

1 補助事業名

マーケティング事業

2 補助事業の事業主体

福井県

3 補助事業の実施場所

- 福井県
- 首都圏

4 補助事業の概要

(1) 若狭路情報発信・調査事業

若狭路の「食」を中心とした観光情報および若狭路に根付く歴史文化を発信し、各エリアにおける誘客や若狭路の「食」をはじめとするブランド形成の可能性や課題などに関する有効な情報発信手法等について調査・検証を行った。

(2) 若狭路連携出向宣伝・調査事業

若狭路の「食」を中心とした観光情報および若狭路に根付く歴史文化を発信し、若狭路の認知度や「食」のイメージ、訪問意向度等を現地への出向や動画配信などを通じて調査・検証を行った。

(3) 若狭路着地型旅行商品造成・調査事業

新たな観光・体験スポットを情報発信し、観光資源の課題等に関する調査・検証を行った。

(4) 新幹線開業に向けた若狭路誘客促進・調査事業

北陸新幹線福井敦賀間開業に向け、新たな宿泊や食事スタイル創出、魅力ある観光コンテンツおよび特色ある周遊ルート造成を行うにあたり、地域の受入環境等に対する調査・検証を行った。

5 補助事業に要した経費および補助金充当額

補助事業に要した経費 53,983,518 円

補助金充当額 53,983,518 円

6 補助事業の成果および評価

(1) 若狭路情報発信・調査事業

首都圏を中心に、ラジオを活用した情報発信に加え、同ラジオ番組ホームページ内に「若狭湾の日」のコーナーを設け、長時間の情報発信を実施した。アンケート調査では主に30～50代を中心とした年代層のデータを得ることができた。これまでの新聞や情報誌などによるアンケート調査とは異なる年代層のデータを得ることができたため、新たな層の誘客に向けそれぞれの年代にあった効果的な情報発信や新たな観光素材の発掘、商品化などにつなげていきたい。

また、若狭湾観光連盟の公式ホームページ上でアンケート調査を実施し、若狭路への観光ニーズや来訪意向について調査を行った。調査の結果、若狭路を訪れた人の満足度は高かったものの、「移動が不便」「魅力的な宿泊施設が少ない」「現地で良い観光情報を入手しにくい」などの意見もあり、今後の情報発信の在り方を考える上で大変有意義な調査となった。ホームページ閲覧者は、若狭路への関心を有している人が基本であると考えられるため、今後はこれらの人がどのような目的をもってホームページを閲覧しているか、どのような情報を得たいと考えているかを調査検証し、当ホームページに掲載する情報が観光客に喜ばれるものとなるよう、改善を図っていきたい。

(2) 若狭路連携出向宣伝・調査事業

今年度も新型コロナウイルス感染症拡大により都市部等での出向・イベントでの調査実施が困難であったため、コロナ禍に配慮した形でPRおよび調査を実施した。

首都圏では、大手ホテルや商業施設の飲食店において、若狭路の食材を使った「敦賀若狭フェア」を実施した。雑誌への若狭路の旅行記事掲載や働く女性向けのウェブマガジンなど、様々な媒体を使って情報発信・アンケート調査を実施した。また、コロナ禍を踏まえ、動画を活用した出向宣伝を試験的に実施した。目的・性質の異なる2種類の動画を作成し、首都圏で上映会を開催したり、動画投稿サイトで公開するなどし、アンケート調査を実施した。首都圏でのアンケートでは、主に若年層の女性から回答を得られた。「次の旅行先に若狭路を候補にするか」という問いに対しては7割以上が「候補にしたい」と回答している。自由意見では、「景色 綺麗 美しい」「福井 素晴らしい 魅力」「訪れる」「元気 明るい」などのワードが得られたことから、若狭湾エリアの魅力を伝えられ、来訪意欲の誘引に繋がったと考えている。

今後も、コロナ禍に配慮した新しい出向宣伝の形を考えながら、北陸新幹線福井敦賀間開業に向け、観光需要の動向を把握していく必要がある。

(3) 若狭路着地型旅行商品造成・調査事業

首都圏を中心とした雑誌社編集長を若狭路に招聘し、若狭路の観光資源について県外客への訴求ポイントや訴求力を高める戦略、ターゲットとなる属性の絞り込みなどの調査・検証を実施した。

若狭路ならではの価値として、北前船や御食国といった歴史や文化を伝えていく人々、伝統的な技術を継承していく人々の存在があり、今後、これらの方々が案内人となって当地の魅力を発信していくべきであるとの意見があった。それに加え、現在の「食」を支える、生産者や料理人、養殖や加工などの新しい技術を生み出していく人々の存在にも注目すべきことであるとの意見もあった。

また、近年の旅行は、単に珍しい場所を見て「食」を味わうだけでなく、旅行者自身の探求心を呼び起こし知的好奇心を満たすことにより満足感を高める傾向にあることから、これらの地域の宝を効果的に組み合わせ、付加価値をプラスした旅行を提案・発信していく必要があると考える。

このため、今後も雑誌社等のメディア招聘により、当地ならではの価値の情報発信を行うとともに、地元旅行社に着地型旅行商品の企画販売への意欲を引き出せるよう取組み、当地の観光に対する評価を検証していく必要がある。

(4) 新幹線開業に向けた若狭路誘客促進・調査事業

北陸新幹線福井敦賀間開業を2年後に控え、若狭路の地域資源を活かした誘客強化を図るため、新たな宿泊や食事スタイル創出、魅力ある観光コンテンツおよび特色ある周遊ルート造成に向け、地域の受入環境等に対する調査・検証を目的として今年度から実施した。

内容としては、観光を専門とする大学教授等によるモニターツアーを実施し、参加者に対して調査検証を行った。また、関東圏を中心としたインターネットアンケート調査を実施し、旅行ニーズに関する調査検証を行った。その他、首都圏の若年層の女性を中心に若狭路の情報を発信するとともに来訪意欲に関するアンケート調査を実施した。

いずれの調査も基本的な事項について現状を把握することができた。来訪経験度、旅行先を決定する際参考にするメディア、旅行の交通手段、旅行先を決定する際のポイント、来訪経験の多い観光スポット、今後の来訪意向度の高いスポットなどが明らかになった。

これらの調査結果をもとに、次年度以降は地域資源を活かした誘客強化を図る施策を検証していく必要がある。

【目標値】

	目標値：R 3	実績値：R 3
福井県嶺南地域観光客入込数 (延べ人数)	9 5 1 万人 (ふくい観光ビジョン)	6 4 6 万人
若狭湾観光連盟ホームページ アクセス数 (PV)	72,000 PV	2,259,577 PV
アンケート調査満足度	8 5 %以上	9 4 %