

平成30年度第4回米沢ブランド戦略会議 会議録

- 1 日 時 平成30年8月2日(木) 10:00~12:00
- 2 場 所 米沢市役所3階庁議室
- 3 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、中川浩一委員、遠藤正紀委員、坂川好則委員、石塚久子委員、佐藤英司委員、松本昭弘委員
プロジェクト：吉澤彰浩さん、本多作之助さん、安部里美さん、安部宏海さん、須藤広報広聴主査、小野田工業労政主査、斎藤農林課主任、土屋観光課主事
博報堂：宗形英作さん、永井一史さん、橋本直彦さん、石川美子さん
- 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
- (2) 議事

2-1. 米沢品質向上運動(旧認証制度/第3次案)について [資料①]

(米沢ブランド推進室長)

・今まで名称自体を「米沢ブランド認証制度」としてきたが、米沢のブランドの考え方は何か権威のある方が認証を与えて終わり(認証がゴール)ということではない。認証だけで終わらない、続けていく、すなわち「運動」ではないかと考え、「米沢品質向上運動」と名称を改めたらいいのではないかと結論付けた。(1ページ)

・ブランディングの全体構造としては、市内外に米沢ブランドを浸透させていくことが米沢ブランドアクション、行動を具現化するという意味で米沢品質向上運動を位置づけしていく。(2ページ)

・米沢品質向上運動の仕組みは、様々な参加者が一次登録をし、登録した方々を **TEAM NEXT YONEZAWA**(米沢品質向上運動参加者)と称す。参加者は色々な活動をし、支援を受けて育成していく。その中で優れた品質に対してアワードを決めていく。アワードを受賞されたモノ・企業は米沢ブランドのトップランナーとして引っ張って行って欲しい。アワードには市民の意見も組み込んでいく予定。(3ページ)

・「米沢品質向上運動」への市民参加のしくみについて、多くの市民に意見を求めたいので SNS の活用をしていくことを第一段階とし、責任を持って米沢品質の選定に関与していただくために市民調査員を設けることが第二段階とする。この二段階方式で市民参加を促していきたい。(8ページ)

・一次登録者育成の目的はセミナー等で参加者自身が上を目指していきたいと思ってもらうこと、有望候補にはより具体的なサポーターを付ける。リーダー(AWARD 受賞者)の更なる育成として、よりレベルの高いスキルやネットワークが得られるようにリーダー勉強会を開催する。(9ページ)

・AWARD の審査員については宗形さんか永井さん。内部、外部審査員はそれぞれ5名程度を予定している。外部審査員候補として赤枠で囲んである方々が有力候補である。(10,11ページ)

(戦略会議会長)

・認証制度を認証がピリオドではなく、現在から未来への一連の流れとして捉えていくという面で「米沢ブランド認証制度」から「米沢品質向上運動」と名称を変更することに対して委員の方から意見等あればお願いします。

(PJ)

- ・挑戦と創造は現在進行形であるが、「認証」というのは過去完了形に聞こえてしまう。
- ・「米沢品質向上運動」としてみんなで取り組んでいくのが **TEAM NEXT YONEZAWA**、その中で挑戦と創造を果たしていくのが **AWARD**。
- ・訂正 福王寺和彦→福王寺一彦（10ページ）。

(米沢ブランド推進室長)

- ・全体の説明をしましたがそれぞれの補足として橋本さんからお願いします。

(博報堂)

- ・一次登録者の使用マークのレギュレーションについて、よろしくない商品に「米沢品質」が付いてしまうとブランドに傷をつけかねない。そのため一次登録者にマークの使用規定を明確に示し、承諾を得るようにする。&TOKYOについても同じように規定を設ける。
- ・外部審査員候補者は未来志向として若い方々に審査員になっていただきたく候補に入れた。また、日本の外からの視点として外国の方も候補に入れた。女性の意見も取り入れたいので女性も候補に入れた。

(米沢ブランド推進室長)

- ・**AWARD** や **TEAM NEXT YONEZAWA** のロゴについて [資料②] 博報堂からお願いします。

(博報堂)

- ・ブランド側から完全に発信するものと **TEAM NEXT YONEZAWA** は分けようということで新たにロゴを制作した。**TEAM NEXT YONEZAWA** は一つのメッセージだと思ったので、比較的大きくあしらい、米沢品質と同等のボリュームで制作した。
- ・ピンバッチは金属のシンプルな形で、本来は○の中に米沢品質等が入っているが、小さいのであえて輪っかの部分だけ活かして **TEAM NEXT YONEZAWA** が目立つようにした。
- ・**AWARD** のロゴは **Quality of Challenge & Creation** の言葉や背景を白か金にするかはこれから検討していく。

(戦略会議会長)

- ・提案事項が少し変わってきているが、委員のみなさんからご質問はありませんか。

(委員)

・今までの説明から AWARD は TEAM NEXT YONEZAWA から選ばれるので、ヒトに AWARD が付くと思われるのだが、リンゴにも AWARD が付くということで、何に AWARD が付くのか教えてほしい。

(米沢ブランド推進室長)

・基本的にはモノ・コト。モノ・コトに AWARD が付くが、それを生み出す運動体（企業）がリーダー（手本）となっていくという考え。

(委員)

・リーダーの作り出したモノやコトにはシールを貼ってもいいということか？

(米沢ブランド推進室長)

・そうではない。一つの運動体（企業）が何個も商品を作っていると思うので、リーダーが作っているモノすべてに AWARD を与える訳ではない。良い物を作った運動体を AWARD とし、リーダーとなる。つまりモノやコトあるいはサービスありきで AWARD を与えていく。

(委員)

・審査員はヒトではなくモノやコトを審査するということ？

(米沢ブランド推進室長)

・モノやコトにつながる物語を審査してもらう形になる。

(委員)

・運動体であるヒトではなく、具体的に生み出されたモノやコトを審査するということ？

(米沢ブランド推進室長)

・顕在化してきたものを審査してもらい、全体を評価してもらうような感じになる。しかし、AWARD のシールはモノやコトにしか貼りようがないのでそういった形になると思う。

(委員)

・AWARD を生み出した人は名刺に AWARD のロゴマークを付けられないということ？

(米沢ブランド推進室長)

・モノやコトやことがメインで、名刺に貼るのは TEAM NEXT YONEZAWA のロゴマークだと思う。

(戦略会議会長)

・例えばリンゴを作った人ではなく、産出された高質なリンゴに対して AWARD のロゴを貼る。その農業者の活動に関しては TEAM NEXT YONEZAWA の一員であるという気概や意欲の位置づけだということ。企業も同じで、企業に付与されるものではなく、企業が生み出したものに付与される。ということですが、皆さんご意見ありますか？

(委員)

・リンゴということで例を挙げると、米沢市は館山りんごという名前が脈々と残っているわけだが、実際農協では置賜統一共選ということで農協に出荷してもらったものは南陽も高畠もみんな同じで、館山りんごにならないのが現状。ですので、館山りんごが AWARD を付与され、AWARD シールを貼りたいという時に農協という立場でどのように関わっていくのか。農協に出荷しない人が多いなかで、どういう立ち位置にいればよいのか非常に困惑している。

(米沢ブランド推進室長)

・農協さんの場合は米沢だけでないので非常に難しい問題。昨年リンゴ農家さんにお聞きしたところ、TEAM NEXT YONEZAWA に参加したいという意欲があるが、実際にどうすればよいのか分からないというのが実情。ただ、AWARD を目指したいという意欲や実際に作物を作っていれば TEAM NEXT YONEZAWA として参加することは可能である。育成支援によって農家さんたちをサポートするのが我々の役目。生産・出荷までやって頂ける方を選ぶ農家さんはそちらに出してもいいし、もう少し頑張りたいという農家さんには挑戦してもらおう。その代わり農家さん自身で管理して頂かなければならないのでハードルが上がってしまう。それぞれの団体の考え方に基づいて支援していく予定。

(PJ)

・TEAM NEXT YONEZAWA のガバナンスが取れる人が参加していくことになるので、農協として大きな組織でできないのであれば難しい。もしくは農協の中でとある部門として申請できる、または農家さん自身の取り組みとして挑戦していくのであれば申請できると思う。農協など大きなところからではなく、できる範囲の所から数を広めていった方がいいのでは？バックストーリーが見えるものしか AWARD として認定されないなので、ストーリーを明確にするほうが良い。

(PJ)

・米沢牛はすでにブランドとして成立しているが、だからといって AWARD を与えるという訳ではない。米沢品質の AWARD と与えるにあたって、「挑戦と創造」のエッセンスが入っているか否かが大事。
・米沢オリジナルブランドというものが米沢品質となるのではないか。

(戦略会議会長)

- ・ 館山りんごや米沢牛、お米等はそれ自身が昔の人たちが培ってきた大きな意味での AWARD ではないか。夕張メロンも高品質をつくりだそうという共選制度で生み出されたモノ。りんごなど既存のモノと AWARD 合わせていく。その中でストーリーをつないでいくことが可能なのかということが今後の課題なのではないか。

(委員)

- ・ 既存商品の AWARD はお客様が求めているものの価値基準を加えて判断しなければならない。
- ・ 新しい基準・価値を見出すことが重要。そうすることで業界も新たなチャレンジをするきっかけとなるのではないか。

(委員)

- ・ TEAM NEXT YONEZAWA が基本ベースにあり、参加したい人は参加する。そこから名刺作成やセミナー聴講等を通して運動に参加していく。その中で良い物が出来てきた人をフォローし、有望候補として AWARD を目指してもらおう。1 登録者に対して「米沢品質」を貼る訳ではないし、「TEAM NEXT YONEZAWA」も商品に貼るという訳でもないのか？

(米沢ブランド推進室室長)

- ・ はい。

(委員)

- ・ だとすると、名刺に TEAM NEXT YONEZAWA と記載していくことで運動を広めていくということでのよろしいか？

(米沢ブランド推進室室長)

- ・ はい。

(委員)

- ・ AWARD の受賞は一年ごとに変わるのか？毎年違うものが表彰されるようになるのか？

(PJ)

- ・ 一度受賞されたモノが再度受賞されるかは今後の検討課題。

(博報堂)

- ・ 認証自体には年号が入っているので、受賞した翌年翌々年までそのシールを使うことは難しいが、Web サイトに受賞したことを掲載するのは可能ではないか。

(委員)

- ・認証をクリアして表彰されたものはなかなか品質が落ちるとは考えにくい。
- ・一度受賞されたモノに関しては「2019～ 米沢品質」という形にすればいいのではないかと。もし規格から外れれば米沢品質から外せばよい。

(戦略会議会長)

- ・「挑戦と創造」は現在進行形なわけだから2019～で良いと思う。

(米沢ブランド推進室長)

- ・外部からの評価が入れる予定なので、よほどひどくなければ外れることはないと思う。
- ・ブランド調査や市民の意見から、もし悪評が出てきたら改善するよう呼びかけをしていく。

(委員)

- ・運営しているといろいろな問題が出てくると思うので、3年計画ですが3年後以降も市役所内にブランド推進室をきちんと残しておくことや、予算の管理をしていくことをお願いしたい。

(委員)

- ・市長や市の行政から米沢品質向上運動としてエントリーしていただきたい。
- ・行政から浸透させることが大事だ。

(戦略会議会長)

- ・米沢品質向上運動は継続させることが大事。継続させなければ意味がない。
- ・運動や仕組みの細部に関しては検討課題が少し残るものの、メインのスキームとしてはご了承いただくということではよろしいか。

(他委員)

- ・はい。

2-2. 各種制作物について

(戦略会議会長)

- ・では各種制作物について説明をお願いします。

※ブランドブック・ワークツール [資料②] について説明

(博報堂)

- ・ブランドブックの内容についてはすでにご了承いただいているので今回は方向性について詰めた。
- ・統一感ある表現にまとめた。意図としてブランドブックは一回見たら終わりという訳ではなく、何回も読み直して欲しいと思ったから。十分な見応えがあるようにまとめられた。
- ・構成自体は特に変えてないが、大きさは B5 サイズを想定。身近に置いておいて欲しいので、身近に持ってられる B5 サイズが妥当ではないかと思う。
- ・当初予定していたものはブランドブックと同じように冊子で印刷して使用することを想定して「ワークブック」とご提案してきたが、記入して使うことを考えたときに Web 上で PDF のようにアップロードさせた方がいいと思った。その際に「ブック」より「ツール」のほうがしっくりくるため、名前を「ワークツール」に変えた。
- ・ワークツールは A4 版を想定。

(戦略会議会長)

- ・ブランドブックは考え方をシンプルに浸透させるためのツールとして考えてよいか？

(博報堂)

- ・はい。ブランド全体の方向性や伝えたいことをまとめたバイブルのようなもの。

(戦略会議会長)

- ・ワークツールは自分自身のアクションや AWARD に向けた行動、現状分析から次の目標設定など個別にガイドしていくための枠組みでいいか？

(博報堂)

- ・はい。アクションのためのブックです。自分で行動しようと思った時にこのようなツールがあると考えやすいのではないかと思う。

(戦略会議会長)

ブランドブックとワークツールについてご説明がありましたが、ご質問がある方はいらっしゃいますか？

(委員)

- ・TEAM NEXT YONEZAWA の話が一切出てきていないので、TEAM NEXT YONEZAWA の流れがつかめない。

(戦略会議会長)

- ・TEAM NEXT YONEZAWA がメインであるので、第二項あたりに反映させてください。

(博報堂)

- ・はい、わかりました。

(戦略会議会長)

- ・では次に新聞の説明をお願いします。

※新聞「資料②」について説明

(博報堂)

- ・イメージはミロコマチコにお願いする予定。肖像画ではなく、生きている鷹山公で米沢市民や新聞読者に生き生きとしてほしい。米沢市民にピュアに米沢を感じてほしい。
- ・実際に描いていただくときには鷹山公の本か何かをお渡しして、イメージをつかんでもらうようにする。

(戦略会議会長)

- ・鷹山公の絵に対して何か意見はありますか？

(委員)

- ・すごく良いと思います。
- ・鷹山公だと分かれば良いと思います。インパクトが大事。

(委員)

- ・小さい頃から鷹山公の肖像画を見てきたので、これから米沢を再建させるという意味では見慣れた肖像画よりアレンジを加えたもの（若い鷹山公）のほうが「挑戦と創造」をより表現できるのでは。

(委員)

- ・見慣れた米沢の肖像画もこのように変わっていくというそれこそが「挑戦と創造」のメッセージ性があってよい。

(PJ)

- ・「挑戦と創造」のなかにイノベーションやブレイクスルー等の気持ちが無いと大変。そのくらいの気概が大事。

(PJ)

- ・米沢市民に響いていただけるものがないのではないかと。

(PJ)

- ・体育館に飾られるくらいの運動になればいい。

(委員)

- ・私の年代はももとの肖像画の方が慣れているが、みなさんがいいと思うもの（オリジナル、若い鷹山公）がいいのではないか。

(委員)

- ・このイメージを使うのは新聞広告だけ？

(博報堂)

- ・現時点ではそのように考えているが、もったいないのでポスターの図柄として使うかもしれない。

(委員)

- ・もったいないので、ポスターで市役所や駅など目立つところに貼ることは重要である。

(戦略会議会長)

- ・道の駅にもどうか？

(委員)

- ・どういうものが出来てくるのかはまだわかりませんが、絶対賛否両論が出てくる。
- ・「挑戦と創造」をしっかりとアピールできるような肖像画を完成させなければならない。

(委員)

- ・ぱっと見て鷹山と分かるのか。
- ・「なせばなる」のキャッチフレーズを入れないと分からないのでは？

(博報堂)

- ・メッセージや米沢品質が伝わることが大事。
- ・新聞の場合は鷹山公の説明を入れるので認識しやすいが、ポスターの場合は細かいところを読んだりしないので米沢品質をアピールするといいと思う。

(委員)

- ・トリックアートのようにどこから見ても鷹山公がこちらを見ているようにできたらいい。

(PJ)

- ・右側は誰もがわかる鷹山公であるが、左側は「この人誰だ？」というインパクトから SNS で広まっていくのでは？

(PJ)

- ・「誰だ？」の議論が出てきた方が本望。
- ・あえて鷹山公を直接結びつける言葉が無くてもいいのではないか。
- ・鷹山公が今の米沢を見たときにどう思うかなどの想像ができるような絵でもいいと思う。

(戦略会議会長)

- ・以前に鷹山公の肖像画をもとに有名デザイナーに少しデザインをお願いしたが、一部から大バッシングを受けた。
- ・逆に下手に似せるのではなく、チャレンジングにデザインをしていくことはいいかも。

(博報堂)

- ・若い時の鷹山であればいいのか？20代？

(委員)

- ・20か30代かはあまり問題ではないのでは？

(博報堂)

- ・そうであれば若い時の鷹山を調べて、年代を決めていく。

(委員)

- ・似ているか似ていないかではなく、全体の雰囲気を感じるものがあればそれでいいのではないか。

(博報堂)

- ・わかりました。

(戦略会議会長)

- ・では次の説明をお願い致します。

※ポスターについて説明。

(博報堂)

- ・ロゴを浸透させるために、ロゴと下に「未来へ、TEAM NEXT YONEZAWA 始動」でシンプルなポスターにした。

(戦略会議会長)

- ・ポスターについてはよろしいですか？

(委員)

- ・Team Next Yonezawa の文字はもっと大きくできないのか。

(博報堂)

・もともとはこれがスタンダードで、ブランド側から完全に発信するものについてはこのポスターを使うことにする。ほかに **Team Next Yonezawa** や **AWARD** のポスターも用意しており、3種類を目的と用途に合わせて使い分ける。

(委員)

・使い分けの区別をしっかりとるようにしないといけない。

(博報堂)

・今後3つのロゴの使い方を規定するつもりです。

(戦略会議会長)

・では次にムービーについて説明をお願いします。

※ムービー [資料③] について説明

(博報堂)

・ムービーの基本的な考え方は「運動」であり、米沢市民に向けて制作している。主役は米沢に生まれた赤ちゃん。すてきな米沢を作る運動がすでに始まっているという流れで制作した。

・白い吹き出しが赤ちゃんの声で黄色い吹き出しが市民の声。基本的にはミュージカルである。

・挑戦と創造を始めている人に出演していただく。

(戦略会議会長)

・ムービーについてご質問、ご要望等がありますか？

(博報堂)

・補足で、米沢出身の赤ちゃんとありましたが、安全を期すために素人ではなく事務所に所属している赤ちゃんを探し、できるだけ米沢出身、山形出身を最優先にする。いなければ東京出身とかになってしまう。

(戦略会議会長)

・資料に基づいて、次回ムービーを見ることができるか？

(米沢ブランド推進室長)

・このご提案でよろしければ、完成形を10月の会議でお見せすることは可能。

(戦略会議会長)

・この案に特にご意見がなければ完成形を作成するということがいかがですか？

(他委員)

- ・はい。

(戦略会議会長)

- ・では、次の説明をお願い致します。

※Web サイト [資料④] について米沢ブランド推進室主任が説明。

(米沢ブランド推進室主任)

- ・米沢ブランドに関する情報を統括する Web サイトとして、情報発信・認証申請等を一元管理する Web サイトを構築していきたい。
- ・米沢市の公式 HP からダイレクトにリンクを貼る米沢市の管理するページを位置付ける予定。
- ・トップページに新着案内やブランドムービー、専用 SNS を用意して、動きのあるものにする。
- ・未定のふるさと納税は、現在外部の専用サイトを通して運用されていますが、将来的にはブランド Web のなかに集約できないかと考えている。また、クレジット決済機能を設ける必要があるのでセキュリティの高い外部サーバーを使うと想定している。
- ・品質向上運動に Team Next Yonezawa や AWARD が掲載される形になる。そこから市民調査員や一般の方々に評価してもらおう。市民調査員は専用アカウントを作成するが、一般人や観光客は専用アカウントを取得するのが手間で、評価に参加してもらえないことが危惧されるので、Yahoo や Google, Facebook など外部アカウントと連携して評価をしてもらう予定。
- ・評価について、アカウントを取得しないと Web に認定品を載せた際にいたずらや炎上目的をする人が出てくるかもしれないので、きちんとアカウントを取得した上で責任を持って評価していく流れを作りたい。
- ・Team Next Yonezawa の申し込みも Web 上で行い、戦略会議等で OK が出たものが Web 上に掲載されるようにしていきたい。ペーパーでの申請は考えていない。登録者は自分たちのページを運用できるようにする。
- ・現在 2 社ほど Web 制作会社に問合せをしており、我々の予算内で作成していただくことは可能。

(戦略会議会長)

- ・これについて意見がある方はいらっしゃいますか？

(委員)

- ・ふるさと納税との関連性は何か？なぜふるさと納税の拡張が必要なのか。

(米沢ブランド推進室主任)

- ・返礼品として米沢品質を取得したモノが選ばれていくという想定や、米沢の品質が保証されたモノが返礼品として選ばれてほしいという希望。
- ・外部サイトに掲載してもらっているが掲載料が高く、削減のために自前サイトで運用していきたい。

(戦略会議会長)

- ・HPの管理は市の事務局でしていくということ？

(米沢ブランド推進室主任)

- ・はい。ですので、可能な限り自動化していきたい。

(戦略会議会長)

- ・承認されればトライアル版を一度委員の人に公開して使い勝手を聴取するようなことは考えていますか？

(米沢ブランド推進室主任)

- ・今の段階では10月中旬に仮UPを予定している。

(委員)

- ・一本一本議会の承認が必要なわけではなく、この会議で承認されてその中の予算で使っていくということ？

(米沢ブランド推進室主任)

- ・はい、そうです。

(戦略会議会長)

- ・一度仮UPしたものを委員のみなさんに見ていただき、評価をしてもらうことをステップとして入れていくが、基本は今回の提案のようなWebサイトでよろしいか？

(PJ)

- ・スマートフォンのアプリで「たまぷり」というものがありますが、そことの連携を考えたらどうか。
- ・ログイン解析をすると半分以上がスマートフォンで見ているので、入り口部分が大事。

(米沢ブランド推進室主任)

- ・PC版で見るWebサイトはもちろんですが、スマートフォンで見るとスマホやタブレット版に自動で変換されるようになっているので対応できると思う。

(戦略会議会長)

- ・周知用ツールについて説明をお願いします。

※周知用ツール [資料⑤] について米沢ブランド推進室主任から説明。

(米沢ブランド推進室主任)

- ・米沢ブランドを知ってもらうための周知用ツールとして10個のツールを用意しています。TEAM NEXT YONEZAWA については名刺、ネームプレート、運動体参加証明ピンバッジ、米沢品質の認定証。周知用としては公用車用ステッカー、掲出用横断幕、ポスター、のぼり旗、法被。アウター用として観光ポスター。

(戦略会議会長)

- ・みなさんいかがですか？

(PJ)

- ・周知用ポスターの配布の仕方は無償と有償の2通りあると考えられるが、ピンバッジは無償配布しても価値が下がってしまうのでは？使い分けが大事。

(米沢ブランド推進室主任)

- ・事務局側としては TEAM NEXT YONEZAWA の関係者に広く使ってもらうために無償で配る想定をしていたが、以前も無償で配ってしまうと付けないでしまってしまう人がいるのではということから販売した方がいいのではという意見があった。
- ・価格帯はいくらが良いか。

(米沢ブランド推進室長)

- ・ブランド責任者や品質向上責任者などが必ず一人はついてくると思うので、受賞した方にはお渡ししてもいいのでは？
- ・もし同じ事業所や団体で欲しいということであればそこから有償でもいいのでは？

(委員)

- ・米沢でスーツを着ている人をあまり見かけないので、ピンバッジではなくもっと違う形で広める方法はないか。缶バッジ？

(米沢ブランド推進室主任)

- ・缶バッジは安っぽいということで付けたくない人が多い。

(委員)

- ・どういうシーンでピンバッジを付けることを想定していますか？

(米沢ブランド推進室主任)

・できれば社長だけではなく、社員さんにもつけていただいて自分たちは「挑戦と創造」のもとにこういう取り組みをしているんだと感じ続けてほしい。

(戦略会議会長)

- ・現場の人間はピンバッチを付けないので、結局社長だけになってしまう。
- ・現場の人間にも付けてほしいならピンバッチではなく、何か違うものにしないといけない。

(米沢ブランド推進室主任)

- ・ツールについては再度プロジェクトの方で検討してみます。

(戦略会議会長)

- ・お願いします。
- ・米沢市で膨大な数の公文書や封筒が出るところに、タブラインを使うことは可能か？市民の方に刷り込みをかけていくことが必要なのでは？

(米沢ブランド推進室長)

- ・当初の考え方では役所の中で封筒のデザインにも組み込むことを予定しています。ただ茶封筒なので色合い等を考えていかなければならない。
- ・公文書やメールの最後に入れてもらうことも検討中。

(戦略会議会長)

- ・役所でそのように出来れば市民への周知に効果的だと思うので、色んなものにクレジットのように必ず付けることも必要ではないかと思う。ぜひご検討をお願いします。
- ・各種制作物については以上です。次に（仮称）米沢ブランド宣言イベントの日程について説明をお願いします。

3. 仮称）米沢ブランド宣言イベントの日程について

※米沢ブランド推進室主任が説明。

(米沢ブランド推進室主任)

- ・日にちは平成30年11月2日（金）の11時からですが、時間は未定です。場所は山形大学スマート未来ハウスの予定です。
- ・関係団体みなさんにたくさん参加して頂いて大きなイベントを開くのではなく、これから米沢のブランドが始まるというのをコンセプトに沿って行っていく予定です。

(戦略会議会長)

- ・委員のみなさんは11月2日11時からの御予定で調整をお願いします。

4. 平成29年度地方創生推進交付金のKPIの効果検証について

※米沢ブランド推進室主任が説明。

(戦略会議会長)

- ・このKPIの効果検証について、何か意見あれば、求めます。
- ・特に無いようなので、これで議事を終了します。

(米沢ブランド推進室長)

- ・次回の会議の日程は平成30年10月12日(金)10:00~12:00を予定。場所は未定。
- ・長時間にわたる会議ありがとうございました。これにて第4回米沢ブランド戦略会議を終了させていただきます。