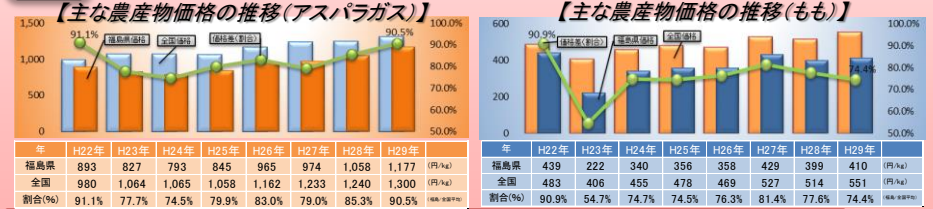


目指す姿 平成32年度 ▶ **新たな復興のステージへ向かう“ふくしま”（ふくしまの新たなイメージの創出、ふくしまブランドの再生・構築）**

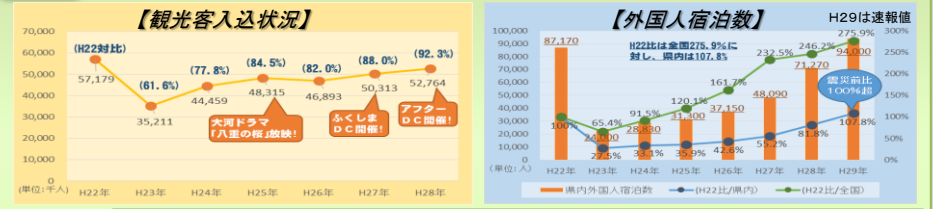
**成果実績**  
○「アスパラガス」や「きゅうり」など一部品目では、市場価格が震災前の水準近くまで回復。  
○県産農産物の輸出量は大きく増加し、H22年比で137.5%と震災前の水準を超える。  
○オンラインストアの販売促進キャンペーンの売上は15億円超を記録。

**課題**  
○「もも等の果物」や「牛肉」など多くの品目では市場価格の回復が遅れている。  
○更なる流通や消費拡大に向け、魅力ある福島県産品のブランド力向上が必要。



**成果実績**  
○アフターDCの開催などにより観光客入込数はH22年比で92.3%まで回復。  
○中通りと会津では、震災前の観光客入込水準を超えるなど好調に推移している。  
○様々なPRにより、外国人宿泊数は平成29年速報値でH22年比で100%超を記録。

**課題**  
○浜通りの観光入込は66.1%にとどまり、地域間で回復のばらつきがある  
○飛躍的に伸びる全国的なインバウンドの増加を更に取り込む必要がある。



**平成30年度取組方針**

【流通】量販店やオンラインストア等各種販売促進対策の強化による定番化  
 【消費拡大】農林水産物や日本酒等のPRを通して消費者の購買意欲を更に高める  
 【ブランディング】パッケージングの改善によるイメージ向上・ブランド化  
 【輸出】県産品輸出戦略に基づく輸入規制解除の働きかけや販売の強化

**平成30年度取組方針**

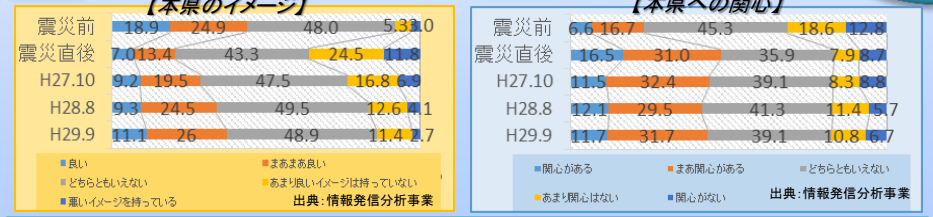
【持続的で観光振興】戊辰150年、DCから秋冬CPへと四季を通じた誘客  
 【ホープツーリズム】浜通りの誘客促進のため、造成・販売等受入体制を確立する  
 【インバウンド】動画発信やチャーター便拡大等による市場別対策の強化

**成果実績**  
○各種情報発信により本県のイメージは年々回復傾向にある。  
○動画やポスターなど様々なコンテンツにより県内外への発信機会が充実  
○全国展開企業とのタイアップ企画が実現するなど、企業との共働が拡大

**課題**  
○本県への関心や応援意向は横ばいで風化傾向が進んでいる。  
○共感や共鳴に加え、一歩進んだ新たな連携施策が更に必要

**成果実績**  
○教育旅行誘致キャラバンや関係者モニターツアーなどの実施により、震災前の6割まで宿泊者数が回復。学校数は75%と更に回復。

**課題**  
○教育旅行を誘致している他地域との差別化が必要。  
○福島でしかできない体験や震災学習等のニーズへの対応



**平成30年度取組方針**

【新しいイメージ発信】企業連携タイアップや全国各地でのオールふくしまプロモーション等での「知るほどたのしい、ふくしま」の発信  
 【関心度向上】世界・全国レベルのイベントや様々な接触機会を利用した本県の魅力発信  
 【連携拡大】民間企業や全国の自治体、県内市町村等との幅広い共働を拡大

**平成30年度取組方針**

【効果的な誘致キャラバン】各校のニーズや特徴を踏まえた効果的な訪問  
 【関係者の連携】回復が遅れている地域の積極的PRなど県内関係者が連携して情報発信  
 【コースの充実】本県ならではの「学び」を提供し、モニターツアー等で積極的にPRする

対策強化の方向性

- ①ターゲットを意識**  
(いつ、誰に対して、どの地域でなどターゲットを意識した取組)
- ②届く、伝わる発信**  
(「より届く」「より伝わる」ように心に響く発信に心がける)
- ③連携を強化**  
(企業や国・他都道府県・市町村・市内各課等と連携強化し、取組を拡大)
- ④果敢に挑む**  
・困難な課題(壁)の克服に向けて粘り強く取組む。  
・新たな取組に積極的なチャレンジを続けていく。

