

平成24年度 学生提案具現化にかかる関係部署検討調書／チームいちじく

提案内容	提案名	世界一うまい“吉川なす”を全国民に食べさせる
	提案者	第5回鯖江市地域活性化プランコンテスト／チームいちじく
	提案内容	吉川ナスのブランド力向上と供給の確保を図る
	概要	<p>◎吉川ナスを広めるために…</p> <p>①需要の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・供給よりも需要を高め、市場において優位に立つ(ブランド力を高める) ・さばえブランド大使を活用する(例:吉川ナスを世の中に広める会議を開催) <p>②供給の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ・後継者育成⇒吉川ナス農家の徳橋さんのファン作り →徳橋さんの指導による、質の良い吉川ナスの生産 ・後継団体“吉川なす”の結成(世界一うまいなすを作る後継者を集める団体) <p>③ブランド統制</p> <ul style="list-style-type: none"> ・KeepBeginの浜田さんによるブランド統制
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・吉川ナスのブランド力が向上する ・質の良い吉川ナスの安定供給が行えるようになる ・吉川ナスを全国で食べさせることができる 	
具現化検討部署	特産づくり応援室	
検討結果	判断	一部採択
	採択内容	供給の確保策として、鯖江市伝統野菜等栽培研究会への支援により、吉川ナスの質の向上と量の増大を図っている。
	形態	既存事業に組入れ
	採択年度	今年度(H24年度)から実施
	事業詳細または不採択理由	<ul style="list-style-type: none"> ・農業公社を中心としたイベントでのPR。 ・福井県の伝統のふくい野菜振興協議会と連携した、イメージアップおよび販路拡大。 ・学校給食での食材としての使用。 ・福井県の「伝統の福井野菜総合対策事業」を活用した研修会の開催。 ハウス等への助成。 ・吉川ナスの出荷に対する助成(農林政策課)。 ・吉川ナスのレシピ活用による飲食店、消費者へのPR。 ・農業公社を中心に麒麟シティ傘下の飲食店チェーンやイオングループなどへB級品を含む販路の拡大に取り組む。 ・JA女性部などと連携した加工品の開発。 ・ロゴマークを活用したブランディング。 ・親子での吉川ナスの苗植え、収穫、料理体験会の実施。 ・緊急雇用事業を活用した吉川ナスのPR

平成24年度 学生提案具現化にかかる関係部署検討調書／チームにぼし

提案内容	提案名	宇宙シェア100%への挑戦！
	提案者	第5回鯖江市地域活性化プランコンテスト／チームにぼし
	提案内容	宇宙飛行士の使用する眼鏡を100%鯖江産にする
提案内容	概要	<p>◎宇宙で使われるメガネを、全て鯖江産のものにする</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宇宙飛行士の視力は矯正でもOK ・現在はオーストリアのシルエット社が先行している <ul style="list-style-type: none"> →シルエット社のメガネはロコミで宇宙飛行士の間に広まった →鯖江産のメガネが使用される可能性は十分ある <p>◎宇宙のメガネ＝「軽い」「強い」「すべらない」ことが条件</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「軽い」「強い」⇒受託製造で培ったチタン加工技術 ・「滑らない」⇒鯖江の鼻パッド製作技術は1級品(シリコン、ベッ甲など) <p>◎メガネ産業界への影響</p> <p>宇宙用製品や高級商品の販売によるブランドイメージの付加</p> <p>◎応用可能性</p> <p>高級スポーツグラス等、激しい使用にも耐えられる商品への展開</p> <p>※第5回地域活性化プランコンテスト 最優秀賞・オーディエンス賞</p>
	期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・鯖江産メガネのブランドイメージの向上 ・新たな市場の開拓
具現化検討部署	商工政策課	
検討結果	判断	一部採択
	採択内容	宇宙用製品や高級商品の販売によるブランドイメージの付加
	形態	既存事業に組入れ
	採択年度	開始年度未定
事業詳細または不採択理由	<p>まず、上記シルエット社の眼鏡フレームは、NASAとの共同開発で完成に漕ぎついている。</p> <p>NASAが採用した同フレームは、シルエット社が世界に先駆けて製品化した「ネジを一切使用しない一体型のフレーム」をベースとしたものであり、そのベースとなった民生品は、その画期的なアイデアと構造から世界的な大ヒット製品となっている。</p> <p>NASAとシルエット社との長年にわたる関係性や、産地メーカーの資金力等を総合的に鑑みると、産地メーカーが今すぐ入り込める余地は限りなく小さい。ただ現状、本産地の若手経営者を中心に、産地sabaeをブランド化したいとする機運が高まっている中、今後の産地のブランド化に際し、上記提案のようなインパクトある取組みは不可欠と考える。</p> <p>特に、産地のブランド化にあたっては、鯖江産地が唯一アドバンテージを持つ高度な技術力や素材開発力を消費者に分かりやすく伝える必要があり、宇宙スペックのメガネは、まさしくこれに値するものであり、同提案を今後適宜、業界側に投げかけていきたい。</p>	

平成24年度 学生提案具現化にかかる関係部署検討調書／チームさやえんどう

提案内容	提案名	フィギュア浄瑠璃
	提案者	第5回鯖江市地域活性化プランコンテスト／チームさやえんどう
	提案内容	フィギュアを使用し、現代語で浄瑠璃を演じる
	概要	<p>◎浄瑠璃を親しみやすいものに</p> <ul style="list-style-type: none"> ①人形としてフィギュアを使う <ul style="list-style-type: none"> ・関節・手先の動くフィギュアもあるので、細かい動きを表現することが可能 ②内容を現代語で表現 <ul style="list-style-type: none"> ・河原雅彦さん(鯖江市出身の脚本・演出家)に協力を依頼 ③太夫の語りのリズムはそのままに ④音楽は、主旋律を変えず、現代風アレンジをする <ul style="list-style-type: none"> ・和楽器→洋楽器による和音の導入 <p>◎2013年は近松門左衛門生誕360周年</p> <ul style="list-style-type: none"> ・鯖江人形浄瑠璃「近松座」がフィギュア浄瑠璃を演じる ・会場:鯖江文化センター <p>※第5回地域活性化プランコンテスト 優秀賞</p>
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・浄瑠璃に親しむ人が増える ・フィギュア浄瑠璃をきっかけに、鯖江に興味を持つ人が増える 	
具現化検討部署	文化課	
判断	不採択	
採択内容		
形態		
採択年度		
検討結果	<p>確かに、2013年は近松門左衛門生誕360周年の年であり、何かのイベントを検討中なので、アイデアとしては素晴らしい。一言で人形浄瑠璃の困難さをお伝えすることは難しいので、まずは、提案された学生の皆さんに近松座に来て実際の人形浄瑠璃を体験していただきたい。</p> <p>以下に、近松座の団員(一部)や、チーム近松の意見を集約した結果を報告する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ご指摘どおり、人形浄瑠璃の最大の難点は太夫の語りが難しい。でも、伝統芸能の観点からすると、言葉の中に人間の心情を見事に表しているのも、何度も何度も繰り返し聞くことで心に響く不思議な世界があります。 ・現代に応じた新しい人形浄瑠璃も、今後考えていく必要はある。フィギュアを使って若者を募って、主旋律をギターに置き変えて、人形を動かしながらセリフを言うのも可能だとは思いますが、鯖江人形浄瑠璃「近松座」がフィギュア浄瑠璃を演じることは今の段階ではとても至難の業で、現状では無理です。人形浄瑠璃とは全く別の人形芝居になってしまいます。 	
事業詳細または不採択理由		

平成24年度 学生提案具現化にかかる関係部署検討調書／チームしいたけ

提案内容	提案名	鯖江クラファン計画	
	提案者	第5回鯖江市地域活性化プランコンテスト／チームしいたけ	
	提案内容	クラウドファンディングを活用して、産業の活性化を図る	
	概要	<p>◎産業の活性化が課題 市民の声：知名度が低い、活気のある街にしたい</p> <p>◎クラウドファンディング →多くの人から少しずつお金を集めるシステム 商品やサービスの提供者に対して共感した人、興味を持った人が支援者としてお金を出す ・新製品開発支援、既存製品改良支援、市民活動支援 など ・既存のサイトを利用して運営 ①国内向け：CAMPFIRE ②海外向け：kickstarter ③超イノベティブ新事業の実施(スマートグラス等)</p>	
期待される効果	<p>・産業界の資金不足を解消できる ・新製品開発や新事業の積極的な実施ができる</p>		
具現化検討部署		市民協働課	商工政策課
検討結果	判断	不採択	不採択
	採択内容		
	形態		
	採択年度		
	事業詳細または不採択理由	<p>ウェブサイト上で、一般から資金を募る「クラウドファンディング」は資金調達手段の一つとして、市民団体や民間企業においては、日本国内でも広まり多様化しつつある。また、国内の自治体での活用はまだ見受けられないが、英国ロンドンでは、公共プロジェクトのためのクラウドファンディング「Spacehive」が動き出しており、地域住民にとっては個別のビジネスよりも身近な存在である公共スペースに着目している点が大きな特徴となっており、大変興味深いシステムであると思われる。</p> <p>しかしながら、すでに当市においては、自治体としての厳しい財政状況を補完しながら市民団体等を支援する仕組みとして、市民等から寄附金を集め、積極的に活用する「まちづくり基金事業」および「まちづくり寄附金事業」を展開しているところである。</p> <p>国内における寄附文化はようやく芽生え始めたばかりであるとともに、国内における公共プロジェクトのためのクラウドファンディングが確立されていない現状においては、市民団体や企業等の支援のために、自治体が新たなシステムを構築するということは、費用対効果や運用を考えた場合、現実的ではなく、既に開設されているサイトに事業者が直接登録することで実現できるものと考えている。</p>	
	<p>新製品開発等を想定した場合、まず、投資家(個人)が共感できるテーマがあるかどうかにかかっている。市では、平成10年度より市内企業が取り組む新技術開発等に対する補助金制度を展開しているが、同投資家の食指が動くような案件は未だ出てきていない現状がある。</p> <p>また、ファンドで資金を集めた場合、一部は寄付金要素があるものの、投資家へのリターン(配当等)は必須であり、短期間で一定の事業成果を出す必要がある。それを誰が担保するのか、鯖江の信頼性を失わないためにも確固たる仕組みや体制作りが必要。</p>		

平成24年度 学生提案具現化にかかる関係部署検討調書／チームごまだんご

提案内容	提案名	全世界 鯖江愛好家計画
	提案者	第5回鯖江市地域活性化プランコンテスト／チームごまだんご
	提案内容	ドイツのベルリンでサバエドッグの早食い選手権を開催する
	概要	<p>◎鯖江のファンを全世界に増やそう</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ヨーロッパ軒のソースカツ丼…1913年誕生 (ドイツのベルリンで修行した高島さんが考案) →2013年はソースカツ丼ができて100年の記念の年 ・鯖江のソースカツ丼＝サバエドッグ <p>◎サバエドッグ早食いコンテスト@ベルリン</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界の見本市・展示会であるベルリン国際緑の週間でサバエドッグ早食いコンテストを開催 ・2013年度にベルリンで開催して知名度を上げ、翌年度からは鯖江で早食い選手権を開催
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・毎年実行することで、鯖江市へ来る人が増加する ・サバエドッグを通して、鯖江の地名度アップを図れる 	
具現化検討部署	商工政策課	
検討結果	判断	不採択
	採択内容	
	形態	
	採択年度	
	事業詳細または不採択理由	費用負担が大きすぎて費用対効果が見込めない

平成24年度 学生提案具現化にかかる関係部署検討調書／チームロールキャベツ

提案内容	提案名	Harajuku Jack
	提案者	第5回鯖江市地域活性化プランコンテスト／チームロールキャベツ
	提案内容	原宿キャットストリートに鯖江産眼鏡をかけたモデルが歩く
	概要	<p>◎原宿キャットストリート × sabaeメガネ × モデル40人</p> <ul style="list-style-type: none"> ・原宿キャットストリートを、日曜の昼3時間、sabaeメガネを掛けた40人の読者モデルが闊歩 ・腕には「sabae」の文字 <ul style="list-style-type: none"> →見た人の好奇心を刺激し、sabaeについて検索するきっかけになる →東京に「sabae」＝「お洒落」を知らしめる <p>◎今後の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「sabae」＝「お洒落」のイメージを強みに、デザイン重視でセレクトショップに売り込む
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・鯖江産メガネのブランド力が上がる ・セレクトショップに鯖江産メガネが並び、若者のファンが増える ・鯖江産メガネの売り上げが向上する 	
具現化検討部署	商工政策課	
検討結果	判断	不採択
	採択内容	
	形態	
	採択年度	
	事業詳細または不採択理由	<p>産地若手経営者グループ”SBW”を中心に、今後の産地鯖江のブランド化に向けての柱となるブランドコンセプトを平成24年度中を目処に策定予定となっており、産地の方向性(戦略顧客、提供価値、ポジショニング等)が定まっていない中、単にPRに取り組んでも効果は薄い。また、現在、産地各社において若年層に訴求できる製品が少なく、仮に同PRに取り組んだところで、実際の販売に直結しないことも理由。</p>

平成24年度 学生提案具現化にかかる関係部署検討調書／チーム菜花

提案内容	提案名	さばえのわかものを魅ろ！ ～地域で育てんともったいないが！～	
	提案者	第5回鯖江市地域活性化プランコンテスト／チーム菜花	
	提案内容	誠市を若者が楽しめるものにする	
	概要	<p>◎鯖江が好き、不満はない、が鯖江には「何もない」という声 「何もない」=若者のニーズに合うものが「何もない」</p> <p>◎若者のニーズに基づいたイベント作り 対象: 大学在学～結婚前、鯖江市在住、鯖江に不満はないが魅力も感じていない若者 目的: 若者が「鯖江の魅力を 知って、感じて、語れる」ようになる ①若者のニーズに見合った企画を実施する ②企画に来た若者が鯖江の魅力に気付く ③若者がまちづくりに主体的に取り組むようになる</p> <p>◎誠市を、若者が楽しめるものにする ・例: 境内でバンド演奏・ダンス発表、鯖江のおのろけ大自慢、漫才、出店 等 ・地元のおじちゃん、おばちゃんとの井戸端コミュニケーションが発生する</p>	
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・若者が鯖江の魅力を語れるようになる ・年配の方と若者との触れ合いの機会ができる 		
具現化検討部署	商工政策課	生涯学習課	
検討結果	判断	一部採択	一部採択
	採択内容	誠市を、若者が楽しめるものにする	地域における各種事業・イベントへの青年の参画
	形態	既存事業に組入れ	既存事業に組入れ
	採択年度		開始年度未定
	事業詳細または不採択理由	<p>これまでも実施しているが、今後、誠市などの企画には学生等若者の意見をよりいっそう反映していく。</p> <p>市全体の若者のまちづくりへの参画については、まずは地域における若者による青年活動の活性化が不可欠である。近年、これまで地域でなくなっていた青年グループが、各地区で立ち上がっており、地区の公民館事業やまちづくり活動へ参加している。地区の事業に企画の段階から参画してもらうことにより、地域の人と繋がりがながら、地域を知り、地域を愛する若者は増えている状況にあり、既に、市が主催する事業いくつかの事業において、各地区の若者が集まり、活動している例も見られているところである。今後も地区の青年グループを拠点に、連合青年団とも連携しながら、提案内容に即した事業を考えていくことは可能である。</p> <p>また、誠市への参加については、同時に開催しているご縁市に鯖江市連合青年団が参加しているところであり、そのブースにおいて地域の人たちとのコミュニケーションもとられているが、更にその仲間の広げられるように支援していく。</p>	

平成24年度 学生提案具現化にかかる関係部署検討調書／チームパイヤ

提案内容	提案名	鯖エージェント	
	提案者	第5回鯖江市地域活性化プランコンテスト／チームパイヤ	
	提案内容	小学生10人が鯖エージェントになり、鯖江を良くするミッションをクリアしていく	
	概要	<p>◎将来まちづくりの担い手となる若者を創出する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・定住を選ぶ若者が減っていることへの対策 →小さい頃から鯖江への地元愛を育てる 鯖江に対する機能的価値(知識・経験等)と情緒的価値(好き・楽しい等)を子どもたちに身につけさせる <p>◎鯖エージェント</p> <p>入隊資格:小学校1年生～6年生 10名 活動日時:毎週日曜 10時～ アジト:らてんぼ ミッション:鯖江のまちづくり・産業などにかかわる課題 報酬:ハッピー</p> <p>※第5回地域活性化プランコンテスト 優秀賞</p>	
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・子どもの情報収集能力、課題処理能力を市政に活かすことができる ・小学生の地元愛が深まる ・将来、まちづくりの担い手となる子どもを育てることができる 		
具現化検討部署	教育政策課	生涯学習課	
検討結果	判断	一部採択	一部採択
	採択内容	将来まちづくりの担い手となる若者を創出する→学校の授業や、体験学習などによって、提案内容を加味した内容を組み入れる。	公民館事業や放課後子ども教室事業の中に、提案内容を加味した内容を組み入れる。
	形態	既存事業に組入れ	既存事業に組入れ
	採択年度		開始年度未定
	事業詳細または不採択理由	<p>小学校3.4年生において「私たちの鯖江市」を活用し授業を行い、鯖江市の情報を身に付けている。</p> <p>また、「産業を体験し理解を深める事業」では、小学校児童が、漆器や眼鏡、繊維という鯖江市の地場産業について学び体験することにより、地場産業に理解を深め、興味を持ってもらうことを目的に事業を実施している。</p>	<p>小学生にとっての活動範囲は概ね地区であり、まずは自分が住む地区、また地区の人を好きになってもらうため、公民館事業や放課後子ども教室事業の中に、地区の歴史や伝承などの内容を含んだ事業や、地区の人たちとの交流事業は既に実施しているところである。</p> <p>今後、公民館で実施している各種事業に体験活動や出前講座などを組み入れることで、地区から鯖江市全体へと子どもの関心を高めていくような内容の事業を実施したり、現在、市子ども会育成連絡協議会で取り組んでいるジュニアリーダーの中にミッションに取り組んでもらえる人がいないか検討することは可能である。</p>