

## 会議録【要点筆記】

1	会議名称	令和5年度第3回米沢ブランド戦略会議		
2	開催日時	令和6年3月18日(月) 午後1時30分～午後3時30分		
3	開催	米沢市役所 3階 301、302会議室		
4	出席者 12名	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
		副会長	安 部 徹	米沢商工会議所 専務理事
		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	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	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
委員	城 戸 淳 二	山形大学工学部 卓越研究教授		
5	欠席者 6名	委員	宮 坂 宏	(一社)米沢観光コンベンション協会 副会長
		副会長	菊 地 智	山形銀行米沢支店 支店長
		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 コンテンツ制作課 主任
		委員	斎 藤 和 也	米沢栄養大学 教授
6	事務局 出席者		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
			友 田 彩 音	同 主事
			今 侑 里	同 会計年度任用職員
			東 北 博 報 堂	※Zoom参加
7	欠席者		安 部 晃 市	産業部長
8	会議次第	1 開会 2 会長あいさつ 3 報告事項 4 その他 5 閉会		
9	会議資料	次第、委員名簿 資料1 TNY登録一覧(R6.3.14現在) 資料2 令和5年度米沢ブランド戦略事業報告について 資料3 米沢ブランドKPI調査_市民調査の時系列変化とサマリーについて 資料4 米沢ブランド戦略事業費(令和6年度当初予算案) 資料5 米沢品質AWARD2024実地スケジュールについて 資料6 令和6年度組織改正について		

起案・報告日	令和6年 3月 日	決裁日	令和6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（会長）】

- ・米沢品質 AWARD2023 が無事に終了し、振り返って良かったことや正すべき課題もあり、次年度へ向けて組織の変更もあるが、より良いブランド事業として育てていきたいと思っている。
- ・最近様々なメディアで、地域ブランドに取り組んでいる自治体を目にする。米沢ブランドのように、取り組みそのものに焦点を当てている事例もお聞きしている。一方ではモノに焦点を当てブランド事業として取り組んでいるところもあり、市民を巻き込んだ形なのか、継続性があるのか、という目線で見えていくと、やはり米沢ブランド戦略事業は良いものが土台として出来ていると思う。ブランド事業が市民に対して発信され、浸透していくことが必要だが、この素晴らしい事業を更に深め、皆様と今年度の振り返りが出来れば良いと思う。

【3 報告事項】

※（1）令和5年度事業報告について事務局より説明。

（会長）

- ・米沢ブランド戦略事業の視察についてもう少し詳しく教えていただきたい。
- ・事業報告につきまして皆様からご意見ご質問があるか。

（事務局）

- ・今年度6件の視察を受け入れさせていただいたが、自治体で運営している視察の中では日経 BP という Web サイトの今年度の調査で、ブランド戦略事業に対する視察が、山形県内1位という成績と報告を受けている。より多くの米沢ブランドの視察を更に受け入れられるように、「Shiasiy」という Web サイトから予約が出来るように体制を整えた。
- ・福島県喜多方市や新潟県南魚沼市でもブランディングに取り組もうとしているが、どうしても“喜多方ラーメン”や“お米”といった製品のブランド化に留まり、隣町の米沢市でこのようなブランド戦略事業を行っていることに感銘を受けたという感想を聞いている。
- ・AWARD に関しては、申請件数が落ち込んでいるように見えるが、年々レベルが上がっており、出せば受かる賞ではなくなってきたことを視察の時に説明させていただいている。
- ・今年度は、米沢市議会も合同の視察になり、米沢ブランド戦略事業について全議員に聞いていただけて大変良かったのではないかと感じている。

(会長)

- ・事業報告につきまして皆様からご意見ご質問等があるか。

(委員)

- ・今年度の AWARD は何件くらい応募があったのか。

(事務局)

- ・今年度は7チーム7件のエントリーで、5件が認定された。

(委員)

- ・申請数が減っており、レベルが低くなっているように見えるがいかがか。

(事務局)

- ・申請数が減りレベルが落ちたという見方もあるが、ある程度のレベルに達していかなければ、賞はとれないのではないかと皆様の高い意識が根付いたように感じる。AWARD を目指す方々が、どの様に準備したら良いのかということも含め、今年度から伴走型リブランディング支援事業を始めた。来年度は今年度より多くの数を得られるのではないかと考えている。

(委員)

- ・日々の業務が忙しい中小企業の方が多く、AWARD に申請するとなると非常に時間を取られてしまうので、AWARD を受賞したら何か大きなメリットがなければ応募をしてくれないのではないか。
- ・AWARD を受賞された方々の変動も見えてこない。

(事務局)

- ・全国発信できるように、新幹線でのTRANヴェールや、年末に YBC で AWARD の特集を放送し、県内に発信しているので、AWARD 自体の注目は物凄くあると認識している。皆様の日常が大変忙しいことは十分承知なので、これから更に広く、挑戦と創造がいきわたるように違った形のインセンティブも考えていきたい。

(会長)

- ・インセンティブは良いものが沢山あるが、AWARD を申請する前にそこがもっと見えていると、AWARD に挑戦することにより知名度が上がったりするが、自社の社員に対しても、社員の帰属意識やこの会社で働いて良かったと思う取り組みが繋がれば良い。“AWARD”しかみえないとそれをとってどうなるのかと感じてしまう。

(委員)

- ・少子化の問題もある世の中で、AWARD を受賞し活気ある会社を若い世代にアピールすることも大切である。

(会長)

- ・まさにそのとおりで、地域を輝かせている会社や、せっかく地元で就職するなら地域貢

献している会社に就職したいと思っているだろう。その一つの証が AWARD を受賞していて、まさにそのとおりだと思うので地域の皆様に対してその発信がされてはいるが、インセンティブの部分が最初に分かっていると企業や団体が応募するモチベーションになるのかなと思う。

一方で事務局がおっしゃるように、中身を見ると年々レベルが上がっている。もちろん、1 回目の AWARD も素晴らしかったが、内容を見ていただくと今年度の AWARD は多岐に渡り、モノやサービスだけではなく、様々な取り組みに対して創り込まれていた。1 回目よりもプレゼンテーションの時間が長くなったという違いもあるが、中身が濃くなったように感じた。今回の AWARD でも複数回チャレンジし受賞された企業や団体もあるので、気軽にチャレンジしていただきたいとは思いますが、簡単には受賞できないと少し申請することに構えてしまいハードルが高くなっているという課題がある。良いものが出てきているのは間違いないがもう少し挑戦していただきたい。

(委員)

- ・トランヴェールの反響がどのくらいあったのか。
- ・伴走型リブランディング支援事業を詳しく教えていただきたい。

(事務局)

- ・トランヴェールの反響は数値化できているものがないので、後日調べてご連絡差し上げる。(※附属資料①をご覧ください。)
- ・伴走型リブランディング支援事業については、昨年度まで AWARD の審査委員を務めていただいていた、矢島里佳氏の会社“株式会社和える”にお願いしているものになる。内容については、「自分の会社で事業を見直したい」、「事業継承を受けたが、どの様なことから手を付けたら良いのか」、「ブランディングをしたいが何から始めたら良いか」この様な方々を対象に TEAM NEXT YONEZAWA (以下、「TNY」という。)に登録している方限定で、リブランディング支援をしていただいた。株式会社和えるの社員の皆様に米沢に来ていただき、「株式会社登起波」、「今野味噌醤油醸造店」、「株式会社 tree」の現場や社内の雰囲気を実際に見ていただき、その後、7～8か月かけ、月1回のペースでオンラインセッションをさせていただいた。自社を改めて考える機会がなく、第三者の方に相談にのってもらいアドバイスをいただけたことが大変良かったという感想をいただいている。「株式会社登起波」では、社内の懇親会を他店でしていたが、実際に登起波の料理を食べたことがないという社員が多く、自分たちが提供する料理を改めて知ってもらう機会になって良かったと話していた。また、2月に伴走型リブランディング支援事業成果報告会をさせていただき、その中でも自分たちがどのような取り組みができたのか改めて整理できとても良かったとご意見をいただいている。せっかくなので、株式会社 tree の金田委員から感想をいただきたい。

(委員)

- ・最初は、TNY に加入し“何をしてくれるのかな?”と聞いていたが、伴走型リブランディング支援事業を受け、その考えが間違っていたことに気付かされた。AWARD 受賞や TNY に加入したら受け身の考えでなく、“自分で何をしたらいいのか”を気付かせてくれる事業である。米沢ブランドを知らない市民が沢山いて、“何をしてくれるのかな?”という考えの人が多いため、その考えを改めない限り“挑戦と創造”という言葉はないと

思っている。それを気付かせくれたのは伴走型リブランディング支援事業で、意識を変えるという意味では非常に良い取り組みであった。

(会長)

- ・私も報告会に参加させていただき、3社の取り組みを聞いた。「今野味噌醤油醸造店」はこの取り組みの途中で初めて AWARD に挑戦し、支援を受けている成果がプレゼンテーションに表れ、「壺」という商品も素晴らしが、自社のストーリーをしっかりと話されていて、その背景が非常に良く出来ていたので審査会でとても高評価だった。報告会を見ていると皆様が凄く晴れ晴れしい顔で自社を見直しできたとおっしゃっていたのでとても感動した。より多くの人に認知していただけるように、もっと見える化できればいいなと感じる。成果報告会と AWARD のプレゼンテーションは YouTube に配信されているので多くの人に見ていただきたい。
- ・今後、トランヴェール掲載効果を各社から是非お聞きしたい。

(委員)

- ・伴走型リブランディング支援事業は、各事業者1年間限りになるのか。

(事務局)

- ・最大2年間であり、始めた年から2年間 AWARD にエントリーするという条件にさせているが、支援できる企業に限りがあるので、株式会社和えると事務局で検討させている。

(委員)

- ・リブランディング支援事業を1年間で全てを完結させるのは難しいと思っており、継続性は大切だと感じている。その反面、TNY に登録しているより多くの事業者に活用していただきたいと思う。今後のブランド戦略事業の中で、伴走型リブランディング支援事業が非常に重要な位置を占めていくのではないかと認識しているので、より多くの方に観覧していただき、AWARD に挑戦していただきたい。
- ・初期の AWARD エントリーは、元々ブランディング意識の高い方々がエントリーしていくので数がそれなりだったが、現状は、ブランディングに対する意識づけの差があり年月が経つほどエントリーされる数が減り、似たような顔ぶれになってしまうことが危惧することである。そこを解決する為に、ブランディング意識の底上げという意味でリブランディング支援事業はとても大切であるので今後とも継続していただきたい。
- ・ブランド戦略事業の視察が県内1位だと伺ったが、全国的にはどの辺だったのか。

(事務局)

- ・集計が東日本と西日本に分かれており、全体の順位は見えていない。

(委員)

- ・視察対応が全体的な指標という訳ではないが、ブランド戦略事業の中で、外部から見てどの位置付けなのか個人的にも気になる、今後のプランの中でも、立ち位置を確認しながら進めて行くことも大切であるので、何かしらの指標があればそれを確認し情報提供していただきながら進めていただければと思う。

(※視察の多いランキングでは、全体の順位までわかりませんでした。)

(会長)

- ・商品にシールを貼る様なブランディング事業を行っている自治体は沢山あるが、米沢市のブランディングは違うなと興味を持ち、視察に来ていただけているのだと認識している。他自治体でも米沢市のようなブランディング事業を行っている事例があると聞いたが、いかがか。

(事務局)

- ・とある雑誌で、福岡県みやま市が米沢品質向上運動ととても似ている取り組みがあり、そちらに経緯を確認しようと問合せたが担当者が不在で確認できなかったので、後日その資料を委員の皆様にお送りしたいと思う。

(※附属資料②をご覧ください。)

(会長)

- ・発信力がまだ足りない現状だが、これから更に米沢ブランド戦略事業が磨かれ、全国的にも良い取り組みとして注目される可能性はあるのかなと思う。

#### ※(2) 令和5年度 KPI 調査の結果について事務局から説明。

(会長)

- ・市民調査の指標が他の自治体と比較してどうなのか分からないので、他の自治体と比較することはできるのか。

(事務局)

- ・一つの事業でこのようなアンケート調査をしている自治体は、ほとんど見つけたことがなく、同じ事業でもやり方が自治体によって異なるので、同じようなことを比較するのは少し研究が必要かもしれない。

(会長)

- ・ブランド事業をするしないに関係なく、今後その自治体に住み続けたいと思うかといった単純なアンケートを取っていれば比較でき、数値だけを見ると上がっている事が良く、下がっている事が悪いという訳でもない気がする。ブランド戦略事業が出来るまでしていなかった調査かもしれないが、非常に重要な指標であるので比較できれば尚よい。
- ・KPI 調査についてご意見やご質問等はあるか。

(委員)

- ・TNY が出来たばかりの頃に登録させていただいたが、当初はポスターやスローガンを作り活気があったが、最近は頒布物やスローガンなどがなく、活動に少し停滞していると感じるがいかがか。

(事務局)

- ・ポスターやスローガンについては、初年度に力を入れて発信させていただいたものになり、新たに制作したものはない現状である。ポスターやのぼり旗は、新たに TNY に登録された方や、新しい物が欲しいという皆様に随時お届けしている。

(委員)

- ・先日 TNY のトートバッグが届き、そのような頒布物で皆様に認知をしてもらい、TNY 登録者自身がそれぞれ PR することが大切だと思う。予算はかかるが、積極的にそのような取り組みをし、より多くの方に認知していただきたい。

(会長)

- ・TNY ができて 4 年程経過し、掲示物に関しては新しいものを渡していただくことで改めて TNY について考えるきっかけになったり、ネットで発信したりと、PR の予算をどのように使っていくのか検討していかなければならない。事務局ではどのように考えているのか。

(事務局)

- ・後ほど話をするつもりであったが、来年度米沢ブランド戦略事業は魅力推進課に移行になるので、TNY に登録していただいている方々に、改めて新しいポスターやのぼり旗を送付しようと考えている。

(会長)

- ・他にご意見やご質問はあるか。

(委員)

- ・〇〇委員がおっしゃったように、掲示物に関して、米沢駅前にあるのぼり旗が色あせてしまっているのが気になる。ブランド戦略そのものが米沢のブランディングであり、市民が評価するだけでは意味がなく、県外の人たちが米沢のモノは凄いとなり、商品の売上も上がり、観光客が増える訳で、いかに県外の方々に発信するかだと思う。観光客は米沢に興味があり来ているので、米沢ブランドを知っていただくためには、ポスターやのぼり旗が非常に重要な役割を果たすので、その予算を考えていただきたい。

(会長)

- ・確かに、米沢の窓口である駅近辺を、ブランド戦略事業が目に見えて分かるように賑やかにすることは大切である。例えば、AWARD を受賞したモノや、事業の取り組みを QR コードにのせて分かるようにしたものがあれば良い。事務局ではどのようにお考えか。

(事務局)

- ・先程申し上げたとおり、新しい課になり次第、ポスターやのぼり旗をお配りしたいと考えている。
- ・市内各所にあるのぼり旗は、3 か月に一度新しい物に取り替えているが、米沢駅に大きく掲げている旗に関しては、強風対策で穴が開いている仕様になっているため、薄く見えてしまう難点があるので今後工夫していかなければならない。綺麗な状態が保てるよ

う定期的に交換させていただく。

(会長)

- ・駅前はなるべく鮮やかな物が目に入る方が絶対に良いと思うので検討いただければと思う。

※(3) 令和6年度当初予算(案)について事務局から説明。

(会長)

- ・米沢品質 AWARD2023 との大きな違いは、伝国の杜での開催である。第1回目の AWARD は伝国の杜の大会議室(100名収容)での開催で、その後コロナ禍になり、市役所議場での開催になった。伝国の杜で行った時がとても良いイメージで、手に汗握る緊張感や涙を流す感動のプレゼンテーションを、発表者も観覧者も味わって欲しいと考える。発表者の社員達が1人2人だけではなく、十数名連れ来てくれる設営の方が私は良いと思う。動員無しに勝手に500名は埋まらない、会場が埋まるように努力をしなければならぬと思うので皆様もそのお手伝いをお願いしたい。
- ・ご意見、ご質問がある方はいるか。

(委員)

- ・今年度 AWARD を会場で実際に見させていただき、凄く良かったと感じた。市内の活躍している企業を小・中・高・大学生にも見ていただきたいので動員し、会場の半分は子ども達に見ていただきたい想いが個人的にある。

(会長)

- ・まさに学生に見ていただき、これから就職を考えている人、就職は決まっているが地元企業はどのようなことをしているか、興味がある方は絶対にいると思う。動員に対して事務局はどのようにお考えか。

(事務局)

- ・米沢品質 AWARD2022、2023 年は児童の観覧ということで、愛宕小学校の皆様に見学していただいた。TNY に登録して下さる小学校も増えているので、教育部門の方にも PR しながら市内の企業の取り組みを児童に広めていきたいと考えている。

(会長)

- ・様々な立場の方に見に来ていただきたいが、特に教育関係でより多くの学生の皆様に観覧していただきたいと思う。
- ・他にご意見はあるか。

(委員)

- ・来年度は伝国の杜での米沢品質 AWARD の開催だが、500名の会場動員はレベルが高いように感じるので、最終審査会の時間を利用し人が集まるような工夫が出来れば良いと思う。



(会長)

- ・第1回目のAWARDの最終審査会の待ち時間で、前ブランド戦略会議委員の〇〇さんと私でTNYについて会場の皆様に話したことがあった。事務局ではどの様にお考えか。

(事務局)

- ・会長がおっしゃるように、第1回目の最終審査会の待ち時間でお2人にトークセッションをしていただいた。最終審査会が毎回白熱して時間が延び、2時間弱かかってしまう状態なので、昼休憩とし一旦区切り、再度集まって下さいとご案内している。約2時間の長時間なので、楽しんでいただけるような企画を課内でも検討させていただきたい。

(本多会長)

- ・〇〇委員がおっしゃるように、あくまでもプレゼンテーションがメインだが、最終審査会待ちの時間に、短時間でも良いので人を集客し、来てよかったなと思える企画を検討していきたい。

(委員)

- ・地域活性化で有名な方を呼び講演会でも良いのかなと思う。

(会長)

- ・プレゼンテーション後に他県のまちづくりの話を聞くと、違った角度で話を聞けるので更に盛り上がると思う。AWARDは参加者だけでのものではなく、市民に対してのAWARDとして行なっていきたいので、伝国の杜でライブ感を持ちAWARD自体が1つのプロジェクトとして進めていく意識で一緒に計画していきたい。

(委員)

- ・米沢に対するロイヤリティ指標で、「米沢市民である誇り」が33%しかないという結果が何故なのか、米沢市民にお聞きしたい。

(会長)

- ・ブランド戦略事業を立ち上げる前に、市民の皆様に米沢の良いものを聞いた時、良いものが沢山あるという一方では、「米沢なんていいものがない」「雪が多くて何もいいことがない」と、良いものが沢山あるのに気づいていない市民が沢山いた。そこが米沢ブランド事業の方向性の重要なところである。他の市町村からすると、米沢はこんなに良いモノがあるのは凄い事だと、良さに気づかない人が沢山いることに衝撃があった。市民が米沢市をよく知り、沢山ある輝ける取り組みをきちんと輝かせ、米沢市民自体が米沢を愛さないと外に発信でない。なので、数値として最初から低かったという印象がある。

(委員)

- ・しかし、住み続けたいという数値は6割なのはなぜか。

(会長)

- ・どこかで自嘲し、心の中では好きなのに言い表せない何かがある、という米沢市民の気質なのか、本当に米沢市が好きではないのか、今後向き合っていかなければならない課

題である。

- ・米沢市の農業目線から、〇〇委員はいかがか。

(委員)

- ・農業の場合もまさに後継者が不足しているのが現状である。自分に対し誇りと自信を持ち仕事をしないと、農業の選択をしてもらえないのではないかと思うが、数値的には東北の気質で遠慮がちに答えているのかもしれない。

(委員)

- ・市民調査のヒヤリングは何名くらいにどの様に行っているのか。

(事務局)

- ・年々調査人数を減らしているが、今年度は1200名（男性600名、女性600名）の方に無作為に調査依頼をかけ郵送し、約44%の返信率であり、今年度の回収率は過去一番高い結果になっている。

(会長)

- ・外部環境が非常に慌ただしく動く中でのロイヤリティ指標なので、ブランド戦略事業と直接関係があるかは分からないが、米沢市民である誇りを高めるところでは、高い数値を目指していきたい。

(委員)

- ・自分の住んでいるまちに対しての誇りがあまり高くないのは、米沢市以外も同じなのではないかと私は考える。日本の地方都市に問えば同じ回答であり、なぜそうなるのかは難しいが、メディアから入る情報は主に東京中心で、東京と比較すると自分たちのまちには何もないと感じる人が多いのではないか。無いものねだりの感覚で比較し、誇りが無いと感じてしまう人もいるであろう。市外でまちづくりをしている人や、移住して来た人から話を聞くとやはり自分のまちに誇りを持っていないのが現状であり、全国共通の問題であると感じるので、逆に米沢市に住み続けたい6割の数値は、大きな強みになるのかもしれない。

(会長)

- ・西日本の人は誇りを持っているイメージが強いが、出身の〇〇委員はいかがか。

(委員)

- ・私の出身は東大阪で町工場が多いところであり、やはり産まれた育った地域には愛着や誇りがあるので、低い数値に疑問を抱いた。

(会長)

- ・〇〇委員がおっしゃるとおり、メディアでマイナスなニュースが目に入って来るので、ある意味課題を浮き彫りにし、より良いまち創りをしなくてはというモチベーションにするには良いかもしれないが、使い方を間違えれば自分のまちはそんなに良いまちではないという見方になってしまう。メディアの情報に流されずプラスの情報を発信し、満

足度を高めていく方向にする事がブランド戦略事業であり、今後の課題である。

(委員)

- ・カーリング女子日本代表選手は北海道の田舎出身だが、銅メダルをとった時に「このまちには何もないけど、このまちじゃないと私達は夢が叶わなかった。」と名言を残している。彼女達にとっては間違いなく、生まれ育ったまちに誇りを持っているはずである。そこにブランディングの取り組みが絡んでいて、こういった会社が頑張っていて挑戦と創造をして大きくなると、絶対に米沢っていいまちだよねとなる。そのような意味でも、10年後、米沢市を誇りに思う数値が60%になっていけば素晴らしい取り組みだったと思ってもらえる。

(会長)

- ・徐々に数値が上がって行く事に期待したい。

※(4) 米沢品質 AWARD2024 実地スケジュールについて事務局から説明。

※(5) 令和6年度組織改正について事務局から説明。

(会長)

- ・組織改正で、広報部門と一緒に課になるということは、今までのブランド戦略事業の弱みである発信力部分を変えてくれる期待を持ちたいと思う。
- ・皆様からご意見、ご質問等はあるか。

(委員)

- ・産業部から企画調整に移行する意味は、〇〇委員がおっしゃったように、AWARD を米沢市民にもっと見ていただき、発表者のシビックプライドを感じさせ、米沢だからできたという想いも込められていたので、改めて、シビックプライドの醸成の役割が大きくなっていくのではないかと思った。また、AWARD 受賞のインセンティブもトランヴェールや YBC 放送も良いが、不特定多数ではなく、具体的に市内の若者に響かせるような PR の仕方を考え、来年度の AWARD は伝国の杜開催なので、ブランド戦略課では完結しない、まちづくりや移住部門を巻き込みながら AWARD を PR できれば500名の満席は夢ではないと感じた。
- ・伴走型リブランディング支援事業の継続も、成果報告会を実際に見させていただき、AWARD やブランディングに関わって下さる外部の先生方と、米沢との信頼関係を感じさせる質問力や働きかけをしてくださっていると思うので、企画調整部に移行したら、外部と方々と緩やかな関係を大切にしていける必要があると感じた。
- ・AWARD の応募者数が減ってきている現状で、様々な社会情勢の右肩下がりの中、生き残っている会社は、それぞれに小さな挑戦と創造をしいると思うのでそれを引き出す力が重要だと思う。その為に、推薦枠を検討しても良いのかなと感じた。

(会長)

- ・伝国の杜の開催なので、若者を巻き込んで PR していくこと。メリットの見える化ではなく響くところに響かせるプロモーションをすれば500名は集客できる。これは次年

度の課題でもある。

- ・外部の先生方との緩やかな関係は、事務局にも頑張ってもらっている成果で、初年度よりはるかに審査委員の皆様の理解が深まっているなど感じる。AWARDの事前見学会で現場の方々の声を直接聞いているので、プレゼンテーションの質問の中身や、最終審査会では凄く米沢愛が溢れる濃い内容なので、これも凄く大切なことでありこの関係性も重要である。
- ・AWARDの応募者を増やす為に推薦枠を設ける提案は、確かに推薦したい会社は沢山あるが、推薦された側は困惑してしまう方もいるかもしれない。プレゼンテーションを行うことは、越える山が大きく、自ら申請する方と同じ枠で扱って良いのか難しい問題ではある。事務局はいかがか。

(事務局)

- ・推薦枠については、以前のプロジェクト会議でも何度か議論したが、他の自治体で行っている、特産品にシールを張るだけのブランディングでは、推薦枠は簡単にできるかもしれない。越えなくてはいけない壁が物凄く大きいので、推薦したからプレゼンテーション資料を作り、伝国の杜で発表して下さいという訳にはいかないとと思うので皆様のご理解をいただいた上での検討になる。

(会長)

- ・8割AWARDに挑戦する意識があり、残りの2割で誰かが背中を押してくれれば申請できるという会社は沢山いると思うので、推薦枠の意見は何かしらに活用できれば良い。

(事務局)

- ・その為に、「伴走型リブランディング支援事業を利用してください」と発信できればいいのかなと思う。

(委員)

- ・無理に推薦し、必ずAWARDに申請して下さいという訳ではなく、何社か候補を募り、複数から選ばれた企業に案内をし、それをきっかけに応募する企業もいるかもしれないので、自信のない社長の後押しになれば良いと思う。

(会長)

- ・何かの形で推薦枠を活用できるか、東北博報堂とも検討していただきたい。
- ・他にご質問はあるか。

(委員)

- ・米沢品質AWARDブランドサポーターによる実態調査とは何か、具体的にどの様なことをするのか教えていただきたい。

(事務局)

- ・AWARDに申請した内容と、実際に行っている内容について相違がないかをブランドサポーター(現在90名)に確認してもらう期間になる。だが、毎年特定の方しか動いていない状態なのである。

(会長)

- ・公募してはいるが、実際に評価していただいている方は少ないのが現状なので、我々ブランド戦略会議の皆様も協力していかねばならないことである。実際に手を挙げてくれた方々に目を向けていかないと、ブランド戦略会議のing感が足りないように感じる。ブランドサポーターは、戦略会議の私達もなるべきだし、AWARD申請者に一つ一つ目を向け、実際に見に行ったり、調べたりして、申請内容よりも良かったというコメントや、アドバイスをすべきであり、そこを機能させることが課題である。
- ・ここまでの議事について、皆様から一言ずつ頂戴したい。

(委員)

- ・意見としては先程申し上げたとおりだが、AWARDのインセンティブを考えた時に自分だったら、自社のブランドCM30秒があれば拡散しやすく嬉しいと感じる。

(委員)

- ・今回で3回目の参加になり、まだブランドに対して理解できていない部分がある。自社の話になるが、今年度応募者数が少なかったようで山形エクセレントデザインから声がかかった。エントリーシートもA4の紙1枚だけで、当日行ったら60~70社くらいで、プレゼンテーションの時間も各社5分で審査も短い時間でグランプリが決まり、簡素化されており、米沢品質AWARDと全く違うなと感じた。自社は、奨励企業に認定いただき、県からリブランディング支援受けられることや、山形県が参加している物産展や展示会に無料で参加できるお話だった。米沢ブランドが市民に対しての働きかけか、AWARD受賞した会社を中心に外にPRし認知度を上げる方向性のほうがいいのではないかと私は感じる。市民の認知も大切だと思うが、物産展や展示会を利用し、外への認知度を上げる方が企業にとっても良い方向に行くような取り組みが何かできないかと感じる。

(委員)

- ・本日とても印象的だったのが、〇〇委員がおっしゃった、“何をしてくれるのか？という意識から何をやりたいかという意識に変わった”ということだった。頼まれたからTNYに登録するやAWARDにエントリーするは目的意識が薄くなるので、下手にハードル下げると必要ないと思う。
- ・リブランディング支援事業について、コンサルティングな部分で、企業がどこかに頼めば数百万する中身になっていると思う。今までの過程を見て凄く価値のある活動になっていると感じる。経営者に対する教育に近くなってきている、若手経営者やこれから米沢で企業したい人に向けたり、様々な角度からTNY登録数を増やすことはこれから必要であり、そこにプロモーションが紐づいてくると更に有意義なものになると期待したい。

(委員)

- ・今回でブランド戦略会議は2回目でもまだ分からない部分もあるが、県外の人を連れて観光しながら駅前の米沢牛を扱う店に足を運ぶが、米沢=米沢牛しか思い浮かばない人が多いと思うので、観光客が来るお店にも米沢ブランドが分かるように表現出来たら良いと感じた。

(委員)

- ・自社の道の駅米沢は、AWARD に3回目挑戦させていただき、2回受賞をいただいた。AWARD を受賞したことにより、様々な方から問い合わせが多い。TNY は現在220件の企業や団体の登録だが、私達も AWARD に申し込む時はとても忙しい時期で、仕事をしながらプレゼンテーション資料を作るのは大変だったが、チャレンジ精神が大切なので是非 TNY 申請や AWARD に挑戦していただきたい。

(委員)

- ・リブランディング支援事業も新たに始まり、課も変わるということで新たな展開に期待したい。
- ・TNY が現在220件の登録で、まだ登録していただきたい企業が沢山ある。米沢ブランドの話をする、未だに知らない市民は沢山いるので、伝国の杜での開催の AWARD で多くの市民に見ていただき、知っていただきたいと思う。市民にはまだ浸透していないという反省があるので、来年度は様々な展開をもう一度見直し、挑戦と創造の言葉通り、米沢ブランドを市民に周知してもらいながら頑張っていきたい。

(委員)

- ・TNY に登録している数ではなく、登録している企業の質だと思っているのであり、それが米沢ブランドである。どこにでもあるようなものは米沢ブランドと言えないと思うので、“質を上げる”ことが1番の目的である。リブランディング事業を受けさせていただき、挑戦しようとする意識が低いと思うので、これから各企業の質を上げることで米沢ブランドの質が上がっていくのではないかと感じている。

(委員)

- ・仕事柄、知的財産を扱っているが、知的財産＝ブランディングの成果物という側面、ブランディングを活かす手段であったりするが、仕事で話していると思うのが、ブランディングは大企業がするものという意識が強く、中小企業である自分たちには縁がないなど思っている方がまだまだ多いと痛感する。私の業界でも言われていますが、ここでやっているブランド戦略事業も同じで、地方や中小企業もしっかりブランディングしていかなないと、この先、生き残れないので、ブランディングに対する意識づけをしなければならない。特にインナーブランディングが無いと外に発信できないので、アウターブランディングと両輪をしっかりと意識しながら、TNY 登録者を底上げし、ブランディングを進めていかなければならない。我々自身、ブランド戦略課を越え、米沢市自体がブランディング意識を高めていければよい。ブランディングは一日にしてならずで、10年、20年続けていかなければならないものなので、引き続き協力していきたい。

(委員)

- ・ロイヤリティ指標で“米沢市民である誇り”が低く、農業者も自分が農業者であることの誇りが非常に低く、誇りが無いので辞める人が増え、農業者が減っている現状なので通ずるところがあると感じた。
- ・TNY の認知も20%弱で、私もこの1年で知り、この活動を通じて様々な企業を発信すべきである。登録したから終わりではなく、登録したところから始まる形で、リブランディングのように、登録してから価値を上げ自ら意識改革ができれば良い。課の移行

もあり、市民の皆様にも伝わっていくと思うので非常に大切だと感じた。

(委員)

- ・市内だけで盛り上がるのではなく、企業の商品やサービスやアクティビティをいかに県外に知ってもらうかが大切である。今より多く視察に来てもらい、ブランド戦略事業と企業と一緒にメディアに取り上げてもらいながら、外部に知ってもらうことも面白いと感じる。
- ・駅前の、のぼり旗を新しいものに変えていただきたい。

(会長)

- ・課の移行により、ブランド戦略会議がブランド戦略課で開催するのは今回で最後になるのでブランド戦略課の皆様には拍手を送る。

以上

【5 閉会】