

平成29年度第2回米沢ブランド戦略会議 会議録

- 1 日 時 平成30年1月30日（火）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、近藤哲夫委員、遠藤正紀委員、伊藤浩志委員、大和田浩子委員、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 武発地方創生参事、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

（会長）

・前は「挑戦と創造」というブランディングの方向性について皆さんのコンセンサスを得られた。これを幅広く浸透していくために次の段階に入る。市民意識を徐々に変えていく、ムーブメントにしていく大事な局面の第一歩に差し掛かりつつあるので、皆様のさらなるご協力をご理解をお願いします。

（2）議事

（会長）

・議事第1番、米沢ブランドの施策展開（案）について。

※武発地方創生参事、資料①について説明。

（会長）

・ブランド戦略の全体概略図と、ロードマップの説明があった。それぞれのディテールはこれから詰めることになる。委員の皆様から、全体の流れと戦略の部分についてご意見、ご質問、アドバイス等を一言ずついただきたい。

（会長）

・ブランディングの方向性としてコンセンサスを得た「挑戦と創造」を、私はそのまま使うと思っていた。先ほどの説明で、「挑戦と創造」をどういう表現にするか、もう一度プロの手をかけて、ロゴマークと一緒にする作業が始まるということだったが、そのままになる可能性もある。サントリーの「水と生きる」等、素人の我々にも刷り込まれているように、今後「挑戦と創造の米沢市」が中長期的に刷り込まれていくときに、どういう作業が入ってくるのか？

（武発地方創生参事）

・決定したコンセプトを集約するところは製作者に任せて、いくつかの案を出していただくことになる。棚卸しをもう一度通して皆さんの考えを反映させて、市民に親しまれるようなものを作ってくれることを期待する。

(委員)

- ・米沢のブランディングの目的は、米沢に住んでいる人達の意識を変えることと、「米沢の物が欲しい」「米沢にもう一度来たい」と言っていただくために私達がどうやって米沢の魅力を出すかということだと思っている。外の人にもう一度来てほしいのか、学生など若い人達に市の魅力を感じてもらいたいのか、どういう戦略をとるのか。市内の学生が米沢に魅力を感じないと、もう一度来たいと思わないのかもしれない。若い人達に魅力を伝えられるようなブランディングをしていただきたい。
- ・認証の話について。例えば日本酒に五つ星がついたからといって、本当に魅力あるものかが今の市民にはわからない。外の人にとっては魅力的かもしれない。バランス良く戦略を立てていただきたい。その部分についても意見も出していきたいと思った。最も大事な部分をぶれずに、まちの魅力をどう高めていくか。外と内のどちらを向いてブランディングをするのか、バランス良く進めるのか、外からもう一度来てもらうのか、戦略的にやっていただきたい。

(会長)

- ・以前からも地元の大学に学生をたくさん集めたい、色々発信をしていきたいという話をしてきた。大学自体の魅力はある。研究施設や先生方、設備など整っているが、都市の魅力も合わさらないと学生は集まらない。

(武発地方創生参事)

- ・時系列の最終的には、一度出た人も米沢に戻ってくる、あるいは「挑戦と創造」の下に色々な取り組みが行われて、まちが活性化していくのを見て戻ってくる。「挑戦と創造」は産業や企業誘致にもかかってくるので、新たな雇用が生まれるところまで波及させたい。
- ・2018年度のベースの部分は、「挑戦と創造」の旗を振り、それに向かって大学がどういう風に挑戦と創造をしていくか。それぞれの火種を、それぞれの領域で考えていただく。市あるいは戦略会議が、手を差し伸べて強引に引っ張り上げるのではなく、それぞれが自分達のターゲットや課題の下にどうやるかが戦術。

(委員)

- ・資料①9ページで効果測定の調査方法について記載されている部分に質問。大きな流れとしては、2018年に市民の意識を変え、2019年に行動を促し、2020年にまちの存在感を高める。2019年の行動を促した後の、定着や発展の評価について、アウターには商品やサービスの購入意向や観光意向・移住定住意向の調査をするが、インナー、市民の浸透については、どのように評価するのか？

(武発地方創生参事)

- ・まだ具体的には決めていない。方向としては、米沢への理解度や米沢に対する思いなどを、アウターとの対比の中で作っていくことになる。

(委員)

- ・初年度は市民の意識を変えるということ。市民の理解を深める活動になると思うが、コンセプトをも

ってして、それぞれの分野の方々がどういう動きをするのか質問しようと考えていた。ブランディングを一方向的に市民に教える・理解をしてもらうのではなく、双方向で活動していくということでのよろしいか？ 双方向じゃないと参加しているという意識が高まらないと思う。

(武発地方創生参事)

・初年度については皆さんに説明していることに加え、ワークショップに参加された方にも考え方はわかっていたかと思う。これから棚卸をする方々も、一部にはわかっていたかと思うが、市民全体の中では少数。これから「挑戦と創造」の下に、ブランディングをしていくことをわかりやすく覚えていただき、念頭に置いていただけるのが資料にあるもの。行動に移すときには、それぞれが「挑戦と創造」の下に、どのように商品を出していくか。認証と絡めたアドバイス等も自分達でしていく。初年度は少数にしか知られていないコンセプトを形にして、わかりやすくまとめる。

(委員)

・市内部での調整などして、米沢市が展開している色々な施策と連動するべき。

(委員)

・主語を変えればどこでも使えるような企画ではダメだと思う。「挑戦と創造」は美しい言葉だが、具体性がない。問題を解決するための「挑戦」であるべき。「創造」は根本にある人づくり、人に対するものだと思うので、そこをちゃんとしないと形ができない。今回市役所が外に出て色々な人から話を聞いたのは非常に画期的。今後のワークショップやヒアリングでは、問題点を出してもらって目標が見えるのではないかと。
・人集めが非常に上手な団体、グループのような成功事例に、ヒアリングやワークショップをやって、ブランディングに活かしていただきたい。

(委員)

・市民の意識を変えるということで、若い人が中心になって人を呼び、米沢を活性化させるとなると、高齢者はどうしてもお任せする感覚になる方も多い。IT用語や英語が使われると混乱してしまう市民も多い。優しく丁寧に公平なやり方をお願いしたい。

(委員)

・ブランド戦略は大切。米沢の知名度を上げるためにも必要。市民にわかってもらうには、3年間は厳しいスケジュールだと思う。しかしあまり長い期間がかかると、かえって成功しない。
・認証システムをどうするか。米沢牛や米沢八湯など色々な候補が入るが、どのような基準で公平に選ぶのか。「挑戦と創造」であれば、しっかり基準を決めて合わせていくのが大切だと思う。「山形セレクション」も今はちゃんと動いていない。しっかり動かすためには、基準を決めて印象になるような努力をすることが大切。

(会長)

・坂川委員の意見は私どもでも非常に難しいことだと思っている。排他的にならない、クオリティーで競争できるようなものという、非常に難しい評価になる。一個一個の認証ではなく、全体のムーブメントに対する審査。どこまで切り込めるかケースバイケース。認証システムを確立するのは3年だが、認証はずっと続く。ここから始まるわけなので、今の意見も参考にしたい。

(委員)

・ブランディングを業界にどう落とし込むのがいいのか考えている。業界でも、米沢織も地域団体商標を取ったので、もっと有効に活かさないといけない。ロゴマークを作って、米沢で企画製造したという基準も前面に出していこうという話が出ている。タグを作って、タグがついていないものは米沢織ではない、という形にできるくらいの仕組みを作りたいという話も出ている。

・例えば越品のように、三越伊勢丹と提携して認証したものを、ここで販売するというような具体的なものがないといけない。三越に出せるなら頑張ってみようという気にはなるが、そのレベルにはなかなかできない。売り場のプロを連れてきていただいて、食品や原産品など色々な特産物も取り上げていただけるような仕組みがなければ、いいものが出てこないのではないか。その仕組みを早めにつけていただくと、業界内でやってみようという案が出てくると思う。売り場がないところには行きたくない。今は売り場を探している状況。

・ヒアリングしながら中身を濃くしていくと思うが、山大生や米短生など若い人が活躍している団体もたくさんあるので、彼らにも聞いていただきたい。よそ者で米沢に住んでいる人達からいいアイデアが出てくると思うので、情報を入れていただきたい。博報堂さんがヒアリングする方以外を探すといいと思う。

・資料が多いと、短い時間の中での説明が大変なので、紙一枚で作っていただけると説明や市民への浸透も早いのではないか。

(会長)

- ・ダイジェスト版の資料が必要。
- ・経済に結びつかなければ業界も動かない。

(委員)

・ロゴマーク、ブランドスローガン、ステートメントについて。これがブランドの顔になると思うので、市民や対外的にも浸透しやすいものを作っていただきたい。ここを失敗すると絶対にうまくいかないの、早い段階で作っていただいて市民に浸透させたい。

・認証システムについて。全体の骨組みが決まってから慎重に進めていく方が、展開としては充実したものになっていくのではないか。認証の仕方をどうするか。

・展開の仕方について。三越伊勢丹との提携や、カタログギフトを山形県内の企業と提携していくことは重要だと思う。先入観として、カタログに載っているものは良いものだというイメージがある。そこに米沢のブランドがあると、いい印象を持たれて販売に繋がる。

・商品だけではなく取り組みも認証する点について。どうやって対外的にPRしていくか、非常に重要に

なると思う。

・宣伝の手法について。ムービーを作るのは大変だが、例えばシリーズものにして継続的に PR することも重要。インパクトのある映像を一本作っても、それ一発だけになってしまう心配がある。継続的な PR をできるように検討していただきたい。

(副会長)

・食品メーカーの立場から。鯉料理と食肉加工等を取り扱っているが、うちの会社の中で混在しており、なかなか外に発信できない。経産省、農林省の補助を受けてブランディング戦略を再構築して、改めて新商品を作る取り組みをしている。ブランドはターゲットが明確で、誰に何を売りたいかがゴールだが、その前に社員、スタッフも自分達の強み、弱みは何か、強みをどうやって情報発信すればいいか、しっかり固めないとダメ。まず社員の意識を変える取り組みをやっている。米沢ブランディングはゴール、ターゲットを明確にしてほしい。KPI をきちっとした数値目標にしていただき、ターゲットが誰で、どのような成果を上げるか明確にしないと、戦略に基づいて関わる業界の方々もスピード感が出ず、なかなか達成できない。

・観光業界の立場から。我々の目標はインバウンドの誘客。「挑戦と創造」というと、どうしても新しいものに目が行きがち。既存の資源や歴史を棚卸して、我々が売ろうとする資本と、実際の顧客とのギャップをどう埋めていくか、戦術を検討していただきたい。地域の伝統的なまつりなど、外から見て魅力的なもの、市民からも愛されているものが無くなっている。新しいものだけではなく、既存の資産を棚卸して、外からのお客様に米沢の魅力を理解してもらおう。

・「3年は短い」という意見があったが、長く時間をかけてもダメなものはダメ。もっとリードタイムを縮めて、2020年には成果を出せるようにしていただきたい。東京や京都、大阪だけでなく、地方都市にもオーバーフローで人が流れてくると思う。

(武発地方創生参事)

・観光は非常に大事なテーマ。「挑戦と創造」以外のコンセプト候補には観光寄りのものもあった。「挑戦と創造」は一見観光から遠いが、挑戦と創造の切り口で、今までになかった商品や感動をどういう風に与えられるか、もう一度考えていく。そういう試みをしていくことで、他の産品や人を同じような方向性の下に、米沢の観光、誘客の形ができていくといい。

(副会長)

・モノだけではなくコトについても認証していただきたい。できたモノだけではなく、これからコトを起こそうとしているところにも援助が欲しい。

(委員)

・新聞広告を一回出したからといって、知名度が上がるわけではない。広告で色々な雑誌を活用するのはいいと思う。それに加えて、一般記事で取り上げられるようなパブリシティの出し方を効果的にやった方がいい。米沢のブランディングが紙面の頭を飾るようなやり方をすれば、山形新聞だけではなく各紙に取り上げられるようになる。効果的なやり方を考えていただきたい。

・ムービーやウェブサイトを作ったとして、内容がずっと同じだと誰も見なくなる。如何に更新していくか。

(会長)

- ・一通り意見を言っていたが、追加しておきたい意見があれば。
- ・全委員の方から意見、質問、要望があった。特に意見に関しては、十分に吸収しながらやっていきたい。
- ・2番目、米沢ブランド戦略事業にかかる地方創生推進交付金の重要業績指標（KPI）の変更（案）について。
※佐藤米沢ブランド推進室主任、資料②について説明。

(会長)

- ・KPI の変更について。これから必要なものを確保していくために、目標のペースを上げる。観光の誘客数、入湯税額を10%以上。決して容易な数値ではないが、それを目指して進めていこうということ。
- ・KPI の変更について、委員の皆さんから意見があれば。

(副会長)

- ・変更後の KPI が達成できなかつたら？

(佐藤米沢ブランド推進室主任)

・KPI を達成できなかったからといって、国に交付金を返さなくてはならないということにはならない。ある程度の目標に向かって事業を進める指針にすべきもの、と国の方で認識している。

(会長)

- ・KPI の変更案については了承ということで良いか？

(他委員)

- ・はい。

(会長)

- ・3番目、その他について意見はあるか？
- ・事務局から何かあるか？
- ・意見はないということで良いか？

(他委員)

- ・はい。

(会長)

- ・これにて議事を終了する。
- ・4 番目、米沢ブランドキックオフ講演会について。
※佐藤ブランド推進室主任、米沢ブランドキックオフ講演会について説明。

(伊藤米沢ブランド推進室長)

- ・是非米沢ブランドキックオフ講演会に参加していただきたい。
- ・以上を持って、平成29年度第2回ブランド戦略会議を終了する。