

## 議事録要旨

会議名	第4回ブランド専門部会
開催日時	平成28年9月6日(火) 19:30~21:30
開催場所	あわら市役所 102 会議室
出席者 (敬称略)	<p>【部会員(9名)】  福井工業大学 / 下川勇(准教授)、市民 / 五十嵐平、奥中秀尚、吉田知奈、あわら市 / 藤田由紀、松本智美、西田浩也、堀川由貴、中島綾一、</p> <p>【オブザーバー(4名)】  大広 / 菱田、新島、大広北陸 / 渡辺(記)、うたみな / 山中</p> <p>【事務局(2名)】  あわら市総務部政策課 / 山口功治(課長補佐)、赤神貴幸(主査)</p>
欠席者 (敬称略)	<p>【部会員(2名)】  市民 / 江畑将亨、笹岡太久磨</p>
協議事項	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 前回の振り返り、本日の内容について</li> <li>2. 3班に分かれてグループディスカッション</li> <li>3. 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)</li> <li>4. 全体まとめ</li> <li>5. シンボルマーク決定プロセスについて</li> <li>6. 今後のスケジュール</li> </ol>
会議内容 の要旨	<p>(進行)事務局</p> <p style="text-align: center;">開会の挨拶</p> <p>部会長  前回部会で方向性が定まってきたのではないかと思います。日本青年会議所のスローガンで「利他の精神」=人のためになろうという言葉です。福井は都会にない部分は人によるところが高いのかなと思います。いままでは自分の利益を追求して来ましたが、いまの状況を反映した言葉だと思います。今後の日本は「利他の精神」が大事なかなと感じました。</p> <p>(進行交代)</p> <p>オブザーバー  本日の部会の流れについて説明と前回のまとめ(配布資料に沿って)  前回キーワードとして出た「都会にはない贅沢なまち」を例に、ステートメントとスローガンを作ってまいりました。いまからご提示させていただきますので、それを受けてディスカッションをお願いします。  そしてシンボルマークの決定プロセスを今回決めていきます。</p> <p style="text-align: center;">オブザーバー</p>

# 議事録要旨

「贅沢」をキーワードにしたステートメントとスローガンについて説明・提示

## ステートメントについて

黄金色の麦秋、ゆっくりゆっくり地平線に夕陽がしずむ。

日本海を渡ってきた風に、のんびりと風車がまわる。

おもえば「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。

こんやのお風呂は、温泉にしようかな。

これって「贅沢」な暮らしかもしれない。

おはよう。いい天気だね。おやすみなさい、また明日。

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。

市内のみなさん、見つめ直してみてください。

市外のみなさん、どうぞ来てみて体感してみてください。

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。

## スローガンについて

A.さりげなく、ぜいたく。

B.ちょっと贅沢なまち。

C.ふだんが、豊かです。

D.なにげなく、ぜいたく。

E.いなかの贅沢、極めよう。

F.都会にはない贅沢がある。

G.福井でいちばん幸福なまちへ。

菱田) いまの山中氏のスローガン案、ステートメント案を聞いて、それについてチームでいいと思う所、ダメだと思う所をディスカッションください。

A チーム : 4 名

B チーム : 4 名

C チーム : 4 名

# 議事録要旨

<グループ発表 発表順>

## A チーム：さりげなく、ぜいたく

誰に知らない人に、このメッセージはささるのか。

全体的にPRしないのがいいところでもあり、悪いところでもある。ステートメントは良いと思う。印象としては弱い、戦略会議の場でも言われそうで、もうすこしパンチのある案を見たい。

## B チーム：さりげなく、と、なにげなく

表記は平仮名がよい。ステートメントは季節や四季を感じれるのは良いが、麦秋よりもお米かなとも思う。スローガンの中では、さりげなく・なにげなくがあわらしさを表現できるような気がする。市民やUターン者には十分で、外の人、観光客には弱い。より押しが欲しい。

オブザーバー) しょう しょうではなく、時間の過ごし方の提案で、ということでしょうか

部員) どうしても観光の拠点であるというところから、プラン提案は滞在時間を長くしたいという思いがあると思う。

オブザーバー) たとえば外からだ虫取りが出来る里山があればツアーありますからね

部員) 時間の使い方という点で言うと、下川氏のおっしゃるバスを待つ時間で家族の会話ができ・増えた、という感覚は(あわら市には)あるかもしれない

## C チーム：贅沢 VS 幸せ

「贅沢」の良い点でいくと、響きはいい・抽象的だけど具体的にイメージできる・発信力のある言葉・人に自慢したくなる。悪い点は、辞書的にはマイナスイメージ・無駄が沢山(皮肉)・妬みがある・贅沢 = ムダに多い、贅をつくすが出ました。対して「幸せ」は、オンリーワンは追求できる!かなと。抽象的、感覚的絞りきれてない・「幸福」は宗教的で好きになれないという考えもあり、「贅沢」がキーワードとしてはいい。

いただいたスローガンをワーストから発表(下記の順)

B. ちょっと贅沢なまち。謙遜、でも強気。という点は良いが、弱い。

A. さりげなく、ぜいたく。なにげに、しなと、だと福井っぽくなると思う。

F. 都会にはない贅沢がある。女性には受けた(チーム内の女子に)

G. 福井でいちばん幸福なまちへ。市民が幸福を実感しているか分からないが、やりすぎでは。ただし今が旬で言ったもん勝ち。

C. ふだんが、豊かです。ありきたりでどこでも言える。ポスターなど絵になる。

A. さりげなく、ぜいたく。平仮名で統一されていてバランスよい。

## 議事録要旨

E.いなかの贅沢、極めよう。いま完成形ではない事を認めていて、これからという感じがする。市民だけでなく、外みても分かりやすい。「いなかの」というと山奥を思うので、「あわらの」くらいだといいたいと思う。

ステートメントについては、「おはよう、いい天気だね」が嘘くさい。市内のみなさん、市外のみなさんのくんだり、素直で素敵だと思いました。

長谷川氏) このスローガンの極めるは誰なんだろう。市民であれば内なる充実、対外的には外でも通用するかと。贅沢は、辞書上ではネガティブで、この贅沢といえるバックデータはあるのか、というところ。「上質」であればフルーツ・温泉・交通などのアクセスなどがあり、質がいいという根拠をとれるかも。ステートメントには思いが至りませんでした。

### 3 チームの発表を終えて、

#### オブザーバー

ステートメントはこの部会で出てきた「ぜいたく」が盛り込まれていて、( 雰囲気 ) 出ていると思います。上の戦略会議では、「ぜいたく」だけでは分からないので、ステートメントとセットで出せたらと思っています。贅沢が意味するところも紹介出来たらと思います。

#### オブザーバー

ステートメントは共感いただけた手応えがあったのでよかった。いただいた意見で、中の人には分かるけど、外の人には弱いというところがあるので、スローガンにおいて強い言葉、インパクトを探ります。「ぜいたく」はプラスイメージだけでなくマイナスイメージもあるが、そういった賛否両論が半々な方がひっかかりができ、訴求力が増すと思います。スローガン開発においては、アウターの人を振り向かせることへの意識を強め、パンチのあるものも検討していきたいと思っています。

#### 学識経験者

( 贅沢に関するキーワードは ) 市民の皆さんは、そうした空気の中で暮らしているので、気付いていないところがあり分からないかと思う。市民アンケートでセンスというか感性が表れていて、温泉を除いて特定の場所は少ない。自然についても、「東尋坊」のような固有名詞よりも、「海川山湖、みんなある」のような回答が多い。

生活感のあるもので、人と共有できるのが誇れるものだと感じているようです。あわら市民は、独占できるものよりもみんなで共有できるものに価値を見出し、そのような価値観も含めて、コンセプトそしてステートメントは、あわらの価値を上手く表現できていると思います。部会長がおっしゃった、みんなで分けあいながら幸せになっていくという、利他の精神があるのかもしれない。

#### ブランド戦略会議に向けて

オブザーバー) 9/16にあるブランド戦略会議で、ブランド専門部会の方向である「都

# 議事録要旨

会にはない贅沢があるまち」を補完するスローガンやステートメントがあった方が分かりやすいと思います。

部会長)「贅沢」という方向性を諮るという意味では、あっても無くても良いと思いますが、念のため付けておきましょうか。

ステートメントに関する一部の違和感について

・家のお風呂は温泉？

・いい天気だね 方言っぽく、いい天気やの

・麦秋よりもお米？麦秋は季節のことなので、麦のことではないかと。

・固有名詞がもっと入るか？効果みたいになってしまう。固有名詞については今回の様に無い方がいいかと思う。

いずれも検討して反映してみます。

シンボルマークを決定する方法

案 3 として、案 1 + 案 2 でスローガンを決めて公募もする

メリットとして、市民が 2 回参加することで、しっかり意思統一出来る上に、参加意識も高まる。デメリットとして、市民投票×2 回 + 公募 ということ、決定までに時間がかかる。2 月下旬～3 月上旬になる見込み

【方法 1】

ブランドメッセージを部会で 3 案決定し、市民投票で最終決定へ。

11/27 のまちづくりデザイン公開プレゼンに合わせて決定する。

【方法 2】

ブランドメッセージなど言葉で表わすものは部会で決定。

シンボルマークは全国公募（オリンピックのような）とする。

マークを市民投票し決定。

その他

あわら市章については全国公募（2002 年 951 件）した経緯があった。

市の名前を変更するには、約 5000 件の募集があった。

狭いエリアでの公募よりは全国公募にした方が良い。

一旦挙手による多数決の結果（案 1：2 票、案 2：9 票、案 3：0）

全国公募型の方針 次回、戦略会議に諮ります。

公募手法については所内調査し、参考にしましょう。

11/1 から公募開始というスケジュールを念頭に動いてまいります。

# 議事録要旨

	<p>締め挨拶</p> <p>部会長</p> <p>方向性と手法について決まりましたので、戦略会議で発表して参ります。</p>
--	---