

事業評価個票（事業実施：平成29年度～令和2年度）

（様式1）

事業名	届けよう山形の魅力プロジェクト事業費					活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
部局名	産業労働部						プロモーション活動によるメディアへの露出（単年度）	活動実績	回	280	10	69	111		
担当課名	商業・県産品振興課							当初見込み	回	10	10	10	-	-	
事業開始年度	平成28年度		事業終了(予定)年度		未設定		県産品ポータルサイト「いいもの山形」掲載生産者数	活動実績	者	-	24	37	56		
総合発展計画実施計画の位置付け	政策の柱、政策	[政策の柱3] 高い付加価値を創出する産業経済の振興・活性化 [政策2] 地域産業の振興・活性化と中小企業等の成長・発展				当初見込み		者	-	-	-	30	36		
	施策	[施策3] 広域的なマーケットの開拓				成果指標（所管部局の分析）	成果実績	位	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度		
目標指標	製造業付加価値額		1兆4,000億円(R6)		目標値		位	22	25	15	17				
事業の目的	県産品のブランド力を高めることにより、本県産業の付加価値額を増大させる。						達成度	%	114%	80%	100%	-	-		
	事業概要 ・「山形ブランド特命大使」の活動を通じた山形の魅力の国内及び海外への発信 ・平成28年度に策定した「メイドイン山形」のブランドコンセプトを踏まえたプロモーション活動 ・関西圏へのアンテナショップの整備に向けた調査検討（平成29年度～）						成果実績	億円							
目標値						億円									
達成度						%									
活動指標及び成果指標設定の考え方															
「山形県産品＝上質ないいもの」というブランドイメージを形成し、県産品を起点に山形県全体の価値をより高めるため、情報を広く発信している活動実績として、本事業におけるプロモーションのメディアへの露出回数を設定した。 また、情報発信により消費者の山形県産品への認知度を高めることで、山形県産品の購入意欲を上昇させ、購買に結びつけることを目的としていることから、「地域ブランド調査」（株式会社ブランド総合研究所）の産品購入意欲度ランキングを成果指標とした。															
事業所管部局による評価・検証（令和3年7月）															
項目								評価	評価に関する説明						
実施方法	<input type="checkbox"/> 直接実施 <input checked="" type="checkbox"/> 委託・請負 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> 負担 <input type="checkbox"/> 交付 <input type="checkbox"/> 貸付 <input type="checkbox"/> その他（ ）					事業の効率性	事業の目的が県民や社会のニーズを的確に反映し、成果目標の明確な達成手段として位置づけられ、優先度の高い事業となっているか。また、市町村・民間等に委ねることができない事業なのか。		A	ブランドイメージは着実に浸透しており、この機運の高まりを確実なものにするため、ブランドイメージの定着に向けた継続的な情報発信が必要。また、県産品全体のブランド力向上を目的とすることから、市町村・関係団体と連携し県全体で実施する必要がある。					
	上記実施方法とする理由：プロモーション活動やアンテナショップの整備の調査検討について、専門的な知識・能力が必要とされるため。						支出先の選定や受益者との負担関係は妥当であるか。		A	委託事業者については、総合評価一般競争入札やプロポーザル方式等により適切に選定している。					
当初予算額 (単位:千円)	費目 (予算見積書グループ名)	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	事業の有効性 (達成度)	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。また、類似の事業がある場合、他部局等と適切な役割分担を行っているか。		A	事業実施内容については、総合評価一般競争入札やプロポーザル方式等により企画提案を募り、審査会を実施し決定している。審査会にあたっては、評価基準を設定し、より効果的な提案を選定するものとしている。				
	山形ブランド発信事業	2,068	1,160	1,160	1,066	1,066		活動実績は見込みに見合ったものであるか。また、整備された施設や成果物などは十分に活用されているか。		A	メディアの活用に努めた結果、見込みを上回る実績となった。さらに、県産品ポータルサイトを核とした訴求力のある情報発信を推進。第4次総合発展計画のKPIに位置づけられている掲載生産者数は、見込みを上回る実績で推移。また、アンテナショップ出店で得られたデータ等は、効果的なPRのため関係部局で共有している。				
	県産品ブランド力強化推進事業	74,873	71,007	71,105	13,583	15,660		成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。		A	成果指標を、R元産品購入意欲度ランキング15位と設定し、H29～R元に当事業を実施した結果、目標を達成。R2以降は、この機運の高まりを確実なものとするため、ポータルサイトを核とした継続的な情報発信に取り組むこととしている。				
	関西圏アンテナショップ整備運営費	1,628	3,072	3,653	3,559	3,559									
	地方創生推進交付金対象外(旅費)	783													
計		79,352	75,239	75,918	18,208	20,285									
財源内訳 (単位:千円)	国庫支出金		38,470	35,766	35,766	7,893	9,030	課題・改善点	H29～R元に当事業を集中的に実施したことにより、ブランドイメージは着実に浸透。関西アンテナショップ出店においても、山形県にはおいしいものが多いという認知が高まっている。この機運の高まりを確実なものにするために、ブランドイメージの定着に向けた継続的な情報発信が必要。また、関西の消費者にとっては、山形県の地理的イメージの認知が薄いといった課題がある。そのため、R2から、山形県産品ポータルサイトを核とした継続的な情報発信により、さらなる販路拡大を図るとともに、R3の関西アンテナショップ出店においては、新たな取組みとして、新MYハーモニープランを共有し、地理的にも隣接している宮城県と合同で実施することで、更なる認知度の向上を図っていく。						
	県債														
	その他特定財源				1,477	1,477									
	一般財源	40,882	39,473	40,152	8,838	9,778									
計		79,352	75,239	75,918	18,208	20,285									

(評価基準)

A:目標を上回る成果、活動見込を上回って達成(100%以上)/B:概ね目標どおりの成果、活動見込を概ね達成(80～99%)/C:目標を下回る成果、活動見込を下回った(79%以下)

届けよう山形の魅力プロジェクト事業費（拡充）

79,352千円

目 的

○「山形ブランド」を国内外に強力に発信し、普及向上させることにより、本県産業の付加価値額の増大を図る。

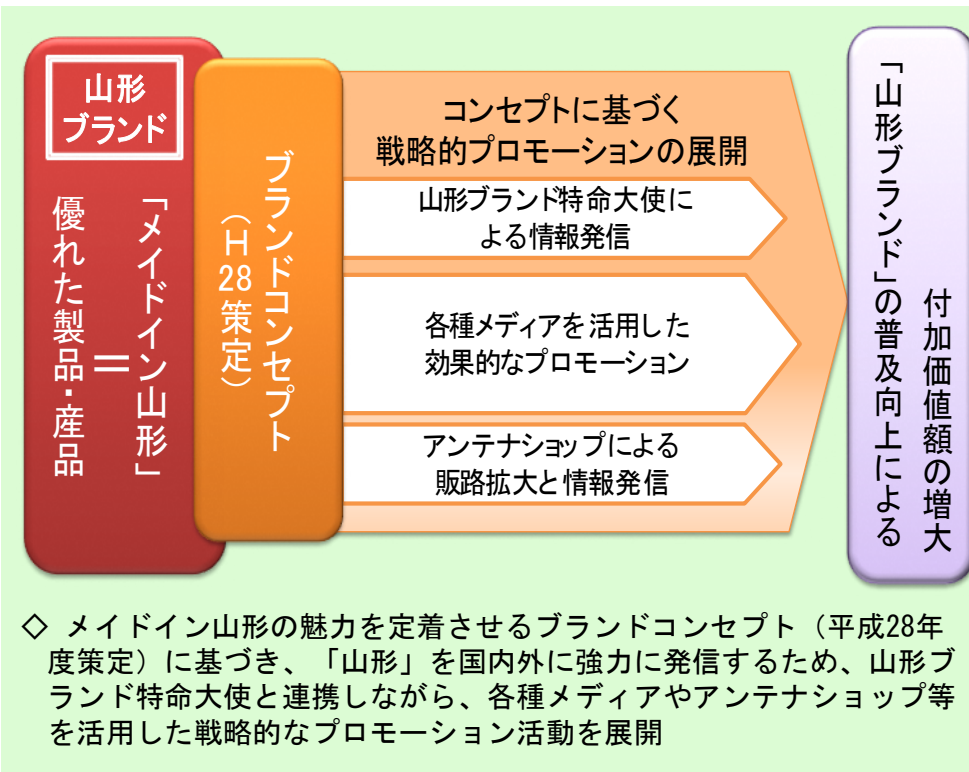
事業内容

① 山形ブランド発信事業 2,364千円
「やまがたブランド特命大使」による山形の魅力の国内及び海外への発信

② 県産品ブランド力強化推進事業 【新規】75,360千円
「優れた製品・産品＝メイドイン山形」のイメージを定着させるためのブランドコンセプト（H28策定）に基づく、国内外に向けた戦略的プロモーション活動の展開

- ・ストーリー性を持ったPR映像の制作
- ・映像を活用したテレビCMやSNSによる発信
- ・首都圏における電車等の交通広告 等

③ 関西圏アンテナショップ設置に向けた調査・検討 【新規】1,628千円



届けよう山形の魅力プロジェクト事業費（県産品ブランド力強化推進事業の概要）

事業の目的

県産品のブランド力を高めることにより、本県産業の付加価値額を増大させる。

事業概要

平成28年度

・山形のものづくりや県産品の魅力を消費者に効果的に伝えるためのコンセプトづくりを実施

○ブランドコンセプト「上質ないいもの山形」

○ブランドマーク



平成29年度

導入

メインコンテンツの整備
プロモーション活動（購入促進への導線整備）
各種媒体を活用した情報発信

動画を活用した情報発信

もの婦

PR動画「ものの婦」

Rakuten amazon

特設サイトからECサイトへの送客

フラッグ掲出

山形駅



山形空港・庄内空港

平成30年度

拡大

PR動画「colors」
PR動画「匠人VOICE」
首都圏プロモーション 二子玉川・銀座
雑誌掲載「pen」「dancyu」



PR動画「colors」



PR動画「匠人VOICE」

首都圏プロモーション 二子玉川・銀座



雑誌掲載

「pen」「dancyu」



山形市七日町 県内プロモーション



令和元年度

定着

サイトリニューアル
首都圏プロモーション 渋谷
モニターキャンペーン



サイトリニューアル

首都圏プロモーション 渋谷



モニターキャンペーン



令和2年度以降～

ポータルサイト「いいもの山形」を核とした継続的な情報発信



ポータルサイト

SNS

《成果実績》 地域ブランド調査(ブランド総合研究所)

産品購入意欲度

H29 22位 H30 25位 R1 15位

・ブランドイメージは着実に浸透

《社会経済環境の変化》

- ・「モノ」に対するニーズよりも、商品の背景にあるストーリー等に対する「共感」を主な購買動機とする消費者層の増加
- ・コロナ禍の中、オンライン活用の重要性が増大

県産品の認知度向上に資する効果的な情報発信を実現するため、高い向上心を持つ層をターゲットとして設定

これまでの取組みによる機運の高まりを確実なものにするため、継続的な情報発信が必要



リアル