

第2回桑名市ブランド推進委員会

日時：平成27年11月30日（月）午後2時00分

場所：桑名市民会館3階大会議室

－ 会 議 次 第 －

1. 開 会

2. 市長あいさつ

3. 議事

(1) ブランドコンセプトブックについて

(2) 桑名ほんぱく（桑名本物力博覧会）について

(3) ジュニアサミットについて

4. その他

事務局からの連絡

・次回会議の日程について

平成28年3月 日（ ） 時から

5. 閉 会

○事務局 定刻となりましたので、ただいまから、平成27年度第2回桑名市ブランド推進委員会を開催させていただきます。

本日は、大変お忙しい中をお集まりいただきまして、まことにありがとうございます。

本日の委員につきましては、全員の御出席をいただきまして、まことにありがとうございます。ブランド推進委員会条例第6条第2項の規定により、会議の開催要件を満たしておりますことを改めて御報告申し上げます。

また、この会議は公開でさせていただいておりますので、傍聴の方もお見えになっておりますので、よろしく願いいたします。

それでは、以降の進行を議長の伊藤委員長にお願いいたします。よろしく願いいたします。

○伊藤委員長 改めまして、こんにちは。1時間半という限られた時間ですが、なるべくその時間を有意義なものにしたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

気づけば、もう、明日から師走ですから、今まで我々がある意味いろんな議論をしてきた、一つの形の集大成としていかななくてはいけないなということと、来年度以降、どういうことをしていくんだということも、今回の重要な視点だと思っておりますから、皆様の貴重な体験・経験、いろんな知識を存分にいただきたいなと思っております。

早速ですが、最初、市長の挨拶をよろしく願いいたします。

○市長 改めまして、こんにちは。桑名市長伊藤徳宇でございます。本日は大変お忙しい中、第2回の桑名市ブランド推進委員会に御参集賜りまして、まことにありがとうございます。

2回目ということで、取りまとめというふうな時期に来てるのかなと思っておりますけれども、ここ最近の桑名市はこんなことをしていましたというお話を少しさせていただければなというふうに思います。

このところずっと「まち・ひと・しごと創生」ということで、国が地方創生というお話をずっといただいております、その戦略をずっと立ててきました。第三次の改造内閣で地方創生がどこかに行ったような雰囲気がありますけれども、桑名市としては、やっと今月取りまとめをして、何をもって桑名として地方創生するのかということに落ちついたんですけども、柱を二つつくりました。

一つは、「暮らす」ということをしっかり重点を置こうということになります。日本中で人口が今減っていく中、桑名という町は、まだ人口はふえています。そのふえ方も

我々の推計よりも実数が大分高い形で人口が今ふえているということがあります。やはり自然減の部分はあるにせよ、社会増といいますか、外から引っ越していただいて、桑名という町に住みたいと思う人をふやそうというようなことを今考えていこうということを考えました。その中の一つは、やはり、住みたくなるという町でありますので、当然、さまざまなハードな整備でありますとか、中の整備をいろんなソフト面の部分の政策を進めるというのが一つ大切なことでもありますけれども、それと同時に、外の方にもしっかりとPRをして、桑名はこんな町ですよ、暮らしやすいんですよというようなPRをしなくてはいけないだろうという項目を一つつくらせていただきました。そういう意味では、ぜひともまたブランド推進委員の皆様のお力もお借りできればありがたいなど。中の整備をしながら、外でしっかりと発信をして、桑名にもっと住みたいと思う人をふやす。こんな展開を考えていったらいいなということの一つ思っております。

柱は二つありまして、一つが「暮らす」というもので、もう一つは「インバウンド」ということで、外国人のお客様を中心に誘客をしっかりと進めていこうということをもう一つの柱にしました。国を挙げて「インバウンド」ということで、海外のお客様をいかに獲得していくかということを取り組んでいるわけでもありますけれども、桑名市といたしまして、特に、今、既にナガシマリゾートさんという大変大きなリゾートがあるわけでありまして、ナガシマさんともしっかりと連携をしながら、この桑名という町に海外からのお客様をしっかりと来ていただくようなことを、この地域で観光産業化するということをもう一つの柱にしようということで戦略をつくらせていただいたというところであります。

そして、その戦略をつくっている真ただ中に、10月27日でしたけれども、伊勢志摩サミットの行事の一つといたしまして、ジュニアサミットということで、世界中の子供たちがこの桑名に集まって会議をする。ジュニアサミットというものを桑名で開催ということをして岸田外務大臣のほうから発表いただいたということでもあります。これは非常に光栄なことでありまして、世界中の子供たちが50人ぐらい恐らく集まると思えますけれども、G7以外の子供たちも集まって、そして、サミットと同じテーマで議論していただきます。その子供たちが議論した内容を取りまとめて、「何とか宣言」という形で、開催地の名前をつけた何とか宣言をつくり、サミットの議長にそれを報告するということでありまして、これが桑名が会場となりましたので、桑名宣言という形で取りまとめてをいただき、それを議長ですから、G7の来年の議長は日本国で安倍総理にな

りますけども、安倍総理のほうに報告していただくということで、サミットの歴史の中で桑名という名前が未来へも残ると。すばらしい光栄なことだと思っているところでございます。

当然、そのような光栄なことと同時に、海外の方が桑名を注目していただくすばらしい機会だと思っておりますので、ぜひともジュニアサミットをしっかりと成功させていかなくてはならないということで、先日、ジュニアサミット推進課というものを立ち上げ、今度はそこに市民会議という、住民の方といかにおもてなしをするかという会議をつくって、4月22日スタートということですので、ここに向けてしっかりと取り組んでいきたいなというように思っています。

また、当然、「インバウンド」というものを一つの柱に掲げながら、そのすごい絶好の機会といたしますか、タイミングとして非常にいいジュニアサミットがありますので、このジュニアサミットを一過性のものとせず、しっかりと継続的にこの桑名という町に海外のお客様が来ていただけるようにしたり、MICEとって国際会議にしっかりと誘致できるような、そんな取り組みもしていきたいなというふうに考えております。

きょう、項目の三つ目にもジュニアサミットについてという議事がございますけれども、そういう中で皆さんからもいろいろアイデアをいただきながら、ジュニアサミットに向けてこうしたらいいのではないかとか、ジュニアサミットを踏まえてこの後どうしたらいいかというような、そのようなことも御教示賜ればというふうに思うところでございます。

それから、今は、いろんなブランドの中でも、「本物力こそ、桑名力。」ということで、いろんなものを本物にしていこうと。この桑名ですばらしい素材をどんどん磨いて、いろんな取り組みをしていこうというようなことを皆さんにも御議論いただいていたわけでありまして、まず一つ、長良川おんぱくにあわせて桑名でもプログラムをつくって、体験型のプログラムを皆さんに体験してもらわないかということで、ことし、10個のプログラムをつくって多くの方に桑名を体験していただいたということであります。そんなことがありまして、きょう、報告があると思っておりますけれども、参加していただいた方々の満足度が非常に高かったんですね。非常に喜んでいただけるものがたくさんあるんだなと。逆に、プログラムを提供する人も、こんなんがおもしろいんだというのがありますね。そういうような発見もあったということで、これは非常にいい取り組みだと思っております。私自身も「聴き梵鐘」で、いろんなお寺の梵鐘をつい

て回って音の違いを楽しむという、めちゃくちゃマニアックな企画に参加をしたんですけども、非常におもしろい企画でして、こんなマニアックなことを喜ぶ20代の女の子がいるんだとか、いいことを勉強させてもらえたなというふうに思っています。この取り組みも来年に向けて本格的に実施をしていきたいと思っておりますので、このあたりも御意見をいただきたいと思えます。

また、最近、住民の方々が桑名のまちづくりといいますが、そういうものに本当に積極的に取り組んでいただいているなという事例もたくさん出てきておまして、桑名で映画を撮ろうという動きが出てきています。今でもフィルムコミッション事業でたくさんの映画を誘致をさせていただいてるところでありますけれども、単なる映画のロケ現場だけだと、なかなか地元の人も楽しめないという部分があるようで、桑名のご当地映画を撮ろうということで、映画「クハナ！」という名前でしたけれども、撮影に向けて市民の方が映画部というのを立ち上げて準備をされているところであります。「アンフェア」という映画の原作者、秦建日子さんという方が初監督する作品をなぜか桑名で撮られた。特に、彼は桑名に縁もゆかりもあるわけではなかったんですけども、いろんな関係で、桑名で撮りたいということで、今、オーディションも2,000人ぐらい人が来て、それなりに著名なタレントさんも出演されているということでありますけれども、これを桑名の人たちみんなが撮影しようじゃないかという取り組みもスタートしたということで、桑名をみんな元気になってもらいたいといいますが、住民の方たちもみんなでつくっていいんじゃないかと。そのような機運が出てきているのかなということも改めて感じれるというところがございます。このような火を消さないように、しっかりと住民の皆さんと一緒に桑名という町のブランド化に取り組んでいきたいというふうに思っています。

長くしゃべってしまいましたが、今回は、私どもブランド推進のブランドブックについて御意見を賜っていただいたというところがございます。

今回は、ブランドブックの内容や活用などについての御議論をお願いいたします。

本日もさまざまな事項につきまして、皆さんの専門的な視点に基づく御意見を賜ればと考えております。限られた時間ではありますけれども、忌憚のない御意見を賜りますようお願い申し上げます。私の挨拶とさせていただきます。よろしく申し上げます。

○伊藤委員長 市長、ありがとうございました。

それでは、お手元にあります議事次第のほうから順次進めていきたいと思えます。

先ほど、市長のほうからも話がありましたブランドコンセプトブックというのをどうするかということですが、前回決まったことだけ私のほうから説明させていただきますと、まず、どこにターゲットに向けてやっていくんだというところの議論があったと思いますが、もちろん外向けも大事だと思うんですが、まず、そもそも、市民の皆さんが桑名のいろんな資源や資産、こういったものを知ってもらって、こんなすてきなものがあるんだなというのをわかってもらうということが重要ではないかというような議論の中から、まず、内部啓発的に、市民の方々に知ってもらうというようなことが意見に出しました。

さらに、市民といっても世代がかなり広いと。もう少しどの辺の人たちに読んでもらいたいかというのも議論してはどうだろうかということで、その中で出たのが、これから桑名を担う人たちに知ってもらいたいと。そういう意味で、中学生、高校生なんかはわかりやすいようなデザインがされているほうがいだろうと。そんな話がありました。

皆様のいろんな指摘全部を反映したわけではありませんが、おおむねそういった御意見を受けて、今お手元に修正したプランがあります。こちらのほうを私の研究室の大学院生が中心になって作成と修正をしていますので、発表の経験というところも兼ねて学生のほうから修正をしてもらいます。

外からになりますが、うちの研究室の田中恵です。

○田中氏 名古屋工業大学大学院伊藤孝紀研究室修士2年の田中恵と申します。私のほうから修正した点を説明させていただきます。

まず、表紙とめくった上のページのほうなんですけど、これは両方とも表紙で、前回のほうが、写真がついている表紙であったんですけども、今回、もう1つ、シンプルなものをつくって持ってきました。

そして、内容のほうは、話自体については、特に変更している点はないんですけども、全体的に中高生向きにつくったほうが良いということだったので、前回は全てに写真を記していたんですけども、そちらのほうをイラストにしていきました。

大きく変わったページとしては、まず、8ページ目のほうのロゴマークのほうですね。こちら前回のほうでは、コミュニケーションプランとして、ロゴマークが町中にいろいろに使われていったらいいのかというものを、写真を用いてやってたんですけども、今回、よりいろいろなシーンで、ビルの上だったり、扉だったり、商品だったり、いろんなところにロゴマークというのを活用できるんだよということをこのページで伝えた

いと思って、今回、いろいろなシーンのイラストを挿入しました。

そして、最終ページですね。こちらのほうも変更しまして、前は、地図に30年後の桑名市がどうなったらいいかというものだったんですけども、今回は、これを市民の方が読んでもらって、桑名市の未来を描くのは市民の一人一人ですということで、桑名市にはここにあるイラストのように、いっぱい今後のというものがあるんですけども、そういうものをみんなで作っていきましょうということで、パレットに描いていきましょうということで最終ページをつくっています。

主に変更した点は以上です。

○伊藤委員長 イラストになったところなど、もうちょっと説明はいいですか。

○田中氏 そうですね。イラストは全ページイラストにしまして、色に関しましては、全て、今、青色を使ってまして、ロゴのほうがテーマカラーとして青色と赤色のほうを記しているの、基本的にはそちらのほうを使用しています。

○伊藤委員長 ありがとうございます。

イラストのほうの意図としては、写真ですと、あるものを写真を今まで入れてたんですけど、絵である程度こういうところをピックアップみたいなこともできますから、より伝わりやすいような、多少デフォルメしたんですね。伝わりやすいような表現に変えているというところはあります。一度構成を見て、先ほどの後ろの2ページ以外は大きく変更はありません。

特に、7ページ目のブランドマークのところとか、どうしてこういうマークができていたのかというのは、比較的わかりやすくなったのではないかなと思ったり、それを使う8ページ目のロゴマークの使い方なんかも書いてあるので、ロゴマークがあって、それがどういう意味があるんだというのが少し伝わればいいなと思います。

一度、皆様の御意見もお聞きしていきたいなと思うんですが、いかがでしょうか。

あと、きょう、議題も多くて、細かく行きたいなと思っておりますので、私の勝手な進行上、ある程度、皆さん、ここで私言わなくちゃいけない、当たるんだろうなというのをある程度予測されてたほうがやりやすいのかなと思ひまして、風間さんのほうから順番に回って、最後に副委員長に来るといふような。おおむね途中で御意見あるような人は、挙手していただいて全然問題ないんですが、そうじゃない方にはそういうふう当たると。ということは、常に意識してねと。そういうところをお願いしたいと思います。ということで、風間委員のほうからよろしくお願ひいたします。

○風間委員 風間です。よろしくお願いします。

多分、私がトップバッターということは、話を広げたほうがいいんじゃないかというふうに感じますので、何か突拍子もない感じで行きたいと思います。

まず、先ほど伊藤委員長がおっしゃってたように、私もイラストになったことすごくよい印象を持ちました。それが、先ほど伊藤委員長がおっしゃったように、既存のものというのはどうしても主観で見てしまって、多分、このブランドブックでつくりたいことというのは、先ほどターゲットのところでもあったように、これからの桑名のイメージをつくっていく途中にあるものだということだと思っただけですね。本物の桑名をこれまでの本物とこれからの本物をどうつくっていくかということに、このブランドブックが一つのマイルストーンなんじゃないかなと思っているので、イラスト化はすごくよかったなと思います。

個人的な意見としては、ロゴマークの解説が後半であったところがすごくいいなというか、結局、町を全部ブランドにしていこうという、全部感というのがこの辺の8ページとかですね、その最後のところに伝わってきていて、やっぱりたくさんあるんだということのたくさんさがここで伝わったので、すごくよかったなと思います。

期待したいことは、途中にあったかと思うんですけども、3、桑名のブランド資産のところと、4、桑名の将来像のところですね。多分、若い世代にとって、ここら辺はちょっと難しい。書いてあることは教科書のように、読めばわかるんでしょうけども、若い人が読んだときの取っかかりというんですかね。自分視点をどこに持ったらいいのかが、最後はパレットという感じでかわいくて、ロゴマークぼくていいなとは思っただけですけども、未来についての若い人というか、とにかく見た方がどう未来をイメージするのかということですね。その見た人がどうこれにかかわれるのかというようなブリッジが、この辺からかかるといいのかなというのをちょっと期待したいと思います。

以上です。

○伊藤委員長 ありがとうございます。

最後のピクトグラムみたいになってるのは、諸戸副委員長からも海外のブランドブックなんかを参考にしたらどうだというのがあって、イメージみたいなものを置けるといいなと思ったんですが、写真がかなり著作権の問題とかいろいろあったので、ピクトグラムみたいにあると、それをどう活用していけばいいのかなというふうに勝手解釈を学生のほうでして。

それでは、佐藤委員、お願いします。

○佐藤委員 私、前回、欠席してしまっただけですけど、事前に送ってもらったので見てきたんですが、一つこれは変えたほうがいいんじゃないかなと思うところがあって、見やすさという点で、2ページ目の満足度のところが赤のほうが目立つので、青と赤を逆にしたほうがいいんじゃないかな。というのは、ぱっと見て伝わらないんですね。赤が目につくので、それが五十何%より31%のほうがぱっと入ってくるというのがあるので、これは自分が見ていて、ぱっと入ってきませんでした。なので、このページと次のページも青と赤も反対にしたほうがいいんじゃないのかなと思いました。

あと、全体的に、前回写真だったのをイラストに変えたというので、場所の写真だったりとか、そういうものというのは、確かにイラストのほうがいいのかないかなというのもあるんですけど、実際の人が見えてこないというのがとても感じる部分があって、もしかしたら、ページとして、市民の声じゃないですけど、実際の人が出てきていて、その人の声みたいなものが出てくるとか、例えば、市長とかでも、いつもの市長の写真とかじゃなくて、すごく自然に子育てしているみたいな写真だったりとか、何かそういう温かみみたいなものが、すごくシンプルで、スマート過ぎて、何かあまりそういうところがないなど。親しみやすさみたいなところがなくて、こういうのをパラパラと見たときに、どうしても人が出てくるとか、そういう部分というのが読んで人が入りやすく、そこから読んだりするので、そういう読み物的な部分みたいなもの、特に人という部分、桑名でどんな人がいるのかなみたいなところが見えてくるページというのが、こういう流れだったらあってもいいのかなというのはいすごく感じました。

以上です。

○伊藤委員長 ありがとうございます。

御指摘いただいているように、確かに満足しているほうを赤にしたほうがわかりやすい気がしました。それはおっしゃるとおりだと。それは修正したほうがいいかもしれないなど。

もう1点、人がというところなんですけど、これはすごく議論のところでは難しいところでもあると思うんですけど、あえてあまり人っぽくはしてない。それは、多分、最後、自分が主人公で、この中に入ってきてほしいというような意図があるのではないかとと思われるところでもあります。

あと、4ページ目、風間さんからもうちょっと資産のわかりやすい言葉が入ってくる

というのは、キャッチコピーとかがあったほうが良いというような感じですかね。そういう意味でしょうか。

○風間委員 多分、佐藤さんがおっしゃっていた、親しみやすさを足したいということを感じるんだと思うんですね。私も同じようにスマートな印象とか、多分、この冊子をつくられた方の思いというのは、多分にこちらから受け取れたんですけど、私が仮に桑名市民だったらと思ってこれを見たときに、特に若い世代の自分がと思ったときに、どうここに自分がかかわりたいかというか、自分事になる小さなきっかけでもいいと思うんですけど、何か仕掛けがあったらうれしいなと思いました。

○伊藤委員長 そういう意見でよろしいですか、佐藤委員。

○佐藤委員 そうですね。だから、主人公はあなたなんですけど、というのはもちろんわかるんですけど、にしても、何かこの本に入っていくきっかけみたいなものがもうちょっと、うちの母ちゃん載ってるでもいいですけど、子供が載ってても別にいいと思うし、いろんな人がそこに出てくることで、やっぱり自分も主人公なれるんだというふうに思うというのもあると思うので、何かそれは私はすごく感じました。

○伊藤委員長 ありがとうございます。

恐らく、私も含めて研究室の学生ほとんど男であるという、作り手のそういうのは出てるかなとは、今聞きながら感じました。

さて、黒田委員、いかがでしょうか。

○黒田委員 前回からの修正ということで、全体に非常にきれいにまとまった印象を持つんですけど、お二人がおっしゃるように、やっぱりちょっとそつなくまとまり過ぎたというのはあるかもしれないですね。多分、ロゴマークの色のイメージから、グラフの色の使い方とか、一つのルールに乗っ取って全体をまとめているので、すごくきれいに整理はされているんですけど、おっしゃったように、少しまとまり過ぎたかもしれないので、最後の桑名の未来のところに、やっぱり描くのはあなたですと言っているところに、言ってみれば、いろんな市民の、しかも、これからの若い次の時代を担っていく人が、割かしイメージできるものが入ってきたほうが良いのかもと思いました。

最後の未来のところのピクトグラムの絵というのは、恐らく、いろいろ、今後、観光用のマップをつくったりとか、サイン計画を考えていくときに、例えば、展開として、こんなような表現、もうちょっと整理されてくるんでしょうけど、そういうことに応用できるイメージを出されたのかなという気はしました。やっぱり生っぽいというか、本

当のリアルな人を市民が感じられる要素は少し入れないと、ということ。最初、表紙の案で二つ出されたと言ってますけど、これは、桑名に住んでる人は当然いろいろ地元の名所とか、なじみがあるんだけど、逆に外の人から見たときに、全部イラストで、何かぴんとこない部分も出てくるから、少しは写真的な要素というのを入れる部分は残しておいたほうがいいのかもしれない。ただ、全体的には、イラストを主にまとめるといいと思うんですけど、全くそれだけで整理されてしまうと、今度はちょっと実際の桑名のイメージがちょっと思い浮かばないということが出てくるかもしれないなと思いました。

○伊藤委員長 ということは、表紙ぐらい写真があつて。

○黒田委員 うん。ただ、こういうふうなのがいいかどうかは別なんですけれど、何か、どこかに、少し実際のものに、よりイメージさせるようなもの。途中で六華苑の写真とか出てきますから、あるんですけど、何か必要かもしれないなという気がしました。

○伊藤委員長 はい、ぜひ参考にさせていただきます。

 クリスさん、お願いします。

○クリス委員 皆さんと何となく同じ意見です。イラストにしてもすごくいいと思うんですけど写真のほうが、もっとアピールありますね。写真を使うと本当に桑名が生きてるようなイメージがあります。4ページに六華苑の絵がありますね。その次の6ページに写真がある。どちらがアピールがあるかといえば間違いなくその写真です。こういうところに行きたいと思います。それが見たいという気持ちになりますね。同じ気持ちが残念ながらイラストからはわからないというか、イラストはツートーンだし、この言葉が正しいかわからない、ちょっとつまらないような気がします。なので、やっぱりイラストより写真を使ったほうがいいなと思っています。デザインはすごくいいと思うけど、アピールとして、佐藤さんが言ったとおり、全体的に人をいれたほうがイイと思います。やっぱり桑名市の魅力の一つは、市民ですよ。市民が見たいと思います。人がいると、これがフレンドリーな町とか、心が感じられる。あと、やっぱり、黒田さんが言ったんですけど、桑名市民と外の人とがニーズは違うんですよ。桑名の皆さんは、大体、自分の町、自分の地域の魅力はわかるんですけど、このブランドコンセプトとか、大きなマーケットの一つは、桑名市以外の人ですから、そのあたりも考えたほうが良いのではないかと思います。

○伊藤委員長 ありがとうございました。

今回、比較的、内部啓発型でつくられてるところもあるのと、なかなか写真を使うところの難しさと、市民の顔が出てくるといって、またこれがハードルが上がってしまうとか、いろんな与条件の縛りがあるということも御承知いただけると幸いです。

さあ、そんな中、横井委員、いかがでしょう。

○横井委員　　今、皆さんがお話していたことと同じことなんですけれども、大変、でき上がり上品に、スマートにつくられていると思うんですけども。イラストもいいんですけども、なかなかインパクトが少ないといいますか、漫画チックなイラストもあっておもしろいなと思うところがあるんですけども、そういったところも写真とうまく組み合わせていくと、よりわかりやすく、見た目もよりよく目立つといいますか、そういうふうになるんじゃないかなと思います。実際の色がこれと同じ色ででき上がってくるんですか。

○田中氏　　大体、そのような感じですか。

○横井委員　　非常に気になるんですけども、ちょっとやっぱり色が薄過ぎて、目立たないかなという気がします。一番最初に目につくということが大事だと思いますので、それから中身に入っていくと思いますので、あまり毒々しい色ではいけないかもしれませんが、もう少し色が明細であっていいんじゃないかというふうに思います。

以上でございます。

○伊藤委員長　　ありがとうございます。

安藤委員、お願いします。

○安藤委員　　大体、実は、私の意見は皆さんと同じような意見なんですけれども、今、唯一、使われている六華苑の写真ですけど、これ、秋なんですね。例えば、四季をこういうものでうたったり、イラストが反対という意味ではないですけども、イラストありの写真もありというようなところで、例えば、春は九華公園とか、夏は石取祭の夏とか、花火だとか、というふうに表現されていると非常に風情があっていいんじゃないかなと直感的には思いました。

あと、実は、ロゴマークの使い方云々とあるんですけども、最近、桑名市さんの封筒から、そういったものも全部このロゴマークが入るようになって、非常に使われているんだなというふうには思っているんですけども、ここに書いてありますように、いろんなところでもっと使われると、特に桑名市の中を走っているコミュニティバスにロゴ

マークをマッピングされると非常にいいんじゃないかなと思います。

それから、最後にありますイラストの名称とか、お祭りだとかというようなものを書いてあるんですけど、こういったものが、実は、桑名市さんの一番お得意な鋳物で、マンホールのふたなんかに使われて、例えば、彩色なんかしてあればもっと目立つようになって、観光客の人たちにも非常に楽しめるんじゃないかというふうに思います。

以上です。

○伊藤委員長 ありがとうございます。

それは、ピクトグラムみたいな最後のがマンホールに鋳物としてデザインされてるといようなイメージで。

○安藤委員 ええ、そうですね。こういうのがあるから楽しいかなと。

○伊藤委員長 マンホールフェチとか、マニアの方が結構全国にいて、私もそういう人のプレゼンを聞いたことがあるんですけど、今がそうなのですか。

○市長 今は、ハマグリのにしているんですけども、確かに、桑名のマンホールを、写真を撮りに来る人がいっぱいいるんです。

○伊藤委員長 そうですね。

○市長 マニアックな人が世の中にはいっぱいおるみたいですね。

○伊藤委員長 ぜひともそういうマニアックな方々にうけるような展開というのはあるよなと思います。

あと、ロゴの使い方のところなんかは、特に、横井委員とかどうですか。何かもうちょっと桑名市内にこういうところを使ったらどうだとか。

○横井委員 今おっしゃられたように、バスについていたりするわけですけども、動くものにロゴマークがたくさんつけられるといいなと思うんですけども、バスぐらいしか思いつかないですけど、タクシーというわけにはいかないでしょうから。

あと、ちょっと振り向いたらすぐロゴマークがあるよという、マークもたくさんあり過ぎてはどうかなと思うんですけども、もう少し使い道があるんじゃないかなという気がします。特段、じゃ、こんなところという、今、頭の中に浮かんでくるのではないんですけども、もう少し数多く使い道がないかなという気はしています。

○伊藤委員長 ありがとうございます。

では、副委員長、お願いします。

○諸戸副委員長 皆さんの意見と一部似ているところもあるんですけど、これをどう

やって配布するかということにもよるんですが、もしデジタル媒体で配布するのであれば、先ほど安藤さんがおっしゃったように、例えば、表紙のところを四季に応じて写真をどんどん入れかえていくのであったりですとか、写真が少なくて市民感が少ないということであれば、最後のページに桑名の未来というところに描いてくれてる画家さんがいるんですけども、そこに、例えば、毎日は大変でしょうけど、いろんな市民の方の写真をアップしていくとか、そういうのもおもしろいんじゃないかなというふうには思います。フェイスブックみたいな形のを、更新がかけられるように、そこだけしておけばどんどん入れかわっていくというもの。そういうような仕組みでも、紙媒体ですとそんなに変化つけられないですけど、デジタル媒体であればそういうこともできるので、もうちょっと汎用的に使えるんじゃないかなというふうに思いました。

以上です。

○伊藤委員長 はい、ありがとうございます。

皆さんのお話をまとめると、少し写真をもうちょっと入れたほうがいいのかとか、もう少し人物、市民の方の写真を入れられるかどうかというのは、また事務局のほうとも相談はさせてもらおうと思います。そういう人的な写真だとか、活用している姿みたいなものを入れたほうがいいのかとか、その辺は検討したいなと思います。

ただ、説明的なところは、このような形でイラストで行かさせていただいて、今、ブランドの、例えば、6ページ目とか、抜きになってるようなところだとか、逆に言うと、5ページ目みたいに写真が使われていないページだとかに、もう少し写真なんかを使っていこうかなと、今、聞きながら思っておりました。また、検討させていただきながら、修正案を次回御提示させていただければなと思いますが。

はい、どうぞ。

○佐藤委員 今、諸戸さんから話があった配り方というのは、それはどういう。

○伊藤委員長 まさにその議題に、今、移ろうと思ひまして、ありがとうございます。

ちょうどおっしゃるとおりで、中身も大事ではあるんですけど、これの活用の仕方が一番大事なことだと思います。本来だと印刷をして、「広報くわな」みたいな形で全市民の方々の世帯ごとに配れると一番効果的かなと思うんですが、そうすると、また、印刷代どうするんだとか、印刷で刷ったとしても、次、配布の仕方どうするんだとか、予算と手段の、どうしてもその壁がありますので、じゃ、本当に、8ページでいいのか、そして、これをどういうふうに市民に伝えていったほうがいいたろうと。ウェブという

話もありましたけど、今後、またウェブをつくるとなるとお金の話どうするんだという話になると思うので、その辺を効果的な戦略があれば、皆さんのお知恵を借りたいと思う次第であります。風間委員からお願いします。

○風間委員　　すみません。私、前の議論を引っ張りつつのコメントでよろしいですか。

私、何度かこちらを拝見していて、気づいたことが三つぐらいあって、それを言いそびれていたのも、まず、忘れないうちに申し上げます。

このブランドブックにある市民に聞いてみましたという、例えば、2ページですね。市民ってどなたにどう聞いたのかなというのが気になったんですね。パーセンテージはあるんですけども、普通、アンケートというのは、どんな人たちに何人聞きまいたみたいなことが書いてあると思うんですけど、ブランドブック全体を通して、言葉として主語がたくさんあるなと思っていて、桑名市と言っているところと、私たちと言っているところと、皆様と言っているところと、ただ市民と書いてあるところ、たくさんの視点が主語になり得るものが多いんですね。まずは、デザインのところ、全体のところから入っていると思うので、テキストもまだ「てにをは」が脱字があったりするところもあったので、まだこれからなのかなと思ってたんですが、多分、このブランドブックを配布するに当たり、誰から誰へのブランドブックなのかというところがもう少し全体の構成の中で際立ってくると、この辺の言葉遣いも整理されてくるのかなというのを感じました。

あと、先ほどの自分がここにかかわるきっかけは、デザインのテクニックは幾つかあると思うんですよね。例えば、表紙に自分の名前を書くスペースを持つだけで、ちょっと違うというデザインありますよね。チェック項目をつけるだけで、自分が思う桑名の魅力は何かなというのを自分で考えさせるだけの誘導するデザインとか、いろいろテクニックはあると思うんですけど、ブランドブックをつくった人たちは、なぜ自分たちに届けてくれたのかという意図が伝わるというんだらうなというのを感じていました。

配り方としては、私たちはThink The EarthというNPOをやっていますが、そんなに予算も豊富にあるわけではないので、基本的にスタンスとしては、PDFを置いていて、ダウンロードをしていただくと。学校の先生とかは、基本的に自分たちの授業で使いたいときは、それをコピーして使われるんですよね。なので、冊子にするというのは、割ときちんとこだわって、数を絞って、伝えたい人に手で配る。私たちがNPOの職員であれば、話してきちんと伝えたい人に趣旨を説明するものは紙だけれど

も、そうやって有効に活用したいと思う人に関しては、大いにデータをフリーで使ってもらおうというのはやってるので、これに関しては特に若い世代に伝えたいのであれば、学校の先生とか、大学の先生とか、そういう人たちにとっても使いやすい状態だとすごくいいのかなと思いました。

○伊藤委員長 はい、ありがとうございます。

確かに、ウェブでデータだけという、PDF上だけというのも一つ可能だと思いますし、紙でやくというのも、今は簡単に出力ができますから、紙媒体にどれほど価値を置くかというところにも課題ではあると思います。

さあ、佐藤委員、お願いします。

○佐藤委員 予算次第だと思いますし、紙にして配るというほうが行き渡るといえば行き渡ると思うんですね。PDFだと、どうしても誰がそれを見るのかという部分があるので。あとは、どれぐらい伝えたいのかとか、どういう目的なのかという部分で紙にして配るのか、それともウェブでいいのかとか、ウェブもPDFを置いておくだけじゃなくて、何かしらのインタラクションがあるような、ウェブサイトにしたほうがいいのかみたいな部分も、全部予算と何をしたいのかということ次第かなと思います。今、風間さんがおっしゃった、例えば、先生が授業で使えるようにみたいな部分というのは、小中高まですごくいいと思うので、例えば、そういうふうにするのであれば、それ用に何か小学生向けだったら、その授業で自分たちの町について考えるようなカリキュラムみたいなものと一緒にして、これも見ながらとか、桑名についてどれぐらい知ってるの、みたいな話をするとか、何かそういうものと一緒にパッケージングしてできるというのをとてもいいんじゃないかなと思いました。これを見てとか、プリントアウトしてどう使われたいのかみたいな部分もそうですし、もうちょっと目的とか、その辺を整理していったほうがよさそうですね。

あと、配り方も決めた上で、紙だからイラストが見やすいんじゃないかとか、データだったらもっと文字が少ないほうがいいんじゃないかとか、何かそれもあると思うので、そこからかなと思いました。

○伊藤委員長 はい、ありがとうございます。

1個ずつもう少し整理して。申しわけないです。

風間さんの「てにをは」じゃなくて、主語が誰だという指摘ですね。これは、総合計画から恐らく抜粋している文章と、違うところから抜粋している文章と、書き起こして

るのが混在してるというところがあると思うので、この辺は改善していきたいと思えます。

黒田委員、お願いします。

○黒田委員 なかなかどうやってつくって配布するかというのは予算の兼ね合いも難しいと思うんですが、まずはやっぱりブランドブックというものの存在を知ってもらえないといけないので、一番広く伝わるのは、広報紙にこういうふうなものできたよと。これをフルで載せるのは難しいですから、この存在を示して窓口になる情報はとにかく広報紙に載せる。ウェブもどのくらい充実してつくれるかというのはあると思うんですけど、できるだけ今のいろんなSNSを活用できる方法も考えて、おっしゃるようにターゲットはこれから桑名を担っていくような若い世代にアピールしたいということだったら、彼らは当然デジタルデータ、ウェブを中心に見ていくわけですから、そこを充実させて、広く市民全体の層に対しては、これの一番ポイントのところ、広報紙の1ページ分ぐらいはとっていただいて、そこでまずアピールするというのがいいんじゃないかと思えます。

ウェブサイトなんかをつくっていくときに、逆に言えば、ここに盛り切れないもの、例えば、桑名の資産とか、非常に資源として魅力的なものはいっぱいあるので、興味を持つと、さらにその詳しいデータを知りたいと思えますよね。リンクが貼れますよね。そういうつくり方をすれば、結構、内容が充実してくると思うので、問題はウェブをどこまで充実してつくれるか、誰がつくるかということになってくると思うんですけど、方法としては、今後はそういうふうにしていかないと難しいんじゃないかなと思えます。

○伊藤委員長 予算があると思えないので、広報紙でちゃんと告知をするだとか、SNSを既存のものを使ってるだとか、やれることから攻めるというのは一つあるかなと思えますね。そういう意味では、マスメディア媒体を持ってるクリスさんの発言は非常に気になる場所ですが。

○クリス委員 ごめんね。ちょっと厳しいかもしれないけど、印刷して、この本を配ったら、本当に市民の皆さんが満足ですか。本当にうれしいですか。「これ、税金を無駄にするんじゃない？」と、思ったりしませんか？逆に、インターネットをつかって、その情報を全部アップすると、誰でもいつでもアクセスできる。さらに情報を細かく入れてもいいし、アップデートも簡単にできる。新しい情報も、すぐに更新できる。でも、ここで問題なのは、インターネットにアップした情報をどう見つけてもらうかです。な

ので「こういうWEBサイト、情報があるよ」という情報発信は、市民のみなさんにきちんと伝えないといけません。それが、ネットの大きな問題の一つかもしれない。でも、ぼくが一番心配するのは、本当に市民の皆さんが満足するかどうかです。このブランドブックに入っている情報が、本当に必要なかどうか。厳しいかもしれないけど、そんなことを感じました。ごめんね。

○伊藤委員長　　最初は、まずは、これを知ってもらおうというのは、すごく重要だと思います。ぜひ日曜日の朝に期待したいと思います。

横井委員、お願いします。

○横井委員　　今もクリスさんが言われたように、まず、こういうものがあるんだということをどういうふうにしめるかという、一番最初の取っかかりというのが大事なんじゃないかと思います。方法はインターネットを使ったり、広報紙等々使ったりというやり方があるんでしょうけど、1回でそれが浸透するとはとても思えません。回数がまず、コストの問題もありますけど、ネットならコストはかからないかも知れませんが、ペーパーで出すということであれば、それなりのコストを考えなければいけないと思いますけど、会議所のほうでは、毎月、月報が出てますので、そこに挟み込むという方法で、市の広報紙ですから、そういったものをうまく使って、まず、市民の方に目に触れていただくという、そういうようなやり方をしないと、なかなか浸透していかないんじゃないかというふうな気がいたします。

○伊藤委員長　　商工会議所の月報に少しページをいただけるとかというのはあるんですか。

○横井委員　　はい。それは、交渉次第でできると思います。それと、あと、挟み込みができますので、これの8ページもあるとなかなか難しいかもしれませんが、抜粋したものを挟み込むというのはできます。

○伊藤委員長　　ありがとうございます。

安藤委員、お願いします。

○安藤委員　　私の本当の個人的な意見を申し上げますと、例えば、私もネットは見ます。PDFも必要とあれば開くんですけども、実は、読むのは画面では読みません、ほとんど。興味があってどうしてもというやつは、全部、実は、自分で印刷をしちゃうんですね。やっぱり昔人間なんで、結構、そのほうがというのがあるので、そういう観点から行けば、若い人は当然ネットで、画面で見られるでしょうし、私なんか、こういう年

配者は結構そういう形で印刷して、自分でですよ、印刷して出せばいいなとは思いますが。そういう形でネットを活用すれば、ある程度広まるということも、今はネット社会なので、あるとは思いますが。やっぱり、これ、小冊子にしようと思うとすごくお金がかかるんですね。じゃ、一体、何部刷るのかという問題もありますし、つくる限りはたくさんあったほうがいいに決まっていますし、コストはその点かかるでしょうし、市のそういう面から言っても、財政面から言っても、やはりネットに載せるのが私はベストじゃないかなというふうに思います。

○伊藤委員長 ネットを活用しながら、ということですね。

諸戸委員、お願いします。

○諸戸副委員長 私も基本的にはネット媒体を使って配布するのがいいと思っているんですけども、もちろん告知は市の広報紙でやったり、商工会議所さんの御協力、あと観光協会、そういったところは不可欠だと思いますけど、基本的に、ブランドコンセプトブック、これだけで何かを全て伝えられるというようなレベルのものではないので、やっぱりここから先どうするかというのは、多分、一番重要で、あくまで概要でしかないですし、これを読んで桑名市はこういう町なんだで終わると思うものなので、そこから先どうするかという、これから具体的な話になるんだと思うんですけど、こっちが重要かなというふうには思っています。

○伊藤委員長 私自身、これを刷って何か配布物にするという、もちろん潤沢な予算があればいいことだと思うんですが、よくほかの地方自治体で、つくって何かそういうブックだとか放送情報があるだけというのはよくないと思うので、いかに皆さんの中で伝わるかということに集約したほうがいいのか。予算がないのなら、それこそ、今、既存であるような会報誌だとか、広報媒体のほうにうまく入れ込んでいただければいいのかなとは考えてるんですが。8ページの必要性があるのかどうかも、正直ちょっと疑問なところもあります。というのは、やはり総合計画に準じてるというくだりから入ってますから、必要なところだけ行けば、もしかすると、マックス4枚、1枚でも簡単にまとめようと思えばできると思いますから、ページ数もある程度、臨機応変に入れていただけたところに乗っかりながら、強引にやったほうがいいのかと思いますし、そういう意味で、ウェブぐらいは何とかつくれるような形というのを模索したらどうか。その辺は皆さんの話の中も一緒だと思います。

もう1つの視点でSNSだとかというのを既存のものをうまく使うという話もありま

すが、どうですかね、フェイスブックだとか。事務局のほうからも、何か新しいSNSみたいなはあるというのは聞いてますから、きょう、もし、時間があれば、最後、少し見てもらおうかなと思ったんですが、今のところ私の予想だと難しそうなところもあるので、そういったものをうまく使いながらやっていくという方向性だけ、少し皆さんと共有させていただければいいなと思います。

○**クリス委員** ロゴのことについてですが、今、もう1回見ると、どこにも桑名と書いてないから、桑名のロゴなのかどうかわかりにくいですね。赤、白、ブルーの線を見て、それイコール桑名というイメージも、まだできていないと思います。どこでも、なんでも、いろんなどころで、このロゴを使うようにする、さらにローマ字で「KUWANA」と入れたら、世界的にも使えるロゴになると思います。いろんなどころで、このロゴを使い、さらにKUWANAと入れることで、この赤、青、白の線を見れば、桑名のロゴだと理解できるようになるかもしれない。

○**伊藤委員長** そうですね。ロゴマークに桑名。難しいところもありますけど、結構、アムステルダムだとか、バルセロナとか、色で勝負してきながらやってるところもありますから、本当はこの色が、こういうロゴマークが桑名のというので認知されるといいなと思いますけどね。そうですね。それもちよっと検討してみます。

さあ、続いて、2番目の議題のほうに行きたいと思うんですが、桑名ほんぱくについてということで、最初に、ほんぱくの内容と今年度実施した内容の報告、その後、実際にアンケートのほうを来ていただいた方、そして、あと、ヒアリングの意図みたいなことを企画者の方々にしておりますので、その調査結果のほうも踏まえて報告させていただきたいと思います。

まず、実施結果、内容のほうを事務局のほうからお願いします。

○**事務局** ブランド推進課の堀田と申します。よろしくお願いいたします。

それでは、「プレ桑名本物力博覧会」通称、プレ桑名ほんぱくについて、今年度の実施報告をさせていただきます。

桑名ほんぱくは、長良川おんぱくに、幾つかの参加体験型プログラムを提供する形で行いました。長良川おんぱくとは、その地域ならではの体験プログラムをたくさん集めて実施する催しです。プログラムを通じて、地域の新たな魅力を再発見することを目的としており、長良川流域で開催されています。桑名市は、長良川河口に位置することから、参画いたしました。プログラムは、いずれも、公募で集まった市民メンバーが、桑

名の魅力的な素材を盛り込んだ内容で企画されました。

お手元の資料ナンバー1、プレ桑名ほんぱく実施結果をごらんください。今年度は10種類のプログラムが企画され、9月から11月にかけて、実施回数は延べ12回、市内外から、延べ183人の方々に御参加いただきました。内容の欄にあります、矢印以下は、桑名の魅力につながるキーワードを記載しております。

簡単ではありますが、順番に御説明いたします。

ナンバー1の「カメラ女子会」。こちらは、多度大社そばにあります創業280年を超える老舗のコイ料理店で行われました。カメラ指導やコイ料理の食事のほか、ふだんは立ち入れない見事な日本庭園の特別散策もでき、参加者の満足度の高いプログラムとなりました。

ナンバー2の「ショコラテイティング」。こちらは、数年前にオープンした、知る人ぞ知る、人気のチョコレート専門店で行われました。このプログラムは、予約受付開始1時間足らずで、満席となり、キャンセル待ちが出るほど人気がありました。

ナンバー3の「バンブープレー」。桑名は、竹やぶ、竹林が多く、タケノコがたくさんとれるところです。中には、整備されていない放置竹林もあります。そんな竹林をボランティアで整備する市民団体がこのプログラムを企画しました。東海ローカルのテレビ番組でも紹介されています。また、参加者の満足度が高かったプログラムとして、「優秀プログラム賞」を受賞しました。この賞は、今回の長良川おんぱく、全180のプログラムの中で28個のプログラムに与えられています。

ナンバー4の「聴き梵鐘」。鋳物の産地である桑名では、鋳物による梵鐘づくりも行われてきました。そこに着目し、梵鐘の音を聞きめぐるといったユニークなプログラムでした。参加者集めが難航した部分はありましたが、参加した人からは、このような機会がなければできない体験ができたと喜んでいただきました。

ナンバー5の「プレミアムランチとシエナ」。こちらは、ウィンドオーケストラコンサートの開催に合わせ、桑名名物のハマグリを使ったランチを楽しむプログラムでした。こちらも、参加者の満足度が高く「優秀プログラム賞」として表彰されました。

ナンバー6の「寺ヨガ」につきましては、ほぼ満席となる申し込み状況でしたが、企画者のやむを得ない事情により急遽中止となっています。

ナンバー7の「トマトのもぎり」。こちらは野菜収穫や、意外と知られていない郷土料理を味わえるといった、ふだんなかなかできない体験をするというほんぱくのコンセ

プトにかなったプログラムです。おいしいトマトを実際に食べて、桑名の名産であることを認識していただくよい機会にもなりました。

ナンバー 8 の「北勢線 うたごえ喫茶」は、ほかのプログラムと比較して 70 歳代以上の参加者割合が非常に高かったです。こちら東海ローカルのテレビ番組に取り上げられ、番組を見て、参加申し込みをされた方もいらっしゃいました。

ナンバー 9 の「アイス饅頭」では、桑名名物のアイス饅頭の食品サンプルづくりと実食が楽しめる企画で、参加者からは好評を得ましたが、開催日が平日の昼間だったことが影響したのか、参加者数が伸び悩みました。開催日時の設定や、周知方法の見直しなど課題も得ました。

ナンバー 10 の「草競馬」。多度町では、かつて、農耕馬が人々と暮らし、農家の楽しみとして草競馬が行われてきました。参加者は全員が市外の方で、桑名の食材などを知っていただくきっかけにもなりました。

以上が今年度実施しましたプログラムでございます。

参加者の属性、参加のきっかけ、プログラムの感想などの詳細につきましては、アンケート調査を行っていただきました、名古屋工業大学の学生の田中さん、松岡さんから、後ほど御説明いただきます。

今後は、プログラムの数・質ともに充実させることはもちろん、効果的な周知方法、魅力的な素材の掘り起こしなどを行い、市内外からより多くの方に参加いただけるよう、検討しなければならないと考えております。また、プログラムの企画運営者の育成なども課題となっています。

アンケート結果や企画者のお声なども反映させ、また、委員の皆様から御意見を頂戴できればと思います。

桑名ほんばくの実施報告につきましては以上でございます。

○伊藤委員長 はい、ありがとうございます。

そのまま、調査結果のほうも報告させていただきます。お願いします。

○田中氏 田中です。よろしく申し上げます。

まず、1 ページ目と 2 ページ目のほうが、資料としまして全プログラムの集計結果になっておりまして、3 ページ目からはそれぞれのプログラムごとの集計結果となっています。今回は、全体の集計結果について発表させていただきます。

まず、1 ページ目のほうなんですけども、性別に関しましては、女性が約 7 割、男性

が約3割で、圧倒的に女性のほうが多いものでした。年齢に関しましては、こちらを見ますと、60代以上が47.5%と一番多いんですけども、これは全体を見るとこうなんですけど、プログラムごとにターゲットのほう異なっておりまして、プログラムによっては30代、40代が大半なものであったりというもので、プログラムによって結構異なるところがあります。居住地に関しましては、桑名市は約3割、残りが愛知県、岐阜県、三重県の桑名市以外のほうから来ていただいているという結果になりました。

その下に行きまして、プログラムをどのように知ったかということで、今回の「広報くわな」と桑名市のホームページで知った方というのが合計で12.9%と、ちょっと少ないものでした。その他は、知人の紹介や長良川おんぱくのホームページだったり、ガイドブックというところから知って参加された方が多かったです。

右に行きまして、参考に桑名市のブランドコンセプトを知っているかというところで、ロゴマークのコンセプトのほうなんですけども、現状、8割の方がまだ御存じないということになっております。

1ページめくってもらいまして、2ページ目のほうが、プログラムのほうの左上の表のほう、参加人数、時間、価格など12項目について評価をしていただいたものです。グラフの一番左のものが全体としての評価でして、基本的には高い評価をされています。その横が男女別、その次が年代別、その次が居住別の結果になっています。居住別の結果を見ますと、少しグラフがかぶって見づらいところがあるんですけども、桑名市の方の評価は比較的高い。それに比べて、岐阜県の参加者の方の評価が低いということがわかりました。

簡単ではありますが、以上で報告を終わります。

○伊藤委員長　　今年は、長良川おんぱくに準じて、10個のコンテンツ、実際には9個のコンテンツをやっておりますので、その中で、アンケート調査が出ていて、世代的には比較的満遍なく出てるのかなと。60歳代の方がやはり多いのは多いですが、とは言っても、30代、40代の方々が来てもらってるなというのもよくわかります。少し残念に思ったのは、ブランドコンセプトがまだまだ認知度は低いなというのはありますが、これは、先ほどのブランドブックの活用の仕方だとか、今後どうしていくかということとも絡んでくると思います。とは言っても、今回、プレとして始まって、来年度は、桑名おんぱくとしてきちっと開催していくに当たって、こういった実情、経験を生かして、どのようにしていくのがいいんだろうというのを、皆さんと議論できればいい

いなと思っております。例えば、10個のどういう内容のものがいいとか、何個ぐらいがいいとか、また、このプロジェクトの位置づけだとか、もしかしたら、パンフレットの内容とうまく広報の関係を合体させるとか、いろんなアイデアもあると思いますので、忌憚ない皆さんの御意見を聞きながら、来年度に向かったほんぱくの形なんかが、今後の会議の中で見えてくるといいなと思う次第ですが、風間委員、どうでしょうか。

○風間委員 ブランドブックの使い方、思いついてしまったので、これは後で言いたいと思います。おんぱくですが、私は参加したことがないので、聞いている限りのイメージとか、あと、こちらで書かれているアンケートを拝見して思ったことを率直に申し上げたいと思います。1年目というのは、やっぱりすごく試行錯誤、何でもそうだと思いますので、まずは、定員に対して参加されている方がいるというものと、いないというものに関しては、多分、いろんな改善のところがあると思うので、主催する意図がきちんと伝わるような、プログラム内容と来てほしい人のマッチングというのは、すごく設計のしがいがあるところだなと思っています。

そんな中で、私もNPOで、例えば、子供向けとか、親子向けとか、ワークショップを企画したことがたくさんあるんですけども、やっぱり充実度ということと、他人に広めたいかどうかというのは、イベントをやる上ですごく大事な指標だなといつも思っています。そういういい体験、もしくは、ここをもっとこうしてほしかったということ、何かしらの意識がある人に対してどう接するかというのが、その人たちの誠意であり、市のイメージになってくると思うので、まだ、初めてだから慣れないところとか、改善のところというのはあると思うんですけども、例えば、厳しい意見とかリクエストがあったときには、やっぱりそれを積極的に改善していきますとか、そこでの主催者側のコミュニケーションというところが次につながってくるんだと思います。なので、イベントは終わったんですけども、来年の企画をするときに、どなたがそういう意見をくださったかわからないんですが、ぜひ積極的にそういう方とのコミュニケーションというのは大事にするといいのかなと思いました。

あと、最後のところに、おんぱくじゃなくても自分で参加して、一人で参加しても同じだったというようなコメントあったんですけど、イベントの醍醐味は個人の観光客の方ではなくて、複数の人たちが目的を一緒にして、たまたま出会わせるというおもしろさがあると思いますので、企画の設計としては、偶然出会わせた人たちが老若男女であったとしても、そこで楽しめるということは、こういうイベントで大事にしたらい

ところだなと改めて思いました。

以上です。

○伊藤委員長 はい、ありがとうございます。

佐藤委員、お願いします。

○佐藤委員 質問なんですけど、これは、プログラムは、誰が企画したんですか。

○伊藤委員長 事務局でよろしいですか。

○事務局 事業者さんで、公募をしています。

○事務局 1点確認です。今回のおんぱくは、あくまでも事務局の運営人材を募集するという形の公募をさせていただきました。その上で、その人たちが、自分たちでプログラムをつくらないと、今後、自分で誰かにアプローチをしていく部分、理解ができないだろうということで、その方々が自分たちで企画をしたという形になっています。ですので、事業者と申し上げるよりは、どちらかといえば、市民の方々です。

○佐藤委員 事務局の方は何人ぐらいで。

○事務局 10人程度です。1人で1プログラムずつつくっていただいたイメージです。

○佐藤委員 年齢層はどれぐらいですか。

○事務局 20代から一番上が60代まで、幅広くです。

○佐藤委員 ありがとうございます。

それがすごいいいなという印象で、市民の方がつくられて、企画できる方がふえていくということはすごく重要で、企画をつくるということが、結局、本物の魅力みたいなものを掘り起こすという行為になってると思うので、事務局の方がこれからもいろんな企画をつくっていくことというのが、すごくこれから資産になりそうだなという期待が持てるような、おもしろい、こう見ると観光と全然違うアプローチ、例えば、うたごえ喫茶みたいなものだったりとか、食品サンプルをつくるとか、見てもおもしろそうだなと思えるものがある、それはすごいいいなと思うので、事務局の方がふえるのか、それとも企画をふやしていくのかわからないんですけど、それはとてもいい動きだなというのと。あと、そうなったときに、長良川おんぱくの時期だけじゃなくて、例えば、カメラ女子会もそうですし、寺ヨガは残念ですけどね。これとかもそうですし、全部継続できるなと思っていて、部活的にカメラ女子部みたいな感じで続いていくのもいいですし、その時期だけじゃなくて継続的にそういう催しができていけば、ファンはついてく

るので、そういうふうが続けていけるものがここにもあるなというふうに思ったので、すごくいいですねという感想です。

○伊藤委員長 ある意味、人材育成というと、上から目線になってしまいますけど、そういう企画をしたり、ブランドをはきこむような人たちが、まさに人の本物力の一つだと思うので、磨かれていける、そういうストーリーがいいなということですね。

○佐藤委員 すごくそれはいいなと思います。それがまたふえていくと、どんどん企画体験者がふえて、自分でもその人がイベントをやったりということも出てくると思うので、すごくいいと思いました。

○伊藤委員長 はい、ありがとうございます。

 黒田委員、お願いします。

○黒田委員 私も体験型イベントというのは幾つか参加したことがあるんですけど、やっぱり一番ここで肝心なのが、そのイベントのリーダーみたいな、ナビゲーターみたいな人が、いかに盛り上げておもしろくしていくかというのもすごく重要な要素で、恐らく企画をされて運営に当たられる方々がどんどんノウハウを蓄積して、だんだんステップアップしていくというか、そういうことが必要だと思いますし、恐らく、これはブレなので、実際に本格的にほんばくとなると、もう少しプログラム数もふえたり、例えば、もう少しカテゴリーを分けて、食なら食のテーマとか、桑名のすごく魅力的なスペースというか、観光資源とか施設を有効に使って、ただその施設を見るだけじゃなくて、何かプラスアルファして、例えば、この前も行ったイベントでは、歴史的な建造物を使った中で、逆に演劇しちゃう。スペースもすごく楽しめるし、そこのすごくレトロな雰囲気合ったミステリー劇だったんですけど、そういうのとドッキングさせてやったりとか、すごくその場所が生きるような企画をしてもらおうというのもおもしろいと思うし、桑名の歴史をより深く知るとか、いろんな皆さんがもっと掘り下げて知りたいと思う要素はいっぱいあると思うので、いかにそういうのをまずピックアップできるか。だから、少しカテゴリーのお題みたいなものを提示して、それで事業者を募ってもいいのかなと思いました。

○伊藤委員長 カテゴリーは幾つぐらいが適切とお考えですか。何個ぐらいでしょう。

○黒田委員 これ、実際、幾つぐらいやれるものなのか、よくわからないんですけど、あとは、ある程度時期を集中させるというのも一つのほんばくのキャンペーン上は必要だと思うんです。もしかすると、シーズンによって、春なら春のほうがりびったりな企画

も出るでしょうし、秋なら秋が中心になるんだけど、例えば、もっともって理想を言えば、春バージョンがあるとか、秋バージョンがあるとかくらい充実してくればいいと思うんですけど、今のところ、どうなんでしょう。秋を想定されているんでしょうね。

○伊藤委員長 会期としては一番やりやすいですよ、恐らく。

○黒田委員 気候のこととか、やっぱり集まりやすさとかもあると思うんですけど、開催時期、かなり重要ですよ。逆に、秋はいっぱいイベントがほかでもされるので、それと競合して、どれだけ魅力的にやれるか。

○佐藤委員 すごくいいなと思ったのが、こういうのは、自分のところでゼロからやりたがるというパターンが多いんですけど、乗ったというのはすごくいいなと思って。アンケートとかでも、長良川おんぱくのウェブサイトから知りましたという人が結構いて、全然それでいいと思うし、わざわざゼロから何でもかんでもやろうとするより、今あるそういうもの、長良川じゃんみたいな、そこに乗った勇氣というのはとても見事だし、すごくいいし、ファンをふやすという、よかったと思います。

○風間委員 実は、ブランドブックの使い方を思いついちゃったというところにかかわるんですけど、先ほど、伊藤委員長がおっしゃっていた、8枚全部をこうやって使ってくださいということじゃなくてもいいんじゃないかとおっしゃったのと、まさに私が感じたことは一緒で、来年の、例えば、おんぱくだったり、後で話したいと思うんですけど、ジュニアサミットという、ここでこれをこう使ってみたいというような目的を設定して、この中の何枚かを使ってみるというのは、すごくいいんじゃないかなと思うんですよ。やっぱりおんぱくのおもしろさは、市民、もちろん運営側も市民の一人でもあるかもしれないので、説明するとき、初めて自分がわかっているかわかってないかとか気づくじゃないですか。やっぱりこのブランドブックを、例えば、おんぱくの主催者さんが使って説明をしてみるとか、ここ桑名はそういう感じなんだね。今回は、乗っちゃって、初めて来て、よくわかんないとか言ってた人も、これによって桑名ということを認知できるとか、逆に、そういうダイレクトな意見を聞いたよということをウェブサイトとか、何かわかんないですけど、ブランド認知度のレベルを、だんだん市民の人たちがゲームじゃないですけど、今回、この人たち5人に伝えたことでちょっと上がったとか、そういう参画性を持って相乗ったりとか、ブランドブックを使ってみるということは、すごくいいんじゃないかなと思ったので。

○伊藤委員長 いやいや、非常にいい御意見だと思います。基本的には、今、予算を

どれだけかけずにして、ブランドの認知とやっていくと、やっぱりシンプルに考えていけば、今後の企画というのが核になってくる可能性は十二分にあると思いますし、乗っかるというキーワードは、今後、桑名が生きていくためには重要なキーワードじゃないかなと思うんですが。

○市長　　言いわけといえますか、乗っかるというのは、ある意味、我々の視点からすると乗っかるというところだったんですけども、そもそも長良川おんぱくというのは、岐阜市で最初につくったメンバーが、今、どんどん大きくなってきて、彼らとしては、長良川全体でおんぱくをしたいという思いがあって、上流と下流にどんどん広げたいと。特に、下流は三重県なので、何とか三重県でやりたいんですよという話からもスタートしてるという、両方の思いが合致した。乗っかるということはちょっと違うということで御理解伝わればというふうに思ったので、よろしく願いいたします。

○伊藤委員長　　そういうチャンスをうまく生かしている感じですね。
クリスさん。

○クリス委員　　やっぱりおんぱくのアイデアはすごくいいと思いますね。やっぱり市民の刺激にもなるし、同時に、例えば、もっと桑名向きなプログラムを考えると、それで教育として使ってもいいですね。そうすると、皆さんがもうちょっと自分の町のことについて、いろんな魅力のことについても、もっと勉強できるということは、シビックプライドもアップする。町にもうちょっと誇りを感じる。なので、そのためだったら、もちろんこういうプロジェクトが続いてほしいし、プラスのテーマ、プログラムがふえてほしいと思います。

○伊藤委員長　　そうですね。誇りに思ってるコンテンツがどんどんふえていけばいいと。

○クリス委員　　そうですね。

○伊藤委員長　　ありがとうございます。

○クリス委員　　歴史とか、そういうことです。

○伊藤委員長　　歴史ですよ。カテゴリーには、やっぱり歴史だと思います。

○クリス委員　　そうですね。できると思います。桑名市はたくさん魅力あるから、その魅力向きなプログラムを考えると、皆が本当に自分の町の魅力が勉強できると思います。楽しんで勉強するんです。

○伊藤委員長　　これ、クリス委員みずから、そういう企画とかはどうですか。

○クリス委員 やります。実はこの間、ぼくが企画をして「関ヶ原サムライスクール」というものをやりました。規模的に限定30名ですけど。太刀と刀はどう違うとか、どうやって太刀を使うのか、どうやって持つのか、あと、やり、なぎなたなど武器の使い方を指導しました。そのあと、みんなで甲冑をきて、実際に武器をつかってみる。そうすると、甲冑の魅力とか、その武器のすばらしさとかを勉強し、体験することができる。ランチは足軽のようなお弁当を食べました。槍は刺すだけではなく、他の使い方があるとか、そういうことを楽しみながら勉強してもらいました。みんな楽しんでやっていました。

○伊藤委員長 桑名の歴史のコンテンツは、もう豊富にあるし。

○クリス委員 たくさんありますよ。

○伊藤委員長 クリス委員のアドバイスを受ければ、もっと楽しい企画が生まれそう
だというのは、十二分に。

○クリス委員 もし、たくさん時間があれば。

○伊藤委員長 クリスさんの番組になっちゃうので、ありがとうございます。

横井委員、お願いします。

○横井委員 プレとついてますから、やむを得ないと思うんですけども、一つずつ見ると非常に面白い企画がずっと、実際には9のプログラムになったわけですけども、残念なことに受け入れ先の問題等々なりますので、こちらの思うとおりにとはならないと思うんですけど、受け入れられる参加人数が非常に少ないものが多いですね。例えば、ショコラテイスティングというのは6人しか受け入れてないなど。スペースの関係があるのでしょうか。6人の皆様からアンケートをとって、最高に美味しいと言われたのが6人、パーセンテージでは100%になってしまいますよね。こういったところを改善して、1回で6人しか受けられないけども、回数をふやしていただくとか、交渉していただいて人気ナンバーワンになったということですので、こういったところを高めていただければいいのかなというふうなことを思います。

それから、プレですから、PRというのはなかなかできてないということで、そういうことに興味のある方がホームページだとか、市の広報とかというところをよく見て参加されるだけなので、もう少し広がりがあると、もう少し参加者がふえるんじゃないかなど。10番の草競馬なんていうのは、定員10人の9名ですけど、10人の定員にしたのがよくわからないですね。もっとたくさん広いところで見られるわけですので、応

募者がたくさん、定員多ければ、率から言ったら、例えば、100人だったら90人いたかもしれないし、例えばの話ですけど、もう少し参加しやすいような、次回には考えてあげればいいのかなどというふうに思います。

○伊藤委員長 ありがとうございます。

恐らく運営の問題だとか、プレだからとか、いろいろあると思いますが、来年広がっていくといいなと思います。

安藤委員、お願いします。

○安藤委員 皆さんのおっしゃること、何の異議もございません。

実は、このプログラム、私、一つリクエストを預かってまいりまして、実はこういうことをやってほしいということなんですが、本物の桑名を知っていただくために。これ、私じゃないですからね。ある意見を聞いてリクエストをさせていただきます。

六華苑を使って茶室で本物のお茶を飲む。桑名のいろいろ今ありますね。和菓子のクーポンもありますけれども、有名なおいしいお菓子を、できれば回数が多ければ順番に1年で4回、5回、違うメーカーさんのお菓子を食べる。それで、それだけでは時間もかかりませんので、桑名の千羽鶴を実際に折って教えていただきたい。というのは、本は出てるんですけども、本だけではなかなかできないと言うんですね。それで、実際に一緒に折り方を教わって折りたい。こういう企画があったら、ぜひ参加したいなというような意見を聞いてまいりました。

○伊藤委員長 ぜひ安藤委員にも企画をしていただきたいですね。ただ、そういった和菓子だとか、六華苑だとか、そもそも桑名の資源と思われてるようなことをもっと入れていくというのは、一つあるだろうなと十二分に聞きながら思った次第です。

諸戸副委員長、お願いします。

○諸戸副委員長 私、ちょっと視点が違うんですけども、一つは、もともとプレで長良川おんぱくに乗っかっているというのは、独立して自分たちでやりたいということなのか、また、そのまま乗っかっているでもいいんでしょうけど、結論としてはコンテンツがすばらしくないと、結果的にはもし独立すると、全く同じようなものができてしまうだけで、しょせん二番煎じということになりますし、そのまま乗っかってやるにしても、桑名の本物力というのをアピールするのであれば、そのコンテンツ自身がアピールする素材になっているわけなので、そこをどうしていくのかというのが一つ。プログラムを通じて桑名の魅力が伝わる。今、ちょうど安藤さんがおっしゃっていたように、

実際、六華苑を使うとか、その他もろもろ、例えば、石取を体験で叩ける、そういうプログラムが入ってこないとか、なかなか桑名の魅力というのは伝わっていかないのか、そういうプログラムをつくっていく。また、それが、黒田さんがおっしゃったように、どういう切り口で、例えば、歴史、食、幾つかの切り口の中でプログラムを自由に組んでいただいているんですけども、ある程度枠組みは用意しておいたほうがいいんじゃないかですか、その辺を考えていかないと、プログラムの質が上がっていかないとはいえませんか。その辺は今後の課題として一番考えなければいけない点なのかなというふうに思います。

以上です。

○伊藤委員長 ありがとうございます。

時間にもなったので、勝手に皆さんの意見を、節々で非常にいいアイデアがいっぱい出てきて、勝手に紡いでいくと、もともと勝手に乗っかるという語弊があるかもしれませんが、生かしていったほうがいいんだなと。生かしてくるということは、もともと桑名の資源も、もちろん生かしていかなくちゃいけないから、ブランドの資源としてというのも入れたほうがいいだろうし、今までの中で何かプロジェクトをとということで和菓子の話だったり、すき焼きの話だったり、いろんな話が出てきたと思うんですが、実は、それらというのも、本物博のコンテンツとして使っても、全然十二分に大丈夫なんだなと。うまくそれも歴史だったり、食だったり、カテゴリー分けをしていけば、本物博の中で、それも市民が育てながら、というプログラム、また、もともと本物として、桑名として確固としてあるようなもの、こういったものを混ぜていけば本当の意味での本物博が可能ではないかと。ブランドブックというのも、もちろん、それを刷ってちゃんとしたものを完成させるというのも一つのゴールではありますが、あるだけのページをもらって、例えば、本物博のパンフレットなんかでうまく使うとかしていただいたり、本物博のウェブなんかをつくるでしょうから、そういうところでブランドのウェブとして使っていくとか、何かそういうふうの一つ、今回の桑名のブランドブック、そして、本物博みたいなものが一つにつながってきたのかなと。きょう聞きながら思っていました、どうですか、皆さんの中でもそんな方向性なのかなと。そうすると、シンプルに、我々がやっていることというのは、ブランドブックでブランドのちゃんとしたものをつくりながら、ちゃんと意思が反映されてるようなコンテンツを本物博から集中して、育てていくのを我々もお手伝いをしていけばいいのかなと。そんなような我々

の位置づけみたいなのも見えてきたような感じもします。何かもうちょっとこうじゃないとか、そういう意見がありますか。

副委員長、どうですか。

○諸戸副委員長 委員長がおっしゃるとおり。

実際、こういったものを我々だけではなくて、例えば、商工会議所さんであったり、特に、実際、事業をやってらっしゃる方、桑名の中で商工会議所、多いですし、また、実際、本物の商品を扱っているお店もすごく多いので、そういったところのご協力ですとか、もちろん青年部であったりとかというところを広げられていけば、より本物に近い本物博ができるのかなというふうに思います。

○伊藤委員長 そうすると、逆に、ブランドブックをどう告知するか。ウェブ上では、フルでダウンロードできるようにしてもらって、それこそ横井委員のところの商工会議所だったり、また、クリスさんの番組だったり、もしかしたら長島観光に行くと、そういうのがすぐ飛ぶようになってるだとか、何か勝手なことばかり言ってますけど、ある意味、乗っかるというよりは、皆様の今までの力をうまく生かさせていただきながら、桑名のブランドを発信できていいかなと思います。きょうは、何かそんな一つの形になってますが、もう1つ、恐らく本物博と同じぐらい、先ほど市長の挨拶の中で、市長にも振っていきこうと思いますが、サミットの話が出ましたから、サミットの内容がこういったブランドの内容とオーバーラップしてくるところもあったり、うまく生かしていくという意味ではいい機会だと思うので、サミットの情報是我々も共有したほうがいいだろうということで、きょう、報告いただけるということなので、事務局のほうから決まっているものだけ少し簡単にお話しいただければ幸いです。

○事務局 ブランド推進課の山口といいます。よろしくお願ひします。

市長の挨拶にもありましたとおり、平成28年4月22日からおよそ1週間程度、ジュニアサミットが桑名を主会場として開催されます。

ジュニアサミットとは、サミットに附帯してG7各国を中心とする中高生が世界の問題について話し合う国際交流事業です。貧困や気候変動など、子供にかかわる問題の解決のための提言を行います。日本でジュニアサミットが開催されるのは、今回が2回目となり、桑名では「環境」がテーマになる可能性が高いとのことでした。

現在の桑名市の動きですが、11月9日にジュニアサミット推進課を設置し、市役所1階にカウントダウンボードを設置しました。11月20日に桑名駅前サンファーレの

2階に横断幕を掲出しました。11月25日に第一回ジュニアサミット庁内プロジェクト会議を開催しております。今後、12月中旬にジュニアサミット市民会議を開催する予定ですが、この市民会議では、①おもてなし部会、②交流部会、③発信部会、④危機管理部会、⑤協賛部会、⑥運営部会、⑦支援部会の七つに分かれる予定で、ブランド推進課は、発信部会に所属する予定となっています。

現在は、各部会に配置された各課が、その部会に加入していただく各種団体の洗い出しと、取り組むべき事項についてまとめているところでございます。

以上でございます。

○伊藤委員長 はい、ありがとうございます。

これは、ブランド推進課が発信部会に入っている。

○事務局 はい。発信部会です。

○伊藤委員長 イコール、我々も発信部会に属する委員会ということですか。そういうわけではないのですか。

○事務局 市民会議です。

○伊藤委員長 ああ、そういうことですね。すみません。わかりました。

せっかくサミットが行われて、ジュニアサミットが行われますから、何ならブランド推進としてもうまく乗っかってと言ったら怒られますね。生かしながら、こういうところでブランドブックの要約版だとか、こういうところで桑名の本物力というのを議論できればいいなと思う次第です。

また、ちょっと時間になってきましたので、こういうのが行われる、そして、恐らく細かいことが決まってくるので、次回のブランド推進委員会のときには、何が具体的にできるのかというところなんかも議論できればいいなと思っております。

きょうはこんな感じで委員まとまっておりますが、市長のほうからいかがでしょう。

○市長 きょうも貴重な御提言を賜りまして、ありがとうございました。

まず、ほんぱくについてですけれども、ことしは乗っかって、乗っかってというところの一つは、システム自体を乗っかっていまして、予約をしようとしたときには、長良川おんぱくのシステム上で今の桑名ほんぱくの予約もしていたということになっています。まさに一体化しているような形でしたけれども、今年度の予算で、新しく桑名ほんぱくとしてシステムをしっかりとつくって、桑名で全て完結できるような対策をつくろうということで予算化をしております。そういう意味では、連携をしながら桑名でどうい

うことができるのかと考えてもらわないといけないなと思いましたし、先ほど、安藤委員がおっしゃっていただいたように、中身ですね、コンテンツをどうするのかというのが非常に大事で、しっかりと桑名の本物を意識していただけるようなプログラムをつくるのが非常に大事なのかなと思ってますので、それに向けて頑張っていきたいと思っておりますし、ぜひブランド推進委員の皆様もこのプログラムをつくっていただいて、一緒になってエッジのきいた企画を賜ればというように思っております。

それから、ジュニアサミットについては、外務省の事業となっておりますので、なかなか、我々、主体的にどこまでできるのかという部分もあって、非常に私どもも情報がなかなかおりにこないのが苦慮しております。

聞くとところによると、サミットの議長国が1月1日に変わるということでありまして、今まだドイツが議長国で、1月1日に日本に議長国が変わる。このタイミングにならないといろんなことが決まらないんじゃないのかみたいなことも、まことしやかに言われてるところでありまして、そのあたりまだまだ情報がない中ではありますけども、ぜひ多くの方と一緒にしておもてなしでお迎えしたいなと思ってますので、クリス委員なんて、まさに御活躍いただく素晴らしい機会があるのかなというふうに思っておりますけれども、ぜひこちらも皆様の御協力を賜ればというふうに思っております。

また、ブランドコンセプトブックも、いろいろ御意見もあるところではあるかなと思いますけれども、やはりどういう形で住民の方に周知をしていくのか、非常に大事なことであります。1月1日に「広報くわな」をリニューアルしようとして今考えておりまして、その際に、2ページ特集の予定をしている。特集でまず組ませていただくというふうに思っておりますし、その後もどういう形で周知していくのがいいのかというのは、ぜひ皆さんともいろいろ教えていただきながら進めてまいりたいなというふうに思っております。

きょうも貴重な御意見を賜りまして、ありがとうございます。また、今後、どうぞよろしくお願いいたします。ありがとうございます。

○伊藤委員長 事務局のほうからは、何かありますか。

○事務局 長時間にわたり、御議論ありがとうございました。次回に向けて事務局のほうも、きょういただいた御意見等を整理させていただきたいなと思っております。

次回の開催につきましては、第3回目をさせていただく予定でございまして、現在は3月ぐらいというふうに考えておるんですが、今後また各委員さんとも日程調整をさせ

ていただいた上で、決定させていただきたいと思っておりますので、よろしくお願いたします。

事務局からは以上でございます。

○伊藤委員長 ありがとうございました。

きょうは、本当にブランド委員として、推進委員として、骨子が決まってきて明快になってきたかなど。乗っかるという言葉が、ちょっと言葉が悪いかもしれませんが、うまく生かしながらやっていくと。とにかくブランドブックもそういう形で、恐らく皆さんの力が必要だと思いますから、具体的なこともお願いできると思いますし、ここからが本番だと思います。今まで以上に力を合わせて、そして、市民の皆さんに対して、こういうことをやっているんだ、考えているんだというのをアピールできるように頑張っていきたいなと思います。

きょうは長時間ありがとうございました。

これで委員会は閉会とさせていただきます。ありがとうございました。(拍手)

(閉 会)