

平成21年度「福井新元気宣言」推進に係る政策合意の実施結果 (平成22年3月末現在)

「福井新元気宣言」の4つのビジョンを着実に実現していくため、平成21年4月に知事と合意をした「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22年3月

観光営業部長 小寺英樹

I 総括コメント

1 営業活動の全県展開

- ・ 営業戦略会議を設置して「営業指針」を決定し、「恐竜」「食」「学力・体力日本一」などのふくいブランドを首都圏中心に部局が連携して売り込みました。
その結果、人的ネットワークを活かした民間企業とのコラボレーションやメディアへの素材提供につながり、全国に福井の魅力をアピールすることができました。
年度後半には、部局横断型の営業ユニットを編成するなど全庁的な営業体制を強化しました。県内企業からも共動営業の要請があるなど、徐々に浸透しつつあります。今後は、営業先の確保・拡大に努めていきます。
- ・ 人とのつながりを広げる活動を積極的に行い、営業の基盤づくりを進めました。
特に、幕末福井(歴史系出版社・編集者、歴史小説家、歴史研究者)、映画(映画監督、プロデューサー、配給会社、)、デザイナー(建築家、照明デザイナー、プロダクトデザイナー)、食(ホテルレストラン、催事担当者)などの分野で人的ネットワークが飛躍的に拡大しました。
今後も、その関係を維持しながら、さらにネットワークを拡大し、営業展開を進めます。
- ・ 県、観光連盟、市町、観光事業者が一体となり、新たに、GW期間中や夏休み期間中等を捉えて、高速道路SAや北関東・中国地方の主要駅における出向宣伝、市場調査等を実施しました。
また、日頃の営業活動の中で、売り先の動向を徹底して分析するなどマーケティング活動を行いました。
- ・ 職員に民間営業の基礎を習得させるための営業力向上研修やマーケティングの基礎を学ぶ特別専門研修、県の営業実例に基づいた事例研修を行い、常に顧客の視点に立った営業活動ができる組織風土づくりを推進しました。

2 「ブランド営業」政策

- ・ 県内産地の売り込みニーズに対して、県の関係部局が連携して営業戦略を構築し、生産者とともに大都市の百貨店やホテル業界に共動営業を行いました。
その結果、県産食材を使用した新商品の開発・販売を行う「福井フェア」の開催が実現し、伝統工芸品の実演販売やレストランでの食材提供につながりました。また、県内産地や市町など関係者の共動営業や販路開拓への意識が急速に高まっています。
- ・ 学力については、出版社などとの人的ネットワークを活かして営業活動を行い、本の出版やシンポジウムの開催につながりました。
今後は、こうした活動成果を基盤として、さらに営業活動をステップアップします。

- ・ 「恐竜ブランド」については、世界的にも価値の高いカマラサウルスの全身骨格化石の購入や開館10周年に向けて展示内容の充実を行い、博物館の新たな魅力づくりを行いました。また、恐竜を活用した商品開発や東京や大阪での企画展示の開催など「恐竜ブランド」を活用し、県外へのPRを展開しました。その結果、恐竜博物館の年間入館者数は初めて40万人を超え、42万人の目標を達成することができました。
- ・ 幕末福井については、県内外で講演会をシリーズで開催しました。千代田区や荒川区、明治大学など、都内のゆかりの地においてパネル展やシンポジウムを開催し、幕末福井をPRしました。その結果、目標を上回る県内外の多くの方々に、幕末期の福井の活躍や役割を知ってもらうことができました。

3 「ふるさと営業」政策

- ・ 「ふるさと納税」については、新たに「ゆうちょ銀行」で寄付できるよう手続きを改善しました。
また、市町と一体となったPR活動を推進するとともに、「ふるさと納税情報センター」ホームページに自治体の寄付金活用事例等を紹介するページを新たに開設するなど、ふるさと納税の一層の推進に努めた結果、平成21年の寄付件数は、昨年実績(432件)を上回る488件となり、全国トップクラスを維持することができました。
- ・ 「ふるさと帰住」については、これまでの東京、大阪に加え、新たに名古屋と金沢に「ふるさと帰住センター」相談窓口を設置して、社会人のU・Iターン促進に努めました。
学生に対する施策として、県内企業を訪問する父母向けのバスツアーを実施するなど、新たな視点でのUターン就職を促進しました。
その結果、県の事業を通じて「ふるさとふくい」に帰住された人の数は、初めて年間1千人を超え、目標を大きく上回る実績となりました。

4 ブランド複合型の観光産業

- ・ 観光の振興については、今年度からの新しい観光推進計画「新ビジットふくい推進計画」に基づき、具体的な活動を行いました。特に、観光地整備のための「目玉となる観光地づくり」を推進する地域として、「あわら温泉」「東尋坊」「永平寺」を選定したほか、広域観光の推進や首都圏からの誘客など、新しい計画の視点を取り入れた観光振興に努めた結果、観光客入込数は5年連続で増加しました。
- ・ 今後、観光客入込数1,100万人、観光消費額1,000億円など、新ビジットふくい推進計画の目標達成に向け、高速道路の無料化を好機ととらえ首都圏や中国地方等からの誘客強化、教育旅行の全県的な誘致促進、海外の旅行会社に対する働きかけの強化や外国人向けの利便性・サービスの向上等を図り、中国人をはじめとする外国人観光客の積極的な誘致などを進めていきます。
- ・ 東アジア市場への輸出支援については、県内企業と香港・上海の海外事務所との共動営業を行うなど、日本酒や食品、眼鏡の分野において、目標を上回る新規輸出支援を行いました。今後、中国をはじめとする東アジア市場の動向を的確にとらえ、現地での共動営業活動を一層強化していきます。また、新たな販路開拓の手法として、中国向けにインターネットを活用して県産品の販売を支援していきます。

II 「政策合意」項目に係る結果について

- ・別紙「平成21年度 政策合意項目に係る実施結果報告(観光営業部)」のとおり

平成21年度 政策合意項目に係る実施結果報告(観光営業部)

(平成22年3月末現在)

【取組結果の区分】

- ・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のあるもの)

役職	観光営業部長	氏名	小寺 英樹
項目		実施結果	
1 営業成果のレベルアップ		〔成果等〕 引き続き実施します。	
◇ 「ブランド営業」政策【部局連携】		「恐竜」、「食」、「学力・体力日本一」などのふくいブランドを首都圏のメディアを中心に積極的に売り込んだことにより、目標を上回るパブリシティ効果を得ることができました。さらに、人的ネットワークを生かした営業活動を展開した結果、共動営業や県外企業とのコラボレーションについても目標を上回る成果を挙げるすることができました。	
・メディア戦略と企業コラボの推進 全国メディアを最大限に活用した情報発信や県外企業とのコラボレーション等を実施します。		具体的には、銀座三越において「福井フェア」を開催し、越前がに等の物産やテナントによる県産食材を活用した創作料理の販売・提供を行ったほか、藤田観光グループの椿山荘において、伝統工芸品等の展示・販売等を行う「1500年の伝統美 福井展」の開催や系列レストラン16箇所において食材を活用したメニューの開発・販売に結びつけることができました。 いずれも消費者等から高い評価を得、商品の一部については継続取引につながりました。	
県全体でのパブリシティ広告費換算効果 (平成20年度 約12億円) 14億円 (うち恐竜、学力、幕末福井の 広告費換算効果 1.0億円) (うち東京事務所) パブリシティ件数 (平成20年度 317件) 317件 広告費換算効果 (平成20年度 4.9億円) 4.9億円 (うち大阪事務所) パブリシティ件数 (平成20年度 193件) 193件 広告費換算効果 (平成20年度 1.2億円) 1.2億円		今後、福井の食材や伝統工芸品等を首都圏で販売するための商品開発や新たな販路先の開拓に力を入れていきます。	
人的ネットワークをブランド営業に活用した件数 10件 県外企業とのコラボレーション実現数 (平成20年度 21社) 25件 【チャレンジ目標 30件】 共動営業により事業化した件数 (企業誘致除く) (平成20年度 6件) 10件 ブランドづくりを行う地域のグループ 等が県外で販売活動を行った件数 5件 首都圏において福井県に訪れたいと 思う人の割合 (平成20年度 39.1%) 44%以上		人的ネットワークを活用した営業については、「学力・体力日本一」に関して本の全国出版につなげることができ、さらに、大手進学塾に働きかけて、福井の学力をテーマとしたシンポジウムを実現し、首都圏を中心に全国への情報発信につなげることができました。	
		県全体でのパブリシティ広告費換算効果 14.3億円 (うち恐竜、学力、幕末福井の 広告費換算効果 2.6億円) (うち東京事務所) パブリシティ件数 368件 広告費換算効果 6.4億円 (うち大阪事務所) パブリシティ件数 205件 広告費換算効果 1.2億円	

平成21年度 政策合意項目に係る実施結果報告(観光営業部)

(平成22年3月末現在)

【取組結果の区分】

- ・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	小寺 英樹
項目		実施結果	
<p>・幕末福井の全国アピール 専門家や県民の参画を得て、幕末期の福井と人物の文献調査研究、現代語訳、講座の開催などをスタートさせます。 また、これらの成果を活用して、小説家や出版社等に働きかけ、幕末の福井を舞台とする歴史小説の執筆を目指します。 さらに、「幕末福井」を首都圏において集中的に発信します。</p> <div style="border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> 首都圏でのシンポジウム、 関連講座等のイベント参加者 20,000人 </div>		<p>[成果等] 目標を上回って達成しました。</p> <p>幕末期の福井をテーマにした講演会を県内外でシリーズで開催しました(全15回)。また、首都圏では、千代田区(福井藩上屋敷跡)や荒川区(橋本左内没地)等の都内ゆかりの地でのパネル展や明治大学においてシンポジウム等を開催するなど、幕末期に果たした福井の役割や活躍等を目標を上回る県内外の多くの方々に知ってもらうことができました。</p> <p>調査研究については、松平春嶽関連文献(『逸事史補』、『奉答紀事』)の現代語訳や幕末期の福井城周辺地図の作成しており、今後は、これらの資料等を使って小説家や脚本家等に対し、福井を舞台とした小説の執筆や映像化に向け働きかけます。</p> <div style="border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> 首都圏でのシンポジウム、 関連講座等のイベント参加者 25,065人 </div>	
<p>◇ 「ふるさと営業」政策【部局連携】</p> <p>・「ふるさと貢献」の促進 ふるさと納税については、前年比20%増の寄付件数を目指します。 このため、本県が運営する「ふるさと納税情報センター」において、新たに各自治体の寄付金の活用事例を掲載するなど機能の充実を図ります。 また、寄付する方が身近にある金融機関を利用できるシステムを実現します。さらに、国に対しては、給与所得者が年末調整で控除できる仕組みを実現することなどを、他県と連携して強く働きかけます。</p> <div style="border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> ふるさと納税寄付金の件数 500件 (平成20年 432件 (人口比全国1位)) 【チャレンジ目標 600件】 </div>		<p>[成果等] 目標にはいたりませんでした。</p> <p>市町と一体となったPR活動や、県単位の県人会に加え、市町単位で開催する県人会や同窓会を通じ、積極的にふるさと納税制度の普及を行った結果、平成21年の寄付件数は昨年実績を上回る488件となり、全国トップクラスを維持することができましたが、目標にはいたりませんでした。</p> <p>ホームページ「ふるさと納税情報センター」では、自治体の寄付金活用事例などの推進方策を紹介する「自治体のふるさと納税推進事例」を新たに設けるとともに、全国の寄付状況も迅速に更新し、制度の一層の普及定着に努めました。</p> <p>5月には、制度をより利用しやすく簡便なものとするため、「ゆうちょ銀行」においても寄付できるよう手続きを改善した結果、寄付者全体の8割の方の利用があり、より身近な制度として定着を図ることができました。</p> <p>また、12月には、制度の取組みに積極的な7県と連携し、国に給与所得者が年末調整で控除できる仕組みを実現することなどの制度改善を要望しました。</p> <p>今後も、ふるさと納税制度の提唱県として、先頭に立って制度のPR・普及・改善提案を継続的に進めていきます。</p> <div style="border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> ふるさと納税寄付金の件数 平成21年(1月～12月) 488件 </div>	

平成21年度 政策合意項目に係る実施結果報告(観光営業部)

(平成22年3月末現在)

【取組結果の区分】

- ・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	小寺 英樹
項目		実施結果	
<p>・「ふるさと帰住」の促進 今年度を初年度として今後3年間で、ふるさと福井への帰住者 3,000人を目指します。 このため、東京、大阪に加え、新たに名古屋、金沢に「ふるさと帰住センター」相談窓口を設置して、Uターン、Iターン希望者と県内企業の求人ニーズをマッチングさせるとともに、市町と連携してきめ細かな定住相談を行い、ふるさと帰住を促進します。</p> <p>〔ふるさとふくいに帰住する人の数 (平成20年度 908人) 950人 【チャレンジ目標 1,100人】 *22年度1,000人 23年度1,050人 (平成21~23年度 計3,000人)を目標</p>		<p>〔成果等〕 目標を達成しました。</p> <p>東京、大阪に加え、新たに、Uターン率の高い名古屋、金沢に「ふるさと帰住センター」を設置した結果、特に名古屋は相談件数においても東京、大阪を大幅に上回り、中京地区からの社会人のU・Iターン者は大幅に増加しました。 また、学生のUターン就職については、保護者向け県内企業見学会を行うなど、新たな視点で取り組んだ結果、例年1月に開催している合同企業説明会「ふるさと企業魅力発見フェア」への参加者が前年比約100人増となるなど、成果を上げることができました。 こうした活動の結果、ふるさとふくいに帰住する人の数は1,017人となり、平成20年度の実績(908人)を1割以上上回りました。</p> <p>〔ふるさとふくいに帰住する人の数 1,017人</p>	
<p>2 地域を支え世界に広がる福井の産業 ◇ ブランド複合型の観光産業【部局連携】 ・エリアでもてなす観光地づくり 地域別新定番コースを造成し、各地域のコースを結んだ新たな観光エリアを確立します。 特に、首都圏を中心とした出向宣伝、商談会活動など、旅行代理店、旅行者に対する誘客活動を県、観光連盟、市町、関係団体が連携し、総力を挙げて実施します。</p> <p>〔観光客入込数(平成20年 1,026万人) 1,040万人 【チャレンジ目標 1,060万人】 観光消費額 (平成20年 840億円) 870億円 【チャレンジ目標 900億円】 地域別新定番観光コースの造成 5コース 新しく確立する観光エリア数 2エリア</p>		<p>〔成果等〕 目標を一部達成しませんでした。</p> <p>県内4地域で地域別の観光推進会議を開催し、公共交通機関を活用して県内の観光地を巡る「おすすめ観光モデルルート」を掲載した観光ガイドブックや地域別の観光素材集を作成しました。また、観光連盟、市町、観光協会等とともに、県内外の高速道路SAや北関東や中国地方のJR主要駅での出向宣伝、旅行会社訪問を行うなど、県外観光客や旅行会社への売り込みを図りました。 これらに加え、目玉となる観光地づくりの推進、福井坂井広域観光圏における周遊バスの運行など、観光地の魅力アップと周遊観光を進めた結果、宿泊客数は伸びず観光消費額は目標に及ばなかったものの、観光客入込数は目標を達成することができました。</p> <p>〔観光客入込数 1,044万人 観光消費額 824億円 地域別新定番観光コースの造成 観光ガイドブックで10コースを造成 新しく確立する観光エリア数 県内4エリアで観光素材集を作成</p>	

平成21年度 政策合意項目に係る実施結果報告(観光営業部)

(平成22年3月末現在)

【取組結果の区分】

- ・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	小寺 英樹
項目		実施結果	
<p>・教育旅行の推進</p> <p>リピーターの確保につながる教育旅行の推進を図るため、県外からの大学ゼミ、スポーツ合宿等の誘致を、関西・中京地区に焦点を絞って実施します。</p> <p>このため、今年度は新たに庁内に課題解決プロジェクトチームを設置し、万全な受け入れ態勢を整備します。</p>		<p>[成果等] 目標を達成しました。</p> <p>県外事務所、観光連盟、市町、観光協会と連携し、県外の学校や旅行会社に積極的な情報発信を行うなど、営業活動に努めた結果、本県への教育旅行者数は、前年度に比べ4,166人増加し、目標を達成しました。</p> <p>また、部局横断による課題解決プロジェクトチームを設置し、関西・中京圏からの小中学校の体験旅行はもとより、特に首都圏からの高校の修学旅行、大学の合宿を誘致するための具体的な方策等について検討しました。新年度から、教育旅行の誘致活動を全県的に強化していきます。</p>	
<p style="font-size: 2em;">{</p> <p>県外からの教育旅行者数 (平成20年 12,200人) 16,000人 【チャレンジ目標 20,000人】</p> <p style="font-size: 2em;">}</p>		<p style="font-size: 2em;">{</p> <p>県外からの教育旅行者数 平成21年 16,366人</p> <p style="font-size: 2em;">}</p>	
<p>・コンベンションの誘致拡大</p> <p>県の各部局が全国・ブロック規模の大会の情報を収集し、福井観光コンベンション協会に提供するシステムを確立します。</p> <p>さらに、県と福井観光コンベンション協会が一体となった共動営業により誘致を進めます。</p>		<p>[成果等] 目標を達成しました。</p> <p>大学や経済団体など県内の関係機関で構成する「福井県コンベンション誘致促進会議」を開き(6/30、11/24)、誘致ターゲットの絞り込みと今後重点的に行う誘致活動の方針を決めました。</p> <p>これに基づき、情報収集も兼ねて日本学術会議、JNTO等を訪問するとともに、地元の主催者等を訪問し、誘致活動を行いました。</p> <p>今後、「エネルギー」や「恐竜」など本県の特徴を活かし、全国会議、国際会議等の県内開催につながるよう、誘致活動を強化していきます。</p>	
<p style="font-size: 2em;">{</p> <p>県内におけるコンベンション開催回数 (平成20年度 180回) 190回 【チャレンジ目標 200回】</p> <p style="font-size: 2em;">}</p>		<p style="font-size: 2em;">{</p> <p>県内におけるコンベンション開催回数 196回【見込】</p> <p style="font-size: 2em;">}</p>	

