

議事録要旨

会議名	第4回あわらし地域ブランド戦略会議
開催日時	平成28年11月11日(金) 10:30~12:00
開催場所	あわらし市役所 3階正庁
出席者 (敬称略)	<p>【委員】(10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)、福井工業大学/下川勇(准教授)、福井工業大学/川島洋一(教授)、福井銀行/笹原規央(芦原支店長)、あわらし商工会/赤尾政治(副会長)、芦原温泉旅館協同組合/伊藤和幸(理事長)、あわらし区長会連絡協議会/達川昌美(会長)、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>【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> <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>
欠席者 (敬称略)	<p>【委員】(2名) 花咲ふくい農業協同組合/小西敏夫(代表監事)、あわらし観光協会/前田健二(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>(1) 各部会の進捗について 【ブランド専門部会】 資料1</p> <p>五十嵐部会長： 9/12の戦略会議にてあわらし地域ブランドの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」として承認。10/25、11/9の2回の専門部会にてブランドスローガン、ステートメントを徹底的に協議・検討した。ブランドスローガンは、ブランド部会での協議結果、「あわら贅沢。」という言葉が印象に残り、アレンジ・再検討した結果、16案+5案の中から部会員全員一致で「あゝ、あわら贅沢。」に決定した。</p> <p>ステートメントは以下が最終候補となった。</p>

議事録要旨

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。

あぁ、思えば「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。

こんたのお風呂は、どこの温泉にしようかな。

あぁ、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。

オブザーバー：

スローガンだけが一人歩きすることも考え「あわら」という言葉をいれた。「あぁ」という感嘆の言葉をつけることで表情をつけた。ステートメントには北潟湖を入れてはどうかという意見もあったが、日本海とすることでどこにあるまちかわかるようにした。日本海＝カニなど海の幸のイメージもある「こんたのお風呂はどこの温泉にしようか」も議論はあったが、温泉が身近にある贅沢を伝えるためこのような表現にした。「あわらの贅沢」の具体的な中身は今後具体的に考え、web サイトで発信していきたい。

オブザーバー：

ブランディングとはまちの差別化。いかにオンリーワンの存在になるか。何か一つで背負うのは難しいが複合的に贅沢なまち、ということ凝縮したのが「あわら贅沢」。「贅沢を探そう」「贅沢を磨こう」「贅沢を発信」の3つがブランディングの戦略骨子。この意図をまず市民に伝えるのがステートメント。具体例をweb で発信。この象徴として駅前開発や名産品開発を。今後はブランドサイト「あわら贅沢」をより具体的に発信していきたい。

< 質疑応答 >

委員：

議事録要旨

これまでのスローガン案の中にあった「さりげなく贅沢」ではわかりにくい。「あわら」という言葉を加えたのは個人的にはわかりやすくいい。ステートメントには少し違和感がある。4段落目の「みなさん、探してみてください」は何を指しているのか。贅沢なのか、あわら市なのか。贅沢がいっぱいあるまちを売っていくのに、探さないと見つからないと思われるのは損。「自分の贅沢を探してみてください」というニュアンスがあるといいのでは。

委員：

「あわら贅沢」という言葉は今後固有名詞化していくと思う。言葉自体がいいイメージをもっていければいい。「探してみてください」は、個人の感性が多岐にわたるので焦点を定める（対象を固定する）のは難しい。「探してみてください」という表現のほうがいいるんな人が乗られるステートメントなのではないか。

委員：

説明の中で「あわらの贅沢」という言葉が出てきたが、「あわらな贅沢」ではなく「あわら贅沢」になったのはどういう経緯でか？部会の中でやりとりはあったのか？

オブザーバー：

ブランド専門部会では「あわらな贅沢」という声もあったし、「あわらな贅沢」は「あわらの贅沢」に意味合いとしては近いが、「あわらな贅沢」はひらがなが4つになり、あわらを知らない人には一瞬わかりにくい。部会員もそう感じ、「あわら贅沢」とシンプルに表現したほうがいいという結論になった。

会長：

ステートメントの3段落目は地元の言葉を使っているが、昔は「いってらっしゃい」ではなく「行ってきねの」と言っていた気がする。確認してほしい。また、「ふだん」に鍵括弧がついているが、そこに目がいってしまう。「普通だけど」または「ふだんだけど」だけではだめなのか。

オブザーバー：

普通と「ふだん」を並べることで贅沢が当たり前にあることを強調した。もう少しブラッシュアップしたい。

会長：

「あわら贅沢」を固有名詞化したいという点は？

オブザーバー：

商標を取ればよい。弁理士と相談しながら進めたい。

委員：

ステートメントの4段目には「必ずありますよ」ということがもう少し表現できてもいいのでは。力強さがほしい。

オブザーバー：

言葉としてはさらに検討したい。具体的な贅沢の事例が出てくると自然と力強さも出てくる。ここからコンテンツづくりをスタートしたい。

委員：

固有名詞化するという話があったが、旅館のお土産袋や市内の飲食店の箸袋にこの言葉

議事録要旨

が入るようにするなどの展開は？

オブザーバー：

今後ロゴマークをつくる予定。この言葉をどんどん出してほしい。あわら贅沢おむすび、あわら贅沢 プランなど商品やサービスにも組み込んでいってもらえれば。

委員：

戦略的に固有名詞的に使っていく場合、「あゝ、あわら贅沢」の「あわら贅沢」に鍵括弧をつけてはどうか。その方が単語として強調されるのでは。また、ステートメントの2段落目が最初の案では「こんやのお風呂は温泉にしようかな」だったが、「こんやのお風呂はどこの温泉にしようかな」になっている。温泉が身近にあると強調したいとのことだが、市民の目から見ると夜に温泉に入る人は少なく「こんやのお風呂は温泉にしようかな」のほうが自然。戦略的にはどちらの表現がいいのか？

オブザーバー：

スローガンに鍵括弧をつけるのは、ありかと思う。今後、デザイン化するときに鍵括弧も検討したい。ステートメントの温泉部分は部会でも議論が集中した。戦略としては外の人間から見て、あわらでは温泉が生活に溶け込んでいるイメージをあわらの贅沢として発信すると強いということで、この表現に落ち着いた。

オブザーバー：

（「どこの温泉にしようかな」とすることで）あわらには源泉がたくさんあるニュアンスも込められるということもあり、今の形になった。スローガンは、マーク化するときには「あゝ」は取ってもいいのかもしれない。そのへんも検討したい。

委員：

「どこの温泉」というと、このへんは温泉地が多いので、山中、山代温泉にとらえられないか。「どこの」ではなく「どの」のほうがいいのではないか。

オブザーバー：

検討したい。

委員：

前回、前々回の部会でも出たが、このステートメントでは日本海のどのエリアが特定できない。検討の上、特定できる表現を盛り込まないことにしたのか？経緯を知りたい。

オブザーバー：

検討し、意見が分かれた。ステートメントだけで成し遂げようと思うと固有名詞を入れざるを得ない。入れたパターンも作ったが、その場合、どの固有名詞を入れるのかということが問題になる。固有名詞を入れることでイメージが限定される、イメージの広がりが閉ざされるという意見も出て、原案に立ち返り見直したという経緯がある。結果的にスローガンに「あわら」という言葉が入り、ステートメントはスローガンとともに歩いていくものなので、あわら市が発信する言葉ということは伝わるのではないかという結論に達した。

委員：

確かにスローガンには明確に地名が入っているが、ステートメントを単独で見るともあるの

議事録要旨

ではないか。特定する言葉をいれるかどうか、この戦略会議で確認したい。

オブザーバー：

ステートメントの目的はあわらしい贅沢がどういものかを定義するもの。4段目の「幸福な福井県」という言葉で地域の特定に寄与できるのではないか。

委員：

ステートメントは読んだ人が、あわらをイメージしやすくするためのもの。固有名詞を入れてそぐえば入れていいと思うが、想像をかき立てる少なめの言葉で表現した方がいいのではないか。

委員：

できれば固有名詞を入れた方がいいと思うが、過剰説明になるのではないか。ステートメントだけが読まれていく場面はそうそうない。ステートメントはブランディング担当者の一種の合い言葉で、一人歩きするのはスローガンの方。固有名詞は入れにくいのではないか。

委員：

都会に行くときまだあわら、福井の知名度は低い。「日本のここにある」というニュアンスがあるといいいのでは。

委員：

ステートメントの最後に「あわら市」、「幸福な福井県」と明記しているのでこのままでいいのでは。スローガンに「あわら贅沢」という名称が入っているなのでこのままでいい。

委員：

東京駅でこのポスターを見たらどう思うかと考えたら、福井の人間が見たらうれしい。スローガンにインパクトがある。ステートメントの最後に「福井県」「あわら市」という固有名詞が入っているので今の描写のほうが自然。

事務局：

スローガン、ステートメントは11/27の市民投票で発表。事務局で微修正し、議会で諮って決定する。

【芦原温泉駅まちづくりデザイン部会】

事務局：

笹原部会長が欠席のため、オブザーバーの高津氏より説明を行う。

高津：

部会で指定したエリアに合わせて、3組のデザイナーから6枚の絵を描いてもらいプレゼンした。部会で指定したエリアとは、1つ目が駅西口。駅を背にしたものと駅を俯瞰で見たもののセットで駅西口とする。2つ目が駅前商店街、3つ目が竹田川周辺エリア。ここまで4枚で、残り2枚をフリーで提案してもらおう。

議事録要旨

	<p>小津案</p> <p>駅前未来をイノベートする6つの提案</p> <p>エリアを変える</p> <p>芦原温泉駅前リノベーション...リノベーションを中心に西口を変える。市民の生活に必要な施設（ショッピング施設など）は東側に集めてはどうか。</p> <p>建物を使いこなす</p> <p>空き家リノベーション...市民の意見から出たドミトリーホテル、カフェ、ワイナリーなどの機能をリノベーションで作る。まずは建物の1階を中心にリノベーションしてはどうか。建て替えは時間がかかるがリノベーションはやる気のある人が出てくればすぐできるのが特徴。</p> <p>そぞろ歩きを楽しむ</p> <p>駅前空間から始まる遊歩空間...福井の北の玄関口になる。あわらでありつつ北陸の代表として考える。例えば、北陸の名産品を揃えたセレクトショップをつくってはどうか。</p> <p>駅前を楽しむ</p> <p>あわらにしかない天蓋広場...新幹線の駅は似たような駅が多いのであわらにしかない特徴的な場所をつくる。雨風日射を防いでアイポイントになる。</p> <p>自然を使いこなす</p> <p>竹田川・宮谷川リバーフロント...水運を再現してはどうか。竹田川の川底は浅いが東京では水上バスなど川底が浅くても動くものもできている。将来は技術的にも可能。</p> <p>みんなをつなぐ</p> <p>あわらローカルネットワーク...交通の整備。スピーディに動くバスと水運を使ってゆっくりと楽しむスピードに違いをつけたローカルネットワークを整備しては、</p> <p>イノベーションは3ステップで行う。</p> <p>平成29年から</p> <ul style="list-style-type: none">・小商スタートアップ+空き家リノベーション・ローカルインフラ始動（舟運・バス・タクシー） <p>平成35年までに</p> <ul style="list-style-type: none">・駅前広場の整備（天蓋広場を作る）・ローカルインフラ始動 <p>平成35年以降</p> <ul style="list-style-type: none">・ローカルインフラ発展（LRT） <p>伊藤案</p> <p>ワークショップから出た要望を整理し、どうすれば実現できるか考えた。</p> <p>芦原温泉駅への5つの提案</p> <p>食を耕す</p> <p>あわらむすびをつくる...あわらに広がるおむすびスポットを竹田川に</p> <p>美を耕す</p>
--	--

議事録要旨

ベジタブル足湯...美と健康の向上 農作物の有効活用 あわら独自の入浴剤を開発
グリーンハウスで新しい野菜の提案
交通を耕す
アグリモーター...宿泊客を増やす祭神の乗り物。宿泊客に載り放題券を 宿泊客増加
文化を耕す
100 畳座敷...あわらのお座敷文化や競技かるたなど
滝瓦を使用した屋根、芦原焼を利用した土間空間
職を耕す
スタートアップ企業の誘致...低価格で場貸しし、売上の一部を市へ還元

あわらロゴの開発（おにぎりにひっつけたもの）

5つの提案によりあわらの経済が育ち、花開く

大きなショッピングセンターはないけれど、

あわらにしかない有機的複合施設のかたちとしてまち並みをデザイン。

あわららしさを詰め込んだ、世界でただひとつのまち並み。

山中案

あわら市を含む全体構想

- 1.就労者誘致型の観光地
- 2.自然・歴史・文化を活かしたまちづくり
- 3.あわら市民の雇用を生む
- 4.スポーツツーリズムを利用した健康的な休暇のまち
- 5.災害時の避難場所づくり
- 6.地域ごとの特色を生かした憩いの場づくり

芦原温泉駅 駅前及び周辺構想

- 1 あわら市の玄関としての顔を持つ
- 2.シェアオフィス / カフェ / 自転車レンタルのハブ / 東屋 / ローター / 温泉の6施設から構成
- 3.屋根と材料によりあわらの特徴づける
- 4.空き地の緑化により自然豊かなイメージづくり
- 5.災害時の避難場所づくり

・たたら建築の提案...駅前に点在する建築群は屋根と材料を統一することでまとまりある
景観をつくり出す（滝瓦、地場の産材、木質ベース）

・旧ロータリーのスペースにたたら施設（温浴施設、シェアオフィス、カフェ、自転車のハブ、
芝生のイベント広場など）を設け、市民・観光客・ビジネスマンが集まれる場を作る。商店

議事録要旨

街は緑地化し、ベンチを設ける。ベンチはコンペにし、話題づくりにつなげることも。車道に沿ってデッキの歩道を設け、温かいイメージに。

・竹田川の河川敷にフラワーポットを兼ねたベンチを設ける。

・企業の誘致はハードルが高いが、「就労者が働く・休む」をミックスして誘致することはできるのでは。「働きながら休むアクティブレストの整地」

・就業者の53.9%がデスクワーク、このうちの1%とみても家族も込みで87.2万人がターゲットになる想定。あわら市の目標観光客数を上回る数字になる。

・アクティブレストに必要な施設群が集結したまちはない。集結できれば特徴的なまちづくりになる。

・場所に合わせて、たたら建築を展開していく

< 質疑応答 >

委員：

3人の中から1人を選ぶのか。

事務局：

デザイナーを選ぶのではなくエリアごとにプランを選ぶ。

委員：

伊藤案にスタートアップ企業とあったが、どういう役割を担うのか。

オブザーバー：

東京と違って地価が安いのでリーズナブルに貸し出せる。ベンチャー企業やIT企業など若い企業を積極的に集めることで、まちの機動力になるのでは。どんな分野でもよい。これから起業して世に出ようという人に向けてと考えている。例えば、徳島県神山町はITの町として事例がある。あわらにもそういうポテンシャルがあるという提案である。

委員：

案を進めていくためにどんな部隊・組織が適切か？

オブザーバー：

外してはいけないのは市民が蚊帳の外にならないようにすること。地元の方々に興味をもってもらって掬いあげていくことが大事。実際に動き始めればデザイナーがいるし、地元の金融機関や商工会と協働する。誘致する企業とのマッチングに関しては弊社が情報を持っているので、引き合わせはできる。まずいのは外からもってきてまちの人とコミュニケーションできないまま進むこと。市民投票などで他人事ではなく自分事だと伝わるのが大事。実際に動くときにはブレンはいろいろいるし、例えばリノベーションなら北九州にスクールがある。適切な人を紹介することはできる。

委員：

適切な人の位置付けは？市役所の人間は絡まないのか。

オブザーバー：

役所の人は大きな方向性とスケジュール、仕組みをつくる。実務をする人間を役所の人が

議事録要旨

決めていけばいいのでは。

委員：

(デザイン案を)選ぶことに対する目線をどこに揃えればよいのか。すぐにでもできるものはリノベーションだが、北九州で行われているリノベーションは特殊な事例。福井市の駅前でもリノベーションは行われているが、成果が見えてこない。ストーリーは作れるが、実際にやるとなると、どう形づくるか担保した上で選ぶということも責任として必要となるのではないか。

オブザーバー：

事業コンペだと実現できるかがポイントになるが、そうなると設計行為になるし、時間と費用面で難しい。今回は市民の方々が見て、あわらが将来どんなまちになったらいいかという点で選んでほしい。絵がうまい、きれいということでは選んでほしくない。市民の人も会場に足を運んでデザイナーの思いを聞いた上で投票してもらおう。専門家からみるとっこみたくなる点もあるかもしれないが、このデザイナーのいうことはリアリティがある、実行力がありそうといった点で投票してもらおうのがギリギリのところでは。皆さんにも議論してほしいが、市民目線で投票するのがよいか、専門家として事業性にも踏み込んで判断するのか。委員は市民とは違う票を持っているので、どこまでするかは議論してほしい。

委員：

デザインコンペならそれでいいが、どこまで将来のビジョンとして事業として立ち上げていくのか、市がどう思っているのかも含めて確認したい。

オブザーバー：

私の理解として、今回はデザインコンペとしてそこでいったん切る。選ばれた案については、提案したデザイナーにアドバイザーとして実現するためにどうするか具体的な話をすると聞いている。動かす段階でデザイナーを巻き込みながら具体化していくことになる。

委員：

市民レベルでは絵が入っているとイメージができてしまう人もいるのではないか。プレゼンするときにはコンセプトや考え方を重視するやり方を取らないと、絵が一人歩きしてしまうことになりかねない。芦原温泉駅の乗降客は1日2600人、そのほとんどが通勤通学。観光客がわんさか来ることはない。あわら湯のまち駅と芦原温泉駅、2つの役割も見据えて考えていくべき。芦原温泉駅周辺は市民が集まる。山中デザイナー案のイメージがふさわしいと個人的には思う。温泉街の方は観光客向けだと思う。機能を分けた方がわかりやすい。

委員：

実施が担保されているわけではないし、アイデアコンペでもない。みんながこれからまちづくりをしていくベクトルを揃えるためのものと理解している。このまま実施されるわけではないけど、こういう風になるといいなという観点で選んでもらえばよいのかと思う。個別のイメージに関しては一人を選ぶのは難しいということでコンペの方針を変えた。それぞれのエリアの提案でいいものを選び、模索しながら作っていく。デザイナーの手腕があれば実現する方向にいき、市民が入ってやっていくうちに違うものになるかもしれない。そういうことも起こりうると思ってそれぞれ実現可能性も含めて審査してもらえれば。今日は高津氏が説明したが、当日

議事録要旨

はデザイナーが説明する。人となりや意欲、個性も伝わるので、この人になら託せるということで選んでもらえれば。

(事務局より市民投票についての説明) 資料2

< 質疑応答 >

委員：

採用方法について、(指定エリア以外の)フリーについてはどのように採用を決める？

オブザーバー：

3人のデザイナーから各2案、計6案から上位2つを選ぶ。場合によっては3案になることもある。

委員：

私が審査委員長ということを知った。審査委員長にはどういう権限があるのか。

事務局：

結果発表と審査会の仕切り、総括をお願いしたい。

委員：

フリーの扱いやフリーについての裁量など、僅差の場合などは得点のみで決めるのではなく審査会に任せてもらえるということでもいいか。当日、コンペの目的は笹原部会長が行うのか。

オブザーバー：

それでOK。審査委員長としては審査会に参加する委員にどういう視点で選んでほしいかを事前に伝えてほしい。

委員：

委員は事前に投票するのか？審査会当日か？

オブザーバー：

市民と同じく投票した方が誤解を受けない。僅差の場合、納得いく説明ができればいいのでは。

(事務局より今後の予定について) 資料3

(事務局より芦原温泉駅デザインコンセプト案についての補足説明) 資料4

事務局：

芦原温泉駅周辺整備基本計画改定委員会で、平成18年に策定した基本計画の改定と北陸新幹線整備を行う鉄建機構に新幹線駅のコンセプト案を提案する作業に取り組んでいる。協議の結果、「あわらの大地に湧き出でる贅の駅」というデザインコンセプトでまとまった。ブランド専門部会とリンクするデザインコンセプトになった。皆さんの意見があれば委員会にフィードバックしたい。

委員：

議事録要旨

	<p>デザインコンセプト案は審査会当日説明するのか。これを意識して投票する？</p> <p>事務局： 説明の予定はない。</p> <p>委員： 新聞記事に「市民アンケートをもとに7つのコンセプト案から検討した」とあるが、この7案はどこから出てきたものか？</p> <p>事務局： 事務局で考えた。</p> <p>委員： 補足として。夏に市民アンケートを行い、分析して優先度の高いキーワードとして「自然」「温泉」が出た。その言葉を事務局でイメージを膨らませ、5案を出した。さらに改定委員から2案が出た。鉄建機構に来年度、駅舎についてのABC3案をいただき、議論して決めていく。</p>
--	---