

議 事 録 要 旨

会議名	第1回あわら市地域ブランド戦略会議
開催日時	平成28年7月12日(火)10:30~12:00
開催場所	あわら市役所 203会議室
出席者 (敬称略)	<p>【委員(10名)】 あわら市/橋本達也(市長)、あわら市商工会/赤尾政治(副会長)、あわら市観光協会/前田健二(会長)、花咲ふくい農業協同組合/小西敏夫(代表監事)、(株)金津技研/伊藤憲治(代表取締役)、福井工業大学/川島洋一(教授)、福井工業大学/下川勇(准教授)、福井銀行/笹原規央(芦原支店長)、あわら市区長会連絡協議会/達川昌美(会長)、あわら市/前川嘉宏(副市長)</p> <p>【オブザーバー(8名)】 大広/菱田、新島、大広北陸/芦澤、渡辺(記)、日経BP/野口、高津、うたみな/山中、博報堂DYメディアパートナーズ/高田</p> <p>【事務局(4名)】 あわら市総務部/佐藤雅美(部長)、小嶋範久(政策課長)、山口功治(同課長補佐)、赤神貴幸(同主査)</p>
欠席者 (敬称略)	<p>【委員(2名)】 芦原温泉旅館協同組合/伊藤和幸(理事長)、あわら市教育委員会/大代紀夫(教育長)</p>
協議事項	<p>(1) あわら市地域ブランド創出事業について (2) 今後の予定について</p>
会議内容 の要旨	<p>(1) あわら市地域ブランド創出事業について 資料1~4に基づき説明</p> <p>(2) 今後の予定について 資料5に基づき説明</p> <p>(1)(2)についての質疑応答 委員： 駅周辺のまちづくりを考える上で、市としてどうしても手を付けられない部分がある場合、事前にしっかり整理してから臨まないとは進められないのではないか？ JRをメンバーに入れないのか？</p> <p>事務局： 触れられない部分などは関係部署と連携して、デザイン与件を作成し混乱が起きないように配慮する。 芦原温泉駅整備基本計画改定委員会にJR関係者が入っている。</p> <p>会長： 鉄道・運輸機構とJRと市民の考え方の違いがあり、3階建て・周辺住</p>

<p>会議内容 の要旨</p>	<p>宅・機能面などについて交渉だらけの状況。今後、改定委員会に意見して協議を図っていく。</p> <p>(3) 意見交換</p> <p>委員： 北の玄関口としての役割から、あわら市だけでなく、周辺市町の関係者も入れて議論すべきではないか。 あわらに新幹線はどの程度（本数）停車するのか？ 2次交通という点で、あわら湯のまち駅との連携も図っていく必要がある。</p> <p>事務局： 観光商工課が中心となって、県からの助成を受けながら周辺市町との連携を行っている。 福井 芦原温泉駅の交通は確保予定、芦原温泉駅 あわら湯のまち駅もこれまでどおり維持したい。</p> <p>委員： 戦略会議は、各部会からの意見・成果の認証のみの機関なのか。 戦略というネーミングがあるからには「戦略」を打ち出さないといけない。 今まで同様のことを何回も行い、失敗を繰り返している。 キーワードとして「日本のどこにも無い」が含まれているかが重要と考える、「オンリーワン（数年後にオンリーワンになり得るものも含めて）」のものを導き出してほしい。</p> <p>事務局： キーワードの背景を捉えていきたい、その作業を本日からスタートする。</p> <p>委員： 議論がないとこの会議は騙しのようなもの。 宇奈月温泉のような悪い例もある。時間がないからと言って押し切っていいものではない。戦略的な取組をしなければならない。</p> <p>事務局： いかにエッジのきいたものにするか、戦略として「どこにもないものを作れ」というのもありかと思う。</p> <p>委員： 住民が望んだものが活きるにはスケジュールが厳しく、アリバイ的なヒアリングにならないか。 ただのコンセプトドローイングにならないか。</p> <p>事務局： 今後50年続く地域ブランドコンセプトを出したい。決まりではなくても、</p>
---------------------	--

<p>会議内容 の要旨</p>	<p>カタチを示したい。 業者はプロポーザルを実施し選定した。全国発信に期待している。 駅周辺のまちづくりデザインは、芦原温泉駅周辺整備基本計画（改定版）に掲載予定。改定委員会と連携し進めることで、夢物語に終わらせないよう調整を図っていく。</p> <p>委員： 委託業者提案の手法は王道で、楽しみである。今治タオルは、本人たちが気付いていないものを先にシンボル化し成功につながった。市民に向けた情報発信が必要。スケジュールがタイトなので、リスクマネジメントをした方がよい。</p> <p>委員： 是非「どこにもない誇れるもの」を入れたい。5～10年先に日本一になるということならチャレンジできるか？日本一になる素質・原石の見分け方、選定をプロで頼みたい。</p> <p>委員： 実際に駅前をなぶることは出来るのか？函館はハード投資でだいぶ変わった（湯けむり横丁のもとになった所）。あわらの駅前も劇的に変わる可能性がある。民地を含めてどうやるか？</p> <p>事務局： 官地・民地・道路を含めてデザインしたい意向はある。（絵をかくことに理解をもらうために）駅周辺の民地については汗をかいて動いてみたい。</p> <p>委員： 地域ブランド戦略会議は、こういった立ち位置になるのか。駅の位置付けを考えるのか、駅舎デザインを決めるのか。観光客向け？市民向け？</p> <p>事務局： この会議では駅周辺デザインを決めていくことになる。駅舎自体は運輸機構がデザインする、そのためのコンセプトを機構側に12月に伝えることになっている。</p> <p>委員： 戦略の上にある、理念が先ず必要なのではないか？</p> <p>委員： 理念は市民からのキーワードを捉えてだしていくのでは？</p> <p>委員： 理念は主観であって市長・市役所が決めるものではなく、キク・ミル・ハナシをしながらブランディングへ。それは理念であり方向である。今決めると誰が決めたんだ議論になる。</p>
---------------------	---

<p>会議内容 の要旨</p>	<p>委員： 従来のトップダウンからの脱却であり、市民の声を取り入れていくのは 凄い取組といえる。</p> <p>委員： 10月に決めるにあたって、決まりました報告ではなく議論を行わないと いけない。11月会議を前倒しすべきである。会議が理念なり戦略なりを決 めて市長が発表へ、というのが正しい流れである。</p> <p>委員： 戦略会議に駅周辺のメンバーを入れる必要があるのではないか？</p> <p>事務局： 専門部会にお入りいただいている。</p> <p>会長： 関係者がこの会議メンバーで入ると様々な利害関係が生まれる可能性が あり、見合わせたい。</p> <p>委員： 全国発信にたけた業者選定を行ったというが、全国発信するためにどう PRするか。ニュースになるPRを行うことが大事なのではないか？</p> <p>事務局： メディアに対する発信を強化していく。</p> <p>(4) 市長挨拶 様々なご意見をいただいた。帰納法的な集約になると思うが、期待した い。 タイムスケジュールは運輸機構側に伝達する期限があるのでタイトにな る。この会議での意見を反映したいのでよろしく願いしたい。</p> <p>(5) 懸念事項まとめ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 周辺市町の連携策 ・ ブランド戦略会議は認証機関ではなく、戦略を打ち出す必要がある。例 えば、日本一やどこにもないものを作るなど。 ・ スケジュールがタイトなため、リスクマネジメントしておいた方がよい。 ・ 次回、ブランド戦略会議の開催日程を9月に早めること。
---------------------	--