2026年（6月定例会　一般質問

議題：庄原市のブランディングの方向性について

質問議員：松森潤平議員（議席番号1番）

【議長】

休栄前に引き続き会議を再開します。次の質問に移ります。松森潤平議員。

大綱1：インナーブランディング・ブランドの核・市民の気運醒成

◆ 松森潤平（議員）

議席番号1番、松森潤平でございます。6月定例会最後の質問となりますが、最後頭でお付き合いいただければという風に思います。今回、庄原のブランディングの方向性ということについてご質問させていただきます。令和8年度より市の新たな施策として庄原ブランディングが掘げられていることには大いに期待をしておるところでございます。しかし、第2期小原市観光進行計画アンケート調査及び第3期長期総合計画アンケート調査では観光地としての認知度も低く、市民の愛着度も十年前と比較して低下しているという実態がございます。現状として庄原市民の方も市外の方も、「庄原ってこんな町」という明確な共通認識が持てないのではないかと考えております。以下の点について市長の見解をお伺いします。本市への愛着度や幸福度を引き上げていくため、インナーブランディングの視点が極めて重要であると考えますが、市長の見解を伺いるものでございます。

▶ 八谷市長

ご質問にお答えいたします。庄原ブランディングの推進におけるインナーブランディングとは、外部へ向けた魅力発信にとどまらず、まずは市民の皆さんや市職員自身が本市の持つ豊かな自然、歴史、文化、人の温かさといった価値を深く理解し、共有し合うプロセスでございます。インナーブランディングの推進による地域の価値を再発見し、そこに誇りを感じることこそが愛着度や幸福度の向上につながり、ひいては外部への強い発信力と訴求力、すなわちアウターブランディングへとつながる好循環を生み出すものと考えております。これまでも広報しょうばらや庄原市公式SNSなどを活用し、他方面で活躍いただいている市民の紹介や地域の日常の魅力を発信することで、本市への愛着を深めていただく土壌作りに努めてまいりました。しかしながら、人口減少や少子高齢化が一段と進む中、市民の皆さんが庄原に暇らす魅力を再認識できるようインナーブランディングの推進をさらに強化していく必要があると感じております。そうした視点を持ち、市民の皆さんが庄原市に誇りと感し、幸せを実感できるまちづくりの実現に向け、庄原ブランディングの取り組みを進めてまいります。

◆ 松森潤平（議員）

まずは市民の皆さんであるとか市職員の皆さんへのインナーブランディングが非常に重要であるというご答弁もいただきました。そういった上で、インナーブランディング・ブランディングを進めるにあたり、「庄原市＝」みたいなところをやはり定義づけていく必要があると私は感じていて、そのブランドの核になる部分みたいなところが現状もし市としてお考えがあるのであればお伺いしたいと思います。

▶ 経営戦略課長

ご質問にお答えいたします。この庄原ブランディングの推進に関しましては、リーディングプロジェクトの各部署横断的にチームを作りまして、今様々どういった手法で進めていくかという検討をしております。市民の皆さんがまずは誇りと感するもの、感じる魅力は何なのか、そこをまさに知恵を絞っている段階でございますので、今後色々ご提言もいただく中で、そういったところしっかり絞れればという風に考えております。

◆ 松森潤平（議員）

市民の皆さんが納得しているものを確認しながらブランドの核を築き上げていくことが最適ではないかと思っています。第3期の長期総合計画市民アンケートでは、「感じる感情や誇り、市外に自慢したいもの」という質問の答えとして、市民・高校生・中学生の全セクションで「自然」が1位に来ていました。一方で全国にも同じような強みを持つ自治体は多数あり、差別化を図るには尖った他にはない強みを軸にする必要があると考えています。例えばたたら製鉄の歴号、比婆牛の歴号、七塚原牧場の酸

農などたくさん強みがあると思います。ブランディングの軸について、もう一度お考えはないかお伺いしたいと思います。

▶ 経営戦略課長

先ほども申しましたように、プロジェクトチームの中で胚であろうと思っておりますので、どういったものを発信すれば一番有効なのかというのはしっかり考えていきたいと思います。かなり情報が世の中に溢れておりますので、各世代ごとの分析も必要であり、中高生たちの欲する情報とは何かという分析が必要です。庄原市には自慢できる自然・歴号・文化も美味しい食べ物もたくさんありますので、そういった中から少子化・高齢化が進む中、尖った山せる情報をしっかり考えていきたいと考えております。

◆ 松森潤平（議員）

インナーブランディングを進めるにあたり分野を横断的に全庁を上げての連携を図る必要も同時にあると思っています。具体的にどのような連携体制を想定しているのか伺いたいと思います。

▶ 経営戦略課長

ブランディングは全ての分野に関係する非常に裾野の広い業務であり、庄原市の魅力をしっかりと作っていくというプロセスがまさにブランディングであるということも言えますので、庁内全般にわたって横断的に取り組むべき業務だという風に考えております。各部署の情報を探る仕組みとそれを発信する効果的な方法についても課題としてしっかり協議検討進めまいりたいと考えております。

◆ 松森潤平（議員）

次に山内というキーワードを一つの提案として申し上げます。山内というのは人が手を入れることによって景観が美しく保たれていくというところです。山内マルシェ、庄原山内オープンガーデン、ブランド米「山内の夢」、山内の駅庄原ふらり、山内古代クラブ、庄原市山内体験交流協議会、山内暮らし、そして市議会の会派名「山内未来クラブ」など、山内というキーワードが庄原市内で多数使われています。「山内」をキーワードとして検討いただけないかと思っております。また気運の醒成の手法についてもお伺いしたいと思います。

▶ 経営戦略課長

今年度（7・8月）に市政懇談会を各地域で行う予定としており、庄原ブランディングの推進をテーマに市長自ら市民に説明する機会を設けます。共感の輪を広げていくことが非常に重要であり、紹介いただいた「山内」は「非常に艇染みが深い」として参考にする意向。また総務省「地域力創造アドバイザー」制度の広報戦略専門家の活用も検討中。

大綱2：市民を最大のファンに・プラットフォーム構築・大使活用・AI活用

◆ 松森潤平（議員）

市民の感着度が高まり、市民自身が本市の魅力を語れるようになることこそが最大のシティプロモーションにつながると考えております。市民１人１人が庄原の魅力に気づき誇りを持てるような気運の醒成に向け、どのような道筋を描いていられるのか市長の見解をお伺いいたします。

▶ 八谷市長

町原ブランディングの推進において、市民の皆さんの感着度が高まり、自らの言葉で本市の魅力を語っていただけるようになることこそが最大のプロモーションであると認識しております。市民の皆さんが庄原の最大のファンとなり、それぞれの日常の言葉で魅力を語ることこそが何者にも変えがたい、より効果的な発信力となります。具体的には、ブランディングの重要性や情報発信効果の高い手法を学べるセミナーの開催、本市の魅力を効果的に発信する仕組みづくりなど、プロジェクトチームを中心に検討を進めまいります。このブランディングの取り組みは一朝一夕に効果の現れるものではなく、市民の皆さんの心の中に誇りと感着の種を撃き、大切に育てていく地道な取り組みが必要でございます。

◆ 松森潤平（議員）

市民が庄原の最大のファンになってもらうという点に非常に賛同しています。令和8年の市の施政方針に「シティプロモーショ

ンの総合マネジメントによるフォーサイト庄原市の効果的な発信基盤とプラットフォームの構築を進める」とありますが、この発信基盤とプラットフォームはどのような形で構築されようとしているのかお伺いしたいと思います。

▶ 経営戦略課長

情報発信に長けた事業者とのコンソーシアム的な推進主体の形成が必要と考えております。今年度中に「シティプロモーション構想」を策定予定。構想では現状課題の整理と今後の方向性を示し、実行計画（アクションプラン）も併行策定予定。具体的な推進主体の形態は「まだ申し上げることはできない」とした。

◆ 松森潤平（議員）

現状のシティプロモーションの具体的な手法を教えていただけますか。公式LINEやFacebookもあると認識していますが、ターゲットに合わせたSNS活用や庄原市広報など、機能しているものを救えてほしいです。またスポーツ大使の金本知憲氏、ふるさと大使の西田和昭氏、芸備線・庄原市応援大使の徳永ゆうき氏など、大使を使ったプロモーションは現在行われているのかお伺いしたいと思います。

▶ 経営戦略課長

庄原ブランディング的な位置づけとして、これまで広報戦略等が少なかった部分もあろうかとは思います。そういった着名人の方とのコラボレーションを十分できていなかった部分もあろうかとは思います。まさにそういったご提言いただいた要素も含めて、今後そういったブランディング、シティプロモーションの分野においても成果につながるような取り組みについて検討しまいりたいと考えております。

◆ 松森潤平（議員）

少し話はそれるかもしれないのですが、AIを使った「AIアバター（化身）」の活用事例をお紹介させていただきます。市役所の窓口や観光案内所などでこのAIアバターを使った事例が全国でも普及が広がってきています。県内では安詫郡の府中町が言葉の壁を超えた行政の手続きの実現を目指してAIが案内をしてくれたり、広島ドラゴンフライズの選手をアバターにしてファンとの交流の仕組みで活用している事例、逢玉県長瀞町「とろにゃん」、三重県明和町「めい姫」などのキャラクターをアバター化した事例があります。庄原にはヒバゴンやきょろ山君、さらには大使の皆さん、アバターとして活用できる素材がたくさんあります。人口減少や郷場不足などの問題への対応、多言語対応、かつ話題性も含めたAIアバター導入の実証実験を取り入れていくような仕組みの研究やお考えがあるかお伺いしたいと思います。

▶ 経営戦略課長

AIの分野に関しましては本当に急速に進化をしており、庄原ブランディングに限らず様々な業務に関して有効活用していこうということで庁内でも推進をしているところでございます。今ご提言をいただきましたまさに庄原ブランディングなりシティプロモーションの分野で、そういったアバターなどの具体的にどこに活用できるかということはまだまだ研究でございますので、今のご提言踏まえながら今後の検討材料にしていきたいと考えております。

◆ 松森潤平（議員）

これから５つのリーディングプロジェクト「ピースフル」の１番目「庄原ブランディングの推進」において、今年度一生懸命考えられるということを打ち合わせの中でお話をいただいたので、今回こういう質問をしようと思って質問させていただきました。私はただ個人の意見ですので、本当に色々な方々の意見を聞いて最適な庄原のブランディングというところの位置付ができるように是非ともご尽力していただきたいと思いますし、９10年後、２20年後に本当にこれで良かったと言ってもらえるようなブランディングにしていただきたいということを申し上げて、私の一般質問を終了させていただきます。

【議長】

以上で松森潤平議員の質問を終わり、一般質問を終結します。この場合お諸りします。本日はこの程度にとどめ散会したいと思います。次の本会議は６月２６日午前１０時から再開をいたします。ご参集ありがとうございました。

【議員】

異議なし。