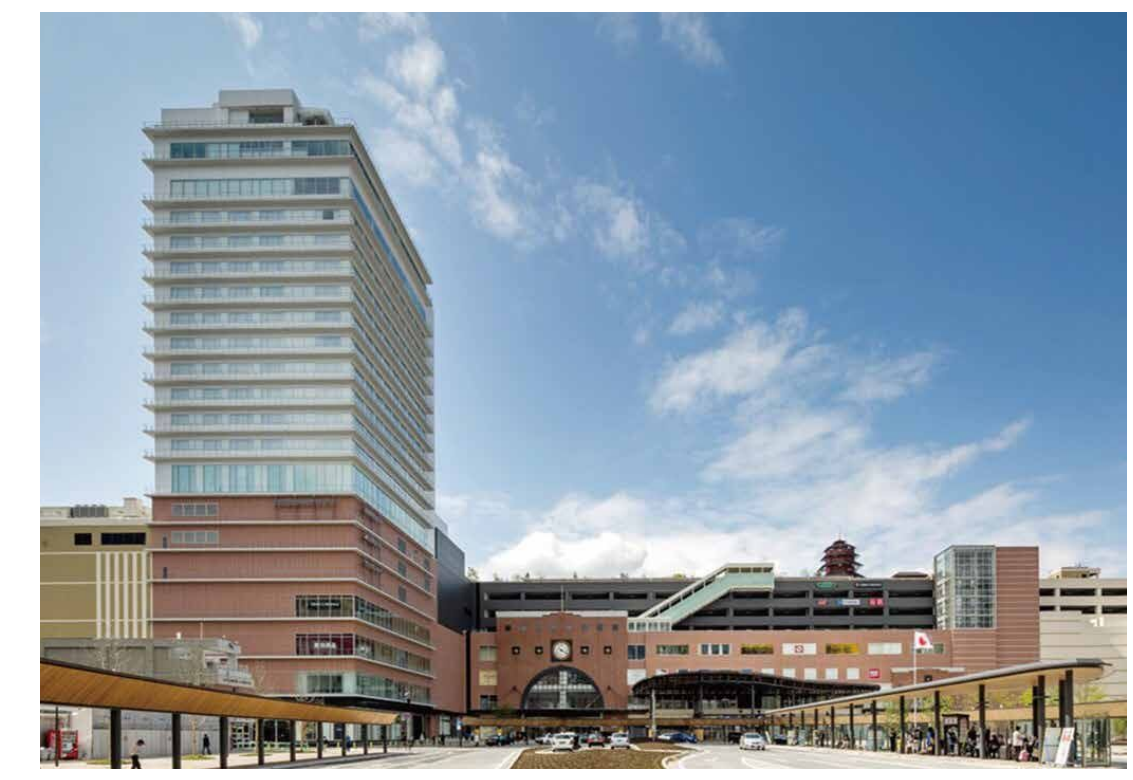




JRおおいたシティ×アミュプラザハチ 課題解決プラン “駅スポ OITA”について



地域貢献＋中心市街地にぎわい創出＝地域創生駅ビル

未利用地を活用し、大分の文化を楽しく体験することで保存・継承につなげ、中心市街地の賑わいを創出する

背景と課題

- ☐ 広域集客
- ☐ シティ屋上ひろば（一部）など売上を生まない未利用地の活用方法
- ☐ ターゲット的には単価も高くなるファミリー層の集客を伸ばしたい
- ☐ 駐車場料金が低い→来客者の滞在時間が短い
- ☐ 人口減など地域の変化を見据え、次の10年で何をを目指すのか

JR大分シティの位置付けや理念

- ☐ JR九州グループにおける「総合的なまちづくり」の先駆けとなる駅ビル
- ☐ 心ゆたかなライフスタイルを創造、提案し大分都心部の賑わいづくり、魅力的なまちづくりに貢献する

10周年を機に、改めて位置付けや理念を持って課題に取り組むことができれば、来館者数、購買額も向上できると考え、アミュプラザおおいたの課題の一つである「未利用地」に着目し課題解決のプランを考案

施策の方向性

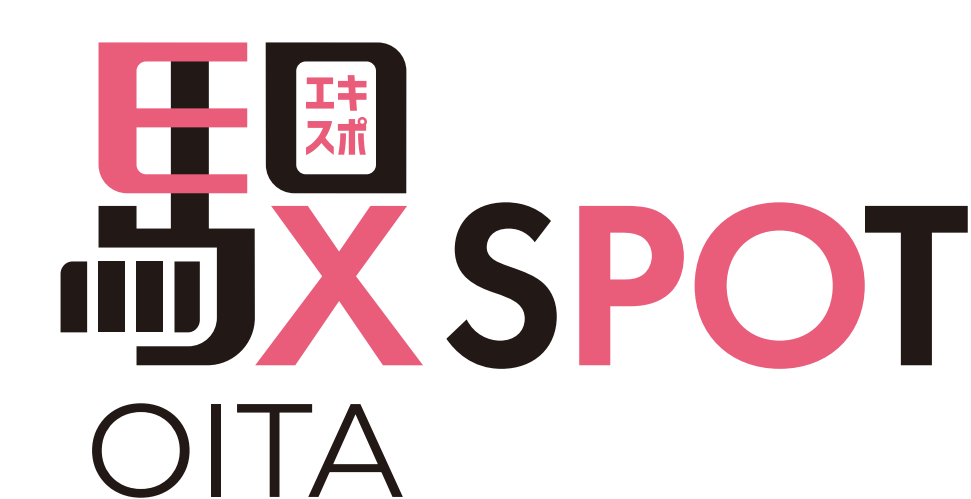
位置付けや理念を持って、大分の文化を継承、保存していく支援する「地域創生駅ビル」として新たにテーマを設定

設定したテーマ

“大分を盛り上げる”
“大分を応援する”
“大分愛（LOVE）”

上記テーマを掲げて大分県の食や伝統・文化を親子や観光客が楽しく体験できるワークショップと大分の観光情報発信基地を課題である「未利用地」であるシティ屋上ひろばにオープン

施策のネーミング・ロゴ



〔コンセプト〕

アミュプラザや駅の未利用地（「SPOT」）を特別な価値を持つ場所「駅スポ（EX SPOT）」として再生することを表現。「extra（特別な）spot（場所）」という意味と、未利用地を付加価値のある場所に変えるという発想が込められている。七角形のデザインは、九州7つのアミュプラザや鉄道神社に祀られている縁結び七福童子を象徴。本イベントは、未来のビジョンへの実現に向けた取り組みの一環「EXPO（博覧会・展覧会）」の意味も込められている。

施策の概要

駅スポ OITA(ワークショップ)の運営方法

営業日	隔週末営業(夏休み期間等は要検討)
各体験期間	1～2ヵ月毎に体験の内容を変更
体験内容	ごまだし作り、柚子胡椒作り、そば打ち、だんご汁作り、とりめし作り、七草イ、竹細工等、その他、今大分で流行しているスイーツ、物作り、アート等の体験
観光情報 基地	大分県内の観光ポスターやパンフレット、チラシなどのコーナーを設置。簡単な観光案内のできるスタッフを配置

1日のタイムスケジュール(例)

10:30～12:30	ごまだし作り体験 先着10名 料金1,500円／1人
11:30～13:30	竹細工体験 先着20名 料金2,000円／1人
13:00～15:00	ごまだし作り体験 先着10名 料金1,500円／1人
14:00～16:00	竹細工体験 先着20名 料金2,000円／1人



駅スポ OITAがもたらす効果と可能性

期待される効果

- ☐ 地元大分を応援し、盛り上げることに貢献できる
- ☐ 大分の食・伝統・文化を体験することで、素晴らしさを再認識できる
- ☐ 遠方からでもわざわざ足を運ぶきっかけとなる
- ☐ 大分のコト、モノ作りを体験できることで観光目的となり観光客が訪れる
- ☐ イベント出店作家とのコラボ商品の開発
- ☐ 体験を通じた楽しさがアミュプラザおおいたの満足度を上げる
- ☐ アミュプラザおおいたのファンを作る

期待される可能性

- ☐ 駅スポOITAを含めたアミュでの1日の過ごし方を紹介
- ☐ 屋上情報発信基地を進化させて屋上観光案内所設置
- ☐ 大分駅を中心とした中心市街地のまち歩き商品の開発・販売
- ☐ 大分市を含む大分県内での旅行商品の開発、販売
- ☐ 駅スポOITAを含むインバウンド対応



大分駅(アミュプラザおおいた)が、大分県の観光のひとつの拠点となることで、インバウンドを含む観光客が大分駅を訪れ、来館数・購買額・客単価の向上が見込める

最終目標

地元を盛り上げ、地元に貢献する「地域創生駅ビル」というコンセプトで、未利用地を活用し、観光客や広域集客の取り込みで結果を出すことができれば、未利用地活用や広域集客など同じ課題を抱える九州内のアミュプラザに展開することができる。

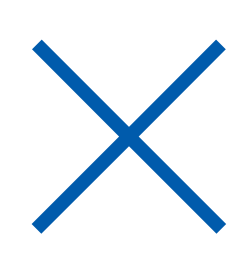


九州各地で駅スポを開催し、
最終的に九州各地で
“九州クロスカルチャー駅スポ(EXPO)”
を展開することを、最終目標として設定。

相談企業



鬼塚電気工事株式会社
ONIZUKA ELECTRIC WORKS



クリエイター

今富工芸 いまとみくにたけ

会社紹介と自社の思う課題について

1. 鬼塚電気工事(株)とは？

今年で創立70周年目を迎える地元大分の電気工事会社です。

私たちは、**社会／地域と必要な価値を共有し、大分の地方創生／社会貢献、地球温暖化に対する防災や脱炭素社会の実現に向けて取り組んでいます。**

取り組み

主な業務：

- 電気設備工事
- 電気通信設備工事
- 配管・空調工事（グループ会社：鬼塚産業株式会社）
- IT事業（ネットワーク構築、ソフトウェア開発）



3. 共感の輪を広める

取り組みの発信

自社の活動を社内で留めるのではなく、社屋を一種のショールームと捉え、会社見学や視察を通じて、発信しています。そこでは、ZEBの勉強会や、地域貢献、社会活動をお伝えし、来社された地域住民、地元企業や行政、学校など多くの方々へ共感の輪を広めています。

会社見学会の様子



2. 社会／大分の課題を自社の課題とも捉えて、解決に取り組む会社

脱炭素への取り組み | 鬼塚電気工事がなぜ脱炭素に取り組んでいるのか？

日本での、建物によるCO₂排出量は33%を占めており、大分県は一人当たりのCO₂排出量が一番多い県です。これを**社会と地域の課題と捉え**、自社の「電気工事、空調・管工事、IT」の3つの分野から、自ら課題解決への取り組みをはじめました。そして、2022年に鬼塚の技術を集結し、建設した社屋は、最上位の「ZEB」に認定。さらに、ZEB事業を推進しているSII（環境共創イニシアティブ）に、ZEBプランナーとして登録され、脱炭素活動に取り組んでいます。

※1 ZEB（ゼロ・ネット・ゼロ・エネルギー・ビル）：
快適な室内環境を実現しながら、建物で消費する年間の一次エネルギーの収支をゼロにすることを目標とした建物のことです。達成状況に応じて、ランクが定義され、「ZEB」はその最上位になります。

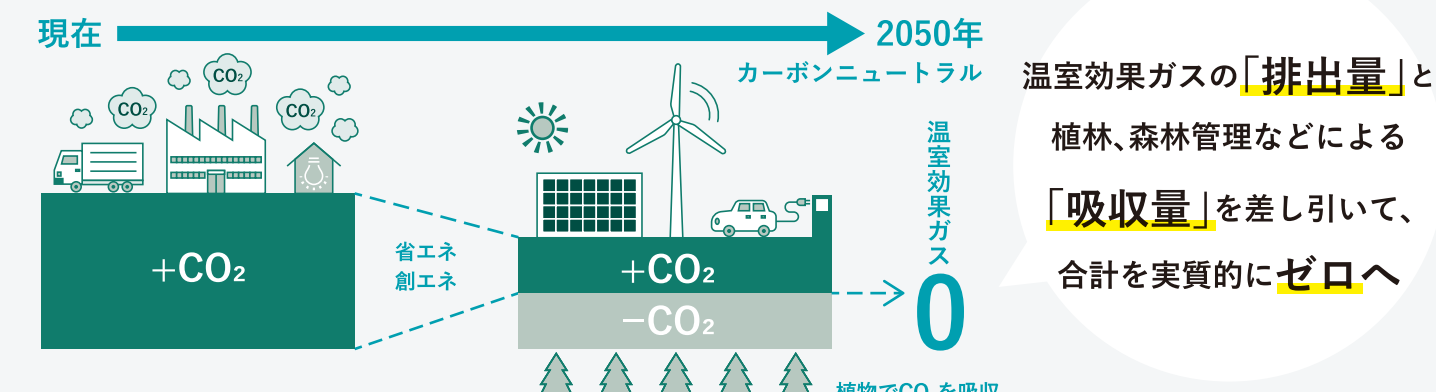
※2 カーボンニュートラル：
人為的な二酸化炭素をはじめとする温室効果ガスの「排出量」から、植林、森林管理などによる「吸収量」を差し引いて、合計を実質的にゼロにすることを意味しています。



そもそも、なぜ脱炭素に取り組むのか？

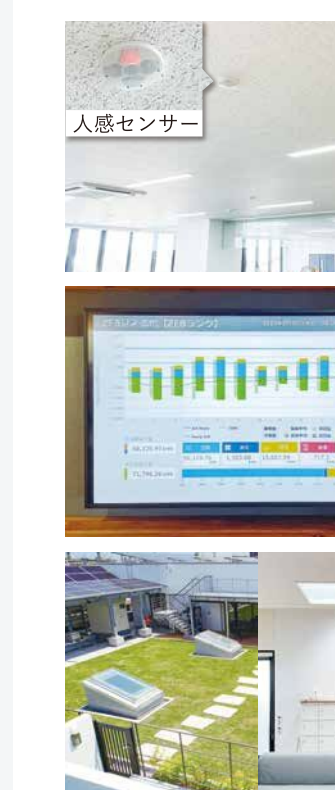
国は、2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする、カーボンニュートラル^{※2}を目指すと言いました。その実現に向け、2030年に目指すべき建築物の姿として、新築される建築物については「ZEB基準の省エネルギー性能が確保されていることを目指すこと」が掲げられています。つまり、これからの時代は、個人や企業など、一人ひとりの環境保護の取り組みが求められています。

●カーボンニュートラルのイメージ図



社屋でのZEBの取り組みと効果：自社のいくつか主だった設備と実際の効果をご紹介します

省エネルギー：



LED照明・高効率空調

人感センサーによって人の位置や数を検知し、周辺の温度や照度の条件をもとにエネルギー消費量を最適化します。

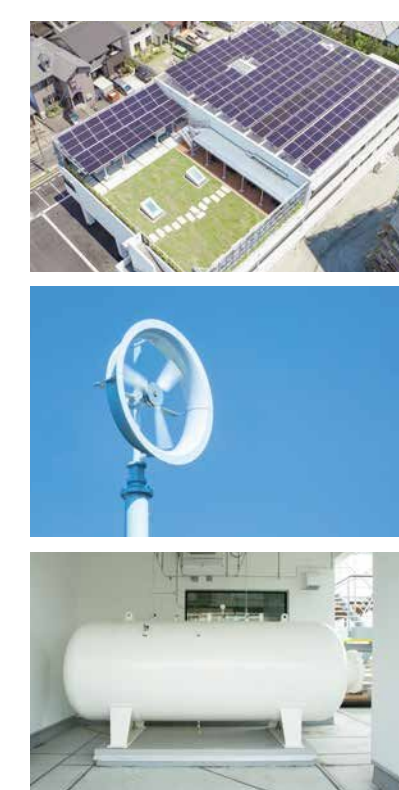
デマンド管理システム

ビル全体の電力使用量を常に監視、予め設定した消費電力を上限とし、必要に応じて、設備全体をコントロールします。

太陽光の有効活用

屋上に設置された光ダクトやトップライトから太陽光を屋内に取り込み、さらには、外付けブラインドによる調光・室温の自動制御を行います。

創エネルギー（自然エネルギーの活用）：



太陽光発電

278枚のパネルから、100%のエネルギーをまかなうとともに、リチウムイオン電池にも充電を行います。太陽光で発電できない時や夜間、停電時にも電気を利用できます。

レンズ型風力発電装置

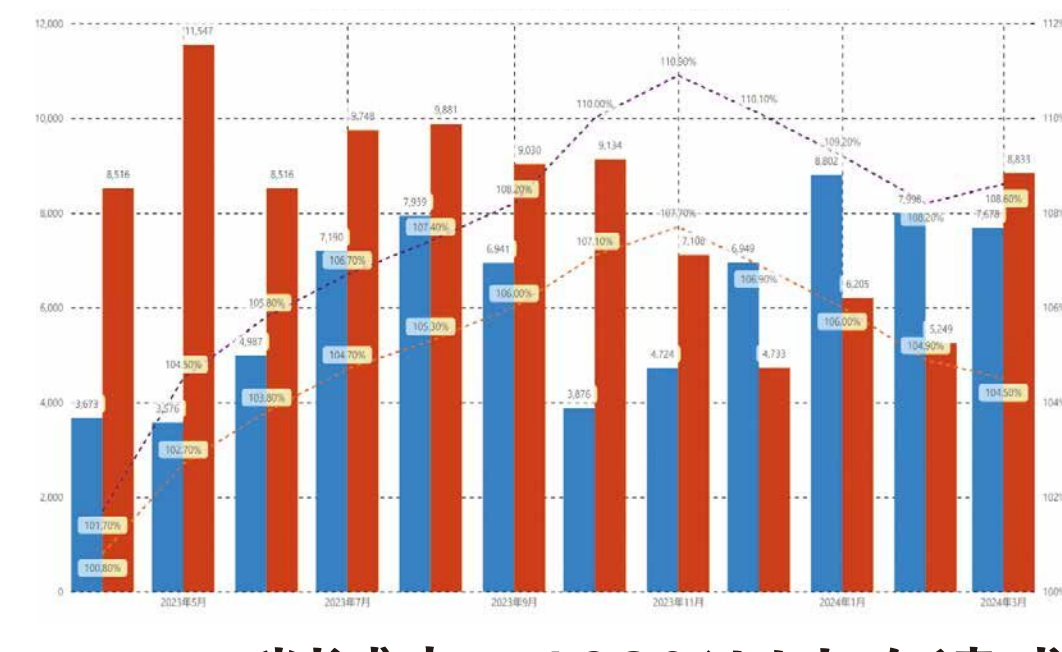
ブレード先端部で1.5倍ほどに増速した風が風車を回すため、レンズ（ダクト）が無いタイプに比べておよそ2～3倍の発電出力が得られます。

水素発電

太陽光発電と水から精製するグリーン水素を利用し発電します。生成途中でCO₂を発生させません。災害時に利用でき、停電になっても電気を作ることができます。

効果（2023年4月～2024年3月）

●総消費電力量（kWh） ●総発電電力量



削減率 108%以上を達成

地域貢献への取り組み | 森林循環による地域貢献とCO₂削減の関係性

社屋の内装には、県内産の杉・ヒノキを使用し、屋上緑化では、地元里山の植物を活用しています。また、大分にゆかりのあるアーティストの作品も、社屋に複数展示し、想像力の広がりや活力ある空間となっています。これらは、**森林循環によるCO₂の削減や地域産業や文化への貢献**を目指し、実施しました。

県内産の杉を使用した内装



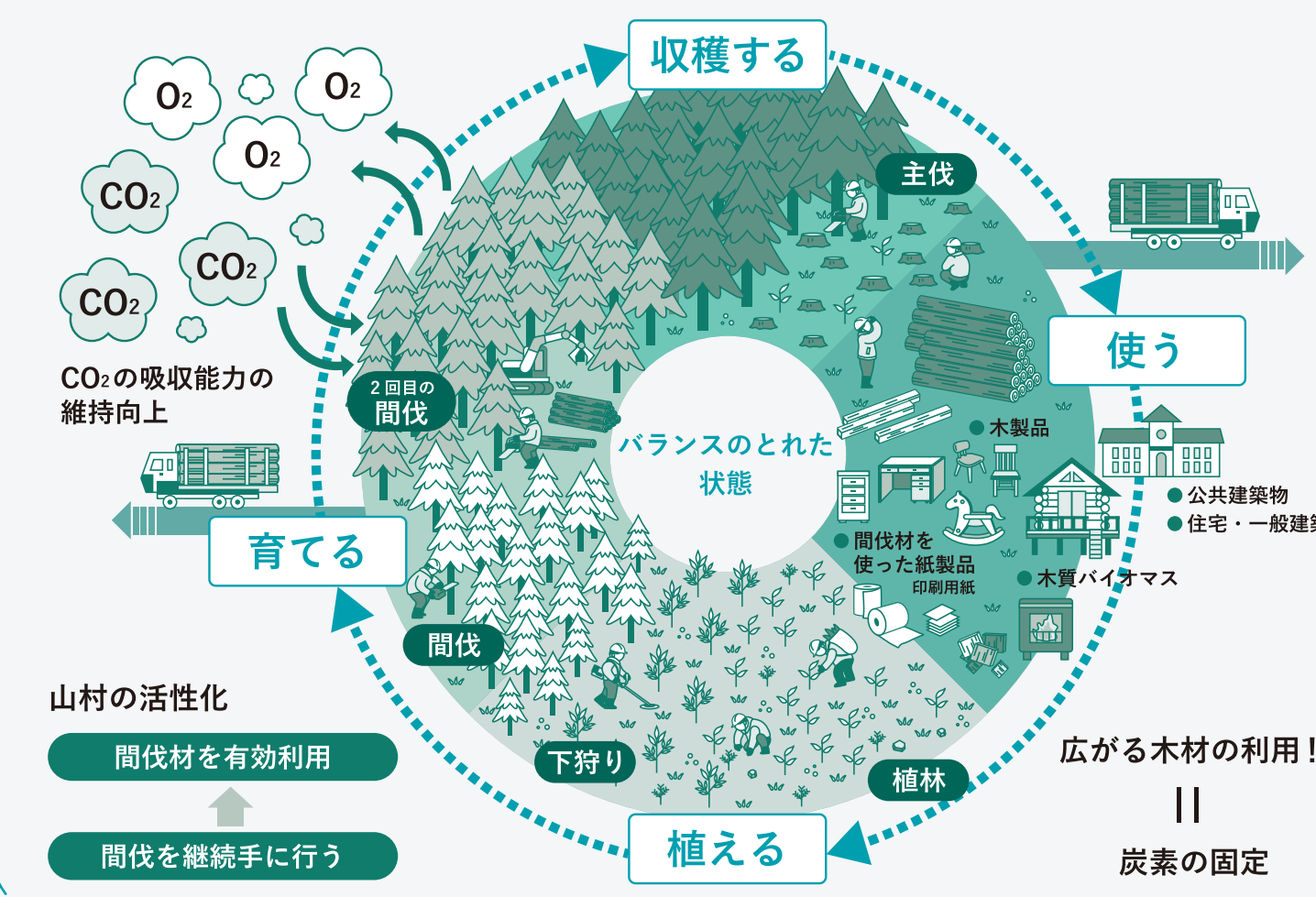
地元里山の植物を活用



大分にゆかりのアーティストの展示



●森林循環によるCO₂削減のイメージ



社会活動について | 防災や災害に備えた自社の取り組み

①プロジェクトONICO

災害時の非常用充電ステーションとして制作しました。平常時は、大分県立芸術文化短期大学と協働し体験型アート作品として、地域社会の課題（充電難民の救済や防災意識の向上）を共有する無料の充電ステーションとしても、定期的に大分市内のギャラリーア竹町広場に開放しています。メセナアワード2020優秀賞「アートで街を充電しま賞」を受賞

②大分県と防災協定締結

大分県からの要請で2020年2月27日に「災害時における携帯電話の充電のための機器等の供給に関する協定」を締結しました。県から要請を受けた際に、外部との連絡や情報入手に使う携帯電話やスマートフォンの充電を目的として、発電機、照明付き発電機、USBポートなどを無償で届け、設置します。

③ONICO BACO

②防災協定の支給の1つとして、「ONICO BACO」をオリジナルで制作しました。これは、災害時に被災地で使用することを目的に、携帯電話が200台／箱の同時充電が可能です。合計1,200台充電できます。

④町内の避難訓練

鬼塚と大分市と岩田町4丁目自治会は、津波防災協定を締結しており、2022年に竣工した社屋は津波避難ビルとして指定しています。毎年欠かさずに、自治会と合同で避難訓練を行っています。

①プロジェクトONICO



②大分県と防災協定締結



③ONICO BACO



④町内の避難訓練



さまざまな活動をしていますが...

4. 相談内容

70周年に迎えるにあたり、これまでとこれからの取り組みを考える節目。



今後の施策を考えるにあたって、「鬼塚らしさ」ってなんだろう？と思い、外部の視点が必要と考え、デザイン経営キャンプに参加。

社長の大切にしていること

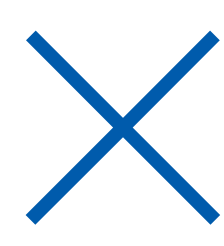
- ・社会の役に立つ
- ・社員が鬼塚を誇れる自慢したくなる
- ・自己実現できる職場
- 担当者の悩み
施策との結びつきが、なかなかイメージできない。

→ 次のパネルから、クリエイター視点のヒアリングや施策の説明に移ります。

相談企業



鬼塚電気工事株式会社
ONIZUKA ELECTRIC WORKS



クリエイター

今富工芸 いまとみくにたけ

打ち合わせから見えてきた実際の課題や施策について

5. 打ち合わせから分かってきたこと

人材確保が難しくなっていく | 業界全体の人材不足や大分県の人口減少

建設業界において、3K「きつい・きたない・きけん」という三つの厳しい労働条件が理由で人材獲得が難しく、業界全体が人手不足に陥っている。加えて、大分県も人口が減少しており輪をかけて、今後より一層人手が足りない状況が予想される。

- 大分県の人口：2020年112万人 → 2035年98万人 → 2050年84万人

実
例

O工業高校の場合 → 以前は、2クラスあった電気科も現在は1クラスに減少
令和4年度倍率 電気科 0.78 倍(一般募集 32 志願者数 25)
令和5年度倍率 電気科 1.16 倍(一般募集 32 志願者数 37)
令和6年度倍率 電気科 0.69 倍(一般募集 32 志願者数 22)
T工業高校の場合
令和5年度倍率 電気科 0.99 倍(一般募集 68 志願者数 67)

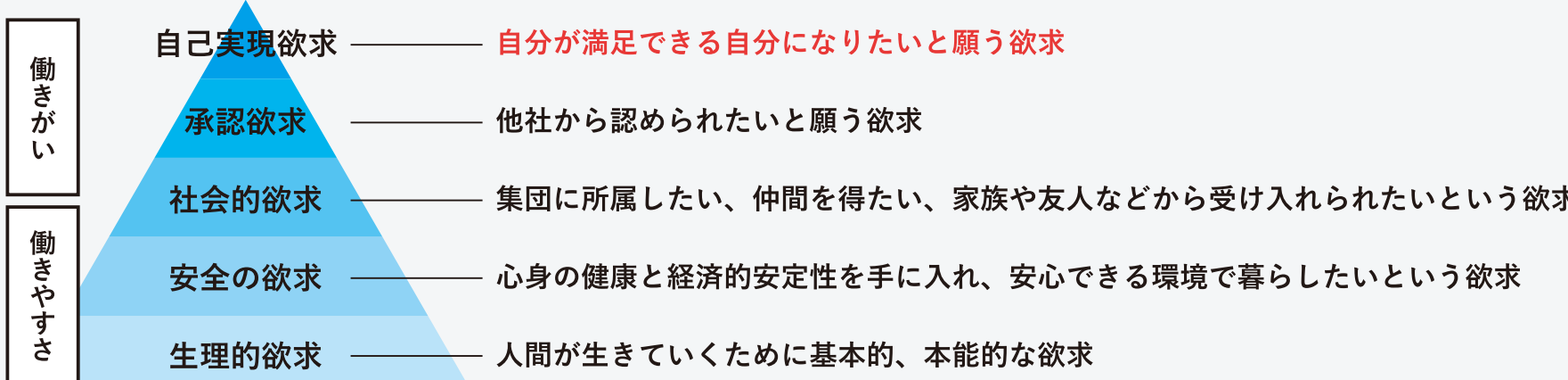
- 建設業の従事者激減、10年後は25%減少と言われてている。

2030年には新築建築物の申請でZEB認証取得が必須となり、建設業および鬼塚電気工事でも今まで以上にZEBのための人材が必要になる。鬼塚電気工事は、大分県内の電気事業者として、ZEBの取り組みを先導し、他社と比べ優位性を持ちたい。

鬼塚電気工事の取り組み | 社員の働き方で大事にしていること

業界全体の人手不足や、大分県の人口減少もあり、鬼塚電気工事では、社員のエンゲージメント(やりがい)を大切にしている。

！鬼塚電気工事のエンゲージメントの考え方（下図は、マズローの5段階欲求モデル）



- 「働きやすさ」については、すでに仕組みや制度で解決を目指している。
- 「働きがい」は、達成感を得たい、結果を出したい、プライドを持って仕事に打ち込みたい、もっとコミュニケーションを取りたい、頼られたい、など自己実現を満たす内容は人によって異なり、解決方法を考えるのが難しい。

実際の課題を抽出

6. 課題の抽出と施策の方向性

打ち合わせを重ねるなかで、

鬼塚電気工事が必要としているのは、「鬼塚らしさ」の発見よりも、
「新たな人材確保」と「働きがいの強化」に向けての施策でした。

課題①：新たな人材確保

社会や環境問題、国の定める目標など、さまざまな壁が先に待ち受けている。
受注できる業務量は、電気工事の「技術者(設計)」「技能者(施工)」の人数によって決まる。
将来的な会社の成長を考えると、いかに多くの人材を確保できるかが重要。

人材確保に向けた新たな広報活動が必要。

人材紹介サービスだけではなく、鬼塚電気工事の活動を建設業界以外にも周知する。
鬼塚電気工事の活動をまだ知らない人など、もっと多くの人から共感を得て興味を持ってもらう広報活動が、人材発掘につながる。

課題②：働きがいの強化

個人を評価する場やそれぞれの働きがいを考えるきっかけ作り、それを発表する場を作る。
会社の指示ではなく、個人がやりがいや働きがいについて意識し、考え始めることが大切である。

褒められる、認められる、しっかり実感を得られる環境を整える。

仕事に対するモチベーションは、フィードバックがあるから、保たれると考ええる。

例

- ・今富工芸では、竹細工の商品開発、販売を行なっていて、お客様の声が制作のモチベーションにつながっている。
- ・YouTubeで見つけた酪農関係者の声 食卓へ「おいしい牛乳を届けたい！」そのために、栄養が偏らないように乳脂発酵麦芽など食事のブレンドにこだわっている。しかし、ウクライナ情勢により、穀物価格の上昇から、厳しい経営が続いている。飼料は1.5倍に高騰したが、生活費を削ってでも、餌代はケチらず、高くてもいいものをあげる。健康な牛を育てることで、余計なコストをかけないようにし、おいしい牛乳を届けている。
- 「東京牛乳飲んでます。いつもおいしいです」こんなに励みになることはない。ガーンとやる気が湧く！

一他者からの評価がやりがいに繋がる。従業員が同じ気持ちで仕事に取り組むことが大切。

施策を考える

7. 施策のテーマ

施策の内容を考えるうえで、社内外へのイメージを統一するために鬼塚電気工事のテーマを設定する。

『大分県に安心安全な暮らしを提供する会社』
(地域の優良企業であることを社内外に浸透させる)

8. 施策案

まずはスモールスタート | これからの初めの一步

手をつけやすいような施策からスモールスタートします。
これまでの鬼塚電気工事の活動を、効果的に活用し、効果やフィードバックを得られそうな施策を行います。

今ある取り組みから、PRに使えるようなアイデア

- ・社屋では、国内産（大分県産のスパ）をできるだけ使い地元産業への貢献をしている。
- ・自治体との合同避難訓練の実施。
- ・災害時、被災地の充電問題を解決するために考えられた「ONICO BACO」。

メディアと広告の有効活用で、今まで以上に大分県民に鬼塚電気工事の取り組みについて知ってもらう

外部向け | 鬼塚電気工事の魅力を知ってもらう

今ある工事実績や取り組みから、PRに使えるようなアイデア

- ・施工事例のマッピング(70年の実績から大分を支えていることを分かりやすく見える化)
- ・技術者や技能者が表に立つ体験会のようなイベント(キッズニアのような)

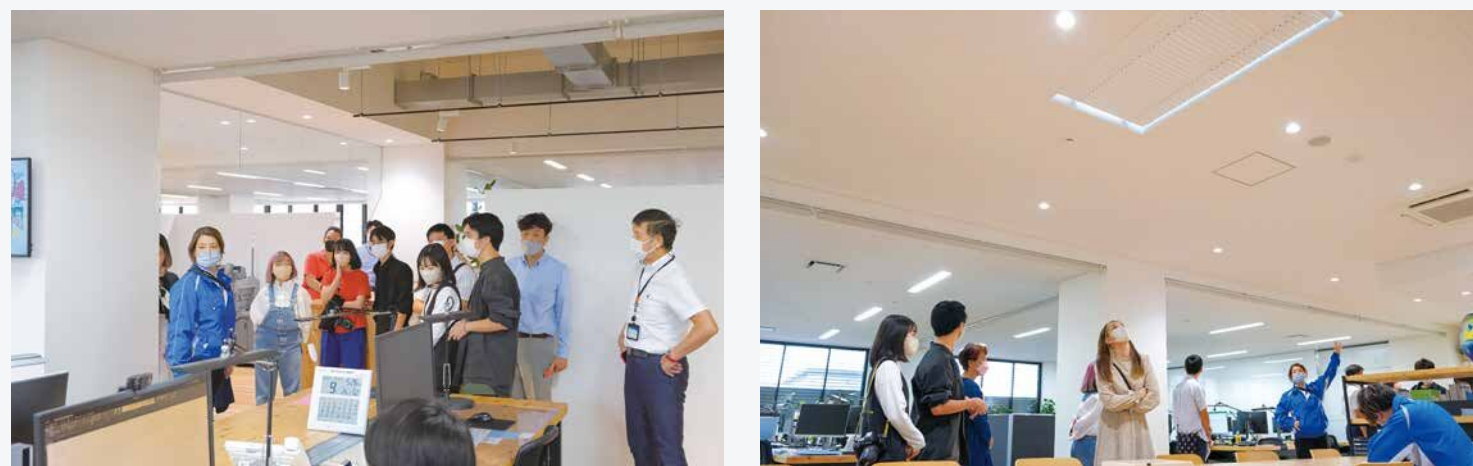
● 施工事例のマッピング

- ↳ どの媒体で、どのように活用するか今後検討。
 - 鬼塚電気工事の施工事例をみると、大分県内在住であれば、知っている施設や建物の施工事例が多数あり、これらを分かりやすい形で表現。
 - マッピングすることで、県内で多くの施工実績があることが分かるため、大分のインフラを支えている会社だということが視覚的に分かりやすくなる。

● 社屋でのイベントの実施

- ↳ 新社屋を使ったセミナー、電気科（全国の学校）への求人イメージしていたが、「デザイン経営キャンプ」の中間発表後、もう少し広い視野で検討。
 - 例えば、防災の日に合わせて社屋で実施するなど。
 - また、電気科だけに限らず、普通科などを含め、県内の学生に電気事業者の取り組みを知ってもらう社会見学のようなイベントを行うことでこれまでの鬼塚電気工事の求人活動では届かなかった層へのアプローチに繋げる。
 - 社屋は最上位の「ZEB」基準を満たしており、ZEBといえは、鬼塚電気工事だという認識を若い世代にも知ってもらい、興味を持ってもらう。
 - そのために、「ZEB」仕様の社屋でおこなうイベントが重要だと考える。
 - また、社員が直接若い世代と交流し、その場でフィードバックも得やすく、やる気につながる事が期待される。

イ
メ
ジ



① 社屋での避難訓練の映像化とメディア取材による周知

- ↳ 当日の様子や参加者の声を映像で残す。
 - 例えば、参加者の声で「鬼塚電気工事があって良かった」などあれば、社員のやる気につながる。
- また、自社サイトにある避難訓練の情報でも、辿りつきにくい。
- そのため、アクセスが少なく、取り組みを周知できていない可能性が高い。
- この取り組みは、今後の地方企業と地域の関わり方として意義のある内容だと考えた。
- 県内で強いWEBメディアや新聞社など、取材に入ってもらい広い層に周知する。

② ONICO BACOの発信

- ↳ 会社名を分かりやすく入れる。 → PRにつながる。
- 鬼塚電気工事のSNSや今後の広報活動にも活用できる。

③ 新たな広告で鬼塚電気工事をアピール

- ↳ 脱炭素や地域貢献など、これまで活用していない媒体で広報を行う。
- 例)映画館の広告枠など。

↑ SNS投稿イメージ(過去にイベントで投稿された内容)



内部向け | 仕事への誇りを実感してもらう

● 事例のコンテンツ化

- ↳ 自社サイトにある「工事実績」は、建物の写真と概要説明のみ。よく見られているページのため、コンテンツを充実化し、より意義のある内容にする。
- 具体的に、以下を盛り込む。
 - ・ご担当者様の顔出しインタビュー
 - ・抱えていた課題
 - ・鬼塚電気工事を選んだ理由
 - ・電気工事担当者のコメント

電気工事担当者のコメントを掲載することで、社員個人にスポットライトを当てる。
社内外に、個人の活躍を知ってもらうことで、社員の「認められる場」に繋がっていく。
また、お客様と担当者の声を載せることで、良好な関係をアピールできるため、営業ツールにも活用できる。

社員個人が表に出ることによって、仕事への責任感がより一層強くなると思われる。
また、自身が鬼塚電気工事の組織の一員であり、売りに貢献している実感がより持てる。
SNSや社内報のコンテンツとしても有用で、社内コミュニケーションの活性化につながる。
誰もが知っている施設や商業ビルの実績の表示を優先させることで、求職者にも良い印象を与える。

工事実績の見え方の工夫(目的)
まず、情報整理をおこない、ページの構成を考えワイヤフレームを作成する。
アピールしたい優先順位に沿って構成を考えることで、社内外の閲覧者の興味・関心が高まる。



↑ 発注者や現場担当者からの感想を掲載するページ



- 会社の魅力を強化し周知することで、新たな人材の確保へ
- 仕事のやりがいが見える化して、社員の働きがいを充実化



堀木材 デザイン経営提案

木を伐採して、木材市場へ販売する事が、私たちの主なお仕事です。
しかし、業界全体や、地球規模など大きな視点から立った時に私たちは、森に守られている事に気づきました。
山や森林を守っていく事の重要性や、後世へ森を、管理された山々を受け継ぐ為に、「年輪100年経営」を
経営理念と掲げ、決して焦らず地域に必要とされるように山の管理を一括で請け負わせていただきながら、
手仕事で木を植えていきます。

背景と課題



日本の山林は1つの山が細かくわかれて、大勢で所有しています。その為、権利や管理が年々複雑化しております。加えて材価は外材との価格競争が激化して年々低い水準で推移しています。

また、林業従事者の殆どが小規模零細であり高齢化が深刻です。過去、3K作業の代表格のレッテルが払拭できずに後継者や若年層の採用及び定着が課題です。

課題解決

本研修において、事業計画書のブラッシュアップとプレゼン資料作成を行い、①林業専門家以外での交流を深め協力者を増やす、②社内の誰もが計画の認知をし、1人1人が課題に取り組む、未来志向になる研修を行いながら、達成感を持てる現場づくりを推進します。

提案

森林の重要性の認知

森林の持つ良さを機能別に詳細を記載する事で誰でも分かりやすく森林の重要性の意識を芽生えさせた

課題の見える化

現状の企業課題を明確に記すことで従業員との説明がスムーズに行える

新たな取組サービスの見える化

従業員それぞれが具体的目標を持って、未来予測で自発的に提案しやすい現場を作り達成感のある職場づくりを推進

森林の重要性

生物多様性保全機能

土壌保全・土砂災害防止機能

地球環境保全機能

水源かん養機能

文化・教育機能

快適環境形成機能

保健・レクリエーション機能

快適環境形成機能





堀木材 デザイン経営提案

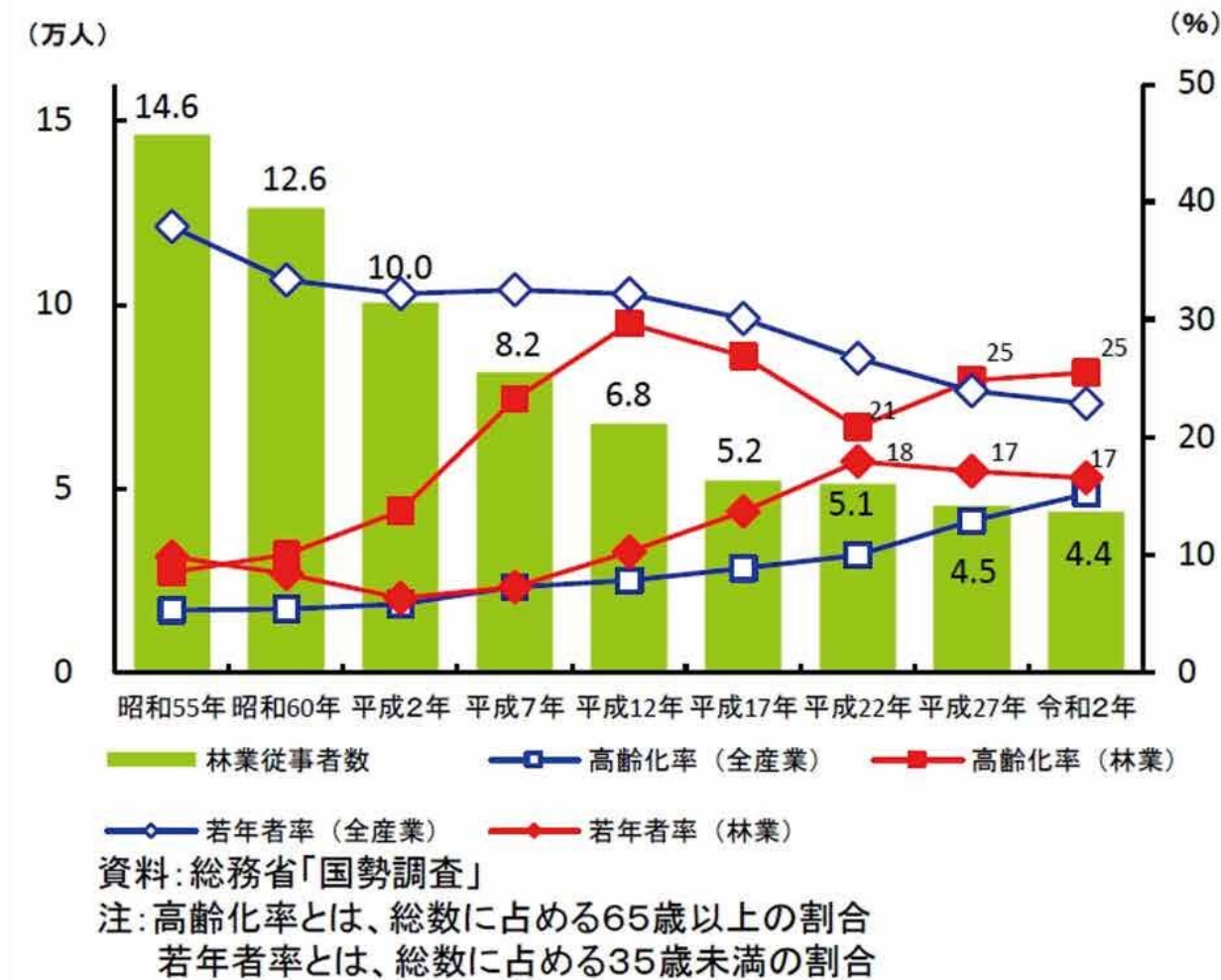
木を伐採して、木材市場へ販売する事が、私たちの主なお仕事です。
しかし、業界全体や、地球規模など大きな視点から立った時に私たちは、森に守られている事に気づきました。
山や森林を守っていく事の重要性や、後世へ森を、管理された山々を受け継ぐ為に、「年輪100年経営」を
経営理念と掲げ、決して焦らず地域に必要とされるように山の管理を一括で請け負わせていただきながら、
手仕事で木を植えていきます。

課題の見える化

従業員の高齢化

昭和55年頃と比較すると
令和2年の時点で作業者が
全国で30%程人数が減り、
高齢化率が進んでいます。
若年層への技術の承継、
若年層の人材の確保が
必要となりました。

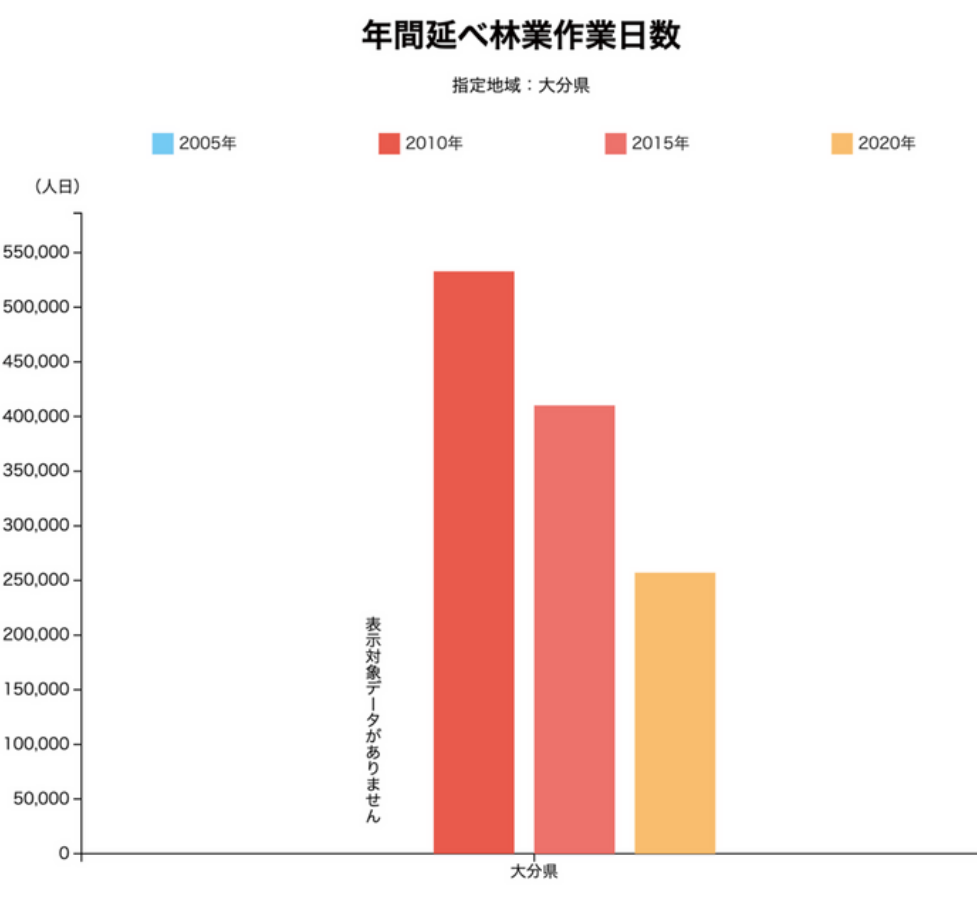
林業従事者数は減少傾向



売上低下

大分県内の林業作業日数。

作業人役減少に伴い、
木材の切出し量が減っていき、
売上が低下します。



新たな取組サービスの見える化



新たな取り組み：山集約のワンストップサービス

- ・各種専門家と連携し、小規模山林の集約サービスにより地域振興を構築。
- ・山の集約機会を増大させ、地域に山の運用を任せてもらえる会社へと発展。
- ・施業面積を拡大し、運営コストを下げることで事業全体の利益率を向上。

1 専門家連携

小規模山林の効率的な管理が出来るように連携を促す

2 行政との連携

行政にも加わって頂き、手続きの簡素化と一元管理にむけた協議を進める

3 完成・地域貢献

5ha単位での林班増加、持続可能な社会の実現にむけた運用開始

サービスの特徴と強み



専門家ネットワーク

多様な専門家との連携



コミュニティづくり

社員ファースト・人員増強
地域資源を活かした発展



契約者へのお礼

観光商品や特産品の提供

市場性と販売方法

市内向け

地域説明会、ケーブルTV、自治
会回覧板

市外向け

同窓会、SNS広告、LINE公式
会回覧板

販売方法

直接販売、デジタルマーケティング、ロコミ



計 画

売上堅持・利益を増やす

売上
生産量 **2億円 2万m³** を変えずに原価改善

売上総利益

400万円

420万円

1年後

20%

3年後

21%

5年後

年々集約件数を増やし、5年目には80件を目指します

取組みのロードマップ

