

とちぎブランド力向上会議の意見等の反映状況について

※【】内は資料 2-2 に掲載した箇所

■ とちぎブランド力向上会議で出された意見等

(1) 発信に関する意見

本当に順位を上げたいと思っているのであれば、実験的にでも関西圏への発信に取り組んでみるべきではないか。 等

【新たな取組】

- ・ 関西圏プロモーションの実施 【戦略的な情報発信（以下「情報」と記載）-No1】
大阪駅周辺におけるイベント開催（7 月上旬）、大阪市内街頭ビジョン（梅田・なんば）による PR 動画の放映（6 月中旬～7 月中旬）
- ・ 関西圏メディアへの働きかけの実施【情報-No1】
- ・ 「とちぎのいいもの商談会 in 大阪」の開催等【情報-No19】
- ・ 「とちぎ企業立地・魅力発信セミナー in 大阪」におけるトップセールスの充実【情報- No19】
- ・ 関西圏における「いちご王国」情報発信ブースの設置 【情報-No33】
- ・ 関西圏における県産農産物の食材展示会、トップセールスの実施、消費者需要動向調査等【情報-No34】

(2) インバウンド対策に関する意見

国内も重要だが、インバウンドにもっと注力して欲しい。多言語化等、対策を講じる必要がある。 等

【新たな取組】

外国人向け観光周遊ルートの開発及び P R 動画の作成等【情報-No28】

- ・ 外国人向け周遊ルート開発及び周遊観光 P R（動画・海外 WEB）
- ・ 富裕層向けホテルのコンシェルジュ招請、説明会開催

外国人観光客の更なる滞在環境及び満足度向上のための取組

【地域資源の磨き上げ（以下「磨き」と記載）-No35】

- ・ ICT を活用した多言語案内整備
 - ・ 外国語対応人材の拡充
 - ・ 多言語コールセンターの整備
- 訪日観光客向けサイトによる県産農産物 PR・現地需要拡大【情報- No36】

(3) 「食」の魅力発信に係る意見

「食」が弱い。「食」のブランディングや発信、開発などを行っていくべきでは。 等

【新たな取組】

- ・ 首都圏イベントにおける栃木県産品コラボメニューの提供【情報-No1】
- ・ 「フードバレーとちぎ」の全国に向けた情報発信や「売れる」商品づくり支援による新商品開発の促進【磨き-No23】
- ・ 関西圏における「いちご王国」情報発信ブースの設置（再掲）
- ・ 関西圏における県産農産物の食材展示会、トップセールスの実施、消費者需要動向調査等（再掲）