

# SWOT分析 クロス分析

赤字が皆様からのご意見で増えたもの

## 強み

- 1) 山、川、滝。自然が残っている。ホタルがいる。星がきれい。⇨外灯がないから見える。暗くて怖い。
- 2) 動物や昆虫から季節を感じることができる。
- 3) 川遊びができる。
- 4) 車の通りが少なく、信号も2か所しかなくのどか。渋滞がない。子どもを安心して歩かせることができる。サイクリングしやすい。
- 5) ゆうきげんき正直農業、環境活動で保たれる農村風景、田舎の風景・いとなみ
- 6) 安心安全でおいしい野菜(認知度も高い)
- 7) お米がおいしい
- 8) 多彩な移住者が増えている
- 9) TPAやクライミング施設など県内他市町にはない施設がある。
- 10) ICから30分の超初心者向けスキー場がある。
- 11) ウッドラボ、おもちゃハウスが拡大し、木の遊びが充実している。
- 12) 温泉がある。
- 13) ホールや病院、グラウンドなど公共施設が充実している。
- 14) スタートアップを助ける補助金がある。
- 15) リピーターが多い。
- 16) おもしろい人、あたたかい人が多い。
- 17) 方言が残っている。
- 18) 田楽能舞などの能文化と関連する施設と人材がある。

## 弱み

- 1) 雪が積もる。
- 2) 悪天候時が多く、悪天候時のコンテンツが不足。雨天時の計画が立てにくい。
- 3) 公共交通機関が少なく、駅やICから遠い。JR主要駅からのアクセスをはっきりとしてほしい。
- 4) 池田町に来るときも、池田町に入ってから、案内看板がなくて不安。
- 5) 看板やいろんな標記に英語表記やピクトグラムがほしい。
- 6) 町内に来てても、町内を移動する手段がない。レンタカー、レンタサイクルがない。なかま号も乗りやすく、土日は運行なし。
- 7) WiFiが足りない。
- 8) 「福井県」「池田町」の知名度が低い。
- 9) 小売りの店(お土産屋を変える場所、食事をする場所、女性が好むレストラン)が少ない。
- 10) 野菜を買う場所がない。こってコテに置いてある野菜が、量、種類ともに少ない。
- 11) 宿泊施設のバリエーションが少ない。
- 12) 小さい子ども連れの遊ぶ場所が限られる。あってもわかりにくい。川あそびの場所がわからない。広場のような余裕のある場所が足りない。
- 13) おむつを替えられる場所が不足している。
- 14) 食の安全が売りなのに、アレルギー表記がない。
- 15) 名物のお土産、名物の食べ物が少ない。
- 16) 思ったほど山の幸が食べられない。
- 17) 高齢化により、農業や林業に関わる人が減少しているため、農村風景が危機的状況にある。
- 17) TPA以外に時間を使って滞在できる場所、観光できる場所(お金があまりかからないもの)がほしい。
- 18) 当日申し込めるツアーがない。町歩きや体験、星空観察など。
- 19) ちょっとした買い物、お金をおろすのが不便(コンビニがない)。
- 20) 一部施設が老朽化している。(TPAコテージ、冠荘など)
- 21) 量産に対応できない。
- 22) 団体に来られても受入キャパがない。
- 23) 観光について、住民の意識・対応が不十分。
- 24) 少子高齢化によりプレイヤーが不足。
- 25) 店舗、施設間の連携が不足。事業体相互送客の仕組みがない。
- 26) ITや最新技術の導入が遅い。
- 27) 志津原地区は、繁忙期は駐車場が足りない。
- 28) 志津原にもう1か所立ち寄れる場所がほしい。
- 29) 公衆トイレがない。汚い。
- 30) 飲み物が買えない。給水できる場所がない。

## 機会

- 1) R417開通による中京地域からの観光客流入の可能性(団体客含む)
- 2) 北陸新幹線による関東からの誘客
- 3) ダム工事による新たなインフラツーリズムの可能性
- 4) ジビエ人気
- 5) 安全安心な食を求める傾向にある。
- 6) SDGsへの理解深化による池田町の環境活動や地方創生事業への興味拡大
- 7) 幼児教育、子育てへの考え方が、より「本物」「実体験からの学び」「自然体験」に徐々に変わってきている。
- 8) インバウンドの需要が、都市から地方へ移ってきている。
- 9) 東京オリンピック開催によるインバウンド増と国補助金等の支援
- 10) 北陸新幹線敦賀延伸による、県補助金の支援
- 11) IT技術発達による情報発信や予約方法等の多様化

## 成長課題への対応

- ゆうきげんき正直農業の促進し、地元の野菜を活かした料理を出せる飲食店を増やす。野菜を町内で買えるようにする。
- 農村風景を維持する活動を行い、農村体験を充実させ、都市圏にPRする。※収穫体験を集落毎に農園を作ってできないか。(⇒集落の収入確保、60代男性の農業者確保)
- TPAやおもちゃハウス、コッテコテいけだなどにSDGsの視点を盛り込み、新たな取り組みを行いながら、意識の高い層を呼び込む。
- ホタルや星空を商品化し、都市部(関東や中京)へのPRを実施する。
- 安心安全な食と人との交流が楽しめる仕掛けを行う。
- 「びわいち」のような取組を実施し、サイクリストを呼ぶ。
- TPAやクライミングの施設を強化し、関東や中京にPRする。
- クライミング施設やスポーツ関係施設の充実を図りながら、体にいい食とともに、ヘルスツーリズムの推進を行う。
- 能文化を商品として磨き上げ、外国人や伝統芸能に興味のある層を呼び込む。
- 志津原・土合皿尾地区に大型バスも受け入れられる体制を作る。(ハード・ソフトともに)

## 課題改善への対応

- 宿泊施設改修や民泊推進等で様々な宿泊需要にこたえられるようにする。
- 近隣主要駅から2次交通対策をする。(主要駅からのアクセスをはっきりとPR・なかま号を乗り易く)
- 案内看板(英語・日本語併記)で整備するとともに、町内共通のピクトグラムを整備する。
- 少子高齢化や過疎に挑戦する姿勢を打ちだし、地方創生に挑む姿そのものを観光資源とする。
- WEB予約、キャッシュレス決済の推進、WiFi環境整備を実施する。
- 雨の日、雪の日にしか見ることでできないものをリストアップし、SNS利用者が撮りたくなる情報を発信する。
- 期間限定、季節限定、数量限定の特別感のある商品、体験の開発
- 「池田でしか買えない商品」をリストアップする。
- インフラツーリズムの活用
- 山の幸(ジビエ、山菜、食べられる野草、川魚等)を提供できる体制づくりを実施する。
- 荒天時だけ提供するサービスを開発し、遠方からの旅行者が来やすい環境をつくる。
- 安全な食やジビエを生かしたお土産や食メニューの開発。
- ある程度団体客を受け入れられる志津原の施設について、さらに団体客の受け入れ体制強化と中京へのPR強化を実施しながら、そこからリピーターや関係人口を獲得する仕組みをつくる。
- 志津原地区の観光客受け入れ整備
- 子連れや子育て世帯向けの専用の案内(WEB、パンフレットなど)をつくる。また、受け入れ環境も整備する。
- 川遊び、自然遊び、体験、アレルギー表記、ママファースト事業の目線を観光に取り込む
- 旅行業を行える団体を町内に作り、ワンストップでお客様の手続きができる体制をとる。

## 脅威

- 1) 人口減による消費者の減(日本人)
- 2) 生産世代の可処分所得の減少(日本人)
- 3) 少子高齢化、町内プレイヤーの減。
- 4) 公共交通機関の減少。
- 5) 北陸新幹線開通により、北陸及び関東の観光客が嶺南に流れる可能性がある。
- 6) 鳥獣害がある。
- 7) 東京オリンピック後の観光関係補助金の減
- 8) ICTやSNSの発達による情報提供やPR競争の激化⇨ネットを使えない人の取りこぼし
- 9) 同じ商圏に類似施設が乱立
- 10) 食の安全を推進している自治体が増加
- 11) 近隣市町で、道の駅や直売所が増加している
- 12) 観光客の増による町内でのマナー、秩序の乱れ。

## 強化課題への対応

- 日本の農村風景を楽しめる商品を開発し、インバウンドを呼び込む
- カーシェアリング等乗合の仕組みで公共交通対策を実施する。
- 既存施設に他にはない価値づけをし、差別化を図る。
- 移住しやすい環境を整備し、町内のプレイヤーを増やす。
- 町民やリピーターの方がSNSなどで発信しやすい取組を実施し、多方面からの発信力を向上させる。
- 安心して歩ける道の整備、サイクリストに快適な道や施設の整備を実施する。
- ゆうきげんき正直農業の価値のPRを実施するとともに、買える場所・売れる方法を整理、周知を行い、強い農業を目指す。
- 人と人をつなげる仕組み(実際に会う仕組み、バーチャルにつながる仕組み、観光客同士がつながる仕組み)を作り、ITやSNSだけではなく発信方法をつくる。

## 成長課題への対応

- 住民の観光振興意識の醸成
- インバウンドへの積極アプローチ
- 知名度を上げるためのPRを継続して実施する。
- 補助金等を活用し、ICT整備、ハード整備を実施する。
- 町民が観光産業で働きやすい環境づくりを行う。
- 人口減対策。
- 役場・事業者・住民の、情報共有や協力連携の縦横のつながりを強化する取組を行う。
- 食の安全を、あらゆる方向から見直しをし、全ての人が安心して食べられる環境づくりを実施する。

# クロス分析からの課題対応を 「農業」「環境」「稼ぐ力」「地域の元気」に分類

	<p><b>農業</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ゆうきげんき正直農業の促進し、地元の野菜を活かした料理を出せる飲食店を増やす。野菜を町内で買えるようにする。</li> </ul>		<p><b>環境</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ホタルや星空を商品化し、都市部(関東や中京)へのPRを実施する。</li> </ul>
<p><b>稼ぐ力</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• TPAやおもちゃハウス、コッテコテいけだなどにSDGsの視点を盛り込み、新たな取り組みを行いながら、意識の高い層を呼び込む。</li> <li>• 既存施設に他にはない価値づけをし、差別化を図る。</li> <li>• TPAやクライミングの施設を強化し、関東や中京にPRする。</li> <li>• クライミング施設やスポーツ関係施設の充実を図りながら、体にいい食とともに、ヘルスツーリズムの推進を行う。</li> <li>• 「びわいち」のような取組を実施し、サイクリストを呼ぶ。</li> <li>• 安心して歩ける道の整備、サイクリストに快適な道や施設の整備を実施する。</li> <li>• 能文化を商品として磨き上げ、外国人や伝統芸能に興味のある層を呼び込む。</li> <li>• 志津原・土合皿尾地区に大型バスも受け入れられる体制作り。(ハード・ソフトともに)</li> <li>• ある程度団体客を受け入れられる志津原の施設について、さらに団体客の受け入れ体制強化と中京へのPR強化を実施しながら、そこからリピーターや関係人口を獲得する仕組みをつくる。</li> <li>• 知名度を上げるためのPRを継続して実施する。</li> <li>• 人と人をつなげる仕組み(実際に会う仕組み、バーチャルにつながる仕組み、観光客同士がつながる仕組み)を作り、ITやSNSだけではない発信方法をつくる。</li> <li>• 荒天時だけ提供するサービスを開発し、遠方からの旅行者が来やすい環境をつくる。</li> <li>• 近隣主要駅から2次交通対策をする。</li> <li>• インバウンドへの積極アプローチ</li> <li>• WEB予約、キャッシュレス決済の推進、WiFi環境整備を実施する。</li> <li>• 補助金等を活用し、ICT整備、ハード整備を実施する。</li> </ul>	<p><b>農業 × 稼ぐ力</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ゆうきげんき正直農業の価値のPRを実施するとともに、買える場所・売れる方法を整理、周知を行い、強い農業を目指す。</li> <li>• 食の安全を、あらゆる方向から見直しをし、全ての人安心して食べられる環境づくりを実施する。</li> </ul>	<p><b>農業 × 環境 × 稼ぐ力</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 期間限定、季節限定、数量限定の特別感のある商品、体験の開発</li> <li>• 安全な食やジビエを生かしたお土産や食メニューの開発。</li> </ul>	<p><b>環境 × 稼ぐ力</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 山の幸(ジビエ、山菜、食べられる野草、川魚等)を提供できる体制づくりを実施する。</li> <li>• 日本の農村風景を楽しめる商品を開発し、インバウンドを呼び込む</li> <li>• 雨の日、雪の日にしか見ることのできないものをリストアップし、SNS利用者が撮りたくなる情報を発信する。</li> </ul>
<p><b>稼ぐ力 × 地域の元気</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 宿泊施設改修や民泊推進等で様々な宿泊需要にこたえられるようにする。</li> <li>• カーシェアリング等乗合の仕組みで公共交通対策を実施する。</li> <li>• 町民やリピーターの方がSNSなどで発信しやすい取組を実施し、多方面からの発信力を向上させる。</li> <li>• 旅行業を行える団体を町内に作り、ワンストップでお客様の手続きができる体制をとる。</li> <li>• 役場・事業者・住民の、情報共有や協力連携の縦横のつながりを強化する取組を行う。</li> </ul>		<p><b>農業 × 稼ぐ力 × 地域の元気 × 環境</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 農村風景を維持する活動を行い、農村体験を充実させ、都市圏にPRする。※収穫体験を集落毎に農園を作ってできないか。(⇒集落の収入確保、60代男性の農業者確保)</li> </ul>	
<p><b>地域の元気</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 少子高齢化や過疎に挑戦する姿勢を打ちだし、地方創生に挑む姿そのものを観光資源とする。</li> <li>• 移住しやすい環境を整備し、町内のプレイヤーを増やす。</li> <li>• 住民の観光振興意識の醸成</li> <li>• 町民が観光産業で働きやすい環境づくりを行う。</li> <li>• 人口減対策。</li> </ul>	<p><b>農業 × 地域の元気</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 安心安全な食と人との交流が楽しめる仕掛けを行う。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 子連れや子育て世帯向けの専用の案内(WEB, パンフレットなど)をつくる。また、受け入れ環境も整備する。</li> </ul>

残していくもの	カテゴリ	促進するもの
<p><b>循環型農業</b></p> <p>① ゆうきげんき正直農業の促進と価値のPR。 ② 野菜を買える場所、売る方法の整理と周知を行う。</p> <p><b>既存事業</b> ゆうきげんき正直農業、生命に優しい米づくり運動、こっぽい屋 新規就農支援</p> <p><b>関係計画「農業農村振興プラン」(H30~R2)</b> ゆうきげんき正直農業の見直し、グローバルGAP取得への取り組み 担い手施策 CSA、CCPAの積極的展開※、「畑は直売所」のブラッシュアップ 6次化デザイン会議</p>	<p>農 業</p>	<p><b>食に関すること</b></p> <p>① 地元の野菜を活かした料理を提供する店舗を増やす } 地産地消 ② 安全な野菜を活かしたお土産や食メニューの開発 ③ 食の安全をあらゆる方向(生産方法、アレルギー、宗教)から見直し、すべての人が安心して食べられる環境づくりを実施する。 ④ 安心安全な食と人との交流が楽しめる仕掛けを行う。 ⑤ クライミングやTPAのAPの充実を図りながら、体に良い食とともにヘルスツーリズムの推進を行う。</p> <p><b>既存事業</b> 脳べるの改革、食LABO、食の文化祭</p>
<p><b>環境活動・農村風景・田舎らしい自然</b></p> <p>① ホタルや星空を商品化し、都市部(関東や中京)へPRを実施する。</p> <p><b>既存事業</b> 食Uターン事業、エコキャンドル、 セイタカアワダチソウ駆除</p> <p><b>冠山、部子山、 龍双ヶ滝</b></p> <p><b>関係計画「環境向上基本計画」</b></p>	<p>環 境</p>	<p>① 日本の農村風景を楽しめる商品を開発し、インバウンドを呼び込む。 ② びわいちのような取組を実施し、サイクリストを呼び込む</p> <p><b>既存事業</b> 農村体験プログラム</p>
<p>① 既存施設(TPA、クライミング、冠荘等)に他にはない価値づけを行い、差別化と施設強化を実施しながら、関東、中京にPRを実施する。 ② 志津原、土合皿尾地区に大型バスも受け入れられる体制作り。 ③ 池田町の知名度を上げるためのPR活動 ④ 既存の宿泊施設の改修 ⑤ 修学旅行、企業研修の受け入れ</p> <p><b>既存事業</b> まちUPいけだ、池田屋、キャンプセンター、クライミングウォール、スキー場 役場観光事業、観光協会事業 水海の田楽能舞を始めとする能文化、池田追分、</p> <p><b>関係計画「池田町公共施設等総合管理計画」</b> 平成初期に整備した志津原地区観光施設の維持修繕⇒観光計画が優先</p>	<p>稼ぐ力</p>	<p><b>経済効果の実感</b></p> <p>① 悪天候時にしか見ることでできないものをリストアップし、SNS利用者が撮りたくなる情報を発信する。 ② 悪天候時だけ提供するサービスを開発する。 ③ 期間限定、季節限定、数量限定の特別感のある商品、体験の開発。 ④ 山の幸(ジビエ、山菜、野草、川魚等)を提供できる体制づくり ⑤ 少子高齢化や過疎に挑戦する姿そのものを観光資源とする。 ⑥ 能文化の商品化を図り、外国人や伝統芸能に興味のある層を呼び込む。 ⑦ 人と人をつなげる仕組みを作り、インターネットや広告だけでなく発信方法をつくる。 ⑧ WEB予約、キャッシュレス決済、WiFiの環境整備。 ⑨ 町民やリピーターの方がSNSで発信しやすい取組を実施、多方面からの発信力を向上させる。 ⑩ 町内に旅行業を行える団体を設置し、観光のワンストップ化を図る</p> <p><b>既存事業</b> なかま号、マイバス事業、起業支援、営業支援関係</p>
<p><b>良好な人間関係</b></p> <p>① 移住しやすい環境の整備 ② 人口減対策。</p> <p><b>既存事業</b> 移住定住支援関係、いけだ暮LASSEL、集落活性化補助</p>	<p>地域の 元気</p>	<p><b>情報発信・イメージ戦略・若い世代と女性の取込・集落や地区の自主性</b></p> <p>① 子連れでのお出かけ専用のPRを実施するとともに、受け入れ環境も整備する。 ② 農村体験を充実させ、都市圏にPRする(集落ごとに体験農園をつくる。) ③ 木望のまちプロジェクト関係施設にSDGsの視点を盛り込み、意識の高い層を呼び込む。 ④ 民泊推進 ⑤ カーシェアリング等乗合の仕組みでの公共交通対策の実施(二次交通・案内看板) ⑥ 役場・事業者・住民の情報共有や協力連携の縦横のつながりを強化する。 ⑦ 少子化高齢化や過疎に挑戦する姿そのものを観光資源とする。 ⑧ 町民が観光産業で働きやすい環境づくりを行う。</p>

全体関係する計画「過疎地域自律促進計画」

※CSA⇒コミュニティサポーターテッドアグリカルチャー。ある地域が農家と協定し、農業者と農業を支援しようとする取り組み。農業者は農産品等の安全性を提供し、消費者は価格の維持を図る。  
※CCPA⇒コミュニティコーポレートパートナーアグリカルチャー。企業が地域や農家と協定し、農産物の購入や農業体験、農泊事業を実施する。