

第4回あわらし地域ブランド戦略会議

日時 平成28年11月11日(金) 10:30～

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) 芦原温泉駅周辺将来デザイン市民投票について

(3) 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	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11月11日

DAIKO

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

前々回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

10/25、11/9の2回の専門部会にて、

👉 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 **徹底的に議論し、再度検討**して参りましたので、報告させていただきます。

1. スローガンの検討

**まず、10/25の第6回専門部会では、
これまでに検討してきた全てのスローガン16案 + 新案5つを
再度検証し、
スローガンに求めるものを再度議論しました。**

さりげなく、ぜいたく。◎

ちょっと贅沢なまち。

ふだんが、豊かです。○

なにげなく、ぜいたく。

いなかの贅沢、極めよう。○

都会にはない贅沢がある。

福井でいちばん幸福なまちへ。

ふだんが、ぜいたく。

いい意味で、贅沢。○

本当の贅沢、あります。

お金じゃ買えない贅沢。

東京やNYにはない贅沢。

北陸の隠れ贅沢！

幸福度も満足度も、沸いています。

幸福をいちばん実感できるまちへ。

あわらまんぞく。(略称：あわまん)○

さりげなく、すごく贅沢。
日本が忘れてた、田舎の贅沢。
あわら、ふるさと贅沢。
ああ、あわらな贅沢。
ああ～、あわら贅沢。

【コピーライターの参考意見】

- 戦略会議でのご意見を聞いて、スローガンに「あわら」を入れたほうがいいと感じた。「あわら市からの発信」であることがわかりやすいし、「贅沢」が「あわら市ならではの贅沢」であることも伝わりやすくなると思う。
- これまでの経過を見ていて、贅沢は、漢字で「贅沢」のほうがインパクトがあると感じた。文脈で工夫すれば、それほど「悪い意味」には捉えられないのでは。
- 現状のおすすめ案は、最後のほうにある「あわらな贅沢」および「あわら贅沢」。「ああ」や「ああ～」の感嘆の言葉をつけることで、イキイキと言葉が伝わってくると思う。
- 温泉に浸かった時の「ああ～、きもちいい！」や、美味しいものを食べた時の「ああ～、うまい！」や、きれいな夕焼けを見た時の「ああ～、キレイ！」のイメージ。
- 市民のいろいろな「ああ」を集めた映像をつくったりしても面白いと思う。

「あわら贅沢。」という言葉が印象に残った。

1. 「あぁ」も要らないという意見があるものの、あぁ～の「～」は、温泉要素高いので意見割れました。
2. 「贅沢」は漢字 格好はいい。 山中氏の意見に賛同多数。
3. 「地名」・「贅沢」は入れた案がしっくりくる、賛同多数。



「あわら贅沢」という言葉に、細かいアレンジを加えた案で最終検討したい。

- A あわら贅沢。
- B ああ、あわら贅沢。◎ 部会員全員一致で決定!
- C なるほど、あわら贅沢。
- D あわら贅沢、極めよう。
- E あわららしい贅沢。
- F あわらな贅沢。

2. 前回の振り返り

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。

この案をブラッシュアップ。

一段落目

1. 2行目)「日本海」も捨てがたいが、北潟湖をイメージする「湖」を入れた案がみたい。
2. 1行目)「地平線」に変わる案。実際に地平線に沈むところはないので、違和感を感じる。
3. 田んぼに沈むや、大地・田園をなどを使った代替案をお願いしたい。

四段落目

1. 内容は同じで、言葉のニュアンスが違う案を考えてみて欲しい。比較検討したい。
2. 「市内・市外」削除案をみたい。

ああ、あわら贅沢。

どこまでも広がる田園のむこうに、ゆっくりと夕陽がしずむ。
日本海を渡ってきた風に、のんびりと風車がまわる。
ああ、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。
こんやお風呂は、どこの温泉にしようかな。
ああ、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。

みなさん、探してみてください。
そして、どうぞ感じてみてください。
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。

「あわら贅沢」を探して、磨いて、発信していきましょう！

贅沢を探そう /

ふだんの暮らしのなかに隠れている、なにげない「贅沢」を見直しましょう。

市民の「誇り」醸成

贅沢を磨こう /

あわらしい「贅沢」を、商品・サービスや情報コンテンツとして育てていきましょう。

「誇り」を「売り」へ

贅沢を発信 /

広告やSNS、協働やコラボを積極的に展開して「贅沢」を発信しましょう。

市外へ「売り」発信



この意図がまず市民に伝わる**ステートメント**を。この**具体例**を市外へ継続的に発信するための**WEBサイト**を。
この象徴としての**駅前開発**や**名産品開発**などを。

例えば名産品開発なら、「あわら贅沢おにぎり」開発プロジェクトとか。

いますでにある、これからどんどんつくっていく、
『あわら』贅沢を、より具体的に（固有名詞レベル）で発信していきます。



3. 今後のスケジュールについて

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。

10/25 第6回ブランド専門部会

- スローガン、ステートメントについて、専門部会の要望とりまとめ

11/9 第7回ブランド専門部会

- 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。

11/11 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 最終候補として決定。

11/27 芦原温泉駅周辺将来デザイン市民投票

- ブランドメッセージ（スローガン、ステートメント）の発表。

12/ 上旬以降 市長がブランドメッセージに基づく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

- 商標チェックに掛かる期間を精査中。その長さによっては、市民投票などは2017年度になることも。
- ブランドサイトでの情報発信も、2017年度4月以降にスタート。

芦原温泉駅周辺将来デザイン市民投票について

1 日時・場所

平成 28 年 11 月 27 日 (日)

市民投票 : 13:00 ~ 16:30 1 階大ホールにて

意見交換会 : 16:30 ~ 17:30 1 階多目的ホールにて

あわらし中央公民館

2 正式名称

「芦原温泉駅周辺将来デザイン 市民投票」

3 デザイン採用の方針

審査委員：

地域ブランド戦略会議委員 12 名 (持ち点：25 点/人)

職名	氏名 (敬称略)	備考
審査委員長	川島 洋一	福井工業大学 デザイン学科 教授
審査委員	橋本 達也	あわらし市長
審査委員	下川 勇	福井工業大学 建築土木工学科 准教授
審査委員	赤尾 政治	あわらし商工会 副会長
審査委員	前田 健二	あわらし観光協会 会長
審査委員	伊藤 和幸	芦原温泉旅館協同組合 理事長
審査委員	小西 敏夫	花咲ふくい農業協同組合 代表監事
審査委員	笹原 規央	(株)福井銀行芦原支店 支店長
審査委員	伊藤 憲治	(株)金津技研 代表取締役
審査委員	達川 昌美	あわらし地区区長会連絡協議会 会長
審査委員	前川 嘉宏	あわらし副市長
審査委員	大代 紀夫	あわらし教育委員会教育長

市民 (市外者も可) 来場者数 (持ち点：5 点/人)

採用方法：投票上位から、5 ~ 6 案程度を採用

区分	投票区分	デザイン数
指定	JR 芦原温泉駅西口	2 枚 1 セット
指定	駅前商店街	1 枚
指定	竹田川	1 枚
フリー	芦原温泉駅周辺エリア	2 枚

1 票

1 票

1 票

2 票

合計 5 点

審査委員の

場合は、25 点

(5 票 × 5 点)

4 市民投票の流れ

目標動員数：300名（金津中30名含む。） 事前申し込み無し

構成：20分発表+10分質疑×3セット+前後10分

タイムスケジュール（案）：

13：00-13：05 市長あいさつ

13：05-13：10 ブランドメッセージ（スローガン、ステートメント）発表

13：10-13：15 投票説明（MC&笹原部会長）

13：15-13：45 デザイナー1プレゼン（発表20分+質疑10分）

13：50-14：20 デザイナー2プレゼン（発表20分+質疑10分）

14：25-14：55 デザイナー3プレゼン（発表20分+質疑10分）

15：00-15：25 投票（休憩兼ねて実施）

パネル下に投票箱を設置して実施

15：30-15：50 開票・集計（部会） 1階学習室にて

ブランド専門部会の取組報告（五十嵐部会長） 会場内

15：50-16：05 審査会（採用案決定） 1階多目的ホールにて

16：10-16：25 結果と講評（川島教授（審査委員長））

採用案提出者のコメントおよび審査員コメント

16：25-16：30 閉会挨拶（笹原部会長）

16：30-17：30 意見交換会（地域ブランド戦略会議委員、芦原温泉駅まちづくりデザイン部会、デザイナー）

	H28												H29				
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	
議会等					議会 定例会			議会 定例会			議会 定例会			議会 定例会			
地域ブランド戦略会議						◆ 7/12 委嘱 会議			◆ 9/16 会議	◆ 10/12 会議	◆ 11/11 会議			◆ 会議			
ブランド専門部会					◆ 7/12 委嘱 会議		◆ 8/5 会議	◆ 8/31 会議	◆ 9/6 会議	◆ 10/5 会議	◆ 10/25 会議	◆ 11/9 会議	専門部会の開催(月1~2回程度)			▶ 専門部会の開催	
						市民アンケートの実施(7/15~8/19) ブランドコンセプトの検討						ブランド発信(市長定例記者会見、福井新聞広告、WEBサイトの構築、コンテンツ更新、シンボルマーク公募・発表など)					
芦原温泉駅周辺デザイン部会					◆ 7/12 委嘱 会議	◆ 7/29 会議			◆ 9/26 会議	◆ 10/11 会議	◆ 10/31 会議	◆ 11/14 会議	専門部会の開催(月1~2回程度)			▶ 専門部会の開催	
						仕様書作成 デザイナー選定	7/29・30、デザイナー現地視察 8/29 市民とのワークショップ 将来デザイン作成(3組のデザイナー)				◆ 11/27 市民投票(公開プレゼン) 将来デザイン選定						
政策課 委託業者	市民アンケート (発送・集計)			各委員の 選考	業者選定・契約	ブランド戦略会議・専門部会・合同会議の運営											

芦原温泉駅周辺整備基本計画改定スケジュール

	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
芦原温泉駅 周辺整備基本計画 改定委員会				5/30 会議						11/1 会議	12/16 会議			3/15 答申		
ワーキング部会						◆ 7/15 会議 委嘱		★			★			最終調整		
地元協議 等											まちづくりフォーラム	パブコム				

北陸新幹線 芦原温泉駅デザインコンセプト案 絞込み<結果表>

芦原温泉駅周辺整備基本計画改定委員会

H28.11.1

デザインコンセプト		イメージ（補足説明）	上位 3案
1案	おお やさ しぜん えき 大きくて優しい自然がこちよ駅	雄大で穏やかな北潟湖、あわらの景色が一望できる刈安山、大自然でありながら人と身近に寄り添ってきた、自然の心地よさを感じさせる駅とする。	
2案	こうふく 幸福なふくいへのゲートウェイ うみ だいち ～海と大地のめぐみのふるさと～	雄大な海と優しい湖、美しき山に清らかな川、豊かな実りをもたらす大地、そしていやしの温泉（ゆ）を感じさせる駅とする。	2位
3案	だいち わ い ぜい えき あわらの大地に湧き出でる贅の駅	海・山・川、自然の恵みのおいしい食材、癒しの湯、大地からの恵みをうけて、何気ない時間が贅沢を感じさせる駅とする。	1位
4案	たいせつ とき いや す えき 大切な時を癒しで過ごす おもてなしの駅	旅で訪れる人には癒しとワクワク感を、ビジネスで訪れる人には安らぎと安定感を与え、時間がゆっくり流れるように、自然と食と温泉による最高のおもてなしが心に刻まれる駅とする。	
5案	じだい とも ひび 時代が共に響きあい ひと えがお えき 人とまちがつながり笑顔になる駅	古くから受け継がれている歴史や文化、そして新たな芸術や文化が人やまちを通じて交流が深まり、楽しい思い出が笑顔になる駅とする。	
6案	雄大な自然と歴史が織りなす癒しと贅の駅	改定委員会にて追加案 未定	3位
7案	癒しとおもてなしに包まれる心地よい駅	改定委員会にて追加案 未定	

「自然」最多「温泉」2位

アンケート

二〇一三年を前に開業が予定される北陸新幹線の「あわらの大地」について、あわら市は



北陸新幹線のあわら市役所で「あわらの大地」アンケートの結果を報告された。

「自然」が四百七十九件、「温泉」が四百四十二件、「下口や清流感などの」印象が二百二十一件だった。「大きな優しい自然がこころに響く」「幸福な暮らしへの期待」「海と大地のめぐみのあふれる」となど五つ提案を示され、出席者からは「策定中の市全体のスローガンと擦り合わせてはどうか」などの意見が出た。二十六日夜に会合を開いたまちづくり委員会からは、三組の「あわらの大地」が駅周辺の未着手地区を形成中との報告があった。(北原優)

あわらの大地に湧き出でる誓いの駅

コンセプト案選定

北陸新幹線駅舎

計画改定委員会

機構に年内提出

あわら市役所で一日、歴々の代表者による「あわら温泉駅周辺整備基本計画改定委員会」(委員長・川上洋司・福井大大学院教授)の一回目の会合があった。県内延伸が六年後に



あわら市役所で一日、歴々の代表者による「あわら温泉駅周辺整備基本計画改定委員会」(委員長・川上洋司・福井大大学院教授)の一回目の会合があった。

指す。今回は委員十六人が市民アンケートを基に練られた七つのコンセプト案を検討した。「温泉はあわらの売り」「北陸の晴れインシを払拭するものを」などの意見を踏まえ、投票で一案に絞り込んだ。十一日の地域ブランド戦略会議に臨んだ後、鉄道建設・運輸施設整備支援機構に年内に提出する方針。その後は機

構から来年十一月に三つのコンセプト案が提示される見通し。市側で一案を選び、二〇一八年春には基本コンセプトが決まる見通し。県内の新幹線駅舎については、越前市が昨年十一月、南越前町のデザインコンセプト「五橋・文化を未来に」な、シンボルとしての駅」を提出。敦賀、福井の両市も年末前後の提出を目指している。(北原優)

新幹線延伸を控え
ブランド戦略会議

あわら市

七年後の北陸新幹線内
延伸を控え、あわら市は橋
本達也市長を議長に、産業
官など各分野の関係者で
つくる「地域ブランド戦略
会議」を設け、新幹線延
伸とされる周辺の整備計画
の展開と平行して市全体
のブランドの確立を目指す。

地域住民や企業が共感で
きくブランドを仕り育て
ることで、観光客も新たな
企業の誘致、新商品・特産
品の開発などに結び付け、
地域の活性化を図るのが目
的。下部組織として市の誇
りやセールスポイントを明
確にし、情報発信について
検討する「ブランド専門部
会」、同駅周辺の「まち・人
ン」をテーマにして意見を
出せる「まちづくり委員会」

「イン部会」を設ける。それ
ぞれが協議者や市職員、
市民ら計十二、十三人から
なる。

「まちづくり委員会」部会
から出された意見、マニ
アは同会議で決定した上
で、既に決定している「商
原温泉駅周辺整備基本計画
決定委員会」に連携して政
策に反映させる。(本田優子)

あわらはアンケート

ブランド戦略会議 11月公開プレゼン

あわら市のイメージをブ
ランド化し、七年後の北陸
新幹線延伸に伴う「R
原温泉駅周辺の整備」に
生かす第一回あわら市地
域ブランド戦略会議が十二
日、市役所で開かれた。市
民を中心にアンケートを実
施し、年末までに駅周辺
のイメージを手とめる方針
を確認した。

橋本達也市長を議長とす
る市内の産業、観光、農林
の代表者や半端経験者十
三人で構成。橋本市長は
「五十年以内に原温泉駅
は駅周辺を築ける。市の魅
力、認知度が向上したな
るような効果的な助言、意
見を述べてほしい」とあ
いざうした。

あわら市は「市域ブ
ランド戦略会議」を設け、
十二日、第一回会議を開
き、各分野の関係者でつ
くるとされる「地域ブラン
ド戦略会議」を設け、新
幹線延伸とされる周辺の
整備計画の展開と平行し
て市全体のブランドの確
立を目指す。

「まちづくり委員会」部
会から出された意見、マ
ニアは同会議で決定した
上で、既に決定している
「原温泉駅周辺整備基本
計画決定委員会」に連携
して政策に反映させる。

「まちづくり委員会」部
会から出された意見、マ
ニアは同会議で決定した
上で、既に決定している
「原温泉駅周辺整備基本
計画決定委員会」に連携
して政策に反映させる。



あわら市長は12日、同市役所
で開かれた「地域ブランド
戦略会議」の冒頭、マイク
を握り、あいさつを述べ
た。

あわら市
地域ブランド会議発足

誘客策やまちづくりを描く

あわら市は「市域ブ
ランド戦略会議」を設け、
十二日、第一回会議を開
き、各分野の関係者でつ
くるとされる「地域ブラン
ド戦略会議」を設け、新
幹線延伸とされる周辺の
整備計画の展開と平行し
て市全体のブランドの確
立を目指す。

「まちづくり委員会」部
会から出された意見、マ
ニアは同会議で決定した
上で、既に決定している
「原温泉駅周辺整備基本
計画決定委員会」に連携
して政策に反映させる。

「まちづくり委員会」部
会から出された意見、マ
ニアは同会議で決定した
上で、既に決定している
「原温泉駅周辺整備基本
計画決定委員会」に連携
して政策に反映させる。

「まちづくり委員会」部
会から出された意見、マ
ニアは同会議で決定した
上で、既に決定している
「原温泉駅周辺整備基本
計画決定委員会」に連携
して政策に反映させる。

J R 芦原温泉駅周辺の将来像について意見を発表する参加者=29日夜、あわら市の多目的施設「aキューブ」



駅周辺の将来 意見続々

星空観賞バーを 散策誘導しては

あわら 11月公開向け

7月に市が設置した「あわら市まちづくりデザイン部会」のワーキンググループが29日夜、あわら市の多目的施設「aキューブ」で行われた。市庁舎を会場に、部会員がデザインに関わる意見交換を行った。今後提出されるデザイン案を11月に開くプレゼンテーションで公開し市民投票を決定する。(山崎孝)

北陸新幹線内延伸に向け、JR芦原温泉駅周辺をデザインする「芦原温泉駅まちづくりデザイン部会」のワーキンググループが29日夜、あわら市の多目的施設「aキューブ」で行われた。市庁舎を会場に、部会員がデザインに関わる意見交換を行った。今後提出されるデザイン案を11月に開くプレゼンテーションで公開し市民投票を決定する。(山崎孝)

7月に市が設置した「あわら市まちづくりデザイン部会」のワーキンググループが29日夜、あわら市の多目的施設「aキューブ」で行われた。市庁舎を会場に、部会員がデザインに関わる意見交換を行った。今後提出されるデザイン案を11月に開くプレゼンテーションで公開し市民投票を決定する。(山崎孝)

デザイナー3組 市民案を形に

取り入れて10月末をめどに3案を決定する。11月27日に市中央公民館で公開プレゼンテーションを行う。

市は市民以外の意見も広く反映させるため、インターネット投票も検討している。

J R 芦原温泉駅周辺整備



芦原温泉駅周辺のまちづくりデザインに向けて駅前でしたいことやできること、行政に望むことなどを真剣に話し合う市民ら＝あわら市のaキューブで

住民、若者の要望発表

担当の建築家らにPR

延びる 北陸新幹線

J R 芦原温泉駅周辺の新 出展。市内の一万世帯や小 中高校生などを対象に市が たなまちづくりデザインに 関する意見交換会が二十九 日夜、あわら市役所第一目 きの観光交流拠点施設「aキ ューブ」で開かれた。北陸 新幹線の県内開業に向け、 駅周辺整備のまちづくりを 担当する建築家やデザイナー 三組の建築家やデザイナー らにアピールした。

二十七日の市民ら六十 十人のほか、建築家やデザイ ナー、オブザーバーとして 川島洋一福井工科大学教授が 型複合施設や複合施設型バ スターミナルの整備、外部 から人を呼び込むために空 き家情報を発信するシステ ム構築、駅から離れた場所 にバス停を設けて双方をア ンケートで結び、利用者に 歩いてもよい仕掛けにつく るなどの要望が出された。

市役所まちづくりデザイン部会 同席の市役所まちづくりデザイン部会 同席の市役所まちづくりデザイン部会 同席の市役所まちづくりデザイン部会

都会にはないぜいたくがあるまち あわら市の指針決定

ブランドシンボルマーク公募も
 フラント戦略会議

二〇一三年春の北陸新幹線
 線内延伸をにらみ、あわ
 ら市は十六日、産業官でつ

延びる 北陸新幹線

く「市地域ブランド戦略
 会議」の第二回合会を市役
 所で開いた。市のゼールス
 ポイントを明確にし、情報
 発信の指針となる「コンセ
 プトキーワード」を「都会には
 ないぜいたくがあるまち」
 に決定。このイメージを画
 案化した「シンボルマー
 ク」を十一月から全国公募
 する方針を申し合わせた。
 戦略会議は「長原温泉
 駅周辺の整備計画の見直し
 と、市全体のブランドの確
 立を目的に本年度に発足。
 下郡編成に「芦原温泉駅ま
 ち」の「デザイン部会」が
 あり、市長を議長として七月から
 市の将来像を練ってきた。
 この日は両部会の報告が

あり、ブランド専門部会の
 五十嵐平部会長が、市のス
 ローガンや長文コピーの方
 向性の土音となるキーワード
 を説明。委員からは
 「地方都市全般のイメージ
 であり「あわら」が浮き出
 ない」との指摘や「長文コ
 ピーには市の特徴を盛り込
 んで」との提案があった。
 部会内でスローガンなど
 を検討し、十月中旬に発表
 予定。シンボルマークは十
 一月から公募し、市民投票
 などで来年一月下旬には決
 定する考えを述べ、商工
 団体とも協力し、土産物に
 貼るなど「あわらブラン
 ド」の発信に役立てる。
 デザイン部会が駅周辺の
 将来デザイン案が十月
 末に完成見込み。十一月二
 十七日に市民向けの公開ブ
 レンディングショーを予定
 し、ポスターや広報紙など
 で知らせる。(北原優)

芦原温泉駅の整備
 デザイン部会提案
 市地域ブランド会議
 二〇一三年春の北陸新幹
 線延伸に向け、あわら
 市は十四日、産業官の代表
 らで「あわら」市地域ブラン
 ド戦略会議の第二回合会
 をあわら市役所で開いた。
 戦略会議は「長原温泉
 駅周辺の整備計画見直し
 と市のブランド確立を目指
 して本年度に発足。芦原温
 泉駅まわりの「デザイン」
 ブランド専門の両部会が設
 けられ、市民も交えて議論
 している。この日は委員ら
 二十人が出席し、各部会の
 取り組み状況の報告を踏ま

えて意見交換した。
 このうちデザイン部会
 は、三類のデザインから
 「駅周辺」「駅前通り」「竹田
 川」といったゾーン別なこ
 の提案を受け、各ゾーンや
 スポットごとに選定する方
 針を説明。デザイナーたは
 は「働きながら体の健康の
 聖地」などのテーマで制作
 に取り掛かっており、今月
 中には完成するとの見通し
 が示された。この案を採用
 するかは来月の市民投票で
 決める予定で、出席者から
 は中高生も参加できる
 方法を検討するよう求める
 意見が出た。(北原優)