



【発信日】令和4年1月25日

【問い合わせ先】

大野市役所（1階9番窓口）

地域経済部産業政策課 安達、藤田

電話 0779-64-4816 内線 1404

「越前おおの産業ブランド力向上戦略（案）」に関する パブリックコメント手続の実施について

大野市では、次のとおりパブリックコメント手続を実施しますのでお知らせします。

なお、情報の解禁は1月27日（木）以降としていただきますようお願いいたします。

1	政策等の案の名称	越前おおの産業ブランド力向上戦略（案）
2	実施機関	大野市長
3	趣旨	<p>越前おおの産業ブランド力向上戦略は、中部縦貫自動車道の県内全線開通、北陸新幹線の金沢敦賀間の開業などを機会と捉え、『市内事業者の「稼ぐ力」と企業価値』（＝産業ブランド力）の向上を図り、地域経済の自立と好循環を実現することを目的とします。</p> <p>令和4年度から8年度までの5年間の期間とする越前おおの産業ブランド力向上戦略を策定するに当たり、市民などの意見を反映させるため、パブリックコメント手続を実施します。</p>
4	意見等を提出できる方	<p>次のいずれかに該当する方</p> <ul style="list-style-type: none">① 市内に住所を有する人② 市内に事務所又は事業所を有する個人及び法人その他の団体③ 市内の事務所又は事業所に勤務する人④ 市内の学校に在学する人⑤ 市に対して納税義務を有する個人及び法人その他の団体⑥ ①～⑤のほか、本事案に利害関係を有する個人及び法人その他の団体
5	政策等の案の公表	<p>(1) 公表の日 令和4年1月27日（木）</p> <p>(2) 入手方法</p> <ul style="list-style-type: none">① 指定場所での閲覧<ul style="list-style-type: none">・ 市役所 1階市民ホール・ 結とびあ・ 各公民館・ 図書館② インターネット（大野市公式ホームページからダウンロード）③ 報道機関への情報提供

6	意見等の受付期間	令和4年1月27日（木）から2月10日（木）まで
7	意見等の提出方法	<p>・住所、氏名（団体名）、連絡先その他提出できる方であることがわかる事項</p> <p>・該当箇所（○ページ）</p> <p>・意見等</p> <p>を記載し、次のいずれかの方法で提出してください。</p> <p>様式は問いませんが、意見記入用紙（市ホームページからダウンロード）をご利用いただけます。</p> <p>① 指定場所（第5項参照）への書面の提出（記入用紙を備え付けます）</p> <p>② 郵便</p> <p>③ ファクシミリ</p> <p>④ 電子メール</p> <p>※電話などの口頭によるご意見は受け付けません。</p> <p>※必要事項の記入がない場合はご意見が無効となる場合があります。</p>
8	意見等の取扱い	<p>提出された意見等を考慮して本案件についての意思決定を行い、次に掲げる事項について公表します。ただし、大野市情報公開条例第7条に規定する公開しないことができる情報（個人情報など）に該当するもの、本件に係わりがないもの、賛否の結論のみを示したものは除きます。</p> <p>① 提出された意見等の概要</p> <p>② 提出された意見等に対する実施機関の考え方</p> <p>③ 本計画案を修正した場合における修正の内容</p>
9	問い合わせ先	<p>大野市地域経済部産業政策課（大野市役所1階9番窓口）</p> <p>〒912-8666 大野市天神町1番1号</p> <p>電話 0779-64-4816（内線1404）</p> <p>※電話での意見提出は不可</p> <p>ファクシミリ 0779-65-1424</p> <p>Eメール sangyo@city.fukui-ono.lg.jp</p>

○はじめに

1 産業戦略の目的と位置付け

【目的】

大野市はこれまで、「越前おおのブランド戦略」を通じた取り組みにより、越前おおのブランドの認知度と魅力度の向上を目指してきました。

今後は、これまでの取り組みを継続し越前おおのブランドの認知度や魅力度を引き上げつつ、中部縦貫自動車道の県内全線開通、北陸新幹線の金沢敦賀間の開業などをチャンスと捉え、市内事業者の「稼ぐ力」につなげていく必要があります。

「越前おおの産業ブランド力向上戦略」（以下「産業戦略」という。）では、これまでの越前おおのブランド戦略に「越前おおの観光戦略ビジョン」の要素を加えています。さらに、各産業分野における現状分析を基に、「稼げる」越前おおのブランドなどの強みを生かし、機会を捉えた実践的な取り組みを市内事業者が自ら考え、行政や関係機関の支援を活用しながら主体的に取り組むことで、『市内事業者の「稼ぐ力」と企業価値』（＝産業ブランド力）の向上を図り、地域経済の自立と好循環の実現を目指していきます。

【位置付け】

産業戦略は、第六次大野市総合計画（以下「総合計画」という。）の将来像「人がつながり地域がつながる住み続けたい結のまち」の実現を目指して、総合計画に掲げる基本目標「歴史・風土と新たな強みを生かした活力あるまち」に掲げる各施策の推進に向けて策定するものです。

2 産業戦略に取り組む期間

令和4年度から令和8年度までの5年間で産業戦略に取り組む期間とし、取り組んでいきます。ただし、世界情勢や経済の状況および施策の進捗や効果の評価に応じて、必要な見直しを行います。

3 関係する計画の振り返り

【越前おおのブランド戦略（平成25年度～令和4年度）の振り返りおよび評価】

「人」「歴史・文化・伝統」「自然環境」「食・地場産品」の分野別ブランド化戦略に基づき、各種施策を実施しました。越前おおのブランド戦略の成果指標について、目標年次は令和4年度であり、令和3年度現在で目標を達成した項目はありません。

項目	基準値	目標値 令和4年度	実績 平成30年度	実績 令和元年度	実績 令和2年度	実績 令和3年度
観光消費額（暦年） （日帰り客一人当たり）	（平成28年） 2,547円	（令和4年） 5,500円	（平成30年） 3,039円	（令和元年） 2,945円	（令和2年） 3,117円	（令和3年） 集計中
ブランド・キャッチコピーの 市民の認知度	（平成28年度） 56.8%	90.0%	65.9%	73.4%	75.7%	85.0%
地域ブランド調査による 大野市の認知度	（平成29年度） 780位	300位	747位	814位	770位	863位
地域ブランド調査による 大野市の魅力度	（平成29年度） 660位	300位	585位	793位	625位	908位

観光消費額については、依然として低調で、引き続き観光消費額の増加を狙い、魅力的な土産品の開発など観光関連商品の充実を図る必要があります。

また、(株)ブランド総合研究所が全国的に実施する「地域ブランド調査」による認知度および魅力度の目標についても、実績は低調でした。今後は、「稼ぐ力」の向上を目標に、消費拡大につながる年代や地域などターゲットを絞り込み、効果的な情報発信を心がけていく必要があります。

一方で、ブランド・キャッチコピー「結の故郷 越前おおの」の認知度は、順調に向上しており、市民や市内事業者、行政ほか関係機関の取り組みが実を結んだものと考えています。今後も、ブランド・コンセプト、ブランド・キャッチコピーおよびブランド・ロゴについては継続して使用していきます。

【越前おおの観光戦略ビジョン（平成29年度～令和3年度）の振り返りおよび評価】

「地域資源の魅力の向上」「おもてなし力の向上」「魅力の発信力と情報収集力の強化」の3つの基本戦略に基づき各種施策を実施しました。越前おおの観光戦略ビジョンの成果指標においても、各指標で目標を達成できていません。

項目	基準値 平成28年	目標値 令和3年	実績 平成29年	実績 平成30年	実績 令和元年	実績 令和2年	実績 令和3年
観光入込客数	2,072千人	2,500千人	2,005千人	1,988千人	1,993千人	1,120千人	集計中
宿泊者数	122千人	150千人	105千人	95千人	86千人	52千人	集計中
観光消費額 (日帰り客1人当たり)	2,547円	5,000円	4,354円	3,039円	2,945円	3,117円	集計中

観光入込客数は、新型コロナウイルス感染症の影響があり半減したものの、それまでは約200万人と高い数字を維持することができ、観光施策に一定の効果があったと考えています。

しかしながら、宿泊業者の減少や宿泊施設の老朽化などにより、宿泊者数は減少しており、この影響も含め観光消費額は依然として低調なものとなっています。引き続き、宿泊施設への支援や夜や早朝に楽しむことができる魅力的な観光コンテンツの開発など大野市に長時間滞在してもらうための施策を推進していく必要があります。

4 産業戦略の目指す姿および構成

【目指す姿】

「稼ぐる」越前おおのブランドの活用を通じ、市内事業者の「稼ぐ力」と企業価値が向上することにより、自立し、好循環が生まれる地域経済

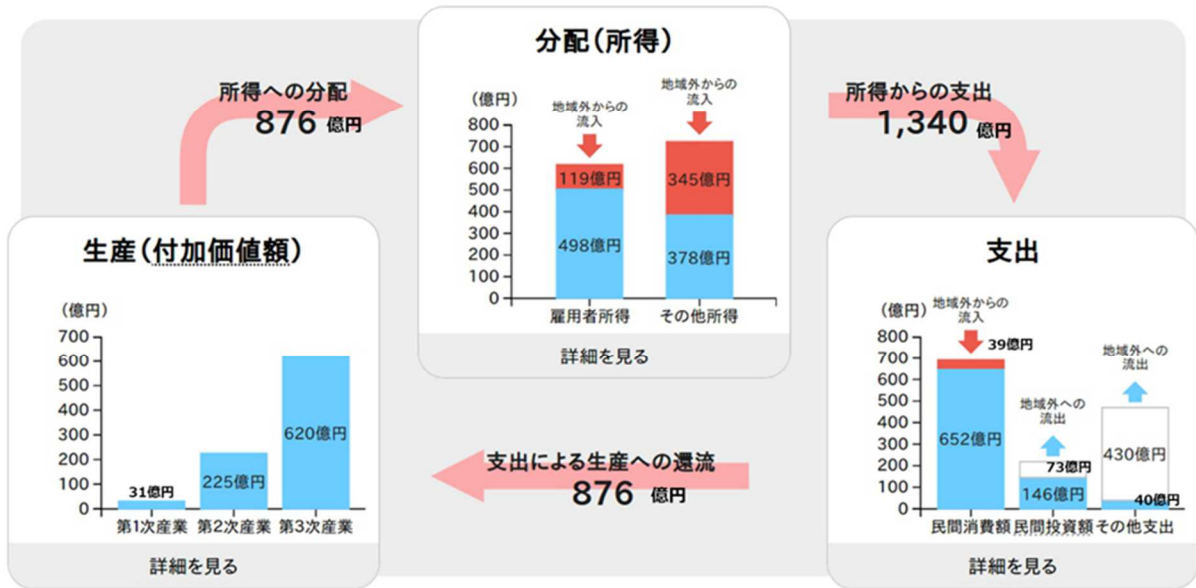
- (1) 地域経済循環率の向上 持続可能な地域の実現のために、生産性の向上や、域内での消費額を上げるなど大野市の地域経済循環率を高めていく必要があります。
- (2) 観光消費額の増加 地域経済循環率を高めるためには、観光消費額の増加を図る必要があります。
- (3) 地域ブランドの活用 観光消費額の増加のためには、地域ブランドの活用が不可欠です。

地域経済循環図（大野市）

地域経済循環率
65.4%

地域経済循環図
2015年

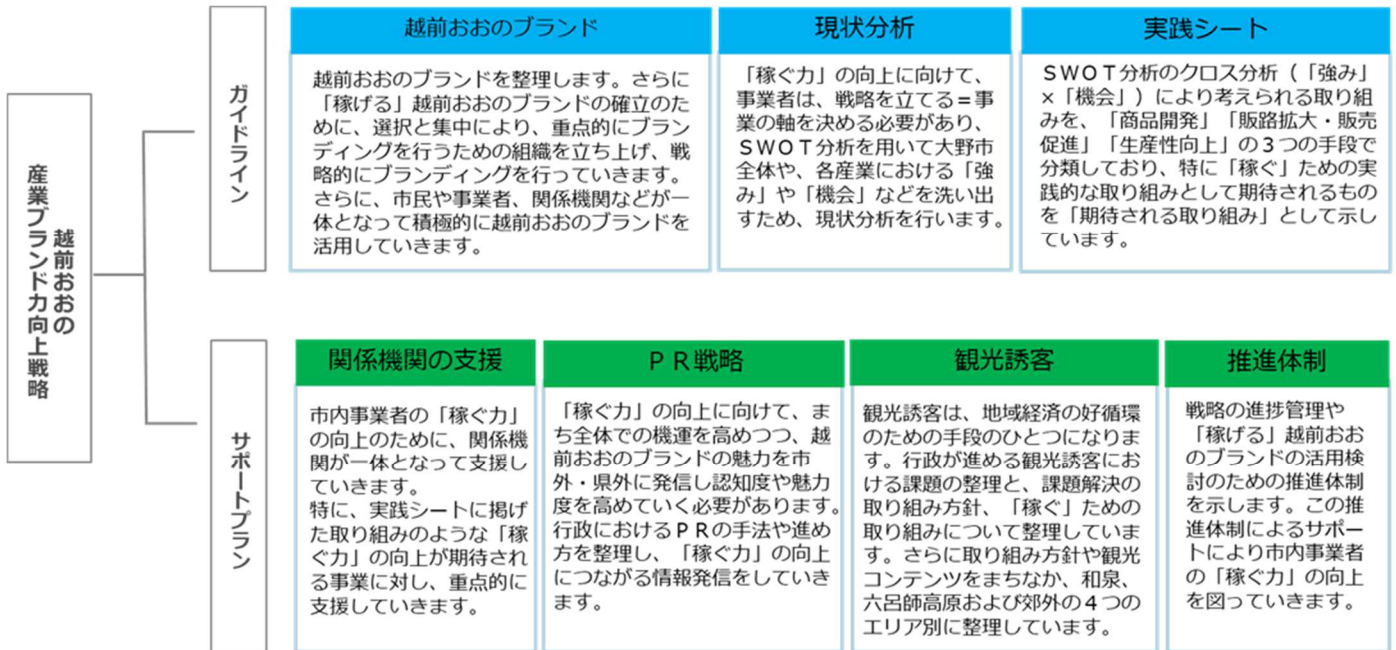
指定地域: 福井県大野市



出所: 地域経済分析システム (RESAS) 地域経済循環マップ (一部抜粋)

【構成】

産業戦略の構成



○越前おおの産業ブランドカ向上ガイドライン

産業戦略の目指す姿である『「稼げる」越前おおのブランドの活用を通じ、市内事業者の稼ぐ力と企業価値が向上することにより、自立し、好循環が生まれる地域経済』の実現のためには、市内事業者が越前おおのブランドを活用して、「稼ぐ力」の向上のための実践的な取り組みを行っていく必要があります。

本ガイドラインでは、越前おおのブランドの整理と活用方針、市内事業者の「稼ぐ」ための取り組みの導き方を示します。

1 越前おおのブランド

【越前おおのブランドの整理】

大野市にとっての地域ブランドは、越前おおのブランドと定義します。

【「稼げる」越前おおのブランドの確立】

外部の人も認め、消費の増加につながる素材を、選択と集中による戦略的なブランディングにより、一体的・積極的に活用していくことが必要です。

2 現状分析

【現状分析】

今後の事業の軸としていくべきものを検討するためには、事業の現状分析を行う必要があります。現状分析を通じて現状と目標とのギャップを把握し、方向性を共有できるようにすることは、事業を継続していくうえでも重要なことです。

SWOT（スウォット）分析の手法を用いて、**強みと機会を掛け合わせ、『事業の強みを生かし、機会による「稼ぐ力」を最大化するための事業・戦略』を考**えることが「稼ぐ力」の向上のためには必要です。

3 実践シート

【実践シートとは】

SWOT分析の手法を用い「強み」×「機会」により導き出した取り組みを整理し、実践していくことが重要です。取り組みは、実践シートにより「商品開発」「販路拡大・販売促進」「生産性向上」の3つの手段で分類し、特に実施が期待される取り組みを「期待される取り組み」として示します。

※ SWOT分析の手法および実践シートの作成例については別紙表面を参照

【産業別の期待される取り組み】

①製造業

- ・市内製造業者とパートナー企業とのコラボレーションによる地産地消商品の開発
- ・越前おおのブランドをSDGsの観点でブラッシュアップした商品・製品の開発
- ・同業種で連携した新しい特産商品の開発
- ・自社製品の魅力の棚卸し

②建設業

- ・重機パークの実施 ・HPの制作
- ・自社のノウハウを生かして新分野へ進出 ・資格の取得など人材の育成

③小売業

- ・ビッグデータを活用し、ターゲットを絞り込んだ仕入れの実施
- ・主に観光客のリピート購入を狙ったECサイトの整備
- ・大野らしさの演出を含めたホスピタリティの向上
- ・商品の魅力を伝える説明書き（ポップ）の作成・設置

④サービス業 ほか

- ・宿泊業で連携した星空バスの運行 ・大野らしさの演出を含めたホスピタリティの向上
- ・商品の魅力を伝える説明書き（ポップ）の作成・設置
- ・SDGsの視点での商品のブラッシュアップ

⑤農林水産業

- ・園芸作物の栽培 ・作物の市内飲食店での提供
- ・道の駅での販売、ふるさと納税への出品
- ・スマート農業の導入

【観光で稼ぐ】

産業戦略の目指す姿を実現するためには、特に、観光消費をうまく取り込み、市内事業者の「稼ぐ力」の向上を図ることが重要です。実践シートで整理した期待される取り組みのうち、観光で「稼ぐ」につながる取り組みは、**取り組みそのものが観光の目的にもなりうるため、「稼ぐ」と「観光誘客」の好循環が生まれます。**

★実践シートを作成してみましょう

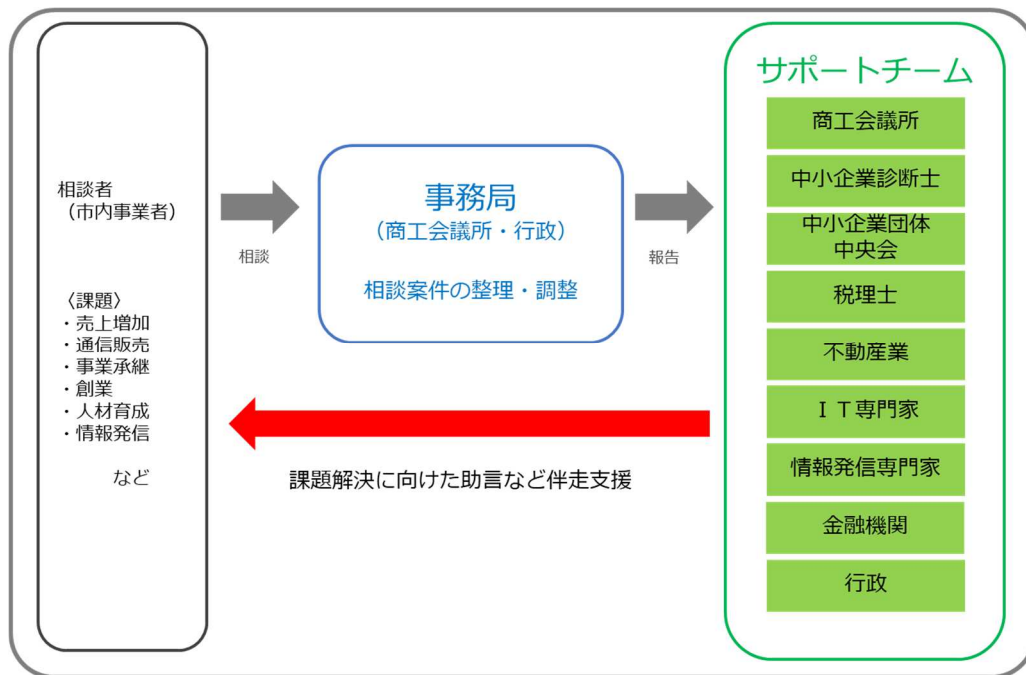
ご自身の今後の事業の参考とするため、異業種連携、人材育成、観光で「稼ぐ」などを意識しながら、実践シートを作成してみましょう。※別紙裏面を使用

○越前おおの産業ブランド力向上サポートプラン

ガイドラインで示した、市内事業者が越前おおのブランドを活用して、「稼ぐ力」の向上のために実践的に取り組んでいくために、本サポートプランでは、第1章 関係機関の支援、第2章 PR戦略、第3章 観光誘客、第4章 推進体制および成果指標とし、市内事業者への支援体制を示しています。市内事業者においては、今後の事業の参考としてください。

第1章 関係機関の支援

(1) サポートチームによる伴走支援（商工会議所、行政 など）



(2) セミナーの開催（商工会議所、行政 など）

(3) 補助金（行政 など）

- ・越前おおのブランドを活用した商品開発や販路拡大に向けた取り組みを支援します。
- ・生産性向上に向けた設備投資に対して支援します。
- ・市内で工場等を建設し、新たな雇用を創出する企業に対して支援します。
- ・市内創業者または創業希望者に対して支援します。
- ・越前おおのブランドを活用し、複数の事業者で連携した「稼ぐ」ための事業を支援します。
- ・資格の取得やスキルアップのための研修参加促進など、人材育成のための取り組みを支援します。
- ・福井県や福井県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、事業承継に向けた取り組みを支援します。

(4) 制度融資による金融支援（金融機関、商工会議所、行政）

(5) 道の駅および結ステーションの活用支援（行政）

(6) ふるさと納税への出品支援（行政）

(7) 事業承継・BCP作成支援（商工会議所、行政）

第2章 PR戦略

産業ブランド力の向上のためには、まち全体での機運を高めつつ、越前おおのブランドの魅力を市外・県外に発信し認知度や魅力度を高めていく必要があります。行政のPR戦略について示します。

【PR手法】

PRの手法は、ターゲットおよび狙う効果によって、情報発信、情報収集、情報共有および情報拡散の4つの手法に分類できます。

【行政における情報発信の進め方】

費用対効果を考慮して情報発信を行っていきます。各担当部署、PR部署および広報部署が連携し、役割を分担して取り組んでいきます。

【「稼ぐ力」の向上につながる情報発信】

情報発信を「稼ぐ力」の向上につなげていくという視点が重要であり、ターゲットの設定および情報を受け取ったターゲットの消費行動を予測するなど、得られる効果を見据えた情報発信を行っていきます。

第3章 観光誘客

【観光誘客の課題と取り組み方針】

観光誘客の課題と課題に対する取り組みの方針は以下のとおりです。

<課題①> 知名度向上による誘客拡大と周遊観光の推進

⇒機会を生かした観光PR、特徴のある観光素材の選択・磨き上げ、各観光エリアの回遊を促進するための施策の実施、周遊ルートの開発・二次交通の整備、グルメ開発の支援、インバウンドの受け入れ環境の充実、観光客が歩きやすく利用しやすい観光地づくり

<課題②> 事業者の高齢化と承継問題への対策

⇒宿泊施設の支援や新規宿泊事業者の誘致

<課題③> 観光誘客を牽引する組織づくり

⇒観光関係団体の再編および観光関係施設の整理の検討

<課題④> 観光施設の老朽化対策と魅力向上への取り組み

⇒観光施設の再編による持続可能な観光地の行政運営

<課題⑤> アフターコロナの対策

⇒新型コロナウイルス感染症に対応した安心安全なイベントの開催や施設の運営の検討

【「稼ぐ」ための取り組み】

- ・ターゲットとする観光客に合わせた魅力的なスポットづくり
- ・ターゲットとする観光客にとって散策や周遊が楽しくなる魅力付け
- ・ターゲットとする観光客が魅力的に見える情報発信
- ・様々なターゲットの受け入れができる宿泊施設や観光施設などの体制づくり
- ・ターゲットとする観光客がアクセスしやすい環境づくり

- ・夜や早朝に楽しむことができる魅力的な観光コンテンツの開発
- ・デザインやクオリティを優先した商品づくりに合わせた商品単価の設定
- ・既存の観光素材にサービスなどの付加価値を付ける商品づくり

【各観光エリアの整理】

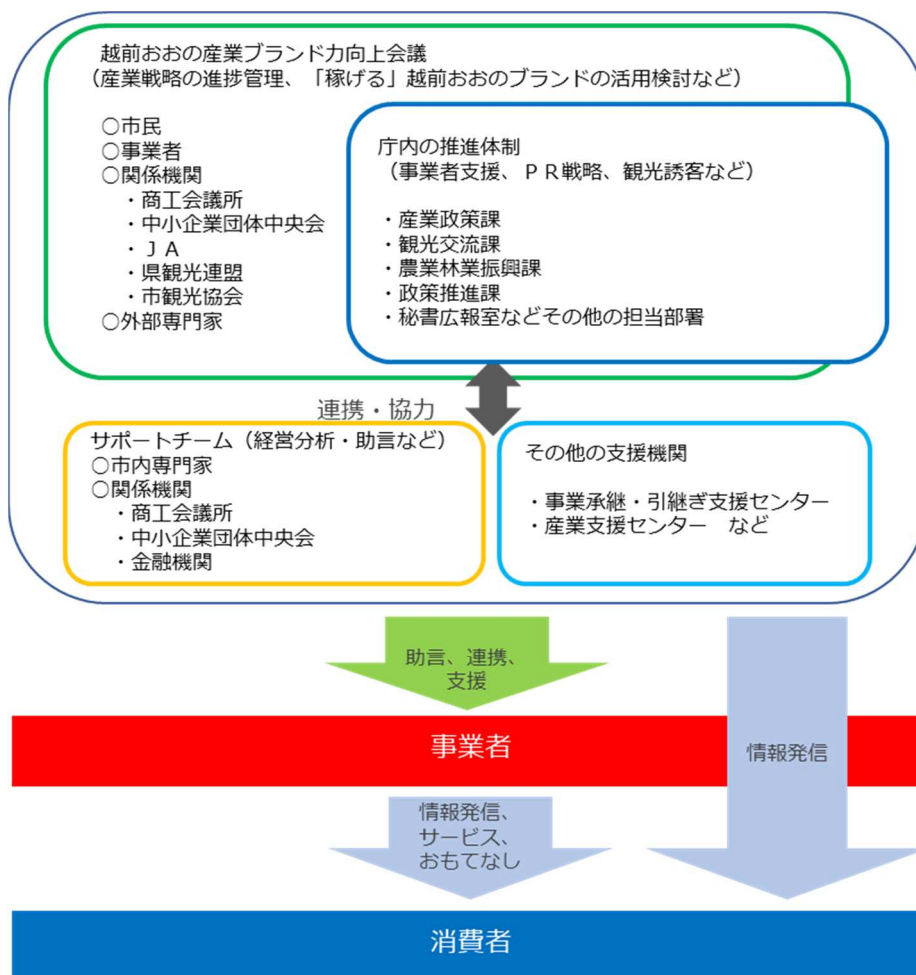
大野市を「まちなか」「和泉」「六呂師高原」「郊外」の4つの観光エリアに分け、エリアごとに取り組み方針を整理します。各エリアの魅力向上を図りながら、エリアを結ぶ周遊コンテンツや周遊ルートの作成に取り組みます。

エリア	取り組み方針
まちなか	<ul style="list-style-type: none"> ・フォトスポットの整備など観光施設の磨き上げ ・観光客が観光しやすい環境の整備 ・宿泊施設の拡充 ・観光協会と連携した周遊滞在型観光メニューの造成
和泉	<ul style="list-style-type: none"> ・全国でも稀な化石産出地としての魅力の向上 ・登山、キャンプ、釣り、カヤック、サイクリング、スキー、スノーボードなどフルシーズンであらゆるアウトドアを満喫できる環境の整備 ・和泉地区全体で観光客を受け入れる体制の強化
六呂師高原	<ul style="list-style-type: none"> ・環境共生をテーマとしたエリアの開発 ・ゼロカーボンを目指した既存観光施設の改修 ・星空を活用した環境の整備と観光商品の開発
郊外	<ul style="list-style-type: none"> ・新緑や紅葉、花などの自然を活用した観光客の受け入れ環境の整備 ・環境保全をテーマとした収益事業の開発

第4章 推進体制および成果指標

【推進体制】

産業戦略の推進体制は、越前おおの産業ブランド力向上会議が産業戦略の進捗管理や「稼げる」越前おおのブランドの活用検討などを担い、サポートチームとの連携・協力により、市内事業者への助言や支援を通じ、市内事業者の「稼ぐ力」の向上を図っていきます。



【成果指標】

産業戦略の成果指標を以下のとおりとします。成果指標は、地域経済循環率を押し上げる指標を選択しています。

項目	基準値（令和2年度）	目標値（令和8年度）
宿泊者数（暦年） （観光入込客数（参考））	52千人（令和2年） （1,120千人（令和2年））	150千人（令和8年） （3,500千人（令和8年））
道の駅「越前おおの 荒島の郷」の 売上	3億円（中部縦貫自動車道 県内全線開通前）	5億円（中部縦貫自動車道 県内全線開通後）
市内事業者が商工会議所を通じて 申請した国の補助金（※）申請数	23件	125件（累計）
ふるさと納税額	72,698千円	200,000千円

※事業再構築補助金、小規模事業者持続化補助金、ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金

別紙表面 SWOT分析の手法および実践シートの作成方法

【例】大野市内の製造業

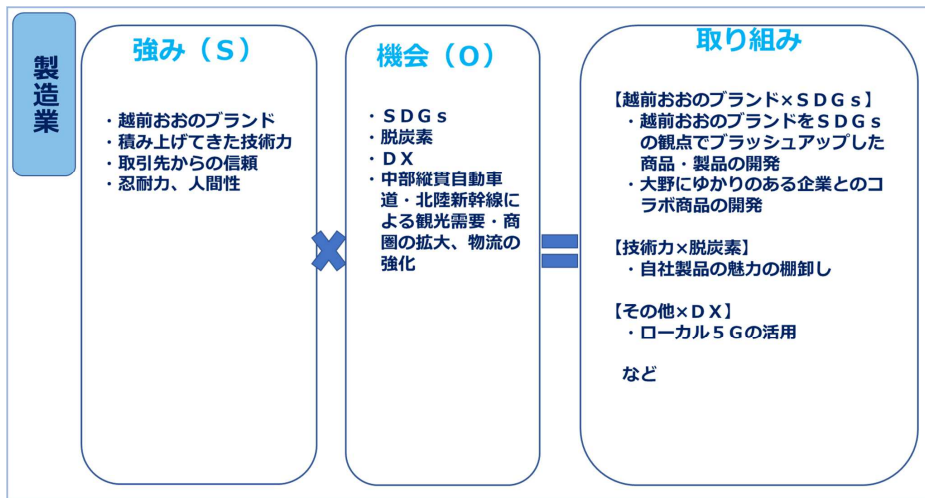
①現状分析

現状を整理します。



②クロス分析

強みと機会の掛け合わせにより、考えられる取り組みを示しています。



③実践シートおよび期待される取り組み

クロス分析により導き出した取り組みを、「商品開発」「販路拡大・販売促進」「生産性向上」の3つの手段で分類し、特に期待される取り組みを下段に示しています。

	機会	強み	越前おおのブランド	積み上げてきた技術力	取引先からの信頼	その他
商品開発	SDGs		・越前おおのブランドをSDGsの観点でブラッシュアップした商品・製品の開発 ・地場産品を活用した素材、フェアトレード素材の活用 ・大野にゆかりのある企業とのコラボ商品の開発			
	脱炭素		・地域資源と脱炭素を結び付けた商品・製品の開発			
	DX				・AR、3Dプリンタによるサンプル作成	
	中部縦貫自動車道・北陸新幹線による観光需要・商圏の拡大、物流の強化		・産業観光	・工場見学受け入れメニューの開発		
	業界特有の機会		・アウトドアグッズの商品開発 ・同業種と連携した特産商品の開発	・大野にゆかりのある企業とのコラボ商品の開発 ・自社の技術を生かした他分野での新製品の開発		・異業種との連携
販路拡大 販売促進	SDGs		・越前おおのブランドをSDGsでブラッシュアップし、生かした販路開拓	・自社製品の魅力の棚卸し		
	脱炭素			・自社製品の魅力の棚卸し		・異業種との連携
	DX			・オンライン商談会の活用 ・ECサイト構築 ・SNSの活用 ・直販への移行	・AR、3Dプリンタによるサンプルの提示	
	中部縦貫自動車道・北陸新幹線による観光需要・商圏の拡大、物流の強化		・越前おおのブランドを生かした販路開拓 ・産業観光			・複数事業者による連携した魅力の発信
	業界特有の機会		・ふるさと納税の活用			・ふるさと納税の活用
生産性向上	SDGs			・戦略的な経営計画とそれに基づいた設備投資		・人材育成
	脱炭素					・太陽光パネルの設置(余剰分は売電) ・省エネ家電の導入(エアコン・冷蔵庫・LED照明など)
	DX			・社内データの一元化 ・AI活用による納期短縮 ・ARによるマニュアルのデジタル化、技術者トレーニング ・リモートワークの導入 ・採用活動のオンライン化	・サプライチェーンの強化	・ローカル5G(専用ネットワーク)を活用したスマート工場の実現
	中部縦貫自動車道・北陸新幹線による観光需要・商圏の拡大、物流の強化					
	業界特有の機会					

<期待される取り組み>

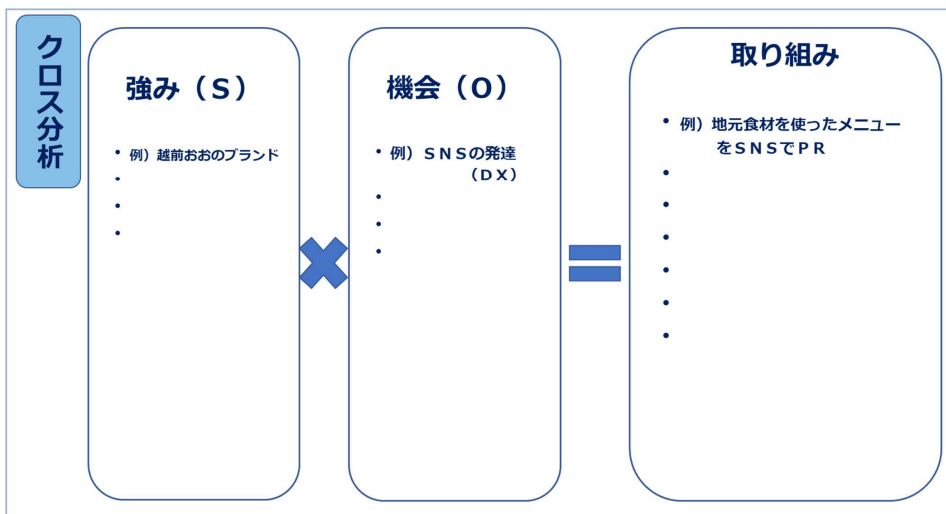
- ・市内製造業者とパートナー企業とのコラボレーションによる地産地消商品の開発
- ・越前おおのブランドをSDGsの観点でブラッシュアップした商品・製品の開発
- ・同業種で連携した新しい特産商品の開発
- ・自社製品の魅力の棚卸し

別紙裏面 実践シートの作成

ステップ① SWOT分析：事業の強みや機会などを分析しましょう。



ステップ② クロス分析：強みと機会をかけ合わせて、どのような取り組みが可能か考えてみましょう。その際、越前おおのブランドの活用を心がけましょう。



ステップ③ 実践シート作成：クロス分析で導き出した取り組みを分類してみましょう。

	機会	強み	越前おおのブランド	自社の強み①	自社の強み②
商品開発	SDGs				
	脱炭素				
	DX				
	中部縦貫自動車道・北陸新幹線による観光需要・商圏の拡大、物流の強化 業界特有の機会				
販路拡大 販売促進	SDGs				
	脱炭素				
	DX	例) 地元食材を使ったメニューをSNSでPR			
	中部縦貫自動車道・北陸新幹線による観光需要・商圏の拡大、物流の強化 業界特有の機会				
生産性向上	SDGs				
	脱炭素				
	DX				
	中部縦貫自動車道・北陸新幹線による観光需要・商圏の拡大、物流の強化 業界特有の機会				

ステップ④ 実践する取り組みの決定：実践する取り組みを決めましょう。

【実践する取り組み】

- 例) 地元食材を使ったメニューをSNSでPR
- .
- .