第 2 期芦屋町観光基本構想　計画の全体像（第二案）

【新】第 2 期観光基本構想から開始する新たな施策
【加】総合振興計画等の他計画に位置づけられており、観光基本構想に新たに加わった施策

現況・課題

ヒト・モノ・カネ・情報の交流を取り巻く状況

- 大人も子どもも楽しめる「気軽な遊び場」の充実により近隣地域のリピーターが多い一方で、町内滞在時間や町内消費額が伸び悩んでいる。
- 芦屋釜の里やマリンテラスあしやには、近隣地域以外の県内各地から来訪があり、町内消費額も高い。
- 中心市街地の飲食店数は芦屋町の強みであり、昼間と夜間双方でピークがあるが、コロナ禍では特に若者の昼間の来訪が増加傾向にある。
- 店舗選びは口コミが重視され、SNS やグーグルマップ、食べログ等、閲覧媒体は属性により異なる。
- 農水産物のブランド化・地産地消が図られているが、ブランド化の成果は町内でも芳しくなく、特産品が購入できる場所や、おみやげ商品は少ない。
- サイクリングコース（遠賀宗像自転車道など）により、周辺自治体と一体的に観光を楽しむことができる。

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げるため、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

住民の暮らしを取り巻く状況

- 水辺の保全活動は長年ボランティアベースで行われているが、プラスティックごみやレジャー等で発生するごみが課題になっている。
- 芦屋釜の里や芦屋歴史の里には貴重な資料が保存され、小中学校の教育において活用されており、芦屋釜を通じた町外との連携事業も行われている。
- 高い合計特殊出生率と充実した子育て支援施策が特長で、子育てしやすいまちといえる。
- 第6次総合振興計画では、まちづくりのあらゆる側面において、意欲ある人材の育成・発掘を掲げている。

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、住民の心のよりどころとなる地域資源を、住民自らの手で守り、後世に伝えていくことが必要

観光業関係者を取り巻く状況

- 花火大会やあしや砂像展、航空祭など集客数の多いイベントがある。コロナ禍以降、令和 4 年度に再開。
- 観光協会が核となり、町内事業者の強みを活かした体験商品造成が行われている。
- 観光あしや協議会が計画の推進主体である。効果的な事業推進のため体制の見直しが必要。
- 各種産業で事業承継が課題である一方で、飲食・サービス業の創業が増加。
- 情報発信はマスメディアが中心。テレビ露出後の来訪は増加するが、一時的な効果に留まっている。
- 北九州都市圏域や筑前玄海地域と連携し、オンラインツアーなど様々な観光事業に取り組んでいる。

行政と観光協会が中心となり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

基本構想（10 年間維持）

基本理念

人から人に、あしやを伝える。

【基本理念のキャッチコピー案】

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。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。

観光を通じて
経済・環境・社会の
持続可能な地域づくりへ

基本方針

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。

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」ことに取り組みます。

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、目標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

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
②住民満足度
（基準）R4：○○%
（目標）R8：○○%
③観光客のリピート意向
（基準）R3：85.2%
（目標）R8：90%

基本計画（5 年を目安に見直し）

基本戦略1 行き先を増やす

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
- 基本戦略1-②　新たなニーズ・シーズの発掘
- 基本戦略1-③　芦屋釜の観光への活用

基本戦略2 暮らしの魅力を磨き続ける

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
- 基本戦略2-②　歴史文化・伝統と暮らしの調和

基本戦略3 内と外から盛り上げる

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
- 基本戦略3-②　ソトとつながる魅力向上

基本施策

1. ターゲットに応じた食と遊びの情報発信
2. イベントにおける芦屋町の魅力の提供
3. 芦屋町の魅力を活かした誘客の推進
4. 観光施設の維持管理による快適な空間づくり
5. 芦屋港における新たな観光スタイルの創出【新】
6. 観光客ニーズの把握と活用【新】
7. 社会潮流に対応した取り組みの推進【新】
8. 特産品の開発及び販路の拡大
9. 外国人観光客の観光消費の促進【新】
10. 芦屋釜の価値の発信と観光への活用
11. 観光事業を通じた環境配慮の推進【新】
12. 住民や関係団体の観光活動への参画促進【新】
13. 芦屋釜を通じたシビックプライドの醸成
14. 町の歴史文化・伝統に親しむ機会の創出
15. 事業者間の地域内連携の促進【新】
16. 関係機関・団体の情報共有の促進
17. DMO の形成に向けた検討【新】
18. 創業支援の推進【加】
19. 町外セールス・コミュニケーションの推進
20. 近隣地域との連携の推進
21. 芦屋町のフィールドを活かしたイベント等の誘致【新】
22. DX を活用した新たな観光事業のあり方検討【新】

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、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・人々の目標を実現させる」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ます。

- **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！
- **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！