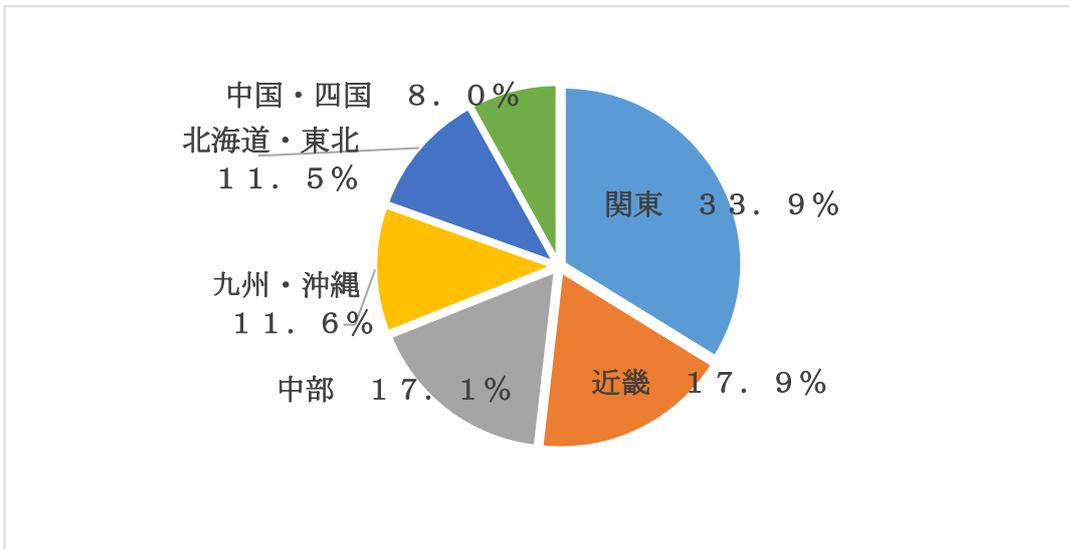


- ① 栃木県の「魅力度」「認知度」等は「中部」以西で低位にある。
- ② 本県の地域資源評価は低く、明確な地域イメージを持たれていない。
- ③ その要因の一つとして「情報接触度」が低いことが考えられる。



関東について人口が多い関西、特に西日本における経済の中心である大阪での取組が必要。

※参考・・・平成27(2015)年 住民基本台帳に基づく都道府県別の人口【総計】より算出



## 2 これまでの関西圏での県の取組

### (1) 大阪事務所の設置（～平成16（2004）年3月）

- 昭和40（1965）年4月 大阪観光物産斡旋所開設
- 昭和48（1973）年4月 大阪商工観光事務所に改称
- 平成3（1991）年4月 大阪事務所に改称
- 平成16（2004）年3月 大阪事務所閉所

### (2) 観光誘客・企業誘致の取組

- ・ 全国ふるさと観光物産展（大阪）への出展
- ・ 北関東3県フェアへの出展
- ・ 知事のトップセールスによる企業立地セミナーの開催 等

### 3 大阪センターの設置

#### (1) 設置目的

関西圏等での本県の情報発信力の向上を図り、観光誘客や企業誘致等を促進する。

#### (2) 設置場所

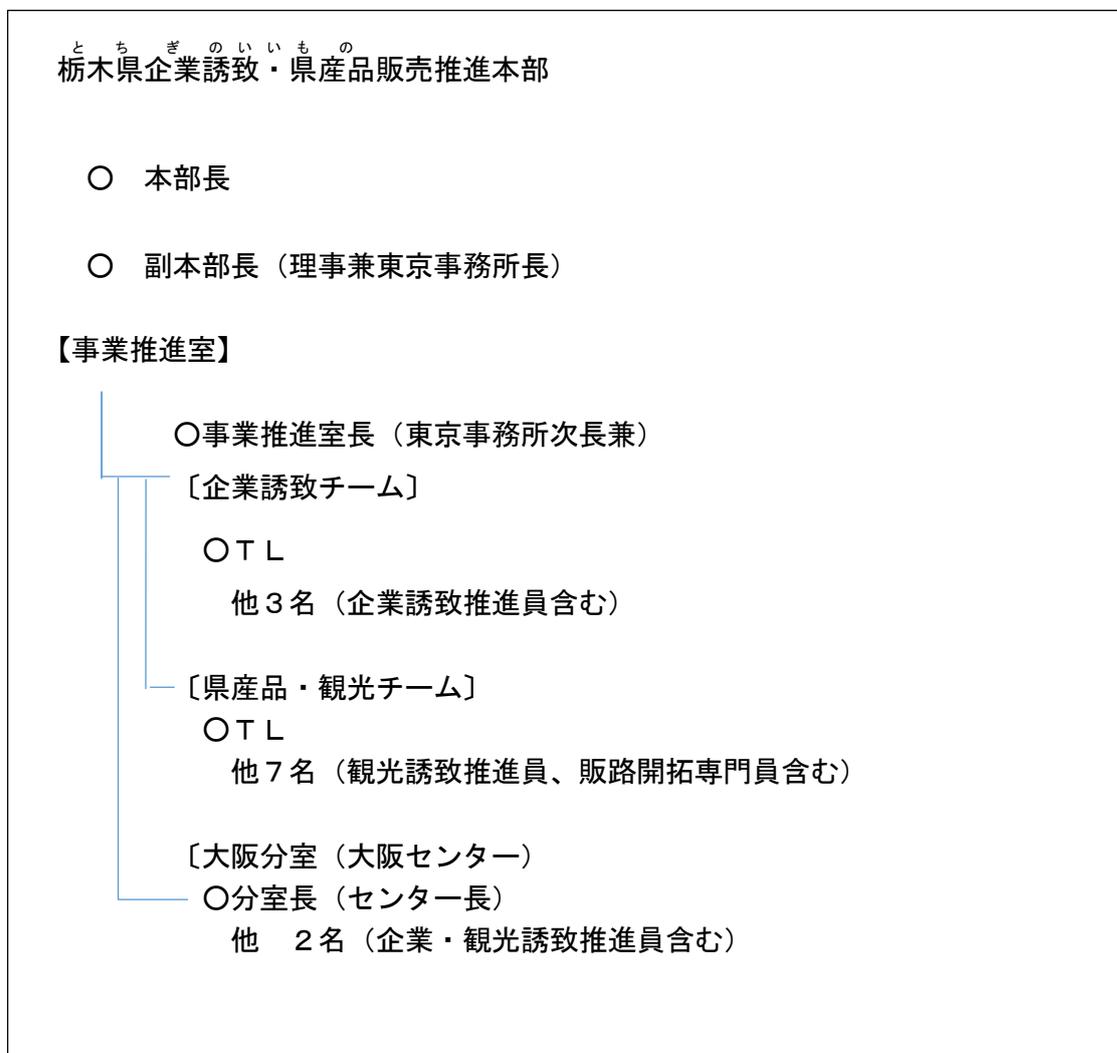
日本生命梅田ビル2階（大阪市北区堂山町<sup>どうやま</sup>3-3）

最寄り駅：JR大阪駅（徒歩9分）、地下鉄谷町線東梅田駅（徒歩4分）、阪急・阪神・地下鉄御堂筋線梅田駅（徒歩6分）

#### (3) 設置面積

97.23㎡（29.5坪）

#### (4) 組織体制



#### (5) 業務内容

##### ① 観光誘客

- ・ 旅行エージェント、マスコミ訪問による情報発信
- ・ 観光PR発信等による一般向け情報発信

## ②企業誘致

- ・企業訪問、引き合い対応等による企業誘致活動
- ・企業立地セミナーやブース出展などの情報発信
- ・アンケートや企業リスト作成など関西圏等における企業情報収集

## ③県産品等販路開拓

- ・物産展等への出展やバイヤー等への売り込み

## 6 平成30(2018)年度における関西圏を対象としたブランド関連事業

### (1) 観光物産展等への出展

- ・関東甲信越静岡7県観光物産展等(6、9、11月)への出展(新規)
- ・茨城県との連携による観光物産展等(8、2月)への出展(継続)
- ・北関東三県連携による観光フェア等(時期未定)への出展(新規)

### (2) 栃木県観光情報説明会(10月・大阪)の実施(継続)

### (3) とちぎ企業立地・魅力発信セミナー in 大阪(11月)の開催(継続)

### (4) 大阪における「いちご王国」プロモーションの実施(新規)

○これらの取組との相乗により、「栃木県」の認知度・地域イメージの向上を図るための一般消費者向けの「情報発信」が必要では？

○メディアへの露出を図るための取組が必要では？

## 7 関西圏での取組の検討

### (1) 目的

関西圏での本県の認知度や、地域イメージの向上

### (2) 方針

- ・栃木県の「強み」に特化した発信
- ・メディアへの露出を獲得するための働きかけ

### (3) 具体的手法案

- ・大阪における期間限定アンテナショップ等のプロモーション
- ・関西圏のメディアを集めた栃木県の魅力・実力説明会・セミナー・交流会等の開催

## 【参考1】本県の強み(「とちぎブランド取組方針」より抜粋)

### ①全体の魅力

- ・街と自然がちょうど良いバランスで、リラックスして過ごせる場所。
- ・自然、食、歴史・文化、温泉などあらゆる魅力が揃っていてクオリティも高い。
- ・東京まで1時間と近く、物価も安く、多くの人が豊かに暮らしている。
- ・日光、那須、宇都宮など各エリアに様々な自然、食、工芸、祭りなど地域文化がある。
- ・リピーターの中には、ガイドブックに載っていないような、自分だけのお気に入りの場所を見つけ通っている人もいる。

## ②カテゴリーごとの魅力（魅力カテゴリーTOP4）

- ・重みがあり荘厳な「歴史・文化」  
日光東照宮、益子焼
- ・手軽にいけるものから秘湯まで揃う「温泉」  
鬼怒川温泉、塩原温泉、那須温泉、湯西川温泉
- ・絶景が多く、特に紅葉が評価の高い「自然」  
華厳の滝、中禅寺湖
- ・農産物、乳製品、加工食品などあらゆる品目が人気の「食」  
いちご、野菜、米、餃子、チーズ・アイス・ジェラート、湯波

### 【参考2】「栃木県の実力に関するアンケート調査」（平成29（2017）年6月30日～8月16日 栃木県実施）より抜粋

#### ○栃木県の食べたい・食べてみたいグルメ

近畿…1位「宇都宮餃子（R）」、2位「とちぎ和牛」、3位「いちご」

#### ○栃木県に行きたい・行ってみたい観光地

近畿…1位「日光東照宮・日光山輪王寺・日光二荒山神社」、2位「とちぎの温泉」、  
3位「奥日光」

#### ○居住地別評価

地域	魅力的である
北海道・東北	64.2%
関東	66.9%
中部	57.1%
近畿	57.5%
中国・四国	61.5%
九州・沖縄	58.4%

### 【参考3】首都圏へのメディアリレーション

#### (1) メディア・リレーション

新聞、雑誌、テレビ、WEB などのメディアに栃木県の情報を取り上げられるよう、  
全国版メディアを中心に訪問や電話等によりコンタクトを行う。

#### 【H29（2018）実績】

- ・アプローチシート作成：4件
- ・コンタクト：29件
- ・露出件数：3件（テレビ2件、紙媒体1件）
- ・広告換算額：計 225,120,666円

(2) ニュースリリースの配信

栃木県の情報を資料にまとめ、メディアに対するニュースリリース配信を行う。  
リリース配信後は(1)により、メディア・リレーションを実施する。

【H29 (2018) 実績】

- ・リリース：5件
- ・露出件数：254件（テレビ：3件、紙媒体：22件、WEB：229件）
- ・広告換算額：計404,321,141円

(3) 他県等におけるプロモーション事例  
○期間限定アンテナショップ

実施事例 2018年6月19日～7月9日 山形県 おいしい山形プラザ

<http://ers.hankyu-hanshin.co.jp/shop005/shop/news/200691>



○一般向けイベントの開催

<H28 (2016) 実施・首都圏プロモーション・池袋>  
ステージイベント、物産展の開催





(※画像はイメージ)



(※画像はイメージ)