

会議録【要点筆記】

1	会議名称	令和7年度第1回米沢ブランド戦略会議					
2	開催日時	令和7年6月10日(火) 13時~14時30分					
3	開催	米沢市役所 3階 庁議室					
4	出席者 9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	佐 藤 正 則	株式会社山形新聞社 置賜総支社長			
		委員	宮 嶋 浩 聡	一般社団法人米沢観光コンベンション協会 副会長			
		委員	川 野 敬太郎	公益社団法人米沢青年会議所 理事長			
		委員	安 部 吉 弘	米沢繊維協議会 会長			
		委員	須 藤 健	米沢市金融団 金曜会 理事			
		委員	黒 澤 光 高	株式会社ニューメディア 米沢営業所 所長代理			
		委員	遠 藤 正 紀	米沢舞鶴法律事務所 弁護士・弁理士			
5	欠席者 4名	委員	我 妻 飛 鳥	株式会社 EDEN 取締役			
		副会長	安 部 徹	米沢商工会議所 専務理事			
		委員	松 田 智 博	協同組合米沢市商店街連盟 会長			
		委員	安 部 里 美	温泉米沢八湯会 事務局長			
6	その他	市長	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			
		市長	近 藤 洋 介	委嘱状交付			
7	事務局 出席者		畠 山 淳 一	企画調整部長			
			須 藤 良 徳	魅力推進課長			
			佐 藤 春 樹	同 課長補佐			
			大 沼 咲 子	同 地域資源向上主査			
			吉 池 賢太郎	同 主任			
			金 谷 沙耶香	同 会計年度任用職員			
8	会議次第	1 開会	6 会長あいさつ				
		2 委嘱状交付	7 議事				
		3 市長あいさつ	8 その他				
		4 委員及び事務局紹介	9 閉会				
		5 会長・副会長選出					
9	会議資料	次第、委員名簿 資料1 会議の公開について(案) 資料2 TEAM NEXT YONEZAWA 登録者一覧 資料3 米沢ブランド戦略事業の概要 資料4 令和7年度のスケジュール(案) 資料5 米沢ブランド戦略の見直しの方向性(案) 資料6 米沢ブランド戦略会議設置要綱					
起案・報告日		令和7年 月 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

【1～2】は省略

【3 市長あいさつ】

- ・米沢ブランドは6年間継続され、市民に一定程度定着している。
- ・米沢市の人口減少 - 過去6年間で約1万1千人減少（東部地区規模に相当）。
 - 去年の出生数は347名（6年前より約33%減）。
 - 婚姻数は211組（6年前より約40%減）。
- ・米沢市の経済規模縮小 - 倍速的に全体の経済規模が急激に減少。
 - 従来の取り組みでは継続的発展が難しい状況。
- ・米沢市の目標 … 市民や事業者の幸福度（Well Being）の向上。
 - 「住んで良かった」「働いて良かった」と感じられる環境づくりを推進。市民幸福度向上が地域競争力強化に繋がる。
- ・米沢で事業をすることにメリットを感じられ、AWARD受賞に実感を持てる施策であるべき。
- ・過去の成功に囚われず、オープンで率直な議論を展開し改善を進める。今後のブランド戦略は柔軟に改革する姿勢が求められる。

【4】は省略

【5 会長・副会長選出】

※会長・副会長選出について 事務局より説明。（資料6を参照）

- ・米沢ブランド戦略会議設置要綱第5条「戦略会議に会長1名、副会長2名を置き、委員の互選によって定める」。
- ・今回は事務局から会長・副会長の案を示し、委員が互選する形を提案。
 - なお意見なく、事務局からの提案により選任。
- ・会長 本多作之助 委員（以下、会長と表記）
副会長 安部 徹 委員
副会長 佐藤 正則 委員

【6 会長あいさつ】

- ・米沢品質 AWARD は2018年にコンセプト作りを開始し、2019年から本格化。
- ・インナーブランディング（市民の内なるアイデンティティの強化）やシビックプライド醸成（地域への誇りを育む活動）に繋がるブランドの活動が必要。
- ・ブランドコンセプト
 - … 鷹山公の精神「挑戦と創造のあかし・米沢品質」。米沢市民の心に根付く挑戦と創造の精神が、現在の米沢を形成し、未来を創るといった理念。
- ・米沢ブランド戦略会議では、「挑戦と創造」の精神を基盤として活動し、米沢の価値を高める取り組みを推進。
- ・米沢品質では、一過性で終わる取り組みではなく継続的なまちづくりを目指し、市民が「米沢は良いところ」と声高に言える街を作る。
- ・市民の内側でシビックプライドを醸成することが「向上の米沢」を作る源泉であり、米沢品質の核心。（＝インナーブランディング）
- ・現在の米沢シティプロモーションのように外部への情報発信を強化。（インナーブランディングが外部発信の基盤となる）

- ・米沢をより良くする方法について意識を持った議論を展開。
- ・米沢ブランドの品質向上や変化について、多角的な視点で取り組む必要性がある。

※市長、公務のため退室。

【7 議事】

※（１）会議等の公開について 事務局より説明。（資料１を参照）

- ・会議は原則公開（特段の事情がない場合）。
- ・議事録も原則公開（発言者氏名は伏せる形）。
- ・名簿は委員名簿に記載されている範囲で公開。
- ・議事録は米沢市議事録作成指針に従い作成し、要点筆記とする。
- ・事務局が原案を作成して、委員へメールで送付し発言内容を確認してもらう。修正期限は約１週間とし、期限までに修正がなければ承認、議事録正式版が完成。
- ・発言者の意図を正確に汲み取るため、本会議を録音する。

※（２）米沢ブランド戦略事業の概要について 事務局より説明。（資料３を参照）

- ・市民とのワークショップを通じて「米沢品質向上運動」が誕生。街の活気を維持するため、単なる認証制度ではなく、魅力向上の運動体を組織・継続する必要性が協議された。
 - －平成２９年１１月に「米沢ブランド戦略会議」が発足、その後様々な取り組みを展開。
- ・「TEAM NEXT YONEZAWA (TNY)」は米沢ブランドの根幹であり、各事業所や個人が「米沢の魅力向上」へ同じ方向を目指す運動体。コンセプトは「挑戦と創造のあかし 米沢品質」。
 - －登録状況 … 市内２４７チームが登録。（資料２を参照）
- ・「米沢品質 AWARD」では、TEAM NEXT YONEZAWA の顕彰制度として優れた商品・サービスを選定。外部審査員と内部審査員が評価し、過去５回で２１件が受賞。
 - －今年度も引き続き実施予定。
- ・「伴走型リブランディング支援事業」は今年度で３回目。短期的には AWARD エントリーを目指し、長期的には事業所の魅力を再認識し、社内共有を通じて事業推進やステップアップに繋げる。
 - －今年度支援対象 … 株式会社和学美、合同会社りぶあっぷ、有限会社和泉屋の計３社。

（会長）

- ・ブランド初期の議論では「米沢の企業や個人は良い方向を向いているが、共通のコンセプトやベクトルを持つことで、市全体をより力強く動かせる可能性がある」という認識があった。
- ・米沢品質には上杉鷹山公の DNA である「挑戦と創造」の精神が根底にある。この精神から生まれる商品・サービス・取り組みが「米沢品質」とされる。
- ・TEAM NEXT YONEZAWA 内で、特に優れた米沢品質を有する存在が「ブランドリーダー」となり、ブランドリーダーを顕彰する制度が米沢品質 AWARD である。

（委員）

- ・昨年度伴走型リブランディング支援を受けていた〇〇委員に、受けてみての具体的な感想をお聞きしたい。

(委員)

- ・2019年から TNY に参加したが、関わりは限定的だった。
- ・独立就農から約10年経過し、目指す方向性や環境の変化を受けて、現在地を見つめ直し未来を再構築する必要性を感じた。客観的意見を得たいという理由から伴走型ブランディング支援事業への参加を決めた。
- ・株式会社和えるの代表からの確かな意見をもらい、見えない角度から多様な視点を得られたことが強く印象に残った。
- ・自分たちで振り返り、進むべき方向性の芯が必要であることを再認識し、良い取り組みを経験できたと感じている。
- ・米沢品質向上運動の「挑戦と創造」のコンセプトのもとで方向性を合わせるという理念には共感するが、具体的に目指す方向性が不明瞭。米沢市全体で、品質向上を通して何を目指しているのか（人口増加や海外ブランド展開など）が明確でない。
 - TNY の一員として今後どう関わるべきかについて疑問を抱いている。

(委員)

- ・支援を受けた方々へのインタビューを実施し、具体的な意見や課題を聞き取ることが重要と思う。

(会長)

- ・伴走型ブランディング支援事業への参加には勇気が必要だが、皆最後の発表時に「やって良かった」と感じる晴れ晴れしい顔をしている。
- ・暗中模索の中で心を定め、未来を見据えて言葉を紡ぐことで行き先が見えるというプロセスが評価されている。
- ・TNY に取り組んだゴールのベースはシビックプライドの醸成にあり、「米沢に生まれて良かった」「米沢で活動して良かった」と思える環境作りが大事。
- ・外部への発信を通じて、「米沢に戻りやすい環境」を構築することが重要であり、行政やその他の取り組みと根本的に結び付いている部分でもある。目指す先をより「見える化」して具体化していく必要がある。
- ・TNY 参加企業の中から若者のUターン・インターンを受け入れる企業の創出が期待されている。
- ・時代の課題に応じて協力し合うチームの編成が必要であり、これは TNY 当初の目的でもある。
- ・AWARD 審査会では、外からの視点や意見を取り入れることも大切で、自分たちだけで決定する内向的な方式は避けるべきである。

(委員)

- ・米沢ブランド戦略会議では、企業団体としての品質向上やブランド化を目指していると感じる。
- ・外部からの視点を意識した場合、都市全体としての「米沢市」のブランディングが必要。個人・集団がいくら良くても、日本や世界で評価され発信される際には「米沢市」という都市のブランドが起点となる。
- ・米沢市としての都市ブランディングをどう並行して進めるのかが重要な課題として浮上している。

※(3) 令和7年度のスケジュールについて 事務局より説明。(資料4を参照)

- ・令和7年度スケジュール … 主な内容のみ資料に掲載。
- ・米沢ブランド戦略会議 … 例年と異なり、年内に全3回の開催を予定。
- ・米沢品質 AWARD 関連 … AWARD の展開としてポップアップショップや特別番組を引き続き実施予定。

(会長)

- ・令和7年度の主なスケジュール
 - 10月17日：米沢品質 AWARD の公開プレゼンテーションと最終審査会（1つの重要な節目）。
 - 9月：第2回ブランド戦略会議開催予定。
 - 11月：第3回ブランド戦略会議開催予定。
- ・見直しを含めて、新しいスケジュールで進行している印象。

※(4) 米沢ブランド戦略の見直しの方向性について 事務局より説明。(資料5を参照)

- ・米沢シティプロモーション戦略を令和6年度に策定。
- ・「米沢ブランド戦略」で磨き上げた米沢の魅力をプロモーションで伝え、関わりを増やし市内活性化・選ばれ続ける循環を目指す。
- ・アウタープロモーション … デジタルマーケティング推進が中心。「シティプロモーションサイト」近日公開予定（コンセプトは「好きなこと思いっきり米沢」）。観光・移住・定住など様々な情報を網羅したハブ型サイト。なお市職員が情報発信力を強化するため、SEO研修を予定。
- ・インナープロモーション … 米沢ブランド戦略事業を継続。市民同士で地域の魅力を共有し、地域心や連帯感を醸成。
- ・インナープロモーション（市内魅力向上）とアウタープロモーション（外部発信）の連携不足が課題。
- ・現行の3事業「米沢品質向上運動」「米沢品質 AWARD」「伴走型リブランディング支援事業」の内容を大きく変更予定。
 - 米沢品質向上運動 … TNY 活動の活性化支援、チーム間交流促進を課題視。
 - 米沢品質 AWARD … 目的や今後の方向性を整備・検討。
 - 伴走型リブランディング支援事業 … 事業の検証を進めながら展開方法を検討。
- ・米沢ブランド戦略会議のスケジュール
 - 第1回：ブランド見直しの方向性に関する意見交換を実施。
 - 第2回：見直し案の概要を提示。
 - 第3回：新年度事業に向けた詳細議論を予定。

(会長)

- ・TNY の今後の在り方、活性化支援、交流促進の方向性や米沢品質 AWARD の取り組みに関する議論が必要。

(委員)

- ・「見直し」という言葉にネガティブな印象があるため、表現を慎重に検討すべき。「活性化」などの言葉を使うことで受ける印象が変わってくる。
- ・シティプロモーションがメインターゲットとしている20～30代の若年層が、ウェブ

サイトを通じて街を知るのかどうかの検証が必要。

- 現状、Instagram や X、コミュニティを介した情報共有が主流である点を考慮し、ホームページの有効性を検討すべき。

・米沢品質向上運動の KPI の具体的な設定が重要。シビックプライドや Well Being といった抽象的な目標だけでなく、具体的な変化を示せる指標を検討する必要がある。

(会長)

・「見直し」という言葉はネガティブな印象を与えがちのため、「磨き直し」などの表現が良いかもしれない。

・KPI に関する資料はある。(アンケート項目例：米沢市への貢献意識が増えたか減ったか、米沢品質 AWARD の認知度、など)

- 昨年度のまとめ会議で資料を共有し、検証の参考としていた。

(事務局)

・シティプロモーション事業との関わりなどについても意見があれば。

(委員)

・発信スキルの向上よりも、市民が自発的に発信したくなる仕掛けを作ることが重要。

・足元でできる取り組み例 … GoogleMap レビューで良いコメントや☆5.0 評価を促す仕掛け。

- こういった基礎的な取り組みが十分に実施されてきたか検証が必要。

・「自分たちが中心」という視点から「どう市民を動かすか」への方向転換を検討。

- サステナブルな取り組みとして仕掛け作りに注力すべき。

(事務局)

・SNS でのハッシュタグキャンペーンなどを行うことで、市民参加型のシティプロモーションを今後も取り組んでいきたい。

(委員)

・ブランド戦略は「アウターのブランディング」と「インナーのブランディング」両方の関わりが必要。米沢ブランド戦略がインナープロモーションに移行するという捉え方は適切ではない。

- 米沢品質 AWARD や審査中継、ポップアップショップといった活動はアウターブランディングに該当する。

・米沢ブランド戦略とインナープロモーションとの関わりや位置付けを再度見直す必要がある。適切な位置付けを行わないと、ブランド戦略の本質が失われる恐れがある。

・ブランド戦略の不適切な展開がシティプロモーションにも相互的な影響を与える危険もある。

(会長)

・米沢ブランドは「外への発信」が根本的な目的。

・シティプロモーションが若者をターゲットに情報を届ける目的を持つ以上、米沢ブランドがその基盤となる。

・米沢ブランドをしっかりと発信できる形を整えることで、シティプロモーションがより厚みのある取り組みになる可能性がある。

(委員)

・TEAM NEXT YONEZAWA の登録状況 … 市内小学校の半分近くが登録。

中学校の登録はなし。

- 社会人になる前の段階で、子どもたちに米沢の魅力を教えることが大事。子どもたち自身に米沢の魅力を考えさせることが意義深い。

・市内全体の小学校に登録を促すべき。

(事務局)

・最近授業などで米沢ブランド戦略の説明を紹介する機会が増加している。

・各学校で地域・地元愛を醸成する取り組みが普段から行われており、子どもたちの地元意識が高まる傾向が見られる。

・今年150周年を迎える南部小学校の活動を、広報よねざわ2025年7月号に掲載予定。

・小中学校で市の魅力を発信する取り組みが既に進行中である。

・TNYへの参加を促す声掛けを今後も継続して行っていく方針。

(会長)

・TNYは自主的な参加が基本であり、義務的なものではない。自主参加を促すための丁寧な説明が重要である。

・昨年度、米沢品質 AWARD 公開プレゼンテーションに小学生が来場したが、内容が少し難しかったとの印象。中学生ぐらいに見てもらうのが最適ではないかと考えられる。

(委員)

・TNY 活動の活性化支援とチーム間の交流促進が最重要。

・自社も2019年にTNYに登録したが、ブランド戦略会議の委員になって初めて活動内容を知り、それまで具体的な活動内容がわからない状態だった。

・米沢品質 AWARD や伴走型リブランディング支援は良い取り組みだが、対象者が少数に留まっている印象。

- より多くの人を巻き込むような取り組みが必要。

(事務局)

・TNY 加入者間での日頃の関わり合いが少ない状況。活性化が必要であると認識。

- 活性化のために何ができるか模索中。具体的な形について意見を募りたい。

・昨年、AWARD 終了後に TNY 交流会を開催したが、参加率が低かったため、より参加しやすい形が求められる。

(会長)

・AWARD や交流会について再検討が必要。

- ブランド発足当初は外部プロの力が必要だったが、現在は実績を重ね、有形無形の資産が蓄積されている。従来と同じ取り組みでは不十分であり、改善が求められる。

- 参加者増を目指し、より多くの人に参加できる取り組みを進めたい。

(委員)

・「AWARD に出たい」という思いが、具体的な行動（伴走型リブランディング支援への参加など）に繋がることから、米沢品質 AWARD が活動の源流に位置し TNY メンバーの意識を引き付ける仕組みが重要。

・米沢品質 AWARD の価値や見せ方をブラッシュアップする必要がある。

(会長)

・TNY のメンバーには AWARD 取得だけでなく、AWARD 参加者へのコミットを意識してもら

う必要がある。チーム同士が互いにコミットし合える仕組みを構築すべき。

(事務局)

- ・ TNY 全体で関わり、米沢品質 AWARD を盛り上げていく。AWARD 受賞チームをブランドリーダーとして、米沢ブランドを牽引する関係性を構築する。
- 上記の視点を意識しながら AWARD の在り方を検討していく。

(委員)

- ・ 市民に十分根付いていない取り組みになっており、単なる認証制度に留まる懸念がある。
- ・ 市民一人一人が参加型でブランディングを進める仕組みを構築する。
- ・ 長期的に 20～30 年後の米沢活性化に繋げる取り組みが必要。

(会長)

- ・ 単なる認証制度にならないよう制度設計から心掛けている。引き締まる思いを持ちながら取り組む必要性を再認識している。
- ・ 独りよがりにならず、皆を巻き込む事業運営が重要。

【8 その他】

- ・ 報告事項なし

以上