

県産品

平成30年度実績・成果

- ◆国内外での知事、副知事トップセールス 沖縄県やイオン各店等43回(3月末)
- ◆「ふくしまプライド。」フェアの開催件数 26企業・45回・のべ650店舗で実施(3月末)
 - ・県産コメの定番販売状況：首都圏、関西圏、北海道、沖縄で計1,209店舗(2/26現在)
- ◆オンラインストア3社(楽天、Amazon、Yahoo!)による販売促進 286出店 売上21億円突破
- ◆食の魅力を発信する動画「FUKUSHIMA FOOD EXPERIENCE」315万回再生(3月末)
- ◆県産農産物の輸出量が過去最高を記録。コメの輸出市場シェアがマレーシアで初めて「日本一」(占有率62.1%)、桃のシェアは2か国で3年連続「日本一」を記録→タイ(占有率88.2%)、インドネシア(占有率96.6%)
- ◆全国新酒鑑評会6年連続日本一の「ふくしまの酒」を国内外で発信
 - ・国内 9月：新橋SL広場(3.8万人)、10月：六本木ヒルズ(3万人)
 - ・海外 5月：NY(200人)、12月：NY(400人)・ワシントン(600人)1月：ダボス(500人)
- ◆NY福島の酒専用コーナー及びチャレンジショップのオープン
- ◆動画「NASAKE」「FUKUSHIMA 8K」配信、雑誌・Web、テレビの活用による発信

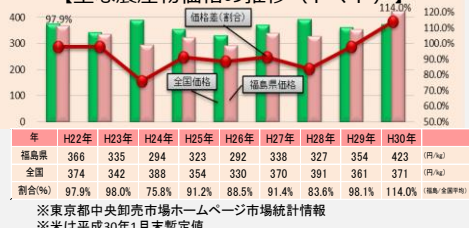
【主な農産物価格の推移(牛肉)】



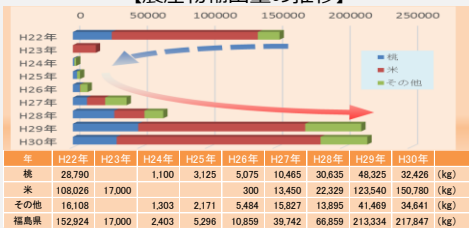
【主な農産物価格の推移(米)】



【主な農産物価格の推移(トマト)】



【農産物輸出量の推移】



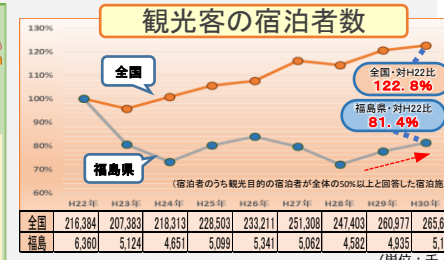
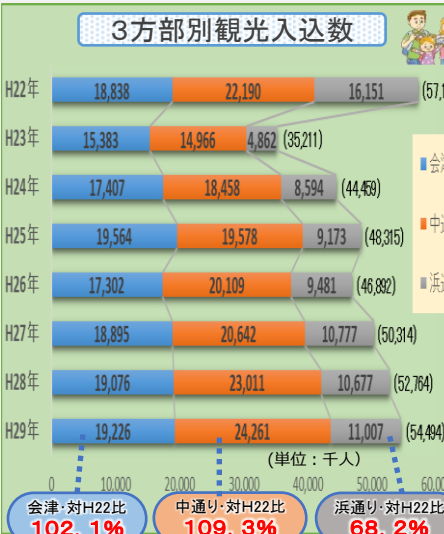
平成31年度の具体的な取組

- ◆流通実態調査の結果を踏まえた販路回復・定番化に向けた販売促進対策
 - 首都圏等の大型量販店での県産品フェアの実施や小売店等での販売コーナーの拡大
 - オンラインストア(楽天、Amazon、Yahoo!)における販売促進キャンペーンの拡大
- ◆消費拡大に向けた発信力の更なる強化
 - テレビCM等各種メディアの活用やトップセールス等での正確な情報と魅力の発信
 - 都内飲食店等と連携した県産農産物コラボ商品開発によるインバウンド観光客への販売促進
- ◆県産品を選んでもらうためのイメージとブランド力の向上
 - 「売れるデザイン」、「本県産のイメージを塗り替えるパッケージ」への開発支援
 - 「醸造王国ふくしま」のブランド確立に向けた海外プロモーションや県内外での「酒まつり」の開催
 - 6次化商品の改良・開発や第三者認証GAP等取得、水産エコラベル認証の取組支援
 - HACCPに放射性物質管理を組み合わせた「ふくしま食品衛生管理モデル」の導入普及
- ◆輸出拡大に向けた取組の強化
 - 輸出戦略に基づく「ふくしま」ブランドの認知度向上と輸出拡大に向けた取組実施
 - 規制解除に向けた積極的な働きかけと輸出拡大に向けた展示会出展や関係者招へい

観光

平成30年度実績・成果

- ◆2年目となる「ふくしま秋・冬観光キャンペーン2018」の実施等などにより、平成29年度の観光客入込は震災前の95.3%にまで回復。会津(102.1%)と中通り(109.3%)は震災前の水準を上回った。また、観光を目的とした宿泊者数も平成29年度から上昇傾向にある。
- ◆県職員内定者や経済産業省職員等を対象としたホープツーリズムツアーの開催
- ◆筑波大学附属高校、明治大学附属中野高校の生徒や大手企業の研修担当者、海外メディアの記者等を対象としたホープツーリズムモニターツアーの実施
- ◆平成30年1～12月の外国人延べ宿泊者数は前年を上回る120,250人泊(H22比：137.9%)
- ◆海外向け「ダイヤモンドルート」PR動画(2019年版)の再生回数 2,300万回超
- ◆福島空港の国内外に向けたチャーター便の増加
 - ・国際：台湾、ベトナム、ロシアなど146便、国内：北海道、九州・沖縄など83便が運航
 - ・遠東航空(台湾)の定期チャーター便の通年運航が決定(H31.4から2年間・週2往復)



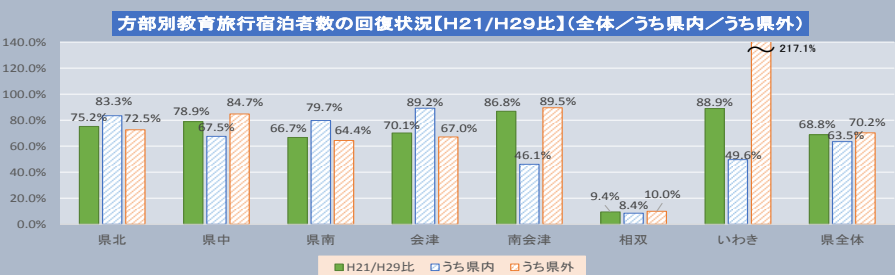
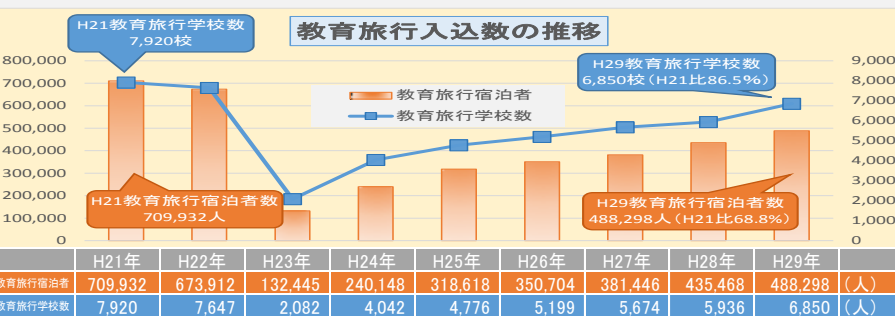
平成31年度の具体的な取組

- ◆食・歴史など様々なテーマや秋・冬観光素材を活かした国内観光誘客
 - 「福が満開、福のしま。」ふくしま秋・冬観光キャンペーン2019の実施(JRとの連携)
 - ふくしまの食・日本の酒や歴史、秋・冬の絶景、花、登山など様々なテーマによる誘客促進
 - 「本県ゆかりのウルトラマン・特撮」や「ふくしま尾瀬」、「只見線」など幅広い資源を活かしたPR
- ◆福島観光の柱となる「ホープツーリズム」の確立
 - モニターツアーを始めとするツアー開催を通じたプログラムの磨き上げ
 - アーカイブ拠点施設等と連携した企業向け研修プログラムの構築
- ◆ふくしまの「強み」を生かしたインバウンド対策
 - 食と観光を融合したふくしまの魅力発信による誘客
 - ダイヤモンドルート動画を活用した発信及び「サムライ」「スポーツ」などテーマ別誘客策の展開
 - 東京オリパラに向けた受入環境の整備やナイトカルチャーコンテンツの開発
 - 外航クルーズ船の誘致活動及び乗客向け広域観光周遊ルートの構築
 - 台湾定期チャーター便など国際チャーター便の運航促進

教育旅行

平成30年度実績・成果

- ◆首都圏、関西、九州、近隣県への教育旅行誘致キャラバンや校長会などへの訪問PRの実施(9回 810カ所を訪問)
- ◆バス経費の一部支援等による新規・継続誘致・875校 宿泊者数約12万人
- ◆海外の教育旅行関係者を招請:6校6名
- ◆生徒・学生、保護者や教員など教育旅行関係者モニターツアーの開催:220名参加
- ◆ホープツーリズムモニターツアーに参加した「お茶の水女子大学附属高校」「不動岡高校」「市川高校」等がその後、全額自費で再びツアーを実施
- ◆合宿を誘致するための助成を実施:206件



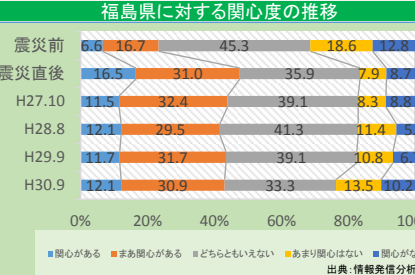
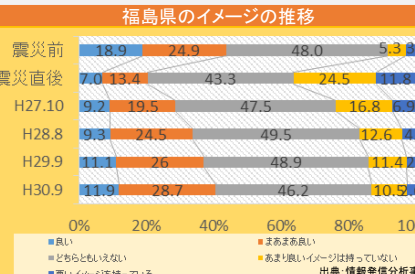
平成31年度の具体的な取組

- ◆**県外学校等のニーズを把握して効果的な誘致活動を行う**
 - 首都圏の教育委員会等に対する意向調査結果を踏まえた効果的な誘致キャラバンの実施
 - 福島ならではの学習プログラムの磨き上げや、教育関係者対象のモニターツアーの実施
 - 長期宿泊需要の見込まれる学生の合宿の誘致強化
- ◆**県内教育旅行関係者と連携した情報発信**
 - 地元関係者と一丸となった情報発信の強化
- ◆**福島県ならではの“学び”を提供するコースの充実**
 - 歴史や自然学習等とホープツーリズムを結びつけたモデルコースの作成

情報発信

平成30年度実績・成果

- ◆**箭内道彦県クリエイティブディレクターの助言のもと効果的に本県情報を発信**
 - ・「ふくしまプライド。」テレビCM 県内・関東圏・関西圏・北海道・沖縄等で5種類を放映
 - ・ふくしまの魅力を伝える6秒PR動画「もっと 知って ふくしま！」を2月に発表
 - ・公式イメージポスター「来て」「呑んで」などの5連貼りのリニューアル版及び市町村版「来て」7種類を発表。過去最大枚数16万枚を作成
- ◆**他都道府県の県政広報番組での「ふくしまの今」の発信 7都県の番組で放送**
- ◆**県内スタディツアーを通じた首都圏や関西の大学生等による発信**
- ◆**太平洋・島サミットや全国植樹祭、世界水族館会議等世界・全国規模イベントでの発信**
- ◆**企業との共働プロジェクトによる情報発信(ビームス、三井不動産、サッポロホールディングス等8社と連携)**
- ◆**市町村や県内事業者、庁内各部署等と幅広く連携したPRイベントでの発信(連携企業等の大型商業施設、首都圏の駅、羽田空港など12会場21日間実施)**



平成31年度の具体的な取組

- ◆**ふくしまの「新しいイメージ」の発信**
 - 全国展開企業との連携プロジェクトによるコラボレーション企画を展開
 - 県内関係者が一体となった首都圏等でのオールふくしまプロモーションの実施
- ◆**様々な機会でも情報を発信し、本県への関心度を高める**
 - 全面再開する本県のシンボル「Jヴィレッジ」を活用した情報発信の実施
 - オリンピック聖火リレーや県内競技開催に係る関連事業、東北絆まつり、FICCオートキャンプ世界大会等世界・全国規模イベントでの発信
 - PR動画やポスター・パンフ等の県各種発信ツールを共有して全庁でPR
- ◆**全国の民間企業・団体、自治体と連携強化を更に進める**
- ◆**共感・共鳴から共働への流れを更に進める**
 - 企業・団体への訪問や説明会開催による本県現状の理解促進と応援活動の拡大