

## 地方創生関係交付金対象事業に係る外部検証結果

【事業実施年度：令和4年度】

### 1. 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 [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。

アプリの利用回数など、各指標が目標を大きく上回っており、KPI達成に有効だったと判断する。

山形の文化を守り継承していくこと、人口減少をくい止めることのためには、未来を担う若い世代の人々が鍵を握っていると思う。山形市民はもちろんのこと外国人を含む山形市民以外の若い人々にも、アプリという身近なコンテンツにより、山形市に興味を持ち、山形について知ってもらう方法で事業を展開したことは素晴らしいことである。今後もこの事業を通じて国内外に山形市や山形県のファンがますます増えていくことを期待している。

なお、山形まるごとマラソン大会の参加者などへも本事業のPRをしてはどうかという意見もある。

### 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— [健康増進課]

<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。

コロナの影響もあり、指標②の歩行者通行量は伸び悩んだものの、それ以外の指標は目標を上回っており総じてKPI達成に有効だったと判断する。

健康医療先進都市として、医療の充実だけではなく、まずは市民の健康「未病」に着目し、抵抗感のない「歩く」というところから事業を展開したのは、身近で実行のしやすさを感じる。今後はさらにより多くの市民に本事業を知ってもらえるよう周知徹底していただきたい。なお、ウォーキングイベントなどの実施の際にインストラクターを付けることも本事業実施に効果的だと思う。

### 3. (仮称) やまがたクリエイティブシティセンター「Q1」整備事業 [文化創造都市課]

<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。

歴史的な文化遺産である旧山形市立第一小学校校舎をおしゃれな空間にリノベーションし、山形市民に身近な、そして観光施設としても価値のある形で活用されていることは素晴らしい。今年度にはテナントの利用が100%になる見込であり、マルシェに多数の来場者が参加しているのもよく見かけており、地方創生に有効活用されていることがよくわかる。今後さらに賑やかな場所になるよう魅力ある企画が実行されていくことを望む。

### 4. クリエイティブプラットフォーム形成事業 [文化創造都市課]

<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。

ほとんどの指標で目標値を上回っており、KPI達成に有効だったと判断する。

児童が学ぶ学校の隣に、クリエイティブな人材が集い、新しい事業を生み出して「場」を作ったのは素晴らしい発想である。山形市でビジネスをすることを夢に掲げる子供達がどんどん出てくるような人材育成プログラムを実施していただきたい。なお、就活中の学生と地元企業のマッチングは必ずしも容易なことではないと思うが、今後もマッチングを根気よく進めていただきたい。

### 5. 介護発！魅力ある職場づくりによる YAMAGATA 発展プロジェクト [長寿支援課]

<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。

介護現場でカスタマーハラスメントを予防するには、行政と事業者が共通認識を持ち、統一の基準を設けるなど、マニュアル作成はその点で有効だと思う。

介護業界の人材不足は全国的にも深刻な問題であるが、この問題について、募集のみでは人材確保は困難なため「離職者を減らすにはどうするか」に着目し事業を展開したところは、将来的に問題を解決する鍵であることを感じた。施設従業者の給与を含む待遇改善に向けて、時間をかけてでもぜひ目標を達成していただきたい。

## 6. 子や孫の代まで元気な山形を遺す産業再生計画 [産業政策課]

<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。

コロナの影響もあり、売上向上等の具体的な成果を上げるまでには困難な部分もあるが、相談件数の伸びやメディアの関心の高まりなど、成果は上がりつつあると思う。

山形市民はなかなか「発展すること、向上すること」に思い切って踏み出せないタイプが多いように思うが、そうした市民に寄り添い、一緒になって夢を叶えるような事業を展開したことはとても素晴らしいと思う。成果がより多く出るように、Y-biz 利用者による成功例等を広く発信し、農業をはじめ、多くの産業が参加することを望む。

また、山形の主要産業であり、今後外国への輸出で成長し、地域経済をリードしてくれると期待される農業も含めて産業再生計画を構築していただきたい。

## 7. 新「世界の蔵王」プロジェクト [観光戦略課]

<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。

コロナのため、一年遅れではあったが、無事に第6回「山の日」全国大会を開催することができた。これだけをもってしても、KPI 達成に有効であったと判断するが、アフターコロナで一気に人が動きだした昨今、各事業の実績が今後上がるのは間違いないと思う。樹氷問題を解決する植林事業も、ツアーの一環にするなど、皆で蔵王を育てながら、日本はもとより世界へも蔵王の素晴らしさを PR してほしい。山の木の立ち枯れ問題なども各団体や各メディアが取りあげてきており、山への市民の関心は「山の日」全国大会を契機に高まってきていると思う。

## 8. 山形連携中枢都市圏 DMO 構築による広域観光促進事業 [観光戦略課]

<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。

ほとんどの指標で目標値を上回っており、KPI 達成に有効だったと判断する。

山形市の観光にこだわるのではなく、広い視点で事業を展開することは、ツアー利用者ニーズにもマッチしていて、来訪者数のさらなる増加と山形の魅力発信効果が望めると確信する。アフターコロナで、今後の実績値が上がることを期待する。

## 9. 東北六都市連携による伝統的夏祭りを活用した交流人口拡大プロジェクト [観光戦略課]

### <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。

コロナの中で一定の成果を上げられていると思う。Web サイトの利用で、これからの時代に合った方法での PR の実施は着眼点が素晴らしいと思うが、アフターコロナで、観光客が多く動き出すので、是非ブラッシュアップして、より若い人たちにも PR できる Web 活用を期待する。観光イベントや観光地のネットワーク化が東北全体の観光客誘致に大いに効果があると考えうるので、今後ともこの事業を継続していただきたい。

地方創生推進交付金に係る事業実施結果報告

【検証対象年度:令和4年度】

事業名 計画期間	事業概要	総事業費 【R4実績額】 交付金充当経費 【R4交付額】 単位:円	事業の進捗状況 【令和4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											
				指標	単位		開始前	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目			
				目標値	実績値										
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(2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 ・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。 ・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。 ・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市に来っ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向向き、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。	14,054,224	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(令和3・4年度) 特設サイトの構築・運用 (2)山形ブランドメンバーズの募集(令和3年度) 応募者数:761名 認定者数:500名(令和4年度) 応募者数:649名 認定者数:500名 (3)オリジナルアプリの開発・運用(令和3年度) 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(令和4年度) アプリダウンロード数:1,409回 山形ブランド体験応募:2,002人→当選:155人 (4)オリジナル情報誌の発行(令和3・4年度) 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)(令和3年度) 応募:320人→当選:40人(令和4年度) 応募:407人→当選:40人 (6)プレミアムチケットの発行(令和3年度) 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%)(令和4年度) 応募:132人→当選:100人 利用状況:55人 60店舗 777,000円(利用率43.2%)  2 オンデマンド事業 (令和3年度) 「東北復興応援展なかの(東京都中野区)」で1.3mの大鍋でいも煮を調理・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) (令和4年度) (1)「幸せを運ぶピアノコンサート～豊中の魅力と触れ合おう!～(大阪府豊中市)」にて、いも煮を調理・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4年10月23日 ・販売数 300食(完売) (2)「2022なかの東北応援まつり(東京都中野区)」でいも煮を調理・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4年10月29日・30日 ・販売数 1,400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				
				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				
				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				
				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	令和4年度は観光より踏み込んだ山形の日常を体験できるような事業を進め、山形ブランド体験として「冷やしラーメン」や「玉こんにゃく」「漬物」「どんどん焼き」といったソウルフードを多くの方に体験してもらうとともに、山形市のみならず、周辺自治体の観光地などをスタンプラリーのスタンプ地点に設定し、広域的に山形の魅力を発信することができた。 アプリのミニゲームを追加し、目標回数を大きく超える利用につなげることができた。 コロナ禍で山形を訪れにくい状況であったにも関わらず、ほぼ目標どおりの132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、「ふるさと納税がきっかけでアプリを利用するようになり、毎日のクイズで山形に詳しくなり、2回旅行した」「プレミアム会員として建設的な意見を出せるよう心掛けたい」「山形市が第2のふるさとなるようになってきた。応援しています」といったように、狙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5年度は、地方創生推進交付金実施計画上、ある程度の期間、山形市に滞在してもらう年度に位置付けているため、アプリの機能や、情報誌の内容等を工夫し、山形市への滞在日数の増加を促していく。 また、広域的な情報の発信について、山形市の情報だけでなく、山形連携中核都市圏の連携市町と連携を強化し、取り組みを更に推進していく。							

地方創生推進交付金に係る事業実施結果報告

【検証対象年度:令和4年度】

事業名 計画期間	事業概要	総事業費 【R4実績額】		事業の進捗状況 【令和4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 【R4交付額】	単位:円		指標								
		指標							単位	開始前	1年目	2年目	3年目
スクスク(SUKSK)生活 定着推進事業 —健康医療先進都市 の実現に向けて—	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1つとして、市民が健康づくり や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、 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者の増加、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。	44,709,283	1 SUKSK生活の周知及び健康ポイント事業SUKSK(スクスク)の拡大 (1)累計登録者数(令和5年3月31日現在) 9,859人(目標定員12,000名 82.2%) (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57%を占め、当初の目的通り、 働き盛り世代の参加者が多い。 (3)事業所登録数(延べ数) 事業所数60か所(R3年度+8か所) 登録者1,418人(R3年度+472人) (4)事業所内での健康づくり支援 アプリを活用した健康づくりを各事業所で計画してもらい、実施した 事業所には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 役立ててもらっている。	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
				実績値	0	980	256	458	1,196				
				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	
				実績値	29,930	-934	-3,624	-2,289	2,322				
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					
実績値	5	21	16	8	25								
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				
実績値	0	517	12,025	16,771	5,169	※暫定値							
H31年4月～R6年3月 (4年目)	2 健康増進のための環境整備 (1)ウォーキングマップの作成 ウォーキングマップを作成し、ウォーキングモデルコースの充実を図り、市民の日常生活における歩く習慣の定着を図る。 (2)SUKSKメニュー提供店の拡大 市民の健康づくりを支援するため、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、監修後に認定することで、健康的な食環境づくりを推進する。 認定メニューを飲食するとポイントがたまり、適切な塩分摂取や栄養バランスについて理解することができる。 (3)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 山形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、市民の運動を促進する。 (4)廃校を起点とした運動機会の創出 これまでモデル地区としていた中心市街地に加え、中山間地にある廃校がある地区もモデル地区とし、廃校を起点とした運動機会の創出を図る。  3 たばこの煙がない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行い、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。	22,354,641	2 健康増進のための環境整備 (1)ウォーキングマップの作成(R2～R4) 山形市健康づくり運動普及推進協議会と連携し、市内を巡る7つのウォーキングマップを新たに作成し、公民館やコミュニティセンターにおいて配布した。 (2)SUKSKメニュー提供店の拡大 協力店舗数18店(メニュー数81種)、合計食数34,482 (3)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 ・「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(R3) ・ウォーキング、サイクリングモデルコース設定ガイドライン及びサイクリングモデルコースの検討(R4) (4)廃校を起点とした運動機会の創出(R2～R4) ・ウォーキング、トレッキングイベント開催  3 たばこの煙がない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を実施。また、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等を作成し、成人式等において配布することで、受動喫煙に関する知識の普及啓発を行い、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。	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	指標①については、令和4年度途中から感染拡大に伴う様々な制限が解除されたことに伴い、各種イベント等が実施できるようになったことや、運動施設の利用をポイントの対象に追加する等の取組により、目標を達成することができた。健康ポイント事業については、多様な世代、特に働き盛り世代の方に多く参加していただくことができた。 指標②においても、街なかのイベントと連携し、健康づくりの一貫として中心市街地を歩くことの定着化を図ったことなどにより、達成することができた。 指標③では、事業所の健康づくりにアプリを活用できることを周知し、達成することができた。 指標④については、現在集計中であるが、達成できる見込みである。 その他、新たなウォーキングマップの作成、子どもの受動喫煙防止条例の周知を行う等、SUKSK生活に取り組んでもらうための啓発事業を実施したことも、事業目的の達成に有効であった。			追加等更に発展させる	令和4年度後半以降は、スマートフォンアプリを活用した新規登録者が増えた。こうした状況を踏まえて、二次元コードを利用してポイントを付与する事業など、スマートフォンを活用した取り組みをさらに増やしていく。また、健康経営優良事業所への働きかけなど、登録事業所を増やすことで登録者増を図っていく。SUKSKメニューにおいては、提供店を全市に広げ、健康的な食環境づくりを推進するなど、SUKSK生活に取組む市民を増やしていくこととしている。 これまでは、市民の健康寿命の延伸を図る中心的な取組として、アプリを活用し歩数等を可視化することで、健康に対する意識啓発に資する取組を推進してきたが、今後はマイナポータルとの連携やデータを活用したAIによる健康アドバイスを行う事業を検討し、市民の更なる行動変容を図るための環境整備を実施するものである。							

地方創生拠点整備交付金に係る事業実施結果報告

【検証対象年度:令和4年度】

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4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	
(仮称)やまがたクリエイティブシティセンター「Q1」整備事業  R3年7月～R4年3月 ※KPIはR7まで設定	本市の有する地域資源を活かした新たな価値の創出を図ることによって、クリエイティブ産業の創出及び既存産業をリブランディングするため、山形市立第一小学校旧校舎を拠点施設として整備するとともに、当該施設の運営主体となる組織の設立及びクリエイティブ人材と企業を繋ぐ仕組みづくりを一体的に行うもの。 本事業におけるクリエイティブとは、問い続けること、問うことで人の行動を誘発し現実を動かしていくことと定義している。施設の名称である「Q1」は、question1(問の一番目)という意味であり、施設に集まる人の対話等により、問い続け、良い問いを生みだしていくという思いを込めている。当該施設において、偶発的な出会いや会話を誘発し、問いを活発化させる環境を作り出す。	954,929,085	【交付金活用事業】(令和3年度) 山形まなび館として活用していた1階及び、スケルトン状態で未活用であった2・3階を含めて建物全体のリノベーションを実施した。 リノベーションにあたっては、建物が国登録有形文化財であることから、外觀の変更に配慮するとともに、エレベーターの新設等によるバリアフリー対応を行うことで、誰もが安心して利用できる空間を創出した。	指標①	(仮称)やまがたクリエイティブシティセンター「Q1」で実施する事業がきっかけで生まれたアイデアや商品、サービスの数	件	目標値	0	5	10	10	10	
					実績値	0	15						
					指標②	(仮称)やまがたクリエイティブシティセンター「Q1」の利用率	%	目標値	0	30	40	50	60
					実績値	0	88						
					指標③	人材育成プログラムの受講者数	人	目標値	0	100	200	200	200
					実績値	0	27						
		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	指標①及び②については、やまがたクリエイティブシティセンターQ1がオープンしたことにより、クリエイティブ人材と企業を繋ぐ仕組みづくりも軌道に乗り、目標値を大きく上回った。 指標③については、目標値に達していないが、令和5年度からは、定期開催のレギュラープログラムや短期間の集中プログラムなどを展開し、プログラムを充実させていく予定であるため、今後参加者の増加が期待できる。	予定通り事業終了	当初の計画どおり、施設整備が完了し、令和4年度9月に「やまがたクリエイティブシティセンターQ1」をオープンすることができたことにより、本事業を終了するが、今後も文化創造都市の推進を図るため、事業評価指標の目標達成に向けた取組を実施していく。					
		477,464,542	2 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(R3～R4) (1)施設の運営 ①創造都市推進に資するイベントの企画運営 ・Q1がセレクトした商品の紹介・販売やワークショップの企画を行った。 ②入居テナントのコミュニティ形成 定期的なテナント会議を実施し、テナント同士の交流を促している。 ③やまがた創造都市コンソーシアムの組成 組成を目指すサロンの実施 ④クリエイティブ人材と地元企業等のマッチング ⑤マルシェの開催 定期的にデイマルシェ・ナイトマルシェを開催し、当該エリアでの商売の可能性を可視化。 ⑥テナントリーシングの実施 ⑦オープニングイベントの開催及び広告の掲出 ・9月1日オープニングセレモニー開催 ・山形駅自由通路に大型フラッグの設置 ⑧施設利用者向けの駐車場の借上げ Q1向かいに駐車場(22台)を設置 (2)BTC人材の育成 クリエイターを招いた子ども向けワークショップ (3)クリエイティブシティのプロデュース ・シティプロモーション(動画配信) ・クリエイティブ会議の開催										

地方創生推進交付金に係る事業実施結果報告

【検証対象年度:令和4年度】

事業名 計画期間	事業概要	総事業費 【R4実績額】	事業の進捗状況 【令和4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 【R4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																																																													
クリエイティブプラットフォーム形成事業	<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> <p>8 映像によるシティプロモーションの推進 東北芸術工科大学と連携し、同大学に蓄積された映像技術を活用して、山形市の魅力を動画により発信する。</p>	57,724,091	<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(R1) 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(R1) (2)施設の実設計を実施(R2) (3)施設改修工事(R3)</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(R1) 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開催。 (2)クリエイティブシティセンターの試験的活用 ・ブックカフェの展開(R1~R2) ・クリエイティブシママーケットの開催(R1:1回) ・テナントリーシングの実施(R2) (3)創造都市推進事業の実施(R1:計10回、R2:12回、R3:14回)</p> <p>4 エリアブランディング事業(R2) (1)商品開発ワークショップの実施(4回) 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の開催(4回) 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 クリエイティブシティブランディング事業(R3) (1)クリエイティブ会議(4回) 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を配信。 (2)都市経営戦略検討会議(10回) 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策定に向けた検討会議を動画配信。</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(R4) (1)施設の運営 ①創造都市推進に資するイベントの企画運営 ・Q1がセレクトした商品の紹介・販売やワークショップの企画を行った。 ②入居テナントのコミュニティ形成 ・定期的なテナント会議を実施し、テナント同士の交流を促している。 ③やまがた創造都市コンソーシアムの組成 ・組成を目指すサロンの実施(1回) ④クリエイティブ人材と地元企業等のマッチング ・指標①のとおり ⑤マルシェの開催 ・定期的にディマールシェ・ナイトマルシェを開催し、当該エリアでの商売の可能性を可視化。 ⑥テナントリーシングの実施 ・テナント入居率87.5% ⑦オープニングイベントの開催及び広告の掲出 ・9月1日オープニングセレモニー開催 ・山形駅自由通路に大型フラッグの設置 ⑧施設利用者向けの駐車場の借上げ ・Q1向かいに駐車場(22台)を設置 (2)BTC人材の育成 ・クリエイターを招いた子ども向けワークショップ(2回) (3)クリエイティブシティのプロデュース ・シティプロモーション(動画配信)(2回) ・クリエイティブ会議の開催(1回)</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 (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) (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。(R3,R4) (3)大学生と市内企業の交流イベントを開催。(R4) (4)企業向けインターンシップ受入支援セミナーを開催。(R4)</p> <p>8 映像によるシティプロモーションの推進(R4) 山形市の豊かな自然や食、観光資源、歴史・文化等の動画を作成し、市内、首都圏及びWEB等で発信。</p>	<table border="1"> <tr> <td rowspan="2">指標①</td> <td rowspan="2">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 rowspan="2">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>実績値</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>15</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">指標②</td> <td rowspan="2">本事業をきっかけに起業した人の数</td> <td rowspan="2">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>実績値</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>2</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">指標③</td> <td rowspan="2">再生された物件の数</td> <td rowspan="2">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>実績値</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">指標④</td> <td rowspan="2">創造都市推進事業の実施回数</td> <td rowspan="2">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>実績値</td> <td>7</td> <td>4</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>3</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	15		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	2		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	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	3	
		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	15																																																														
		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	2																																																														
		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	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	3																																																														
		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	<p>指標①については、令和4年度にQ1がオープンしたことにより、クリエイティブ人材と企業をつなぐ仕組みづくりも軌道に乗り、目標値を大きく上回った。 指標②については、Q1スタッフとシェアオフィス入居者が起業し、目標を達成した。 指標③については、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が続いたことが大きく影響したと思われる。新型コロナウイルスの第5類への移行により今後の伸びに期待できる。 指標④については、映画祭のプログラムとして新設する「ユネスコ創造都市の世界」、Q1を会場とした「ぬり絵プロジェクト」、高齢者を対象とした「シアターコミセン」を新たに始めたことにより目標値を達成した。</p>	追加等更に発展させる	令和4年度に「やまがたクリエイティブシティセンターQ1」がオープンし、プラットフォームが形成された。 今後は、文化創造都市の推進をさらに加速するため、形成したプラットフォームを活かしながら、発展的に取り組んでいく。																																																																				



地方創生推進交付金に係る事業実施結果報告

【検証対象年度:令和4年度】

事業名 計画期間	事業概要	総事業費 【R4実績額】		事業の進捗状況 【令和4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 【R4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			目標値	実績値								
子や孫の代まで元気に山形を遺す産業再生計画  H31年4月～R5年3月 (5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>	53,796,965		<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。 (1)企業間連携グループ勉強会 (令和元年度)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 (令和4年度) コロナの影響により中止 (2)機械要素技術展 (令和2年度) 令和3年2月3～5日 山形市内出展企業:5社 (令和3年度) コロナの影響により中止 (令和4年度) 令和4年6月22～24日 山形市内出展企業:4社</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
		26,898,482		<p>3 サテライトゼミ開催事業 (令和元年度) テーマ:「販路開拓の考え方と進め方」 受講者:15名 (令和2年度) テーマ:「販路拡大のためのメディア活用」 受講者:5名 (令和3年度) テーマ:「組織を動かすコミュニケーション講座」 受講者:8名 (令和4年度) テーマ:「売上拡大のための営業戦略のつくり方」 受講者:8名</p>	指標②	相談件数	件	目標値	0	180	540	1,000	150	330
					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
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4年10月に実施した利用者アンケート時点のものである。令和3年度の件数と比較して低い数値となったが、件数に計上していない売上げが向上する見込みがあると回答があった件数については、令和3年度より増えている状況である。そういった状況のほか、アンケート時点では年度途中の件数であることから、令和4年度末の件数はもっと多いことが見込まれる。				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ため、交付金の計画期間終了後も事業を継続していく考え。							

地方創生推進交付金に係る事業実施結果報告

【検証対象年度:令和4年度】

事業名 計画期間	事業概要	総事業費 【R4実績額】 交付金充当経費 【R4交付額】 単位:円	事業の進捗状況 【令和4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									
				指標		単位	開始前	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	
				目標値	実績値								
新「世界の蔵王」プロジェクト  R1年4月～R5年3月 (4年目)	1. 第6回「山の日」全国大会の開催 開催地である山形市、上市市、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、山岳イベントを実施する。 ※本県において、令和3年8月11日に第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。  2. 蔵王を起点とした広域観光の推進 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う。 (1) 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 (2) 協議会と連携し、県域版DMOによる蔵王を起点とした山岳ツーリズム・ヘルスツーリズム及び県内周遊ツアー等の推進 (3) 地域連携DMOと連携した蔵王の着地型旅行商品の造成 (4) 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	12,705,000	1. 第6回「山の日」全国大会の開催 (1)山形県、山形市、上市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(R1) (2)山岳イベントの計画(R1～R3) (3)第6回「山の日」全国大会の実施(R4) 開催日:令和4年8月10日～11日 実施内容:記念登山、歓迎レセプション、記念式典、歓迎フェスティバル  2. 蔵王を起点とした広域観光の推進 (1)ブランドコンセプトの検討及びプロジェクト推進(R1～R3) (2)交流拡大に向けた受入体制整備(R1～R2) 多言語音声翻訳システム導入 (3)マーケティング調査及び観光資源開発(R2) 外国人来訪状況等調査、観光プログラムの開発等 (4)広域観光環境の整備(R2、R3) ・登山環境の整備 ・地域住民主体の登山環境整備活動等への補助等	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	0	0	5,600	8,400	11,200		
					実績値		0	0	1,713	2,164	7,566		
				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	0	0	360	540	720		
					実績値		0	0	229	245	1,315		
			指標③	蔵王における外国人宿泊者数(前年比)	千人	11.5	0	0.5	0.75	1			
			実績値		11.5	6.3	-17.5	-0.2	5.4				
			指標④	蔵王における山岳観光客入込数(前年比)	千人	200	0	0	0.55	1.1			
			実績値		200	-1.3	-99.7	-0.7	96.6				
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	新型コロナウイルス対策期間の開催ではあったが、感染症対策を講じたうえで実施したことで、一定の評価があった。 また、当該事業は、全国各地より山岳関係者はもとより、観光客が訪れることで、蔵王連峰をはじめとする山形県内の山岳観光のPRに寄与することができた。				予定通り事業終了	山形市において、令和4年度に「山の日」全国大会開催は終了したが、今後も県や周辺自治体と連携し広域的な山岳観光を推進していく						

地方創生推進交付金に係る事業実施結果報告

【検証対象年度:令和4年度】

事業名 計画期間	事業概要	総事業費 【R4実績額】	事業の進捗状況 【令和4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 【R4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											
山形連携中枢都市圏DMO構築による広域観光促進事業  R4年4月～R7年3月 (1年目)	<p>1. 山形連携中枢都市圏(7市7町)ブランディング事業 (1) 観光情報ポータルサイト「VISIT YAMAGATA」運営 情報サイトの運営によるファンの獲得、プロモーションの実施、造成旅行商品の販売を行うことで山形連携中枢都市圏の知名度を向上させる。 (2) DMOロゴの作成 共通ロゴの作成し、各市町が各々行っていたパンフレット等に記載することで認知度を高め、山形連携中枢都市圏の統一化されたブランディングを図る。 (3) 山形連携中枢都市圏(7市7町)ブランディング事業 山形連携中枢都市圏の7市7町が補完しあうことで、365日楽しむことができることをアピールできるコンテンツの整備を図る。また、高速道路を活用したアクセスの容易さを生かし、7市7町のアクティビティをはじめ、農業等とも連携した事業を行う。</p> <p>2. 観光地統計調査事業 (1) 観光地満足度調査 観光地統計調査を行う。 (2) デジタル人材育成事業 デジタルマーケティングの内製化ができる職員を育成し、DMOのマーケティング戦略を地域に還元する。</p> <p>3. コンテンツ開発事業 (1) アドベンチャーツーリズム推進事業 インバウンド向けを中心に、各市町のコンテンツ発掘・磨き上げを行い、インバウンドが関心をもつ山形連携中枢都市圏の文化、歴史等のストーリーを重視した旅行商品を作成する。 (2) 地域課題の洗い出し、関係者とのネットワークづくり 1次産業の担い手不足といった地域課題と体験を中心とした観光需要をマッチングさせた観光商品を作成することで、新たなビジネスの創出と地域課題の解決を目指し、あわせて地域課題を解決することができる地域のキーマン育成につなげる。</p>	13,773,923	<p>1 山形連携中枢都市圏(7市7町)ブランディング事業 (1) VISIT YAMAGATA運営事業 マーケティングエリアの拡大に伴い各市町の記事を新たに掲載し写真素材を収集 (2) DMOロゴ・デザイン作成事業 地域に根差す合意形成の象徴を作成するため、名刺等に利用できるロゴとデザインのガイドラインを策定 (3) デジタルマップ作成事業 観光情報に特化したマップレイアウトでユーザーが必要な情報をシンプルかつ効果的に発信 (4) やまがたエキナカマルシェ 山形駅東西自由通路の賑わい創出を目指し、JR山形駅とDMOさくらんぼ山形が共同しマルシェを開催 2 観光地統計調査事業 (1) 観光地満足度調査 7市7町における宿泊施設と立ち寄り施設にQRコードの設置を行った。(宿泊施設28施設 立ち寄り施設24施設) (2) 研修等 MEO対策、インバウンド対応を中心とした研修を実施 3 コンテンツ開発事業 (1) 7市7町アドベンチャーツーリズム(AT)推進事業 アドベンチャーツーリズムをInstagramにて発信し、車で訪れることができる場所を中心発信 (2) 会議等 担当者会議及び担当課長会議の実施</p>	指標①	観光消費額(宿泊客)	千円	目標値	13,607,819	20,407,819	27,207,819	34,007,819		
		指標②		観光情報ポータルサイト「VISIT YAMAGATA」セッション数	セッション	目標値	700,000	900,000	1,100,000	1,300,000			
		指標③		観光情報ポータルサイト「VISIT YAMAGATA」体験予約販売金額	円	目標値	3,000,000	3,300,000	3,600,000	3,900,000			
		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	<p>指標①については、コロナによる観光自粛のやインバウンド受入開始といった要因が重なり、目標を上回ることができた。 指標②については、継続的なSEO対策が奏功し、読まれるサイトとして成果を残すことができています。 指標③については、前年度に山形県が旅行促進キャンペーンを実施していたこともあり、旅行商品の販売額が伸びたため、前年比減となったものと考えられる。今後については、かんじきトレッキングといった自社商品の売り上げが伸びていることから、サイトを通じた販売は徐々に浸透しており、販売額の伸びが期待される。</p>			事業の継続	国内観光者とインバウンドは回復傾向にあるため、引き続き積極的なプロモーションと誘客を実施することで、観光消費額の増加が望める。特にインバウンドを対象としたプロモーションと商品造成を積極的に実施することで、インバウンド誘客を推進し、KPIである観光消費額達成に貢献したい。				

地方創生推進交付金に係る事業実施結果報告

【検証対象年度:令和4年度】

事業名 計画期間	事業概要	総事業費 【R4実績額】	事業の進捗状況 【令和4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 【R4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		
東北六都市連携による 伝統的夏祭りを活用した 交流人口拡大プロジェクト  R4年4月～R7年3月 (1年目)	1 情報発信 日本国内でも認知度の高い東北の夏祭り(青森ねぶた祭、盛岡さんさ踊り、仙台七夕まつり、秋田竿燈まつり、山形花笠まつり、福島わらじまつり)を入り口とした観光情報を発信するため、東北絆まつり東北文化の魅力WEBを拡充し、夏祭りに紐づく地域の風土や文化、食などの情報を掲載し、WEBやSNSを活用したプロモーションで誘導、接触を図り、認知を拡大させるとともに来訪意欲を増進する。  2 東北周遊デジタルスタンプラリー 東北域内の周遊を促進するため、来訪者、域内在住者を対象とした、デジタルスタンプラリーを実施する。東北の県庁所在地六市を中心にリリーススポットを設定し、祭りの楽しみ方や地域の見どころ、食を紹介することにより複数スポットの立ち寄り消費を促す。  3 新伝統文化「東北絆まつり」を活用した観光物産プロモーション 首都圏等において、「東北絆まつり」を活用した観光物産プロモーションを行う。六市が連携した観光物産プロモーションの実施により、東北一体となった文化や四季を通じた魅力発信し、強い印象を与えることで、訪問意欲を向上させ、来訪に繋げる。 ① 東北絆まつりステージ 各祭りそれぞれの実演と、一体となった東北絆まつりパフォーマンスを行う。合間には東北の紹介トークイベントなどを行い、東北一体となった文化や魅力発信する。 ② 観光物産展、伝統工芸体験等 地域ならではの物産品の販売、伝統工芸体験(こけしの絵付け等)を通して、東北の魅力に触れていたいただき、認知度を高める。 ③ 観光PRコーナー 観光パンフレット等の配布と、各市観光担当者による観光情報紹介と各種案内。  4 夏祭り等旅行商品造成販売促進 各祭りにおいて、旅行行程に組み込める有料体験プログラムを開発し、商品造成・販売意欲のある旅行会社に卸し、旅行会社ではそれを旅行行程に組み込み販売することで、東北における体験交流人口の増加を図る。	4,773,756	1 情報発信 ・東北祭りと伝統文化Web更新 ・各夏祭りで実施しているSNS等の集約発信  2 デジタル周遊スタンプラリー ・東北6県デジタルスタンプラリー ・食に特化した周遊促進  3 「東北絆まつり」を活用した観光物産プロモーション ・なかの東北応援祭(東京) ※東北復興大祭典なかのより名称変更 期 日:令和4年10月29日(土)・30日(日) 会 場:東京都中野区 中野サンプラザ広場 ほか 派遣人数:花笠踊り手・太鼓・ミス花笠 計14名、事務局3名(山形市) 他、東京事務所及び山形ブランド推進課と連携し、観光PR及び物販ブース出展 ・うえの桜フェスタ 期 日:令和5年3月24日(金)～26日(日) 会 場:東京都台東区上野 上野恩賜公園周辺 派遣人数:花笠踊り手・ミス花笠 計23名、事務局3名(山形市)  4 夏祭り等旅行商品造成販売促進 ・各夏祭り有料体験プログラム開発 各夏祭り有料体験プログラムの開発	指標①	東北の県庁所在地六市延べ宿泊者数	人泊	目標値	10,200,000	14,400,000	14,700,000	15,000,000		
			実績値	10,200,000	集計中								
		指標②	夏祭り(青森ねぶた祭、盛岡さんさ踊り、仙台七夕まつり、秋田竿燈まつり、山形花笠まつり、福島わらじまつり)入込数	人	目標値	0	8,790,000	8,970,000	9,150,000				
			実績値	0	4,112,000								
	指標③	観光物産プロモーション実施回数	回	目標値	0	2	2	2					
	実績値	0	2										
	指標④	スタンプラリー参加者数	人	目標値	0	1,000	1,000	1,000					
	実績値	0	2,279										
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	指標①②については、感染拡大防止のため主催者側で開催規模縮小や参加者の制限を行ったことにより、コロナ禍前と比較して夏祭り入込数が減少し、目標未達成となった。 指標③については、一部コロナの影響により出展が中止になったものもあったが、目標を達成することができた。 指標④については、スタンプラリーの参加者が目標の倍となり周遊促進に大きく寄与した。 令和5年度に各祭りが4年ぶりに通常開催となり、令和6年度までに最終的な目標は達成となる見込みである。			事業の継続	旅行需要は回復傾向にあり、積極的なプロモーションを実施していく必要がある。そうした中、東北六市が一体となり東日本大震災からのさらなる復興を目指し開催される「東北絆まつり」において、東北の文化伝承と本市観光のPRを行うことは、本市の観光客誘客に効果的であることから、プロモーションを中心とした本事業を継続して実施する。							