

第1回あわらし地域ブランド戦略会議

日時 平成28年7月12日 10:30～

場所 あわらし役所203会議室

会 議 次 第

1 開会

2 市長あいさつ

3 協議事項

(1) あわらし地域ブランド創出事業について

(2) 今後の予定について

4 意見交換

5 その他

6 閉会

あわらし地域ブランド戦略会議席次表

日時：平成28年7月12日(火) 10:30～

場所：あわらし市役所203会議室

(敬称略)

前田健二 ○ あわらし市観光協会		橋本達也 ○ あわらし市長		赤尾政治 ○ あわらし市商工会	
(株)金津技研 伊藤憲治 ○ 福井工業大学 下川勇 ○ あわらし市区長会 連絡協議会 達川昌美 ○				○ 花咲ふくい農業協同組合 小西敏夫 ○ 福井工業大学 川島洋一 ○ (株)福井銀行芦原支店 笹原規央 ○ あわらし市副市長 前川嘉宏	
関係部課 ○ ○ ○					
報道機関 ○ ○ ○		○ 赤神貴幸 ○ 政策課主査 ○ 山口功治 ○ 政策課長補佐 ○ 小嶋範久 ○ 政策課長 ○ 佐藤雅美 ○ 総務部長 ○ 菱田和宏 ○ (株)高津大広 ○ 日経B.P.社 尚吾			
		○ 渡辺智典 ○ (株)大広北陸 ○ 高田真 ○ (株)博報堂 ○ 野口修 ○ 日経B.P.社 ○ 山中貴裕 ○ うたみな ○ 新島宏 ○ (株)大広 ○ 芦澤邦夫 ○ (株)大広北陸			

あわらし地域ブランド戦略会議委員名簿

(敬称略)

組織名	役 職	氏 名	備 考
あわらし市	市 長	橋 本 達 也	会長
あわらし商工会	副会長	赤 尾 政 治	
あわらし観光協会	会 長	前 田 健 二	
芦原温泉旅館協同組合	理事長	伊 藤 和 幸	
花咲ふくい農業協同組合	代表監事	小 西 敏 夫	
(株)金津技研	代表取締役	伊 藤 憲 治	
福井工業大学（デザイン学科）	教 授	川 島 洋 一	デザイン部会
福井工業大学（建築土木工学科）	准教授	下 川 勇	ブランド部会
(株)福井銀行芦原支店	支店長	笹 原 規 央	
あわらし市区長会連絡協議会	会 長	達 川 昌 美	
あわらし都市計画審議会	未 定		
あわらし市	副市長	前 川 嘉 宏	
あわらし教育委員会	教育長	大 代 紀 夫	

事務局

あわらし総務部	部 長	佐 藤 雅 美	
あわらし総務部政策課	課 長	小 嶋 範 久	
	課長補佐	山 口 功 治	
	主 査	赤 神 貴 幸	

(参 考)

ブランド専門部会員名簿

(敬称略)

組織名	役 職	氏 名	備 考
福井工業大学（建築土木工学科）	准教授	下 川 勇	
市民		五十嵐 平	馬場区
市民		江 畑 将 享	中浜区
市民		奥 中 秀 尚	中番区
市民		笹 岡 太久磨	新富区
市民		吉 田 知 奈	十日区
あわら市	課長補佐	藤 田 由 紀	政策課
あわら市	主 事	松 本 智 美	子育て支援課
あわら市	主 事	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

芦原温泉駅まちづくりデザイン部会員名簿

(敬称略)

組織名	役 職	氏 名	備 考
福井工業大学（デザイン学科）	教 授	川 島 洋 一	
市民		笹 原 修 之	水口区
市民		高 木 めぐみ	柿原区
市民		西 田 幸 男	新富区
市民		森 嗣一朗	天王区
市民		八 木 康 史	千束区
あわら市	理 事	長谷川 義 則	土木部
あわら市	課長補佐	中 辻 雅 浩	企業誘致室
あわら市	課長補佐	山 本 紹 央	新幹線推進課
あわら市	主 任	細 川 正 樹	建設課
あわら市	主 事	坂 井 真 生	議会事務局
あわら市	主 事	竹 内 優 美	観光商工課

あわら市地域ブランド戦略会議設置要綱

(平成 28 年 7 月 1 日伺い定め)

(設置)

第 1 条 あわら市の地域ブランドを確立し内外に発信するとともに、これを芦原温泉駅周辺整備に反映していくことで、市の魅力や知名度の向上を図り、もって地方創生と市の活性化に資するため、あわら市地域ブランド戦略会議（以下「戦略会議」という。）を設置する。

(所掌事務)

第 2 条 戦略会議の所掌事務は、次のとおりとする。

- (1) あわら市の地域ブランドの確立と情報の発信に関すること。
- (2) 芦原温泉駅周辺のまちづくりデザインに関すること。
- (3) 前 2 号に掲げるもののほか、地域ブランドに関し必要と認められること。

(組織)

第 3 条 戦略会議は、市長、副市長及び教育長並びに 10 人以内の委員で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) 関係機関の代表者
- (3) 前 2 号に掲げるもののほか、市長が必要と認める者

3 委員の任期は、2 年とする。

(会議)

第 4 条 戦略会議は、市長が招集する。

2 戦略会議の会長は、市長をもって当てる。

3 市長は、必要があると認めるときは、委員以外の者を会議に出席させ、その意見又は説明を求めることができる。

(専門部会)

第 5 条 戦略会議の事務を補佐するため、次の各号に掲げる専門部会を置き、それぞれ当該各号に定める数の部会員で組織する。

- (1) ブランド専門部会 15 人以内
- (2) 芦原温泉駅周辺デザイン部会 15 人以内

2 部会員は、市民及び職員のうちから、市長が委嘱し、又は任命する。

3 市長は、前項に規定する者のほか、学識経験を有する者その他必要と認める者を部会員に委嘱することができる。

4 部会員の任期は、2年とする。

(庶務)

第6条 戦略会議及び専門部会の庶務は、総務部政策課において処理する。

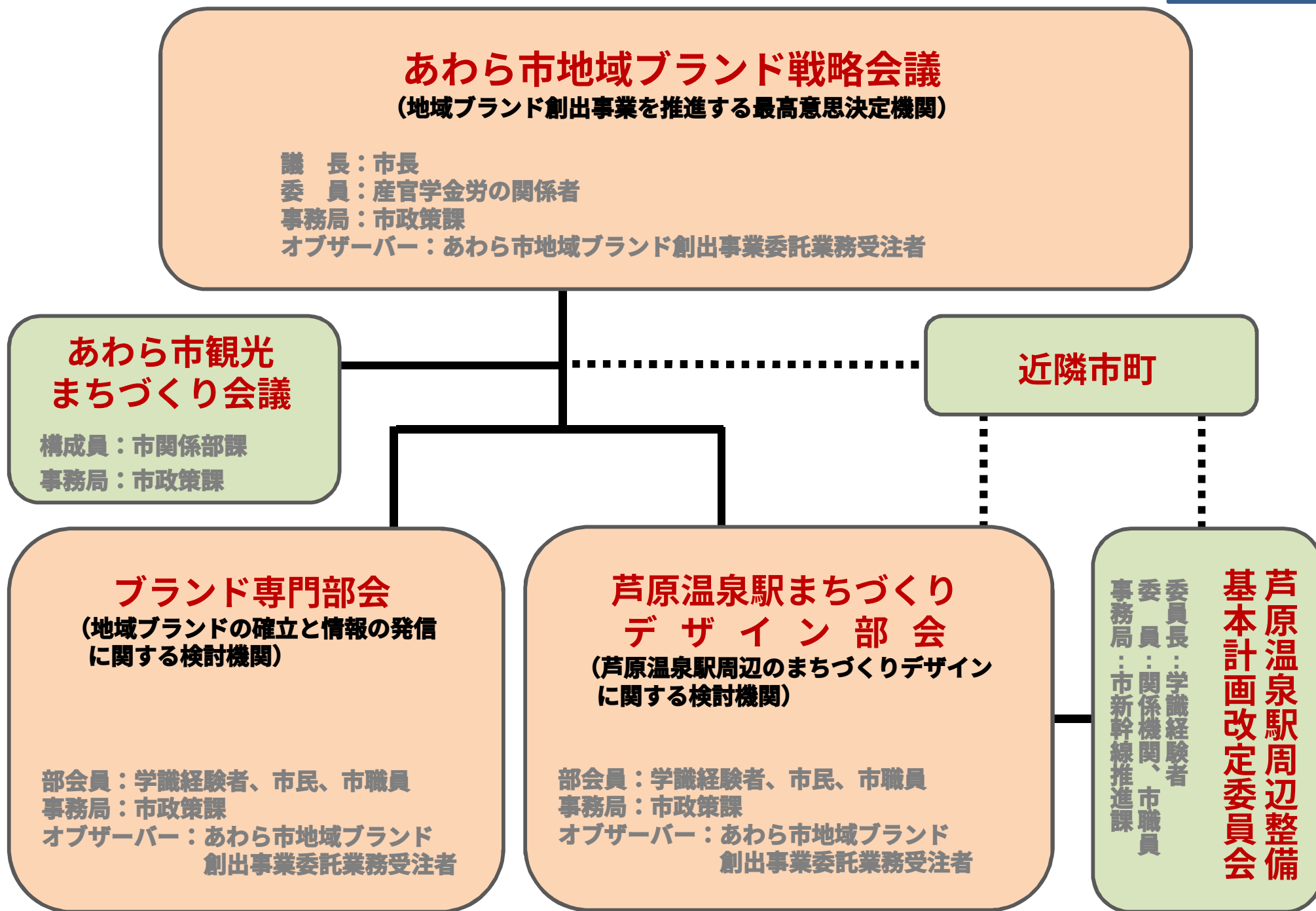
(その他)

第7条 この要綱に定めるもののほか、戦略会議及び専門部会の運営等に関し必要な事項は、別に定める。

附 則

1 この要綱は、平成28年7月1日から施行する。

2 第3条第3項及び第5条第5項の規定にかかわらず、この要綱施行後最初に委嘱し、又は任命する委員及び部会員の任期は、平成30年3月31日までとする。



地域ブランド創出事業の概要（平成28年度新規事業）

あわら市では、北陸新幹線の県内延伸が7年後に迫る中、観光地としての知名度と魅力の向上はもとより、その効果を最大限に生かした地域経済好循環を実現する仕組みづくりや、市民に愛され、市内外の人が訪れたくなるような芦原温泉駅周辺の整備が急務となっています。

これまで本市に確たる地域ブランドが確立されていない現状を課題と捉え、行政が主観的に定めるのではなく、地域を支える人、企業が共感できる地域ブランドをともに作り上げます。また、それを生かしたJR芦原温泉駅を核とする中心部への人の呼び込み・定着や観光客の誘致、また新たな企業の誘致など、地域全体の活性化につなげる取組を行います。

具体的には、次の①②の事業により進めていきます。

①地域ブランド確立事業

ブランド専門部会

「あわら市の誇り・宝」や「あわら市の未来の姿」を象徴する地域ブランドを確立し、これを柱に市民や企業に活力をもたらすまちづくりを進めます。ブランド確立に当たっては、全世帯アンケートなどを実施し、市民の声を広く反映します。

②芦原温泉駅まちづくりデザイン事業

芦原温泉駅まちづくりデザイン部会

①地域ブランド確立事業で確立する地域ブランドを基本として、北陸新幹線の県内延伸に向けた芦原温泉駅周辺のまちづくりデザインを作り上げます。具体的には、全国的に著名な3組のデザイナーに市民の声を反映したデザインを描いてもらい、今秋に公開プレゼンテーションを実施し、市民投票で決定することを予定しています。

あわらし地域ブランド創出事業の詳細について

2016年7月12日

あわら市は、地域ブランド創出事業という **ブランディング活動** を始めます。



6月14日の橋本市長のFacebookより



市長の想い

7年後にJR北陸新幹線芦原温泉駅が開業します。約50年ぶりの変貌を前に、いよいよ駅周辺をどうするのかという具体策を皆さんとしっかり共有する時期がきました。

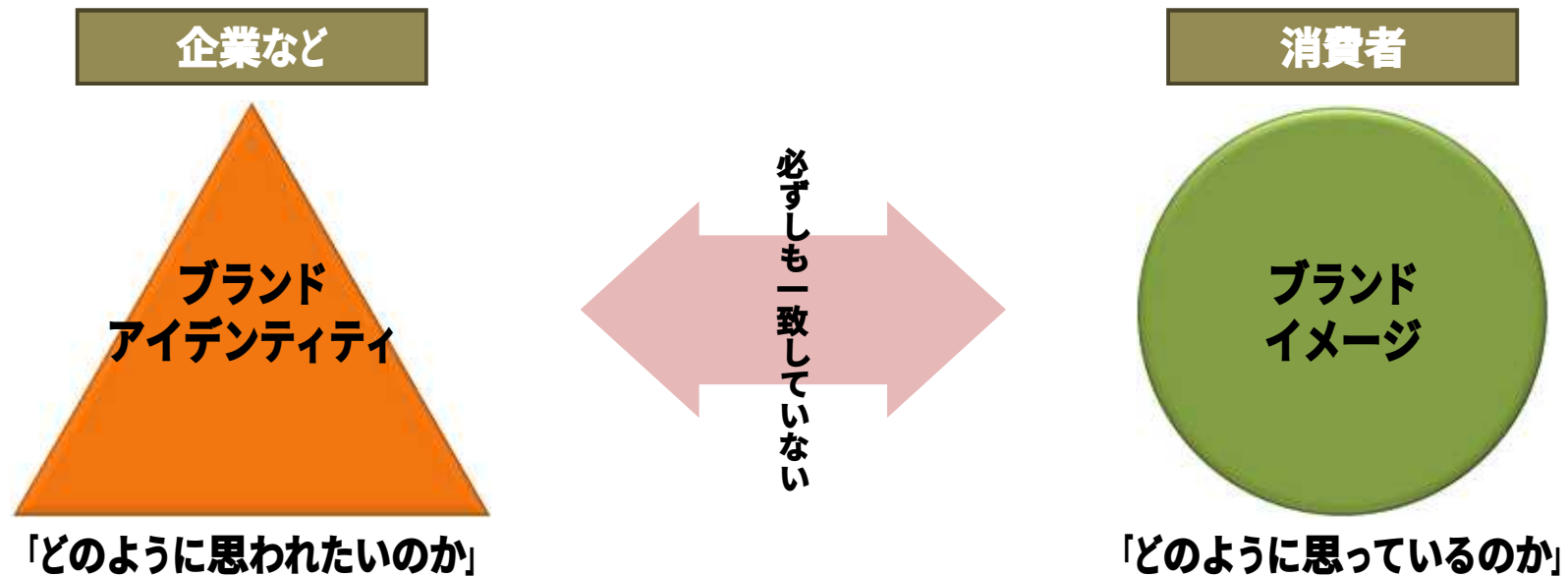
ここ10年間は、平成18年に策定された芦原温泉駅周辺整備基本計画に沿って整備が進められてきました。しかし昨年、新幹線の建設事業主体である鉄道・運輸整備機構から示された設計がそれまで想定されていたものと違ってきたことなどにより、基本計画を一部改定することになりました。

この改定作業をするにあたって、私はまずブランディング、すなわち**あわら市**の**「誇り」や「売り」を確立**することと、駅を中心にもう少し範囲を広げた**まちの将来像**も描けないかと考えました。そのために、先日立ち上げた「芦原温泉駅周辺整備基本計画改定委員会」のほかに、「まちづくりデザイン部会」と「ブランド専門部会」を擁する「あわら市地域ブランド戦略会議」の設置を考えています。

巨額な投資をとめない、将来を決定づける大事な計画になります。**皆さんと一緒に**しっかり考えていきたいと思います。

市長コラム 第104話 「ブランディング」 （6月14日 あわら市ホームページより）

企業が考えているブランドアイデンティティと消費者が感じているブランドイメージとは、必ずしも一致しているわけではありません。
ただし、企業は「どのように思われたいのか」というブランドアイデンティティに基づいてコミュニケーションすることで、ブランドイメージの形成に寄与することができます。
つまり、ブランディングとは、**「どのように思われたいのか」という企業側の意思に基づき、ブランドアイデンティティとブランドイメージの同一化を図るためのコミュニケーション**です。



ブランディングとは、ブランド側（企業など）の「どのように思われたい」と消費者側の「どのように思っている」を一致させるためのコミュニケーション活動。

従って、「地域ブランディング」を展開するにあたって、
あわら市が**どのようなまちだと思われたいのか**が非常に重要です。

つまり・・・

あわら市の「誇り」や「売り」を再確認して、

どのようなまちだと思われたいのか

を決めることから始まります。

それは市長や市役所が決めることではありません。

市民の総意として決めなければ意味がないのです。

このあわら市地域ブランド創出事業を通して、

市民をはじめとするインナーの方々に対して

1. あわら市の**魅力**を再認識していただき、
2. あわら市民としての**自信やプライド**を感じていただくことで、
観光誘致や新商品・特産品開発、企業誘致など**様々な産業の活性化**につなげていきたいと考えています。

市外・県外・海外の OUTER の方々に対して

1. 現在の魅力を伝えるだけでなく、
2. 市民のみなさまがこれからその**自信やプライド**をもとに生み出していく
新たなモノ・コトによってもっともっと魅力的になるあわら市
を発信していきたいと思います。

2つの事業を行っていきます。

①地域ブランド確立事業

ブランド専門部会

「あわら市の誇り・宝」や「あわら市の未来の姿」を象徴する**地域ブランドを確立**し、これを柱に市民や企業に活力をもたらす“あわら市の様々なアクション”を進めます。
確立に当たっては、全世帯アンケートなどを実施し、市民の声を広く反映します。

②芦原温泉駅まちづくりデザイン事業

芦原温泉駅まちづくりデザイン部会

「①地域ブランド確立事業」で確立する地域ブランドを基本として、北陸新幹線の県内延伸に向けた芦原温泉駅周辺の**まちづくりデザイン**を作り上げます。
具体的には、全国的に著名な3組のデザイナーに市民の声を反映したデザインを描いてもらい、今秋に公開プレゼンテーションを実施し、市民投票で決定することを予定しています。

ここからは、
ブランド専門部会、芦原温泉駅まちづくりデザイン部会
で実施する具体的な活動について、ご説明します。

ブランド専門部会の活動について

ブランドコンセプトの確立＝

どのようなまちだと思われたいのか

を決めること。

👉 「あわら市の誇りや宝」や「あわら市の未来の姿」を象徴

👉 あわら市の「誇り」や「売り」を再確認

栃木県宇都宮市 「住めば愉快だ宇都宮」



宇都宮市は、優れた立地特性や豊かな自然、自然災害の少なさ、安全でおいしい水など、人が暮らす上で必要なものが高い水準で揃っており、餃子を始め楽しいものや人もたくさん揃っています。

このブランド・メッセージ（ロゴマークの言葉）は、こうした宇都宮の生活拠点としての豊かさや楽しさを表現しています。そして、宇都宮の自然・歴史・食・人々の笑顔を柔らかい暖色カラーで表現し、雷や伝統工芸品、盛り上がりをもせるプロスポーツチームともリンクしています。

<https://www.youtube.com/watch?v=yTQmOjn6x2o>

東京都練馬区 「よりどりみどりねりま」



練馬区では、区政運営の方向性を明らかにする「みどりの風吹くまちビジョン」の策定に合わせて、「よりどりみどり」をスローガンに、23区一の緑被率を誇り、緑豊かな練馬区の様々な魅力を発信していくため、「YoriDoriMidori（よりどりみどり）練馬」プロジェクトを平成27年3月から実施しています。

<https://www.youtube.com/watch?v=-cfKDTAxhYY>

京都府与謝郡与謝野町

TAKE ACTION
YOSANO BRANDING 「みえるまち」



与謝野町には、世界に誇る一次産業、二次産業が息づいています。これら産業を育んでいるのは、大江山連峰、野田川、阿蘇海へとつながる自然環境です。まちの中にこれだけの恵まれた環境があることは誇るべき点です。豊かな環境によって育まれる農業、健全な一次産業が成り立つことによって実現できるものづくり、それらすべてがそろってはじめて上質なサービスを商流にのせていくことができます。与謝野町は、「みえるまち」をコンセプトに、一気通貫して「信頼」を提供できる環境を構築し、小さな町から世界にインパクトを与える行動を起こし、産業を基軸に次の世代にまちをつないでいきます。

yosano-branding.jp

<https://vimeo.com/159176736>

市民のみなさまが想う、『市外の人に伝えたい 誇りや宝』を取材し、ブランドコンセプトの文脈に則った形で、コンテンツとしてWEBサイトで継続的に発信します。



市民のみなさんに「あわら市の魅力」を再認識してもらい、自分ごととして参画してもらえようようなアクションをプロジェクトとして推進。イベントや商品開発など、新たなモノ・コトによってあわら市をもっともっと魅力的していきます。

例1 マルシェ&フェス prj

昨年6月30日にオープンしたaキューブおよび金津本陣にぎわい広場。もっと市民に活用してもらえるように、市主導でイベントを開催。

それらのイベントを通して、将来的には市民が自発的に企画していくことを狙います。

・毎月第3土曜日、aキューブマルシェ。

市民が農産物や特産品（スイーツや工芸品、手づくり品など）を販売。フリーマーケットなども。

・毎年1回、aキューブフェス。

バンド演奏・ダンス、写真・書道・絵画など、趣味を一堂に集めたフェス。参加は市民だけに限らないことで、観光客誘致にも貢献。

aキューブ、
こんな風に使うと
すごい楽しい!



例2 フルーツパラダイス prj

フルーツの産地でもあるあわら市。

フルーツ狩りでの観光客獲得だけではなく、本事業での積極的な情報発信などによる特産品開発にもつながるようなアクションを展開。

・あわらフルーツスイーツ

採れたてのフルーツの特別なおいしさが楽しめるスイーツ。著名パティシエとの協働なども。

・温泉熱フルーツ栽培

温泉熱を活かしたハウス栽培などで、通常ではつけないようなフルーツを栽培。

市・市民が一体と
なってフルーツで
街おこし!



例3 ヒーリングロード prj

吉崎御坊・北潟湖・日本海のグリーンフラッシュなど、観光資産を「ヒーリング・いやし」をテーマに再編集します。

市民も「ヒーリング・いやし」のおもてなしを考えていくアクションも推進。

・あわらヒーリングロード

あわら市単体だけでなく、ホワイトヒーリングロード越前加賀宗教街道との連携も。

・ヒーリングなおもてなし

越前加賀宗教街道の玄関口として、宿場町として、「ヒーリング・いやし」なおもてなしも考えていく。

癒されたい
ときは、あわらに
行こう!



(2016.2～5実施)

問3 あわら市が誇れるもの・自慢できるものは何だと思いますか？

この設問は、今回初めて設けたものである。全回答者561人のうち、65.2%に当たる366人から回答があった(複数件回答した者を含む。)。自由記述のため、内容に幅があるものの、大きくカテゴリ分けすると、あわら市の顔の一つでもある「温泉」という回答が3割となり、以下「自然」「食」「人」と続いている。

以下、各カテゴリで見られた主な回答を紹介する。

温泉……あわら温泉、芦湯、温泉街、観光等

自然……自然環境、北潟湖、海、山、川、田園風景、丘陵地等

食……米、越のルビー、とみつ金時、柿、メロン、梨、スイカ、果物、農産物等

人……素朴さ、人間関係、人情、優しさ、温かさ、地域コミュニティ等

その他…ちはやふる、JR駅、優良企業群、吉崎御坊、本陣飾り、金津創作の森、トリムパークかなづ、
金津祭、公共交通機関、アイリスブリッジ、行政の窓口、子育て支援、屋台村、市道金津芦原
線の並木道、観月の夕べ、閑静な住宅街等

■あわらの未来づくりアンケート

- ・ 7/15 配布開始
- ・ 8/19 投函締切
- ・ 8月末 集計アップ

■8月末 第2回ブランド専門部会

- ・ 上記アンケートで抽出された「市外の人に伝えたい 誇りや宝」「将来のあわらし像」をもとに、ブランドコンセプトとして表現したいこと（どのようなまちだと思われたいのか）のキーワード確定します。
- ・ WEBサイトで紹介していくべき「モノ・ヒト・コト・バシヨ」のピックアップ、優先順位付け（⇒取材スタート）

■9月中旬 第3回ブランド専門部会

確定されたブランドコンセプト・キーワードをもとに、

- ・ ブランドメッセージ（スローガン、説明コピー）
- ・ シンボルマーク

など、ブランディング・エレメントを候補案の中から決定します。

■9月末 第4回ブランド専門部会

- ・ 第3回で決定できなかった場合、新たな候補案の中から決定。

■10月 市長記者会見

- ・ あわらし地域ブランドとして、ブランドメッセージ（スローガン、説明コピー）、シンボルマークなどを発表。

芦原温泉駅まちづくりデザイン部会の活動について

- ❖ 北陸新幹線県内延伸時には、福井県の北の玄関口となる「芦原温泉駅周辺地区」の**まちの将来像**を、市民参加型で検討していきます。
- ❖ 従来のやり方（最初からイメージ画を描いてしまう）にとらわれず、いかにして市民に参加してもらうか、いかにしてこの地区を始めとするあわら市の将来像への期待を膨らませてもらうかという観点で、企画・進行します。
- ❖ 具体的には、3組のまちづくりデザイナーに市民に対するヒヤリングやワークショップを実施してもらったうえで、駅西口・東口、竹田川、金津神社などより広い範囲でのまちの将来デザインを提案してもらい、それを2016年11月下旬に開催予定の市民公開プレゼンで発表してもらいます。

■7月末 第2回芦原温泉駅まちづくりデザイン部会

- ・ まちづくりデザインコンペに参加するデザイナー3組を呼び、まちづくりデザイン部会で紹介。デザイン部会としての要望や市民の代表としてイメージするまちの将来像をデザイナーたちへ伝えてもらいます。
- ・ デザイナー3組には翌日に芦原温泉駅周辺の視察を行ってもらい、デザイン案に向けた構想を練ってもらいます。
(⇒取材スタート)

■8月末 第3回芦原温泉駅まちづくりデザイン部会

- ・ 8/19投函締切のあわらの未来づくりアンケートで抽出された「市外の人に伝えたい誇りや宝」「将来のあわら市像」をもとに、デザイン案作成に向けたキーワードを確定します。
- ・ デザイナー3組にキーワードを伝えるとともに、市民に対するヒヤリングやワークショップを実施してもらいます。

■9月末 第4回芦原温泉駅まちづくりデザイン部会

- ・ デザイナー3組によるデザイン案の中間報告。方向性をデザイン部会に確認していただくとともに、必要に応じてデザイン部会からデザイナーに対して修正を依頼していただきます。

■10月末 第5回芦原温泉駅まちづくりデザイン部会

- ・ デザイナー3組によるデザイン案の最終報告。内容をデザイン部会に確認していただくとともに、公開プレゼンに向けて要望がある場合にはデザイナーに伝えていただきます。

■11月～ホームページへの掲出

- ・ 第5回のデザイン部会での承認を受けて、デザイン案をブランド専門部会が作成するWEBサイトに掲出します。

■11月下旬 市民公開プレゼン

- ・ デザイナー3組による市民公開プレゼン。デザイナーへの質問者として「あわら市地域ブランド戦略会議」のメンバーにもご登壇いただきます。公開プレゼンの終了後に市民による投票を実施。まちの将来像を決定します。

第4回芦原温泉駅まちづくりデザイン部会での検討を受けて、それまでのデザイン部会での活動を含めWEBサイトで情報発信していきます。11月下旬の公開プレゼンに向けて、デザイン案の公開も行います。



地域ブランド創出事業スケジュール

資料 5

	H28												H29							
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月				
議会等					議会 定例会			議会 定例会			議会 定例会			議会 定例会						
										機構へ駅舎コンセプト報告	◆									
地域ブランド戦略会議					7/12 10:30～ 委嘱 会議の開催	◆				◆	会議の開催			◆	会議の開催					
											◆	改定委員会への提案								
ブランド専門部会					7/12 19:00～ ◆ 委嘱 会議の開催	専門部会の開催（月1～2回程度）												専門部会の開催		
						市民アンケートの実施（～8/19） ブランドコンセプトの検		ブランド発信（市長定例記者会見、福井新聞広告、WEBサイトの構築、コンテンツ更新など）												
芦原温泉駅周辺デザイン部会					7/12 19:00～ ◆ 委嘱 会議の開催	専門部会の開催（月1～2回程度）													まちづくりの検討	
						仕様書作成 デザイナー選定		7月下旬、デザイナー現地視察 市民とのワークショップ 将来デザイン作成（3組のデ		◆公開プレゼン・選定										
										◆改定委員会への提案										
							★		★		★									
政策課委託業者	市民アンケート （発送・集計）			各委員の 選考		業者選定・契約	ブランド戦略会議・専門部会・合同会議の運営													
				ブランド事業 プロボ公募		ブランド事業														
							合同会議										合同会議			
							合同会議										合同会議			

芦原温泉駅周辺整備基本計画改定スケジュール

芦原温泉駅 周辺整備基本計画 改定委員会				◆ 会議の開催						◆ 会議の開催		◆ 会議の開催		◆ 答申		
ワーキング部会					◆ ・委嘱 ・目的と体制 ・スケジュール	★		◆ 新幹線駅舎 デザインコンセプトのたたき	★		◆ 公開プレゼンの結果報告		◆ 最終調整			
地元協議 等											● まちづくりフォーラム		パブコメ			

7年後の あわら市を 計画しよう。

いよいよ平成35年春に北陸新幹線が敦賀まで開通してあわら市にも新しい「新幹線駅」が誕生します。あなたにとって、未来のあわら市はどのようなイメージでしょうか？7年後の新幹線芦原温泉駅開業は、あわら市が生まれ変わる大きなチャンスです。そのために、あわら市の未来の姿を皆さんとともに考え、誇りある地域ブランドをつくりあげ、将来に向けたまちづくりを進めていきたいと考えています。

まずは、裏面のアンケートで皆さんの声をお聞かせください。よろしくお願いします。



性別 男・女 年齢

才 お住まい

市・町・村

Q1 あなたが伝えたいあわら市の「誇り」や「宝」は何ですか？
または、あわら市のオンリーワン(あわら市にしかないモノ・コト)は何ですか？
(例) さまざまな泉質の温泉、美味しい農産物、充実した子育て環境、蓮如の里 など(複数回答可)

Q2 あわら市は、「暮らしやすくて 幸せを実感できるまち」を目標に掲げ施策を推進しています。
あなたが思う「幸せを実感できるまち」とはどのようなまちですか？
(例) 若者があつまる活気あるまち、自然豊かな緑あふれるまち など(複数回答可)

Q3 将来、JR芦原温泉駅周辺がどのようになると思いますか？
(例) 買い物がしやすくて生活に便利、子どもが楽しめる広々とした空間 など(複数回答可)

Q4 年内に鉄道・運輸機構に新しい新幹線駅のデザインコンセプト(読んだだけで、あなたの考えるデザインが想像できる言葉)を提案する予定です。
北陸新幹線芦原温泉駅はどんなデザインコンセプトがいいと思いますか？
また、具体的に説明してください。

〈デザインコンセプト〉

〈具体的に〉

■糸魚川駅の事例

〈デザインコンセプト〉

「日本海、北アルプス、ヒスイをシンボルとした駅」

〈具体的に〉

日本海と北アルプスに抱かれた雄大な自然と糸魚川産ヒスイのイメージを感じさせる駅



次の①～④のいずれかの方法で応募してください。

① 備え付けの回収ボックスに投函(時間外・休館中は、施設の郵便受けに投函してください。)
※保健センター、aキューブには郵便受けはありません。

市役所・保健センター・子育て支援センター・湯のまち公民館・本荘公民館・北潟公民館・中央公民館・伊井公民館・坪江公民館・
劔岳公民館・細呂木公民館・吉崎公民館・芦原図書館・金津本陣IKOSSA・金津創作の森・セントピアあわら・aキューブ・
おしえる座あ JR芦原温泉駅店・えちぜん鉄道あわら湯のまち駅・JR芦原温泉駅・農業者トレーニングセンター・トリムパークかなづ

② ファックス:0776-73-1350

③ メール:seisaku@city.awara.lg.jp

④ ホームページ:<http://www.city.awara.lg.jp/enquete/e000042.html>

○あわら市ホームページ(トップページ) ➡ 注目情報 ➡ あわらの未来づくりアンケート～7年後のあわら市を計画しよう～

〈お問い合わせ〉福井県あわら市総務部政策課 〒919-0692 福井県あわら市市姫 三丁目1番1号 Tel 0776-73-8005(課直通)