

平成26年度「福井新々元気宣言」推進に係る政策合意の実施結果 (平成27年3月末現在)

「福井新々元気宣言」の4つのビジョンを着実に実現していくため、平成26年4月に知事と合意した「政策合意」の実施結果について、次のとおり報告します。

平成27年3月

観光営業部長 佐々木 康男

I 総括

1 福井観光新戦略の策定

- ・ 本県の観光を活気のある次のステージに引き上げ、地域間競争に打ち勝つため、「極める」、「輝かせる」、「繋げる」、「伝え、動かす」、「心をつかむ」、「世界から呼び込む」の6つを基本戦略とする福井観光新戦略を策定しました。

2 北陸新幹線金沢開業の機会を活かした誘客拡大

- ・ 新幹線金沢開業対策として、まず、7月に上野駅において、越前和紙の恐竜展示や「恐竜」を素材とした大型フラッグ広告、駅構内での出向宣伝など、「恐竜が招く」誘客プロモーションを集中的に実施しました。また、大宮での観光物産展開催や「ふるさと祭り東京」への出展（1月）、新宿駅前の百貨店での恐竜イベント（3月）等により、首都圏や沿線からの誘客拡大を図りました。
- ・ 当面の終着駅となる金沢駅では、もう一足伸ばして福井に来ていただくために、3月14日の金沢開業に合わせ、金沢駅構内の観光案内所に本県の観光案内をするコンシェルジュを配置するなど、本県の観光地をPRしました。
- ・ 今年の秋に開催される北陸デスティネーションキャンペーンに向け、「福井県特別観光素材集」をまとめるとともに、10月に富山県で開催された「全国宣伝販売促進会議」では、全国の旅行事業者に本県の食や温泉地、恐竜、文化といった魅力をアピールし、さらなる旅行商品の造成を促しました。

3 嶺南・嶺北の一体化と嶺南地域への誘客拡大

- ・ 若狭さとうみハイウェイ全線開通を機に、嶺北の小中学生が嶺南の自然、文化、歴史を学ぶ活動を支援するなど、嶺南と嶺北の交流を促進しました。
- ・ 7月から11月までの5か月間、嶺南6市町と連携し、「海湖と歴史の若狭路」キャンペーンを展開しました。このキャンペーンでは「若狭さとうみフェスティバル」や「若狭路恐竜展2014」、「若狭路物産展」などを実施して県内外からの誘客拡大を図りました。

4 「恐竜王国福井」のスケールアップ・「恐竜＝福井」のイメージ定着

- ・ 恐竜博物館の新たな魅力として7月に野外恐竜博物館をオープンしたほか、タイのシリントーン博物館との姉妹提携など、「恐竜王国＝福井」のイメージ定着に向けた情報発信を行いました。
- ・ 昨年誕生した県公式恐竜ブランド「ジュラチック」については、新たに17体のキャラクターを制作するなど、その認知度を高めながら関連商品の開発・販売を促進しました。

5 和食を活かしたブランド戦略強化

- ・ 季節ごとに本県の食文化や旬の食材、料理等をまとめた冊子「ふくい食の歳時記」を作成し、首都圏の一流ホテルやアンテナショップなどで開催した「福井フェア」や「旬のふくい食彩フェア」等でのPRに活用しました。
- ・ 世界に「食の國福井」を発信するため、「ミラノ国際博覧会」について「禅（ZEN）と精進料理の福井」をテーマとした出展計画を策定するなどの具体的な準備を進めました。

6 安心して帰住できる仕組みづくり

- ・ 東京、大阪、名古屋に設置しているふるさと帰住センターでの定住情報の発信や相談対応に加え、ハローワークの求人情報の提供や東京、大阪において市町と共働で移住定住相談会を開催するなど、情報発信・相談の充実を図ったところ、今年度の新ふくい人招致数は361名となりました。
- ・ ふるさと納税については、ふるさと応援ファンディングや母校応援寄付などの新たな仕組みを導入しました。また、市町と連携したPRや県人会や同窓会などを通じて制度周知と協力依頼を行ったところ、件数では昨年の倍以上の1,900件近くの寄付がありました。

7 文化財の利活用推進

- ・ 一乗谷朝倉氏遺跡については、本物の歴史空間としての魅力を向上させるため、グランドデザインを検討し、福井県観光新戦略にその方向性を示しました。また、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、無電柱化や植栽・植生の計画づくりを進め、遺跡全体の魅力向上を図りました。
- ・ 若狭の歴史文化を学び、楽しむことができる「若狭歴史博物館」を7月にリニューアルオープンし、周遊パスポートの発行や歴史文化観光の拠点としてのガイダンス機能を強化しました。

II 「政策合意」項目にかかる結果について

- ・ 別紙「平成26年度 政策合意項目にかかる実施結果報告（観光営業部）」のとおり

平成26年度 政策合意項目にかかる実施結果報告(観光営業部)
(平成27年3月末現在)

【実施結果の区分】

- ・目標を上回って達成しました。(例: 成果が目標を概ね2割超えて達成されたもの)
- ・目標を達成しました。(例: 成果が目標どおり達成されたもの)
- ・目標を一部達成しませんでした。(例: 成果の一部が目標に及ばなかったもの)
- ・目標にはいたりませんでした。(例: 成果が目標に及ばなかったもの)
- ・引き続き実施します。(例: 成果を上げるためには年度を超えて実行する必要があるもの)

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
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。		[成果等] 目標を達成しました。	
福井が舞台となるテレビ番組、映画、新書、CM等 6件 （平成25年度 6件） 県全体におけるパブリシティ広告費換算効果 20億円 （平成25年度 約19億円）		ブランド発信や観光誘客、企業誘致などのために首都圏等を訪問する機会を捉え、県外事務所とも連携しながら、約2,304件の事業所や個人を訪問して本県のブランドハンドブックや観光マップ等を配布するなど、全庁的な営業活動を行いました。 「日本一幸せな県」として本県を紹介する番組や恐竜博物館を舞台としたテレビドラマ等への制作協力を通じ、全国に福井の魅力をアピールしました。 御食国や北前船などの歴史や、県内各地の郷土食や食材といった本県の和食の魅力を満載した、向笠千恵子さんの新書「和食は福井にあり」の出版に全面協力しました。 俳優や歌手、スポーツ選手など、本県と関わりのある映画やドラマ等の出演者・関係者に、福井の旬の話題や最新情報を幅広く紹介・提供することにより、新たな福井ファンの拡大に努めました。 福井が舞台となるテレビ番組、映画、新書、CM等 6件 県全体におけるパブリシティ広告費換算効果 約31億円	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
○ダントツ日本一の恐竜博物館のさらなるレベルアップ ・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ブ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。		〔成果等〕 目標にはいたりませんでした。 全国で初めて、実際の発掘現場一帯をそのまま展示に活かした野外恐竜博物館を7月19日に開館しました。発掘現場までナビゲーターが同乗したラッピングバスにより往復し、子どもから大人までワクワクしながら化石発掘体験ができる魅力スポットとして、来館者から好評をいただきました。 県公式恐竜ブランド「ジュラチック」のキャラクターが、来館者のお出迎えや握手会、記念撮影等を行うとともに、クリスマス等の季節のイベントに登場するなど、楽しさを演出しました。 また、恐竜をキーワードに、恐竜パズルや恐竜だこなどを親子一緒に制作する「恐竜ふれあい教室」や「恐竜絵本の読み聞かせ会」を開催しました。 上野駅や大宮駅など首都圏や北陸新幹線沿線において、全身骨格標本や、大型フラッグ広告を掲出するなど、ダントツ日本一ブランドである恐竜を前面に打ち出した出向宣伝、誘客プロモーションを実施しました。 2年目となる第4次恐竜化石発掘調査では、複数の恐竜や翼竜の足跡化石など、貴重な資料を発見しました。 また、平成26年11月25日には、東南アジア最大級の自然史博物館であるタイのシリントーン博物館と恐竜の研究・展示に関する姉妹提携を行いました。今後、展示や研究、教育普及など学術交流を深め、アジアの恐竜研究の拠点としての発展につなげていきます。 都市圏の親子連れや子ども向けに、恐竜博物館見学等を中心に、大野市のキャンプ場での川遊びなどの自然体験を組み合わせた奥越地域への観光ツアーを開催しました。	
恐竜博物館の入館者数 75万人 (野外恐竜博物館を含む) (平成25年度 70万8千人) チャレンジ目標 80万人		恐竜博物館の入館者数 70万9千人	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
○恐竜ビジネスの展開【部局連携】 ・「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。		〔成果等〕 目標を一部達成しませんでした。 県内各地の保育園や地域イベントに積極的に参加したほか、県外の水族館等での1日館長就任や県内観光地を案内する映像の制作、新たな17体のキャラクターの発表など、「ジュラチック」を活用して「恐竜王国福井」を発信しました。 また、高校生からの商品開発のアイデア募集や街角商品PRコーナーの設置、恐竜博物館ショップでの全商品販売・開発を行いました。 シリーズ化した恐竜3Dポストカード・恐竜カレンダーの監修や大阪市や静岡市で開催された恐竜展への全身骨格化石等の貸出しなど、恐竜ビジネスを継続的に展開しました。	
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)		恐竜ブランドビジネスの売上規模 4,600万円 ジュラチックブランド商品数 83商品	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
○一乗谷朝倉氏遺跡の観光拠点化の推進 ・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。		〔成果等〕 目標を達成しました。 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、全国の中世研究の拠点・遺跡観光のゲートウェイとなる施設の整備や世界文化遺産登録を視野に入れたさらなる研究調査など、その方向性を観光新戦略の中に示しました。 10月には、史跡公園センター前から復原町並南口までの660mの区間において無電柱化が完了し、現在、復原町並南口から一乗小学校付近までの上城戸区間400mの管路埋設工事を進めています。 また、景観づくりサポーターとともに実施した遺跡内植物調査の結果を踏まえ、今後の植栽整備の方針や管理方法などをまとめました。 遺跡の立体的活用については、7月に、山頂部までの登山道整備、山頂部の灌木伐採、登山道入口や主要な遺構部への簡易案内板の設置を行いました。 11月には復原町並を一望できる「月見やぐら展望所」を整備し、一般に開放しました。 ゴールデンウィーク、8月、10月に、「戦国あさくら市」を7日間開催しました。併せて、復原町並の無料開放を試行的に実施し、1万人以上が来場しました。 一乗谷朝倉氏遺跡資料館では、9月から11月まで、大規模企画展「戦国時代の金とガラス ～きらめく一乗谷の文化と技術～」を開催し、200点以上の所蔵資料を初公開しました。また、「特別公開展」を年4回開催し、約300点の所蔵資料を初公開しました。 さらに、新発見資料「朝倉孝景自筆書状」の初公開にあわせて、テーマ展「我が国初の戦国大名 朝倉孝景の実像」を開催しました。	
〔一乗谷朝倉氏遺跡資料館の入館者数 5万3千人 (平成25年度 5万人) チャレンジ目標 5万5千人〕		〔一乗谷朝倉氏遺跡資料館の入館者数 5万7千人〕	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
○「福井の和食文化」の継承・発展と国内外への発信【部局連携】 - 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。		〔成果等〕 目標を達成しました。 福井の食や食文化に関するデータを収集するとともに、県内の食に携わる専門家との意見交換会や民俗文化の専門家などの聞き取りを行い、福井の食の体系化を進めました。 福井の和食の魅力をPRするため、福井の歴史ある食文化や旬の食材、料理などを季節ごとに整理した冊子「ふくい食の歳時記」を作成し、県外を中心に「旬のふくい食彩フェア」などで配布しました。 毎月第3日曜日から1週間、郷土料理をふるさとの味として県内の量販店等100店舗で販売するとともに、レシピの配布を行い、その普及を図りました。 日本橋三越本店や銀座三越など大手百貨店、ホテルメトロポリタンエドモントやホテルニューオータニなど有名ホテルで「福井フェア」を24件開催するとともに、新米や越前がになど、旬の食材をPRする「旬のふくい食彩フェア」を6件開催しました。 永平寺の精進料理やへしこなどの伝統的な食材、越前がになどの旬の食材を、食の専門誌や高所得者層雑誌、全国放送で取り上げるよう雑誌社やテレビ局に働きかけ、延べ49誌への掲載、47番組への登場等を通じて全国に情報発信しました。 首都圏や関西圏の高級レストランや料亭など104件に外商活動を展開し、ホテルニューグランドやパレスホテル大宮、都市センターホテルのレストランなど、新たに25事業者と県産食材活用の契約を成立することができました。 大本山永平寺の協力のもと、あわら温泉において永平寺直伝の精進料理の提供を進めるとともに、新たに作成した「福井県特別観光素材集」にも「典座直伝の精進料理ひと品」として掲載し、都市圏の旅行社に売込みました。 ミラノ国際博覧会出展を福井県の欧州での知名度向上、観光客の誘致や伝統的工芸品・県産品の販路開拓に繋げるため、食の専門家などの意見をもとに、「禅（ZEN）と精進料理の福井」をテーマにした出展計画を策定しました。	
郷土料理を、行事の日に合わせ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 23件 （平成25年度 20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） 135件 （平成25年度 115件） チャレンジ目標 140件		郷土料理を、行事の日に合わせ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 25件 ホテル等における「旬のふくい食彩フェア」開催件数 6件 外商活動による新規契約成立件数 新規 140件	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
◇ 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。		[成果等] 目標を達成しました。 観光新戦略策定委員会を設置し、市町や観光団体、議会、パブリックコメントの意見も踏まえながら、6つの基本戦略を柱とする「福井観光新戦略」を3月に策定しました。 平成27年度から5か年、この新戦略に基づき、本県観光振興を総合的かつ戦略的に推進し、平成31年度には、観光客入込数1,300万人、観光消費額1,200億円を目指します。	
○観光地のスケールアップの加速 【部局連携】 ・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、夕日やホタル、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。		[成果等] 目標を一部達成しませんでした。 あわら温泉「芦湯」を平成26年4月にオープンしたほか、3月にはメイン通りの景観整備を行い、まち歩きを楽しむ環境を整備しました。 敦賀金ヶ崎でのジオラマとレストランの機能を持つ赤レンガ倉庫や、三方五湖での特産品販売と観光案内機能を持つ道の駅「三方五湖」の整備、福井浜町でのグリフィス記念館（仮称）の整備設計を支援しました。 永平寺門前では旧参道等の整備に向けて準備を進めました。 今庄宿での北国街道の街路整備や伝統的なまちなみの保存、小浜西組周辺での芝居小屋・旧旭座を活用したまちの駅の整備を進めています。 越前大野城の早朝開館や「天空の城 越前大野城」の早朝撮影会、養浩館庭園の早朝無料開園や秋のライトアップ、若狭みほとけの里ライトアップ、縄文ロマンパークでのスターライトガーデンなど、夜間・早朝の新たな魅力づくりを進めました。	
観光入込数 1,200万人 （平成25年 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 836億円）		観光入込数 1,132万人（見込） 県内宿泊観光者数 262万人（見込） 観光消費額 876億円（見込）	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
○北陸新幹線の金沢開業効果を活かす観光誘客 ・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。		〔成果等〕 目標を達成しました。 平成27年3月の北陸新幹線金沢開業に合わせて、石川県金沢観光情報センター内に、本県の観光案内をするコンシェルジュを配置して本県の観光地をPRしています。 平成26年7月に上野駅で、初めてとなる越前和紙恐竜展示のほか、地産品ショップ「のもの」での福井の食の販売・PR、「恐竜」や「東尋坊」を素材とした大型フラッグ広告の掲出、駅構内でのあわら市等とのタイアップによる出向宣伝など、集中した誘客プロモーションを行いました。この1月には、大宮駅前の百貨店においては物産と観光展を開催して福井の魅力を発信しました。 全国的に知名度の高い観光地を巡る「福井の一押しツアーバス」は、26年10月と11月に試行運転を行い、永平寺での滞在時間を延ばしてほしいなどの声をいただきました。これらの声をもとに、行程等を見直し、北陸新幹線金沢開業当日の3月14日から本格運行を開始しました。	
○誘客プロモーションと観光情報発信の強化 ・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げながら、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。		〔成果等〕 目標を達成しました。 平成26年11月には、東京スカイツリーで、触れる化石や恐竜ベンチの設置、化石発掘現場の石の展示など「恐竜王国福井」をPRするとともに、都内ホテルで首都圏の旅行会社等と県内観光事業者が商談会を行う「旅行商品造成東京会議」を開催し、福井いち押しの観光素材や季節ごとの周遊モデルコースの提案など、福井を売り込みました。 10月に開催した「全国宣伝販売促進会議」では、県内の観光関係者約180名が参加し、一体となって、食や禅の心、温泉地、恐竜、文化財などの福井の魅力を全国から集まった約860人の旅行業者等に直接売り込み、旅行商品の造成・販売や送客を強く働きかけました。 平成26年11月、小松空港の到着ロビーに動く恐竜ロボットを設置したほか、到着手荷物受取所での恐竜フィギュアの設置など恐竜ブランドの発信を強化しました。また、航空会社と連携し、機内誌での恐竜博物館などの特集記事掲載や、機内食を通じた福井の食のPRを実施しました。 じゃらんや楽天などの大手宿泊予約サイトを活用し、夏は福井の海湖や新鮮な海の幸、秋には「越前がに」や「若狭ふぐ」などの食や周遊バスの情報などを発信しました。	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
○広域新観光の推進 ・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をテーマにした周遊企画の開発を進めます。		〔成果等〕 目標を達成しました。 1月には、東京ドームにおいて開催された「ふるさと祭り東京2015」に初めて出展し、福井の旬の味覚や伝統的なまつりなどの福井の魅力を発信しました。 さらに、北陸新幹線沿線主要駅である大宮駅では、恐竜骨格模型の展示や水仙娘による越前水仙のPRなどの出向宣伝、大宮駅前の百貨店では物産と観光展を行いました。 環白山の魅力発信のため、石川県および岐阜県と連携し、関西・中京のマスディア12社・13誌に対して出向宣伝等を行いました。 高速道路定額乗り放題プランの実施に合わせて、福井、滋賀、京都を巡るモデルコースを設定し、パンフレットの相互設置や共同出向宣伝等を行いました。	
○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。		〔成果等〕 目標を達成しました。 あわら温泉から恐竜博物館への直行バスについては、夏期および冬期に計74日間運行し、特に夏期の利用者については前年と比べて約4割の増加となりました。	
○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。		〔成果等〕 目標を達成しました。 福井市内において開催した「観光おもてなし講習会」には、一般県民を含む約150人の参加があり、北陸新幹線金沢開業に向けた誘客の機運を盛り上げました。 「観光おもてなしスクール」を3月に嶺北・嶺南において開催しました。スクールでは、すぐに実践できる「おもてなしのコツ」などを観光客と接する機会の多い観光事業者に伝え、北陸新幹線金沢開業後の接客対応に備えました。 福井県観光ボランティアガイド連絡協議会が「語り部発表会」を9月に、「研修会」を12月に実施し、それぞれ約80人の参加があったほか、嶺南・丹南においてはユニバーサル・スタジオ・ジャパン（U S J）から専門のコーチを招き、約60名の参加のもと、ガイド技術向上研修を実施しました。 7月にオープンした野外恐竜博物館のナビゲーターに対しても、U S Jのコーチによる実地研修を行い、おもてなしの技術を向上させました。	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
○嶺南地域への誘客促進【部局連携】 （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。		〔成果等〕 目標を一部達成しませんでした。 若狭さとうみハイウェイ全線開通を機に、嶺北の小中学生の嶺南地域での体験活動を支援したほか、小中学校を通じて夏休み期間中などに嶺南地域を訪れるよう働きかけました。 7月から11月までの5か月間、嶺南6市町と連携し、「海湖と歴史の若狭路」キャンペーンを実施し、期間中、嶺南地域には昨年と比べて55万人増、約489万人の入込がありました。 夏や秋の魅力を掲載したパンフレットを作成し、県内の観光地のほか、高速道路サービスエリア等に設置したほか、ファミリー層や若者にはじゃらん等の旅行情報誌、シニア層には旅の手帖や旅行読売等の旅行雑誌など、ターゲットを絞った情報発信を行いました。 全線開通を記念した「若狭さとうみフェスティバル」や「若狭路恐竜展2015」の実施、嶺南6市町が参加する「若狭路物産展」、リニューアルした若狭歴史博物館での企画展など、これまでにない誘客企画により県内外からの誘客拡大を図りました。 近畿地方整備局やNEXCO中日本・西日本等と連携した定額乗り放題プランを実現し、県内を縦断するエリア設定等により県外からの誘客をはじめ、嶺南・嶺北の交流促進を図りました。 「モリモリ若狭路キャンペーン」などの関連事業と連携し、パンフレット等への共同掲載や出向宣伝などでの共同PRを行い、嶺南地域への誘客に加え、消費拡大も図りました。 さらに、夏・秋のキャンペーン効果を持続させ、若狭さとうみハイウェイの利用促進を図るため、若狭路の冬・春の味覚や伝統行事などの魅力を県内外に発信するキャンペーンを実施しました。	
〔 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 1万5千人 （平成25年度 800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）		〔 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 延べ約3万人 7月～11月の嶺南市町への観光入込客（対24年比） 68万人増	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
(「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。		地元市町や観光協会、商工会議所等と共動して、「若狭路ご膳」の店舗数の増加に努めたところ、現在では101店舗で126メニューが提供されています。 登録店を対象として、成功事例を学ぶ研修会や意見交換会を開催し、PRの強化等を図りました。 冬には、若狭ふぐなど、旬の食材を使用した10の期間限定メニューを提供しました。 「海湖と歴史の若狭路」キャンペーンのオープニングイベント「若狭路さとうみフェスティバル」では6店舗が「若狭路ご膳」を提供しました。また、「若狭路海鮮どんぶりコンテスト」の開催や若狭路冬・春キャンペーンと連動した宿泊者へのランチクーポンの提供などを行い、食による嶺南地域への誘客促進を図りました。	
「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		「若狭路ご膳」(昼食メニュー)提供店舗数 101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「みほとけの里若狭の秘仏」を、公開期間を昨年度よりも1か月長い9月中旬から11月下旬までに延長するとともに、公開エリアを、若狭町と高浜町を加えた1市3町に拡大して実施しました。期間中、通常非公開の仏像等の文化財31か寺68件を公開し、延べ2万5千人が訪れました。 H26 小浜 37件、おおい 15件、高浜 9件、若狭 7件 (H25 小浜 22件、おおい 13件) このほか、国選択無形民俗文化財「和久里壬生狂言」の6年に1度の開催年であったことから、パンフレットやインターネットを通じて県内外に情報発信しました。 特別公開の期間中、国宝、重要文化財の寺院建造物や名勝庭園延べ5か所のライトアップを実施し、これに合わせて夜間公開や茶会、音楽会などのイベントを実施しました。また、旅行会社に働きかけて専門家によるガイド付きツアーを実現しました。アンケート結果では約8割が県外からの来訪者で、そのうち半数が県内に宿泊しました。 秘仏公開に合わせたバスツアーについては、参加者数は前年と比べて327人、75%増の763人となりました。	
特別公開の文化財 50件 (平成25年 35件)		特別公開の文化財 68件	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
○「福井がわかる」ニューツーリズムの推進		〔成果等〕 目標を一部達成しませんでした。	
- 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。		通常は体験できない恐竜博物館の研究室見学、化石レプリカづくりといった博物館の特別プログラムや、野外恐竜博物館での化石発掘体験、奥越のキャンプ場でのアウトドア体験や大野まちなか散策などの滞在型ツアーを実施するとともに、嶺南の海における体験プランを新設しました。 広島バス会社との共同企画により、中国地方発の恐竜博物館直行バスプランを作りました。 関東の中学校などに対して延べ86回の訪問営業を実施し、修学旅行を含む体験学習等については、ほぼ昨年並みの1万人余りを誘致しました。このうち、修学旅行については昨年比75%増の771人となっています。 関西圏・中京圏の大学への営業訪問を強化し、目標を上回る6万8千人の学生合宿を誘致しました。	
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)		県外からの教育旅行者数 7万9千人 県内におけるコンベンション開催件数 242回	
○海外からの誘客		〔成果等〕 目標にはいたりませんでした。	
- 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。		上海や香港、台湾の国際旅行博に北陸や中部圏の各県と連携して出展し、本県のプロモーションや広域周遊ルートのPRを行うなど、誘客拡大を図りました。 台湾の高校や現地旅行会社への誘客活動により、本年度の台湾からの教育旅行は昨年より2校39人多い、過去最高の7校260名となりました。 本県のバンコクビジネスサポートセンターや石川県シンガポール事務所と連携し、現地からの報奨旅行や教育旅行の誘致活動を行いました。また、今年2月には福井県内を視察したタイ観光サービス協会とメディア30名に対して、本県の観光地やおもてなしをアピールしました。	
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		外国人宿泊者数 3万1千人	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
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。		〔成果等〕 目標を達成しました。 5月28日に、「福井コレクション推進チーム」を設置し、「朝倉孝景自筆資料」など13件の重要資料を蒐集しました。「越前和紙」については、世界無形文化財遺産登録を目指し、文化庁調査官の指導のもと、3月末に越前和紙技術保存団体を設立しました。 8月に、「福井農林・藤島遺跡出土品」が国の重要文化財に指定されました。 「絹本著色阿弥陀三尊来迎図」他8件を県指定文化財として指定しました。 平成24年度に着手した「神子の正月行事（若狭町）」、「みやあげ（敦賀市）」などの県内の主要な「祭り・行事」に関する調査を終了し、報告書を刊行しました。 「越前焼」については、国の重要文化財指定に向け、試掘調査を2カ所で実施しました。 越前市の三田村氏庭園が国の名勝になることが決定したほか、勝山市の平野氏庭園の調査を実施しました。	
〔 国宝・重要文化財・県指定文化財の新規指定件数 9件 （平成21年～25年度の平均 8.8件） 〕		〔 国宝・重要文化財・県指定文化財の新規指定件数 10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。		〔成果等〕 目標を達成しました。 7月に平成28年度と平成29年度展覧会の企画案を作成しました。 美術館では、夏休み期間中に、「ゴッホの原点 オランダ風景画展」（2万人入場）、9月からは、「真宗の美 一親鸞と福井、ゆかりの名宝」（2万3千人入場）を開催しました。特に、「真宗の美」では、調査の過程で、県内寺院から北陸初となる「木造親鸞聖人坐像」を発見し、特別公開を行いました。 また、2月から、ふるさと知事ネットワークのつながり活かし、本県と長野県信濃美術館が所蔵する日本画の名品を一堂に集めた展覧会「東山魁夷と信州ゆかりの作家たち」（開催中）を開催しました。 ゴールデンウィークに、東京藝術大学との連携による「藝大アニメ in 福井」を開催し、若手クリエイターの作品鑑賞の機会を創出したほか、11月からの「院展」にあわせて日本画の魅力を学ぶ「ふくい天心美術塾」を開催するなど、新たな利用者層の拡大を図りました。 集客効果が高いと見込まれる貴重な資料について、蒐集の候補リストを作成しました。今後、このリストをもとに、館蔵コレクションを充実していきます。	
〔 美術館の入館者数 24万人 （平成25年度 20万6千人） 〕		〔 美術館の入館者数 24万人 〕	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
(若狭歴史博物館) ・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。		多彩な仏像や祭礼に焦点を当てるとともに、それらの豊かな文化がいかに育まれてきたかを時系列で学べる工夫を凝らし、展示の充実を図ったことから、前年比約3倍となる入場者が県内外から来訪しました。 博物館の案内カウンターでは、若狭地域の寺社や博物館で特典を受けられる木簡パスポートを5千枚発行し、約1万人が当館を拠点に周辺の歴史・観光スポットを周遊する動きを促進しました。	
〔 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) 〕		〔 若狭歴史博物館の入館者数 (7月～3月の9か月間) 4万9千人 〕	
(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。		本県ゆかりの名品を一堂に集める「里帰り展」(平成27年10月予定)の開催準備を進め、福井出身の有名写真家・丸木利陽の作品などを蒐集しました。 特別展「敦賀湊と三国湊」や企画展「白山曼荼羅-描かれた神々と観音信仰-」、「三国の古刹 滝谷寺の宝物展」の開催など、年間を通じて、県内に所在する国宝・重要文化財を積極的に公開しました。 また、今年新発見された坂本龍馬の書簡から、幕末維新期に活躍した由利公正の事績を紹介する「越前に由利公正あり-龍馬の手紙に記された三岡八郎とは-」を開催し、本県ゆかりの歴史文化遺産への関心を高めました。	
〔 歴史博物館の入館者数 9万人 (平成25年度 8万6千人) 〕		〔 歴史博物館の入館者数 9万1千人 〕	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
○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。		〔成果等〕 目標を達成しました。 子どもたちの芸術・文化体験を推進するため、美術館での「ゴッホの原点 オランダ風景画展」の学校鑑賞会（38校、1,809人参加）や夏休み期間中に「夏休み宿題応援券（無料）」を利用し宿題の一環としての鑑賞（3,648人参加）のほか、県立美術館の所蔵作品、資料を学校の授業で直接鑑賞する「ふれあいミュージアム」（1,239人参加）、県立音楽堂や地域の文化会館等で児童・園児に音楽に関心を持ってもらうきっかけづくりとする「ふるさと子どもコンサート」（5,428人参加）などを開催し、子どもたちに芸術文化に親しんでもらう場を提供しました。 県内の小学5年生全員を対象に県立音楽堂でのプロオーケストラの鑑賞と、県立美術館での菱田春草の名作「落葉」の鑑賞を組み合わせた「ふれあい文化子どもスクール」（7,165人参加）を開催しました 10月に敦賀市と福井市でモスクワ音楽院の音楽家等による無料コンサートを開催し、より多くの県民がトップレベルの芸術に触れる機会を提供しました。併せて弦楽器クリニックを開催し、県内の小中学校の児童・生徒（40名）が、モスクワ音楽院の音楽家等から直接指導を受けることができる貴重な機会を設けました。 福井の芸術文化を担う人材育成として、県立美術館において、美術作家を目指す中高校生が、一流の美術作家や大学の先生から日本画の実技等を学ぶ「ふくい天心美術塾」（116人参加）や美術、書道、演劇、合唱、管弦楽などの分野において、中高校生が一流のアーティストから直接指導を受ける「ヤング・アート・キャンプ」（991人参加）などを開催しました。	
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		一流の芸術・文化を体験する子どもの数 7万5千人	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
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。		〔成果等〕 目標を達成しました。 福井ふるさと百景選定地で、ビューポイントや散策道の整備、植栽、景観に親しむイベントの開催など景観の保全・活用に取り組む「福井ふるさと百景活動団体」を今年度新たに10団体認定し、その活動を支援しました。 また、伝統的民家が集積している福井らしい集落や街並み景観の保全に取り組む「伝統的民家群保存活用推進地区」を今年度新たに6地区指定し、その活動を支援しました。 百景選定地のうち6か所において、眺望障害木の伐採や散策道の整備などを行い、ビューポイント「百景の丘」として、ホームページで発信しました。 県民による景観づくり活動が継続・活性化するよう、相互の情報交換の場として景観づくり団体交流会を11月に勝山市平泉寺で開催しました。交流会では、団体が活動している地区の視察や意見交換を行いました。 過去の景観写真を県民から募集し、時代の変化に伴う景観の移り変わりをホームページ上に「百景アーカイブ」として広く公開しました。	
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 累計24地区 (平成25年度 18地区)		景観づくり活動に取り組む団体数 累計31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 累計24地区	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
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）を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。		[成果等] 目標を達成しました。 オンラインシステムを利用し9月からハローワークの求人情報を提供するとともに、農林水産部等とセミナー・相談会を共催するなど、情報提供を充実しました。 市町の受入れ体制整備のため、移住相談窓口となる移住定住支援員を8市町が配置しました。また、東京・大阪で開催した移住定住相談会には、延べ9市町が参加し、各市町の魅力や支援制度を紹介するとともに個別相談を実施しました。 11月から2月にかけて、東京・名古屋・関西において各3回ずつ、福井県内の企業を知るための業界・企業研究セミナーを開催したところ、245名の参加がありました。 首都圏在住の福井県出身の若者を対象に、本県出身の企業経営者等との交流会を開催（9月）するとともに、中核メンバーの自主企画により学生の就活相談会やSNSによる福井の情報発信などを行いました。	
〔 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 〕		〔 「新ふくい人」の数 361人（見込） 〕	
○「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。		[成果等] 目標を達成しました。 ネット決済手続きを簡素化し、寄付手続きにかかる時間を従来の約2日から約1時間に短縮しました。 ふるさと応援ファンディングや母校応援寄付などの新たな仕組みを導入しました。また、市町と連携したPRや県人会や同窓会などを通じ、制度周知と協力依頼を行ったところ、件数では昨年の倍以上の1千9百件近くの寄付がありました。 ふるさと納税制度が、寄付者にとってより利用しやすい制度となるよう制度改正や控除対象寄付金の上限額の引き上げなどを国に要望し、確定申告の不要化（一定条件下）、特例控除の限度額引き上げを実現しました。	
〔 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 〕		〔 ふるさと納税寄付金の寄付額 1億73万円（見込） 〕	

役職	観光営業部長	氏名	佐々木 康男
項 目		実 施 結 果	
○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。		〔成果等〕 目標を達成しました。 中国浙江省から研修生等の派遣・受入を行ったほか、浙江省各市児童訪問団等の受入れの際に、交流日程の充実を行うとともに、交流の途絶えていた学校間交流を復活させるなど、青少年交流を促進しました。また、友好提携を結んでいる県内6市と浙江省6市との間で小中学生の書画交換を行い、県国際交流会館等において展示しました。 ペルー大使館と協力し、2月には駐日大使による講演会や民族衣装やパネルの展示によるペルー文化の紹介、ペルー料理の試食等を行い、県民の異文化理解を深めました。また、9月にブラジル移動総領事館を開催し、パスポート交付等の各種申請受付や法律・医療相談等の実施、副領事による異文化理解講演会等を実施しました。	