

やさしさを ついせう空気が 私を感じる宇都宮の魅力

市橋 有里さん

車が行き交う一般道から、住宅街へ通じる小道へ入ると、瀟洒しょうしやな建物が目に入ってきました。思わず、ジョギングの足を止め、そのお店に入ると、空間の持つやさしき、食の新鮮さ、そしてなんと言っても心のこもったサービスにほっとしました。仕事の関係で日本各地、世界各国を回ってきましたが、このようにセンスのよいお店に出会う機会が多いのは、宇都宮が初めてでした。

さまざまなのが 溶け合っている街

東京や横浜ではいつでも新しいものに出会うことができますが、宇都宮は古いものと新しいものが自然と溶け込んでいる雰囲気を持っているのです。特に、古い歴史を持つ大谷石が新素材と絶妙なバランスを保っているときなど強く感じますね。

また、食べ物にも魅力を感じます。単に新鮮な野菜というだけでなく、その野菜が地元で、すぐ近くで収穫したものを食べられるという事です。東京でも新鮮なものをいただくことができますが、住居のすぐ近くで取れた野菜を口にすると、なぜか、

精神的に安心できるのです。

お店でのサービスにも宇都宮らしさを感じます。何を聞いても親切に答えてくれる印象があります。サービスというものは、店員の方から先にすべてを案内するのではなく、お客に合わせて、例えば、お客が静かにしていただきたいときには、そっとしておいてくれるという心遣いをしてくれるのです。このような気取らない親切が私は好きです。

私にとって宇都宮は素敵な街なのですが、でも残念なことはそのことに気が付いていない市民の方が多いということです。

宇都宮の魅力に 気付いてほしい

また、宇都宮を語る上で外せないのは、身近なところに自然が多いと

五感に訴え心に焼き付けるために まずは宇都宮を体験してせう

佐藤 喜子光さん

例えば、千代田区に対して皆さんがお持ちのイメージは何でしょうか？ 皇居があり、丸の内や大手町があり、江戸文化、神田があります。「萌え」

で有名な秋葉原があります。このように千代田区を一つのイメージで答えるのは簡単にいかないはずですが、宇都宮も同様です。都市はさまざま

いうことです。自然の起伏を生かした八幡山公園、豊かな水をたたえる森林公園の赤川ダム、市街地にありながら夕陽を目前にみることで、運が良ければはるか富士山を望むこともできる水道山など、ジョギングしていると市内のあちこちで「ほっ」とする場に巡りあうことができます。

宇都宮に住み始めてわずか1年の私なので、まだ気が付かないところもあると思いますが、以前からお住まいの市民の皆さんはほかにいろいろと地元のさまざまな魅力を感じていると思います。

もう一度、自分の街の良さを見直し、それを親せきの方やお友だちにも分けてあげてみてはいかがでしょうか。



市橋 有里さん

プロフィール

◎市橋 有里さん

- ・宇都宮市在住（徳島県出身）、ランニングアドバイザー。
- ・1999年、世界選手権セビリア大会マラソン銀メダリスト。
- ・2000年、シドニー五輪マラソン出場。
- ・現在、宇都宮ブランド戦略アドバイザー。

◎佐藤 喜子光さん

- ・平安女学院大学教授（国際観光学部長）。
- ・平成17・18年度 宇都宮市政研究センター「都市ブランドとシティセールスに関する調査研究」アドバイザー（立教大学観光学部教授当時）。



佐藤 喜子光さん

皆さんも感じたことがあると思
ブランドをつくることは、人の心
のキャンバスに刻印を打つこと

都市イメージは、その人とその
都市とのかかわり合いによって異
なります。「居住者」なのか、「就
業・就学者」なのか、あるいは「一
時訪問者」なのかによって、その都
市についての知識や情報の質と量
が違うからです。そこを理解した上
で、シテイセールスをしていく必要
があります。

人によって異なる 都市のイメージ

な顔を持っているので、一つのイ
メージで都市全体のイメージが出
来上がることは実際にはありえま
せん。それぞれの特徴・特性に応じ
てつくった個々のブランドを集積
させていくことが、都市全体をブラ
ンド化させる手法の一つであると
私は考えています。

「味わう」「嗅ぐ」の五感、特に触覚・
味覚・嗅覚に訴えられたものは人の
心に強烈な印象として残ります。そ
して、実際に食べる・見る・遊ぶと
いう体験によって印象が強まれば、
その人にとってそのまち全体の価
値が膨らみます。

みんなで作る 宇都宮ブランド

しかし、その都市に興味がない人
にとっては、その都市のイメージを
つくり出しても、行ってみようともし
わないでしょう。

そこに行けば楽しいか？
行けば役に立つところか？
などの情報を発信すること、例えば
皆さんができることで言えば、知人
などに招待状を出したり、さまざま
な機会で紹介したりするなど、宇都
宮に来てもらうきっかけをつくる
ことが大切です。また、来訪者には、
宇都宮の良さを実際に体験・経験
してもらい、五感に訴えて強く印象
付け、必ず満足させてファンにして
帰し、宇都宮のセールスマンになっ
てもらおうようにする。市民の皆さん
が、宇都宮の魅力を知りつくして、
来訪者の興味に合わせた適切な「お
もてなし」を実践していくことが理
想です。

アイデア通信

「宇都宮ブランド」について私はこう考えます

💡 あなたが思い浮かべる、宇都宮の自慢できるもの(場所・人・物・店など)は何ですか？

💡 宇都宮に行ってみたいと思われるために、私たちにできることは何だと思いませんか？

都市ブランドの効果

上手く「まちのブランド」の価値
が増すと、さまざまな分野・事業に
その高い価値観が広がっていきま
す。宇都宮全体のイメージが良くな
ること、個々の商品・製品などの
付加価値が高くなり、そこに存在す
るみんなが恩恵を受けることがで
きるのではないのでしょうか。

◀あなたの意見をお寄せください

市民の皆さんから、「宇都宮ブランド」についての意見・提案をお受けします。寄せられた意見・提案は施策の参考とします。なお、一部を後日、広報紙で紹介いたします。質問などへの回答は直接本人あてに返信しませんので、ご了承ください。

左のはがき(切手不要)を切り取り、3月31日(火)までにポストに投函してください。ほかのはがきや手紙、ファクス、Eメールでも受け付けます。

送付先

〒320-8540 市役所 総合政策部 広報広聴課
☎ (632) 2025、☎ (639) 0627
Eメール: u2030@city.utsunomiya.tochigi.jp

特集「宇都宮ブランド」についての問い合わせ先

総合政策部 政策審議室
☎ (632) 2115、☎ (632) 5422
Eメール: u2005@city.utsunomiya.tochigi.jp