

電源地域産業育成支援補助事業

1 補助事業名

マーケティング事業

2 補助事業の事業主体

福井県

3 補助事業の実施場所

- 福井県
- 首都圏
- 長野県
- 岐阜県
- 大阪府
- 愛知県

4 補助事業の概要

(1) 若狭路情報発信・調査事業

若狭路の「食」を中心とした観光情報および若狭路に根付く歴史文化を発信し、各エリアにおける誘客や若狭路の「食」をはじめとするブランド形成の可能性や課題などに関する有効な情報発信手法等について調査・検証を行った。

(2) 若狭路連携出向宣伝・調査事業

若狭路の「食」を中心とした観光情報および若狭路に根付く歴史文化を発信し、若狭路の認知度や「食」のイメージ、訪問意向度等を現地に出向いて調査・検証を行った。

(3) 若狭路着地型旅行商品造成・調査事業

新たな観光・体験スポットを情報発信するとともに、それらのスポットを含めた旅行商品販売により新たな観光資源の課題等に

関する調査・検証を行った。

(4) 北陸新幹線開業誘客促進・調査事業

北陸新幹線福井敦賀間開業に向け、若狭路の地域資源を活かした誘客強化を図るため、新たな宿泊や食事スタイル創出、魅力ある観光コンテンツおよび特色ある周遊ルート造成など、地域の受入環境等に対する調査・検証を行った。

5 補助事業に要した経費および補助金充当額

補助事業に要した経費 53,494,644 円

補助金充当額 53,494,644 円

6 補助事業の成果および評価

(1) 若狭路情報発信・調査事業

若狭路の食をはじめとする特産品を切り口に、新しい観光スポットや観光誘客のための新たな取り組みに焦点をあて、現地で活動に携わる人々から旬の話題を提供していったところ、効果的に情報発信を行うことができた。また、キー局番組ホームページ内の「若狭湾の日」ページおよび番組公式ツイッターにおいて放送内容の振り返りと情報の補足を可能とした。

アンケート調査では主に30～50代からのデータを得ることができ、この年代層にアプローチができたことは大変効果的であった。「若狭路に行ってみたいか」との問いに「はい」と回答した人の割合は95.1%であり、アンケート調査の結果、旅先としての若狭路は高評価を得ることができた。

また、若狭湾観光連盟の公式ホームページ上でアンケートを実施し、若狭路への観光ニーズや来訪意向について調査を行った。調査の結果、具体的で率直な意見が得られ、今後の観光施策を考える上で大変貴重なものであり、有意義な調査となった。今後とも閲覧者の興味・動向を把握し、より効果的な情報提供を行っていき、観光誘客を促進させたい。

(2) 若狭路連携出向宣伝・調査事業

若狭路6市町が連携して、誘客戦略とする都市等に直接出向き、各都市等で人々の旅行や観光の実態の調査を行った。令和2

年度、3年度ほどではないものの、令和4年度も福井県内では独自の基準により感染拡大警報が発令され、依然として新型コロナウイルスへの対策を考慮しながらの事業実施となった。イベント等では、人と人との接触を減らす工夫として映像やウェブなどのツールを活用して実施した。その結果、長野県、岐阜県、大阪府、愛知県、首都圏での観光情報の発信および調査をすることができた。

調査の結果、若狭路の楽しみ方として最も関心の高いのが「食」であり、次いで「自然景観・観光スポット」となっている。また、旅をする際に重視することで最も回答が多いのが「食」であり、次いで「美しい景色」「観光名所」「宿泊施設」「温泉施設」を挙げる人が多い傾向にあった。若狭路には、食や自然景観といった魅力が豊富にあり、引き続きこれらを中心に訴求していくことが観光誘客につながるものと思われる。

(3) 若狭路着地型旅行商品造成・調査事業

首都圏を中心とした雑誌社編集長を継続的に招聘し、若狭湾エリア全体を調査検証し、県外客への訴求ポイントを中心に意見をいただいた。

若狭路ならではのものとして、国宝や重要文化財にも指定される寺社や仏像があり、地域の人々に長年大切に守られてきたという文化がある。これらは、間近に拝観することが可能であり、このことは極めて特徴的であるとの意見を得た。それに加え、寺社の新たな取組をはじめ、門前の商店街とのコラボレーションも注目すべきことであるとの意見を得た。また、旅行の定番である寺社仏閣巡りは今でも根強い人気があり、これを好む層が一定数あることからこれらの層をターゲットに発信していくことが効果的であるとの助言を得た。

これらの助言をもとに、2つの着地型旅行商品を造成し、ツアー参加者のうち「参加してよかった」と回答した人の割合はおおむね8割強であり、高い数字となった。

今後も雑誌社のメディア招聘にあわせ、旅行社等とタイアップして、観光資源の発信と着地型旅行商品造成ができるよう、雑誌社等の理解を求めながら、地元旅行社には着地型旅行商品の企画販売への意欲を引き出せるよう取り組む必要がある。

(4) 新幹線開業に向けた若狭路誘客促進・調査事業

新幹線敦賀駅開業を間近に控え、若狭路の地域資源を活かした誘客強化を図るため、新たな宿泊や食事スタイル創出や魅力ある観光コンテンツおよび特色ある周遊ルート造成など地域の受け入れ環境等に対する調査・検証を行った。

その一つとして自転車を使った若狭路の旅行の魅力を挙げ、その発信方法について調査検証を行った。

また、北陸新幹線の利用者が多数見込める首都圏を中心に、当地域ならではの魅力を伝え、誘客につなげるためには、どのようなコンテンツが興味を持たれるか、またその発信方法について調査検証を行った。

さらに、インバウンド（台湾）誘客の可能性について調査を行った。その結果、当地域の観光素材のうち台湾の人の体験意向度が高いものとしては「グルメ体験」が最も高く、「町屋での宿泊」「海や湖でのアクティビティ」「若狭路でのサイクリング」が次に多い。これらのコンテンツを中心に、北陸新幹線停車駅のある金沢や富山、空港のある関西圏を視野に入れた発信と誘客促進策を検討していく必要があると思われる。

【目標値】

	目標値：R 4	実績値：R 4
福井県嶺南地域観光客入込数 (延べ人数)	977万人 (ふくい観光ビジョン)	762万人
若狭湾観光連盟ホームページ アクセス数 (PV)	2,500,000 PV	1,261,202 PV
アンケート調査満足度	85.0%以上	95.1%