

愛南町営業戦略推進計画等策定懇話会

「アイ」を形にする（仮）デザインシンキングワークショップ

第1回 報告書

- 日 時： 令和2年8月3日（月）18時～20時
- 場 所： 愛南町役場（本庁）3階 大会議室
- 参加者： 町民12名、職員17名、スタッフ7名
- 内 容： デザインシンキング講座、問題発見ワークショップ
※新型コロナ対策として、検温・消毒・マスク着用にて入場
- 次 第： 1. 開会
・ 商工観光課長あいさつ ・ 担当者紹介 ・ 概要説明
2. デザインを使いこなすためのデザイン講座
3. 問題の発見と解決を探るワークショップ
4. 閉会

●はじめに

商工観光課長あいさつの後、事務局より本事業の概要を説明。スタッフ、ファシリテーター紹介後、以下ファシリテーターが進行。

<ファシリテーター紹介>

ビンデザインオフィス株式会社 代表取締役 山内敏功氏

1950年愛媛県出身。東京(株)エイリーフォーにて森永乳業、明星食品、不二家等のパッケージデザインを担当する。1980年ビンデザインオフィス設立。パッケージデザインを中心に、自治体ブランディングや地域活性化イベントのプロデュースも多数手掛けている。

2000年から2012年まで松山市ことばのちから実行委員会委員長を務め、ことばのちからで地域活性化を企画。島根県雲南市、愛媛県松前町、伊予市、砥部町、尾道市生口島ではデザインシンキング手法でロゴマーク等を制作する。農業施設・道の駅から、漁業組合遊子の台所など一次産業の活性化にも取り組んでいる。



●「デザインを使いこなすためのデザイン講座」

第1回ワークショップでは、今回のロゴマーク／キャッチフレーズ制作のワークショップを開催するにあたり、ファシリテーターによるデザイン講座を開講。具体的な事例を参考に、デザインシンキングとは何か、ワークショップを開催する目的、進め方、最終的な目標について解説する。

(※以下概要／レジュメより抜粋)

1. デザインシンキング ワークショップについて

<目的>

- ・他人事を自分事に、自分事を他人事に捉える意識改革
- ・デザインを使いこなせるスキルを身につける
- ・モチベーションを高める

<委員の条件>

- ・話せる人、聞ける人
- ・参加者が偏らない

(幅広い業種の人材で構成する)

- ・ファシリテーターはデザイナー (デザインシンキングの絶対条件)

<参加の条件>

- ・愛南町への固定したイメージを持たない
- ・自分の意見を押し付けない
- ・変化や失敗をおそれない
- ・柔軟であること



<デザインシンキングの流れ>

- 1：委員会発足／事例を参考にデザイン講座
- 2：問題の発見と解決を探るワークショップ
- 3：解決を目指すテーマの決定（方向性の決定）
- 4：それぞれのアイデア提案（ブラッシュアップのための意見出し）
- 5：ロゴマーク／キャッチフレーズの決定
- 6：ロゴマーク展開案（デザインフォーマットの検討） →次の事業へつなぐ
（※今回はコロナ対策のため全4回で実施）

<デザインシンキングの特徴>

デザインシンキングワークショップでは、ファシリテーターは参加者の発言を促し、そこで集まった「ことば」の編集からデザインアイデアへと進行する。進行と共にデザインの具体案が姿を現してくるため（自分たちの意見がアイデアとなり形になっていく）、共に企画に参加した意識が高まる。

<ルールは2つ>

1. 最初から具体的なテーマを決めない（仮テーマ：「アイ」を形にする）
2. 「こんな町にしたい」から始める（カンカラコモデケアの法則）
 - ①感動のある町 ②カラフルな町（色彩） ③今日性のある町（SDGs等） ④物語がある町
 - ⑤データ（情報）がある町 ⑥決意がある町 ⑦明るい町（プラス思考）

<ゴールはみんなで作る>

ロゴマークの完成がゴールになりがちだが、決定したロゴマーク／キャッチフレーズを活用し商品やサービスに展開することで、産地間競争の中で勝てる商品、町に育てていくことを目標にする。

2. 事例紹介

ファシリテーターがこれまでに手掛けた農業・漁業・六次産業・道の駅などのロゴマークと展開例を紹介。デザインシンキングの手法を用いた協働の成功事例として尾道市生口島の事例を紹介する。

- (1) 農業生産法人にゆうず
- (2) ギノーみそ
- (3) 愛ブランド
- (4) 遊子の台所プロジェクト
- (5) 愛育フィッシュ
- (6) 内子フレッシュパークからり
- (7) 行政ブランディング（松前町、砥部町、伊予市）

(8) 一福百果

(9) ♡するれもんの島 (尾道市未来創造計画～六次産業化プロジェクト) 他

●問題の発見と解決を探るワークショップ

町民 13 名、職員 15 名の 28 名でワークショップを実施。4 班 (各班 7 名) に分かれて、「観光」「農業」「漁業」「産業」「その他」の 5 項目について、愛南町の問題点と解決方法のアイデア、さらにキーワードになることば (発想素材) を抽出する。各班の意見まとめは別添のとおり。これをもとにファシリテーターが情報を整理・分析し、次回ワークショップで報告する。

(以上)



チーム： 1 (代表:松田)

	問 題	解 決	ことば (発想素材)
観 光	<ul style="list-style-type: none"> ●人口減少 ●宿泊者の減少 ●長時間の滞在がない ●施設の老朽化 ●観光の大きな拠点がない ●全体の繋がりがない ●宣伝力がない ●鹿島に鹿がない ●コロナ ●南レク、紫電改、動物園、人が来ない 	<ul style="list-style-type: none"> ●祭を統一する ●昔からのVS(ケンカ)を無くす ●困いこまない ●核を作り、繋げる ●農・漁・観、様々、何日か楽しめるように ●人が入りやすいレイアウトに ●宿泊施設活性化(テント等) ●オートキャンプ場 ●ゲストハウス ●オンリーワンを見つける 	
農 業	<ul style="list-style-type: none"> ●宣伝力がない ●出荷団体・個人が多い ●収穫の人手不足 ●一体化 	<ul style="list-style-type: none"> ●空いた土地の整備 ●同業者、同工も繋がる ●発信力磨く(SNS) 	
漁 業	<ul style="list-style-type: none"> ●後継者不足 ●魚価安 ●食べ難さ 	<ul style="list-style-type: none"> ●都会にはない「うまい!!魚」推す ●口を持ってる人に売ってもらう ●愛南産の旬の魚のカレンダー ●市場食堂、土曜日閉めない ●食べれるもの(地産)増やす ●ブランド魚を小分け売り(手軽に) 	
産 業	<ul style="list-style-type: none"> ●物流の悪さ 	<ul style="list-style-type: none"> ●素材を加工する手段 	
そ の 他	<ul style="list-style-type: none"> ●ゴミを売れてない ●空港に一番遠い ●不便(交通) ●飛び抜けた名産がない ●若者離れ ●空き家が多い ●メインがない ●きれいなトイレが少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ●ターゲットを絞る ●リフォーム補助の拡充 	<ul style="list-style-type: none"> ●陸の孤島

チーム：2（横文字チーム）

	問 題	解 決	ことば (発想素材)
観 光	<ul style="list-style-type: none"> ●目玉がない ●これ!!というお土産がない ●施設が古い ●インバウンド難しい ●国道のゴミが多い ●宿泊施設が少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ●青空市 ●土地開発 ●海中公園(日本初) 	●デザイン
農 業	<ul style="list-style-type: none"> ●愛南ゴールド、美生柑、河内晩柑 ネーミングが複雑 ●味のばらつき ●後継者いる？ 	●青空市	
漁 業	<ul style="list-style-type: none"> ●魚離れ ●料理(魚)捌けない ●漁業者のゴミ捨てマナー ●雇用後継者 	<ul style="list-style-type: none"> ●青空市 ●釣ぼり ●漁協で調理ショー ●カツオー本釣の元祖 	●官民学 (南高生を使う) 新 度 ○ 鮮 ○ 魚
産 業	<ul style="list-style-type: none"> ●正社員募集が少ないイメージ ●若者の雇用場所 ●後継者不足 ●コラボ出来てない 	●青空市	
そ の 他	<ul style="list-style-type: none"> ●子どもが少ない ●名所と名所が離れている ●空き家(後継者不足) ●子育て(廃校等) これからの環境について ●カラオケ店の防音 	●廃施設を再利用	●じゅうがわるい愛南

チーム：3

	問 題	解 決	ことば (発想素材)
観 光	<ul style="list-style-type: none"> ●交通の便が悪い ●アクセス悪い ●立地が悪い(通過点にすらない) ●魅力的な宿泊施設が不足 ●愛南町を知らない ●愛南町の観光=〇〇というインパクトあるものがない ●観光コースがこれといってない ●楽しめる場所が少ない(買い物できる場所・ゆっくりできるカフェなど) ●地元の人が観光を知らない ●無理やり観光っばい! 	<ul style="list-style-type: none"> ●(遠いこと、アクセスが悪いこと)を利点として捉える ●高速道路 ●愛南町を目的地にする ●アピールの仕方を考える 	<ul style="list-style-type: none"> ●最南端 ●どうせなら最果てへ ●来づらい、帰りづらい ●アピールの仕方を考える ●本当のファン、リピーターをつくる ●マニアック ●わざわざ愛南に!?
農 業	<ul style="list-style-type: none"> ●協同でアピールしない ●農→漁の連携がない ●担い手不足 ●みかん後継者大丈夫か? ●農家のみかんの売り方がバラバラ ●市場への距離がある 	<ul style="list-style-type: none"> ●体験さす ●みかんに名前を書いて熟す 自分だけのみかん ●農家って儲かる! 	
漁 業	<ul style="list-style-type: none"> ●きついイメージ ●担い手不足 ●市場への距離がある ●協同でアピールしない ●サラリーマン的、あまりプライドがない!? ●町のメインなので問題点はないと思う! 	<ul style="list-style-type: none"> ●体験さす ●カツオー一本釣り体験(見学) ●塩釜のPR 	<ul style="list-style-type: none"> ●鯛を一番美味しく食べる方法を貴方はまだ知らない
産 業	<ul style="list-style-type: none"> ●海・山コラボ ●一次・二次・三次のまとまりが薄いのでは ●産業よくわからない、建設業が強い 		
そ の 他	<ul style="list-style-type: none"> ●移住・定住への力不足 ●ジューガイ ●町民みんなが1つにならない! ●見た目優しい、中身は?わかりにくい ●知名度が低すぎる ●広報や宣伝の仕方が下手くそ 	<ul style="list-style-type: none"> ●ジビエ体験(捕る、捌く、食す) 	<ul style="list-style-type: none"> ●(魚・野菜・フルーツ)鮮度いちばん愛南町

チーム：4

	問 題	解 決	ことば (発想素材)
観 光	<ul style="list-style-type: none"> ●宿泊施設 ●観光場所がマンネリ化 ●全体的に施設等が古い ●知名度が低い ●交通アクセスが悪い ●遠い ●国道からわかりづらい ●行き方がわからない ●すべてにおいて特質性が無い ●バラバラ ●統一感なし 	<ul style="list-style-type: none"> ●観光に来てもらえる仕掛け作り ●新たな体験メニュー ●周遊バスの整備 ●指定管理の見直し ●高茂岬に続く道に愛らしい 名前をつける 	<ul style="list-style-type: none"> ●温泉 ●宿泊施設 ●スキューバダイビング ●海・太陽 ●自然 ●最南端(愛媛) ●秘境の町
農 業	<ul style="list-style-type: none"> ●人手不足 ●加工品 ●1ターン・Uターン農業者はほほいさない ●ブランド力が弱い 真穴みかん>愛南ゴールド ●愛媛はみかんイメージ、 愛南にみかんイメージがない ●おいしい加工品があるのに 食べる所がわからない 	<ul style="list-style-type: none"> ●生果だけでなく加工品を作る ●AI、オートメーション、 機械化、パワースーツ 	<ul style="list-style-type: none"> ●棚田 ●河内晩柑 ●柑橘
漁 業	<ul style="list-style-type: none"> ●天然魚(カツオ)は必ず 食べられると限らない ●おいしい魚も生産性が 悪いものが多い ●スマはなかなか食べられない ●加工 	<ul style="list-style-type: none"> ●おいしい魚が食べられる 飲食店のPR ●養殖魚をPR ●市場食堂のPR 	<ul style="list-style-type: none"> ●養殖魚 ●鯛、鯉 ●真珠養殖発祥の地 ●牡蠣、ヒオウギ貝
産 業	<ul style="list-style-type: none"> ●定番 ●高齢化 ●農業、漁業の他は？ 	<ul style="list-style-type: none"> ●定番商品をつくる ●年中販売できる定番商品を 道の駅に置いてもらう ●ゆらり、MIC、サンパールなど 観光客が来る所に地元商品を 統一したイメージで販売出来る コーナーがあると良い(作る) 	<ul style="list-style-type: none"> ●ジュース(みかん色々)
そ の 他	<ul style="list-style-type: none"> ●お店が暗い ●水洗化率 ●オープンなキレイなカフェがない ●子どもがいない ●商店街に活気がない 	<ul style="list-style-type: none"> ●町営浄化槽をつけてください 補助金あります ●大きな会社、工場とかを誘致する →人口増やす 	