

## 平成31年度第1回米沢ブランド戦略会議 会議録

1 日 時 平成31年4月25日（木）10:00～11:30

2 場 所 米沢市役所 B 棟第5会議室

(出席委員)

戦略会議：柴田正孝会長、佐藤英司副会長、中川浩一委員、遠藤正紀委員、坂川好則委員、鈴木里佳委員、松本昭弘委員、吉澤彰浩委員、新田源太郎委員、安部里美委員、安部宏海委員

事務局：中川市長（他公務のため冒頭のみ）、菅野産業部長、本間米沢ブランド戦略課長、根津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) 事務局・アドバイザー紹介
- (5) 会長・副会長・プロジェクトメンバー選出
- (6) 議事
- (7) 閉会

#### ■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、佐藤英司氏
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。

(戦略会議会長)

・議事第1番、報告事項1番、米沢ブランド戦略事業について。

※米沢ブランド戦略課主任、資料①、②について説明。

(戦略会議会長)

- ・報告事項2番、米沢ブランド戦略事業スケジュール（H31.4.25 現在）について。

※米沢ブランド戦略課長、資料③について説明。

(戦略会議会長)

- ・質問や意見はあるか？

(委員)

- ・「そもそもセミナー」の「そもそも」とは何に対するものか？
- ・2019年度のブランドムービーはどのような方向性で制作するのか？ 米沢品質AWARDが終了しているタイミングで出すが、その兼ね合いはどうなっているのか？

(米沢ブランド戦略課主任)

- ・米沢のブランディングはどのような考え方で進められているのか、何故ブランディングが必要なのか、それをどうしていきたいのか、そもそもの発想から考えていただきたい。多くのTEAM NEXT YONEZAWAの方に参加していただき、ブランディングへのベクトルを合わせる。現在講師と内容を調整中であり、連休前にTEAM NEXT YONEZAWAの皆様に発信させていただく。
- ・ブランドムービーの方針や内容は、戦略会議やプロジェクトメンバーと協議させていただく。ムービー制作自体相当な期間を要するので、夏までにはプランを決定したい。

(委員)

- ・誰に向けてどんな内容でムービーを作るのか、ちゃんと共有したい。
- ・各論に入ると形骸化してしまう。自治体のプレイヤーがそもそも何のためのブランディングか確認し、取り組むのに大切なセミナーだと思う。

(戦略会議会長)

- ・報告事項3番、TEAM NEXT YONEZAWAの登録状況について（H31.4.14 現在）。

※米沢ブランド戦略課長、資料④について説明。

(戦略会議会長)

- ・戦略会議のメンバーからも、TEAM NEXT YONEZAWAへの自発的な参画を促していく。
- ・議事第2番、協議事項、2019年度米沢ブランド戦略事業のKPIの設定について。

※米沢ブランド戦略課主任、資料⑤について説明。

(戦略会議会長)

- ・皆様から意見や質問を頂戴したい。

(委員)

- ・市民に認知していただくことが、ブランドの目的ではない？

(米沢ブランド戦略課主任)

- ・認知が目的ではない。まず今年度は認知度を上げていき、その結果事業も動いて、ブランディングで向上させるべき項目を上げたい考えで、目標値を設定させていただいている。

(委員)

- ・活動が進化していけば、K P I で目指すべき項目も変化していくので、今後も取り組んでいただきたい。

(委員)

- ・アンケートの「ブランドスローガン認知」の項目は、米沢品質という言葉だけ知っているのか、内容まで把握しているのか、どちらの意味？

(米沢ブランド戦略課主任)

- ・調査票にもブランドスローガンやステートメントを記載しており、どの部分に共感したか、といった事柄も含めて質問している。

(委員)

- ・2年目以降はどうしても露出が少なくなる。高い目標に繋げるための方策を工夫しなくてはならない。
- ・毎月紹介するTEAM NEXT YONEZAWAの企業や団体は、どのように選んでいる？

(米沢ブランド戦略課主任)

- ・メディアで取り上げられる頻度が少ない、市民からの認知度が低い企業をあえて選出している。

(委員)

- ・それならば、掲載するページにそもそもの情報を丁寧に掲載する必要がある。

(委員)

- ・活動の最終目標に市民の意識改革が含まれているのであれば、市民をお客様扱いするのではなく、市民が自分たちで米沢を変えていく流れにしていけるといい。

(委員)

- ・2年目からは、市民に周知させるための媒体の使い方などが違う動きになっていく。K P I 調査を活用しながら進めないといけない。

(委員)

- ・進めながら軌道修正をしていくしかないと思う。
- ・TEAM NEXT YONEZAWAに参加している方は、米沢市に危機感を持っていたり、TEAM NEXT YONEZAWAに期待を持っていたりする方なので、登録者へのフォローやコミュニケーションが大切になっていく。

(委員)

- ・KPI調査を毎年実施してほしい。
- ・県外の人から米沢に住みたいという声が必要な指標になると思う。
- ・TEAM NEXT YONEZAWAメンバーだけのアンケートも取っていただきたい。その数値の結果によっては、手法の変更などが検討課題に挙がってくるかもしれない。

(委員)

- ・浸透するまでは色々な課題があると思う。
- ・認知については高い数値目標にして、結果次第では今後の参考にするといい。

(委員)

- ・多くの市民は未だ受け手の感覚でしかない。浸透していく中で、市民が主役だということを伝えていくことが大事。
- ・年齢別での浸透状況を知りたい。年齢差でアプローチの仕方も変わってくると思う。

(委員)

- ・市民に認知していただくための広報は必要。
- ・米沢品質向上運動がわからない人もいるので、登録した企業や団体から、今後のAWARDへの取り組みなど方向性を示すことが必要。

(委員)

- ・米沢品質向上運動が何なのか知らない。高齢者は広報に目を通すことが多いが、現役世代は広報で情報を得ないと思う。現役世代に向けた情報発信の工夫が必要。
- ・ある程度認知が高まるまでは、アンケートの内容は同じものの方がいい。

(戦略会議会長)

- ・結果を見て足らずの部分があった場合、事務局任せにせず、戦略委員自らがアクションしていかなければならない。結果を受けて、皆様とどんな活動ができるかを話していきたい。
- ・ピンバッジをつけていると、会員の方から関心を持たれる。ピンバッジは第2のロケットになるのではないか。
- ・以上で議事を終了する。