

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 令和8年度第1回<br>宇都宮ブランド推進協議会 | 資料2 |
| 令和8年7月6日                 |     |

# 令和8年度 宇都宮ブランド戦略の取組について

# 1 「宇都宮ブランド戦略」における指標

## ◎ 施策ごとの評価指標(※別紙参照)

PDCAサイクルに基づく、実効性の高い事業を検討・実施していくため、施策ごとの評価指標を設定し、毎年度、進捗を管理

| ステップ | 施策  | 主な対象   | 施策の評価指標※<br>(R9)                                        | ゴールとなる指標<br>(R12)                                                                                                                                           |
|------|-----|--------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 愛着   | 共創  | コアファン  | ・ 移住定住に関する相談のうち実際に本市に移住した人の数<br>332人/年 以上               | ・ 宇都宮を「好き」と感じる市民の割合<br>50%以上<br><br>・ 宇都宮を「好き」「どちらかという好き」と感じる市民の割合<br>96.7%<br><br>・ 本指標と併せ、「観光入込客数」の結果等を参考指標として取り扱う<br>令和9年度までに1,500万人<br>(第3次宇都宮市観光振興プラン) |
|      | 支援  |        |                                                         |                                                                                                                                                             |
| 信頼   | 活性化 | ファン    | ・ 愉快ロゴの制作数(累計)<br>1,750件<br>・ 移住定住に関する相談件数<br>642人/年 以上 |                                                                                                                                                             |
|      | 共感  | 興味・関心層 | 宇都宮愉快市民の人数(累計)<br>10,000人                               |                                                                                                                                                             |
| 認知   | 発掘  | 潜在層    | ・ SNS（ミヤリー、アライアンス、miyacome）のフォロワー数(合計)<br>22,500人       |                                                                                                                                                             |

◎ 令和8年度の新規・拡充事業（別紙）

令和7年度の課題を踏まえ、下記の取組を実施

※施策一覧より抜粋

コアファン  
(支援・共創)

ファン  
(活性化)

興味関心層  
(共感)

潜在層 (発掘)

市民等の  
態度変容

| ステップ | 施策    | 主な対象者 | プロジェクト |        |    |        |        |        | 7<br>重点 | 8<br>重点 | 事業                                  |
|------|-------|-------|--------|--------|----|--------|--------|--------|---------|---------|-------------------------------------|
|      |       |       | 都<br>ブ | 愉<br>快 | PM | 移<br>相 | 移<br>促 | ふ<br>る |         |         |                                     |
| 愛着   | 共創・支援 | コアファン |        |        |    |        | ◆      |        |         |         | (7) 移住者等交流会 (拡充)                    |
| 信頼   | 活性化   | ファン   | ◆      | ◆      |    |        | ◆      | ◆      |         | ◎       | (6) NFTを活用した市内外コアファンの獲得 (新規)        |
|      | 共感    | 興味関心層 | ◆      |        |    |        |        |        |         | ◎       | (5) ミヤリープロジェクト (拡充)                 |
|      |       |       |        |        |    |        | ◆      |        |         |         | (4) 移住者インタビュー (拡充)                  |
|      |       |       |        |        |    |        |        | ◆      |         |         | (3) 地域活性化起業人の起用 (新規)                |
| 認知   | 発掘    | 潜在層   | ◆      |        |    |        |        |        | ◎       | ◎       | (2) 公式HPリニューアル・SNSによる情報発信 (拡充)      |
|      |       |       |        |        | ◆  |        |        |        |         | ◎       | (1) 山手線等を活用した東京圏におけるプロモーションの実施 (新規) |

【ご意見いただきたいこと】

- ・ 今年度・今後の取組において、不足している視点や強化すべき取組はあるか。
- ・ それぞれの立場で、本市ブランド戦略の推進に向け、連携いただけることはあるか。

## 2 令和8年度 宇都宮ブランド戦略の主な取組

### (1) 山手線等を活用した東京圏におけるプロモーションの実施【新規】

認知

- 本市の認知拡大やイメージアップを図り、関係人口の創出・拡大、移住・定住の促進につながるため、メディア露出などの話題性が期待できるとともに、「本市の住みやすさ」や「充実した子育て環境」等の魅力を繰り返し訴求することができるADトレイン（山手線1編成の広告ジャック）を11月に実施予定

ADトレイン（車体・車両内イメージ）



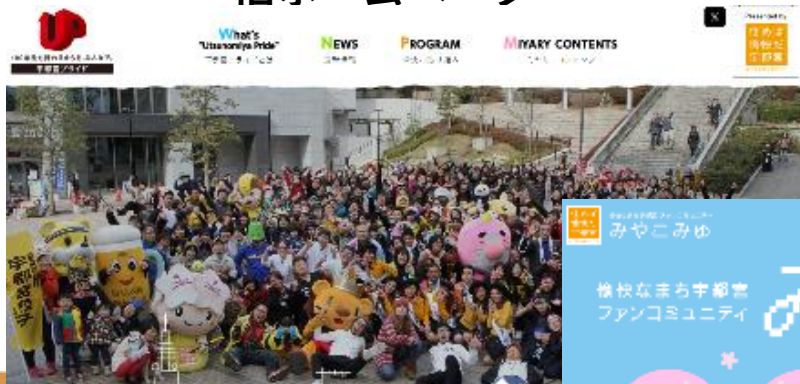
## 2 令和8年度 宇都宮ブランド戦略の主な取組

### (2) 公式HPリニューアル・SNSによる情報発信【拡充】

認知

- 若者をメインターゲットに宇都宮の「愉快」の認知拡大を図り，更なる愉快市民（宇都宮ファン）の獲得につなげるため，宇都宮ブランディングアライアンスホームページを8月にリニューアル予定  
※ 宇都宮ブランドアドバイザーの「植野 広生 氏」からの助言等をいただきながら，制作

旧ホームページ



新ホームページ



愉快的魅力を伝えるコンテンツ



愉快な人



愉快的仲間



<宇都宮ブランドアドバイザー>

宇都宮ブランド戦略について、  
地域ブランディングやシティプロモーション等の専門的見地から助言

若者の興味関心を引く「平成レトロ」のデザイン  
を取り入れた愉しそうなサイトビジュアル

## 2 令和8年度 宇都宮ブランド戦略の主な取組

### (3) ふるさと納税（地域活性化起業人の活用）【新規】

認知

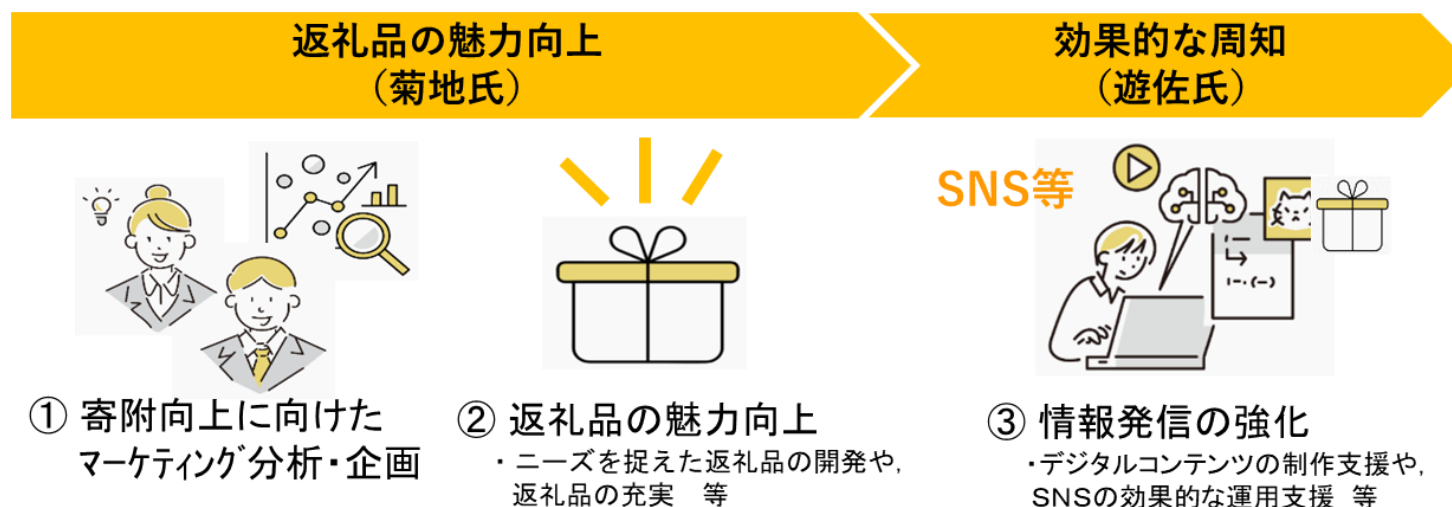
信頼

- ふるさと納税の更なる寄附促進を図るため、マーケティングやデジタルプロモーションなどに精通する「菊地 哲哉」氏と「遊佐 智明」氏の2名を「地域活性化起業人」として委嘱し、民間のノウハウを効果的に活用しながら、返礼品の魅力向上や、SNS等を活用した効果的な周知を実施



委嘱式

#### 地域活性化起業人の取組イメージ



本市に対する  
ふるさと納税者の確保

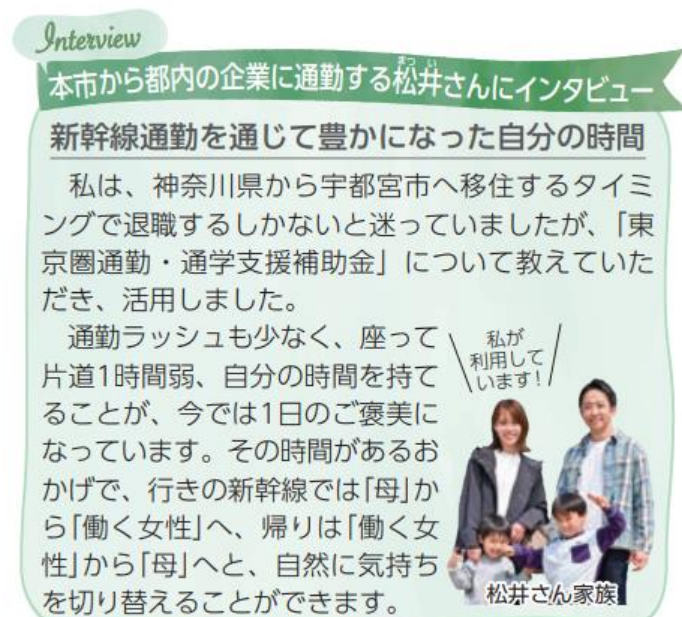
## 2 令和8年度 宇都宮ブランド戦略の主な取組

### (4) 移住者インタビュー【拡充】

信頼 愛着

- 移住検討者の移住前後のギャップや不安の解消など、移住検討熟度の深化を図り、更なる移住定住の促進につなげるため、移住定住応援サイトや広報紙などにおいて、先輩移住者の宇都宮での「暮らし」などを発信。 **記事掲載件数を拡大（R7：5件⇒R8：8件）**

#### 移住者インタビュー記事



## 2 令和8年度 宇都宮ブランド戦略の主な取組

### (5) ミヤリープロジェクト【拡充】

認知 信頼

- ミヤリー生誕20周年の記念の時機を捉え、宇都宮市公式マスコットキャラクターミヤリーの更なる認知拡大やファン化を図るため、様々なイベントへの出演やデザインマンホールの設置などを展開

#### ① ミヤリー生誕20周年記念イベント

5月開催の「フェスタmy宇都宮2026」において、ステージでのパフォーマンスや、特設ブースでの握手会、記念撮影、記念ステッカーの配布を行い、来場者と生誕20周年を祝福

#### ② ミヤリーマンホール蓋の設置

9月にJR宇都宮駅近くに設置するとともに、12月にマンホールカードを発行する予定

ミヤリーマンホール

20周年記念イベント（フェスタmy宇都宮2026）



## (6) 愉快市民証のデジタル化（NFTの活用） 【新規】

認知 信頼

- 愉快市民の更なる獲得に向け、8月に申請・登録の簡易化（愉快市民証のデジタル化）を図るとともに、ホームページだけでなく、市内外のイベント等と連携しながら、周知を強化

**<現状>**

宇都宮愉快市民参加申込書

|                      |                                                          |    |
|----------------------|----------------------------------------------------------|----|
| フリガナ                 | 氏名                                                       | 年齢 |
|                      |                                                          | 歳  |
| 住所                   | 〒 -                                                      |    |
| 電話番号                 | ※携帯電話など他線に連絡がつく番号をご記入ください。FAX番号                          |    |
| メールアドレス              |                                                          |    |
| 私の活動                 | ★「私は、毎日餃子を食べます！」など宇都宮をもっと愉快にする、あなたの独自の活動を記入して下さい！        |    |
| HPIについて              | ■氏名(ニックネームも可)の提出を希望 します・しません<br>※○で囲んでください<br>ニックネーム名( ) |    |
| 18歳未満の方は下記           | ■「私の活動」の提出を希望 する・しない ■顔写真の提出を希望 する・しない                   |    |
| 保護者同意欄               | 保護者連絡先                                                   |    |
| 「愉快市民」を<br>何で知りましたか? | ※HP宇都宮ガイド、愉快なラジオ、新聞・雑誌、知人・友人の紹介など                        |    |

※ご登録いただいた個人情報は「宇都宮ブランディングライセンス」で登録管理し、登録、連絡業務などの本事業推進の目的に限り、使用します。個人情報に関しては上記一応に同意されたこととして、申し込みを受け付けます。

**愉快市民**

只今の愉快市民 9449人

**愉快市民大募集**

宇都宮愉快市民のご紹介はこちらをご覧ください

応募資格

「宇都宮が大好きで、宇都宮を愛用したい」という思いをもち、宇都宮を「愉快市民」として認定し、愉快市民証を受け取ります。宇都宮を盛り上げたいと考えている人なら誰でも宇都宮に在りなくともOKです。ご自身のPR活動も考え、宇都宮の愉快（楽し・愛し）を周知し、そして喜びを伝えるのがミッションです。応募してくださる方を大募集し、お喜びをお申し込みください。

**<デジタル化後>**



イベント会場などでQRを読み込むだけで、愉快市民の申請・登録が完了



住めば愉快だ 宇都宮市 UTSUNOMIYA CITY

宇都宮愉快市民証

餃子を毎日食べます！

宇都宮 太郎

UTSUNOMIYA YUKAI CITIZEN

宇都宮愉快市民証 GET

愉快なミッション

愉快な情報

今後、愉快市民同士が相互に情報を交換できるツールの構築や、実際に愉快市民同士が交流できるファンミーティングの開催などを検討していく。

## 2 令和8年度 宇都宮ブランド戦略の主な取組

### (7) 移住者交流会【拡充】

信頼

愛着

- 移住後の暮らしや地域コミュニティなどにおける不安の解消を図り、シビックプライドの醸成による定住促進につなげていくため、気軽に先輩移住者などと意見交換や相談、移住者同士で会話ができる移住者交流会を開催。開催数を拡充（R7：3回⇒R8：5回）

移住者交流会の様子（イメージ）



### 3 事業スケジュール（新規・拡充事業）

|    |      |                         | 4月              | 5月 | 6月                               | 7月                    | 8月               | 9月                | 10月               | 11月             | 12月       | 1月               | 2月        | 3月 |  |
|----|------|-------------------------|-----------------|----|----------------------------------|-----------------------|------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------|------------------|-----------|----|--|
| 愛着 | 共創支援 | 移住者交流会                  |                 |    | ▼<br>交流会①                        |                       | ▼<br>交流会②        |                   | ▼<br>交流会③         |                 | ▼<br>交流会④ |                  | ▼<br>交流会⑤ |    |  |
|    |      | 活性化                     | 愉快市民証のデジタル化     |    |                                  | ▼<br>契約               |                  | ▼<br>デジタル化        | ← イベント等と連携，登録促進 → |                 |           |                  |           |    |  |
| 信頼 | 共感   | ミヤリープロジェクト              |                 |    | ▼<br>20周年記念イベント<br>(フェスタmyうつのみや) |                       | ▼<br>ミヤリーマンホール設置 |                   |                   | ▼<br>マンホールカード配付 |           | ▼<br>二十歳を祝う大人の集い |           |    |  |
|    |      | 移住者インタビュー               |                 |    |                                  | ▼<br>契約               | ← インタビュー・記事掲載 →  |                   |                   |                 |           |                  |           |    |  |
|    |      | ふるさと納税<br>(地域活性化起業人の起用) |                 |    | ▼<br>委嘱                          | ← 返礼品の開発・SNSマーケティング → |                  |                   |                   |                 |           |                  |           |    |  |
| 認知 | 発掘   | 公式HPリニューアル・SNSによる情報発信   | ← ホームページ検討・制作 → |    |                                  |                       |                  | ▼<br>HPリニューアルオープン |                   |                 |           |                  |           |    |  |
|    |      | 山手線等を活用した東京圏におけるプロモーション |                 |    |                                  | ▼<br>プロポーザル審査<br>契約   |                  |                   |                   | ▼<br>ADトレイン等の実施 |           |                  |           |    |  |