

# 議事録要旨

会議名	第3回あわらし地域ブランド戦略会議
開催日時	平成28年10月12日(水)10:00~12:00
開催場所	あわらし市役所 3階正庁
出席者 (敬称略)	<p>【委員】(7名) あわらし/橋本達也(市長)、(株)金津技研/伊藤憲治(代表取締役)、花咲ふくい農業協同組合/小西敏夫(代表監事)、福井工業大学/下川勇(准教授)、福井工業大学/川島洋一(教授)、あわらし/前川嘉宏(副市長)、あわらし教育委員会/大代紀夫(教育長)</p> <p>【オブザーバー】(5名) 大広/菱田、新島、日経BP/高津、うたみな/山中、大広北陸/渡辺(記)</p> <p>【事務局】(4名) あわらし総務部/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> <p>【報告者】(2名) 笹原修之(芦原温泉駅まちづくりデザイン部会・部会長)、五十嵐平(ブランド専門部会・部会長)</p>
欠席者 (敬称略)	<p>【委員(5名)】 あわらし商工会/赤尾政治(副会長)、あわらし観光協会/前田健二(会長)、芦原温泉旅館協同組合/伊藤和幸(理事長)、福井銀行/笹原規央(芦原支店長)、あわらし市地区区長会連絡協議会/達川昌美(会長)</p>
協議事項	<p>(1)各部会の進捗報告 ブランド専門部会 芦原温泉駅まちづくりデザイン部会</p> <p>(2)今後の予定について</p>
会議内容 の要旨	<p>事務局：開会及び進行 橋本市長挨拶</p> <p>本日は前回に引き続き「地域ブランドの創出」、「駅周辺のまちづくりデザイン策定」を担う2つの部会の進捗報告と、その内容について協議を行ないます。まちづくりデザイン部会においては、来月27日に市民の投票によって今後のまちづくりに生かしていくことを予定しています。戦略会議の委員さまには審査委員として市民投票に携わっていただきたいと思っていますのでよろしく申し上げます。本日は審査委員として事業展開にあたってご助言・ご意見、宜しく申し上げます。</p> <p>&lt;協議事項&gt;</p> <p>(1)各部会の進捗について ブランド専門部会 資料に基づき、五十嵐部会長による進捗説明</p>

# 議事録要旨

部会では「都会にはないぜいたくがあるまち」をもとに ブランドスローガン ステートメントを検討してきました。

## <スローガンについて>

部会での投票の結果 1 位は「さりげなく、ぜいたく」「ぜいたく」はスローガンにも入れたい  
「ぜいたく」という言葉だけでも引っかかりがある 少しインパクトが足りない 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 頑張りすぎていない感じがあわらしさ。という意見を集めました。

「さりげなく、ぜいたく」はキーワードをある程度うまく言い表せていると思うが、インパクトが弱く、もっと上手に言いかえたものにしたい、部会としても妥協することなく決めていきます。

## <ステートメントについて>

一回目の案は「あわらしさが無い」ということで、10/5 ブランド専門部会ではあわらしの特色を入れたステートメントをオブザーバー（コピーライター）から提示いただき検討しました。

風力発電という言葉に違和感がある 全体的に風景に特化しても良いのではないかと  
具体的なブランド名「越のルビー」などを出すのはいかがか 具体的に出す固有名詞はこれで良いのか 「子どもが多い」は言い回しを変えた方が良い、など意見が出ました。

## ステートメントについてコピーライターに説明スライド

固有名詞を入れると限定的になり、言葉としてずっと入ってこない。ステートメントの役割としては、あわらし市のイメージを広げるので固有名詞をいれるのは得策ではないかと。三校目として書いたものがあります。～三校目朗読～

前回の戦略会議で「沢庵のぜいたく煮」の話がありました。今回のコンセプトの贅沢は「沢庵のぜいたく煮」までも贅沢だというのがコンセプトです。普段の暮らし中に贅沢を見つけよう、その見つけたものの贅沢の質を高めていこう、贅沢に対するあわらししい価値観というものイメージとして、そのイメージをを広げてもらうためにスローガン・ステートメントをブラッシュアップしていきます。

## 【進捗報告における質疑応答】

委員：

理想・理念について再度指摘。あわらし市が目指すまち（HEECE 構想）があり、贅沢のターゲットを若者に絞った方が良いのではないかとターゲットをハッキリさせた方が「キーワード」が生きてくるのではないかと？

委員：

元々の原案だとどこか分からない、ということだったかと思います。東京の人のつもりで再度読んでみました。やっぱり分からなかった。素人目線から見ても固有名詞を入れるのか

# 議事録要旨

な？というのは思うが、そこはライターさんの腕の見せ所だと思います。スローガンが弱いという印象は同様に思いました。柔らかい言葉とキツイ言葉という組み合わせがいいでしょうか？

委員：

ステートメントは市民向けと外向けに同居させる難しさ。まずは市民の喚起ではないか。観光客は非日常を味わいに來るので、ステートメントとは別のアプローチが必要かと。再度部会で検討していきます。

委員：

徐々に良くなってるし、意見もその通りだと。北潟湖は重要な資源だと思っているので「湖」を入れて欲しい。共働きの文脈が突然なので、愛をテーマにロマンチックさを入れて欲しい。

## < 協議事項 >

### (1) 各部会の進捗について

#### 芦原温泉駅まちづくりデザイン部会

#### 笹原部会長による進捗説明

部会員、市民の意見とデザイナーの考え方から絵の作り方に認識の相違があり、新幹線開業を契機にして、絵を描いてもらうことにしました。コンセプト・仕組み作りから説明。絵には出来る出来ないを提案に乗せていないので、まずは見てください。デザイナー一受賞を決めるのではなく、いいアイデアを選ぶ方式に変更しております。

#### オブザーバー / 各デザイナー提案について説明

#### 有限会社 E.N.N (小津氏)

1. モーダルシフト：マスインフラとしての新幹線をきっかけに、ローカルインフラを見つめ直してみよう。現在、バスは脆弱な状況。そこで川を利用し、歴史的な舟運を再興して活用しよう。ボンネットバスに集約して湯のまちへ走らせる。単純に駅前だけではなく、三國港まで含めて考えていった方が良いのではないかと提案です。

2. 地域資源をコンバージョン/リノベーション：空き家を解体して更地にするというのは中々難しい。一階部分をうまくリノベーションを行い、まちの活性化を図る。いままで駅前だとパッケージ型の建物があったと思うが、機能を分散化させてあわら全体で贅沢を展開する。

3. 地域コミュニティの核となる芦原温泉駅の新駅舎：いわゆる新幹線駅はスケール・質感ともに同じもの。あわらしさを出さないといけないと思っている。2.と同じく1階リノベーションを加速させることでまちに賑わいを見せることが出来るのではないかと。

こういった考え方から、絵を説明へ「駅前に芦原しかない天蓋広場を創る」 日差しや雨・雪から訪問者を守る天蓋 天蓋の下では様々なイベントを包容 駅の東西を統一し人の往来を喚起 駅がハブとなり各地への出発拠点として機能（予定されているロータリーも天蓋に入りシンボルツリーやイベントスペースも含む） センスのいいカフェやショップを

# 議事録要旨

リノベーションを用いて持ってくることで賑わいを創出する 有機ガラスを使用することで天候による安全面も考慮など

## GENETO (山中氏)

働きながら休む健康の聖地「Active Rest」を提案

1. 金津と芦原温泉街の人々が協働できる仕組みづくり
2. 74 種類の源泉を活用したまちづくり
3. 地産地消のまちづくり
4. 使われなくなった自転車を再利用した移動手段作り
5. 地域ごとの特色を活かした集いの場づくり
6. 空き家を簡易宿泊所としての転用

コワーキングスペースの需要が高まっている。これは人的なネットワークの広がり期待でき、訪問者同士の交流、地元民との交流が生まれる。余暇とビジネスが隣接している、こういったスペースを点在させることで活性化できるのではないかと。やまなみ街道の仕掛け人「林氏」曰く、自転車をうまく使ったまちづくりを進めてはどうか、との話が出た。(あわらまで地形がフラットなため)。これらの話を総合して、絵を持って提案「温浴施設&コワーキングオフィス複合施設」(地場産材を外壁材として利用) 商店街に溶け込む形で設計建築

## 名古屋工業大学 伊藤氏 + イチノイチアーキテクト + タイプ・エービー

「みんなで耕す あわらのまち」

食を耕す：あわらにぎりを作って、おにぎりスポットを作しましょう

経済を耕す：エコノミックガーデニング = 地域全体で地元企業を育てていく取り組み。

駅前を中心に地元企業のサテライトオフィスを設置・WS や販売として、地元のユニークな企業に。(クナプラス：土に還るエコバック、SINDO：ファッションリボン、レンゴー：段ボール...ダンボートレースの開催など)

交通を耕す：宿泊客を増やす乗り物の開発として、点在する観光資源をつなぐ交通手段「アグリモーター」。

文化を耕す：あわらの伝統を演出として 100 畳座敷を設置してはいかがか。

- を総合して、竹田川沿いでの絵を提示 「川沿いにおにぎりスポット」を設置、河川敷を利用した 100 畳座敷のミニ版やストリートファニチャーを配置し、川歩きに取り込めるように。

【進捗報告における質疑応答】

委員：

駅前にどれだけの集客ができるか、集客のエンジンという見方をさせてもらっています。3 案目が具体的な集客につながるのかと試してみえました。「おにぎり」という視点は初めてで、

# 議事録要旨

日本一になれるような気がして。創作の森は20万人が来訪とのことなので、駅前も20万人は集客したいと思いました。アグリモーターも気に入りました。

委員：

戦略会議はブランドとまちづくりデザインとの調整を図る場かと思う。贅沢というキーワードから絵を見せていただくと、ステートメントを変にいじるのではなく、イメージを共有してすり合わせをした方が良くと思いました。

委員：

3組ともよく考えていただいている背景も整っているので、コンペそのもののやり方を、捨て案を作らないように「優れた提案の部分」を採用することに変更しました。

委員：

市民がどう誇りに思って、市民が活気づくアイデアであって欲しい。将来的に子どもたちがまちを背負っていきますので、こういう事業に関われると良いと思いました。

委員：

11/27（日）に高校や中学生が参加できる仕掛けを実現できるといい。

会長：

先日おにぎりプロジェクトの発表会があり縁を感じた。福井のレゲエ歌手が各小学校で歌詞作りのワークショップをしている。これをおにぎりの歌として展開しては、どうかと。歌詞の最後には母親の愛情など、これは贅沢かなと。

また両部会の融合というか「贅沢」という概念をどうハード面で反映する。「背景」として醸し出す絵が出来たらいいと思うし、近接した計画である、土木部の基本計画との融合も見えてくると。

委員：

日本一贅沢なおにぎりは、という見方が出てくると。あわら市が提供できるだという事にするとして、じつは愛情だったんだというもの、来て初めてはっと分かる、そういうものがあるといいかないと思いました。

【次回議題について】

11月11日（金）10時30分から、ブランド戦略会議を開催します。

両部会の進捗について

- ・まちづくりデザイン部会 / 11/27 中央公民館にて開催予定
- ・ブランド専門部会 / スローガン等、決定までいきたい。