

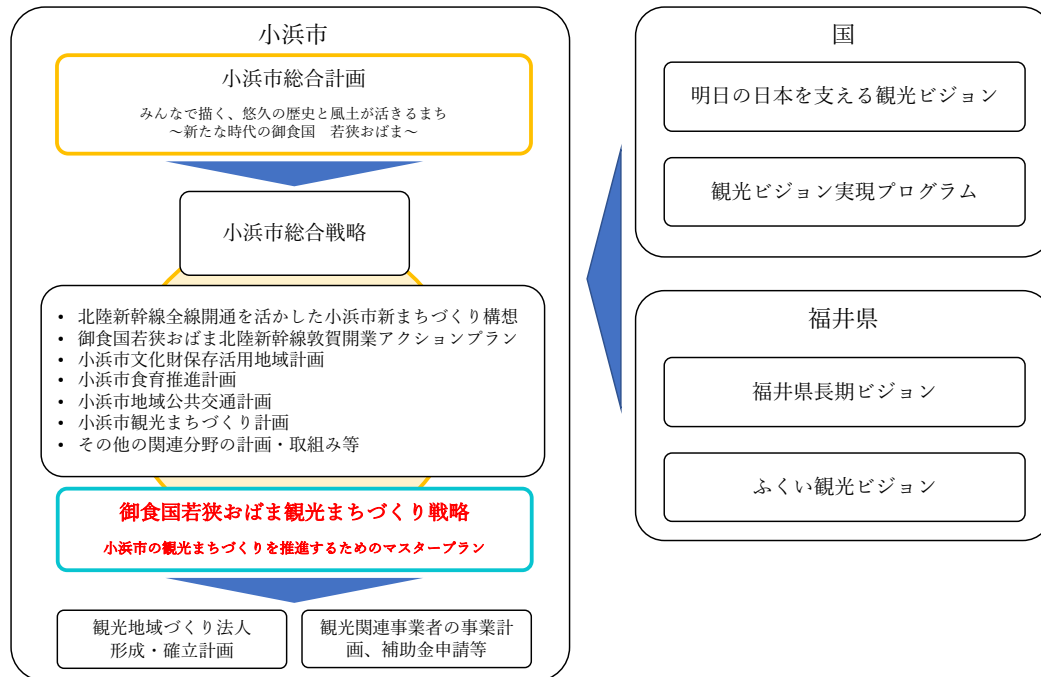
御食国若狭おばま観光まちづくり戦略 概要版



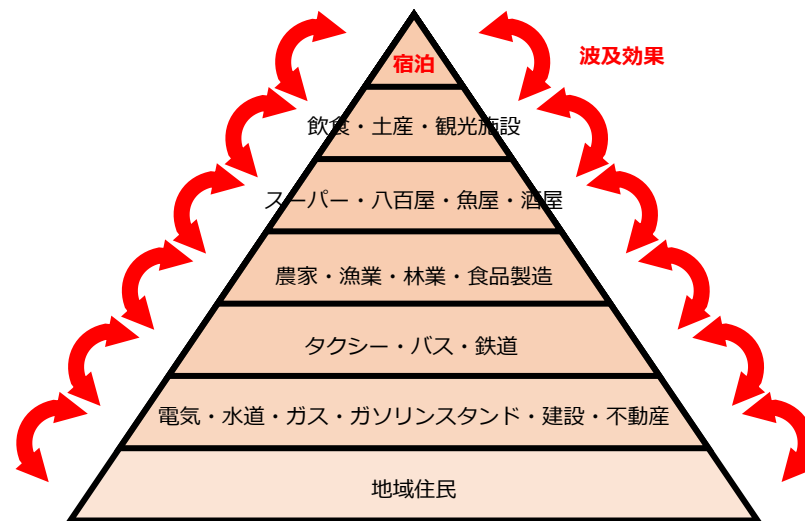
御食国若狭おばま観光まちづくり戦略の概要

- 小浜市は、古代から奈良・京都とともに発展し、歴史に裏打ちされた数多くの優れた地域資源が、空襲などで壊されることなく、また、都市化の影響もほとんど受けなかったため、ある意味では日本の古くからの文化が手付かずのまま残っている、全国でも稀有な地域。
- 全国的に少子高齢化が進む中、本市が今後も地域の活力を維持・発展させていくためには、豊富な地域資源を大切に受け継いでいくだけでなく、小浜を訪れる観光客の具体的な姿をイメージして「観光資源」としての価値を磨き、積極的に活用することで、地域として稼いでいく必要。
- 本戦略は、大局的な視点で課題を整理し、将来を見通した「進むべき方向」と「進んでいくための方法」を定め、本市の豊富な地域資源の「観光資源」としての活用を通して、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する「観光まちづくり」を実現することを目指す。
- 特に、地域により長い時間滞在し、より多くのお金を使う（＝地域にお金が落ちる）宿泊を伸ばすことで、観光消費額の増大を図る。
- 戦略の対象期間は、令和12年（2030年）の姿を見据えつつ、北陸新幹線が敦賀まで延伸し、その効果が十分に発揮される令和8年度（2026年度）末。

<戦略の位置付け>



<観光推進による地域経済への波及効果>



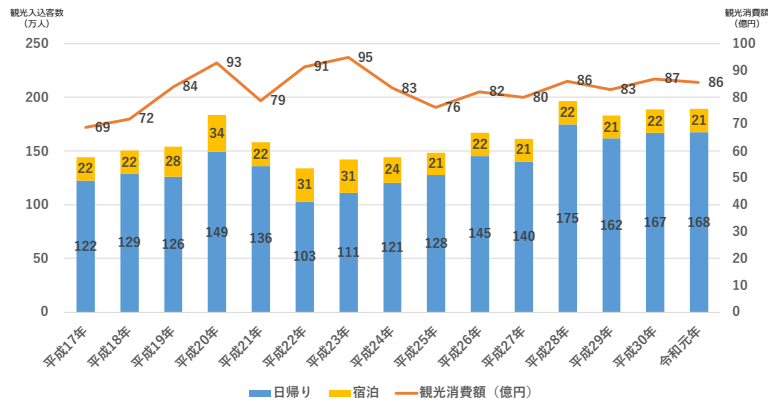
<計画期間>

令和4年度（2022年度）～令和8年度（2026年度）の5年間

小浜市の観光をめぐる現状と課題

- 本市における観光客は、入込客数（日帰り客+宿泊客）は近年180万人前後で推移しており、日帰り客数はやや増加傾向にあるものの、宿泊人数は平成20年（2008年）をピークに減少傾向。
- 施設別の入込客数の推移を見ると、道の駅若狭おばま及び若狭フィッシャーマンズ・ワーフで約7割を占める一方、かつては多くの観光客が訪れていた寺社仏閣は近年低迷傾向。
- 季節別には、GWのある5月、夏休み・海水浴ニーズがある8月、寺社めぐりのニーズが高まる10月にピークがある一方で、冬季の12月～3月には大きく落ち込んでおり、繁忙と閑散の差が大きいことが課題。

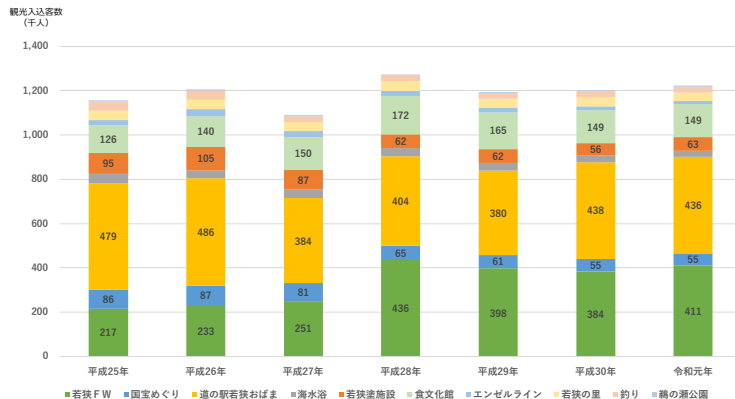
<入込客数と観光消費額>



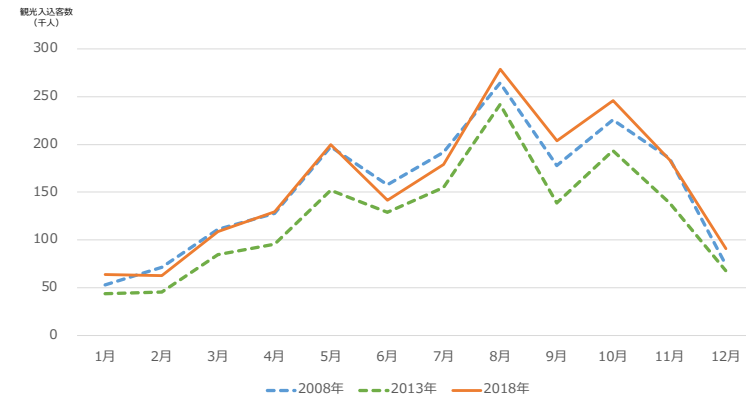
<宿泊人数>



<施設別入込客数>



<観光客の季節推移>



基本的な考え方

- 数多くの優れた観光資源がある小浜市の最大の魅力は、「御食国」としていにしえより都とつながり、「鯖街道」の往来を通じて発展してきた湊町・小浜の「本物（Authentic）の暮らし」が今なお息づいていること。
- 団体旅行から個人旅行へ、物見遊山の観光から体験型の観光へ、「モノ消費」から「コト消費」へと観光のあり方が変化し、新型コロナによってその変化が加速する中、旅がただの楽しみや贅沢ではなく、地域の自然、伝統、文化に触れることを通じて、旅を通じて得たものを自分のライフスタイルに取り入れようという志向が高まっている。
- 今後、小浜市の観光資源を活かした観光を展開し、小浜を訪れる観光客が新たな発見を得るとともに、観光を通して地域の暮らしが次世代へと続いていくことを目指す。

<コンセプト>

オーセンティック ジャパン 若狭 小浜

Authentic Japan, Wakasa Obama

～いにしえより都とつながる「暮らし」が息づく湊町、若狭小浜～

基本方針（目指す観光のあり方）

①「物語」のある観光

小浜の最大の魅力は、「鯖街道」を通じて京都とつながり、「御食国」として紡ぎ続ける「暮らし」。背景にあるストーリーを丁寧に伝えていくことが重要。

②「三方よし」の観光

観光客に地域への滞在を楽しんでいただくことで、地域にお金が落ち、地域はそのお金で未来への投資を行うことで、「地域の暮らしが豊かになること」を目指す。

③「マーケティング」に基づく観光

具体的なターゲットを想定して、そのニーズを深掘りして本当に求めている観光コンテンツを作り、効果的にプロモーションをしていく。

ターゲット：Modern Luxury（知的富裕層）

文化、起源、遺産、スタイル、独自性、本物、質といった価値観を大切にし、新しいことへの挑戦、贅沢より経験、自分にとっての意義を重視する人物像を想定

※“Authentic”とは、「偽物や複製されたものでないこと」という意味で、日本語では「本物」、「真正」などと訳されます。

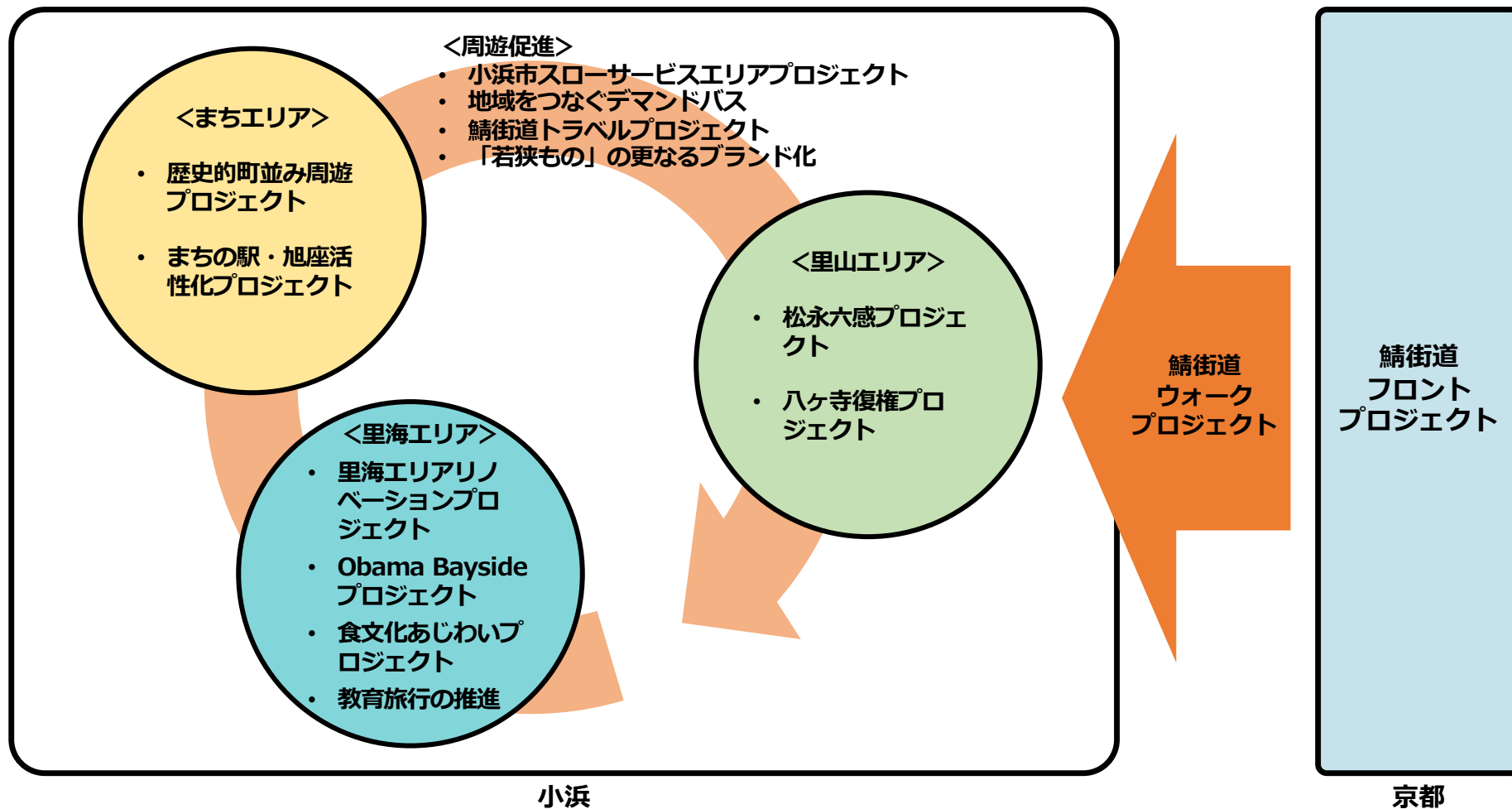
自然に感謝する日々の営みや、京都でも行われなくなりつつある伝統行事、先人たちが大切に守ってきた文化財等が活かされている小浜市は、日本の文化のルーツを知ることができる、“Authentic”と呼ぶにふさわしい地域です。

エリア設定と重点プロジェクト

- ターゲットとなる「知的富裕層」が、ブランド確立を目指す「御食国」と「鯖街道」の世界観を体感できる観光コンテンツを造成。
- 観光客の満足度と地域活性化の効果を最大化するため、観光資源の魅力を徹底的に深掘りし、観光客の滞在時間を伸ばす。

「御食国」と「鯖街道」の世界への発信

日本遺産、SAVOR JAPANによる発信



重点プロジェクトの概要

○ 里海エリアリノベーションプロジェクト

- ・ 宿泊施設の面的な高付加価値化改修、地域共通の風呂の整備
- ・ ブルーパーク活用

○ Obama Baysideプロジェクト

- ・ 小浜市の観光の核となる若狭FW、お魚センター、総合卸売市場の観光施設としての一体的な改修・整備
- ・ 海の駅エリア全体のサイン計画の統一
- ・ ウェブサイト「Obama Bayside」による情報発信

○ 食文化あじわいプロジェクト

- ・ 様々なニーズに対応できるスタッフの育成、新たな体験メニューの開発

○ 教育旅行の推進

- ・ 教育旅行の授業カリキュラム&マップを制作
- ・ 内外海全体の教育旅行及び体験プログラムの共有・受け入れ

○ 八ヶ寺復権プロジェクト

- ・ 松永六感をはじめ、寺社仏閣と連携したコンテンツの開発
- ・ ウェブサイト「八ヶ寺巡り」による情報発信

○ 歴史的町並み周遊プロジェクト

- ・ 空き家を含めた町家の資源の調査と計画的開発
- ・ 町家を活用した店舗開発によるまち歩きの促進

○ まちの駅・旭座活性化プロジェクト

- ・ まちの駅・旭座にて民間連携イベントやマルシェを開催
- ・ 沿道の空き店舗などを活用した創業支援を実施

○ 海エリア・里エリア・まちエリアの周遊促進

- ・ 小浜市スローサービスエリアプロジェクト（道の駅若狭おぼまりニューアル）
- ・ 新たな交通手段による交通アクセスの改善（デマンドバス）
- ・ 鯖街道トラベルプロジェクト（ガイドの養成）
- ・ 「若狭もの」の更なるブランド化

○ 京都とのつながりの強化

- ・ 鯖街道ウォーク&サイクルプロジェクト（鯖街道を歩ける環境整備及びガイド付きツアーの造成）
- ・ 鯖街道フロントプロジェクト（京都・出町において鯖街道の文化を発信する拠点施設を整備）

○ 若狭地方が一体となった誘客