

会議録【要点筆記】

1	会議名称	令和8年度第1回米沢ブランド戦略会議					
2	開催日時	令和8年5月14日(木) 13時15分～15時10分					
3	開催	米沢市役所 3階 303会議室					
4	出席者 7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	安 部 里 美	温泉米沢八湯会 事務局長			
		委員	安 部 吉 弘	米沢繊維協議会 会長			
		委員	遠 藤 正 紀	米沢舞鶴法律事務所 弁護士・弁理士			
		委員	黒 澤 光 高	株式会社ニューメディア 総務統括本部人事部 上席部長			
5	欠席者 6名	委員	舟 山 広 志	米沢市金融団 金曜会 理事			
		副会長	佐 藤 正 則	株式会社山形新聞社 置賜総支社長			
		委員	川 野 敬太郎	公益社団法人米沢青年会議所 直前理事長			
		委員	高 澤 由 美	山形大学学術研究院(大学院理工学研究科担当) 准教授			
		委員	松 田 智 博	協同組合米沢市商店街連盟 理事長			
		委員	宮 嶌 浩 聡	一般社団法人米沢観光コンベンション協会 副会長			
6	事務局 出席者	委員	我 妻 飛 鳥	株式会社 EDEN 取締役			
			畠 山 淳 一	企画調整部長			
			須 藤 良 徳	魅力推進課長			
			竹 川 麻 美	同 課長補佐			
			大 沼 咲 子	同 地域資源向上主査			
			渡 部 涼 太	同 主事			
7	会議次第	1 開会	4 議事				
		2 会長あいさつ	5 その他				
7	会議次第	3 事務局紹介	6 閉会				
8	会議資料	次第、委員名簿 資料1 令和7年度米沢ブランド戦略事業実施報告 資料2 米沢ブランド戦略事業のロードマップ(R8.5.1暫定版) 資料3 米沢ブランド戦略2026 資料4 令和8年度ブランド戦略事業スケジュール(案) 資料5 TEAM NEXT YONEZAWA 登録者一覧 資料6 米沢ブランド戦略会議設置要綱					
起案・報告日		令和8年 月 日		決裁日		令和8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】

- 本会議は市長への意見具申を通して、地域イメージ向上、産品・サービス付加価値創出、米沢ブランド戦略推進を担う。
- 「答えのない仕事」であるブランド戦略だが、ビジョンを持って議論し、より良い事業へ進むべき。
- ブランド戦略は産品へのシール貼り付けに留まらず、工業製品、サービス、観光などあらゆる取組の姿勢を評価し、シビックプライド醸成を目指す。
- TEAM NEXT YONEZAWA (TNY) と米沢品質 AWARD は、米沢を良くしたい、引っ張るリーダーを育てる取組。
- 市民の幸福度や誇り、発展への期待など、米沢市が実施するアンケート指標への貢献も目指す。
- コロナ禍など情勢に左右されることはあるが、米沢に住む人・働く人が誇れる町を目指し、今年も一歩でも二歩でも進めていきたい。

【3 議事】

※（1）令和7年度事業報告について 事務局より説明。（資料1を参照）

- （1）米沢ブランド戦略事業関連登録者数：
 - TEAM NEXT YONEZAWA 登録者数は令和8年5月14日時点で253チーム。
- （2）米沢品質 AWARD2025：
 - 審査会：公開プレゼンテーションを令和7年10月17日に開催、102名が来場。エントリーした7チーム中4チームが受賞した。
 - 講演会：矢島里佳氏が登壇し80名が参加。
 - TNY 交流会：41名が参加。AWARD 受賞・TNY チームによるパネル展示も実施。
- （3）米沢ブランド戦略会議：
 - 昨年度は2回開催し、米沢ブランド戦略の見直しの方向性等について議論。
- （4）伴走型リブランディング支援事業：
 - 3チームに集中的な支援を実施。成果報告会を令和8年2月16日に開催。
- （5）米沢品質 AWARD ポップアップショップ：
 - 令和7年12月20・21日にJR仙台駅で開催。7チームが出展し、2日間で総売上115万3,431円を達成。
- （6）米沢品質 AWARD 関連イベントへの出展：
 - 横浜市役所での観光物産市、ミニ上杉まつり in 日吉、おにぎりサミット名産品マルシェに出展。
- （7）出前講座、視察等：
 - 鶴城高校1年生へ出前講座を実施。沖縄市議会、鳥栖市議会など全国各地の団体から10件の視察を受け入れ、ブランド戦略事業を紹介。
- （8）～（10）情報発信：
 - 米沢品質ウェブサイト、米沢ブランドサイト、市広報誌、YBC 山形放送での特別番組、山形新聞での特集記事掲載等で情報発信を実施。

（会長）

- AWARD 審査会の件で、前日の視察やフォローについて委員から話してほしい。

(委員)

- AWARD エントリー企業に見られる課題について
 - AWARD エントリー企業 7 社全てを全員で視察できた点が非常に良かった。現場を見ることで、企業の方々の熱い思いや意気込みが伝わった。一方で、プレゼンテーションでは職人の方は大勢の前で喋るのに慣れていないため、本番では前日の熱意が伝えきれていないと感じた。
 - エントリーチームが企業全体の素晴らしい取組があるにもかかわらず、AWARD に一つの製品でエントリーすることがある。AWARD の持つ意味が十分に伝わっていない企業や団体もあるのではないか。
- 米沢品質・米沢ブランド戦略を伝える難しさについて
 - 自身が常に着用している米沢品質 AWARD のバッジについて出張先で聞かれた際、ワンセンテンスで米沢品質や米沢ブランド戦略を説明するのは非常に難しい。
 - TEAM NEXT YONEZAWA の登録者にも同様の思いをしている方がいるのではないか。AWARD についても、その意味をもう少し深く考え、伝えていかなければならない。

(会長)

- リブランディング支援事業について
 - 受賞できなかった企業へのフォローも全て行っている。
 - リブランディング支援事業は、企業が AWARD にチャレンジする前提にある。参加者は経営理念の言語化を通じてブランディングの核を見出していた。
- 仙台ポップアップショップの成果について、事務局から補足してほしい。

(事務局)

- 仙台でのポップアップショップは初の開催で、交通量の多い土日に、足を止めてもらうことや、名産品が多い中での商品被りにより苦戦したチームもあった。
- 交通量が多い仙台駅では、商品によって売り方が異なる。開催後の意見交換会では来年度の開催に関する課題がまとまっていないが、継続して取り組んでいきたい。
- 総売上は JR 側から通常より多いと聞いており、成果はあったと認識している。まずは 3 年続けていきたい。

(会長)

- 視察について、どのような視点で見られているのか、来た方の感想や内容を教えてほしい。

(事務局)

- 昨年は市議会の行政視察が多かった。多くは地域の商品を売るための事業としてイメージして来訪するが、本事業は地域全体のブランド形成プロモーションであることを説明している。
- 市民巻き込み型で、市民全体で米沢を良くしていく母体として進める事業であると説明し、理解を得ている。

※ (2) 米沢ブランド戦略 2026 について 事務局より説明。(資料 2、3 を参照)

- 事業の全体像

- 目指す将来像：
 - 1. 産品だけでなく、サービス・観光・文化・行政等、様々な分野での「挑戦と創造」を喚起し、米沢全体の付加価値を高めていく。
 - 2. 様々な手法によって、多くの市民の理解と共有を促進し、市民と共に「米沢ブランド」を育てていく。
 - 3. 市民が住み続けたいと思い、観光客の誘致や交流人口・移住等の拡大につながるような、息が長く強い運動を推進していく。
- これらにより「米沢市まちづくり総合計画」が掲げる地域幸福度の向上に貢献する。
- ブランドスローガン「挑戦と創造のあかし米沢品質」
 - 鷹山公の「なせばなる」の精神を「挑戦と創造」に込め、物・産品だけでなく、サービスや人に着目し、全ての品質を磨く意思が「米沢品質」に込められている。
- 事業ミッション：
 - 米沢品質や米沢ブランドと言われるモノやコトを生み出し続けられる土壌を育て続けていくこと。
- 施策：米沢品質向上運動（継続的な取組を重視）
 - TEAM NEXT YONEZAWA (TNY)：
 - 米沢品質向上を目指す運動体。登録チームの情報発信、交流会等の支援。
 - 米沢品質 AWARD：
 - 米沢品質向上運動の中から生まれる優れた産品やサービスを顕彰する制度。年1回 TNY 登録者から募集、選出。受賞者は米沢ブランドのリーダーとしてブランド力向上を牽引することを期待。
- 今年度の事業内容
 - 育てる米沢品質 AWARD 顕彰制度の実施：
 - 今年度はエントリーシートに関するアドバイザリー支援を実施する。審査の公平性を保ちつつ、エントリーシートの質の向上を目指す。
 - 1次審査はブランド戦略委員に、最終審査は外部審査委員3名と内部審査委員4名（会長、副会長2名、委員1名）にお願いする。他の戦略委員にも審査への関与を検討。
 - 委員の役割として、1次審査、最終審査、最終審査のフォローアップをお願いする。
 - TNY チーム参加型による米沢全体の付加価値向上：
 - 講演会・交流会を AWARD 後に開催。受賞チームの取組を広く知ってもらい、次世代リーダーを輩出し、横の連携強化を図る。
 - TNY を対象としたワークショップや交流機会の創出を検討中。
 - 米沢ブランドの発信力強化：
 - SNS での情報発信強化：公式サイトへの誘導、閲覧数カウントにより情報伝達効果を高める。
 - ブランド Web サイトの再構築：SNS と連携し、閲覧数を増やす。
 - 市民意見の新たな窓口：
 - 既存のサポーター制度に代わり、市の公式インスタグラムなどを活用し、登録不要で自由に意見を募る。

- 市外への PR 強化：
 - 仙台ポップアップショップを中心に展開。昨年度は 2 区画だったが、今年度は 4 区画に倍増。
 - 仙台駅構内のデジタルサイネージ、テレビ、ラジオ等で広く PR キャラバンを実施。
 - ふるさと納税とも連携し、AWARD 受賞チームヘインセンティブを付与しチームの売上寄与を目指す。
- 市内（市民）への PR 強化：
 - 広報よねざわ等での記事掲載。
 - TNYCCC で月 1 回 TNY チームの取組を紹介。
 - 市内ポップアップショップを米沢市役所を会場に開催検討。
- ブランドアドバイザー事業の展開：
 - 今年度から新規取組。外部有識者の知見を取り入れ、事業展開への提言や TNY チームへの具体的な助言を得る。
- 米沢品質 AWARD ポップアップショップ in 仙台的開催（案）：
 - 今年度は 12 月上旬開催を検討中。JR 仙台駅東西自由通路物販スペースを使用。
 - 歴代 AWARD 受賞チームに加え、今年度の AWARD2026 受賞チームを加えた形で公募し、倍のチーム参加を見込む。

（会長）

- 昨年度の課題を踏まえ、エントリーシートに関するアドバイスは、内容の良いエントリーシート作成につながり、1 次審査からプレゼンテーションまで一貫したものになる良い案だと思う。

（委員）

- エントリーシートのアドバイザー支援とブランドアドバイザー事業の担当者は同じか。

（事務局）

- それぞれ別の方を想定している。エントリーシートについては、AWARD 受賞者にお願いすることも検討している。後者のアドバイザーは芸工大を考えている。

（委員）

- AWARD 受賞者にアドバイザーを依頼する趣旨は、TNY を牽引する意味でも適切だと理解した。

（委員）

- 市民参画と若年層へのアプローチについて
 - 昨年度は幅広い業種からのエントリーがあり喜ばしい。自身も現地視察に参加し、市民が関わることで気づきや学びがあることを改めて感じた。AWARD エントリーだけでなく、市民が様々な形で取組に関わる機会を地道に増やすべき。
 - 特に、若い方がエントリーしたことはまちとして素晴らしいことだと感じた。若

い人たちへの情報提供の工夫が必要ではないか。

- 仙台商圏における戦略的プロモーションについて
 - 仙台ポップアップショップは米沢近郊で最も大きい商圏であり、歴史的背景や仙台とのご縁を活かした物語性のある PR ができるはずだ。観光課と連携し、「米沢目線」だけでなく「仙台との関わり」から興味を持ってもらうような貪欲な見せ方が必要である。
- AWARD の存在感向上と推薦について
 - 昨年、AWARD エントリーチームの一層の充実を求める声があったように、生活の中で AWARD に関連するものが少なくなっている可能性もある。委員が様々な業態に跨っているのだから、場合によっては業界からの推薦も必要になってきているのではないかと感じた。

(会長)

- AWARD 現地視察は、生の声や関わることでシナジー効果が生まれる。委員が審査に携わることで、リアルな声を聞くことができ、取組の形が変わっていった点は大きな一歩だった。

(委員)

- 1次審査から委員の皆さんに関わってもらうのが良い。全員で現地を見るのはマストであり、現場感を把握した上で審査に臨むべきである。

(事務局)

- 仙台ポップアップは、山形との関わりが多い仙台で PR することでプラスの効果を狙ったもので、伊達や様々なつながりを活かす方向性には賛同できる。仙台市役所での開催など、将来的には仙台市と共同での開催も考えている。米沢ブランド事業のコンセプト（物を売るためだけではない）を邪魔しないよう、シンプルに切り分けて実施した経緯がある。観光との融合が不足していた点は反省だが、ふるさと納税などにも繋がるよう展開していきたい。
- AWARD エントリーのハードルが高いという意見に対し、エントリーシートに関するアドバイザー支援を導入し、安心感を与える狙い。本来は戦略委員にもこのポストに入ってほしいが、審査員としての公平性から見送った。

(委員)

- SNS での意見収集について、誹謗中傷への対策やコントロールを考える必要がある。

(事務局)

- 今までブランドサポーター制度での意見収集は少数であったため、登録というハードルをなくし、SNS を通して自由にコメントをもらえる仕組みが理想だと考えている。誹謗中傷への対応はチェック体制を検討する。
- 1次審査通過チームのショート動画を作り、それに対してコメントを募る流れを考えている。

※（3）令和8年度スケジュールについて 事務局より説明。（資料4を参照）

- 6月15日～7月15日：AWARD2026 エントリー受付期間。
- アドバイス期間を経て、8月7日をエントリーシート最終締め切りとする。
- 8月11日～21日：1次審査エントリーシートを委員に送付。
- 8月24日：1次審査検討会。AWARD2023の更新審査も併せて行う。
- 10月5日：2次審査（実地審査）。
- 10月6日：2次審査（公開プレゼンテーション）、講演会、TNY交流会。
- 12月上旬：米沢品質AWARDポップアップショップ in 仙台（JR仙台駅東西通路）
- 1月上旬：米沢ブランドムービー公開。
- 2月頃：第2回ブランド戦略会議（予算確定、来年度実施計画を報告）。
- 市内ポップアップショップの開催も実施の方向で検討中（AWARD2026終了後を想定）。

（会長）

- 1次審査は必須なので8月24日には必ず参加してほしい。現地審査も昨年好評だったため、できる限り委員全員で取り組んでいきたい。

（委員）

- 1次審査は過去も短期間で大変だった記憶があるが、エントリーシートアドバイス期間が設けられることで、独自性をアピールできるよう徹底してほしい。

（委員）

- エントリーシートアドバイス支援は大きなポイントとなるため、「伴走型で一緒に頑張りましょう」といったアピールを強調して告知すべき。

（委員）

- 審査をする際、委員間で審査前提の認識にずれが生じないように、再度審査の要綱を確認し、共有してから臨むことが重要。

（委員）

- TNYの活性化と情報発信について
 - TEAM NEXT YONEZAWAの登録チーム253のうち、AWARDにエントリーするような企業は極端に少ないと感じる。TNYチームの活動活性化が一番の課題。
 - 他部署（観光課など）との横のつながりや、オープンファクトリーへの参加など、様々な機会を通じて活性化を図るべき。
 - 各業界団体でも、米沢ブランド戦略の活動や受賞企業の紹介をして、温度の低い企業にもPRしていく必要がある。
 - 仙台でのポップアップショップも良いが、市内で開催することで市民の目にも触れ、各種団体や家族連れの中にも活動に所属する方がいるため、米沢市内で「こういうブランドをやってるんだ」という部分を見せる必要がある。道の駅や雪灯籠まつりなど、市民の目が向く場所でのイベント開催がより効果的だと考える。

（事務局）

- TNY参加者の温度差を感じており、活性化が重要だと認識している。芸工大の先生か

ら事業提案の話があり、TNY 間の交流を通じて AWARD への参加を促すような取組を検討し始めたところ。

(委員)

- 市民への意識浸透と AWARD エントリーの意味について
 - この取組で大事なものは「市民とともに」であり、米沢ブランド戦略全体の市民への意識浸透が非常に重要。
 - 昨年度の鶴城高校への出前講座のように、小中高の未成年層に小さい頃から米沢の「挑戦と創造」の DNA や魅力的なまちであることを伝えることが、将来的な米沢市への貢献につながる。その際、AWARD 受賞者から話してもらうことで良い循環が生まれる。
 - AWARD エントリーは、受賞するだけでなく、自分たちの取組を洗い直し、ブランディングを再構築する過程が重要。この視点を TNY 交流会や情報発信の中で伝えることで、エントリーが増える可能性がある。

(委員)

- 独自性のアドバイスと他地域展開、学生の視点活用について
 - 市民とともにブランドを育てる上で広報活動が大事だ。エントリーシートのアドバイス期間に、より独自性をアピールできるようなアドバイスを徹底し、安っぽい賞にならないよう、質の高い賞にすべき。
 - 仙台でのポップアップショップ継続は良いが、将来的には会津や新潟など、生活圏となっている他の地域での展開も視野に入れると、より広がりが生まれる。
 - 芸工大の先生が審査に関わるのであれば、県外出身の学生の視点も活用し、戦略に反映させることも一つの方法ではないか。

(委員)

- TNY 登録企業の温度差があるとのことだが、これは企業の魅力度とも関連するため、支援の方法を再考する必要がある。
- 米沢在住だが、街でポスターは見かけるものの、その中身や取組が何であるかまで理解している市民は少ないと感じる。市民への情報発信をもう一度考え、力を入れる必要がある。

(会長)

- 企業訪問の際に AWARD の話をすれば、企業のブランディングや売上向上に繋がるウィンウィンな提案ができるはずだ。費用もかからないため、「米沢市も良くなり、会社も良くなる」という点を強調し、AWARD に参加する企業を増やしていく。

※(4) その他については特に意見なし。

【5 その他】

- 報告事項なし

以上