

第 2 期 芦屋町観光基本構想

【第二案】

令和 4 年 10 月

芦屋町

【 目次 】

1.はじめに 構想策定の趣旨

(1)構想策定の目的

芦屋町では、観光ニーズが団体旅行から個人旅行に転換しつつある中、地域特性や地域資源を活かした観光まちづくりを推進するため、平成 25 (2013) 年度に芦屋町観光基本構想を策定し、「あしやの宝!磨き、伝え、魅せる観光のまちづくり」を基本理念として、一次製品のブランディングや芦屋釜の認知向上、集客力の高いイベントの実施、効果的な情報発信の推進など、観光分野の取り組みを実施してきました。

この間、我が国においては観光を取り巻く社会環境は大きく変化しています。地方創生事業の活発化に伴う地域間競争の激化、外国人旅行者への対応、情報発信手法の多様化、そしてあらゆる災害等の発生を踏まえ、持続可能な社会の構築に向けて、人々の暮らしの在り様も変遷の途上にあります。

このような中で、国の指針に基づき福岡県では「持続可能な観光先進県」を将来像に掲げており、旅行消費額の増加による地域観光産業の活性化や雇用の創出、観光による悪影響を最小限に抑え、観光産業の成長と地域社会の調和を図る観光振興に取り組んでいるところです。芦屋町においてもこの方針を受け、暮らしに根づく価値を磨き、訪れる人々に提供することにより、持続可能な地域づくりを目指していくため、第 2 期芦屋町観光基本構想を策定することとしました。

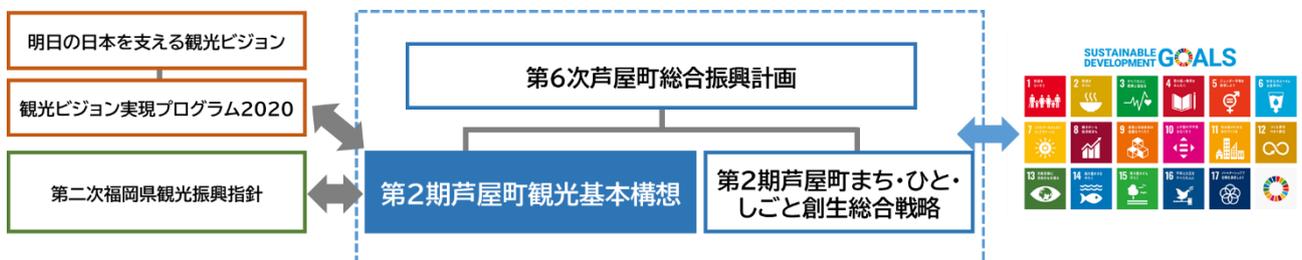
(2)構想の計画期間

本構想の計画期間は令和 5 (2023) 年度から令和 14 (2032) 年度までの 10 年間とします。本構想は基本構想、基本計画の 2 段階構成となっており、基本計画については施策の進捗や社会情勢等を踏まえ、5 年を目途に見直しを行うこととします。

(3)構想の位置づけ

第 2 期芦屋町観光基本構想(以下、本構想とする)は、芦屋町における最上位計画である「第6次芦屋町総合振興計画」や、「第 2 期芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略」における関連施策との整合を図っています。

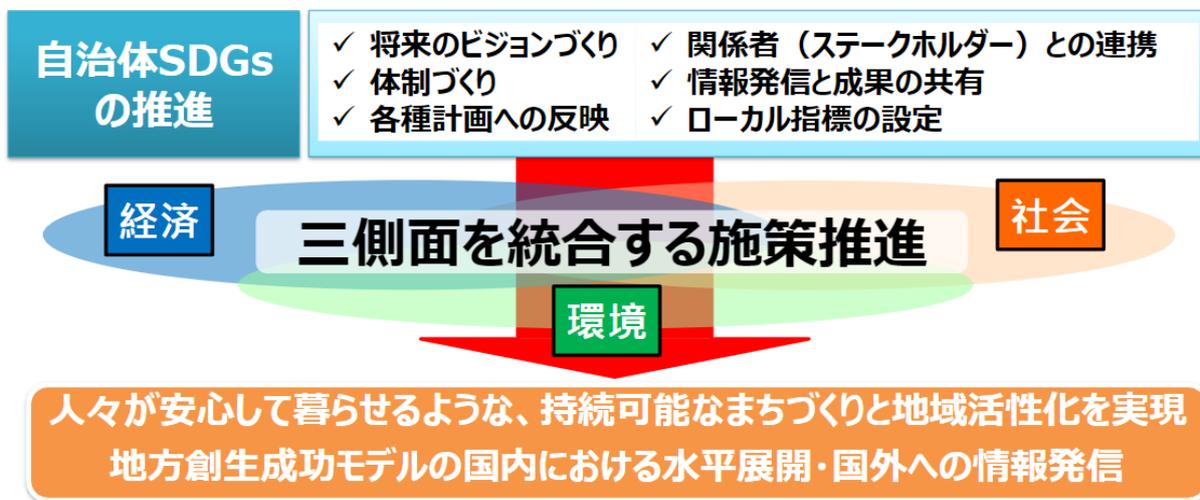
本構想は、今後 10 年間の観光施策の指針を基本理念として明確にし、その実現に向けた基本的な考え方を体系的にまとめ、国や県が示す指針や持続可能な開発目標 (SDGs) との連動を図りながら施策を位置付けています。



SDGsとは、平成 28 (2016) 年から令和 12 (2030) 年までの 15 年間で貧困や不平等・格差、気候変動、資源枯渇、自然破壊などの様々な世界的問題を根本的に解決し、持続可能で「誰一人取り残さない」社会の実現をめざすため、国連サミットで採択された世界共通の 17 の目標です。

我が国においては、SDGs を原動力とした地方創生を推進することとしており、さらに、SDGs の推進と連動しながら、脱炭素化やデジタル化、官民連携プラットフォームの設置といった新しい流れが生まれています。

SDGs は個別独立した目標の集合ではなく、経済・社会・環境を取り巻く問題に統合的に取り組むことにより、人口減少と地域経済縮小の克服、まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立といった課題に対応するものです。これらの考え方は、観光交流を通じた地域振興と稼ぐ力の獲得により、持続可能な地域づくりへの寄与を目指す本構想でも重要な視点として位置づけます。



資料：地方創生に向けた SDGsの推進について（内閣府地方創生推進室）

2. 観光まちづくりに関する現状と課題、今後の方向性

(1) 観光を取り巻く社会動向

① 近年の国の観光指針動向

平成28(2016)年3月に公表された国の「明日の日本を支える観光ビジョン」においては、「地方創生」が重要視点の一つになっており、令和2(2020)年の目標指標を訪日外国人旅行者数は4千万人、訪日外国人旅行消費額は8兆円に、令和12(2030)年の目標指標を訪日外国人旅行者数は6千万人、訪日外国人旅行消費額は15兆円に設定しました。加えて、新たな目標指数として、三大都市圏以外の「地方部での外国人延べ宿泊者数」を、令和2(2020)年に7千万人泊、令和12(2030)年に1億3千万人泊に設定しています。

「明日の日本を支える観光ビジョン」に掲げた目標の確実な達成のため、増加する観光需要に対し、より高次元な観光施策を展開する目的で、平成31(2019)年1月より「国際観光旅客税法」を導入し、観光先進国実現に向けた観光基盤の拡充・強化を図るための恒久的な財源を確保することにより、さらなる訪日外国人旅行者数の増加などに向けて取り組むこととしています。

こうした中、令和2(2020)年7月に決定された「観光ビジョン実現プログラム2020」では、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光需要が大幅に減少し、観光関連産業に深刻な影響が生じているため、まずは感染拡大を防止し、早期に収束させるとともに、その間、反転攻勢に転じるための基盤の整備を行い、感染の状況等を見極めつつ、強力な国内旅行需要の喚起策を講じ、国内観光の回復を図ることとしています。また、その上で、誘客可能となった国・地域からインバウンドの回復を図ることで、再び観光を成長軌道に乗せることとしています。

■明日の日本を支える観光ビジョン 概要・目標値

「明日の日本を支える観光ビジョン」 - 世界が訪れたい日本へ - 概要

平成28年3月30日閣議

これまでの議論を踏まえた課題

- 我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝える必要がある。
- 観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していく必要がある。
- CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進める必要がある。
- 高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていく必要がある。

「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」

視点1
「観光資源の魅力を始め、地方創生の礎に」

- 「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放
- 「文化財」を、「保存優先」から観光資源目録での「理解促進」、そして「活用」へ
- 「国立公園」を、「世界水準の「シンボルパーク」へ
- 「おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ

視点2
「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」

- 古い規制を見直し、生産性を大に上げる観光産業へ
- あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現
- 産官学の協働で再生・活性化

視点3
「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

- ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現
- 「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現
- 「働きかた」と「休みかた」を改善し、運動感あふれる社会を実現

新たな目標値について

安内閣3年間の成果

戦略的なIT緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワーク拡大など、**大胆な「改革」**を断行。

	(2012年)	(2015年)
訪日外国人旅行者数は、 2倍増の約2000万人 に	836万人	⇒ 1974万人
訪日外国人旅行消費額は、 3倍増の約3.5兆円 に	1兆846億円	⇒ 3兆4771億円

新たな目標への挑戦！

訪日外国人旅行者数	2020年: 4,000万人 (2015年の約2倍)	2030年: 6,000万人 (2015年の約3倍)
訪日外国人旅行消費額	2020年: 8兆円 (2015年の2倍)	2030年: 15兆円 (2015年の約4倍)
地方部での外国人延べ宿泊者数	2020年: 7,000万人泊 (2015年の3倍)	2030年: 1億3,000万人泊 (2015年の5倍)
外国人リピーター数	2020年: 2,400万人 (2015年の約2倍)	2030年: 3,600万人 (2015年の約3倍)
日本人国内旅行消費額	2020年: 21兆円	2030年: 22兆円

(注) 2019年までの5年平均から約9%増 (注) 2019年までの5年平均から約10%増

資料:観光庁「明日の日本を支える観光ビジョン」

■国際観光旅客税法 概要・使途のイメージ

納税義務者	航空機又は船舶により出国する一定の者（国際観光旅客等）
非課税等	<ul style="list-style-type: none"> 航空機又は船舶の乗員 強制退去者等 公用機又は公用船（政府専用機等）により出国する者 乗継旅客（入国後24時間以内に出国する者） 外国を航行中に天候その他の理由により本邦に緊急着陸等した者 本邦から出国したが天候その他の理由により本邦に帰ってきた者 2歳未満の者 <p>(注) 本邦に派遣された外交官等の一定の出国については、本税を課さない。</p>
税率	出国1回につき1,000円
徴収・納付	<ul style="list-style-type: none"> ①国際旅客運送事業を営む者による特別徴収 ➢ 国際旅客運送事業を営む者は、国際観光旅客等から徴収し、翌々月末までに国に納付 ②国際観光旅客等による納付（プライベートジェット等による出国の場合） ➢ ①以外の場合、国際観光旅客等は、航空機等に搭乗する時までに国に納付
適用時期	平成31年1月7日（月）以後の出国に適用 (同日前に締結された運送契約による国際旅客運送事業に係る一定の出国を除く)
施行日	平成31年1月7日（月）

資料) 財務省「国際観光旅客税法案について」より国土交通省作成

(参考) 使途のイメージ

資料) 観光庁

資料:国土交通省

■観光ビジョン実現プログラム 2020 概要

「観光ビジョン実現プログラム2020」の概要	「観光ビジョン実現プログラム2020」の概要
<p>I. 国内の観光需要の回復と観光関連産業の体質強化</p> <ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症の影響により、観光需要が大幅に減少し、観光関連産業に深刻な影響が生じている。 このため、まずは雇用の維持・事業の継続の支援に注力するとともに、反転攻勢に転じるための基盤を整備し、感染の状況等を見極めつつ、強力な国内需要の喚起策を講じ、国内観光の回復を図る。 その上で、国・地域ごとの感染収束を見極め、誘客可能となった国等からインバウンドの回復を図る。 <p>1.雇用の維持と事業の継続に対する支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 持続化給付金や家賃支援給付金の給付 実質無利子・無担保融資の制度拡充 雇用調整助成金の制度拡充 公社公営やNHK受信料等の猶予・減免 <p>2.反転攻勢に転じるための基盤の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設の山村開港強化 →生産性向上等 誘客多角化のための魅力的な滞在コンテンツ造成 安全・安心に旅行できるよう、観光関連事業者による自作作成した感染拡大予防ガイドラインの実施徹底を促す <p>3.国内旅行の需要喚起</p> <ul style="list-style-type: none"> 「Go Toトラベル事業」の実施による <ul style="list-style-type: none"> 宿泊・日帰り旅行商品の割引 地域の土産物店、飲食店、観光施設、交通機関等で幅広く使用できる地域共通クーポンの発行 新たな企業体形式による「新しい旅行スタイル」の普及 休暇取得の分散化・滞在型旅行の促進 国立公園等におけるワーケーションの推進 <p>4.インバウンドの回復</p> <ul style="list-style-type: none"> 台北/高雄-日本全航線 IATA 1,299 席 日本政府観光局による海外プロモーションの推進 	<p>II. インバウンド促進に向け引き続き取り組む施策</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内外の感染症の状況を十分に見極めつつ、インバウンドの再開に備え、これまで進めてきた受入環境整備や新たなコンテンツづくりを引き続き戦略的に取り組む。 <p>外国人が楽しめる当たり前の受入環境整備</p> <ul style="list-style-type: none"> 英語・中国語を含む多言語解説の整備 無料Wi-Fiの環境整備 <p>地域の自然、気候、文化の魅力を生かした体験型アクティビティの充実</p> <ul style="list-style-type: none"> 外国人のニーズに合った商品の開発・販路拡大 アドベンチャーツーリズムの推進 <p>宿泊施設等の再生・活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> 世界水準のスノーリゾート整備 日本政府観光局の発信力強化 富裕層が満足できるコンテンツづくり <p>政府系機関の施設投資等による宿泊施設の再生・活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> 国際競争力の高いスノーリゾートの形成 国立公園の大規模キャンペーン等 地域の伝統文化の体験等 <p>※新型コロナウイルス感染症の状況に応じ、弾力的に取組を進めていく</p>

資料：観光庁「観光ビジョン実現プログラム2020」

②新型コロナウイルス感染症拡大がもたらした観光のトレンドの変化

新型コロナウイルスの感染拡大は、観光政策や人々の観光ニーズに様々な影響を及ぼしています。特に海外への渡航が厳しく制限されたことを受け、令和元（2019）年の訪日外国人旅行者数は3,188万人に対し、令和3（2021）年の外国人入国者数（日本政府観光局公表）は、コロナ禍以前と比較してマイナス99パーセントの減少となっています。国内旅行においては、都道府県をまたぐ移動自粛の要請や解除、Go Toトラベル事業等により、宿泊旅行需要は大きく増減しています。感染者数の大幅な増減により、旅行の見通しが不安定な中で、都道府県内など近隣地域への観光（マイクロツーリズム）の傾向が高まり、地方の良さを再認識するきっかけにもなっています。

観光庁では、テレワークが普及し、働き方が多様化していることも踏まえ、ワーケーションやブレジャー等の仕事と休暇を組み合わせた旅行を、働き方改革とも合致した「新たな旅のスタイル」と位置づけ、企業（送り手側）、地域（受け手側）等と連携しながら、より多くの旅行機会の創出と旅行需要の平準化に向けて普及を促進しています。ワーケーションに関する調査によると、特に20歳代、30歳代の実施希望率が高い結果となっています。地域にとっても、関係人口の拡大や企業との関係性の構築による地域の課題解決、遊休施設等の活用などのメリットが挙げられることから、ワーケーションやブレジャー等の普及は、企業、従業員、地域にとって「三方よし」の持続可能なモデル形成につながることを期待されます。

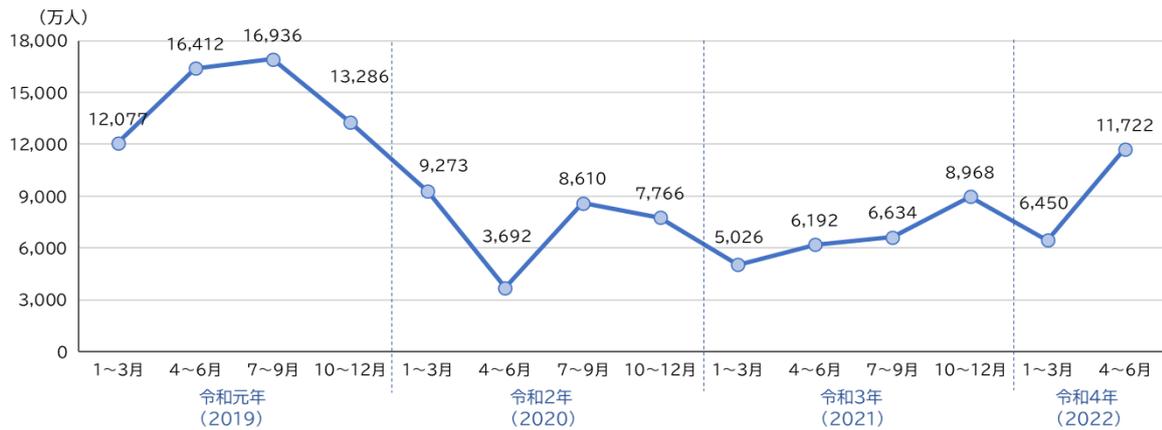
さらに、コロナ禍によるストレス発散ができる場として、そして密閉・密集・密接の3つの密を避ける「三密」の回避につながる場所として、自然が多い地域への訪問意向やアウトドア等の自然を生かしたコンテンツや過ごし方へのニーズが高まっており、九州および全国においてもキャンプ場やアウトドアショップのオープン等が続いています。

■外国人入国者数の推移



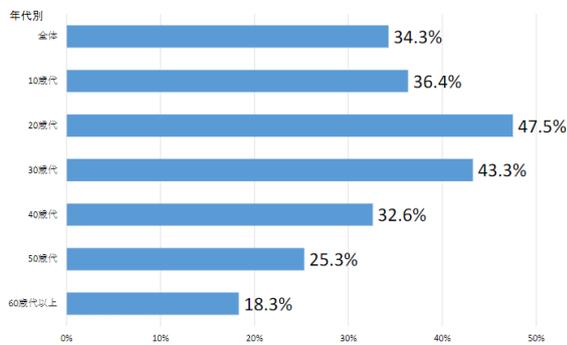
資料：日本政府観光局

■日本人国内延べ旅行者数



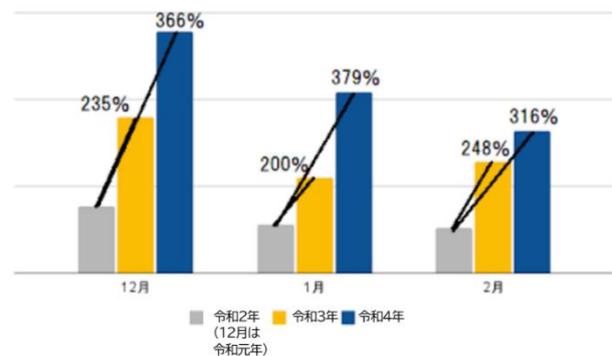
資料:観光庁

■年代別ワーケーション意向状況



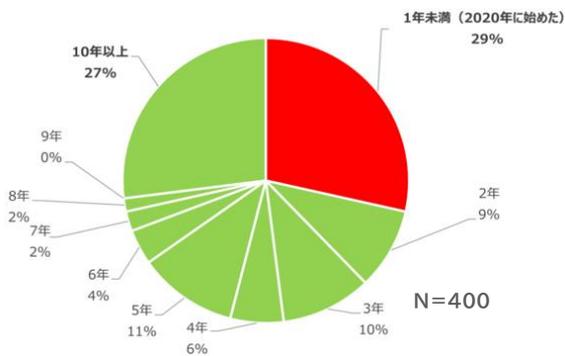
資料:内閣府

■キャンプ場予約サイトにおける予約件数割合



資料:株式会社R.projectニュース

■キャンプ歴・コロナ禍でキャンプをはじめた理由



資料:キャンプトレンド調査2021

③今後の観光業の体質強化や観光地の再生に向けた取り組み

Nature Climate Change 誌が公表する平成 30(2018)年の研究によると、全世界の温室効果ガス排出量の約 8%は観光により発生していると言われています。平成 27(2015)年に国連で SDGs が採択されたことに続き、国連世界観光機関(UNWTO)が「観光と持続可能な開発目標」を発表したことによって、サステナブルツーリズムへの関心が世界中で高まっています。サステナブルツーリズムの取り組みを進めることにより、地域住民と旅行者間でのトラブルや、ゴミや交通量の増加等に伴う環境負荷の増大といった課題の対応につながる事が期待されています。

また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、地域経済を支える産業をはじめ社会に与えた大きな影響が、高齢化や過疎化など元々地方が抱えていた構造的な問題とあいまって、地方の疲弊の解消が喫緊の課題となっています。これまでの地方創生の成果を踏まえ、国や地方の取り組みを大きくバージョンアップさせることが求められており、デジタル技術の活用により地方の活性化・成長のボトムアップを図るデジタル田園都市構想を推進しています。観光業においては、対面や接触を避ける観点から様々なサービスの非接触化が進展し、宿泊施設等においても、スマートチェックイン・チェックアウトといった ICT を活用したサービス価値の変容が進んでいます。

近年、IoT 技術が急速に発展し、AR(拡張現実)や VR(仮想現実)による仮想空間体験などの新たなデジタルコンテンツも生まれており、観光分野においてもこうした先進的な技術を取り込んでいくことが求められています。デジタル技術を活用した、これまでの概念に捉われない新たな観光コンテンツ・価値の創出や、魅力的な情報発信が期待され、事業者にとっても消費機会の拡大や消費単価の向上が期待されています。オンライン観光の普及によるリアルな観光への期待や観光体験・消費意欲の増進に対応しつつ、近い将来訪れる Society5.0 時代に向けて DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進が求められています。

■VR/AR 等を活用した観光コンテンツ活用



資料:観光庁

④福岡県の観光指針動向

平成 30(2018)年においては、外国人入国者数は約 328 万人、外国人の県内延べ宿泊者数も約 330 万人と増加を続けており、観光消費額についても 1兆 119 億円と 1兆円を突破するなど、福岡県の観光は成長産業にありましたが、外国人入国者数の国・地域別構成比の偏り、一人当たり旅行消費額の減少、宿泊客の都市部への集中などの課題が顕著になっています。さらに、コロナ禍における観光関連事業の中止や停滞も相次いでいます。

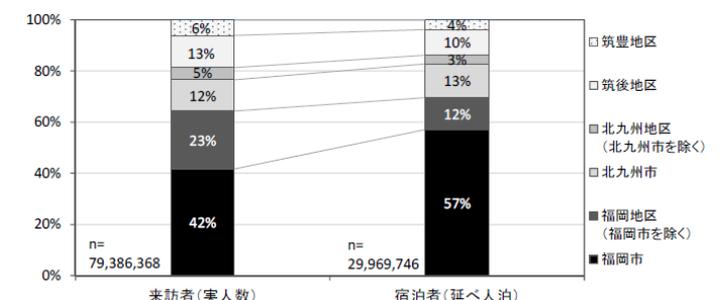
令和 2(2020)年に策定された第二次福岡県観光振興指針は、「持続可能な観光先進県 福岡」を将来像に掲げ、「旅行消費額の拡大による地域活性化、雇用の創出」、「住んでよし、訪れてよしの観光地づくり」、「観光産業の成長と地域社会が調和」を将来像の基本的な考え方として示しています。

■第一次福岡県観光振興指針の数値目標と達成状況

数値目標	当初値 (H28, 2016年)	(H29, 2017年)	現状 (H30, 2018年)	達成率	目標値 (R1, 2019年)
県内延べ宿泊者数	1,612万人泊	1,700万人泊	1,673万人泊	84%	1,984万人泊
県内延べ宿泊者数 (外国人)	267万人泊	311万人泊	337万人泊	57%	588万人泊
観光消費額	9,620億円	1兆627億円	1兆119億円	82%	1兆2,407億円
旅行者満足度 「大変良い・良い」	75.8% (2015年)	71.3% (2016年)	71.5% (2017年)	-	85.0%
再訪意向 「是非また来たい」	53.6% (2015年)	51.4% (2016年)	69.1% (2017年)	-	60.0%

資料:第二次福岡県観光振興指針

■観光客の県内各地における分布状況



資料:第二次福岡県観光振興指針

■第二次福岡県観光振興指針

基本方針	詳細
戦略的なインバウンド誘客による旅行消費額の拡大	「外国人入国者数の国・地域別構成比の偏り」、「外国人旅行消費単価の減少」等の課題を解決するため、中国、台湾、タイ、ベトナム、シンガポール、マレーシア、米国、オーストラリア、イギリス、フランスをターゲットに戦略的な誘客を行い、旅行消費額の拡大を図ります。
旅行者の県内各地への来訪促進	県全体に点在する観光資源を俯瞰し市町村域を超えた観光資源の発掘や磨き上げ、活用を行うとともに、全ての方が安心して旅行を楽しめる受入環境の面としての整備を行い、旅行者の県内各地への来訪を促進します。
デジタルマーケティングの推進	世界的なデジタル化とモバイル化の潮流を踏まえ、これまでのイベントや紙媒体に加え、スマートフォン等のデジタル媒体を積極的に活用するいわゆる「デジタルファースト」の考え方の下、ターゲットの嗜好にあったテーマを直接届ける情報発信、観光ビッグデータ等の収集、分析により、観光振興施策に係るPDCAサイクルを確立し、デジタルマーケティングを推進します。
持続可能な観光の推進	オーバーツーリズムによる県内の環境や文化、地域社会への影響を最小限に抑える取り組みを推進し、「持続可能な観光」を実現します。

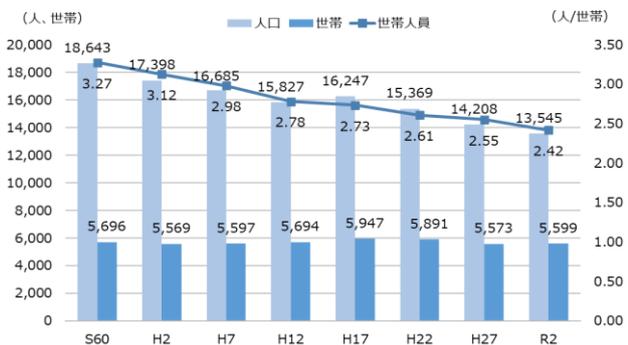
(2) 芦屋町の観光まちづくりにおける現状・課題

① 持続可能なまちづくりにつながる観光振興

芦屋町の総人口は、平成 17 (2005) 年に一時増加したものの、その後減少に転じており、令和 2 (2020) 年は 13,545 人となっています。芦屋町の地域経済循環率は、県平均 (92.1%) と比較して約 20 ポイント下回っています。観光はじめ、各産業の担い手確保やまちの活力の維持という点でみると、人口減少は観光振興においても重要な課題です。第6次芦屋町総合振興計画では、まちづくりのあらゆる分野における意欲ある人材の育成・発掘を掲げており、観光施策においても、この取り組みを推進することが求められています。

持続可能なまちづくりの手法として観光振興を推進し、住民にとって住みよいまちである上で、暮らしの中で感じることができる魅力を観光客も体験できるような取り組みが必要です。

■ 芦屋町の人口・世帯数の推移



資料: 国勢調査

世帯あたりの人員数は総人口÷総世帯数で算出

■ 芦屋町の地域経済循環



資料: RESAS

② 地域経済への波及効果の向上

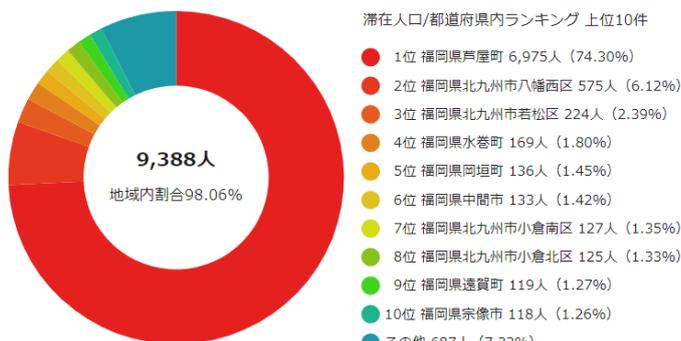
芦屋町の主な観光客は車で 30 分圏内の近隣市町村の人々が中心になっています。滞在時間も半日未満が多いことに加え、公園やサイクリングコースが充実していることから、近隣市町村における「気軽な遊び場」であるといえます。しかし、町内主要地点における KDDI Location Analyzer による GPS 分析をみると、飲食店等の事業所が所在する中心市街地と各地点の来訪者数には大きな開きがあるほか、子連れ客が多数訪れるモーヴィ芦屋は、来町頻度の高さの一方で町内消費額が極端に低くなっています。町内の回遊向上や滞在時間の延伸による観光消費額の増加が重要ですが、滞在型プログラムや宿泊施設が少ないため、観光消費の高い宿泊客の獲得は芳しくありません。

芦屋町の産業構造をみると、飲食サービス業の企業数は 2 番目に多く、中心市街地は昼夜ともに滞在のピークがみられます。食を起点とした地域経済の活性化のためには、SNS などにおける情報発信の強化が重要です。

また、漁業に支えられる豊富な食資源を強みとして、「あしやんいか」や「さわら」のブランド化に取り組んできましたが、町内需要の喚起は限定的となっています。さらに、町内で特産品が購入できる場所や商品は少ないことから、販路の拡大についても取り組みが必要です。

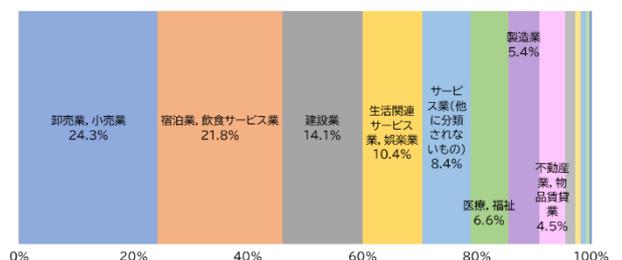
来訪頻度の高い近隣地域居住者の町内回遊の向上とともに、滞在時間が長く観光消費額の増加につながるため、プログラム造成等による観光消費額向上のしかけが必要となっています。

■ 出発地点別滞在人口(令和 2(2020)年 8 月 休日 14 時)



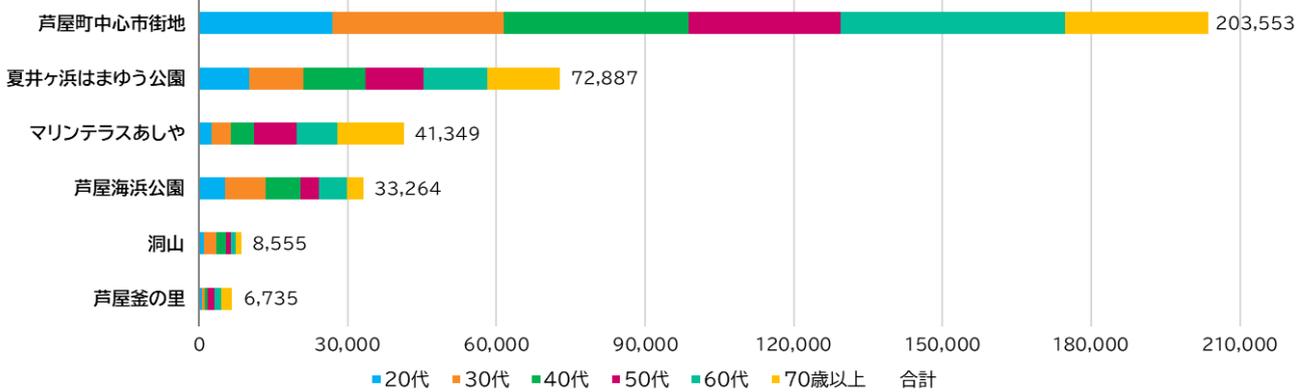
資料: RESAS

■ 芦屋町の産業構造



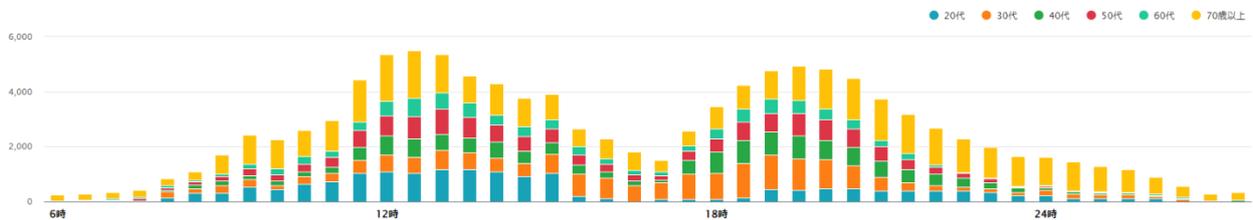
資料: RESAS

■主要地点の来訪者比較(令和3(2021)年7月30日～令和4(2022)年7月29日)



資料:KDDI Location Analyzer
※町外居住者を対象に集計

■芦屋町中心市街地の人の動き(令和3(2021)年4月1日～令和4(2022)年3月31日)



資料:KDDI Location Analyzer
※町外居住者を対象に集計

■モーヴィ芦屋来訪者の観光消費額



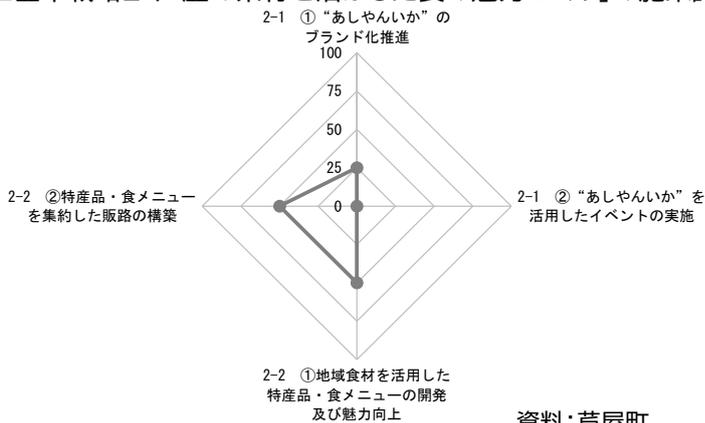
資料:令和3年度芦屋港周辺における観光動向調査分析

■モーヴィ芦屋来訪者の観光消費額



資料:令和3年度芦屋港周辺における観光動向調査分析

■基本戦略2「芦屋の素材を活かした食の魅力づくり」の施策評価



資料:芦屋町

③今に伝わる暮らしの保全・改善

芦屋町では、海の清掃イベント「ラブアースクリーンアップ」を長年ボランティアベースで行っています。また、芦屋釜の里や芦屋歴史の里には数多くの貴重な資料が保存され、小中学校の教育において活用するなど、子どもたちへ地域文化を伝えています。総人口の自然減が進む中、芦屋町は様々な子ども・子育て支援に関する施策に取り組んでいます。

このようなまちづくり活動の推進は、海洋保全・環境保全や地域における共助など、持続可能な地域づくりにおける重要な軸であり、地域文化・伝統と生活が密に関わる芦屋町らしい暮らしを継承していくためにも、次世代を担う人々のニーズや社会的ニーズにあわせて、続ける方法を改善していく必要があります。また、子育て支援施策の充実などにより、合計特殊出生率も近隣市町村と比較して比較的高い傾向にあることから、観光を通じて芦屋町を好きになる子育て世代の移住・定住（町外からの転入促進・町内からの転出抑制）が増えれば、地域産業の活性化や少子化へ改善への効果が期待できます。芦屋町らしい魅力ある暮らしこそが観光資源であると考え、地域資源を住民自らの手で守り、後世に伝えていく地域づくりが必要です。

■海岸清掃(ラブアース・クリーンアップ)



資料: 芦屋町

■芦屋歴史の里での歴史学習



資料: 芦屋町

■第2期芦屋町子ども・子育て支援事業計画

The image shows the cover and content pages of the '2nd Asahi Town Children and Child-rearing Support Project Plan'. The cover features the title '芦屋町 子ども・子育て支援事業計画' and '第2期' (2nd Term). The content pages include sections like '4 計画の基本的な考え方' (Basic ideas for the plan) and '5 施策の体系' (System of measures), detailing various support programs for children and families.

資料: 芦屋町

■芦屋町の定住支援・各種助成制度

The image is a flyer for 'Asahi Town's Settlement Support and Various Subsidy Systems'. It prominently features a red circle stating '今、芦屋町で住宅を取得すると3年間で最大45万円の奨励金を交付します!' (When you acquire a house in Asahi Town now, we will grant a maximum of 450,000 yen in incentives over 3 years!). The flyer also lists other subsidies and support programs for families.

資料: 芦屋町

■芦屋町および近隣市町村の合計特殊出生率



資料: RESAS

④町内外における連携の推進

あしや花火大会やあしや砂像展など、芦屋町では集客力のあるイベントが長年開催されており、このようなイベントは住民や事業者などが参画する実行委員会により企画・運営されてきました。しかし、コロナ禍においては2年間中止され、令和4(2022)年度に再開したものの、改めて魅力ある企画づくりや、イベントの開催を通じた人々の連携、ノウハウの伝承などの重要性が再認識されています。

イベントが相次いで中止されるなか、町内事業者の強みを活かした体験商品の造りが行われるほか、新規創業者が続くなど、イベント以外の方法で集客する取り組みが開拓されつつあります。さらに、芦屋港のレジャー港化に向けては民間企業との連携や、芦屋町での町外の団体によるイベント開催が行われるなど、外の力を活用した新たな観光のあり方も台頭しています。観光基本構想の推進主体である「観光あしや協議会」は、プラットフォームとして情報などを集約し効果的に事業化していくことが求められています。

また、観光情報を得る手段として SNS が主力化しつつあり、特にコロナ禍においては観光 DX の取り組みが進んでいます。露出効果が一時的なものに留まるマスメディアとは異なり、一方通行でないコミュニケーションをベースとした情報媒体は、旅マエ・旅ナカ・旅アトで一貫したコミュニケーション手段として、町外の人々や企業・団体等との関係構築に有効活用することが重要です。

今後、観光事業を推進する過程で、町内外を問わず意欲ある人々が参画できる仕組みを構築し、観光振興が生活の豊かさに還元される地域づくりが必要です。

■芦屋町の主なイベント・行事



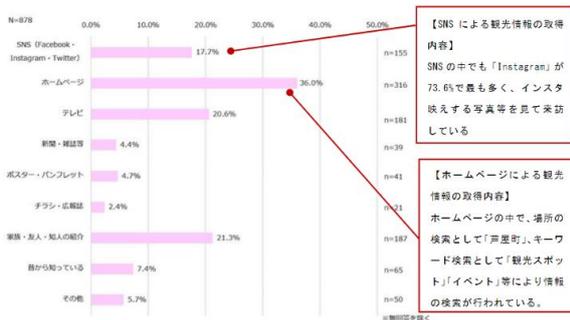
資料: 芦屋町観光協会

■芦屋町の観光体験



資料: あしや体験隊

■芦屋町の観光地等に関する情報収集方法



資料: 令和3年度芦屋港周辺における観光動向調査分析

(3) 芦屋町の観光まちづくりの方向性

本構想の検討にあたり、官民様々な観光関係者や農水産業関係者、意欲ある住民などが参加し、今後 10 年間にわたり芦屋町が目指すべき観光まちづくりのコンセプトや取り組みアイデアについて検討するワークショップを開催しました。また、同時開催の勉強会では、経済・環境・社会のバランスよい成長、チーム（地域）が一体になることによるより良い成果の獲得など、本構想の基本的な考え方について事例を持って学びました。

■第 1 回ワークショップ検討成果

ワーク「訪れてよし」に向けた地域の指針を考えよう

1 班

町民が楽しい町へ

海を起点とした引きのある目的	わかりやすい発信	つぶさるの中心部	ナカモノとソノチカラをコラボ	地元のことを知らない
引きの強い目的	わかりやすい海のオブジェ	着付化で買えない商店街	町内と町外のコラボ	住民も地元の味を知りたい
釣りや魚を食べる場所		コンパクトにまとまった商店街	町内野郎者中心に販促	釜の里に行くまでの道標がわからない
夕日×海	目に留まる発信を！		人口、子供を増やす	マリナラスに応じた企画作り
やっぱり海			外(企業)の力を借りる	町民に対する敬意の低さが必要→地域資源へのアクセスを改善

「住んでよし」の芦屋町の姿を実現するために、経済・社会・環境いずれの視点も重要であることを学んだ後、「住んでよし」の魅力が私たちかのように伝えていくか「訪れてよし」のコンセプトを検討しました。

2 班

何かを始めやすい はじまりの町

社会	経済	環境
町内で完結 子連れで遊べる 公共交通が便利 記念・思い出 海を中心としたまち 子供が成長するまち おどろかな暮らし いろいろなお店	水のイメージ 芦屋港のレジャー港 人の距離が近い 知らない人にも思いやりの多いまち ポートレール自衛隊が揃っている たどり着くまで目指すと来やすい 北船の香港	県外・海外のモノに頼らない 農・漁・飲食つながる 新しい事業が生まれる 加工する人を見つける 海・海産物(イカ) 特産を活かした体験 小さなお店が増える 安心で来るより回遊を感じる

環境を守りながら活かして行動を起こすと、コンパクトでも密度の高い社会へ成熟し、地域経済も回る「芦屋版観光エコシステム」

3 班

観光でお金をかせぐ

魅力づくりに挑戦	連携	着地型のまちづくり
食(食材)	歴史	海
イカ	SL公園	景観
サワラ	洞山	夕日が見える
赤しも	釜	海浜公園

4 班

自然と文化はそのままに 人はもっと Active に！

町内どこでも観光施設、町民だれでも観光業者

外資を稼ぐ仕組み	誰でも主役になれる可	誰でも発信元	異社会 仮想空間	人づくり
民泊	コスプレ	Web2.0の活用(SNSなど)	Web3.0の推進(仮想現実)	人とのつながり

■第 2 回ワークショップ検討成果

ワーク「来てほしい人・来てほしい場所を考えよう」「魅力を活かすための取組みを考えよう」

自分もやる側で参加したい！人の数 9 やる側にはなれないけど応援したい！人の数 ※3人未満は文字で表記しています

勉強会や前回のワークで検討したコンセプトをもとに、売りたいまちの魅力・解消したい課題を洗い出し、ターゲットとターゲットに向けた取組みアイデアを検討しました。

1 班

取組みアイデア

食	海	泊	地
はしご酒ツアー @レトロスナック	海辺に日陰を作り夕陽をまったりできるお宿	泊まるだけの民泊(空家活用)	芦屋観光とめサイト(既存の)
レンタルキッチンカー(海辺など)	1日だけ出店 海辺賑やかに	3世代でキャンプ(孫・子夫婦)×マリナラス(中高年の夫婦)	芦屋町観光情報サイト(町民も見てほしい！) 芦屋まち歩きガイド
手ぶらで来れるお弁当サービス	1日だけ出店 海辺賑やかに	夕陽を眺めたい！夕日が鏡のように映る漁村っぽい景観	どこにいく人の目につくところにパンフレットを置く

ターゲット: レトロ体験 20代~60代 10代後半~女子グループ(夕日) 芦屋~北九州 20代~60代

2 班

取組みアイデア

観光協会でもポートレールでもマリナラスでも ミッションガチャ	写真をとどけるフォトロギング	サイクリングロード(飛行機に出会える海辺)
まですイベントのはじめ	自分で撮らないならおもしろい	芦屋前島の神社の海の中の日
ランチガチャおぼろランチ	30~40代、新しいことに興味がある人→SNS拡散 食事・お酒を楽しむ	芦屋の里の歴史をたどる体験 1日/夫婦、カップル、友達 お酒好き

ターゲット: 日帰り/ファミリー 夏以外の家族向けコンテンツ

3 班

取組みアイデア

取組み	活かしたい資源	ターゲット①: 小学生・中学生のファミリー層(土・日・休日に来る)	ターゲット②: アクティブシニア層(日常的に来る)
キャンプ場	海浜公園	BBQできる場所	海浜公園
予約した魚を贈るサービス	化洞深(大穴的(磯釣り))	予約した魚を贈るサービス	化洞深(大穴的(磯釣り))
花を見ながら散歩	釜ヶ浜はまゆう	花を見ながら散歩	釜ヶ浜はまゆう

4 班

取組みアイデア

食	他
ディープな夜を過ごせるガイド	農林漁業体験
友達と一緒に飲み歩きディープな夜を過ごす事ができる大人向け	海辺の体験
どの店も美味しい、気軽にいったお酒の美味しい、チェーン店ではない特別感	ポートレール・自衛隊の体験ツアー

1. 基本理念・基本方針

(1) 基本理念

「人から人に、あしやを伝える。」

観光とは、地域住民が生活のなかで積み重ねてきた資源・風習・伝統などの「**まちの光(魅力)**」を見て・感じることで、まちの魅力は文化から生まれ、文化は日々の暮らしの積み重ねにより育まれます。世代を越えて、暮らしから生まれる文化を「**人から人へ伝承すること**」を絶えず行ってきたことこそが、**芦屋町の魅力**といえます。

また、**住民にとっても、観光はまちの魅力を再認識する方法の一つ**です。住んでいると気づきにくい、観光客など外の視点だから気づくことのできる、芦屋町の魅力に光を当てる活動にも取り組んでいきます。

第2期芦屋町観光基本構想では、観光客の獲得だけでなく、芦屋町の魅力が体験できる商品やコンテンツにしていくことに力を入れ、これらの活動にはデジタル技術の活用、町内外の人々や他地域との連携を積極的に導入します。このような観光施策における、地域の魅力を磨く様々な取り組みについては、意欲ある様々な人々と連携することで、**芦屋町の観光人材の育成**を図ります。

そして、芦屋町の観光の質の高まりにより観光客の満足度が向上し、観光振興により地域経済の活性化や生活環境の向上など、**住民にとっての住みよい町につなげることで、持続可能なまちづくりに寄与**していくことを目指します。

(2) 基本方針

基本理念の実現に向け、基本計画を推進するための基礎的な考え方を「基本方針」として掲げます。なお、計画期間途中の基本計画の見直しに関わらず、基本方針は10年間の計画期間において普遍的なものとしします。

また、基本方針の推進状況を検証するものとして、3つの基本方針それぞれに目標指標を設定し、その数値は5年ごとに検討することとしします。

基本方針1 町内経済への波及効果につなげる

観光客数の安定的な獲得に組みながら、観光消費額の増加を第一の目標とします。

町内の民間事業者などへの回遊性を高めるとともに、滞在時間が延伸されることにより、地域経済の活性化と来訪客の満足度向上を目指します。

目標指標①	町外居住者の観光消費額(来訪者アンケート調査により検証)			
現状値 (令和3年)	平均 2,850 円	➡	前期目標値 (令和8年)	平均 3,850 円

基本方針2 代々の宝を守り伝える

美しい自然環境や長い歴史のなかで、先人たちが育んできた「芦屋町らしい暮らし」について、水辺・歴史文化・人材の3つを柱に、時代に合わせた形に磨き、「伝え続ける」ことに取り組めます。

目標指標②	観光振興に関する住民満足度(コミュニティ活動状況調査により検証)			
現状値 (令和4年)	〇〇%	➡	前期目標値 (令和8年)	〇〇%

基本方針 3 人々の目標を実現させる

地域資源が持つ魅力を高めるためには、志ある人々の行動が不可欠です。「何のためにするのか」を大事にしながら、官と民がそれぞれの立場だからこそできることを考え、取り組んでいきます。

目標指標③		観光客のリピート意向(来訪者アンケート調査により検証)	
参考値 (令和 3 年)	85.2% (年 2 回以上の来訪率)	→	前期目標値 (令和 8 年) 90%

2. 芦屋町観光基本構想の施策体系

基本構想(10年間維持)		基本計画(5年を目安に見直し)	
基本理念	基本方針	基本戦略	基本施策
<p>人から人に、あしやの光(魅力)を伝える。</p> <p>「基本理念のキャッチコピー案」</p> <p>観光とは、地域住民が生活のなかで積み重ねてきた資源・風習・伝統などの「まちの光(魅力)を見て・感じる」ことです。光は文化から生まれ、文化は日々の暮らしの積み重ねにより育まれます。世代を超えて「人から人へ伝えること」を絶えず行ってきたからこそ、芦屋町の光であると捉えます。</p> <p>また、芦屋町の住民にとって、まちの魅力を再認識する方法の一つが観光であると言えます。住んでいると気づきにくい、観光客など外の視点から気づくことのできる、芦屋町の魅力に「光」を当てた活動にも取り組んでいきます。</p> <p>第 2 期芦屋町観光基本構想では、観光客の獲得だけでなく、芦屋町の光が体験できる商品やコンテンツに力を入れて、これらの活動にはデジタル技術の活用、町内外の人々や他地域との連携を積極的に導入します。人口減少と高齢化が進む芦屋町では、観光分野における担い手の確保・次世代への継承が喫緊の課題となっているため、このような観光施策の推進を通じて、芦屋町の観光人材の育成を図ります。</p> <p>そして、芦屋町の観光の質の高まりにより観光客の満足度が向上し、町内産業の活性化を住民の住み心地のよさにつなげることで、持続可能なまちづくりに寄与していくことを目指します。</p> <p>観光を通じて経済・環境・社会の持続可能な地域づくりへ</p>	<p>基本方針1 町内経済への波及効果につなげる</p> <p>観光客数の安定的な獲得に取り組みながら、観光消費額の増加を第一の目標とします。町内の民間事業者などへの回遊性を高めるとともに、滞在時間が延伸されることにより、地域経済の活性化と来訪客の満足度向上を目指します。</p>	<p>基本戦略1 行き先を増やす</p> <p>すでに来訪している観光客と、新たな観光客をターゲットとした戦略です。町内回遊性の向上を図るとともに、町内の行き先を増やすことにより、観光消費額の増加を目指します。</p> <p>基本戦略1-① 「食と遊び」を基軸とした観光消費額の増加</p> <p>基本戦略1-② 新たなニーズ・シーズの発掘</p> <p>基本戦略1-③ 芦屋釜ブランドの認知向上</p>	<ol style="list-style-type: none"> ターゲットに応じた食と遊びの情報発信 イベントにおける芦屋町の魅力の提供 芦屋町の魅力を活かした誘客の推進 観光施設の維持管理による快適な空間づくり 芦屋港における新たな観光スタイルの創出【新】 観光客ニーズの把握と活用【新】 社会潮流に対応した取り組みの推進 特産品の開発及び販路の拡大 外国人観光客の観光消費の促進
	<p>基本方針2 代々の宝を守り伝える</p> <p>美しい自然環境や長い歴史を継承し、先人たちが育んだ「芦屋町らしい暮らし」を大切にし、水辺・歴史文化・自然環境の3つを柱に、時代に合わせた形に磨き、「伝え続ける」に取り組みます。</p>	<p>(仮)</p> <p>詳細の文章は省いて体系のみを掲載</p>	<ol style="list-style-type: none"> 芦屋釜の認知向上及び観光への活用 海や川の保全活動の推進 観光資源としての水辺環境の活用促進【新】 観光事業を通じた環境配慮の促進【新】 芦屋釜を通じたシビックプライドの醸成 町の歴史文化・伝統に親しむ機会の創出
	<p>基本方針3 人々の志をかたちに</p> <p>地域資源が持つ魅力を高めるためには、志ある人々の行動が不可欠です。「何のためにするのか」を大事にしながら、官と民がそれぞれの立場だからこそできることを考え、取り組んでいきます。</p>	<p>内と外から盛り上げる</p> <p>町内の観光関係者と、芦屋町をともに盛り上げる町外の人々をターゲットとした戦略です。町外プロモーションや地域間連携のほか、町内の観光関係者の協働を通じたレベルアップを図るなど、町内・町外の双方から観光地としての活性化を図る仕組み・仕組みづくりに取り組めます。</p> <p>基本戦略3-① 町内関係者が協働する仕組みの構築</p> <p>基本施策3-② リトとつながる新たな魅力創出</p>	<ol style="list-style-type: none"> 事業者間の地域内連携の促進【新】 関係機関・団体の情報共有の促進 創業支援の推進【加】 町外PRと交流の推進 近隣地域との連携の推進 芦屋町のフィールドを活かしたイベント等の誘致【新】 DXを活用した新たな観光事業のあり方検討【新】
	<p>目標指標</p> <p>①観光消費額の向上 (基準)R3:平均 2,850 円 (目標)R8:平均 3,850 円</p> <p>②住民満足度 (基準)R4:○○% (目標)R8:○○%</p> <p>③観光客のリピート意向 (基準)R3:85.2% (目標)R8:90%</p>	<p>リーディングプロジェクト</p> <p>リーディングプロジェクトは、10年間の計画期間のなかでも優先的に、直近3年間を目安に取り組む優先プロジェクトです。「基本方針3・人々の志をかたちに」の考え方を前提に、「基本戦略3・内と外から盛り上げる」に位置づけられた施策を核としながら、基本戦略を横断して施策をつなぎあわせ、プロジェクトを構築し、「基本理念の実現に向けた最短ルート」として位置づけていく。</p> <p>プロジェクト1 住民だけが知る、「じゃない芦屋」の魅力を広めていこう！</p> <p>プロジェクト2 きれいな海と広い砂浜を堪能する最強の遊び場をつくろう！</p>	

リーディングプロジェクト

リーディングプロジェクトは、住民・事業者・町がともに連携し、10年間の計画期間のなかでも優先的に、直近3年間を目安に取り組むプロジェクトです。

基本施策は、各基本方針・基本戦略ごとの取組に対し、リーディングプロジェクトは、基本方針・基本戦略を横断する取組で、基本施策とは別の角度から、基本理念の実現を目指します。

「基本方針3 人々の志をつなげる」の考え方を前提に、「基本戦略3 みんなで応援する」に位置づけられた施策を核としながら、各基本方針・基本戦略と関連付けて、観光基本構想のスタートダッシュとなるプロジェクトとして構築します。リーディングプロジェクトの基礎は、第2回住民ワークショップ参加者によるアイデアが基となっています。

リーディングプロジェクトの根幹となる考え方は、**チャレンジツーリズム**です。チャレンジツーリズムとは、第2回住民ワークショップで発せられたキーワードであり、造語です。芦屋町をもっと好きになって、何度も来なくなる、長く滞在してもらえよう、魅力を高める方法として、「観光まちづくり(ツーリズム)」に果敢に「チャレンジ」していくという想いを込め、「チャレンジツーリズム」という言葉をキーワードとしました。

プロジェクト1 住民“しか”知らない芦屋町の魅力を広めていこう！

これまで、芦屋釜、洞山、砂像、なみかけ大橋と夕日、夏井ヶ浜、岡湊神社、アクアシアンなど、「芦屋町といえばこれ!」という観光資源が、芦屋町ツアーガイドブックなどで広く伝わっています。こうした資源は、過去の歴史や先人たちから受け継がれた資源で、芦屋町の宝です。

こうした資源はこれからも磨きつつも、より、観光に深みを持たせるため、みんなに知られているような「芦屋町といえばこれ!」だけではない新たな魅力も発掘し、広めていく取組も重要です。

プロジェクト2 きれいな海と広い砂浜を堪能する最強の遊び場をつくろう！

芦屋町の良さを聞けば、「海」と答える人の声をよく耳にします。「ふるさとあしや再発見・新発見」をテーマとした芦屋町町制130周年フォトコンテストにおいても、海を背景とした写真が数多く入選しています(入賞作品16点中12点は海にまつわる題材)。それほどまでに、住民にとって「海」は愛され、特別な場所であると再認識できます。

この海をもっと輝かせ、長く過ごしてもらいたいという想いから、海で楽しみ堪能できる仕掛けをつくります。

基本戦略1 行き先を増やす

すでに来訪している観光客と、新たな観光客をターゲットとした戦略です。

町内回遊性の向上を図るとともに、町内の行き先を増やすことにより、観光消費額の増加を目指します。

基本戦略1-① 「食と遊び」を基軸とした観光消費額の増加

基本施策1 ターゲットに応じた食と遊びの情報発信

① 飲食や遊び場を楽しむまちづくりの推進

町内を訪れた観光客（子どもを連れたファミリー、ミドル～シニアの夫婦、釣り客など）が知りたい情報（飲食店や公園及びボートレース芦屋、モーヴィ芦屋などの遊び場など）について、情報を収集できるよう、SNSなどの活用を行います。また、各施設と連携し、観光パンフレット及び飲食店の情報が見られる2次元コードを設置するなど、ターゲットのニーズに応じた情報発信を行い交流人口の増加を図ります。

② 海産物の名物化の推進

芦屋町の主な水産物であるイカと鱈が「芦屋町に来たら食べたい・買いたい名物品」となるよう、飲食店での提供の促進やフェアなどのイベントを通じた発信等を行い、認知向上、ブランド化を図るとともに販路拡大に取り組みます。

③ 町内店舗の個性・特長の活用

飲食店など、町内各所に多数ある店舗の個性・特長に焦点を当て、イベントの実施や観光客が散策できる仕組みづくりを行い、賑わいを創出します。さらに訪れた人が楽しむことができるような取り組みについても検討を進めます。

基本施策2 イベントにおける芦屋町の魅力の提供

① イベントの集客力の強化

あしや花火大会やあしや砂像展をはじめ、町内の各種イベントについては、情報発信の強化やイベント相互のPRなどによる集客力の強化を図ります。また、地域資源を活かした新たな魅力創出のための調査研究を行い芦屋町らしいイベントの創出を検討します。

② イベントを起点とした町内回遊性の向上

町内で開催されるイベントにおける町内事業者出店の促進により、芦屋町の食や遊びなどに関連するコンテンツや情報を充実させ、イベントを起点とした町内回遊性の向上や、イベント以外でも来訪したくなるような情報発信を行います。

基本施策3 芦屋町の魅力を活かした誘客の推進

① 魅力を活かしたアクティビティの提供

観光協会をはじめとした関係団体・事業者と連携し、ウォーキングやドライブをはじめとする芦屋町の魅力が味わえるおすすめスポットや回遊ルートを設定する等、楽しみ方を提供するとともに、それを周知することで町内回遊客の増加を図ります。特にサイクリングと観光を組み合わせたサイクルツーリズムについては、自転車の走行環境やサイクリストの受入環境の充実などでサイクリングルート沿線の魅力づくりとサイクリング環境の創出に取り組み、インバウンドの需要回復も見据え広く情報発信に努めます。

また、響灘に面する美しい海岸を活かして、利用者のニーズを捉えた新たな取り組みや既存事業の内容を充実させ、海洋性レクリエーション活動を推進します。

②歴史を活かした町内散策のツールづくり

芦屋町の歴史を知る場である芦屋歴史の里においては、様々な企画展などを通じ、集客拠点の一つとなるような取り組みを推進します。また、観光客が町内の寺社仏閣や歴史スポット巡りを楽しむためのツール作成等。芦屋町の豊富な歴史資源を活用した取り組みを進めます。

③観光案内機能の強化

「あしやナビ協議会」などと連携することで、気軽に立ち寄れる観光案内の場所を増やし情報提供を行うことで、町内の主な観光施設や事業所への回遊を図ります。また、わかりやすい情報案内板やサイン等の整備を進めていきます。

基本施策4 観光施設の維持管理による快適な空間づくり

①芦屋海浜公園・レジャープールアクアシアン

芦屋海浜公園及びレジャープールアクアシアンについては、令和2年(2020)年度に策定した芦屋町海浜公園長寿命化計画に基づき、計画どおりに整備を実施していきます。

②夏井ヶ浜はまゆう公園

集客の増加を図るため、現在参画している「恋人の聖地プロジェクト」の効果的な活用(ロゴの使用、広報の際の使用の徹底、グッズの開発販売など)を図ります。また、風光明媚な景色を活かして、従来の芦屋町にない観光スポットとしての魅力向上を図ります。

③城山公園

城山公園については、古くから花見の名所として利用されてきましたが、現在の広場や散策路、フェンス等は危険な箇所も見られるため、必要に応じて整備をおこないます。また、観光公園としての今後の方向性について検討します。

④魚見公園

魚見公園から梅林公園にかけては高台に位置しており、そこからの眺望や園内の四季折々の花々は魅力的な観光資源です。訪れた人々がゆっくりと安全に園内を見て回れるよう展望所や散策道を整備し、自然公園として観光客の増加を図れるよう、整備内容について検討します。

⑤国民宿舎マリントラスあしや

国民宿舎マリントラスあしやは、令和元(2019)年度に策定した国民宿舎マリントラスあしや長寿命化計画に基づき、適正な管理を行ないます。また、芦屋町の観光客誘致の拠点の一つであるため、快適な宿泊環境を提供し、民間の手法を取り入れたサービスでおもてなしを行います。訪れた観光客に満足していただくことで、リピーターの増加を図ります。

⑥洞山・堂山

名勝奇岩を形成し、古くから芦屋町のシンボルとなっています。磯遊びや釣り場として親しまれている洞山・堂山について、海洋性レクリエーションエリアとして観光客にとって更なる利便性の向上を図ります。

⑦夏井ヶ浜観光エリア

町を代表する景観地「夏井ヶ浜」には、町花はまゆうが自生しており、開花シーズンには毎年多くの観光客が訪れます。この自生地は、九州における自生の北限として県の天然記念物に指定され、自然史的価値も高いことから、計画的な保護・保存に努めていきます。また、周辺には町の遊休地も存在することから、これらの有効活用を図るため、夏井ヶ浜観光エリアとして一体的な整備を図ります。

基本戦略 1-② 新たなニーズ・シーズの発掘

基本施策5 芦屋港における新たな観光スタイルの創出

①芦屋港の通年型観光拠点化

令和 7(2025)年度の開業に向けて取り組みを進める芦屋港のレジャー港化について、通年で観光客を集客できる強みを活かした観光拠点化を図ります。「芦屋港活性化基本計画」に基づき、観光レジャーの拠点として、海浜公園との一体的な空間形成を図り、芦屋港のレジャー港化を計画的に推進します。

基本施策6 観光客ニーズの把握と活用

①観光客アンケートの実施

芦屋町が来訪に選ばれるまちであり続けるために、官民連携で取り組んでいくことができるよう、定期的なアンケート調査等を実施し、社会潮流等に応じて刻々と変化する観光客ニーズを把握します。

基本施策7 社会潮流に対応した取り組みの推進

①観光にまつわる社会的需要への対応

新型コロナウイルス感染症の影響により変化している旅行スタイル(時間や場所を分散して混雑を避ける分散型やワーケーションなどの滞在型、一人旅など)に対応するなど、これからの社会情勢や観光ニーズの変化を捉えた取り組みを、アフターコロナを見据え感染症防止対策を含めて推進します。

基本施策8 特産品の開発及び販路の拡大

①芦屋鋳物の商品開発の推進

芦屋鋳物の商品開発を推進し、芦屋町を代表する特産品となるよう魅力向上を図ります。

②地域産品を用いた新たな商品開発の推進

芦屋町の農作物、水産物などを使った特産品や地域資源を活用したおみやげ品、飲食店などで提供する食メニューの新たな開発を推進します。

また、既存の特産品については、生産者のこだわりや製法の特長などのセールスポイントを明確にし、商品デザインやパッケージを再検討するなど、商工会の特産品開発プロジェクトをはじめとする関係機関と連携し商品の魅力向上やブランド化、販路拡大を図ります。

基本施策9 外国人観光客の観光消費の促進

①満足度向上と観光消費の促進

今後のインバウンド需要の回復を見据え、主にアジア圏を中心とした誘客を行い、旅行消費額の拡大を図ります。芦屋町への流入ルート、町内の訪問ルートを想定した上で、パネルやパンフレット等の多言語化など環境の充実により、満足度向上と観光消費を促進します。

基本戦略 1-③ 芦屋釜の観光への活用

基本施策 10 芦屋釜の価値の発信と観光への活用

① 芦屋釜の価値の発信

芦屋釜は、茶の湯釜の国指定重要文化財 9 点のうち 8 点を占めています。その歴史的価値や評価について広く発信することで、芦屋釜の里をはじめ、現代の芦屋釜や芦屋鋳物等のブランドイメージの向上を図ります。さらに、それらを生んだ芦屋町に多くの観光客が訪れるよう、観光への活用を図ります。

② 芦屋釜の里の集客促進

芦屋釜の里は、観光に対応した文化施設として、情報発信の強化、体験プログラムの企画、イベントの充実を図り、芦屋釜の里への来館を目的とした来訪者の増加を図ります。

③ 芦屋釜の里を活用した回遊の仕組みづくり

芦屋釜の里に来館した観光客が町内を回遊し、芦屋町での滞在時間が長くなるよう、食事や買い物、観光スポットの整備、回遊コースの設定など、各所の連携の仕組みづくりを行います。併せて、それらの情報発信についても強化します。

基本戦略 2 暮らしの魅力を磨き続ける

住民を主なターゲットとした戦略です。

自然や歴史・文化など、まちの土台が持つ有形無形の魅力を観光資源としても活かしていきます。そのためには、**住民自身がその価値への理解を深め、保全・活用に参画**することにより、芦屋町の暮らしの魅力を伝えていきます。

基本戦略 2-① 恵み豊かな環境の観光資源化

基本施策 11 観光事業を通じた環境配慮の推進

① 水辺環境の保全の推進

芦屋海岸、夏井ヶ浜、洞山・堂山、遠賀川などそれぞれの水辺について、不法投棄防止活動や啓発活動、マナー向上の美化啓発活動、定期的な清掃等に取り組み、住民とともに環境保全や景観保持を図ります。

② 自然環境負荷を軽減した取り組みの推進

観光施設やイベント時などで、天然素材及び非石油系洗剤の使用などの環境に配慮した取り組みを促進します。

基本施策 12 住民や関係団体の観光活動への参画促進

① 観光事業における住民参画の推進

住民から芦屋町の魅力を広げていくことができるよう、イベントの試行や観光にまつわるワークショップなど、企画段階から住民が参加できるような場づくりを行うことで、住民のおもてなし意識の向上を図り人材の発掘・育成につなげるとともに、体験型観光商品として提供できるように推進します。

②活動団体との協働を推進

町内では、各種ボランティア団体や同好会による活動、スポーツ団体による競技会・イベントなどの催しが数多く実施されています。このような団体との連携や団体間における協働の可能性について探り、観光における協働を推進します。

基本戦略2-② 歴史文化・伝統と暮らしの調和

基本施策13 芦屋釜を通じたシビックプライドの醸成

①重要文化財指定芦屋釜の周知と活用

約 600 年ぶりに故郷に戻った重要文化財指定芦屋釜を、住民に周知するとともに、町の様々な広報媒体などに活用し町内外に発信することで、住民のシビックプライドの醸成及び観光の振興を図ります。

②芦屋釜の里の利活用促進

芦屋釜の里において、住民が参加しやすい体験プログラムやイベントの充実に取り組むとともに、町内児童・生徒への体験茶会等を通して、住民の芦屋釜の里の利活用を促進します。

基本施策14 町の歴史文化・伝統に親しむ機会の創出

①歴史文化・伝統に触れる場づくりの推進

まちへの理解や愛着を育む取り組みの一環として、芦屋歴史の里の利活用を促進します。更に、「八朔の節句」といった伝統行事、町内に多数ある史跡などを通して、郷土史や伝統に楽しみながら触れられるイベントや企画等を実施します。また、歴史文化・伝統の継承について、歴史ボランティアガイドなど芦屋町の歴史を伝える人材育成についても検討します。

基本戦略3 内と外から盛り上げる

町内の観光関係者と、芦屋町とともに盛り上げる町外の人々をターゲットとした戦略です。

町外プロモーションや地域間連携のほか、**町内の観光関係者の協働を通じたレベルアップを図る**など、町内・町外の双方から観光地としての活性化を図る枠組み・仕組みづくりに取り組みます。

基本戦略3-① 町内関係者が協働する仕組みの構築

基本施策15 事業者間の地域内連携の促進

①学びの場を通じた事業者間連携の促進

町内の観光業に関連する事業者を中心に、おもてなし意識など顧客サービスの向上を図るため、研修およびセミナーなどを実施するとともに、体験事業の実施などを行い事業者間の連携を促進します。

②芦屋町 No.1 プロジェクトの推進

芦屋ブランドを構築し、交流人口を増加させることを目的とした施策「芦屋No.1 プロジェクト」を推進しています。芦屋No.1 プロジェクトの3つの施策は、短期施策として鯖、イカを活かす水産施策、中期施策としてあしや砂像展を活かした芸術エンタメ施策、長期施策として芦屋釜を活かした文化施策を掲げており、観光あしや協議会で検討し計画的に実施していきます。

基本施策16 関係機関・団体の情報共有の促進

①観光あしや協議会の運営

庁内関係各課、観光協会および商工会、事業者、各種団体、住民により構成される「観光あしや協議会」の運営において、関係者の取り組み状況の共有や、リーディングプロジェクトに関する検討、芦屋No.1 プロジェクトなど、本構想の推進に向けた有機的な場づくりを行います。

②評価検証による改善計画の共有

芦屋町観光基本構想推進委員会においては、本構想に位置付けられる施策および事業の進捗状況を報告し、成果と課題の整理を行い取り組みの見直しの方向性を検討します。

基本施策17 DMO(観光地域づくり法人)形成の推進

①DMO(観光地域づくり法人)形成への取り組み

民間事業者、行政、住民と多様な関係者と関わりながら、地域一体となった持続可能な観光振興をマネジメントしていくため、観光地経営の舵取り役となる DMO (観光地域づくり法人) の形成を推進します。

基本施策18 創業支援の推進

①飲食業・サービス業の創業支援の推進

創業促進支援事業補助金や空き店舗等活用事業補助金などを活用し、食に関連する事業所などの創業支援を実施し、町の観光事業と連携します。

基本戦略3-② ソトとつながる魅力向上

基本施策19 町外セールス・コミュニケーションの推進

①多様なメディア媒体や手法を通じた芦屋町ファンの獲得

芦屋町ふるさと観光大使の活動推進やマスメディアの積極的な活用を行うほか、シティプロモーションサイト・SNS やふるさと納税、地域おこし協力隊の活動などを通じて関係人口の増加を図ります。

②芦屋町にゆかりの地域との連携・交流の推進

特産品や歴史・文化でゆかりのある地域との連携・交流を検討し、マスメディアでの仕掛けづくりやイベントの共同参加など、他地域との相乗効果を図ります。

③ボートレース芦屋を活用した情報発信戦略

町外から多くの来場者が訪れるボートレース芦屋を活用し、芦屋町の観光情報を発信するなど、観光PRとしての活用を検討します。

基本施策20 近隣地域との連携の推進

①福岡県内の近隣地域との連携強化

芦屋町、岡垣町、宗像市、福津市、古賀市による「筑前玄海地域観光推進協議会」や、芦屋町、北九州市、行橋市、みやこ町、岡垣町、豊前市、苅田町、築上町等による「北九州地区観光協議会」など、福岡県内の近隣地域と連携した観光事業やPR の協働などにより、魅力あるエリアづくりの取り組みを継続します。

基本施策21 芦屋町のフィールドを活かしたイベント等の誘致

①町外の観光関係者・団体による芦屋町の活用推進

イベントや企画等の実施場所を探す町外の企業・団体等との連携のほか、地域おこし協力隊や外部人材を登用し、芦屋町の豊かな自然環境や歴史文化の活用を図ります。

基本施策22 DX を活用した新たな観光事業のあり方検討

①観光事業へのDX の導入検討

リアルタイムな観光情報の提供による町内回遊性の向上、地域商品券を通じた消費者ニーズ・動向の把握など、芦屋町らしい観光DX のあり方を検討し、持続可能な観光振興とビッグデータやデジタル技術を活用した観光分析を行い、より質の高い観光まちづくりを行います。

1. 策定体制

- (1) 策定体制
- (2) 芦屋町観光基本構想推進委員会 名簿
- (3) ワーキング会議 名簿
- (4) 芦屋町観光基本構想推進委員会設置条例

2. 策定過程

- (1) 策定過程
- (2) 各種現況調査の概要