

会議録【要点筆記】

1	会議名称	令和6年度第2回米沢ブランド戦略会議			
2	開催日時	令和7年3月17日（月） 10時～12時			
3	開催	米沢市役所 3階 303会議室			
4	出席者 10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	菊 地 智	山形銀行 執行役員米沢支店長	
		委員	宮 坂 宏	一般社団法人米沢観光コンベンション協会 副会長	
		委員	入間川 悟	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	川 野 敬太郎	（公社）米沢青年会議所 理事長	
		委員	安 部 吉 弘	米沢繊維協議会 会長	
		委員	金 田 江里子	株式会社 t r e e 代表取締役	
		委員	松 田 直 樹	山形新聞社 置賜総支社長	
5	欠席者 8名	委員	遠 藤 正 紀	米沢舞鶴法律事務所 弁護士・弁理士	
		副会長	安 部 徹	米沢商工会議所 専務理事	
		委員	鈴 木 沙 羅	米沢商工会議所青年部	
		委員	安 部 里 美	温泉米沢八湯会 事務局長	
		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	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	斎 藤 和 也	米沢栄養大学 教授	
6	事務局 出席者	委員	城 戸 淳 二	山形大学 特別教授・フェロー	
			遠 藤 直 樹	企画調整部長	
			渡 部 美由紀	魅力推進課長	
			佐 藤 春 樹	同 課長補佐	
			佐 藤 功 児	同 魅力向上主査	
			吉 池 賢太郎	同 主任	
7	会議次第		金 谷 沙耶香	同 会計年度任用職員	
		1	開会		
		2	会長あいさつ		
		3	協議事項		
		4	その他		
		5	閉会		
8	会議資料	次第、委員名簿			
		資料1	TEAM NEXT YONEZAWA 登録一覧表		
		資料2	米沢ブランド戦略事業事業報告について		
		資料3	令和6年度 KPI 調査の結果について		
		資料4	令和7年度当初予算(案)について		
		資料5	米沢品質 AWARD 2025実施スケジュールについて		
		資料6	米沢ブランド戦略事業の今後について		
起案・報告日		令和7年3月25日	決裁日	令和7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）】

- ・米沢ブランド戦略会議としてやっていること、「TEAM NEXT YONEZAWA（※以降 TNY と表記）をベースにして米沢を良くしていくんだ」、「米沢はすごくいいところが沢山あるんだ」という気風、そういったことを発信していくことが「持続可能な好循環の米沢」なのではないかと思っている。
- ・その中でやはり核となるブランドリーダーとしての印となる AWARD が、私たちの中での「挑戦と創造」の一環として今年は伝国の杜で開催することができた。我々にとっての挑戦であると同時に、大勢の前で大きな空間の中でということで、AWARD に登壇した人が一番挑戦になったのかなと思う。
- ・ブランド戦略会議としても 5 回目の AWARD は積み重ねた財産である。そしてそれを財産で終わらせるのではなく、資産としてしっかり活用していく。これから先積み上げたものを活かしていくということも視野に入れて、本日は話していきたいと思う。どうやったら成功するのか・良くなるのか、そういった新しい思考と目線で色んな意見を聞ければと思う。

【3 報告事項】

※米沢ブランド戦略事業事業報告について 事務局より説明。（資料 2 を参照）

（委員）

- ・資料 2 の「1 米沢ブランド戦略会議・米沢品質 AWARD 関係」に関して、9 月 4 日の沖郷中特別学習と 10 月 30 日の新庄南高校校外学習はどんなことをしたのか。

（事務局）

- ・9 月 4 日の沖郷中特別学習については、沖郷中の 2 年生約 50 人程度に置賜文化センターのホールに来てもらい、そこで米沢ブランドの説明を行った後市内の事業所を回った。
- ・10 月 30 日の新庄南高校校外学習については、3 年生と記憶しているが山形県の探求学習プログラムか何かがあり、その中の一環で米沢ブランドの説明を聞いた後に、道の駅米沢で食事し、三井屋工業株式会社東北事業部を工場見学した。

（委員）

- ・追加で 6 月 26 日の米沢工業高校キャリア学習の説明もお願いしたい。

（事務局）

- ・こちらは米沢工業高校から依頼され、一昨年と同様、1 年生向けに何回かに分けて地域の魅力や企業の社長などを呼んで行っている授業の一つとして「米沢ブランド戦略事業の説明もしてほしい」ということで、米沢工業高校に我々が出向いて事業の説明を行った。

（会長）

- ・市内の高校ではこういったこともあると思うが、市外の、南陽市や新庄市の学校の生徒が来て、なおかつ AWARD を取った企業も視察していくのは大きなことだと思う。

(委員)

- ・トランヴェールへの掲載が2月号とのことだが、1月や12月に繰り上げは可能か。

(事務局)

- ・トランヴェールについては10月にAWARDが決まり、それから編集作業に入るため、どうしても2月がギリギリの期限になってしまう。12月末には校了しなくてはならないこともあり、最短で載せられるのが2月になる。
- ・ただ来年度についてはトランヴェールの掲載も5年間続けてきたということもあり、一旦見送りにして、魅力推進課が主体となっている関係上情報発信はSNSやYoutubeといったものにシフトしていこうと考えている。

(会長)

- ・トランヴェールの掲載は見た人にとってインパクトのあるページだと思う。これも次への一つの課題といえるかもしれない。

※令和6年度KPI調査の結果について 事務局より説明。(資料3を参照)

- ・今回の調査は新米沢市まちづくり総合計画の策定に当たり、「市民が普段感じてること」「くらしの満足度」「米沢市の取り組みに対する意見や要望」などを把握することを目的に実施したものの中から、米沢ブランド戦略事業に関する項目を抽出したものになっている(例年と少し異なった調査になっている)。
- ・調査対象は18歳以上の市民3,000名。回答率は48.2%。
- ・同時に高校生約1,000名、大学生約1,400名を対象にした調査も実施(資料に併記)。

(会長)

- ・今年度から高校生・大学生向けのアンケートを実施したということで、また2割の活力ある層がけん引していくような形をとっていくことで、全体を底上げし引っ張っていくということも十分考えられる。
- ・「今後の発展への期待」でマイナスな面はあるが、ブランド戦略のものだけでない市民生活に関しての様々な状況も含めてロイヤリティ指標に表れていると思う。そういったことも含めて何かご意見・ご質問はあるか。

(委員)

- ・米沢市に対するロイヤリティ指標の「米沢市の今後の発展への関与意向」が2020年は70%を超えていることにまず驚いたが、数値が下がってきていることに対して何か考えられることはあるか。

(事務局)

- ・(追加の調査を行っているわけではないため主観での話にはなるが、)2020年頃の高い数値は市民の関与意欲が高いことを示すものとして、そもそもの米沢ブランド戦略事業に力を入れる根拠となっている。下がってきている要素については、物価高などの要因でロイヤリティ指標自体に対する意識の変化や低下が考えられる。ただ「米沢市の今後の発展への期待」や「関与意向」が昨年度から大きく下がっていることは、調査する必要があると考えている。

(会長)

- ・「米沢市に住んでいても満足度はそこまで高くない」「満足度は高くないが何かしら関与

したい」と思っている市民のバランスを取って、満足度を表面化できるようにしていく必要がある。ブランド戦略をしている以上、数値は上がっていくのがいい傾向といえるが、下がっていることには何かしらの要因があるのかもしれない。そのほか上下している数値もあるので、もう少し踏み込んだ内容を知りたい。

(事務局)

- ・年によって調査対象数に差がある。その当時のアンケート回答に対する意識や回答率も今と異なるため、この数値だけを見るのは偏りがあるかもしれない。高校生の「米沢っていいよね」という内容に当たる数値がとても高いのは、一緒にやっていけるような気持ちのスキルが上がっているように感じて頼もしいと感じ、高校生・大学生に向けてこれから事業展開をしていきたいと思うような数値になっている。

(会長)

- ・回答率が上がってきたということは、回答へのハードルが下がってきて様々な意見が出てくるようになってきた、という見方も出来るのではないか。
- ・高校生・大学生の数値をみると、「米沢に住み続けたいか」に対し、大学生は外から来ている人も多いため、資料のような数値が出てくるのも顕著と思う。高校生に関しては満足度が高く、これらの数値をもう少し見ていって、継続して取っていききたいと思う
- ・そのほかにご意見・ご質問はあるか。

(委員)

- ・「米沢市に対するロイヤリティ指標」の「米沢市に住み続けたいか」で大学生が5.9%というのは肌感覚ではわかるが、数字で突きつけられるとなかなかつらいものだと思う。市外から来ている人も多いただろうが、逆に言えば市外から来て米沢に定着する人がほとんどいないということになる。市内の学生も県外に出ていると読み取れる数字であり、米沢市全体の問題ではあるが、ここの課題に取り組んでいかないといけないと思う。ブランド戦略事業の中でももっと大学生にアプローチ・コミットして何か取り組みを行い、数値が上がってほしい。今後の期待や関与意向の割合は多いので、何かうまくきっかけを作れば、いい方向に向くのではないかなと思う。
- ・毎年この指標が出ているが、他の市町村との比較も見てみたい。似たような地域や都市規模に近い他の市町村と比べることができれば、もう少し米沢市の現状やブランド戦略の立ち位置が見えてくると思う。そういったデータを比較するのは難しいか。

(事務局)

- ・KPI 調査の結果など、他市町村のこういった情報は持ち得ていないのが現状。どういう風な視点で他市町村がKPIを調査しているのかなどは、今後研究していきたい。

(会長)

- ・同じような調査結果を他と比較することができると的確でいいと思う。現実的で怖い数字だが、米沢市はそれに向き合っているとみることができる。今のところはこのKPIに対して自主的に判断しているということだと思う。
- ・大学生に対しての取り組みがあるといいとの話も出たが、先ほどの報告にもあったように地元の高校生に対して活動しているということで、他の市町村の高校生が米沢に来るのもいいと思う。大学生は県外からやってきた人が多いが、そういった人たちが米沢に定着してくれたらいいと思う。直接アプローチするのか、魅力ある事業を発信していくのが定着につながるのかは、考え方次第とも思う。今後も数値を追っていくのがいいだろう。

※令和7年度当初予算(案)について 事務局より説明。(資料4を参照)

- ・「2 予算の状況」の「12 委託料」についてが大きく削減されているが、予算が減額しても取り組みは拡大していくということを念頭に、令和7年度以降の事業も推進していきたいと考えている。

(会長)

- ・予算のことは頭に入れつつ事業の内容についてを重視した方がいいと思うので、引き続きスケジュールについて説明を聞いてからそれらも交えて意見交換していきたい。

※米沢品質 AWARD 2025 実施スケジュールについて 事務局より説明。(資料5を参照)

(会長)

- ・日程的には例年通り。追加されたのはプレゼンの練習会。他のスケジュールは少し繰り上げられている。実施会場は今年度同様伝国の杜ホールの大きい会場で、ということだが、何かご意見・ご質問はあるか。
- ・〇〇委員は実際に昨年参加してみて、何か感想含め意見はあるか。

(委員)

- ・プレゼンする機会というのは中々ないと思うので、練習会やプレゼンの仕方の指導は AWARD に限らず魅力推進課として取り組んでもらった方がいいと思う。

(事務局)

- ・確かに AWARD に参加される人もプレゼンの機会があまりなく、不安を感じている人も多いと思う。米沢のいいところをアピール・体験できる場があるのはいいことなので、魅力推進課としても考えていきたい。

(会長)

- ・プレゼンの質が上がれば聴衆側にも内容が響きやすくなるのではないかと思う。また伝国の杜という大きな会場で昨年度開催できたことに関して、何か事務局からご報告いただきたい。

(事務局)

- ・会場の前半分が参加者・審査員・関係者、後ろ半分は観覧者という配置だった。南部小・興譲小の生徒も来てくれたが、AWARD のプレゼン内容は小学生には少し難しかったと校長先生からご意見をもらい、高校生や大学生の方がいいのではないかと感じた。実際に高校に声掛けはしたが、校内のイベントとブッキングしたり、一部の学生だけ授業を抜けてくるというのは難しかったため、高校生の参加は叶わなかった。実際に参加した企業の応援団などは多く来ており、川島印刷は自前の機材で社内からプレゼンが見えるようにしたり、三香堂は会社が会場の目の前ということもあって自社の発表の時には社員たちが直接応援に来ていた。会長がおっしゃっていたような、AWARD を見ていただくような、イベントになるような応援団をつくる、というのは一定の成果が出たのではないかと思う。来場者は報告の通り220人を超え、多くの人に来てもらった。

(会長)

- ・応援団も来ているんだ、と瞬間的にでも思ってもらえるような場面があればいいと思う。

※米沢ブランド戦略事業の今後について 事務局より説明。(資料6を参照)

■「1 事業成果(1) TEAM NEXT YONEZAWA」に関して

- ・今年度は6～7月頃から営業強化月間を設けて様々な企業にアポを取り、魅力推進課の職員中心に参加勧誘活動を行った。

■「1 事業成果(3) 視察等の対応」に関して

- ・神奈川県秦野市については特に感銘を受けた議員がいた様子で、秦野市でも同じようなブランド認証事業をやっているようだが、選んで終わりという風な形になってしまっているとのこと。そのため、事務の方などにも追加で米沢ブランド戦略について電話やメールにて説明を行った。

■「2 課題と反省点(1) 課題」に関して

- ・無関心層に対しては改めて訪問や説明を行って、TNYの活動について知ってもらいたいと思っている。

(会長)

- ・多岐にわたっているが、何かご意見・ご質問はあるか。

(委員)

- ・資料4の「委託料」の部分について、後程資料と合わせて説明するとのことだったので、お願いしたい。

(事務局)

- ・資料4を参照していただきたい。米沢ブランド戦略事業費の大半を占めているのは委託料で、記載の通り、様々な事業者への事業関係の委託料になっている。その中でも大きく削減しているのは「米沢ブランド運営支援業務(委託先: ㈱東北博報堂)」であり、情報発信に関する部分(TRANSCUELL制作など)を見直した。また、米沢ブランド運営支援業務内に「米沢ブランドムービー制作」に関する予算も含まれていたが、来年度はこの予算内から抜き出し、競争入札制によってムービー制作を請け負ってくれる事業者を広く募集する予定である。
- ・「米沢ブランド Web サイト管理運営」や「米沢品質 AWARD 特別番組制作」費については大きく変わりはない。「伴走型リブランディング支援事業等」は若干の事業圧縮を考えているが、大きく変わるものではない。課内で出来ることは引き取って内製化していくイメージの予算圧縮をしていく予定である。

(会長)

- ・博報堂などに依頼していた部分を内製化していく、またある程度事業の土台ができたところで自分たちで出来ることはチャレンジしていく、予算の削減はしつつ内容としてはもっと地元の力を活用していく、という風にチャレンジしていくということだと思う。

(会長)

- ・〇〇委員がそろそろ退席する時間ということで、何かお話はあるか。

(委員)

- ・ブランドのホームページの紹介文の更新に関して、数年間更新していないところもあるため、もっと呼び掛けていくべき。掲載している内容についても事務局の方でアドバイスなどの声掛けをするべきだと思う。
- ・また、TNYCCCの事業は良いと思うが、この案内は全チームにいつているのか。

(事務局が頷く)

- ・では、会社のメールアドレスと担当者のメールアドレスが異なることもあると思うので、そういった場合には細やかに対応したり、返答がないところには積極的なアプローチを行うなどの取り組みが必要なのではないかと感じている。
- ・以上を含めた意見・提言についての資料（※一部抜粋した内容は下記を参照）を事前に事務局に送っているなので、確認してほしい。

（会長）

- ・ホームページの更新などの促しやアプローチの仕方の改善、また TNYCCC への参加希望団体への声掛けなどをした方がいいとのご意見だったが、事務局の方はどうか。

（事務局）

- ・TNY の取り組みに関して、更新のない団体は確かにあるため、この機会に再度見直ししてもらえるようにしていきたい。
- ・TNYCCC について、米沢ブランド公式 Web サイトや公式 Facebook、米沢市広報よねざわのインスタグラムなどに情報を掲載している。メールが担当者に直接届かないものである、という問題もあるかもしれないので、今後担当者に直接つながるようなアドレスを確認できるよう丁寧な説明や方法を検討していきたい。

（会長）

- ・TNYCCC に取り上げてほしいという団体がいた場合は、どのようにするとよいか。

（事務局）

- ・お声掛けいただければ、すぐに対応する。

■委員による提案内容■

- ・既存の 20% の層を「ブランド推進アンバサダー」として正式に位置づけ、市民イベントや SNS 発信を主体的に行うよう制度化する。
- ・高校生など若年層を対象とした具体的施策（高校生 TNY プロジェクト、地域課題解決ワークショップなど）を展開する。
- ・少ない予算でも実施可能なデジタルマーケティング（SNS や動画配信）を強化。
- ・「予算がないからできない」ではなく、「予算がない中でどう効果を最大化するか」を考えさせる視点を徹底する。
- ・若手主体の実務的な意見を組み合わせ、より具体的で実効性の高い施策を作るよう工夫したらどうか。

※〇〇委員、退室。

（会長）

- ・そのほか、これからの取り組み・予算・AWARD に関してなど、何かご意見・ご質問はあるか。

（委員）

- ・資料 6 の「(3) 認知度の向上②視察等の対応」に関して、視察のお話をいただいているということで、いい取り組みだと思う。TNY に登録している企業のファンを増やすことは大前提として、この米沢ブランド戦略事業・米沢品質 AWARD 自体のファンを増やす取り組みも大事だと思う。また委託料のブランドムービー制作に関して、プロポーザルのような形で地元の力を活用していく試みはいいと思うが、出演者の意見も組み込みながら制作していったほしい。

- ・ TNYCCC について、取り組みはいいと思う反面、文章＋画像（PDF）で送付するだけの形はブラッシュアップしてほしい。例えば A4 サイズ 2 枚程度で新聞記事のように作り、それを PDF で送付するような形はどうか。そうすれば、ホームページに PDF で掲載したり、そのまま記事を印刷して社内広報に活用できたりなど、取材を受けた企業にとってもメリットの多い、二次的活用にもつながるのではないか。ぜひ付加価値がつくようなブラッシュアップをしてほしい。

（会長）

- ・ 企業視察のアンケートの結果なども報告してもらえると、視察の効果なども見えてくると思う。次回につなげてもらいたい。
- ・ 前年踏襲主義ではなく、何かしら「挑戦と創造」といえるようなことをしていったほしい。受賞者も資産、この会議も理念ある資産だと思っている。資産を活用していくという考えでいえば、受賞者も会議も活用していくべきだと思う。

（事務局）

- ・ ファンの拡大については、多くの視察がきてくれたり、説明の機会もあり、すこしずつ広がりを感じている。KPI の部分でも出たが、高校生や大学生へアプローチするのも大事と思っている。今年度から新しくできる鶴城高校などにも待つのではなく、こちらから出前授業などをアプローチしていけると考えている。
- ・ ムービー制作について、予算の許す範囲でプロポーザルなど、様々検討していきたい。企業にとってもメリットあるものを作っていきたいと考えている。
- ・ TNYCCC については、Web サイトに挙げる関係上、現在の形態をとっているが、新聞記事形式も活用的と感じた。それも踏まえて内部で検討していきたい。

（会長）

- ・ そのほか、何かご意見・ご質問はあるか。

（委員）

- ・ ブランド戦略というのは米沢市の根幹を為すものではあるので、大事になってくるのは AWARD の価値を落とさないということだと思う。来年度TRANヴェールへの掲載をやめるというのも仕方ないこととは思いますが、AWARD に参加する上でインセンティブは大事なことのひとつだと思うので、TRANヴェールがなくなった穴を埋める何かを考えていく必要があると思う。
- ・ 価値というよりは、誰が関わってくるかが大事になってくると思うので、市民参加型というのを強くするのも大事かと思うが、外部とのつながりをなくすのもいけない。内部だけで盛り上がるのではなく、ブランディングやまちづくりのトップランナーの人達が関わってくるというのも大事だと思う。
- ・ ブランディングは時間の掛かるものなので、今何より大事なのはこのブランド戦略を 10 年 20 年と残していくことだと思う。限られた中で出来ることを色々と模索していったほしい。

（会長）

- ・ 8 年間積み上げてきた中で、自分たちにできること・できないことが分かってきたと思う。
- ・ 内部だけで盛り上がらないように判断していく必要が確かにあると思う。
- ・ 自分たちでやることで広がってくるものもあるだろう。

（事務局）

- ・東北博報堂の力を借りてきて、我々もある一定のノウハウが身に付いたと感じている。予算は半減するが、新たな次のステップへ、ということで米沢の魅力についてより一層、価値を高めた上で取り組んでいきたい。

(会長)

- ・そのほか、何かご意見・ご質問はあるか。

(委員)

- ・昨年の9月の TNYCCC でオープンファクトリーについて取り上げている。オープンファクトリーは繊維協議会が中心で、2年目からは繊維企業に加えて酒造関係の会社や飲食店など、様々な参加企業が増えてきた。イベント参加者も東京の方からバスで来たり、芸工大生が来たり、土日も開催していたということで市内の高校生も参加したりなど、来場者数も多く、色々な企業を回れて非常に好評だった。今年で3年目を迎えるが、更に盛り上がってくるのではないかなと思う。オープンファクトリーに参加し、TNYにも登録している企業は多いと思うので、オープンファクトリーの規模などを広めていくためにも、連携していった方が来場者も増えるし米沢市の PR にもなると思う。米沢ブランド戦略事業自体もオープンファクトリーの中に入っていく取り組みもやっていった方がいいのではないかな。

(会長)

- ・オープンファクトリーともより色々な形でコミットできればいいのではないかなということで、事務局の方から何かあるか。

(事務局)

- ・オープンファクトリーについては、元々の米沢ブランド戦略事業関係で呼び出した方から提案があり、市内の関係者からも「やろう」との声が上がったのが発端で、米沢ブランド戦略事業とは切っても切れ離せない事業といえる。現在伴走型リブランディング支援事業でもフォローしている栄進钣金を始め、モノづくり系の企業に「オープンファクトリーに参加してみないか」と声掛けをしている。市内外からモノづくりに関心のある人が集まり、沢山の経済効果を生むことができる事業であると思っているため、市役所の窓口である商工課とも連携しながらよりよい PR ができるよう頑張っていきたい。

(会長)

- ・米沢ブランド戦略事業が起点となったという自負もありながら、情報発信などを TNY の方々にして、参加促進していければということで。オープンファクトリーに限らず、何かイベントがあるというのであれば、TNYに参加していただいた後に情報発信の場にしてもらったり、参加促進に使ってもらうことも有効だと思う。

(会長)

- ・では最後に締めくくりとして皆さんから一言ずつもらいたい。

(委員)

- ・米沢に本店がある企業などがより魅力的なものを作って発信して地域を盛り上げていくべきものなのかな、と考えると、東京に本社がある弊社が大きなことをするのは少し違うのかな、とも思い話を聞いていたが、弊社としてできることはこれからも精一杯していきたいと思った。昨日もプラレールのイベントを米沢市からの誘いで開催した。引き続き協力していきたいと思う。

(委員)

- ・うちのような小さな会社も昨年 AWARD を取らせていただいて、波及効果をじわじわと感じている。TRANVUE への掲載についても地元外の人から掲載記事を見たとの旨の話を聞き、小さい会社であればあるほど、波及効果の恩恵を受けていると感じる。だからこそ成功事例として、こんなにいいんだと、自分の会社のためにもなると、皆さんに発信していきたいと思う。

(委員)

- ・資料 6 「2 課題と反省点」にもある通り、認知度はまだまだ足りないということに尽きると思う。数字上、KPI 調査で AWARD の認知がここ数年で倍になったが、継続していくことが大事だと思う。その上で予算が半減するということは不安だが、今まで培った経験と知恵を米沢市の力で発揮してほしい。市報や Web だったり、信頼性を持ってもらえるように様々なメディアを駆使して認知度を高めてほしい。

(委員)

- ・米沢にある企業・団体の取り組みの素晴らしさやポテンシャルを感じ、米沢の魅力や持っている力を感じる 1 年だった。米沢ブランド戦略についても市外・県外からの多くの評価をいただいている反面、米沢ブランドの認知度が低かったり、米沢市民こそこの価値に気づいていないのではないかとと思うところもある。ブランディングで大事なものの要素の一つに「インナーブランディング」というがあるので、市民全体が米沢市のブランディングに対して意識していけるような取り組み・運動をしていけたらいいと思う。

(委員)

- ・ブランド事業の認知度を広めるのはどうしても時間が掛かってしまうが、市民の認知度が少しずつ上がってきているのはいいことだと思う。広報や新聞など、情報発信は今後もやっていく必要がある。予算の関係上、TRANVUE に載せないというのは県外の人への情報発信が弱くなる。AWARD の商品はぜひふるさと納税に登録して、ふるさと納税関係の冊子に掲載してもらい全国に発信していくのもいいのではないかな。

(会長)

- ・ふるさと納税に関して、AWARD 受賞などの情報は掲載していたか。

(事務局)

- ・連携して PR していたところはある。

(委員)

- ・一番いいなと思ったのは伴走型リブランディング支援事業の取り組みで、しっかり 1 年間掛けて伴走型リブランディングを行っていることがものすごい価値だと思う。一企業がコンサルタントを入れて、となると莫大な費用が掛かるが、企業側がこのメリットをどこまで感じられるか、本気で取り組めるか、ということも大事だと思う。伴走型リブランディング支援事業も含め、様々な取り組みを実施しているということを様々な企業に周知していきたいと思う。

(委員)

- ・米沢に対するロイヤリティ指標で「住み続けたい」が高い数値で住んでいたいという人が多く、高校生の数値も高いと感じる。一方、大学生は教授の推薦で地元就職する人も多いんじゃないかと思う。高校生や大学生が就職したいと思う企業が米沢にどれだけあるか。高校生や大学生に実際に企業を見てもらう機会を作ることができれば、企業の魅力を伝えることができるのではないかな。一度県外に出てまた米沢に戻ってくる人も実際にいるので、戻ってきたい、という印象を持ってもらえたらいいと思う。

(会長)

- ・今の話は TNY の本質を突いていると思う。住み続けたいと思うか、なおかつ就職したい会社があるか。それらは知らなければわからないことで、ネットや又聞きではなく、実際に見てみるのが大切である。市外に出ても、米沢に帰ってきたい・帰ってこれる会社がある、地場産業に関わりたい・地域に根差した仕事がしたい、という思いを持った人が帰ってきやすい場所を作っていくことが、まさに TNY の本質なんじゃないかと思う。

(委員)

- ・ロイヤリティ指標の高校生の指標について、「人生を送ることに満足はしているが、住み続けたいと思ってはいない」人がいると解釈すれば、AWARD などをもっと広めて「就職して豊かな生活を米沢でしていきたい」としてもらえる取り組みをやっていかなければいけないと思う。大学生の指標については、なかなか衝撃的な数値だと思う。オープンファクトリーなどで県外の人も多く訪れるということであれば、山大工学部のほかにも芸工大など山形県内の大学生イベントの宣伝をするのも有効だと思う。
- ・今回の結果に加えて「どうやったら米沢に住み続けたいと思うか」などの内容もアンケートをとることで、もっと議論が進むと思う。

(会長)

- ・数値として様々な捉え方ができるし、アンケートをもとに色々な考察もできる。市外に行った人にアンケートが取れたらもっといいとも思う。市外に行った人のロイヤリティや満足度の変化、帰ってきたいと思っているかなど、実際にアンケートをとるのは難しいと思うが、挑戦できたらいいと思う。
- ・実際にやっている自治体（南陽市：支援の実施と共にアンケートの回答を募る）もある。

【4 事務局】

(事務局)

- ・米沢ブランド戦略会議の公募委員を、3月15日から募集開始している。4月7日までの期限で、今回2名以内ということで募集している。知り合いや推薦できる人がいれば、ぜひ応募を促してほしい。

(事務局)

- ・これまで担当してきた魅力推進課魅力向上担当が、令和7年度から名称が「魅力推進課地域資源向上担当」に変更になる。国際交流関係やSDGs関係の担当も組み込まれてくる予定である。

以上