

## 1 策定の趣旨

- 令和5年春の北陸新幹線福井・敦賀開業により、首都圏等と時間距離が短縮するうえ、乗り換えなしでつながる新時代が到来(東京-福井は2時間53分(約30分短縮))
- 開業まで4年を切った今、交流人口を拡大し、開業効果を最大限に高めるとともに、県内全域へ波及させるため、首都圏等へのプロモーションや県内での受入準備を進めるプランを策定する。

## 2 北陸新幹線金沢開業後の状況

### ○観光入込客数等

- 県外観光入込客数 <関東地区からの入込客数>
  - 福井県 812万人(H30) <76万人(H30)>
  - 石川県 1522万人(H29) <414万人(H29)>
  - 富山県 855万人(H29)

福井県においては、以下観光地に多くの観光客が訪れており、福井らしさ「文化力」である歴史性や自然風土などに高い興味・関心が持たれている。【県統計2018】

- ・東尋坊(135万人)
- ・恐竜博物館・かつやま恐竜の森(113万人)
- ・一乗谷朝倉氏遺跡(72万人)
- ・永平寺(49万人)

※観光入込客数1,697万人(H30)

### ○魅力度・認知度等

- メディア等からの情報接触度が他県に比べて相対的に低く、魅力度や認知度が全国下位となっており、観光意欲度の向上につながっていない。【地域ブランド調査2019】(情報接触度42位、魅力度37位、認知度42位、観光意欲度37位)

### ○観光コンテンツ等

- 子供が楽しめるスポットや施設は多いとの評価(12位)
- 食の満足度(17位)は全国平均よりは高いものの、北陸3県の中では低い。
- 宿泊(31位)、土産(29位)、娯楽(34位)、観光情報(42位)等の満足度が全国平均より低く、リピーターも少ない。【じゃらん調査2019】
- 石川県や富山県においては、民間投資が活発化(ホテル、三井アウトレットパーク、コストコ、片町きらら等)し、国際会議等の開催やクルーズ船の寄港回数も増加

### ○新幹線駅からの交通手段や観光インフラ

- 新幹線駅から各地への誘客が必要だが、交通が不便(34位)と思われている。【じゃらん調査2019】
- 嶺北地域に比べ、嶺南地域の観光客数の伸びが小さい(H25とH30の比較)。【県統計】  
全体:33.3%増 [嶺北:39.0%増 嶺南:19.2%増]

### 【参考:福井・敦賀開業に向けた取組状況】

- 県ではこれまで、平成28年3月に、高速交通開通アクション・プログラムを策定し、ハード整備を中心に開業準備を進めている。

#### <整備完了>

えちぜん鉄道の高架化、福井市中央公園の再整備、越前古窯博物館や年縞博物館の整備 等

#### <整備・検討中>

一乗谷朝倉氏遺跡博物館(仮称)の整備、道の駅の整備、レインボーライン山頂公園の再整備、4棟復元によるムゼウムの再整備、恐竜博物館の機能強化、東尋坊の活性化 等

## 3 取組みの基本的考え方

計画期間:令和2年度~令和6年度(5年間)

主な対象:経済的・時間的にゆとりがあり、旅行意欲が高く、知的好奇心や体験意欲が高い首都圏や北陸新幹線沿線の在住者等

取組方針:①県民が一体となって、福井らしさを活かし、ふくいブームの創出と受入環境のレベルアップを図り、交流人口を拡大するとともに、SDGsの理念に沿いながら、住む人にとってもメリットのある持続可能な施策を展開

②施策を展開するに当たっては、ターゲット(例:ファミリー層や女子旅等)を明確にして実施

### A ふくいブームの創出

- 首都圏での露出を格段に増やし、福井に関する情報への接触機会を飛躍的に高めることにより、福井の認知度を向上させ、観光意欲につなげる
- SNSの活用による口コミ拡散やターゲットに合わせた情報発信、様々なメディア・イベントの連携など、これまでの行政PRにとらわれない力強い戦略的なプロモーションを展開

### B 受入環境のレベルアップ

- 県民と一緒に質の高いサービスを提供することで、多くの方が何度も旅行し消費をしてくれる仕掛けを作る
- 賑わいを生み出すイベントやストーリーのある魅力的で多様な観光コンテンツ、県内各地への周遊を促す仕組みの造成を軸とした受入準備を展開

# 「北陸新幹線開業対策加速化プラン(仮称)」骨子(案)

## A ふくいブームの創出

<5年間(令和2~6年度)で実行する主な施策>

### A・1 ふくいファン の拡大

#### (1) インパクトのあるイメージ発信

- 県や市町、民間が統一的にアピール
  - ・ふくいのイメージを連想させ新幹線開業をアピールするキャッチコピー・ロゴの作成
- ターゲットに合わせたイメージの徹底発信
  - ・ふくいのブランド資源(例:日本一の○○、憧れの○○等)を活かし、ターゲットごとに効果的なコミュニケーションツールをミックスしたプロモーション
  - ・映画やドラマ、小説等とのタイアップによるターゲット別プロモーション

#### (2) 首都圏の情報感度の高い人へのイメージ発信

- SNS等を活かした情報拡散
  - ・県民や企業等と協働し、県内各エリアの地域資源をSNS(例:インスタグラム等)でプロモーション
  - ・インフルエンサーや旅行者等の発信力を活かした口コミ情報拡散
  - ・若者に人気の旅行情報誌の福井版等を出版

#### ○注目度の高いエリアでの情報発信

- ・主要駅周辺でのイベントやメディアタイアップイベント等の開催
- ・ホテルや飲食店との協働によるふくいフェア等の開催

#### (3) つながりを活かしたイメージ発信

- 福井とのつながりを活かした発信
  - ・歴史上の人物(例:大河ドラマの主人公等)と福井の関係等を活かしたプロモーション
  - ・本県ゆかりの地などで、ふくいの食や祭りなどが体験できるイベントの開催

### A・2 ムーブメントの 創出

#### (1) メディアの発信力の最大活用

- メディアとの関係強化
  - ・メディア特性等を考慮したきめ細やかなパブリシティ活動(本県の魅力や先進的取組みなどの情報提供)や取材活動への積極的な協力
  - ・福井の本物の良さを知ってもらうメディア向け講座や現地研修の開催
- 開業前後におけるメディアでの集中発信
  - ・福井の魅力を番組や記事等で取り上げるよう働きかけ
  - ・影響力の大きいメディアでの広告、数多くのタイアップ番組・記事の実現
  - ・デジタルメディアのフル活用による発信
- 福井が舞台やゆかりの映画・ドラマ等の実現
  - ・映画・ドラマ等(例:大河ドラマ、連続ドラマ等)の誘致体制を強化
  - ・誘致が実現した場合には、聖地化等に向けたプロモーション

#### (2) 首都圏でのイベント

- ・「北陸」を切り口にしたイベントの開催

### A・3 観光誘客の 拡大

#### (1) 旅行者向け情報発信の強化

- 好奇心を刺激する観光情報
  - ・旅行好きに人気のガイドブックや情報サイト等による楽しさ溢れる情報発信
  - ・「ふくいドットコム」など観光情報発信サイトの充実
  - ・観光ポスターやパンフレット、プロモーションビデオ等のリニューアル
- 必要な情報を必要な時に提供
  - ・観光地や周辺情報等のデジタル化による一元的な情報発信
  - ・検索サイト等で提供する情報(観光地、宿泊・飲食施設、アクセス等)の充実
  - ・外国人旅行者向け情報の充実(外国人に人気の観光コンテンツの発信、観光施設・WEBサイトの多言語化等)

#### (2) 都府県やJR等との協働による情報発信の強化

- 北陸各県やJRとの協働
  - ・四季折々の観光魅力を最大限活かした通年キャンペーン(例:「日本の美は北陸にあり。」キャンペーン、ジャパニーズビューティ北陸キャンペーン等)
  - ・開業前後に全国的な大型観光キャンペーンの実現
  - ・観光物産展やアンテナショップにおける共同PR、加賀越前広域観光推進協議会による広域観光キャンペーン
  - ・JR主要駅や車両等におけるPR
  - ・県インバウンド推進連携協議会によるインバウンド向け情報発信

#### ○沿線都府県での情報発信

- ・関係自治体や民間と協働した観光や歴史・文化、食等のPR

#### ○旅行会社等への働きかけ

- ・観光商談会や観光商品説明会等において、観光情報の提供や旅行商品造成の要請
- ・教育旅行の誘致

#### (3) きめ細やかな情報発信

- 様々なツール・機会を活用した情報発信
  - ・オウンドメディアや県外事務所(東京)、アンテナショップからの発信
  - ・国際的イベント(東京オリ・パラ、WMG等)開催にあわせたPR
  - ・本県ゆかりの方(出身者、在住経験者、県内に事業所のある企業等)と連携した発信
  - ・姉妹都市、連携都市等と連携したイベント開催や広報PR
- 関西圏・中京圏での情報発信
  - ・福井・滋賀・京都三府県連携観光促進協議会による広域観光キャンペーン
  - ・県外事務所(大阪・京都)からのきめ細やかな発信(メディアや旅行会社等への発信を含む)
- 嶺南地域の観光情報発信の強化

# 「北陸新幹線開業対策加速化プラン(仮称)」骨子(案)

## B 受入環境のレベルアップ < 5年間(令和2~6年度)で実行する主な施策 >

B  
1  
リピーター獲得に向けた満足度向上

### (1) ワクワク・ドキドキするイベントの開催

#### ○地域資源を活かした新幹線開業記念イベントの開催

- ・賑わいを生み出す開業時のウェルカムイベントや開業前のプレイベントの開催  
(例: 4駅同時の開業記念イベント等)
- ・開業年度前後に開催されるイベントを冠称イベントに位置づけ
- ・福井が誇る地域資源を前面に出したイベントの開催  
(例: 一乗谷朝倉氏遺跡博物館(仮称)の開館や恐竜博物館リニューアルを記念する特別展、各市町におけるおもてなしイベント等)
- ・全国から若者を呼び込み、地域が賑わうイベントの誘致・開催  
(例: 大規模音楽フェス、県内文化施設での世界の名品や県内遺構等がテーマの企画展、プロ演奏家によるコンサート等)
- ・スポーツコミッションの設立
- ・全国から選手・応援団が集う全国大会・世界大会、参加型スポーツ大会の誘致
- ・人気のあるプロスポーツ試合の県内での開催

#### ○大規模なコンベンションや学会等MICEの誘致・開催

- ・全国規模の会議・大会の誘致

### (2) 多様な観光拠点・コンテンツの造成

#### ○魅力的な観光コンテンツの造成

- ・知的好奇心や体験意欲を刺激する多様な体験コンテンツの造成  
(例: 自然アクティビティ体験、ものづくり、伝統食づくり、観光農園等)
- ・外国人の嗜好に沿ったコンテンツの造成(例: 伝統工芸体験等)
- ・市町の観光商品造成に対する支援

#### ○食の魅力向上、土産品等の商品開発

- ・食の魅力発信や福井の素材を活かしたメニューの充実(例: 料理人等による料理イベント開催等)、ストーリー性ある食文化の提案(例: そば、冬の水ようかん等)
- ・買いたくなるデザイン性のある土産品や地元特産物を活用した商品(例: 駅弁等)の開発

#### ○多様な宿泊形態の充実

- ・高級ホテルやオーベルジュの誘致
- ・ワクワク・ドキドキする楽しいホテル客室(例: 恐竜ルーム等)の充実
- ・漁家民宿、農家民宿等の充実

#### ○観光拠点や周辺機能の充実、新幹線駅や在来線駅を拠点とした賑わいづくり

- ・県内各地の観光拠点のレベルアップによる賑わいづくり  
(例: 東尋坊や六呂師高原の活性化、三方五湖エリアの魅力アップ等)
- ・県立文化施設を活かした魅力づくり  
(例: 恐竜博物館の機能強化、一乗谷朝倉氏遺跡博物館(仮称)の整備等)
- ・駅周辺において、まち歩きなどを促し、賑わいをつくるための店舗改装に対する支援  
(例: 飲食店、雑貨店等)や景観づくり(例: 河川空間等)

#### ○移動を楽しむ新たなコンテンツの充実

- ・観光地のオープンゲートとなる交通手段の充実  
(例: 恐竜や戦国、食等を活用した観光列車や観光バス、観光タクシー等)
- ・車窓等からの風景が観光資源となる景観づくり(例: 里山里海湖、九頭竜川等)

B  
2  
県民協働によるサービス提供

### (1) 県民による機運盛り上げ

#### ○機運を盛り上げるためのイベント開催等

- ・県内イベントを活用した開業PRキャラバンや県民向けの出前講座、見学会の開催
- ・新幹線が映えるビューポイントの整備

#### ○観光を支える人材づくり

- ・福井の魅力を語る観光人材(例: 観光ガイド、コンシェルジュ等)の育成
- ・県民(例: 地域、団体、若者・女性等)発案の自発的取組みに対する支援

#### ○おもてなし

- ・おもてなしのための県民運動(例: 花いっぱい運動等)に対する応援

### (2) サービスレベルの向上

#### ○ビジネスとしてのサービスの提供

- ・観光事業者のサービス品質の向上および見える化(例: 国の規格認証の取得促進等)

#### ○丁寧な観光情報の提供

- ・県都の玄関口である福井駅に県・福井市協働による観光案内所を設置
- ・県内観光案内所の連携による観光・イベント情報の共有・発信
- ・民間によるまちなか観光案内等の充実

B  
3  
開業効果の全県波及

### (1) 旅行インフラの充実

#### ○駅からの二次交通の利便性向上

- ・新幹線駅から人気の観光地への直行・周遊バスの運行や路線バスの活用、交通手段の充実
- ・交通検索・予約決済機能の充実(例: 県内共通フリー切符、MaaS等)

#### ○心地良い旅行環境づくり

- ・利便性を向上させる環境の充実(例: 駐車場、案内看板、トイレ、携帯電話充電場所等)

### (2) インバウンド環境の充実

- ・外国人目線に立ったサービス(例: キャッシュレス、Wi-Fi、免税店等)や県民の受入態勢(例: 相談・ガイド窓口等)の充実
- ・外国人に対応したインフラ(例: 案内標識などの多言語化、ピクトグラム等)の充実

### (3) 新幹線駅のないエリアへの波及

#### ○周遊滞在につながるコンテンツの充実

- ・県内各エリアにおける周遊滞在型観光コンテンツの充実

#### ○周遊を促す広域観光商品の造成

- ・近隣府県との連携によるストーリー性あるツアーの造成
- ・世界に誇るコンテンツを売りとした周遊促進(日本遺産の活用等)
- ・県外からの来館者が多い恐竜博物館等からの周遊促進(例: 県内観光地などと周遊券等)

#### ○関係人口の拡大

- ・ふるさと納税を活用した着地型ツアー・体験プログラムの造成

#### ○嶺南地域への誘客拡大

- ・嶺南の玄関口である敦賀駅における観光案内の充実、交通手段の利便性向上
- ・観光拠点エリアの整備(三方五湖エリア、熊川宿周辺、若狭和田ビーチ周辺等)
- ・自然、食などを楽しむ体験メニューの充実(例: 地引網、カヤック、魚さばき等)
- ・大規模インフラや自然、歴史などを活かしたツーリズムの開発・提案  
(例: ダムツーリズム、サイクルツーリズム、年縞博物館を核としたツアー、農業体験ツアー、寺社仏閣ツアー等)
- ・嶺南地域における美術展やプロ演奏家によるコンサートの開催
- ・関西・中京をターゲットとしたツアー造成