

議事録要旨

会議名	平成30年度 第3回ブランド専門部会
開催日時	平成30年6月14日(木) 18:00~20:30
開催場所	あわらし役所 203会議室
出席者 (敬称略)	<p>【部会員(5名)】 馬場区/五十嵐平、中番区/奥中秀尚、新富区/笹岡太久磨、あわらし文化学習課/松本智美(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、うたみな/山中 ● 大広北陸/芦澤、越智(記)</p> <p>【事務局(3名)】 あわらし総務部政策課/武田(課長)、藤田(課長補佐)、山崎(主査)</p>
欠席者 (敬称略)	<p>【部会員(6名)】 十日区/伊藤佑樹、福井工業大学/下川勇(教授)、金津図書館/見澤香織(主査)、同総務課/西田浩也(主査)、同観光商工課/堀川由貴(主査)</p>
協議事項	ブランド専門部会の事業展開について
会議内容 要旨	<p>進行)事務局(あわらし市政策課)</p> <p>● 部会長 今日は、今後3年間の方向性を決めていきたいと思いますので、3年後のイメージも考えながら検討していきたいと思います。活発なご意見をよろしくお願いいたします。</p> <p>● オブザーバー 部会長のお話の通り、3年先まで見据えて、もう一度目的から本日までの経緯までを説明させていただきます。 今回ご用意した資料は、4/12と5/17の専門部会で、どんなことを推進していきたいかディスカッションしたことを、予算や期間を踏まえて整理してみた資料です。時間軸としては、2022年度の北陸新幹線が開業し駅前も新しくなるので、そこから逆算した形での2018年度の計画となっています。前回2回の専門部会を通して、地域ブランドを創出するという事業は、誰のためにどういう事をするのかという目的の確認も必要だと思い、次回の戦略会議用にも、そこからの説明から書いております。 前回はA~C班に別れて、どんなことがしたいかを検討しました。A班の場合は、親子向け、市民向け、都会視点などのアイデア。B班の場合は、あわらし贅沢探しの授業や国体に関するアイデアなど。C班の場合は、贅の字書けますか?や授業、マルシェや東京での発信など。それら皆さんで挙げていただいたものをまとめると、一つ目に小学校であわらし贅沢探しの授業をし、そこで子供だけじゃなくて子育て世代の親も含めて何かやっていけないか?というのが1つ目。あと国体の贅沢ブースをとという案については、5/17の部会では国体選手に小学生がつくったメダルをプレゼントしては如何かというアイデアがありましたが、企画としてそもそもPRに取り上げられにくい。PRとなるため</p>

議事録要旨

にメダルの作り込みをするならば、結構な予算が必要になるので、今行っている「あわらむすび」と紐付けしてみてもどうか？と考え、『あわらむすび in 国体』とアレンジしました。展開案として、国体会場にてあわらむすびの体験ができるものとし、選手や関係者におむすびを提供したり、市民を含め観戦者の方に販売したりするなど。そのパッケージにブランドスローガンなどやおむすびを開発した方の思いなどで包めないか？という企画としてみましたが、さらに部会長や笹岡さん、政策課と議論した結果、福井国体は平日の開催にて、市役所の皆さんは何かの役割で従事することになる。また市民部会員の方々はそれぞれの仕事があるため、活動が難しい。加えて、福井県が「いちほまれ」の塩むすびを振る舞う予定があり、企画がかぶるためあわらむすびが埋没する恐れがある。そのため、国体に絡めた活動は一旦取りやめとすることになりました。

2つ目は、贅沢スペース設置については、市役所 1F のスペースを活動の情報発信拠点として活用。そのために市民が集まり交流するスペースとすることを、市役所としてしていくということなので、部会の活動からは外しています。またマルシェやフェス、万博など、いろんな形で何かイベントをするアイデアも残っています。あと、「都会にはないぜいたく」を東京で発信しようというものについては、市外の視点で「贅沢」を捉えることが重要であることと、プラス、東京で情報発信をしていくことの、2つの意味でアイデアを残しており、個々までが前回の部会のお話しです。

その辺を踏まえて、次回の戦略会議での発表にむけて活動内容案のページに入ります。

まず、地域ブランド創出の目的ということで、3/14 の専門部会にて、佐々木市長からの言葉として、「ブランドというのは、自信と誇り。観光客の為にするのではない、誰のためにするかというと自分たち（あわら市民）のためにする。誘客も大事だが、つきつめていくと地域の活性化、生活が豊かになるのがブランディングの最終目的だと思っている」ということで、『ああ、あわら贅沢。』のコピーに「都会にはないぜいたくがあるまち」というショルダーフレーズを足そうということになりました。これ付け加えることで「あわら贅沢」がどのようなものなのかを、よりスムーズに伝えることができるようになります。加えて、この「都会にはない ぜいたく」というのが、あわらの豊かな生活・あわら活性化のための価値基準となり、つまり、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であって、市民が都会にはないぜいたくがあると気づく。そして、もっと見つけて、新たにつくる。それがあって市外に向けて発信できる。これらの活動は、短期的なプロモーションではない。あわらの、あわら市民の、根幹となる“価値”づくり！（あるいは価値観）をつくっていくことと捉え、これを再度戦略会議で確認した方が良いと思います。そして、気づいて、見つけて、つくって、発信とありますが、一度それらをブロックに分け、活動計画として組み立ててみました。

■ 活動計画 1-1「市民に気づかせる、見つけてもらう」

市内の小学校で「あわら贅沢さがし」の授業

議事録要旨

小さなうちから、「あわら贅沢 = 都会にはないぜいたくがあるまち」の考え方に慣れ親しむ機会を設ける。子どもの親も参加するカリキュラムにして、子⇒親の流れで子育て世代を狙う。社会科の授業であわら市について学び終わり、1/2 成人式もある小学 4 年生を対象とする。

例①：授業 1 日目【オリエン】

動画で「あわら贅沢」って何？や意味を伝える

ああ、あわら贅沢サイトコンテンツやあわらハッピーフィルムの映像なども使い、「あわら贅沢って何なのか？」を子どもたちにもわかるように 10～30 分ぐらいで表現して伝える。伝承料理給食、校区探検などの体験も交えて、その意味を伝えていくことが重要。

例②：宿題（親子で）【自分ごと化】

親子で「あわら贅沢」なモノやコトを考える

親子で、あわら市にいいところや誇りに思えるモノやコトを、ワークシートにまとめてもらう。書くだけでなく、写真や動画など各自の自分ごと化が進むような工夫を促す。

例③：授業 2 日目【共有】

自分の「あわら贅沢」をみんなで発表しあい、まとめる

子どもたち（&親）が見つけた「あわら贅沢」を授業参観などで発表。各クラスに 1 人ずつ県外からのゲスト（あわら出身者など）を迎え、その方とともに感想を述べ合う。オリエン動画～発表の様子までを動画にまとめるとともに、この取り組み自体をメディアにも取材してもらう。

1/2 成人式と絡めた展開とし、児童に「これからも、見つけたあわら贅沢を記録するためのノート」などをプレゼントなど、メディアに取り上げられる仕立てで展開し、情報発信も同時に行う。

■ 活動計画 1-2「市民に気づかせる、見つけてもらう」

「ああ、あわら贅沢」写真コンテスト

贅沢授業企画で狙う子育て世代に加え、より多くの方々に対して「あわら贅沢 = 都会にはないぜいたくがあるまち」に気づいてもらいたい。

そのためのより参加しやすい取組みとして、「あわら贅沢」のエッセンスが詰まった「ブランドステートメント」を題材とした写真コンテストをスタートさせる。応募作品は『ああ、あわら贅沢サイトコンテンツ』『情報発信時の広告素材』として活用する。また、「天空の城、大野城」に匹敵するような訴求力の高い 1 枚も見つけていきたい。

■ 活動計画 1-3「市民に気づかせる、見つけてもらう」

市役所のあわら贅沢スペースを活動発信拠点に

「あわら贅沢 = 都会にはないぜいたくがあるまち」という価値観を、市民が気づき・見つけ・新たに作り・・・という活動を推進していくわけだが、これらの活動を恒常的に発信し続けるリアルな拠点を設置すべき。

議事録要旨

2018年3月にオープンした市役所1Fのあわら贅沢スペースをこの拠点として活用。そのためこのスペースを、市民がもっと頻繁に訪れ、市民どうしが交流しあうスペースと改善していく。現状、主に市役所職員用に展開されているパンや野菜の販売を、市民向けに変更することで訪問頻度アップ・市民交流を狙うなど。

⇒ あわら贅沢スペースの使われ方/販売に際するルールなど制度設計、販売者募集の広報など、市役所として推進。ブランド専門部会の活動内容からは外したいと思います。

■活動計画 2-1「市民と新たにつくり、発信する」

「あぁ、あわら贅沢」発信イベント検討委員会

市民への意識づくり、市外・県外への情報発信、その両方の側面から、「あぁ、あわら贅沢」を発信するための参加型施策（≡イベント）に対して、ブランド専門部会は期待感・モチベーションを持っている。既にいろいろなイベント・祭りが実施され、どれもあまり集客できていないことを考えると、コンセプト・仕組み・費用計画などをしっかりと考えていく必要がある。そこで、2018年度は検討委員会を立ち上げ、来年度以降の第1回開催の可否を検討する。

■活動計画 2-2「市民と新たにつくり、発信する」

「あぁ、あわら贅沢」公式 MOOK 発刊

「あぁ、あわら贅沢 = 都会にはないぜいたく = あわらのふだん」。

東京をはじめとする市外・県外での情報発信をしていくために、既存のコンテンツや前述の市民参加企画を再編集する形で、まとめていく。この作業のアウトプットとして、公式 MOOK として市内全世帯への配布および販売。

■活動計画 2-3「市民と新たにつくり、発信する」

あわら week @ ふくい南青山 291

「あぁ、あわら贅沢 = 都会にはないぜいたく = あわらのふだん」を東京で発信するために、南青山 291 を有効活用する。

「あぁ、あわら贅沢」公式 MOOK をソースとした各種展示に加え、キッチンスペースを活用した食体験など、また観光協会が展開するキャラバン・各種イベント出展などとも連動し、できるだけ密度高く展開したい。また、⇒まちづくりとの連動…「あぁ、あわら贅沢」公式 MOOK をベースに、芦原温泉駅や駅前スペースに掲出・体験できる各種 PR コンテンツを展開。

■活動計画 1-4「市民に気づかせる、見つけてもらう」

「あぁ、あわら贅沢」編集委員会

市民にとってはあたり前の日常が、市外の、とくに都会の人にとっては

議事録要旨

ちょっとぜいたくで、ちょっと羨ましい。そのタネとなる“あわらの日常”は例えば伝承料理のように、いろいろな形で収集・整理されて既に市（市役所）に存在しています。それを再編集・再整理し、あらためて市民の目に触れさせることが重要です。この活動を推進する「あぁ、あわら贅沢」編集委員会を新たに発足。この組織は政策課＋市民委員が中心メンバーとなり、組織横断的に活動するイメージです。※ブランド専門部会を活動母体とするかは要検討。

Step1

健康長寿課の伝承料理レシピ、観光課・観光協会のツアーリストなど
市内・市役所内に既にあるコンテンツを収集・整理。

Step2

市民の目だけでは、何が“都会にはないぜいたく”であるか分からないので、
市外の視点も含めて、集めたコンテンツを評価・編集・再整理。

■活動計画 1+2 展開スケジュールについて

2022 年の北陸新幹線開業をひとつの山場と捉え、そこから遡って考えると、遅くとも 2021 年度には東京での発信をスタートさせる。その前年の 2020 年度にはあわら駅前での情報発信。可能であれば、2020 年度から東京での発信できるのが望ましいが、東京オリンピック後の秋からとなるだろう。そうすると 2019 年度には、「あぁ、あわら贅沢公式 MOOK」が完成させる必要があり、2018 年度にはその編集委員会をスタートさせたい。

「あわら贅沢さがし授業」についても、まず教育委員会との調整があったり、プログラム構築に向けたトライアルも必要だったり、オリエン動画制作が必要になるのでその準備が 2018 年度とし、2019 年度からのスタートを図る。写真コンテストも、授業があつて、そのいろんな人が参加できる版としてコンテストという形でこちら 2019 年度からのスタートとしたい。

イベントについては、2022 年度の一年前の 2021 年度から本格展開をスタートさせるならば、2019～2020 年度にはトライアルとしてでも実施したい。2018 年度はそのための検討委員会となります。

■2018 年度活動計画案

1.「あわら贅沢さがし授業」

※教育委員会との調整必須、本格展開スタートは 2019 年度かも。

2.「あぁ、あわら贅沢」編集委員会スタート

3.「あぁ、あわら贅沢」発信イベント検討委員会スタート

4.市役所 1F のあわら贅沢スペースを活動発信拠点に

※市役所で推進。ブランド専門部会の活動内容からは外します。

議事録要旨

Q（部会員）：写真コンテストはどこに入りますか？

A（オブザーバー）：資料は 2018 年度の活動計画なので、2019 年度実施予定のコンテストはまだ入っていませんが、2.「あゝ、あゝら贅沢」編集委員会の管轄にするのが良いと思います。

Q（部会員）：写真コンテストを 2019 年にするのは理由がありますか？

A（オブザーバー）：写真コンテストは他所にも沢山やっていて、写真コンテストから初めてしまうと埋没してしまいます。なので、まずは贅沢授業というインパクトの強いことを先にやって、その派生として親子以外の方でも参加できるイベントとしての写真コンテストを実施したほうが良いと思います。

イベントについては、三国花火と同等の集客を図るとなると、それなりに大きな予算がかかる。さらに最初からスポンサーは期待できない。イベントの検討委員会については、実施に向けてかなり困難なものになる。

Q（オブザーバー）：イベントは収益目的ではないですね？

A（オブザーバー）：ブランディングが目的ではあるが、赤字を出すと継続ができなくなる。市の予算もスポンサー料もあまり期待はできない。収益は物販するためのブース出店料が主となる。

Q（部会員）：「あゝら贅沢さがし」の授業と編集委員会は、事前に下調べや調整が必要ですね？教育委員会との調整など。

A（オブザーバー）：編集委員会を先に走らせて、「あゝら贅沢さがし」の授業に向かって良いと思う。

A（事務局）：教育委員会へ確認したところ、今から始めれば次年度の実施は可能かもしれないとのこと。学校の先生との協議や教材についての意見交換など。授業を先生にしてもらうならば、もっとハードルは高くなる。

A（部会員）：出前授業の方が学校としては負担が少ないかもしれない。小学校 4 年生は 10 クラス 250 名くらい。

A（オブザーバー）：その辺の相談事を何度か経たとしても、早くて 2019 年度の下半期が最速かもしれない。

A（部会員）：学校と下半期の遅いタイミングが良いかもしれない。法人会青年部では出前で「租税授業」を実施している。6 年生を対象に 45 分授業でビデオなどの教材を使用している。低学年には女性部による紙芝居。タイミング的には 11～2 月など。

A（オブザーバー）：授業はおじいちゃんとかがやっても良いかも。

A（部会員）：定年退職した先生も良い。

■宿題 1 について

議事録要旨

◎2022年度までスケジュールを考えた上で、2018年度のブランド専門部会の活動を予算含めを設定しましたが、この内容で専門部会の活動を進めていくことについて、お考えをお聞かせください。

【部会員】「あわら贅沢さがし」授業について、実施するならば毎年4年生に対して行うならば、その授業を行う人もずっと続けていかなければならず、どう継続させるのか。

A（オブザーバー）：先ほど案に出たように定年された方などで募集をかけるなどして、授業をやる人は毎年変わって良い。

Q（オブザーバー）：贅沢授業は委員会形式のほうが進めやすいのでは？

A（オブザーバー）：そういう形にした方が進むと思います。

【部会員】この部会の人数でこれだけの実施内容を進めていくのは厳しいのでは？

A（オブザーバー）：そうですね。2つめの宿題でも出しましたが、この部会の人数でこれら3つの事業を真剣にやろうと思うと厳しく、せいぜい2つくらいにしないと難しい。2つに絞るにせよ、部会員の人数は増やさないといけない。

Q（オブザーバー）：はやり委員会を発足して、構成する人数を集めるところから始めないと部会だけでは無理ですね。

A（部会員）：新たに委員会を作れば良いと思います。

A（オブザーバー）：その場合、委員長や副委員長は部会の方に立ってもらった方が良いと思います。

A（オブザーバー）：ここま専門部会がベースになるのか？新たな活動母体を立ち上げるのか？メンバーはどうするのか？活動ごとに担当を決めるのか？これまでの基礎作りはブランド専門部会で完了し、次のフェーズとして、3つの事業ごとの委員会を新たな活動母体にしても良いと思う。

【オブザーバー】できれば3つの事業をすべてやりたいが、活動内容を減らすという選択肢はあるのか？3番発信イベントが一番難しい。予算がネック。

A（オブザーバー）：既存のイベントを膨らますことはできるんじゃないでしょうか？湯かけ祭りなど。

A（オブザーバー）：まず、そういう「やり方」から検討するための委員会を立ち上げる必要がある。

【部会員】編集委員会については部会のメンバーも、情報共有するために皆が参加した方がよい。おそらく知らない情報がたくさん出てくる。あと、授業については、地域によって持つてる情報が違うので先生となる方の選定も含めて、そういう地域ごとの視点が必要。

A（オブザーバー）：編集委員会も含めて、あわら市という括りではなく、もう一段ブライクダウンして役割分担・人選が必要。

議事録要旨

【部会員】編集委員会についてはプロの方を入れた方が良い。ネタのアンテナという意味で素人だけでは難しい。ネタ探しの部分から一人くらいプロの方に入ってもらった方が、後でまとめやすい。

A（オブザーバー）：MOOKをつくる段階では県内の媒体社・出版社などのプロの編集者が必要。情報を集めるのがこちらでやって、それを選定するパートは県外の方も含めて行うのが良いかも。

A（部会員）：ネタ探しの部分から一人くらいプロの方に入ってもらった方が、後でまとめやすい。

■宿題 2 について

◎活動内容 1.2.3 の中で、あなたご自身がやりたいと思うものはどれでしょうか。また、参画する上で「一緒にやりたい、誘いたい」と思う方を部会員以外の中から教えてください

【部会員】イベント検討委員会をやりたい。他のメンバーは現時点ではまだ思いつかない。

【事務局】まちづくり専門部会のプランの策定が間もなく終了するので、それが終わってから、ブランド専門部会に加わってもらいたい旨を赤神氏に相談した所、それは問題ないとのこと。人数は職員も含めるとブランド専門部会と同等。

Q（オブザーバー）：立候補とかもあり得るのでしょうか？

A（事務局）：はい。広報あわらで募集をかけようと思ってます。

Q（オブザーバー）：3つの事業を同時に進める場合、それぞれの委員会は運営や進行管理は誰がしていくのか？

A（部会員）：それは難しいですね。なかなか進められないと思う。

【部会員】「あぁ、あわら贅沢」編集委員会をやりたい。

【部会員】あわら市を知るという意味で「あぁ、あわら贅沢」編集委員会をやりたい。

【事務局】あわら贅沢さがし授業希望の部会員がもう一人います。

【部会員】「あぁ、あわら贅沢」編集委員会です。

【部会員】私は一番やりたいのは写真コンテストをして、ステートメントの映像をつくりたいので、どちらに当てはまるかわからない。⇒「あぁ、あわら贅沢」編集委員会で。

Q（オブザーバー）：政策課さんへの質問ですが、今後の進める際の各委員会などの人の集め方なども次回の戦略会議で明確にした方が良いですか？

A（事務局）：戦略会議で決定した内容について、8月以降から展開していくというところで良いと思います。

A（オブザーバー）：人数のイメージは、授業とイベントで各5人づつくらい、編集員で10人くらい。それぞれの委員会の進行はいかがでしょうか？

A（オブザーバー）：2年後、3年度は良いとして、発足時は専門部会の下に各委

議事録要旨

員会を置かたちにして、専門部会の管理のもと、それぞれの活動報告や進捗確認を行うイメージでどうか。委員会は独立するのではなく、部会を3つに細分化して役割分担するイメージ。

A（部会員）：急いでやる必要がある編集委員会は、取り急ぎ部会のメンバーであればいいんじゃないでしょうか？やりながらメンバーを増やす。

A（オブザーバー）：部会長のいうやり方であるとみんなが編集委員会をやり、さらに授業、イベントを兼務するのは結構大変な作業になる。

A（事務局）：まちづくりの部会員は、賑わい創出協議会も被っており、現時点ではまちづくり部会の方が何人加わるかはわからない。加わるのは、はやくて8月スタート。

A（オブザーバー）：では、まちづくり部会の方がブランド専門部会に加わるタイミングで、どの委員会に入ってもらうかを決めて、人数の割り振りも決めましょうか。

Q（オブザーバー）：3つの事業を同時に進めるにあたり、コスト的にもオブザーバーをそれぞれに立てるわけにもいかないが、果たして実行委員会だけで企画を進めることができるのか？

A（部会員）：贅沢授業については政策課さんと教育委員会、学校の先生達だけで2018年度は進めれるのでは？授業をするという段階までは。

Q（オブザーバー）：その教材（動画）をどのように、どのような構成でつくるか？という点は実行委員での検討が必要になりますよね？

A（オブザーバー）：要は、3つのうちどれかを減らして、大広が引き続きオブザーバーとして絡んで確実に進めていくか。もしくは、3つそれぞれに、市民の方々に実行委員会に絡んでいただいて自走していってもらうことが可能か？

A（オブザーバー）：3つそれぞれにオブザーバーとして絡むのであれば、最初に3つとも立ち上げから走らせて、各委員の方に進行を預けて、順番を決めて1つずつ進捗確認など順に行っていくことなら可能。

Q（オブザーバー）：次の戦略会議では、3つの事業それぞれの具体的な数値目標が必要でしょうか？

A（事務局）：そうですね。少なくともいつまでに何をするかを発表も含めて、必要になります。

A（オブザーバー）：目標は、都会にはない贅沢があるまちを市民が知って、その活動をいかに実行するかということになる。単純に「知ってますか？」が入り口で、「共感してるか？」「自分のその活動をしてるか？」など、今はない数値ですが、それらを如何に高めていくかが3つの委員会共通の目的になると思います。

A（オブザーバー）：それぞれの委員会ごとの数値目標を立てると、ベクトルがバラバラになるので、ブランド専門部会として3つの委員で1個（全体）の目標をつくるべきだと思う。

A（部会員）：今の段階は検討委員会を立ち上げる話なので、イベントなら目標

議事録要旨

<p>来場者数や、フォトコンテストなら目標応募件数など個別の数値目標も含めて検討するということが良いと思います。</p> <p>A（オブザーバー）：それが目的ではなく、「都会にはない贅沢があるまち」をみんなが知り、大切に思って、毎日暮らすこと。</p> <p>Q（オブザーバー）：贅沢探し授業と編集委員会は、それぞれ関係し合ってるので、検討委員会は1つにしておけばいいんじゃないでしょうか？</p> <p>A（オブザーバー）：イベントは実行委員会から外して、（湯かけ祭りなど既存イベントに携わる方や観光関係の方などによる）地元有志の会（検討委員会の前段階の組織）にしては如何か？</p> <p>A（部会員）：良いと思います。贅沢探し授業と編集委員会を一つにして進めましょう。</p> <p>Q（オブザーバー）：それでは次回の戦略会議では、2018年度は贅沢探し授業と編集委員会を進めるにあたって、ブランド専門部会が新たに実行委員会を立ち上げて動き出しますという話で良いでしょうか？</p> <p>A（部会員）：そこには部会員の他に、人を加えるのですか？</p> <p>Q（オブザーバー）：そうですね。計画としてどのくらいの人員が必要なのか想定して、（市の）募集広報をかけたか、まちづくり専門部会からも参加してもらおうよう協力を仰ぐところまでの計画を立てていきましょう。</p> <p>A（オブザーバー）：新たに委員会を組織するわけではなく、今度の部会の内容があら贅沢を編集する、そして授業の企画をする、という形になります。</p> <p>Q（部会員）：イベント検討委員会はという風に組織していくんでしょう？</p> <p>A（オブザーバー）：ブランド専門部会としては組織せずに、あくまでも有志の集まりとして笹原さんや部会長が声かけし、過去にAキューブでワークショップをしたように、10人くらいで有志が集まってカジュアルな話し合いからスタートしても良いと思う。いきなりイベントを新たに立ち上げるという話しよりも、湯かけ祭りの一部に乗っかるとか、そのメンバーを巻き込むとか、そんなところからスタートした方が早いかもしれない。</p> <p>A（オブザーバー）：とはいえ、有志の会という組織では、次回の戦略会議では正式に出にくい形ではあるので、これは一旦（計画書から）外して、具体的な内容やアイデアが出てきた時点で、ブランド専門部会の中で検討すれば良いと思う。</p> <p>Q（事務局）：これから部会の人を増やして、贅沢授業と編集委員会を分けてやってくるのか？それとも一緒に進めていくのか？</p> <p>A（オブザーバー）：当面は一緒にやっていますが、編集の方は結構な人員が必要になると思います。そして、授業も同時進行でやっていかないと来年度の実施には間に合わないの、どこからか別れて作業をし、定期的に報告したり必要に応じて部会で検討するイメージです。</p> <p>Q（部会員）：贅沢授業について、学校との交渉には「こういうことをやりたい」というシナリオが必要になる。「あわら贅沢」だけではなく、具体的に編集された土台をつくっ</p>

議事録要旨

	<p>てしまわないと学校との交渉ができない。</p> <p>A（オブザーバー）：交渉にあたって、学校に対して何が（どんな説明資料が）必要かをヒヤリングするところから作業が始まる。編集委員と平行してそれをつくっていくのか。それなりに準備に時間は必要になる。</p> <p>A（オブザーバー）：学校の先生で難しそうなら、出前授業という形になると思う。</p> <p>A（事務局）：出前授業にするにせよ、その授業は社会科として位置づけ、社会科の先生を集めて、授業の流れや、宿題内容の検討をするなどは必要。その話しを進めるにせよ、教育委員会や校長会など話しの進め方も重要。</p> <p>そのあたりはこちらで予め聞き取りをしておきます。</p> <p>【20:30 終了】</p>
--	--