

「(仮称)宇都宮ブランド推進ビジョン」(素案)に関するパブリックコメントについて

1 パブリックコメントの実施状況

(1) 意見の募集期間 令和5年12月27日(水)～令和6年1月24日(水)

(2) 意見の応募者数 5名
意見数 12件

(3) 提出方法の内訳

	郵送	ファクシミリ	Eメール	持参	計
人数	0	1	4	0	5

2 意見の処理状況

区分	処理区分	件数
A	意見の趣旨等を反映し、ビジョンに盛り込むもの	1件
B	意見の趣旨等は、ビジョンに盛り込み済みと考えるもの	4件
C	ビジョンの参考とするもの	0件
D	ビジョンに盛り込まないもの	0件
E	その他、要望・意見等	7件
計		12件

No.	区分	意見の概要	意見に対する市の考え方
1	A	<p>国においては、2030年までに外国人来訪客数が6,000万人、消費額15兆円を目標に掲げており、今後、日本の主要都市だけでは、受け皿が足りなくなることが想定される。</p> <p>こうした状況を見据え、交流人口・関係人口の拡大に向け、外国人観光客を視野に入れるとともに、栃木県の玄関口としての優位性を生かし、本県のハブとしての機能強化やプロモーションの強化、また、世界から選ばれるためにも脱炭素社会の実現を目指す必要があると考える。</p>	<p>ポストコロナにおける観光需要の急回復に加え、ライトラインの供用や国際的なスポーツイベントなど、国内外から多くの方が本市に訪れている中、今後のブランド戦略におきましては、本市の魅力を高め、国内外に発信することと併せて、御意見のとおり、県都として圏域全体のブランド力向上につながる好循環を生み続けていく取組が、これまで以上に求められます。</p> <p>こうしたことから、<u>御意見を踏まえ、本ビジョン(17ページ)「宇都宮ブランドの範囲」に、改めて「インバウンド」を明記し、本ビジョンに基づき、2024年</u></p>

			<p>のパリ五輪予選をはじめ、本市・本県に国内外から多くの方が訪れる機を捉え、県や周辺市町、関期間と連携しながら、国内外に本市・本県の魅力を効果的に発信してまいります。</p>
2	B	<p>国内外からの観光客などが急増し、市内での宿泊者数も増加していることを踏まえ、ホテルと各企業が連携し、宇都宮の魅力を体験できるプランを設定することで、周遊時間が増えるほか、新たな魅力の発見につながるのではないか。</p>	<p>ポストコロナにおける観光需要の急回復に加え、ライトラインの供用や国際的なスポーツイベントなど、国内外から多くの方が本市に訪れている中、今後のブランド戦略におきましては、御意見のとおり、こうした方々に来訪目的以外にも本市の魅力を知り、体験していただき、SNS等の情報発信やリピーター獲得につなげていく取組がこれまで以上に求められます。</p> <p>こうしたことから、本ビジョンにおきましては、社会環境の変化に伴う人の行動変容や本市への関心が高まるイベントなど、「時流・時機を捉えた戦略的な取組の展開」を基本的な方向性の一つに位置付けているところであり、観光や宿泊などの民間事業者や行政で構成する「宇都宮観光推進委員会」を中心として、より一層取り組んでまいります。</p>

3	B	<p>みや遺産や宇都宮ブランド農産物、まちなみ景観、うつのみや泉水など、多様な地域資源を連携させた魅力発信が必要であり、そのためには、関係部局間の情報共有や連携が必須である。</p>	<p>宇都宮の暮らしや文化には、内外に誇る様々な魅力が根付いており、御意見のとおり、公民を問わず、それらを有機的に連携させたプロモーションがこれまで以上に求められております。</p> <p>こうしたことから、本ビジョンにおきましては、公民の様々な主体がそれぞれの強みを生かし、連携しながら取り組む「「オール宇都宮」による取組の強化」を基本的な方向性の一つに位置付けているところであり、新年度、市に新設する「魅力創造部」を旗振り役として、更なる連携強化に取り組んでまいります。</p>
4	B	<p>餃子や大谷石文化、プロスポーツ、ライトラインなど、本市は現在でも高いブランド力を誇ることから、そのような都市の魅力を本市に縁のある著名人を起用しながら、より強力でPRしてほしい。</p>	<p>今後のブランド戦略におきましては、公民の様々な主体がそれぞれの強みを生かしながら、魅力の磨き上げや発信を行うことが、これまで以上に求められます。</p> <p>こうしたことから、本ビジョンにおきましては、「「オール宇都宮」による取組の強化」を基本的な方向性の一つに位置付けているところであり、御意見いただいた発信力のある本市のゆかりの著名人の活用なども含め、より効果的なシティプロモーションを検討・実施してまいります。</p>

5	B	<p>市外向けのブランドイメージの向上も必要だと感じるが、自治体の使命としては、市民満足度の向上が先決だと感じる。</p> <p>市民満足度が向上することで、市民が宇都宮に「誇り」や「愛着」を持ち、市外向けに積極的にPRしてくれ、メディアなども取り上げるなどの相乗効果が生まれると考えることから、例えば、小学生や中学生の制服購入費などを助成するなど、市民の生活に直結した施策を今後、より一層検討・展開してもらいたい。</p> <p>そのような施策も宇都宮のブランド力を高めるのではないかと考える。</p>	<p>今後のブランド戦略には、アウトターブランディングとして対外的な認知拡大を図ることと併せて、将来を見据えたまちづくりを着実に進め、市民満足度を高めることで、「シビックプライド」の醸成・拡大を図るインナーブランディングに両輪で取り組むことが、これまで以上に求められます。</p> <p>こうしたことから、本ビジョンにおきましては、「まちづくりとプロモーションの連携強化」を基本的な方向性の一つに位置付けているところであり、今後も、いただいた御意見などを踏まえながら、民間ランキングで常に上位に位置する充実した子育て環境をはじめ、市民の暮らしやニーズの変化を捉えた施策の充実・強化に取り組むことと併せて、それを市民の方に実感していただく効果的なプロモーションにも取り組み、「シビックプライド」の醸成・拡大を図ってまいります。</p>
6	E	<p>行政と企業、商店等が連携し、商品等のブランド化を図るため、「MIYA YUKAI 自慢 AWARD」認定制度を導入し、賞を授与してはどうか。</p> <p>それを受賞者が自慢することで、宇都宮の魅力度アップにつながるのではないかと考える。</p>	<p>御意見のとおり、今後のブランド戦略におきましては、新たな地域資源の発掘・磨き上げや効果的な情報発信が、ますます重要になってまいります。</p> <p>こうしたことから、都市ブランドに係る公民の様々な取組の情報収集や支援ニーズ等の把握に努め、いただいた御意見なども踏まえながら、新たな魅力の発掘・磨き上げや情報発信の強化に向け、具体的な事業の検討を進めてまいります。</p>

9	E	<p>ライトライン、電車、バス等の公共交通の連携による利便性の更なる向上やまちの更なる発展が進んでいくことを期待する。</p>	<p>人口減少、少子・高齢化が進行する中、「人や企業に選ばれるまち」の実現に向けては、御意見のとおり、公共交通の充実が、ますます重要になってまいります。</p> <p>こうしたことから、本市におきましては、「子どもから高齢者まで誰もが安心・安全に暮らせるまち」を目指し、ライトラインをはじめ、鉄道やバス、地域内交通などの階層性がある利便性の高い公共交通ネットワークの構築に取り組んでいるところであり、更にその取組を市内外に発信することで、市への「認知」や「信頼」、「愛着」の拡大を図ってまいります。</p>
10	E	<p>大規模な商業施設の誘致に更に力を入れていただきたい。人気の商業施設が立地することで、本市の魅力が更に高まり、人の来訪も期待でき、地域の活性化にもつながると考える。</p>	<p>人口減少、少子・高齢化が進行する中、「持続的に発展できるまち」の実現に向けては、地域の実情を捉え、教育や福祉、商業施設など、将来を見据えて必要な都市機能を確保していくことが、ますます重要になってまいります。</p> <p>こうしたことから、本市におきましては、各地域の特性などを十分に踏まえながら、必要な都市機能の立地誘導や活力ある市街地形成を進めているところであり、今後とも、いただいた御意見も踏まえながら、魅力あるまちづくりと、地域の特性や資源を生かした効果的なプロモーションに両輪で取り組んでまいります。</p>

1 1	E	<p>「スポーツのまちづくり」について、スポーツ少年団をきっかけとして、小さな子どもを持つ家庭のスポーツへの関心が高まるのではないかと踏まえ、より入団しやすくするためにも入団に当たっての保護者の負担軽減のための支援制度が必要と考える。</p>	<p>今後のブランド戦略におきましては、将来を見据えたまちづくりを着実に進めることと併せて、その取組を効果的にPRすることで、市のブランド力を高め、市内外からの「認知」や「信頼」、「愛着」の拡大を図ってまいります。</p> <p>こうしたことから、本ビジョンにおきましては、「まちづくりとプロモーションの連携強化」を基本的な方向性の一つに位置付けているところであり、今後も、いただいた御意見なども踏まえながら、市民の暮らしやニーズの変化を捉えた全国に誇れる施策の充実・強化により一層取り組むことと併せて、それを市内外の方に認知していただく効果的なプロモーションにも取り組み、市のブランド力の更なる向上を図ってまいります。</p>
1 2	E	<p>保育園や小学校の給食料無償化など、子育て・教育に対する支援の充実やそれらのPR強化を期待する。</p>	<p>（この欄は11番目と重複する内容のため、本文には記載されません。）</p>