

営業戦略部の現況

【目次】

1. 営業戦略部の組織	P 1
2. 各課・チームの概要（分掌事務・予算・人員配置）	P 2
3. 営業戦略部の活動・取組	P 3
4. 各課・チームの主な事業	
・営業企画課	P 4
・プロモーションチーム	P 6
・グローバルビジネス支援チーム	P 7
・農産物輸出促進チーム	P 8
・国際渉外チーム	P 9
・観光物産課	P 10
・国際観光課	P 14
・販売流通課	P 18
・空港対策課	P 20

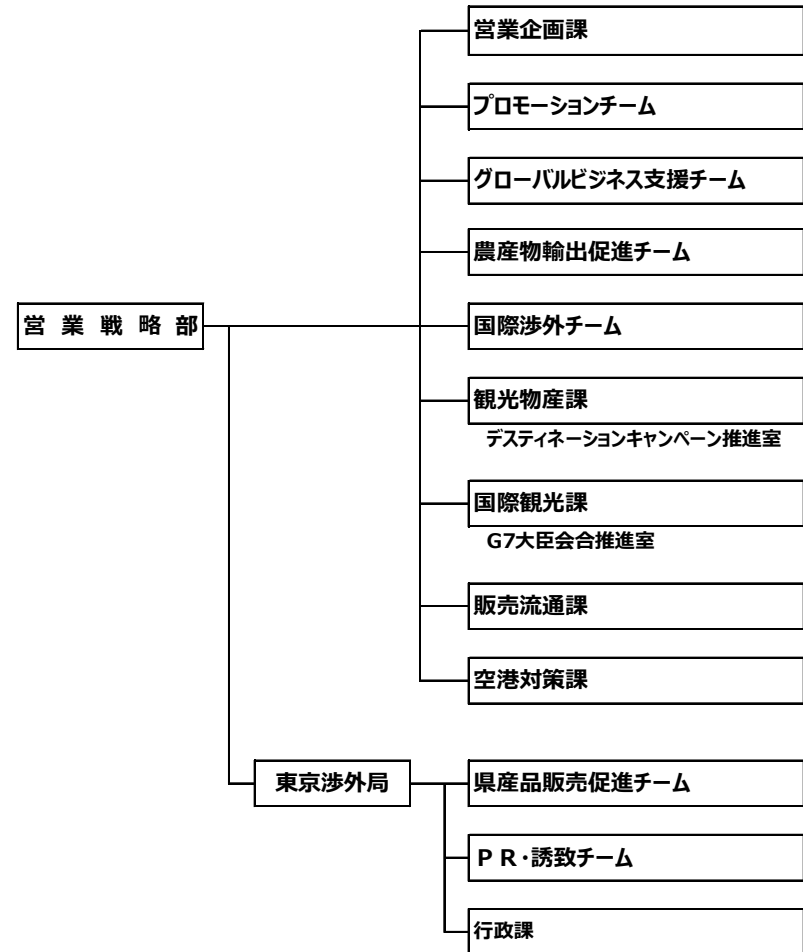
営業戦略部の組織



営業戦略部 は、「新しい茨城づくり」を実現するため、職員が、新たな発想で、積極的に挑戦できる組織づくりのフラッグシップとして設置。

- 企業等の海外展開支援、観光誘客、県産品販路拡大などの施策推進を図るための**営業活動を専属で担う部**として設置（H30年度～）
 - * 「部局」レベルでの組織は**全国初**
 - * 首都圏近郊などの営業活動の拠点として、部内に「**東京渉外局**」を設置
 - * 意思決定の迅速化を図る必要性が高い部であるため、「**チーム**」（フラット型小規模組織）を設置
- 部を統括する課として「**営業企画課**」を設置（R2年度）
観光・インバウンド業務との一体化を進め、県内周遊の増加を図るため、「**空港対策課**」を政策企画部から営業戦略部に移管
- 企業誘致をより強力に推進するため、「**立地推進部**」を営業戦略部から**分離・独立**（R3年度）

営業戦略部の組織（令和5年2月現在）



営業戦略部 各課・チームの概要

課・チーム名	主な分掌事務	予算（百万円）			人員配置（人）		
		R4現計	R3繰越	計	事務	技術	計
	（ 営業戦略部 計 ）	9,308	8,754	18,062	134	16	150
営業企画課	<ul style="list-style-type: none"> ○ 営業戦略部の分掌事務に係る総合対策の計画調整に関すること ○ 県政の広報に関すること ○ 国民休養地の管理に関すること 	812	16	828	22	1	23
プロモーションチーム	<ul style="list-style-type: none"> ○ 県の魅力向上のための情報発信に係る企画、調整及び推進に関すること 	425	-	425	8	-	8
グローバルビジネス支援チーム	<ul style="list-style-type: none"> ○ 県内中小企業の海外展開（輸出）の支援に関すること 	291	-	291	8	-	8
農産物輸出促進チーム	<ul style="list-style-type: none"> ○ 農林水産物等の輸出の促進に関すること 	1,414	77	1,491	2	4	6
国際渉外チーム	<ul style="list-style-type: none"> ○ 国際戦略及び国際交流施策の企画、調整及び推進に関すること ○ 対日投資の県内への誘致に関すること ○ 国際交流協会の指導に関すること 	350	-	350	13	-	13
観光物産課	<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光の振興に関すること（DCの推進等） ○ 物産の国内販路拡大に関すること ○ フィルムコミッション活動の推進に関すること 	3,915	8,646	12,561	21	1	22
国際観光課	<ul style="list-style-type: none"> ○ 国際観光の推進に関すること ○ M I C E 誘致に関すること（G7開催支援等） 	800	12	812	16	-	16
販売流通課	<ul style="list-style-type: none"> ○ 農林水産物の販売対策及び流通対策に関すること（ブランド化等） ○ 食品関連事業者等への農林水産物の利活用促進に関すること 	269	-	269	8	7	15
空港対策課	<ul style="list-style-type: none"> ○ 茨城空港の就航対策及び利用促進に関すること ○ 茨城空港駐車場、茨城空港公園及びその他の関連施設に関すること 	1,036	3	1,039	23	-	23
東京渉外局	県産品販売促進チーム <ul style="list-style-type: none"> ○ 大都市圏における県産品（農林水産物、加工食品等を含む）の販路拡大及び海外における展開の支援に関すること ○ 卸業者、消費者等のニーズの把握及び産地の育成に関すること 	-	-	-	3	3	6
	P R ・ 誘致チーム <ul style="list-style-type: none"> ○ 大都市圏における県の魅力向上のための情報発信に関すること ○ 移住及び二地域居住・U I J ターンの推進に関すること ○ 観光客の誘致・M I C E 誘致の推進に関すること 	-	-	-	4	-	4
	行政課 <ul style="list-style-type: none"> ○ 中央官庁等との連絡折衝に関すること ○ 茨城県人会に関すること 	-	-	-	6	-	6

◆基本方針

- 県総合計画が基本理念に掲げる「活力があり、県民が日本一幸せな県」の実現に向けた4つのチャレンジのうち、「新しい豊かさ」・「新しい夢・希望」へのチャレンジに掲げる施策を推進。

重点分野

- ▶ 観光誘客、MICE誘致、茨城空港の利活用促進
- ▶ 県産品の販売促進
- ▶ 企業等の海外展開支援、グローバル交流の推進
- ▶ 戦略的な情報発信

4つのチャレンジ

活力があり、県民が日本一幸せな県



⇒ 「茨城」を国内外に売り出す営業活動を強力に展開していく

2023年は「ポストコロナの年」と位置づけ、社会経済活動を取り戻すため、「グローバルに打って出る」をキーワードに取り組んでいく

県民への的確な県政情報等の提供

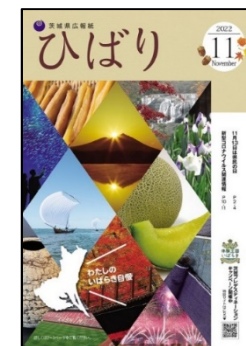
営業企画課

様々な広報媒体を活用し、県政情報を適時適切に提供するとともに、県内外へ本県の魅力ある県産品や観光資源等の情報を発信することにより、県政への理解の深化や愛郷心の醸成を図る。

< 主な事業 >

① 県広報紙「ひばり」の発行 【R4当初予算額：143,270千円】

- ・ 月1回、85万部発行
- ・ 新聞折り込みのほか公共施設、金融機関、商業施設、病院等に配布
- ・ WEB版をSNSで配信（Twitter、LINEなど）



② テレビ広報 【R4当初予算額：121,638千円】

- ・ 在京キー局のテレビ放送を活用し、首都圏へ県産品や観光スポットなど本県の魅力を発信
- ・ 番組名「いばらき推し」（テレビ朝日）
- ・ 毎週金曜日「じゅん散歩」内 午前10:20～2分間ダイジェスト版（30秒、週4回（火～金曜日））



③ ラジオ広報 【R4当初予算額：29,962千円】

- ・ 県政の諸施策・催事、災害・感染症等の県民生活情報等を茨城放送で広報
- ・ ラジオ県だより（5分、平日3回）、県政スポット（20秒、平日3回）、県政レポート（10分、年10回 ※コミュニティFM7局でも放送）

観光施設の管理

営業企画課

県有施設等の修繕を計画的に行い、来館者の安心・安全を確保するとともに、施設への更なる誘客を推進する。

< 主な事業 >

①観光施設管理 【R4当初予算額：68,952千円】

大洗マリンタワーや伊師浜国民休養地等県有施設の改修、修繕等を計画的に行い、利用者の安全を確保するとともに快適な利用環境を整備

< 所管施設の管理形態 >

施設名	管理形態	摘要	施設名	管理形態	摘要
国民宿舎「鵜の岬」	指定管理	茨城県開発公社	筑波海軍航空隊記念館	貸付	笠間市
カントリープラザ「鵜の岬」	指定管理	茨城県開発公社	袋田の滝観瀑施設	貸付	大子町
大洗マリンタワー	指定管理	大洗町	竜神大吊橋	貸付	常陸太田市
伊師浜国民休養地	県管理	管理業務委託			

②観光施設民間活力導入検討事業 【R4予算額：22,000千円（R4.9月補正）】

アフターコロナを見据え、県内観光地へのさらなる誘客を促進するため、県有観光施設の魅力向上に向けたマーケットサウンディング調査を実施

【対象施設（2箇所）】

伊師浜国民休養地（鵜の岬を含む）、大洗マリンタワー

<伊師浜国民休養地(鵜の岬)>



<大洗マリンタワー>



R4年度のプロモーション事業

営業戦略部
プロモーションチーム

これまでの魅力発信の実績(ノウハウ・リレーション)を最大限に活用し、中長期的視野も組み入れた「稼ぐ」につながるプロモーションを展開

主な事業	事業概要
パブリシティ活動【約54百万円】	テレビ、新聞、WEB等メディア関係者とのリレーション構築やインフルエンサー等への情報提供を通じ、本県の魅力ある情報の露出拡大を図る。
いばキラTV運営【約141百万円】	本県の魅力の認知向上と、誘客促進を図るため、観光資源等の動画を制作・配信するなど、インターネットを活用したプロモーションを推進する。
アンテナショップ運営【約90百万円】	「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アンテナショップの活用を推進する。

【PRの重点的な視点】

① ポストコロナプロモーション

- ◇DCと連携した体験コンテンツの訴求
- ◇「憧れプロモーション」の展開
- ◇オンライン強化(オンライン物産展・ライブコマース等)

② ブランド化促進プロモーション

- ◇アンテナショップを拠点としたPR
- ◇テレビ番組での取り上げによる話題づくり
- ◇SNSでのバズりを狙った取り組み

③ インバウンド需要の回復に向けた動画活用プロモーション

- ◇外国人インフルエンサーを起用したPR動画制作・配信
- ◇海外イベントへの出展(茨ひより)

<重点訴求テーマ>

① 自然体験コンテンツ

(キャンプ・サイクリング・BBQ・自然体験施設 等)



② トップブランド化5品目ほか

(イバラキング・恵水・栗・常陸牛・常陸の輝き、地酒)



グローバルビジネス支援チームの取組

○いばらきグローバルビジネス推進事業（中小企業向け） 【R4当初予算額 152百万円】

日本食品の最大の輸出先である香港をはじめとする重点国への現地営業活動、展示商談会出展や海外展開の専門家の伴走支援等により、県内企業の海外販路開拓を推進します。

- 1 現地バイヤー等需要開拓（香港【拡充】、シンガポール、ベトナム 等）
海外での営業スタッフ配置、現地バイヤー等への本県産品（加工食品・酒類）の売込み、サンプル輸送費用等の支援
- 2 展示商談会出展支援 **一部オンライン**
海外バイヤー等が参加する国内外の展示商談会への出展支援
- 3 海外展開専門家配置・貿易投資相談窓口等運営 **一部オンライン**
食品及びものづくり分野の専門家による企業の海外戦略の策定支援や商談前後のフォロー実施等の伴走支援
- 4 県産品海外販売支援（いばらき中小企業グローバル推進機構による輸出機能の強化）
輸出実務のトライアル実施等、販売促進の取組強化
- 5 オンライン活用販路開拓支援 **オンライン**
海外EC（電子商取引）サイト及びBtoB（企業間取引）常設オンライン展示会を活用した販路開拓支援

エリア拡充

一部オンライン



農産物輸出促進チームの取組

○いばらきグローバルビジネス推進事業（農業者向け）【R4当初予算額 113,590千円】※国補事業除く

海外への輸出にチャレンジする農業者等を支援するため、現地プロモーションや海外バイヤー招へい、輸出に取り組む産地の機能強化等により、アジア、北米を主なターゲットに本県農産物の輸出拡大を図る。

販路開拓

- 1 農産物海外市場開拓チャレンジ【拡充】
 - ・新市場・新規国での集中的なマーケティングやテスト販売等を支援
- 2 海外バイヤー招へい
 - ・国内外からバイヤーを招へいし、商談機会等を提供
- 3 輸出コーディネーターの配置
 - ・商談前後のフォローや各種相談への対応等

輸出拡大

- 4 産地輸出支援（東南アジア・北米等）
 - ・産地と輸出事業者等が連携して行う現地店舗での試食等の販売促進活動を支援
- 5 常陸牛海外プロモーション
 - ・米国等の現地卸業者と連携した販売促進活動等を支援



輸出産地づくり

- 6 知的財産対策
 - ・県育成品種等に関する海外商標権の取得
- 7 GFPグローバル産地づくり推進事業（全額国補）
 - ・海外市場が求める量・品質・規格や規制等に対応した「グローバル産地」形成に向けたソフト支援
- 8 食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業（全額国補）
 - ・輸出向けHACCP等の認証取得対応に必要なハード整備支援



国際渉外チームの取組

対日投資

○ イノベーション創発型対日直接投資促進事業

【R4当初予算額 57,833 千円】

人口減少社会へ対応し、海外の優れた人材や技術を本県に呼び込み、雇用やイノベーションの創出を図ります。

- 1 ビジネスマッチングの機会創出
 - ・外国企業と地元企業とのビジネス創出を目指し、オンライン商談を実施するほか、有望企業の招へいする
- 2 誘致に向けた支援制度
 - ・進出検討段階の外国企業を支援するため、地元企業や研究機関との共同研究を補助
 - ・拠点設置を検討する外国企業を支援するため、設立経費、賃料の一部を補助
 - ・スタートアップビザ制度による起業支援
- 3 対日投資アドバイザーの配置
 - ・技術的アドバイスやマッチング等の支援

友好提携都市・在南米県人会との交流拡大

友好提携都市や在南米県人会（ブラジル・アルゼンチン）との経済面を含めた交流を推進します。

○ 国際交流推進事業【R4当初予算額 20,441千円】

・友好提携都市（仏エソンヌ、伊エミリア・ロマーニャ）との文化面の交流に加え、県産品輸出の機会を提供し、経済交流を促進。

○ 南米経済交流推進事業【R4当初予算額 7,122千円】

・在南米県人会から推薦のあった次世代ビジネスリーダーの招へいや現地人脈を通じた販路開拓等の展開を推進

（参考）R4.10月に、在南米県人会創立60周年記念式典に出席するため、知事及び県議会議長が南米を訪問。併せて、ブラジルで日本食を取り扱う輸入業者等を対象とした県産品PRイベント（知事トップセールス）を実施

国際化推進体制の充実・強化

本県の国際交流実践組織である「茨城県国際交流協会」への補助等を通じ、地域の国際化を推進します。

○ 茨城県国際交流協会の指導監督等

稼げる観光地域の創出①

営業戦略部観光物産課

本県の特性を活かした新たな観光資源の発掘や、競争力の高い魅力ある観光地域づくりを促進するとともに、新たに創出した魅力を destinations キャンペーンを通じて全国に発信することにより、新たな観光需要の獲得と観光消費の拡大に取り組む。

< 主な事業 >

① 観光誘客の促進 (R4当初予算額 90,975千円)

- ・市町村や民間事業者等と協議会 (いばらき観光キャンペーン推進協議会) を設置
- ・本県の優れた観光資源のプロモーションや、誘客促進を図るため、観光キャンペーンやホームページ「観光いばらき」を通じた情報発信等を展開

② 観光消費の拡大 (R4当初予算額 66,550千円)

- ・アウトドア事業者と異業種とのビジネスマッチング、体験型ツーリズムの創出
- ・食のプロフェッショナルが選定した飲食店のPR、新たな土産品の開発支援
- ・新たな旅のスタイルとして、ワーケーションの推進

③ いば旅あんしん割 (R3繰越・R4当初・補正予算額 10,872,943千円)

- ・コロナ禍での安全・安心な旅行を推進し、観光需要の回復を図るため、ワクチン接種証明や陰性証明を活用した、旅行の割引支援を実施



④ デスティネーションキャンペーンの推進 (R4当初予算額 107,000千円)

- ・令和5年秋の茨城デスティネーションキャンペーンに向け、JRや地域 (市町村・観光事業者等) と連携し、特別企画・観光コンテンツの創出やプロモーションを実施

稼げる観光地域の創出②

営業戦略部観光物産課

< 主な事業 >

⑤ ホテル・常設型観光施設の誘致（R4当初予算額 1,002,000千円）

- ・ 新たな宿泊観光需要の獲得や観光魅力向上のため、フラッグシップとなるホテルや観光施設の立地に向け、補助制度を活用した誘致活動を推進

⑥ 日立市かみね動物園へのパンダの誘致（R4当初予算額 5,000千円）

- ・ 「いばらきパンダ誘致推進協議会」を母体に、日立市等と連携しながら、中国政府との交渉、調整や県内の機運醸成を推進

⑦ いばらきフラワーパーク（R4当初予算額 36,036千円）

- ・ 民間企業の経営感覚と自由な発想を活かしリニューアルオープンしたフラワーパークへの誘客を図るとともに、フラワーパークを核とした周遊観光を促進



IBARAKI
FLOWER
PARK

いばらきフラワーパーク

⑧ 観光マイスターの認定・活用（R4当初予算額 17,599千円）

- ・ 観光魅力向上と旅行者の満足度向上によるリピーター確保を目的に、県民総ぐるみでのおもてなしの向上を促進

⑨ フィルムコミッションの推進（R4当初予算額 43,033千円）

- ・ 映画やテレビドラマ等のロケ支援や映像制作会社等に対するロケ誘致を実施
- ・ 誘致作品を通じた本県のイメージアップや、ロケツーリズムを推進

いば旅あんしん割

ワクチン接種又は陰性証明を条件に県内旅行を割引支援し、コロナ禍での観光需要の喚起を図る。

1 実施状況（R4年度）

対象地域	対象期間
地域ブロック（※）	R4.4.1～10.10
全国	①R4.10.11～12.27 ②R5.1.10～3.31

※地域ブロック：茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、神奈川県、山梨県、福島県

2 利用条件

「ワクチン接種済（3回）」又は「検査で陰性」であること。

3 現行（R5.1.10以降）の支援内容

- ①国内居住者による茨城県内への旅行を支援（7連泊まで）
- ②宿泊・旅行代金の20%を割引
 - ・交通付き宿泊旅行商品：上限5,000円/人泊
 - ・上記以外（日帰り旅行商品を含む）：上限3,000円/人泊
- ③地域応援クーポン（電子クーポン）の付与
 - ・クーポン付与額：平日2,000円/人、休日1,000円/人

日帰り又は宿泊旅行 1人（1泊）	割引率	割引額上限		電子クーポン
		交通付宿泊（※）	左記以外	
【平日】2,500円以上 【休日】1,250円以上	20%	5,000円	3,000円	【平日】2,000円 【休日】1,000円

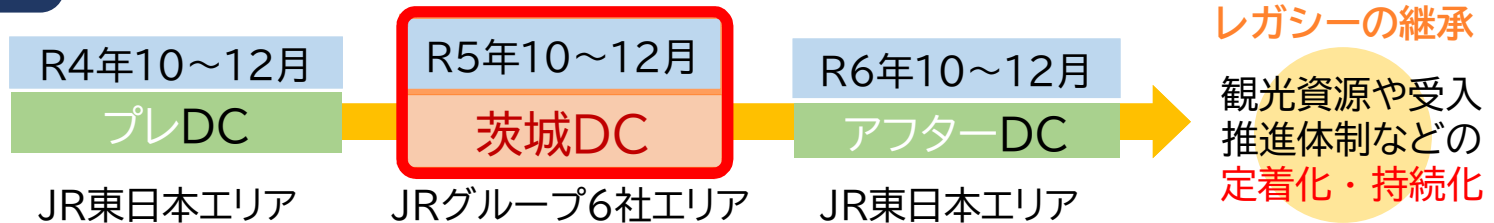
※「交通付宿泊」は旅行会社が販売する片道50km以上の交通付き宿泊旅行商品など

茨城デスティネーションキャンペーン

デスティネーションキャンペーン（DC）とは

JRグループ6社(JR北海道・JR東日本・JR東海・JR西日本・JR四国・JR九州)と地域(県・市町村・地元観光事業者等)が一体となって行う国内最大規模の観光キャンペーン。

実施期間



キャッチコピー

体験王国  いばらき

テーマ

『アウトドア』・『食』・『新たな旅のスタイル』

実施主体

いばらき観光キャンペーン推進協議会

【構成団体】茨城県、市町村、市町村観光協会、民間事業者等 約300団体

【会長】茨城県知事



(オーベルジュキャンプ)

R4（プレDC）の主な取組

オープニングセレモニー(10/1)	体験王国いばらきの女王としてデヴィ・スカルノ氏をゲストに招き、キャンペーンの開始を告げるセレモニーを開催
全国宣伝販売促進会議(11/9) 現地視察会(11/10~11)	全国の旅行事業者・メディア等を対象に、本県観光をPRする会議及び体験型の現地視察会(エクスカーション)を実施
プロモーション	JR東日本管内におけるポスター・パンフレット掲出、特設サイトの開設、ターゲティング広告及びインフルエンサータイアップ等を実施
プレDC企画の展開	市町村・観光事業者等と協力し、プレDC期間中に150を超える特別企画・地域イベントを展開

インバウンドの取組

<目指すべき方向>

- インバウンド需要の早期回復
- 旅行消費額の増加

<R4主な取組>

区分	国・地域	R4主な取組
重点市場	台湾	<ul style="list-style-type: none"> ・台湾いばらき経済交流促進事業（観光と食の大規模プロモーション） ・知事トップセールス ・現地旅行博・商談会への参加、現地旅行会社への営業活動の実施 ・SNS、動画等を活用した情報発信
戦略開拓市場	タイ	<ul style="list-style-type: none"> ・知事トップセールス ・現地旅行博・商談会への参加、現地旅行会社への営業活動の実施 ・SNS、動画等を活用した情報発信
	シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> ・知事トップセールス ・現地旅行博、商談会への参加、現地旅行会社への営業活動の実施
	韓国	<ul style="list-style-type: none"> ・ゴルフに特化した誘客プロモーション ・現地ゴルフ博覧会への参加、現地旅行会社への営業活動の実施
新規開拓市場	欧米豪	<ul style="list-style-type: none"> ・ゴルフ旅行商品造成に向けたファムトリップの実施（豪州） ・SNS、動画等を活用した情報発信

<今後の取組の方向性>

- **重点市場からの戦略的誘客**
 - ・台湾・タイ・シンガポール
- **強みを活かした誘客プロモーション**
 - ・サイクリング・ゴルフ等を活用した誘客促進
- **個人旅行の誘客プロモーション強化**
 - ・デジタルマーケティングの強化
 - ・都内の滞在客をターゲットとした誘客促進

台湾いばらき経済交流促進事業

台湾との経済交流促進に向け、食品・酒類のビジネスマッチング等に取り組むとともに、茨城を強烈に印象づける他県でも例のない台湾最大級のプロモーションを展開することにより、県産品の輸出拡大や本県への誘客促進を目指す。

1. 事業の概要

【R4当初予算額 500百万円】

(1) 台湾での大規模プロモーションの実施

➤ 台湾最大級の広告プロモーション

渡辺直美さんを宣伝大使として、「開運茨城」をテーマに、茨城を強烈に印象付けるジャック広告等の大規模プロモーションを実施

➤ 大規模PRイベント

いばらき大見本市や大商談会の開催、レストランでのフェア等

➤ 台湾経済界との交流強化

知事トップセールス、企業ミッション派遣 等

(2) 食品・酒類輸出促進

➤ BtoB県産品テスト販売

営業活動を本格化させるための食品・酒類のテスト販売

➤ BtoB販路開拓ビジネスマッチング

食品業界に精通した現地コーディネーターによる県産品の営業活動

2. 2月における大規模プロモーション

知事のトップセールスをはじめ、県産品や観光地の魅力をPRする

「いばらき大見本市」や食と観光の商談会の開催、県内事業者・団体による過去最大規模の経済ミッションの実施など、オール茨城による営業活動を展開



<ジャック広告>



<大見本市オープニング
セレモニー>

G7 茨城水戸内務・安全担当大臣会合の開催概要

会合の名称、日程等

G7 茨城水戸内務・安全担当大臣会合

G7 Interior and Security Ministers' Meeting in Mito, Ibaraki





茨城県はおもてなしの心にあふれ、国際会議開催の実績が豊富。水戸市は歴史のまちであり、日本の文化を感じていただける都市。都心からの交通アクセスもよい。

令和5年12月8日（金）～10日（日）
於：水戸市民会館（予定）

会合のイメージ

12/8(金)	夜	国・県/市共催 歓迎レセプション
12/9(土)	午前	全体会合 ～昼食会・市内視察～
	午後	全体会合 ～夕食会～
12/10(日)	午前	全体会合・成果文書採択 記者会見

最近の開催状況等

2017	2018	2019	2020	2021	2022
					
イタリア	カナダ	フランス	米国	英国	ドイツ
○	○	○	非開催	○	○

- 2017年以降、公共安全を所管するG7各国の閣僚等による「内務・安全担当大臣会合」の形式での開催が慣例化
- これまで、国際組織犯罪、国際テロ、サイバーセキュリティ、環境犯罪、児童の性的搾取・虐待の対策等について議論
- 2022年11月ドイツ会合での主な議論
 - ・ロシアによるウクライナ侵略が治安に与える影響や外国勢力による情報操作への対処
 - ・経済安全保障の確保
 - ・暴力的過激主義・テロリズムとの闘い
 - ・児童の性的搾取・虐待対策

出席閣僚等（過去の例）

【日本】 国家公安委員会委員長
【欧州連合(EU)】 内務担当欧州委員

【G7各国】 公共安全を所管する閣僚等
【国際刑事警察機構(インターポール)】 事務総長

開催に向けた推進体制について

1.名称

G7 茨城水戸内務・安全担当大臣会合推進協議会

【R5.1.30設立】

2.目的

会合の成功に向け万全の体制で受入準備を進めるため、官民連携の受入体制により、開催支援やおもてなしを行うとともに、魅力発信を行う。

3.事業

- (1) 開催支援 会場や宿泊施設等の調整・提案、警備・危機管理・救急医療体制の支援、機運醸成 等
- (2) おもてなし 歓迎行事等での県産食材の提供、各国大使館職員等の視察受け入れ 等
- (3) 魅力発信 海外メディアツアー等による茨城の魅力発信の企画、国際人財育成・国際交流事業の企画 等

4.構成団体

- <委員> 行政、議会、医療、おもてなし、会合テーマ関連、経済団体等、交通、市民団体、
宿泊・観光、大学 等の**37団体**で構成
- <役員> 会長：茨城県知事 / 副会長：水戸市長、茨城県副知事 / 監事：常陽銀行、筑波銀行
- <顧問> 茨城県選出国會議員
- <参与> 県議会議員（副議長、協議会会長、委員会正副委員長、水戸市選出議員）
市議会議員（副議長、委員会正副委員長）

5.予算

20,000千円

【費用負担】茨城県：水戸市 = 1 : 1

県産農産物のブランド化と販売戦略

農産物
重点5品目

トップブランド化戦略

有機農産物

農産物全般

トップブランド化による
市場の高評価を他品目、
全国へ波及

農産物重点5品目

<詳細は次ページ>

イバラキング・恵水・栗・常陸牛・常陸の輝き
(メロン) (梨) (豚肉)

ブランド化

- ★ブランド力の向上と更なる高値での取引
- ★知名度向上のための話題づくりによるメディアでの露出拡大

有機農産物

- ・重点5品目に加え、茨城オーガニックのブランド化を図ることにより、「食の宝庫茨城」の確立を目指す
 - ⇒オーガニックフェアの開催
 - ⇒新たな物流網の構築

ブランド化

上記以外の 農産物全般

- ・より高単価な販売が可能な販路開拓へ営業展開
例：キルフェボン、ジョエル・ロブション等への提案

販路拡大

農産物重点5品目のブランド化と販売戦略

目標

5品目（イバラキング、恵水、栗、常陸牛、常陸の輝き）の販売金額合計
R2：140億円 → R7：168億円（+28億円）

戦略1

★ **ブランド力の向上と更なる高値での取引**

品目	イバラキング	恵水	栗	常陸牛	常陸の輝き
狙う主なマーケット	首都圏/関西圏 ⇒北海道・東北へ拡大	首都圏⇒今後関西圏等へ拡大	首都圏	首都圏 ⇒関西圏へ拡大	首都圏 ⇒中京圏へ拡大
生産面での今後の取組	・既存品種による贈答用メロンの商品化（R4～） ・高品質な贈答用高級メロンの創出（R5～）	高い技術を持つ生産者による「幻の恵水」栽培に挑戦（R4～）	品種・用途別加工や低温処理による品質保持（R4～）	常陸牛については、脂肪の質等に着眼した新たな肉質基準を検討し、テストマーケティングを経て、R5から本格販売（R4～）	

戦略2

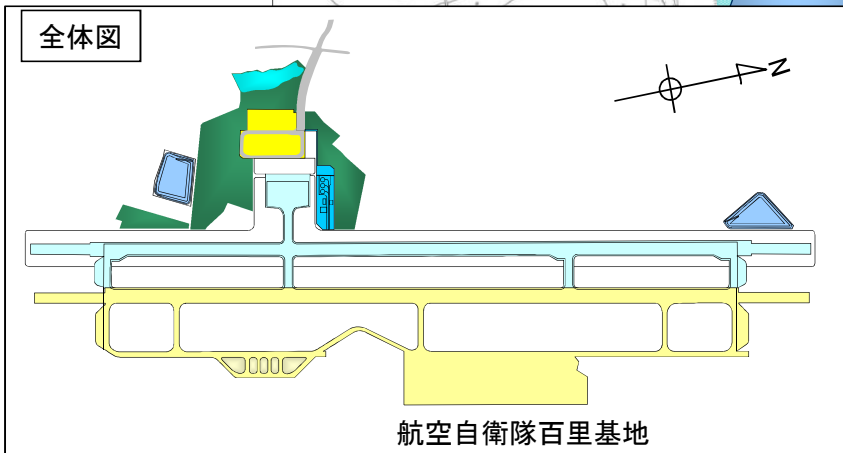
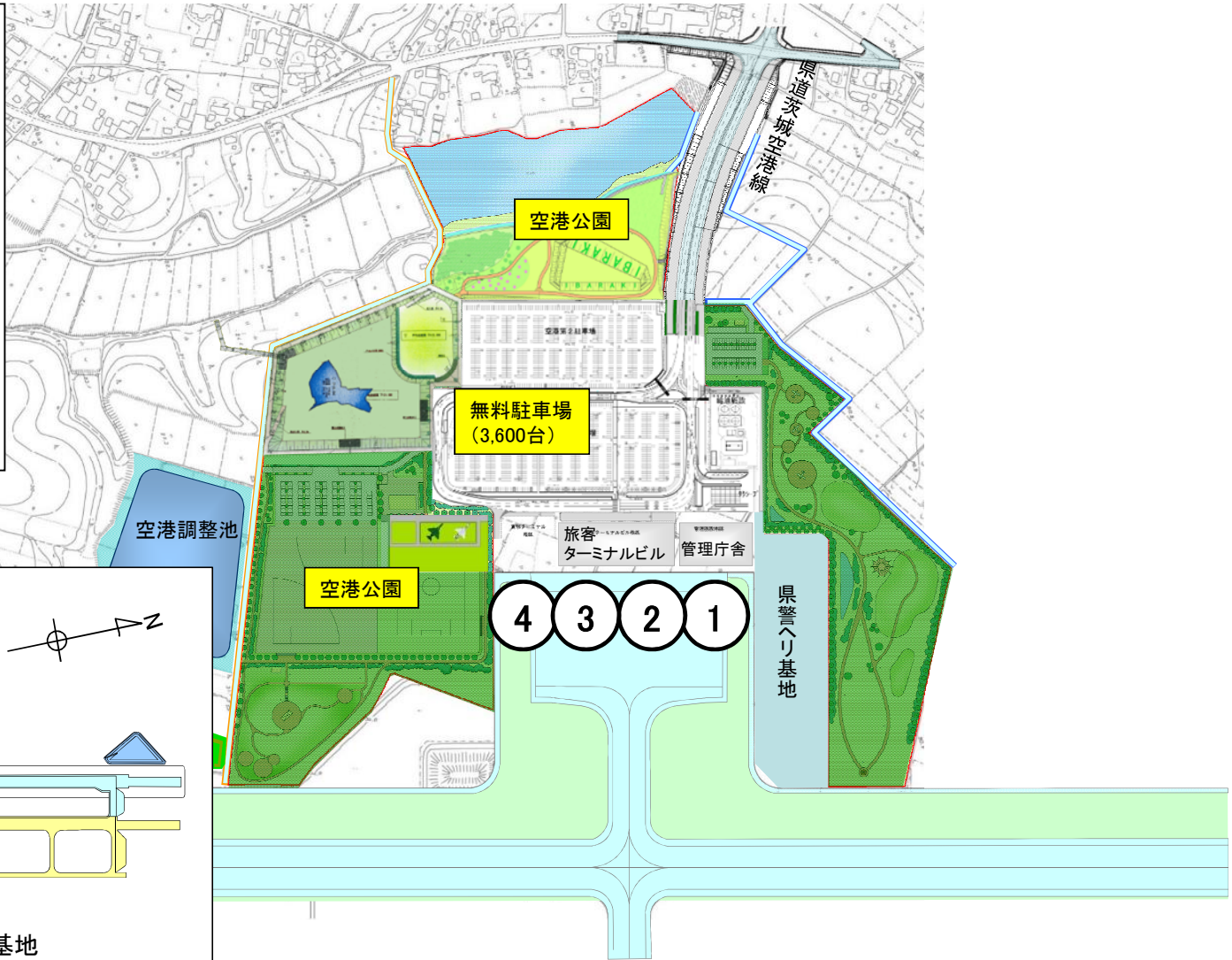
★ **知名度向上のための話題づくりによるメディアでの露出拡大**

イバラキング	・産地間連携による贈答用青肉・赤肉セットメロン「IBARAKI melon King & Queen Selection」の販売 ・「メロンまるごとクリームソーダ」のプレミアム版の開発・音楽フェス等のイベントでの販売
恵水	・恵水の広告塔としての「幻の恵水プロジェクト」の実施、高級果実専門店での販売
栗	・「笠間＝日本一の栗産地」イメージ定着のための栗スイーツの販売・PRイベント「笠間メロンコレクション」の開催 ・生産量日本一のメロンと栗を掛け合わせたプレミアムスイーツの開発・グランピング施設での販売
常陸牛・常陸の輝き	・サッカーワールドカップカタール2022に合わせた常陸牛・常陸の輝きメニューフェア「IBARAKI肉肉フェア」の開催

▶▶▶ トップブランド化による市場の高評価を他品目、全国へ波及

茨城空港の概要

空港の名称	茨城空港 (百里飛行場)
IATAコード	IBR
ICAOコード	RJAH
空港の種類	共用空港
設置管理者	防衛省
滑走路	2,700m × 2本
駐機スポット数	4
運用時間	7:30-21:00
開港日	2010年3月11日



現在の定期便就航路線



○国内線



札幌(新千歳)	(スカイマーク) 2往復/日
神戸	(スカイマーク) 3往復/日
福岡	(スカイマーク) 1往復/日
那覇	(スカイマーク) 1往復/日
宮古(下地島)	(スカイマーク) 1往復/日 ※往路: 神戸乗継、復路: 那覇乗継

○国際線

新型コロナウイルス感染症
の影響により**全便運休中**



上海(浦東)	(春秋航空)	4便/週
西安	(春秋航空)	4便/週
台北(桃園)	(タイガーエア台湾)	2便/週

茨城-台北線
3月26日(日)
運航再開予定!

※「茨城-高雄」連続チャーターを4月9日(日)から週3便予定

空港の利用促進

旅行会社訪問

- ▷スカイマークと連携しながら旅行会社を訪問し、修学旅行や部活動など学校活動や団体旅行等での利用喚起や旅行商品造成の依頼を実施

各種メディアを活用した広報及びイベント出展

- ▷各種メディア(テレビ、新聞、web、経済団体の広報誌等)や就航先イベント出展を通じた茨城空港PR

ファムツアーの実施

- ▷就航先旅行会社に茨城の魅力を発信しインバウンドを強化

1,000円レンタカーキャンペーンの拡充

- ▷拡充期間: 令和4年10月11日～12月27日、令和5年1月10日～3月31日(全国旅行支援期間中)
令和5年2月10日～3月16日(いばらき乗らねば～キャンペーン中)
- ▷茨城空港到着便を利用し、県内施設に1泊以上した場合、格安料金のレンタカーを提供
⇒ 通常、最初の24hまで1,000円～に加え、全国旅行支援期間中は48hまで3,000円～に、さらに、いばらき乗らねば～キャンペーン中は48hまで1,000円～に割引制度を拡充

IBRマイエアポートクラブ公式アプリ!!

茨城空港を一層身近に感じていただくための個人会員制度「IBRマイエアポートクラブ」の公式スマートフォンアプリを令和3年10月から配信!! 会員数:約2.2万人(令和5年2月現在)

