

6 営業戦略部門

(1) プロモーション活動

① 事業の目的

県政情報や本県の優れた魅力等について、県広報紙「ひばり」やラジオ、新聞、県ホームページ、SNSなど、様々なツールを効果的に活用し、県内外に向けて分かりやすく情報発信を行い、情報の理解度・到達度を高める。

また、本県のイメージアップを図るため、メディアへのパブリシティのほか、テレビやインターネットメディアなど映像メディアを効果的に活用し、本県の観光資源や特産品などの情報をターゲットに応じて戦略的に発信する。

② 事業の実績

当初予算額	補正予算額	前年度繰越額	次年度繰越額	最終予算額	決算額
千円	千円	千円	千円	千円	千円
895,450	△2,278	—	—	893,172	891,157

事業名	事業主体	事業内容	予算額	決算額
			千円	千円
ラジオ等利用	県	1 ラジオ県だより 県の各種施策，行事等のラジオ広報 (1) 委託先 (株)茨城放送 (2) 放送回数 204テーマ・768回放送 (3) 放送日 月～金曜日 1日3回(5分) 7:30 11:55 17:55	90,987 (一財 90,987)	90,684 (一財 90,684)
		2 県政スポット 県政の課題等についてのラジオ広報 (1) 委託先 (株)茨城放送 (2) 放送回数 24テーマ・1,025回放送 (3) 放送日 月～土曜日 1日3回 8:00 10:00 18:00 日曜日 1日2回 9:00 16:00 ※各時報前20秒間		
		3 県政レポート 重点プロジェクト等を題材とした，県内各地からのレポート (1) 委託先 (株)茨城放送 (2) 放送回数 5テーマ・10回放送 (3) 放送日 第2・第4金曜日，1回10分		
		4 教えて！県政 県幹部が主要施策を紹介するラジオ広報 (1) 委託先 (株)茨城放送 (2) 放送回数 10回放送 (3) 放送日 毎月第2月曜 18:15～18:25		
		5 茨城県からのお知らせ 緊急または広く県民に周知する必要がある事項の新聞広告		

		<p>(1) 委託先 中央紙6紙, 地元紙1紙</p> <p>(2) 掲載数 18テーマ・9回掲載</p> <p>6 ケーブルテレビ放送 県内のケーブルテレビ6局において, 県民に身近な事業・施策等を広報</p> <p>(1) 委託先 茨城県ケーブルテレビ連絡協議会</p> <p>(2) 放送回数 20テーマ・88回放送</p> <p>(3) 放送日 毎週土・日 10分間</p> <p>7 コミュニティFM放送 県内のコミュニティFM7局において, 県民に身近な事業・施策等を広報</p> <p>(1) 委託先 水戸コミュニティ放送(株)外2件</p> <p>(2) 放送回数 10テーマ・38回放送</p> <p>(3) 放送日 毎週1回 15分間</p>		
県政情報紙発行	県	<p>県広報紙「ひばり」 重要施策や県民の生活・仕事に関する情報などの提供</p> <p>(1) 委託先 野沢印刷(株)外4件</p> <p>(2) 発行部数 毎月 980,000部 A4判8頁(年6回), 同12頁(年6回)</p>	145,119 (その他 15,517) (一財 129,602)	144,801 (その他 15,527) (一財 129,274)
インターネット情報発信事業	県	<p>県ホームページ 重要施策や県民の生活・仕事に関する情報などの提供</p> <p>(1) 委託先 ソフトバンク・テクノロジー(株)外1件</p> <p>(2) 総アクセス数 50,891,607回 トップページアクセス数 3,912,400回</p>	5,441 (その他 4,568) (一財 873)	5,263 (その他 4,568) (一財 695)
いばらきインターネットテレビ事業(いばキラTV)(震災対応)	県	<p>県政情報, 県内ニュースやイベント情報など様々な地域情報, 国内外向け観光情報及びVtuber「茨ひより」を活用したPR情報の動画配信</p> <p>(1) 委託先 (株)オプト外1件</p> <p>(2) 視聴数 38,926,580回</p> <p>(3) 配信数 433本</p>	125,415 (その他 125,415) (一財 -)	125,209 (その他 125,167) (一財 42)
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">一部新規</div> いばらきの魅力発信事業(震災対応)	県	<p>1 メディア活用魅力発信強化事業</p> <p>(1) 首都圏テレビ局活用 首都圏テレビ局での県テレビ広報「カミナリのたくみにまなぶ~そういえば茨城ばっかだな~」の放送による本県の魅力発信</p> <p>ア 委託先 テレビ朝日映像(株)</p> <p>イ 放送日 毎週金曜日 (テレビ朝日「じゅん散歩」内)</p> <p>ウ 放送回数 本編(120秒) 52回 CM(30秒) 241回</p> <p>(2) 関東ローカル局活用 関東ローカルテレビ局を活用した観光情報等の発信</p>	526,210 (その他 526,210)	525,200 (その他 525,200)

		ア 委託先 (株)とちぎテレビ外3件 イ 放送局 とちぎテレビ, 群馬テレビ, テレビ埼玉, 千葉テレビ ウ 放送本数 99本 2 パブリシティ活動強化事業 PR会社を活用した, 首都圏等メディアへの プレスリリース等の配信 (1) 委託先 (株)ADKマーケティング・ソリューションズ (2) 訪問等件数 428件 (3) 取材誘致件数 98件 (4) 報道件数 1,304件 3 いばらきアンテナショップ運営事業 東京銀座のアンテナショップ「IBARAKI sense」 での本県産品・観光地等のPR (1) 概要 ア 委託先 (株)水戸京成百貨店 イ 場所 東京都中央区銀座1丁目 ウ 事業内容 物販, 飲食, イベント開催 (2) 実績等 (平成30年10月25日～平成31年3月末) ア 来客数 279,228人 イ 売上実績 99,506,581円 ウ 報道件数 196件 4 いばらきの魅力発信アドバイザー事業 新規 いばらき大使の中から情報発信力のある芸能 人を活用し, イベント等において本県の魅力を PR イベント出演 磯山さやか外2名 11回		
	計		893,172	891,157

③ 事業の成果及び今後の課題

ラジオや新聞などマスメディアを活用し、県政情報について、県民に広く周知することができた。また、県内のケーブルテレビやコミュニティFM局を活用し、県の施策や取組等を身近な情報として、分かりやすく提供することができた。

県広報紙「ひばり」は、毎月980,000部を発行し、新聞折込みにより配布するとともに、市町村、金融機関、郵便局等への配置や、県ホームページへの掲載、電子書籍サービスによる配信を行った。また、県ホームページは、CMS（コンテンツマネジメントシステム）により全体を通じて統一感のあるサイト運営を行い、総アクセス数では50,000,000回を超え、トップページでは約4,000,000回のアクセスを得るなど、県政に関する情報を多くの県民に周知することができた。

いばらきインターネットテレビ事業（いばキラTV）では、動画により県政情報等を配信した。平成30年度から新たにVtuber「茨ひより」を活用し、若年層を対象とした情報配信を行うとともに、海外向けの動画を制作・配信し、年間約39,000,000回の視聴数を得るなど、国内外の方々に本県の様々な情報を発信することができた。

メディア活用魅力発信強化事業では、県内の観光地や農産物、特産品など旬の情報をテーマとするテレビ広報「カミナリのたくみにまなぶ～そういえば茨城ばっかだな～」を制作・放送し、首都

圏の多くの方々に本県の魅力を知ってもらうことができた。

いばらきアンテナショップ運営事業では、「茨城の厳選された逸品を世界へ」というコンセプトのもと、首都圏のPR拠点、マーケティングの場として、平成30年10月に店舗を「IBARAKI sense」としてリニューアルオープンし、物販や飲食提供に加え、市町村等と連携したイベントの開催や大手企業での出張販売などを行い、首都圏のメディアや消費者に対して本県の様々な魅力をアピールすることができた。

今後の課題としては、本県には、魅力ある観光資源（絶景、食、イベントなど）や特産品（県オリジナル品種、地域ブランド）があるにもかかわらず、その魅力が十分に伝わっていない状況にあるため、引き続きテレビやネットメディアなど様々な媒体やアンテナショップ等を活用し、国内外に向けて戦略的なPRを推進していく必要がある。

(2) 対日投資・輸出等の促進

ア 対日投資の促進及び国際会議等の誘致

① 事業の目的

海外の優れた人材や技術を県内に呼び込み、雇用やイノベーションの創出を図るため、外資系企業にとって魅力あるサービスやインセンティブを提供するほか、国際会議等（MICE）の誘致を進めることにより、対日投資の県内誘致を図る。

また、本県の海外活動拠点を整備し国際化を推進するため、茨城県上海事務所の活動強化を図る。

さらに、G20茨城つくば貿易・デジタル経済大臣会合の開催支援を通じて本県の魅力を国内外に発信するとともに、海外から新たな投資を呼び込むための環境整備を行う。

② 事業の実績

当初予算額	補正予算額	前年度繰越額	次年度繰越額	最終予算額	決算額
千円 127,214	千円 △12,534	千円 —	千円 —	千円 114,680	千円 98,757

事業名	事業主体	事業内容	予算額	決算額
一部新規 イノベーション 創発型対日直接 投資促進事業	県	海外から本県への投資を促進するための環境整備及び誘致活動 1 Regional Business Conference in IBARAKI (RBC) の開催 (1) 時期 平成31年2月19～20日 (2) 主催 茨城県, 経済産業省, ジェトロ (3) 参加者 招へい外資系企業 11社 地元企業・研究機関等 約140名 2 「いばらき対日投資県内誘致促進連絡協議会」の開催 3 外資系企業向けポータルサイト作成 新規 4 茨城県MICE誘致推進協議会の設立 新規 5 県内に進出する外資系企業等に対する支援 新規 補助先 EVO Group 外1社 <国補(1/2)等>	千円 29,905 (国庫 6,877) (一財 23,028)	千円 16,493 (国庫 5,736) (一財 10,757)

上海事務所 事業	県 (公財)茨城県 国際交流協会	茨城県上海事務所運営費の補助 (1) 補助先 (公財)茨城県国際交流協会 (2) 事業内容 ア 企業のビジネス活動の支援 イ 本県の産業拡大支援 ウ 就航対策・観光客誘致等の県関連業務の 支援	33,058 (その他 8,193) (一財 24,865)	31,058 (その他 8,193) (一財 22,865)
ベトナムとの 交流推進事業	県 民間団体	1 官民協議会の運営 2 ベトナム連絡調整員の配置 1人 委託先 (株)シーケル	3,682 (一財 3,682)	3,171 (一財 3,171)
新規 G20茨城つくば貿易・ デジタル経済 大臣会合準備事業	G20茨城 つくば貿易 ・デジタル 経済大臣会合 推進協議会	G20茨城つくば貿易・デジタル経済大臣会合開 催準備等 (1) 開催支援 (2) 準備会合参加者等へのおもてなし (3) 海外メディアツアー等を通じた本県の最先 端技術等の魅力発信	48,035 (一財 48,035)	48,035 (一財 48,035)
計			114,680	98,757

③ 事業の成果及び今後の課題

対日投資については、外資系企業の県内招へい等を通じて、研究開発拠点としての本県の優れた投資環境をPRし、今後の誘致可能性を高めることができた。

また、令和元年6月のG20茨城つくば貿易・デジタル経済大臣会合の成功に向け準備を進めるとともに、最先端の科学技術の集積や県産食材など、茨城の魅力を世界に発信できた。

MICE誘致に取り組む県域組織である「茨城県MICE誘致推進協議会」を平成30年6月に設立したことから、G20関連の経験を活用しつつ、今後も関係者が連携して誘致活動に取り組む。

今後の課題としては、筑波研究学園都市に代表される科学技術の集積等、本県の強みが国内外でまだ十分には知られていないことから、関係者へのより一層積極的なPRに努める必要がある。また、G20茨城つくば貿易・デジタル経済大臣会合については、会合参加者等への県産品によるおもてなし、メディアを通じた魅力発信などによって本県のPRを行うほか、関連商談会の開催などにより、茨城の魅力を世界に発信し、海外からの投資や観光誘客につなげる必要がある。

イ 中小企業の海外展開支援

① 事業の目的

経済のグローバル化が進展し、国内市場の縮小が予想される中、海外展開にチャレンジする食品及びものづくり分野の中小企業を支援するため、海外バイヤーの需要開拓や展示商談会におけるプロモーションなどを実施し、シンガポール、ベトナムをはじめとするアジアや米国等への販路開拓を促進する。

② 事業の実績

当初予算額	補正予算額	前年度繰越額	次年度繰越額	最終予算額	決算額
千円	千円	千円	千円	千円	千円
81,191	△1,500	—	—	79,691	79,496

事業名	事業主体	事業内容	予算額	決算額
新規 食品・ものづくり 海外展開 チャレンジ事業	県	1 シンガポール、ベトナムへの県産品販路開拓を図るため、現地に専門スタッフを配置し売込みを行うとともに、展示会でのPRや、現地バイヤー招へいによる商談会を実施 (1) 委託先 (株)フォーバル (2) 売込商品数 31品 (3) 招へいバイヤー数 6件	79,691 (その他 3,500) (一財 76,191)	79,496 (その他 3,500) (一財 75,996)
		2 中小企業の海外展開を推進するため、海外展示会等への出展支援や米国販路を持つ国内商社との商談会を行うほか、専門家が海外バイヤー等とのマッチングによる商談支援を実施 (1) 委託先 (公財)茨城県中小企業振興公社 (2) 支援企業数 74件		
計			79,691	79,496

③ 事業の成果及び今後の課題

シンガポール、ベトナムをはじめとするアジアや米国等への販路開拓に向けて、海外バイヤーの需要開拓、海外展示会等への出展支援、現地バイヤー招へいによる商談会の実施、専門家によるマッチング等に取り組んだ結果、70件の商談成約につながった。

今後の課題としては、農産物・加工品・工業製品等の各分野を横断的に支援する体制を整備するとともに、ジェトロ茨城貿易情報センター等の産業支援機関との連携を強化し、官民連携による営業活動を通じてさらなる販路開拓を図る必要がある。

ウ 農産物等の輸出促進

① 事業の目的

人口減少に伴い国内市場が縮小する中、県産農産物等の輸出促進を図るため、ジェトロ茨城貿易情報センター及び関係機関と連携し、農業者等が行う販路拡大の取組支援や海外販売店を活用した試食販売などのプロモーションを実施する。

② 事業の実績

当初予算額	補正予算額	前年度繰越額	次年度繰越額	最終予算額	決算額
千円 54,040	千円 △467	千円 -	千円 245	千円 53,328	千円 52,913

事業名	事業主体	事業内容	予算額	決算額
一部新規 農産物等 輸出促進事業 (震災対応)	いばらき 農林水産物 等輸出促進 協議会	協議会が行う海外等への販売促進活動を支援 (1) 国際認証取得支援 8社 (2) 海外バイヤーの招へい 商談件数 63件	53,328 (その他 53,328)	52,913 (その他 52,913)
	県	1 海外量販店等での販売促進活動 (1) タイ、シンガポール、香港 委託先 (株)アライドコーポレーション外2件		

		(2) ベトナム 委託先 東京青果(株)		
		(3) 米国 委託先 (株)百笑市場		
		2 鮮度保持実証試験の実施 2品目 (なし, いちご)		
		3 知的財産対策の実施 新規 なし (恵水) (ベトナム, タイ)		
		4 輸出コーディネーターの配置 1人		
	全国農業協同 組合連合会 茨城県本部	農産物等輸出促進員の配置に対する補助 補助先 全国農業協同組合連合会茨城県本部		
計			53,328	52,913

③ 事業の成果及び今後の課題

農業者が自ら行う海外量販店での販売促進活動の支援や、海外バイヤーの招へいを通して、海外販路の拡大を支援した。さらに、輸出コーディネーターの設置や船便輸送時の鮮度保持実証試験を通して、農業者による輸出の取組を支援した。

その結果、平成30年度の農産物輸出額が、青果物、コメ、常陸牛を合わせて前年度比171%の合計546百万円となった（内訳：青果物 201百万円（前年度比163%）、コメ 85百万円（前年度比567%）、常陸牛 260百万円（前年度比143%））。

今後の課題としては、海外での販売促進活動の強化やバイヤー招へいによる商談機会の提供などにより、海外における県産農産物の知名度向上、既存販路の定着に加え、新たな市場の開拓に取り組むことが必要である。あわせて、輸出に取り組む産地づくりを推進する必要がある。

(3) 観光振興

ア 国内誘客

① 事業の目的

観光消費額の増加を図るため、DMOを中心とした稼げる観光地域づくりの推進、SNS・メディアを活用した情報発信、本県の新たなフラッグシップとなるホテルの誘致などに取り組む。

② 事業の実績

当初予算額	補正予算額	前年度繰越額	次年度繰越額	最終予算額	決算額
千円	千円	千円	千円	千円	千円
1,315,328	△1,013,326	—	—	302,002	298,793

事業名	事業主体	事業内容	予算額	決算額
			千円	千円
漫遊いばらき 観光キャン ペーン事業	漫遊いばらき 観光キャン ペーン推進 協議会	市町村や観光事業者等と連携し、効果的な宣伝 活動等を展開 1 宣伝事業 (1) テレビ・ラジオ放送 20番組 (2) 新聞・雑誌広告等の掲載 19社 33回	29,662 (その他 860) (一財 28,802)	29,662 (その他 860) (一財 28,802)

		<p>(3) 季節の観光ポスターの作成 5,600枚 委託先 テレビ朝日映像(株)</p> <p>(4) 観光マップ2019の作成 150,000部</p> <p>(5) 街頭キャンペーンの実施 56回</p> <p>2 旅行商品造成支援事業</p> <p>(1) 補助先 (株)読売旅行前橋営業所外11件</p> <p>(2) 件数及びツアー本数 14件 31本</p> <p>(3) 送客数 964人</p> <p>3 イベント事業</p> <p>(1) ワンデープランの実施 41コース 983人 委託先 (株)JR東日本企画</p> <p>(2) スタンプラリーの実施 ア 委託先 (株)JR東日本企画 イ 期間 平成30年4月1日～11月30日 ウ 応募数 11,089通</p> <p>4 地域支援事業 補助先 水戸・笠間・大洗観光協議会外14件</p>		
魅力発信 支援事業	県	<p>電源地域を中心に、県内の優れた観光情報等を効果的に発信することにより本県への誘客を促進し、観光産業育成を支援</p> <p>1 メディアへの記事掲載</p> <p>(1) 委託先 (株)東宣 (2) 記事掲載 雑誌2誌 Webサイト3社 テレビ番組5番組</p> <p>2 旅に関するイベントへの出展等</p> <p>(1) パンフレット「iine Ibaraki」の作成 ア 委託先 (株)東宣 イ 作成部数 25,000部</p> <p>(2) 「女子旅EXPO」への出展 ア 委託先 (株)関東朝日広告社茨城支店 54,256 イ 期日 平成30年11月2日～3日 (国庫 54,256) ウ 場所 スパイラルホール(東京都港区) (国庫 54,008)</p> <p>3 観光キャンペーンの実施 4回 委託先 (一社)茨城県観光物産協会</p> <p>4 大洗の観光資源を活用した魅力発信</p> <p>(1) 委託先 (一社)大洗観光協会</p> <p>(2) 「大洗グルメガイドマップ」の作成 30,000部</p> <p>(3) 情報誌への記事掲載「Walker Plus関東」</p> <p>(4) 大洗ブランド認証品のブラッシュアップ 「ブランドカタログ」の作成(2種) 計50,000部</p> <p>物産イベントへの出店 13回 <国補(10/10)></p>	54,256 (国庫 54,256)	54,008 (国庫 54,008)
いばらき夢 ガイド設置事業 (震災対応)	県	<p>観光イベント等において、県の観光案内・PRを行う「いばらき夢ガイド」(3人)の設置</p> <p>(1) 委託先 (一社)茨城県観光物産協会</p>	16,754 (その他 16,754)	16,285 (その他 16,285)

		<p>(2) イベント等での案内, P R</p> <p>ア 活動日数 130回 148日</p> <p>イ 活動人員 延べ238人</p> <p>(3) IBARAKI senseでの案内, P R</p> <p>ア 活動日数 2日</p> <p>イ 活動人員 延べ2人</p>		
いばらき・とちぎ 魅力発信事業 (震災対応)	県	<p>栃木県と連携した宣伝活動を実施することにより, 茨城空港の就航先等からの観光誘客を促進</p> <p>1 旅行商品販売促進事業</p> <p>(1) 旅行商品送客補助</p> <p>ア 補助先 (株)阪急交通社外12件</p> <p>イ 件数及びツアー本数 20件 26本</p> <p>ウ 送客数 683人</p> <p>(2) 販売店アタック事業</p> <p>就航先の旅行会社等 延べ39社訪問</p> <p>2 メディアを活用した宣伝事業</p> <p>(1) 委託先 (株)日本経済広告社</p> <p>(2) 掲載媒体数 5件</p> <p>3 就航先キャンペーンの実施</p> <p>札幌2回, 神戸5回, 沖縄1回 計8回</p>	10,000 (その他10,000)	10,000 (その他10,000)
一部新規 いいねいばらき ・JR連携観光 キャンペーン 事業 (震災対応)	県	<p>J R 東日本や市町村等と連携した観光キャンペーンを実施し, 誘客を促進</p> <p>1 臨時列車の運行</p> <p>常磐線「E657系おかえり号」 1本</p> <p>2 無料ツアーバスの運行 新規</p> <p>水戸駅・友部駅・勝田駅・石岡駅で県央地域の観光施設等を巡る6コースを設定・運行</p> <p>(1) 運行日 平成31年2月2日～3月9日の毎週土曜</p> <p>(2) ツアー本数 各コース1本 計6本</p> <p>(3) 参加者数 計202人</p> <p>3 首都圏主要駅での物産展の開催</p> <p>(1) 産直市 上野駅外2駅</p> <p>(2) 観光キャラバン 品川駅, 横浜駅</p>	8,101 (その他8,101)	8,100 (その他8,100)
海水浴場安全 確保促進事業	市町村	<p>海水浴客の安全を確保するため, 県内の海水浴場開設者が実施するサメ防護網の購入・設置・撤去に対する補助等</p> <p>補助先 日立市(久慈浜海水浴場) 外2市町3海水浴場</p>	3,275 (一財3,275)	3,226 (一財3,226)
いばらき おもてなし レベルアップ 事業	県	<p>全県的なおもてなし機運の醸成と人材育成により, 観光客の受入体制を強化</p> <p>1 おもてなし県民大会の開催</p> <p>(1) 期 日 平成30年7月3日</p> <p>(2) 場 所 筑西市「ダイヤモンドホール」</p> <p>(3) 参加者 約700人</p> <p>2 街頭キャンペーンの実施</p> <p>(1) 期 日 平成30年7月5日～6日</p> <p>(2) 参加者 水戸駅外2駅 201人</p>	9,432 (一財9,432)	9,090 (一財9,090)

		<p>3 おもてなしハンドブックの配布 配布先 県内全小学4年生等 約27,000人</p> <p>4 観光マイスターの認定 観光マイスター 315人認定(累計1,139人) 同S級 87人認定(累計268人)</p>		
<p>一部新規 DMO観光地域 づくり推進事業</p>	<p>県</p>	<p>DMOの形成・確立に向けた、地域資源の磨き 上げ等の実施</p> <p>1 DMO形成・確立に向けた人材の育成・確 保・活用</p> <p>(1) 観光マイスターの活用</p> <p>ア 委託先 (一社)茨城県観光物産協会 イ セミナー・研修会の開催 計14回 ・おもてなし講座 12回 ・ロケツアーリズムトークショー 1回 ・マイスター研修会 1回 ウ メディア出演 9回</p> <p>(2) 県域DMOの機能強化</p> <p>ア 補助先 (一社)茨城県観光物産協会 イ 専門人材の確保等に対する支援</p> <p>2 魅力ある観光地域づくり</p> <p>(1) 農村体験及び農家民泊開業等の推進</p> <p>ア 委託先 (株)関東朝日広告社 イ 農村体験ガイドブックの作成 20,000部 ウ 農家民泊開業説明会の開催 1回</p> <p>(2) 宿泊施設の魅力向上に向けた専門家による コンサルティングの実施 新規</p> <p>ア 委託先 ホスピタリティマネジメント(株) イ 対象 大洗ホテル, 思い出浪漫館, ホ テルさわや, 水戸プラザホテル ウ 内容 運営実態調査及び月2回のコン サルティング</p> <p>(3) 歴史的観光資源の発掘活用 新規</p> <p>ア 委託先 (株)日本旅行水戸支店 イ 明治150年記念講演会開催 1回 ウ 歴史的観光資源ガイドブック作成 5,000部 エ 首都圏発着モニターツアーの実施 2回</p> <p>(4) 本県を舞台又は題材とした映画作品の撮影 諸経費に対する補助 新規</p> <p>ア 支援作品 映画「ある町の高い煙突」 イ ロケ地 日立市, 高萩市, 大子町, 北茨城市, 常陸太田市 ウ 上映開始 令和元年6月14日 エ 上映館数 約90館(令和元年7月1日現在)</p> <p>3 本県の特長(強み)を活かした国内誘客促進</p> <p>(1) 若者目線を活用した観光資源の発掘</p> <p>ア 委託先 (株)JTB水戸支店 イ 大学等と連携した観光資源コンクールの 実施</p>	<p>157,135 (国庫 70,569) (その他 3,495) (一財 83,071)</p>	<p>155,602 (国庫 68,804) (その他 3,495) (一財 83,303)</p>

	<p>ウ 観光資源ワークショップの実施 3回</p> <p>エ モニターツアーの実施 1回</p> <p>(2) 体験型アクティビティの情報発信強化</p> <p>ア 委託先 (株)日本経済広告社</p> <p>イ モニターツアーの実施 1回 25人</p> <p>ウ フォトコンテストの実施</p> <p>(3) 誘客力の高い観光資源を活用した宿泊観光の促進 新規</p> <p>ア 朝型・夜型オプションツアー等実証事業</p> <p>(ア) 委託先 (株)JTB水戸支店</p> <p>(イ) オプションツアーの実施 10回</p> <p>(ウ) 朝型・夜型イベントの実証 2回</p> <p>イ 中距離地域からの広域周遊観光の促進</p> <p>(ア) 委託先 (株)仙台放送</p> <p>(イ) メディアPR テレビ・雑誌・WEB掲載</p> <p>(ウ) イベント 1回 来場者 約4,000人</p> <p>4 稼げる観光産業の振興</p> <p>(1) 北関東三県観光フェアの開催</p> <p>ア 委託先 東武トップツアーズ(株)水戸支店</p> <p>イ 期 日 平成30年10月6日～7日</p> <p>ウ 場 所 東京スカイツリータウンスカイアリーナ, ソラマチ広場</p> <p>(2) おみやげ大賞の入賞商品の販売促進及び第3回茨城おみやげ大賞の商品募集</p> <p>ア 委託先 (株)日庄</p> <p>イ 土産品のブラッシュアップ 2商品</p> <p>ウ 首都圏等での販売フェアの実施 2回</p> <p>エ 雑誌・WEB掲載 2媒体</p> <p>オ 第3回茨城おみやげ大賞の商品募集</p> <p>5 筑波山・霞ヶ浦広域エリア観光連携促進 新規</p> <p>(1) 委託先 (一社)常陽地域研究センター</p> <p>(2) マルチアクセスマップ作成 200,000部</p> <p>(3) 土産品・地元グルメの開発支援 2件</p> <p>(4) 観光案内サインの整備に係る基礎調査</p> <p>6 国際誘客促進</p> <p>(1) 外国人観光客受入体制整備の支援 外国人観光客受入環境整備事業補助金 補助先 桜川市外12件</p> <p>(2) 宿泊・滞在型観光の推進 朝型・夜型コンテンツ創出事業補助金 補助先 大洗ホテル外6件</p> <p><国補(1/2)等></p>
--	--

新規 宿泊施設立地 促進事業費	県	本県の新たなフラッグシップとなるようなホテル等の誘致及び立地支援 (1) ホテル等立地可能性調査 ア 委託先 有限責任監査法人トーマツ イ 内容 市場分析, 誘致戦略策定 (2) 誘致に係る企業訪問等 ホテルオペレータ, ディベロッパー, 金融機関等訪問 112社 (3) 宿泊施設立地促進事業補助制度創設 投資額の5%以内(上限5億円), 観光イメージ向上に特に資すると認められる場合には投資額の10%以内(上限10億円)を補助 <国補(1/2)等>	13,387 (国庫 5,994) (その他 99) (一財 7,294)	12,820 (国庫 5,994) (その他 100) (一財 6,726)
		計	302,002	298,793

③ 事業の成果及び今後の課題

首都圏や茨城空港就航先における各種宣伝活動の展開により、本県観光地の認知度を向上させるとともに、誘客に寄与することができた。

また、新たな観光資源の発掘・磨き上げに取り組むことにより、本県観光の裾野を広げることができた。さらに本県を舞台題材とした映画作品の支援として、日立市を舞台とした映画「ある町の高い煙突」の撮影諸経費の一部を補助し、魅力発信に寄与した。

今後の課題としては、国内外の誘客の促進及び観光消費額の増加に向けて、補助制度を活用した新たな宿泊施設の誘致を進めるとともに、観光キャンペーンや旅行会社へのツアー造成の働きかけ、茨城版DMOの形成確立に向けた人材の育成・確保、さらなる観光資源発掘等による魅力ある観光地域づくりなどに引き続き取り組む必要がある。

イ 海外誘客

① 事業の目的

稼げる観光地域づくりを目指し、2019年の茨城国体やラグビーワールドカップ、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催を見据え、本県の特性を活かした新たな観光資源の発掘やSNSやメディアを活用した情報発信等により、本県への誘客に積極的に取り組む。

② 事業の実績

当初予算額	補正予算額	前年度繰越額	次年度繰越額	最終予算額	決算額
千円	千円	千円	千円	千円	千円
132,068	5,133	—	—	137,201	136,201

事業名	事業主体	事業内容	予算額	決算額
			千円	千円
新規 ビジット茨城・海外誘客プロモーション事業	県	(震災対応) 本県観光の戦略的な情報発信や旅行会社に対する旅行商品造成の働きかけ, 受入体制の整備等 1 PR・情報発信 海外旅行博等への出展や観光PR	67,628 (その他 60,362) (一財 7,266)	67,175 (その他 60,110) (一財 7,065)

	対象国・地域 台湾外6国・地域 2 旅行商品造成促進 (1) 委託先 (一社)茨城県観光物産協会 (2) 旅行会社OB等による誘客活動の実施 ア 配置人数 7人 イ 活動内容 旅行会社に対する旅行商品造成の働きかけ、訪日教育旅行の誘致、ツアー受入に係る県内観光事業者との調整及び通訳等 (3) 在京ランドオペレーターを対象としたモニターツアーの実施 4回 26人 3 受入体制整備 (1) 免税店舗拡大セミナーの開催 1回 38人 (2) 県内観光事業者向け外国人観光客おもてなし研修の実施 7回 187人 (3) 県内観光事業者を対象とした語学研修会の開催 5回 105人		
	東京オリンピック・パラリンピックを見据えた海外向けプロモーションの実施等 1 海外誘客拠点の設置 対象国・地域 台湾外2国 2 宿泊予約サイトへの宿泊観光特集の掲載 対象国 中国, 北米 <国補(1/2)等>	69,573 (国庫 33,347) (一財 36,226)	69,026 (国庫 34,434) (一財 34,592)
計		137,201	136,201

③ 事業の成果及び今後の課題

海外からの誘客については、来県需要が見込める市場を対象に、海外プロモーションを戦略的に展開するとともに、多言語表記やWi-Fi環境の整備など受入体制の整備促進に取り組んだところ、平成30年度に本県を周遊・宿泊した団体ツアーは、前年度の約26%増となる3,442ツアーが催行され、国際観光関係施策の効果が大きく現れた。

今後の課題としては、誘客の促進及び観光消費額の増加に向けて、国・地域によって異なるニーズや個人旅行化の進展をはじめとする旅行形態の変化を踏まえ、戦略的なプロモーションを引き続き展開していく必要がある。

ウ フィルムコミッションの推進

① 事業の目的

映画やテレビドラマなどが持つ映像の魅力を通じて本県のイメージアップや、観光誘客の促進を図る。

② 事業の実績

当初予算額	補正予算額	前年度繰越額	次年度繰越額	最終予算額	決算額
千円	千円	千円	千円	千円	千円
16,600	△3,886	—	—	12,714	12,542

事業名	事業主体	事業内容	予算額	決算額
フィルム コミッション 推進事業	県	ロケの誘致、支援を行うとともに、ロケ地マップの作成・配布やホームページの更新等を行い、ロケ情報を積極的に発信 (1) ロケ作品数 606作品 (2) 撮影日数 延べ1,318日	千円 9,541 (その他 14) (一財 9,527)	千円 9,369 (その他 14) (一財 9,355)
映像祭を活用した茨城の魅力発信事業 (震災対応)	県	茨城の魅力にあふれた25分以内のショートフィルム大賞等を選定し、国内外で上映 ア 上映実績 9か所 20,332人 イ 主な上映場所 ・ S S F F & A S I A 2018 ・ 福岡市 宗像市 ・ Japan Tour Festival (フランス) ・ いばキラTV	3,173 (その他 3,173)	3,173 (その他 3,173)
計			12,714	12,542

③ 事業の成果及び今後の課題

映像製作関係者のニーズに合ったロケ地の提案等により県内のロケ支援作品数、ロケ日数は、ともに過去最高となり、これらの支援作品やショートフィルム大賞作品を活用した情報発信により本県の魅力向上に資することができた。

今後の課題としては、国内に加えて海外にも茨城を舞台・題材にした作品の積極的な誘致に取り組み、更なる本県の魅力発信やロケツーリズムの推進を図っていく必要がある。

(4) 農産物等の販路拡大

① 事業の目的

本県農林水産物のブランド力の強化に向けて、高級品としての販路拡大とイメージアップを図るため、食の専門家等を活用し、メロン、なし、いちごなどの重点品目について、都内有名料理店や百貨店、高級果実専門店等におけるPR活動を実施する。また、加工品の販路拡大のため、国内最大規模の商談会への出展支援や、多様な販路を持つ大手食品企業と連携した商品開発を行う。

さらに、農林水産物の関西市場、北海道市場への販路拡大のため、市場関係者に対する流通情報の提供や、百貨店や量販店における販売促進を行う。

② 事業の実績

当初予算額	補正予算額	前年度繰越額	次年度繰越額	最終予算額	決算額
千円 110,086	千円 3,993	千円 -	千円 -	千円 114,079	千円 112,624

事業名	事業主体	事業内容	予算額	決算額
いばらき農産物 ブランド力 強化事業 (震災対応)	県	1 食の専門家を活用したブランド化推進 (1) 委託先 (株)ラテラル (2) 専門的知識を有する外部人材(5人)の活用 2 百貨店フェア、首都圏料理店フェアの開催	千円 88,869 (その他 88,869)	千円 87,970 (その他 87,970)

		(1) 委託先 (株)ラテラル (2) 百貨店フェアの開催 8回 (3) 首都圏料理店フェアの開催 12回 3 県内飲食店等メニューフェアの開催 (1) 委託先 (株)田中企画 (2) メニューフェアの開催 メロン89店舗, なし36店舗, いちご82店舗 4 インターネットを活用した情報発信 (1) 委託先 (株) I T S (2) 総アクセス数 3,102,750回 トップページアクセス数 140,836回 5 ラジオを活用した情報発信 (1) 委託先 (株)茨城放送 (2) ラジオでの情報発信 12回 6 関西・北海道での茨城フェアの開催 (1) 委託先 (株)田中企画 (2) 関西におけるフェア開催 19回 (3) 北海道におけるフェア開催 1回		
茨城県産米 ブランド確立 事業	茨城県産米 銘柄化 協議会	県産米の認知度向上やイメージアップのための 宣伝活動・販促活動に対する支援 (1) 補助先 茨城県産米銘柄化協議会 (2) 県産米提供等によるPR 10回 (3) 量販店でのPR 62店舗	5,439 (一財 5,439)	5,438 (一財 5,438)
6次産業化総合 支援事業	県	1 新規販路開拓支援 (1) 委託先 (株)日庄 (2) スーパーマーケット・トレードショー出展 商談成約件数123件, 成約金額22,164千円 2 食農連携推進 (1) 委託先 (株)流通研究所 (2) 大手食品企業との新商品開発 5商品	19,771 (一財 19,771)	19,216 (一財 19,216)
計			114,079	112,624

③ 事業の成果及び今後の課題

食の専門家の活用や集中キャンペーンの開催, 販売促進活動等により, 特にメロンでは「茨城県がメロン生産量日本一であること」の認知度が, 集中PR開始前の平成25年の38%から61%に向上したほか, 東京都中央卸売市場における青果物取扱高のシェア全国1位を15年連続で堅持した。

加工品の販売については, 大手食品企業との連携により, 県オリジナル品種等を使用した5商品を開発し, 一部商品については全国販売されるなど, 本県産農産物の魅力を全国に発信することができた。

今後の課題としては, 取り組む品目を絞ってトップブランドとして育成し, 成功例をつくるとともに, 他品目への波及を図ることにより, 本県農林水産物全体のさらなるイメージアップにつなげていく必要がある。