

平成30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5月23日(水) 10:00～11:30
- 2 場 所 米沢市議会棟 委員会室
- 3 出席委員 柴田正孝会長、宮坂宏副会長、近藤哲夫委員、仁藤重美委員、坂川好則委員、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、高橋米沢市産業部農林課長、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 博報堂 宗形英作氏、永井一史氏、橋本直彦氏

6 会議録(要点のみ)

(1) 開会

(2) 議事

(戦略会議会長)

- ・議事第1番、米沢ブランドスローガン、ステートメント、ロゴマークの提案について。

※宗形氏、資料①について説明。

※永井氏、ロゴマークについて説明。

(戦略会議会長)

- ・米沢ブランドスローガン、ステートメント、ロゴマークについて説明があった。ご意見、ご感想を委員の方々から一言ずつお願いしたい。

(委員)

- ・「あかし」は平仮名で良いのか？
- ・「沢」の川をイメージしたデザインは良い。

(博報堂)

- ・ロゴの左側「米沢品質」を目立たせるために、外のラインを波にしている。伝えたいのは形よりもメッセージ。バランスとして、右側はシンプルなデザインにした。
- ・全部漢字にするよりは、平仮名の方が読みやすく伝わりやすい。あくまでメッセージを伝える方法としての平仮名。

(博報堂)

- ・漢字だと固くなる。インナーに対しての「あかし」であり、外に対しての「あかし」でもある。特に米沢市の外に対しては、優しい形で手渡した方が、素敵な関係を築けるのではないかと。平仮名の方が、気持ちが伝わる。

(委員)

- ・ロゴマークは洗練されている。
- ・「米沢品質」だと、モノに特化している印象。説明を伺えば、コト、ヒトも含まれるとわかるが、市民が目にしたときにそれが伝わるかどうか。
- ・ロゴデザインの文字が縦横同じ字数で並んでいるので、縦書きと横書きで混乱してしまうのでは？「米沢品質」の間に一本線を引くと、間違えずに読みやすくなると思う。

(博報堂)

- ・説明した思いが、最初から市民の皆さんの腑に落ちるとは限らない。「挑戦と創造」をやり遂げたものに認証を与える認証制度の中で、どういうものを対象にするか。モノだけではなくヒトやコトも含めて認証されることで、米沢品質の幅広さが実感されていく。

(博報堂)

- ・色々な展開の中で、広い意味が伝えられるのではないかと。米沢品質はシャープな意味なので、ハードな強さが他に紛れず、単体で輪を作るメッセージになる。
- ・「米沢品質」だけだと縦横紛らわしいかもしれないが、「挑戦と創造のあかし」が縦書きで横に置いてあるので、読みやすいと思う。運用の仕方でも、縦横が混ざらないようにしたい。

(委員)

- ・シンプルでメッセージ性のあるデザイン。米沢の伝統が感じられ、名刺や看板などの使い勝手も良い。
- ・「挑戦と創造のあかし、米沢品質」を、米沢市民が自信を持って使えるか心配。

(博報堂)

- ・ロゴマークを使うことは、そのモノ、ヒト、コトの現状を肯定しているように見えるが、実際は非常に高いチャレンジの言葉である。きちんとしたプロセスで、基準を満たしたものしか使えない。安易に使えないようにした方が、対外的にも信用が増していくのではないかと。

(博報堂)

- ・ハードルが高い。21世紀は勝ち負けの時代。どういうものが皆さんに受け入れてもらえるのか。「品質」を目指して積み上げていきたい。
- ・今まで作ってきたものの中にも、「米沢品質」と言えるものがあるのではないかと。今まで注目されなかったモノやコトが、人の目に触れることで再評価されるかもしれない。どういう物語を作ってあげるか、または「挑戦と創造」の物語があるかどうか。物語を顕在化することで、「そんなに凄いものだったのか、それなら試してみたい」という気持ちを喚起させる。既存の中でも、どの視点でどのような物語を作れば付加価値の高いものとして続いていくか、棚卸ししなければならない。具体的にこれをすればいい、という認識を共有できるといい。

(委員)

- ・シンプルだが、本質的に良いものを目指そうとする姿勢が米沢に合う。
- ・「米沢品質」として出したものが、受け手にもそう受け止めてもらえるか不安。受け手と価値観を合わせるのが大変だと思う。

(委員)

- ・色々なところに使えるロゴマーク。
- ・今後どう使っていくのが重要。どのようなプロセスで基準を作っていくかが一番大切。例えばお酒一つにしても、何を基準にして「米沢品質」として選定したのか、皆さんに伝わるようにしなくてはならない。

(委員)

- ・素晴らしいロゴマークだと思う。
- ・米沢織でも、どういう基準で認証するか運用の仕方が難しい部分がある。業界や団体ごとに、外部の方からアドバイスをいただきながら基準を決めないと、「米沢品質」に見合うものを作れない。大至急基準を決めなければならない。

(戦略会議副会長)

- ・既に完成しているものに対してだけの認証のイメージが強かったが、「米沢品質」のマークが、完成されているのではなくこれから広がっていく輪のイメージだと思った。
- ・右側のカラーをオレンジにした理由は？ 文字が弱く感じる。
- ・品質の「品」は、口が三つついている。その口のそれぞれが、モノ、ヒト、コトを表していると感じた。マークについても、ヒトやコトにつける場合はカラーを変更するなどすると、わかりやすいのではないか。

(博報堂)

- ・右側のカラーは朱色、昔の赤。朱肉の赤をイメージ。「挑戦と創造」は意気込みやスピリット、目標なので、暖色系の方が気持ちを表現できる。
- ・文字が小さくて読みづらいことはあると思うので、最終的に可能な範囲で太さを調整したい。

(戦略会議会長)

- ・あらかじめ既定路線で認めることではない。ただ、私と宮坂副会長も、ロゴマークに非常にシンパシーを持ったのも事実である。最初に承認ありきではいけないので、緊張感を添える意見が出たということ。多少クエスチョンはあるが、先ほどの説明のとおり、皆さんそれぞれに思いの広がりがあり、それを含めて皆さんの腑に落ちるのは不可能。若干の認識のずれなどが必要。
- ・スローガンやロゴマークについて、地域の求心力を持たせ、遠心力を発揮できるか。展開と応用に懸かっているのではないか。正当でポジティブな解釈を浸透できるか。既に具体的なものは投げられ、委員の皆さまの焦点は今後に入っていると感じた。

・本会議では、米沢ブランドスローガン、ステートメント、ロゴマークの提案を承認し、これからより良い運用をしていくということで、まとめさせていただいてもよろしいか？

(他委員)

・はい。

(戦略会議会長)

・議事第2番、米沢ブランドKPI調査について。

※武発地方創生参事、資料②について説明。

(戦略会議会長)

・米沢ブランドKPI調査について説明があった。ご意見はあるか？

(委員)

・調査の対象者は無作為に選定するのか？

(地方創生参事)

・無作為。

・市外の方にはインターネット調査を考えている。

(戦略会議会長)

・今回はKPI調査の企画概要の説明。結果とフィードバックが出たらブランド戦略委員会でご報告いただき、修正などをしていくことが重要。

・以上を持って、議事を終了させていただく。

(米沢ブランド推進室長)

・次回の米沢ブランド戦略会議は、6月29日を予定している。確定次第、再びご連絡させていただく。

・以上を持って、本日の米沢ブランド戦略会議を終了させていただく。