

「富裕層に響く福井の魅力発信」業務委託 企画提案にかかる
回 答 書

質問事項①

昨年露出した媒体名、媒体種類を具体的にご教授ください。

回 答①

婦人画報	誌面
Premium Japan	web
男の隠れ家	誌面
ノジュール	誌面

等、14媒体

質問事項②

これまでこの事業で取上げた福井県内のスポットを教えてください。
(これまでとりあげてない箇所を選定いたします)

回 答②

令和7年度の事業については、下記のとおりです。

嶺北：野尻ケイク 草と花、大滝神社、柳瀬良三製紙所、レンズパーク、シックススリーエステートワイナリー農園、TSUKIHI、平泉寺白山神社、ROKUSAI、むつのはな、シンフォニー吉田酒造

嶺南：敦賀ヨーロッパ軒本店、さざなみリゾートちょうべい、漁場の宿 はっとり、レインボーライン山頂公園、かつみや KATSUMIYA、愛山荘庭園、小柳筆筍、御食国 温、丹巖洞、Café de musée PAPOTER

質問事項③

メディアツアーの参加媒体は2回で10社以上でよろしいでしょうか？
(1回あたり5社でも大丈夫でしょうか？)

回 答③

2回以上で10社以上です。

質問事項④

福井県が想定する富裕層の概念を教えてください。

回答④

本県の現状等から、観光客入込数の増加より、観光消費額の向上を第一の目標に観光行政を推進しています。その上で、ターゲットについては、有名観光地を見物する観光ではなく、その土地の歴史的背景や風土、本物の伝統文化体験など、質の高い知的な付加価値を感じる旅を求める層を想定しております。これらの方は、一般的に経済的余裕がある方が多い傾向にあることから、便宜上「富裕層」としており、知人・友人等への口コミによる波及効果が期待されます。

質問事項⑤

テーマをウェルネス・サステナブルに設定した意図は何ですか？

回答⑤

「ウェルネス」「サステナブル」のテーマはいずれも、福井県の持つ自然や文化的資源と親和性があると考えています。滞在日数が長く、消費単価が高くなることを期待し、都市の喧騒から離れた福井の良さを感じてもらえる層の来訪を期待しています。

質問事項⑥

発信強化対象メディア4社の強化とは具体的に何を強化を示していますか？

回答⑥

特集記事（番組を含む）をはじめとした情報の質や量を示しています。