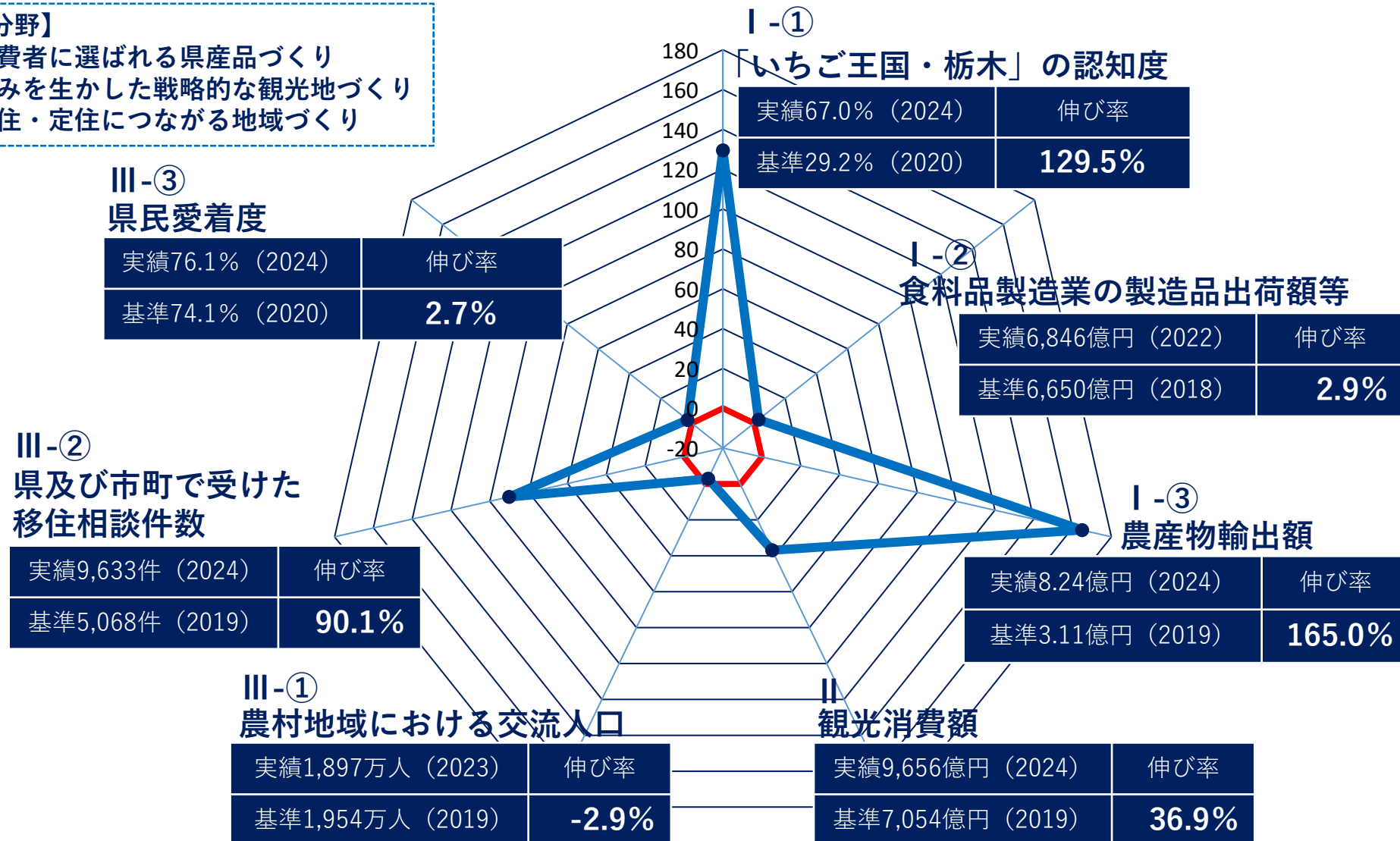


【栃木県ブランディング推進方針の7つの成果指標】 基準に対する伸び率により、取組の成果を確認する。

【重点分野】

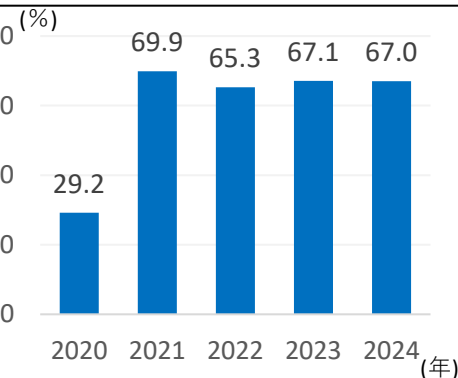
- I 消費者に選ばれる県産品づくり
- II 強みを生かした戦略的な観光地づくり
- III 移住・定住につながる地域づくり



『「いちご王国・栃木」の認知度』、「農産物輸出額」、「観光消費額」、「県及び市町で受けた移住相談件数」は大幅な伸びとなった一方、それ以外の指標については基準年とほぼ同程度であった

I 消費者に選ばれる県産品づくり

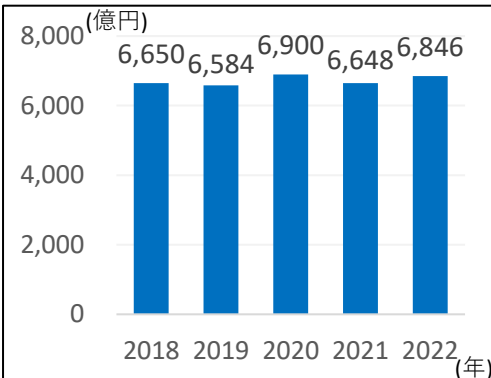
I-① 「いちご王国・栃木」の認知度



2020→2024伸び率

129.5%

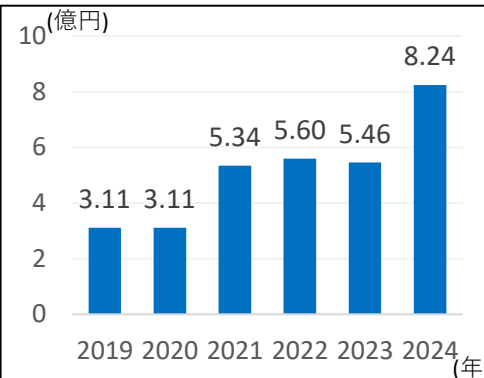
I-② 食料品製造業の製造品出荷額等



2018→2022伸び率

2.9%

I-③ 農産物輸出額

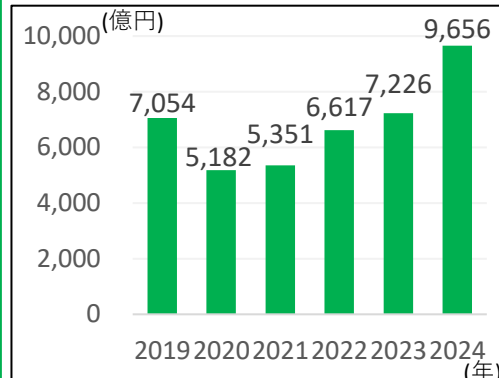


2019→2024伸び率

165.0%

II 強みを生かした戦略的な観光地づくり

II 観光消費額

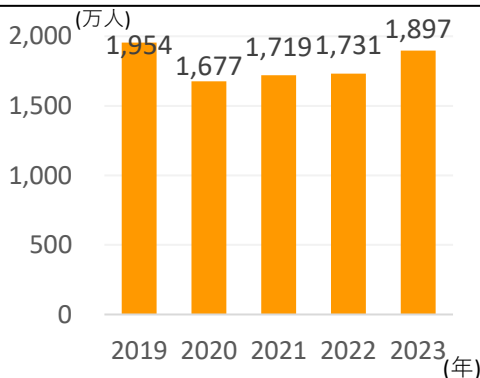


2019→2024伸び率

36.9%

III 移住・定住につながる地域づくり

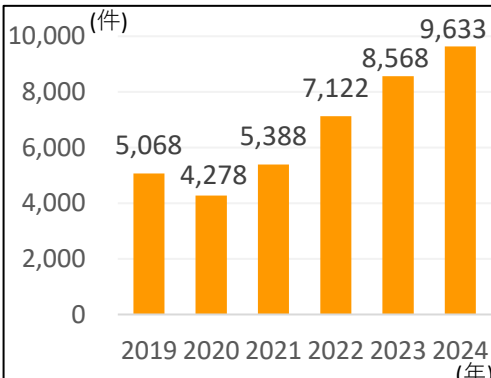
III-① 農村地域における交流人口



2019→2023伸び率

-2.9%

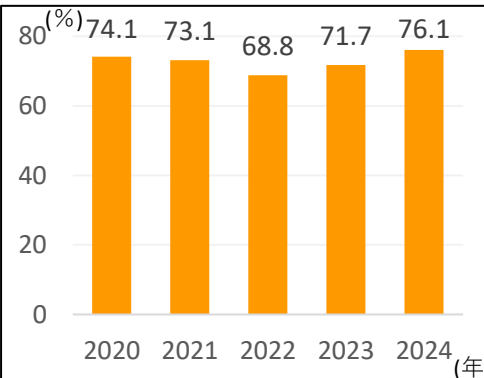
III-② 県及び市町で受けた移住相談件数



2019→2024伸び率

90.1%

III-③ 県民愛着度



2020→2024伸び率

2.7%

「農産物輸出額」や「県及び市町で受けた移住相談件数」などは順調な伸びとなった

「農村地域における交流人口」は、新型コロナウイルス感染症等の影響により一時減少したが、直近では回復傾向にある

「県民愛着度」は昨年度初めて基準値を上回った

I 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まだ認知度が低いものもあり、消費者等に選ばれるためにはさらなる認知度向上や販売力強化等が必要である。

II 強みを生かした戦略的な観光地づくり

本県の観光消費額の大宗を占める国内観光客や、今後増加が見込まれる訪日外国人旅行客に対応するため、国内・海外ともにより一層の誘客促進の取組が必要である。

III 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、県外・海外での本県の「認知度」を高めていく必要がある。