

平成30年度第4回ブランド専門部会

日時 平成30年8月30日(木) 19:00～

場所 あわら市役所 202会議室

会 議 次 第

1 開会

2 部会長あいさつ

3 協議事項

(1) 平成30年度事業の具体的な進め方について

- ・あわら市地域ブランド戦略会議での指摘事項について
- ・今後の具体的な進め方について

(2) その他

- ・新たなメンバー候補について
- ・次回の部会開催日の決定について（9月中旬～下旬開催で調整）

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		奥 中 秀 尚	中番区
市民		笹 岡 太久磨	新富区
市民		伊 藤 佑 樹	十日区
福井工業大学（建築土木工学科）	教 授	下 川 勇	学識経験者
あわら市	主 査	松 本 智 美	議会事務局
あわら市	主 査	見 澤 香 織	金津図書館
あわら市	主 査	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)大広北陸福井支社		芦 澤 邦 夫	
(株)大広北陸福井支社		越 智 健 一	
(株)大広北陸福井支社		上 野 耕 平	
うたみな		山 中 貴 裕	

事務局

あわら市総務部政策課	課 長	武 田 正 彦	
	課長補佐	藤 田 由 紀	
	主 査	山 崎 公 聖	

議事録要旨

会議名	平成 30 年度 第 1 回あわらし地域ブランド戦略会議
開催日時	平成 30 年 7 月 5 日 (木) 14 : 00 ~ 16 : 30
開催場所	あわらし市役所 正庁
出席者 (敬称略)	<p>【地域ブランド戦略会議委員 (11 名)】</p> <p>あわらし市長 / 佐々木康男、あわらし商工会 / 赤尾政治 (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)、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)、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 (教授)、(株)福井銀行芦原支店 / 長谷川慎治 (支店長)、あわらし地区区長会連絡協議会 / 立尾章英 (副会長)、あわらし教育委員会 / 大代紀夫 (教育長)</p> <p>【専門部会 (2 名)】</p> <p>芦原温泉駅まちづくりデザイン部会 / 笹原修之 (部会長)、ブランド専門部会 / 五十嵐平 (部会長)</p> <p>【オブザーバー (3 名)】</p> <p>●大広 / 菱田 ●大広北陸 / 越智、上野</p> <p>【事務局 (9 名)】</p> <p>あわらし市総務部 / 城戸橋 (部長)、あわらし市土木部 / 小嶋 (部長)、鳥山 (理事)、あわらし総務部政策課 / 武田 (課長)、藤田 (課長補佐)、あわらし市土木部新幹線まちづくり課 / 永井 (課長)、山本 (課長補佐)、赤神 (主任)</p>
協議事項	平成 30 年度地域ブランド発信事業について
会議内容 要旨	<p>進行) 事務局</p> <p>●会長</p> <p>3 年目を迎えた地域ブランド戦略会議、芦原温泉駅開業まであと 5 年となった。本日は魅力発信事業における新年度の事業計画とこれまで協議検討した芦原温泉駅周辺まちづくりプランの報告をする。本年度最初の戦略会議となる。今年度以降の事業展開を見据えてご意見を賜りたい。</p> <p>(1) 平成 30 年度地域ブランド発信事業について</p> <p>●事務局</p> <p>地域ブランド発信事業について。平成 30 年度の企画予算額は 1097 万。昨年、公募型プロポーザル方式で選定した株式会社大広北陸福井支社と随意契約を結んでいる。委託契約額は 1096 万 9560 円です。</p> <p>●ブランド専門部会長</p> <p>平成 30 年度のブランド専門部会では「ブランドサイトコンテンツ制作」と「あわらむすび</p>

議事録要旨

project]を継続して展開し、さらに新たな活動を企画推進していく。企画するにあたり、今一度、「誰のために、どうことをするか」の再確認を行った。その上で 2022 年度の北陸新幹線開業に向けて何をすべきか逆算し、2018 年度の活動内容を計画した。「ああ、あわら贅沢。～都会にはないぜいたくがあるまち～」があわら市に広く深く浸透し、より魅力的なまちになるために中長期の視点を踏まえた活動計画を報告する。まず市民に浸透し、そこから県外、海外に浸透していくような形で考えている。

●オブザーバー

3月のブランド専門部会には佐々木市長にも出席いただき、意見交換をした。そのとき、佐々木市長から「地域ブランドは知名度の向上やふるさとに対する自信や誇りを高めるものだ。観光客のためにするのではない。自分たちあわら市民のためにする。誘客も大事だが地域の活性化、市民の豊かな生活や幸せに繋がることがブランディングの最終目的と思っている」との言葉をいただいた。これはブランド専門部会で今まで検討してきた「ああ、あわら贅沢」都会にはないぜいたくがあるまちだという価値基準を作るという点と相まっている。2018年からブランドスローガンに「都会にはないぜいたくがあるまち」を付け加え、「あわら贅沢」がどのようなものかをよりスムーズに伝えられるようにした。地域ブランド創出活動とは「都会にはないぜいたくがある」を基準としたまちの価値づくり。それは都会にはないぜいたくに市民が「気づく」「見つける」「つくる」を踏まえて、発信していくことだと考える。短期的プロモーションではなく、あわら市民の根幹となる価値づくりに繋げる。難しいのは、あわらの人は自分たちの普段の暮らしがよその暮らしとは違うことに気づけないという点。だから、すでにいろいろな形で収集・整理されている“あわらの日常”をもとに「ああ、あわら贅沢」を再編集するところから始める。

活動計画としては大きく2つ。1が「市民に気づかせる、見つけてもらう」。2が「市民と新たに作り、発信する」。これらを北陸新幹線開業に向けて段階的に活動を展開していく。

1では「ああ、あわら贅沢」の再編集、市内の小中学校で「あわら贅沢さがし」の授業、「ああ、あわら贅沢」写真コンテストといったことを計画している。さらに支所のあわら贅沢スペースを活動発信拠点にするというアイデアも出た。これは部会を離れて市役所政策課で推進していただけることとなった。

2では「ああ、あわら贅沢」公式 MOOK 発刊、あわら week@ふくい南青山 291 の有効活動を考えている。

これらの地域ブランド創出活動によって、市民と市外とでそれぞれ態度変容を5段階で獲得していく。その指標はアンケートやサイトアクセス数、写真コンテスト応募数、イベント参加者数などで取得する。まずはアンケートで現在の基準を見つけ、これからの目標値を設定できればと考える。

今年の活動としては、

1. 「ああ、あわら贅沢」編集活動

議事録要旨

2.「あわら贅沢さがし授業」の2019年下期スタートを見込んだ準備
3.市役所1階のあわら贅沢スペースを活動拠点にする（あわら市役所政策課の業務として）

の3つを掲げている。活動母体はブランド専門部会。1の編集活動をスピード感を持って進めるため、ジャンルごとに2名体制で担当分けをする。並行してあわら贅沢さがし授業の準備を進める。そのため、現在10名の部会員を20~25名規模に拡充し、第2期ブランド専門部会としたい。

●事務局

ただいまの報告についてご意見、ご質問があればお願いします。

●委員

ブランド専門部会の役割には内向きと外向きがあると思うが、ここに書かれているのは内向きがほとんど。我々が一番望んでいる外向きのことが載っていない。なぜ今年外向きに予算を使っていないか疑問。あわらがナイキやルイ・ヴィトンのように日本や世界で認知されるブランドになるよう、認知度を高める活動をしてほしい。

●オブザーバー

あわらを単に知ってもらっただけではブランディングにならない。そのための価値基準を「都会にはないぜいたくがあるまち」とした。あわらのブランド価値を高めるには市民が気づいて、見つけて、作っていくことをどんどんやっていくのが大切だと思い、新たな活動として部会で決めた。今後、情報発信を活性化していくためにも、2022年度の北陸新幹線開業に向けて「あわら贅沢ってなんだろう」に立ち返ることが新たな活動として重要だと考えている。

●委員

去年からスタートしているので、いくつかの重要コンテンツが出ているはず。なぜ2022年がターゲット？走りながら考えながらやればいいのか？今年、発信に力を入れない理由は？

●オブザーバー

発信はサイトコンテンツでやっている。やりつつ部会で話し合った結果、あわら贅沢とは何かはまだ部会でも浸透していないと感じたので、市内全体に浸透するにはもっと具体的に活動化していこう、となった。

●委員

ブランドサイトは作っただけで発信されていないのではないか。人にターゲットを当てたコ

議事録要旨

コンテンツを追加するとのことだが、それではあわらの魅力が高まらない。発信のための費用をブランド部会か市が負担するのかわからないが、もっと市外県外に発信する素材があるのではないか。

●委員

ブランド部会長としてどう思うか？ 幸福度 No.1 の福井県といってもそれを何で感じられるのか。あわら贅沢を県外の人に何を持って体感してもらえるのか、よくわからない。部会長は部会を通してワクワク感はあったのか。批判ではなくどう思ったかを聞きたい。

●ブランド専門部会長

2年前からあわら市の良さを考えた結果がこれです。予算があれば大都市のようなやり方のできるが、予算が少ない中、何を売りにするかを部会で考え、「癒し」や「都会にはない贅沢」がキーワードとして出てきた。大枠はできているが中身、根本を固めないとちゃんとした発信ができない。発信もいいがターゲットも含め、内部で作り上げないと次に進めない。MOOK を作るにしても学校教育にしても底辺が固まっていない。今年は核を作ると考えている。

●委員

ふくい南青山 291 も情報発信地だが、どれだけ人が来ているのか疑問。いろんな手法があるが、この部会で考えることと PR することを分けてやっていかないといけないのではないか。私たち観光協会という PR する側からすると、これを売ってくれと言われても困る。あわら市に来るとこういうコンテンツやプログラムがあって贅沢が体感できる、と具体的に出来ていると PR できる。贅沢なものがあります、伝統料理があります、というだけでは全国やっているし、とんがらない。贅沢の観点は個人で違うので測りにくい、観光の観点だけでいうと今までと何も変わっていない。責任を押し付けるつもりはないが、もう少し話をしたほうがいいのでは。例えばおむすびは金沢駅でも売れているコンテンツ。あわらでも新幹線の芦原温泉駅でコシヒカリのおむすびを売って、（高級な米を使ったおむすびが）日常に溢れているのを贅沢とすれば、田舎らしい駅となる。こういう具体的なことが欲しい。

●委員

決定的に欠けているのが経済評価の方法。ロングスパンという話があったが、税金を投入し続けられない。となると、今やっている事業で何が収益性があるか精査の必要がある。その感覚でいくと、あんまりゆっくりしてられない。事業スケジュールの中にどこまでか検証期間で、どこからが実施する期間かを整理して事業計画をしていかないと聞けないと感じた。

議事録要旨

●委員

対外広報の予算はブランド部会で持っていていい？ 広報はあわら市側でやると分かっているものなのか？

●委員

一般的には分かれている。お金ありきの話をすると、予算がないと何もできないとなってしまうが、そうではない。どうすれば効果的な事業を展開できるか。MOOK の話があったが、県外有名人に評価してもらうなど、やり方はまだまだある。もう一度しっかり具体的な視点で考えたい。

●委員

コーディネーターの大広さんは広報のプロ。案はいくらでも持っているが、予算がないとやれない歯がゆさがあるのかと思った。

●事務局

予算の縛りはあるが、予算配分については融通がきく部分もある。一定の枠の中で進めている。内向きの話になるが、2016 年度の市民アンケートでは「ああ、あわら贅沢」を知っている人が 5 割。昨年の市民アンケートでは 58%まで上がっている。これは、聞いたことがある、知っているというだけで、あわら贅沢の共通認識までいっていないという部会の検討結果を踏まえて、見つけて探して磨き上げていこうという事業展開になっている。

●委員

教育分野の話は、前もって政策課と話をしている。私たちの分野で子どもたちは重要な存在。我々はふるさと教育を重視しているので、（あわら贅沢さがし授業は）方向性としては異なるものではない。「あわら贅沢」に乗せて、ふるさとのいいところを発信していくことを大事にしたい。金津中学校では修学旅行で自分たちが作ったあわらのパンフを神楽坂の商店街で配ったりしているし、小学校の英語教育でも自国の良さを知らないと相手に伝えられない。各学校事情はあるが、カリキュラムに無理のない範囲で進めていきたい。

●委員

あわら贅沢とは市民が誇りに思うことじゃないかと感じるので、市民に公募し、私のあわら贅沢を言ってもらってはどうか。そうでないと具体的に見えてこない。

●オブザーバー

「ああ、あわら贅沢」というスローガンを決める一番最初の活動として、「あなたが思うあ

議事録要旨

わら市の誇り」という市民アンケートを取り、分析の結果を部会で見てここに至った。上がった意見を総合したのが、ステートメントであり、アンケートや部会のディスカッションで見えて来たあわらの良さとなった次第。

●委員

生徒が東京の修学旅行でプレゼンする話が出たが、受け入れ先としてもできるのではないか。例えば金沢では受け入れ段階で高校生がガイドとなって班別行動の時に案内をしており、（現地を訪ねた）学校側の評価が良い。来てもらったときに中学生が案内するなど交流の場を持つことは、今後、発展的に可能か？

●委員

可能だと思う。学校はそれぞれのカリキュラムで動くが、総合的な学習や相手が外国人なら英語の授業の一環としてやれることはある。すでにあわら市と姉妹都市の下妻市に中学生が出かけてメッセージを伝える授業が始まっている。勉強して発信するのは現在進行形。

●委員

金沢市内の班別行動のとき、能登の民宿が定番コースになりつつある。PR の立場でいうと、学生との交流があるというのは、キラーコンテンツになりうる。観光面からもお願いしたい。

●委員

子どもたちがあわらを勉強して発信する機会というのは非常にありがたい。学校の負担を考え、適切な時間でやれるなら歓迎。

（2）芦原温泉駅周辺まちづくりプランについて

●事務局

資料 2-1 は、昨年 12 月議会で示した図で、3 月に開催した地域ブランド戦略会議でも説明した全体事業費 27 億円の資料です。内容は、前回と同様なので、説明は省略します。

資料 2-2 は、3 月開催の地域ブランド戦略会議の後に、まちづくりデザイン部会、庁内検討会議、そして、市内外の企業の皆様の意見交換等を経て、先の 6 月議会で説明したプランです。これは、プラン策定機関である「芦原温泉駅周辺賑わい創出協議会」において、最終的に提言したものです。

資料 2-2 と 2-3 を市民向けにまとめた資料 2-4 で説明します。「福井県の北の玄関口にふさわしい和心あふれる賑わい空間に」ということで、平成 35 年春の北陸新幹

議事録要旨

線芦原温泉駅開業に向けて、市では、市議会をはじめ、芦原温泉駅周辺賑わい創出協議会などと協議検討を行いまして、今回、駅及び駅周辺を福井県の北の玄関口にふさわしい交通結節点と魅力発信拠点として、駅利用者の利便性の向上を図るとともに、市民に親しまれて、市民と来訪者が集い、ともに憩えるエリアとして整備し、駅周辺の更なる賑わいを創出するために、芦原温泉駅周辺まちづくりプランを策定したということに記載しています。今後は、年次計画を立てながら、着実に整備を進めます。

中央下ほどの新幹線駅舎と書いてある部分が北陸新幹線の駅舎で、3階建てとなります。3階の部分は、ホームとなり、2階に改札口があります。この新幹線駅舎については、右下に、「あわら温泉の癒しと旅情が漂う駅」をデザインコンセプトにパーツを載せています。

新幹線駅舎の2階が改札口で、利用者の利便性を考え、東西をつなげる自由通路があります。さらに、左側には在来線駅舎があり、この在来線の駅舎は、当面の間は現駅舎を利用することになっています。円滑な乗り換えができるように、新幹線駅舎と在来線駅舎をつなぐ連絡通路も併せて整備します。

自由通路と西口駅前広場をつなぐ、エスカレーター、階段、エレベーター、そして東口交通広場への階段とエレベーターについては、自由通路の整備費で併せて整備します。当初は、西口の降り口については、西口駅前広場を斜めに降りるような計画でしたが、今回、交通の結節点の機能強化を意識し、真っすぐに変更しました。

左側の、現在は交通ロータリーとなっている西口駅前広場は、駅利用者や地域住民が集う、くつろぎの賑わい空間として新たに整備するものです。ここでは、3つの機能があります。

①の賑わいホールは、雨、風、雪の天候に左右されることのない屋内スペースで、修学旅行などの団体客の待合場所やイベントなどを行うことのできる空間を整備します。また、ホール内には、要望が多かったカフェやトイレを配置します。

②の賑わい広場は、屋根付きの広場を設け、市民の活動・活躍の場として多目的に活用できるスペースを整備します。例えば、文化・スポーツ団体や小中高生、農業者、商業者などが、ステージでのイベントやフルーツマルシェ、野菜の軽トラ市などを行うことができます。

③の観光案内・魅力体感施設は、2階建てで、1階にはあわら市及びその周辺エリアを多言語で幅広く紹介できる観光案内所をはじめ、お土産として地域の逸品の販売所などを配置します。2階には、あわら市や嶺北北部の自然、歴史、文化、食、伝統工芸、産業、祭り、観光地などの魅力を展示や映像で体感できるスペースや親子が楽しめるキッズスペースを計画しています。あわら市の魅力のほかに、越前加賀の魅力伝えることのできる機能も計画しています。

続きまして、西口駐車場の整備についてですが、現在の平面駐車場を拡大して、あわら市だけでなく、福井市北部、坂井市、永平寺町、勝山市などの周辺地域からの

議事録要旨

駅利用者や西口駅前広場などでのイベントなどの参加者を見込み、約 300 台が駐車可能な立体駐車場を整備します。現在の駐車場の台数は、駅前駐車場が 110 台、西口駐車場が 104 台、東口駐車場が 164 台の合計 378 台となっています。新たに整備することで、駅前駐車場については西口交通広場として整備しますが、西口駐車場に 300 台、東口駐車場に 164 台の計 464 台となります。

続きまして、西口交通広場についてです。ここでは、現在よりも利用が図れるようにと、駅側には身障者の乗降場所、タクシーの乗降場所、そして路線バスについては 3 バース、観光バスの乗降として 1 バースを、そして、真ん中には、路線バスの待機場所として 2 台、タクシーの待機所 10 台を予定しています。また、送迎バスについては、4 台の乗降ができるようにしています。また、一般車の乗降場所としては、11 台確保しています。

路線バスやタクシーなどの公共交通機関利用者や一般車の駅利用のために、西口のほか、東口にも交通広場を整備します。これらロータリーを整備して、利便性の向上を図りたいと思います。

続きまして、土地活用検討街区については、駅周辺整備と並行して、ビジネスホテルなどの民間事業者の動向や地権者など関係者の意向を踏まえ、駅西口の機能充実や賑わい創出を図るため、更なる協議と検討を進めます。

●事務局

続きまして、芦原温泉駅周辺まちづくりプランの今後の進め方について、資料 2-6 で説明します。

1 の背景ですが、平成 35 年春の北陸新幹線の県内延伸を控え、「芦原温泉駅周辺まちづくりプラン」を策定したことを記載しています。

2 の概要では、昨年 5 月から今年の 6 月の期間を経て作成した「芦原温泉駅周辺まちづくりプラン」の具現化に向け、今後は管理運営や規模、機能などを決定していく基本設計を行いたいと考えている。基本設計を実施するにあたり、庁内の関係部署で構成する、今もあります「北陸新幹線開業効果推進会議」はもとより、芦原温泉駅まちづくりデザイン部会、あわら市地域ブランド戦略会議に協議しながら、市民、民間企業者からの意見を総合的に判断し、賑わいが生まれ、持続可能なまちづくりとなるよう計画します。なお、先ほども少しふれました土地活用検討街区については、庁内にプロジェクトチーム、また、有識者を含めた協議会などを組織し、民間事業者との対話を行いながら、市との連携、関係者との協議を含め、今後検討を深めていく計画をしています。

3 のスケジュールについては、1 年のスケジュールを示しています。基本設計の委託料は、補正予算で計画しています。10 月から 11 月にかけてプロポーザル等による提案を業者から募集します。12 月には業者が決定する予定です。決定してから翌年 8 月まで、9 カ月間で基本設計を完成させたい。その間、地域ブランド戦略会議におきま

議事録要旨

しては、1月から7月の間に全3回を計画しており、進捗等の報告、それから協議をお願いしたい。現在進めている新幹線開業効果推進会議は、庁内の関連部署で構成した組織です。こちらは、9月から翌年8月まで、月1回の全12回を計画しています。土地活用プロジェクトチームについては、新たに組織するもので、9月から翌年8月まで全12回、月1回のペースで協議を進めていきたいと考えています。それから赤字の仮称の協議会というのは、先ほど申し上げた、有識者を含めた協議会で、この協議会については、翌年8月までに3回を計画しています。まちづくりデザイン部会については、翌年7月までに3回を計画しています。このようなスケジュールで、1年をかけて基本設計を作り上げていきたいと考えています。

続きまして、資料2-7ですが、こちらは参考としてスケジュールを載せています。上段が、北陸新幹線本体のスケジュールです。下段には、市が行う駅周辺整備の主なものについて、スケジュールを掲載しています。

北陸新幹線の本線については、平成29年度から高架橋の工事に入っていて、32年7月頃まで、この高架橋の基礎及び橋脚の工事にかかる予定です。その後、開業設備として、軌道の工事と電気の工事を32年7月から34年9月頃まで予定しています。検査・訓練運転というのが、34年1月頃から約1年をかけて、試運転を行うと聞いています。駅舎については、今年の3月に基本デザインが決定しました。3案の中からB案が選ばれました。30年度は実施設計を行っています。31年9月頃から駅舎の工事に入ります。34年の6月頃の完成を予定しています。

参考ですが、市が行う駅周辺整備の東西の自由通路は、現在は、29、30年度とかけまして、詳細設計東側の部分を発注しています。東側部分というのは、新幹線の駅舎から東側の部分です。今年の9月頃を目途に、JR西日本と今の軌道敷の上、北陸本線の上ですが、そちらの詳細設計に入ります。31年度からは、準備工事、本体工事、支障移転、復旧工事に入ります。

西口広場については、交通広場と賑わい空間とに分けています。30年度については、交通広場の測量調査設計業務を続けて行っています。今年は、主にシエルトーや照明、道路の融雪等の設計を進めていきます。31年度からは、準備工事、本体工事に入ります。賑わい空間については、今ほど説明しましたが、9月補正予算で基本設計を発注します。31、32年度をかけて、実際に運営をしていく方々の検討も行います。工事については、33、34年の2年で整備します。

西口駐車場については、立体駐車場の整備期間中は使用できないため、仮の駐車場を検討しています。31年度は測量調査設計を行い、32年度に複層化の駐車場の整備を予定しています。

最後、土地活用検討街区については、今年9月からと掲載していますが、既に検討は始まっています。今後は、土地活用プロジェクトチームや協議会等で検討していきます。

議事録要旨

●会長

補足します。

資料 2-7 の土地活用検討街区については、協議検討を行うだけではない。民間任せにするのではなく、例えば、ビジネスホテルなどがきた場合は、1階に商店や飲食店を入れたり、簡単なホールを造る等、皆様から聞いている意見を含め検討していきたい。

西口交通広場に送迎バス乗降が3カ所あります。今後、芦原温泉旅館協同組合と相談しながら、送迎バスを少なくし、一般車の乗降を増やすことも検討したい。

駅周辺の賑わい創出には、観光客やビジネスマンに長く滞在させることが大切。そういった観点からも、要検討な場所。

資料 2-4 で「和心あふれる賑わい空間」という言葉を入れました。これは、「あわら温泉の癒しと旅情が漂う駅」という駅デザインのコンセプトで、こういう「癒し」「なごみ」という言葉がある中で、駅デザインやコンセプトを一にして、駅周辺の整備、デザインを構えるべきだという意見が強くありましたので、「和」＝「なごむ」という意味合いもありますが、「和」＝日本ということになると、日本らしい生活や暮らしが残っている、日本らしい食文化、伝承料理が残っている、信仰心が厚いという土地柄であるといった意味合いを持った空間を、お客様をお迎えするウエルカムエリアとして「和心」という言葉で表現しています。このエリアでは、いろんな方々にいろんな活動の場を提供します。

資料 2-5 については、芦原温泉駅の利用対象者を改めてみた場合に、この駅はあわら市の2万8千人だけが利用するのではなく、坂井市の9万2千人、永平寺町、勝山市、福井市の北部の皆さんが、首都圏に向かう場合は、芦原温泉駅から乗車するということを想定しています。そうしますと、使用対象人口は16万人を超えることとなる。そうした中で、西口駅前広場に集まる市民もさることながら、市外からの利用者も考えて、とりあえず立体駐車場300台という計画になっています。なお、金津本陣にぎわい広場というエリアがあります。こちらの活用についても、土地活用検討街区と併せて、より効果的な使い方の検討を進めてまいります。

●事務局

ただいまの報告についてご意見、ご質問があればお願いします。

●委員

この案について、先日、商工会から意見書を提出した。大きく分けて3点あります。

1点目は、在来線駅舎につながる西口駅前広場についてです。現在、在来線駅舎には、通勤通学で送り迎えの車が頻繁に出入りしている。北陸新幹線が開通した後も、引き続き在来線駅舎は残りますので、できるだけ駅の近くに通勤通学の送り迎えの車が入れるようにしてほしい。

2点目は、土地活用検討街区についてです。お客様にとっては、芦原温泉駅を降り

議事録要旨

た時点から「芦原温泉」がはじまっている。現在のままでは印象が悪いので、開業時には完成しているようにお願いしたい。

3点目は、西口駐車場についてです。土地活用検討街区も含め、ここに賑わいをつくりたい。観光客だけでなく、市民が集うような商業施設を立体駐車場の1階に誘致できないでしょうか。具体的には、高塚にあるビッグマートを1階部分に誘致し、タクシー会社をその跡地へという提案をしました。そうすれば、常に市民が集うことにつながる。ただし、ビッグマート用の駐車スペースとして、30台分を確保してもらいたい。

●事務局

1点目について。この案は、平成28年度に開催した市民投票で選ばれたデザインが基となっています。在来線駅舎の近くに乗り降りできるスペースをというご意見は、以前からいただいていた。この案になるまでに、様々なシミュレーションを行ってきましたが、賑わい空間内に車を停車させることは難しいという結論に至りました。

2点目については、我々も同じ気持ちです。整備を進めてまいります。

3点目については、先日お話をいただきました。立体駐車場は、3階建てとなります。

1階にビッグマートが入ると、単純に駐車台数が減ることになります。これは、駅利用者を増やすという目的から外れてしまうこともあり、1階スペースに商業施設を入れることは難しいと考えています。しかしながら、せっかくいただきました意見書ですので、今後検討させていただきます。

●委員

ただ単純に車の台数の問題なのであれば、東口の駐車場が空いている状況です。1階部分が商業施設になったとしても、そちらで補えるのではないのでしょうか。

●事務局

東口の駐車場は、現在164台あります。こちらには、月極めと平日の利用台数をみますと、約7割が利用されている状況です。見た感じ、空いているように見えますが、月極めで契約者がいます。資料2-5に、波及効果について掲載していますが、北陸新幹線芦原温泉駅は、あわら市民だけが利用するのではなく、周辺の坂井市や永平寺町の方々も利用するような駅にしたいと考えています。その利用者を獲得することによって、駅の利用者やJRの利用者を増やすという計画ですので、利便性の良い駅にしたいと考えています。駐車台数の問題ならばとのことですが、利便性の良い駅にしたいと考えています。

●委員

ホテルの近くには、必ずコンビニがあります。土地活用検討街区には、ホテルを誘致することで進めていると思いますが、近辺にはぜひコンビニも。また、金津本陣にぎわい広

議事録要旨

場も含め、ビッグマートのことを考えれば、何らかの方法が出てくるのではないかと思いますので、検討をお願いします。

カフェについては、全国規模の有力店舗の可能性もあると聞いています。地域住民も一緒に利用しやすいカフェとなると、もう少し近くに、30分ほど停車できる駐車場がほしい。

立体駐車場について。地域ブランド戦略会議の当初は、ハード面もソフト面も、どこにもないような尖ったものにしようということだったと思います。ぜひ、どこにもない、「あれは芦原温泉駅だ」とすぐに分かってもらえるような駅にしたいと思います。

●事務局

コンビニや金津本陣にぎわい広場については、難しい点もありますが、検討していきたいと思います。

カフェについては、市民が利用しやすいようにということは、もちろんのことです。30分ほど停めておける駐車場が近くにあるといいというお話ですが、西口交通広場に一般車乗降場11台とあります。ここは、フラップ式の駐車場を考えていまして、30分は無料、それ以降は有料となります。

駐車場の景観については、芦原温泉駅前が、景観形成重点地区となっています。その景観の中で、なるべくあわららしい、あわらを感じられるような景観になるよう、基本設計の中で検討していきたいと思います。

●委員

まず、wi-fi環境について。市が整備したwi-fiは、何もしなければ10分間無料で使えるもので、メールアドレスを登録すると、そのまま無料で使えるようになりますね。メールアドレスを登録させるのは、個人情報を集めるためだと思いますが、それだと利用者は使いにくいので、変更をお願いしたい。動向を探るための個人情報だと思いますが、その調査内容について発表された記憶がない。そういった理由で行っているのであれば、きちんと発表していただきたいし、基本的にはフリーでお願いしたい。

次にレンタサイクルの場所はどうなりましたか？

最後に、県道など、駐車禁止部分については、きちんと市民に説明しないと、送迎の時に使われることになると思います。例えば「こちらで降りると雨に濡れない」といった誘導が必要だと思います。

●事務局

wi-fiの認証方式については、色々ある中で、メールアドレスのみの方法で進めています。外国人の皆さんには、それがハードルとなること、また、接続できない機器が出てくるということは認識しています。しかしながら、国費を投入している関係で、整備を行う際は認証方式を取り入れるよういわれています。そういった状況もふまえ、今後いろい

議事録要旨

るな事例を研究しながら、改善できる点は改善し、より使いやすい環境を整備していきたいと思います。

●事務局

レンタサイクルについては、レンタカーと併せて今後協議する予定です。今のところ、観光案内所のところでは想定していません。

3点目の駐車禁止部分についてですが、交差点の30m以内は駐停車禁止となっています。西口交通広場にある一般車乗降場で降りていただくと、シェルターを通じて雨や雪などに濡れずに駅まで歩くことができます。

●委員

現在、ビジネス客が増えている中で、駅周辺には当然ビジネスホテルが必要だと思っています。市がホテルを誘致する際に、何か優遇措置を行うのでしょうか。

●会長

現在、土地活用検討街区については、民×民で動いているため、市は一步引いた状況です。ホテルそのものに優遇措置は考えていませんが、例えば、1階部分に店舗を入れるよう、こちらからお願いした場合は、何かしらの補助をするよう検討したいと考えています。

●委員

先ほども質問したレンタサイクルについてですが、市内の全ての観光地に乗り捨てていけるようにしてほしいと思います。駅だけでの問題ではありません。レンタサイクルは、行った場所で降りて使えるようにしないと、全く機能しません。全域で考えていただきたいと思います。

●事務局

基本設計の中で、検討いたします。

4 意見交換

●委員

昨年の秋から大変不幸なことが続きまして、あわら温泉のマイナスイメージは、まだまだ残っていると思われます。あわら温泉、あわら市が、安心安全なまちであるということの具体的な施策及び情報発信を、ぜひお願いいたします。舟津公園のトイレの改修をお願いしても、なかなか予算がつかない状況の中、このまちづくりプランには、大きなお金がつき込まれます。その結果、各区から出た要望が、予算がないからということで、

議事録要旨

先送りにならないようにお願いしたいと思います。

●会長

資料 2-5 をご覧ください。あわら市の人口減少、少子高齢化の中で起爆剤となるのが、新幹線開業に伴うまちづくりのほか、現在、同時並行で進めている「あわら市観光振興戦略」があります。5年後の県内延伸を見据えながら、あわら市全体の観光を次のステージに引き上げ、世界から人を呼び込む国際的な観光地にしたいと考えています。観光地のレベルアップや観光素材の掘り起しと磨き上げ、インバウンドの推進、特にインバウンドは、英語などの表記がありません。広域観光の推進と二次交通の充実の中では、先ほども出ましたレンタサイクルもありますが、当然、外国人も使えるようなレンタカーの利用をどうするかとか、周遊観光をどうするか検討する必要があります。また、マーケティングの強化、効果的な魅力発信やプロモーションの推進、観光人材の育成と観光消費額の拡大も大きな問題です。あくまでも、目指すのは国際的な観光地で、その際、あわら＝あわら温泉じゃないということを発信したいと考えています。あわら温泉プラス北部丘陵地もあれば北潟湖もあれば吉崎もある。細呂木もあるんだ、刈安山もあるんだと、いろんな角度から、あわら全体の魅力をアピール・魅力を発信したいと考えています。そこで、先ほどのブランドがあります。「あわら贅沢」という言葉＝あわらならではの魅力であり、お宝であり、誇りだと思っています。たまたま、言葉として「贅沢」という言葉になりましたけれど、そういうようなことをしっかりやるという中で、これは、観光素材に結びついていきますので、そこの連動もしっかりと行う必要があると考えています。

そして、観光振興戦略の下に、「あわら市まち・むらときめきプラン」について掲載しています。各集落の現状と課題をしっかりと把握するため、129 の集落ごとに聞き取り調査を行っています。将来、5年度、10年後に、村の担い手をどうするかとか、コミュニティをどう維持していくのかとか、防災に対する強化やお宝をどうするかなど、いろいろあると思います。それらを集落ごとに行き、全体として、市として後押しするような政策を構築するという、これらも、今回行う観光やまちづくりプランと連動して行うものだと考えています。先ほどの公園のトイレの件については、観光でもいえる話ですし、地域の課題としてもいえることです。新たな支援策をハードやセミハードも含め捻出し、北陸新幹線開業に向けて、少しずつ良くしていきたいと考えていますので、ご理解いただきますようお願いいたします。

ブランドについてですが、あわらの発信という中には、県外の方だけでなく、外国人も意識してほしいと思います。あわらの宝は、「都会にはない」というのはもちろんですが、「外国にはない」ということでもいえる。併せて考えていただければと思います。今後は、モノだけでなくコトを売っていく場合に、これが大きな武器になると思っています。贅沢探しの中に、外国人も意識してほしいことをお願いします。

議事録要旨

	<p>●オブザーバー</p> <p>資料1-3ページにあるように、3月14日の専門部会で、地域ブランド創出の目的を佐々木市長も交えて再確認した。この事業は国の交付金事業で実施しているが、予算がある間だけ行うというのではなく、長期的に自走する仕掛けを今年どう作るかを部会で検討した。その結果、市民の幸せに繋がることが還元されてくると感じた。あわら贅沢さがし授業も、毎年4年生が授業を受けて成長していくことを考えて提案しているし、その子たちが県外の大学に進学し、あわらに戻ってくる“ふるさと回帰”に繋がるプランとしても考えている。収益性という考え方もあるが、予算がなくても文化として根付いていく企画として考案させてもらっている。写真コンテストも、大野市の雲海の写真が世に出て誇りになったように、継続的な事業につながればという思いで提案をした。来年度実施に向けて、話を進めていいのか、大きく違うのか意見をいただきたい。</p> <p>●会長</p> <p>この提案について異論があったと思っていない。それぞれの部署でプラスアルファで考えればいい。贅沢授業については、全校で集まって「贅沢自慢」を行ったりするのもいいと思う。各校ごとにこれをきっかけにして広めればいい。大野は絵葉書を全国から集めて一つの文化になっている。発展形はいくらでもある。</p> <p>●事務局</p> <p>いただいたご意見は政策課で分析して話をさせていただきます。</p> <p>●委員</p> <p>内向きの事業は粛々と進めていけばいい。外向き発信がないのがもったいない。予算の中でやればいなら、もっと発信事業にお金を使って実績を作っては？日本、世界からあわらの認知度が高まっているという成果を出せば予算はつく。とにかく、成果を出すことが必要であり、大事です。</p> <p>●事務局</p> <p>私たちも考えたい。</p> <p>●会長</p> <p>ここでの意見を踏まえて市民に今後のまちづくりへの参画を求めていきたい。どうぞよろしくお願いします。</p>