

第3回あわらし地域ブランド戦略会議

日時 平成28年10月12日(水) 10:00～

場所 あわらし役所 正庁

会議次第

1 開会

2 市長あいさつ

3 協議事項

(1) 各部会の進捗について
 ブランド専門部会

 芦原温泉駅まちづくりデザイン部会

(2) 今後の予定について

4 意見交換

5 その他

6 閉会

あわら市地域ブランド戦略会議委員名簿

(敬称略)

組織名	役職	氏名	備考
あわら市	市長	橋本達也	会長
あわら市商工会	副会長	赤尾政治	
あわら市観光協会	会長	前田健二	
芦原温泉旅館協同組合	理事長	伊藤和幸	
花咲ふくい農業協同組合	代表監事	小西敏夫	
(株)金津技研	代表取締役	伊藤憲治	
福井工業大学(デザイン学科)	教授	川島洋一	デザイン部会
福井工業大学(建築土木工学科)	准教授	下川勇	ブランド部会
(株)福井銀行芦原支店	支店長	笹原規央	
あわら市地区区長会連絡協議会	会長	達川昌美	
あわら市都市計画審議会		未定	
あわら市	副市長	前川嘉宏	
あわら市教育委員会	教育長	大代紀夫	

専門部会

(敬称略)

芦原温泉駅まちづくりデザイン部会	部会長	笹原修之	
ブランド専門部会	部会長	五十嵐平	

オブザーバー

(敬称略)

日経BP社		高津尚吾	
(株)大広		菱田和宏	
(株)大広		新島宏	
(株)大広北陸		渡辺智典	
うたみな		山中貴裕	

事務局

あわら市総務部	部長	佐藤雅美	
あわら市総務部政策課	課長	小嶋範久	
	課長補佐	山口功治	
	主査	赤神貴幸	

[あわら市地域ブランド創出事業]
ブランド専門部会
～ 進捗資料 ～

2016年10月12日

DAIKO

Ideas win
Ideas bring success to clients and
value to consumers.

前回9/12の戦略会議にて、あわら地域ブランドのコンセプトキーワード「どのようなまちだと思われたいのか」をご承認いただきました。

都会にはないぜいたくがあるまち

- 👉 このコンセプトを端的に伝えるための **ブランドスローガン**
 - 👉 このコンセプトをしっかりと表現した **ステートメント**
- を検討して参りましたので、報告させていただきます。

なお、前回9/12の戦略会議では、スローガン・ステートメント・シンボルマークの決定方法もご承認いただいています。

- 1.スローガン・ステートメントは専門部会で検討し、**戦略会議**にて承認。
- 2.シンボルマークは、それにもとづくものを**全国から公募**し、専門部会で1次審査。通過した5～10案を対象とした**市民投票**で最終決定。(11月上旬に公募告知 1月中旬以降に市民投票 1月下旬以降に決定・発表)

1. スローガンの検討

10のスローガン案を下記の2段階で部会員投票。その結果を参考に最終議論して候補案決定。

[投票用紙]

1 位	
次 点 1	
次 点 2	

1次投票

1. 10のスローガン案から3つ選んで、投票用紙の [1位] [次点1] [次点2] に番号を記入。各項目1つずつ。
2. 次のそれぞれについて集計
 - ・ [1位] の得票数
 - ・ [1位 + 次点1 + 次点2] 記入されている全ての得票数

決選投票

1. 1次投票の結果、5つのスローガン案を候補に。
2. 決選投票では、 [1位] のみを記入。

[1位]

さりげなく、ぜいたく。

福井県あわら市

[次点]

- いい意味で、贅沢。
- あわらまんぞく。（略称：あわまん）

さりげなく、ぜいたく。

コンセプトキーワードの「ぜいたく」は、スローガンにも入れた方が良い。

「ぜいたく」というコンセプトキーワードは、それだけで引っかかりがあると思う。

少しインパクトが足りない、印象が弱い。

これまで議論してきた「都会にはない・お金では買えない・数字に出来ない・普段の質が高い」にあっている。

頑張り過ぎていない感じが、あわらの良さをしっかり表現していると思う。

いい意味で、贅沢。

「さりげなく、ぜいたく」とほぼ同様の意見。

コンセプトキーワードにある「ぜいたく」は、スローガンにも入れた方が良い。

「ぜいたく」というコンセプトキーワードは、それだけで引っかかりがあると思う。

少しインパクトが足りない、印象が弱い。

これまで議論してきた「都会にはない・お金では買えない・数字に出来ない・普段の質が高い」にあっている。

頑張り過ぎていない感じが、あわらの良さをしっかり表現していると思う。

あわらまんぞく。 (略称：あわまん)

インパクトがある。「東京やNYにはない贅沢」や「北陸の隠れ贅沢」よりも。

スローガンにも「あわら」が入っている。

コンセプトキーワードの「ぜいたく」が入っていないので、ステートメントではそのブリッジが必要。

[投票用紙]

	-投票1回目-		合計	-投票2回目-	
	1位	次点		1位	
さりげなく、ぜいたく。	6	5	11	→	5
ふだんが、ぜいたく。	1	2	3		-
いい意味で、贅沢。	2	2	4	→	3
本当の贅沢、あります。	0	4	4	→	0
お金じゃ買えない贅沢。	1	2	3		-
東京やNYにはない贅沢。	0	2	2		-
北陸の隠れ贅沢！	0	4	4	→	1
幸福度も満足度も、沸いてます。	0	1	1		-
幸福をいちばん実感できるまちへ。	0	1	1		-
あわらまんぞく。(略称：あわまん)	2	1	3	→	3

さりげなく、ぜいたく。

福井県あわら市

- 『さりげなく、ぜいたく』は、「都会にはないぜいたくがあるまち」をある程度うまく言い表していると思うが、インパクトが弱く、もっと上手くコンセプトキーワードを言い変えたものになりたいと考えています。
- あわらのブランディング、まちづくりの指針として、これからずっと使っていくものなので、部会としても妥協することなく、決めていきたいと思います。
- 強いインパクトと『さりげなく』という言葉に違和感はありますが、そういう点も含めて引き続き検討し、**次回11月中旬の第4回戦略会議にてご承認**いただきたいと考えております。

さりげなく、すごく贅沢。

福井県あわら市

都会にはない、あわら贅沢。

福井県あわら市

日本が忘れてた、ぜいたく。

福井県あわら市

2. ステートメントの検討

どこまでも広がる稲穂、ゆっくりと地平線に夕陽がしずむ。
日本海を渡ってきた風に、のんびりと風車がまわる。
おもえば「贅沢」な景色かもしれない。

食卓にはいつも、海の幸、山の幸、里のめぐみ。
こんやのお風呂は、温泉にしようかな。
これって「贅沢」な暮らしかもしれない。

おはよう。いい天気やの。いってらっしゃい、気をつけて。
みんなが声をかけあって、みんながみんなを思いあっている。
これがあわらの普通で「ふだん」だけど、
よそから見たらとても豊かで「贅沢」かもしれない。

市内のみなさん、見つめ直してみてください。
市外のみなさん、どうぞ来てみて体感してみてください。
ここはあわら市、幸福な福井県にあるちょっと贅沢なまちです。



オリジナリティ・あわらしさがない



- 固有名詞を入れる。
- 「稲穂 畑」のように、あわらの特色を。
- データから読み取れるようなFACTを入れる。

どこまでも広がる稲穂、ゆっくりと地平線に夕陽がしずむ。
日本海を渡ってきた風に、のんびりと風車がまわる。
おもえば「贅沢」な景色かもしれない。

食卓にはいつも、海の幸、山の幸、里のめぐみ。
こんやのお風呂は、温泉にしようかな。
これって「贅沢」な暮らしかもしれない。

おはよう。いい天気やの。いってらっしゃい、気をつけて。
みんなが声をかけあって、みんながみんなを思いあっている。
これがあわらの普通で「ふだん」だけ、
よそから見たらとても豊かで「贅沢」かもしれない。

市内のみなさん、見つめ直してみてください。
市外のみなさん、どうぞ来てみて体感してみてください。
ここはあわら市、幸福な福井県にあるちょっと贅沢なまちです。

窓を開ければひろがる稲穂、ゆっくりと地平線に夕陽がしずむ。
日本海を渡ってきた風に、のんびりと風力発電の風車がまわる。
おもえば「贅沢」な景色かもしれない。
ここは、自然のエネルギーに満ちあふれている。

食卓にはいつも、里のめぐみ、海の幸、山の幸。
トマトなら「越のルビー」を、くだものなら「フルーツライン」で。
こんやのお風呂は、温泉にしようかな。70もの源泉が沸いている。
これって「贅沢」な暮らしかもしれない。
なんだかゆったり、カラダもココロも癒される。

共働きが多くて、持ち家率も高く、こどもが多い。
「おはよう!」、「いい天気やの」、「いってらっしゃい、気をつけて」。
みんなが声をかけあって、みんながみんなを思いあっている。

これがあわらの普通で「ふだん」だけ、
よそから見たらとても豊かでとても「贅沢」かもしれない。

市内のみなさん、ちょっと見つめ直してみてください。
市外のみなさん、どうぞ来てみて体感してください。
ここはあわら市、幸福な福井県にある「贅沢なまち」です。

- 風力発電？
- 西日本～北陸～福井県～あわら と、フォーカスしていけないか？
- 全体的に風景に特化してもよいのでは？

窓を開ければひろがる稲穂、ゆっくりと地平線に夕陽がしずむ。
日本海を渡ってきた風に、のんびりと風力発電の風車がまわる。
おもえば「贅沢」な景色かもしれない。
ここは、自然のエネルギーに満ちあふれている。

- 具体的なブランド名を出すのはどうか？
- 「越のルビー」が比較的高価なトマトなので、「都会にはない、お金では買えない、ぜいたく」につながりにくいのでは？
- 具体的に出す固有名詞はこれでいいのか？

食卓にはいつも、里のめぐみ、海の幸、山の幸。
トマトなら「越のルビー」を、くだものなら「フルーツライン」で。
こんやのお風呂は、温泉にしようかな。70もの源泉が沸いている。
これって「贅沢」な暮らしかもしれない。
なんだかゆったり、カラダもココロも癒される。

- 温泉エリアに74の源泉があるが、全て「沸いている」わけではない。

共働きが多くて、持ち家率も高く、子どもが多い。
「おはよう！」「いい天気やの」「いってらっしゃい、気をつけて」。
みんなが声をかけあって、みんながみんなを思いあっている。

- 絶対数として「子どもが多い」わけではない。「子どもが元気」という風にしてはどうか。
- ちなみに、小中の体力テストは県内1位のはず。

これがあわらの普通で「ふだん」だけど、
よそから見たらとても豊かでとても「贅沢」かもしれない。

- 贅沢 ひらがなに開いたほうがよい。「ぜいたく」。

市内のみなさん、ちょっと見つめ直してみてください。
市外のみなさん、どうぞ来てみて体感してください。
ここはあわら市、幸福な福井県にある「贅沢なまち」です。

どこまでも広がる稲穂、ゆっくりと地平線に夕陽がしずむ。
日本海を渡ってきた風に、のんびりと風車がまわる。
おもえば「贅沢」な景色かもしれない。

食卓にはいつも、海の幸、山の幸、里のめぐみ。
こんやのお風呂は、温泉にしようかな。
これって「贅沢」な暮らしかもしれない。

おはよう。いい天気やの。いってらっしゃい、気をつけて。
みんなが声をかけあって、みんながみんなを思いあっている。
これがあわらの普通で「ふだん」だけど、
よそから見たらとても豊かで「贅沢」かもしれない。

市内のみなさん、見つめ直してみてください。
市外のみなさん、どうぞ来てみて体感してみてください。
ここはあわら市、幸福な福井県にあるちょっと贅沢なまちです。

- 原案の方が、すっきりまとまって良かった。
- 固有名詞を入れたことで、全体的にもっちゃりしてしまった。
- 原案の方が、読み手それぞれが**風景をイメージ**することができる。
- 固有名詞や「持ち家率」などの単語がそれを邪魔する。
- 固有名詞を入れるなら、もっとストーリー仕立てにするとよいのかもしれないが、それでは全体的に長くなってしまう。シンプルにまとめた。
- 原案の方が、「都会にはない（お金では買えない）ぜいたくがあるまち」を上手く表現している。
- いくつかの固有名詞が「あわらのぜいたく」を象徴しているわけではないので、**コンセプトからずれていく**。



固有名詞やデータ立脚という考え方ではなく、

👉 **全体構成・展開**や**表現視点（目線）**を工夫することで、読み手に「**都会にはないぜいたくがあるまち**」の**風景**を描いてもらえるように。

👉 **具体的な名詞**を入れるのであれば、**ブランド名**なのか**カテゴリー名**（トマト、フルーツレベル）なのかも吟味。

ことで、**オリジナリティの付加**を引き続き検討していく。

どこまでも広がる稲穂、ゆっくりと地平線に夕陽がしずむ。
日本海を渡ってきた風に、のんびりと風車がまわる。
おもえば「贅沢」な景色かもしれない。

食卓にはいつも、海の幸、山の幸、里のめぐみ。
こんやのお風呂は、温泉にしようかな。
これって「贅沢」な暮らしかもしれない。

おはよう。いい天気やの。いってらっしゃい、気をつけて。
みんなが声をかけあって、みんながみんなを思いあっている。
これがあわらの普通で「ふだん」だけ、
よそから見たらとても豊かで「贅沢」かもしれない。

市内のみなさん、見つめ直してみてください。
市外のみなさん、どうぞ来てみて体感してみてください。
ここはあわら市、幸福な福井県にあるちょっと贅沢なまちです。

窓を開ければひろがる田園、ゆっくりと地平線に夕陽がしずむ。
日本海を渡ってきた風に、のんびりと風力発電の風車がまわる。

おもえば「贅沢」な景色かもしれない。

食卓にはいつも、海の幸、山の幸、里のめぐみ。
ふっくら美味しいサツマイモや、新鮮なトマトやフルーツ。
こんやのお風呂は、温泉にしようかな。源泉が70もあるよ。

これって「贅沢」な暮らしかもしれない。

共働きの夫婦が多くて、元気なこどもが多い。
おはよう、いい天気やの、いってらっしゃい、気をつけて。
みんなが声をかけあって、みんながみんなを思いあっている。

これがあわらの普通で「ふだん」だけ、
よそから見たらとても豊かで「すごく贅沢」かもしれない。

市内のみなさん、見つめ直してみてください。
市外のみなさん、どうぞ来てみて体感してください。
ここはあわら市、幸福な福井県にある「贅沢」なまちです。

5. 今後のスケジュール

9/16 10:00 ~ 第2回地域ブランド戦略会議

- 確定したブランドコンセプトのキーワードについて、その検討プロセスも含めて、専門部会（長）様より報告。

10/5 第5回ブランド専門部会

確定されたブランドコンセプト・キーワードをもとに、

- ブランドメッセージ（スローガン、ステートメント）を候補案の中から決定します。

10/12 第3回地域ブランド戦略会議

- 検討したブランドメッセージ（スローガン、ステートメント）について、そのプロセスも含めて、専門部会（長）より報告。

10月中～下旬 第6回ブランド専門部会

- ステートメントについて、引き続き検討 決定。
- 第3回戦略会議でスローガンが承認されなかった場合、引き続き検討 決定。

11月中旬 第4回地域ブランド戦略会議

- 検討したブランドメッセージ（スローガン、ステートメント）について、そのプロセスも含めて、専門部会（長）より報告 決定。

12/ 上旬以降 市長が「ブランドメッセージ（スローガン、説明コピー）」を発表。同時に、シンボルマークの公募を発表。

- ・発表から1ヶ月間 シンボルマークデザイン公募
- ・公募締め切りから2週間 ブランド専門部会で市民投票にかける候補案を決定
- ・候補案決定から3週間 商標（意匠）チェック 簡易調査

2/ 中旬以降 専門部会で選定 商標（意匠）チェック済みの候補案について、市民投票

2/ 下旬以降 シンボルマーク発表

芦原温泉駅周辺まちづくりデザインの進め方について

市民投票

- ・市民の投票で優れた作品数点を選定する。
- ・審査方法は、審査委員（戦略会議委員等）と一般参加者で点数に差をつけて行う。

鳥瞰図・イメージ図（エリア図内でデザイン）

- ・西口（駅舎を背にして） 1枚
- ・駅前通り 1枚
- ・竹田川 1枚
- ・フリー 3枚

市民にイメージを分かりやすく伝えるために一部ゾーンを指定して、（統一した）アングルでデザインを描く。

ゾーンごとの写真を渡す。

西口については、次の条件を付与する。

ロータリーを確保すること（エリア図に示す2つのロータリーにはこだわらず、規模・配置も含めて提案。）

整備予定の105号線（アクセス道路）は通過機能を持たせつつ、駅前空間に一体感を出す提案とすること

8/29 ワークショップやあわらの未来づくりアンケート（Q3）における、市民の声を反映したデザインとする。

優秀作品

- ・市民投票で作品が選定されたデザイナーは、当該ゾーン・スポットを整備する際のアドバイザーとして市と優先的に交渉する権利を有する。