現況•課題

● 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、食べ口グなど、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性の向上ととも 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 グラム造成などによる観光消費額向上のしかけが必要

氏の

● 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などで 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

> ● 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。

- 活かした体験商品造成が行われている。
- 的な事業推進のため体制の見直しが必要。
- 情報発信はマスメディアが中心。テレビ露出後の来
- 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。

基本構想(10年間維持)

基本理念

【基本理念のキャッチコピ

基本方針1 あしやの魅力を 「伝える」

基本方針

観光客数の安定的な獲得に取 り組むとともに、観光消費額 の増加を目標とします。その ために、町内の施設や店舗な どの魅力を伝え、町内の回遊 性を促進することにより、地域 経済の活性化と観光客の満足 度向上を目指します。

基本方針2 あしやの宝を守り「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 あしやを「伝える」ための 仕組みをつくる

地域資源が活かされるために は、その魅力を伝える方法と 伝える人の存在が必要です。 芦屋町の魅力を活かしたい・ 応援したい思いが形になるよ う、仕組みづくりに取り組みま

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4,350円

②住民満足度 (基準)R1:56.9% (目標)R7:60.9% ③観光客のリピート意向 (基準)R3:85.2%

(目標)R8:90%

基本戦略

基本戦略1 町内経済への波及効果につなげる

観光客の獲得に努め続けるとともに観光客の町 内での訪問先バリエーションを増やすことによ り、観光消費額の増加を目指し、町内経済波及効 果につなげます。

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

基本施策

- 1. ターゲットに応じた食と遊びの魅力創出 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

基本戦略2 魅力を磨き続ける

自然や歴史文化など、まち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、芦屋町に継承されてきた 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

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推進【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

基本戦略3 内と外の力を活かす

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、町内・町外双方の力を 活かし観光地としての活性化に取り組みます。

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 広域連携とプロモーションの推進

- 15. 事業者間の地域内連携の促進【新】
- 16. 関係機関・団体の情報共有の推進
- 17. 観光地域づくり法人(DMO)形成の推進【新】
- 18. 創業支援の推進【加】
- 19. 対外的プロモーションの推進
- 20. 近隣地域との連携の推進
- 21. 新たな観光コンテンツのあり方検討【新】

基本計画に位置付けられる施策の実行を通じて、 芦屋町の観光振興に携わる人材育成を図る

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 取り組む必要があります。 ● 芦屋町観光協会が核となり、町内事業者の強みを さらに、観光客の獲得だけでな く、芦屋町の魅力を体験できる商品 や取り組みにしていくことに力を入 ● 観光あしや協議会が計画の推進主体である。効果 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 ● 各種産業で事業承継が課題である一方で、飲食・サ 連携を積極的に導入するとともに、 このような観光施策における、地域 ービス業の創業が増加。 の魅力を磨く様々な取り組みについ ては、意欲ある人々と連携すること 訪は増加するが、一時的な効果に留まっている。 で、芦屋町の観光人材の育成を図ら なければなりません。

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

人から人 しやを伝える 芦屋町は、響灘に面する海岸をは じめとする美しい自然や、独自の歴 史文化など豊富な観光資源を有し

ています。これらを活かした観光ま

ちづくりを進めていくため、観光の

質を高め観光客の満足度向上を図

るとともに、地域経済の活性化や生

活環境の向上など、住民にとって住

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

また、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)」を地 域外の人が「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。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

観光を通じて

経済・環境・社会の

持続可能な地域づくりへ

を目指す必要があります。