

新勝山市観光振興ビジョン

令和6年3月策定
福井県勝山市

新勝山市観光振興ビジョン

目次

第1章 計画の策定について

- (1) ビジョン策定の趣旨
- (2) ビジョンの位置づけ
- (3) ビジョンの期間

第2章 観光振興の必要性

第3章 勝山市が目指す観光振興の未来像

「多くの観光客が訪れる豊かで活力あるまち」の達成

第4章 勝山市の観光を取り巻く現状

- (1) 現状の勝山市全体の観光入込客数及び宿泊客数
 - ①勝山市全体の観光入込客数
 - ②エリア別の観光入込客数
 - ③勝山市全体の宿泊客数
 - ④外国人宿泊客数（インバウンド）

第5章 勝山市の観光における課題と目指すべき方向

第6章 勝山市の観光振興に向けた方針と具体的な取組み

- 方針① 「恐竜」という全国に誇れるコンテンツを最大限に活用
- 方針② 勝山市独自のストーリーを活かした体験コンテンツの造成等による滞在型観光の推進
- 方針③ 閑散期における対策の実施
- 方針④ 中京圏、関西圏及び首都圏への情報発信と二次交通の整備
- 方針⑤ 他市町との連携をはじめとしたインバウンド受入体制の整備

第7章 新勝山市観光振興ビジョンの推進

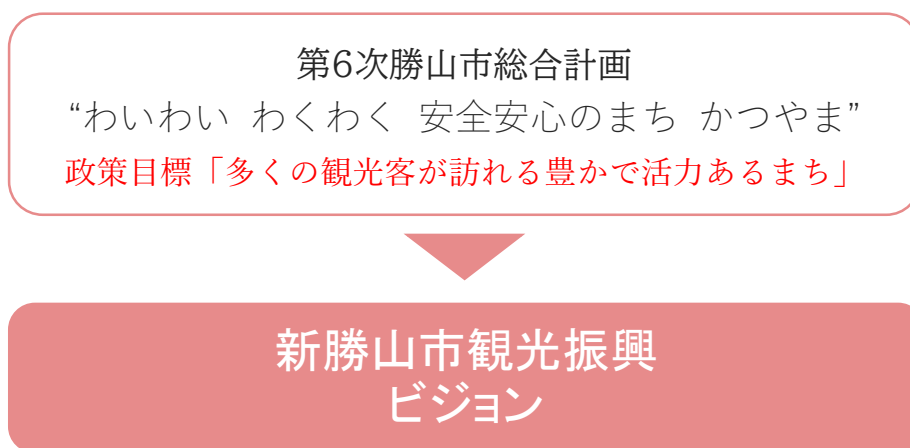
- (1) 観光振興に向けた各主体の役割
- (2) 観光振興ビジョン推進の核となる勝山市観光まちづくり株式会社の役割
- (3) 計画の進行管理

第1章 計画の策定について

(1) ビジョン策定の趣旨

新勝山市観光振興ビジョンは、第6次勝山市総合計画に示された10年後のまちの姿である「わいわい わくわく 安全安心のまち かつやま」の実現に向けたまちづくりの方向性を示す政策目標「多くの観光客が訪れる豊かで活力あるまち」に基づく観光振興施策について、その指針を示すものです。

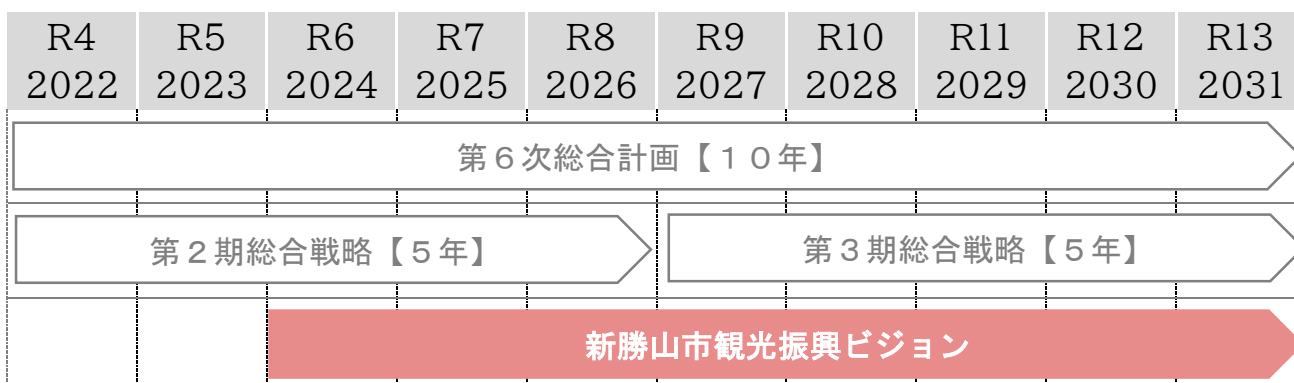
(2) ビジョンの位置づけ



(3) ビジョンの期間

本ビジョンの期間については、長期的展望に立った総合的なまちづくりの指針である「第6次勝山総合計画」と同じ、令和13年度(2031年度)とします。

なお、ビジョンは社会経済情勢の変化や政策の評価などを踏まえ、必要に応じて毎年、見直しを行うこととします。



第2章 観光振興の必要性

勝山市の人口は、昭和29年（1954年）の市制施行以来、減少し続けており、令和12年（2030）には、2万人を割り込むと予測されています。勝山市において、少子高齢化、人口減少は避けることができない問題です。

そのような中で勝山市が継続的に発展をしていくためには、“観光”を地域創生の1つの「手段」として活用していく必要があります。

地域創生においては、地域経済の活性化が重要な要素の1つとなります。人口減少が進む中で、地域の経済を活性化させるには、地域外から訪れる人々、つまり「交流人口」を増加させることが不可欠です。そのなかでも特に、旅行者や短期滞在者といった観光交流人口が増加すれば、宿泊や食事、土産品の購入等が行われ、地域経済におおいに貢献することが期待されます。

観光庁によると、定住人口1人当たりの年間消費額（130万円）は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者（宿泊）23人分、国内旅行者（日帰り）75人分にあたりとされており、人口減少に伴う地域経済の損失を観光消費でカバーできるとされています。

観光の推進によって経済損失がカバーされるとともに、観光関連産業や関係人口の創出・拡大等をもたらし、それが地域への関心の高まりにつながり、定住人口の増加に寄与することとなります。

認知・魅力の向上による観光交流人口の増加を図りながら、観光消費額の増加を狙い、付加価値を高めていき、域内のGDPの向上を目指し、雇用の活性化、稼ぐ観光地を作り、持続可能な社会につなげていくことが重要です。

それとともに、このような考え方を地域全体で共有し、市民や市内事業者等のモチベーションを向上させ、市民協働による取組みとして推進することが、地域の観光をよりよくする力の源泉であること、それらが本市の魅力度や発信力の向上、観光客との交流や共感の拡大、そして、地域への誇り・愛着の醸成につながっていくと考えています。

前回の勝山市観光振興ビジョンは、未来に向けた観光政策の方向性や戦略の指針として、平成22年（2010年）に策定され、当時設定した観光客数や市内宿泊者数の増加等の目標については、いずれも達成しました。

しかし、それ以降、中部縦貫自動車道勝山インターチェンジの供用開始、勝山市ジオターミナルや道の駅のオープンなど、勝山市の観光を取り巻く環境が大きく変化しています。

北陸新幹線（金沢～敦賀間）開業や中部縦貫自動車道県内区間開通といった交通網の整備、かつやま恐竜の森再整備など今後勝山市が迎える大きな好機を逃さず、観光交流人口の増加に確実につなげ、地域DMOである勝山市観光まちづくり株式会社や観光関連事業者と連携しながら、第6次勝山市総合計画が目指す10年後の姿「わいわい わくわく 安全安心のまち かつやま」における政策目標「多くの観光客が訪れる豊かで活力あるまち」の実現に向け、今回、新たに「新勝山市観光振興ビジョン」を策定します。

第3章 勝山市が目指す観光振興の未来像

「多くの観光客が訪れる豊かで活力あるまち」の達成

新勝山市観光振興ビジョンでは、観光事業による本市の活性化と観光消費額の拡大を図り、持続可能な社会を形成していくために、観光産業への新たな事業者の進出を促し、雇用の安定化を図りながら、観光を基軸とする産業の収入を増やし、地域と連携する社会を実現することを目標とします。

勝山市には、「福井県立恐竜博物館」や、西日本最大級のスキー場「スキージャム勝山」、苔が一面に美しく広がる「平泉寺白山神社」など、観光の目的地となる観光資源が数多くあります。

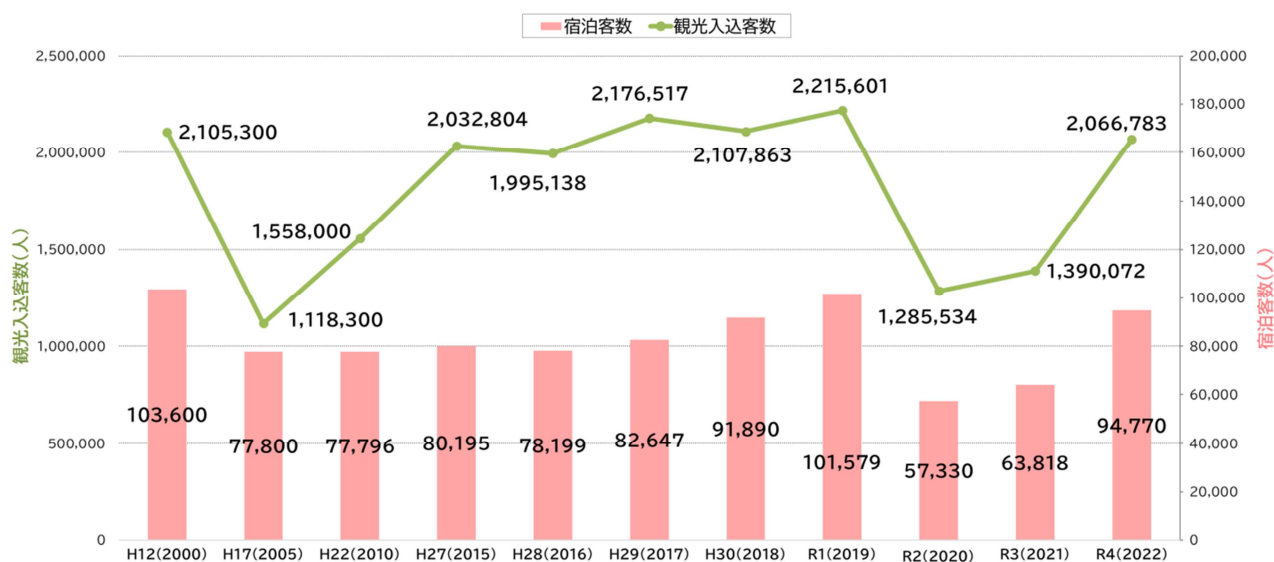
しかしながら、観光客を受け入れる飲食業・宿泊業などベース産業の『稼ぐ力』が、全国的に見ても低い状況にあります。観光消費額を拡大させ、地域に循環させることで地域活性化に結び付け、持続可能な観光地域づくりを進めるには『稼ぐ力』が不可欠です。

新勝山市観光振興ビジョンでは、「多くの観光客が訪れる豊かで活力あるまち」の達成に向けて、勝山市の観光を取り巻く現状を把握した上で、課題を洗い出し、解決に向けた方針を示すこととします。

第4章 勝山市の観光を取り巻く現状

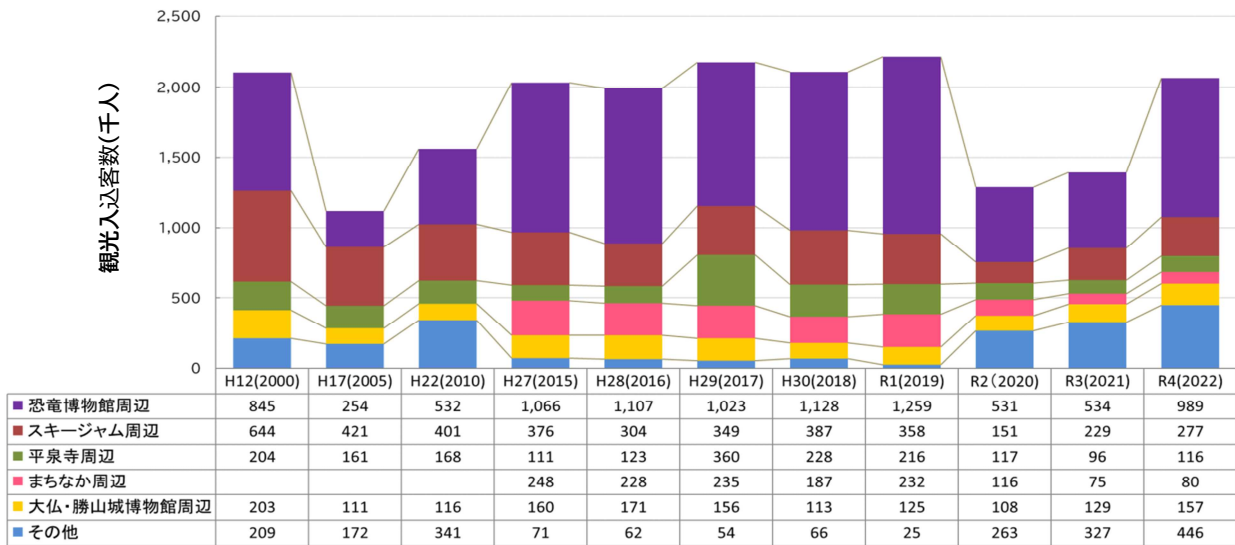
(1) 現状の勝山市全体の観光入込客数及び宿泊客数

①勝山市全体の観光入込客数



- ・勝山市の観光入込客数は、1990年代は100万人台を推移していましたが、福井県立恐竜博物館が開館した平成12年(2000年)に、初めて200万人を超えました。
- ・平成13年(2001年)以降は、再び100万人台を推移しますが、平成27年(2015年)に200万人以上となります。これは、かつやまディノパークや野外恐竜博物館がオープンしたことが要因と考えられます。
- ・平成29年(2017年)以降は、福井県立恐竜博物館開館の平成12年(2000年)を上回るペースで増加し、令和元年(2019年)には過去最高の221.6万人となりました。
- ・しかしながら、新型コロナウイルス感染症により観光施設の閉館、県境をまたぐ移動の制限が行われると、令和2年(2020年)は128.6万人と、前年の約6割になりました。
- ・令和4年(2022年)は、大型連休中の行動制限の解除もあり、観光需要が回復に向かい、観光入込客数は206.7万人(過去最高の令和元年(2019年)の93%)となりました。

②エリア別の観光入込客数



- 恐竜博物館周辺…福井県立恐竜博物館、野外恐竜博物館、ディノパーク、どきどき恐竜発掘ランド
- スキージャム周辺…スキージャム勝山、温泉センター水芭蕉(観光客推計)、雁が原スキー場(令和元年まで)
- 平泉寺周辺…平泉寺白山神社、白山平泉寺歴史探遊館まほろば 等
- まちなか周辺…はたや記念館ゆめおーれ勝山、花月楼、年の市、勝山左義長まつり
- 越前大仏・勝山城博物館周辺…越前大仏、勝山城博物館 等
- その他…加越国境周辺(取立山など)、九頭竜川周辺(アユ釣り、道の駅)、イベント(平成30年まで)

※1,000未満切捨の関係上、合計値は「1 勝山市全体の観光入込客数及び宿泊客数」の数値と一致しない。

出典:勝山市のすがた

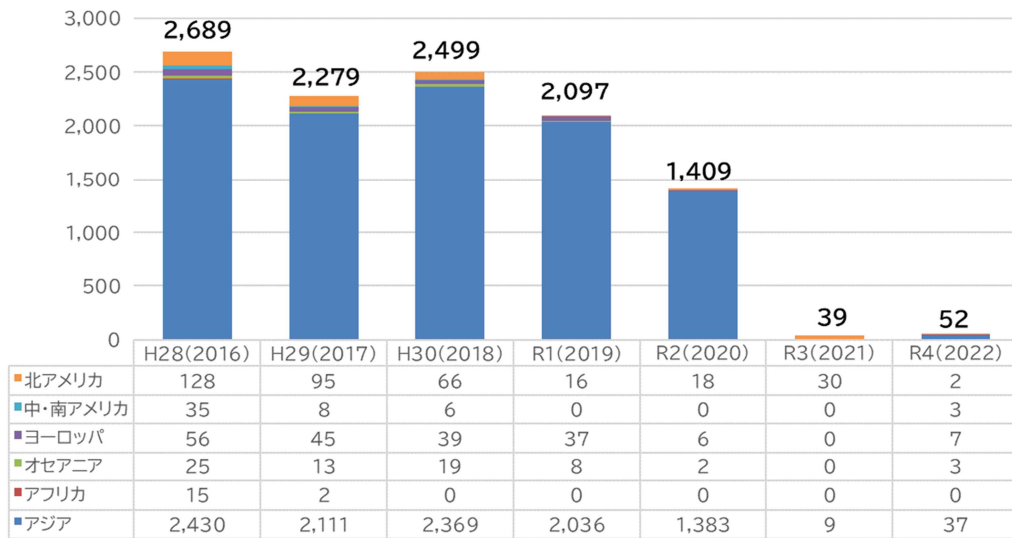
③勝山市全体の宿泊客数

・宿泊客数は増加傾向にあり、平成27年(2015年)から令和元年(2019年)までに2万人以上増加しています。

・しかしながら、観光入込客数に占める割合で見ると、平成27年(2015年)から令和元年(2019年)までの間に3.9%から4.6%の微増となっており、観光入込客数の増加と比較して、宿泊客数が伸び悩んでいることが分かります。

| 年 | H27 | R1 |
|------------|---------|----------|
| 宿泊者数 | 80,195人 | 101,579人 |
| 入込客数に占める割合 | 3.9% | 4.6% |

④外国人宿泊客数（インバウンド）



- ・平成 28 年(2016)以降、2,000 人台を推移しています。
- ・新型コロナウイルスの影響を最も受けており、令和 4 年（2022 年）において、観光入込客数が 93%まで回復しているのに対して、インバウンドは回復していません。
- ・国籍別で見ると、その大半をアジア諸国が占めています。

第 5 章 勝山市の観光における課題と目指すべき方向

課題 1 宿泊客数が少ない

勝山市は訪れる観光客に対し宿泊客が少なく、宿泊を伴う旅行観光客が、市内に宿泊せず市外に流出している状況です。

その理由としては ①市内で周遊しないために滞在時間が短く、宿泊に結びつかない。 ②市内の宿泊キャパシティ(客室数)が観光需要に対して少ない。 の 2 点が考えられます

令和 5 年(2023 年)4 月現在、勝山市内の宿泊キャパシティ(客室数)は約 300 程度です。最も観光客が訪れる 8 月は、日割りにして 1 日 1 万人以上が勝山市に訪れていることから考えても、ピーク時における宿泊キャパシティが足りていません。

今後、令和 6 年（2024 年）春予定の北陸新幹線（金沢～敦賀間）開業により、東京から福井までの直通列車が運行されることで、公共交通機関で訪れる関東圏観光客の宿泊需要の高まりが予想されます。

また、令和 8 年(2026 年)春予定の中部縦貫自動車道県内全線開通により、中京圏からの観光客が期待されるものの、マイカーで訪れる観光客の移動時間が短縮されることから、日帰り観光客が増え、宿泊客が減少することが予想されます。

このように、宿泊客の減少(日帰り客の増加)及び市外への流出は、高速交通網の整備によってさらに加速すると考えられます。

さらに、宿泊業従事者の高齢化、人手不足により事業継続が難しくなるケースが予想されます。今後、宿泊業を含む観光従事者の次世代育成、労働力の確保が喫緊の課題となり、DXの活用をはじめとした効率的な運営等が求められます。

目指すべき方向

日帰り客の消費額と宿泊客の消費額には大きな開きがあり、宿泊客数の増加は、観光消費額の増加に大きく寄与します。福井県の「令和元年(2019年)度福井県観光客入込数(推計)」によると、県内観光客の消費額は、宿泊旅行が日帰り旅行の約4倍となっています。

このように、宿泊客数の増加は、観光の『稼ぐ力』の基盤となるため、現状の課題を解決するために、観光客の滞在時間の増加に向けた取組みや、空き家を活用した宿泊施設の設置など市全体の宿泊キャパシティの増加に向けた取組みが必要です。

課題2 観光入込客数の繁閑差が大きい

本市の月別観光入込客数・宿泊客数については、ともに8月が一番多く、12月が一番少なくなっており、観光入込客数では6.2倍、宿泊客数では3.8倍の差があります。

福井県全体の観光入込客数は、一番多い8月と一番少ない2月とで2.9倍の差となっており、相対的に見ても、本市は繁忙期と閑散期との入込客数の差が大きいことが分かります。

目指すべき方向

観光資源には、集客が見込まれる「旬」な時期がそれぞれにあります。そのため、観光客の繁閑差は自然と生じてしまいますが、その差が小さくなることで、事業者側の安定した収入の確保につながり、事業者はパートやアルバイトの体制で乗り切ることが少なくなります。ひいては、正規雇用者の雇用創出につながり、安定した雇用を維持することができます。

観光を地域の安定した産業として持続させるためにも、閑散期の底上げを図り、観光需要の高い水準での「平準化」が必要となってきます。

課題3 二次交通が脆弱

本市には多くの観光資源がありますが、各観光スポットが離れていることもあり、施設間の移動が来訪客の回遊を妨げることになります。現在のところ、本市を訪れる観光客の多くはマイカーを利用している状況ですが、北陸新幹線(金沢～敦賀間)開業後には、えちぜん鉄道など公共交通機関を利用した観光客が増加することが予想され、観光スポットへの移動手段が大きな懸念材料となります。

目指すべき方向

本市を訪れる方々がより気軽に回遊できるよう、観光バスの運行時期や本数の見直しなど更なる運行の充実、カーシェアをはじめとする新たな二次交通の導入など効果的な二次交通体系の検討を進め、確立していかなければなりません。

第6章 勝山市の観光振興に向けた方針と具体的な取り組み

本章では、第5章に示した課題の解決に向けて、第2期勝山市地方創生総合戦略（以下「総合戦略」という。）に定める基本的な方向性及び施策に沿って、方針と具体的な施策を示します。

方針① 「恐竜」という全国に誇れるコンテンツを最大限に活用

令和5年(2023年)夏の恐竜博物館リニューアル、令和6年(2024年)からのかつやま恐竜の森(長尾山総合公園)のPark-PFI導入による再整備など、今後、かつやま恐竜の森(長尾山総合公園)を取り巻く環境は大きく変わることが予想されます。福井県立恐竜博物館のリニューアル後の入館者目標は過去最高であった令和元年度と比較して5割増の140万人となっており、これまで以上の来客が見込まれます。

また、再整備によりかつやま恐竜の森(長尾山総合公園)が滞在型リゾートとして生まれ変わり、公園自体のブランド力が向上します。恐竜というコンテンツは勝山市の大きな強みであり、恐竜による観光のまちづくりを一層進めることが、勝山市の観光産業にとって重要です。

より一層観光客が集中すると予想されるかつやま恐竜の森(長尾山総合公園)を起点として、他エリアに経済効果を波及させる仕組みづくりを進めていきます。

具体的な施策

- ホテルの誘致や空き家を活用した民泊施設整備など民間活力を活用した宿泊キャパシティ（客室数）の充実
- 恐竜溪谷かつやまエリア（道の駅隣接地）への事業者誘致
- 飲食業や宿泊業をはじめ観光振興に必要な事業の廃業を防止するための事業承継の推進

方針② 勝山市独自のストーリーを活かした体験コンテンツの造成等による滞在型観光の推進

従来の観光形態である通過型観光から一定の地域に宿泊し、体験型レジャー等を楽しむ「滞在型観光」へ転換するには、「ただ観るだけ」の観光ではなく、触れる・遊ぶなども交えた「五感で感じる」観光を目指す必要があります。

本市では、国史跡白山平泉寺旧境内や旧勝山城下の街並み景観等で構成される日本遺産「福井・勝山 石がたり」など独自の歴史や文化、それに基づき形成された生活が息づいており、これらは勝山ならではの大きな魅力です。

ガイドによる語りや体験を通じて、勝山の自然と人々との深いつながりを観光客と共感するプログラム開発を目指します。

ただし、ひと口に「体験」といっても、その種類は様々です。市ではこの解決に向け、下記の視点のもとコンテンツの造成を行いつつ、宿泊キャパシティの充実を図ります。

- ・滞在時間プラス2時間の体験、早朝や夜にしか出来ない特別な体験等を造成することで、宿泊につなげる。
- ・近隣自治体と連携した「滞在型観光」対策を講じる。
- ・宿泊以外でお金を落とす仕組みとして、高単価で質の高い体験を造成する。

- ・恐竜ルームのようなワクワクする仕掛けなど“恐竜”コンテンツの更なる磨き上げを行う。
- ・「食」や「四季」といった幅広い年代に向けた勝山ならではのコンテンツを提供する。

具体的な施策

- 歴史文化資源等のストーリーを活用した体験型ワークショップやツアーなど観光プログラムの開発と実施
- アウトドアでの宿泊など多様なニーズに対応できる宿泊施設の誘致
- 勝山ならではの魅力（食・自然・歴史・民俗等）を市内外に発信
- 県内複数市町の連泊など近隣市町と連携した新たなツアーの検討・造成

方針③ 閑散期における対策の実施

平日及び、祝日がない6月は全国的に観光地の閑散期となっていますが、それは勝山市も同様です。しかしながら、勝山市は夏休み期間中の8月に恐竜博物館を目的とした観光客が多く集まることもあり、ピーク時と閑散期との差が大きく開いています。

勝山市の閑散期である「平日」、「3月、6月、11月、12月」の集客に向け、比較的これらの時期に行動しやすい下記の属性の誘客を進めるとともに、これらをターゲットとしたキャンペーンを展開します。また、これらの取組みに加えコロナ禍によるリモートワークの普及から、ワーケーションの取組みも検討していきます。

具体的な施策

- リピーターの獲得に向けた四季折々の体験型プログラムの開発
- 観光客の落ち込む時期にあわせた観光施設利用料割引キャンペーン等の実施
- 福井県観光連盟等と連携を密にした MICE（会議・研修旅行・国際会議・学術会議・展示会など）の誘致
- 修学旅行や学生合宿など各種学生旅行の誘致

方針④ 中京圏、関西圏及び首都圏への情報発信と二次交通の整備

恐竜博物館リニューアルや北陸新幹線開通や中部縦貫自動車道県内全線開通の機を逃さず、集中的に宣伝活動を実施します。

中京圏や関西圏は、福井県や勝山市に一度でも訪れたことがある方が比較的多く、実際、福井県立恐竜博物館に来訪する客の半数以上が中京圏又は関西圏です。これらのエリアの観光客には、長尾山総合公園の Park-PFI 導入、道の駅エリアの拡充などにより、新たに生まれ変わる勝山市にもう一度訪れてもらえるように PR を進めます。

また、首都圏では、福井県は知っていたとしても、勝山市自体の知名度が低い状況にあります。北陸新幹線県内延伸によりアクセスしやすくなる点を全面的に PR し、広く各観光スポットの魅力を伝えることで、首都圏方面からの新規観光客を増やします。それと同時に、えちぜん鉄道を利用した観光客の増加が予想されることから、スムーズに市内の観光スポットへ移動できるよう関係者による検討を行い、効果的な手段を確立します。

具体的な施策

- SNS等を活用した効率的・効果的な情報発信
- 効果的な二次交通体系の検討・確立
- 首都圏等を中心とした旅行会社との商談会への参加
- ターゲットを絞った魅力的な観光プロモーション動画の作成
- 福井県フィルムコミッションや他市町等と連携した映画・ドラマ等のロケ誘致と支援

方針⑤ 他市町との連携をはじめとしたインバウンド受入体制の整備

インバウンドの1回の旅行当たりの平均宿泊数は8.8泊（観光庁 訪日外国人消費動向調査 2019年調査結果）で、日本人旅行者の平均宿泊客数に比べて多く、また、1回の旅行で複数の地を訪れます。そのため、近隣地域を巻き込んだ複数自治体によるエリアでのプロモーションが効果的であると考え、市単独の事業にとどまらず、他市町と積極的に連携しながら誘客を行っていきます。

あわせて、インバウンド受入体制も事前に整えておかなければなりません。それには、各観光施設でのWi-Fi整備などハード面に加え、飲食店でのメニューの多言語化などソフト面での対応も必要です。ハード面については、国庫補助の活用を検討、ソフト面については、外国人への理解を深める研修や、多言語対応ツールの配布などを行い、インバウンド対応で感じるハードルの高さを緩和していく取組みをおこなっていきます。

具体的な施策

- 外国人が魅力を感じる歴史文化のストーリーを活かした情報発信
 - 外国人観光客と地域住民が交流できる観光プログラムの開発
 - 外国人観光客へのおもてなし力向上のためのセミナー等の開催
 - 近隣自治体と構成する広域観光団体によるプロモーション活動の実施
 - 看板等の多言語化及び主要観光地のWi-Fi環境整備
- ※インバウンドのメインターゲットについては、欧米及びアジアに設定します。

第7章 新勝山市観光振興ビジョンの推進

(1) 観光振興に向けた各主体の役割

勝山市では平成28年に勝山商工会議所、勝山市、金融機関、観光事業者の出資により設立された勝山市観光まちづくり株式会社が地域DMOとして、各関係者との協議を行いながら、観光振興に資する各種取組みを中心的に行っています。

今後、新勝山市観光振興ビジョンの方向性に沿って、勝山市の観光全体としての目標をしっかりと共有し、その達成を目指していくことが、各主体により大きな成果をもたらすことへとつながっていきます。

地域DMOである勝山市観光まちづくり株式会社、勝山商工会議所、観光関連事業者、市民と勝山市がそれぞれに期待される役割を担いつつ、連携・協力して新観光振興ビジョンを推進していきます。

また、これらの団体の意見交換の場として、勝山観光戦略協議会を設け、取組みの連携や合意形成、新観光振興ビジョンの進捗管理等を図ることとします。

(2) 新観光振興ビジョン推進の核となる勝山市観光まちづくり株式会社の役割

勝山市観光まちづくり株式会社は、地域DMOとして地域の観光に係るマーケティングやブランディング、マネジメントを行いつつ、地域の「稼ぐ力」を引き出す「観光地域づくりの司令塔」の役割を果たします。

それとともに、多くの市内事業者の意見を吸い上げる場を設けることにより、地域の観光事業全体の底上げの強化を図り、主として観光地における誘客宣伝や魅力づくり等の取組みを推進します。

観光に携わる多くの人たちや法人の関わりの拡大により、勝山市の観光産業のすそ野をさらに広げていきます。

- 【新たな取組み】**
- ・ 地元産品を加工した新たなお土産品の開発
 - ・ 観光案内所や市場など新たな観光施設の経営
 - ・ 市内観光バスの増便をはじめとした二次交通の確保
 - ・ 市外からの観光誘客を図るための新たな観光イベントの実施
 - ・ 着地型観光商品の開発と販売

ほか

各主体の役割について

| | |
|--|---|
| <p style="text-align: center;">勝山市観光 まちづくり 株式会社 (地域 DMO)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ①観光振興の中心組織として、新観光振興ビジョンの目標達成に向けた取組み（観光メニューの開発・実施・広報、観光関連事業者への情報の提供や共有、商談会への参画、インバウンド向け旅行商品の造成・プロモーション及び集客等）の実施。 ②各主体の取組みや勝山市各課の取組みとの連携。 ③他地域の観光事業者との連携による観光振興の取組み、情報交換及び情報発信の実施 ④入込客数、消費額等、観光の実態や動向に関わる基礎データの収集と分析。 ⑤観光に関わる基礎データに基づく、勝山市全体の観光に関する戦略の検討。 ⑥基礎データの分析結果の報告と戦略の提言。 ⑦EC サイトの運営等を通じた新たな商品開発による地域の観光事業者の底上げ ⑧観光に携わる多く事業者の意見を吸い上げ、市の観光産業のすそ野を広げる勝山観光戦略協議会の事務局運営 |
| <p style="text-align: center;">勝山商工会議所</p> | <ul style="list-style-type: none"> ①観光関連事業者をはじめとした各種事業者協力、連携、マッチング。 ②特産品や体験メニュー等の開発・提供、それを実施する事業者との連携・協力。 ③入込客数、消費額等、観光の実態や動向に関わる基礎データ収集への協力。 |
| <p style="text-align: center;">観光関連事業者</p> | <ul style="list-style-type: none"> ①観光ニーズに即したサービスや商品等の提供。 ②他の主体との連携による事業展開の可能性の検討及び実行。 ③イベントをはじめ市内で展開される観光関連事業に対する積極的な参加。 ④入込客数、消費額等、観光の実態や動向に関わる基礎データ収集への協力。 |
| <p style="text-align: center;">勝山市民</p> | <ul style="list-style-type: none"> ①観光に関する関心と理解。 ②観光客に対する、おもてなしの心の醸成。 ③地域資源の掘り起しと活用に対する、積極的な参画。 ④観光に係わる取組みへの、積極的な参加。 |
| <p style="text-align: center;">勝山市</p> | <ul style="list-style-type: none"> ①観光振興の方針と計画の策定、目標設定、進捗管理、計画の見直しの実施。 ②観光振興に要する組織横断的取組みの検討と実行、各課の事業との連携。 ③各主体への助成・補助制度活用の検討、人的支援、活動場所や情報の提供。 ④県内の他自治体との連携事業等の検討と実施、情報交換等の推進。 ⑤入込客数、消費額等、観光の実態や動向に関わる基礎データの収集。 |

(3) 計画の進行管理

- 新観光振興ビジョンに基づく取組みを推進し目標を達成するため、勝山観光戦略協議会を審議機関と位置付け、進捗状況の報告を定期的に行い、必要に応じて計画の見直しを行います。
- 新観光振興ビジョンに関連する各種取組みの検証は、ビジョンの実施期間の中間となる令和9年(2027年)度を予定し、進捗の確認及び目標等の見直しを実施します。
- 新観光振興ビジョンに基づく取組みの進捗状況や検証、見直し等の結果は、ホームページ等を通じて、市民及び観光関連事業者などにも公表していきます。

重要業績評価指標 (KPI)

(単位：人)

| 指標名 | 市内宿泊施設における宿泊客数 | | | | |
|--------|----------------|---------|---------|---------|-----|
| 基準年度 | 目標期間 | | | | |
| R4 | R5 | R6 | R7 | R8 | |
| 実績値 | 目標値 | 目標値 | 目標値 | 目標値 | 目標値 |
| 94,770 | 105,000 | 116,000 | 128,000 | 140,000 | |

(単位：人)

| 指標名 | 閑散期(6月・12月・3月)の観光入込客数 | | | | |
|---------|-----------------------|---------|---------|---------|-----|
| 基準年度 | 目標期間 | | | | |
| R4 | R5 | R6 | R7 | R8 | |
| 実績値 | 目標値 | 目標値 | 目標値 | 目標値 | 目標値 |
| 345,731 | 371,000 | 397,000 | 423,000 | 450,000 | |

(単位：円/人)

| 指標名 | 旅行消費額 | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-----|
| 基準年度 | 目標期間 | | | | |
| R4 | R5 | R6 | R7 | R8 | |
| 実績値 | 目標値 | 目標値 | 目標値 | 目標値 | 目標値 |
| 3,290 | 4,300 | 5,300 | 6,300 | 7,500 | |