行政視察報告書　　建設経済環境委員会　　　2018年8月2日(木)

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　11番　石井通春

|  |  |
| --- | --- |
| 視察先 | 栃木県宇都宮市 |
| 研修テーマ（調査項目） | 都市PR大作戦（宇都宮プライド） |
| 1. 取組の内容評価

・宇都宮のブランドを知ってもらう、好きになってもらう取り組みの具現化・都市の魅力を知ってもらうだけでなく、実際参加し体験してもらう事で目標値（宇都宮在住に自信を持つ、愛着がある、行ってみたい人の各割合）の上昇がみられる・他の町との差別化と各個別分野や地域による取り組み（餃子やカクテルなど）を発信し全体のブランドを確立していく1. 今後の課題

・自治体間の都市間競争、人口獲得は本市だけでなく全ての自治体の課題であるが、基本的にはどこの町や村に生まれようとも、安心して子育てができ生活が出来る社会基盤を作るのが政治の責任である。それをコンパクト+ネットワークや差別化という名の下で、特定地域だけが反映する仕組みはさらに国力の減少を招くだけの結果につながりかねない。・市民が市政に求める感覚はもっと生活に密着している点（税金の多寡、公共料金の多寡、保育園の設備など）にあり、都市の魅力を謳ってもどれだけ市民の関心を引き付けられるか。宇都宮は市民参加を促す、市民を巻き込むとしていたが、イメージ作りが先行していて実際巻き込めているかどうか実感は難しかった。1. 本市に反映できると思われる点

・愉快市民、愉快ロゴ、などの登録数、認知数に目標を持着実に増やしている点は仕事を担っている方も地震につながるしセールスポイントにもなるのでぜひ取り入れたらと思う。・ブランド戦略会議（市長や全部長が参加するとされていた）において、企画会議や検討状況を確認する庁内体制がとられていたが、実際は開かれていないとの事であった。やはり形あるものでないと、なかなか難しいか。1. その他
 |