

# 議事録要旨

会議名	令和元年度 第1回あわら市地域ブランド戦略会議
開催日時	令和2年3月18日(水) 15:00~
開催場所	あわら市役所 正庁
出席者 (敬称略)	<p>【地域ブランド戦略会議委員(9名)】 あわら市/佐々木康男(市長)、あわら市商工会/赤尾政治(会長)、あわら市観光協会/前田健二(会長)、芦原温泉旅館協同組合/伊藤和幸(理事長)、花咲ふくい農業協同組合/土橋登喜雄(代表監事)、(株)金津技研/伊藤憲治(代表取締役)、(株)福井銀行芦原支店/正木宏和(支店長)、あわら市地区区長会連絡協議会/達川昌美(副会長)、あわら市/城戸橋政雄(副市長)</p> <p>【事務局(10名)】 あわら市総務部/笹井(部長)、あわら市経済産業部/後藤(部長)、あわら市土木部/永井(理事)、あわら市総務部政策課/武田(課長)、西正(課長補佐)、山崎(主査)、あわら市経済産業部観光商工課/堀江(課長)、あわら市土木部新幹線まちづくり課/翠(課長補佐)、赤神(主任)、木村(主査)</p>
協議事項	<ul style="list-style-type: none"><li>・J R 芦原温泉駅周辺整備について</li><li>・地域ブランド発信事業について</li></ul>
会議内容 要旨	<p>進行)事務局</p> <ul style="list-style-type: none"><li>●会長 令和5年春の北陸新幹線芦原温泉駅開業まであと3年となった。「J R 芦原温泉駅周辺整備」と、「魅力発信事業」における令和元年度事業報告並びに新年度事業計画についてご報告する。「J R 芦原温泉駅周辺整備」については、昨年、賑わい創出の核となる西口駅前広場の「賑わい施設」の外観デザインイメージがまとまり、同じ施設の2階に整備する「魅力体感施設」については、3月末には整備方針が固まる予定。この「賑わい施設」については、専門部会である「芦原温泉駅まちづくりデザイン部会」において様々な意見をいただき協議・検討を重ねてきた。次年度以降の事業展開も見据え、皆さま方のご意見と慎重なご審議をお願いする。</li><li>●まちづくりデザイン部会事務局 芦原温泉駅周辺まちづくりデザイン部会の今年度活動内容の報告と芦原温泉駅周辺整備計画について説明。 (資料1、資料2を基に説明)</li><li>●まちづくりデザイン部会事務局 西口駅前広場の賑わい施設及び魅力体感施設については、昨年4月より基本設計を進め、本年2月末に基本設計業務を完了。</li></ul>

## 議事録要旨

なお、賑わい施設に関しては、その規模や機能などについて、芦原温泉駅まちづくりデザイン部会や、庁舎内の検討チームにおいて、施設の機能や利活用方法などについて検討し、基本設計に反映してきた。

特に、まちづくりデザイン部会では、実際にイベント等に関わっておられる市民の方々がメンバーになっており、賑わい創出を目的としたイベントの想定や、それぞれの経験などから貴重な意見いただいた。

(資料 3～5 を基に説明)

### ●事務局

次に、地域ブランド発信事業について説明します。

これまで業者と事業委託契約を結び進めてきたが、令和元年度からは委託契約は行わず、事業を進めてきた。

(資料 6～7 を基に説明)

(小冊子、企業等魅力紹介ガイドブック「BRIDGE(ブリッジ)～あわらで輝くあなたの未来」について説明)

(感幸プロモーション動画視聴)

### ●委員

おにぎりアクションに絡めてのイベント、事業だが、一昨年は地元の飲食店で独自のおにぎりを作って提供するというような取り組みをしていたと思うが、今年度は予算的なこともあってできなかったのだと思うが、せっかくおにぎりアクションは全国的にも大きな反響を残すイベントになってきていることから利用しない手はないだろうかと思う。是非、来年度はおにぎりアクションの期間中だけでも市内の飲食店に依頼して独自のおにぎりを提供してもらおう。また、店舗もそのためだけに用意するのは大変だと聞いている。やはりここは、若干の助成をしながらこの期間中だけでも頼めないだろうかというようなお願いをして、少なくとも福井県またはあわら市がおにぎりアクションに興味を持つ、店舗の方にも興味を持ってもらうそんなきっかけにしたいと思う。もっとこれを使ってあわらに人を呼び込む、あわらを福井県の中で印象付けることができるだろうと思う。

もう一点は、Instagramの情報発信、予算を見ると0なのであまり無理なことをすることはできないと思うが、フォロワー数を見ると1,000人ちょっといる。この数を上げていくことでつながりができていくわけだから、一つの指標にもなると思うので、予算がない中で職員の頑張りしかないのかもしれないが次年度は倍増の2,000人を目指し、様々な手をうっていく、またInstagramのフォロワー数を上げるにはどうするといいか専門家に聞きながら進めていくといいのではないか。KPIの方も指標として挙がっているが、Instagramも指標の一つになるのではないか。Facebookのフォロワー数はどれくらいいるか。

## 議事録要旨

### ●事務局

2,400 人ほどいます。

### ●委員

Facebook の方が多いが、ここでInstagramを選んだのはどういう理由で選んだのか。

### ●事務局

まず、Instagramと Facebook のターゲットとなる年齢は、従来は同じようなカテゴリーだったが、最近、若い人は Twitter などに集中している。30 代以上が、Instagram が中心にターゲットになっており、Facebook は 50 代以上がメインというところ。昔は Facebook だけやっていれば全てを網羅出来ていたが、最近は細分化し、Instagram は 30 代以上だが、例えば大阪の旅行客は 50 代以上の人は芦原温泉と例えば、ほぼ認知しているが、その子どもの世代 30 代、40 代の方はあまり来ていないという分析もあり、今、Facebook と合わせて Instagram で 30 代以上の年齢の方をターゲットに展開をしているという方針です。

それから、おにぎりアクションを利用しない手はないという提案ですが、言われる通りです。そうそうたる企業と肩を並べて仕事ができるだけではなくこのような注目を集めているおにぎりアクションであわら市を並行して売り込む、露出をするということはもっと積極的に叶えていきたいと考える。おにぎりアクションと並行してやってきたおむすびプロジェクトでおにぎりを作ってくれる市内飲食店の協力を依頼し、今でも作っているお店は数多くあります。ただ、一部の店舗は力を入れすぎてその時だけの特別なおにぎりとなったところはなかなか再開するのはハードルが高いというようなところ。今ご提案の助成をすることで前回の FM 福井にコマーシャルを流すというようなバーター的なところもあったので、その辺は再開に向けて検討させて頂こうと思う。

### ●委員

プロモーションビデオを見せていただいて、良くできていると感じている。実際、都会の人が見たら、一度行ってみたいなという風にきつと感じるのではないかと思う。それから、前半の整備計画の方は、期間としてみれば令和 5 年開業までに完成という形になっているが、我々、商工会、一般市民から見れば単純に考えてあと 3 年しかないから本当に間に合うのかと非常に心配である。開業、新幹線が来るときにはすべて整備され、完成し、旅行客を迎える準備が整った状況にならないといけない。加えてビジネスホテルもそうだが、全て開業時にはきれいに迎えられる状況を実現してもらいたい。

### ●会長

プロモーションビデオは強力なメンバーで作っている。きめ細かく、各地区バランスよく取り上げるよう心掛けたが、残念なのは観月の夕べなど今年度出来なかったイベントが入っていない。この点については、賞味期限は 2 年と考えている。新幹線開業時には、

## 議事録要旨

新たなバージョンアップとは思っておりますがこれで売りたいと思っている。  
それから、3年間で間に合うかということについては、国の社会資本整備総合交付金が大事で、今のところ 100%入ってきている。相当、国も県も目配りしてくれているのでそういった支援はしっかりと受ける。昨年末に坂井市議会、あわら市議会が駅の利活用について協力してやろうという動きが出ている。今後、かがやきの停車運動なども一緒に進めていく。先日、JR 東の本社に出向き話をしてきた。いろんな角度で、作るのには良いがそれに向けたソフト面やその後のことを見据えた形で、ソフト面に力を入れていく。市内の事業者の方にはお土産物作りについて、来年度は食品加工設備に関する支援制度を設けてあわらの丘陵地で作られた農産物などを加工して新たなサービスやお土産を作るなどチャレンジするような人も掘り起こしたいと思うのでよろしく願いしたい。

### ●委員

プロモーションビデを見て非常に素晴らしい内容であると思っている。これからいろんな旅行会社イベントも含めて展開もあるのでそういった際に活用してあわら温泉の PR をしていきたいと思う。

企業情報の bridge、今回初めて市の方でこういう形であわら市内の企業情報の冊子を作成してもらいありがたい。あわら温泉の観光施設も声掛けいただき、我々 1 2 件の PR をした。これによって人手不足、新しい採用者の加入みたいな形で活用させていただくとともに 1 2 件でスタートした訳ですがもっと増えるように努力していく。

ご存じのとおり、最近、あわら温泉も宿泊人員が減ってきており苦戦をしている。反面、3月に入ってから宿泊施設、駅周辺や街並みに若い人たちが沢山みえている。どうしてなのかは我々もまだリサーチしていないが、毎日、若い人がこの大変な時期にあわら温泉に来ている。これをどういう形で分析するか分からないが、若い人たちにとってあわら温泉がどうして魅力があるのかとびっくりしている。一度、お客様に対してのリサーチも含めて調べて新幹線開業後に若い人たちが訪れてもらえるようにしなければならぬと思っているのでその辺のご検討をお願いしたい。

### ●委員

前段の先にあった話ですが、駅の賑わい広場ということでイベント活用の期待をしている。市民が集う話もあったのでそこで年間を通していろんな季節感を感じられるようなイベントができるのではないかとその可能性が十分あると思う。そのようなことを検討してほしい。

坂井北部丘陵地を中心に県内を代表した農作物があわら市はたくさん採れる。スイカメロンだけではなくあらゆる農作物が採れるわけだが、身近にあるもので市民の方も当たり前と感じているものもあるため、私も別の観点からアピールしていきたいと思うが、市長の方からもトップセールスであわらの米も野菜も果物を含めた農作物の PR を

## 議事録要旨

もう少ししていても良いのではないか。

それから、将来あわらを担っていく子どもたちの食育教育について昨年、若干、協力をしたが、やはり将来を背負っていくのは子どもたちなのできちっと地元の農産物の良さとか修学旅行でも県外へ PR してきてくれたとのことなので地元の良さを子どもたちへ伝えていくプランを立てて欲しい。

ビデオの件ですが、中にいると分からないものですが県外の人から見ると魅力的なまちに見えると思う。このビデオを今後どういう場面で見せていくのか、また、新幹線開業までの3年間の中でいかに全国の方にこのビデオを見てもらって北陸に「あわら」があるときちっと頭の中にインプットしてもらおうということが大事ではないか。あわら市だけに限らず県内の中でも旧坂井郡とうまく連携をとることによって地元の良さが引き出せると思う。

### ●委員

行政区域の話があったが、自分が旅行へ行った時に何市にいるとか場合によっては何県にいるとかあまり意識していないところがあると思う。今回駅の方で他の市町の観光紹介をするということなので、広域を含めた観光振興が必要であると思う。

ビデオ、素晴らしいビデオであったと思う。ただ、自分はいろんな観光地のビデオを見ていて日本中いろんな自治体で PR ビデオを作っていると思うのでいかに多くの人に見てもらえるような方法を考える必要がある。

### ●委員

この会議はいつごろから始めているか。

### ●事務局

平成28年から始めている。

### ●委員

地域ブランド発信事業でたくさんのお取り組みをしていると思うが、その割に区長会などはあまり知らない。区長会も守備範囲であると思っているので説明する機会を設けて欲しい。ここまで進んでいるので教えて欲しい。区長会もそうだが地域の人もほとんど知らない。広報や新聞などでも取り上げられ断片的には分かるがここまで進んでいる状況は市民も知らないなので説明してもらえる機会があると良い。

### ●会長

このブランド事業は力を入れていたが、これまで業者に任せていたが、市民に向けて幅広く方針転換をしている。ビデオや本を作り、いろんな角度での取り組みをしている。今年の4月に新しい部ができます。今までの総務部と財政部を改編しまして総務部と創造戦略部という部を作り、総務部は総務系、財政、税務、監理関係で今の政策

## 議事録要旨

課は政策広報課という名前にします。いわゆる通り広報と入れるのは発信力が弱いからで、そこは ICT も含めて力を入れたいということで政策広報課ということにします。それと、市民協働課というかを作り移住と空き家対策をするグループと市民の活動を一緒になって活躍を推進する市民活躍推進グループというグループを作って、特に婚活や国際化、男女共同参画など市民と一緒に取り組んだ方がいいと思われるグループを作ります。そのような中でより市民に近いところで市民の窓口となるような課を作ります。今、委員がおっしゃられるように市民に寄り添うような形での広報をし、逆に一緒になって作り上げていくようなそういう動きを加速させていきたいと思う。そうやることによって、少子高齢化によって各集落において担い手がいないとか、活動的になかなか難しいところももう少し応援、支援できるのかなと思うので、一緒になってやっていきたい。機会があれば金津の川北、川南へも説明に行くのでよろしく願います。

### ●事務局

補足です。委員から Facebook とインスタグラム、それから委員から全国に人に見てもらふ必要があるという指摘ですが、今視聴した感幸プロモーションビデオは、全国向けの広報として、Facebook とインスタグラムに web 広告を発信する。対象は、全国の男性女性、年齢は 18 歳から 64 歳というカテゴリーで幅広い年齢層に向けて、対象となる人数は合せて 5,300 万人程度。このビデオについては 3 月 25 日から 29 日の 5 日間 web 広告を載せてあわら市のビデオの方に誘導するというような展開を行いたいと考えている。それから、坂井市との連携これもまた検討するのでよろしく願いたい。

### ●委員

5 つあります。

Web 広告を見た後に、あわら贅沢のホームページにリンクしていくのか観光協会にリンクしていくのかリンク先をどのように考えているのかが 1 点と動画の中身については延べないが、1 つ 1 つのコンテンツの解釈をつけたものをメディアの投込みを観光振興課にも依頼している。そろそろ開業に向けてメディアに取材しやすいようなコンテンツの提供を始めてもらう時期に来ていると思うのでぜひお願いしたい。

インスタグラムの「あわら」平仮名、漢字「贅沢」と「あわらぜいたく」平仮名版と 2 種類出ているが、なぜそうなったのかをお聞きしたい。今後「#あわら贅沢」、「#あわら観光」のような # をあわら市民に SNS に上げるときにつけてもらうようなアクションを市全体で展開する時期に来ているのではないか。コンテンツはできているので、市民に SNS に是非つけてもらうようなアクションをしてはどうかと思う。

それから、おにぎりアクションが SDG s アワードで受賞したのだから、これを共同コンテンツ化したいと思う。教育の方で SDG s 体験はどこの学校も、特に私立学校が多いが SDG s 関連の教育旅行をしたいという学校が多いので、今年の 12 月、1 月の教育

## 議事録要旨

旅行の相談会、いわゆる入札の時期が私たちの 2023 年の開業時の教育旅行徹底の時期なので 10 月に入るまでにしっかり完成をして、入札に係る時期に旅行業者へしっかりとコンテンツを提供したいということがあるので、例えば旅館で子どもたちにおにぎりを作らせてそれを SNS に上げれば SDG s の 1 つの体験ができるということをつからせるために事前学習と事後学習が必要なので、事前に SDG s のことに対する勉強ができるようなノートなり何かコンテンツ的なものを作って、学校に渡し、実際体験してもらい、帰ったら報告書として提出するというような一連の流れをしっかりと作ってあげると取り組みやすいと思う。せっかく良いものができたのでコンテンツ化してしっかり売り込んでいきたいと思うので、そのあたり検討をお願いしたいと思う。

### ●会長

コンテンツのことで逆をお願いしたいことがあります。コンテンツを売り出すようにとのことがコンテンツの素材においては、まだまだ人を引き付けるだけの磨き上げができていないと思っている。例えば、旅館がこういうものが食べられるとか、こういうお風呂があるだけでは強みにならない。そこで他の旅館と何が違うのか何が強みかをクリアにしていかないと、DC の時に新幹線開業後の秋にあるが、デスティネーションキャンペーンの時の素材としては弱いと思う。それをしっかりとやっていかないとダメだと思う。その時期になったら俗にいう「ここだけ、今だけ、あなただけ」というようなものをもっと磨き上げていくことを全体的にやりたいということ。先ほど、担当の方から話のあった今年の事業の中で人づくりの事業が 1 本入っていたかと思う。これは、名前は少し大げさな名前がついているが、あわら感幸、幸せを感じるそれを創り上げる、創造マイスター育成というもの。これは単に観光の案内などのガイドを養成するとかではなく、それぞれの分野で核となってそれらを生かして新たな地域づくりや生活、商品、サービスづくりをリードできる人を育てたいという欲張りな事業です。例えば農業関係なら単に農業をしている人ではなく、その中で新規に何かを取り上げて何かをやりたいというような人や歴史資源を掘り起こして積極的にやっているような人たちを更にスキルアップしたいというような考え方です。20 人くらいの少人数で行うので、そのネットワークを組み一緒にやってもらうことで、分野ごとで新たな旅行の材料になるものも生まれ、人と人がつながるということをチャレンジャーだがやりたいと思っている。今後、皆さんの各分野において、頑張っているこの人という人がいたら推薦をお願いします。逆に、私たちが見ているこの人にぜひ頑張ってほしいというような人にもこちらから参加をお願いします。例えば、農業では、女性で県外からきて頑張っている人がいる。そこでいろいろなものを作って新たなアイデアをもって新たなものを作っている人がいるわけです。そのような人をもう少し後押しするともっと化けるのではないかと考えている。そのようなパワーを秘めた人を創るということで、先をほど述べたような素材の磨き上げであるとか、ネットワークでさらにパワーアップスキルアップできるようなことをこの 3 年間やって新幹線開業までによりいい素材を提供できるようにしていきたいので、よろしくをお願いします。

## 議事録要旨

### ●事務局

web 広告のリンク先、こちらの方は、広告を行い、リンク先は YouTube とあわら市のホームページを予定している。それから、感幸プロモーションビデオの完成のマスコミの周知については、マスコミと web 用のメディアへ合計 300 社程度になる予定。

インスタの方は、もともと awarazeitaku ローマ字だが、誰かが「あわらぜいたく」ハッシュタグをつけてやると、例えばかなりフォロワーの多い人だとそれが一人歩きするとか、乱立状態になることがよくあるが、あわら市はもともとローマ字でハッシュタグをつけている。

### ●会長

この会議は、あわら市が持っている会議の中で格付けの高いランクの会議です。ここで大きなことが決まっていくという風聞に聞いている。部会の中でも取り組んでいるが、委員が言われたようにこのような取り組みをもっと発信してほしいと言われたように、このような取り組みを知られてないのではないかと思う。庁内にもこのようなことをしていることは発信していないので今後その辺は気をつけたいと思う。

また、来年のあわらの総合振興計画の前期が来年度で終わり、令和 3 年から後期計画になる。来年、8 カ月ほどかけて後期計画を策定していくことになるので、計画を作る中でまた意見をもらい、このブランドに関する事業の中にも新たな方向性が出れば、また報告してこの事業の更なる充実に努めていくのでよろしく願います。

### ●事務局

最後に事務局より報告事項を説明します。

(資料 8 を持つに説明)

もう 1 点お知らせします。

令和 2 年度第 1 回目となるブランド戦略会議を、夏頃に開催する予定している。日程が決まり次第お知らせする。