

新幹線敦賀開業プロモーション計画

WELCOME 2024年春
北陸新幹線開業予定!
TSURUGA
TOKYO ↔ TSURUGA



新幹線敦賀開業まちづくり推進会議

2022年3月

目次

1	計画策定の背景と位置付け	1
2	計画策定に向けた分析等	2
3	プロモーションの基本方針	7
4	事業計画	10
5	スケジュール	21

1 計画策定の背景と位置付け

(1) プロモーション計画策定の背景

敦賀市では、2024年春の北陸新幹線敦賀開業に向け、行政・民間・関係団体などが一丸となり、開業効果を最大限に引き出せるよう、「いつ、誰が、何を、どのようにすべきか」を明確にする具体的な行動方針として、2019年3月に「北陸新幹線敦賀開業に向けた敦賀市行動計画」（以下「行動計画」という。）を策定しました。

この行動計画では、開業に向けた具体的なプロモーションや、開業イベントの検討などを効果的に推進するため、行政・民間・ボランティア団体など様々な主体が連携し、方向性の共有を行い、一丸となって行動する体制づくりが掲げられており、2020年4月に、「新幹線敦賀開業まちづくり推進会議」（以下「推進会議」という。）が設立されました。

開業を2年後に控え、戦略的にプロモーションを実施していくため、「新幹線敦賀開業プロモーション計画」（以下「本計画」という。）を策定します。

(2) 計画の位置付け

新幹線開業に向けたイベントの開催による賑わい創出や市民意識の醸成を図るとともに、情報発信を強化するため、戦略的なプロモーション方策を検討することが推進会議の役割となっています。

本計画は、行動計画に定める5つの基本方針のうち、「B マーケティング戦略とプロモーション」に沿って、多様なメディアを活用して敦賀市外への情報発信を戦略的に進めるために推進会議が策定するものであり、開業機運の醸成や、効果的な情報発信等を行うためのプロモーション施策の方針及び具体的な取組を定めるものとします。

(3) 計画期間

本計画の期間については、開業年度だけでなく、関西方面からの誘客促進の絶好の機会となる2025年の大阪・関西万博の開催年度を含め、2022年度から2025年度の4年間を計画期間とします。

実施する事業については、社会情勢の変化などを踏まえ、毎年度見直しを行います。

2 計画策定に向けた分析等

(1) 開業に向けた敦賀市の取組

プロモーションとは、企業に例えると、顧客に対する企業イメージを最大限に高める中で、企業活動を最大化するための戦略や仕組みのうち、「どうやって」消費者の購買意欲を喚起するかという部分にあたります。

敦賀市は、これまでに新幹線開業に向けた受け皿づくりとして、まずは、「人道の港敦賀～優しい日本人がいた場所～」をコンセプトとして、人道の港のストーリーに代表されるオンリーワンの地域資源の掘り起こしを行ってきました。

また、北前船や鉄道といった日本遺産をはじめとする地域資源をさらに磨き上げるとともに、敦賀真鯛や敦賀ふぐ、東浦みかん、昆布などを活用した食の開発、観光消費額の向上に向けた体験観光等の観光商品の開発、氣比神宮周辺や金ヶ崎周辺における観光の拠点化を進めてきました。

さらには、交通の要衝として発展してきたことから、地理的優位性のある関西・中京圏からの誘客や嶺南市町との連携による敦賀を起点とした広域連携での観光客の受け入れにも取り組んでいます。

本計画では、これまでの敦賀市の取組も踏まえながら、更に来訪者や情報発信に関する分析を行い、新幹線開業により新たに信越・北関東方面との移動時間が短縮され、ゲートウェイ（玄関口）としての機能がより高まる好機をとらえ、新たな誘客に向けたプロモーション施策の方針をとりまとめます。



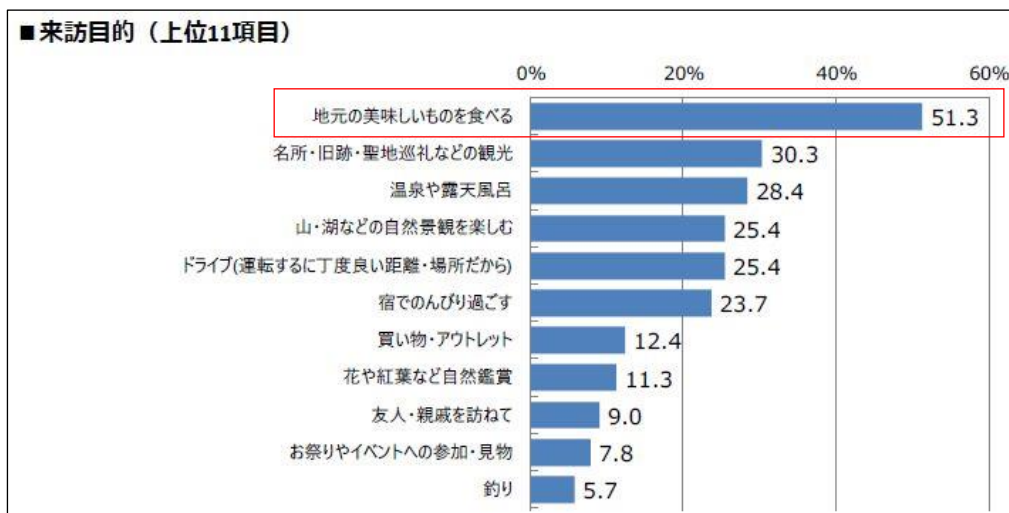
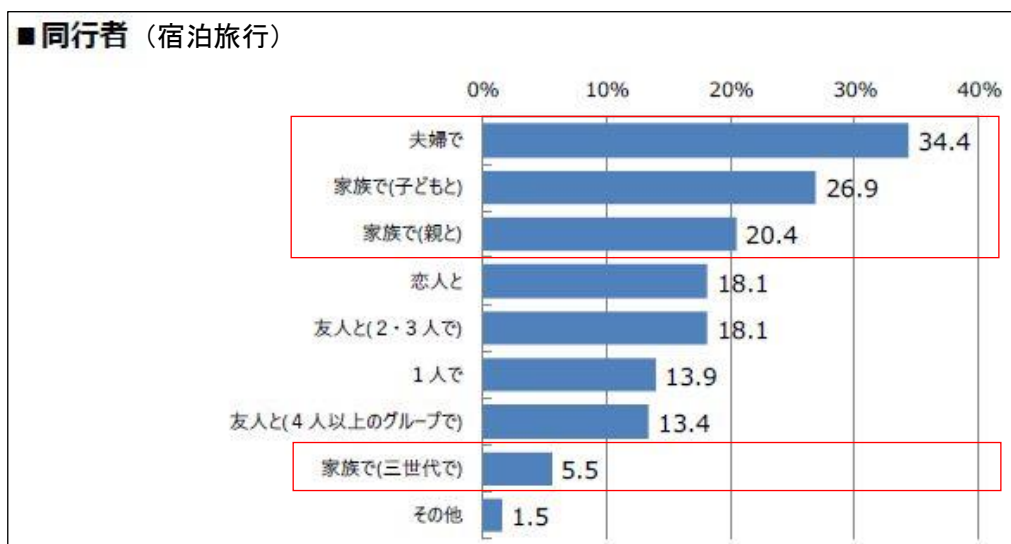
(2) 来訪者への敦賀の魅力調査等の分析

本計画では、プロモーション戦略における方針を定めるにあたり、関連するデータから、敦賀への来訪者等の傾向や利用率の高いメディア等の分析を行いました。

①観光客等の構成や来訪目的

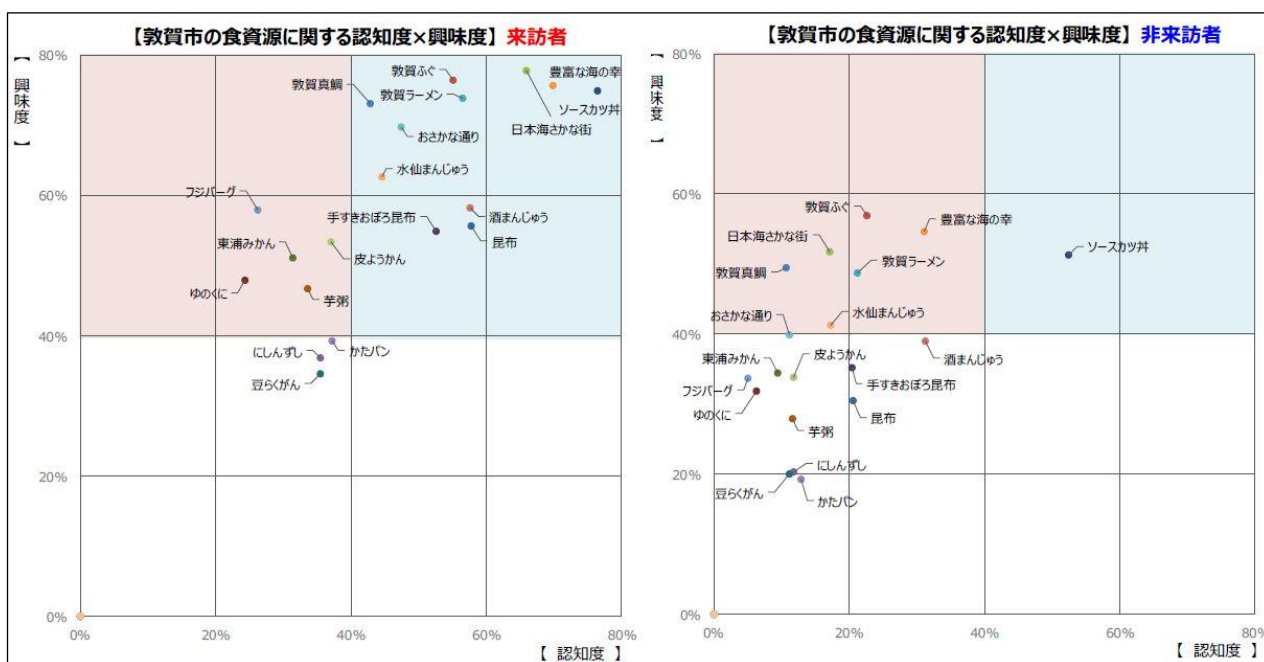
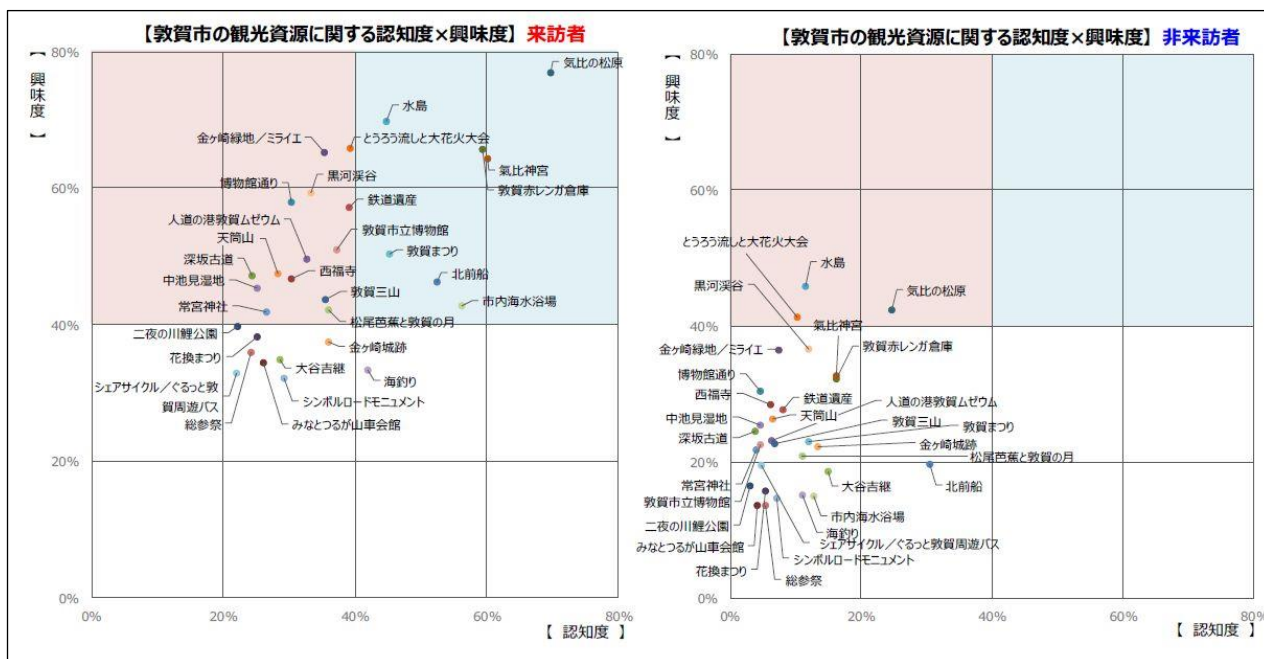
2021年度に実施した「じゃらん宿泊旅行調査・GAP調査」によると、敦賀を訪れる来訪者には、以下のような傾向が見られます。

- ・宿泊旅行では、「夫婦で」が最も多く、続いて「家族で(子どもと)」、「家族で(親と)」となり、「家族で(三世代で)」を合わせると、家族旅行の形態が全体の約半数を占めています。
- ・来訪目的では、「地元の美味しいものを食べる」が最も多く、「食」は観光の大きな目的となっています。



②観光資源に関する認知度・興味度

- ・ 来訪経験者と非来訪者を比較した場合、来訪者の方が認知度・興味度がともに高くなっています。
- ・ 観光スポットにおけるクチコミ投稿者の属性として、同行者「カップル・夫婦」または「家族」が多く、性別年代では「30代女性」、「40代男女」が多くなっています。
- ・ 特に食資源に限ってみると、来訪経験者では認知度も興味度も高いコンテンツが多くなっています。

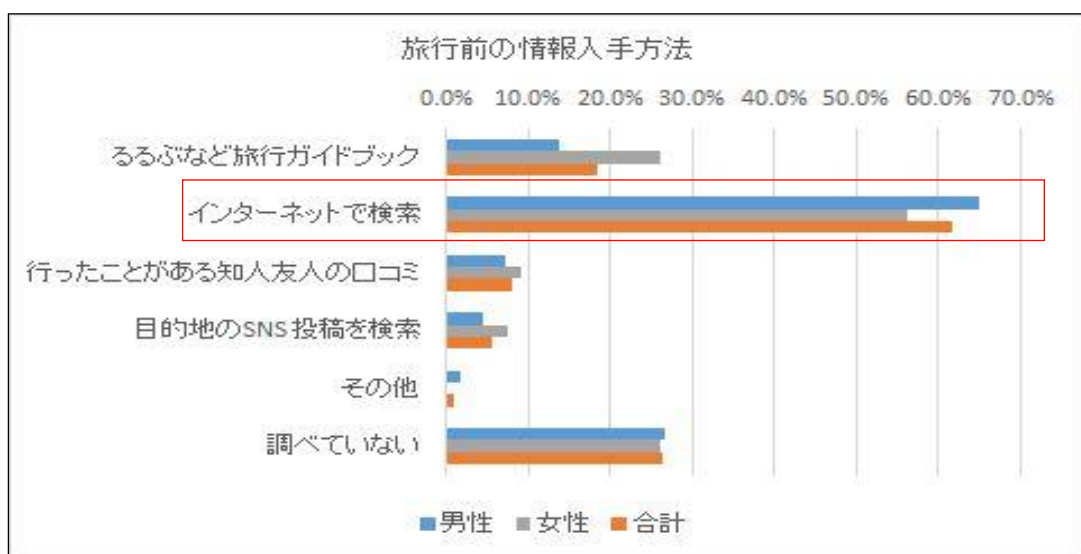
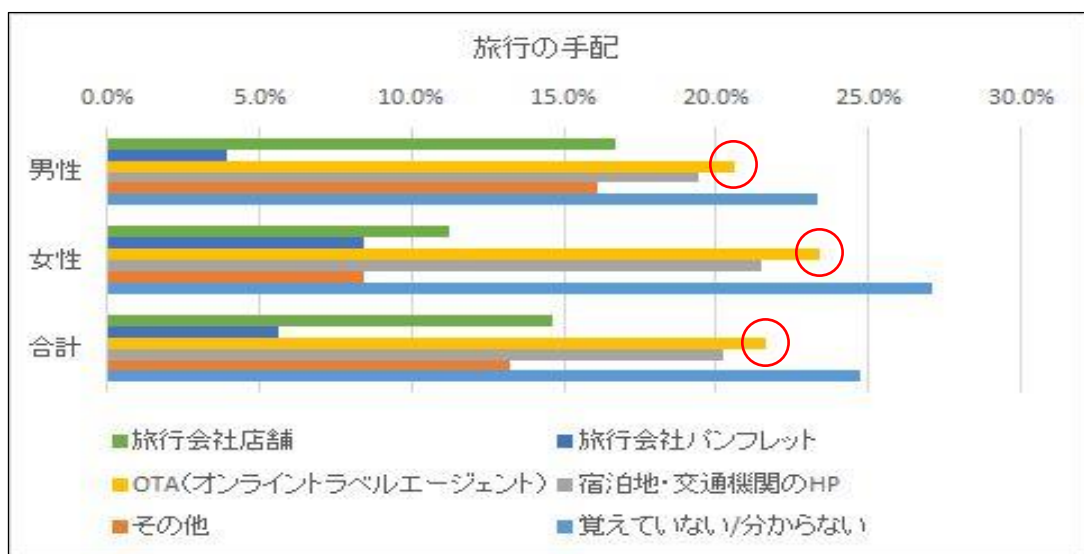


(出典) じゃらん宿泊旅行調査・GAP調査 (2020) より

③旅行の手配や情報の入手方法

- ・旅行の手配については、「覚えていない/分からない」を除くと、「OTA※」、「宿泊地・交通機関のHP」とインターネットでの情報収集が多くなっています。
- ・旅行前の情報入手方法については、「インターネットで検索」が最も割合が多く、「るるぶなど旅行ガイドブック」、「行ったことがある知人友人の口コミ」、「目的地のSNS投稿を検索」の順となっています。

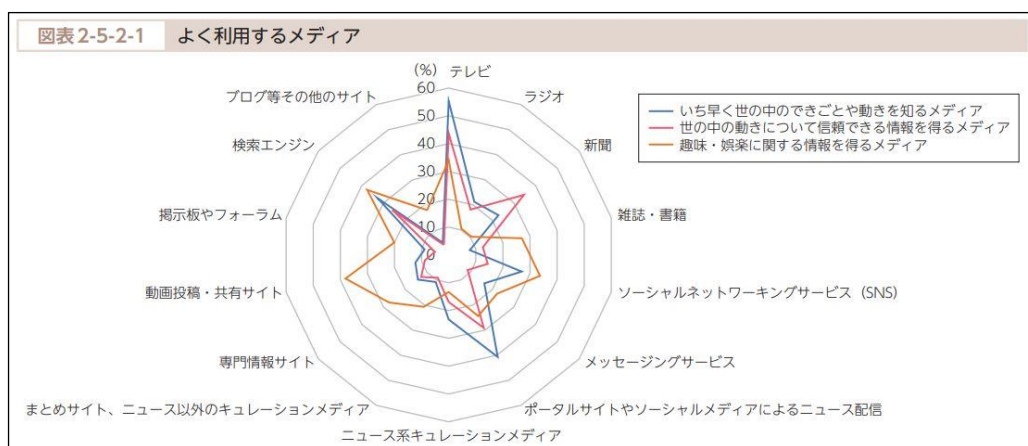
※OTA：オンライントラベルエージェントの略で、いわゆる宿泊予約サイトのこと



(出典) 平成 29 年度 北陸新幹線敦賀開業に向けた受け皿づくり検討業務委託 首都圏ライフスタイル調査結果報告書より

④利用するメディアと信頼度

- ・ 昨今、テレビ離れと言われている中であっても、テレビはいち早く世の中のできごとや動きを知る、信頼できる情報を得るメディアとしてよく利用されています。
- ・ 一方SNSは、特に趣味・娯楽に関する情報を得る、いち早く世の中のできごとや動きを知るメディアとしてよく利用されています。
- ・ 検索エンジンは、よく利用されるメディアとして安定した結果となっています。
- ・ 動画投稿・共有サイトについては、趣味・娯楽に関する情報を得るメディアとしての位置付けが非常に高い結果になっています。



(出典) 総務省 (2021) ウィズコロナにおけるデジタル活用の実態と利用者意識の変化に関する調査研究より

⑤SNSの利用率

- ・ 年代により差があり、年代が高くなるにつれて利用率が下がる傾向にあります。
- ・ 30代～40代については、Twitter や Facebook、Instagram といった代表的なサービスのいずれも利用している傾向にあります。
- ・ 10代～20代は、Twitter や Instagram といった秘匿性が高いサービスの利用率が高い傾向にあります。

【令和2年度】主なソーシャルメディア系サービス/アプリ等の利用率(全年代・年代別)

	全年代(N=1,500)	10代(N=142)	20代(N=213)	30代(N=250)	40代(N=326)	50代(N=287)	60代(N=282)	男性(N=759)	女性(N=741)
LINE	90.3%	93.7%	97.7%	95.6%	96.6%	85.4%	76.2%	88.0%	92.7%
Twitter	42.3%	67.6%	79.8%	48.4%	38.0%	29.6%	13.5%	42.7%	41.8%
Facebook	31.9%	19.0%	33.8%	48.0%	39.0%	26.8%	19.9%	32.4%	31.4%
Instagram	42.3%	69.0%	68.1%	55.6%	38.7%	30.3%	13.8%	35.3%	49.4%
mixi	2.3%	2.1%	3.8%	3.6%	3.4%	0.7%	0.4%	2.2%	2.3%
GREE	1.3%	2.1%	4.2%	1.2%	0.6%	1.0%	0.0%	1.8%	0.8%
Mobage	2.7%	4.9%	6.6%	2.4%	0.9%	2.4%	1.4%	3.8%	1.6%
Snapchat	1.5%	4.9%	5.6%	0.4%	0.3%	0.3%	0.4%	1.1%	2.0%
TikTok	17.3%	57.7%	28.6%	16.0%	11.7%	7.7%	6.0%	15.3%	19.4%
YouTube	85.2%	96.5%	97.2%	94.0%	92.0%	81.2%	58.9%	87.9%	82.5%
ニコニコ動画	14.5%	26.8%	28.2%	14.8%	12.0%	7.7%	7.8%	17.9%	11.1%

(出典) 2020年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書より

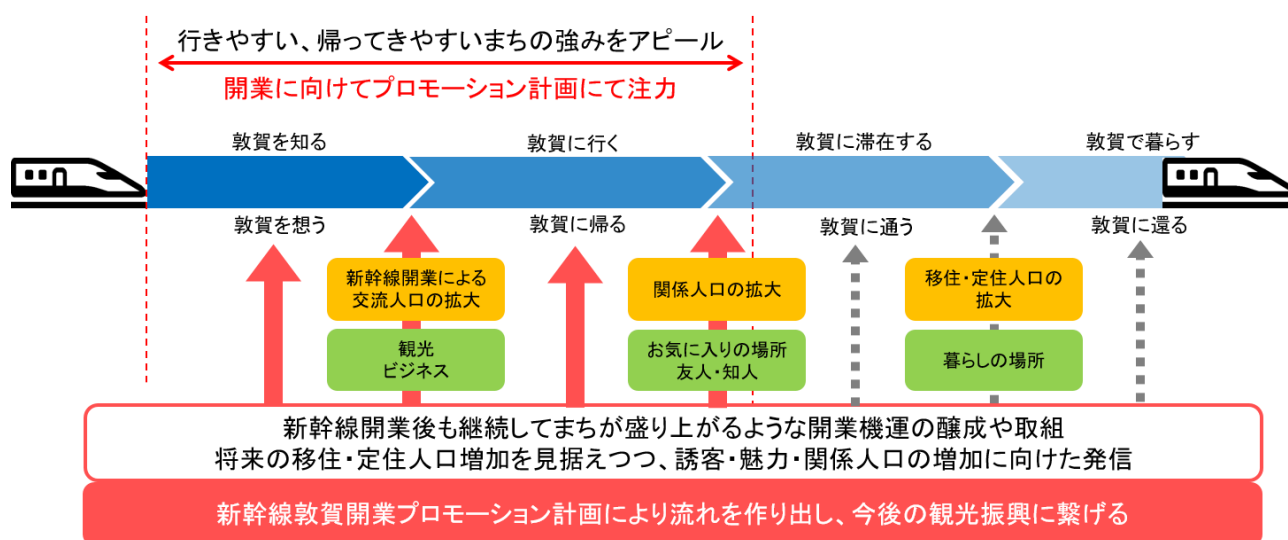
3 プロモーションの基本方針

(1) 本計画の考え方

新幹線開業という大きなチャンスを活かしたまちづくりの目標は地域の活性化であり、第7次敦賀市総合計画において重視している人口減少対策へも寄与します。

この大きな目標を踏まえ、新幹線開業プロモーションについては、開業前後の時限的な効果（開業効果）だけでなく、開業を契機とする誘客を切り口とした魅力発信や継続的な地域の盛り上がり（新幹線効果）につなげる、という視点も重要です。

このため、将来的には、敦賀に通う人、滞在する人、暮らす人が増えることを見据えつつ、先に述べた分析を踏まえ、本計画では、地域の盛り up を創出し、まずは知ってもらい、来てもらう、繋がり・関係を持ってもらうことを主眼に置きます。



(2) 基本方針

開業に向けたこれまでの敦賀市の取組や、来訪者への敦賀の魅力調査等の分析を踏まえ、推進会議では、開業に向けたプロモーションの基本方針として以下のとおり設定します。

①発信したくなる、紹介したくなる情報を作る（まちを盛り上げる）

新幹線開業に向けたプロモーション活動においては、敦賀の魅力や誘客への取組を市外へ発信するためにも、市民自らが敦賀の魅力を発見、再認識し、発信したくなる情報や活動を作り上げることが必要です。

そのためには、開業に向けた市内の取組を活発化させ、開業機運の盛り上がりや来訪者を受け入れる準備を更に加速させることが重要となります。

あわせて、それらの取組を実施するプレーヤーや参画する人を増やす取組も不可欠になります。

こうしたことから、誘客に向けて、これまでも取り組んでいる地域資源の磨き上げやコンテンツづくりを通して、新しい敦賀の魅力を創出し、発信したくなる、紹介したくなる情報づくりを行います。

また、推進会議参画団体を中心に市内の開業機運を高めるための各種イベント等を開催することで、地元に向けたプロモーション（インナープロモーション）を行い、まちの盛り上がりを創出します。

②発信する人、関わる人、ファンを増やす（敦賀の応援隊、敦賀ファンの獲得）

市外へ発信する情報については、受け手の記憶に残るインパクトや内容も重要ですが、発信する人の数を増やすことも重要です。

そのためには、市内の人だけでなく、市外の人巻き込んでいく必要があり、市外の人に敦賀に対して好感や共感などの興味を持ってもらうことが重要です。

コロナ禍による社会変化により、ふるさとを離れた人達の地域との関わり方に変化が生まれていることも踏まえ、県外在住の敦賀出身者や、敦賀にゆかり・関係のある人、ふるさと納税寄附者などに、新幹線開業を契機としてさらなる関わりを持ってもらい、全国の敦賀関係者を広く巻き込みながら発信力を強化します。

また、来訪者へのおもてなしを強化し、来訪者の満足度向上を図る取組を広げ、敦賀ファンを増やしていきます。

③多様な手法で効果的に魅力を伝える（効果的な情報の発信）

宿泊旅行調査・GAP調査結果からも、来訪経験者は、興味度や認知度が高まっていることから、まずは非来訪者に一度訪れてもらえるような情報発信が効果的です。

そのためには、家族旅行による来訪が多い点を踏まえて、夫婦、子ども連れ、3世代旅行のいずれの形態にも含まれる可能性が高い世代（30～40代）がよく目にするSNSや雑誌等を活用した情報発信をすることが効果的と考えます。

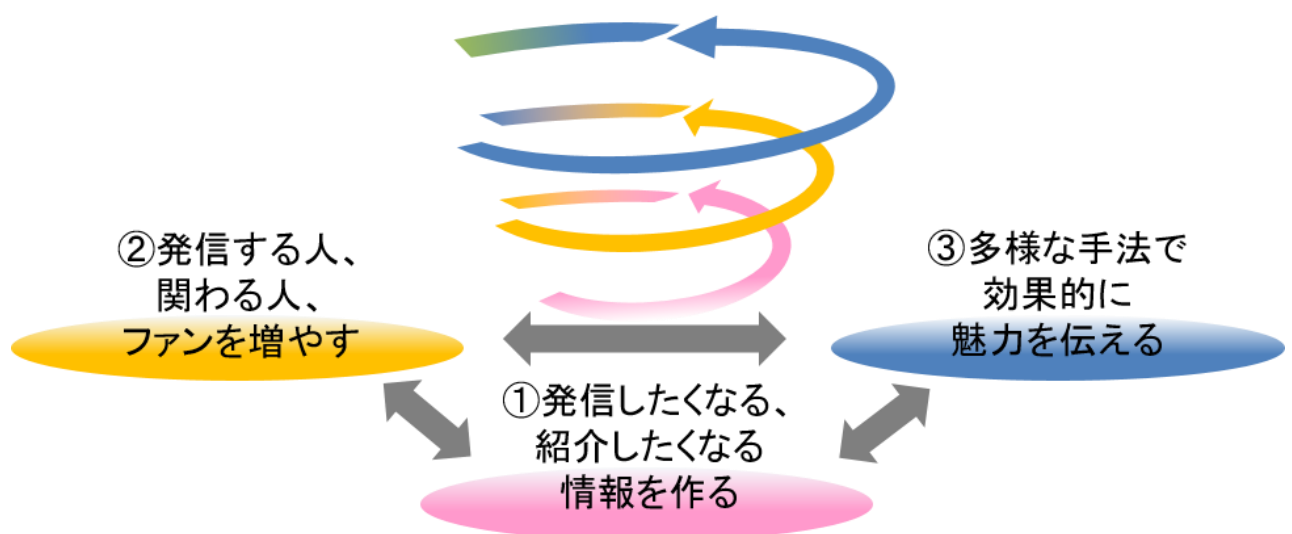
あわせて、コロナ禍により「安全・近場・短期間」の移動傾向が強くなり、団体旅行から、宿泊予約サイト（OTA）を利用した個人手配での旅行が増加している状況も踏まえる必要があります。

また、関西圏や中京圏といった地理的に優位性のある地域からの日帰り来訪の促進や、新幹線開業により時間的な短縮効果が高い北関東エリアを重視して、出向宣伝等の直接訪問による発信など、まずは知ってもらう活動に重点的に取り組む必要があります。

多岐にわたる発信手法の中でも、テレビや新聞等を活用した信頼性の高い情報発信、興味のある人に素早く情報が伝えられるSNS等による情報発信、趣味や娯楽を通じた認知度向上に効果を発揮しやすい動画投稿サイト等による情報発信を核にし、多様な手法を有効に活用することで、効果的に敦賀の魅力を伝えていきます。

特に30～40代の人に情報がしっかりと届くよう、宿泊予約サイト（OTA）やSNS等を活用し、重点的に情報を発信し、プロモーションを展開します。

誘客・稼ぐ力・魅力・関係人口の増加



4 事業計画

(1) 発信したくなる、紹介したくなる情報を作る（まちを盛り上げる）

北陸新幹線敦賀開業に向け、官民一体となって敦賀の魅力づくりと開業準備をさらに進め、発信する情報を作り、開業機運を醸成します。

① 新たなコンテンツ造成による発信したくなる敦賀の魅力創出

事業	事業概要	実施主体	開始年度
⑨食・体験・宿泊強化による受入環境整備事業	2021年度に開発した「新ご当地グルメ」と「体験観光素材」を掲載したまち歩きクーポン帖を作成 じゃらんnetに敦賀市を特集した総合ページを作成し、「新ご当地グルメ」と「体験観光素材」の情報発信や、「新ご当地グルメ」・「体験観光素材」・「宿泊」をセットにした特別プランに対する電子クーポン発行などを実施	敦賀商工会議所 敦賀観光協会	2022年度
⑨食を活かした金ヶ崎の魅力向上	食を活かした観光誘客を図るため、金ヶ崎周辺エリアにオーベルジュ等を整備	福井県 敦賀市 民間事業者	2022年度
食のブランディングによる誘客力向上事業	敦賀の食材等を使ったメニュー等を募集して品評会を実施し、「つるがU MAMIグルメ」として認定	敦賀商工会議所	2022年度
神楽の木札巡り	各店独自の木札を用意し、御朱印札として氣比神宮で御朱印をいただけるようにし、その木札にて神楽商店街参加店で特典を付与	神楽町一丁目商店街振興組合（氣比さん参道いきいき会議）	2022年度
新ご当地グルメ開発事業	「敦賀真鯛」「敦賀ふぐ」「昆布」等の地域資源を活用して、敦賀ブランドとなり得る“新ご当地グルメ”を開発し、開発した商品をPRする「合同プレス発表会」の開催	敦賀商工会議所	2021年度
敦賀・旅のスパイス造成事業	敦賀ならではの体験観光素材の造成	敦賀観光協会	2021年度
観光地・観光施設の魅力向上	コンテンツ拡充等による、みなとつるが山車会館や柴田氏庭園、水戸烈士記念館（練蔵）等の魅力向上	敦賀市	2021年度

② イベント実施による開業に向けたまちの盛り上がり創出

A 開業関連イベントによる機運醸成

事業	事業概要	実施主体	開始年度
⑧ 駅西土地活用事業 オープニングイベント	敦賀駅西地区の供用開始に当たって、オープニングイベントを実施	敦賀市（合同会社敦賀駅西口PJ）	2022年度
⑧ 嶺南誘客キャンペーン（仮称）	2024年度に、嶺南市町等が一体となって「食」「海」「アクティビティ」等の嶺南の魅力を発信し、体感してもらう誘客キャンペーンを開催	福井県 敦賀市 （嶺南誘客キャンペーン実行委員会）	2022年度
⑧ 新幹線レールウォークの実施	新幹線レールウォークの実施	敦賀市 西日本旅客鉄道 （鉄道・運輸機構）	2023年度
⑧ 北陸新幹線敦賀駅舎の見学会の実施	北陸新幹線敦賀駅舎見学会の実施	敦賀市 西日本旅客鉄道 （鉄道・運輸機構）	2023年度
⑧ 開業イベントの開催	開業当日のセレモニー、開業記念おもてなしイベント等の実施	敦賀市 各種団体等	2023年度
⑧ 開業周年記念イベントの実施	開業1周年等の記念イベントの実施	敦賀市 各種団体等	2024年度
既存イベント等とのタイアップによる連携イベントの開催	既存イベントに新幹線開業をPRする内容を盛り込み、連携を図る	各種団体等	2022年度
開業カウントダウンイベントの開催	開業2年前、1年前等の節目となるタイミングでのイベントの実施	敦賀市 「敦賀・鉄道と港」まちづくり実行委員会等	2021年度

B まちなかでのイベントの実施による賑わい創出

事業	事業概要	実施主体	開始年度
⑨ほんいち痛車天国（仮）	商店街にサブカル団体を誘致してイベントを実施	本町一丁目商店街振興組合	2022年度
⑨ダンスで敦賀をアピール	新幹線開業ウェルカムダンスの作成	本町一丁目商店街振興組合	2023年度
ほんいちマルシェ	商店街の空きスペース、歩行空間フリースペース等を活用し、市民、他団体と連携して賑わいのあるマルシェを開催	本町一丁目商店街振興組合	2022年度
観光賑わい推進事業費	大型クルーズ客船の寄港に合わせて「観光物産 in みなと敦賀」を開催	敦賀市（つるが観光賑わいづくり検討会）	2022年度
銅像モニユメントの活用	鉄道開通記念（鉄道開通 140 年）等に合わせたイベントの企画・実施	敦賀駅前商店街振興組合	2024年度
新幹線開業ウェルカムダンスの活用	ダンスキャラバンによる開業ウェルカムダンスの披露やダンス講師による出前教室を実施	福井県	2021年度
市内回遊性・魅力向上事業費	謎解きイベント「時空列車への招待状」を金ヶ崎緑地周辺、氣比神宮周辺、敦賀駅周辺の3エリアで開催	敦賀市	2020年度

③ まちの開業雰囲気創出

事業	事業概要	実施主体	開始年度
⑨ キャッチコピーやPRマークの積極的な活用	キャッチコピーやPRマークを名刺等に印刷して開業をPR	市民、各種団体等	2022年度
⑨ 魅せる開業PR広告の掲出	県内主要駅に開業PR広告を掲出	福井県	2022年度
⑨ アーケード+歩道のリノベーション	県道改修工事の時期に合わせて、アーケード空間を美観する	敦賀駅前商店街振興組合	2022年度
⑨ アーケードのリニューアル	イルミネーション等の取替	本町二丁目商店街振興組合	2023年度
⑨ 駅前や各商店街、公共施設等のまちなかへのタペストリーやポスター等の設置	各商店街のアーケード等に新幹線開業をPRするタペストリー等を設置 市内公共施設へのPRポスター等の掲出	各商店街振興組合等 敦賀市	2023年度
⑨ プロモーションツールの開発	出向宣伝等で活用するチラシやポスター等のプロモーションツールの開発	敦賀市、各種団体等	2023年度
市庁舎への懸垂幕等の掲出	新幹線の開業日決定後、開業日をPRする懸垂幕等を掲出	敦賀市	2023年度
カウントダウンボードの設置	オルパークでの新幹線開業カウントダウンボードの設置	敦賀市	2020年度
広報誌等への新幹線関連事業特集記事掲載	市や民間、市民団体などが取り組む新幹線関連事業などの特集記事を広報誌等に掲載	各種団体等	2019年度

(2) 発信する人、関わる人、ファンを増やす(敦賀の応援隊、敦賀ファンの獲得)

敦賀市内からの情報発信に加えて、市外県外に在住の敦賀市に関わる人や、敦賀市にゆかりのある人、敦賀ファンからの情報発信により、プロモーション効果を加速させるため、敦賀市に関わる人やファンを増やします。

① まちづくりに関わり、情報を発信する敦賀人の拡大

事業	事業概要	実施主体	開始年度
児童・学生によるまちづくり活動	敦賀の魅力を紹介する「プレゼン」 「CM」「ポスター」作成 敦賀のまちづくりを提案する「こどもまちづくりプロジェクト会議」や「新幹線駅前フォーラム」の開催 敦賀市の様々な課題を発見、分析・検証、解決策提案をサイクルする探究活動の実施 新幹線開業に向けた活動への参加	敦賀市校長会 市内高等学校	2022年度
敦賀人を増やそう！(仮)	人口減少を食いとめるまちづくり事業として、国道8号沿いオープンスペースにカフェ、バー等、コミュニケーションがとれるような空間の演出等	敦賀青年会議所	2022年度
プレーヤーの発掘・育成 (敦賀をひろげるプロジェクト)	まちで活動する人、まちづくりに関わる人を発掘・育成する「敦賀をひろげるプロジェクト」の実施	敦賀市	2021年度

② 敦賀に関わりのある都市との連携・交流

事業	事業概要	実施主体	開始年度
④ 嶺南誘客キャンペーン（仮称） [再掲]	2024年度に、嶺南市町等が一体となって「食」「海」「アクティビティ」等の嶺南の魅力を発信し、体感してもらう誘客キャンペーンを開催	福井県 敦賀市 （嶺南誘客キャンペーン実行委員会）	2022年度
人道の港敦賀事業費	世界各国の関係者等とのネットワークの拡充を図り、国内外への情報発信等を通じて、誘客促進に繋げる展示内容の更なる充実を図るために、人道の港に関する調査研究を行うとともに、企画展を開催	敦賀市	2022年度
歴史遺産活用推進事業費	日本遺産「北前船寄港地・船主集落」、「鉄道遺産」等の歴史遺産の活用	敦賀市	2022年度

③ 敦賀ファンを増やす

A つながりのある人からの敦賀ファンの拡大

事業	事業概要	実施主体	開始年度
④ 県内外への宣伝用ツール作成	特産物の出荷時に、宣伝用のチラシを同梱し、県内をはじめ全国の市場を介して消費者へPR	福井県農業協同組合 敦賀美方基幹支店	2022年度
④ ふるさと納税事業	PRツール作成（チラシ、梱包材等） ふるさと納税関係書類にプロモーション情報を掲載	敦賀市	2022年度
ふるさと納税を活用したPRや返礼品の充実	ふるさと納税の返礼品の充実による敦賀市の特産品等のPR	敦賀市	2022年度
観光特任大使を活用した発信	キャッチコピー等を印刷した名刺を渡して配布依頼するなど、敦賀観光特任大使による情報発信を依頼	敦賀市	2022年度
広告付き年賀はがき	年賀はがきに新幹線開業をPRする広告を掲載し広く全国へPR	敦賀市	2021年度
#つるがキャンペーン	SNSを活用したキャンペーン実施	敦賀市	2019年度

B おもてなしの取組による敦賀ファンの獲得

事業	事業概要	実施主体	開始年度
⑨おもてなし強化事業	タクシー・バス事業者、飲食・宿泊事業者、商店街店舗小売・サービス事業者といった観光関連業種に特化した「おもてなし力向上セミナー」を開催 おもてなし強化月間を設定し、おもてなしの状況について専門家による調査を実施	敦賀商工会議所 NPO法人THAP	2022年度
つるがおもてなし隊の隊員拡大	つるがおもてなし隊の更なる隊員拡大によるおもてなし力の強化	NPO法人THAP	2022年度
出前講座開催による市民等のおもてなし力向上	市民・学校・団体・企業などが「敦賀の魅力（歴史・自然・名所等）を再認識し、敦賀のおもてなし力向上を図る」出前講座を開催	観光ボランティアガイドつるが	2022年度
魅力あるまち歩きコースの開発・充実	観光客が敦賀のまち歩きを楽しめる魅力あるコースを開発し発信	観光ボランティアガイドつるが	2022年度
ホテル等改修支援事業費補助金	北陸新幹線敦賀開業や今後のインバウンド観光客の増加を見据えたホテル・旅館の受入環境整備の支援	敦賀市	2022年度
オール敦賀おもてなし情報発信拠点整備事業	おもてなし力向上のため、ワークショップや講習会を実施	NPO法人THAP 敦賀商工会議所	2021年度
民宿等リニューアル支援事業費補助金	北陸新幹線敦賀開業や今後のインバウンド観光客の増加を見据えた旅館・民宿の受入環境整備の支援	敦賀市	2020年度

(3) 多様な手法で効果的に魅力を伝える（効果的な情報の発信）

敦賀市の魅力を市内外に広く発信するとともに、ターゲット層に情報が届くような手法や媒体を活用して、認知度向上と誘客促進を図るための戦略的なプロモーション活動を実施します。

①多様なメディアを活用した情報発信

A SNSやOTA等を活用した速効性のある発信

事業	事業概要	実施主体	開始年度
④共通のハッシュタグを使ったPR	個人や団体等で投稿する際に、共通のハッシュタグ(キャッチコピー等)を付けて発信することにより認知度の向上を図る	市民、各種団体等	2022年度
④食・体験・宿泊強化による受入環境整備事業〔再掲〕	2021年度に開発した「新ご当地グルメ」と「体験観光素材」を掲載したまち歩きクーポン帖を作成 じゃらんnetに敦賀市を特集した総合ページを作成し、「新ご当地グルメ」と「体験観光素材」の情報発信や、「新ご当地グルメ」・「体験観光素材」・「宿泊」をセットにした特別プランに対する電子クーポン発行などを実施	敦賀商工会議所 敦賀観光協会	2022年度
④インフルエンサー等によるSNS活用講座	SNSでの発信強化に向け、情報発信力のあるインフルエンサー等によるSNSの活用方法を学び、実践	市民、各種団体等	2022年度
つるがの「食・味」情報発信事業費	情報発信力のある料理家・料理人に敦賀へ来てもらい、敦賀真鯛や敦賀ふぐ、昆布といった敦賀の名産品等を使った料理の様子や市内の飲食店を訪問の様子などを撮影し、撮影した動画等をSNSにて発信	敦賀市	2021年度
SNS「敦賀びー旅」発信事業	観光敦賀キャンペーン隊が敦賀の女性(びー)として市内を旅する(betrip)情報を発信	敦賀観光協会	2020年度

B テレビや配信サービス等を活用した信頼性の高い発信

事業	事業概要	実施主体	開始年度
⑨ プレスリリース配信サービスの活用	プレスリリース配信サービスを活用してターゲット層が目にする媒体に効率的に情報を発信し、記事化されることによるPR	敦賀市 福井県	2023年度
北陸新幹線開業に向けたメディアプロモーション事業	福井県の「本物」をメディアに情報提供し、取材経費を支援	福井県	2020年度

C WEBサイト等の作成、活用による多様な魅力の発信

事業	事業概要	実施主体	開始年度
⑨ 観光協会ホームページ刷新事業	観光協会のホームページを刷新し、観光客に常に新鮮で見やすい情報を提供	敦賀観光協会	2022年度
⑨ 開業PRホームページの開設	観光協会ホームページの刷新に合わせて、新幹線開業をPRする特設ページを作成	敦賀観光協会 敦賀商工会議所 敦賀市	2022年度
⑨ 駅前商店街ホームページの製作と公開	敦賀駅前商店街のWebサイトを製作	敦賀駅前商店街振興組合	2022年度
つるが旨いもんナイトマップ事業	市内全域を対象とした「つるが旨いもんナイトマップ(市内全域編)」を作成	敦賀商工会議所	2022年度
第2弾 神楽本の出版	神楽本で各店の紹介と案内を実施	神楽町一丁目商店街振興組合(氣比さん参道いきいき会議)	2022年度
敦賀ネットモール	掲載店舗数の拡充 学生ショップ探索隊によるモニターツアーの実施及び情報発信	敦賀市	2022年度

② 多様な場面での多面的な情報発信

A 北関東や関西・中京などの大都市圏をはじめとする市外でのPR

事業	事業概要	実施主体	開始年度
⑨ 敦賀フェア開催事業	北関東エリア（埼玉県）にある大手量販店において、特産品販売を行う物産展、観光PR、新幹線敦賀開業のPRの実施	敦賀商工会議所 敦賀観光協会 敦賀市	2022年度
⑨ JRデスティネーションキャンペーン	2024年度に開催予定のデスティネーションキャンペーンに向け、観光素材等を新たに発掘する等、積極的に観光企画を提案	敦賀市 敦賀観光協会	2023年度
敦賀物産振興事業	各地で開催される物産展でのPR	敦賀商工会議所	2022年度
市外への宣伝広報	福井県観光連盟や若狭湾観光連盟が主催で実施する県外のイベントに参加し、PR活動を実施	敦賀観光協会	2020年度
北陸新幹線沿線エリアでのPR強化事業	北陸新幹線沿線エリア（上野駅、大宮駅）に加え、2022年度から新たに長野駅を加え出向宣伝を実施	福井県	2012年度

B プロモーションツールの開発

事業	事業概要	実施主体	開始年度
⑨ プロモーションツール作成事業	北関東エリアで実施予定の敦賀フェアや、福井県と共同で実施予定の沿線エリア各地での出向宣伝において配布するノベルティグッズを作成	敦賀市	2022年度
⑨ 県内外へ宣伝用ツール作成 [再掲]	特産物の出荷時に、宣伝用のチラシを同梱し、県内をはじめ全国の市場を介して消費者へPR	福井県農業協同組合 敦賀美方基幹支店	2022年度
観光PR事業	市外、県外での観光PR 観光パンフレットの印刷 新聞、雑誌等への広告掲載 等	敦賀市 敦賀観光協会	2022年度

C 様々な場面での敦賀のPR及び各種誘致

事業	事業概要	実施主体	開始年度
⑨北陸新幹線敦賀開業プロモーション事業費	敦賀開催イベントへのPRブース出展	敦賀市	2022年度
商談会への参加	北陸や首都圏での商談会への出展	敦賀商工会議所	2022年度
合宿誘致（学生・企業含む）	市内での合宿開催を支援し誘致	敦賀市	2022年度
企業説明会開催負担金	大学生等の地元企業への就職を促進する企業説明会において、新幹線敦賀開業をPR	敦賀市 （大学生等企業説明会実行委員会）	2022年度
企業立地セミナー	県が開催する予定の「企業立地セミナー」において、新幹線敦賀開業をPR	敦賀市	2022年度
ふくい港プレゼンテーション	県が開催する予定の「ふくい港プレゼンテーション2022」において、敦賀港とともに新幹線敦賀開業をPR	敦賀市 （敦賀港国際ターミナル株式会社）	2022年度
観光旅行・教育旅行誘致	修学旅行や観光旅行の誘致、商談会の参加	敦賀市 敦賀観光協会	2020年度
フィルムコミッションの推進	ロケや撮影のサポートなどを行うとともに、受入体制の整備を行い、ドラマや映画の撮影の受け入れを推進する	敦賀市	2019年度

5 スケジュール

暦年	2021年			2022年				2023年				2024年				2025年				2026年	
年度	R3年度		R4年度				R5年度				R6年度				R7年度						
月	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3			
外部要因			★鉄道開通140周年(部分開通)		★欧亚国際連絡列車110周年		★小浜線全線開業100周年				★鉄道開通140周年(全線開通)				★各務原市友好都市締結35周年				★水戸市姉妹都市締結60周年		★大阪万博開幕
開業スケジュール (想定・先行開業市例)	●大規模施設見学会		●開業2年前		●開業1年半前		●開業1年前		●開業半年前		●開業										
							プレDC(予定)				DC(予定)										
プロモーション方針	1 発信したくなる、紹介したくなる情報を作る(まちを盛り上げる)																				
	2 発信する人、関わる人、ファンを増やす(敦賀の応援隊、敦賀ファンの獲得)																				
	3 多様な手法で効果的に魅力を伝える(効果的な情報の発信)																				
<p>キャッチコピーやPRマークの積極的な活用</p> <p>開業カウントダウンイベント</p> <p>開業カウントダウンイベント</p> <p>開業イベント</p> <p>開業1周年イベント</p> <p>駅西土地活用事業オープニングイベント</p> <p>敦賀駅舎見学会</p> <p>連携イベントの開催</p> <p>連携イベントの開催</p> <p>嶺南誘客キャンペーン(仮称)</p> <p>ふるさと納税を活用したPRや返礼品の充実・ふるさと納税事業</p> <p>おもてなし強化事業</p> <p>民宿リニューアル、ホテル等改修支援</p> <p>広告付き年賀はがき</p> <p>広告付き年賀はがき</p> <p>広告付き年賀はがき</p> <p>食・体験・宿泊強化による受入環境整備事業</p> <p>観光協会ホームページ刷新・開業PRページの開設</p> <p>敦賀フェア開催</p> <p>敦賀フェア開催</p> <p>敦賀フェア開催</p> <p>つるがの「食・味」情報発信事業</p>																					



新幹線敦賀開業プロモーション計画

2022年3月

新幹線敦賀開業まちづくり推進会議

【事務局】 敦賀商工会議所

TEL 0770-22-2611 / FAX 0770-24-1311

敦賀市観光部新幹線誘客課

TEL 0770-22-8241 / FAX 0770-22-8184