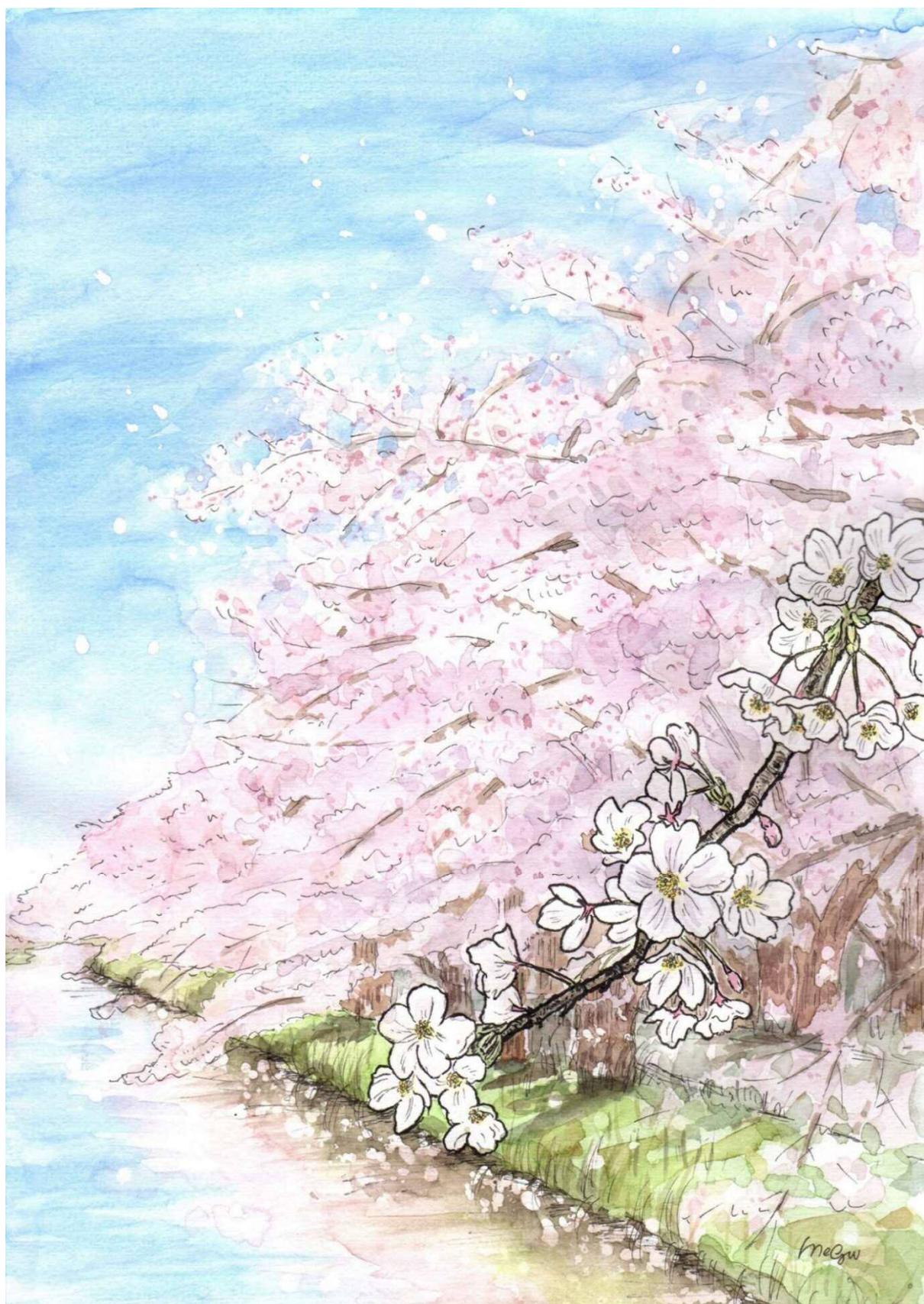


大口町プロモーション戦略 第1期アクションプラン



大口町

目次

第1章 はじめに	1
1. 戦略策定の背景	1
2. 戦略の位置づけ	2
3. 計画期間.....	2
第2章 大口町の現状とプロモーションの課題	3
1. 大口町の魅力	3
2. 大口町の現状	5
3. プロモーションの課題.....	7
第3章 プロモーションの基本方針.....	9
1. ねらいと大切にすべき視点.....	9
2. プロモーションの基本方針	10
第4章 プロモーション戦略	12
1. プロモーション戦略	12
2. プロモーション戦略の展開イメージ	14
第5章 第1期アクションプラン	15
1. 第1期アクションプラン	15
2. 住民が主体的に取り組むプロジェクト例	16
第6章 推進体制	17
参考資料.....	18
1. 策定経過.....	18
2. ふれあいまつり2016での「大口町の魅力」調査.....	19
3. 町民プロモーションワーキング会議の結果概要	21
4. 企業従業者アンケート調査結果の概要.....	30

第1章 はじめに

1. 戦略策定の背景

大口町の先人たちはこれまで、豊かな田園風景や五条川と桜を守り続けるとともに、健全な財政力の確保や住民の雇用環境を整えるため、戦略的に様々な企業を誘致するなど、未来の住民に想いを馳せながら、まちづくりを進めてきました。

その結果、農村的な環境がありながら、都市部までも近く、田舎と都市のバランスのとれた暮らしを享受できる豊かなまちになりました。また、全国的に人口減少が進む自治体が多い中、就職を契機として大口町に転入する若い男性が多く、人口増加基調が続いているのも特徴的です。

しかしながら、2015（平成 27）年度に策定した「大口町人口ビジョン」に示すように、将来的には人口減少社会に向かっていくことが予想されているとともに、2017（平成 29）年 3 月 1 日現在で高齢化率が 22.6%と既に超高齢社会を迎えており、少子高齢化のより一層の進行等を背景とした様々な社会問題、地域課題が表面化してきています。

その中で、今後とも大口町が持続的に発展していくためには、バランスある人口構成を実現していく必要があり、特に若い世代の定住・移住を進めることがポイントとなります。

そこで、豊かなまちや恵まれた子育て環境・就労環境などの魅力を活かして、若い世代を中心とした住民[※]の大口町へのシビックプライド[※]を醸成し、定住意欲を高めるとともに、住民のシビックプライド[※]を通して大口町の魅力を発信し、大口町にゆかりのある人を呼び込むプロモーションに取り組むこととしました。



桜の植樹風景 昭和 28（1953）年頃

五条川の桜は、全国桜百選に選ばれています。

それは、昭和 27（1952）年当時の大口村村長・社本鋭郎氏が用意した、1本のソメイヨシノの苗木を植えたところから始まりました。その後、植樹や草刈りなどの手入れを住民と協力して育てていきました。

大口町の象徴である桜は、約 65 年前の植樹が原点となり、住民の協力のもと、今の大口町に花を咲かせています。

未来の大口町に想いを馳せながら住民[※]のみなさんと協働でプロモーションに取り組む大切さを教えてくれる写真です。

※「住民」

大口町まちづくり基本条例において、大口町内に住んでいる人、活動している住民団体、活動している事業所を「住民」として定義しています。

※「シビックプライド」

住民がまちに対してもつ誇りや愛着のこと。「郷土愛」と似ていますが、単にまちに対する愛着を示すだけではなく、自分自身が関わって、そのまちをより良い場所、より良いまちにしていこうとする、当事者意識に基づく自負心のことです。

2. 戦略の位置づけ

大口町では、人口減少時代と超高齢社会の到来と本格化を見据え、「みんなで進める自立と共助のまちづくり」を基本理念として掲げた「第7次大口町総合計画」〔計画期間：2016（平成28）年度～2025（平成37）年度〕を策定しました。また、「大口町まち・ひと・しごと創生総合戦略」〔計画期間：2015（平成27）年度～2019（平成31）年度〕において、いつまでも持続的に発展するまちを形成していくための施策事業を取りまとめ、その中で、新婚世帯・子育て世帯を中心とした若い世代を呼び込むためのプロモーションを位置付けています。

本戦略は大口町のプロモーションの方向性を、アクションプランは具体的な取組内容を示すものです。

3. 計画期間

「大口町プロモーション戦略」の計画期間は、「第7次大口町総合計画」〔計画期間：2016（平成28）年度～2025（平成37）年度〕の計画終了期間である2025（平成37）年までとし、3年ごとに「アクションプラン」を策定します。



第2章 大口町の現状とプロモーションの課題

1. 大口町の魅力

本戦略及びアクションプランを策定するにあたって、「住民プロモーションワーキング会議」や「ふれあいまつり」において、住民が日ごろ感じている大口町のまちの魅力を把握しました。

住民が日頃感じている大口町のまちの魅力

■大口町の雰囲気

- ・生活と仕事の共存が出来ている
- ・自然と生活利便性が共有
- ・いい田舎加減、自然と便利さが共存
- ・規模は小さいが何でもある
- ・昔と変わらぬ雰囲気がある
- ・車の通りが少なく静か

■人財

- ・ねぶたを作る人、盆踊りを教えてくれる人、大口町の歴史に詳しい人など、色々な特技を持った人がいる
- ・まじめ、親切、ノリがよい、懐が深い、発想が豊か、おもしろい人が多い
- ・ボランティアで掃除などをしてくれている
- ・企業の役員がいる。海外で仕事をする人材が多い

■人づきあい・交流

- ・小さい町だからアットホームな雰囲気。町民の一体感がある。仲間が集う場所、機会が多い
- ・活動している人がたくさんいる
- ・近所でも会話が長く、挨拶も多い。知らない人ともしゃべる
- ・先輩後輩、大人と子どもなどいろいろな人と交流する機会がある
- ・「ありがとう」文化が子ども世代に根付いている
- ・玄関に野菜が置いてあったり、おすそわけの文化があり、近所との付き合いが深い
- ・みんな下の名前と呼ぶので親近感がわく
- ・退職した後に地域に関わることができる町

■自然環境

- ・五条川の桜並木が良い。きれい
- ・緑が多い。昆虫が多い
- ・キジ、タヌキ、キツネ、イタチ、ウグイスなど、動物がたくさんいる
- ・空が広く、朝日、夕日がきれい。星がきれい
- ・のどかな田園風景。風にゆれる稲穂。緑の絨毯と金色の絨毯。畑が多い
- ・五条川が昔よりきれいになっている
- ・タニシ、ドジョウ、うなぎがいる。ホタルを見ることができる

■育児・教育

- ・子育てに良い。子どもが増えている
- ・子どもが3人いる家庭が多い
- ・近所の人がいるいろいろ見てくれる
- ・公園が多い
- ・待機児童ゼロ。保育園が木育をしている
- ・小中学校が連携している
- ・小中学校は冷暖房が完備で、床暖房もあり、給食の食器が良く、きれい。
- ・クラブ活動でバスが出る。ビオトープで賞を取った
- ・中学生まで医療費が無料
- ・3人目以降は保育料が無料である

■産業・企業

- ・大手企業が多い
- ・ものづくりから物流まで色々なジャンルの企業がある
- ・企業向けのメリットが多い

■働く場

- ・地元企業で長く働ける
- ・就労機会が多い
- ・子どもが地元企業に興味を持っている

■祭り・イベント

- ・やろ舞、れんげまつり、ふれあいまつりなどお祭り・イベントなどの催しが多い
- ・昭和時代の雰囲気のお祭りをやっている
- ・ちょうどいい規模の町民運動会
- ・年間を通して子どもや親が参加する自然体験がある
- ・企業の支援があり、豪華
- ・イベントへの参加率が良い。盛り上げてくれる
- ・小学校を見守る「GG パパ」が餅つきをしている
- ・イベント、お得情報などが充実

■利便施設

- ・色々な規模のスーパーが多くある。買い物できる場所が多い
- ・大中小の医療機関がある
- ・飲み屋がないからまっすぐ帰れる

■公共施設

- ・町の真ん中に、色々な施設が整っている
- ・ウィル大口がある
- ・公園、図書館など高齢者、幼児が集まれる施設が充実している

■歴史

- ・松江城主の堀尾吉晴さんの出身地であり、堀尾金助、真田幸村のお姉さん、信長や山内一豊などゆかりのある歴史人物がいる

■名所

- ・史跡、神社、仏閣がある
- ・昔ボートがあった五条川
- ・金助公園貝塚。汗かき地蔵。長松寺。裁断橋の再現

■交通

- ・名古屋までの交通の便が良い
- ・柏森から名古屋駅に近く、通勤に便利。特急も停まる
- ・柏森駅近くに無料自転車置き場がある
- ・道路がしっかりしており、小牧 IC が近い。車があれば便利
- ・バスで駅に行ける
- ・坂がなく自転車でどこでも行ける

■食文化

- ・さばの押し寿司を昔は家で作っていた
- ・アイスクリーム、ブッセなどのご当地のお菓子がおいしい
- ・すき焼き
- ・お正月前にニワトリをしめる
- ・大口町は麦茶を作っていた
- ・季節の料理がある

■土地

- ・広い土地があり、将来活用できる
- ・土地がお手頃な値段で住みやすい

■町の職員

- ・役場の対応が良い
- ・大口町職員との距離が近い
- ・職員がハイテンション。やさしい

■安心・防犯

- ・災害が少ない
- ・駅が近いので安心
- ・見守り隊がいて、車で夕方まわってくれているので安心
- ・110 番の家がある
- ・玄関に鍵をかけなくてもいいぐらい安全

■その他

- ・リサイクル率が高く、ごみ出しが便利
- ・1人あたりの町財政の借金が少ない
- ・ポケモン GO で人が集まるようになった
- ・南の方は三世代で住む人が多い

2. 大口町の現状

本戦略を策定するにあたって、「町内企業従業員向けのアンケート（企業従業員アンケート）」を実施するとともに、総合戦略策定時に実施した「若い世代が住みやすいまちに関するアンケート（若い世代アンケート）」を活用して、大口町民のまちの評価や定住意向等を把握しました。

回答者の8割以上の方が大口町は住みやすいと評価しています。しかしながら、大口町への定住意向を尋ねると、若い世代アンケートでは7割以上の方が定住意向をもっているのに対して、企業従業員アンケートでは6割弱とやや低く、特に、10代、20代の定住意向が低くなっています。また、大口町を他地域の人に自慢できるかどうか企業従業員に尋ねたところ、“自慢できる”は半数以下となっており、“自慢できない”の方が上回っています。

【若い世代が住みやすいまちに関するアンケート】

調査概要：住みやすいまちづくりを進めるための戦略（計画）づくりのためのアンケート調査
 調査対象：2015（平成27）年11月1日現在、大口町に在住する20歳～40歳の町民約2,500人
 調査方法：郵送配布・郵送回収方式
 調査期間：2015（平成27）年11月25日から12月10日まで

図 年齢別「大口町における住みやすさの評価」

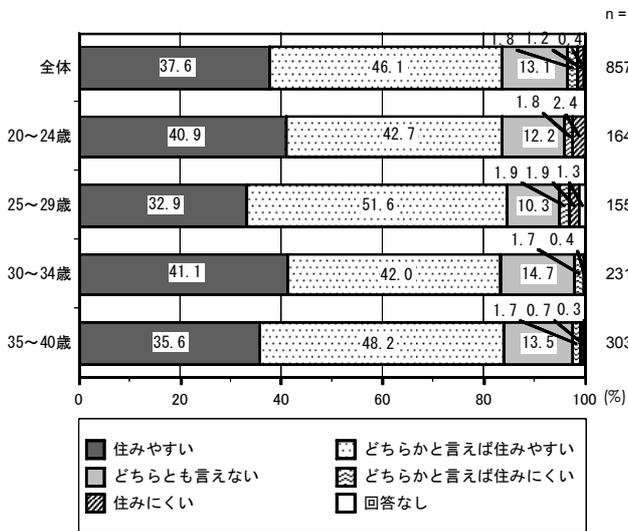
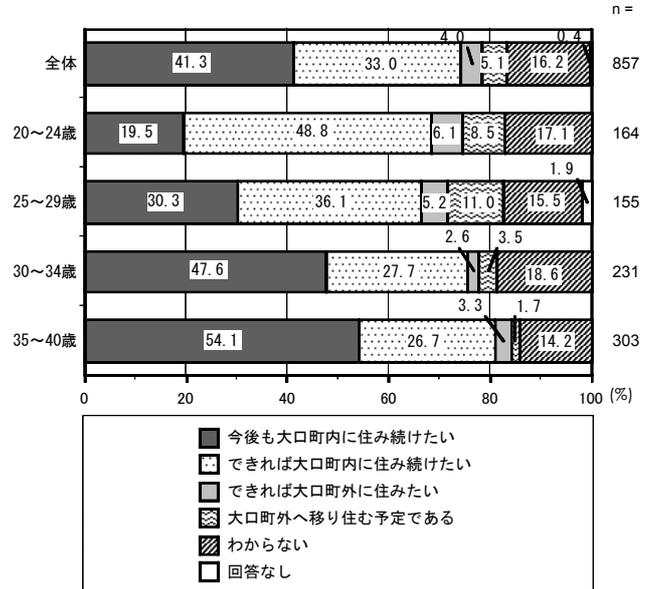


図 年齢別「大口町への定住意向」



【町内企業従業員向けアンケート】

調査概要：大口町暮らしの魅力発掘・発信に関するアンケート調査

調査対象：2016（平成 28）年 12 月 1 日現在、大口町内の企業に従業する 50 歳未満の約 840 人

調査方法：企業による直接配布・郵送回収方式

調査期間：2016（平成 28）年 12 月 1 日から 12 月 23 日まで

図 年齢別「大口町における住み心地の評価」

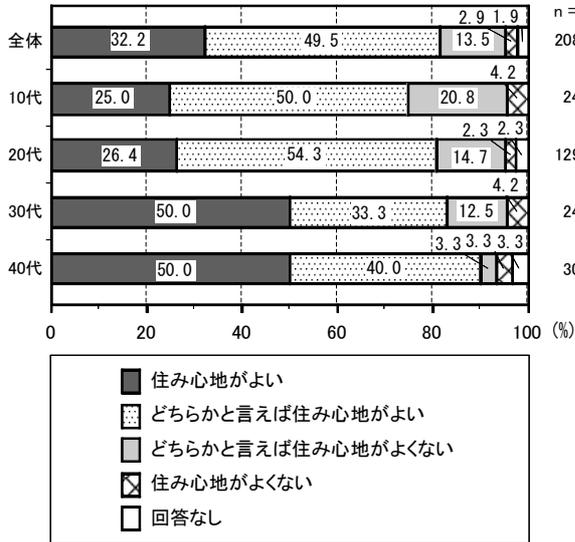


図 年齢別「大口町に住み続けたいか」

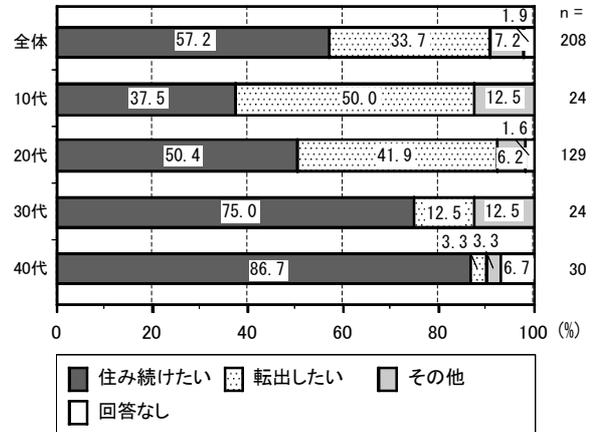
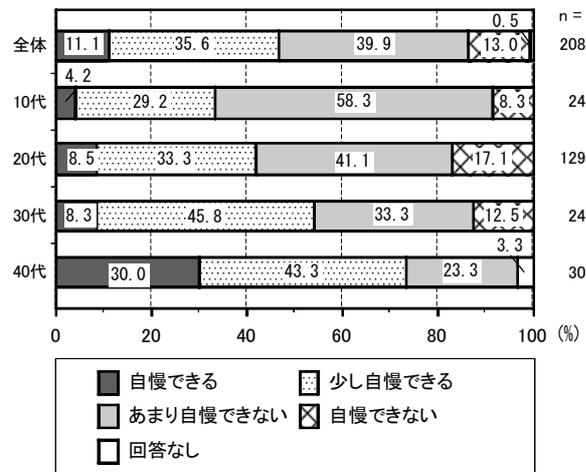


図 年齢別「大口町を他地域の人に自慢できるか」



3. プロモーションの課題

本戦略やアクションプランを策定するにあたって、大口町におけるプロモーションの課題を以下のように整理します。

1. 住民が大口町の多様な魅力と出会い、共有する機会が必要

住民一人ひとりは大口町の魅力を知っていますが、一人ひとりの認識に留まっており、互いが感じるまちの魅力を共有する機会がありません。また、まちの魅力を再発見する機会も十分ではありません。特に、町内企業で働いている人の9割は大口町にゆかりのない人であることから、大口町で生まれ育った人も、新たに住民になった人も、大口町の魅力を発見し、互いに共有する機会をつくる必要があります。

2. 住民が魅力・情報を発信し、大口町の認知度を高める仕組みが必要

プロモーションは行政だけではなく、住民との協働が重要となります。しかし、自分の伝えたい情報、発信したい魅力・想いをもちながら発信する機会がありません。また、情報が拡散しており、どこを見れば大口町の情報を入手できるのかわからない状況です。住民目線の情報を発信する仕組み、わかりやすい情報発信が必要です。

大口町は五条川の桜が有名であるとともに、企業が多く、働く場と住む場が近いことも魅力です。また、利便性がよい割に、ほどよく田舎ほどよく都会で、子育て環境、学校施設等が整っています。しかしながら、「大口町」という名前とその魅力がリンクしていません。大口町の認知度向上と言えば「〇〇」というブランドイメージを形成していく必要があります。

3. 住民がまちを楽しむ機会、住民同士がつながる機会が必要

まちを知り、人と人とがつながり、まちを楽しむことはシビックプライド[※]の醸成につながります。大口町は住民による活動が活発で、まちの中で様々なイベントが企画されています。しかし、住み心地が良いと感じながらも、自慢できないという人たちも多く、これまで以上に、関わる人を増やしながらかちを楽しむ機会や住民同士がつながる機会をつくる必要があります。

4. 企業の魅力を知る機会や企業従業員とまちをつなぐことが必要

大口町は小さいながらも多くの企業を有しており、魅力的な働く場が身近にあることがまちの特徴でもあります。しかし、世界的にも有名な企業や特色ある事業を営んでいる事業所があるものの、詳しくは住民の方に知られていません。住民、特に、地元の子どもや若者が企業の魅力を知る機会が必要です。

また、大口町にゆかりのある人の大口町へのシビックプライド[※]を形成するため、就職を機に転入してきた企業従業員や町外在住の企業従業員など、企業従業員と大口町とのつながりを強めることが必要です。

5. 大口町にゆかりのある人とまちとがつながる仕組みが必要

大口町出身者や、大口町に来訪経験がある人など、大口町にゆかりのある人は、大口町の貴重なプロモーションの担い手になりますが、現在、その人たちとつながり続ける仕組みがありません。どんな形でも、一度大口町とかかわりを持った、大口町にゆかりのある人とつながり続ける仕掛けが必要です。

6. 住み続けたい・戻りたいと思わせる情報発信と受け入れる体制づくりが必要

大口町の魅力や情報が発信されたとしても、「住み続けたい」「戻りたい」と思ってもらうためには、住みやすさ、働きやすさを重視した情報発信が必要です。また、「住み続けたい」「戻りたい」思ったとしても、住宅やしごとの情報提供や住まいの整備など、受け入れるための体制づくりが必要です。

以上のような課題はありますが、住民は大口町に魅力を感じており、多くの人が大口町のことを「住み心地良い」、「好きだ」と評価しています。その評価を大口町の魅力として発信するとともに、大口町のことを自慢したいという思いにつながるよう、住民と協働により取り組んでいく必要があります。

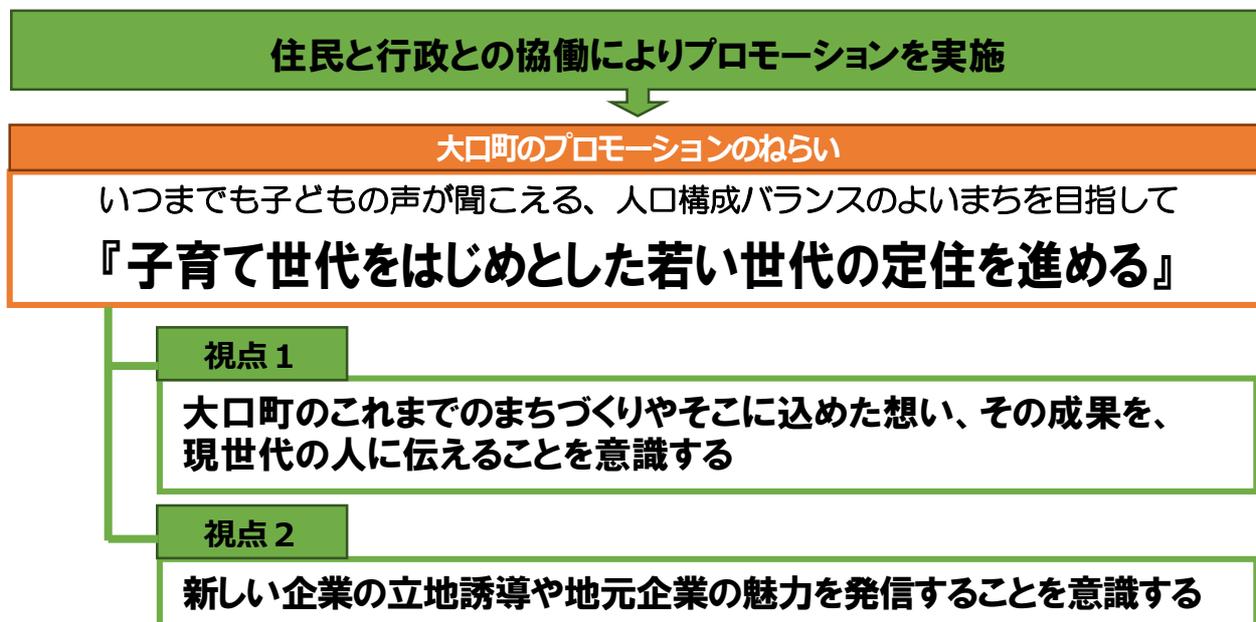
第3章 プロモーションの基本方針

1. ねらいと大切にすべき視点

大口町におけるプロモーションのねらいは、住民の大口町へのシビックプライド[※]を醸成し、町外に大口町の良さを発信することによって『子育て世代をはじめとした若い世代の定住を進める』ことです。

その際、これまで協働によるまちづくりを基本としてきた歴史を大切に、プロモーションに関しても、住民と行政との協働により実現していきます。

また、大口町のこれまでのまちづくりやそこに込めた想い、その成果を現世代の人に伝えることや、大口町の貴重な財産である地元企業の魅力を発信したり、新しい企業の立地誘導へとつなげることも意識して進めます。



2. プロモーションの基本方針

大口町のプロモーションは、まず住民自らが大口町の魅力を知り（意識化）、誇りを持ち、まちのために何かしたいと思うシビックプライド※を醸成することを大切にします。

そして、まちへの想いの高まりをきっかけとしてまちの情報や魅力を発信する、「住民発！わが町自慢型のプロモーション」を基本方針とします。

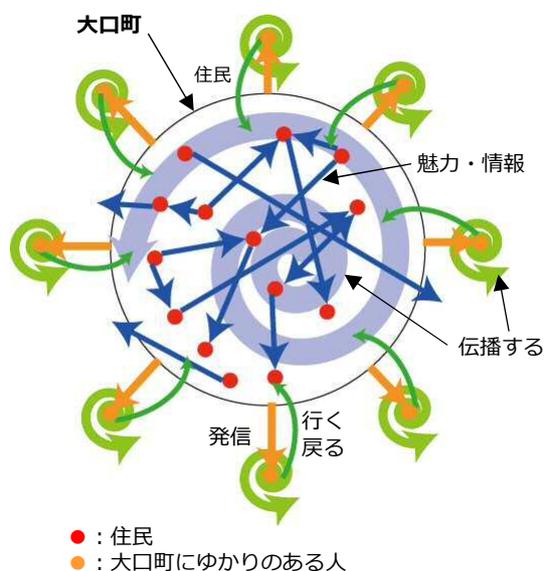
住民発！わが町自慢型のプロモーション

大口町に誇りを持てる住民を増やし、一人ひとりが想いを発信する

◆大口町のプロモーションのイメージ

大口町におけるプロモーションは、まずは住民の発信力を高め、住民同士の情報交換を活発にします。町内で行きかう情報・魅力が伝播する形で町外に情報・魅力があふれ出し、そこからさらに町外の人にも伝わるようにプロモーションします。そして、その魅力が伝わった町外の人を大口町にゆかりのある人と呼びます。

結果として、住民も町外の人々も大口町に魅力を感じ、大口町にゆかりのある人が増え、定住・移住意欲が高まることをめざします。

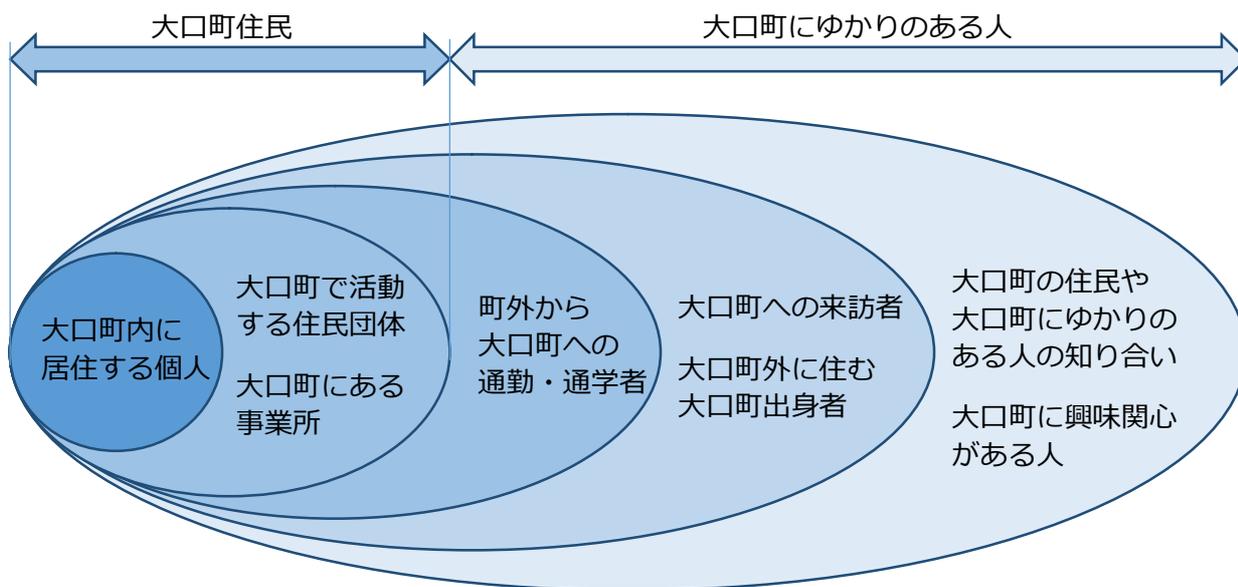


◆プロモーションを推進することで実現したい姿

本戦略は、常に実現したい姿をイメージしながら推進します。

- 大口町が「子育てしやすいまち」として町内外に住む子育て世代に認知されている
- 大口町の住民、子どもたちが大口町を誇りに思い、まちづくりに積極的に関わっている
- 大口町にゆかりのある人たちが増えている
- 大口町にゆかりのある人たちと大口町とのつながりが強まっている
- 大口町の住民やゆかりのある人たちが定住・移住している

◆大口町におけるプロモーションで特に伝えたい人の考え方



第4章 プロモーション戦略

1. プロモーション戦略

戦略1 まちの魅力を発見する

住民のシビックプライド^{*}の形成は、まちの魅力を知ることからはじまります。

大口町の魅力や情報を「暮らし」、「子育て」、「食」、「歴史・文化」、「仕事」、「人」、「企業」など、様々な視点から発掘・整理し、大口町を知るためのツアーや講座を開催するなど、住民が知る機会をつくります。

戦略2 まちの魅力を発信する

住民が大口町の魅力や情報とスムーズにつながるができるよう、住民が利用している情報ツールが多様化する中で、大口町の魅力や情報、住民が取り組む活動の様子などを効果的に伝えるツールを検討し、作成するとともに、多様なメディアを活用して効果的な情報提供を行います。また、住民主体で、町内外の人に伝える取組を推進します。

住民、行政それぞれが情報発信の価値や意義を認識しながら、魅力的に発信できるスキルを身に着けたり、スキルアップするための機会を設けます。

戦略3 まちの魅力を磨く、まちとつながって暮らす

住民のまちに対するシビックプライド^{*}は、まちに関わって活動し、人と人がつながることによって育まれ、醸成され、さらに、大口町への定住意欲、関わりを持ち続ける意欲に発展します。

そこで、まちを舞台に、大口町の魅力を活かし体感できる企画や、住民同士が楽しみ住民同士がつながることを目的とした企画を住民とともに開催します。また、住民がまちを活用しやすい仕組みを検討します。

戦略4 企業とまち・人をつなぐ

大口町に立地する企業やそこで働く従業員は、大口町のまちづくりのパートナーであり、大口町の地域資源・魅力です。企業見学ツアー、企業による講座など、企業の魅力を大口町の魅力として住民に知ってもらうための機会をつくとともに、大口町で生まれ育った就職・転職期の若者等を対象として、町内企業の魅力を住民に伝えるツールをつくります。また、企業と連携して、企業で働く従業員と大口町とをつなぐ取組を進めます。

戦略5 ゆかりのある人とつながる

大口町出身者や、大口町に住んだり、働いたり、訪れた経験がありながらも、大口町を離れて暮らしている人たちなど「大口町にゆかりのある人」が、離れていても大口町を意識してもらえる関係を構築するため、成人式や帰省シーズンなどを活用して、まちの情報を伝える仕組み、つながる機会をつくります。また、都市部で生活する「大口町にゆかりのある人たち」の「大口町」をキーワードとしたコミュニティ形成を図ります。

戦略6 受け入れる環境を整える

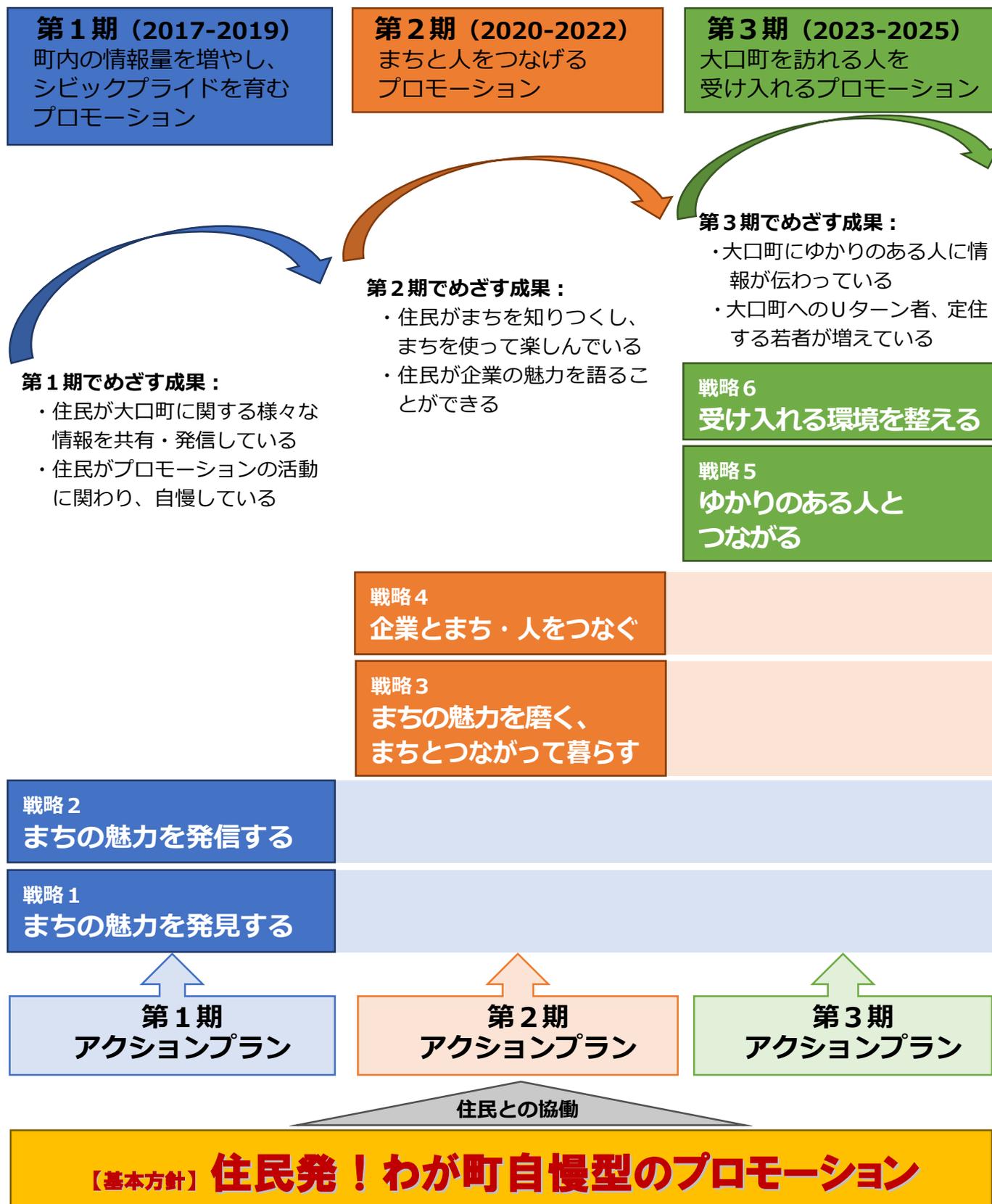
住民のシビックプライド※を醸成しながら、大口町の暮らしやすさ、働きやすさを発信し、定住・移住したい人を増やします。

また、大口町に定住・移住したい人たちが、スムーズに行動に移せるように、必要な情報の提供や相談に対応する体制を整備します。特に、住宅や就職先の確保が課題となっていることから、定住・移住希望者の住宅の取得や就職をサポートする仕組みをつくります。



2. プロモーション戦略の展開イメージ

プロモーション戦略は、期ごとに、その目的やめざす成果を設定し、以下のようなイメージで展開していきます。



第5章 第1期アクションプラン

1. 第1期 アクションプラン

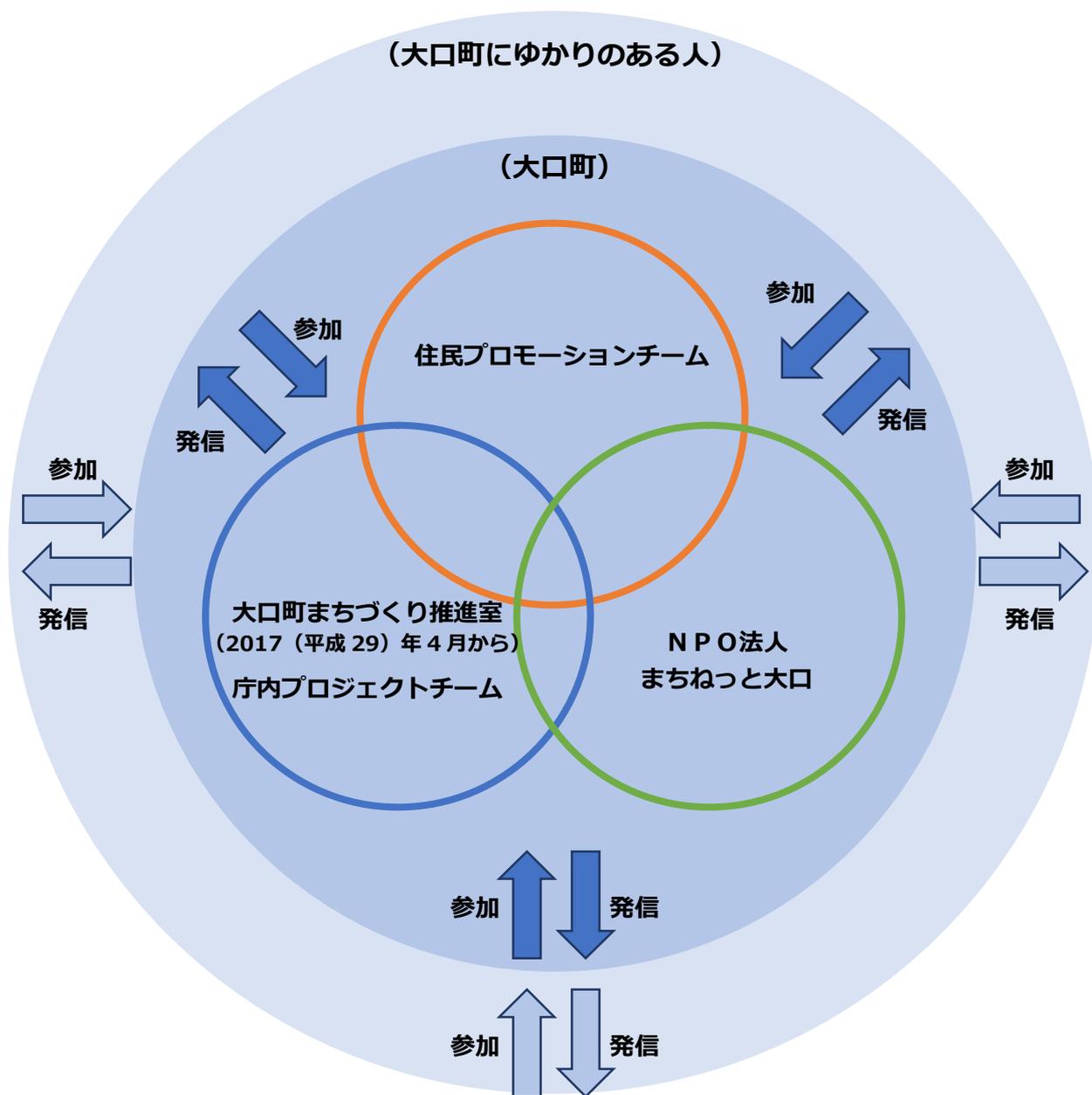
プロモーション戦略に基づき、行政が住民や企業との協働により、以下のようなアクションに取り組みます。

アクションの内容
アクション1 大口町プロモーションチームづくり・運営支援
○住民による大口町をプロモーションするためのチームを結成し、NPO法人まちなっと大口と協働して、その企画運営をサポートします。
アクション2 住民向け大口ツアー・講座の開催
○住民が、大口町の魅力を知るために、町内の企業や施設、歴史文化資源、飲食店などをめぐるツアーを企画開催します。また、大口町の歴史や文化、まちづくりの歴史などを学べる講座を企画開催します。
アクション3 まちの魅力を自慢しあう機会づくり
○住民が集まり、互いが感じているまちの魅力を共有し、シビックプライド※を高め合える機会をつくれます。
アクション4 大口町のイメージづくり
○大口町の暮らしやすさ、子育て環境、教育環境、就労環境などをとりまとめ、大口町のイメージを统一的にPRする方法を検討します。 ○様々な媒体（チラシ、ポスター、封筒、パンフレット、名刺等）に使用するキャッチフレーズやロゴなどの作成を検討します。
アクション5 SNSを活用した大口町情報の発信
○住民が見つけた日々の大口町の魅力、暮らしの様子、住民の活動の様子などを、Facebook「大口町魅力発信」ページや、instagramやtwitterなどにつけるハッシュタグ「#大口町大好き」などを活用して町内外の人に発信します。 ○町内で開催される各種イベントや日常的な広報などの中で、Facebook「大口町魅力発信」ページや、ハッシュタグ「#大口町大好き」などの活用を住民に促します。
アクション6 大口町の情報を発信するツール等の検討・作成
○各アクションを進める中で、大口町の情報を発信するために有効な発信ツールを検討し、HP、旗、パンフレット、電光掲示板など、効果的な発信ツール、プロモーションツールを作成します。
アクション7 住民、職員のプロモーションに関する講座・研修の開催
○住民一人ひとりの情報発信を促すため、情報発信のすそ野を広げ、スキルを高めるプロモーション講座を企画開催します。 ○プロモーションが主目的ではない各施策・事業においても、プロモーションを意識した取組が実施できるように、職員のプロモーションに関する意識を高めたり、情報発信スキルを身に付ける研修を実施します。

第6章 推進体制

大口町のプロモーションは、住民プロモーションチームによる活動と、その活動をサポートするNPO法人まちねっと大口、大口町まちづくり推進室（2017（平成29）年4月から）及び職員で構成する庁内プロジェクトチームが核となり、役割分担を図りながら推進します。

また、プロモーションは、インパクトある取組も大切ですが、住民一人ひとりが個人ベースで情報発信するようなゆるやかな活動の積み重ねも重要です。幅広く住民が関わることができる機会を設け、住民、大口町が一丸となってプロモーションに取り組む推進体制を構築します。



参考資料

1. 策定経過

<各種の調査>

日時	内容
2016（平成28）年 11月5日（土）・6日（日）	ふれあいまつり2016における来場者に対する 「大口町の魅力調査」
2016（平成28）年 12月1日（木）～23日（金）	大口町内企業で働いている若手従業員に対する 「大口町暮らしの魅力発掘・発信に関するアンケート調査」

<町民プロモーションワーキング会議>

回	日時	内容
第1回	2016（平成28）年 12月17日（土） 午前10時～12時	○大口町の魅力発掘ワークショップ
第2回	2017（平成29）年 1月28日（土） 午前9時30分～11時30分	○みんなでまちの魅力・情報を共有し、 大口町愛を高める作戦会議
第3回	2017（平成29）年 3月4日（土） 午前10時～12時	○みんなでまちの魅力・情報を共有し、 大口町愛を高める作戦会議 ～stage2～

<庁内プロモーションチーム会議>

回	日時	内容
第1回	2016（平成28）年 12月2日（金） 午前10時～12時	○策定体制・策定の進め方について ○骨子案の検討 ○第1回町民プロモーションワーキング会議の 次第とトークテーマの検討
第2回	2017（平成29）年 1月18日（水） 午後3時～5時	○大口町におけるプロモーションの視点と方針 ○プロモーション戦略・アクションプランの検討
第3回	2017（平成29）年 3月2日（木） 午後3時～5時	○プロモーション戦略・アクションプランの検討 ○大口町における具体的な取組の検討

2. ふれあいまつり 2016 での「大口町の魅力」調査

- 日 時：2016（平成28）年11月5日（土）、6日（日）
- 場 所：大口町
- 目 的：「ふれあいまつり」来場者が感じている「大口町の魅力」を把握する
- 結果概要

○11月5日（土）に233人、6日（日）に221人、計454人の「大口町の魅力」を把握しました。インタビューから出てきた主なキーワードは以下の通りです。

自然	五条川の桜、自然がいっぱい、 田舎すぎず都会すぎないところ、のどかなところ 空が広く住みやすい町
施設	公園が多い 遊べる場所が多い 施設が充実している 学校がきれい
生活利便性	暮らしやすい スーパーがいろいろあり、買い物に便利なところ
子育て	子育てがしやすい 子どもにやさしい
企業	企業がたくさんある
イベント	お祭り、イベントがたくさんある
つながり	活動している人がたくさんいる 地域のつながりがある 仲間が集う場所、機会が多い
町民性	町民がやさしい 人があたたかいところ 人がやさしいところ



■当日の様子（一部）



3. 町民プロモーションワーキング会議の結果概要

【第1回】2016（平成28）年12月17日（土）午前10時から12時 44名参加
 テーマ：大口町の魅力とは？

■働く

【魅力】

項目	内容
企業	<ul style="list-style-type: none"> ・大手企業が多い ・ものづくりから物流まで担っている ・地元企業で長く働ける ・色々なジャンルの企業がある ・企業向けのメリットが多い ・子どもが地元企業に興味を持っている ・事業参観日がある
人材	<ul style="list-style-type: none"> ・就労機会が多い ・海外で仕事をする人材が多い ・人財が豊か
交通	<ul style="list-style-type: none"> ・バスで駅に行ける ・車があれば便利 ・柏森から名古屋駅に近い ・柏森駅近くに無料自転車置き場がある ・柏森駅が発展している
環境	<ul style="list-style-type: none"> ・買い物できる場所が多い ・飲み屋がないからまっすぐ帰れる ・学校施設が整っている ・待機児童ゼロ ・災害がない ・土地を優先的に出身者へ提供
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと納税 ・ポケモンGOで人が集まるようになった

【課題】

<ul style="list-style-type: none"> ・女性の働く場所が少ない ・業種が少ない ・居酒屋が少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス業が少ない ・家からのアクセスが悪い ・決定打がない
---	---

【取組提案】

項目	内容
企業・雇用	<ul style="list-style-type: none"> ・若者が活躍できる働き口 ・町内企業への雇用の機会の増加 ・外へ出た人が戻ってくる補助 ・工場見学 ・企業誘致の努力
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・ネット配信で大口町を紹介 ・町内企業がもっとオープンに情報発信すべき ・PR動画
育児・教育	<ul style="list-style-type: none"> ・お店の中に保育所をつくる ・英語などの学習機会の提供 ・いじめのないまちづくりでアピール
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・文化庁の分室を作る

■ 住む

【魅力】

項目	内容
生活しやすさ	<ul style="list-style-type: none"> ・土地がお手頃 ・生活と仕事の共存が出来ている ・リサイクル率が高く、ごみ出しが便利 ・1人あたりの借金が少ない
利便施設	<ul style="list-style-type: none"> ・色々な規模のスーパーが多くある ・大中小の医療機関がある ・大口町職員との距離が近い
交通	<ul style="list-style-type: none"> ・名古屋に近い、特急も停まる ・アクセスがよく、通勤に便利 ・道路がしっかりしており、ICが近い
育児・教育	<ul style="list-style-type: none"> ・子どもが増えている ・中学生まで医療費無料 ・子育てに良い ・学校に冷暖房が完備
祭りイベント	<ul style="list-style-type: none"> ・お祭りなどの催しが多くて、豪華 ・企業の支援がある ・イベントへの参加率が良い ・イベント、お得情報などが充実
自然環境	<ul style="list-style-type: none"> ・静か ・星がきれい ・桜がきれい ・いい田舎加減、自然と便利さが共存
近所づきあい	<ul style="list-style-type: none"> ・近所でも会話が多く、挨拶も多い ・知らない人ともしゃべる ・玄関に野菜が置いてある
町の職員	<ul style="list-style-type: none"> ・大口町職員との距離が近い ・職員がハイテンション

【課題】

<ul style="list-style-type: none"> ・飲み屋がない ・産婦人科がない 	<ul style="list-style-type: none"> ・昼間に町外勤めだと大口町がわからない ・車のない老後が不安
---	---

【取組提案】

<ul style="list-style-type: none"> ・目立つ利便施設があると良い ・買い物に町民割引があるとよい 	<ul style="list-style-type: none"> ・道の駅をつくる ・桜で何かできないか
---	--

■ 子どもが育つ環境

【魅力】

項目	内容
学校 保育園	<ul style="list-style-type: none"> ・保育園、幼稚園、小中学校、高校が町内にある ・学校がきれい ・小中学校に床暖房 ・給食の食器が良い ・クラブ活動でバスが出る ・ビオトープで賞を取った ・保育園が木育
行事	<ul style="list-style-type: none"> ・年間を通して子どもや親が参加する自然体験がある
自然	<ul style="list-style-type: none"> ・ホテルを見ることができる ・畑が多い

項目	内容
安心・防犯	<ul style="list-style-type: none"> ・見守り隊がいるので安心 ・駅が近い ・110番の家がある ・車で夕方まわってくれている
人との交流	<ul style="list-style-type: none"> ・大人と交流する機会がある ・先輩後輩の仲がいい ・「ありがとう」文化が子供世代に根付いている
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・中学校まで医療費無料 ・ウィル大口がある

【取組提案】

<ul style="list-style-type: none"> ・芝のある平らな大きい公園が欲しい ・3校の小学校で仲良く何かできないか ・パトロールしてくれている人を感謝する場をつくる

■遊ぶ・おもてなし

【魅力】

項目	内容
桜	<ul style="list-style-type: none"> ・五条川の桜並木が良い
イベント	<ul style="list-style-type: none"> ・ちょうどいい規模の町民運動会 ・やる舞、れんげまつり、ふれあいまつりなどイベントが多い ・町内イベントの参加が多い
人	<ul style="list-style-type: none"> ・発想が豊かで面白い人が多い ・町民の一体感がある ・小さい町だからアットホームな雰囲気
道	<ul style="list-style-type: none"> ・坂がなく自転車でどこでも行ける
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・リフレッシュリゾートの制度、余暇

【取組提案】

<ul style="list-style-type: none"> ・活動団体の外へのアピールをすべき ・伝統や魅力はなければ、つくればいい ・何かやるならみんなの協力が必要 ・みんなが集まれる場所、遊ぶ場所が欲しい ・桜並木のライトアップ時間をのばす ・大口町からスポーツの強い子を出したい

■人

【魅力】

項目	内容
特技のある人	<ul style="list-style-type: none"> ・大口町の歴史に詳しい人がいる ・盆踊りを教えてくれる人がいる ・ねぶたをつくる人がいる
人柄	<ul style="list-style-type: none"> ・萩島のおばあちゃんたちが優しい ・ノリが良い人が多い ・親切な人が多い ・まじめな人が多い ・町民の懐が深い ・みんな下の名前で呼ぶので親近感がわく
活動	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントを盛り上げてくれる

項目	内容
イベント	<ul style="list-style-type: none"> ・昭和時代の雰囲気のある祭りをやっている ・小学校を見守る「GGパパ」が餅つきをしている ・退職した後に地域に関わる町
育児	<ul style="list-style-type: none"> ・子供が3人いる家庭が多い ・3人目の補助ありがたい ・近所の人いろいろ見てくれる ・子育てに良い町
企業・役場	<ul style="list-style-type: none"> ・役場職員が優しい ・議事録が上手い ・企業の役員がいる
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・南の方は三世代で住む人が多い

【課題】

<ul style="list-style-type: none"> ・1時間かけて小学校へ通っている子がいる
--

【取組提案】

<ul style="list-style-type: none"> ・大口町のことをいろいろ知りたい ・着物を着る人を増やしたい

■ 歴史・文化

【魅力】

項目	内容
歴史上の人物	<ul style="list-style-type: none"> ・堀尾金助さん ・松江城主の堀尾吉晴さん ・大口町秋田に真田幸村のお姉さんが連れてこられた ・信長や山内一豊とのつながり
詳しい人名所	<ul style="list-style-type: none"> ・宮地さんが大口町の歴史を良く知っている ・昔ボートがあった五条川 ・金助公園貝塚 ・汗かき地藏 ・長松寺 ・裁断橋の再現
食べ物	<ul style="list-style-type: none"> ・さばの押し寿司を昔は家で作っていた ・アイスクリーム ・ブッセがおいしいけどみんな知らない ・すき焼き ・お正月前にニワトリをしめる ・大口町は麦茶をつくっていた
動植物	<ul style="list-style-type: none"> ・桜がきれい ・タニシ、ドジョウ、うなぎがいる



【取組提案】

内容
<ul style="list-style-type: none"> ・ふれあいの森をもっとPRしてほしい ・堀尾吉晴さんのオリジナルドラマをつくったらどうか ・小口城をやる舞大祭などとあわせて何とかしてほしい ・余野中央公園を有効活用 ・金助公園の駐車場整備 ・五条川をきれいにする ・歴史講座やPRなどでもっと深く知りたい ・自慢できる食べ物を自分たちでつくりたい

■ 環境

【魅力】

項目	内容
自然・風景	<ul style="list-style-type: none"> ・桜がきれい ・空が広く、きれい ・緑の絨毯と金色の絨毯 ・風にゆれる稲穂 ・朝日、夕日がきれい ・のどかな田園風景 ・自然と生活利便性が共有 ・五条川が昔よりきれいになっている
地域の雰囲気	<ul style="list-style-type: none"> ・昔と変わらぬ雰囲気がある
利便性	<ul style="list-style-type: none"> ・駅に特急が止まる ・小牧 IC が近い ・名古屋への通勤が便利
歴史	<ul style="list-style-type: none"> ・堀尾公の出身地 ・史跡、神社、仏閣
役場・学校	<ul style="list-style-type: none"> ・役場の対応が良い ・小中学校の空調整備が充実している
子育て	<ul style="list-style-type: none"> ・子育てに良い環境 ・子供が健康に育つ
動植物	<ul style="list-style-type: none"> ・キジ、タヌキ、キツネ、イタチ、ウグイスがいる ・昆虫が多い

【課題】

<ul style="list-style-type: none"> ・公園の遊具が汚い ・パチンコ屋の周辺はこれからどうなるのか ・ゴミ捨て場をどうするのか
--

【取組提案】

<ul style="list-style-type: none"> ・大河ドラマの撮影場所にできないか

■ ちょっと残念

【課題】

項目	内容
道路	<ul style="list-style-type: none"> ・狭い道が多い ・事故が多い ・通学路になっている細い道でスピードを出す人が多い ・中学生の自転車、歩行マナーが悪い ・コンテナ車が通ると家が揺れる
鉄道	<ul style="list-style-type: none"> ・駅まで遠い ・名鉄の終電が早すぎる ・朝夕のラッシュがひどい
中学校	<ul style="list-style-type: none"> ・部活のバックアップが出来ていない ・地域のイベントに中学生が参加しなかった年がある
児童センター	<ul style="list-style-type: none"> ・児童センターに保育士が常駐していない
図書館	<ul style="list-style-type: none"> ・図書館のくつろぐスペースが狭い ・本がいっぱいあるのに書庫に入っていて残念
公園	<ul style="list-style-type: none"> ・南の方に公園が少ない
環境	<ul style="list-style-type: none"> ・保育園の目の前でも野焼きをしている ・ゴミの投げ捨てが多い
飲み屋	<ul style="list-style-type: none"> ・飲みに行きにくい

項目	内容
観光 来訪者	・観光の外国人が増えているのに、お金を使う場所、宿泊する場所が少ない ・大口町は目的地ではなく通過点になっている
情報発信	・大口町はPRが下手

【取組提案】

<ul style="list-style-type: none"> ・トラック、通勤車両に時間的制限をもうけたら他の地域にアピールできるのではないか ・柏森駅周辺の土地を利用して Park&Ride が出来るようにしてほしい ・コミュニティバスを飲み屋経由で周る様にしたらどうか ・子どもの遊べる施設が毎日空いていると良い ・自由にボール遊びができるような、芝のある公園があると良い ・冬はプールを 21 時までにして欲しい ・情報を発信するような道の駅が欲しい

■フリー（テーマなし）

【魅力】

項目	内容
人・交流	・人が良い ・ボランティアで掃除などをしてくれている ・おすそわけの文化があり、近所との付き合いが深い
育児・教育	・子育て支援などの福祉が良い ・小中学校が連携している
施設	・町の真ん中に、色々な施設が整っている ・公園、図書館など高齢者、幼児が集まれる施設が充実している
自然	・桜が良い ・緑が多い
道路・鉄道	・車の通りが少なく静か ・名古屋までの交通の便が良い
土地	・広い土地があり、将来活用出来る ・土地がお手頃な値段で住みやすい
防災・防犯	・災害が少ない ・玄関に鍵をかけない
その他	・規模は小さいが何でもある ・イベントが多い ・季節の料理がある ・飲み屋がないからまっすぐ帰れる

【課題】

<ul style="list-style-type: none"> ・観光資源がない ・バスの本数が少ない ・国道 41 号の拡幅 ・春日井の人でも大口町を知らない

【取組提案】

<ul style="list-style-type: none"> ・COSTCO を呼ぶ ・スターバックスコーヒーが欲しい ・図書館がきれいになるといい ・世代間が交流できる場所が欲しい ・町名をひらがなにするとうい

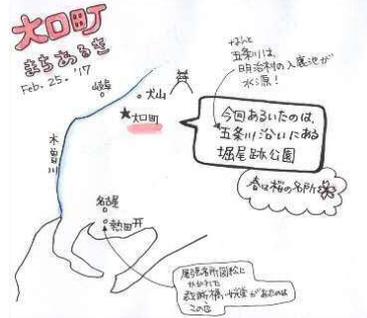
**【第2回】 2017 (平成 29) 年 1 月 28 日 (土) 午前 9 時 30 分から 11 時 30 分 20 名参加
 テーマ : まちの魅力・情報を共有し、大口町愛を高める作戦アイデア**

タイトル	概要
集まれ！ 若者・大口町	<ul style="list-style-type: none"> ・若者向け工場・企業見学ツアーをする ・名所へのアクセスとお店間をつなげる ・歴史を中心としたテーマパーク
町の企業をアピール	<ul style="list-style-type: none"> ・町民でも詳しく知らないことも ・企業内容を知れるように、博物館や見学ツアーをする！ ・世界一を誇っている企業を自慢します！
企業とタイアップ！	<ul style="list-style-type: none"> ・子どもが楽しめるイベント企画（大口キッズニア） ・独身者サポート ・外国から来ている人との交流
冬の桜並木で イルミネーション！	<ul style="list-style-type: none"> ・春は桜（花）、夏は葉、秋は紅葉、でも冬は… ・冬だから出来る、イルミネーション（LED）で“冬の桜”を演出します！
桜絵巻	<ul style="list-style-type: none"> ・大口町の桜の開花に合わせ、大口町全体で桜まつりを開催 ・武者行列、屋形船、平安の姫様などイベントを行い、話題性と集客を高める ・桜の期間中ピアスペースをつくる
大口町発見	<ul style="list-style-type: none"> ・大口町をめぐる遠足を企画する ・まず町民が大口町の魅力を確認してそれを写真に撮って、コンクールをしたり、SNSで発信したりする
大口町 魅力発見ツアー	<ul style="list-style-type: none"> ・柏森駅集合などで堀尾さん名所、企業工場見学中学校などの施設をめぐる、大口町の麦茶、アイスクリーム、ブッセなどを食べたりする（桜の季節だったら最高） ・白山ふれあいの森、民俗資料館等々をめぐる
まちコン	<ul style="list-style-type: none"> ・なんのくくりもなく自由参加の「飲み会」企画 ・いろんな人と自由におしゃべりして親睦を深めよう
人が集まる 場所づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・人と情報が行きかう大口町の中心 ・お茶が飲めたり、町の情報が得られたりする ・1人でも、団体でも ・行きたくなる場所（魅力的シンボル）
情報発信方法	<ul style="list-style-type: none"> ・とりに行かなくても、情報が入ってきてしまう、電光掲示板、登録型 Free Wi-Fi の利用
タウン大口作戦	<ul style="list-style-type: none"> ・ITのまち大口町をもっとPRする ・PRして働く人を集め、新モデル住宅地を提案する ・大口町が他の地域より、学校や手当などが充実していることもPRし、定住を進める ・ケーブルテレビ、大口タウンをつくる
子育てしやすい町	<ul style="list-style-type: none"> ・医療費 15 歳まで無料 ・給食費半額 ・小中学校の環境が良い！
親子で参加！の イベントを多くする	<ul style="list-style-type: none"> ・町内の分別ゴミ収集など、子どもが積極的に参加することで、地域との関わりも増え、大口町大好きに！

【第3回】2017（平成29）年3月4日（土）午前10時から12時 17名参加
テーマ：まちの魅力・情報を共有し、大口町愛を高める作戦アイデア～Stage2～

■カントリーエレベーター見学会

プロジェクトの目的・ねらい	日常に潜んでいる魅力を発見する
プロジェクトの具体的な内容や実施方法	
どんなことを	<ul style="list-style-type: none"> ・コメを入れて出すところを見る ・農協さんをお願いする



■大口町の魅力発信

プロジェクトの目的・ねらい	全国または近隣市町民へ大口町の魅力を発信
プロジェクトの具体的な内容や実施方法	
誰と一緒に	企業、近隣住民、大口町民
誰のために	町内外のために
どこで	住宅展示場 成人式 企業労働組合 You Tube 会食、飲み会
どんなことを	・町のよいところ（サービス内容など）、町内外の比較をした情報提供、アンケートを実施
どのようにするか	・PR映像、ドラマの放映 ・町内外の比較情報を冊子にする
実施に向けて最初にやること	・PR映像、ドラマなど（主題を決めず）大口町についての動画コンクールをやってみる←全国に募集 ・町内外の集まりを企画し、大口町の住みやすさ情報をのせる冊子を作成
プロジェクトの特徴・ポイント	・町民、企業、県外の人を巻き込んでPRする

プロジェクトの目的・ねらい	大口町の何げない風景をアップできるしくみづくり
プロジェクトの具体的な内容や実施方法	
どんなことを	<ul style="list-style-type: none"> ・Facebook、instagram に写真をアップできる場所をつくる ・毎月、毎週テーマを決めて募集。ベスト写真を選んで、HPなどに掲載する ⇒田んぼ、桜などカテゴリーを分けて掲載 ・町内外に発信する

プロジェクトの目的・ねらい	大口町の魅力を言葉でも伝える
プロジェクトの具体的な内容や実施方法	
どんなことを	・川柳や俳句、短歌などを子供に考えてもらい、保育園で募集

■企業との交流会

プロジェクトの目的・ねらい	企業に大口町の活動、宝を紹介する交流会を開催する
プロジェクトの具体的な内容や実施方法	
どんなことを	<ul style="list-style-type: none"> ・商工会に協力いただき、いろいろな団体といろいろな企業が出会う機会をつくる ・やろ舞を踊るなど、企業のイベントに大口町の団体が参加させてもらう

■ さくら・サクラ・桜 プロジェクト（仮 さくらまつり）

プロジェクトの目的・ねらい	大口町にある“桜”を一番に！ 多くの方に来てもらい、参加してもらおう
プロジェクトの具体的な内容や実施方法	
誰が	プロジェクトメンバーを中心に町民が
誰と一緒に	町民すべて、企業、活動団体
誰のために	町内外問わずみなさんのために
いつ	桜の咲く季節 4/1～4/9 土日はイベント
どこで	武者行列は堀尾跡公園と小口城址からスタートして、役場あたりのスペースで合流、その場所にビアスペースを設ける
どんなことを	<ul style="list-style-type: none"> ・おしゃれなビアスペース ・武者行列 ・役場前広場に中央ステージを設け、ショーを
どのようにするか	<ul style="list-style-type: none"> ・各地区の方への提案（企画を立てる） ・ビアホール。飲食スペースの実習に向けて調査する
実施に向けて最初にやること	<ul style="list-style-type: none"> ・桜の時期にビアホールとグルメを楽しめる場所を決める ・PR する（CC ネット、HP など）
プロジェクトの特徴・ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・今まで南でやっていたおまつりを、北の皆さんと一緒にやる、町内で一体感のあるおまつりを！

■ ネット上で町内の企業情報の提供

プロジェクトの具体的な内容や実施方法	
誰のために	企業と人と町をつなぐ
いつ	常に見ることができる
どこで	大口町のホームページ
どんなことを	<ul style="list-style-type: none"> ・各企業が自社のアピールをする
実施に向けて最初にやること	<ul style="list-style-type: none"> ・企業への呼びかけ、ホームページの充実、システムの構築

■ 就活生向け工場見学

プロジェクトの目的・ねらい	永く働き、永く住むことができるまち
プロジェクトの具体的な内容や実施方法	
誰が	プロジェクトチーム
誰と一緒に	企業と大口町
誰のために	就活生
いつ	夏休み
どこで	町内の企業
どんなことを	<ul style="list-style-type: none"> ・学生が企業訪問し、社員と話す時間を設ける
どのようにするか	<ul style="list-style-type: none"> ・興味を持っていただく
実施に向けて最初にやること	<ul style="list-style-type: none"> ・町内の企業へのよびかけ

4. 企業従業者アンケート調査結果の概要

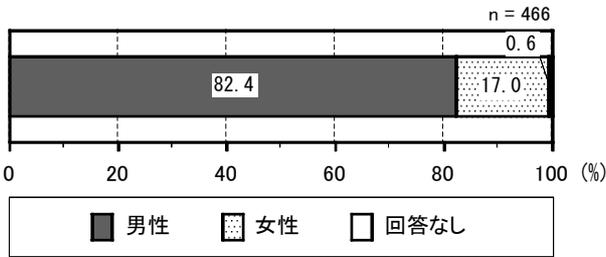
調査概要：大口町暮らしの魅力発掘・発信に関するアンケート調査

調査対象：2016（平成 28）年 12 月 1 日現在、大口町内の企業に従業する 50 歳未満の約 840 人

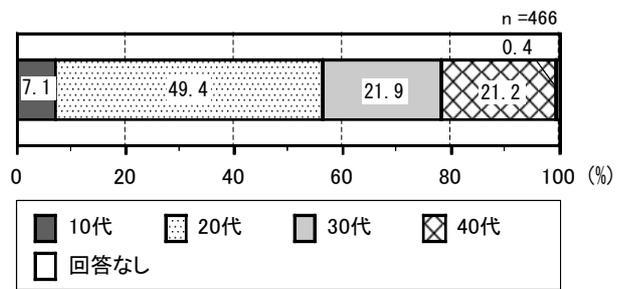
調査方法：企業による直接配布・郵送回収方式

調査期間：2016（平成 28）年 12 月 1 日から 12 月 23 日まで

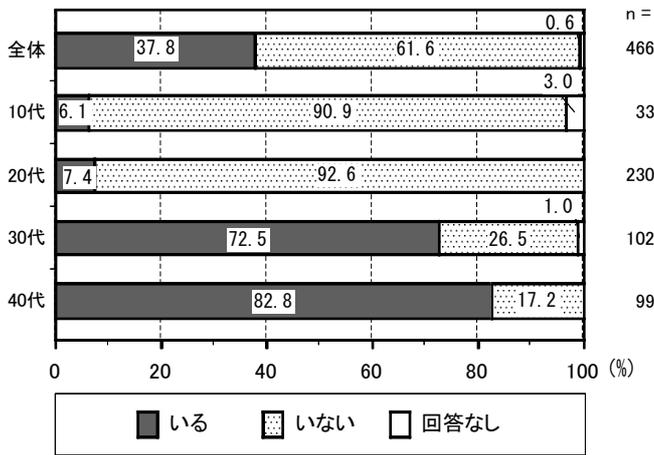
【性別】



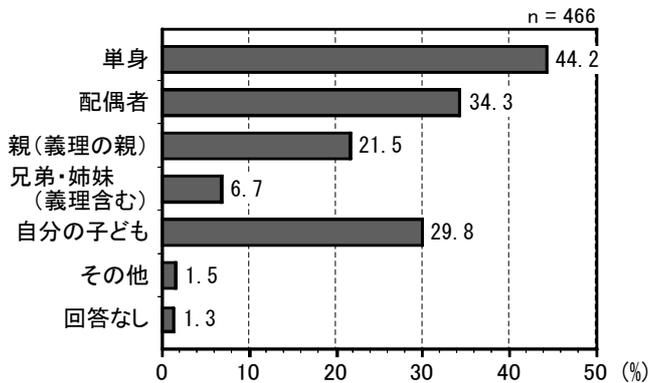
【年齢】



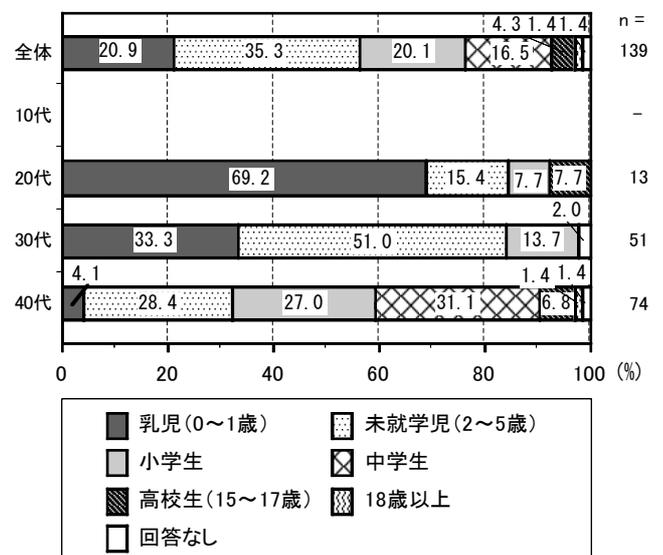
【配偶者の有無】



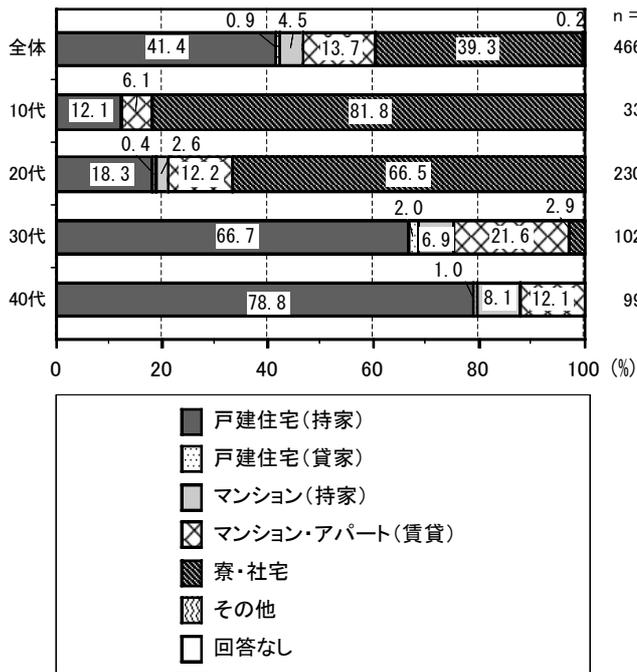
【同居している人】



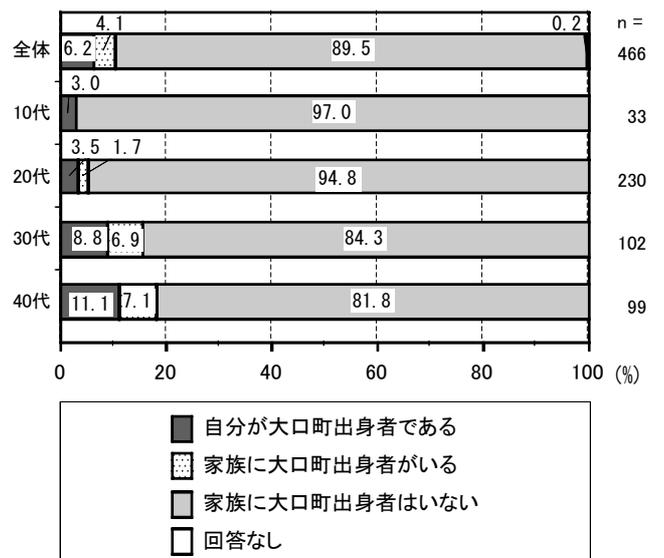
【子どもと同居している人の末子の年齢】



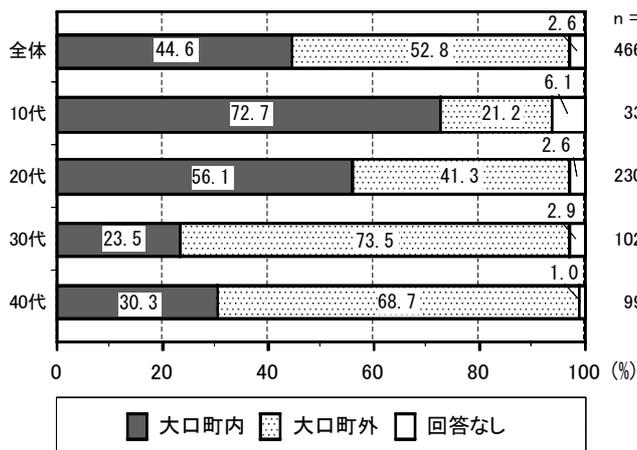
【住宅形態】



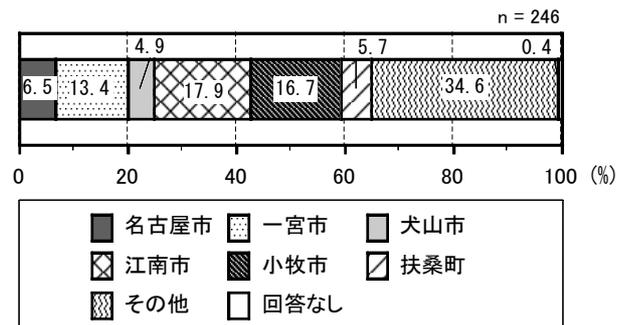
【自分または家族に大口町出身者がいるか】



【居住地区】

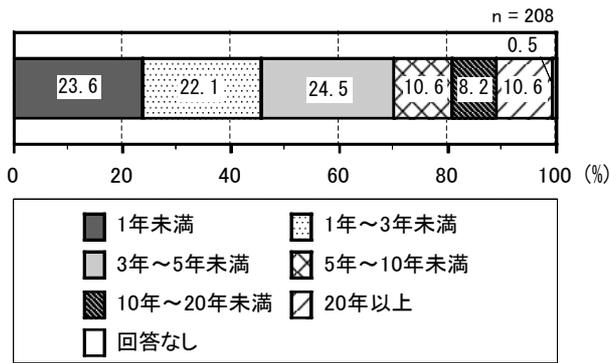


【大口町外居住者の居住自治体】

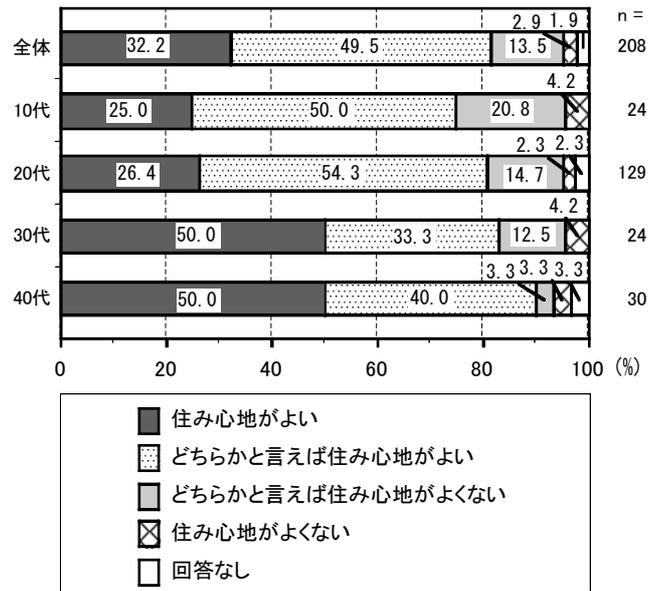


「大口市内在住者」

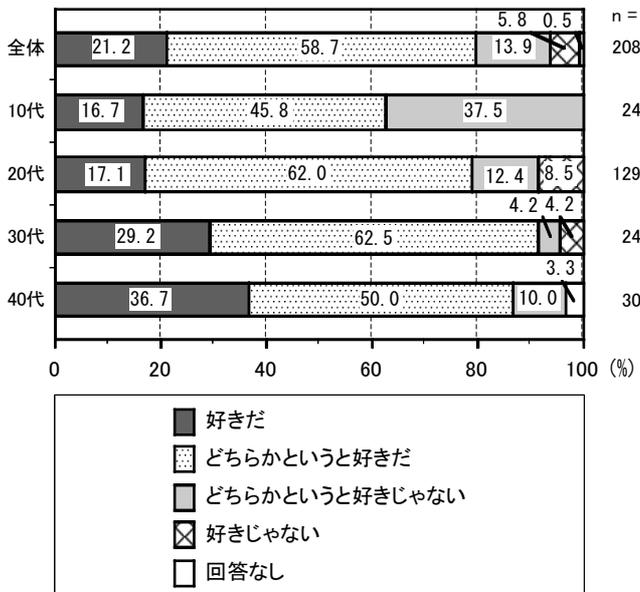
【大口市の居住年数】



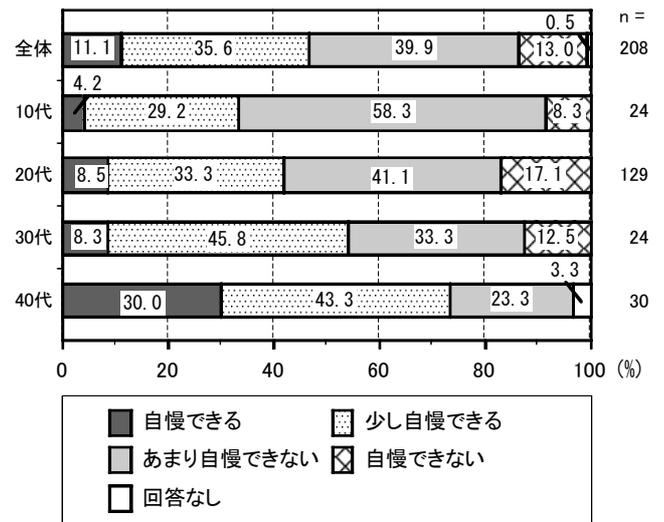
【住み心地について】



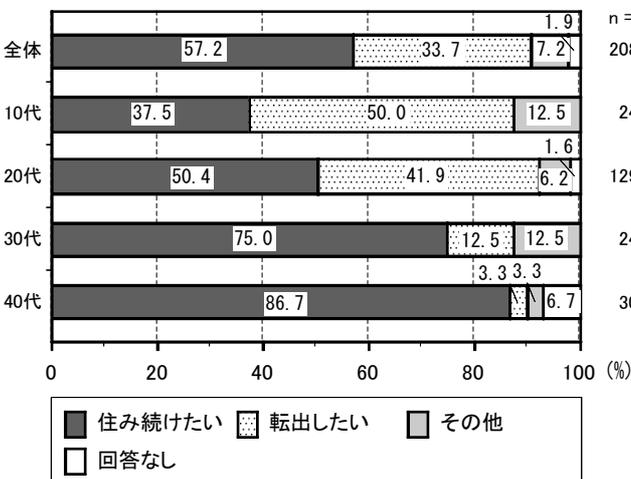
【大口市が好きか】



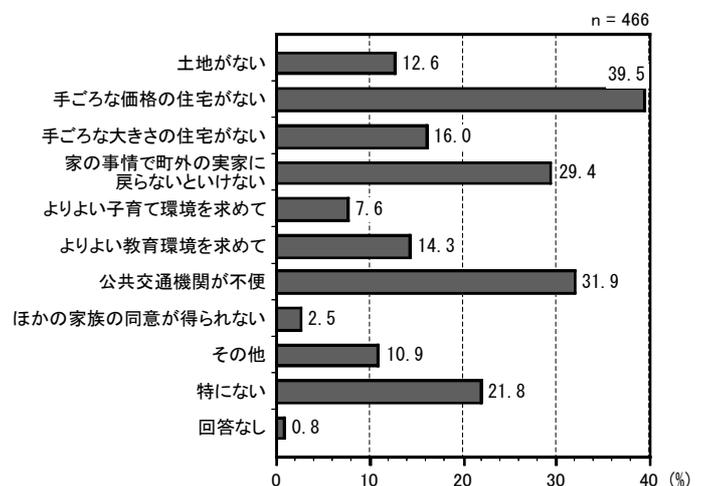
【大口市を他地域の人に自慢できるか】



【大口市に住み続けたいか】

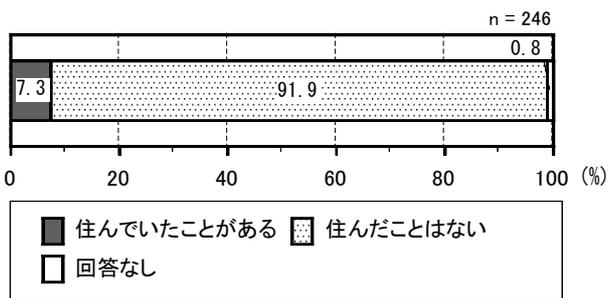


【大口市に住み続けられなくなる要因】

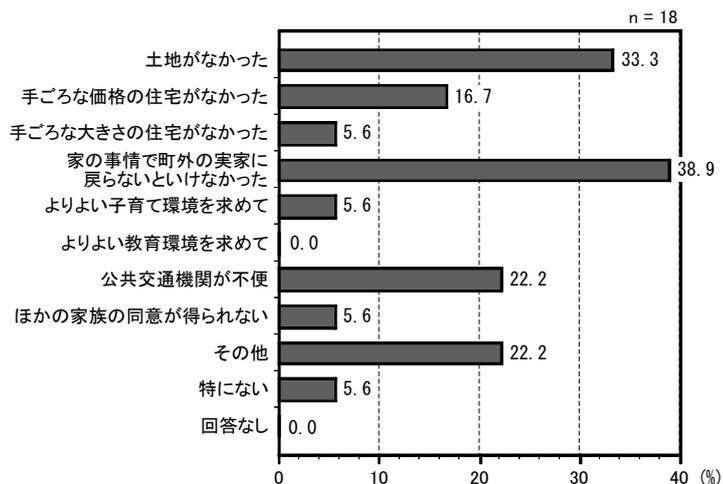


《大町町外在住者》

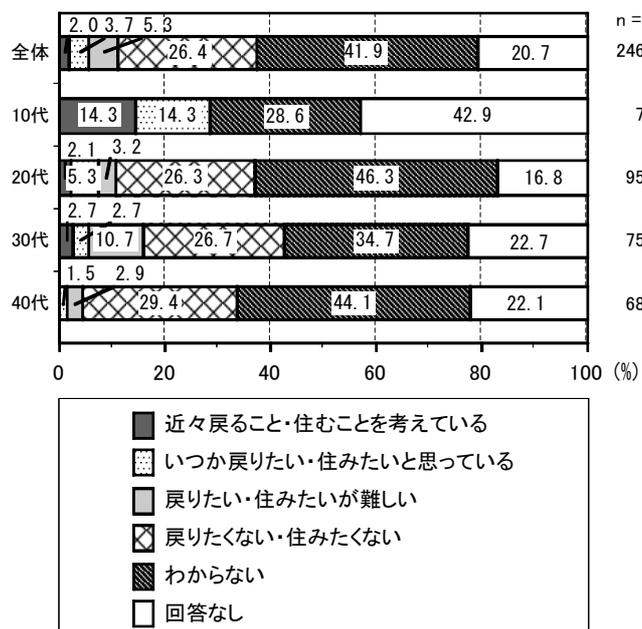
【大町町での居住経験】



【大町町から転出した理由】

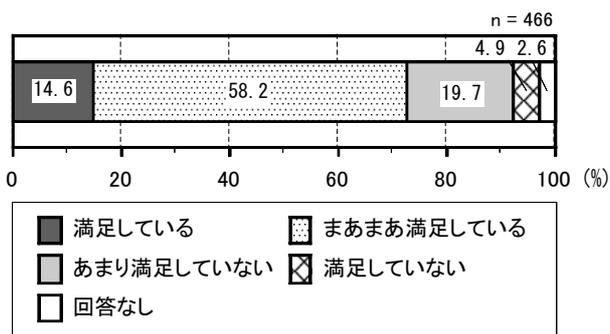


【将来、大町町に戻りたいか・住みたいか】

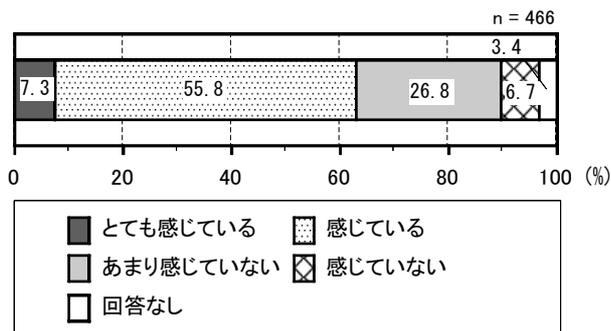


「町内在住者・町外居住者共通」

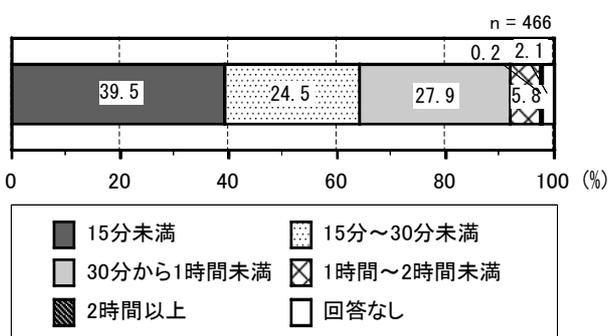
【今の暮らしの満足度】



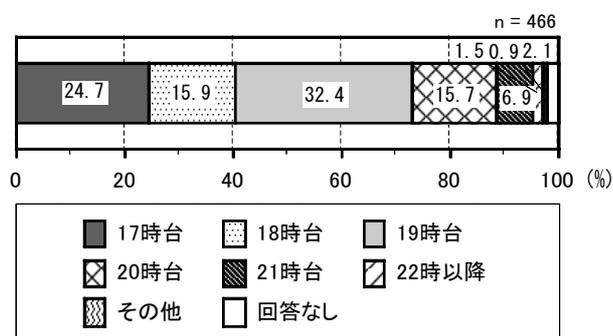
【仕事に対するやりがい】



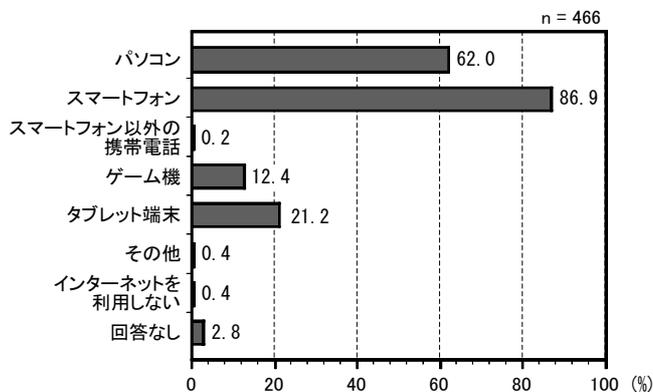
【通勤時間】



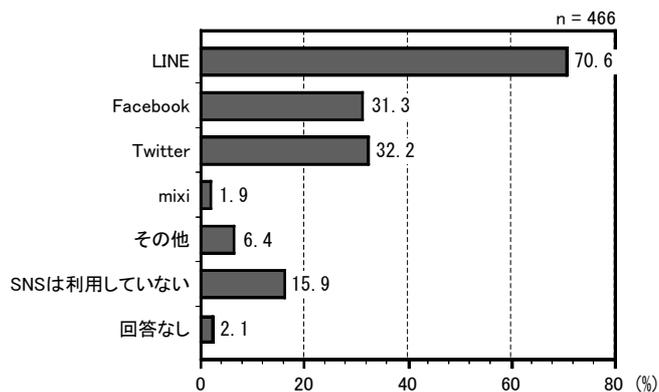
【帰社時間】



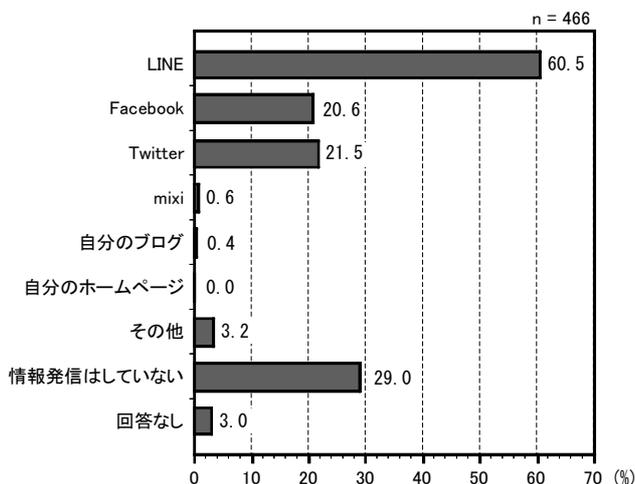
【インターネット利用時に使用している通信機器】



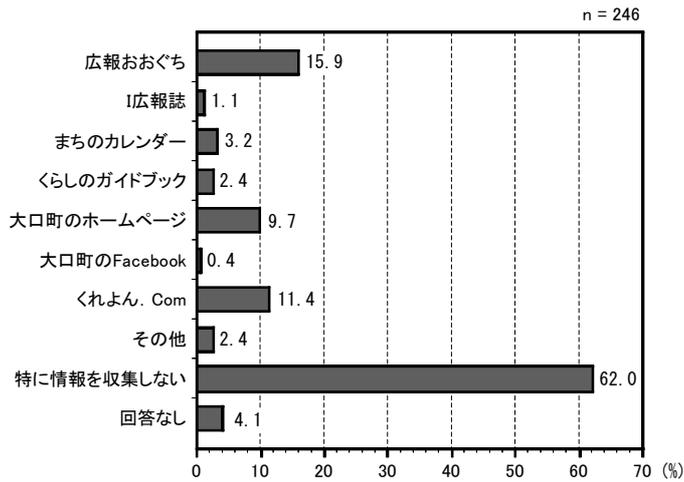
【情報収集時に利用しているもの】



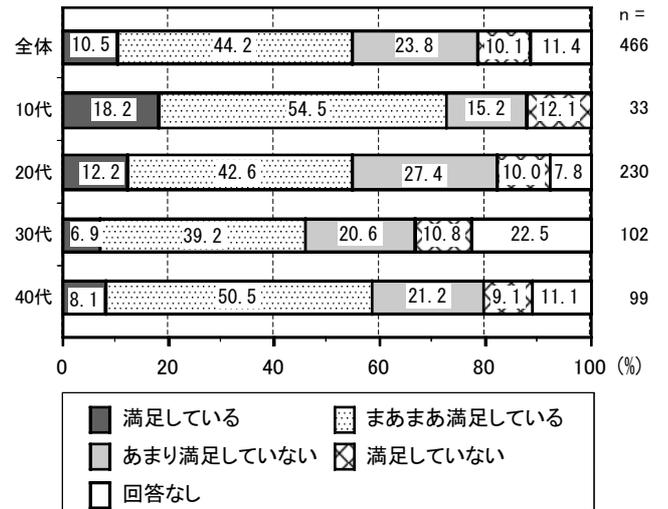
【情報発信時に利用しているもの】



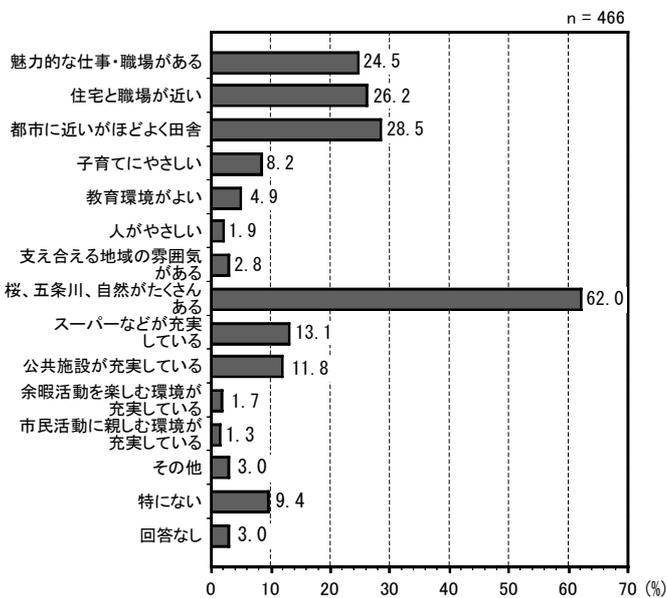
【大口町の情報を得る手段】



【大口町の情報発信に対する満足度】



【大口町の魅力・ウリ】



大口町プロモーション戦略・第1期アクションプラン
2017（平成29）年3月

編集・発行：大口町企業立地推進室
愛知県丹羽郡大口町下小口七丁目 155 番地
〒480-0144 電話番号:0587-95-1614