

議事録要旨

会議名	平成30年度 第2回ブランド専門部会
開催日時	平成30年5月17日(木) 19:00~22:30
開催場所	あわらし役所 203 会議室
出席者 (敬称略)	<p>【部会員(6名)】 馬場区/五十嵐平、中番区/奥中秀尚、あわらし議会事務局/松本智美(主査)、同金津図書館/見澤香織(主査)、同総務課/西田浩也(主査)、同農林水産課/中島綾一(主事)</p> <p>【オブザーバー(3名)】 ● 大広/菱田 ● 大広北陸/越智、上野(記)</p> <p>【事務局(2名)】 あわらし総務部政策課/武田(課長)、藤田(課長補佐)</p>
欠席者 (敬称略)	<p>【部会員(4名)、事務局(1名)】 新富区/笹岡太久磨、十日区/伊藤佑樹、福井工業大学/下川勇(教授)、同観光商工課/堀川由貴(主事)、同政策課/山崎公聖(主査)</p>
協議事項	地域ブランド事業としての活動内容検討 グループワーク
会議内容 要旨	<p>進行) 事務局(あわらし市政策課 藤田課長補佐)</p> <p>● 部会長 前回に引き続き、発信事業の検討ということで今日はグループワークを行います。皆様のいろいろなお意見をいただいて、次に進められるようなグループワークになればと思います。</p> <p>● オブザーバー 〈本日の流れについて〉 今年度は新たな活動の企画推進を行っていきましょうということで、前回は新たな活動アイデアを皆様に発表いただいた。本日はその内容についてディスカッションしていきたい。3つのグループに分かれて、事前にお渡しした宿題を各自発表しながら、各グループとしての意見をまとめていただく。そして、各グループでつくった案をそれぞれ発表していただき、最終的に本日は部会としてすすめていく活動案を決定したい。</p> <p>そして6月初旬の次回部会にて、その活動を進めていく為に部会は何をしていくのか?という活動計画を決め、それを6月末~7月初旬に予定されている戦略会議で発表したいと考えています。</p> <p>また、各グループで検討するにあたり、下川先生がおっしゃっていた『推進を誰がやるのか?』『費用をかけずにできるのか?』など、今後継続して行うための視点も踏まえて議論していただきたい。</p> <p>~グループワーク開始~ <グループ A 班発表> ● 部会員</p>

議事録要旨

全体的に『贅沢とは何か？』を見つける案と、それを『気づかせる』案、最終的に『見つけながら、何か新しいものを生み出していく』案の流れで考えました。

□その見つけ方や気づかせ方の手法としてまず⑮チロルチョコの作成案。市内の老舗菓子製造業でのチロルチョコ製作や、市内メーカーでのコンテストをするなど。⑲贅沢の「贅」の字かけますか？案でアンケートをする。

□『贅沢を気づかせる』アイデアとして、⑳贅沢スペースの設置案。市役所の1階スペースの活用方法を考える。キッズスペースや滑り台を置く等するとお子様連れの方が利用しやすい。ゆくゆくは『贅沢市』のスペースに。平時市役所で野菜やパンの販売を行っているものを、贅沢スペースで展開したい。市職員のためじゃなく、もっと一般の人向けに解放したい。

⑪日替わり店長案。A キューブや湯の町駅前スペースで実施したい。贅沢という概念は人それぞれ違っており、⑪を通して、いろんな種類の贅沢が見つけられる場になれば。

□そして、『贅沢』=あわら市というブランドを、小さいうちからイメージづけ、教育の現場で刷り込みを図る②小学校で「あわら贅沢さがし」授業案。その宿題として展開しようという話もあったが、それは「答え」が出ないのでは。ここはもう少し考えたい。

最後にこれらで見つけた贅沢を、東京・都会に発信していく⑧「都会にはないぜいたく」を東京で発信案。(あわら市では)実は当たり前だと思っていることが、都会ですごい贅沢だと感じられることもある。市外の人と市内の人が同じスペースに集まり、そこで発信できたら。

□⑳・⑪のイベント版としてするならば、⑥あわら贅沢マルシェ案。11/3 に市民文化祭があり、詩吟とか踊りとか蕎麦やなど渋めのコンテンツとなっているものを、夜の部は若めのコンテンツを実施。例えばバンドの発表やフリーマーケット、展示、食など。市民が思う贅沢を発表する場として。そもそもが、あわら贅沢がこういうものだということを市民がちゃんと知らないとスタートできない。そのための⑮や⑲がきっかけで触れてもらい、⑳でもっと他の贅沢も味わえるようになったり、そこから⑪にイベントに展開できれば。ちょっと難しいと感じたのが、②で伝承給食を食べたり、校区内で宝さがしなどする中で、下川先生が言うように、いつもみんなが当たり前だと思っているものが実は価値のあるものだ気づかせるためには、どう気づかせるのが大事で、教育の現場でやるにせよ難しいかもしれないが、それが大きなテーマ。例えば大学の教育学部などと一緒に実施するとか、活動の一環として市外の人や、市内に住む県外出身者を交えるとか、今度活動を進めるメンバーも検討が必要。

Q：⑳贅沢スペースや⑪日替わり店長で集まった店舗を、⑥マルシェに集めるイメージか？

A：⑪で出店した人がきてもいいし、普段、庁舎でお昼に物販しているお店がきてもいい。A班の話は、⑳も⑥も②も、今すでにベースがあるから、それにプラスして乗せ

議事録要旨

ていくことで1から始める必要がなく可能そうである。

Q：⑮のチロルチョコ案は、あわら贅沢のステイトメントに書かれているような「都会にはないぜいたく」とチロルチョコとの親和性があるのか？チロルチョコをどうすれば、受け手も『あわらしい』贅沢を感じてもらえるのか？

A：チロルチョコでなくても良い。市内にお菓子メーカーがいくつかあるのであれば、あわら贅沢の公認のお菓子をいろいろつくれば良い。その中から賞をとったものを東京のふくい291で販売するなど、公認のお菓子を決めるコンテストをしても良い。そういったもので、あわら贅沢を象徴するような『シンボル』をつくるようなイメージ。

また、チロルでもビスコでも可能ではあるけど、販売用なのか？どこで売なのか？が難しい。『あわら贅沢を探す』案で抜けていましたが、③贅沢なものの写真募集案は、特設サイトのステイトメントの背景にムービーが出ていますが、そこに書かれている文章に相応しい写真が今はないので、山部門や湖部門や田んぼ部門などで募集して、それをランダムで表示することでも『あわら贅沢に気づく』に繋げることができる。

〈グループB 班発表〉

●部会員

各案に対しいろんな意見がある中で、案と案をひっつけたりして、最終的に4つの案にまとめました。根底にあるのは、まずは『市民にあわら贅沢をわかってもらう、知ってもらう』ことです。

②「あわら贅沢さがし」+ ④国体企画案について。学校の先生に実施してもらうことが難しい。部会の皆さんで実施しても良い。その際は、誰が実施しても同じ授業ができるマニュアル作りが必要。対象は親子が良い。思い出に残ることが大事。子供は4年生が対象。（二分の1成人式などに併せるのも◎）授業方法は、あわら贅沢とは？という映像などの教材をつくる。その内容を宿題として家に持ち帰り、家族で話し合い、地域の宝やそれぞれの家族の贅沢を見つけ出し、学校で発表。それを文集や写真集等の冊子にまとめて、子ども達に還すのが良い。そうすることで、子供たちが大人になった時に、同じ授業をうける子ども達と自分が作った文集を見比べることもできる。そこに今年は、国体にちなんだ企画を絡めても良い。選手全員に自分たち（子ども達）の宝が描かれたメダルを手作りして渡す、等。ブースの設置は難しいので、あわら贅沢を表現したメダルを手渡しできるようなことを展開したい。

⑥「贅沢マルシェ」+ ⑩「フルーツパラダイス」案について。

月一回、a キューブにて RE マーケットが行われている。それに肉付けするイメージ。REマーケットは食の出店が少なく、そこであわらむすびを出店したり、旬のカットフルーツやフルーツを使ったスイーツを販売したい。それをきっかけに市内の各店舗で商品化して、イベント時以外でも展開したい。イメージはあわらむすびのフルーツ版。フルーツ体験カレンダーやパティシエとのタイアップも組み込みたい。

③「贅沢なものの写真募集」案について

議事録要旨

リアルタイムでオンライン上で公開するのは管理が難しい。写真を募集し、それを絵ハガキにして毎月更新。絵ハガキは販売ではなく、手渡しで配付することでも贅沢とする。例えば県外の方には観光案内所・おしえる座で。市内の方には、子育て支援センターを利用する方や健康教室利用のお年寄り、市民課の窓口に来た転入者などに手渡しし、あわらの綺麗な風景や贅沢なものに気づいていただきたい。

□ ⑨「贅沢の「贅」の漢字」案について

アンケートをとるだけでなく、小学生を対象に「贅沢」の書道コンクールや図画作品コンクールを行い、市役所のあわら贅沢スペースへ掲出する。

Q：質問ではないですが、A 班でも誰が教えるのか？という議論があり、教える人ごと募集しても良いかと思う。近所のおじいさんやお母さんなど。

A：授業は教える場ではなく、考える「きっかけ」を与える場を提供して、家族やおじいちゃん、おばあちゃんから継承された「宝」を見つけて、写真集や文集で残すような活動が良いと思う。なので、先生や講師の代わりとなるのは、教材として流す導入の「映像」やマニュアルだと思う。

A：当たり前なのに気づかせるのが難しいという問題は、その映像の作り方でクリアできそう。その時に、他の案で出ていた東京での座談会のような（外から見たあわら市という視点）要素も映像に活かせば良いかも。

Q：国体企画については、例ですが、神戸マラソンでは神戸の小学生が28000人の選手に（メダルを）渡していますね。

A：国体で入賞しなかった選手にも、全員がメダルをもらえるという贅沢体験を小学生がつくるイメージです。

Q：RE マーケットでの展開では、あわらむすびのように、いろんな店舗さんがフルーツをつかったメニューを展開するのですか？

A：マルシェを起点にフルーツメニューのテスト販売を募って、ゆくゆくはあわら市内のあちこちで様々なフルーツ商品が、いつでも食べられるような展開のイメージです。

Q：贅沢の書道コンクールは「贅沢」だけ書くのではダメかも。贅沢だけでは良い意味に取られない可能性も。書くとしたらステイトメントを全部書く必要もあるが、書道としては長過ぎる。

A：「贅」の字の成り立ちや意味に、あわら贅沢の考え方と共通するような要素があれば、それを学ぶのも良いかも。

〈グループ C 班発表〉

●部会員

C 班はチロルチョコ案を核に考えました。

□②「あわら贅沢さがし」について。

テンプレートを使って先生にやってもらえば良い。家に持って帰って親やおじいちゃんおば

議事録要旨

あちゃんと考えてもらい、先ほどの動画のような教材を使って教えて、郷土愛を育む。そしてそれをアウトプットとして⑤川柳にする。それを②あわら贅沢コンテストとして集めて発信する。これらを活用して、チロルチョコに（パッケージにプリントして）落とし込む。オリジナルチロルチョコは贈り物としてもユニーク。川柳じゃなくても写真でも可。

□⑧「都会にはないぜいたく」を東京で発信案について。

外からの視点で、ブロガーや YOUTUBER など発信力のある方を集めて、その方たちの反応や意見を吸収しながら、情報を発信。例えば、居酒屋などでのあわらの料理ふるまって座談会したり、朝活する団体を集めて、あわら市ならではの朝ごはんを振る舞い、あわら市のプレゼンを行い、あわら市に来てもらい発信してもらう、など。

□①「あわら贅沢万博」案について。

②あわら贅沢コンテストは、①贅沢万博につなげる。あわら市民が考える食・ヒト・モノ・コトの贅沢を集めた万博に先ほどの発信力のある方に来てもらう。そして発信してもらう。

□⑩「YOUTUBE チャンネル」案について。

アクセスや反応などわかりやすいし、日本全国に発信できるので試す価値はある。ただし、コンセプトやシナリオなどルールに則ってやらないと難しい。

いずれの案も、さほど大きな費用がかからずに実施できる。⑪日替わり店長案は面白いが調理器具や水廻りなどの初期投資の費用がかかり、場所のリサーチが必要。

〈武田氏〉お金がかからない＝継続性につながる。誰が推進するのかという点でも、C班はハードルが低いコンテンツをピックアップした。

Q：授業のアウトプットとして川柳がつながっていて、コンテストは別ですか？

A：別です。

A：コンテストで出て来たアイデアを、チロルチョコのパッケージに展開し、伝えるツールとして活用するイメージです。チロルチョコはスペースとしては小さいが、広げた状態なら良し。大きめの饅頭のパッケージでも可。

Q：コンテスト案についても、授業案についても、これが贅沢だと伝えることは難しく、やはり動画はしっかり作り込みが必要。ここには予算を割いた方が良い。それがないと企画が成り立たない。

Q：コンテストには大賞を決めるのか？

A：賞金制で大賞を決めたい。

Q：であれば誰がどう決めるのか？何を大賞とするか？が難しい。

A：外から来る人の投票にするとか。

Q：万博案は新規イベントなのか？それとも何か今行っているイベントをかえるのか？

A：何かベースであるイベントは想定していない。流れとしてコンテストがあり、その集大成的に万博として展開するイメージ。

A：今すぐ万博を実施すると内容が薄く、あわし市民視点でしかできない。予算もか

議事録要旨

かるし、展開としてはまだ先になる。

Q：「都会にはないぜいたく」を東京で発信案の予算感ついては？

A：実績として予算はさほどかからなかった。参加者は日本橋に勤める方。既存の企画ものに乗せると予算は押さえられる。

A：プロガーは呼べると良い。

A：呼ぶのであれば5人くらいに絞って。それだけでも予算は結構かかる。

Q：コンテストは、県外の人があわら市の都会にはない贅沢を探して（写真など）エントリーされたものを、市民が投票で選ぶのは如何か？

A：県外の人にあわら市を知ってもらう必要がある。

A：その場合は、最初に県外の人があわら市のどこをピックアップするのか、そのコンテストの仕掛けを考える必要がある。その方が、（あわら贅沢のコンテスト）方法としては正しい気もする。

A：その方法なら、市民の方も、そういう風に外から見られてるのかと発見につながる。

A：（市民が）外の人からの視点のフィルターを通して見せられると、何でもないことが、とたんに良く見えることもあると思います。

A：逆にあわらの伝承料理を県外の人が見たいものを選ぶとか。

A：コンテストをあわら市で実施するか、都会で実施するかによって、その価値の感じられ方が変わると思います。以前、下川先生がおっしゃっていたように、市民の方が「これは贅沢だ」と人に披露するものはあざとさを感じられる場合があり、外の方からみて「これは贅沢だ」と言われることの方が本物の贅沢と受け取られるのではないかと思います。

Q：チロルチョコはいかがでしょうか？

A：景品的な扱いやお土産として売るにしても、「ああ、あわら贅沢」のスローガンだけなら伝えることができるけど、その先の深い部分までチロルチョコのパッケージだけでは伝えるのは難しい。

【まとめ】オブザーバー

3班ともピックアップしたアイデアは子供や学校を舞台に実施する「小学校でのぜいたく授業」案。あとはフェスや万博、マルフェなど「人を集める」イベント的な要素のある体験型のアイデアと、将来的に東京に発信する、もしくは東京からの「視点」フィードバックさせるアイデアも3班ともに選ばれました。

その他、是非やりたいという案として「贅沢スペース」の活用。今年度のトピックとして「国体」関連。

以後は、これらのアイデアを進めていくために必要なことを詰めていき、実施にむけて専門部会としてどう関わっていき、どう推進役となるかを決めていきたいと思います。

議事録要旨

	<p>●部会長 内容を詰め切れてない部分もありますが、スピード感が大事ですので、近い期間でまた次の部会もよろしくお願いいたします。ありがとうございました。</p>
--	---