

令和８年度 第２回越前おおの産業ブランド力向上会議 次第

日時：令和８年９月４日（金）午前１０時～

場所：結とぴあ３０５・３０６号室

- １ 開会
- ２ 委員長あいさつ
- ３ 議事
（１）越前おおの産業戦略（仮称）の素案について
- ４ その他
- ５ 閉会

越前おおの産業戦略（仮称） （素案）

令和 9 年 月
福井県大野市

01 越前おおの産業戦略の策定

- (1) これまでの経緯
- (2) 本戦略の趣旨
- (3) 戦略期間

02 現状と課題の整理

- (1) 本市を取り巻く社会情勢
- (2) 本市の概況
- (3) 市民・事業者アンケート調査結果の概要
- (4) 課題の整理

03 基本理念と位置づけ

- (1) 基本理念
- (2) 越前おおの産業戦略の位置づけ

04 重点施策

- (1) 戦略の方向性
- (2) 観光業の重点施策
- (3) 商工業の重点施策
- (4) 働く環境の重点施策

05 成果指標

- (1) 成果指標

01 越前おおの産業戦略の策定

(1) これまでの経緯

〇ブランド・コンセプト

(越前おおのブランド戦略 平成25年2月策定)

「人を結び、時を結び、地域を結ぶ」

ここは、あなたの心のふるさです。

ブランド・コンセプトは、越前おおの総ブランド化の展開を図るために、越前おおのブランドの根本となる考え方を明らかにしたものです。

ブランド・キャッチコピー

越前おおののまち全体のイメージを市の内外に強く打ち出す言葉であるブランド・キャッチコピーをブランド・コンセプトに基づき、次のように定めています。

ゆい く に
結の故郷 越前おおの

ブランド・キャッチコピーに込められた意味

「結」という言葉には、昔の村の生活において、田植えや稲刈りなどの農作業、植林などの山仕事、道路を直したり橋を付け替えたりなどの修繕、そのほか冠婚葬祭などのさまざまな仕事をお互いに助け合う習慣の意味があります。

以上の意味のほかに、戦略では、越前と美濃を結ぶ街道の役割や幕末の時代に大野藩の財政危機を救うため、越前おおのと全国各地を結んだ大野屋の実績など、これまでの歴史において越前おおのが地域と地域を結ぶ役割を築いてきたことや、現代においては、「広域観光の展開」や「姉妹都市・友好交流市などとの交流」、「中部縦貫自動車道の整備による日本海側と太平洋側の産業や経済の循環」など、国内外の各地域の活性化に結び付く役割を担っていく意味も込めています。

このように、生活や地域が結びつきながら、ゆっくりと営んできた越前おおのを、「結」が詰まった一つの故郷（くに）として表現したものです。

ブランド・ロゴ

かたち

大野盆地と大野市のランドマークのひとつである荒島岳をイメージ。その組み合わせが「結」を象徴するように結び目をシンボル化。結の心によって、越前おおのが一つになり、美しいまちを築き上げている様子を表現している。

書体

400年以上の城下町の風情を残すまちなみや長い歴史と伝統、そして、そこに住む人々の素朴であたたかい人柄の両面を表現するために、伝統的な明朝体の骨格を元に、芯を太く、全体に柔らかな印象のオリジナル書体としている。



(1) これまでの経緯

2013(H25)

越前おおのブランド戦略

地域資源の総ブランド化と認知度向上

ブランド・キャッチコピー「結の故郷 越前おおの」を掲げ、「人」「歴史」「自然」「食」などの地域資源を越前おおのブランドとして磨き上げ、発信してきた。市民が地域に誇りを持つ基礎となり、ブランド・キャッチコピーの認知度向上につながった。一方で、全国的な認知度・魅力度の向上や観光消費額の拡大には課題が残った。

2017(H29)

越前おおの観光戦略ビジョン

地域資源の磨き上げと観光誘客の推進

「天空の城 越前大野城」をはじめとする地域資源の磨き上げや情報発信の強化により、コロナ禍前までは年間約200万人規模の観光入込客数を維持するなど、観光誘客を推進した。一方で、宿泊者数の減少や日帰り中心の観光形態により、観光消費額の拡大には課題が残った。

2022 (R4)

越前おおの産業ブランド力向上戦略

地域資源を事業者の「稼ぐ力」につなげる取組

これまで磨き上げてきた越前おおのブランドを、市内事業者の商品・サービス開発、販路拡大、生産性向上につなげるため、実践的な支援を展開してきた。その結果、地域資源を活用した事業展開や新たなビジネスの創出などを通じて、事業者の稼ぐ力の向上につながった。令和11年春の中部縦貫自動車道県内全線開通という大きな成長機会を迎える今、これまで進めてきた取組をさらに推進するとともに、その効果を最大限に生かすため、特に重要な施策に重点的に取り組む新たな産業戦略が必要である。

(2) 本戦略の趣旨

これまでの成果と課題を踏まえ、社会経済環境の変化に対応した新たな産業戦略を策定

来てもらう から、稼げる へ

背景・変化

- ・ 中部縦貫自動車道開通による人流・物流の拡大
- ・ 人口減少・市場縮小の進行
- ・ 人材不足、物価高への対応
- ・ 日帰り中心で滞在・消費が伸びにくい



転換の方向

地域資源と人流を「稼ぐ力」へ

- ・ 観光業：周遊・滞在・高付加価値型へ
- ・ 商工業：地域資源を生かした稼ぐ力の向上へ
- ・ 働く環境：人材確保・定着へ



目指す姿

外から稼ぎ、地域内で循環する地域経済

- ・ 事業者の収益力向上
- ・ 良質な雇用と働く場の創出
- ・ 人材・投資を呼び込む好循環

観光 × 商工 × 働く環境 を一体的に推進

(3) 戦略期間

令和9年4月～令和14年3月（5年間）

★重点時期：令和11年春 中部縦貫自動車道「県内全線開通」まで

02 現状と課題の整理

(1) 本市を取り巻く社会情勢

進行する人口減少・人手不足

- ・人口減少と高齢化の進行により、生産年齢人口の縮小が見込まれ、地域産業を支える担い手の確保が一層重要となっている。
- ・福井県は有効求人倍率が全国でも高い水準にあり、企業間での人材獲得競争が続く中、多様な人材の確保・定着と生産性向上の両立が求められている。

物価高・賃上げへの対応

- ・円安、エネルギー価格の高止まり、原材料費や物流費の上昇などにより、中小企業・小規模事業者の経営環境は厳しさを増している。
- ・賃上げへの対応が求められる中、価格転嫁や付加価値向上を進め、収益力を高めることが重要となっている。

デジタル技術・AIの活用

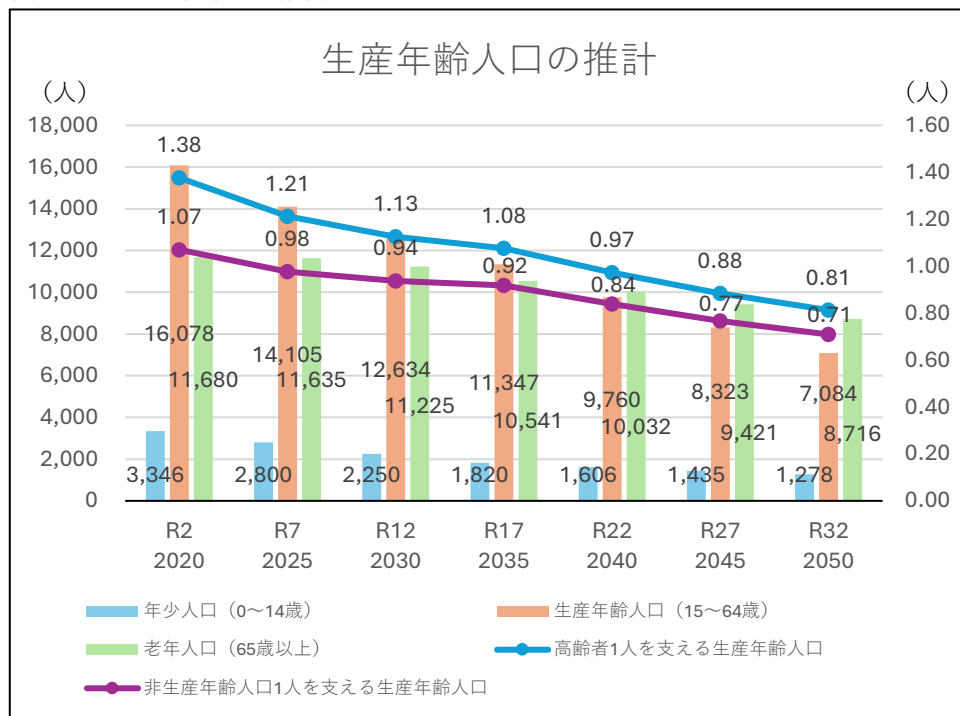
- ・人手不足への対応や業務効率化、付加価値向上を進めるため、デジタル技術やAIの最新技術の活用が、あらゆる業種で重要性を増している。
- ・国や県の支援制度も活用しながら、業務の見直しやデータ活用、人材育成を一体的に進め、地域産業全体の競争力強化につなげていく必要がある。

脱炭素・安全安心への対応

- ・2050年カーボンニュートラルの実現に向け、取引先や消費者の要請も含め、脱炭素への対応は企業経営における重要な課題となっている。
- ・近年の災害を踏まえ、施設・設備の強靱化やBCPの策定・見直しなど、事業継続力の強化が求められている。

(2) 本市の概況

図表1 生産年齢人口推計



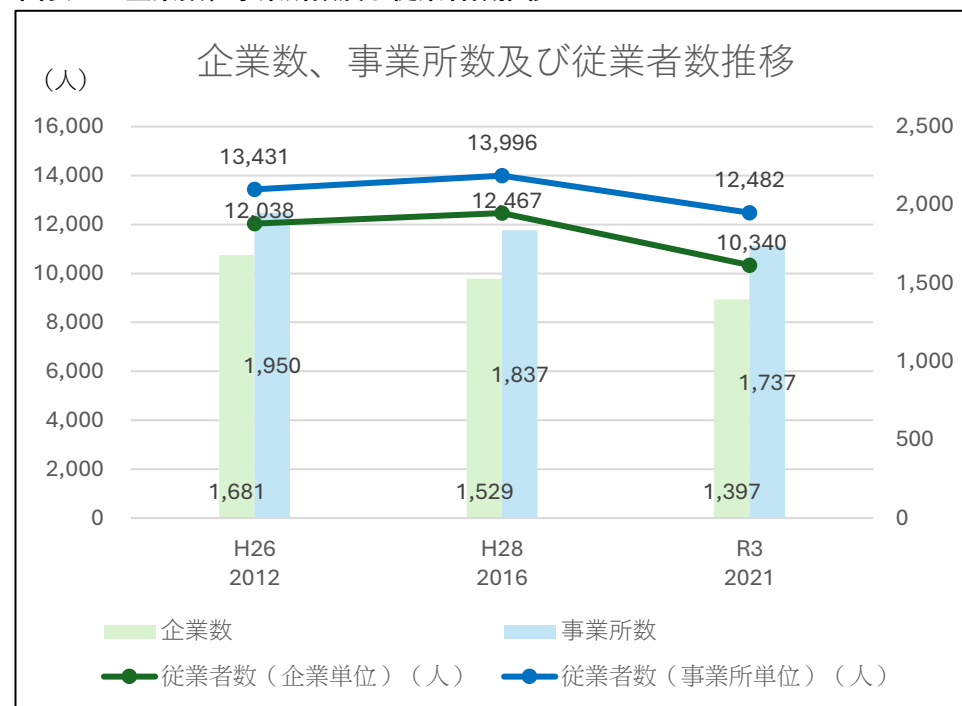
図表2 令和2年基準各人口減少率

	R12	R17	R22	R27	R32
年少人口	32.76%	45.61%	52.00%	57.11%	61.81%
生産年齢人口	21.42%	29.43%	39.30%	48.23%	55.94%
老年人口	3.90%	9.75%	14.11%	19.34%	25.38%
総人口	16.55%	24.22%	31.61%	38.70%	45.41%

出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

令和2年の国勢調査の結果によると、総人口31,286人に対して生産年齢人口16,078人、年少人口3,346人、老年人口11,680人となり、図表2の令和2年を基準とした減少率では、令和32年には総人口減少率が45%を超えることが推計されている。
令和22年には生産年齢人口が約40%減少することから、今後、労働者不足による経済停滞が懸念される。

図表3 企業数、事業所数及び従業者数推移



出典：総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」、総務省・経済産業省「経済構造実態調査（産業横断調査）」

企業数・事業所数の減少が続いており、事業活動の担い手が縮小する傾向にある。
平成26年から平成28年の期間では従業者数は増加しているが、近年は減少傾向にあり、人口減少や人手不足などを背景に、地域経済の規模縮小が進んでいることがうかがえる。
一方で、企業数や事業所数の減少幅に比べて従業者数の減少幅はやや小さく、事業の集約化や経営効率化が進んでいる可能性もみられる。

(2) 本市の概況

図表4 経済活動別 付加価値額の構造分析

単位：百万円

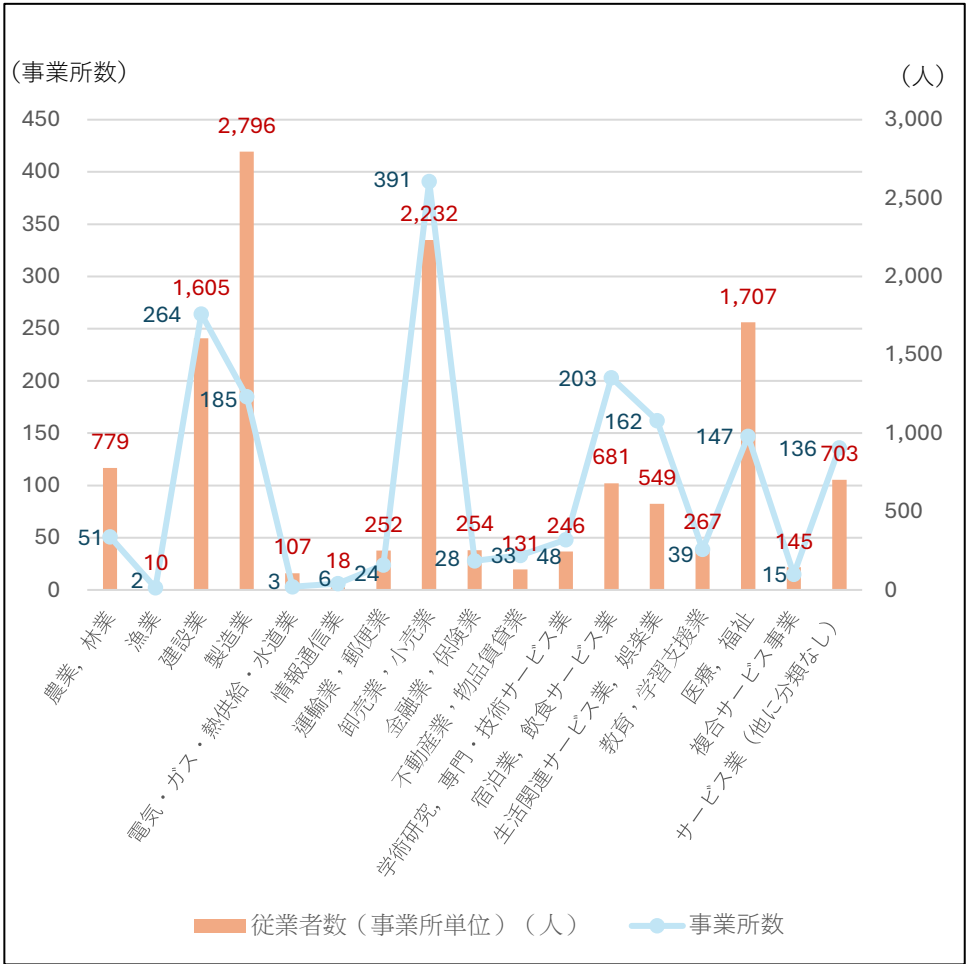
産業大分類名	H24	H28	R3	R3構成比
農林漁業	445	743	576	1.9%
建設業	5,544	6,970	7,781	25.2%
製造業	5,653	8,684	8,646	28.0%
運輸業、郵便業	576	470	422	1.4%
卸売業、小売業	5,483	5,992	4,117	13.3%
金融業、保険業	1,671	1,753	1,544	5.0%
不動産業、物品賃貸業	183	235	272	0.9%
学術研究、専門・技術サービス業	484	664	751	2.4%
宿泊業、飲食サービス業	1,300	1,044	633	2.0%
生活関連サービス業、娯楽業	610	532	433	1.4%
教育、学習支援業	117	X	803	2.6%
医療、福祉	5,042	6,511	3,986	12.9%
複合サービス事業	1,296	1,308	7	0.0%
サービス業（他に分類なし）	700	969	960	3.1%
合計	29,104	35,875	30,931	

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

※付加価値額＝売上高－費用総額＋給与総額＋租税公課（費用総額＝売上原価＋販売費及び一般管理費）

付加価値額は製造業（28.0%）と建設業（25.2%）への依存度が高く、両産業で全体の53.2%を占めており、製造業と建設業を中心とした第二次産業主導型の特徴が強くみられる。
一方で、卸売・小売業、医療・福祉、宿泊・飲食サービス業など第三次産業では減少傾向がみられ、R28からR3にかけての総額減少の主な要因となっている。

図表5 令和3年度 産業別就業人口

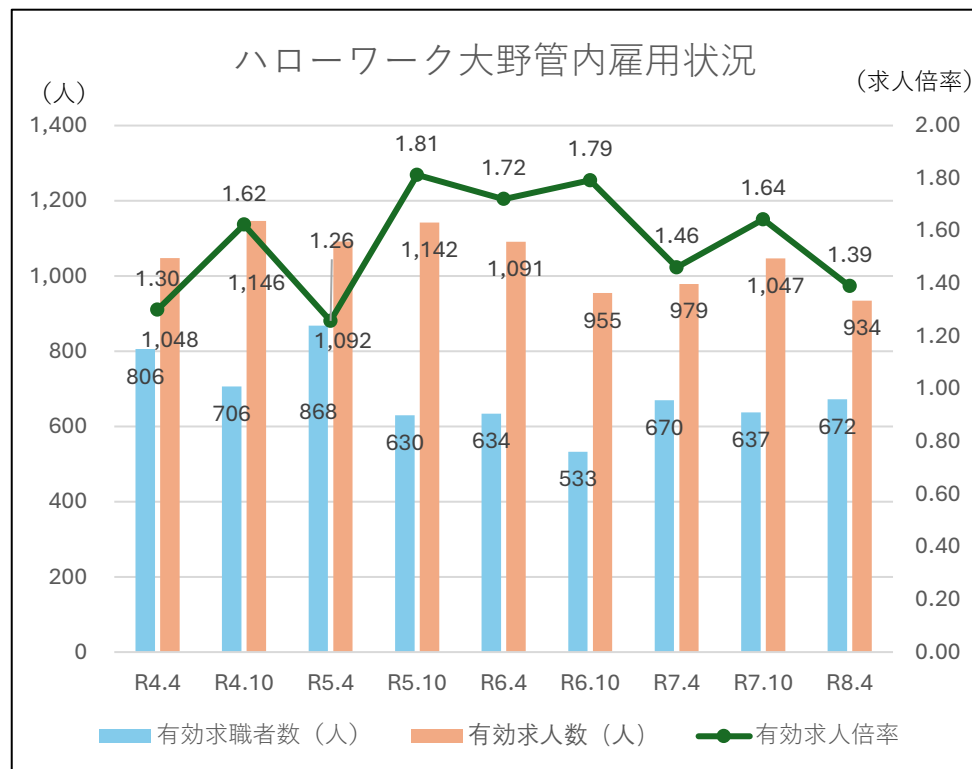


出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」、総務省・経済産業省「経済構造実態調査（産業横断調査）」

就業構造は、製造業が最大の雇用を担う一方、宿泊業・飲食サービス業、医療・福祉、卸売・小売業などのサービス産業も重要な雇用の受け皿となっている。
また、事業所数では宿泊業・飲食サービス業や小売業が多く、小規模事業者が地域経済を支えていることが特徴である。製造業は比較的少ない事業所数で多くの雇用を創出しており、地域経済の中核的な役割を果たしている。

(2) 本市の概況

図表6 ハローワーク大野管内雇用状況

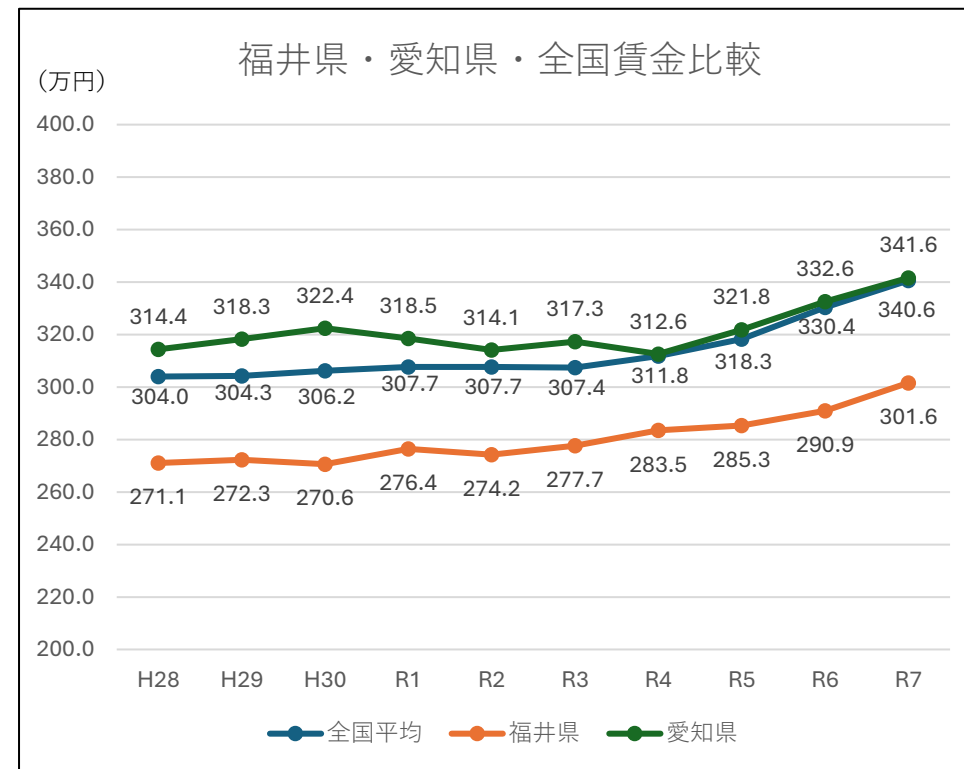


出典：厚生労働省福井労働局「雇用失業情勢」

ハローワーク大野管内では、有効求人倍率が1倍を上回る状況が継続しており、企業の人材確保が課題となっている。

一方で、職種別の雇用状況を見ると、事務職など一部職種で有効求人倍率が1倍を下回るなど、職種によって求人と求職の状況に差がみられる。

図表7 福井県・愛知県・全国賃金比較



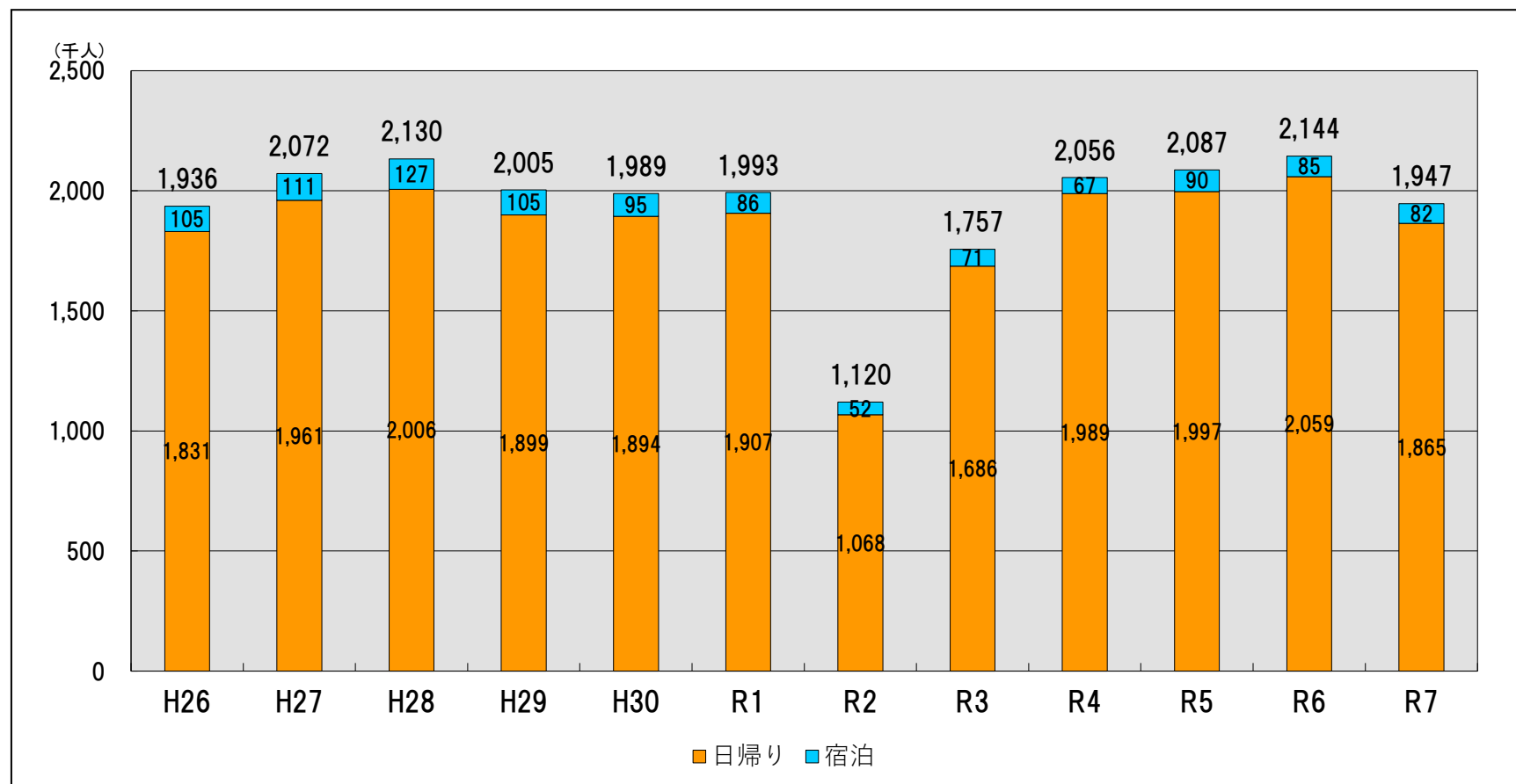
出典：厚生労働省「賃金構造基本統計調査」

福井県の賃金水準は着実に上昇しているものの、全国平均および愛知県を下回る状況が続いている。

近年は賃上げ傾向が強まっている一方で、他地域も同様に上昇しているため、賃金格差の解消には至っておらず、人材確保や若年層の定着に向けた賃金水準の向上が引き続き課題となっている。

(2) 本市の概況

図表8 過去10年の観光入込み客数の推移



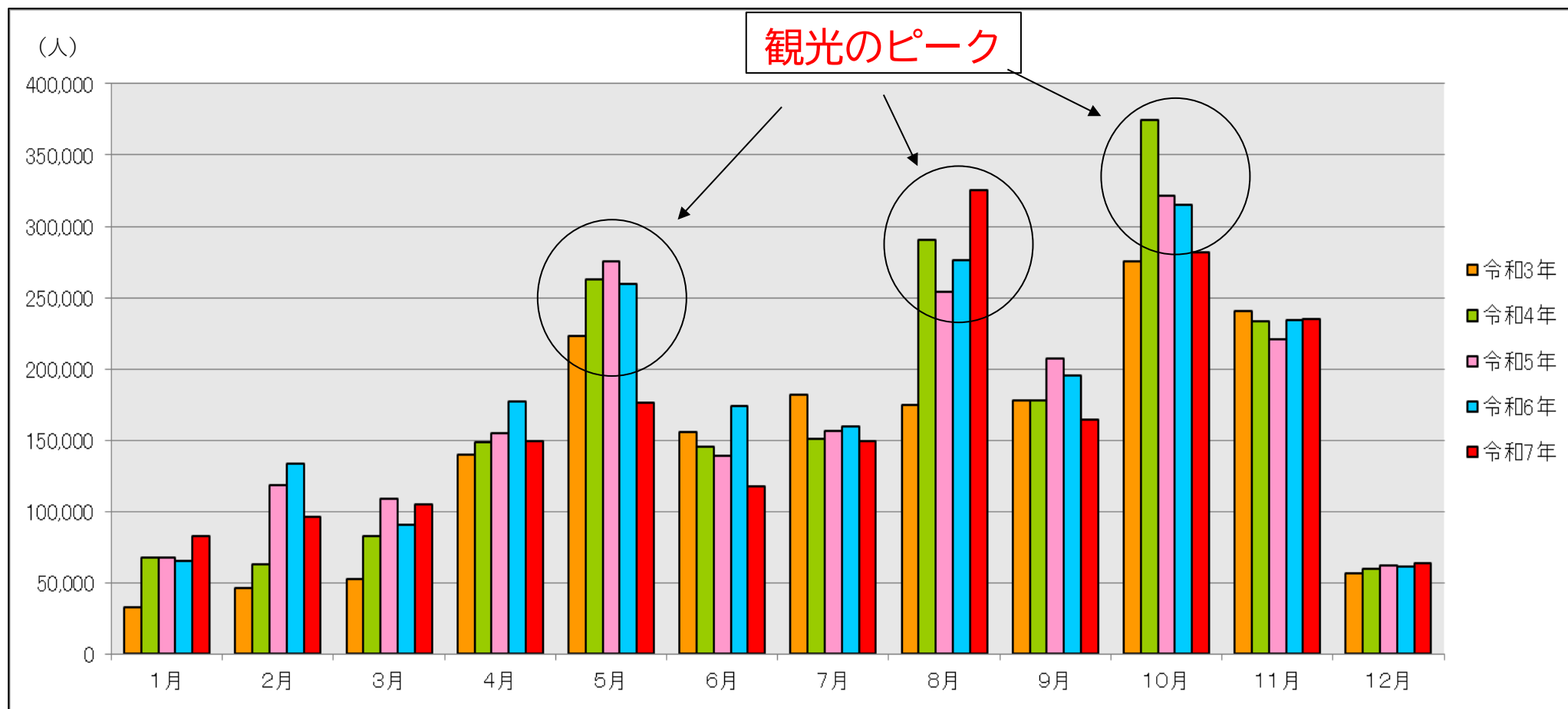
出典：観光客入込数統計調査

観光入込客数は、平成26年から令和元年までは概ね200万人前後で推移していたが、令和2年には新型コロナウイルス感染症の影響により大幅に減少した。

その後は観光需要の回復に伴い増加に転じ、令和6年には北陸新幹線敦賀開業の効果等により、過去最高の214万3,900人を記録した。一方、令和7年は国道158号の通行止めや、前年の新幹線開業効果の反動減の影響により194万7,000人となったものの、コロナ禍前と同程度の水準を維持している。

(2) 本市の概況

図表9 観光入込み客数の推移



出典：観光客入込数統計調査

本市の観光入込客数は、例年、ゴールデンウィークを含む5月、夏休み期間の8月、紅葉シーズンの10月に増加する傾向が見られ、特に10月は年間を通じて最も多くの観光客が訪れる時期となっている。

年度別に見ると、令和3年は新型コロナウイルス感染症の影響により全体的に低い水準で推移したが、令和4年以降は行動制限の緩和や観光需要の回復に伴い増加傾向が見られ、5月、8月、10月を中心にコロナ禍前の水準に近づいている。

なお、年度ごとに気象条件や交通環境等の影響による変動も見られ、令和7年には国道158号通行止めの影響などにより春から初夏にかけて入込客数が減少したものの、夏季以降は回復傾向が見られる。

このように、本市の観光入込客数は、コロナ禍からの回復過程を経ながら、春の大型連休、夏休みシーズン、秋の紅葉シーズンに需要が集中する傾向を維持しており、本市における観光の季節性が顕著に表れている。

(2) 本市の概況

図表10 観光エリア別・イベント別入込客数の推移（人）

年	入込総数	まちなか エリア	六呂師 高原周辺 エリア	和泉 エリア	道の駅 「越前お おの 荒 島の郷」	その他	再 掲			
							市内スキー 場	越前おおの 冬物語	おおの 城まつり	九頭竜 紅葉まつり
令和3年	1,756,900	426,300	107,500	438,600	671,200	113,300	34,200	中止	0	0
令和4年	2,055,700	605,900	101,800	597,600	625,500	124,900	34,000	中止	74,000	53,000
令和5年	2,086,500	670,100	97,600	607,400	618,800	92,600	34,900	22,000	49,000	48,000
令和6年	2,143,900	704,000	114,200	568,000	679,100	78,600	35,000	15,000	55,000	41,000
令和7年	1,947,000	670,300	125,500	465,900	631,800	53,500	48,000	中止	72,000	28,000
前年比	90.8%	95.2%	109.9%	82.0%	93.0%	68.1%	137.1%	－	130.9%	68.3%
前々年比	93.3%	100.0%	128.6%	76.7%	102.1%	57.8%	137.5%	－	146.9%	58.3%

出典：観光客入込数統計調査

令和7年の観光入込客数は194万7,000人となり、前年を下回った。
エリア別では、国道158号の通行止めの影響を受けた和泉エリアが46万5,900人（前年比82.0%）と大幅に減少したほか、その他エリアも猛暑や天候不順の影響により減少した。
一方、六呂師高原周辺エリアは、「SORA to DAICHI」の開業や野外音楽フェスティバルの開催により12万5,500人（前年比109.9%）となり、主要観光エリアの中で唯一増加した。
また、まちなかエリアは67万300人（前年比95.2%）と高い水準を維持し、道の駅「越前おおの荒島の郷」も秋以降は回復傾向が見られた。イベント別では、市内スキー場やおおの城まつりの入込客数が増加した一方、九頭竜紅葉まつりは天候の影響等により減少した。
全体としては、交通アクセスや天候の影響により観光入込客数は前年を下回ったものの、新たな観光拠点の開業やイベント開催による誘客効果も見られ、一部エリアでは増加がみられた。

(2) 本市の概況

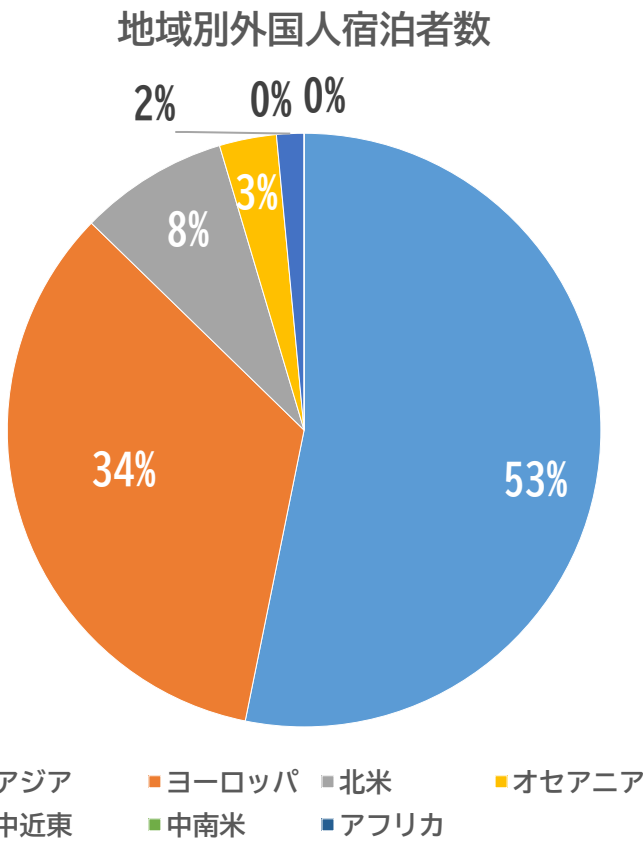
R 7 年度 外国人宿泊者数（延べ） 7 3 9 人

※ R 6 : 6 2 8 人

図表9 外国人宿泊者数国別

国名	地域	延べ人数	比率	順位
台湾	アジア	263人	35.6%	1
フランス	ヨーロッパ	81人	11.0%	2
アメリカ	北米	47人	6.4%	3
ドイツ	ヨーロッパ	42人	5.7%	4
中国	アジア	40人	5.4%	5
イギリス	ヨーロッパ	39人	5.3%	6
オランダ	ヨーロッパ	23人	3.1%	7
ベトナム	アジア	21人	2.8%	8
タイ	アジア	20人	2.7%	9
香港	アジア	16人	2.2%	10

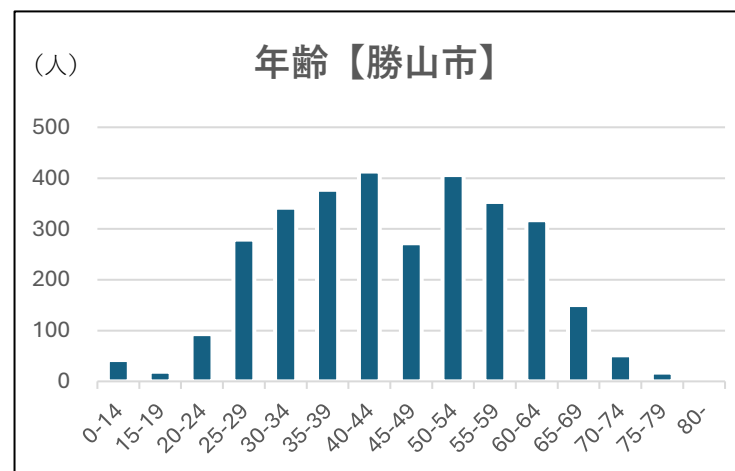
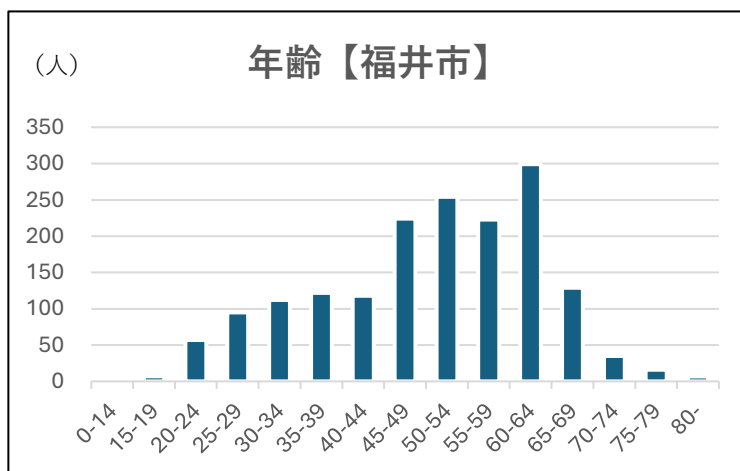
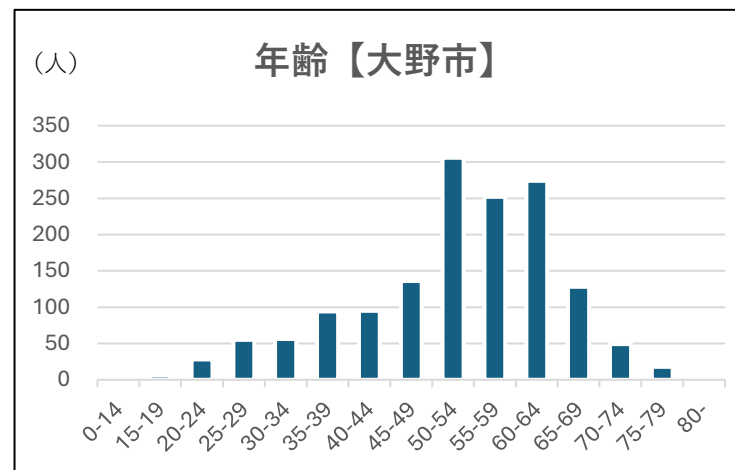
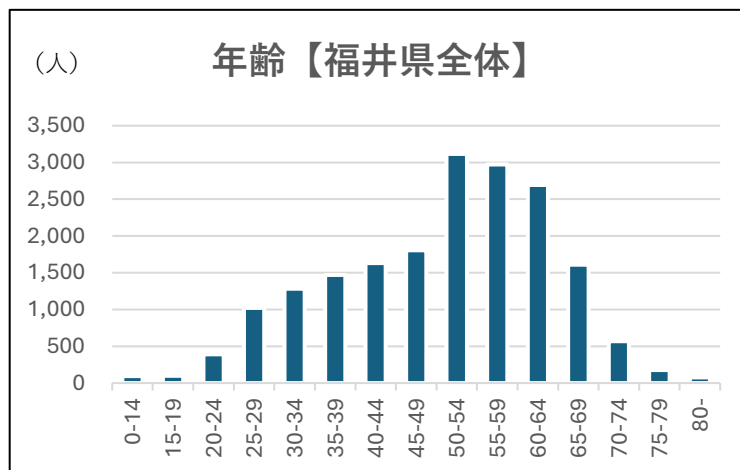
出典：観光客入込数統計調査



大野市の外国人宿泊者の国別の割合は、台湾が最も高く、次いでフランス、アメリカ、ドイツと続く。
地域別ではアジアが53%を占める一方、ヨーロッパ・北米が34%を占めている。
福井県全体では台湾、中国、香港の順となっており、大野市は福井県全体と比べて欧米からの宿泊者の割合が高いことが特徴である。（福井県 1位：台湾、2位：中国、3位：香港）
一方で、大野市の外国人宿泊者数はまだ限定的であることから、インバウンド受入れに向けた市民や事業者の意識醸成や環境整備を進めつつ、中部縦貫自動車道の全線開通後の人流の変化やインバウンド需要の動向を注視していく必要がある。

(2) 本市の概況

FTASアンケート分析【来訪者の年齢構成】

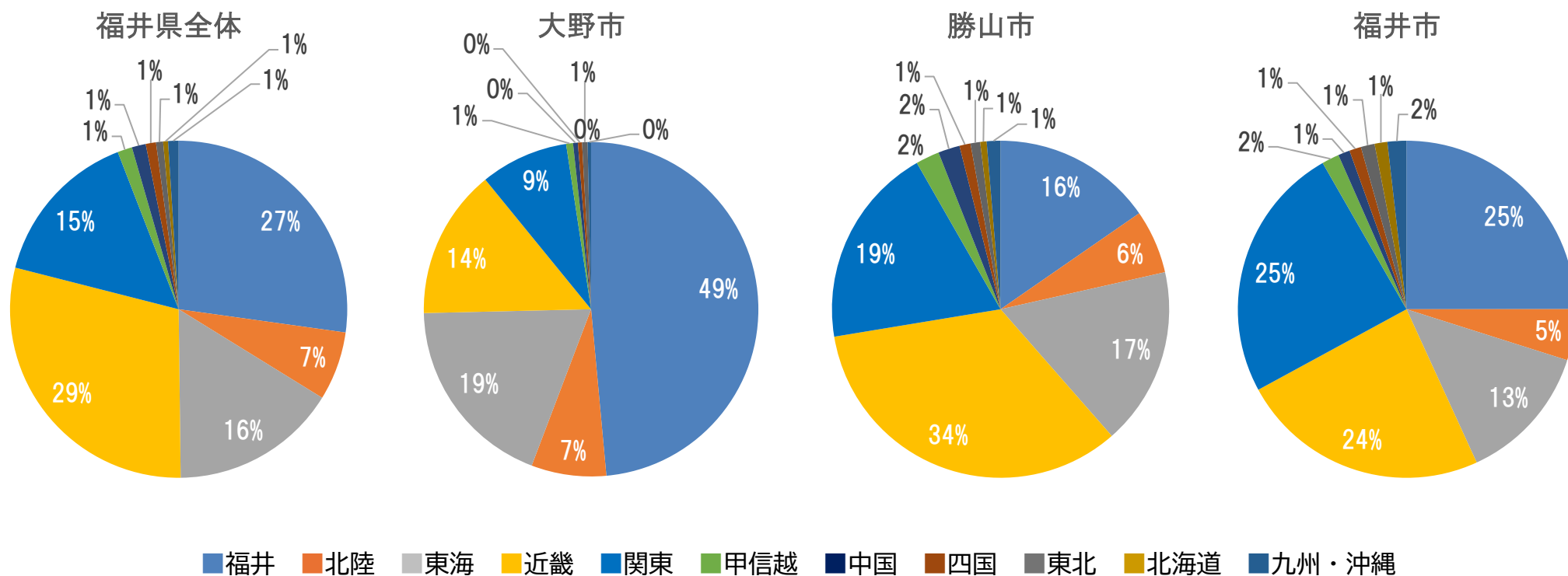


福井県全体では50代、60代の割合が高く、大野市および福井市においても同様の傾向が見られる。
一方、勝山市では30代、40代の割合が比較的高い。これは、福井県立恐竜博物館を目的とした来訪が多く、親子連れや子育て世代の来訪者が多いことが要因と考えられる。

【使用データについて】 *FTAS（福井県観光データ分析システム）の観光客アンケートデータを活用しています。〔データ対象期間 2025.4～2026.3〕
*福井県の観光アンケートや各種オープンデータを集約・可視化する分析システム

(2) 本市の概況

FTASアンケート分析【来訪者の居住地域】



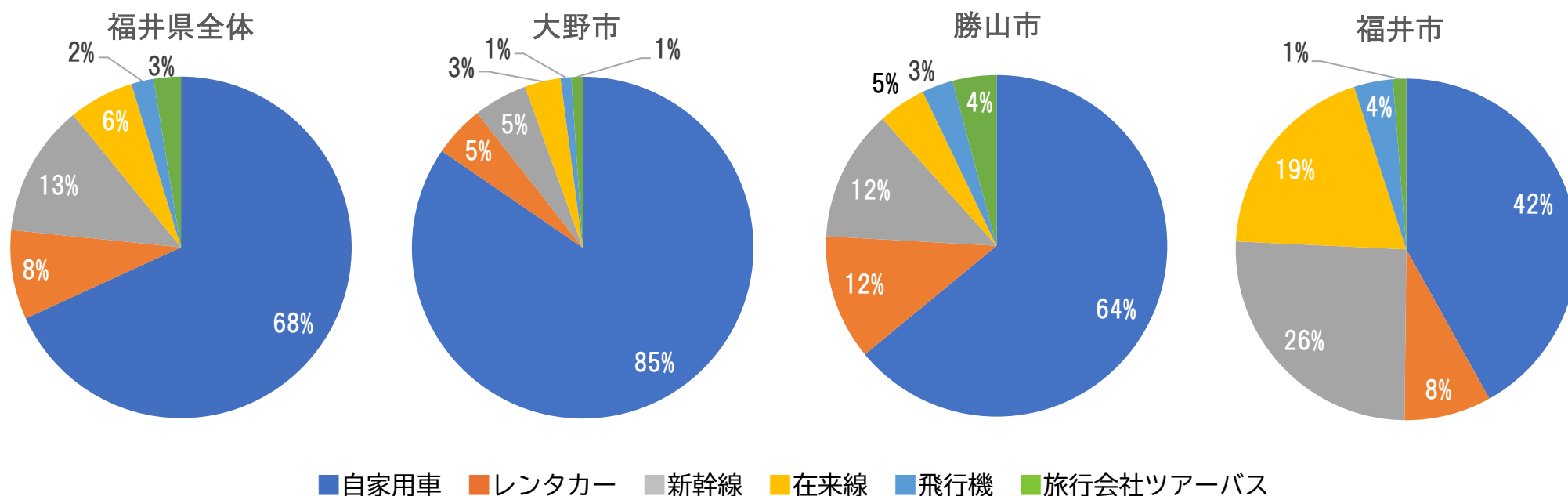
福井県全体では、近畿からの来訪者の割合が最も多く、次いで福井県内、東海、関東の順となっている。一方、大野市は県内居住者の割合が最も高く、県外からの来訪者に限ると、県内で唯一、東海の比率が最も高い。

大野市では、前年と比較して福井県内居住者の割合が大きく上昇した一方で、東海、近畿、関東の割合はいずれも低下している。
(R6大野市 福井県：31%、東海：28%、近畿：16%、関東：14%)

これは、国道158号の土砂崩れによる通行止めや、福井県による周遊キャンペーンや県内向けプロモーションにより、県内からの来訪が増加したことが要因と考えられる。

(2) 本市の概況

FTASアンケート分析【福井県までの交通手段】



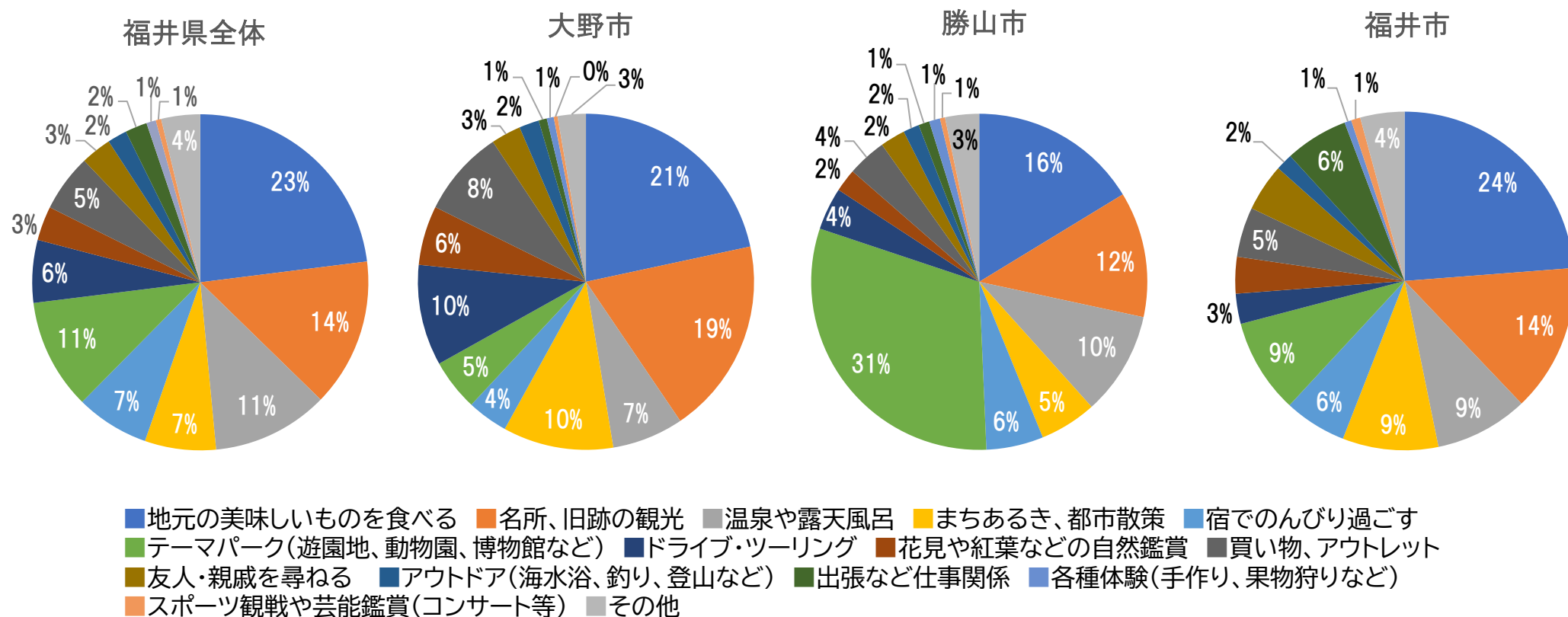
大野市では自家用車の利用が85%と最も高く、福井県全体や他市と比較して自家用車への依存度が高く、移動手段の中心となっていることがうかがえる。

また、レンタカーの利用割合は昨年と変わらなかったものの、新幹線の利用割合は前年の7%から5%へ減少している。(R6大野市 自家用車：79%、レンタカー：5%、新幹線：7%)

一方、福井市では新幹線や在来線の利用割合が比較的高く、二次交通の充実が公共交通利用を支えているものと考えられる。

(2) 本市の概況

FTASアンケート分析【旅の目的】



旅の目的としては、大野市は福井県全体に比べ、「名所、旧跡の観光」や「まちあるき、都市散策」の割合が高い。また、「地元の美味しいものを食べる」の割合も21%と高く、観光資源に加えて食の魅力も来訪動機の一つとなっている。

勝山市は「テーマパーク（遊園地、動物園、博物館など）」が31%と圧倒的に高く、恐竜博物館を目的とした来訪が多い。

(2) 本市の概況

－ F T A S 自由意見・コメントのまとめ －

※構成割合は自由意見を分類

強 み	項 目	主な内容
	地域資源	越前大野城、城下町、名水、雲海、星空、六呂師高原など本市ならではの歴史・自然資源への評価が高い
	地域の食	そば、醤油カツ丼、里芋、まいたけ、日本酒、でっちようかん、芋きんつばなど、大野ならではの食への評価が高い
	居心地	「混雑していない」「ゆっくり過ごせる」「落ち着いた雰囲気」など、快適性や居心地の良さが評価されている

課題 (改善の意見)	項 目	割合	主な内容
	飲食・食べ歩き	約45%	飲食店やカフェ不足、食べ歩き環境の充実、名物グルメの提供等
	土産・買い物	約20%	土産品の充実、店舗数の拡大、地域産品の購入機会の拡充等
	情報発信・案内	約15%	飲食店マップ、駐車場案内、雲海情報など観光情報の発信強化
	営業時間・定休日	約10%	営業時間延長、定休日の分散等
	その他	約10%	宿泊、交通、子ども向け施設の充実等

分析結果

FTAS自由意見では、越前大野城や城下町、名水、星空、地域食など本市の地域資源への評価は高く、来訪者にその魅力が十分認識されていることがうかがえる。

一方で、改善要望は飲食・買物・情報発信に集中しており、特に城下町エリアでは飲食店やカフェ、食べ歩き環境、土産品、案内機能の充実を求める声が多く見られた。

このことから、本市の課題は地域資源そのものの不足ではなく、地域資源を十分に楽しみ、消費につなげる受け入れ環境にあると考えられる。特に城下町エリアにおいて、飲食・買物・情報発信機能の充実を図り、消費機会の創出と周遊促進につなげることが重要である。

(3) 市民・事業者アンケート調査結果の概要

○調査の概要と回答結果

本調査は、越前おおの産業戦略の策定にあたり、市民の就業意識や買い物・観光に対する意向、ならびに市内事業者の経営状況や事業承継、人材確保等の課題とニーズを把握することを目的に実施したものです。

区分	実施期間	回答数	回答方法・内訳
市民アンケート (高校生以上の市民対象)	令和7年12月24日 ～令和8年1月23日	509件	WEB回答のみ
事業者アンケート (市内事業者対象)		466件	郵送298件 (63.9%) WEB168件 (36.1%)

※本アンケートは、広く市民・事業者に回答を呼びかける方式で実施したため、分母となる対象者数を設定しておらず、回答率は算出していません。各設問の詳細な集計結果は、資料編に掲載します。

市民アンケートから見える主な傾向

- 働く際は「賃金・給与」や「休日・休暇」を重視し、市内で働きたいと思わない理由として「希望する仕事が少ない」「給与水準が低い」が多く挙げられている。
- 市内で働くためには、賃金水準の向上に向けた支援や企業誘致、子育て・介護と両立しやすい働き方などへの期待が高く、魅力ある働く場や職場環境づくりが求められている。
- 観光業への期待は全年代で高く、観光客の増加による地域の賑わいや消費、経済効果を期待する声が多い。

事業者アンケートから見える主な傾向

- 回答事業者は従業員5人以下の小規模事業者が中心であり、原材料・燃料費の高騰や価格転嫁の難しさ、人手不足、地域人口減少による市場縮小への対応が共通課題となっている。
- 人材を十分に確保できていない事業者が多く、特に建設業や製造業では人材不足が深刻である。また、求人応募が少ないことや、必要な知識や技能を持つ人材の確保が課題となっている。
- 事業承継では、事業価値への不安や後継者の確保に課題を抱える事業者が多い。

(3) 市民・事業者アンケート調査結果の概要

○市民アンケート：年代別に見た主な特徴

10代・20代

特徴：市内勤務へのこだわりは比較的低い。特に10代では「希望する仕事が少ない」、20代では「給与水準が低い」を市内で働きたいと思わない理由として挙げる割合が高い。

示唆：若者が地域で働くことを選択できるよう、多様な仕事の選択肢の確保や給与水準の向上が求められている。

30代・40代

特徴：賃金への関心が高く、市内で働きたいと思わない理由として「給与水準が低い」を挙げる割合が高い。また、子育て・介護と両立しやすい働き方や職場環境を求める傾向が見られる。

示唆：仕事と家庭の両立を支える職場環境づくりを進めるとともに、給与水準の向上や魅力ある働く場の確保が求められている。

50代・60代

特徴：市内で働きたい意向が比較的高い一方、市内で働きたいと思わない理由として「希望する仕事が少ない」を挙げる割合が高い。

示唆：地域で働き続けたいニーズに応えられるよう、多様な働く場の確保が求められている。

70代以上

特徴：医療・福祉など生活に身近な産業への期待が高く、安心して暮らせる生活環境を重視する傾向が見られる。

示唆：安心して暮らし続けられるよう、医療・福祉をはじめとする生活環境の維持・充実が求められている。

市民アンケートから導く視点

若者世代では仕事の選択肢や給与水準への関心が高く、30・40代では仕事と家庭の両立、50・60代では地域で働き続けられる環境、70代以上では安心して暮らせる生活環境へのニーズが見られました。このことから、多様な仕事の選択肢の確保や働きやすい職場環境づくりへの期待が高いことがうかがえます。

また、全世代を通じて観光業への期待が高く、観光客の増加による地域の賑わいや消費、経済効果を期待する声が多く見られました。

(3) 市民・事業者アンケート調査結果の概要

○事業者アンケート：業種別に見た主な特徴

建設業

特徴：技術力・専門性を強みとする事業者が多い。

課題：人材不足が深刻であり、求人応募の少なさなどによる人材確保が課題となっている。

示唆：地域のインフラや建設技術を将来にわたり維持していくため、人材の確保に向けた取組が求められている。

卸売業・小売業

特徴：商品・サービスの品質や接客・サービス対応を強みとする事業者が多い。

課題：地域人口の減少による市場縮小や売上減少への対応が課題となっている。

示唆：商品・サービスの魅力向上を図るとともに、地域内外の需要を取り込みながら、顧客に選ばれ続ける取組が求められている。

宿泊業・飲食サービス業

特徴：商品・サービスの品質を強みとする事業者が多い。

課題：来訪者の増加に期待する事業者が多い一方、他業種と比べて事業の縮小や廃業を検討する割合が高い。

示唆：観光客の増加を事業者の維持・発展につなげるため、来訪需要を着実に消費へ結び付ける取組が求められている。

製造業

特徴：品質や技術力・専門性を強みとする事業者が多い。

課題：人材不足が深刻であり、求人応募の少なさなどによる人材確保が課題となっている。

示唆：商品・サービスの品質や技術力・専門性を支える人材の確保が求められている。

サービス業

特徴：接客・サービス対応を強みとする事業者が多い。

課題：地域人口の減少による市場縮小への対応や、必要な能力を持つ人材の確保が課題となっている。

示唆：接客・サービス対応の強みを生かし、顧客に選ばれ続けるサービスの提供が求められている。

共通して見えること

特徴：従業員5人以下の小規模事業者が多く、品質や技術力、接客・サービス対応など、それぞれの強みを生かして事業を展開している。

課題：人材不足への対応に加え、事業承継における後継者の確保や事業価値への不安が課題となっている。

示唆：人材確保や事業承継への対応を進めるとともに、事業者の強みを生かしながら地域内外の需要を取り込む取組が求められている。

事業者アンケートから導く視点

小規模事業者が多い本市では、人材不足への対応や事業承継に関する不安が共通の課題となっています。また、一部の業種では人口減少による市場縮小への対応が課題となっています。このことから、人材確保や事業承継への対応を進めるとともに、事業者それぞれの強みを生かしながら、地域内外の需要を獲得していくことが求められています。

(4) 課題の整理

観光業の課題

越前大野城、城下町、名水、星空、食、自然などの地域資源は評価されている一方で、観光客からは飲食店や土産品の充実を求める声も見られる。市民アンケートでは観光業への期待が高く、観光客の増加による地域の賑わいや消費、経済効果を期待する声が多く見られる。

来訪手段は自家用車が中心であり、道の駅や主要観光地を訪れる来訪者を、まちなかや市内各地へ誘導しながら、滞在時間の延長や観光消費の拡大につなげる仕組みづくりが必要である。

中部縦貫自動車道県内全線開通を見据え、中京圏をはじめとしたターゲットを明確にしながら、本市の魅力を効果的に発信し、誘客につなげていく必要がある。

商工業の課題

事業者アンケートでは、特に卸売業・小売業を中心に、地域人口の減少による市場縮小への対応が課題となっている。地域資源を生かした商品・サービスの魅力向上を図り、地域内外からの消費を取り込みながら事業者の稼ぐ力の向上につなげていく必要がある。

特に城下町エリアでは飲食店やカフェ、土産品の充実を求める声が見られることから、消費機会の創出につながる商業機能の充実が求められている。

事業承継においては、後継者の確保や事業価値への不安を抱える事業者も多く、円滑な事業承継を進めていく必要がある。

働く環境の課題

市民アンケートでは、若年層を中心に「希望する仕事が少ない」「給与水準が低い」ことを理由に、市内で働くことへの意向が低い傾向が見られる。また、賃金水準の向上や企業誘致、子育て等と両立しやすい働き方への期待が高い。

事業者アンケートでは、多くの業種で人材不足が課題となっており、特に建設業や製造業では人材確保が深刻な状況となっている。多様な人材が働きやすい職場環境づくりや良質な雇用の創出を進めていく必要がある。

若年層を中心に市内勤務へのこだわりが低い傾向が見られることから、地域産業を支える人材を確保していくため、若者の地域定着に向けた取組が求められている。

大野市には豊富な地域資源が存在する一方で、その魅力を観光客の滞在・消費につなげるための受け入れ環境や商品・サービスの充実が求められている。また、地域資源を生かした商品・サービスづくりや交流人口の拡大を通じて、事業者の稼ぐ力を高めるとともに、人材の確保・定着が課題となっている。

中部縦貫自動車道県内全線開通による人の交流や物流の拡大等を好機として、観光消費の拡大、地域事業者の稼ぐ力の向上、人材の確保・定着を進め、持続可能な地域経済の構築を図る必要がある。

03 基本理念と位置づけ

(1) 基本理念

人口減少や国内市場の縮小が進む中、大野市においては、中部縦貫自動車道の県内全線開通や北陸新幹線の県内延伸により、人の交流の拡大に加え、物流時間の短縮や商圈の拡大など、新たな成長機会が生まれています。観光誘客の促進に加え、商工業においても新たな需要の獲得や事業活動の活性化が期待されています。

一方で、広域的な交通の利便性向上により来訪者が大野市を通過してしまう可能性もあることから、市内での滞在時間の延長や観光消費の拡大につながる仕組みづくりが重要です。

本戦略では、大野市の強みである「結」の精神に基づき、事業者、市民、関係団体、行政等が連携しながら、観光業、商工業、働く環境を一体的に推進します。地域資源を生かした観光消費の拡大や事業者の稼ぐ力の向上、地域産業を支える人材の確保を図ることで、外から稼ぎ、地域内で循環する持続可能な地域経済の実現を目指します。

観光業：地域資源を滞在・消費へ

城下町、星空、恐竜化石、食、自然などの地域資源を生かし、道の駅等を起点とした来訪者の周遊・滞在・消費につながる観光を推進します。

道の駅を情報発信の拠点として活用するとともに、城下町エリアを中核として「まちなか」での滞在と消費を生み出し、観光業と商工業が一体となった地域経済の活性化を目指します。

商工業：地域資源を稼ぐ力へ

地域資源を生かした商品・サービスの創出や高付加価値化、城下町エリアにおける空き店舗の利活用や出店促進を通じて、事業者の「稼ぐ力」の向上とまちなかの持続可能な賑わいを図ります。

地域産業を未来へつなぐ事業承継を推進し、地域で培われてきた事業や技術、雇用を次世代へつないでいくことで、持続可能な地域経済の循環を目指します。

働く環境：多様な人材が活躍する場へ

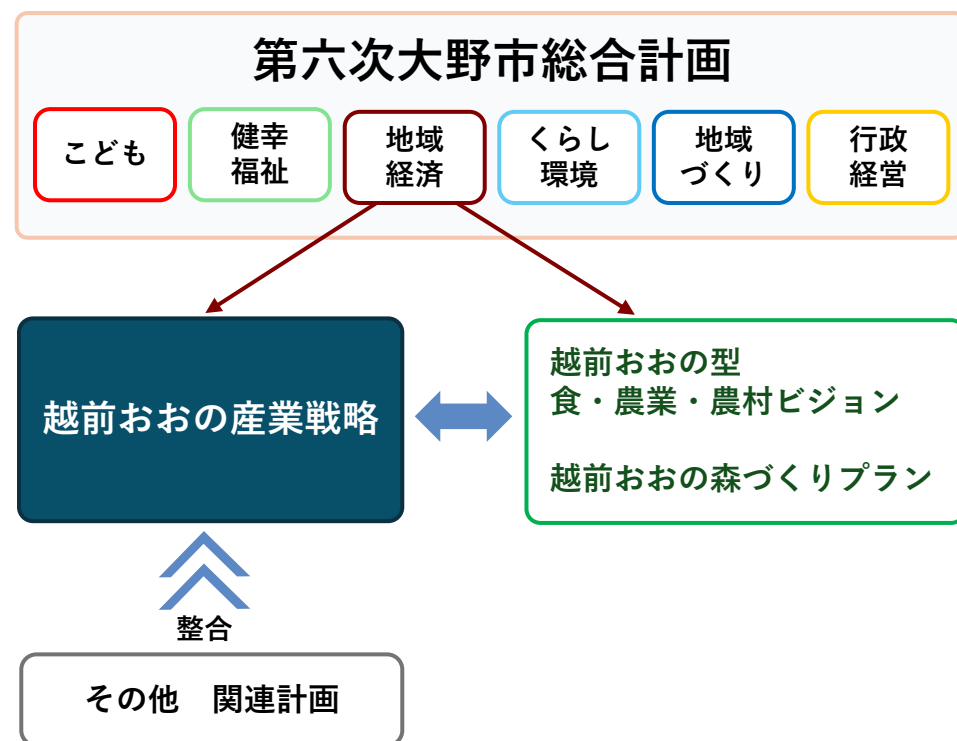
働く人にやさしい職場環境づくりを推進するとともに、企業誘致による良質な雇用の創出を進め、多様な人材が活躍できる働く環境の充実を図ります。

若者が地域産業や市内企業への理解を深め、地域で働くことを将来の選択肢として考えられる機会の充実を図ることで、将来的な地元就職やUターン就職、人材確保につなげます。

(2) 越前おおの産業戦略の位置づけ

越前おおの産業戦略は、大野市の最上位計画である「第六次大野市総合計画後期基本計画（R8～R12）」における「8 観光業」「9 商工業」「10 働く環境」の3項目のありたい姿の実現を後押しする、産業分野の推進戦略です。

これまでの取組で明らかになった成果と課題を踏まえ、中部縦貫自動車道県内全線開通や北陸新幹線県内延伸等による人流・物流の拡大を好機として、観光業・商工業・働く環境を横断的に連携させ、外から稼ぎ、地域内で循環する持続可能な地域経済の実現を目指します。



第六次大野市総合計画（後期）における3項目のありたい姿

8 観光業

中部縦貫自動車道が東海北陸自動車道と結ばれ、人がつながり地域がつながる、新しい交流の輪が広がっています。天空の城 越前大野城や日本一美しい星空、九頭竜の恐竜・化石、北陸最大級の道の駅「越前おおの 荒島の郷」などの魅力的な観光資源が生かされ、事業者による受け入れ体制が整い、多くの観光客が買い物や飲食、観光体験を満喫しながらゆっくりと滞在・周遊し、地域経済の循環と活性化が進んでいます。

9 商工業

中部縦貫自動車道が東海北陸自動車道とつながり、人の交流や物流の拡大など、新たな経済活動が進む中で、事業者による付加価値の高い商品やサービスの提供により、リピーターの増加や販路の拡大が進み、稼ぐ力が向上しています。また、まちなかを中心に魅力的な店舗などが創出され、地域経済が活性化しています。

10 働く環境

中部縦貫自動車道が東海北陸自動車道とつながり、魅力ある企業の進出や創業・事業拡大により働く場が広がり、働きやすい環境の整備も進む中で、若者や高齢者、女性、子育て世代など、誰もがイキイキと働いています。企業では、多様な人材の確保・育成や新技術の活用、人材のシェアなどが進み、労働生産性が向上し、新たな働き方につながる好循環が形成されています。

04 重点施策

(1) 戦略の方向性

中部縦貫自動車道の県内全線開通を契機に、中京圏をはじめとする広域からの人流・物流を取り込み、観光誘客を市内での滞在・消費や事業者の稼ぐ力の向上へとつなげます。

道の駅「九頭竜」と道の駅「越前おおの 荒島の郷」を周遊の起点とし、天空の城 越前大野城を中心とする「城下町エリア」、恐竜・化石の「和泉エリア」、日本一の星空を誇る「六呂師高原周辺エリア」を結ぶ周遊滞在型観光を推進します。あわせて、宿泊体制の強化など観光客を迎える受け入れ環境の充実を図ります。

特に、城下町エリアを中核として「まちなか」での滞在と消費を生み出す商業空間づくりを進めます。地域資源を生かした商品・サービスの創出や高付加価値化、空き店舗の利活用や出店促進を一体的に推進します。

また、地域産業を未来へつなぐ事業承継の推進や、人材に選ばれる職場づくりと良質な雇用の創出、若者の地元定着と人材確保に取り組み、地域産業を支える基盤の強化につなげます。

これらの取組を一体的に推進することで、観光業、商工業、働く環境が連動し、外から稼ぎ、地域内で循環する持続可能な地域経済の実現を目指します。

3つの分野が連動する「稼ぐ力」の向上

各分野の施策を相互に連携させ 地域経済の好循環を創出



(2) 観光業の重点施策

3つのエリアと道の駅を核とした 周遊・滞在型観光の推進

観光客の市内滞在時間の延長と観光消費額の向上を図るため、日帰り観光から宿泊や体験を伴う周遊滞在型観光への転換を進めます。城下町、恐竜化石、星空など本市ならではの地域資源を生かしながら、観光客の立ち寄り拠点である道の駅との周遊の仕組みを形成します。また、道の駅を観光情報発信の拠点として活用することで、当日の周遊促進だけでなく、次回の来訪につながるきっかけづくりを進めます。

「城下町」を始めとした地域資源を生かした滞在型観光地づくり

歴史や食、自然などの地域資源を生かした観光商品の造成を進めるとともに、食べ歩きや買い物、体験など、城下町の魅力を楽しめるコンテンツの充実や、歴史文化の魅力を生かした景観や雰囲気づくりに取り組み、日帰り観光から宿泊を伴う観光への転換を図ることで、観光消費額の向上につなげます。

【ターゲット】

歴史・文化や食に関心が高い50代以上の旅行者、グルメや写真映えする体験を求める20～40代の女性やカップル

「恐竜ブランド」を生かした周遊促進

恐竜博物館から市内周遊を促進するため、和泉エリアや六呂師高原周辺エリアなど、恐竜ブランドと親和性の高い観光エリアとの連携を強化し、滞在時間の延長による観光消費の拡大を図ります。

【ターゲット】

恐竜博物館を訪れるファミリー層を中心に、化石・自然体験やアウトドアに関心が高い20～40代のファミリー層

「日本一の美しい星空」六呂師高原の目的地化

県及び奥越前パークコンソーシアムと連携し、「六呂師高原開発計画」に基づく取組を推進します。「日本一の星空」をブランドの核に、星空観望や自然体験などの地域資源を生かし、昼夜を通して滞在を楽しめる環境やコンテンツの充実を図ることで、旅の目的地として選ばれる観光地づくりを進めます。

【ターゲット】

星空や自然体験を楽しむ20～40代の若年層やカップル、夫婦層、アウトドア愛好者

中部縦貫自動車道県内全線開通を見据えた ターゲット整理と誘客プロモーション

中部縦貫自動車道県内全線開通による交流人口の増加を好機と捉え、データ分析に基づき、重点エリアや来訪者層を明確にし、ターゲットに応じた、効果的な誘客プロモーションを展開します。また、中部縦貫自動車道福井県内全線開通の認知度向上や、機運醸成を図るためのイベント等を実施し、観光消費額の向上を図ります。

中京圏を重点市場とした戦略的なプロモーションの推進

中部縦貫自動車道県内全線開通効果を見据え、中京圏を重点市場とし、観光消費が期待できる層への誘客プロモーションを推進します。

観光客を迎える受け入れ環境の充実

周遊滞在型観光への転換を支えるため、宿泊施設や観光関連事業者の確保・育成を進めるとともに、観光施設の活用・整備を進め、持続可能な受け入れ体制の構築を目指します。

宿泊受け入れ環境の強化

新たな宿泊施設の開業促進や既存宿泊施設の魅力向上を進めるとともに、本市ならではの地域資源を生かした宿泊と体験を組み合わせた滞在型観光商品の造成を進めます。

持続可能な観光基盤の構築

観光施設について、役割や利用状況を踏まえた見直しと有効活用を進めるとともに、民間の経営ノウハウの導入や、事業譲渡等を検討し、持続可能な施設運営につなげます。

(3) 商工業の重点施策

城下町エリアを核とした稼ぐ商業空間づくり

大野市ならではの地域資源を生かした魅力ある商品・サービスの創出や高付加価値化に向けた取組をはじめ、城下町エリアを中心とした空き家・空き店舗の利活用、新規出店や創業の促進を図ります。魅力的で挑戦しやすい環境を整えることで、多様な事業者が集う「稼ぐ商業空間」を形成し、まちなかの持続可能な賑わいと事業者の稼ぐ力の向上を図ります。また、中部縦貫自動車道県内全線開通による交流人口の拡大を見据え、城下町エリアの商業機能の充実を図り、観光消費の拡大や新たな出店・投資を促し、地域経済の好循環につなげます。

地域資源を生かした商品・サービスの高付加価値化

天空の城 越前大野城や日本一美しい星空、九頭竜の恐竜・化石などの地域資源を生かした商品・サービスの開発や既存商品の磨き上げを支援します。これらの地域資源に関連した商品・サービスの充実を図ることで、大野ならではの名物としての認知度向上につなげるとともに、高付加価値化を促進し、収益力の向上を図ります。また、開発された商品を道の駅「越前おおの 荒島の郷」や道の駅「九頭竜」等での販売につなげることで、商品の認知度向上や各店舗への周遊を図ります。

城下町エリアにおける空き店舗等の利活用と出店支援

城下町エリアにおいて、空き家・空き店舗の状況把握や情報の集約を進め、出店しやすい環境を整えます。あわせて、新規出店者や創業希望者への支援、関係機関との連携による相談体制の構築により、若者や女性をはじめとする多様な事業者による新たな挑戦と創業を後押しします。特に、市民や観光客の来訪を促し、城下町エリアの魅力向上や賑わい創出につながる店舗については、城下町エリアの中でも特に店舗集積を図る区域への出店を支援し、事業の継続・定着と店舗の集積を図ります。

地域産業を未来へつなぐ事業承継の推進

地域産業の持続的な発展を図るためには、これまで地域で培われてきた事業や優れた技術、貴重な雇用を次世代へ確実につないでいくことが重要です。事業者の高齢化や後継者不足が課題となる中、早期からの意識啓発を進めるとともに、関係機関と連携した支援体制を構築し、円滑な事業承継と持続可能な地域経済の循環を目指します。

早期からの意識啓発と承継準備の促進

事業承継に関する関心や理解を深め、早期からの準備や将来に向けた検討を促すため、セミナーの開催や各種広報媒体等を活用した周知・啓発、情報提供に幅広く取り組みます。事業者が円滑な事業承継に向けた準備を進められるよう後押しします。

事業承継ニーズの把握と関係機関につなぐ支援体制の強化

事業承継に関する課題は、事業者ごとに状況や緊急度が異なることから、商工会議所などの関係機関と連携し、事業者の意向や支援ニーズの把握に努めます。必要に応じて福井県事業承継・引継ぎ支援センターなどの専門機関による相談、後継者・第三者承継のマッチング、補助制度の活用など、個々の状況に応じた支援につなげます。あわせて、把握した課題やニーズを踏まえ、関係機関と連携しながら、事業承継に向けた支援体制や必要な施策を検討します。

(4) 働く環境の重点施策

人材に選ばれる職場づくりと良質な雇用の創出

人口減少や人手不足が進む中、地域産業が持続的に発展していくためには、多様な人材が安心して働き続けられる職場環境と、多様な仕事の選択肢を確保することが重要です。働く人にやさしい職場環境づくりを推進するとともに、魅力ある企業の誘致による良質な雇用の創出を進め、多様な人材が活躍できる働く環境の充実を図ります。

「働く人にやさしい企業」の推進と職場環境の整備

働きやすく魅力ある職場環境づくりや、子育てと仕事を両立しやすい職場環境づくりに取り組む企業を「大野市働く人にやさしい企業」や「大野市子育て世代にやさしい企業」として認定し、その取組を広く発信します。認定制度を通じて、市内企業全体の魅力向上と職場環境の向上を促進します。

企業誘致による良質な働く場の創出

給与水準が高い企業やIT関連企業等の事務系オフィスの誘致を推進し、地域内に魅力ある働く場を創出します。幅広い職種や働き方を選択できる環境づくりを進めることで、市内で働く選択肢を広げ、良質な雇用の創出と所得水準の向上を図ります。

若者の地元定着と人材確保の推進

地域産業の将来を担う人材を確保するためには、若者が地域産業や市内企業への理解を深め、地域で働くことを将来の選択肢として考えられる環境づくりが重要です。教育機関や関係機関と連携しながら、若者と企業が接点を持つ機会の充実を図り、地域産業への理解や関心を高めることで、将来的な地元就職やUターン就職につなげます。

若者と企業との交流・学びの場づくり

高校生や大学生等を対象に、市内企業で働く社会人を講師として迎えるプログラムや、企業と若者がリラックスした雰囲気の中で交流できる機会の創出を図ります。生徒や学生が地域で働く魅力や意義について学ぶとともに、企業で働く人との対話を通じて、自身のキャリアや将来の働き方について考える機会を提供します。こうした交流を通じて、地域産業や市内企業への理解と関心を高め、地域への愛着を育むことで、将来的な地元就職やUターン就職、定着につなげます。

05 成果指標

(1) 成果指標

観光業 指標数	現状値 令和7年度	目標値 令和13年度	説明
宿泊延べ人数	82,000人	107,000人	宿泊施設の利用状況を測る指標で、宿泊者数の増加を目指します。
観光消費額	－円	●●●円	日帰り・宿泊別の観光客一人当たり消費額を図る指標で、福井県観光消費額を目安に観光消費額の増加を目指します。

商工業 指標数	現状値 令和7年度	目標値 令和13年度	説明
創業者数（累計）	－件	20件	市の支援策を活用した創業の状況を測る指標で、創業者数の増加を目指します。
道の駅産直の会商品売上高	215百万円	258百万円	道の駅での魅力的な商品の提供や生産者の収入の状況を測る指標で、商品売上高の増加を目指します。

働く環境 指標数	現状値 令和7年度	目標値 令和13年度	説明
働く人にやさしい企業の新規認定数（累計）	－ (累計41件)	10件 (累計54件)	働きやすい職場環境づくりの取組状況を測る指標で、新規認定企業数の増加を目指します。
子育て世代にやさしい企業の新規認定数（累計）	－ (累計34件)	13件 (累計47件)	子育てと仕事が両立できる職場環境づくりの取組状況を測る指標で、新規認定企業数の増加を目指します。

越前おおの産業戦略(案)＜概要版＞

戦略の趣旨

これまでの成果と課題を踏まえ、社会経済環境の変化に対応した新たな産業戦略を策定

観光 × 商工 × 働く環境 を一体的に推進

戦略期間

令和9年4月～令和14年3月（5年間）

★重点時期：令和11年春 中部縦貫自動車道「県内全線開通」

大野市には豊富な地域資源が存在する一方で、その魅力を観光客の滞在・消費につなげるための受け入れ環境や商品・サービスの充実が求められている。また、地域資源を生かした商品・サービスづくりや交流人口の拡大を通じて、事業者の稼ぐ力を高めるとともに、人材の確保・定着が課題となっている。

中部縦貫自動車道県内全線開通による人の交流や物流の拡大等を好機として、観光消費の拡大、地域事業者の稼ぐ力の向上、人材の確保・定着を進め、持続可能な地域経済の構築を図る必要がある。

基本理念

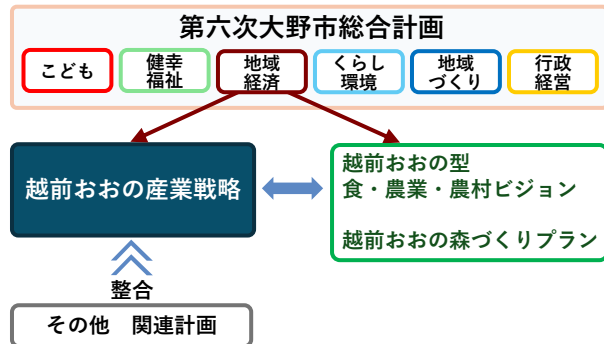
人口減少や国内市場の縮小が進む中、大野市においては、中部縦貫自動車道の県内全線開通や北陸新幹線の県内延伸により、人の交流の拡大に加え、物流時間の短縮や商圏の拡大など、新たな成長機会が生まれています。観光誘客の促進に加え、商工業においても新たな需要の獲得や事業活動の活性化が期待されています。

一方で、広域的な交通の利便性向上により来訪者が大野市を通過してしまう可能性もあることから、市内での滞在時間の延長や観光消費の拡大につながる仕組みづくりが重要です。

本戦略では、大野市の強みである「結」の精神に基づき、事業者、市民、関係団体、行政等が連携しながら、観光業、商工業、働く環境を一体的に推進します。地域資源を生かした観光消費の拡大や事業者の稼ぐ力の向上、地域産業を支える人材の確保を図ることで、外から稼ぎ、地域内で循環する持続可能な地域経済の実現を目指します。

越前おおの産業戦略の位置づけ

越前おおの産業戦略は、大野市の最上位計画である「第六次大野市総合計画後期基本計画（R8～R12）」における「8 観光業」「9 商工業」「10 働く環境」の3項目のありたい姿の実現を後押しする、産業分野の推進戦略です。



観光業

3つのエリアと道の駅を核とした周遊・滞在型観光の推進

- ・「城下町」を始めとした地域資源を生かした滞在型観光地づくり
- ・「恐竜ブランド」を生かした周遊促進
- ・「日本一の美しい星空」六呂師高原の目的地化

中部縦貫自動車道県内全線開通を見据えたターゲット整理と誘客プロモーション

- ・中京圏を重点市場とした戦略的なプロモーションの推進

観光客を迎える受け入れ環境の充実

- ・宿泊受け入れ環境の強化
- ・持続可能な観光基盤の構築

商工業

城下町エリアを核とした稼ぐ商業空間づくり

- ・地域資源を生かした商品・サービスの高付加価値化
- ・城下町エリアにおける空き店舗等の利活用と出店支援

地域産業を未来へつなぐ事業承継の推進

- ・早期からの意識啓発と承継準備の促進
- ・事業承継ニーズの把握と関係機関につなぐ支援体制の強化

働く環境

人材に選ばれる職場づくりと良質な雇用の創出

- ・「働く人にやさしい企業」の推進と職場環境の整備
- ・企業誘致による良質な働く場の創出

若者の地元定着と人材確保の推進

- ・若者と企業との交流・学びの場づくり

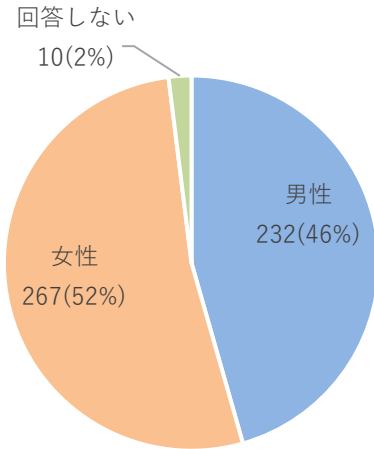
重点施策

成果指標

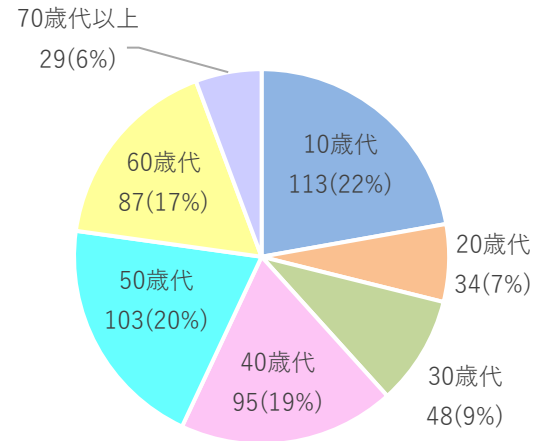
	指標数	現状値 令和7年度	目標値 令和13年度
観光業	宿泊延べ人数	82,000人	107,000人
	観光消費額	－円	●●●円
商工業	創業者数（累計）	－件	20件
	道の駅産直の会商品売上高	215百万円	258百万円
働く環境	働く人にやさしい企業の新規認定数（累計）	－（累計41件）	10件(累計54件)
	子育て世代にやさしい企業の新規認定数（累計）	－（累計34件）	13件(累計47件)

市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

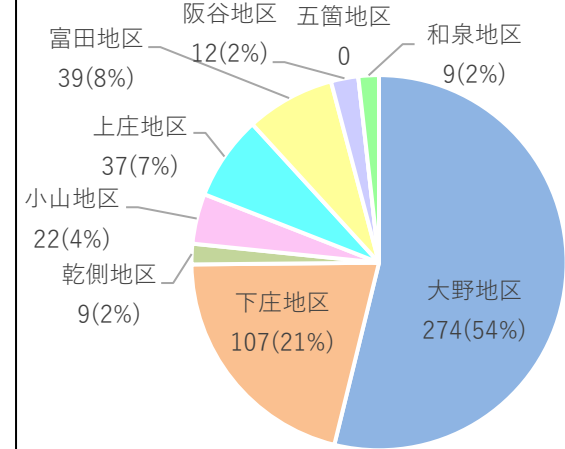
Q 1 .性別



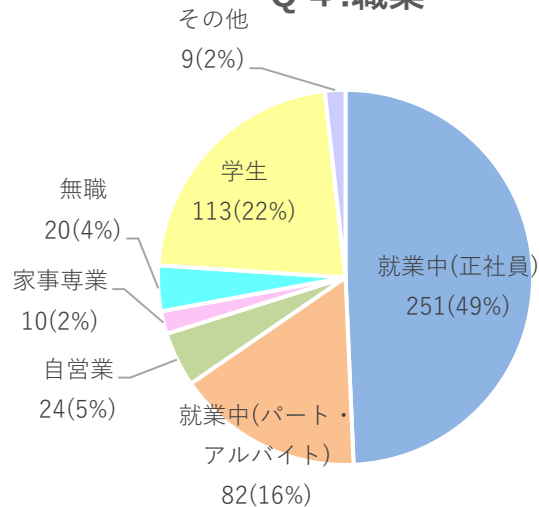
Q 2 .年代



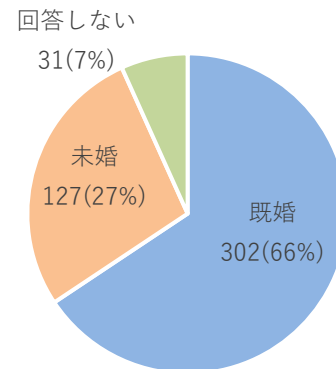
Q 3 .居住エリア



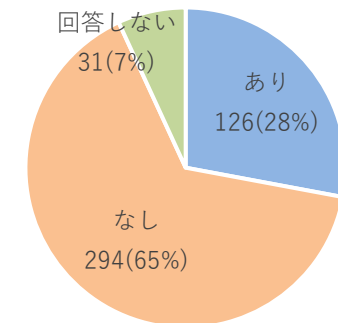
Q 4 .職業



Q 5 .ご結婚されていますか (n=460)



Q 6 .高校生以下のお子様の有無 (n=451)



市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

Q7. 働く際に重視する点（3つまで）

	全体 (n=505)	10歳代 (n=111)	20歳代 (n=34)	30歳代 (n=48)	40歳代 (n=95)	50歳代 (n=103)	60歳代 (n=86)	70歳代以上 (n=28)
賃金・給与	75.6%	75.7%	82.4%	85.4%	76.8%	82.5%	68.6%	42.9%
休日・休暇	60.2%	60.4%	82.4%	68.8%	68.4%	57.3%	44.2%	50.0%
やりたい仕事	30.9%	58.6%	11.8%	12.5%	17.9%	30.1%	30.2%	25.0%
職場の雰囲気・人間関係	28.7%	23.4%	38.2%	33.3%	23.2%	31.1%	32.6%	28.6%
勤務時間や働き方の柔軟性	19.8%	13.5%	35.3%	25.0%	18.9%	14.6%	27.9%	14.3%
通勤しやすさ	19.8%	15.3%	14.7%	18.8%	22.1%	13.6%	30.2%	28.6%
福利厚生	13.7%	10.8%	11.8%	16.7%	13.7%	16.5%	10.5%	21.4%
企業の安定性	11.1%	10.8%	8.8%	6.3%	12.6%	12.6%	11.6%	10.7%
正規雇用（正社員）	8.1%	0.9%	2.9%	8.3%	14.7%	9.7%	10.5%	7.1%
残業の少なさ	7.3%	8.1%	11.8%	12.5%	8.4%	5.8%	3.5%	3.6%
社会貢献性	4.4%	0.9%	0.0%	2.1%	6.3%	4.9%	7.0%	10.7%
女性が活躍できる職場環境	3.6%	3.6%	0.0%	2.1%	2.1%	4.9%	3.5%	10.7%
自身のキャリアアップにつながる	2.6%	1.8%	0.0%	2.1%	3.2%	2.9%	3.5%	3.6%
その他	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.5%	3.6%

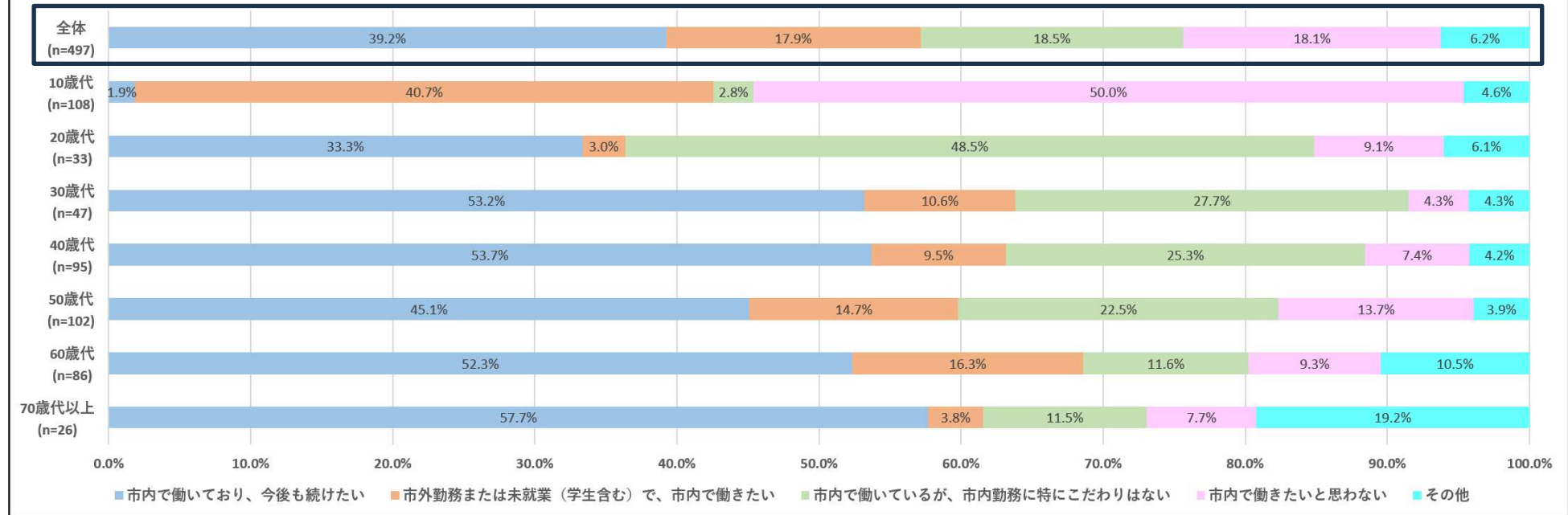
※セルの着色は割合の高低に応じて段階的に色分けしている（高いほど濃色）

区分：0～10%未満、10～20%未満、20～30%未満、30～50%未満、50～70%未満、70%以上

全年代を通じて「賃金・給与」と「休日・休暇」を重視する割合が高い

市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

Q 8. 市内での就業についてどう思うか



10代・20代では市内勤務へのこだわりが低く、30代以上では「今後も市内で働きたい」がおおむね半数以上を占める。特に10代では、「市内で働きたいと思わない」が半数を占める。

Q 9. 市内で働きたいと思わない理由（複数選択可）

※ Q 8 で「市内で働きたいと思わない」と回答した方のみ回答

	全体 (n=157)	10歳代 (n=64)	20歳代 (n=7)	30歳代 (n=8)	40歳代 (n=20)	50歳代 (n=30)	60歳代 (n=19)	70歳代以上 (n=9)
希望する仕事が少ない	63.7%	75.0%	57.1%	62.5%	40.0%	60.0%	68.4%	44.4%
給与水準が低い	42.7%	25.0%	71.4%	75.0%	55.0%	43.3%	52.6%	66.7%
知り合いが多く働きづらい	23.6%	17.2%	42.9%	12.5%	45.0%	30.0%	10.5%	22.2%
キャリア形成しにくい	20.4%	15.6%	42.9%	25.0%	20.0%	16.7%	31.6%	22.2%
家庭や生活の事情と勤務条件が合わない	10.2%	7.8%	14.3%	25.0%	20.0%	6.7%	10.5%	0.0%
その他	7.0%	3.1%	0.0%	25.0%	10.0%	6.7%	10.5%	11.1%

「希望する仕事が少ない」が最も多く、次いで「給与水準が低い」が続く。特に10代では「希望する仕事が少ない」、20～30代では「給与水準が低い」と回答した割合が高い。

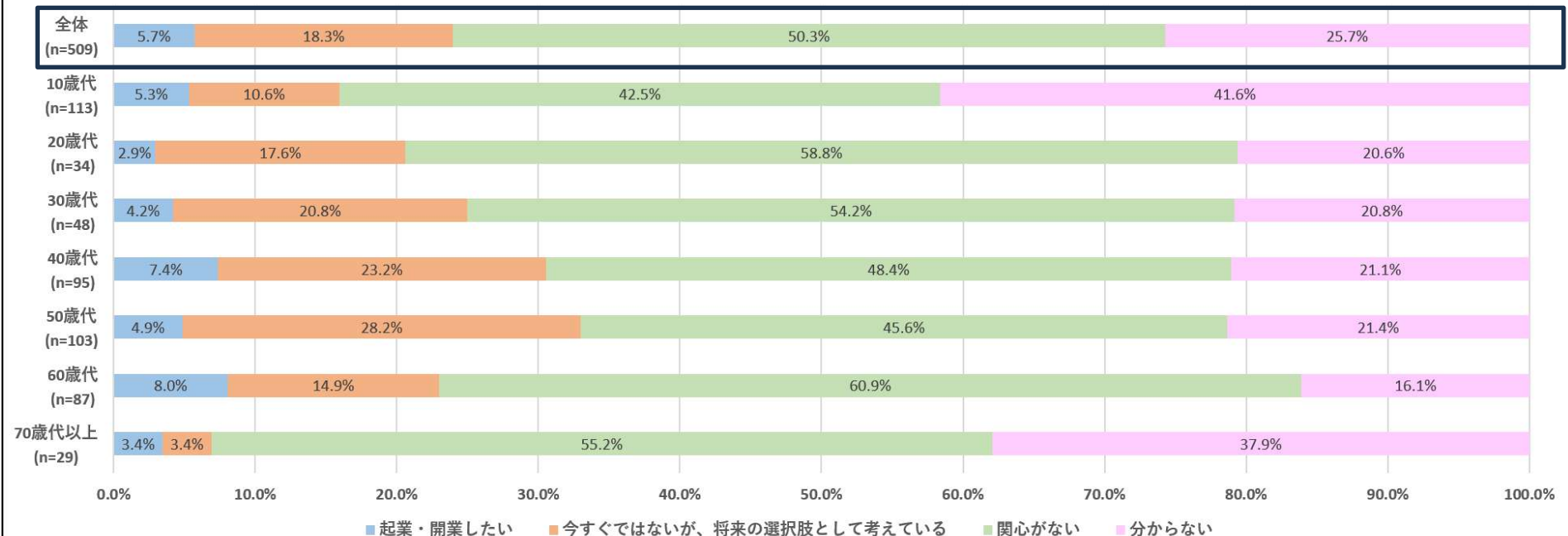
市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

Q 1 0．市内で働くために行政に期待すること（複数選択可）

	全体 (n=504)	10歳代 (n=112)	20歳代 (n=34)	30歳代 (n=46)	40歳代 (n=95)	50歳代 (n=103)	60歳代 (n=87)	70歳代以上 (n=27)
賃金水準の向上に向けた支援	56.2%	48.2%	67.6%	67.4%	63.2%	58.3%	54.0%	29.6%
企業誘致	48.8%	22.3%	41.2%	67.4%	55.8%	60.2%	54.0%	51.9%
子育て・介護と両立しやすい働き方や環境づくりの推進	44.8%	37.5%	58.8%	60.9%	50.5%	37.9%	43.7%	40.7%
地域企業の魅力発信・情報提供	28.4%	27.7%	26.5%	19.6%	28.4%	27.2%	35.6%	29.6%
テレワークなどの多様な働き方の推進	27.4%	37.5%	41.2%	34.8%	17.9%	25.2%	21.8%	14.8%
その他	3.8%	2.7%	0.0%	2.2%	4.2%	2.9%	5.7%	11.1%

「賃金水準の向上に向けた支援」が最も多く、次いで「企業誘致」が続く。20～40代では、「子育て・介護と両立しやすい働き方や環境づくり」を求める割合も比較的高い。

Q 1 1．起業・開業への興味



「関心がない」が約半数を占める一方、「起業・開業したい」または「将来の選択肢として考えている」は約4人に1人となっている。特に40～50代では将来の選択肢として考えている割合が比較的高い。

市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

Q 1 2. 起業・開業にあたり、不安に感じることや課題（複数選択可）

※Q 1 1で「起業・開業したい」「将来の選択肢」と回答した方のみ回答

	全体 (n=159)	10歳代 (n=29)	20歳代 (n=7)	30歳代 (n=15)	40歳代 (n=31)	50歳代 (n=41)	60歳代 (n=28)	70歳代以上 (n=8)
資金調達	60.4%	48.3%	85.7%	80.0%	67.7%	61.0%	50.0%	50.0%
経営ノウハウ不足	49.7%	20.7%	71.4%	73.3%	48.4%	61.0%	50.0%	37.5%
顧客獲得	47.2%	24.1%	28.6%	66.7%	54.8%	53.7%	57.1%	12.5%
法制度や開業手続きの複雑さ	40.3%	27.6%	57.1%	53.3%	38.7%	46.3%	39.3%	25.0%
人材確保	35.2%	48.3%	0.0%	33.3%	29.0%	29.3%	46.4%	37.5%
家賃や固定費などの負担	34.6%	27.6%	42.9%	40.0%	32.3%	34.1%	42.9%	25.0%
場所の確保	25.2%	24.1%	0.0%	33.3%	22.6%	22.0%	35.7%	25.0%
その他	4.4%	6.9%	0.0%	6.7%	0.0%	0.0%	3.6%	37.5%

「資金調達」が最も多く、次いで「経営ノウハウ不足」、「顧客獲得」が続く。特に20～30代では、「経営ノウハウ不足」を課題と感じている割合が高い。

Q 1 3. 起業・開業にあたり、行政に期待していること（3つまで）

※Q 1 1で「起業・開業したい」「将来の選択肢」と回答した方のみ回答

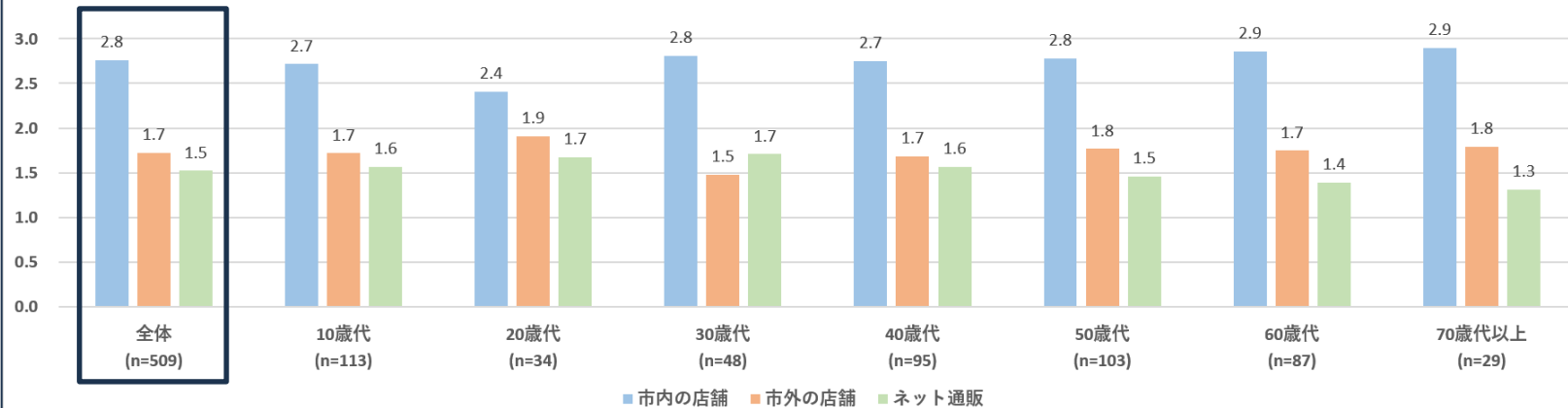
	全体 (n=161)	10歳代 (n=30)	20歳代 (n=8)	30歳代 (n=14)	40歳代 (n=31)	50歳代 (n=43)	60歳代 (n=29)	70歳代以上 (n=6)
創業資金の補助	60.2%	46.7%	87.5%	92.9%	64.5%	48.8%	62.1%	66.7%
補助金等の情報提供	37.9%	26.7%	25.0%	21.4%	48.4%	32.6%	58.6%	33.3%
事業計画作成支援や経営相談	34.8%	23.3%	37.5%	50.0%	35.5%	44.2%	24.1%	33.3%
起業セミナーや相談窓口の設置	26.1%	23.3%	12.5%	14.3%	22.6%	39.5%	24.1%	16.7%
専門家の紹介（税務・法務・ITなど）	26.1%	30.0%	50.0%	28.6%	22.6%	23.3%	17.2%	50.0%
空き店舗紹介やマッチング	24.8%	23.3%	12.5%	28.6%	12.9%	16.3%	48.3%	50.0%
地元企業経営者との交流の場の提供	11.8%	6.7%	12.5%	7.1%	6.5%	18.6%	17.2%	0.0%
低廉な創業スペースの提供	8.7%	3.3%	0.0%	14.3%	0.0%	14.0%	17.2%	0.0%
その他	1.9%	3.3%	0.0%	0.0%	3.2%	2.3%	0.0%	0.0%

「創業資金の補助」が最も多く、次いで「補助金等の情報提供」、「事業計画作成支援や経営相談」が続く。特に20～30代では、「創業資金の補助」を求める割合が高い。

市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

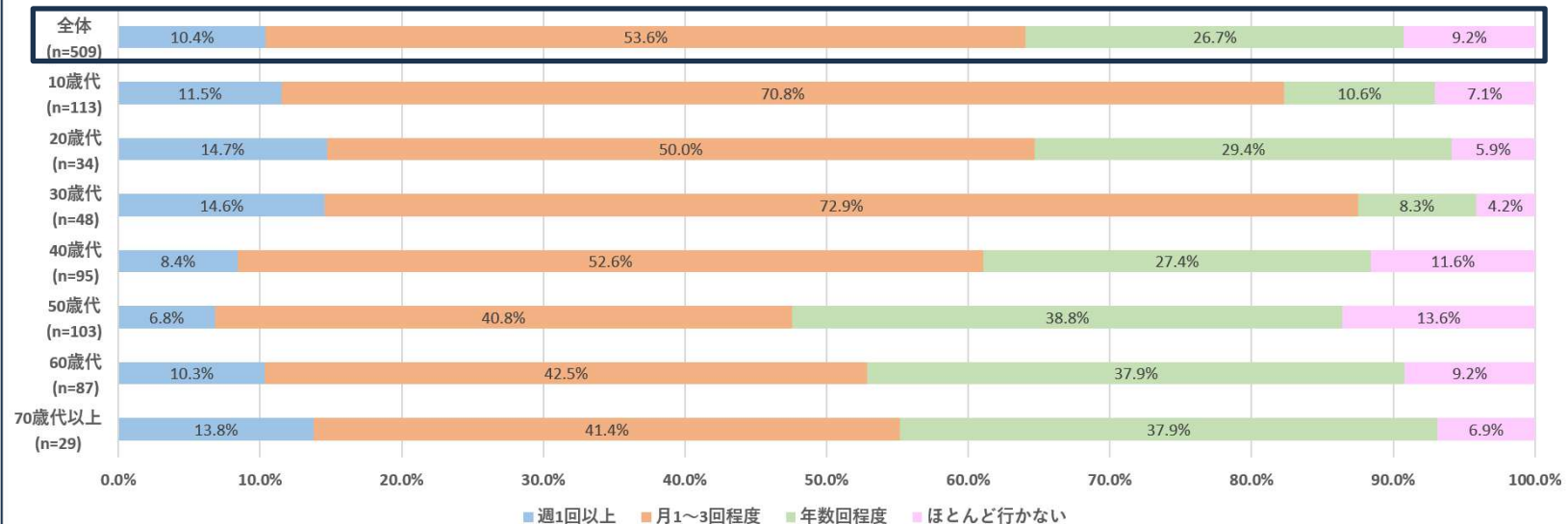
Q 1 4．普段の買い物（食料品・日用品）で利用する場所（利用が多い順）

※利用順位に応じて点数化（1位＝3点、2位＝2点、3位＝1点）し、合計点を回答者数で除した平均値として算出（値が高いほど利用度が高いことを示す）



全年代で市内の店舗の利用頻度が最も高い。30代では、市外の店舗よりもネット通販の利用頻度が高い。

Q 1 5．外食で市内の店舗を利用する頻度



全年代で「月1～3回程度」の利用が最も多い。特に10代・30代では7割以上を占めている。

市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

Q 1 6．市内にもっと増えてほしいと思うお店（3つまで）

	全体 (n=509)	10歳代 (n=113)	20歳代 (n=34)	30歳代 (n=48)	40歳代 (n=95)	50歳代 (n=103)	60歳代 (n=87)	70歳代以上 (n=29)
娯楽施設（映画館・アミューズメントなど）	52.7%	61.9%	64.7%	58.3%	57.9%	43.7%	41.4%	41.4%
飲食店	51.5%	47.8%	50.0%	64.6%	50.5%	51.5%	44.8%	69.0%
衣料店	32.8%	24.8%	29.4%	33.3%	42.1%	36.9%	29.9%	31.0%
カフェ	29.7%	44.2%	35.3%	25.0%	17.9%	32.0%	21.8%	27.6%
雑貨屋	24.2%	29.2%	23.5%	22.9%	29.5%	21.4%	18.4%	17.2%
宿泊施設	14.3%	8.8%	17.6%	8.3%	14.7%	20.4%	13.8%	20.7%
特にない	7.9%	8.0%	5.9%	6.3%	9.5%	3.9%	12.6%	6.9%
その他	6.9%	2.7%	0.0%	16.7%	8.4%	7.8%	5.7%	10.3%

「娯楽施設」と「飲食店」を求める割合が高い。なお、10代・20代・50代では「カフェ」を求める割合も比較的高い。

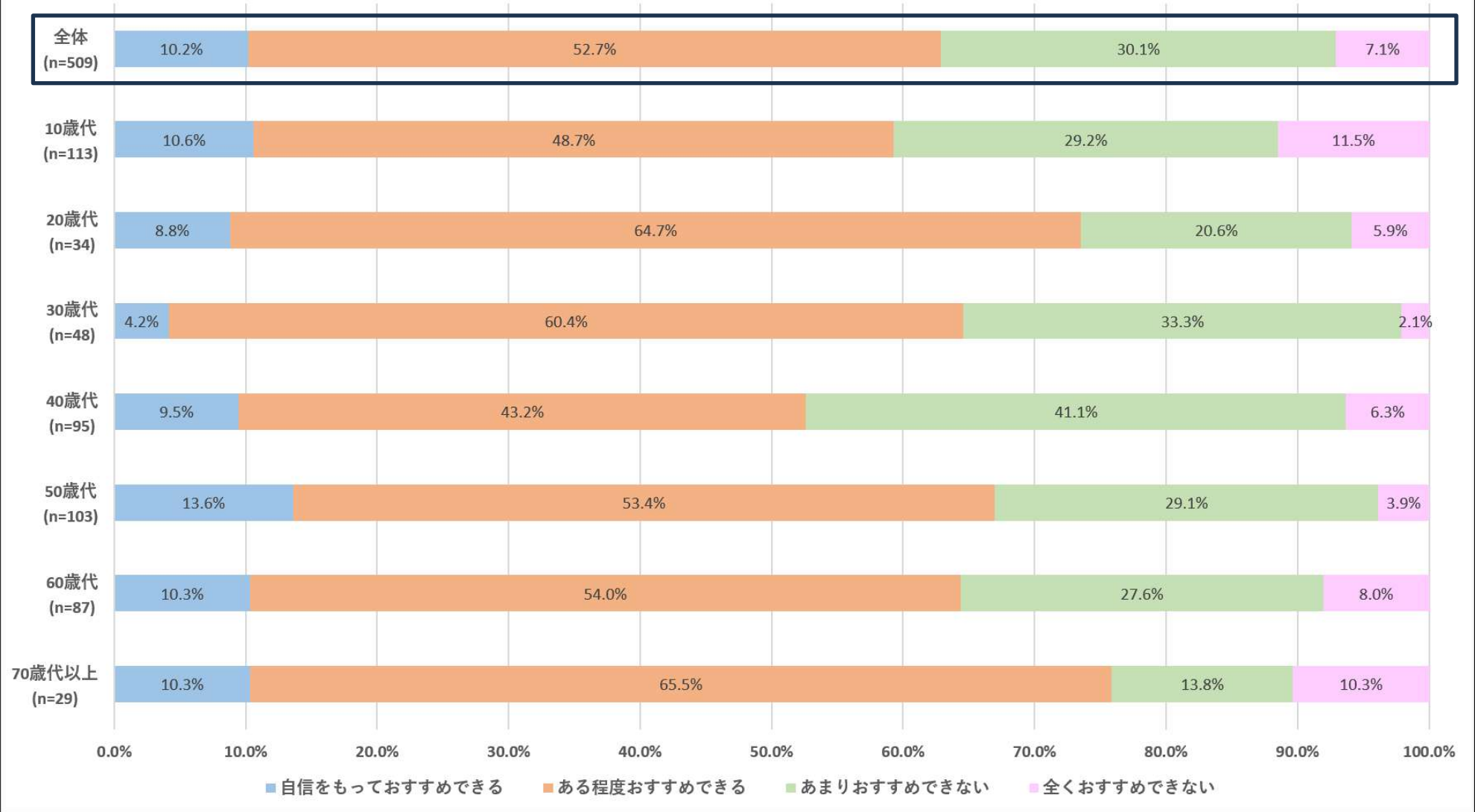
Q 1 7．大野市で伸びてほしい、あってほしい産業・業種（3つまで）

	全体 (n=509)	10歳代 (n=113)	20歳代 (n=34)	30歳代 (n=48)	40歳代 (n=95)	50歳代 (n=103)	60歳代 (n=87)	70歳代以上 (n=29)
観光業（宿泊・飲食・観光サービスなど）	54.0%	53.1%	58.8%	56.3%	53.7%	53.4%	52.9%	55.2%
医療・福祉	47.7%	24.8%	41.2%	43.8%	52.6%	53.4%	62.1%	72.4%
農業・林業	31.8%	20.4%	35.3%	41.7%	35.8%	34.0%	34.5%	27.6%
製造業	28.1%	9.7%	29.4%	33.3%	35.8%	33.0%	34.5%	27.6%
教育・人材育成	23.8%	17.7%	23.5%	31.3%	29.5%	21.4%	27.6%	13.8%
IT・情報通信	22.6%	20.4%	20.6%	41.7%	23.2%	26.2%	16.1%	6.9%
特にない	8.1%	23.9%	5.9%	4.2%	2.1%	4.9%	2.3%	3.4%
その他	2.6%	0.9%	2.9%	0.0%	4.2%	3.9%	1.1%	6.9%

「観光業」を求める割合が最も高く、全世代で5割を超えている。60代以上では「医療・福祉」への期待が高く、30～60代では「農業・林業」や「製造業」を求める割合が比較的高い。

市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

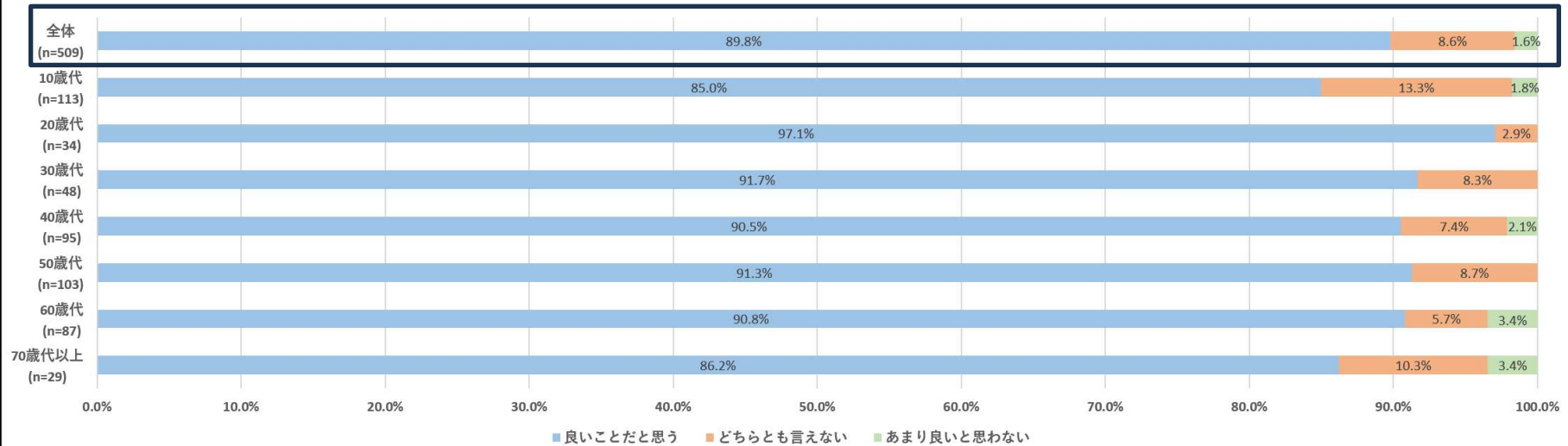
Q 1 8．観光やまちの魅力について、大野市を県外の方に自信をもっておすすめできるか



「自信をもっておすすめできる」または「ある程度おすすめできる」が全体の約6割を占める。20代・70代以上で割合が高い一方、40代では「あまりおすすめできない」の割合が比較的高い。

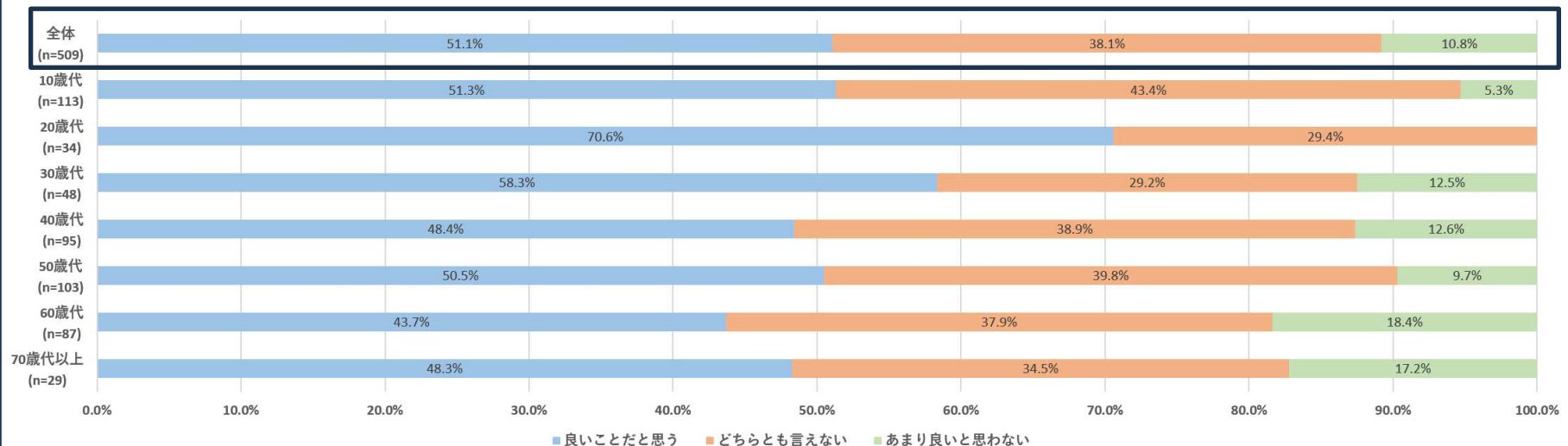
市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

Q 1 9 - 1. 日本人の観光客が増えることをどのように感じるか



「良いことだと思う」が全体の89.8%を占め、全世代で最も高い。特に20代では97.1%と高く、日本人観光客の増加を肯定的に捉える傾向がみられる。

Q 1 9 - 2. 外国人の観光客が増えることをどのように感じるか



「良いことだと思う」がおおむね半数を占める一方、「どちらとも言えない」も3～4割を占める。特に20代では肯定的な割合が高く、60代以上では否定的な割合が比較的高い。

市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

Q20. Q19について、そのように感じる理由（自由記述）※270件の回答

- ・街の活力につながるから
- ・魅力があるからこそ増えるものだと思うから
- ・たくさんの人で賑わってほしい
- ・ルールを守ってもらえれば、日本人・外国人関係なく良い事だと思う
- ・国籍関係なく、大野は観光客が少ないので観光客が増えればまず良いと考えるから
- ・大野市にお金を落としてもらえる
- ・街中が観光客で賑わいお金を使ってくれるとありがたい
- ・自分たちが暮らし、育った街をたくさんの人に知られるのは嬉しいから
- ・観光客が増えることで大野がもっと豊かになると思うから
- ・観光客が増えて町が活気づいてほしい
- ・観光客が来ていることは、イコール魅力あるまちであるから
- ・幅広い世代や別の文化で生活している人達に自分たちの町の魅力を知って貰えるいい機会だから
- ・インバウンドによりゲストハウスが盛り上がる
- ・大野がより良くなるから
- ・大野市を知ってくれる人が増えるから
- ・SNS(インスタ等)が情報取得の主媒体となっている今、日本人でも外国人でも大野について発信してもらうことで、不特定多数の方に大野について知ってもらえる機会が増えるため
- ・日本人にも人気が出てほしい。日本の中でもいい場所だと思ってほしい
- ・何となくそう思ったから
- ・日本人も外国人も観光客が増えると日本のいいところを知ってもらえることができるし、たくさんの物も買ってくれるから
- ・どちらも大野市を訪れて知ってもらえるのはいいことだと思うから
- ・観光場所に選んだということは、少しでも魅力を感じてくれたということだから
- ・観光客が来ることによって地元が賑わい、伝統が継続して欲しいから
- ・注目度が上がるとうれしい気持ちになるから
- ・お金を落としてくれる
- ・大野市の魅力をわかってもらい広めてもらいたいから
- ・市外から人やお金が入るのはありがたい
- ・人が多くなると街が盛り上がらない。お金も落ちない
- ・大野の魅力が全国、世界に知ってほしいから
- ・観光客が増えると交通機関が発展するから
- ・人種関係なく大野市に来てもらえれば市が潤うと思う
- ・人口が減っているので、人が一時的にでも増えると活気が出るので
- ・観光客が増えることで、大野の経済が潤うといいと思う
- ・地域活性化
- ・活気が出る
- ・大野市内に訪れる人が、飲食や物を購入することで、商店の収入が増えることが期待できるから
- ・日本人も外国人もお酒なら南部酒造さんや、芋きんつばが売っている順和堂さんでは、行列ができていて、団子屋さんの杉本のあられ屋さん(夢助団子屋さん)も人があふれないばかりに行列になって凄いな～といつも思っております
- ・人的交流が増えれば、それに附随してお金の流れも増加する
- ・日本人・外国人に関わらず、多くの人に自然や文化や歴史を、実際に来て見て楽しんでもらいたいから
- ・人種は関係なく観光客が増えて大野が賑やかになるのは喜ばしいです
- ・街の活性化。人が増えてほしい
- ・経済効果
- ・経済が活性する
- ・市が潤う事
- ・税金につながると思うから
- ・経済効果を期待する
- ・観光により地元にお金が落ちる事
- ・売上の活性化
- ・星空をはじめ大野には誇れる名所がたくさんあるので、都会にはない大野のよさを感じてもらいたいから
- ・観光客が増えることは地域活性化につながり良いことだと思うから。そこからSNS等で大野の魅力が伝われば更によい
- ・観光客が増えればお店も潤ってもっと活気が出ると思う。しかし、今の
- ・大野市に観光客を呼び込めるだけの魅力があるとは思わない。週末の七間、観光客がわりといるけれども楽しめる店舗が少ないので楽しめているのだろうかといつも思っている
- ・観光客が来ることによって知名度が上がり、より大野市が盛り上がってくると思う

市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

- ・日本人、外国人観光客が共に増加すれば飲食、土産など商業的潤いがあるのではないかと思います
- ・観光客が増えることは、地元の商品も動くから良いと思います。お昼の蕎麦屋さんを見ているともそう思いました
- ・どちらも来訪がまず必要だから
- ・街中が賑やかになり、活気が出てくると思うため
- ・田舎だからこそ
- ・綺麗な街で自然豊かであり誇れるものが多いと思うため
- ・賑わいがあって良いと思うから
- ・魅力を発信できる
- ・もっと活性化してほしい
- ・大人の魅力、多くの人に訪れて体験してもらうことは良いと思う
- ・経済が潤う
- ・魅力があるという事だから良いと思う
- ・たくさんの方が来ることで、お金の回りがよくなると思うため
- ・人が来るようになれば工夫もするし、店も増える。活気が出てくる
- ・経済的効果を、期待出来る
- ・街がにぎやかになり、活性化される。
- ・大野市の経済が潤うから
- ・京都のようなオーバーツーリズムは困りますが、観光客が多いと活気が出ると思うから
- ・街が賑わって欲しいから。どなたでもお越し下さい。
- ・どちらも増えて嬉しいから
- ・大野の魅力をより遠くに発信できるから
- ・日本人：経済が潤う。外国人：人間理解の為お互いの事を知る
- ・有名になってきている証拠だから
- ・日本人外国人ともに沢山の人が魅力を知ってもらうことができるから
- ・日本人観光客にも外国人観光客でも、たくさん来てくれるのは、嬉しいことだと思ったからです
- ・魅力に対して観光客が少ないように感じる。もっと賑わい、お店を含め町に活気が出てほしい
- ・稼げる場が増える
- ・日本人にも外国人にも大野の良さを知ってほしい
- ・市民の稼ぎになるため。市内店舗の意識向上、サービス向上につながるかもしれないため
- ・観光客が増えるのはありがたい

- ・大野市にお金落ちる。人が多いと活気が出る
- ・活性化される、市民が潤う、若者の定着につながるなど
- ・どちらもお金が地元へ落ちるから
- ・いずれも町の賑わいが期待できる
- ・水が美味しいから
- ・地域の活性化に繋がると思うから
- ・人が多いに越したことはない
- ・同じ国の人にもっと魅力を感じてもらいたい。外国人はルール等の違いはあるが、この国の良さを知ってもらいたい
- ・日本人が来て大野の良さを分かってSNSなどで発信されればより多くの方が来て市政が潤うと思う。外国人は大野の自然豊かな部分など大野の祭りの良さを知ってもらいたいと思うから
- ・日本人客が増えることで、県内外の新聞やニュースや番組で取り上げられ、もっと観光客の増加が期待できるから。外国人観光客が増えることで、その海外の文化とこちら側の文化を融合したものができそうだし、そうすることによって、より外国人が興味を持って観光に訪れてくれるかもしれないから
- ・自然豊かな大野市でホッとしてもらえたら、と思います。都会の人、忙しい人にこそ自然の音(小川、鳥やカエルや鈴虫などの鳴き声など)で癒してもらいたい。ミセスが大野で撮影をしてくれたように。外国の方々には日本のマナーと日本人の大切にしている常識を理解してもらって観光に来ていただきたいと思います
- ・大野は、ただでさえ少子化が進んでいるので多くの人に認知してもらい、最終的に人口が増えてほしい
- ・訪れる日本人の多くは、大野の原風景に魅力を感じていただけるものと思っています。引いては外国人にもその魅力が伝わることを期待します。そうしたことが大野のまちづくりを推進する原動力になると確信しています
- ・人口、交流人口が少ない市だと思うので、国籍問わず、大野に来てくれる人がいるならありがたいことだと思います
- ・両方：外貨の獲得、外国人：自然景観や伝統文化など魅了ある資源が感動を与える
- ・経済効果が期待できる。また、大野市は閉鎖的な部分も感じるので、日本や外国の観光客に来てもらうことで、刺激にもなると思う
- ・外国の方達に市内の魅力を知らせたい、経済が回れば街がより良くなると思うから

市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

- ・日本人観光客が増えることで知名度も上がり、国内から人気になるから。外国人観光客が増えることで世界に魅力が知りわたり、国際化が進むと思ったから
- ・どちらも町の活性化につながる。外国人の観光者に対する批判も耳にするが、大野では聞いたことがほとんどない。積極的に受け入れていく方が良いと思う
- ・人口が増えるかも
- ・いろいろな国の人に日本のことを知ってほしいから
- ・日本人：都市部の人に自然を感じてもらう。外国人：日本の地方田舎の体験
- ・観光客が多方面で増える事は大野市の認知度拡大に大きな影響があり、良さが伝わればリピート訪問や移住に発展するなど、人口減少対策の観点からも多くの人に大野市を認知してもらう事はいい事だと思う
- ・まちの知名度が上がることで、賑やかになることで、産業振興に繋がることを期待する
- ・日本人であれ外国人であれ、大野市を訪れてくれる人が増えれば、活気づくしお金もいっぱい落としていってもらえると思うから。定住を考えてくれる人もいたら、人口も増えていいと思う
- ・観光地として市が発展する。観光産業で雇用が増える。観光客が増加すればホテル、飲食店の企業誘致が見込める
- ・どちらとも交流人口が増えるのは、大野市の人口が増えることにつながるのでウエルカム
- ・日本人・外国人共通ですが、観光客が増える事は地域での消費が多くなり、地域の産業の活性化にも繋がります。また、外国人など車を持たない方の来訪は公共交通機関の利用促進にも繋がり、公共交通機関にも良い影響を及ぼすと思われます
- ・あまり産業らしい物が無いから、せめて観光で大野を活性化して欲しい
- ・人種関係なく、観光で大野に来るにはとても不便な所なので大野に来たい、来る、それだけで凄い事だと思う
- ・観光がきっかけで大野市を知り、興味を持ち、定期的な訪問や、ふるさと納税などにつながる可能性がある
- ・観光客が増えるのは良いことだと思う。しかし見どころを増やす改善をすると良いと思う。次につながるのを増やすため
- ・人口が減少必至の状況下で大幅な経済規模縮小を緩和するためには、製造業で移出により外貨を獲得するか、IT産業でロケーションの不利を克服するか、観光振興に頼る必要があると考えるから

- ・日本人：市内事業者が稼いで収入が増えるから。外国人：日本人だけの観光客では増えない
- ・日本の文化（マナーを含めて）を知りたい、学びたい、味わいたいというインバウンドは大歓迎
- ・マナーの良い外国人であれば、歓迎します
- ・日本人、外国人、どちらもマナーを守って迷惑行為をしない方ならウエルカムです
- ・マナーの良い外国人であれば、多く来ていただきたいと思います。
- ・活性化につながるから。外国人もルールを守ってくれば歓迎する
- ・より町が良い町になるし、その地域の魅力や歴史を知ってもらえるから。また人口が少なくなっているのもその地域に住みたい人など増えてほしいからです
- ・どちらも大野にとって良いことだと思うから
- ・大野市のことをより多くの人に知ってもらえるから
- ・日本人観光客が増えることで、大野市の知名度向上に期待できる移住や創業等につながっていくことが期待できる
- ・日本人、外国人歓迎。情報収集源であるフェイスブックやInstagram、グーグルマップをもっと更新すると、海外客が来ると思う。県外の日本人客もそう。大野市内の店舗の経済を回すためには観光客が重要だと思うから
- ・国内国外からの資金が流入し、活性化につながる。若者の起業が増加すると思われる
- ・交流人口が増加することで、市内の活性化につながるため
- ・日本人、外国人共に消費する場所があれば、消費したいものがあれば、消費拡大、税収の増が期待できる。自然豊か、星がきれい、城下町では、消費は出来ない。特に訪日客の宿泊旅行平均値は日本人客の約3倍使っているとされています。大野市ではどうでしょうか？
- ・日本の人にも知ってもらえるから。あまり有名なところが少ないから
- ・日本人観光客や外国人観光客が増えることで、SNSで情報が広まって、より経済が回ってより良い地域になると思うから
- ・日本人・外国人問わず、観光客が増加し、地域にお金落ちれば活性化につながる
- ・日本人の観光客は、大野市の良いところが全国に広まることのできるから。外国人の観光客は、日本のいいところを見つけるきっかけになるかもしれないから
- ・どちらにしても、大野のことを知って、来てもらっているから

市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

- ・今はまちの賑わいが出ることが最も重要なことだと思うので、治安等の問題はその後でいいと思うから
- ・大野の魅力を外部に発信することができるから
- ・県外の人荒島岳のある景色を見て素敵だと言っていたのを聞いたこともあり、市内の人にとっては日常すぎて需要の無いことにも価値が見いだせる可能性があると思うから
- ・魅力を発信したらその効果として観光客に来てほしい。観光客が増えれば経済効果もあがると思う。大野市の賑わいが増えるといいと思う
- ・日本人にも外国人にも幅広く興味を持ってもらえることはいいことだと思う
- ・地域の活性化
- ・市の財政が潤うのではと思う
- ・観光に来られると少なからずお金を使っただけなので、良いことだと思います
- ・地元を知って頂ける良い機会
- ・日本人、外国人問わず、観光で大野の魅力に気付き、それをきっかけに移住してくる人が増える可能性もある。良い所もあるが、全体的に乾ききっているので、活性化にもなり良いと思う
- ・日本人も外国人も観光客が増えるのはうれしいから
- ・日本人でも大野の魅力を知らない人が多いと思うから。外国人に大野の魅力を知ってもらいたいから
- ・外国人が増えれば、経済は効果があると思う。一方で言葉や考え方の違いなど、観光客では馴染まない部分もあると思う
- ・マナーの悪い外国人は来てほしくないが、もっと欧米の方にも紹介されるといいと思う。日本人でも観光マナーは悪いが、お金を大野に落としてくれる工夫が必要。道の駅の野菜がスーパーより高いのはどうか
- ・日本人は歓迎、外国人は苦手
- ・言葉の壁
- ・日本人：市内産業の活性化と観光地として選ばれることで市民の自信と誇りにつながる。外国人：オーバーツーリズムが話題になっており心配
- ・日本人観光客の方にはもちろん是非来ていただき大野の魅力を感じてほしいし、外国人観光客の方は日本人観光客より発信を上手に沢山してくれると思うから。ただし、日本人観光客、外国人観光客両方とも、迷惑行為などは起こさないでほしい
- ・日本の観光客が訪れることはうれしいことだが、外国の観光客が多く訪れるようになると言語が通じないなどの問題が少し心配になるから

- ・県外からの観光客は大野の認知度の向上や新たな観光客の誘致につながるから。外国人はマナーの観点から良い人と悪い人がおり、ポイ捨てや住民に関係する迷惑行為があるかもしれないから
- ・日本人が大野に来て自然体験などを通して大野を知ってもらえると、移住などにつながることもあると思うから。いろいろな国の方が混ざっているのなら良いが、一つの国の方が集まって集団で暮らし始めると、今までのように暮らせなくなるかもしれないから
- ・外国人がマナーを守りながら住んでくれるかどうか
- ・外国人の場合、マナーを守って住んでくれるかどうか
- ・マナーの問題
- ・マナーの問題
- ・風紀が乱れる
- ・治安が悪くなりそうだから
- ・日本人の観光客が増えることは良いと思うが、外国人の観光客が増える事による治安の低下が不安である
- ・インバウンドのマナー
- ・外国人が増えることで犯罪が増えそう
- ・中国の団体客は遠慮したい
- ・外国人観光客が増えたことで修学旅行に行く学生が観光地で学ぶことが満足にできずに帰ってくる話を聞いたので。日本国内を旅行したくても外国人が多くて子連れだと行くことを躊躇してしまう。旅行に行っても中国人のマナーの悪さでこちらも嫌な思いをすることがあったから
- ・中国人は来てほしくない
- ・日本人：田舎の古い文化などを理解し大切にしてくれる。外国人：観光に来て、自国のまま行動し文化を傷つける。犯罪目的で来る者がいるので不安に思う
- ・日本人：いろいろ福井大野を知ってもらえる。外国人：交流はよいことだか、偏見かもしれないが犯罪が増えそうで怖い
- ・マナーを守ってくれる観光客なら良いので、外国人はあまり受け入れたくない。日本の観光地で外国人のマナーの悪さを目の当たりにしたので。
- ・日本人は自国をよく知らないで海外に行くよりもっと身近でよいところをみるべき。外国人は日本のマナーで楽しむべき。閉店時間を気にしないなど。
- ・治安、環境破壊
- ・インバウンドの対応が大変そう

市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

- ・日本の観光客が増えると商店も利益率がでるし街中も賑やかになる。カフェも増える。外国人はマナーが悪そう、怖い感じがする
- ・日本人は、田舎にゴミを捨てていき、マナーが悪い。外国人は今のところよく分からない。和泉地域に医療施設(特殊医療含)や介護施設等を誘致し中部関西等の拠点にすると良い
- ・日本人外国人共に大野でお金を消費してくれることはありがたいことであるが、犯罪が増えることが懸念されるので、どちらとも言えない
- ・大野市の人口は増えてほしいと思うが、観光客がうじゃうじゃ来て騒がしいのは嫌
- ・全体的に言葉の壁があるから
- ・ゴミ問題、マナー問題
- ・外国人が多すぎる
- ・外国人はマナーが悪いから
- ・人が増えることで産業が栄えるが、特に外国人に対して風習、慣習の違いがあり治安が不安
- ・よい意味での静寂がなくなるから
- ・マナーや考え方の違い等で住んでいる大野を汚して欲しくないから
- ・外国人は慣習の違いがあり、対応に苦慮すると思う
- ・文化の違い
- ・外国人が増えることによってトラブルも増える。
- ・マナー
- ・観光資源は魅力的だが、外地の人に影響され、大野人の素朴さが薄れていく気がします。(少しは「てなわん」ほうがいいのでしょうか)
- ・日本人だから大丈夫だとは限らないがニュースを見ていると外国人は素行不良だと思う。治安も悪くなりそう
- ・外国人はマナーが悪い人が多い
- ・文化的マナーを知らない海外の人は遠慮してほしいと感じる瞬間はあります
- ・日本人の移住者が増えるのは歓迎なので、観光に来て大野の魅力を知ってもらえると嬉しい。外国人には移住までいかななくても良いが、ネットでの発信元にはなと思う。ただ外国人の移住者が増え続けた場合、治安の面では心配。日本のルールに沿う基準などを設け、違反した場合は、相応の罰則があることを了承してもらふなどの対策を打ち立てたうえで、移住の受け入れをするなどが必要と思う
- ・外国人悪い点：落書きゴミ問題騒音。外国人良い点：お金を落としてくれる

- ・民度の差があるから
- ・外国人のマナーの悪さが気になる
- ・日本人は狭い道に広がって歩くので邪魔になる。外国人は臭いし、良いイメージがない
- ・観光客として単体で見れば良い人が多いが、日本に来ている就労者が同郷の集まりで観光にきた場合、気が大きくなるのか傍若無人だったのを見たから。大野じゃなくてもいいだろうと感じた
- ・外国人：言葉、習慣の問題がある
- ・マナーの悪さなどが気になる
- ・オーバーツーリズムにならない程度に賑わって、市内にお金が落ちると良いと思う。迷惑行為が増えるならNG
- ・日本人はマナーをある程度守れる。外国人はマナーがわかっているかわからない
- ・日本人なら、マナーを心得ているが、外国人は、信用できないから
- ・外国人が増えると日本の生活を乱される
- ・外国人のマナーがどこまで大丈夫か心配です…日本人はもっと、修学旅行や、遠足など、子供達が来られる環境になるともっと良いと思います
- ・日本人、オーバーツーリズムにはならないと思うから。外国人、治安が悪くなるのが困るから
- ・日本人の方が話をしやすいので
- ・外国人(就労で来られている方含む)のマナーが理解できないことがある(途上国から来られる場合)
- ・日本人は観光業の発展、外国人はマナーの悪さと文化の違い
- ・他県の人に大野市の歴史や自然を知ってほしいが、海外の人によって環境など変えてしまわれることは好まない
- ・日本人にはもっと良い所を見て欲しい。外国人にも知って欲しいけどマナーの面に関して怖い気がする
- ・日本人については、認知度が低いのでどんどん来ていただいて、良いところを友人や知人等にPRしてもらえるので。外国人については、マナーやルールが理解されていないので来てほしくない
- ・行儀が悪い外国人もいるので、嫌だ。良いか悪いか見た目では判断出来ないし、文化の違いはどうしようもない。来るな、などとは言えないし、行政は、治安だけは守って欲しい
- ・海外の方との文化の違い
- ・外国人は行儀が悪いイメージがあります

市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

- ・外国人(主に中国)はマナーの水準が低すぎる
- ・以前有名な人が講演か何かで来た時、道が大渋滞になったのを見た。たくさん人が集まったとしても、狭いから人が溢れてしまうと思う。大野市の容量をよく考えたほうがいいと思う。また、いい人もたくさんいると思うけど、中国系の観光客は買わないのにお土産をやたら触ったり、場所取りをしたり大きな声で話したりと、マナーが悪い人をたくさん見たから。そういう観光客を呼ぶなら嫌だ。それから、地下水を使っているのに洗剤を垂れ流ししている家が多くても何も規制していないし、魚やきれいな花が咲く藻が生えている水路を、平気でコンクリートで固めてしまうような時代遅れな事をしている大野を、外国人観光客は喜ぶと思えない
- ・日本人：日本の風景、風習と日本人としての奥ゆかしさ、らしさを再認識できる地域の大野を誇っていきたい。外国人：単なる好奇心や愚行で、穏やかな暮らしを脅かされることを排除したい
- ・オーバーツーリズムの話もあるが、雇用外国人も含め、増えすぎると生活や日常のルールが破られ、治安を含め、住みにくい地域になってしまう気がする
- ・外国人のマナー違反对策が大変かと思います
- ・お金を落としていってくれるので観光客は多い方が良い。だが住まれると地域の文化や治安が崩れるので住んで欲しくはない
- ・文化が違うのでわかりあえないのでは？
- ・日本人は、いろんな視点を持つことができるから。外国人は、マナーが悪かったりする人がいると迷惑になるから
- ・外国人はマナーがなっていない可能性がある
- ・どちらとも福井の魅力に気づいてくれるかもしれないが、外国人観光客は色々とニュースで問題になっているから少し不安
- ・迷惑行為をする人がいるから
- ・外を歩いている人がほとんど外国人でありあまり好まないから
- ・悪い人がいないって事はないので対策があればいいと思う
- ・大野にお金が落ちるから。マナーの面などでは外国人観光客に不安もある。
- ・外国人観光客については、言葉が通じないことが不安に思う
- ・外国人は文化の違いがあるため
- ・外国人のマナーや生活習慣の違いなど
- ・外国語を話せる人材が少なく思うので、トラブルの元になりそうで不安
- ・外国人観光客について、文化の異なる国の人たちを受け入れできる対応人員的な余裕がないと思うため

- ・外国人はマナーが悪そうだから
- ・お店の人も高齢者が多いので、外国人対応は難しいと思う
- ・外国人を受け入れる体制が万全ではないと感じるから
- ・同じ日本国民に福井を知ってもらえるのは良いと思う。外国人は、マナーがしっかりしている方は大歓迎だが、たまにルールを守れているか疑問になるような方はあまり良い気がしない…
- ・日本人観光客が増えることによって大野の魅力を知る人が増え、中には大野に貢献したいと思う人が増える可能性があるから。外国人観光客が増えることによって大野に貢献したい人が増えるかもしれないが、一部の観光客によってルールを守らないことにより大野の豊かな自然を脅かす可能性があることや外国人が増えることによって大野市民の暮らしが窮屈になる可能性があるから。（日本人の中にもそのような人がいる可能性はあるため一概には言えない）
- ・地域の持続的な発展のためには、外貨を稼ぐことが重要であると考えます。観光交流人口が増加することで、地元企業の活性化や自治体の財政健全化につながるため、一定程度「オーバーツーリズム」と言われるほどの水準まで観光客が増えることを期待します。その実現に向けては、宿泊施設の整備が不可欠であり、特にビジネスホテルの不足は早急に解消すべき課題だと考えられます。まずは日本人観光客の誘致が基盤として重要ですが、外国人観光客は一人当たりの消費額が大きく、地域経済への波及効果という点で大きな魅力があります。一方で、文化や生活習慣の違いに起因するマナーやモラルの問題への配慮も、同時に検討していく必要があると考えます
- ・日本人が来る事でふるさと納税寄付が増える、外国人が来ても言語通訳不足と歴史的遺構等がわかりにくいなど
- ・観光客が増えても、お土産等の売上げがある店は限られているから
- ・どちら也大野市に来てくれる人が増えるとそこから興味を持ってもらえたり、大野市の魅力がさらに広がったりするので良いと思う。しかし、外国人観光客が増えると、どうしてもマナーの違いや文化の違いが出てしまい、悪い面が出る場合もあるので、外国人観光客については「どちらとも言えない」を選択しました
- ・移住者が多く感じるので、観光で訪れた人に大野の魅力が伝わると、さらに若者が増えるのではないかと期待できる。外国人は、英語が通じる場がどれだけあるのか分からないので、日本語のわからない人をサポートできるのか心配

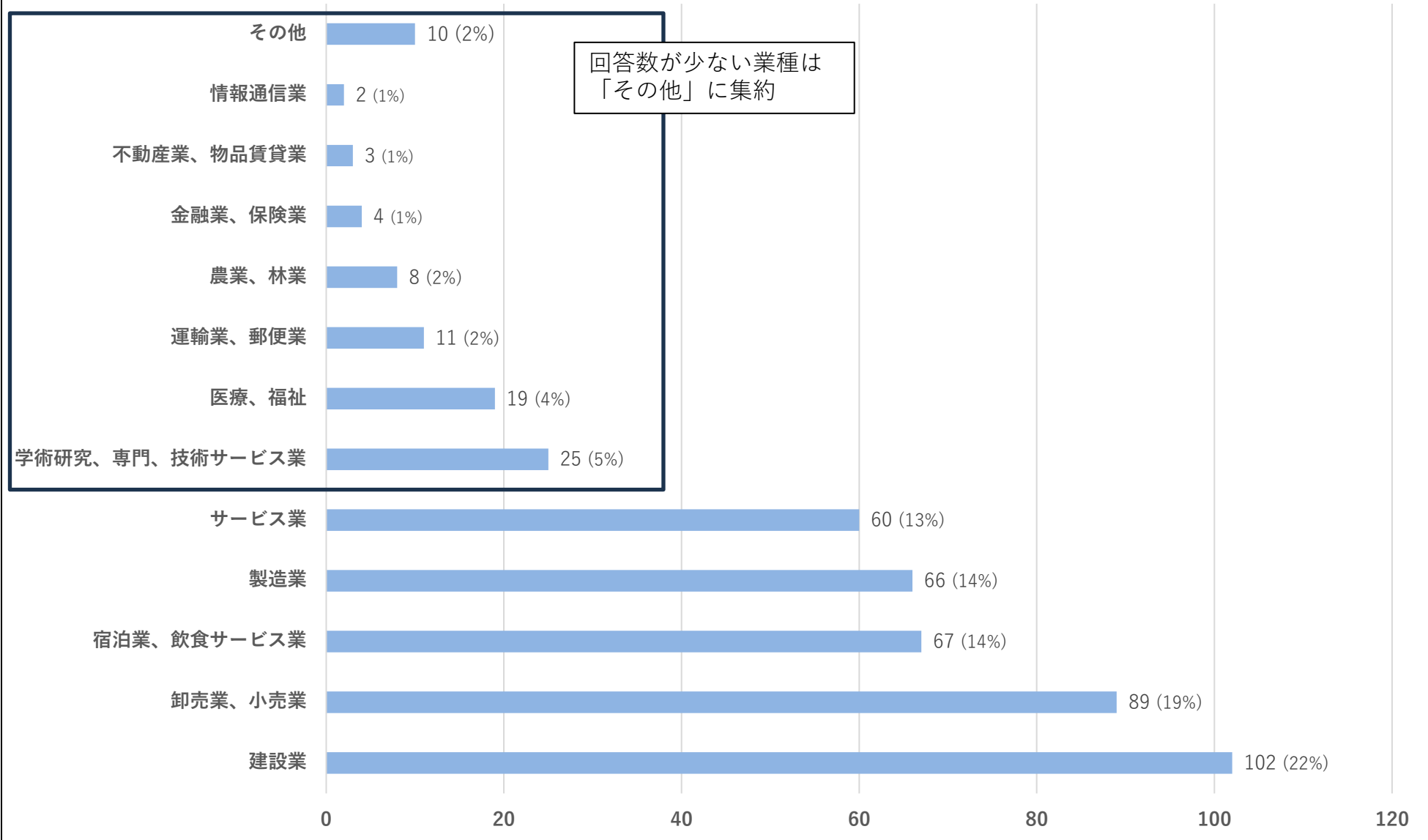
市民アンケート クロス集計×年代（回答数：509）

- ・観光客誘致にお金を使って、これ以上の市民サービスの質の低下が心配
- ・日本人はもっと大野の魅力を感じてほしいから日本人観光客はいいと思う。外国は大野とかあんまり有名ではないのでお勧めはしないかなって思ったから
- ・景気が良くなるから。たまにルールを守らない外国人の方がいるから
- ・基本は日本の方、価格の差別化で外国人。ただし外国人は来てほしい人をターゲットとすべき
- ・観光に来ている外国人の方、日本人の方が礼儀正しいので嫌な思いをした事がないから
- ・人口減少が進み、市民の消費だけでは衰退していきます。観光客による消費やにぎわいが必要だと思います
- ・この質問の意図がわからない。外国人だからダメではないし、日本人だから良いとは思わない。住んでいる市民にとって観光は何がメリットですか、しっかり示して進めてください
- ・違う意見で恐縮ですが、まずは地元民で賑わう街作りをしてほしい。地元民が楽しんでいけば自然と観光客は増えると思います
- ・大野市の良さを知ってもらうには、実際に足を運んで体感してもらわないといけないと思う。そうして良さを感じた人の中から、大野に住もうとか大野で働こうという人が出てくるのではないかなと思う
- ・日本人に魅力がある町ではない。外国人に魅力がある町ではない。もっと頑張ってもらいたい
- ・大野市にお勧めできる所が少ない。飲食店も少なく、場所も分かりづらい
- ・来られた観光客に良い印象を持ってもらうための受入や対応の整備が観光客を増やす前に必要不可欠である
- ・日本人、外国人が増えても興味がない
- ・近年、勝山市への観光客数が増加しています。町づくり会社などが積極的に国内や海外へ発信していることで増加傾向にあると感じます。大野市もさらに、ふるさと発信を行い、大野を知らない人がぜひ行ってみたいという思いを持っていただけるようなプロジェクトを立ち上げると良いのではないかなと思います。また、外国人の観光客数についても、勝山市は昨年全国2位という報告もあり、越前大仏においては数年前の24倍にも伸びています。隣接する大野市もたくさん見どころがあることを考えると、これまで以上に外への発信が必要かなと考えます
- ・観光ではなく労働環境改善し、域内需要を増加させる施策の方が、変動が少なく良いと思うから

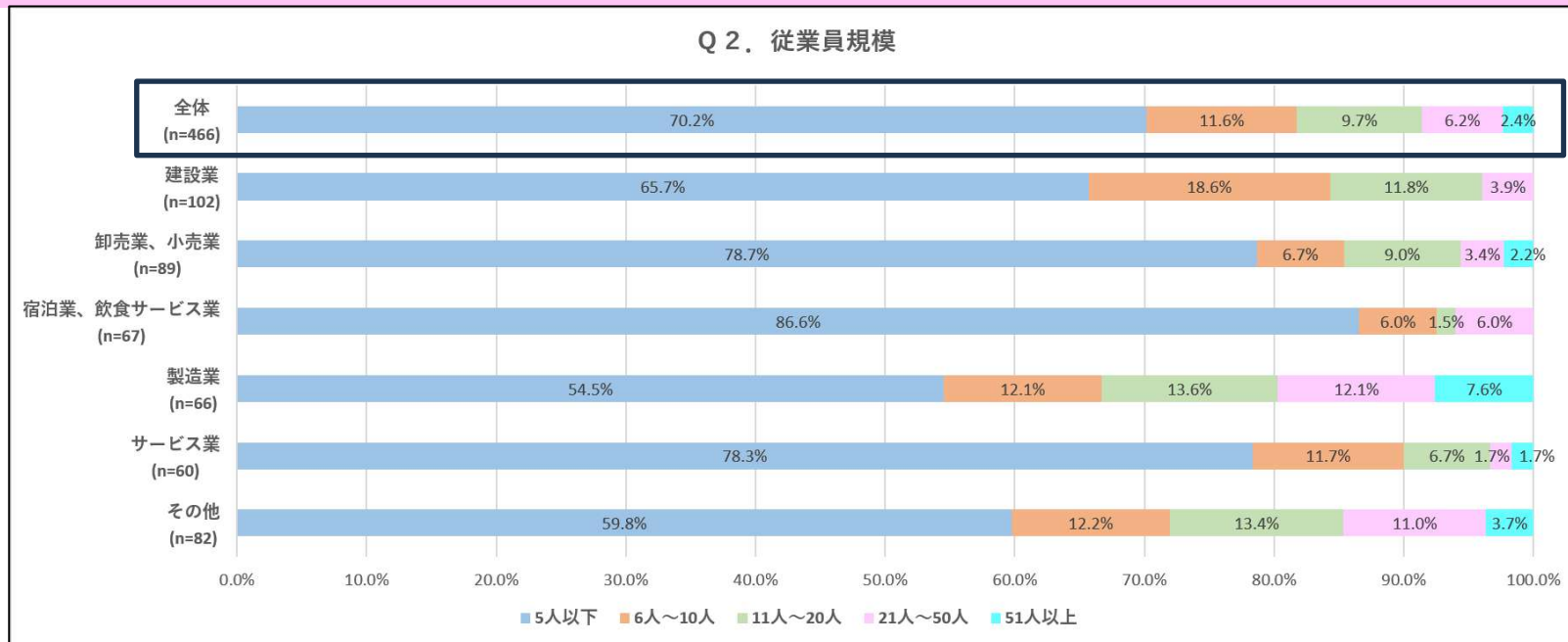
- ・まず母数を増やして観光業の収入を全体的に上げるべき。勝山の観光客を取り入れるなら、人種の選り好みをしていられないと思う。勝山は子どもを産んだり、新しく家を建てたりする際にも支援の制限が低くて羨ましい。聞きたいことと違うとは思いますが、勝山城下のソフトクリームやユメオーレのように、おおの結ステーションに寄ってもらう1つ以上の名物を作って欲しい。または誘致してはどうか。今のままだと、勝山から足を伸ばす価値観を地元民でさえ感じない
- ・身元がしっかりしていれば、外国の方の心配が無くなる
- ・日本人、外国人にもあまり良い場所がありません
- ・大野市の人口減少には歯止めがかからないので、日本人、外国人を問わず、交流人口を増やせるかどうかで明暗が別れると思います。
- ・観光客頼りの経済は場当たりの。農業、製造業、情報、教育など、ものづくりが経済の基本と考えるから
- ・大野市に限って言うのであれば、日本人であろうが外国人であろうが、そもそも観光客受け入れの受け皿が出来ていないように思うので、その整備の方が先だと思う。もう廃業されているキャンプ場や公共施設の看板撤去やHP等の整備、宿泊施設や観光施設の整備(例えば英語対応スタッフの雇い入れや駐車場の整備など)、観光地のサービスの充実(一日中遊べる、何度も訪れたいと思う内容の見直し)、やるべき事は沢山あると思うので。まずは大野市民が、ここに来てここで遊ぶといいよ、ここはこれが充実しているし、子ども連れならここ、名産ならここここで食べられるよ、泊まるならここ、日帰りならここがオススメと、スラスラと言えるような場所を増やすことが先ではないでしょうか
- ・日本人は日本国内のことは知っていると思うが、外国人の方々は視野を広くもっていく必要があると思うので、日本人、外国人問わず大野市も選択肢に入れてくれるようにもっとPRをしていったほうが良いと思うから
- ・大野市の良い所を世界に発信してほしい
- ・観光客数自体を増やす必要がある
- ・特に気にしていないから
- ・あまり関わらないから
- ・あまり関わらない

事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）

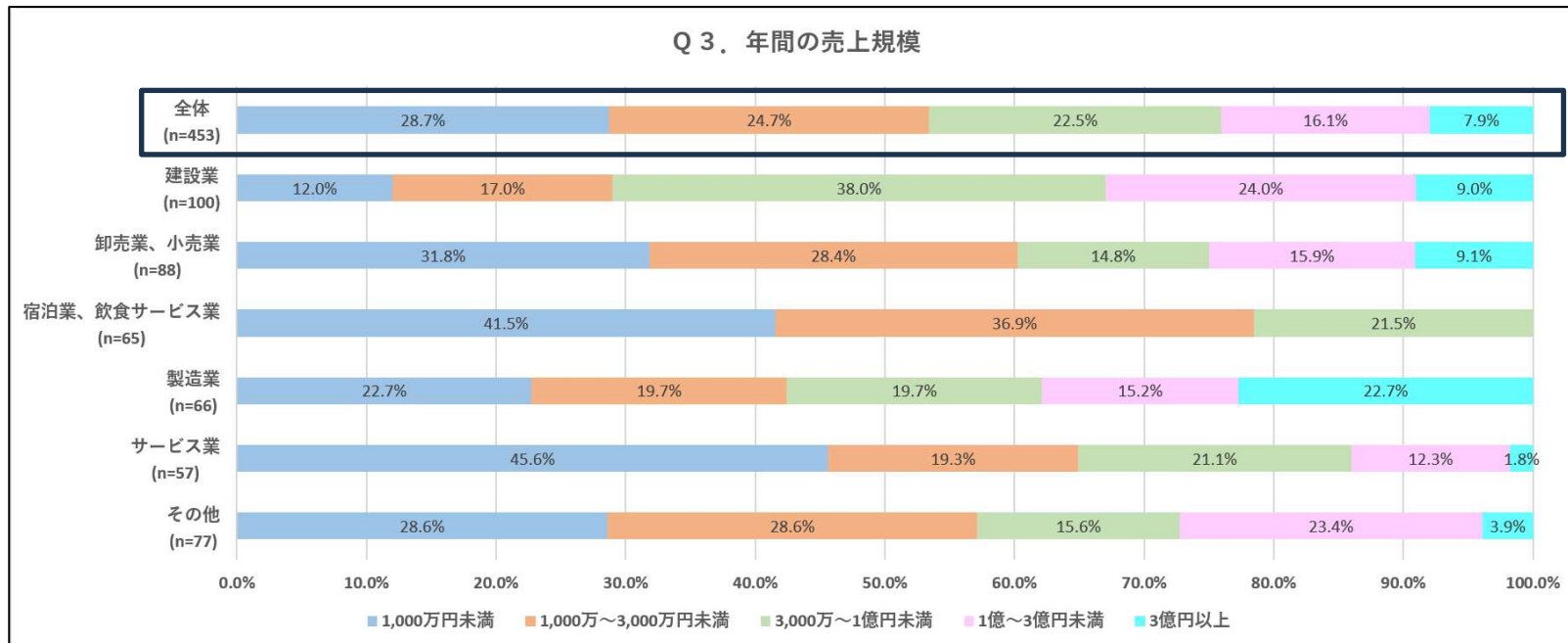
Q 1.主な業種(売上高の最も高い業種)



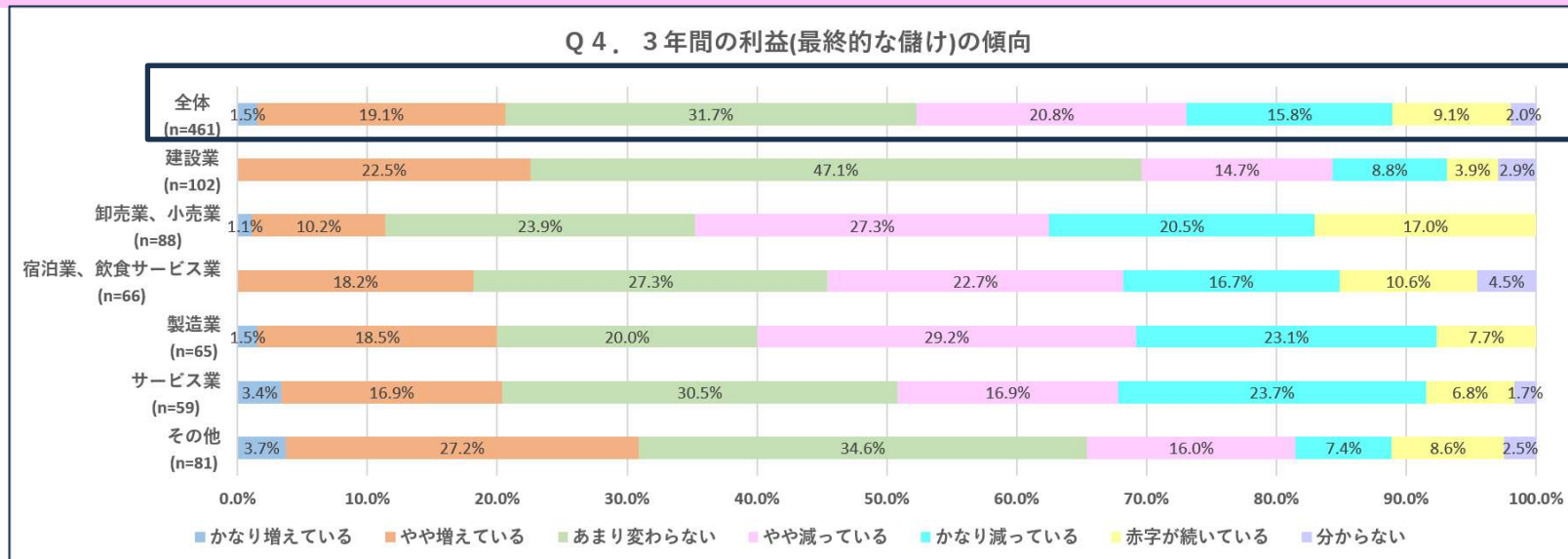
事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）



全体の約7割が従業員5人以下の小規模事業者であり、業種を問わず小規模事業者が中心となっている。



事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）



「あまり変わらない」が最も多いものの、「減っている」が「増えている」を上回っている。建設業を除く多くの業種で減少傾向がみられ、特に卸売業小売業では赤字が続いている割合が比較的高い。

Q 5. 他社と差別化するために重視していること（3つまで）

	全体 (n=441)	建設業 (n=96)	卸売業、小売業 (n=85)	宿泊業、飲食 サービス業 (n=63)	製造業 (n=61)	サービス業 (n=58)	その他 (n=78)
商品・サービスの品質	48.8%	21.9%	58.8%	71.4%	70.5%	44.8%	38.5%
価格	20.4%	20.8%	20.0%	34.9%	19.7%	15.5%	12.8%
接客・サービス対応	42.4%	28.1%	55.3%	49.2%	19.7%	60.3%	44.9%
技術力・専門性	47.8%	78.1%	36.5%	11.1%	63.9%	46.6%	41.0%
ブランド力・知名度	13.4%	5.2%	12.9%	11.1%	19.7%	15.5%	19.2%
スピード・柔軟性	27.9%	38.5%	24.7%	11.1%	32.8%	19.0%	34.6%
その他	5.0%	5.2%	3.5%	7.9%	3.3%	1.7%	7.7%

※セルの着色は割合の高低に応じて段階的に色分けしている（高いほど濃色）

区分：0～10%未満、10～20%未満、20～30%未満、30～50%未満、50～70%未満、70%以上

「商品サービスの品質」、「技術力専門性」、「接客サービス対応」を重視する割合が高い。建設業製造業は「技術力専門性」、宿泊業飲食サービス業は「商品サービスの品質」、サービス業は「接客サービス対応」を重視している。

事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）

Q 6. 事業を進めるうえで重視している点（3つまで）

	全体 (n=460)	建設業 (n=102)	卸売業、小売業 (n=88)	宿泊業、飲食 サービス業 (n=66)	製造業 (n=63)	サービス業 (n=60)	その他 (n=81)
既存のお客様を大切にする	83.7%	79.4%	89.8%	78.8%	82.5%	80.0%	90.1%
新規のお客様の確保	39.1%	31.4%	39.8%	43.9%	38.1%	41.7%	43.2%
新商品・新サービスの開発	14.8%	1.0%	18.2%	24.2%	23.8%	23.3%	7.4%
ネット販売やSNSの活用	12.6%	5.9%	12.5%	19.7%	17.5%	16.7%	8.6%
観光客の取込	6.3%	0.0%	4.5%	22.7%	4.8%	10.0%	1.2%
他の事業者との連携	16.1%	35.3%	9.1%	4.5%	9.5%	11.7%	17.3%
省力化・コスト削減	26.1%	27.5%	26.1%	30.3%	28.6%	23.3%	21.0%
働きやすい環境づくり	23.5%	37.3%	18.2%	6.1%	23.8%	11.7%	34.6%
事業承継・後継者の確保	13.0%	13.7%	11.4%	4.5%	15.9%	18.3%	14.8%
その他	2.2%	2.0%	2.3%	1.5%	3.2%	3.3%	1.2%

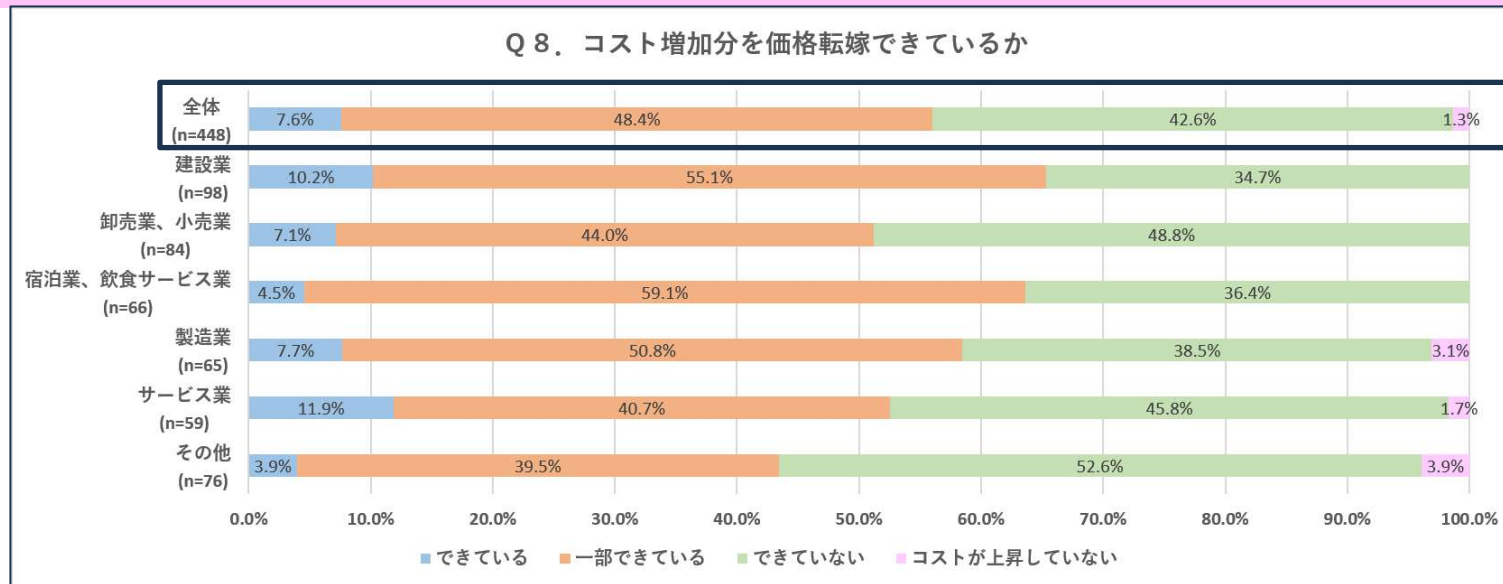
全業種で「既存のお客様を大切にする」が最も高い。

Q 7. 事業を進めるうえで特に課題だと感じる点（3つまで）

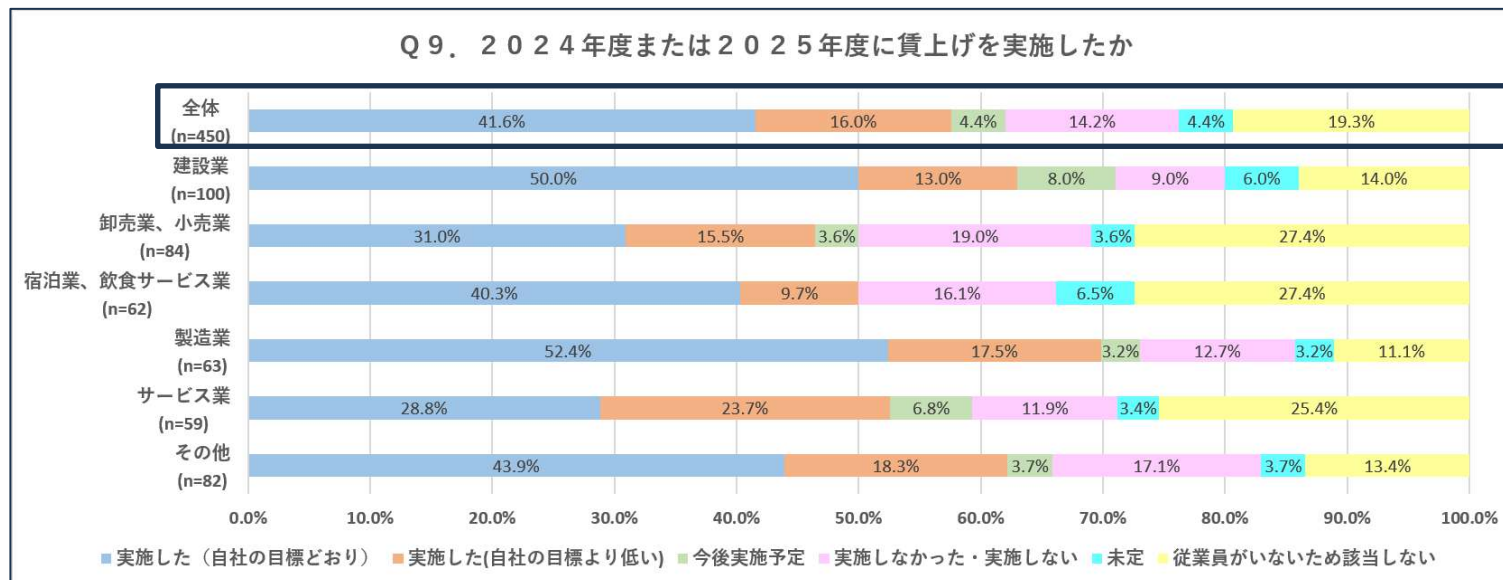
	全体 (n=459)	建設業 (n=100)	卸売業、小売業 (n=89)	宿泊業、飲食 サービス業 (n=66)	製造業 (n=64)	サービス業 (n=60)	その他 (n=80)
人材が足りない	32.5%	56.0%	16.9%	15.2%	32.8%	23.3%	41.3%
人件費の上昇	29.8%	35.0%	23.6%	24.2%	48.4%	20.0%	27.5%
原材料・燃料費の高騰	63.4%	76.0%	51.7%	84.8%	75.0%	56.7%	38.8%
販路開拓・拡大	14.8%	7.0%	24.7%	12.1%	12.5%	13.3%	18.8%
事業承継（後継者）	13.3%	21.0%	13.5%	7.6%	10.9%	13.3%	10.0%
デジタル化（業務改善・省力化など）	14.4%	17.0%	14.6%	6.1%	17.2%	10.0%	18.8%
地域人口の減少による売上の縮小	29.6%	13.0%	50.6%	36.4%	17.2%	36.7%	26.3%
観光客・来訪者への取込が難しい	4.8%	0.0%	7.9%	12.1%	1.6%	5.0%	3.8%
周辺に空き店舗が増えている	6.1%	0.0%	18.0%	3.0%	7.8%	3.3%	3.8%
営業日・営業時間の調整が難しい	4.1%	3.0%	4.5%	7.6%	4.7%	0.0%	5.0%
キャッシュレス・多言語など新しい対応の負担	3.3%	2.0%	2.2%	7.6%	0.0%	6.7%	2.5%
施設・建物や設備の老朽化	15.9%	6.0%	12.4%	22.7%	23.4%	25.0%	13.8%
その他	3.7%	2.0%	1.1%	3.0%	3.1%	6.7%	7.5%

「原材料燃料等の高騰」が最も大きな課題となっている。建設業では「人材不足」、卸売業小売業では「地域人口の減少による売上の縮小」を課題とする割合が高い。

事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）

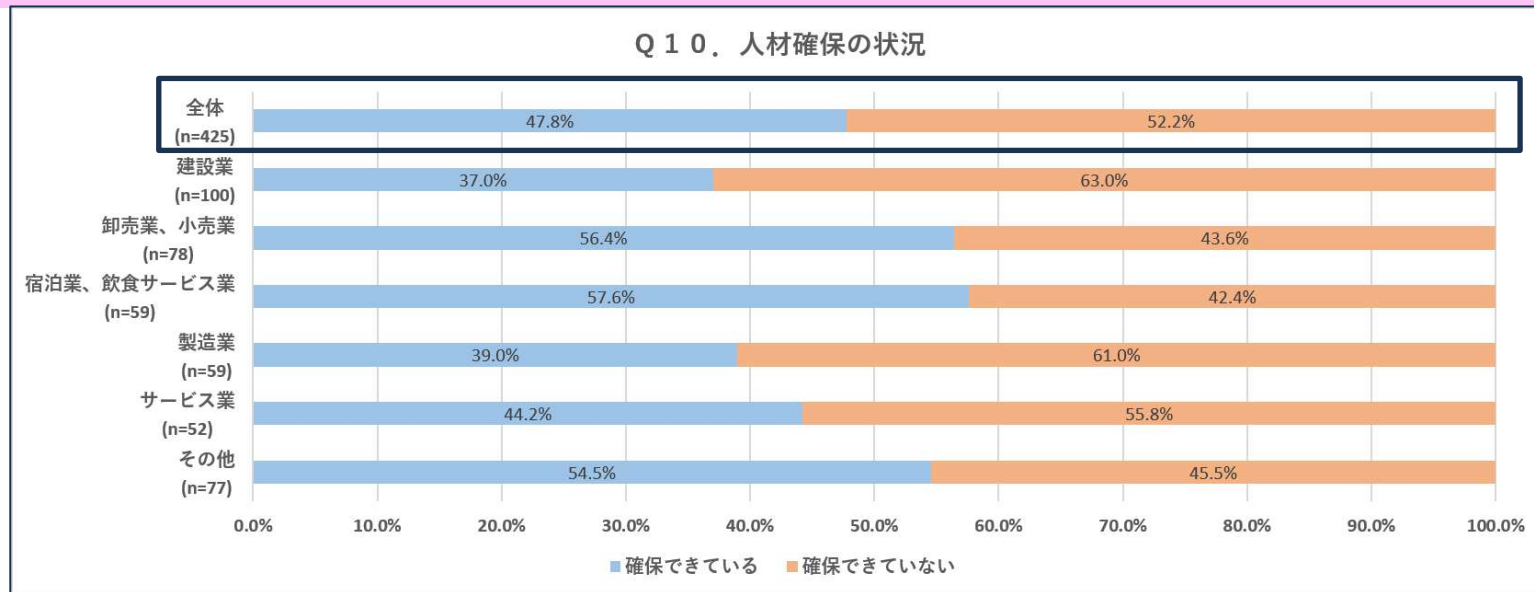


「一部できている」が最も多いものの、「できていない」も4割を超えており、十分に価格転嫁できていない事業者が多い。

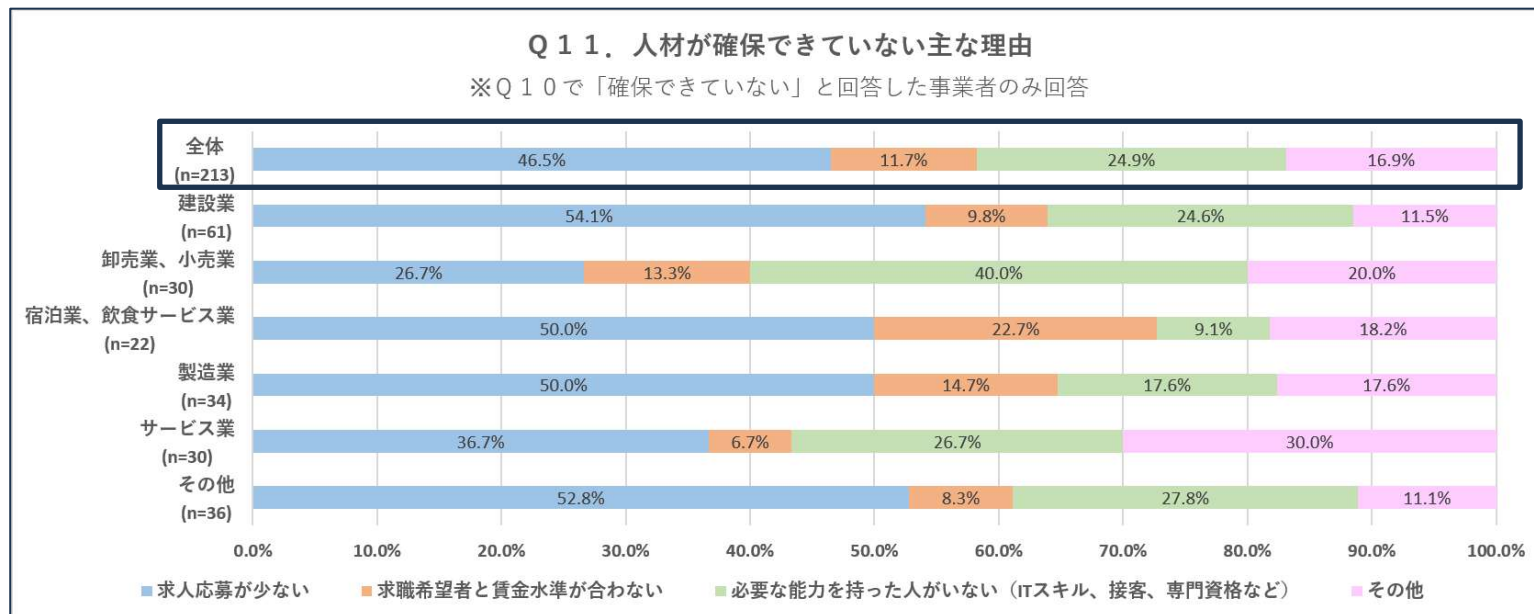


過半数の事業者が賃上げを実施している。建設業や製造業では目標どおり実施した割合が高い一方、卸売業小売業や宿泊業飲食サービス業、サービス業では賃上げの実施割合が比較的低い。

事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）



全体では、人材を確保できていない事業者が半数を超えている。特に建設業や製造業では、人材を確保できていない割合が高い。



「求人応募が少ない」が最も多く、人材確保が困難な主な要因となっている。卸売業小売業では「必要な能力を持った人がいない」の割合も高い。

事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）

Q 1 2. デジタルツールの利用状況

	全体	建設業	卸売業、小売業	宿泊業、飲食サービス業	製造業	サービス業	その他
会計ソフト	59.0% (n=432)	58.8% (n=97)	55.6% (n=81)	43.3% (n=60)	63.9% (n=61)	57.1% (n=56)	72.7% (n=77)
キャッシュレス決済	43.2% (n=424)	28.4% (n=95)	56.8% (n=81)	64.1% (n=64)	33.3% (n=57)	50.9% (n=53)	31.1% (n=74)
SNS(Instagram、Xなど)での発信	31.0% (n=420)	21.3% (n=94)	31.6% (n=79)	48.3% (n=60)	25.9% (n=58)	39.6% (n=53)	26.3% (n=76)
予約管理システム	9.7% (n=413)	5.4% (n=93)	7.6% (n=79)	17.2% (n=58)	5.4% (n=56)	9.4% (n=53)	14.9% (n=74)
CRM(顧客関係管理システム)	16.3% (n=412)	8.9% (n=90)	20.0% (n=80)	3.5% (n=57)	17.9% (n=56)	20.4% (n=54)	26.7% (n=75)
SFA(営業支援システム)	6.1% (n=407)	1.1% (n=92)	11.4% (n=79)	0.0% (n=55)	8.9% (n=56)	5.8% (n=52)	9.6% (n=73)
ネット販売	9.5% (n=411)	1.1% (n=92)	12.7% (n=79)	10.3% (n=58)	15.8% (n=57)	9.8% (n=51)	10.8% (n=74)
在庫管理・生産管理	13.5% (n=406)	2.2% (n=93)	34.6% (n=78)	3.6% (n=56)	25.0% (n=56)	5.8% (n=52)	9.9% (n=71)
オンライン会議・テレワーク	25.5% (n=412)	20.4% (n=93)	19.7% (n=76)	6.9% (n=58)	31.6% (n=57)	25.0% (n=52)	47.4% (n=76)

※各セルの数値は「活用している」と回答した事業者の割合を示す。

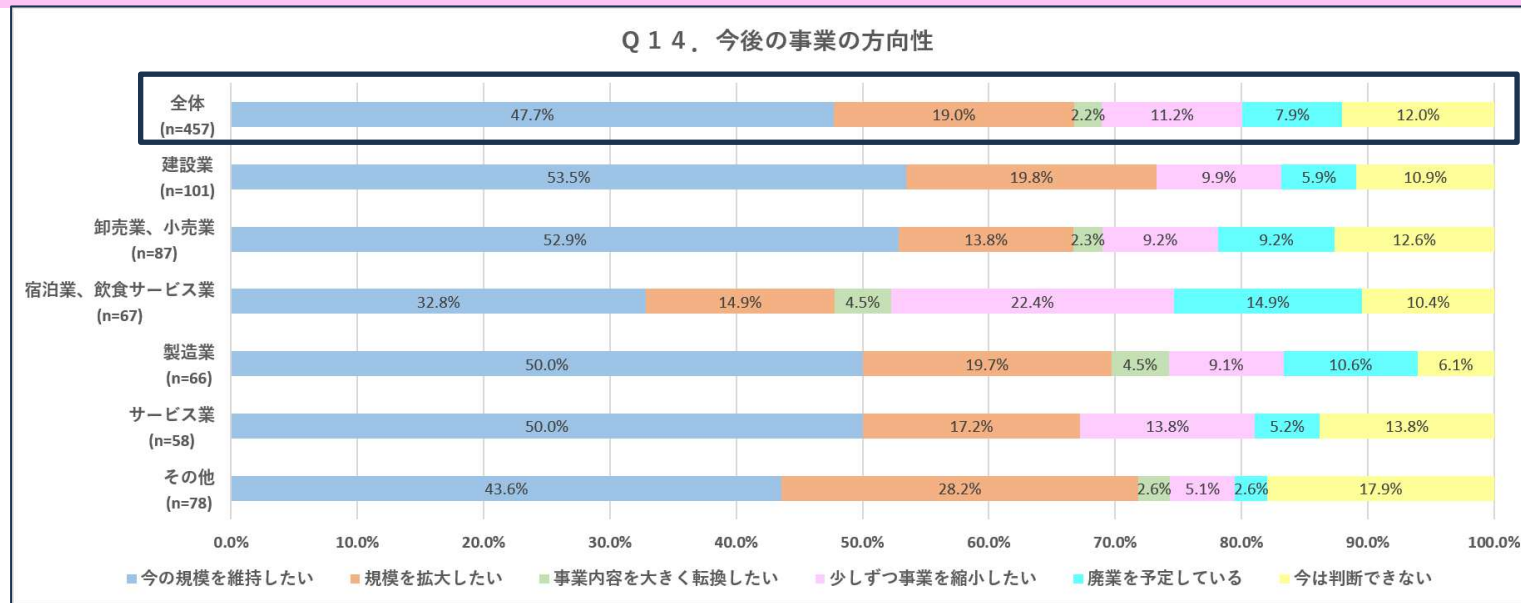
「会計ソフト」の利用が最も多く、次いで「キャッシュレス決済」、「SNSでの発信」が続く。宿泊業飲食サービス業では「キャッシュレス決済」や「SNSでの発信」の利用割合が高い。

Q 1 3. デジタル化の課題（3つまで）

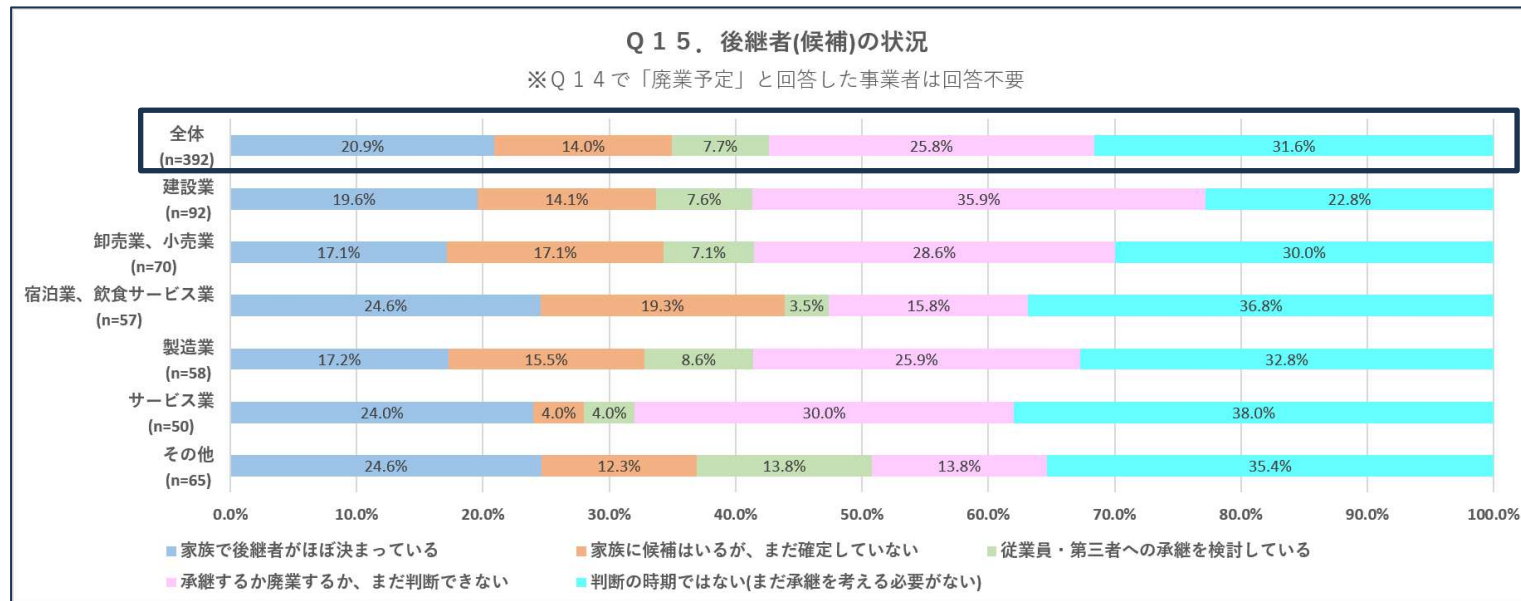
	全体 (n=423)	建設業 (n=95)	卸売業、小売業 (n=83)	宿泊業、飲食サービス業 (n=58)	製造業 (n=59)	サービス業 (n=54)	その他 (n=74)
何から始めてよいか分からない	19.6%	26.3%	22.9%	17.2%	13.6%	14.8%	17.6%
担当できる人材がない	37.1%	46.3%	47.0%	39.7%	39.0%	24.1%	20.3%
導入や運用にかかる費用負担	42.3%	36.8%	38.6%	39.7%	55.9%	37.0%	48.6%
時間的な余裕がない	25.1%	26.3%	16.9%	31.0%	25.4%	25.9%	27.0%
効果の見通しがつきにくい	31.9%	34.7%	38.6%	31.0%	32.2%	33.3%	20.3%
相談先が不明	6.4%	9.5%	3.6%	6.9%	10.2%	1.9%	5.4%
セキュリティ(安全性)が不安	18.7%	7.4%	25.3%	10.3%	18.6%	24.1%	28.4%
その他	11.3%	13.7%	6.0%	15.5%	6.8%	16.7%	10.8%

「導入や運用にかかる費用負担」が最も多く、次いで「担当できる人材がない」が続く。特に製造業では費用負担を課題とする割合が高い。

事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）

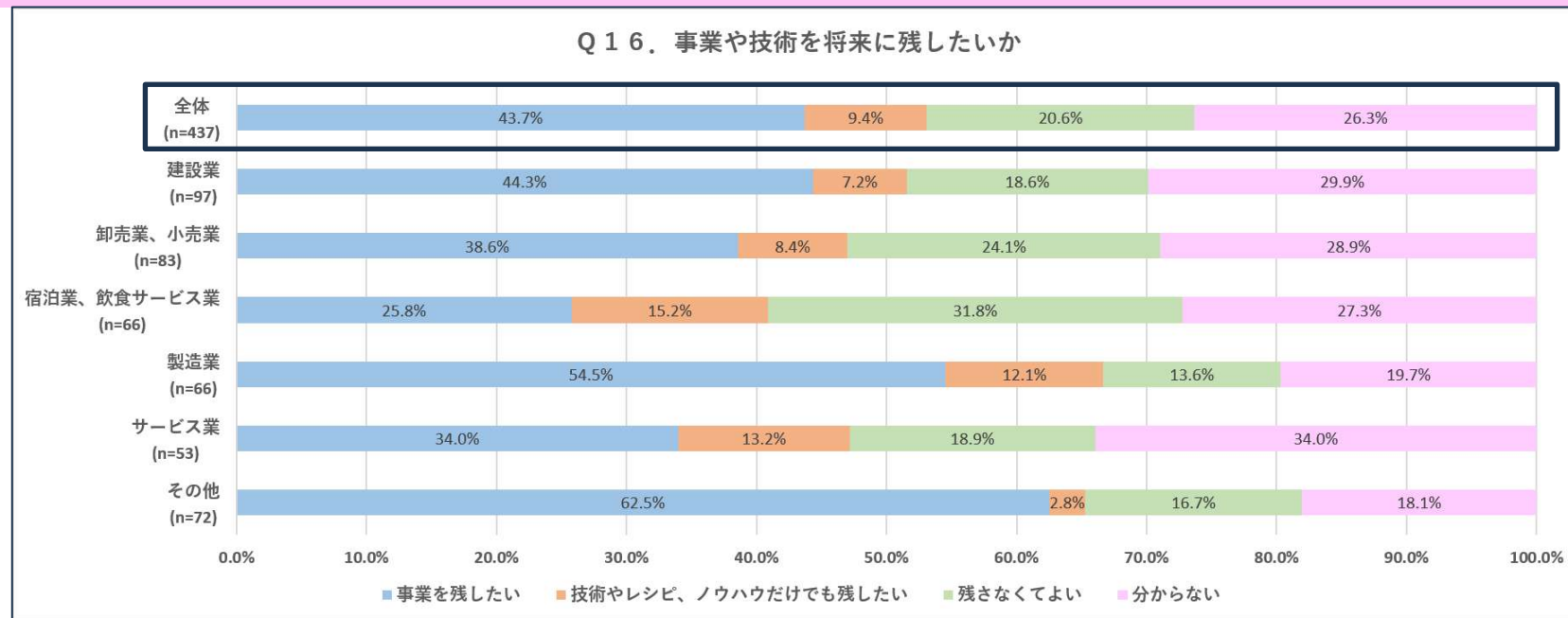


「今の規模を維持したい」が最も多く、約半数を占める。宿泊業飲食サービス業では「少しずつ事業を縮小したい」「廃業を予定している」の割合が比較的高い。



「判断の時期ではない」が最も多く、次いで「承継するか廃業するか、まだ判断できない」が続く。

事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）



「事業を残したい」が最も多く、全体の4割を超えている。製造業やその他業種ではその割合が高く、宿泊業飲食サービス業では比較的低い。

Q 1 7. 事業承継に関して不安に感じていること（3つまで）

※Q 1 4で「廃業予定」と回答した事業者は回答不要

	全体 (n=330)	建設業 (n=77)	卸売業、小売業 (n=64)	宿泊業、飲食 サービス業 (n=43)	製造業 (n=53)	サービス業 (n=38)	その他 (n=55)
承継相手が見つからない	25.2%	27.3%	28.1%	18.6%	18.9%	28.9%	27.3%
事業価値(売上の規模など)が低く承継しにくい	40.0%	33.8%	53.1%	39.5%	43.4%	39.5%	30.9%
税務や法務などの手続きが不安	15.5%	22.1%	12.5%	11.6%	15.1%	13.2%	14.5%
借入金・保証の取扱いが不安	11.8%	9.1%	7.8%	23.3%	22.6%	7.9%	3.6%
従業員の雇用が心配	24.8%	33.8%	17.2%	14.0%	24.5%	21.1%	32.7%
設備や不動産の整理が不安	18.8%	14.3%	21.9%	16.3%	18.9%	28.9%	16.4%
相談先が分からない	3.9%	7.8%	4.7%	2.3%	0.0%	5.3%	1.8%
その他	15.5%	7.8%	15.6%	18.6%	17.0%	10.5%	25.5%

「事業価値（売上の規模など）が低く承継しにくい」が最も多い。特に卸売業小売業では「事業価値が低く承継しにくい」の割合が高い。

事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）

Q 1 8．事業承継に必要なだと思う支援（複数選択可）

※ Q 1 4 で「廃業予定」と回答した事業者は回答不要

	全体 (n=310)	建設業 (n=70)	卸売業、小売業 (n=53)	宿泊業、飲食 サービス業 (n=42)	製造業 (n=47)	サービス業 (n=40)	その他 (n=58)
後継者・第三者とのマッチング	38.7%	35.7%	39.6%	40.5%	36.2%	37.5%	43.1%
事業承継計画の専門家による支援	26.5%	35.7%	24.5%	23.8%	25.5%	15.0%	27.6%
税務・法務・金融相談	23.2%	27.1%	24.5%	19.0%	19.1%	15.0%	29.3%
承継に伴う改装・設備補助	41.6%	37.1%	43.4%	57.1%	53.2%	45.0%	22.4%
その他	10.3%	7.1%	11.3%	4.8%	10.6%	15.0%	13.8%

「承継に伴う改装設備補助」が最も多く、次いで「後継者第三者とのマッチング」が続く。特に宿泊業飲食サービス業や製造業では、「承継に伴う改装設備補助」を求める割合が高い。

Q 1 9．まちなかのにぎわいについて、感じる印象

※点数化（にぎわいを感じる＝2点、ある程度にぎわいがある＝1点、どちらともいえない＝0点、やや寂しい＝－1点、かなり寂しい＝－2点）し、合計点を回答者数で除した平均値として算出（値が高いほど賑わいを感じていることを示す）

	全体	建設業	卸売業、小売業	宿泊業、飲食 サービス業	製造業	サービス業	その他
平日	-1.24 (n=454)	-1.27 (n=100)	-1.28 (n=88)	-1.30 (n=63)	-1.35 (n=66)	-1.02 (n=58)	-1.20 (n=79)
休日	-0.79 (n=453)	-0.88 (n=100)	-1.06 (n=88)	-0.52 (n=63)	-0.71 (n=65)	-0.48 (n=58)	-0.90 (n=79)
夜間	-1.65 (n=454)	-1.65 (n=100)	-1.75 (n=88)	-1.63 (n=63)	-1.68 (n=66)	-1.57 (n=58)	-1.59 (n=79)

※セルの着色は点数に応じて段階的に色分けしている（値が高いほど濃色）

平日休日夜間の全てでマイナス評価となっており、特に夜間のにぎわいが乏しいと感じられている。

事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）

Q 2 0．観光客や来訪者から聞いた声、事業を通じて感じた課題（複数選択可）

	全体 (n=425)	建設業 (n=92)	卸売業、小売業 (n=83)	宿泊業、飲食 サービス業 (n=60)	製造業 (n=62)	サービス業 (n=54)	その他 (n=74)
飲食店が少ない・営業時間が合わない	46.1%	46.7%	37.3%	46.7%	53.2%	44.4%	50.0%
休日でも閉まっている店が多い	40.7%	41.3%	43.4%	40.0%	37.1%	33.3%	45.9%
食べ歩き・ちょっとした軽食が利用しづらい	29.9%	35.9%	22.9%	31.7%	22.6%	33.3%	32.4%
夜に利用できる飲食店やサービスが少ない	46.6%	52.2%	49.4%	28.3%	45.2%	37.0%	59.5%
キャッシュレス決済に対応している店が少ない	6.8%	9.8%	7.2%	3.3%	6.5%	3.7%	8.1%
店舗の情報(営業時間など)が調べにくい	13.9%	12.0%	14.5%	16.7%	12.9%	13.0%	14.9%
トイレや休憩できる場所が見つけにくい	14.1%	19.6%	14.5%	6.7%	17.7%	11.1%	12.2%
まちなかの案内(地図など)が分かりにくい	10.4%	8.7%	8.4%	15.0%	17.7%	9.3%	5.4%
駐車場から目的地までの道が分かりにくい	9.9%	13.0%	10.8%	10.0%	8.1%	13.0%	4.1%
宿泊施設が少ない	38.1%	42.4%	36.1%	28.3%	41.9%	35.2%	41.9%
特に課題は感じない	4.7%	5.4%	3.6%	8.3%	4.8%	3.7%	2.7%
その他	16.2%	16.3%	12.0%	20.0%	14.5%	27.8%	10.8%

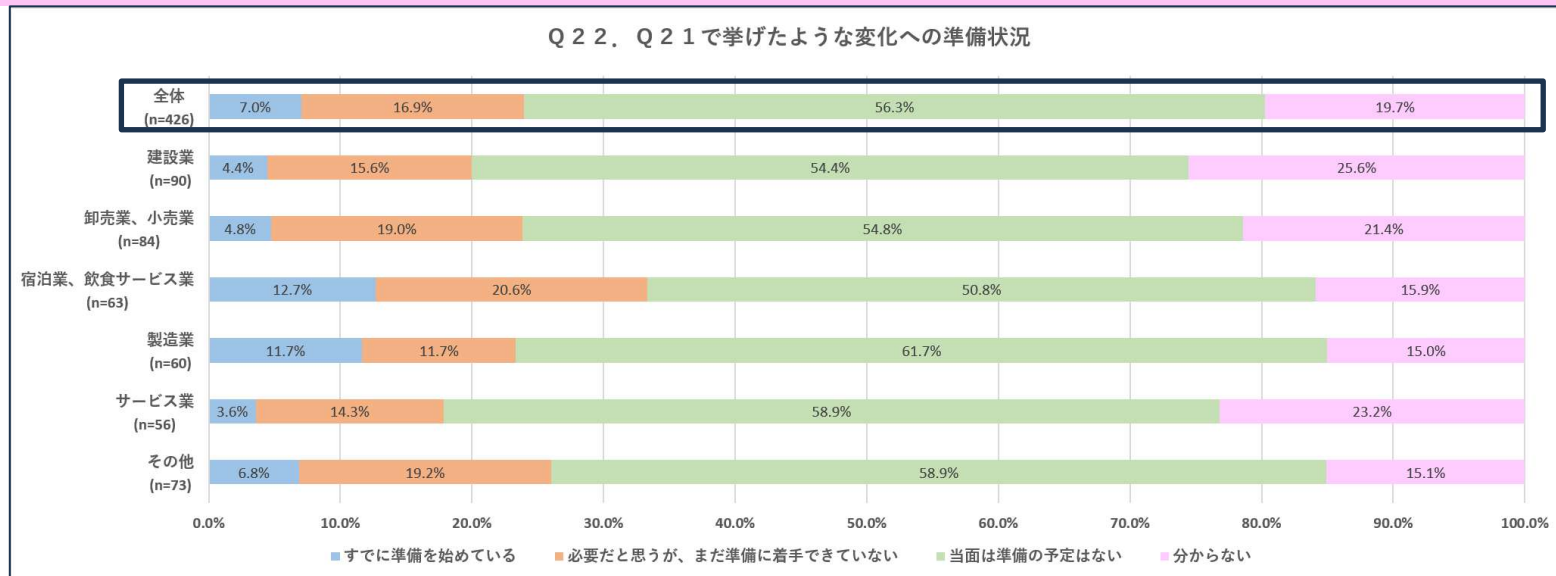
「夜に利用できる飲食店やサービスが少ない」と「飲食店が少ない営業時間が合わない」の割合が高く、飲食環境に関する課題が大きい。

Q 2 1．中縦の県内全線開通により、どのような変化が起こると感じるか（複数選択可）

	全体 (n=454)	建設業 (n=100)	卸売業、小売業 (n=85)	宿泊業、飲食 サービス業 (n=64)	製造業 (n=64)	サービス業 (n=60)	その他 (n=81)
県外からの来訪が増える	61.2%	63.0%	54.1%	75.0%	53.1%	60.0%	63.0%
日帰り客が増える	37.0%	36.0%	40.0%	40.6%	35.9%	36.7%	33.3%
宿泊客が増える	7.9%	9.0%	1.2%	14.1%	9.4%	6.7%	8.6%
商品の仕入れや配送がしやすくなる	18.7%	20.0%	20.0%	7.8%	25.0%	11.7%	24.7%
他地域との競争が強まる	11.5%	14.0%	12.9%	7.8%	14.1%	10.0%	8.6%
自社の業種では特に変化はなさそう	43.0%	58.0%	40.0%	18.8%	35.9%	50.0%	46.9%
分からない	4.6%	3.0%	4.7%	4.7%	1.6%	6.7%	7.4%
その他	4.4%	0.0%	4.7%	6.3%	3.1%	10.0%	4.9%

「県外からの来訪が増える」が最も多く、次いで「日帰り客が増える」が続く。特に宿泊業飲食サービス業では期待感が高い。

事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）



「当面は準備の予定はない」が最も多く、半数を超えている。一方、宿泊業飲食サービス業や製造業では、すでに準備を始めている事業者も一定数みられる。

Q 2 3. 今後、必要に応じて取り組んでみたいもの（3つまで）

	全体 (n=416)	建設業 (n=89)	卸売業、小売業 (n=81)	宿泊業、飲食 サービス業 (n=62)	製造業 (n=57)	サービス業 (n=54)	その他 (n=73)
来訪者向けの商品・メニュー・サービスの開発	11.1%	2.2%	12.3%	27.4%	10.5%	11.1%	6.8%
営業日・営業時間の見直し	8.9%	6.7%	14.8%	14.5%	5.3%	5.6%	5.5%
食べ歩きテイクアウト対応など、提供方法の工夫	5.3%	5.6%	7.4%	9.7%	8.8%	0.0%	0.0%
多言語対応(メニュー・案内など)	4.8%	4.5%	1.2%	14.5%	1.8%	5.6%	2.7%
キャッシュレス決済・予約システムなどの導入	6.0%	1.1%	12.3%	8.1%	1.8%	9.3%	4.1%
店舗の整備(座席数・トイレなど)	6.3%	1.1%	4.9%	17.7%	8.8%	5.6%	2.7%
観光事業者・宿泊施設・地域イベントなどとの連携	7.0%	4.5%	7.4%	8.1%	8.8%	7.4%	6.8%
SNS・WEBを利用した効果的な情報発信	20.7%	13.5%	24.7%	24.2%	15.8%	24.1%	23.3%
まちなかの回遊を促す取組(共同企画等)	7.7%	3.4%	8.6%	16.1%	12.3%	7.4%	1.4%
工場・店舗などの新設・増設	5.5%	9.0%	2.5%	3.2%	10.5%	1.9%	5.5%
現時点では特に考えていない	52.6%	68.5%	49.4%	30.6%	52.6%	53.7%	54.8%
その他	3.6%	4.5%	0.0%	0.0%	3.5%	3.7%	9.6%

「現時点では特に考えていない」が最も多く、半数を超えている。一方、「SNSWEBを利用した効果的な情報発信」を検討する事業者も一定数みられる。

事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）

Q 2 4．今後、行政に特に力を入れてほしい分野（3つまで）

	全体 (n=413)	建設業 (n=95)	卸売業、小売業 (n=74)	宿泊業、飲食 サービス業 (n=57)	製造業 (n=58)	サービス業 (n=53)	その他 (n=76)
起業・創業の促進	16.5%	16.8%	8.1%	19.3%	15.5%	15.1%	23.7%
設備投資などの資金調達の円滑化	36.6%	31.6%	33.8%	52.6%	46.6%	39.6%	23.7%
人材の確保・育成	30.5%	41.1%	20.3%	12.3%	36.2%	30.2%	36.8%
販路開拓・拡大や売上向上の取組	18.9%	10.5%	28.4%	28.1%	19.0%	11.3%	18.4%
デジタル化・IT導入の推進	15.0%	20.0%	13.5%	8.8%	19.0%	9.4%	15.8%
事業承継・第三者承継の円滑化	12.6%	10.5%	17.6%	21.1%	10.3%	9.4%	7.9%
規制や手続きの見直し・簡素化	30.8%	37.9%	28.4%	19.3%	36.2%	28.3%	30.3%
その他	11.6%	6.3%	13.5%	14.0%	13.8%	13.2%	11.8%

「設備投資などの資金調達の円滑化」が最も多く、次いで「規制や手続きの見直し簡素化」、「人材の確保育成」が続く。特に宿泊業飲食サービス業や製造業では、資金調達の円滑化を求める割合が高い。

Q 2 5．Q 2 4 で選んだ分野について、どのような支援の形があると良いか（複数選択可）

	全体 (n=388)	建設業 (n=87)	卸売業、小売業 (n=67)	宿泊業、飲食 サービス業 (n=57)	製造業 (n=55)	サービス業 (n=51)	その他 (n=71)
専門家による継続的な伴走支援(経営・デジタル化・事業承継など)	22.7%	26.4%	22.4%	22.8%	21.8%	15.7%	23.9%
デジタル化や情報発信、接客などに関する研修・セミナー	13.1%	17.2%	10.4%	14.0%	18.2%	9.8%	8.5%
設備投資・デジタル化・改装等への補助金・助成金	52.3%	49.4%	50.7%	61.4%	63.6%	47.1%	45.1%
空き店舗・遊休不動産の紹介・活用の機会提供	19.8%	11.5%	22.4%	24.6%	20.0%	21.6%	22.5%
人材マッチング(UTターン・移住者・学生アルバイト等)	30.4%	40.2%	17.9%	24.6%	36.4%	25.5%	33.8%
観光やイベントと連携した販路開拓・拡大の機会提供	16.8%	10.3%	16.4%	35.1%	20.0%	9.8%	12.7%
観光データや地域データ(来訪者数・傾向など)の提供	10.3%	3.4%	14.9%	22.8%	16.4%	3.9%	4.2%
各種手続きのオンライン化・簡素化	20.9%	29.9%	23.9%	14.0%	12.7%	17.6%	21.1%
その他	7.0%	5.7%	6.0%	5.3%	1.8%	9.8%	12.7%

「補助金助成金」が最も多く、次いで「人材マッチング」が続く。宿泊業飲食サービス業では「観光やイベントと連携した販路開拓拡大の機会提供」を求める割合が高い。

事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）

Q26. 戦略へのご意見ご要望等（自由記述）※74件の回答

※個別の事業者が特定される回答は掲載していません

- ・人口増加に力を入れて欲しいです
- ・人口の増加に対する尽力が欲しい
- ・人口増に努力
- ・人口を増やすことをしてほしい。働き手、お客様、地域の衰退がどんどん進んでいくので将来まで店を永続できるのかとても不安です
- ・一番の課題は人口減少ではないでしょうか
- ・人口減少を小さくする為にあらゆる方法を考え実施する様にして魅力ある町になる様に
- ・人口減少は歯止めが効きません。少ない人口で一人ひとりの心掛けの大切さを幼少時から教育していくことの大切さを市民みんなで考えていくこと
- ・都会から大野に来てもらう移住者の推進
- ・今の太田市の課題は、人口減少対策だと思います。若者が就学のために県外へ出ていくことは仕方がないことですが、太田に戻ってきたいと思えるような教育をしてほしいと感じています。そのために、歴史や文化を大切にする街並みや景観を、公費を使って整備し、その取り組みを加速させることが必要だと思います。そして観光客を増やし、賑わいを創出するとともに、太田の文化や伝統を誇りに思えるような教育を、もっと行ってほしいです
- ・子供や若者が喜ぶイベントや行事を増やしてほしい。市全体でポイントや割引などの工夫を活用してほしい。もっと宣伝をして情報を届くようにしてほしい
- ・個人で独立となるとハードルが上がってしまうのでダブルワークなどの支援や方法のセミナーがあると嬉しいです
- ・事業承継が完了し、会社の事業内容が変化してきている。新分野での人材を確保したい
- ・人材不足が続けば太田の経済が崩壊する
- ・地元太田の人が、地域のために頑張ろうと思える何かが必要。太田の魅力は太田の人が作らないと
- ・少ない人数でできる事をやりつづける
- ・観光のプロを入れて考えるべき
- ・インバウンドには過度に期待せずに日本人観光客に向けて発信していくと良いと思う

- ・エリア別の戦略を立てておられると思います。市の魅力を一繋ぎにし、広域で得られるメリットを最大化するために、様々な問題に対し予算編成が必須と考えます。勝山からの導線、越美北線の強みを押し出す戦略。中部縦貫道開通後の広域に対する宣伝と宣伝コンテンツの強化。やらなければ進まないことが多岐に渡り存在する点から、市とビューロー、民間で団結し様々な誘致活動をする必要を感じています
- ・太田を中心とした観光拠点化への未来戦略
- ・太田市民が美味しいと思う店の商品を知る事。太田市民がよく訪れる好きな場所を知る事。それを観光客に宣伝する事。太田市への観光リピーターを増やすのは、目を楽しませて、胃袋をつかむ事。太田のシンボル太田城を季節の花が次々咲くように手入れして、おいしいものは、今の時代、ドライブがてら一つの店を目指して訪れます。一旦太田に入った観光客はどういうルートを回ったかを調べて、そこを膨らますヒントにする。年代ごとに訪れるところが違うと思うので、おすすめコースを何パターンか作る。この正月、帰省した孫を遊ばせるところに困りました。1/2から「おそら」を開けてほしいと思いました
- ・星空、天空の城の観光の提案。・星空の下で食べるアウトドアディナー（地元食材を使った限定メニュー）・天空の城までのトレッキングコースの整備・星空鑑賞に適した宿泊プランの開発、古民家を活用した小規模宿の誘致
- ・名水の町であることをもっとアピールし、米などの食料品も、里芋と同様に推してもらえると嬉しいです
- ・ふるさと納税に今後も力を入れて欲しい。割合を減らさないで欲しい。観光（まちなか）に力を入れて欲しい
- ・朝市を観光とは言えないです。太田人として、はずかしいくらいです
- ・街あるきがメインの観光アイテムであるが、お客様の興味を引く事、物、イベント等が少ない
- ・九頭竜道の駅は平成から令和にかけて30年以上のリピーターが多い。また、恐竜の親子も2000年の恐竜博から26年の歴史があり、東海地方から来客も多い。さらに福井県の東の玄関と昔から言われているため、施設の老朽化を防いで欲しい。特にトイレの改修は必須かと思う

事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）

- ・県外の友人が遊びに来て、大野だと1日時間をつぶせないというか、どこに連れていくと喜んでくれるのだろうかとお悩みます。子どもをつれて、1日大野で満喫できるスポット、コースがあれば市外からもたくさん来るのでは、と思います
- ・観光に対しての企画を多く立案して欲しい。越美北線の増便の働きかけ。勝山との交通等の連携
- ・以前にも提案しましたが大野城に白堀がありますと町が盛り上がりますね。だけど却下されました。歴史にないということで。だけど町の現実をみて考えて下さい
- ・補助金で小商いを増やしても、いつの間にか店を開ける頻度が少なくなっていて、真に活性化しないことがわかった。店舗を毎日開くことが無理なら、関係者が交代で店番をして、場所や物品を提供できる共同体があると観光客にご案内できると感じた
- ・街中が、寂しすぎる。もっと、行政でも、他の経営者にでもいいから、若者がすぐにでも始められるような箱物(店舗)などを作ってあげるといいと思う。空き店舗など、特に！その時に、必要な移動手段が充実していてほしい。タクシーやバスなど。後は若者が戻って来られるような仕事(工場など)や大きな商業施設(イオンやアウトレットなど)の誘致をした方がいいと思う
- ・JR大野駅前にコンビニがあったら良いと思う
- ・自動車での来客が増加するので、六間通りの駐車スペースを確保してほしい。以前（元々）は、駐車スペースとして設置したにもかかわらず、いつのまにか駐禁の標識がついたままになっている。しかも街灯に標識がついているのはおかしいと思います
- ・駐車場の有料化は影響があると思う
- ・駐車場（商工会議所の前）が有料になりましたが、料金をもう少し考えてほしい。現在30分無料、せめて1時間無料にしてほしいとの声をよく聞きます。土、日は会議所の駐車場を開放してほしい。OSORAに来た子供連れの家族が入場料+駐車料金はつらいと言っていました
- ・マスコミへの積極的参加（新聞・ラジオ・テレビ・雑誌）、町内紹介不足。七間通りだけが町でない。市の公共施設には人が来るが町中を散策する人は少ない（次へ行ってしまう）。当店は建物が古い為、カメラが好きな人が写真をよく撮っている。PRしなくても人が人を呼んでくれている。SNS、口コミ他（一部の人）

- ・町中が暗いです。もっと街灯を増やすなり、運転しやすい街にしてくれたら夜も活気づく気がします
- ・（おそら）のやり方はおかしい。市外の人には来てほしくないのか
- ・自社の商圈内に宣伝広告を実施する際の費用を捻出するのが難しくなっています。この事により福井市や大手に顧客が流れているのが現状です。自社のサービスを向上しても伝えるには費用が必要になります。大手は広告宣伝にかかる経費が莫大なのでこれには勝てません。大野市市内に広告宣伝をする際に利用出来る補助金や施策があれば、市内の事業者をもっと市民に知ってもらえると思います。WEB広告を利用したいけど、費用や手法がわからない事業者がほとんどだと思います。私もその1人です
- ・有名人とコラボして認知度を上げる
- ・SNSの活用
- ・市外から大野市に通っていますが、活気がありません。日中は特に人がいません。市内には良い店がたくさんあるのに情報がとぼしいので、わかりづらいです。個人でやっている店（飲食店）が多いと思うので、市をあげて、デジタル化により魅力を発信してほしいです。事業承継するにしても、その町に希望がなかったら子供達が後を継ぐ気持ちにならないと思います。安心して仕事や暮らしができる活気のある町をめざしてほしいです。お城がある町ってすごいんです
- ・中部縦貫道早期完成。北陸新幹線早期全線開通。大野市内への企業誘致
- ・タクシーが無い時間帯に動いている運転代行の車両に旅客運送出来る特区申請して頂けると、タクシーの無い街から一転して利便性の良い街になると思うし、行政の負担を求めず、あるものを利用する考えが今の町には必要だと考える
- ・中部縦貫道を早く完成してほしい
- ・道路幅を広げてほしい
- ・大野市内で縮小・減少の項目が多い！①人口の減少②京福バス+JR越美北線のダイヤの減少③タクシーの営業時間の短縮（ライドシェアの活用をすすめて欲しい！）④中部縦貫自動車道の開設を見越して、岐阜、中京方面とも取引拡大に！（農産物の販売、特産品の販売など）
- ・アクセスが悪すぎて来訪者に申し訳なく思います
- ・新商品を開発するにあたっての設備導入助成金等
- ・文化事業を支援する体制を強化してほしい

事業者アンケート クロス集計×業種（回答数：466）

- ・農業分野の生き残りは、この10年にかかっているという前提での具体的な戦略構築
- ・市内は従業員が少ない小規模の事業所が多く、景気の浮き沈みに影響を受けやすい印象です。また賃金水準は福井市より低水準で、最近の賃上げの影響も受けやすく、販路開拓や経費補助など支援が必要と思います
- ・私は電気工事及び消防設備等点検新設業務をやっていますが（社）福井防災安全協会に協会設立より加入しています。役所の設備等点検の見積依頼が全然ないです。一部の業者に依頼をしているように思います。協会に加入している業者を確認してください。お願いします
- ・Q20について、郊外なのでまちなかのことはわかりません。市がまちなかばかり力を入れているので、郊外（自分の住んでいる所）は閑古鳥が鳴くというか、廃業するところばかりです。上述のとおり、市はまちなかばかり力を入れているので、こちらの方までは、とてもとてもまわってこないと思います。固定資産（土地）の税をもっと下げてほしいです。◎特に冬場は他と違い、4車線なので倍の雪を除雪しないといけません
- ・売上の97%が県外です
- ・市内の小売業の中で、食に関する店舗と業態店（スーパーマーケット、スーパードラック、コンビニ、ホームセンター等）以外はほとんど残らない。原因は消費人口の減少、インターネット通販の台頭、交通網の整備と便利性の向上、リサイクル社会の進行等です。人口2万人でも消費市場のある業種（和洋菓子、くつ等）は残ります。その様な社会に進んでいる中で生き残るには、ネット通販と両建ての成功した店舗のみになります。決してその様な社会が良いとは思いませんが。※思いはいっぱい有ります
- ・世代交代、受注度の不安定
- ・小規模事業者として、今できることを重要に、来訪者の方に喜んで頂ける商品、開発に努める（従事者0）
- ・市の物品購入について、他市のように市内業者に限定することを要望します
- ・年間1000万円の下水道使用料が経営に大きな打撃をあたえている。また、勝山市に比べて高齢者福祉に対する助成が極めて少ない（外国人労働者支援、物価高対策経費など）
- ・Q25、Q26の回答のとおり（Q25：人での確保が難しい中、全業種に対し、各業種内での役割分担の明確化を市から指導・指示願いたい。Q26：市内産業界への戦略を明確にしていく）

- ・個々対応では、限界がありますので、共同企画等を望みます
- ・「戦略」とか言っていないで、足元、現状をよく見て、市民の皆さんの暮らしが良くなるようなことをしてください
- ・その他の消滅都市がしている政策や戦略の真似事ではなく、全国初位の事業を考えて欲しい
- ・大野市長は、市民に夢を見せて下さい
- ・役所内のガバナンスだけの問題ではないかもしれないが、きれいごとを並べ立てる戦略でなく、現実的な問題を直視し、何ができるのかを考える具体的なチャレンジがないのではないかと批判ばかりするわけでないが、民間である我々も必死に問題解決に向かいたい。だから、官民が一緒にやるべき
- ・理想を掲げるだけでなく、これまでの総括を踏まえて現実を直視した戦略を立てたものとなるよう、希望します
- ・過去数十年にわたる大野市の地盤沈下、全国各地どこでも人口減少、高齢化。この状況から大野市が生き残るのは、相当大変、並大抵の努力では不可能だと思います。今までの焼き直しのような戦略策定ではなく、抜本的な改革案を立ててほしい。計画だけつくるのではなく、それに本気で取り組む姿勢を見せてほしい。事業者には元気はない。市は「公平性」を重視するが、その意識にとられすぎると何もできない。主体性、オーナーシップをもって、できることを本気で取り組んでほしい。その姿が、やる気ある事業者の共感を生むと思っています
- ・アンケートばかり、まちなかが変わるのか
- ・土業としての回答はあてはまらないものが多く、回答しづらかったのですが、他業種の一員として感じることは回答させていただきました。どのような戦略、施策になるかは分かりませんが、事業者にとって使いやすい、取り組みやすいものを期待しています
- ・デジタル化を進めるならFAXを廃止するのが良いと思う
- ・自然活用（登山、ワンゲル、キャンプ地）有料サービス（環境保全のため）。野放図な不動産売買禁止
- ・南六呂師で営業している。自然ガイド・星空ガイドをしているが、もともとあった山野草は外来植物に覆われ非常に少なくなり、絶滅危惧種となっている。南六呂師に元々あった山野草を育てているが、花壇整備に補助して下さるとありがたい
- ・自分の事業ではわからない事ばかりです