

米沢ブランド KPI調査  
産業プレイヤー調査 結果報告書

---

(サマリー版)

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）

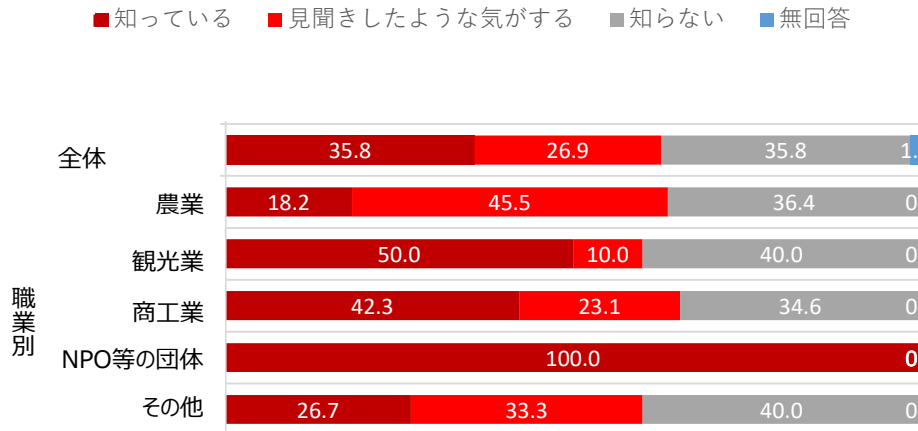
## ■ 実施期間

- ・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

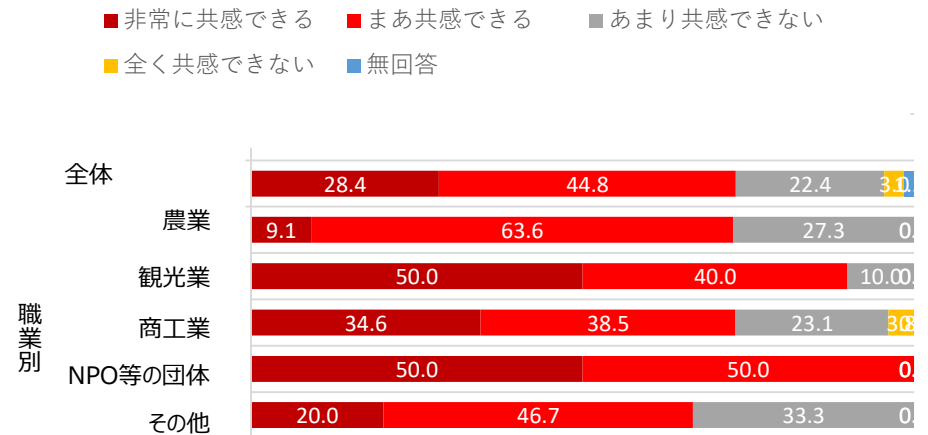


Q1 あなたはこのスローガンをご存知でしたか。

スローガンに対して「共感できる」の主な自由回答

- ・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。
- ・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?)
- ・米沢には歴史と伝統が脈々と続いていますが、それをしっかり受け継ぎ、「新しいモノづくり」に反映させたい。

### 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。

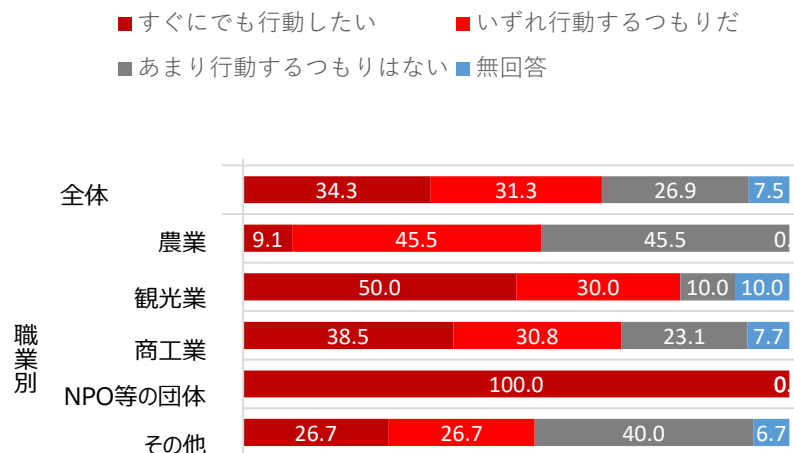
スローガンに対して「共感できない」の主な自由回答

- ・あまり具体的なイメージが湧いてこない。
- ・米沢品質といわれても何のことかわからない。
- ・「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。

## 2. 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。

#### 「すぐにでも・いずれ行動する」の主な自由回答

- 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。
- (自分は観光業だが) 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ればと思います。
- 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。

#### 「あまり行動するつもりはない」の主な自由回答

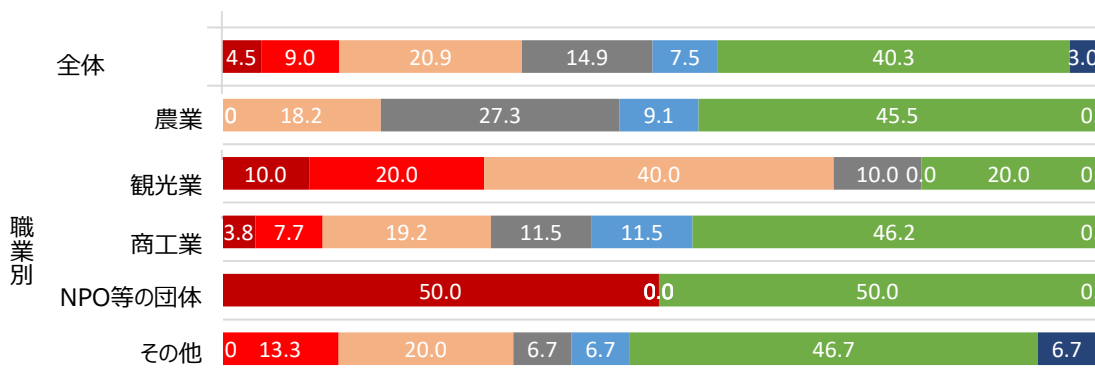
- 米沢品質がそもそも分からない。
- 建設業であるために、お客のニーズに合せた物作りになるので該当しない。
- あまりわからないので、「すぐにでも行動したい、行動するつもり」の方々に話を聞いて、共感出来る事であれば行動に移したい。

### 3. 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

- すでに申請した
- やがては申請するつもり
- 判断できる立場にない
- 無回答
- すぐにでも申請したい
- 申請するつもりはない
- 「TEAM NEXT YONEZAWA」のことを知らない



#### 「申請するつもりはない」の主な自由回答

- ・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。

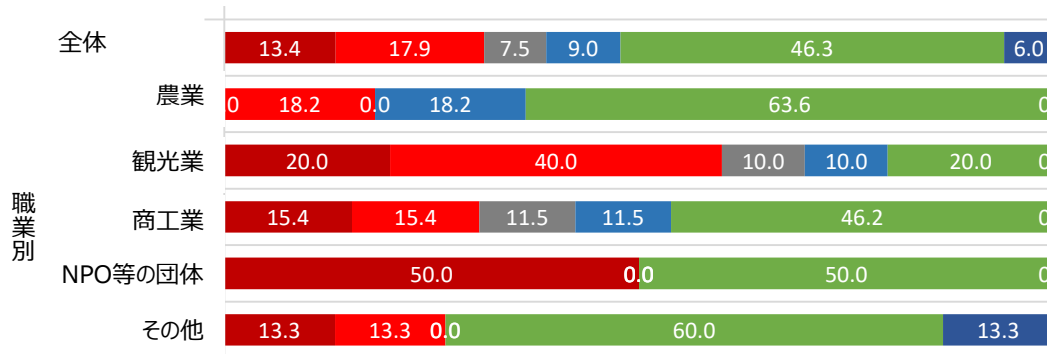
Q7 「TEAM NEXT YONEZAWA」への参加のご意志はありますか。

## 4. AWARDへの挑戦意志

- AWARDへの挑戦意志は、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



#### 「挑戦する意志がない」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。
- 仕事柄、あまり関係ない。
- 職種的に無理。

Q9「米沢品質 AWARD」へのチャレンジのご意志はありますか。

## 5. 品質向上を図っていく対象と品質向上に向けての課題

### 品質向上を図る対象

農産物全般や特産品、観光関連に加えて以下のようなものまで、幅広く挙げられた

- ・接客
- ・機械部品と人
- ・人材の確保
- ・社員の品質向上（特に管理職）
- ・基本のあいさつ
- ・言葉づかいや挨拶を大切にする
- ・サービスの向上
- ・地域内における協力体制、風土
- ・各種文化事業の内容と利用者対応
- ・販促品質
- ・印刷物他
- ・輸送品質
- ・海外生産、統計品質
- ・働き方も含めた職場環境の改善→社員の満足度の向上
- ・滞在空間

### 品質向上に向けての課題

- ・人材の確保
- ・人材（特に技術者）
- ・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
- ・生産量と価格に見合う人手
- ・社員の資質向上
- ・社員～取扱い先までの知識、意識の向上
- ・意識改革
  
- ・人材を育成するための時間的余裕と資金
- ・資金
  
- ・常に新しい学びを得て、実行に移すこと
- ・品質向上のための講演、講習を開催する予算
- ・個々人の意識、知識、技術の向上。共通認識
- ・米沢らしいサービスがむずかしい
  
- ・現在の技術の継続
- ・目先の利益を追う経営陣
- ・業務効率化と労働生産性の向上、労働時間の短縮
- ・後継者問題

人材

資金

新しい智恵  
の導入

経営

## 6. 「米沢ブランド戦略」や「米沢品質向上運動」の活動全般に関する主な意見

- ・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。
- ・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etc.） どういったことをゴールとしているのか？「こつやらずにちやいけぬ」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？
- ・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、よい取組み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。
- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・小学生の頃から教える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。）