

米沢ブランド戦略 資料編

平成 29 年 3 月

米沢市

目次

1. 市内事業者アンケート.....	2
(1) アンケート調査の実施概要.....	2
(2) アンケート調査の結果概要.....	2
① 業種	2
② 主たる商品分野.....	3
③ 現状における米沢産の農林水産物の取り扱い.....	5
④ 今後活用したい地域資源.....	7
⑤ 現在の主な販売先.....	9
⑥ 今後開拓したい販売先.....	11
⑦ 米沢ブランド活用事業への期待内容.....	14
⑧ その他、米沢ブランド事業に対する意見・要望.....	18
(3) 調査票	26
2. 米沢市の地域資源と地域イメージに関する認知度・魅力度の調査.....	29
(1) 実施概要	29
(2) 調査の結果	29
① 未既婚	29
② 子供の有無	30
③ 世帯年収	31
④ 個人年収	32
⑤ 職業	33
⑥ 学生種別	34
⑦ 誰と国内旅行へ行くか.....	35
⑧ 国内旅行を決定する上での主な情報源.....	36
⑨ 国内旅行の目的.....	38
⑩ 米沢への旅行.....	40
⑪ 訪れた目的	42
⑫ 旅行先としての米沢市.....	44
⑬ 米沢市が旅行先として魅力的でない理由.....	46
⑭ 米沢の地域資源評価.....	47
⑮ 米沢市地域資源認知度評価（全体）	51

以下資料編 2

1. 市内事業者アンケート

米沢市の地域資源がどのように活用されているのか、また今後活用していくためにどのようなサポートを実施すべきかを把握するために、市内の事業者に対するアンケートを実施した。

(1) アンケート調査の実施概要

図表 1-1 市内事業者アンケート概要

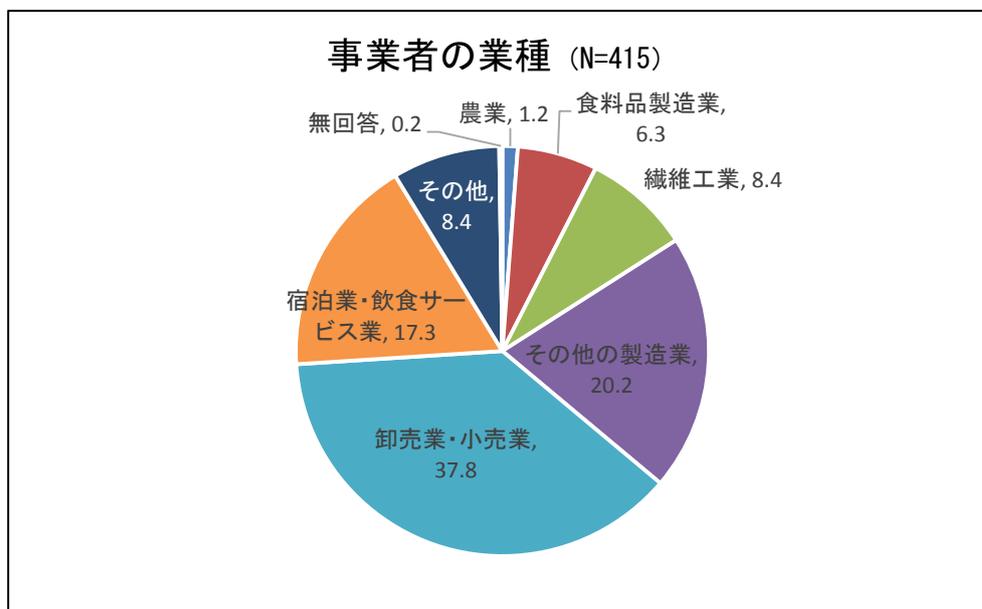
調査方法	郵送によるアンケート調査
調査期間	発送日：平成 28 年 8 月 30 日～平成 28 年 9 月末日
配布数	1,250 社
回収数	415 通
回収率	33.2%

(2) アンケート調査の結果概要

①業種

最も多い業種は「卸売業・小売業」37.8%、次いで「その他の製造業」20.2%、「宿泊業・飲食サービス業」17.3%であった。

図表 1-2 事業者の業種



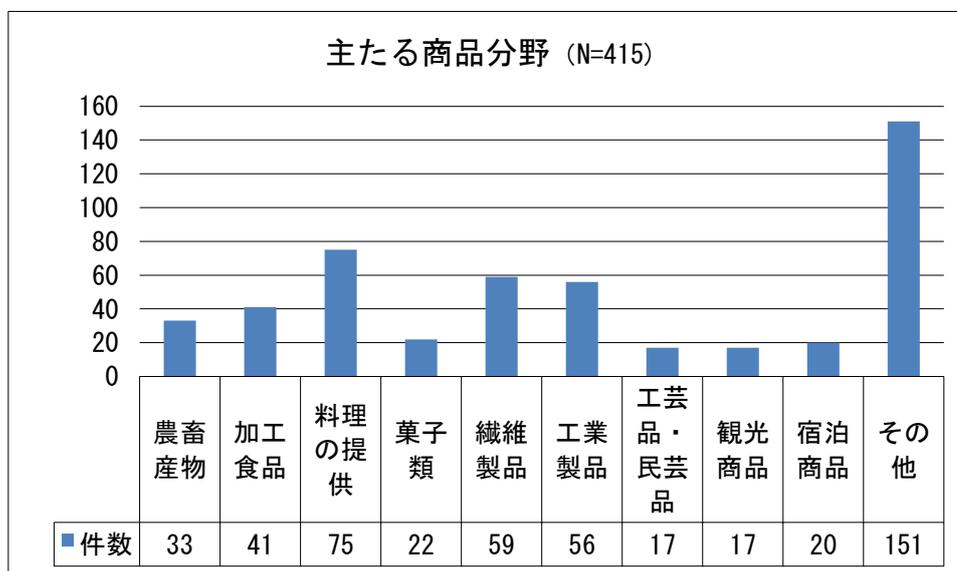
図表 1-3 「その他」についての主な回答

カテゴリー	内容
食品関連	弁当製造・仕出し、旬の果物を使ったケーキ、ジェラート、食料品（醤油、味噌、菓子）、酒製造販売
各種販売・関連事業	百貨店・スーパー、自動車販売・整備、印章業（印章・ゴム印製造販売）、薬局、建設石材、記念碑、玄関、門、堀、風呂、山ぶどう皮を使用した籠バッグ、木製品、家具、畳、種苗業
情報・印刷関連	情報通信サービス、印刷、新聞発行、原稿・テキスト作成業務
サービス	旅行、山岳ガイド、貿易、ごみ・資源回収、不動産・アパート・貸事務所、袴等の仕立て、袴製造縫製卸し、カウンセリング、交通誘導業務、人材派遣、各種制御盤、乾燥装置、特許取得
建設・建設資材用商品	コンクリート二次製品製造販売、製材業・木材販売

②主たる商品分野

主たる商品分野については「その他」が最も多く 151 件で、次いで「調理の提供」（41 件）、繊維製品（59 件）、工業製品 56（件）となり、「ものづくり・米沢」の特色を表している。

図表 1-4 主たる商品分野



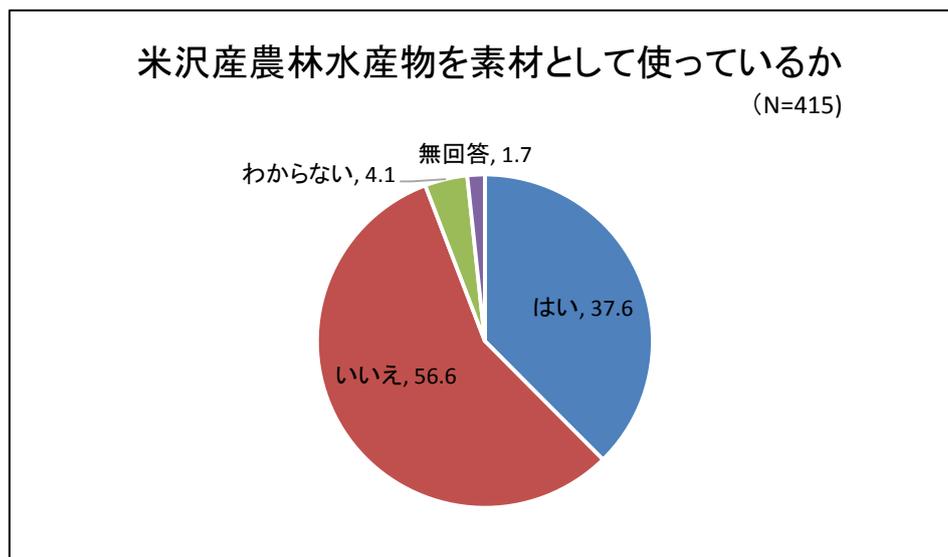
図表 1-5 「その他」についての主な回答

カテゴリー	内容
食品・酒	スーパー、食品、健康食品、米、山形県産の果物、酒類、業務用食材卸売、鰻料理、弁当・仕出し、卸茶販売、干し柿、コーヒー豆、鮮魚販売、飲食業
燃料	LPG、ガソリン、軽油、灯油等石油製品、住宅設備機器、LDガス
雑貨・事務用品・家電・服	玩具、文具事務用品、段ボール、紙管、ビニールケース等製造販売、印章・ゴム印、記念品、事務機器、コピー、楽器、家電、OA機器販売及び施行メンテナンス、メガネ販売、ぬいぐるみ、段ボール、パッケージ製品、ガラス容器販売、石油製品、洋品、バッグ、婦人服、下着販売卸し、日用品、荒物寝具、紙製品・紙器
住宅・施設・家具	畳、鏡、スチールファニチュア、木製品、厨房用品、施設向け什器
自動車関連	自動車、自転車、バイク
貴金属・時計	装飾品、時計・宝石・メガネ
農業	種苗、農耕用品、農薬・肥料、営利用苗木、土壌改良材、刃物、農工具
医療・美容	医薬品、化粧品、美容
花卉	生花、供花
建設・建材資材	建築資材、板硝子、アルミサッシ、生コンクリート、コンクリート二次製品、木材、製材品
サービス業	旅行・観光、コンサルティング、交通誘導業務、ガソリンスタンド、福祉用具、車いす、不動産（アパート、貸事務所）、一般廃棄物、資源物回収
工業製品	電子コネクタ部品等へのメッキ、機械製造、プラスチック成形用材料、プラスチックの原料製造、工業製品製造用省力機械設計、自動車用ワイヤハーネス、フッ素系、口金、ナット、化学品、石油類、半導体リードフレーム、繊維原料（糸）、制御盤、配電盤、高圧キュービクルの設計、機械販売修理、常温乾燥装置
情報・印刷	新聞発行、印刷、ソフトウェア開発、折り込み広告販売
その他	仏壇仏具、墓石、香料製造、たばこ

③現状における米沢産の農林水産物の取り扱い

各事業所の商品に関して米沢産の農林水産物を取り扱っているかを聞いたところ、「いいえ」と回答した事業所は全体の56.6%と過半数を占め、まだ多くの事業者が米沢産の農林水産物の取り扱いが進んでいない現状が明らかになった。

図表 1-6 現状における米沢産の農林水産物の取り扱い



■「はい」と回答した事業者の主な商品名

米沢産農林水産物を素材として利用している主な商品としては、食品が最も多かった。

図表 1-7 米沢産農林水産物を素材として利用している主な商品

カテゴリー	内容
食品	<ul style="list-style-type: none"> ・米・関連商品（上和田有機玄米、三五八） ・果物・野菜・関連商品（薄皮丸茄子、舘山産洋梨（パートルレットなど）、紅玉、りんご小町、鷹山柿（干し柿）、つのにんにく、芋煮、雪菜ふすべ漬、りんご漬け、梵天丸茄子の漬物各種、りんごカクテル醤油、山ぶどう夢製品、茄子漬、紅玉りんごのアップルパイ、おみ漬け、いもこ煮、さくらんぼリキュール、舘山りんごのアップルパイ、枝豆ロール、雪菜ふすべ漬け、豆もやしラーメン） ・酒・関連商品（有機純米吟醸、東光小嶋酒造、浜田酒造、米沢上長井産純米吟醸酒、雪菜の地元酒の酒粕和え） ・肉・関連商品（米沢牛、米沢豚丼、米沢牛串焼き、米沢牛ローストビーフ、米沢牛ビーフカレー、米沢牛コロッケ、豚シクフルト、牛シクフルト、米沢牛巻、米沢牛肉まんじゅう、米沢牛肉餃子、米沢牛の陶板焼き（つけだれに舘山林檜のすりおろし）、米沢牛メンチ、米沢牛パイ、山形地鶏、ジ

	<p>ヤーキー、米沢一番育ち豚串、義経焼、牛陶板焼き)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・魚・関連商品 (鯉の甘露煮、鯉のうまに、鯉のあらい等 (鯉料理全般)、鯉せんべい、米沢寿司膳、米沢鯉の黄身油焼、 ・その他 (雪菜米沢うこぎ冷生麩、うこぎ生麩だんご、健康うこぎ茶、うこぎごはん、切り合え、うこぎ麺、米沢ラーメン、良縁日本そば、紅花たまご、紅花餅、なんばん麴漬、献膳料理など提供料理全般、でわかおりそば茶、釜飯の素、うこぎ御膳、そばクッキー、紅花のしずく、味噌カステラ)
婦人服・着物・織物	着物、草木染の材料、染料、婦人服、着物地、帯地、婦人服、米沢産正絹合織袴生地
木工関連	笹野一刀彫、米沢産杉を使用した内装材やフローリング材、地産地消の木を使ったテーブル・いす・パネル、パーチクルボード (東北ホモボード製)、黒炭、木材チップ・木材、もくロック、籠バッグ
その他	花、天元台高原、碎石 2005

■ 「はい」と回答した事業者の主な素材

米沢産農林水産物を素材として利用している主な素材としては、食品が最も多かった。

図表 1-8 「はい」と回答した事業者の主な素材

カテゴリー	内容
食品	<ul style="list-style-type: none"> ・果物 (りんご (紅玉りんご、館山りんご)、ラ・フランス、ぶどう、サクランボ、栗、柿) ・魚貝 (鱒 (生、乾燥)、米沢鯉、塩引鮭) ・肉 (米沢牛 (骨)、米沢豚 (米沢天元豚、米沢三元豚、米沢豚一番育ち) ・米 (コシヒカリ、つや姫、はえぬき、米沢産米、置賜産米、ひとめぼれ、あきたこまち、米粉、餅米) ・野菜 (おかひじき、うこぎ、ネギ (寒中ネギ)、あさつき、キャベツ、人参、茄子 (薄皮丸茄子、梵天丸茄子)、もやし (小野川もやし、豆もやし)、ズッキーニ、レタス、ほうれん草、ニラ、白菜、キュウリ、とまと、アスパラ、雪菜、とうがらし (なんばん)、かぶ (遠山かぶ、塩野かぶ)、ピーマン、ジャガイモ、にんじん、玉ねぎ、にんにく (水耕栽培)、くきたち、豆 (枝豆、大豆、油揚げ)、かぼちゃ、きのこ、くるみ、そば (でわかおり)) ・山菜 (コシアブラ) ・酒類 (日本酒 (出羽33、酒美山錦)) ・調味料 (醤油、味噌、麴) ・水 ・卵
木材	ナラ原木、広葉樹、針葉樹、イタヤカエデ、水木、木炭、杉、山ぶどう皮、

	ラワン、解体材、米沢原木、桜小枝、槐材
花卉	苗、ダリア、アルストロメリア、ひまわり、小菊（8・9月のみ）、紅花、桑
繊維	米沢織、繭、正絹、合織
その他	米沢の成島の粘土使用、色料、栗のいが、お鷹ぼっぼ（刃物）、米沢碎石、栗の毬

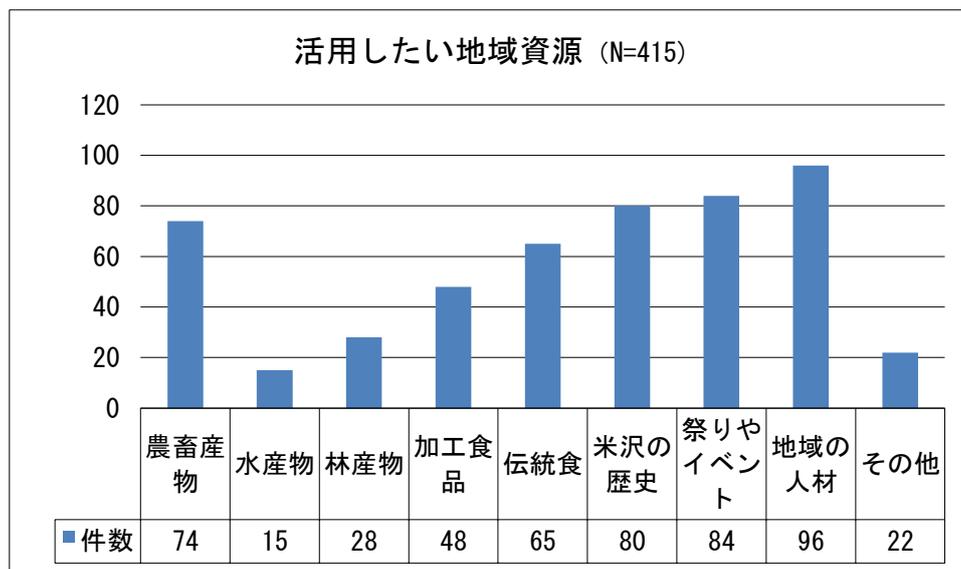
図表 1-9 米沢産農林水産物を素材として利用していない理由

<ul style="list-style-type: none"> ・業種が違うから（金属・電子部品・燃料販売（LP ガス・石油）・楽器店・工業製品・文具・事務機器業務・印刷関係・薬局・医療用品加工・洋服・資源物回収・採石業・人材派遣業・創作園芸・小売業・卸売業・製品組立加工） ・米沢産で生産・製造していない（生糸・茶・コーヒー豆・肥料・畳） ・取扱商品として不向きだから（9） ・品質・価格等の問題から（5） ・決定権が無い（3） ・米沢に加工・仕入れを行うメーカーがない ・商品開発中だから ・不況により廃業したから ・関連性がない ・自社の環境が悪すぎて、農林水産物を使うのは気が引ける
--

④今後活用したい地域資源

今後活用したい米沢市の地域資源を聞いたところ、「地域の人材」が96件と最も多く、次いで「祭りやイベント」84件、「米沢の歴史」80件、「農畜産物」74件となり、農畜産物だけではなく、「人材」「祭りイベント」「米沢の歴史」への活用意向も高いことが明らかになった。

図表 1-10 活用したい地域資源



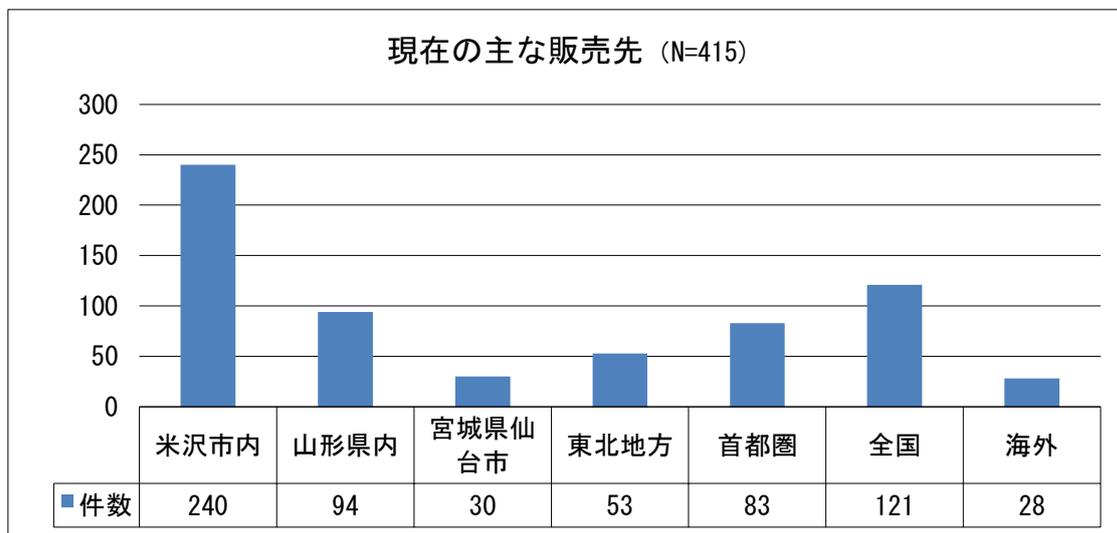
図表 1-11 その他の回答

- ・自然・山林の有効活用 ・知名度
- ・有機ELを工作機械の照明に取り付け
- ・歴史的なデザインなど ・オフィスアルカディアの多目的な利用
- ・米沢市(置賜地域)の技術・技能を集積した工業力・工業品
- ・廃鉱山 ・米織(生地として)

⑤現在の主な販売先

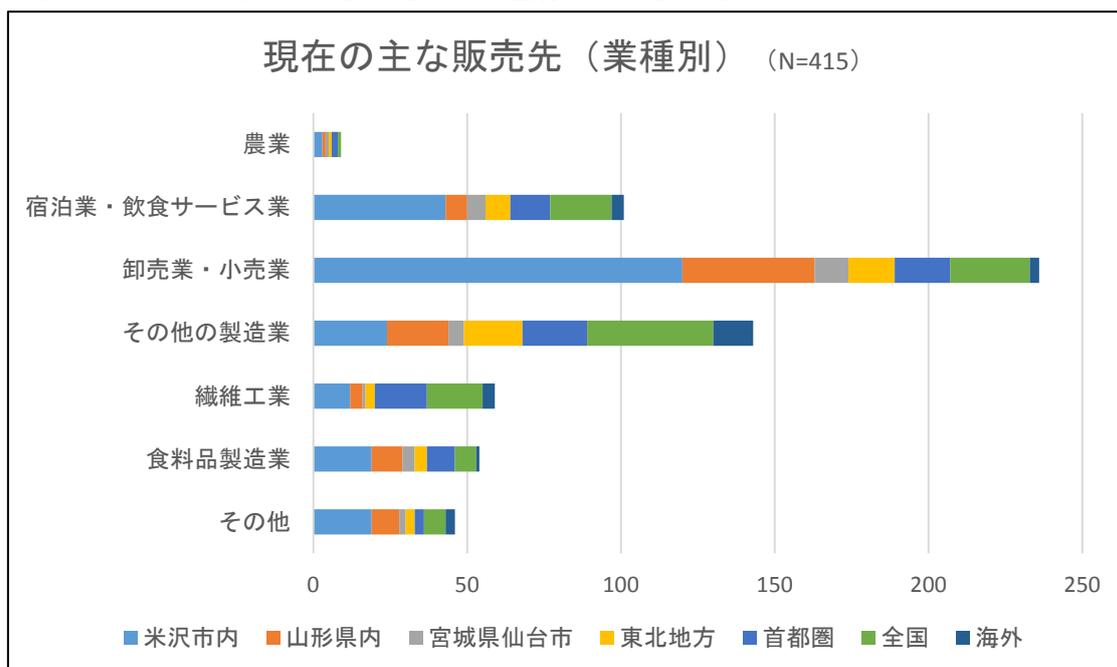
現在の主な販売先を聞いたところ、最も多かったのが「米沢市内」の240件で、多くの事業者が市内販売にとどまっていることが分かった。

図表 1-12 現在の主な販売先



業種別にみると、「食料品製造業」は、「米沢市内」「山形県内」「首都圏」への販売先が多い傾向にある一方で、「繊維工業」「その他の製造業」については「米沢市内」への販売先よりも「首都圏」「全国」への販売先が多い傾向にあった。

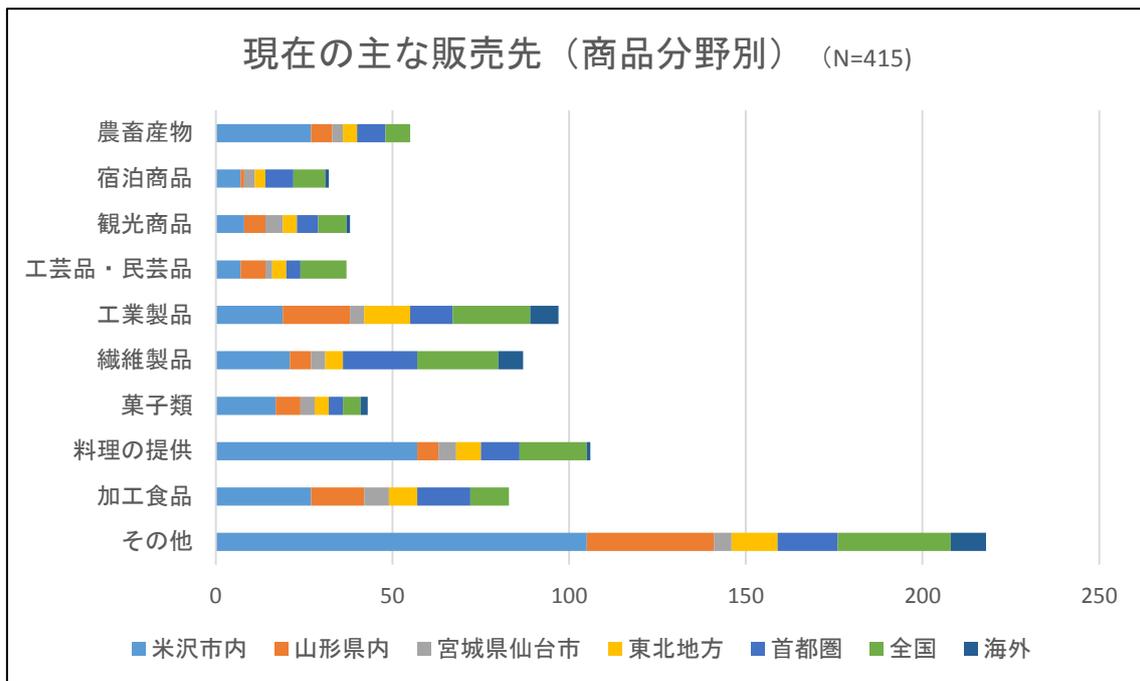
図表 1-13 現在の主な販売先（業種別・商品分野別）



比率の差 +10.0ポイントより大きい（黄色） -10.0ポイントより小さい（青色）		n	米沢市内	山形県内	宮城県仙台市	東北地方	首都圏	全国	海外
全体		415 100.0	240 57.8	94 22.7	30 7.2	53 12.8	83 20.0	121 29.2	28 6.7
業種別	その他	35 100.0	19 54.3	9 25.7	2 5.7	3 8.6	3 8.6	7 20.0	3 8.6
	食品製造業	26 100.0	19 73.1	10 38.5	4 15.4	4 15.4	9 34.6	7 26.9	1 3.8
	繊維工業	35 100.0	12 34.3	4 11.4	1 2.9	3 8.6	17 48.6	18 51.4	4 11.4
	その他の製造業	84 100.0	24 28.6	20 23.8	5 6.0	19 22.6	21 25.0	41 48.8	13 15.5
	卸売業・小売業	157 100.0	120 76.4	43 27.4	11 7.0	15 9.6	18 11.5	26 16.6	3 1.9
	宿泊業・飲食サービス業	72 100.0	43 59.7	7 9.7	6 8.3	8 11.1	13 18.1	20 27.8	4 5.6
	農業	5 100.0	3 60.0	1 20.0	1 20.0	1 20.0	2 40.0	1 20.0	0 0.0

商品別にみると、「米沢市内」へは「農畜産物」「菓子類」「料理の提供」「その他」が多い傾向にあり、「首都圏」へは「繊維製品」「加工食品」が、「全国」へは「工業製品」がそれぞれ多い傾向にあった。

図表 1-14 現在の主な販売先（商品分野別）

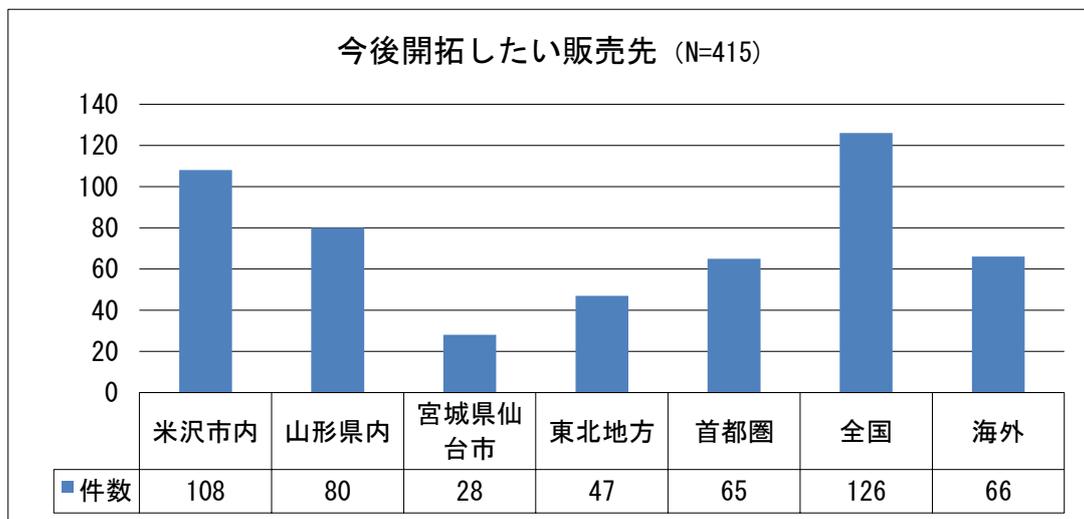


比率の差 +10.0ポイントより大きい（黄色） -10.0ポイントより小さい（青色）		n	米 沢 市 内	山 形 県 内	宮 城 県 仙 台 市	東 北 地 方	首 都 圏	全 国	海 外
全体		415 100.0	240 57.8	94 22.7	30 7.2	53 12.8	83 20.0	121 29.2	28 6.7
商品分野別	その他	151 100.0	105 69.5	36 23.8	5 3.3	13 8.6	17 11.3	32 21.2	10 6.6
	加工食品	41 100.0	27 65.9	15 36.6	7 17.1	8 19.5	15 36.6	11 26.8	0 0.0
	料理の提供	75 100.0	57 76.0	6 8.0	5 6.7	7 9.3	11 14.7	19 25.3	1 1.3
	菓子類	22 100.0	17 77.3	7 31.8	4 18.2	4 18.2	4 18.2	5 22.7	2 9.1
	繊維製品	59 100.0	21 35.6	6 10.2	4 6.8	5 8.5	21 35.6	23 39.0	7 11.9
	工業製品	56 100.0	19 33.9	19 33.9	4 7.1	13 23.2	12 21.4	22 39.3	8 14.3
	工芸品・民芸品	17 100.0	7 41.2	7 41.2	2 11.8	4 23.5	4 23.5	13 76.5	0 0.0
	観光商品	17 100.0	8 47.1	6 35.3	5 29.4	4 23.5	6 35.3	8 47.1	1 5.9
	宿泊商品	20 100.0	7 35.0	1 5.0	3 15.0	3 15.0	8 40.0	9 45.0	1 5.0
	農畜産物	33 100.0	27 81.8	6 18.2	3 9.1	4 12.1	8 24.2	7 21.2	0 0.0

⑥今後開拓したい販売先

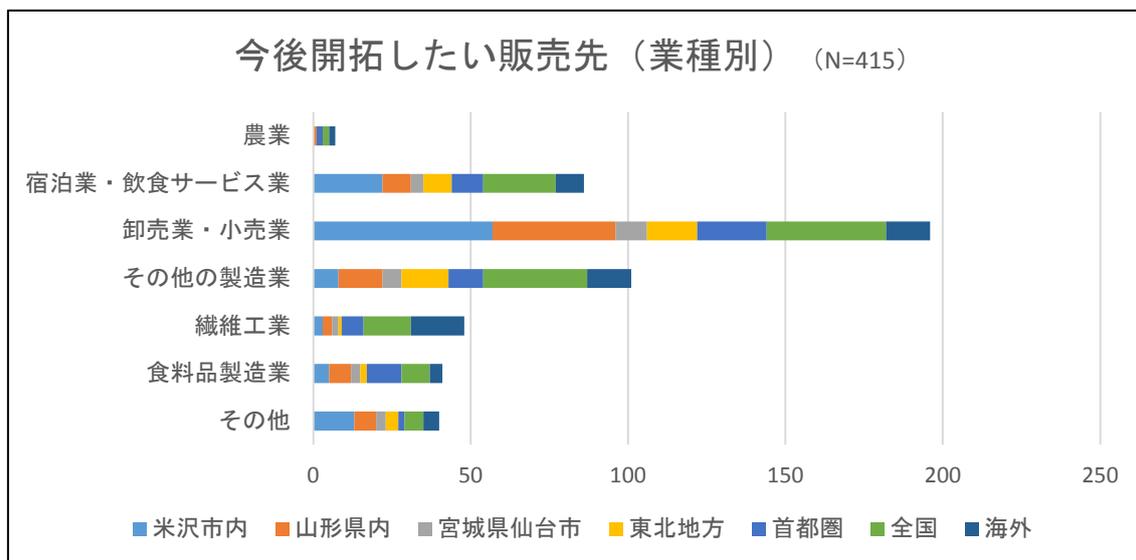
今後販売を開拓したい先として最も多かったのは「全国」126件であり、より広い範囲で販売先を開拓したい意向が明らかになった。

図表 1-15 今後開拓したい販売先



業種別にみると、「繊維工業」については、「米沢市内」「山形県内」が少なく「全国」「海外」が多い傾向にあった。また、「卸売業・小売業」「その他」は「米沢市内」、「食品製造業」は「首都圏」が多い傾向にあった。

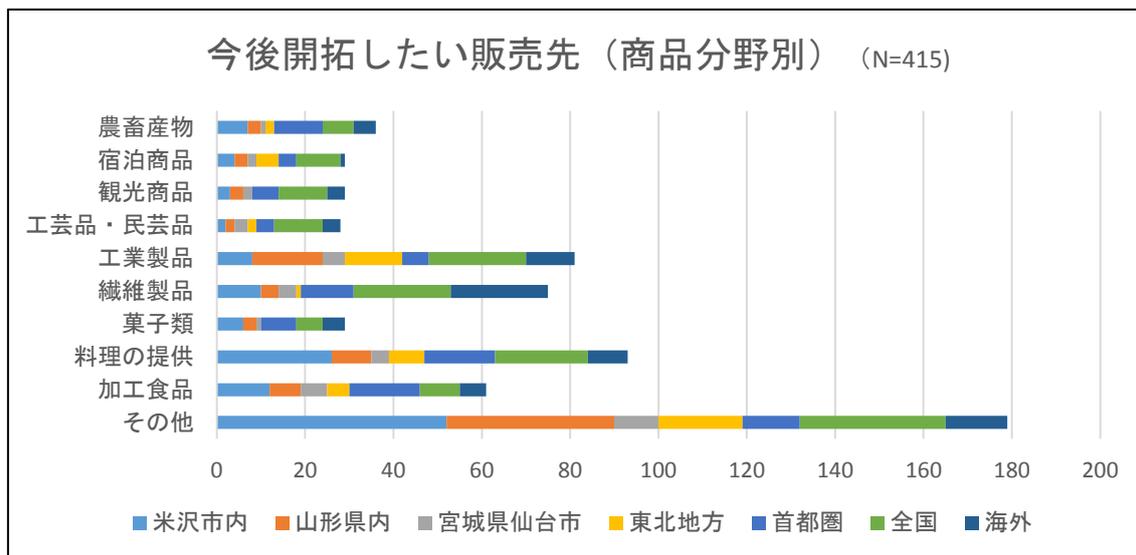
図表 1-16 今後開拓したい販売先（業種別）



比率の差 +10.0ポイントより大きい（黄色） -10.0ポイントより小さい（青色）			米 沢 市 内	山 形 県 内	宮 城 県 仙 台 市	東 北 地 方	首 都 圏	全 国	海 外
		n							
全体		415 100.0	108 26.0	80 19.3	28 6.7	47 11.3	65 15.7	126 30.4	66 15.9
業種別	その他	35 100.0	13 37.1	7 20.0	3 8.6	4 11.4	2 5.7	6 17.1	5 14.3
	食品製造業	26 100.0	5 19.2	7 26.9	3 11.5	2 7.7	11 42.3	9 34.6	4 15.4
	繊維工業	34 100.0	3 8.8	3 8.8	2 5.9	1 2.9	7 20.6	15 44.1	17 50.0
	その他の製造業	84 100.0	8 9.5	14 16.7	6 7.1	15 17.9	11 13.1	33 39.3	14 16.7
	卸売業・小売業	157 100.0	57 36.3	39 24.8	10 6.4	16 10.2	22 14.0	38 24.2	14 8.9
	宿泊業・飲食サービス業	72 100.0	22 30.6	9 12.5	4 5.6	9 12.5	10 13.9	23 31.9	9 12.5
	農業	5 100.0	0 69.5	1 23.8	0 3.3	0 8.6	2 11.3	2 21.2	2 6.6

商品分野別にみると、「繊維製品」については「海外」が多く「山形県内」が少ない傾向に、「工業製品」については「東北地方」が多く「米沢市内」が少ない傾向にあった。また、「加工食品」「菓子類」については「首都圏」が多い傾向にあった。

図表 1-17 今後開拓したい販売先（商品分野別）

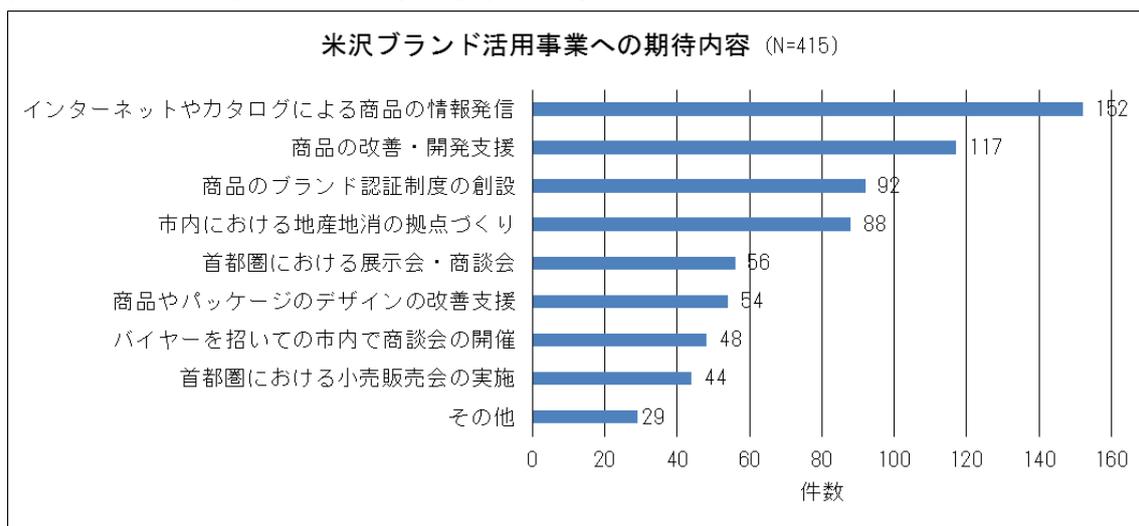


比率の差 +10.0ポイントより大きい（黄色） -10.0ポイントより小さい（青色）			米沢市内	山形県内	宮城県仙台市	東北地方	首都圏	全国	海外
		n							
全体		415	108	80	28	47	65	126	66
		100.0	26.0	19.3	6.7	11.3	15.7	30.4	15.9
商品分野別	その他	151	52	38	10	19	13	33	14
		100.0	34.4	25.2	6.6	12.6	8.6	21.9	9.3
	加工食品	41	12	7	6	5	16	9	6
		100.0	29.3	17.1	14.6	12.2	39.0	22.0	14.6
	料理の提供	75	26	9	4	8	16	21	9
		100.0	34.7	12.0	5.3	10.7	21.3	28.0	12.0
	菓子類	22	6	3	1	0	8	6	5
		100.0	27.3	13.6	4.5	0.0	36.4	27.3	22.7
	繊維製品	59	10	4	4	1	12	22	22
		100.0	16.9	6.8	6.8	1.7	20.3	37.3	37.3
	工業製品	56	8	16	5	13	6	22	11
		100.0	14.3	28.6	8.9	23.2	10.7	39.3	19.6
	工芸品・民芸品	17	2	2	3	2	4	11	4
	100.0	11.8	11.8	17.6	11.8	23.5	64.7	23.5	
観光商品	17	3	3	2	0	6	11	4	
	100.0	17.6	17.6	11.8	0.0	35.3	64.7	23.5	
宿泊商品	20	4	3	2	5	4	10	1	
	100.0	20.0	15.0	10.0	25.0	20.0	50.0	5.0	
農畜産物	33	7	3	1	2	11	7	5	
	100.0	21.2	9.1	3.0	6.1	33.3	21.2	15.2	

⑦米沢ブランド活用事業への期待内容

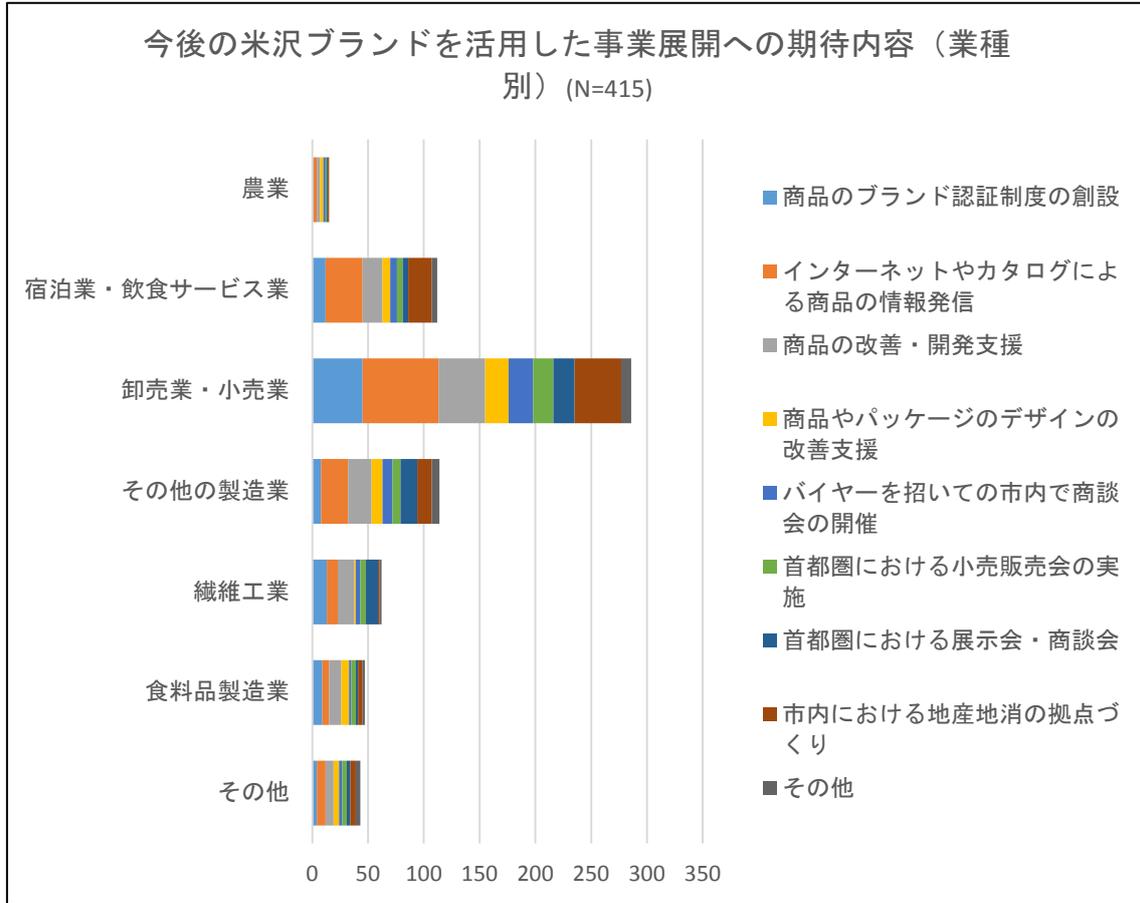
米沢ブランド活用事業への期待内容については、「インターネットやカタログによる商品の情報発信」が152件と最も多く、次いで「商品の改善・開発支援」117件、商品のブランド認証制度の創設」92件となった。

図表 1-18 米沢ブランド活用事業への期待内容



業種別にみると、「商品のブランド認証制度の創設」については、「繊維工業」は「期待内容」と回答した割合が多く、「その他の製造業」「その他」については少ない傾向にあった。また「商品の改善・開発支援」については「食料品製造業」「繊維工業」が、「商品やパッケージのデザインの改善支援」については「食料品製造業」が、「首都圏における展示会・商談会」については「繊維工業」が多い傾向にあった。

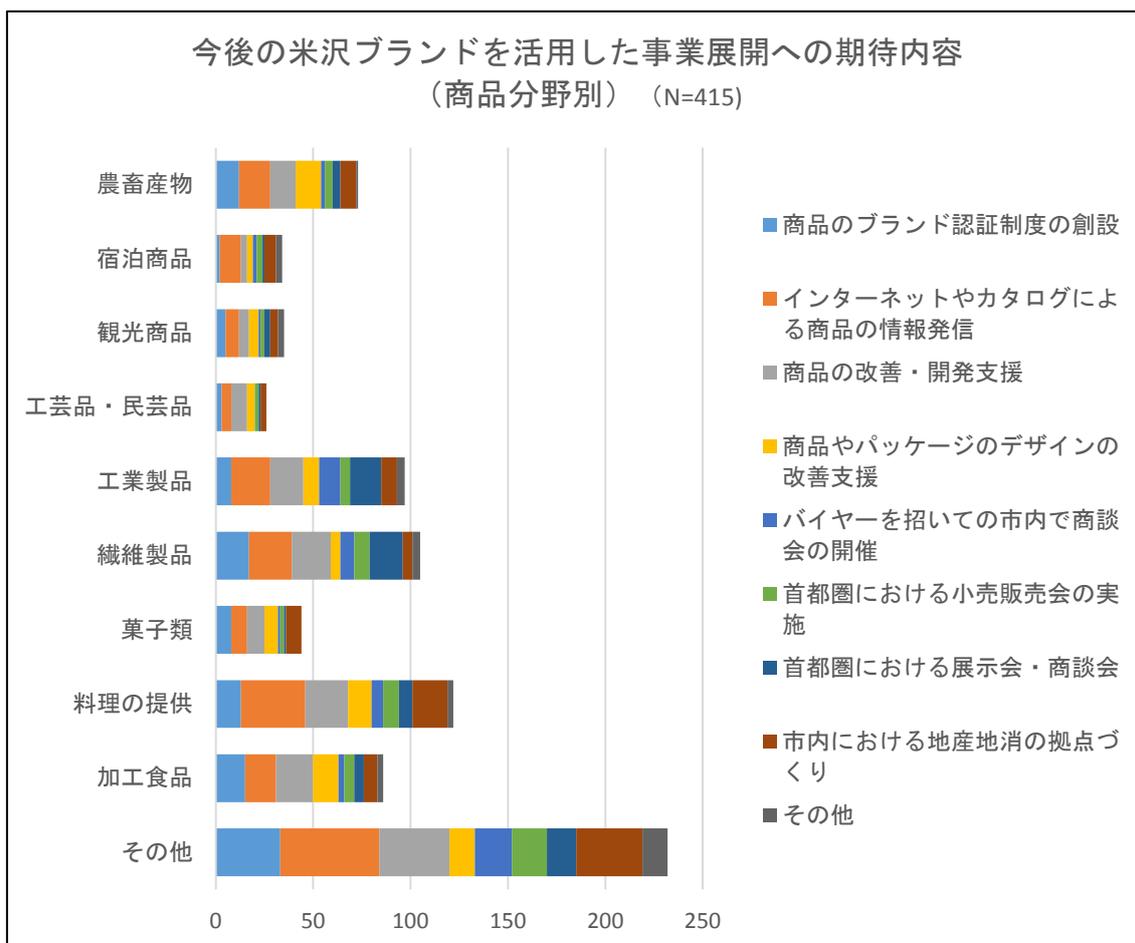
図表 1-19 今後の米沢ブランドを活用した事業展開への期待内容（業種別）



比率の差 +10.0ポイントより大きい（黄色） -10.0ポイントより小さい（青色）		n	商品のブランド認証制度の創設	インターネットやカタログによる商品の情報発信	商品の改善・開発支援	商品やパッケージのデザインの改善支援	バイヤーを招いての市内で商談会の開催	首都圏における小売販売会の実施	首都圏における展示会・商談会	市内における地産地消の拠点づくり	その他
全体	415	100.0	22.2	36.6	28.2	13.0	11.6	10.6	13.5	21.2	7.0
業種別	その他	35	11.4	22.9	20.0	14.3	8.6	11.4	8.6	14.3	11.4
	食料品製造業	26	34.6	23.1	42.3	26.9	7.7	15.4	7.7	15.4	7.7
	繊維工業	34	38.2	29.4	44.1	2.9	11.8	14.7	32.4	2.9	5.9
	その他の製造業	84	9.5	28.6	25.0	11.9	10.7	8.3	17.9	15.5	8.3
	卸売業・小売業	157	28.7	43.3	26.8	13.4	14.0	11.5	12.1	26.8	5.7
	宿泊業・飲食サービス業	72	16.7	45.8	25.0	9.7	8.3	6.9	6.9	29.2	6.9
	農業	5	20.0	60.0	60.0	60.0	40.0	20.0	20.0	20.0	0.0

商品分野別にみると、割合として多かった商品分野は、「商品のブランド認証制度の創設」「商品の改善・開発支援」「商品やパッケージのデザインの改善支援」は「農畜産物」「菓子類」「加工食品」であり、「首都圏における展示会・商談会」は「繊維製品」「工業製品」、「市内における地産地消の拠点づくり」は「菓子類」であった。

図表 1-20 今後の米沢ブランドを活用した事業展開への期待内容（商品分野別）



- ・地縁を生かした国内外の人的ネットワーク構築
- ・米沢イメージの確立
- ・海外展開への補助（展示会出展等の費用の補助）
- ・統一性
- ・ブランドを構築するための方法を教育する機会などを設けていただきたい
- ・米沢産の植物の活用
- ・販売ターゲットの明確化
- ・米沢市公共建物に米沢産材杉の活用、利用してもらう

⑧その他、米沢ブランド事業に対する意見・要望

図表 1-22 意見（抜粋）

カテゴリー	内容
「米沢ブランド」に関する意見	<ul style="list-style-type: none"> ・もっと米沢をブランド化してどんどん売り込んでいきたい ・木材も出荷証明書を添付する時代です。一次産業は農業、水産業だけでなく林業もありますので米沢産杉の加工材をブランド化して、販売、利活用していただきたい。 ・個人的にはモノだけのブランドはないと考えているので”米沢ブランド”とは何か？を定義づける必要があると思います。他の地域のブランドとは何が違うのかなど。 ・県外から出張で来る方が多いので観光、会食、工芸などで米沢ブランドを楽しんでいただきたいと考えております。 ・「米沢」のブランドイメージを作るのは他地域の方に聞いた方がイメージ作りは早いと思う。地元の方のイメージとは少し違うと思う。 ・ワンストップサービスの実現、仕入れ、生産、流通においてすべて米沢ブランドが確立できるように要望します ・ブランド認定の創設 ・農林水産資源ブランド化と合わせて工業製品も両ブランド化を目指してはどうか。どちらも物づくりか。 ・あちこちで使われ始めている「メイドイン米沢」というキーワードを米沢ブランドとして統一感を持った組織的な取組に高めていくことがブランドイメージの向上につながると思われる。 ・米沢ブランドを考える場合まず置賜地域一体となる必要があると思う。各々の地域の良さを活用し、置賜一円のブランド化の方が魅力はあると思う。 ・米沢と言うブランドを売り込むためには何が必要か。ずばりプロデューサーが必要だと思う。各社がバラバラの方向性で米沢ブランドを

	<p>作っても統一性がない、単なる名産の寄せ集めになってしまう。米沢のブランドの統一性は優れたプロデューサーが方向性を決め、全ての参加者にモンドを広げるのではなく、方向性があったものだけを選択する意思をもって進めていってほしい。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市外からの流入者の意見を集めて編集する ・製造業だけでなく流通業、小売業も協同した推進体制をとれないか（4P）
<p>「米沢ブランド」推進のための具体的な商品アイデア</p>	<p>■米沢牛に関するアイデア</p> <ul style="list-style-type: none"> ・米沢の全国に誇る物は米沢牛と上杉である。まずこれに特化した政策を考えるべき ・米沢牛のブランド化、輸出、そのための増産体制づくりなど、米沢牛のブランド化にフォーカスして取り組まれることを希望します。広く浅い支援よりも、勝てる可能性のあるものにピントを合わせて投資しないといつまでもブランドであり続けられるとは思いません。 ・米沢牛など地元の飲食店などに安く提供してほしい ・米沢牛の品質の向上と、頭数の確保を業界・行政・生産者が一体となって推進していく。特に生産頭数は減少傾向にあるので行政のバックアップを期待したい。 ・全国的にブランド化に成功している米沢牛を生かしていくことが重要だと思う。実体験でいうと出身地が米沢だと伝えたときの「牛の!？」という反応からブランド力の強さがうかがえる。あとは売り込み方が非常に重要だと思う。 ・米沢牛と山形牛の差別化(統一の動きがあるように思われるので) <p>■米沢産の農産物に関するアイデア</p> <ul style="list-style-type: none"> ・季節を感じて食するのも重要だと思うが、通年で収穫できる農産物があればブランド化しやすい ・品質良好なブランド事業を求めべく、農産物や畜産物の見直しも検討しながら進めるときかもしれない。単にインターネットに今までの品物を出すだけでは物足りない。歴史ある食材についてより一層力を入れるのはもとより、山に囲まれた盆地ならではの気温の差を利用したおいしい農産物がたくさんあるので加工まで含んだ取り組みをし、過剰生産になっても無駄なく消費するように考えてみたい。 <p>■米織に関するアイデア</p>

・米沢の良い物を認識していただき、他のところでできないものを地場産業であった織物の町燃り染めと一体となってできれば幸せです。

・当社は米沢織の生地製造をしているので市内飲食店や旅館、市役所、銀行、様々な業者の方々に米織の生地を使った仕事着（ユニフォーム）やテーブルセンターなどの店に置く小物を使っていただき、米沢を訪れた全国の人たちに米織が目に入るような企画をしていただきたいと考えております。

・衣料品の売り上げ9兆2000億の国内市場で平均の製品単価が2200円である。米沢織物の元値平均値が1700円/mくらいで、縫製代、付属品等を入れてジャケットで6000円である。1着米織のジャケットを作ると10000円近くになる。この市場とのギャップを埋めるには産地アピールを強くしないと必要とされない産地になる。ぜひブランド化して、良さをアピールすべきである。

■米沢の自然・山林等に関するアイディア

・米沢は周囲を山林に囲まれています、山は荒れており、自然を生かしておりません。山の手入れと林業の開発に興味があります。エネルギーを含め事業として成り立つと思います。また、観光にもつながると思います。

■米沢の工業・製造業に関するアイディア

・工業関連ブランド化は最先端技術ばかりではない。大阪府町工場の衛星、東京大田の町工場などは昔ながらの技術に秀でた物が、今の先端技術の基礎となっている。米沢にも同じような工業技術は有り、部品作りから先端技術の有機EL、電池の製造装置を作っている企業は他の地域よりかなり有るのでは。この集まりを利用しないではもったいないし、ブランドとして認知されれば、工業製品製造に大いに役に立つと思います

・織物→弱電の流れで活発になった製造業を持つ土地は他にもあり、製造業の関係者であれば「精密分野で何かやってくれそう」という期待感を持ってもらえると思う。その点を考えたらどうか。有機ELはすでに他地域（韓国含め）に持って行かれたイメージが強いのであまり強く推すのはいかな物かと思う。

・道路の高速化もあるので、ソフト開発企業を米沢へ持ってきて、若者に魅力ある街づくりも一考と思います

■米沢の観光に関するアイデア

・米沢は最近こそ雪が少ない年もあるが、スキー場などは設備費、維持費、運営費がかかると思うので、休耕地や田園等を利用してクロスカントリーコースを作ったり、そこに休憩所施設を作ったりし、シンプルに米沢のおいしい米で作ったおにぎり、漬物、芋煮、根菜の汁物などを雪を見ながら食べられるような観光も良いのではないかと思う。

・米沢は観光で交流人口を増やすべき！①歩いて楽しい街並み、体験観光 ②泊まってもらおう仕掛けづくり ③リピーターを増やす、米沢ファンを増やす、人のファンを増やす

・米沢に観光に来られた方々が行くところ、食べるところが限られてしまっています。「米沢に来たらここに行けば間違いない」という観光ロード的な物があっても良いのではないのでしょうか

■その他

・全国おいしい物を具体的にアピールすればと思う。

・米沢事業プラス広域観光ルートの確定

・政令指定都市へのアンテナショップの出店など

・米沢の食文化を米沢に来て体験してもらいたい。

・上杉鷹山公の名言も道徳の上に立った意味であり、米沢市も文化教養ということをやっています。物を前に出し流通を考えれば価格競争ということもあり得ます。米沢は学びの場、教養、歴史、文化の町であることを再認識し、そこから生まれた物産だというように視点を変えて取り組むことも一つだと思います。そこには部署で推進するのではなく、トータルで推進する部署が必要だと思います。

・異業種とコラボしたパッケージ販売、展示会（たとえば米沢牛、米沢伝統野菜と米織の合同展示会）

・事業展開には人材が必要になります。地域定着・首都圏などからの人材確保等の施策が重要かと思われますのでよろしくお願いします。

・冬の米沢の過ごし方を商品として国内の暖かい地方の方や海外の方に進めたい。おいしい食事を考えたい。

・食、農、産業以外のサブカルチャーへ積極的に参画する

・グレードの高い宿泊施設を作るか、持ってくるかして、米沢牛、米沢産農作物を利用した食材の提供によりイメージアップはできないだろうか。(ex 上山の名月荘)

・既存を含む市内の観光施設（城址苑、道の駅）におけるテナント

	<p>や商品の選定やアレンジに行政側でも積極的にアドバイスをし、幅広い業者や商品に対して機会を与えるとともに支援育成をしていくことが必要だと考える。</p>
<p>情報発信に関する意見</p>	<p>■デザイン・マーク・サイン等に関するアイデア</p> <ul style="list-style-type: none"> ・米沢のブランドだとわかるサイン、マークが最初にあると全ブランドに米沢の統一性がありいいと思います。イベントも統合性があるとボランティアで参加するとき助かります ・包装紙、買い物袋などの統一化を図り、安価で個店が利用できればと思う ・キャラクターやロゴマーク等米沢ブランドの視認性のあるデザインの構築が必要だと思います。 ・米沢ブランドのブラッシュアップ…一目でわかるマークづくり、米沢産商品の情報発信 ・市の中心部に「米沢産」の商品を集め集客を図る <p>■イベント訴求に関する意見</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎年城址苑でりんごまつりが行われていますが、市の方でもっとアピールして、一年に一回なので盛大にしてもらいたい。そのためには市内のお菓子屋さんの参加が不可欠ですので、少し予算をとっていただき、ボランティアで終わらないようにしてほしいです。 ・観光大使の方に年間何回か来ていただいて、イベントを行うとか、それによって米沢市民の集客も図れると思います。NHKの「のど自慢」を呼んでもらえるような米沢市を希望いたします。 <p>■歴史・上杉家の訴求に関する意見</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今年国指定史跡となった戦国時代米沢の伊達家主城（舘山城）のことを全国に広く伝え、米沢の観光にもつなげていていただきたい ・修飾された歴史物語的な物でなく、本物の歴史を知って貰い、体験してもらえるようにしていきたいと思っております。（あくまでも現時点では物品販売や利益に持ってきてきたいとは思っていません。 ・米沢の歴史遺産をもっと大きく厚く、本物に近い素材を生かして、米沢の未来に役立っていくことを望んでおります。（観光課も教育委員会の文化課も消極的に見えます。） ・伝統ある鷹山公よりの織物製造生産地であることをもっと全国に発信していただきたい

■温泉の訴求に関する意見

- ・昼の観光客を市内に宿泊させる努力をもっとすべし！そのためにはもっと市街地に近いところまで温泉を持ってこられないか？
- ・小野川温泉でいえば温泉の泉質や、全ての旅館が源泉 100 パーセントかけ流し等、温泉の良さをもっと広げていくことが我々にとって重要なところですよ。温泉も素晴らしい地域資源、魅力です。

■米沢の食の訴求に関する意見

- ・山形、米沢市は食物がとてもおいしい地だと思うのでもっと他県にアピールすることが大事だと思います。ツアーに絡めての食品案内などあったらもっと米沢市の魅力が他県に伝わるのではないのでしょうか。
- ・米沢の味のABCがあるが、他にD～Zを探してみてもどうか。例) U：うこぎ、H：冷や汁、T：天元豚など。外国人、地元の人にとって米沢の食のリストアップにつながる。コンテストにしてアイデアを募集してみてもどうか。

■PRに関する意見

- ・全国区のタレントなどを使ってメディア活用
- ・全国各地でPR活動を行う際もぜひ米織製品を身につけていただきたいと考えております。米織製品は私服だけでなくネクタイ、ストール、マフラーなど小物類のほか、手ぬぐい、テーブルセンター、財布、バッグ、シャツ、ワンピースなどいろいろな商品が多数あります。
- ・米沢のいろいろな特産品を（技術面も）日替わり（週、月替わり）でテレビや新聞、ラジオなどで宣伝をし続けるというのはどうでしょうか。ポスターなども他よりも早く！
- ・有名百貨店（三越、伊勢丹、高島屋、阪急梅田）などにおいて米沢フェアなどの企画を持ち込めないでしょうか。
- ・東京オリンピックもあることなので、グローバルな視点で米沢ブランドを発信してはいかがでしょうか
- ・道の駅や城址苑など人の集まるところにPRコーナーの設置
- ・販促のための展示会や商談会をもっと増やしてほしい。（補助金も含めて）山形はPRが下手と言われるのでPRにもっと力を入れる事業を。（有名コーディネーター、CM会社など）
- ・産業集積地のイメージが発信できたら良いと考えている。工業は

	<p>イメージが暗いのでできれば明るく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・米沢のそばは県内のどこにも負けず美味しい、もっとPRすべきだ ・安全性をもっとアピールするべきだと思います ・山岳観光も売りにしていただけたら ・米沢ブランドと言っても、個々での情報発信は大変だ。オール米沢で目指すことが大切かと思われます。
<p>市民参加に関する意見</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・地元の人をもっと地元を知り、興味を持って愛着を持って、食べたり、買ったり、贈ったりすることで広がっていければよい ・米沢の歴史を小さいころから教育して、市民全員が米沢のことを語れるようにしたい
<p>具体的な商品開発に関する意見</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・これだけおいしい山形産米を加工食品として観光商品として開発できないものか ・昔ながらの米沢タンスをその他に利用できないか ・米沢のお土産を問われると困ることがあります。手軽に帰る米沢らしいお菓子があると良い ・古き良きもの(伝統、文化も含む)などを大切にしている心を持ちつつ、新しい魅力の開発も必要だと思います。古きもの、新しきものの融合が今後の米沢にとって大切なことだと思います。 ・米沢食材をありきたりの形にするのは良くない。(例ハンバーグなど)おいしい物を作る気持ちを持っていただきたい。 ・山大工学部があるのだから、「鯖江のメガネ」のようなメガネフレーム作りはどうだろうか ・メーカー米沢としてなんとかヒット商品を作り上げる、そのための開発専門機関を設けて事業する ・米沢の特産品(雪菜、遠山かぶなど)の認知度を高める。それを活かした商品開発→6次産業化へ ・共同で使える加工設備及び施設は必須だと思う。厨房や真空、殺菌、レトルトなど地元生産者や加工・小売業者が優れた米沢の食材を活用して気軽に商品開発ができる環境が必要だと思います。(例：庄内町のクラッセ) 自前でそろえるとなると多大な投資とリスクが発生するので活用する人も多いと思います。生産者、加工業者(飲食事業者)、業者(流通)のマッチングもしやすくなると思います。県内他地域に負けないようにしていきたい。山形県の、米、園芸、畜産のリーダーになれる素材を置賜は持っていると思います。 ・米沢で養殖池を作りあゆを一週間買って売れば米沢あゆとして売っ

	<p>て良いのではないか。米沢には 50～60 年来の淡水養魚場があります。淡水魚の地産魚として産業に貢献できる魚を搬出できるよう努力してほしい。</p> <ul style="list-style-type: none">・米沢豚は知名度がいまいちのようです。商品としては自信ある豚肉だと思います。今後の量的な課題が気になります。・米沢の ABC の見直しと新たなブランドの開発・育成、異業種の結合による新たなブランド商品開発が必要
--	--

(3) 調査票

《米沢ブランド戦略策定事業に係る市内事業者アンケート調査票》

平成 28 年 8 月 30 日
米沢市、米沢商工会議所

米沢ブランド戦略策定事業に係わるアンケート調査へご協力をお願いいたします。

ご回答いただいた内容については、標記戦略策定の参考に使用させていただきます。

なお、回答に当たっては、該当する数字に○を付けてください。また、その他を選択した場合は（ ）内に具体的な内容を記入してください。

事業所名	
担当者（記入者）	

【問 1】 貴事業所の業種は何でしょうか。

- ①農業 ②食料品製造業 ③繊維工業
④その他の製造業 ⑤卸売業・小売業 ⑥宿泊業・飲食サービス業
⑦その他

（具体的に： _____ ）

【問 2】 貴事業所の主たる商品分野は何でしょうか。（複数回答可）

- ①農畜産物 ②加工食品 ③料理の提供 ④菓子類
⑤繊維製品 ⑥工業製品 ⑦工芸品・民芸品 ⑧観光商品
⑨宿泊商品

⑧その他（具体的に： _____ ）

【問 3】 貴事業所の商品の素材に米沢産の農林水産物を使っていますか。（回答 1 つ）

- ①はい ②いいえ ③わからない

↳ 問 4 へ

↳ 問 5 へ

【問 4】 問 3 で「①はい」と回答した方は、商品名と素材名を書いてください。

・商品名： _____

・素材名： _____

【問5】問3で「②いいえ」と回答した方は、その理由を書いてください。

《理由》

【問6】今後、活用してみたい地域資源はどれですか。（複数回答可）

- ①農畜産物 ②水産物 ③林産物 ④加工食品
⑤伝統食 ⑥米沢の歴史⑦祭りやイベント ⑧地域の人材
⑨その他（具体的に： _____）

【問7】現在の主な販売先はどこですか。（複数回答可）

- ①米沢市内 ②山形県内 ③宮城県仙台市 ④東北地方
⑤首都圏 ⑥全 国 ⑦海 外

【問8】今後、開拓したい販売先はどこでしょうか。（複数回答可）

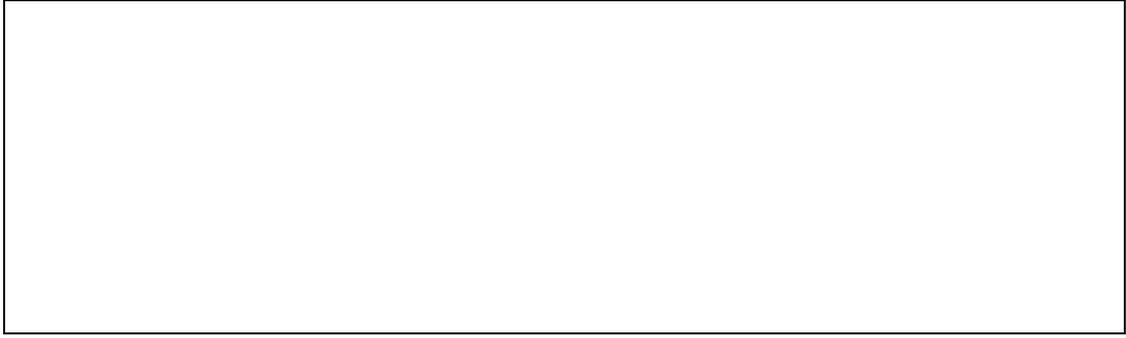
- ①米沢市内 ②山形県内 ③宮城県仙台市 ④東北地方
⑤首都圏 ⑥全 国 ⑦海 外

【問9】今後の米沢ブランドを活用した事業展開に何を期待しますか。（複数回答可）

- ①商品のブランド認証制度の創設
②インターネットやカタログによる商品の情報発信
③商品の改善・開発支援
④商品やパッケージのデザインの改善支援

- ⑤バイヤーを招いての市内で商談会の開催
⑥首都圏における小売販売会の実施
⑦首都圏における展示会・商談会
⑧市内における地産地消の拠点づくり
⑨その他（具体的に： _____）

【問10】その他、米沢ブランド事業に対して、ご意見・ご要望を自由にお書きください。



ご協力ありがとうございました。

【お問い合わせ・アンケート提出先】

米沢市 産業部 農林課 担当：根津、齋藤(侑)
〒992-8501 山形県米沢市金池5丁目2番25号
電話：0238-22-5111 (内線 5002)

2. 米沢市の地域資源と地域イメージに関する認知度・魅力度の調査

米沢市の地域資源や地域イメージが市外でどのように認知・評価されているかについて把握するために、観光や商品販売等のターゲットとして想定される東京都の消費者に対してインターネット調査を実施した。

(1) 実施概要

図表 2-1 消費者調査実施概要

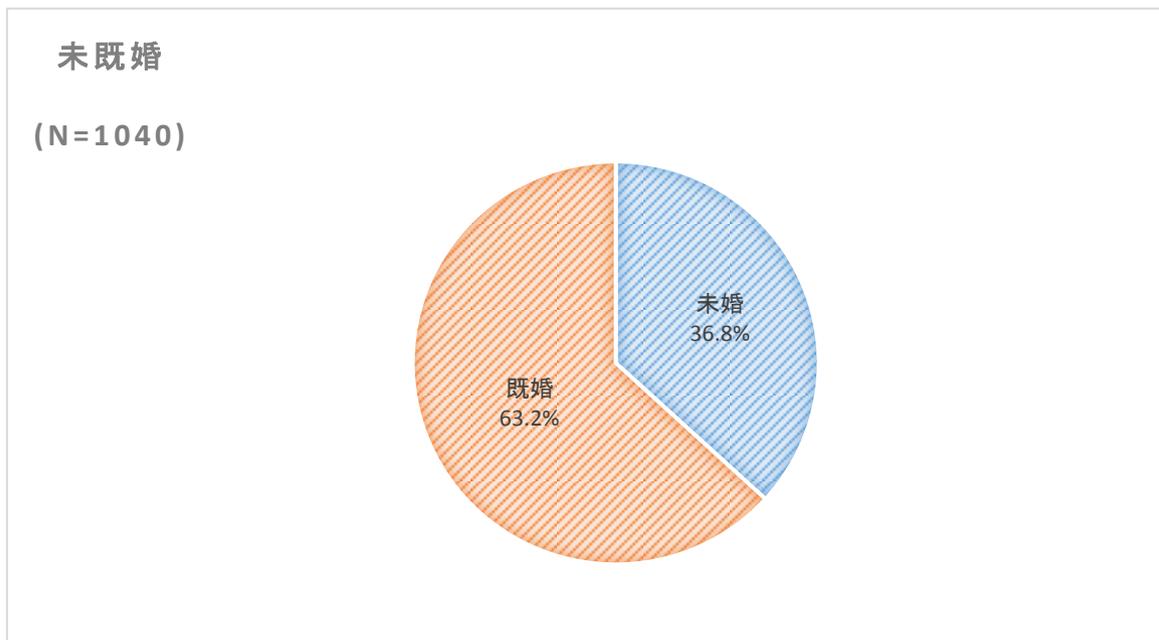
調査実施期間	平成 26 年 9 月
調査方法	インターネットアンケート調査
対象者	①東京都 23 区（20 才以上）及び宮城県在住者 ②過去 5 年間に東北へ旅行経験のある人
サンプル数	1,040（20 才代、30 才代、40 才代、50 才代、60 才以上男女それぞれ 50 名ずつ）

(2) 調査の結果

①未既婚

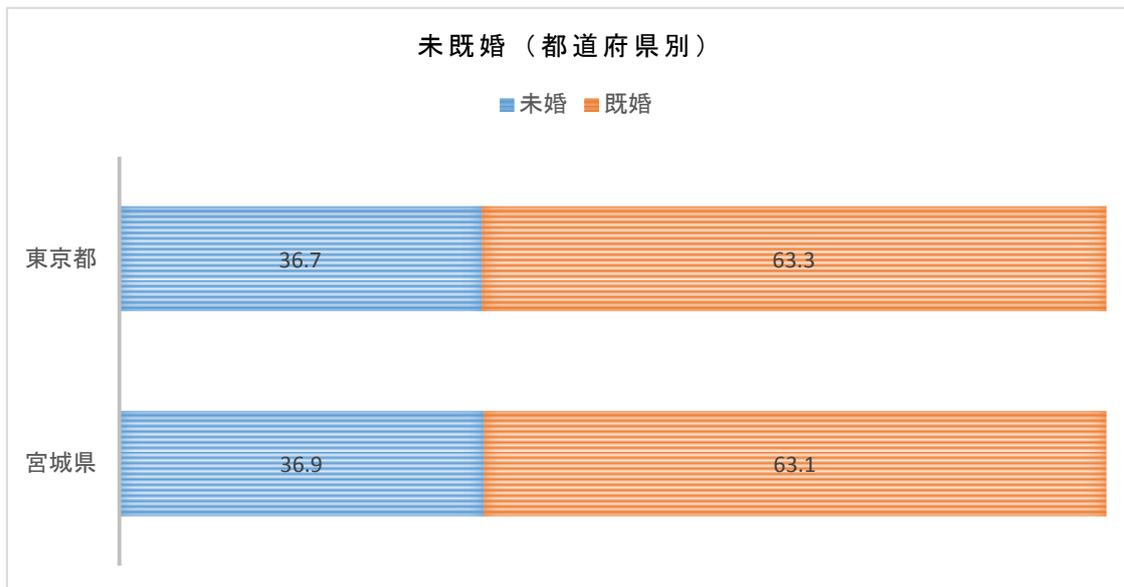
既婚者が 63.2%、未婚者が 36.8%となっている。

図表 2-2 未既婚



都道府県別にみると、どちらも既婚者が過半数を占めている。

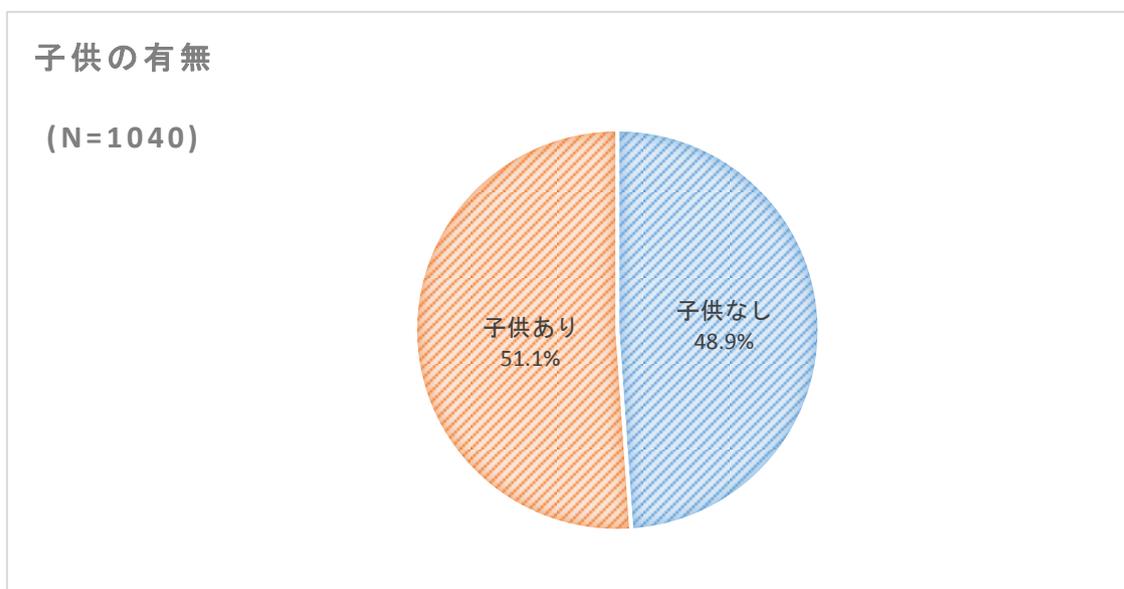
図表 2-3 未既婚（都道府県別）



②子供の有無

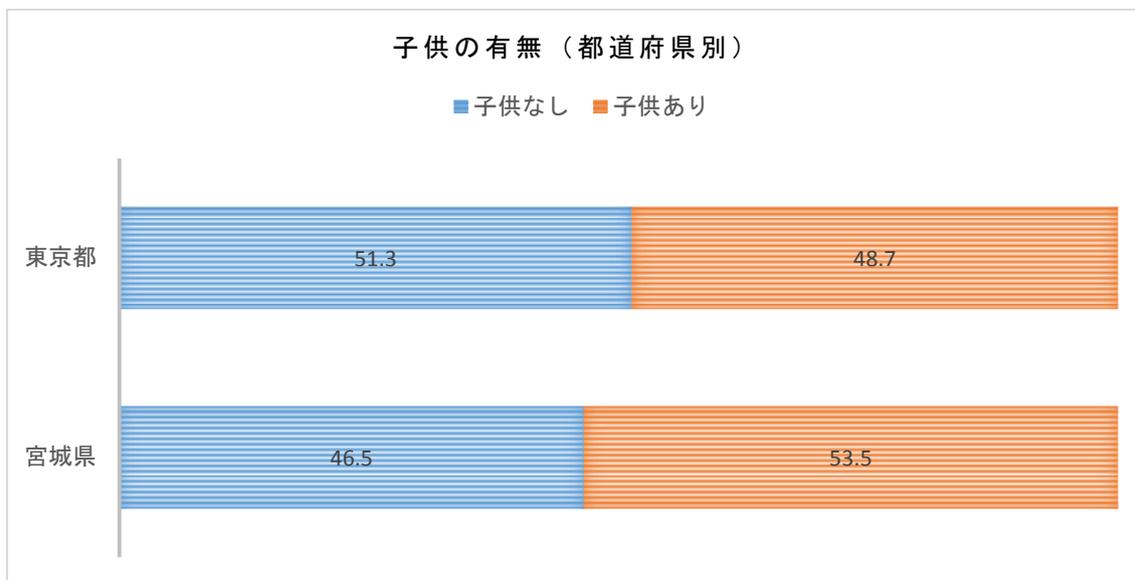
子供ありが 51.1%、子供なしが 48.9%となっている。

図表 2-4 子供の有無



都道府県別にみると、東京都は「子供なし」が「子供あり」を上回っているが、宮城県は「子供あり」が「子供なし」を上回っている。

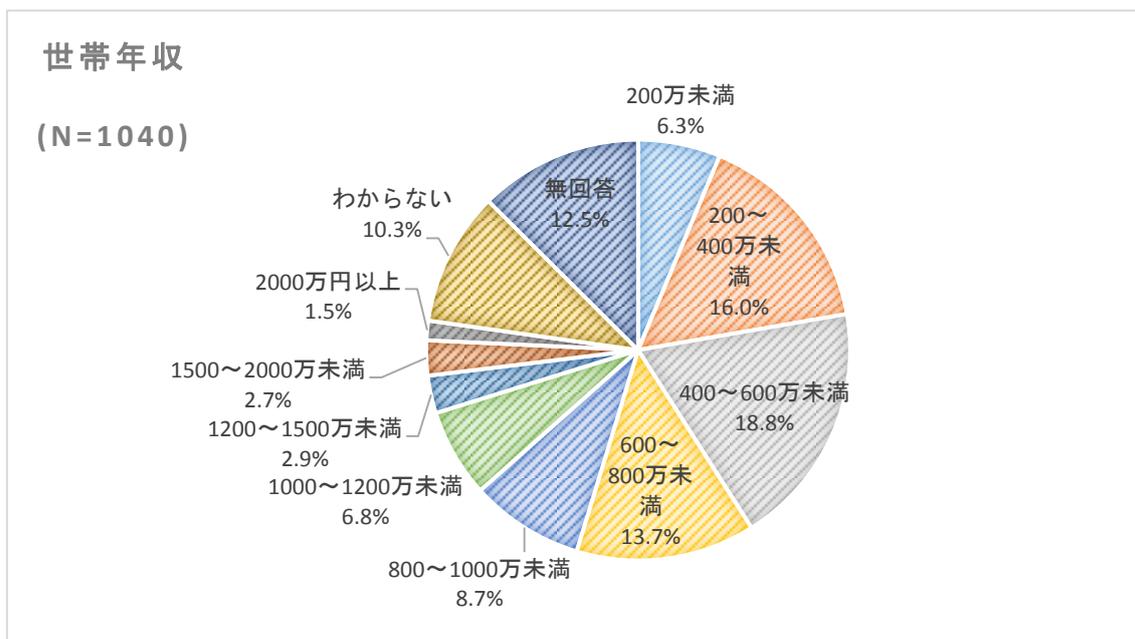
図表 2-5 子供の有無（都道府県別）



③世帯年収

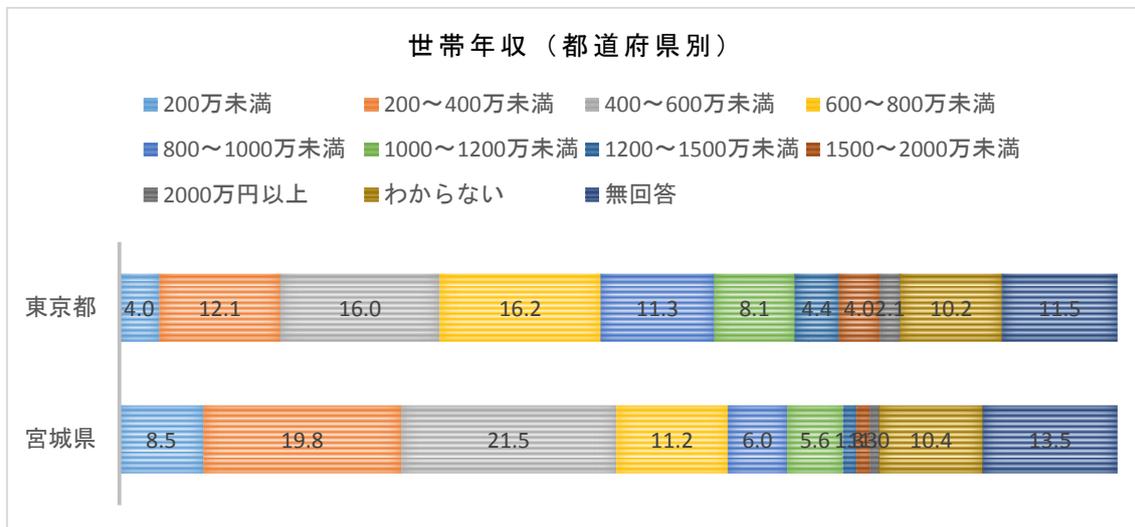
世帯年収として最も多いのは「400～600万未満」の18.8%で、次いで「200～400万未満」が16.0%、「600～800万未満」が13.7%であった。

図表 2-6 世帯年収



都道府県別にみると、東京都の方が世帯年収は高い傾向にある。

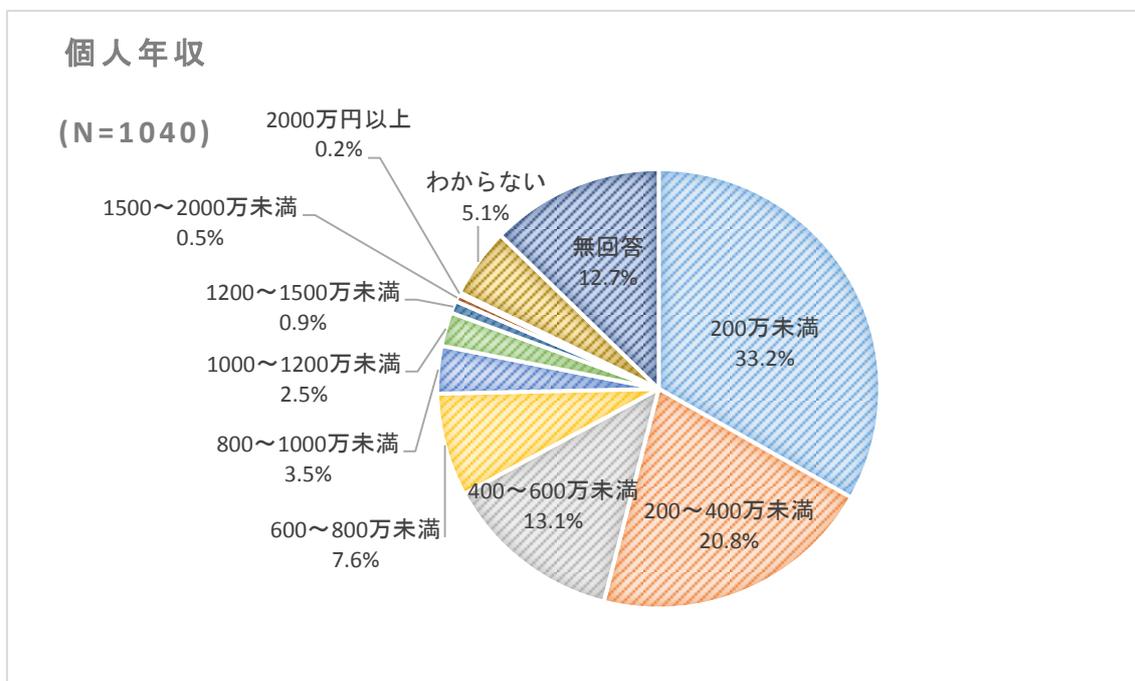
図表 2-7 世帯年収（都道府県別）



④個人年収

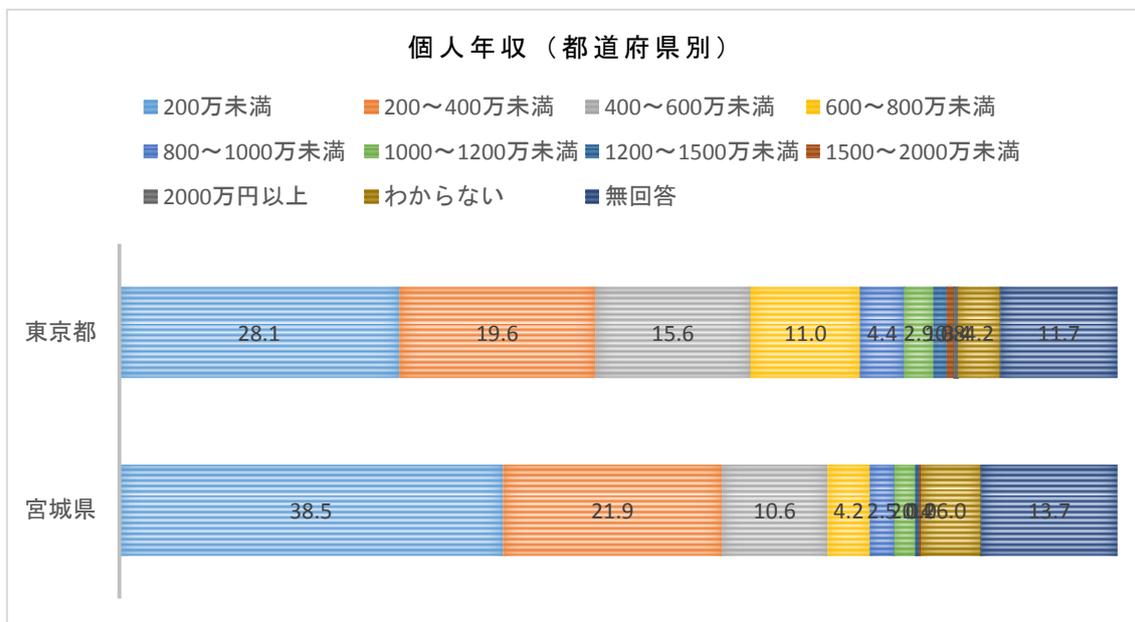
個人年収として最も多いのは「200万未満」の33.2%で、次いで「200～400万未満」が20.8%、「600～800万未満」が13.1%であった。

図表 2-8 個人年収



都道府県別にみると、「宮城県」は「200万未満」(38%)がやや高い。「東京都」は「200万未満」(28%)がやや低い。

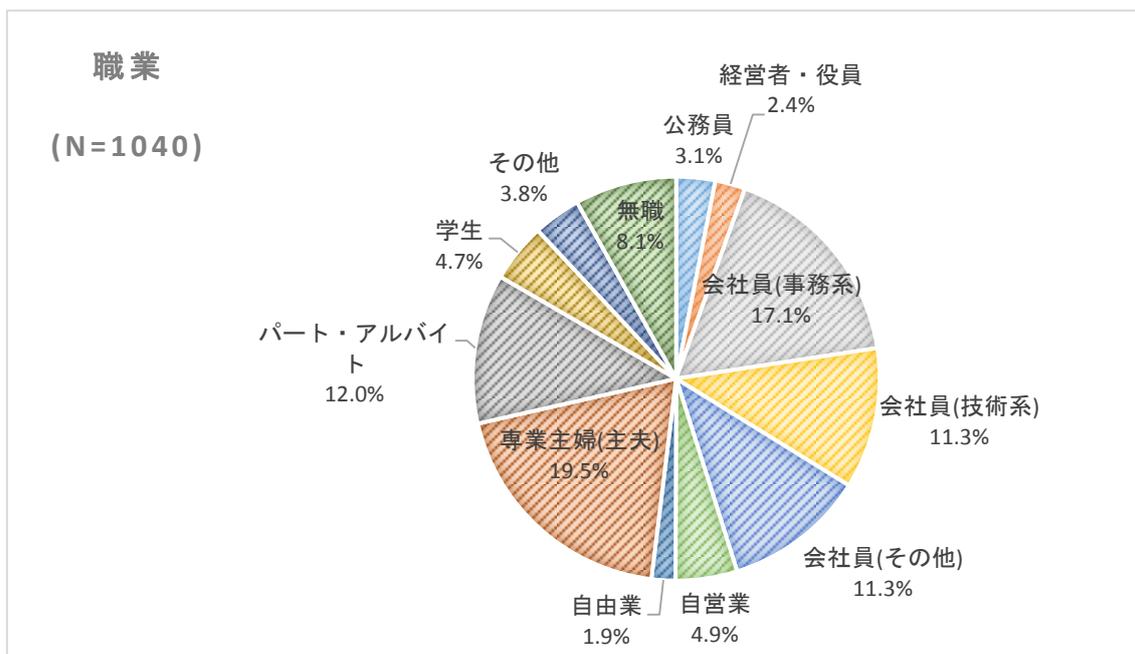
図表 2-9 個人年収（都道府県別）



⑤職業

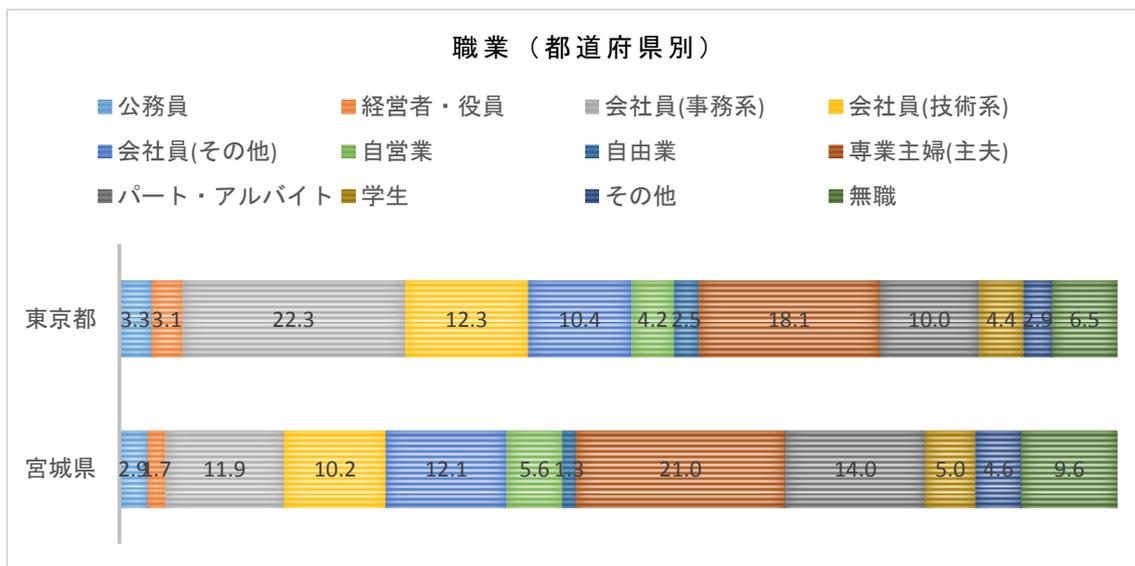
最も多い職業は「専業主婦（主婦）」の19.5%、次いで「会社員（事務系）」17.1%、「パート・アルバイト」の12.0%であった。

図表 2-10 職業



都道府県別にみると、「宮城県」は「会社員(事務系)」(12%)がやや低い。「東京都」は「会社員(事務系)」(22%)がやや高い。

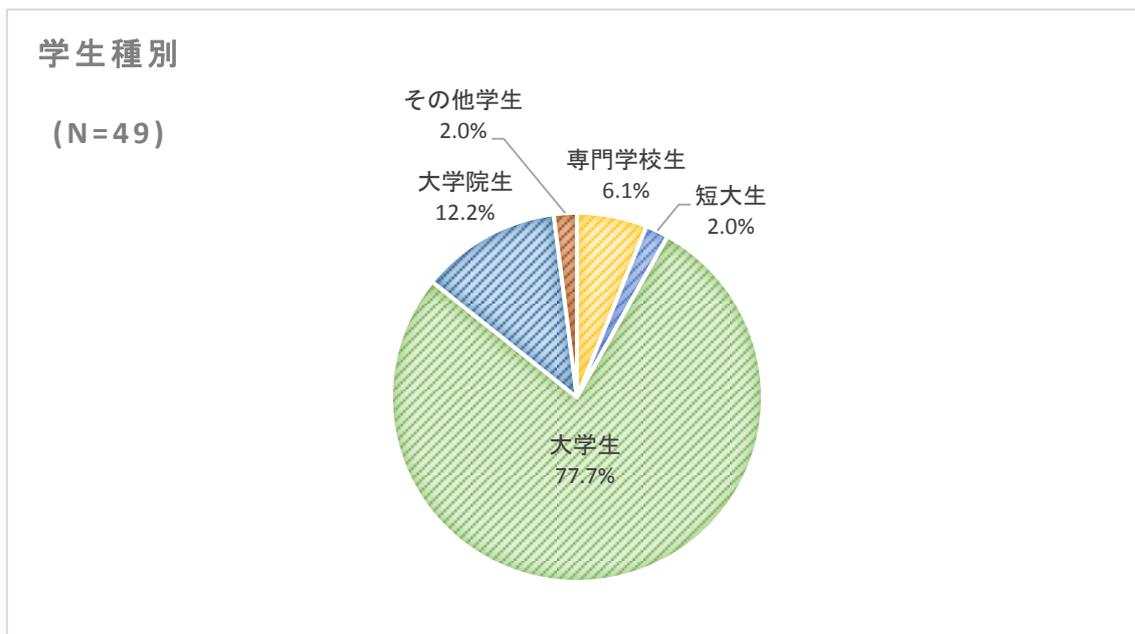
図表 2-11 職業（都道府県別）



⑥学生種別

学生の種別として最も多いのは「大学生」77.7%、次いで「大学院生」12.2%、「専門学校生」6.1%となった。

図表 2-12 学生種別

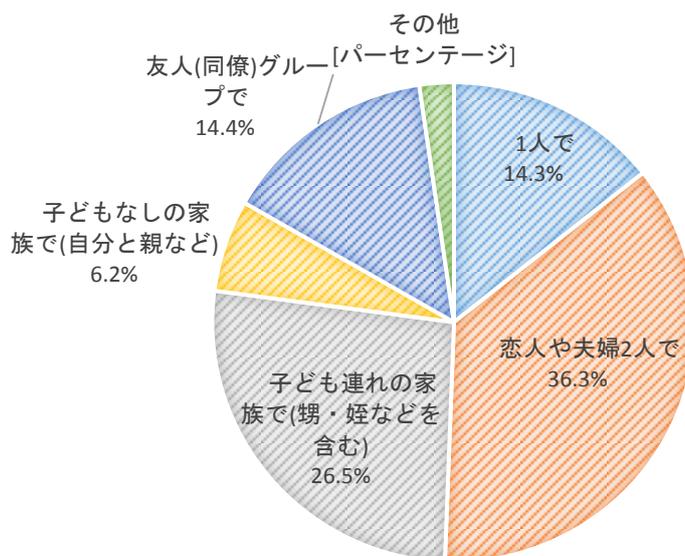


⑦誰と国内旅行へ行くか

国内旅行へは、「恋人や夫婦2人で（36.3%）」「子供連れの家族で（甥・姪などを含む（26.5%）」と回答した人の割合が多かった。

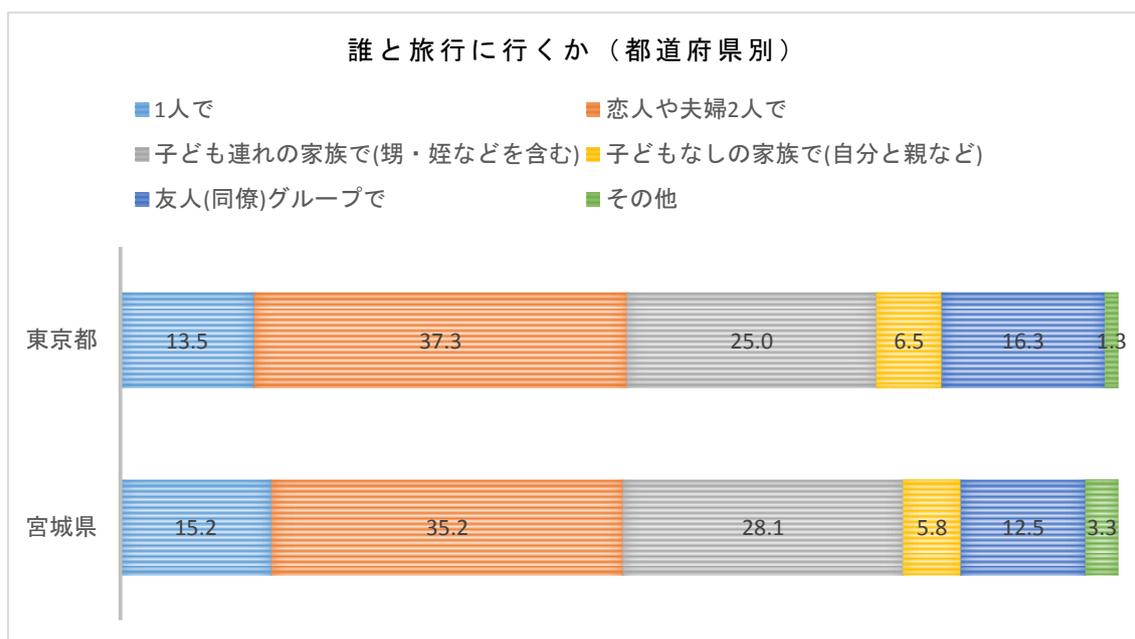
図表 2-13 誰と国内旅行へ行くか

[Q1]あなたは、誰と国内旅行へ行くことが最も多いですか。
（ひとつだけ）（N=1040）



都道府県別では、「東京都」と「宮城県」はほぼ同じ傾向にある。

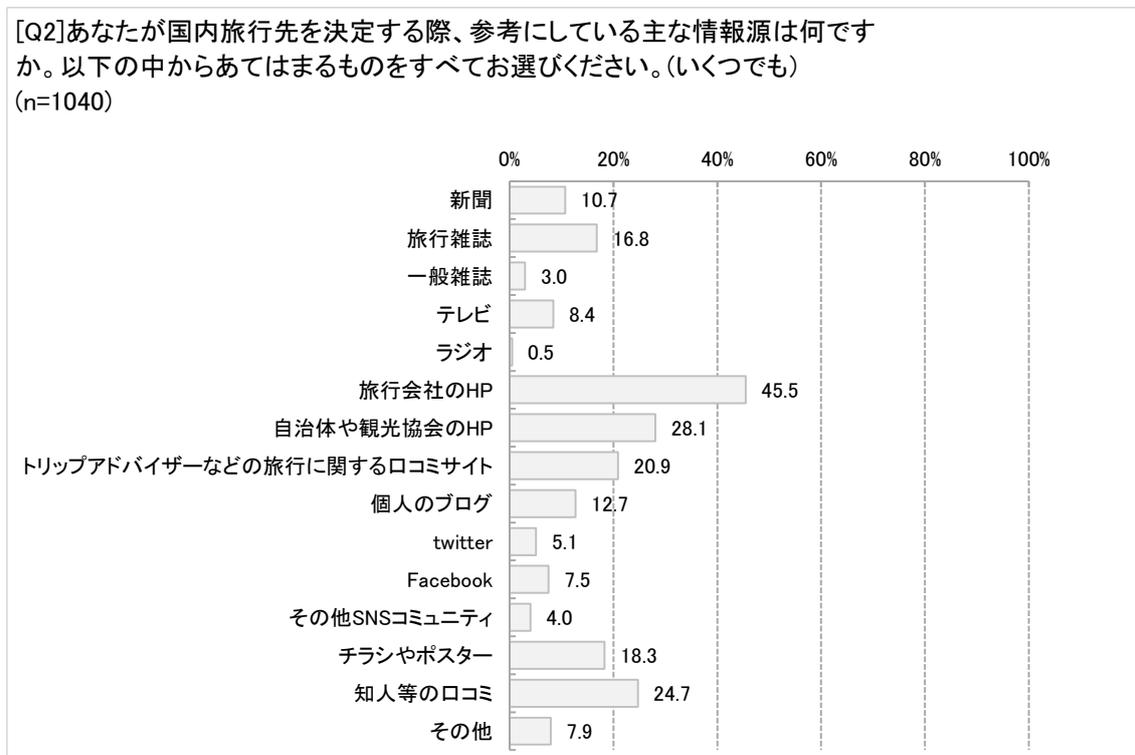
図表 2-14 誰と旅行に行くか（都道府県別）



⑧国内旅行を決定する上での主な情報源

国内旅行を決定する上で最も参考に行している主な情報源は「旅行会社のHP（45.5%）」であり、次いで「自治体や観光協会のHP（28.1%）」「知人等の口コミ（24.7%）」であった。

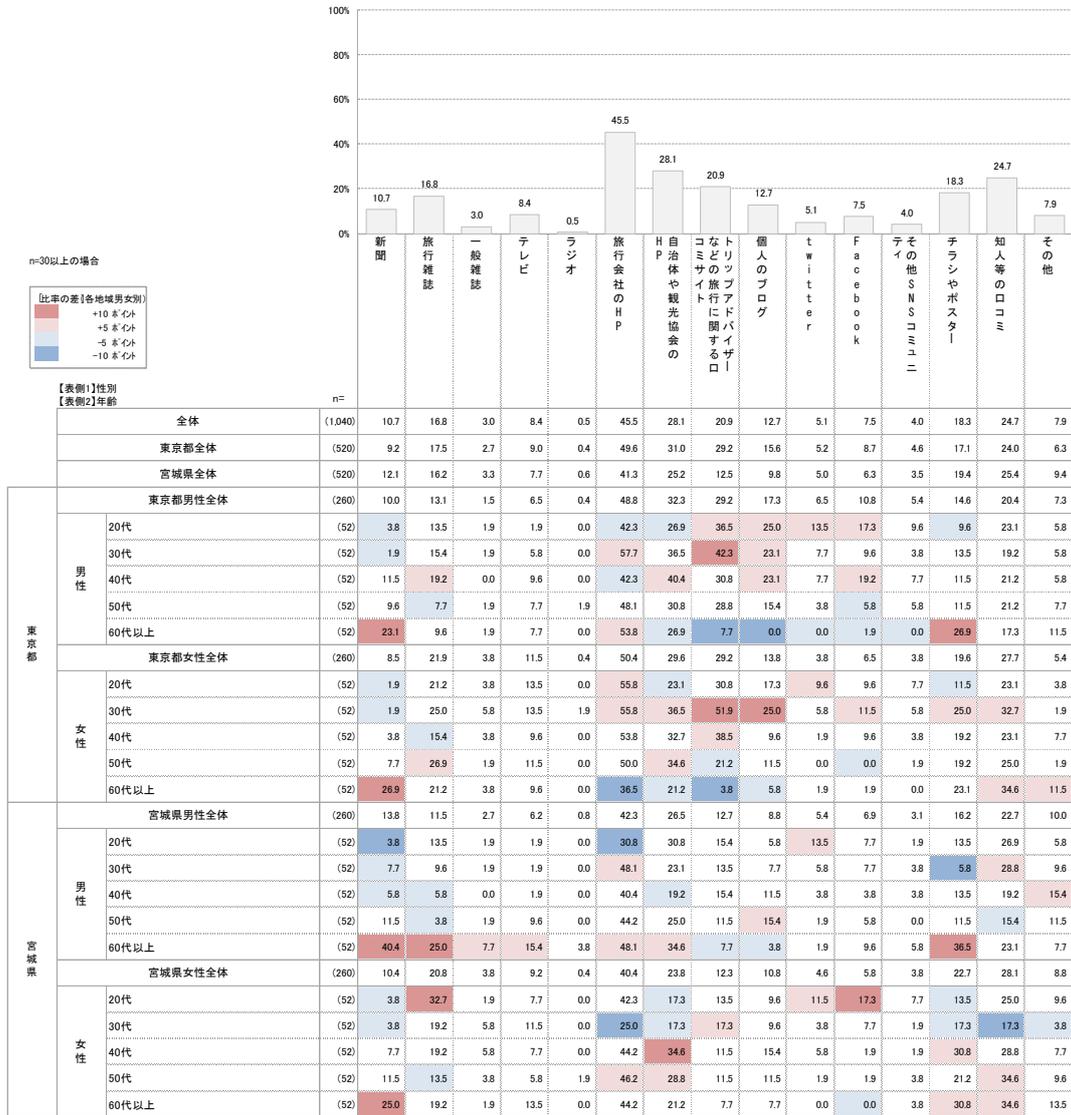
図表 2-15 国内旅行を決定する上での主な情報源



都道府県別にみると、「東京都」では、「20代」は「自治体や観光協会のHP」がやや低い。「30代」は「旅行会社のHP」、「自治体や観光協会のHP」がやや高く、「トリップアドバイザーなどの旅行に関する口コミサイト」が高い。「40代」は「自治体や観光協会のHP」、「トリップアドバイザーなどの旅行に関する口コミサイト」がやや高い。「60代以上」は「自治体や観光協会のHP」がやや低く、「トリップアドバイザーなどの旅行に関する口コミサイト」が低い。

一方、「宮城県」の「20代」は「チラシやポスター」がやや低く、「旅行雑誌」がやや高い。「30代」は「自治体や観光協会のHP」、「チラシやポスター」がやや低い。「50代」は「旅行雑誌」がやや低い。「60代以上」は「チラシやポスター」が高く、「旅行雑誌」がやや高い。

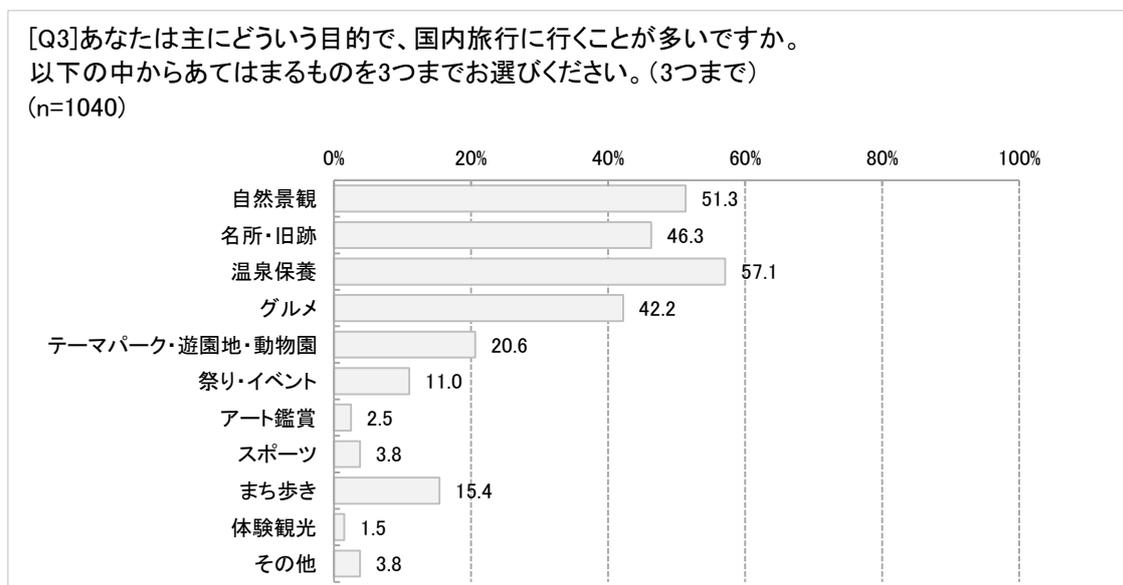
図表 2-16 都道府県・性別・年代別 情報源



⑨国内旅行の目的

国内旅行の目的としては「温泉保養（57.1%）」が最も多く、次いで「自然景観（51.3%）」
「名所・旧跡（46.3%）」であった。

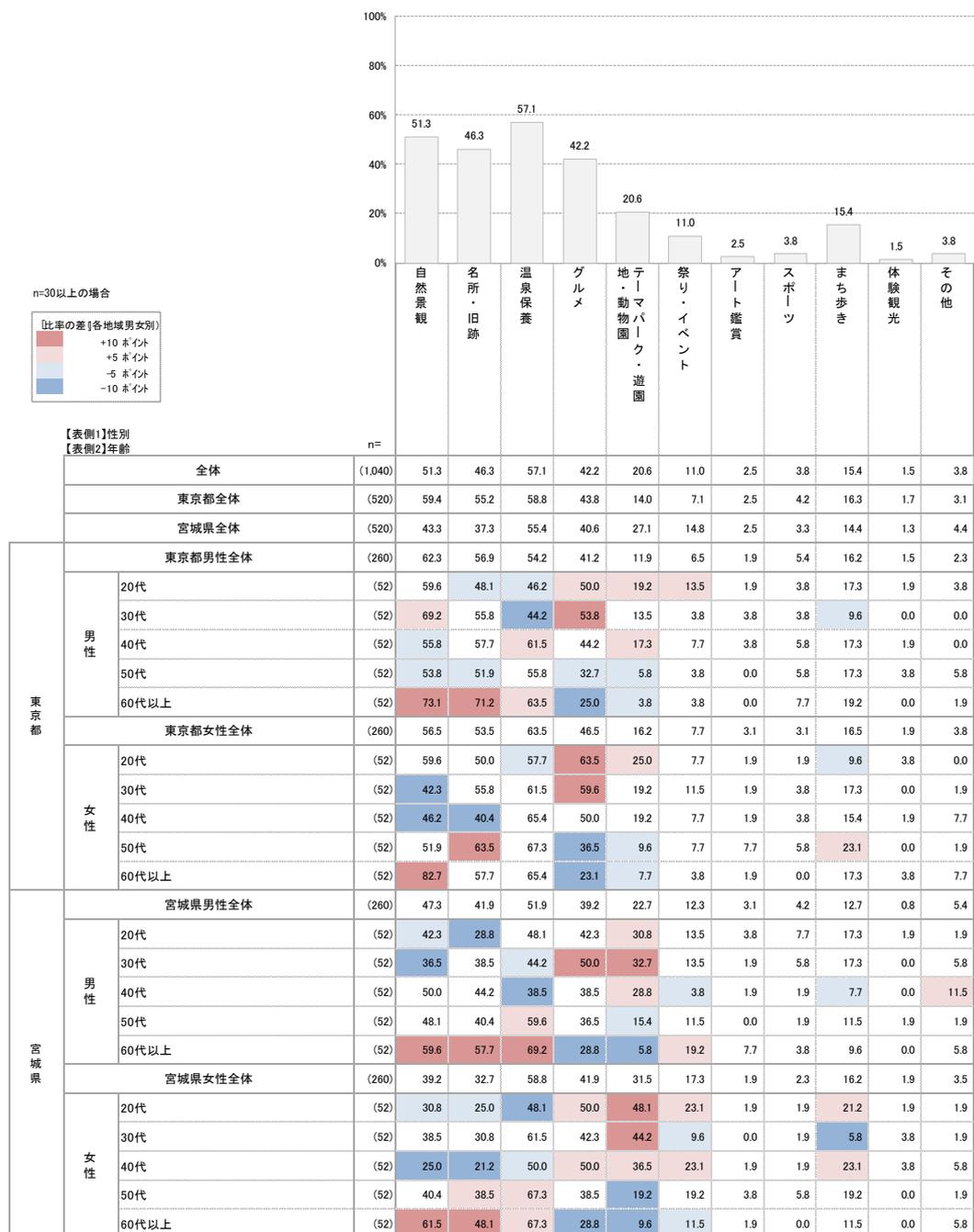
図表 2-17 国内旅行の目的



都道府県別にみると、「東京都」の「20代」は「名所・旧跡」、「温泉保養」がやや低く、「グルメ」が高い。「30代」は「温泉保養」がやや低く、「グルメ」が高い。「40代」は「自然景観」、「名所・旧跡」がやや低い。「50代」は「自然景観」、「グルメ」がやや低い。「60代以上」は「自然景観」が高く、「名所・旧跡」、「温泉保養」がやや高く、「グルメ」が低い。

一方、「宮城県」の「20代」は「自然景観」「温泉保養」「名所・旧跡」が低く、「グルメ」がやや高い。「30代」は「自然景観」がやや低く、「グルメ」がやや高い。「40代」は「自然景観」がやや低く、「温泉保養」が低い。「50代」は「温泉保養」がやや高い。「60代以上」は「自然景観」、「名所・旧跡」、「温泉保養」が高く、「グルメ」が低い。

図表 2-18 都道府県・性別・年代別 国内旅行の主な目的

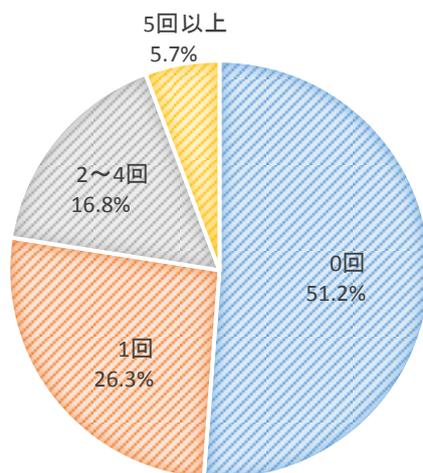


⑩米沢への旅行

これまでに米沢へ一度も行った事が無い人が 51.2%と、過半数を占めた。

図表 2-19 米沢への旅行の回数

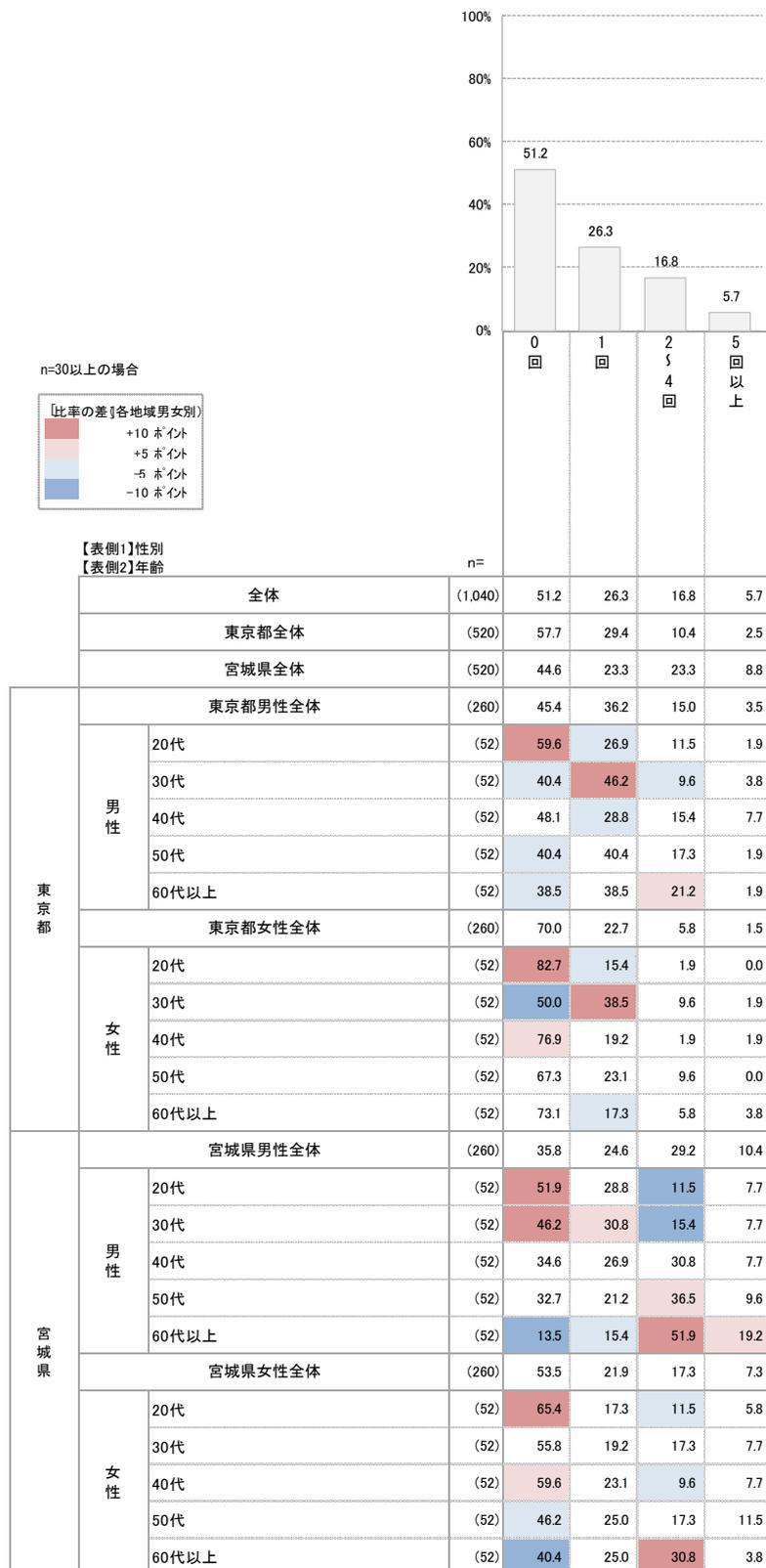
[Q4]あなたはこれまでに何回程度、米沢市へ旅行に行ったことがありますか。(ひとつだけ)(N=1040)



一方、都道府県別にみると、「東京都」の「20代」は「0回」が高く、「1回」がやや低い。「30代」は「0回」が低く、「1回」が高い。「40代」は「1回」がやや低い。

「宮城県」の「20代」「30代」は「0回」が高い。「50代」「60代以上」は「0回」が低い。

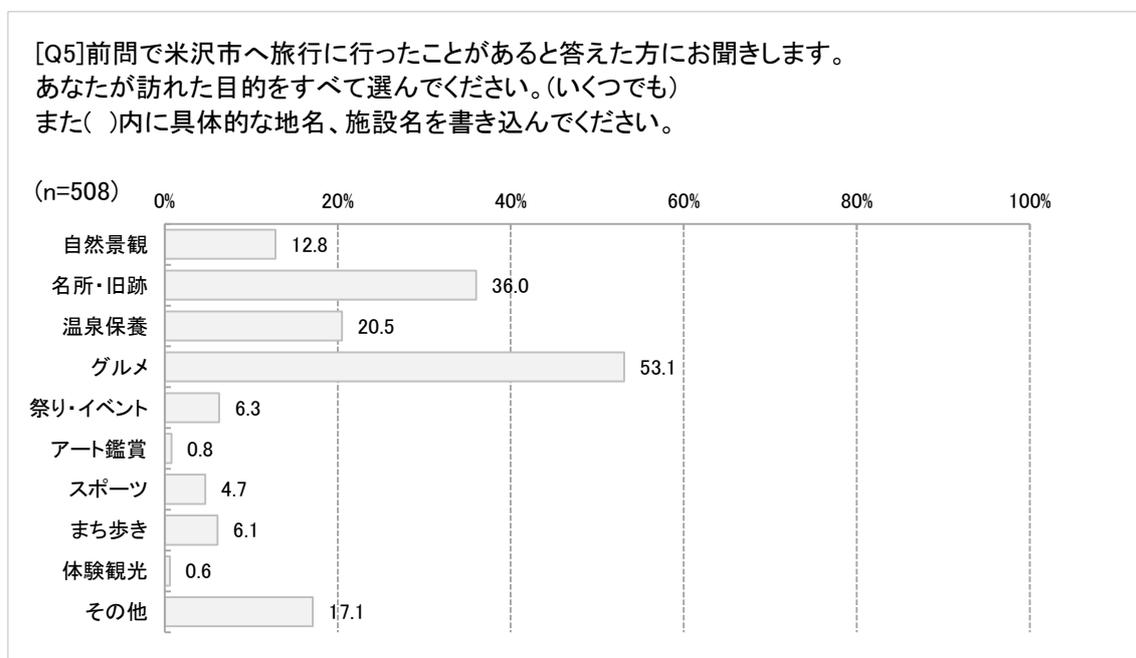
図表 2-20 都道府県・性別・年代別 米沢への旅行



⑪訪れた目的

米沢へ行ったことがある人の旅行目的で最も多かったのは「グルメ（53.1%）」であり、次いで「名所・旧跡（36.0%）」「温泉保養（20.5%）」であった。

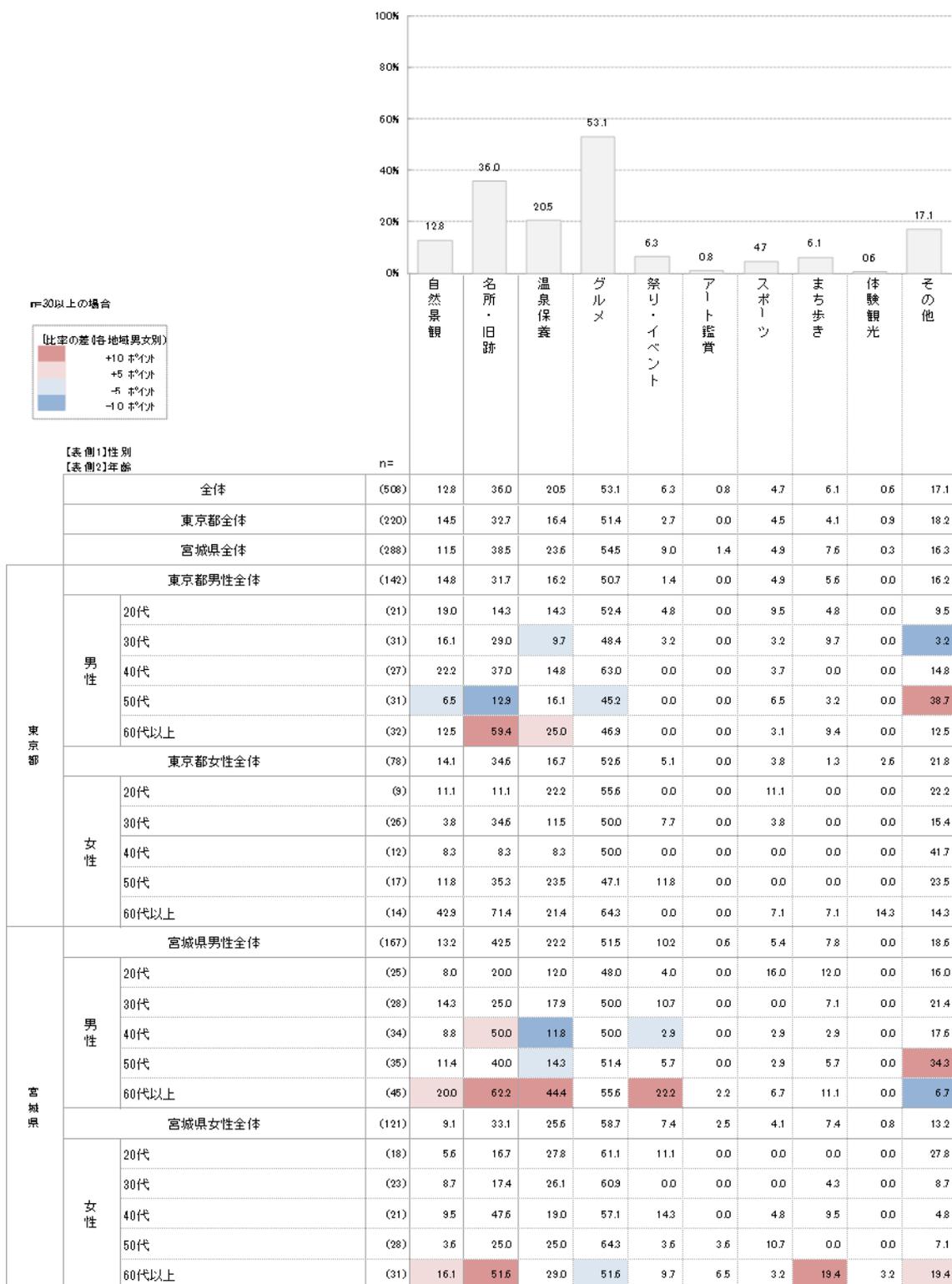
図表 2-21 米沢を訪れた目的



都道府県別にみると、「東京都」の「20代」は「グルメ」「名所・旧跡」が低い。「30代」は「グルメ」がやや高い。「50代」は「その他」がやや高い。「60代以上」は「名所・旧跡」が高い。

「宮城県」は、「20代」は「名所・旧跡」「温泉保養」、「グルメ」が低い。「30代」は「名所・旧跡」が低い。「40代」は「温泉保養」がやや低い。「60代以上」は「名所・旧跡」、「温泉保養」が高く、「グルメ」がやや高い。

図表 2-22 都道府県・性別・年代別 訪れた目的



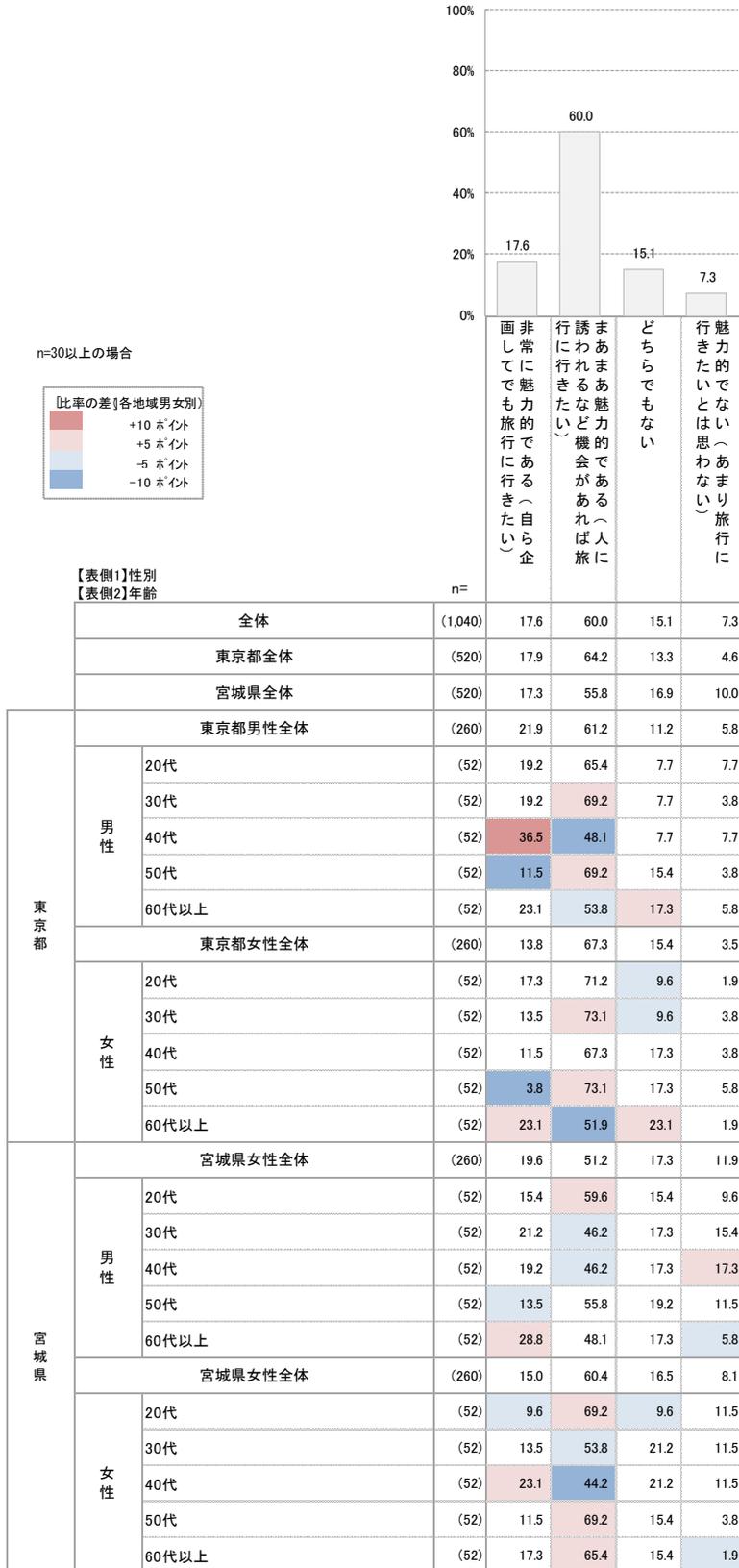
⑫旅行先としての米沢市

「まあまあ魅力的である（人に誘われるなど機会があれば旅行に行きたい）」が60.0%と最も高く、次いで「非常に魅力的である（自ら企画してでも旅行に行きたい）」（17.6%）の順であった。

都道府県別にみると、「東京都」の「30代」は「まあまあ魅力的である（人に誘われるなど機会があれば旅行に行きたい）」がやや高い。「40代」は「非常に魅力的である（自ら企画してでも旅行に行きたい）」がやや高く、「まあまあ魅力的である（人に誘われるなど機会があれば旅行に行きたい）」がやや低い。「50代」は「非常に魅力的である（自ら企画してでも旅行に行きたい）」が低く、「まあまあ魅力的である（人に誘われるなど機会があれば旅行に行きたい）」がやや高い。「60代以上」は「非常に魅力的である（自ら企画してでも旅行に行きたい）」がやや高く、「まあまあ魅力的である（人に誘われるなど機会があれば旅行に行きたい）」が低い。

「宮城県」で「20代」は「まあまあ魅力的である（人に誘われるなど機会があれば旅行に行きたい）」がやや高い。「30代」は「まあまあ魅力的である（人に誘われるなど機会があれば旅行に行きたい）」がやや低い。「40代」は「まあまあ魅力的である（人に誘われるなど機会があれば旅行に行きたい）」が低い。「50代」は「まあまあ魅力的である（人に誘われるなど機会があれば旅行に行きたい）」がやや高い。「60代以上」は「非常に魅力的である（自ら企画してでも旅行に行きたい）」がやや高い。

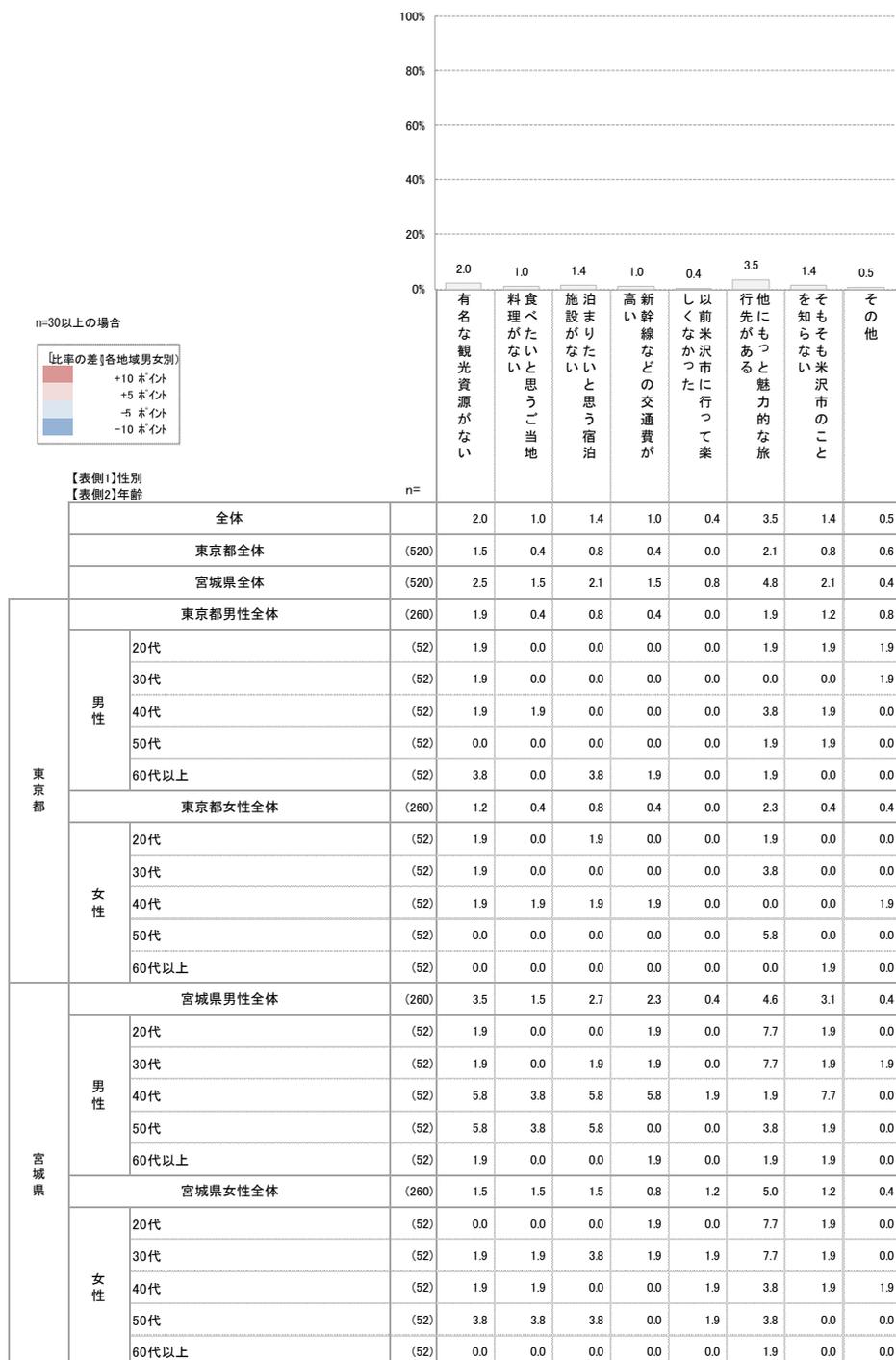
図表 2-23 都道府県別・性別・年代別 旅行先としての米沢市



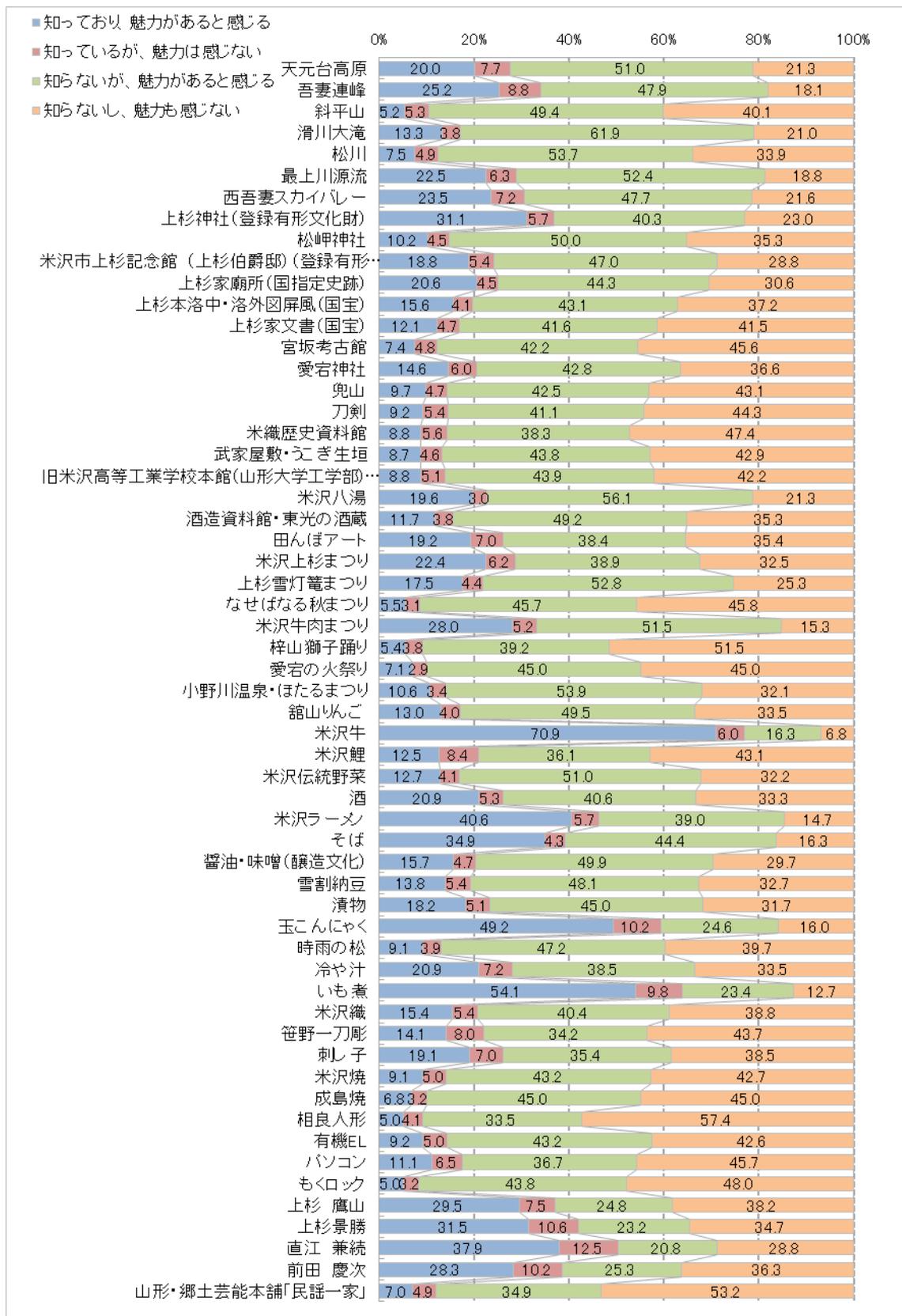
⑬米沢市が旅行先として魅力的でない理由

米沢市が旅行先として魅力的でないと思う理由として最も多かった回答は「他にもっと魅力的な旅行先がある」であった。

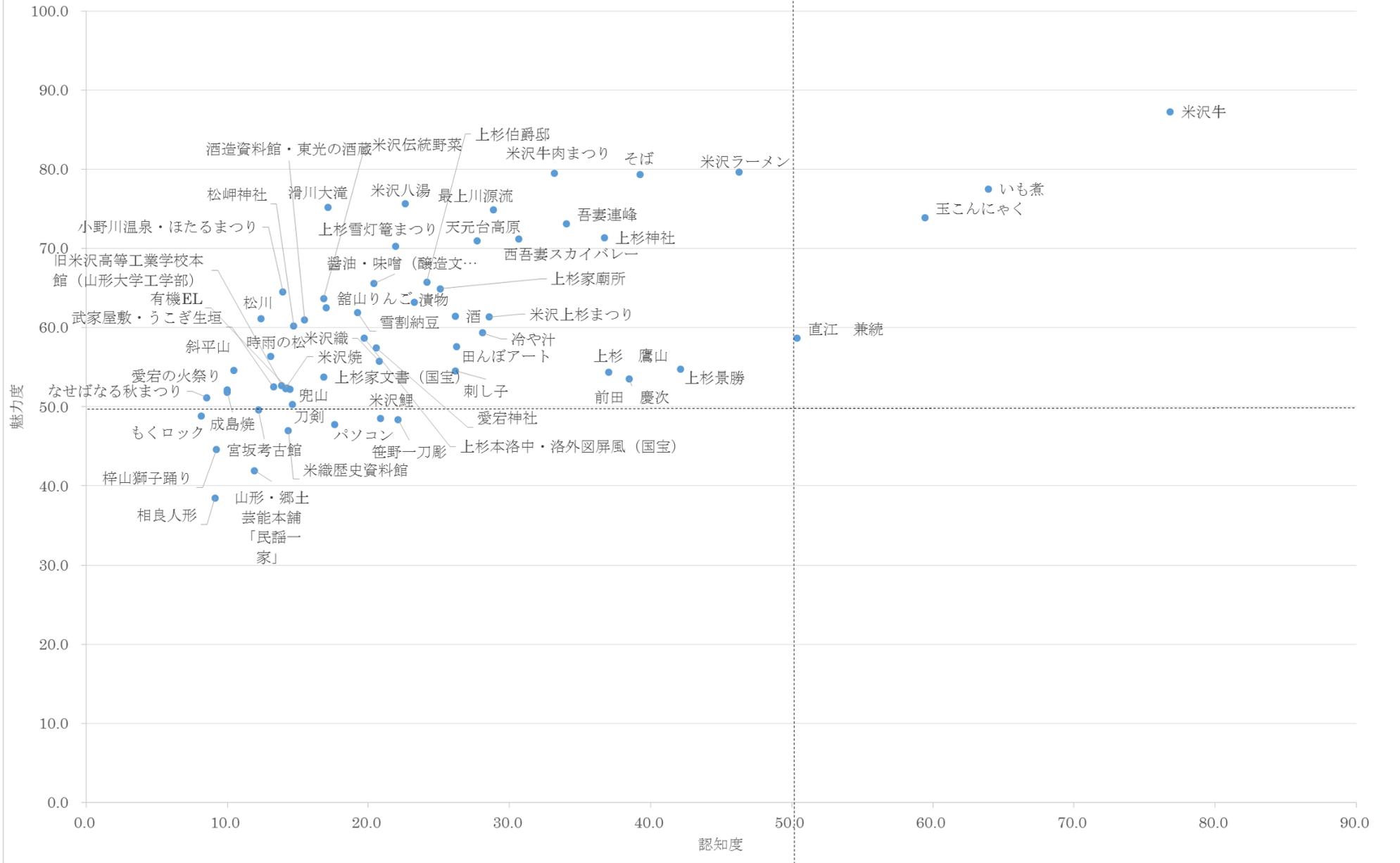
図表 2-24 都道府県別・性別・年代別 米沢市が旅行先として魅力的でない理由



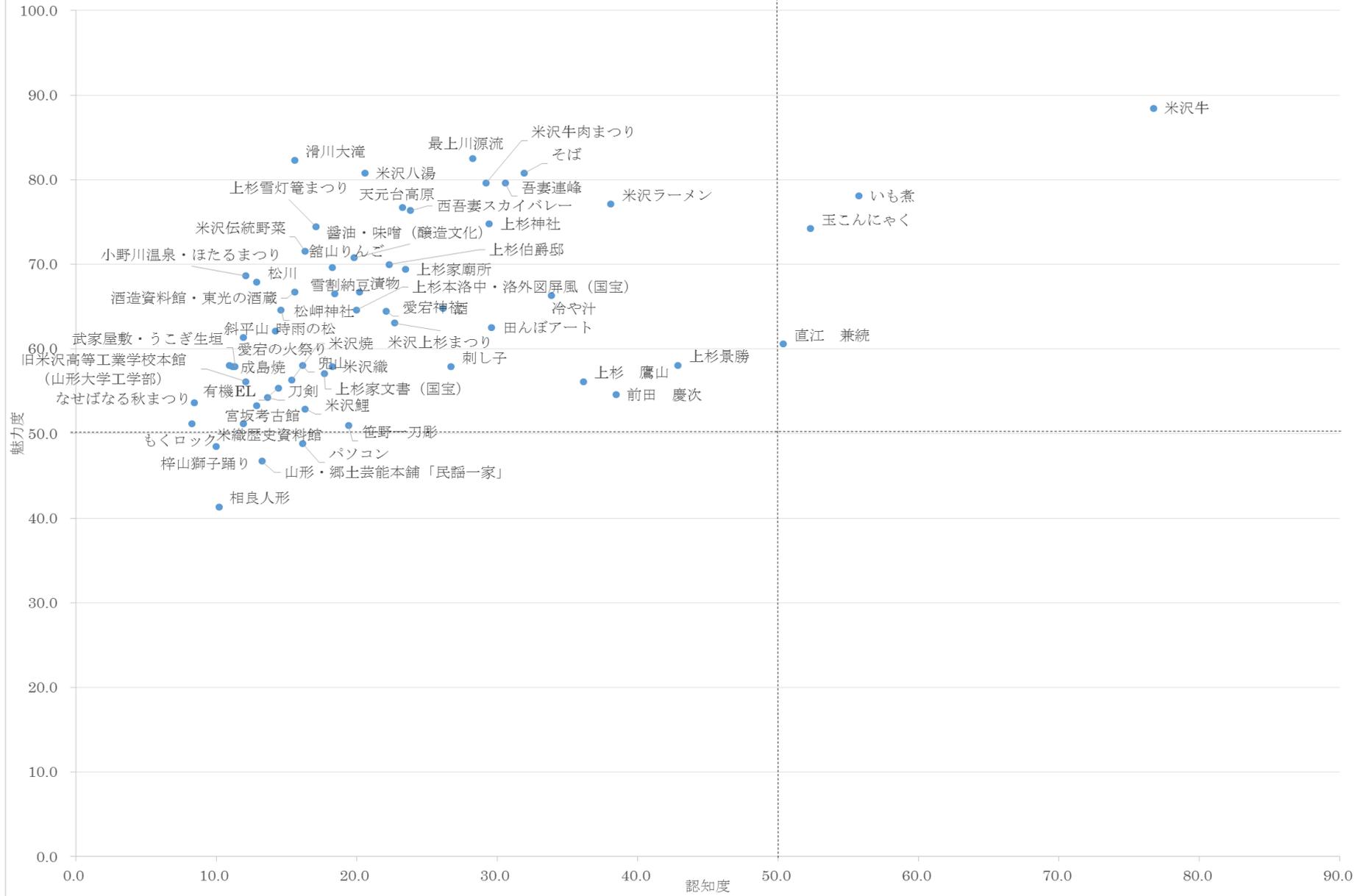
⑭米沢の地域資源評価



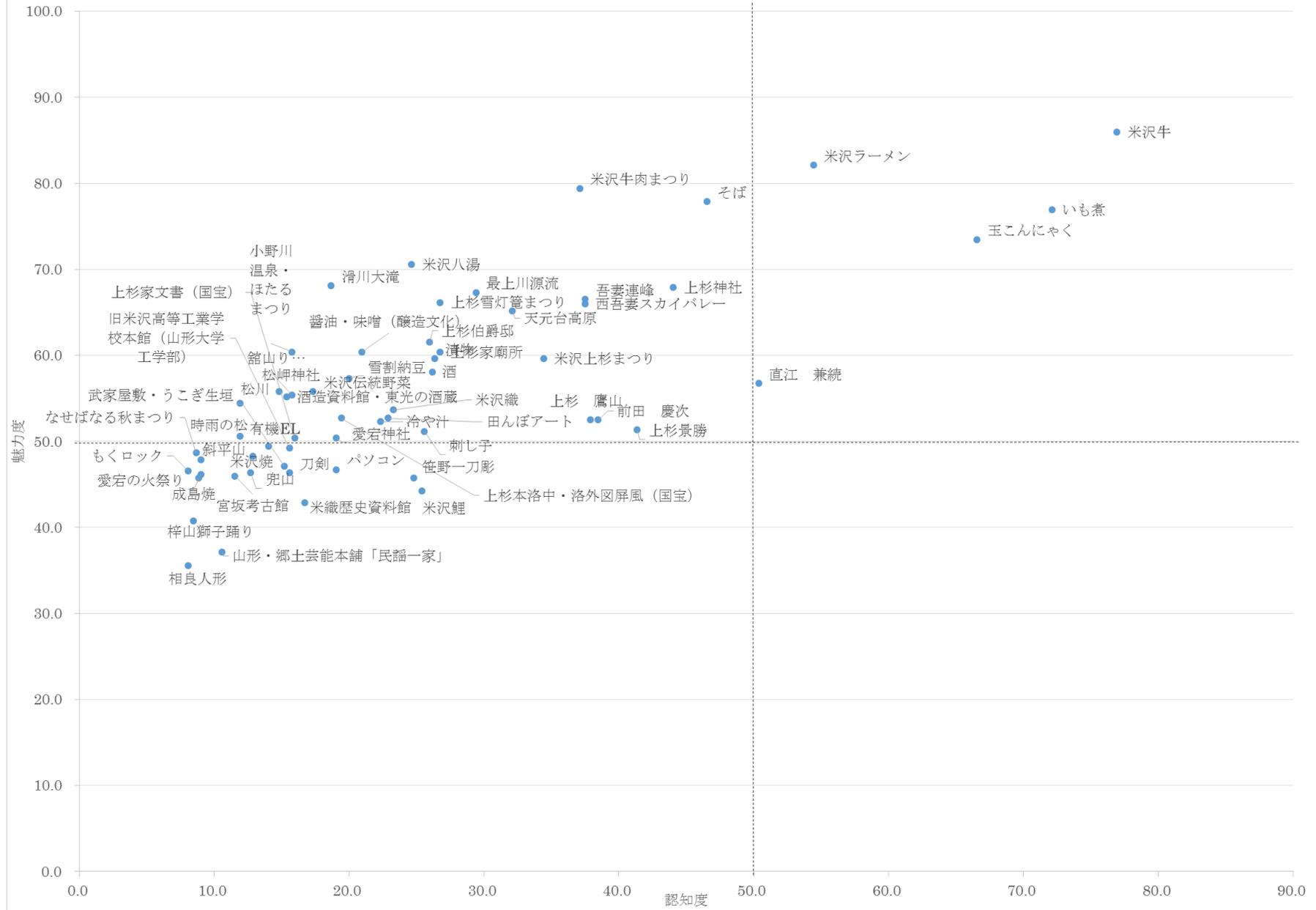
地域資源評価（全体）



地域資源評価（東京都）

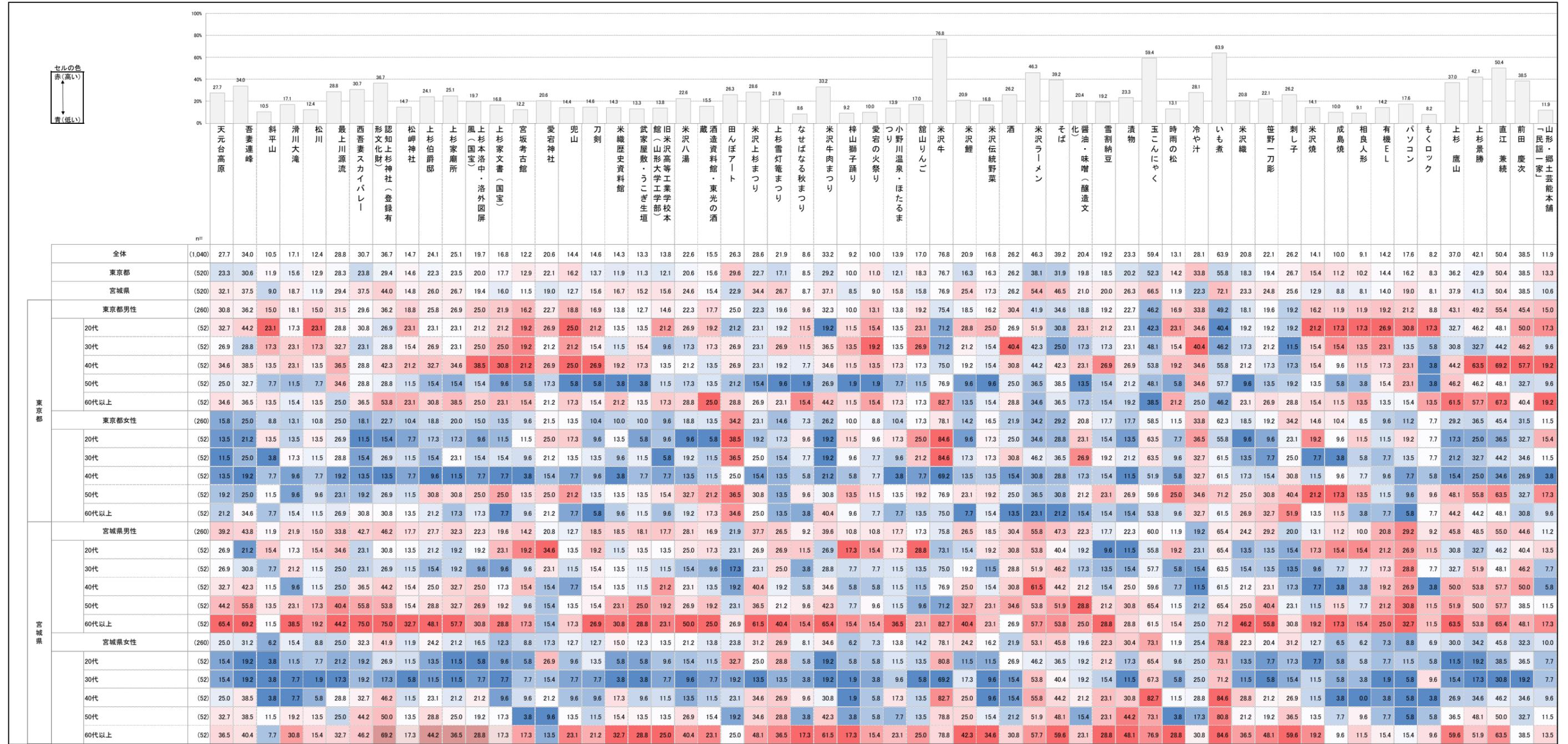


地域資源評価 (宮城県)



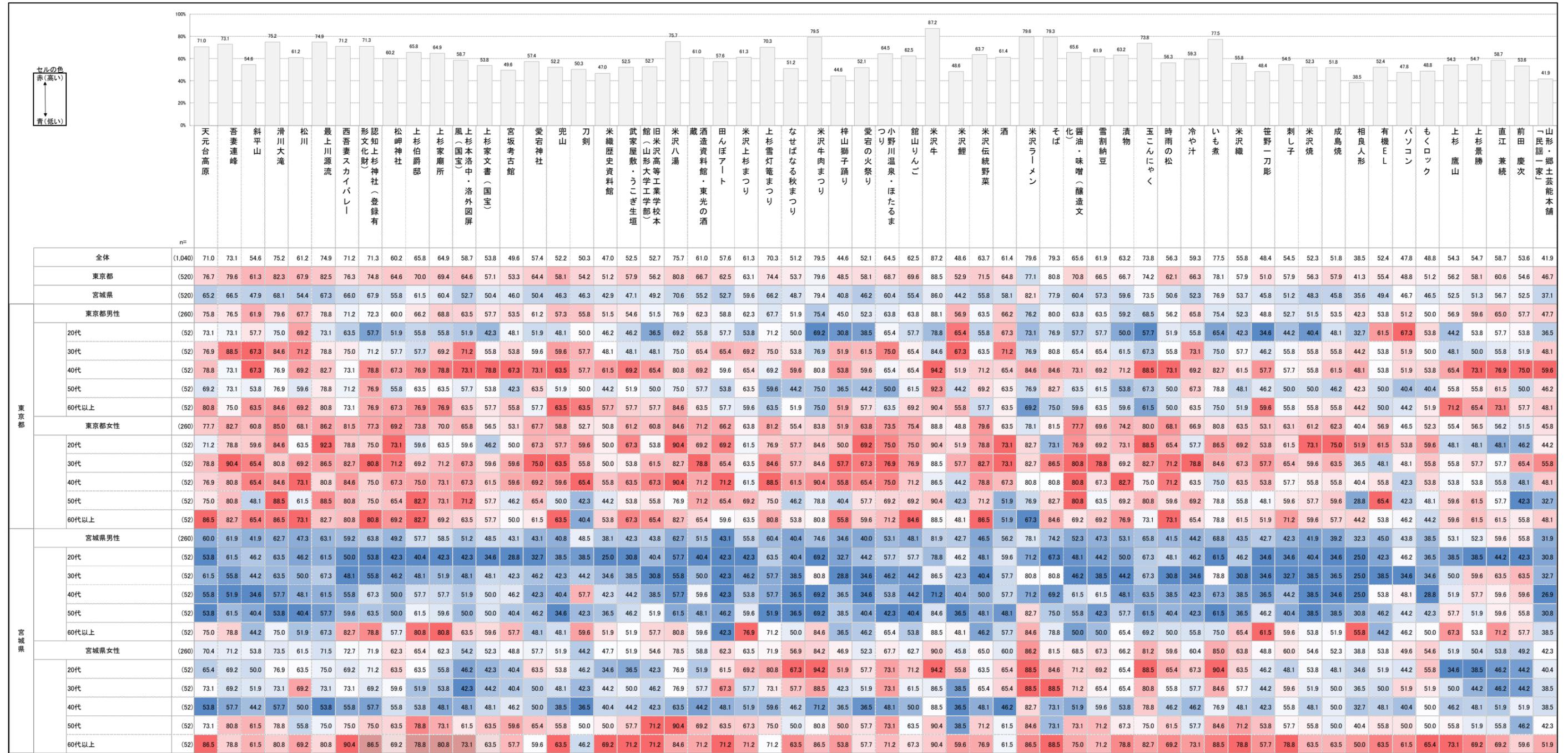
⑮米沢市地域資源認知度評価（全体）

図表 2-25 米沢市地域資源認知度の地域・性別・年代比較



注：セルの色については、全体的な傾向を見るために、それぞれの地域資源においてポイントが高いものを赤、低いものを青としている。

図表 2-26 米沢市地域資源魅力度の地域・性別・年代比較



注：セルの色については、全体的な傾向を見るために、それぞれの地域資源においてポイントが高いものを赤、低いものを青としている。