

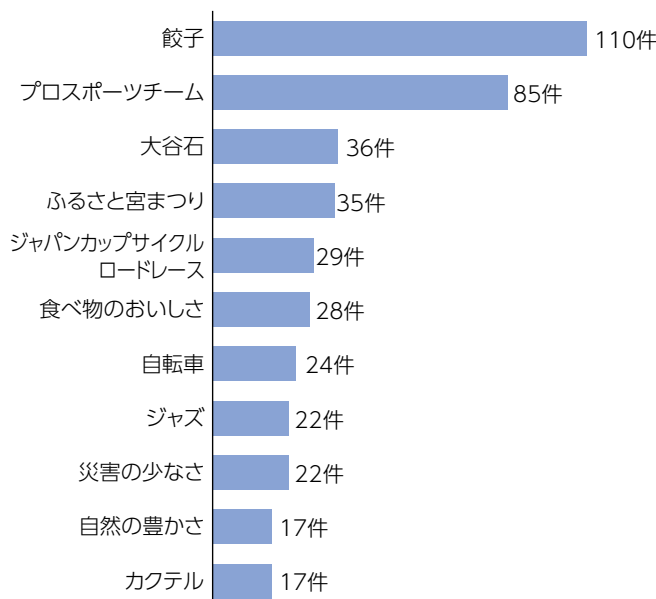


前回の政策特集「宇都宮ブランド戦略」に対して186人の市民の皆さんからご意見をいただきました。代表的なものを紹介します。

### (1) 宇都宮のイメージを上げるために必要なものは何ですか？

- 「インスタ映え」のする食べ物や場所（海道町・10代）。
- ヨーロッパの都市と同じような、LRTや電車に自転車を搭載して移動できる仕組み。近郊をマイ自転車と一緒に楽しむことができる街に（清原台3丁目・60代）。
- 人と人のつながりが実感できる雰囲気づくり。子どもからお年寄りまで気軽に「あいさつ」を交わすことが定着すればよい（立伏町・50代）。
- 大谷石を基調とした洗練されたおしゃれな街など、街並みの美しさ（山本1丁目・70代）。
- 宇都宮市民1人1人の意識。自ら街を盛り上げようとする気持ち（江野町・60代）。
- もっともっと人に対する思いやりを持って優しく接する事につきる（鑑山町・60代）。
- 餃子、イチゴに続く代表的な食べ物（下川俣町・10代）。
- 中心部の街のにぎわい。交通マナーの徹底。歴史の周知（60代）。
- 安心して自転車で買い物に行けるまちに。歩行者・自転車優先の徹底（宝木町・60代）。
- 市民が宇都宮に自信を持つこと。そのためにも歴史を知り、誇りを持つことが大切（清住1丁目・90代）。
- 常にコンサートやフェスなど、大きなイベントができる場所があればよい（鶴田町・30代）。
- ギョーザだけじゃないグルメタウンに（大和2丁目・50代）。

### (2) あなたが思う宇都宮のPRポイントは何ですか？(○は3つまで)



■ その他の主なもの 東京からのアクセス、八幡山公園、百人一首、宇都宮城址公園、人のつながりなど

### 前回の政策特集「宇都宮ブランド戦略」の概要



#### 過小評価されている？宇都宮の実力

宇都宮は、暮らしの良さなどについて全国的に高く評価されていますが、認知度や魅力度はそれらと比較すると過小評価され気味です。餃子の他自転車や大谷地域、プロスポーツチームなど、地域資源もたくさんあります。

#### 宇都宮の魅力を知って、伝えることから始めよう

都市ブランドは、そこに住む市民の皆さんや企業、行政など街に関わる人たちによって築かれていくため、それらの人たちが魅力を十分に知り、好きになり、誇りを持たなければ、都市としての価値は高まりません。これまで、「オール宇都宮」で、魅力のある資源を発掘し、育て上げ、発信するさまざまな事業に取り組んできました。歴史・文化を掘り起こした好例もあり、「自分ゴト化」が広がるなど、効果も表れてきています。しかし、解決すべき課題もたくさんあります。若い世代など、多くの人からの意見を、これからの取り組みに反映していきます。

広報うつのみやプラスや政策特集は、皆さんと一緒に考えていただきたいテーマを取り上げ、年に数回編集します。



料金受取人払郵便



3 2 0 8 7 4 0

差出有効期間  
平成30年8月  
15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	歳	職業

差し支えがなければ記入してください。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、ほかのきの情報については、目的以外には使用しません。