

憩い空間



[レクリエーションの場・公園]子どもをのびのびと遊ばせることができる広い公園があることは、特に子育て世代にとって価値のあること。



自然

[雄大な自然を育む国立公園]国立公園を有する市町村は全国で400もない。本市固有の雄大な自然を堪能できる散策プログラムのほか、カヌー、パラグライダー、キャンプなどのアウトドアレジャーも楽しめる。

[外出先のバリエーションも豊富]那須塩原市図書館みるる(写真)のほか、博物館、アウトレット、映画館など、さまざまな分野の施設が市内に立地している。

施設



温泉

[時には温泉でリフレッシュ]市内に観光地があるということは、「観光地に住む」という価値発見を生む。



[食に関わる産業に強みを持つ那須塩原]農業産出額全国10位、生乳産出額全国2位を誇る。本市の食材を生かした加工品や料理も魅力や強みになり得る。

食

住処

[各家庭の需要に応じた生活空間]本市は県内で日光市に次いで面積が広い。地価も比較的安価なためマイホームを建てる人が多い。



景観

[那須塩原駅前から高林にかけての並木道]普段、当たり前のように通っている道も「那須塩原にしかない」らしさになり、尊いものだと実感する人がいる。



交通

[栃木県北の交通の要衝・那須塩原駅]栃木県北唯一の新幹線駅は、本市のみならず那須地域全体への交通網の要衝となっている。「始発駅・終着駅」であることも、利用者にとってうれしいポイント。

|||||||
那須塩原での日常生活が実は魅力的に映る。
ブランドイメージ「なすしおばらLife」を考える。

「都会を離れて豊かな自然の中でのびのびと暮らしたい」「でも生活するなら便利な場所がいい」「たまの休日には普段とはちょっと違った体験を」そんなニーズに応えられるようまいります。市外の人にとって、市民が日常的に触れ合うあらゆるものが見方を変えると魅力的に映る。そうした日常に潜む一つ一つの魅力を掘り起こし、ブランドイメージ「なすしおばらLife」として地域全体で育て、さらに磨き上げていきたい。

当たり前ものが魅力的

本市は、5年連続で転入者数が転出者数を上回っています。自ら那須塩原を移住先に選んだ人に対してその理由を聞くと、必ずと言っていいほど観光などで来訪した際の体験や印象を話します。

「山が見える景観の良さ」「水や空気がきれい」「自然豊かなのに便利」「すぐそばに観光地がある優越感」。これに加えて都心へのアクセスの良さなども移住先に選ばれる大きな要因の一つのようです。

いずれも普段から本市で当たり前のように生活している人にとっては、強くありがたみを実感するものではないかもしれませんが、しかし、見る人によってはそうした「当たり前」のものであっても、本市に住んでいるからこそ得られる価値のある

ものなのです。

価値や魅力あるものを掘り起こし 磨き上げてブランドイメージへ

「ここに住んでいてよかった」「いつかここで暮らしたい」と思ってもらえるまちにするためには、価値や魅力あるものを掘り起こして、磨き上げ、まちの魅力度を高める必要があります。

「なすしおばらLife」とは、那須塩原での生活に溶け込む魅力です。表紙の写真も、なすしおばらLifeと言えるのではないのでしょうか。今後、那須塩原駅周辺のあり方を考えていく中で、「なすしおばらLife」のブランドイメージも併せて具体化していきます。

あなたが思う「なすしおばらLife」を投稿してください



Instagramであなたが思う「なすしおばらLife」に関し、以下のハッシュタグをつけて投稿してください。
#なすしおばらLife #nasushiobaralife

なすしおばらLifeのイメージを感じていただくInstagramを始めました。

