

都市ブランドの確立

【政策審議室】

1 事業の目的

厳しい地域間競争の中で、地域内外におけるイメージアップや他の自治体との差別化を図るため、本市内外の人・企業などにアピールできる総合的な「宇都宮ブランド」を確立し、積極的に発信していくための各種取組を戦略的に推進する。

2 事業概要

全市的な観点からの情報収集・発信等による都市ブランド化の仕組みづくりや、各産業分野でバランス良く底力を高め一層の厚みを持たせるための個別地域資源のブランド化の構築に全市一体で取り組む。

(1) C I*戦略の推進

- ・戦略推進のベースづくり
⇒推進指針の策定，推進体制の構築
- ・C I(キャッチコピー等)の作成，発信
⇒全市で共有できるC Iの作成，C Iを活用した各種プロモーション活動 等

*C I…シティアイデンティティ。企業がもつ特徴や理念を簡潔に表したもので，ブランド名称やロゴなどを指してコーポレートアイデンティティというが，これを宇都宮版に転じてシティアイデンティティとするもの。

(2) シティセールスの強化

- ・シティセールス活動団体等のネットワーク化
- ・情報発信手法の研究，活用，評価
- ・新たな個別地域ブランドの掘り起こし

(3) 情報収集・発信の拠点づくり

- ・全国的な情報収集・発信（アンテナショップなど）を行う拠点の整備

3 事業スケジュール

- | | |
|---------|--------------------------------------------------------------------------|
| 平成20年度 | ・推進体制の構築，推進指針の策定，（仮称）プロモーショングループの結成，民間ネットワークの形成（H20～），C I(キャッチコピー等)原案の検討 |
| 平成21年度 | ・C Iの作成，C Iを活用したプロモーション活動（H21～） |
| 平成22年度～ | ・情報収集・発信の拠点整備 |