

## 令和3年度第1回米沢ブランド戦略会議 会議録

1 日 時 令和3年5月21日（金）14：00～15：30

2 場 所 米沢市役所3階庁議室

（出席委員）

戦略会議：柴田正孝会長、宮坂宏副会長、五百川満副会長、遠藤正紀委員、坂川好則委員、江部恵子委員、伊藤浩志委員、佐々木裕孝委員、吉澤彰浩委員、本多作之助委員、安部里美委員、安部宏海委員、兵庫濃委員

事務局：安部晃市産業部長、本間米沢ブランド戦略課長、伊藤米沢ブランド戦略課長補佐兼米沢ブランド推進主査、佐藤米沢ブランド戦略課主任

アドバイザー：武発米沢ブランド戦略アドバイザー

### 3 会議録（要点のみ）

- (1) 開会
- (2) 委嘱状交付
- (3) 市長あいさつ
- (4) 会議の公開・非公開について
- (5) アドバイザー・事務局紹介
- (6) 会長・副会長選出・プロジェクトメンバー紹介
- (7) 会長あいさつ
- (8) 議事

#### ■会長・副会長・プロジェクトメンバー選出について

会長（1名）	柴田正孝氏
副会長（2名）	宮坂宏氏、五百川満氏
プロジェクトメンバー	吉澤彰浩氏、本多作之助氏、新田源太郎氏、安部里美氏、安部宏海氏

#### ■公開区分について

- ①会議の公開・非公開について **原則公開** とする。
- ②会議録について **委員個人特定につながる部分のみを伏せる部分秘** とする。
- ③会議録について **要点筆記** とする。
- ④個人情報の開示項目について **委員の氏名、肩書き及び市町村までの居住地** とする。

（会長）

- ・議事第1番、報告事項。

- ・TEAM NEXT YONEZAWAの登録状況について (R3.5.14 現在)。
- ・米沢ブランド戦略事業スケジュール (R3.4.17 現在) について。

※事務局、資料①、②について説明。

(会長)

- ・皆様から質問や意見はあるか？

(委員)

- ・TNYの情報の変更は、どのように管理している？

(事務局)

・代表者等の変更があった場合、内容を変更していただくよう要請。廃業されて、こちらで把握しているものに関しては、削除はしないが横線を引いている。

(委員)

- ・変更内容が反映されていないところがあるので、アップデートしていただきたい。

(会長)

- ・議事第2番、協議事項。TEAM NEXT YONEZAWA支援計画(案)について。

※事務局、資料③について説明。

(事務局)

・去年は盛り上がりせず、広がりも感じられなかったことから、今年はインパクトのある年にしたい。米沢のブランド戦略とは何か、といったセミナーが大切になると考えた。どういった内容の話を、誰にさせていただくか、もし心当たりがあれば皆様からご意見をいただきたい。また、ロゴマークは周知されているが、米沢ブランドの市民への浸透度は低い。できるだけ市民にも見える形で活動を周知したい。公式サイトや広報以外に使った方がいい発信ツールがあれば、それを使わせていただく。

(会長)

・改めて、長期的な周知からやり直さなければならない部分がある。情報がある方も含めて、皆様からご意見を頂戴する。

(委員)

・資料③について補足。1と4、2と3がそれぞれセットになっている。  
・1のTNY拡充のためには、4のブランドの周知拡大が必要。企業ブランディングと地域ブランディングでは異なるが、企業ブランディングには皆興味があるので、企業ブランディングの視点から色々な講演会やセミナーを開きながら、米沢ブランドの周知拡大をしていく。そこで、個々のブランドを磨き上げることが地域ブランドになるとわかるといい。そのための入り口として、TNYの拡充に繋がっていく。

TNY登録拡充に向けて、TNYとはこういうものだと説明が必要。

- ・1回目のAWARDは実施できたが、2回目こそ大切。これからTNYに入る人たちは6月までに登録していただく。2のヒアリングと面談で今いるTNYを活性化させながら、3のAWARDの説明会を開催する。2の掘り起こしをしていき、3に繋げていくという大きな2本立てになっている。

(会長)

- ・TNYの流れが止まっている形なので、もう一度やり直す。そしてTNYの基礎部分を増やしていく。次にAWARDへ導いていく。

(委員)

- ・SDGsに登録される場所もあるので、米沢市としてもSDGsを発信しないといけない。ブランド戦略とSDGsをどう絡めていくか。小～高校生にもっとこの活動を発信すれば、大人も盛り上がる。彼らがいずれ大人になったときに、根付く要素になる。ブランド戦略とSDGsを絡めることが、今年の盛り上がる要素になるのではないか。

(会長)

- ・ブランドコンセプトを決めるときに、「鷹山公のDNA」という言葉があった。地域DNAを子どもたちに脈々と繋いでいく、という主旨もあった。原点を思い出させていただいた。

(委員)

- ・去年はコロナ禍でできなかったが、色々なイベントや行事が1年やらなかっただけでどんどん忘れられていく。運営側も手法を忘れてしまう、ということが今起きている。正しく恐れながらイベントをやらせないといけない。ワクチン接種も始まり、コロナも終息に向かいつつある今こそ議論して、ジャンプしていくときだと思う。
- ・最後の案についても、TNYを大事にしていく方向性は賛成。

(委員)

- ・3と4は毎年やるべき。風化されていくのもあるが、新しくデビューする方もいるので、何度も刷り込ませていくのが非常に大事。
- ・3は、AWARDにどのような価値があるのか知らしめる上で非常に大事な作業。言わばAWARD自体のブランディング。AWARDを取ることは、米沢にとって非常に価値があることだと付加価値づくりをしていかないと、AWARDが目標にならない。
- ・4について。時代が変わってきて、コロナ禍がそれに拍車をかけたと思う。消費者の行動は、価格で選ぶか価値で選ぶかの2択。物が溢れ、値段も同じような商品が並ぶ社会においては、付加価値が高い商品が選ばれる。だからブランディングが必要だと、毎年しつこく説明しないとイケない。個々が集合体になることが、結果的に地域ブランディングになる。米沢市全体の底上げをしていく意味でも毎年やるべき。

(委員)

- ・コロナ禍で世の中のどこも同質化。だからこそその地域ブランディング。持続可能な社会を米沢で目指し

ていくことを、市民と考えていく仕組みが必要。上杉鷹山公がやってきたことを考えると、コロナ禍だからこそ米沢ブランドが必要。物を選ぶときに情報が重要になってきたので、米沢がどんなまちか、地域で同じベクトルを持って進める。自社のブランドも地域のブランドも必要、それが自分や会社のためになるという意識を4に持っていくことで、TNYが他人事ではなく自分事になっていく。AWARDも、AWARDを目指すリーダーに引っ張られて盛り上がっていく。そういう図を描かせることが大切。第1回目の受賞者に、リーダーとして色々な形で情報発信していただきたい。外部からも面白い人たちを講師として呼び、ブランドとはどういうことか改めて皆と勉強できる場を作り続けていきたい。

(委員)

- ・鷹山公の改革はSDGs。インパクトのあるものを市民にするということで、ブランドの話をしていきたいとあったが、改めて上杉鷹山公の活動をSDGs的視点でまとめていただくのと、現代版としてTNYがやっていくと、市民にもすっと落ちていくのではないかな。
- ・教育現場で若い世代への周知も大事。新聞など読んでいると、若い方が色々と挑戦していることを知る機会があるので、TNYへの加入やセミナーなどで接点を持てるようにできるといい。
- ・TNYの拡充で、年間30チームを目標とあるが、加入者にも今一度何故自分たちが登録したのか気付いてもらう。AWARDにエントリーするでもなくとも、変わってきたことや挑戦したいことが出てくる可能性があるから、改めて見直す機会や時間があるだけでもTNYの活動が活性化するのではないかな。
- ・昨年AWARDがなかったから、代わりにアイデアを育てる会が開催された。色々なテーマがあり、SDGs的な視点が網羅されていたから、この活動を続けることによって、皆が同じベクトルに向かっている可能性がある。TNYの中で交流できるような機会を作っていただきたい。

(会長)

- ・いい意味で「米沢の人は違う」となっていないと、生き残れない。

(委員)

- ・インナーブランディングを進めるにあたって、皆が目指すべき目標を改めて明確にすることと、皆一律に説明するのではなく、ポジティブ層とネガティブ層のピグメントに分けた説明が必要。
- ・AWARDを受賞したことによる変化を可視化するという話があった。説明を求められたときに事務局が出向いて説明するのもあるが、例えば受注件数の増加、スタッフのモチベーション向上といった、目に見えない効果を可視化するのも大事な作業なので、引き続き検討していけたらいい。
- ・ブランドサポーターの件数は？

(事務局)

- ・去年3月時点では40程度だったのが、昨日は58件にまで上がっていた。

(委員)

- ・ブランドサポーターも、米沢品質向上運動の活性化のための大事な指標になると思うので、目標を立ててサポーターを増やすのも大事だと思う。

(委員)

・ブランディングの要素を分解していくと、必要になるものは視覚化された認知である。周りに見える形でどうしていくか。米沢の地域ブランディングや企業ブランディングは、視覚認知がうまく活用できていない。例えば1つ情報発信するにしても、丁寧にデザインに乗せて伝えていくことを意識づけするのも、長期的な地域ブランディングを考える上で必要な要素になっていく。クリエイターやデザイナーをお呼びしてレクチャーしてもらい、概念だけでなく、具体的にどのような行動や表現に落とし込めばいいか、市民の理解が深まっていくと面白くなってくる。

(会長)

・例えば、この色を見たらぱっと米沢ブランドを連想する、というイメージ。これも刷り込みの一種。

(委員)

・米沢のブランドは何のメリットがあるのか、考えなければならない。企業の立場であれば収益という目に見えるものがあるが、米沢ブランドの場合はどのようにうまく作っていくか。米沢ブランドはすごいと言われるようなブランディングをするために、この会議で議論しなければならない。4が一番大事で、4がわかればTNYの登録も増え、増えれば2と3をペアで考えながら最終的にAWARDを取る、AWARDを取ればブランドになるというサイクルが回れば、自然と増えるのではないか。そのために、具体的なTNYに加入したことによるメリットの可視化が必要。

・私の分野は教育現場であり、一番の財産は学生である。学生をどう育てるかがミッション。「米沢の未来は、米沢を愛するものにしかつけれない」は無償の愛なので、今後を支える若い世代にどうしたら米沢を好きになってもらえるか、考えていかないといけない。米沢を愛する気持ちがないと、TNYに登録してくれないかもしれない。その気持ちを若い人たちに植え付けるには、米沢を魅力あるまちにしていくしかない。

(委員)

・学生を育てるミッションと、研究者としてのミッションが続くと思うが、研究室は日々挑戦と創造の現場だと思うので、山形大学の全研究室に登録していただきたい。こちらからも働きかけるので、誘導をお願いしたい。

(委員)

・自分に何ができるか、ブランドをどうPRするかこれから考えていきたい。

(委員)

・最初は積極的に取り組んでいただき、AWARDの選考も盛り上がった。その勢いそのまま2年目も進められれば良かったが、コロナ禍でできなかった。AWARDは一度取ればいいものではなく、更に磨き上げるために、付加価値を高めるための運動が必要になる。受賞者の中にももう一度挑戦しようというところがあると思う。この運動は継続しなければならないし、こういう取り組みをしていると市民に見て

いただかなければならない。そうすると、自分も挑戦しようとする人が増え、多くの中でAWARDを競い合い磨き上げることによって、AWARD自体の価値も出てくる。AWARDを取ったところに対するフォローが一番大事。高校でも授業で色々な取り組みをやっているところもあるので、そういうところも含めて米沢の活動を説明して、TNYを認識していただく。

(委員)

・仕事柄ブランドや商標に関わることが多い。そもそも商標とは、商品やサービスの出所を明らかにするものであり、自分の商品と他の商品を区別する意味から生まれている。そうすると、「このマークがついている商品やサービスは、一定水準以上の品質が担保されている」と信用が働き、付加価値が生まれる流れになる。ブランドの付加価値が生む部分は、ブランドの企業の最終段階。そこに至るまでには当然時間がかかるので、長期的な視野で見ないといけない。目に見えた効果はなかなか現れないと思うが、粘り強く続けていくことが大切。

・4が一番大事だと思う。どこの企業や地域も似たような問題を抱えている中で、持続可能なまちにしていくためには、意識してブランディングを考えなければならない。そこをどこまで明確に意識できているか。ブランディングの必要性を広く周知することが大事になる。

・TNYに加入することによるメリットは何なのか。ワークショップや企画など明確に出すことが大事。TNYに入って各自自社のブランディングを意識して、自社の挑戦と創造を進めていく。その結果としてAWARDになる、というサイクルができてくると理想的。

(委員)

・もっと積極的に教育関係にアプローチした方がいい。継続することによって、学校の方でも自然にカリキュラムを組んでくださるので、そうなればブランドに理解のある子どもたちが増えてくる。総合学習でブランドを題材にした作文や論文などを、子どもたちに書いていただくといった活動もしていただきたい。

・今年度、経産省から事業再構築補助金が出ている。米沢市のお金がなくても、国や県にも支援があるので、できれば連携を組んで、AWARDに応募する企業に情報を発信してサポートしていただきたい。

・ブランドの周知については、消費者、観光客、市民に、米沢のブランドとは何か具体的にわかっていただくために、TNY以外にもブランドの取り組みに関するセミナーや、AWARD受賞者の紹介などを積極的に開催して、TNYに歓迎してワークショップに参加していただき、ブランド構築のノウハウを学んでいただきたい。ブランド戦略課には、具体的なアクションを起こしていただきたい。

(会長)

・皆様の意見は異口同音。続けていくこと、我々自身が飽くなき挑戦をしていくこと、地域に通底するスピリットにしていくこと、この3つを意識していると感じた。数年単位ではなく、この先ずっと続く話であるという認識を、ここで共有できている。

・周知について、視覚認知の重要性は非常にあると思った。若手経営者に支持されている山口周によれば、東大を出てハロービジネスだった昔と違い、今のエリートは美意識を鍛える。美しいか否かは、有形判断に非常に重要なファクターであると述べている。他に、原研哉は日本らしい美意識の在り方を説い

ており、いずれもビジネスやブランディングに応用できる。呼べたらお話をさせていただきたい。

(事務局)

- ・最初の出発点にある「これを伝えたい」という思いを、もう一度見つめ直してやり続けることが大切だと痛感した。ブランディングを大切にしながら、実際にはAWARDの仕組みも動いているし、TNYの横の繋がりもできているので、実践編は実践編で活性化し、最初の思いを忘れないようにしていきたい。
- ・「挑戦と創造のあかし 米沢品質」というキャッチフレーズとロゴは浸透してきているが、ステートメントの方が大事なので、こちらをもっと市民に理解してもらった方がいい。実際に行動して米沢を良くしていこう、という精神がコンパクトにまとまったステートメントだと思う。これを様々なところで出して、市民にわかってもらう。

(事務局)

- ・やはり継続していくことが大事。こういった活動は、市民にもっとお知らせして巻き込んで、全体で活動できるようにしていかなければならない。

(会長)

- ・意識の共有はできているので、再度まき直しをかけてやっていきたい。

(事務局)

- ・以上で戦略会議を終了する。