

# 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5年度】

## 1. 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。

健康ポイント事業 SUKSK（以下、SUKSK）の市民への周知のため、参加事業所の増加、ウォーキングマップの作成、ウォーキングイベントの開催、SUKSK 提供店の拡大など、多数の努力が見られた。昨年の山形まるごとマラソン大会などでも SUKSK の宣伝効果は十分にあったと思う。こうした事業展開の結果、すべての重要業績評価指標（KPI）が達成された。継続中の事業もあり、今後の発展も十分見込まれる。

## 2. 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。

やまがたクリエイティブシティセンターQ1（以下 Q1）を活用した様々なイベントを企画し、実行している。さらに多くの市民に利用してもらうため、レンタルスペースの多様な利用方法等についての広報活動も必要だと思う。また、他自治体等からの大人数の視察を受け入れるために、大型バスの駐車スペースも必要ではないか。

## 3. 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。

定住人口から関係人口増加への考え方のシフトチェンジは人口減少時代になつた素晴らしい

考え方である。アプリの活用による県内外の方々へのアプローチ、宿泊券を含めたブランド体験、プレミアムチケット発行など、山形をより多く体験してもらう様々な事業を展開しており、結果を出している。今後、さらに期待したい。

#### 4. 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。

難しい課題にも関わらず、前向きな事業を実施し、介護現場の情報交換や意見交換などに取り組み、地道ながらも実績値が良い傾向になっており評価できる。介護事業の最大の問題は人材の確保である。そのためには、働きやすい職場であることはもとより、給与を含めた処遇改善が不可欠である。介護職員の処遇改善については、国の今後の出方を待たざるを得ないが、市で取り組めることは是非国に先んじて取り組んでいただきたい。

#### 5. 山形連携中枢都市圏 DMO 構築による広域観光促進事業 [インバウンド推進室]

<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。

アフターコロナやインバウンドのおかげもあり、飛躍的に良い結果が出ていて評価できる。今後は「観光地満足度調査」の結果を活かして、継続的に良い実績値が出るよう、各種事業をブラッシュアップして行っていただきたい。

#### 6. 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。

六都市が連携して事業を実施しているのはこの他にはないと思う。何よりもこの事業が東北6県

の一体感＝絆を醸成していることを高く評価したい。これからは外国を含め東北内外に広報・宣伝し、東北の地に一人でも多くの人々が足を運んでいただくのを期待したい。

## 7. 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。

ラーメンに特化した事業は、ゴールデンタイムの全国のニュースでも取り上げられるくらい山形を有名にした。ラーメンは今や日本人だけでなく外国人にも愛される食文化になった。それゆえ、山形市内のラーメン店を紹介するためのポータルサイトの多言語化は、外国人観光客の誘客にも効果的な試みであると思う。今後は市民が一丸となって本事業を推進していくことを期待している。

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5年度】

参考資料

No.	1	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	健康増進課、こども未来課、企画調整課
事業名	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—			総事業費:円 (R5実績額)	45,348,000円
計画期間 (開始○年目)	平成31年4月～令和6年3月(5年目)			うち交付金充当経費 (R5交付額):円	22,057,182円

1. 事業の概要	2. 事業の進捗状況(令和5年度まで)
<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 (1)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、具体的な取組を進めている。 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、参加事業所の健康づくり支援等を行う。</p> <p>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、市が定めた要件にあったメニューを飲食店から募集し、監修後にSUKSKメニューとして認定することで、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。</p> <p>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 (1)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。</p>	<p>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6年3月31日現在) 13,761人(昨年度+3,902人) (2)参加者の構成 男女別では、男性が42.5%、女性57.5%。 年代別では30代～50代で半数以上の62%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82か所(昨年度+12か所) 登録者1,675人(昨年度+256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。</p> <p>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 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 協力店舗数延べ22店(メニュー数延べ102種)、合計食数42,421</p> <p>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 (1)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。</p>

4. 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
<p>新型コロナウイルスの5類移行に合わせて多様な新規取組やプロモーションを実施し、過去最高の健康ポイント事業の新規登録数達成とともに指標①を達成することができた。指標②においても、街なか回遊のイベントを複数実施し達成することができた。指標③については、事業所や地域向けのSUKSK生活出前講座を創設し、企業の健康経営を啓発することで達成することができた。指標④については、SUKSKメニューの提供を広く呼びかけ新規提供店舗を4店舗増やし、達成することができた。</p> <p>その他、インストラクターを配置したウォーキングイベントも新規に実施した。また、SUKSKに関する取組が高く評価され、国が主催する「第12回健康寿命をのぼそう！アワード」において厚生労働大臣最優秀賞を受賞することができた。</p>
5. 事業の今後について
(1)今後の方針
追加等更に発展させる
(2)今後の方針の理由
<p>市民へのSUKSK生活の定着を更に推進していくとともに、企業等と連携し、タイアップキャンペーンの実施やイベントの共催等、官民連携による健康づくりを推進していく。</p> <p>また、歩くためには足の健康が不可欠であることから、フットケアの専門家であるSUKSKマイスター（SUKSK生活に関連する分野の第一人者として市が委嘱した方）と連携し、足の健康に特化した健康づくりを企画・推進していく。</p> <p>また、SUKSKアプリについては、マイナポータルと連携し、健康診断データを取得可能にするとともに、健康診断データと歩数データ等をAIが分析して健康アドバイスを行う機能を実装するなど、当事業を更に発展させていく。</p>

3. 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	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						指標③	山形市内の健康経営優良法人認定企業数					
	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)		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	750	750	770	770	770	目標値(社)	5	0	5	6	6	6
実績値(人)	0	980	256	458	1,196	1,060	実績値(社)	5	21	16	8	25	12
指標②	中心市街地の歩行者通行量(前年比)						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)					
	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)		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)	29,930	6,070	500	500	500	500	目標値(人)	0	500	1,100	1,850	2,600	3,350
実績値(人)	29,930	△934	△3,624	△2,289	2,322	3,841	実績値(人)	0	517	12,025	16,771	5,169	7,939

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5年度】

参考資料

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	文化創造都市課、産業政策課
事業名	クリエイティブプラットフォーム形成事業			総事業費:円 (R5実績額)	48,894,368
計画期間 (開始○年目)	平成31年4月～令和6年3月(5年目)			うち交付金充当経費 (R5交付額):円	24,447,184

1. 事業の概要	2. 事業の進捗状況(令和5年度まで)
<p>山形市は、クリエイティブな(多彩な地域資産を活かした創造的)活動の蓄積やそれを活かした地域産業の持続可能な発展の可能性が評価され、ユネスコ創造都市ネットワークに(映画分野で)加盟している。そのことを強みとして、地元企業等とクリエイティブ人材をつなぐプラットフォームを形成し、新たな商品、サービス等の価値を創出することで、地域経済の発展を図り、持続可能な発展を目指していくもの。</p> <p>具体的な事業内容は以下のとおり。</p> <p>1 クリエイティブネットワーク形成事業(2019年度実施事業) (1)本事業を促進するために、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の形成を図る。</p> <p>2 拠点施設試験的運営事業(2019,2020年度実施事業) (1)山形市中心市街地に位置する市立第一小学校の旧校舎を整備した創造都市の拠点施設「やまがたクリエイティブシティセンターQ1」(以下[Q1]と表記。)を、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ために、展示会やマルシェ、ワークショップなどの開催を通して施設の試験的運営を行う。</p> <p>3 エリアブランディング事業(2020年度実施事業) (1)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>4 クリエイティブシティブランディング事業(2021年度実施事業) (1)クリエイティブネットワークの形成及び山形市のクリエイティブシティとしてのブランディングを図る。</p> <p>5 拠点施設整備事業(2019～2021年度実施事業) (1)2019年度に基本設計、2020年度に実施設計、2021年度に全体工事を実施する。</p> <p>6 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(2020～2023年度実施事業) (1)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>7 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(2022,2023年度実施事業) (1)施設の管理運営 ・施設を効果的に運営するためのスタッフを配置し、様々な企画、運営を行う。 ・Q1にテナントとして入居する事業者の誘致や入居者間のコミュニティの形成を図る。 ・地域資産を活用して新たな商品やサービス等を創出するための、入居者や利用者のマッチング及びその支援を行う。 ・マルシェ等、施設を活用したイベントの実施や市民の目に触れる場所へ広告を掲出することで施設利用者の増加を図る。 ・施設周辺の駐車場を借り上げ、利便性を高める。</p> <p>(2)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。</p> <p>(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、山形市の地域資産及び地域資産を活用して新たに創出した商品・サービス等を周知するプロモーションを行う。</p>	<p>1 クリエイティブネットワーク形成事業(2019年度実施事業) 企業や団体・個人を招いた公開ディスカッションや、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した。(2019年度)</p> <p>2 拠点施設試験的運営事業(2019,2020年度実施事業) ・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、団体を募り、リノベーションに関する勉強会を開催した(2019年度)。 ・施設内で、文学に関するイベントなど、Q1を活用した創造的活動を促進する事業を実施した。(2019年度、2020年度) ・Q1に入居するテナントの誘致を開始した。(2020年度) ・施設を活用して、ユネスコ創造都市としての各種事業を実施した。(2020年度)</p> <p>3 エリアブランディング事業(2020年度実施事業) 本事業の効果を中心市街地全体へと波及させるために、関係者と商品開発を検討するワークショップや、検討会議を開催した。(2020年度)</p> <p>4 クリエイティブシティブランディング事業(2021年度実施事業) 山形市の創造都市としてのブランディングを目的とした公開講座や動画配信を行った。(2021年度)</p> <p>5 拠点施設整備事業(2019～2021年度実施事業) 2019年度に基本設計、2020年度に実施設計を行い、2021年度に施設の改修工事を行った。</p> <p>6 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(2020～2023年度実施事業) ・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した。(2020年度) ・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。(2021年度、2022年度) ・大学生と市内企業の交流イベントを開催した。(2022年度) ・企業向けインターンシップ受入支援セミナーを開催した(2022年度、2023年度) ・市内企業と大学生のマッチングイベントを開催した。(2023年度) ・学生向けインターンシップセミナーを開催した。(2023年度)</p> <p>7 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(2022、2023年度実施事業) 2022年度 (1)施設の管理運営 ・Q1の管理運営やテナントの誘致を行った。 ・2022年9月1日のQ1オープンに伴い、オープニングセレモニーを実施した。 ・人通りの多いJR山形駅の東西自由通知に施設を周知する広告物を掲出した。 ・利便性向上のために施設周辺の駐車場を借り上げた。</p> <p>(2)人材の育成 創造的活動の担い手を育成するワークショップを開催した。</p> <p>(3)クリエイティブシティのプロデュース ・地域資産の魅力を発信する動画を制作した。 ・創造的活動の先進事例を学ぶ会議を開催した。 ・創造都市を推進する人的ネットワークの構築を目指す検討会議を開催した。 ・地域資産を発掘、発信するマルシェを開催した。</p> <p>2023年度 (1)施設の管理運営 ・Q1の管理運営やテナントの誘致を行った。 ・利便性向上のために施設周辺の駐車場を借り上げた。 ・地元住民等に運営状況を説明し、意見交換をする懇話会を開催した。</p> <p>(2)人材の育成 創造的活動の担い手を育成するワークショップを開催した。</p> <p>(3)クリエイティブシティのプロデュース ・地域資産の魅力を発信する動画を制作した。 ・創造的活動の先進事例を学ぶ会議を開催した。 ・創造都市を推進する人的ネットワークの構築を図るため、新たなチャレンジをする市内企業のインタビュー動画を制作し配信した。 ・若手俳人を招いた基調講演などのイベントを実施した。</p>

3. 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	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						指標③	再生された物件の数					
	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)		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	1	3	7	7	10	目標値(件)	0	0	1	2	2	2
実績値(件)	0	1	4	5	15	35	実績値(件)	0	0	1	0	0	1
指標②	本事業をきっかけに起業した人の数						指標④	創造都市推進事業の実施回数					
	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)		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	0	1	2	2	2	目標値(回)	7	3	1	1	3	1
実績値(人)	0	1	1	1	2	3	実績値(回)	7	4	2	2	3	1

4. 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
<p>・指標①については、2022年度(4年目)にQ1がオープンしてから、積極的なテナント誘致や、Q1を起点とした創造都市の推進事業を実施した結果、3年目までよりも数字が伸びて、目標値を上回る結果となっている。</p> <p>・指標②については、Q1のスタッフによる起業や、Q1内のシェアオフィスへの入居を機とした起業が実績となり、目標を達成した。</p> <p>・指標③については、Q1にテナントとして入居している事業者やマルシェ等のイベントに出展している事業者が、Q1周辺エリアで既存施設をリノベーションして事業展開した数値である。2022年度(4年目)以前は、新型コロナウイルス感染症に伴う経済活動の制限の影響で目標達成しなかったと捉えているが、5年目にはイベント出展者が、Q1周辺で空き物件を再生し、店舗を営業している。今後も、入居者や利用者に対する支援を広げていく。</p> <p>・指標④については、本事業をきっかけとして、山形市の創造都市としての知名度が向上し、山形市内で創造都市としての活動が広がることを目指して、この指標を掲げている。5年目も、山形市創造都市推進協議会が、新規事業を実施した。</p>

5. 事業の今後について
(1)今後の方針
追加等更に発展させる
(2)今後の方針の理由
Q1を起点とした創造都市の更なる推進を図るため、地域資産や技術力等の新たな活用方法についてアイデアを募集するコンペの開催や、新たに生み出された商品・サービス等を周知するための見本市の開催など、Q1を活用して、地域資産から新たな価値(商品・サービス等)を創出する取り組みを実施していく。

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5年度】

参考資料

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	ブランド戦略課
事業名	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			総事業費:円 (R5実績額)	14,465,816
計画期間 (開始○年目)	令和3年4月～令和6年3月(3年目)			うち交付金充当経費 (R5交付額):円	7,232,908

1. 事業の概要	2. 事業の進捗状況(令和5年度まで)
<p><b>1 ブランドメンバーズ事業</b> 【事業の目的】 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オリジナルのアプリや情報誌等により継続的に発信し、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。</p> <p>【事業の背景】 1 山形市においては、全国各地から多くの寄附が寄せられているが、寄附金と返礼品のやりとりだけでなく、寄附者との継続的なつながりや関係を深化させる取組が課題となっている。</p> <p>2 令和3～5年度はデジ田交付金(地方創生推進タイプ)を活用し実施してきたが、令和5年度における企業版ふるさと納税を併用する。</p> <p>3 デジ田交付金の実施計画、以下のとおり位置づけている。 ・令和3年度:山形ブランド体験・Trialステージ(山形市へ訪れたことのない方から来てもらう) ・令和4年度:山形ブランド体験・Regularステージ(観光より踏み込んだ山形市の日常を体験してもらう) ・令和5年度:山形ブランド体験・LongStayステージ(ある程度の期間、山形市に滞在してもらう) ・令和6年度:山形ブランド体験・PRステージ(自ら山形ブランドの魅力をPRしてもらう)＜予定＞</p> <p>4 アプリ利用者の増加に伴い、山形ブランド体験の当選率が低くなっており、利用者から当選数を増やしてほしいとの声が多数寄せられている。</p>	<p><b>1 特設サイト運用業務</b> (1)本事業の基本的な世界観として、山形市の特産品や観光地、イベント等をテーマとした仮想テーマパークを設定するとともに、本事業の広報及び各種手続き用の特設WEBサイトを運用する。</p> <p><b>2 オリジナルアプリの開発・運用業務</b> (1)山形に関するクイズやミニゲーム等でポイントを貯めて山形ブランド体験(宿泊券や特産品)に応募できるアプリを公開、運用する。 (2)会員自ら山形ブランドをPRする機能等の追加(想定:年4回SNSにおいて山形ブランドをテーマとしたコンテストを実施し、参加者全員へポイントを進呈し、入賞者へは景品を進呈) (3)令和5年度は山形ブランド体験・LongStayステージ(ある程度の期間、山形市に滞在してもらう)ことを目標にアプリを改修し滞在期間を延ばすと共に関係人口の増加に繋げた。 (4)滞在数ランキング アプリ内に滞在数ランキングを公開。宿泊数に応じてポイントを獲得。取得したポイントで山形ブランド体験。 (5)山形ブランド体験 宿泊券など、山形市に集客・滞在するアイテムを準備。 (6)情報誌の発行 ブランド体験に合わせ、年4回情報誌を発行し。誘客を促進させる。 (7)プレミアムチケット発行 山形への来訪のきっかけとして、山形ブランドを取り扱う店舗や施設で使用できるチケットの発行。</p>

4. 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
令和5年度はLongStayステージと位置づけ、山形に滞在してもらう子を目標に、滞在数ランキング等のアプリの改修や、宿泊券を含めたブランド体験、プレミアムチケット発行などを行い、より山形を体験していただけるよう事業を展開できた。アプリ利用者も増加し、アプリ機能の利用回数は目標値を大きく上回った。
5. 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
令和6年度は、PRステージ(自ら山形ブランドの魅力をPRしてもらう)に位置づけ、ブランドメンバーズの皆さんから県外の観光客の目線で山形をPRしていただくことを目標にアプリを改修し、関係人口の増加に繋げていく。

3. 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	アプリ各機能の利用回数						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					
	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)		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	90,775	131,430	350,000			目標値(件)	0	370	420	470		
実績値(件)	0	102,883	339,253	470,638			実績値(件)	0	288	385	460		
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												
	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	135	135	135									
実績値(人)	0	98	132	99									

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5年度】

参考資料

No.	4	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	長寿支援課
事業名	介護発！魅力ある職場づくりによるYAMAGATA発展プロジェクト			総事業費:円 (R5実績額)	9,265,816円
計画期間 (開始○年目)	令和4年4月～令和7年3月(2年目)			うち交付金充当経費 (R5交付額):円	4,632,908円

1. 事業の概要	2. 事業の進捗状況(令和5年度まで)
<p>高齢者介護を支える人的基盤である介護人材の確保が喫緊の課題であり、この課題解決に向けてデジタル化を含む生産性向上のモデルとなる事業所づくりを中心とした介護現場の革新に向けた取り組みを総合的に進める。</p> <p>1 関係機関との協議 (1)山形市介護人材確保推進協議会において、介護現場の革新に向けた総合的な取組みについて協議し事業を効果的に進める。</p> <p>2 生産性向上 (1)生産性向上モデル事業 介護現場の生産性や働きがいを高めるため、生産性向上モデル事業の伴走支援、ロボット・ICT導入支援を行う。また、モデル事業所の取組みを全国へ発信し、生産性向上の取組みの促進を図る。 (2)生産性向上フォローアップ研修 生産性向上の取組を行った介護事業所等に対し、フォローアップ研修を実施する。 (3)生産性向上人材育成事業 モデル事業所の職員を含めたアドバイザーチームを組織し、生産性向上の普及、セミナーを行い、チーム育成を図る。 (4)生産性向上普及啓発事業 介護業界への生産性向上の浸透に向けた取組を行う。また、介護業界以外の他業界への横展開もを行い、事例やノウハウの情報共有を図り、市内の各業界の生産性向上につなげていく。</p> <p>3 介護の魅力発信 (1)Yamagata KAiGO-LiNK事業 介護職員の離職防止、介護人材の確保につながる仕組みづくりを行う。SNSを活用し、学生等が将来的に自らが介護の魅力発信等の分野で活躍できる人材になるような仕組みを構築する。</p> <p>4 外国人材の受入環境整備 (1)外国人材が住まいを確保し、安心して働けるよう、山形市居住支援協議会を設立し、住まいの確保等に関する取組を行う。</p> <p>5 若年者の雇用促進 (1)介護の職業体験イベント 介護サービス事業者団体と連携し、中高生を対象にした、介護の職業体験や介護の魅力発信イベントを開催し、介護職の理解とイメージ刷新を図る。</p> <p>6 ハラスメント対策 (1)ハラスメント対策研修 介護現場で働く職員の安全を確保し、安心して働き続けられる労働環境を築くため、他機関と連携し利用者やその家族等からのハラスメント対策に向けた研修を実施する。 (2)ハラスメント相談担当者スキルアップ研修 ハラスメントを受けた職員に対するケアスキルを向上させるためのラインケア研修を実施し、直接ハラスメントを受けた職員の離職防止を図る。</p>	<p>1 関係機関との協議 (1) 山形市介護人材確保推進協議会の開催 令和5年度 第1回開催 R5年9月28日、第2回開催 R6年2月14日</p> <p>2 生産性向上 (1)生産性向上モデル事業 令和5年度にモデル事業所を3事業所選定し、伴走支援及び介護現場の業務改善成果報告会を開催した。 山形県と連携し、県地域医療介護総合確保基金の活用による、ロボット・ICTの導入支援の周知を行った。 (2)生産性向上フォローアップ研修 令和4年度のモデル事業所である1事業所に対し、改善活動の定着支援を行った。 (3)生産性向上人材育成事業 介護現場での課題等を他事業所同士で共有、相談し合うことで生産性向上につなげる取組みとして、生産性向上コミュニティを立ち上げ、セミナー終了後にコミュニティ対話会を行った。 R5年8月30日、R6年2月9日 (4)生産性向上普及啓発事業 介護事業所向け生産性向上セミナーの開催 R5年8月30日、R6年2月9日 他業界向け生産性向上セミナーの開催 R6年3月4日</p> <p>3 介護の魅力発信 (1)Yamagata KAiGO-LiNK事業 SNSアカウントを構築し、テスト運営を行った。介護職養成校から本事業への学生の参画・協力の承諾を得た。</p> <p>4 外国人材の受入環境整備 (1)山形市住宅確保要配慮者居住支援協議会の開催 令和5年度 第1回開催 R5年11月27日、第2回開催 R6年3月15日</p> <p>5 若年者の雇用促進 (1)介護の職業体験イベント KAiGOのおしごとひろばの開催 R5年6月24日 車いす移動・歩行介助の介護体験、介護職員のポートレート展示、介護職就職相談、介護職養成校の学校紹介</p> <p>6 ハラスメント対策 (1)ハラスメント対策研修の開催 R6年3月28日 (2)ハラスメント相談担当者スキルアップ研修の開催 R6年2月26日</p>

4. 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
<p>・指標①については、採用者数を離職者数が上回り、10人の減(増加率△0.3%)と、依然として必要職員数の確保は厳しい状況となっている。</p> <p>・指標②については、目標に達しなかったが着実に導入割合が増加しており、事業期間通算の延べ導入割合は48.3%と約半数に達している。</p> <p>・指標③についても、目標に達しなかったが着実に事業所数が増加しており、調査結果によると「今後マニュアルを作成する予定がある」と回答した事業所が約3割あった。</p> <p>※各指標については、介護サービス事業者等実態調査(162法人・615事業所へ調査)より集計</p>
5. 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
<p>高齢者人口の増加と、労働力人口の減少など、介護人材の慢性的な不足に対応するため、人材確保の総合的な取組みを継続して行うとともに、より一層推進する必要がある。</p> <p>今後も、多様な関係機関で構成する「山形市介護人材確保推進協議会」において協議を行いながら、介護の魅力発信や職業体験の実施、生産性向上に向けたモデル事業を通じた魅力ある職場づくりなど、山形市独自の取組みを総合的に進めていく。</p>

3. 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	介護事業所の職員増加数						指標③	ハラスメント対策マニュアル作成事業所数					
	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)		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)	△45	160	320	480			目標値(所)	0	120	180	300		
実績値(人)	△45	△33	△10				実績値(所)	0	159	78			
指標②	介護事業所におけるロボット・ICT導入割合												
	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(%)	16.1	11.0	16.0	27.0									
実績値(%)	16.1	19.9	12.3										

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5年度】

参考資料

No.	5	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	インバウンド推進室
事業名	山形連携中枢都市圏DMO構築による広域観光促進事業 【寒河江市、上市市、村山市、天童市、東根市、尾花沢市、山辺町、中山町、河北町、西川町、朝日町、大江町、大石田町との広域連携事業】			総事業費:円 (R5実績額)	12,535,058
計画期間 (開始○年目)	令和4年4月～令和7年3月(2年目)			うち交付金充当経費 (R5交付額):円	6,267,529

1. 事業の概要	2. 事業の進捗状況(令和5年度まで)
<p>1 山形連携中枢都市圏(7市7町)ブランディング事業</p> <p>(1)VISIT YAMAGATA運営 村山地域7市7町を中心とした観光情報発信ポータルサイトを運営し、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、おもてなし山形における旅行部門の強化を図る。</p> <p>(2)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町を一年間とおして楽しめる観光圏としてPRし選ばれる観光地としての素地を作ることで7市7町のファンを増やし、観光を通じた交流人口の増加につなげる。</p> <p>2 観光地統計調査事業</p> <p>(1)観光地満足度調査 各種観光データに基づく観光振興を図るため、当エリアを訪れる観光客を対象に、観光消費額、満足度、リピーター率、宿泊者数、経済波及効果等の調査を実施し、当エリアの実態や課題を分析する。</p> <p>(2)デジタル人材育成事業 取得したデータを観光戦略に生かすことができる人材の育成を図り、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</p> <p>(1)アドベンチャーツーリズム推進事業</p> <p>(2)アウトドア推進事業 村山地域7市7町の自然やアクティビティのようなアウトドアコンテンツを集約し、情報発信を行うことで、蔵王のスキーのみならず、キャンプやサイクリング、川遊びといった365日楽しむことができることを周知していく。</p>	<p>1 山形連携中枢都市圏(7市7町)ブランディング事業</p> <p>(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</p> <p>(2)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し、スタンブラリーの開催により、7市7町への旅行者の広域周遊を促進</p> <p>(3)訪日旅行商品企画造成と販売 在日外国人のロコミ効果を狙い、富裕層の在日外国人向けの雑誌に7市7町を対象範囲として広告記事を掲載</p> <p>2 観光地統計調査</p> <p>(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32施設 立ち寄り施設37施設)</p> <p>(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 ※Map Engine Optimizationの略称。Google Mapでの表示最適化を指し、情報の充実等により検索時に上位に表示されるような対策を指す。</p> <p>3 コンテンツ開発事業</p> <p>(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。</p> <p>(2)アウトドア推進事業 モンベルフレンドエリア月山・朝日・蔵王の枠組みを活用し、100万人以上のモンベル会員にアウトドア情報を発信。</p> <p>(3)会議等 担当者会議及び担当課長会議の実施</p>

4. 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
<p>①アフターコロナにおける国内観光需要の回復により、目標を大きく上回ることができた。②について、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る。また英語サイトの充実にも取り組んでおり、インバウンドにも対応する地盤を固めている段階である。</p> <p>③については達成となった。さくらんぼ狩りの体験ツアーや芋煮会の特別席やバスツアーの販売、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昨年以上に浸透していると考えられる。</p> <p>(※) Search Engine Optimaizationの略称。検索エンジン最適化。あるキーワードの検索に対して優先的に該当HPが表示されるように、情報の更新頻度を高めたり、内容を充実させる対策を指す。</p>
5. 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
アフターコロナのフェーズに入り、国内観光者とインバウンドはほぼコロナ前と同等の水準に回復しつつある。国内需要はほぼコロナ前に匹敵する水準に回復しており、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。すでにKPIを達成している状況ではあるが、まずは国内観光客のコロナ前水準以上への回復を目標に、プロモーションと商品造成を積極的に実施することで、更なる観光消費額の増加に貢献したい。

3. 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	観光消費額(宿泊客)						指標③	観光情報ポータルサイト「VISIT YAMAGATA」体験予約販売金額					
	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)		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(千円)	13,607,819	6,800,000	6,800,000	6,800,000			目標値(円)	3,000,000	300,000	300,000	300,000		
実績値(千円)	13,607,819	19,531,814	17,921,439				実績値(円)	3,000,000	-231,970	1,369,970			
指標②	観光情報ポータルサイト「VISIT YAMAGATA」セッション数												
	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(セッション)	700,000	200,000	200,000	200,000									
実績値(セッション)	700,000	278,143	171,935										

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5年度】

参考資料

No.	6	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
事業名	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【青森市、盛岡市、秋田市、仙台市、福島市との広域連携事業】			総事業費:円 (R5実績額)	4,855,898
計画期間 (開始○年目)	令和4年4月～令和7年3月(2年目)			うち交付金充当経費 (R5交付額):円	2,427,949

1. 事業の概要	2. 事業の進捗状況(令和5年度まで)
<p>東北最大の魅力である夏祭りを入り口とし、旅行目的地としての東北を浸透させ、東北への来訪を促進する。東北の六祭りを中心に、各地の風土や自然、食等に広がりを持たせ、文化・観光の魅力として発信し、さらに、スタンプラリー等の実施により、東北域内在住者を含めた周遊を促す。 ※青森市、盛岡市、秋田市、仙台市、福島市と連携</p> <p>1 情報発信 (1)東北6市の観光情報を発信するため、東北6市の観光情報を発信するウェブサイト「ときめく、とうほく」を拡充 (2)各月のテーマに沿った季節の記事を掲載。</p> <p>2 デジタル周遊スタンプラリー (1)東北の夏祭り期間を中心としたスタンプラリー (2)主要な観光スポットを中心に周辺への周遊促進や消費の拡大を目指す</p> <p>3 「東北絆まつり」を活用した観光物産プロモーション (1)六祭りが連携した観光プロモーション実施により、東北一体となった文化を発信 (2)首都圏への六祭り派遣及び西日本主要都市でのプロモーション実施</p> <p>4 夏祭り等旅行商品造成販売支援 (1)東北の夏祭りや周遊を組み合わせ商品を開発・販売</p>	<p>東北の県都六市への誘客及び周遊を促進するため、WEBサイトでの情報発信、デジタルスタンプラリー、観光物産プロモーション、夏祭り旅行商品造成に取り組んだ。</p> <p>1 情報発信 (1)東北祭りや伝統文化Web「ときめく、とうほく」での東北6市の情報発信 (2)各月のテーマに沿って、年間36本の季節の記事を掲載したほか、WEB広告による周知広報を行い、195,262件のプレビュー数を得た。</p> <p>2 デジタル周遊スタンプラリー (1)東北6県デジタルスタンプラリー(7月から9月の3か月間実施) (2)各市から10か所のスポットを選定し、スタンプラリーを実施した。 (3)スポットからの周遊促進やそれに伴う消費拡大を図った。 (4)2,414人の方に参加いただいた。</p> <p>3 「東北絆まつり」を活用した観光物産プロモーション (1)なかの東北絆まつり2023 期 日:令和5年10月28日(土)・29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20名 内容:パレードでの演舞、東京事務所及び山形ブランド推進課と連携して観光PR及び物販ブース出展 (2)歌舞伎町タワー 令和6年3月9日(土) 会 場:東京都新宿区 東急歌舞伎町タワー 派遣人数:花笠踊り手5名 内容:ステージでの演舞、6市合同でのPRブースの設置 (3)御堂筋オータムパーティ2023(御堂筋ランウェイ) 日時:令和5年11月3日(金・祝) 派遣人数:花笠踊り手、ミス花笠 計24名 内容:ステージ・パレードでの演舞</p> <p>4 夏祭り等旅行商品造成販売支援 (1)六市の夏祭りを体験できるコンテンツ6本を作成し、令和6年度に販売を行った。</p>

4. 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
①についてR4はH29～31の平均を目標としたコロナ禍前の水準には達せず、KPI目標値にも届いていない。一方R5の②はKPI目標値(対前年30,000人×6市 180,000人の増)を大きく超えており、今後さらなる回復が期待できる。これは観光プロモーション等の効果によるものと考えられ、②の回復に伴い①も増加することが期待される。③は首都圏に加え新たに関西でのプロモーションを実施し、KPI目標値を達成している。④はスタンプラリーの参加者が昨年同様KPI目標値の倍を超える参加数となり周遊促進に大きな成果をあげることができた。
5. 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
国内旅行の需要は引き続き回復傾向にあり、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、東北の文化伝承と観光のPRを行うことは、本市の観光客誘客についても効果的であることから、プロモーションを中心とした事業を実施し、KPIを達成する。 今後は、これまでの事業の効果を見直し、ターゲットを明確にしたうえで、引き続き6市連携して観光物産プロモーションを継続する。

3. 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	東北の県庁所在地六市延べ宿泊者数(対前年増人泊数)						指標③	観光物産プロモーション実施回数					
	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)		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(人泊)	10,200,000	4,200,000	300,000	300,000			目標値(回)	0	2	2	2		
実績値(人泊)	10,200,000	2,291,000	集計中				実績値(回)	0	2	3			
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(対前年増人数)						指標④	スタンプラリー参加者数					
	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)		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)	1,342,000	8,790,000	180,000	180,000			目標値(人)	0	1,000	1,000	1,000		
実績値(人)	1,342,000	4,112,000	1,161,000				実績値(人)	0	2,279	2,414			

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5年度】

参考資料

No.	7	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 (R5実績額)	6,349,514
計画期間 (開始○年目)	令和5年4月～令和8年3月(1年目)			うち交付金充当経費 (R5交付額):円	3,174,757

1. 事業の概要	2. 事業の進捗状況(令和5年度まで)
<p>1 やまがたラーメンPR事業 (1)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、山形新幹線に乗り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、Instagram等のSNSを開発し、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。</p> <p>2 ラーメンDAYの制定 (1)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。</p> <p>3 ラーメンDAYフェスの開催 (1)ラーメンDAYにあわせたイベントとして、やまがたラーメンフェスを開催する。ラーメンフェスは、毎年2月頃、「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していきながら開催する。開催状況を踏まえ、規模を拡大していくとともに、首都圏での開催を行い、その際は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。 また、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とともに、ラーメン消費額の拡大を図る。 山形市で毎年9月に開催している「日本一の芋煮会フェスティバル」では、6.5mの大鍋を活用して約3万食の芋煮を提供し多くの観光客が訪れている。このような誘客力がありインパクトのあるラーメンイベントの開催に向け、芋煮鍋でラーメンの提供ができるか試行実施する。</p> <p>4 山形市内のラーメン店を紹介するためのポータルサイトの多言語化 (1)国内のみならずインバウンドを呼び込むため、山形市内のラーメン店を紹介するラーメンポータルサイト「#推しメンやまがた」の多言語化を実施する。</p>	<p>1 やまがたラーメンPR事業 (1) ラーメンガイドブックの作成 山形市内のラーメン店を紹介するラーメンポータルサイト「#推しメンやまがた」に掲載しているラーメン店を網羅したガイドブックの作成。 ・発行部数:12,000部 山形駅観光案内所、道の駅「やまがた蔵王」、市内ホテルなどに設置。</p> <p>(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。四半期ごとにテロップの内容を調整。 ・電光テロップ: ようこそ「ラーメンの聖地、山形市」へ。お好み一杯を探すには、山形市内のラーメンを紹介するポータルサイト「#推しメンやまがた」がオススメ! 麺やスープの種類で検索できます。山形発祥冷やしラーメンで涼を取るもよし、熱々のスープに身を任せ発奮するもよし、何を選ぶかはあなた次第。美肌の湯として名高い「蔵王温泉」や、松尾芭蕉ゆかりの宝珠山立石寺がある「山寺」などを巡り、お腹も心も満たされること間違いなしです。(令和5年7月～9月)</p> <p>(3) Instagramを活用した情報発信 ラーメンによるまちおこし推進のために市内のラーメン店の店主等で発足した「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、Instagram及びXのアカウントを開発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。 ・アカウント開設日:令和6年2月 ・フォロワー数:958</p> <p>2 ラーメンDAYの制定 (1)山形市は、ラーメン消費額(単年)で8年連続日本一だったが、令和3年は日本一を新潟市に奪われた。しかし、令和4年に再び日本一となり、日本一を奪還した翌日の令和5年2月8日に市内ラーメン店の店主と共に「ラーメンの聖地、山形市」を宣言した。この聖地宣言をした日を山形市ラーメンの日とした。また、山形市ラーメンの日ののぼりを制作し、「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や山形駅などで掲示し、市全体で山形市ラーメンの日及びやまがたラーメンのPRを行った。 ・山形市ラーメンの日:2月8日</p> <p>3 ラーメンDAYフェスの開催 (1)ラーメンDAYにあわせたイベントとして、山ラフェアを開催した。 ・開催日:令和6年2月1日(木)～11日(日) ・開催場所:やまがたクリエイティブシティセンターQ1 ・内容:①デジタルスタンプラリー(令和6年2月1日(木)～11日(日)) ②ラーメンの日制定記念トークイベント(令和6年2月6日(火)) ③ラーメンの日にラーメン食べようキャンペーン(令和6年2月8日(木)) ④山ラフェア((令和6年2月10日(土)、11日(日))</p>

4. 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 各種事業を行うことで、県内メディアだけでなく、全国放映される日本テレビや読売テレビ等においても、やまがたのラーメンが取り上げられ、やまがたラーメンの魅力が広く発信された。更には、NHKワールドJAPANという海外向け番組でも取り上げられ、多くの方から山形に来て頂き、ラーメンの消費はもとより、地域内での消費拡大に繋がっている。 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。指標②ラーメンフェス来訪者については、目標値には届かなかったものの、初めてのラーメンイベントであったが、県外からの来訪者もおり会場は賑わっていた。
5. 事業の今後について
(1)今後の方針 追加等更に発展させる
(2)今後の方針の理由 令和6年度以降は、デジタル化時代とこれまでのラーメンポータルサイトへの誘導実績を踏まえ、令和6年度に多言語化を実施し、迅速な情報修正にも対応できるラーメンサイトへの誘導を強化するため、当初予定していたガイドブック作成に係るページ数や部数を削減することで、首都圏等に向けたPR広告を充実させ、より多くの人があつてもどこでも手軽に情報を得る機会を創出する。 また、首都圏においてラーメンフェスを開催し県外における山形ラーメンのPRを行うとともに、現在運営するラーメンポータルサイトの多言語化を実施し、インバウンドを見据えた取組を推進していく。

3. 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						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)		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			目標値(人)	2,251,500	10,000	10,000	10,000		
実績値(円)	13,196	4,397					実績値(人)	2,251,500	415,000				
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											