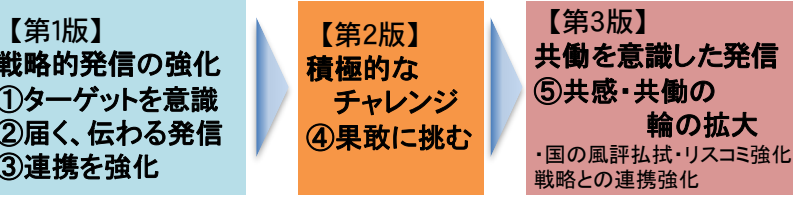


強化戦略の第3版までの対策の柱と現在までの成果・課題



現在までの成果

- 【県産品】農産物の輸出量は過去最高を更新。オンラインストアの販売も好調。県産日本酒の金賞受賞数は7年連続で日本一。
- 【観光】入込は震災前の98.5%に回復。外国人宿泊者数も過去最高を記録、伸び率全国上位。
- 【情報発信】本県に対してのイメージは年々回復傾向。企業や自治体との連携も更に拡大。

課題

- 【県産品】米や牛肉等の価格が回復していない。ブランド力強化や信頼される産地づくりが必要
- 【観光】教育旅行の回復遅れ、インバウンド宿泊数が全国的な伸びに追いついていない。
- 【情報発信】本県への関心や応援意向の低下、認識のアップデートが進んでいないものがある。

～強化戦略第3版までの全庁一体となった取組で、様々な成果が現れている一方、風評・風化の問題は根強く、多くの課題が残されており、今までの活動を生かした粘り強い取組の継続が重要～

対策強化の取組方針

- ①積極的なチャレンジの継続 【風評・風化の課題解決に向けて粘り強い継続的な挑戦と各部局の連携強化を徹底】
- ②「アップデート」と「ビジット」の更なる推進 【福島を最新の正確な発信や実際の訪問・体験を通じた理解促進】
- ③共感・共働による信頼関係の構築 【企業や諸外国等との信頼関係を築くための熱意を持った丁寧かつ的確な説明と発信】

各分野における取組方針(対策強化の方向性)

農林水産物・県産品

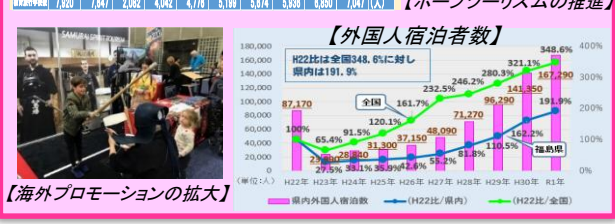
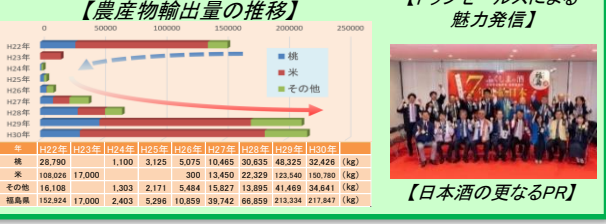
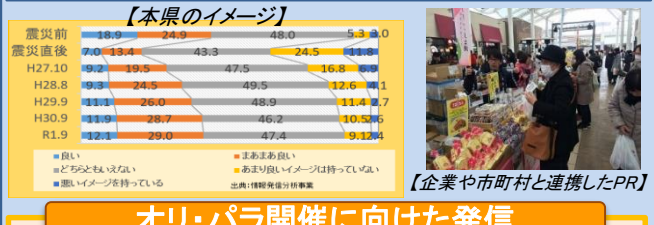
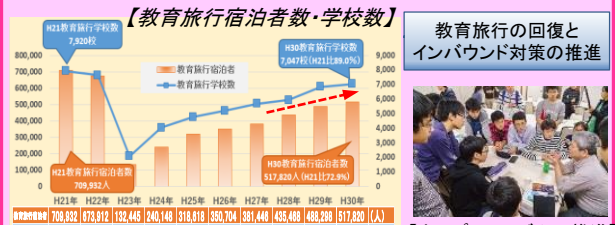
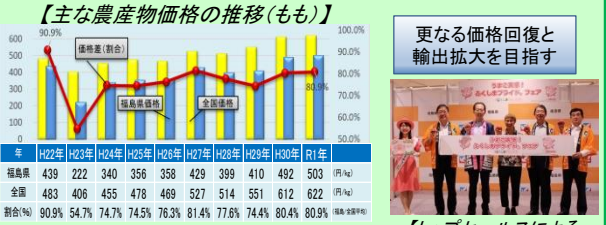
- (1) 新たな販路・販売棚の確保に向けたトップセールスの実施やオンラインストア・パッケージングなど多様なアプローチによる効果的な流通・販売対策
- (2) 県産農林水産物の徹底した安全性確保と検査結果等の正確な発信による信頼回復
- (3) GAPやHACCP等の推進や県産日本酒・工芸品など福島ならではの製品のブランド力向上と更なる輸出拡大

観光(国内、国際、教育旅行等)

- (1) 福島ならではのコンテンツづくりなど、オリ・パラや東北DCを契機として実際に訪れてもらう誘客対策の促進
- (2) ホープツーリズムの推進と教育旅行回復に向けた訪問活動など粘り強い取組の継続
- (3) 外国人の関心が高いサムライツーリズムの創出や磨き上げと戦略的なプロモーションの実施、国際チャーター便の運航促進

情報発信(共感・共働、オリ・パラ関連含む)

- (1) 各部局が連携して正確な情報を継続的に粘り強く発信することで本県の更なるイメージ回復を図る。
- (2) 企業や団体、学校等との共感・共働の輪を拡大し、様々なコラボレーションを生み出すことで、他にはない情報発信や新たな応援活動へと発展させる。
- (3) 国や他都道府県、市町村等との連携により、国内外へふくしまの今と魅力を広く発信し、最新情報にアップデートする。



オリ・パラ開催に向けた発信

- (1) 聖火リレーや野球・ソフトの競技開催を通して世界の注目が集まるこの機を逃さず、過去にない集中的な情報発信を国内外に向けて全庁一体となって実施する。
- (2) SNSや既存事業、メディアの活用など、オリ・パラに直接関連しない部局も含めて、この機会に「新しいふくしま」のイメージを発信することで認識を「アップデート」し、大会終了後も本県イメージ向上の効果が持続する体制を構築する。

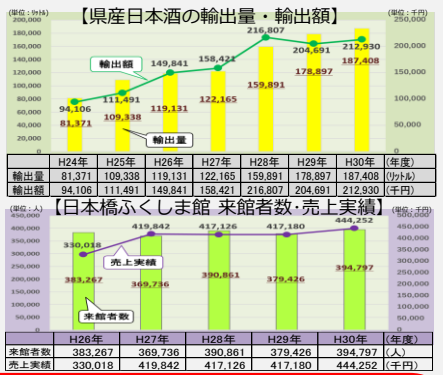
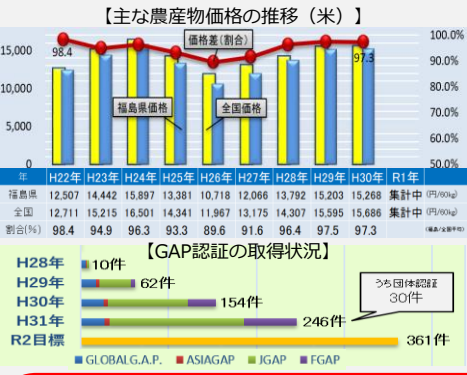
土台となる取組の継続的实施(安全・安心の確保や正確かつ最新の情報発信など)

<p>放射線に関するリスクコミュニケーション(正確な情報・知識の普及)</p> <p>県民を対象とした食と放射能に関する説明会の開催 県内小・中学校における放射線教育の充実</p> <p>理解促進のためのパンフレット等を活用した県内外イベント等での発信強化</p>	<p>環境回復の現状の発信</p> <p>除染後のモニタリング</p> <p>廃炉・汚染水対策 空間線量測定</p>	<p>徹底した食品の検査</p> <p>農林水産物の放射性物質検査</p> <p>自家消費野菜の検査</p>
---	---	---

農林水産物・県産品

令和元年度実績・成果

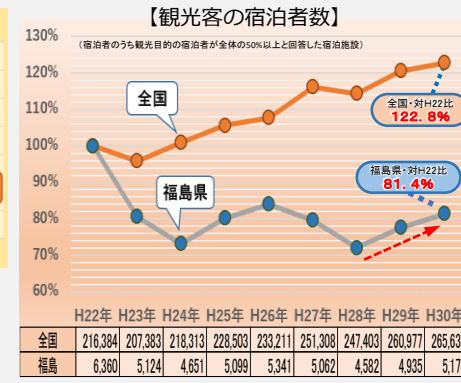
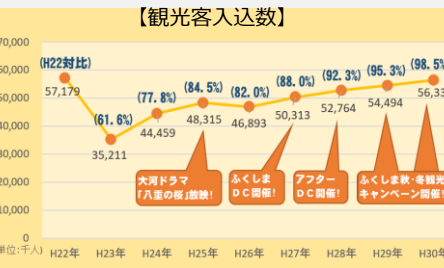
- ◆首都圏等消費者県内招聘ツアー 11回実施330名参加、ふくしまの今を語る人32回派遣
消費者庁の実態調査で、福島県産品の購入をためらう人の割合が10.7%と過去最小
- ◆全国新酒鑑評会金賞受賞数7年連続日本一の「ふくしまの酒」の魅力を国内外で発信
ふくしまの酒まつり 8月:新橋SL広場(約31,000人)、2月:ビッグパレットふくしま(約8,000人)
ニューヨークにおける酒コーナーの設置やイベントの開催、広報番組の制作
- ◆首都圏情報発信拠点「日本橋ふくしま館」来館者数前年比99.8%、売上額102.5%(2月末)
- ◆ふくしまHACCPの導入に向けた研修会 119回開催
- ◆GAP認証の取得拡大 246件(GLOBAL GAP:27、ASIAGAP:6、JGAP:153、FGAP:60)
- ◆GAP認証取得高校10校によるGAP教育と関連づけた県内外での食の安心・安全の発信
- ◆国内外での知事、副知事によるトップセールスの実施 計40回実施
- ◆「ふくしまプライド。」フェアの開催件数 27企業・52回・624店舗で実施
- ◆オンラインストア(楽天、Amazon、Yahoo!)による販売促進 343店舗 売上22.6億円(2月末)
- ◆県産農産物の輸出量がH30に218tと過去最高を記録。R1は既にこれを更新(1月末現在)
コメの輸出市場シェアがマレーシアで2年連続日本一、桃のシェアは4か国(タイ、インドネシア、マレーシア、カンボジア)で日本一、梨はタイで初めて日本一となる。
- ◆本県産品の輸入規制を設けている国・地域は震災直後の54から20まで減少



観光(国内、国際、教育旅行等)

令和元年度実績・成果

- ◆「ふくしま秋・冬観光キャンペーン」の実施等により、平成30年の観光客入込は震災前の98.5%にまで回復(会津は103.6%。中通りは116.0%)
また、観光を目的とした宿泊者数も平成29年度から徐々に上昇傾向
- ◆本県ゆかりのウルトラマンや特撮を活用したARスタンプラリー(1.2万DL)・企画展(1.2万人来場)の開催
- ◆外国人目線によるビューポイント選定(50箇所)及びビューポイント整備(15箇所)等
- ◆首都圏、関西、九州等への教育旅行誘致キャラバンや校長会等への訪問活動の実施
- ◆県職員内定者や国家公務員総合職内定者対象のホープツーリズムツアーの催行
- ◆有名校や企業、海外メディア等のホープツーリズムツアーの催行
- ◆令和元年の外国人宿泊者数は前年を上回る167,290人泊で過去最高(前年比:118%)
- ◆英ガーディアン紙「2020年に行くべき20の場所」の一つに本県が選定
- ◆海外向け「ダイヤモンドルート」PR動画(2020年版)の公開(540万回再生)
- ◆福島空港と国内外を結ぶチャーター便の増加
国際:台湾、ベトナム、タイなど174便、国内:北海道、九州・沖縄など48便が運航(3/5時点)



【ホープツーリズムの実績】

	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度
実施件数	1	20	50	45(見込)
参加人数	35	597	1,052	933(見込)

令和2年度の具体的な取組

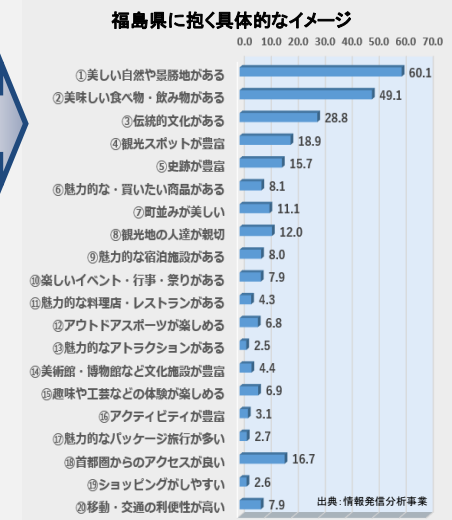
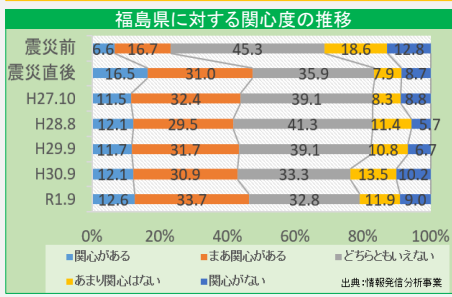
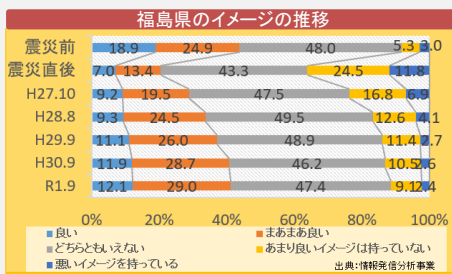
- ◆新たな販路・販売網の確保に向けた流通・販売対策の強化
 - 「ふくしまプライド。」フェアやオンラインストアによる県産農産物の更なる販売促進
 - 外国人観光客をターゲットにした県産農産物を活用した都内飲食店フェア等の開催
 - テレビCM等各種メディアの活用やトップセールス等での正確な情報と魅力の発信
- ◆徹底した安全性の確保と正確な発信による信頼回復
 - 第三者認証GAPや水産エコラベルの取得・認証拡大による消費者の信頼回復
 - HACCPと放射性物質管理の情報発信を組み合わせた「ふくしまHACCP」の導入促進
 - 首都圏等消費者招聘ツアーや今を語る人の派遣による食・放射能の正しい理解の促進
- ◆ふくしまならではのブランドの構築と更なる輸出促進
 - 「ふくしまベストデザインコンペティション」の実施等による売れるデザインの普及促進
 - 7年連続日本一の県産日本酒など県産品の国内外に向けた情報発信や販路開拓
 - 6次化商品ブランド「ふくしま満天堂」の取扱店舗拡大や商品改良による販売拡大
 - 県産品輸出戦略に基づきターゲットを明確にした輸出促進
 - 輸入規制解除に向けた政府との連携した働きかけと安全性や品質の積極的な発信

令和2年度の具体的な取組

- ◆オリ・パラや東北DCを契機とした観光誘客の強化とビジットの推進
 - ふくしま尾瀬など豊かな自然、FIT・阿武隈地域、磐梯山ジオパーク、本県ゆかりのウルトラマンや人気ポケモン、只見線沿線、本県の誇る多彩な「食」などふくしまならではの様々な資源を活用した魅力の発信
 - 酒やサムライ、温泉、絶景などコンテンツの磨き上げと発信
 - オリ・パラで来日した外国人記者や外国人観光客の本県への誘導と正確な情報の提供
- ◆教育旅行の更なる回復やホープツーリズムの推進
 - 教育旅行誘致のための訪問活動や教育関係者向けモニターツアーの実施
 - 常磐線の全線開通に合わせたJRや沿線自治体と連携したツアーの造成
 - 復興に向け挑戦し続ける福島の人々との交流等を行う「ホープツーリズム」の更なる推進
- ◆更なるインバウンド対策の強化と戦略的なプロモーション
 - 現地目線でのコンテンツ創出やデジタルマーケティングを活用した海外での情報発信
 - ふくしまの食をいかしたインバウンド推進
 - 国際・国内チャーター便の誘致及び利用促進、就航先でのプロモーションの展開

情報発信 (共感・共働、オリ・パラ関連含む) 令和元年度実績・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
 - ・「TOKIO」による農産物CM 桃編、夏野菜編など5種類を放映
 - ・ふくしまの魅力を6秒で伝える動画「もっと 知って ふくしま！」第2弾59市町村バージョンを1月に発表
 - ・公式イメージポスター「来て」「吞んで」などの5課連携連貼りのリニューアル版及び市町村版「来て」12種類を発表。過去最大の194,000枚を作成
- ◆ 知事が全国各地でふくしまの今を伝える「チャレンジふくしまフォーラム」の開催（北海道7/29・京都11/12・神奈川1/17の3会場で実施）
- ◆ 県内スタディツアーを通じた関西等の大学生による情報発信（立命館、関西、関西学院、同志社、広島、関東学院など）
- ◆ 世界有数の大学UCLと連携した英国でのシンポジウムの開催(7/26)
- ◆ 市町村や県内事業者、庁内各部署等との連携PRイベント「ふくしまフェスタ」の開催（三井不動産、三菱地所系の商業施設等など12会場のべ22日間実施）
- ◆ 県公式SNSやYouTube公式チャンネルによる積極的な発信（フォロワー数等：Twitter約55,000件、Facebook約66,000件、Instagram約11,000件、YouTube9,000件）
- ◆ 発信力の高い全国展開企業との共働プロジェクトによる発信（ビームス、三井不動産、三菱地所、サッポロホールディングス、阪急阪神ホールディングス等13社と連携）
- ◆ 包括連携協定企業等のご縁を育む視察ツアーの実施(3月開催)
- ◆ 福島イノベーション・コースト構想の積極的な発信(2/15 第4回シンポジウム、コンシェルジュによるモデルツアー4回、オーダーメイドツアー33回実施)
- ◆ 首都圏での本県最大のイベント「ふくしま大交流フェスタ」の開催(12/21 13,420人來場)
- ◆ ふくしまの応援団「ふくしまファンクラブ」による情報発信(会員数 約17,000人)
- ◆ 復興のシンボル「ヴィレッジ」を通じた本県の復興の姿の発信(2月未 48万人來場)
- ◆ 国内外での主要国際会議や在外県人会、在外公館と連携したPR活動の実施
- ◆ 駐日外交団の福島県視察による最新の復興状況の発信
- ◆ 環境創造センター「コミュタン福島」を核とした国内外からの視察受入(636団体)
- ◆ 高校生等による国内外への復興状況の発信や風評払拭に向けた社会体験活動の実施



令和2年度の具体的な取組

- ◆ **各部署連携対策の強化と正確な情報の継続的な発信**
 - 各部署・県内関係者が一つになったオールふくしまプロモーション「ふくしま大交流フェスタ」や「ふくしまフェスタ」の開催
 - 部局連携による県公式イメージポスターの更新と掲出先の拡大対策
 - 東日本大震災・原子力災害伝承館、Jヴィレッジ、コミュタン福島など本県の現状を正確に伝える施設の積極的な活用や福島イノベーション・コースト構想の周知拡大
- ◆ **共感・共働の輪の拡大と新たな情報発信・応援活動**
 - 「全国市町村長サミット2020in福島」の開催や九都県市首脳会議など、国や全国の自治体との連携によるふくしまの今の発信と共感・共働の輪の拡大
 - 包括連携協定企業や全国展開企業との連携による発信やコラボレーションの実現
 - ふくしま0次会やふくしまファンクラブのネットワークによる発信強化と交流促進
 - プロスポーツチームや地域団体、NPO法人等とのきずなをいかした地域の魅力発信
- ◆ **国内外へのふくしまの今と魅力の発信、最新情報へのアップデート**
 - 全国紙、SNS、動画等を活用した震災から10年を機にした「ふくしまの今」の集中発信
 - 国際会議でのPR、海外キーパーソン県内視察、在外公館と連携した海外への発信
 - チャレンジふくしまフォーラム等による全国各地でのふくしまの現状と未来の発信

令和2年度の具体的な取組 (オリ・パラ関連)

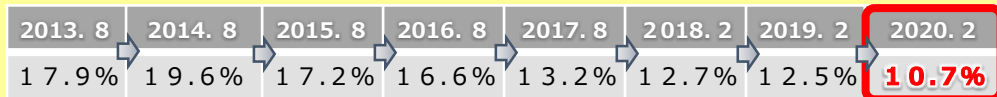
- オリ・パラ関連の発信については、「2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会復興推進ふくしまアクションプラン」等に基づくが、直接関連事業等がない課室や出先機関を含めて、この機会を風評払拭・風化防止対策の最大のチャンスととらえ、既存のコンテンツをフル活用してタイミングを合わせて集中的に発信することで、大会終了後まで継続する効果的な発信を全庁一体となって行う。
- ◆ **聖火リレーから競技期間中・後の全庁一体となった集中的な情報発信**
 - 各種関連イベント・本番において、全庁一体となってふくしまの復興と魅力を発信
 - 大会当日の会場等において各部署が連携したPRイベントを開催
 - オリ・パラでの取組実績を一過性せず風評払拭、復興、地域振興等につなげる
- ◆ **SNSや既存事業、メディアの活用などによる「新しいふくしま」のイメージ発信と情報のアップデート**
 - オリ・パラ関連イベントにおけるふくしまの酒や伝統工芸品など県産品の魅力を発信
 - 大会における県産農林水産物等の活用とPR
 - 外国人観光客の来訪促進やPR活動の強化、国際交流の促進
 - SNSや既存事業等を有効利用し、ふくしまの最新情報を集中して発信
 - 海外メディアの本県への招聘や積極的な情報発信

●風評払拭・風化防止に向けた**土台の取組**として、「放射線に関するリスクコミュニケーション」「環境回復の現状の発信」「徹底した食品の検査」の3つを粘り強く実施する

放射線に関するリスクコミュニケーション（正確な情報・知識の普及）

＜食品の購入に際しての調査＞

（食品中の放射性物質を気にする人のうち、）
「**福島県産品の購入をためらう**」と回答した人の割合



＜食品中の放射性物質検査について＞

検査が行われていることを
⇒ 「知らない」 **46.9%**（前回44.8%）

【出典】消費者庁調査



【正確な情報を伝える】

- ・空間放射線量の測定結果（海外との比較）
- ・東京電力福島第一原子力発電所の状況
- ・農産物の生産段階での管理体制（GAPの取得推進等）
- ・世界で最も厳しい基準による食品の徹底したモニタリング検査の実施と結果 など

【放射線に関する知識を伝える】

- ・身の回りには日常的に放射線が存在
- ・放射線はうつらない
- ・放射線による遺伝性影響は出ない
- ・放射線の健康影響は、放射線の「有無」ではなく「量」 など

国、市町村等と連携を図りながら、「**正確な情報**」と「**知識**」を併せて伝える

「**放射線に関する不安**」の解消
= 風評の払拭

取組例

＜県民を対象とした説明会等＞

- ・食と放射能に関する説明会
- ・避難者向け情報提供（情報紙・交流会・住民説明会等）
- ・放射線健康リスク管理アドバイザーの派遣 など

＜放射線教育＞

- ・放射線教育・防災教育の発信（授業参観、学習発表会等での発表）
- ・小中学生を対象とする体験型講座の実施
- ・環境創造センター交流棟「コミュニティ福島」への来館促進 など

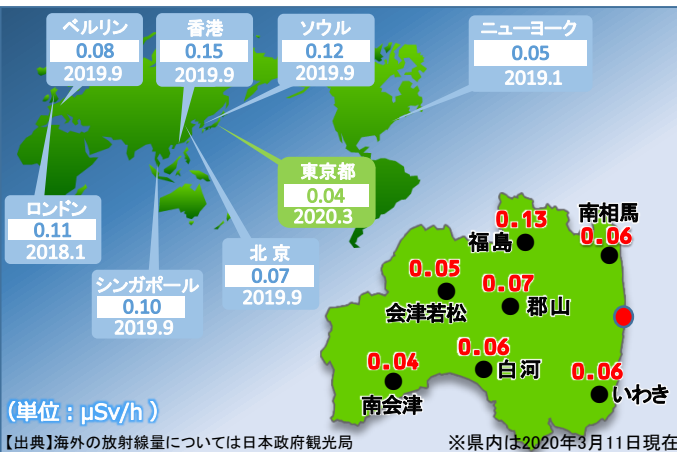
＜理解促進のための取組＞

- ・海外政府関係者やプレス等の招へい
- ・首都圏等消費者向けの本県ツアーの実施
- ・外国語によるホームページやSNSの活用 など

環境回復の現状の発信

例) 除染後のモニタリング、原発の監視・原発周辺のモニタリング、中間貯蔵施設及び周辺のモニタリング調査、森林環境のモニタリング、環境創造センター交流棟の活用 など

市町村除染地域の面的除染は平成30年3月末までに終了（帰還困難区域を除く）
除染や放射性物質の減衰等により、県内の空間放射線量は海外主要都市とほぼ同水準



徹底した食品の検査

例) 農林水産物の放射性物質検査、自家消費野菜の検査、加工食品等の検査、水道水のモニタリング検査 など

農林水産物の検査結果（平成31年4月1日～令和2年2月29日）

種別	検査数	基準値超過数	超過割合
玄米（令和元年産）	約935万件	0件	0.00%
野菜・果実	2,147件	0件	0.00%
畜産物	3,782件	0件	0.00%
栽培山菜・きのこ	975件	0件	0.00%
海産魚介類（内水面養殖は省略）	5,054件	0件	0.00%
野生山菜・きのこ	768件	0件	0.00%
河川・湖沼の魚類	1,076件	4件	0.37%

基準値超過なし

※県産農林水産物については、世界で最も厳しい放射性物質の基準値による検査をクリア

一般食品中の放射性セシウムの基準値（ベクレル/kg）	日本	EU	米国	CODEX
	100	1,250	1,200	1,000

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
復興の総括的な動き	新生ふくしま復興推進本部会議（随時開催）					
	<div style="text-align: right;">国・概算要求公表</div> 避難地域・浜通りの復興・再生、原子力発電所事故への対応、県民の健康と安全・安心を守る取組、産業再生、インフラ整備など					
農林水産物・県産品	量販店における県産水産物販売コーナーの設置(4月～) 全国新酒鑑評会結果発表 外食店における県産魚フェアの開催・シェフの現地招請(4月～) 農林水産物モニタリングの実施と公表・分析施設の公開（視察受入）(通年) 県観光物産館でのPRイベント（通年） 海外における県産農産物販売拡大のためのプロモーション(通年)					
	飲食店・量販店における「ふくしまプライド。」フェア(6月～3月 北海道、東京、大阪、沖縄) オンラインストア(楽天、Amazon、Yahoo!)による農林水産物等の販売促進					
	日本橋ふくしま館MIDETTEでのPRイベント、企業マルシェや各種イベントでの外販(通年)					
	G A P産地情報の公開(通年) 「ふくしまの今を語る人」県外派遣(5月～3月) 第三者認証水産エコーヘル取得支援(4月～)					
観光 (国内、国際、教育旅行等)	教育旅行誘致キャラバン（通年） 県立博物館「ふくしまの旅」（4/29～6/28） 県立美術館「フタベスト国立工芸美術館名品展（3/24～5/10） 県立美術館「もう一つの江戸絵画 大津絵展」（5/19～6/28） キビタンフラワースタンプラリー3/20～9/22 / 福島を探索！コードF-10 3/14～11/1 / 日本酒ツーリズム増進事業 / サムライツーリズム推進事業					
	海外からの観光誘客のためのプロモーション（通年） 福島空港就航先等（関西・名古屋・沖縄）メディアタイアップ（5月～3月） （台湾・タイ・ベトナム・中国・香港・韓国・欧米） 旅行エージェント招請（北海道・名古屋・関西・九州・沖縄）(年2回) ウルトラマンARスタンプラリー（7月～11月予定） ハトナム旅行エージェント・メディア招へい（時期未定） 福島空港海外情報収集・発信窓口設置(通年 韓国) 福島空港海外情報収集・発信(通年 中国) 国内定期路線利用拡大事業(通年) 特報、ウルトラマンをテーマとした企画展（8月予定） 福島空港空の日フェスティバル					
	環境創造センター交流棟「コミュニティ福島」を活用した情報発信(通年) 3県合同訪問要請活動・継続派遣訪問要請活動（7月～11月） World Robot Summit2020福島大会(8/20～22) 震災伝承施設登録への働き掛け・発信(通年) チャレンジふくしまフォーラム(時期未定 年2回実施) 家族で学ぶ防災セミナー（7月～8月） 大学生等との「共働」発信連携事業(8月～) 福島県企業立地セミナー(8/24東京) 震災・原発の経験・教訓、復興状況伝承事業(8月) 東日本震災・原子力災害伝承館を活用した情報発信（8月頃～） 放射線・防災教育実践協力会公開（9月～11月） 首都圏等消費者交流事業【モニターツアー】(6月下旬～12月)					
	「全国展開企業と連携したタイアッププロジェクト」(通年 全国)、「市町村や庁内各課等と連携したオールふくしまプロモーション」(通年 首都圏等) チャレンジふくしまプロジェクト(県クリエイティブディレクター監修動画等の一斉配信)、福島県公式イメージポスター集中提出(7月～ 全国等) 福島空港におけるイベント開催や観光PR、チャーター便ウェルカム等による賑わいづくり・情報発信(通年) 国内外へのフェイスブック、Instagram、YouTube、Twitter等のSNSを活用した情報発信(通年) 福島空港台湾定期便強化推進窓口設置(通年) 在外県人会や在外公館と連携した情報発信(通年) 国際機関職員等本県視察					
情報発信 (共感・共働、オリ・パラ関連含む)	【オリ・パラ関連】 【4月】オリンピック100日前カウントダウンイベント 【7月】オリンピック野球(7/29)ソフトボール(7/22、23)競技開催・PRイベント・競技観戦招待・ライブサイト 【8月】パラリンピック聖火フェスティバル					
	復興の総括的な動き					
復興の総括的な動き	新生ふくしま復興推進本部会議（随時開催）					
	復興計画 国・政府予算案 閣議決定 総合計画進行管理 県令和3年度当初予算編成 福島県追悼復興祈念行事(3/11) 避難地域・浜通りの復興・再生、原子力発電所事故への対応、県民の健康と安全・安心を守る取組、産業再生、インフラ整備など					
農林水産物・県産品	県観光物産館でのPRイベント（通年） ふくしまベストデザインコンペティション（時期未定） ふくしまプライド食材博～食の交流会～(1月) SMTS2021 FOODEX JAPAN2021 ふくしまの酒まつり(時期未定・県内) ふくしまおさかなフェスティバル					
	海外における県産農産物販売拡大のためのプロモーション(通年) 飲食店・量販店における「ふくしまプライド。」フェア(6月～3月) オンラインストア(楽天、Amazon、Yahoo!)による農林水産物等の販売促進 日本橋ふくしま館MIDETTEでのPRイベント、企業マルシェや各種イベントでの外販(通年)					
	観光(国内、国際、教育旅行等)					
	ウルトラマンARスタンプラリー(～11月予定) ふくしま大交流フェスタ(12月頃) ふくしま七転び八起き観光キャラバン（時期未定） 県立博物館「発掘された日本列島2020」（10/10～11/15） 県立美術館「福島県立美術館移動展」（10月～11月、1月～2月） 県立博物館「東日本大震災や震災からの復興」（1/16～3/21） コードF-10 3/14～11/1 / 日本酒ツーリズム増進事業 / サムライツーリズム推進事業					
情報発信 (共感・共働、オリ・パラ関連含む)	全国市町村長サミット2020in福島(10月頃) ドリームミーティング(仮称・時期調整中) 福島イノベーション・コースト構想シンポジウム(2月頃) ふくしま復興を考える県民シンポジウム(3月) 声楽アカデミーコンサート全国大会(3月) 福島県環境創造シンポジウム Fuku博(10月頃) REIFふくしま2020(10/30-31) 東日本大震災復興フォーラム ふくしま植樹祭(開催時期・場所未定)					
	チャレンジふくしまプロジェクト(県クリエイティブディレクター監修動画等の一斉配信)、福島県公式イメージポスター集中提出 「全国展開企業と連携したタイアッププロジェクト」(通年 全国)、「市町村や庁内各課等と連携したオールふくしまプロモーション」(通年 首都圏等) 首都圏等消費者交流事業【モニターツアー】					
	福島空港におけるイベント開催や観光PR、チャーター便ウェルカム等による賑わいづくり・情報発信(通年) 国内外へのフェイスブック、Instagram、YouTube、Twitter等のSNSを活用した情報発信(通年) 福島空港台湾定期便強化推進窓口設置(通年) 在外県人会や在外公館と連携した情報発信(通年)					
	復興の総括的な動き					