

議事録要旨

会議名	第2回あわらし地域ブランド戦略会議
開催日時	平成28年9月16日(金)10:00~12:00
開催場所	あわらし市役所 3階正庁
出席者 (敬称略)	<p>【委員】(9名) あわらし市/橋本達也(市長)、あわらし市商工会/赤尾政治(副会長)、芦原温泉旅館協同組合/伊藤和幸(理事長)、花咲ふくい農業協同組合/小西敏夫(代表監事)、(株)金津技研/伊藤憲治(代表取締役)、福井工業大学/下川勇(准教授)、福井銀行/笹原規央(芦原支店長)、あわらし市/前川嘉宏(副市長)、あわらし市教育委員会/大代紀夫(教育長)</p> <p>【各部会】(2名) 笹原修之(芦原温泉駅まちづくりデザイン部会・部会長)、五十嵐平(ブランド専門部会・部会長)</p> <p>【オブザーバー】(5名) 大広/菱田、新島、日経BP/高津、うたみな/山中、大広北陸/渡辺(記)、</p> <p>【事務局】(4名) あわらし市総務部/佐藤雅美(部長)、小嶋範久(政策課長)、山口功治(同課長補佐)、赤神貴幸(同主査)</p>
欠席者 (敬称略)	<p>【委員(3名)】 あわらし市観光協会/前田健二(会長)、福井工業大学/川島洋一(教授)、あわらし市地区区長会連絡協議会/達川昌美(会長)</p>
協議事項	<p>(1)各部会の進捗報告 芦原温泉駅まちづくりデザイン部会 ブランド専門部会</p> <p>(2)今後の予定について</p>
会議内容 の要旨	<p>事務局：開会及び進行 橋本市長挨拶</p> <p>本日は、地域ブランドの創出、駅周辺のまちづくりデザイン策定を担う2つの部会の進捗報告と、その内容について協議を行う。事業展開に当たって、ご助言、ご意見をお願いしたい。</p> <p><協議事項></p> <p>(1)各部会の進捗について 芦原温泉駅まちづくりデザイン部会 資料に基づき、笹原部会長による進捗説明</p> <p>・どのような駅周辺がいいのか市民意見を3組のデザイナーに要望し、ちょっと背伸びした、でも実現できそうな絵を描いてもらい、11月27日に市民公開プレゼンで発表してもらおう。</p> <p>・そのための部会の運営を、特に8/31実施の拡大版デザイン部会(市民を交えたワーク</p>

議事録要旨

<p>ショップ)での内容を中心に報告。</p> <p>Q1. 芦原温泉駅周辺を自分たちの力で盛り上げる方法(ソフト事業)</p> <p>Q2. Q1を実現するために必要なハードや仕組み(行政に一つだけお願いできるとしたら)の各回答を報告。</p> <p>進捗報告における質疑応答</p> <p>委員：</p> <p>部会は「芦原温泉駅そのもののデザイン検討」ではなかったか？</p> <p>事務局：</p> <p>駅舎外観デザインや中の機能については所管が変わるが市の土木部で(別に委員会を組織し)話し合いを進めている。デザインコンセプトについて、12月を目処に鉄道運輸機構に提案することとしており、あわらの未来づくりアンケートでも駅舎デザインに問いかけを行った。現在アンケートの集計を行っており、9月27日に芦原温泉駅周辺整備基本計画改定委員会のワーキング部会と芦原温泉駅まちづくりデザイン部会との合同会議を開催し、駅舎デザインや中の機能についてもディスカッションを予定している。このまちづくりデザイン部会では、駅周辺に特化して行っている。</p> <p>委員：</p> <p>非常に熱い思いが伝わるお話で、ソフト面での要望・意欲が伝わってくる。しかしながらコンセプトが弱いのではないか。</p> <p>委員：</p> <p>8/31実施のワークショップに参加させていただき、問いかけの二つの設問は適切であったと思う。しかしながらワークショップでは、戦略と戦術ということ言うと、戦術レベルの話しか出てこなかった。ここでやっているのは戦略の会議で、戦略という部分を皆にはっきりと示して、それで戦術を整えていく、このやり方が今のところハッキリしていないから、先ほど委員が言われたように、何を訴え、「日本にどこにもない」という駅前に果たしてなるのか、ワークショップに出てきた案をひとつひとつやることで、日本のどこにもないということが出来るのか、という問いかけを部会の中でもう一度していただく必要があるかと思う。</p> <p>あわららしさ、官民一体となった、ということが大事だと思う。官にすべて任せるのは無理だと重々理解しており、市民の方も理解している人が多いと思う。日本のどこかにうまくやっているところがないかと「駅前」「官民」というキーワードで検索したところ、岩手県東北本線にある、「オガール紫波(しわ)」の取り組みを知り、成功事例だと思った。</p> <p>日経BP社の高津氏をご存知かと思うが、どんなところが実際に見てきて、人口3.5万人の小さな自治体で、その取り組みを小泉進次郎さんも絶賛していたとのこと。是非一度参考にして、官民一体のまちづくりの参考にしてほしい。戦略の中から戦術を出していく流れを作してほしいと思う。</p>

議事録要旨

オブザーバー：

委員から話のあった紫波町のオガールというプロジェクト。最大のポイントは官だけではなく、民が中心になってやっているところである。我々の記事にもあるように、10年以上放置された駅前に年間80万人の人が来ている。公が出来なかったことを民がやる、というサブタイトルを付けているが、まったく公が入っていないかという、そういうわけではなく、実際には図書館の機能であるとか、そういった部分では公の方からお金を入れている。

ただし一番基本のところでは、駅前に多くの人を集めることを最大の主眼にしている。人が集まってくれば、そこに商業施設が集まってくる、そこに商いが生まれるということは、そこに施設を作ったときにテナントとして稼ぐ、そこに民の人たちが（地元のものを）売ったりしているわけだが、そういったものを売ってもペイできる形になるということが大きなところである。

同時に今、民間のプロジェクトの話でテナントの話をしたが、基本的には賃料収入をきちんと取って、民間の金融機関からお金を借りて、かなり厳しい事業計画・事業収支のチェックを受けた上で進めている、ということである。そのため、きちんとこの施設で利益が上らないと廻っていかないということであり、ここに携わっている方々の本気度が違う。

おっしゃるとおり一つの成功例・ひな形である。特に真似すべきところは、ご指摘にあった日本でもどこにもないを作るというのは、デザインの面ではそういったところを目指している。ただ仕組みということであれば、参考になるものというのは間違いのないところである。あわらの駅前と比べていくと、（紫波町は）新幹線駅というわけではなく、ここに来られる方は比較的県域・地元の方が多く集まっている。田舎ということもあり、学校に登校される方が電車を待つ時間を上手に使って利用している。学校から家に帰るまでの電車待ちの時間で図書館を利用しながらなど。あとスポーツ関連では、バレー練習場があり、常に人が滞在できる、何かを買うなどの目的が無くてもここに集まって日常生活の中で使える施設づくりやシーンがうまく演出しているというのが見受けられる。

今回我々がお願いしているデザイナーはもちろんこの事例を知っており、事業スキームも含めて理解している。この事業ではP P Pの関連から東洋大学のチームが関わっているが、同じくらいの知識はデザイナーが持っているため、ご指摘の部分を含めて、この事例に近い、単純に絵の部分ではなく、仕組みづくりの部分についてもまちづくりデザイン部会に対しデザイナーが提案をしてくると思う。

ご指摘があった戦術なのか戦略なのかということで、たしかにワークショップは戦術的なところに陥りがちになるところはある。ただあえてこの時期やっているのは住民を巻き込んで住民参加というステップを踏む時に、戦略を求めるのは酷な話である。戦術的なところで意識を高揚させてまちづくりに対する関心を高めていただいた上で、戦略という部分は、プロであるデザイナーや我々が今月末、来月末、11月末に向けて、戦略的なコンセプトやブランド専門部会の方のコンセプトとの連携を図った上で、こういうまちにしていきたいという強いキーワードをきちんと出して、それを皆さんに審査、最終的には市民公開にして審査というステップを踏むため、もう少し戦略の部分に関しては、次回以降お待ちいただければ何らかの、皆さんの心に引っかかる様なものが出てくると期待をさせていただければと思っている。

議事録要旨

3 回目のワークショップまでの間に出せていないのは、そういった手順を踏んでいるとご理解いただきたい。我々の方もプロの方が、デザイナーも含めて絡んでいる以上、単なる戦術的なもので終わらせるつもりはないため、その点もご理解いただきたい。

< 協議事項 >

(1) 各部会の進捗について

ブランド専門部会

資料に基づき、五十嵐部会長による進捗説明

・地域のブランドの方向性を決め、市内外・国内・国外まで広めるということで、その手法として、市民の方にどのように訴えかけて、巻き込んで、育てていくかということを考えながら展開している。

・ブランド専門部会では計 4 回の会議を行い、あわらの未来づくりアンケート等をもとに地域ブランドのコンセプトキーワード、どのようなまちだと思われたいのかの検討をしてきた。

(その後、資料に沿って説明)

専門部会としては、「都会にはない贅沢があるまち」。経済とか予算というところで勝負しても勝てない、どこで勝負をするのかというところに着目した結果、「ぜいたく」という方向性になっている。

テーマパークとか都会的な要素を持って勝負するよりも、人情とか生き方とか、この場所では体験できないもので勝負したい。そして福井県民というのは利他の精神が息づいているまちなのではないか。これまで日本は高度経済成長の中で、競争の中で生きてきた。東日本大震災あたりから中身が変わってきたと個人的に思っている。その中で、福井県民が秀でているところは、人への思いやりがあるというところではないか。そういった要素を入れてもいいのかと思う。そういった人間的なところを打ち出すのがいいのかと、部会の中で話し合ってきた。

進捗報告における質疑応答

委員：

たしかに文章はきれいではあるが、一番下の行を除いてあわら市であると想像できない。コンセプトキーワードについては、あわら市はコレなんだ、というところを出してあげないと、よく似た文章はどこにでもある、日本のどこにでもある。そんな気がするが、皆様のご意見はどうだろうか。

委員：

「都会にはない贅沢があるまち」というのは、素晴らしい内容だと思う。今ほどの委員の発

議事録要旨

言とは感じたことが違って、中身に関しては素晴らしいが、具体的にどこで体験・体感できる場所があるかなど、きちんと流れを作ってほしい。(福井に) 来られたお客さまがどこで体感・体験できるのかと。特に、観光協会が数年前からオンパクなど、商品作りをやっていの中で、その連合性を考えていただいて、これが結果的にこの商品だという流れを作っていたらいいと思う。

オブザーバー：

未来づくりアンケートの結果を紹介

部会員の皆さんにアンケート結果をお見せして検討してもらった。「あわらの誇り・宝・オンリーワン」に対する答えは、一番にくるのが温泉関係、二番目にくるのが食べ物で、その次が自然、レジャー・文化・観光など、そこから環境・人柄、歴史、祭り。

「幸せを実感できるまち」を問うと、自然・動物、その次に子ども・高齢者・女性もみんな安心して暮らせる、あと人(人柄)が出てきた。

部会で議論したのは、アンケートを部会員の皆さんに伝えてもらって、(回答は)何を意味するのかを整理するところから始めた。回答自体は先ほどのアンケート結果と同様で、温泉がキーワードで上がり、自然、人、笑顔、つながり、フルーツなどがあつた。

その中に、最終的に都会には無い贅沢に繋がるものとして、質の高い日々の暮らし、外の人からは普通ではない「普通」がある、ゆとりなどがあつた。

2回目は人を掘ってみようかと、アンケート結果で、人・素朴さ・人情のキーワードがあつたので聞くと、「大きな家族」「つながり」「距離が近い」「大らかで気持ちにゆとりがある」などの意見があつた。

これらを踏まえて3回目では、グループに分かれてアンケート結果を提示した上で、ディスカッションしてもらった。共通していたところは、芦原温泉駅もあるしあわら温泉という観光資源もあるので温泉は特長を示すものではあるけれど、温泉だけではない、という思いが強かつたという印象を受けた。

自然・人・食べ物の話というのが総合的にあるのがあわらの魅力で、3回目の部会の中で、うまく表現してくれたのが、3チームのうちのBチームで「都会にはない贅沢があるまち」というキーワードがそのまま出てきた。ある意味、あわらの価値をうまくクリエイティブしていると思う。

市民の皆さんが納得して、かつ外の人にも伝えていきたい、とあつたので、これがどうオンリーワンになるかは「都会にはない贅沢」をどう実現していくかだと思う。先ほど委員が言っていた、それをどういったストーリーにするかだと思う。

「都会にはない贅沢」は行動がしやすいというのは、例えば温泉旅館の朝ごはんのメニューひとつを考える上でも、大阪や東京で食べられる物、ニューヨークで流行っているものなんでもものはいらなくて、あわらでしか食べられない(贅沢な)ものを出すべきだ、というのが具体的な活動に繋がっていくと思う。そういった意味で何をしたらいいか、こうするとあわらのいいところが伝えられるんじゃないか、というのが「都会にはない贅沢」を旗印にして、いろんな

議事録要旨

活動につながっていき、いろんなものが出ていくことでオンリーワンにつながっていくと思っている。

委員：

20枚くらいの各市のステートメントを集めて読んだ時に、全員がこれはあわらだ、と選ばれたものになっていることが大事だと思う。都会にはない贅沢、どっかの旅館にも似たものがあったが、決して否定しているわけではないが、もっと「あわら」のやつだ、20枚の中から選ぶのであればこれは間違いなくあわらのやつだ、というようなものになってほしい。

オブザーバー：

私たちもそう思っており、今がコンセプトの原点で、ブランドというのは言葉を作ったりマークを作っただけで終わりではなく、スタートなので、これを今だれが読んでも、あわらだと分からないのは、あわらのことを知られていない、というもあると思う。これに従って「都会にはない贅沢」を実際のまちのいろんなところや、来た人が体感できるレベルで活動をやっていったらいいのではないかと思う。今までの話は「都会にはない贅沢」というキーワードだけでは、どういった思いがあって部会で決められたか分からないと思い、提示させてもらった。「都会にはない贅沢」という大きな方向性の中で、あわらを表せる感じで、もう少し検討すべきだと思った。

オブザーバー：

このステートメントは最終ではない、この会議を進めていく中で、方向性として問題ないかを確認したい。委員からご指摘があったように、ここからオンリーワンらしさというのをどう付け加えていくのかだと思う。実際に行動して、オンリーワンらしさを作っていけないといけないことでもあるので、そういったことはどういったモノが出てくるのか。

まちづくりデザイン部会の立場からいうと、ここにある「贅沢」をキーワードに、まちをどうデザインしたらいいのか、駅舎はどうデザインしたらいいのか、体感できる場所として、どういう風に整備していけるのかを考えていく。デザイナーにも今日こんな話が出ました、ということ伝えて、絵の中にもこういう部分（都会にはない贅沢）を反映するような形で考えてくれというオーダーをする形になる。なので、ここからブラッシュアップをしていってご理解いただきたい。オンリーワンになっていく方法がみえるようなものを、織り込んでいくという、そういう理解をしていただければと思う。

委員：

市民からの意見を確認した上で、こういうキーワードが出てきているのでしょうか。今の話だと、これから作っていくというのは矛盾があるような気がする。

オブザーバー：

議事録要旨

最初から出てきたわけではなく、議論を重ねた結果、こういう良さがあるという結果に部会員の皆さんが気付かれた、かつ納得されている部分なので、あまりにも今ないものからスタートするのではなく、今ある・何となく感じていたり気付いていなかったり色々あるが、あわら市民の皆さんが「あ！」と思うような価値を集約して、これが今端々まで整っているというわけではないと思うので、これをもとにしてもっと具体的な活動が進んでいけばいいと思う。

委員) 今あるものを気付いていないから見つけていきましょう、というコンセプトなのか、ここを目指して創っていきましょうと言っているのか、そこを確認したい。

オブザーバー) そういった意味では、今目指して創っていくのであるが、一部兆しがあってこれなら出来るという感じではある。

委員) 新たに創出していくというイメージだろうか。であれば、「贅沢」が今はないから創っていきましょう、ということであろうか。

オブザーバー) いやそうではなくて、今はもう贅沢はあって、言われないと分からなかった、ということである。

委員) 今から見つけていって、見つめ直しましょうということだろうか。あるいは、創っていくわけではなくて、今あるものをブラッシュアップする、という感じだろうか。

オブザーバー) ブラッシュアップするという感じである。

委員) 理解した。これらを基本にして、例えば商品等をこのイメージをもとに先ほど委員がおっしゃった商品に付加をつけていく、というようなことなのであろう。

オブザーバー) はい、そういうことである。

委員)

市民の意識の中で普段使いのままでもいいから、「おもてなし」とか言葉の中に入ってくるのかもしれないが、今のままでいいということを市民に訴えていくのが、新たなモノを作っていくという話をしていくのか。対外的にはこういうまちです、ということ、あわらを知っている人ならば、あわらとわかるようなものでいいのかもしれないが、知らない人がほとんどだからこのまちはどこにあるのか、ということ意識してもらった方がいいのかなと思う。そこにオンリーワンやオリジナルがあれば気になって調べて知ってもらえる、ということでよいのか。

オブザーバー) そうである。

委員)

ブランド専門部会にアドバイザーとして入らせてもらっているが、ロジカルな話がたくさん出ている。先ずブランドというのは市民が腹に落とせるかどうか、というのがすごく大事なのだと思う。県外の方々には、市民がそう思っているのを知っていただくのが大事なのだと思う。例えば、県が恐竜をブランド化しているが、アンチ恐竜という方も多くて、一体どういったモノが皆さんの懐に入っていくのかと思った時に、様々なキーワードが部会で出てきた。

贅沢というのはたしかに個人の感性に訴えかける言葉であって、おそらく贅沢は個人個人なのだろうと思う。様々な方がいて、受け取り方によって普段の自分の生活が贅沢だったんだなという気付きをこの言葉で表現している。

議事録要旨

あとオブザーバーが言うように、加工して伝えていくこと、いきなりモノにいく、というよりも精神的な部分に訴えかけていくような取り組みで市民に周知をしていくことも同時に行っていく必要があると思う。その中でわかりやすくいうと、温泉の朝ごはんの話が出たが、米粒一個でも贅沢であると思う人もいる、術としてそういったことをやっていく。

おそらく、総合だと思う。コレをやるというよりも、今部会で考えられているのは贅沢という精神的な部分と、物的な部分の総合だと思うので、これをいかに今後マネジメントしていくか、道筋をつくっていけるかということで、今後、部会で議論していくのだと思っている。皆さんからいただいたご意見は、今後の部会の進め方にいいアドバイスをいただいたものと思いつながり受け止めた。私もアドバイザーとしてご意見を念頭に置きながら関わっていきたくと思う。

委員：

贅沢という言葉には贅否両論、すごい賭けでやってみても面白いかなと思うが、ステートメントの中身というのが、先ほど委員もおっしゃっていたが、これを読んであわら市だ、というのが最後の一行を取ってしまうとわからない。温泉もいっぱいあるし、地方だったらどこでも当てはまるような、風車だって北海道に行けば10本どころではなく立っているから、そういう意味で言うと、あわらのブランディングというのは市民の方が気付いていないような、こんなに凄いな、ということを改めて市民の方に気付いてもらう、外の方にも知ってもらうのが大事だと思う。

市長やわたしが環境関係で挨拶する時に、風力発電でおこす電気というのは、あわら市で消費される電気とほとんど一緒だと言っている。つまり、自然エネルギーで電気をおこすことに貢献しているし、市民の電気を賄っているということ。まだ市民の方は知らないと思う。それに（風力発電は）2万キロワット、太陽光発電は1万キロワットに広がっている。あわら市は環境、自然エネルギー、温暖化対策に貢献している。また、あわら温泉では木質バイオマスのボイラーを3件導入して、重油のボイラーから転換を始めている、環境に優しい温泉である。

そういうことを全部合わせるとあわら市のブランディングというのは、環境に優しいというのは絶対にあると思う。そういうものを淡々と説明調に描いてもダメだが、ステートメントに盛り込むだとか、人間関係のことで、「おはよう・いい天気やの」と言っているが、地方に行けばみんな言っている。こんなことがないのは、東京のど真ん中のマンションくらいではないか。そんな中で、例えばあわら市には愛の神様がいて、愛の神の井戸に御清水がある。あわら市のご夫婦は仲がいい、例えば離婚率、同居率、子どもの数が高いなど、知ってましたが、三世代同居率はこんなに高いんですよ、離婚する夫婦が少なくて、きっと愛の神様が二つあって、そのおかげかも知れませんが、とか問いかけてみるとあわら市だと分かってくれると思う。

「食卓には海の幸、山の幸」とあるが、あわらを思うと、富津金時であり、スイカであり、メロンであり、トマトであり、梨でありそういう坂井北部丘陵地の畑の果物・野菜だと思う。単純に「どこまでも広がる稲穂」の部分など、稲穂でいいのかなと思う。田んぼよりもあわら市

議事録要旨

の宝はそっちの野菜とか果物だと思うので、しっかり固有名詞を出してもいいと思うし、そういう形で市民の皆さんが読んで、「あ、あわらだね」とか、市民の皆さんが読んで気付く、あわら市の外の方も、「へーそうなんだ」とあわら市に興味を抱いてもらえるようにすると今度新幹線駅ができるし行ってみようかとなるかもしれない。市民もあわら市に住んでよかったねとなるかもしれない。そういうのを全部ひっくめて「贅沢」というのであれば私は「贅沢」でいいと思います。このステートメントは委員がおっしゃったように、あわら市のステートメントではなくて、人にやさしい地方のステートメントの感じがあり、この点をもっと検討していただきたい。

委員：

副市長、先ほど委員がおっしゃるように、これはあわらだというのはアンケートからはどこにでもあるものが出てきたというのが実情だと思うが、副市長がおっしゃったように、例えば同居率が日本で一番とか二番とか三番とか、北陸で一番だとか。それから、持ち家率が北陸一番だとか、市民一人あたりの温泉入浴回数など、行政の方でデータ収集していただいて、売りになるデータを部会に提出いただいて、それをまた揉んでもらいたい。データを入れて、再検討をいただければいいではないか？例えば、坂井市は住みやすさランキングが4位だったと思うが、そんないるんな角度でデータ取りしていただいて、一回部会の方に出していただきたい。そういったものも必要でないかと思うので、宜しくお願いします。

(2) 今後の予定について

事務局：

ブランド専門部会は、本日いただいた意見を踏まえ、10/5にステートメントの見直しやスローガンの検討を行う。芦原温泉駅まちづくりデザイン部会は、9/26に会議を予定しており、デザイナーから絵（デザイン）を提示してもらうことになっている。ただゾーニングして本当の駅前であったり竹田川周辺の絵であったり、金津神社周辺の絵であったり、そういったモノを最終的な成果物として予定しているが、9/26は、とりあえず一枚の絵と全体の考え方を示していただける機会となる。それに対して部会の中でディスカッションを行っていくというスケジュールである。この二つの部会の進捗について、次回は10/12、10時から市役所正庁にて第3回地域ブランド戦略会議を開催する予定である。

協議いただいていることが、今後限られた時間の部会の中で消化しきれれるかどうか、委員の皆さまにご理解いただけるところまで進められるか時間的に厳しい状況であるが、それ以降決まっているところでは、11/27にデザイナーが描いた将来デザインを市民の皆さんに発表して市民投票を行う予定である。このスケジュールは変えずに進めていきたいので、10/12会議の時点で皆さまに納得いただけるものでなければ、11月、12月と月1回ないし月2回、皆さまにご参集いただくこともあろうかと思うため、よろしく願いたい。駅舎のデザインコンセプトについても、変えられない日程で12月中頃に議会でもご意見を

議事録要旨

いただきながら、鉄道運輸機構に提案する予定で進めていく。

意見交換

委員：

今この会議を進めていく中で実際に駅の青写真が必要ではないか。ロータリーが2つあって、東口にも車寄せができてという状況で、そこは変わるか、白紙の状態を考えてもらうのか？

事務局：

基本的にロータリー部分であるとか、公共で整備する部分で変えられない部分はある。そちらについては、デザイナーの方にお示しし、絵を描いていただくという手法を取っていきたいと考えている。

委員：

今まちづくりデザイン部会の方でも色々と施設を作った方がいいとか、集約したほうがいいとか、いろんな意見出ているが、こういったモノはどういった意見が出てきて最終案が出てきても、そちらが変わらないのであれば意味がないと思う。そのところはどうか？

事務局：

変えられない部分というのは、予めデザイナーのほうにお示しをするという手法である。

委員：

そのデザイナーさんというのは、この部会で採用されているデザイナーさんと同じ人なのか？

事務局：

そのとおりである。

副市長：

基本的に駅周辺の整備計画は改定中で、それは今年度中の改定で進めている。笹原氏がおっしゃったロータリーが二つ、が決まりなのか、道路の形はこれで決まりなのかとか、新しく作る場所はここで決まりなのかというのは、今の段階ではまだ決まりでない部分もあり、ロータリーについてもこの二つがこの位置でというのは、もう変えられない部分ではない。話の中で出てきた公共的な施設、PPPの主体的な建物かは分からないが、それがどこにどのくらいの規模でどれくらいの予算で、と決まっていくのは今年度中というのは無理なので、それは周辺整備基本計画に書き込まれなくても、白地の部分にできてくるということも

議事録要旨

あり得るという認識でお願いしたい。

委員：

富山に行った際に、富山駅が大きく変わったのは、新幹線駅舎の方がでかくて、3セクのところは小さくなっているところだと感じた。それは福井駅もしかり、芦原温泉駅もしかりだと思うが、このままいけば並行在来線は特急が止まらないため、でかい駅が要らないと思う。二両編成の普通列車が一時間に一本くらいが行き来するくらいの容量にしかならないところに、新幹線を主体とした駅になるのか、今のままのコンセプトでいくと、今の駅の大きさがあってそこらへんのバランスというのが、ロータリー2つもいるのかなとか、東口の車寄せがあると分散するだけではないのかなとか、いろいろ考えるところはあると思う。そこは、市民の方々の意見にあるように、人の集まる場所を作ってほしいというのが多かったと思うが、そういったものが本当に反映されるようなものになるのか、ということが今でも疑問に思い不安に思っているところというのは、皆さんも同じ思いではないかと思う。

やはり何回説明聞いても払しょくできないところがあるので、その辺はもうちょっと踏み込んだ話というのはどこで出来るのか。具体的に答えられないところはあるとは思うが、オブラートに包まれたというか、ふわっとした感じで、よくわからないなというのが率直な感想である。

副市長：

今おっしゃった話は重要であり、オブラートに包まれたとおっしゃったが、そのとおりである。中身が決まっているのを隠しているのか、というそうではなくて日々流動的である。

基本的には今ある駅を新幹線開業後、3セクに移ったと同時にどうするのかという点については、市としては開業時に新幹線駅と一体的に移してほしいと県を通じてJRに伝えている。ただJRとしては、それは非常に技術的に困難ということもあり、そこを何とかと県からJRにお願いしているという状況である。

もうひとつ、駅ができた時に駅の機能に必要なものは当然あるが、付帯施設のようなものをどうする、物販施設や観光案内施設などは、それは中なのか、外なのか、整備すると何が 필요한のか、民営なのか官営なのか、これはまちづくりデザインの中で議論すべきことではないし、駅周辺整備基本計画の中でそこまで詳細にというのはできないので、これについては市の内部で議論のスタートを切ったところである。

委員：

副市長がおっしゃったような（現状の）ことは、部会に説明されて、了解された上で討論されているのか。

副市長：

部会の市民の皆さん方には、私が説明したようなことは伝わっている状況ではない。細かい話をすると、駅はどうなるのか、こういう施設があったらいい、それを作るとしてどこを作る

議事録要旨

のというのが問われて、今のような回答を申し上げている状況ではない。

たしかにワークショップでは要望やいろいろな意見が出ているが、ひとつひとつ受け止め考えなければいけないので複合施設や観光案内所もひとつひとつ検証していく。当然できないこともあるが、可能な限り対応したいと考えている。

委員：

前回欠席で議事録を見させていただいたが、一番危惧していることは結果的に依頼したことができない場合、どうするのかということである。特に（まちづくりデザインでは）駅舎が大事なのに、それを置いておいてみなさんと議論をして、どうですかとなると、部会・ワークショップ参加者に申し訳ない。

現状を皆さんに説明して把握していただいて、市はこのようなスタンスであるので、ということをお伝えしておかないと、終わった後に、となると残念である。慎重さも大事だと思うが、現実を把握するというのも重要であるためそのへんはお願いしたい。

副市長：

何らかの形で、部会に参加の市民の皆さんに現状等についての説明をしようと思っている。

委員：

前回のワークショップの中で、そのロータリーの話も出ており、参加者のほとんどの方がロータリーは要らないと意見した。3組のデザイナーがそういった話を聞いていたので、市の青写真であるようなロータリーと、ワークショップから出てきた非常に貴重な意見をどう3組の方が取り入れてくるのか、非常に出来上がりを楽しみにしているところである。その作ってきたものがどう反映されるかは、行政の腕の見せ所だと思うので、別の視点で大きな期待をしている。

出てきた案件の妥当性を示す、可能性を示すのに、数値が判断材料になると思う。市長にこれくらいの年間集客ができるようなものを考える、目指せ、というような数値的な目標を言っていた方が、いろんなものが出てきた際に、その判断が出来るのではないかと思う。

オブザーバー：

おっしゃるようにKPIをどう設定していくかだと思う。施設の中身によって変わってくるので、売上とかそういったものよりかは、何人の人が来るのかというのが目標としてはKPI設定ではいい数字になると思う。駅の乗降にするのか、あわら市に入込でどのくらいいらっしゃるのか、宿泊人数とか、いくつかKPIとして設定するのは皆さんでご議論いただいた方がいいかと思うが、数字の現状があって、それを（新幹線）開業時以降、何年間でどこまで増やすのか、行政としては（KPIが）あると施設の機能であるとか実行するかどうかと

議事録要旨

いうジャッジのいい判断材料になる。オガールの場合は、元が少なかったというのがあるが、数字としては凄く増えている。

オガールプラザは2014年の情報交流館の来館者は1-12月で25万6798人と、前年同期比で4.3%増である。産直施設のオガールマルシェの売り上げが2013年6月からの一年間で3億9千万、月に3千万強の売上で、3万人のまちでそんな大きな駅があるわけではない中で、これだけの数字はかなり評価されるものである。それと雇用について、駅前施設で105人、オガールベースで65人、合わせて170人を生んでいる。スポーツをやられる方が合宿できるところもある。

敷地面積が全体10.7haであり、芦原温泉駅西口から竹田川までの範囲でみると近いものがある。

賑わいを生み出すということで、全部ではなくても役場を駅前に出すということも考えられる。市役所の方が接遇する、観光客をお迎えするというには、最適だと思うので、PR課とか広報関係の方であるとか、そういった方を駅前施設の中に入れていくということも積極的に進めている自治体もある。

委員：

駅前周辺にかけてですが、100年50年に一度のビッグチャンスであるため、新幹線が開通した際には駅前がずいぶん変わったな、以前と全然違うな、というコンセプトで行政も頑張って、プランを練って駅舎もさることながら周辺整備にかけてもいいプランニングを出していけたらと願っている。これはまちの商工業も含めてであるが、あわら市民は期待を持って待っているのだから、これを契機に商工業もいっそう飛躍するようなことを考えているため、是非ともいいプランニングを出していただけたらと思う。

会長：

二点発言する。

駅舎を含めた駅に近接した東口・東口を含めた計画

平成18年に市民の方を交えて作っていただいた計画（芦原温泉駅周辺整備基本計画）があり、10年間概ねその計画に沿って進めてきた。したがって、時代の変化があるということ、新幹線の計画が昨年5月に急遽変更になったということもあって、ここで見直しをすべきなのではないかという私の問題意識があって現在見直しを行っている。これまでの10年間ですでに動いている部分もあり、中には計画の変更ができないものもある。例えば今、駅前に105号線を作っているが、もう要らないというわけにはいかない。できるものもあればできないものもあるということをご理解いただきたい。それから駅舎を含めた建物のあり方については、鉄道運輸機構とJR西日本と福井県とあわら市の協議事項である。実態としては福井県とあわら市が気持ちをつ一つにして、色々と交渉をしており、まさに、ある意味切羽詰まった交渉を行っているという状況である。まだ市民の皆さんに、確定的にお話しできないこともあるため、私たち自身もつらいところである。ただ部会の皆さんにも新幹線が

議事録要旨

来たあとの在来線駅の機能面から考えて、最低限度これくらいの規模が必要である、や笹原氏がおっしゃった、そのスケール観みたいなのをご理解いただいた方がよろしいかなという感じはしているので、これはまた事務局の方で調整をお願いしたい。

「贅沢」というワード

この言葉はなかなか驚きがあって、マイナス面の言葉のイメージもあるので、それも踏まえた上での使われ方もされるのだらうと思うが、その点についてはある種の冒険もあり、そういった意図で進められるということはいいのかなと思っている。

もうひとつ感じたのは、劇団民芸をやっておられた、福井の宇野重吉さんのどこかのCMの中で、好きなものはなんですか、という質問に「たくわんの煮たの」と答えるシーンがあった。たしかに固有名詞がなく、我々も「たくわんのたいたの」とかいうことがある。市では、毎月25日を「おばあちゃんの味の日」として伝承料理を紹介している。その中で「たくわんの煮たの」は「たくわんのぜいたく煮」として紹介している。何が贅沢かといえば、沢庵は塩くどいまごはんが食べれば十分なのであろうが、塩抜きをして醤油を入れて砂糖を入れたり鷹のツメを入れたり手を加えているから贅沢煮と呼ぶのだらうと私は思うが、そんな感覚である。永平寺の雲水が漬け込む大根は全部あわら市のものである。永平寺の精進料理だとかこのへんの報恩講料理というのは、魚や肉を使わない、一時期このようなものは美味しいと思われなかったが、最近、「思えば」これは贅沢なのかもしれない。外の新しい価値観や気付きの転換があるのではないかと思う。「思えば」贅沢な景色かもしれない、「思えば」というのが大切なんだらうと。一旦精神的な深みにまで落として、もう一回贅沢という言葉、価値観をどう表現できるか、ということはあるのではないかと、話を伺っていて感じた。いろんなご意見をいただいたので、今後もっと議論していきたい。

【懸念事項まとめ】

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における戦略的なコンセプトの提示
- ・「駅周辺の変えられない部分」をデザイナーに示す
- ・駅に関する現状を部会に報告し、市のスタンスを明確に伝える

デザイン専門部会

- ・ステートメントにあわらしい固有名詞や特長を反映する
- ・市から各種データを提示し、それを部会員とディスカッションする

議事録要旨

	<p>【次回（10/12）議題について】</p> <p>まちづくりデザイン部会</p> <ul style="list-style-type: none">・デザイナーから提示のあった第一回提案と話し合った内容の進捗報告 <p>ブランド専門部会</p> <ul style="list-style-type: none">・懸念事項に則った部会運営と、スローガン・ステートメントについての報告
--	--