

永平寺町観光地経営戦略

【概要版】

令和8年4月策定

永平寺町

○ 永平寺町観光地経営戦略 概要版

1. 趣旨

「観光を通じて地域の魅力を最大限に引き出し、観光客・住民・地域経済すべてに持続的な価値を生み出すための総合的な指針」となることを目指して策定する。

2. 計画期間

令和8(2026)年度～令和12(2030)年度を目標年とする5か年の計画。

3. 戦略の体系

ビジョン	基本戦略	戦略の柱	実行施策
観光を通じて 地域に消費と活力を生み出す	1. 価値を高める	①クオリティと消費単価を高める ②ブランド力に磨きをかける	・ KPI:P2の①② ・ 実行施策:P3のNo1～4
	2. 未来につなげる	③観光投資でさらに稼ぐ ④持続可能な観光地づくりを進める	・ KPI:P2の③④ ・ 実行施策:P3のNo5～8
	3. 世界に選ばれる	⑤全国・世界に心惹かれる情報を届ける ⑥インバウンド目線で攻める	・ KPI:P2の⑤⑥ ・ 実行施策:P3のNo9～12
	4. みんなが幸せになる	⑦当事者として観光に関わる	・ KPI:P2の⑦⑧ ・ 実行施策:P3のNo13～18
KGI	KSF	KPI	

○ 永平寺町観光地経営戦略 概要版

4. 目標設定

指標	項目	現状値(R6年)	目標値(R12年)
KGI (重要目標達成指標)	観光消費額(旅行者が町内で消費した金額)	53.2億円	72.0億円
KSF (重要成功要因)	1. 価値を高める 2. 未来につなげる 3. 世界に選ばれる 4. みんなが幸せになる		
KPI (重要業績評価指標)	① 1人当たり観光消費額	5,321円	6,000円
	② 観光入込客数(町内観光地を訪れた旅行者の人数)	100万人	120万人
	③ 延べ宿泊者数(町内に宿泊した旅行者の人数)	19,994人	30,000人
	④ リピーター率(旅行者のうち再来訪者の人数)	42.0%	50.0%
	⑤ NPSのスコア値	27.11	20以上を維持
	⑥ 永平寺町を訪れる外国人観光客数	3.2万人	6.0万人
	⑦ 観光素材集に掲載の体験コンテンツの数	13	20
	⑧ 来訪者満足度(アンケートで「満足」「とても満足」と回答した人数)	92.9%	95.0以上

- KGI:最終的な達成目標を定量的な数値で示したもの
- KSF:目標や事業を成功させるために不可欠な要素のこと
- KPI:最終的な目標(KGI)を達成するために、進捗度を定量的に測定・評価するもの
- NPS:Net Promoter Scoreの略で、顧客ロイヤルティ(企業やブランドへの信頼・愛着)を測る指標

5. 戦略のターゲット

第1ターゲット

関東圏(特に東京都)の50代～60代夫婦

データの分析から、当町には東京都からの旅行者の割合が高い(福井県平均:6.1%よりも約5%も高い値)。永平寺に代表される禅文化は首都圏の特に高所得者層に響いていることが推察される。

年代については、50代～60代が過半を占める状態で、北陸新幹線が県内開業したことから、関東圏の比較的高齢の世代も来訪しやすい環境ができていることがうかがえる。

第2ターゲット

自家用車移動の中京圏ファミリー層

町内での移動手段はマイカーが中心となっていることが見て取れる(自家用車+レンタカー:81.7%)。

当町には、もともと愛知県からの来訪者が多いが、国道417号(冠峠)の整備と併せ、2029年に中部縦貫自動車道が岐阜県へ開通すると、中京圏からの来訪者が増えることが予想

当町の東隣りには勝山市があり、家族連れに人気のある恐竜博物館が立地している。戦略的に観光動線を誘引することで、通過されることなく域内に呼び込む施策を実施する。

第3ターゲット

欧米豪圏の配偶者・パートナー層

観光庁の調査によると、欧米豪圏の旅行者が訪日旅行に期待する項目として「歴史・伝統文化体験」や「日本酒を飲むこと」がアジア圏に比べ相対的に高くなっている。これらは、当町の強み分野でもあり、観光誘客につなげるべく重点的な取組が必要。

2024年には、米紙ワシントン・ポストが永平寺を「日本の最もスピリチュアルな地域の一つ」として特集したり、2025年には持続可能な観光に関する取組みが評価され、「グリーン・デスティネーションズ Top100」に選出されるなど世界的な注目の高まりを追い風として観光施策を実施していく。

○ 永平寺町観光地経営戦略 概要版

6. 実行施策

No.	実行施策	想定される取組例	関連する戦略
1	新たな観光コンテンツの造成	・ナイトタイムコンテンツの造成 ・閑散期におけるイベントの開催 など	1-①
2	宿泊旅行環境の整備	・町内宿泊施設の紹介、PR など	1-①
3	地域資源を活用した体験型コンテンツの開発	・アクティビティやツアーの造成 ・禅文化に関連したコンテンツの磨き上げ など	1-②
4	地場産品を活用したグルメや商品の開発	・町認定ブランドの推進 ・加工品・グッズ等の開発・支援 など	1-②
5	観光人材の育成	・研修会の開催 ・人手不足の解消 ・観光ボランティア人材の充実 ・承継の支援 など	2-③
6	観光DXの推進	・Wi-Fi拠点の整備 ・キャッシュレス決済導入支援 ・多言語接客ツール導入支援 など	2-③
7	環境・歴史・文化などの保全	・エコツーリズムの開催 ・観光客への啓発 ・地域の歴史文化への理解増進の取組 など	2-④
8	地域内調達率の増大	・地域資源を使用したイベントの開催 ・地元人材活用の促進 など	2-④
9	ターゲットに届く情報発信	・Google AnalyticsやGoogleトレンドの活用 ・科学的な分析による情報発信 など	3-⑤
10	一元的かつ包括的な情報発信	・ZENTABIの拡充 ・動画などの整理、拡充 ・予約機能の付加 ・情報フィードバック など	3-⑤
11	インバウンド向け受入れ環境の整備	・多言語対応 ・キャッシュレス対応 ・免税店の拡大 ・翻訳ツールの普及 など	3-⑥
12	インバウンド対応人材の育成	・事業者と連携した観光人材の育成研修の実施や学習会等の開催 など	3-⑥
13	観光移動の改善	・既存公共交通との調整 ・新しい技術や制度の活用 ・観光移動ツールの充実 など	4-⑦
14	魅力ある広域観光の推進	・中部縦貫自動車道関連イベント ・サイクリングコース等の設定 ・広域交通の充実 など	4-⑦
15	禅文化への理解増進	・禅関連のコンテンツ開発 ・精進料理等の普及推進 ・町ブランド戦略との調和 など	4-⑦
16	環境・歴史・文化の観光資源化	・ホテル観察会 ・松岡十二曲がりツアー ・古墳、城跡巡りツアー ・伝承料理教室 など	4-⑦
17	地域住民への啓発活動	・講演会、研修会、ワークショップ等の開催 ・広報・周知活動 ・地域イベント等の活動 など	4-⑦
18	観光に関わる人の所得向上	・観光データの共有 ・人材育成の支援 ・情報発信 ・商談会や出向宣伝 など	4-⑦

○ 永平寺町観光地経営戦略 概要版

7. 【特別戦略】「禅ストーリー ～時をほどく旅～」について

● 「禅ストーリー ～時をほどく旅～」について

永平寺町が持つ「禅の本質」を、暮らし・歴史・自然・食・癒しへと広げ、訪れる人が“時間の流れをほどき、自分を取り戻す旅”を体験できるように構成した特別戦略です。大本山永平寺の大遠忌に向けて、段階的に、戦略的に受入れ体制を整備していく必要があります。

I. 町内禅teki旅

日常に禅が息づくまちを歩く

🏠 禅 × 暮らし

日々の営みの中に禅がある町内旅
 ・禅的生活体験(呼吸・作法・整える時間)
 ・禅ウォーク(町の静けさを味わう歩行瞑想)

🏯 禅 × 歴史

城下町に残る“禅の精神”をたどる
 ・禅が息づく松岡の城下町散策
 ・松岡藩「十二曲がり」ウォーク
 ・質素倹約の精神に触れる体験プログラム

🍷 禅 × 食

身体と心を整える永平寺町の味
 ・精進料理体験
 ・禅の水と地酒をめぐる旅
 ・禅の里が育む「いちほまれ」を味わう

🌿 禅 × 自然

自然の無常に触れ、心を溶かせる
 ・九頭竜川リバーメディテーション旅
 ・無常ウォーク(季節・風・音を感じる道)

II. 広域禅teki旅 禅の精神を越前全域へ広げる

🌿 禅 × 自然

禅的視点で巡る越前の大自然
 ・九頭竜川・恐竜博物館
 ・越前大野の湧水群・東尋坊の断崖と海

🌿 禅 × 癒し

心身をほどく温泉時間
 ・芦原温泉

🔨 禅 × ものづくり

越前の伝統工芸に触れる旅

🍷 禅 × 食

越前の恵みを“整える食”として味わう
 ・地酒・いちほまれ・精進料理
 ・越前そば・海の幸
 ・報恩講料理

🏯 禅 × 歴史

禅の精神と武士の気風が交差する歴史旅
 ・松岡藩ゆかりの地・北庄城・丸岡城
 ・越前大野城・一乗谷朝倉氏遺跡

III. あなただけの特禅teki旅 深い静けさへ導く“特別禅”

☀️ 禅 × 特光明

光と影をテーマにした特別体験
 (朝の光、灯り、影のワークなど)

🌀 禅 × 特静寂

音のない世界に身を置く
深い静けさの旅

🍷 禅 × 特贅食

“贅沢ではなく、丁寧”を極めた
禅的食体験

💧 禅 × 特癒

心身を整える特別な癒しプログラム
 (呼吸・温熱・水・香りなど)

III. あなただけの特禅teki旅

深い静けさ・光明・贅食・癒し

II. 広域禅teki旅

II. 広域禅teki旅

禅の自然・歴史・食・癒しが
福井全域へ広がる

I. 町内禅teki旅

暮らし・歴史・食・自然