

宇都宮ブランド戦略の推進

【政策審議室】

1 事業の目的

都市間競争が激化する中、市内外の多くの人や企業に選ばれ、100年先も持続可能な都市として発展し続けるため、全市一丸となって本市の価値や魅力を高める都市ブランド戦略を進めることにより「宇都宮ブランド」の確立を目指す。

2 事業概要

(1) 事業のターゲット

市内、市外の人たちの両方

※特に市外については、当面は、首都圏をメインとした東日本

(2) 宇都宮ブランド確立に向けた取組

市民や企業、行政が、本市の魅力を再認識し、一体的に市内外に広く発信・売込みを行い、宇都宮の認知度を総合的に高めていくことが必要であることから、「認知」「信頼」「愛着」の3ステップにより進めていく。

第1ステップ「認知」

市民ボランティアの活動の支援や、本市のブランド・メッセージ「住めば愉快だ宇都宮」の民間活用促進など、市民や企業と一体となった取組や、各種メディアを活用した効果的な情報発信など、宇都宮の魅力や愉快さの「認知」向上を図るための取組を積極的に推進する。

第2ステップ「信頼」

本市に対するイメージや期待を裏切らないようにするため、魅力磨きや魅力の発掘などの努力を継続するとともに、それらも含めて良好な本市のイメージなどを絶えず発信し続けながら、市内外からの「信頼」の獲得を目指す。

・信頼度向上に向けた取組の検討

⇒市民や来街者に多様な個別ブランドの魅力を体感・共感してもらうための取組等

第3ステップ「愛着」

市内の人や企業が「宇都宮」に対して自信や誇りを持つようになるとともに、市外の人や企業に何度も訪れたい、継続的に活動したいと思ってもらえるよう、常に「宇都宮ブランド」の品質の維持向上のための努力を続けながら、宇都宮に対する「愛着」の獲得を目指す。

〔具体的な取組〕

平成 2 1 年度

- ・ 市民ボランティア活動支援（H21.6～）
⇒「創造ボランティア」の活動支援
- ・ 公式HP「宮カフェ」の運営（H21.3～）
⇒情報発信の場としての機能の更なる充実
- ・ 認知度・信頼度向上に向けた活動（H21.4～）
⇒市内向けイベント（個別ブランドと連携したイベント等）、市外向けイベント（「ふるさと祭り東京」等の首都圏イベント等への参加等）、各種PRグッズ等の作成等
- ・ 戦略的情報発信（H21.3～）
⇒首都圏メディア等に働きかける広報活動の実施
- ・ 宇都宮アンテナショップ「宮カフェ」の運営支援（H21.11～）
⇒補助金の支出（運営主体：宇都宮商工会議所）

平成 2 2 年度

- ・ 認知度・信頼度向上に向けた活動（H22.4～）
⇒プロモーション大使選定等の検討、宇都宮をPRするためのCMの公募・放映、交通広告など様々な広報媒体を活用したPR等
- ・ 進捗状況調査（H22.10）
⇒市民及び県外在住者に対する意識調査の実施

3 事業スケジュール

平成 2 2 年度	公式HP「宮カフェ」運営
	認知度・信頼度向上に向けた活動
	市民ボランティア活動支援
	戦略的情報発信
	進捗状況調査