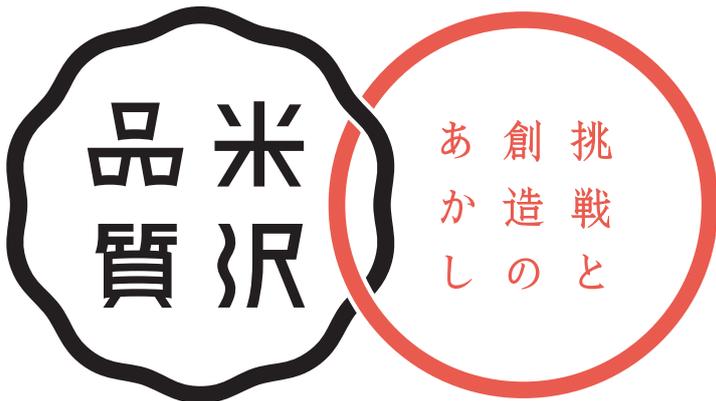


米沢ブランド戦略が動き出しました

米沢の未来は 米沢を愛するものにしかつけれない

■ブランドスローガンとシンボル



米沢に脈々と受け継がれる「なせばなる」、
それは尽きることない挑戦と創造のエネルギー。
常にその先を切り拓く「精神」で挑み、自らの「行動」で創りだす、
人の心を動かし、明日を輝かせる「価値」を、
私たちは「米沢品質」と呼ぶ。

■公式ウェブサイト

<https://www.yonezawahinshitu.jp>



日本全体の急激な人口減少。地方においては、そのスピードはより速くなっています。そのような中で10年後の米沢を想像してみてください。その頃も活気のある米沢であり続けるためには、今後どうすればいいのでしょうか。一度は外に出た人から、戻って来たいと思われるためには、また、他の地域の人にもっと来てもらうには、どんな米沢であればいいのでしょうか。それを考え、つくっていくのが米沢ブランディングです。

米沢ブランド戦略の

目的は

米沢の全体ブランド価値を高め「米沢」と名前が付いたありとあらゆる「モノ」「サービス」の価値が高まるような状態を作っていきます。例えるなら、鎌倉や金沢のように名前を聞いただけで、その地域のイメージが膨らむような状態です。これを進めることにより、米沢全体の付加価値が高まり、

産業の活性化や交流人口の増加を図っていくことが目的です。

こうした考えのもと、10年後、20年後に米沢の未来を担っていく若い市民と、市職員による米沢ブランディングプロジェクトチームを立ち上げ、施策の諮問を行う米沢ブランド戦略会議を創設。ブランディングの体制を整えました。

■米沢ブランド戦略のこれまでの取り組み

- 2017/3 米沢ブランド戦略策定
- 4 地方創生参事着任
米沢ブランド推進室設置
- 7 5つのコンセプト仮設定
- 8~10 ブランディングワークショップを実施
32団体 215人が参加
コンセプト仮設
鷹山公のDNA『挑戦と創造の町、米沢』が
好評価を得る
- 11 米沢ブランド戦略会議設置
コンセプト決定
鷹山公のDNA「挑戦と創造」の力で、
次の米沢をつくる。
- 2018/2~ 挑戦と創造に対するヒアリング実施
12団体 71人参加
- 3 ブランドキックオフ講演会開催
講師に永井一史氏 / 80名参加
- 5 スローガン、ステートメント、ロゴ発表
挑戦と創造のあかし「米沢品質」
- 11 ブランド宣言イベント
ブランドブック、ブランドムービー発表
WEBサイト開設



市民ワークショップ



宣言イベント
次の米沢へ「挑戦と創造」出発式



米沢駅前のフラッグ

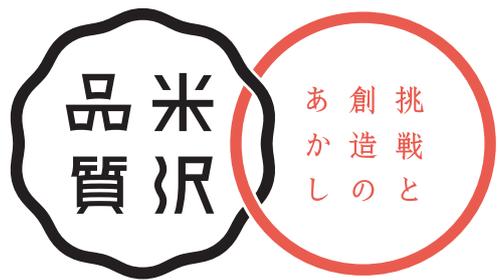
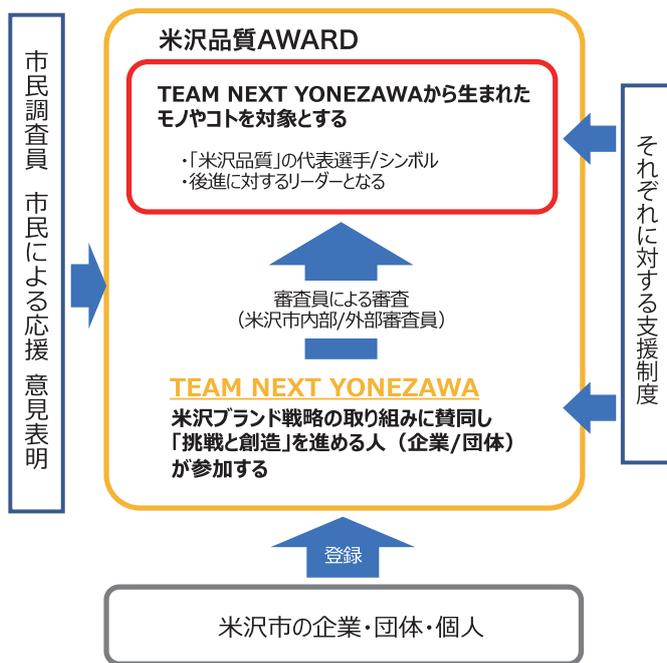
市民の参加による ブランディング

米沢のブランディングを進めるにあたり、地域の未来は地域の人たちに考えてもらうことが必要であると考え、平成29年度に32団体215人の市民によるワークショップを行い、その中で米沢の強みと課題が明確になり、これから進むべき道が見えてきました。それは、今も米沢の人々に受け継がれている、鷹山公の「なせばなる」の挑戦と創造の精神だと分かりました。その意見を集約し「鷹山公のDNA『挑戦と創造』の力で、次の米沢をつくる。」をコンセプトにしました。このコンセプトは、これまでバラバラに進めていた米沢のブランディングを一つの方向に進めていくための中心となる考え方です。そして、外に対するPRだけではなく、ブランドを作り出し続ける市民に向けてのブランディングの側面が強いことが特徴です。また、ブランドを作ってそこで終わりではなく、過去から未来に向けて自らを磨き続ける姿勢が強調されています。

平成30年度に入りこの考え方をもとにしたブランドスローガンとシンボルを策定し、5月に発表しました。

それが、「挑戦と創造のあかし 米沢品質」です。「挑戦と創造」には、鷹山

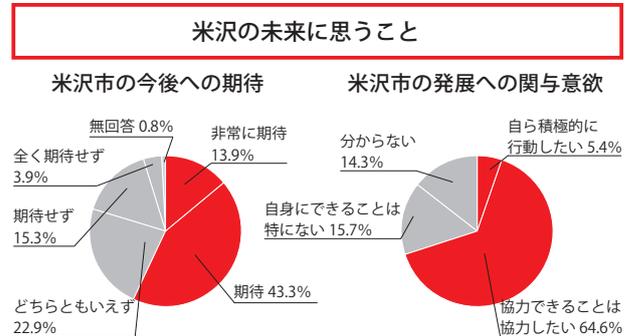
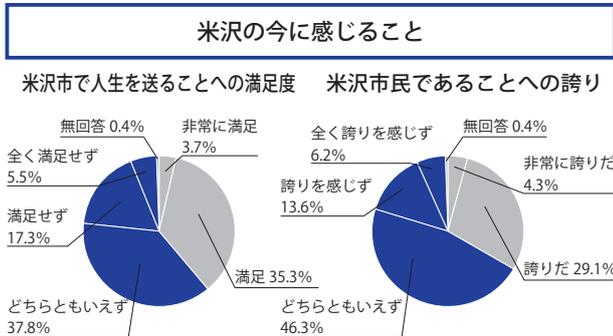
■米沢品質向上運動体系図



TEAM NEXT YONEZAWA

「米沢品質向上運動」のカギとなる Team Next Yonezawa のシンボル 登録者がロゴとして使用できます。

■米沢ブランド KPI 調査から見てきた市民の参加意識



今現在、米沢市民は、米沢に対する満足度や誇りを十分持ち切れていない



米沢の今後への期待や漠然としたヤル気はあり、具体的な活動につなげていくポテンシャルもある。

11月2日に開催した宣言イベント「次の米沢へ『挑戦と創造』出発式」に合わせ様々な周知用ツールを準備しました。米沢ブランドに対する理解を深めるための「ブランドブック」、自らの挑戦と創造を考えるための「ワークツール」、新聞広告やポスター、のぼり旗など既に目にした人も多いことでしょう。また、インターネット上には、公式のウェブサイトやフェイスブックを開設しました。YouTubeやブログ上には、多くの市民の参加により作られた「ブランドムービー」も載せています。ぜ

ブランドスローガン・シンボルは、ブランド活動や発信を人々の頭の中に記号として蓄積したり、米沢の価値を保証したりするために大切な役割を果たします。これを進めるための施策がブランドアクションです。

ブランドアクション

公の「なせばなる」の精神が、「米沢品質」には、厳しくも豊かな自然、歴史が磨いた文化と技、独特の気質などの米沢らしさとその精神の特色が掛け合わされ、これらを活かして産業、技術、サービス、行政さらに教育や住みやすさまで、米沢の全ての品質を磨いていこうという強い意思を込めています。

ひご覧になってください。これらは外部への発信の意味もありますが、市民のブランドイングへの参加機運の向上を促すことを目指しています。

認証制度から

米沢品質向上運動へ

ブランド戦略策定時からの挙げられてきた課題として「ブランド認証制度」創設がありました。これは、産品にお墨付きを与え、その製品の付加価値の向上を図り、販売力を上げるためのものと考えていました。しかし、この考え方は、ブランドイングプロジェクト、戦略会議において当初から疑問が呈され、最も多くの時間を費やし議論し、その制度を整えてきました。

良いブランドは一過性でなく、絶え間ない努力と、内部の信頼に支えられた「行動」し続ける「運動体」が必要です。10年20年と米沢ブランドが陳腐化せず、常に高品位なブランドとして評価され続けるよう、その「行動」としての「米沢品質向上運動」と「運動体」としての「Team Next Yonezawa（チーム・ネクスト・ヨネザワ以下TNY）」の制度を創設しました。これは、他に類をみない地域ブランドイングへの挑戦でもあります。

この制度の有効性を考えるときに、

6月に行ったKPI調査の項目に目が留まりました。それは、市民の米沢に対する意識が「満足」が4割、「市への誇り」が3割という回答です。これは、非常に残念な数値と言えます。しかし一方で「今後への期待」では6割、「発展への関与」では7割の人が期待する、関与したいと考えていることが分かりました。昨年実施したワークショップで感じた熱意を、改めて数値として確認することができたと考え、市の発展に関与する方法を制度化するTNYのようなものが、今必要なだと確信することができました。

今後、TNYをブランドイングの中心的施策とし、様々な支援を進めていきたいと考えております。随時登録を受け付けていますので、米沢ブランドの趣旨に賛同いただき行動をしようと思っただけで、本市に住所があれば、個人、団体、企業を問いません。ぜひ登録をお願いします。

そしてその先にあるのが、これぞ「米沢品質」と呼ばれるような産品やサービスを顕彰する「米沢品質AWARD（ア

ワード）」です。来年度の開始に向けて現在準備中ですが、TNYに6か月以上登録することが条件となりますので、受賞を目指す人は今年度中のTNYへの登録をお願いします。

次の米沢へ

ブランド戦略はここで終わるわけではありません。市民と行政が一体となり、

米沢をつくり続けなくてはなりません。左の宣言は、その意志と覚悟を表したものです。そのために、皆さんの挑戦と創造の力をお貸しください。まずは、講演会・説明会やワークショップへの参加など、TNYへの登録に向けた動きにご協力ください。

■問合せ／米沢ブランド推進室
☎(22) 5111



次の米沢へ「挑戦と創造」宣言

私たちは、米沢を将来もずっと活気あふれるまちにしていけるために、米沢を愛した鷹山公から受け継ぐ、「なせばなる」の挑戦と創造の精神で、時代の課題に立ち向かい、米沢の未来を切り開いていきます。

私たちは、すべての米沢らしさを最大に生かして、一人一人が自ら行動し、米沢の明日を輝かせる新しい価値、「米沢品質」を生み出していくことに全力で取り組みます。

私たちは、市と市民が一体になったチームとして、米沢の産業・技術・サービスから、市民の住みやすさまで、米沢の全ての品質を磨きあげていくことを目指します。

私たちは、米沢の未来をつくるこの大きな挑戦と創造を、今日、いまこの場から一斉にスタートさせることを、米沢市と米沢市民を代表して、本日ここに、宣言いたします。

平成30年11月2日

米沢市長
中川 勝