

日時：令和8年5月28日（木）午後3時～

場所：結とびあ302号室

1 開会

2 委員長あいさつ

3 副委員長の選出

4 議事

(1) 令和7年度事業の実績及び成果指標の達成状況

事務局：資料に基づき説明

委員：外国人宿泊者数について、1位は福井県と同様に台湾であるが、フランス、アメリカ、ドイツからの宿泊者が多い点は福井県と異なっている。欧米系の宿泊者が多くなっている理由は。

事務局：詳細な分析には至っていないが、外国人旅行者にヒアリングを行った際には、「大野城や城下町などが分かりやすく、日本らしさを感じられる」といった声があった。こうした明確な観光資源が、欧米系旅行者にとって魅力となっている可能性がある。

委員：ファミリー層や子ども連れを排除すべきではないものの、大人が興味を持つ観光地という観点での整備もある。すべての層を対象にしようとする、方向性が曖昧になる可能性がある。また、子ども連れ自体を否定するものではないが、場合によっては賑やかさが大人の観光満足度に影響を及ぼすこともある。

委員：六呂師エリアの入込客数については、フェスなどの単発イベントを含めると実態が把握しにくい。ため、ミルク工房やソラトダイチといった施設ごとの来場者数を開示してもらえるとありがたい。

事務局：イベント開催分を除くと、ミルク工房は昨年度と同程度で、若干伸びている。うらら館についても概ね昨年度と同程度で推移している。なお、ソラトダイチについては民間施設であるため、詳細な数値は公表されていない。

アドバイザー：FTAS分析のNPS（おすすめ度合い）について、批判者の割合が約25%とやや高い印象を受けた。一方で、これは課題が明確に現れているとも捉えられる。コメントの多くは食や受入体制に関するものであり、継続的な課題と認識される。特に、夜間やまちなかでの受入環境の整備については、今後も事業者への支援が重要である。

雑誌やラジオ、テレビなど幅広い媒体を活用し、広く情報を届ける取組が中心となっている一方で、その掲載実績がどの程度集客につながっているのかが見えにくいという課題がある。こうした課題を踏まえ、WEB広告やTVerなどのデジタル媒体の活用も少しずつ増えていると思う。これらの媒体は、ターゲットに応じた情報発信に加え、閲覧数や滞在時間、流入経路などを把握できる点に強みがある。こうしたデジタルならではの指標を活用しながら、狙ったターゲットに情報を届け、最終的な消費行動につなげ

るまでを一体的に計測・検証していく取組が引き続き重要である。

委員：「越前おおの観光ガイド」のホームページをリニューアルしたとのことであるが、その反応や反響はどうか。

事務局：4月に公開したばかりであり、現時点では具体的な反応までは把握できていない。リニューアルに伴い、従来サイトのページとのリンクが切れたことで、検索順位が一時的に低下している状況にある。また、近年は検索手法が変化しており、AIを活用した検索への対応も重要視されている。今回のリニューアルではAI検索への対応も意識し、業者と連携して必要な対策を講じている。サイト内容の見直しも随時行いながら、アクセス数の増加につなげていきたい。

アドバイザー：AI時代における情報収集の方法について、従来のSEOのように検索結果へ表示させるためのテクニックから、AIに情報を取り上げさせる「AIO」が各業界で重要なテーマとなっている。これらは専門的な事業者と連携しプロの知見を活用しながら取り組むことが有効であり、ある程度の費用をかけながら、取り組んでいただきたい。

委員：外国人宿泊者数について、台湾からの宿泊者が多い要因は、団体旅行によるものか。

事務局：台湾からの宿泊者が多い背景としては、2年ほど前から商工会議所を中心に「微住」の取組を開始し、大野での滞在型・体験型の高付加価値な観光の提供を進めてきた。これにより台湾との交流が生まれ、長期滞在者や1か月単位でのインターン受入れが行われていることから、台湾からの宿泊者割合が増加している。

委員：NPS（おすすめ度合い）の推奨者が低い要因としては、明確な目的地や強い魅力を持つ観光資源がある場合は評価が高くなる一方、目的が曖昧な来訪では満足度が伸びにくい傾向があると考えられる。例えば勝山市では、恐竜博物館という明確な集客の核があり、高い満足度につながっている。

一方で大野市は、来訪動機としては「天空の城 越前大野城」が中心と考えられるが、常時見られるものではないことや、期待とのギャップにより満足度が伸びにくい可能性がある。そのため、城や星空など「何を見に来るのか」を明確に打ち出し、対象となる来訪者を絞った上で、その満足度を高める仕掛けを個別に検討していくことが重要である。

事務局：NPS（おすすめ度合い）を押し下げている主な要因として、まちなかの評価が影響していると分析している。コメントでも「店舗数が少ない」「賑わいが不足している」といった意見が多く見られる

FTASを基にしたアンケートで「家族や友人におすすめしたい県内観光地」で道の駅荒島の郷が2位となっていることから、同施設の満足度は高いと考えられる。以上を踏まえ、まちなかの魅力向上は今後注力すべき重要な取組の一つだと考えている。

委員：まちなかの魅力向上については、今後の取組に期待したい。過去にも提案しているが、まちなかは各ポイント間に距離があり、周遊しにくく負担を感じやすい面がある。歴史施設などの新設は容易ではないため、飲食など気軽に立ち寄れる拠点を点在させることが重要であると考えられる。

委員：昨年度、第六次大野市総合計画後期基本計画を策定において、EBPMの推進が重要事項の一つとして位置付けられた。これは、施策による効果をデータに基づいて把握・分析し、既存施策の改善や新たな施策の立案につなげていくものであり、現在、全庁的に

取り組んでいるところである。特に観光や産業分野においては、データに基づく分析の重要性を認識していたところであり、今回の委員からの意見は大変参考になるご意見であり、改めて重要性を認識した。今後は、分析結果を踏まえた重点的な取組の方向性について、新たな産業戦略の策定とあわせて検討していきたい。

(2) 令和8年度事業について

事務局：資料に基づき説明

委員：観光の新規事業の中で、「ぐるっと満喫フリーパス」があるが、過去に類似の施策が実施されていたのか。また、それらの成果や課題を踏まえた上で、新たな形として展開されているのか。

事務局：当該事業については、昨年度に試験的に実施した。これまで城や旧武家屋敷、博物館などの文化施設を自由に周遊できるフリーパスチケットがなかったため、ゴールデンウィークおよび8月に導入した。その結果、周遊率の向上が見られた。昨年度は1日券のみであったが、今年度は新たに2日券を試験的に販売して、来年度から本格運用していきたいと考えている。

委員：データの把握状況にもよるが、入館率の向上が見られたことに関連して、滞在時間や消費額の増加といった効果についても確認できているか。

事務局：アンケート調査等を実施していないため確認できていない。現在は800円で複数の施設を自由に周遊できる設定としており、これはおおむね2館分の入館料に相当する。こうした料金設定により、複数施設を回ろうとする動機づけにつながると考えられることから、フリーパスは一定の効果があるものと認識している。

委員：「100年に一度のチャンス」といわれる中で地域への期待が高まる一方、その期待に応えていくためには、事業者への創業支援等を通じて地域のカへと転換していくことが重要であると考えます。こうした中、大野市の事業者が今後の事業展開や新たな創業についてどのような考えや意向を持っているのか把握できていれば伺いたい。これらを踏まえ、今後の新たな事業展開に生かしていきたい。

事務局：事業者の利益を上げようとする意識の醸成が重要であると考えている。そのため、高付加価値商品の創出を目的として「大野の逸品創出事業」に取り組み、新たな商品開発に取り組んでいる。令和6年度の参加事業者が賞を受賞するなど一定の成果が見られており、これが実際の収益向上につながることで、他の事業者の新たな挑戦を促す効果も期待される。

まちなかにおける創業は少ない状況にある。中部縦貫自動車道の整備により来訪者の増加が見込まれる中、これをビジネス機会として捉え、「稼ぐ」意識を地域全体に広げていくことが課題である。今後は、新たな産業戦略の中で、事業者の意欲を高め、収益拡大につなげていく方策について検討していきたい。

委員：令和11年春の中部縦貫自動車道の県内全線開通については、市民への認知が十分に浸透していないと感じており、意識の醸成が重要な課題である。

昨年度に作ったインバウンドに関するコンセプトにおいても、事業者間で意識の差が見られた。こうした意識の向上を図ることは行政の役割であり、本年度は事業者に対してコンセプトの丁寧な説明を行うとともに、今後策定する新たな産業戦略において、事業

者の声を十分に把握し、戦略や施策へ反映させていくことが重要であると考えている。

(3) 新たな産業戦略（仮称）について

事務局：資料に基づき説明

委員：現在、地元企業においては人材不足が深刻化している状況の中、「企業誘致と働く場の創出」を重点施策として掲げることについては、現状を踏まえて検討してほしい。福井インターチェンジ付近に新たな企業立地が進んでいる現状も踏まえ、こうした動きを活用した施策の展開についても検討が必要だと思う。

もう一つの重点施策「地域資源を生かした商品開発と販路拡大」について、商品開発ばかりに力を入れるのではなく、既存商品を育てる視点も必要である。

販路拡大については、市外・県外・海外など、どの範囲までを対象とするのかを明確にする必要がある。稼ぐ力の向上に向けては、価格設定の見直しによる利益率の向上と、販売エリアの拡大の両面からの取組が重要であり、目標設定を明確にすることが求められる。販路拡大を事業者任せとするのではなく、特に海外展開を視野に入れる場合には、市としても必要な支援や後押しを行う体制を検討する必要がある。

「稼ぐ力」の向上については、具体的な水準や目標を明確に設定することが重要である。例えば、既存の売上規模に対してどの程度の増加を目指すのか（倍増なのか、一定程度の伸びとするのか）といった具体的な戦略がなければ、実効性のある取組につながりにくいと考えられる。

なお、戦略全体としての方向性は適切に整理されているものと認識している。

委員：資料については、全体として分かりやすく整理されているものと受け止めている。観光分野における事業展開は、必ずしもエビデンスのみに基づいて開始されるものではなく、事業者の見込みに基づいて取り組まれるケースが多いと認識している。

補助事業については、従前と比較して制度が整理されており、分かりやすくなっている。次の展開として、行政として大野市をどのような観光地として形成していくのかという方向性について、さらに議論を深めたい。市として主体的に方向性を示し、特色ある観光地づくりを推進していくことも重要ではないかと考える。全国的に観光地として成功している事例においては、行政が主導的に取組を進めているケースが多いと思っている。

委員：成果指標については、現状値と目標値を設定することは重要である一方、数値の達成状況のみにとらわれるのではなく、観光業の質的な変化や目指す姿についても言語化することが必要である。例えば、宿泊延べ人数が目標に達しない場合であっても、観光の内容などがどのように向上しているかといった視点を評価に取り入れることが重要である。また、働く環境に関しても、就業者の所得水準の向上など、目指すべき方向性を一定程度示すなど、数値指標に加えて定性的な評価の視点を持つことも有効であると考えられる。

委員：産業戦略として市内産業の活性化を図る観点から、「稼ぐ力」の向上を重視するのであれば、成果指標については入込客数だけでなく、観光消費額の設定も検討する必要がある。観光消費額については、実際の消費行動は事業者の取組による部分が大きく、行政として直接的にコントロールすることが難しい側面もあるが、間接的な施策により誘導していくことが求められる。こうした課題はあるものの、「稼ぐ力の向上」をテーマと

する以上、その成果を測る指標として観光消費額は重要であり、設定の検討が必要である。

サブ指標の設定に当たっては、現在の「越前おおのブランドの活用」という戦略を踏まえ、ブランドごとの到達目標を具体的に示すことも有効である。例えば、「天空の城」についてはブランド価値が高まった状態をどのように定義するのか、「日本一美しい星空」については「星空のまち大野」としての認知度向上を目標とするなど、個別の取組ごとに具体的な目標を設定することが考えられる。

大野の逸品創出事業においては、これまでの商品開発により星をテーマとした商品が生まれており、特設売り場の設置など販売機会の創出を進めているところである。一方で、収益につなげていくためには、一定の品数を確保し、地域の名物として認知されることが重要であることから、商品開発については引き続き取り組んでいく必要がある。また、星関連商品を取り扱う事業者の拡大を目標にするなど、重点施策においては商品開発にとどまらず、テーマを持った具体的な取組内容まで落とし込んでいってはどうかと考える。

「稼ぐ力」の向上に向けては、担い手となるプレイヤーの確保が重要である。そのため、創業支援と事業承継支援については、それぞれを明確に位置付け、中見出しとして独立させて重点的に取り組むことも検討する必要がある。また、成果指標として創業者数を設定しているのであれば、あわせて事業承継件数についても指標として設定することも検討してはどうか。

アドバイザー：委員の意見を踏まえ、戦略の位置付けの難しさを改めて認識した。戦略は関係者が同じ方向を向いて取り組むための指針であり、一定程度抽象的な内容とする一方で、その実現に向けた施策や個別事業において具体的な数値目標を設定し、着実に進捗管理していくことが重要である。成果指標については、観光消費額の設定が有効と考えられるものの、その定義や算出方法には様々な考え方があり、どの数値を指標とするかについては慎重な検討が必要である。こうした点を踏まえ、行政として戦略の構造や考え方を分かりやすく整理し、関係者へ明確に示していくことが求められる。

事務局：観光消費額を目標に設定する場合については、数字の定義などまた相談させていただきたい。

委員：戦略の位置付けにおいて「ありたい姿の実現」としているが、成果指標においてもその内容を一定程度言語化して示すことで、目指すビジョンがより明確になるのではないかと考えられる。

委員：情報の見せ方や伝え方の重要性について意見があったが、行政として、大野市のありたい姿を明確に示す必要があると考える。その上で、市民にとって分かりやすい表現や伝達方法を工夫していくことが重要であり、市民目線において不足している点については、引き続き意見をいただきながら改善していきたい。

## 5 その他

## 6 閉会