

政策特集

年4回
編集



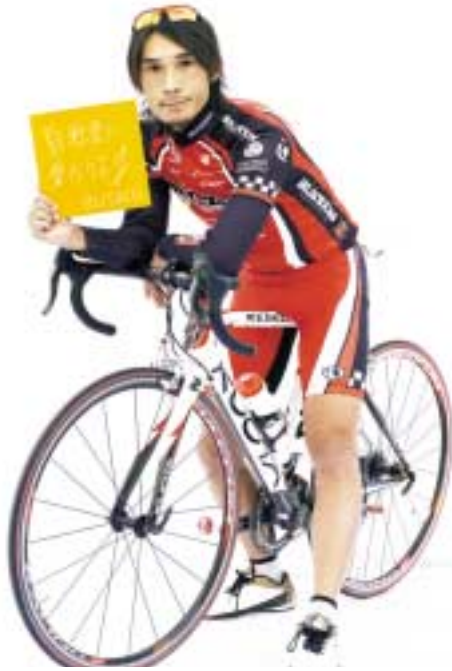
テーマに対するご意見を
アイデア通信(政 ページ)で
お寄せください。

住めば
愉快だ
宇都宮

UTSUNOMIYA

住めば
愉快だ
宇都宮

UTSUNOMIYA



住めば
愉快だ
宇都宮

UTSUNOMIYA

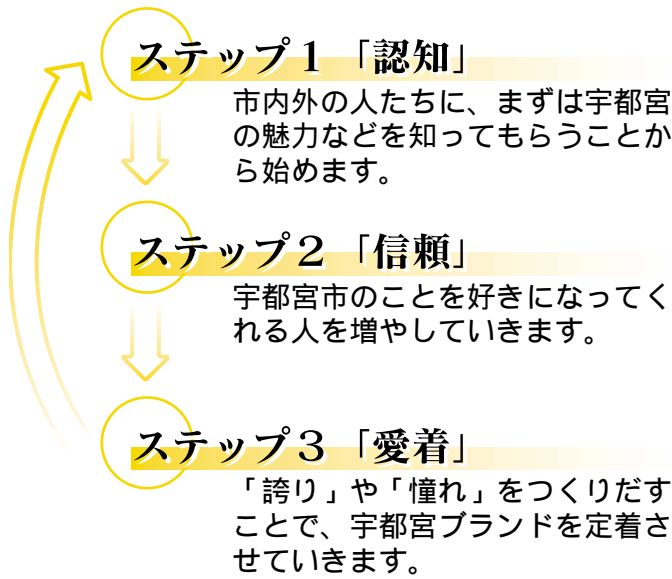


住めば
愉快だ
宇都宮

UTSUNOMIYA

宇都宮ブランド

宇都宮の都市ブランド戦略



3つのステップで進める 宇都宮のブランド化

宇都宮は東京から程よい距離にあり、便利さと自然のバランスがとれたとても暮らしやすいまちです。また、餃子・ジャズ・カクテル・大谷石をはじめ、宇都宮牛・妖精・宇都宮城など、宇都宮ならではの魅力や良さがたくさんあります。

しかし、その魅力や良さを広く上手に伝えるためには、それら全体を「宇都宮」という都市ブランドとして1つに束ね、発信していくことが重要です。

そこで本市では、昨年3月に「宇都宮ブランド戦略指針」を策定し、「認知」「信頼」「愛着」の3つのステップにより、市内外の人や企業からの信頼・好感・期待を高めながら、

宇都宮らしい「まちの価値やイメージ」の確立を目指しています。

そして昨年10月に、宇都宮のまちのイメージを分かりやすく伝えるための手段の一つとして、ブランド・メッセージ（キャッチフレーズ）「住めば愉快だ宇都宮」を作成しました。餃子・ジャズなどの個別のまちの資源は、すべて宇都宮を愉快で楽しいまちにするもので、これからは「住めば愉快だ宇都宮」に乗せて一体的に発信し、宇都宮の魅力や価値を「認知」してもらいます。

今回は、ステップ1「認知」の年に位置付けた平成21年度の取り組みについて、ブランド・メッセージの活用を中心に紹介します。

住めば
愉快だ
宇都宮

UTSUNOMIYA

宇都宮をブランド化する取り組み

まずは宇都宮の魅力を知ってもらおう

知ってもらおう

愉快CM

パスタに粉チーズ編

Jazzy Boy編

ウェディングギョーザ編



粉チーズが固まって出ない



カクテルのようにシェイク



さすが、カクテルの街



住めば
愉快な
宇都宮



ジャズを奏でながら下校する少年



違和感を持っていない小学生たち



さすが、JAZZの街。



住めば
愉快な
宇都宮



初めての共同作業でございます



ウェディングギョーザ入刀です



さすが、餃子の街。



住めば
愉快な
宇都宮

さすが、の街。

宇都宮が誇る個別ブランドの筆頭「ギョーザ」「ジャズ」「カクテル」を題材に、シンプルに「愉快」が伝わる映像を3本作成しました。それぞれ15秒の中で「宇都宮の日常には、もしかしたら・・・」と思えるような3つの個別ブランドが宇都宮市民の日常生活に溶け込んでいる様子を演出しました。

「ウェディングギョーザ編」ではウェディングケーキの代わりにギョーザに入刀することで「ギョーザを愛し、愉しみながら暮らす」ことを、「JAZZY BOY編」ではトランペットを吹きながらの下校風景で「子どもから大人まで、ジャズに親しみ愉しむ」ことを、「パスタに粉チーズ編」ではシェーカーを振るように粉チーズを振り、「カクテル」という文化を生活の中に取り入れて愉しむ」ことをそれぞれ表現しています。

愉快CMは市ホームページから見るができます。

市ホームページ <http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/>

ウェブサイト



HP <http://miyacafe.jp/>

住めば
愉快だ
宇都宮

住めば愉快だ宇都宮

日本全国へ発信中

ネットの世界で宇都宮を語り合う

インターネット上に、ホームページ「宮カフェ」を開設しています。

ここでは、市内外の人たちが、宇都宮の魅力について考え、再発見する場として展開しています。宇都宮プライドの活動を支える創造ボランティアの活動結果報告や、「食」「人」「街」「観光」「歴史」などの記事に意見やコメントを書き込める「みんなの宇都宮ブログ」、愉快CMをはじめとした楽しくて愉快になるような愉快企画など、誰でも簡単に楽しめるコンテンツを用意し、宇都宮の魅力について語り合っています。

気軽に思ったことや感じたことをどんどん書き込んでください。皆さんのアクセスをお待ちしています。

商品ラベル・印刷物



住めば
愉快だ
宇都宮

本市が誇る地場産品ロゴと一緒に全国へ

「住めば愉快だ宇都宮」のロゴが少しずつ広がっています。

上の写真はその一例ですが、ロゴマークは個別の商品ラベルや印刷物などに活用することができます。

ロゴマークは、市ホームページからダウンロードできますので、ぜひ、広くご活用いただき、いろいろな方法でいろいろな人に向けて宇都宮をアピールしていただきたいと思っています。

ロゴマークの活用方法などについて詳しくは、都市ブランド戦略室 ☎(032)2129へ。

宇都宮ブランド戦略の目的と効果

都市ブランド力（宇都宮らしさ）が高まると、さまざまな効果が期待できます。

例えば、宇都宮で飲食したりお土産を買ったりする観光客が増えることはもちろん、宇都宮産の商品などに付加価値が付いたり、宇都宮に進出する企業が増えたりするなど、より多くの人や企業に宇都宮が選ばれるようになり、地域経済の活性をはじめ、宇都宮全体に多くの相乗効果をもたらすことが期待できます。

このような効果を実現するために、飲食サービス・暮らし方・歴史・自然などの魅力を再発見し、宇都宮にかかわる多くの人々が宇都宮に誇りを持って全国へアピールしていく流れをつくるのが「宇都宮ブランド戦略」の核心です。

アンテナショップ



1階 マチナカこだわりマルシェ「@miya」 (666)8938

2階 イタリアンビュッフェのレストラン「プチ・プレリ」 (666)8785

宇都宮の魅力が凝縮 愉快情報発信拠点「宮カフェ」



場所
オリオンスクエアの向かい。
営業時間
午前10時～午後9時(不定休)。

宇都宮が誇る地域の商品などを一堂に集め、その良さや素晴らしさを市内外の人たちにアピールしていくために、オリオン通りにアンテナショップ「宮カフェ」をオープンしました。

1階は、地元で生産された新鮮な野菜・果物などの農産物、それらの加工品、名店シェフによるデリカやスイーツなどを販売しています。そのほか、市内で製造されている名産品・伝統工芸品などの地場産品、地元プロスポーツチームグッズなど話題の商品を取りそろえており、宇都宮が誇る地域の各種商品がいつでも手に入るギャラリーショップになっています。

2階は、いつもジャズが流れているおしゃれなビュッフェ形式のレストランです。各種デザートやアルコールメニューも充実しており、味の追求はもちろん、333種類もカクテルメニューがあるなど、ジャズとカクテルのまちを表現しています。

愉快写真展

住めば愉快だ
宇都宮



撮影風景（オリオンスクエア会場）。
皆さん、緊張しながらも、愉快的表情でパチリ。

愉快フラッグが掲出されている
オリオン通り。

愉快コメント掲出中

「住めば愉快だ宇都宮」を市内に発信し、宇都宮の「愉快」を広げるきっかけとするため、中心部の商店街（オリオン通り・ユニオン通り・日野町通り）に、117本のフラッグを3月末日まで掲出しています。

そのフラッグに、モデルをお願いした皆さんが思う宇都宮の魅力や愉快なことなどのコメントを、それぞれ自筆で書いていただきました。

リンク栃木ブレックスの田臥選手・栃木SCの米山選手・宇都宮プリツェンの広瀬選手をはじめとするプロスポーツ選手や、公募で選ばれた市民の皆さんがモデルになっています。

ぜひ、足を運んで宇都宮の魅力や愉快なことについて考えてみてください。

また、3月13日(土)には、JR新宿駅東口で宇都宮のPRイベントを行うほか、4月以降も市民参加型の市内イベントなど、宇都宮がより愉快で楽しくなるような催しを企画していきますので、どうぞご期待ください。



政7

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

① あなたは市外の人に宇都宮の何をアピールしたいですか？

② あなたが宇都宮の魅力を発信するためにできること、または心掛けていることは何ですか？

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・提案などは、施策の参考とします。なお、一部を後日、広報紙で紹介します。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15日（月）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。

抽選で、政⑤ページで紹介したアンテナショップ宮カフェ1階「@miya」の愉快セット（産地直送野菜セット）と2階「プチプレリ」のお食事券を各5人の皆さんへプレゼントします。ご希望の人は、「希望する」を で囲み、氏名・住所・年齢・職業を必ず明記してください。当選の発表は、商品の発送をもって代えさせていただきます。

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

政策特集「宇都宮ブランド」についての問い合わせ先

総合政策部都市ブランド戦略室

☎(632)2129、☎(632)5422

Eメール：u-pride@city.utsunomiya.tochigi.jp

プレゼント抽選を 希望する / 希望しない



前回の政策特集「中心市街地を考える」に対して124人の市民の皆さんから意見をいただきました。代表的なものをご紹介します。

(1) にぎわいのある中心市街地にするためには何が必要だと思いますか？

心地よい緑の空間が必要。街路樹をはじめ、冬暖かく夏は涼しい、緑に囲まれた空間での食事、読書、休憩、語り。そんな場所がたくさんあれば人々は集まってくると思う。(弥生・60代)

車を簡単に止められる駐車場。料金が安く、スムーズに止められる駐車場がなく、どうしても郊外に行ってしまう。どこの店に行くにしても、車を気軽に止められれば、もっとまちなかへ行くと思う。(長岡町・60代)

車に乗れなくなった高齢の人々の街とすべき。緑を増やし、低層の高齢者用住宅を建設し、徒歩で、まちなかで買い物ができるようにする。(桜・50代)

無料で休憩できる場所(公園・公共スペース)がまちなかの数カ所にあると、子連れも助かるし、散歩する人は街にとどまる時間も増えると思う。(陽東・30代)

魅力的な店。やはり郊外にある大型店にはかなわないので、そこでしか買えないような物やレアな物じゃないとわざわざ駐車代を払ってまでは行きたくない。(岩曾町・30代)

若い人の活気。若者のニーズに合わせたまちづくりが必要だと思う。お金を自由に使える10代後半から30代が買いたいと思うものがあるお店をつかって欲しい。(下荒針町・20代)

オリオン通りで、同じような業種ごとに店舗を集約したり、入口にオリオン通りのシンボルを置いたり、街路樹を植えてみたり、アーケードを陽光の差し込むものにする。(陽南・20代)

子育て世代が暮らしたいと思えるような環境整備と子育て世代が望んでいるようなお店が中心市街地にできること。

(2) 中心市街地を活性化するために、あなたには何ができますか？

市民が参加できる催し物をみんなで企画すること。(宝木町・60代)

歴史を学習したり、地名の由来を調べたりし、それを多くの人に伝えていく。(雀の宮・40代)

できるだけ車を利用せず、近場は歩き、自転車を使い渋滞を防ぐ。「今あるもの」で宇都宮をPRできないかを探る。(中今泉・30代)

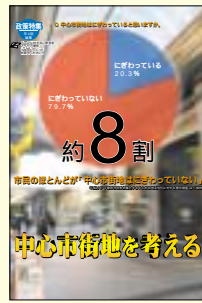
他県からの来訪者に、中心街を案内し、屋台横丁や釜川沿いなど、地元の人しか知らない「隠れた魅力」を感じてもらう。(小幡・30代)

地元を愛する。口コミに協力する。(さつき・20代)

中心市街地の良い所などをほかの都道府県の人たちに紹介したり、地域の人々に話したりする。(西川田南・10代)

広報うつのみやの政策特集は、皆さんと一緒に考えていただきたいテーマを取り上げ、年4回編集します。

前回の政策特集「中心市街地を考える」の概要



衰退する中心市街地

アンケート(宇都宮市民を対象とする中心市街地活性化に対する意向調査)では、約8割の人が宇都宮の中心市街地はにぎわっていないと感じており、各種データも、中心市街地の歩行者数や商品販売額が減少していることを示しています。これは、大型店舗の郊外進出や車社会の進展など、さまざまな要因が考えられます。

中心市街地活性化の必要性

中心市街地は、宇都宮の歴史・文化が集積する「市民の心のよりどころ」「宇都宮の顔」としての役割があるほか、多様な公共公益施設もあって、「働く」「遊ぶ」「食べる」「学ぶ」「育てる」など、市民生活のさまざまな場面に深くかかわっています。限られた財源の中で効率的なまちをつくるためには、既に集積されている多様な機能を有効に活用することも大切です。

活性化への取り組み

市では、これ以上中心市街地が衰退しないように、アンテナショップ「宮カフェ」を開設したり、オリオンスクエア・バンパひろば・宇都宮城址公園を会場にしたイベントを開催したりしています。また、大型商業店と商店街が協力して「みやヒルズどっとこむ」を立ち上げたり、公衆無線LANを整備したりするなど、商店街や民間事業者も中心市街地の活性化に取り組んでいます。中心市街地の活性化は、魅力ある場所を複数つくるなど、足を運んでもらう動機付けが回遊性の鍵となります。住居と公共交通に力点をのいたコンパクトな都市をつくることが必要不可欠です。

郵便はがき

料金受取人払

3 2 0 8 7 4 0



差出有効期間
平成22年7月
14日まで

【切手不要】

(受取人)

宇都宮市旭1丁目1番5号

(宇都宮市役所)

宇都宮市総合政策部広報広聴課

行



3 2 0 8 7 4 0

3

氏名	住所
年齢	職業

差し支えがなければ記入(プレゼント抽選を希望する人は必ず記入)してください。広報紙で意見を紹介する際には、氏名の記載はしません。なお、はがきの情報については、目的以外には使用しません。