

## 平成30年度第1回米沢ブランド戦略会議 会議録

- 1 日 時 平成30年4月26日（木）13時30分～15時30分
- 2 場 所 米沢市役所3階庁議室
- 3 出席委員 柴田正孝会長、中川浩一委員、近藤哲夫委員、遠藤正紀委員、仁藤重美委員、坂川好則委員、石塚久子委員、大和田浩子委員、佐藤英司委員、松本昭弘委員、金田江里子委員
- 4 事務局 武発地方創生参事、高橋米沢市産業部農林課長、伊藤米沢ブランド推進室長、佐藤米沢ブランド推進室主任

### 5 会議録（要点のみ）

#### （1）開会

#### （2）委嘱状交付

#### （3）議事

##### （委員長）

- ・議事第1番、米沢ブランド戦略事業のスケジュールについて。

※地方創生参事、資料①、②について説明。

##### （委員長）

・米沢ブランド戦略事業のスケジュールについての説明があった。委員の皆さまからご意見、ご質問等含めて一言いただきたい。

・ブランド認証システムを組み立てる際に、モノや地域によってやり方や進み具合が異なってくる。現時点ではどのような認証システムを考えている？

##### （地方創生参事）

・排他的ではないものにしたい。それぞれの領域の方が、「挑戦と創造」に向かって動きを起こし、それが継続される仕組みにするためにどうするか考えている。他地域では第三者の権威を利用しているところが多いが、米沢では市民が常に話題にするようなものにしたい。ご意見をいただければ、それも反映していきたい。

##### （委員長）

- ・カテゴリー別にやり方を変える可能性もある？

##### （地方創生参事）

・ヒトやアクティビティーも含めて認証する可能性も考えている。「挑戦と創造」をしているヒトやアクティビティーに対し、市民がwebサイトや番組等を通じて共有し、「あの人は米沢で頑張っている」と意識して、「挑戦と創造」に向かって動くようなことができるといい。

(委員)

- ・米沢織業界では、洋装を生地で提供しているとブランド認証してもらえないので、有形のものにして売り出そうという話になっている。米沢織がブランドに入るには、米沢市産というだけでは弱いので、ワンランク上の要素を考えている。業種別にどのようなハードルを設置するといいか、またそれを皆にわかりやすく説明するために、博報堂さんとも相談したい。
- ・広報等で、市民に認証システムを認知していただく機会を作る。地産地消のときに、地元での評判が外にも伝わっていくといい。

(地方創生参事)

- ・10月19日の発表だけではなく、説明会も開催しながら年1回のイベントを回していくイメージ。
- ・それぞれの業界が、高い水準で「挑戦と創造」をしていくにはどのようなやり方があるか。現在ブランドコンセプトにどのような印象を持ったか等、博報堂を交えてヒアリングを行っているので、アドバイスする機会があれば話したい。業界ごとに違いがあるので、全体で一つのハードルを設けるのは難しい。

(委員長)

- ・ブランドとは受け手にクオリティを約束する重要なもの。「挑戦と創造」に沿って、よりクオリティの高いものにしていくということ。

(委員)

- ・JAは「おきたまブランド」を売り出している。米沢という地元を意識しながら、米沢ブランドにも取り組んでいけるといい。

(委員)

- ・道の駅でも、県外、市外から来るお客様が、米沢牛などに興味を持つこともある。だが、米沢ブランドの全国的な発信はもっと必要だと思う。コンセプトがあると、お客様に興味を持って購買していただける。コンセプトを持って発信することで、米沢全体の活性化に結びつく。

(委員長)

- ・色々な話を聞いて共通しているのは、県内のブランドづくりにおける枠組みが異なること。そうした枠組みを受容しながら溶け込まないと、うまく表現に結びつかない。

(地方創生参事)

- ・山形県、置賜地域、米沢に対する愛の中で、米沢ブランドの認証システムの背景にある「挑戦と創造」をフォーカスしていく。知名度だけで認証するのではなく、「挑戦と創造」の度合いが米沢ブランドに繋がり、それが米沢の製品やサービスへの信頼に繋がる。

(委員)

・ブランドの認定をどういう括りで行うか。お客様は認証されているものに価値の重きを置くので、選ばれたものと選ばれていないものとで、差が生じてしまう。公の場で認定することの難しさを意識しなければならない。認証を安易にしても、絞りすぎてもいけない。

(米沢ブランド推進室長)

・認証の過程で、ストーリーが市民に見えるようなオープンなシステムにしたい。外部の人を呼ぶのも大事だが、市民が納得できる状況にしないと、市民参加型の米沢ブランドにならない。

・こちらの手持ちの基準は「挑戦と創造」しかない。それぞれの業界で、「挑戦と創造」の捉え方が異なる。産品へのこだわり等を、ストーリーとして伝えられるといい。ブランドに寄せていくための支援の仕方や、色々なプロデューサーの呼ぶ方法なども併せて進めないといけない。

(委員長)

・米沢商工会議所にも、「地域ブランド認証機関となり、需要を喚起しなくてはならないのではないか」という具体的なオファーが何度もあった。最終的に重要なのは資産。

・認証に選ばれなかった理由を、我々としては言えない。外付けにしても、認証するのは会社や市役所なので排他的になる。「これくらい挑戦しなくてはいけない」という動きに持っていきたい。モノによっては業界自体の動きがあるので、そこに丁寧に則していけば活路があるのではないかと。

(地方創生参事)

・米沢ブランド戦略会議委員会の皆さんを中心として進めていく。

・エントリーはある程度「挑戦と創造」の条件を超えれば認められ、その先のランク付けを別の方法で判断するのもあり。

(委員)

・ブランドの根底には伝統がある。米沢市には100年以上続いている企業が多いが、市民にあまり知られていない。そこをピックアップしても面白いのではないかと。これからどうしていきたいかの特集するのも一つの手。

(委員)

・老舗をフィーチャーするのは、「挑戦と創造」のコンセプトだと非常に難しい。米沢ブランドを、「挑戦と創造」をしているもの全てで括るのか、一定の基準を定めて満たしたものだけを括るのか、考え次第で変わる。広げすぎると品質は低下し、クオリティを求めると細部まで基準を決めなければならない。どこまで、どういうコンセプトでブランド化するか突き詰めなければならない。

(地方創生参事)

・「挑戦と創造」をベースに、ある条件が満たされれば、これからの米沢の未来に向けた一つの集団となり、その後にはランク付けされるイメージ。最初のハードルを高くしすぎると、選ばれたものと選ばれな

かったものの激しい差が生まれてしまう。「挑戦と創造」以外で、どういうブランド管理のための仕組みにするか、何を必要とするのか、ランクアップするためのムーブメントを起こすものができるか、色々と模索中。

(委員長)

・米沢ブランド戦略事業のスケジュールについて、皆さんのご確認とご承認をいただき、議事を終了する。

(米沢ブランド推進室長)

・4番目、報告。3月19日の米沢ブランド・キックオフ講演会のアンケート結果について報告させていただく。

※武発地方創生参事、資料③について説明。

(米沢ブランド推進室長)

・5月15日から3日間、市役所全職員を対象にした研修会を実施。

(地方創生参事)

・「挑戦と創造」を考える中で、まず市役所職員が「挑戦と創造」をしなければならないという意見もあった。新しいことに取り組む時間を作っていきたい。

(米沢ブランド推進室主任)

・次回の米沢ブランド戦略会議の日程を、5月23日(水)10時に設定させていただいた。その時にロゴマークやステートメントをお示しできるものと考えている。

・将来の地域商社となるものとして伝承館をオープン。現時点では工芸の展示に止まっているが、新商品の開発等ができるような組織にしたいと考えている。

(委員)

・4月20日に道の駅がオープンし、昨日の時点で4万8千人のお客様が訪れている。高速道路が開通したため、福島のお客様も多い。

(米沢ブランド推進室長)

・以上をもって、本日の米沢ブランド戦略会議を終了させていただく。