

「福井新々元気宣言」推進に関する政策合意

私は、知事の政策スタッフとして、「福井県民の将来ビジョン」に基づき、「福井新々元気宣言」の「元気な産業」、「元気な社会」、「元気な県土」、「元気な県政」に掲げられた政策等を実現するため、県民の理解と参加を得ながら、責任を持って職務を遂行し、次に掲げる施策・事業について重点的に実施することを西川一誠知事と合意します。

平成26年4月

福井県知事 西川 一 誠

観光営業部長 佐々木 康 男

I 26年度の基本方針

福井の力を輝かせます。

本県が全国に誇る「本物」の資源に磨きをかけ、組み合わせるなどして、福井のブランド力、魅力、人の力、発信力などをより大きなものにし、輝かせ、地域の活性化や誘客拡大につなげます。

「恐竜王国福井」をスケールアップし、「恐竜＝福井」のイメージを全国に定着させます。

日本初の野外恐竜博物館を7月にオープンし、JR上野駅における「恐竜が招く」集中プロモーション、滞在型の「恐竜王国体験ツアー」などの実施により、恐竜を活かした情報発信と誘客拡大を進めます。

また、今年2月に誕生した新恐竜ブランド「ジュラチック」関連商品の開発や販路開拓、恐竜標本の貸出し等を通じて恐竜ビジネスを拡大します。

和食を活かしたブランド戦略を強化します。

「和食」の世界無形文化遺産登録に大きく寄与した「福井の和食文化」について、特色や強みを「食の歳時記」として体系化し、県民と共動して継承・発展させながら、本県の食文化の魅力を国内外に発信し、「食の國福井」のブランド力を強化します。

また、「福井の和食文化」を体験する食旅ツアーの造成を進めるなど、観光誘客を推進します。

北陸新幹線金沢開業の機会を活かして誘客を拡大します。

北陸新幹線金沢開業に向け、目的地として選ばれるため、観光地のレベルアップやおもてなしの向上のほか、二次交通アクセスの整備や誘客・宣伝活動の強化を図ります。

嶺南・嶺北の一体化と嶺南地域への誘客拡大を進めます。

嶺北地域の小中学校が嶺南地域における体験活動を促進するなどにより、嶺南・嶺北の一体化を進めます。

「海湖（うみ）と歴史の若狭路」キャンペーンを嶺南市町と一丸となり展開し、自然景観や歴史・文化、食などを最大限に活用して、県内外からの誘客を促進します。

認知度を高めて、安心して帰住できる仕組みを作ります。

幸福度日本一や恐竜王国などのイメージを強く打ち出し福井県の認知度を高めながら、市町と共動してきめ細かに定住に必要な情報の提供や相談活動を充実し、全国から選ばれるふるさとづくりを進めます。

文化財の利活用を推進します。

文化施設等が連携し情報の収集・共有を図りながら、本県にゆかりのある重要資料の蒐集を進めます。

観光や地域づくりの素材として利活用が見込まれる文化財について、教育庁と一体となって国指定・登録や観光への利活用を進めます。

Ⅱ 26年度の施策

1 観光とブランドを産業の柱に

◇ ブランド拡大の営業戦略

○ 「ブランド営業」政策【部局連携】

- ・首都圏の観光事業者やメディアのほか、企業・団体・個人等に対する訪問回数を増やすなど、県職員の営業活動を強化し、本県の食や歴史、観光地などの魅力をアピールして、認知度の向上と誘客を進めます。
- ・福井が舞台となる、テレビ番組や映画、CMロケ地の誘致や新書の企画実現等により、パブリシティ（無償）と併せた情報発信を継続・拡大します。
- ・「サクラサク」をはじめ、これまでの映画やドラマの制作支援を通じて培った監督や出演者とのつながりを大切にしながら、新たな福井ファンを増やします。

福井が舞台となるテレビ番組、映画、新書、CM等 （平成25年度 6件）	6件
県全体におけるパブリシティ広告費換算効果 （平成25年度 約19億円）	20億円

○ダントツ日本一の恐竜博物館のさらなるレベルアップ

1 ふるさと福井が放つ「本物」戦略

- ・ 7月には実際の化石発掘現場に野外恐竜博物館を開館し、ナビゲーターの案内による本物の恐竜足跡の化石見学や化石発掘体験など、楽しみながら学べる新たな魅力を創出します。
- ・ 子供が親しみやすい恐竜関連のクラフトやキャラクターを活用し、「楽しさ」を高めて新たな魅力づくりを進めます。
- ・ 恐竜博物館に展示している全身骨格標本を中心に恐竜フィギュアを製作して、県内外のイベントや出向宣伝等において活用し、誘客拡大を図ります。
- ・ 第4次恐竜化石発掘調査や国内外の共同発掘調査・研究を継続して進めながら県立大学恐竜学研究所とも連携し、アジアにおける恐竜研究拠点としての地位を確立します。
- ・ 恐竜博物館を核とした地域への誘客について、新たな方向性を検討します。

恐竜博物館の入館者数（野外恐竜博物館を含む）	75万人
（平成25年度 70万8千人）	チャレンジ目標 80万人

○恐竜ビジネスの展開【部局連携】

1 ふるさと福井が放つ「本物」戦略

- ・ 「恐竜＝福井」のイメージ定着に向け、「ラプト」など恐竜キャラクターを活用した情報発信により、新恐竜ブランド「ジュラチック」の認知度を高めながら商品の開発・販売を拡大します。また、企業が行う恐竜関連の県産品の開発・販売を支援します。
- ・ 企業が製作する恐竜グッズの監修や都市圏で開かれる恐竜展への化石貸出しなど、本県しかできない恐竜ビジネスを展開します。

恐竜ブランドビジネスの売上規模	3,000万円
（平成25年度 約2,200万円）	
ジュラチックブランド商品数	200商品
（平成25年度 38商品）	

○一乗谷朝倉氏遺跡の観光拠点化の推進

1 ふるさと福井が放つ「本物」戦略

- ・日本一のフィールドミュージアムを目指し、遺跡全体の魅力を高めるためのグランドデザインを検討します。
- ・特に、遺跡空間全体を、往時の歴史が感じられる景観として再生していくため、上城戸区間の無電柱化を進めながら、植栽・植生の計画づくりを行います。
- ・山城の登山道の整備や復原町並を一望できる「月見やぐら展望所」の整備など、遺跡の立体的活用を進めます。
- ・「戦国あさくら市」の規模を拡大し、期間中、復原町並の無料開放を試行的に実施します。
- ・資料館では、大型企画展「戦国時代の金とガラス」や年4回の特別公開展の開催により、出土資料を積極的に公開し、展示の一層のレベルアップを図ります。

一乗谷朝倉氏遺跡資料館の入館者数
(平成25年度 5万人)

5万3千人

チャレンジ目標 5万5千人

○「福井の和食文化」の継承・発展と国内外への発信【部局連携】

1 ふるさと福井が放つ「本物」戦略

- ・県内の食の文化や歴史、食材、調理法など食に関する情報を「食の歳時記」として体系化し、県民が季節ごとに郷土料理を作り、食べる機会を増やして、「福井の和食文化」の継承・発展を促進させ、その魅力を国内外に発信します。
- ・都市圏の有名百貨店や一流ホテルが県産食材を集中的に販売・提供する「福井フェア」に併せ、「旬のふくい食彩フェア」を開催して福井の食文化や旬の食材をPRします。
- ・食の専門誌やフードジャーナリスト等に働きかけ、「食育」「食守」「和膳」など福井の食と食文化を全国へ発信します。
- ・素材にこだわる都市圏の一流ホテルや高級レストランなどに若狭ぐじや上庄里芋、地酒など旬の食材を売り込む「外商活動（アタック100）」を展開します。
- ・大本山永平寺において精進料理のこころを学び、味わうなど、観光地と地域の特色ある料理を組み合わせた食旅ツアーの造成を都市圏の旅行会社に働きかけ、観光誘客を推進します。
- ・平成27年に開催されるミラノ国際博覧会において、世界に「食の國福井」を発信するための出展準備を進めます。

郷土料理を、行事の日に合わせて販売する小売店の店舗数	新規	100店舗
ホテルや百貨店等における福井フェア開催件数 (平成25年度 20件)		23件
ホテル等における「旬のふくい食彩フェア」開催件数	新規	5件
外商活動による新規契約成立件数(累計) (平成25年度 115件)		135件
	チャレンジ目標	140件

◇ 観光を福井のリーディング産業へ

○「新たな観光戦略」の策定

- ・「新たな観光戦略」を秋までに策定し、北陸新幹線をはじめとする新高速交通ネットワークの効果や、福井しあわせ元気国体2018と東京2020オリンピック・パラリンピックの機会を最大限に活かします。

○観光地のスケールアップの加速【部局連携】

2 活気を導く高速交通時代のまちづくり

- ・あわら温泉では「芦湯」のオープンに続き、まち歩きを楽しむことができる街路整備を進めます。
- ・敦賀金ヶ崎では来年秋オープンを目指して「鉄道と港」をテーマとしたジオラマ館等の建設を、三方五湖周辺では縄文ロマンパークをはじめとした景観整備を促進します。
- ・福井浜町、永平寺門前、今庄宿および小浜西組周辺では、伝統的なまちなみや地域独自の歴史・文化を活かした景観整備による観光地の魅力アップを進めます。
- ・自然景観や歴史・文化、食などの観光素材に加え、夕日やホテル、漁火、ライトアップなど光を活かした夜間観光、朝霧や朝市など早朝観光の素材を活かし、宿泊に結びつく新たな魅力づくりを進めます。

観光入込数		1,200万人
(平成25年見込み)	1,034万人	
県内宿泊観光者数		260万人
(平成25年)	253万人	チャレンジ目標 270万人
観光消費額		1,000億円
(平成25年見込み)	836億円	

○北陸新幹線の金沢開業効果を活かす観光誘客

1 ふるさと福井が放つ「本物」戦略

- ・首都圏や北陸新幹線沿線エリアからの入込増加が見込まれる金沢駅に福井県の観光案内を行うコンシェルジュを新たに配置し、本県への誘客を進めます。
- ・北陸新幹線沿線主要駅である上野駅、大宮駅および長野駅に大型広告を掲出します。特に上野駅では恐竜を前面に打ち出し、恐竜骨格のレプリカや越前和紙で作った恐竜を展示するほか、地産品ショップ「福井のもの」を開催します。
- ・北陸新幹線の金沢開業に合わせ、全国的に知名度の高い大本山永平寺や恐竜博物館、一乗谷朝倉氏遺跡などを巡る「福井の一押しツアーバス」を運行し、本県を初めて訪れる観光客に対して福井の魅力を効果的にアピールします。

○誘客プロモーションと観光情報発信の強化

1 ふるさと福井が放つ「本物」戦略

- ・夏休みの期間中、東京スカイツリーに「恐竜王国福井PRコーナー」を設置します。また、秋には首都圏において旅行事業者を招いた旅行商品造成東京会議を開催し、福井を売り込みます。
- ・平成27年秋の北陸デスティネーションキャンペーンを前に本年10月に開催される「全国宣伝販売促進会議」において、「本県ならではの」「期間限定」といったプレミアム感を高めた特別観光素材を全国の旅行会社に売り込みます。
- ・本県の空の玄関口である小松空港に恐竜モニュメントや壁面広告等を設置し、恐竜王国福井への誘客を促進します。
- ・大手宿泊予約サイトを活用して、旬の魅力の発信により宿泊につながる観光プロモーションビデオやフリーペーパーを活用して、観光客にさらに一足伸ばしてもらえる情報を提供します。

○広域新観光の推進

1 ふるさと福井が放つ「本物」戦略

- ・石川県、富山県とは、北陸デスティネーションキャンペーンの共同開催に加え、「ふるさと祭り東京」への共同出展等を行い、北陸エリアへの誘客拡大を促進します。
- ・岐阜県とは、白山周遊キャンペーンや越前美濃街道沿線四市の販促イベントを活かした交流拡大を進めます。
- ・滋賀県、京都府とは舞鶴若狭自動車道を活用し、地域の歴史や食の魅力テーマにした周遊企画の開発を進めます。

○二次交通アクセスの拡充

- ・福井・石川両県にかかるレンタカープランの旅行商品化を進め、夏季と冬季には、あわら温泉から恐竜博物館への直行バスを運行します。

○県全体における「おもてなし力」の強化

- ・「観光おもてなし講習会」の受講対象者を一般県民にも広げ、市町等の事業とも連携して、県全体で観光客をお迎えする機運を盛り上げます。
- ・観光客の多様な要望に柔軟に対応することにより、満足度や感動を高め、リピーターの拡大を図るため、観光事業者等を対象とした実践的な「観光おもてなしスクール」を継続的に実施します。
- ・観光地の魅力や地域の歴史・伝統文化などを案内する観光ボランティアや団体の活動を促進し、観光地の魅力向上を図ります。

○嶺南地域への誘客促進【部局連携】

1 ふるさと福井が放つ「本物」戦略

(舞鶴若狭自動車道全線開通を活かした誘客)

- ・嶺北の小中学生が遠足等の校外学習を通じて嶺南の自然、文化、歴史を学ぶ機会を増やします。
- ・7月から11月に開催する「海湖と歴史の若狭路」キャンペーンにおいて、夏は「海湖と体験」を、秋は「歴史・文化」をテーマとし、ファミリー層や若者、シニア層など、ターゲットに合わせた情報発信を行います。
- ・キャンペーンの話題性を高めるため、嶺南で初めての恐竜展や嶺南6市町が参加する記念イベント等を開催することにより、県内外からの誘客拡大を図ります。
- ・NEXCO中日本・西日本等に働きかけ、福井県内全域および近畿北部エリアにおけるキャンペーン期間中の「高速道路定額乗り放題」を実現します。
- ・地元の小売店や飲食店等が参加し、嶺南における消費を喚起する「モリモリ若狭路キャンペーン」と連携し、観光消費額を拡大します。

嶺北地域の小中学生が遠足等により嶺南地域を訪れる数

(平成25年度 800人) 1万5千人

7月～11月の嶺南市町への観光入込客(対24年比) 100万人増

(平成24年同期 420万人)

（「若狭路ご膳」の普及・拡大）

- ・市町や若狭湾観光連盟等と共動し、地元の食材を使った、手頃な価格の昼食メニューを「若狭路ご膳」として提供する店舗数を増やすほか、サービスの向上や旬のメニューの拡大を促進します。
- ・「海湖と歴史の若狭路」キャンペーンと連動し、「若狭路ご膳」の県内外へのPRを強化して、食による嶺南地域への誘客を拡大します。

「若狭路ご膳」（昼食メニュー）提供店舗数	100店舗
（平成25年度 86店舗）	チャレンジ目標 120店舗

（若狭地域の歴史文化を活かした誘客拡大）

- ・仏像や祭りなど貴重な文化財の特別公開を若狭一円に拡大して実施し、若狭地域の歴史文化を発信します。
- ・寺社・庭園のライトアップや夜間公開のほか、専門家による現地ガイドの実施など、若狭の歴史文化の魅力を一層楽しめる仕掛けを作り、観光客の滞在時間の延長や宿泊につなげます。
- ・秘仏を特別公開する地域をこれまでの小浜市・おおい町に加え、高浜町と若狭町にも広げて寺社巡りツアーバス等を運行します。

特別公開の文化財	50件
（平成25年 35件）	

○「福井がわかる」ニューツーリズムの推進 1 ふるさと福井が放つ「本物」戦略

- ・この夏、大手旅行会社と共動して、恐竜博物館の特別プログラムや奥越地域の自然を体験する滞在型ツアーに加え、嶺南の海における体験プランを新設し、さらに両方が楽しめる長期ツアーを実施します。
- ・新たに中国・四国からの恐竜博物館直行バスを運行し、車内における特別解説や化石発掘体験を組み合わせた日帰りツアーを実施します。
- ・関東地区や信越地区など北陸新幹線沿線の中学生や高校生をターゲットに、恐竜や体験漁業などを組み合わせた旅行コースを企画提案し、教育旅行を誘致します。
- ・関西・中京圏の大学への営業訪問を強化し、昨年度誘致に成功した延べ6万人を上回る学生合宿を誘致します。
- ・コンベンションの誘致については、教育など本県が国内外にアピールできる分野やスポーツ大会等を中心に、国や都市圏の大学・学術機関、各種団体などへの営業訪問活動を強化します。

県外からの教育旅行者数	7万人
（平成25年 6万8千人）	チャレンジ目標 7万2千人
県内におけるコンベンション開催件数	265回
（平成25年度 227回）	

○海外からの誘客 3 新たな挑戦を生む産業政策

- ・北陸や中部圏の各県と連携し、台湾においてプロモーションや広域周遊ルートのPRを実施するなど、海外からの誘客を進めます。
- ・台湾の高校や現地旅行会社に対して漁業や陶芸等の体験ツアーを売り込むなど、東アジアからの誘客を促進します。
- ・訪日観光客の増加が見込まれる東南アジアをターゲットに、新たに設置するバンコク事務所と連携しながら、タイからの報奨旅行やシンガポールからの教育旅行を誘致します。

外国人宿泊者数	4万2千人
（平成25年度 2万8千人）	チャレンジ目標 5万人

2 生活のなかに楽しむ県民文化

◇ 生活に福井の文化

○文化財の利活用の推進【部局連携】

- ・教育庁や各文化施設が一体となった「福井コレクション推進チーム」を設置し、研究者など外部協力者からの情報も収集しながら、県外に所蔵されている福井ゆかりの重要資料の蒐集を進めます。
- ・県内の優れた祭り・行事や史跡・名勝等の国指定に向けた調査報告を取りまとめるほか、越前焼や漆器など本県に伝わる伝統的工芸や民俗技術の調査を進め、指定文化財を増やし、その保存や観光・地域づくりへの利活用を進めます。

国宝・重要文化財・県指定文化財の新規指定件数
(平成21年～25年度の平均 8.8件/年)

9件

○文化施設の活性化

- ・県外からも集客できる質が高く話題性のある企画展を計画的に開催するため、夏までに平成28年度以降の展覧会の企画案を作成します。

(美術館)

- ・ゴッホの初期作品を含むオランダ風景画展、名宝を一堂に公開する「真宗の美展」、東山魁夷をはじめとする信濃美術館コレクション展などを開催し、県内外からの集客を促進します。
- ・東京芸大や日本美術院と連携して、同大映像研究科作品の上映や院展に併せて日本画の魅力を学ぶ「天心美術塾」等を開催します。
- ・集客の目玉となる館蔵コレクションを充実するため、資料調査を進めます。

美術館の入館者数
(平成25年度 20万6千人)

24万人

(若狭歴史博物館)

1 ふるさと福井が放つ「本物」戦略

- ・7月のリニューアルオープンに合わせて「華々しい若狭の歴史」をテーマとした三部構成の記念展やリレー講演会を開催します。
- ・歴史文化観光拠点としての機能を強化するため、エントランスに案内カウンターを設置し、歴史観光のガイダンスや木簡パスポートの発行などを行い、若狭の寺社・仏閣等歴史スポットの周遊を促進します。

若狭歴史博物館の入館者数（7月～3月の9か月間） 4万8千人
（平成25年度 3万1千人）

(歴史博物館)

- ・福井ゆかりの重要資料蒐集の一環として、県外に流出した本県ゆかりの名品を一堂に集める「里帰り展」の開催準備のほか、福井出身の有名写真家の作品等の蒐集を進めます。
- ・年間を通じて開催する企画展や特別展で、県内に所在する重要文化財を積極的に公開し、県民の歴史文化遺産に対する関心をより一層高めます。また、由利公正の偉業を実物資料などで紹介する企画展の準備を進めます。

歴史博物館の入館者数 9万人
（平成25年度 8万6千人）

○子どもたちが一流の芸術・文化に触れる機会をさらに拡充

- ・子どもたちが学校、地域で芸術文化活動に親しむことができるよう、県立美術館企画展などの学校鑑賞会を推進するほか、美術館や博物館等の所蔵作品、資料を活用した出前授業等を拡充します。
- ・小学校5年生全員に県立音楽堂における本格的なオーケストラコンサートなど、本物の芸術文化に触れる機会を提供します。また、新たにモスクワ音楽院の音楽家によるクラシックコンサートを誘致・開催し、多くの県民がトップレベルの芸術に触れる機会をつくります。
- ・美術、書道、演劇、合唱、管弦楽などの分野において、中高生などが一流のアーティストから指導を受ける機会を拡充します。

一流の芸術・文化を体験する子どもの数 7万5千人
（平成25年度 7万4千人）

チャレンジ目標 7万7千人

3 豊かな環境、もっと豊かに

◇ 景観を県民資産に

○景観資源の保全と活用

- ・ふるさと福井の美しい景観を守り育てていくため、「福井ふるさと百景活動団体」と「伝統的民家保存活用推進地区」の認定・指定を進め、地域住民を中心とした景観づくり活動を支援します。また、地域と連携して、地元のランドマークとなるようなスケール感のある景観づくりを推進します。
- ・団体等の活動に関する積極的な情報発信、景観づくり活動の現場における団体同士の交流会の実施などにより、県内全域における景観づくり活動を活性化します。
- ・福井ふるさと百景をもとに、県民から公募した景観の移り変わりが分かる写真を「百景アーカイブ」として取りまとめ、県民の景観保全に対する関心を一層喚起します。

景観づくり活動に取り組む団体数

累計 30 団体

(平成 25 年度 21 団体)

伝統的民家の集積を活かした街並みや集落景観の保存活用に取り組む地区数

(平成 25 年度 18 地区)

累計 24 地区

4 「希望ふくい」のふるさとづくり

◇ 選ばれるふるさと【部局連携】

○ 県外からの定住・交流促進

- ・ふるさと帰住センターにおけるハローワークの求人情報や農業・伝統産業など様々な分野における誘致・支援に関する最新情報の一元的な提供など、定住希望者に対する情報提供を充実します。
- ・市町の受入れ態勢について、移住定住支援員の設置、定住セットプランの提供、県外における定住相談会の開催など市町の自主的な定住推進の取組みを促進します。
- ・企業の採用活動解禁時期の繰り下げ（12月から3月）により、解禁時期までの間にUターン就職に関する学生の意識が低下しないよう、都市圏における福井の業界・企業研究セミナー（ふくいDAY）拡充して開催します。
- ・首都圏に在住する福井県出身の若者の交流会を開催し、自主企画イベント等により福井について情報発信するなど、首都圏からふるさとを応援するネットワークを作ります。

新ふくい人の数	350人
（平成25年度 339人）	チャレンジ目標 370人

○ 「ふるさと納税制度」の普及推進

- ・寄付金のネット決済の手続きを6月までに簡素化し、寄付者の利便性向上を図ります。
- ・同窓会が母校に行う寄付による制度活用など、寄付したいという気持ちを高める新たな仕組みを導入し、寄付の拡大を図ります。
- ・年末調整で控除できる仕組みの導入や退職金への制度適用など、より寄付しやすくなる制度改正を他県とともに国に強く働きかけます。

ふるさと納税寄付金の寄付額	9,300万円
（平成25年度 9,006万円）	チャレンジ目標 1億円

○国際交流の推進

- ・中国浙江省等との友好交流を深めるため、研修生等の派遣・受入の実施のほか、青少年交流の促進に向けた浙江省政府との協議を進めます。
- ・ペルー大使館等と協力し、県民の異文化理解を促進させるほか、ブラジル総領事館等と連携して在住外国人への相談対応や情報提供を充実し、多文化共生を進めます。