

視察報告書

所属会派	おかや未来研究室	氏 名	渡辺 太郎
視察の名称	会派「おかや未来研究室」行政視察		
日 程	令和 5 年 8 月 7 日(月)13 時 30 分～15 時		
視察要点等	宇都宮ブランド戦略、ジャズのまちづくりについて		

【概要】

宇都宮ブランド戦略指針の策定（平成 21 年 3 月）、推進体制、戦略に基づく取り組みと成果。ジャズのまちに
取り組む団体とまちづくり事業、今後の事業展開。

【内容】

都市ブランド戦略が求められる背景は、人口減少社会の本格的な到来により都市間競争が激化しており、持続
可能な都市として発展し続けるには、人や企業から選ばれる都市になることが必要。

ブランド戦略のターゲットと目指す姿は、市内に対しては定住人口の獲得、市外に対しては、交流・関係・移
住人口の獲得と伺いました。

第 3 期アクションプラン（平成 30 年 3 月策定）は、宇都宮ブランド推進協議会が策定主体となり、5 年間の具
体的な取り組みや実施時期等を定めた計画。関連計画は、うつのみや産業振興ビジョン、第 3 次宇都宮観光振興プ
ラン、宇都宮市 MICE 戦略、宇都宮市経済・地域の活性化に向けたスポーツ都市戦略、宇都宮市歴史文化基本構
想などで、全体視点からの連携した取り組みが伺えます。

様々な手法で市民の意見を集め宇都宮らしさを表現するメッセージ作りでは、「宇都宮の生活はとても豊か」
「都会×田舎というロケーション」「独自の宇都宮の文化」「洗練されていない親しみやすさ」等から「宇都宮＝
愉快的まち」というイメージを定着させて、人を呼び込みたいとしている。

「認知」「信頼」「愛着」のステップに合わせ、指標と目標値を設定し、市内外のアンケート調査により達成状
況を把握している。

令和 5 年度から推進体制を、既存組織を意見聴取機関と位置付け、実働を担う市、商工会議所、観光コンベン
ション協会を分化し、新たに事業実施機関として「宇都宮ブランディングアライアンス」を設立して取り組んで
いる。

令和 2 年度の予算は約 5,500 万円、令和 3 年度は約 5,250 万円、令和 4 年度は約 1 億 8,000 万円と増額し、東
京圏からの移住の促進に資するプロモーションの強化と定住につながるシビックプライドの更なる醸成に取組
み、テレビ CM や山手線等車両内、駅構内等におけるデジタルサイネージでの放映、デジタルマーケティングを
積極的に実施している。

宇都宮市独自の移住に使える支援制度として、フレッシュマン・若年夫婦・子育て世帯等家賃補助、マイホーム
取得支援事業補助金、宇都宮市結婚新生活支援事業がある。特に、東京圏通勤・通学費補助制度は、令和 5 年
度の新制度で、東京圏に新幹線で通勤・通学する人に対して月額 1 万円を上限に補助する全国初の制度とお聞き
する。通学については小学生から補助対象です。補助は 3 年以内と伺いました。

ジャズのまちづくりは、日本を代表するジャズサックス奏者渡辺貞夫氏の出身地など、地域資源であるジャズ
を活用し、ジャズの街「聴けば愉快だ宇都宮」として各種事業を展開している。

【感想】

岡谷ブランドの取り組みを推進するための、市民とともに作るブランド戦略の策定や目標、予算確保等につい
て大変参考になった。取り組みの成果として、「共働き子育てしやすい街ランキング」（日本経済新聞社）「住みよ
さランキング」（東洋経済新聞社）など各民間調査結果を公表しているが、岡谷ブランドの取り組みの成果が見え
ない中で、こうした調査公表もエビデンスとして必要と感じました。