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	一般社団法人越前町観光連盟（通称：ＤＭＯ　ＥＣＨＩＺＥＮ）	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	福井県越前町	
所在地	福井県丹生郡越前町厨 71-335-1	
設立時期	平成 27 年 4 月 1 日　設立	
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	6 人【常勤 6 人（正職員 5 人・出向１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）	（氏名） 今村　真美子 （出身組織名） 越前の宿 うおたけ	長年、越前町で宿泊施設と食事処を経営し、（一社）越前町観光連盟の会長として、自地域や全国の旅行業者・関係機関との様々なパイプ役として活動中。
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	（氏名） 毛利　裕昭「専従」 （出身組織名） （一社）越前町観光連盟	行政職員として、2011 年度より観光に携わり、豊富な経験と知識を有し、福井県主催「福井県観光アカデミー」卒業生で、観光マーケティングの知見を持つ。2015 年度より（一社）越前町観光連盟に出向し、2023 年度より（一社）越前町観光連盟の正職員として業務を担う。国内旅行業務取扱管理者の資格有。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 濱本　正博「専従」 （出身組織名） （一社）越前町観光連盟	前身の越前町観光協会時代を合わせて、31 年間勤務し、（一社）越前町観光連盟の事務局長を務める。持続可能な組織運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 京谷　美智子「専従」 （出身組織名） （一社）越前町観光連盟	前身の越前町観光協会時代を合わせて、33 年間勤務。国内外のプロモーションに豊富な経験と高い能力を持つ。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 駒　恵理子「専従」 （出身組織名） （一社）越前町観光連盟	福井観光トラベルで２年間、ＪＴＢで８年間勤務し、ツアー企画や手配など旅行業に幅広く関わり、豊富な知識と経験を持つ。2015 年度より（一社）越前町観光連盟に入社。国内旅行業務取扱管理者の資格有。

様式１

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	・福井県越前町　産業部　商工観光課（観光振興全般、財源確保） 農林水産課（農水産物のブランド化） 企画振興課（まちづくり・公共交通対策） ふるさと納税室（ふるさと納税） 定住促進課（移住推進・空き家対策） 総務部　防災安全課（観光地の防災・避難計画） 教育委員会　生涯学習課（歴史文化振興） スポーツ振興課（スポーツ振興） ・福井県　交流文化部　観光誘客課（観光振興全般） 新幹線開業課（新幹線開業対策） 魅力創造課（新たなブランド造成） 農林水産部　水産課（水産物のブランド化） 丹南農林総合事務所（農産物振興） 産業労働部　産業技術課（越前焼振興）
連携する事業者名及び役割	【域内の観光団体等】 ・会員事業者（プロモーション、商品開発、旅行商品造成など） ・越前町公共施設管理公社（観光施設との連携） ・福井県旅館業協働組合 越前支部（関係者との連携、旅行商品造成） ・越前町ダイビング協会（プロモーション、旅行商品造成） ・くりや観光協会（旅行商品造成） ・玉川観光協会（旅行商品造成） ・茂原観光協会（旅行商品造成） ・米ノ観光協会（旅行商品造成） ・みやざき伝統産業文化協会（関係者との連携） ・越前かたりべの会（旅行商品造成） ・越知山泰澄塾（関係者との連携） ・チーム越前夢おこし（地域のにぎわいづくり） ・越前町若者移住促進 PT ココクルー（地域のにぎわいづくり） ・越前陶芸村活性化協議会（関係者との連携） 【産業関連団体等】 ・越前町商工会（地元事業者との連携） ・越前焼工業協同組合（プロモーション、商品開発、旅行商品造成） ・越前町漁業協同組合（関係者との連携、旅行商品造成） ・福井県農業協同組合 丹生基幹支店（関係者との連携） ・越前町遊漁船業組合（プロモーション、旅行商品造成） ・越前町鮮魚仲買組合長（関係者との連携） ・越前町水産加工組合長（関係者との連携） ・越前町小型底曳網組合（関係者との連携） ・福井県漁業協同組合連合会（関係者との連携、旅行商品造成） ・ふくい陶ネットワーク（関係者との連携） 【広域観光団体等】 ・越前海岸観光協会連合会（関係者との連携、プロモーション、） ・越前海岸の水仙畑の文化的景観保存活用連携協議会（関係者との協議） ・公益社団法人福井県観光連盟（プロモーション、旅行商品造成） ・福井県丹南広域観光協議会（プロモーション、旅行商品造成） ・六古窯日本遺産活用協議会（プロモーション、旅行商品造成）

様式１

<table>
<tr><td>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</td><td>【該当する登録要件】①
一般社団法人として、総会（年１回)、理事会（年３回程度）を開催し、観光事業者を中心に主要分野の関係者や地域ごとの関係者が参加し、多数の分野における今後の方向性の調整と意思決定を行っている。構成員は以下のとおり。

<table>
<tr><th>役職</th><th>氏名</th><th>業種</th><th>事業所名</th></tr>
<tr><td>会長</td><td>今村　真美子</td><td>旅館業</td><td>越前の宿うおたけ</td></tr>
<tr><td>副会長</td><td>武藤　吉明</td><td>農業</td><td>雪んこ餅</td></tr>
<tr><td>副会長</td><td>三田村　勉</td><td>レジャー業</td><td>ECHIZEN LOG</td></tr>
<tr><td>理事</td><td>原　雅哉</td><td>行政</td><td>越前町（産業理事）</td></tr>
<tr><td>理事</td><td>松村　和能</td><td>旅館業</td><td>小西亭</td></tr>
<tr><td>理事</td><td>寺坂　大地</td><td>農業</td><td>丹生寺坂農園</td></tr>
<tr><td>理事</td><td>吉田　豊一</td><td>窯業</td><td>越前焼工業協同組合</td></tr>
<tr><td>理事</td><td>室田　翔一</td><td>農業</td><td>平楽夢農倶楽部</td></tr>
<tr><td>理事</td><td>山下　一信</td><td>水産業</td><td>山下水産</td></tr>
<tr><td>理事</td><td>仲保　春義</td><td>交通</td><td>越前観光バス</td></tr>
<tr><td>理事</td><td>山﨑　嘉朋</td><td>旅館業</td><td>料理宿やまざき</td></tr>
<tr><td>理事</td><td>山野　聡仁</td><td>旅館業</td><td>平成旅館</td></tr>
<tr><td>理事</td><td>西　広一</td><td>旅館業</td><td>大西旅館</td></tr>
<tr><td>監事</td><td>時田　和一良</td><td>新聞販売店</td><td>福井新聞越前朝日販売店</td></tr>
<tr><td>監事</td><td>米田　耕士</td><td>旅館業</td><td>喜楽家</td></tr>
</table>

【該当する登録要件】②
地域内の観光事業に関わる団体や事業者を行政職員等で構成されるワーキンググループを構成して、観光によるにぎわいづくりについて協議を行う。</td></tr>
<tr><td>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</td><td>・ＳＮＳを日々更新し、活動状況や地域の情報などを発信している。
・取り組み内容を地元マスコミに取材依頼し、情報発信をしている。
・町広報誌や行政ホームページ・行政情報番組・行政公式 LINE などを活用して地域住民への観光の取り組みに関する情報発信の実施。
・越前町を応援するためのファンクラブ制度による地域住民による観光への意識醸成やイベントや活性化のアイデア募集など参加型による交流の実施。
・地域の学校の課外学習への協力。</td></tr>
</table>

様式１

法人のこれまでの活動実績

【活動の概要】

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	**◎観光ホームページの運営** 当連盟が運営する越前町観光情報サイト「えちぜん観光ナビ」を運営し、エリア内のイベント情報や施設情報などを集約して発信している。また、一般からブログライターを募集し、旅行者＆地元目線での情報発信を行っている。 **◎各種 SNS での情報発信** Facebook・twitter・instagram などを中心に日々の情報発信・交流を行っている。 **◎広告掲載** 観光素材が旬となる時期に合わせて雑誌やテレビ、インターネットなどを活用してＰＲを行っている。 **◎ホームページの多言語化** 越前町観光情報サイトに英語、繁体字、簡体字のページを作成し外国人向けに発信を射ている **◎パンフレットやポスターの作成・配布** 観光パンフレットやポスターを作製し、観光施設や高速道路 SA などでの配架を行い情報発信に取り組んでいる。 **◎観光案内所の運営** 道の駅越前内に観光案内所を構え、窓口に訪れた観光客の対応や電話での問い合わせ対応、災害時や緊急時の迅速な情報案内を行っている。また観光客から得られた声を共有することで、地域全体のサービス力向上に役立てている。

様式１

		◎国内外観光商談会への参加（福井県との連携） 福井県などが主催する商談会に参加し、旅行会社向けに観光商品のＰＲを行っている。 **◎ファンクラブ会員向けにメールマガジンの発行** ファンクラブ会員向けに月２回程度の頻度でメールマガジンを発行し、旬の情報やお得な情報を提供している。 **◎三大都市圏を中心に出向宣伝の実施** 当連盟単独や越前町または福井県などと連携しながら出向宣伝を実施し直接交流することによるＰＲを行っている。
	受入環境の整備	**◎２次交通バスの運行（JR 敦賀駅発着）** JR 敦賀駅と越前海岸沿いの宿泊施設や観光施設を繋ぐバスを冬季期間に運行している。 **◎タクシー＆レンタカー利用の補助制度** 周遊観光に便利なレンタカーやタクシーを活用する補助制度を設け、利便性の向上を図っている。

◎インバウンド受入環境の改善

貸出可能な翻訳端末機（ポケトーク）の導入、多言語対応の指さしシートを作成し配布している。

◎県インバウンドアドバイザーと連携

福井県観光連盟のインバウンドアドバイザーと連携し、越前町内の観光事業者に対して、セミナーの開催や外国語対応などの受け入れ支援を行っている。

◎事業者応援のための支援制度の実施

意欲のある事業者が行いたい活動を支援することで、地域のにぎわいづくりと、観光人材の育成を図っている。

◎各種セミナーへの参加

観光庁・福井県などが主催するセミナーなどに当連盟職員による参加や、事業者の参加促進を行い、地域内の資質向上を図っている。

◎人手不足対策のための求人サイトの運営

求人情報を集約し一元的にＰＲすることで、地域内に足りない人手を補うための取り組みを行っている。

◎ＤＭＯ　ＲＥＰＯＲＴの発行

当連盟の活動報告を定期的に行い、得られている各種データなど地域の状況を共有し事業に活かしてもらっている。

様式１

	観光資源の磨き上げ	**◎着地型旅行商品の造成・販売** 通年を通して実施できる観光体験を商品化しオンライン上で予約・決済できるシステムを用いて販売している。 ＜造成プラン例＞ ・越前焼の窯元見学 ・船上からのイカ釣り体験 ・越前焼マイぐい呑みづくり体験 ・ベニガニ丼づくり体験 ・季節の生菓子づくり体験　など **◎地域の資源を活かした新たなグルメの開発・販売** 福井が発祥とされている舟盛を活用したグルメを地域事業者とともに共同開発し販売。（越前ＮＥＷ船盛） **◎漁業体験を核とした教育コンテンツの造成** 魚のさばき体験等ができる施設を整備し教育旅行のコンテンツとして提供。（観光庁補助事業：誘客多角化） **◎地域振興事業の実施や支援** 地域の資源を活かしたイベントの開催や助言などを行い、より魅力的なイベントとなるよう支援している。 ＜主なイベント＞ ・越前さかなまつり（実行委員会事務局） ・越前かにまつり（実行委員会事務局） ・水仙まつり（実行委員会事務局） ・越前陶芸村しだれ桜まつり（協賛・支援） ・越前陶芸まつり（協賛・支援） ・あさひまつり（協賛・支援） ・越前みなと大花火（協賛・支援） ・OTAIKO 響（協賛・支援） ・越前秋季陶芸祭（協賛・支援）

様式１

◎県と連携したマーケティングの実施
福井県観光連盟が収集しているアンケートデータやビッグデータを活用し、専門家からの助言をもらいながらデータに基づいた観光地経営を行っている。

◎観光満足度アンケート調査の実施
来訪者の意向・動態について把握するため、エリア内の観光施設や宿泊施設などにアンケート用紙を設置し、QR コードから得られた回答内容を集計し分析を行い観光地経営に役立てている。

【定量的な評価】

決算額（千円）	R2 年	R3 年	R4 年	R5 年	R6 年
	97,973	69,220	59,563	67,373	69,350

会員数（正会員）	R2 年	R3 年	R4 年	R5 年	R6 年
	158	158	162	165	165

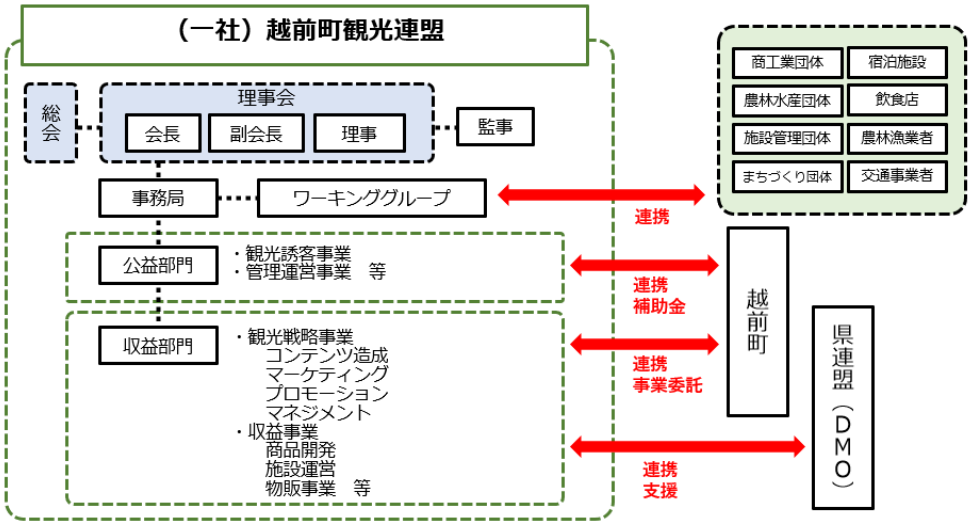
延べ宿泊者数（千人）	R2 年	R3 年	R4 年	R5 年	R6 年
	54	42	56	58	62

主要観光地入込数（千人）	R2 年	R3 年	R4 年	R5 年	R6 年
	1,204	1,046	1,209	1,183	1,193

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】
一般社団法人越前町観光連盟が母体となり、メンバーには、旅館・民宿、飲食店、小売店、観光施設、交通事業者、漁業者、アクティビティー、農林水産業、商工業等、窯元などの多様な関係者を中心に、越前町商工会、越前町漁業協同組合等の関連団体などとも連携して観光振興に取り組む。

【実施体制図】



様式１

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】

【区域設定の考え方】

越前町は越前地区・織田地区・宮崎地区・朝日地区と旧町村をベースとした、自然や文化・歴史などの特色の違う地区が混在している。
そのため、各地域でそれぞれ違った特色のある観光資源を有しており、区域として町域を設定し、地域の持つ豊富な観光資源を最大限活用するため、区域を３つのゾーンに分けて、より密に地域間を連携させて魅力を創出できるＤＭＯとして運営することが適切である。

・E-coast ゾーン（越前海岸沿いを中心とした地域）
国定公園に指定されている「越前海岸」を中心に、「越前岬」「呼鳥門」「鳥糞岩」などの風光明媚な景勝地や全国屈指のブランドガニ「越前がに」の水揚げ港である「越前港」を有し、カニの町として知られている。
海岸沿いには約 40 件の旅館・民宿が並び、「越前温泉」を引いている温泉宿も多く、温泉で旅の疲れを癒しながら、新鮮な海鮮を楽しめる。
また、越前岬周辺は日本水仙三大群生地のひとつとして知られており、福井県の花にも指定されている「越前水仙」が冬の風物詩として訪れる人を魅了している。

・E-history ゾーン（劔神社・泰澄大師ゆかりの地を中心とした地域）

織田信長をはじめとする織田一族発祥の地として知られる「織田」の真ん中に鎮座する劔神社を中心に、歴史ある史跡やゆかりの地が各地に残る。
また、白山を開山し、山岳信仰の祖とされている「泰澄大師」が幼少期に過ごし修行したとされる「越知山」や「越知神社」など神仏習合の史跡が数多く残る歴史的魅力の高いエリア。

・E-craft ゾーン（越前陶芸村を中心とした地域）
平安時代末期から続く「越前焼」は、日本六古窯のひとつに数えられ、日本遺産にも認定されている。越前陶芸村には、越前焼の資料館や直売所、また周辺エリアには越前焼の窯元が工房を構え、８００年以上続く伝統産業を今に伝え残している。

【観光客の実態等】
●ゾーンの主な観光入込客数

	地点名	R4 年	R5 年	R6 年	対前年比
		人	人	人	%
E-coast	越前海岸（自然）	288,120	281,575	276,759	97.7
	道の駅越前	657,626	634,099	611,524	96.4
	越前がにミュージアム	33,076	32,113	34,028	97.1
	越前岬水仙ランド	6,768	6,787	6,038	100.3
	露天風呂漁火	53,745	58,900	70,354	109.6
	海水浴場	20,155	24,864	21,360	123.4
	計	1,059,490	1,038,338	1,020,063	98.0
E-history	劔神社	157,217	171,954	141,594	109.4
	越前町織田文化歴史館	3,249	3,770	3,981	116.0
	泰澄の杜	29,872	35,376	38,419	118.4
	福井総合植物園プラントピア	13,506	12,386	13,269	80.9
	道の駅パークイン丹生が丘	25,309	21,105	22,530	83.4
	計	229,153	244,591	219,793	106.7
E-craft	越前陶芸公園	31,772	27,619	27,359	86.9
	福井県陶芸館	22,200	17,911	17,149	80.7
	越前古窯博物館	11,335	12,320	13,542	108.7
	越前陶芸村文化交流会館	40,507	37,838	35,031	93.4
	計	105,814	95,688	93,081	90.4

【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】
越前町は、海と里が近接し、特色的な文化や歴史を持つ地域が混在し、多様で豊富な観光資源がコンパクトに集まっていることが特徴である。

海沿いには、福井県を代表するブランド「越前がに」の水揚げ港の「越前港」があり、約７割の越前がにが越前町で水揚げされる「越前がにのまち」である。国定公園に指定されている「越前海岸」の中央に位置し「越前岬」「呼鳥門」などの奇岩断崖が続く風光明媚な海岸線には、新鮮でおいしいい海の幸を求め多くの観光客が訪れ、海岸線沿いには旅館や民宿などの温泉宿が立ち並ぶ。
また、冬には福井県の花でもある「越前水仙」が咲き誇り、日本最大の群生地となっている。

里では、平安時代末期から 800 年以上続く伝統産業の「越前焼」の産地で、今でも多くの窯元が工房を構え、織田信長一族発祥の地である「織田」には、1800 年以上の歴史を持つ越前国の 2 の宮「劔神社」が鎮座し、山岳信仰や神仏習合の祖といわれる「泰澄大師」が幼少期と晩年を過ごしたことから寺社仏閣関係の史跡も数多く現存している。

スポーツ分野では、ホッケーのまちとしても知られ、全国大会が開催されるホッケー場などを備え、地元の高校は全国優勝の常連校であり、太鼓文化も各地に残り、「オタイコヒルズ」では日本最大級の和太鼓の祭典「OTAIKO 響」が開かれる野外ステージもある。

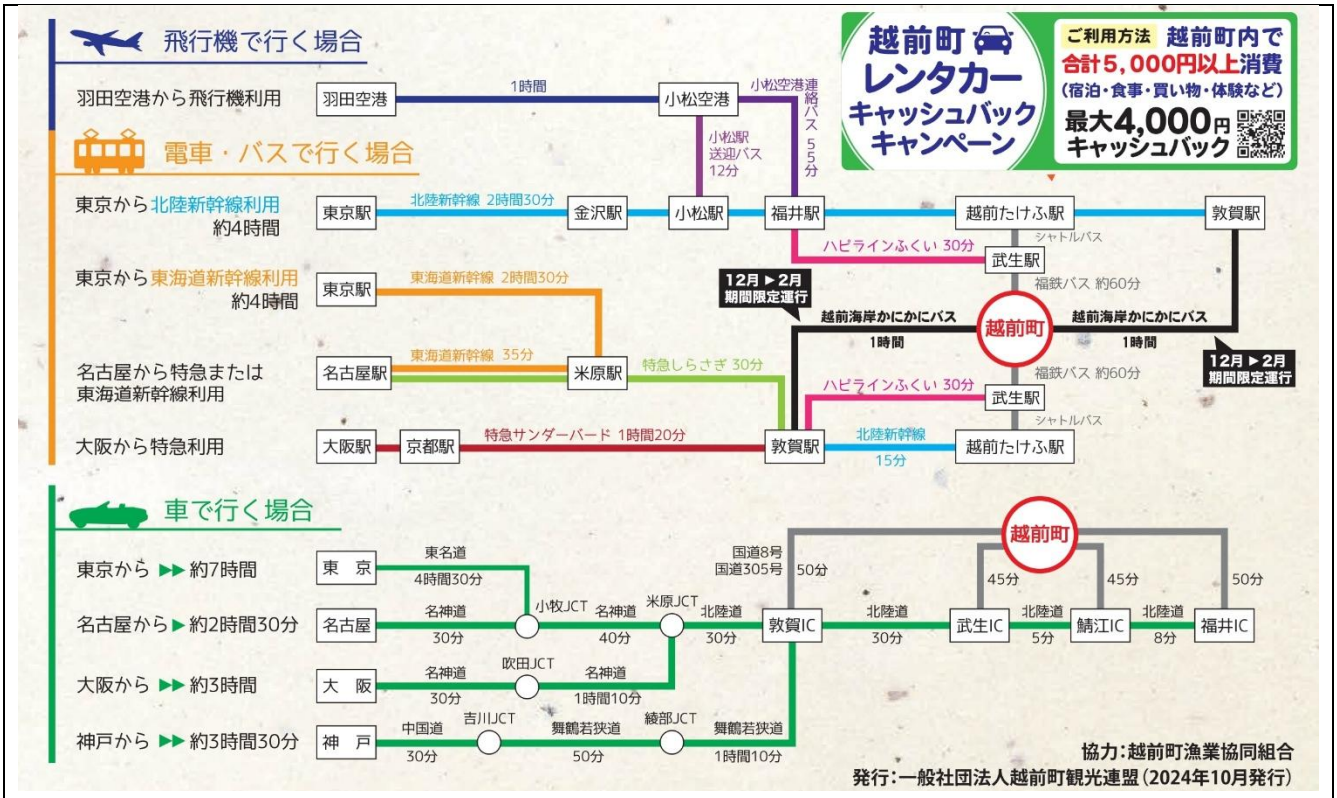
一年を通して各地で特色の違うイベントが開催され、春の「陶芸まつり」、冬の「かにまつり」や「水仙まつり」などは福井県を代表するイベントとして、県内外から多くの観光客が訪れる。
これら多様で豊富な資源を面で活かしていくための仕組みを構築していく。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	旅館		ホテル		民宿		その他		合計	
	軒数	人数	軒数	人数	軒数	人数	軒数	人数	軒数	人数
E-coast	1	55			37	1,281			38	1,336
E-history					7	274			7	274
E-craft					2	63			2	63
計	1	55			46	1,618			47	1,673

【利便性：区域までの交通、域内交通】
観光客の主な交通手段は自家用車で中京方面が一番多く次いで関西方面となっている。駅や高速道路を持たないことから、アクセスに大きな課題があり主要駅からの 2 次交通バスや、タクシーやレンタカーを活用した支援制度などニーズに合わせた移動方法を提案し、解消に努めている。

様式１



【外国人観光客への対応】

●外国人宿泊者数

R1 年	R2 年	R3 年	R4 年	R5 年	R6 年
1,287 人	42 人	0 人	180 人	510	1,420

＜来訪者属性＞

台湾や香港を中心に、越前がにを求めに訪れる外国人観光客が最も多く、
次いで越前焼などの伝統産業などについて興味を示す欧米からの観光客が多い。

＜受け入れ環境整備＞

・貸出可能な翻訳端末の整備
・指差しシートの作成
・インバウンド受け入れ研修の開催
・キャッシュレス導入セミナーの開催

＜誘客活動＞

・福井県と連携し台湾などへの商談会に参加
・近隣市町とともにファムツアーなどの受入対応
・多言語パンフレットの作成
・ホームページの多言語化

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	来訪者の消費活動の動向を分析し、観光消費額の拡大に繋げるため。	福井県観光入込客数統計調査より越前町の分を抽出して実施。
延べ宿泊者数	観光客の実態を把握、今後の観光戦略立案に活かすため。	福井県観光入込客数統計調査より越前町の分を抽出して実施。
来訪者満足度	観光客の実態を把握し、今後の観光戦略立案に活かすため。	アンケート調査を自主事業として実施。
リピーター率	観光客のニーズを把握し、より求められる施策を展開していくため。	アンケート調査を自主事業として実施。
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。	「えちぜん観光ナビ」より集計。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	行政が行う意識調査と自主事業で実施するアンケート調査にて分析する。
観光客入込数	観光客の実態を把握し、今後の観光戦略立案に活かすため。	福井県観光入込客数統計調査にて実施。
外国人延べ宿泊者数	外国人観光客の実態を把握し、PR や受け入れ態勢の整備を効果的に行うため。	福井県観光入込客数統計調査にて実施。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

越前町は、「越前がに」「越前焼」「越前水仙」など、福井県を代表する資源を数多く保有し、海と里が隣接していることによる多彩な資源に恵まれている。

一方で、人口減少・高齢化共に深刻な問題となっており、漁業や農業などの 1 次産業に加え、観光業などの 3 次産業においても、後継者不足や担い手不足による事業者数の減少が進んでいる。
事業者数の減少は、地域内消費を減少させ、地域経済の縮小に直結し、交通インフラの弱体化や、公共サービスの質の低下など、地域自体の存続が危ぶまれる事態を引き起こす要因となっている。
加えて、昨今のコロナ禍において、観光業は特に大きな打撃を受け、コロナ禍以前への回復への見通しはいまだ不透明な状況である。

さらに、越前町は、電車の駅や高速道路のインターチェンジなどがなく、最寄りの駅やインターチェンジから観光の中心地までは車で 60 分ほどかかるなど、交通アクセスが大きな課題となっているが、地域経済の衰退に伴い、路線バスの便数減少、地元タクシー会社の減少、地域内コミュニティバスの縮小など交通インフラの弱体化にさらに拍車がかかってしまっている。

また、古くから観光地として成り立っていた地域に共通している課題であるが、旧来の観光ビジネスモデルからの脱却が思うように進んでいない現状があり、客室のトイレや風呂、少人数対応への間取りの変更など、需要があるのは分かりつつも、ハード整備によるコストが伴うことから、時代のニーズに合わせた改善に遅れが生じている。
サービス面においても、インターネットやキャッシュレス化の遅れ、新しい価値創造のアイデア不足など、事業者の高齢化と後継者不足による世代交代が進まないことから改善が思うように進んでいない。

そういった中、2024 年春には、北陸新幹線の福井敦賀開業を控え、誘客拡大の好機を迎えている。
観光の力による地域振興は、地域経済の活性化や雇用の拡大等の経済的な効果だけでなく、地域への愛着やほこりの醸成等様々な効果をもたらし、地域の持続化に向けて、ますます期待が高まってきている。
この好機を最大限に活かし、観光の力により、地域のさまざまな課題に対策を打つため、観光地域づくり法人（ＤＭＯ）を中心として、既存の観光資源を活用しながら、新たな価値を見出し、雇用の創出や後継者不足の解消、交流人口の増加につなげていく取り組みを行っていく。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・「越前がに」ブランドの産地 ・福井の食を支える越前港を有する ・日本六古窯のひとつで日本遺産に認定されている「越前焼」の産地 ・「越前水仙」の日本最大の群生地 ・「越前がに」「越前焼」「越前水仙」等の福井県を代表するブランドを有する ・織田家由来の劔神社などの歴史文化 ・温泉を多数有する（５つの温泉） ・越前海岸の自然景観と環境 ・海と里とバラエティあふれる環境 （with コロナにおいての強み） ・自然豊かで密ではないイメージ	弱み（Weaknesses） ・交通アクセスが不便 ・後継者が不足 ・担い手となるプレーヤーが不足 ・施設の老朽化と陳腐化 ・案内看板の老朽化と不足 ・域内の周遊性が低い ・域内での連携が弱い ・温泉地としての認知度が低い ・昼食場所が少ない ・店が閉まるのが早い ・ＷＥＢやＳＮＳによる発信が少ない ・キャッシュレス対応が遅れている （with コロナにおいての弱み） ・県外客が多数を占め、県内からの認知と誘客が弱い
外部環境	機会（Opportunity） ・北陸新幹線福井延伸（2024 年春） ・大阪万博の開催（2025 年） ・団体旅行から個人旅行へのシフト ・モノ消費からコト消費へのシフト ・インバウンド客の増加 ・インバウンド客の地方への波及 ・ＳＮＳを活用した旅行先の検索 ・インスタ映えなどのロケーション人気 ・昭和レトロや平成レトロの再評価 （with コロナにおいての機会） ・地方のライフスタイルの評価の高まり ・アウトドアブーム	脅威（Threat） ・観光客のニーズの変化 ・周辺自治体との競争の激化 ・高齢化や後継者不足による地域経済の衰退 ・地方自治体の財政難による施設やインフラ整備の遅れ ・人口減少による国内旅行者の減少 ・日本経済の衰退による経済的に余裕のある層の減少 （with コロナにおいての脅威） ・地域経済の衰退が加速 ・感染症の再拡大への不安

※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

○第１ターゲット層
中京圏・関西圏の 40 代から 60 代の男女

○選定の理由
越前町に訪れる県外観光客の約７割を占める中京・関西圏（※１）で、かつ全体の 75%を占める 40 代から 60 代の男女（※２）（40 代 21.5%、50 代 33.5%、60 代 20.2%）を、引き続き重要ターゲットとして誘客を行う。
（※１）福井県観光入込客数統計調査より　（※２）自主事業のアンケート調査より

○取組方針
・中京圏は、越前町に訪れる観光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従来の魅力の磨き上げによるリピーター客の確保や、新しい価値を創造することで飽きさせない工夫を行い誘客する。
・中部縦貫道や冠山自動車道が開通することで、中京圏からの広域観光ルートが変化し、新たな観光客の増加が期待されるため、従来の情報発信に加え、新たな層に向けての情報発信も行う。
・自動車で訪れる観光客が多いエリアであり、越前町の弱点である公共交通網の不便さに影響されにくいことからより域内を周遊してもらえるような発信と取り組みを行い誘客につなげていく。
・北陸新幹線福井敦賀が開業することにより、広域交通の流れが大きく変わることから、敦賀駅を起点とした、2 次交通の整備や越前海岸線を北上するルートをより訴求する情報発信を行う。

○第２ターゲット層
首都圏の 20 代から 40 代の男女

○選定の理由
北陸新幹線福井敦賀開業を控え、利便性が向上する首都圏からの誘客を重要ターゲットとし、既に訪れている首都圏からの観光客（※１）は 40 代が一番多いこと、情報発信の手段として、コストと即時性からインターネットを活用した発信が中心となるため、40 代を中心にネットメディアとの親和性が高い 20 代～30 代の男女をターゲットとして設定する。
（※１）自主事業で実施しているレンタカー助成の顧客データより
（※２）総務省「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」より

○取組方針
・従来のマーケットである中京関西圏とは異なるニーズをとらえるためのマーケティング調査を行い、ターゲット層に訴求するコンテンツを磨き上げる
・越前町または福井県を全く認知できていない層が多数を占めることから、自地域が持つ強力な観光資源（越前がに等）を最大限に活かし、インパクトのある情報発信・プロモーションを行う。
・遠方の観光客ほどより広範囲に行動をすることから、近隣市町や福井県とも連携し、エリア全体の魅力を組み合わせた発信を行い誘客につなげる。
・交通アクセスなどの弱点を補うため、バスや、レンタカー・タクシーなど幅広い移動手段を活用しながら対策を行い、距離の不便を跳ね返せるような魅力あるコンテンツの開発を行う。

○第３ターゲット層
外国人旅行者（台湾・香港などの東アジアとドイツフランス米国などの欧米豪）

○選定の理由
「越前がに」や海鮮料理など、訴求力のあるコンテンツを活かした誘客が可能な東アジア（※）と「越前焼」や「劔神社」、和風旅館などの日本文化にニーズをもつ欧米（※）をターゲットとする
（※）日本政府観光局調査データの嗜好調査結果から

○取組方針
・近隣の京都や滋賀など歴史文化遺産に恵まれた地域と連携することで、寺社仏閣や伝統産業など親和性の高いコンテンツを広域で開発し、誘客拡大を図っていく。
・WEB サイトや SNS など、インターネット経由での情報入手が主となることから、デジタルマーケティングをより活用し、国や地域ごとに異なる文化や嗜好にあわせ、カスタマイズされた観光コンテンツの開発や情報発信を行っていく。

・受け入れを進めるためには地域全体の受け入れへの積極性が求められるため、観光事業者だけでなく地域住民も含めた誘致活動への理解と協力を求めながら、環境整備を行っていく。

＜東アジア＞
・台湾にある県の観光営業窓口と連携し、情報発信や影響活動を展開する
・香港は、訪日のリピーター率が最も高いとされ、よりニッチな観光地を求めることから、２度目の訪日以降に訪れる場所として訴求していく。
・事業者のキャッシュレス環境の整備を進め、観光消費を促進する。
＜欧米豪＞
・日本のもつ歴史や文化に非常に高い関心を持つことから、「越前焼」などの伝統産業、織田信長ゆかりの「劔神社」などの資源を活かしたコンテンツ開発と誘客を行う。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	彩り海土里（いろどりみどり）越前町 ～多彩な魅力で、住む人も訪れる人も１年中楽しめるまちづくり～
②コンセプトの考え方	越前町は、海と里が近接しており、さらに特徴の違う地区同士が隣接してひとつの町を形成していることから、海の資源しか持っていない地域や里の資源しか持っていない地域と比べ、単独の域内で、自然・食・歴史文化などで、広域連携と同等の多彩な魅力をコンパクトなエリアで提供できる点が最大の魅力の町です。 このコンパクトなエリアで、春には桜鑑賞や、陶芸のイベント、たけのこ掘り体験、活イカ料理、夏には海水浴場に、イソ観察、トレッキング、秋には紅葉狩りや底引き網漁による海鮮料理、冬には越前がにや越前水仙、みそ作り体験などと、季節と地域ごとに違う楽しみ方を提供することが可能です。 住んでいる人には毎日が新鮮な驚きで飽きない魅力を提供し、訪れる人には一度で楽しみつくせない何度も訪れたくなる魅力を提供し、観光の力でまちを活性化し、多彩な資源を未来へと残し、まちの持続可能性を高め、住む人も訪れる人も１年中楽しめるまちを目指します。

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。	・理事会（年３回開催）、総会（年１回開催）に加え、観光事業者、各種関係団体、行政等を交えた意見交換の場を不定期（年２回程度）に開催し、事業者との密なコミュニケーションを図ることで情報の共有を図り、戦略立案に活かしている。 ・20 代から 40 代を中心に、越前町に対して情熱を持った人を集めた意見交換会の開催（年６回程度）をしている。 ・毎月調査している観光入込客数および宿泊者数と観光アンケート調査の結果をまとめ、会員に対して報告を実施している。

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	・観光施設や宿泊施設・飲食店などで越前町観光満足度調査のアンケートを実施（通年）している。 ・福井県観光連盟が実施するアンケート調査結果を共有。 ・会員への定期的な入込数の調査、アンケートの実施。 ・ツアーや体験参加者へのアンケートや満足度の調査の実施。 ・ファンクラブ会員へのニーズ調査の実施。
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	・観光ホームページ「えちぜん観光ナビ」に観光事業者が実施するイベント情報などを集約。 ・福井県観光連盟が運営する「ふくいドットコム」と越前町観光連盟が運営する「えちぜん観光ナビ」を連携（RSS・API 等）させ、情報発信の一元化を図る。 ・SNS を利用し、観光事業者が発信する情報をシェアやリプライすることで、露出頻度を高め、情報を集約。 ・会員に対し、定期的に情報収集を行い、旬の情報を一元化。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

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	10,000	15,000	18,750	20,625	22,690	24,959
		(5)	(23)	(61)	(70)	(84)	(101)
	実績	13,586	15,135	14,901			
		(8)	(24)	(66)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	60,000	58,000	93,600	102,960	113,256	120,000
		(100)	(500)	(1,250)	(1,500)	(1,800)	(2,160)
	実績	56,000	58,123	62,107			
		(180)	(510)	(1,415)			
●来訪者満足度（%）	目標	52.0	56.0	60.0	64.0	68.0	70.0
		(52.0)	(56.0)	(60.0)	(64.0)	(68.0)	(70.0)
	実績	39.4	37.6	43.1			
		(－)	(－)	(－)			
●リピーター率（%）	目標	85.0	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	91.6	86.7	85.6			
		(－)	(－)	(－)			

※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】
越前町総合振興計画（後期）において、2025 年（令和 7 年度）における目標値が、宿泊者数が 11.3 万人、観光入込客数が 300 万人と定められている。
しかし、コロナ禍の影響や今後の経済情勢も不透明であることを考慮し必須 KPI を設定した。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
・福井県の観光消費額を基に、越前町の観光入込客数により算出。
・2024 年春の北陸新幹線福井敦賀開業に合わせ、原状回復を目標としている。
・2019 年～2021 年の目標値は、2018 年に作成した戦略プランによる目標値で、コロナの影響が反映されていないため、2022 年より、コロナの影響を反映した目標値に再設定した。
2024 年にコロナ前の数値への回復を目標に、段階的に約 50%増、約 25%増と段階的に設定し、2204 年以降は約 10%増を伸び率として設定している。
・外国人旅行者の消費額は、観光庁「宿泊旅行統計調査」より外国人福井県消費額を基に、宿泊者数より算出。(2019 年 27,720 円、2020 年 46,781 円、2022 年以降は 2020 年の 46,781 円を利用)

●延べ宿泊者数
・越前町観光入込客数の宿泊者数調査を基に算出。
・2024 年春の北陸新幹線福井敦賀開業に合わせ、原状回復を目標としている。
・2019 年～2021 年の目標値は、2018 年に作成した戦略プランによる目標値で、コロナの影響が反映されていないため、2022 年より、コロナの影響を反映した目標値に再設定した。
2024 年にコロナ前の数値への回復を目標に、段階的に約 30%増、約 20%増と段階的に設定し、2024 年以降は約 10%増を伸び率として設定している。
・外国人宿泊者数についても、2024 年にコロナ前の数値への回復を目標に、段階的に約 500%増、約 250%増と段階的に設定し、2024 年以降は約 20%増を伸び率として設定している。

●来訪者満足度
・自主事業の越前町観光満足度アンケート調査を基に算出。
・「福井観光ビジョン」により 2024 年に 60%の満足度達成を目標としているため、同水準を設定し目標達成のために年 4%の増加を設定している。
・外国人旅行者の目標値は 2022 年より目標値を設定。
・2019 年～2021 年の目標値は、2018 年に作成した戦略プランによる目標値で、コロナの影響が反映されていないため、2022 年より、コロナの影響を反映した目標値に再設定した。

●リピーター率
・自主事業の越前町観光満足度アンケート調査を基に算出。
・2019 年～2021 年の目標値は、2018 年に作成した戦略プランによる目標値。
・コロナ禍の影響により、マイクロツーリズムで県内または近隣県からの来訪者が多くなったためリピーター率が高く算出されたため、コロナ禍以前の約 80%を基準に目標を設定。
・2024 年 3 月の新幹線開業に合わせ新規顧客の獲得も重視しているため、以後の目標のリピーター率を 80%に設定している。
・外国人旅行者についてはリピート率を算出できるほどの母数がないため設定せず。

様式１

（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
●主要観光地入込数（人）	目標	1,200,000	1,350,000	1,500,000	1,650,000	1,815,000	2,000,000
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	1,209,000	1,183,000	1,650,000			
		（－）	（－）	（－）			
●ＳＮＳフォロワー数（人）	目標	19,000	20,000	22,000	24,200	26,620	29,300
		(8,800)	(9,200)	(10,100)	(11,100)	(12,200)	(13,420)
	実績	19,104	20,124	22,097			
		(8,807)	(9,277)	(10,186)			
●着地型ツアー参加者数（人）	目標	460	480	530	580	640	700
		(0)	(10)	(50)	(60)	(70)	(80)
	実績	956	778	408			
		(0)	(12)	(10)			
●ホームページアクセス数（千件）	目標	1,588	1,667	1,834	2,017	2,218	2,224
		(80)	(133)	(183)	(193)	(202)	(222)
	実績	1,737	1,590	1,150			
		(60)	(62)	(48)			
●ファンクラブ会員数（人）	目標	4,200	4,400	4,800	5,300	5,830	6,400
		(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
	実績	4,424	4,807	5,100			
		(0	(0)	(0)			
●観光住民満足度（%）	目標	－	42	44	46	48	50
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	－	41	41			
		（－）	（－）	（－）			
●観光案内所窓口対応外国人観光客数（人）	目標	－	－	－	－	－	－
		(50)	(200)	(650)	(800	(950)	(1,100)
	実績	－		－			
		(32)	(210)	(434)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

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】
地域全体の一体的な観光まちづくりを推進していくため、域内の主要な観光地の入込数の把握とインターネットやＳＮＳの現状を把握し、ＤＭＯとして稼げる観光地・持続可能な観光地を目指していくために必要な着地型ツアーの参加人数やファンクラブ会員数を独自の KPI として設定する。

【設定にあたっての考え方】
●主要観光地入込数
・越前町観光入込客数より算出。
・主要地点として、「越前海岸（自然）」「道の駅越前」、「劔神社」、「越前陶芸村」を設定。
・2024 年春の北陸新幹線福井敦賀開業に合わせ、原状回復を目標としている。
・外国人旅行者数については、地点ごとの正確な数字を算出する手段を現状確保できていないため未設定とした。
●ＳＮＳフォロワー数
・facebook、twitter、Instagram のフォロワー数の合計数字。
・毎年 5%増を目標とし北陸新幹線福井敦賀開業以降に 10%増を目指す目標値とした。

●着地型ツアー参加者数
・毎年 5%増を目標とし北陸新幹線福井敦賀開業以降に 10%増を目指す目標値とした。

●ホームページアクセス数
・「えちぜん観光ナビ」のアクセス数より算出。
・2019 年～2021 年の目標値は、2018 年に作成した戦略プランによる目標値で、コロナの影響が反映されていないため、2022 年より、コロナの影響を反映した目標値に再設定した。
・毎年 5%増を目標とし、北陸新幹線福井敦賀開業以降に 10%増を目指す目標値とした。
・外国人アクセス数は、2024 年で 2018 年時の約 183,000 件への原状回復を目標値とした。

●ファンクラブ会員数
・毎年 5%増を目標とし北陸新幹線福井敦賀開業以降に 10%増を目指す目標値とした。
・外国人旅行者数については、ファンクラブのターゲットが県内および近隣県であり、事業目的がリピーター客の確保ためであるため、目標値は設定せず。

●観光住民満足度
・2019 年に越前町が実施した、町民意識調査の結果を基に目標値などを設定。
・2023 年以降は、当連盟にて独自に住民に対してのアンケート調査を行うなどして集計する。

●観光案内所窓口対応外国人観光客数
・当連盟が運営している道の駅越前内の観光案内所にて窓口対応した外国人旅行者の数より算出。（JNTO の認定外国人案内所に登録しており毎月人数を報告）
・2024 年に、コロナ禍以前の水準に戻すことを目標に設定。

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。

様式１

（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	59,563,165（円）	【町からの補助金】 42,800,000 円 【会費収入】 2,190,000 円 【収益事業】 14,180,426 円 【その他】 392,739 円
2023（Ｒ５）年度	67,372,985（円）	【町からの補助金】 48,500,000 円 【会費収入】 2,219,000 円 【収益事業】 16,595,953 円 【その他】 58,032 円
2024（Ｒ６）年度	70,098,812（円）	【町からの補助金】 51,000,000 円 【会費収入】 2,265,000 円 【収益事業】 16,713,396 円 【その他】 120,416 円
2025（Ｒ７）年度	84,788,000（円）	【町からの補助金】 65,455,000 円 【会費収入】 2,229,000 円 【収益事業】 17,093,000 円 【その他】 110,000 円
2026（Ｒ８）年度	74,610,000（円）	【町からの補助金】 50,000,000 円 【会費収入】 2,120,000 円 【収益事業】 22,390,000 円 【その他】 100,000 円
2027（Ｒ９）年度	74,610,000（円）	【町からの補助金】 50,000,000 円 【会費収入】 2,120,000 円 【収益事業】 22,390,000 円 【その他】 100,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	58,663,774（円）	【事業実施費】 24,855,727 円 （内 情報発信・ＰＲ関連） 11,308,898 円 （内 受入環境整備関連） 13,546,829 円 【収益事業】 12,389,030 円 【管理運営費】 21,419,017 円
2023（Ｒ５）年度	65,878,959（円）	【事業実施費】 20,821,760 円 （内 情報発信・ＰＲ関連） 11,093,503 円 （内 受入環境整備関連） 9,728,257 円 【収益事業】 14,404,575 円 【管理運営費】 30,652,624 円
2024（Ｒ６）年度	69,349,553（円）	【事業実施費】 28,110,000 円 （内 情報発信・ＰＲ関連） 12,026,148 円 （内 受入環境整備関連） 12,486,907 円 【収益事業】 13,597,650 円 【管理運営費】 31,238,848 円

2025（Ｒ７） 年度	75,750,000（円）	【事業実施費】 （内 情報発信・ＰＲ関連） （内 受入環境整備関連） 【収益事業】 【管理運営費】	28,250,000 円 15,000,000 円 13,250,000 円 14,500,000 円 33,000,000 円
2026（Ｒ８） 年度	74,610,000（円）	【事業実施費】 （内 情報発信・ＰＲ関連） （内 受入環境整備関連） 【収益事業】 【管理運営費】	26,110,000 円 15,000,000 円 11,110,000 円 14,500,000 円 34,000,000 円
2027（Ｒ９） 年度	74,610,000（円）	【事業実施費】 （内 情報発信・ＰＲ関連） （内 受入環境整備関連） 【収益事業】 【管理運営費】	26,110,000 円 15,000,000 円 11,110,000 円 14,500,000 円 34,000,000 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

越前町で策定している「越前町総合振興計画」にて、「越前町版ＤＭＯ」の設立が明記されており、当法人が令和 4 年度末に候補 DMO 法人として登録を受け、観光振興の舵取り役を期待され、越前町からの補助金などの支援を受けて事業を推進している。補助金額においては、重要な政策方針を決定する政策ヒアリングなどにおいて、年次計画を作成し一定額の確保について毎年行政側と協議を行っている。着地型旅行商品の企画・造成・販売、入浴券やカレンダーなどの企画事業による収入や受託事業による委託料収入などを拡大させ、財政基盤の安定化を図り、民業圧迫にならない分野において、地元関係者の理解を得ながら、自主財源を得る仕組みを構築することを目指す。

【運営資金確保のための主な取り組み】
・会員からの会費収入による資金の確保
・国や県の補助事業の積極的な活用
・旅行商品などの収益事業の実施による資金の確保
・町などからの委託業務の受託

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

越前町は、「一般社団法人越前町観光連盟」を越前町における地域ＤＭＯとして登録したいので、一般社団法人越前町観光連盟とともに観光振興による地域活性化をサポートします。

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）

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

エリアが重複する公益社団法人福井県観光連盟とは、定期的に情報や意見交換を行い、各取組について情報を共有しより効果的に観光振興を推進できるように勧めている。

【区域が重複する背景】

一般社団法人越前町観光連盟は、１自治体単位の地域ＤＭＯとして、越前町の観光振興を担っており、公益社団法人福井県観光連盟は、地域連携ＤＭＯとして、福井県内全体を対象に事業を推進しているため。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

首都圏や国外からの誘客など１自治体では完結できないような事業や、多様な事業者が関与する体験商品の造成などで連携を図っていく。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

効率的で効果的な事業の遂行が期待できる。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	毛利裕昭
担当部署名（役職）	局員
郵便番号	916-0422
所在地	福井県丹生郡越前町厨 71-335-1
電話番号（直通）	0778-37-1234
ＦＡＸ番号	0778-37-1805
Ｅ－ｍａｉｌ	hi-mouri@town-echizen.jp

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	福井県越前町
担当者氏名	山田　朋美
担当部署名（役職）	主事
郵便番号	916-0192
所在地	福井県丹生郡越前町西田中 13-5-1
電話番号（直通）	0778-34-8720
ＦＡＸ番号	0778-34-1236
Ｅ－ｍａｉｌ	syoukou@town.echizen.lg.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人越前町観光連盟（通称：DMO ECHIZEN）

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】
福井県越前町
【設立時期】 平成27年4月1日
【設立経緯】 ③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 今村　真美子
【マーケティング責任者（CMO）】 毛利 裕昭
【財務責任者（CFO）】 濱本 正博
【職員数】 6人（常勤6人（正職員5人・出向等1人）
【主な収入】
収益事業16百万円、会費2百万円、補助金51百万円（R6年度決算）
【総支出】
事業費 25百万円、管理費31百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
旅館・民宿、飲食店、小売店、観光施設交通事業者
漁業者、窯元などの会員と越前町商工会、
越前町漁業協同組合等の関連団体

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	10,000 (5)	15,000 (23)	18,750 (61)	20,625 (70)	22,690 (84)	24,959 (101)
	実績	13,586 (8)	15,135 (24)	14,901 (66)	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	60,000 (100)	72,000 (500)	93,600 (1,250)	102,960 (1,500)	113,256 (1,800)	123,000 (2,160)
	実績	56,334 (180)	58,123 (510)	62,107 (1,415)	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	52.0 (52.0)	56.0 (56.0)	60.0 (60.0)	64.0 (64.0)	68.0 (68.0)	70.0 (70.0)
	実績	39.4 (－)	37.6 (－)	43.1 (－)	—	—	—
リピーター率（%）	目標	85.0 (－)	80.0 (－)	80.0 (－)	80.0 (－)	80.0 (－)	80.0 (－)
	実績	91.6 (－)	86.7 (－)	85.6 (－)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
中京圏・関西圏の40代から60代の男女

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
来訪経験ありの割合が多いため魅力の磨き上げによるリピーター客の確保や、新しい価値を創造することで飽きさせない工夫を行い誘客を行う。

【観光地域づくりのコンセプト】
彩り海土里　越前町
多彩な魅力で、住む人も訪れる人も1年中楽しめるまちづくり

具体的な取組

【【観光資源の磨き上げ】
・体験コンテンツの造成
・地域の資源を活かした新たなグルメの開発
・漁業体験を核とした教育コンテンツの造成

【受入環境整備】
・2次交通バスの運行
・タクシーやレンタカーの補助
・事業者研修の実施
・漁業体験施設の整備

【情報発信・プロモーション】
・「えちぜん観光ナビ」運営
・パンフレットやポスターの作成
・各種SNSでの情報発信
・国内外観光商談会へ参加（福井県と連携）
・三大都市圏を中心に出向宣伝の実施