

「第2回」ブランディングボード実施報告書

2024年7月22日

[ブランディングボードの開催目的]

令和5年度末に決定した阿久根市の向かうべきブランドの方向性である「あなたの人生を抱きしめるまち」を実現するために、どんな施策が必要かを議論するのが【ブランディングボード（会議）】です。職員の有志が集まり、計5回の会議に加え、最終回に市長へのプレゼンテーションを行い、市内・市外の多くの方が“阿久根市のことを大好きになってもらう”ための具体的な施策を練り上げます。



第一回：オリエンテーション・課題抽出 ←6/20.21 実施済み

第二回：課題に対してあるべき理想像抽出 ←7/16.17 実施

第三回：課題と理想像の間にあるギャップを埋める具体的な方法について協議

第四回：具体的な方法論について現実的な方法を見出し、実現可能な手法を導く

第五回：実現までのロードマップ（工程表）作成と予算策定

第六回：市長へのプレゼンテーション

※必要なプロ人材（専門家）の招聘や、現場の視察（フィールドリサーチ）も適宜行う。

レポート①

「観光」ボード

- まちの見た目の寂しさ
- 賑わいコンテンツ不足
- 事業者の連携を深める必要性
- 戦略を練るための材料・資金不足
- 観光資源の魅力化
- おもてなしレベル向上
- 宿泊施設不足
- 魅力的な施設不足
- 交通の利便性
- 情報発信PR不足

第二回「理想像の抽出」のまとめ

1：まちの見た目の寂しさ

- └駅前におしゃれなカフェがあって、電車を待つ憩いの時間が過ごせる。
- └シャッター街になっていた店とスモールビジネスをやりたい人とのマッチングがうまくいっている。新しい賑わいが生まれている。
- └ウィンドウショッピングが出来る演出がなされている。
- └魅力的な店が並んでいるので、まち歩き自体が楽しいコンテンツ！

2：賑わいコンテンツ不足

- └体験型イベントが阿久根では盛ん
(焼物、ぼんたん狩り、タケノコ掘、体験型マルシェ) →実験型

3：事業者の連携を深める必要性

- └施設同士で Recommend しあい、それが仕組み化されている。客は一つの施設に行けばお勧めをスムーズに巡ることができる。

4：戦略を練るための材料・資金不足

- └観光に費やす財源はふるさと納税でザックザク！

5：観光資源の魅力化

- └阿久根大島への行き方などが、簡単に分かる仕組みが良くできている (UI/UXが完璧！)
- └「食」のおみやげはもちろんだが形に残る染物、焼物も土産として人気
- └観光スポットでマニア向けイベントが多く開催され賑わっている。例) アニメ好き、コスプレ好き
- └トウクトウクが街中を走っていて映えている！

第二回「理想像の抽出」のまとめ

6：おもてなしレベルの向上

- └親しみを感じる阿久根流おもてなしがあり、お客さん同士（地元の人）が気軽にコミュニケーションをとっている。
- └市内の飲食店ほぼ全店がGoogleビジネス（レビュー）で★4つ以上。しかも良いコメント、評価が多い！

7：宿泊施設不足

- └宿泊のみならず、買い物、アクティビティー、アミューズメントなどが複合している有名な施設ができる（企業誘致成功！）
- └企業誘致→リゾートホテルも！
- └宿泊施設はすべて情報サイトに載っている。

8：魅力的な施設不足

- └風テラスあくね内にカフェがあり、近隣にある図書館から借りた本をゆっくり読める。
- └フォレストアドベンチャー施設もあるよ！アクティビティ最高！アウトレットモールもできた！
- └三つ星レストランシェフが新しい店を開き予約が絶えない。
- └イベントスペースがあって、阿久根でイベントをやりたい人が使える施設として人気で有名アーティスト自らが、そこでやりたがる。駐車場も広くて集客にも便利

9：交通の利便性

- └レンタル自転車の台数が増え、返却場所も多いので、観光客の足として人気
- └阿久根市内を循環する観光バス（しかも自動運転）もある。
- └レンタルバイク屋も備わっているまち！利用者も多い！
- └交通系IC対応になっている（阿久根市交通は全て）
- └ライドシェア（シェアモビリティ）も充実していて、いつでもどこからでも移動が容易。スマホ一つで予約から決済まで完結
- └レンタカーも豊富、カプリオレ（屋根を開閉することができる車）も揃っていて海岸線も走りたくなる。

10：情報発信PR不足

- └探している情報にすぐ辿り着けるし、写真も情緒溢れていて感動さえ覚える。
- └観光に関わる事業主達が個々でアップ情報ひとまとめで見れるポータルサイトがある。→それは対応する事業者がいる。→県の観光サイトなどと連携されている！
- └旅行予約サイトのランキングでは阿久根が常にトップになっている。
- └インターネット内に阿久根の情報が溢れている！

レポート②

「子ども子育て」ボード

- 働く女性のサポート不足
- 学校教育施設の特色顕在化
- 子育て支援の人材不足
- 学校施設の老朽化
- 少子化対策子育て施策の充実
- 子育てサポート施設不十分
- マンパワー（教員）不足
- 情報発信PR不足
- 親子や子供同士で遊ぶ施設不足
- 病児保育施設がない
- 地域のつながりコミュニティ欠落
- 子育て情報の発信不足
- 駐車場整備不足
- 子供の居場所の不足
- 子供のスポーツ教育の充実
- 魅力伝達不足
- 診療医療不足
- 金銭面のサポート不足
- 交通の利便性

第二回「理想像の抽出」のまとめ

1：働く女性のサポート不足

- └市内の企業の福利厚生が整っていて、子育てと仕事が両立できる。
病気の子供がいても休めて職場の理解が深い状態
- └職場内に子育てマネージャーがいる。
- └ケアマネージャーの子育て版=子育てマネージャーを推進する民間企業が阿久根にある。
- └「育児は女性がするもの」という概念が無い町。男が子育てに積極的に関わる町という評判に。男性にも育休がある。
- └「実家屋さん」という職業があって、いつでも親子のように子供を看てくれるし、相談が出来る。

2：学校施設の老朽化

- └小低学年の授業が終わっても同一施設内で学童教育がなされている。
- └古い学校施設は取り壊され、超魅力的なデザインと機能が校舎が誕生し市外、遠くは関東地区から入学希望者が絶えない。

3：マンパワー（教員）不足

4：病児保育施設がない

- └病児保育施設があって専門家が見てくれるので安心！
- └病児保育施設がこども園の隣（又は同じ建物内）にあり安心！

5：子育て情報の発信不足

- └「子育てしやすい阿久根」という事実と、体験した人が積極的に発信していて、阿久根で出産・子育てしたいという人が増えている。
- └移住を考えている人、子育て、出産の場所を考えている人に向けた情報発信がターゲットに共感を与えるカタチがなされている。
- └5と11：子育て支援サイト、支援策～親子イベント情報がまとめて載っていて、見やすい探しやすいと評判
- └妊娠から子育てまで一貫した情報が1箇所になっているガイドブックが阿久根はステキ！と云われている。

6：子供の居場所の不足

- └9も兼ねる。子育て中の人が集う場所があり、知り合いになり相談がしやすいし、中高生は勉強できる図書館（それ以外も）が冷暖房完備で快適に整っていて、より快適に勉強できる。

第二回「理想像の抽出」のまとめ

7：魅力伝達不足

- └市民全員が阿久根の魅力を理解、実感していて情報発信がすごい！
- └学校の授業で阿久根の特産品開発というカリキュラムがあり、子供の頃から阿久根の特産品を知り、郷土愛が芽生えている。

8：金銭面のサポート不足

- └市外の中高へ通うための通学定期の負担制度がある。

9：学校教育施設の特徴顕在化

10：少子化対策子育て施策の充実

- └出生祝い金が、累進で上がっていく。

11：情報発信PR不足

- └子育てアプリがあって施設の混み具合、イベント情報、子育て用品も探せる、買える（配送も）ので便利

12：地域のつながりコミュニティ欠落

- └子育てに社会生活に必要な知識、知恵を与えるシニアによるふれあい教室（異世代交流）が充実している。
- └社会見学も盛ん。
- └子供達は高齢者を尊重しているし、大切に思っている。
- └子供達は自己効力感が強い。

13：駐車場整備不足

- └中央公園には隣接した駐車場があって便利

14：子供のスポーツ教育の充実

- └全中学校の生徒は全員部活もしている、設備も充実している。全国大会で阿久根の名前を聞かない大会はない。

15：診療医療不足

16：交通の利便性

- └都会から移住してきて車が無くても、子供だけ（あるいは親子）で自由に動ける交通網がある、ライドシェア、乗合タクシーetc

17：子育て支援の人材不足

- └阿久根出身の人で、保育士になる人が多く、みんな阿久根に帰ってくる。
- └保育士が豊富にいる阿久根だから行きたい保育園に行ける。

18：子育てサポート施設不十分

19：親子や子供同士で遊ぶ施設不足

- └19も兼ねる。親子で触れ合える体験施設（バーベキュー、キャンプ場）が充実している。
- └雨天時に親子で遊べる場所が充実している。（総合体育館が開放されている）
- └カフェ、室内アスレチック、図書館が一ヶ所に有って子供を遊ばせる間、親はゆっくりくつろげる場所がある。
- └市内の公園にバスケットコートやサッカーコートがあり親子や子供同士が無料で遊べる。
- └番所丘公園のゴーカートが日本一長いコースを誇っている。それ以外にも日本一と云える遊具がある。

レポート③

「産業振興（海・山）」ボード

- 労働環境
- 収入の安定化
- 発信力不足（魅力はある！）
- 後継者不足、技術伝承危機
- 土地問題（荒れている、使える土地なし）
- マーケティング、情報発信不足
- 温暖化や鳥獣被害対策
- 若者の起業を支援する仕組みの整備
- 人口減による消費量減少
- 強い商品ブランド育成
- 地理的不利や土地の少なさ
- 温暖化要因
- 低所得
- イノベーションが起きる場所お金を使う場所
- 働き手不足、後継者
- 環境配慮不十分
- 組織化・体制化できない
- 機器のコストが高い
- 新規事業参入へのハードル高い
- 地域内で完結しない事業ネットワーク
- 企業や商品のブランド安定化

第二回「理想像の抽出」のまとめ

1：労働環境

- └農水産業で働きたい希望者が後を絶たない！
- └産業の従事者はフレックス制で働いて爽やかな労働環境
- └機械化が進んでいて、作業がみんなで分担できている。
- └午前中で仕事が終わって午後からは自由時間
- └機械化自動化が進み楽に暮らせる。
- └林業においてDXが進み、センサーを使わず伐採できる技術が導入されている。
エリートツリー導入によるコスト化が進んでいる。儲かる林業に転化されている。
- └副業がしやすいまちとして阿久根が定着、仕事も色々選べる。

2：後継者不足、技術伝承危機

- └どの事業者にも後継者がいて事業継承できている。
- └儲かりすぎて子息を外に出さない状態

3：マーケティング、情報発信不足

- └阿久根にある企業のHPが素晴らしく、働く人とのイメージができる。
- └情報受発信のプラットフォームがある！これを活用できている。
- └阿久根が市場価格（価格）を左右する、操作する力を持っている。
- └TV、インターネットで阿久根を見ない日が無い。
- └「阿久根」が売れば、高く売れるので県産品が集まってくる、
その中でも「阿久根」と名乗れるのは超一流

4：若者の起業を支援する仕組みの整備

- └阿久根市はベンチャー企業の聖地になる。
- └チャレンジする人をしつこい位に市全体で応援する環境！
新しいことの飛び込み、ネットワークに受け込みやすい。

5：強い商品ブランド育成

- └阿久根の単品ブランド化ができている
- └他エリアより抜きん出ている。
- └鯛を1匹つればその日暮らせるブランド力
- └阿久根産が一つの確立したブランドで、市場では高値で売れるし、引く手あまた。
（現在も伊勢海老、ウニはブランド化している）
（さつま甘海老、ひげ長海老、タカえび）

6：温暖化要因

7：イノベーションが起きる場所お金を使う場所

- └阿久根で過ごすには1日じゃ足りない。2泊3日は絶対必要

8：環境配慮不十分

9：機器のコストが高い

10：地域内で完結しない事業ネットワーク

第二回「理想像の抽出」のまとめ

11：収入の安定化

- └農地の集約化、生産性向上により阿久根の農業は九州一儲かる。
- └阿久根で「これさえ作れば、食いっぱぐれない」という産品で「10銘品」と呼ばれる。

12：土地問題（荒れている、使える土地なし）

- └不動産が借りやすい（流動的）

13：温暖化や鳥獣被害対策

- └鳥獣捕獲事業者だけに任せるのではなく、被害農家もハンター免許を持っていて固体を減らしている（捕獲鳥獣が阿久根のジビエブランドとして売りに売れている）
鳥獣捕獲事業者のテクノロジー活用が進んでいる。農家もモチベーションが高い。
- └森林経営管理制度と森林環境譲与税を活用して、管理できていない山林について市が仲介役となって森林所有者と林業経営者をつなぐシステム構築が出来ている。

14：人口減による消費量減少

15：地理的不利や土地の少なさ

16：低所得

- └給料が良すぎて人が集まり過ぎる！

17：働き手不足、後継者

- └給料が良すぎて、人が集まり過ぎる！街全体で労働者シェア＝期間工タイプで生計が立てられる。
- └阿久根に来さえすれば仕事がある状態。（よりどりみどり）やりたい仕事に就ける！

18：組織化・体制化できない

- └一個人の事業主でも情報発信力もあるし、市場影響力がある。
- └必ずしも組織力に頼らないでも大丈夫。

19：新規事業参入へのハードル高い

20：企業や商品のブランド安定化

- └阿久根と云えば「食」と10人中9人答えるぐらい市として統一イメージ（ブランド）を押し出せている。

21：発信力不足（魅力はある！）

- └生産者自らが情報発信力を備えている。

レポート④

「住民サービス（DX）」ボード

- 庁内DXの遅れ
- 住民の手続き時の手間、煩わしさ
- 配達/買物難民
- ネット予約・支払い・キャッシュレスへの対応
- デジタルデバイド対策
- 病院のネット予約、リモート診療対策
- 高齢者の移動手段
- マイナンバーカードの保有促進や安全性の啓蒙
- コミュニティー/マッチングの仕組み作り
- 情報発信不足
- ごみ収集の仕組み
- 施設・娯楽不足

第二回「理想像の抽出」のまとめ

1：庁内DXの遅れ

- └完全ペーパーレスを実現している。
- └らくらく窓口、証明書発行サービスが進化を遂げて、決済までできるので、ワンストップサービスになっている。

2：住民の手続き時の手間、煩わしさ

- └諸手続きが自宅や思いついた場所で、即簡単に24時間できる。
- └住民は手作業なく、マイナンバーカードを読み取り、庁内窓口のAI（ロボット）と口頭でやり取りをすれば手続きが完了
- └質疑チャットで完結、名前住所を何度も聞かない
- └コンビニ交付のみならずスーパーでも交付できる。来庁してもマイナンバーカードさえあれば、一切記入の必要がない。
- └通常役場で行っていた手続きも、流通小売店などでできる仕組みがある（＝サテライト役場）

3：配達/買物難民

- └フードデリバリーサービスも阿久根上陸。希望すればどこにでも配達してくれる仕組みがある。
- └ドローンでの配達網が確立されている。市内の小売店は皆ネット通販をやっていて住民の利用も進んでいる。
- └住民（健康不安のある人）の嗜好や体調等を把握した上で、バランスの良い食事を送る仕組みがある。

4：ネット予約・支払い・キャッシュレスへの対応

- └スマホで公共施設予約の空き状況確認でき、予約～決済まで完了
- └阿久根の小売店では個人認証が入店と同時になされ買い物した後の支払いは後日、自動的に個人にまとめて請求される。
- └役場ではQRコード決済を含むあらゆるサービスが使える。

5：デジタルデバイド対策

- └高齢者や健康不安のある方の自宅の近くまで出張する移動型サテライト役場が阿久根にはある。

6：病院のネット予約、リモート診療対策

- └オンライン診療の仕組みが進んでいる、スマートデバイスで健康チェックもなされている。
その情報は医療機関に提供され、遠隔でも適切な診断が可能な状態。薬も送ってくれる。
- └病院間で治療に関する情報が共有されていて、今まで遠方まで行かざるを得なかった検査、治療を近くの病院で受ける。

7：高齢者の移動手段

- └乗り合いタクシーが時間やルートに縛られず、AIオンデマンドで希望時間、ルートを適切に判断し快適に人を運んでいる（自動運転で）

第二回「理想像の抽出」のまとめ

8：マイナンバーカードの保有促進や安全性の啓蒙

- └マイナンバーカードを免許証と同じように持ち歩く。普及率は、ほぼ100%
- └病院ではマイナンバーカードをお持ちですか？と問いかけが当たり前になっている。
- └マイナンバーカード認証の仕組みが阿久根でも採用されている。

9：コミュニティ/マッチングの仕組み作り

10：情報発信不足

- └9と10：SNS上で住民が交流している。それが対外的情報発信になっている。

11：ごみ収集の仕組み

- └ゴミの仕分けはゴミ収集BOXが自動で行い、人が手作業で仕分けることがない。

12：施設・娯楽不足

- └観光地や公共施設のwifi整備が完璧！
- └家から出なくてもメタバースなどを活用し行きたい場所、見たいものにアクセスできる。

レポート⑤

「移住・定住」ボード

- 土地が高い、自由に使えない
- 空き家対策
- 移住の魅力情報発信不足
- 仕事の魅力化（職種、賃金、他）
- 不動産情報が脆弱
- 子育て、教育（学校）体制が弱い
- まちづくり意識が希薄
- 移住受け入れ準備体制が不十分
- 移住に関する支援制度が不十分
- 交通の利便性
- 住む家高い、少ない

第二回「理想像の抽出」のまとめ

1：土地が高い、自由に使えない

- └遠方の住んでいる家所有者にライブ配信にて実態説明する仕組みがあり、実情を把握してもらっている。
- └AIが阿久根の空き家の実態把握していて、ライブ配信中にAIが予想価格を画面上に提案する。
- └不動産の売買に関するマッチングサイトがあって便利（民間企業）

2：移住の魅力情報発信不足

- └市のHPやSNS配信の専門セクションがあり常に魅力的なコンテンツが更新されている。→PRネタ、メディアリリースネタを常に局に渡しておく。
- └関東キー局の枠を買って番組として放送、提供している。
- └阿久根がメディアで取り上げられない日がない。
- └移住者自身が阿久根の魅力発信に積極的！SNS、note、コンテンツが溢れている。
- └移住サイトがあって移住に関する全情報が集約されており、コンテンツマーケティングSEOマーケティングがうまくいっている。うまくいけば検索上位

3：不動産情報が脆弱

- └市内の不動産情報（民間の物件全部載っている：空き家、空き地）を集約したサイトがある。
- └大手不動産情報サイトに阿久根の物件がほぼ載っている。
- └遠方からもオンライン内覧できる。

4：まちづくり意識が希薄

- └阿久根でもリノベーションが進み、空き物件から次々とスモールビジネスが生まれている。
- └住民のイベント参加意欲が旺盛で、参加した情報発信のパワーがすごい！行政がやらずとも住民自らがすごい発信者になっているのでその勢いがまちづくりのパワーにも活かされている。

5：移住受け入れ準備体制が不十分

- └移住受入専門部署があり、移住希望者の相談窓口になっており移住コーディネーターがいる。→この存在は市民皆が認識している。
- └移住体験で住める家も海が見えて、風光明媚な場所にありお試し移住者が感動する。
- └移住者へのwelcome文化が素晴らしい阿久根！

第二回「理想像の抽出」のまとめ

6：移住に関する支援制度が不十分

└移住者へのヒアリングに基づいて必要な支援がなされている。

7：交通の利便性

└レンタカー、カーシェアリングが多数ある。移住希望者にはレンタカー無料貸出。移住就職者には社有車貸与があり、私的利用可能

└各施設（商業施設含む）が走らせている民間送迎用バスのネットワークを活用し、一大交通網が築かれている。

└住む場所がコンパクトに集約されていて買い物も娯楽も学校も役場も全て徒歩圏内。

8：住む家高い、少ない

└賃貸住宅家賃補助（今：年齢40歳未満で地元企業に勤める一理想：条件撤廃）、住宅取得補助金増し！阿久根は理想なベッドタウン！

9：空き家対策

└空き家全てを対象に解体補助が出る。

└0円物件が続々と上がってきて在庫豊富

└空き家活用事業には金融機関からの手厚いサポートがある。

10：仕事の魅力化（職種、賃金、他）

└市内の事業者を魅力的に紹介するyoutube番組を持っている。

└ハローワーク（市内案件）に掲出されているものは全て大手の就職案内サイトに出ている。

└地元で働く人はその待遇に満足している。

└地元企業が魅力的であり且つ魅力的に見せる術も持っている。

11：子育て、教育（学校）体制が弱い

└通学バスが充実しているので不便なし！

└お試し保育園留学をめぐみこども園を筆頭に多くのこども園が実施している。（キッチハイク）

└子供達はその能力（一人一人に合った）を開花させるためのプログラムがまち全体の文化としてある。

└子供が成人するまでの手厚い支援や教育の素晴らしさが有名で安心して子育てできる阿久根

└大自然を活かした魅力的教育プログラムが用意されている。

次回は、今回挙げて頂いた阿久根の理想像、あるべき姿を実現するためにどのような施策を打てばよいか、その具体的方法論について、議論します。