

米沢ブランド KPI調査
産業プレイヤー調査 結果報告書

2019年3月5日
米沢市

調査設計

■ 調査目的

- ・米沢品質向上運動の主たるプレイヤーである、様々な産業に従事する人が、現時点で米沢のブランドコンセプトや、この運動体についてどう受け止めているのか、参加の意志や、運動を進めるうえでの課題などを明らかにする。
- ・本調査の項目は、今後時系列的にも変化や進捗を確認していく。

■ 調査対象者

- ・米沢市内の産業、市民団体のキーマン
農業、観光業、商工業、NPO等の団体など

■ 調査方法

- ・郵送調査

■ サンプル数

- ・発送数：150サンプル（農業30、観光業30、商工業50、NPO等10、その他30）
- ・回収数：67サンプル（農業11、観光業10、商工業26、NPO等2、その他15、無回答3）
※回収率 44.6%

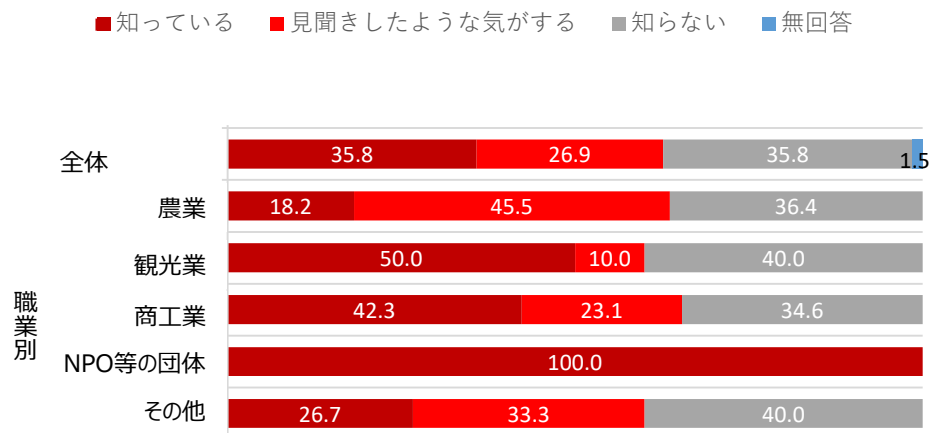
■ 実施期間

- ・2018年11月27日（発送）～12月21日（回収締め切り）

1. 米沢のスローガンに対する認知と共感

- 米沢ブランドについて知っているのは35.8%で、「見聞きした」と合わせて約63%。正式発表から1～2ヶ月の段階としては、悪くない数字。
- NPO団体、観光業で高く、農業では低い。
- スローガンへの共感でも同様の傾向。

スローガン認知

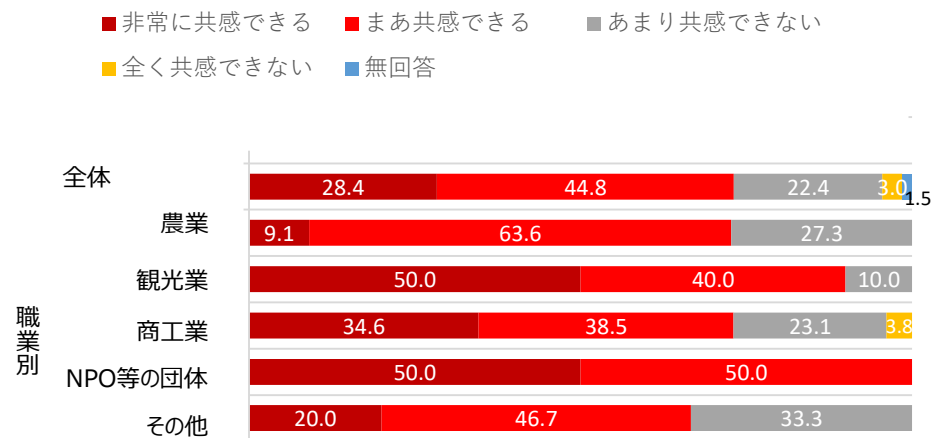


Q1 あなたはこのスローガンをご存知でしたか。

挑戦と創造のあかし
米沢品質

米沢に脈々と受け継がれる「なせばなる」、それは尽きることのない挑戦と創造のエネルギー。常にその先を切り拓く「精神」で挑み、自らの「行動」で創りだす、人の心を動かし、明日を輝かせる「価値」を、私たちは「米沢品質」と呼ぶ。

スローガンへの共感



Q2 あなたはこのスローガンに対して、共感されますか。

2. スローガンへの共感（自由回答）

非常に共感できる

- ・新しいことにチャレンジする事が好きだから。
- ・ラーメン、そば、うどん、当店について価値があるものだと思っている
- ・伝統を受け継ぎながら新しいものを創り出すという点に共感が持てます
- ・地域への貢献が出来ればと考えております。
- ・米沢全体の活力増進に寄与すると思うため
- ・米沢の技術の高さがある
- ・当然の事です。（これなくして仕事をしている人がいるのか？）
- ・将来生き残るには必要
- ・米沢市の人口が減少する中、ブランドの確立で産業や生産者の意識が向上すれば、若者の意識が上向き、人口増加になればと、思います。
- ・米沢と地域名を前面に出してインパクトが強く感じた。
- ・より専門性に特化し、挑戦、創造すること
- ・自身の生活の基盤である米沢に大きなプライドを持てる様に。
- ・おみやげなど1つ取っても、今も100年も前に開発されたものを店の看板にして売っている
- ・「なせばなる」の精神は、小さい頃から聞かされているので、それを行動で創り出すのは、共感できます。
- ・努力の賜物であると思うため。
- ・今の米沢に「挑戦と創造」は、とても必要なことだから。
- ・米沢には歴史と伝統が脈々と続いてますが、それをしっかり受け継ぎ、「新しいものづくり」に反映させたい

まあ共感できる

- ・わかるけれど、「米沢」と「なせばなる」を他の地域や言葉にしても、そのまま使ってしまう一般的な内容に見えるかなと。
- ・作り手として向上心を持ち続ける事は大事だし仕事のやりがいにもつながる。それが商品品質につながれば相乗効果になる
- ・今の米沢・これからの米沢にとって、なせばなるのチャレンジ精神で取り組むことが大事。しっかりとビジョンを示して、夢と希望を持って活動していくことが大事
- ・簡潔明瞭であり、分かりやすく覚えやすい。今はやりの「品質」は見る人によっては他のイメージと同質化するかもしれない。
- ・無印良品に似てる。
- ・表現が硬い
- ・あまりに創造の幅が広すぎる。
- ・郷土愛がなくては品質や伝統は守れないと思うので、その内容も含めてもらいたかった
- ・「なせばなる」は良い言葉で受け継がれると思う
- ・品質向上はどのような業種にもあてはまるから。
- ・ありきたりの内容、当然の事を書き並べただけで独創的なものがない。だが、共感できない訳ではないので、消極的なところで、『2. まあ共感できる』に○をつけた。
- ・考え方は良し。デザインが？
- ・米沢の人口減少を少しでも止めるべく元気になるような（米沢が）アピールが良いと思う
- ・反対する理由がない
- ・これから少子化と高齢化が一層すすみ消費があまりみこめない時代に価値あるものが受入れられると思います。その高品質な価値を作り出すことが必要
- ・メンバーや仲間意識の強い米沢なので、それが心配です。
- ・鷹山公が関係する仕事をしているから
- ・米沢牛は全国的にも有名だが、他の分野でも米沢という名を多くの人に知ってもらいたい。
- ・（なせばなる）この言葉は全国的に有名ですので、それを生かしたスローガンだとわかりやすいと思います。米沢人として応援したいです。

3. スローガンへの非共感（自由回答）

あまり共感できない

- ・あまり具体的なイメージが湧いてこないため。
- ・分かりにくい。当たり前に行っていることで改めて明文化することでもない。
- ・「米沢ブランド」がスローガンなのか「米沢品質」がスローガンなのか分からない。米沢の全産業に対して適用するのか？ そうすると、「米沢品質」ってどの程度の品質なのか、インパクトがない
- ・具体的さが伝わらない。
- ・「米沢品質」＝脈々と受け継がれる「なせばなる」には共感できる。が、「挑戦と創造のあかし」という言葉には違和感がある。伝統をもっとアピールすべき。
- ・無理に「なせばなる」と「米沢品質」を一つに考える必要はないと思う。
- ・一搬的すぎる。
- ・むずかしい表現。
- ・米沢品質といわれても何のことかわからない
- ・経営面積で差別するのは良くない。大規模農家は手がまわらなくて粗製乱造になっている。
- ・米沢品質の精神・行動・価値と米沢ブランドのスローガンがどうしても結びつかない。
- ・インパクトが弱い
- ・何をしているか知らない

全く共感できない

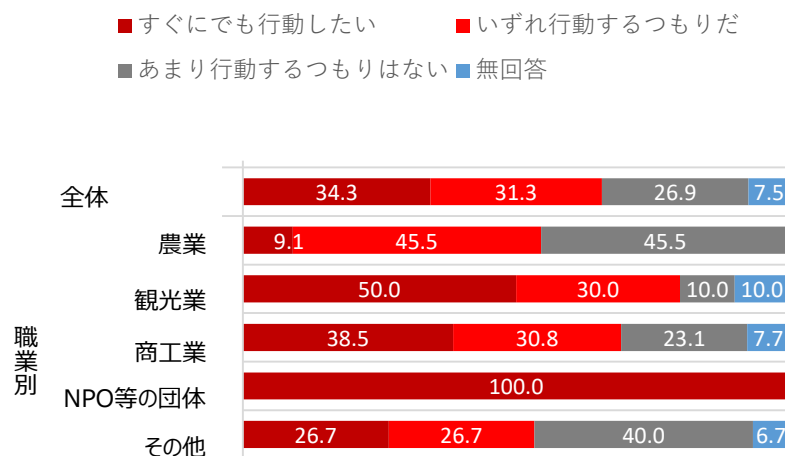
- ・米沢品質って何？という質問に一言で答えられない。長ったらしくわかり難い
- ・ピントがずれている

- 共感できないのは、まだ具体的なイメージが湧かないあるいは、ステートメントの内容が自分ごととして受け止められないようである
- 運動の初期の段階で、丁寧な説明で共感を得ていくことが必要

4. 品質向上運動に対する行動意向

- スローガンを見ての行動を起こしたい意向は65%に達し、「すぐにでも」という人が全体の1/3以上。
- 観光業、商工業、NPOで「すぐにでも」の行動意向は高く、農業は低い。
- 但し農業でも「いずれ行動するつもり」を合わせた行動意向は半数を超える。

行動意向



Q4 あなたは、今携わっているお仕事において、スローガンに則った行動をしていきたいと思われませんか。

5. 行動意向ありの自由回答

すぐにでも行動したい

- ・早速申請するつもり。
- ・スローガンに則った行動ではないが、同じ気持ちではいたいし、自団体のミッションを果たしたい。
- ・米沢に限らず、企業として常に必要なことと思います。
- ・農産物は米以外でも、何かに特化した農産物を作っていきたい。
- ・新たな地域ブランド農作物を作る。
- ・米沢の観光・まちづくり・景観等、ビジョン策定して市民が同じ方向に進んでいけるよう行動しなければいけない
- ・品質はビジネスにおいて必須の条件であり、ここ米沢でビジネスをする上では、自社の行動の上に更に包括的なスローガンであるため、自社のサービスの販促サポートについて販促の品質を高めていきたい。
- ・すでに行っている。顧客の課題解決のためのヒアリングなど。
- ・既に技術的にこなっている
- ・異業種のコラボ商品の開発等
- ・新技術開発
- ・会社でも業界でも新しいものづくりに取り組んでいきたい。
- ・現在弊社ブランドに向け模索中です。（具体的回答ではありませんが）
- ・①だが高齢の若い人に伝えたい。
- ・私は観光業です。急激なネット化により、地域にあまり恩恵のない手配業務ばかりです。経済（お金）の流れを地元から広がるシステムを作ればと思います。
- ・自分の言葉で話しをすること。
- ・TVコマーシャルなど
- ・うこぎを題材にした商品なので今から取る時期や、保存のしかたや、ゆでかたを教えてください人を探しています。
- ・駐車場の整備、店舗の改装
- ・今できることを全力で行う
- ・自営業なので、売り上げが伸びるように、がんばりたい。
- ・新しい商品の開発や販路拡大。
- ・行政のレベルが全くついていけない。市役所前の花壇の整備ができなくて何ができる！

いずれ行動するつもり

- ・ブランドに沿ったものを作り、商品にするつもり。
- ・先人たちの精神をしっかりと伝承したい。
- ・具体的には、分かりません。
- ・まずはスローガンの主旨や意図を深く理解し、どういった行動ができるか考える。
- ・家業の農業面で（生産物）
- ・現在の技術を継続してゆく
- ・米沢を代表するおみやげ物への挑戦。
- ・米沢の良い所、物の宣伝。
- ・米沢ブランド商品の開発
- ・手のまわる範囲で管理の徹底をやっていききたい
- ・具体的な事例を示すことができない。
- ・舘山のりんご選果場がなくなった様に米沢の頑張りはA・B・CではBの様である。全てに行動よりも「考働（造語）」が必要ではないか。
- ・伝統や古い物を残しつつ、時代に合った新しいものを作っていきたい
- ・夢を追うだけなら、何も変化は生まれないから、モノづくりを通して、経済力を生み出す（簡単に言えば、お金を生み出す力と方法を考えよう）
- ・人口が少なくなっている今日、人と人とのつながりがいちばんです。人にやさしい行動をしたいと思っています

6. 行動意向なしの自由回答

あまり行動するつもりはない

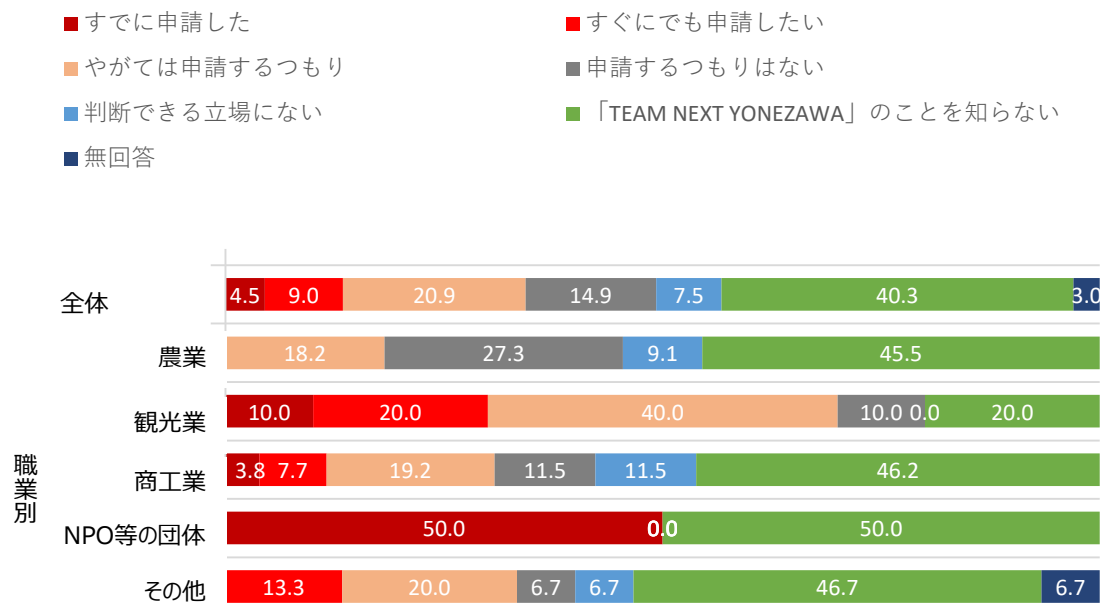
- ・あまり地域の特性がどうこうする産業でない。地域的な品質より、J I S や I S O など、社会的に公認される品質の方が大事。
- ・米沢品質がそもそも分からない
- ・なんでもかんでもでは、幅が広すぎる。
- ・スローガン自体が何を云いたいのかわからないので行動しようにできない
- ・建設業であるために、お客のニーズに合せた物作りになるので該当しない。
- ・「私」は「私」で、あまり力まずいきたい。
- ・高齢のため
- ・あまりわからないので、すぐにでも行動したい、行動するつもりの方々に、話を聞いて、共感出来る事であれば、行動にうつしたい。
- ・当店にとってあまり関係ないと思われる
- ・常に製品については責任を持っているから
- ・仕事と米沢品質が結びつかない
- ・どんな行動がいいのか思いつかない。

- 行動するつもりがない理由は、米沢品質やスローガンに対してまだ理解が進んでいないから
- 先に行動を起こそうとしている人の話を聞いてから、とい慎重派も見られる

7. TNYへの参加意思

- TNYへの参加意思は、既に申請した人を含めて全体で約34%。
- やはり農業での参加意思が低め。
- TNYの非認知が、まだ全体でも40%と多い。

TNY参加意思



Q7「TEAM NEXT YONEZAWA」への参加のご意志はありますか。

8. TNYへの参加意思なしの自由回答

申請するつもりはない

- ・目的がわからない
- ・独自に取り組んでおり、県で努力している。
- ・内容があまりよくわからない（具体的）
- ・仕事の内容が工業の量産製造品であり、あてはまらない。農業、商業などが良いと思う。協力はおしまない。
- ・高齢のため
- ・当店にとってあまり関係ないと思われる
- ・後継者がいない、いずれ廃業する
- ・前述のとおり（＝行政のレベルが全くついていけない。）
- ・製造とか農業とかにかかわっていない職種なので。

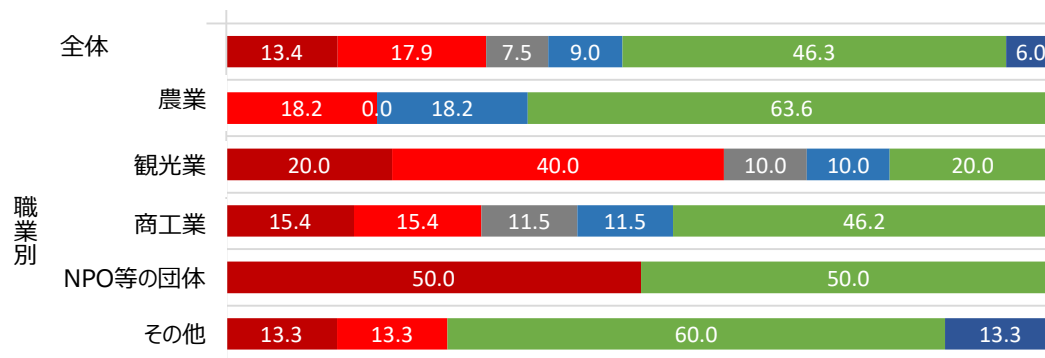
■ 参加意思がないのは、TNYの仕組み・制度自体がまだ伝わっていないのと、自分の事業は関係が無い、という思い込みが働いている。

9.10. AWARDへの挑戦意志

- AWARDへの挑戦意思は、全体で約32%。TNYへの参加意思がある人は、ほぼ全員AWARDにも挑戦する意志がある。
- AWARDの事を知らない人が、まだ半数近くいる。

AWARD挑戦意志

- 第一回から挑戦したい
- やがては挑戦するつもり
- 挑戦するつもりはない
- 判断できる立場にない
- 「米沢品質 AWARD」のことを知らない
- 無回答



Q9「米沢品質 AWARD」へのチャレンジのご意志はありますか。

挑戦する意志がない人の自由回答

- ・効果が得られないと思うし、それを得たとしても魅力を感じない
- ・基本は要領 AWARD です。
- ・仕事柄、あまり関係ないかな。
- ・職種的に無理です。

11. どんな支援をしてほしいか

- ・どのような運動かを知りたい。
- ・ホームページ作成の支援／各店舗のそば、ラーメン、うどんの提供の方法の考案
- ・子どもから、高齢者まで、幅広い活動を期待したい。
- ・米沢品質向上運動のことを知りません。
- ・保守的で動きの少ない米沢市自身が変わってくれることを期待します。
- ・観光や商工、農林ほか、市のあらゆる部門のチャンネルを活用した市内・外への情報発信
- ・市内外へ周知していただき、米沢の進むべきビジョンを示すことに注力し、米沢全体で共有できるように
- ・先ず周知を早くしてほしい。市報は見る機会がないと情報が得られず、H Pも情報が多いので、知らないことを調べる機会がない。
- ・抽象的すぎて分かりにくい。もっと具体的に示して欲しい。
- ・認知、周知がかなり低いと思う。全く概要を知りません。
- ・「米沢品質」の知名度とブランドイメージがより良く認識される様に国民への意識づけ。露出、P R。
- ・運動の普及活動。周知告知
- ・期待していません
- ・異業種の方との接点など
- ・人材や費用支援。
- ・小さな会社、組織のブランディングの方法について個別にアドバイス頂きたい。
- ・生産物の選別機の補助や販売品の認証など（米沢市の）
- ・まず、お金と場所。市は充分な予算をつけて頂きたい。僅かばかりのお金を出してアリバイ作りはもってのほか。活動するにあたっての場所も重要。お金は出すが口は出さないが鉄則
- ・ふるさと納税等へのアドバンテージを与える。
- ・TEAM NEXT YONEZAWAの説明。
- ・具体的なやれる事を教えて下さい
- ・よくわからない
- ・送果機の助成
- ・小学生の頃から教えを少ない時間でもよいのでこのような精神を伝えてほしい。（子供の頃から植え付けてはどうか。）
- ・わかりません。
- ・各地の成功事例をまねないで、米沢独自のプランを各方面の方々と交えてつくってもらいたい。
- ・取扱い方の幅を広げてほしい（ステージが高すぎるような感じがする）
- ・市の職員の資質では、期待できません。米沢で作ったもの他の地域にとられている。P・D・C・Aがない。
- ・個々人の責任を重要視させる意識を持たせるように。
- ・市に足を運んでくれる観光客の方のためになるもの。歩きの方だと道路の整備や、歩道の整備。よく聞かれるのが「駅から上杉神社の歩きの時間や距離、道案内」。電信柱にでもポスターを貼って、街中を安心して歩いてほしい。
- ・支金面の援助
- ・品質向上を図るために必要な情報提供や勉強会の開催。
- ・やりたいコト・モノが考え出されたら、実行するための宣伝のやり方短期間で多くの人々に知ってもらう方法、その為の経費の件。
- ・皆さんにわかりやすいように市報などで、ていねいに取りあげて下さい。

12. 米沢品質向上運動に対する意見

- ・まず、どのような運動かを知りたいところから
- ・米沢品質向上運動のことを知りません。
- ・余剰な市議会議員を削減する等、聖域なき改革を期待します。担当違うでしょうが・・・。
- ・市民の認知度がまだ低いように思う
- ・業種がさまざまある中で範囲が広すぎると取り組みが中途半端になるかもしれない。
- ・参加するレベルが高いので、市内で活躍する若手団体へ積極的に参加を促しても良いと思う。
- ・そんな制度がある事を初めて知りました。
- ・言葉だけで聞くとありふれた感じがありがたみに思えないが、本気でやるなら一定期間でなく恒久的に継続する覚悟が必要。365日、運動を絶やしてはならない。
- ・例えば、インターネット広告、全国の駅でのポスター車内広告など、さりげなくどこにでも有る様な広告で、「米沢品質」を国民の意識にすり込む。
- ・米沢品質を高めていくことは大事な事だと思いますが、それを役所が取り組む必要はないと思う。
- ・企業の取り組みについて市の方にも理解を深めてほしい。目先の価値を生みだすことの前に、その前にある各企業の努力と生産性の向上を図れるよう、力をかけてほしい。
- ・品質向上運動はたいへん良い事だがお金もかかることでもあり無理のないようにやっていければ良いと思う
- ・自分の会社は適用外と思うが、是非がんばってください。
- ・今は、米沢牛関係が活発にコマーシャルされている様に思うが、反面、米沢織物関係が、あまり宣伝がない様に思うし、東京に行っても、全く見ない。
- ・たいへん良し
- ・横文字を交えたものより単純で解りやすい日本語での標語にした方が良いと思う。
- ・米沢品質＝人の心を動かし、明日を輝かせる「価値」→日々生み出している物、提供しているサービスが、「米沢品質」を有しているかどうかの基準がわからない。「挑戦と創造」の精神をもって取り組みをしている、その姿勢なり行動なり、そのものが判断基準になるのか。貴高い精神をもって行動しても、結果が、「心を動かし、明日を輝かせる価値」がないのであればどうするのか？その部分は米沢品質とはいえないのか？その辺がわかりません。米沢品質の基準がわからないと、向上運動そのものが成り立たないと思います
- ・品質と値段の勝負になっていくので必要だとは思う
- ・津々浦々広めてほしい。
- ・わかりません。
- ・建前でなく、不都合な真実等も含めて政策を立案していただきたい。
- ・米沢ブランドのイメージは理解できるがコストと品質のバランスをどのように考えるものか
- ・何を広めたいのか？県内だけなのか？又は全国へなのか？行動するならば、その指針、目標を明確にする事が必要では？
- ・サービスも立派な品質だ。ものだけでなくサービスや学問・情報レベル向上のための具体的施設を考えてもらいたい
- ・うこぎについて、舘山リングについて、くわしい方を紹介して下さい
- ・自分の製品に対してプライドを持つこと
- ・何をする運動かもっと知りたい
- ・米沢の為に、若いこれからの人々の為に頑張ってください。

13. 品質向上を図っていく対象

- ・りんご
- ・そば、ラーメン・うどんの米沢スタイルを作るとか／スマホで検索が増える中で、ホームページの変更
- ・接客、伝統料理
- ・機械部品と人
- ・地域内における協力体制、風土
- ・自社製品
- ・各種文化事業の内容と利用者対応
- ・農作物、農業機械
- ・観光全般、各施設のおもてなし、受け入れ整備、物産商品、旅行商品
- ・販促品質
- ・印刷物他
- ・顧客に納入する製品。それを受注するまでのプロセスと製造での品質管理。
- ・J I SやI S O、公共のガイドラインに則った仕事をする
- ・輸送品質
- ・製品
- ・日本酒
- ・基本のあいさつ
- ・サービスの向上。
- ・物、人、ブランド
- ・サービス
- ・人材の確保
- ・ユーザーニーズ
- ・製造・製品の品質
- ・商品、会社、従業員、体験
- ・農産物 りんご、さくらんぼ、ラフランス等
- ・米沢織
- ・社員の品質向上（特に管理職）／海外生産、統計品質
- ・お客様に満足。
- ・納期厳守
- ・直接関係はないのですが、生産者のまじめな、そしてすばらしい生産物を作る若者離れが心配です。
- ・商品
- ・言葉づかいや挨拶を大切にする
- ・働き方も含めた職場環境の改善→社員の満足度の向上

- ・米、さくらんぼ
- ・農産物
- ・精神
- ・専門知識や情報をいち早く知る事。それをお客に知らせる事。
- ・プランニングです。どこで手配しても行く場所是一緒です。旅行はプランでほぼ決まります。価格のみの判断はやめてもらいたいです。
- ・企画提案。テーマを持って価値感を創造し商品化に向けて対応する。その際品質との兼ね合いをどうするか
- ・社内での上下のコミュニケーション。
- ・サービス、起業者、地元産品、プロを育成する学校
- ・自分の製品
- ・接客 知識
- ・サービス
- ・技術
- ・滞在空間
- ・人材の育成。
- ・販売する商品（サービスも含めて）すべて。
- ・地元の工芸品

14. 品質向上を図るにあたっての課題

- ・生産量と価格に見合う人手
- ・資金
- ・学生アルバイトを採用しているため、米沢を知らないで接客する点
- ・標準化
- ・人材を育成するための時間的余裕と資金
- ・常に新しい学びを得て、実行に移すこと
- ・人材の確保と中長期的な継続雇用、またこれに伴う個々の資質向上
- ・コスト面
- ・品質向上のための講演、講習を開催する予算 準備する人材不足 アドバイザー派遣
- ・個々人の意識、知識、技術の向上。共通認識。
- ・1人1人の心掛け
- ・社員の資質向上。
- ・仕事に関する技能を向上させるための社員教育。有資格の多い職種のため。
- ・運転手不足の為、A Iやロボットを活用していくこと
- ・社員〜取扱い先までの知識、意識の向上
- ・仕事にむかう態度
- ・意識改革
- ・米沢らしいサービスがむずかしい
- ・人材の確保
- ・コスト
- ・人手不足
- ・よりスマートに、利用しやすく、価値のあるようにどうできるか。HPなどの発信方法をいかに使いこなせるか。
- ・りんご さくらんぼ ラフランスなどの選果機
- ・現在の技術の継続
- ・目先の利益を追う経営陣
- ・人材（技術者）
- ・農家数が減れば、私達も廃業せざるを得ない。
- ・How to
- ・生産現場ではないので
- ・業務効率化と労働生産性の向上、労働時間の短縮という課題の解決
- ・人手不足
- ・後継者問題
- ・お客様と接する時の態度、言葉づかい、身だしなみ（衣服・頭髮・ひげ）などに十分気を付けています。夏でもノーネクタイは当社ではダメです。
- ・ネット（良くも、悪くもすべてにおいて）交通（JR）
- ・販売価格（売れなきゃ何んともならない）地元の資材調達率をどのように考えるのか
- ・勉強、情報力
- ・後継者の確保
- ・社員1人1人の気持ち モチベーション
- ・社員教育
- ・材料の確保
- ・設備資金
- ・かかわる人間の品質向上に対する気概、取り組み方。
- ・人手

15. 「米沢ブランド戦略」や「米沢品質向上運動」の活動全般についての意見

- ・行政というお立場上、総花的になるのは避けられないと思うのですが、できるだけ他地域との違いが極立つような、エッジの立った設計になって欲しいと願っています。
- ・一般市民のレベルまで広く活動を周知し、よりたくさんの方に参加していただくことで、市全体として盛り上がっていただけるようにしていただきたい
- ・活動自体が知られていない周知する必要性がある。
- ・活動計画をしっかりと集約的に取り組む。
- ・米沢のまちづくり、将来に向けてのビジョン策定。景観、文化、歴史保全に期待しています。
- ・ブランド戦略は有識者でないとなかなか進みにくいものなので、様々な機会（任意団体の会合）などで繰り返し、本質を訴えて頂きたい。必要性、意識・知識の向上から、地道に活動する必要があると思う。
- ・費用はいくらかかっているのか？（ブランディング e t c . ） どういったことをゴールとしているのか？「こうやらずにやらない」と方向性を出すだけではコンサルタントと同じで、**公金を投入しているのなら、市役所としては「どうするのか」を率先して明示するべきでは？**
- ・変な子ども（キャラクター）が出てくるCMをネットの動画で見ましたが、かなりひどいと思った。あのキャラクターが気持ち悪い。あまり上杉鷹山公に固執しない方がよい。地元周辺の方には認知度は高いが全国的に見ても知らない人の方が多い。なので鷹山公の精進など伝わりにくい。ネットでもあのCMについては不評の意見がかなり上がっていた。
- ・米沢はとにかくPRがヘタな地域ですので、積極的に中央への売り込みをする必要がある。
- ・継続して意識の高いところで続けて行く事が大切。ただし、埋没しない様に冴えのある活動が必要
- ・鷹山の「なせばなる」にこだわらない方がいいと思う。
- ・概ね、よい取り組みだと思いますので周知徹底と大半の人が参加できるよう工夫していただきたい。
- ・P V 拝見しました。第一印象は、“気持ち悪い”でした。あの赤ん坊は昔のダンシングベイビーのパクリでしょうか。市外の方 10 数人にも見てもらいましたが、“何を云いたいかわからない”と云っています。市の担当者は発表会の時感動して泣いたそうです。どこか感覚がずれています。いくらかけたのでしょうか。第 2 弾、第 3 弾で外向けの発信をして行くのでしょうか。山形県の山形セレクションの二の舞は避けて下さい。11 / 30 で切った T N Y は 50 組申込みありましたか？活動は共感していたのですが、P V をみて冷めました。どうぞ頑張って下さい。統計結果は公表して下さい。
- ・アンケートの前に「米沢ブランド」戦略の目的を明確に書いてほしい。米沢の製品の価値を高めたいなら、もっと内容をしぼって進めないとあまりにも漠然としている。
- ・今後、県内外に売り出して行くのをどうしていくのか。
- ・具体的には、道の駅米沢で不良農産物が販売されているのは、善良な良品質を出荷している農家にとっては迷惑であり断固不良品は排除すべき（悪貨は良貨を駆逐する）である。
- ・市はまず『お金』。
- ・宣伝の仕方を工夫してほしい。とにかくネット、SNS、です。米沢市はとにかく古い、他をみてください。
- ・そこで働く人の賃金が満足できる様に。
- ・継続は力！
- ・なせばなるのほかに鷹山公が行った重要なもの→「大俵約令」「質素儉約」→「一汁一菜」（公自らが実践）食べ物に特化！！→米沢の名産、農産物を使ってさまざまな「一汁一菜」を市民から提唱してもらう（土井勝先生を呼んでコンペティションをやる）→健康長寿日本→を目指す運動にもつながる→全国のムーブメントに→米沢品質
- ・県も市町村も生きのこりの時代なので議員も首長も本気の方にして欲しいです
- ・人口減少に伴い、城下町を打ち出し、観光に力を入れる。
- ・情報をいち早く知る事は、私達専門の仕事であり、この度のアンケートの「米沢ブランド」に関してはまったく知りませんでした。申し訳ござ座居ません。良い方向に進めて下さい。
- ・米沢ブランド対象となる事業所は限定されるように思う。生産者、メーカー以外は参加出来ないイメージがある。創造性・アイデアをもっと強調してもらいたい。
- ・流れが全てにあります。人に納得させ、説得できる社会のシステムをできるだけ多くの市民に「考働（造語）」することが大切に思う。中心的人々を永く「考働」させる、公務員の様に 3 年毎に変わるの
は中心的とはいえない。
- ・個人→協働で