

地方創生推進交付金活用事業に係る外部検証結果

【事業実施年度：令和3年度】

1. クリエイティブプラットフォーム形成事業

<評価総括>

重要業績評価指標の達成に有効であった。

「文化創造都市」を推進するため様々な事業に取り組んでおり、その成果は、新商品・サービスの数や起業者数に現れ始めており、総じて評価指標の達成に有効であったと判断する。

令和4年9月1日にオープンする拠点施設「やまがたクリエイティブシティセンターQ1」の活動に対する市民の期待も大きい。今後とも山形市の歴史・文化・伝統工芸も大切にしながら、ビジネスとの融合を図ることで、地元企業・地域の発展につなげていただきたい。あわせて、クリエイティブプラットフォーム形成事業の成果を市民に見える形で示していただきたい。その一つのやり方として、Y-bizとの連携も考えられる。また、「やまがたクリエイティブシティセンターQ1」の市民へのさらなる周知徹底を図るため、最寄りのベニちゃんバス停の名称変更を考えてもよいのではなかろうか。

2. SUKSK（スクスク）生活定着推進事業－健康医療先進都市の実現に向けて－

<評価総括>

重要業績評価指標の達成に有効であった。

市民の健康増進に果たす本事業の役割は大きい。本事業について市民への周知が進んでおり、新型コロナウイルス感染症の感染拡大といったマイナス要因を除けば、着々と実績を上げてきている。

本事業は、健康増進に向けて市民がとても楽しく関わるができる取組であるため、是非一人でも多くの市民が参加できるよう今後も普及に努めていただきたい。健康ポイント事業SUKSK（スクスク）への参加者は働き世代が多いが、主婦や退職後の高齢者がもっと参加できるように、さらなる周知徹底に努めていただきたい。

また、会議では次のような問題点の指摘もあった。事業そのものは素晴らしいが、利用している歩数計測アプリについて、アプリストアにて評価が低いことが気になった。評価を見てダウンロードをためらう場合もあるため、アプリの操作性や機能性等について、アプリ開発者へ改善を求めているかどうか。

3. 子や孫の代まで元気な山形を遺す産業再生計画

<評価総括>

重要業績評価指標の達成に有効であった。

本事業が山形市の産業活性化に果たす役割は大きい。相談件数からみても、地元企業の期待も大きいことが伺える。ただし、売上を増やした企業数や商談成約件数につながっていないため、なぜそうなのかを検証することが必要であろう。山形市売上増進センターY-bizの設置は、中小・零細事業者にとって敷居の低いコンサルタントとして喜ばれており、事業者に寄り添ったアドバイスはとても助かるという声を聴いている。相談しただけでもマーケティングの勉強になったという利用者の声もあるので、相談者の満足度を本事業の評価指標に加えてみてもよいのではないだろうか。

Y-bizの取組は是非これからも続けていただきたい。今後は、新型コロナウイルス感染症の状況に配慮した上で、相談者の方々が参加する異業種交流会を開催し、地元企業が取り扱う商品の紹介を行う等、企業間のつながりを深めてほしいものである。また、「やまがたクリエイティブシティセンターQ1」との連携により、商品開発できる企業も出てくるのではないだろうか。コロナ禍においては、より多くの企業にY-bizが関わるために、勉強会やゼミなどをWeb会議方式で行うことも有効であると考えられるため、検討していただきたい。

4. やまがたが育んできた文化や資源を活用した関係人口深化事業

<評価総括>

重要業績評価指標の達成に有効であった。

ふるさと納税をきっかけに、もっと山形を知ってもらいたい、さらには移住に繋げていこうという試みとして「Abezアプリ」を開発したことは成功だったと思う。このアプリのコンテンツも良く工夫されていて、素晴らしい。今後は、山形市のみならず、山形連携中枢都市圏としての交流人口の拡大にも取り組んでいただきたい。

また、山形市へのUターンを望んでいる人も少なからずおり、そのような方は本人以外の家族（特に配偶者）の理解を得ることが重要である。そのためには、家族が山形市に愛着を抱いてくれるか否かが重要であると思われるため、アプリを通じて毎日山形市に親近感を持っていただき、山形市の体験にもつなげるスキームは非常に有効だと思う。ただし、こうした方がふるさと納税を利用しているとは限らないので、サービスを受容できる対象範囲を広げることも検討してみてもよいのではないだろうか。

5. 新「世界の蔵王」プロジェクト

<評価総括>

重要業績評価指標の達成に有効であった。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、山形県、山形市及び上山市で令和3年度に行われる予定であった第6回「山の日」全国大会は1年延期となったため、令和3年度については、そのための準備作業が行われた（大会は令和4年8月に成功裏に行われた）。その中で、山形県の山岳ツーリズムの周知として「やまがた百名山」の紹介など、アフターコロナへの準備もできている。山形県内の山は、「景観」「スポーツ（登山）」という面に加え、「信仰」の面でも非常に価値のある地域固有資源であるため、様々な側面から山の魅力を全国に発信してほしい。加えて、在日外国人に対しても山の魅力を伝えるために、山形市が東京オリンピックのホストタウンとなった国の大使館を通じて周知することも効果的ではないだろうか。

また、コロナ禍において、人々は自然との触れ合いや、新鮮な空気を求めている。これを好機と捉え、四季折々の魅力を楽しめる山のすばらしさを国内外に情報発信し、蔵王をはじめとした山々の山岳ツーリズムを新たに開発し、今後の観光客の誘客に努めていただきたい。

対象事業の概要及び重要業績評価指標の実績値等

No	事業名 計画期間	事業概要	総事業費 【R3実績額】	事業の進捗状況 【令和3年度まで】	本事業における重要業績評価指標(KPI)の目標値と実績値																																																																																																
			交付金充当経費 【R3交付額】		指標	単位	開始前	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目																																																																																									
			単位:円																																																																																																		
1	クリエイティブプラットフォーム形成事業 H31年4月～R6年3月(3年目)	<p>1 クリエイティブネットワーク形成事業 地元企業等とクリエイティブな学生や人材をつなぐプラットフォームを形成し、新しい形態のアイデアや商品、サービスの具現化、大学生の地元企業への就職・起業を促進し、クリエイティブの力により地域経済を活性化させる。</p> <p>2 拠点施設整備事業 第一小学校旧校舎(山形まなび館)を、創造都市やまがたの拠点施設「やまがたクリエイティブシティセンターQ1」(以下「Q1」という。)として整備し、クリエイティブな活動や、地元企業等とクリエイティブな人材をつなぐ拠点として活用していく。</p> <p>3 拠点施設試験的運営事業 Q1を整備するにあたり、現在未整備となっている2階3階を試験的に活用したイベントや、今後の施設の整備や活用方法をテーマとしたワークショップの開催、前庭を活用したマルシェ等を開催し、その成果を施設の設計に活かしていく。</p> <p>4 エリアブランディング事業 Q1を起点とした新たなエリアリノベーションを誘発し、本事業の効果を中心市街地全体へと波及させていくためにエリアブランディングを行う。</p> <p>5 クリエイティブシティブランディング事業 クリエイティブネットワークの形成及びQ1の整備を機に、山形市がクリエイティブシティであることをブランディングする。</p> <p>6 やまがたクリエイティブシティセンターQ1を起点とした創造都市の推進 (1)施設の運営 創造都市の推進に協力していただける企業等を募りコンソーシアムを組成し、コンソーシアム会員企業が各事業に関わる仕組みを構築することで、入居テナントや地元企業とのマッチングを図る。 (2)BTC人材の育成 周辺小学校の児童を対象とし、若年期からビジネスやテクノロジー、クリエイティブに触れ、疑問に思う習慣や問う力を養っていくことで、将来的なクリエイティブ人材の育成につなげていく。 (3)クリエイティブシティのプロデュース 施設のプロモーションや山形市にあるポテンシャルは高いがあまり知られていない技術や商品・サービス、本事業により開発した商品やサービス等を施設内の配信スタジオで動画配信を行い、全国に発信していく。</p> <p>7. 大学生定着に向けた大学生と地元企業とのマッチング事業 クリエイティブ人材である大学生と地元企業等とをマッチングする新たな仕組みを検討するため、大学生の就職に関する価値観等をヒアリングし、傾向を分析する。 また、企業のビジョン等のこれまであまり得ることができていない企業の情報を発信し、情報発信の切り口を変えることで大学生の地元企業への就職が促進されるかの社会実験を実施する。</p>	29,647,200	<p>1 クリエイティブネットワーク形成事業 クリエイティブ会議 計3回(R元年度) 企業や団体・個人を招いた公開ディスカッション、既にリノベーション分野で活躍している講師を招いた講演会を開催。</p> <p>2 拠点施設整備事業 (1)施設の基本設計を実施(R元年度) (2)施設の実設計を実施(R2年度) (3)施設改修工事(R3年度)</p> <p>3 拠点施設試験的運営事業 (1)リノベーションスクールの開催(R元年度) まちづくりやリノベーションに興味のある市民や学生、企業、団体等を募り、山形まなび館そのものを題材物件に専門講師によるリノベーションスクールを開催。 (2)クリエイティブシティセンター試験的活用事業の展開(R元年度～2年度) ・既存の1階部分を利用したブックカフェの展開(R元年度～R2年度) ・クリエイティブシティマーケットの開催 計1回開催(R元年度) ・Q1へのテナント入居等による参画事業者の誘致活動(テナントリーシング)の実施(R2年度) (3)創造都市推進事業の実施(R元年度:計10回、R2年度:計12回、R3年度:計14回)</p> <p>4 エリアブランディング事業 (1)商品開発ワークショップの実施(R2年度:4商品) 山形のクリエイターと既存産業とのコラボレーションによる商品開発ワークショップを実施。 (2)エリアビジョン会議(クリエイティブ会議)の開催(R2年度:4回) 先駆的な活動実績のあるクリエイター等をゲストに迎え、本事業推進のためのクリエイティブなアイデアをディスカッションする公開型会議を開催。</p> <p>5 大学生定着に向けた大学生と地元企業とのマッチング事業 (1)大学生及び市内企業を対象に、就職・採用に関するアンケート調査を実施。(R2年度) (2)アンケート調査結果を踏まえて、企業インタビュー動画・記事を作成し、学生が就職先を選ぶ際に重視する情報を発信した。(R3年度)</p> <p>6 シティブランディング事業(R3年度) (1)シティプロモーション 市内の魅力的な活動を行う企業等を取上げ、動画配信による市内外に発信を行った。(6回) (2)クリエイティブ会議 先進的な活動をしているクリエイター等をゲストに迎え、本事業へのアイデア等をディスカッションする企画会議の動画配信を行った。(4回) (3)テナントリーシング テナントとして本事業に参画する事業者の誘致活動を行った。 (4)都市経営戦略検討会議 創造都市やまがた推進のためのミッションステートメントを検討するため市内各界代表者での検討会議を行った。</p>	<table border="1"> <tr> <td>指標①</td> <td>本事業をきっかけに生まれたアイデアや商品、サービスの数</td> <td>件</td> <td>目標値</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>実績値</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>4</td> <td>5</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>指標②</td> <td>本事業をきっかけに起業した人の数</td> <td>人</td> <td>目標値</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>実績値</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>指標③</td> <td>再生された物件の数</td> <td>件</td> <td>目標値</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>実績値</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>指標④</td> <td>創造都市推進事業の実施回数</td> <td>回</td> <td>目標値</td> <td>7</td> <td>3</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>実績値</td> <td>7</td> <td>4</td> <td>2</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	指標①	本事業をきっかけに生まれたアイデアや商品、サービスの数	件	目標値	0	1	3	7	7	10				実績値	0	1	4	5			指標②	本事業をきっかけに起業した人の数	人	目標値	0	0	1	2	2	2				実績値	0	1	1	1			指標③	再生された物件の数	件	目標値	0	0	1	2	2	2				実績値	0	0	1	0			指標④	創造都市推進事業の実施回数	回	目標値	7	3	1	1	3	1				実績値	7	4	2	2			<p>事業担当課による</p> <table border="1"> <tr> <th colspan="3">事業の評価</th> <th colspan="2">実績値を踏まえた事業の今後について</th> </tr> <tr> <th>事業効果</th> <th>事業の評価</th> <th>評価の理由</th> <th>今後の方針</th> <th>今後の方針の理由</th> </tr> <tr> <td>地方創生に非常に効果的であった</td> <td>KPI達成に有効であった</td> <td>指標①については、新型コロナウイルス感染症の影響により、集まって議論したり、ワークショップを開催したりすることが難しく、新たな商品やサービスの開発が思うように進捗しなかった。 指標②の本事業をきっかけに起業した人の数については、施設が完成していないことから伸び悩んだ。 指標③の再生された物件の数についても、新型コロナウイルス感染症の影響で、物件が動きづらい状況にあったことが大きく影響した。 指標④の創造都市推進事業の実施回数は、新たに「まちなか回遊型音楽会による中心市街地活性化事業」や「伝統文化デジタルアーカイブ事業」による「山形豊烈打毬」についてのドキュメンタリー映画を製作し、テレビ放送した。 令和3年度は、施設の改修工事中であったことや、新型コロナウイルス感染症の状況が大きく影響したが、テナントの誘致活動においては、事業に興味を持ち参画意向の事業者が多かったため、次年度「やまがたクリエイティブシティセンターQ1」が完成すれば、この施設を拠点として新たな商品やアイデアを創出していけるものと期待できる。</td> <td>事業の継続</td> <td>令和4年9月に、いよいよ「やまがたクリエイティブシティセンターQ1」がオープンすることから、ここを拠点として、入居するアーティストや、テナント、地元企業など様々な人々との連携により、新たなアイデアや商品、サービスなどが数多く生まれ、地域経済の活性化や、まちの賑わい創出を目指していきたい。</td> </tr> </table>	事業の評価			実績値を踏まえた事業の今後について		事業効果	事業の評価	評価の理由	今後の方針	今後の方針の理由	地方創生に非常に効果的であった	KPI達成に有効であった	指標①については、新型コロナウイルス感染症の影響により、集まって議論したり、ワークショップを開催したりすることが難しく、新たな商品やサービスの開発が思うように進捗しなかった。 指標②の本事業をきっかけに起業した人の数については、施設が完成していないことから伸び悩んだ。 指標③の再生された物件の数についても、新型コロナウイルス感染症の影響で、物件が動きづらい状況にあったことが大きく影響した。 指標④の創造都市推進事業の実施回数は、新たに「まちなか回遊型音楽会による中心市街地活性化事業」や「伝統文化デジタルアーカイブ事業」による「山形豊烈打毬」についてのドキュメンタリー映画を製作し、テレビ放送した。 令和3年度は、施設の改修工事中であったことや、新型コロナウイルス感染症の状況が大きく影響したが、テナントの誘致活動においては、事業に興味を持ち参画意向の事業者が多かったため、次年度「やまがたクリエイティブシティセンターQ1」が完成すれば、この施設を拠点として新たな商品やアイデアを創出していけるものと期待できる。	事業の継続	令和4年9月に、いよいよ「やまがたクリエイティブシティセンターQ1」がオープンすることから、ここを拠点として、入居するアーティストや、テナント、地元企業など様々な人々との連携により、新たなアイデアや商品、サービスなどが数多く生まれ、地域経済の活性化や、まちの賑わい創出を目指していきたい。
			指標①	本事業をきっかけに生まれたアイデアや商品、サービスの数	件	目標値	0	1	3	7	7	10																																																																																									
						実績値	0	1	4	5																																																																																											
			指標②	本事業をきっかけに起業した人の数	人	目標値	0	0	1	2	2	2																																																																																									
						実績値	0	1	1	1																																																																																											
			指標③	再生された物件の数	件	目標値	0	0	1	2	2	2																																																																																									
						実績値	0	0	1	0																																																																																											
			指標④	創造都市推進事業の実施回数	回	目標値	7	3	1	1	3	1																																																																																									
						実績値	7	4	2	2																																																																																											
			事業の評価			実績値を踏まえた事業の今後について																																																																																															
事業効果	事業の評価	評価の理由	今後の方針	今後の方針の理由																																																																																																	
地方創生に非常に効果的であった	KPI達成に有効であった	指標①については、新型コロナウイルス感染症の影響により、集まって議論したり、ワークショップを開催したりすることが難しく、新たな商品やサービスの開発が思うように進捗しなかった。 指標②の本事業をきっかけに起業した人の数については、施設が完成していないことから伸び悩んだ。 指標③の再生された物件の数についても、新型コロナウイルス感染症の影響で、物件が動きづらい状況にあったことが大きく影響した。 指標④の創造都市推進事業の実施回数は、新たに「まちなか回遊型音楽会による中心市街地活性化事業」や「伝統文化デジタルアーカイブ事業」による「山形豊烈打毬」についてのドキュメンタリー映画を製作し、テレビ放送した。 令和3年度は、施設の改修工事中であったことや、新型コロナウイルス感染症の状況が大きく影響したが、テナントの誘致活動においては、事業に興味を持ち参画意向の事業者が多かったため、次年度「やまがたクリエイティブシティセンターQ1」が完成すれば、この施設を拠点として新たな商品やアイデアを創出していけるものと期待できる。	事業の継続	令和4年9月に、いよいよ「やまがたクリエイティブシティセンターQ1」がオープンすることから、ここを拠点として、入居するアーティストや、テナント、地元企業など様々な人々との連携により、新たなアイデアや商品、サービスなどが数多く生まれ、地域経済の活性化や、まちの賑わい創出を目指していきたい。																																																																																																	
			14,823,600																																																																																																		

No	事業名 計画期間	事業概要	総事業費 【R3実績額】	事業の進捗状況 【令和3年度まで】	本事業における重要業績評価指標(KPI)の目標値と実績値									
			交付金充当経費 【R3交付額】		単位:円	指標	単位		開始前	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
2	SUKSK(スクスク)生活定着推進事業—健康医療先進都市の実現に向けて— H31年4月～R6年3月(3年目)	<p>1 SUKSK生活の周知及び健康ポイント事業SUKSK(スクスク)の実施 健康医療先進都市の実現に向け、市民の皆様の健康に対する意識を高めることを目的に、S(食事)、U(運動)、K(休養)、S(社会)、K(禁煙・受動喫煙防止)の頭文字をキーワードとした「SUKSK(スクスク)生活」を提唱し、具体的な取り組みを進めている。 その事業の一つに、市民がSUKSK生活に楽しく取り組めるよう、専用のスマホアプリ又は歩数計を活用して、健康ポイントをためる事業を実施。個人参加者及び市内事業所参加数の増加、ポイント対象事業の拡大、アプリの新機能追加、参加委事業所の健康づくり支援等を行う。</p> <p>2 健康増進ウォーキング及びサイクリングロード整備方針の策定 市内全域を対象とし、ウォーキングロードやサイクリングロードに関する整備方針を策定し、ウォーキングマップやサイクリングマップを作成することで、市民の運動を促進する。</p> <p>3 SUKSKメニュー事業の実施する店舗の拡大 市民の健康づくりを支援し中心市街地の活性化を図るため、中心市街地の飲食店から市が定めた要件にあったメニューを募集し、監修後に認定する。SUKSKメニュー提供店を周知し、飲食することでポイントがたまり、市民に適切な塩分摂取や栄養バランスについて理解してもらうことにより、市民の健康寿命の延伸を目指す。</p> <p>4 たばこの煙のない中心市街地の環境づくりや子どもの受動喫煙防止対策の実施 飲食店経営者や市民向けに出前講座等の実施、子どもの受動喫煙防止条例周知チラシ及び禁煙ステッカーを作成し、受動喫煙に関する知識の普及啓発を通じ、望まない受動喫煙を防止する社会環境の整備を推進する。</p>	50,850,390	<p>1 健康ポイント事業SUKSK(スクスク)の拡大 (1)参加者数(令和4年3月31日現在) 6,864人(目標定員8,000名 85.8%) (2)参加者の構成 男女別では、男性が41%、女性59%。年代別では30代～50代で半数以上の58%を占め、当初の目的通り、働き盛り世代の参加者が多い。 (3)事業所参加数(延べ数) 事業所数54か所(昨年度+7か所) 参加者数946人(昨年度+317人) (4)事業所内での健康づくり支援 市内事業所の健康づくりの取組を冊子にまとめ、各事業所等に配布した。 また、アプリのメリットを活かし、コロナ禍でもできる健康づくりを提案してもらい、申出があった事業所にオリジナルグッズ等を提供し、事業所内での健康づくりに活用していただいた。</p>	指標①	アプリを活用した参加者のうち健康ポイント対象事業を週1回以上行った者の数	人	目標値	0	750	750	770	770	770
			指標②	中心市街地の歩行者通行量(前年比)	人	目標値	29,930	6,070	500	500	500	500		
指標③	山形市内の健康経営優良法人認定企業数	社	目標値	5	0	5	6	6	6					
指標④	中心市街地ヘルシーメニュー事業参加店舗で、ヘルシーメニューを食べた市民の数(延べ)	人	目標値	0	500	600	750	750	750					
			22,155,051	<p>2 健康増進ウォーキング及びサイクリングロード整備方針の策定 (1)有識者による検討会議を設置し、ウォーキング及びサイクリング環境の現状及び課題について整理した上で、今後の方向性及び取組について協議を行い、「山形市ウォーキング推進計画」及び「山形市自転車活用推進計画」を策定した。 (2)ウォーキングマップの作成 山形市健康づくり運動普及推進協議会と協力し、中心市街地や市内を巡る7つのウォーキングマップを新たに作成し、合計14種のマップを市内の公民館やコミュニティセンターで配布した。</p> <p>3 SUKSKメニュー認定事業の実施する店舗の拡大 協力店舗数17店(メニュー数66種)、合計27,317食</p> <p>4 たばこの煙のない中心市街地の環境づくりや子どもの受動喫煙防止対策の実施 飲食店経営者や市民向けに出前講座等の実施、子どもの受動喫煙防止条例周知チラシ及び禁煙ステッカーを作成し、受動喫煙に関する知識の普及啓発を通じ、望まない受動喫煙を防止する社会環境の整備を推進した。 成人式、市内小中学校において、子どもの受動喫煙防止条例周知チラシを配布。市民向けの講演会の実施等。</p>	地方創生に効果があった	KPI達成に有効であった	<p>健康ポイント事業について、目的としていた働き盛り世代の方に多く参加していただいているが、新型コロナウイルス感染症拡大のため、関係機関等による対象事業の中止により、指標①は達成できなかった。また、参加者数は目標の85.8%に留まった。 指標②の中心市街地の歩行者通行量については、新型コロナウイルスの影響による外出の機会の減少の影響も大きいと推測される。 指標③の健康優良法人の認定数や指標④のSUKSKメニューを食べた市民の数は目標を上回っている。飲食することで健康ポイントがたまることをポスター、チラシ及び広報等により定期的に周知啓発したことが利用拡大につながったと考えられ、合わせて、SUKSKメニュー認定店舗数も増加した。 その他、事業所の健康づくりの取組を照会する冊子や新たなウォーキングマップ、子どもの受動喫煙防止条例周知チラシ等を作成し、市民へSUKSK生活を推進するための周知啓発を行った。</p>	事業の継続	<p>健康ポイント事業SUKSKは、スマホで参加する方法の他、スマホがない方でも専用歩数計で健康ポイントをためる方法や、歩くことができない高齢者は介護予防手帳で参加することができるようにする等、18歳以上であれば誰でも参加できる事業である。しかしながら、令和3年度は新型コロナウイルス感染症の拡大により、国によるまん延防止等重点措置が継続される中、県独自の注意・警戒措置が講じられ、対象事業が中止となることが多く、歩数以外の健康ポイントをためることができない状況であった。新規参加者をいかに増やしていくことが課題である。今後は、フィットネスクラブとの連携やアプリを使ったイベント等を実施し、新規参加者を増やすための施策等について検討していく。事業所の健康づくりに関しても、アプリを活用した健康づくりを推進していくことで、KPIの達成を目指していく。</p>					
事業担当課による														
事業の評価					事業の評価		評価の理由			今後の方針		実績値を踏まえた事業の今後について		
事業効果		事業の評価		評価の理由			今後の方針		今後の方針の理由					

No	事業名 計画期間	事業概要	総事業費 【R3実績額】	事業の進捗状況 【令和3年度まで】	本事業における重要業績評価指標(KPI)の目標値と実績値									
			交付金充当経費 【R3交付額】		単位	指標	単位	開始前	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	
3	子や孫の代まで元気な山形を遺す産業再生計画 H31年4月～R5年3月(4年目)	<p>1 山形市売上増進支援センター設置、運営事業、 産業支援機関である山形市売上増進支援センター(以下、「売上増進支援センター」。)を開設運営する。売上増進支援センターは、センター長やITアドバイザー等を配置し、企業の「強み」を明確にして売上を向上させる相談業務を相談者に密着した伴走型で実施する。</p> <p>2 企業間連携ネットワーク事業 主に製造業を中心とする企業の販路拡大等を支援するため、山形大学と連携し多業種にわたる企業間連携を推進する仕組みづくりを行い、展示会等への共同出展等により域外からの受注の獲得を目指すとともに、域内での企業間取引の拡大を図る。</p> <p>3 サテライトゼミ開催事業 中小企業大学校仙台校及び金融機関との連携により、営業戦略や販路拡大等をテーマとしたサテライトゼミを開催し、「稼ぐ力」を養うための人材を育成する。</p>	68,409,105	<p>1 山形市売上増進支援センター設置、運営事業 H30.12.13にY-bizを開所し、H31.1.4から相談を実施している。</p> <p>2 企業間連携ネットワーク事業 村山総合支庁主催の企業間連携グループ勉強会に参加し、製造業における企業間連携の情報収集を行うとともに、機械要素技術展の出展者を募集し、域内の企業の取引の拡大を図った。 ・企業間連携グループ勉強会 令和元年12月19日 令和2年1月16日 令和2年度 コロナの影響により中止 令和3年度 コロナの影響により中止 ・機械要素技術展 令和3年2月3～5日 山形市内出展企業者 5社 令和3年度 コロナの影響により中止</p>	指標①	相談企業の内、製品の売上げが向上した企業数	者	目標値	0	54	162	72	72	72
					実績値	0	17	17	22	25				
				指標②	相談件数	件	目標値	0	180	540	1,000	150	330	
							実績値	0	398	1,733	1,601	1,171		
				指標③	相談企業の内、見本市等出展における商談成約件数	件	目標値	0	130	200	250	100	100	
							実績値	0	0	0	5	5		
					事業担当課による									
					事業の評価				実績値を踏まえた事業の今後について					
事業効果		事業の評価		評価の理由			今後の方針		今後の方針の理由					
地方創生に効果があった		KPI達成に有効であった		Y-bizのアドバイスを受けた商品やサービスが、様々なメディアに掲載されており、企業の売上げ増進につながっている。 指標①の製品の売上げが向上した企業数は、令和3年11月に実施した利用者アンケート時点のものであり、令和3年度末の件数は、もっと多いことが見込める。			事業の継続		多くの事業者が、繰り返し相談に訪れており、伴走型支援という目標については、達成されており、引き続き事業者支援を継続していく必要がある。 成功事例に触発され、新たなチャレンジャーが生まれるという好循環が形成されており、今後も企業の売上増進に効果があると考えられる。					

No	事業名 計画期間	事業概要	総事業費 【R3実績額】	事業の進捗状況 【令和3年度まで】	本事業における重要業績評価指標(KPI)の目標値と実績値									
			交付金充当経費 【R3交付額】		単位	指標	単位	開始前	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	
4	やまがたが育んできた文化や資源を活用した関係人口深化事業 R3年4月～R6年3月(1年目)	1 山形ブランドメンバーズ事業 ふるさと納税等を通して山形市に関わりを持った関係人口に対し、特産品や観光地、イベント、歴史・文化等に関する情報を継続的に発信し、それらの学習・体験を促すことで、山形ブランド等の認知度及びブランド力の向上並びに地域経済の活性化を図るとともに、山形市との関係性を高め、将来的な移住につなげることを目的として、以下の事業を実施する。 (1)仮想テーマパークの設定・広報(特設サイトの構築・運用) 山形市の多様な魅力を効果的に発信するため、本事業の基本となる世界観として、食・伝統工芸・観光地の3分野をエリアとする仮想テーマパークを設定するとともに、本事業の広報と手続き用の特設サイトを構築、運用する。 (2)山形ブランドメンバーズの募集 山形ブランド等に関する学習や体験を希望するプレミアム会員を募集する(抽選で500名)。 (3)オリジナルアプリの開発・運用 ①学習や体験のツールとして、山形ブランド等に関するオリジナルアプリを開発、運用する。 ②山形ブランド等に関するクイズやミニゲーム、スタンプラリーを楽しみながらポイントを貯めて、山形ブランド体験(ペア宿泊券や特産品)に応募できる。 ③アプリは誰でも利用できるが、プレミアム会員はポイント2倍とする。 (4)オリジナル情報誌の発行 モバイル端末を所有していないプレミアム会員向けの学習・体験のツールとして、山形ブランド等に関するオリジナル情報誌を年4回発行する。 (5)山形ブランドモニターの募集 プレミアム会員から直に山形ブランド等に触れてもらうきっかけとし、山形ブランド等の認知度及びブランド力の向上を図るため、山形ブランド等のモニターを募集し、アンケートを実施する。 (6)プレミアムチケットの発行 プレミアム会員から直に山形に来てもらうきっかけとするため、山形ブランド等を取扱う店舗や施設を利用できるプレミアムチケットを発行(抽選100名)し、アンケートを実施する。 2 オンデマンド事業 関係人口からの行動をただ受け身で期待するだけではなく、積極的に首都圏等に出向き、山形市の魅力を直接体験してもらうため、芋煮会などの出前事業や山形ブランドメンバーズ事業を案内する。	29,762,707	1 山形ブランドメンバーズ事業 (1)仮想テーマパークの設定・広報(特設サイトの構築・運用) 特設サイトの公開(5月25日) (2)山形ブランドメンバーズの募集 応募者数:761名 認定者数:500名 (3)オリジナルアプリの開発・運用 アプリの公開(8月1日) アプリダウンロード数:533回 山形ブランド体験応募:290人→当選:150人 (4)オリジナル情報誌の発行 発行回数:4回(7月、9月、12月、3月) 発行部数:4回*500部=2,000部 (5)山形ブランドモニターの募集 募集回数:4回(7月、9月、12月、3月) 応募:320人→当選:40人 (6)プレミアムチケットの発行 応募:105人→当選:100人 利用状況:43人 108店舗 551,000円(利用率30.6%) 2 オンデマンド事業 「東北復興応援展なかの(東京都中野区)」で1.3mの大鍋でも煮を調理・販売、山形ブランドメンバーズ事業のパンフレット配布 開催日 令和3年11月20日・21日 販売数 1,000食(完売)	指標①	アプリ各機能の利用回数	件	目標値	0	90,775	131,430	153,335		
					実績値	0	102,883							
			指標②		山形ブランド体験人数及びプレミアムチケット利用人数	人	目標値	0	135	135	135			
					実績値	0	98							
			指標③		関係人口からの山形ブランドに関する意見・提言数	件	目標値	0	370	420	470			
					実績値	0	288							
			事業担当課による											
			事業の評価					実績値を踏まえた事業の今後について						
			事業効果		事業の評価	評価の理由			今後の方針	今後の方針の理由				
			地方創生に相当程度効果があった		KPI達成に有効であった	これまで寄附金と返礼品のやりとりで終わっていたふるさと納税の寄附者と継続的なつながりを確保することができた。 指標②については、目標には及ばなかったものの、コロナ禍で山形を訪れにくい状況であったにもかかわらず、目標の7割を超える98人の関係人口の方から山形に来ていただくことができた。 アプリや情報誌を通して山形の様々な情報を受け取っていただき、ご意見をお寄せいただくことで関係性を高めることができ、「ふるさと納税をしたのはたまたまだったが、こうした取り組みで遠く離れた山形のことを少しずつだが、知ることができている」「積極的なビールのお蔭で山形市に親近感を持つことができ、山形市に関する知識が増えた」といったように、ねらいどおりの感想が多く寄せられている。			追加等更に発展させる	令和4年度は、地方創生推進交付金実施計画上、観光より踏み込んだ山形市の日常を体験してもらう年度に位置付けているため、クイズ・山形ブランド体験・モニター品の内容やプレミアムチケット利用店舗・施設を工夫し、山形市の日常体験を促していく。 また、広域的な情報の発信について利用者からの要望があったことを踏まえ、山形市の情報だけでなく、山形連携中枢都市圏の連携市町の特産品や観光地、イベント、文化・歴史、移住に関する情報についても共同発信を実施していく。				

No	事業名 計画期間	事業概要	総事業費 【R3実績額】	事業の進捗状況 【令和3年度まで】	本事業における重要業績評価指標(KPI)の目標値と実績値										
			交付金充当経費 【R3交付額】		単位:円	指標	単位	開始前	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目		
5	新「世界の蔵王」プロジェクト R1年4月～R5年3月 (3年目)	<p>本県において、令和3年8月11日(水)に第6回「山の日」全国大会を開催することが決定していたが、新型コロナウイルスの感染拡大の影響で令和4年8月10日～11日へ延期となった。</p> <p>同大会の開催に併せて、開催地である山形市、上山市、山形県及び関係団体等と”第6回「山の日」全国大会実行委員会”を組織し、蔵王を含めた県内全域の「やまがた百名山」の登山環境整備及び整備状況の把握・発信などの受入体制整備等を行うとともに、協議会と連携し、県版DMOによる蔵王を起点とした山岳ツーリズム・ヘルステツーリズム及び県内周遊ツアー等の推進、地域連携DMOと連携した蔵王の着地型旅行商品の造成、周辺市が連携したグリーン期の山岳イベントの開催による発信力の強化など、国内外(国外はアフターコロナ)に向けた戦略的な「情報発信・プロモーション」を展開していくなど、県内全域の山岳観光資源の磨き上げを行いつつ、蔵王を起点とした広域観光の推進に取り組む。</p>	5,055,000	<p>山形県、山形市、上山市及び関係団体等により第6回「山の日」全国大会実行委員会を組織し、大会の開催に向け準備を行った。</p> <p>1 実行委員会・運営委員会等の開催 2 視察等の実施(「山の日」記念全国大会(大分県)) 3 大会テーマ・大会ロゴマークの決定 4 広報活動 5 協賛募金活動</p>	指標①	本事業によって開発した旅行商品の売上金額	千円	目標値	0	0	5,600	8,400	11,200		
					実績値	0	0	1,713	集計中						
			指標②	本事業によって開発した着地型旅行商品への参加者数	人	目標値	0	0	360	540	720				
					実績値	0	0	229	集計中						
			指標③	蔵王における外国人宿泊者数(前年比)	千人	目標値	11.5	0	0.5	0.75	1				
					実績値	11.5	6.3	-17.5	-0.2						
			指標④	蔵王における山岳観光客入込数(前年比)	千人	目標値	200	0	0	0.55	1.1				
					実績値	200	-1.3	-99.7	集計中						
			事業担当課による												
			事業の評価						実績値を踏まえた事業の今後について						
事業効果	事業の評価	評価の理由				今後の方針	今後の方針の理由								
地方創生に相当程度効果があった	KPI達成に有効であった	事業は、第5回大会の延期による順延であり延期以外選択肢がなく、むしろ新型コロナウイルス対策に関しては令和3年度に大会開催するよりも令和4年度に開催するほうが良いとも考えられる。 新型コロナウイルスの出口対策を見据えた対策を講じて、確実な大会実施に向け準備を進めていく必要がある。				追加等更に発展させる	交付金充当事業としては実績がないが、交付金充当外の部分で山岳観光の誘致に資するツアーの造成と実施を行っており、事業効果は評価できる。外国人についても、訪日外国人に限らず在留外国人を含めた取組を強化していく。								