

VII. 交通戦略

1. 交通戦略の現状と課題、方向性

■ 現状と課題

- 丹南地域を訪れる県外観光客の交通手段は、「自家用車」が85%と圧倒的に多い。
- 次いで多いのは「貸切バス・観光バス」(約10%)、次いで「JR在来線」(0.6%)、「JR新幹線」(0.2%)となっている。
- 今後、交通を取り巻くトピックとしては、「北陸新幹線の金沢－敦賀間の開業／平成34年度末」「国道417号トンネル(冠山峠)開通／平成34年度」「中部縦貫自動車道の岐阜県・油坂－福井県・大野間の開通／平成34年度」等があり、これらの将来の動向を見据えた交通戦略が必要となる。

■ 基本的な方向性

●引き続き自家用車の利用が大半を占めることを踏まえた環境整備を進める

- 引き続き自家用車の利用が大半を占めることを踏まえた環境整備を進める。

●団体バスの利用については敦賀、福井・あわら等とセットでのツアーをベースとし、丹南地域のみツアーも企画・検討

- 特に嶺南地域における団体バスが多い。南越前町等の観光資源の立ち寄りを拡大。
- 鯖江市、越前市、池田町、越前町については、福井・あわら等とのセットのツアーを企画。
- 旅行会社と協議し、丹南地域のみツアーも企画・検討。

●ターゲットと季節を絞り、効率的に鉄道＋2次交通のプランを企画

- 丹南地域へ訪れる多くの観光客は基本的に自家用車で来ることができる春・夏・秋の時期は自家用車で来ると考えられる。
- 春・夏・秋に鉄道を利用することが考えられるのは、①北陸・関西・中京圏より遠方の観光客、②旅行費用よりも癒しを求める個人旅行(女子旅等)や、③自家用車を持っていない外国人観光客と言える。今後の観光客の拡大余地として、鉄道＋レンタカー／バスの検討を行う。
- また季節に関しては雪道での運転技術が求められる冬の季節については、鉄道の需要は高いと考えられる。カニや雪などの時期に来れない季節の対策として、鉄道と2次交通のセットの企画商品を充実する。

1. 交通戦略の現状と課題、方向性

●2次交通～レンタカー需要(北陸新幹線(金沢－敦賀開業後)について

- 北陸新幹線(金沢－敦賀)開業に伴い、中京・関西圏からの鉄道客は敦賀で一旦、乗換えることとなる。
- これまで武生駅や鯖江駅でレンタカーを借りていたビジネス客が、並行在来線への移行後に同駅でレンタカーを借りるケースは減少するものと推察される。
- このような中、ビジネス客は①南越駅(仮称)、②敦賀駅の2つでレンタカーを借りるケースが増えるものと考えられる。
- 基本的に現在の鯖江、武生駅におけるレンタカー需要は①南越駅(仮称)に移ることが推測されるが、一部、敦賀へ移ることも考えられる。(2人連れの場合、北陸新幹線で南越駅(仮称)まで行きレンタカーを借りるより、敦賀でレンタカーを借りた方がコスト的に安くなるケースもあるため)
- また観光客について、福井県の中で鉄道利用が多いのは嶺南地域であることや、コストの安さを踏まえると、今後、南部方面からのレンタカーの需要は敦賀エリアで増加する可能性がある。(丹南地域を訪れる場合に、敦賀でレンタカーを借りて北上するパターン)
- また北側(長野、北関東方面)からの需要については、立ち寄り型が多いと考えられ、あわら温泉などの集客力のある観光エリアや交通結節点である福井エリアでレンタカーを借り、丹南地域を訪れる人が多いものと考えられる。
- これらを踏まえると、南越駅(仮称)のレンタカーの需要については、武生駅、鯖江駅からの移転需要はあるものの、丹南地域全体としてそれほど拡大しない可能性がある。

2. 交通戦略の取組

観光交通拠点の整備

●観光交通拠点整備

- 福井県を訪れる観光客が利用する高速道路において丹南地域の観光情報の提供や物販機能を充実し、周遊や消費の拡大を図る。
- 北陸新幹線の玄関口となる南越駅（仮称）及び周辺エリアに、鉄道利用者と自動車利用者が一体で利用できる機能を集約させ利便性の向上を図る。
- また、幅広い交通手段で訪問しやすい立地を生かし、伝統産業の魅力の奥深さ、自然や食の魅力を伝え、丹南各地へ導く広域交流拠点の起点としての整備を図る。

南越駅（仮称）周辺施設整備事業	越前市	南越駅（仮称）周辺に、道の駅（観光PR・物産展示・販売施設、地元食材の飲食店など）、多目的広場（イベント会場、サテライト会場として機能）を整備
南条サービスエリア地域振興施設整備事業	南越前町	南条サービスエリア（上り）周辺に、物販施設、地元食材の飲食店、イベント広場等を含む施設を新設。ウォーターランド南条内の公園（ウォーターパーク）をファミリー層向けにリニューアル

重点交通拠点

【鉄道】

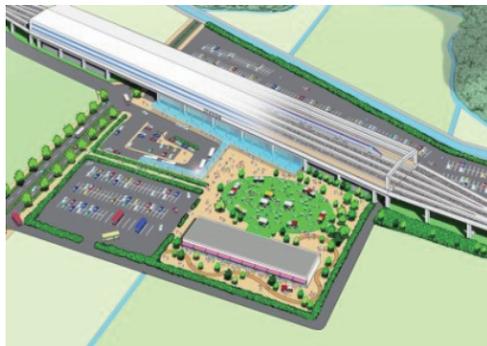
- ①武生駅・駅周辺 ②鯖江駅・駅周辺 ③南越駅（仮称）

【自動車】

- ①道の駅（河野、越前、西山公園、南越駅（仮称）） ②南条SA

【重点連携拠点】

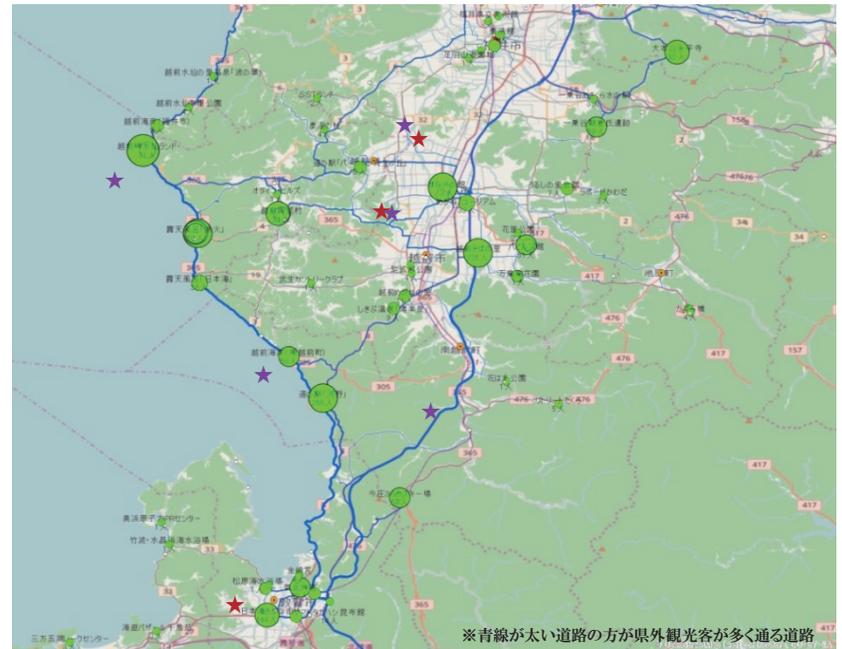
- ①敦賀駅 ②福井駅



南越駅（仮称）計画



南条SA



2. 交通戦略の取組

2次交通

- **鉄道＋2次交通での観光が可能な地域としてのイメージ形成** ～PR、2次交通セットの商品企画等
 - 本地域については、自動車が無ければ移動できないとのイメージが強いものと思われる。
 - 鉄道＋2次交通（レンタカー／タクシー／バス等）での観光が可能な地域であることのPRを行うとともに、鉄道＋2次交通の観光商品の開発を検討する。（2次交通の割引等）
 - レンタカーについては福井市や敦賀等との連携を図る。（レンタカー店での丹南地域の観光マップの配布等）
- **バス路線の利用促進の検討** ～観光客向けバスマップ・HPの作成
 - 観光客への路線バス等の利用促進及び観光地をめぐる急行バスの運行について検討を行う。
 - また主要観光地点での案内や、観光地へのバスマップの作成等を検討する。

2次交通の充実	丹南5市町	丹南地域の今後の2次交通のあり方について、交通事業者も交えて検討会を開催し、2次交通マップ・HPの整備や、2次交通をセットにした旅行商品の企画、南越駅（仮称）での2次交通の環境整備等を行う。
---------	-------	---

環境整備

- **道路案内看板の整備**
 - 現状、案内看板が少なく、自動車利用者が運転中に観光資源に関心を持ってもらえる機会が少ない。
 - 主要ルート上にある道路案内看板の整備・充実を進める。
- **道路のブランド化**
 - 観光客へ丹南地域の観光資源への認知度を高めるため、道路にテーマ性を持たせた名称をつける。
例：カニ街道等

越前しおさいカニ街道（仮称）プロジェクト	丹南5市町	冠山トンネルから越前海岸までの景観美化（看板撤去補助、電柱埋め立てまたは移設、建物美化事業など）とブランディング・PR事業
ふくいやまぎわ天下一街道との連携事業	鯖江市、越前市	中部縦貫道全線開通に伴うふくいやまぎわ天下一街道広域連携協議会との連携PR事業

2. 交通戦略の取組

●主要交通拠点・観光地における外国人観光客向けの受入環境の整備

- 外国人受入重点施設・区域を指定し、それらの区域について重点的に外国人の受入環境整備を進める。

外国人受け入れ対策事業	丹南5市町	丹南5市町が連携して、外国人の受入環境を向上させるため、観光パンフレット・HPの多言語化、主要観光地・景勝地・土産物店にフリーWi-Fiの設置等を行う。
-------------	-------	--

環境整備

取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ①インフォメーションボードの整備・多言語化 ②Wi-Fi環境の整備 ③物販・飲食店における外国人対応の充実 (メニューの多言語表記、従業員対応等) ④消費免税店の普及
外国人向け環境整備 重点区域	<p>【鉄道】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①武生駅・駅周辺 ②鯖江駅・駅周辺 ③南越駅(仮称) <p>【自動車】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①道の駅(河野、越前、西山公園、南越駅(仮称)) ②南条SA <p>【レンタカー】</p> <p>レンタカー会社の誘致</p>
外国人向け環境整備 重点区域	<p>【主な観光施設】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①武生中心市街地 ②今庄365スキー場 ③越前和紙の里 ④越前そばの里 ⑤タケフナイフビレッジ ⑥うるしの里会館 ⑦めがねミュージアム ⑧越前がにミュージアム ⑨池田町志津原地区(ツリーピクニックアドベンチャー、かずら橋) など

VIII. 宿泊戰略

1. 宿泊戦略の現状と課題、方向性

■ 現状と課題

- 丹南地域を訪問する県外観光客の約53%は、日帰りである。一方、宿泊している者の中でも、「福井市」、「あわら市」の順で宿泊している者が多く、現状、丹南地域で宿泊している者は多くない。
- 丹南地域で宿泊施設が集積しているのは、越前町、鯖江市、越前市である。越前町は旅館が中心で、鯖江市・越前市はビジネスホテルが中心である。
- 平成34年度末には、北陸新幹線の金沢－敦賀間が開業し、南越駅(仮称)が開通する。これにより、鯖江駅・武生駅の利用者が減少する可能性が高く、駅周辺にあるホテルの利用客も減少するおそれがある。
- 丹南地域は宿泊施設が少ないことが、観光客の周遊・滞在時間等の減少につながっていると考えられる。

■ 基本的な方向性

● 丹南地域らしい特徴のある宿泊施設を売り出す

- 丹南地域のコンセプトに合った、丹南地域らしい宿泊施設(旅館、民宿、農家民泊、宿坊、研修施設、廃校等)を売りとしていく。
- 地元の人との距離が近く、より丹南地域を味わってもらいやすいことを売りとしていく。

● 大型の宿泊キャパシティの確保については、南越駅(仮称)へのホテル誘致を基本とする

- 観光客向けの大型の宿泊キャパシティの確保については、南越駅(仮称)へのホテル誘致を基本とする。
- ビジネスホテルではなく、観光客にとって魅力的な宿泊施設であることが望ましい。

図表 福井県内の宿泊施設の状況



(出所)平成22年度(株)旅行出版社「宿泊施設データ」「宿泊収容人数」

2. 宿泊戦略の取組

宿泊施設の おもてなし力の 向上

● 宿泊施設のサービスレベルの向上

- 丹南地域のコンセプトに合った宿泊施設(旅館、民宿、農家民泊、宿坊等)にふさわしいサービスを充実、向上させる。具体的な取組(例)は下記の通り。

〔具体的な取組(例)〕

- － 宿泊施設を起点とした各種体験プログラムの充実
 - ・ 夕食後の宿泊施設内でのイベント(うるし箸の絵付け体験、地元料理づくり等)、釣り等の紹介
- － サービス、料理のレベルアップ
- － 飲食時の伝統工芸の食器等の魅力説明
- － 丹南地域内観光施設の案内力強化
- － 外国人対応力強化(語学対応、多言語化、Wi-Fi環境等)

● 既存施設のファシリティのレベルアップ

- 観光客の満足度向上を図るため、既存施設のファシリティのレベルアップを促進する。

ラポーゼかわだ施設整備事業	鯖江市	伝統工芸5産地をモチーフにしたコンセプトルームやトイレの設置、インバウンド向けの改修。また、施設内の体験メニューの充実や気軽に温泉を楽しめる施設の整備。
今庄宿泊拠点施設再整備事業	南越前町	今庄地区の観光地(今庄宿、鉄道遺産、365スキー場等)をつなぐ宿泊拠点施設として、今庄サイクリングターミナルを再整備(宿泊施設内でのそば打ち体験等の実施)

宿泊キャパシティ の確保

● 丹南地域にふさわしい特色ある宿泊施設(農家民泊、宿坊、研修施設、廃校ホテル等)の増加

- 丹南地域の観光にふさわしい特色ある宿泊施設(農家民泊、宿坊、空き店舗や廃校を活用した宿泊施設等)を増やす。
- 自然の山々に囲まれた研修宿泊施設(ふくい農業ビジネスセンター、農村de合宿キャンプセンター等)を、社員研修や学生合宿に最適な施設として売り込んでいく。
- またスキー場等の既存施設をキャンプ場として利用することや、キャンピングカーの利用促進に向けて環境整備を進めることを検討する。

● 南越駅(仮称)への特色ある宿泊施設の誘致活動

- 丹南地域における大型の宿泊キャパシティの確保のため、北陸新幹線で整備される南越駅(仮称)周辺に、観光客にとって魅力的な宿泊施設(ビジネスホテル以上)の誘致活動を行う。

2. 宿泊戦略の取組

宿泊イメージ の形成

●民泊、宿坊、ゲストハウス等のPR強化、案内機能の強化

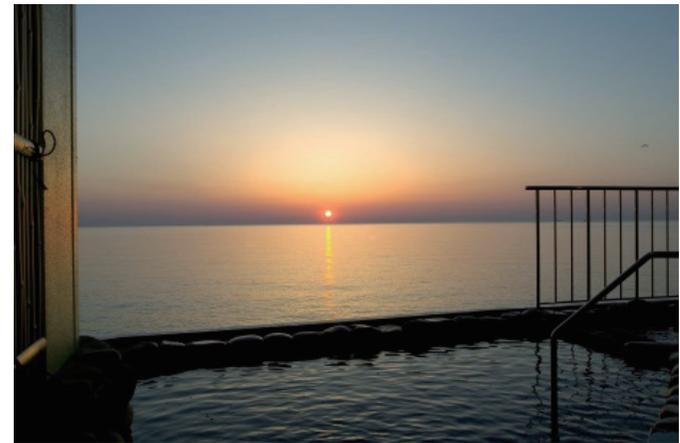
- 現段階では丹南地域は観光客にとって宿泊イメージが弱いことを踏まえて、宿泊イメージの向上を図るため、旅行事業者向けPR(例えば越前海岸の旅館をまとめて越前温泉としてPRするなど)、HP上でのPR、観光案内所等でのPR(宿坊等)を行う。

●“越前温泉“のブランド確立

- “越前温泉”としてブランド化を図り、特色ある温泉地としての認知度を高める。



寺内町宿坊



越前温泉

IX. プロモーション戦略

1. プロモーション戦略の現状と課題、方向性

■ 現状と課題

- 丹南地域には「越前がに」、「眼鏡」など全国的に知名度が高い個々の観光資源があるものの、全体として観光地のイメージが弱い。
- 個人旅行雑誌においては、「越前がに」「越前そば」の他は、施設紹介が中心であり、テーマ性を持った紹介がなされていない。
- 旅行代理店のパンフレット等においては、丹南地域自体を取扱う観光旅行が少ない。

■ 基本的な方向性

【前提条件】

● プロモーションを行う大前提として、まず観光資源の磨き上げを行う

⇒旅行会社や旅行雑誌に自発的に取り上げてもらえる状況をめざす

- PRする観光資源が魅力的でなければ、いくらプロモーションを行ったとしても効果が薄いことを十分に認識し、まずは伝統工芸や歴史・文化、自然等の観光資源について観光客に関心をもってもらうための磨き上げを行う。
- 旅行雑誌やHP等に料金を支払い掲載してもらうのではなく、これらの媒体が自発的に取り上げたい状況をめざす。

【訴求するイメージ】

● 「丹南」ではなく、「越前」の名称での地域のブランド化

- 全国的に有名な「越前」という名称は、本地域に由来することから、本地域の名称を「丹南」ではなく「越前」の名称でブランド化を図る。

● 「越前ならではの本物の体験」のイメージ強化

- 他の地域のような圧倒的な集客を誇る観光資源が無い代わりに、伝統工芸、宿場町・寺内町、北前船等の歴史・文化、豊かな自然等、越前ならではの本物の観光資源を最高に楽しむことができる(本物の体験ができる)地域としてのイメージ強化を図る。

● 「宿泊＋温泉＋食」の滞在イメージの強化

- 高い知名度を誇る「越前がに」を強みに、宿泊や温泉地のイメージを強化し、宿泊＋温泉＋食が一年を通して楽しめる地域として滞在イメージの強化を図る。

2. プロモーション戦略の取組

観光客の 旅行企画段階

●丹南(越前)地域の観光をPRするHPの設置、動画制作

- 丹南地域の観光イメージを訴求するためのHP開設や動画制作を行い、「越前ならではの本物の体験」、「宿泊+温泉+食」の滞在イメージを訴求する。
- 情報発信の他、体験プログラムや宿泊施設の予約ができるサイトとすることを検討する。

●「体験プログラム」認定制度

- 丹南地域で推奨する体験プログラムの充実を図るため、体験プログラムの認定制度を創設する。
- 品質を担保するため、評価基準や審査方法を定める。
- 認定されたプログラムについては、HPに無償掲載するなどのインセンティブを付与する。

●越前温泉のプロモーション

- 滞在イメージの強化を図るための重点事業として、越前海岸周辺の温泉を「越前温泉」としてブランド化を進める。
- 観光客の利用頻度が高い宿泊予約サイト(楽天トラベル、じゃらん等)、旅行雑誌や旅行代理店への掲載PRを働きかける。

●Facebook、Instagram、YouTube等のSNS強化による情報発信と新たな資源発掘

- 観光協会を運営主体とし、Facebook、Instagram、YouTube等のSNS強化を図る。
- これらのSNSにより情報発信の充実を図るとともに地域の人々や観光客の投稿による新たな資源発掘に結びつける。

●ビジュアルインパクトのある写真・動画のストック

- 全国の地域が観光まちづくりに取り組み、情報発信を行う中、通常の写真では観光客の関心を惹きつけることが難しくなっている。
- 写真や動画の素材については、消費者のみならず旅行代理店等の関心を惹きつけるうえでも重要であることから、プロのカメラマン等を活用し、ビジュアルインパクトのある写真・動画のストックを行い、PR素材、営業素材として活用していく。

着地型観光サイトイメージ「asoview」



2. プロモーション戦略の取組

観光客の 旅行企画段階

●各種ランキング戦略（トリップアドバイザー、温泉地ランキング等）

- 旅行に関する各種ランキングで上位に位置するようランキング戦略を検討する。
- 「①観光地（資源）として登録されること」、「②観光客に口コミを登録してもらうこと」の2点が重要であることから、これらを促す取り組みを検討する。（例えば、①越前温泉として登録、②観光客に口コミを登録してもらうためのインセンティブ（割引等）を各施設で用意）

ランキング（例）：トリップアドバイザー（観光資源、温泉）、楽天トラベル（温泉）、じゃらん（温泉）等

●各種プロモーション活動の展開

- ターゲットごとに訴求内容を設定し、各種広告、宣伝活動によりプロモーションを実施する。

●福井県等と連携した広域プロモーション

- 福井県や他地域（石川県など）と連携した広域プロモーションを行う。

●鉄道事業者・旅行代理店等や旅行雑誌へのプロモーション、旅行商品開発の検討

- 雑誌やパンフレットへの情報掲載、旅行商品の開発等を目的に、鉄道事業者・道路事業者・旅行代理店等や旅行雑誌へ積極的にプロモーション活動を行う。
- PRした観光資源や旅行商品について率直な評価をもらい、今後のマーケティングに結びつける。

●道の駅やサービスエリアでの周遊を促すためのプロモーション

- 道の駅やサービスエリア等において、観光客に丹南地域での周遊を促すための、各種情報発信を行う。
- 丹南地域の周遊プランを観光客に提案するコンシェルジュの設置や、各施設の体験プログラム等の予約機能を持たせることを検討する。

●各種パンフレットの充実、多言語化 等

- 各種パンフレットをユーザーニーズにあった形で見直すとともに、外国人観光客に向けて多言語化を進める。

観光客の 旅行段階

X. 推進体制

1. 推進体制

■ 現状と課題

- 越前海岸以外は観光が主要産業で無かった歴史がある。また現在、丹南地域の主要な観光施設の多くは公共施設であり、観光分野における民間・地域の動きが弱く、官民連携の推進体制も十分とはいえない。
- また丹南地域の観光資源は大きな集客力を誇る資源が無く、集客施設、宿泊施設、公共交通等が各市町に分散していることから、5市町単体での誘客は限界が見えている。

■ 基本的な方向性

● 観光推進の中核を担う組織としての観光協会の機能強化

- 今後、各種マーケティング、ツアーの開発、誘客活動・プロモーション活動、民間事業・人材の発掘・育成、観光関連団体のネットワーク化等を進める必要がある。
- これらの事業については官民連携が重要となることから、これらの役割を担う組織として各市町の観光協会の機能強化を行う。

● 観光に関わる様々な事業に民間のアイデア・活力を積極的に導入

- 丹南地域の観光商品の開発や、既存の各種イベント等に民間・地域のアイデア・活力を積極的に取り入れていく。
(例) 伝統工芸の総合イベントに合わせて、各工房のオープン化、伝統工芸体験ができる新プログラムの提供、ツアーの開発を行うなど

● 5市町連携による推進体制の強化

- 5市町単体での誘客活動には限界があることから、丹南広域観光協議会等を強化する形で5市町の連携体制の充実を進める。
- 具体的な活動としては、観光、産業や交通など、5市町の総合的な連携による①観光戦略の具体化、②誘客活動・PR活動の実施、③勉強会・セミナー開催等を行う。

● 関係他地域との積極的な連携

- 誘客や取組の効果の向上を図るため、様々な地域との連携を図る。
 - ファミリーをターゲットとした誘客活動：奥越地域や福井坂井地域との連携
 - 伝統工芸に関する取組：全国の伝統工芸の産地との連携 等

【参考】平成29年度以降の検討テーマ(例)

- 誘客・プロモーション
- 観光まちづくり・・・伝統工芸、食、宿泊 等
- 2次交通
- 南越駅(仮称)周辺施設整備、南条SA地域振興施設整備 等

XI. 評価指標

1. 評価指標

●丹南地域全体の集客目標

指標	平成27年	平成34年
観光客入込数 (5市町計)	5,906千人	7,000千人 [約20%増]

●主な観光地の集客目標

観光地名	市町名	平成27年	平成34年
西山公園	鯖江市	990,390人	1,100,000人
かわだ温泉ラポーゼかわだ	鯖江市	116,839人	140,000人
めがねミュージアム	鯖江市	106,082人	140,000人
越前そばの里	越前市	209,462人	215,000人
武生中央公園(たけふ菊人形含む)	越前市	130,000人	200,000人
和紙の里(紙の文化博物館・ 卯立の工芸館・パピルス館)	越前市	146,220人	156,000人
ツリーピクニックアドベンチャー	池田町	—	80,000人
溪流温泉 冠荘	池田町	44,124人	47,500人
かずら橋	池田町	27,262人	29,000人
今庄まちなみ情報館 (今庄宿・旧北陸線トンネル群)	南越前町	—	30,000人
ふれあい会館今庄 サイクリングターミナル	南越前町	15,679人	20,000人
北前船主の館右近家	南越前町	8,904人	20,000人
道の駅「越前」	越前町	741,580人	800,000人
劔神社	越前町	164,723人	180,000人
越前陶芸村	越前町	120,543人	135,000人

XII. 重点プロジェクト

重点プロジェクト

観光資源に 関する取組み

- 日本一の伝統工芸体験プログラムの開発
- 全国から注目される本物の観光地づくり～空間・体験の全てが本物へ～河野北前船主通り・今庄宿 等
- 自然体験の充実と既存施設の徹底活用
- 北陸新幹線開業(金沢－敦賀)を見据えた丹南地域の観光シンボル開発の検討
- 丹南地域でしか食べられない食の掘り起し、飲食・宿泊のレベルアップ

交通戦略

- 観光交通拠点の整備～南越駅(仮称)周辺施設整備、南条SA地域振興施設整備
- 車利用が大半であることを踏まえた道路戦略～南北から東西への誘導～SA・道の駅等での情報発信力の強化、観光施設の道路標識の充実
- 個人旅行者、インバウンドの拡大に向けた鉄道+2次交通への取組着手～レンタカー/タクシー/バス、セット商品

宿泊戦略

- 越前温泉のブランド化
- 丹南地域にふさわしい特色ある宿泊施設の増加～農家民泊、研修型宿泊、宿坊、廃校ホテル等
- 南越駅(仮称)への特色ある宿泊施設の誘致活動

プロモーション 戦略

- 「丹南」ではなく、「越前」の名称での地域のブランド化
- 「越前ならではの本物の体験」のイメージ強化
- 「宿泊+温泉+食」の滞在イメージの強化