

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年7月28日

### 1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○で囲むこと	広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> ・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	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 福井県全域	
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	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	26人【常勤（正職員3人・出向等23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） ※必ず記入すること	（氏名） 山田 義彦 （出身組織名）	福井県農林水産部長、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。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 佐竹 正範「専従」 （出身組織名） 紀尾井町戦略研究所(株) 他	ヤフー(株)の地域創生プロデューサーとして全国の自治体をサポートした経験等を活かし、当連盟の「観光地域づくりマネージャー」として、県内観光地のデータ収集やマーケティング分析に取り組むとともに、観光プレイヤーの発掘やDMO設立支援など、稼ぐ観光地域づくりの総合マネジメントを行っている。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 松石 健司「専従」 （出身組織名） 福井県	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、事業が効果的に行えるよう全体のマネジメントを行っている。
観光ブランドアップ・スーパーバイザー（専門人材）	（氏名） 於保 孝志「専従」 （出身組織名） 星野リゾートグループ 他	複数のリゾートホテルの経営や運営の責任者を務めてきた経験を活かし、宿泊や食の分野に特化した素材の磨き上げや、魅力の創造のマネジメントを行っている。
観光アクティビティ・スーパーバイザー（専門人材）	（氏名） 松尾 章子「専従」 （出身組織名） ディスカバー東広島 他	クルーズ船の営業や観光マネジメント会社等で活躍した経験を活かし、体験・アクティビティの分野に特化した素材の磨き上げや、新たな商品開発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「非専従」 (出身組織名) 個人事業主	エイチ・アイ・エス、ぐるなび等においてインバウンド向けインターネットサービス業務に従事した経験を活かし、県内事業者のインバウンド受入環境の整備促進に向けた指導・助言を行っている。
誘客推進事業の責任者	(氏名) 領家 かずよ「専従」 (出身組織名) 福井県	誘客推進事業部長として、商談会の運営・出展や旅行会社への営業等、国内外からの誘客推進にかかる業務を統括している。
コンベンション推進事業の責任者	(氏名) 内田 詔子「専従」 (出身組織名) 福井県	コンベンション推進事業部長として、国内外のM I C E誘致・開催にかかる業務を統括している。
観光ネットワーク推進事業の責任者(専門人材)	(氏名) 荒木 敬司「専従」 (出身組織名) (株)J T B	大手旅行会社での勤務経験を活かし、観光ネットワーク推進事業部長として、着地型旅行商品の企画・販売や教育旅行誘致、ガイド育成等の業務を統括している。
観光地域づくり推進事業部の責任者	(氏名) 野路 芳司「専従」 (出身組織名) 福井県	観光地域づくり推進事業部長として、県内の観光プレイヤーの発掘および連絡調整、市町の観光推進体制の強化等の業務を統括している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 福井県観光誘客課 観光戦略、周遊観光素材造成、インバウンド対策、観光人材の育成 等</li> <li>・ 福井県新幹線開業課 新幹線開業に向けた戦略、誘客プロモーション 等</li> <li>・ 福井県内各市町観光担当部局 各市町における観光振興全般</li> </ul>	
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光事業者・関係団体(観光情報発信、観光イベント等) 県内市町観光協会、(一社)若狭湾観光連盟、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 等</li> <li>・ 交通事業者・関係団体(県内への送客、二次交通の充実等) 西日本旅客鉄道(株)、東日本旅客鉄道(株)、えちぜん鉄道(株)、福井鉄道(株)、京福バス(株)、福井交通(株) 等</li> </ul>	
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	<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>	
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ おもてなしオンラインセミナーの実施 県民や県内観光事業のおもてなしスキルの向上を図る動画を制作し、当連盟の観光HPで無料配信</li> <li>・ インスタグラムフォトコンテストの実施 インスタグラムにおいて県民から広く風景・グルメ・体験等の写真を募集し、当連盟の観光HP等における効果的な写真素材として活用</li> <li>・ 県内教育機関との連携 県内の大学での講義、高校・中学校での授業に参加 等</li> </ul>	
法人のこれまでの活動実績	<p><b>【活動の概要】</b> 福井県内全域を対象とした唯一の観光振興団体として、県・市町・観光関係団体・観光事業者等と連携し、以下の事業に取り組んでいる。</p>	

	【令和4年度の主な事業】			
	事業	実施概要		
	観光情報 の収 集と情 報発信	・ 県公式観光サイト「ふくいドットコム」の運営管理 （令和4年3月リニューアル） ・ SNSを活用した福井ファン拡大 インスタ映えスポット造成支援、インスタグラムフォトコンテスト開催 ・ 首都圏主要駅でのPR（観光ポスター掲出） ・ 県観光マップ作成（令和4年3月リニューアル）		
	国内・ 海外か らの誘 客推進	[国内からの誘客] ・ 県外から本県へのバスツアー造成支援 ・ 県外観光商談会の開催（西日本・中京圏・東日本） ・ 本県への教育旅行の誘致 （県外旅行会社への営業活動、ガイドブック作成等） [海外からの誘客] ・ 台湾の個人旅行者向けにSNSを活用した情報発信 ・ 台湾の旅行会社との観光商談会の開催		
	地域活 性化の 推進と 人材育 成支援	・ 民間の観光専門家（観光プロデューサー・誘客アドバイザー）の配置 ・ JR金沢駅内福井県観光案内コーナーの設置運営 ・ 着地型旅行商品（ツアーふくい）の企画販売 ・ 県内お土産のブランド化（キリトリップ）の推進 ・ 県内の観光ボランティア団体の事業活動への支援 ・ おもてなしオンラインセミナーの実施		
	コンベン ション振興	・ コンベンション開催助成 ・ コンベンション誘致・活用推進 （民間専門家の配置、営業活動、施設ガイド作成等）		
	DMO による 地域づ くり推 進	・ 観光地域づくり推進に向けた専門人材の設置 （観光地域づくりマネージャー、観光スーパーバイザー等） ・ 民間プレイヤーが行う新たなコンテンツ開発等への支援 ・ マーケティング調査 ・ 新たな観光人材の育成（観光アカデミー開講）		
	新型コ ロナウ イルス 感染症 への 対応	・ 県独自の旅行代金割引キャンペーン（ふくいdeお得キャンペーン）実施による県内観光の促進 ・ 宿泊事業者による感染防止対策等への支援		
	【定量的な評価】			
	R 1	R 2	R 3	R 4
決算額(千円)	165,316	1,372,502	6,447,980	8,336,839
会員数(団体)	191	187	192	195

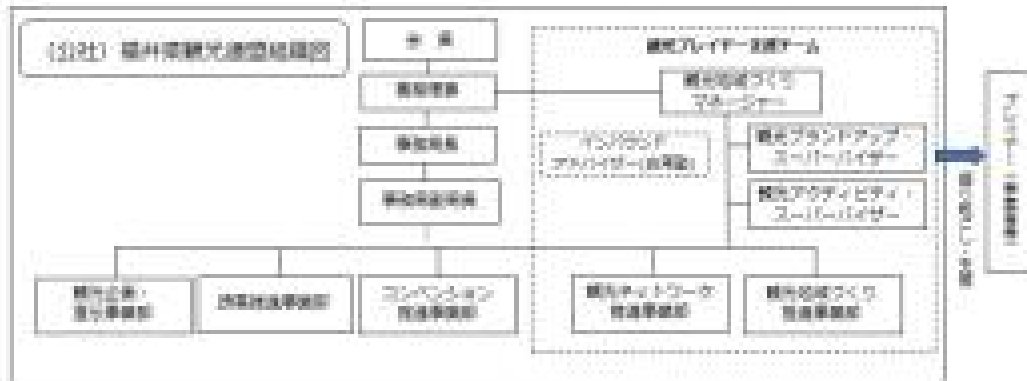
## 実施体制

※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】

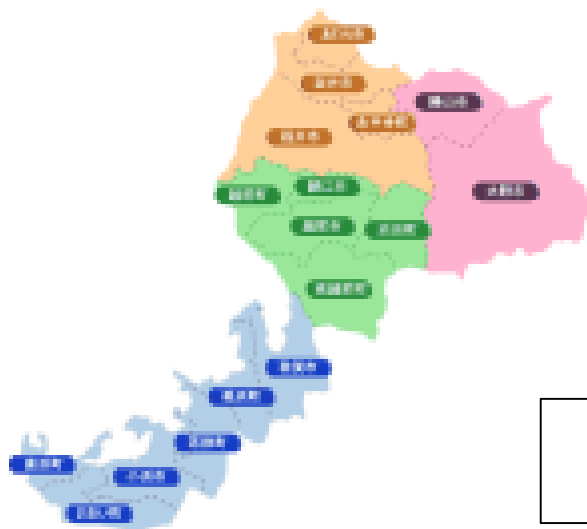
県や市町、観光団体、民間事業者等地域の多様な関係者を会員とした（公社）福井県観光連盟が中心となり、関係者の意見を集約・反映させながら、官民一体となって福井県の観光振興に取り組む。特に地域の観光を担うプレイヤーの掘り起こしと支援を重点に置いた活動を展開していく。

## 【実施体制図】



## 2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

## 【区域の範囲が分かる図表を挿入】



9市8町からなる計17市町  
県庁所在地：福井市

## 【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。

## 【観光客の実態等】

○観光入込客の推移（単位：千人 / 令和4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
令和2年	6,388	510	3,317	1,491	9,705	2,001	11,706
令和4年	8,413	532	4,377	1,869	12,790	2,401	15,191

## 【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（令和４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４年	令和２年
武生中央公園	越前市	1,289	1,009
道の駅「南えちぜん山海里」※1	南越前町	1,186	—
日本海さかな街	敦賀市	1,000	850
恐竜博物館・かつやま恐竜の森	勝山市	989	531
西山公園	鯖江市	790	427
一乗谷朝倉氏遺跡	福井市	751	851
氣比神宮	敦賀市	692	557
道の駅「越前」	越前町	658	685
道の駅「越前おおの荒島の郷」※2	大野市	626	—
東尋坊	坂井市	620	676

※1 令和３年１０月オープン

※2 令和３年４月オープン

## ○主要行・祭事入込状況（延べ人数）（令和４年 福井県観光客入込数）

市町名	行・祭事名	令和４年	令和２年
勝山市	勝山左義長まつり	(中止)	40
福井市	ふくい桜まつり	252	(中止)
坂井市	丸岡城桜まつり	31	(中止)
坂井市	竹田の里しだれ桜まつり	45	(中止)
鯖江市	さばえつつじまつり	74	(中止)
大野市	七間朝市山菜フードピア	(中止)	(中止)
坂井市	三国祭	43	(中止)
越前町	越前陶芸まつり	35	(中止)
坂井市	ゆりフェスタ	23	(中止)
越前町	越前みなと大花火	20	(中止)
福井市	福井フェニックスまつり	41	(中止)
おおい町	若狭おおいのスーパー大火勢	10	(中止)
坂井市	三国花火大会	165	(中止)
越前市	越前市サマーフェスティバル	85	(中止)
敦賀市	敦賀まつり	(中止)	(中止)
越前市	たけふ菊人形	186	117
大野市	九頭竜紅葉まつり	53	(中止)
大野市	三大朝市物産まつり	5	(中止)
敦賀市	ミライエ	35	31
越前町	越前かにまつり	(中止)	(中止)

## ○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。また令和4年10月に県立一乗谷朝倉氏遺跡博物館が開館し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（令和4年）

種類	施設数	収容人数
ホテル・旅館	48	9,823
民宿・ペンション等の民営宿泊施設	639	24,973
社会教育施設	11	1,808
公共の宿泊施設	19	1,381
キャンプ場	33	6,894
合 計	750	44,879

## 【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)時で約 9.8 万人泊であり、全国と比較すると 46 位と少ない現状にある。(令和 4 年は新型コロナウイルス感染拡大の影響により約 1 万人泊に大幅減少)
- ・また消費税免税店数の少なさ(91 店舗(令和 3 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いえない状況である。
- ・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。
- ・当連盟にインバウンドアドバイザーを設置(非常勤)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
旅行消費額	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、宿泊者数の推移を把握するため。	宿泊旅行統計調査(福井県)
来訪者満足度	観光客の実態を把握するとともに、来訪者の満足(不満足)に繋がっている要因を分析するため。	アンケート調査(福井県観光連盟)
リピーター率	観光客の実態やリピーター顧客の動向を把握するため。	アンケート調査(福井県観光連盟)
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(福井県観光連盟)
観光客入込数	観光客の実態、観光地の入込数の推移を把握するため	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)

## 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す、SDGs の達成に向け観光への期待がますます高まっている。来春に迫った北陸新幹線福井・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、大阪・関西万博やワールドマスターズゲームズ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	<b>強み (Strengths)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国内最大級の恐竜博物館</li> <li>・歴史と文化(永平寺、一乗谷朝倉氏遺跡)</li> <li>・伝統工芸(和紙、漆器、越前焼、打刃物等)</li> <li>・伝統産業(繊維、眼鏡等)</li> <li>・自然(東尋坊、越前海岸、三方五湖等)</li> <li>・地元産の食材(越前がに、若狭ぐじ、へしこ、若狭牛、地酒等)</li> <li>・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)</li> </ul>	<b>弱み (Weaknesses)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・滞在時間の延長(泊食分離、まち歩きの魅力向上)</li> <li>・二次交通への対策</li> <li>・観光消費額の拡大(魅力的な観光素材、土産品等の開発)</li> <li>・ナイトタイムエコノミーへの対応</li> <li>・外国人宿泊者数(全国 44 位)</li> <li>・県の魅力度(全国 37 位)</li> <li>・Wi-Fi、案内看板、免税店等の外国人受け入れ環境</li> </ul>
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2024 年春 北陸新幹線福井・敦賀開業(2024 年秋 デスティネーションキャンペーン)</li> <li>・中部縦貫自動車道全線開通</li> <li>・2025 年大阪・関西万博</li> <li>・2027 年ワールドマスタースゲーム</li> </ul>	<b>脅威 (Threat)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人口減少による国内旅行者の減少</li> <li>・地域間競争の激化</li> <li>・新型コロナウイルス感染症の状況</li> </ul>

※上記に加え、P E S T 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 <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul> ○取組方針 <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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 にとられない力強い戦略的なプロモーションを展開する。</li> </ul> <<首都圏在住者>> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・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、「言ってみないと思ったところが実は福井」という展開を図っていく。</li> <li>・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。</li> </ul>



- ・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～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。

#### ○ターゲット層

若年層、ファミリー層、シニア層、女性観光客

#### ○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。

#### ○取組方針

- ・性別・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 にとらわれない力強い戦略的なプロモーションを展開する。

#### 《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。

#### 《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。

《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。

《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めるまち歩きコース等、女性同士で楽しめる情報を発信していく。

○ターゲット層  
外国人旅行者

○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。

○取組方針

- ・当連盟にインバウンドアドバイザーを設置（非常勤）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。
- ・観光情報ポータルサイトの機能を強化（令和３年度に県がインバウンドHPを全面リニューアル）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。

#### 《東南アジア》

- ・経済成長が著しく、今後の訪日旅行社の増加が見込まれる東南アジアのうち、フィリピン、ベトナムを新たなターゲットに現地展示会やKOLによるプロモーションにより、福井県のプレゼンス向上を図る。
- ・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ことから、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》

- ・個人消費額の高いアメリカを新たなターゲットに、現地からの誘客の拡大を図るため、アメリカ（カリフォルニア）に営業拠点を開設し、現地の旅行社やメディアに対し、福井県のプロモーションを実施する。
- ・特にヨーロッパやアメリカの富裕層に関心が高いZENをテーマにした現地でのプロモーションや旅行商品の造成により、インバウンド誘客の拡大を図る。

### （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
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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当連盟の総会、理事会において、当連盟の事業報告・方針の説明を行い、了解を得ているほか、当連盟会員にメール等により随時情報を共有している。</li> <li>・市町や市町観光協会の担当者を集めた「観光ネットワーク会議」を開催し、県・市町間の情報共有を図る。</li> <li>・県内の観光事業者・DMO・観光協会等による「福井県DMOサミット」を開催し、県内観光プレイヤーによる事例発表や、参加者相互の情報交換等を行う。</li> </ul>

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内観光地において県内外からの観光客を対象としたデジタルアンケートを実施し、マーケティング分析や情報共有を行うことにより、観光事業者等による販売分析・商品企画を支援する。</li> <li>・県民や県内事業者のおもてなしレベルの向上を図る「おもてなしオンラインセミナー」を実施する。</li> <li>・新たな観光ビジネスの創造に取り組む人材を育成する「福井県観光アカデミー」を開催する。</li> </ul>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内の市町、観光協会、観光事業者等から観光情報を集約し、福井県全域をカバーする当連盟の県観光情報サイト「ふくいドットコム」を活用して一元的な情報発信を行う。</li> <li>・当連盟のSNS (facebook、twitter、instagram) を活用して県内の観光イベント等の情報をタイムリーに発信する。</li> </ul>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

## 6. K P I (実績・目標)

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

### (1) 必須K P I

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	— (—)	— (—)	1,352 (—)	1,526 (—)	1,700 (—)	— (—)
	実績	834 (—)	849 (—)	1,058 (—)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	— (—)	— (—)	4,250 (300)	4,675 (350)	5,100 (400)	— (—)
	実績	2,564 (23)	2,356 (10)	2,222 (11)			
●来訪者満足度 (%)	目標	— (—)	— (—)	55.0 (—)	57.5 (—)	60 (—)	— (—)
	実績	52.7 (—)	51.9 (—)	54.6 (—)			
●リピーター率 (%)	目標	— (—)	— (—)	74.9 (—)	75.0 (—)	75.0 (—)	— (—)
	実績	69.9 (—)	74.2 (—)	70.6 (—)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

## 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

## (2) その他の目標

指標項目		2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度
●観光客入込数 (千人)	目 標	—	—	17,490	18,745	20,000	—
		(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
	実 績	11,706	12,356	15,191			
		(—)	(—)	(—)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

## 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（具体的に記入すること）
2020（Ｒ２） 年度【決算】	1,372,763,562 円	【県からの補助金】 1,297,799,966 円 【民間からの補助金】 170,000 円 【会費収入】 61,334,260 円 【事業収入】 7,277,912 円 【受取負担金】 5,189,767 円 【その他】 991,657 円
2021（Ｒ３） 年度【決算】	6,447,879,629 円	【国からの補助金】 7,994,000 円 【県からの補助金】 6,348,744,399 円 【民間からの補助金】 170,000 円 【会費収入】 73,692,390 円 【事業収入】 10,987,471 円 【受取負担金】 5,419,190 円 【その他】 872,179 円
2022（Ｒ４） 年度【決算】	8,335,724,464 円	【国からの補助金】 3,862,784 円 【県からの補助金】 8,229,462,800 円 【民間からの補助金】 1,120,000 円 【会費収入】 78,355,450 円 【事業収入】 7,961,968 円 【受取負担金】 13,492,898 円 【その他】 1,468,564 円
2023（Ｒ５） 年度【見込み】	3,666,742,000 円	【受取補助金等】 3,549,668,000 円 【会費収入】 69,730,000 円 【事業収入】 13,637,000 円 【受取負担金】 30,672,000 円 【その他】 3,035,000 円
2024（Ｒ６） 年度【見込み】	457,897,000 円	【受取補助金等】 340,823,000 円 【会費収入】 69,730,000 円 【事業収入】 13,637,000 円 【受取負担金】 30,672,000 円 【その他】 3,035,000 円
2025（Ｒ７） 年度【見込み】	457,897,000 円	【受取補助金等】 340,823,000 円 【会費収入】 69,730,000 円 【事業収入】 13,637,000 円 【受取負担金】 30,672,000 円 【その他】 3,035,000 円

### （２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2020（Ｒ２） 年度【決算】	1,372,501,494 円	【公益目的事業】 1,350,242,495 円 観光情報の収集と情報発信 46,238,941 円 国内・海外の誘客促進 1,226,572,973 円 地域活性化の推進と人材育成支援 56,943,014 円 コンベンション振興事業 20,487,567 円 【管理費】 22,258,999 円



2021 (R 3) 年度【決算】	6,447,979,378 円	<b>【公益目的事業】</b> 観光情報の収集と情報発信 国内・海外の誘客促進 地域活性化の推進と人材育成支援 コンベンション振興事業 <b>【管理費】</b>	6,423,859,311 円 57,476,759 円 6,217,234,653 円 125,434,677 円 23,713,222 円 24,120,067 円
2022 (R 4) 年度【決算】	8,336,838,777 円	<b>【公益目的事業】</b> 観光情報の収集と情報発信 国内・海外の誘客促進 地域活性化の推進と人材育成支援 コンベンション振興事業 <b>【管理費】</b>	8,308,466,605 円 41,550,359 円 8,002,387,928 円 221,457,463 円 43,070,855 円 28,372,172 円
2023 (R 5) 年度【予算】	3,666,742,000 円	<b>【公益目的事業】</b> 観光情報の収集と情報発信 国内・海外の誘客促進 地域活性化の推進と人材育成支援 コンベンション振興事業 <b>【管理費】</b>	3,640,092,000 円 44,801,000 円 3,272,044,000 円 246,340,000 円 76,907,000 円 26,650,000 円
2024 (R 6) 年度【見込み】	457,897,000 円	<b>【公益目的事業】</b> 観光情報の収集と情報発信 国内・海外の誘客促進 地域活性化の推進と人材育成支援 コンベンション振興事業 <b>【管理費】</b>	431,247,000 円 44,801,000 円 63,199,000 円 246,340,000 円 76,907,000 円 26,650,000 円
2025 (R 7) 年度【見込み】	457,897,000 円	<b>【公益目的事業】</b> 観光情報の収集と情報発信 国内・海外の誘客促進 地域活性化の推進と人材育成支援 コンベンション振興事業 <b>【管理費】</b>	431,247,000 円 44,801,000 円 63,199,000 円 246,340,000 円 76,907,000 円 26,650,000 円

### (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
- ・観光商品のオンライン予約販売・決済システムの運営（令和4年8月～）による手数料収入
- ・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. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

県内の地域DMOは、主に各市町における観光素材の発掘・磨き上げや特産品の企画開発等を担い、当連盟は県全域を対象エリアとする地域連携DMOとして、県・市町・地域DMO・市町観光団体・観光事業者等との緊密な連携のもと、大都市圏へのプロモーションやインバウンド誘客、人材育成、マーケティング分析など、地域DMO単体では実施が困難な取組みや、全県単位での実施が効果的な取組みを担っている。

## 10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	松石 健司
担当部署名（役職）	事務局副局長
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
FAX番号	0776-23-3715
E-mail	matsuishi@fukuioyado.com

## 11. 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	早川 彰紀
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（主査）
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
FAX番号	0776-20-0381
E-mail	a-hayakawa-n7@pref.fukui.lg.jp

## 基礎情報

## 【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

福井県全域

## 【設立経緯】

(例)①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】会長 山田 義彦

【マーケティング責任者(CMO)】佐竹 正範

【財務責任者(CFO)】松石 健司

【職員数】26人(常勤26人(正職員3人・出向等23人))

## 【主な収入】

委託事業等 8,233百万円、会費収入 78百万円(R4年度決算)

## 【総支出】

事業費等 8,308百万円、一般管理費 27百万円(R4年度決算)

## 【連携する主な事業者】

福井県、全17市町の観光課、市町観光協会、地域DMO、交通事業者、金融機関、物販飲食事業者、等

## KPI(実績・目標)

記入日: 令和5年7月31日

※( )内は外国人に関するもの。

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	—	—	1,352	1,526	1,700	—
	実績	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
		834	849	1,058			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	—	—	4,250	4,675	5,100	—
	実績	(—)	(—)	(300)	(350)	(400)	(—)
		2,564 (23)	2,356 (10)	2,222 (11)			
●来訪者満足度 (%)	目標	—	—	55.0	57.5	60	—
	実績	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
		52.7	51.9	54.6			
●リピーター率 (%)	目標	—	—	74.9	75.0	75.0	—
	実績	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
		69.9	74.2	70.6			

## 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開通等の好機を活かし、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する。
- ・居住地に応じた観光客の本性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にとられない力強い戦略的なプロモーションを展開する。

## 具体的な取組

## 【観光資源の磨き上げ】

- ・観光プレイヤーの発掘・支援
- ・土産品のブランド化推進
- ・着地型旅行商品の企画販売

## 【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
- ・教育旅行・コンベンション誘致に向けた旅行行会社への営業活動等
- ・首都圏主要駅でのPR

## 【受入環境整備】

- ・インバウンド受入環境の整備推進
- ・観光ボランティアガイド団体への支援
- ・おもてなしオンラインセミナーの実施



R4年度「福井県DMOサミット」開催  
地域の観光プレイヤーやDMOの活動、食・宿泊施設のブランディングや体験・アクティビティの新規開発事例を共有し、「稼ぐ」観光地域づくりを推進