

# 大井町ワークショップ第1回資料

---

「住み続けたい」「住みたい」と思われる町を目指して

2017年10月26日

株式会社マインドシェア

# はじめに

皆さんが住んでいる神奈川県足柄上郡大井町。人口2万人弱。

日本社会が抱える「地方消滅」問題の例に漏れず、人口減少、少子高齢化が進み、地域の衰退が危惧されています。このような現状を乗り越えるために、大井町は「**地域資源を活かした地域ブランド**」を確立し、様々な取り組みをする中で「住み続けたい」「住みたい」と思われるブランドイメージの定着化を図っていきます。

その名も、

## 大井町シティプロモーション

大井町に住む、皆さんの誇りや思いそして愛情を、このブランドにたっぷりと乗せて、地域の内外へと発信していきます。

# はじめに 大井町の現状と課題

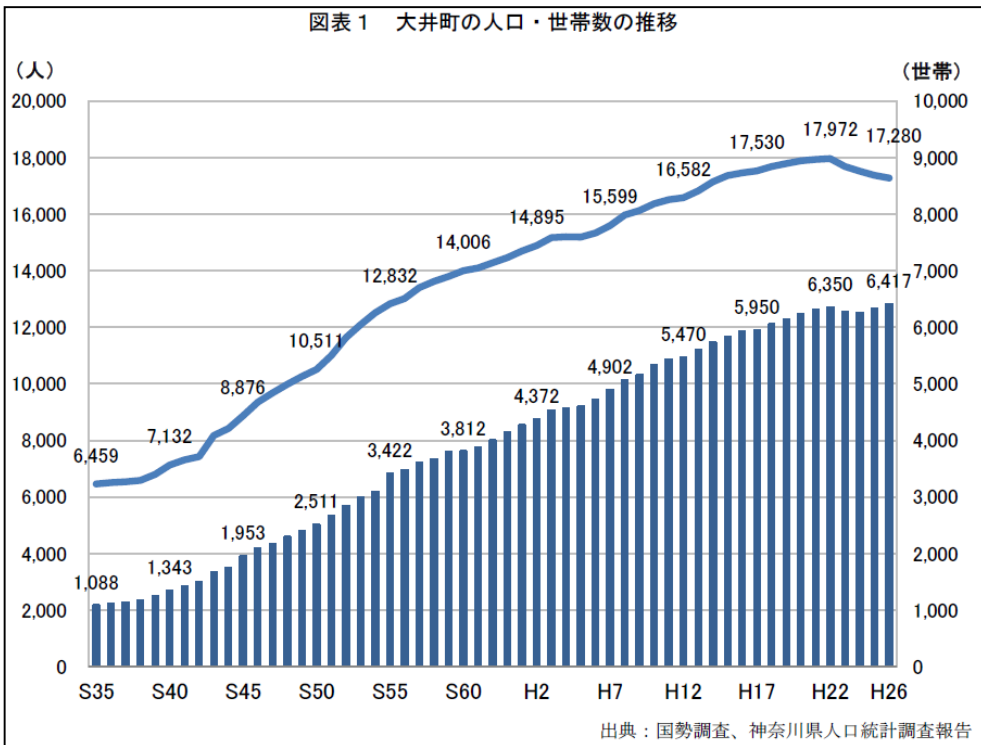
## 大井町の課題・問題点と解決の方向性

### 【大井町の現状】

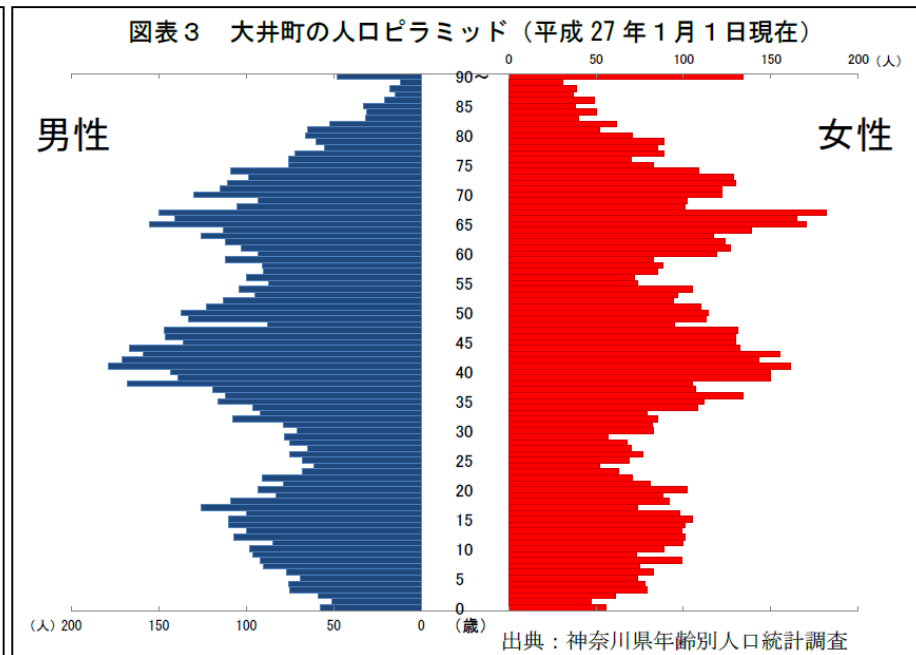
総人口：17,045人（男：8,509 女：8,536 世帯数 6,713）

2017年9月末日現在

図表1 大井町の人口・世帯数の推移



図表3 大井町の人口ピラミッド（平成27年1月1日現在）



## 大井町の課題・問題点と解決の方向性

### 【人口面の課題】

#### ◆人口減少と少子高齢化

- ・平成22年頃を境に人口減少の進行
  - 大手法人の移転による影響
  - 特に生産人口の減少、子育て世代人口の減少
  - 出生率の低下、晩産化、未婚化

### 【産業面での課題】

#### ◆生産人口の流出

- ・大手法人の移転
- ・町外就業者の増加
  - 職住近接ニーズへの対応、町内での雇用創出
- ・産業構造の変化

大井町の課題・問題点と解決の方向性

要するに

子育て世代と働き盛りの若者の  
大井町離れ 加速化

歯止めをかけるために町は様々な取り組みを行っている

安定した雇用環境を創出する  
新しい人の流れをつくる

結婚・妊娠・出産・子育て支援と地域で子どもとを育む環境を整備する  
夢おおい未来をめざし活力にみちたまちをつくる

大井町の課題・問題点と解決の方向性

## 【大井町成長戦略】

### 教育・保育環境の充実

一時預かり保育等の充実 / 小学校教育施設の整備・改修  
民間保育所や関係機関との連携による保育体制の確立

### 産業立地と居住環境の創出

大井中央土地区画整理事業 /  
宅地開発 (仮) 金子吉原地区大規模公園整備 等  
企業誘致

### 相和ブランドの創出

観光・農業拠点整備 (おおいゆめの里整備/四季の里の充実化)  
農業体験事業等による交流人口の増加 / 6次産業化創出 等

### 次世代産業の共創と連携

me-byo valley “BIOTOPIA” (未病バレー「ビオトピア」)  
地域産業との事業連携促進

# はじめに 大井町の現状と課題

シティプロモーションとして掲げるコミュニケーションキーワードの仮説として

## 若者・子育て世代が描く・求める明日の大井町とは？

都会の喧騒から離れて  
プライベートをゆったり過ごしたいのでは？

ちょっとおくても、贅沢な暮らしができるまち  
自分の家もてる町

穏やかな環境で家族との  
時間を大切にしたいのでは？

お母さんと子どもが楽しみながら  
成長できる町  
子供をビビ育てられる町  
家族の絆がつよくなる町

これからの様々な計画に  
変化を期待しているのでは？

これからBIOTOPIAも賑わって楽しそうな町  
大きな公園もできるし、新しい住宅街も  
できるからきれいになる町

現実的またはあきらめを  
感じているのでは？

働く環境があるまち  
実家があるからずっといるまち

新しい価値観に期待しているのでは？

こどもが東京大学にはいれる  
学力がみにつく町  
世界で活躍できる子供が育つ町  
才能開花支援の町



このような傾向（仮説）を  
仕様上の取得内容以外の項目として調査し、  
結果をワークショップに持ち込み検証していきます。

ワークショップについて





冒頭にも述べましたが、私たちは

大井町で暮らすみなさんの誇りや想い、そして愛情をこのブランド戦略にたっぷりと乗せて、地域の内外へと発信していきたいと考えています。

何故かと言うと、皆さんの日々の暮らしには、  
**私たちがまだ知らない町の魅力**がたくさん詰まっているからです。

それはもしかすると、あなたにとっては小さいこと・当たり前のこと  
かもしれませんが、町にとっては一つの魅力。  
そして一つ一つが重なればそれ大きな魅力に変わります。

あなただったらどんな魅力をどのように伝えていきますか？  
**一緒に大井町の魅力を再発見し、形にしていきましょう！**

# ワークショップ概要

開催回	開催時期	テーマ	詳細項目
第1回	10月26日	シティプロモーション推進 理解と準備運動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現状の大井町の取り組みについての説明（10分）</li> <li>・今回実施内容説明（15分）</li> <li>・メンバー自己紹介（20分）</li> <li>・グループインタビュー結果を踏まえた仮説洗い出しワーク（40分）</li> </ul>
第2回	11月16日 (予定)	大井町の今を整理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域資源掘り起し</li> <li>・若者・子育て世代が住みよい町の定義</li> <li>・観光振興の強み・弱み（課題）の抽出</li> </ul>
第3回	12月7日 (予定)	大井町の未来を整理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新資源・思想の発掘</li> <li>・大井町のあるべき未来像</li> <li>・ロゴ、キャッチコピー案出し</li> </ul>
第4回	1月25日 (予定)	シビックプライドの象徴構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>・定量調査報告</li> <li>・ロゴ、キャッチコピー案決定</li> <li>・ロゴ・キャッチコピー等の活用方法案出し</li> </ul>
第5回	3月上旬	総括	<ul style="list-style-type: none"> <li>・総括</li> <li>・次年度以降の取り組みについて</li> </ul>

皆さんから頂いた魅力や特長を整理して、下図のような  
キャッチコピーとロゴを作り上げていきます！

【イメージ例】



神奈川県藤沢市



高知県四万十市

## POINT

## まちの魅力を活かした新たな町づくり・未来づくりへの展開

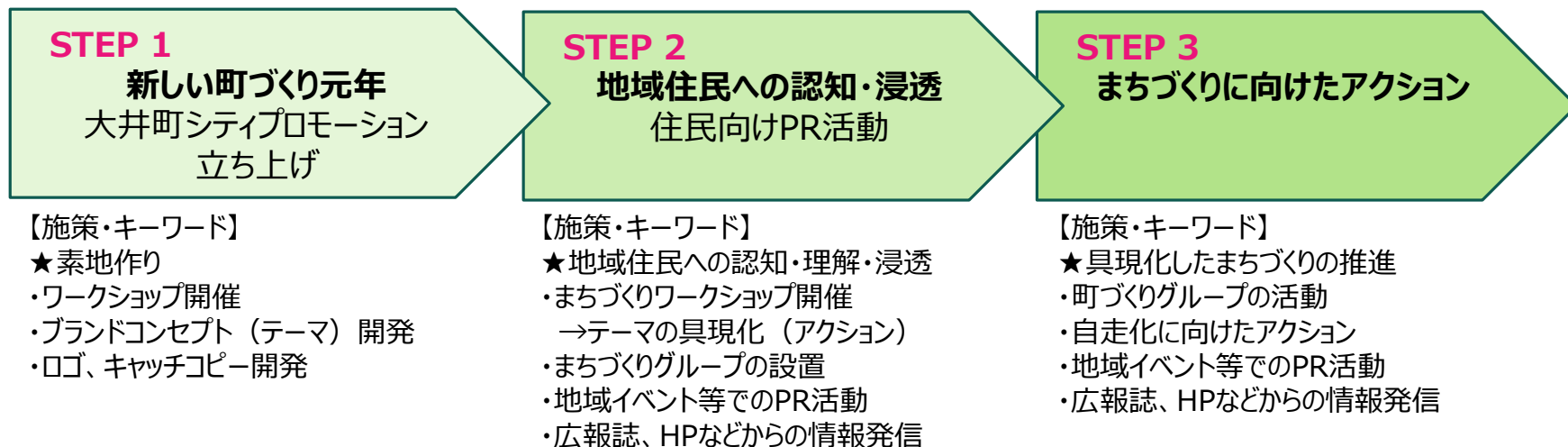
ブランディングとは、「Brand（約束）+ing（し続ける）」活動であり、行政、関連団体、地域住民、全ての当事者の思いが継続しないと成り立たないものです。

今年度の取り組みは、フワフワしていたコトを体現化する、暗黙値だったモノ・コトをロゴやキャッチコピーといった視覚化出来るモノとして表現したにすぎません。



## それらを「ing（し続ける）」ことが新たな町づくりの第1歩

### 【今後の取り組み概念図（案）】



# 事前座談会

開催日：10月4日～6日

- 町内ママ : 9名
- 直近移住者 : 4名
- 町内独身若者 : 3名
- 町外ママ : 5名

- 町内ママ
- 直近移住者

(町外から) 大井町に住むことを決めた理由①

- **交通の便 (大井松田IC・小田急)**
  - 都市へのアクセス○
  - 子どもの就学・就職時にも○
- **日頃の買い物に困らない**
- **土地や住居の広さ (都心と比べて)**
- **新規分譲地**
  - 馴染みやすそう

- 町内ママ
- 直近移住者

## (町外から) 大井町に住むことを決めた理由②

- **都会の狭苦しさ ×  
子どもが広々と遊べる場所がある**
- **のびのび子育てができる**
- **子どもが騒ぐことを気にしなくて良い環境**
- **小規模特例校の取組が子どもに向いている**
- **待機児童問題を気にしなくてよい  
— 働くことができる**
- **鳥の鳴き声、大きく富士山が見える**

- 町内ママ
- 直近移住者
- 町内独身若者

## 大井町の良さ①

- **自然も堪能でき、日頃の買い物をできるお店もあり、不便を感じない**
  - **ちょっと田舎ライフ**
  - **田舎と都会の中間**
  - **自然と便利な生活のいいとこどり**
  - **景色が良い**
  - **過ごしやすい気候**



- 直近移住者
- 町内独身若者

## 大井町の良さ②

- **インターが近く、車での交通の便が良い**
  - 車で勞せず都市・都心へ出れる
  - 日帰りでのお出かけ範囲が広い  
(他関東圏エリア)

- 町内ママ
- 直近移住者

## 大井町の良さ③

- **安心を感じられる近所づきあいができる**
  - **気さく、面倒見が良い人が多い**
  - **気軽に挨拶・話し掛け**
  - **子どもの行動に理解を示す大人が多い**

- 町内ママ
- 直近移住者
- 町内独身若者

## 大井町の良さ④

- **のびのびした環境で、良い子が育つ**  
(≒子どもらしく、素直に育つ)
  - 自然を身近に
  - 都会ではできない体験（陶芸体験・農業体験など）
  - ボール遊びをしても怒られない
- **子どもひとりに対する見守る目が多い**（≒地域で子育て）
  - 安心・感謝（にこにこパトロール隊）
  - 社交性・社会性が育まれる

- 町内ママ
- 直近移住者

## 大井町の良さ④

- **子どもに対するサポートが手厚い**
  - **公立幼稚園の支援○（金額・3年・給食）**
  - **給食が豪華（ボリューム・質・中学まで）**
  - **ふれあい館の職員○**

## 大井町の良さ⑤

- ・ 町外の人に贈る地場特産がちゃんとある
  - ー これまでは贈答品をデパートで購入していたが大井町に移住後は特産品を贈っている

### 例

- ・ 地酒
- ・ 野菜（量・安い・新鮮）
- ・ ひょうたん漬

## 大井町の良さ⑥

- ・ **安くて新鮮な野菜を購入できる直売所（四季の里）がある**
  - － 定期的に開催される魅力的なイベント
  - － その日ならではの品揃えが楽しみ
- ・ **様々な用事を済ませられ、生活の基盤となるまち（松田町住民）**
  - － スーパーでの買い物、病院等
  - － なくなったら困るまち

## 大井町への期待

- **me-byo valley “BIOTOPIA”（未病バレー「ビオトピア」）の今後に期待**
  - － **大井町の中心的（シンボル）な施設として**
  
- **「古き良き」を残しつつ行うまちづくりに期待**
  - － **古き良き自然を活用した地域活性化に取り組んでいる（相和地域など）**