からダイレクトに来る場合でも、日本海に接する場所という印象で来られているということをよく感じる。だからこそ、越前市でも福井市でも、降りた時に日本海をどう感じさせるのかということが大事で、そこにストーリーを加えた周遊ルートづくりが非常に大切だと感じる。

一番の強みとして、案内した人が口を揃えて言うのが、「人がいない」ということ。これは逆に強みになる。例えば西福寺のような場所で、ウェルビーイング関係の学会や、大学関係者の研修等をなぜやらないのか、という声もある。奈良・京都では難しいが、福井には静かなところで自分の心と向き合える場所が多いということを皆さんおっしゃる。

もう一つの例として、朝倉氏遺跡が非常に良い観光ルートになっている一方で、遺跡周辺で何を食べるのが常に課題。また、朝倉氏遺跡だけに来て福井市内に散ってしまうと、戦国時代とか福井の良さっていうのが弱くなる。

そこで周遊ルートを設置して、例えば朝倉義景公が亡くなったのは大野なので、魚や文化のある大野につなぐ。途中の国道 158 号の美山エリアに拠点がないので、そこで山の幸や戦国時代を感じさせる拠点がある、大野に宿泊すれば城が見えて、城と一緒に写真が撮れて、石畳の街並みがあるなど、インバウンドにガッツリ響く場所になる、と案内した人がどなたも言う。

さらに勝山を回って、宗教施設等を回って祈りの文化を体験するなど、一泊してこのストーリーで回って、これを味わってくださいというコンパクトなセットができれば、魅力を付加できるということをすごく感じている。

インバウンドの中でも、リスペクトを持って本当に味わい深くストーリーを見ていただける方を狙っていったら、自然と客単価も上がり、富裕層というところにもつながるのではないかな。

<杉山委員>

資料中、じゃらんの満足度ランキングについて、地元の人ホスピタリティを感じたが43%、5位ということだったが、福井の方々の人、教育、人との触れ合いというのが他の県とは違う大きな強みだと私も感じている。日本1位、世界1位を狙えるのではないかと。ホスピタリティを伸ばしていくことは、観光だけではなく県民のシビックプライドの向上の意味でも、子どもたちへの教育という意味でも重要。

本当に本物しか選ばれなくなっていく中で、食で言うと、郷土料理を食べさせるだけでは、お客さまは全く満足しない。そこにはどういうストーリーがあるか、なぜ福井で、越前で、カニなのか、へしこがなぜここで受け継がれてきたのか、という話を地元の方々が普通に伝えていけるような、発信する力が重要。本物の本質が福井にはある。あるからこそできることがある。本物の本質の追求というところは、これから大きなテーマとしてある。

その中で、どういう目標設定をしていくかというところで、一つは体験の数だと思っている。専門家が体験を作っていくというのはもちろんあっていいが、私自身は事業者主体の体験を作る支援をしている。例えば飲食店が自分たちの目線で体験を作っていく、生産者が体験を作っていく、というように、カジュアルに食文化体験を作っていくなかで、ストーリーの入ったものを多く作ることができれば、単に食べるだけではなくて、食文化体験を通じて福井の人、福井の地域を知り、結果、滞在日数が増える。

さらに、先ほど40カ国の方が福井に来ているといった話があったが、それぞれの方が小さな食文化体験や小さな体験をSNS上で発信していくことで、県などが大きく発信するのに加えて、福井の魅力というのが自然と世界中に発信されるのではないかと。そういった意味で、事業者が主体的に観光に携わり、体験をし、自分たちも利益を追求していきながら、観光で人を楽しませるといったことが福井県は作れる。結果、AIにも選ばれることにもなるのではないかと。

滞在日数を増やすという意味では、昨年末、初めて小浜線に乗ったが、電車に揺られる道のりの楽しい体験であったし、三方五湖も普段の疲れが全て剥がれてくような癒しを感じられる場所であった。住んでいる方には当たり前でも、東京や大阪から来られた方には心が洗われるような場所が福井にはある。

福井市内から他の地域へ足を伸ばしていただくためには、もっと奥深い日本の原風景を知ろう、もっと奥深い日本の精神やそこからつながる食文化を知ろうというものが重要。そして、この2年の成功をもっと福井全体に波及させていくということが、これからの福井の強くなっていくポイントではないかと。

民宿も大きな強み。あの民宿であれだけのおもてなしを受けることで、ホテルでは感じられない心地よさを感じる観光客の方も多く、その方は必ずリピーターになる。

そういったことを強みにしていき、逆に課題のインバウンドところはしっかりと受け入れの部分を皆さんで解決していけばいい。年縞博物館にも伺わせていただいたが、世界中の人が年縞博物館を絶対見るべきだと感じた。なぜ年縞かという、日本の食文化は地質、地形からすべて成り立ってきて、地域の食文化がある。年縞博物館や縄文博物館、東尋坊などからそういったことを伝えていき、それが食文化につながっているということを福井では感じられるのではないかと。たくさんある魅力というものをこれからうまくつなげて、体験や滞在日数を増やしていける可能性

が大いにあると感じているし、ぜひ私もお協力していきたい。

<佐々木委員>

私からは民間企業の発信の視点からお話をさせていただく。ふくジェンヌというチームを通して発信では何ができていうのを常日頃、年度を通して考えている。福井は新しいスポットが次々と出てくる地域かという、決してそうではない。新しい観光地を見つけることももちろん大事だが、すでに福井にたくさんあるそれを発信していくということが大事。

今年は、観光連盟と一緒にツーリズムエキスポなど参加させていただいたが、来られた方に「福井のここ知ってますか」と聞くと知っている、行ったこともあるという方がかなり多かった。ただ、場所は知っているが魅力として伝わりきっていないと思うケースも多い。

例えば、発信で言うと、地域とか食文化、体験等は、発信での見せ方や切り取り方で、価値は大きく変わってくる。既存のものの価値を見出して、それを観光として成立させるということが大事。宿泊施設の高付加価値化、体験コンテンツの増加、商品の開発など、ハード面の磨き上げというところは進んでいるのだろうと実感している。今後は、誰と行くと楽しいかとか、どんな時間が過ごせるんだろうというところを、ストーリーまでまとめて磨き上げていくことで、選ばれる観光地になっていくのだろうと感じている。

ふくジェンヌで言うともう一つ「人」っていうところも非常に重要と感じている。地域の方だったりとか、事業者の方の思いというものを伝えていくことが、そのスポットの深みにもなる。そういった思いだったり、ストーリーというのをつなげていくことも大事。

ただ一方で課題もあり、発掘だったり磨き上げて発信するっていう一通りの流れのなかで、個々の取組みには人的・時間的なリソースなどの限界もある。そういったところを県や市町と具体的に支える仕組みも重要。

最後に、3月末に公表の「いいとこ、掘りだくさん」、まさしく本当にそうだなと私どもも思っているの、これからも発掘だったり、磨き上げ、発信など、観光の広がりにも貢献していきたい。また、住民による地域推奨度っていうところだけ数値が若干下がっているが、観光というのは、福井の県民が幸せになることも目的であり、そこを上げていく施策も必要ではないか。

<山田委員>

福井県民自身が福井の本当の価値を知らないのではないかと感じる。例えば、私の妻は県外出身だが、福井は店で食べるものはもちろんスーパーの野菜も惣菜もすべて美味しいと言う。そういった福井の日常的な良さを県民が自覚することが、福井を発信していく力になるのではないか。そういう意味では、恐竜のブランディングは大成功したと感じている。私が子供の頃は東尋坊、永平寺、蟹といったイメージしかなかったが、それを恐竜が塗り替えた。

県民が福井に対して自信を持つこと、それが余裕につながって、押し付けがましくない、いわゆる自然なホスピタリティマインドっていうものが醸成されるのではないか。「地味にすごい福井」というキャッチコピーもあったが、その地味な部分をうまく語れるというようなことができる

と、草の根的に福井を県外の人に発信できる大きな力になるんじゃないか。

<事務局>

(事務局から北嶋委員のコメントを代読)

開業一年目、令和6年の伸びが堅調だったこと、素晴らしい結果でした。満足度の向上も顕著で、メディア露出とともに来訪機会が増え、福井県独自の魅力を多くの方々が発見する1年になったのではないかと思います。伸びた翌年の2年目、令和7年以降の課題は宿泊アクションの維持とさらなる成長が必要となるかと思います。これは単純な量の拡大以上に、質、単価を伴う量の拡大、需要の平準化、繁閑差の軽減につながるリピートされるファンの獲得などが重要な指標になると考えられます。これは福井県に限らず、全国各地で共通の課題と言えます。

今後1～2年で交流人口から関係人口化を図る「ふるさと住民登録制度」も全国的にも話題となり、これまで不透明だった地域と関わりたいニーズが、各自治体で可視化されていくと見立てられます。こうした取り組みは、日本人旅行者の動向や世界各地の予測不可能な変化に対しても、確かな需要の支えとなるのではないのでしょうか。

<田川委員>

ネクストふくい観光ビジョンはよくできている。その上で、これからの開業3年目が一番大事な時期である。そこでお願いとして、もう1回原点に帰ってやってほしい。

一つは、嶺南と嶺北の問題。いつも話題になるが、嶺南の方が進んでないというのが現実。そこで、県には若狭路をぜひ注目してやってほしい。それには、滋賀県や京都府と協力しないとできないことがたくさんあり、そういう流れを3年目にしっかりつくってほしい。

嶺北は、まだ線とか面とかになってないというのが現実。皆さんストーリーを作ることが重要というが、旅行会社のトップの立場からすると、簡単にはできない。

過去に、大聖寺から東尋坊、あわら温泉を通して、永平寺まで祈りの道を作ろうという動きがあった。そういったように、〇〇街道や〇〇路という道を作ってもらいたい。それを県民の皆さんが実際に歩いてみるという作業をこのホップステップ、ジャンプの段階で県が主導してやってほしいと思う。

今般4月1日から福井県立大学で地域政策学部という学部がスタートする。その関係も非常に大事だと思っている。観光ビジョンは、県の中の観光の関係だけではできないような大がかりな計画であり、県庁全体でどういう体制で市町を動かすのか、体制はできたのか教えてほしい。

<西川部長>

委員の宿題は毎回そのようにお伺いしている。我々も観光ビジョンを持って年に2回程度、市町と打ち合わせをしながら進めており、同じ気持ちを持って、嶺南も盛り上げていこう、嶺北もつないでいこうという気持ちをみんなでも共有している。今日のご意見もいただいて、市町、それから観光連盟等とご一緒に、進めていくようにさせていただこうと思っている。

<田川委員>

私は石川県新幹線金沢開業の時に石川県のお手伝いをしていたが、その時に、県庁全体で推進する体制が出来上がっているかどうか勝負の分かれ目だと申し上げた。福井県も、例えば教育庁もしっかりと観光ビジョンにフィットしてふるさと教育をすとか、県立大学で地方創生部ができるけども、そういうところとこのビジョンが連携しているかどうかということも非常に大きい。しっかりとした体制ができていないと、単なるコンテンツ作りの話で終わってしまう。これから5年間、福井が持続可能な成長をしていくために、そういう体制が重要。

<山田座長>

嶺南がまだまだ遅れているというお話もあり、新幹線の開業効果が嶺南にまで及ばなければ、基本的に新幹線が来た喜びにはならないなと思っている。県庁内、県内市町と連携し、県全域に効果を広げていくことが重要である。今回、皆様からいただいたご意見を踏まえて、ネクストふくい観光ビジョンを着実に実行するために、いろんな施策を展開していきたいというふうに考えている。

4 閉会

<西川部長>

長時間にわたり、活発にご意見をいただきまして、誠にありがとうございました。今日のご意見も踏まえ、しっかり議論していきたいと思っておりますし、開業効果が持続できるように進める覚悟を持っておりますので、今後ともよろしく願いいたします。本日はありがとうございました。

以上