

# 鹿角ブランド推進指針アクションプラン

— <sup>おうごん</sup>黄金の世界遺産で鹿角を“魅せる” —



平成 31 年 3 月  
鹿角市政策企画課

## 目次

|            |                              |           |
|------------|------------------------------|-----------|
| <b>I</b>   | <b>アクションプランの策定</b>           | <b>1</b>  |
| 1          | 目的                           | 1         |
| 2          | 計画期間                         | 1         |
| <b>II</b>  | <b>アクションプランの基本的な方向性</b>      | <b>2</b>  |
| <b>III</b> | <b>アクションプランの3つの視点</b>        | <b>3</b>  |
| <b>IV</b>  | <b>成果指標</b>                  | <b>4</b>  |
| <b>V</b>   | <b>アクションプラン</b>              | <b>5</b>  |
| 1          | スタッフプライドの醸成                  | 5         |
| 2          | イメージと魅力の浸透                   | 5         |
| 3          | シビックプライドの醸成（インナーブランディング）     | 7         |
| 4          | 認知度の向上（アウターブランディング）          | 8         |
|            | ・ 鹿角ブランド推進協議会及び市民提案プロジェクト    | 10        |
| <b>VI</b>  | <b>鹿角ブランド推進指針アクションプラン構成図</b> | <b>11</b> |

## I アクションプランの策定

鹿角ブランド推進指針においては、本市の都市ブランドの確立に必要な資源を有機的に結び付けた「統合ブランド」を設定するため、黄金色（おうごんしょく）を設定し、キーワードとなる「癒し」と「シゼンタイ」を活用して市内外にPRしていくことを目的としました。

この取組をより一層推進するため、具体的なターゲットや行動計画を定めたアクションプランを策定します。

### 1 目的

指針の目的は、統合ブランドを確立して、シビックプライドを醸成しながら転出を抑制すること（インナーブランディング<sup>1</sup>）、同時に認知度の向上を図り、市外の人に「鹿角市に行ってみよう」と思ってもらえるようにしながら、観光消費額の増加や転入の促進を図ること（アウターブランディング<sup>2</sup>）です。この目的に向けて、プロモーションの取組をさらに推進するため、具体的な取組方針と取組内容を提示します。

### 2 計画期間

アクションプランの適用期間は、鹿角市第6次総合計画後期基本計画に定める「角ぐむ『鹿角』ブランド確立プロジェクト」に合わせ、平成32年度までとします。

当該アクションプランはアウターブランディングの目的の一つである観光消費額の増加を達成するための短期目標達成プランとして位置づけておりますが、長期目標である転入の促進の達成にも寄与するものです。

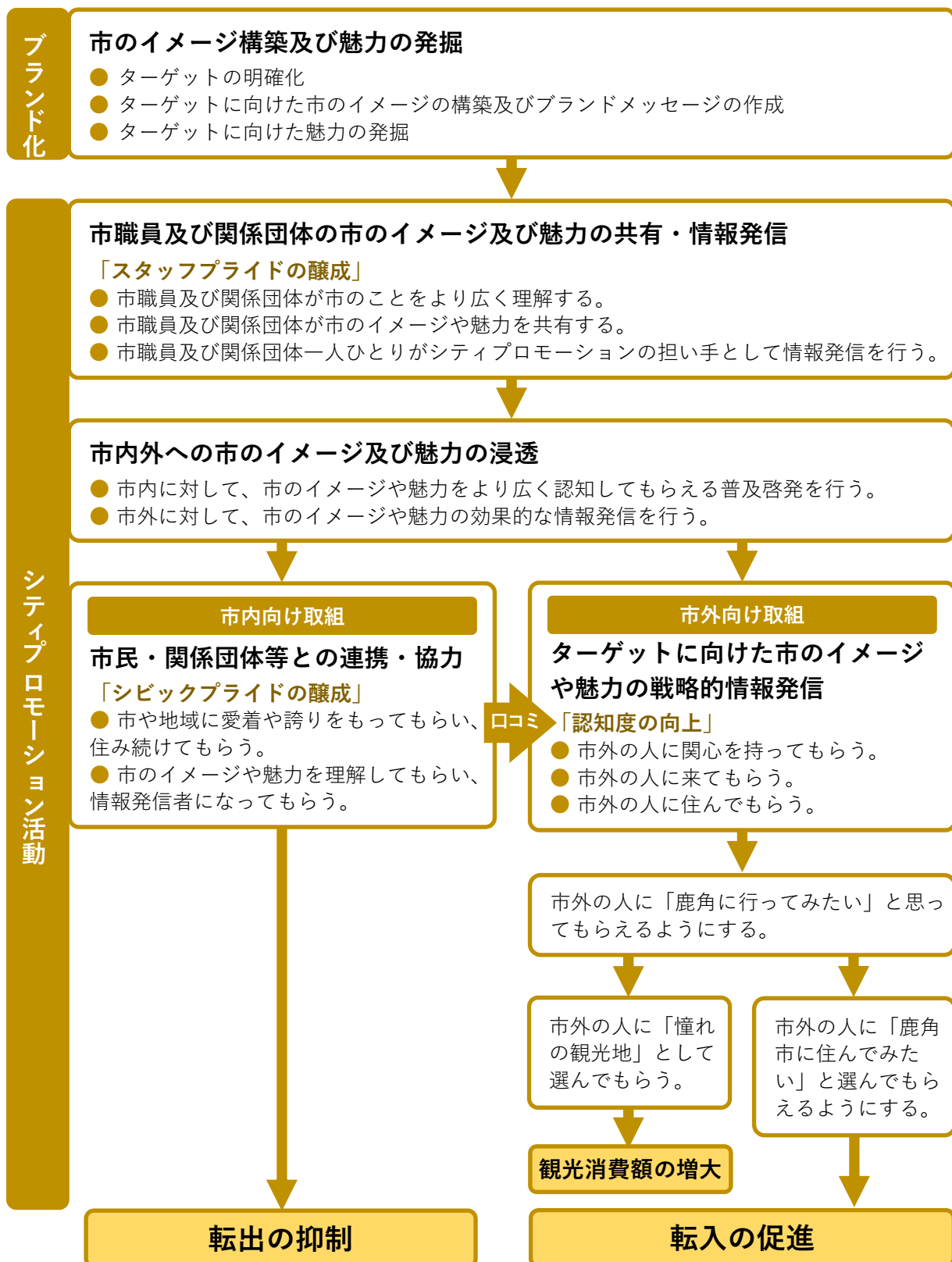
| 視点  | 目的                 | 適用期間        |
|-----|--------------------|-------------|
| 短期的 | 観光消費額の増加           | 平成32年度まで    |
| 長期的 | 定住人口（転入促進と転出抑制）の増加 | 平成33年度以降も継続 |

<sup>1</sup> 市民が共通して持っている、あるいは持っているべき中核的価値観（コア・バリュー）や理念、主義主張などを市民それぞれに浸透させていく活動であり、市内での理解と実践を促すためのものです。

<sup>2</sup> 市外の人に対する取組です。主に広報活動や広告などによってブランドの浸透を図っていくことになります。

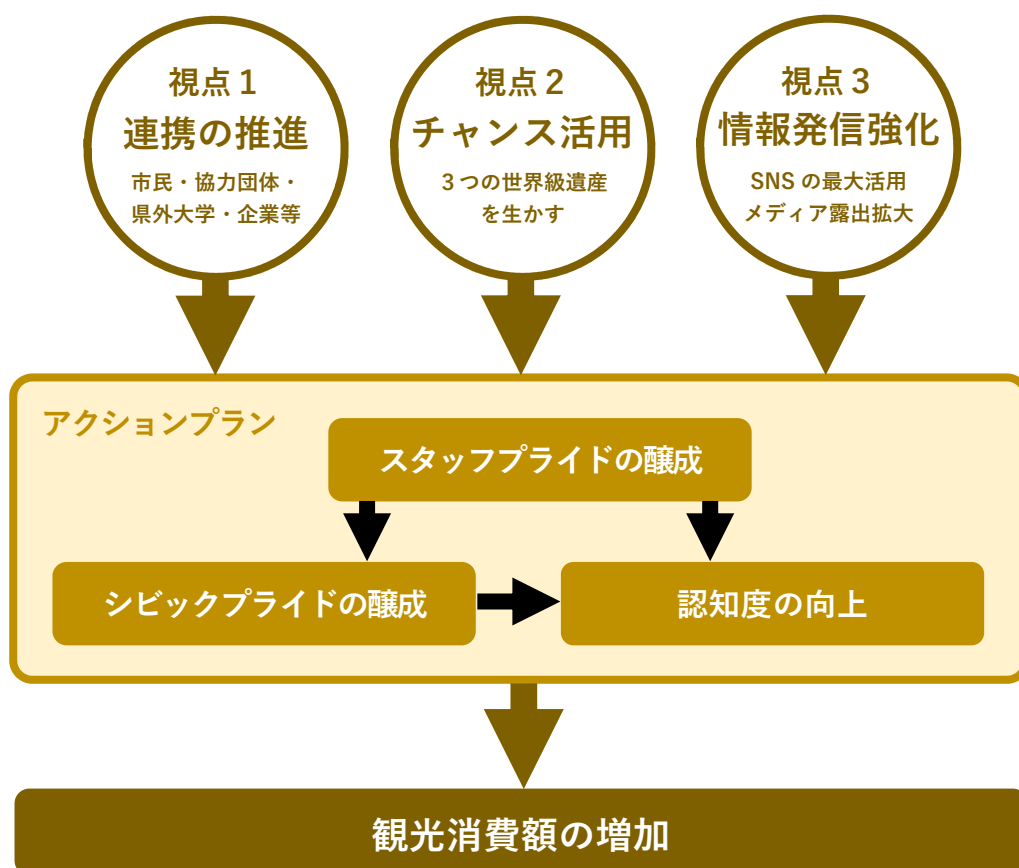
## II アクションプランの基本的な方向性

市及び関係団体がアクションプランを進めるに当たっての基本的な方向性については、次のように進めることとします。



### Ⅲ アクションプランの3つの視点

アクションプランでは、基本的方向性に示した要件を達成するために以下の3つの視点に重点を置いて事業を展開していくこととし、市が主体となる事業のほか、市民や関係団体、企業等が取り組む事業をシティプロモーション認定事業によって支援しながら、選ばれる観光地としての認知度を高め、目標とする観光消費額の増加を目指していきます。



## Ⅳ 成果指標

アクションプランの推進による具体的数値目標を次のとおり設定し、取組の成果を検証していきます。

### 【目指す成果】

| 成果指標               | 基準値       | 実績値       |           |           |           | 目標値              |  |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------|--|
|                    | H26       | H27       | H28       | H29       | H31       | H32 <sup>3</sup> |  |
| 情報接触度              | 743 位     | 759 位     | 632 位     | 632 位     | 628 位     | 624 位            |  |
| 全国的な認知度            | 711 位     | 661 位     | 660 位     | 686 位     | 520 位     | 500 位            |  |
| 全国的な魅力度            | 564 位     | 510 位     | 525 位     | 414 位     | 320 位     | 300 位            |  |
| 観光消費額 <sup>4</sup> | 8,335 百万円 | 7,233 百万円 | 4,827 百万円 | 4,683 百万円 | 8,613 百万円 | 8,668 百万円        |  |

〔参考：第6次鹿角市総合計画後期基本計画、鹿角市まち・ひと・しごと創生総合戦略、地域ブランド調査〕

<sup>3</sup> 「観光消費額」及び「情報接触度」については、平成31年度から平成33年度までの地方創生推進交付金として申請した重要業績評価指標（KPI）として算定しています。

<sup>4</sup> 秋田県統計をもとに市が独自推計しています。

## V アクションプラン

### 1 スタッフプライドの醸成

市職員及び本市のブランド推進の先導役となる協議会委員が鹿角市をよく知り、市の魅力を共有することでスタッフの地域への愛着や職務に対する誇りを醸成し、情報発信力の向上につなげます。

| 事業内容                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 実施者  | 事業期間                    |                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |      | H31                     | H32                                                                                                             |
| <b>鹿角ブランド推進事業</b><br>都市ブランドを確立するためのアクションプランに基づき、地域資源の掘り起こしと魅力向上に取り組みます。<br>▶ 鹿角ブランド推進協議会の開催…協議会提案プロジェクト（PJ）の実現に向け具体化を図ります。<br>▶ スタッフ間の情報共有…本市が加盟する「シティプロモーション自治体等連絡協議会」事業を最大限活用し、講師派遣によるスタッフ研修会を実施します。<br>▶ 関係団体等との連携…県外大学等調査研究活動との連携（成果発表会への参加）や、ブランド推進を進める企業等の成果について情報共有を図り、アクションプランの推進に生かします。 | 市協議会 | PJの具体化<br>研修会開催<br>情報共有 | PJの支援<br>研修会開催<br>情報共有<br> |

### 2 イメージと魅力の浸透

株式会社ブランド総合研究所による『地域ブランド調査 2018』の中の「自治体認知度ランキング」によると、全国 1,000 自治体中、市は第 684 位という結果であり、依然として市の認知度の低さが課題の一つと捉えられます。市外の人にとって、観光地として選択してもらうためには、認知度の低さを改善していく必要があります、そのためには、市民が市のイメージや魅力を理解し、まちのイメージを認知してもらう機会を増やしていくことが欠かせません。

アクションプランにおいては、都市のブランド化を進める上で重要な位置付けとした「ブランドストーリー<sup>6</sup>」の効果的な情報発信を通じて、市内外に本市のイメージと魅力を浸透させていきます。

<sup>6</sup> 人が感動したり、興味を持ったり、共感したりするとき、そこには必ずストーリーがあります。人から人へと情報が伝わりやすくなる仕掛けとして、本市にある資源や魅力を市民と一緒に発掘・編集し、ストーリー化して発信することが重要です。こうした活動により市民は誇りを感じ、市外の人々は憧れを持ち、これらが循環していくことで誇りと憧れの気持ちが相乗的に高まり、ブランドの価値が一層高まると考えられます。

| 事業内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 実施者               | 事業期間             |                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------|------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                   | H31              | H32                          |
| <b>ブランドストーリーの普及啓発</b><br>鹿角ブランド推進指針のキーワードである「癒し」と「シゼンタイ」、コンセプトカラーである「黄金色」、アクションプランの重点テーマである「3つの世界級遺産」を融合させた市民共通の都市ブランド理念となるブランドストーリーの普及啓発を図ります。<br>➤ 公式ブランドストーリーの共有…協議会でまとめたストーリーを市民と共有し、市外への発信力を高めます。<br>➤ 各種媒体の活用…市広報紙及びホームページのほか、マスコミ媒体やSNS等を積極的に活用します。<br>➤ 「どごさデモ」出前講座のメニュー化…市民向け講座として普及啓発を図ります。 | 市協議会              | 普及啓発             | 普及啓発                         |
| <b>黄金ストーリーの提案旅</b><br>市民それぞれが考える黄金にまつわるモノ・コトを募集し、市内の名所や資源をつなぎ合わせたツアーの中で、来訪者からの黄金ストーリー提案を促す。提案ストーリーは、公式ブランドストーリーのサブストーリーコンテンツとして、商品開発や旅行商品造成などに反映させていく。                                                                                                                                                | 市協議会<br>かづの観光物産公社 | 黄金素材募集<br>ツアー企画  | ツアー実施<br>黄金ストーリー提案<br>商品への反映 |
| <b>シティプロモーション認定事業</b><br>市のイメージアップに資する市民等の取組を支援し、市の認知度向上を図ります。特に鹿角ブランド推進協議会及び市民提案事業の具体化について、シティプロモーション認定事業によって実現していくため、実施主体となり得る団体等との連携を強化します。                                                                                                                                                        | 市協議会              | 認定・支援            | 認定・支援                        |
| <b>統一ロゴマークの活用</b><br>ブランドメッセージであるコンセプトカラーの「黄金色」を浸透させるため、市内外に対して黄金＝鹿角市を意識してもらう機会を創出します。<br>➤ 市発行の刊行物への掲載…市が発行する刊行物への掲載を進めます。ただし、内容が黄金色のイメージとかけ離れている場合はこの限りではありません。<br>➤ 市ホームページでの無償配布…ブランドメッセージに親しんでもらうため、ロゴマークを市ホームページで配布し、市民・団体・企業等の活用を促します。なお、使用に当たってはガイドラインを定め、販売品への掲載を申請方式、それ以外は自由利用とします。         | 市協議会<br>市民団体等     | 普及啓発<br>ガイドライン制定 | 普及啓発<br>ガイドライン運用             |



### 3 シビックプライドの醸成（インナーブランディング）

国内でも類を見ない世界級遺産を3つ抱える自治体として、市民が地域に誇りと愛着を持ち、市のイメージや魅力を市外に伝える情報発信者になってもらうとともに、今後も市に住み続けたいと思ってもらえることで、転出の抑制につなげます。

#### ◆誇り・機運の醸成

| 事業内容                                                                                                                                                                                              | 実施者            | 事業期間                    |                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------|-------------------------|
|                                                                                                                                                                                                   |                | H31                     | H32                     |
| <b>世界遺産登録推進事業</b><br>「北海道・北東北の縄文遺跡群」の構成資産の一つである「特別史跡大湯環状列石」の世界文化遺産登録を目指した取組を市民とともに進めます。<br>➤ シンポジウムの開催…世界文化遺産としての価値を考え、市民及び関係団体等の共通理解を目指します。<br>➤ 共通看板作製…世界文化遺産候補としての情報を発信するため、縄文遺跡群共通の看板作製を行います。 | 市<br>市民<br>団体等 | シンポジウム開催<br>共通看板作製      | シンポジウム開催                |
| <b>大湯環状列石魅了アップ事業</b><br>大湯環状列石や縄文文化の価値と魅力を浸透させるため、講座や体験学習等を実施します。<br>➤ 講座、講演等の実施<br>➤ ボランティアガイドの育成…遺跡の価値と魅力を伝えるガイドの育成を図ります。また、かづのプレミアムツアー造成事業と連携し、市外観光客に向けた現地ガイドとしての役割を担います。                      | 市<br>市民等       | 講座・講演等<br>ガイド育成<br>史跡案内 | 講座・講演等<br>ガイド育成<br>遺跡案内 |



#### ◆おもてなし力の向上

| 事業内容                                                                                                 | 実施者            | 事業期間  |       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------|-------|
|                                                                                                      |                | H31   | H32   |
| <b>魅力発見・接客接客市民講座</b><br>鹿角を訪れる観光客等に対して、市民一人ひとりが地域の魅力を伝えられるガイド役を担えるよう、鹿角の魅力を学びながら業種を超えた接客接客市民講座を開催する。 | 市<br>市民<br>団体等 | 講座の検討 | 講座の実施 |

#### 4 認知度の向上（アウトターブランディング）

観光消費額の増加を図るため、観光関連事業を中心にメインターゲットを定めながら、ブランドストーリーとブランドカラーを融合させた事業を展開し、認知度の向上を目指します。

| 事業内容                                                                                          | 実施者                    | 事業期間 |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------|------|
|                                                                                               |                        | H31  | H32  |
| <b>かづの観光産業確立事業</b><br>鹿角観光プラットフォームの体制を強化して、本市への誘客を促進するとともに、関係組織が一体となった観光推進体制（かづの版 DMO）を確立します。 | 市<br>かづの<br>観光物<br>産公社 | 体制強化 | 体制強化 |

#### ◆効果的な情報発信

| 事業内容                                                                                                   | 実施者                    | 事業期間                     |                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                                                                                                        |                        | H31                      | H32                      |
| <b>かづのプレミアムツアー造成事業</b><br>黄金色の歴史に彩られた観光地かづのを PR するため、市内の世界級遺産等をテーマごとに巡るプレミアム感のある旅行商品を造成して周遊性を生み出します。   | 市<br>かづの<br>観光物<br>産公社 | ツアー造成                    | ツアー造成                    |
| <b>観光宣伝推進事業</b><br>黄金色の歴史に彩られた観光地かづのを宣伝するため、誘客キャンペーンや葛飾区など、首都圏等での観光 PR 活動、鹿角観光ファン制度等を実施します。            | 市<br>かづの<br>観光物<br>産公社 | 大手企業連携<br>観光宣伝<br>郷土芸能披露 | 観光宣伝<br>郷土芸能披露           |
| <b>葛飾区連携・交流事業</b><br>平成 28 年 5 月に締結した「葛飾区及び鹿角市の連携・協力に関する協定」を踏まえ、都市農村交流や区内での販促・PR 活動を活発に行い、地域の活性化を図ります。 | 市<br>かづの<br>観光物<br>産公社 | 事業参画<br>観光宣伝             | 事業参画<br>観光宣伝<br>区民版鹿角ファン |

#### ◆誘客活動の推進

| 事業内容                                                                                  | 実施者 | 事業期間                 |                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------|--------------------------|
|                                                                                       |     | H31                  | H32                      |
| <b>広域観光連携推進事業</b><br>「鹿角広域観光推進会議」及び「盛岡・八幡平広域観光推進協議会」に参画し、広域的な観光事業を展開します。              | 市   | 事業参画<br>観光宣伝         | 事業参画<br>観光宣伝<br>区民版鹿角ファン |
| <b>外国人観光誘客促進事業</b><br>外国人への積極的な PR と訪日旅行会社に対する送客を支援することで、外国人観光客の誘客を図るとともに、受入態勢を整備します。 | 市   | ブランドメッセージの啓発<br>送客支援 | ブランドメッセージの啓発<br>送客支援     |

◆魅力の向上

| 事業内容                                                                                                  | 実施者        | 事業期間                               |                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------------------------------|------------------------------|
|                                                                                                       |            | H31                                | H32                          |
| <b>十和田八幡平ナショナルパーク誘客推進事業</b><br>ブランドのキーワードである「癒し」と「シゼンタイ」を体験できるメニューやサービスを提供することで、十和田八幡平を軸とした誘客促進を図ります。 | 市          | 満喫プログラム<br>観光物産フェア<br>後生掛自然研究路園地整備 | 満喫プログラム<br>観光物産フェア           |
| <b>きりたんぼ発祥の地かづのPR事業</b><br>黄金の稲穂から生まれる「きりたんぼ発祥の地」としてのイメージ定着を図るため、イベント開催やオリジナル鍋(山子鍋)等を活用したPRに努めます。     | 市<br>実行委員会 | イベント開催<br>山子鍋の普及<br>黄金イメージ啓発       | イベント開催<br>山子鍋の普及<br>黄金イメージ啓発 |
| <b>森と水の癒し里森林セラピー活用事業</b><br>森林セラピー基地を活用し、「癒し」と「シゼンタイ」を体験できるプログラムを提供します。                               | 市          | 体験型プログラム                           | 体験型プログラム                     |

## 鹿角ブランド推進協議会及び市民提案プロジェクト

都市ブランドの推進を図るため、鹿角ブランド推進協議会委員及び市民から募集した提案事業を第2回協議会（平成30年11月22日開催）においてワークショップ形式で取りまとめた結果、以下の2分野での事業展開が有効かつ効果的と判断しました。

今後は、アクションプランにおいて、事業主体となり得る関係団体や企業等と連携しながらシティプロモーション認定事業の活用を促していきます。

### 【商品開発分野】

| 提案事業の内容                                                                                                        | 実施主体<br>(想定)      | 事業期間                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------------------------|-----|
|                                                                                                                |                   | H31                                     | H32 |
| <b>黄金の「古酒」製造販売</b><br>尾去沢鉱山の地下水の揺らぎを利用し、発行貯蔵を行った古酒を製造する。また、製造した古酒は市内各イベント等で提供しながら、発行貯蔵場所も新たな観光スポットとする。         | 宿泊業<br>観光業        | 協議会での情報共有<br>市との連絡調整<br>シティプロモーション認定・支援 |     |
| <b>黄金みそ付けたんぼ開発・製造販売</b><br>「きりたんぼ発祥の地かづの」とブランドカラーである黄金色を印象付けるため、地元産の調味料とタイアップしたプレミアム感のある高級みそ付けたんぼの開発及び製造販売を行う。 | 宿泊業<br>観光業<br>飲食業 | 協議会での情報共有<br>市との連絡調整<br>シティプロモーション認定・支援 |     |
| <b>「土版（愛称どばんくん）」活用の商品展開</b><br>縄文人が数字の概念を持っていたことを示す貴重な遺物である土版の価値を共有するとともに、観光資源として「どばんくん」を活用した商品展開を進める。         | 観光業<br>関係団体       | 協議会での情報共有<br>市との連絡調整<br>シティプロモーション認定・支援 |     |

### 【誘客促進分野】

| 提案事業の内容                                                                                                                                                                                                                                                                   | 実施主体<br>(想定)              | 事業期間                                    |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------------------|-----|
|                                                                                                                                                                                                                                                                           |                           | H31                                     | H32 |
| <b>黄金世界遺産体験型ツアー</b><br>鹿角を訪れた観光客等が世界遺産を間近で体感（花輪ばやしへの参加等）できるツアーを実施する。また、インバウンドにも対応するため、鹿角の歴史を線で結ぶ自転車ツーリングツアーを組み込む。                                                                                                                                                         | 宿泊業<br>観光業<br>関係団体        | 協議会での情報共有<br>市との連絡調整<br>シティプロモーション認定・支援 |     |
| <b>黄金旅のスイート化（最上級化）</b><br>①最上級グルメの提供…ツアーの中で、金粉ソフトクリーム、黄金スイーツ等、鹿角の最上級グルメを来訪者に提供する。また、市内きりたんぼ提供店等が集結して最高級きりたんぼ鍋を開発し、高い付加価値を付けて宿泊施設で提供することで、きりたんぼ発祥の地かづののブランド価値を高める。<br>②最上級ルールの提供 <sup>7</sup> …宿泊施設の一室を鹿角の最上級ブランド（アートフォルムの靴べら、紫根染・茜染の布団カバー等）でコーディネートし、宿泊者に鹿角の粋なおもてなしを提供する。 | 宿泊業<br>観光業<br>飲食業<br>関係団体 | 協議会での情報共有<br>市との連絡調整<br>シティプロモーション認定・支援 |     |

<sup>7</sup> 平成30年9月22日に秋田魁新報社、鹿角市が主催する「鹿角活性化中学生選手権」で十和田中学校の生徒たちが提案した内容が鹿角ブランド推進協議会でも議論され、プロジェクトとして実現を目指すことになった。