

# 令和2(2020)年度とちぎブランド推進の取組について

【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)

ベリー グッド ローカル とちぎ  
**VERY GOOD LOCAL**

「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。」  
 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。

## 本県ブランド力の現状・社会的状況

魅力度 43位(前年44位)・・・地域ブランド調査2019

○栃木県魅力度順位推移

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
順位	41	41	35	46	43	44	43
魅力度	10.3	9.9	12.2	7.8	10.3	11.3	12.5

魅力度ポイントは取組方針策定以来、最高だったが、順位の上昇は前年から1位にとどまった⇒地域間競争の激化

○関西圏における魅力度順位推移

	2015	2016	2017	2018	2019
近畿	41	47	47	47	46

「いちご王国・栃木」等の関西圏プロモーションの実施(2019年)

○スマートフォン等の普及による情報入手手段の変化

○新型コロナウイルス感染症の世界的蔓延(パンデミック)

○東京2020競技大会の開催延期(2021年7月～8月)

○「いちご王国・栃木」を担う新品種の誕生(「栃木i37号」、「ミルクベリー」)や日本酒、県産米「とちぎの星」への注目度上昇

○本県出身者の愛着度の推移(地域ブランド調査:(株)ブランド総合研究所)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	増減 2019-2018
愛着度順位	41	46	43	34	28	16	33	▲ 17
愛着度(点数)	31.1	24.1	46.9	49.8	51.7	56.1	51.5	▲ 4.6

○情報入手媒体(栃木県に関するイメージ調査:情報入手媒体)

SNSの増加 県外調査 H26 5.2% → H31 18.6%

## 令和2(2020)年度の重点的取組

- ① デジタルメディアを活用した効果的な情報発信
- ② 県産農産物等「食」の魅力発信強化(特に、話題性のある「とちぎの星」、「栃木i37号」など)
- ③ 関西圏における情報発信強化
- ④ 県民自らが情報発信の担い手となるための愛着と誇りの醸成

**新型コロナウイルス感染症の収束等の動向を注視しながら、施策展開を図る。**

## ブランド推進の施策展開

### 地域資源の磨き上げ

#### 個々の商品・サービス等の品質・価値の向上

- ・サイクルツーリズムの推進のための環境整備
- ・県産農産物のプレミアム商品化支援 等

#### 本県の強みの再認識・再発見

- ・地場産業の振興に向けた販路拡大支援、新商品開発支援等



### 戦略的な情報発信

#### ターゲットの選定・様々な媒体の活用

- ・大阪センターを拠点とした関西圏への情報発信強化
- ・デジタルマーケティング手法を活用した魅力発信
- ・パブリシティの強化 等

#### 機会を捉えた発信

- ・国際戦略推進本部のもとでの分野・部局横断による観光・農産物・県産品等に関する情報発信
- ・「とちぎの星」の情報発信 等

## オールとちぎによる取組の展開

県民

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

- ・「とちぎの百様」「とちぎの慣習・ことば集」を活用した郷土愛の醸成
- ・とちぎふるさと学習等を通じた児童生徒のとちぎへの愛着と誇りの醸成
- ・SNSを活用した県民自らの発信を促す場づくり
- ・地域課題解決やブランド開発の取組を通じた人材育成

とちぎブランド力向上会議

官民連携し、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・検証を実施

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、総合的な調整機能を発揮
- ・とちぎブランド戦略庁内連絡会議の開催による連携体制強化

**VERY GOOD LOCAL**  
とちぎ

地域ブランド力(魅力度)全国順位

目標値

令和2年

**25位以内**

県民愛着度

目標値

令和2年

**80%以上**

**すべての分野で選ばれるとちぎ**

5年間の取組の検証と課題の整理

次期ブランド取組方針(仮称)の策定

○策定スケジュール(案)

- |        |                  |        |                             |
|--------|------------------|--------|-----------------------------|
| 5月20日  | 第1回とちぎブランド推進本部   | 11月    | 第2回とちぎブランド推進本部(次期取組方針素案の決定) |
| 5月～10月 | とちぎブランド力向上会議での検討 | 12月～1月 | パブリックコメントの実施                |
|        |                  | 2月     | 第3回とちぎブランド推進本部<br>次期取組方針の決定 |