

## 議事録要旨

|              |   |
|--------------|---|
| 会議名          | 平成 30 年度 第 1 回ブランド専門部会  |
| 開催日時         | 平成 30 年 4 月 12 日（木） 19：30～21：30   |
| 開催場所         | あわら市役所 202 会議室  |
| 出席者<br>（敬称略） | <p>【部会員（11 名）】<br/>馬場区／五十嵐平、中番区／奥中秀尚、新富区／笹岡太久磨、十日区／伊藤佑樹、福井工業大学／下川勇（准教授）、あわら市文化学習課／松本智美（主査）、同金津図書館／見澤香織（主査）、同総務課／西田浩也（主査）、同農林水産課／中島綾一（主事）</p> <p>【オブザーバー（6 名）】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 大広／菱田、新島 ●大広北陸／芦澤、越智、上野（記）</li> <li>● うたみな／山中</li> </ul> <p>【事務局（3 名）】<br/>あわら市総務部政策課／武田（課長）、藤田（課長補佐）</p>  |
| 欠席者<br>（敬称略） | <p>【部会員（3 名）】<br/>あわら市観光商工課／堀川由貴（主事）</p>  |
| 協議事項         | <p>（1）平成 30 年度における事業展開について意見交換</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 政策課：平成 30 年度あわら市地域ブランド発信事業概要説明</li> <li>・ 大広：ブランドサイトコンテンツについて</li> <li>・ 大広：あわらむすび展開 継続</li> <li>・ 新たな活動の企画・推進について</li> </ul> <p>（2）その他</p>   |
| 会議内容<br>の要旨  | <p>進行）事務局</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 部会長<br/>先般のブランド戦略会議が行われ、さまざまなお意見をいただいた。今年度はスピード感をもって進めていきたい。今日の部会では（ブランド発信事業を）今後どういう風に進めていくのか検討したい。ターゲットを絞って尖らせ、焦点をあわせていきたい。</li> <li>● 事務局<br/>事業の目的は、「ああ、あわら贅沢。都会にはないでいたくのあるまち」を市民に浸透させ、県内外に誇れる、自慢できるような宝に溢れたあわら市を認識してもらおう。あわせて地元の方の誇りや自信を育てていきたい。</li> </ul> <p>本年度の事業は主に 3 つ（ブランド専門部会・ブランドサイト・あわらむすび）で、月 1 回の部会開催でスピード感をもって進めたい。また部会員の増員もしていきたい。</p> <p>〈ブランド専門部会について〉<br/>例えば A 事業 220 万、B 事業 100 万、C 事業 30 万という予算感で実施可能。</p> <p>〈ブランドサイトについて〉<br/>2 カ月に一回更新をして、あわら贅沢のコラムを発信。また、SNS での情報発信の仕組みや、内容にも人間性がでるようなことを考えたい。</p> |

# 議事録要旨

〈あわらむすびについて〉

昨年の12店舗に引き続き、今年度（月1回の取材）含めて計24店舗になるよう継続したい。

また、外出し（上記事業外の予算・取り組み）になるが、昨年に引き続きテーブル・フォー・ツーのおにぎりアクションとも連携を予定している。

こちらの予算については、農林水産課や子育て支援課、健康長寿課などの部局を超えた展開を検討中。

□協議事項【平成30年度事業について】

● オブザーバー

3月20日の戦略会議・前回部会での佐々木市長の意見として、「ああ、あわら贅沢。」のスローガンは「静的」なイメージを受けやすいが、これに加えてイキイキと活発に活動して、あわら市全体が未来に向かって進化していくような「動的」な要素が加わっていくことが望ましいとの意見があった。（今後の事業は）その活動が事業の発信に繋がっていけば良いと思います。

～～前回のおさらいから今回の部会内容について～～

（おさらいは割愛）ブランディングを推進する上で重要なことは、差別化のために、つまりオンリーワンのために様々な活動を繰り広げること。市民の皆様には「ああ、あわら贅沢。」を旗印に、どんどん新しい魅力、新しいあわらならではの贅沢づくりに加わってもらい、それをブランド専門部会で牽引していきたいと思っています。

今年度の主な展開は①ブランドサイト ②あわらむすびの展開（TFT おにぎりアクションとの連携含む）③新たな活動の企画推進。③の予算は250～350万円にて、例えばA～Cの3つの事業に分けても良いし、何か1本に絞っても良い。

今後の進め方としては、本日は、前回に宿題とした新たな活動案を発表していただき、出てきたアイデアに対してグループごとにディスカッションする。グループでブラッシュアップした案を発表し、部会として進めたい活動案を決定。（決定しない場合は5月中旬までに部会にて決定。）そして以後の部会で、その活動をすすめていくために具体的に何をしていくのか？等 活動内容を決定し、それを6月末の戦略会議で報告。そこから具体的な活動に進めていくイメージです。

～～アイデア発表～～

● 部会員

『市民参加型プロジェクト あわら贅沢万博』案

市内外の方に「あわら贅沢」を認知してもらう目的として、『あわら贅沢万博』を年3回（夏・秋冬・春）実施。そこで「あわら贅沢認定物」を披露し、同時に来場者からもその他の「あわら贅沢」のフィードバックを得て磨き上げたものを、さらに「あわら贅沢

## 議事録要旨

認定物」として増やしていく。

例) ・あわらむすびの全展示・販売や果物野菜の即売会、贅沢風景のパネル展示、創作の森出張教室、芦原温泉の源泉の全展示、各旅館のグルメバイキング、その他、万博を起点とするエクスカーション（回遊バスツアー）。

夏（1回目）は部会主導にて実施。秋冬（2回目）は部会＋市民、春（3回目）は市民主導にて、自走するあわらブランドを目指す。

Q：「あわら贅沢認定物」のイメージは、勝手に決めるのか？エントリーされたものを審査するのか？

A（部会員）：最初はたたき台が必要なため部会で決定。一回目に部会の考える「あわら贅沢」はコレというものを提示して市民のフィードバックを得つつ、そこから先の膨らませ方は要検討。フィードバックはご意見箱やアンケートで回収。2回目以降は、市民が出展できるあわら贅沢ブースのような形でも良い。

Q：エクスカーションのイメージは？

A（部会員）：観光ルートをつくり、部会が考える「あわら贅沢」な景色や、歴史ポイントを巡ってきてもらう。出発点と終着点は万博。近場の散歩ルートからバスでの周遊まで。

### ● 部会員

#### 『SNSで贅沢なものの写真募集』案

あなたが感じる贅沢な写真をSNSやインスタなどで募集するイメージ

Q：部会側で例として写真を公開してから集めるのか？いきなり募集からはじめるのか？

A（部会員）：贅沢写真募集のページ（ホーム）に画像を公開し、そこからどんどん集まっていくイメージ。

#### 『贅沢グッズ（リボン・クリアファイル）の活用および展開』案

既存のリボン・クリアファイルを有効活用。ブランドサイトのURLも表記したい。リボンを職員のストラップに活用するなど。

Q：今はどのように活用しているのか？

A（事務局）：クリアファイルは4月中にあわら市内の小中学校全生徒に配付予定。その他市役所内で活用中。リボン・シールはイベントの景品や賞品に使用。おしえらざあ（観光案内所）の権三まんじゅうなどお土産物の装飾として活用中。

#### 『国体に贅沢ブースの設置』案

Q：国体ブースは活用できるか？

A（事務局）：あわら市の会場はバレーボール、カヌースプリント、ゴルフ（3会

# 議事録要旨

場)。ただし、ブースについては国体側で管理されているので、新たに設置は難しい。あわら市ブースのインフォメーションの一角なら可能かも。駅にも案内用のブースができる予定。食の物販は専門業者ブースもあるため、市のブースでは難しい。

## 『贅沢スペースの設置』案

あわら市役所 1 階の贅沢スペースの活用。(他の場所にも常設)

Q：増設か？先般設営した市役所 1 階の贅沢スペースはどう活用するか？

A（事務局）：そこも含めて要検討。

## 『贅沢の「贅」の漢字かけますか？』案

街頭調査で「贅」の漢字アンケート調査をしつつ、あわらブランドを知ってもらうきっかけとして。PR のネタづくりも含む。

## 『のぼり、のれんの設置』案

贅沢ブースや贅沢スペースでの、のれんやのぼりを設置し周知を図る。

Q：今はのぼり、のれんは作ってないか？

A（事務局）：あわらむすびの、のぼり旗はある。あわら贅沢の法被はある。現在は常設していない。

## 『贅沢川柳の募集』案

「都会にはないぜいたくがあるまち」をテーマに、小学校などの宿題や家族で募集。

Q：募集をして、庁舎 1 階の贅沢スペースで発表するのは如何か？

A（事務局）：現時点では休憩スペースにて。今後、展示やその他、活用法などを市で検討中。

## 『あわらむすびをコンビニに置いてもらう』案

あわらむすびには期間限定ものが多いので、コンビニと共同開発（業務提携）にて販売を行う。

Q：いま、期間限定ではない、あわらむすびはいくつあるのか？

A（事務局）：駅前「ひまわり」、「IPPO」、「ケアハイツ芦原」、「玉寿司」、「農家カフェ」のおにぎりが該当。

Q：あわら温泉駅の売店では？

A（事務局）：現在改装中。セブンイレブン北陸本部との調整となる可能性あり。レギュレーションはかなり厳しい。

## 『LINE スタンプの作成』案

「ああ」の言葉のニュアンスを湯巡権三を使って様々に表現。

# 議事録要旨

Q：権三キャラは使った方がいいのか？

A（事務局）：もともと権三スタンプはある。権三はあわら市のおもてなしキャラとして活用されているが、権三ばかりになる懸念も。スタンプではキャラの方が目立ち、小さく表記される「ああ」の可読性についても検証が必要。

## 『チロルチョコの作成』案

あわら贅沢のオリジナルパッケージでの商品開発。

Q：イメージは何味か？

A：例えば、温泉味、温泉たまご味など。オリジナルが故に何味かも想定すると「あわら市が何なのか？」が引立ちやすい。メロンなのか？トマトなのか？要検討が必要。

### ● 部会員

## 『ああ、あわら贅沢コンテスト』案

コンテストは食・物・人・出来事（人間性）・情景など部門を用意。賞金を出して、出品されたものを贅沢万博や贅沢祭りのイベントで披露。食や物は商品化し販売。贅沢ショップやブースでも展示したり販売。駅前デザイン部会でも連携し、駅前に販売委託できるショップ・ブースを作り発信したい。

Q：ショップについて駅前と連動する場合、交渉はできるか？おしえる座には販売展開は可能か？

A（事務局）：駅前開発は2023年開業予定。プランは6月末に向けて整備している中で、観光案内所にカフェやお土産販売ショップが必要だと検討している。それとは別の建物（店舗・チャレンジショップ）があっても良いという話もある。

Q：駅前の完成がかなり先の話しになるので、今年・来年はじめるとしたらどんな場所で可能性があるのか？現在の観光案内所の利用など。

A（事務局）：加えてaキューブの利用が可能。

### ● 部会員

リボンやシールを貼って地元の商品売ることは可能。ただし地元の店舗が、おしえる座に商品を卸すことは困難だが、委託販売は可能。

ただし地元店舗は積極的ではない。何でもかんでもシールやリボンをつけることはできないが、本来はもっと幅広く市内でできるのが望ましい。

### ● 部会員

## 『YOUTUBE チャンネル』案

ブランド構築は継続させることが不可欠。その取り組みとして YOUTUBE チャンネルを持つ。どの地方自治体でも YOUTUBE で成功している事例がない。全国初の成功事例をあわら市でつくりたい。更新は毎日。必要機材はカメラなど10万円程度。チャンネル登録数や視聴人数を増やすために、内容は「役に立つ」もしくは「面白い」こと。この2つの切り口であわら市を発信する。例えば「平日の昼間に足湯にいる人ってどん

# 議事録要旨

な人？」インタビューや、「越のルビーで水を使わないカレーづくり」など。  
発信はインターネットが不可欠。また、それを誰がやるか？ あわら市に YOUTUBE を更新する課があっても良い。（鯖江市 JK 課のような）何をやるにせよインターネット（動画）で発信したい。ブログではなく。

Q：懸念されるのは、市の業務としてどこまで（内容・表現）を許容とするか？レギュレーションが厳しいと一般の YOUTUBER のコンテンツには勝てない。

A：リスクも含め、誰がコンテンツの内容の許容を認めるのかはわからない。メリットとして視聴者の反応が得られやすく、コンテンツのブラッシュアップができる。

Q：どんな企画であっても、やるだけではなく、そういった発信との両輪が必要。問題は「YOUTUBER」課をつくれるか？

A：市役所内でセクションをつくり、1年間での目標チャンネル登録数を決めてそこに向けてトライしては如何か？

## ● オブザーバー案

### 『マルシェ&フェス prj あわら贅沢マルシェ』案

ベースは、市民が農産物や特産品（スイーツや工芸品、手づくり品など）を販売。フリーマーケットなども。その他に、バンド演奏・ダンス、写真などの展示など、「大人の文化祭」的にできたら。やるならば、あわら贅沢マルシェ推進委員会を設置し、今年度中に第1回を開催。それをベースに開催頻度を高め、四半期に1回～毎月開催へ。第1回開催時期は、既存のイベント（湯かけ祭り、金津まつりなど）で人が多く集まる時に重ねてやるのか、一番季節的に良い時期（GW やフルーツの旬の時期）を検討。場所は a キューブや湯のまち広場の他、北潟湖周辺など。予算は必要になる備品（のぼりやテントなど）に。

### 『あぁ、あわら贅沢。フルーツパラダイス・プロジェクト』案

#### ・フルーツ “体験” カレンダーづくり（冊子・サイトなど）

あわら温泉の知名度がまあまあ高い中で、まだ「あわら＝フルーツ」というイメージがなく、フルーツを軸にバラバラしているものを再編集。フルーツ狩り、試食・販売、スイーツ、農業体験、一株オーナー、新しい栽培方法など、フルーツ関連の様々な事柄を再編集＋新規開発し、体験の幅を広げる。現状はいつ・どこで・何を食われるのか分かりにくい。それをキレイに整理するだけでも価値がある。時期ごとに味わえるフルーツ、そしてそれをいかに体験するかという視点で編集されたあわらカレンダーづくり。体験場所を整備していくことがポイント。

#### ・あわらフルーツスイーツ

採れたてのフルーツの特別なおいしさが楽しめるスイーツ。地元店舗×農家と著名パティシエとの橋渡しを市がアシストする等。

#### ・温泉熱フルーツ栽培

## 議事録要旨

温泉熱を活かしたハウス栽培などで、通常ではつけないようなフルーツを栽培。これらを農家や JA がするのではなく、市としてするので、推進組織を立ち上げや運営するための予算化は如何か。また、推進組織に全てのステークホルダー（生産者・販売者・加工者・開発者）を集め、同じ志のもと「あわら＝フルーツ」を進めていくことが重要。

### 『日替わり店長 prj Our Love (アワラ部)』案

例として、大阪の天神橋にある「shu-kan magari」、毎日誰かが店舗を開いている店がある。

市民の「ワタシのぜいたく」を体験・共有する場として、a キューブの一つなどを毎週金曜日だけオープンする Bar/Café として開放。希望した市民が日替わり店長として切り盛りする。

飲食店としての基本設備は市が用意。店長は一定の利用料で活用できる。事業予算の中からリノベーションするなど。店長の募集や条件が重要。駅前開発の WS にて、カフェや集まれる場所がほしいという意見から。

### 『アウトドアスポーツ prj アワラ Trail&Lake』案

最近、トレイルランニング、MTB、SUP、カヤック、アドベンチャーレースなど自然を楽しむものが多い。刈安山や北潟湖を抱えるあわら市は、新しいアウトドアスポーツの格好の場かもしれない。県内はもちろん、北陸三県でもまだ整備されていないこれらスポーツへアプローチすることで、新たな休息地（アクティブレスト）となる。福井県では若狭方面や朝倉氏遺跡、武生方面にはある。

市内の競技者、県内の競技者とネットワークを形成。福井県山岳連盟なども。予算計画としてはコース整備がベース。できれば、イベント開催なども。将来的には大会開催なども検討したい。

この分野のオピニオンリーダーとの関係構築。県内スポーツ流通、このカテゴリーのスポーツブランドからの協力も募りたい。

### 『小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらう』案

小さなうちから、「あわら贅沢」の考え方に慣れ親しんでもらい、あわら市民であることのシビックプライドを養う。子どもの親も参加するカリキュラムにして、親子で「あわら贅沢」を理解してもらう。小学校や中学校のうちから授業であわら贅沢探しをやってもらうことで、子供だけでなくその親も参加してもらえる。国語・算数・理科・社会・贅沢のようなイメージ。メディアにも取り上げられやすい。具体的には毎週する必要はなく、年 1 回程度で。例として、一日目の 1 時間は映像で「あわら贅沢」の意味を伝える。宿題で親子で「あわら贅沢」なモノやコトを考える。二日目の授業で、じぶんの「あわら贅沢」をみんなで発表しあう。

# 議事録要旨

一年に1回程度でも市民に浸透させるには効果はある。

- ・例：大野市「大野に帰ろう企画」、二分の一成人式、祖父母学級
- ・おじいちゃん、おばあちゃんの三世代でも可能。
- ・小学校の総合学習として検討しては？

## 『「仮称あわらフェス」推進準備実行委員会、発足』案

温泉があり、アートがあり、音楽があり、食べ物があるフェスができないか？ただし、予算の規模が大き過ぎるので、フェス推進準備実行委員会としてスタートしては如何か？福井県随一の観光宿泊拠点「芦原温泉」を持つあわらとして、宿泊を伴う・滞在型の活動を目指す。

温泉とアート（金津創作の森）を核に、音楽や食、アウトドアスポーツやアクティビティなども絡めた複合型フェスの立ち上げや誘致を狙っていく。その時に一番ポイントとなるのは『何をテーマとするのか？』。仙台・気仙沼の「REBORN ART FESTIVAL」（東日本大震災からのREBORN）やアウトドア雑誌社主催のGO OUT JAMBOREE（CAMP）、道後温泉のオンセナート、加賀温泉郷フェスなど、数多あるフェスの中で、あわらならではのフェスとは？既存フェスとの差別化を図り、かつ県外からも参加したいと思ってもらえるテーマ設定が重要。

会場とコンテンツをあわせて考えながら、フェステーマをブレイクダウン。

例えば、金津創作の森…アート、北潟湖湖畔公園…スポーツ・アクティビティなど。

### ● オブザーバー

## 『都会にはないぜいたくを満喫する、サイクルツーリングのメッカ化』案

喉が渇けばフルーツラインでスイカやメロンをほおぼり、足湯でちょっと小休憩。北潟湖で風を感じながらロードバイクを走らせ、湖畔や波松海岸で一人キャンプも可能。人と人のふれあいや出会い、自然を満喫できる「都会にはない贅沢」を楽しめる自転車ツーリングのメッカ化を目指す。いろんな方にあわら市の贅沢を体験し楽しんで発信してもらうのは大事だが、全国の自転車愛好家などに絞った突出したファンづくりを狙う。

### ・あわら贅沢ライド

ツーリングイベントの実施。市内に複数カ所のツーリングの休憩ポイントを設置し、市民や市内店舗による振る舞いなどの催しを開催。（市内の自転車屋さんにも出店いただき、メンテナンスやパーツ交換なども可能に）

### ・野営ポイントの整備

テントの設置ができるよう北潟湖周辺の空き地などを活用。

### ・ツーリスト用のWEBページやMAPの制作

上級者～ファミリーまでレベルに応じたモデルコースの紹介

## 議事録要旨

開催時期は単発 1～2 日のイベントか？ GW やお盆などの連休か？ グリーンシーズン中、いつでも楽しめる仕掛けづくりか？ 要検討。

### 『都会にはないぜいたくを東京で発信』案

今年度あわら市で実施する「ああ、あわら贅沢。」の発信事業（本日でたアイデア・発掘したモノコト）を、コンパクト化し、東京・青山の「ふくい 291」でも実施。「都会にはないぜいたく」を東京で発信し、新幹線開通に向け「東京～あわら」間を結ぶ。

#### 例) あわら贅沢 週替わりレストラン

#### 例) あわら贅沢 座談会

東京に在住するOLを集めて、あわら贅沢な旬な食材を食べながら、あわら市をプレゼンテーション。都会からみた「都会にはないぜいたく」への感想やアイデアをヒヤリングし、ブランド発信事業のさらなるブラッシュアップを図る。

- ・東京在住 20 代 OL vs あわら市在住 20 代 OL
  - ・東京在住 30 代ママ vs あわら市在住 30 代ママ
  - ・東京在住 40 代女性 vs あわら市在住 40 代女性
- など

#### ● 事務局

これまでのアイデアに何かアドバイスいただけますか？

#### ● 部会員

難しいなと思いました。「都会にはない」という日常を過ごしているあわらの人に、何が贅沢なのか？という判断が本当にできるのだろうか？あわらの人があわらの中で贅沢を見つけられるのか？インスタグラムでも、正解しないんじゃないだろうか？そういう意味では外（県外）の人に聞いた方が早いんじゃないだろうか？それには『**サイクルツーリングのメッカ化**』案か『**都会にはないぜいたくを東京で発信**』案が近いかなと。究極に尖らせようとするとう贅沢から離れたアイデアがどんどん出てきてどこに向かっていくのだろうか？と。外からの評価を受けることも、返す返す、中の人への認知へと繋がっていく。そう意味では外の人とあわらの人どう結びついていくか？が打開策がありそう。ご参考になれば。

#### ● オブザーバー

（あわら市・福井県など）中から一旦外に出てから、戻ってきたから、（贅沢に）気づくものですね。みなさん、他にご意見や質問ありますか？

#### ● オブザーバー

部会員さんがいう通り、外からの目線でみた贅沢の発掘と、本日みなさんに発表していただいたような地元の市民の方々があわらブランドをつくっていく上で自走する仕掛けの、両輪が重要。今日出たアイデアはその2つの軸に分けて整理した上で、実施して

## 議事録要旨

いくブラッシュアップするべき取り組みを検討しては。

- オブザーバー

その分け方をベースに本日のアイデアを整理したものを、後日皆さんにお送りします。先生がおっしゃった「外からの視点」は重要なと。一方で、市民が「これは贅沢だと思う！」という塊（自信）も面白くて、それを擦り合せていくことで市民の方が認識できる活動になると思います。

次回の部会では、どんな活動をするかを皆さんとさらに検討したいので、整理したアイデアはあわら市様に提出し、皆さんにお送りするので、どれをブラッシュアップするのか？どのアイデアとどのアイデアを引っ付けてみるのか？というアイデアを再度持ち寄って、次回の部会でグループワークで検討したいと思いますので、一度皆様も考えてみてください。

### 〈贅沢サイトについて〉

- オブザーバー

今年は隔月で記事を上げさせてもらいますが、今年度は2ヵ月に一回、あわら出身・ゆかりのある県外にいる方をインタビューしたい。テーブルフオーツの大宮さんなど年に6回。そうすることで先ほどの話しにもあった、外から見たあわら贅沢な話しも聞けるし、それぞれが発信力もある方々なのでご自身のSNSなどでも二次的な拡散が期待できる。

次回の部会では、あわら出身・ゆかりのある県外にいる著名な方、活躍されている方をご紹介、アイデアをいただきたい。

- 部会員

ブランドサイトの閲覧者数はどのくらいでしょう？

- オブザーバー

現時点ではブランドサイトへの流入施策はとっていないので、検索されて、市役所のサイトから来る人だけです。

- 部会員

今後はそこをどう増やしていくかも考えたほうが良い。

- 部会長

今日は大阪の方と山中さんがきてくれて、下川先生も、いろいろな意見やアイデアが出て有意義な部会になったと思います。ありがとうございます。

冒頭にも話した通り、今年度はスピード感を出していく中で、部会員メンバーも補充していくことも考えていますし、担当分けをすることによってスピード感をもって会議を進めていきたいので宜しくお願いいたします。