



HELLO, NEW CITY.

新しいまちの暮らし

スーパースマートシティうつのみや始動

住めば  
愉快だ  
宇都宮

UTSUNOMIYA

宇都宮ブランド推進協議会

宇都宮ブランド・移住定住プロモーションについて

令和4年12月22日

## 「宇都宮という選択」

### 宇都宮ブランド・移住定住プロモーション スタート！

～テレビCMやインターネット広告などクロスメディアによるプロモーションを展開～

本市ブランドの認知度の向上や移住定住の促進を図るため、テレビCMをはじめ、インターネット広告や鉄道広告、テレビ番組の見逃し配信など、多様なメディアを連動させた（クロスメディア）プロモーションを展開します。

#### 1 目的

暮らしや働き方の変容に伴う地方移住への関心の高まりを捉え、LRTをはじめとする本市の先進的なまちづくりや東京圏との近接性・利便性、充実した子育て・教育環境やゆとりある住環境など、本市の強みを全国にPRすることで、本市への移住促進や市内外への宇都宮ブランドの浸透を図るもの

#### 2 特徴

##### (1) クロスメディアによるプロモーション展開

- ・ 在東京キー局におけるテレビCMをはじめ、インターネット広告や鉄道広告、テレビ番組の見逃し配信など、プロモーションのターゲットに応じて多様なメディアを連動（クロスメディア）させたプロモーションを展開
- ・ 特に、テレビCMを核とした地方移住のプロモーションは全国でも数少ない取組

##### (2) オリジナルキャラクター「ミヤちゃん」が本市の魅力を発見・紹介

主人公「ミヤちゃん」役にドラマやテレビCMで活躍する加藤 柚風（かとう ゆずな）さんを起用し、「宇都宮市に移住する少女」の視点でストーリー性を持たせたプロモーション素材を作成

##### (3) 官民連携によるオール宇都宮のプロモーション展開

市内の経済・まちづくり団体、企業、メディア、有識者のほか、公募市民や市議会議員らで構成する「宇都宮ブランド推進協議会」が実施主体となり、官民連携によるオール宇都宮のプロモーションを展開

<問い合わせ先> 総合政策部 人口対策・移住定住推進室 室長 青柳 裕 (028-632-2100)



HELLO, NEW CITY.

新しいまちの暮らし

スーパースマートシティうつのみや始動

住めば  
愉快だ  
宇都宮

UTSUNOMIYA

【オリジナルキャラクター「ミヤちゃん」】

主人公

ミヤちゃん（6才）

新しいものを見つけるのが得意な好奇心旺盛な女の子。  
 父母と家族3人で東京に暮らしていたが、  
 ワークスタイルが変わったことで移住を考え始めた両親。  
 移住の下見で家族と何度か宇都宮に来ているうちに  
 まちの変化やいいところを自分の目で見つけ、  
 宇都宮のまちが好きになり始めている。



加藤柚凧さん

### 3 プロモーションの概要

#### (1) 活用するメディア

##### ① テレビCM

東京圏をはじめ1都6県の幅広い層に、本市の魅力や強みをPRするため、最も視聴者の多いテレビCMを活用

ア 放映時期：令和5年1月11日（水）～31日（火）

イ 放送局：日本テレビ、TBS、フジテレビ

ウ 放送回数：約120回（約6回／1日）

⇒のべ約1億3,700万人の視聴を想定  
 （関東圏在住 約4,300万人）

#### 【テレビCMイメージ】



動画は、宇都宮ブランド推進協議会公式YouTubeで公開しています。

URL：<https://youtu.be/kVw1Jq05ELk>（15秒）

<https://youtu.be/h5171P--w1g>（30秒）



15秒版



30秒版



HELLO, NEW CITY.

新しいまちの暮らし

スーパースマートシティうつのみや始動



② インターネット広告

移住関心層に集中的に訴求するため、効果的な広告素材を用いるとともに、ターゲットの視聴傾向が高いインターネットやSNSを活用

ア 実施時期：令和4年12月22日（木）～令和5年3月上旬

イ ターゲット：東京圏在住の30歳代子育て世帯、20～30歳代単身世帯

ウ 配信媒体等：ディスプレイ広告 (Google)	表示回数	約1,000万回
SNS広告 (Instagram)	表示回数	約210万回
検索連動型広告 (Google, Yahoo!)	表示回数	約70万回
動画広告 (YouTube)	表示回数	約100万回
テレビ番組の見逃し配信 (TVer)	表示回数	約30万回

【ディスプレイ広告イメージ】



③ 交通広告

特に東京圏に在住・通勤する人に他の広告と併せ、繰り返し訴求するため、山手線等の車両内ビジョンや東京圏の主要駅構内ビジョンを活用

ア 放映時期：令和5年1月9日（月）～29日（日）

イ 放映場所等：山手線，横須賀・総武快速線 車両内ビジョン

・ビジョン数：18面／1車両

・放映回数：約60回／1日・1面

東京駅，品川駅など東京圏内主要18駅の構内ビジョン

・ビジョン数：全229面

・放映回数：約190回／1日・1面

④ その他

宇都宮ブランド推進協議会公式YouTube，市有施設等のデジタルサイネージ，各種イベント等での放映

(2) フォローアップ

- ・ いずれの広告においても検索を促し，専用のホームページに誘導した上で，本市への移住相談等の問い合わせにつなげる。
- ・ 本年11月に「ウツノミヤテラス」内に開設した移住相談窓口「miya come (ミヤカム)」を核とする充実した移住定住の相談体制により，移住に対する検討を深めていただき，実際の移住につなげる。