

会議録【要点筆記】

1	会議名称	令和5年度第1回米沢ブランド戦略会議		
2	開催日時	令和5年6月8日 午後1時30分～午後3時30分		
3	開催	米沢市役所 3階 庁議室		
4	出席者	役職	氏名	所属
		会長	本 多 作之助	株式会社 本多建設 代表取締役
		委員	宮 坂 宏	(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	(公社)米沢青年会議所 副理事長
		委員	安 部 吉 弘	米沢繊維協議会 副会長
		委員	安 部 里 美	温泉米沢八湯会 事務局長
		委員	金 田 江里子	株式会社 tree 代表取締役
		委員	小 林 裕 明	山形新聞社 取締役置賜総支社長
		委員	小 山 莉津子	株式会社ニューメディア コンテツ制作課 主任
		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
5	欠席者	副会長	安 部 徹	米沢商工会議所 専務理事
		副会長	有 海 利 至	山形銀行米沢支店 支店長
		委員	佐 藤 文 俊	東日本旅客鉄道株式会社 米沢駅長
		委員	坂 川 好 則	道の駅米沢 駅長
		委員	鈴 木 沙 羅	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	米沢栄養大学 教授
		委員	城 戸 淳 二	山形大学工学部 卓越研究教授
6	事務局 出席者		安 部 晃 市	産業部長
			渡 部 美由紀	米沢ブランド戦略課長
			後 藤 正 人	米沢ブランド戦略課 課長補佐
			佐 藤 功 児	同 米沢ブランド推進主査
			大 越 麻 旦	同 主任
			今 侑 里	同 会計年度職員
			東 北 博 報 堂	※Zoom参加
7	会議次第	1 開会 2 委嘱状交付 3 市長あいさつ 4 会議の公開・非公開について 5 事務局紹介 6 会長・副会長選出 7 会長あいさつ 8 議事 (1) 報告事項 ・令和5年度米沢ブランド戦略事業の事業計画及び当初予算の概要について (2) 協議事項 ・米沢ブランド戦略事業の今後について (問題提起)		

	(3) その他 9 閉会			
8 会議資料	次第 委員名簿 資料1 「令和5年度米沢ブランド戦略事業について」 資料2 「米沢ブランド戦略事業費（令和5年度当初予算）」 資料3 「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 6月15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

【1～3 省略】

【4 会議の公開・非公開について】

「公開」とし、議事録は「要点筆記」とする。

【5 省略】

【6 会長・副会長選出】

米沢ブランド戦略会議設置要綱第5条により、正副会長を委員が互選。

意見なく、事務局からの提案により選任。

- ・会長 本多作之助 委員
- 副会長 安部 徹 委員
- 副会長 有海 利至 委員

【7 会長あいさつ（会長）】

- ・様々な分野から新たなメンバーの方々を迎えたこのブランド戦略会議は、玉虫色の議案を作るのではなく、非常に重要な役割を担っている、米沢の未来を作る会議体と思っている。
- ・米沢ブランド戦略というのは、様々地域で見受けられるような、商品にシールを貼るだけの取組ではない。
- ・米沢ブランド戦略は、市民が米沢を好きになり、米沢の良さを発掘し、市民の声で外に届けていくことが根底にある。そして、「TEAM NEXT YONEZAWA（以下、「TNY」という。）」という運動体、「米沢品質 AWARD（以下、「AWARD」という。）」という冠を作った。モノだけではなく、取組に対しての AWARD 受賞の仕組みなど、内容自体いいモノはできていると思う。その一方、課題がなくなったわけではなく、TNY や米沢品質向上運動の仕組み等が良く分からないという意見が見受けられる。それらの活性化、認知度向上に繋がる活動をしていきたい。作って終わりではなく、市民の運動体として、市民を巻き込んでいくことが、この戦略会議のセカンドステージでの課題ではないかと思う。
- ・市民運動、このようなインナーブランディングというのは、ほかにはない米沢だけのものだと思う。みなさんと米沢の未来を創りあげていく、これが米沢の取組の根幹になるものだと思う。未来の子供たちのために、良い米沢をつくってほしいという、熱い思いで皆さんと議論し、より良いものにしていきたい。

【8 議事】

(1) 報告事項

事務局より「資料1、資料2」により説明後に質疑応答。

(会長)

- ・若年層への TNY や AWARD 認知について、小中学生向けの出前講座は従来のブランド戦略事業の説明では理解しがたい。郷土愛の醸成からの視点で説明し、子どもたちが米沢市は素晴らしいところと感じられるアプローチの仕方に変える流れが良いのではないか。
- ・事業スケジュールについてご意見、ご質問はあるか。

(委員)

- ・伴走型リブランディング支援の3社はどのように選定したのか。

(事務局)

- ・4月から TNY を対象に案内し、5月末までに5社の応募があった。「事業を発展させたい」「継承させたい」といった思いはあるが、ブランディングは何をしたらいいかと悩んでいる事業者を支援していく。
- ・昨年まで米沢品質 AWARD の審査委員だった矢島里佳氏が代表取締役を務める「株式会社和える」とともに、5社のエントリーから3社を選定している途中であり、6月9日に最終的な支援先を決定する。

(委員)

- ・モノに対しての AWARD ではなく、形のない取組（教育や地域のまちづくりなど）の応募が少ないのでこちら側からの声がけも必要ではないか。教育分野だと、米沢商業高校で地域食品メーカーと組んだ商品開発もある。受賞のレベルが達してなかったらこちらからフォローするなどの取組をしてほしい。
- ・TNY 拡大の取組に関して、当初は抽象的な問いに答えないと登録できず、ハードルが高く感じられる。AI 等により応募者の質問に答えるなど、回答しやすいシステムがあれば応募者のハードルが下がるのではないか。
- ・挑戦と創造＝新しい取組と考えがちだが、新商品開発だけではなく、事業継承や伝統を守る事も「挑戦と創造」だと応募者に伝えることが必要ではないか。

(会長)

- ・一つ目の質問について、形のない取組での応募が少ないのは AWARD 応募を躊躇してしまうのかもしれない。事務局側でフォローしていることはあるか。

(事務局)

- ・コトに対しての TNY、AWARD の登録は少なく、ブランド＝ブランド品というイメージが先行して、受賞のイメージがしづらいのが問題だと感じている。
- ・昨年 AWARD を受賞した三井屋工業は、従業員の方々から発案された生産管理システムの見直しで、残業・作業ロス・コストの削減にも繋がり、従業員満足度に繋がる取組をしている。米沢から広く波及して欲しいということで、視察に来てもらい公開されている。
- ・興譲館高校や米沢商業高校の取組については把握しているが、TNY に登録いただいからの支援になるので、TNY 拡大の一環として進めていきたい。また、次年度 AWARD にエ

ントリーできるように伴走型リブランディング支援も活用しながらフォローアップしていきたい。

(会長)

- ・三井屋工業は、工業分野でありながら生産管理システムを取組で、モノではなく“取組”に関しての AWARD 応募で非常に素晴らしかった。コトに対しての呼びかけや、事案が積み重なれば増加するのではないか。
- ・TNY の拡大の取組について、エントリーシートの質問に悩んでしまうことや、AI 機能の活用というご意見に関して事務局はどう考えているか。

(事務局)

- ・TNY に登録するとき、「どんな挑戦や創造をしていますか？」という質問事項があり、そこで悩んで諦める企業がいることは聞いている。自社の WEB サイトやパンフレットを作成しているときに、自社の強みや特徴を書いているはずなので、それが挑戦であり創造であるのではないかと伝えている。新しいことを行うのではなく、今現在取り組んでいる事、事業を進めていることが「挑戦と創造」であり難しく考えずに書くことをお願いしている。
- ・AI 技術の活用については、ご意見頂いたことを内部で検討していきたい。

(会長)

- ・エントリーシートで悩んでしまう方に対して、書きやすいような説明になっているか再度見直していただきたい。
- ・三つ目の質問、「挑戦と創造」＝新しい取組だけではなく、伝統継承も取組である。ということは凄く重要な視点である。事業継承を米沢品質 AWARD として出したら、とても面白いことである。伝統工業があるまちとして、会社を存続させるための取組が「挑戦と創造」だという観点を持つこともいいことである。皆様から、「挑戦と創造」の抽象的な問題や伝統を守る取組に関して質問やご意見はないか。

(委員)

- ・「挑戦と創造」と聞かれても答えにくいと感じる。TNY に登録するに当たり、現在「挑戦と創造」に取り組んでいなくても、これから取組もうとしていく会社、気付いてはいないがこれから気付きたいと応募する会社もいるのではないか。実際に TNY に登録してから、新たに自分たちが行っている取組が「挑戦と創造」と知る機会もあるかと思う。登録時の質問事項を考え直し、「どのようなことに挑戦したいか?」「強みはなにか?」「力を入れて取り組んでいることは何か?」などでも良いと感じる。応募のハードルも高いので、TNY に入り、自社の新たな挑戦や価値に気づき取り組んでいく考え方も大切だと思う。

(会長)

- ・これからチャレンジすることや伝統継承の取組も「挑戦と創造」である。様々な取組に想いを巡らせることで自社の強みに気付いてもらうための質問事項になると良い。「挑戦と創造」という強い言葉が、TNY へ申込むことへ躊躇させてしまう。登録時の質問事項等を書きやすくするなどの改善が必要であり、その文章を企業が書くことがまた、加入することへのメリットになれば良い。

(委員)

- ・質問に対する答えを、文字に起こしたり、WEB サイトでも Q&A にして質問事項をまとめて、サイト内で完結するように表現したら良い。

(事務局)

- ・現状 WEB サイトに掲載はしているが、目立つようにはしていないので、見て分かるように改修することを事務局で検討していきたい。

(会長)

- ・TNY に申し込む文章を書くことにより、企業等にとって一つのレベルアップにもっていくことは大切なので、Q&A など分かりやすい回答を掲載する必要がある。WEB サイトの改修をした後に、委員にも情報発信して頂きたい。
- ・8～9月頃予定されている TNY の米沢ブランドに関する研修会の補足、説明をお聞きたい。

(事務局)

- ・TNY に加入しただけで、何をしたいか明確ではない方を対象に、AWARD 受賞の方々から成功体験を聞きながらクロストークを行う予定で検討している。その結果、成功体験を聞き、それぞれの会社が現状やこれからの動きを再確認していただき、TNY の底辺拡大に繋がることを期待している。
- ・ブランディングの専門家から講演会を開催したら人が集まるというご意見があるが、米沢ブランド戦略で取り組んでいる米沢品質向上運動に紐づいてなければ意味がないので、永井審査委員長も含め相談しながら具体的に決めていきたい。

(委員)

- ・TNY の認知を高めていくという問題があるが、様々な事業の結果を伝えるだけでなく、その途中過程を発信し、全員で行っているという情報共有が必要。TNY にまだ加入していない方への気付きや刺激になるのではないかなと思う。例えば、伴走型リブランディング支援事業に関して、長い支援事業なので途中経過も情報共有できればいいのではないかな。
- ・底辺を広げることに對し、米沢を代表するような事業者がまだあると思うので分野でカテゴライズすれば、TNY の一員になってもらえる企業を見つけられるのではないかな。市民に周知してもらうこともこの事業の目的でもあるので、事務局がまだ拾いきれていない事業者を、幅広い分野の各委員から TNY や AWARD に選出できる企業を推薦していくことも検討いただきたい。
- ・ブランド戦略事業は SDGs が本格的に出る前に構想した考えで、とても意義があり、地域にとって持続可能な TNY や AWARD であると思うので SDGs との連携も行っていただきたい。

(会長)

- ・TNY のカテゴライズの件は事務局で行っているのか。

(事務局)

- ・内部資料ではあるが、経済産業省で出している企業の分類ごとにカテゴライズしている。ただ、大きな分類で分けているので、一つの企業で数件事業を行っている企業もあ

り、分け切れていないところもあるので事務局で検討させていただきたい。

(会長)

- ・内部資料も分野別にしたほうが見やすい。
- ・SDGs の連携に関して、SDGs と TNY の連携は今まで行われたことはあるのか。

(事務局)

- ・実際行っていない。連携が上手くいっていないので、米沢として持続可能なまちづくりをするのであれば、何かしら紐づけし連携していきたい。

(会長)

- ・ベクトルは同じ方向を向いていると思うので、連携させていただきたい。

(事務局)

- ・補足すると、ブランド戦略事業は SDGs が世に出る前から、持続可能なまちづくりとして行ってきた。米沢市としても SDGs の取組をするとなった時に、TNY と米沢品質 AWARD と同じような構造で事業を動かそうという議論がなされたが、「同じ市の事業で似たような事業をするのはいかがなものか。」とのご意見をいただいたため、関係課と調整して現在はしっかりとすみ分けをしてある。

(委員)

- ・印象的に米沢は、上杉の歴史などから全国的にも知名度が高いと感じている。この事業は非常に良い取組だと思う。
- ・多岐にわたる内容なので、市民にしっかり理解してもらえるような、短く分かりやすい言葉遣いで表現してほしい。

(2) 協議事項

事務局より「資料3」により説明後に質疑応答。

(会長)

- ・KPI 調査によれば上昇傾向ではあるが、それでも TNY の拡大や米沢品質 AWARD の認知等の拡大には繋がっていない。事務局から問題提起があったが、この部分に関して、ご意見等あるか。

(委員)

- ・TNY について、自社も当初から登録していたが、現在はその数が200を超えているのに驚いた。しかし、登録されている名簿を見ても、何をしている会社なのか分からず、ただ単純に登録していますというような気がする。名前をみただけでその会社の商品やサービス、顔が思い浮かぶようになってほしい。TNY の底辺を広げることも大事。そして、そのクオリティのレベルを上げることが、最終的に米沢ブランドのレベルを上げることに繋がると思う。

(会長)

- ・TNY への最初の登録から、何もしないで終わりというところがあると思うが、事務局として何か働きかけをしているのか。

(事務局)

- ・現在、TNYについては207件の登録があるが、コロナ前までの時期は月に数十件ほどの登録があった。コロナ蔓延以降登録数は減り、ブランディングどころではない企業が増える一方、コロナだからこそブランディングを頑張ろうという企業もあった。
- ・登録だけで、名前だけの方がいるのも事実。頑張っている企業と、活動が見えない企業の温度差が事実として外から見えていることも分かっている。問題提起にもあるが、具体的な取組ができていないところをどうやって巻き込んでいくか。そのために、研修会においてクロストークなどの手法を用いて、丁寧に説明をしていきたいと考えている。

(会長)

- ・次回の戦略会議は8月、AWARD前に行う予定である。内容としてはグループディスカッションを計画している。その機会に先ほどの内容を議論したい。
「どうすればTNYは活性化するのか？」
「その登録数を増やすにはどうすれば良いのか？」
- ・米沢品質AWARDは3年毎の更新申請があるが、TNYは登録しても見直しが無い。強制的にその見直しの機会を作るか等、次回の戦略会議の宿題としたい。

(委員)

- ・情報発信の媒体としてWEBサイトがあるが、現状の数値としての閲覧者数等の情報はあるか。またQ&Aを利用し、応募する方の使い勝手が良くなるような工夫をしてほしい。
- ・サイト検索について、どんな方が登録していて、どんな取組をしているか見たいと思いついて検索するも、200件くらいあり、17ページもクリックしないと分からなかった。分かりやすい検索方法などを、先ほどのQ&Aなどで示してほしい。
- ・また、TNY登録メリットとして、専用サイトでの情報発信とあるが、今年に入ってから、情報発信されている企業は3件だけであり、効果的に運用されていない。事務局から、効果的な活用方法等の呼びかけをしてほしい。

(事務局)

- ・2023年1月末時点でのページビュー数は、公開から44万6,436件。4年間での件数なので、1年で約10万件のビュー数となる。閲覧等の詳細については、グーグルアナリティクスを組ませているので、委員の皆様にご覧送付するとき、追記させて詳細をお知らせしたい。
- ・WEBサイトの効果的な利用について、TNYの登録には申込書が不要で、全てWEBで完結するような仕組みにしている。理由については、自社サイト等をお持ちでない企業についても、このサイトを利用して情報発信できるシステム構築をしているからであるが、先ほど委員からあったように有効活用されていない状況にあるので、今後は情報発信の方法や、メリット等を正確に伝えて、見直していかなければと考えている。

<参考：米沢ブランド公式WEBサイトの閲覧状況（Googleアナリティクスの分析）>

①ユーザー層

- 全体の96.15%が日本国内からの閲覧者です。市町村別では下記のとおり
- 1位が米沢（16.51%）
- 2位が山形（11.69%）
- 3位が未登録（8.37%）

②もっとも閲覧されているページ (PV=Page view)

1位がトップページ (36,816PV)

2位が米沢品質向上運動について (13,965PV)

3位が米沢品質AWARDについて (11,526PV)

③総閲覧数 (集計期間 2018.11.2~2023.5.31)

475,942PV

(委員)

- ・ TNYの方々や、一般の方々、米沢に興味がある方々 (閲覧者) へ情報を届けるには、もっとサイトを活発にしなければならないと思う。

(会長)

- ・ 実際に自社のホームページを持っていない団体は多いと思う。TNYとしてのメリットなのだから、そのサイトを有効に活用することができるということをきちんと伝えることが大事。
- ・ サイトの検索としては、カテゴライズとリンクして、サイトの活用の見直しをしてほしい。次回8月の会議までの、事務局の宿題として捉えてほしい。

(委員)

- ・ 今回の資料にもあるリーフレット (米沢ブランド戦略事業のロードマップ) について TNYへの登録メリットとあるが、この内容で誰が登録するだろうか。「そもそも」等の研修会など、学べる機会がたくさんあると思うが、登録したことでのメリットやプロフィールなども一切書いていない。
- ・ ブランド戦略の構築など、磨き上げ方法など具体的なことを PR していけば会員は増えると思う。ブランドは差別化であり、ブランド力があるということはファンの数が多く、外に誇れる力があると思っている。そのことを TNY の参加者を募るなら、具体的に分かりやすく説明して行ってほしいと思う。
- ・ 8月のグループディスカッションについてだが、テーマを決めて、事前に各委員へ連絡いただければ、短時間で実りあるものになると思う。

(会長)

- ・ 米沢ブランド戦略について、当初から積み上げてきたものは物凄いものである。TNYへ加入することでのメリットとして、様々な学ぶ機会があり、プレイヤー同士の交流会などもある。知らない方もいると思うが、第1回目のAWARDの公開プレゼンテーションの後には交流会があり、審査委員の皆様も参加され、大変有意義な時間を過ごせた。交流の場は非常に重要な場だと思う。今年はぜひコロナも明けたことから交流会等があったほしい。

(その他)

(事務局より)

(会長)

- ・ 今日、ご意見いただけてない委員の方から一言意見を頂戴したい。

(委員)

- ・問題提起の部分にもあったが、カテゴリズの部分に関しては、ブランド戦略事業の根幹であり、多岐にわたるものである。どういうふうにかテゴリズしていくのかというのが、今後のテーマになってくると思う。
- ・また、時代のニーズをしっかりと洗い出しすることが大事であり、DX、ICT、ゼロカーボン、カーボンニュートラル、森づくり（林業）、防災、エネルギー問題。また米沢で力を入れている健康運動など、多岐にわたっている。そして、このブランド戦略事業はそれらを統括していかねばならない。
- ・事務局からあったとおり、ブランド戦略事業はボトムアップ、SDGs 推進事業はその底辺を広げるものと聞いている。その部分を統括する根幹として、このブランド戦略会議はあると感じた。

（委員）

- ・繊維協議会で当初から TNY に加入した覚えはあった。同じ時期に加入はしたが、休会しているところが多い気がする。TNY の実際の取組等、何をしているのか分からなかったが、今回戦略会議に参加しそれが理解できた。
- ・問題提起にもあったが、取組については抽象的であり、具体的な取組ができているところと、取組ができいていないところの違いが分からなかった。
- ・加入メリットとしてなのだが、加入メンバーの業種は様々なので、カテゴリーごとに分けての成功事例があったほうが良い。自分にあった（自分と同じような）業種の成功事例があれば分かりやすいと思う。また、モチベーションを高め、メンバーを募ったほうが良いと思った。そのためにも、もっとメリットを強調したほうが良いと思う。

（会長）

- ・TNY へ登録した方の事業の取組が、できているか、できていないかの判断は、まさしく米沢品質 AWARD かもしれない。ただ AWARD を目指す取組のなかで、落ちる方もいるかもしれないが、それ自体がよい取組をしているという事例が多々にある。また、AWARD 関係なく、クロストークなど行うなどして、様々な取組を共有できると思う。

（委員）

- ・正直、米沢ブランドロゴなど見ているが、登録に関する審査基準など分からない。
- ・農業に関しては、山形県の食料自給率は 189% と他の県の食料も賅っている状態で、米沢のすごいところは、産業、文化、農業全てが盛んなところにある。
- ・地産地消、その土地で作った物を、その土地で食べる農業大国山形。今後は米沢の産業と農業との企業がうまく繋がっていければと思う。

（会長）

- ・TNY への登録審査は、事務局が精査し、その後戦略会議へ諮る形となっている。その際は委員へメールで連絡が入る。米沢品質 AWARD については、また別の審査基準を設けている。
- ・今後とも農業の視点から意見を頂戴したい。

以上

9 閉会