

様式2（計画用）

「越前市観光振興プラン（案）」に関するパブリック・コメント結果

案件名	越前市観光振興プラン（案）について																				
実施期間	令和4年12月21日（水）～ 令和5年1月12日（木）まで																				
趣旨	<p>市では、平成28年度に策定した「越前市観光振興プラン」に基づき、観光資源の魅力向上の取組みや観光客の受入環境整備、丹南地域での広域連携、インバウンド事業等の推進による観光振興に取り組んでまいりました。新型コロナウイルス感染拡大により観光を取り巻く環境が大きく変化する一方、令和6年には北陸新幹線開業が予定されているなど、本市観光振興における好機も生まれています。</p> <p>市が今後、観光消費額の拡大によって地域活力の維持・発展を図るためには、最新の状況を把握しつつ、より実践的に成果を獲得できる新たな施策が求められていることから、本プランの改定を行います。</p>																				
意見提出者数 （件数）	<p>6人（18件）</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>～40代</td> <td>50代</td> <td>60代</td> <td>70代</td> <td>80代</td> <td>未記入</td> <td>合計</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1(9)</td> <td>3(4)</td> <td></td> <td></td> <td>2(5)</td> <td>6(18)</td> </tr> </table>							～40代	50代	60代	70代	80代	未記入	合計		1(9)	3(4)			2(5)	6(18)
～40代	50代	60代	70代	80代	未記入	合計															
	1(9)	3(4)			2(5)	6(18)															
意見に対する回答	以下のとおり																				

No	年齢	該当する箇所	ご意見の要旨（原文）	越前市の回答
1	60代	P24 4章 展開する施策 施策2 地域資源を活かした観光の魅力向上 3) 実施事業	越前たけふ駅→村国山山頂→だるまちゃん広場ルート のケーブルカーができないか。タクシー会社や福鉄、越前市+民営に参加を得て運用。村国山の眺望を活用し、だるまちゃん広場からJR武生駅まではシャトルバスを運行し人流を生む。	ケーブルカーの新設については、多額の財源が必要となるため、非常に困難です。村国山については、観光資源としての活用の可能性について検討します。
		P27 4章 展開する施策 施策3 来訪客の受入環境整備 3) 実施事業	レンタサイクルを借りたお客様の手荷物を希望の場所に届けるサービスを提供してはどうか。レンタル料+100円程度で、市職員がやれば人件費はほぼゼロで、ガソリン代のみで済む。レンタ	ご提案を参考にレンタサイクル事業における観光客の利便性向上について、様々な可能性を検討します。

様式2 (計画用)

			<p>サイクルは配達先に乗り捨て、その回収も市職員がやれば経費はかからない。</p>	
2	60代	<p>P4 1章 観光をとりまく概況 1 国内の観光動向</p> <p>P27 4章 展開する施策 施策3 来訪客の受入環境整備 3) 実施事業</p>	<p>コロナ過により人々の行動様式は大きく変化し、観光産業も影響を受けている。またZ世代に生まれた人々はそれ以前の世代「環境破壊型の大量生産、大量消費で繁栄してきた世代」と「環境に優しい循環型の社会をつくる世代」と大きく価値観が変化してきている。これからの観光は「大型バスによるツアー観光を主とする」から「少人数のツアー団体や個人の観光客」「本格的な体験学習・研修観光」へと徐々に変わりつつあるこの時流、更には施策を展開する観光ターゲット層、特にZ世代以降生まれの「デジタルネイティブ」への対応は、市観光広報の観光情報案内や誘客方法もまた変わらざるを得ない。本プランにこれらの時流、市観光施策、観光広報はZ世代以降の異なる価値観「デジタルネイティブ」への対応、また観光情報を一元的に俯瞰する「(仮称)越前市観光、文化情報マップ」を作成するなどを記載してはどうか。</p> <p>1. 24年春までに越前市と観光協会が市全体の観光情</p>	<p>観光における全体的な国内外の状況については、P4「1章 観光をとりまく状況」に記載のとおり、個人旅行へシフトしている状況等(時流)について分析しているところです。</p> <p>「デジタルネイティブ」への対応については、P27「①情報案内の拡充/3) DXを通じた情報発信力の強化」に記載する、新たなデジタル技術を活用した情報発信を行います。</p> <p>観光・文化情報マップの作成については、ご提案の内容に参考とさせていただき、PR方法も含め、検討していきます。</p>

様式2 (計画用)

			<p>報を一元的に俯瞰する「(仮称)越前市観光、文化情報マップ」のHPと観光パンフレットを作成する。</p> <p>2. 観光協会のHPによる公表と観光パンフレットは観光協会、県内外の主な鉄道駅、道の駅、主な恐竜博物館などの観光施設に配布しPRする。</p>	
3	50代	<p>P7</p> <p>2章 越前市の観光における現状と課題</p> <p>1 観光客の動向</p>	<p>「認知度は低く、日帰り客がメインで観光消費額は小さい」とあるが、県外客を増やし観光消費額をアップさせたいということは理解できるが、一方で日帰り客メインだとしても消費額をアップしたり、認知度を上げる取り組みは可能である。消費額については、訪問先で飲食や買い物をする際、店がなかったりアイテムが不足していれば販売機会の損失である。認知度についても県内有数の観光地から二次観光地に繋がればもっと市を知ってもらえる。例えば、武生中央公園に丹南地域の野菜直売所や特産品を扱う売店を設置したり、定額タクシーで中央公園→二次観光地(村国山のジップライン、そばの里、ねこ寺、有名な食堂等)に繋がれば、日帰り客でも消費額アップ、認知度向上は見込める。</p>	<p>「認知度は低く、日帰り客がメインで観光消費額は小さい」とは事前調査から分析した本市の現状を示しています。本プランでは「4章 展開する施策」において、様々なターゲットに対し、消費額や認知度を向上させるための取組みについて記載しています。</p>

様式2 (計画用)

		<p>P13 3章 越前市の観光が目指す方向性 2 本市が目指す観光振興の考え方 (1) 将来像</p>	<p>目指す将来像について、観光客のニーズが多様化している他、自然が身近に点在していることや外国人と共生していることも越前市特有の財産価値であるため、「手仕事」の価値を活かした文化だけにとどまらず、自然、歴史、食などの観光資源の掘り起こしや磨き上げを行って、幅広く掲げるほうが良い。</p>	<p>本プランにおける「手仕事」の価値とは、同ページに記載のとおり「伝統的工芸品を生み出す職人たち、三大グルメや料亭、和菓子、酒などの食、菊栽培などの文化、歴史ある神社仏閣など、本市に根付く資源を支える人やその思い、技、モノ、歴史をいう」としています。</p>
		<p>P16 3章 越前市の観光が目指す方向性 2 本市が目指す観光振興の考え方 (2) 将来像に向けての戦略</p>	<p>戦略③について、商品・サービス(観光コンテンツ)の高付加価値化や販売促進とあるが、具体的にはどのようなことを考えているか。</p>	<p>P22「③「手仕事」の価値の高付加価値化を通じた消費拡大」に記載する、地域内外の様々なクリエイターと連携した新商品開発、本格的な体験コンテンツの開発、オンライン観光などのDXを活用した新たな可能性の検討等を実施します。</p>
		<p>P23 4章 展開する施策 施策2 地域資源を活かした観光の魅力向上 1) 現状の課題</p>	<p>来訪時の観光客のニーズや行動を踏まえてとあるが、どのようにして把握するのか。</p>	<p>観光施設を訪れた観光客へアンケートを実施することによる実態把握の方法が考えられます。</p>
		<p>P24 4章 展開する施策 施策2 地域資源を活かした観光の魅力向上 3) 実施事業</p>	<p>①様々な地域資源の商品化・販売の促進について、越前市は外国人市民の割合が県内で一番多い自治体なので、市在住の外国人市民に市の魅力や観光スポットをヒアリングしたり、県外や海外にいる家族や知人、友人にPRしてもらおうことも検討できる。</p>	<p>本市在住の外国人市民と連携した国内外の新たな誘客促進の可能性を検討します。</p>

様式2 (計画用)

		<p>P27 4章 展開する施策 施策3 来訪客の受入環境整備 3) 実施事業</p>	<p>②観光客の利便性向上について、定額タクシーの乗降可能場所(日野山や鬼ヶ岳の登山口、ねこ寺等)を増やして利便性を高めてほしい、一方でPRが不足していると感じる。</p>	<p>定額タクシー制度において、各登山口について、乗降可能場所への追加を検討します。また、より多くの観光客に活用いただけるよう制度の周知を強化します。</p>
		<p>P29 4章 展開する施策 施策4 ウォーカブルなまちづくりの推進 3) 実施事業</p>	<p>①まち歩きのインフラ整備について、武生駅以外にもレンタサイクルや観光案内所といった実物を設置し、観光客がまちなかに出かけるきっかけ作りも大事である。武生中央公園にも観光案内所と二次交通拠点(レンタサイクル等)を設置してはどうか。また、レンタサイクルに電動アシスト付きを導入した方がよい。</p>	<p>武生中央公園でのレンタサイクルスポット追加や電動アシスト付き自転車の導入について検討します。観光案内所については、JR武生駅前の「観光・匠の技案内所」においてまちなかへの誘導を図っていきます。</p>
		<p>P29 4章 展開する施策 施策4 ウォーカブルなまちづくりの推進 3) 実施事業</p>	<p>ウォーカブルなまちづくり→にぎわい→越前市民にも訪れてもらうことが不可欠だと思うが、そのためにどうするのか。</p>	<p>P24「②各地域資源の魅力向上/1)賑わいの拠点づくり」に「武生中央公園、庁舎前ひろばなどのスペースを、本市滞在中の交流の拠点として活用し、地域の賑わいづくり及び交流人口の拡大を図る」と記載しております。</p>
		<p>P31 4章 展開する施策 施策5 広域視点での観光推進 3) 実施事業</p>	<p>広域視点での観光推進について、丹南地域にとどまらず、丹南に隣接する嶺南地方とも連携を図ることが重要である。敦賀駅は新幹線、特急の終着駅であり、全ての電車が止まる。嶺南を訪れた観光客に丹南まで足を運んでもらう取組みを。例えば両地</p>	<p>P31「①広域プロモーションの展開/3)新幹線沿線自治体と連携したプロモーションや誘客事業」に「県内駅設置4市で連携したプロモーションを展開する」と記載しております。</p>

様式2 (計画用)

			域の観光地を巡るツアーを企画してはどうか。	
4	未記入	<p>P24</p> <p>4章 展開する施策</p> <p>施策2 地域資源を活かした観光の魅力向上</p> <p>3) 実施事業</p>	<p>令和6年の北陸新幹線「越前たけふ」駅の開業と同じくして、NHK大河ドラマは紫式部を主人公とした「光る君へ」と決定し、越前市にとっては観光振興における好機であり、次の提案をする。</p> <p>観光資源としての利用について</p> <p>㊦紫式部が越前で詠んだ日野山と白山連邦が見える北日野地区。式部が見た山々を新幹線駅のキャッチフレーズにつかえないか。</p> <p>㊧明治政府大蔵大臣 井上馨が好んだ、料亭「興都庵」のそばろ飯のメニューを再現し、地産食材を使うことで観光振興に活用できないか。</p> <p>㊨与謝野寛・晶子・竹内宇助が歩いた、味真野街道を文学の道として。村国山山麓～味真野～和紙の里～河和田漆器と、近隣と連携したまちづくりができないか。</p> <p>㊩北日野地区の観光資源として、神社をはじめとして多くの資源がある。</p> <p>㊪村国山北西部の風景、再整備して観光振興に利用できないか。</p>	<p>本市各地区では、各々が誇る地域特有の観光資源を所有されており、平素より地区自治振興会や、地区観光協会などから、観光の取組みについてはご意見賜り、連携を図っています。ご提案の内容は、特に歴史文化に特化された内容と思われることから、本プランP24「①様々な地域資源の商品化・販売の促進／1) 歴史文化資源の情報集約と案内の拡充」に基づき、歴史文化に関わる資源を活かした企画開発を行い、魅力向上を図るとともに、来訪客に伝わりやすい形で情報発信していきます。</p>

様式2（計画用）

5	未記入	<p>P16 3章 越前市の観光が目指す方向性 2 本市が目指す観光振興の考え方 (2) 将来像に向けての戦略</p>	<p>振興プラン案では伝統工芸はそれぞれ独立したものと捉えており、観光はそれを巡る案に留まっているようです。越前に住んでいた先人たちが伝統工芸を生みだしたわけと、それを育んできた土壌（環境）と苦難を乗り越えて進んできた歴史があります。越前全体にわたる特有のストーリーが有りそれを伝える必要があると思います。</p>	<p>戦略②において、伝統工芸をはじめとした本市が誇る特有の資源については、それらの素材を複合的に組み合わせ、背景にあるストーリーを見せながらPRすることで、「越前」の魅力向上を図っていくとしています。</p>
		<p>P33 5章 推進体制 1 役割分担と連携</p>	<p>観光施設は、1回訪ればすむものではなく、リピーターとしてまた訪れることを期待します。最近では口コミやSNSでの個人の情報発信が大きなウエイトを占めるようになっていきます。どうやって個人に訴えるか・・・言い換えれば私たちが良いと思うものを相手に理解してもらうかを手を変え、やり方を工夫すべきと考えます。ひとつには個人個人が発信元となる手助け（インターネット）があると思います。</p>	<p>来訪時の満足度を高めることが出来れば、再来訪やSNS等による口コミでの拡散に繋がります。ご指摘のとおり、市民一人ひとりが自分たちの地域に誇りと自信を持って来訪者を迎え、主体的に本市の魅力を伝えていく、おもてなしの心を養っていきけるような政策を実施することが肝要と考えております。</p>
		<p>P24 4章 展開する施策 施策2 地域資源を活かした観光の魅力向上 3) 実施事業</p>	<p>祭りやイベントに参加するインパクトの大きさは観光客のリポートに繋がる。飛騨高山祭、岸和田のだんじり・・・その街が育んできたものには魅力があります。訪れた街の空気（街の気配、人々との交流）を共有したいと思わせることが観光の目玉に</p>	<p>ご指摘のとおり、各地域に伝わる祭りは地域特有の価値を有する観光資源と考えられます。 P24 項目②各地域資源の魅力向上の2)のタイトルを「2)大規模誘客イベント、祭り」に、本文後半に「また、市内各地に伝わる様々な祭</p>

様式2 (計画用)

			<p>なると思います。私たちの祭りやイベントの魅力に気がついてはいない面が多く、もっと注力すべきではないでしょうか。例) 武生菊人形(北陸で唯一の開催)、栗田部地区の「蓬萊祀」(国の「選択無形民俗文化財」と「はながたみ薪能」、武生国際音楽祭、e t c</p>	<p>りについて、地域特有の観光資源として活用していきます。」を追記します。</p>
	<p>P24 4章 展開する施策 施策2 地域資源を活かした観光の魅力向上 3) 実施事業</p>		<p>トップダウンも大切だが、ボトムアップも必要では。トップダウンは迅速に進めることが出来るが、落とし穴も多く感じられます。各地区の観光への捉え方は市政へ届いているのだろうか？その地域特有の思いがあると思います。私事ですが、現在花筐公園の語り部をしています。市は多くの観光客が訪れても公園を観光施設として見ていないと疑問に感じる場合があります。観光試案に縦割り行政の影響かもしれないが、花筐公園は観光誘客課ではなく都市計画課の管轄で公園整備をやっていただいています。課の垣根を超えた施策はお考えいただけないでしょうか。公園を含めた祭りや文化行事を町外へ発信する施策を協議頂くよう要望致します。</p>	<p>平素より、各地区の自治振興会や、地区観光協会などから、観光の取組みについてはご意見賜り、連携を図っています。花筐公園については、市観光協会 HPにおいて、桜の季節の「はながたみまつり」や紅葉の時季の「もみじまつり」の情報発信を行ったり、各種メディアの桜や紅葉の特集などにあわせ、本市の名所としてPRしているところであり、観光誘客課としては今後も継続して当該公園の観光情報を発信していきます。</p>

様式2（計画用）

6	60代	<p>P24 4章 展開する施策 施策2 地域資源を活かした観光の魅力向上 3) 実施事業</p> <p>P29 4章 展開する施策 施策4 ウォーカブルなまちづくりの推進 3) 実施事業</p>	<p>越前市中央公園の観光客は多くが県内の子供づれ家族で、ダルマちゃん広場への日帰り客です。目的地は公園だけで市内へ入ることはなくそのまま帰宅します。加古里子さんの絵本は全国的かつ幅広い子供たちや、お母さん方にも人気の絵本です。キャラクターのオブジェ、案内看板、キャラ人形、ダルマちゃん散歩道などで市内へ誘導してはいかがでしょうか。例としては「ゲゲゲの鬼太郎」（鳥取県）などがあります。</p>	<p>P24「②各地域資源の魅力向上／3）絵本を題材とした観光の活性化」に記載する、かこさとし氏の絵本を題材とした回遊性向上の取組みによる観光の活性化、及び、P29「②まち歩きコンテンツの拡充／1）コンテンツ開発」に記載する、まち歩きにおいて楽しめるコンテンツの開発・拡充を図ります。</p>
---	-----	--	---	--