

## 令和6年2月県議会でのブランド戦略に関する議論

○令和6年2月22日 一般質問

### 渡辺竜彦議員

北陸新幹線の開業は、福井のブランドを効果的に内外に発信するチャンス。先日公表したブランド戦略に込めた思いは？また、戦略に基づきどのように福井ブランドを県内外に発信していくのか。

### 知事

- ・ 北陸新幹線敦賀開業は、たくさんの方が福井に集まり、メディアでもたくさん取り上げられる、絶好の機会であり、多くの方に福井の良さを知ってもらい、イメージアップやファン拡大、さらには、福井に来てプレイヤーになっていただく、大きなチャンスである。
- ・ そのため、今回ブランド戦略を作成した。福井県と言えば、なんといっても千年の歴史、和紙や漆が1500年の歴史、1200年や1300年の歴史がある寺社仏閣、お水送りのような行事など、千年に達していなくても非常に長い歴史が越前・若狭の地域にはあり、他の地域と比べても特徴的なこと。さらにもう一つは、幸福度日本一、こうした豊かな暮らしが、1000年の歴史の中で培われてきて、現状としてそのような状況にある。これらは、先人のみなさんが、常に知恵と工夫とチャレンジ、こういったもので作り上げていただいたもの
- ・ 今回のブランド戦略においては、「千年文化を未来へ」を活動方針としている。長期ビジョンが「安心の福井を未来につなぎ、もっと挑戦、もっとおもしろく」となっている。これは今の暮らしの在り方が「安心の福井」で、これを未来の子ども達につないでいって、もっとチャレンジしていくという流れになっている。これをブランドにも活かそうということで、「千年文化」というものが、今の福井の在り方の基本にあるのではないかという趣旨で、それを未来につないでいく、まずは千年文化とは何かということを中心に発掘する、自分をよく知るという活動も非常に重要で、そうした見つめ直しを行いながら、それを次の世代に引き継いでいく、さらにそれをさらに発展させるための、新しいチャレンジを生んでいく、こうしたことを意味している。
- ・ ブランドというものは、あるものではなく、作り続けていく、そういうことでイメージというものは作られていくし、また変わっていくし、みんなの中にもいいものとして残っていく、こういうことだと認識している。

- ・ そういう意味では、今回のブランド戦略も、「千年文化」を軸に、福井の良さを語ったり、学んだりする参加型プロジェクト、みんなで参加しながら作り続けていくということを目指している。県民同士のコミュニケーションも大事ですし、外から見て、「福井はこういうところだ」と言っていただく、これもとても大事だと思っており、そういうことをしながら、「福井がいま、おもしろい！」という明るく、前向きな地域イメージを形成していく、こういう活動にしていきたい、戦略にしていきたいと考えている。

### 渡辺竜彦議員

「ふくい最高！プロジェクト」は、県民の地域への自信と誇りを高めるインナーブランディングを進めるのが目的と聞いているが、同プロジェクトに対する県民の反応と、今後の展開は。

### 未来創造部長

- ・ 本県の認知度や評価を高めるためには、まずは県民自身が愛着や誇りをもって福井を語れるようになることが重要であると考えており、今年度新たに「ふくい最高！プロジェクト」を始めた。
- ・ 「福井最高会議」においては、40人の若者が参加し、例えば福井最高をテーマにした文化祭イベントの開催ですとか、商店街のシャッターアートを制作して、まちづくりへの参加のきっかけとしたいとか、様々なアイデアが出されたところ。このうち、県内外の人が福井の自慢を自由に書き込める、「福井最高ボード」という掲示板を来月福井駅に設置する。
- ・ インスタグラムを活用したSNSのキャンペーンでは、約4千件の投稿があり、ワークショップに参加した30名が、写真を厳選して、そしてその後取材もして、自らガイドブックとして作り上げるという活動をしている。このガイドブックも来月発刊予定
- ・ プロジェクトの参加者からは、「福井の良さに気付く良い機会になった」ですとか、「ふるさとへの愛着が一層高まった」といった声をいただいているところであり、まだまだいろんなアイデアがあるので、今後、これらのアイデアを順次具体化させていくことによりまして、新たな仲間を増やしていきたい。
- ・ 参加型のプロジェクトを順次実施いたしまして県民の主体的な活動を広げることによって、この福井の良さをさらに深掘りしていくことで、「福井には何も無い」という声をなくしたいということを考えており、我々自身が自信を持って福井を自慢できるような地域にしていきたいと考えておりますので、これからもしっかりと取り組んでいく。

## ○令和6年3月5日 予算決算特別委員会

### 兼井大議員

「福井には何もない」と会話する若者の意識を変えるため、福井県のブランド力向上に向けて若者を巻き込んだ形でどのように進めていくのか。

### 未来創造部長

- ・ 「福井には何もない」というのは私も非常に気になっている言葉でして、こういったことをなくしていきたいという思いは同じです。周りの大人の方が、普段から何気なくこういうことをおっしゃって、それを聞いて育つ子どもたちがどんな風に気持ちが変わっていくのかということも、実は注意しなくてはいけないなと思っています。
- ・ 今回ブランド戦略案というのを出させていただきました。新幹線開業というのはいろんな方が福井に来ていただけますので、県民が自ら福井の良さを再認識する良い機会だという風に思っています。「千年文化を未来へ」という活動方針を示させていただきました。参加型で本県の良さを学んで、県内外へ伝えるプロジェクトを進めていきたいと考えています。
- ・ 先行して始めている「ふくい最高！プロジェクト」では、「福井最高会議」にたくさんの方々が参加していただきました。いろんなアイデアが出ましたけれども、その中で、「ふくい最高ボード」といって、福井の自慢を自由に書き込める大きな掲示板を、この2日に、福井駅に設置をさせていただいたところです。既に半分くらいのメッセージが埋まっているという状況です。
- ・ 大事なことは、若者が自らアイデアを出して、それを実践していくということだと思います。そのことが地域への愛着や誇りにつながると考えておりますので、引き続き、若者にそうした機会をなるべく多く持っていただくように努めてまいりますし、チャレンジ応援、これも今までどおり進めていく中で、福井の魅力を県内外に発信して、そして、福井の前向きで明るい地域イメージを形成していきたいと考えています