

鹿角ブランド推進指針

平成 30 年 3 月

鹿 角 市

1 指針策定の趣旨

鹿角市では、地域ブランド確立による地域の活性化を図るため、鹿角ブランドアップ戦略（2010年度策定）に基づき、人と人のつながり・連携によって、地域としての信頼や憧れの獲得につながる活動が活発に展開されるよう取組を進めてきました。

そして、2016年度からは、「角ぐむ『鹿角』ブランド確立プロジェクト」として地域ブランドの確立を第6次鹿角市総合計画後期基本計画の重点プロジェクトの1つに位置づけ、「鹿角ならではの独自の価値や誇りを具現化する『ブランドコンセプト』」を確立して、取組を進めることとしました。

この指針は、このような背景のもと、鹿角ブランド推進協議会における2年間の検討を踏まえて、鹿角ブランド確立のための取組（以下「ブランド戦略」）を推進するにあたっての当面の指針を定めるものです。

2 統合ブランド

鹿角市には、地域ブランドの確立に必要な素地（資源）は十分に整っています。これらの各資源を個別に売り出すのではなく、何かしらの傘のもとで有機的に結び付けてPRしていく「統合ブランド」を設定することで、効果的にブランド化を進めることができると考えられますが、現時点では、色（カラー）についてのみ設定します。

基本的方針	方針の進め方
(1) フレーズ	言葉（フレーズ）としての「統合ブランド」は、鹿角ブランド推進協議会においてコンセンサスの得られた「癒し」や「シゼンタイ」に込められた意味合いが、効果的に市内外へ伝えられることを目指し、継続的に議論を深めていきます。
(2) カラー (別紙1 参照)	鹿角には金色に結び付く多くの資源があり、金色は視覚的にも訴求力があることから、鹿角をイメージさせる色を「黄金色」と定め、印刷物やWEB上の記事等を作成する場合は、「黄金色」を効果的に使うものとします。 ただし、黄金色を使用することが適切でない場合や他の色を使うことが効果的な場合（下記例を参照）は、この限りではありません。 (例1) 温泉をPRしようとして、水色を基調とする場合 (例2) 自然をPRしようとして、緑色を基調とする場合 (例3) 茜染めをPRしようとして、茜色を基調とする場合

3 ブランド戦略の推進の考え方

ブランド戦略の推進に関わる者が、ブランド戦略の推進にあたって留意すべき事項を次のとおり掲げます。

留意事項	方針の進め方
(1) 癒し	「癒し」は、自然ばかりでなく、食、農業、温泉、歴史・文化などにも共通するキーワードであり、鹿角市の魅力を発信する際の有力なキーワードとして使用していくこと。(別紙2参照)
(2) シゼンタイ	次に掲げるそれぞれの「シゼンタイ」の視点を持って、ブランド戦略を進めること。(別紙3参照) ①自然体 ：地域の魅力について、力まずに気負いのない自然な態度で、るべき姿で受け継ぎ、発信していきます。 ②自然帯 ：国立公園に限らず、鹿角を取り巻く自然環境は豊かです。 ③自然隊 ：市の大きな魅力である自然を市民一人ひとりが愛し、守っていきます。 ④市全体 ：シビック・プライドが醸成されるよう、多くの市民を巻き込んで進めます。

4 指針の活用

(1) 指針の共有

市は、市民及びブランド戦略の推進に関わる者との間で、この指針を共有し、市全体の指針となるよう努めます。

(2) かづのシティプロモーション事業の認定への活用

市は、「かづのシティプロモーション事業」の認定にあたっては、この指針と整合するものを優先的に認定するものとします。

5 指針のフォローアップ

この指針は、鹿角ブランド推進協議会による評価、検証等を踏まえて、必要に応じ、隨時見直していくものとします。

「黄金色（イメージカラー）」

背景

- 多くの人に鹿角市を知つてもらうために、「鹿角市」と聞いてすぐに思いつく共通のイメージが必要だと考える。
- 言葉で共通のイメージを表現するのは難しいため、鹿角市の多様な魅力を統一して表現する一つの手法として、イメージカラーを設定してはどうかと考えた。
- イメージカラーは鹿角市の魅力を物語る上で重要な意味を持つ色でなければならないほか、色の持つ力をきっかけに鹿角市に興味を抱き、訪れてみたくなる誘引力のある色がよい。
- 鹿角市は鉱山資源に恵まれたことにより多様な文化が育まれ、全国から街道を通り多くの人が集まり、そして、この地をめぐり奪い合う戦いの地にもなった。
- 鹿角市の独自の営みは、この豊かさによって育まれたもので、現代までそのまま生きているから人を惹きつける。
- 世界遺産の「花輪ばやし」には躍動感のある金色があり、「大日堂舞楽」には厳かな金色がある。そのほかにも鹿角にまつわる金色を様々な場面で活用できる黄金色をイメージカラーとすることを提案する。

「黄金」（おうごん）、「金色」（こんじき）に関連する鹿角のモノ、コト

- 尾去沢鉱山、南部藩の歴史文化、2つのユネスコ無形文化遺産、田園の稻穂、十和田八幡平の紅葉、スポーツ（金メダリスト）など。
- 視覚的に分かりやすく、市民にとっても共感を得やすいと思われる。また、季節ごとにそれぞれ違った黄金色があり一年を通して感じることができる色である。
- 金のイメージが強い金沢とは別のPRができる。（自然や癒しを感じる金色・祭事などで町が活気づく金色といった静と動の展開）

「角ぐむ癒しの里 かづの」

背景

- 情報技術の発達によって人々の生活様式は大きく変わり、利便性は向上したが、そこで暮らしているのはあくまでも一人ひとり感情を持つ「人」であり、便利な暮らしの中にあっても、ふとした瞬間に疲れや虚しさを感じることがある。
- ブランドコンセプトの確立にあたっては、「人」の持つ感情や五感に呼びかけるようなイメージを形成することが、中、長期的に見て持続性、継続性があり、効果的だと考えられる。上記のような「疲れ、虚しさ」を感じている人が多い中、「癒し」をキーワードに鹿角市の魅力を発信していくことを提案する。

「癒し」をキーワードにアピールできると考えられる本市の魅力の例

①食	「美味しいものを食べたい」という感情は万国共通の本能であり、鹿角市にある様々な郷土料理や名産品をアピールする。(きりたんぽ、けいらん、かづの牛、ホルモン、秋田ふき、しづく大根、鹿角リンゴ、北限の桃、米 等)
②農業	都会から訪れる人が農業や古民家暮らしを体験するためのベースとして、空き家や空き農地を活用する。
③自然	十和田八幡平国立公園を中心に、太古から変わらない豊かな自然に触れることができる。
④温泉	八幡平、湯瀬、大湯といった温泉資源を生かして癒しの場を提供する。人々が集い交流する場として、温泉（入浴施設）を軸にした公共施設を造ってはどうか。(例:青森県大鰐町の「鰐 come」)
⑤歴史・文化	2つのユネスコ無形文化遺産のほか、70件以上の指定文化財や尾去沢鉱山を有する鹿角市で、太古から近代まで様々な歴史・文化に触れることができる。また、市内各所に残る多くの伝説（だんぶり長者伝説、八郎太郎伝説等）もかけがえのない資源である。
⑥スポーツ	駅伝やスキーなど、スポーツ大会の開催地として既に全国的な知名度を持っている。

「鹿角、シゼンタイ」

背景

- 鹿角には様々な観光資源や文化的資源（花輪ばやし、大日堂舞楽、十和田八幡平国立公園等）があるが、そのどれもが魅力的であり、それぞれに携わり頑張っている人々がいる。
- 地域が生き残る手段としてどれかに特化せざるを得ないのか、もしくはそれらを総括して表現できるコンセプトがあるのか考えた結果、鹿角市の持つ様々な魅力を「自然」というテーマと関連付けて網羅できるのではないかと考えた。

「自然」というテーマについて

- 鹿角を取り巻く自然環境は大きな財産であり、鹿角が持つ魅力の多くを「大自然の中の○○（例：祭、温泉、自然の恵みとしての食文化）」といった形で結び付けて表現することができる。
- しかし、市民にとって「自然」は当たり前にそこにあるものという感覚であり、現状、自然を大切にできているか、外から来た人に魅力を感じてもらえるような、あるべき姿が整えられていると言えるのか、今一度見直すべきだとも考える。
- 自然についても、それぞれの魅力（祭、温泉等）についても、ありのままではなく、あるべき姿を整え、魅力の向上を目指していくことで良い効果が生まれると期待される。
- 地域の魅力について、気負ったり、虚勢を張ったりせず、あるべき姿（ありのままの姿ではない）で発信していく（受け継いでいく）ことが、外部の人々が期待する田舎のイメージだと考える。

「シゼンタイ」というキーワードについて

- 以下のような複数の意味を持たせることで、様々な分野で「鹿角、シゼンタイ」を用いることができる。
 - 【自然体】 力まずに物事に臨む態度、気負いのない自然な態度
 - 【自然帯】 豊かな自然に囲まれたエリアとしての表現
 - 【自然隊】 自然を愛し守っていく人々としての表現
 - 【市全体】 にいる市民に対しての啓蒙、意識改革の旗印としての表現 など