

とちぎブランド・デザイン事業「県民の愛着・誇りの醸成」について

1 平成 29（2017）年度の取組結果

(1) 目的

県民自らがブランド力向上の担い手となるよう、本県の魅力・実力の再発見・再認識を促すことにより県民の本県への愛着と誇りを醸成する。

(2) 内容

- ・ 県民の本県への愛着と誇りを醸成する県内で開催されるイベントやプロスポーツの試合など、県民が多く集まる機会を活用し、取組を効果的に発信するとともに、とちぎ大好きコメントを募集することにより、県民自らの発信及び本県の魅力・実力の再発見・再認識を図る。
- ・ 県内メディア、今年2月に開設したとちぎブランドウェブサイト「VERY GOOD LOCAL とちぎ」を効果的に組み合わせ、コメント等の掲載やポスター展開等を実施する。

(3) とちぎ大好きコメントの応募について

応募件数 約 357 件 (H29. 10. 21～H30. 1. 31)

(4) とちぎ大好きフォトスナップの撮影について

撮影件数 215 件 県内イベント3会場にて撮影

(5) 取組経過

○フライヤーの配布 ※下線はフォトスナップ撮影会もあわせて実施

日付	イベント名	備考
H29. 10. 21	ジャパンカップサイクルロードレース プロジェクションマッピング	
H29. 10. 28	<u>とちぎ“食と農”ふれあいフェア 2017</u>	
H29. 11. 4	とちぎブレックス公式戦	
H29. 11. 18	<u>アビリンピック（マロニエプラザ）</u>	
H29. 11. 19	とちぎS C公式戦	
H29. 11. 25, 26	<u>技能五輪全国大会（宇都宮駅東公園）</u>	知事フォトスナップ撮影
H29. 12. 3	アイスバックス公式戦	

○募集告知状況及び告知期間

レディオベリースポットCM（10/2～10/20）、下野新聞記事掲載（12/12）

栃ナビ！ホームページ（11/8～12/7）、紙トチナビ（1/1号）

〇とちぎブランド公式サイトでのコメント・フォトスナップ公開
平成 29 年 12 月 15 日～

【参考 1 : みんなのとちぎ大好きコメント】



【参考 2 : フォトスナップギャラリー】



とちぎブランド公式サイト「VERY GOOD LOCAL とちぎ」ページビュー数
209,620 件（平成 29（2017）年 2 月開設～平成 30（2018）年 6 月末現在）

○ポスター掲示 250枚 (H30.3月～)

フォトスナップをポスターデザイン化し各所に掲示

掲示場所：県内JR26駅、宇都宮～黒磯管内列車内、県内銀行等

【参考3：駅貼りポスター】



【参考4：車内ポスター】



○紙とちナビの発行 (3/1号) 県内レジャー・飲食店等 85,000部配布

とちぎ大好きコメント特集掲載



2 平成 30（2018）年度の取組検討

（1）取組の方向性

- ・「愛着を感じる」県民の割合の増加を図る（約 70%→80%以上）



「どちらでもない」（約 20%）の県民に
「愛着」を醸成するための取組が必要

（2）具体的手法案

「どちらでもない」＝無関心層？



- 「栃木県」の魅力・実力の理解を促す取組が必要
- 「郷土」への興味・関心を引く取組が必要

（例）

- ・ 広告やキャンペーン等により栃木県の情報を提供し、とちぎの魅力を知ってもらう。
- ・ モニュメント・シンボル等の展示によって興味・関心を引き出す。
- ・ 栃木県の魅力を探るワークショップ等を開催し、当事者意識を醸成する。

【参考 5：東京都「& TOKYO」の「みんなで、東京とつながろう」をスローガンに実施された「WE & TOKYO」のフォトスナップ】



【参考：6 富山市のシビックプライド醸成の取組「アメイジング トヤマ」】



富山城址公園南西広場モニュメント