

福井県における地域のブランド化に向けた取組み

ゴシックは 16 年度からの新たな取組み

1 情報発信力の強化

広報力の強化による情報発信

パンフレット等の県外者向け広報ツールの改善

コンセプトの明確化、各部局作成の類似印刷物の整理

県のホームページの改善

庁内ベンチャーによる改善提案を踏まえて実施

携帯端末用ホームページ開設（4月1日～）（ふくいドットコムは13年1月～）

県外事務所の情報発進力強化

全国レベルのマスコミ媒体の開拓、パブリシティ効果の高い情報の発信

人的ネットワークを活用した情報発信

「ふくいブランド大使」の募集、登録

県民一人ひとりがアマチュアのセールスマンになって、福井の魅力を全国へ発信していただく「ふくいブランド大使」を募集。

8月16日現在登録者：1,036人（うち県外343人）

様々な場で福井を話題にさせていただき名刺型リーフレットや名刺添付シール等を配布。この事業を、全ての県民が福井のセールスマンとして福井を全国に売りこむ県民運動の契機とする。

「福井ふるさと大使」の委嘱

本県にゆかりのある著名人40名を委嘱

出身母校における「ふるさと大使21世紀塾」を併せて開催

大都市圏等でのキャンペーン、販路開拓

観光誘客キャンペーン隊出向宣伝

首都圏、関西圏、中京圏 他

福井県の物産と観光展開催

東京、大阪、名古屋、岡山の百貨店

「南青山291」の利用促進

県外観光商談会の開催（16年度：大都市圏、中四国地方の都市を会場に開催）

福井発「都市圏朝市」の開催

都市圏で本県産農林水産物を販売する「ふくい朝市」を開催

南青山291：6月26日、7月24日、8月28日

会議、イベントの開催、誘致

全国、国際規模のコンベンション等の誘致と開催に併せた来訪者への観光 PR、
県産品売込み

16年度：「国際コメ年 2004」コシヒカリのふるさと・福井全国発信事業
全国スポーツレクリエーション大会

17年度：国民文化祭

2 知名度・認知度、好印象度の向上

小松空港の活用等

小松・上海定期便の誘致

空港名称変更、ターミナル内土産物売場拡大等の働きかけ

福井方面表示看板の設置（7月20日）

敦賀までの直流通を契機とした都市圏 JR 駅での本県行先表示実現の働きかけ

災害ボランティア先進県をアピール

災害ボランティア先進県として、7月の福井豪雨の災害復旧における災害ボラ
ンティアの活躍を全国にアピール

3 地域資源のブランド化

ブランド化のための調査分析

「健康・長寿」の要因分析

本県の重要なブランドイメージ「健康・長寿」について、栄養、運動、医療
等の観点から、その要因を分析

観光客の動態調査・分析

観光入込み客の実人数、観光ルート等の把握

地域間競争によるブランド化推進

地域ブランド創造活動への支援

地域グループが、様々な地域資源を活用し、地域ブランドへと高め、ビジネ
スとして継続的な取組みに発展させる地域ブランド創造活動を支援

エコ・グリーンツーリズムを核とした地域活動など、ストーリー性を持たせ
ることでの付加価値の高まり、継続的な収益確保によるビジネス化の見込み
や観光誘客増などが補助事業採択の要件

採択件数：5 件以内 最長 3 年間継続
補助率：1 / 2 補助限度額：1000 万円 / 件・年
16 年度採択案件：
「三国湊魅力づくりプロジェクト」
「今立 古民家再生・匠・ロングステイ プロジェクト」

「ふくいブランド」イメージの構築

イメージポスターの掲出（掲出先：首都圏、関西圏、中京圏の主要駅等）
キャッチコピー：「なぜか長寿。」 - 長寿の謎解きに 福井に来ませんか -

素材のブランド化の検討

一乗谷朝倉氏遺跡の活用推進

朝倉氏遺跡資料館と復原町並みの共通観覧券発行（4 月 1 日～）
移動式茶屋の運営（4 月 25 日～）
一乗谷朝倉氏遺跡活用推進協議会を中心とした活用策の検討
地域再生計画「越前一乗谷ロマン再生計画」の認定（6 月 21 日）
「水」のブランド化の検討
福井の豊かで美しい水資源の活用方策として、福井の水を新たなブランドとする取組みを検討
アニバーサリー・イベントを活用した情報発信
本県ゆかりの歴史的人物、本県に関連した出来事等のアニバーサリーを活用した情報発信方策の検討
例：眼鏡製造開始 100 年（H17）
岡倉天心「茶の本」出版 100 年（H18）
コシヒカリ誕生 50 年（H18）
継体天皇即位 1500 年（H19）

観光客の誘致拡大

観光客倍増計画(仮称)の策定

7 月 26 日懇話会設置

「ビジットふくい」観光客誘致拡大事業

旅行エージェントとの連携により、歴史、体験、食文化等と県内宿泊施設を組み合わせた旅行商品を企画し、県外からの観光客の誘致を拡大

JR とタイアップした観光客誘致

JR 西日本とタイアップした新たな旅行商品の企画、ジパング倶楽部向け情報誌等による情報発信を通じ、県外からの観光客の誘致を拡大

北陸三県大型観光キャンペーン

大手旅行エージェントと全国紙による北陸への大型旅行キャンペーンに協賛し、県外からの観光客の誘致を拡大

* 上記 3 事業による観光客増加目標：45,000 人