

テーマ：並行在来線会社のブランディング、デザイン  
担当：地域鉄道課

CASE  
05

## 会社の未来を 社員とともにデザイン

「ハピラインふくい」のブランディングにクリエイターが参画しています。社名やロゴマークだけでなく、会社のパーパス（存在価値）を社員と徹底的に議論。「ふくいと明日の架け橋に。」というコピーを構築し、社員間の意識の共有化を図りました。



日刊県民福井2面[R4.8.27掲載]



ハピラインふくいHP↑

テーマ：マイナンバーカードの取得促進  
対象：マイナンバーカード未取得者  
担当：市町協働課

CASE  
06

## “漫画広告”、続編を発信

マイナンバーカードの取得促進に向けた新聞広告の第2弾・第3弾を発信。引き続き、漫画でわかりやすく伝えていきます。



## 政策デザイン先進県として活動

### 滋賀県長浜市 デザインセンターと 情報交換

11月21日、長浜市デザインセンター、通称「長浜カイコー」様および長浜市政策デザイン課様が、本県の政策デザインの視察にご来県されました。デザイン思考のまちづくりをめざす長浜市の皆さまとともに、政策デザインの仕組み構築、運用方法、職員への浸透などについて、約2時間にわたり意見交換を行いました。私たちは今後も政策デザイン先進県として、県外との連携も深めていきます。



### ワークショップを 引き続き開催中



物事の本質を見極め、自由な発想で解決のアイデアを考える政策デザインワークショップを引き続き開催。この4か月間で約10件のワークショップを実施しました。継続事業のブラッシュアップ、来年度の事業執行に向けた相談など、引き続き受け付けています。

ふくい政策デザイン navi  
発行元：福井県地域戦略部未来戦略課  
0776 (20) 0759  
発行月：2022年12月

「行政マンが抱える悩みをデザイン思考で解決に導く」。

そんな「政策デザイン」という手法が、庁内のさまざまな部署で成果を上げています。

「ふくい政策デザインnavi」ではその活用事例や最新のトピックス、

導入の効果や活動の広がりなどをお伝えしていきます。





# 政策デザイン ミーティングを開催



政策デザインミーティングは、知事・部長等と県内デザイナーが対話を通じ、一緒に政策を考えていくことを目的として開催しています。県の重点施策または新たに行政課題となりえる分野で

重要度の高いテーマについて、両者が直接意見交換することにより、政策デザインを上流部分から実施する最たる場となっています。

テーマ：一乗谷朝倉氏遺跡のフィールドミュージアム化  
対象：新博物館開館後の潜在的誘客層  
担当：文化課、一乗谷朝倉氏遺跡博物館

## クリエイターとともに 上流から県の 重要課題を考える

9月8日に開催された政策デザインミーティングでは、一乗谷朝倉氏遺跡の魅力アップに向けてクリエイター3名と杉本知事が意見交換。今年10月オープンの福井県立一乗谷朝倉氏遺跡博物館を起点にして遺跡全体を楽しめる場所にする「フィールドミュージアム化」をテーマに、今後の誘客方策やエリアデザインについて様々な意見が交わされました。クリエイターからは「戦国風キッチンカー」「子ども向けの刀の設置」など従来の歴史

ファンだけでなく、子どもも含めたファミリー層が楽しめるエリア創出に向けたアイデアが出されました。杉本知事は同ミーティングの様態を自身のSNSでも発信。政策デザインの活動周知にもつなげています。

杉本たつじ(福井県知事) @TatsujiS  
一乗谷朝倉氏遺跡をフィールドミュージアム化するため、クリエイター・デザイナーのみなさんとプレストしました。ちょっとマジメすぎる。2km以上歩かせるのなら戦国時代のキッチンカー屋台くらいないと。子どもがワクワクする仕掛けを。当時のように広葉樹に植え替えて。夢を形にしていきたいと思います。



知事Twitter投稿[R4.9.8 22:09]



福井新聞2面[R4.9.10掲載]

# アウト プット 事例

政策デザインから  
生まれた事例を  
ご紹介します。

テーマ：幸せ就労の実現  
対象：障がい者就労支援事業所  
担当：障がい福祉課



←「フクション！」HP

## フェスイベント開催で 新しい関係性づくりに 向けた動きが加速

令和2年度のワークショップから始まったフクションプロジェクト。障がいがある方もない方も、みんなが自分の持ち味を活かしイキイキと働ける世の中を実現することを目的に、これまでクリエイターとの協働による商品開発、お仕事の見える化とマッチング支援として、Webの開設を進めてきました。今年度は新たなアクションとして、10月15・16日に「フクション！フェスーふくし、たのしー」を開催。福祉と人や企業をつなぐ新しい関係性構築に向けた動きが加速しています。

テーマ：車通勤から電車通勤への乗り換え促進  
対象：車通勤の方（特に子育て世代）  
担当：地域鉄道課

## ターゲットを 明確にした 広報展開を

ガソリン価格の高騰を受け、電車通勤への乗り換えを促進する広報キャンペーンを開始しました。漠然と訴求するのではなく、ターゲットを「20代後半～40代後半の子育て世代」に絞り込み、「こんなに損してるかも」という表現を多角的に展開。デザインの方も活用し、従来のない広報を実現しました。



県地域鉄道課 HP  
にて掲載



福井県クルマに頼り過ぎない社会づくり推進委員会



YAHOO!ニュース[R4.12.14 17:12]

テーマ：いちほまれの魅力を知りやすく伝えられる  
新たなフレーズ  
対象：特に県外の消費者  
担当：福井米戦略課(ふくいブランド米推進協議会)

## シーンに合わせた “いちほまれ”新コピー



新CM発表会の  
模様

“いちほまれ”の特長を県外の人にも分かりやすく、かつ印象に残るように伝えるため、新たなコピーを制作しました。ワークショップでは、クリエイターを交えて県外の品種と比較する試食会を実施。五感を総動員して“いちほまれ”の特長を言語化し、シーン別に3つのコピーを制作しました。