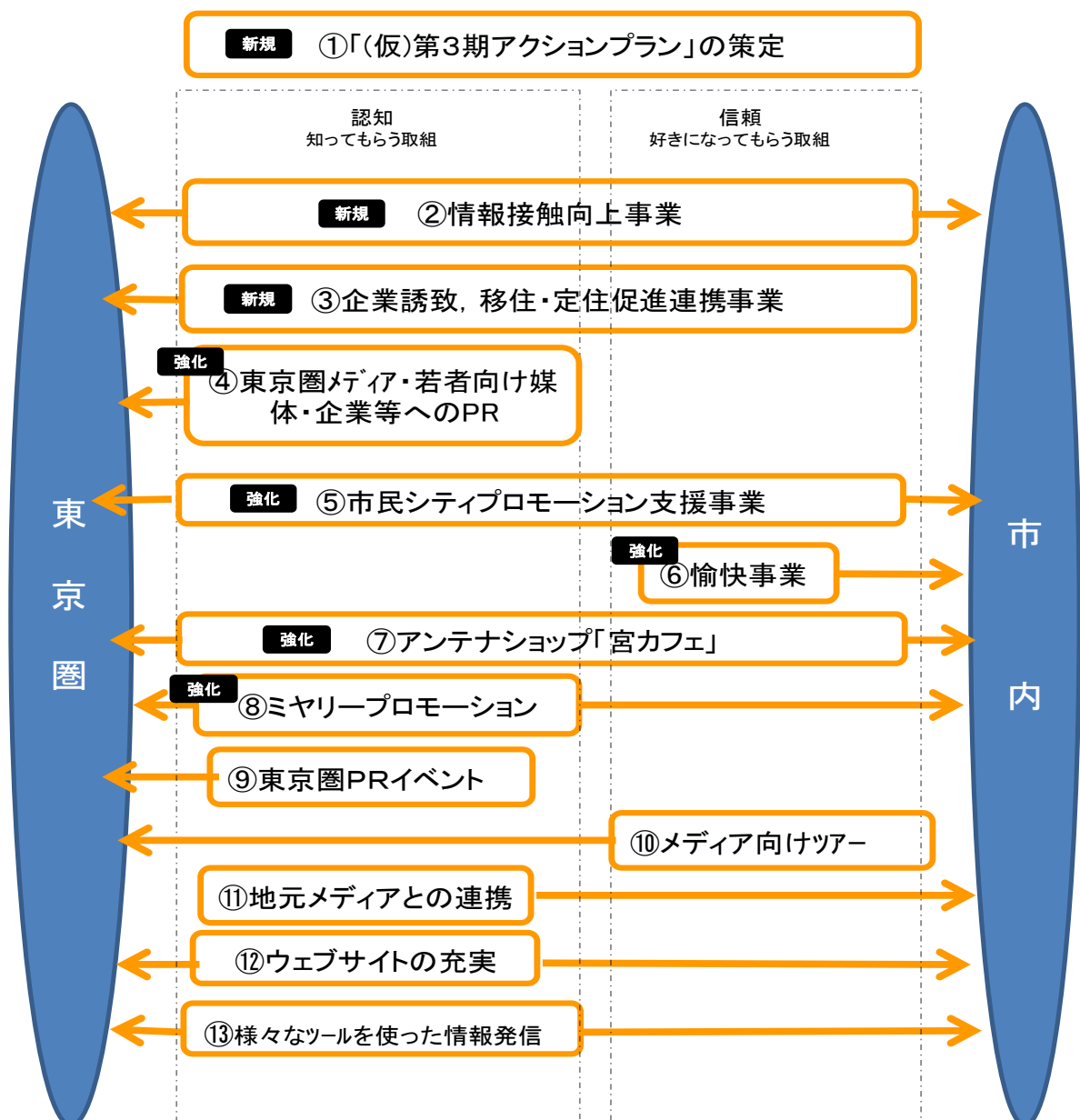


1 基本的な考え方

- ・第2期アクションプラン（H25～29）に掲げた目標を達成するため、同プランを推進するとともに、第2期アクションプランの検証を行い、事業や目標指標などを見直し、（仮）第3期アクションプランを策定する。
- ・市民の誇りの獲得に向け、若者への影響が大きいSNSの活用など情報接触度を高める取組や、おもてなしの向上や人材の育成など、市民が自分ゴト化して行動し、宇都宮の魅力を発信する仕組みづくりなど、認知・信頼を高める活動をさらに充実させる。
- ・市外からの憧れの獲得に向け、SNSの活用や市民と一体となった魅力発信など情報接触度を高める取組や、定住促進事業等と連携し、地方暮らしに興味のある若者へのアプローチを強化するなど、市外向けにも認知・信頼を高める活動をさらに充実させる。

2 事業の全体像

◆事業全体図



3 事業報告

①「第3期アクションプラン」の策定

ブランド戦略の更なる推進を図るため、「第2期アクションプラン」の取組を総括・検証し、平成30～34年度の5年間を計画期間とした「(仮)第3期アクションプラン」を策定（3月）。

※詳細は、協議事項（1）[資料1](#)、[別紙1－1](#)、[別紙2－1](#)参照。

②情報接触向上事業

デスティネーションキャンペーンの機会を捉え、動画など映像を活用し、宇都宮の魅力を効果的に広く発信するため、大型液晶デジタルサイネージを設置した。

▽放映開始日 平成30年3月16日（金）

▽放映時間 午前6時～午後11時

▽設置場所 JR宇都宮駅東西自由通路東端

▽モニターサイズ 84型

▽放映内容 宇都宮愉快CM、観光PR動画、プロスポーツチームPV、観光フォトコンテスト入賞作品等宇都宮の魅力発信につながる動画・静止画のほか、市政情報・イベント情報など。



③企業誘致、移住・定住促進連携事業

(1) 企業誘致連携事業 「宇都宮市企業立地セミナー」

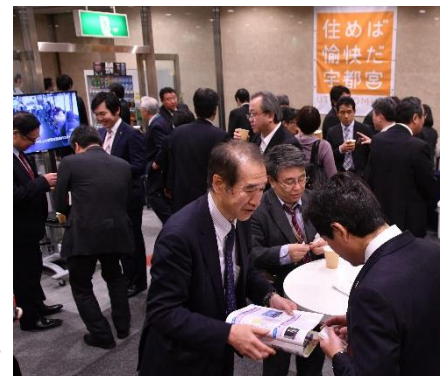
▽日時 平成30年1月29日（月）

▽会場 KDDIホール（東京都千代田区）

▽主催 産業政策課

▽内容 本市の企業に対する支援制度や企業立地補助金制度・暮らしやすさなど市長による宇都宮のプレゼンテーション、経済アナリストによる基調講演、本市に立地している企業幹部による宇都宮の魅力紹介、参加企業との意見交換 等。

▽参加企業・人数 52社・126人



(2) 移住定住促進連携事業 「ランドネきたかんマルシェ」



▽日時 平成29年9月8・9日（土・日）

▽会場 恵比寿ガーデンプレイスセンター広場（東京都渋谷区）

▽主催 北関東中核都市連携会議（宇都宮市、水戸市、前橋市、高崎市）

▽内容 4市が連携感を持って「きたかんブランド」を創造、東京圏へ発信するため、本市アンテナショップ宮カフェなど、4市ならではの特産物販売等によるマルシェを開催。

▽来場者 約30,000人

(3) 移住定住促進連携事業 「新潟・福島・茨城・栃木・群馬 5 県合同移住相談会」

▽日時 平成 29 年 9 月 30 日 (土)

▽会場 東京交通会館 3 階 (東京都千代田区)

▽主催 新潟県・栃木県・群馬県・F I T 構想推進協議会

▽内容 子育て、食・農、空き家活用、二拠点生活などを
テーマに、5 県・29 市町村が出展



④東京圏メディア・若者向け発信媒体・企業等へのPR

(1) 就職情報誌「BeCAL (ビーカル)」の活用

東京圏へのアクセスの良さや暮らしの良さなどの情報を、市内・県内の企業案内情報誌へ掲載することで、若者向けに本市の魅力をPRした。

▽掲載誌 「BeCAL (ビーカル)」2017 年度版

▽掲載内容

- ・住みよさ度、共働き子育てしやすい街ランキングなど、住みやすさ
- ・東京圏との通勤時間比較など、働きやすさ
- ・プロスポーツや自転車、イベントなど、楽しさ
- ・インタビューを交えて、宇都宮の暮らしの豊かさ 等

▽仕様 A4 判 2 ページ (見開き)

▽発行部数 約 10,000 部販売及び、

東京圏の大学・短大・専門学校等約 1,000 校に配布



(2) 経済誌「週刊東洋経済」の活用



LRT 整備と関連させた街の魅力や期待感、交通アクセスの良さや暮らしの良さなどをビジネス情報誌へ掲載することで、企業向けに本市の発展可能性などをPRした。

▽掲載誌 「週刊東洋経済」平成 29 年 12 月 25 日発行号

▽掲載内容

- ・東京圏からのアクセス、企業へ補助制度などのサポート情報
- ・LRT 整備の概要と現状、投資環境の良さ、今後の本市発展可能性 等

▽仕様 A4 判 2 ページ (見開き)

▽印刷部数 約 92,500 部

▽その他 ・「東洋経済オンライン」にて記事掲載 (平成 30 年 1 月 10 日～2 月 7 日)

ページビュー数 39,092 件

(3) アプローチシートの作成

各種東京圏メディア向けに、東京圏へのアクセスの良さ、ギョーザ、歴史・伝統、大谷、ジャズ、カクテル、暮らしの良さ等々の地域資源を集約・紹介するアプローチシートを作成。

番組や雑誌の視聴者・読者層を踏まえ、媒体ごとにカスタマイズして編集者等へアプローチ。

パブリシティ獲得により、本市の暮らしの良さなど本市魅力を発信

▽アプローチ数 36 件 (テレビ 26, 雑誌 8, ウェブ 2)

▽パブリシティ獲得媒体

地上波テレビ「NHK おはよう日本」、ファッション誌「モア」、グルメ誌「エルグルメ」など



⑤ 市民シティプロモーション支援事業

市民自らが、新しい視点で宇都宮の魅力を発見・発信し、波及効果が期待できる活動を支援。
支援した活動により、本市魅力情報を発信する担い手の拡散と広がりが生まれている。

(1) 事業概要

▽募集期間 平成29年5月22日～7月5日

▽審査 プレゼンテーション実施、応募9団体のうち5団体を採択。

▽支援内容

- ・補助金の交付 【事業者】 補助対象経費の1/2 (上限100万円)
【学生団体】 補助対象経費の9/10 (上限50万円)
- ・PR支援 宇都宮ブランド推進協議会等の発信媒体活用、パブリシティ促進など
- ・アドバイザー支援 全体研修(4回)、随時個別相談など

▽中間報告 11月6日、5団体の中間事業報告を実施

▽最終報告 平成30年3月28日(水)

(2) 採択団体・活動

①「ドラマ・宇都宮のことはそれほど・・・」(とちぎキャンパる倶楽部)

- ・宇都宮を舞台にした、宇都宮大学生の手によるドラマ制作とSNS拡散事業
- ・宇都宮大学地域デザイン科学部の学生を中心に、10代～20代の目線で宇都宮の魅力が詰まった1話完結型のドラマを5本作成、配信。

②「起業家向け動画制作」(株式会社ジェネックス)

- ・宇都宮の良さや経営者インタビュー、ベンチャーズの紹介をし、これからを担う起業家に対してメッセージを発信する動画を作成、配信。

③「下野国司、藤原秀郷伝説『宇都宮の街なかで百目鬼フィギュアを探せ!』(株式会社すみやもと)

- ・宇都宮の妖怪「百目鬼(どうめき)」の要素を盛り込んだ、宇都宮の街なかを巡るシールラリーの開催。

▽期間 10月1日～31日

▽チェックポイント 宮カフェ、来らっせ、宇都宮城址公園、妖精ミュージアム、パルコ

▽参加人数 353人

▽その他 「百目鬼」を使った動画を作成、情報拡散(期間中の再生回数10,505回)



④「ドーナツ盤でドーナツ現象解決プロジェクト」(とちぎドーナツの会)

- ・ドーナツ盤(レコード)でドーナツ現象(中心街空洞化)解消を目的に、レコードを活用した街おこし事業を展開。毎月「ドーナツナイト」を開催。

⑤「【愉快市民登録1万人達成】にむけた県外PRキャンペーン」(株式会社パルコ宇都宮店)

- ・東京圏のパルコ5店舗(渋谷、池袋、吉祥寺、所沢、津田沼)にて、10～30代向けに本市PRイベントを実施。

(3) ゴールドマーク(2017事業認定証)の交付

市民シティプロモーションの活動や団体の知名度向上と、ブランド戦略への興味・関心を高め、市民参画を促すため、計画通り完了し、翌年以降の計画ができています採択事業に対し、ゴールドマークを交付。

(4) メディア掲載 新聞13件ほかテレビ・ラジオ等計28件(平成30年2月13日現在)

⑥愉快事業

(1) 宇都宮愉快市民

- ・登録者数7,677人(平成30年2月末日現在)〈今年度:672人増〉
- ・宇都宮好きの人なら市内外を問わず誰でもなれるサポーター制度
- ・各界や各分野で日本一や世界一などのトップレベル、または、特に秀でた技能等を有する本市に縁のある人を「誇れる愉快市民」に委嘱。

(今年度:1名 全体:4団体,39名)

■ナンシー・マースデン氏

2017全日本きもの装いコンテスト世界大会 外国人の部 優勝



(2) オリジナル愉快ロゴ

- ・登録数858団体(平成30年2月末日現在)〈今年度:93件増〉

(3) 愉快ショップ

- ・認定数106店舗(平成30年2月末日現在)〈今年度:12件〉

(4) 旅するミヤリー

市民に本市の地域資源を知ってもらうために、宇都宮市マスコットキャラクター「ミヤリー」を活用し、市民が愉快市民となって宇都宮を盛り上げる参加型写真投稿企画を実施。

本市資源に縁のある著名人の協力により、市民参加を促進。



(5) サウンドロゴ発信

足利銀行市内支店・スーパーマーケットたいらや市内15店舗、市内事業者所有のデジタル映像装置を活用し、「♪住めば愉快だ宇都宮♪」サウンドロゴを発信、聴覚に訴求。

⑦アンテナショップ「宮カフェ」

(1) アンテナショップ「宮カフェ」運営委員会

アンテナショップ「宮カフェ」の効果・効率的な運営に向け、事業計画の検討と事業実績の確認を行うために設置

▽平成29年度第1回運営委員会(平成29年11月2日)

- ・議題:上半期実績報告,下半期事業計画協議 等

▽平成29年度第2回運営委員会(平成30年3月14日)

- ・議題:平成29年度事業報告,平成30年度事業計画 等

※詳細は、報告事項(1) [資料1](#) [別紙1-1](#)~[別紙1-3](#) [参考資料1-1](#) [参考資料1-2](#) において報告



(2) アンテナショップ「宮カフェ」の概要

- ・宇都宮ブランド戦略における情報発信拠点として、本市の様々な地域資源の魅力を市内外に発信し、五感を通じて体感できる場として設置。
- ・店舗における基本的な各機能は「情報発信機能」「体験機能」「物販機能」「飲食機能」とする。
- ・宇都宮ブランド推進協議会が事業主体となり、事業者に管理運営を委託、実施。
- ・大型ビジョン・壁面展示や、地元プロスポーツチームとの連携によるトークショーの開催など、本市ならではの地域資源に触れる機会を創出しながら、宇都宮の魅力を情報発信。
- ・事業者:宇都宮アンテナショップ「宮カフェ」運営共同事業体
(ファーマーズ・フォレスト, パインヒルズ, オリオン通り商店街振興組合)

⑧ミヤリープロモーション

(1) キャラバン活動

餃子やプロスポーツなどの本市個別資源等との連携や、啓発事業などへの出動により、宇都宮の魅力や市政に関する情報をPR。

▽出動件数：252件（平成30年3月末現在）



(2) ツイッター・フェイスブックを活用した情報発信

▽ツイッター ・フォロワー数：9,039人 ・ツイート数：84,503件

▽フェイスブック ・いいね!数：1,828件 ・投稿数：1,810件

⑨東京圏イベント

(1) 宇都宮×雛形イベント「うつのみやらしく」

ウェブマガジン「雛形」の記事と連動させ、実際に記事に登場するダブルプレイス実践者等との交流を図ることで、東京圏の若者に宇都宮での豊かな暮らしについての興味や関心を深めた。

▽期日 平成30年2月24日

▽会場 バード代官山（東京都渋谷区）

▽内容 ダブルプレイス実践者・本市魅力情報編集者のトークショー、宇都宮産食材の試食 等

▽対象 地方暮らしに興味のある20代～30代

▽参加人数 約50人

▽参加者からの主な反応（アンケートより抜粋）

①行動意欲

・宇都宮に行ってみたい・どちらかと言うと行ってみたい 9割以上

②主な意見

- ・1週間ステイなどの体験プログラムをやってほしい
- ・参加者同士が仲良くなれるワークショップもあると良い
- ・ダブルプレイスのモデルケース、イベント、若者層が集まれるスペース、グルメスポットの情報が知りたい など

▽プレスリリース

- ・首都圏のメディアにプレスリリースを配信し、2月16日（金）朝日新聞夕刊「Around Tokyo」（発行部数：1,956,484部）ほか、
- ・WEBで多くの露出を獲得し、イベントの効果的な情報発信がなされた。
件数：26件（新聞1件・WEB25件）
広告換算額：12,250,800円
- ・SNS活用による情報発信
イベントにおいてSNSを活用し情報を発信。
参加者、ゲストからも情報発信がなされた。
フェイスブック投稿数：16件 いいね!数：2,303件



⑩メディア向けツアー

地方暮らしに興味のある首都圏在住者をターゲットに、宇都宮での豊かな暮らしに興味や関心を促すことを目的としたメディアを活用した情報発信を展開。

編集者を対象にツアーを4回実施、宇都宮での暮らしや楽しみ方を肌で感じていただき、ウェブマガジンとのタイアップ記事を3本連載した。

▽期日 平成29年12月～2月（4回）

▽対象 移住をテーマにしたローカルライフ・ウェブマガジン「雛形」編集者

▽内容 ウェブマガジン「雛形」にて、宇都宮で暮らしを楽しみ、活躍する3人の記事とイベントレポート

⑪地元メディアとの連携

(1) パブリシティの獲得

▽新聞をはじめとする記事掲載等

記事掲載 ○回

広告掲載 ○回



(2) 市政番組との連携

ダブルプレイス実践者にスポットをあて、東京圏などと宇都宮を行き来するライフスタイルや宇都宮の暮らしの良さ、外から目線での宇都宮の魅力などを紹介。

▽FM栃木「宇都宮プライド 愉快的ラジオ」

(毎週金曜日正午～午後0時49分)



⑫ウェブサイトの充実

(1) フェイスブック「宇のコト」

宇都宮ブランド推進協議会が運営し、「宇都宮の暮らしの良さ」に関するさまざまな情報を発信するフェイスブックページ「宇のコト」。協議会メンバーや事務局のほか記事執筆する市民ライター「愉快ライター」を育成し、市民参加型の情報発信を充実させた。

全投稿数：91件（平成30年2月末日現在）



■愉快ライター育成事業概要

▽活動期間 平成29年9月～平成30年3月

▽研修 下野新聞社デジタルメディア編集部社員によるスキルアップ研修を実施（4回）。

▽主な成果

- ・愉快ライター登録者 19名
- ・愉快ライター投稿数 38件
- ・ページ「いいね」数 2,110件

▽表彰等 反響の大きかった記事の投稿者へ表彰状等を贈呈

⑬様々なツールを使った情報発信

(1) プロスポーツチームとの連携

▽ユニフォームなどへの愉快ロゴ掲出

▽ホームゲームにおける宇都宮愉快デーの実施（ミヤリーを活用した写真スポット設営、のぼり活用によるPR等）



▽リンク栃木ブレックスBリーグ優勝記念関連イベント等の実施

- ・「宮カフェ」において、6月3日（土）～11日（日）の期間、優勝記念セールを開催
- ・優勝記念ステッカーの作成・配布
- ・市庁舎北側への記念横断幕掲出および1階ショーケースへの関連グッズ展示 等



(2) 宇都宮餃子を活用したPR活動

PRブースを出店し、効果的にPRを実施

- ・宇都宮餃子祭り in YOKOHAMA（4月21～23日）
- ・宇都宮餃子祭り2017（11月4・5日）



(3) 事業者・団体との連携による動画を活用したPR

市や宇都宮ブランド推進協議会が制作した動画を、市内の事業者・団体との連携により、多くのモニターで放映することで、広く宇都宮の魅力を発信する取組



を開始

平成29年度宇都宮ブランド推進協議会 収支決算

資料2

1 収入の部

(単位:円)

科 目	予算額 (①)	決算額 (②)	比較増減 (②-①)	摘 要
1 市交付金	55,360,000	55,360,000	0	宇都宮ブランド推進協議会交付金
2 雑収入	10,000	46,400	36,400	預金利息 等
合 計	55,370,000	55,406,400	36,400	

2 支出の部

(単位:円)

科 目	予算額 (①)	決算額 (②)	比較増減 (②-①)	摘 要
1 事務費	300,000	283,695	△ 16,305	
(1) 会議費	100,000	124,204	24,204	会議用経費 (交通費, 食糧費)
(2) 消耗品費	50,000	28,792	△ 21,208	事務用消耗品
(3) 雑費	150,000	130,699	△ 19,301	通信運搬費, 振込手数料等
2 事業費	55,070,000	55,111,634	41,634	
(1) P R活動委託費	19,900,000	19,915,200	15,200	・ 東京圏P R活動業務 マスメディア誘致 東京圏イベント及び取材ツアー 第3期AP作成支援 経済誌への記事掲載 など ・ 市内P R活動業務 市民シティプロモーション事業 愉快ライター事業 情報接触向上事業など ・ デジタル映像装置設置等業務 ・ 協議会HP運用管理業務及び更新作業業務
(2) その他P R活動費	20,900,000	20,968,044	68,044	・ 地元プロスポーツチーム広告費 ・ シティプロモーション支援事業 ・ 週刊東洋経済掲載費 ・ 地域資源連携費 ・ その他印刷製本費
(3) ミヤコプロモーション費	1,500,000	1,686,192	186,192	活動経費, 着ぐるみ作製
(4) 宮カフェ管理運営費	9,700,000	9,700,000	0	宮カフェ管理運営業務委託
(5) 愉快事業費	1,000,000	980,404	△ 19,596	名刺等PR用物品
(6) 進捗状況調査費	2,000,000	1,861,794	△ 138,206	市内・市外在住者向けアンケート調査
(7) 予備費	70,000	0	△ 70,000	
合 計	55,370,000	55,395,329	25,329	

収入決算額 55,406,400 円

支出決算額 55,395,329 円

差引残高 11,071 円

※残額は市に戻入

〔当初交付金額〕55,360,000-〔残高〕11,071=〔最終交付金額(精算額)〕55,348,929