

会議録【要点筆記】

1	会議名称	令和5年度第2回米沢ブランド戦略会議						
2	開催日時	令和5年8月21日(月) 午後1時30分～午後3時30分						
3	開催	米沢市役所 3階 303会議室						
4	出席者 12名 +2名	役職	氏名	班	所属			
		会長	本 多 作之助	A	株式会社本多建設 代表取締役			
		委員	宮 坂 宏	B	(一社)米沢観光コンベンション協会 副会長			
		委員	川 野 敬太郎	A	(公社)米沢青年会議所 副理事長			
		委員	安 部 吉 弘	B	米沢繊維協議会 副会長			
		委員	金 田 江里子	A	株式会社tree 代表取締役			
		委員	小 林 裕 明	A	山形新聞社 取締役置賜総支社長			
		委員	小 山 莉津子	B	株式会社ニューメディア コンテンツ制作課 主任			
		委員	坂 川 好 則	A	道の駅米沢 駅長			
		委員	入間川 悟	B	東日本旅客鉄道株式会社 米沢駅長			
		委員	鈴 木 沙 羅	B	米沢商工会議所青年部 広域連携・会員拡大委員長			
		委員	斎 藤 和 也	A	米沢栄養大学 教授			
		委員	城 戸 淳 二	B	山形大学工学部 卓越研究教授			
		オブザーバー	静 徹 也	-	東日本旅客鉄道株式会社 山形支店長			
		オブザーバー	吉 田 龍 平	B	山形大学人文社会科学部 3年(インターン生)			
5	欠席者 6	副会長	安 部 徹	-	米沢商工会議所 専務理事			
		副会長	菊 地 智	-	山形銀行米沢支店 支店長			
		委員	安 部 里 美	-	温泉米沢八湯会 事務局長			
		委員	遠 藤 正 紀	-	米沢舞鶴法律事務所 弁護士・弁理士			
		委員	宮 崎 雅 文	-	米沢市農業委員会 委員			
		委員	伊 藤 浩 志	-	山形大学工学部 副学部長			
6	事務局 出席者		安 部 晃 市	-	産業部長			
			渡 部 美由紀	B	米沢ブランド戦略課長			
			後 藤 正 人	A	米沢ブランド戦略課課長補佐			
			佐 藤 功 児	B	同	米沢ブランド推進主査		
			大 越 麻 旦	A	同	主任		
7	会議次第	1 開会 2 会長あいさつ 3 グループディスカッション 4 発表 5 会長総括 6 閉会						
8	会議資料	次第、委員名簿、「米沢ブランド戦略事業の今後について(問題提起)」						
	起案・報告日	令和5年	8月31日	決裁日	令和5年	月	日	
	起案・報告者	担当主査	課長補佐	課 長			決裁	
							C	

■会議（報告）内容

【2 会長あいさつ（本多会長）】

- ・「TEAM NEXT YONEZAWA（以下、「TNY」という。）」とは、インナーブランディングを軸として、それを外に発信していく取組であり、そのリーダー的立場にいるのが「米沢品質AWARD（以下、「AWARD」という。）」受賞者であるという仕組みができています。
- ・これらは、皆さんで議論しながら6年間ほど時間をかけて作り上げてきたもので、ほかの市町村ではなかなか見られない取組である。
- ・「ブランド」と聞くと、商品にシールを貼るだけのイメージがあるかもしれないが、もともとこのブランドを立ち上げたときの考え方としては、地場産品や特産物に光を当てるだけではなく、作ったり加工したりするその取組や、物を作らなくても取組や運動などにも光を当てていくようなブランドを作りたいという考えであった。
- ・また、私たちが日々行っている活動自体が、米沢のブランド力につながっていくという認識を持つことができれば、米沢のブランドが他人事から自分事になっていく。そうすれば、将来、未来の子どもたちにも誇れる米沢をつくっていけないのではないかと。さらに、子どもたちだけではなく、大人も郷土愛を育む心を持ちながら、日々の活動を行っていくのではないかと。といった思いで米沢ブランドを作り上げてきた。
- ・これまでに3回のAWARDを取り組んできた成果として、0が1になったと言える。
- ・次のステップに当たり、TNYの課題に対してブランド戦略会議として一緒に解決策を考えながら取り組んでいきたい。
- ・走りながらよりよいものに改善していくには、この会議で様々な立場からの知恵を拝借し、次の活動に繋げていければよいと思っている。

■グループディスカッションの要点のみを記載

問題提起①：米沢品質向上運動の根幹であるTNYについて、登録数は200チームを超えていますが、各種研修会等に参加するのが20～30チーム、米沢品質AWARDへのエントリーは最大で2019年に27件、最小で2023年に7件となっています。TNYに登録しているものの具体的な取組みができていない方々やまだ登録していない方々をどのように巻き込み運動を大きくしていくかが課題となっています。運動が拡大し底辺が広がることによって、米沢品質AWARDへのエントリーも増えるものと考えられます。

問題提起②：TNYへの登録をお願いした際に「TNYに入るメリットは？」と聞き返されることがあります。研修やセミナーの機会提供やPR等を紹介しています。TNYについて本市としては米沢全体の付加価値をあげていく運動であり、必ずしもメリットやインセンティブが必要ではないものと考えますが、民間事業者としての経済的メリットは必須要件と考えますか？

【Aグループ】

- ・問題提起①に関して、TNYの説明が難しい、ピンとこないという意見が多かった。また、TNYの登録者が多様すぎて、ぼやけているのではないかと意見も出た。
- ・方向性としては、TNYの登録者数を増やすのではなく、質を高めるためにどういった活動をしていけばいいのかを考える。
- ・米沢のブランディングは、第一フェーズが終わり第二フェーズの段階になってきていると思うが、仮に第一フェーズは「数」をテーマにしていたら、第二フェーズは「質」をテーマとし、TNYに登録して終わりではなく定期的に更新を促すなど、登録者の方々に刺激を与えることが、「質」を向上させるのに必要なのではないかと。

- ・数を増やしていくには、子どもに目を向けて、若いうちから米沢ブランドの教育を行うなどの施策が必要であるとの意見も出てきた。
- ・問題提起②に関しては、全員一致でインセンティブはあった方がよい、との意見が出た。
- ・経済的なメリット、インセンティブよりも、質の向上にどのように繋げるかということを目に見えるように示さなければならない。
- ・企業において、自社を客観的に見る機会が少ない企業もいる中で、TNY で外部の評価を取り入れることができるようなフォーマット、スキームなどを、登録している企業に提供できる仕組みがあったほうがよいという意見も出た。
- ・米沢品質 AWARD の認知度をさらに上げる意味でも、AWARD の授賞式をエンターテインメント化し、米沢市民を巻き込むことができれば、AWARD のメリットを高めることに繋がる。
- ・既存のブランドサポーターの有用性を高める施策として、外部の評価によるポイント制を導入して、登録企業のモチベーションに繋げる取組も必要。

【Bグループ】

- ・問題提起①に関しては、登録数が上がったとしても、ブランド価値が上がらなければ意味がない。ブランド価値とは、第三者からの評価である。つまり、米沢市以外の方が米沢ブランドを「素晴らしい」と言ってくださるかが問題であるため、対外的な情報発信が重要である。今の時代、テレビではなく TikTok や YouTube などの SNS で情報発信すべきである。例えば、農林水産省の職員が行っている YouTube チャンネル「BUZZMAFF（ぼずまふ）」は、登録者が16万人ほどおり、省内で様々な職員にインタビューをしたり、他省庁に行き審議官にインタビューをしたりなどを行っている。この職員は、もともと鹿児島ローカルだったが、面白い取組だということで本省へと異動した。また、酒田市の観光大使をしているフランス人の YouTuber（酒田北前大使：ボンソワール TV）なども参考にしてみようか。米沢市も YouTuber や TikToker を探し、観光大使に任命して、TNY に登録している企業の社長にインタビューをしてみれば、見てもらえる可能性はある。また、YouTube であるため、全国的にも見られる可能性もある。予算の面からも、もうすでに有名なインフルエンサーに頼むよりも手作り感を残しつつ、情報発信をすることがよいという意見が出た。
- ・問題提起②に関しては、やはり、メリットがなければ TNY に登録しないのではないかと意見が出た。米沢市内の企業や事業者は必死で頑張っている中でも、なかなか売上が伸びずに悩んでいる状況で、登録することで売上が必ずしも上がるわけではない TNY に登録しても、手間が増えるだけであるため、登録するメリットがない。そのため、登録するメリットがなければならぬとし、メリットは米沢市からの補助金というよりは、先ほどのような情報発信方法を用いて、AWARD を取った企業へのインタビューなどから実質的な売上に繋がるなどのメリットがあるといい。
- ・その他の意見として、市庁内の連携強化が必要である。市役所内が縦割り組織であるため、施策や部署ごとの連携が取れず、一つ一つの施策に対する少ない予算でやらなければいけないため、中途半端に終わってしまう。
- ・子どもや中高生に、住んでいるとあまりわからないような米沢市の素晴らしさやよさを知ってもらうことで、郷土愛へとつながり、大学で米沢市を出たとしても、Uターンしてくる可能性もある。AWARD 受賞者が、小中学校に行き、米沢市への思い入れなどをいただければ、郷土愛を育むことができるのではないかと。

【質疑応答】

(事務局) 登録者のポイント制とはどのようなことか。

(委員) 「ぐるなび」のように評価が目に見えるようにすること。既存の取組として、ブランドサポーターの方にコメントを残してもらうものがあるが、その裾野を広げる形でもっと意見をいただくもの。企業のモチベーションにも繋がるため、そういったものも必要なのではないかという意見が出た。

(委員) SNSでの情報発信についてどう思うか。

(事務局) 米沢市でも、二年ほど前に「動画課」というチャンネルがあった。コロナ禍のときに15本ほど動画を作成したが、あまり振るわなかった。米沢市役所内でもSNSに取り組みましょうという話はあるが、若い職員に聞いても、見る専門であって実際にSNSで発信している人はいなかった。観光大使に関しては、眞島秀和さんなどもどうか、という意見も出たため、予算の関係も含めて、課内で研究させていただければいいなと考えている。

(委員) 事業を5年もやって、ブランド価値が上がらないようであれば、やり方を一新するしかない。

【会長総括（本多会長）】

・「ローマは一日にしてならず」というように、間違いなく土壌はできてはいるが、種をまき、水が足りなかったのかもしれないし、栄養が足りなかったのかもしれない。芽吹く準備はできていると私は思う。次は、情報発信など芽吹かせる努力をしなければならぬ。そこに関しては、私たちがこれからやるべきことなのではないかと思っている。AWARDのプレゼンテーションを見たことある方はいらっしゃいますか？一回目は、伝国の杜の大会議室で100名ほどの前で行ってもらいましたが、翌年はコロナ禍で中止となり、2、3回目は、市役所議場で行われました。議場なのでどうしても人が入れない、また、コロナ禍でどうしても人が入れない中で、テレビ中継などもしていただきましたが、生でプレゼンテーションを聞いていただくと、聞いている方も手に汗握る緊張感で、自社や様々な団体の取組を一生懸命に力説していただく姿は、とても感銘を受けるもので、これを皆さんに生で見えていただくと、臨場感を味わっていただくと、「私たちもあのステージに立とう」と思う方はまだまだたくさんいらっしゃると思う。TNYがあり、その取組があり、その先にAWARDがあるので、もっとたくさんの方にAWARDを知っていただきたい。そこに関しては、今年できるだけのことをやっていきたいと思っていますし、もしかしたら、来年に向けて、予算に関してやAWARDを輝かせる方法を皆さんと一緒に考えていきたいと思っている。もしかしたら、会場がホールになり、米沢市民が埋めつくすかもしれないし、AWARDのエントリーが30組ぐらいになるかもしれない。そうすれば、市の米沢ブランド戦略課がAWARDを取るかもしれない。市の米沢ブランド戦略課がAWARDを取る勢いであれば、私たちもやらされている感ではなく、共に戦う同志になるのではないかと思うので、数年後、米沢市がAWARDを取ることを夢見て一緒に活動していきたいと思っています。

以上