

平成29年度第1回米沢ブランド戦略会議 会議録

- 1 日 時 平成29年10月20日（月）10時00分～12時00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、宮坂宏副会長、中川浩一委員、近藤哲夫委員、遠藤正紀委員、小川泰則委員  
坂川好則委員、石塚久子委員、佐藤英司委員、松本昭弘委員、金田江里子委員
- 4 事務局 中川市長（他公務のため冒頭のみ）、武発地方創生参事、高橋農林課長、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）市長あいさつ

・11月4日に東北中央道の米沢～福島間も開通した。米沢市はこれまでもブランドや知名度はあった地域と考えているが、高速道路開通に伴い実力のあった地域が一軍選手として内外にアピールできるようになったが、ちょっと油断してしまうと二軍に落とされてしまう。今までもある米沢の魅力をもっと磨き上げて国内からのお客様を獲得していかなければならない。また、国外からのインバウンドについてもしっかりと対応し、地域の活性化につなげていきたい。

・米沢市は、本市だけで地域の活性化が終わる訳ではなく、置賜地方の中心都市として、米沢市が活性化することによって、全域が活性化させるようにしなければならない責務があると思う。

・先ほど申したとおり、本市には様々な魅力がたくさんあったが、どの程度情報発信できていたのか。という反省点にも立って考えていかなければならない。今までのよいものを磨きをかけて、米沢のブランド品を醸成し、どのように発信していくかが課題となる。

（※他公務により市長退席）

（4）事務局紹介（高橋農林課長）

（5）会長・副会長選出

互選により、会長を柴田正孝委員、副会長を宮坂宏委員として選出した。

（6）会議運営に関する協議

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。

（7）議事

（委員長）

・事前配布の資料により議題を3つ用意している。事務局より3つまとめて説明して頂き、その後、全委員

から一言ずつ意見を頂きたい。

※武発地方創生参事より資料①～③について、まとめて説明した

※以下、意見交換時の自己紹介部分は割愛する。

(委員)

- ・企業で言うとは一番基本となる企業理念にあたるが、こちらのコンセプトについても米沢市を株式会社为例えれば、基本理念であり市民も社員と例えることができ、そういった意味でも非常に共感できる内容だと思う。
- ・資料③のP. 29にも記載されているが市民の意識向上。それが変わらなければ対外に発信した際に真実味がないと思われる。市民が勉強し、楽しんで、感動するようにしなければ、競争相手もたくさんいるので、外に向けても絶対に響かないものになってしまう。
- ・中高年齢層にも、このコンセプトを落とし込んでいけたら将来地元で生きるにしても、外に出るにしても愛着度が全然違うと思う。更に青少年育成についても生き甲斐となると思うので、多くの市民にコンセプトを理解してもらいたい。

(委員)

- ・これまで紹介する時も「上杉の城下町」として紹介してきた。我々には上杉氏の歴史や文化が受け継がれてきており、コンセプトとしてもよろしいのではないかと思う。
- ・米沢織としても地方創生の予算を活用し、二部式着物や工場見学等にも取り組んできた。いくらでも、この街に貢献できることをと考えてきたので、米沢ブランドの中にも入れていただきながら、我々としても協力していきたい。
- ・最近、G I（地理的表示保護制度）を米沢牛が取られたということを見ると、基準をきちっと決めておられるということもある。なんでもかんでもブランドというのではなく、米沢織自体も「例えば米沢で企画されて、米沢で織られたものが米沢織なんだ」というような基準を決めていかなければならない。きちっとした表現でみんなに伝えていかなければならない。
- ・SNSや口コミが非常に重要視されている。良い評価だけではなく、悪い評価についてもすぐに反応できるように敏感になっていかなければならない。
- ・他の市町村（例：宮崎県小林市）でも取り組んでいると思うので、うまくいっている先進事例を示し、この企画でうまくいくのか、多額の予算を使う以上しっかり検証しなければならない。

(委員)

- ・今、道の駅の商談を進めているが、思ったよりも米沢で作っているお土産が少なかった。お土産のお菓子などは市外・県外で作っているものが多い。できれば、お土産は地元で作ってもらいたい。
- ・データの的に米沢の魅力が下がっている。様々時代的背景があるが、旅行についても昔は添乗員やガイド付きの団体旅行がメインで、ガイドが懇切丁寧に案内してくれていたが、現在は個人旅行がメインになり、自分で情報を仕入れなければならず、自分の好きなどところだけに行って他に回らない。他の自治体でもいろいろ取り組んでいると思うが、個人のお客様が楽に検索できるようなシステムを構築してほしい。
- ・道の駅米沢は、山形県の南のゲートウェイとして、色々な機能を持っているので様々協力していきたい。

(委員)

・消費者そのものも意識を改革していかなければならない。消費者は、安くて良質であり、すぐに手に入れられるものを欲する願望がある。その願望を生産者の方にも汲み取って頂き、消費者が手に入りやすくしてほしい。

・昨年の雪灯籠まつりで山交が、会津地方のまつりへのバスを出していた。自分も参加したが、米沢にも同じように会津地方から来ているものと考えていたが、そのような内容ではなく残念だった。

(※実際には両市等で作る協議会で補助を出し、米沢→会津路線は山交バス。会津→米沢路線は、会津バスが相互交流のバスを運行していました。)

・若い方は新しい食品を求めているので、ベジヤや米沢織についても、手に入りやすい価格帯で販売して頂きたい。特にベジヤは有機E Lを活用し乾燥させているので特徴も出しやすいのではないかと。

(委員)

・仕事上月1回程度、首都圏に行く機会があり、米沢のこともたくさん聞かれることがある。恒例になったが、毎年12月には米沢牛を食べる会として20人程度が集まっている。その際には米沢牛や野菜を持ち込んで準備している。この会は、今回のワークショップのように、私が出張し、参加者の話を聞いてきており、少人数だが密度の濃いプレゼンテーションになっている。米沢の人はあまり外に出ていかない。来た人にはすごくおもてなしをするのに、外へのプレゼンテーションが非常にヘタだと思っている。

・この企画書の中にも記載されているが、20～30歳代が挑戦と創造で変わりたいと言っているが、地元には若い人が残っていない。仕事が無い。その人たちのことで考え方を換えれば、全国に米沢の営業マンが散っているので、その人たちを活用すれば全国的に発信しやすいのではないかと。

(委員)

・米沢には歴史があり良いまちだが、「よそ者を受け入れない」「後ろ向きな話しが多い」とのイメージがあったが、実際にきてみるとそんなことはないと思える。歴史を重んじる風土だと思ったので、今回の挑戦と創造のコンセプトを聞いたときに、一番内向きなものが選ばれたということが意外だった。ブランディングは内向きと外向きの両面があると思うので、まずは市民の意識を変える、自分たちに誇りを持って内側から変えていくんだという意味ではこのコンセプトが一番いいものが選ばれたと思う。ただし、逆に言うと外に発信するには一番工夫が必要なものになったと思っている。挑戦と創造はどこでもできると思うが、そこに米沢らしさを押し出していかなければならない。このコンセプトをどういった形でスローガン化していくかが、今後のカギとなるのではないかと。

・変わるべきものと変わらなくてよいものが米沢にあると思うので、しっかり仕分けしながら整理していかなければならない。

(委員)

・金融機関は様々な分野とのネットワークがあるので、それを活用してもらえれば役に立てるのではないかと。

・挑戦と創造のコンセプトは意外だった。米沢の精神文化に行きつくのかと思っていたが、資料③のP. 23にも記載のとおり、若い世代が変わりたいと言っていることは、まさにこの地域の課題が表れていると思う。良いものを大事に守ってきてはいるが、言い方を変えれば非常に保守的であり、変わらない・変わろう

としないとも言える。これからの時代を担う世代が変化を求めていることだと思う。コンセプトで変化ということ掲げる重みを、しっかり認識した上で進めなければならない。変化を求めるのであれば、「どのように変わったのか」を感じて、実感しなければならない。何も変わらなければ、「結局何も変わらないじゃないか」と期待を裏切る結果となってしまう。コンセプトを固めることも大切だが、そのコンセプトに基づいて行う事業の結果をしっかり表していくことに拘りを持つことが大切だと思う。

- ・この事業をやって、何を得られたのか、何が変わったのかを具体的にどのように目指すのか、定量的に効果が見えるようにしなければならない。予算と時間をかける厳しさも理解しなければならない。

- ・先週、商工会議所の金融部会の視察で熱海を訪れたが、熱海も団体旅行が減少し苦戦していることから「熱海ブランド」を立ち上げて、認定制度も5年ほど前からやっている。ソムリエの田崎信也氏が参画しており、主にお土産品等で進めているが、確かに見た目はカッコいいが、全てを認証する訳にもいかず、逆に安っぽくする訳にもいかない。人気の出た商品（の売り手）も市民だが、人気の無い商品（の売り手）も市民であり、認定制度の継続性の難しさも感じてきた。

(委員)

- ・高速道路が開通し、バスも仙台まで10分ほど短縮されているので、ぜひ使って頂きたい。
- ・米沢を売るということが自分たちでもヘタで、他から来てもらうのを待っているのが多い。資料③のP.29の市民の意識が変わればということについて、ドライバーも米沢出身だが、なかなかおすそ分けを伝えきれていない部分もある。我々も含めて変わることができれば、外から来ていただける方も増えるのではないかなと思う。
- ・観光バスについて、団体から個人に変化してきているとは言うものの、個人のツアーも旅行会社の企画で行われているので、旅行会社に対しても米沢ブランドのマークなども認知度を高めていってほしい。首都圏や名古屋等からも来ているので、旅行会社とも連携して、米沢じゃないと体感できないところ作り出していければ、お客さんも増えるし、質問をされる回数も増えると思うので意識も変わってくると思う。

(委員)

- ・市民の意識改革は、とてもよいコンセプト。市民自身も何が良いかをわかっておらず、外の人から言われて気づくこともある。この現象は米沢だけに限らず、地方都市でも同じような事態になっているのではないかな。それを脱却し、市民の意識が変わっていければ米沢のブランディングの大きなアドバンテージになるのではないかなと思う。
- ・もともと出身が仙台なので、外から見た目線で米沢は、米沢牛や歴史等色々なものがそろっていたがゆえに、他の地域と比べても何もしなくてもある程度人が来ていたのではないかな。それが危機意識の欠如になり、継続的な人の交流には疑問符が付くところもある。1度来ただけで満足してもらうのではなく、様々な業種の方が連携することによって複数回訪れていただけるようにすることも大切だと思う。
- ・どうしても後発になってしまうので、大きなインパクトに期待したい。

(委員)

- ・これまでの方と重複するので、コンセプトについて大変素晴らしいと思う。今後詳細に出てくると思うが米沢牛は全国的な認知度があり、米沢牛を活かしきれていないとの課題意識もあるようなので、もっと全面

的に押し出していったいいのではないかと思う。

(委員長)

- ・商工会議所の立場からも具体的に組織としてのアクションをどうやっているのか。このコンセプトがよりどころになるような事業も皆さんとたくさん企画していくことになると思う。
- ・3つだけあげると、1つは有機EL。商工課で先行的に進めてきていおり、山大と全国の企業が連携し、実用化開発をしている。ちょっと残念なのが、地場企業がそれになかなか絡んでいけないところがある。空中戦を促進しながらも、地上戦である地場産業にもつなげていけないかと考えている。県全域としても工業製品の付加価値をあげることで取り組んでいるので、米沢も工業の付加価値をあげる方向で取り組んでいかなければならない。それが挑戦と創造と符号するものとする。
- ・2つ目が東北中央道の開通であり、皆さんも指摘されていたが、米沢のことを売り込んでいかなければ地域間競争に負けてしまう。パイが落ちれば経済力も落ちていくので戦略的に取り組み、モノを売り込み、ヒトを呼び込むことでの相互的な仕掛けを作っていきたい。
- ・3つ目は、企業の創業支援。これまで以上に行政とも連携しながら、促進していかなければならない。今回のコンセプトは、これからのアクションにじっくり来る内容。各委員も大切なことを指摘しているので、その意見を加味し、より実装的なものにしていかなければならない。

(委員長)

- ・委員同士での意見や質問などはないか？

(武発地方創生参事)

- ・皆さんからの御意見が心に染み、意見を大切にKPIのように変化がどのように見えたのか、多額の予算をかけて行うことなので、ただ進めるのではなく、市民に変化を求めるだけではなく、変化を感じてもらえるようにする。我々行政も変わっていくことが見えてこない、このムーブメントの中でいけないと痛感した。
- 頂いた御意見については、これからの施策に反映できるようにしていきたい。

(委員長)

- ・このコンセプト「鷹山公のDNA『挑戦と創造』の力で、次の米沢をつくる。」に、収<sup>しゅう</sup>斂<sup>れん</sup>させていくことに御承認いただけるか？皆さんの御意見を聞く限り反論ではなく、それに対する期待であったり、賛成意見だったと受け止めている。

(委員)

- ・コンセプトに「上杉のDNA」と入っている。歴史的な神社仏閣・武将はその土地に必ずいる訳だが、そんなにフューチャーしなければならないのか？もちろんあっていいものだが、ずっとそれにぶら下がっていることが疑問である。

(委員長)

・金田委員の意見に皆さん同意だと思うが、前置きに鷹山公のDNAと付く訳ではない。それを心に秘めながら、そのような精神で培われた自分が、これから新たな時代の“挑戦と創造”をしていくんだと思うことだと思う。このコンセプトは金田委員の意見を十分加味したものだと思うが、武発参事いかがか？

(武発地方創生参事)

・そう言った意味では、このコンセプトを元に、それぞれが戦略やターゲットを決めていく訳だが、別に観光で歴史をフューチャーしてはいけないということはない。鷹山公の時代から脈々と受け継がれたDNAとしての挑戦と創造なので、その挑戦と創造の下でストーリーを作って頂ければよい。このコンセプトがそういったことを制御したりするものではない。

・プロジェクト会議の中でも、これまで「上杉の城下町」と使われてきたこともあり、それ一辺倒ではダメで、それにつながる米沢の魅力はなんだろうという意見が交わされている。鷹山公のDNAという文言はあるが、この考え自体は、米沢の魅力に則っていると考える。

(伊藤米沢ブランド推進室長)

・プロジェクトのワークショップをした時に米沢の魅力から出していく手法をとった。その結果、その魅力の根っこがつながっており、結局鷹山公や自然に繋がっていた。そのどちらもコンセプトに入れなければならないと加味するとコンセプトの説明が書いてあることにたどり着いた。最初は切り離そうとも考えたが、市民の話しを聞くと、そこが落としどころとなったものであった。

(委員長)

・金田委員の御意見も加味していただいた上で、このコンセプトで進めてよろしいか？

(他委員)

・「よし」の声あり。

(委員)

・この会議の立ち位置は、プロジェクト会議から上がってきた案件を了承したり、決定したりということによいか？

(武発地方創生参事)

・はい。

(委員)

・私どもの方から、2名がプロジェクトメンバーに加わっており、観光業界の意見は多く取り入れてもらえると思うが、その他の団体の方も各業界からいらしている方もいるので、何か業界として意見等があれば集約して事務局に提出し、プロジェクト会議で諮ってもらいたい。皆さんも様々アイデアがあると思うので、そういった意見も取り入れてほしい。