観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月２５日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	公益社団法人　福井県観光連盟	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 福井県全域	
所在地	福井県福井市	
設立時期	昭和 26 年 12 月　「福井県観光連盟」設立 平成 2 年 10 月　「社団法人福井県観光連盟」へ移行 平成 25 年 4 月　「公益社団法人福井県観光連盟」へ移行	
事業年度	４月１日から翌年３月３１日までの１年間	
職員数	２６人【常勤（正職員４人・出向等２２人)】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 山田 義彦 （出身組織名）	福井県農林水産部長、福井市副市長を歴任し、県内において多種多様な人脈と知見を有する。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	（氏名） 佐竹 正範「専従」 （出身組織名） 紀尾井町戦略研究所㈱他	ヤフー㈱の地域創生プロデューサーとして全国の自治体をサポートした経験等を活かし、当連盟の「観光地域づくりマネージャー」として、観光ＤＸの推進（県内観光地のデータ収集やマーケティング分析）に取組むとともに、観光プレイヤーの発掘やＤＭＯ設立支援など、稼ぐ観光地域づくりの総合マネジメントを行っている。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）※必ず記入すること	（氏名） 森 真紀「専従」 （出身組織名） 福井県	県連盟の副局長として、財務・経理の全実務を管轄し財務戦略をたて、事業が効果的に行えるよう全体のマネジメントを行っている。
観光ブランドアップ・スーパーバイザー（専門人材）	（氏名） 於保 孝志「専従」 （出身組織名） 星野リゾートグループ他	複数のリゾートホテルの経営や運営の責任者を務めてきた経験を活かし、宿泊や食の分野に特化した素材の磨き上げや、魅力の創造のマネジメントを行っている。
インバウンドアドバイザー(専門人材)	（氏名） 筒井 二郎「非専従」 （出身組織名） 個人事業主	エイチ・アイ・エス、ぐるなび等においてインバウンド向けインターネットサービス業務に従事した経験を活かし、県内事業者のインバウンド受入環境の整備促進に向けた指導・助言を行っている。
観光サスティナビリティ・エキスパート(専門人材)	（氏名） 折原 直廣「非専従」 （出身組織名）	星野リゾートや環境省での自然環境を活かしたツアー造成、地域活性化事業に従事した経験を活かし、観光基盤の強化と持続的発展を推進するため、県内事業者への観光コンテンツ開発、ツアー造成等の助言・指導を行っている。

様式１

	個人事業主	
誘客推進事業の責任者 （専門人材）	（氏名） 中村 英孝「専従」 （出身組織名） 東日本旅客鉄道㈱	鉄道事業会社での勤務経験を活かし、誘客推進事業部長として、商談会の運営・出展や旅行会社への営業等、国内外からの誘客推進にかかる業務を統括している。
コンベンション推進事業の責任者 （専門人材）	（氏名） 西澤 栄作「専従」 （出身組織名） 福井県	大手旅行会社での経験を活かし、コンベンション担当部長として、国内外のＭＩＣＥ誘致・開催にかかる業務を統括している。
観光地域づくり推進事業の責任者 （専門人材）	（氏名） 荒木 敬司「専従」 （出身組織名） ㈱ＪＴＢ	大手旅行会社での勤務経験を活かし、観光地域づくり推進事業部長として、着地型旅行商品の企画・販売や教育旅行誘致、ガイド育成、観光プレイヤーの発掘および連絡調整、市町の観光推進体制の強化等の業務を統括している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	・福井県観光誘客課 観光戦略、宿泊施設の誘致、周遊観光素材の造成、観光人材の育成 等 ・福井県誘客推進課 恐竜・食・歴史など地域ブランドの推進、誘客プロモーション 等 ・福井県インバウンド交流課 インバウンド受入対策、海外プロモーション、旅券事務 等 ・福井県内各市町観光担当部局 各市町における観光振興全般	
連携する事業者名及び役割	・観光事業者・関係団体（観光情報発信、観光イベント等） 県内市町観光協会、(一社) 若狭湾観光連盟、芦原温泉旅館協同組合、 (一社)DMO さかい観光局、㈱まちづくり小浜、勝山市観光まちづくり㈱、 三方五湖 DMO㈱、(一財)関西観光本部、(一社)中央日本総合観光機構　等 ・交通事業者・関係団体（県内への送客、二次交通の充実等） 西日本旅客鉄道㈱、東日本旅客鉄道㈱、えちぜん鉄道㈱、福井鉄道㈱、 京福バス㈱、福井交通㈱　等	
官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	・公益社団法人として、総会(年２回)、理事会(年３回程度)を開催し、法人としての重要な事案に関する意思決定を行っている。 ・会員には、県や市町、観光団体、交通事業者、経済団体等の地域の多様な関係者を有し、地域の意見を集約している。	
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	・「観光ネットワーク会議」の開催 市町や市町観光協会の担当者を対象に、県・市町間の情報共有を図っている。 ・「福井県 DMO サミット」の開催 県内の観光事業者・DMO・観光協会等を対象に、県内観光プレイヤーによる事例発表、参加者相互の情報交換等実施 ・観光マーケティングデータのオープンデータ化 年間を通じた県下全域でのアンケートのほかビッグデータ等活用しながら観光客の属性や満足度、宿泊予約状況などの情報を収集・分析しオープンデータ化するとともに、事業者自らが活用する意義や方法等を周知 ・「おもてなしオンラインセミナー」の動画配信 県民や県内事業者のおもてなしレベル向上のため、動画を無料配信するとともに、視聴者増に向けたプロモーションとして、YouTube やインスタグラム、TVer への動画広告配信など実施 ・『福井県観光アカデミー「観光ビジネス創造コース」』の開催 新たな観光ビジネスの創造に取り組む人材を公募し育成	

様式１

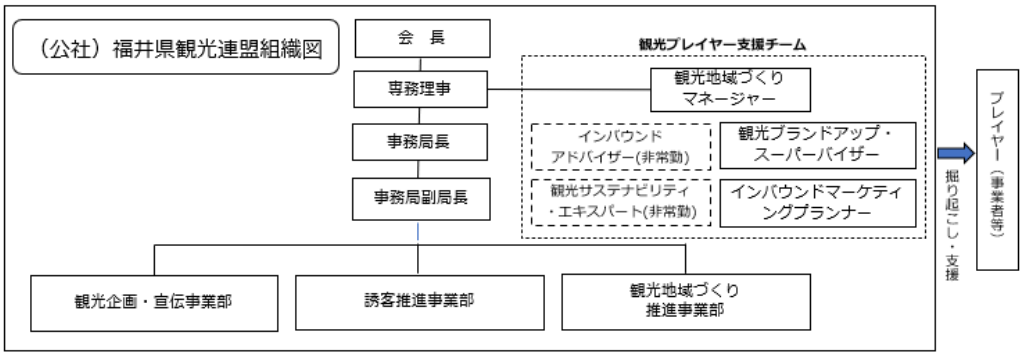
	・大学との連携による「観光学特別講座」の開催 地域観光産業の発展等に貢献できる人材育成を目的に、学生および一般市民を対象に、ツーリズムに関する講義を実施
法人のこれまでの活動実績	**【活動の概要】** 福井県内全域を対象とした唯一の観光振興団体として、県・市町・観光関係団体・観光事業者等と連携し、以下の事業に取り組んでいる。 ＜令和６年度の主な事業＞

事業	実施概要
観光情報の収集と情報発信	・県公式観光サイト「ふくいドットコム」の運営管理 ・インスタグラムでのフォトコンテスト開催 ・首都圏主要駅でのＰＲ ・県観光マップ作成
国内・海外からの誘客推進	[国内からの誘客] ・県外から本県へのバスツアー造成支援 ・県外観光商談会の開催 ・ツーリズム EXPO ジャパンの出展 ・教育旅行誘致のための商談会開催・営業活動、受入体制強化 [海外からの誘客] ・個人旅行者向けにＳＮＳを活用した情報発信 ・観光商談会の開催 ・旅行商品造成支援
地域活性化の推進と人材育成支援	・民間の観光専門家(観光ﾌﾟﾛﾃﾞｭｰｻｰ・誘客ｱﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰ)の配置 ・観光案内所の運営（観光案内、土産品等の販売） ・着地型旅行商品（ツアーふくい）の企画販売 ・ガイド人材の育成、ガイドツアーの造成支援 ・県内観光ボランティア団体の活動支援 ・着地型観光バスツアーの運営支援
コンベンション振興	・民間の観光専門家(観光ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ)の配置 ・コンベンション開催助成、歓迎支援 ・コンベンション誘致（民間専門家の配置、営業活動、施設ガイド作成、プロモーション動画作成等）
ＤＭＯによる地域づくり推進	・観光地域づくり推進に向けた専門人材の設置 （観光地域づくりﾏﾈｰｼﾞｬｰ、観光ｽｰﾊﾟｰﾊﾞｲｻﾞｰ等） ・民間プレイヤーが行う新たなコンテンツ開発等への支援 ・観光ＤＸの推進（マーケティング調査、各種観光データを収集・分析しオープンデータ化（ＦＴＡＳ）、観光事業者にＦＴＡＳの活用方法を伝授） ・新たな観光人材の育成（観光アカデミー開講、県内大学との連携による地域の観光人材の育成）

【定量的な評価】

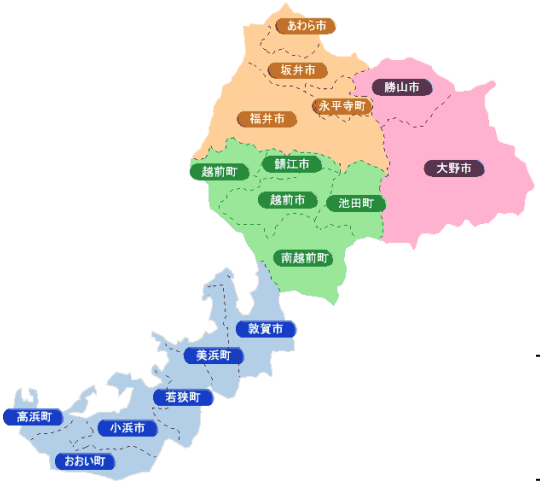
	Ｒ２	Ｒ３	Ｒ４	Ｒ５	Ｒ６
決算額(千円)	1,372,502	6,447,980	8,336,839	3,539,119	660,881
会員数(団体)	187	192	195	208	217

様式１

実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** 県や市町、観光団体、民間事業者等地域の多様な関係者を会員とした(公社)福井県観光連盟が中心となり、関係者の意見を集約・反映させながら、官民一体となって福井県の観光振興に取り組む。特に地域の観光を担うプレイヤーの掘り起こしと支援を重点に置いた活動を展開していく。 **【実施体制図】** 

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



９市８町からなる計１７市町
県庁所在地：福井市

【区域設定の考え方】

福井県は大きく分けて嶺北と嶺南に分類される。各地域でそれぞれ特色のある観光資源を有しており、これらを有機的につなげた観光地域づくりを推進していく必要があることから、本県全体を対象地域とした。

【観光客の実態等】

〇観光入込客の推移（単位：千人 / 令和６年 福井県観光客入込数）

区分	県内客		県外客		合計		
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	計
令和元年	8,448	600	6,527	2,520	14,975	3,120	18,095
令和５年	9,357	496	5,609	2,136	14,966	2,632	17,598
令和６年	11,317	483	6,825	2,066	18,412	2,549	20,691

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

〇主要観光地の入込数（令和６年 福井県観光客入込数）

観光地名	市町名	観光客入込数(千人)(延べ人数)		
		令和６年	令和５年	令和元年
武生中央公園	越前市	1,647	1,353	1,420
道の駅「南えちぜん山海里」※1	南越前町	1,215	1,211	―
日本海さかな街	敦賀市	1,030	1,080	1,300
一乗谷朝倉氏遺跡	福井市	1,141	978	1,057
恐竜博物館・かつやま恐竜の森※2	勝山市	1,546	910	1,259
氣比神宮	敦賀市	1,178	817	745
東尋坊※3	坂井市	778	801	1,414
西山公園	鯖江市	797	648	899
道の駅「越前」	越前町	612	634	859
あわら温泉	あわら市	680	622	838
道の駅「越前おおの荒島の郷」※4	大野市	679	619	―

※1：R3.10月オープン、※2：R4.12.5～R5.7.15休館、※3：R2年から調査方法変更、※4：R3.4月オープン

〇主要行・祭事入込状況（延べ人数）（令和６年 福井県観光客入込数）

市町名	行 ・ 祭 事 名	令和６年	令和５年	令和元年
勝山市	勝山左義長まつり	80	80	120
福井市	ふくい桜まつり	290	257	233
坂井市	丸岡城桜まつり	50	82	84
坂井市	竹田の里しだれ桜まつり	36	50	60
鯖江市	さばえつつじまつり	127	78	162
大野市	七間朝市山菜フードピア	30	35	60
坂井市	三国祭	76	60	137
越前町	越前陶芸まつり	45	40	80
坂井市	ゆりフェスタ	38	69	93
越前町	越前みなと大花火	30	30	60
福井市	福井フェニックスまつり	104	99	142
おおい町	若狭おおいのスーパー大火勢	33	13	55
坂井市	三国花火大会	242	213	230
越前市	越前市サマーフェスティバル	45	92	114
敦賀市	敦賀まつり	160	162	143
越前市	たけふ菊人形	235	201	284
大野市	九頭竜紅葉まつり	41	48	52
大野市	三大朝市物産まつり	36	28	50
敦賀市	ミライエ	33	44	56
越前町	越前がに朝市	38	30	（中止）

〇観光資源の活用

東尋坊、永平寺、恐竜博物館、三方五湖といった主力素材をハブとしながら、県の中心地である福井市、芦原温泉や港町を擁するあわら・坂井地域、歴史や大自然を擁する奥越地域、多くの伝統工芸が集中する丹南地域、海や魚介類に恵まれ貴重な神社仏閣を多く擁する嶺南地域といった県内の数多くの魅力ある素材を観光客へＰＲしている。

自然に恵まれた当県としては、従来から関西・中京エリアから多くの観光客が、嶺南地域の海水浴場を目当てに来県している。令和６年３月の北陸新幹線福井・敦賀開業により関東・甲信エリアからも観光客が増え、自然や歴史、文化に基づいた食(日本酒、蕎麦、油揚げ、和菓子、魚料理等)も当県の大きな魅力となっている。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

〇ホテル・旅館・民宿・ペンション等（令和６年）

種類	施設数	収容人数
ホテル・旅館	51	10,893
民宿・ペンション等の民営宿泊施設	650	23,328
社会教育施設	11	1,608
公共の宿泊施設	18	1,096
キャンプ場	30	5,846
合　計	760	42,771

【利便性：区域までの交通、域内交通】

〈鉄道〉

〇東京からの場合：　①北陸新幹線経由

東京駅から福井駅まで北陸新幹線「かがやき」または「はくたか」を利用し、最短 2 時間 51 分（乗継ぎなし）

②東海道新幹線経由

東京駅から米原駅(滋賀県)まで東海道新幹線「ひかり」を利用し、米原駅で北陸本線の特急「しらさぎ」に乗り換え敦賀駅(福井県)下車。敦賀駅で北陸新幹線「つるぎ」または「かがやき」、「はくたか」に乗換え福井駅まで所要時間 3 時間 20 分(乗継時間を含まず)

〇大阪からの場合：　大阪駅から敦賀駅(福井県)まで特急「サンダーバード」を利用し、
敦賀駅で北陸新幹線「つるぎ」または「かがやき」、「はくたか」に乗換え
福井駅まで所要時間 1 時間 50 分(乗継時間を含まず)

〇名古屋からの場合：①東海道新幹線経由
名古屋駅から米原駅(滋賀県)まで東海道新幹線「ひかり」を利用し、
米原駅で北陸本線の特急「しらさぎ」に乗り換え敦賀駅(福井県)下車。
敦賀駅で北陸新幹線「つるぎ」または「かがやき」、「はくたか」に乗換え
福井駅まで所要時間 1 時間 20 分(乗継時間を含まず)

②特急しらさぎ・北陸新幹線経由
名古屋駅から敦賀駅(福井県)まで特急「しらさぎ」を利用し、
敦賀駅で北陸新幹線「つるぎ」または「かがやき」、「はくたか」に乗換え
福井駅まで所要時間 2 時間（乗継時間を含まず）

〈飛行機〉
石川県小松空港が玄関口となり、羽田空港～小松空港まで所要時間約 1 時間 10 分
※小松空港からはＪＲ福井駅東口まで連絡バスが運行(所要時間約 1 時間)

〈自動車〉
〇東京からの場合：　東京 IC～福井 IC まで北陸自動車道経由で所要時間約 5 時間 30 分
〇大阪からの場合：　豊中 IC～福井 IC まで北陸自動車道経由で所要時間約 2 時間 35 分
〇名古屋からの場合：①北陸自動車道経由
一宮 IC～福井 IC まで名神・北陸自動車道経由で所要時間約 2 時間

②東海北陸自動車道経由
一宮 JCT～白鳥 IC まで東海北陸自動車道経由で所要時間約 2 時間 30 分

【外国人観光客への対応】

・本県の外国人宿泊者数は令和 6 年時で約 9.0 万人泊であり、全国と比較すると 46 位と少ない現状にある。
・また消費税免税店数の少なさ（170 店舗（令和 6 年 3 月現在））等から、本県は外国人観光客の受け入れ環境についても進んでいるとは言い難い状況である。
・このため、当連盟にインバウンドアドバイザーを設置（非常勤）し、外国人受入環境の指導・助言（接客指導、多言語化対応、キャッシュレス決済・免税対応、Wi-Fi 環境の整備等)、訪日外国人向けビジネス拡大を目指す県内事業者、観光団体等への指導・相談対応業務を行う。
・さらに、インバウンドマーケティングプランナーをプロパー職員として採用し（令和 6 年 8 月)、県内在住外国人からみた福井の魅力を SNS 等で発信する。R7 年度は従来県が実施していた外国人向け HP も集約し、一元的に管理することで適宜効果的な情報発信を行う。

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	観光消費の実態や経済への波及効果を把握するため	観光統計調査（福井県）
延べ宿泊者数	観光客の実態、宿泊者数の推移を把握するため。	宿泊旅行統計調査（福井県）
来訪者満足度	観光客の実態を把握するとともに、来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析するため。	アンケート調査（福井県観光連盟）
リピーター率	観光客の実態やリピーター顧客の動向を把握するため。	アンケート調査（福井県観光連盟）

ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	ホームページ「ふくいドットコム」集計（福井県観光連盟）
観光客入込数	観光客の実態、観光地の入込数の推移を把握するため	観光統計調査（観光庁）
外国人延べ宿泊者数	外国人観光客の実態を把握するため	宿泊旅行統計調査（観光庁）

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

北陸新幹線の福井・敦賀開業、中部縦貫自動車道の県内区域整備などにより、観光・ビジネス両面でアクセスが向上した本県への注目度は格段に高まっており、観光需要拡大の好機を迎えている。

一方で、人口減少、少子高齢化が進展し、将来的な国内旅行者の減少が見込まれる中、様々な面で地域活性化に寄与する観光が持続的に発展していくためには、サービスの高付加価値化や県内宿泊の促進により旅行者の消費額を高め、「稼ぐ観光」を一層推進することが重要。

また、日本の豊かな自然、文化、食を求めて訪日する外国人旅行者は全国的に急増しており、本県においても、その潮流をしっかりと掴んでいく必要がある。

このため、北陸新幹線開業に向けて取り組んできた各種の観光誘客施策をさらに拡充、発展させ、新たに幕を開けた「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。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・国内最大級の恐竜博物館 ・歴史と文化(永平寺、一乗谷朝倉氏遺跡) ・伝統工芸(和紙、漆器、越前焼、打刃物等) ・伝統産業(繊維、眼鏡等) ・豊かな自然景観（東尋坊、越前海岸、三方五湖等） ・魅力的な食材、グルメ（越前がに、若狭ぐじ、へしこ、若狭牛、地酒、越前おろしそば、ソースカツ丼、焼き鯖寿司等） ・地理的優位性（京都と金沢の間に位置し、関西・関東からのアクセス良好） ・分散型観光、混雑回避 （オーバーツーリズムになりにくい構造）	**弱み（Weaknesses）** ・二次交通が不便 ・コンテンツが重複した場合の隣県との競合 ・宿泊施設の不足 ・誘客の平準化 ・県の魅力度（R6:全国 31 位） ・国際的な認知度の低さ ・外国人向け情報発信の不足 ・Wi-Fi、案内看板、免税店等の外国人受入れ環境が未整備 ・外国人宿泊者数（R6:全国 46 位）
外部環境	**機会（Opportunity）** ・2024 年北陸新幹線の延伸開業 ・2025 年大阪・関西万博 ・2027 年ワールドマスターズゲーム ・2029 年春 中部縦貫自動車道全線開通 ・サスティナブルツーリズムへの関心の高まり ・体験型・テーマ型観光の需要増 ・富裕層・長期滞在者向けニーズの多様化	**脅威（Threat）** ・人口減少による国内旅行者の減少、人手不足の深刻化 ・国内外の観光地との地域間競争の激化 ・SNS 等の影響力（マイナスイメージ）

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

〇第１ターゲット層
三大都市圏（首都圏・関西圏・中京圏）在住者

〇選定の理由
・北陸新幹線福井・敦賀開業や高速交通ネットワークの整備、集中的なプロモーションの効果により、全国から旅行者が増加
・とはいえ、本県の県外観光客の６割超が関西圏・中京圏在住者、次いで首都圏在住者という状況

〇取組方針
・開業・整備効果を最大化・持続化させるために、来訪者のペルソナ（ターゲットの人物像や目的地）などに合わせた誘客プロモーションを行うとともに、新幹線開業効果が十分でないエリア（越前海岸、奥越地域、嶺南地域西部）への誘客も意識した情報発信等を行う。
・アクセスの向上により、周遊観光が期待される近隣エリアとの連携したプロモーションにより、本県への誘客を強化する。
・より多くの人に本県の魅力を効果的に届けるため、大阪・関西万博の開催や中部縦貫自動車道県内全線開通に合わせた情報発信や誘客キャンペーンの実施、国内外で話題となるようなイベント等に合わせて情報発信をしていく。
・県・市町・民間事業者が連携し、首都圏、中京圏、関西圏など地域別に、旅行者のニーズに合わせたプロモーションを実施する。また、キラーコンテンツ（影響力の高い魅力的なコンテンツ）やインフルエンサー（SNS 等で発信力が高い人物）とのコラボなどにより、本県の注目度を高める。

≪首都圏在住者≫
・人口や情報が集中する首都圏においては、特にメディアの活用や注目度の高いエリアでのイベント開催等、インパクトのある手法で露出を増やし、本県の情報への接触機会を飛躍的に高めていく。
・プロモーションにあたっては、恐竜や年縞に代表される中生代から近代に至るまで幅広く厚みのある歴史・文化資源等、本県の観光資源が持つ本物の魅力を前面に打ち出していく。
・また、金沢経由であわら温泉、恐竜博物館を訪れる等、より広範囲に旅行される方に対しては、北陸各県やＪＲ各社、航空会社等と協働し、北陸の強みを前面に出しながら、各県それぞれの魅力を組み合わせた情報発信を進める。
・さらに、北陸新幹線の終着駅が敦賀であることを活かし、関西・中京エリアからの観光客に人気がある嶺南地域の観光資源の情報等も発信し、県内全体への誘客につなげていく。

≪関西圏在住者≫
・本県を訪れる県外客の割合が最も多い地域であり来訪経験がある人も多いため、プロモーションにあたっては、観光資源について新たな視点から「魅せる」発信を行うなど観光客にとって福井の印象を変えるような展開を図っていく。
・特に距離の近い嶺南地域の美しい海、質の高い食、寺社仏閣等の新たなストーリーや、東尋坊・恐竜博物館等知名度の高い観光地等の見どころを発信することにより、各地域への周遊を促し、宿泊につなげていく。

≪中京圏在住者≫
・冠山峠道路が開通し、また今後の中部縦貫自動車道開通により、本県と中京圏との一層の交流が期待されることから、恐竜博物館、越前大野城、ツリーピクニックアドベンチャーいけだ等、その玄関口となる奥越地域や丹南地域の観光資源を中心に情報発信を強化する。
・また、自動車での来県が多く見込まれることから、その移動のしやすさを活かし、奥越・丹南地域を起点としたモデルコースを発信することにより、各地域への周遊を促し、宿泊につなげる。
・さらに、近隣県である岐阜県と連携して、両県が誇る歴史資源を巡る旅行コース等を中京圏のマスメディアや旅行会社を通じて発信し、誘客拡大を図る。

〇ターゲット層
　インバウンド

〇選定の理由
・訪日外国人旅行者が年々増加する中、本県の令和５年の外国人延べ宿泊者数は全国 46 位であり、京都や金沢といった人気の観光地に挟まれ、外国人旅行者に通過されてしまっている状況
・特に、本県は全国と比較して団体旅行者の割合が高く（全国約１割、福井約４割）、県内宿泊を増やすには主流である個人旅行者を取り込むことが必要

〇取組方針
･インバウンドに刺さる禅や伝統工芸など本県ならではの体験を増やし、発信し、売り込むことにより、外国人旅行者に本県を旅の目的地として認識してもらう。
・国や地域ごとのトレンドを分析し、外国人旅行者がやってみたいと思う体験を増やすほか、海外のオンライン旅行会社などによる宿泊につながる旅行商品や体験コンテンツの販売を促進する。
・個人旅行者をターゲットに、海外メディアなどを通じインバウンド目線での情報発信を強化する。
・ＳＮＳ、電子カタログ、旅行博など、多様な媒体により情報発信を強化する。
・アウトバウンドの推進により、県民の外国人に対する趣向等への理解を深めるほか、留学生や県内企業で働く外国人と協働し、外国人旅行者が「行ってみたい」と思うローカル目線の情報発信を増やす。

≪台湾≫
・台湾レップ（営業拠点）を活用した情報発信、旅行商品造成、商談会の開催
・教育旅行の誘致
・サイクリング等の体験アクティビティの売込み

≪香港≫
・現地旅行会社への営業によるツアー商品造成
・メディアやインフルエンサーを活用した情報発信
・現地旅行博出展による本県の認知度向上

≪中国≫
・現地旅行会社への営業によるツアー商品造成
・OTA を活用した情報発信

≪欧米豪≫
・ZEN をテーマとした PR イベントの開催
・高単価なコンテンツ造成や富裕層への売込み
・米レップを活用した情報発信、商談会への参加、現地旅行会社への売込み

≪東南アジア≫
・インフルエンサーや在住外国人と連携した SNS での情報発信
・現地旅行会社への営業によるツアー商品造成

〇ターゲット層
　ファミリー層、シニア層の夫婦

〇選定の理由
・北陸新幹線福井・敦賀開業により本県が注目を集めた中、本県の観光素材と親和性が高いファミリー層、シニア層の観光客が多い状況

〇取組方針
・キャズムを超えるべく、これらファミリー層、シニア層をターゲットにデジタルメディアを最大活用し、欲しい人に欲しい情報を届けられるよう戦略的なプロモーションを展開する。

≪ファミリー層≫
・子どもとの旅行が多くなるこの年代は、自動車での移動が中心であり、比較的自由な行動が可能となる。
・現在ファミリー層に人気の高い恐竜博物館だけでなく、エンゼルランドふくい、うみんぴあ大飯、イカ釣り体験等、三世代を含む家族で楽しめる観光資源を組み合わせて発信する。

≪シニア層の夫婦≫
・シニア層はゆったり・上質な食や宿を好む傾向があるため、本県を代表する越前がにや高級な温泉宿等の魅力を発信していく。
・また、歴史的名所を求めて旅行をする方も多いため、一乗谷朝倉氏遺跡や大本山永平寺のほか、今庄宿、熊川宿、明通寺等本県が強みとする歴史資源の魅力をそのストーリーとともに発信していく。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	しあわせ発掘ふくい　～知るたび、幸せになる旅～
②コンセプトの考え方	ふくいを訪れるたび、知られざるふくいの魅力を発掘し、知るたび（度・旅）、幸せになる旅を旅行者に届ける。旅行者に選ばれることで県民の地域への愛着や誇り、豊かさを高め、観光を通じてふくいの生活文化と地域経済の活力を次世代につなげる。

５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	・当連盟の総会、理事会において、当連盟の事業報告・方針の説明を行い、了解を得ているほか、当連盟会員にメール等により随時情報を共有している。 ・市町や市町観光協会の担当者を集めた「観光ネットワーク会議」を開催し、県・市町間の情報共有を図る。 ・県内の観光事業者・ＤＭＯ・観光協会等による「福井県ＤＭＯサミット」を開催し、県内観光プレイヤーによる事例発表や、参加者相互の情報交換等を行う。
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	・県内観光地において県内外からの観光客を対象としたデジタルアンケートを実施し、その他観光データとともにマーケティング分析しオープンデータ化（ＦＴＡＳ）。観光事業者にＦＴＡＳの活用方法を伝授することにより、観光事業者自身による販売分析・商品企画を支援する。 ・県民や県内事業者のおもてなしレベルの向上を図る「おもてなしオンラインセミナー」を SNS 等で無料配信する。 ・新たな観光ビジネスの創造に取り組む人材を育成する「福井県観光アカデミー」を開催する。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション	・県内の市町、観光協会、観光事業者等から観光情報を集約し、福井県全域をカバーする当連盟の県観光情報サイト「ふくいドットコム」を活用して一元的な情報発信を行う。 ・当連盟のＳＮＳ(facebook、X、instagram)を活用して県内の観光イベント等の情報をタイムリーに発信する。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	1,352	1,526	1,700	1,400	1,500	1,580
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	1,058	1,225	1,513			
		(－)	(－)	(－)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	4,250	4,675	5,100	3,720	3,980	4,180
		(300)	(350)	(400)	(140)	(200)	(270)
	実績	2,222	2,587	2,783			
		(11)	(56)	(75)			
●来訪者満足度（%）	目標	55.0	57.5	60.0	53.0	55.0	57.0
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	54.6	52.2	51.2			
		(－)	(－)	(－)			
●リピーター率（%）	目標	74.9	75.0	75.0	70.5	72.0	73.5
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	70.6	69.1	69.0			
		(－)	(－)	(－)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】
・福井県が令和２年３月に策定した『ふくい観光ビジョン』および令和７年３月に策定した『ネクストふくい観光ビジョン』の各種指標の目標値をもとにKPIを設定（旅行消費額、延べ宿泊者数）
・過去のKPI達成状況をもとにKPIを設定（来訪者満足度、リピーター率）

【設定にあたっての考え方】
『ふくい観光ビジョン』の目標数値を達成するために必要な増加率をもとに設定
●旅行消費額
福井県観光統計を元に設定。目標：令和11年 1,700億円
●延べ宿泊者数
観光庁の宿泊統計調査を元に設定。目標：令和11年4,500千人（うちインバウンド400千人）
●来訪者満足度
2019年開始のアンケート調査。目標：令和11年60.0%
●リピーター率
2019年開始のアンケート調査。目標：令和11年75.0%

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●観光客入込数（千人）	目標	17,490	18,745	20,000	20,200	20,400	20,600
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	15,191	17,598	20,691			
		（－）	（－）	（－）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】
福井県が令和２年３月に策定した『ふくい観光ビジョン』および令和７年３月に策定した『ネクストふくい観光ビジョン』の各種指標の目標値をもとに必須 KPI を設定

【設定にあたっての考え方】
福井県観光統計の観光客入込数状況(実人数)を元に設定。目標：令和 11 年 21,000 千人

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）	
2022（Ｒ４）年度【決算】	8,335,724,464 円	【国からの補助金】	3,862,784 円
		【県からの補助金】	8,229,462,800 円
		【民間からの補助金】	1,120,000 円
		【会費収入】	78,355,450 円
		【事業収入】	7,961,968 円
		【受取負担金】	13,492,898 円
		【その他】	1,468,564 円
2023（Ｒ５）年度【決算】	3,537,316,302 円	【国からの補助金】	3,954,269 円
		【県からの補助金】	3,412,428,376 円
		【民間からの補助金】	120,000 円
		【会費収入】	78,025,950 円
		【事業収入】	4,334,635 円
		【受取負担金】	34,357,978 円
		【その他】	4,095,094 円
2024（Ｒ６）年度【決算】	1,509,081,151 円	【県からの補助金】	1,343,183,730 円
		【民間からの補助金】	120,000 円
		【会費収入】	76,863,000 円
		【事業収入】	11,077,485 円
		【受取負担金】	71,563,874 円
		【その他】	6,273,062 円
2025（Ｒ７）年度【予算】	660,881,000 円	【受取補助金等】	477,512,000 円
		【会費収入】	88,567,000 円
		【事業収入】	44,333,000 円
		【受取負担金】	47,314,000 円
		【その他】	3,155,000 円

2026（Ｒ８）年度【見込み】	660,881,000 円	【受取補助金等】 【会費収入】 【事業収入】 【受取負担金】 【その他】	477,512,000 円 88,567,000 円 44,333,000 円 47,314,000 円 3,155,000 円
2027（Ｒ９）年度【見込み】	660,881,000 円	【受取補助金等】 【会費収入】 【事業収入】 【受取負担金】 【その他】	477,512,000 円 88,567,000 円 44,333,000 円 47,314,000 円 3,155,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）	
2023（Ｒ５）年度【決算】	3,539,118,728 円	【公益目的事業】 観光情報の収集と情報発信 国内・海外の誘客促進 地域活性化の推進と人材育成支援 コンベンション振興事業 【管理費】	3,509,595,872 円 45,702,477 円 3,125,203,127 円 273,569,463 円 65,120,805 円 29,522,856 円
2024（Ｒ６）年度【決算】	1,507,710,798 円	【公益目的事業】 観光情報の収集と情報発信 国内・海外の誘客促進 地域活性化の推進と人材育成支援 コンベンション振興事業 【管理費】	1,478,424,926 円 36,441,926 円 1,023,701,770 円 323,669,236 円 94,611,994 円 29,285,872 円
2025（Ｒ７）年度【予算】	660,881,000 円	【公益目的事業】 観光情報の収集と情報発信 国内・海外の誘客促進 地域活性化の推進と人材育成支援 コンベンション振興事業 【管理費】	619,347,000 円 37,581,000 円 141,394,000 円 326,599,000 円 113,773,000 円 41,534,000 円
2026（Ｒ８）年度【見込み】	660,881,000 円	【公益目的事業】 観光情報の収集と情報発信 国内・海外の誘客促進 地域活性化の推進と人材育成支援 コンベンション振興事業 【管理費】	619,347,000 円 37,581,000 円 141,394,000 円 326,599,000 円 113,773,000 円 41,534,000 円
2027（Ｒ９）年度【見込み】	660,881,000 円	【公益目的事業】 観光情報の収集と情報発信 国内・海外の誘客促進 地域活性化の推進と人材育成支援 コンベンション振興事業 【管理費】	619,347,000 円 37,581,000 円 141,394,000 円 326,599,000 円 113,773,000 円 41,534,000 円

（３）自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保の取組･方針

・県からの補助金等による基盤の確立
・着地型ツアーの企画、造成、販売
・観光商品のオンライン予約販売・決済システムの運営（令和４年８月～）による手数料収入
・会費収入の増収を図るため、マーケティングで得られた情報の会員への提供や、セミナーの開催等、会員のメリットを強化し、新規会員の獲得に取り組む。

様式１

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

福井県は、地域連携ＤＭＯである公益社団法人福井県観光連盟と連携し、持続可能な観光地域づくりを推進してまいります。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

県内の地域ＤＭＯは、主に各市町における観光素材の発掘・磨き上げや特産品の企画開発等を担い、当連盟は県全域を対象エリアとする地域連携ＤＭＯとして、県・市町・地域ＤＭＯ・市町観光団体・観光事業者等との緊密な連携のもと、大都市圏へのプロモーションやインバウンド誘客、人材育成、マーケティング分析など、地域ＤＭＯ単体では実施が困難な取組みや、全県単位での実施が効果的な取組みを担っている。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	森 真紀
担当部署名（役職）	事務局副局長
郵便番号	〒910-0004
所在地	福井市宝永 2-4-10 福井県宝永分庁舎 2F
電話番号（直通）	0776-20-0741
ＦＡＸ番号	0776-23-3715
Ｅ－ｍａｉｌ	mori@fukuioyado.com

１１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	福井県
担当者氏名	現方 慶昌
担当部署名（役職）	交流文化部 観光政策課 観光戦略グループ（企画主査）
郵便番号	〒910-0004
所在地	福井市宝永 2-4-10 福井県宝永分庁舎 2F
電話番号（直通）	0776-20-0380
ＦＡＸ番号	0776-20-0381
Ｅ－ｍａｉｌ	y-genpou-gr@pref.fukui.lg.jp

（候補／登録）【登録区分】（DMO名称）

様式2

記入日：　令和7年7月25日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
福井県全域
【設立経緯】
①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】 会長　山田　義彦
【マーケティング責任者（CMO）】 佐竹 正範
【財務責任者（CFO）】 森 真紀
【職員数】 26人（常勤26人（正職員4人・出向等22人））
【主な収入】
委託事業等　1，343百万円、会費収入　76百万円（R6年度決算）
【総支出】
事業費等　1，478百万円、一般管理費　29百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
福井県、全17市町の観光課、市町観光協会、地域DMO、交通事業者、金融機関、物販飲食事業者、等

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	1,352（　）	1,526（　）	1,700（　）	1,400（　）	1,500（　）	1,580（　）
	実績	1,058（　）	1,225（　）	1,513（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	4,250（300）	4,675（350）	5,100（400）	3,720（140）	3,980（200）	4,180（270）
	実績	2,222（11）	2,587（56）	2,783（75）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	55.0（　）	57.5（　）	60.0（　）	53.0（　）	55.0（　）	57.0（　）
	実績	54.6（　）	52.2（　）	51.2（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	74.9（　）	75.0（　）	75.0（　）	70.5（　）	72.0（　）	73.5（　）
	実績	70.6（　）	69.1（　）	69.0（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
三大都市圏（首都圏・関西圏・中京圏）在住者

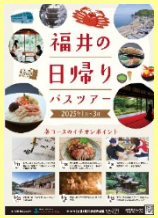
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・北陸新幹線福井・敦賀開業効果を最大化・持続化させるため、旅行者のニーズに合わせたサービスや商品提供により観光客満足度の向上を図るとともに、旅行者のニーズに合わせたプロモーションを展開し周遊促進を図る。

【観光地域づくりのコンセプト】
しあわせ発掘ふくい　～知るたび、幸せになる旅～

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・観光プレイヤーの発掘・支援
・福井らしい観光商材の開発支援
・着地型旅行商品の企画販売

【情報発信・プロモーション】
・観光情報ホームページ運営管理
・SNSでの情報発信
・国内外観光商談会開催
・教育旅行・コンベンション誘致に向けた旅行会社への営業活動等
・三大都市圏の駅・空港でのPR

【受入環境整備】
・インバウンド受入環境の整備推進
・観光ボランティアガイド団体への支援

【その他】
・観光DXの推進