

第4回ブランド専門部会

日時 平成28年9月6日 19:30～

場所 あわら市役所 102会議室

会議次第

1 開会

2 部会長あいさつ

3 協議事項

(1) 前回会議のおさらい

(2) グループディスカッション

(3) 全体まとめ

(4) シンボルマーク決定プロセスについて

(5) 今後の予定について

4 閉会

ブランド専門部会員名簿

(敬称略)

区 分	役 職	氏 名	備 考
市民		五十嵐 平	部会長・馬場区
市民		江 畑 将 享	中浜区
市民		奥 中 秀 尚	中番区
市民		笹 岡 太久磨	新富区
市民		吉 田 知 奈	十日区
福井工業大学(建築土木工学科)	准教授	下 川 勇	
あわら市	課長補佐	藤 田 由 紀	政策課
あわら市	主 事	松 本 智 美	子育て支援課
あわら市	主 事	西 田 浩 也	総務課
あわら市	主 事	堀 川 由 貴	観光商工課
あわら市	主 事	中 島 綾 一	農林水産課

オブザーバー

(敬称略)

(株)大広		菱 田 和 宏	
(株)大広		新 島 宏	
(株)大広北陸		渡 辺 智 典	
うたみな		山 中 貴 裕	

事務局

あわら市総務部政策課	課 長	小 嶋 範 久	
	課長補佐	山 口 功 治	
	主 査	赤 神 貴 幸	

[あわらし地域ブランド創出事業]
ブランド専門部会
～ 第4回専門部会 ～

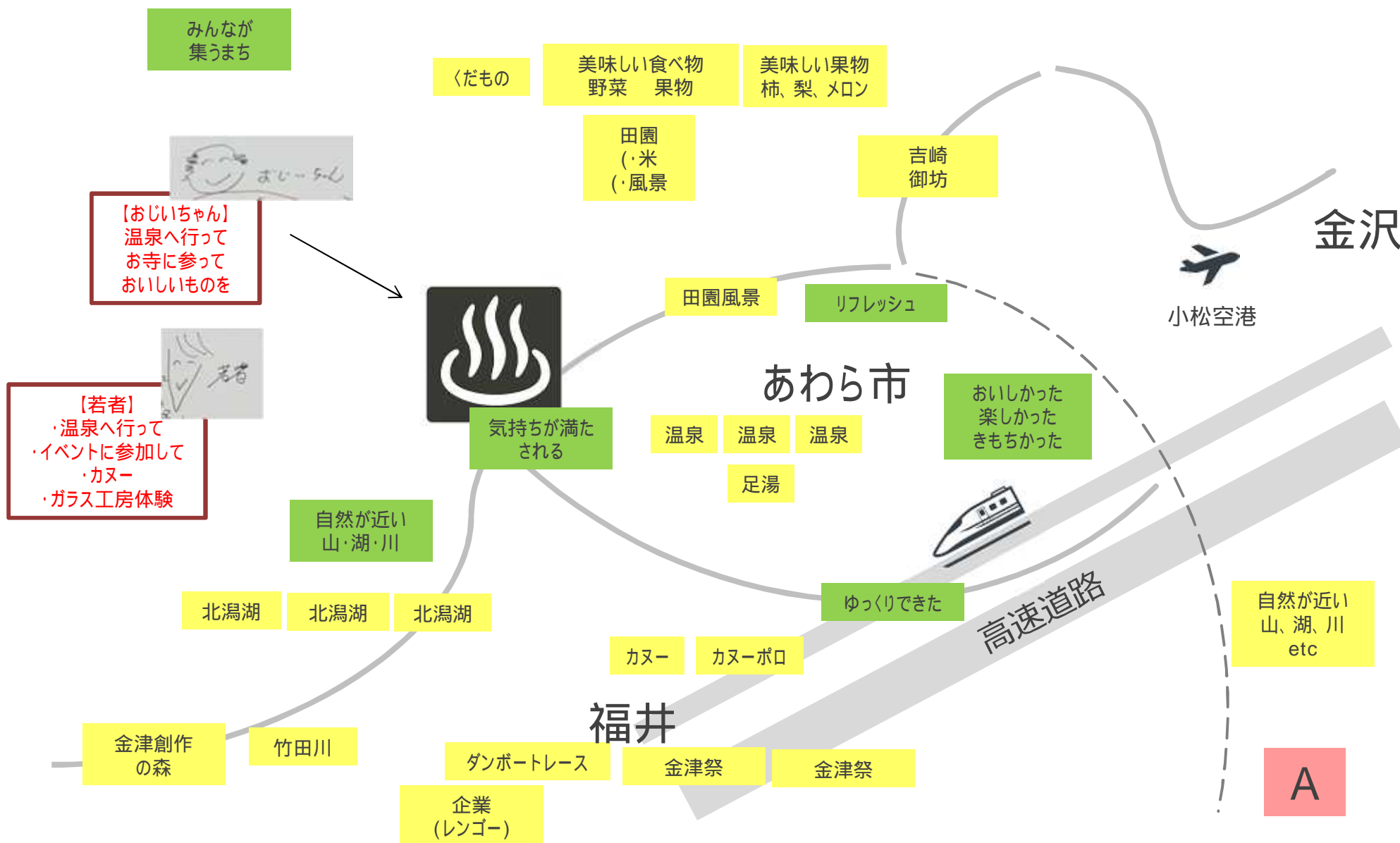
2016年9月6日

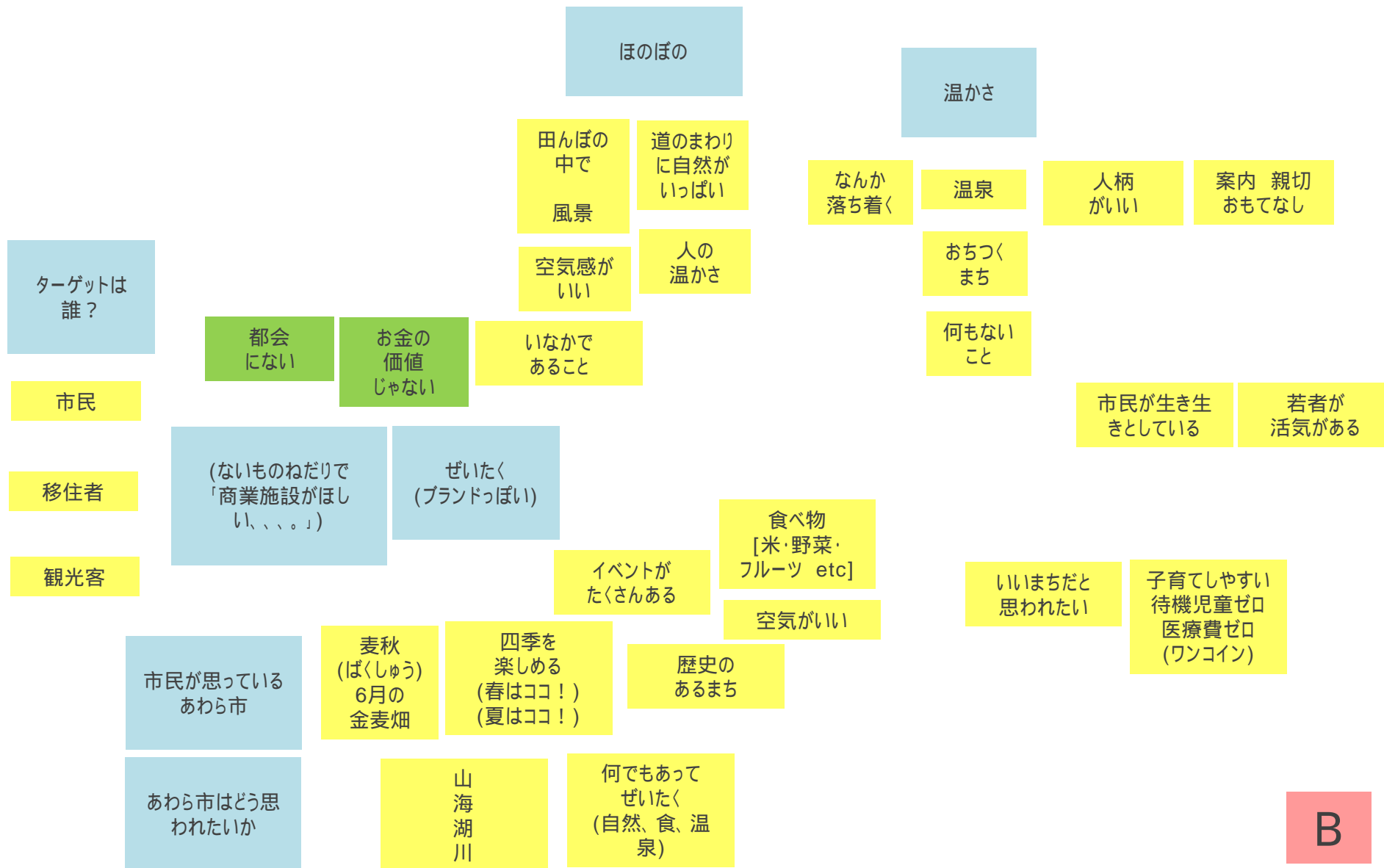
DAIKO

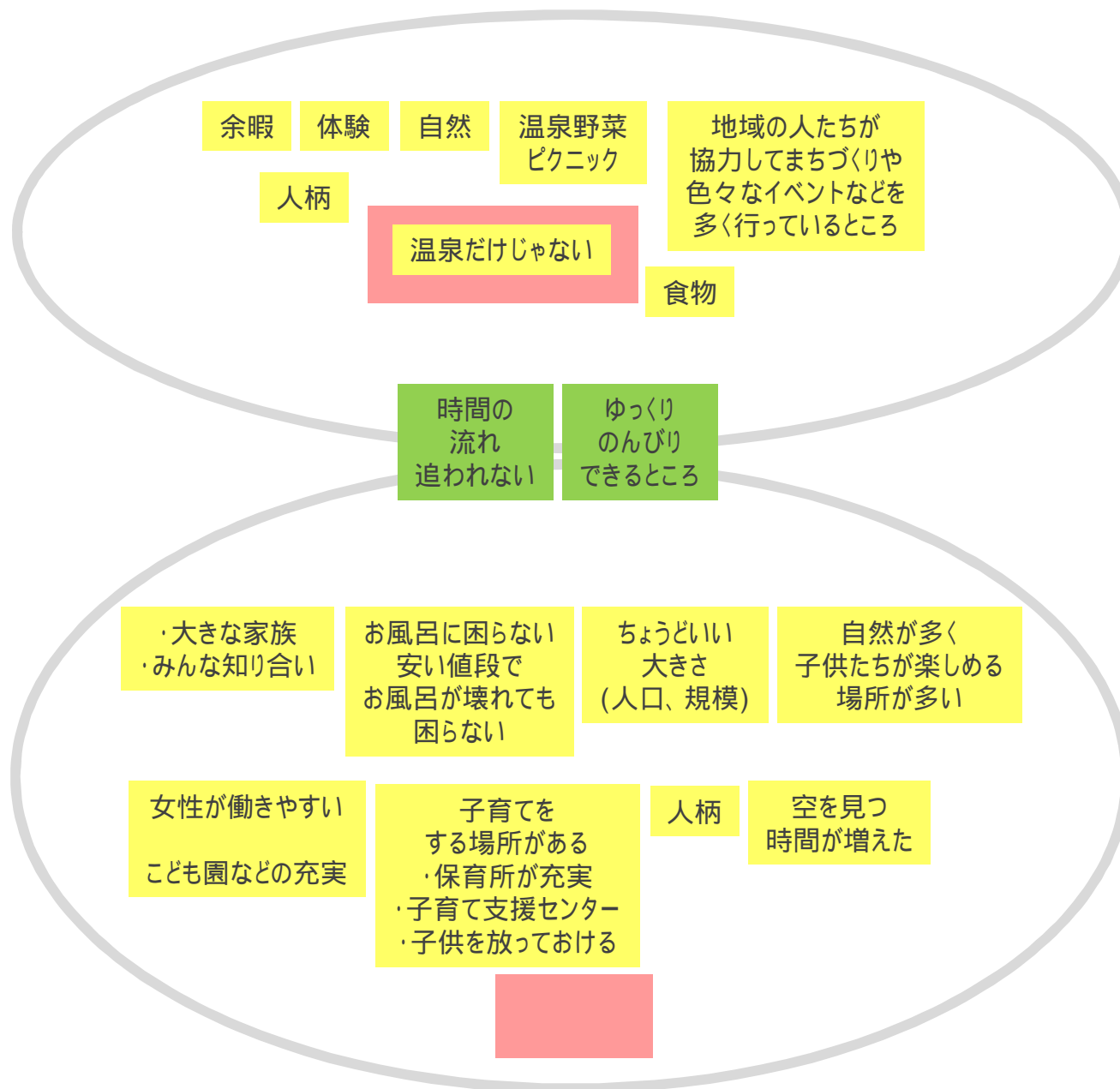
Ideas win
Ideas bring success to clients and
value to consumers.

1. 19:30 ~ 19:50 前回の振り返り、本日の内容について
2. 19:50 ~ 20:20 3班に分かれてグループディスカッション
『都会にはない/お金では買えない 贅沢のあるまち』の検証
コピー案を提示し、それに対してグループごとにディスカッション。
3. 20:20 ~ 20:50 グループディスカッション発表（1班あたり発表7分、質疑3分）
4. 20:50 ~ 21:00 全体まとめ
5. 21:00 ~ 21:30 シンボルマーク決定プロセスについて
6. 21:30 ~ 21:40 今後のスケジュール

1. 前回の振り返り







Aチーム

「温泉 + 自然・食べもの・祭り・名所旧跡」「温泉 リフレッシュ、ゆっくりできた」など**温泉を核**にいろいろなモノやコトがあるまち。

Cチーム

「温泉だけじゃない」「温泉とあわら人の共通項としての温かさ」、そのような**時間の流れがゆるやかで、のんびりゆったりできる、温かいまち。**

共通項であり、ポイント

温泉はもちろんだけど、温泉だけじゃない

Bチーム

「温泉も自然も食もそろっていて贅沢」「その贅沢は都会にはないもので、お金を払えば手に入るものではない」。あわらは**都会にはない贅沢があるまち。**

都会にはない**贅沢**があるまち

- ☞ 温泉だけじゃない、日常の暮らしの満足度が高く自然や食などいろいろな魅力があることを、「贅沢」という言葉がうまく言い表している。（部会員）
- ☞ 市民の思いをうまく言い表しているだけでなく、都会の人にとってもどんなところが気になる、興味がわく。（うたみな山中）
- ☞ 「贅沢」はブランドコンセプトの有力な候補となるのでは。（部会長）

次回9/6に引き続き検討

2 ~ 4. グループディスカッション

都会にはない**贅沢**があるまち

このブランドコンセプト（どう思われたいのか）を伝えるためのスローガンを3つ考えました。
各案で受けた印象をもとに、次の2点をグループごとにディスカッションしてください。

「**贅沢**」というキーワードは、あわらの魅力をしっかりと伝えられていますか？

これらのスローガンは、下記の各層に対して、どのような印象を与えると思いますか？

- 市民
- 出身者
- 観光客
- Uターン希望者
- その他移住希望者

その際、宿題としていた

「あわらの価値、あわら市・あわら市民が大切にしていること（現状既にあるもの・今後こうなったらいいと思うもの）」
と照らし合わせてお考えください。

1. 本日のグループディスカッションおよび総括ディスカッションで、あわらの「誇りや宝」・あわら市民の思う「幸せを実感できるまち」をもとに、あわら市はどのように思われたいのかを検討しました。本日のディスカッションを踏まえ、**あわらの価値、あわら市・あわら市民が大切にしていること**をお考えください。その際、**現状既にあるもの**と**今後こうなったらいいと思うもの**もあわせてお考えください。

キーワードマッピングでお書きください

5. シンボルマーク決定プロセス

2. シンボルマーク決定プロセスでは、より多くの市民を巻き込むことで、ブランドコンセプトへの市民全体の意思統一を図ろうとしています。

前述の案1、案2に変わる**新しい方法（案3）**があれば、お書きください。

案1、もしくは案2で決めていく場合でも、**もっと市民のみなさんの理解を深める工夫**はあると思います。その工夫を考えてください。

新しい方法（案3）

案1 / 案2での工夫

案1

ブランドメッセージ（スローガン、ステートメント）・シンボルマークの候補案3案を専門部会で選出。
その3案を市民WEB投票で最終決定。

- 8/31～9/12 ブランドコンセプトとして表現したいこと（どのようなまちだと思われたいのか）のキーワード案決定
- 9/16 ブランドコンセプトとして表現したいことのキーワード確定を第2回地域ブランド戦略会議で確定
- 9/下旬～10/中旬 市民WEB投票にかける「ブランドメッセージ（スローガン、説明コピー）+シンボルマーク」3案をブランド専門部会で決定
- 10/中旬以降 第3回地域ブランド戦略会議での報告
- 11/27 まちづくりデザイン市民公開プレゼン時に、こちらも市民投票
- 12/頭 市長が「ブランドメッセージ（スローガン、説明コピー）+シンボルマーク」を発表

案2

ブランドメッセージ（スローガン、ステートメント）を専門部会で決定。
それにもとづくシンボルマークを全国から公募し、2017年1月：成人式の後、同会場にて市民投票（案）
のタイミングで 市民投票を行い、シンボルマークを決定。

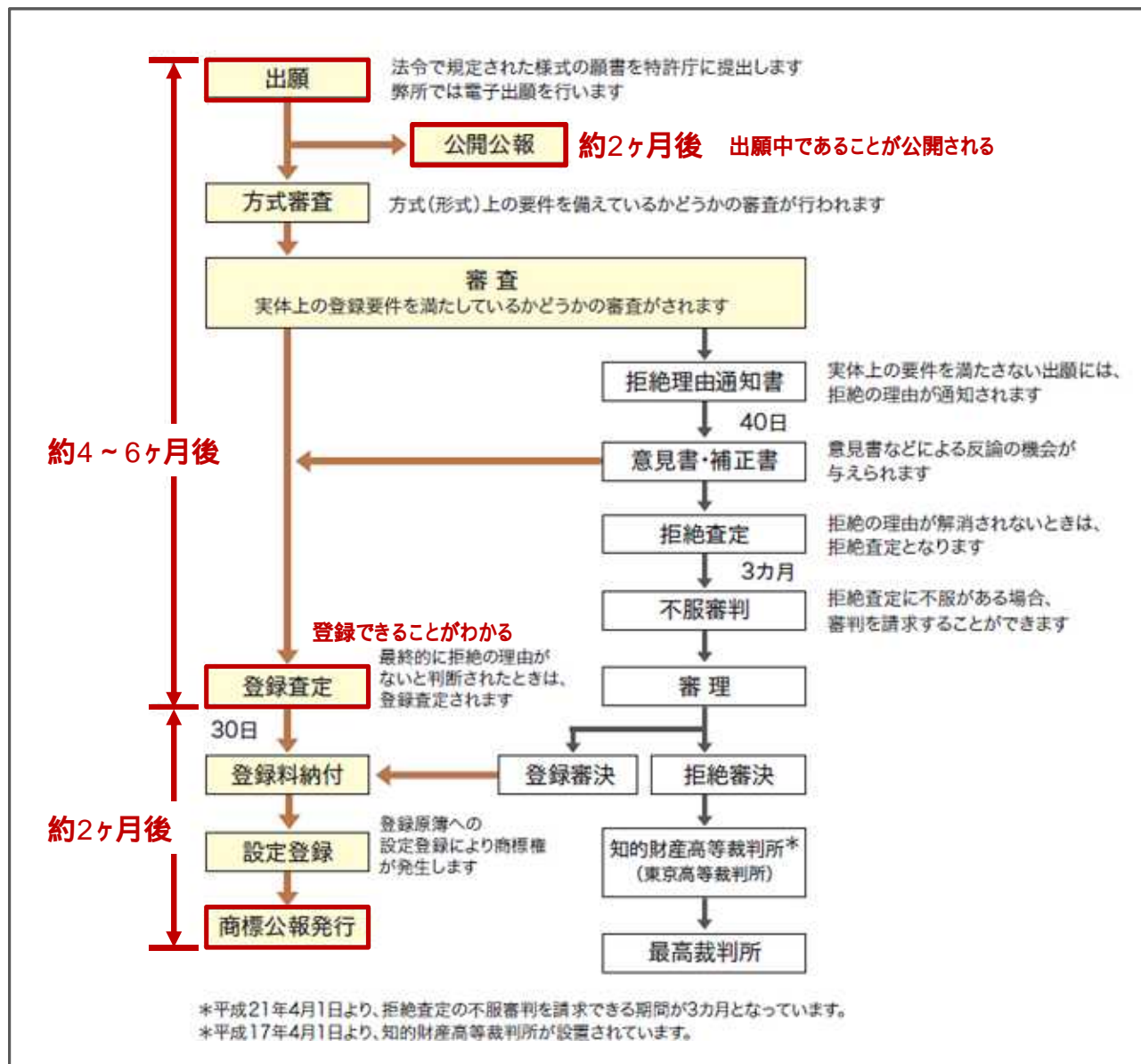
- 8/31～9/12 ブランドコンセプトとして表現したいこと（どのようなまちだと思われたいのか）のキーワード確定
- 9/16 ブランドコンセプトとして表現したいことのキーワード確定を第2回地域ブランド戦略会議で確定
- 9/下旬～10/中旬 市民WEB投票にかける「ブランドメッセージ（スローガン、説明コピー）+シンボルマーク」3案をブランド専門部会で決定
- 10/中旬以降 第3回地域ブランド戦略会議での報告
- 10/中旬～下旬 市長が「ブランドメッセージ（スローガン、説明コピー）」を発表。同時に、シンボルマークの公募を発表
- 11/1～30 シンボルマークデザイン公募
- 12/上旬 ブランド専門部会で市民投票にかける候補案を決定
- 12/中旬～下旬 商標（意匠）チェック 簡易調査
- 1/9（成人式） 成人式の後、同会場にて市民投票（案）
- 1/中旬～下旬 シンボルマーク発表

下記の理由で案2が有力！

- ☞ 具体的なアウトプットとして、スローガン・ステートメントは専門部会で決めたい。
- ☞ 公募することで、検討プロセス段階で全国発信できる。
- ☞ 市民に対して、決定したスローガン・ステートメントを読んでもらう方が、正しい理解が進み、意思の統一ができる。

- 東京オリンピックエンブレム問題以降、ブランドスローガンやシンボルマークについても、しっかり商標登録をするケースが増えています。ブランドスローガンについては「文字商標」、シンボルマークについては「図形商標」の登録となります。
- 商標出願から登録までのステップを左記に示しておりますが、世間への発表として安全なタイミングは、早くても出願中であることが公開される「公開広報」後となります。
- 今回の場合はさらに早いタイミングが求められておりますが、となれば、出願前の事前調査結果によって、発表することになります。
- 調査を依頼する弁理士との相談になりますが、下記のようなものを選んでいくべきです。
 - 文字商標：できるだけ類似商標がないもの
 - 図形商標：「北陸あわら」などの文字とセットにしたシンボルマークや文字商標をデザイン化したもの
- また、シンボルマークを公募する場合は、市民投票にかけるもの全てについて、商標チェックを済ませておくべきです。公募時に、上記のような工夫をすることも考えられます。

商標出願から登録までの流れのステップ



6. 今後のスケジュール

あわらの未来づくりアンケート

- 7/15 配布開始
- 8/19 投函締切
- 8月末 集計アップ

8/5 第2回ブランド専門部会

宿題とした「素朴さ」「人情」「優しさ」「温かさ」について、「あわらしさ・誇れる点・自慢できる点」をもとに、ブランドコンセプトとして表現したいこと（どのようなまちだと思われたいのか）のキーワードの検討。

WEBサイトで紹介していくべき「モノ・ヒト・コト・バショ」のピックアップ、紹介の仕方の検討、優先順位付け（取材スタートへ）
専門部会員だけでなく、より多くの市民の投票でシンボルマークを決定するための手法の検討

案1) ブランドメッセージ（スローガン、説明コピー）・シンボルマークの候補案3案を専門部会で選出。その3案を市民WEB投票で最終決定。

案2) ブランドメッセージ（スローガン、説明コピー）を専門部会で決定。それにもとづくシンボルマークを全国から公募し、11月のまちづくりデザイン市民公開コンペのタイミングで市民投票を行い、シンボルマークを決定。

8/31 第3回ブランド専門部会

宿題とした、ピックアップされた抽象的なキーワードは本当にあわらしさを表せているのか、他のまちと比べて、あわらのよいところ、を共有し、いろいろな方の意見・価値観を認識。

上記アンケートで抽出された「市外の人に伝えたい 誇りや宝」「将来のあわら市像」をもとに、ブランドコンセプトとして表現したいこと（どのようなまちだと思われたいのか）のキーワード確定。

9/6 第4回ブランド専門部会

8/31の第3回専門部会でのディスカッション内容をもとに、再度検討。ブランドコンセプト・キーワード決定。

9/16 10:00～ 第2回地域ブランド戦略会議

- 確定したブランドコンセプト・キーワードについて、その検討プロセスも含めて、専門部会（長）様より報告。

9月末 第5回ブランド専門部会

確定されたブランドコンセプト・キーワードをもとに、

- ブランドメッセージ（スローガン、説明コピー）
- シンボルマーク

など、ブランディング・エレメントを候補案の中から決定します。

（ 10月中旬 第6回ブランド専門部会 ）

- 第5回でブランドメッセージ（スローガン、説明コピー）・シンボルマークを決定できなかった場合、新たな候補案の中から決定。
- 9/26（予定）の第2回地域ブランド戦略会議へ、専門部会（長）様より報告。

10月中旬以降 第3回地域ブランド戦略会議

- 確定したブランドメッセージ（スローガン、説明コピー）・シンボルマークについて、その検討プロセスも含めて、専門部会（長）様より報告。

11/27or1/9 市民投票

- 案1）ブランドメッセージ（スローガン、ステートメント）+シンボルマークの候補案3案を専門部会で選出。その3案を市民WEB投票で最終決定。
11/27
- 案2）ブランドメッセージ（スローガン、ステートメント）を専門部会で決定。それにもとづくシンボルマークを全国から公募し、その公募案の中から専門部会が選んだ候補案を市民投票
1/9（成人式の後、同会場で）

12月～1月 市長記者会見

- あわら市地域ブランドとして、ブランドメッセージ（スローガン、説明コピー）、シンボルマークなどを発表。