

6 営業戦略部門

(1) プロモーション活動

① 事業の目的

県の各種施策を円滑に推進するため、県政情報や本県の魅力等について、県広報紙「ひばり」やラジオ、新聞、県ホームページ、いばキラTV、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
686,458	24,295	—	—	710,753	706,391

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・771回放送 (3) 放送日 月～金曜日 1日3回(5分) 7:30 11:55 17:55		
		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・1,028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	97,899	97,450
		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 (1) 委託先 中央紙6紙、地元紙1紙 (2) 掲載数 18テーマ・9回掲載	(一財 97,899)	(一財 97,450)

		<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 (1) 委託先 茨城県ケーブルテレビ連絡協議会 (2) 放送回数 10テーマ・88回放送 (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 (1) 委託先 水戸コミュニティ放送(株)外2件 (2) 放送回数 10テーマ・38回放送 (3) 放送日 毎週1回 10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 (1) 委託先 野沢印刷(株)外4件 (2) 発行部数 毎月 980,000部 A4判8頁(年6回), 同12頁(年6回)</p>	147,153 (その他 14,102) (一財 133,051)	145,872 (その他 14,101) (一財 131,771)
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 (1) 委託先 アライド・ブレインズ(株) (2) 総アクセス数 64,176,079回 トップページアクセス数 5,201,573回</p>	5,301 (その他 3,289) (一財 2,012)	3,912 (その他 3,290) (一財 622)
一部新規 いばらきの魅力発信事業	県	<p>観光プロモーション事業 新規 令和元年台風19号等により、大きな被害を受けた被災地のイメージを払拭するためのインターネット広告等 (1) 委託先 (株)オプト (2) 広告表示回数 55,887,809回</p>	19,998 (一財 19,998)	19,998 (一財 19,998)
		<p>(震災対応)</p> <p>1 いばらきインターネットテレビ事業 (いばキラTV) 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 (1) 委託先 (株)オプト外1件 (2) 視聴数 30,244,745回 (3) 配信数 534本</p> <p>2 メディア活用魅力発信強化事業 (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 ア 委託先 テレビ朝日映像(株) イ 放送日 毎週金曜日 (テレビ朝日「じゅん散歩」内) ウ 放送回数</p>	440,402 (その他 440,402)	439,159 (その他 439,159)

	本編 (120秒)	51回		
	CM (30秒)	240回		
	(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			
	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	98本		
	3 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	369件		
	(3) 取材誘致件数	112件		
	(4) 報道件数	1,576件		
	4 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			
	ア 来客数	492,362人		
	イ 売上実績	187,575,181円		
	ウ 報道件数	122件		
	5 いばらきの魅力発信アドバイザー事業 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 人・19回			
計			710,753	706,391

③ 事業の成果及び今後の課題

県広報紙「ひばり」や新聞などの印刷媒体, ラジオ放送やケーブルテレビなどの放送媒体, 県ホームページやSNSなどのインターネットを活用するなど, 様々な広報媒体の特性を活かして効果的な広報を実施することにより, 県の施策や取組等を身近な情報として, 県民に広く分かりやすく提供することができた。

特に, 県ホームページについては, 全体を通じて統一感のあるサイト運営を行ったことに加え, 令和2年3月からは新型コロナウイルス感染症に関する情報を毎日更新するとともに, トップページからアクセスしやすく掲載した結果, 令和2年3月の1か月で, 総アクセスは13,000,000回を超え, トップページでは約1,600,000回のアクセスがあった。

また, インターネット動画サイト「いばキラTV」や首都圏テレビ局を活用したテレビ広報「カミナリのたくみにまなぶ～そういえば茨城ばっかだな～」, アンテナショップ「IBARAKI sense」の活用により, 県内の観光地や農産物, 特産品などの様々な魅力を国内外に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、その魅力が全国に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、つくばの科学技術の集積をはじめとする本県の投資環境の優位性をPRするとともに、外資系企業にとって魅力あるインセンティブの提供等のほか、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。

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
47,803	△9,040	—	—	38,763	28,494

事業名	事業主体	事業内容	予算額	決算額
			千円	千円
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 いばらきグローバル商談会の開催 (1) 時期 令和元年6月7日～8日 (2) 主催 G20茨城つくば貿易・デジタル経済大臣会合推進協議会、茨城県 (3) 参加者 外資系企業 5社（仏・独） (4) 面談件数 30件 2 海外企業への訪問及び進出有望企業の招へい 招へい企業 3社 (外2社は新型コロナウイルス感染拡大の影響により延期) 3 県内に進出する外資系企業等に対する支援 補助先 (株)アクティ外3件 4 「いばらき対日投資県内誘致促進連絡協議会」の開催	35,479 (一財 35,479)	25,210 (一財 25,210)
MICE誘致推進事業	県	茨城県MICE誘致推進協議会の運営 (1) 誘致活動 (2) 国際会議等の開催支援	3,284 (一財 3,284)	3,284 (一財 3,284)
計			38,763	28,494

③ 事業の成果及び今後の課題

対日投資については、いばらきグローバル商談会や個別招へいを通じて、地元企業や研究機関とのビジネスマッチング等を行うことで、協業や共同研究などの今後の誘致可能性を高めることがで

きた。

今後の課題としては、我が国最大の科学技術イノベーション都市つくばの魅力をさらにPRするため、関係機関との連携を一層深め、投資環境の発信とともに、ビジネスマッチングの精度向上に努める必要がある。

また、MICEについては、「茨城県MICE誘致推進協議会」の活動を通じ、商談会への出展や相談会の開催等による関係機関との連携強化及び開催支援サービスの充実が図られた。

今後の課題としては、特別感や地域特性を演出できる会場（ユニークベニュー）や会議前後の視察（エクスカージョン）コースを充実させ、インバウンド施策とより連携を深めた誘致活動に取り組む必要がある。

イ 中小企業・農業者の海外展開支援

① 事業の目的

海外でのビジネスにチャレンジする中小企業・農業者を支援するため、営業推進組織「いばらきグローバルビジネス推進協議会」を設立・運営するとともに、現地プロモーションや海外バイヤー招へい、海外展示商談会出展支援等により、特にアジア、米国への県産品輸出を促進する。

また、本県の海外活動拠点機能の強化や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。

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
257,711	△4,765	—	—	252,946	233,770

事業名	事業主体	事業内容	予算額	決算額
			千円	千円
新規 いばらき グローバル ビジネス 推進事業 [中小企業向け]	いばらき グローバル ビジネス 推進協議会	1 いばらきグローバルビジネス推進協議会の設立・運営 設立日 令和元年5月24日 2 輸出向け商品ポータルサイトの制作・運営 (1) サイト名 IBARAKI EXPORTS (2) 掲載企業・商品数 36社・90品 3 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 30品 (3) 招へいバイヤー・国内商社 6件	107,867 (その他 3,642) (一財 104,225)	107,867 (その他 3,000) (一財 104,867)
	県	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を支援するほか、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 48件		

<p>新規</p> <p>いばらきグローバルビジネス推進事業 [農業者向け] (震災対応)</p>	<p>いばらきグローバルビジネス推進協議会</p>	<p>1 協議会が行う海外バイヤー招へいにより、販売促進活動を支援</p> <p>(1) 委託先 (独)日本貿易振興機構茨城貿易情報センター</p> <p>(2) バイヤーの国・地域 4 か国</p> <p>(3) 商談件数 33件</p>	<p>102,850 (その他 102,850)</p>	<p>91,674 (その他 91,674)</p>											
	<p>県</p>	<p>2 海外量販店等における農産物の販売促進活動の実施</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>国名</th> <th>委託先</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>シンガポール</td> <td>(株)アライドコーポレーション外1件</td> </tr> <tr> <td>香 港</td> <td>(株)アライドコーポレーション外1件</td> </tr> <tr> <td>タ イ</td> <td>(株)アライドコーポレーション</td> </tr> <tr> <td>ベ ト ナ ム</td> <td>東京青果(株)</td> </tr> <tr> <td>北 米</td> <td>(株)百笑市場外1件</td> </tr> <tr> <td>マレーシア</td> <td>(有)船昭</td> </tr> </tbody> </table> <p>3 米国向けなしの試験輸出の実施 委託先 全農いばらき外1件</p> <p>4 鮮度保持実証試験の実施 1品目 (いちご)</p> <p>5 知的財産対策の実施 なし (恵水) (ベトナム, タイ, 香港) いちご (いばらキッス) (米国)</p> <p>6 輸出コーディネーターの配置 1人</p> <p>7 米国向け常陸牛プロモーションの実施 委託先 (株)那嘉屋</p>			国名	委託先	シンガポール	(株)アライドコーポレーション外1件	香 港	(株)アライドコーポレーション外1件	タ イ	(株)アライドコーポレーション	ベ ト ナ ム	東京青果(株)	北 米
国名	委託先														
シンガポール	(株)アライドコーポレーション外1件														
香 港	(株)アライドコーポレーション外1件														
タ イ	(株)アライドコーポレーション														
ベ ト ナ ム	東京青果(株)														
北 米	(株)百笑市場外1件														
マレーシア	(有)船昭														
<p>新規</p> <p>いばらきグローバル産地づくり推進事業</p>	<p>農業者団体等</p>	<p>輸出に向けた産地形成に必要な計画を策定するため、海外市場調査やGAP研修会の実施等を支援</p> <p>事業実施者 下妻市果樹産地協議会 <(国定)></p>	<p>8,400 (国庫 8,400)</p>	<p>7,707 (国庫 7,707)</p>											
<p>上海事務所事業</p>	<p>県 (公財)茨城県国際交流協会</p>	<p>茨城県上海事務所運営費の補助</p> <p>(1) 補助先 (公財)茨城県国際交流協会</p> <p>(2) 事業内容</p> <p>ア 企業のビジネス活動の支援</p> <p>イ 本県の産業拡大支援</p> <p>ウ 就航対策・観光客誘致等の県関連業務の支援</p>	<p>33,829 (その他 8,258) (一財 25,571)</p>	<p>26,522 (その他 8,258) (一財 18,264)</p>											
<p>計</p>			<p>252,946</p>	<p>233,770</p>											

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、94件の商談成約につながった。

今後の課題としては、(独)日本貿易振興機構茨城貿易情報センターや(公財)いばらき中小企業グローバル推進機構等の産業支援機関との連携を強化し、新たに海外展開に取り組む企業等の掘り起こしを行うとともに、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。

農林水産物の輸出については、産地と輸出事業者が連携して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、輸出に取り組む産地づくり等を通して、農業者による輸出の取組を支援した。

その結果、令和元年度の農産物輸出額が、前年度比118%の643百万円となった。(内訳：青果物159百万円(前年度比79%)、コメ218百万円(前年度比257%)、常陸牛266百万円(前年度比102%)。)

今後の課題としては、海外での販売促進活動の強化等による県産農産物の知名度向上、既存販路の定着に加え、新たな産地や市場の開拓に取り組む必要がある。

(3) 観光振興

ア 国内誘客

① 事業の目的

本県への積極的な誘客及び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、本県の特性を活かした新たな観光資源の発掘、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
1,266,567	△1,005,969	—	—	260,598	257,168

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 3番組 (2) 新聞・雑誌広告等の掲載 7社・18回 (3) 季節の観光ポスターの作成 5,600枚 委託先 (株)日庄 (4) 観光マップ2020の作成 150,000部 (5) 街頭キャンペーンの実施 42回 2 旅行商品造成支援事業 (1) 補助先 (株)読売旅行前橋営業所外19件 (2) 件数及びツアー本数 16件・29本 (3) 送客数 889人 3 イベント事業 ワンデープランの実施 43コース・964人 4 地域支援事業 補助先 水戸・笠間・大洗観光協議会外25件	29,662 (その他 860) (一財 28,802)	29,662 (その他 860) (一財 28,802)
魅力発信支援事業	県	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 1 メディアへの記事掲載 (1) 委託先 (株)関東朝日広告社茨城支店 (2) 記事掲載 雑誌4誌 Webサイト3社 テレビ番組5番組	54,256 (国庫 54,256)	53,960 (国庫 53,960)

		<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</p> <p>ア 委託先 (株)東宣</p> <p>イ 作成部数 4,000部</p> <p>(2) 「女子旅EXPO」への出展</p> <p>ア 委託先 (株)関東朝日広告社茨城支店</p> <p>イ 期 日 令和元年9月27日～28日</p> <p>ウ 場 所 スパイラルホール(東京都港区)</p> <p>3 観光キャンペーンの実施 1回</p> <p>委託先 (一社)茨城県観光物産協会</p> <p>4 東北・甲信越等からの宿泊ツアーの実施4回</p> <p>委託先 (一社)茨城県観光物産協会</p> <p>5 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</p> <p>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)</p> <p>計50,000部</p> <p>物産イベントへの出店 19回</p> <p><国補(10/10)></p>		
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> <p>(2) イベント等での案内, PR</p> <p>ア 活動日数 113回・123日</p> <p>イ 活動人員 延べ190人</p> <p>(3) IBARAKI sense での案内, PR</p> <p>ア 活動日数 2日</p> <p>イ 活動人員 延べ2人</p>	17,064 (その他17,064)	17,060 (その他17,060)
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9件</p> <p>イ 件数及びツアー本数 19件・46本</p> <p>ウ 送客数 1,426人</p> <p>(2) 販売店アタック事業 就航先の旅行会社等 延べ27社訪問</p> <p>2 就航先キャンペーンの実施 札幌2回, 神戸3回, 沖縄1回 計6回</p>	6,000 (その他6,000)	6,000 (その他6,000)
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>JR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 常磐線特急ラッピング列車の運行</p> <p>(1) 運行期間 12月下旬～3月下旬</p> <p>(2) 運行区間 品川～いわき間</p> <p>2 茨城産直市の開催</p> <p>(1) 期間 令和2年1月23日～25日</p>	9,685 (その他9,685)	9,684 (その他9,684)

		<p>(2) 場所 上野駅</p> <p>3 JR6社宣伝誘客ポスターの制作・掲出</p> <p>(1) 期間 令和2年2月1日～29日</p> <p>(2) 掲出箇所数 897か所</p> <p>4 誘客促進PR画像制作・放映 新規</p> <p>(1) 期間 令和2年3月16日～29日</p> <p>(2) 場所 品川駅・東京駅・上野駅</p>		
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）</p>	606 (一財 606)	514 (一財 514)
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) 委託先 (株)日宣メディックス</p> <p>(2) 期 日 令和元年7月3日</p> <p>(3) 場 所 神栖市「鹿島セントラルホテル」</p> <p>(4) 参加者 約400人</p> <p>2 おもてなしハンドブックの配布</p> <p>配布先 県内全小学4年生等 約27,000人</p> <p>3 観光マイスターの認定</p> <p>観光マイスター 176人認定（累計1,315人） 同S級 53人認定（累計321人）</p>	8,871 (一財 8,871)	8,740 (一財 8,740)
一部新規 DMO観光地域づくり推進事業	県	<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) 専門家によるセミナー開催支援</p> <p>ア 補助先 (一社)茨城県観光物産協会</p> <p>イ 講演会等の開催 4回</p> <p>(2) 県域DMOの機能強化支援</p> <p>ア 補助先 (一社)茨城県観光物産協会</p> <p>イ 専門人材の確保等に対する支援 3人</p> <p>(3) 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</p> <p>イ セミナー・研修会の開催 2回</p> <p>ウ メディア出演 8回</p> <p>エ おもてなし講座の開催 10回・256人参加</p> <p>2 魅力ある観光地域づくり</p> <p>(1) 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</p> <p>ア 委託先 ホスピタリティマネジメント(株)</p> <p>イ 対 象 4施設（湯の沢鉱泉、としまや月浜の湯、ホテル山水、ひたち湯海の宿 はぎ屋）</p> <p>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>(2) 海外の映画制作者向けプロモーション活動、ロケ地の誘致 新規</p>	112,444 (国庫 55,853) (一財 56,591)	110,750 (国庫 54,488) (一財 56,262)

		<p>ア 委託先 (株)日本ブランド</p> <p>イ ロケーションツアー 2回</p> <p>ウ プロモーション活動 2回</p> <p>(3) ホームページの多言語化 新規</p> <p>ア 委託先 (株)フライメディア (デザイン企画)</p> <p>(株)ルックアット (サイト掲載)</p> <p>イ 内 容 海外映像制作者をターゲットとしたホームページを企画・デザインし、多言語化ページを再構築 (英・韓・繁・簡)</p> <p>3 本県の特性 (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) J T B 水戸支店</p> <p>イ 大学等と連携した観光資源コンクールの実施</p> <p>ウ 観光資源ワークショップの実施 4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・15人</p> <p>ウ フォトコンテストの実施</p> <p>(3) 地域資源を活かしたイメージづくり 新規</p> <p>ア 委託先 共同ピーアール(株)</p> <p>イ アウトドアメーカーと連携したモニターツアーの実施 22組・79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)宇都宮支店</p> <p>イ 期 日 令和元年9月28日～29日</p> <p>ウ 場 所 東京スカイツリータウンスカイアリーナ</p> <p>(2) 第3回茨城おみやげ大賞の実施及び受賞商品の販売促進支援</p> <p>ア 委託先 (株)日庄</p> <p>イ 第3回茨城おみやげ大賞の実施</p> <p>ウ 首都圏等での販売フェアの実施 3回</p> <p>エ 土産品のブラッシュアップ支援 3商品</p> <p>5 筑波山・霞ヶ浦広域エリア観光連携促進</p> <p>(1) 委託先 (株)常陽産業研究所</p> <p>(2) 土産品・地元グルメの開発支援 5件</p> <p>(3) ツアープログラム等の開発支援 4プラン</p> <p>(4) 筑波山観光案内サインの整備</p> <p><国補(1/2)等></p>		
宿泊施設立地促進事業	県	<p>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</p> <p>(1) 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 58社</p> <p>(2) 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は投資額の10%以内(上限10億円)を補助</p>	2,010 (その他10) (一財2,000)	799 (その他9) (一財790)

新規 偕楽園・歴史館 エリア観光魅力 向上計画策定 事業	県	偕楽園・歴史館エリアの観光魅力向上策の検討	20,000 (一財 20,000)	19,999 (一財 19,999)
		(1) 委託先 (株)星野リゾート (2) 委託料 19,999千円 (3) 委託内容 ア 現状分析, 課題整理 イ 観光誘客方針の検討 ウ 県有施設を活用した観光振興計画策定		
計			260,598	257,168

③ 事業の成果及び今後の課題

首都圏や茨城空港就航先、北関東自動車道沿線などにおける宣伝活動の展開により、本県の観光情報の県内外への周知並びに新たな観光需要の創出を図ることができた。

また、本県を代表する観光拠点である偕楽園・歴史館エリアや筑波山・霞ヶ浦エリアのさらなる魅力向上に向けた検討等を行うなど、競争力の高い観光地域づくりを進めることができた。

今後の課題として、新型コロナウイルス感染症により打撃を受けた観光産業や観光地の活力を取り戻すため、既存の取組に加え、県産品の販売強化や宿泊観光の促進等に積極的に取り組む必要がある。

イ 海外誘客

① 事業の目的

東京オリンピック・パラリンピックの開催を見据え、戦略的な情報発信や旅行商品造成促進等により、訪日外国人観光客の本県への誘客促進を図る。

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
136,426	—	—	—	136,426	127,211

事業名	事業主体	事業内容	予算額	決算額
			千円	千円
一部新規 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 海外旅行博や商談会を活用した観光PR 対象国・地域 台湾外7か国・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 8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 3回・19人	81,758 (その他 80,185) (一財 1,573)	76,843 (その他 75,003) (一財 1,840)

	<p>3 受入体制整備</p> <p>(1) 外国人観光客受入環境整備事業補助金 補助先 大子町外7件</p> <p>(2) 免税店舗拡大セミナーの開催 1回・37人</p> <p>(3) 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・161人</p> <p>(4) 県内観光事業者を対象とした語学研修会の開催 7回・101人</p>		
	<p>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</p> <p>1 海外誘客拠点の設置 対象国・地域 台湾外2か国</p> <p>2 ジャックプロモーションの実施 新規 対象国・地域 台湾・韓国 <国補(1/2)等></p>	<p>54,668 (国庫 27,356) (一財 27,312)</p>	<p>50,368 (国庫 25,178) (一財 25,190)</p>
計		136,426	127,211

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、Wi-Fi環境の整備など受入体制の整備に取り組んだところ、令和元年12月までに本県を周遊・宿泊した団体ツアーの数は前年度を上回った。しかし、令和2年2月以降は、新型コロナウイルス感染症の影響によりツアー数が減少し、最終的には前年度から2.4%減となる3,360ツアーとなった。

今後の課題としては、感染症収束後の反転攻勢に備え、受入環境の整備や情報発信の充実・強化等の取組を進める必要がある。また、入国制限等が解除された国・地域については、誘客促進及び観光消費額の増加を図るため、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のロケーション支援や映像制作会社に対するロケ誘致活動等を行うことで、映像の魅力を通じた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
9,528	△902	—	—	8,626	8,133

事業名	事業主体	事業内容	予算額	決算額
			千円	千円
フィルムコミッション推進事業	県	<p>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</p> <p>(1) ロケ作品数 515作品</p> <p>(2) 撮影日数 延べ1,253日</p>	<p>8,626 (その他 13) (一財 8,613)</p>	<p>8,133 (その他 13) (一財 8,120)</p>
計			8,626	8,133

③ 事業の成果及び今後の課題

国内作品の誘致・支援のほか、新たに海外作品のプロモーション活動や海外映像制作者を招へいたロケーションツアーなどで海外作品の誘致を行った。

今後の課題としては、海外映像制作関係者による、茨城を舞台・題材にした作品の積極的な誘致に取り組み、ニーズに合ったロケ地の提案、出演者によるSNSでの茨城の魅力発信等への働きかけ、話題性のある支援作品を活用したロケ地めぐりツアーやロケツーリズム等の推進を図る必要がある。

(4) 農産物等の販路拡大

① 事業の目的

本県農産物のトップブランドの育成を図るため、なし「恵水」と豚肉「常陸の輝き」を対象を絞り、都内高級果実専門店や高級レストランでのフェア開催や情報発信などを行う。

また、農林水産物や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等によるマッチング促進に取り組むとともに、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、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、量販店等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	千円	千円	千円	千円	千円
146,723	△2,751	—	—	143,972	138,843

事業名	事業主体	事業内容	予算額	決算額
			千円	千円
新規 いばらき 農林水産物 トップブランド 育成事業 (震災対応)	県	1 なし「恵水」のPR 都内高級果実専門店でのフェア開催 (1) 委託先 (株)ラテラル (2) 都内高級果実店でのフェア 2回 2 豚肉「常陸の輝き」のPR 「常陸の輝き」メニューフェアの開催 (1) 委託先 三菱地所プロパティマネジメント (株)外1件 (2) 期 日 令和2年2月14日～3月6日 (3) 場 所 新丸ビルレストランフロア 3 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 2人 4 県内におけるPR 県内飲食店等におけるメニューフェア (1) 委託先 (株)田中企画 (2) 実施店舗 メロン84店舗, なし57店舗	54,703 (その他 54,703)	54,184 (その他 54,184)
新規 いばらきの 農林水産物 イメージアップ 事業 (震災対応)	県	1 関西・北海道における販路拡大 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 16回 (3) 北海道におけるフェア開催 3回 2 首都圏におけるPR	46,994 (その他 46,994)	43,525 (その他 43,525)

		百貨店フェア，首都圏料理店フェアの開催 (1) 委託先 (株)ラテラル (2) 百貨店フェアの開催 10回 (3) 首都圏料理店フェアの開催 11回 3 インターネットを活用した情報発信 「食と農のポータルサイト」の運営 (1) 委託先 (株) I T S (2) ホームページビュー数 3,428,988件 4 ラジオを活用した情報発信 (1) 委託先 (株)茨城放送 (2) 放送回数 12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 9回 (3) 量販店でのPR 12回	5,094 (一財 5,094)	4,826 (一財 4,826)
茨城をたべよう 収穫祭 開催事業 (震災対応)	県	本県農林水産物の消費拡大及びイメージアップ を図る「茨城をたべよう収穫祭」の開催 (1) 委託先 (株)日本旅行水戸支店 (2) 期 日 令和元年10月5日～6日 (3) 場 所 カシマサッカースタジアム周辺 (4) 出展事業者 116事業者 (5) 来場者 60,000人	18,205 (その他 18,205)	18,190 (その他 18,190)
6次産業化 販路開拓 チャレンジ事業	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79件，成約金額113,512千円 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 22商品	18,976 (一財 18,976)	18,118 (一財 18,118)
計			143,972	138,843

③ 事業の成果及び今後の課題

「恵水」については，都内高級果実専門店において，重さ1kg以上，糖度14度以上の果実を「幻の恵水」として8,640円/玉という高値で販売し，高級品として認知度が上がってきている。

「常陸の輝き」については，ミシュランガイド掲載店でのメニュー採用や，料理業界紙で高品質な豚肉として紹介されるなど，品質の高さが料理人の間でも徐々に浸透してきている。

また，商談会への出展支援を通して，れんこんチップなど農林水産物の加工品の販路拡大も図ることができた。

今後の課題としては，「恵水」と「常陸の輝き」について，話題性のある取組によりメディア露出を増やししながら，誰もが認めるトップブランドとして定着させる必要がある。また，本県農林水産物の販路拡大のため，ネット販売など新たな流通経路を開拓していく必要がある。