

1 活動報告

(1) 第1回会議

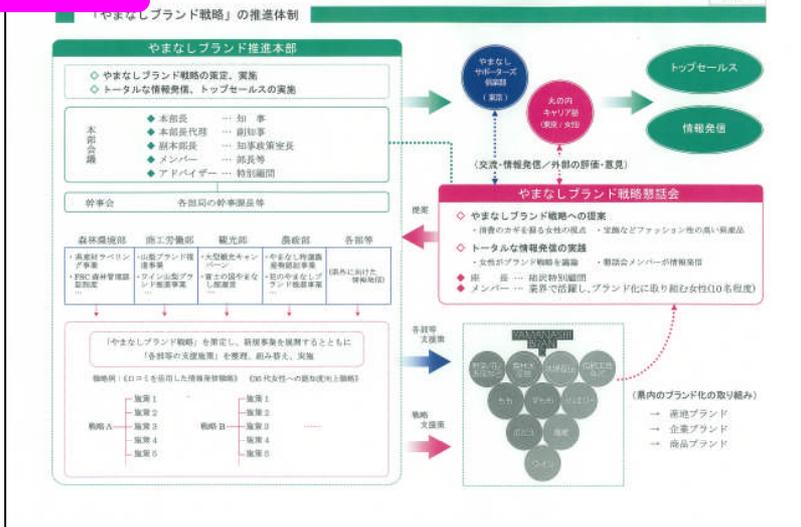
日 時 平成19年7月10日(火) 午後1:30~3:30
場 所 県庁特別会議室
意見交換 (テーマ1) 各自のブランド化の取り組み
(テーマ2) ブランド確立についての考え方

《配付資料》

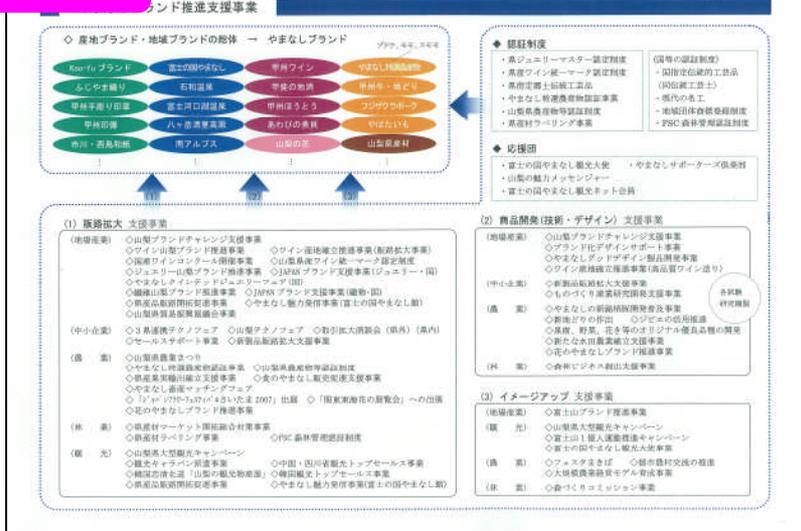
- 資料1 やまなしブランド戦略の推進体制
- 資料2 やまなしブランド推進支援事業
- 資料3 やまなしブランド戦略懇話会



資料 1



資料 2



資料 3



(2) 第2回会議

日 時	平成19年8月2日(火) 午後2:00~4:30
場 所	(株)大直 和紙ギャラリー
意見交換	(テーマ) 山梨からの情報発信について (東京の女性ジャーナリスト、 コンサルタント5名との意見交換)

※ 会議に先立って現地視察を実施

時間	内容
10:15	県庁集合
10:30~11:00	印傳博物館視察(印傳屋本店2階) 《甲府市中央》
11:30~12:00	県産材の家視察 《南アルプス市 穴井邸》
12:10~13:15	春鶯囀視察 ・昼食 ・酒蔵ギャラリー六斎 《増穂町青柳》
13:30~14:00	大直和紙ギャラリー視察(和紙の茶室) 《市川三郷町高田大正》
14:00~16:00	懇話会(会場:大直和紙ギャラリー) テーマ:山梨からの情報発信について (丸の内キャリア塾参加者と意見交換)
17:00	県庁着



印傳博物館



県産材の家



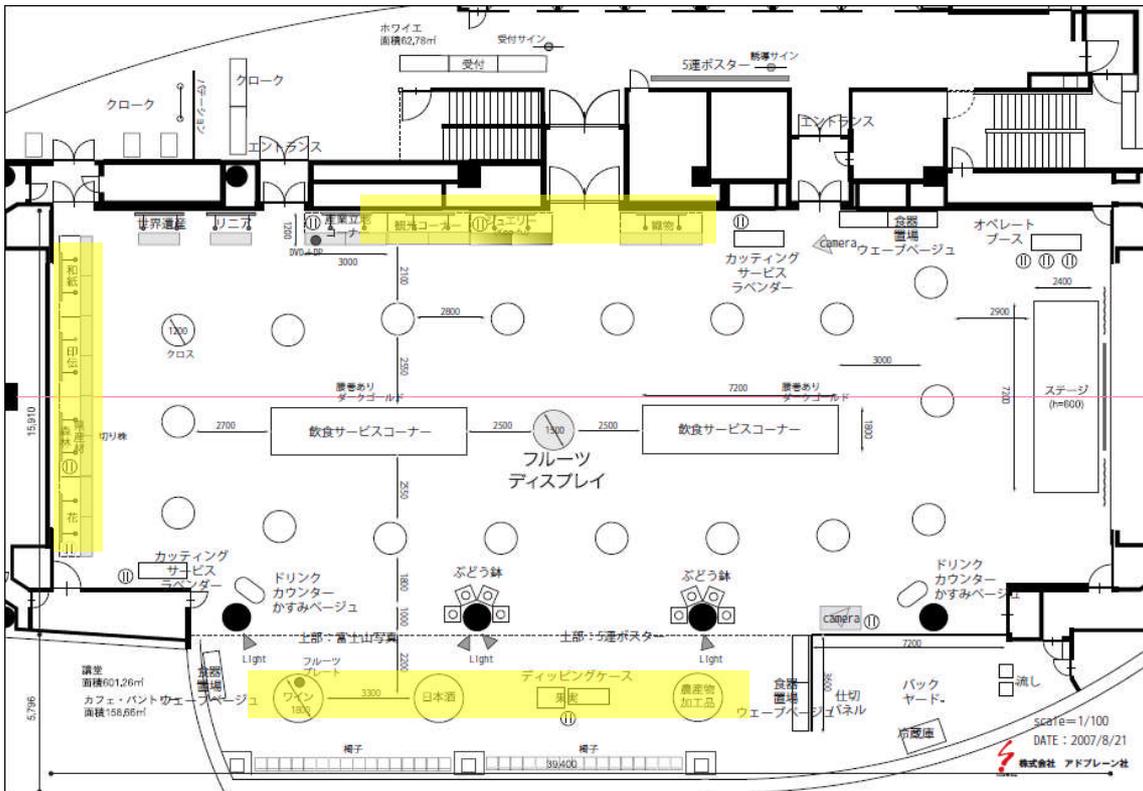
酒蔵ギャラリー六斎



大直 和紙ギャラリー

(3) 第3回会議

日 時 平成 19 年 9 月 6 日(火) 午後 6:00~8:00
 場 所 六本木ヒルズ ハリウッドホール
 内 容 やまなしサポーターズ倶楽部交流会へ参加
 約 300 名へ各産業を紹介



セミナー



交流会



アンケート

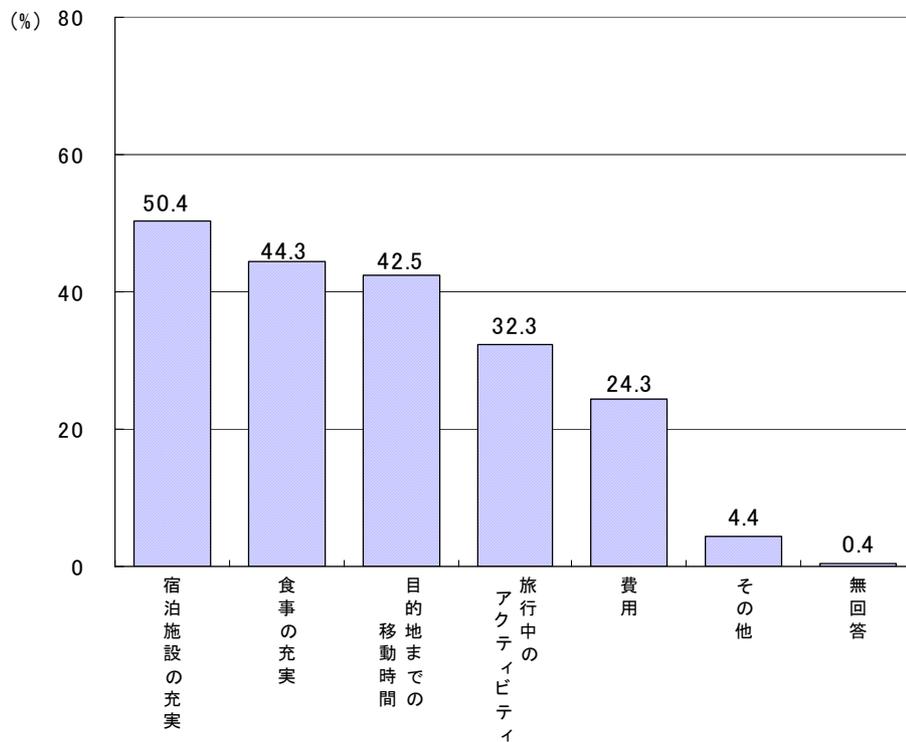
回答者の属性 集計 226人/参加者 356人 (回収率 64%)

属 性		合 計	%
年 齢	21歳～29歳	36	15.9
	30歳～34歳	72	31.8
	35歳～39歳	47	20.8
	40歳～49歳	24	10.6
	50歳以上	23	10.2
	無回答	22	9.7
職 業	会社員	147	65.0
	主婦	16	7.1
	公務員	4	1.8
	派遣社員	4	1.8
	その他	37	16.4
	無回答	17	7.5
過 去 参 加 回 数	初めて	112	49.6
	2回目	34	15.0
	3回～5回目	53	23.5
	6回目以上	15	6.6
	無回答	12	5.3

平均年齢 36歳

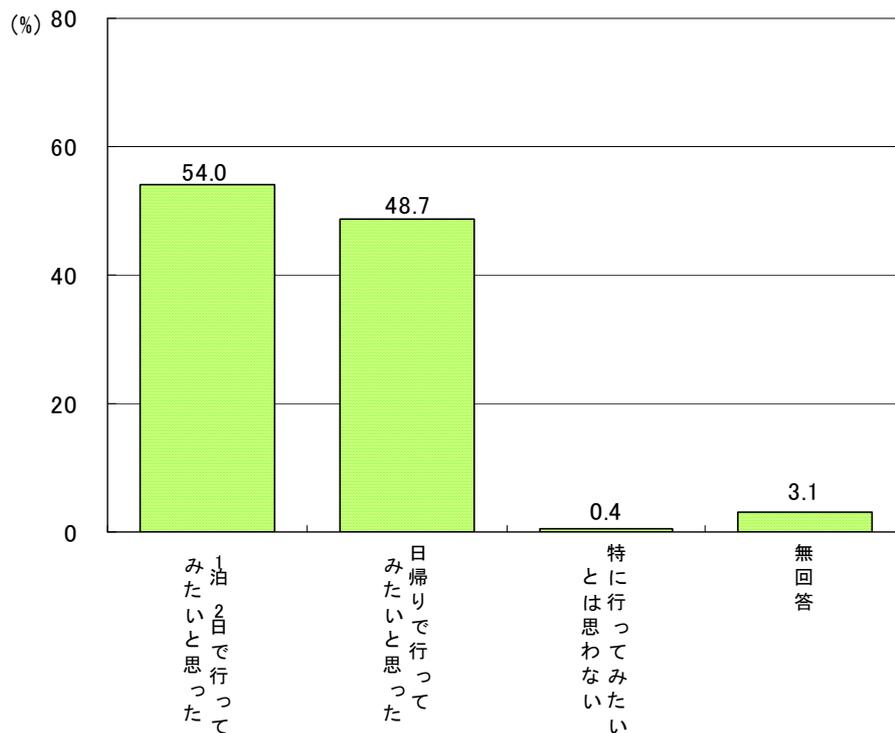
◇週末1泊2日旅を決めるポイント(複数回答)

アンケート総数 226 件



◇週末旅の目的地としての山梨県(複数回答)

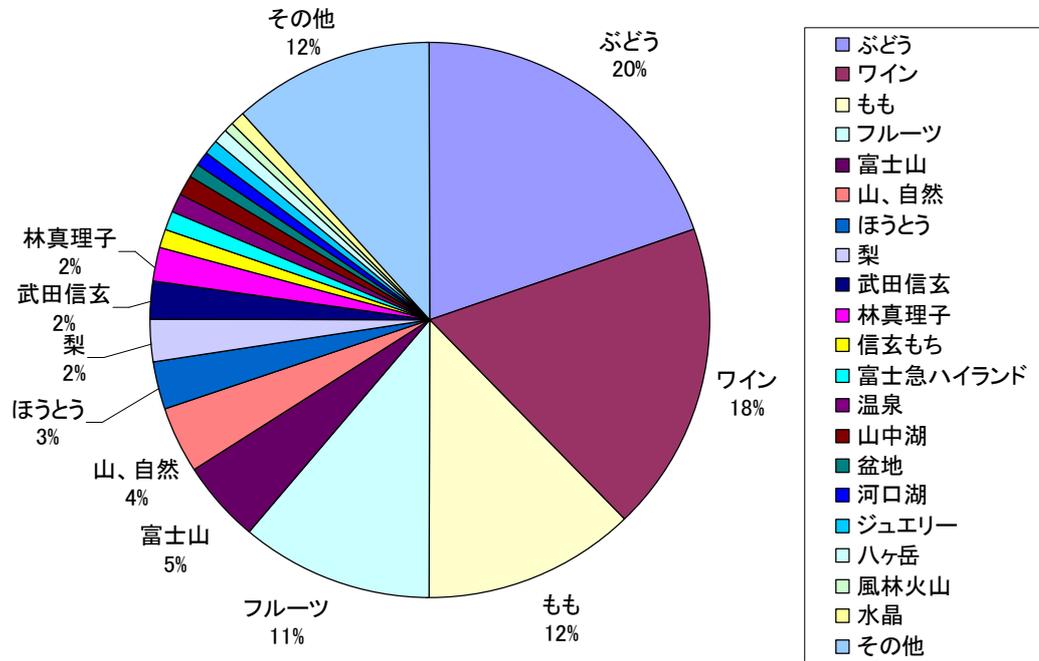
アンケート総数 226 件



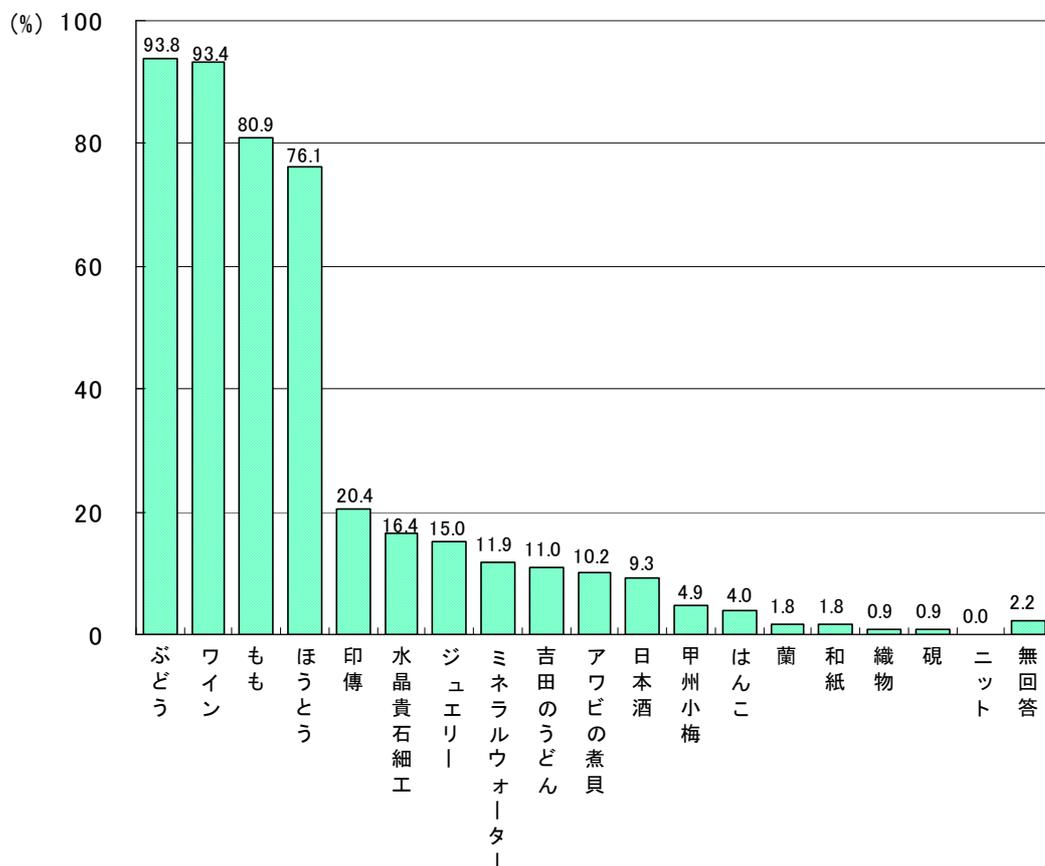
◇山梨のイメージ(複数回答)

アンケート総数 226 件

(山梨のイメージは)



(県産品の認知度)



(5) 第5回会議

日 時 平成19年9月26日(水) 午後12:00~2:00
場 所 県庁特別会議室
意見交換 (テーマ) サポーターズ倶楽部、丸の内キャリア塾などを通して



2 意見提案の概要

(1) 個別ブランド（商品、企業、産地）の活性化

マーケットの視点から見れば、やまなしという地域名が強くプラスに作用する物以外、個々のブランドで売っていけばよく、行政はその援護射撃をすればよい。

販路拡大、アンテナショップ、トップセールスなど個々の企業等では解決できないものを支援すべき。

- ➡ 海外の展示会支援の充実を
- ➡ 東京のアンテナショップの充実を
- ➡ 現在山梨を代表するワイン・ジュエリーなどのブランド確立がまず先決
- ➡ 県産材ブランド化のアイデアとして、県有地などに県産財の別荘を建てモデル村にしたらどうか

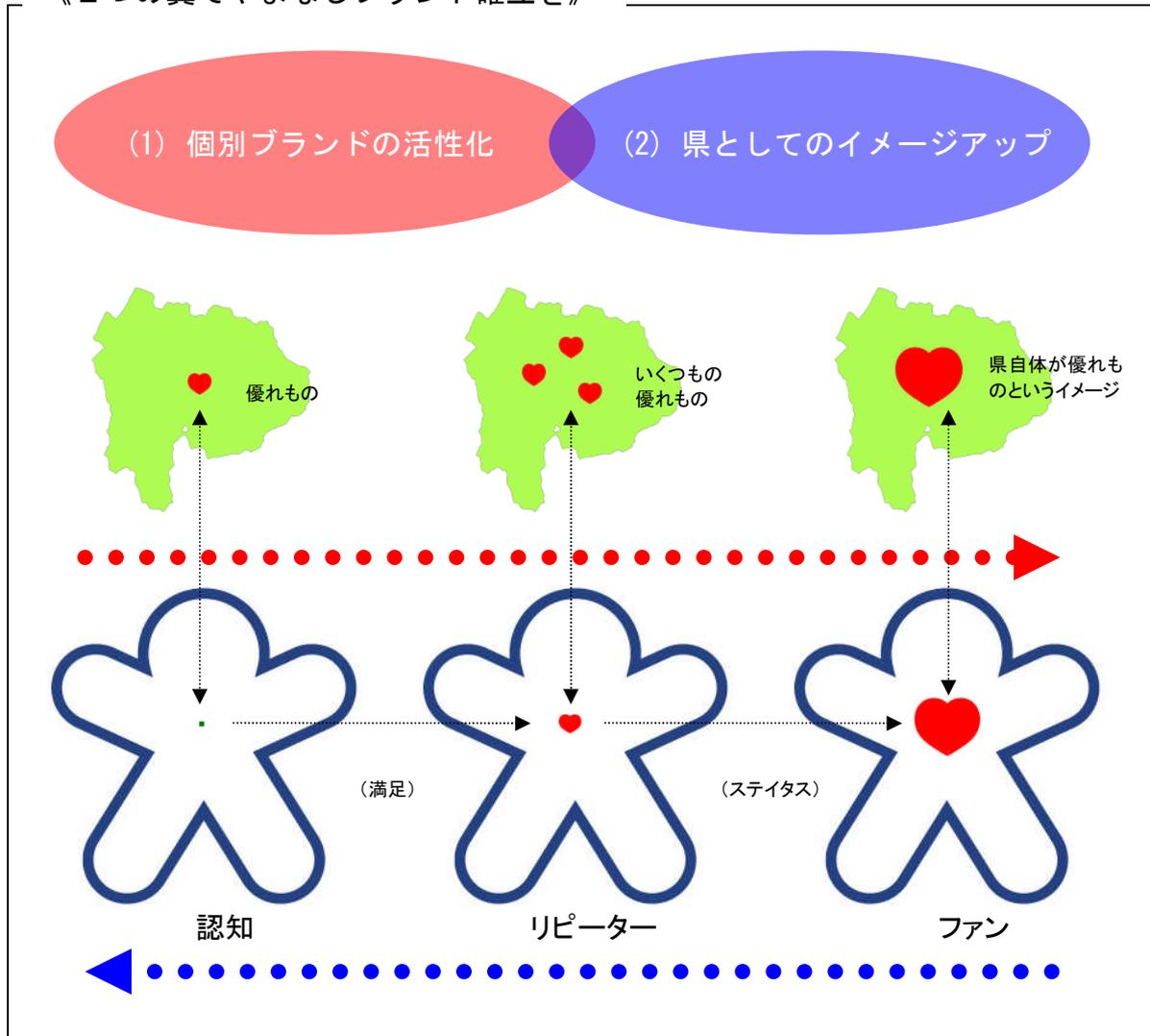
(2) 県としてのイメージアップ

一方、県外からは山梨に何を求めているかといえば、癒しとかリフレッシュ。そのためには、山梨がきれいで美しくなければならない。そういったもので県のイメージを高めていかないと、個別ブランドの積み上げでいくらがんばっても、地域「やまなし」はブランドにはなれない。

アイデンティティ確立は、行政が中心とならなければならない。

- ➡ 山梨のアイデンティティ（C I）確立、情報発信で県のイメージアップを
- ➡ 県職員が山梨をブランド化するという意識、山梨にステイタスを持ってPRすることが必要

《2つの翼でやまなしブランド確立を》



(3) デザイン開発の強化とコラボレーションの促進

持つ人のステイタスに繋がるものでなければブランドとは言わない。いいものがかっこよく演出できるデザイン、古いものを古臭くなく表現するデザインが重要。そのため、デザインアドバイザーやデザイナーアーカイブ(資料館)のようなデザイン開発を支援するシステムが必要。

また、違う業界の人々がコラボレートし、刺激し合う事も重要。

- ➡ デザインアドバイザー
- ➡ デザイナーアーカイブ(資料館)
- ➡ 異業種コラボレーションの推進
 - ・ 蘭のケースに県産材を使うことを検討したい
 - ・ 旅館改修の際には、県産材や伝統工芸などを活用した「やまなしのおもてなし」の部屋を検討したい

(4) 景観形成の促進

景観については県の役割が大きい。山梨のイメージアップには景観形成を県が先頭で思い切ってやる必要がある。

自然景観に悪影響を与える人工構造物、特に違反看板、広告旗の撤去、指導を全県で定期的実施するとともに、それを全国にアピールするような姿勢が必要。

- ➡ 地域の景観形成の促進
- ➡ 違反看板、広告旗の撤去
 - ・ 桃や信玄、シートベルトなどありとあらゆる旗が景観を乱しているので、行政の力で何とかしてもらいたい

(5) やまなしを知る教育の推進

まず県民（小中学生）が県の事を知って誇りに思えるような教育が必要。県民が知らなければ、県外に対してもその良さが伝わらない。

また、山梨のどの産業も長い歴史を持つがそれを伝える資料やデザインの集積がない。商品開発支援だけでなく、県民もそのような情報を知ることによって山梨への誇り＝ブランドにつながる。

- ➡ 小中学生への郷土教育を
- ➡ 小中学生から親への浸透も必要
- ➡ 家庭から県民を上げての情報発信へ
- ➡ 産業の資料やデザインの集積・展示がブランド化につながる
- ➡ ワインやジュエリーなど山梨を知る機会を増やし、県民だけでなく他県の方々にも興味をもってもらいたい必要がある

(6) ロハス、癒しをテーマとするPR活動への転換

これだけの大自然があって、ものづくりがあって、発酵、熟成の文化があるエリアはない。これをロハスという切り口で括って、県民あげて山梨を打ち出していくのが首都圏における山梨の使命である。

通過型観光を長期滞在型観光、二地域居住、定住へ導くためにも女性の視点であるロハス、癒しをテーマとしたPR活動への転換が必要。

- ➡ 風林火山からロハスをテーマにしたPR活動へ
ロハス Lohas (Lifestyle of Healthy and Sustainability)
- ➡ やまなしブランドを後押しするのは女性になるはずで、多くの商品企画、PR活動に女性の感性を

(7) 地域のホスピタリティ意識の向上

やまなしブランドの確立は、山梨のファンを増やしていくこととイコール。そのためには、県民のホスピタリティ意識向上を通じた情報発信（ロコミ）の重要性が増している。

ロコミでの消費者に対するアプローチを考えた場合、特に観光関連産業は農業、地場産業、地域と消費者の接点として重要なポジションにある。

- ➡ ロコミによる山梨ファンの拡大
- ➡ 観光関連産業と農業、地場産業、地域との連携強化
- ➡ 県職員全員での情報発信

(サポーターズ倶楽部、丸の内キャリア塾について)

サポーターズ倶楽部にしても丸の内キャリア塾にしても、ロコミによる情報発信であり、問題点を改善しながら継続して開催することで初めて山梨への需要を喚起してくれると思う。懇話会として企画の段階から参加したかった。

3 テーマ別発言録

○ … 懇話会メンバー ◇ … 東京ジャーナリスト

(1) 個別ブランド（商品、企業、産地）の活性化

- ◇ 自治体におけるブランド戦略という研究会でこれまで行政のブランド戦略に係わる役割について検討してきたが、結論としては地域ブランド名が強くプラスに作用する物以外、個々のブランドに被せる必要は全くない。個々のブランドで売っていけばよく、行政はその援護射撃をすればよい。販路拡大、アンテナショップ、トップセールスなど個々の企業等では解決できないものを支援すべきである。個々のストーリーもない名前を付けても意味がない。
- ◇ 山梨のイメージについては、地味で目立たないという感じがするが、そういった地域は多い。例えば栃木県など。しかしそれでいいのではと思う。ここにいる皆さんのように個々に努力して個々のブランドを強くして、結果的にそれが山梨であったでいいのではないか。初めからやまなしという冠を付ける必要はないと思う。
- ◇ 山梨についてはぶどうと桃のイメージしかなかった。皆さんががんばっている姿を見て無理矢理山梨を上につける必要はないように思えた。最終的にそれが山梨産だったでいいように思う。ただ東京の人は、私を初めいい物にお金をかけるようになっている。いい物はどんどん情報発信してほしい。
- 山梨県の産業や地域全部が同じ方向を向く必要がない。それぞれの特徴を持って切磋琢磨して山梨全体のレベルが上がっていくことが望ましい。海外で展示会を行っているが、異業種で行うのはかなり大変。
- 現在山梨を代表するワイン・宝飾をブランドとして確立する事が先決である。
- これまで農産物のブランド化について、新しいものが幾つかあったが継続せず、根付かなかった。目新しいものではなく、ブランド化にはその土地にあったものを根気よく継続して大事に育てるべき。
- 県産材ブランド化のアイデアとして、県有地などに県産財の別荘を建ててそれを賃貸する。そこに一つのモデルの村を造ればPRできるのでは。

(2) 県としてのイメージアップ

- やまなしブランドを作るにあたって、一つのイメージ、アイデンティティのような骨格みたいなものが必要。そこから膨らませコラボレートする事ができるのではないか。
- 皆さんブランドを意識してがんばっている。県はどこを目指してブランド化していくのか方向性を示して欲しい。アイデンティティ確立は、行政が中心とならなければならない。
- ブランドはカッコよくないといけない。しかし、「やまなし」と付けるとカッコわるい状況。このため現状では付けない方がよい。この状況を脱却できるようなイメージアップが課題。
- 県外からは山梨に何を求めてくるかといえば、癒しとカリフレッシュだと思う。そのためには、きれいで美しくなければならない。そういったもので山梨県のイメージを高めていかないと、皆さんがいくらがんばってもいいものを作っても山梨をブランド名としては使わないだろう。
- ◇ やまなしブランドについては、一言で言えばイメージが湧かない。ただネガティブなものでもない。
- まず、施策を行う際には、データだけでなく現場に寄り添った姿勢を、県には期待する。加えて、県職員が山梨をブランド化するという意識、山梨にステイタスを持っていただかないとやまなしブランドは程遠い感じがする。県職員が変わらないと地域は変わらない。
- やまなしブランドとして、ロハス山梨を提案する。これだけの大自然があって、ものづくりがあって、発酵、熟成の文化があるエリアはない。これをロハス (Lifestyle of Healthy and Sustainability) というアイデンティティで括って、県民あげて山梨を打ち出していく、地域づくりをしていくのが首都圏における山梨の使命といってもいい。
- ◇ ブランドは消費者が持つもので、作り手が一方的に作り上げる物ではない。一人歩きもする。よってやまなしブランドを考える場合もそのことを考えて造りあげて行くことが大事。

(3) デザイン開発の強化とコラボレーションの促進

- ブランドとはカッコいいもの、ステイタスに繋がるものでなければ駄目。いいものをおしゃれよく演出できるデザイナーに演出してもらう必要がある。引張るのは行政では駄目。深澤直人さんみたいな方をお願いしたらどうか。
- デザインを考える場合、いかに新しいスタイルとして打ち出せるかが重要。違う業界の人々がコラボレートして違う発想（付ける、飾る、置く）で刺激し合う事は魅力もあるし、是非やってもらいたい。
- 同じメンバーで何回か話し合ってくると、第1回のおきに話が出た、深澤直人さんデザインプロデュースによるコラボレーションをしてみたい。
- 参加者から、異業種のつながりがとってもよかったという声がある。これからは続けていって、新しい形でコラボレーションが進めば、やまなしブランド確立の一助となるのではないか。
- ◇ 山梨のイメージは山とか自然のイメージが強く、伝統工芸だとか文化をモダン化したデザインはとても新鮮に感じた。現在は、ムダなお金は使わないがお金をかけるときはかける本物志向。今日見学したところはすべてそれを満たしている。昔からあるいい物はどこか新しいものが感じられる。
- 蘭のケースに県産材を使うことを検討してみたい。
- 旅館をやっているが、館内に置ける印傳の置物がないかと思ってみている。県産材については、県産だからこういうところが良いんだということをもっと知りたい。和紙については、障子とか通常の所ではなく、壁とか新たな利用方法を広げようという試みが感じられた。来年ホテルの一部をリニューアルするが、県産材や伝統工芸などを活用した「やまなしのおもてなし」の部屋も設計士さんと相談してみたい。
- これまで、古いものや伝統をベースに新しいものを作ってきたが、無理に新しいものを作っていくだけではなく、古いものを古臭くなく作るデザインが消費者に受け入れられるんだなと感じた。

(4) 景観形成の促進

- ◇ 山梨、長野、新潟の区別がつかない。看板や電柱など景観が良くない。自治体の役割として統一的な景観保全ができるのは行政しかない。
- 山梨のイメージアップには県が先頭で思い切った事をやる必要がある。例えば全県で広告看板、旗の撤去などを全国に先駆けてやって、それをアピールするような姿勢も見せて欲しい。
- 建物の看板については、あまり目立たないことを意識して掲示した。ほとんど目立たないで通り過ぎられるケースも多い。周りの景観とも合わせることは必要と思うが、一人だけではどうにもできず、いろんな所に声をかけていきたい。
- 景観については県の役割は大きい。如何に行政や信玄関連の旗が多いことか。桃や信玄、シートベルトなどありとあらゆる旗が立っている。行政の力で何とかしてもらいたい。

(5) やまなしを知る教育の推進

- 森林を守ることは重要だが、数年後には誰も住まなくなる山村が沢山ある。学校林がなくなり、子供たちの森林に対する認知度が下がっている。しかし、子供を教育して何とか食い止めたい。
- 山梨にはいいものが沢山あるのだが、それを伝える資料がない。どの産業も歴史を持つがそれを調べるすべがない。商品開発支援はもちろんだが、県民もそういった情報を知ることによって共有すべきである。山梨を自分たちが知る、情報を共有することで身の回りのものを大事にする。誇りに思う。これが山梨のブランド化につながるのでは。
- 私もここにきて初めて和紙やお酒の素晴らしさを知った。まず県民(小中学生)が県の事を知って誇りに思えるような教育をしなければいけない。群馬県では、カルタを使って群馬のよいものを子供達に伝えている。山梨県民が山梨の素晴らしさを知らなければ、県外に対してもその良さが伝わらない。
- やまなしをブランド化するという考えが初めは理解できなかった。ただ、県産財については、山梨の森を守るという使命と共に語ることができる。そこに県の役割があると思う。
- さんらんぼ、もも、ぶどう、干し柿など1年中くだものに親しめることを心がけている。さらにそれが都会の人にも体験できるような施設もある。果物狩りも前のようにその場で食べるだけでなく、木からもいでそれがどのように育って、こう実っているから美味しいというようなことも知りたがっている。これもストーリー性の重視の表れだと思う。
- ワインやジュエリーなど山梨を知る機会がもっとあってもいいと感じた。県民だけでなく他県の方々にも興味をもって知っていただく講座みたいなものがあればと思う。

(6) ロハス、癒しをテーマとするPR活動への転換

- 山梨県は信玄公のイメージが強すぎるのでは。かつては、たおやかさ、雅な文化があった。京都の人気は雅さがあるから。戦国時代ではなくもう少し女性受けするロハスを取り入れたほうが良い。やまなしブランドを後押しするのは、きっと女性になるはず。たおやかさと雅を取り入れられないか。
- 県外の人は何を求めるかという癒しということだろうと思う。美味しいものを食べる、温泉、宿泊施設が素晴らしい、きれいな景観によって癒される。これらひっくるめて一つのイメージというかブランドに結びつけられないか。
- 多くの商品に女性の感性が入っている。かつてのもの作りでは駄目。これからは、もっと強くなると思われる。通過型観光を長期滞在型観光、二地域居住、定住へと導くためにもロハス、癒しをテーマとしたPR活動への転換が必要。
- 印傳は古いものだが、今見ても新鮮なデザインが沢山ある。これは古くから日本人にすり込まれた季節感、生活、五感などから影響を受けていると思われる。雅とかたおやかさなどもそうだと思う。
- 自分は富士山、湖など非常に恵まれた環境にいる。今は、お客様から見て自然に対する価値観がなお高まっている。癒しという面でも、富士山というのは大きなブランドの候補になるのでは。
- 都会の人は疲れを癒すために、山梨に何を望んでいるかという、食べること、自然に触れること、いい空気を吸うこと、伝統を知ることなどで、それを実践できる一番近いところが山梨。加工食品についてもその製法やそのおいしさや仕組みなんかもお知らせできるように工夫できたらいいと思う。
- やまなしブランドとして、ロハス山梨を提案する。これだけの大自然があって、ものづくりがあって、発酵、熟成の文化があるエリアはない。これをロハス (Lifestyle of Healthy and Sustainability) という切り口で括って、県民あげて山梨を打ち出していく、地域づくりをしていくのが首都圏における山梨の使命といってもいい。ターゲットとしては、具体的に丸の内キャリア塾のOL 2万人を目に見えるターゲットとして発信していくべき。

(7) 地域のホスピタリティ意識の向上

- ◇ 山梨は点としては有名なものが多い。富士山、八ヶ岳、西沢渓谷、勝沼など個々には有名なものがあるがそれが山梨という一括りとなると弱い。どちらかというと地味なイメージになってしまう。PRの仕方の問題ではないか。
- ◇ PRでいえば、消費者の価値観と市場の価値観は違う。市場で評価されていても消費者の間では知られていないことが多い。一宮の桃は典型的な例ではないか。消費者へのPRも改善が必要ではなか。また食材としての山梨は沢山あり、素材勝負を求めてきたところが強い。今後はより食べることに近い加工や付加価値についても強みをもたしていったらどうかと思う。
- 消費者に対するアプローチを考えた場合、観光関連産業は農業、地場産業、地域と消費者の接点として重要なポジションにあるのを改めて認識した。
- ◇ 最近の女性は、パンフレットや雑誌では飽きたらず、現地に行ってロコミで行程を組んだりしている。
- いつも感じていることだが和紙は伝統産業ではあるが、だんだん追いやられている。零細企業はPRしようにも限度がある。しかし知ってもらえれば、その良さも伝わると思う。それが日本人に染みついている。日本人の伝統文化を伝え広めていきたいと少しの使命感を持ってやっている。
- 地域のホスピタリティ意識を挙げる必要がある。県の職員全員が県産品を身に付け、歩く広告塔のようになってくれば、広告効果が上がるのでは。
- やまなしブランドの確立は、山梨のファンを増やしていくこととイコール。そのためには、ロコミによる情報発信が重要。キャリア塾やサポーターズ倶楽部を網の目のように広げることが大切。キャリア塾では、普段できない山梨のジュエリーを一般の方に紹介できた。今後は、実際にジュエリー見ていただくため、甲府ジュエリーフェアに招待するなど業界へ提案していきたい。
- 丸の内キャリア塾に参加した方からメールが入り、山梨に来てワインを紹介することになった。サポーターズ倶楽部や丸の内キャリア塾は、続ける価値があると思う。ただ、企画の段階から参加させていただければ、もっとアピールできたと思う。私たちをもっと使っていただきたい。

(サポーターズ倶楽部、丸の内キャリア塾について)

- サポーターズ倶楽部では、最初に来たお客様にパーティ料理についての不満を言われた。「甲州ワインと和食と知事が言いながら、日本料理が全くないのはどうしてなのか」。企画の段階から参加させていただけたら、もっといい提案ができたと思う。
- いつものことだが、山梨で日本酒を造っているのかと多くの方々に言われた。情報発信のいい機会だったが、一人で対応するには無理があった。もっと話をしたかったが、消化不良で終わった。
- サポーターズ倶楽部の会員の行き付けの店から日本酒のオーダーが入ったが、このお酒は都内の何処で買えますかという問いに対して答えられなかった。
- 懇話会は、山梨らしさとは何？ということに、初めて立ち止まって考えた機会でもよかった。サポーターズ倶楽部は、私も消化不良だった。
- 県のほうでもっとブースへの集客を促してもらいたかった。丸の内キャリア塾の女性の意見はとても参考になった。来年は、企画の段階から主催する側としてがんばらせていただきたい。
- 丸の内キャリア塾は、工夫をして続けていただきたい。サポーターズ倶楽部は、運営に問題があったし、男性はあまり花や農産物加工食品には興味がなく30名程度としか話ができなかった。
- 丸の内キャリア塾では、林真理子さんが「山梨には美味しいものがない」と言ったが、今回は山梨の美味しいものをPRしたらどうか。
- 懇話会はようやく共通認識に立ち、スタート地点に立ったという感じ。もともと、この話があったときにはスケジュールが全部決まっていた、サポーターズ倶楽部、丸の内キャリア塾が決まっていた。もっと企画の段階から参加させていただければと思った。継続して取り組む必要がある。
- サポーターズ倶楽部では、参加した会員から次のように言われた。「このような交流会を開催するのが果たして効果があるのか。民間だったら費用と効果を十分検討し、事後評価も行う。県はそれがなされていないのではなか」。
- 丸の内キャリア塾は、参加者は真剣に聞く耳を持って参加していた。あれだけ整然とセミナーに参加し、整然と帰っていったのをみると、意識を持った方々だなと感じた。そこへの情報発信は効果があるのではないか。
- サポーターズ倶楽部にしても丸の内キャリア塾にしても、継続して開催することで初めて山梨への需要を喚起してくれると思う。参加者へ3ヶ月に一度でいいから情報を出す必要がある。

(丸の内キャリア塾参加者の感想)

- ・ ワインが好きでフルーツも大好きなので、今日のお話は楽しかったです。よくスーパーでも山梨の果物を買いますよ。今度山梨に本場の味を楽しみに行きたいです。
- ・ 山梨に足を向けたことはありませんでしたが、色々なお話を伺い旅を試してみたくなりました。
- ・ トークショーで山梨の魅力を知りました。
- ・ 林真理子さんが良かった。
- ・ 美味しい果物、飲み物の交流会は大変良かった。
- ・ 山梨という東京に近いところでの楽しみ方をかなり知る事ができました。
- ・ 映像のほう具体的に良かったかも…。
- ・ 山梨のいい所を大いにアピールできたように思います。林さんの講演は最高でした。またこのような場を作っていただければと思います。
- ・ トークショーでは具体的な山梨の物産を知る事ができ、オフでの山梨の楽しみ方がイメージしやすく興味を持つことができた(参考になった)。
- ・ テーマで期待していたものと違い、山梨の宣伝ばかりだった。山梨は好きでけっこう旅行で行っているのですが、新しい発見があり楽しかった。
- ・ 来月山梨に行く予定ですが列車からの景色をじっくり眺め、山梨を体験して来たいと思いました。(ワイナリーに行ってきます!)
- ・ 作家の本音が聞けたこと。
- ・ 林先生のお話もトークショーも、試飲もとても良かったです。
- ・ やっぱり林さんはサイコー。
- ・ 林さんの講演のみ聴きました。山梨県人と作家であることの関連性を上手にまとめていて、分かり易かった。仕事を長く続けて得たスキルの話も良かった。
- ・ 興味深かったです。
- ・ 基調講演の内容はタイトルとは違ったように思いますが、山梨への関心は高まりました。
- ・ 今ひとつ。
- ・ 楽しかったです。山梨は思ったよりも東京から近いと再認識しました。
- ・ 林真理子さんの話は、テーマ“小説を書く時間”とずれていて、導入部(15分)は面白かったですが、あとは準備不足の感がありました。
- ・ トークショー、自然に従って果物の収穫を願う実直さ、イタリアゴールド家内工業、アジアの時代の台頭。自分の中にスポットをもつ。作者のイメージが思っていたとおりで親近感が持てた。人を愛する心のある人という印象。筆の力は凄いと感銘した。
- ・ トークショー、果物のお世話の話は興味がありません。全く具体的な楽しみ方の提案がなく逆効果。ホテルの方おふたりのお話は短いでしたが良かったです。
- ・ 会場の雰囲気はとても良かったです。基調講演のタイトルと内容が合っ

いなかった。

- ・ 林真理子氏というゲストが豪華だと思った。
- ・ パネルディスカッションはパーティと兼ねた方が良くと思う。山梨に興味がないと辛いかな。
- ・ 林真理子さんの講演を聴きたくて参加しました。それ以外にも意外と近くて遠い山梨についてお聴かせ頂き、有意義でした。
- ・ 作家 林真理子さんの話が面白く、またの折にきかせて頂きたいです。山中湖へは13年間、毎年1回以上行っています。さらに週末もいいなと思いました。
- ・ とても良かったと思います。
- ・ 山梨にワインを飲みに行きたくなりました。
- ・ 林真理子の講演を聴く事ができて良かったです。もっと長い時間(1h以上)聴きたかった。
- ・ 林真理子さんに会えて嬉しかったです。
- ・ 久しぶりに週末旅に出かけたくなりました。
- ・ 林さんの話、おもしろかったです。もっと聴きたかった。
- ・ 林真理子さんのセミナーが良かったです。山梨の広報もかなりお客様に伝わったのではないのでしょうか。
- ・ 林先生の講演がすごく良かったです。
- ・ まあまあ楽しかった。
- ・ 山梨の魅力を改めて知った。
- ・ 実生活の実情がとても身近な感がありました。
- ・ 東京に近いのでぜひ冬に行ってみたいです。
- ・ 林真理子さんの講演が聴きたかったので、聴けてよかったです。
- ・ 青島さんのお話がとても面白かったです。
- ・ 10月の3連休を利用して、ぜひ山梨に行ってみようと思いました。ありがとうございました。
- ・ 空調寒いです。
- ・ 講義の内容と題名があまり合っていないような気がしました。期待していた内容が無く、残念です。山梨についてはよく知る事ができました。
- ・ 林真理子さんの講演がよかったです。
- ・ 林さんがステキだった。
- ・ 林真理子さんのお話、大変面白かったです。山梨に行ってみたくくなりました。
- ・ 林真理子さんの話を直接聴ける事は、これで何回目かですが、いつも楽しいです。
- ・ 以前に何回かドライブで山梨へは行っておりました。が、この数年は訪れていなかったなので、また行ってみたいと思う内容でした。
- ・ 林さんの飾らない人柄がよく分かり、お話を楽しませて頂きました。
- ・ 山梨の生産を支える女性の働き方を知り、参考になりました。旅に出ようと思うセミナーと思いました。

- 山梨へは年に1～2回行きますが、今まで知らなかった魅力を知る事ができ、更に興味を持ちました。
- 山梨は法事で何度も訪れた事はあるが、山梨の良さを知らなかった。たくさん楽しい事があることが今日わかって、次は遊びに行きたいと思った。
- 桃源郷が見たくなりました。
- ワインの勉強をしているので、山梨に興味を持ち参加しました。ワインか果物作りの話もちろん参考になりましたが、青島さんの話面白かった。
- 初めて参加しましたが、大変楽しめました。自身を趣味レベルで執筆活動をすることもあり、小説家としてのお話にも共感できました。山梨を訪れた事はありませんが、今回のセミナーで行ってみたいになりました。
- 山梨は意外に近いのだとびっくり。自然が多く、ワイナリーも楽しそうなので、是非行ってみたいです。
- とても楽しかったです。あまり聞いたことがないお子様のお話を伺えて良かったです。山梨に遊びに行きたくなりました。
- 会場の冷房が効きすぎでとても寒かった。山梨が日本で唯一の原産地域（ジュエリー）と知った。また日本で1/3が山梨で作られている事も初めて知った。
- 山梨にすごく行きたくなりました。
- 林真理子さんのお話は、淡々とした中にも、ビジネスのヒントになる情熱的な言葉が盛り込まれ、ためになりました。またこういったセミナーに参加したいです。
- 林さんのお話を初めて聞きました。楽しかったです。
- 短い時間でもとても満足のできる内容でした。青島さんや林さんの電車の過ごし方がとても魅力に感じました。
- 席が足りない。人数不一致。講演中に階段の上り下りがうるさかった。
- もっと歴史とか風景をアピールした方がいい。食べ物の話ばかり？
- 林真理子は好きだったので、話が聴けて良かったです。小説家で話がつまらない人もいたが、林さんは違っていました。
- 林さんのお話は非常に楽しかったです。ご自身がおっしゃっていたように、彼女が対象にしているのが私達だけあり、興味深いお話ばかりでした。
- 日帰りで山梨に行ってみたい! と思いました。林真理子さんのファンなので、お会いできて嬉しかったです。
- とても楽しい話を聴けて良かったです。山梨に魅力を感じました。
- きさくな林さんの講演が良かった。
- 林さんの意外なストレス生活を知り、ご苦労がわかりました。日頃は仕事に疲れ、週末は寝るのが中心になってしまうのですが、是非山梨は日帰り旅実行したいと思います。
- 今回のように、その地域の有名人のトークショーを一緒にしたセミナーは大変興味深く、又参加したい。
- 身近でありながら、特に改めて遊びに行こうと思わなかったが、今回の話を聞く事で、ぜひ足を向けてみようという気になった。いいきっかけになった。

- ・ 林さんの本を楽しみ読んで何年も経ちますが、林さんがお嬢さんを出産なさった日と、私の娘の誕生がちょうど前後か、同じ日だったかと思います。その事で一層林さんを身近に感じるようになりました。是非一度お目にかかりたいと思っており、又時同じくして山梨への一泊旅行（ワイナリーへ行こう）を計画中でしたので、とても実り多い一時でした。住まいが横浜なので、林さんの乗る9：30の「かいじ」にはご一緒できないかも知れませんが、「はまかいじ」に乗って近々出かけてみようと思います。子供にはまだまだ手がかりますが、林さんの様に前向きに、これからも頑張っていきたいと思えます。セミナー参加の機会をありがとうございました。
- ・ 林さんは少々疲れているようでしたが、お話が聞けて良かったです。
- ・ 林真理子さん大好き！ たくさん本を読んでいたので、とても楽しみにしていました。幸せオーラがでていて、私もオーラパワー頂きました。
- ・ 林さんのナイスボディに感動しました。スカートのラメ感がとってもすてきです。私も「踊れない」ことを知られるのが嫌なタイプです。が、すばらしい文章は無理そうです。。でもネガティブでひねくれているところをうまくプラスの方向にもっていけるよう努力します。
- ・ 東京駅から近いという地の利が大変良かったです。肩が張らず楽しい時間が持てて、癒されました。
- ・ 会場が寒かったです。
- ・ AM9:30の「かいじ」号の話がとても印象的であった。（本日のキーワード？）
- ・ 林さんの等身大のお話がとても印象的でした。
- ・ 林真理子先生の魅力を改めて実感しました。ワイン・フルーツ・ジュエリーが大好きな私にとって山梨は、最適の週末旅の場所だということがわかりました！
- ・ 山梨はまだ訪れた事がないのですが、ぜひ行ってみたいと思いました。このような形式の観光PRはとても効果があるように思います。
- ・ 前のほうの席だと少し講演者の顔が見にくい。
- ・ 山梨のことがよくわかって楽しかった。林のお話も楽しかった。
- ・ 林さんのトークが楽しかったです。
- ・ 林真理子さんの講演が素晴らしく、ワイナリーそして4月にピンクのカーペットを見に行きたくなりました。（講演のまとめ方が絶妙でした。言葉遣いも美しかったです。）
- ・ 楽しい時間でした。
- ・ 林真理子さんの飾らない自然体の立ち振る舞いや面白い話はとても良かったです。実はこの3連休も1泊2日で富士河口湖の温泉へ行ってきました。
- ・ 山梨の色々な面があるのを知り面白かった。林真理子さんの話も身近な感じでした。
- ・ セミナー参加だけで癒されました。
- ・ 林真理子さんのお話を聴けて良かった。
- ・ 楽しかったです。

- ・ 大変楽しかったです。林真理子さんのファンなので生でお目にかかれて嬉しかったです。
- ・ 山梨に行きます。“週末に”。
- ・ テーマとお話の内容があまり合っていなかった印象があります。PR だけでなく旅の効用? のような話も聴きたかったです。
- ・ 念願の林さんの講演が聴けて嬉しかったです。ありがとうございました。山梨連休で行ってみたいです。9:30 のかいじで。会場が寒かった。
- ・ 先週山梨のほうへ旅行したばかりですが、また行ってみたいになりました。
- ・ とても楽しかったです。またセミナーに参加したいです。
- ・ 林さんのお話がとても楽しかった。知らなかった山梨の魅力を知る事ができた。
- ・ 桃の花の季節の山梨に行ってみたいと思った。日本のワインも試してみようと思った。
- ・ 今まで知らなかった山梨を知る事ができた。
- ・ 林さんの山梨の情報が具体的で4月に旅行したいと思いました。
- ・ 林真理子さんのお話は大変楽しく聞かせて頂きました。トークショーもとても楽しかったです。山梨の魅力を知る事ができ良かったです。
- ・ 若い方ばかりで驚きました。丸の内と林さんも言ってらっしゃいましたが、山梨のことでしたら、年令の幅をもたせたらと思います。
- ・ トークショーが長いかも…。休憩を10分位にしてもう少し短くてもよかったのでは。
- ・ 林真理子さんのお話がとても良かった。とても上手。
- ・ 初めて参加いたしましたがとても有意義な時間でした。また参加してみたいと思います。
- ・ 近いので遊びに行ってみたくなった。
- ・ 林真理子さんのお話がとても楽しかった。小説はもちろん、それ以外のエッセイのファンでもあるのですが、そのままの語り口で、これからエッセイを読むと朗読して下さっているように聞こえそうです。中村さんの素朴な語り口よかったです。
- ・ 目茶楽しく面白かったです。山梨好きになりました。
- ・ 非常にすばらしい内容でした。山梨に行ってみたくになりました。
- ・ 大変楽しませて頂きました。山梨のパンフレットを見て、紅葉の季節に行きたいと思いました。ありがとうございました。
- ・ 山梨について深く広く情報を得られて良かったです。そしてワインに大変興味を持ちました。
- ・ 林真理子さんの意外な一面が見れた。山梨のワインが飲みたくなった。
- ・ 林真理子さんのお話は、とてもわかりやすく面白かったです。
- ・ 林真理子さんの講演がとても面白かった。「林さんと行く山梨ツアー」のような企画をして欲しい。
- ・ トークショーから参加させていただきました。コーディネーターさんと各お3方とのお話で、もう少しお3方同士でのお話もあったほうがよかったと

思いました。

- ・ 果樹のリザーブがやってみたいです。樹に名前をつけて育ててみたい。
- ・ 山梨に行きたくなりました。
- ・ 短い時間でしたがまた参加したいと思います。こころと体を癒されたような気がします。
- ・ 林先生のお話が大変面白かったです。チャーミングな方でとても癒されました。ご高名な作家の方が、同じように悩んだりするのだと思うと励まされます。
- ・ 山梨の魅力をしっかりと感じることができました。是非山梨へ遊びに行きたいと思います。
- ・ 林真理子さんがとても素敵でした。面白かったです。是非かいじに乗りたいです。
- ・ とても色とりどり、楽しめるセミナーでした。旅の仕方を林さんはじめ、どう楽しめるか学べてよかったです。
- ・ セミナーの間おなかが空いてきそうなほど、山梨の魅力を拝聴させて頂きました。本日は有難うございました。
- ・ 首都圏からの日帰り可能な距離で、自然、ワインを楽しめるところがあるのを知り、是非行ってみたいと思った。日本産ワインはコスパを含め、あまり魅力を感じなかったが、改めて試してみたいと思った。
- ・ 山梨に行きたくなりました。ジュエリーが名産品だとは知りませんでした。公立高校もあるのですか？ とても良い事だと思います。
- ・ 愛知県から参加しました。楽しみました。有難うございます。
- ・ 林真理子さんのファンなのでお話が聞けて良かったです。トークショーは素人の方達なので仕方がないのかなぁと思いました。
- ・ ワインがおいしかった。

4 懇話会メンバー

(敬称略)

- 座長：柿澤 弘治 (山梨県特別顧問、元外務大臣)
- 委員：青島みどり (県立宝石美術専門学校校長)
- 工藤 結花 (ソムリエ)
- 田村知恵巳 ((株) 榎田商店テキスタイルデザイナー)
- 一瀬富久美 ((株) 大直専務取締役)
- 中込 紀子 (酒蔵ギャラリー六斎店長)
- 上原絵美子 (印傳博物館学芸員)
- 中村 直子 ((株) なかむら専務取締役)
- 奥 洋子 ((株) 向山蘭園主任)
- 柿島美保子 (中道農産物加工直売組合味菜工房代表)
- 河西真理子 (カワニシ建設設計事務所一級建築士)
- 溝口 悦子 (セラヴィリゾート・清里高原ホテルコンシェルジュ)
- 外川いさ子 (富士河口湖温泉郷・湖山亭うぶや専務取締役)



事務局：山梨県知事政策室 お問い合わせ 055-223-1476
山梨県甲府市丸の内 1-6-1
[http://www.pref.yamanashi.jp/
seisaku-hs@pref.yamanashi.lg.jp](http://www.pref.yamanashi.jp/seisaku-hs@pref.yamanashi.lg.jp)



**CONFERENCE OF
YAMANASHI BRAND
STRATEGY**