

**■平成28年度第1回とちぎブランド力向上会議 意見概要****【県民の愛着と誇りの醸成】**

- インナーブランディングが重要と考える。地域住民が地域に愛着と誇りを持ち、それを外部に伝えることは時間がかかるが、重要である。
- 地域住民の誇り、自負心は外からの評価でないと感じられない、自分達で絶対評価が出来にくいという県民性がある。情報を東京から発信させ、自負心を高めるというスパイラルが必要。
- 若い女性に都会志向が強いが、地元の良さや女性が活躍できる企業があることを教えてもらったことがない、都会で暮らし、初めて地元の良さがわかったという意見があった。改めて郷土愛の醸成、教育の重要性を認識した。
- 一人ひとりが自信を持って伝えることが重要。
- 大学生と地域との関わりの場を作ると、愛着が増し、就業意識も高まり、地元の大人も誇りを持つという好循環になる。

**【イメージ共有・統一化】**

- 「自転車」など、何かひとつをきっかけに、旅行や、温泉、食につないでいけるようなPRの方向性が良い。
- 「益子町」や「餃子」など、個の名前で響くものはあるが、それが「栃木県」と結びついていない。
- 「とちぎ」という単体の言葉が響く取組、伝えたいことを分かりやすくすることが重要。
- 栃木＝那須、栃木＝日光など、個別のブランドと県が結びつくような統一感が重要である。
- 様々な地域のブランドの集約や絞り込みも重要。

**【発信の方向性】**

- 「ローカル」なライフスタイルに誇りを持って発信することが重要。
- 元から有るものを活かして、それを外部からも評価を受けるように仕掛けていく。
- 地についた暮らしの魅力を洗練させた形でブランディングすることを期待したい。
- ハイクオリティなライフスタイルの追求は明確なトレンドとなっている。ローカルはハイクオリティな生活地であることを伝える演出が必要である。
- 知名度に依存した取組から、オリジナルを重視した取組に転換して欲しい。
- 発信の対象を明確にすることが重要である。
- 国内に限定せずに、基礎の段階から広い視野で取り組む必要がある。

**【オールとちぎによる推進】**

- 市町、県との連携に加えて、民間の力が不可欠である。
- オールとちぎによる取組を推進していくためには、ベクトルをそろえ、力を結集していくことが重要。