

# 大井町ワークショップ第3回資料

---

「住み続けたい」「住みたい」と思われる町を目指して

2018年1月13日

株式会社マインドシェア

# 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17日	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	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13日	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>

1月13日（土） 10:00～12:00

## ① アンケート調査結果の共有

- ・2017年11月から今回のターゲットである、若者世代、子育て世代に対して、ランダム抽出して約2,000名へアンケート依頼を実施。



## ② 前回の振り返り

- ・前回グループワークして頂いた内容の共有



## ③ ワーク 「キャッチコピーの整理」「ロゴマークのブラッシュアップ」

# アンケート結果の共有

---

## 【実施概要】

- 1 調査目的：若者・子育て世代が感じる町の魅力やニーズ、求めている情報等を調査・分析し、シティプロモーションに向けての基礎資料及びワークショップの下地とする。
- 2 調査対象：独身男女……町内に在住する20歳～39歳の男女  
子育てママ……町内に在住する20～49歳の女性のうち、14歳までの子どもを有する母親
- 3 調査方法：郵便により配布・回収／インターネット調査
- 4 調査期間：平成29年11月中旬～12月初旬
- 5 回収結果：配布票数1,970／回収票数565／回収率28.6%

# アンケート結果の共有（ダイジェスト）

◆全体の7割弱が、大井町が「住みよい」「やや住みよい」ところだと回答。

◆「住みよい」「やや住みよい」と思う理由TOP 3は、

“自然環境が良い” “生活環境が良い” “親がいる又は持家がある”

◆一方で「住みにくい」「やや住みにくい」と思う理由としては、

“交通の便が良くない” が最も多く回答

◆大井町について、魅力的だと感じるものTOP 3は、

“自然環境” “買い物の場” “閑静な住宅・住宅地の景観”

◆全体の6割以上が、若者世代や子育て世代にとって、  
以下のようなまちになれば良いと回答

“豊かな自然の中で、のびのびと子育てができるまち”

“こどもを見守る環境が整備されており、地域全体でこどもを育てるまち”

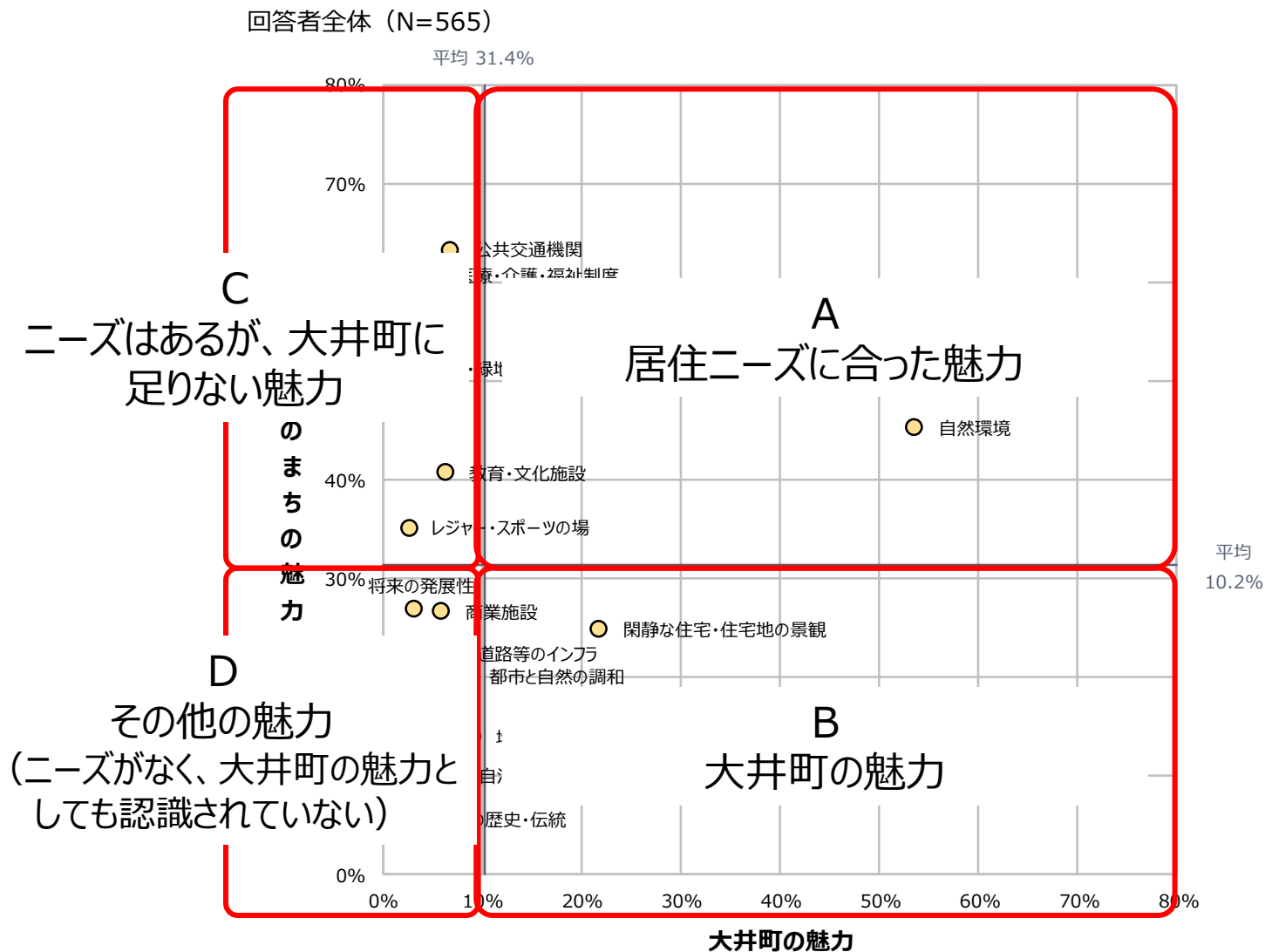
**「大井町について、あなたが魅力的だと感じるものを選んでください。」**

×

**「あなたが、住みたいと思う理想のまちの魅力を選んでください。」**

# アンケート結果の共有（ダイジェスト）

## （１）回答者全体



# アンケート結果の共有（ダイジェスト）

## （２）独身男女

独身男女（N=180）

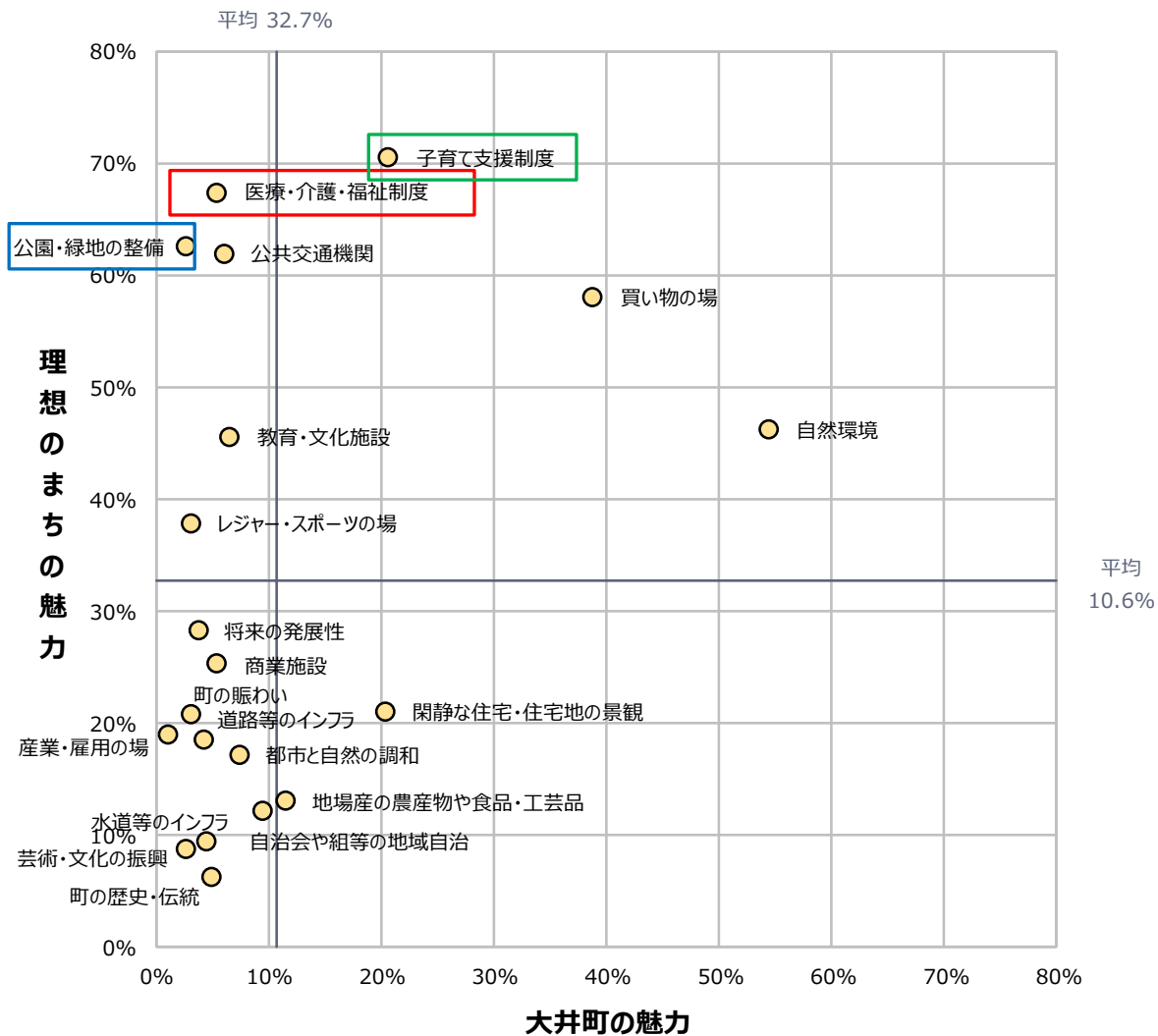




# アンケート結果の共有（ダイジェスト）

## （3）子育てママ

子育てママ（N=362）



# 前回の振り返り

---

# 第1グループ

## 大井町の未来を整理：

### 今あるもの(残したいもの)・未来(あったらいいな！変えたい)を分類

	今あるもの 引き継いでいきたい	未来 あったらいいな・変えていきたい
自分にとって	<p>御殿場線 大井松田 IC →町民の足</p> <p>たくさんある飲食店 カインズ ケーキ屋さん</p> <p>あいさつ運動 にこパト 子ども会 →あったかい地域コミュニティー</p> <p>神輿・祭囃子 お祭 町民体育大会</p> <p>→昔ながらの芸術文化</p>	<p>デパート 映画館 ボーリング場 ゲームセンター →娯楽施設 おしゃれな店 北欧家具やカフェ</p> <p>空港 バス・電車増便 →利便性便利な足</p> <p>大きなホール</p>
子供・親にとって	<p>キレイな山・川 地元の農家 おいしい野菜 給食 地酒 →自然の輪(ネイチャーサイクル)</p> <p>自治会清掃活動</p> <p>体育館 プール 自然園 農業体験</p> <p>医療費免除(中学まで)</p>	<p>大きな公園 大きなアスレチック →アクティブパーク</p> <p>芸術 町立大学</p> <p>小児科 企業(将来の働き口)</p>

# 第2グループ

## 大井町の未来を整理：

## 今あるもの(残したいもの)・未来(あったらいいな！変えたい)を分類

	今あるもの 引き継いでいきたい	未来 あったらいいな・変えていきたい
自分にとって	自然 山・川・蛍・田・畑 里山風景 四季の里 自然とのふれあい (ブルックス)の森 →豊かな自然環境	ゲートボール場・パークゴルフ場 スポーツ大会が出来る町 色々なスポーツが出来る町 総合病院 温泉 →健康(未病) 電柱のない富士の見える景観 かし景のある住宅地
	人とのつながり (自治会活動等) ひょうたん祭り →絆・笑顔	広い公園を利用したコミュニティづくり みんなが・大勢の人が参加できるイベント 人と出会えてふれあえる場所 町民(幼児～老人)が一緒に憩える場 広い(公園) →絆・笑顔 ブルックスの無料コーヒー コミュニティの場
子供・親にとって	食の町 お店が多い 酒蔵(酒造) (ブルックス)の夜景	通勤バス(都心へ) いつでも乗れるコミュニティバス 螢 町立記念日 何でも無料日

# 第3グループ

## 大井町の未来を整理：

## 今あるもの(残したいもの)・未来(あったらいいな！変えたい)を分類

	今あるもの 引き継いでいきたい	未来 あったらいいな・変えていきたい
自分にとって	<p>ひょうたんもすいっぴーも輝く場を</p> <p>「伝統」にとらわれず柔軟に対応できる大人たち</p> <p>にこパトさん 人のつながり 自治会 高齢者が元気</p> <p>笑顔 農家の人(おじいさん・おばあさん→語り部)の話を聞く</p> <p>ご近所助け合いの精神 「おはよう」がきこえる</p> <p>人のあたたかさ →にここにあったか人へのつながり</p> <p>自然 生物多様性 酒匂川の景観と生き物 富士の景観</p> <p>きれいな星空街灯多すぎない(きれいな空気)</p> <p>野生動物との共生 富士山が見える環境</p> <p>大井町カルタにあるどこからでも見える富士山マップ(復刻版)</p> <p>ツバメ・白サギ・キジ・カモなど鳥が住める環境</p> <p>きれいな川・川辺 遊び場 自然にふれあえる</p> <p>→ほどほどちょうどいい身近な自然</p>	<p>交通 公共交通機関 町の隅々を走るコミュニティバス</p> <p>交通系 IC カードで東京にも京都にも行ける</p> <p>→公共交通機関</p> <p>福祉施設 障がい者がスタッフのカフェ・レストラン(ふれあいの為)</p> <p>障がい者も一緒に集える場 →福祉</p> <p>主婦(子持ち)でも働きやすい職場</p> <p>東京の品川の大井町より有名になる</p> <p>喜ばれる持って行きやすいお土産</p> <p>そば街道(地元そばの食べ歩き)相和地域</p> <p>農家レストラン 産地直送の野菜</p> <p>周りの町との連携</p> <p>町民も役場の職員も一緒にまちづくりを考える</p> <p>相和地域にアートビエンナーレ 集客施設 コストコやアウトレット</p> <p>子供も大人も楽しめる他所から呼ぶことができる劇場 映画館</p> <p>公共の(市営でも)プール 結婚式場(披露宴ができる場)</p> <p>神社・寺での野外映画会(昔はよくあった) →建物</p> <p>人と人が「集える」 「コミュニケーション」がとれる施設</p> <p>隣の人とあいさつ以上の会話ができる</p>

# 第3グループ

## 大井町の未来を整理：

## 今あるもの(残したいもの)・未来(あったらいいな！変えたい)を分類

子供・親にとつて	あしがら刺繍の復活 地域ごとのお祭り(神社など) →伝統	人と人が「集える」「コミュニケーション」がとれる施設	隣の人とあいさつ以上の会話ができる
	安全・安心	元気な人々 →ヒト	
	野菜の直売所一覧マップ(まちなかに点在する直売所)	平和自治体宣言の碑と非核自治体宣言の碑	
	伝統歴史 養蚕やタバコの栽培の歴史	自然エネルギーの活用	
	おいしい野菜 給食の地産地消 乗馬場	生まれた子供に大井町産の野菜・果物プレゼント(こうのとりベジタブル作戦)	
		大学の友達に「ウチにおいでよ!」といえる	おもいきり走れる場所
		一流シェフの作った給食	子どもが遊べる広場公園 小児科
		現在進行中の中央公園が子供たちにとって楽しい公園となること	
		子連れ赤ちゃんといっしょに行ける(多人数)座敷の食事処	
		子供会などでいける工場見学など学べる場所	
		出産できる場 病院・助産院 →子供のため	

# 第4グループ

## 大井町の未来を整理：

### 今あるもの(残したいもの)・未来(あったらいいな！変えたい)を分類

	今あるもの 引き継いでいきたい	未来 あったらいいな・変えていきたい
自分にとって	<p>酒匂川・松並木 地下水 自然 山歩き 眺望</p> <p>美味しい野菜 →これからも残したい自然</p> <p>大井松田インター</p>	<p>毎回乗れる巡回バス</p> <p>券売機(電車の本数増やしてほしい)</p>
子供・親にとって	<p>幼稚園バスが無料 給食センター 町民体育大会</p> <p>→町民に寄り添う行政</p> <p>ブルックス建物 →観光施設</p> <p>スーパー・コンビニが多くて便利 人柄 →暮らしやすさ</p>	<p>町で取り組んでいることをもっと発信して欲しい 子供会の運営を町でやる</p> <p>→町民に寄り添う行政</p> <p>プロジェクションマッピング ブルックス屋上からの眺めを利用する</p> <p>ひょうたんの博物館 自然を活かした動物園 →観光施設</p> <p>小児科(耳鼻科などまんべんなく) →暮らしやすさ</p>

# 各チームから挙がったキャッチコピー案

## 分類分け

### 【現状ある自然などのスペック】

- ・富士山に見られている美しい町
- ・富士山ひょうたんすいっぴーでおもてなし
- ・富士山も見てる。
- ・青い空緑の大地清き水大井町
- ・ひょうたんだけの大井町
- ・やまかわめくみ大井町
- ・まち全部が自然園
- ・お～い！未病だよ！！
- ・豊・酒・活・温・農・動・輪・丸

- ・人も自然もあつたかい町
- ・ひとも自然もおとなりさん
- ・自然と人が寄り添う大井町

### 【現状感じている人柄などのスペック】

- ・おだやかな子が育つまち
- ・人とのつながり大井町
- ・人とつながる大井町
- ・あつたか人となりほどほど自然
- ・せっかち待った！！大井町
- ・笑顔のおおい町
- ・ふれあいと笑顔があふれる町
- ・笑顔と自然がおおいまち
- ・笑顔と自然があふれるおおいまち

### 【田舎をキーワード、利便性の良さと自然の融合】

- ・JOYなか(田舎)大井町！！
- ・アナログぎっしり大井町
- ・都田舎大井町
- ・何もないけどなんでもある
- ・ちょいいなか(ちょいなか)
- ・ちょいなかおおいまち
- ・おいでよ都田舎、大井町
- ・箱根に近い大井町 都心に近い大井町 熱海に近い大井町
- ・インター降りたら5分で帰宅大井町
- ・ワンマン電車の乗り方おぼえられます大井町
- ・単線電車に乗ってみよう大井町
- ・神奈川にも大井町あり
- ・程よい町
- ・中途半端ちょっと

### 【「おおいまち」を文字っている】

- ・多すぎるだろ大井町
- ・大井じゃないよ多いだよ
- ・子どもののびしろおおい町
- ・おだやかおおい町
- ・おおいにゆつたりのんびり大井町
- ・地域のつながりが多い(大井)町
- ・おいしいおおい
- ・多くないけど多い(大井)町
- ・おっきくないけど大井町
- ・夢大井町 何もないから何でもできる
- ・すくない？おおいよ。
- ・OH！良いまち

- ・おもいきり おおらか いいまちだよ
- ・おお！いいまち大井町

- ・自然もおおい便利もおおい大井町
- ・オーイおおいまち(大井町)多様性のまち

- ・あっちの大井町、こっちの大井町
- ・おおいおおいまちがえないで神奈川県大井町

#### 追加案

#### ●わくわくドキドキ 大井町

旅路の分岐点でもある大井町、わくわくした気持ちで立ち寄った場所にあつたものは、ドキドキするような町、大井町。何だか楽しくなる町。  
近くに活断層もあってドキドキ感倍増。そんな意味も込めました。

#### ●夢わくわく 大井町

お年寄りから子供まで、立ち寄ったらわくわくするような町づくりを込めました。

#### 追加案

#### ●すぐ隣に、もう一人のばあば

大井町は幸い通りがかりの人に挨拶する土壌もあるので、大げさに言うと、「おじいちゃん、おばあちゃん代行」を町ぐるみで行うことも可能ではないかと思えます。うちも子育て世代で、夫婦揃って実家は遠方です。

一方、周りの家庭はほとんど地元民なので、親と同居か、または近所に親がいます。我が家が幼稚園や小学校で困るのは、妻か私の代わりに担える人がいないことです。特に遠方出身の方は同じような悩みを抱えることが少なからずあると思えます。



ロゴマーク



【解説】

採用したキャッチコピー	OH! いい町.
ロゴのコンセプト	みんな仲良しで野菜もおいしい
採用したモチーフについて	富士山、ひょうたん、さつまいも、大根、すいせん
採用した色味について	赤、ピンク、オレンジ、黄、茶、黒、白、水色、黄緑、緑、青.
その他訴求ポイント	仲良しで野菜もおいしくて笑顔な所.

ロゴマーク



【解説】

採用したキャッチコピー	OH! 良町
ロゴのコンセプト	みんな笑顔で良町
採用したモチーフについて	ひょうたん、あいせわ 富士山
採用した色味について	青、水色、オレンジ、赤、ピンク、茶、うす茶、緑、黄緑、白
その他訴求ポイント	子育てしやすい町、つながりのある町

ロゴマーク



【解説】

採用したキャッチコピー	笑顔のおおい町
ロゴのコンセプト	笑顔 いっぱい
採用したモチーフについて	富士山、ひょうたん、すいせん、緑
採用した色味について	緑、水色、青、オレンジ、赤、ピンク、うす茶
その他訴求ポイント	いろいろな人とのつながりを表現している

## ロゴマーク



### 【解説】

採用したキャッチコピー	人とつながる 大井町
ロゴのコンセプト	人とつながる所 箱根や都心につながる所
採用したモチーフについて	ハート 富士山 ひょうたん すいせん
採用した色味について	赤、ピンク、オレンジ、黄、水色、白、黒、茶
その他訴求ポイント	人とつながり、交通のアクセスもよい所

## ロゴマーク



### 【解説】

採用したキャッチコピー	夢、生、食、豊、山、路、笑、都、農、水、酒、瓢
ロゴのコンセプト	
採用したモチーフについて	一文字漢字、神奈川県・大井町の形
採用した色味について	色は少なくシンプルにした
その他訴求ポイント	町を表す一文字漢字はブルーパCのものを参考にアレンジを加えた

## ロゴマーク



### 【解説】

採用したキャッチコピー	笑顔のおおい町
ロゴのコンセプト	「笑顔」と「ふれあい」
採用したモチーフについて	「スイッピー」と町の木「金木犀」「富士山」「ひょうたん」など
採用した色味について	
その他訴求ポイント	

## ロゴマーク



### 【解説】

採用したキャッチコピー	夢大井町 何もないから何でもできる
ロゴのコンセプト	ブルックスからの眺望をシンプルに描いた（ブルックス風の建物がお墓に見えてしまうので窓などあった方がいい）
採用したモチーフについて	富士山、ブルックス、すいせん
採用した色味について	
その他訴求ポイント	

## ロゴマーク



【解説】

採用したキャッチコピー	ちよいなかおおいまち
ロゴのコンセプト	「ちよいなか」と「寄り添う」
採用したモチーフについて	町の木「金木犀」と「地下水」「ひょうたん」「富士山」など
採用した色味について	
その他訴求ポイント	



ロゴマーク

【説明】

採用したキャッチコピー	おおすぎるだろ おおいまち
ロゴのコンセプト	たくさんある大井町の特徴をつめこみました。
採用したモチーフについて	大=富士山、酒匂川 井=ME-BYOビル、すいせん、夜空、芋、ひょうたん、ミカン、畑、川魚、米田 町=御殿場線
採用した色味について	自然の空色、緑色が映える色味にしました。
その他訴求ポイント	大井町の自然の魅力と、電車も通る田舎過ぎない事を表しました。

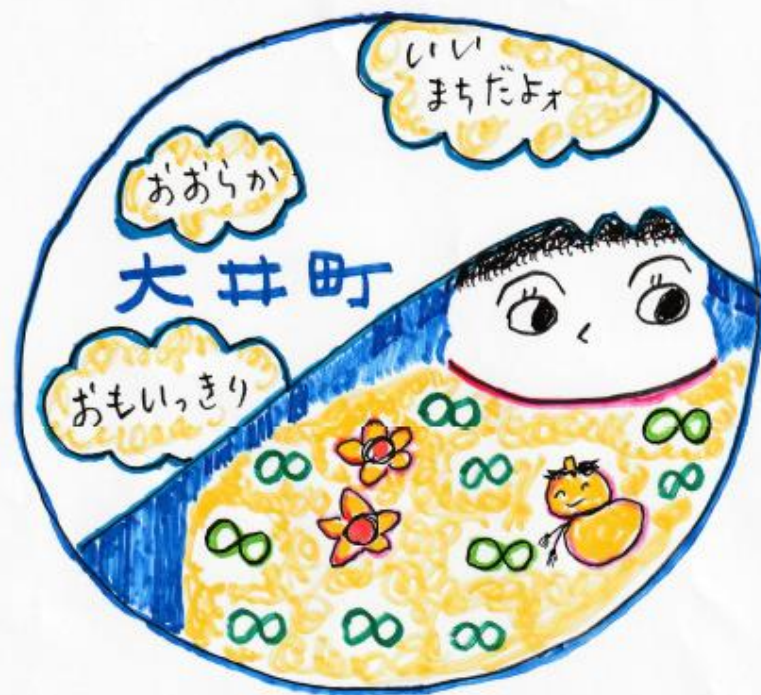
ロゴマーク



【説明】

採用したキャッチコピー	まち全部が自然園
ロゴのコンセプト	わかりやすく、ぬくもり、あたたかみのあるものにしました。
採用したモチーフについて	大井の文字を重ねた形 富士山が見下ろす自然豊かな場所を表現しました。
採用した色味について	富士山の水色と白色、稲穂の黄金色、田畑や自然の黄緑色をしようしました。
その他訴求ポイント	色んな場所で使いやすいようにシンプルにしました。

## 有志の方から挙げて頂いたロゴマーク案



あ.

採用したキャッチコピー	おもいきり おあらか いいまちだよ
ロゴのコンセプト	富士山にいつも見守られて、おあらかさをかもし出すまち
採用したモチーフ	大井町の花 21セン、ひょうたん、無限大を表わす∞
採用した色味について	山の色 群青、自然の色 緑、輝く色 黄色
その他訴求ポイント	のびしろいっぱい、多様性の思いをこめて∞を入れた

**今回のワーク！**

---

集大成として、皆さんから頂いたアイデアの主軸から  
キャッチコピー案の最終方向性を作成

+

それを象徴するモチーフを選定

モチーフは簡潔に簡素に！

象徴 → 象形

つまりシンプルに汎用性のある、という視点

あと、もうひとつ大事なことは大井町の独自性！という視点  
(隣接の開成・松田・中井、小田原と何が違うの？)

## 今後作成されたロゴ・キャッチコピーの活用イメージ

大井町に住む、働く人々の身近なシーンで活用

大井町を全国に、全世界に向けて情報発信する際に活用  
(インターネット、SNS、地域外イベントなど)

あらゆるシーン、グッズにて活用する事を想定し

**よりシンプルに！**

- ・デザインが煩雑でない
- ・主張しすぎない（パッケージに貼るとかを考慮、色数）

# 今後作成されたロゴ・キャッチコピーの活用イメージ

## ▼ご当地ナンバープレート



## ▼ご当地飲料（緑茶）



※市内のコンビニ等で販売中

## ▼特産品（ずんだ餅）



## ▼グッズ各種（タンブラー、コップ、手ぬぐい、絆創膏）



## ▼オフィシャルガイドブック



# 今後作成されたロゴ・キャッチコピーの活用イメージ

▼法被・のぼり  
(愛知県知多市)



▼道の駅所有キッチンカー・職員用ポロシャツ  
(宮城県登米市)



▼ポスター・マスキングテープ (和歌山県紀の川市)



※イベント等で配布

▼ピンバッジ (大阪府吹田市)



※庁舎で販売

▼缶バッジ・コースター (栃木県足利市)



※庁舎・公民館で配布

▼ネクタイ (栃木県鹿沼市)



※物産館・庁舎等で販売

▼名刺 (愛知県岩倉市)





## 岐阜県 各務原市

人口14.47万人、面積87.77m<sup>2</sup>

シティプロモーション「キャッチコピー、ロゴ」



- 各務原市の特徴でもある「航空宇宙産業」を連想させると同時に、上質なものを表す「三ツ星」と上昇する「飛行機」から、みんなの暮らしが向上していくイメージを表現している。

# 茨城県 つくばみらい市

人口4.881万人  
面積79.16m<sup>2</sup>

## シティプロモーション「キャッチコピー、ロゴ」

### ■キャッチコピー

「みらいをつくるば」とは、つくばみらい市民は、自らでよりよいみらいをつくろうと暮らしており、そうした市民のみらいに向けたエネルギーあふれるまちを表現した言葉。

また「みらいをつくるば」には「つくばみらい」の文字が含まれ、どなたにもなじみの良い言葉としている。

### ■ロゴマーク

一人ひとりがみらいを想像する気持ちを、指でフォーカスするポーズで表現し「太陽のように明るいまらい」をイメージさせるイエローをメインカラーとして配色。



# 大阪府 和泉市

人口18.61万人、面積84.98㎡

## シティプロモーション「キャッチコピー、ロゴ」

古から人が生活を営み、自然、歴史、伝統を守り続けている和泉市。

その軌跡で生まれた美しく多彩な魅力や成長を続けている姿に、人が惹きつけられ、虜（とりこ）になっていくことを表現している。和泉市のトリコとなる人を少しでも増やしたいとの願いが込められている。



## 神奈川県 藤沢市

人口42.39万人、面積69.57km<sup>2</sup>

### シティプロモーション「キャッチコピー、ロゴ」

#### ■キャッチコピー

海だけでなく、自然も食も歴史も便利さも、子育てや介護、安全安心も、胸を打つ魅力にあふれる藤沢が、私たちは大好き。そして、この大好きな想いがエネルギーになり、さらにまちにいきいきとした輝きをプラスしています。暮らすだけで、訪れるだけで、「キュン」とするまち、それが藤沢です。

#### ■ロゴマーク

「大好きな想い」に満ちあふれた市民は、みんな笑顔で輝いています。市民の笑顔が、藤沢には大切なエネルギーです。笑顔の「キュンとするまち。藤沢」からはじまるこれからの胸が膨らみます。



## 愛媛県 松山市

人口51.27万人、面積429.40km<sup>2</sup>

### シティプロモーション「キャッチコピー、ロゴ」

#### ■ キャッチコピー、ロゴ

松山は、何かひとつがスゴいのではなく、いろいろな魅力が絶妙に程よく混ざりあう。

そんな「いい、加減。」な豊かさを松山らしい穏やかさが感じられる手書きの円で表しています。



# 兵庫県 芦屋市

人口9.447万人、面積18.47m<sup>2</sup>

## シティプロモーション「キャッチコピー、ロゴ」



- 芦屋市の象徴的なモチーフ（ヨドコウ迎賓館、六甲山、クロマツ、コバノミツバツツジ、ヨットハーバーなど）をあしらったデザインと、「まちなみ、文化、緑や海など美しい自然」といった本市の魅力を「憧れ」の一言に凝縮し、それらを「日常」として親しみを感じていただきたいという希望を込めたキャッチフレーズをロゴマーク。

# 神奈川県 伊勢原市

人口10.15万人、面積55.56㎡  
シティプロモーション「キャッチコピー、ロゴ」

## ■ キャッチコピー

人と人、人と自然、文化と生活、歴史と未来がいつも「いい仲」でいられること。

二番目の「い」の重なりは「いい田舎」というメッセージを隠していて、一行目の「**なかなか**」は伊勢原が神奈川のど真ん中に位置するから。

## ■ ロゴマーク

ゲーム盤のような四角いドットで構成したマークは「伊」を表している。

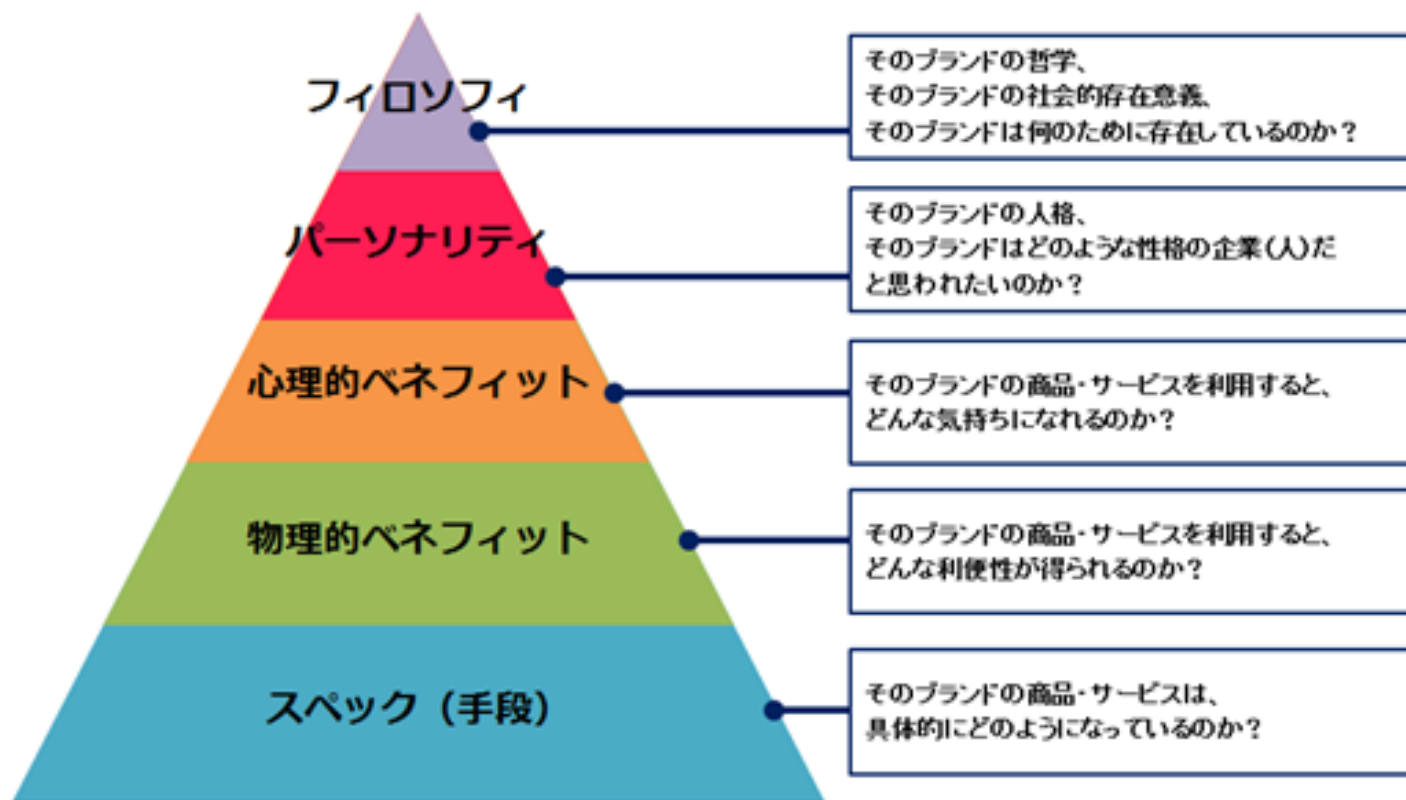
よく見ると神奈川県のシルエットにも似ている。伊勢原を代表する

「大山」「大山こま」「果物」「豆腐」のアイコンを配している。



なかなか  
いいなが  
いせはら

## ブランド・コンセプトの構造





〈キーワード〉

ちょっと田舎、都田舎  
程よい距離感を持った人付き合いが出来る  
のびのび・ゆったり・のんびり  
のびしろ・ときどきワクワク

〈象徴するモチーフ〉

田んぼ、フェイジョア、ひょうたん、(富士山)、きれいな川、緑茂る里山  
→ 自然的要素

ブルックス、大井松田IC、255号線沿い  
→ 近代的要素

笑顔、温もり(心)、見守り(隣の人との距離感の近さ)  
→ ヒト的要素

【パーソナリティ】

「自然と利便性が融合している住み良い町」  
「隣の人(自然)との距離が近い町」  
「小さなスペック(モノ、コト、ヒト)が寄り集まっている町」

【ベネフィット】

◆心理的ベネフィット

- ・ゆったり／のんびり流れる時間
- ・面倒見のいい、心地よい、寄り添う気持ちが溢れる
- ・おらかな気持ちになれる空間

◆物理的ベネフィット

- ・都心／喧騒との距離感、田舎と都会の共存
- ・不便と便利の融合
- ・不便さが残るが可能性／伸びしろを感じられる

・将来性、のびしろ

【スペック】 第1回・第2回ワークショップ内容

◆自然的要素

富士山が見える、里山、酒匂川、田園風景、フェイジョア、ひょうたんなど自然から恩恵を受けて成り立つ要素

◆物理的要素

交通の便の良さ(大井松田IC、御殿場線)、255線沿いの利便性、小田原・箱根などまでの距離感、小田急線へのアクセス→「ちょっと足を伸ばせば」の距離感、

◆そこからもたらされる住民性

- ・近隣住民との関連性、支えあう関係性など
- ・おらかなさ、おだやかなさなどの性質