

## 宇都宮ブランド・移住定住プロモーションについて

### 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 期間：令和5年9月25日（月）～10月15日（日）

イ 放送局：日本テレビ，TBS，フジテレビ

ウ 放送回数：146回（約7回／1日）

⇒のべ約1億3,000万人の視聴を想定  
（関東圏在住 約4,300万人）

#### 【テレビCMイメージ】



動画は、宇都宮ブランディングアライアンス公式YouTubeで公開しています。

URL：<https://youtu.be/mFeAT2Bfyem>（15秒）

[https://youtu.be/C1CHV\\_EHnZU](https://youtu.be/C1CHV_EHnZU)（30秒）



15秒版



30秒版

#### (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 期間：令和5年9月25日（月）～

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2,210万回
SNS広告（Instagram，X）	表示回数	約485万回
検索連動型広告（Google）	表示回数	約67万回
動画広告（YouTube）	表示回数	約110万回

#### 【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を活用

ア 期間：令和5年9月25日（月）～10月8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

### (4) その他

宇都宮ブランディングアライアンス公式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。
- ・ 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。

### <参考> 移住相談件数，移住者数の推移

・ 令和4年度の1年間の移住相談件数・・・448件

※前年度166件の約3倍

・ 令和4年度の1年間の移住者数・・・124世帯266名

※前年度64世帯124名の約2倍