

令和2年度第2回米沢ブランド戦略会議 会議録

1 日 時 令和3年3月19日(金) 15:00～17:00

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、近藤哲夫委員、坂川好則委員、鈴木里佳委員、五百川満委員、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

事務局：菅野紀生産業部長、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) 議事

(会長)

- ・議事第1番、報告。TEAM NEXT YONEZAWAの登録状況について。
 - ・米沢ブランド戦略事業関係令和3年度当初予算について。
 - ・令和2年度KPI調査結果について。
 - ・米沢品質特別番組の放送について。
- ※事務局、資料①～④について説明。

(事務局)

- ・番組を録画したものについては、4月中旬頃にDVD化して全TNYに配布予定。

(会長)

- ・議事第2番、協議。米沢品質AWARD2021実施スケジュールについて。
- ※事務局、資料⑤について説明。

(会長)

- ・本件に関してご意見等を伺いたい。

(委員)

- ・今年度はコロナウイルスの影響により、AWARDが開催できなかった。来年度に実施するAWARDに向けて取り組むスケジュールになっている。
- ・私はこのスケジュールはいいと思う。第1回は立ち上げ、第2回こそが最も重要な回になる。10月の審査会が終わった後も、1～3月辺りで次のAWARDに対する取り組みや、TNYの拡充の仕方を議論できればいい。このスケジュールに則りながら、如何に6月14日までTNYを集めるか、4月からの

告知で周知していくかがポイントになる。TNYへのインセンティブ、若年層への周知など課題もある。TNYの拡充や、わかっている人が進んでいくことが大事だが、SNS等を活用した若年層への情報発信もやっていきたい。

(会長)

- ・より充実した内容にするために、前段階から仕込んでいくことが必要。

(事務局)

・こちらも年度末の対応が重要だと認識している。情報発信に関しては、公式Webサイトやフェイスブックなど色々やっているが、若年層の情報収集はインスタグラムが主なので、そこも開設したいと思っている。プロジェクトチームの方々にも、新年度の取り組みについて協議させていただきたい。

(会長)

・バーチャルだけのやり取りで審査をすることには、非常に違和感がある。ぱっと見たところでピンとこない。言葉巧みにプレゼンするだけでなく、物事の本質を審査できるように、現場で現物を見ることが大切ではないか。リアルじゃないと外部委員と内部委員の間で乖離が生じるので、それを縮める形の審査でお願いしたい。

(委員)

- ・現在市民調査員は何名か？

(事務局)

・およそ40名弱。前回のAWARD申請をいただいたとき、申請者を応援する形で、関係者が登録してくださった。今回もAWARDを始めるが、申請者の関係者の方々も巻き込みながら拡大していきたい。

(委員)

・市民と共に盛り上げるのであれば、TNYが180弱、調査員の数が40弱程度でいいのか。
・セミナー等のネット配信がなかったので、外からは何をやっているかわからず、いまいち盛り上がらない。企業や組合としてもTNYに加入しているが、「今年は何もしていないのか？」と思うのが正直な感想。コロナでどこも余裕がなくなっているとは思いますが、すぐに治まるものでもないので、プレイヤーも一般市民も見られるような環境が欲しい。セミナーだけでなく、米沢品質がどこを目指しているのか参加者にきちっと伝える。米沢品質が一部だけのものになってしまっているのがもったいない。

(会長)

- ・あの手この手を考えながら盛り上げないと、運動が続いていかないのではないかな。

(委員)

- ・アイディアを育てる会の発表会に参加させていただいた。世の中がSDGsになってきているので、そ

の流れに乗らないといけないと考えている。ものづくり米沢の、米沢の産業がSDGsに通ずるという発表が大変興味深かった。他のグループからも、「米沢からこういう発信をしていけるのではないか」と色々なアイデアを出していただいて、実現可能なネタもあったのに、これで終わりにしてしまうのはもったいない。AWARDを続けていくのも大切だが、来年度以降の取り組みに取り入れていただきたい。

(会長)

・アイデアだけで終わらせない。我々もそこに注視していこう。

(委員)

・すぐに経済効果が出るような商品だけではなく、サービスにも手助けできるものがあれば、ぜひ手を貸していただきたい。

(委員)

・市民と共に如何に歩いていくか。今の時代、それが一番難しいのではないか。SNSといっても、固すぎる文体だと若い人に見てもらえない。若い職員に好き勝手書いてもらった方が見てもらえるだろうが、それはそれで外部から怒られそう。

・私が見てきた事例だと、行政で全部お膳立てして、外国人観光客を空港で歓迎し、色々なパーティーを開催してオープンにするというのがあった。KPI調査の結果を見ると、高い数値が出ていると思う。SNSもそうだが、徹底して頑張って取り組むしかない。

・AWARDについても、コロナといえど中止にするとダメージが大きいので、中止にするよりもどうやって続けていくかを模索する努力をしてほしい。やっていけばメディアの方からも来て、色々な発信ができる。市民と共に歩むためにどうしたらいいか。例えばワッペンをつけるなどして、仲間意識を持たせる努力をしていかなければならない。個人的には絶対にAWARDをやっていただきたい。

(委員)

・アイデアを育てる会の発表は凄いものがたくさんあったので、あのプレゼンのチームをTNYとして登録して支援していただきたい。TNYの部分で、インセンティブやPRの話があった。先ほどInstagramの開設の話もあったが、この1年デジタル化で透明化が一気に進み、企業も個人も家に籠るようになったのでよく見られるようになり、後からやろうと思っていたことがやらざるを得ない状況になった。そこにコミットしていき、InstagramなどのPRも参加型にして盛り上げる形にすると、自分たちもやらなきゃいけないという意識が芽生え、PR効果に期待できる。

・AWARDの審査でどうしてもバーチャルを使わないといけないとき、VRなどで対応することも考える必要があるのでは？

(委員)

・KPI調査の結果を見ると、全体的に下がっていると思っていたので、数値が上がっているところがあ

ることに驚いた。一方で若年層へのテコ入れが必要。インパクトのある内容で、無関係の人が巻き込まれたいと思うようなアイデアが手法として必要。

・TNYメンバーも、コロナで疲弊している企業が多い今だからこそ、悩みを共有してどういうことが求められているのか、接触する機会があるといい。

・アイデアを育てる会でも、せっかくできたコミュニティを活かせるような取り組みが必要なのではないか。

(委員)

・アイデアを育てる会に参加して、何をしたいかわからないときに、地元民がどこに課題を感じているのか、ワークショップを通じて知ることができた。参加者としては加入のインセンティブを感じられたので、今後こういった取り組みを支援していただける体系を作っていただきたい。せっかくできた仲間とこれで終わりにしたくない。多種多様な業界が集まって生まれたアイデアも、今の市役所の体制だとどこに相談すればいいかわからない。市役所の部門を超えた取り組みができてきているので、ブランド戦略課には横軸を担っていただきたい。

・コロナ禍で観光の方が外にPRできないということで、台湾の方から相談を受け、2～3月の間台湾でのプロモーションを業務委託した。台湾の方も鷹山公の教えとそこから派生した米沢品質の取り組みを評価してくださり、米沢品質もまた米沢の観光資源だと気付けた。

・インバウンド事業で多額の予算がついているが、これからのPRに米沢の名所旧跡だけではなく、そこから流れてきた食や文化などの横軸が重要になると思う。

・デジタルツーリズムの予算が入っているのであれば、ものづくりならサステナブルな視点での動画にするなど、デジタルツーリズムの素材としての鷹山公や「技」を起点としたものがあるといい。

(委員)

・AWARDの開催自体が目的になると形骸化してしまうので、内容をしっかり考えたい。

・AWARDのロードマップはそれでいいのか。現在TNYに175の加盟があるが、底辺が増えればその分上が尖っていく。TNYの底辺とAWARDの間に、育成プログラムを作らないと、AWARDに辿り着かないのではないかな。

・withコロナ、afterコロナが、今後影響が出るかどうか考えていただきたい。世の中が変わり、売り上げ至上主義が否定され、持続可能な経営をしなければならなくなった。その上利益も絡めなければならない。withコロナ、afterコロナのブランド戦略も手法に取り入れる必要があるのではないか。

・AWARDを目指さず、第3の道に進むのも一つのブランド戦略ではないか。AWARDを目指すだけでなく、独自のブランドを作り上げることも想定してブランド戦略を進めないといけない。

(委員)

・KPI調査の実施人数と回答率は？

(事務局)

- ・ 1, 800件中約500件の回答。

(委員)

・米沢ブランドKPI調査を受けた今後の方向性について。マイナスの意見はあるが、米沢ブランドに興味を持ってくれている人がいる。しかし、1500人が回答しなかった現実も窮すると思う。米沢ブランド戦略は米沢にとっていいと思うので、ここを進化させなければならない。AWARDが最終的に、米沢市民がブランドにプライドを持ち、進化させていけるようにできたらいい。

・若年層への浸透が大きな課題。小学校、中学校、高校へのプレゼンをしながら、市民の目線を深掘りする。戦略会議の中にも2、30代の委員を入れると、若者への浸透の機会も増えるのではないかと。学生へのプレゼンでブランド戦略に同一意識が持てるようにできると、浸透具合も違うのではないかと。

- ・AWARD審査は、五感で審査できるようにすると盛り上がっていくと思う。

(委員)

・AWARDで効果があったのはトランヴェールの掲載。他にも色々なPRや広報活動をしていただいたが、今年はコロナでできなかった。AWARDに向けて、TNYの基礎値を高めていかなくてはならない。TNYの中にも、AWARDに出にくい業種があるので、出られるような催しや仕組みを考えていただきたい。色々な方に出していただいて、地域のPRに繋げていけたらいい。

(委員)

- ・昨年当時、withコロナではなく、コロナに立ち向かうことが必要だったかもしれないと反省。

・一次審査も書類だけでなく、実際に手に取って確かめることが必要。申請者に対するフォローアップもすることで、全体的に申請者のレベルも上がっていく。プレゼンでも、場合によっては編集して、ブランド戦略課でも指導すれば、より改善されたAWARDになるのではないかと。

・ネガティブな意見に対し、TNYがどのような反応を返し、彼らを説得するのか。集約された課題や問題点にどう対応していくのか。戦略会議は今後、ブランドサポーターやプロジェクトチームから上がってきたものを議論するかもしれないが、事前にTNYの拡充やブランドの周知拡大にはどうしたらいいか投げかけるといいのではないかと。

・補助金支援にも、市の補助金を使用する必要はない。県や国の補助金を活用して、ブランド戦略課がプロデューサーになってお金を出すという支援もあると思う。ネガティブな意見の人に、インセンティブや米沢ブランドの明るい未来を示してあげると、ポジティブになるのではないかと。

・若年層への周知について。副市長が教育畑なので、学生にプレゼンして論文の題材にしてもらおう、などの企画も必要ではないかと。ブランド戦略課には、ワークショップやセミナーの内容をこまめに情報発信していただく。若い人にYouTubeなどで情報発信を任せる。

(事務局)

・動きを見ていたが、ブランドが盛り上がっている感じはしなかった。一方、要所要所でアイデアを育てる会など、TNYという仕組みを作って横の繋がりがようやく出てきたのは感じた。様々な業種が頑

張っている中で交流ができ、新しいものを作ろうという動きが出てきた。それを発表で終わらずに、どうリアルに繋げていくか。AWARDだけがゴールではなく、TNYの中核の人も参加していない人も集って、全体が高まっていくような仕組みも視野に入れる。来年度以降の新しいブランド戦略の下地を考えていくのが、来年度に必要なではないか。

(事務局)

・ブランド戦略事業の最終的な目標は、市民が挑戦と創造を続けていくこと。活動を活発化することで、地域を活性化させるのが事業の目的。そのためには継続することが必要だが、行政だけではなく市民の力も必要。多くの会社の協力も得ながら、続けていかなければならない。今年度はコロナにより情報量と情報力が低下したため、来年度からはどう元に戻して、更に改善していくかが課題。

(会長)

・商工会議所では、他分野に亘る専門家を招聘してコラボし、皆様のバックアップをしている。そうした視点から、米沢のブランディングに協力していきたい。

・実施スケジュールの通りに進めていくということよろしいか？

(委員)

・はい。

(会長)

・以上で協議を終了する。