

## 平成 30（2018）年度におけるとちぎブランド推進の取組について

「とちぎブランド取組方針」の中間年として、見えてきた課題を踏まえて対応策を取りまとめ、取組の推進を図る。

【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)「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。」

ベリー グッド ローカル とちぎ  
VERY GOOD LOCAL

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。

魅力度 43 位(前年 46 位)…地域ブランド調査 2017

○居住地別順位

	2015	2016	2017
北海道・東北	19	26	40
関東	24	35	24
中部	44	47	38
近畿	41	47	47
中国・四国	28	42	45
九州・沖縄	44	42	45

○県民愛着度 70.9%(平成 29 年度栃木県政世論調査結果)

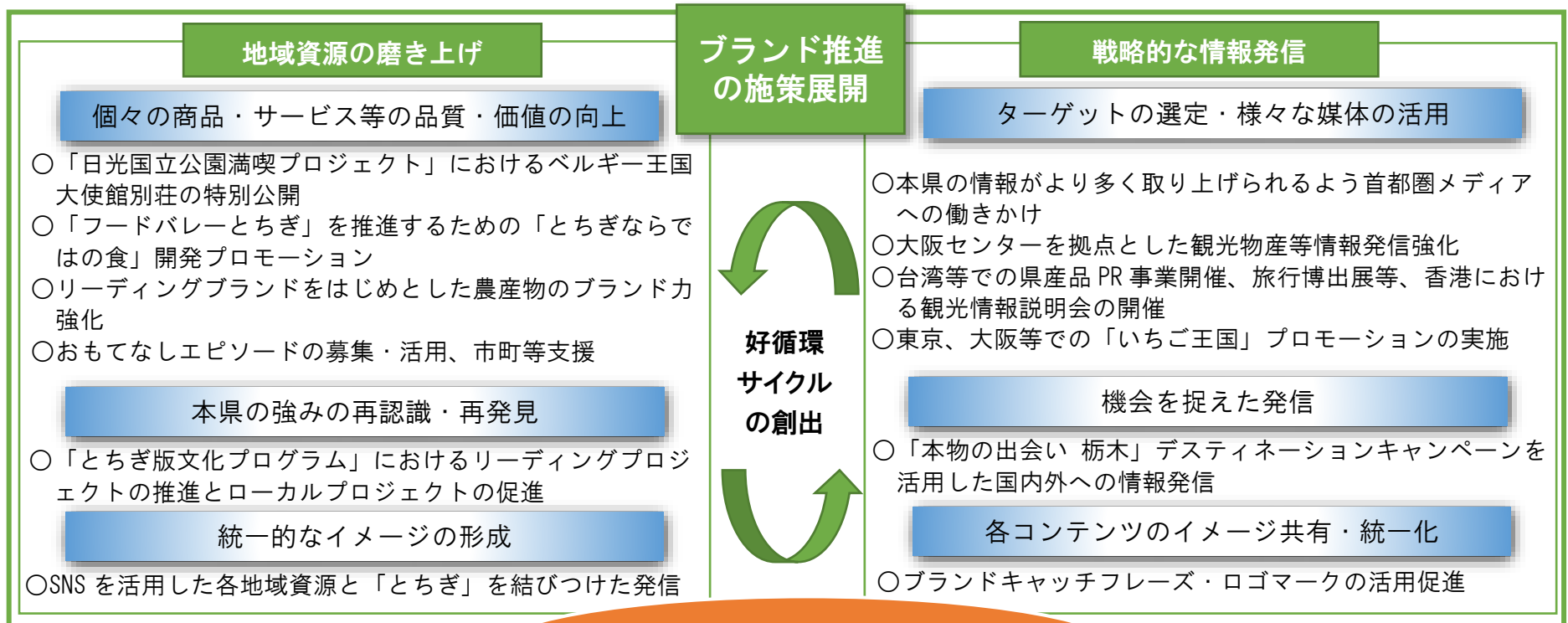
	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60～64	65～69
男性	65.9	65.3	74.7	76.6	74.6	68.2
女性	80.3	71.0	72.2	71.2	69.1	64.4

○本県出身者愛着度(地域ブランド調査 2017) 73.9%  
(「とても愛着がある」29.4%、「やや愛着がある」44.5%)

### 平成 30（2018）年度の重点的取組

- ① 「本物の出会い 栃木」 デスティネーションキャンペーンを活用した国内外への情報発信
- ② 「いちご王国」 プロモーションの全国展開
- ③ 関西圏での認知度向上・イメージアップ施策の検討
- ④ 県民の愛着と誇りを醸成する取組を推進
- ⑤ とちぎの魅力・実力を伝えるためのパブリシティの強化

VERY  
GOOD  
LOCAL  
とちぎ



### オールとちぎによる取組の展開

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

県民

- 地域資源の再発見・再認識を通じた次世代の担い手づくり
- 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小中学生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・検証を实

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

目標値

平成32年

25位以内

地域ブランド(魅力度)  
全国順位

目標値

平成32年

80%以上

県民愛着度

すべての分野で選ばれるとちぎ