

議事録要旨

会議名	第12回ブランド専門部会
開催日時	平成29年12月13日(水) 19:30~21:30
開催場所	あわら市役所 203 会議室
出席者 (敬称略)	<p>【部会員(6名)】 市民/五十嵐平、笹岡太久磨、伊藤佑樹、あわら市/松本智美、堀川由貴、中島綾一</p> <p>【オブザーバー(2名)】 大広北陸/越智、上野(記)</p> <p>【事務局(3名)】 あわら市総務部政策課/武田(課長)、藤田(課長補佐)、山崎(主事)</p>
欠席者 (敬称略)	<p>【部会員(6名)】 市民/江畑将享、奥中秀尚、吉田知奈、福井工業大学/下川勇(准教授)、あわら市/見澤香織、西田浩也</p>
協議事項	<p>(1) 「ああ、あわら贅沢。」特設サイトのコラム新規アイデアについて</p> <p>(2) あわら贅沢リボン活用場所や使用方法について</p> <p>(3) あわらむすびプロジェクト参加店募集について</p> <p>(4) 「ああ、あわら贅沢。」の市民への周知・浸透の新規アイデアについて</p>
会議内容 の要旨	<p>進行) 事務局</p> <p>開会の挨拶(部会長) 伊藤さんが今回から参加します。ご協力頂きありがとうございます。 あわら市をよりよくするため、ミッションとしてはブランドを創出する、あわら市をブランディングする。この会議ではこのような趣旨で会議を進めて、市に根付いたものにしていきたいので、活発な意見をお願いします。</p> <p><協議事項></p> <p>(1) 「ああ、あわら贅沢。」特設サイトのコラムの新規アイデアについて</p> <p>オブザーバー 前回のブランド専門部会では、おもにブランドサイトのコラムについてお話をしました。 前回の会議ではなかなかでてこなかったアイデアとかございましたらお知らせくださいということで、事前にアンケート用紙をお渡しさせていただきました。</p> <p>部会員 伊藤さんが今回初めてなので、簡単に流れの説明をお願いします。</p> <p>オブザーバー 現在、あわら贅沢のブランドサイトの中で展開しているコラムについては、大広大阪のスタッフとコピーライターの中中氏が主に県外からの視点で、他の県にはないあわら市独自のブランド価値を感じるコンテンツを部会の皆さまとともに発掘し、それを記事化し</p>

議事録要旨

て定期的にアップしております。あわら市ブランドの掘り起ししていこうということで、専門部会の皆様にはアイデア（コラムのネタ）を頂き、ご協力いただいております。部会で出てきたアイデアはこちらで選定した上で季節感や優先度の高いネタから順に取材を行い、公開させて頂いております。本日の部会では最初にこのコラムの記事になるネタを教えていただければと思います。

事務局

昨年度、「ああ、あわら贅沢。」というブランドスローガン、ブランドステートメント、ブランドロゴを決定し、今年度は、このブランドを地域の皆様に浸透させるとともに県外の皆様にも知っていただく。どういう風にしたら浸透させられるかということは今から考えていきたいということで行っております。

部会員

ブランドサイトの目的は何なんですか？

オブザーバー

ああ、あわら贅沢を感じるブランドコンテンツの発掘と、それを編集して写真と文章で発信する為のプラットフォーム作りを行っています。

部会員

誰に向けての発信でしょうか？

オブザーバー

市民の方をはじめ、あわら市ブランドを共有する全ての方が対象になります。あわらブランドの立ち上げの為のサイトづくりということで、まずは市民の理解と浸透を図るためのもので、若い方からご年配の方も含めて、セグメントはしておりません。

部会員

あわら市の方はどれぐらい見ているのでしょうか？

事務局

閲覧者数は今年の 4 月から立ち上げてますので、4 月から本日まで、およそ累計 6000 人ぐらいです。

部会員

累計 6000 人は少ないですね。このサイトがなぜ見られていないのか。同じようにコンテンツを立ち上げて、インターネット商売をしている身ですが、こういう立場で意見を言わせて頂きますが、何のためにこのサイトを立ち上げているのかサイトを見て分かりませんでした。市民の為に立ち上げたとおっしゃいましたが、一市民としてコンテンツを見ても、正直、おもしろくないというのが率直な意見です。市民の為に作成して、市民の為に見て頂きたいというのであれば、市民がどういう情報を挙げてほしいのかを調べないといけませんね。おにぎりがどうこうかという記事もありましたが、特に市民は見たくないのではと思います。コンテンツ発信者側の目線での記事作成では閲覧者が増えないのでは。市民の為ではなく、県外の人なのかなと思っていました。市民の為というのであれば、市民の為のコンテンツ作りをつくらないといけませんね。市民が何を見たいかという

議事録要旨

と、あわら市の情報など見たくないのではないか？ 需要がないコンテンツではアクセス数が増えない。では、需要があるコンテンツ情報とは何かを考えなければいけないね。ターゲットは誰なのか？ 市民のままでよいのか？ ということから考えなければいけないね。

県外の方にサイトにみにきてもらって、あわら市に旅行に来てもらいたいのか？

県外の方にサイトにみにきてもらって、あわら市に移住して欲しいのか？

市民の方にみてもらって、愛着をもってほしいのか？ イベントに参加してほしいのか？

今のサイトは目的がないですよ。

オブザーバー

ブランド事業の中で、まだ今のところ発信にはいきついていません。発掘のパートとして、サイト構築している段階です。インバウンドが目的であるとか、観光客を増やすとかあわら市の消費を拡大するなどの目的とは別に、今、現段階ではブランドを作っていく中で、あわら市のブランドって何？ っていうことを、再発掘して、形（文字化）にして、情報を整理してこうという目的でコラムを定期的にあげている状況です。

部会員

あわら市のブランドを作るということは理解します。ただ、ブランドを作って何をしたいんだという事が大事なのではと思います。

あわら市の方にお聞きしたいのですが、外部の方に記事を書いてもらっても良いものが書けるのでしょうか？ なぜ、あわら市の職員がやらないのでしょうか？ 下手でもあわら市の方がやっても良いのでは？

厳しい意見ですが、それぐらい私はあわら市を発信していきたいし、サイト閲覧者数を増やしたい思いです。

事務局

ここに住んでいる事が贅沢。都会の方からみると贅沢だということ。あわらの良さを都会の人は知らないし、地元の人も知らないところもある。そういったところをきちんと伝えて味付けをしてもらう時にコピーライターの方にまかせてブランドを構築したい思いがあります。もちろん、下手でも職員が書いていく、職員の目線で発信していくというのも大事なのかもと思います。

職員が発信するもので言えば、フェイスブックなどでは発信しております。

なんでもかんでも発信していいものでもないで、絞っていただいたり、厳選してブランドサイトでは発信しております。

部会員

市民の為だけの発信でしたら、フェイスブックだけでも良いかと思っております。

部会員

今のブランドサイトは県外向けですよ。市民向けと県外向けの 2 つページがあっても良いかも知れませんね。

部会員

議事録要旨

確かに伊藤さんがおっしゃるように県外向けなのか県内向けなのか分からないサイトではありますよね。県外の人にコンテンツを発信していけば、あわら市の方がみても理解できると思います。今の問題点としては、個人的におもしろくないなと思います。

見たいなと思えるようなコンテンツにしていくべきかも知れませんね。

オブザーバー

県外向けの発信も将来見据えた形でのサイトではございます。今はあわら市の贅沢の部分の情報を整理している段階です。もともと「ああ、あわら贅沢。」というブランドが立ち上がった時、「何をもちあわら贅沢というのか？」を明確に整理するというのもこのサイトの目的だったかと思います。もっとおもしろいコンテンツ作りがあるのではないかとか、もっと市民目線のコンテンツがあるのではないかとか、SNSやブログ等で発信できるものも多くあるかと思いますが、あわら贅沢というコンセプトにしっかり着地させるためには、コピー化して整理して発信することが必要かと思います。

もちろん、あわら贅沢サイトだけすべてをまかなうわけではないですし、このあたりも部会できちんと議論して、整理をしながら進めるべきなのかなと思いますが、どうでしょうか？

部会員

パフォーマンスを上げるためには、議論していくべきかと思います。

部会員

進むべき方向性だけでも決めたいですね。市民にアピールするのか？県外向けなのか？もともとブランドを県外の方に発信したかったんじゃないかなって思うんですけどね。県外向けに発信すると決めた場合、県外の方はどういう風に検索するのか、どういう風にあわら温泉を知ってもらえるのか探し出せば、発信するコンテンツが見えてくるのではないかと思います。温泉を紹介するのかとか・・・

事務局

明確化するのには必要かとは思いますが。

部会員

誰が決めるのか？決定権者は誰なのか？

事務局

決めるのは、戦略会議で決めます。

ピラミッド構造ではないですが、ブランド部会での話を戦略会議でお話して、方向性を決めていきます。ここでは、細かい内容・方向性を決めて、上に（戦略会議）あげます。

部会員

県外の方に観光に来てもらいたいということだと思います。

部会員

あわらの贅沢をあわら市民に発信したところで、あまり意味がないかなと思います。

部会員

議事録要旨

あわらに来たくなるようなコンテンツを作って、発信していったほうが、良いのではと思います。

部会員

ブランドサイトは、市民レベルをあげていく目的でもありますからね。

部会員

あわらに観光客や移住者が増えてきたら、あわら市民はうれしいと思う。

部会員

あわら贅沢というものをあわら市民にも分かって頂きたいというのは分かりますが、サイトの目的としては、県外向けにあわら贅沢というブランドメッセージを発信したほうが分かりやすい。そっちの方向性に持っていくべきでは。

部会員

観光という事になると、観光協会のホームページがあるので、住み分けをしたほうがよいかと思います。

部会員

一個にまとめるという事は可能でしょうか？

部会員

観光協会（別団体）が作っているものなので、リンクをはって紹介することは可能です。

事務局

あわら市がしたい事、観光協会がしたい事、商工会がしたい事、それぞれベクトルが違う（一つになりきれていない）ので、全てをまとめるまちづくり、DMOという組織があわらにはないのが現状です。現実的には、一体になった組織がないので、現状はリンクをはるなどして対応するしかないのではと考えます。

部会員

観光協会がうまくできないからこのブランドサイトを立ち上げたのではないのでしょうか？

観光協会のサイトをテコ入れしても良いのではないですかね。

要は、いくら良いサイトを作っても集客などの目的にそぐわなければ意味がないと思います。集客の手段としては、検索にひっかかるのか？フェイスブックで対応するか？お金をかけて広告するかなんですよね。どの方法をとっていくのか？お金をかけられるのか？フェイスブックもみてもらえていない。観光協会のサイトがあるから、観光に特化したこともできない。

事務局

観光協会のサイトでできないことはないです。

部会員

読み物のコンテンツはないので、バッティングはしていない。

あとはどういった事をして集客するのか。バズるコンテンツを作るしかないのかなと思います。

議事録要旨

部会員	バズるのもそうですが、地道に検索されていくのもそうですし。
部会員	そうですね。地道にコンテンツを増やしていくのもそうですが、ホームラン狙いでいく事も大事では。おもしろい事をしていく。コピーライターの山中さんに 1 日で温泉につかって感想。泉質が違うので、それを紹介。温泉での料理、今でいうと越前ガニの食べ比べをしてみらうとか？
部会員	温泉を試飲して、どこの温泉か当てるなど。おもしろいことをしていったほうが目にとまるのではないか。
部会員	くだけたコンテンツの方が、受け入れられるのかな。アクセスも増えるのかな。
部会員	フェイスブックとの相性も良いですね。
部会員	あわら贅沢のフェイスブックを作ればよいのでは？あわら市のサイトではいろいろな情報が入ってきて、バラバラな見え方になるので、あわら贅沢のフェイスブックページがあってもよいと思います。
部会員	あわら市のフェイスブックのお友達は何人ですか？
事務局	約 2200 人ぐらいです。
部会員	まずは、「このあわら贅沢のフェイスブックを登録して」とあわら市民に投げかけたほうがよいのでは？登録したら、何かお得を与えてあげて…。あわら市の人口の半分ぐらいを目標にしてみても。人が集まると後々楽ですよ。拡散してくれますし。
事務局	贅沢という言葉に偏り過ぎていたかもしれませんね。
部会員	2 個同時進行していけばよいのでは。あわら贅沢フェイスブックはあわら市の人口の半分の約 1 万人集める。あわら贅沢サイトは県外向けに発信するために実施していく。おもしろコンテンツを立ち上げて、「いいね」押ししてもらい。相互がリンクして、相乗効果させる。1 万人ぐらいならなんとかなるのでは。
部会員	フェイスブックとインスタグラムどっちが良いでしょうか？
部会員	難しいですね。女性は今、インスタグラムですし。

議事録要旨

両方して行って、登録してもらえばよいですね。

事務局

数値目標など分かりました。県外向けに発信するうえで、誘客向けなのか移住向けなのかこの辺はどっちに重きをおきますか？

まずは、観光で来ていただいて、楽しんで頂く、その先に移住という方向性に持っていくなど。

部会員

あわら市の人口を増やしたいと思いますが、移住するタイミングは、就職、結婚、家建てる、子供生まれる、この4つが大きいと思う。ここで、あわら市としては、あわら市の企業紹介が必要ですよ。家建てる時は土地や建物をいくらぐらいで購入できるかの指標が必要ですよ。こういう情報をアップし、都会と比べての差別化（土地の価格や待機児童問題）を明確にすれば、都会の方にも移住するキッカケは与えられるかと思います。

事務局

移住で言うと、結婚すると仮定して、20代～40代の女性はあわら市にはこない。理由は住宅事情の場合良い土地があまりなかったり、交通の便でいうと福井市などの企業のお勤めされる方が多く、また、商業施設の移動もふまえると、移動距離も考え、あわら市の移住の選択肢が少ない傾向。

住宅事情を発信する際、あわら市には不動産業者がない。

部会員

移住に向けての発信する材料が見えにくいのであれば、旅行などの観光に目をむければ、福井市や坂井市に勝てる要素はあるのでは。であれば、観光に向けて徹底的に伸ばしていく方向性で良い。

事務局

移住だけで言うと、5つ目として、リタイアした人の移住もある。帰ってくる人もいれば、あわら市を選んで来る人もいる。60歳で定年しても65歳からしか年金はもらえないので、職がある事がマストになってくる。また、住の情報が集まってこない。空家もあるが、地主さんが売ろうとしない。

部会員

では、観光などで、集客するための情報はありますか？

オブザーバー

現段階では情報はないですが、お調べして県外の事例などお示しできればと思います。観光に特化して発信していきたいという事ですが、それぞれ目的が違えば、ターゲット層も変わったりとか、キャッチの仕方などそれぞれ違った手法になってくる。今回のサイトの事を言えば、あわらのシンボルとして、ああ、あわら贅沢を作った。それを構成する要素、「ああ、あわら贅沢。」というものを構築している段階です。そこに、観光集客に結び付いているかという、それはまた別の話で、観光を目的にするのであれば、それに

議事録要旨

必要な施策をしていかなければならない。それはそれで、一つのテーマとして、「ああ、あ
わら贅沢。」を活用した観光集客の策として、別の形で、皆さんと協議していったほうが
よいと思います。

今のサイトで、観光集客をしていくのは難しいのでは・・・。

部会員

もう1個サイトを作ったほうが良いということですか？

オブザーバー

別サイトを作るという事が良い事なのか、もっと違う施策（イベントなど）で集客してい
くことが良いのか。

部会員

一旦整理しましょう。観光を目的で進めていく方向性で良いのでは・・・

事務局

観光というよりは誘客ですよ。

県外からあわら市に誘うという・・・。

部会員

そうですね。

部会員

誘客を進めていこうという方向性で固まりつつありますが、他の方の意見も聞きたいの
で。どうでしょう？

事務局

部会員 A さんとかどうですか？コラムでとみつ金時や田嶋さんのソフトクリームとか取り
上げましたが。響いていますか？

部会員

あわら市で農業したいという方にはひびくと思います。

事務局

移住相談会など拝見しますと、園芸カレッジなどあわら市のサイトを見ている方がいま
す。特に若い方は。年配の方は、自分の目でみて確かめる傾向があります。

オブザーバー

観光につなげる為の施策としては課題と捉え、深掘していきます。

事務局

市としては、観光もそうですが、ゆくゆくは移住・定住も考えていきたいのが本音。

部会員

観光に進めていくということですが、市民にとってみていうと、あわら市ってこんな贅沢が
あるんだと再認識してほしいと思っています。ブランド部会でのコラムの情報の議論や
ブランドサイトを拝見して、そうなんだと新しい発見もあって、アップされるたびにあわらの
情報を初めて知ることもありました。基本は観光・誘客を目的にやるとしても、市民の
方にもきちんと見てもらえるサイトにもして頂きたいとは思っています。

議事録要旨

あわら市の良さを知って頂くためのサイトとしては、今のサイトを残していきたいという思いはあります。

事務局

前に観光協会にいて分かったのですが、タクシーの運転手なんかは、あわら市について聞かれても「何も無いよ」としか言わない。そういうことを変えていきたいという思いもありますね。

部会員

そういうことをふまえて、私はこのサイトは作るべきだし、残していったほうが良いかと思えます。観光に来る方もあわらの事を調べるうえで、ブランドサイトを見て、あわらの良い所も知ってもらえるし、遠回りだが、県外の人からあわらってこうなんだよね。と言われた時に、このサイトをみて、あわら市民も知る事もあるかと思う。

部会員

ある程度皆さんも誘客に向けての方向性ということで確認できましたね。

部会員

それでは、次に何をするかですね？

誘客の一番の武器は温泉になりますよね。では、温泉を中心にしたコンテンツ作りにしたうえで、次は北潟湖や自然や創作の森などに広げていくべきですね。

温泉でもおもしろいものと真面目なものを作っていくのでは良いかと。

事務局

おもしろいものを作るのはよいが、市としてどこまで許容できるのかはございますね。

下品なものはいけません。

部会員

最近、動画などで市がおもしろい事をしていたりするではないですか。そういうものを見るところのイメージ（遊園地）で進めていけたらと思います。

オブザーバー

温泉を核とした情報発信での PV 獲得とか、観光集客につながるようなコンテンツ作りというものを施策にとして、そこに特化したものをあわらの強みとして、実施していきたいという思いは分かりました。

あわら贅沢のサイトは、松本さんがおっしゃってましたが、「ああ、あわら贅沢。」というブランドコンセプトに着地するという事を念頭に、情報を整理しているということもあります。

部会員

74 の源泉があるというあわら温泉の強みがあるので、そこを掘り下げたものが欲しい。

オブザーバー

観光につながるものにするのであれば、あわら贅沢サイトの中でしていく事が良いのか、それとも別にして、施策も含め考えたほうが良いのか？当然、観光協会様のホームページもあり、相互関係にはなるかと思いますが、どうしたらよいでしょうか？

あわら市民の方が再発見できるコンテンツをピックアップして掲載していくというのが目的

議事録要旨

だったと思うので、目的が違うものを同じ傘の下に入れては軸がブレるので、特化したおもしろいものを別の形にしたほうが良いのではと思います。

部会員

おっしゃる通りかと思います。

オブザーバー

今の記事内容が定住された方のお話ですとか、旧あわら町だけでなく、旧金津町の事も平等にフォーカスをあてて、再発掘するものになっております。それをみた市民の方が、これがあわらの贅沢なところなのかなとか当たり前に思っていたことだが、他の方からみたら贅沢な事だったんだと、再発見できるものとして実施してましたので、あわら温泉というものをもっと尖がらせて掲載していくうえで、ユーチューブを見るような年代をボリュームゾーンとして、集客につなげて、結果あわら贅沢のサイトにも流入することで、他にもこないいいものがあるんだと感じて頂くことも、戦略としてはあるべきものかなと思います。

無理に現在のあわら贅沢サイトに入れられない方が良い。弊害にもなり得る。

県外であるとか観光客に向けて、他にはないあわら温泉の魅力を伝えていくか。施策として、考え方が違うので、違う方向で発信したらよいのでは。

部会員

実際にイメージがわからないのですが。

オブザーバー

今までつくってきたコンテンツがありますし、これからも新たなあわら贅沢のネタを記事化していくのですが、一方で本日議論があった観光に特化し、あわら温泉を紹介していくというコンテンツは別の施策と考えて、議論していったらどうかと。進め方として。

事務局

今のブランドサイトと本日お話しした中身の方向性が違うから分けて考えたほうがよいということですね。

オブザーバー

目的がそもそも違いますので、それを両立していく事が正解なのか？別の事として捉えるのか・・・。

部会員

別の事として捉えるというお話もありますが、本日議論したことは、今までの目的をがらっと変えて、軌道修正していきましようという議論だったかと思います。

まだ記事化されていないコラムがあるかもしれませんが、その先はふりきって、誘客に特化したコンテンツにしていこうという議論かと思います。両立するのがよいのか別にするのがよいのかは、検討していただければと思います。

オブザーバー

本年度の事業そのものの目的というものが、前年度につくった「ああ、あわら贅沢。」のブランドスローガンなどをどれだけ市民の方に浸透して、理解してもらえるかというもので

議事録要旨

した。市民の愛着度の指標を設けて実施しているものですので、観光客がどれだけ増えたのか、どれだけサイトの PV が増えたかではなかったもので、それであれば、観光誘客の目的を持って、その施策を確立していく方が良いものができることもあると思います。今回の議論の 4 番の施策として、検討していても良いのかなと思います。

部会員

結局、今あるあわら贅沢のサイトが一つ一つ集めた記事を順序あげていっている状況ですので、それをあわら温泉に特化していくとなると今までのサイトのつくりでいくのと同じように温泉を紹介していくのか温泉の特集ページをつくっていくのか・・・。

オブザーバー

温泉をピックアップしていくという事は、観光誘客を一番に考える上で温泉がかかせないという意見だと思いますが、あわら贅沢を構成する要素を温泉に特化するという事は、当初の目的とは違うものではないかと思います。

違ったものをどう格納していくとか、こちらで一旦持ち帰らせて頂けないか？

部会員

検討していくということで、進めてください。

オブザーバー

① のアイデアはここまでの情報を整理して、考えてきます。

(2) あわら贅沢リボン活用の場所や使用方法について

事務局

お土産物屋で現在使用しております。効果としては、見てもらっているという現状です。

部会員

認知するための手段として、使っていくという事ですね。

オブザーバー

ももとは、「ああ、あわら贅沢。」というブランド認知の為に、身近に使えるものとして、手元にあるようなものとしてのツールとしての一つで、リボンが採用され、モデルケースになっている状況です。それ以外にもこういうツールがあつたら、あわら市民に活用して頂けるのではないかなど 4 番のところでご意見いただければと思います。

部会員

尚文堂さんとか金津スポーツさんなどに渡して、市の記念品は全部これを使用してねという風にしてはどうでしょう？

部会員

贅沢リボンの活用には向き不向きはありますね。花屋では使用できないですね。インターネットで注文を受けて、送っても「ああ、あわら贅沢。」というリボンがついていても何のことか分からないので、難しいですね。お土産とかでは、使えるとは思いますがね。

ただ、ばらまけばいいということではないので、きちんと活用して見てもらうシーンにしてい

議事録要旨

くべきかなと思います。卒業入学などのイベントが良いのでは。

各地区に分けては、子供会とか納涼祭とか

部会員

こども園もありますね。日常的に使うものが好ましいです。

まとめ

- 市からの記念品にリボンを活用
(尚文堂や金津スポーツなどで使用してもらえる様に要請)
- イベント行事
- こども園
- 回覧板に取付
- あわら市名札ストラップ

(3) あわらむすびプロジェクト参加店募集について

現在：福の神、クロスピース、I P P O、牛若丸

12月：さかなやカフェ&バル さくら、ケアハイツ芦原

今後：グランドホテル、玉寿司、ひまわり、やせなわ、オーイー、まつぼっくり
a キューブ、ウーキョンズキッチン、わらいや

(4) 「ああ、あわら贅沢。」の市民への周知・浸透の新規アイデアについて

- あわら市広報誌に連載
 - 入学祝として鉛筆
 - あわら市名札ストラップ
 - 企業さんに使っていただけるメモ帳・ポストイット
 - 市役所の領収書
 - レシート印字
 - ショッピングバッグ
 - 「ああ、あわら贅沢。」を一般の方に SNS にアップして頂き、大賞を決める。
(いいねの数を多くつけられた方が、大賞など。)
 - 福井銀行とコラボして、贅沢預金を開設 (金利贅沢キャンペーン)
 - 秋吉とコラボして、あわらの店舗のみに贅沢くし。
 - あわら市建設業とコラボして贅沢な家づくり
 - 贅沢な時間が分かるアプリ開発
 - 「ああ、あわら贅沢。」体験 (観光パッケージ)
(コラムを再現して、季節にあわせてパッケージ化。ランチを食べて、観光。)
- ※ツアーは旅行業になるので、NG。体験的なもので進めるのは良い。
- ラッピングバス
 - 記者会見用のバックボード (贅沢なもの金屏風)

議事録要旨

●小学生限定であわらの宝物探し、贅沢探し。

●贅沢検定

タクシーの運転手など検定制度をつけて、受けてもらう。あわらの良いところを再認識して、観光客に伝える。市民の方向けに、おもてなし検定のようなものをつくる。

昔、仲居さんとかおもてなし検定したことがある。が長続きしなかった。活用する場所がないのが理由。シールなどのインセンティブやメリットをあたえることが不可欠。

あわら市民の愛を少しずつ固めていく雰囲気づくりをしていく。続けていくことが大事。

お子様向けの検定も取り入れて、ショッピングセンターなどで表彰。

低学年から参加できるもの初級中級上級（高級）

あわら愛につながるものウォークラリーしてから検定など（実技）

閉会の挨拶（部会長）

伊藤さんも入りまして、新たな風が吹いたなというのが率直な感想です。

根本的なところを見直すキッカケをつくっていただいたので、良かったかなと思います。

モヤモヤして進めていたことも私の中ではあったので、いろいろな意見を出して頂いて、良い会議になればいいかなと思います。