

議事録要旨

会議名	平成 30 年度 第 4 回ブランド専門部会
開催日時	平成 30 年 8 月 30 日 (木) 19 : 00 ~
開催場所	あわら市役所 202 会議室
出席者 (敬称略)	<p>【部会員 (7 名)】 馬場区 / 五十嵐平、中番区 / 奥中秀尚、福井工業大学 / 下川勇 (教授)、あわら市議会事務局 / 松本智美 (主査)、あわら市金津図書館 / 見澤香織 (主査)、あわら市総務課 / 西田浩也 (主査)、同農林水産課 / 中島綾一 (主事)</p> <p>【オブザーバー (2 名)】 ● 大広北陸 / 越智、上野</p> <p>【事務局 (2 名)】 あわら市総務部政策課 / 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 (3 名)】 新富区 / 笹岡太久磨、十日区 / 伊藤佑樹、あわら市観光商工課 / 堀川由貴 (主事)</p>
協議事項	平成 30 年度事業の具体的な進め方について
会議内容 要旨	<p>● 部会長 平成 30 年度の事業について、贅沢授業や編集委員の増員、ブランド戦略会議で指摘のあった外に向けた発信など、皆さんのご意見をいただきたい。よろしくお願いします。</p> <p>● 部会員 市民への啓発活動は単年度ではなく長期で行うので評価が難しく、戦略会議でもうまく伝わらない。ブランド専門部会では観光は射程に入れなかったが、観光戦略会議と合同で会議することはできないのか？</p> <p>● 事務局 市の観光戦略会議では、「ああ、あわら贅沢。」を観光向けに利用するのは難しいという意見。英訳が難しい、外国人に伝わらないという声も。観光戦略としてのブランディングは別に検討する必要がある。当部会としては「ああ、あわら贅沢。」をどう取り込み、連携していくか考えていかないといけない。</p> <p>● 部会員 あわらむすびプロジェクトは、しっかりやればブランド化できる。どう使えばいいかわからないのが現状。観光戦略会議に向けて、ブランド専門部会でわかりやすくしたらいいのではないかと。</p>

議事録要旨

●事務局

食は大事。あわらむすびはあわら市出身の大宮千絵さん（テーブルフーター）と連携したおにぎりアクションで、おにぎりの写真を投稿すると途上国の子どもたちに給食が届く。あわら市も昨年 150 万協賛金を出し、露出も増えた。テーブルフーターは当初の予算にはなかったが、効果を勘案するとやったほうがいいという市長の声で実現した。今年は減額して参加する。

●部会員

今更だが、戦略会議で発表した事業内容は取捨選択できるのか？個人的にはおにぎり一本で勝負できると思う。おにぎりは目先事業として、贅沢探し授業は長期ビジョンでと、取捨選択すればもっと明確にできるのではないか。

●部会員

あわら市はコメ作りが盛んなので、おにぎりを売っていくのはいいと思う。

●事務局

大宮さんからもあわらむすびプロジェクトは高く評価されている。10月10日に東京で今年のおにぎりアクションの記者発表があるので、そこでもあわらむすびについて紹介してもらおうようお願いされている。

●部会員

県産材でおにぎりの型を作って焼印を押して青山で売るとか、そういう広がりも産業を発展させ、ブランド化につながる。おにぎりの写真コンテストもやってはどうか。ギネスを狙って世界一大きいおにぎりを作るとか、勝負の仕方はある。出雲大社は縁結びの箸を売っているが、あわらはおにぎりというストーリーを作る。そうすれば観光戦略会議に拾われてくれと言われるコンテンツにできる。

●オブザーバー

戦略会議で意見がでた観光のためのブランドづくりと、ブランド専門部会がやっているブランド構築は考え方に大きな違いがある。今、ブランド専門部会が行っているのはあわら市の上位概念にあるブランドをどう市民に浸透させていくかではないでしょうか。

●部会員

市長が変わったし、やり続けて行くためには、ニーズに乗せていくことも大事。

●部会員

観光戦略会議の目的は？

議事録要旨

●事務局

あわら市の観光には戦略的な柱がなかったので、観光に関しての柱を立てる。インバウンドも含めて次のステージに引き上げるための整理を図る。観光協会は「大切な人を世界一幸せにするまち」をビジョンにしており、そこ目指すところが似ている。

●部会員

「ああ、あわら贅沢。」と同じテイスト。

●部会員

あわらむすびプロジェクトに「ああ、あわら贅沢。」の精神を背負わせられるか。僕はできると思う。

●事務局

過去に、温泉ピッツアがうまくいかなかった事例があるので、不安がある。

●部会員

例えば鯖江のメガネと組んで三角型のメガネを売るなど、ストーリーを作ればいける。

●オブザーバー

鯖江のメガネは、鯖江市民も納得でき誇りに思えるブランドの根源。あわら市の場合、そもそも「おにぎり」のコンテンツはテーブルフーズありきの部分もあり、あわら市独自のブランドとしてピンとこない人もいるのでは。

●部会員

正直なところピンとこない。

●オブザーバー

プロポーザル時点での提案は、過去にパリ万博で金賞をとった「万博茶」を用いた商品開発を提案した。それが市長の意向で、おにぎりに変わったという経緯がある。ブランドは、今あわら市に住んでいる人たちの腑に落ちて、誇りをもって自発的に発信できるかどうかではないでしょうか。

●部会員

万博茶は今は生産管理されておらず、廃止の方向になっている。

●部会員

議事録要旨

おむすびはどの家庭にもある素朴なもので、あわら贅沢の根底と同じ。馴染まないかもしれないが、1 から作り上げていける素材。その代わり一回やったら退かずにやり続けるのが大事。

今後の事業展開については、時間軸で詰めていったほうが我々も楽しい。最初、何からやるか。

●部会員

予算的な制限もある。

●事務局

ブランド戦略会議では WEB 広告をやってみるのもいいのではないかという意見が出たが、今年使用する予定だった予算を一部 WEB 広告に当ててやってみてもいいのではないか。

●オブザーバー

WEB 広告は、さまざまなメニューがあり、クリック課金型やインプレッション保証型など料金形態もさまざま。どのメニューで発信するかより、まず目的やコンバージョン（最終目標）をどう考えるかも含め、部会で検討をいただきたい。

●部会員

効果検証はどうすればいいのか。

●オブザーバー

戦略会議での話したと、贅沢サイトがどれだけ見られたかが一つの指標になる。

●部会員

何かイベントを企画し、その集客にむけて情報発信し、そこをコンバージョンとし、検証してもいいのでは。

●部会員

ビックデータを共有すれば、お金はかかるが、アンケートをしなくても行動経済学的な効果音効果を予測できる。

●部会員

1 つに集中するというのは賛成。ただ、おにぎりという“モノ”を売って知名度を上げるのではなく精神的なところにつなげる。広告の仕方は、県内県外とするより、おにぎりを作る人など具体的な人物像をターゲットにしてもいいのでは。お弁当に入れたり食べても

議事録要旨

	<p>らえる方法として発信する。</p> <p>●部会員 広告に 100 万使うなら、何か別のことに使った方がいいのでは。おむすびをどうしたいのかが、まだ見えない。</p> <p>●部会員 精神的な部分を継続させようと思ったら、産業とどうマッチングさせていくかを考えると答えが出やすい。おにぎりは生活に密着したもののなので、残っていく可能性が大きい。</p> <p>●部会員 他所に真似されない独自のものでないと。</p> <p>●部会員 観光協会と協力して宿泊するとおむすびが出るようにするとか。</p> <p>●事務局 WEB 広告については、ここでは結論をだせない。</p> <p>●部会員 あわらむすびは、今は期間が終わって食べられないものも多いので、もう一度食べたいおむすびを投票してもらって、投票した人にお米をプレゼントするというのはいかがでしょうか。一位のおむすびは期間限定で復活するとか。ターゲットをどうしたらいいかは見当がつかない。</p> <p>●部会員 今まで紹介した店舗で、通常メニューとしてあわらむすびを出している店は 7 店舗。他は期間限定。</p> <p>●部会員 協力店舗を増やすのは難しい？</p> <p>●事務局 現在は毎月 1 店舗のペースで協力店舗を開拓して増やしている。</p> <p>●部会員 おにぎりフェスをやったほうがいいのかでは。</p>
--	--

議事録要旨

●部会員

竹田川の自然の中で食べるおにぎりの贅沢など、あわらの風景におにぎりが溶け込んでツーリズムになると面白い。イベントの告知は、URALA や新聞広告も検討しては？

●部会員

県内周知は WEB 広告じゃなくても、福井新聞でもいい。

●部会員

回覧板という手もある。

●部会員

あわら贅沢サイトには、金津創作の森の記事があるが、創作の森のホームページからあわら贅沢サイトに飛ぶことはできるのか？

●事務局

できない。

●部会員

おにぎりがあわらの街の中に常にあるならいいが、今は旅館でも予約しないとおにぎりを提供していない。協力店に頑張ってもらうしかない。本当は梅干のシンプルなおにぎりでもいい。今は各店こだわりすぎ。おにぎりは面白いと思う。同じ食材でこだわりを出し、スタンプラリーをするのも面白いのでは。

●事務局

加賀パフェが似た展開をしている。

●部会員

学校給食でおにぎりは出せないのか？

●事務局

握る手間や衛生面の問題があるので難しい。

●部会員

お弁当の日はないのか？

●事務局

議事録要旨

お母さん方の反対でお弁当の日はなくなると聞いている。

●部会員

贅沢サイト（あわらむすびのサイト）はかっこいい。月一でお店が増えていくといい。食べたいのはなかったが…。店舗だけでなく広がっていく路線が欲しい。市民はおにぎりをいつ握っているのか。市民はおにぎりを食べているはず。

●オブザーバー

WEB広告をうつならば、純粹にWEB広告でサイトの訪問者数を増やすだけなのか、それとも訪問者数を増やす仕掛けをつくるのか、を部会で検討する必要がある。

●部会員

仕掛けを部会で考えたほうがいい。

●部会員

北潟まつりの中継地点でおにぎりを出したり、えちぜん鉄道でおにぎり列車を走らせたり。

●部会員

電車に乗る人はおむすびがあれば買うのでは？ もっと手軽なものに青柳ベーカリー（温泉パン）があるが…。

●部会員

だったら、おにぎりがいい。JTBの勝山のプロジェクトでえちてつが2両貸しきりにして結構人が来た。あわらでやるときも、えちてつと引っ掛けるとか、JTBに「おにぎりをやらせてくれ」と声をかけるとか、してもいいのでは。

●事務局

まとまらないので、今日の話を整理して、皆さんにお返ししたい。

●部会員

やることを絞り直して、担当者を決めて進めていくという形でどうでしょう。贅沢授業、編集委員、サイトへのアクセスアップの3つになると思うが…。

●部会員

新しいアイデアも出てくると思うし、おむすびの担当者もいていいのでは。

議事録要旨

	<ul style="list-style-type: none">● オブザーバー 以後はコンスタントに部会を開きながら、ワークショップ的な集まりはま別にやっていくとい いのではないのでしょうか。 ● 事務局 次回日程も含め、事務局で一度整理します。よろしくお願いいたします。
--	--