

平成 30 年度第 1 回とちぎブランド力向上会議専門部会議事録要旨

1 日時 平成 30(2018)年 8 月 6 日 (月) 14 時 30 分から 16 時 08 分まで

2 場所 宇都宮市戸祭元町1-25 栃木県庁北別館 4 階会議室402

3 出席者

【委員】

青崎智行部会長、岩井俊宗委員、宇賀地裕子委員、大木浩士委員、太田誠委員、大山寛委員、川上正博委員、越石直子委員、柴田正人委員、鈴木章弘委員、相馬祥朗委員、外池茂樹委員、野尻重利委員、水井義之委員、横尾昇剛委員、渡辺隆史委員

【県】

小竹総合政策部次長兼課長、川上とちぎブランド戦略室長

4 議事 (抄)

(1) とちぎ未来大使の活動について

事務局より資料に基づき、取組等について説明ののち、意見交換を行った。

【委員】

- ・「とちぎ未来大使『夢』講座」で講師を務めたが、400人程度の大勢の前で一方通行の講義であったのでやりづらさもあった。子ども達が自分で考えたり、引き出し型、アイデア生み出し型の双方向のやりとりができる少人数でのワークショップ等が開催できると良い。

【委員】

- ・都内で活動されている「とちぎ未来大使」も多い。都内にいらっしゃるからこそ、ふるさとに対する愛情が強いと感じる。大使の方々は機会を待っているように強く感じている。大使の方も何をしたいかわからないというところでは。県からPR依頼などより具体的な提案をしても良いのではないかと。

→ (事務局) 名刺を使用した軽い負担で広くPRを図っていこうという趣旨のため、人数が多いことは認識している。それぞれの大使について意向を把握し、沿った形で依頼しているところであるが、どのような形で自発的に活動していただけるか、県からも提案できるように検討していきたい。

【委員】

- ・「とちぎ未来大使フェイスブックページ」を確認したが、検索もスムーズであった。内容の更新が少ない印象。もう少し更新が頻繁であればと思う。拡散も期待できるのではないかと。ページそのものもわかりやすく綺麗に作られている。アカウントを名刺に印刷するなど、連動させてはどうか。

【委員】

- ・大使の方々の得意分野 (肩書き) などをそれぞれお持ちなので、名刺裏面など、その方の詳しい

分野の画像など、話題のきっかけになるような記載をすると良いのではないかと。

【委員】

- ・大使の方々に情報提供などはどのようにされているのか。
→（事務局）毎月1回、県政広報紙の送付が基本となっている。4半期に1回ほど、ガイドブックなどをお送りさせていただいている。

【委員】

- ・大使が必ず携わるという仕組みを作ることが必要なのかと思う。例えばフェイスブックなら、何をフェイスブックページに載せたらいいかわからない、といったようなこともあるように思う。それぞれの大使の分野を活かして動画を制作し、掲載してもらうなど、具体的なテーマを決め、県から提案をしてはどうか。

(2) 関西圏でのブランド力向上の取組について

事務局より資料に基づき、取組等について説明ののち、意見交換を行った。

【委員】

- ・大阪センターの開所式等の機会に何通りかの方法で大阪に行ってみた。アクセスもそれほど悪くないなという印象。日本酒では「とちぎ」の酒は知られていない分、注目されている。JTBの大阪支店での聞き取りだが、個人旅行で栃木県に旅行される方の取扱い数は全体の0.5%程とのこと。潜在的な需要はあるようであり、まだまだ可能性のある市場と思う。一方で、生産者側からすると新たな市場開拓が本当に必要なのか、一緒に考える機会が必要ではないか。東京という消費地を抱え、首都圏でほぼ消費されているなか、動機付けがあるのか。そのような中で、認知度を上げていく時に栃木県を売り込むのか、もの、コトを売り込むのか。先に各地域資源が認識されてから県が認知されるのではと考える。

【委員】

- ・外向けの発信がまだまだだなと感じている。栃木県に何があるのか、知られていないと感じる。大阪センターで何を発信していくのか。センターをうまく機能させて欲しい。何をPRしていくのか具体策がもっとあれば良いと感じる。

【委員】

- ・栃木県の良いものを売る、こちらの強みを売るといった考えもあるが、大阪・関西で何が求められているのか等のマーケットリサーチが必要に思う。

【委員】

- ・それこそとちぎ未来大使を活用してはどうか。関西圏で活躍されている方をピックアップして数人でも密な関係作りをしていけば、県の熱意を伝えて味方を得ること。PRには仲間を作り、巻き込んでいく手法が必要である。

【委員】

- ・LINE@チラシを本日配布させていただいたが、発信というどうしても一方通行的なところがあった。そこで「友達登録」をして反応等を見ることが出来るLINE@を採用してみた。こういった双方向の発信ツールを使っていくのがよいのでは。認知度を上げていくには、栃木県の

美味しいもの、すばらしいもの、強みをアピールした上で、反応を見ることも大切ではないか。そこにとちぎ未来大使といった方達が協力していただければつながっていくのではないか。

【委員】

- ・過去に調査を行ったところ、大変混雑している「あしかがフラワーパーク」でも、西日本からはほとんど来ていないのが現状であった。観光資源は多くあるので、メディアへの露出の仕方を考えていくべきでは。東京に来る西日本の方は大変多いので、東京プラス1など、東京からすぐ行ける、近接性を打ち出していくのも有効では。

【委員】

- ・大学では「寄附講座」といったものがあり、大学の中で授業・講座として栃木県のPRをするという手法もある。栃木に人材を還流させる、という作戦。大学の中に入って行く。もう一方「ふるさと納税」を活用しては。来ていただく、買っていただく他の関わり方として、遠方から栃木を応援する方を増やす、良さを伝える手法として有効と考える。

【部会長】

- ・関西圏でのメディア露出は独特なものがある。委員の皆様の意見を参考に、特性を把握し有効な手段を見つけていって欲しい。

【委員】

- ・関西にPRする必要はないのではないか。
- ・近隣を大切に、実際に来た人に「嬉しい」「楽しい」といった気持ちを感じさせるようなことをやって欲しい。栃木県の良いところがわかるようにして欲しい。そういった経験をされた方の口コミが広まるといったことがあると思う。

(3) 県民の愛着と誇りの醸成について

【委員】

- ・表を見ると、10代などで愛着度が上がっていたりする。何故増えたのかという見方も必要では。

【委員】

- ・栃木県の県民性として、皆で祭をやったり行事をやったり、地域参加はきちんとやっているというが、声を大にして訴えるということはないように思う。
- ・そういった「奥ゆかしい」県民性といったものがあるので積極的には言わないが、大切に思っているということもあるのかなと思う。調査結果は掘り下げる、分析する必要があるのでは。

【委員】

- ・「人を巻き込む」というところ、周囲を巻き込む、という力を落とし込んでいけばよいのでは。柔軟に取り組みれてはいかかが。どうしてこういう方向性になってしまうのか疑問である。

以上

5 追加意見

(1) とちぎ未来大使の活動について

【委員】

- ・それぞれの分野で明確なターゲットとプログラムを策定し、そこに大使を明確かつ有効に組み込んで活動をしていただき、トライ&エラーでブラッシュアップしては。

(2) 関西圏でのブランド力向上の取組について

【委員】

- ・西日本、関西圏での栃木県の認知度が低く、実際に訪れる人も少ないから関西圏でのPRなどが必要である、といった流れは理解できる。が、全国が競って国内からの観光客誘致にしのぎを削ることは、高齢化・少子化が急速に進展するなか、量的な拡大は困難と考えられる。一方で、質的な拡大は、時間距離の問題、グローバル化して国内よりも異文化あるいはより非日常空間への希求が高まる現在の傾向にあつては、相当な困難があるものと推察される。これに反し、海外では、今後も人口増と経済発展が当面続くものと見られ、また、島国日本への関心も高まっているなか、インバウンドに持てる資源を傾注する必要があるのでは。
- ・関西方面への事務所よりも、海外の事務所を数か所開設すべき。ただ、海外からのお客様への対応は短期間では難しいことから、特におもてなしする側の人的、システムの対応を早急に進めるべきと考える。
- ・国内で関西圏への対応をするなば、それよりももっと近隣県への対応を急ぎ、国内でもトップクラスの後背人口を確実に取り込むべき必要があると考える。投資効果においてもリピート率の面からも明らかに有利だと考える。近隣の方が気軽に、安心して、快適に訪れることができる、基礎的な環境整備がぜひ必要である。試食や体験、交流など、五感で地域と触れ合う場を増やし、「栃木は首都圏のリビングルーム」と言われるようにしたいと思う。

(3) 県民の愛着と誇りの醸成について

【委員】

- ・「愛着と誇り」とは何かということを抜きにして、議論しても堂々巡りではないか。「愛着と誇り」の定義をしっかりとすべき。一般化した議論では、議論と計画、その実施と検証が拡散してしまう。
- ・「愛着と誇り」について以下のように考える。まず、愛着は、「自分の人生の中で慣れ親しんだもの」であり、そこには時間と直にふれたぬくもりと確かな価値を感じる。具体的には生活環境（自然を含む）、使用あるいは慣れ親しんだものなど。これらは、ある程度多くの人に共通したものである可能性が高い。
- ・誇りは、その人があるいはその集団が他にその存在を否定されたくないものやこと、できれば、リスペクトされたいものやことかと思う。このように「愛着と誇り」は、行政計画としては明確な定義と計画、実行、検証がなされ得る形態にすべき必要がある。