



三井裕子副議長

次に、うつのみや発信部会 42番 宇都宮東高等学校附属中学校2年 野澤賢史さん，43番 田原中学校3年 小沼萌子さん，44番 一条中学校2年 小野川奈歩さん，47番 宇都宮工業高等学校2年 伊藤将人さん。

42番 野澤賢史議員

議長，42番

43番 小沼萌子議員

議長，43番

44番 小野川奈歩議員

議長，44番

47番 伊藤将人議員

議長，47番

[42番 野澤賢史議員，43番 小沼萌子議員，44番 小野川奈歩議員，
47番 伊藤将人議員 登壇]

42 番 野澤賢史議員, 43 番 小沼萌子議員

42 番, 宇都宮東高等学校附属中学校の野澤賢史です。

43 番, 田原中学校の小沼萌子です。

私たち, 「うつのみや発信部会」では, 宇都宮を全国の人達に知ってもらうために, どうすればよいかを考えました。色々調べていくうちに, 宇都宮が進めているブランド戦略「宇都宮プライド」を知りました。

そこで, 「宇都宮ブランド戦略」について提案したいと思います。

ところで, みなさんは宇都宮のブランド戦略というものをご存知ですか。

ブランドというと, スポーツ用品やバッグ, 服などのブランドをイメージすると思いますが, 同じように「宇都宮」というまちも, 「〇〇なまち」というように, 銘柄としての価値を高める, つまりブランド化することができるのだそうです。そうすることにより, 宇都宮そのものが持つイメージを高めることで, 宇都宮の魅力や価値, さらに個別商品の価値が高まり, 交流・定住人口の増加等に結び付く効果が期待できるということが分かりました。

宇都宮の魅力って何だと思えますか。良いところやすごいところって何がありますか。やっぱり「餃子」ですか。「大谷石」ですか。皆さんが知っている宇都宮の有名なものって, ごく僅かだと思います。宇都宮の魅力や良いところが知られていないのは, 宇都宮市の広報が十分ではないからではないかと考えられます。

そこで, 宇都宮を全国に向けて発信するPR方法を提案したいと思います。

1つ目は, 宇都宮のブランドメッセージについてですが, 私たちが考えたのは, 「花も団子も 宇都宮」です。「花」は「大谷石」や「ジャズ」など文化的なまちの側面を意味し, 「団子」は「餃子」や「いちご」など食が豊かなまちの側面を意味し, このブランド名を考えました。

2つ目は, この宇都宮ブランドのPRについてですが, テレビやラジオを活用し, コマーシャルとして流すと良いと思います。

また, 「U字工事」などのタレントに宇都宮ブランドを広めてもらう方法も有効だと思います。理由は, 一般の人に広告してもらうよりも有名な人に広告してもらう方が効果的だからです。

また, 電車・バス・タクシーに広告を置いたり, ポスターを貼ることです。こうすることにより, 多くの人にPRできるため, 効果があると思います。

こうした提案をぜひ実現していただき, 宇都宮が100年先も誇れるまちとして発展していけるよう, 「宇都宮プライド」のプロジェクトを, ぜひ成功させていただきたいと思います。

以上で提案を終わります。よろしく願いいたします。

44 番 小野川奈歩議員, 47 番 伊藤将人議員

44 番, 一条中学校の小野川奈歩です。

47 番, 宇都宮工業高等学校の伊藤将人です。

私たち, うつのみや発信部会は「餃子のまち 宇都宮」と言われているので, 宇都宮市の現状について調べました。

現在, 宇都宮市では, 餃子の消費量が日本一ということで, 宇都宮餃子会と共同で餃子の店のMAPの作成や餃子まつりを開催するなど宇都宮を餃子の街としてPRし, 活性化を目指しているこ

とが分かりました。

しかし、餃子の街としての認知度とは別に「どの店がおいしいのか」など具体的な情報を知らない現状があります。聞いた話によると、宇都宮を訪れた人がタクシーの運転手に「どこの餃子がおいしいのか？」と聞いたら、「どこでも一緒だ」という答えが返ってきたそうです。このような状況では「餃子のまち 宇都宮」とは名ばかりになってしまいます。

そこで私達は、宇都宮の餃子を知ってもらうために、効果的なPRが必要だと考え、私たちは次のような3つの方法を提案します。

1つ目は、「誰でも気軽に、いつでも見られる」という利点を活かした携帯電話も活用したインターネットによる広報です。携帯電話のGPS機能を利用して各店舗の場所の検索や特色などを宣伝し、情報を広く発信します。宇都宮市や宇都宮餃子会のホームページにおいても、宇都宮の餃子に関する情報が載っていますが、現在の掲載の仕方よりも、地図にして各店舗の特色を掲載したほうが分かりやすいのではないのでしょうか。

2つ目の提案ですが、市民から「我が家のおすすめレシピ」や、「宇都宮の餃子のキャッチフレーズ」などを募集し、宇都宮の餃子をより身近に考えてもらえる情報を掲載するとより効果的な宣伝になり、市民はもちろん、市外の人達にも宇都宮の餃子のよさを知ってもらえると考えます。

3つ目の提案ですが、「餃子MAP」の工夫についてです。

宇都宮は餃子の街としての認知度は上がってきていますが、具体的な情報はまだ十分だとは言えません。

「パリパリの羽つき餃子ならここ」など宇都宮に来た人が、食べ歩きなどをするのに、有効な情報源がないのです。そこで、現在ある「餃子MAP」を改善するのはどうでしょうか。今あるMAPは地図と店の定休日等の基本的な情報しか載っていません。これでは、自分の好みの餃子はどこで食べられるのか、という判断ができません。そこで、いまのMAPにその店の餃子の特色、例えば皮がモチモチしておいしい餃子などの情報を載せるのです。

そうすれば、自分の好みに合ったお店に行くことができます。そのMAPはホテルなど宿泊施設や電車、バスなどの交通機関など、多くの人が利用するところに置いて、宇都宮を訪れた人が活用できるようにすれば宇都宮の餃子をより楽しんで貰えるようになるのではないのでしょうか。

以上の提案が実現されることによって、利用者の立場を考えた情報の提供や浜松などの他市の餃子の街との差別化や街の活性化につながると考えます。

以上で提案を終わりにします。よろしく申し上げます。

佐藤栄一宇都宮市長

議長，市長

三井裕子副議長

市長

〔佐藤栄一宇都宮市長 登壇〕

佐藤栄一宇都宮市長

野澤議員，小沼議員におかれましては，本市のブランド戦略「宇都宮プライド」に着目していただくとともに，また，その趣旨を十分に御理解いただき，誠にありがとうございました。

それでは，御質問にお答えいたします。

まず，「宇都宮のブランド・メッセージの提案」について，であります。本市におきましては，市民が誇りを持って住み続け，また，市外の人や企業から選ばれる都市となるため，「都市のブランド化」に取り組んでおり，本年3月に，取組の方向性を示す，「宇都宮ブランド戦略指針」を策定し，4月には，市役所をはじめ民間企業や公募の市民の方々などからなる協議会を設立し，全市一丸となった取組を進めているところであります。

この取組にあたりましては，「認知」「信頼」「愛着」の3つのステップにより展開しようとするものであり，今年度につきましては，まずは，本市の市内外における「認知度」を高めるための取組として，宇都宮の魅力や価値をわかりやすく伝える「ブランド・メッセージ」を10月を目標に作成しているところであります。

現在，この作成にあたりましては，市民ボランティアによる「宇都宮の魅力を考える勉強会」や「まち歩き探検による隠れた魅力探し」，「専用ブログでの市民の意見の募集」などの活動をとおり，市民の誰もが共感，共鳴できるようなものとしたいと考えております。

議員御提案の「花も団子も 宇都宮」という，「ブランド・メッセージ」につきましては，本市の様々な魅力を文化的なまちの側面と食が豊かなまちの側面の両面から適切に表現したものであり，本市の特色を大変わかりやすく伝えているものであると思います。

本市の「ブランド・メッセージ」につきましては，今後，市民の皆様からいただいた多くのご提案や発見した魅力などを集約し，協議会や魅力をまとめる勉強会において，取りまとめてまいりますので，この中で，皆様からのご意見として提案させていただきます。

次に，「宇都宮ブランドのPR方法」について，であります。宇都宮ブランド戦略の推進にあたりましては，本市の魅力や資源を広くPRすることが，とても重要であります。

議員ご提案のテレビやラジオを活用したコマーシャル，「U字工事」などのタレントの活用，電車・バス・タクシーへの広告やポスターの設置は，非常に有効な手法であると考えており，今後，議員のご提案を参考にしながら，市内外において，宇都宮ブランドの認知度が更に高まるような手法を検討するとともに，「ブランド・メッセージ」を活用した効果的な情報発信につきましても，積極的に行ってまいります。

また，10月末には，伝統工芸品や土産品，ジャズ，宇都宮の美味しいものなどの宇都宮ブランドを一堂に集め，宇都宮を見たり，感じたり，味わうことができる「アンテナショップ」をオリオン通りにオープンする予定でありますので，是非，おいでください。

今後とも，本市が，100年先も誇れるまちとして発展できるよう，「宇都宮プライド」の取組を推進してまいります。是非，議員の皆様のような若い人達にも，一緒になって取り組んでいただくことを期待いたしております。

餃子のPRについて，そして，本市の活性化について真剣に考える伊藤議員，小野川議員の御提案をいただき，大変心強く感じております。

それでは，御提案について，順次お答えいたします。

「宇都宮の餃子を知ってもらうための効果的なPRについて」のうち、「各店舗の場所や特色を検索できる、携帯電話も活用したインターネットによる広報」についてであります。携帯電話のGPS機能に注目した御提案は、素晴らしい着眼点であります。

現在、本市でも、餃子に関する情報のみならず、あらゆる観光情報や、市民生活の安心・安全に関わる情報を発信できる情報通信技術の導入・活用が重要と捉え、調査・研究を重ねているところですが、御提案のような、地図情報をベースとした店舗情報の掲載は、本市を初めて訪れようとする方々への「おもてなし」あふれる親切な取組みであると考えられますことから、ぜひ、対応できますよう、ホームページを運営する宇都宮餃子会と検討してまいります。

次に、「市民公募による「我が家のおすすめのレシピ」や「宇都宮の餃子のキャッチフレーズ」などの情報掲載」の御提案についてであります。このような取組みは、市民が、本市を代表するブランドのひとつである「餃子」を、再認識する機会となりますとともに、家庭の味の尊さや、「食」の大切さについて考える良い機会と考えられますことから、このような情報の掲載につきましても、宇都宮餃子会と検討してまいります。

次に、「餃子の特色等の情報掲載による「餃子マップ」の改善」の御提案についてであります。現在、「宇都宮餃子会」が運営するホームページには、加盟店80店舗余のセールスポイントが掲載されております。

しかしながら、インターネットや携帯電話を利用できない環境にある方もおりますことから、議員御提案の、パンフレット形式の「マップの改善策」は、利用しやすい環境を整える大変有効な取組みであると考えられます。

このため、マップの製作者である宇都宮餃子会や宇都宮観光コンベンション協会、宇都宮商工会議所とともに、より充実した情報を提供できますよう、つねに利用者の立場になって、改善に努めてまいります。

三井裕子副議長

以上で、うつのみや発信部会の質問を終わります。

発言通告者の発言はすべて終了しましたので、一般質問を終わります。