

東京圏を対象とした「デジタルマーケティング」及び 「みやテレワーケーション」の開始について

1 背景・目的

本市から東京圏に対する人口の社会動態については、子育てや就労の中心を担う若者を中心に、転出者数が転入者数を上回る転出超過の状況にある。

このような中、新型コロナウイルスの感染拡大を契機として、若者を中心に地方回帰の機運が高まっており、特に地方でのテレワークと余暇活動を組み合わせた「ワーケーション」が全国的に広まりつつある。

こうした地方回帰の機運を的確に捉え、移住希望者の検討プロセスである、「認知する」「体験する」「移住する」に応じた取組を強化するため、新たな移住促進策として、「デジタルマーケティング」と「みやテレワーケーション」に取り組み、更なる移住・定住の促進を図る。

2 取組の概要

(1) YouTube 等を活用したデジタルマーケティング **別紙1**参照

東京圏在住の20代、30代などをターゲットに、若者に人気が高く、利用者数の多いYouTube 動画の視聴時やインターネットサイトでの検索時に、移住時の支援策や充実した子育て支援策など、本市ならではの魅力や独自性の高い取組について、それぞれのニーズに合わせ効果的に発信し、本市の移住先としての認知度を高めるとともに、移住相談への誘導を図る。

①主な対象者

東京圏在住の子育て世代、20代、30代の若者（特に女性）、転職希望者

②主な特徴

ア “YouTube を活用” した移住促進デジタルマーケティングの実施

YouTube 社が保有する視聴者の属性や視聴動画履歴等のデータをAIで分析し、移住に関心のある対象者に訴求力の高い動画を配信する。

イ 全国に誇れる“オンリーワンの魅力”発信による他自治体との差別化

待機児童ゼロや高校3年生相当までのこども医療費の無料化など、「充実したサポートで子育てしたくなるまち」や、LRTや駅東口地区の整備等による「LRTをはじめとする公共交通で便利に暮らせるまち」など、本市ならではの魅力について、マンガを取り入れた動画を効果的に発信することで、他自治体との差別化を図る。

ウ 移住検討者の“ニーズに応じたホームページへの誘導”

YouTube 動画広告等で本市に興味を持ったターゲット（「子育て世代」、「20代、30代の若者（特に女性）」、「転職希望者」）ごとに、訴求力の高いホームページに誘導し、移住支援策を始め、移住後の生活環境や本市が進めているまちづくりなど、ターゲットのニーズに応じた情報発信を行うことで、本市への関心を高めるとともに、より多くの移住相談につなげる。

③目標

- ・移住相談件数 150件以上
- ・移住者数 5世帯以上

④実施期間

令和3年10月18日(月)～令和4年3月25日(金)

※配信するコンテンツを順次、拡充

(2)みやテレワーケーション **別紙2**参照

本市の充実した「テレワーク環境」と地域資源を活かした「余暇活動」を、個人のニーズに合わせて「みやテレワーケーション」として提供し、本市での良質なワーケーションを体験いただくことで、東京圏の企業に在籍しながら、地方で働き、暮らすことができる、本市での新たなライフスタイルについて理解を深め、本市への移住促進につなげる。

①主な対象者

東京圏在住のテレワーク実践者（情報通信業や金融不動産業など）

②プランの概要（詳細は後日公表）

- ・気軽に参加いただけるよう、1泊2日～2泊3日の短期間プランを提供
- ・宿泊費・コワーキングスペース利用料は市が負担、交通費・余暇活動費などは参加者負担

プラン	期間	プラン内容（予定）	参加者負担額 （※）
ひとりたび	1泊 2日	1日目 移動 テレワーク 余暇(餃子) テレワーク 余暇(ナイトライフ) 宿泊 2日目 余暇(サイクリング) テレワーク 余暇(駅周辺散策) 移動	約8,000円
ふたりたび	2泊 3日	1日目 移動 テレワーク 余暇(市街地散策) テレワーク 余暇(ナイトライフ) 宿泊 2日目 余暇(大谷地域観光) 宿泊 3日目 テレワーク 余暇(駅周辺散策) 移動	約10,000円
趣味たび	1泊 2日	1日目 移動 余暇(餃子) テレワーク 余暇(ナイトライフ) 宿泊 2日目 余暇(市内プロスポーツ観戦) テレワーク 移動	約10,000円

※参加者負担額は体験いただく余暇活動の内容等により異なります。

③申込方法

みやテレワーケーション専用ホームページにて希望プラン及び実施希望日を申込
⇒後日、担当者から予約内容の確認についての連絡

④主な特徴

ア 東京圏近接だからこそできる「“気軽な都市型”ワーケーション」

東京駅から新幹線で1時間以内という地理的優位性、都会的な環境と自然的な環境の両面を兼ね備えた本市の特徴を活かし、本市へ気軽に訪れ、1泊2日程度の短期間でもテレワークと余暇活動の要素を十分に体験できる、本市だからこそ実現可能な都市型ワーケーションプランを提供する。

イ 宇都宮ならではの魅力をフル活用した“感性に訴える”プランの提供

街なかや大谷地域など、多様な場所で働くことができる「テレワーク環境」と、テレワーク後に、市内プロスポーツチームの試合観戦や大谷地域の神秘的なアクティビティ、ジャズやカクテルを楽しむナイトライフなど、感性に訴える「余暇活動」を組み合わせた、本市の地域資源をフル活用したプランを提供する。

⑤目標

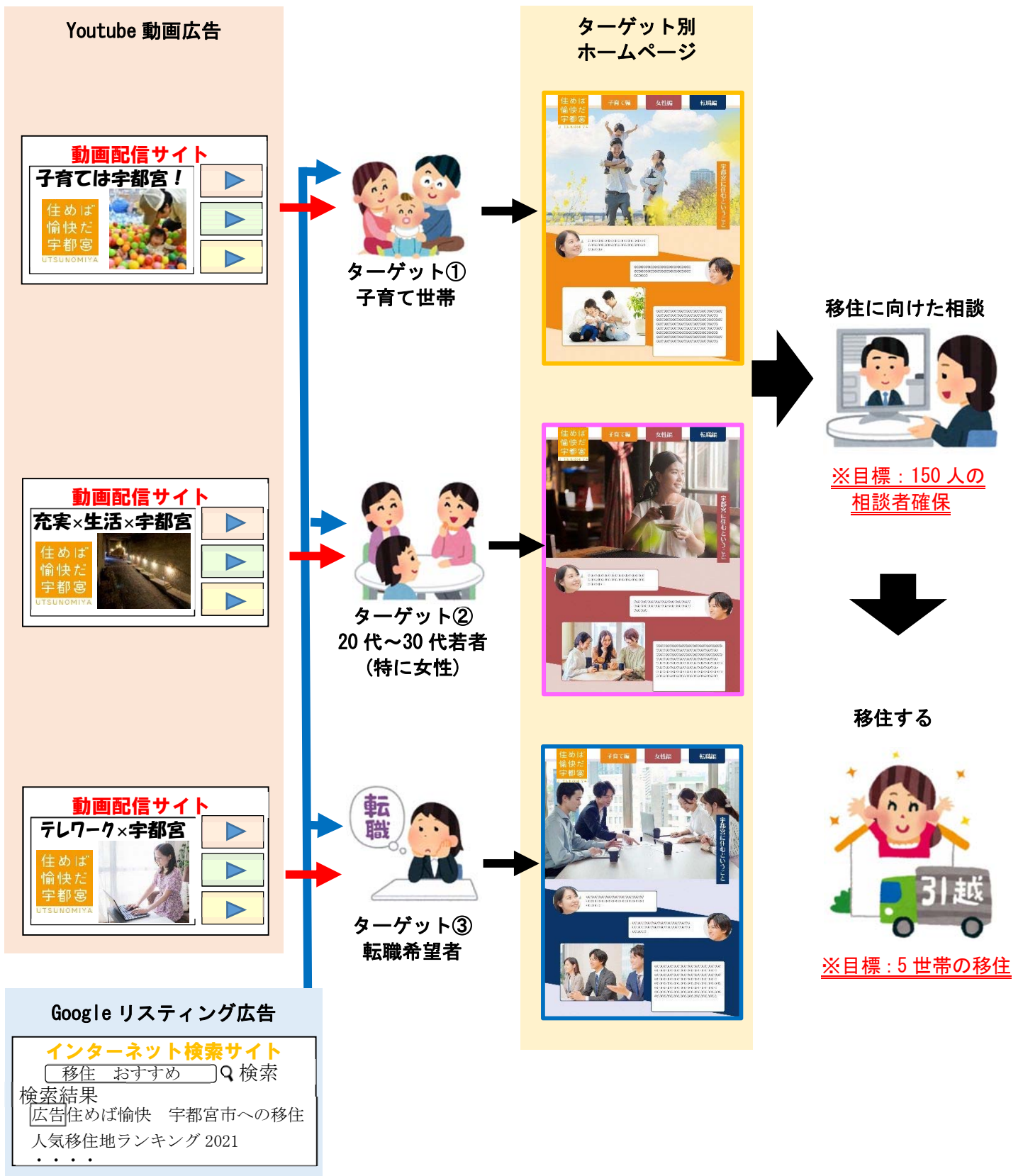
- ・ワーケーション参加者数 150人（定員になり次第 締切）
- ・移住者数 5世帯以上

⑥実施期間

令和3年10月中旬以降

※新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえながら実施

デジタルマーケティングの流れ



みやテレワーケーションの流れ

利用者

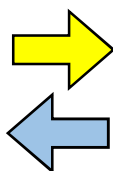
宇都宮市

STEP 1 事業のプランを申し込む

- ・専用のWEBサイト「みやテレワーケーション」に参加申込み



※画像はイメージ



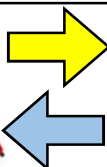
- ・申込みプランの実行に向けた宿泊先等の調整
- ・参加時期の市内イベント等の情報提供

STEP 2 事業に参加する

- ・プランの料金支払い(事前払い)
- ・みやテレワーケーションの体験

※目標：150人の参加者確保

※プランイメージ



- ・プラン参加中の問い合わせサポート

1日目



市内コワーキングスペースにて
テレワーク



市内観光

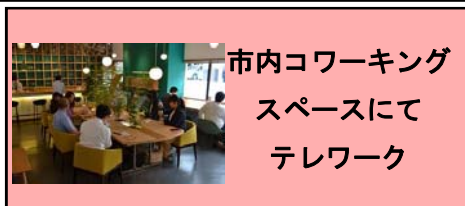


宿泊

2日目



市内プロ
スポーツ観戦



市内コワーキング
スペースにて
テレワーク



移動

※費用負担

宿泊費・コワーキングスペース利用料 …宇都宮市負担

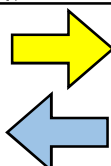
交通費・余暇活動費

…参加者負担(10,000円程度を想定)

STEP 3 体験レポートの提出, 移住に向けた相談



- ・「テレワーク」や「余暇活動」の実施内容と体験状況写真を報告
- ・移住相談



- ・体験談を集約し, 更なる情報発信の実施
- ・活用できる補助制度の案内などの相談支援



STEP 4 移住する

- ・本市への移住



※目標：5世帯の移住