

光と食の祭典
～winter
festival～
事例発表

公益社団法人いわき青年会議所



～自己紹介～

公益社団法人いわき青年会議所は、
5つの青年会議所が統合して来年で20周年を迎えます。

「修練」「奉仕」「友情」の三つの信条のもと、
いわきのためによりよい社会づくりをめざし、
ボランティアや行政改革等の、社会的課題に積極的に
取り組んでいます。

会員は人種、国籍、性別、職業、宗教の別なく、
自由な個人の意思により、
20～40歳の青年が入会しています。満40歳で卒業
する制度があり、
青年会議所は絶対に若さを失わず、常に希望に溢れ、
未来に向かって前進を続ける団体です。



～イルミエールの歴史①～

イルミエールいわきの前身は、「いわき光のさくらまつり」として、東日本大震災をきっかけに、いわき市民と双葉郡からの避難者の心のよりどころとして、富岡町の夜ノ森の桜並木をイメージして実施してきました。



～イルミエールの歴史②～

震災から10年を迎えた2021年3月に実施した祈念点灯を以って終了し、新たにいわき市の地域活性化を目的とした「イルミエールいわき」にリニューアルしました。名称は一般公募により決まりました。



イルミネーション新名称決定！
「イルミエールいわき」

【名称理由】

イルミネーションの「イルミ」+エールを送るの「エール」、イルミネーションでいわきを応援しているという思いが込められています。



イルミエールいわき ～winter festival～ 実施に至る背景

いわき市において、少子高齢化による人口の減少と昨今のコロナ禍での行動の自粛により、街の賑わいが低下しています。市民や関係諸団体と共に、いわき市が一体となれる冬の風物詩を創り出すことで、地域間の繋がりを持つ機会を増やし、市民がまちづくりに参加できるような機会を創出し、市の活性化に繋げる必要があると考え、この事業の計画に至りました。

第2回イルミエールいわき



内郷駅前

内郷

内郷まちづくり市民会議

草木台

NPO法人いわきイルミネーション
プロジェクトチーム

平



いわき駅前通り

湯本

じょうばん街工房21

小名浜

小名浜まちづくり市民会議



21世紀の森公園



第2回イルミエールいわき ～winter festival～について

第2回イルミエールいわきは点灯エリアを拡大し、より一層「市民の皆さまと共創のまちづくり」を進めていくことを目的に、市内各地に人を集め、賑わい・活気を創出し、いわきを「元気」にしていきます。「イルミエールいわき」は冬のいわきを照らす風物詩として、さらに地域の皆さまから愛され、親しまれるイルミネーションを目指すため、市内のまちづくり団体様と連携し実施しました。

第2回イルミエールいわき



内郷駅前

内郷

内郷まちづくり市民会議

草木台

NPO法人いわきイルミネーション
プロジェクトチーム

平



いわき駅前通り



21世紀の森公園



湯本

じょうばん街工房21

小名浜

小名浜まちづくり市民会議



連携団体様

- NPO法人いわきイルミネーションプロジェクト
- 内郷まちづくり市民会議
- 小名浜まちづくり市民会議
- じょうばん街工房21

～市民の皆さまと共創のまちづくり～
仕掛け① クラウドファンディング

市民の皆様を巻き込んでいくには、
知名度の向上と協力したくなる設
えが必要です。

新たな試みとして購入型のクラ
ウドファンディングを実施しました。
返礼品はいわき市内各エリア厳選の
いわきの一品としました。



～市民の皆さまと共創のまちづくり～
仕掛け② スタンプラリー

今回イルミエールいわきの開催地が5箇所になったことの認知度を上げるためにスタンプラリーを実施しました。回遊性を高め、自分の地域以外を訪れるきっかけをつくと同時に、自分の住んでいるまちへの関心を持ち、市内に留まらずいわきのイルミネーションの認知度が上がり、市外・県外の方たちが自分たちの街のイルミネーションを訪れることで市民が自分の街について関心を持つきっかけとなりました。

スタンプラリーへの参加条件として各点灯会場に各地区の個性をイメージしたイルミネーションモニュメントを設置しました。



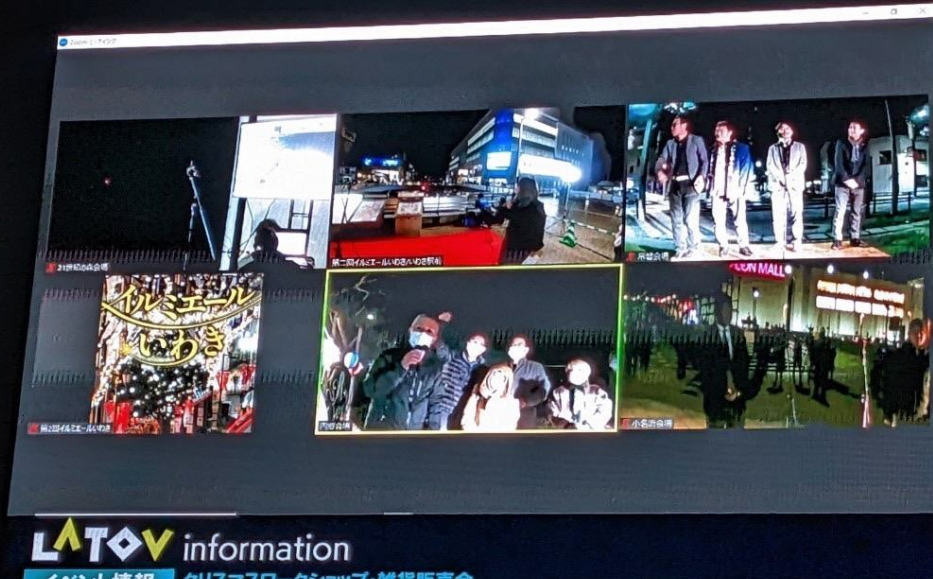
フォトコンテスト結果		
賞	写真	選定理由
最優秀賞		・いわき駅前通りの通り全体がイルミネーションで明るくなったことが分かる写真であるため。 ・いわき駅に降り立つ人が見ることができるアングルで、イルミネーションの華やかさが伝わる写真であるため。
イルミネーション部門 平エリア賞		・イルミネーションのイルミネーションを若い世代に広げる際の写真として魅力的な写真であるため。
イルミネーション部門 内郷エリア賞		・川沿いという設置場所のため、霧が出る可能性は他の設置場所より高く、濃霧の影響で立地の特徴を活かした写真であるため。 ・柔らかい雰囲気の、内郷の魅力が伝わる美しい写真であるため。
イルミネーション部門 常盤エリア賞		・常盤の街がイルミネーションでより明るくなったことが伝わる写真であったため。 ・温泉マークのイルミネーションと周囲のライトがバランスよく入ったアングルであるため。

～市民の皆さまと共創のまちづくり～

仕掛け③ フォトコンテスト

フォトコンテストも同様に回遊性を高め、自分の地域以外を訪れるきっかけをつくと同時に、自分の住んでいるまちへの関心を持ち、市内に留まらずいわきのイルミネーションの認知度が上がり、市外・県外の方たちが自分たちの街のイルミネーションを訪れることで市民が自分の街について関心を持つきっかけとなりました。各地域で優秀作品1点（合計5点）、最優秀作品に対し1点選定いたしました。

イルミネーション部門 小名浜エリア賞		・小名浜のイルミネーションの特徴のひとつであるトンネルの魅力が伝わるアングルの写真であるため。 ・人が一緒に写っていることでイメージが湧き、行ってみたいと思わせるような親しみやすい写真であるため。
イルミネーション部門 21世紀の森公園賞		・冬の写真でありながら色合いが明るい写真で子供が入っているところに温かさを感じるため。 ・NPO法人いわきイルミネーションプロジェクトチームの創るイルミネーションの華やかさが伝わる写真であるため。
いわき市内の飲食店部門賞		・いわき名物である「ヒラカ」を写した写真であるため。 ・色合いやアングルが食の魅力を引き出すものであるため。



～市民の皆さまと共創のまちづくり～ 仕掛け⑤ 同時点灯式

市民の皆様が市内の各地域と一体となっていく同時点灯式に参加していただき、いわき市全体で「この街を活性化したい」というひとつの目的をもって事業を行っていることを実感してもらうことで、市民の皆さまと共創のまちづくりを具体化していきました。



事業を実施しての課題・その課題の解決方法

	結果	原因	今後の対応
◇運営面	スタンプラリーで、「各地のオブジェクトと一緒に写った写真をSNSにあげてください」と記載しましたが、オブジェクトの前では人の顔は暗くて映りませんでした。	オブジェクトはきれいに映っても、その前に人が立った時にどう映るかを確認しきれていなかったため。	次年度以降は人用のスポットライト等も考慮する必要があります。
	副事業の人数が目標に達しませんでした。	一番大きな原因は朝の雨だと考えます。また、広報不足でもありました。プロの方に助言を求めたため。	点灯式や副事業に関する広報費を予算取りする必要がありますと考えます。
	いわき駅前のイルミネーションはデザイナーさんの意見も取り入れ、金と白のLEDを混ぜるのではなく、単色で木ごとに交互に飾ることにしました。それにより、今年は金色が際立つ形となり、既に良い飾り方だという評価もいただいています。		引き続き、プロの方との交流は続け、新しい発想を取り入れていくべきであると考えます。
◇運動面	5箇所同時点灯式の、インパクト・足跡は残すことができました。	事前の話し合いにより開催にこぎつけることができたため。	さらに連携を増やしていく場合は体制の構築が必要となります。一度連携したところには、点灯式の準備は全て任せる等の方策も必要であると考えます。
	モニュメントについて、いわき駅前では高校生がモニュメントの前で写真を撮るなど行動が見られた。	デザインをプロにお願いすることで完成度が高まり、一種の映えスポットとなりました。	高校生などの若年層を巻き込む設えをすることで、情報の拡散効果やイルミエールの認知に繋がる効果があったと考えます。
◇広報面	JC以外の方からも、「クラファンやってるんだね」という声は頂きました。そのような例はほかにも聞いています。イルミエールいわきの認知度上昇に繋がっていると考えます。	SNS等でも広報したことで、市民以外の方にも注目されるきっかけとなったため。	クラファンの特性上、不特定多数から支援を受けられるメリットはあります。ただし、それは特定の層に絞った広報が難しいということでもあります。そのことを理解し、手法を選ぶべきであると考えます。
	クラファンを使用した早い時期からの広報は、イルミエールいわきの認知度向上に繋がりました。しかし、その後の広報が大きな結果を残せず、尻すぼみ感がありました。	設置期間中に広報を実施しなかったため。	年間を通した広報計画も考える必要があります。そして、当然それは点灯式に向けて盛り上げていくような工程とすべきです。つまり設置期間中にも広報は必要であると考えます。
	SNS等の広報が計画的に発信することができなかった。	実行的な計画書を作成していなかったため。	広報も考慮した組織体制にすべきでした。宣伝を実施するタイミングや内容、対象者を定めて戦略的に計画を立てる必要があったと考えます。