

VISION

偏愛でつながり、
偏愛で彩る
商い×暮らしを
育てるまち国分

霧島市では、2019年からリノベーションまちづくりに取り組み、2020年に LIVE KIRISHIMA を策定してから、霧島での新たな暮らしを、行政と民間の垣根を越えて一緒につくってきました。その芽生えは、この国分中央エリアでも表れ始めています。欲しい暮らしは自分たちの手でつくるエリアリノベーションの取り組みはまだまだ始まったばかり。


国分中央にある潜在的なキーワードを大切にしながら、国分中央のファンを増やしていく。


好きなことであふれ、暮らす人がご機嫌なまちなかを目指して。さあ、国分中央をワクワクさせよう！



国分中央を一緒に
つくろう

これまでの取り組み

 2019年度から始まったリノベーションまちづくりの取り組みには、これまで延べ約2,528人の方々に参加していただきました。啓発・人材発掘・事業化支援など段階的に取り組みを進めています。

	2019年度	2020年度	LIVE KIRISHIMA PROJECT スタート			
	講演会	リノベーションまちづくり戦略会議	ガイドライン策定	2021年度 LIVE KIRISHIMA PROJECT	2022年度 ・キックオフシンポジウム ・空き店舗、公共空間の活用	2023年度 ・トークイベント ・メディア、情報発信 ・大忘年会/新年会/大交流会
講演会・シンポジウム	● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ●		● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ●
LIVE KIRISHIMA CONNECT				● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ●	
ぎりしま女子起業ラボ				● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ●
エリアマネージャー育成コース				● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ●	
LOCAL ACTION PROGRAM				● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ●	
リノベーションスクール@霧島				● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ●	
国分中央未来研究室				● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ●	
リビングスクール・トライアルパーク					● ● ● ● ● ● ● ●	
国分中央プロモーション戦略会議						● ● ● ● ● ● ● ●
隼人未来研究室					● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ●
リノベーションスクール@隼人					● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ●

延べ参加人数
約2,528人
(2025年3月時点)



ご連絡・ご相談窓口

●リノベーション事業やリノベーションまちづくりに関心がある方、何かやってみたい方
霧島市役所 商工観光部 商工振興課 電話／0995-64-0912 E-mail／shou-seisaku@city-kirishima.jp

LIVE KIRISHIMAの取り組みは、右記のURLからご覧ください。
<https://www.city-kirishima.jp/shoukoushinkou/machizukuri/shokogyo/renovation.html>



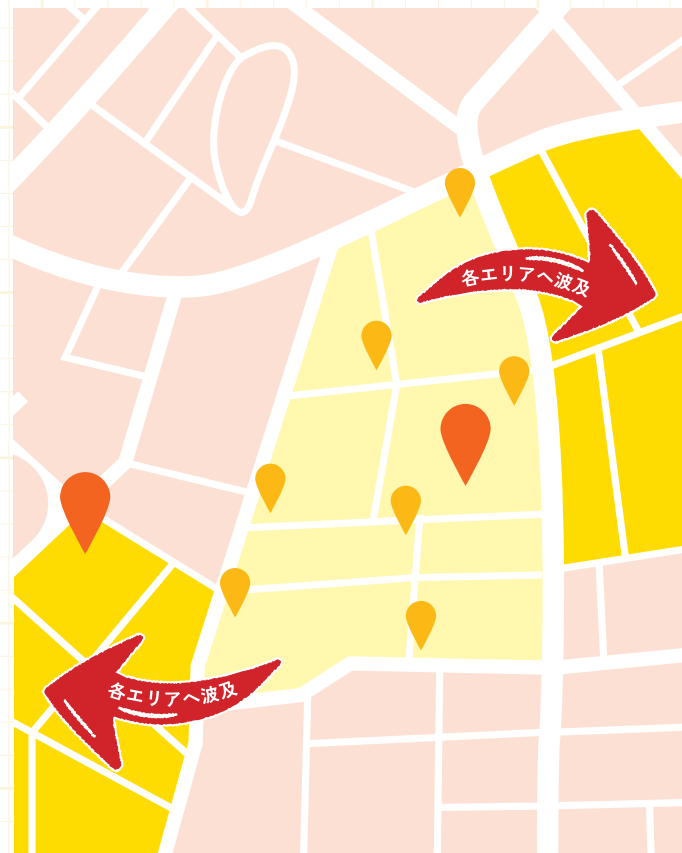
KOKUBUCHUO AREA STRATEGY

GUIDE
BOOK

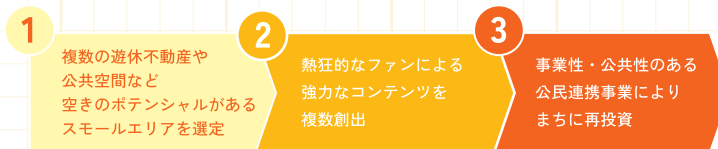
国分中央エリア
戦略ガイドブック
LIVE KIRISHIMA Project

はじめに エリアの未来を考える前に

どうやって リノベーションするの？



他のエリアに波及させる！！



ヒト・コト・カネを集中させることで人が出会い、消費活動やコミュニケーションが生まれ魅力的なエリアになる！！

どのような過程(手順)でやるの？



各エリアの魅力や個性を磨く熱狂的なファンを増やし
新たなチャレンジが次々に生まれ、
まちの日常が育つ生態系を構築する

リノベーションまちづくりの4つの掟

- 1 ACT NOW
できることから始めよう！
- 2 民間資金の活用
補助金に頼らない計画をつくろう
- 3 民間主導の公民連携
官民のパートナーシップを築こう
- 4 都市経営課題を解決
まちの課題解決に繋げよう

What's RENOVATION?

リノベーション まちづくりとは？

既にある霧島の「自然・歴史」と、これまで磨き上げてきた霧島市の「人」と「食」とを、「遊休不動産」という新たな資源とリミックスすることにより、地方でイノベーションを興し、まちでご機嫌に幸せに暮らしていくための取り組みです。

基本的な考え方①

多くの「みんな」へでは、 伝わらない時代がやってきた

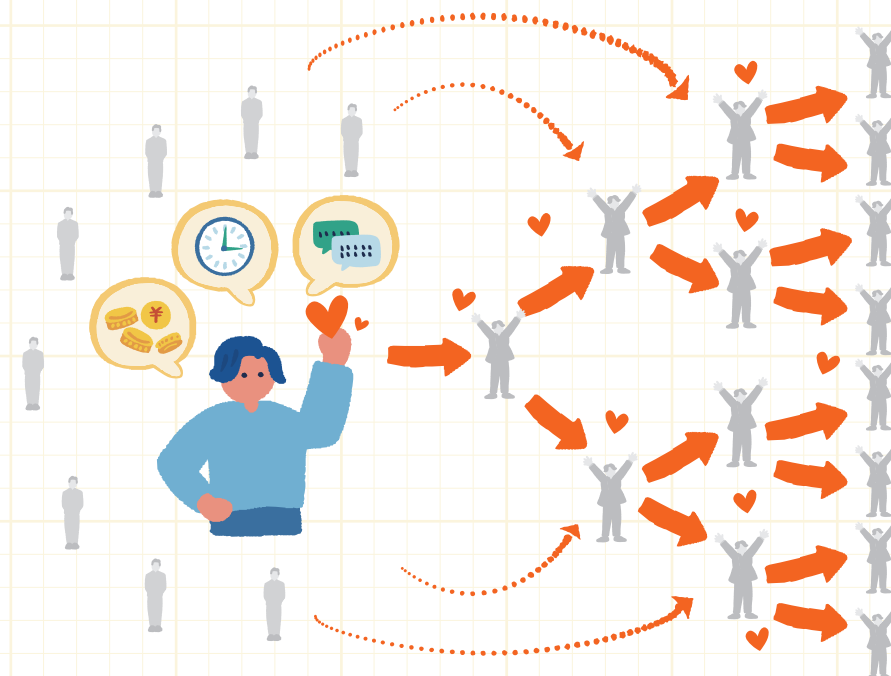


これまで

これまでのまちづくりの方法論は、
なるべく多くの人たちに向けて取り組みを行うことが基本的な考え方でした。
つまり、まちに期待をしていない多数派も含む「みんな」に向けて、
限られた資源（人・モノ・金・時間・情報）を公平に配分するような方法論です。
人口増加時代には、それでも全体の市場規模が増えていくので、
なんとなく効果が出て、多くの人々がこちらを向いてくれているように感じられました。
しかしこれからはそうはいきません。
不特定多数の「みんな」に向けられた限られた資源は、結果的に誰にも届かずに、
貴重な資源や労力が有効に活かされない可能性が高くなります。
そこで一つの戦略として、「みんな」ではなく、このまちのことが大好きで、

基本的な考え方②

国分中央エリアを楽しむファンが 次のファンを増やす



これから

このまちに期待し可能性を感じていて、
身銭を切って面白がっている「ごく少数の人たち」をしっかりと見極めて、
資源を集中的に活用する方法に取り組んでみませんか？
まちの未来を課題ばかりだと思っている「みんな」ではなく、
いまあるまちの要素を積極的に活かしたり、楽しんだり、
未来に向けて変換できている「ごく少数の人たち」の力は、
口コミや SNS などを通じて結果的に早く多くの「みんな」を巻き込み、
多くの人びとが共感するゴールへたどり着く、という方法論です。
一見矛盾する「絞り込む」という行為が、
最後には拡がりを作り出すという手法を採用することで、
まちの衰退から脱する糸口を掴んでいければと考えています。

基本的な考え方③

プロセスに「みんな」を持ち込まない

険しいルートを選ぶと障壁が多く途中で止まってしまうことも。

みんなが共感する
素敵な未来

最初に絞り込むと
結果一番楽で短いルートに

現在地

未曾有の人口減少
資源が限られている

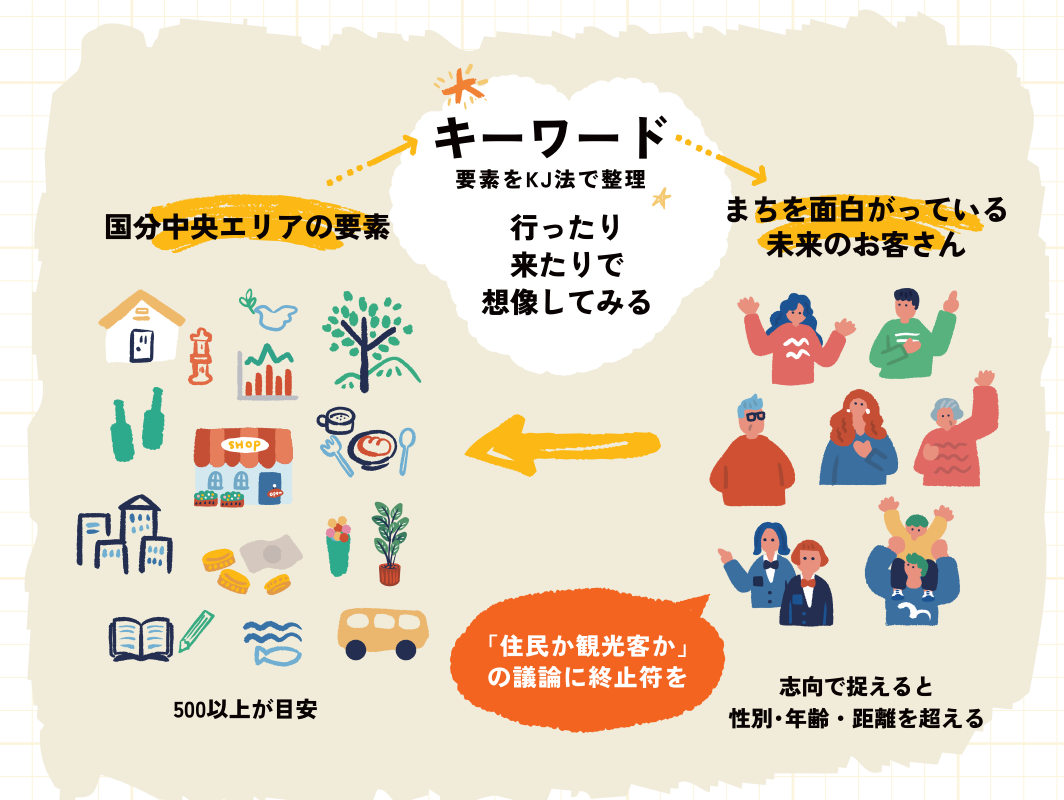
まちづくりは、現在地から、多くのみんなが共感する素敵な未来に向かうプロセスをデザインすることと言えます。限られた資源を意識して「誰に」「何を」「どうやって」を決めるプロセスをデザインして取り組めば、みんなが共感する素敵な未来に向かうことができます。

本冊子では、不特定多数の「みんな」ではなく、まずは国分中央エリアをポジティブに捉え、身銭を切って楽しむ「ごく少数の人たち」を探り当て、彼らの行動や共感、口コミが結果として「大多数の人たち」に波及していく方法論を採用しています。

まずは「ごく少数の人たち」にしっかりと届く仕組みが、近い未来にみんなの共感を得ることにつながり、結果的にみんなが共感する素敵な未来を早く築くと考えます。

基本的な考え方④

未来のお客さんの見つけかた



国分中央エリアに魅力を感じてくれる、ポジティブな「ごく少数の人たち」＝「未来のお客さん」と呼びます。

「未来のお客さん」を探すには、まずは地域の「要素」をトコトン出し尽くし、それらを整理します。その中から浮かんできた「キーワード」と「要素」を行ったり来たりしながら、国分中央エリアを好きな「未来のお客さん」を想像し、仮説を立てます。

どのような事業に取り組む上でも「未来のお客さん」を想像し、情報を届けていくことでファンが新たなファンを呼び、国分中央エリアを好きな人が増えていくのです。

未来の
お客さんは
だれ？

定番な夜のおもてなし

1

地域の食を楽しむことができる小さな飲食店や居酒屋、スナックが多く、観光客だけでなく地元の人々も頻りに訪れる。焼酎飲み放題の店や、新鮮な鶏刺しを楽しめるお店など、地元の人だけでなく外から来た人にも喜ばれる居心地の良い雰囲気が特長。



3

至る所に残る歴史の息吹

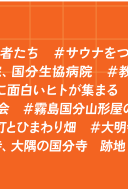


近くには縄文時代の1万年以上前から人々が定住していた遺跡があり、古代以降も大隅国府や舞鶴城が設置されるなど地域の中核を担う場所として栄えてきた。碁盤の目状の街並みと武家屋敷由来の石垣や生垣が広がり、唐人町や湊町の地名が残るなど国際交易も盛んに行われ、歴史と文化が濃厚に残る地域。

5

役所(やっぱ)がある
便利な中心地

商業施設や医療機関、教育機関などが集中しており、利便性が良好な歩いて暮らすのに適した環境。都城市や鹿児島市へのアクセスも良好で、便利さと快適さを兼ね備えている。



7



ボランティア活動や街の美化活動を通じて、ゆるやかなコミュニティ意識を持っている。小さな公園やポケットパークでのイベントが頻繁に行われ、商店主と地域住民の垣根を越えた交流が活発。

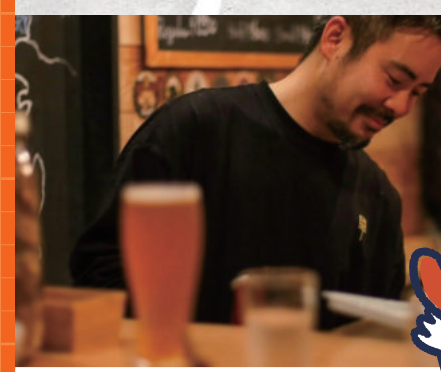
4 気が合えば即友達
温かい距離感



若者やクリエイターたちが集まり、新しいビジネスや文化を創造する場としての特徴が強い。サウナやシェアハウス、クラフトビールバーなど、ユニークで個性的な場所が点在し、新しい挑戦が日常的に行われている。

6

創造性、遊び心、偏愛強めな人たち



8

2

山と海の間
身近にある自然アクティビティ

国分中央エリアの
大事な
#キーワード

このエリアにある要素を出し切ることで、ここから国分中央エリアの未来を考えます。
今回は約500の要素からキーワードを選びました。

#国分城山公園には約 650 本ほどの桜がある #唐仁町は400年以上前に唐人の居住エリアがあった #国分夏祭り #霧島音楽祭 #毎週、街中でゴミを拾っている西地区公民館長 #毎月ポケットパーク公園清掃をしている中央通り会員 #国分中央エリアを会場とした60年以上続く夏まつり #トオリニワを作っている若者たち #サウナをつくっている若者たち #初午祭りのボンパチ作り職人 #FMプラスリミの番組「よいやんせきリミ」
#第一高校、第一工場のボランティアの学生さん #スピリットスポーツの看板犬「みふゆちゃん」 #中央児童公園を毎月清掃する国分新行動の社員の皆さん #ほぼ毎朝ポケットパークの花壇の手入れをしてくれるマリンさん #スーパーの選抜隊が多い #ドラッグストアが豊富 #霧島市内では大きな病院、国分生協病院 #教育施設が固まっているので子育て世帯には魅力 #中央児童公園でのイベントでの活用
#徒歩圏内に温泉がないが、霧島市内の温泉へのアクセスは良好 #駅前におしゃれなカフェやビジネスホテル #公共施設が沢山ある #市役所の8階から見える桜島が綺麗 #サウナラツクル #ジャンゴの夜会 #ASH HEAD BEER Lab には面白い人が集まる #クラフトビール ASH #3rd CO-WORKING SPACE に面白い人が集まる #ミヤタカンパニー #トオリニワ #DIY でこれからどんな出来上がるシェア店舗 TOORINIWA
#モツラフのメのチーズリゾット #プラミンコハウスのおまかせピラフ #お宿の隠れ家 レバ刺し風コンニャク #鹿児島で食べる「真心」の江戸前もんじゃ焼きとホッピー #一番鶏の手羽餃子 #みよしやのラーメン一杯 餃子食べ放題 #万膳酒店の角打ち #手軽な値段で思いやり霧島日和のセルフ写真館 #CAFÉ ジャンゴの夜会 #霧島国分山形屋のカタ焼きそば #やんきものラーメン #やがてのルインくん気さくで明るくて、また行きたくなる
#炭がいにしんはバラエティー豊かで美味しい事が楽しめる #やまきというお寿司屋さん #一番鶏のクレープ #風やのレバ刺し #国分新行動の庭、春先に咲くジャランタの花 #下井海岸の夕日 #城山公園からの眺め #霧島連山の山々 #天然アユが豊富な天降川 #国分海水浴場 海の家のカレー #鹿児島空港 侵入灯とひまわり畑 #大町寺溪谷の水源地 #天降川ふるさとの川公園 #日当山温泉 しゅじゅんの湯 #えびの高原
#山喜壽司の「なだそうそう」スシ #夏祭りボランティアに来てくれるマルタカや模型のお客様 #台明寺溪谷の水源地 #大隅国分寺(中央通りの端)の大きなイチョウの木 #川跡地区は海外との貿易が盛んに行われるほどの大きな川が流れていた #舞鶴城跡 #聖武天皇の詔勅により全国に設置した国分寺、大隅の国分寺 跡地 #金剛寺跡の境内には真応上人の即身仏がある #舞鶴城跡地に国分小学校

エリアの未来

KOKUBUCHUO AREA

国分中央エリア 未来のお客さん

エリアの魅力をいち早く感じ取り、
好きになってくれる層はどのような人なのでしょう。
国分中央エリアの特徴を表すキーワードからイメージし、
国分中央エリアのファンになってくれる未来のお客さんを決めました。
未来のお客さんを特定し、
その人の志向に向けて戦略に基づく事業を展開することで、
共感の輪を拡げ、ファンが新たなファンを増やしていくのです。

一言でいうと

街と自然

遊びと付き合い

いいとこどり派

すでにいます！

遊び心があり
新しいことや
ワクワクすることが好き。

買い物は
有名ブランドより
繋がりやこだわり。

バランス重視。
自分の価値観、家族、
仲間との楽しい時間/関係性が大切。

身近な自然で
じっくり楽しみたい。

地元感のあるお酒や
おいしい食事は必須。

都会は疲れるけど
田舎すぎるのは嫌。
利便性も重視。

岩重さん

仕事も趣味も好きなブラモデル。
特にジオラマ製作は楽しいですね。
細かい作業に疲れたら
今度はキャンプに焚き火に登山も楽しむ。
特に夕焼け時の下井海岸は最高です。
海に山に霧島は少し走っていい所が沢山あります。

酒井さん

2023年に移住してきてからは、リモートワークで
自宅やコワーキングスペースで働いています。
飲みに行くのもキャンプに出かけるにも便利な国分中央。
程よく都市機能も充実しながら
「顔の見える関係性」が感じられて、
今ではすっかりホームタウンです。

篠原さん

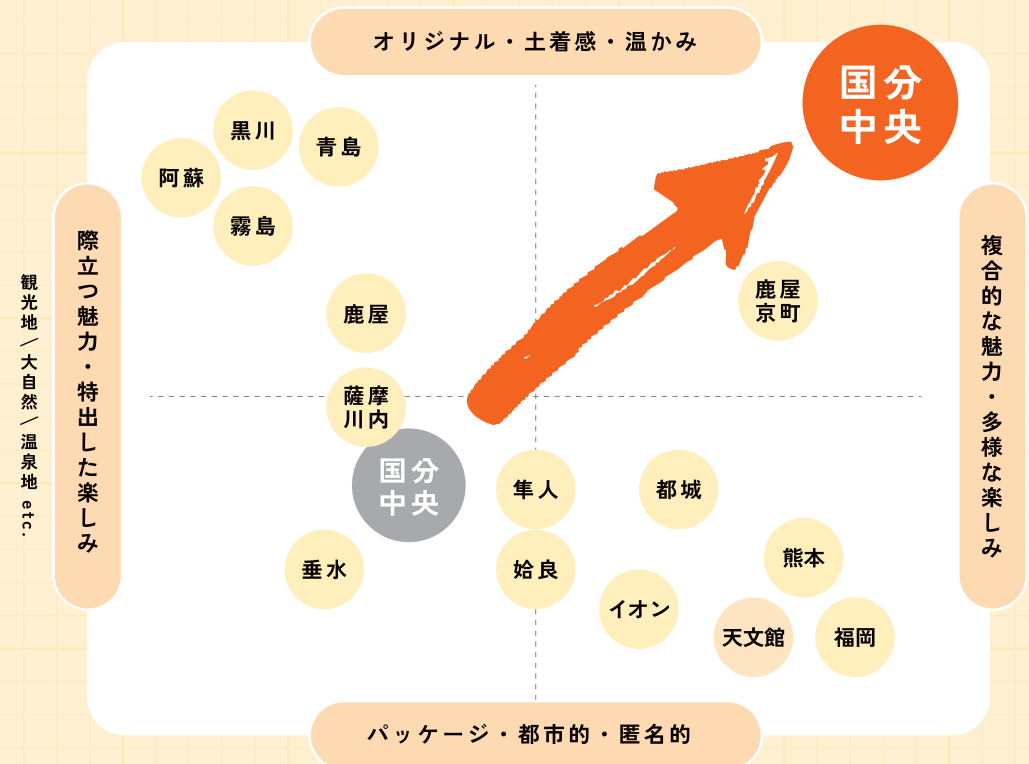
子育てをしながらカフェの店長と
フリーランスの占い師として働く。
休日は息子と海や山に出かけてピクニックを楽しむ。
幼稚園お迎え後の散歩が日課。
毎日の晩酌がストレス発散で、
駅前の居酒屋で焼酎を飲むのが好き。

橋口さん

霧島市でシェアハウスや
サウナ付きゲストハウスを運営。
DIY やサウナを通じた交流の場を提供し、
地域住民と移住者がつながる居場所を提供している。
お酒とサウナ好き。

。ポジショニングマップ。

地域の潜在的な魅力を考える際には、
「他都市や他エリアと比較して国分中央エリアはどう違うのか」を検討することが大切です。
なぜなら、まちはその違いで勝負することが必要だからです。
ポジショニングマップという手法を使い、
現在どのように認知されていて、どのような方向に進んでいくべきかを検討しました。



暮らしの必要条件◎／自然も身近／食・働・学・遊の一体感

国分中央エリアの 事業分野と 実施プログラム

キーワード、未来のお客さん、ポジショニングを踏まえてどのような仕掛けをつくっていけばよいのか。
地域の魅力を「よく知られていること：S」と「潜在的な魅力：W」に分け
「今後伸びていく要素：O」と「競合や競争相手の多い要素：T」に掛け合わせ事業分野を検討します。

※ クロスS W O T分析

チャンス・のびしろ

LIVE KIRISHIMAの動き / マンション建設予定
リモートワーク・1・Uターン増 / ローカル・コミュニティ志向
インバウンド / 2拠点生活・移住 / 泊食分離の推進 / ウォーカーブル
地産地消・安心安全な食 / キャンパーなど自然体験の需要増

脅威・競合・競争相手

都城市 / 日置市 / 始良・隼人の商業開発
霧島・牧園の観光地化 / 鹿屋大隅の特産物 / 人口減少
少子高齢化 / デジタル格差 / 車社会 / 移住者争奪戦
日本人観光客減 / 物価高騰 / 消費意欲減

対外的にも
よく知られている
S

守るプログラム

複合的魅力を
伝えるプログラム

攻めるプログラム

歩いて暮らす
楽しみ高度化
プログラム

あまり知られていない
潜在的な魅力
W

育てるプログラム

人と繋がる
実践プログラム

※「強み (Strength)、弱み (Weakness)、機会 (Opportunity)、脅威 (Threat)」の頭文字から命名されたフレームワークです。

1~3年

短期プログラム

- 地元民が実際に利用するまちなかのお店や温泉を発信
- 周辺の自然（霧島山／天降川／錦江湾など）コンテンツや身近に楽しめるアウトドア活動（キャンプなど）、アクセスの良さの発信
- コンパクトな暮らし方PR
- 人や個人店、酒蔵にフォーカスをあてたまち歩きや魅力発見ツアー
- 一次産業から三次産業の人材及びビジネスマッチング
- 市民が知らない歴史発見企画／歴史ラボ／歴史クラブ
- ローカルの食と人に出会える昼のコンテンツ開発
- 国分中央暮らしを充実させる店舗づくり（TOORINIWA、サウナ、工作室、有機専門など）
- 新規事業を始めた事業者同士が集まるコミュニティ運営（飲みニケーションイベント、友人を紹介し合うグループキャンプ）

1~5年

中期プログラム

- アウトドア好きグループで新しいレジャーコンテンツ開発（黒石岳／下井海岸でのイベントなど）
- アウトドアコワーキングの実践
- ホテルと飲食店の連携（まちやど的な）
- Airbnbを使った国分中央暮らし体験
- 生産者とシェフ／生活者を繋げる企画（じょうもん市場活用）
- 国分中央周辺で働く人にフォーカスした特集（大手企業に感謝）
- 移住促進事業、移住体験（ゲストハウス・賃貸住宅の整備）
- 観光客向け歩いて旅する国分中央PR（外国人にも対応）

1~10年

長期プログラム

- 脱車宣言国分中央（車がなくても歩いて暮らせることをPR）
- 景観を活かした、人中心の空間形成（細い路地、街路灯、緑の回廊、多様性のある広場）
- レンタサイクル事業（パーク＆バイク）

エリアマネジメント方法

国分中央エリアパートナーシップ会議の設立運営

戦略の枠組みに沿って、各種プロジェクトが遂行されるよう、行政の関係課とリノベーションまちづくりを推進する民間事業者が定期的に情報交換を行う場を設定します。

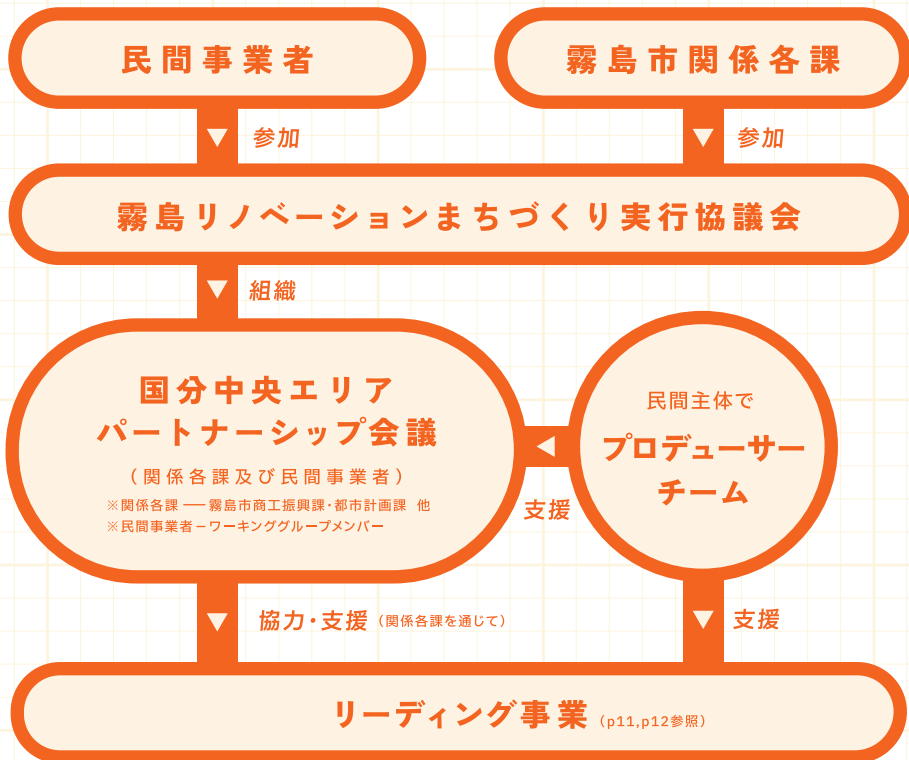


総合プロデューサーの設置

戦略の枠組みに沿った事業展開ができるよう外部のアドバイザーを設置します。
パートナーシップ会議や定期ミーティングにより各種プロジェクトへの助言を行います。

リーディング事業の展開

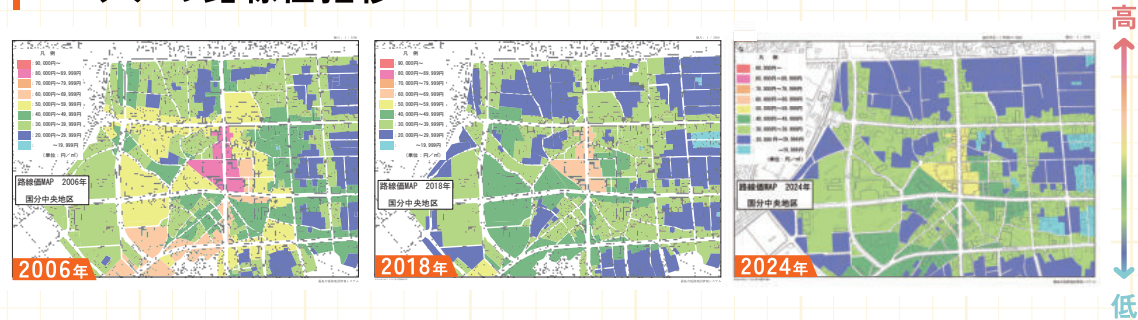
民間主体のプロジェクトを企画立案・実行しながら、国分中央エリアを楽しむ未来のお客さんを増やしていきます。



戦略の進捗を把握する参考課題指標

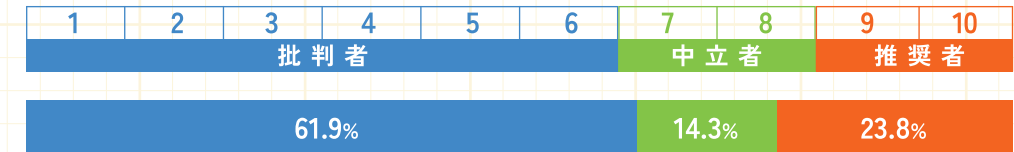
まちづくりの施策やまちの広報、ブランディング等に使われている資源（人・モノ・金・時間・情報）が、本冊子が示す羅針盤に沿って活用されることで3年から5年で以下の指標に変化が表れます。
まちのハード的な見た目が変化するのではなく、国分中央エリアの「まちへの期待値」が向上していくことで、結果として多くの人がまちに関心を持ち、何か新しいことにチャレンジする人が増え、まちの価値が高まっていきます。

エリアの路線価推移



国分中央エリアNPS（ネットプロモータースコア）の定期把握 ※年一回実施

Q 国分中央エリアを知人や友人にどの程度おすすめしたいですか？



NPS = 推奨者の割合(%) - 批判者の割合(%)

2024年度 **NPS = -38**

Q 国分中央エリアに対して、どのような想いを持っていますか？



2024年11月 アンケート実施