

## 平成22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23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22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23年3月

観光営業部長 五十嵐嘉也

### I 総括コメント

#### 1 営業活動のステップアップ

- ・ セレクトショップやインテリアショップ、ネットショップなど国内外の約200社のバイヤーに接触し、約20社とコネクションができました。このうち、テレビショッピングなど4社については、食や伝統工芸品などの販売につなげました。今後は、さらにコネクションの拡大を目指し、販路開拓に努めます。
- ・ また、県外デザイナーとともに、伝統産業の産地を回り、販売先の要望に応じて商品開発から販売促進までを行う共同事業体制を整えました。その結果、越前和紙を活用したインテリア商品が大手飲食チェーンの新店舗に採用されました。今後は、こうした共同体制を福井のブランド資源全般に拡大し、売上げ向上を目指します。
- ・ 営業先の窓口を核に関連部署にも他の商品を売り込む営業体制を整えました。特に大学に対しては、約500校の就職相談窓口に学生のU・Iターン促進を行ったほか、同時に教員に対してゼミ合宿などを働きかけました。これらの活動の成果もあり、15大学のキャリア支援センターと県内企業が意見交換を行う機会につながったほか、約2万3千人のゼミ合宿を誘致することができました。今後もさらに大学とのネットワークを広げます。
- ・ 営業体制についても強化を図り、庁内に営業掲示板を設置し、新しい営業商品に関する情報収集や職員の知り合いを介した営業先の開拓など、個人の人脈や情報、知恵などを営業に活用する仕組みをつくりました。この結果、関係部局が一体となって、県内事業者とともに百貨店やメディアに新商品を売り込み、取引を成立させたほか、人気番組の話題商品として全国ブームを仕掛けることができました。

#### 2 「ブランド営業」政策

- ・ 映画、出版物、新聞など複数のメディアを連動させ、ふくいブランドを売り込むクロスメディア型の新たな広告PR手法を確立しました。その第一弾として、大手出版社と共同で、親子連れをターゲットに、恐竜映画を活用したPRと出版物への帯広告、新聞広告などを組み合わせた恐竜博物館の認知度向上キャンペーンを行いました。また、大手インターネット検索サイトと共同で、全国初の地方版ポータルサイト「エキサイト福井」を創設したほか、ブログやツイッター、フェイスブックを活用し、ふくいブランドの発信を強化しました。
- ・ 恐竜博物館の開館10周年を契機に、常設展示の一部をリニューアルしたほか、特別展を開催し博物館の魅力向上に努めました。こうした活動をPRするため、福井新聞社やNHK福井放送局と共同で、集中的なキャンペーンを行うとともに、メディアに働きかけ、全国ネットのテレビ放映等を実現しました。これらの成果もあり、恐竜博物館の年間入館者数は過去最高の50万人に達しました。  
また、専門家を交えて恐竜ビジネスに関する研究会を開催し、県と民間事業者との恐竜ブランドを活用した新しいビジネスコラボレーション体制を整備し、恐竜商品の創出につなげました。

### 3 「ふくい帰住」政策

- ・ 「ふるさと納税」については、市町と一体となったPR活動等を展開し、一層の推進に努めました。また、ふるさと納税情報センター主催による推進フォーラムを東京で開催し、制度の国民的な理解促進に努めました。平成22年度の寄付金額は、昨年度実績を上回る71百万円となり、金額・件数ともに、人口比において全国トップクラスを維持することができました。
- ・ 「学生のU・Iターン」については、主に大学1、2年生の理系学生を対象に、ものづくり企業の魅力を体感する場を提供し、大学生活の早い段階からふくい帰住を意識する機会を充実しました。  
「新ふくい人の招致」については、市町や民間事業者と連携して県内外の若者の出会い交流を進め、結婚による定住促進を進めました。また、U・Iターンを希望する方々への新たな雇用の受け皿として、地域の社会的課題の解決などにつながる「ふるさと起業」を推進しました。福井への帰住者は、目標の1,050人を達成することができました。

### 4 ブランド複合型の観光産業

- ・ 大河ドラマ「江」は、1月から放映が開始され、本県が舞台として登場することから、県、市町、民間事業者等が一体となって、“戦国ふくい”歴史スポットづくりを進めました。この結果、敦賀の金ヶ崎城址など8箇所の「江」ゆかりの地を整備したほか、観光案内付タクシーの運行など歴史スポットまでのアクセス改善につなげることができました。「江」関連商品の開発なども進み、現在70もの商品化が実現するなど誘客に向けた機運は高まっており、柴田神社や常高寺などの「江」ゆかりの地でも観光客が増加しつつあります。
- ・ また、舞鶴若狭自動車道の無料化社会実験を契機として、若狭から恐竜博物館、東尋坊などを巡るドライブコースづくりを進め、23コースが旅行会社に採用されました。誘客キャンペーンも強化し、市町と共同で出向宣伝やインターネットによる発信、県外メディアへの営業を行う「市町共同情報発信システム」づくりを行いました。
- ・ 海外については、台湾において、政府の観光、教育関係者や現地旅行社等にトップセールスを行ったほか、春節に併せ、台北市中心街において、ビル壁面を活かした巨大広告を行いました。こうした活動により現地旅行社とのネットワークが形成できたほか、本県ならではの漁業体験を組み込んだ教育旅行プランづくりや誘致ノウハウの蓄積につながり、本県をルートとする新たな観光商品の発売や多数の教育旅行を誘致することができました。
- ・ このように、国内外への誘客活動を進め、平成22年の観光客入込数は、当初の目標を達成し、約1,060万人となりました。

## II 「政策合意」項目に係る結果について

- ・別紙「平成22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22年度 政策合意項目に係る実施結果報告(観光営業部)

(平成23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	五十嵐 嘉也
項目		実施結果	
<b>1 営業成果のレベルアップ</b> ◇ 「ブランド営業」政策【部局連携】 ・戦略的な情報発信と商品力の強化 従来のパブリシティに加え、素材やターゲットとする顧客層に合わせてテレビ、新聞、出版、映画などを組み合わせ、より効果的な広告PRを展開します。 また、専門家や事業者との共同事業として、福井の伝統技術などを活用した商品開発や販売促進活動等を行い、新分野への販路開拓と売上げの拡大を目指します。		[成果等] 目標を達成しました。  クロスメディア型の広告PR手法を確立しました。その第一弾として、大手出版社と共同で、恐竜アニメ映画の公開に併せ、劇場パンフレットによるPRや原作絵本の帯広告、新聞広告などを組み合わせた恐竜博物館認知度向上キャンペーンを行いました。また、大手インターネット検索サイトと共同で、全国初の地方版ポータルサイト「エキサイト福井」を開設し、本県の観光・イベント情報や県内ニュースなどを一元的に提供するシステムづくりを行いました。 セレクトショップなど新チャンネルの約200社のバイヤーに接触し、約20社とのネットワークをつくりました。このうち、テレビショッピングなど4社では、福井の食や伝統工芸品など特産品の販売を行いました。また、県外に強い販路を持つデザイナーとともに伝統産業の産地を回り、新しいジャンルの商品について、開発から販売促進までを行う体制づくりを進めました。その成果として、越前和紙を使ったインテリア「福井襖」が大手コーヒーチェーンの新店舗に採用されました。 そのほか、営業掲示板等を設置し、事業者と関係部局が一体となって百貨店やメディアに売り込む体制ができ、蟹の新商品について大手百貨店との取引を成立させたほか、人気番組の話題商品として全国的ヒットにつなげました。また、小学生用教科書会社に集中営業を行い、社会科地図帳や理科教科書に福井に関する記述を掲載す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 (平成21年度 約14億円) 15億円 (うち恐竜、教育(白川文字学等)、歴史の広告費換算効果) 3.0億円 (うち東京事務所) パブリシティ件数(平成21年度 368件) 400件 広告費換算効果(平成21年度6.4億円) 7.0億円 (うち大阪事務所) パブリシティ件数(平成21年度 205件) 220件 広告費換算効果(平成21年度 1.2億円) 1.5億円  首都圏において福井県を訪れたいと思う人の割合 (平成21年度 55.5%) 60%以上		県全体でのパブリシティ広告費換算効果 15.5億円 (うち恐竜、教育(白川文字学等)、歴史の広告費換算効果) 10.5億円  (うち東京事務所) パブリシティ件数 402件 広告費換算効果 7.2億円  (うち大阪事務所) パブリシティ件数 246件 広告費換算効果 1.7億円  首都圏において福井県を訪れたいと思う人の割合 41.9%	



**平成22年度 政策合意項目に係る実施結果報告(観光営業部)**  
(平成23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	五十嵐 嘉也
項 目		実 施 結 果	
<p>◇「ふくい帰住」政策【部局連携】</p> <p>・「ふるさと貢献」の促進</p> <p>ふるさと納税については、本県との人的交流の多い関西・中京・北陸エリアに重点をおいて営業活動を行うことにより、前年度実績を上回る成果と全国トップクラスの継続を目指します。</p> <p>また、寄付者にとって、より利用しやすい制度となるよう、年末調整で控除できる仕組みの実現などを他県と連携して国に強く働きかけ、「福井発ふるさと納税」の一層の普及、定着を図ります。</p>		<p>[成果等] 目標を一部達成しませんでした。</p>	
		<p>ふるさと納税の営業については、市町と一体となったPRや県人会、同窓会を通じた活動を行い、92団体、約3万8千人に対し、ふるさと納税のPR活動を行いました。その結果、平成22年度の寄付金額は昨年度実績を上回る71,565千円となり、人口比において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>また、制度の改善に向けた活動については、昨年5月に、適用下限額の引下げや年末調整で控除できる仕組みの実現などに向け、16府県を代表して国に要望を行いました。この結果、適用下限額の引き下げについては、実現される見込みとなりました。</p> <p>さらに、制度の普及活動については、10月に「ふるさと納税情報センター」主催による推進フォーラムを東京で開催し、ふるさと納税制度の提唱県として、全国に向けて制度の普及に努めました。</p>	
<p>〔ふるさと納税寄付金の寄付額 75,000千円 (平成21年度 68,098千円) 【チャレンジ目標 80,000千円〕</p>		<p>〔ふるさと納税寄付金の寄付額 71,565千円 (速報値)〕</p>	
<p>・「ふるさと帰住」の促進</p> <p>県外大学で学ぶ理系学生に対して県内ものづくり企業の魅力を体感できる機会を提供し、企業や学生の理解促進と雇用のミスマッチ解消を図ります。併せて、理系ゼミの合宿等の誘致を図ります。</p> <p>新ふくい人については、定期相談会に加え、企業訪問を行い、福井の暮らしやすさをアピールするとともに県内企業が求めている人材とのマッチングなどを行います。また、市町や民間事業者とも連携して、県外と県内の若者の出会いの場を提供し、結婚による定住につなげていくなど、福井への帰住を促進します。</p> <p>これらを含め、新しいふるさと政策について、庁内に課題解決プロジェクトチームを設置して、検討、提案し、全国を先導していきます。</p>		<p>[成果等] 目標を達成しました。</p>	
		<p>学生Uターン促進については、大学や保護者と連携し、就職・企業情報の提供等を強化した結果、Uターン率は25.8%と過去最高となりました。また、県外大学約500校にU・Iターン促進営業活動を行い、関東の15理系大学の視察研修等を誘致したほか、これらの営業活動に併せて大学教員等にゼミ合宿を働きかけ、約2万3千人を誘致しました。</p> <p>新ふくい人招致については、中京地区で定期的に休日相談会を実施するとともに約270社を訪問し、福井のPRや情報技術分野などの高度人材等の確保に努めた結果、中京地区からの帰住者が58人と昨年度に比べ倍増しました。</p> <p>また、今年度の新たな取組みとして、経済情勢の厳しい中での雇用の受け皿となる、ふるさと起業を推進しました。全国から応募のあったビジネスプランのうち、地域性や社会性が高く事業化が確実と認められる2件を選定しました。国の起業支援金等を活用しながら支援を継続し、地域の雇用とにぎわいを創出しふるさと再生につなげます。</p> <p>今後は、これまでの活動に加え、就職が決まっていない大学4年生への支援強化や将来の定住につながる二地域居住等を推進し、ふるさと帰住の一層の拡大に努めます。</p>	
<p>〔ふるさとふくいに帰住する人の数 (平成21年度 1,017人 20~22年度で 2,975人 (22年度 1,050人の増) 【チャレンジ目標 22年度 1,100人の増〕</p>		<p>〔ふるさとふくいに帰住する人の数 20~22年度 2,982人 22年度 1,057人〕</p>	

# 平成22年度 政策合意項目に係る実施結果報告(観光営業部)

(平成23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	五十嵐 嘉也
項 目		実 施 結 果	
<p>2 地域を支え世界に広がる福井の産業</p> <p>◇ブランド複合型の観光産業</p> <p>・周遊観光への誘客</p> <p>舞鶴若狭自動車道の無料化を契機として、若狭から奥越・坂井地域等を巡るドライブコースをつくるなど、県内全域を周遊する新しい観光ルートにより宿泊客を増加させます。</p> <p>さらに、滋賀県とは「お江」、岐阜県とは「杉原千畝」、石川県とは「温泉」、「小松空港」といった共通の観光資源を活かし、他県と連携した観光誘客を進めます。</p>		<p>〔成果等〕 目標を一部達成しませんでした。</p> <p>大河ドラマ「江」は、1月から放映開始となりました。そこで、県、市町、民間事業者等が一体となって「戦国ふくい」歴史スポットづくりを進め、敦賀の金ヶ崎城址など県内8箇所ゆかりの地の整備を行ったほか、地元事業者とともに観光案内付きタクシーの運行など始めました。県内の「江」ゆかりの地では、観光客が増加しつつあります。</p> <p>県内全域を周遊する新しい観光ルートについては、舞鶴若狭自動車道を利用して恐竜博物館や東尋坊等をめぐるモデルコースを旅行会社に営業し、23コース、約9千人の送客が実現しました。</p> <p>また、他県と連携した観光誘客については、滋賀県とはJR主要駅等での「江」PR、岐阜県とは大阪での「杉原千畝」共同展示会、石川県とは県境地域を域内とし、周遊して転泊する旅行の商品化などを行いました。</p> <p>さらに、誘客キャンペーンについても強化し、市町と共同で出向宣伝やインターネット発信、県外メディアへの営業を行う「市町共同情報発信システム」づくりを行いました。</p> <p>このような活動の結果、県内主要観光地において観光客入込数が約10万人増加し、全体で観光客入込数は目標の1,060万人を達成することができましたが、観光消費額については宿泊客数は伸びなかったため、目標を達成することができませんでした。</p>	
<p>観光客入込数(平成21年 1,044万人)</p> <p style="text-align: right;">1,060万人</p> <p style="text-align: center;">【チャレンジ目標 1,070万人】</p> <p>観光消費額(平成21年 824億円)</p> <p style="text-align: right;">900億円</p> <p style="text-align: center;">【チャレンジ目標 940億円】</p>		<p>観光客入込数 1,063万人</p> <p>観光消費額 840億円</p>	
<p>・観光地の競争力アップ</p> <p>東尋坊や永平寺門前街など、市町や民間、地元住民が一体となって景観統一や美観向上、賑わいづくりを行う観光地に重点的な投資・支援を行い、観光地のレベルアップを進めます。</p> <p>福井の歴史や文化、おもてなしのマナーを学ぶ講座を開催するとともに、観光客と接する機会の多い人々を対象にホスピタリティを高める認定制度を創設し、観光客のおもてなし向上を図ります。</p> <p>福井の食材を使った新たなご当地グルメ、恐竜をモチーフとする人形やガラス細工など、福井ならではの新たな土産品の開発を進めます。</p>		<p>〔成果等〕 目標を上回って達成しました。</p> <p>あわら温泉、東尋坊、永平寺門前において、本県の目玉となる観光地づくりを進め、東尋坊においては、商店街道路や観光交流センターが整備されました。</p> <p>また、サービス業の従事者等を対象に、おもてなし講座を開催したほか、観光おもてなし認定制度を創設しました。</p> <p>さらに、福井の食材を使い新たな福井の味として地元業者が開発した「福井」の開発を進めたほか、大河ドラマ「江〜姫たちの戦国〜」の放映を機に、県内事業者に商品開発を働きかけ、70もの「江」関連商品が誕生しました。</p>	
<p>講座の参加者数 300人</p> <p>新たな土産品等の開発数 3品</p>		<p>講座の参加者数 329人</p> <p>新たな土産等の開発数 72品</p>	



## 平成22年度 政策合意項目に係る実施結果報告(観光営業部)

(平成23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	五十嵐 嘉也
項 目		実 施 結 果	
<p>2 地域を支え世界に広がる福井の産業 ◇地域の雇用とコミュニティを支える地場産業 ・東アジア市場への販路拡大 商社や県人会など現地における民間ネットワークを活用した営業活動を行い、中国など東アジアにおける販路を拡大します。 また、伝統工芸である和紙、漆をホテルの内装材等として売り込むなど、新たな分野の海外進出を支援します。</p>		<p>[成果等] 目標を一部達成しませんでした。</p>	
<p>新たな現地ビジネスパートナーの創出数 新規10件 (平成19～21年度 累計 25件)</p> <p>県の支援により東アジアに輸出を行う企業数 19～22年度で56社創出 (平成19～21年度 累計 40社) (22年度新規 16社) 【チャレンジ目標 新規 18社】</p> <p>東アジアへの県内企業の輸出額 1,750億円</p>		<p>中国、香港の県人会や現地の商社、銀行、コンサルタントなど、中国ビジネスに精通した本県ゆかりの人を中心に海外事務所を拠点とする営業ネットワークをつくりました。同ネットワークから寄せられた中国の経済情勢、商慣習などに関する現地の最新情報については、「中国マーケットトレンド情報」として県内企業に定期的に発信するとともに、中国進出を目指す企業に対し、案件に応じた有用な情報提供を行いました。</p> <p>また、伝統産業である越前和紙や越前漆などをインテリア資材として、初めて中国のインテリア専門バイヤー、建築デザイナー等に売込みを開始しました。</p> <p>これらの活動の結果、現地の高級セレクトショップや漆器専門店において、本県伝統工芸品専用の売り場が確保され、中国市場への初参入が実現したとともに、営業ネットワークを活かした建築内装専門バイヤーとの新たな商談も始まりまし</p>	
		<p>新たな現地ビジネスパートナーの創出数 10件 (平成19～21年度 累計 25件)</p> <p>県の支援により東アジアに輸出を行う企業数 (平成19～21年度 累計 40社) 19～22年度で58社 (22年度新規 18社)</p> <p>東アジアへの県内企業の輸出額 1,153億円</p>	