敦賀市観光振興計画（2026年度→2030年度） 概要版 1/2

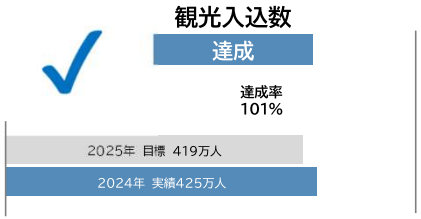
1. 観光振興計画改定の背景

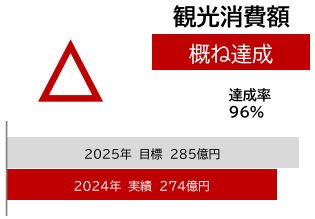
敦賀市は、北陸新幹線の延伸により、当面の終着駅として新たな役割を担うこととなりました。関西・中京・北陸を結ぶ交通の要衝であり、港町として人や文化を迎えてきた敦賀市は、今後のまちづくりと観光振興を考える上で、大きな転換点に立っています。一方で、「来訪はしているものの、観光体験や消費につながっていない」「通過や短時間滞在にとどまっている」といった課題が明らかになっています。こうした状況を踏まえ、これからの観光振興には、来訪者数の増加のみならず、敦賀で過ごす時間に価値を感じ、愛着を持ってもらう観光への転換が求められています。

本計画は、今後5年間（2026年度から2030年度）に取り組むべき観光振興の方向性と具体的な行動を整理し、敦賀市がこれまで培ってきた歴史、食、港町の文化、そして来訪者を温かく迎え入れてきた市民性といった「強み」を生かし、立ち寄り、体験し、消費し、また訪れたくなる観光の実現を目指します。

2. 観光における課題事項

▶ 北陸新幹線延伸の効果で集客は成功しているが、**消費につなげる仕組みが不足していることが課題**





▶ 来訪者は来ているが、**通過し消費されていない**要因を分析し3つの課題に整理

市民・企業の観光意識 が不足

敦賀を訪れても観光を体験できていない。体験する店が少ない、夜にお店が空いていない

声が少ない、観光が体験できていない
＜満足度が上がらない＞

情報発信 が足りていない

来訪者の50.7%が、旅マエに「参考にしたメディアはないと回答」

50.7% 参考にしたメディアはない
＜来訪する目的がない＞

敦賀「らしさ」 が不明確

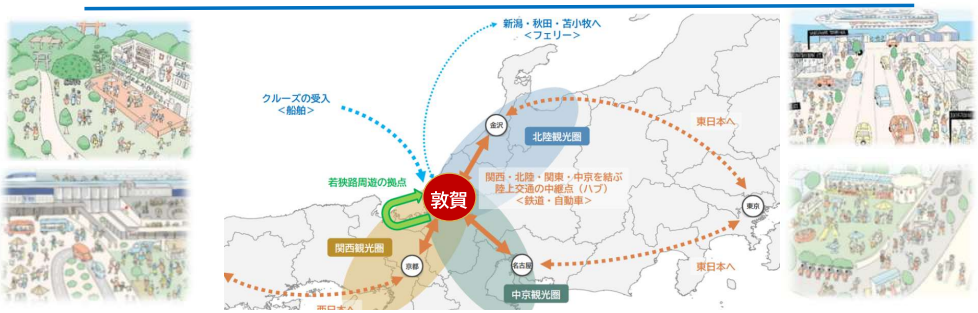
敦賀市の食・土産の認知度・推奨度が低く敦賀で「お薦めするもの」が少ない

敦賀といえば「何」か知られていない
＜消費する機会が少ない＞

3. 観光振興の方向性

▶ **敦賀がもつ「機会・特性」を生かし潜在ニーズをとらえて**「訪れて消費してもらう」町を目指す

～人を迎えてきた港町、これからも「訪れ」たくなる街へ～



北陸新幹線の「当面の終着駅」という歴史的な機会に加え日本海側の玄関口であり
広域観光の拠点として高い潜在力を生かした観光振興を目指す

4. 観光振興計画における目標

▶ 敦賀市の強みを生かした観光振興に取り組むため、新たな目標とKPI（重要業績指標）を設定

目標 「価値」を提供し「愛着」を持った「つるがファン」を獲得すること

価値

一人当たりの観光消費額

実績値 2024年 **6,458円** → 目標値 2030年 **7,800円**

愛着

顧客推奨度（※NPS）

実績値 2024年（R6年度敦賀市観光動向調査 結果） **-11.4** → 目標値 2030年 **プラス（0.0）以上**

※NPSとは顧客の「愛着」や「信頼」を図る指標
「お薦めしたいかどうか」アンケートを通じて指標化

北陸新幹線延伸の効果により集客は高いレベルを達成しているため、今後5年間は維持を目指す	
【参考指標】観光客入込数	425万人（2024年実績）を維持
【参考指標】観光入込数のうち宿泊者数	81万人（2024年実績）を維持

敦賀市観光振興計画（2026年度→2030年度） 概要版 2/2

5. 重点アクションプラン（5か年）と体制

実行

課題解決に向け6つの重点アクションプランを定め「通過から立ち寄り」への転換」「市民がお薦めできる観光産業の育成」「再訪を促す敦賀の良さのブラッシュアップ」を図る

情報発信の強化

1.旅ナカ・駅ナカにおける情報発信強化

「物語」が伝わり、回遊と消費を生む仕組みづくり

- ✓ 敦賀駅乗換コンコース観光案内所で歴史・文化や特産品紹介
- ✓ デジタルサイネージでイベント情報を発信
- ✓ 「敦賀ものがたり」書籍化＆多言語化とコーナ展開

2. SNSを活用した戦略的情報発信

SNS・動画による若年層・インバウンド認知拡大

- ✓ SNS市民参加型企画や公式連携での拡散を検討
- ✓ 海外バイヤー招請等による食の情報発信を検討
- ✓ 効果測定しPDCAサイクルで情報発信方法を改善

ふるさとの誇りを醸成

3.「食」を起点とした誘客

“食”を起点に、現地と来訪前後のEC購買拡充

- ✓ 現地での食体験や味覚イベントの企画を検討
- ✓ 特産品現地販売や市内企業のEC活用を支援
- ✓ 国内外販路拡大や誘客推進施策を支援

4. 駅前広場から街中への賑わい創出

食・イベント・夜間コンテンツ造成による“駅前の玄関口化”

- ✓ 季節イベントや市民参加型企画を行政が支援
- ✓ 定期イベントにより、年中賑わう駅前空間の醸成を推進
- ✓ 駅前イベントを活用し、市内への回遊促進施策を検討

敦賀「らしさ」のブラッシュアップ

5. 消費機会の拡大

「敦賀で楽しむ理由」を創出

- ✓ 宿泊需要拡大へ夜間イベントや朝観光を充実等を支援
- ✓ 飲食・体験と宿泊を連携しパッケージ化を支援
- ✓ クルーズ船の誘致を拡大し観光需要の拡充を支援

6. 二次交通・ラストワンマイルの強化

観光資源を結び、回遊性・滞在価値を向上

- ✓ シェアサイクル等の多言語対応で移動利便性を向上
- ✓ 市内移動と観光回遊の起点・中継点を整理検討
- ✓ 自由度の高い交通ツールの活用検討

体制

行政・民間・市民の連携を強化し、民間のみでは実行が困難な部分については、行政が先導・支援することで課題解決を後押しする

観光振興に向けた体制

▶ 行政は先導や場を作る役割であり、観光振興のプレイヤーである**市民や民間事業者との連携が不可欠**

プレイヤー	役割
市民	まちの魅力を共につくる “アンバサダー”
民間事業者	価値を届ける “フロントライン”
観光関連団体	資源を束ねる “コーディネーター”
観光客	価値を体験し、広げる “共創者”
敦賀市	仕組みをつくる “システムデザイナー”

官民連携

広域連携
北陸3県・観光関連団体

まちづくり
敦賀まちづくり協議会

観光振興

嶺南ブランド
若狭湾観光連盟

情報発信
福井県観光連盟

＜新幹線敦賀開業まちづくり推進会議＞

行政・民間・市民が「敦賀の観光」を自分事として回す仕組みを協議会の枠組みで実行
敦賀の観光を後押しするような県や団体との連携を推進

継続検討

持続可能な観光振興に向けた検討（中期）

情報発信強化
- ✓ 人道・歴史を生かした教育旅行プログラム化
- ✓ 再生エネルギーに関する教育コンテンツ検討
- ✓ インバウンドプロモーションの強化

観光商品開発
- ✓ オーベルジュ等を生かした富裕層の誘客検討
- ✓ 敦賀の生活文化を生かした観光商品開発
- ✓ スポーツツーリズム商品開発

人材育成
- ✓ 次世代育成に向けた観光教育企画検討
- ✓ 人手不足に対する支援の検討
- ✓ 事業者マネジメントスキル向上の支援等

基盤検討
- ✓ 観光案内多言語化などの観光インフラ整備
- ✓ 観光客向け避難確保計画の推進と多言語化

観光推進体制
- ✓ 国・県・隣県（滋賀北部含む）との広域連携強化
- ✓ 港都つるが観光協会との連携・協働を促進
- ✓ 観光庁・北陸3県・福井県との広域連携の強化