

【広報企画部門企画書】

実施期間:令和4年度～実施中



＼未来への可能性あります。／

ブランドメッセージの作成と展開

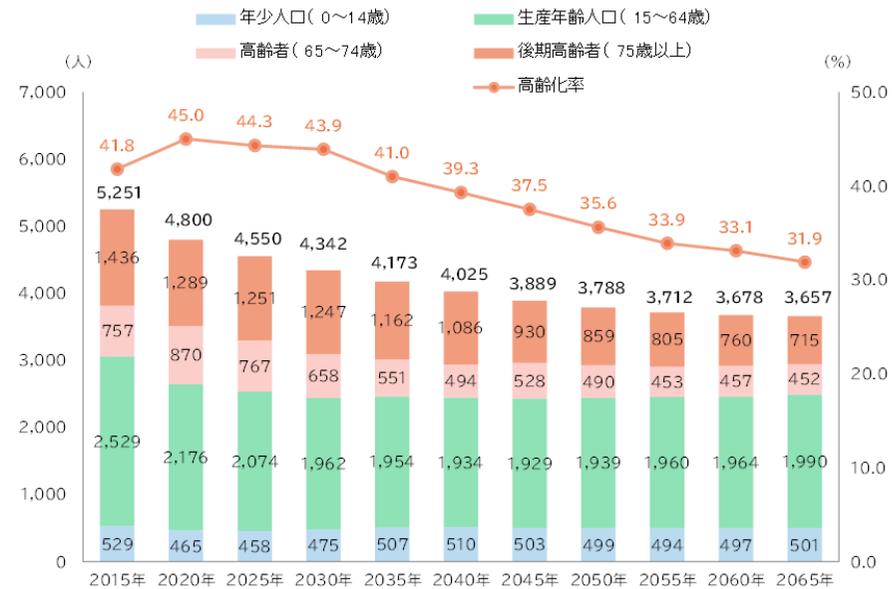
島根県飯南町

<島根県飯南町>

島根県飯南町は中国山地の脊梁部に位置する人口約4600人の町です。主要産業は農業で、稲作やパプリカなどの園芸作物の栽培が盛んです。また、美しい森林や温泉・食などの地域資源が評価され、森林浴の癒し効果を医学的に解明した「森林セラピー®」基地としても認定されています。出雲大社神楽殿をはじめ、全国に大しめ縄を奉納しているしめ縄の里でもあります。

数々の魅力がある町ですが、人口は減少を続けており、それに伴う様々な課題を抱えてもいます。課題に対する解決策の一つとして、町唯一の高校である県立飯南高校存続に向けた高校魅力化、地域コミュニティの維持など多分野での取り組みを行っています。

町総合振興計画の基本理念は「笑顔あふれるまち飯南町」。町に住んでいる人がいかに幸せな暮らしを実現できるのかを意識して施策を進めています。



図：住民基本台帳からの人口推計（将来展望）

「飯南町ってどんなまち。」 — まちの中から

まちに暮らす人たちの声を聞くための広報・広聴の取り組みとして、毎年座談会を実施しています。若者の視点、定住、産業など暮らしの中で感じることについて以下のような意見が多く挙げられます。



キャッチフレーズが乱立していて、町に対して共通のイメージが持てない。行政がどんな町を目指しているのかもわかりづらい。

豊かな食、自然、人、伝統文化。数多くの魅力があるからこそ、一言で表すのが難しい。町外の人には町の良さが十分に伝わっていない。

町のことを語ったり、やりたいことを実現したり。この町に暮らしている人がつながるともっと町がおもしろくなるし、人生も豊かなになる。

町が目指す方向性がわかりづらい。

町の魅力が町外に伝わっていない。

人とつながる場がほしい。

「飯南町ってどんなまち。」 — まちの外から

人口減少が続くなか、町外に暮らす出身者や町に縁のある人たちが飯南町に対してどのような考えを持っているのかを探るため、アンケート調査を実施。調査結果によると、回答者の多くの意見は以下の3点に集中していました。

【飯南町との関わりについてのアンケート調査】
 実施期間：2022年2～10月
 回答数：580通

町外在住者へ町へのUIターン意向、家族や地域との関係性、コロナ禍による生活の変化、町のイメージ、町に求めるものなどの項目でアンケートを実施。出身者、非出身者に分類し傾向や今後の町との関わり方を分析。令和5年度以降、詳細な項目について聞き取りを含む追加調査を予定。
 (共同研究：島根県中山間地域研究センター)

1. ご回答者やご家族のことについてお尋ねします。

Q1. 現在の居住地と年代（性別）を教えてください。（※性別は必ず選択してください）

Q2. 現在の居住地と出身地を教えてください。

Q3. 現在の居住地と家族構成を教えてください。

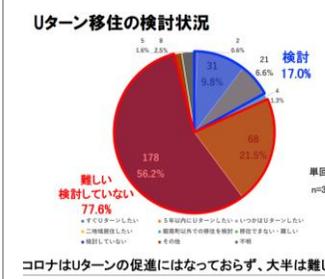
Q4. 現在の居住地と家族構成を教えてください。

Q5. 現在の居住地と家族構成を教えてください。

Q6. 現在の居住地と家族構成を教えてください。

Q7. 現在の居住地と家族構成を教えてください。

Q8. 現在の居住地と家族構成を教えてください。

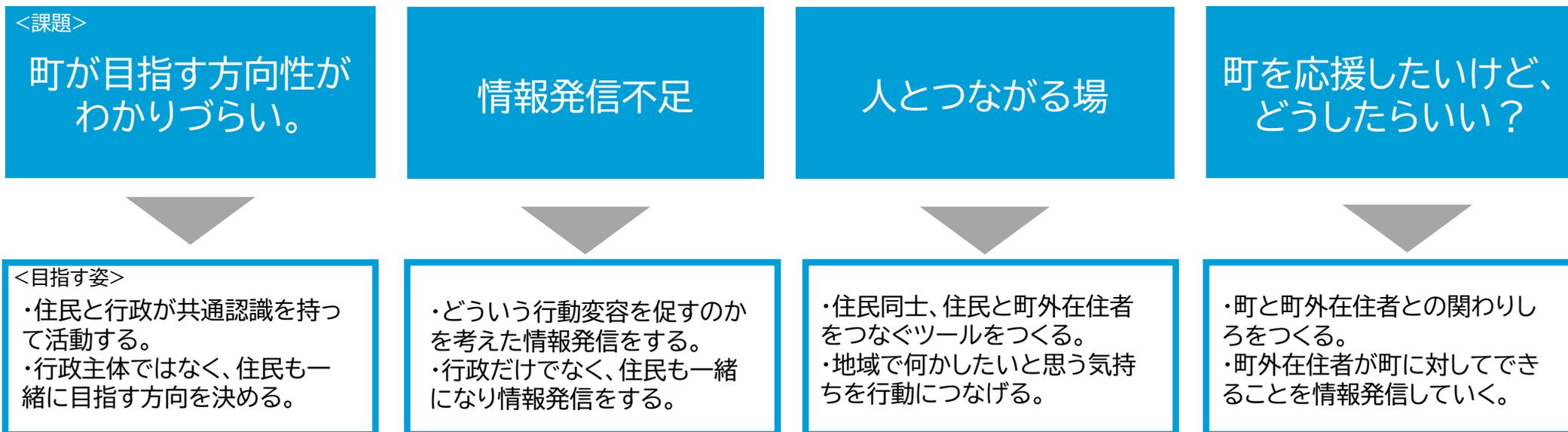


町を応援するための方法が知りたい。

町外に対しての情報発信が足りない。

離れていても、町とつながりたい。

住民に町が目指す方向性が十分に伝わっていないことは非常に大きな課題です。また、「情報発信の不足」「人とつながりたい」という意見は町民、町外在住者とも共通。これらの意見に対応し、町を持続的に運営するしくみづくりを行うことが必要だと考え、東海大学 河井孝仁教授の提唱するシティプロモーションに取り組むことにしました。



<シティプロモーション> 東海大学 河井孝仁教授

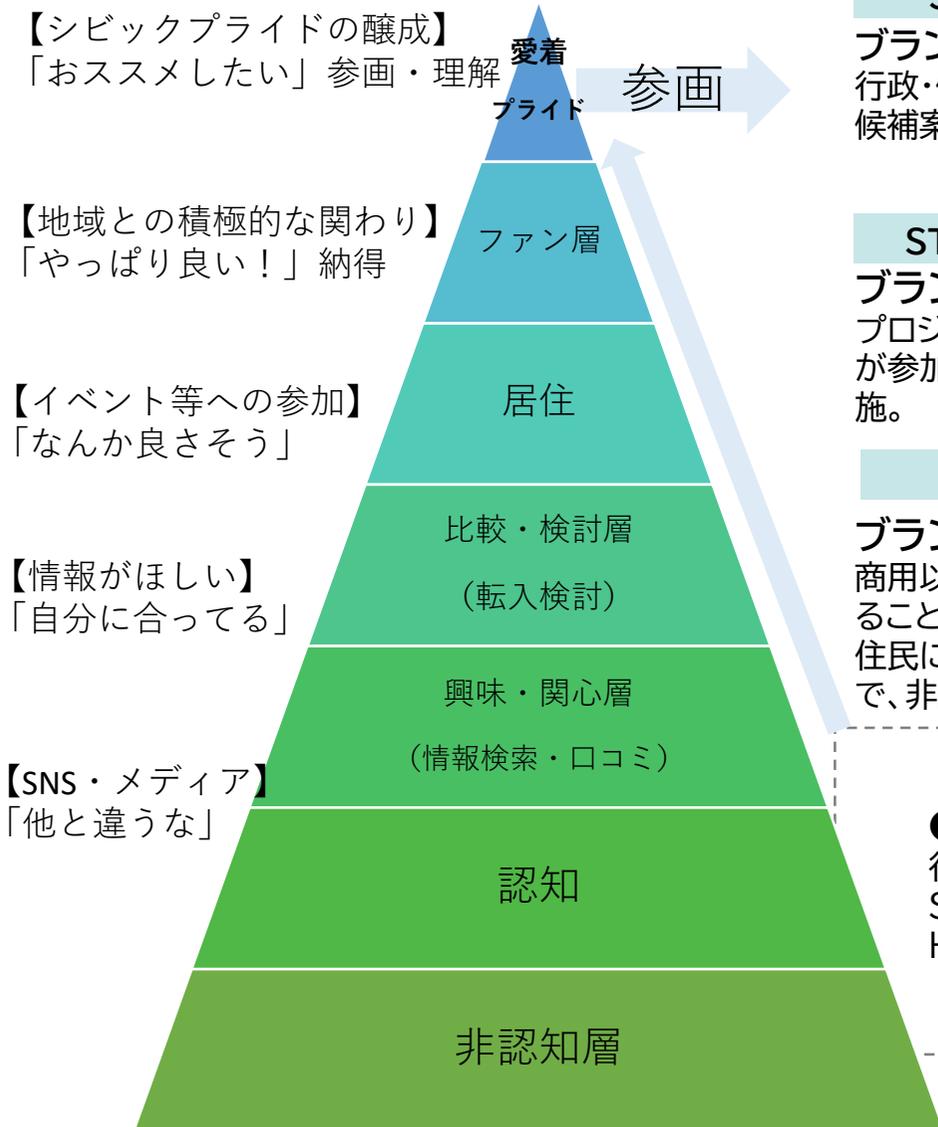
- 地域(まち)の存続は面積や人口によるものではなく、地域(まち)に真剣(マジ)になる人を増やすことで持続的に運営されていく。
- シティプロモーションを通して住民が地域の当事者となり、関与意識を向上させることが町の運営にとって重要。
- 向上した関与意欲を地域を持続的に運営していくための行動につなげる仕組みづくりを行う。

プロジェクト の考え方

ブランドメッセージを活用したシティプロモーション

「ブランドメッセージ」を住民とともに作成・展開する過程により、町に主体的に関わり行動する人の増加を図りました。また、多様な人が関わりを持てるように、関心レベルに合わせた取り組みを展開しています。

町に意欲的に関わる人が増える
町に誇りを持ち暮らす人が増える



STEP① 対象:参画・理解層

ブランドメッセージ案の作成
行政・住民協働プロジェクトにより
候補案を作成。

STEP② 対象:興味・関心層以上

ブランドメッセージの決定
プロジェクトメンバー以外の誰でも
が参加して決定する「総選挙」を実施。

STEP③ 対象:居住層以上

ブランドメッセージを使う
商用以外では申請無しで使用できる
こととし、自由に使ってもらう。
住民に積極的に使用してもらうこと
で、非認知層・認知層を巻き込む。

STEP④ 対象:参画・理解層

飯南本(仮称)の作成
ブランドメッセージを周知するため
の「飯南本」を住民とともに作成。
住民により一部執筆を行う。

STEP⑤ 対象:興味・関心層以上

飯南本(仮称)をツールとした企画
本をツールとした交流企画の実施によ
り、町に関心を持つ人とのつながりを
強化する。(予定)

STEP⑥ 対象:非認知層

飯南本(仮称)の全国販売
全国の書店等へ流通させ、本を通して
町を知り、関心を向けてもらう。(予定)

●情報発信の強化

行政:チーム制による情報発信
SNSによる発信開始
HPへの情報蓄積

●協働の場づくり

行政のコーディネートにより住民同
士の出会い、仲間づくりを行い、地
域活動につなげる。

プロジェクト スタート！

<みんなで作る>

2022年2月「ブランドメッセージプロジェクト」メンバーを公募し、28人がプロジェクトへ参加。東海大学河井孝仁教授監修のもと、計6回のワークショップを開催し、ブランドメッセージの原案を考案しました。

- 第1回 「わたしの飯南自慢100！」
- 第2回 「この町は誰を幸せにできるのか」
- 第3回 「飯南に暮らす、あの人の物語」
- 第4回 「いいなんツアー」
- 第5回 「この想い、伝えるためのメッセージ」
---コピーライターによる住民案のブラッシュアップ---
- 第6回 ブラッシュアップ後の意見交換



▲町の魅力をおすすめしあったり、町への思いを熱く語り合う参加者。自分たちの言葉がブランドメッセージになるとあって議論も真剣です。参加者は元々町を好きな方が多かったですが、プロジェクト終了時のアンケートでは全員の「地域をおすすめしたい気持ち」が向上していました。

プロジェクト スタート!

<みんなで選ぶ>

プロジェクトメンバーが考案した原案をコピーライターがブラッシュアップ。議論を重ね、4つの候補案を選定しました。最終選考はより多くの住民に当事者感をもってもらい関わってほしいと、誰もが投票できる「ブランドメッセージ総選挙」を実施しました。

みんなでつくる、みんなで選ぶ 飯南町ブランドメッセージ 総選挙

まちの魅力や目指す姿を表した言葉「ブランドメッセージ」。町民の皆さんと一緒に候補案を作り、この中から、いちばん共感できるメッセージを選び、「まちの未来」を描くみんなの選挙。飯南町のことが好きな人、みんなで選んでください。



まちの魅力や目指す姿を表した言葉「ブランドメッセージ」。町民の皆さんと一緒に候補案を作り、この中から、いちばん共感できるメッセージを選び、「まちの未来」を描くみんなの選挙。飯南町のことが好きな人、みんなで選んでください。

＼飯南町に住んでいる人、飯南町が好きな人、だれでも投票できます！／

WEBで投票

投票期間：2022年6月20日（月）→7月31日（日）

<パソコンから>
飯南町ホームページより投票フォームへアクセスしてください。

<スマホ・タブレットから>
上記のQRコードを読み取り、投票フォームへアクセスしてください。



投票所で投票

投票期間：2022年7月11日（月）→7月31日（日）

役場本庁舎・各支所・飯南病院のほか、町内のAコープ各店・ローソンポプラ・道の駅・うぐいす茶屋 金融機関（JA・山陰合同銀行）へ投票箱を設置します。好きなメッセージを選んで投票してください。

【問い合わせ】飯南町まちづくり推進課 電話：0854-76-2864 E-mail:machidukuri@iinan.jp

////////町民の想いから生まれたブランドメッセージ候補////////

※ロゴマーク等でメッセージを使用する場合は、前後どちらかに「飯南町」を表記するなど町名がわかる工夫をします。

こころ、かえるまち。

ここは、人と自然のやさしさが溢れるまち。ありのままのあなたを、受け入れてくれる場所。頑張っている人も、ちょっと疲れちゃった人も、夢を追いかけてる人も、みんなみんな受け入れてくれる。ここは、あなたのこころが変わるまち。あなたのこころで変わるまち。だからね、ほら、たまにはかえりにおいでよ。

余白あります。

豊かな山々や、透き通る川、広々とした空に囲まれた風景には、ワクワクして飛び込みたくなる世界が。のんびり、ゆっくり時間が流れるくらしには、ホッとする心のゆとりが。いろんな人が協力し合って生み出す、新しい挑戦には、ドキドキする可能性が。飯南町、あいてます。

あそびがあるまち。

飯南には、五感で楽しむあそびがあります。キャンプやトレッキング、スキーにスノボ。森林浴に、りんご狩りもおすすめ。満天の星が輝く夜空は、最高のエンターテインメント。飯南には、目に見えないあそびもあります。ゆったりと流れる時間がもたらす心のゆとり。さまざまな人と交流してチャレンジできる関わり。どこかおっとりしているけど、おせっかいやきが多いのは、暮らしにあそびがあるからかも。いろんな、あそびがあるまちに、あそびにきませんか。

ゆうのまち、いいなん。

このまちにはたくさんの、ゆうがある。人と人、人と自然、人ともを結び、結。自然や、自由な時間の流れを生かした、遊。神戸川の源流、八百万の神がはじまる地、湧。さあ、あなたの描く、ゆうはなに？ そう、ここは、あなたのまち。

ブランドメッセージプロジェクトとは？

町民によるブランドメッセージプロジェクト。もっと知りたい方はQRコードにアクセス！



投票数中間発表

7月11日にはWEB投票数を発表。あなたが応援しているメッセージはいついっとう何位!? 飯南町ホームページでチェック!

結果発表は9月11日（日）

ブランドメッセージお披露目イベントを予定しています。詳細は飯南町ホームページ、SNSでご確認ください。

＼わたしたちが考案しました！／



問い合わせ先

飯南町まちづくり推進課
電話：0854-76-2864
E-mail:machidukuri@iinan.jp



▲ゆるキャラ「い〜にゃん」の投票を地元ケーブルテレビで放送。



▲「い〜にゃん」の投票呼びかけで、選挙に親しみを感じてもらう。

- ・町内18か所へ投票箱を設置
- ・町内の中学生、高校生も投票へ参加

プロジェクト スタート!

<みんなで広める>

ブランドメッセージプロジェクトの取り組みを周知し、関心を高めるため、プロジェクトメンバーと町職員と一緒に動画を作成。YouTubeで公開しました。
(若い世代向け:YouTube 高齢者世代:地元ケーブルテレビ局での放送)

【第1弾】みんなでつくるブランドメッセージ 【第2弾】選挙特番～勢見放送～

【第3弾】選挙特番～中間得票数～



【第4弾】ブランドメッセージの発表



▲ブランドメッセージ考案の過程を紹介。町の魅力の一つとして挙げられた「活弁」をイメージして作成。地元ケーブルテレビでも放映し好評。

▲選挙特番風の動画で投票呼びかけ。町職員がキャスターを演じ、プロジェクトメンバーが候補案への思いを紹介。



YouTubeで
飯南町の動画を見る

プロジェクト スタート!

<みんなで広める>

ブランドメッセージの取り組み周知、総選挙への参加を促すために、年代別にメディアを使い分けて広報を行いました。また、ゆるキャラ「い～にゃん」を使ってリアルでの広報活動、飯南高校との連携などに取り組みました。

10～20代

- ・YouTubeでの動画配信



- ・飯南高校では全校生徒に動画でプロジェクトを紹介したのちに投票。



30～50代

- ・Facebookで取り組みを発信
- ・町HPでワークショップ内容を紹介



- ・子育て世代に対してはい～にゃんから取り組みをお知らせ。



60代以上

- ・動画を地元ケーブルテレビで放映
- ・町広報誌での特集や紹介



- ・町内の各所を「い～にゃん」が訪問し、投票呼びかけ。その様子はケーブルテレビでも放映。



プロジェクト スタート！

<ブランドメッセージの決定>

総選挙の結果投票数は2331票。町人口の※約50%が投票。
総選挙の結果、ブランドメッセージを「余白あります。」に決定しました。

※投票は町在住を問わないため、実際投票した住民の割合とは異なります。



YOHAKU ARIMASU
IINANCHO

飯南町

「余白」にはたくさんの意味が込められています。
ゆっくりとした時間の流れ、豊かな自然の中でのちょうどいい暮らし、自分の生き方を楽しむ人々、何にでもなれる自由な気持ち。

何も無いところに「余白」は生まれません。
このまちには豊かな自然、おいしい食べ物、伝統文化などたくさんの魅力がたくさんあります。そして未来に向かってまだまだ進化していく可能性があるまちだということが、「余白」という言葉に込められています。

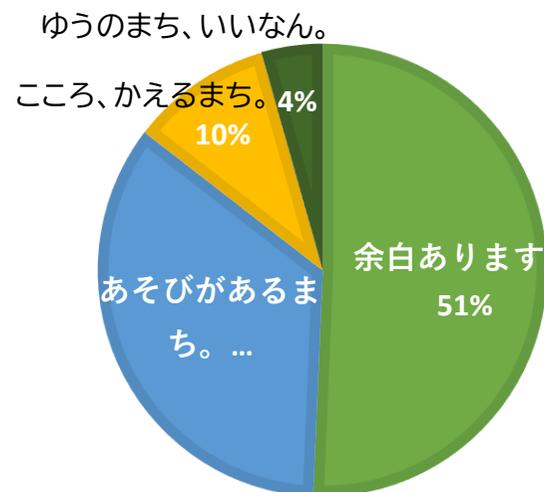
また、自由な発想でまちの魅力を生み出す町民でありたい。いつまでも遊び心を持って生きていきたい。そんな未来へのメッセージでもあります。

余白あります。

豊かな山々や、透き通る川、広々とした空に囲まれた風景には、ワクワクして飛び込みたくなる世界が。
のんびり、ゆっくり時間が流れる暮らしには、ホッとする心のゆとりが。
いろいろな人が協力し合って生み出す、新しい挑戦には、ドキドキする可能性が。

飯南町、あいてます。

【総選挙得票数合計2331票】



プロジェクト スタート!

<ブランドメッセージの決定>

あそび心をもってブランドメッセージを使いたい、住民にも自分事として使ってもらいたいという目的から、ロゴマークに好きな図形を足して展開できるようにしました。

基本ロゴマークに、表現したいフレーズと図形を追加して使えます。ロゴマークの使い方はアイデア次第。遊び心で無限大に広がっていきます。

例:「自然の豊かさを表現したい」

STEP1

「〇〇あります」というフレーズを考える。



「癒しの森あります」

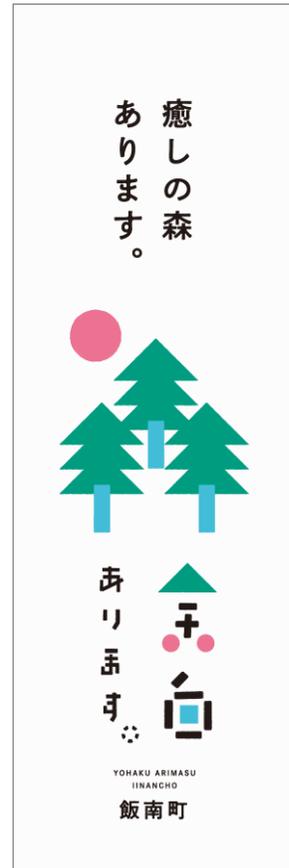
STEP2

▲●■を使い、イラストをつくります。

<例>



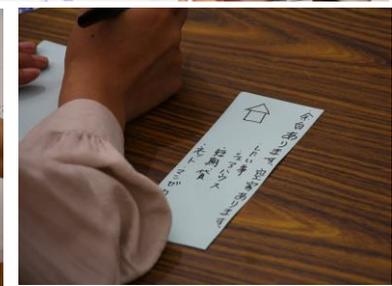
作ったフレーズとイラストは、基本ロゴマークに足して使うことができます。



<ロゴマークアイデア出しワークショップ>

対象:町民 協力:飯南町商工会

各自のオリジナルロゴマークを作成。「自分がこれからしたいこと、できること」とロゴマークを短冊に記入します。



オリジナルマークの共有

◀作成した短冊はイベント等で掲示して共有。見た人にも短冊を書いてもらい、オリジナルの「〇〇あります。」とロゴマークが増えていきます。

プロジェクト スタート!

<みんなで使う>

ブランドメッセージの決定を住民に発表する場として「ブランドメッセージフェスティバル」を開催。ブランドメッセージを強く印象づけ、住民が主役であることを意識した企画。暮らしを楽しむ住民にスポットを当てることを目的としました。

(協力:三日市自治会・来島公民館 参加:住民グループ、地域運営組織、公民館等)



<会場> 過去—現在—そして未来へ

かつて菫市が開催されていた通りで当時の賑わいを再現。通りに残る歴史の痕跡をたどる町歩きも実施。暮らしの中に潜むまちの魅力を感じてもらう。

<内容> なぜ飯南町民はこんなに楽しそう？

出店者は住民や町に縁のある人。「余白のある暮らし」の中で出店者が楽しんでいる趣味や特技を表現するテント市、ステージ企画を実施。

<運営> その笑顔が町の魅力

スタッフとして町唯一の高校である飯南高校の生徒が参加。出店者のサポートなどに入り、地域の大人たちとの交流も生まれた。

プロジェクト スタート!

<ブランドメッセージを伝える>

「余白あります。」で表現される飯南町の魅力を発信するための書籍を制作(現在進行中)。ローカルジャーナリストとしての考え方を学び、書籍の一部を住民が執筆しています。

飯南本(仮称)づくり ※2023年3月完成予定

本の構成のうち一部を住民が執筆。住んでいるからこそ感じる町の魅力を住民の言葉で伝えていく。

ローカルジャーナリスト
の心構え、視点を学ぶ

地域の魅力は地域に暮らす人が発信していくという「ローカルジャーナリスト」の考え方を学び、実践していく。



▲講師はローカルジャーナリストを育成する株式会社MYTURN。

地域の魅力を共有

自身が感じる地域の魅力を語ることで、「何が伝えたいか」を明確にしていく。



書きたいテーマを設定し、取材・資料収集・写真撮影を行う。
原稿内容を互いに読みあい、アドバイスを送りあう。

原稿執筆

<今後の展開>

・飯南本(仮称)をツールとして、町内外で「余白あります。」にちなんだ交流企画を実施予定。

方向性、イメージの統一(行政)

チラシや文書への印字、施策と関連づけるなど各課が「余白あります。」を意識した取り組みを行っています。統一したイメージづくりはもちろん、このような未来を作るためにどう行動すべきかを考えながら業務にあたっています。



▲カーボンオフセット証明書への印字



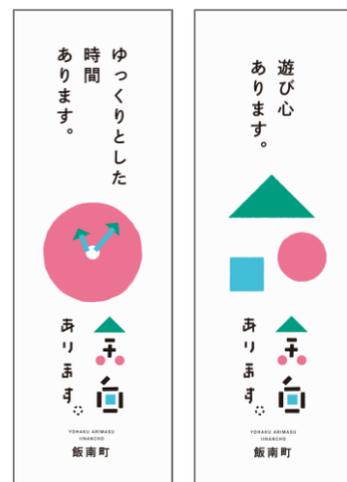
▲ふるさと納税パンフレットに掲載

住民主体・民間主体の取り組み

チラシへの印字、イベント時ののぼり旗設置。オリジナルの「〇〇あります。」を使つてのPR活動などに取り組んでいます。



▲チラシへのロゴ印字



▲オリジナルマークを足したのぼり旗



▲スタッフジャンパーの作成



▲名刺の作成



▲店舗へののぼり旗を設置



▲公民館活動でのぼり旗を設置

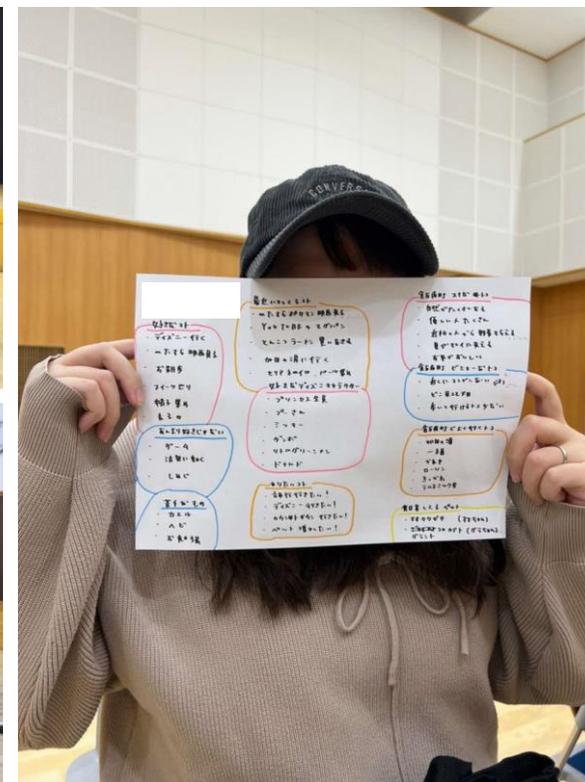


▲ロゴマーク缶バッジは中高生に浸透。イベントで配布したものをカバンや制服に



住民の主体的な活動が開始

ブランドメッセージプロジェクト等で知り合ったことをきっかけに、住民による「飯南町盛り上げ隊」が結成。住民のしたいこと、町に必要なだと思うこと、ブランドメッセージの活用に取り組む予定。



UIターン交流会

「まずは住民同士がつながり、語り合うことをしてみたい」と、交流会を開催。

参加者の好きなものなどをイラストを描きながら共有。参加者からの意見をもとに、次の企画や取り組みを考える。

今後のポイント

「飯南町盛り上げ隊」が中心となって、ブランドメッセージのツールとしてどう住民をつなげていくか企画を実施。行政主体ではなく、住民自らが企画・実行へと行動していく。

事業名	金額	主な取り組み
ブランドメッセージづくりプロジェクト	1,026,000円	ワークショップ開催 234,000円 コピーライト業務 352,000円 ロゴマーク作成費 440,000円
ブランドメッセージの認知	177,800円	のぼり旗の作成 121,000円 高校生スタッフポロシャツ 56,800円 缶バッジ材料代 5,800円 スタッフジャンパー(全額自己負担)
飯南本制作プロジェクト	4,307,000円	住民執筆講座運営費 897,000円 飯南本制作・編集・出版費 3,410,000円

地域を真剣に思い、行動する。

ブランドメッセージによるシティプロモーションを開始し、参加者からは「まちづくりは行政がすることだと思っていたが、住民の動きが大切。」という感想が出るなど、一部では地域参画意識の変化が見られます。今後、この意識の変化を数値測定し、効果測定を行うことが必要です。

ワークショップや企画を通して、行政と住民が同じ目線で将来を語り、ともに行動してきました。課題として挙げた「情報発信の不足」「人とつながる場づくり」は短期間で解決するものではなく、行政のスキルアップも含め、様々な分野での取り組みが必要となります。

ブランドメッセージによるシティプロモーションは始まったばかり。住民と行政が同じ方向を向き、「まちの余白」を埋めていく取り組みを続けていきたいと考えます。



▲のぼり旗

▲オリジナルデザインアウター



▲バックパネル

▲イスカバー(定住相談会、催事等で使用)