

No.	交付対象事業の名称	事業の概要	事業の内容	事業費	交付金充当額	本事業における重要業績評価指標（KPI）		本事業終了後における実績値		外部有識者からの評価	事業担当課	
						指標	目標値	実績値	事業効果			
1	移住定住・人材確保戦略的展開事業	県・市町村・企業・大学等「オール山形」で、新たな推進組織（新法人）を設立し、人材確保と移住定住策を一体的・戦略的に展開する。 1 コミュニケーション戦略 （1）移住者目線で強力に情報発信 （2）将来的な移住・定住を見据えた関係人口の創出・拡大 （3）移住・二地域居住・ワーケーション等「やまがた暮らし」の効果的な発信 2 マッチング・相談戦略 （1）移住希望者とのマッチングの強化 （2）移住定住・人材確保一体となった首都圏での「攻め」の相談体制 3 定住・定着戦略 （1）山形らしい移住促進策の一体的展開 （2）移住支援金の支給（移住・起業・就業タイプで申請） （3）空き家を移住に効果的に活用する住宅マネジメントの展開 （4）市町村・地域等の受入機能のサポート他、定住・定着に係る事業 4 総合的な推進体制の構築 （1）産・学・官連携の移住定住・人材確保一体的な推進体制の構築	1 コミュニケーション戦略の本格的展開 （1）移住者目線で強力に情報発信 779,156円 2 マッチング・相談戦略の本格的展開 （1）移住希望者とのマッチングの強化 512,936円 3 定住・定着戦略の本格的展開 （4）市町村・地域等の受入機能のサポート他、定住・定着に係る事業 685,830円	1,977,922円	988,961円	指標①	新規移住者数	900人	915人	地方創生に相当程度効果があった	事業は適切に実施されている	政策推進課
						指標②	移住相談窓口への年間相談件数	400件	3,863件			
						指標③	移住定住ポータルサイトアクセス件数	10,000件	251,552件			
2	むらやま人の流れ創出プロジェクト	全国の村山市のファン層に対しアンケート調査を行い、彼らが必要とする情報を提供しながら、本市に何度も足を運んでもらう。副業・兼業などの多様な形態で、本市に継続的に関わる都市部からの人の流れをつくり、将来的な移住定住に結び付けれるもの。 ○関係人口創出事業 本市のファン層であるふるさと納税寄付者4.4万人、自動車学校合宿生約3千人、東沢バラ公園来場者約19万人、観光サクランボ園来園者約5千人等を、関係人口につなげるために、市内の情報や取り組みをSNSで発信し、ワーケーション事業やお試しオフィス・お試し勤務事業につなげていく。 ○むらやまファン交流事業 本市の関係人口創出に熱心な首都圏の法人に事業を委託する。関係人口予備軍に対して、本市主催の首都圏でのイベントの機会をとらえて、市の取組に関する報告会や交流会を開催する。SNSを通して関係人口予備軍への情報提供を行い、関係人口の拡大を図るとともに継続的な交流を行う。 ○むらやまワーケーション事業 様々な分野での年間を通した体験や、地域の伝統行事に参加するなどのツアーを実施し、都市部の本市ファンと、継続的なつながりを構築するワーケーション事業を実施する。 また、将来的に地域の伝統行事の運営側となる人材の創出を目指す。 都市部在住者だけでなく本市に仕事で本市へ立ち寄るなどの一時的に滞在者に対して、情報発信や交流のためのwebサイトやアプリを構築し、市内公共施設でICTを活用して配信し、新たな関係人口の創出につなげる。	○関係人口創出事業 10,733,880円 ○むらやまファン交流事業 2,015,748円	12,749,628円	6,374,814円	指標①	移住者数	6人	6人	地方創生に相当程度効果があった	事業は適切に実施されている	政策推進課
						指標②	関係人口が開業した個人事務所やサテライトオフィスの稼働延べ日数	300日	730日			
						指標③	村山に関連するハッシュタグ#での検索数	10,000件	3,535件			
						指標④	事業参加者が発信した作業体験等の情報発信件数	180件	0件			

No.	交付対象事業の名称	事業の概要	事業の内容	事業費	交付金充当額	本事業における重要業績評価指標（KPI）			本事業終了後における実績値		外部有識者からの評価	事業担当課
						指標	目標値		実績値	事業効果		
3	「恋人の聖地」観光誘客連携による地域活性化事業	（１）ＩＣＴを活用した恋人の聖地等へ観光誘客するための「来訪旅行者情報共有のためのプラットフォームの整備」（プラットフォーム整備事業） ①各市町村に訪問する旅行者等の顧客情報を登録し、IoT等を活用したプラットフォーム登録旅行者の状況（回遊状況）を把握する機能 ②各市町村の店舗、特産品、グルメ、宿泊、施設、観光スポット、各種イベント等を登録し、自動的にWEB公開する機能 ③各市町村の民間事業者（店舗・施設等）を恋人の聖地「協力事業者拠点」として登録し、集客するための優待情報等を登録する機能 ④情報コンテンツの多言語化拡張機能 ⑤①で把握した情報を基に、②③の情報を、必要な顧客にメール・SNSを利用して、必要な時期に、必要な場所で提供する機能 （２）恋人の聖地の魅力増進及び周辺領域へのブランドの波及（ブランド力増進・商品開発事業） （３）恋人の聖地観光誘客の共同プロモーション（ブランドプロモーション事業） ①WEB発信に適した映像コンテンツ、ご当地限定サービス等、旅行者に対するプロモーションコンテンツの作成・開発・配信・配布 ②各市町村等によるWEBサイト、SNS、メール、ピーコン等によるプッシュ型配信を活用した旅行者に対するきめ細かな情報発信 ③各種イベント等での旅行者に対する各種プロモーションによるプラットフォームへの新規登録やSNS等での投稿の促進 ④ハッシュタグ「#恋人の聖地」といったSNS等の機能の活用による旅行者の体験の共有 ⑤観光メディア、観光事業者、マップ配信事業者に対する本事業のプロモーション	1)恋人の聖地共同基盤「ＩＣＴを活用した観光誘客連携事業」 3,564,000円 2)恋人の聖地連携各市町村の旅行者登録促進、回遊促進事業 8,114,889円 3)恋人の聖地連携市町村の回遊・交流促進PR事業 8,127,746円 4)恋人の聖地の広域連携ブランド化・新商品開発事業 1,345,000円	21,151,635円	10,575,817円	指標①	プラットフォーム登録旅行者数	129,600人	54,539人	地方創生に相当程度効果があった	事業は適切に実施されている	商工観光課
						指標②	協力事業者拠点件数	120件	126件			
						指標③	旅行者満足度指数	4%	10%			
4	中心市街地のにぎわい創造と新しい「しごと」づくり事業	令和4年春オープン予定の「Ｌｉｎｋ MURAYAMA」を、様々な複合機能を持つインキュベーション施設として整備を進め、市内外そして首都圏から利活用希望者を誘致することにより、都市部から新しい人や金の流れを生む仕組みを構築する。 ○にぎわい創造活性化事業 中心市街地のにぎわいを取り戻すために多様な利用者が集い、にぎわいの創出と経済効果を生む拠点とするために、様々な複合機能を持つインキュベーション施設として「Ｌｉｎｋ MURAYAMA」の整備を進める。また、コワーキングスペースを利活用者の交流と連携を進める核として、現在の飯葉プラザから「Ｌｉｎｋ MURAYAMA」へ移転し機能を強化する。 ○中心市街地再開発事業 中心市街地（橋岡商店街）の空き店舗や空き事業所や空き家の状況を調査、今後の活用について検討ののち、実際に活用し再開発を推進していくもの。「Ｌｉｎｋ MURAYAMA」内のオフィス機能にはスペース的に限りがあるために、中心市街地の空き店舗や空き事業所の利活用を進め、それらの利活用希望者を支援する。また、中心市街地にオフィス活用希望する移住事業者や関係人口の誘致を進める。 ○ＵＩターン促進事業 「Ｌｉｎｋ MURAYAMA」利活用事業者は、県内外そして首都圏の様々な業種の事業者であり、彼らの知見を十分に活用し連携を積極的に進め、新しい仕事や雇用を作り出し、若者やＵＩターン希望者にとって、魅力ある働く場所と雇用を提供する。県外在住者や進学・就職を控えた若者世代を対象としたＵＩターン就職施策として、村山市ものづくり産業振興会を中心とした製造業者の求人情報を発信し、若者世代のＵＩターンを促進し人材を確保する。	1. にぎわい創造活性化事業 49,993,317円 2. 中心市街地活性化事業 2,496,000円 3. UIターン促進事業 4,507,442円	56,996,759円	28,498,379円	指標①	利活用事業者の売上額合計	100,180千円	364,970千円	地方創生に効果があった	事業は適切に実施されている	政策推進課 商工観光課 建設課
						指標②	起業・創業した事業者数	5件	17件			
						指標③	サテライトオフィスやサテライトキャンパスの誘致件数	1件	2件			
						指標④	利活用者数	24,000人	25,438人			
5	ICTを活用した民間連携によるメディカルフィットネス事業	Link MURAYAMAに市民の健康づくりの拠点となる「メディカルフィットネス施設」を整備し、ICTを活用した活動量や健康状態の「見える化」を実現するシステムの導入、運営を民間事業者に委託し、市民の健康づくりへの意識を向上させる。 「健康づくり事業」について、 ①フィットネスクラブに出向き、効果的な運動方法や負荷のかけ方を先進的なフィットネスマシンを使い、医師会と協働で進める「医療連携」による専門的な指導を受けながら行う「メディカルフィットネス事業」 ②活動量計などICTを活用し毎日の運動量や健康状態をデータ化する「健康ポイント事業」 ③誰でも参加できる「地域巡回健康指導事業」	1. メディカルフィットネス事業 38,326,024円 2. 健康ポイント事業 11,326,665円 3. 地域巡回健康指導事業 858,000円	50,510,689円	24,726,444円	指標①	メディカルフィットネスクラブ会員数	150人	223人	地方創生に相当程度効果があった	事業は適切に実施されている	政策推進課 保健課
						指標②	メディカルフィットネス施設利用回数	1,040回	11,207回			
						指標③	事業参加者数（村山健康ポイント事業）	200人	221人			
						指標④	健康指導・運動教室参加者数	200人	928人			

No.	交付対象事業の名称	事業の概要	事業の内容	事業費	交付金充当額	本事業における重要業績評価指標（KPI）		本事業終了後における実績値		外部有識者からの評価	事業担当課	
						指標	目標値	実績値	事業効果			
6	「恋人の聖地」広域市町村連携によるデジタル・シティプロモーション事業	「『恋人の聖地』を有する市町村である」という縁を活用し、シティプロモーションを共通のテーマとして、「恋人の聖地観光協会市町村長会」加入の市町村のうち、広域連携によるデジタル・シティプロモーションによる地方創生事業に賛同する18市町村が連携し、次の事業を実施する。 （１－１）広域市町村連携シティプロモーション事業（SNS等の活用のためのポータルサイト等の基盤整備事業） 18市町村が共同活用できるプラットフォーム、SNS、共同制作物等を整備する。 （１－２）各市町村の連携シティプロモーション事業 参画市町村は独自のシティプロモーションを実施し、18市町村が連携を図る。 （２）地域産業拡大事業 各市町村域（農林水産・観光）のデジタル情報価値（バリエーション・魅力）を高めるとともに、ソフト系コンテンツを開発する。各市町村がモニュメント整備、回遊プラン整備、イベント等を通して恋人の聖地をはじめとする地域の魅力を向上させる。 （３）情報ネットワーク・地域活性化事業 デジタル・シティプロモーション事業部会設立による市町村間の実施事業の共有、連携プロモーション等の実施とともに、各地域において事業者・市民・学生も巻き込んだ「地方創生」を実現するための啓発事業を実施する。 （４）市町村のブランド強化・収益構築のハード事業	（1-1）SNS等の活用のためのポータルプラットフォーム基盤整備事業 5,000,000円 ●共同PR・プロモーション事業 ●プラットフォーム企画展開事業 ●ポータルサイト基盤事業 ●事務局・部会等運営 （1-2）広域市町村連携シティプロモーション事業 2,874,106円 （2）地域産業拡大事業 8,638,976円 （3）情報ネットワーク・地域活性化事業 3,858,772円 （4）市町村のブランド強化・収益構築のハード事業 7,074,100円	27,445,954円	13,722,977円	指標①	観光入込数	5,033,000人	5,056,138人	地方創生に非常に効果的であった	事業は適切に実施されている	商工観光課 農林課 政策推進課
						指標②	ポータルプラットフォームへの投稿数	1,080件	6,108件			
						指標③	メディア掲載数	432件	682件			
7	山形連携中枢都市圏DMO構築による広域観光促進事業	1. 山形連携中枢都市圏(7市7町)ブランディング事業 （1）山形連携中枢都市圏(7市7町)ブランディング事業【観光客誘客事業】【受入体制整備】 山形連携中枢都市圏の7市7町が補完しあうことで、蔵王スキーのみならず、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。 （2）観光ポータルサイトVISITYAMAGATA運営事業【情報発信】 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、おもてなし山形における旅行部門の強化を図る。 （3）ロゴ作成事業【情報発信】 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。 2. 観光地統計調査事業 （1）デジタルマーケティング内製化事業【デジタル技術活用】【人材育成】【DX】 デジタルマーケティングの内製化ができる職員の育成。特に、地域を代表するマーケティングチーフを養成し、山形版DMOのマーケティング戦略を地域に還元する。 （2）観光地満足度調査【デジタル技術活用】【観光統計】 アンケート及びQRコード等を活用した観光地統計調査を行う。 （3）グーグルマップの整備事業【受入体制整備】【観光統計】【DX】 インバウンドMEO対策、口コミ整備、QRコードを利用したインバウンド向けアンケート集計 3. コンテンツ開発 （1）アドベンチャーツーリズム推進事業【観光客誘客事業】 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の造成。 （2）地域課題と観光需要マッチング事業 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。	1. 山形連携中枢都市圏(7市7町)ブランディング事業 265,858円 （1）「VISIT YAMAGATA」運営 （2）山形連携中枢都市圏(7市7町)ブランディング事業 2. 観光地統計調査事業 201,312円 （1）観光地満足度調査 （2）デジタル人材育成事業 3. コンテンツ開発事業 64,110円 （1）各市町のコンテンツ発掘 （2）ネットワークづくり	531,280円	265,640円	指標①	観光消費額（宿泊客）	6,800,000千円	19,531,814千円	地方創生に相当程度効果があった	事業は適切に実施されている	商工観光課
						指標②	観光情報ポータルサイト「VISIT YAMAGATA」セッション数	200,000セッション	269,256セッション			
						指標③	観光情報ポータルサイト「VISIT YAMAGATA」体験予約販売金額	300,000円	2,893,358円			

No.	交付対象事業の名称	事業の概要	事業の内容	事業費	交付金充当額	本事業における重要業績評価指標（KPI）		本事業終了後における実績値		外部有識者からの評価	事業担当課	
						指標	目標値	実績値	事業効果			
8	地域資源と人的資源の最大活用化むらやまオンラインプロジェクト	地元の地域資源、特産品のオフライン販路からオンライン販路、ECサイトの利用による販路拡大を推進し、今ある地域資源の最大限活用、新たな特産品の創出を目指し、村山市のブランド化、そこから関係人口の創出も狙う。 1 高度スキルアドバイザー養成支援事業 特産品取扱者や各小売店主のニーズを的確に捉え、市場に送り出すためのサポートを行い、オフライン販路からオンライン・ECを活用した販路へ切り替えるなどこれまでと違った販路・方法を用いることで消費を回復・向上させるために、特産品取扱者や各小売店主へ事業への参加勧誘を行う。 2 むらやま経済力創出事業 ECサイト、産直、道の駅・宿泊施設などでの実際の販売を通じて、需要調査・分析を行う。併せて、全国的に需要が高い分野・商品の商品開発、生産体制へ素早くフィードバックさせる。 6次産業事業で開発された商品や地域資源を、ECサイトやSNS等のデジタルツールを用いて情報発信を行う。 販売力を向上させ、地元産品の消費量を拡大させることで、特産品取扱者や各小売店主の事業経営を支援し、地域経済活性化へとつなげる。 3 デジタル導入人材サポート事業 地元の特産品取扱者や各小売店主と販売を担う事業者をオンラインで、特産品の注文状況などの情報共有を行うことで、特産品取扱者や各小売店主の販売意欲を維持・向上させる。 事業参加者同士はもちろん、高度スキルアドバイザーからの指導や販売担当事業者への相談を、オンラインで画面を通して気軽にできる体制を整えることで、事業参加者の安心を担保し、販売意欲向上へとつなげる。	1 高度スキルアドバイザー養成支援事業 2,098,511円 2 むらやま経済力創出事業 5,232,679円 3 デジタル導入人材サポート事業 3,440,000円	10,771,190円	5,385,594円	指標①	販路拡大により達成した販売金額	2,400千円	16,552千円	地方創生に効果があった	事業は適切に実施されている	商工観光課 政策推進課
						指標②	新規販路を獲得した特産品取扱者・小売店主の数	5人	2人			
						指標③	取引が成立した件数	800件	5,524件			
						指標④	人材育成を行ったアドバイザーの人数	2人	2人			