

平成 28 年度第 3 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 28 年 11 月 2 日（水） 14 時から 16 時 3 分まで

2 場所 栃木県宇都宮市昭和 1 丁目 2-16 栃木県自治会館大会議室

3 出席者

【委員】

青崎智行部会長、今泉悦江委員、岩井俊宗委員、岩澤貞裕委員（代理：法華貴志氏）
宇賀地裕子委員、裏谷恵子委員、太田誠委員、大山寛委員、河又弘子委員、
鈴木章弘委員、中野誠委員（代理：外塚博信氏）
外池茂樹委員、成瀬宏孝委員、野尻重利委員、平野育夫委員、横尾昇剛委員、

【県】

沼尾総合政策部次長兼課長、川上とちぎブランド戦略室長 ほか

【その他】

中込進ファシリテーター

4 議事（抄）

（1）あいさつ

【沼尾次長】

10 月 19 日、ブランド総合研究所の「地域ブランド調査 2016」の結果が公表された。本県の魅力度順位は、昨年の 35 位から大幅に順位を下げ、46 位と大変残念な結果になった。

栃木県重点戦略「とちぎ元気発信プラン」に掲げた目標値は 25 位であり、今後のブランド力向上の取組、その方向性を示す「とちぎブランド取組方針」の重要性が増した。

本日は、「地域ブランド調査 2016」の分析結果について説明し、その分析結果とこれまでの議論内容を踏まえて作成した「とちぎブランド取組方針（二次素案）」について議論をいただきたい。その意見を踏まえ、今月 16 日に開催予定の「とちぎブランド力向上会議」に原案として示したいと考えている。

本県のブランド力向上の取組に、引き続きご理解とご協力をお願い申し上げ、挨拶とする。

（2）議題

事務局から資料に基づき「地域ブランド調査 2016 の結果について」「とちぎブランド取組方針（第二次素案）」を説明後、意見交換を行った。

【委員】

調査の結果に一喜一憂しても仕方がない。現在、取組について議論を重ねているところであり、何もしていないところから、これから何をするか、どうするのが重要。

一方で、県民の愛着度が高い結果となったことは良い。県民が愛着を持っている、それを外部に発信しよう、ということが今までの議論の趣旨であり、それをやりましょう。

【委員】

成果指標を「地域ブランド調査」のみとすることに疑問を感じる。長期スパンで県の取組を評価できる指標が設定できたら良い。

一方で「地域ブランド調査 2016」の結果で気になるところは、地域資源の「海山川など自然が豊か」が 25 位である点。県民の自慢する要素で、「自然が豊か」が 35 位という点。栃木県は一般的にいう「自然」でも、水がきれい等の具体的要素でも、恐らく日本一の評価があるものの、低位に留まっていることが残念であり、ここは1位を目指したい。「食事が美味しい」という順位が低いのも残念。ブランド推進において、情報発信は第一に重要であるが、情報発信した後、来てもらって体感、体験してもらうことが重要である。その時に美味しい、楽しい、美しいという五感に訴えるキーワードが方針中にないので、「とちぎ」の良さを体験してもらうところまで書き込むべき。

【委員】

結果の分析が必要。ターゲットに対して何を落とし込んで、何が刺さっていくのか、刺さっていなかったのかの検証が必要なのであり、結果のみならずそれを細分化して、取組を明確化していく作業が大切だ。

我々が栃木に住んでいるということは、この県が大好きで魅力的だと思っている。その発信がうまくできていない。本県でよく言われる県民性。この県の良さの発信に、どうやって、という方法論が付いてくるだけなので、今までの取組と結果の検証が必要である。

また、ネガティブな時は、逆にポジティブに転換しやすい。考え方としてはよりポジティブに考えるべきではないか。

【委員】

順位下落の要因として情報接触度が低いとあるが、県の PR にかかる予算が減っているのか。

【事務局：川上室長】

「情報接触度」は、調査対象者が1年間に本県の情報に接したかどうかを調査したもの。推測になるが、昨年は北陸新幹線の3月開業以降さほど大きなニュースは無かったが、今年は、北海道新幹線開業、熊本地震、サミットなどニュースが多かった印象がある。また、昨

年は日光東照宮の 400 年大祭があった。ニュースの多寡、あるいは本県での大規模イベントの有無によりテレビ等で取り上げられる頻度等が異なり、それが影響を及ぼしたとも考えられる。

県の予算は減っていない。この情報接触度はマスメディアの影響が大きい。地方自治体の予算規模でマスメディアへ大きく影響を及ぼすことは難しいと考えている。

【委員】

県は自ら発信する必要があると思うが、どのように実施していたのか。

【沼尾次長】

観光分野をはじめ、様々な媒体を使い実施している。また以前からご指摘がある愛着度、自慢度を上げる必要を認識している。「とちぎの百様」を選定し郷土教育に活用するという取組も始まったばかり。長くやりたいと考えている。

順位を上げるのに即効性のある方策、例えば CM を打つことにより短期的な上昇はあるがそれをやめるとまた下がるという指摘もあり、どのような形が良いのか検討が必要である。農産物が売れる、観光客が増える等の効果、また本県の良いイメージが作られれば良いが、それが継続できなければ意味がないので、その方策を検討していきたい。

【委員】

予算を使う手法もあるが、パブリシティが重要。県は一カ所集中が難しいのは分かるが、どこを、なにを尖らせるか。最近都内で栃木の酒はこんなに旨いのか、と驚かれた。新潟は米どころで日本酒という連想がわくが、栃木は米どころで水も綺麗なのに日本酒という連想がないのが残念である。実験的な意味も含めて、何かを尖らせていくのはいかがか。広告の手法以外にも、小さな波を起こして、それをパブリシティにつなげる。取材は、フィルムコミッションも含めて基本的に費用が発生しない。何か県域を広くカバーできるテーマを一つ、集中でやっていると、効果の測定がしやすいと思う。

【委員】

魅力度調査は相対的なものなので、もっと具体的な指標が必要と考える。魅力度を上げるのも良いが、生活の向上や観光誘客の増加など客観的な指標を置いて、取組により上がったのか下がったのかという比較の視点が欲しい。14 ページに「評価検証結果を取組に反映」とあるが、これは今後そのような指標を考えていくということなのか。

また、方針の中では「外国人」という言葉があまり出てこない。特にインバウンドの期待できる日光があるのだから、インバウンドに対する取組を少し記載できないか。

【委員】

魅力度順位が方針の柱であることに違和感を覚える。それよりは愛着度や自慢度のアップが重要で、その取組が方針の中で手厚くなってきているのは非常に良い。

まずは地元を固めていくこと。県外の大学に進学すると帰ってこないということを良く聞く。それは地元の栃木県の企業のこと知らないからであると聞く。高校生になるまでに、郷土への愛着をはぐくむことが結果としてブランド力向上の要素になると思うので、その点も取組方針の中で重視されているので良い。

【部会長】

委員から、指標が魅力度順位だけで良いのか、という疑義が呈されたので、県の見解を聞きたい。

私自身インターネット調査に携わった経験があるが、実態はかなり乱暴なもの。大きく報道されることもあり、この調査会社にそろそろ調査方法の開示を求めても良い時期かと思う。個人的には調査の信頼性は低いと感じており、県の受け止め方、他の指標の検討の余地などを質問したい。

【沼尾次長】

ダイレクトにブランド力、魅力度の調査をしているものとして、多くが関心を持っている調査と受け止めている。

幸福度ランキングや、工業製品等出荷額といった数値は高く、県民所得は5位という地力があり、本県は良い流れになっている印象も受ける。しかし、例えば、農産物でも美味しいものが沢山あるが市場単価が高くはない。ブランド力が無い、売り方が下手であるために、高みに行けない。それを解決するのにブランド力の向上がある。栃木県のイメージは、いちごと宇都宮餃子、そこまでいく苦労もあったと思うが、栃木県といえばそのイメージしかない。そういったことを冷静に受け止めながら、何ができるのか、どういったことが効果的なのか、をまとめるのがこの方針だと考える。成果指標については、他に盛り込む必要があるのか、議論してみたい。農業や観光に分野で成果指標とされているものとどのようにリンクさせるのか、検討したい。

【部会長】

是非検討して欲しい。ブランド力を示す全国的な指標としては、現時点では、代わるものがないのが現実かとも思う。

【委員】

県民は結構満足していると思う。災害も少なく、所得も高い。しかし、このままの認識では今後は大変になるので、もっと考えましょうという意味でのブランド力向上の取組とい

うように受け止めている。

【委員】

メディアの利用が下手と感じている。行政や企業が番組に売り込むなども他県はやっているが、栃木県は弱い。また、農業分野は生産者から費用負担をいただいて広告しているなど、各分野では取り組んでいるが、マッチングさせる総合力が栃木県は弱い。観光、農業、企業がうまく連携し、行政のマッチングで、相乗効果を上げるという手法というのが、長い間携わっていても見えなかった。栃木県の知名度を上げるには単独では難しい。全体で表現し、様々な分野の連携を行政が促して欲しい。

【委員】

調査の信用度に意見が出ているが、順位表を俯瞰すると、上位についてはなるほどという印象を受ける。その意味では一つの指標としてとらえる必要はあるように思う。栃木県が 25 位を目指すというのは、妥当に感じる。46 位になったことは非常に残念に思うが、着実に上げていくのが一番良いと感じた。

情報接触度は接点を作ることと理解している。媒体は一県、一団体、一企業でコントロールすることは難しい。一年半後の DC では JR 6 社の媒体を使った全国的な発信ができることをお約束しておきたい。併せて接点を作ることでは、来県した方と地域の人と、どのように接点を持ってもらうか、どのように伝えていくのかが非常に重要で、その点で DC、国体、オリパラを単なるプロモーションの機会ととらえるのではなく、来県者と県民の接点を作るという視点で、県全体で議論して欲しい。

【委員】

ブランド推進の目的に基づき、指標を設定するのであって、他に良い指標がなければ、現状の指標のまま、課題を整理していくしかないのではないかと。

17 ページの工程表に関して、項目が足りていないように思う。PR、情報接触に課題があるのであれば、行程表に項目を起こし、優先順位を決めて、階段作りしていく必要がある。ブランド推進に取り組むイメージができるよう工程表を作ってもらえるとありがたい。

【部会長】

委員からご指摘があったように、この部会での意見集約は最後なので時間内でどのように二次素案をブラッシュアップできるのか、ということに意識を向け、議論を移したい。工程表について、書き込みが可能か、その辺りはいかがか。

【川上室長】

指標については、「元気発信プラン」に 25 以内を目指すようになっており、取組方針は部門計

画的な位置付けなので、相反するような目標設定をすることは難しい。

工程表は、長期的な視点で、当初の5年間の計画の中での取組を示すもの。具体的な細かいことをこの段階で書き込んでいくのは難しい。

【委員】

誰のどんな認知を高めたいのかが見えてこない。ターゲットの設定と記載されているが、その検討や設定の仕方が分からない。県内のニッチ、県外のニッチ、などセグメントして考えないと、県内にも色々な年代がいるし、属性も多様。どの層に対してどんな認知を高めたいのか、ということはこの会議でもっと議論できれば良かったかと思う。方針が全方位的。今回の46位という結果が総花的にやった結果ということであれば、思い切ってターゲットを絞って限られた予算と時間をどこに投下するか、その順番をどうするかということも重要。誰にどのようなメッセージを届けるか、もう一度整理する必要がある。

【部会長】

ターゲット設定の整理と、そこへの選択と集中はいかがか。

【川上室長】

実際の取組に当たっては、ご指摘のあった視点で整理する必要があるので、今後部会でそのような意見を頂戴したい。

【委員】

この取組方針に反映が難しいのであれば、この点にはこのような議論があった、と言うような付帯説明をつけるなど、会議で出た意見を活用してもらえるとありがたい。

【沼尾次長】

この二次素案を作る段階でも、項目毎にどのような議論があったのか整理しているので、専門部会の意見として向上会議で説明できれば良いと考えている。

【委員】

行政は単年度で組織が替わる場合があるので、途切れずつながるようにしていただきたい。今後市町などに展開する過程で、検討材料やヒントとして活用してもらえると嬉しい。

【川上室長】

この専門部会の意見は全て文書化して、単に方針の策定だけでなく、予算編成や日々の検討などあらゆる場面で使わせていただいている。

【委員】

私からもお願いがある。部会の中には、それぞれのプロがいて、生業にしている方もいて、中途半端なことではできないという意識でやっている。この部会での議論の時間が十分ではなく、皆さんモヤモヤとしたものを残されているように思う。モヤモヤは不満ではなく栃木県を魅力的な県としてもっと発信していきたい、という思いのモヤモヤなので、素案を起こすにあたって、個別にヒアリングしても良かったと思う。それぐらいの気持ちでこの部会に臨んでいた。なので、次回があるのであれば、もっと活用していただきたい。

【委員】

地域ブランド調査に対しては、ただか全国で 630 人の回答をそんなに重く見る必要はない。栃木県がどのような方向に行きたいか、ということが一番大切。資源も沢山あり、そこを活かすことを考えていけると良いが、遊びが少ないと思う。メディアに関して情報接触度が出たが、特に行政の方は固い。もっと遊びの PR や面白さに尖ったものをトライしてみると県のイメージも変わると思う。ただ、西の方の北関東の知名度は低いので、25 位という目標は正直厳しい。

「すべての分野で選ばれるとちぎ」とあるが、それがモワっとしている。何で選ばれるのか。もっと尖っていく方向で考えた方が良い。

【委員】

方針案の 27 ページから、関連計画が記載されているが、これは重要。相互に関係する項目が多くあるが、このようなものを手がかりに、尖ったものを、もう少し明示的に出し、関連計画から出てくる成果を総合的な取組の成果指標にしては。個々の計画の成果としてブランド力の向上があるといった成果指標を見立てることが必要に思う。

【委員】

県の各部局の 5 年計画等の記載があるのは重要なこと。相互連携という観点から、各計画の、特にブランド力向上に資するような指標をピックアップし、参考値として記載し、成果を追っていくとよいのではないか。観光入込客数目標が 2500 万人、宿泊も 200 万人といったような数字は間違いなくブランド力の向上に関係する。仮に魅力度順位が下がったとしても、他の指標が上昇していれば県民の皆様には有益であったということなので、指標を多角化するため、参考値として記載しても良い。

【沼尾次長】

何を記載できるか検討したい。

【委員】

県民性をアピールする、ウイットにとんだ表現などを取り入れられないか。

【委員】

工程表を掲げ、継続的にやると言う宣言は画期的だが、もう一步踏み込むべき。いつやるということがわからない。書けることもあるのではないか。

【委員】

賛成である。

【沼尾次長】

県民性については、「とちぎの百様」の中に「栃木県民」とあり、「真面目である」「勤勉である」ということをアピールして、それを小学校、中学校の授業のふるさと学習の中で使うなど、様々な形で取組みを始めている。このようなことはインナーに関して重要だと思う。特に、教育の場でやることは今までに無いと思うので、着実にやっていきたい。

工程表をできるだけ詳しく、という点については、取組方針は方向性について記載しており、決まったことをどのようなスケジュール感でやっていくか、というのとは違うとご理解いただきたい。

【部会長】

多くの委員から、魅力度順位以外の指標を模索すべきという意見が出ていることを踏まえて、別の指標を検討すべきではないか。

【沼尾次長】

魅力度ラインキング 25 位というのは総合計画の中で位置付けられているので変えられない。ただ、魅力度だけでなく、経済効果にもつながって、はじめて成果となることは良く理解できるので、委員の御意見に近づけるよう検討したい。工程表については新規事業も予算が決まっていないので書き込むことは難しい。

【部会長】

ぜひそのようにしていただきたい。委員からこれだけの意見が出たことをバトンとして次に引き継ぐことはとても重要。よろしくお願ひしたい。

【ファシリテーター】

指標である魅力度順位 25 位は、行政として KPI 指標を入れなければならないので、その延長で設定したことと思う。この調査はアンケートが主軸だが、データベースが 3 桁のアン

ケートはありえない。2点違っただけで10位以上ランクが変動する。アンケートそのものの脆弱性を注意書きで入れておいた方が、賢いやり方だと思う。

各指標の正確性などの注意書きを書き、総合的に最終的にどのように判断するか、という考え方を取ったほうが良いと感じる。

この取組方針は、基本計画で、予算がついて実施計画になると思うが、大事なのは県内への落とし込み。これは通常は行政が苦手な分野。クリエイターや若いデザイナーなどを徹底的に使って新しい栃木を表現することが重要に思う。

【委員】

県内のクリエイター、デザイナーのコラボレーション、外からの刺激と内からの人材育成の機会、ということも考えていただきたい。

【委員】

方針が今後どのようなものか、どんな効果、効能が誰に対して働くのか。

【川上室長】

この方針は、行政だけの方針ではない。オールとちぎによる取組みの拠り所として、県内各界と共有し、それに基づいて取組んでいく基本的なものという考え方である。

【沼尾次長】

県として本方針を決定後には、ブランド力向上に向けた予算化もやっていきたい。必要に応じて市町村などとも連携していきたい。その基本となるのがこの方針である。

【委員】

この方針が根拠となって色々な計画が策定される、ということはあるのか。他の部局の計画に、エビデンスとして扱われることがあるかと思ったが、既に部門計画は32年まで出来ているものが多いので、それ以外のところでの活用があるのか。

【沼尾次長】

総合計画も32年まで作ってある。その中でブランド力の向上ということが、各分野と関係して栃木県の力を高める。元々の潜在力をいかに活かすかが重要であり、その具体策をどうするかという点の方針と理解いただきたい。

【委員】

25位以内を狙うのであれば、もう少しインパクト、ということをもとめて、もう少し奇をてらうことも必要か。思い切ったことを含めて考えていただければよいのかと思う。県民性

は私たちの心の中に必ずある。そのところを県がベクトルを指し示して、後ろ向きな県民性なんて捨ててしまえ、という意識で取り組んでいただくなど、もっと笑顔が生まれる取組を進めていただければよいと思う。

【沼尾次長】

貴重なご意見が多々あり、なんとかそこを現実的なものとして、取組めるよう頑張りたい。ランキングの上下に一喜一憂するつもりはないが、一つの結果として真摯に受け止めることも必要と思う。

WIN-WIN の関係で色々な産業が高まる、県民も自信が持てるという意味でブランド力向上は重要なこととして取り組みたいので、今後とも御協力を賜りたい。

〔了〕