

団体名	安芸太田町	所属	地域づくり課	他団体等との連携	地域住民，安芸太田町観光協会
連絡先	(0826)28-2112				

取組事例名	町民と連携した安芸太田町PR	取組期間	平成24年11月～
--------------	----------------	-------------	-----------

取組の概要 ～ 地域住民と連携した安芸太田町PR活動の実施

安芸太田町のPRのため，広島県の観光プロモーション「おいしい！広島県」を参考にした，町オリジナルポスターの作成，町女性職員からなる『安芸太田町AKO!』の結成，町長，町役場職員，町民までを巻き込んだ映像を作成するなどの活動に取り組んだ。

取組の背景 ～ 安芸太田町未来戦略会議の設置，提言

広島県安芸太田町は，中国地方ワーストの人口減少率，広島県最少人口そして高齢化率県内1位と，超過疎化かつ高齢化が課題となっている。

平成22年度に安芸太田町未来戦略会議を設置し，町の重点施策である観光振興対策等の検討を行った。未来戦略会議の提言により，平成23年度より安芸太田町の観光協会の観光推進体制の強化，町の文化・自然環境を生かしたヘルスツーリズムの推進，情報発信・ブランド戦略の推進に取り組んでいる。

取組のねらい ～ 町の知名度の向上及び活性化

- (1) 安芸太田町の知名度の向上
- (2) 安芸太田町の活性化

取組の具体的内容 ～ 町民・行政が一体となった，PR活動及び来町者への「おもてなし」の実施

平成23年9月，町商工会副会長の大倉啓司氏が「勝手に観光大使」を名乗ったことから，「おいしい!広島県」有吉委員長のポスターへの乗っかり企画として，町オリジナル「おいしい!のお～。安芸太田町」ポスターを作成，町内の飲食店及び観光地へ掲示し，来町者へPRを行った。



また，安芸太田町を訪れる方々に「また来てみたい」と思っただけよう「心からのおもてなし」に取り組もうと，町役場全女性職員が立ち上がり，11月5日に『安芸太田町AKO!』を発足させた。(AKOとは，「あが～，こが～言う，乙女たち」の略で，色々わいわい意見を出しながら町の活性化に取り組もうという意味)

『安芸太田町AKO!』では町内各地でロケを行い，町長，町役場職員，町民(80歳のおばあちゃんから保育園児まで町民総勢100名以上)がパラパラダンスをしながら，安芸太田町の「素晴らしいけれどあまり知られていない観光素材や食，素朴で温かい人々や里山文化」をユニークな歌詞で紹介する映像を，広島県男性職員による「全力歓迎ダンス」を模倣して作成。YouTubeに投稿して話題を集めた。

また，休日を中心とした町内外のイベントでボランティアによる安芸太田町のPR，Facebookを活用し町内外へ積極的な情報発信を行っている。

現在，町では森林を活用して人々に癒しを提供する「森林セラピー」や，民泊を通じて人と人が交流し生きる素晴らしさを学んでいただく教育旅行「人情田舎体験」を，町民が積極的に参加し支えながら推進しているところであるが，AKOはこれら来町者に対する「おもてなし」の中心としての役割を担っている。



取組を進めていく中での課題・問題点 ～ 限られた予算・人員による情報発信

- (1) 厳しい財政事情の中、限られた予算で安芸太田町の魅力を外部へPRする手法を検討しなければならなかった。
- (2) AKOの活動は、基本的に全てボランティアで、本人らの自発的意思によって活動を行っている上、活動の中心が事実上十数名に限られており、イベント開催が多い時期には1日に複数回や毎週土日ごとの活動となるなど、体力的にも負担感が大きかった。

創意工夫した点 ～ 予想外の手法により注目度を高め、限られた予算内で効果的に情報を発信

- (1) 最小限の経費で町の知名度向上を図るため、いかにマスコミからの注目を集めるかを検討し、県の大型企画の模倣という予想外の手法により話題性を高めた。
また、模倣の中にもオリジナリティを出すため、ポスター作成やダンス制作については、企画段階から町内の若手クリエイターにボランティアでの参加を促し、町観光協会、AKOメンバーと意見を出し合い、関係者自らが楽しみながら「安芸太田町ならではの」味を出すことに留意し、最小限の経費での完成をめざした。
- (2) AKOには管理職による顧問制度を置き、活動方針や活動計画立案時のアドバイスの他おもてなし活動時のメンバー送迎等活動の側面支援を行い、体力的な負担の軽減を図った。

取組の成果（効果） ～ 女性職員の頑張りが注目を受けたことにより、町民の見る目に変化

- (1) 町内主要施設におけるAKOのポスター掲示やYouTubeによる動画配信により、町女性職員がボランティアで「おもてなし」活動に取り組み、元気な町づくりのためにガンバっていることは、マスコミ等にも多く取り上げられ、町民の中にも相当程度浸透した。
- (2) これにより町民の職員を見る目も変わりつつあり、町民の中にも子育て中の母親等を中心としたグループが、独自の地域づくりの取組を開始しつつあるなど、一定の成果を上げていると考えられる。
- (3) 一番大きな成果として考えられるのは、県下で一番人口の少ない小さな町の職員が、地域を思う気持ちに支えられて様々な場面で元気でガンバっている姿を、県内はもちろん全国に情報発信できたことである。

今後の展開 ～ 女性職員による新規事業等の政策提案の実施

AKOの活動方針、内容については、本庁各課からコアメンバー（6人）を選出の上、必要な都度会議を開催するとともに、女性目線による新規事業等の政策提案を組織設置の大きな目的としている。
現在予定している1年間のおもてなし活動の終了後も、AKOとしてのモチベーションが確保できるような取組を、今後進めていく。

他団体へのアドバイス ～ 最小の経費で知名度向上を図るため、マスコミの効果的な活用が必要

今回は、県の大型企画の模倣という予想外の手法を使ったことがマスコミからの注目を集め、最小経費での知名度向上につながった。マスコミを効果的に活用することが、最小経費での知名度向上に必要なことである。