

目指す姿 令和2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

- 「きゅうり」や「トマト」など一部品目では、市場価格が震災前の水準を超える。
- 県産農産物の輸出量は震災前の水準を超えた昨年度を上回った。
- オンラインストアの販売促進キャンペーンの売上は前年を超え21億円を突破。

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、販路拡大に向け、魅力ある福島県産品のブランド力向上が必要。

【主な農産物価格の推移（もも）】

【農産物輸出量の推移】

品名	H22年	H23年	H24年	H25年	H26年	H27年	H28年	H29年	H30年
桃	28,790	11,100	3,125	5,075	10,465	30,655	48,325	32,426	46,190
梨	108,026	17,000		300	13,450	22,329	123,540	150,780	160,780
その他	18,106	1,303	2,171	3,484	15,827	13,895	41,889	34,841	46,190
福島県	152,924	17,000	2,403	5,296	10,859	39,742	66,859	213,334	217,847

成果実績

- 秋・冬観光キャンペーンの開催などにより観光客入込数はH22年比で95.3%まで回復。
- 中通りと会津では、震災前の観光客入込水準を上回って推移している。
- 外国人宿泊者数はH22年比で137.9%を記録（前年比27.4ポイント増）

課題

- 浜通りの観光入込は68.2%にとどまっており、本格的な回復には至っていない。
- インバウンドは、全国的な伸びには追いついていない。

【観光客入込状況】

【外国人宿泊者数】

平成31年度取組方針

【流通】更なる定番化を目指したフェア実施やオンラインストアでの販売促進強化
【販路拡大】オリパラ東京大会への食材提供と更なる販路拡大
【ブランディング】6次化商品や福島の酒などによるブランド力向上
【輸出】輸出戦略に基づく輸出拡大、並びに輸入規制解除の働きかけ

平成31年度取組方針

【国内観光の振興】食や歴史を生かした誘客と秋・冬キャンペーンの実施
【ホープツーリズム】プログラムの磨き上げ及び旅行会社への働きかけ
【インバウンド】食と観光を融合した新たな取組や台湾定期チャーター便の活用



成果実績

- 各種情報発信の効果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

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。
- 風評払拭・風化防止に向けては本県に思いを寄せる方々とのより一層の共働が不可欠

【本県へのイメージ】

項目	震災前	震災後	H27.10	H28.8	H29.9	H30.9
良い	18.9	24.9	48.0	53.8	53.0	53.0
どちらともいえない	7.0	13.4	43.3	24.5	14.8	14.8
悪いイメージを持っている	74.1	61.7	8.7	21.7	32.2	32.2

【本県への関心】

項目	震災前	震災後	H27.10	H28.8	H29.9	H30.9
関心がある	6.6	16.7	45.3	18.6	12.8	12.8
あまり関心はない	93.4	83.3	54.7	81.4	87.2	87.2

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、震災前の約7割まで宿泊者数が回復。学校数は86.5%まで回復。

課題

- 教育旅行の訪問先は、一度決めると数年変更しない傾向がある。
- 従来の教育旅行ルートとホープツーリズムの更なる結び付けが必要

【教育旅行延べ宿泊者数】

【教育旅行学校数】

平成31年度取組方針

【イメージ発信】企業連携プロジェクトや全国各地でのオールふくしまプロモーション等による企業や県内市町村、庁内各部署が一体となった情報発信の拡大
【関心度向上】オリパラや世界・全国レベルのイベント等を利用した本県の魅力発信
【連携拡大】ご縁のある企業や大学、自治体等との様々なコラボレーションの実現

平成31年度取組方針

【効果的な誘致キャラバン】ターゲットを明確にし、県内関係者が連携して集中的、継続的に訪問活動を展開
【ニーズに合致した素材等の提供】各校のニーズに対応できる多様なコンテンツを揃えて適切に提供、ホープツーリズムとも結び付けを図る。

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・庁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。

国策定の「風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略」

⑤ **共感・共鳴から共働へ**
(共働の更なる進化に向けて)

ターゲットを意識 → 届く、伝わる発信

連携を強化 → 果敢に挑む