

すべての分野で選ばれるとちぎを目指し、「とちぎブランド取組方針」を着実に推進する

【とちぎブランド推進のキャッチフレーズ】(=伝えていきたい本県の価値)

ベリー グッド ローカル とちぎ  
VERY GOOD LOCAL

「グッドローカルなとちぎが地方のモデルになっていこう。」  
ローカルの良さが詰まったとちぎが、  
前向きな決意を込めて宣言します。

平成29年度の重点的取組

- ① 県民の愛着と誇りを醸成する取組を推進
- ② とちぎの魅力・実力を伝えるためのパブリシティの強化
- ③ 東京オリンピック・パラリンピック等を見据えながら、「本物の出会い 栃木」デスティネーションキャンペーンや山の日記念全国大会、とちぎ技能五輪・アビリンピック2017などの好機をとらえた取組の展開
- ④ とちぎの魅力ある文化を国内外に発信し文化の底上げを図るためとちぎ版文化プログラムの取組を推進
- ⑤ “選ばれる栃木の農産物”を実現するためブランド価値の向上を図る取組を推進

ブランド推進の施策展開

地域資源の磨き上げ

個々の商品・サービス等の品質・価値の向上

- ・「フードバレーとちぎ」を推進するための新商品・新技術開発と販路開拓の支援
- ・「日光国立公園満喫プロジェクト」における自然公園施設の整備
- ・いちご王国の産地強化
- ・栃木の農産物の一層の品質向上とプレミアム化の検討
- ・おもてなし“いちご隊”事業によるおもてなし機運の醸成

本県の強みの再認識・再発見

- ・「とちぎ版文化プログラム」におけるリーディングプロジェクトの推進とローカルプロジェクトの促進

統一的なイメージの形成

- ・とちぎの魅力あるイメージを印象付ける動画の作成

戦略的な情報発信

ターゲットの選定・様々な媒体の活用

- ・首都圏でのプロモーション開催
- ・新聞・テレビ・インターネットなどのメディアへの働きかけ
- ・リーディングブランド(スカイベリー、とちぎ和牛、なすひかり、にっこり)を中心とした国内外における戦略的プロモーションの展開

機会を捉えた発信

- ・「本物の出会い 栃木」デスティネーションキャンペーンに向けた国内外への情報発信
- ・とちぎ技能五輪・アビリンピック2017の機運醸成

各コンテンツのイメージ共有・統一化

- ・ブランドキャッチフレーズ・ロゴマークの活用促進



オールとちぎによる取組の展開

県民

ブランド推進の担い手として、県民一人ひとりの愛着と誇りの醸成を推進

- ・国際ロードレース「ツール・ド・とちぎ」の開催による郷土愛の醸成
- ・県内開催イベントやメディアを活用したとちぎへの愛着と誇りの醸成
- ・とちぎ未来大使など人的ネットワークを活用した本県の魅力・実力の発信
- ・「とちぎの百様」を活用した郷土愛の醸成
- ・とちぎふるさと学習を通じた若い世代のとちぎへの愛着と誇りの醸成

とちぎブランド力向上会議

ブランド力向上の取組を推進するとともに取組に対する評価・検証を実施

とちぎブランド推進本部

戦略的な取組が展開できるよう、総合的な調整機能を発揮

VERY GOOD LOCAL  
とちぎ

地域ブランド力（魅力度）全国順位

目標値

平成32年

25位以内

県民愛着度

目標値

平成32年

80%以上

すべての分野で選ばれるとちぎ