

平成30年度第3回米沢ブランド戦略会議 会議録

- 1 日 時 平成30年6月29日（水）10：00～12：00
- 2 場 所 米沢市議会棟 委員会室
- 3 出席委員 柴田正孝会長、宮坂宏副会長、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、伊藤浩志委員、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

※武発地方創生参事より、これまでの経緯とこれからの動きを説明した。

- ・5/23 にスローガンを決定後、各種施策の提案を受け、ブランディングプロジェクトで内容を精査した。
- ・認証システムについては、6/20 に戦略会議とブランディングプロジェクト合同で検討会を行った。
- ・ブランドスローガンやロゴ、ブランドブック、ムービーなどのツール、認証システムなど、今年度の全施策は、「鷹山公のDNA『挑戦と創造』の力で、次の米沢をつくる。」のコンセプトを市民に理解、共有し、様々な領域での運動体としていくことを目的としている。特にブランドブックは、特産品や観光紹介ではない。
- ・各種制作物は方向性を戦略会議で了承いただければ、細部や表現等については、ブランディングプロジェクトと市に任せていただきたい。進捗は随時報告する。
- ・認証システムは細部も含め、様々ご意見をいただき、反映させながら構築していく。

（2）議事

（戦略会議会長）

- ・ステートメントが浸透していない現時点で、市内の企業等からロゴマーク使用の要請が届いており、ブランディングが注目を集めている。ロゴマークの使い方を、今の段階で仕切っていく。
- ・認証システムの具体的なツールの提案に、具体的な検討を加えていく。

①米沢ブランド認証システム検討会（H30.6.20）の協議報告について

※米沢ブランド推進室主任、資料Aについて説明。

（戦略会議会長）

- ・米沢ブランド認証システム検討会の協議報告について説明があった。ご意見、ご感想を委員の方々からお願いしたい。
- ・ロゴマークの使用を希望している中には、継続的に挑戦し、米沢品質リーダーとなるに相応しいモノや行為に帰結した企業もある。そこにはいち早くロゴマークを使わせたい。

(委員)

- ・運動体として認証するための低い基準、米沢品質リーダーとなるための高い基準の線引きをどうするか？

(戦略会議会長)

- ・認証はどうしても上から目線になる。客観的な判断数値がないので、定性的な評価が難しい。今後も議論が必要。

(委員)

- ・米沢牛や米沢織は、既に米沢でブランドとして確立しているが、米沢の味AとCなどは、あまり外部に認知されていないものもあり、米沢ブランドで認知を広めたい。

(地方創生参事)

- ・第一段階は、「挑戦と創造」の下に努力を続けた申請者は誰でも参加できる。
- ・レジェンドであっても、現在進行形で米沢ブランドに挑戦し続けてほしい。

(委員)

- ・第一段階は、誰かが申請者の窓口にならないと危険。

(委員)

- ・第一段階で認証された人も米沢品質を使える？

(地方創生参事)

- ・「米沢品質」自体は、ブランディング全体のスローガンなので使える。
- ・第一段階と第二段階の違いをどうするかは考えている。

(委員)

- ・第一段階と第二段階の区別が曖昧だと、ブランド全体の価値を下げることになりかねない。

(米沢ブランド推進室長)

- ・「品質」だとモノの認証のように思われてしまうので、ロゴマークをどう扱うか。第一段階と第二段階でマークを変更するかなど、方向性を模索中。

(委員)

- ・第一段階が登録、第二段階が認証とするなら、第一段階を別の表現にした方がいい。
- ・認証はヒト、モノ、コト、どれにつくもの？

(米沢ブランド推進室長)

- ・ 第一段階は運動体、第二段階はそこから生じたモノやコトがメイン。第二段階で認証されたモノ、コトが米沢ブランド全体の品質を高めていく。

(戦略会議会長)

- ・ 米沢品質という運動体に人や企業が集って参加し、結果を残したものに認証のスポットを当てる。

(委員)

- ・ 第一段階は個人、法人に限定した方がいい。

(米沢ブランド推進室長)

- ・ 第二段階まで行かないようなアクションもある。

(委員)

- ・ 松本委員の意見だと違いがわかりやすい。

(委員)

- ・ 第一段階には考え方が異なる人も多いので、皆の意見を整える会を開催し、米沢ブランドに対する基礎的な価値観を統一すると良い。

(米沢ブランド推進室長)

- ・ 今までバラバラに発信していたものを、米沢ブランドで「挑戦と創造」の方向に統一する。そこに至るまで、市民に浸透させなくてはならない。

(戦略会議会長)

- ・ 課題について、焦点を絞って都度検討する必要がある。

②各種制作物について

- ・ ブランドブック+クレド、ワークツールについて
 - ・ ブランドムービーの作成状況について
- ※米沢ブランド推進室主任、資料B、Cについて説明。

(戦略会議会長)

- ・ 道の駅米沢ではピクトグラムを用いて、米沢のことが一目瞭然となっている。
- ・ 各種制作物について、委員の方々から質問や意見をお願いしたい。その後、武発地方創生参事から委員の意見を受けた考えを発表していただく。

(委員)

- ・ブランドブックもクレドも、ツールとして非常にわかりやすい。
- ・ワークツールは、個人でも企業でも定期的に講習会を開催し、将来何をすればいいのか落とし込むのに重要。
- ・企画2のムービーがいいと思う。明るく未来に繋がる雰囲気づくりをし、仕組みを提示していくことが大事。

(委員)

- ・市民の方々にブランドの考え方を理解してもらうことが大事。
- ・市民や周りも認める米沢ブランドにするために、認証方法や米沢品質の基準などをどうするのかこれから検討していかなければいけない。

(委員)

- ・企画の要件が丁寧で高齢者にも分かりやすい。
- ・ムービーは企画1だと物産品が浮かぶので、企画2に賛成。
- ・消費者の面からいうと、品質管理が大変。

(委員)

- ・ブランドブックの3と5の絵は文章がないと伝わらない。
- ・ムービーは色々な人が見るというインパクトやバリアフリーという観点から、率直に伝わる企画2の方がいい。

(委員)

- ・ブランドブックはデザインもスタイリッシュで分かりやすくいい。
- ・クレドをどうやって浸透させていくかが今後の課題。
- ・ワークツールは産業関係者や子供たちには活かしてもらえるが、一般市民の大人たちにどう活かしてもらえるかが課題。
- ・ムービーは企画3つともACのCMみたい。海外向けにも作るのか？

(米沢ブランド推進室主任)

- ・今年度はインナーブランディングがメイン。外向けにも発信できるようにお願いしている。

(委員)

- ・ムービー企画2がいい。子育て世代やおじいちゃんおばあちゃん世代には子供を通して訴えかける方法は効果的。
- ・ムービーをどうやって伝えるかを工夫するのが今後の課題。市役所1階の待合室で流すのも1つの方法ではないかと思う。

(委員)

- ・横文字など分かりやすい表現が大事。
- ・ワークツールはどの程度まで公表する？
- ・ムービーはどの人に見てもらおうかで捉え方が変わってくる。

(委員)

- ・クレドやブランドブックは市民に考えてもらういい機会になる。
- ・ムービーに関しては子育て世代や年配者には企画2のムービーがいいと思うが、学生などの若者には鼓舞できるような企画1の方がいいのではないかな。

(委員)

- ・ブランドブックの内容はとても良いが、表紙については YONEZAWA だけではなく、漢字表記も記載してあげるなど年配の方でも読みたくなるような配慮が必要。
- ・ワークツールの目標設定が20年後というのは長すぎるので、20年後を目標にしながら、さらに具体的に短期目標（1～5年）、中期目標（5～10年）、最終目標（10～20年）を決めた方が取り掛かりやすいのではないかな。
- ・企画1は序盤にマイナス面が記載されているので、ポジティブな面を組み込むともっと良くなると思う。企画2のほうが受け入れやすい。

(委員)

- ・クレドやワークツールは市民の意識づけに良い。
- ・ワークツールの5に関して、市民が自ら参加しているという意識づけとして宣言した人がピンバッチやステッカーなどで宣言したことを表明できたら面白いのではないかな。
- ・ムービーにインパクトを残さないといけな。どこで流すのか工夫が必要。YouTubeなども活用するのか？

(米沢ブランド推進室長)

- ・ブランドブックやワークシート、ムービーはすべてセットにして市民のワークショップなどで活用。

(委員)

- ・ブランドブックのサイズは？

(米沢ブランド推進室長)

- ・A4横サイズ

(委員)

- ・ブランドブックのサイズが小さいと読みにくい。
- ・ワークツールの言い方を万人向けに言い換えて欲しい。

・米沢の現状を知ってもらうことが大事。見ただけで米沢だと分かることが重要。序盤に掴みで米沢の水彩画を出して、最後に希望の象徴として赤ちゃんを出すのもいいと思う。

(戦略会議会長)

- ・クレドを定着させるためには感動や共感と一緒に焼き付けなければならない。
- ・ブランドブックのピクトグラムが少し伝わりづらい。
- ・人口増加を目標にするのは現実味がないので、人口減少を受け入れ、その中でも極めていけるような都市にしていくことを訴えてもらいたい。

(地方創生参事)

- ・市民に分かりやすく、など今までの意見を反映させて今回ブックやツールなどを作成した。
- ・マイナスな面でなく、現状で輝くものを感動と共感性を持って伝えていきたい。情緒的な共感を市民から得られるような動画づくりをしていきたい。

(戦略会議会長)

- ・皆さんの意見を受けとめて、次回具体的な形にしていただきたい。

③ ロゴマーク等の暫定使用について

※米沢ブランド推進室長、資料 D について説明。

(戦略会議会長)

- ・ロゴマーク等の暫定使用についてご質問等があればお願いします。

(委員)

- ・名刺などでロゴマークを使用している人は米沢品質を説明できるのか？

(米沢ブランド推進室長)

- ・ワンペーパーなどを用意して対応する。

(委員)

- ・認証制度も明確になっていないので、外部の方の使用を許諾しない方がよいのではないか。
- ・ロゴマークを縦に使用すると印象が変わってしまうので、統一した方がいい。
- ・外部には待っていただいてもいいのではないか。

(米沢ブランド推進室長)

- ・進める方向で準備していたので、市が認めたところであれば暫定使用してもいいと思っている。

(委員)

- ・ 11月の予定は守るべき。外部の統制が取れなくなってしまう恐れがある。

(戦略会議副会長)

- ・ 認証システムのドッキングも考えられるので、認証システムをきちんと決めてから使用した方がいい。

(戦略会議会長)

- ・ 安全を期したスタートで使用した方がいいという意見があるがこれについてどう思うか？

(米沢ブランド推進室長)

- ・ 市の名刺・名札、ポスター、名刺など市限定のものは使わせていただきたい。

(戦略会議会長)

- ・ 使用した時に市の職員がロゴマークについて説明できるのか。

(米沢ブランド推進室長)

- ・ 11月に使用を開始したとしても、説明できるかは同じく危惧される。
- ・ 今何をやっているのかを誰が説明するのが重要なポイント。
- ・ 使用する範囲についてはまだ精査する必要がある。

(戦略会議会長)

- ・ まず委員の名刺を作って、委員それぞれが説明して浸透させないとそれ以上のことはできない。

(委員)

- ・ 小さいバイブルのように常に携帯するような形だといいのではないか。

(委員)

- ・ 説明できるかできないかよりも、認証システムが決まってないまま使用してしまうと、本来の意味と違って受け取られる恐れがあるので慎重にしていきたい。

(米沢ブランド推進室主任)

- ・ ロゴマークを使用したいと要望が寄せられている。このムーブメントが落ち着かないうちに使用していただきかった。

(戦略会議会長)

- ・ 全体をオフィシャルに考えれば、戦略会議の総意を受け止めていただきたい。
- ・ もし暫定使用をするのであれば、その方法の再提案をお願いします。

(地方創生参事)

- ・ 暫定使用の中止について、承知した。

④会議等のスケジュールの更新について

※米沢ブランド推進室長、資料Eについて説明。

(戦略会議会長)

- ・ 11/2 より前に認証システムまでに詰める。
- ・ 以上を持って、議事を終了させていただく。

(米沢ブランド推進室主任)

- ・ 米沢市に関するアンケートについて説明。

6/27 時点で344件の回答あり。

(6/29 現在593件の回答がありました。) ※会議時の説明を最新のものに修正しています。

- ・ 特に19,20歳の方々は宛先不明で返ってくる事が多く、回答内容に偏りが生じてしまう恐れがある。