

議事録要旨

+会議名	第7回あわら市地域ブランド戦略会議
開催日時	平成30年3月20日(火) 14:00~16:00
開催場所	あわら市役所 3階正庁
出席者 (敬称略)	<p>【委員】(11名) あわら市/佐々木康男(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)、芦原温泉旅館協同組合/伊藤和幸(理事長)、(株)金津技研/伊藤憲治(代表取締役)、福井工業大学(デザイン学科)/川島洋一(教授)、福井工業大学(建築土木工学科)/下川勇(准教授)、(株)福井銀行芦原支店/長谷川慎治(支店長)、あわら市地区区長会連絡協議会/長谷川巧(副会長)、あわら市/前川嘉宏(副市長)、あわら市教育委員会/大代紀夫(教育長)</p> <p>【専門部会】(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】(3名) (株)大広北陸/芦澤邦夫(支社長)、越智健一、上野耕平(記)</p> <p>【事務局】(7名) あわら市土木部/鳥山公裕(理事)、あわら市総務部政策課/武田正彦(課長)、藤田由紀(課長補佐)、あわら市土木部新幹線まちづくり課/永井宏昌(課長)、山本紹央(課長補佐)、赤神貴幸(主査)、あわら市経済産業部観光商工課/堀江紀幸(課長補佐)</p>
欠席者 (敬称略)	花咲ふくい農業協同組合/小西敏夫(代表監事)、あわら市総務部/城戸橋政雄(部長)、あわら市土木部/小嶋範久(部長)、あわら市総務部政策課/山崎公聖(主事)、
協議事項	<p>(1) 平成29年度あわら市地域ブランド発信事業実施報告</p> <p>(2) 北陸新幹線芦原温泉駅舎デザインの選定について</p> <p>(3) 芦原温泉駅周辺まちづくりプランについて</p>
会議内容 の要旨	<p>会長： 市長に就任して以来初めての戦略会議となります。 平成28年7月に設立したこの会議は市民の皆様の声を聞いて、行政と市民、共感できる地域ブランドとして確立。それをあわら市の魅力や認知度の向上市民に愛され、信頼される、人々が訪れたいくなるような芦原温泉駅周辺まちづくりにつなげるためにいろいろな立場からご意見ご協議いただきたく思います。 平成28年度に決定しました地域ブランドあぁ、あわら贅沢。芦原温泉駅周辺のデザイン市民投票を受けて決定した次第です。平成35年の北陸新幹線延伸に向けて、どのようなまちづくりをしていくか大きな課題です。 私は今回の市長選において、誰もがときめくあわら市にということ掲げ目指しております。</p>

議事録要旨

す。言い換えますと、人口減少・高齢化社会の中、10年先20年先しっかり見据えて、誰もが夢や希望をもって、ワクワクドキドキキラキラと笑顔でそんなあわら市を目指したいと考えます。あわら市のイメージといたしまして、ああ、あわら贅沢。ゆったりとしたときの流れということで、静的なイメージですが、これに加えて生き生きと活発に活動し、あわら市全体が未来に向かって、進化していく。動的な面が必要かと思っております。明るく力強いメッセージを国内外に発信していく必要があるのではないかと考えております。また、100年に一度のビッグチャンスと言われてます、新幹線開業につきましては、その効果を最大限に引き出し、駅周辺の活性化はもとより市内全体・嶺北全体に広めていく波及させていくことが大事だと捉えております。そのためには、駅のハード面だけでなく、ソフト面も議論したうえで、進めていきたいと思っております。芦原温泉駅を福井嶺北の交流地点と位置付けて、あわら温泉や北方湖、金津創作の森さらには、東尋坊や越前海岸永平寺、恐竜博物館など主要な観光場所と結節線として高めることも大事だととらえております。

このためにも現在のまちづくりプランを3月に決定するところあと、3か月お時間を頂き、磨きあげていきたいと思っております。まず、西口駅を周辺としました賑わい広場。自由通路を通して、最初に降り立つエリアとしておもてなしをどう演出するか、福井の北の玄関口として観光案内所の機能をどう高めていくか。

旅行者の待ち合わせやあるいは市民の交流の場として、トラックに野菜や果物を気軽に販売できるような幅広い用途に使用できることも必要かと思っております。

また、駐車場の問題、現在よりも少なくなるということでもあります。二次交通の充実も図ることも大切。特にレンタカーも結節線をつなぐために必要になってくるのでは、このような議論も必要です。

外国観光客の受け興も念頭にいれながらの活用。商店街との共存共栄という観点からつくっていく。嶺北全体の波及効果も考えた情報発信も必要になってくる。

来年度予算に観光振興戦略を予算化しております。新幹線開業に向けて、いかに観光客を増やすか。誘客観光客を市内にどう広められるか、段階的に分析し、ロードマップをつくっていきたくて考えております。

(1) 平成29年度地域ブランド発信事業について

事務局：

平成29年度の委託予算額は合計1,800万円

ブランディングを効果的に発信する事業者としまして、随意契約及び公募型プロポーザル方式によりまして、株式会社大広北陸福井支社を選定しました。

委託契約額は合計17,964,720円

オブザーバー：

事業内容につきまして

議事録要旨

平成 29 年度あわら市地域ブランド発信事業ということで、今年度のブランド目的といたしまして、市民の方にどう広めていかを考え実施してまいりました。

今年度は大きく 3 つの事業で実施してまいりました。

①あわらむすびプロジェクト

人と人とのむすびつきやふるさとの味おもてなしの心をおむすびで表現して、あわら市のブランド振興を加速させるプロジェクト。

②あゑ、あわら贅沢。を浸透させるためのツール開発・商品開発。

③あわら市役所の装飾・ディスプレイ

政策課との協議の中進めてまいりました。

あわらむすびについて

あわらむすびプロジェクト①-1

あわら市内で飲食店を展開するあわら市民が、「あわら市らしさ」「あわら市への思い」をおむすびで表現してオリジナルメニューを考案し販売。

考案された商品や人物へのインタビューを FM 福井にて平成 28 年 10 月から平成 29 年 3 月まで月 2 本、全 12 回シリーズにて毎週金曜日大人めがねにて放送。

紹介店舗には、「あわらむすび」の店頭吊り下げ旗と卓上 P O P をお渡し、お店にてあわらむすび提携店として P R して頂きました。

さらに、特設サイト、福井新聞「fu」4 月号にて掲載し情報発信を行いました。

●FM 福井紹介店舗

- ・らーめん福の神
- ・2ndhouseCrossp's
- ・おでん酒 Bar IPPO
- ・牛若丸
- ・さかなやカフェ&バル さくら
- ・ケアハイツ芦原
- ・玉寿司
- ・カメハメ八大牧場の農家カフェ&スイーツ
- ・Aキューブカフェ
- ・ひまわり
- ・しのぶ庭
- ・やせなわ食堂

●福井新聞「fu」掲載店舗

- ・らーめん福の神
- ・2ndhouseCrossp's
- ・おでん酒 Bar IPPO
- ・牛若丸

議事録要旨

<p>・さかなやカフェ&バル さくら</p> <p>・ケアハイツ芦原</p> <p>・玉寿司</p> <p>・カメハメ八大牧場の農家カフェ&スイーツ</p> <p>・Aキューブカフェ</p> <p>あわらむすびプロジェクト①－ 2</p> <p>あわら贅沢の大きな構成要素である「人と人との結びつき」や「ふるさとの味とおもてなしの心」をおむすびで表現し、あわら市のブランド振興を加速させる目的で、TFT 企画協賛やフォト募集告知、イベントを実施。</p> <p>●TFT おにぎりアクションオフィシャルパートナー</p> <p>開発途上国の子供たちに100万食の給食を届ける「おにぎりアクション」にオフィシャルパートナーとして協賛。10月5日東京永田町グリッドにて、記者発表・PR</p> <p>●あわらむすびフォト募集</p> <p>チラシ・ポスターを制作し、掲出・配布。</p> <p>ポスター100部、A4チラシ3000部、イベントチラシ1000部あわら市にチラシ折込フォト募集イベントとして、福井県の新ブランド米「いちほまれ」とあわら産「花あかり」の食べ比べイベントを実施。</p> <p>11月5日（会場：aキューブ）：約500名に試食おにぎり配布、221枚の写真応募。</p> <p>11月11日（会場：あわら市保健センター）：約500名に試食おにぎり配布、170枚の写真応募。</p> <p>あわら市からTFT おにぎりアクションへの写真投稿は、昨年度の2倍以上となる669枚集まり、アジア・アフリカの子供たちへ3300食以上の学校給食が届けられました。</p> <p>あぁ、あわら贅沢。浸透ツール・商品開発</p> <p>●あわら贅沢リボン・シール</p> <p>あわら市民や企業が活用できるあわら贅沢リボンを制作。</p> <p>リボン：160巻、シール：20000枚</p> <p>平成29年度活用実績</p> <p>・観光案内所で販売しているお土産への装飾：シール8500枚提供。</p> <p>あわら温泉情報処「おしえる座あ」で販売の「湯巡権三温泉まんじゅう」や「湯巡権三クッキー」など</p> <p>・カメハメ八大農場の農家カフェの商品発送時の装飾：リボン＋シール1000枚提供</p> <p>トマトジュースなどを発送する際に飾り付け</p> <p>・あわら市民体育祭の景品に飾り付け：リボン＋シール150個分</p> <p>・成人式のアルバムに飾り付け：リボン＋シール250冊分</p>

議事録要旨

	<p>「ああ、あわら贅沢。」の浸透を図るツールとして、学校や職場などで活用できる「あわら●贅沢クリアファイル」を制作。</p> <p>クリアファイル（3枚セット）：2000部（計6000枚）</p> <p>平成30年度活用予定</p> <ul style="list-style-type: none">・市内の小・中学生の全生徒に4月～5月に配布予定：1900枚・市内の企業に配布予定・市役所内にて資料配布のときなどに使用予定 <p>あわら市役所「ああ、あわら贅沢。」装飾・ディスプレイ</p> <p>市民アンケートにて多く集まりましたあわら市＝温泉というイメージを踏襲したかたちで、温泉の落ち着いた雰囲気醸し出す格子をベースにしたあしらいで空間を演出するものとして進めてまいりました。掲出物を多くだせるようしたり、モニターをおいたりして、映像・音声にてあわら市のPRを検討しているところです。BOXは可動式になっておりまして、スペースの使用用途に対して、レイアウトが変更でき、フレキシブルな活用が可能です。3月26日に施工開始し、3月30日には完成となります。</p> <p>ああ、あわら贅沢。のシンボルマークにつきましては、既存の壁面を活用し、白壁の丸く切り抜いた窓に切り文字で取り付け、LED照明にて、ロゴマークを印象的に演出します。</p> <p>ブランドサイトの情報発信について</p> <p>温泉だけじゃないあわら市ならではの都会にはない贅沢を、ブランド専門部会で掘り起こし、隠れたあわら市の魅力として記事作成し、ブランドサイトに掲載。</p> <p>カテゴリーは新幹線・まちづくり、温泉、金津創作の森、とみつ金時・完熟いちご、パナソニックとの公民連携プロジェクト、ちはやふる、移住、カヌー・北潟湖、トマト・メロン、湯かけ祭り、うらん地域活動、農業・温泉トマト、自然エネルギー、北潟湖・寒ブナというテーマで記事化作成し、ブランドサイトに格納しました。</p> <p>平成29年度決算見込みとしまして、</p> <ul style="list-style-type: none">・「ああ、あわら贅沢。」ブランドサイトの運營業務：2970000円・あわらむすびプロジェクト TFT 協賛・アクション：3018600円・あわらむすびプロジェクト：5346000円・あわら贅沢リボン開発・製作：449280円・クリアファイル製作：788400円・市役所内ロゴマーク装飾・ディスプレイ：394200円・市役所1階スペース装飾・ディスプレイ：4998240円
--	---

議事録要旨

平成 30 年度の計画について

中期的費用計画と PR 経年経過イメージ

ブランドコンセプトにもとづいた価値づくりへと自走するあわら市をつくることで、
アウトコミュニケーション費用を凌ぐ PR 効果を生み出すことを目指します。

2016 年度 2017 年度はブランディングのための基盤整備・およびインナー施策に注
力しました。2018 年度は PR・広告・イベントなどアウトコミュニケーションに比重をお
いて発信していきたいと考えております。

ブランド専門部会長：

次年度のブランド専門部会について

いろいろ活動する中で、認知度は上がってきたかなと思っておりますが、ああ、あわら贅
沢。とはどういう事？というところまでは、まだ浸透していないと思っております。

これからは、市民にどう浸透していくかということが必要かなと感じております。

ああ、あわら贅沢。とはなんなのという掘り起こし磨きあげていきたいと思います。

また、部会の中で、ブランド戦略をするうえで、様々な協力を得ないと成功しないので
はと考えておりますので、温泉関係・観光関係・企業の方々など横のつながりを持ちな
がら、進めていきたいと思っておりますので、皆さまのご協力をお願いいたします。

【質問】

委員：

数値目標について

今後の中長期計画において、何の数値をあげていくのかアウトプット成果はどのように
あげていくのか教えてください。

事務局：

あわら市民のスローガン認知度・市民のあわらに対する愛着度について、

毎年あわら市が実施しております市民アンケートをもとに無作為に 1000 人の方を対
象にアンケートを集計いたします。この中で市民の方が、あわら市のスローガンや愛着
度を数値・KPI として判断していきます。

中長期計画についての指標については、地域ブランド研究所が実施している調査がご
ざいます。全国一律でランキングをはかります。こちらの地域魅力の順位をあげていくこ
とになります。

オブザーバー：

補足としまして、KPI 指標としては、あわら市スローガンの認知度・あわら市への愛着
度がどれくらい向上したかということですが、これから専門部会の方で、どういう目的をも

議事録要旨

って、誰をどのような形であわら市へ集めてくるのかというターゲットに対して、どういうアプローチをしていくのかを考えていきます。観光を重視となれば、観光協会の取り組みもごさいますので、ブランド専門部会としてはどのように進めていくか戦術の部分为目标指数とあわせて、これから部会員とともに進めていきます。

委員：

2016 年度 2017 年度はどのような数値であったのか？

全国指標について、このブランド戦略での取り組みで上がったのかということに直結するか分かりませんので、どう捉えようとしているのか？

事務局：

取り組みが直接関与したことなのか、ブランドの指標にはおっしゃる通り一概には判別しかねます。あくまでも総合的な指標となってしまうのは否めません。

委員：

予算を使って、何がどう上がったのか捉えてほしい。もっと予算の使用が数字に直結するように考えて実施していただきたい。

オブザーバー：

効果検証は必要かと思います。ブランドスローガンの認知度あわら市の愛着度 KPI の結果は 3 月末には分かるかと思います。この結果をもとに次年度の取り組みも考えながら進めます。この事業の取り組みの指標は専門部会でも検討しどういった場面でどのような事が必要なのか考えていきます。

委員：

ソフト事業は進めておりますが、駅前との開発との連携はどこにも見えていない。どこの部会が考えるのかいつまでたってもハードとソフトが一緒になっていない。市役所のどこの部分で決めるのか教えて頂きたい。

事務局：

ブランド事業については政策課、まちづくりについては新幹線まちづくり課と二つにまたがっております。ご指摘頂いたことは我々も認識しております。今後の展開につきましては、両部会を合同で開催していくなど、バラバラにならない連携をはかっていきたいと考えていきます。整合性も含めて部会のありかたも考えていきます。

オブザーバー：

一昨年はまちづくりのハードとブランド戦略のソフト事業は一緒に取り組んでまいりまし

議事録要旨

た。今年度につきましては、この二つの事業が離れてしまったことについて政策課さんには相談いたしました。まちづくり、ブランド戦略、両輪揃ってはじめて相乗効果を生み出す。あわらというまちにどういった形で人が集まるかは両事業にて情報交換しながら進めてまいります。

委員：

ハードとソフトの融合は大事です。我々も常に念頭におかないといけないのですが、委員の目から全くバラバラになっていると感じているのであれば、我々の仕事のやり方がまずかったのであろうと反省します。

ブランディングという仕事とまちづくりという仕事は一体のものとして考えております。

まちづくりにおけるハードとソフトは一緒に考えていかなければなりません。市長もおっしゃってますが、あと3カ月かけて考えていくのですが、現時点でのまちづくりの平面図にこれからあわら市としては、ソフトの部分を肉付けしていかなければならない。誰が動いてするのかそこで1年間あるとすればどういったことが行われるのか。ここに人が来て、どこに動くのか。どれぐらいこの場所で過ごすのか。など全てを考えて人の動きをつくっていく。この事についてはソフト事業で考えていくべきかと捉えております。まだ形が見えておりません。まちづくりはハードだけではなく、ソフトも考えていかなければならない。来年度再来年度はソフトの部分もつめていかななくてはならない。その中で、ああ、あわら贅沢。がどう活かされるのか考えていかなければならない。土木部と政策課がつめて考えていかなければならない。例えば、観光案内所・休憩スペースはどのような機能をもたしていくかというデザインでどうつろいでいただけるか。その中にああ、あわら贅沢という考え方が入ってこないといけない。周辺のお店とどう連携するかもふまえて考えていきますが、その中でああ、あわら贅沢。とはどういうものかも考えていかなければならない。野菜や果物を販売する市場のようなものを取り入れたりするのかなど考えて、あわら贅沢の発信をしていくべきかなと考えます。

そういう形で、まちづくりというソフトが出来ていこうと思います。

委員：

あわらむすびの今後飲食店のリーダーシップ。今後毎年あるのか商店街が進行していくのか教えてほしい。

ああ、あわら贅沢のロゴがいろんな形で出てくるようになるのか。昔、ああ笑ってるあわら温泉とかいろんなロゴが出来ては消えていっている。正直、本当に今後使っていくのか。ああ、という言葉が市民向けに使っていくのか対外的には使用するのか。ブランドサイトも市民向けにあわらって贅沢なんですよと市民向けに発信していくのかそれとも観光客とか学生にプログラムとして教えていくのか。今後の展望を教えてください。

事務局：

議事録要旨

あわらむすびについてですが、市内のあわらむすびというテーマで県内周知をはかってきました。次年度 9 月までは継続します。そのうえで、成果・効果を検証して、ブランド専門部会にはかって検討、今後の方向性について考えたいと思います。

ああ、あわら贅沢の発信について、現在はブランドサイトにて、あわら贅沢を掘り下げて掲載しております。この掲載につきましても市民向けなのかどうなのか曖昧な部分はある指摘の通りかと思えます。今後は発信の部分でターゲットをどう明確にして、どう伝えていくかブランド部会で協議しております。4 月以降のブランド部会で明確化していく方向性であります。そのうえで、目指すところを誘客なのか市民向けなのか部会の議題にのぼっております。目指すところは交流人口を増やしていくということに落ち着くのであろうと予想しております。今後ブランド部会にて方向性をはかりたいと考えております。

委員：

方向性はまだ決まってないということですね？

今後の中身もどうなるのか不透明ということですか？

事務局：

まだ、意見集約はできておりません。

委員：

大広さんをお願いしたいところがございます。

福井県は幸福度ナンバーワンの県です。行くとどういふ事でそれを感じることができるのか。子供たちがああ、あわら贅沢。を感じられるプログラムができれば素晴らしい事だと思う。プログラムにするのは難しいと思いますが、具現化できると良いかと思えます。

事務局：

発信事業のありかたを考えていきたいと思えます。

(2) 北陸新幹線芦原温泉駅舎デザインの選定について

事務局：

資料 1 をご覧ください。新幹線駅舎のデザインにつきましては、A 案から C 案の内、最終 1 案を本日の戦略会議で選定していただいた上で、来週の 26 日に大阪にありま

す新幹線駅舎を建設する鉄道・運輸機構に市の意向を伝える予定です。
この A 案、B 案、C 案ができた経緯について少しご説明します。平成 28 年度に「市民アンケート」を実施いたしました。1727 票の回答を市内外の方からいただきましたが、そのご意見を基に「芦原温泉駅周辺整備基本計画改定委員会」で「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を決定いたしました。このデザインコンセプトを基に、昨年 11 月に鉄道・運輸機構から A、B、C のデザイン案が提示され

議事録要旨

たところでございます。この3案について簡単に説明いたします。また、このデザインのアングルにつきましては、資料4の「新幹線駅舎デザイン案視点」この位置から、西口の顔として駅舎が描かれています。

それでは、資料1をご説明いたします。

(資料1 = A案、B案、C案の説明)

続きまして、資料2をご覧ください。デザインの選定に当たっては、市民や駅利用者の意見を反映するために、昨年11月から今年の1月末まで、公共施設や駅構内など市内17カ所にアンケートボックスを設置いたし、ご意見をいただいたところです。その他、金津高等学校の生徒の皆さんや、成人式に参加した皆さんからも回答をいただいております。資料2は、その結果を示したものです。回答総数は2659票でございました。順にその結果をご報告いたします。

(資料2の説明)

A案

肯定的な意見 明るい感じが良い、あわら市と坂井市の全体を考え東尋坊をモチーフにしているのが良い

否定的な意見 在来線の福井駅に似ている、白い建物は汚れが目立つ

B案

肯定的な意見 落ち着いた色合いが良い、和風、日本的な感じが良い、駅名にふさわしい駅舎である

否定的な意見 インパクトに欠ける

C案

肯定的な意見 すっきりとさわやかな感じである、自然な感じが出ていて良い

否定的な意見 コンセプトがデザインで伝わりにくい、個性がない

続きまして、資料3をご覧ください。

事務局としまして、アンケートにおいて多くの指示を集めました「B案」を市の意向として鉄道・運輸機構に回答したいと考えております。

なお、回答に当たりましては、付帯意見を付けて、より市の思いを駅舎建設に生かしていきたいと考えております。

(資料4のとおり)

4つの意見を付しまして、B案「あわら温泉の癒しと旅情が漂う駅」を鉄道・運輸機構に回答したいと考えておりますので、ブランド戦略会議の皆様にご協議いただきたいと思います。

【質問】

委員：

駅舎のデザインについてはいいんですが、駅舎構内については全く口は出せないんです

議事録要旨

よね。

事務局：

駅舎構内については、来年度、鉄道・運輸機構が詳細設計等を進める準備をしておりますので、その中で相談しながら進めてまいります。

会長：

駅舎の中は、通路しかない。口出ししようにも、何も無い。本当にただの通路だけです。そこから降り立った「賑わい広場」となる空間については、我々の知恵を働かせていけると思っています。駅前広場をどうするか、ご意見をいただきたい。

(3) 芦原温泉駅周辺まちづくりプランについて

事務局：

資料4をご覧ください。このプランにつきましては、新幹線の開業効果をあわら市全域に波及させるというような重要な考え方や思いがございまして、今後もう少し時間をかけまして、見直しを掛けたいと考えております。

当初、3月末までに完成させる予定でしたが、もう少し時間を頂戴いたしまして調整し、完成させていきたいと考えております。今回は途中の結果報告ということでご理解いただきたいと思っております。なお、完成につきましては、6月末を目処に完成させてまいりたいと考えております。また、せっかくの機会ですので、現在の案に対してご意見がございましたら、お聞かせいただきたいと思っております。

それでは、説明に入ります。昨年9月19日に開かれた第1回地域ブランド戦略会議で、一度このプランをお見せいたしました。そこから、大きく変更をしております。一番大きな変更点は、当初、新幹線駅舎から自由通路が接続されておりますけれど、こちらから道を挟んだ「土地活用検討街区」までアルファベットのAをかたちどった空中歩道を計画しておりました。積算に入ったところで、その費用があまりにも膨大であったということと、空中歩道を作ることによって、賑わい空間の人の流れが少なくなる要因にもなるというご意見をいただきまして計画を変更しております。現在は、A型の空中歩道を無くしまして、屋根（青く囲んだ部分）を計画しております。この上には、人が乗ることができません。また、賑わい空間から土地活用検討街区までは、アーケード（紫色で囲んだ部分）を計画しております。賑わい空間から土地活用検討街区まで、雨の日でも濡れずに歩いて行くことができます。それから、エリア自体も縮小しております。当初、福井信用金庫までのエリアを取り込んで計画していましたが、もう少し絞ったかたちで計画を見直しをいたしました。現在、サカノ電機の手前の道路までのエリアということで計画をしております。エリアを絞ったこともございまして、もともとこのエリアにあった計画の機能につきましては、ブックカフェなどにつきましては、既存のaキューブの奥の建物を利用して、再配置しております。また、広場と駅前をつなげるように、憩いの森

議事録要旨

を配置しております。賑わい空間の元々計画しておりました観光案内機能、トイレ機能、飲食店機能、お土産機能等に変更せずに、配置を少し見直して計画を進めております。土地活用検討街区にございました多目的施設のホール等につきましては、場所を移動して、手前の方のキッズスペース、体験スペース、飲食店と書いてある2階部分にホールを計画しております。全体的にみまして、規模を縮小しまして計画を変更しているというような感じになっています。ただし、冒頭申し上げたとおり、このまちづくりプランについては、もう少し時間をかけまして調整していきたいと考えております。以上、途中の経過ということで、説明を終わらせていただきます。

【質問】

会長：

ハードはこういったかたちになっているのですが、今行っているブランド事業である「ああ、あわら贅沢。」を、この機能にどうやって反映していくかという議論がされていない。それぞれが行っているだけです。

委員：

新幹線駅舎の中には、キオスクのような店舗はないのか。

事務局：

現在、JR 西日本と鉄道運輸機構が話しを詰めていると思われます。

委員：

なぜ、ブックカフェが中央ではなく隅っこにあるのか。また、このホールは、文化会館の代わりですか？

事務局：

ホールについては、200席～250席なので、文化会館の代わりではありません。ブックカフェにつきましては、憩いの森とともに移動させています。

委員：

どこにもないもの、どこにも負けないものを、一つでもいいから設置するよう言ってきました。これを見る限り、それはどの部分なのか。ハードでも、ソフトでもいいが、何かないのか。

事務局：

まさに、どこにもないものが「あわら贅沢」なのかと思っております。「ああ、あわら贅沢。」が表現できるような駅前でありたいなと思っております。それが、どこにもないものに

議事録要旨

つながるのだと思います。先ほどもブランド専門部会とのつながりが無いのご指摘を受けましたので、連携を取りながら、どういうふうに駅前に表現できるのか、今後詰めていきたいと思います。

委員：

この件につきましては、昨年議会とも議論を重ねております。「このまちを外から来る人たちのためにつくるのか、市民のためにつくるのか」どっちなのだ聞かれました。当然、どちでもあるのですが、私は市民を大事につくるべきだというふうにその時お答えしました。それは、観光客を無視しろということではありません。観光客については、きちんとおもてなしをしなければならないと思いますが、私はその前に、あわら市民がここに集まってきたくなるようなまちにしないと、外から人は来ないのではないかと思います。

委員：

温泉旅館の送迎用のバスは、どこに何台ほど停められるのでしょうか。

事務局：

現在のロータリーの機能につきましては、図面でいうところの右側に機能を移しております。交通事業者と一般利用者が使用するワンロータリーになっています。ただ、入口につきましては、北側から入って南口に出るといった一方通行のロータリー形式になっております。一般の駐車場については、11台停車できるようになっております。旅館の送迎用のバスについては、2台用意しております。図面には書ききれていないのですが、一般の駐車場の北側にもう2台スペースがございます。路線バス業者については、観光バスを含め4バース分。タクシー業者については、乗り降りで2台分、タクシーのプール場に10台用意しております。

委員：

旅館の送迎バスは、4台で足りるのでしょうか。

事務局：

旅館の送迎バスについては、旅館協同組合とも協議をさせていただいたことがございまして、可能であれば集約してほしいとお願いをいたしました。なかなか難しいというような回答をいただいておりますが、4台から増やすかどうかは、今後議論していきたいと考えております。なるべく集約して、二次交通の路線バスを使っただけのような施策であったり、JR 芦原温泉駅とあわら湯のまち駅を結ぶようなバスを計画したく、ソフトの方でそういった対応をしていくことも必要であると考えております。

委員：

議事録要旨

二次交通という点で、私は、各旅館で使用しているバスをシャトルバス化できればいいのではないかと考えています。行政側でそれを考えているのであれば、それをいち早くやっていただきたいと思います。

会長：

修学旅行で、バスが5台も6台も来た場合は、どこに止めればいいのかという問題もあります。そういったことも考えることが、「10年後を見据えた」ということだと思います。

委員：

ブランド戦略会議は、非常に大事な会議だと思っています。これだけ情報の詰まった資料を当日に出されても、まともな意見は言えません。他の市町と比べるわけではありませんが、通常ですとこういった会議の前には資料を送付して、内容が難しい場合は事前に説明に来ます。それを行っておけば、本日のようなダラダラした内容にはなりません。今後は、事前の行動を行ってほしいと思います。これは、忙しい中集まってくださっている委員の皆さんへの配慮です。まさしく、それこそ「まちづくり」ではないかと思いません。

事務局

会議の持ち方、資料の送付など、今後はきちんと進めてまいりたいと思います。大変申し訳ございませんでした。

委員：

旅館のドアT Oドアの件ですが、旅館側がお客様に対してどこにも寄せたくないというわけではありません。利便場上、送迎をせざるを得ないという状況があって行っています。あわら湯のまち駅と芦原温泉駅の活性化のためには、シャトルバスが必要だと思っています。そうすることによって両方生きますし、どうしてもどこにも行きたくないお客様については、送迎バスで送迎をすればいいんです。自己負担で行うのですから、それでいいのですよ。そうすれば、お客様は自由に行けるじゃないですか。駅前に賑わいを造っても、お客様が滞在してくれなければ意味がありません。実際に、「手ぶら観光」は増えているわけですから、それを踏まえて考えていただきたいと思います。

また、駐車場の件ですが、足りない分については、構造物で台数を増やすというような可能性はあるのでしょうか。

会長：

民間活力をどう導入できるのかを考える必要があります。必ずお金をもらえるのは駐車場だけです。2月の大雪で、市の駐車場は全て雪に埋もれてしまいました。屋根付きの二階建てだったならば、雪に埋もれることはなかった。しかし、市がそこまですると管理

議事録要旨

が難しいので、「そういったことをできませんか」と民間へ投げかけているところです。それと、近くにレンタカーのスペースも設けてほしいと思っています。駐車場については、可能性が一番あるところだと思います。そうしなければ、先ほど副市長が言ったようなホールを利用しても、市民が駐車できるスペースがありませんから。

委員：

新幹線駅舎の集札改札口はどこになるのでしょうか。

事務局：

2階です。2階の改札口を入ったところには待合室があります。3階部分には新幹線が入ります。そのホームにも待合室はあります。

委員：

新幹線に乗らない人は一切見ることができない構造になっていると思われます。改札をくぐらないと見られない。今はどこの駅でも、「鉄道を利用しない人でも来る駅にしよう」というような駅づくりをしています。それを、鉄道を利用する人以外来ていないというような造りにするのは、ナンセンスだと思います。駅を中心にまちづくりを行うのであれば、駅に来る理由の一つになるような構造にすべきです。今まで、いろんな駅舎の事例を見学してきたのに、一つも芦原温泉駅に反映されていないのはさみしい限りです。もし、少しでも可能性があるのであれば、JRにしつこく提言していくべきだと思います。

会長：

私は、自由通路は23億で予算が固まっているので、何を言ってもできませんと聞いています。在来線駅舎と自由通路をつなげるのも、何年先になるかわかりませんと聞いています。ですので、降り立ったところから勝負だと考えています。新幹線駅舎は必要最小限のものになると思われます。

委員：

駅構内に必要最小限のものしかないのはさみしいですね。武生駅には、ホームに刃物を使った作り物が置いてあります。あれがあるだけでも、刃物のまちなんだなとわかってもらえます。あわら市にも「本陣飾り物」という文化があるのですから、何かしらそういった飾るスペースがあるといいと思います。

事務局：

スペースはあるのではないかと思いますので、実際にできるかどうかはわかりませんが、進めていきたいと思っています。

議事録要旨

	<p>委員：</p> <p>私が幼かった頃は、芦原温泉駅周辺は非常に賑わっていました。資料4の図面を見る限り、だんだんと縮小されてしまっています。当初はもっと夢のある計画だったように思いますが、再度もう一度協議することも必要なのではないかと思えます。若い人が集まるような場所にするのならば、本屋が必要だと思いますし、映画を見るようなホールがあってもいいですし、お母さん方が衣類を購入できるお店がほしいというのは、市民の思いなんです。そういったものがここにはないのは、市民の思いが反映されていないように感じます。</p> <p>会長：</p> <p>現実的に考えまして、周辺に商店街があります。チャレンジショップやお店のリニューアルなどで頑張っている店舗がありますので、そういった店舗の足を引っ張ってはダメだと考えています。</p> <p>委員：</p> <p>特別にエリア指定はしていないのですか。</p> <p>事務局：</p> <p>していません。 交通結節点の場所ではあります。</p> <p>委員：</p> <p>この周辺に人を住まわすとか、そういう考え方はあるのですか。中心市街地活性化基本計画に指定されているエリアですか。</p> <p>事務局：</p> <p>いいえ。唯一、立地適正化計画があります。都市機能誘導区域の中にあります。</p> <p>5 その他</p> <p>事務局：</p> <p>平成30年度第1回ブランド戦略会議を、6月または7月に開催する予定をしております。詳細が決まり次第ご連絡いたします。また、委員の皆様の任期につきましては、3月31日までとなっておりますが、引き続きお願いしたいと考えております。よろしくご願いたします。</p> <p>会長：</p> <p>本日言い足りないことがございましたら、いつでもお越しいただきたいと思えます。</p>
--	--

議事録要旨

	<p>まちづくりデザイン部会長：</p> <p>資料4につきましては、12月議会定例会当時の資料です。今現在はこの資料のとおりではございませんので、次の戦略会議には期待していただきたいと思います。</p> <p>事務局：</p> <p>それでは、本日の日程につきましては、以上で終了したいと思います。これにて会議を閉じたいと思います。長時間に渡りありがとうございました。引き続き、皆様方のご協力をお願いいたします。</p>
--	---