

栃木県ブランディング推進方針2026-2030（素案）【概要版】

策定の趣旨	本県の現状と課題を踏まえ、時代の変化に的確に対応し、地域ブランドの更なる向上、ひいては本県全体の地域活性化に資することを目的とするもの	現状と課題	(1) 消費者に選ばれる県産品づくり 「いちご王国・栃木」の認知度は格段に上がったが、その他の県産品等については認知度が低いものもあり、消費者等に選ばれるためには更なる認知度向上や販売力強化等が必要である
位置付け	・栃木県におけるブランディングに関する施策を推進する上での基本方針 ・次期プランを踏まえ、各分野の計画等と整合・連携を図った内容とする		(2) 強みを生かした戦略的な観光地づくり 観光消費額は過去最高を記録したが、日帰り客が多く1人当たりの消費単価が低いことから、滞在時間の長期化や観光サービスの高付加価値化等を図るとともに、国内外からの一層の誘客促進に取り組む必要がある
期間	令和8(2026)年度～令和12(2030)年度（5年間）		(3) 移住・定住につながる地域づくり 若い世代を中心に転出超過の状況が続き、近年は人口減少幅が拡大傾向にある。本県が移住・定住をはじめ各分野から選ばれるためには、県民のふるさとへの愛着や誇りを醸成するほか、国内外での本県の「認知度」を高めていく必要がある

地域ブランドの定義	その地域に存在する自然、歴史・文化、食、観光地、特産品、産業などの地域資源の「付加価値」を高め、他の地域との差別化を図ることにより、市場において情報発信力や競争力の面で比較優位を持ち、地域住民の自信と誇りだけでなく、旅行者や消費者等に共感、愛着、信頼、満足をもたらすもの	目指す姿	LOVE & PRIDE ～国内外から選ばれる栃木県～	
目的	地域ブランド力を向上させることにより、本県地域の活性化に資すること	ブランディング推進の方向性	1 とちぎへの愛着・誇りの醸成	2 「栃木ファン」の強化・拡大
戦略	栃木県が選ばれるため、多様な地域資源の付加価値を高めるとともに、情報発信をはじめとした戦略的なプロモーションに注力する			

重点分野	(1) 消費者に選ばれる県産品づくり	(2) 強みを生かした戦略的な観光地づくり	(3) 移住・定住につながる地域づくり
目指す将来像	県産品の販路開拓や輸出の拡大、企業の海外展開など、稼ぐ力が育まれ、生活に豊かさがもたらされています	「訪れてよし、稼いでよし、住んでよし」三方よしの観光立県とちぎとして、観光産業が発展していきます	国内外にとちぎの魅力と知名度が広く浸透し、県民がふるさとに愛着と誇りを持つとともに、多くの人が、とちぎを訪れたい、とちぎに住みたい・住み続けたいと思っています
成果指標 ＜基準年、基準値＞	① 県ブランド産品「とちあいか」の認知度 ＜2024年 55.6%＞	③ 観光消費額 ＜2024年 9,656億円＞	④ 農村地域における交流人口 ＜2024年 1,929万人＞
	② 農産物輸出額 ＜2024年 8億2,400万円＞		⑤ 県及び市町で受けた移住相談件数 ＜2024年 9,633件＞ ⑥ 県民愛着度 ＜2025年 73.8%＞
	【目標】 各指標の数値の最大化を目指す		
主な取組	○県産品のブランド力向上 ➢ 新たな統一ロゴマーク等を活用した県産農産物のプロモーションの促進 ➢ 観光事業者等との連携による県産農産物のイメージの向上や首都圏や関西圏における販路拡大の推進 ○県産品・県産農産物の輸出促進 ➢ 輸出対象国・地域に応じた効果的なプロモーションの実施 ○県内企業の海外展開支援 ➢ 「ジェトロ栃木貿易情報センター」等との連携による輸出に取り組む企業への支援	○持続可能な観光地づくりの推進 ➢ 観光客の満足度を高めるための「おもてなし」向上 ○国内外からの観光客の誘客促進 ➢ データ分析を用いたマーケティング強化やAIを活用したプロモーションの推進 ➢ SNS等を利用したデジタルプロモーションとイベント出展等を通じたリアルプロモーションの展開 ➢ ナイトタイムエコノミーや体験型コンテンツを活用した滞在時間の長期化に向けた取組促進	○とちぎへの愛着・誇りの醸成や「栃木ファン」の強化・拡大 ➢ 栃木県に対する好意的な評価につながる、ターゲットの心理や行動に合わせた戦略的なプロモーションの展開 ○移住・定住の促進 ➢ デジタルツールの活用によるとちぎでの暮らしや移住、地域とのつながりづくりに関する戦略的情報発信 ➢ 多様なニーズに応じた、柔軟かつ的確な相談体制の構築による移住・定住の促進 ○文化・スポーツ等の地域資源を活用した地域づくり ➢ 栃木県スポーツコミッションを中核とした全国大会等の大規模大会や各種スポーツ合宿の積極的な誘致等による交流人口の拡大