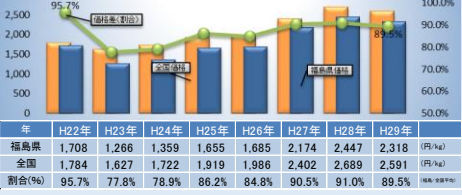


県産品

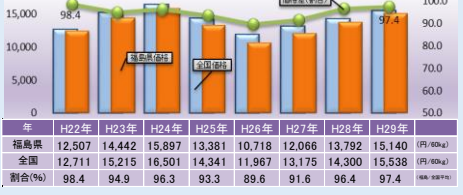
平成29年度実績・成果

- ◆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 30回
- ◆「ふくしまプライド。」フェアの開催件数 23企業・37回・のべ773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286店舗
- ◆オンラインストア3社(楽天、Amazon、Yahoo!)による販売促進 141出店 売上15億円突破
- ◆農産物をモチーフとしたアニメ「食べちゃったっていいのにな！」262万回再生(3月末)
- ◆県産農産物の輸出量が震災前を上回り過去最高を記録。桃の輸出市場シェアは3か国で2年連続「日本」→タイ(94.8%)、マレーシア(72.5%)、インドネシア(51.7%)
- ◆全国新酒鑑評会5年連続日本の「ふくしまの酒」を国内外で発信
 - ・国内 8月:新橋SL広場(3.2万人)、10月:六本木ヒルズ(3万人)、11月:大阪(5千人)
 - ・海外 7月:香港(333人)、10月:ロンドン(356人)、1月:ダボス(650人)
- ◆日本橋ふくしま館を機能強化しリニューアルオープン。売上は前年度超

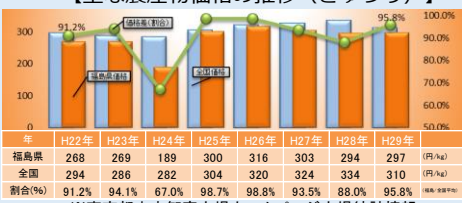
【主な農産物価格の推移(牛肉)】



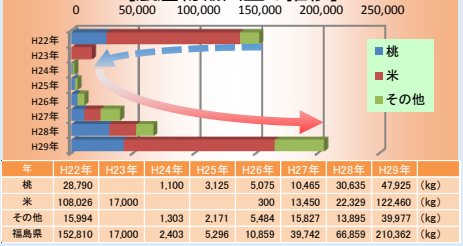
【主な農産物価格の推移(米)】



【主な農産物価格の推移(きゅうり)】



【農産物輸出推移】



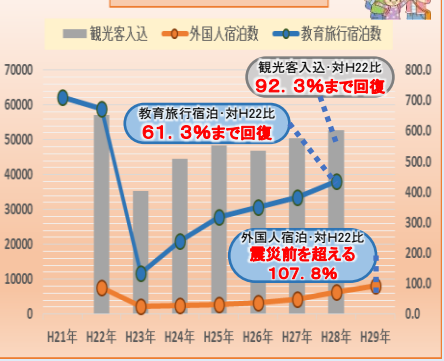
※東京都中央卸売市場ホームページ市場統計情報
※米は平成30年1月末暫定値

観光

平成29年度実績・成果

- ◆DC3カ年の取組などで平成28年度の観光客入込は震災前の92.3%まで回復
 - ・会津(101.3%)と中通り(103.7%)は震災前の水準を超えた。
- ◆JRと連携し「ふくしま秋・冬観光キャンペーン」をH29.10～H30.3に開催
- ◆国家公務員内定者やJICA研修員等に対するホープツーリズムのPR
- ◆お茶の水女子大学附属、浦和第一女子などの高校生や東京・慶應義塾等の大学生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29年1～12月の外国人延べ宿泊者数は速報値94,000人泊(H22比：107.8%)で震災前水準を初めて超える。
- ◆海外向け「ダイヤモンドルート」PR動画の再生回数 2,200万回超
- ◆国内外福島空港チャーター便の拡大
 - ・国際：台湾、ベトナム、ロシアなどから69便、国内：北海道や沖縄など101便が運航

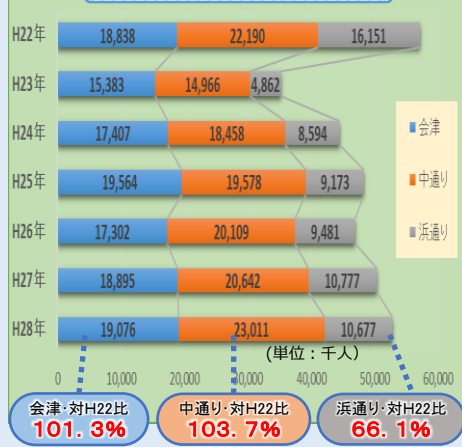
県内観光入込・宿泊数まとめ



(単位：千人)	H21年	H22年	H23年	H24年	H25年	H26年	H27年	H28年	H29年
観光客入込	57,179	35,211	44,459	48,315	46,893	50,313	52,784		
外国人宿泊者数	872	24.0	23.8	31.3	37.2	48.1	71.3	94.0	
教育旅行宿泊者数	709.9	673.9	132.4	240.1	318.8	350.7	391.4	435.3	

【出典】観光庁「宿泊旅行統計調査」 福島県観光交流課調査

3方部別観光入込数



平成30年度の取組方針

- ◆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
 - 好調なオンラインストア(楽天、Amazon、Yahoo!)における販売促進キャンペーンの継続
 - 首都圏等の百貨店や大型量販店での県産品フェアや販売コーナーの拡大
- ◆消費拡大に向けた発信力の更なる強化
 - テレビCMや日本酒イベント、県外への講師派遣での正確な情報発信と魅力のPR
 - 土産地消の推進による県産食材の消費拡大への取組を強化
- ◆県産品を選んでもらうためのブランド力の向上とパッケージの改善
 - セミナーや相談会、モデル事業によるパッケージの改善促進
 - 県産農産物や日本酒などのデジタルコンテンツを活用した全世界への「ふくしまプライド。」の発信
 - 6次化商品のブランディング強化と第三者認証GAP等の取得拡大
- ◆輸出拡大に向けた取組の強化
 - 県産品輸出戦略に基づく品目別・地域別の輸出販売の強化
 - 輸出規制国の関係者の招へいにより規制撤廃への働きかけを強化

平成30年度の取組方針

- ◆戊辰戦争150年や秋・冬観光素材などを活かした観光誘客
 - 戊辰戦争150年を活用した「サムライ」をテーマとする県内広域観光の推進
 - 秋・冬観光キャンペーンと連動した県内地域資源の新たな活用と周遊企画の実施
- ◆福島観光の柱となる「ホープツーリズム」の推進
 - ふくしまでしかできない体験・学びと本県の魅力を組み合わせる県内周遊の推進
 - 県外の中高校生や企業、海外メディア等を対象としたモニターツアー実施による発信
- ◆他県に負けないインバウンド対策
 - ドリフトの聖地など福島でなければ体験できない独自コンテンツの発掘と磨き上げ
 - ダイヤモンドルートPR動画を活かした近隣県と連携したコース造成
- ◆国内外のチャーター便運航促進による交流の拡大
 - チャーター便の運航増加により各地との交流を拡大し、定期便運航への流れをつくる