

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

## 1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分	広域連携DMO(地域連携DMO)・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	公益社団法人 福井県観光連盟	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 福井県	
所在地	福井県福井市	
設立時期	昭和 26 年 12 月 「福井県観光連盟」 設立 平成 2 年 10 月 「社団法人福井県観光連盟」 へ移行 平成 25 年 4 月 「公益社団法人福井県観光連盟」 へ移行	
職員数	25 人【常勤 23 人 (正職員 2 人・出向等 21 人)、非常勤 2 人】	
代表者 (トップ人材: 法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者)	氏名: 山田 義彦 出身組織名:	福井県庁 農林水産部長、福井市 副市長を歴任し、県内において多種多様な人脈と知見を有する。
データ収集・分析等の専門人材 (CMO: チーフ・マーケティング・オフィサー)	氏名: 龍田 弘和 (専従) 出身組織名: 福井県庁	県連盟の事務局長として、各種データの収集・分析を統括し、局内での情報共有を図るとともに、具体的戦略の立案・実行を指揮している。
財務責任者 (CFO: チーフ・フィナンシャル・オフィサー)	氏名: 中嶋 絹代 (専従) 出身組織名: 福井県庁	県連盟の副局長として、財務・経理の全実務を管轄し財務戦略をたて、事業が効果的に進めるよう全体のマネジメントを行っている。
インバウンドアドバイザー (専門人材)	氏名: 筒井 二郎 出身組織名: 個人事業主	リクルート、エイチ・アイ・エス、ぐるなび等にて観光 (インバウンド)、宿泊、飲食業界に従事。
誘客推進事業の責任者 (専門人材)	氏名: 小島 晃一 (専従) 出身組織名: 東日本旅客鉄道(株)	JR 東日本に 25 年間勤務。そのネットワークを活かし、JR との連携事業の企画や首都圏プロモーションに高い能力を持つ。
コンベンション推進事業の責任者	指名: 米村 育代 (専従) 出身組織名: 福井県庁	コンベンション部長として、国内外の M I C E 誘致・開催業務を統括し、県内全域へのコンベンション効果を波及させる中核的役割を担っている。
観光ネットワーク推進事業の責任者 (専門人材)	氏名: 長野 隆 (専従) 出身組織名: (株)JTB	大手旅行会社で 29 年間勤務。旅行企画造成や体験商品造成に高い能力を持つ。
観光地域づくり推進事業部の責任者	指名: 山口 辰幸 (専従) 出身組織名: 福井県庁	観光地域づくり部長として、日頃から各市町や事業者の現場を回り、地域の稼ぐ担い手である観光プレイヤーの掘り起こしを行っている。

(別添) 様式 1

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>1. 福井県観光誘客課 2. 福井県新幹線開業課</p>	<p>1. 観光戦略、誘客プロモーション、周遊観光素材造成、インバウンド対策 2. 新幹線開業に向けた戦略、プロモーション、受入対策</p>																							
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>1. 観光事業者関係団体 2. 交通事業者関係団体</p>	<p>1. 観光連盟会員団体、県内市町観光協会、芦原温泉旅館協同組合、(一社)DMO さかい観光局、(株)まちづくり小浜、勝山市観光まちづくり(株)、三方五湖 DMO(株)、(一財)関西観光本部、(一社)中央日本総合観光機構：観光素材の開発、PR 等 JNTO：JNTO 主催セミナーへの参加等 2. 京福バス、福井鉄道、福井交通、JR 西日本、JR 東日本、JAL、ANA：県内への送客、二次交通の充実等</p>																							
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>【該当する登録要件】①</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・公益社団法人として、総会(年2回)、理事会(年3回程度)を開催し、法人としての重要な事案に関する意思決定を行っている。</li> <li>・会員には、県や市町、観光団体、交通事業者、経済団体等の地域の多様な関係者を有し、地域の意見を集約している。</li> </ul>																								
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オンライン研修動画の一般公開 観光事業者向けオンライン研修動画を作成。県民に向けても広く公開。 <a href="https://www.fuku-e.com/910_education/">https://www.fuku-e.com/910_education/</a></li> <li>・インスタフォトコンテスト、写真買取キャンペーンの実施 ホームページ等における効果的な写真素材としての県民参加を募る。</li> <li>・県内教育機関との連携 例：県立大での講義に参加、小学生による商品開発への協力、中学生への学祭での展示資料協力等</li> </ul>																								
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <table border="1" data-bbox="440 1234 1417 1845"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td> <td>2020年事業 ・観光情報ホームページ「ふくいドットコム」運営管理 ・facebook、instagram、twitter での情報発信 ・国内外観光商談会開催 ・旅行会社等への情報発信 ・首都圏主要駅 PR ・JR 金沢駅内福井県観光案内運営</td> </tr> <tr> <td>受入環境の整備</td> <td>・ボランティアガイド支援事業 ・観光ネットワーク会議にて受入課題の共有、勉強会</td> </tr> <tr> <td>観光資源の磨き上げ</td> <td>・優良観光土産品推奨事業 ・土産品のリデザイン ・着地型旅行商品企画販売事業 県内の埋もれた観光資源等を発掘し魅力ある着地型旅行商品を造成・販売</td> </tr> </tbody> </table> <p>(定量的な評価)</p> <table border="1" data-bbox="440 1879 1417 1986"> <thead> <tr> <th></th> <th>H29</th> <th>H30</th> <th>R01</th> <th>R02(見込)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>決算額(千円)</td> <td>155,022</td> <td>160,821</td> <td>165,316</td> <td>1,743,433</td> </tr> <tr> <td>会員数(団体)</td> <td>177</td> <td>180</td> <td>191</td> <td>185</td> </tr> </tbody> </table>		事業	実施概要	情報発信・プロモーション	2020年事業 ・観光情報ホームページ「ふくいドットコム」運営管理 ・facebook、instagram、twitter での情報発信 ・国内外観光商談会開催 ・旅行会社等への情報発信 ・首都圏主要駅 PR ・JR 金沢駅内福井県観光案内運営	受入環境の整備	・ボランティアガイド支援事業 ・観光ネットワーク会議にて受入課題の共有、勉強会	観光資源の磨き上げ	・優良観光土産品推奨事業 ・土産品のリデザイン ・着地型旅行商品企画販売事業 県内の埋もれた観光資源等を発掘し魅力ある着地型旅行商品を造成・販売		H29	H30	R01	R02(見込)	決算額(千円)	155,022	160,821	165,316	1,743,433	会員数(団体)	177	180	191	185
事業	実施概要																								
情報発信・プロモーション	2020年事業 ・観光情報ホームページ「ふくいドットコム」運営管理 ・facebook、instagram、twitter での情報発信 ・国内外観光商談会開催 ・旅行会社等への情報発信 ・首都圏主要駅 PR ・JR 金沢駅内福井県観光案内運営																								
受入環境の整備	・ボランティアガイド支援事業 ・観光ネットワーク会議にて受入課題の共有、勉強会																								
観光資源の磨き上げ	・優良観光土産品推奨事業 ・土産品のリデザイン ・着地型旅行商品企画販売事業 県内の埋もれた観光資源等を発掘し魅力ある着地型旅行商品を造成・販売																								
	H29	H30	R01	R02(見込)																					
決算額(千円)	155,022	160,821	165,316	1,743,433																					
会員数(団体)	177	180	191	185																					

(別添) 様式 1

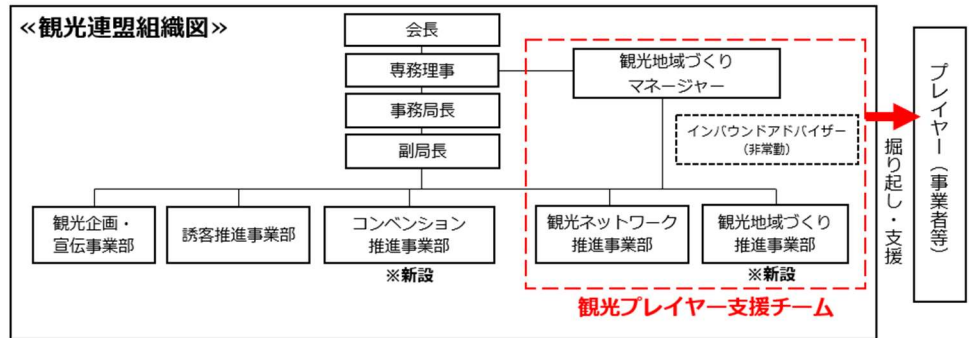
実施体制

※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること(別添可)。

(実施体制の概要)

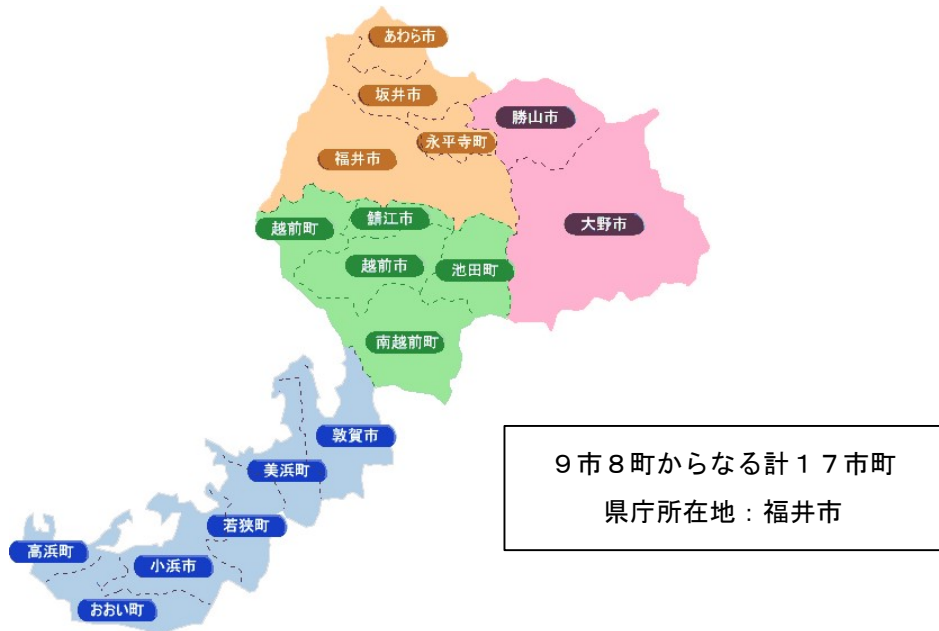
県や市町、観光団体、民間事業者等地域の多様な関係者を会員とした(公社)福井県観光連盟が中心となり、関係者の意見を集約・反映させながら、官民一体となって福井県の観光振興に取り組む。特に地域の観光を担うプレイヤーの掘り起こしと支援を重点に置いた活動を展開していく。

(実施体制図)



2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

福井県は大きく分けて嶺北と嶺南に分類される。各地域でそれぞれ特色のある観光資源を有しており、これらを有機的につなげた観光地域づくりを推進していく必要があることから、本県全体を対象地域とした。

(別添) 様式 1

【観光客の実態等】

○観光入込客の推移 (単位: 千人 / 平成元年 福井県観光客入込数)

区分	県内客		県外客		合計		
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	計
平成 30 年	8,246	608	5,482	2,633	13,728	3,241	16,969
令和元年	8,448	600	6,527	2,520	14,975	3,120	18,095

【観光資源: 観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

○主要観光地の入込数 (平成元年 福井県観光客入込数)

観光地名	市町名	観光客入込数(千人)(延べ人数)	
		令和元年	平成 30 年
武生中央公園	越前市	1,420	1,067
東尋坊	坂井市	1,414	1,354
日本海さかな街	敦賀市	1,300	-
恐竜博物館・かつやま恐竜の森	勝山市	1,259	1,128
一乗谷朝倉氏遺跡	福井市	1,057	722
西山公園	鯖江市	899	949
大野まちなか観光	大野市	865	883
あわら温泉	あわら市	838	885
大本山永平寺	永平寺町	522	492
氣比神宮	敦賀市	745	721

(別添) 様式 1

○主要行・祭事入込状況 (延べ人数)

市町名	行・祭事名	令和元年	平成30年
勝山市	勝山左義長まつり	120	80
福井市	ふくい桜まつり	233	226
坂井市	丸岡城桜まつり	84	40
坂井市	竹田の里しだれ桜まつり	60	51
鯖江市	さばえつつじまつり	162	188
大野市	七間朝市山菜フードピア	60	30
坂井市	三国祭	137	204
越前町	越前陶芸まつり	80	110
坂井市	ゆりフェスタ	93	77
越前町	越前みなと大花火	60	80
福井市	福井フェニックスまつり	142	141
おおい町	若狭おおいのスーパー大火勢	55	55
坂井市	三国花火大会	230	235
越前市	越前市サマーフェスティバル	114	144
敦賀市	敦賀まつり	143	137
越前市	たけふ菊人形	284	252
大野市	九頭竜紅葉まつり	52	48
大野市	三大朝市物産まつり	50	34
敦賀市	ミライエ	56	56
越前町	越前かにまつり	70	60

○観光資源の活用

東尋坊、永平寺、恐竜博物館、三方五湖といった主力素材をハブとしながら、県の中心地である福井市、芦原温泉や港町を擁するあわら・坂井地域、歴史や大自然を擁する奥越地域、多くの伝統工芸が集中する丹南地域、海や魚介類に恵まれ貴重な神社仏閣を多く擁する嶺南地域といった県内の数多くの魅力ある素材を観光客へPRしている。また近年大きく伸びてきた一乗谷朝倉氏遺跡と各戦国素材を繋げた連携PRも新たに行われている。自然に恵まれた当県としては関西中京エリアから多くの観光客が若狭の海水浴場を目当てとして来県している。自然、歴史、文化に基づいた食(日本酒、蕎麦、油揚げ、和菓子、魚料理等)も当県の大きな魅力となっている。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

○ホテル・旅館・民宿・ペンション等 (平成元年度)

種類	施設数	収容人数
ホテル・旅館	57	9,913
民宿・ペンション等の民営宿泊施設	602	24,167
社会教育施設	11	1,920
公共の宿泊施設	26	2,020
キャンプ場	38	7,686
合計	734	45,706

【利便性：区域までの交通、域内交通】



<鉄道>

- 東京からの場合：
  - ①東京駅～米原駅(滋賀県)までの東海道新幹線「ひかり」を利用し、米原駅で北陸本線の特急「しらさぎ」に乗り換え福井駅まで所要時間 3 時間 10 分(乗継時間を含まず)
  - ②東京駅～金沢駅(石川県)まで北陸新幹線「かがやき」を利用し、金沢駅で北陸本線特急に乗り換え福井駅まで所要時間 3 時間 15 分(乗継時間を含まず)
- 大阪からの場合：大阪駅から特急「サンダーバード」が運行福井駅まで所要時間 1 時間 47 分

<飛行機>

- 石川県小松空港が玄関口となり、羽田空港～小松空港まで所要時間約 1 時間 10 分
- ※小松空港からは、JR 福井駅東口まで連絡バスが運行(所要時間約 1 時間)

<自動車>

- 東京からの場合：東京 IC～福井 IC まで北陸自動車道経由で所要時間約 5 時間 30 分
- 大阪からの場合：豊中 IC～福井 IC まで北陸自動車道経由で所要時間約 2 時間 35 分

【外国人観光客への対応】

- ・本県の外国人宿泊者数は令和元年(2019 年)時点で約 9.8 万人泊となり、増加傾向にあるが、全国と比較してまだまだ少ないのが現状である(全国 46 位)。
- ・また消費税免税店数の少なさ(92 店舗(令和 2 年 3 月現在))等から、本県は外国人観光客の受け入れ環境についても進んでいるとは言い難い状況である。
- ・このため、大阪・関西万博等大規模国際イベントの開催を控え、近隣府県等と連携しながらインバウンド目線に立った情報の発信を行う。  
また、伝統工芸産地等も拠点施設における、福井でしか体験できない「本物」で特別感のある体験プログラムを開発するとともに、外国人観光客を積極的に誘致する重点整備エリアを各地に設定し、多言語化対応やキャッシュレス決済・免税対応、Wi-Fi 環境の整備を優先的に進める。
- ・DMO に非常勤のインバウンドアドバイザーを設置し、外国人向け接客指導、外交人向け体験プログラム造成に関するコンサルティング業務等、訪日外国人向けビジネス拡大を目指す県内事業者、観光団体等への指導・相談対応業務を行う。

### 3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
観光消費額	観光消費の実態や経済への波及効果を把握するため	観光統計調査(福井県)
延べ宿泊者数	観光客の実態を把握するため	宿泊旅行統計調査(観光庁)
リピーター率	観光客の実態を把握するため	アンケート調査(観光連盟)
来訪者満足度	観光客の実態を把握するため	アンケート調査(観光連盟)
観光客入込数	観光客の実態を把握するため	観光統計調査(観光庁)
外国人延べ宿泊者数	外国人観光客の実態を把握するため	宿泊旅行統計調査(観光庁)
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため	ホームページ「ふくいドットコム」集計(観光連盟)

### 4. 戦略

#### (1) 地域における観光を取り巻く背景

福井県は、美しい自然、個性あふれる歴史・文化、食等、多種多様な資源に恵まれ、民間調査において連続して「幸福度日本一」となる等、住みやすい、暮らしやすい地域として高い評価を受けている。しかし全国各地と同様に当県でも人口減少や少子高齢化等社会構造の変化が急速に進み、地域内消費の減少による地域経済の縮小や地域間格差の拡大等が懸念されている。

こうした中で、観光の振興は交流人口の拡大により、地域経済の活性化や雇用の拡大等の経済的な効果だけでなく、異なる価値観や多様性の尊重、地域への愛着や誇りの醸成等様々な効果をもたらし、SDGsの達成に向け観光への期待がますます高まっている。来るべき北陸新幹線福井・敦賀開業や中部縦貫自動車道県内区間開通等の高速交通網の整備進展のほか、ワールドマスターズゲームズや大阪・関西万博等の大規模な国際イベントが周辺で開催される等、誘客拡大の好機を迎えている。

#### (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み(Strengths) ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ・国内最大級の恐竜博物館 ・特徴ある歴史と文化(永平寺、一乗谷朝倉氏遺跡) ・伝統工芸(和紙、漆器、越前焼、打刃物等) ・伝統産業(繊維、眼鏡等) ・豊かな自然(東尋坊、越前海岸、三方五湖等) ・地元産の食材(越前がに、若狭ぐじ、へしこ、若狭牛、地酒等) ・ご当地グルメ(越前おろしそば、ソースカツ丼、焼き鯖寿司等)	弱み(Weaknesses) ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ・滞在時間の延長(泊食分離、まち歩きの魅力向上) ・二次交通への対策 ・観光消費額の拡大(魅力的な観光素材、土産品等の開発) ・ナイトタイムエコノミーへの対応 ・外国人宿泊者数(全国46位) ・県の魅力度(全国44位) ・Wi-Fi、案内看板、免税店等の外国人受け入れ環境
外部環境	機会(Opportunity) ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ・北陸新幹線福井・敦賀開業(デスティネーションキャンペーンの実施) ・中部縦貫自動車道全線開通 ・2021年東京オリンピック・パラリンピック ・2022年ワールドマスターズゲーム ・2025年大阪・関西万博	脅威(Threat) ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ・人口減少による国内旅行者の減少 ・地域間競争の激化 ・新型コロナウイルス感染症の状況

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入(様式自由)。

### (3) ターゲット

○第1ターゲット層 : 三大都市圏(首都圏・関西圏・中京圏)在住者

#### ○選定の理由

- ・北陸新幹線福井・敦賀開業の好機を活かし、利便性が向上する首都圏からの誘客に重点を置く。
- ・本県の県外観光客の7割を占める関西・中京圏を引き続き誘客の重点エリアと位置付ける。

#### ○取組方針

- ・北陸新幹線福井・敦賀開業や中部縦貫自動車道の開通等の好機を活かしながら、三大都市圏在住者それぞれが求める情報を積極的に発信していく。
- ・居住地に応じた観光客の本県への認識や距離感等を踏まえながら、デジタルメディアを最大活用し、欲しい人に欲しい情報を届けられるよう、これまでの行政PRにとらわれない力強い戦略的なプロモーションを展開する。

#### 《首都圏在住者》

- ・福井県の観光地を知っている方が少ない等、首都圏在住者にとって本県はミステリアスな地であると言える。
- ・本県の情報に関する接触度・認知度が他県に比べ低いことから、人口や情報が集中する首都圏においては、特にメディアの活用や注目度の高いエリアでのイベント開催等、インパクトのある手法で露出を増やし、本県の情報への接触機会を飛躍的に高めていく。
- ・プロモーションにあたっては、恐竜や年縞に代表される中生代から近代に至るまで幅広く厚みのある歴史・文化資源等、本県の観光資源が持つ本物の魅力を前面に打ち出し、「言ってみたいなと思ったところが実は福井」という展開を図っていく。
- ・また、金沢経由であわら温泉、恐竜博物館を訪れる等、より広範囲に旅行される方に対しては、北陸各県やJR各社、航空会社等と協働し、北陸の強みを前面に出しながら、各県それぞれの魅力を組み合わせた情報発信を進める。
- ・さらに、北陸新幹線の当面の終着駅が敦賀となることを活かし、関西・中京エリアからの観光客に人気がある嶺南地域の観光資源の情報等も発信し、県内全体への誘客につなげていく。

#### 《関西圏在住者》

- ・関西圏は、本県を訪れる県外客の割合が最も多い地域であり、来訪経験がある人も多いため、プロモーションにあたっては、整備が進む新たな観光地を含め、既存の観光資源についても新たな視点から「魅せる」発信を行い、観光客にとっても福井の印象を変えるような展開を図っていく。
- ・特に距離の近い嶺南地域の美しい海、質の高い食、寺社仏閣等の新たなストーリーや、再整備が進む東尋坊・恐竜博物館等知名度の高い観光地等の見どころを発信することにより、各地域への周遊を促し、宿泊につなげていく。
- ・さらに、近隣の滋賀や京都と連携して、各府県が誇る名勝地や鉄道遺産等の歴史資源を巡る旅行コース等を関西圏のマスメディアや旅行会社を通じて発信し、誘客拡大を図る。

#### 《中京圏在住者》

- ・中部縦貫自動車道や冠山峠道路の開通により、本県と中京圏との新たな交流が期待されることから、恐竜博物館、越前大野城、ツリーピクニックアドベンチャーいけだ等、その玄関口となる奥越地域や丹南地域の観光資源を中心に情報発信を強化する。
- ・また、自動車での来県が多く見込まれることから、その移動のしやすさを活かし、奥越・丹南地域を起点として、例えば、越前大野城～一乗谷朝倉氏遺跡～丸岡城を巡る「お城巡りコース」や恐竜博物館～越前和紙の里～水島を巡る「親子でも楽しめるコース」のような新たなモデルコースを発信することにより、各地域への周遊を促し、宿泊につなげる。
- ・さらに、近隣県である岐阜県と連携して、両県が誇る歴史資源を巡る旅行コース等を中京圏のマスメディアや旅行会社を通じて発信し、誘客拡大を図る。



(別添) 様式 1

<p>○ターゲット層 : 若年層、ファミリー層、シニア層、女性観光客</p>
<p>○選定の理由 北陸新幹線福井・敦賀開業等、本県への注目が集まる好機を活かし、本県の観光素材と親和性が高いと考えられる若年層、ファミリー層、シニア層および女性観光客を重点的なターゲットと位置付ける。</p> <p>○取組方針 ・性・年齢層に応じ、観光客の本県への認識や距離感等を踏まえながら、デジタルメディアを最大活用し、欲しい人に欲しい情報を届けられるよう、これまでの行政 PR にとられない力強い戦略的なプロモーションを展開する。</p> <p>《若年層(20代)》 ・若者は食、宿泊、遊びといった自分の体験を SNS 上で共有する傾向があり、様々な情報を積極的に収集している。 ・特に写真映えする観光資源の情報を求めており、夕映えの東尋坊や三方五湖の絶景を望む足湯等の魅力を、SNS を活用しながら映像で訴える等、情報発信を強化していく。</p> <p>《ファミリー層(30~50代)》 ・子供との旅行が多くなるこの年代は、自動車での移動が中心であり、比較的自由な行動が可能となる。 ・現在ファミリー層に人気の高い恐竜博物館だけでなく、エンゼルランドふくい、うみんぴあ大飯、イカ釣り体験等、三世代を含む家族で楽しめる観光資源を組み合わせで発信する。</p> <p>《シニア層(60代以上)》 ・シニア層はゆったり・上質な食や宿を好む傾向があるため、本県を代表する越前がにや高級な温泉宿等の魅力を発信していく。 ・また、歴史的な名所を求めて旅行をする方も多いため、一乗谷朝倉氏遺跡や大本山永平寺のほか、今庄宿、熊川宿、明通寺等本県が強みとする歴史資源の魅力をそのストーリーとともに発信していく。</p> <p>《女性》 ・女性同士の旅、一般的に言う「女性旅」では、食事や宿泊施設、温泉を重視する傾向にある。 ・あわら温泉における湯めぐりや地酒を楽しむまち歩きコース等、女性同士で楽しめる情報を発信していく。</p>
<p>○ターゲット層 : 外国人旅行者</p>
<p>○選定の理由 日本国内の人口が減少し、国内旅行者の減少が懸念される中、地域の活性化のためには、消費額の大きい外国人旅行者の誘客推進が必要であることから、重点的なターゲットとして位置付ける。</p> <p>○取組方針 ・DMO に非常勤のインバウンドアドバイザーを設置し、外国人向け接客指導、外国人向け体験プログラム造成に関するコンサルティング業務等、訪日外国人向けビジネス拡大を目指す県内事業者、観光団体等への指導・相談対応業務を行う。 ・訪日外国人の旅行情報の入手経路は WEB サイトや SNS が多いことから、デジタルマーケティングの活用が重要となっており、県内においても自治体・事業者とともに積極的に取り組んでいく必要がある。 ・国・地域ごとの嗜好等に応じて、観光地や体験プログラム等の情報を発信していく必要がある。</p>

(別添) 様式 1

- ・観光情報ポータルサイトの機能を強化し、外国人による活用を促進するとともに、その利用状況などから、観光客の行動パターンや嗜好等に関する情報の収集・分析を進め、国・地域の特徴に応じた情報発信を展開していく。
- ・これまで重点的に誘客に取り組んできた台湾や香港に加え、訪日客数が著しく増加している中国や長期滞在が期待できる欧米豪のほか、新たな市場として、経済成長に伴い訪日客増加が見込まれる東南アジアの国々を開拓していく。

《台湾》

- ・県観光営業窓口を活用したきめ細やかな情報発信や営業活動を展開するほか、県内市町と台湾の自治体との友好の関係を活かして誘客促進を図る。
- ・また、台湾の学校は、海外への研修旅行に熱心なことから、本県の学力・体力が全国トップクラスであることや豊かな自然を利用した体験プログラム等を活かした教育旅行の誘致を推進する。

《香港》

- ・現地商談会等石川県と共同プロモーションを展開し誘客拡大を図るとともに、小松空港における定期便の定着化、さらには通年の運行につなげていく。
- ・また、リピーター率が8割(4回以上の訪日が5割)を超え、訪日に関して世界で最も成熟した市場であり、9割以上の方がfacebookから旅行情報を入手していることから、画像や動画を活用した情報を発信していく。
- ・さらに、高品質の「メイドインジャパン」への関心が高いことから、本県の眼鏡や繊維分野における工場見学などの産業観光を推進する。

《中国》

- ・キャッシュレスや免税店等の整備を進め、ショッピングが好きな中国人観光客に対して、買い物がしやすい環境であることをPRし、県内での観光消費を促進する。
- ・また、県上海事務所を活用してきめ細やかな情報発信や営業活動を展開するほか、県や市町が友好提携協定を締結している中国の自治体とも連携したプロモーションも実施していく。
- ・「Weibo」や「WeChat」といった普及している独自のSNSを活用した情報発信を展開する。
- ・2022年北京冬季オリンピックでスキーやスノーボード等への関心が見込まれることから、スノーアクティビティのプログラム充実を図ることにより、誘客を促進する。

《東南アジア》

- ・SNSの利用が活発な東南アジアにおいては、県の観光情報ポータルサイト「ふくいドットコム」を充実させたうえで、facebook等での観光情報の発信を強化していく。
- ・また、ベトナムやフィリピンは訪日ビザが必要で、旅行会社を通じてビザ申請とあわせて旅行を申し込むことが多いため、現地の旅行会社等に対してきめ細やかな情報発信や営業活動を展開する。
- ・さらには、県内在住外国人にはベトナムやフィリピンの方が多いため、在住外国人による情報発信を強化するとともに、東南アジアの気候上、四季を感じられる場所やインスタ映えするスポットを好むことから、季節ごとのおすすめスポットの紹介を進める。

《欧米豪》

- ・欧米豪においては、日本独自の文化や歴史に関心が高く、日本伝統の精神文化としての「ZEN」、「UMAMI(うまみ)」を世界に広めた出汁(だし)文化やへしこ・地酒等の発酵食品等本県ならではの「食文化」、世界で愛用されている越前和紙や越前漆器等の「伝統工芸」等本県の強みを活かした体験プログラムを外国人目線で開発する。
- ・また、それらの体験プログラムを動画にまとめ、リニューアルする県の観光情報ポータルサイト「ふくいドットコム」や外国人に人気の訪日旅行サイト等に掲載し、広く世界に紹介する。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	観光でこころひとつに、活力ある地域の創造 ～ふくいブームの創出からムーブメント、文化へ～
②コンセプトの考え方	北陸新幹線福井・敦賀開業等を契機に、「地域創生の切り札」とされる観光に地域一体となって取り組み、本県が持つ自然、歴史、伝統工芸、食等の強みを、観光客目線に合わせて情報発信等を集中的に行うことで、多方面から注目が集まるふくいブームを創出する。 観光を通じて交流人口拡大を図り、SDGs の理念に沿って地域の持続可能性を高めるとともに、新たな価値を定着させ、ブームを一過性で終わらせないムーブメント、さらには文化へと高めていく。

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
<p>戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。</p>	<p>観光ネットワーク会議の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・構成メンバー <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内 17 市町の観光課、観光協会、観光連盟</li> </ul> </li> <li>・内容(例) <ul style="list-style-type: none"> <li>・県、当連盟の方針発表</li> <li>・旅行会社等の講師を招いた勉強会</li> <li>・旅行会社仕入担当者等を招致しての現地視察、意見交換会</li> <li>・受入課題についての勉強会</li> <li>・市町トピックス等の共有</li> <li>・ホームページ、SNS 等の情報発信に関する勉強会</li> </ul> </li> <li>・現場意見の収集、共有、改善 <ul style="list-style-type: none"> <li>・グループディスカッションの実施</li> <li>・アンケート収集、共有</li> </ul> </li> <li>・開催頻度 <ul style="list-style-type: none"> <li>・年 2～4 回程度(開催回によって実施内容を決定)</li> </ul> </li> </ul>
<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市町や県立大学等と連携し、観光地域づくりの中核人材、高校生・大学生等次代を担う観光人材の育成を行う他、事業者が観光で「稼ぐ」ためのビジネス力の向上を図る。</li> <li>・県民が地域の魅力を理解し、情報発信やおもてなし等で力を発揮できるよう、本県の観光を学ぶ基礎講座やステップアップとしての観光ガイドの養成講座を開催し、地域の観光を支えるプレイヤーを育成。</li> <li>・お土産品のコンセプト・ブランド化の磨き上げ「Re:デザイン事業」の実施。県民がおすすめしたい様々なお土産を統一コンセプト・デザインでブランド化を進める。</li> <li>・コロナ禍での事業者、旅行者への支援として、県民向けお泊りキャンペーン、感染防止対策をしている「安心の宿」の支援、登録、おもてなし向上オンライン研修の実施(いずれも R2 年度)。</li> </ul>
<p>観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>観光客が求めるあらゆる情報を提供できるよう、県内の市町、観光協会、観光事業者から観光情報を集約し、観光情報サイト「ふくいドットコム」の機能を充実させ、一元的な情報発信を行う。さらに SNS (facebook、twitter、instagram) での情報発信も行う。</p>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

## 6. KPI (実績・目標)

## (1) 必須KPI (※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値)

指標項目		2017 (H29) 年度	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	- ( - )	- ( - )	- ( - )	133,200 ( - )	134,200 ( - )	135,200 ( - )
	実績	125,700 ( - )	131,300 ( - )	135,700 ( - )	- ( - )	- ( - )	- ( - )
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	- ( - )	- ( - )	- ( - )	4,150 ( 150 )	4,200 ( 225 )	4,250 ( 300 )
	実績	3,587 ( 61 )	4,057 ( 76 )	4,144 ( 98 )	- ( - )	- ( - )	- ( - )
●来訪者満足度 (%)	目標	- ( - )	- ( - )	- ( - )	- ( - )	52 ( - )	55 ( - )
	実績	- ( - )	- ( - )	46 ( - )	52.7 ( - )	- ( - )	- ( - )
●リピーター率 (%)	目標	- ( - )	- ( - )	- ( - )	- ( - )	74.8 ( - )	74.9 ( - )
	実績	- ( - )	- ( - )	74.6 ( - )	69.9 ( - )	- ( - )	- ( - )

## 目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

## 【検討の経緯】

福井県が2019年度に策定した『ふくい観光ビジョン』の各種指標の目標値をもとに必須KPIを設定。

## 【設定にあたっての考え方】

『ふくい観光ビジョン』の目標数値を達成するために必要な増加率をもとに設定。

## ●旅行消費額

福井県観光統計を元に設定。目標：令和6年 1,700 億円

## ●延べ宿泊者数

観光庁の宿泊統計調査を元に設定。目標：令和6年 5,100 千人

## ●来訪者満足度

2019年開始のアンケート調査。目標：令和6年 60%

## ●リピーター率

2019年開始のアンケート調査。

北陸新幹線福井・敦賀開業年には新規来訪者の割合が増加するためリピーター率は低下見込み。

## (2) その他の目標 (※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値)

指標項目		2017 (H29) 年度	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度
●観光客入込数 (千人)	目標	- ( - )	- ( - )	- ( - )	17,230 ( - )	17,360 ( - )	17,490 ( - )
	実績	16,053 ( - )	16,969 ( - )	18,095 ( - )	- ( - )	- ( - )	- ( - )

## 指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

## 【検討の経緯】

2019年度策定『ふくい観光ビジョン』の各種指標の目標値をもとに必須KPIを設定。

## 【設定にあたっての考え方】

福井県観光統計の観光客入込数状況(実人数)を元に設定。目標：令和6年 20,000 千人

## 7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

### (1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳(円)
2017(H29)年度 【決算】	154,871,308(円)	【県からの補助金】 100,972,859 【民間からの補助金】 190,000 【会費収入】 37,749,000 【事業収入】 13,115,510 【受取負担金】 549,000 【その他】 2,294,939
2018(H30)年度 【決算】	161,865,422(円)	【県からの補助金】 104,878,050 【民間からの補助金】 170,000 【会費収入】 37,117,852 【事業収入】 16,980,963 【受取負担金】 549,000 【その他】 2,169,557
2019(R1)年度 【決算】	166,356,360(円)	【県からの補助金】 104,711,632 【民間からの補助金】 170,000 【会費収入】 49,352,000 【事業収入】 9,469,121 【受取負担金】 549,000 【その他】 2,104,607
2020(R2)年度 【予算(コロナ関 連補正予算含む)】	1,743,433,000(円)	【県からの補助金】 1,621,957,000 【民間からの補助金】 170,000 【会費収入】 69,484,000 【事業収入】 9,380,000 【受取負担金】 39,029,000 【その他】 3,413,000
2021(R3)年度 【見込み】	387,960,000(円)	【県からの補助金】 277,072,000 【民間からの補助金】 170,000 【会費収入】 69,484,000 【事業収入】 8,112,000 【受取負担金】 30,041,000 【その他】 3,081,000
2022(R4)年度 【見込み】	525,960,000(円)	【県からの補助金】 415,072,000 【民間からの補助金】 170,000 【会費収入】 69,484,000 【事業収入】 8,112,000 【受取負担金】 30,041,000 【その他】 3,081,000

## (2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(円)	
2017(H29)年度 【決算】	155,022,463(円)	【公益目的事業】	139,724,088
		観光情報の収集と情報発信	36,124,245
		国内・海外の誘客促進	45,665,225
		地域活性化の推進と人材育成支援	57,934,618
		【管理費】	15,298,375
2018(H30)年度 【決算】	160,820,555(円)	【公益目的事業】	144,738,983
		観光情報の収集と情報発信	31,730,596
		国内・海外の誘客促進	52,755,622
		地域活性化の推進と人材育成支援	60,252,765
		【管理費】	16,081,572
2019(R1)年度 【決算】	165,315,668(円)	【公益目的事業】	139,990,968
		観光情報の収集と情報発信	30,044,799
		国内・海外の誘客促進	55,456,980
		地域活性化の推進と人材育成支援	54,489,189
		【管理費】	25,324,700
2020(R2)年度 【予算(コロナ関連補正予算含む)】	1,743,433,000(円)	【公益目的事業】	1,714,338,000
		観光情報の収集と情報発信	47,747,000
		国内・海外の誘客促進	1,490,623,000
		地域活性化の推進と人材育成支援	86,212,000
		コンベンション振興事業	89,756,000
		【管理費】	29,095,000
2021(R3)年度 【見込み】	387,960,000(円)	【公益目的事業】	363,090,000
		観光情報の収集と情報発信	50,648,000
		国内・海外の誘客促進	74,450,000
		地域活性化の推進と人材育成支援	163,374,000
		コンベンション振興事業	67,761,000
		【管理費】	31,727,000
2022(R4)年度 【見込み】	525,960,000(円)	【公益目的事業】	511,258,000
		観光情報の収集と情報発信	50,648,000
		国内・海外の誘客促進	74,450,000
		地域活性化の推進と人材育成支援	301,374,000
		コンベンション振興事業	67,761,000
		【管理費】	31,727,000

(別添) 様式 1

### (3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- ・県からの補助金等による基盤の確立
- ・着地型ツアーの企画、造成、販売
- ・会費収入の増収を図るため、マーケティングで得られた情報の会員への提供や、セミナーの開催等、会員のメリットを強化し、新規会員の獲得に取り組む。

### 8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

福井県は、公益社団法人 福井県観光連盟を福井県における地域連携DMOとして登録したいので、公益社団法人 福井県観光連盟とともに申請します。

### 9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	仲谷 友康
担当部署名 (役職)	(公社)福井県観光連盟 観光企画・宣伝事業部 (副部長)
郵便番号	〒910-0004
所在地	福井市宝永 2-4-10 福井県宝永分庁舎 2F
電話番号 (直通)	0776-20-0741
F A X 番号	0776-23-3715
E - m a i l	nakaya@fukuioyado.com

### 10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	福井県
担当者氏名	塚本 桂一朗
担当部署名 (役職)	交流文化部 観光誘客課 観光戦略グループ (主事)
郵便番号	〒910-0004
所在地	福井市宝永 2-4-10 福井県宝永分庁舎 2F
電話番号 (直通)	0776-20-0380
F A X 番号	0776-20-0381
E - m a i l	k-tsukamoto-tw@pref.fukui.lg.jp

# 法人名:公益社団法人 福井県観光連盟

登録区分名:地域連携DMO

## (観光地域づくりのコンセプトを記載)

【区域】 福井県

【設立日】 昭和26年12月(平成25年4月 公益社団法人化)

【登録日】 ※地域連携DMO正式登録申請中

【代表者】 会長 山田 義彦 (前福井市副市長)

【マーケティング責任者(CMO)】

龍田 弘和(福井県から出向)

【財務責任者(CFO)】

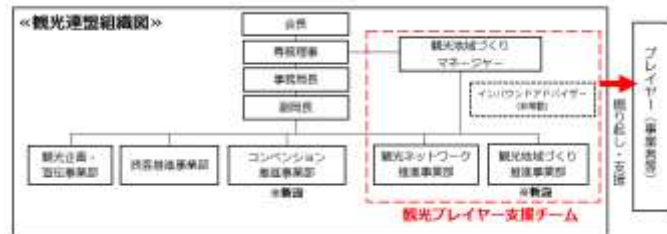
中嶋 絹代(福井県から出向)

【職員数】 25人

(常勤23人(正職員2人、出向等21人)、非常勤2人)

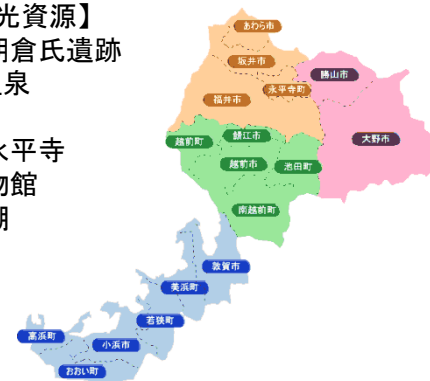
【連携する主な事業者】 福井県、  
全17市町の観光課、観光協会、連盟、  
交通事業者、金融機関、物販飲食事業者、等

### 実施体制



### マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】  
一乗谷朝倉氏遺跡  
あわら温泉  
東尋坊  
大本山永平寺  
恐竜博物館  
三方五湖



### 合意形成の仕組み

【該当する登録要件】 ①

【概要】

- ・公益社団法人として、総会(年2回)、理事会(年3回程度)を開催し、法人としての重要な事案に関する意思決定を行っている。
- ・会員は県や市町、観光団体、交通事業者、経済団体等の地域の多様な関係者を有する。

### 法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】

- ・観光情報ホームページ運営管理
- ・SNSでの情報発信
- ・国内外観光商談会開催
- ・旅行会社等への情報発信
- ・首都圏主要駅PR
- ・JR金沢駅内福井県観光案内運営

【観光資源の磨き上げ】

- ・優良観光土産品推奨事業
- ・土産品のリデザイン
- ・着地型旅行商品企画販売事業

【受入環境の整備】

- ・ボランティアガイド支援事業
- ・受入課題の共有、勉強会

### 戦略

【主なターゲット】

三大都市圏(首都圏・関西圏・中京圏)在住者

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ・北陸新幹線福井・敦賀開業や中部縦貫自動車道の開通等の好機を活かしながら、三大都市圏在住者それぞれが求める情報を積極的に発信していく。
- ・居住地に応じた観光客の本件への認識や距離感などを踏まえながら、デジタルメディアを最大活用し、欲しい人に欲しい情報を届けられるよう、これまでの行政PRにとらわれない力強い戦略的なプロモーションを展開する。

### 観光関連事業者と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

- ・理事会での情報共有、意思決定
- ・観光ネットワーク会議の実施(県内17市町の観光課、観光協会・連盟)

### KPI(実績・目標)

※( )内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2017 (H29) 年度	20 (H30) 年度	201 (R1) 年度	202 (R2) 年度	202 (R3) 年度	202 (R3) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	-	-	-	133,200	134,200	135,200
	実績	125,700	131,300	135,700	-	-	-
延べ宿泊者数 (千人)	目標	-	-	-	4,150	4,200	4,250
	実績	3,587 (61)	4,057 (76)	4,144 (98)	-	-	-
来訪者満足度 (%)	目標	-	-	-	49	52	55
	実績	-	-	46	52.7	-	-
リピーター率 (%)	目標	-	-	-	74.7	74.8	74.9
	実績	-	-	74.6	69.9	-	-

### 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】(例)会費収入 49,352千円、県補助金 104,712千円  
事業収入 9,469千円 等(R1年)

【総支出】 165,316千円(管理費25,325千円、事業費139,991千円)  
※R1年度3月期決算

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】

新規会員の獲得による会費収入の増、  
県内着地型ツアーの企画、造成、販売、等