

令和7年度 行政評価 施策カルテ

施策名	1	個性豊かな観光と交流の創出	施策主管課	観光MICE推進課	総合計画 記載頁	103
-----	---	---------------	-------	-----------	-------------	-----

1 施策の位置付け

政策の柱	IV	魅力創造・交流の未来都市	政策	8	地域資源を守り、活用した賑わいと活力ある社会の実現	関連するSDGs目標	
------	----	--------------	----	---	---------------------------	------------	--

政策目標	餃子や大谷、スポーツイベントをはじめとした多彩な観光資源の発掘・磨き上げに加え、MICEの推進を通じて、国内外から多くの来訪者が訪れています。官民一体となって来訪者の受け入れを行うことにより、様々な目的を持った来訪者が多彩な観光を満喫し、市内の地域経済が循環しています。 市民が質の高い文化・芸術に触れる機会の更なる創出により、次代の専門的人材が育まれるとともに、市民が郷土の歴史文化に誇りや愛着を持ち、魅力的な宇都宮文化が創造・発信され、地域の活性化が図られています。
------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2 施策の取組状況

施策の方向性	県内外の都市と連携し、観光資源の発掘や磨き上げを行いながら、外国人をはじめとする観光客のトレンドを的確に捉えた観光プロモーションを推進します。 観光地大谷の更なる活性化に向けて、周遊機能の強化や観光施設の立地促進などを進めます。 観光客が快適に市内を観光し満足できるよう、おもてなしの充実に取り組みます。
--------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

① 施策指標	指標名(単位)	R5	R6	R7	R8	R9 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移							評価	
								満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない			
産出指標	年間の観光入込客数(万人)	目標値	1,180	1,328	1,476	1,488	1,500	A								A
	基準値(R3)	894	実績値	1,270	1,574											
	目標値(R9)	1,500	単年度の達成度	107.6%	118.5%											
	大谷地域への観光入込客数(万人)	目標値	80	90	100	110	120	A								
	基準値(R3)	47	実績値	76	92											
	目標値(R9)	120	単年度の達成度	95.0%	102.2%											
成果指標	観光消費額(億円)	目標値	716	806	896	912	930	A	③ 主要な構成事業の進捗状況 ※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照							B
基準値(R3)	594	実績値	1,029	1,142												
目標値(R9)	930	単年度の達成度	143.7%	141.6%												
【参考指標】	観光客入込客数/市民1人	中核市水準比較	中核市平均	13.1	20.9										評価の組合せ 指標 評価	
	本市実績	17.3	17.6													
	本市順位	9位/56市中	12位/57市中													
	※ 評価の考え方	① 施策指標(産出指標)(成果指標)	A: 達成度100%以上 [25点]	B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	C: 達成度70%未満 [15点]	産出指標	A									
② 市民意識調査結果(満足度)	A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-5pt以下) [15点]	成果指標	A											
③ 主要な構成事業の進捗状況	A: 計画以上(構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	B: 計画どおり(主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	C: 計画より遅れ(構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	市民満足	A											
総合評価	順調: A評価が2つ以上(C評価がある場合を除く) [90点以上]	概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]	やや遅れ: C評価が2つ以上(A評価が2つある場合を除く) [75点未満]	構成事業	B											

※『① 施策指標』の単年度の達成度の計算について
 ★ 逓増型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの) ... (実績値/目標値) × 100 (%)
 ★ 逓減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの) ... (目標値/実績値) × 100 (%)

施策の評価・分析 (現状とその要因の分析)		総合評価
施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> 国は、令和5年3月に、「観光立国推進基本計画」を策定し、持続可能な形で観光立国の復活に向け、「訪日外国人旅行消費額5兆円」や「国内旅行消費額20兆円」等の目標を掲げ、持続可能な観光地域づくりやインバウンド回復、国内交流拡大に取り組んでおり、国内旅行消費額がコロナ禍前の水準に戻ってきていることや訪日外国人旅行者数が過去最高を記録するなど、全国的に観光誘客が活況を呈している。 本市においては、デジタルを活用した観光プロモーションを実施するほか、市内でのMICE開催の誘致を強化や大谷地域の拠点である「大谷コネク」を核とした新たな賑わいの創出等、積極的な誘客促進を行った結果、観光入込客数や観光消費額が増加しているところである。 引き続き、多くの人々に来訪し本市の魅力を感じてもらえるよう、効果的な誘客促進やアフターコンベンションにつなげていくため、「第3次宇都宮市観光振興プラン」に基づき、デジタルを積極的に活用しながら、事業者が主体となる宇都宮観光推進委員会や中核的観光振興組織である宇都宮観光コンベンション協会を中心に、全国に認知度の高い餃子やライトラインなどの地域資源を活用してエリア毎のブランディングによる観光資源の発掘・磨き上げや観光プロモーションに取り組んでいく必要がある。 	95点
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> 首都圏若年層の興味を掻き立てるPRを行えるよう、全面リニューアルした宇都宮観光コンベンション協会ホームページにおいて、効果的な首都圏若年層向けの市民参加型情報発信の仕組みである市民ライター制度を導入したほか、本市の魅力である“食”を伝えるため、地元飲食店の情報を効果的に発信している事業者と連携した飲食店情報を活用するなど、本市特有の観光プロモーションに取り組んだ。また、宇都宮観光推進委員会において、中心市街地や北西部における周遊促進にも取り組み、誘客促進や滞在時間の延長による観光消費額の増加に寄与するとともに、大谷地域における新たな賑わいの創出や大谷石文化の認知度の向上による観光入込客数の増加に寄与したことで、目標値を達成した。 	
市民満足度	デジタルを活用した観光プロモーションに取り組むほか、宇都宮観光推進委員会などの関係団体と連携し、まちなかや北西部において、周遊促進事業を展開し、様々な観光誘客に取り組むとともに、餃子や大谷をはじめとした本市の魅力がテレビなどのマスメディアに取り上げられることで、ターゲットである若年層に向けた、来訪意欲の醸成や話題性の獲得はもとより、本市の魅力向上につながり、市民満足度の向上に大きく寄与した。	順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P ・ 戦略事業 ・ SDGs	事業の目的	事業内容		事業の 進捗	R6 事業費 (千円)	開始 年度	日本一 施策 事業	「①昨年度の評価(成果や課題)」と「②今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	観光宣伝事業 観光セールス強化事業		各種媒体を活用しながら本市の魅力ある観光情報の発信を行うとともに、自治体や観光関係団体と連携しながら、時期を捉えた首都圏等でのプロモーション等により情報発信を行うことで、本市への誘客促進を図る	首都圏及び新幹線沿線都市を中心とした、本市外に在住する方	・首都圏在住の若年層に向けに協会HPやSNSを活用した情報発信 ・本市来訪の契機とするためのトップセールス、メディアの活用、キャンペーンキャラバンを実施 ・観光パンフレット(るるぶ宇都宮、餃子、ジャズ、カクテルマップ等)の配布	計画どおり	22,372	H23		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):効果的な観光宣伝事業の実施】 ・全面リニューアルした協会ホームページにおいて、首都圏若年層向けの市民参加型情報発信の仕組みとして、市民ライター制度を導入したほか、本市の魅力である“食”を伝えるため、地元飲食店とのつながりが深い栃ナビと連携した飲食店情報の発信を実施した。 ・更なる誘客促進を図るため、発信力のある媒体の活用や協会ホームページ内のコンテンツの更なる充実、官民連携をより強化した観光プロモーションを展開する必要がある</p> <p>【②今後の取組方針:戦略的な観光PRの推進】 ・首都圏への発信力が高い「東京カメラ部」などの媒体を活用した観光プロモーションを実施するとともに、好評を得ている市民ライターを増員して掲載内容の充実を図るほか、市内観光事業者と連携したSNSの共同投稿を実施するなど、ホームページの閲覧数の増加を図る。</p>
2	外国人の誘客促進事業		外国人観光客の誘客促進に取り組むことで、市内経済の活性化を図る	外国人観光客	・インバウンド誘客に向けた方針の作成 ・海外に向けた観光プロモーション ・外国語版パンフレットの作成・配布・PR	計画どおり	4,671	H27		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):インバウンド誘客に向けた戦略的策定支援】 ・全国的に外国人観光客数が増加する中、本市においても、外国人観光客数の増加と観光消費額の拡大を図るため、日光市や本市の外国人観光客宿泊者に対するアンケート調査や、観光庁・県等の来訪等データをもとに市内観光事業者と意見交換を行うなど、観光コンベンション協会におけるインバウンド戦略の策定を支援した。 ・今後は、策定した戦略に基づき、外国人観光客に向けたコンテンツ造成及び効果的なプロモーション、受入体制の整備を行うとともに、変化するインバウンドの状況に迅速に対応できるよう、引き続き、市内観光関係事業者や日光市等と適宜意見交換を行いながら、官民一体となって取り組んでいく必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針:更なるインバウンドの推進】 ・日光市や観光事業者、国際MICE主催者などと連携し、本市の観光施設を活用した魅力を訴求するとともに、飲食店等における多様な食文化への対応など、インバウンドを含む外国人来訪者の受入環境の向上を図る事業を実施する。</p>
3	宇都宮観光推進委員会事業(交付金等)		DESTINATIONキャンペーンをきっかけに発足した「宇都宮市DC推進委員会」での取組を継承し、観光事業者等との連携をしながら観光事業に取り組み、官民一体となって本市観光を推進し、地域経済の活性化に寄与する	宇都宮観光推進委員会	事業実施に係る経費を補助	計画どおり	7,726	H28		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):環境変化合わせた観光振興】 ＜まちなか周遊促進事業＞ ・本市の玄関口であるJR宇都宮駅にて、改札を出た観光客等に対して本市のナイトタイムコンテンツ(カクテル、クラフトビール等)を周知することで、まちなかへの周遊促進を図った。 ・民間団体の協力を受け、お盆期間や連休中にまちなか案内所を設置し、餃子通りに並んでいる観光客へLINE公式アカウントへつながるカード(ミニサイズ)を配布することで、本市全体の観光情報の発信を図った。 ・餃子目的の観光客に対して、当日利用できるクーポンを景品としたまちなか周遊型謎解きラリーを実施し、まちなか周遊の促進及び市内滞在時間延長の促進を図った。 ・引き続き、餃子を目的に来訪した観光客の更なる周遊促進を図る必要がある。 ＜北西部観光振興事業＞ ・ろまんちっく村を起点とした北西部周遊バス企画を実施し、北西部観光振興を図った。 ・引き続き観光施設が点在する北西部を二次交通でつなぐことで更なる周遊促進を図る必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針:オール宇都宮の観光振興と地域経済の活性化】 ・「餃子を目的に来訪した観光客に対する周遊促進事業」を強化するため、より観光客が「まちなか観光」を楽しめる周遊促進事業を実施していく。 ・ろまんちっく村・大谷資料館・若山農場に加え、新たな北西部の観光事業者を巻き込むことで、連携を更に強化し、周遊促進の充実を図る。</p>
4	観光地インフラ整備事業	SDGs 好循環P 戦略事業	グリーンスローモビリティやワンデーパスポートの運用などにより、観光交通環境の向上を図る	市民、本市来訪者	・交通混雑の緩和や周遊性の向上などに向けてグリーンスローモビリティの運行等を実施 ・地域内の周遊の魅力向上や滞在時間の延伸などに向けてワンデーパスポートの運用等を実施	計画どおり	23,000	R1		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):周遊促進策を通じた滞在時間などの拡大、繁忙期の交通渋滞緩和】 ・地域内の滞在時間や消費額の拡大に向け、観光施設の入場料や飲食店のクーポン、並びにグリーンスローモビリティでの周遊をセットにしたワンデーパスポートの長期間の販売などを実施した。 ・グリーンスローモビリティの運行体制の最適化に向けて、地域団体に運行業務の一部を依頼するなど、委託事業者や地域ツアーガイド等と連携し改善を実施した。 ・繁忙期の交通環境向上に向けた取組として、ゴールデンウィークとお盆にパーク&バスライドを実施した。 ・目標とする120万人の観光入込客数を見据え、引き続き周遊サービスの取組や、交通環境向上に向けた適切な対策を検討していく必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針:大谷地域の観光交通の推進】 ・パーク&バスライド等の検証結果について「大谷地域観光交通対策推進会議」での議論・検討を深めながら、繁忙期の交通環境の向上に取り組むとともに、地域主体のグリーンスローモビリティの安定した運営に向け、ガイドドライバーの人材確保・育成や運行管理体制の強化に取り組む。</p>

5	大谷魅力発信事業 (エリアマネジメント事業)	SDGs 好循環P 戦略事業	持続可能な観光まちづくりの推進に向けた伴走支援により、地域の主体性や一体感の醸成を図る	大谷地域関係者	・地域主体による観光まちづくりの検討・実践に向けた関係者による勉強会やワークショップ等の運営支援を実施	計画どおり	6,999	R6	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):地域が主体となった勉強会・ワークショップの開催、大谷の将来像の作成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・勉強会やワークショップを通じて地域の関係者が集まり意見交換をするための機会を創出した。 ・ワークショップを通じて地域の関係者とともにまちづくりの方向性を検討・整理し、目指すべきまちの姿を共有できる「大谷地域の将来イメージ」を作成した。 ・持続可能な観光まちづくりを推進していくためには、理想とする「大谷地域の将来イメージ」の実現に向けた取組の支援をしていく必要がある。 <p>【②今後の取組方針:地域主体の観光まちづくり活動の支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在の地域振興の機運の高まりを逃さず、引き続き勉強会・ワークショップの開催や「大谷地域の将来イメージ」の実現に向けた地域の取組の支援をすることで、地域の関係者が集まり意見交換の場を創出し、持続可能な観光まちづくりの推進を図る。
---	---------------------------	----------------------	---------------------------------------------	---------	-----------------------------------------------------	-------	-------	----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・官民連携した観光振興 国における日本人国内旅行消費額が過去最高となった中で、本市においては、これらの追い風を逃すことなく、来訪者増加の更なる好機と捉え、これまで以上に緊密に観光事業者や交通事業者と連携を図りつつ、持続可能な観光地づくりなどの誘客促進に取り組み、観光による地域経済の活性化や交流人口の拡大を図っていく必要がある。</p> <p>・インバウンドの推進 国における訪日外国人旅行者数が過去最高となった中で、本市は、「第3次宇都宮市観光振興プラン」でターゲットとして定めるアジア圏の外国人に訴求する観光施策に取り組みとともに、国際MICE開催や日光市との連携をきっかけとして、これまで以上に多くの国際MICEの開催や外国人観光客を誘客し、本市への滞在に結びつけていく必要がある。</p> <p>・安全、安心、快適な大谷における地域づくり 大谷地域への来訪者や住民がより安心・安全に過ごせるよう、大谷石採取場跡地の安全対策に取り組むとともに、大谷の交通環境向上に向けた適切な対策に向けた検討を行う必要がある。</p> <p>・大谷地域における地域・経済の活性化 大谷地域において、地域団体を中心にこれまで以上に地域活性化の機運が高まるとともに、民間事業者によるアート系事業や飲食事業など新たな取組も芽吹き始めていることから、地域が一体となって観光まちづくりを推進していく必要がある。また、大谷地域の観光入込客数が増加していることから、観光まちづくりの推進に伴う大谷地域の更なる周遊・滞在環境の向上に向けて、多様な移動手段や回遊性の確保の検証を進めていく必要がある。</p>	<p>・官民連携した観光振興 本市の交流人口の拡大と地域経済の活性化がより一層求められていることから、「第3次観光振興プラン」の基本戦略に基づき、ターゲットの動向を的確に捉えながら、宇都宮観光コンベンション協会や観光事業者が参画する宇都宮観光推進委員会との連携をより強化し、着実かつ持続可能なエリア毎のブランディングによる観光資源の発掘や磨き上げのほか、本市の特徴を踏まえながらSNS等の媒体のほか、テレビなどのマスメディアを活用した観光プロモーションなどを官民一体となって重点的に取り組んでいく。</p> <p>・インバウンドの推進 本市における外国人観光客の来訪者数の増加や観光消費額の拡大に向けて、国際MICEの開催をきっかけに、日光市などとも連携しながら、デジタルの活用による外国人観光客の動向の的確な把握に努め、観光資源の磨き上げ・発掘に取り組むほか、本市を訪れる外国人観光客が快適に本市観光を満喫できるよう受入体制も強化する。</p> <p>・安全、安心、快適な地域づくり 大谷地域の安全対策の推進及び市民生活の安定を図るため、引き続き観測システム等の安全対策の実施主体である大谷地域整備公社の運営支援を行う。また、大谷地域内における交通環境向上に向け、「大谷地域観光交通対策推進会議」での意見等を踏まえながら、交通混雑が発生する繁忙期に向けたパークアンドバスライドによる臨時バスの運行等を実施する。</p> <p>・大谷地域における地域・経済の活性化 エリアマネジメントの手法を取り入れながら観光まちづくりの方向性などについて関係者が集まり意見交換をすることで、地域が思い描く大谷の将来イメージの実現に向けた、地域が主体となった持続可能なまちづくりの推進を支援する。また、観光周遊のハブとなる「大谷コネクト」を核とした新たな賑わいを創出するとともに、観光施設の入場料や飲食店のクーポン並びにグリーンスローモビリティでの周遊をセットにしたワンデーパスポートの取組の拡充のほか、北西部の周遊促進策とも連携することで周遊・滞在環境の充実を図り、観光消費額の拡大に繋げる。</p>

令和7年度 行政評価 施策カルテ

施策名	2	MICEの推進による魅力と交流の創出	施策主管課	観光MICE推進課	総合計画 記載頁	103
-----	---	--------------------	-------	-----------	-------------	-----

1 施策の位置付け

政策の柱	IV	魅力創造・交流の未来都市	政策	8	地域資源を守り、活用した賑わいと活力ある社会の実現	関連するSDGs目標	   
------	----	--------------	----	---	---------------------------	------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

政策目標	餃子や大谷、スポーツイベントをはじめとした多彩な観光資源の発掘・磨き上げに加え、MICEの推進を通じて、国内外から多くの来訪者が訪れています。官民一体となって来訪者の受け入れを行うことにより、様々な目的を持った来訪者が多彩な観光を満喫し、市内の地域経済が循環しています。 市民が質の高い文化・芸術に触れる機会の更なる創出により、次代の専門の人材が育まれるとともに、市民が郷土の歴史文化に誇りや愛着を持ち、魅力的な宇都宮文化が創造・発信され、地域の活性化が図られています。
------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2 施策の取組状況

施策の方向性	MICE主催者に宇都宮でのMICE開催の優位性を理解してもらえよう、MICE獲得に向けたプロモーションの強化に取り組みます。 宇都宮ならではの強みや資源をMICEに有効活用しながら、MICEを通じた地域産業の活性化に取り組みます。 関連するステークホルダーや地域住民等と連携を図り、オール宇都宮でMICEの推進に取り組みます。
--------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

① 施策指標	指標名(単位)		R5	R6	R7	R8	R9 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移							評価
	満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない	満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない				
産出指標	MICE開催件数(件)	目標値	138	166	193	220	247	A								A
	基準値(R3)	実績値	212	242												
	目標値(R9)	単年度の達成度	153.6%	145.8%												
	目標値	実績値														
	目標値	単年度の達成度														
	目標値	実績値														
成果指標	MICE消費額(億円)	目標値	13	16	19	22	25	A	※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照							B
	基準値(R3)	実績値	15.7	21.2												
	目標値(R9)	単年度の達成度	120.8%	132.5%												
	目標値	実績値														
	目標値	単年度の達成度														
	目標値	実績値														
【参考指標】	中核市水準比較	指標名(単位)	R5	R6	R7	R8	R9		※ 評価の考え方							
	中核市水準比較	中核市平均							① 施策指標(産出指標)(成果指標) A: 達成度100%以上 [25点] B: 達成度70%以上100%未満 [20点] C: 達成度70%未満 [15点]	産出指標 A						
		本市実績									② 市民意識調査結果(満足度) A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点] B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点] C: 基準値より低下(-5pt以下) [15点]	成果指標 A				
		本市順位											③ 主要な構成事業の進捗状況 A: 計画以上(構成事業2事業以上が計画以上) [25点] B: 計画どおり(主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点] C: 計画より遅れ(構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	市民満足 A		
総合評価							順調: A評価が2つ以上(C評価がある場合を除く) [90点以上] 概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満] やや遅れ: C評価が2つ以上(A評価が2つある場合を除く) [75点未満]	構成事業 B								

※「① 施策指標」の単年度の達成度の計算について
 ★ 逓増型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの) ... (実績値/目標値) × 100 (%)
 ★ 逓減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの) ... (目標値/実績値) × 100 (%)

施策の評価・分析 (現状とその要因の分析)		総合評価
施策を取り巻く環境等	・国は、令和5年3月に策定した「観光立国推進基本計画」において、大阪・関西万博の機会も捉え、我が国のMICE開催地としてのプレゼンスを改めて向上させ、国際会議の開催件数について、国全体での誘致力強化や開催地としての魅力向上等により、令和7年までに、アジア主要国における最大の開催国の地位を奪還することを目標として掲げているなか、令和5年度における国際会議開催件数で日本はアジア1位となっている。 ・令和5年6月、G7栃木県・日光男女共同参画・女性活躍担当大臣会合の開催されるとともに、令和6年度において、本市が観光庁に選定された国際会議の誘致・受入れ強化を図る「コンベンションビューロー支援事業」の研修会に、県のほか、日光市や那須町、益子町などの県内の各市町も参加するなど、栃木県全体で国際会議に対する理解と機運が高まっている。	95点
施策指標	・令和4年11月の「ライトキューブ宇都宮」の開業に加え、令和5年8月の「ライトライン」の運行開始などにより、全国的に宇都宮への注目が高まっていることや、(一社)宇都宮観光コンベンション協会のきめ細かなセールス活動とMICE主催者への支援により、MICE件数が順調に増加している。 ・その中でも、特に複数日開催の「学会」件数が倍増し、一人当たりの消費単価が高い宿泊を伴うMICE参加者が増加したことから、MICE消費額は5.5億円増加した。	市民満足度 順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P・戦略事業・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R6事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「①昨年度の評価(成果や課題)」と「②今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	MICE推進事業	SDGs 好循環P 戦略事業	・本市へのMICE誘致促進 ・MICE主催者への支援強化	・MICE主催者 ・市民 ・MICE関係団体、事業者(市内・市外) ・来訪者	・商談会等におけるセールス ・国、県、他自治体等との連携調整	計画どおり	1,440	R3		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):国事業の活用と、広域連携コンテンツの造成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・誘致については、(一社)宇都宮観光コンベンション協会と連携しながら、合同商談会や展示会等に出展するなど、MICE主催者への直接的なセールスも実施したほか、観光庁事業「コンベンションビューロー支援事業」の選定都市として研修を受け、国際会議の誘致ノウハウ等を習得したところであり、今後も協会と連携した積極的なセールス活動を行っていく必要がある。 ・受入れについては、近隣市町の自治体や企業等との連携を主導し、コンベンション協会によるエクスカーションプランやテクニカルビジットコースの造成を支援したところであり、今後は、造成した各種プログラムや具体的なユニークベニューの活用につなげていく必要がある。 <p>【②今後の取組方針:造成したプログラムやユニークベニューの活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、商談会等や展示会等への積極的な出展によるプロモーションや、近隣市町と連携したエクスカーションプログラムの造成に取り組むとともに、令和7年度に開催される国際会議において、市内の文化施設をユニークベニューとして活用したレセプションの開催などに取り組んでいく。
2	観光コンベンション協会事業補助金(MICE関連事業)	SDGs 好循環P 戦略事業	・本市へのMICE誘致促進 ・MICE主催者への支援強化	・MICE主催者 ・市民 ・MICE関係団体、事業者(市内・市外) ・来訪者	・MICE主催者等に対するセールス ・本市でMICEを開催する団体等への開催支援 ・主催者等へのファムツアーの開催 ・MICE関連団体との連携強化	計画どおり	86,792	R3		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):宇都宮観光コンベンション協会を中心とした積極的な誘致活動と開催支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・誘致については、(一社)宇都宮観光コンベンション協会が主体となり、地元大学や東京圏を中心にセールス活動を行い、多数のMICE主催者へのプロモーションを行うとともに、日光市と連携し、海外を含むMICE主催者やMICEの企画運営事業者等に対する視察ツアーを開催した。今後については、関係性を深めるセールスをより一層強化するとともに、開催都市としての国内外における認知度向上を目指したブランディングやプロモーションの強化が必要である。 ・受入れについては、市内で開催されたMICEに対する補助金の交付や、観光や産業視察情報の提供などの開催支援を行ったほか、コンベンションビューロー支援事業の研修を宇都宮MICEネットワーク委員等の事業者と受講するなど、地域と一体となった受入体制の基盤強化を図った。今後については、市内で開催が予定される国際会議への十分な開催支援を行うほか、これまでに培われてきた連携を生かし、民間事業者が主体となったMICE主催者・参加者への宇都宮ならではの充実などに取り組む必要がある。 <p>【②今後の取組方針:キーパーソンとの関係性の深化と「オール宇都宮」で開催支援する仕組みの構築】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・誘致については、これまでに宇都宮市での開催経験のある主催者や、本市に縁のあるキーパーソンとの関係性を深める仕組みづくりに取り組むほか、開催都市としてのブランディングの強化に向けたMICEタグラインやロゴマークの作成に取り組み、経済波及効果の大きい大規模MICEや国際会議の誘致につなげていく。 ・受入れについては、宇都宮MICEネットワーク内に分科会を設置し、国際会議開催に合わせた新たなユニークベニューの活用や、外国人MICE参加者の受入れに協力的な店舗の発掘等に取り組むほか、MICE参加者が街中に周遊・滞在しやすい情報発信の強化などの取組を企画・実施することで、事業者の稼ぐ力を強化していく。
3	宇都宮駅東口地区における賑わい空間創出事業	SDGs 好循環P 戦略事業	・宇都宮駅東口交流広場におけるにぎわいの創出	・市民 ・来訪者	・イルミネーションの点灯や文字モニュメントの設置等によるにぎわい創出 ・宮みらい地区連絡協議会との連携事業の実施	計画どおり	10,000	R5		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):駅東口のにぎわい創出に貢献】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イベントの閑散期にあたる12月から2月において、イルミネーションや大型クリスマスツリー、文字モニュメントを設置し、写真撮影の場を創出するなど、広場のにぎわい作りに貢献できた。今後は、事業が継続的に展開できる仕掛けづくりを構築する必要がある。 <p>【②今後の取組方針:継続した空間創出に向けた手法の検討】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続したにぎわい空間が創出できるよう、宇都宮駅東口交流拠点施設の指定管理者を中心に、ファミリー向けイベント等の開催や、その入場料の設定、スポンサー収入の確保を図るなど、今後の事業継続に向けたモデル事業の実施を検討する。

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・国際会議を含めたMICEの誘致強化</p> <p>MICEの誘致については、令和6年度において、観光庁事業「コンベンションビューロー支援事業」の選定都市として研修を受け、経済効果の大きい国際会議の誘致ノウハウ等を習得したところであり、そのノウハウを発揮し、国際・国内会議とともに、今後も協会と連携した積極的なセールス活動を行っていく必要があるほか、今後は、MICE主催者との関係性を深めるセールスをより一層強化するとともに、開催都市としての国内外における認知度向上を目指したブランディングやプロモーションの強化が必要である。</p> <p>・オール宇都宮によるMICE受入環境の充実</p> <p>MICEの受入れについては、本市が近隣市町の自治体や企業等との連携を主導し、コンベンション協会によるエクスカーションプランやテクニカルビジットコースの造成の支援や、「コンベンションビューロー支援事業」の研修を宇都宮MICEネットワーク委員等の事業者と受講するなど、地域と一体となった受入体制の基盤強化を図ったところであり、今後は、造成した各種プログラムや具体的なユニークベニューの活用につなげていく必要があるほか、更なる受入れの機運醸成に向けた取組を進めながら、これまでに培われてきた連携を生かし、民間事業者が主体となったMICE主催者・参加者への宇都宮ならではの「おもてなしの充実」などに取り組む必要がある。</p> <p>・宇都宮駅東口地区の恒常的な賑わいづくり</p> <p>県都の玄関口であり、「ライトライン」を含む主要な公共交通結節点である宇都宮駅東口において、年間を通して恒常的にイベント等を開催することなどにより、市内外から多数の来訪者を呼び込み、ライトライン沿線のみならず、まちなかや北西部の観光エリアへ誘客していくことで、市全体の交流やにぎわいにつなげていく必要があるほか、今後、事業が継続的に展開できる仕組みを構築する必要がある。</p>	<p>・国際会議を含めたMICEの誘致強化</p> <p>(一社)宇都宮観光コンベンション協会が中心となり、全国のMICE開催データやこれまでのセールス活動のデータ分析に基づくターゲティングや、これまでに本市で開催経験のあるMICE主催者や本市に縁のあるキーパーソン等との関係性を強化する仕組みを構築することで、誘致セールスをより効果的・効率的に実施するほか、商談会や展示会等への積極的な出展や、「MICEタグライン」を活用したPRIにより、MICE市場における宇都宮市の存在感を高めていく。さらに、国際会議等の経済効果の大きい会議の誘致を強化するため、本年度に本市が採択されている観光庁事業「MICE開催地としての魅力向上事業」を通して、国際会議誘致に有効となるプログラムの実証や開催支援のさらなる充実を図るほか、国やJNTO(日本政府観光局)、近隣市町の自治体や企業と連携したプロモーション等の強化を図る。</p> <p>・オール宇都宮によるMICE受入環境の充実</p> <p>引き続き、コンベンション協会によるエクスカーションプログラム等の造成の支援やそれらの活用に取り組むとともに、宇都宮市内の産業団体や大学、事業者などMICEに関わる様々な関係団体で構成する「宇都宮MICEネットワーク」において、MICEの課題解決に向け、具体的な取組を推進する分科会を設置し、国際会議開催に合わせた新たなユニークベニューの活用や、外国人MICE参加者の受入れに協力的な店舗の発掘、MICE参加者が街中に周遊・滞在しやすい情報発信の強化などの、民間事業者が主体となった取組を企画・実施するほか、「MICEタグライン」を取り入れたノベルティグッズ等を活用することで、受入れに係るより一層の機運醸成を図る。</p> <p>・宇都宮駅東口地区の恒常的な賑わいづくり</p> <p>引き続き、多様な主体が「ライトキューブ宇都宮」や「宮みらいライトヒル」を使いやすい環境を整備していくとともに、年間を通してにぎわいと交流が創出される仕組みの構築に向けて、ファミリー向けイベント等の開催や、その入場料の設定、スポンサー収入の確保を図るなど、今後の事業継続に向けたモデル事業の実施ができるよう、指定管理者と連携していく。</p>

令和7年度 行政評価 施策カルテ

施策名	3	スポーツを通じた都市の魅力向上・地域活性化
-----	---	-----------------------

施策主管課	スポーツ都市推進課 スポーツ戦略室	総合計画 記載頁	103
-------	----------------------	-------------	-----

1 施策の位置付け

政策の柱	IV	魅力創造・交流の未来都市	政策	8	地域資源を守り、活用した賑わいと活力ある社会の実現
------	----	--------------	----	---	---------------------------

関連するSDGs目標	8 働きがいも経済成長も	17 パートナーシップで目標を達成しよう
------------	-----------------	-------------------------

政策目標	餃子や大谷、スポーツイベントをはじめとした多彩な観光資源の発掘・磨き上げに加え、MICEの推進を通じて、国内外から多くの来訪者が訪れています。官民一体となって来訪者の受け入れを行うことにより、様々な目的を持った来訪者が多彩な観光を満喫し、市内の地域経済が循環しています。 市民が質の高い文化・芸術に触れる機会の更なる創出により、次代の専門的人材が育まれるとともに、市民が郷土の歴史文化に誇りや愛着を持ち、魅力的な宇都宮文化が創造・発信され、地域の活性化が図られています。
------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2 施策の取組状況

施策の方向性	国際的スポーツイベントを更に磨き上げるとともに、アーバンスポーツなどの新たなスポーツ資源を発掘・創出し、世界に魅力を発信することにより、都市ブランド力の向上を図ります。スポーツを活用したまちづくりのパートナーとして、本市をホームタウンとするプロスポーツチームと、これまで以上に緊密に連携することにより、シビックプライドの醸成を図ります。本市独自のスポーツ資源を活用し、多くの来訪者を迎え入れることにより、年間を通じた賑わいを創出し、地域経済の活性化を図ります。スポーツ資源を最大限に活用するための基盤(ハード・ソフト)を構築することにより、持続的な賑わいを創出します。
--------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

① 施策指標	指標名(単位)	R5	R6	R7	R8	R9 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移							評価								
								満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない										
産出指標	国際的スポーツイベントの来場者数(万人)	目標値	21.7	22.1	22.5	22.9	23.2	A								B							
	基準値(R1)	21万人	実績値	20.4	29.3																		
	目標値(R9)	23.2万人	単年度の達成度	94.0%	132.6%																		
	基準値(R3)		実績値																				
	目標値(R9)		単年度の達成度																				
	目標値																						
成果指標	国際的スポーツイベントによる経済波及効果(億円)	目標値	32.3	32.6	32.8	33.1	33.4	A	※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照							B							
	基準値(R1)	31.8億円	実績値	35.8	48.0																		
	目標値(R9)	33.4億円	単年度の達成度	110.8%	147.2%																		
	基準値(R3)		実績値																				
	目標値(R9)		単年度の達成度																				
	目標値																						
【参考指標】	中核市水準比較	指標名(単位)	R5	R6	R7	R8	R9	A	※ 評価の考え方							A							
	中核市水準比較	観光客入込客数/市民1人	中核市平均	13.1	20.9																		
		本市実績	17.3	17.6																			
		本市順位	9位/56市中	12位/57市中																			
	※ 評価の考え方	① 施策指標(産出指標)(成果指標)	A: 達成度100%以上 [25点]	B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	C: 達成度70%未満 [15点]	産出指標	A																
		② 市民意識調査結果(満足度)	A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-5pt以下) [15点]	成果指標	A																
③ 主要な構成事業の進捗状況		A: 計画以上(構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	B: 計画どおり(主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	C: 計画より遅れ(構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	市民満足	B																	
総合評価	順調: A評価が2つ以上(C評価がある場合を除く) [90点以上]	概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]	やや遅れ: C評価が2つ以上(A評価が2つある場合を除く) [75点未満]	構成事業	B																		

※「① 施策指標」の単年度の達成度の計算について
 ★ 増進型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの) ... (実績値/目標値) × 100 (%)
 ★ 減退型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの) ... (目標値/実績値) × 100 (%)

施策の評価・分析 (現状とその要因の分析)			総合評価
施策を取り巻く環境等	・国においては、「第3期スポーツ基本計画(R4. 3策定)」に基づき、「スポーツによる地方創生、まちづくり」や「スポーツの成長産業化」を積極的に推進しており、このような国の動向を踏まえ、スポーツを地域資源として交流人口の増加や経済の活性化に取り組む自治体が全国的に増えている。 ・本市においても、上記の動向を踏まえながら、本市の魅力あるスポーツ資源の更なる活用促進や、新たなスポーツ資源の創出など、スポーツを通じた都市の魅力向上・地域活性化を推進する必要がある。		90点
施策指標	市民満足度	・例年開催している「FIBA3x3ワールドツアー宇都宮オープン」「宇都宮ジャパンカップサイクルロードレース」に加え、「FIBA3x3パリ2024オリンピック予選大会」の初開催など、国際的スポーツイベントの開催を通じて、多くの市民が世界トップ選手のプレーを間近で体感できる機会を創出したことと、「アーバンスポーツフェスティバル」を初開催し、トッププロ選手のデモンストレーションや初心者体験会の実施を通して、新たなスポーツ資源として、スケートボード・BMXを「みる」「する」機会を創出したことなどにより、市民満足度が向上している。	順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P ・ 戦略事業 SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R6 事業費 (千円)	開始 年度	日本一 施策 事業	「①昨年度の評価(成果や課題)」と「②今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	「3x3のまち」推進による都市魅力向上事業	SDGs 好循環P 戦略事業	FIBA(国際バスケットボール連盟)が主催する3人制バスケットボール「3x3」の国際大会の開催を通して、交流人口の増加による地域経済の活性化のほか、「3x3のまち」としての都市ブランド力の向上やシビックプライドの醸成を図る。また、多くの市民が3x3に触れられる機会を創出し、「3x3のまち宇都宮」を推進する	・3x3のまち宇都宮推進委員会 ・全市民	・本市で開催する「FIBA3x3ワールドツアー」「FIBA3x3パリ2024オリンピック予選大会」に係る費用の一部を交付 ・小学生対象の「宇都宮市長杯」の開催 ・市内小中学校対象の3x3教室の実施 ・国内トップリーグ「3x3. EXE PREMIER」の誘致開催	計画どおり	257,120	H28	トップクラス	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)：「オープナー」における過去最高の経済波及効果と「オリンピック予選大会」を通じた更なる経済波及効果の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ワールドツアーの開幕戦「オープナー」及びパリ2024オリンピック予選大会を誘致開催することができ、「オープナー」では過去最高の8万人が来場し、経済波及効果も過去最大の8億1,690万円に上った。オリンピック予選大会と合わせ、2大会を通じて、15万8千人が来場し、経済効果は20億3,290万円にのぼるなど、これまでにない街なかの賑わいを創出することができた。 ・また、YouTubeでの大会映像の視聴回数についても「オープナー」で過去最高の約1,900万回を記録し、「オリンピック予選大会」と合わせ約4,300万回の視聴回数に上り、「3x3のまち」としての本市の魅力を幅広く発信することができた。 ・令和7年4月の「うつのみやオープナー2025」の開催に向け、FIBAをはじめとする関係団体との調整のほか、幅広い業種の企業から協賛金を獲得し、開催に向けた準備を進めることができたことから、引き続き自主財源の確保に努める必要がある。 ・引き続き、大会開催準備を着実に進め、4回目となる「うつのみやオープナー」を盛大に開催し、開催効果の更なる向上を図るとともに、多くの市民が3x3に触れられる取組を充実し、「3x3のまち宇都宮」の更なる推進を図る必要がある。 <p>【②今後の取組方針：大会開催効果の更なる向上と「3x3のまち宇都宮」の推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大会主管である「3x3のまち宇都宮推進委員会」と連携しながら、「うつのみやオープナー2025」の開催に当たり、市民をはじめ多くの方々に世界トップのプレーを体感していただくとともに、出場選手と触れ合える多彩な付帯イベント等を展開することで、3x3史上最大の盛り上がりを実現し、「3x3のまち宇都宮」を全世界に発信することで、都市ブランド力の向上やシビックプライドの醸成を図る。 ・協賛営業を早期に実施するとともに、ふるさと納税制度を活用した寄附金募集の積極的な周知を行うなど、自主財源の確保に努める。
2	宇都宮ジャパンカップサイクルードレースの開催	SDGs 好循環P 戦略事業	UCI(国際自転車競技連合)が公認するアジア最高位の自転車ワンデイロードレースの開催を通じた都市ブランド力の向上や地域経済の活性化、シビックプライドの醸成	・NPO法人ジャパンカップサイクルードレース協会 ・大会出場選手及び市民を含む大会来場者	・「宇都宮ジャパンカップサイクルードレース」の開催に係る費用の一部を交付 ・安全安心な大会運営に向けたコース整備等を実施	計画どおり	233,609	H4	トップクラス	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)：過去最高の経済波及効果の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界トップカテゴリーのワールドチームが過去最多タイとなる7チーム参戦し、アジア最高位のワンデイロードレースに相応しい白熱したレースが展開されたことなどにより、3日間で前回大会(令和5年)を上回る134,800人が来場し、経済波及効果は過去最高の35億2,600万円にのぼるなど、本市に大きな賑わいを創出したとともに、「宇都宮」を冠した新たな大会名称を活かしながら、「自転車のまち」としての本市の魅力を全世界に発信することができた。 ・引き続き、市民をはじめ多くの方々から注目を集める大会を開催し、「2025宇都宮ジャパンカップサイクルードレース」と同等以上の開催効果を得る必要がある。 ・また、6,400万円を超える協賛金を獲得するなど、大会開催経費全体に占める自主財源割比率を維持できたことから、引き続き、自主財源の確保に努める必要がある。 <p>【②今後の取組方針：世界トップ選手によるハイレベルなレースの実施等による開催効果の拡大】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ワールドチーム及び世界トップレベルの選手によるハイレベルなレースを実施するほか、幅広い世代が参加して楽しめる多彩な付帯イベントを展開し、これらの取組を全世界に発信することにより、都市ブランド力の向上や地域経済の活性化、国際大会の開催地としてのシビックプライドの醸成を図る。 ・協賛営業を早期に実施するとともに、ふるさと納税制度を活用した寄附金募集の積極的な周知を行うなど、自主財源の確保に努める。
3	宇都宮シクロクロスの開催	SDGs 好循環P 戦略事業	UCI(国際自転車競技連合)が公認するシクロクロスレースの開催を通じた都市ブランド力の向上や交流人口の拡大、サイクルスポーツの振興	宇都宮サイクルスポーツ推進委員会	「全日本自転車競技選手権大会シクロクロス」の開催に係る費用の一部を交付	計画どおり	9,500	H27		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)：日本ナンバーワンを決定する大会開催による都市ブランド力の向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和5年度に引き続き、2年連続で全日本自転車競技選手権大会を開催し、日本ナンバーワンを懸けてしのぎを削るハイレベルなレースが展開されたことなどにより、2日間で前回大会(令和5年)を上回る22,000人が来場し、「自転車のまち宇都宮」のブランド力を高めることができた。 ・令和7年度においては、これまで開催してきたUCI公認の「クラス2」を2日間開催することから、市民をはじめ多くの方々に国内最高峰のレースである本大会を幅広く発信し、全日本選手権と同等以上の開催効果を得る必要がある。 ・また、570万円を超える協賛金を獲得するなど、大会開催経費全体に占める自主財源割比率を維持できたことから、引き続き、自主財源の確保に努める必要がある。 <p>【②今後の取組方針：国内最高峰のシクロクロスレースの実施等による開催効果の拡大】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内最高峰の選手達によるハイレベルなレースを実施するほか、幅広い世代を対象とした様々なサイクルスポーツイベントを展開し、これらの取組を幅広く発信することにより、都市ブランド力の向上や地域経済の活性化、国内最高峰のシクロクロス大会の開催地としてのシビックプライドの醸成を図る。 ・協賛営業を早期に実施するとともに、ふるさと納税制度を活用した寄附金募集の積極的な周知を行うなど、自主財源の確保に努める。
4	アーバンスポーツ(スケートボード・BMX)の新たなスポーツ資源としての発掘・創出	SDGs 好循環P 戦略事業	スケートボード・BMXをはじめとしたアーバンスポーツの新たなスポーツ資源の発掘・創出による都市ブランド力の向上や交流人口の拡大、シビックプライドの醸成	全市民	・宮みらいライトヒル・ライトキューブ宇都宮等におけるアーバンスポーツフェスティバルの開催 ・東部総合公園における国際大会の誘致・開催に向けた関係機関・団体との関係構築	計画どおり	10,200	R6		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)：東部総合公園の開園に向けた機運醸成や国際大会の誘致・開催に向けた関係機関・団体等との連携強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スケートボード・BMXの国内トッププロ選手によるデモンストレーションや初心者体験会などを盛り込んだアーバンスポーツフェスティバルを開催し、東部総合公園の開園に向けた機運醸成や市民のスケートボード・BMXへの興味関心を高め、新たなスポーツ資源としてのスケートボード・BMXの推進を図ることができた。 ・令和8年度以降のスケートボード等の国際大会の誘致・開催に向け、大会の開催権者等との関係構築を図ることができた。 ・引き続き、東部総合公園の開園に向けた機運醸成を図るため、スケートボード・BMXをはじめとしたアーバンスポーツの「みる」「する」取組を強化するとともに、国際大会の誘致・開催に向け、関係機関・団体との連携強化を図り、新たなスポーツ資源としてのスケートボード・BMXの推進を図る必要がある。 <p>【②今後の取組方針：「みる」「する」取組の強化によるアーバンスポーツの推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東部総合公園の開園に向けた機運醸成が図れるよう、国際大会の誘致・開催の実現を図るとともに、スケートボード・BMXの普及促進に向けた初心者体験会等を実施するなど、新たなスポーツ資源としてのスケートボード・BMXの推進に取り組む。

5	プロスポーツチームとの連携・支援	SDGs 好循環P 戦略事業	本市をホームタウンとするプロスポーツチームとまちづくりのパートナーとして緊密に連携することによる、経済・地域の活性化や都市ブランド力の向上、シビックプライドの醸成	・本市をホームタウンとするプロスポーツチーム ・全市民	・地域の盛り上がりの創出に向けた連携(ファン層拡大に向けた広報活動など) ・地域密着型チームの確立に向けた連携(市民がプロスポーツチームに触れられる機会の拡大など) ・プロスポーツチームと連携した誘客促進(アウェイツーリズムなど) ・プロスポーツチームの活動拠点の整備に対する連携・支援(宇都宮プレックスの新アリーナ等整備など)	計画どおり	11,100	H18	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):まちづくりのパートナーであるプロスポーツチームとの連携・支援の実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市有施設へのポスター掲出や市広報紙等市の広報ツールを活用した試合情報等の発信など、プロスポーツチームのファン層拡大に向けた広報活動を実施したほか、プロスポーツチームのホームゲームにおける「宇都宮愉快デー」の開催や、ホームゲームの大型ビジョン等を活用した本市の魅力発信により、アウェイツーリズムの推進につなげることができた。 ・令和8年度に本市に活動拠点を移転する、プロラグビーチーム「ホンダヒート」と、スポーツ振興や健康増進、経済・地域の活性化などを内容とする包括連携協定の締結について合意することができた。 ・宇都宮プレックスが進める新アリーナ整備に係る定期的な意見交換を行い、アリーナ整備の進捗状況を確認し、適宜必要な支援・助言を行った。また、Bプレミアの参入審査に向けた本市の対応について整理し、市体育館の改修により参入審査基準を充足し、宇都宮プレックスのBプレミアの参入が決定した。 ・引き続き、プロスポーツチームがもたらす効果を高められるよう、プロスポーツチームとの連携事業を推進し、経済・地域の活性化や都市ブランドの向上、シビックプライドの醸成に繋げていく必要がある。 <p>【②今後の取組方針:プロスポーツチームがもたらす効果の拡大】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経済効果や青少年の健全育成、シビックプライドの醸成など、プロスポーツチームが本市にもたらす効果を高められるよう、各プロスポーツチームとの包括連携協定に基づく取組を推進する。 ・また、宇都宮プレックスが進める新アリーナ整備の進捗に合わせた支援策を検討するなど、プロスポーツチームの活動拠点の整備に対する連携・支援に取り組む。
---	------------------	----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	--------	-----	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4 今後の施策の取組方針

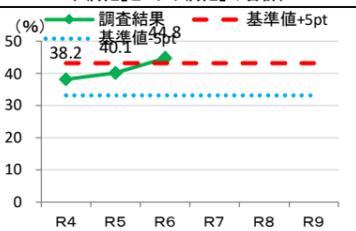
①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・大規模スポーツイベントの開催効果の拡大 これまで本市が国際的スポーツイベントとして築き上げてきたFIBA3x3ワールドツアー及び宇都宮ジャパンカップサイクルロードレースについて、自主財源の確保に努めながら、国際競技連盟をはじめとする関係団体や地元等との連携のもと、開催効果の拡大に取り組む必要がある。</p> <p>・交流人口の拡大等に向けた新たなスポーツ資源としてのアーバンスポーツ(スケートボード・BMX)の発掘・創出 新たなスポーツ資源の発掘・創出による都市ブランド力の向上や交流人口の拡大、シビックプライドの醸成等を図るため、スケートボード・BMXの国際大会の誘致・開催に向けて、関係機関・団体との連携を強化する必要がある。</p> <p>・多くの市民が本市スポーツ資源に触れる機会の拡大 スポーツを通じた地域活性化に向けて、国際的スポーツイベントのほか、本市をホームタウンとするプロスポーツチームとの連携など、本市スポーツ資源に触れる機会を拡大する必要がある。</p>	<p>・大規模スポーツイベントの開催効果の拡大 イベント開催に係る事前周知期間を拡充するなど、幅広い周知を行いながら、注目度の高いイベントを開催するとともに、イベント期間中におけるスタンプラリー企画等の来場者の回遊を促進する取組を実施するなど、イベントと併せ幅広い世代が楽しめる様々な付帯イベントを開催する。また、大規模スポーツイベントの更なる活用による年間を通じた賑わい創出に向けて、宇都宮ジャパンカップコースを活用したサイクルツーリズムを展開するほか、様々なサイクルスポーツに親しめる取組について検討する。 さらに、協賛営業の時期を早めるとともに、ふるさと納税制度による寄附金の積極的な周知を行うなど、自主財源の確保に努める。</p> <p>・交流人口の拡大等に向けた新たなスポーツ資源としてのアーバンスポーツ(スケートボード・BMX)の発掘・創出 FIBA3x3ワールドツアーや宇都宮ジャパンカップサイクルロードレース等の集客力のある国際的スポーツイベントに併せ、スケートボードやBMXを「みる」「する」機会を提供するなど、市民のアーバンスポーツに対する関心を高めることで、東部総合公園の開園に向けた機運醸成を図りながら、国際大会の誘致・開催に向け、開催権を有している関係団体等との連携を強化していく。</p> <p>・多くの市民が本市スポーツ資源に触れる機会の拡大 「宇都宮ジャパンカップクリテリウム」スタート前のバレードランへの市内小学生の参加数の更なる拡大を図るほか、「宇都宮オーブナー」において、フリーコートを設置し、3x3を気軽に体験できる機会を提供する取組を継続するなど、国際的スポーツイベントに「参加」して楽しめる取組の充実を図る。また、これまでの3つのプロスポーツチームとの包括連携協定に加え、プロラグビーチームである「ホンダヒート」とも同様の包括連携協定を締結し、本協定に基づき学校訪問や健康増進事業などを推進するほか、引き続き、プロスポーツチームの活動環境の向上に向けた整備に対する連携・支援に取り組む。</p>

令和7年度 行政評価 施策カルテ

施策名	4	暮らしに息づく文化の継承・創造・活用の推進	施策主管課	文化都市推進課	総合計画 記載頁	103	
1 施策の位置付け	政策の柱	IV 魅力創造・交流の未来都市	政策	8	地域資源を守り、活用した賑わいと活力ある社会の実現	関連する SDGs目標	 
政策目標	餃子や大谷、スポーツイベントをはじめとした多彩な観光資源の発掘・磨き上げに加え、MICEの推進を通じて、国内外から多くの来訪者が訪れています。官民一体となって来訪者の受け入れを行うことにより、様々な目的を持った来訪者が多彩な観光を満喫し、市内の地域経済が循環しています。 市民が質の高い文化・芸術に触れる機会の更なる創出により、次代の専門的人材が育まれるとともに、市民が郷土の歴史文化に誇りや愛着を持ち、魅力的な宇都宮文化が創造・発信され、地域の活性化が図られています。						

2 施策の取組状況

施策の方向性	文化に触れる機会の更なる創出や、文化活動の発表の場の充実などにより、市民が主体的に文化活動に取り組める環境を整えます。 歴史・文化資源を市民共有の財産として保存・活用することにより、本市の新たな魅力づくりと地域の活性化を推進します。
--------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

① 施策指標	指標名(単位)	R5	R6	R7	R8	R9 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移	指標名(単位)						評価																						
									満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない																							
産出指標	文化芸術事業の参加者・観覧者数(人)	目標値	347,000	350,000	352,000	354,000	357,000	B		基準値(R4)	9.3%	28.9%	38.2%	12.4%	3.7%	31.3%	A																				
	基準値(R3)	154,719	実績値	392,955	339,148					R5	7.3%	32.9%	40.1%	12.2%	4.2%	38.0%																					
	目標値(R9)	357,000	単年度の達成度	113.2%	96.9%					R6	8.4%	36.4%	44.8%	7.4%	4.3%	39.6%																					
	文化資源の周知啓発事業参加者数(人)	目標値	39,930	39,950	40,540	41,110	41,580			R7																											
	基準値(R3)	5,808	実績値	27,998	30,048					R8																											
	目標値(R9)	41,500	単年度の達成度	70.1%	75.2%					R9																											
成果指標	文化会館施設稼働率(%)	目標値	80.0	80.5	81.0	81.5	82.0	B	③ 主要な構成事業の進捗状況 ※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照						B																						
	基準値(R3)	64.4	実績値	80.1	78.8				【参考指標】	指標名(単位)						R5	R6	R7	R8	R9	評価の 組合せ																
	目標値(R9)	82	単年度の達成度	100.1%	97.9%					中核市水準比較	市立美術館入場者数/市民100人											本市実績	5.7	4.0					指標	評価							
	市民遺産制度認定件数(件)	目標値	22	26	30	34	38			※ 評価の 考え方	A: 達成度100%以上 [25点]											B: 達成度70%以上100%未満 [20点]						C: 達成度70%未満 [15点]						産出 指標	B		
	基準値(R3)	13	実績値	20	22						A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]											B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]						C: 基準値より低下(-5pt以下) [15点]						成果 指標	B		
	目標値(R9)	38	単年度の達成度	90.9%	84.6%						A: 計画以上 (構成事業2事業以上が計画以上) [25点]											B: 計画どおり (主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]						C: 計画より遅れ (構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]						市民 満足	A		
総合評価	順調: A評価が2つ以上 (C評価がある場合を除く) [90点以上]						概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]						やや遅れ: C評価が2つ以上 (A評価が2つある場合を除く) [75点未満]									構成 事業	B														

※「①施策指標」の単年度の達成度の計算について
 ★ 逓増型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの) ... (実績値/目標値) × 100 (%)
 ★ 逓減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの) ... (目標値/実績値) × 100 (%)

施策の評価・分析 (現状とその要因の分析)		総合評価	
施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> 国の第2期文化芸術推進基本計画(令和5~9年度)において、文化芸術は、人々の創造性を育み、豊かな人間性を涵養するとともに、人々の心のつながりを強め、心豊かで多様性と活力のある社会を形成する源泉としており、「文化芸術と経済の好循環」を実現すべく、「文化資源の保存と活用の一層の促進」や「文化芸術を通じた地方創生の推進」、「デジタル技術を活用した文化芸術活動の推進」などを重点取り組みとして推進している。 国においては、過疎化や少子高齢化等の社会状況の変化を背景に、貴重な文化財の滅失や散逸の防止が緊急の課題となる中、未指定を含めた文化財をまちづくりに生かすつ、文化財継承の担い手を確保し、地域社会総がかりで、その継承に取り組むことができる体制づくりを整備するため、平成31年4月に「文化財保護法」を改正施行した。そのような中、VRや3D、CGなどのICTの大衆化が進んでおり、文化芸術活動や歴史文化の普及啓発の取組においても、デジタルを活用した先駆的な取組が進んでおり、本市においても、「人」づくりや「デジタル」の積極的な活用を進めながら、文化活動環境の充実や文化資源の保存・活用などに取り組むことが求められている。 	85点	
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> 文化芸術事業の参加者・観覧者数については、SNS等での積極的な情報発信によるほか、市民芸術祭での運営委員などの呼びかけにより、専門学校や芸術大学の学生など若年層を中心に年々参加者が増加した。また、魅力的な公演の実施により文化会館の観覧者も前年度を上回るなど、日々の活動成果の発表機会や多くの市民に文化芸術に触れる機会を創出することができた。※前年と比べ減少している主な要因は、令和5年度は美術館の観覧者数が例年より大きく増加したことによるもの(ヨシタケシンスケ展が開催され過去2番目の入場者数を記録)。 文化資源の周知啓発事業参加者数については、「重要文化的景観選定記念講演会」をはじめとして、各種講演会で工夫を凝らした企画により、前年度から約2千人増加した。 市民遺産(「みや遺産」)については、地域固有の歴史文化資源を発掘し、新たに2件選定した。 	<ul style="list-style-type: none"> 百人一首市民大会の30回大会を記念した漫画「ちはやふる」の原画展の開催により、本市ゆかりの文化の発信強化に努めるとともに、文化会館や美術館での質の高い鑑賞機会の提供、市民芸術祭などでの市民への発表機会の提供などの取組を実施した。 また、大谷の文化的景観選定に伴う記念講演会を実施したほか、地域で守り伝えられてきた歴史文化資源を掘り起こす「宇都宮市民遺産(みや遺産)」の認定、小・中学生が体系的に本市の歴史文化や地域の魅力を学ぶ「宇都宮学」などの取組により、市民満足度は上昇した。 引き続き、各種イベントの積極的な実施やあらゆる機会を捉えたイベント等の周知啓発、質の高い文化芸術に触れる機会の創出、活動環境の整備など、市民文化活動の活性化に努めていく。 	概ね順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P・戦略事業・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R6事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「①昨年度の評価(成果や課題)」と「②今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	市民芸術祭共催事業負担金	戦略事業	市民の芸術文化活動の発表・鑑賞機会を創出する。	宇都宮市民芸術祭実行委員会	宇都宮市民芸術祭の開催	計画どおり	7,698	S55		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:より多くの市民への参加の呼びかけ ・各部門において参加者の高齢化が進んでいるものの、運営委員や審査員などの呼びかけにより、専門学校や芸術大学の学生など若年層の出品が増えるなど、幅広い世代の参加を募ることができた。 ・ギャラリー部門の優秀作品を南図書館のギャラリーに展示し、多くの市民に作品に触れる機会を創出した。 ・11月に第2回実行委員会を開催し、次年度の開催に向けて、内容の充実や若年層の参加などの課題を共有した。</p> <p>【②今後の取組方針】:若年層をはじめとする、より多くの市民の参加促進 ・引き続き、各部門において創意工夫を図り、若い世代をはじめ、より多くの市民の参加促進に努めるほか、運営側にも若い人材の取り込みを図る。</p>
2	ジュニア芸術祭共催事業負担金	戦略事業	小中高校生の芸術文化活動の発表・鑑賞機会を創出する。	うつのみやジュニア芸術祭実行委員会	うつのみやジュニア芸術祭の開催	計画どおり	4,816	H11		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:小中学校と連携した事業実施 ・全部門とも例年同様の開催をすることができたが、出品数や参加者数、観覧者数は、少子化による学生数の減少も影響しているのか、コロナ禍以前の水準に戻っていないことから、引き続き、より多くの市民の認知度向上を図るとともに、小・中学校と連携し、出品数や参加者数の増加に努める必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針】:参加者や出品数、参加団体の増加など、事業の活性化 ・多くの市民に子どもたちの活動や、成長を一層感じてもらえる機会を創出するため、ジュニア芸術祭の認知度向上に向けた取組の検討、また受賞作品の情報発信などに努めていく。</p>
3	宇都宮エスペール文化振興事業	戦略事業	次代を担う芸術家の育成・支援を図り、本市の文化振興に寄与する。	今後の活躍が期待できる本市ゆかりの優れた芸術家	・隔年で宇都宮エスペール賞の選考、受賞者に育成金(200万円)を贈呈 ・エスペール賞の選考を行わない年は、プロポート事業(受賞者の発表機会提供事業・受賞者学校派遣事業)を実施 など	計画どおり	2,998	H13	独自性	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:本市の文化振興に寄与する次代を担う芸術家の選考 ・地元の若手芸術家を育成・支援する取組は全国的にも稀有であり、令和6年度は、ギャラリー部門の選考年として、7月から募集し21名の応募があった。第1次、第2次選考委員会を開催し、書類審査や面接、作品検分などを基に厳正な審査を行い、選考委員会の推薦に基づき市が受賞者を決定し授与した。今後は、受賞者のより一層の活躍を支援し、市民がより質の高い文化芸術に触れる機会を創出し、本市文化振興に向けて取り組む。</p> <p>【②今後の取組方針】:エスペール賞受賞者による市民が質の高い文化芸術に触れる機会の創出 ・令和7年度は、プロポート事業の実施の年次であることから、コンサートやギャラリー展、学校への派遣事業など、受賞者の発表機会の創出に努める。 ・また実施にあたっては新たな鑑賞の場や機会の創出を図るため新たな会場での開催を検討する。</p>
4	文化遺産を活用した地域活性化事業	戦略事業	・歴史文化基本構想に基づき、本市の歴史文化資源に対する理解促進と認知度向上を図る。 ・地域ぐるみでの歴史文化資源の保存活用を図る。	・宇都宮市歴史文化資源活用推進協議会 ・指定・未指定の歴史文化資源	・本市の歴史文化を紐解く「エイト・ストーリー」の普及啓発の実施 ・「宇都宮市民遺産制度」の普及啓発及び認定団体への活動、補助金活用等の指導・助言	計画どおり	7,539	H28	独自性	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:本市の歴史文化資源の普及啓発及び保存・活用の推進 ・「宇都宮城映像コンテンツ」の運用のほか、宇都宮城址公園内にのぼり旗を設置し、周知啓発を行った。 ・「宇都宮市民遺産制度」については、新たに2件を認定するなど、文化遺産を活用した地域の活性化を着実に推進した。 ・市民とともに地域の文化財の保存・活用を計画的、継続的に取り組むため、宇都宮市歴史文化基本構想のアクションプランとなる「宇都宮市文化財保存活用地域計画」について、広く意見を聴取しながら計画策定にむけて取り組み、12月20日に文化庁より認定された。</p> <p>【②今後の取組方針】:本市の歴史文化資源の普及啓発及び保存・活用の推進 ・「歴史と文化財ホームページ」やSNSなどの視覚的な情報ツールを用いてエイト・ストーリーの更なる普及啓発を進めるとともに、宇都宮城映像コンテンツを活用して宇都宮城の情報発信を推進する。また、「宇都宮市民遺産制度」について、引き続き制度の周知を図り、市民や地域団体の関心を高めるとともに既認定団体への支援に努めていく。 ・文化遺産を保存・継承するとともに文化財に一元的に親しむ環境を作るため、文化財等をデジタルアーカイブ化し、「デジタルミュージアム」を構築する。 ・文化財保存活用地域計画に基づき、根古谷台遺跡の保存活用計画を策定する。</p>
5	日本遺産を通じた大谷石文化の保存・活用事業	戦略事業	・「日本遺産 大谷石文化」の理解促進と認知度向上、保存活用を図る。 ・「大谷の奇岩群と採石産業の文化的景観」の持続的な保存・活用を図る。	・宇都宮市大谷石文化推進協議会 ・人々の生活や生業などにより作られた大谷地域の文化的な景観	・調査研究・情報発信・普及啓発・人材育成に係る事業の実施 ・国の重要な文化的景観への選定と普及啓発に係る事業の実施	計画どおり	6,048	H30	独自性 先駆的	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:宇都宮市大谷石文化推進協議会を核とした魅力発信事業の推進 ・日本遺産認定から6年が経過し、文化庁による総括評価・継続審査が実施され、「認定継続」の結果となった。 ・官民連携で設立した「宇都宮市大谷石文化推進協議会」を核として、大谷石文化の保存や活用に向け、情報発信・普及啓発・人材育成に係る様々な事業を実施した。 ・大谷石文化講座では講話に加え講師による大谷石彫刻の実演や参加者による体験会を実施し、「より関心が高まった」等、参加者から好評を得ることが出来た。 ・10月11日に「大谷の奇岩群と採石産業の文化的景観」が国の重要な文化的景観に選定され、横断幕や広報紙・ホームページを活用した情報発信、ならびに選定記念講演会、上河内民俗資料館や市役所市民ホールでのパネル展の開催など、市民の理解促進と普及啓発に向けた取り組みを実施した。</p> <p>【②今後の取組方針】:大谷石文化に係る市民理解の促進と認知度向上 ・様々な機会や媒体を通じて大谷石文化の価値や魅力の情報発信や普及啓発の充実を図り、地域の活性化につなげるほか、官民連携により大谷石文化を保存活用する取組を推進するとともに、協議会が持続的に活動できる組織体制づくりに取り組んでいく。 ・また、大谷地域の重要な文化的景観の周知啓発のための案内板の整備やパンフレットの作成を行う。 ・文化的景観の整備活用計画の策定に向け、懇談会を設置し、客観的な意見を聴取しながら検討していく。</p>

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・文化を身近に感じ、触れることのできる機会の充実 市民や子どもたちが日々の暮らしの中に文化芸術を取り入れ、より豊かで充実した生活を送ることができるようにするため、文化芸術に気軽に触れる場や発表・活動の機会の充実を図るとともに、文化芸術に関する様々な情報を市民が容易に得ることができるようにするため、情報発信の充実を図っていく必要がある。</p> <p>・文化芸術に取り組む人材・団体の育成・支援の充実 本市の文化芸術の創造と発展を図り次世代に継承していくため、文化芸術に取り組む人材や団体の育成・支援の充実を図っていく必要がある。</p> <p>・文化芸術活動拠点の適切な管理・維持 文化芸術活動の拠点施設である宇都宮美術館は、開館から20年以上、また、宇都宮市文化会館は40年が経過し、各施設の経年劣化や老朽化が進んでいることから、計画的な改修等に取り組んでいく必要がある。</p> <p>・歴史文化資源を活用した地域活性化の推進 「大谷石文化」をはじめとする本市歴史文化資源を守り、市民が身近に触れられる機会を創出するとともに、その魅力を国内外に発信していくために、本市歴史文化資源をデジタル化し、観光等に活用する取組を促進し、持続的な地域活性化を実現する必要がある。</p>	<p>・文化を身近に感じ、触れることのできる機会の充実 文化会館・美術館における主催行事や企画展の内容の充実による質の高い文化芸術に触れる機会の創出や市民芸術祭などの文化芸術活動の発表・鑑賞の場の充実を図るとともに、子どもたちへの体験事業として、引き続き「宮っ子伝統文化体験教室」や「ふれあい文化教室」等を展開する。また、百人一首ゆかりの地として毎年開催している百人一首市民大会の開催はもとより、より多くの市民に「百人一首のまちうつのみや」の認知度を高め、本市文化に触れていただくための普及啓発活動を強化していく。 催事情報の発信については、SNS等のデジタル媒体を積極的に活用し、効率的・効果的な情報発信に努める。</p> <p>・文化芸術に取り組む人材・団体の育成・支援の充実 「市民芸術祭」にご協力いただく芸術家の方々をはじめ、「宇都宮市文化協会」や「うつのみやジャズのまち委員会」等と連携し、市民主体による文化芸術活動の一層の促進と内容の充実を図るとともに、「文化をつなぐ人材育成の推進」に向け、「宇都宮エスパー賞」受賞者による質の高い芸術文化に触れる機会を創出するため、市民や次代を担う子どもたちを対象としたコンサートや学校派遣事業などを行う。</p> <p>・文化芸術活動拠点の適切な管理・維持 文化芸術活動の拠点施設である美術館や文化会館においては、安全かつ快適な施設環境の維持・向上を図るため、計画的な維持管理を行う。特に開館から40年が経過している文化会館においては、機器設備の更新など、優先順位を適切に見極めて計画的に整備・修繕等を行う。</p> <p>・歴史文化資源を活用した地域活性化の推進 本市の歴史文化資源の継承や魅力を発信するため、「歴史と文化財ホームページ」や小中学校における「宇都宮学」デジタル副読本、宇都宮城VRツアー等の様々なコンテンツを活用した普及啓発を引き続き実施するほか、指定文化財等をデジタルアーカイブ化して展示する「デジタルミュージアム」を構築することにより、本市の歴史文化資源を魅力的に国内外へ発信し、さらなる交流・関係人口の増加を図る。</p>

令和7年度 行政評価 施策カルテ

施策名	1	都市ブランド戦略の推進	施策主管課	都市ブランド戦略課	総合計画 記載頁	105
-----	---	-------------	-------	-----------	-------------	-----

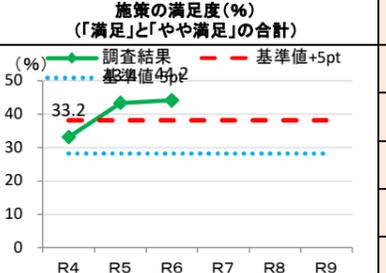
1 施策の位置付け

政策の柱	IV	魅力創造・交流の未来都市	政策	9	着実な定住の促進や移住・関係人口の増加による持続可能な地域社会の実現	関連するSDGs目標	  
------	----	--------------	----	---	------------------------------------	------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

政策目標	市民・事業者・行政などの多様な主体により、本市の魅力や暮らしやすさなどが発信されており、「宇都宮市」の認知度や関心がより一層高まり、「訪れたい」、「関わりたい」と考え、実践する人が増えています。誰もが暮らしやすいまちづくりが進められ、居住地としての優位性が高まっており、市外から移り住む人が増加するとともに、子育てのしやすさや働きやすさなど、本市だからこそ実現できる暮らしの充実を認知・実感することで、愛着や誇りが醸成され、本市に長く住み続ける人が増えています。
------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2 施策の取組状況

施策の方向性	宇都宮の都市イメージが高まり、多様な主体が自ら宇都宮の魅力発信を行うことで、市内外からの憧れと注目を更に集める都市になるとともに、関係人口・定住人口の増加を図ります。
--------	-------------------------------------------------------------------------------------

① 施策指標	指標名(単位)	R5	R6	R7	R8	R9 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移	指標名(単位)						評価			
									満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない				
産出指標	オリジナルロゴマーク(愉快ロゴ)作製数(件)	目標値	1,430	1,510	1,590	1,670	1,750	A		基準値(R4)	8.0%	25.2%	33.2%	17.6%	9.3%	25.2%	A	
	基準値(R3)	1,267	実績値	1,428	1,517						R5	10.3%	33.1%	43.4%	14.8%	5.4%		31.0%
	目標値(R9)	1,750	単年度の達成度	99.9%	100.5%						R6	10.6%	33.5%	44.2%	15.8%	4.8%		32.3%
		目標値									R7							
		基準値(R3)		実績値							R8							
		目標値(R9)		単年度の達成度							R9							
成果指標	宇都宮市を「好き」と感じる市民の割合(%)	目標値	91.9	92.2	92.5	92.8	93.1	A	※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照	③ 主要な構成事業の進捗状況						B		
	基準値(R3)	91.3	実績値	91.9	93.3													
	目標値(R9)	93.1	単年度の達成度	100.0%	101.2%													
		目標値																
		基準値(R3)		実績値														
		目標値(R9)		単年度の達成度														
【参考指標】	中核市水準比較	指標名(単位)	R5	R6	R7	R8	R9											
	「地域ブランド調査」(㈱ブランド総合研究所が実施)における「魅力度」	中核市平均	20.8	20.2														
	※「どの程度魅力を感じるか」の問いに対し、「魅力的」と回答した人の割合によりスコアを算出	本市実績	24.4	21.0														
		本市順位	18位/62位	26位/62位														
※ 評価の考え方	① 施策指標(産出指標)(成果指標)	A: 達成度100%以上 [25点]	B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	C: 達成度70%未満 [15点]	産出指標	A												
	② 市民意識調査結果(満足度)	A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-5pt以下) [15点]	成果指標	A												
	③ 主要な構成事業の進捗状況	A: 計画以上(構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	B: 計画どおり(主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	C: 計画より遅れ(構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	市民満足	A												
	総合評価	順調: A評価が2つ以上(C評価がある場合を除く) [90点以上]	概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]	やや遅れ: C評価が2つ以上(A評価が2つある場合を除く) [75点未満]	構成事業	B												

※①「施策指標」の単年度の達成度の計算について
 ★ 逦増型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの) ... (実績値/目標値) × 100 (%)
 ★ 逦減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの) ... (目標値/実績値) × 100 (%)

施策の評価・分析(現状とその要因の分析)		総合評価		
施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> 国においては、地方創生の取組を更に推進するため、令和6年12月に「地方創生2.0の『基本的な考え方』」を決定し、「若者・女性にも選ばれる地方(=楽しい地方)」をつくることを主眼に、自然や文化・芸術・スポーツなども含めた地域資源を最大限活用した付加価値創出型の新しい地方経済の創出や、移住や企業移転、関係人口の増加など人流の創出等に取り組むこととしており、基本構想を令和7年夏に取りまとめる方針としている。 餃子、ジャズ、カクテル、プロスポーツ、大谷地域(大谷石文化)など既存の地域資源について、産学官民連携による魅力の磨き上げが進められ、全国・世界に誇る宇都宮ブランドへと発展し、本市への愛着の獲得につながっている。 「共働き子育てしやすい街ランキング」の2年連続全国2位をはじめ、「住みよさランキング」や「住みたい街ランキング」などの民間調査でトップクラスに位置するなど、本市のまちづくりが高く評価されている。 ふるさと納税においては寄附額が過去最高となる7億円を達成するなど、市内外における本市まちづくりへの期待が高まっている。 令和6年度における移住相談件数(642件)は過去最高となるなど、「移住先としての宇都宮」の認知・関心が高まっている一方、社会動態においては若い世代の東京圏への転出超過が続いている。 	95点		
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> オリジナルロゴマーク(愉快ロゴ)作製数については、宇都宮ブランディングアライアンスやミヤリー公式SNSなど、多様な媒体を効果的に活用した情報発信に取り組んだことにより、本市都市ブランドの推進に共感した市民・事業者など多様な主体が参画したことから、目標値を上回っている。 宇都宮市を「好き」と感じる市民の割合については、市民の本市に対する「愛着」の獲得に向けてブランド戦略を着実に継続してきたことにより、11年連続で9割を超え、令和6年度においては過去最高値となるなど、目標値を上回っている。 	市民満足度	<ul style="list-style-type: none"> テレビCMなどの多様な媒体を活用しながら、本市の魅力・実力を訴求する戦略的なプロモーションを展開するとともに、「ライトライン開業1周年イベント」や「宇都宮ジャパンカップ」など、本市に注目が集まる好機を的確に捉えた効果的な魅力発信や、企業・関係団体等と連携した市民参加型・発信型の愉快事業を実施するなど、「オール宇都宮」による都市ブランドの推進により、市民の本市への「誇り」や「愛着」がより一層醸成されたことから、市民満足度が向上した。 	順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P・戦略事業・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R6事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「①昨年度の評価(成果や課題)」と「②今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	宇都宮ブランド戦略の推進	好循環P戦略事業	本市の魅力や都市イメージの向上により、市民の誇りや市外からの憧れなど愛着を獲得する。	市内外の人、企業等	本市の魅力を知ってもらい「認知」の取組と好きになってもらう「信頼」の取組の推進	計画どおり	112,063	H20	先駆的	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):効果的なインナーブランディングとアウトナーブランディングの実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> 本市の市民や事業者、「宇都宮」への愛着や誇りをより深めてもらえるよう、NCCを基盤としたまちづくりなど、都市の魅力伝えることを目的とした講演会等を宇都宮東高校などで開催したほか、市ホームページやSNSなどを通じた愉快市民・愉快ショップ・オリジナル愉快ロゴの普及促進を図ったところであり、愉快ロゴについては、平成22年に事業を開始して以降、申請件数が累計で1,500件を超えた。 また、東京圏の若者世代や子育て世代に、本市の魅力を知ってもらうよう、「充実した子育て環境」や「大人も楽しめる暮らしの魅力」など、「都市の魅力・実力」をPRするCM動画を新たに制作し、テレビCMやインターネット広告、鉄道広告など、多様な媒体を連動させた戦略的なプロモーションを行った(関東圏視聴者数:1億4,200万人(推定値))ほか、新たなマスコットキャラクター「餃子犬じゅうべえ」像を若者が多く集まる渋谷駅に設置するなど、本市のイメージアップや来訪意欲の喚起につなげた。 子育て施策などの充実のほか、ライトラインの西側延伸やウォークラブルなまちづくりの推進など、今後、まちづくりが劇的に進展し、本市が全国・世界からますます注目を集めるタイミングを捉えながら、引き続き、その好機を逃すことなく、市内外のターゲットに合わせた戦略的なシティプロモーションを更に充実する必要がある。 <p>【②今後の取組方針:本市への来訪や移住・定住の促進につながるプロモーション等の充実・強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市民参加によるまちの活性化や、本市への来訪、移住・定住の促進につなげられるよう、引き続き、愉快市民や愉快ショップなどの愉快事業を通じ、本市市民のシビックプライドの醸成を図る(インナーブランディング)とともに、主に東京圏の子育て世代や若者を対象に、テレビCMやデジタルマーケティングのほか、東京圏の屋外ビジョンも新たに活用しながら、本市の住みやすさや賑わいなどの魅力をPRする機会を創出する(アウトナーブランディング)など、プロモーション等の充実・強化を図っていく。
2	東京圏から本市への移住・定住等の促進	好循環P戦略事業	本市へ移住・定住する人の増加	東京圏を中心とした、本市外に在住する方	<ul style="list-style-type: none"> 東京圏における移住定住プロモーションを通じた本市の魅力や情報の発信 本市での生活等について理解を深められる体験事業の実施 移住定住相談窓口miyacomeにおける相談受付 本市における各種支援制度の利用促進 	計画どおり	141,813	H28	独自性トップクラス	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):情報発信や経済的支援等による移住・定住促進策の展開】</p> <ul style="list-style-type: none"> 東京圏の子育て世代などに本市の魅力を知ってもらえるよう、在東京キー局におけるCM放映や鉄道広告など、多様な媒体を効果的に連動させた戦略的なプロモーションを展開するとともに、宇都宮の住まいに関する情報発信を強化するため、宇都宮空き家会議と連携しながら、空き家・空き地バンクのホームページをリニューアルオープンした。 移住の検討熟度を高めてもらえるよう、宇都宮市移住定住相談窓口「miyacome」における移住相談と組み合わせた「みや暮らし体験事業」を実施したほか、移住検討者が地域のキーマンやコミュニティと出会えるツアーの実施回数を拡充した。(R5:3回⇒R6:4回) 市外の方が安心して本市に移住することができるよう、「miyacome」において継続的に相談支援を行ったほか、包括連携協定の活用によるイトヨーカドー(赤羽店)での本市独自の移住相談会の開催や、関西圏における大規模移住フェアへのブース出展など、移住相談の機会を拡充したことで、移住・定住に係る相談の延べ件数は、過去最高値の642件(R5比約1.2倍)に増加した。 本市での定住促進に向け、東京圏通勤・通学支援補助金を実施しているところであり、市ホームページや広報紙などによる周知に加え、移住相談窓口での案内を徹底したことなどにより、利用者の増加につながった。(R5:83人⇒R6:143人 ※約1.8倍増)また、移住者同士が宇都宮での暮らしに関する情報などを共有する移住者交流会を新たに実施した。 ポスト・コロナ禍において東京圏への転出超過の拡大が懸念される中、本市を移住先の候補の1つとして認知してもらえるよう、本市の魅力発信を強化する必要がある。また、本市に安心して移住・定住してもらえるよう、ニーズに応じた情報提供や交流機会の確保を図る必要がある。 <p>【②今後の取組方針:本市の魅力発信強化とニーズに応じた支援の充実】</p> <ul style="list-style-type: none"> 移住・定住につながるよう、メディアやデジタルマーケティングに加え、屋外広告なども活用しながら、戦略的なプロモーションを展開するとともに、空き家バンクと連携した住まいに関する定期的な情報発信を行う。また、移住者の目線によるメッセージ発信にも新たに取組んでいく。 みや暮らし体験事業やmiyacome等における相談支援を継続的に実施するとともに、移住・定住や、東京圏への通勤通学に係る経済的な支援を継続していく。また、若者の地方移住促進に係る国の動向を注視しながら、東京圏からの若年層の新たな移住・定住促進策についても検討していく。
3	ふるさと応援寄附事業		自主財源の確保	市外の人、企業等	ふるさと納税を通じた市のまちづくりや地域社会の活性化	計画どおり	362,500	H20		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):本市の魅力伝える返礼品の充実と民間活力の活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> 本市の自主財源の確保や魅力の訴求に向け、一般ふるさと納税については、受付サイトの運営から、寄附者の情報管理、調達・配送までの業務を一体的に実施する中間管理事業者と連携しながら、返礼品の取扱い品目を前年度比約1.7倍へ拡充したほか、本市への来訪目的となる体験型返礼品の追加や、新たなポータルサイトの導入などを行ったことなどにより、寄附額は過去最高の7億円に達した。 また、企業版ふるさと納税については、民間企業が有するノウハウやネットワークを活用し、寄附意向のある企業を紹介してもらってマッチング事業を新たに導入したことにより、寄附件数及び寄附額を大幅に増加させることができた。(R5:1,800千円(3件)→ R6:38,490千円(28件)) 自主財源の更なる確保に向け、返礼品の発掘・充実や、事業の周知強化に取り組むとともに、ガバメントクラウドファンディングの効果的な実施についても検討していく必要がある。 <p>【②今後の取組方針:更なる寄附拡大に向けた取組の充実・強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> 寄附の拡大に向け、引き続き、中間管理事業者と連携しながら、本市への来訪目的となる体験型返礼品や、友好都市「沖繩県うるま市」との連携による両市共通の返礼品などの発掘・充実に取り組むとともに、市ホームページの充実等によるPRの強化を図る。また、他市におけるガバメントクラウドファンディングの成功事例を参考にしながら、本市に適した事業スキームについて検討していく。

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・戦略的な都市ブランドの推進 本市の都市としての「魅力・実力」を効果的かつ確実に市内外に訴求し、シビックプライドの更なる深化や交流・関係人口の創出拡大を図るため、引き続き、インナー・アウトブランディングを両輪とした、官民の有機的な連携による戦略的な本市ブランド推進に取り組む必要がある。</p> <p>・プロモーションの充実・強化による本市への来訪や移住定住の促進 出生数の減少や若い世代の東京圏への転出超過が続くことにより、都市の活力や賑わい、地域コミュニティの低下など、まちづくりのあらゆる分野に影響を及ぼすことが懸念されることから、本市が将来にわたり持続的に発展していくため、本市への来訪意欲や地方移住に関心の高いターゲットに対し、一体的かつ戦略的なプロモーションの強化を図ることにより、本市の認知向上やイメージアップ、本市との関係性の深化・発展につなげる必要がある。</p> <p>・ふるさと納税を通じた魅力発信 年々市場規模が拡大し、全国の寄附金額の総額が1兆円を超えるなど、国民に広く浸透している「ふるさと納税制度」を単なる財源確保の視点だけでなく、まちの魅力を伝える効果的なPRツールとして活用し、本市への寄附を通じた交流・関係人口の創出を図る必要がある。</p>	<p>・戦略的な都市ブランドの推進 本市に注目が集まる好機を的確に捉え、「餃子」、「ライトライン」、「プロスポーツ」などの本市が全国・世界に誇る地域資源や、「暮らしやすさ」、「子育てのしやすさ」といった都市の実力を、SNSやメディア等の多様な媒体を効果的に活用しながら発信するとともに、市民参加・体験型事業の充実・強化によるまちづくりの活性化を図りながら、市民・事業者・行政などの様々な主体が一体的に連携・協力した「オール宇都宮」によるシティプロモーションを展開していく。</p> <p>・プロモーションの充実・強化による本市への来訪や移住定住の促進 テレビCMやインターネット広告、東京圏の屋外ビジョンの活用など、様々なメディアを連動させながら、東京圏の若者や子育て世代をターゲットとしたプロモーションを展開し、本市の「まちの先進性」や「充実した子育て環境」、「豊かな住環境」などの都市の強みを訴求することにより、来訪意欲の喚起や移住定住の促進を図る。</p> <p>・ふるさと納税を通じた魅力発信 寄附を通じて、宇都宮を「訪れたい」、「応援したい」と思ってもらえるよう、引き続き、魅力的な地場産品や体験型返礼品の発掘・充実に取り組むとともに、本市を訪れた方が直接、ふるさと納税を行うことができる「現地決済型ふるさと納税」の拡充を図っていく。 また、本市が抱える地域課題の解決や魅力的なまちづくりにつながるプロジェクトに共感した方から寄附を募るガバメントクラウドファンディングの効果的な実施について検討を進めていく。</p>

令和7年度 行政評価 施策カルテ

施策名	2	移住定住支援の充実	施策主管課	都市ブランド戦略課	総合計画 記載頁	105	
1 施策の位置付け	政策の柱	IV 魅力創造・交流の未来都市	政策	9	着実な定住の促進や移住・関係人口の増加による持続可能な地域社会の実現	関連するSDGs目標	  
政策目標	市民・事業者・行政などの多様な主体により、本市の魅力や暮らしやすさなどが発信されており、「宇都宮市」の認知度や関心がより一層高まり、「訪れたい」、「関わりたい」と考え、実践する人が増えています。誰もが暮らしやすいまちづくりが進められ、居住地としての優位性が高まっており、市外から移り住む人が増加するとともに、子育てのしやすさや働きやすさなど、本市だからこそ実現できる暮らしの充実を認知・実感することで、愛着や誇りが醸成され、本市に長く住み続ける人が増えています。						

2 施策の取組状況

施策の方向性	市民が実感できる暮らしやすいまちづくりに加え、本市の居住地としての魅力に関する情報発信の強化や、移住に関する相談体制の充実などにより、本市へ移住する人、本市に定住する人の増加を図ります。
--------	-----------------------------------------------------------------------------------------------

① 施策指標	指標名(単位)	R5	R6	R7	R8	R9 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移							評価	
								満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない			
産出指標	移住定住に関する相談件数(5年間累計)(件)	目標値	200	400	600	800	1,000	A								A
	基準値(R3)	166	実績値	556	1,198 (642)											
	目標値(R9)	1,000	単年度の達成度	278.0%	299.5%											
	基準値(R3)		実績値													
	目標値(R9)		単年度の達成度													
	目標値															
成果指標	移住定住に関する相談のうち実際に本市へ移住した人の数(5年間累計)(人)	目標値	106	212	318	424	530	A	③ 主要な構成事業の進捗状況 ※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照							B
	基準値(R3)	124	実績値	364	696 (332)											
	目標値(R9)	530	単年度の達成度	343.0%	328.3%											
	基準値(R3)		実績値													
	目標値(R9)		単年度の達成度													
	目標値															
※ 評価の考え方	① 施策指標(産出指標)(成果指標)	A: 達成度100%以上 [25点]		B: 達成度70%以上100%未満 [20点]		C: 達成度70%未満 [15点]		産出指標	A							
	② 市民意識調査結果(満足度)	A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]		B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]		C: 基準値より低下(-5pt以下) [15点]		成果指標	A							
	③ 主要な構成事業の進捗状況	A: 計画以上(構成事業2事業以上が計画以上) [25点]		B: 計画どおり(主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]		C: 計画より遅れ(構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]		市民満足	A							
	総合評価	順調: A評価が2つ以上(C評価がある場合を除く) [90点以上]		概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]		やや遅れ: C評価が2つ以上(A評価が2つある場合を除く) [75点未満]		構成事業	B							

※『① 施策指標』の単年度の達成度の計算について
 ★ 逓増型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの) ... (実績値/目標値) × 100 (%)
 ★ 逓減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの) ... (目標値/実績値) × 100 (%)

施策の評価・分析 (現状とその要因の分析)		総合評価
施策を取り巻く環境等	・テレワークの普及をはじめとしたライフスタイルの多様化などを背景として、「NPO法人ふるさと回帰支援センター」における移住相談件数が過去最多を更新するなど、地方移住への関心は高い状況にあるが、ポストコロナの時代を迎え、東京圏に対する人口集中が再び顕在化している。 【ふるさと回帰支援センターにおける移住相談件数・・・2023年: 59,276人⇒2024年: 61,720人(出展: ふるさと回帰支援センター「移住相談件数の推移(2008-2024)」)、東京圏における転入超過・・・2023年: 114,802人⇒2024年: 119,337人(出典: 総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告」、本市における東京圏に対する転出超過・・・2023年: ▲1,368人⇒2024年: ▲1,468人(出典: 宇都宮市「宇都宮統計書(令和6年度版)」)】 ・国においては、「安心して働き、暮らせる地方の生活環境の創生」や「東京一極集中のリスクに対応した人や企業の地方分散」など、5本の柱を掲げた「地方創生2.0の基本方針」を令和6年12月に策定したところであり、移住や企業移転、関係人口の増加など、地方創生に向けた取組をさらに強化していく姿勢を示している。 ・国では、地方企業への就職活動に要する交通費補助に加え、地方企業への就職に伴う移転費補助の創設を予定するなど、東京圏の若者の地方移住に対する支援の強化を図っている。 ・本市においては、東京圏への転出超過が続いており、特に20歳代・30歳代における転出が多い。【本市における東京圏に対する転出超過・・・2023年: ▲1,368人⇒2024年: ▲1,468人(出典: 宇都宮市「宇都宮統計書(令和6年度版)」)】	95点
施策指標	・これまで本市が取り組んできた「住みやすいまち」や「子育てしやすいまち」などの認知の高まりや、ライトラインの開業をはじめとした本市のまちづくりに対する期待感の高まりに加え、全国でも類を見ない、テレビCMなどの多様なメディアを連動させた移住定住プロモーションの実施や、宇都宮市移住定住相談窓口「miya come」における支援メニューの充実など、移住定住施策の充実・強化に取り組んできたことにより、市内外における「居住地としての宇都宮」の認知・関心の拡大が図られ、「移住定住に関する相談件数」及び「移住定住に関する相談のうち実際に本市へ移住した人の数」とともに、目標値を大きく上回っている。	市民満足度 順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P・戦略事業・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R6事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「①昨年度の評価(成果や課題)」と「②今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	東京圏から本市への移住・定住等の促進	好循環P 戦略事業	本市へ移住・定住する人の増加	東京圏を中心とした、本市外に在住する方	・東京圏における移住定住プロモーションを通じた本市の魅力や情報の発信 ・本市での生活等について理解を深められる体験事業の実施 ・移住定住相談窓口miyacomeにおける相談受付 ・本市における各種支援制度の利用促進	計画どおり	141,813	H28	独自性 トップクラス	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):情報発信や経済的支援等による移住・定住促進策の展開】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京圏の子育て世代などに本市の魅力を知ってもらえるよう、在東京キー局におけるCM放映や鉄道広告など、多様な媒体を効果的に連動させた戦略的なプロモーションを展開するとともに、宇都宮の住まいに関する情報発信を強化するため、宇都宮空き家会議と連携しながら、空き家・空き地バンクのホームページをリニューアルオープンした。 ・移住の検討熟度を高めてもらえるよう、宇都宮市移住定住相談窓口「miyacome」における移住相談と組み合わせた「みや暮らし体験事業」を実施したほか、移住検討者が地域のキーマンやコミュニティと出会うツアーの実施回数を拡充した。(R5:3回⇒R6:4回) ・市外の方が安心して本市に移住することができるよう、「miyacome」において継続的に相談支援を行ったほか、包括連携協定の活用によるイトーヨーカドー(赤羽店)での本市独自の移住相談会の開催や、関西圏における大規模移住フェアへのブース出展など、移住相談の機会を拡充したことで、移住・定住に係る相談の延べ件数は、過去最高値の642件(R5比約1.2倍)に増加した。 ・本市での定住促進に向け、東京圏通勤・通学支援補助金を実施しているところであり、市ホームページや広報紙などによる周知に加え、移住相談窓口での案内を徹底したことなどにより、利用者の増加につながった。(R5:83人⇒R6:143人、※約1.8倍増)また、移住者同士が宇都宮での暮らしに関する情報などを共有する移住者交流会を新たに実施した。 ・ポスト・コロナ禍において東京圏への転出超過の拡大が懸念される中、本市を移住先の候補の1つとして認知してもらえるよう、本市の魅力発信を強化する必要がある。また、本市に安心して移住・定住してもらえるよう、ニーズに応じた情報提供や交流機会の機会の確保を図る必要がある。 <p>【②今後の取組方針:本市の魅力発信強化とニーズに応じた支援の充実】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住・定住につながるよう、メディアやデジタルマーケティングに加え、屋外広告なども活用しながら、戦略的なプロモーションを展開するとともに、空き家バンクと連携した住まいに関する定期的な情報発信を行う。また、移住者の目線によるメッセージ発信にも新たに取組んでいく。 ・みや暮らし体験事業やmiyacome等における相談支援を継続的に実施するとともに、移住・定住や、東京圏への通勤通学に係る経済的な支援を継続していく。また、若者の地方移住促進に係る国の動向を注視しながら、東京圏からの若年層の新たな移住・定住促進策についても検討していく。
2	宇都宮ブランド戦略の推進(再掲)	好循環P 戦略事業	本市の魅力や都市イメージの向上により、市民の誇りや市外からの憧れなど愛着を獲得する。	市内外の人、企業等	本市の魅力を知ってもらい「認知」の取組と好きになってもらう「信頼」の取組の推進	計画どおり	112,063	H20	先駆的	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):効果的なインナーブランディングとアウターブランディングの実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本市の市民や事業者、「宇都宮」への愛着や誇りをより深めてもらえるよう、NCCを基盤としたまちづくりなど、都市の魅力伝えることを目的とした講演会等を宇都宮東高校などで開催したほか、市ホームページやSNSなどを通じた愉快市民・愉快ショップ・オリジナル愉快ロゴの普及促進を図ったところであり、愉快ロゴについては、平成22年に事業を開始して以降、申請件数が累計で1,500件を超えた。 ・また、東京圏の若者世代や子育て世代に、本市の魅力を知ってもらえるよう、「充実した子育て環境」や「大人も楽しめる暮らしの魅力」など、「都市の魅力・実力」をPRするCM動画を新たに制作し、テレビCMやインターネット広告、鉄道広告など、多様な媒体を連動させた戦略的なプロモーションを行った(関東圏視聴者数:1億4,200万人(推定値))ほか、新たなマスコットキャラクター「餃子犬じゅうべえ」像を若者が多く集まる渋谷駅に設置するなど、本市のイメージアップや来訪意欲の喚起につなげた。 ・子育て施策などの充実のほか、ライトラインの西側延伸やウォークパブルなまちづくりの推進など、今後、まちづくりが劇的に進展し、本市が全国・世界からますます注目を集めるタイミングを捉えながら、引き続き、その好機を逃すことなく、市内外のターゲットに合わせた戦略的なシティプロモーションを更に充実させる必要がある。 <p>【②今後の取組方針:本市への来訪や移住・定住の促進につながるプロモーション等の充実・強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市民参加によるまちの活性化や、本市への来訪、移住・定住の促進につなげられるよう、引き続き、愉快市民や愉快ショップなどの愉快事業を通じ、本市市民のシビックプライドの醸成を図る(インナーブランディング)とともに、主に東京圏の子育て世代や若者を対象に、テレビCMやデジタルマーケティングのほか、東京圏の屋外ビジョンも新たに活用しながら、本市の住みやすさや賑わいなどの魅力をPRする機会を創出する(アウターブランディング)など、プロモーション等の充実・強化を図っていく。
3	UJIターン就職促進事業	SDGs 好循環P 戦略事業	県外大学生等の市内中小企業の魅力に対する理解を促進するとともに、UJIターン就職の意識を醸成する。	市内中小企業者 県外大学生等	①県外大学生等のインターンシップ受け入れや就職活動に際し、中小企業が負担した大学生等の交通費・宿泊費を一部補助 ②「宇都宮市のお仕事ガイド」による情報発信	計画どおり	109	H29		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):インターンシップ受け入れ企業・県外大学生の就職活動に対する補助支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内企業の情報や市の魅力等を掲載したガイドを作成し、国・県の関係機関や大学・高校等に配布したほか、電子書籍として「栃木イーブックス」に掲載し、広く市内企業の魅力を発信した。 ・県外大学生等のインターンシップ補助事業の登録企業は累計11社となり、そのうち3社で11人のインターンシップ受入にあたり補助が活用されるなど、市内中小企業への県外大学生等のUJIターン就職に向けた取組を支援した。 ・県内25市町で、東京圏の大学生が県内企業で実施される就職活動に要する交通費を助成する、国の交付金事業「地方就職学生支援事業」を創設し、東京圏の大学生に地方へUJIターン就職促進に向けた事業を開始した。 ・市内企業へのUJIターン就職をさらに促進するためには、「地方就職学生支援事業」について、県内25市町と連携を図りながら、補助内容の検討を行うほか、UJIターン就職やインターンシップに関心の高い市内中小企業への周知啓発を図ることで、多様な業種の登録を推進する必要がある。 <p>【②今後の取組方針:県外大学生等の参加促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターンシップ実施の意識醸成を図るセミナーなどを開催するとともに、都内の「とちぎUJIターン就職サポートセンター」やウツノミヤテラス内に設置した移住定住相談窓口「ミヤカム」等との連携により東京圏等の大学生等への情報発信を強化していく。 ・地方就職学生支援事業については、UJIターン就職支援補助金と整合を図りながら、要綱の改正を行い、補助対象の拡充など効果的な事業を実施していく。

4	マイホーム取得支援事業補助金	好循環P	・拠点形成の促進(居住誘導区域等への居住誘導) ・人口の獲得	居住誘導区域等に住宅を取得した市内転居者・市外転入者	・住宅取得費の一部補助 ・住宅金融支援機構との連携事業(フラット35の金利優遇)の実施	計画どおり	95,900	R5	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):居住誘導区域等への居住誘導・人口の獲得】</p> <p>・人口が減少する中であっても、本制度の活用促進により、子育て世帯をはじめ、約270世帯(約760人)について、居住誘導区域等への転入・転居を図るとともに、その約4割が空き家の取得であり、不動産市場における空き家の流通促進に寄与した。</p> <p>・本制度利用者からは補助金が区域等を選ぶきっかけになったとの声が多く寄せられていることから、マイホーム取得者が多い30代～40代の若年層等への周知により、利用を一層促進し、居住誘導区域等への転入・転居を図っていく必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針:若年層による制度利用の促進】</p> <p>・居住誘導区域等への転入・転居を促進するため、移住定住相談窓口「miya come」や市HP、SNS等の各種媒体を活用するほか、不動産事業者等と連携・協力したPRを強化するなど、主たるターゲットである若年層への効果的な周知に取り組む。</p>
5	若年夫婦、子育て世帯及び新卒採用者等家賃補助金	好循環P	・拠点形成の促進(居住誘導区域への居住誘導) ・人口の獲得	居住誘導区域の賃貸住宅に入居した若年夫婦・子育て世帯、新卒採用者、結婚を希望する女性	家賃の一部補助	計画どおり	1,850	R5	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):居住誘導区域への居住誘導・人口の獲得】</p> <p>・人口が減少する中であっても、本制度の活用促進により、若年夫婦世帯や子育て世帯をはじめ、約20世帯(約40人)について、居住誘導区域への転入・転居を図った。</p> <p>・本制度利用者からは補助金が区域等を選ぶきっかけになったとの声が多く寄せられていることから、主たるターゲットである若年層への周知により、利用をより一層促進し、居住誘導区域等への転入・転居を図っていく必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針:若年層による制度利用の促進】</p> <p>・居住誘導区域への転入・転居を促進するため、移住定住相談窓口「miya come」や市HP、SNS等の各種媒体を活用するほか、不動産事業者等と連携・協力したPRを強化するなど、主たるターゲットである若年層への効果的な周知に取り組む。</p>

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・地方移住の機運等を捉えた東京圏に対する戦略的なプロモーションの展開 テレワークをはじめとした「働き方」や「暮らし方」の定着などによる、ライフスタイルの多様化に伴い、NPO法人ふるさと回帰支援センターにおける移住相談件数が過去最多を更新するなど、地方移住に対する高い関心が見られることから、こうした機を逃すことなく、地方移住を検討している方をはじめ、東京圏の子どもの成長などに合わせて住宅取得を検討する「住み替え」検討世帯や地方移住への関心が高い20代の女性単身者などの移住潜在層に対し、本市を居住地として認知・選択していただけるよう、効果的な情報発信を実施していく必要がある。</p> <p>・移住を希望する方の検討熟度に応じた支援の実施 移住相談件数やそれを通じた移住者数が過去最多であるものの、さらなる移住相談件数などの増加に向け、移住後の「働き方」や「暮らし方」などに対する考え方を的確に捉え、本市を移住先として認知してもらい、着実に検討を深めていただけるよう、移住の検討熟度に応じた移住定住を後押しする取組を実施していく必要がある。</p> <p>・若年層を対象とした定住やUターンの更なる促進 ポスト・コロナの時代に突入し、再び、都心回帰の流れが顕在化しつつあり、東京圏への転出超過の拡大も懸念されることから、特に東京圏への転出超過が顕著な10歳代・20歳代の若年層を対象とした、定住やUターンにつながる施策・事業等の検討・展開が必要である。</p>	<p>・地方移住の機運等を捉えた東京圏に対する戦略的なプロモーションの展開 「就職・転職」、「結婚・出産」、「子育て」などのライフステージのイベントが多く、地方移住への関心が高い。東京圏在住20歳代の単身者(特に女性)や30歳代の子育て世帯をターゲットとし、潜在層や交流人口・関係人口などの本市とターゲットとの関係性を捉えながら、それらを深化・発展させるため、引き続き、テレビCMやデジタルマーケティング、SNSやウェブに加え、屋外広告など、様々なメディアを連動させた戦略的なプロモーションを展開していく。 移住相談において相談が多い「住まい」に関する情報発信の強化を図るため、庁内関係課等と連携しながら、本市公式ライン「教えてミヤリー」や空き家バンクホームページなどを効果的に活用した情報発信に取り組んでいく。</p> <p>・検討熟度に応じた的確な情報提供や移住後のフォローアップの実施 デジタルマーケティングを効果的に活用しながら、移住セミナーやみや暮らし体験事業への参加促進を図るとともに、宇都宮市移住定住相談窓口「miyacomе」において、ライフプランに応じたきめ細かな相談対応を実施するなど、検討熟度に応じた的確な情報提供やフォローアップを実施していく。 移住後の新生活に不安を抱く移住者や移住検討者が多いことから、安心して本市に移住し、暮らし続けていただけるよう、移住者交流会など、交流機会の創出・拡大を図る。</p> <p>・若年層を中心とした定住やUターンの更なる促進 東京圏への新幹線通勤・通学や居住に係る経済的な支援を通して、引き続き、若年層の定住促進につなげていく。 国における若年層の地方移住に対する支援の拡充などを注視しながら、本市においても、県内企業に就職する際の移転費を一部助成する補助制度を創設するなど、東京圏からの若年層のUターン等の促進に取り組んでいく。</p>