

平成30年度第5回ブランド専門部会

日時 平成30年9月13日(木) 19:00～

場所 あわら市役所 101会議室

会 議 次 第

1 開会

2 部会長あいさつ

3 協議事項

(1) 平成30年度事業の具体的な進め方について

- ・あわら市地域ブランド戦略会議での指摘事項について
- ・今後の具体的な進め方について

(2) その他

- ・新たなメンバー候補について
- ・次回の部会開催日の決定について（10月開催で調整）

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	

〈平成30年度〉概算御見積書

あわら市長 佐々木康男 殿

下記の通り、御見積りさせていただきます。
ご査収の程、宜しくお願い申し上げます。

件 名：平成30年度 あわらし地域ブランド魅力発信事業

合計(税別):	¥8,607,000 円
消費税(8%):	¥688,560 円
総計(税込):	¥9,295,560 円

発行年月日: 平成30年7月13日
有効期限: 発行年月日より3ヵ月間

DAIKO

Ideas win
Ideas bring success to clients and value to consumers.

株式会社 大広北陸 福井支社
支社長 芦澤邦夫
福井市大手2丁目7-15 明治安田生命ビル6階
TEL.0776-29-1234 FAX.0776-27-2324

所屬長印		担当印	
------	--	-----	--

内 容	単価	数量	小計	備考
■ あわらむすびプロジェクト				
・ FM番組企画・取材・撮影・放送 2018年4月～2019年3月末、月1回×12ヵ月	137,500	12 ヲ月	1,650,000	
・ TFTおにぎりアクション協賛		1 式	1,000,000	
・ TFTおにぎりアクション記者発表PRブース パネル制作等		1 式	200,000	
・ ブランドサイトあわらむすび更新作業	37,500	12 ヲ月	450,000	
■ ブランド部会事業				
・ ワークショップ運営費 ブランド部会運営、大阪スタッフ6回稼働 資料作成費、交通費含む		1 式	1,800,000	
・ ブランドサイト取材稼働費(交通費含む)	50,000	6 回	300,000	
・ あわら賛沢さがし授業用動画制作 学校および教育委員会取材費 企画費(構成台本作成) 撮影費(ロケまたはスタジオ) 素材編集費(ハッピーフィルム等活用) 録音および音楽費 出演者費ほか雑費	70,000	3 回	210,000	
			600,000	
			800,000	
			800,000	
			400,000	
			222,000	
■ 「ああ、あわら賛沢。」パンフレット印刷 ・A3二つ折りパンフレット	37.5	4,000 部	150,000	
■ 1階庁舎シート貼り加工 都会にはないぜいたくがあるまち		1 枚	25,000	
合 計			8,607,000	税別

〈平成30年度〉御見積書

あわら市長 佐々木康男 殿

下記の通り、御見積りさせていただきます。
ご査収の程、宜しくお願い申し上げます。

件 名：平成30年度 あわら市ブランドサイト運営業務

合計(税別):	¥1,550,000 円
消費税(8%):	¥124,000 円
総計(税込):	¥1,674,000 円

発行年月日： 平成30年3月23日
有効期限： 発行年月日より3ヵ月間

DAIKO

Ideas win
Ideas bring success to clients and
value to consumers.

株式会社 大広北陸 福井支社
支社長 芦澤邦夫
福井市大手2丁目7-15 明治安田生命ビル6階
TEL.0776-29-1234 FAX.0776-27-2324

所屬長印		担当印	
------	--	-----	--

[illegible]

〔あわらし地域ブランド創出事業〕
平成30年度ブランド専門部会の活動について

2018年7月5日

ブランド専門部会

平成30年度のブランド専門部会では、まず、「ブランドサイトコンテンツ制作」と「あわらむすびproject」を継続して展開していきます。

平成30年度 ブランド専門部会 活動内容

昨年度からの継続活動

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



それに加えて、新たな活動も推進していこうと考えています。この活動内容を企画するにあたり、今一度、「地域ブランドを創出する」という事業は「誰のために、どういうこと」をするのかという目的の再確認を行いました。

その上で、2022年度の北陸新幹線開業に向けてどのようなことをしていくべきか、そこかからの逆算で2018年度の活動内容を計画しています。

「ああ、あわら贅沢。～都会にはないぜいたくがあるまち～」があわら市に広く深く浸透し、より魅力的なまちになるために。

中長期の視点を踏まえた活動計画をご報告します。

■ブランドサイトコンテンツ制作

2018年度は県外在住のあわら出身者・あわらに縁のある方への取材シリーズ(6本)にて展開。



▶5月30日公開記事…テーブル・フォー・ツー 大宮千絵さん

■あわらむすびproject

昨年度同様、市内の飲食店のご協力のもと、店舗紹介・人物紹介・商品紹介シリーズ(12本)にて展開。

※FM福井 毎月第3金曜日「大人めがね」内 あわらむすびコーナーと連動。



▶4月20日公開…あわらグランドホテル ▶5月18日公開…居酒屋まつぼっくり
 ▶6月15日公開…居酒屋 天狗

2018.3.14専門部会にて、佐々木市長より

『

地域ブランドというのは、知名度の向上やふるさとに対する自信と誇りを高めるもの。
観光客のためにするのではない、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、人々の豊かな生活や幸せ** につながるこ
とが、ブランディングの最終目的だと思っている。

』

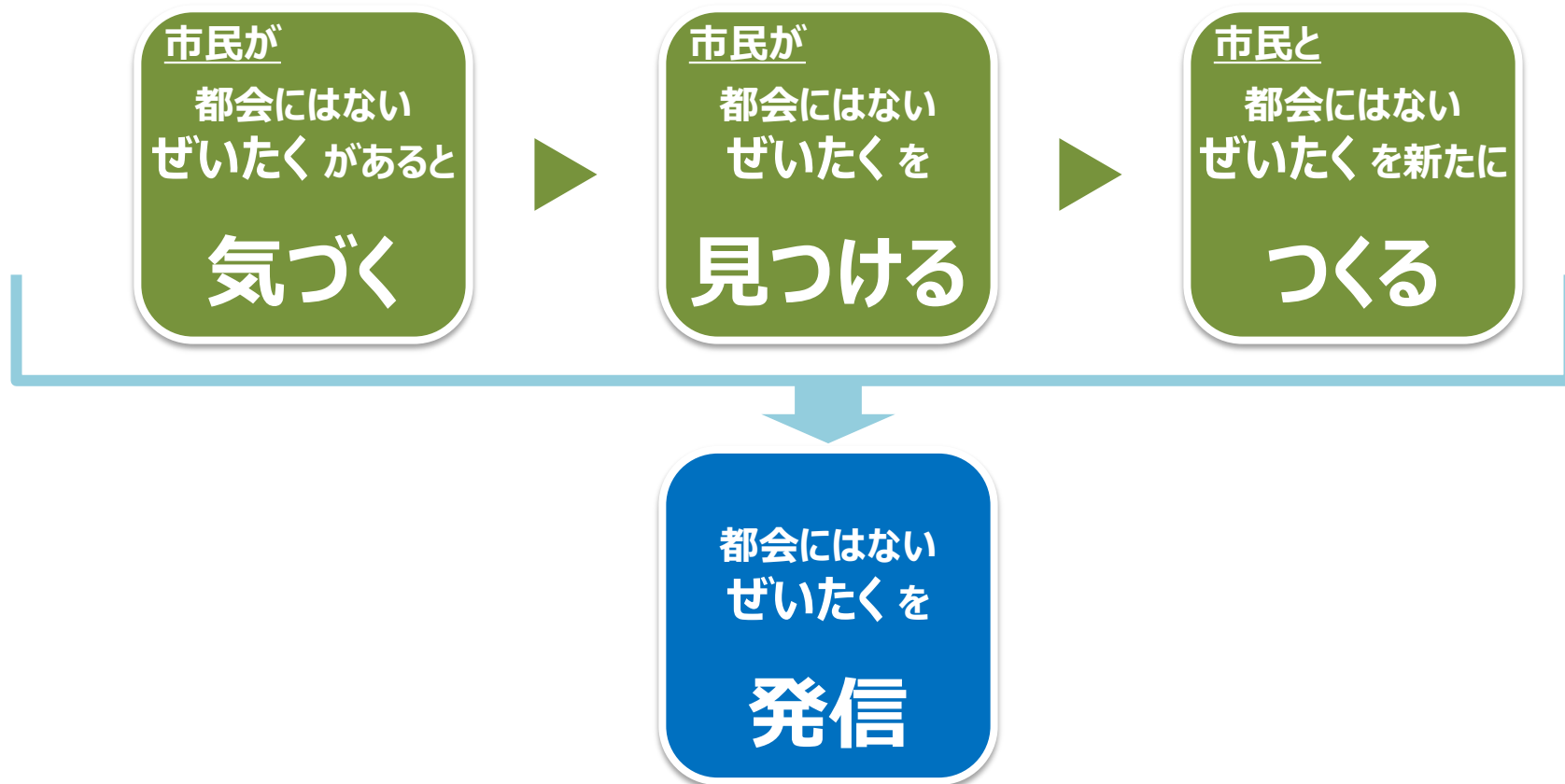


2018年度からブランドスローガン「あゝ、あわら贅沢。」に「都会にはない ぜいたく があるまち」を付け加えることとしました。

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。

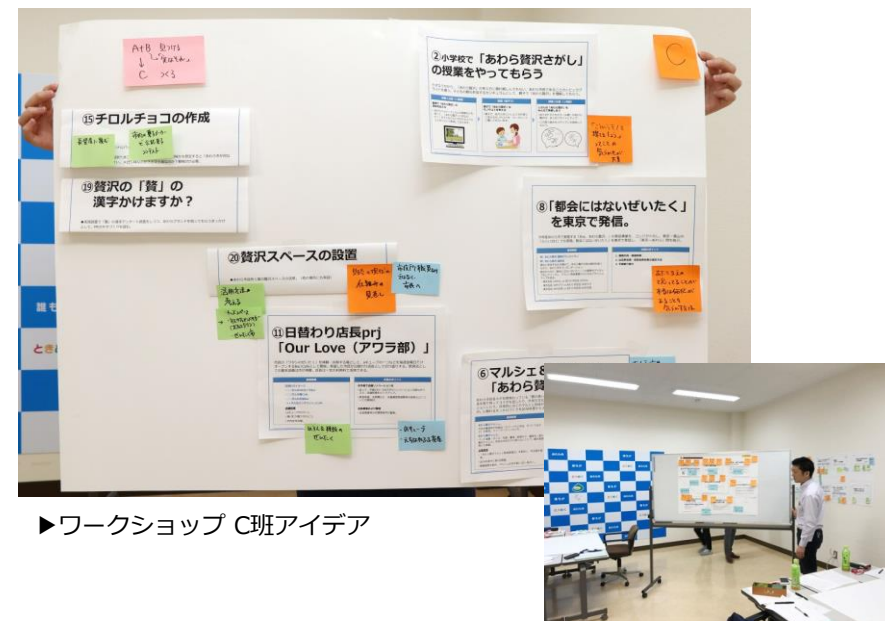


これらの活動は、短期的なプロモーションではない。
あわらの、あわら市民の、根幹となる“価値”づくり！

(あるいは価値観)



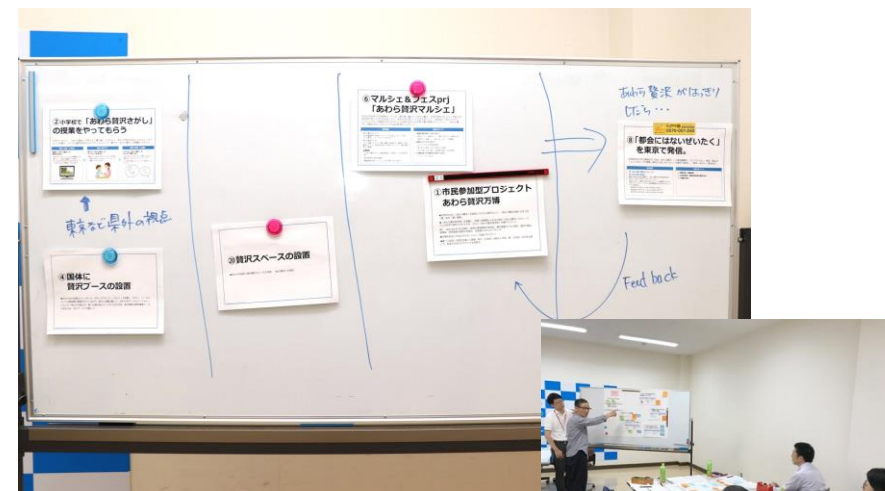
▶ワークショップ A班アイデア



▶ワークショップ C班アイデア



▶ワークショップ B班アイデア



▶ワークショップ 検討会



「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

食

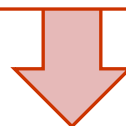
風習

働く

遊ぶ

・・・

風景



4月 おばあちゃんの味レシピ



あぶらげご飯 ～4人分～

材料	作り方
米 …… 2合(300g)	① 米は洗米し、通常の水量で浸水しておく。
厚揚げ …… 1/2枚	② 厚揚げは熱湯をかけて油抜きし、1cm角に切る。
だし昆布 …… 10g	③ ①にだし昆布と②をのせて調味料を入れて炊く。
しょうゆ …… 大さじ2	④ 炊きあがったら、だしこんぶを取り、ご飯を混ぜる。
酒 …… 大さじ2	⑤ 大根おろしときざみ葱を、ご飯の上にのせていただく。
大根おろし …… 60g	* 地域によって大根おろしやねぎをトッピングします。
きざみ葱 …… 10g	

エネルギー:319kcal たんぱく質:7.4g 脂質:2.8g カルシウム:55mg 鉄分:1.3mg 食塩:1.3g

【今月の豆知識】 あぶらげご飯

福井は浄土真宗の信仰があつい仏教王国です。信徒たちの最大の行事である秋の「報恩講」には油揚げが用いられており、地域にも浸透していきました。そういった関係から、福井では油揚げの消費量が多いと言われています。

地域によっては田んぼの用水を掃除する江堀りや、村の作業の後に振舞われていたそうです。



➡ あわらのことしか知らない市民は、自分たちのふだんの暮らしが、よその暮らしとは違うことになかなか気づけない。

左記「あぶらげごはん」もみんなが食べているものだと思っていたりする。

➡ だから、自分たちのふだんの暮らしの中から「**都会にはないぜいたく**」を見つけ、さらに**新たな「都会にはないぜいたく」**をつくることは容易ではない。

既にいろいろな形で収集・整理されている“あわらの日常”をもとに

「ああ、あわら贅沢」を再編集するところから始めるべきです！

毎月25日を「おばあちゃんの味の日」として、時代の流れとともにうすれてきた伝承料理「ほんこさん料理」の作り方を市広報やホームページなどで紹介するとともに、各子ども円・小・中学校の給食メニューとして提供しています。（健康長寿課）

活動計画1

「市民に気づかせる、
見つけてもらう」

市民が
都会にはない
ぜいたくがあると
気づく



市民が
都会にはない
ぜいたくを
見つける

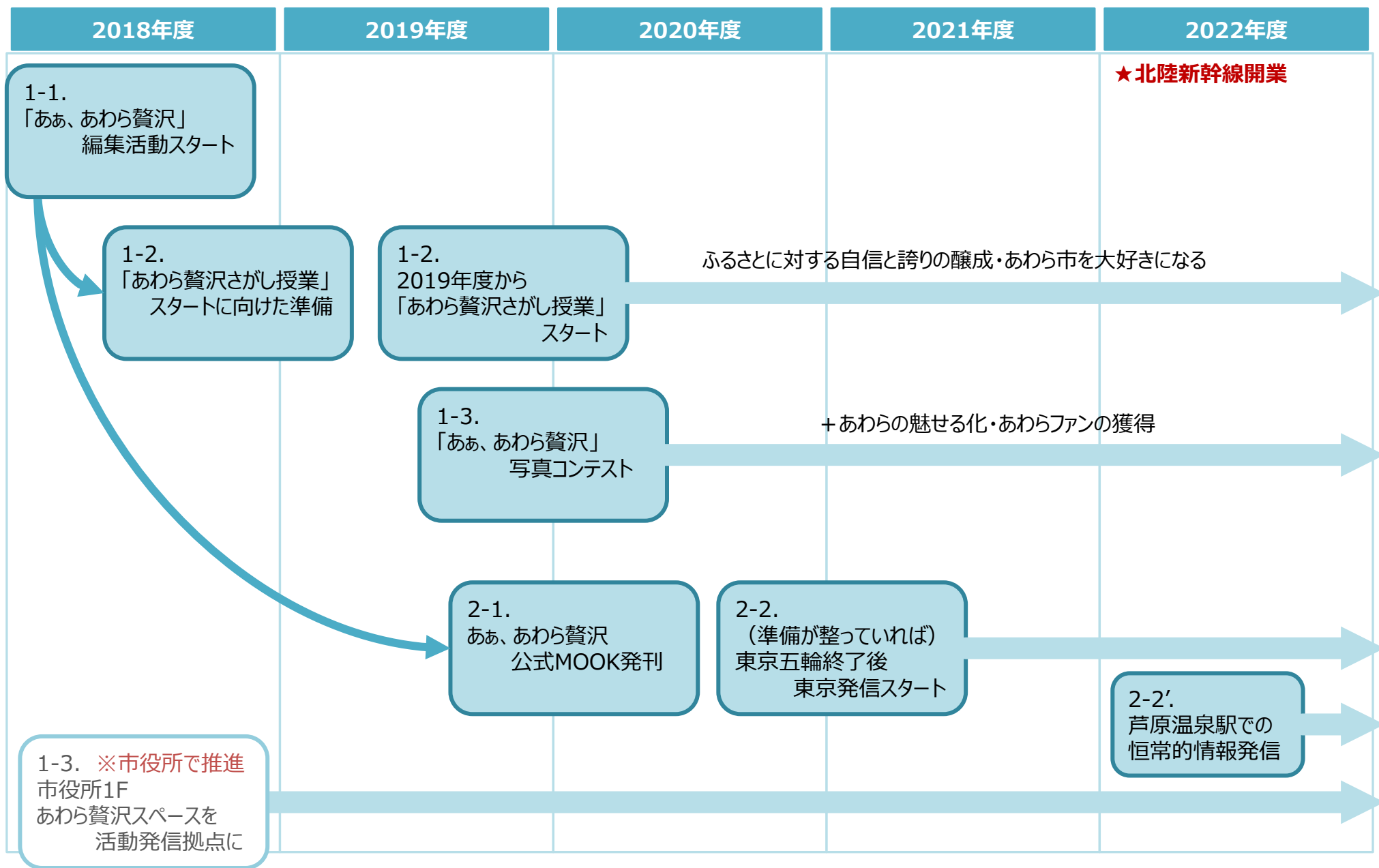
活動計画2

「市民と新たにつくり、
発信する」

市民と
都会にはない
ぜいたくを新たに
つくる



都会にはない
ぜいたくを
発信



1-1

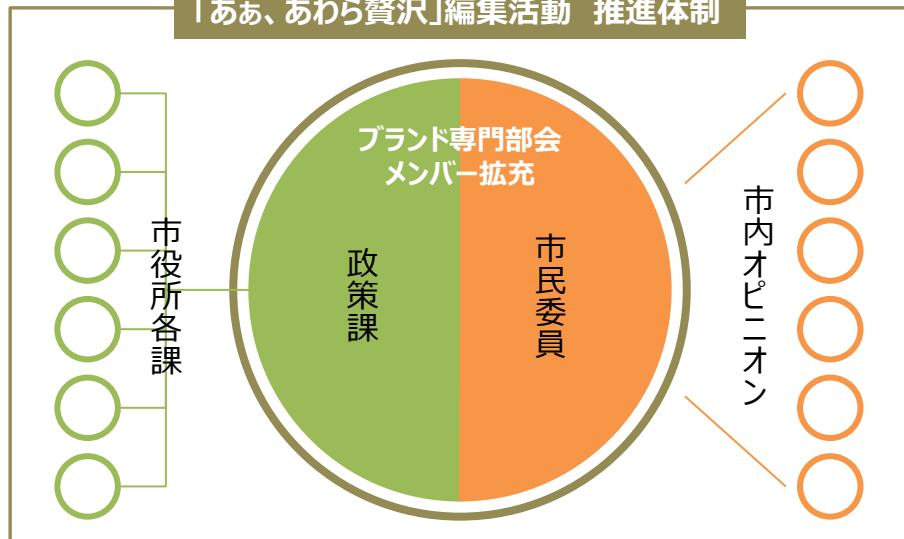
「ああ、あわら贅沢」編集活動

「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、**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「**ああ、あわら贅沢**」編集活動として推進。
ブランド専門部会をメンバー拡充（まちづくり専門部会員の一部＋公募）し、活動母体とします。

「ああ、あわら贅沢」編集活動 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）

1-2 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。



展開イメージ ※今後、教育委員会や小学4年生の教員の方々と調整して実施プランを固めていきます。

授業1日目（1時間）

〔説明〕 動画で「あわら贅沢」の意味を 伝える

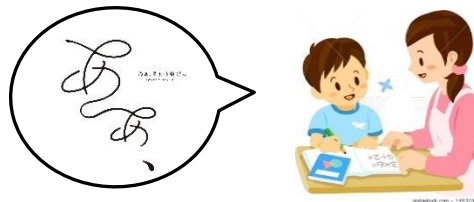
- ああ、あわら贅沢サイトコンテンツやあわらハッピーフィルムの映像なども使い、「あわら贅沢って何なのか？」を子どもたちにもわかるように30分ぐらいで表現して伝える。
- 伝承料理給食、校区探検などの体験も交えて、その意味を伝えていく。



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いってもらう。
- 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。

1-3 「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 海湖（うみ） | 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。



1-4

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、
市役所政策課が推進。

2-1 「ああ、あわら贅沢」公式MOOK発刊

※MOOKとは、あるテーマに関する「まとめ本」で、雑誌と一般書籍の中間的位置づけで【magazine】と【book】から作られた造語。

「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、1-1.「ああ、あわら贅沢」編集活動に加え、1-2.「あわら贅沢さがし」授業、1-3.「ああ、あわら贅沢」写真コンテストなどの市民参加企画を統合する形で、まとめていく。この作業のアウトプットとして、公式MOOKを制作。一般へは電子書籍で販売し、市内全世帯へ印刷版を配布する。

■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

+

- ・ 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

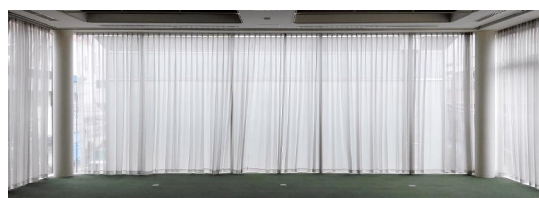
- ・ 県内の新聞社・出版社にて制作（ブランド専門部会が監修？）



2-2 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。

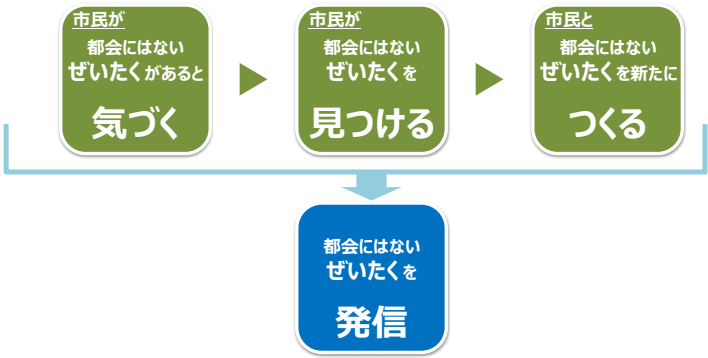
「ああ、あわら贅沢」公式MOOKをソースとした各種展示に加え、キッチンスペースを活用した食体験など、また観光協会が展開するキャラバン・各種イベント出展などとも連動し、できるだけ密度高く展開したい。



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。



地域ブランド創出活動とは、



左記の地域ブランド創出活動によって、
以下のような態度変容を獲得していきたいと考えています。

その進捗管理として、アンケート結果や各企画の参加者数を指標としていくべきと考えています。目標値設定も含めて、各企画の具体化を推進していきます。

獲得すべき態度変容		指標取得方法	
市民	1 ブランドスローガン「ああ、あわら贅沢」を知っている。	市民アンケート	
	2 「ああ、あわら贅沢＝あわらは都会にはないまち」だと理解する。	サイトアクセス数	
	3 あわらは「都会にはない贅沢があるまち」だと共感する。	あわらむすび・授業などへの協力度	
	4 自分のふだんの暮らしから「都会にはない贅沢」を見つけようとする。	写真コンテスト応募数	
	5 新たな「都会にはない贅沢」をつくりたいと思う。		
市外	1 「あわら」の存在を知っている。	市外アンケート	
	2 「あわら」の特長を何か知っている。	サイトアクセス数	
	3 ブランドスローガン「ああ、あわら贅沢」を知っている。	イベント参加者数	
	4 「ああ、あわら贅沢＝あわらは都会にはないまち」だと理解する。	イベント参加者への調査	
	5 「あわら」に興味がある。「あわら」を好きになる。		

1.「ああ、あわら贅沢」編集活動

2.「あわら贅沢さがし授業」

※教育委員会との調整、本格展開スタートは2019年度下期の見込み。

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
- 説明動画制作など

3.市役所1Fのあわら贅沢スペースを活動発信拠点に

※あわら市役所政策課の業務として推進。

活動母体：ブランド専門部会

上記1.2の活動をブランド専門部会として進めます。このとき、

- 1の編集活動をスピード感をもって進めるため、「食」「風習」「働く」「遊ぶ」・・・などのジャンルごとに2名体制での担当分けをしたい。
- 2のあわら贅沢さがし授業を2019年度にスタートさせるために、1の編集活動と2の調整・準備を並行して進めたい。

これらを実現させるために、新たな部会員を推薦・公募し、**20-25名規模での第2期ブランド専門部会**としたいと考えています。

ご検討よろしくお願いします。

