デジタル田園都市国家構想交付金活用事業に係る評価結果
【事業実施年度：令和７年度】

1. 山形市ならではの文化のアップデートによる地域経済活性化事業［文化創造都市課ほか］

＜外部検証委員の評価総括＞
重要業績評価指標（KPI）達成に有効であった。

文化創造都市らしい多岐にわたる事業を展開している。山形市の伝統文化を次世代へ伝承するための各種スクールの開催､新しい文化という意味でAIに関わる事業も開催するなど、山形市の未来へ向けた文化のあり方をよく考えている。今後は、文化伝承のスクールには大学生など、山形市にこれから残って盛り上げる力のある世代を引き込んでいくことも必要かと思う。人口指標①については、街中の人口動向、回遊人口など、もう少し具体的な指標の方が検証可能かと思う。Q1という場所だけで行っているのがもったいないため、山形市全体での取り組みに拡大していけるかを検討していくべきかと思う。一企業だけが目立っている感があるが､多くの企業が文化のアップデートに関わっていると思うので､だれでも参加しやすいように輪を広げていくことで、事業の継続および更なる事業効果につながると思う。

2. 日本一の麺文化を活用した地域活性化事業［ブランド戦略課］

＜外部検証委員の評価総括＞
重要業績評価指標（KPI）達成に有効であった。

目標･手段ともに明確であり、ラーメンを通して山形市民を一つにまとめた力はすばらしい。大成功した事業として高く評価できる。今後も市民に愛される山形の代名詞になるよう、麺文化が発展していくことを望む。年間支出額と観光客数は、あきらかにラーメン文化が影響していると思うが､KPIのラーメンフェスについて、場所や天候などの外部環境の影響が表れやすいため、数値としては評価が難しいように思う。今後交付金に頼らずに組合が運営していけるのか、引き続き官民一体の取り組みとその具体化が必要と思う。

3. 歩いて、住んで、幸せになるまち「YAMAGATA」魅力アップ事業［観光戦略課ほか］

＜外部検証委員の評価総括＞
重要業績評価指標（KPI）達成に有効であった。

山形市の魅力を国内外に発信する事業を展開していて素晴らしい。移動式観光案内所はアイデアがよく魅力的である。山形市のまちなかに対するプロモーションとともに、「やまがた」を国内外に発信していく上では非常に重要な取り組みだと思う。花小路エリアの活性化はまだ時間を要するようなので、その効果が表れるのは先々のことかと思う。旧料亭の活用とあるが、現存する料亭も是非回遊型イベントに含め、やまがたの伝統文化をつなぎとめてほしい。日本一の観光案内所のことや、市内どこかに魅力的な「映えスポット」（銀山温泉の夜景のような写真が撮れる場所）を創出して、それらを SNS に発信することも国内外に魅力を伝え、観光客やイベント参加者を増やすことにつながると思う。

デジタル田園都市国家構想交付金に係る事業実施結果報告　【検証対象年度：令和７年度】

No.	1	活用交付金	新しい地方経済・生活環境創生交付金(第2世代交付金)	担当課	文化創造都市課、部活動地域移行連携室、働きやすさ追求室、社会教育青少年課
事業名		山形市ならではの文化のアップデートによる地域経済活性化事業		総事業費：円（R7実績額）	41,854,090
計画期間		令和6年4月～令和9年3月(2年目)		うち交付金充当経費（R7交付額）：円	20,926,808

1.　事業の概要

山形市ならではの文化から、人々が対価を払いたいと思うような商品やサービスなどの新しい経済的価値を生み出していくことを積み重ね、文化から新たな経済的価値を生み出すムーブメントを起こすための事業。
以下の事業（1）～（4）でムーブメントを起こすための基盤を強化し、（5）～（7）で実践の場を創出する。

【ムーブメントを起こすための基盤を強化するための事業】
（1）山形市の文化を知ってもらうためのスクール事業
人材育成を図るため、山形市の文化をテーマとした講習やワークショップを実施する。2年目は1年目の実績を踏まえたテーマ設定をするとともに、実施回数を増やし文化への理解を深める市民を増加させる。

（2）文化を学びのプラットフォーム形成事業
文化活動や学びの場として活用されている公民館において、市民や社会のニーズを捉えた運営や事業内容等の検討を行う。また、文化活動等の情報のデータベース化を図り、ニーズに応じた活動にアクセスしやすい環境を整備し、活性化を図る。2年目は市民ニーズと文化活動のマッチングの仕組み構築に向け、市民へのニーズ調査とモデル事業を実施する。

（3）若者の活動支援事業
文化を新たな価値に変換する基盤を強化するため、若者が地元に根付いている文化に触れる機会を創出し支援する。2年目は茶道・俳句・AI活動を継続しながら、新たな分野としてeスポーツ活動の支援を行い、様々な文化に触れる機会の充実を図る。

（4）若者活躍推進プロジェクト事業
若者の地域定着による多様な発想の蓄積と、次世代の産業担い手確保を一体的に推進するため、若者の課題解決支援と地元企業のDX導入支援を連動して実施する。
① 若者の課題解決支援
1・2年目は若者を取り巻く生活環境等の課題抽出と解決アイデアを募るワークショップを開催し、地元企業との意見交換を促進する。3年目はこれら2年間の成果を整理・深掘りし、若者の発想を活かした行政施策と具現化・集大成させる。
② 地元企業のDX導入支援
1年目に企業の若手社員へのDX研修と基礎的なシステム導入を行い、2年目は経営者層へのDX研修及び、1年目に受講した方へのステップアップ研修に加え、実践的なシステム拡張（ステップアップ）を進めることでDXの定着を図る。

【文化から新たな経済的価値を生み出す実践の場を創出する事業】
（5）山形市ならではの文化から新たな経済的価値を生み出すアイデアコンペ開催事業
地元企業が持つ技術や山形市にある地域資源等から新たな経済的価値を生み出すアイデアを募集するコンペを開催する。2年目は市内のみならずユネスコ創造都市ネットワークのデザイン分野に認定されている市（神戸市、名古屋市、旭川市）を中心に、国内創造都市から募集する。

（6）クリエイティブシティ見本市事業
新たに生み出された商品・サービス等を周知し、文化から新たな経済的価値を生み出す取組を更に促進するための見本市を開催する。1年目はやまがたクリエイティブシティセンターQ1を会場に試験的に開催し、2年目、3年目はQ1を拠点としながら中心市街地の既存店舗や空き家、公共空間等を活用しエリアを拡大し波及効果を図る。

（7）メディアリンク事業
本事業について効果的に情報発信することで、事業に関わる人の増加を図り、更なる効果向上を目指す。2年目はニーズに合ったコンテンツを増やしていくとともに、幅広い市民にリーチするために、ウェブサイト以外の媒体での情報発信も行う。

2.　事業の目標達成に向けた進捗状況（令和8年3月末まで）

（1）山形市の文化を知ってもらうためのスクール事業　（①全9回、参加者延べ217名。②2回、参加者30名）
①地元中学生・高校生を対象に、文化活動の促進を目指し、表現する力を身につけるワークショップを開催した。
②市内企業の広報担当者等を対象に、動画を活用した情報発信能力を高めるワークショップを開催した。
（2）文化活動と学びのプラットフォーム形成事業
市民ニーズと文化活動のマッチングの仕組み構築に向け、市民へのニーズ調査とモデル事業を実施した。
（3）若者の活動支援事業
①茶道：お茶の点て方や飲み方、畳の歩き方など茶道の作法の学び及び体験（全6回。参加者延べ24名）。
②俳句：身近にある風景のほか、山寺や山形にゆかりある人物や歴史を学び俳句を詠む（全3回。参加者延べ12名）
③ＡＩ：デジタル社会とAIについて学び、識別AIと生成AIの体験教室を開催（全2回。参加者延べ10名）
④eスポーツ：共生社会の実現に意義あるツールの一つであることや健全な楽しみ方を学び、ゲームを体験し対戦会を実施（全5回。参加者延べ80名）
（4）若者活躍推進プロジェクト事業
（若者の課題解決支援）（全3回。参加者延べ52名）
「山形市で働き・暮らす」という観点のもと、若者や女性の地元定着を促進する上での課題を洗い出すためのワークショップを開催した。参加者でグループを組織し、未来の山形市のアイデアを未来新聞やビジョンマップに作成した。
（企業のDX導入支援）
①地元企業のDX人材育成事業　（全3回。参加者延べ53名）
デジタルを活用し、企業や地域の課題を解決する思考力・実行力を育成する「DX人材育成研修」を実施した。
また昨年度受講した方を対象としたステップアップ研修を実施した。
②地元企業DX推進事業費補助金　（補助件数4件）
DX推進の入り口となる勤怠管理システムの導入補助及びより実践的な機器の追加を行い、市内企業のDXの底上げを図った。
（5）山形市ならではの文化から新たな経済的価値を生み出すアイデアコンペ開催事業
地元企業と連携して、「新しい装置」をテーマにコンペを実施した。応募総数96案の中から、建築家等の審査員が最優秀賞1案を選出した。募集にあたっては国内ユネスコ創造都市ネットワークに情報を周知するとともに、デザイン分野で加盟し、クリエイターが集まる拠点施設を有する神戸市に対しては重点的に参加を促した。
（6）クリエイティブシティ見本市事業
令和７年８月29日～９月１日開催。来場者数延べ5500人。出展者の総売上高2,974,413円。Q1以外にも、近隣に位置する旧西村写真館も会場とした。
（7）メディアリンク事業
①市内のクリエイティブな企業や人材の事例発表を行う講座や、取組を紹介する動画制作を行った。（全6回）
②山形市の文化芸術活動等に関するトークイベントを開催した。（テーマ「山形と文学」。1回。参加者79人）
③ｳｪﾌﾞｻｲﾄ「Creative City Yamagata」の運営及び紙媒体での広報として冊子「創造都市やまがたのしごと」を制作。

3.　課題の把握、阻害要因の把握・分析・対応

（1）効果的に実施したことで、多くの参加者を募ることができた。より幅広い文化に関する理解を促進するために、テーマの設定等については今後も検討していきたい。
（2）生涯学習に対する必要性を感じているという意見が多かった半面、生涯学習に関する情報を得られていないという意見が多かった。文化活動と学びに関する情報を一元化することで、情報を得やすい環境を整備していく必要がある。
（3）多くの若者に参加してもらうため広く広報したが、参加者の増加に直結しない活動もあった。3年目は、ニーズや開催時期・広報の方法も含め検討を進めていきたい。
（4）1・2年目のワークショップを通じて、若者の地元定着を阻害する生活環境上の具体的な課題や、それに対する多様な解決アイデアが多数抽出された。これにより、3年目の行政施策立案に向けた十分な基礎データの集積が完了した。企業の経営者・管理者を対象としたDX研修に加え、前年度受講者へのステップアップ研修を新規に導入したことで、受講企業におけるDXマインドの醸成と、社内へのさらなる定着が図られた。DX補助金については、申請件数が見込みより少なかったため効果的な広報手段を検討するとともに、書類提出の簡素化も検討する。
（5）ユネスコ創造都市ネットワークを活用した募集については、神戸市だけでなく他市からも協力していただけたが、結果には直接的には結び付かなかった。引き続き、幅広い募集方法を検討していきたい。
（6）指標④が未達成であったので、見本市の広報に力を入れ今後は達成を目指したい。
（7）ウェブサイトや冊子等を活用して、創造都市としての活動をより広く市民に周知することで、本事業一連の活動の活性化に繋がるよう努めたい。

4.　本事業における重要業績評価指標（KPI）の目標値と実績値

指標①　山形市の人口増減数

	開始前	1年目（増加分）	2年目（増加分）	3年目（増加分）	4年目（増加分）	5年目（増加分）
目標値（人）	241,983	△1,236	△1,098	△960		
実績値（人）	241,983	△ 3,747	△ 2,174	-		

指標②　文化から新たな経済的価値を生み出すムーブメントを起こすための基盤を強化するための事業に参加した人数

	開始前	1年目（増加分）	2年目（増加分）	3年目（増加分）	4年目（増加分）	5年目（増加分）
目標値（人）	0	120	150	230		
実績値（人）	0	169	475	-		

指標③　事業を通じて文化から生み出された新たな経済的価値の数

	開始前	1年目（増加分）	2年目（増加分）	3年目（増加分）	4年目（増加分）	5年目（増加分）
目標値（件）	0	20	30	50		
実績値（件）	0	47	50	-		

指標④　見本市出展者の売上高

	開始前	1年目（増加分）	2年目（増加分）	3年目（増加分）	4年目（増加分）	5年目（増加分）
目標値（円）	0	4,000,000	5,000,000	6,000,000		
実績値（円）	0	3,767,446	2,974,413	-		

5.　事業担当課による事業の評価等

（1）事業効果

地方創生に非常に効果的であった

（2）事業の評価

KPI達成に有効であった

（3）評価の理由

指標①については、目標未達成であったが本事業を通して、女性や若者の定着を図り、減少率を逓減できるよう目指していきたい。
指標②については、文化及び産業の面から様々な基盤強化事業を行ったことで目標達成したと評価している。
指標③については、コンペや見本市の開催や、動画、ウェブサイトによる情報発信などを通して実践の場を創出したことで目標達成したと評価している。
指標④については、目標未達成だが、新たに生まれた商品やサービス等を周知する場を創出することはできているので、引き続き場の創出とともに広報活動を強化することで、目標達成を目指したい。

6.　事業の今後について

（1）今後の方針

事業の継続

（2）今後の方針の理由

本事業は３年計画の２年目である。２年目としては上記のとおり、指標②、指標③は目標値を達成している。
指標④については未達成であったが、新たな商品やサービス等を周知する機会を継続的に創出することで、目標達成を努めたいと考えている。
また、指標①については本事業を継続的に実施し、雇用の創出等に繋がることが、人口減少抑制の一因になり得ると考えている。
上記のことから、１年目及び２年目に実施した事業を計画的に継続し、目標達成を目指すことで地方創生に効果があると考えている。

デジタル田園都市国家構想交付金に係る事業実施結果報告　【検証対象年度：令和７年度】

No.	2	活用交付金	デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)	担当課	ブランド戦略課
事業名		日本一の麺文化を活用した地域活性化事業		総事業費:円 (R7実績額)	17,343,626
計画期間		令和5年4月～令和8年3月(3年目)		うち交付金充当経費 (R7交付額):円	8,671,813

1.　事業の概要

1　やまがたラーメンPR事業
　山形市を訪れた人等へやまがたラーメンの魅力を発信するガイドブックを作成する。ガイドブックには、ラーメン店の情報だけでなく新規ラーメン店の起業をサポートする情報もあわせて掲載する。また、山形新幹線に乗車し山形市を訪れる方に向けて、新幹線車両出入口にある電光テロップ等での情報発信を行う。さらには、インスタグラム等のSNSを開設し、やまがたのラーメンに関する投稿を行うことで、やまがたラーメンの魅力を広く発信する。

2　ラーメンDAYの制定
　山形市は、ラーメンの年間支出金額(3カ年平均)が11年連続日本一となっており、更なるラーメン消費の拡大を図り、官民連携に留まらず市民を巻き込みながら市全体でやまがたラーメン文化の振興を更に高める機運を醸成するため、山形市「ラーメンの日」を制定する。
　また、ラーメンの日制定にあわせてのぼり等を制作し、山形駅など市の玄関口となる要所に設置し、やまがたラーメンの認知度向上を図る。

3　ラーメンDAYフェスの開催
　前年度の開催内容を踏まえ、首都圏やインバウンドからの旅行客を地域内に呼び込むためのイベントを開催する。実施にあたっては、「ラーメンの聖地、山形市」を創る協議会に加盟するラーメン店舗と連携するとともに、上記2の事業で制作したのぼりを加盟店で掲示することでラーメンの聖地として一体感を演出する。併せて、本市を代表するイベントである「日本一の芋煮会フェスティバル」にあやかり、芋煮鍋を活用したラーメンの提供を行う。また、本市ブースを設置することで本市の魅力を発信し移住促進を図る。

2.　事業の目標達成に向けた進捗状況(令和8年3月末まで)

1　やまがたラーメンPR事業
(1)　やまがたラーメンガイドブックの多言語化
　前年度まで作成したガイドブックについて、英語版と台湾華語の2言語で作成し、インバウンドに対する山形市のラーメンの訴求を図った。また、タビナカでの活用を想定して、体裁を変更し、携帯性と視認性を高める工夫を行った。
(2)　山形新幹線車両電光テロップでのPR
　山形新幹線が山形駅到着前に車両電光テロップを活用し、「ラーメンの聖地、山形市」をPRした。
(3)　インスタグラムを活用した情報発信
「ラーメンの聖地、山形市」を創る協議会(事務局:山形市)において、インスタグラム及びXのアカウントを開設し官民一体となってやまがたラーメン文化の情報発信を行った。
(4)　ラーメンPR広告
　ラーメン特集雑誌や旅行ガイド、動画サイトにおいて広告を掲出する他、首都圏で開催したラーメンイベントに合わせLEDヴィジョンを利用し、山形市のラーメンのPRを行った。
2　ラーメンDAYの制定
「山形市ラーメンの日」(2月8日)に合わせ、市内協力店舗にてPRのぼりを掲出することにより、ラーメン消費を促す気運醸成を図った。
3　ラーメンDAYフェスの開催
　山形市内ラーメン店を対象としたデジタルスタンプラリーについて、昨年度から大幅に期間を延長するとともに、本市におけるインバウンドのハイシーズンである冬期に開催することで、インバウンド及び市内外からの誘客を図るとともに、総務省家計調査における年間支出額確定日に合わせ、ラーメングッズの販売やキッチンカーによるラーメン提供を行うイベントを開催し、山形市のラーメンの魅力を発信した。また、首都圏での認知度向上と本市への観光誘客を図るため東京都において山形市としては2回目となるラーメンイベントを開催した。

3.　課題の把握、阻害要因の把握・分析・対応

　山形市民の消費については、各種事業の推進により、目標を大幅に上回る成果が上がっている。またイベントに併せ各ラーメン店によるオリジナルの特典が昨年度に引き続き実施されるなど、取組は着実に浸透し、官民連携による地域経済活性化の気運の更なる高まりが看取される。また、昨年度の課題であった市内イベントを通じた観光誘客について、事業者の意向も踏まえ、デジタルスタンプラリーの期間を延長した結果、市外県外の参加者が増加し、観光誘客に寄与した。しかしながら、県外におけるプロモーションのために開催した首都圏イベントにおいては、入場者が大幅な減となった。会場及び周辺の通行者数はかなり多かったが、実際に立ち寄っていただくには至らない傾向にあった。山形市が「ラーメンの聖地」であることは、各種メディアで盛んに取り上げられ、認知は広がっていると考えられるが、「山形のラーメンなので食べたい」という行動変容を引き起こすには至っていないと推測される。
　3か年の取組を通じて、官民連携による「ラーメンによるまちおこし」の持続的な体制が確立されつつあることから、引き続きプロモーション活動を行い、本市が「ラーメンの聖地」であることを国内外に広く周知していくことで、更なる地域活性化が図られると考える。

4.　本事業における重要業績評価指標(KPI)の目標値と実績値

指標①	中華そばの１世帯あたりの年間支出金額					
	開始前	1年目 (増加分)	2年目 (増加分)	3年目 (増加分)	4年目 (増加分)	5年目 (増加分)
目標値(円)	13,196	1,000	1,000	1,000		
実績値(円)	13,196	4,397	4,796	2,713		

指標②	ラーメンフェス来訪者数					
	開始前	1年目 (増加分)	2年目 (増加分)	3年目 (増加分)	4年目 (増加分)	5年目 (増加分)
目標値(人)	0	5,000	2,000	2,000		
実績値(人)	0	4,634	3,639	△ 2,290		

指標③	観光者数					
	開始前	1年目 (増加分)	2年目 (増加分)	3年目 (増加分)	4年目 (増加分)	5年目 (増加分)
目標値(人)	2,251,500	10,000	10,000	10,000		
実績値(人)	2,251,500	415,000	206,300	176,300		

5.　事業担当課による事業の評価等

(1)事業効果

地方創生に相当程度効果があった

(2)事業の評価

KPI達成に有効であった

(3)評価の理由

　昨年度に引き続き各種メディアで、やまがたのラーメンが取り上げられ、その魅力が広く発信された。事業の認知度が向上したことから、市内ラーメン店の自主的な取組が行われるなど官民連携による取組が更に強化された。
　上記効果もあり、指標①中華そばの年間支出額、指標③観光者数については、大幅に目標値を上回った。しかしながら、②ラーメンフェス来訪者については、特に首都圏開催分において、大幅な減であった。人流の多い場所で開催したことから認知度の向上には寄与したものの、実際の食体験まで訴求できなかったことから、山形市のラーメンの魅力の発信について強化を図る必要がある。

6.　事業の今後について

(1)今後の方針

予定通り事業終了

(2)今後の方針の理由

　３年間の取組を通じて、デジタルマップの整備や多言語対応など受入環境が整うとともに、民間事業者との連携が強化され、また、自主的な取組も浸透したことから、概ねKPIを達成することができた。今後は今回の取組の成果を背景に引き続き関係事業者との連携を維持しながら、国内外へのＰＲを行い、多種多様なラーメンを提供する「ラーメンの聖地」としての認知度の向上を図りながら、四季に囚われない恒常的なコンテンツとして観光客に訴求することで、消費喚起を促し、観光消費額の増を図る。

デジタル田園都市国家構想交付金に係る事業実施結果報告　【検証対象年度：令和７年度】

No.	3	活用交付金	デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)	担当課	観光戦略課、インバウンド推進室、日本一の観光案内所整備室、旧千歳館整備室
事業名		歩いて、住んで、幸せになるまち「YAMAGATA」魅力アップ事業		総事業費：円 （R7実績額）	100,251,358
計画期間		令和6年4月～令和9年3月（2年目）		うち交付金充当経費 （R7交付額）：円	50,125,678

1.　事業の概要

1 「花小路エリア」リノベーション事業
　国登録有形文化財である旧料亭を有し、大正時代を起源とし、かつては花街として賑わいを見せた「花小路エリア」の活性化
　・旧千歳館エリア活性化協議会運営支援事業

2 「共創ラボ」による社会イノベーション事業
　慶應義塾大学SFC研究所及びJR東日本と連携した「共創ラボ」を通じた社会イノベーションの取組による「日本一の観光案内所」の実現やデジタルネットワーク構築等に向けた観光DXの研究・開発

3 プレイベント及び回遊型イベント事業
　旧料亭を活用した山形芸妓文化発信拠点と「日本一の観光案内所」の供用開始に向けたプレイベント（プレ体験）及び中心市街地回遊型イベントの開催
　・やまがた秋のハレとケまつり開催事業
　・旧千歳館を活用したプレイベント事業
　・日本一の観光案内所プレイベント（プレ体験）事業

4 国内外に向けた情報発信・プロモーション
　観光客誘客を目的とした国内外に向けた情報発信・プロモーション
　・海外現地プロモーション事業
　・SNS等を活用した広告配信と旅行商品販売事業
　・ウェルネスツーリズム観光プロモーション事業

5 ビッグデータ分析
　ビッグデータ分析によるマーケティング機能の強化
　・位置情報等を活用したデータ収集・分析等事業

6 移動式観光案内所を活用した観光プロモーション

2.　事業の目標達成に向けた進捗状況（令和8年3月末まで）

1 「花小路エリア」リノベーション事業
　旧千歳館エリア活性化協議会の立ち上げから2年目となり、旧千歳館を含む周辺区域の将来像について協議を重ね、今後の旧千歳館の活用や地域の活性化について検討した。また、昨年度策定した旧千歳館エリア活性化計画に基づき、R7年度最新の空き家や空き地の状況整理・更新を行った。

2 「共創ラボ」による社会イノベーション事業
　「共創ラボ」において、自治体や観光関連団体を含む多方面からの知見を持ち寄り「日本一の観光案内所」の実現に向けた運営体制等の研究を行い、令和7年度には基本計画を策定した。また、「日本一の観光案内所」を中心とした情報発信・収集や業務効率化・生産性向上に向け、デジタルツールの有効性や運用上の課題の検証・整理を実施した。

3 プレイベント及び回遊型イベント事業
　「日本一の観光案内所」に整備を予定している体験機能や体験コンテンツの予約・販売機能を見据えたイベント（プレ体験）や、山形駅周辺エリアと街なかエリアの回遊促進を図るため、両エリアが連携した一体的なイベントを実施した。また、旧千歳館の供用開始を見据えたプレイベントを実施した。

4 国内外に向けた情報発信・プロモーション
　訪日外国人旅行者数や旅行消費額等から、効果的なプロモーション戦略を立て、オーストラリア・タイ・台湾での旅行博に職員が出向きプロモーションを実施した。また、今後の戦略に活かすべく、SNSを活用した情報発信や市場調査、分析等を実施した。

5 ビッグデータ分析
　位置情報等のビッグデータを活用し、観光客の入込数や属性、消費購買データ、広域動態データなど、インバウンドを含めた情報の収集・分析を行った。

6 移動式観光案内所を活用した観光プロモーション
　令和6年度に製作した移動式観光案内所を活用し、市内外の観光地やイベント等へ赴き、積極的な情報発信・プロモーションを実施した。

3.　課題の把握、阻害要因の把握・分析・対応

3 プレイベント及び回遊型イベント事業
　やまがた秋のハレとケまつりにおいて、旧千歳館が工事中で使用できなかったため、旧千歳館エリアはほとんどのコンテンツが屋外での実施となったが、天候に恵まれず、参加者数の落ち込みにつながってしまった。今後のイベント展開にあたっては、悪天候時にも参加者が参加しやすい・行ってみたいと思える仕組み作りが必要。

4.　本事業における重要業績評価指標（KPI）の目標値と実績値

指標①	地域における観光消費額					
	開始前	1年目（増加分）	2年目（増加分）	3年目（増加分）	4年目（増加分）	5年目（増加分）
目標値（百万円）	0	10,000	10,000	10,000		
目標値実数（百万円）	36,445	46,445	56,445	66,445		
実績値実数（百万円）	36,445	45,440	41,976	-		
実績値（百万円）	0	8,995	#####	-		

指標②	外国人観光客入込数					
	開始前	1年目（増加分）	2年目（増加分）	3年目（増加分）	4年目（増加分）	5年目（増加分）
目標値（人）	172,388	5,000	5,000	5,000		
目標値実数（人）	172,388	177,388	182,388	187,388		
実績値実数（人）	172,388	215,892	240,063	-		
実績値（人）		43,504	57,675	-		

指標③	イベント参加者数					
	開始前	1年目（増加分）	2年目（増加分）	3年目（増加分）	4年目（増加分）	5年目（増加分）
目標値（人）	0	1,500	1,500	1,500		
目標値実数（人）	0	1,500	3,000	4,500		
実績値実数（人）	0	12,400	6,168	-		
実績値（人）	0	12,400	3,168	-		

指標④	情報発信サイト等閲覧数					
	開始前	1年目（増加分）	2年目（増加分）	3年目（増加分）	4年目（増加分）	5年目（増加分）
目標値（PV）	0	1,000,000	1,000,000	1,000,000		
目標値実数（PV）	0	1,000,000	2,000,000	3,000,000		
実績値実数（PV）	0	5,531,248	1,431,851	-		
実績値（PV）	0	5,531,248	△ 568,149	-		

5.　事業担当課による事業の評価等

（1）事業効果

地方創生に効果があった

（2）事業の評価

KPI達成に有効であった

（3）評価の理由

指標①：観光客数は増加したが、１人あたりの観光消費額が令和６年度と比較し低くなっていることにより目標未達成となった。
指標②：「ナショナルジオグラフィック」が発表した『2026年に行くべき世界の旅行先25選』に、日本で唯一山形県が選出されたことや、「ジャパンタイムズ」が『世界に発信するに値する自治体』の第1号として山形市を選んだことが要因として挙げられる。また、円安が続いていることも外国人旅行者数増を後押したと考えられる。
指標③：天候の影響を受け昨年度より参加者数が減少したが、花小路に設置した特設ステージでやまがた舞子の演舞を見ることができる等プレミアム感があるイベントにしたことで目標を達成した。
指標④：国外に向けた情報発信において、ターゲット国及び発信するコンテンツを絞り戦略的な情報発信を実施した。しかし、情報発信媒体の一部変更により結果として目標未達成となった。

４種の指標のうち２種について目標を達成したため、KPIの達成に有効であったと評価する。

6.　事業の今後について

（1）今後の方針

事業の継続

（2）今後の方針の理由

・旧千歳館の供用開始に向け、人材育成や旧千歳館・花小路エリアの紹介動画、料亭・芸妓文化などの紹介等を行うデジタル観光コンテンツを作成する。また、事業への理解と関心を高めることを目的として、引き続きプロモーション事業を実施する。
・日本一の観光案内所整備室においては令和７年度の成果を踏まえ、観光案内の高付加価値化等「日本一の観光案内所」として備えるべき機能について継続し研究を行う。また、回遊促進を図るためのプレ体験イベントを引き続き実施し、街なかの賑わい創出及び回遊性の向上を図る。
・国外へのプロモーションについては、令和７年度に策定したインバウンド戦略に基づきターゲット国の設定を行い、国別の適切な戦略を立てながらプロモーションを継続する。加えて、宿泊施設における外国人雇用に係る人材採用力の向上に資するセミナーを行い、受入体制の整備を図る。