事例No.	2065
公表年度	R4
団体の属性	都道府県
団体名	栃木県

事例区分	DX

タグ	・移住定住 ・人材確保・育成 ・ICT

事例種類	労働

事例内容・タイトル

デジタルマーケティングを活用したとちぎの暮らし・仕事魅力発信

出典

地域社会のデジタル化に係る参考事例集【第2.0版】

85 デジタルマーケティングを活用したとちぎの暮らし・仕事魅力発信【栃木県】

事業の概要

○ 栃木県では、県内大学生等に栃木で暮らし働くことの魅力や県内企業に関する情報を効果的・効率的に届け、県内定着を促進するため、デジタルマーケティングを活用したPRを行っている。

○ 実際に栃木県に住み・働く若者のインタビュー記事を県のHPに掲載した。

○ 併せて、若手社員の暮らし・仕事のイメージ動画をYouTube広告で配信するとともに、Googleのバナー広告を実施した。

【広告による誘導の流れ】



【参考情報①】 人口：193.1万人
関連URL：https://verygoodlocal-tochigi.jp/tochigist/index.php

【参考情報②】地方創生推進交付金（内閣府）とは
URL：https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/souseikoufukin.html

もっと知りたい！ 担当者にインタビュー



取組の経緯・きっかけを教えてください。

（総務省）

栃木県では、20代前半を中心に若い世代において東京圏への転出が顕著であり、県内大学生・短大生の県内就職率は半数を下回る状況でした(2019年46.3%)。

そこで、デジタルマーケティングを活用し、県内大学生等に向け、栃木県にも首都圏と同様の仕事があることや東京ではできない仕事が栃木県にあることを伝え、栃木県を就職先の現実的な選択肢として意識付けることで、地元への定着を促進させるという構想に行きつきました。



（栃木県）



導入又は実証時において、国又は都道府県の支援制度（人的支援や技術提供、補助金等）を活用しましたか？

事業化に当たっては、内閣府の地方創生推進交付金を活用しました。





これから事業を考えている自治体に向け、一言お願いします。

目標を達成するための広告種類別のターゲット分類や比重、実施時期の具体的な配信設定について、各種現状分析を行い、事業効果を最大化する観点から、関係者と連携し決定していくことが重要ではないでしょうか。



★担当：栃木県総合政策部 総合政策課★

令和3年度事業費　7,000千円
（うち、地方創生推進交付金（内閣府）　3,500千円）