

議事録

■ 概要

会議名	第3回 敦賀市観光振興計画策定委員会
日時	2025年12月22日（月曜日） 15時00分～16時45分
場所	敦賀市役所 2階講堂
出席者	別紙「観光振興計画策定委員会名簿」（委員10名、事務局9名）

■ 議事

討議内容	<p>1. 会議開始・事務連絡</p> <ul style="list-style-type: none">・本会議は公開、傍聴者は2名・敦賀商工会議所の人事異動に伴い、伊藤専務理事が新たに委員に就任・委員会は10名出席、半数に達しているため、設置要綱第六条第二号の規定により、会議開催の要件を満たし開催条件を確認 <p>2. 議事進行・計画案説明</p> <p>委員長</p> <p>『敦賀市観光振興計画案』について事務局より説明をお願いします。</p> <p>事務局</p> <ul style="list-style-type: none">・今年度中に令和8年度から12年度までの5か年計画を策定。これまでの取り組みを評価し、課題を抽出し、今後必要な政策を市民や観光関係者と議論、今回その経過を踏まえ、計画の骨子案としてまとめた。 <hr/> <p>■計画の理念・現状～目標 KPI までの説明（概要版 P3-8）</p> <p>事務局</p> <ul style="list-style-type: none">・敦賀市の総合計画では『好循環が継続する地域』を基本理念。人口減少対策と地方版総合戦略を統合し、まちづくりの指針となるまちづくりアクションプログラムに基づき、本計画においても、将来像は「選ばれる町、ファンの獲得」を目指す。・敦賀市は北陸新幹線の終着駅として、関西・中部・北陸主要都市と直結。フェリーやクルーズ船による海上交通もあり、陸と海の総合交通拠点。若狭エリアやインバウンド観光地への入り口でもあり、広域観光のハブとして高い潜在性がある。 <p>広域連携を深め、地域の存在感を高めていく戦略が必要と考える。</p> <ul style="list-style-type: none">・課題は2点。来訪者の減少と観光消費の増加。ビッグデータやアンケート調査から、来訪意欲・顧客推奨度が低い、地元住民の魅力認識が少ないことが判明。原因は、情報発
------	---

信不足、市民・企業の共感不足、観光地の回遊動線が弱いこと。

・そのため「顧客推奨度（NPS）をプラス 0.0 以上に、観光消費額の拡大（目標値 7800 円）を目標と定め、ターゲットは北陸新幹線の乗り換え客、文化グルメ志向が高い層、インバウンド（クルーズ船乗客）と検討している。

■委員からの質疑・意見

委員

・インバウンド誘客のターゲット層やアプローチについて、北米豪は現状来訪者数が少ない認識だがターゲットとしてよいのか？来訪が多い台湾や東南アジア層も狙う必要があるのではないかとクルーズ船については敦賀市側から増加するような営業をかけて行く必要があると思う。

委員長

・まず前提としてインバウンド来訪の総数自体が非常に少ない状況と考えている。どのような材料でインバウンド総数を増やすのかという県全体の議論が必要。敦賀市を移動のために通過しているインバウンド層に、いかにして市内に降りてもらえるのか、飲食をターゲットにするなど、立ち寄り機会を作る検討が必要ではないか？

委員

・インバウンドの総数については県全体としての課題感をもっている。休日だけではなく平常時/平日にインバウンドのお客様が来訪するために、どのような取組をしていく必要があるのか？しっかりとインバウンドを増やす戦略や計画を立てていく必要があると感じる。

委員長

・敦賀市としてオーバーツーリズムへの配慮は必要かもしれないが、平常時にインバウンド来訪を増やす取組みについては計画に記載されるのがよいのでは？

委員

・前提として、敦賀市としてなぜ観光振興が必要となるのか？社会基盤を維持していくためには外貨を稼がないといけない背景などについても計画に記載されてはどうか？稼ぎ方の一つとして観光振興が位置付けられていると理解している。

また、KPI（観光消費額等）を達成することで、どのような姿になるのか？地域経済への具体的な効果について示す必要があるのではないかと？

事務局

・地域の事業者からも、来訪者の増加により消費が拡大している感覚がないという声も聞かれるが、20%増という高い目標数値を達成することで体験できる規模での地域経済

への効果を期待している。来訪者や宿泊者数については現時点では記載していないが来訪者数はピークの維持、宿泊者数は10万人規模での拡大を目指す検討をしている。

委員

・消費額の拡大に向けて、宿泊客の獲得に意識を切り替えていく必要があることは理解するが、地域の事業者の参加が促されるような訴求が必要。

委員

・観光来訪者数の減少トレンドの理由として記載されている日本全体の人口減の記載はミスリードになるのでは？県全体としても新幹線の開業効果としての来訪者数は減少している傾向だが、言い方を変えると90%以上維持をしている。人口減少の問題とは切り離して、まだまだ取りこめていない観光来訪者数を維持する方針を記載すべきではないか？

■重点アクション～サービスデザインまでの説明（概要版 P9-14）

事務局

・情報発信強化、物産消費促進、駅前広場の賑わい創出、SNS活用、宿泊客消費拡大、二次交通整備の6つの重点アクションを進める。誰がどのような役割を実施するのは、整理として「市民は町の魅力発信、観光客への声かけ、SNS投稿。観光客は体験・消費・口コミ発信。観光事業者はサービス提供。関連団体はデータ収集・分析、イベント企画支援。行政は基盤整備、モビリティ向上、市民・事業者との協働の場づくり。」と定義する。

■委員からの質疑・意見

副委員長

・市の計画書という性格を考えれば、民間の色が強い個別具体的なマーケティングについて戦術レベルで深掘りすることに注力するよりは、計画に掲げた観光まちづくり像を、市だけではなく、関連団体、事業者、市民が一体となってどのように実現するかという点に注力をされた方がいい。SNS活用は行政だけでなく、市民や事業者が主体となるべき。行政は基盤整備や仕組みづくりに注力すべきではないか？

マーケティングとして市の計画でターゲットを設定する場合は、ただ呼び込みたい層を挙げるだけでなく、競合や他地域との差別化、どのようなアプローチで呼び込むのかまで踏み込んで議論すべき。また、現状では市民の観光への関与意識が十分でないと感じている。市民が主体的に関わる仕組みづくりや、現場での人材育成も行政がリードして仕組みづくりを検討していく必要があるのではないか？

委員

・一方でマーケティングだけではなくて、実際に目に見える形でのまちづくりや風景の整備、具体的に町を体験してもらうためにどのような具体的な取組を実施するのか、マ

ーケティングや祭り・イベントの企画なども必要だが集客だけではなく、まちづくりデザインについても触れておく必要はないか？

また、敦賀を誇りに思っている人を育てることが重要、敦賀の歴史や体験を通じて敦賀を好きになってもらう教育の目線も必要ではないか？教育旅行や子どもたちへの地域愛着形成についても考えてほしい。

委員長

・例えば、小学校の校外学習や特別活動で地域の歴史や文化に触れる機会を増やすことで、子どもたちが地元で愛着を持つようになる。例として自分の家の前を流れる川を誰が作ったかを知っているかどうか、地域アイデンティティのコアになる。こうした教育的な取り組みも観光振興計画に盛り込んでほしい。

また教育旅行などの団体旅行を受け入れるリソースとしては食事の問題がある。団体が食事をとる場所や施設が足りていない課題について、例えば地域の飲食店で協力して同じメニューを用意して食べてもらう方法などで乗り切った事例などもあり。

■中長期アクション～計画見直しについて説明（概要版 P15-17）

■委員からの質疑・意見

委員

・敦賀の魅力は、古い町並みや田舎らしい雰囲気にもある。無理に都会的な開発を進めるのではなく、敦賀ならではの良さを活かした受け入れ体制を整えるべき。関西・東海圏から自家用車で来る人もいるし、必ずしも宿泊ではなくても敦賀は日帰りでも十分に魅力的な観光ができるのではないか？

リピートしてきてもらうファンを作るための取組みとして例えば、新幹線の駅を交通施設としてではなく敦賀のシンボルとしてイベントを実施する案など、敦賀に来てもらう取組みを拡充していくのがいいと思う。

委員

・アクションプランにもあった駅のコンコースを生かす取組みは非常に大事だと思う、皆さんもご存知の空いているスペースの活用についてはしっかりと取り組んでいただきたい。SNSによる情報発信は人選が非常に重要である。市が取り組むのか協会が取り組むのか、事業者のアカウントのフォロワーを増やすのか？Googleのビジネスプロフィールの活用も検討すべき。情報発信力を高める取組みについてしっかり検討してほしい。宿泊客の消費拡大に向けては、コンテンツに加えて大事なのが宿となるホテル側とコンテンツを提供する事業者とのマッチング場所が必要ではないか？連携し合う仕組みづくりについても触れてほしい。

また敦賀の強みとしてふるさと納税が非常に強い、行政として可能であればこれまでの納税者のCRM（ユーザーデータ活用）の取組みができると、対象者へのクーポン配布な

ど新たな観光誘客の方法ができるのではないか？

プロモーションやインバウンドの部分については、敦賀市単独の取組みでは限界がある、やはり県と連携していかないと大きな効果は得られない、インバウンド交流課など県に敦賀のコンテンツを訴求していく、協力を得ていく取組みも大事。

観光商品の開発については、事業者にもヒアリングしているが、何が足りないのか総合的にデジタルマーケティングを仕掛けて検討していると時間がかかり、失敗するにしても遅れてしまう。スピードを重視してまず失敗しながらでも取り組んでいくべきである姿勢も記載できるとよいのではないか？

委員

・宿泊客の拡大に向けては、宿泊施設の情報発信がしっかりされているのか、現状の取組みの総括が必要なのではないかと思う若狭湾観光連盟で6市町の情報発信させていただいており SNS で国内外のインフルエンサーとインバウンドの情報発信の取組みも実施している。敦賀のコンテンツとしては山車会館や新田珈琲、中道源蔵茶舗については非常に好評で敦賀市とも連携して広域での魅力向上に協力出来たらと考えている。

3. 会議全体まとめ

委員長

皆さんの意見をお伺いしていると、方向性としては記載している計画の形で問題はないが、追記修正をいただきまとめていただきたいという意見と感じた。認識に相違なければ、本日の議論を踏まえ、敦賀市にて計画策定に活かしていただく形で本会議の結論としたい

委員全員 異議なし

4. 閉会