

阿久根市ブランディングワークショップ実施報告

2024年5月1日

【ブランディングワークショップ実施概要】

- 実施目的 : 一般生活者や内外のステークホルダーが阿久根市の事を好きになってもらうために、市職員の有志メンバーで集まり1日かけてワークショップを行い、阿久根市のタウンブランディングの方向性・ブランドコンセプトを総意で導き出す。
- 実施日時 : 2024年3月27日（水）8:30～17:30 ※昼休憩40分
- 実施場所 : 風テラスあくね（交流室1・2）
- 参加者 : 阿久根市職員様20名、博報堂プロダクツ3名 計23名
3グループ分けにて実施
- ファシリテーター : 博報堂プロダクツ 板垣

1

オリエンテーション

ブランディングとは～本日のワークショップの目的とやることの説明、ニックネーム決め～チーム内自己紹介

2

10年後の正夢

宿題のチーム内発表・ボード貼り出し～各グループ2名ずつ発表

3

住民調査報告

アンケート調査（定量調査）とインタビュー調査（定性調査）結果報告～調査結果についてグループディスカッション

4

阿久根市に住んでもらいたい人（AKUNE族）はどんな人？

宿題のチーム内発表～属性・インサイトを含めたターゲット設定についての討議とグループワーク～各グループ発表

昼食休憩

5

阿久根市に住んでもらいたい人（AKUNE族）まとめ

各グループが発表した「AKUNE族」のまとめをファシリテーターより発表

6

阿久根市の機能的・情緒的ベネフィット

「AKUNE族」に提供できる阿久根市の価値を、機能的・情緒的ベネフィットの両面から検討して抽出するグループワーク

7

阿久根市を人にたとえてみよう

阿久根市のブランドパーソナリティを考えるグループワーク～機能的・情緒的ベネフィットと一緒に発表～皆の総意で1つに絞る

8

阿久根市のブランディングアイデアとステイトメントを導く

ブランディングアイデアを考えるグループワーク～発表～投票～決定、ステイトメントについて皆で意見発表～決定

1

. オリエンテーション

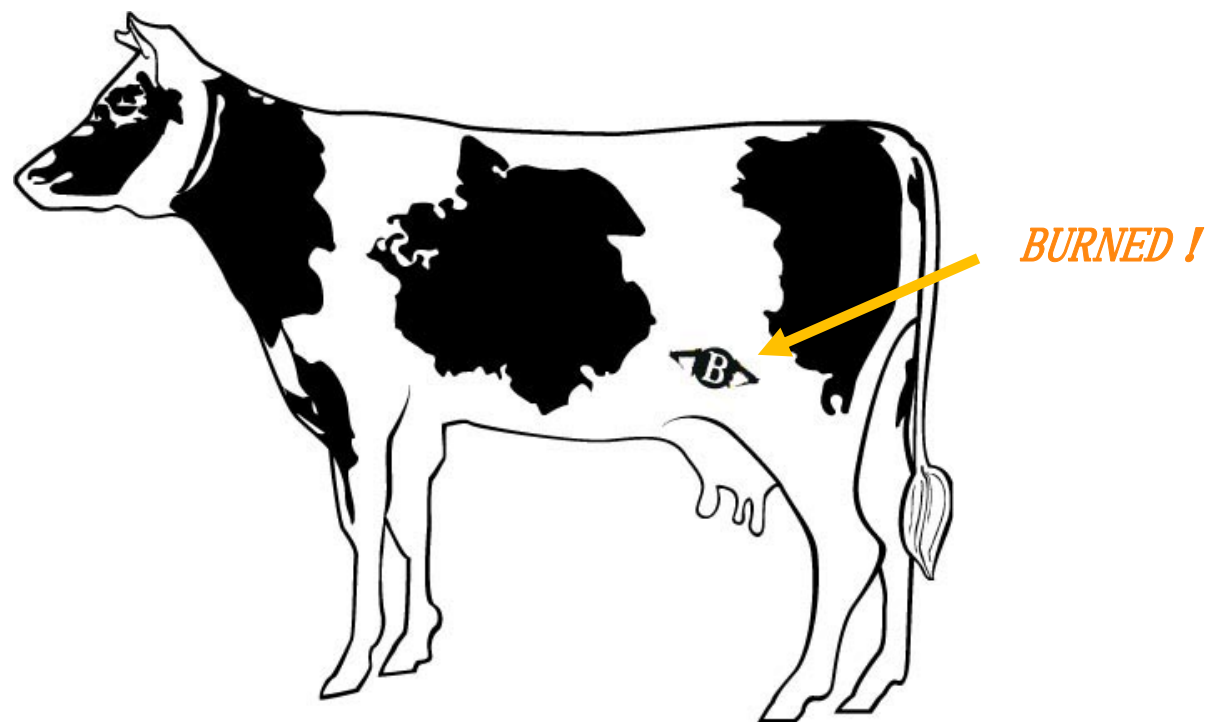
ブランディングワークショップとは

職員の皆様（選抜メンバー）によって、阿久根市のブランディングの方向性を一日かけて話し合う場です。



そもそも、ブランディングとは

ブランドとは、元々、他者との識別記号



マーケティングの最大の仕事は、
「商品が売れる、人が集まる、応募が殺到する」等人を動かすこと。

言い換えれば、生活者の頭の中に、

その企業や自治体が「選ばれる必然」を創ること。

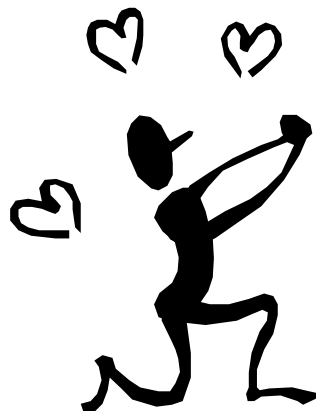
その為の活動を「ブランディング」と呼びます。

ブランディングとは？

企業や自治体と、生活者との信頼関係の構築

||

そのブランドを（選ばれる必然によって）
好きになってもらう取組みのこと。



ブランディングワークショップで決めること

- 「誰に（どんな人に）好きになってもらいたいのか？」= **ターゲット**
- そのターゲットは、どんな気持ち（**インサイト**）を持っている人か？
・・・気持ちが分からなければアプローチできない
- ターゲットに対して、提供できる自分の価値（ベネフィット） = 阿久根市の価値は何か？
・・・**機能的ベネフィットと情緒的ベネフィット**
- 自分はどんな性格の人か = 阿久根市を人に例える = **ブランドパーソナリティー**
- これから行う好きになってもらう活動（ブランディング活動）の核となる考え方 = **ブランディング・コア・アディア**
- 好きになってもらう人に約束する宣言文 = **ブランドステイメント**

ワークショップのルール

- ・**組織やヒエラルヒーにとらわれない**

全員、名札に書かれたニックネームで呼んでください。

- ・**思いついた意見は必ずポストイットに！（発言録になります）**

模造紙に意見やアイデアを貼っていきます。

チーム「**モモちゃん**」



チーム「**ウニ丼ボントンをそえて**」



チーム「**イワシ風まかせ**」



2 . 10年後の正夢

【「10年後の正夢」事前課題シート】

テーマは『10年後の阿久根市のありたい姿』。

10年後、『阿久根市』に関する記事が、新聞や雑誌に掲載されるとしたら、どのような見出しになるでしょうか？「10年後の阿久根市のありたい姿」をイメージして、記入例を参考にフォーマットに記載ください。

「阿久根市」が達成したことや、社会や国や地方自治体全般の変化など、自由に広く考えましょう。

*新聞／雑誌については、業界誌、ビジネス誌、ファッション誌、情報誌、一般紙、スポーツ新聞、海外の雑誌、WEBなどなんでもかまいません。

記入例

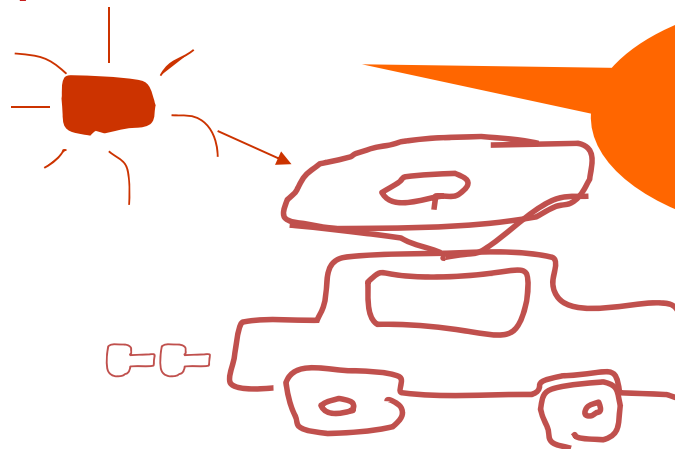
雑誌／新聞名: **f@l <**

発売日: 2033.08.05号

見出し: **ついにシェア70%突破！トヨタの成功の秘密を探る！**

記事の内容:

- 電気クルマ、ガスカルマに続く、太陽電池車のヒットがポイント
- 次に狙うは「風カルマ」
- 環境クルマっておしゃれ〜とOLも評価
- カローラ・エコが台数シェアNo.1。
- 本上まなみを使った「Drive your earth」キャンペーンはCF好感度1位！
- 石原慎太郎首相語る「今年の国民栄誉賞はトヨタの社長に」
- メルセデスベンツの買収も検討中。



■ちょっとオーバーなくらいでOKです。
■言いたいことのポイントが分かるように。

■記事の内容は、箇条書きなどでポイントを明確に。
■絵などを入れてもOK！


【課題2】 『10年後の正夢』シート

テレビ/雑誌/新聞名等媒体名: **るるぶ こどもとあそぼ** 発表日: 2034.6.1

見出し: **お子さんの
自転車デビューは阿久根市で**
～親子で遊ぼう！キックバイク・自転車・電動カート～

記事の内容:

- ☆意外とないぞ。自転車場所練習事情！
- ☆自転車が乗れるように。
キックボードを安全な場所で試してみよう。
- ☆ストライダーカップin阿久根開催！
- ☆ヘンテコ自転車、ヤバイ自転車大集合
- ☆電動カートで
大人も熱いレースを楽しめる！



記入頂いたこのシートは皆さんに見て頂く配り出します。

発表

- 媒体名 : **るるぶ こどもとあそぼ**
- 発売日 : **2034年6月1日**
- 見出し : **お子さんの自転車デビューは阿久根市で**
～親子で遊ぼう！キックバイク・自転車・電動カート～
※場所は番所丘公園を想定
- 記事内容: ●意外とないぞ。自転車練習場所事情！
●自転車が乗れるように。キックボードを安全な場所で試してみよう。
●ストライダーカップin阿久根開催！
●ヘンテコ自転車、ヤバイ自転車大集合
●電動カートで大人も熱いレースを楽しめる！

【課題2】 『10年後の正夢』シート


テレビ/雑誌/新聞名等媒体名: **南日本新聞** 発表日: 2034/3/27

見出し: **「住みよさランキング」阿久根市が日本一に**

記事の内容:

トップの要因は・・・

- 子育てのしやすさ断トツ、出生率2.3まで上昇
- 子どもから高齢者まで生活満足度も上位に
- 電気は太陽光、風力など自然エネルギーで80%賄う
- 空家改修支援で新たな商店街が出現
- 年間を通した穏やかな気候に移住者も増加
- サンセット道の駅に年間100万人が来場、市内の飲食店も賑わう



記入頂いたこのシートは皆さんに見て頂く配り出します。

発表

- 媒体名 : **南日本新聞**
- 発表日 : **2034年3月27日**
- 見出し : **「住みよさランキング」阿久根市が日本一に**
- 記事内容: ●子育てのしやすさ断トツ、出生率2.3まで上昇
●子どもから高齢者まで生活満足度も上位に
●電気は太陽光、風力など自然エネルギーで80%賄う
●空家改修支援で新たな商店街が出現
●年間を通した穏やかな気候に移住者も増加
●サンセット道の駅に年間100万人が来場、市内の飲食店も賑わう

【課題2】 『10年後の正夢』シート

テレビ/雑誌/新聞名等媒体名: **南日本新聞** 発売日: 2034年6月10日

見出し: **鹿児島県住みたい街ランキング2034
1位は始良市！昨年圏外の阿久根市が2位！！**

記事の内容:

- ・居住満足度調査を実施し、今回10回連続1位を獲得したのは始良市。
- ・その始良市に僅差で2位となったのは、昨年まで圏外の阿久根市だった。
- ・阿久根市では10年前から保育料無償化を開始。
- ・また、昨年4月からは市内在住の子どもが小学校や中学校などに入学する際には一律50,000円の入学祝い金の交付、ファミリーカー購入費補助など、子育て環境の強化が今回の結果に結びついた。
- ・現在、阿久根市には産婦人科がある医療機関はないが、来年度には阿久根市出身で、現在東京都で産婦人科医として勤務している大橋氏が産婦人科開業を決定！

記入頂いたこのシートは皆さんに見て頂くべく貼り出します。

【課題2】 『10年後の正夢』シート

テレビ/雑誌/新聞名等媒体名: **NEW YORK TIMES** 発売日: 2034.12.10

見出し: **阿久根産イワシ、海を渡る！
輸出40%シェアの"ワケ"とは**

記事の内容:

- ・近年、米国でイワシが大量に輸出されている
- ・その中でも阿久根産イワシのフィレが健康志向のセレブに大人気！
- ・阿久根では豊漁に伴い大量のイワシが取れている
- ・日本の水産業に再び活気が戻りつつある。



記入頂いたこのシートは皆さんに見て頂くべく貼り出します。

【課題2】 『10年後の正夢』シート

テレビ/雑誌/新聞名等媒体名: 南日本新聞、日本農業新聞 発売日: 2034.10.1

見出し: 第14回 全国和牛能力共進会●●大会 鹿児島勢、日本一4連覇！
阿久根市の出品牛が農林水産大臣賞を受賞！

記事の内容:

- 本大会において、鹿児島県勢が4連覇を果たした。
- そのうち、阿久根市の農家が生産した出品牛が△△部門において最優秀に輝き、農林水産大臣賞を受賞した。
- その農家は、20代の頃に地元の阿久根に戻って実家の畜産経営を継承し、日頃から牛の飼養管理を徹底し、肉量・肉質ともにハイレベルな状態に仕上げた。
- 将来的には、阿久根を代表するブランド牛として事業を展開していきたい。

記入頂いたこのシートは皆さんに見て頂くべく貼り出します。

【課題2】 『10年後の正夢』シート

雑誌名: **赤ちゃん和妈妈** 発売日: 2034年05月号

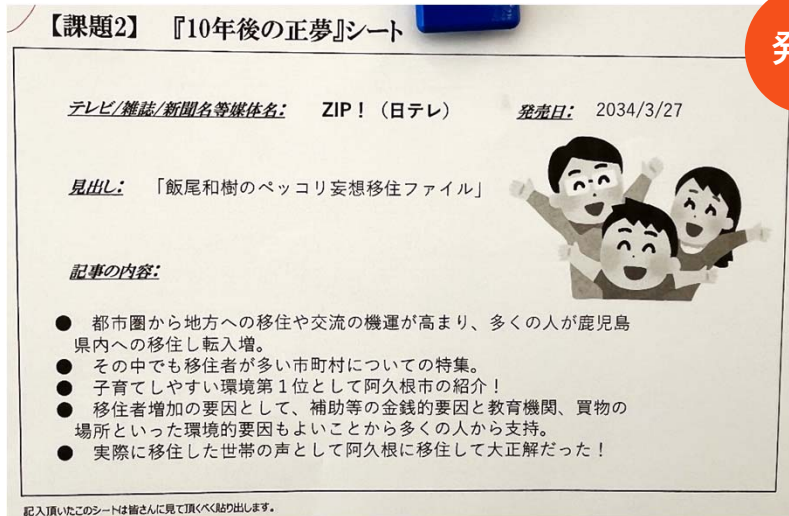
見出し: **合計特殊出生率ついに2.0を超える！**

記事の内容:

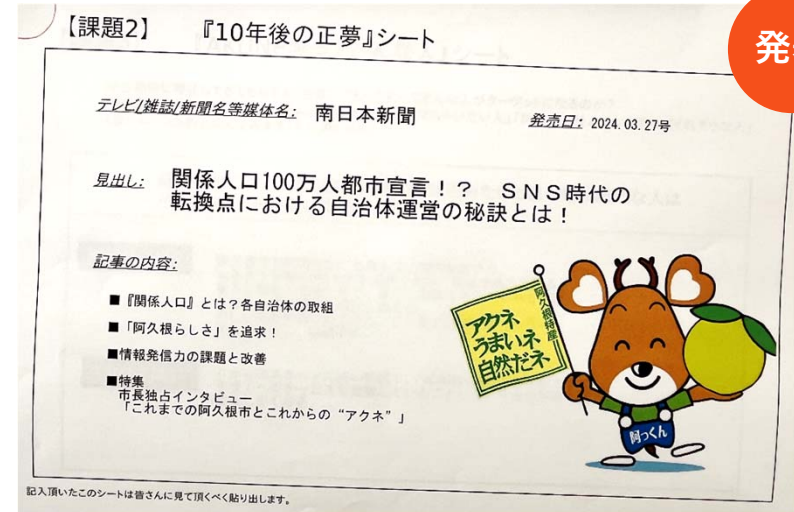
- ついに到来～第3次ベビーブーム～
- 競争が激化するプライダル業界
- 「子育ては田舎で」進む子育て世帯の移住志向
- 全国で産科医不足が深刻化
- なぜ今ベビーブームなのか？
- 「子が帰省」から「親が訪問」への変化
- 軽自動車じゃ乗りきらない…今乗るべきミニバンとは



記入頂いたこのシートは皆さんに見て頂くべく貼り出します。



発表



発表

- 媒体名 : ZIP! (日テレ)
- 発表日 : 2034年3月27日
- 見出し : 飯尾和樹のペッコリ妄想移住ファイル
- 記事内容: ● 都市圏から地方への移住や交流の機運が高まり、多くの人が鹿児島県内へ移住し転入増
 - その中でも移住者が多い市町村についての特集
 - 子育てしやすい環境第1位として阿久根市の紹介！
 - 移住者増加の要因として、補助等の金銭的要因と教育機関、買物の場所といった環境的要因もよいことから多くの人から支持
 - 実際に移住した世帯の声として阿久根に移住して大正解だった！

- 媒体名 : 南日本新聞
- 発表日 : 2034年3月27日
- 見出し : 関係人口100万人都市宣言！？ SNS時代の転換期における自治体運営の秘訣とは！
- 記事内容: ● 「関係人口」とは？各自治体の取組
 - 「阿久根らしさ」を追求！
 - 情報発信力の課題と改善
 - 特集
市長独占インタビュー
「これまでの阿久根市とこれからの“アクネ”」

【課題2】 『10年後の正夢』シート

テレビ/雑誌/新聞名等媒体名: 東洋経済 オンライン 発売日: 2034.3.27

見出し: 阿久根、九州西岸軸の新たな拠点に！

記事の内容:

- 南九州西回り道路、北薩横断道路全線開通で活気づく
- 熊本海岸、マリンスポーツのメッカに！
- カーフィンの世界大会開催決定
- 大型レジャー施設整備で若者の人気殺到
- 近づく三県架橋完成で更なる経済効果に期待

記入頂いたこのシートは皆さんに見て頂くべく貼り出します。


【課題2】 『10年後の正夢』シート

雑誌/新聞名: 阿久根情報発信部 発売日: 2034.3.27

見出し: **阿久根市内にショッピングモール建設決定！！**

記事の内容:

- ・阿久根市にショッピングモールの建設が決定された。
- ・阿久根市街地内に建設予定
- ・北薩地区から多くの来客が見込まれる。
- ・スタバ、アパレル、フードコート、食品売場等設置予定
- ・イメージは、熊本県御船町のコストコ (熊本県御船町人口1.69万人)



記入頂いたこのシートは皆さんに見て頂くべく貼り出します。

【課題2】 『10年後の正夢』シート

テレビ/雑誌/新聞名等媒体名: パワーアップしようぜ！ 発売日: 2034年4月号
みんなの吹奏楽部 (ヤマハ)

見出し: “Akune ゆめみらい” 吹奏楽団
創立から10年、団員100名達成！

記事の内容:

- 令和6年発足当初は、団員3名、吹奏楽未経験者でスタート。
- 現在の団員は、小学5年生から60歳台までの幅広い年代で構成。
- 練習会場は、「風テラスあくね 大ホール」
- 創立10年を迎え、「創立10年記念コンサート」を開催。

記入頂いたこのシートは皆さんに見て頂くべく貼り出します。

【課題2】 『10年後の正夢』シート

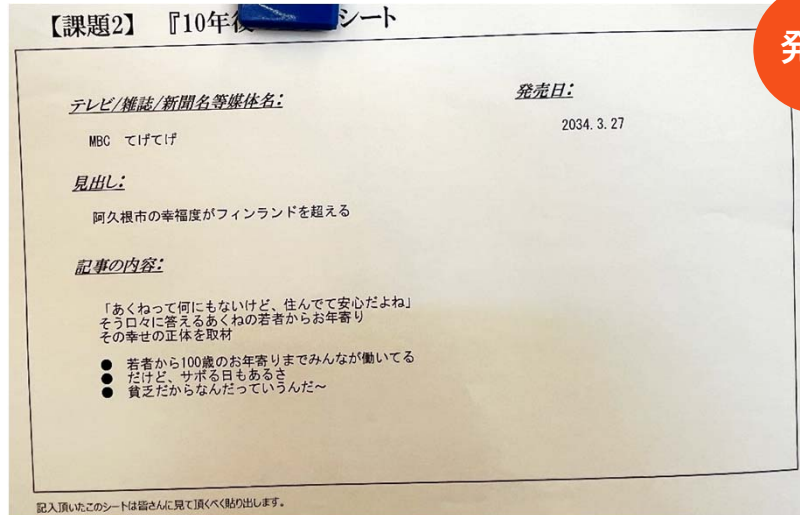
テレビ/雑誌/新聞名等媒体名: 南日本新聞 発売日: 2034年3月号

見出し: 阿久根市が住みたいまちランキング1位
～今阿久根が熱い、その理由とは～

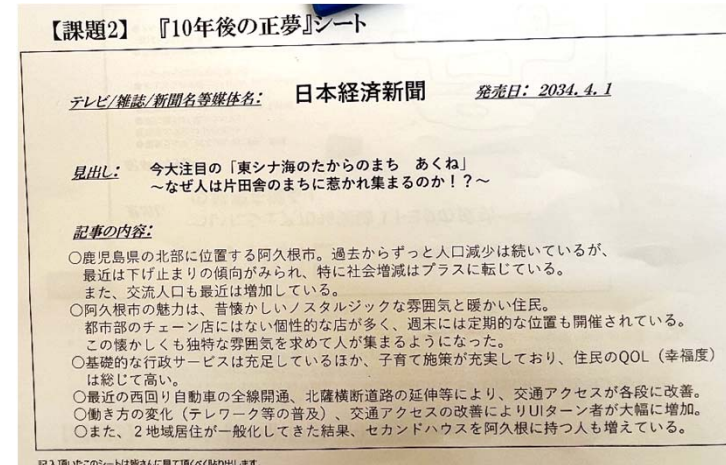
記事の内容:

- ・生活しやすい・・・市内・外で働く世代の、家賃手当がある。市民は電車割りが使える。車の運転が難しくなっても、移動支援が手厚い。医療・介護・教育現場でICT技術が活用され、人件費等コスト削減と都市部と変わらない教育を実現。
- ・働きやすい・・・新企業参入で雇用増加。市全体の賃金アップで働き方も一新。休みのとりやすい体制が整えられる。
- ・食の魅力・・・特産品祭りで、市内居住者には割引券発行あり。子供が遊び、学べるまち。
- ・子育てしやすい・・・保育園に入りやすい、金銭的支援が手厚い、定期的に開催。地域の高齢者と子どもと大人の助け合いのまち・・・市内各地域で子ども食堂が定期的開催。地域の高齢者とつながり、支え合いつながるまちの人々。
- ・娯楽の多いまち・・・グランピング、アスレチック体験施設、サップ体験市民割、釣り大会豪華景品に市内外から多くの参加者。

記入頂いたこのシートは皆さんに見て頂くべく貼り出します。



発表

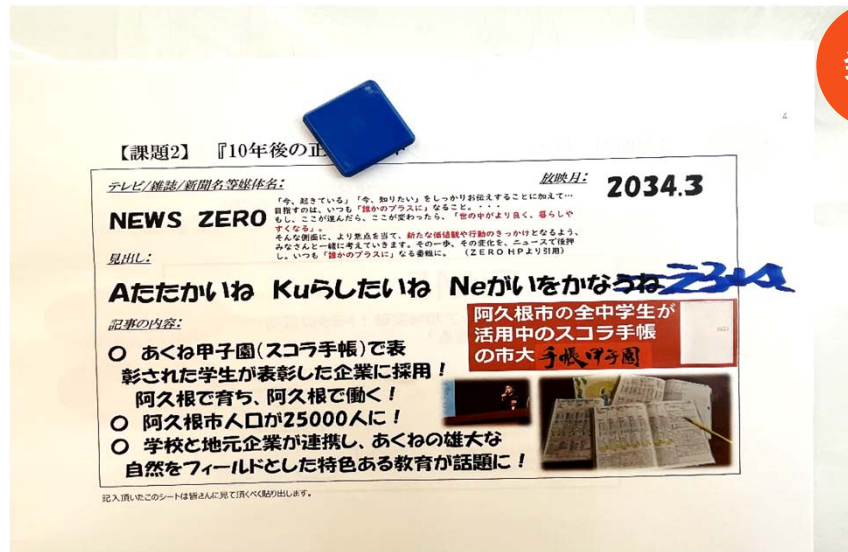


発表

- 媒体名：MBC てげてげ
- 発表日：2034年3月27日
- 見出し：阿久根の幸福度がフィンランドを超える
- 記事内容：「あくねって何もないけど、住んでて安心だよね」
 そう口々に答えるあくねの若者からお年寄り
 その幸せの正体を取材
 ●若者から100歳のお年寄りまでみんなが働いている
 ●だけど、サボる日もあるさ
 ●貧乏だからなんだっていうんだ～

- 媒体名：日本経済新聞
- 発表日：2034年4月1日
- 見出し：今大注目の「東シナ海のたからのまち あくね」
 ～なぜ人は片田舎のまちに惹かれ集まるのか！？～
- 記事内容：●鹿児島県の北部に位置する阿久根市。過去からずっと人口減少は続いているが、最近では下げ止まりの傾向がみられ、特に社会増減はプラスに転じている。また、交流人口も最近では増加している
 ●阿久根市の魅力は、昔懐かしいノスタルジックな雰囲気と暖かい住民。都市部のチェーン店にはない個性的な店が多く、週末には定期的な市も開催されている
 ●基礎的な行政サービスは充足しているほか、子育て施策が充実しており、住民のQOL（幸福度）は総じて高い
 ●最近の西回り自動車道の全線開通、北薩横断道路の延伸等により、交通アクセスが格段に改善
 ●働き方の変化（テレワーク等の普及）、交通アクセスの改善によりUターン者が大幅に増加
 ●また、2地域居住が一般化してきた結果、セカンドハウスを阿久根に持つ人も増えている

発表

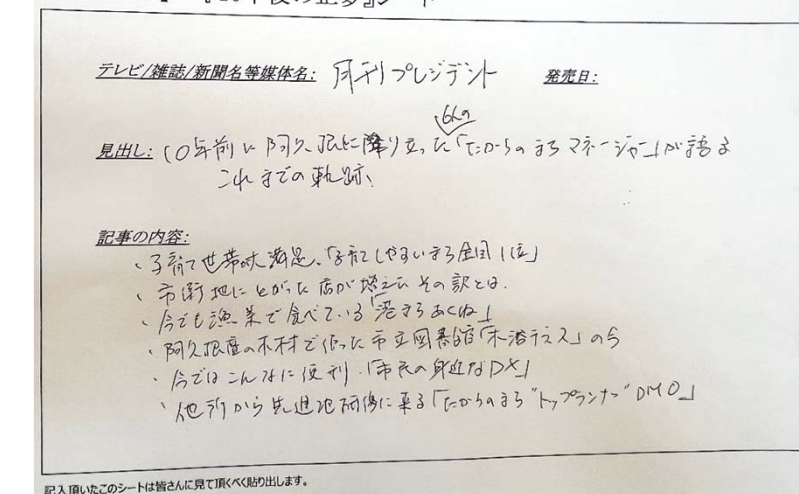


- 媒体名：NEWS ZERO
- 発表日：2034年3月
- 見出し：Aたたかいね Kuらしたいね Neがいをかなえるね
- 記事内容：
 - あくね甲子園 (スコラ手帳) で表彰された学生が表彰した企業に採用！阿久根で育ち、阿久根で働く！
 - 阿久根市人口が25000人に！
 - 学校と地元企業が連携し、あくねの雄大な自然をフィールドとした特色ある教育が話題に！

【課題2】 『10年後の正夢』シート



【課題2】 『10年後の正夢』シート



【課題2】 『10年後の正夢』シート

テレビ/雑誌/新聞名等媒体名: 時事ドットコム 発売日: 2035年10月

見出し: 人口減少の波を突破した「阿久根市」の秘密は？

記事の内容:

社人研調査により消滅可能性都市であった「阿久根」。人口が増加すれば、まちの未来は明るいのか。増加する可能性はあるのか。

- 阿久根市では人口増を目的としない政策を多く展開
 - ・働く場所や機会の創出（産業支援を強化・創業支援の充実・企業誘致）
 - ・子育て支援（保育園・学童・地域スポーツクラブ支援・生活インフラの整備）
 - ・自然を活かした阿久根独自の暮らし方の確立
- ⇒ 阿久根市の強みを明確化
- ⇒ さらに、公務員が営業活動を行う「行政の商社化」を図る取組を推進
- ⇒ 上記により、人口減少の波を突破し、「住んでみたいまち」「子育てしやすいまち」として認知されていった。

【課題2】 『10年後の正夢』シート

テレビ/雑誌/新聞名等媒体名: NOW 発売日: 2034.03.27号

見出し: 西回り自動車道全区間開通

記事の内容:

- 全区間開通により観光客の増加
- 物流の迅速化に伴い、阿久根への注目が高まる。
- 阿久根市民からも災害喜ばれている。



【課題2】 『10年後の正夢』シート

テレビ/雑誌/新聞名等媒体名: 発表日: 2034年3月27日

国会、NHK、日本全国のテレビ局

見出し:

日本で見習いたい地方自治体のモデルケース：鹿児島県阿久根市（AkuneCity）

記事の内容:

2024年3月27日に阿久根市職員の方で実施されたブランディングワークショップを皮切りに阿久根市がここ10年で地方が元気になる様々な施策を実施。観光、企業誘致、地域活性化など他の地方自治体が抱えるあらゆる問題を住民の方と一体となって解決している。その結果、阿久根に住みたい、阿久根でワーケーションしたい、阿久根に何度か来たい、阿久根で子育てしたいという人が日本国内はもちろん海外からも増加しています。その結果、法改正までを動かし阿久根市からAkuneCityへと変更する特別措置も行われました。そもそも阿久根市がこのような変化を起こせたのは、阿久根に住む人たちの「人の良さ」だったと言われています。今日はその秘密に迫ります・・・

記入頂いたこのシートは皆さんに見て頂くため貼ります。



皆さんの発表を聞いていて一安心したのは、皆さん「10年後はプラスの方向に阿久根は変わっている」という発表ばかりだったことです。

ワークショップでこの「10年後の正夢」をやると、だいたい1~2名は暗い方向に発表される方がいらっしゃるのですが、本日発表されていない皆さんの記事も恐らく明るい見出しで書かれたのではないかと思いますし、少なくとも各チームで発表しようと決められた2つに関してはとても前向きで、10年後には日本中から注目される市になっているという発表内容でした。とても良かったと思います。どの記事が最も素晴らしいかというのは皆さんそれぞれに思いはあると思いますが、10年後に阿久根市がいいニュースとして日本中に広がっていくんだ、という決意が見えたと感じています。ありがとうございました。

3 . 住民調査報告①定量調査（抜粋：サマリ・考察等のみ）

※市ホームページで掲出済みのため割愛

3 . 住民調査報告②定性調査

※市ホームページで掲出済みのため割愛

4-5 . 阿久根市に住んでもらいたい人（AKUNE族）はどんな人？

インサイトとは？

例えば、

ダイエットサプリを探している人の
インサイト

表層意識

痩せたいと思っている。

インサイト（潜在意識）

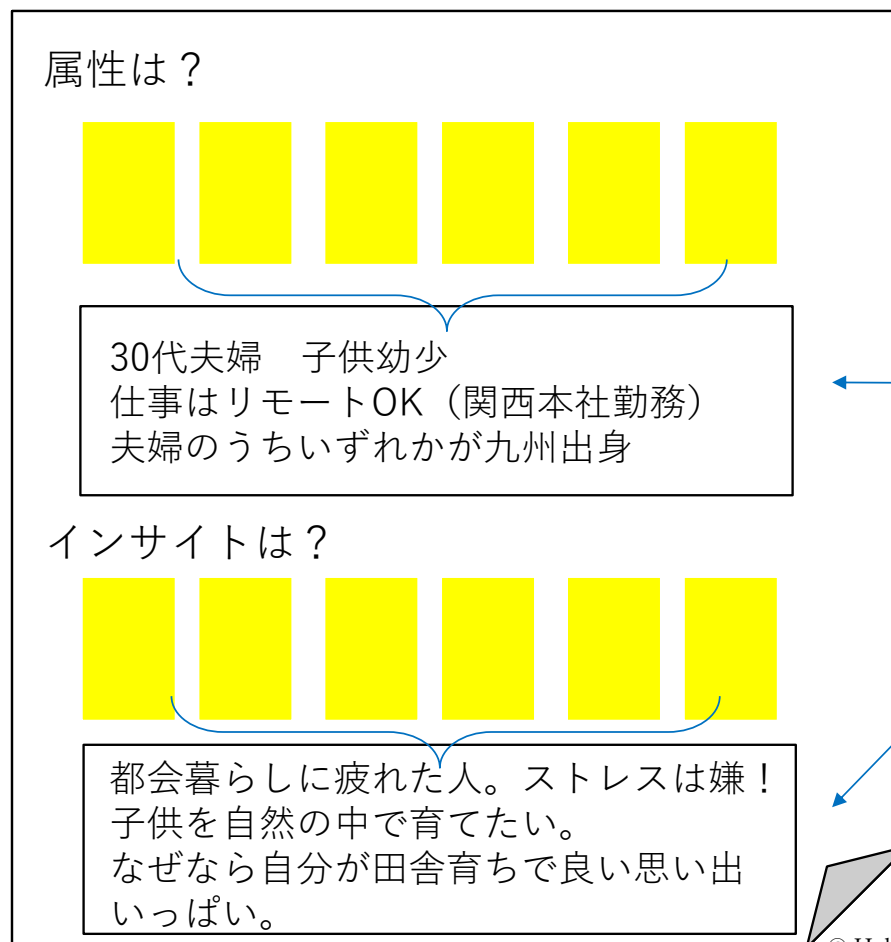
**痩せたいけど、しんどい思いはしたくない。
（楽しんで痩せたい）**

もっと異性からもてたい。

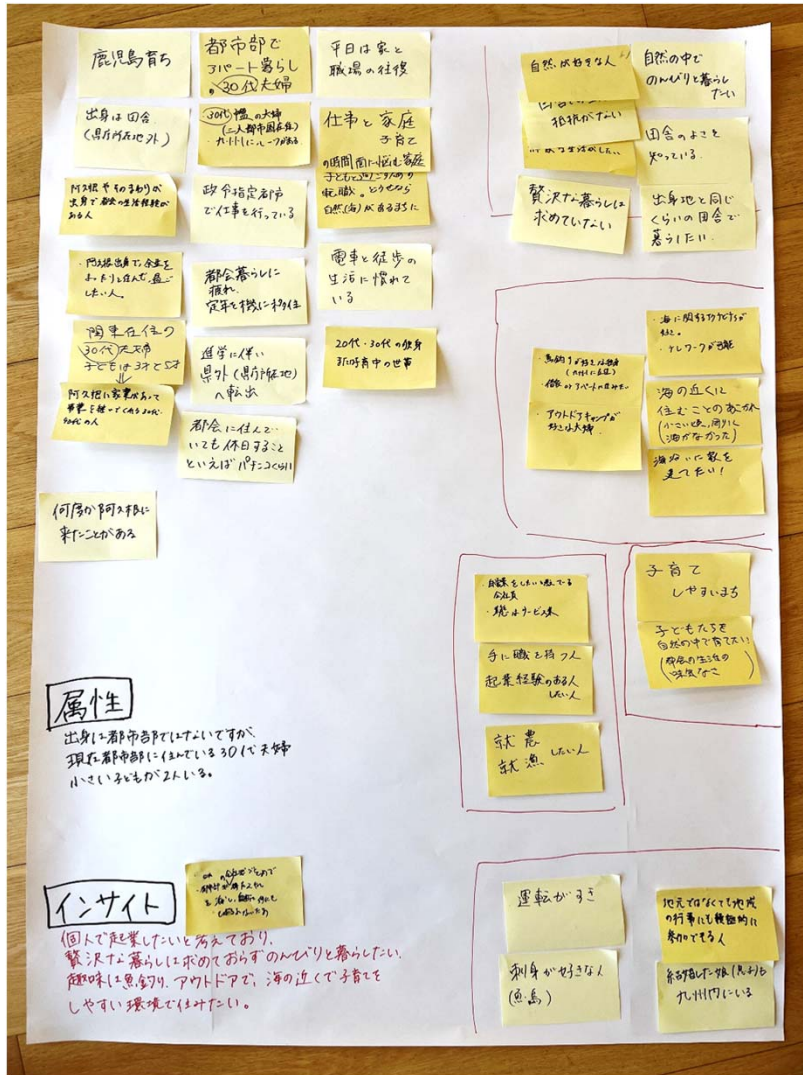
ターゲットとなるAKUNE族候補とは？

阿久根市に住んでも良いなと感じる人の特性

まとめ方例



チームとしての
まとめ



「AKUNE族」・チーム「モモちゃん」まとめ

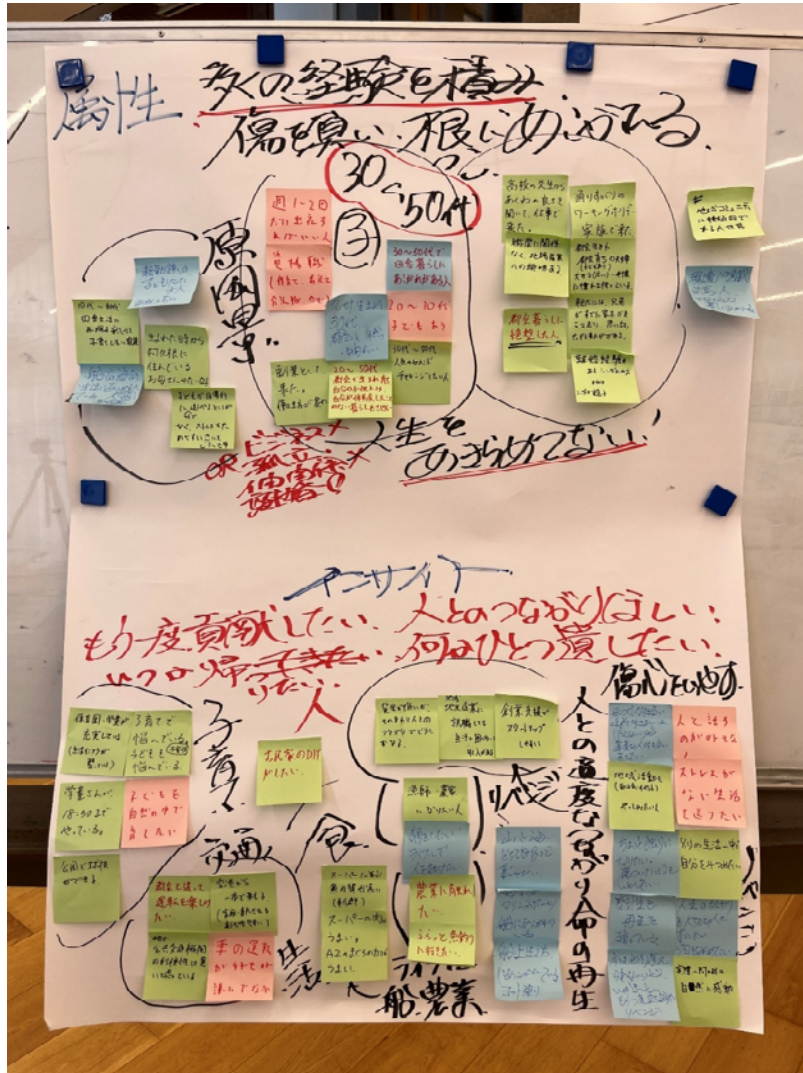
【属性】

- ・都市部出身ではないが、現在都市部に住んでいる
- ・30代夫婦
- ・小さな子供が2人いる

【インサイト】

- ・都市部の会社勤めで得たスキルを有している
- ・何にも縛られず地方で個人で起業したい
- ・贅沢な暮らしは求めておらず、のんびり暮らしたい
- ・趣味は釣りやアウトドアで、海の近くで子育てがしやすい環境で暮らしたい





「AKUNE族」・チーム「イワシ風まかせ」まとめ

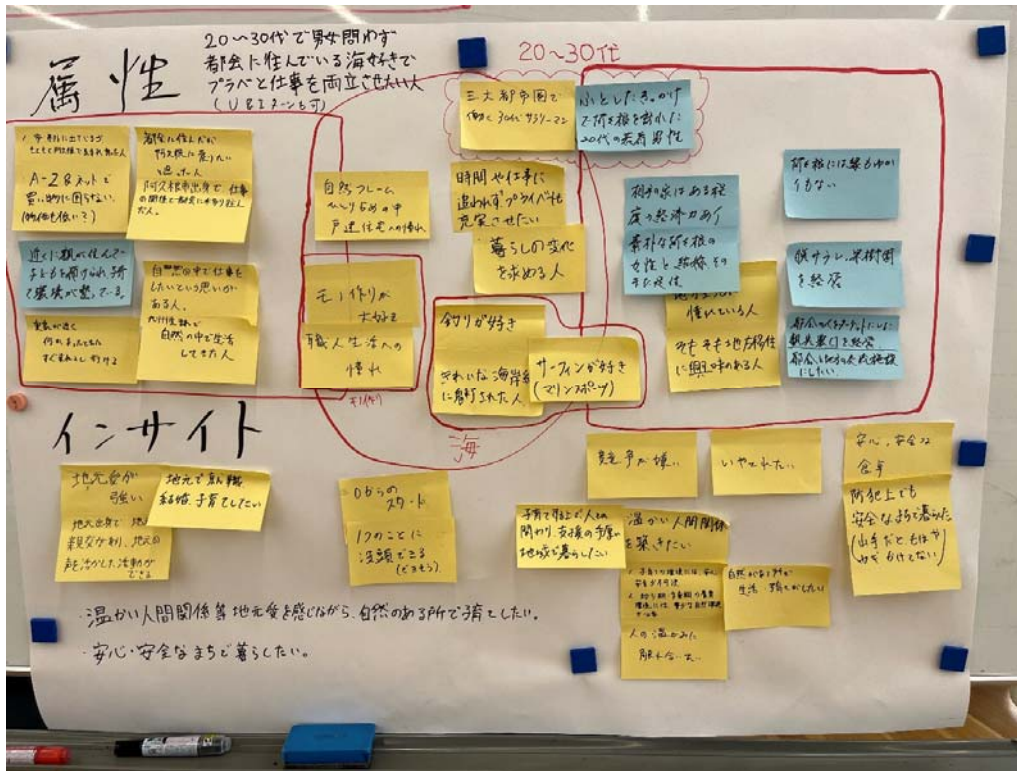
【属性】

- ・阿久根もしくは似た風景の場所で暮らした経験あり
- ・多くの経験を積んでいる30～50代
- ・少し心に傷を負っている
- ・人生を諦めていない

【インサイト】

- ・いつか帰りたい原風景の場所を持っている
- ・もう一度何かに貢献したい
- ・人とのつながりが欲しい
- ・何かを1つ遺したい





「AKUNE族」・チーム「ウニ丼ボンタンをそえて」まとめ

【属性】

- ・20~30代男性または女性、未婚または既婚
- ・都会に住んでいる
- ・海好きで、プライベートと仕事を両立させたいと思っている
- ・U&Iターン

【インサイト】

- ・温暖な人間関係など地元愛を感じながら、自然のある所で子育てをしたい
- ・安心・安全なまちで暮らしたい



各チームの発表内容を一つにまとめました。

阿久根市を好きになってもらいたいターゲット
通称「AKUNE族候補」



属性的には？

都市部に住んでいる20～50代の人。
但し、出身地は地方の田舎で、阿久根に近い風景をもつ場所。
会社員等の組織人。

インサイトは？

都会の生活の中で何らかのストレスや失敗を経験し、時に心に傷を負い
制約の無い、自由に伸び伸びとした環境に癒されながら、自分の人生に
もう一旗揚げたい！
趣味も子育ての時間も、海の近くで存分に作りたい！

※「都市部」とは関東圏に限らず、福岡、熊本、鹿児島も都市部との捉え方

6-7. 阿久根市の機能的・情緒的ベネフィット／人にたどてみよう

阿久根市を好きになってもらいたいターゲット
通称「AKUNE族候補」



属性的には？

都市部に住んでいる20～50代の人。
但し、出身地は地方の田舎で、阿久根に近い風景をもつ場所。
会社員等の組織人。

インサイトは？

都会の生活の中で何らかのストレスや失敗を経験し、時に心に傷を負い
制約の無い、自由で伸び伸びとした環境に癒されながら、自分の人生に
もう一旗揚げたい！
趣味も子育ての時間も、海の近くで存分に作りたい！

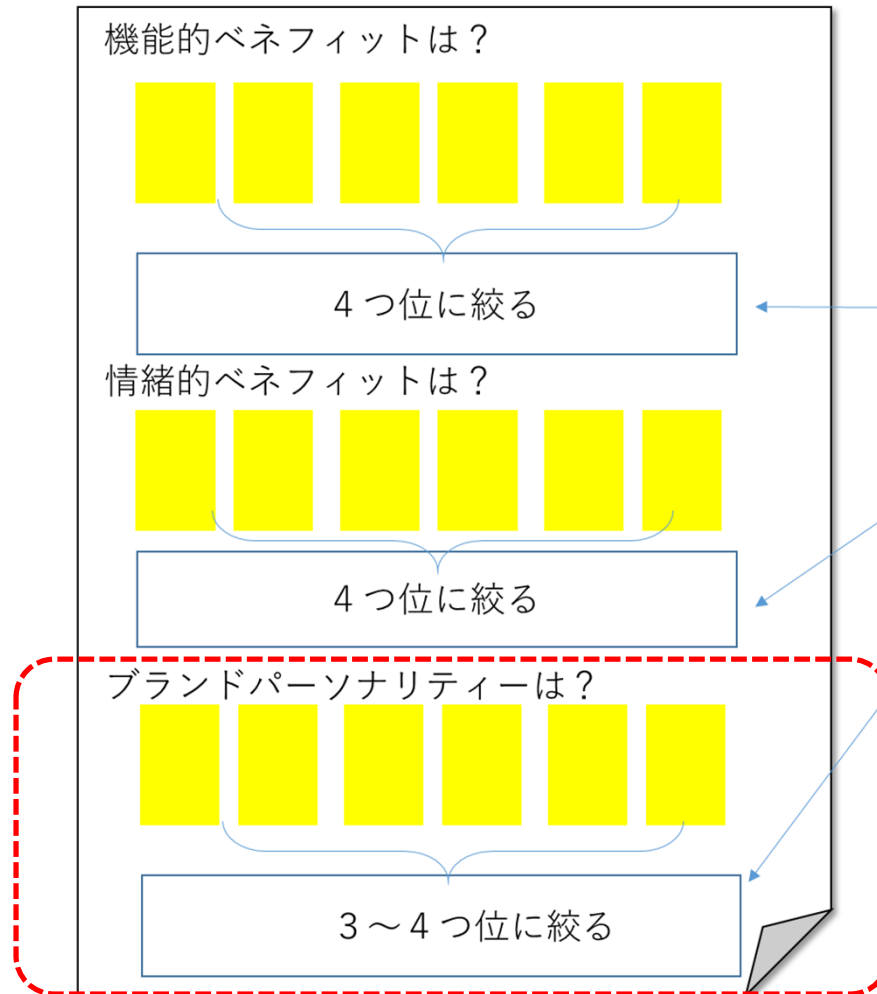


そんなAKUNE族候補に、阿久根市はどんな良いことを
してあげられるでしょうか？

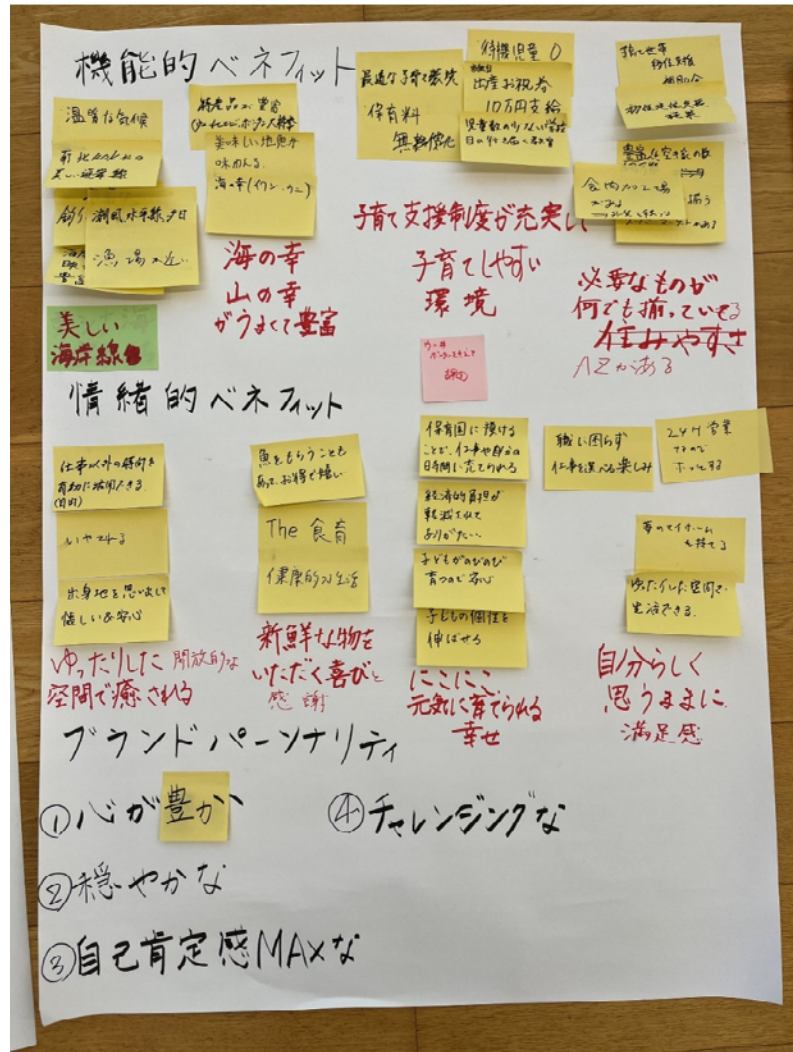
阿久根市の機能的ベネフィットと情緒的ベネフィットとは

AKUNE族候補に提供できる
阿久根市の
機能的ベネフィットと
情緒的ベネフィットは？

阿久根市の
ブランドパーソナリティーは？

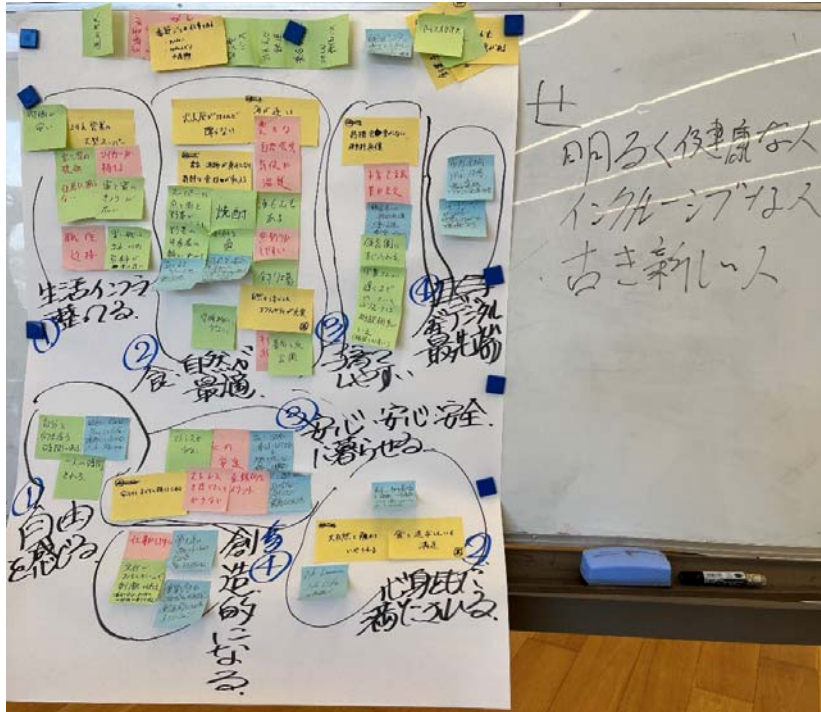


チームとしての
まとめ



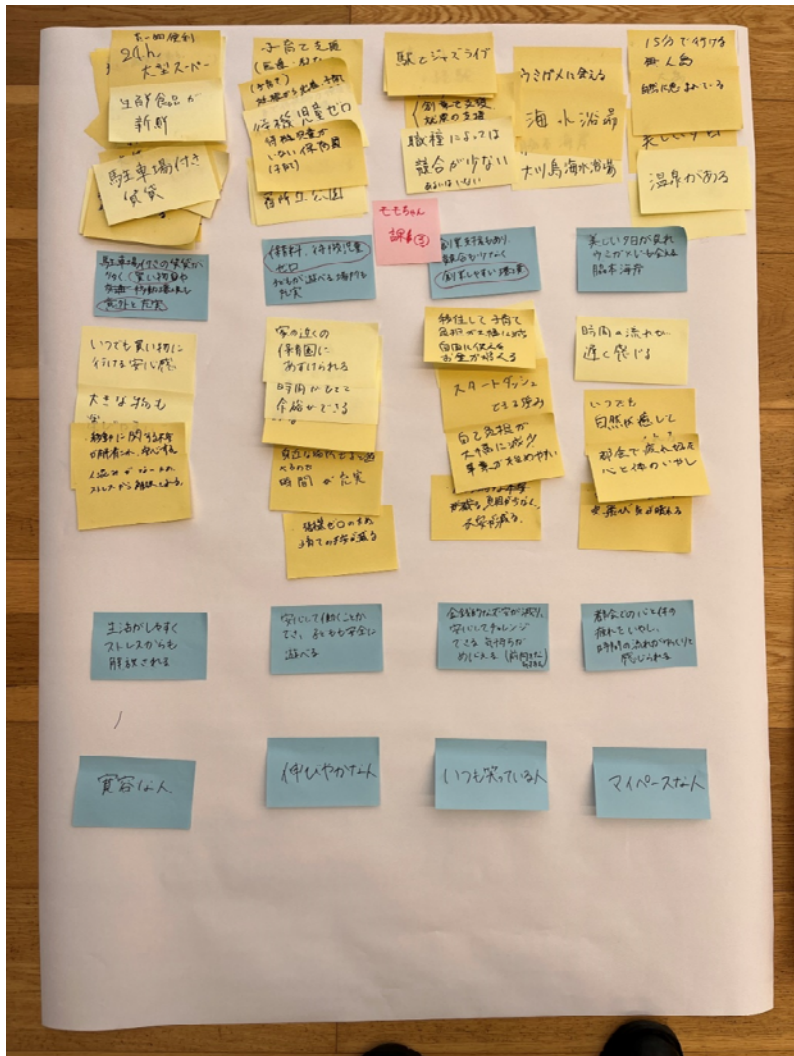
機能的ベネフィット	美しい海岸線	海の幸山の幸が豊か	子育て支援制度が充実している環境	必要なものが何でも揃っているAZがある
情緒的ベネフィット	ゆったりした開放的な空間で癒される	新鮮な物をいただく喜びと感謝	にこにこ元気に育てられる幸せ	自分らしく思うままに満足感
ブランドパーソナリティ	①心が豊か ②穏やかな ③自己肯定感MAXな ④チャレンジングな			





機能的 ベネフィット	生活インフラが 整っている	食・自然が 最適	子育て支援制度 が整っていて 子育てが しやすい	(将来的に) デジタル最先端
情緒的 ベネフィット	自由を感じる	心身ともに 満たされる	安心・安心・ 安全で暮らせる	創造的になる
ブランド パーソナリティ	明るく健康な人 インクルーシブな人 古き新しい人			





機能的 ベネフィット	買物が意外と 充実	子育て支援が 充実	創業しやすい 環境	美しい夕日が見れてウミガメにも会える 脇本海岸
情緒的 ベネフィット	生活がしやすく ストレスからも 解放される	安心して 働くことができ、 子どもも安全に 遊べる	金銭的な不安が 減り、安心して チャレンジできる 気持ちが芽生える (前向きな 気持ち)	都会での心と 体の疲れを癒し、 時間の流れが ゆっくりと 感じられる
ブランド パーソナリティ	寛容な人	伸びやかな人	いつも 笑っている人	マイペースな人



AKUNEの **機能的ベネフィット**

- ① 農業・漁業が身近で新鮮な食材が手に入る。
- ② 子育て支援制度の充実（保育園の収容、小規模学校教育舎）
- ③ 美しい海岸風景
- ④ 創業支援（空き家・空き店舗支援）スタートアップ支援

情緒的ベネフィット

- ① 喜びと感謝に満たされる。
- ② 子育てに安心感
- ③ 心いやすれる
- ④ 前向きになれる。創造的な気持ちになる

プラボパーソナリティー

- ① チャレンジ好きな人
- ② 優しい人
- ③ 健康的な人
- ④ 古きと新しい人



ターゲットに阿久根市が提供できる機能的ベネフィット

- ①農業・漁業が身近で新鮮な食材が手に入る
- ②子育て支援制度の充実（保育園の数・小規模学校教育含む）
- ③美しい海岸風景
- ④創業支援（空き家・空き店舗支援）、スタートアップ支援
- ⑤集落で支えあう仕組み

ターゲットが得られる阿久根市の情緒的ベネフィット

- ①喜びと感謝に満たされる
- ②子育てに安心感
- ③心癒される
- ④前向きになれる、創造的な気持ちが湧く

導き出された阿久根市のブランドパーソナリティ

- ・チャレンジングな人
- ・優しい人
- ・健康的な人
- ・古きを大事にする人

8

. 阿久根市のブランディングアイデアとステイトメントを導く

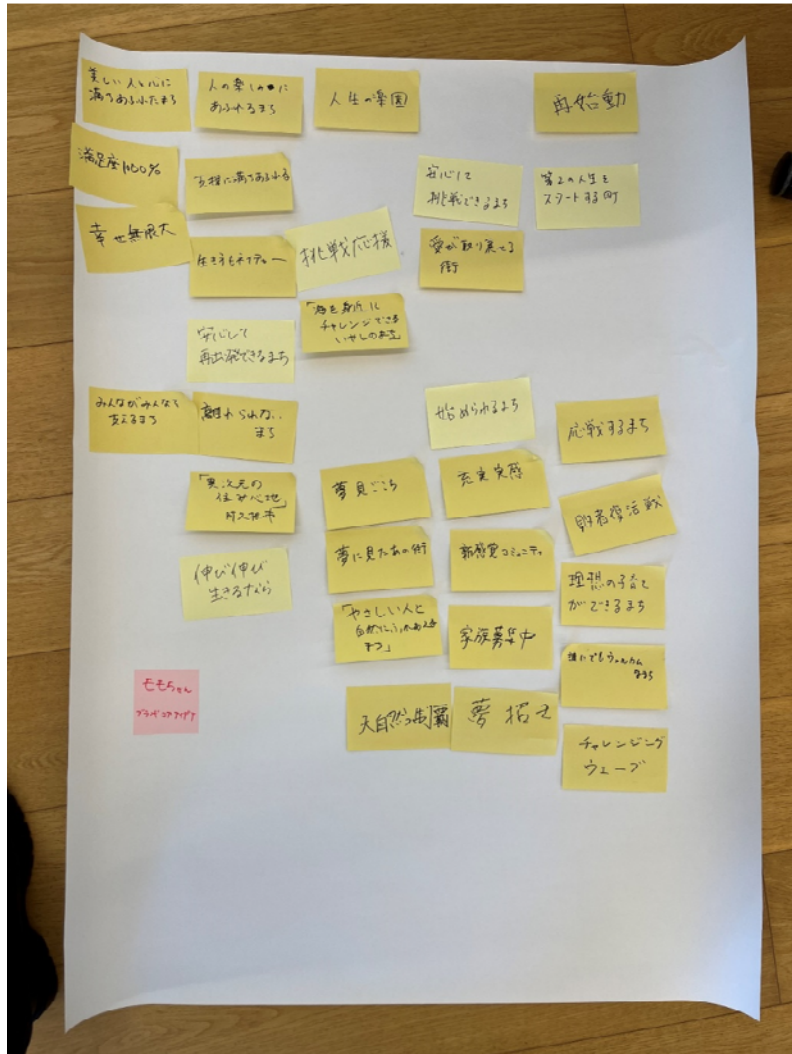
今はここ！



阿久根市のブランディング・コア・アイデア

**チーム内で討議した内容をまとめて
一つの言葉にしてください。**

阿久根市のブランド・ステイトメント



チーム「モモちゃん」ブランディングアイデア①

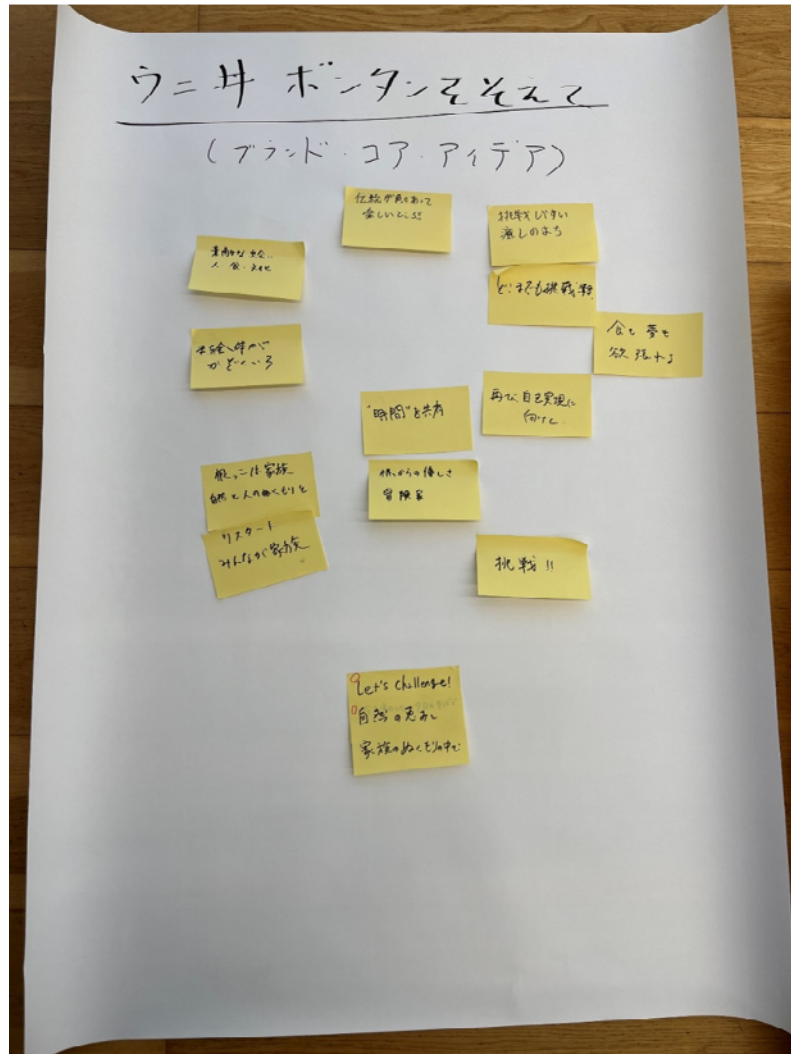
「あなたの人生を抱きしめるまち」

インサイトの所で「心に傷を負った人」みたいな話が出ましたが、そういう人も阿久根市が人生ごと抱きしめるという、優しいイメージで擬人化してみました。これは移住者だけではなく、現在の住民も抱きしめる、というイメージで考えています。

チーム「モモちゃん」ブランディングアイデア②

「子供と大人の幸せを本気で探し続けるまち」

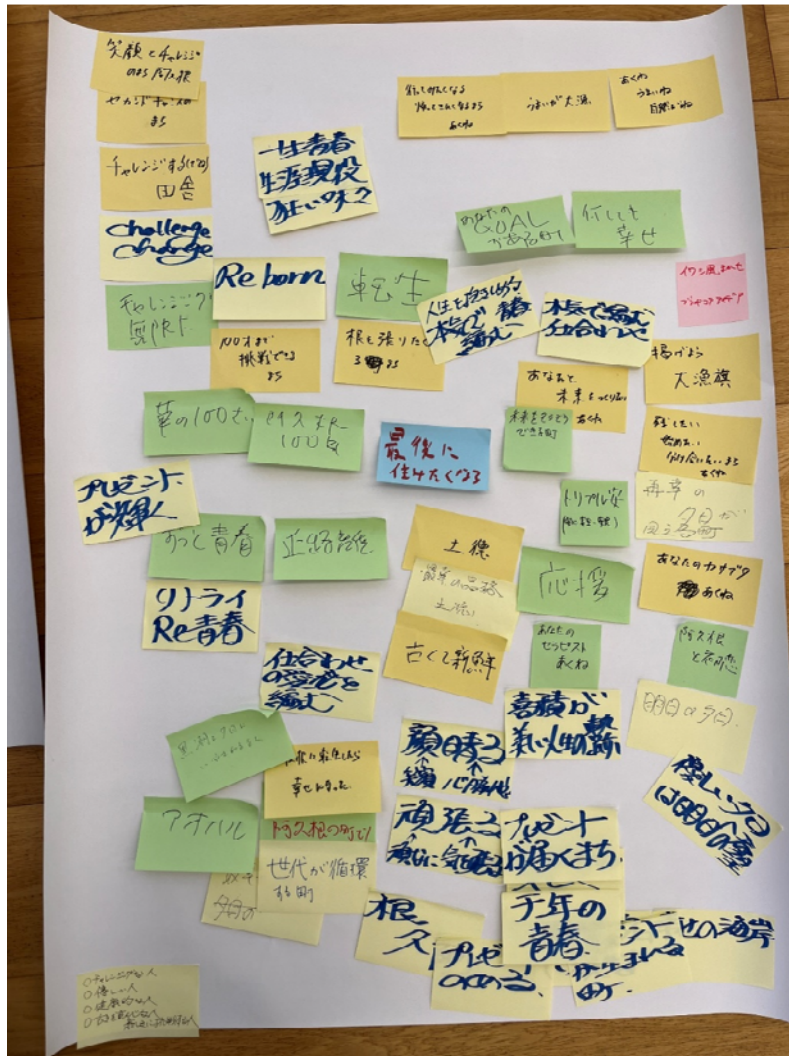
「子育て」というフレーズが結構出て来ましたが、子どもだけではなく大人の幸せも、人それぞれの新しいチャレンジを含めた幸せを本気で探し続けることが出来る街、という意味合いで考えました。



チーム「ウニ丼ポンタンをそえて」ブランディングアイデア③

「Let'sチャレンジ！自然の恵みと家族のぬくもりの中で」

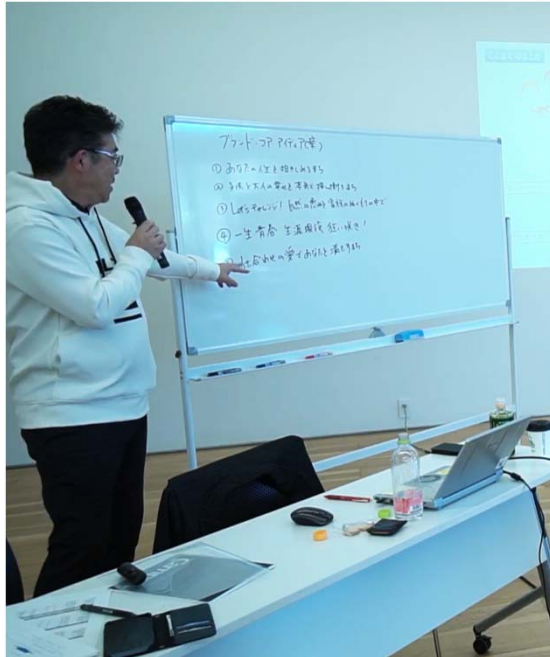
まずはブランドパーソナリティに「チャレンジングな人」がありますが、これは阿久根市としてもチャレンジするし、阿久根市に来ていただいた方にもチャレンジしてほしいという想いを込めて「レッツチャレンジ！」として、感嘆符で切りました。あとは、脇本の海岸など自然の恵みを受けられるということと、具体的には出ていませんが話し合いの中では常に「家族」がキーワードとして出ていたので、「自然の恵みと家族のぬくもりの中で」というサブタイトルをつけました。



チーム「イワシ風まかせ」ブランディングアイデア④

「一生青春 生涯現役 狂い咲き！」

何かにチャレンジする青春だったり、健康的という話から「生涯現役」というワードが出て、阿久根にいれば生涯現役、健康的に暮らせて何度でもチャレンジができるという意味と、「狂い咲き」は時季外れに咲く花、どこかで失敗してももう一度阿久根で花を咲かせられれば、という意味で考えました。



ユニケルブランディングアイデア⑤

「仕合わせの愛であなたを満たすまち」

私もどうしても一案入れたくて出しました。「しあわせ」はあえて幸福の幸の字ではなく、仕合わせとしました。なぜそうしたかという、阿久根市が提供できる機能的ベネフィットの中に先ほどあえて「⑤集落で支えあう仕組み」というものを入れたんですが、先日7名の住民へのインタビューをさせていただいた際にある方が、とにかく共同体として皆が支え合って温かい気持ちで生活を維持していて、そんないい人達から私は離れられない、というような事を言われていたのが凄く印象的でした。都市部では絶対に見られない、支え合うという事、「仕」とは「する」という意味ですが、皆が色々な事を人のためにしてあげる、それを合わせて、阿久根は共同体をいまだに維持し続けている古き良き街だと感じている事もあり、このような案を出させていただきました。

食や脇本海岸に沈む夕日もそうですが、すべて愛を感じる、それ自体が気持ちを和ませる、癒す、みたいな事で、ここ阿久根にいと様々な事で愛が満たされていく、そんな風にしたい、と思った次第です。

ブランディングアイデアが5つ出ましたが、これを忖度なく、説明を一通り聞いて自分が一番ピンときたものに今から1人2票、投票してください。阿久根市のブランディング・コア・アイデアを多数決で決定します。

ブランド・コピ アイデア(案)

- | | |
|---------------------------------|----------------|
| ① あなたの人生を抱きしめるまち | 正 正 下 |
| ② 子どもと大人の幸せを本気で探し続けるまち | 正 下 |
| ③ Let's チャレンジ! 自然の恵みと家族のぬくもりの中で | 正 下 |
| ④ 一生青春 生涯現役 狂い咲き! | 正 下 |
| ⑤ 仕合わせの愛であなたを満ちます。 | 下 |

投票の結果「**あなたの人生を抱きしめるまち**」に決定!

阿久根市ブランディング・コア・アイデア

あなたの人生を、 抱きしめるまち。

都会生活に疲れたら、戻っておいで。
会社員人生から離れたくなったら、訪ねておいで。

あなたを家族のように優しく迎え入れてくれる人がいます。

あなたが驚くような、美味しい自然の恵みがあります。

あなたが思わず涙する、海と太陽が包み込んでくれます。

東シナ海の大自然が、そこで育まれた文化が、
あなたのライフプランを支援する様々な制度が、
やさしく優しく、あなたの人生を抱きしめてくれますよ。



最後に、ブランドステイトメントを考えます。

ブランドステイトメントは、阿久根市がターゲット（AKUNE族候補者）に対し、
ブランドとしての約束を宣言するものです。
次の（ ）を埋める形で完成させます。

阿久根市は

（ ）を通じて

（ ）を提供することを約束します。

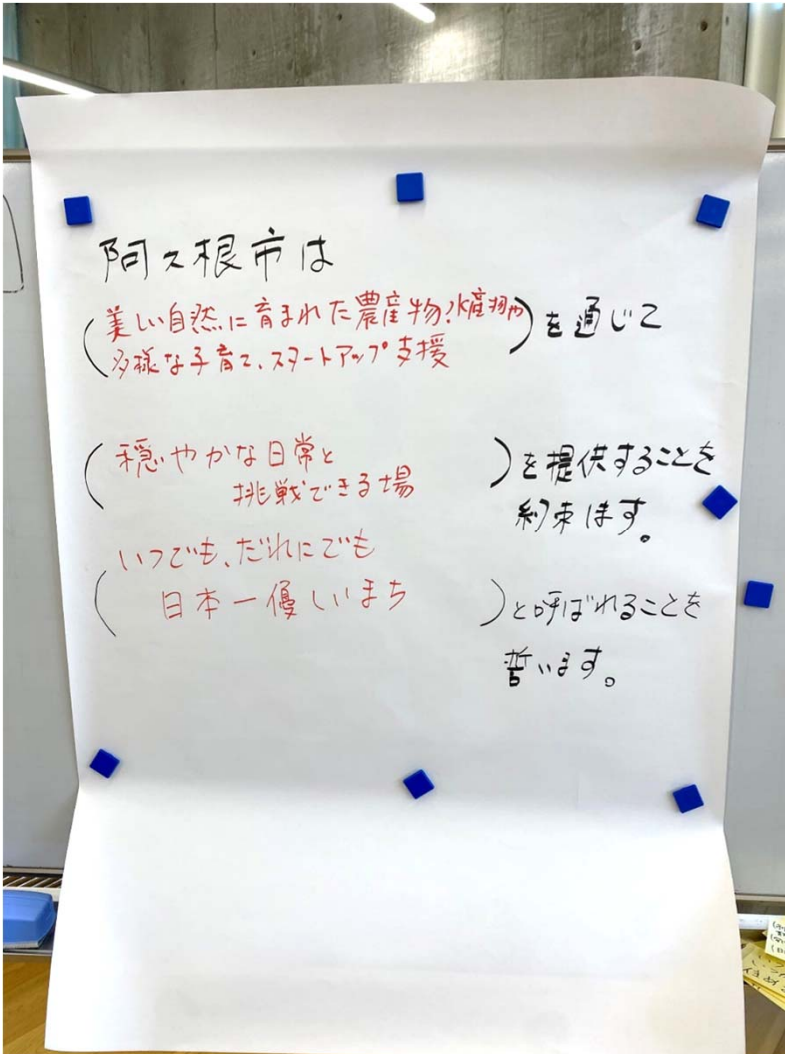
（ ）と呼ばれることを誓います。

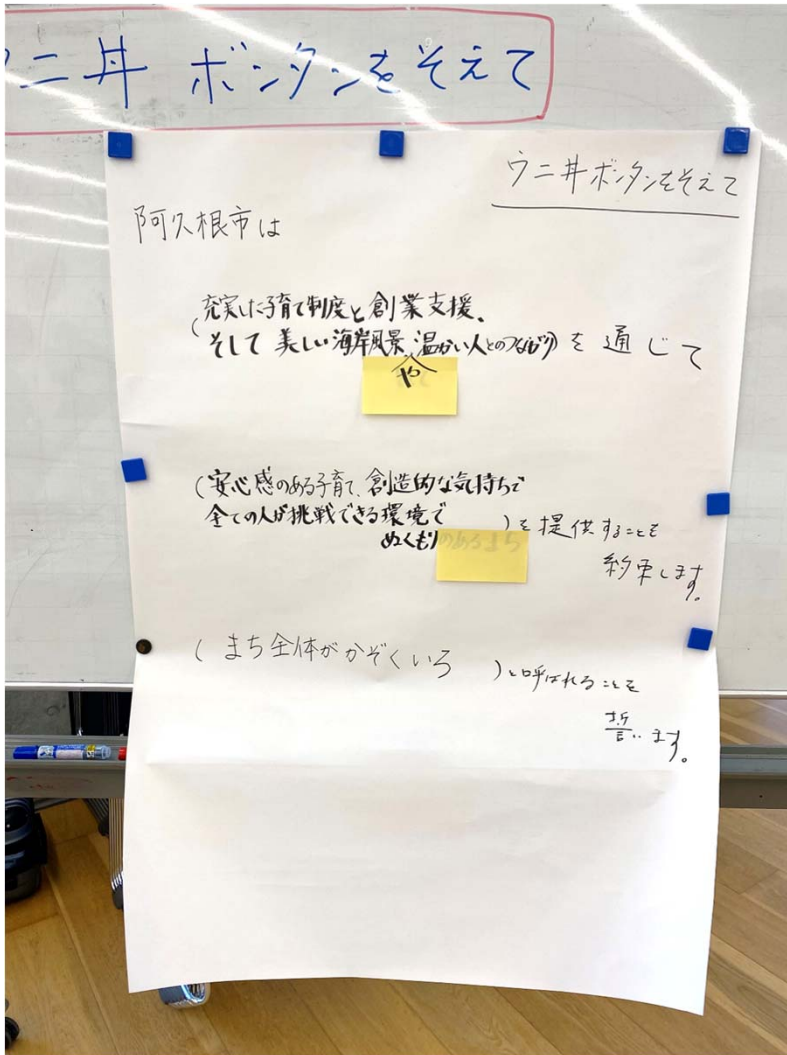
チーム「モモちゃん」ステイトメント案

阿久根市は

- (**美しい自然に育まれた農産物・水産物や、
多様な子育て、スタートアップ支援**) を通じて
- (**穏やかな日常と挑戦できる場**) を提供することを約束します。
- (**いつでも、だれにでも
日本一優しいまち**) と呼ばれることを誓います。

「いつでも、だれにでも」というのは、いまの住民にも、これから阿久根市にやってくる方にも日本一優しくするという意味です。





チーム「ウニ丼ボントンをそえて」ステイトメント案

阿久根市は

- (充実した子育て制度と創業支援、そして美しい海岸風景や 温かい人とのつながり) を通じて
- (安心感のある子育て、創造的な気持ちで 全ての人が挑戦できる環境でぬくもり) を提供することを約束します。
- (まち全体がかぞくいろ) と呼ばれることを誓います。

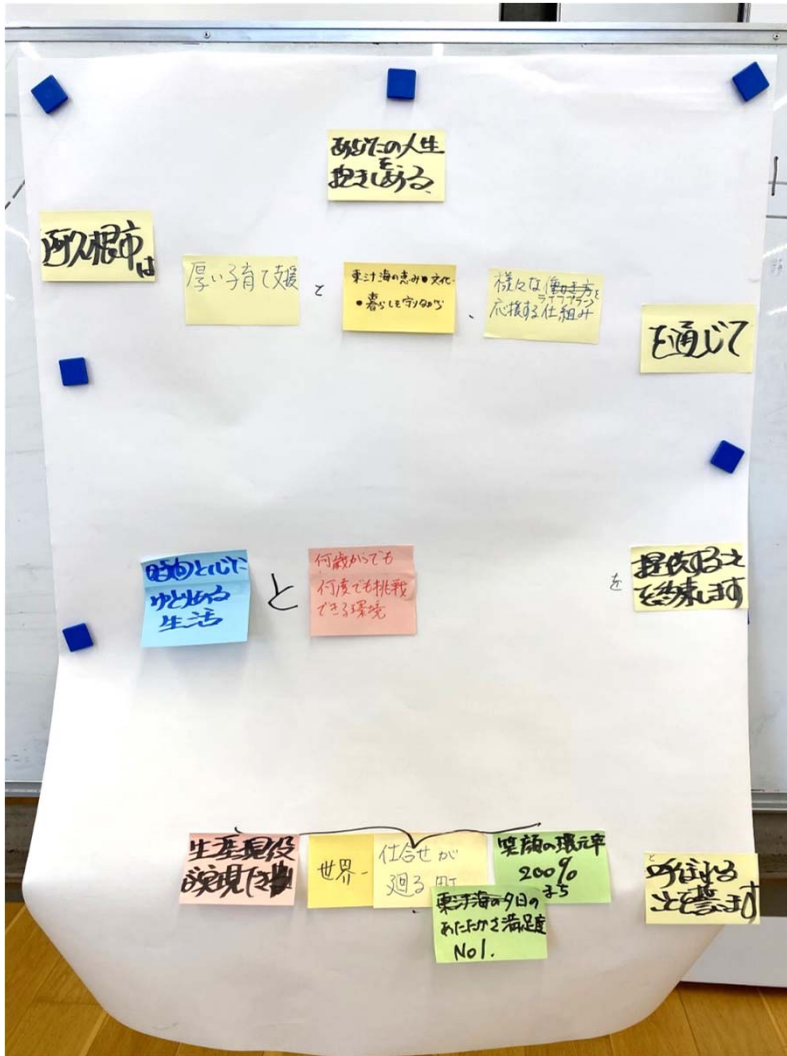
チーム「イワシ風まかせ」ステイトメント案

阿久根市は

(厚い子育て支援と、東シナ海の恵み・文化・暮らしを守りながら、様々なライフプランを応援する仕組み) を通じて

(時間と心にゆとりある生活と、何歳からでも何度でも挑戦できる環境) を提供することを約束します。

生涯現役が実現でき、世界一仕合わせが廻る、東シナ海の夕陽のあたたかさ満足度No.1、笑顔の還元率200%のまち と呼ばれることを誓います。



ブランディング: コア・アイディア

あなたの人生を抱きしめるまで。

ブランドステートメント

阿久根市は

(東シホの天然の恵みと充実した子育て・創業支援)

を通じて

(おたかごの
1日1時間・ゆとりある日常と何歳からでも
挑戦できる環境)

) を提供するのと約束します

(前向きな笑顔になれる優しいまち
日本一)

) と呼ばれると誓います。

阿久根市は

東シナ海の大自然の恵みと、充実した子育て・創業支援

を通じて

穏やかで心と時間にゆとりのある日常と、何歳からでも挑戦できる環境

を提供することを約束します。

前向きな笑顔になれる、日本一優しいまち

と呼ばれることを誓います。

ステークホルダーと

ステークホルダーの中で重要なコア・ターゲットを設定しその方々の阿久根市に対する潜在的な動機に結びつく視点を発見する。

阿久根市を

阿久根市を、コア・ターゲットのインサイトに応えることができる、機能的 & 情緒的価値に分解。さらにブランドパーソナリティを設定。

結びつける

ブランドの核となるコンセプト（好きになってもらい選ばれる必然）を導き、それを基に全ての活動を実施。

ターゲット「AKUNE族」属性
都市部に住んでいる20~50代の人。但し、出身地は地方の田舎で、阿久根に近い風景をもつ場所。会社員等の組織人。

インサイト
都会の生活の中で何らかのストレスや失敗を経験し、時に心に傷を負い制約の無い、自由で伸び伸びとした環境に癒されながら、自分の人生にもう一旗揚げたい!趣味も子育ての時間も、海の近くで存分に作りたい!

ターゲットに阿久根市が提供できる「機能的ベネフィット」

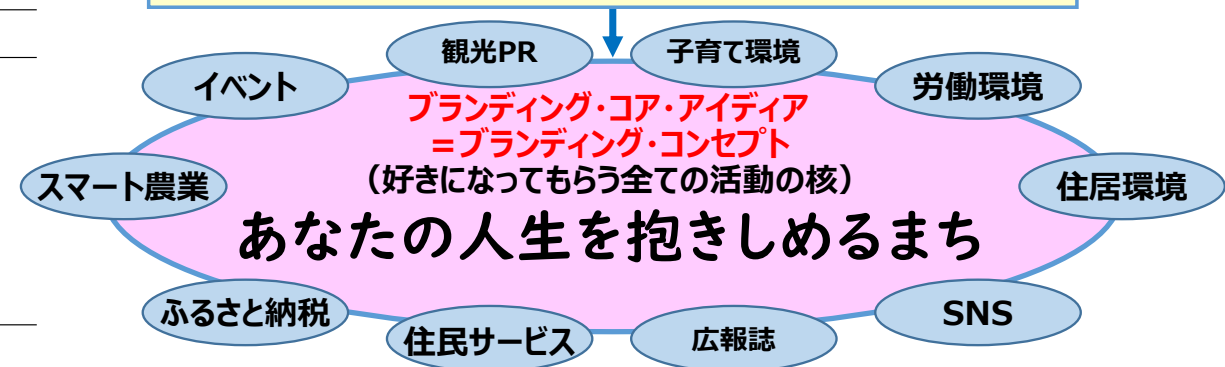
- ① 農業・漁業が身近で新鮮な食材が手に入る
- ② 子育て支援制度の充実(保育園の数・小規模学校教育含む)
- ③ 美しい海岸風景
- ④ 創業支援(空き家・空き店舗支援)、スタートアップ支援
- ⑤ 集落で支えあう仕組み

ターゲットが得られる阿久根市の「情緒的ベネフィット」

- ① 喜びと感謝に満たされる
- ② 子育てに安心感
- ③ 心癒される
- ④ 前向きになれる、創造的な気持ちが湧く

阿久根市のブランドパーソナリティ

- ・チャレンジングな人
- ・優しい人
- ・健康的な人
- ・古きを大事にする人



本日の感想

今日1日たくさん頭を使って、どのようにするのが阿久根のためになるのか、どうしていくのがもっとより良い阿久根になるかと一所懸命考え、まずはこれが（ブランディング・コア・アイディア）が決まった事が嬉しいです。これを今度は活かす事が大事な事になると考えています。これからの阿久根のために、自分たちが頑張っていかなければ、と思いました。

今日1日皆さんグループで色々意見を出し合って、阿久根の事について色々考える事が出来て、これからの阿久根の明るい未来に向けてイメージを作っていたのではないかと思います。このブランディング・コア・アイディアの「あなたの人生を抱きしめるまち」のアイデアがとっても素敵だなと思ったので、このアイデアに向かってこれから自分達も頑張っていきたいと思いました。

今日1日、正直言って長いな、って（笑）そんなにやる事あるのか、という感じだったんですけど、あっという間の充実した1日となりました。ブランディング・コア・アイデアも私たちのチームから出た案が採用されて、嬉しい気持ちでいっぱいです。これからもこのブランディング・コア・アイデアを目指して事業を進めていく事になると思うので、頑張っていきたいと思います。

今日1日お疲れ様でした。入庁して1年も経っていない中で、こうやって阿久根の魅力などを色んな方と深くお話しできる機会がなかったので、いい経験になりました。仕事に戻って自分の課で出来る事、出来ない事を精査しながら、阿久根がもっと発展するように私も頑張っていきたいと思います。

今日1日、こういうワークショップを通じて、阿久根出身の方、それ以外の方など色々な方がいて、色々な人の目線で阿久根について話すことができ良かったと思っています。今日話し合った中で子育て支援の話が出て来て、4月から福祉課の児童対策係に異動になるので、若干プレッシャーを受けている所ですが、今日話し合った事を活かして頑張っていきたいと考えています。

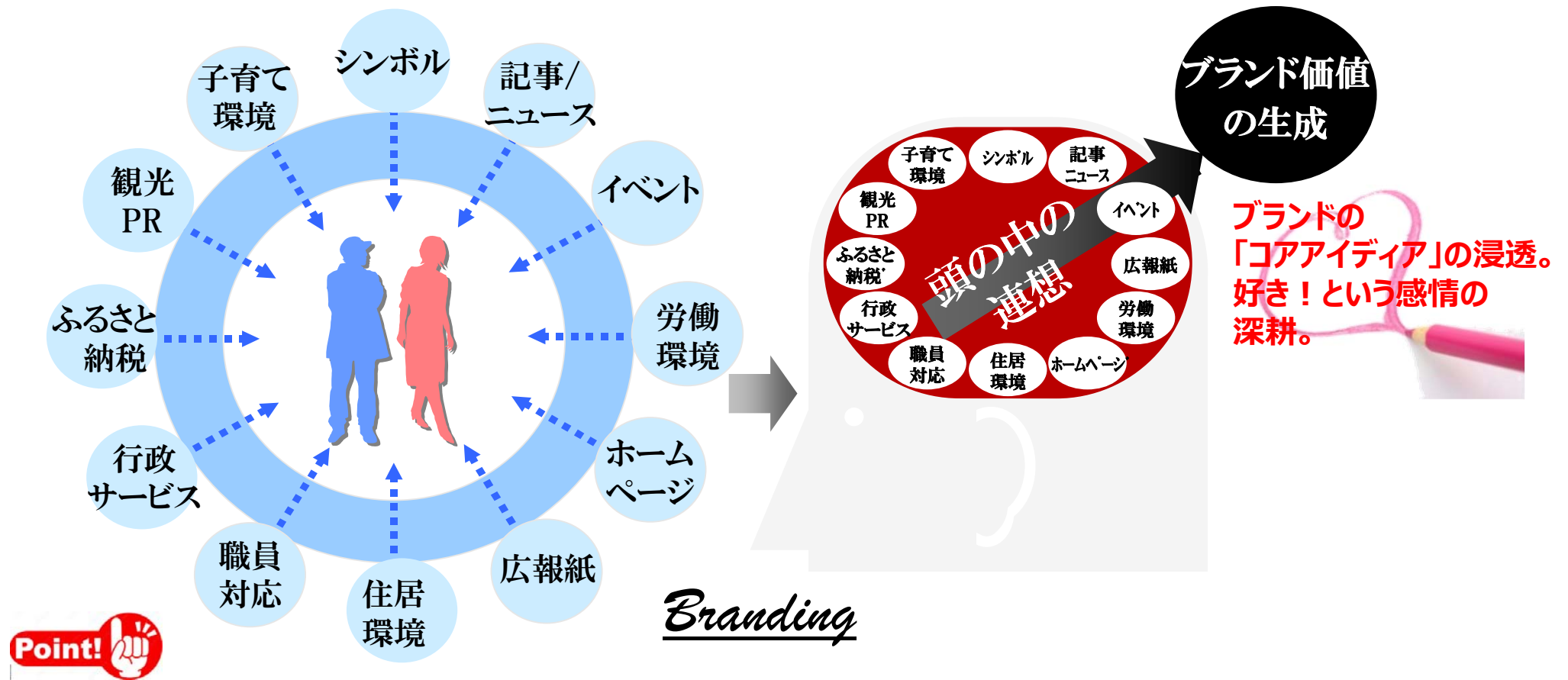
普段、このようなキャッチコピーを考える仕事ではなく、道路などを設計する事を考えているので、珍しい体験ができたと思っています。今日出てきた、暮らしとか環境を守るという面は、僕がしている仕事上でも若干できるのではないかと考えています。これからも頑張っていきます。

今後の展開について

ブランディングの本番は、これから始まります。

阿久根市を好きになってもらうための「ブランディング・コア・アイディア」に紐づいた施策を展開することによって、阿久根市のことをどんどん好きになってもらう活動を展開していきます。

言葉を創るだけではありません。その言葉を生活者が体験できる活動が大事です。



全ての施策は、統一したブランドコンセプト(ブランディングコアアイデア)の元で実施されます。



BEGINS! AKUNE!!

新しい阿久根の物語がここからはじまる。