

平成30年度第3回ブランド専門部会

日時 平成30年6月14日(木) 18:15～

場所 あわら市役所 1階 贅沢スペース

会 議 次 第

1 開会

2 部会長あいさつ

3 協議事項

(1) ブランド専門部会の事業展開について

(2) その他

次回の部会開催日の決定について（7月中旬で調整）

4 閉会

ブランド専門部会員名簿

(敬称略)

区 分	役 職	氏 名	備 考
市民		五十嵐 平	部会長・馬場区
市民		奥 中 秀 尚	中番区
市民		笹 岡 太久磨	新富区
市民		伊 藤 佑 樹	十日区
福井工業大学（建築土木工学科）	教 授	下 川 勇	学識経験者
あわら市	主 査	松 本 智 美	議会事務局
あわら市	主 査	見 澤 香 織	金津図書館
あわら市	主 査	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

オブザーバー

(敬称略)

(株)大広	菱 田 和 宏	
(株)大広	新 島 宏	
(株)大広北陸福井支社	芦 澤 邦 夫	
(株)大広北陸福井支社	越 智 健 一	
(株)大広北陸福井支社	上 野 耕 平	
うたみな	山 中 貴 裕	

事務局

あわら市総務部政策課	課 長	武 田 正 彦	
	課長補佐	藤 田 由 紀	
	主 査	山 崎 公 聖	

〔あわらし地域ブランド創出事業〕
平成30年度第3回ブランド専門部会に向けて
～ブランド専門部会活動内容案 と 宿題～

2018年6月8日

～この資料の位置づけ～

2018年度展開

page.1

1. ブランドサイトコンテンツ 追加6本
2. 「あわらむすび」展開 継続
3. **新たな活動 企画⇒推進** 

[2018年度予算]
250～300万円

All Rights Reserved. Copyright © 株式会社 大広 2018

4/12と5/17の専門部会で、ブランド専門部会の新たな活動として「どのようなことを推進していきたいか」をおうかがいしました。

掛けられる予算、実施までにかかる準備期間などを考慮し、一度こちらで活動内容案を組み立ててみました。

この活動内容案は、2022年度の北陸新幹線開業からの逆算で2018年度計画としたものです。

また、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、ということ」をするのかという目的の再確認も必要だと感じたので、次章ではそこから説明を始めています。（次の戦略会議でもそこから説明すべきだと考えています。）

ということで、、

この資料は、[0.5/17部会の振り返り ⇒ 1.部会での活動内容案 ⇒ 2.次の部会までの宿題] という順序で構成しています。

ご確認、および宿題の回答、よろしくお願いします。

大広

0. 前回5/17部会での議論内容



② 小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう

小さなうちから、「あわら贅沢」の考え方に慣れ親しんでもらう。あわら市であることのシブキプライドを養う。子どもも親も参加するカリキュラムとして「あわら贅沢」を解説してもらおう。

活動1 (15分)	活動2 (15分)	活動3 (15分)
動画で「あわら贅沢」の意味を知る	動画で「あわら贅沢」の意味を知る	動画で「あわら贅沢」の意味を知る
あわら市とアワラの関係性を知る	あわら市とアワラの関係性を知る	あわら市とアワラの関係性を知る
あわら市とアワラの関係性を知る	あわら市とアワラの関係性を知る	あわら市とアワラの関係性を知る

あわら市

誰かが

ときめく

④ 国体に贅沢ブースの設置

あわら市の会場はパレ・ボール、カースプリント、ゴルフ（3会場）。ただし、ブースについては国体側で管理されているので、新たに設置は難しい。あわら市ブースのインフォメーションの一角なら可能かも。駅にも案内用のブースができる予定。食の分野は専門業者ブースもあるため、市のブースでは難しい。

あわら市

誰かが

ときめく

③ SNSで贅沢なものの写真募集

あなたが感じる贅沢な写真をSNSやインスタなどで募集するイメージ。

あわら市

誰かが

ときめく

⑥ マルシェ&フェスprj「あわら贅沢マルシェ」

あわら市民各々が日常使っている「贅沢なモノ」を「あわら贅沢マルシェ」で展示・販売・体験してもらう。市民の文化祭として交流を促したり、名産品を一堂にプロモーションしたり。将来的にはこのマルシェ自体があわらの名物・観光資源になっていく。「あわら贅沢」に触れるきっかけづくりを2018年度からスタート。

あわら市

誰かが

ときめく

⑩ ああ、あわら贅沢。フルーツパラダイス・プロジェクト

フルーツの産地でもあるあわら市。フルーツ狩り、試食・販売、スイーツ、農業体験、一休オーブリー、新しい「あわら贅沢」のイベントを再編集・新規開発し、体験の場を広げる。

あわら市

誰かが

ときめく

⑨ 贅沢の「贅」の漢字かけますか？

●後援調査で「贅」の漢字アンケート調査をしよう。あわらブランドを知ってもらおうきっかけとして、PRのネタづくりも進む。

あわら市

誰かが

ときめく

A+B 見つけ
↓ 「実はこれ」
C > x3

⑮ チロルチョコの作成

長登屋に預け
市内在住者
ゼンマイ
コンテスト

味かも想定すると「あわら市が何な
ない、メロン味なのか？ サトウ草味なのか？ 要検討が必要。

⑲ 贅沢の「贅」の漢字かけますか？

●街頭調査で「贅」の漢字アンケート調査をしつつ、あわらブランドを知ってもらえうかがい
として、PRのネタづくりも含む。

② 小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらう

小さなうちから、「あわら贅沢」の考え方に慣れ親しんでもらい、あわら市民であることのシビシップライドを養う。子どもの親も参加するカリキュラムにして、親子で「あわら贅沢」を理解してもらおう。

授業目標 (1時間)	授業 (45分)	授業目標 (1時間)
- 数分で「あわら贅沢」の考え方を伝える - あわら市で「あわら贅沢」の考え方を伝える - あわら市で「あわら贅沢」の考え方を伝える	- 数分で「あわら贅沢」の考え方を伝える - あわら市で「あわら贅沢」の考え方を伝える - あわら市で「あわら贅沢」の考え方を伝える	- 数分で「あわら贅沢」の考え方を伝える - あわら市で「あわら贅沢」の考え方を伝える - あわら市で「あわら贅沢」の考え方を伝える

⑧ 「都会にはないぜいたく」を東京で発信。

今年度あわら市で実施する「あわ、あわら贅沢」の発信事業を、コンパクト化し、東京・青山の「ふくい291」でも実施。都会にはないぜいたく」を東京で発信し、「東京～あわら」関係を結ぶ。

実施内容	企画のポイント
- あわら市役所 情報センター - あわら市役所 情報センター - あわら市役所 情報センター	1. 開催内容・開催時期 2. 出席者・協賛者・後援者等の確定方法 3. 予算の確保

⑳ 贅沢スペースの設置

●あわら市役所1階の贅沢スペースの活用。(他の場所にも活用)

活用方法
考える
→ 市役所
→ 市役所
→ 市役所

⑪ 日替わり店長prj「Our Love (アワラ部)」

市民の「ワタシのぜいたく」を体験・共有する場として、aキューブの一つなどを毎週金曜日だけオープンするBar/Cafeとして開設。希望した市民が日替わり店長として切り盛りする。飲食店としての基本設備は市が用意。店長は一定の利用料で活用できる。

開催概要	企画のポイント
- 日替わりイメージ - 日替わりイメージ - 日替わりイメージ	- 市役所で店舗リノベーション - 市役所で店舗リノベーション - 市役所で店舗リノベーション

⑥ マルシェ & フェスprj「あわら贅沢マルシェ」

あわら市民各々が日常味わっている「豊か暮らし」あわら贅沢」を持つマルシェ。市民と市民を取り持つコミュニティを促したり、市民の文化財として交流を促したり、名産品を一堂にプロモーションしたり、将来的にはこのマルシェ自体があわらの名産品・観光資源となっていく。「あわら贅沢」に絡めるきっかけづくりを2018年度からスタート。

開催概要	企画のポイント
- あわら贅沢マルシェ - あわら贅沢マルシェ - あわら贅沢マルシェ	1. 開催・実行を担うべき主体 2. 開催・実行を担うべき主体 3. 開催・実行を担うべき主体

②小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらう

あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。

④国体に贅沢ブースの設置

あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。

⑥マルシェ&フェスprj「あわら贅沢マルシェ」

あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。

⑧「都会にはないぜたく」を東京で発信。

あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。

⑩市民参加型プロジェクトあわら贅沢万博

あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。

⑫贅沢スペースの設置

あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。あわら市立小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう。

東京など県外の視点

あわら贅沢がはざりけし...

Feed back

②小学校で「あわら贅沢さがし」の授業をやってもらおう

小さなうちから、「あわら贅沢」の考え方に慣れ親しんでもらい、あわら市民であることのシビックプライドを養う。子どもの親も参加するカリキュラムにして、親子で「あわら贅沢」を理解してもらおう。

授業1日目（1時間）

動画で「あわら贅沢」の意味を伝える

- あわらハッピーフィルムの映像なども使って、「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30分ぐらいで表現して伝えます。



宿題（親子で）

親子で「あわら贅沢」なモノやコトを考える

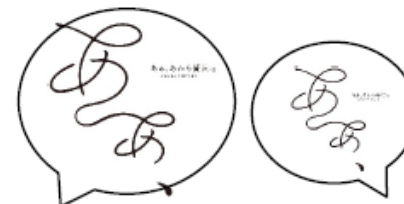
- 親子で、あわら市にいいところや誇りに思えるモノやコトを、ワークシートに書いてもらいます。



授業2日目（1時間）

じぶんの「あわら贅沢」をみんなで発表しあう

- 出てきた子どもたち（&親）のあわら贅沢は、まとめてサイトにアップ。
- この取り組みをメディアにも取材してもらおう。



④国体に ~~賛沢ブースの設置~~

5/17部会では
あわらにきた選手全員に、小学生からメダルプレゼント



- ・企画として、そもそもPRに取り上げられにくい
- ・PRに取り上げられるようにメダルをしっかり作ったりすると、まあまあ費用がかかる

これらの理由から「あわらむすび in 国体」（次頁参照）に変更して検討

あわらむすび in 国体

2018年度のエポックとして市民からの注目の高い福井国体にて、あわらむすびを通して、「あわら贅沢＝都会にはないぜいたくがあるまち」に触れ、知ってもらう機会とする。

市民への接触はもちろん、あわらを訪れる市外の方（選手・関係者・応援者）、メディアPRを通して県内全域への発信を狙う。



■ 展開案

1. 既存のあわらむすび、あるいはあわらむすび国体Verの新規開発など、国体会場にてあわらむすびを体験いただける機会を設ける。
2. 体験機会としては、①選手・関係者（メディア含む）への無料提供、②市民を含む観戦者への販売。
3. あわらむすびのパッケージには、「ああ、あわら贅沢。ブランドステートメント」あわらむすびに込めた店主の想いを同梱する。

～検討結果～

- ・福井国体は平日開催で、市役所職員は国体従事、市民部会員はそれぞれの仕事があるため、活動が難しい。
- ・（おそらく）県が「いちほまれの塩むすびをふるまう」という展開をする予定なので、企画としてかぶる。



国体に絡めた活動はしない。

②⑩ 贅沢スペースの設置

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。

⑥ マルシェ & フェスprj 「あわら贅沢マルシェ」

あわら市民各々が日常味わっている「質の高い暮らし＝あわら贅沢」を持ち寄るマルシェ。市民と市民を取り持ってコラボを促したり、市民の文化祭として交流を促したり、名産品を一堂にプロモーションしたり。将来的にはこのマルシェ自体があわらの名物＝観光資産となっていく。「あわら贅沢」に触れるきっかけづくりを2018年度からスタート。

展開概要

あわら贅沢マルシェ。

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。

あわら贅沢フェス。

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。

企画推進

- ・「あわら贅沢マルシェ推進委員会」を新設し、本企画を推進。
- ・2018年度中に第1回開催。
- ・開催頻度を高め、マルシェは四半期に1回～毎月へ。

企画のポイント

⑬ 「仮称あわらフェス」 推進準備実行員会、発足

福井県唯一の観光宿泊拠点「芦原温泉」を持つあわらとして、宿泊を伴う・滞在型の活動を目指す。温泉とアート（金津創作の森）を核に、音楽や食、アウトドアスポーツやアクティビティなども絡めた複型フェスの立ち上げや誘致を狙っていく。

展開概要

フェステーマの開発

- ・数多あるフェスの中で、あわらならではのフェスとは？
- ・既存フェスとの差別化を図り、かつ県外からも参加したいと思ってもらえるテーマ設定が重要。

会場×コンテンツの構築

- ・会場とコンテンツをあわせて考えながら、フェステーマをブレイクダウン。

例）金津創作の森・・・アート

参考事例

REBORN
ART
FESTIVAL

GO OUT
JAMBOREE
(CAMP)



① 市民参加型プロジェクト あわら贅沢万博

- 市内外の方に「あわら贅沢」を認知してもらう目的として、『あわら贅沢万博』を年3回（夏・秋冬・春）実施。

- 「あわら贅沢認定物」を披露し、同時に来場者からもその他の「あわら贅沢」のフィードバックを得て磨き上げたものを、さらに「あわら贅沢認定物」を増やしていく。

例）・あわらむすびの全展示・販売や果物野菜の即売会、贅沢風景のパネル展示、創作の森出張教室、芦原温泉の源泉の全展示、各旅館のグルメバイキング

- 万博を起点とするエクスカッション（回遊バスツアー）

- 夏（1回目）は部会主導にて実施。秋冬（2回目）は部会＋市民、春（3回目）は市民主導にて、自走するあわらブランドを目指す。

⑧「都会にはないぜいたく」 を東京で発信。

今年度あわら市で実施する「ああ、あわら贅沢。」の発信事業を、コンパクト化し、東京・青山の「ふくい291」でも実施。都会にはないぜいたく」を東京で発信し、「東京～あわら」間を結ぶ。

展開概要

例) あわら贅沢 週替わりレストラン

例) あわら贅沢 座談会

東京に在住するOLを集めて、あわら贅沢な旬な食材を食べながら、あわら市をプレゼンテーション。

都会からみた「都会にはないぜいたく」への感想やアイデアをヒヤリングし、ブランド発信事業のさらなるブラッシュアップを図る。

- ・東京在住 20代OL vs あわら市在住 20代OL
- ・東京在住 30代ママ vs あわら市在住 30代ママ
- ・東京在住 40代女性 vs あわら市在住 40代女性

企画のポイント

1. 展開内容・開催時期
2. 出店参加者・座談会参加者の選定方法
3. 予算割り振り

- 市外の視点で「ああ、あわら贅沢」を捉えること
- 東京で情報発信していくこと

1. 部会での活動内容案

～次回戦略会議での発表に向けて～

2018.3.14専門部会にて、佐々木市長より

『

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。

』



2018年度からブランドスローガン「あぁ、あわら贅沢。」に「都会にはない ぜいたく があるまち」を付け加えることとしました。

これを付け加えることで「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**となります。

「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。



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)

1-1 市内の小学校で「あわら贅沢さがし」の授業

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。



授業1日目（1時間）

【オリエン】 動画で「あわら贅沢」の意味を 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。



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。



授業2日目（2時間）

【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。

1-2 「ああ、あわら贅沢」写真コンテスト

前頁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。

どこまでも広がる田園^①のむこうに、ゆっくりと夕陽^②がしずむ。
日本海^③を渡ってきた風に、のんびりと風車^④がまわる。
ああ、おもえば「贅沢」な景色かもしれない。

食卓^⑤にはいつも、海の幸、山の幸、里のめぐみ。
こんやのお風呂は、どの温泉^⑥にしようかな。
ああ、これって「贅沢」な暮らしかもしれない。

おはよう。いい天気やの。気いつけて、行ってきねの。
みんなが声をかけあって^⑦、みんながみんなを思いあっている。
これがあわらの普通で「ふだん^⑧」だけど、
よそから見たらとても豊かで「贅沢」かもしれない。

みなさん、あわらしい贅沢を見つけてください。
そして、どうぞ感じてみてください。
ここはあわら市、幸福な福井県にあるちょっと贅沢なまちです。

- | | |
|---------|----|
| ① 田園 | 部門 |
| ② 夕陽 | 部門 |
| ③ 海 | 部門 |
| ④ 風車 | 部門 |
| ⑤ 食卓 | 部門 |
| ⑥ 温泉 | 部門 |
| ⑦ ヒト | 部門 |
| ⑧ 日常の風景 | 部門 |
| ⑨ 自由 | 部門 |

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。



1-3

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・新たにつくり・・・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。

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。そのためにこのスペースを、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。



■改善ポイント

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。

- 販売時間
現状は12-13時のお昼休みどきだが、そこからもっと伸ばす。
- 販売者
空き時間ができれば、新たな販売者を入れる。パン販売時にコーヒー販売者を追加する、あわらむすびの販売・試食なども。
- 滞在型スペース
設置されている椅子・台などを活用したイートインスペース化、子供が遊べるキッズスペース化など。
- 情報発信機能
情報発信拠点として、ボードやビジョンなどの設置。



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ます！

2-1 「ああ、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、「ああ、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。

～ブランド専門部会での3案～

市民参加型
ああ、あわら贅沢コンテスト



受賞作品を体験
あわら贅沢万博

市民文化祭×あわら贅沢

あわら贅沢マルシェ

農産物・スイーツ・工芸品・手づくり品などを
市民が販売。フリーマーケットも。

あわら贅沢フェス

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。

温泉×アート×食×音楽

あわらFes

温泉とアート（金津創作の森）を核に、
音楽や食、アウトドアスポーツやアクティビティ
なども絡めた複合型フェス。

これを目当てにあわらに来るくらいの
広域集客力を目指す。

新規で立ち上げるのか/既存の焼き直しとするのか、新規でするとしても既存イベントの中で試せるか

コンセプト・仕組み・費用計画・推進計画などを全般的に考えていく。

2-2 「ああ、あわら贅沢」公式MOOK発刊

「ああ、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。

■再編集していくコンテンツ

- ・ 伝承料理など市（市役所）に既にあるコンテンツ
（※詳細P22“1-4”にて後述）

+

- ・ ああ、あわら贅沢サイトにあるサイトコンテンツ
- ・ あわら贅沢さがし授業で発表されたもの
- ・ ああ、あわら贅沢写真コンテストの受賞作品
など

■配布、販売

- ・ 電子書籍で販売
- ・ 市内全世帯、旅館をはじめとする施設に配布

■制作体制

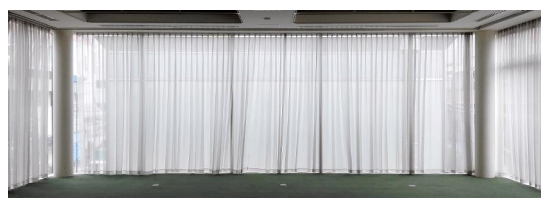
- ・ 県内の新聞社・出版社にて制作（ブランド専門部会が監修？）



2-3 あわらweek @ ふくい南青山291

「ああ、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。

「ああ、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、「ああ、あわら贅沢」公式MOOKは、芦原温泉駅や駅前スペースに掲出される各種PRコンテンツの素材となる。



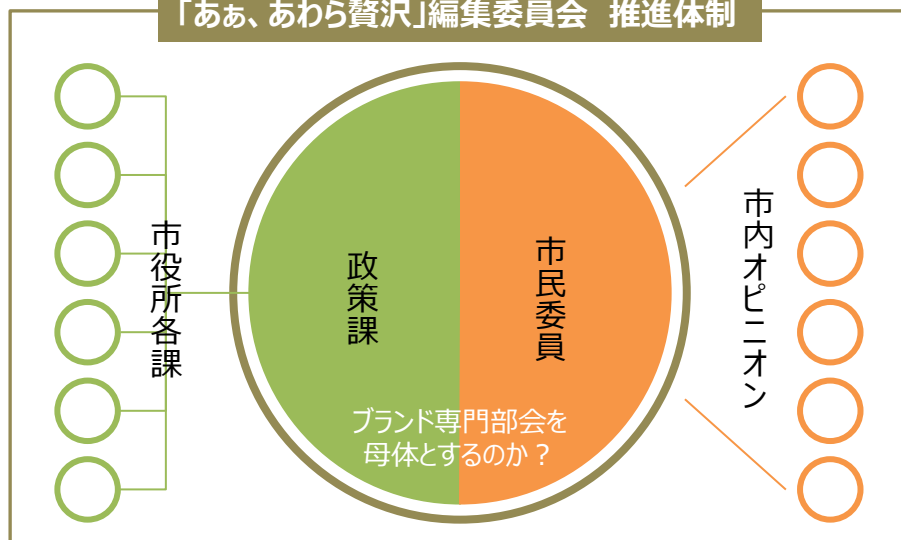
1-4 「ああ、あわら贅沢」編集委員会

「ああ、あわら贅沢＝**都会にはないぜいたく**＝あわらのふだん」
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
ちょっとぜいたくで、ちょっとうらやましい



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「ああ、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、組織横断的に活動します。 ※ブランド専門部会を活動母体とするかは要検討。

「ああ、あわら贅沢」編集委員会 推進体制



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。

↳あわら出身の県外居住者に聞く

↳Ex. 帰省シーズンに全戸チラシで聞く「帰省中のみなさん、あわらの“都会にはないぜいたく”教えてください！」

↳Ex. 同窓会促進キャンペーン「同窓会で、あわらの“都会にはないぜいたく”を話し合ってみてください！」

↳市外・県外からの移住者に聞く

↳県外からの旅行者に聞く、とくにリピート客

↳東京の方に聞く（ふくい南青山291にて座談会など）

2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
				★北陸新幹線開業
1-1. 「あわら贅沢さがし授業」 スタートに向けた準備 •教育委員会との調整 •プログラム構築に向けたトライアル •オリエン動画制作	1-1. 2019年度から 「あわら贅沢さがし授業」 スタート			
	1-2. 「ああ、あわら贅沢」 写真コンテスト			
1-3. ※市役所で推進 市役所1F あわら贅沢スペースを 活動発信拠点に				
1-4. 「ああ、あわら贅沢」 編集委員会スタート	2-2. ああ、あわら贅沢 公式MOOK発刊	2-3. (準備が整っていれば) 東京五輪終了後 東京発信スタート	2-3. 遅くとも2021年度から 東京発信スタート	2-3'. 芦原温泉駅での 恒常的情報発信
2-1. 「ああ、あわら贅沢」 発信イベント検討委員会 スタート	2-1. (イベントをするなら) できればトライアル始めたい 遅くとも次年度には	2-1. (イベントをするなら) 第一回スタート 次年度へ向けたトライアルかも	2-1. (イベントをするなら) 第二回＝本格展開スタート	

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。

2018年度の活動は本格スタートに向けた準備

- 教育委員会との調整
- プログラム構築に向けたトライアル
- オリエン動画制作

2.「ああ、あわら贅沢」編集委員会スタート

3.「ああ、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！

予算計画

1.「あわら贅沢さがし授業」

- ・説明ムービー制作費 200万円
- ・プログラム構築に向けたトライアル活動予備費 25万円

2.3. 活動予備費として 25万円

 計 250万円

2. 次の部会までの宿題

宿題1. P23に示した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 下記1～3のように設定しました。この内容で専門部会の活動を進めていくことについて、あなたご自身のお考えをお書きください。

(記入欄)

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。

2018年度の活動は本格スタートに向けた準備

- 教育委員会との調整
- プログラム構築に向けたトライアル
- オリエン動画制作

2.「ああ、あわら贅沢」編集委員会スタート

3.「ああ、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！

予算計画

1. 「あわら贅沢さがし授業」	
・説明ムービー制作費	200万円
・プログラム構築に向けたトライアル活動予備費	25万円
2.3. 活動予備費として	25万円

計	250万円

宿題2. 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。やりたいもの全て、そのうち一番やりたいものをお選びください。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（何名でも）。

一番やりたいもの	やりたいもの全て	「一緒にやりたい、誘いたい」と思う部会員以外の方（何名でも） ※1.2.3での重複可 1.あわら贅沢さがし授業 [] 2.編集委員会 [] 3.イベント検討委員会 []
----------	----------	---

左記について

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。

2018年度の活動は本格スタートに向けた準備

- 教育委員会との調整
- プログラム構築に向けたトライアル
- オリエン動画制作

2.「ああ、あわら贅沢」編集委員会スタート

3.「ああ、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！

予算計画

1.「あわら贅沢さがし授業」

- ・説明ムービー制作費 200万円
- ・プログラム構築に向けたトライアル活動予備費 25万円

2.3. 活動予備費として 25万円

計 250万円

18:15-19:00

はじめに

大広から活動内容案説明

19:00-19:45

活動内容案についてディスカッション (宿題1を発表しながら)



活動内容案決定

19 : 45-20:30

活動母体についてディスカッション (宿題2を発表しながら)

└このままブランド専門部会がベース

└このままのメンバー ※活動ごとに担当者決める？

└メンバー増やす

└新たな活動母体をつくる ※現部会員も参加？



活動母体、メンバー候補決定