

デジタル田園都市国家構想交付金等活用事業(令和5年度実施事業)進捗状況

No.	種別	交付対象事業		本事業における重要業績評価指標(KPI)および実績 (上段:指標、下段:実績)							令和5年度の進捗状況の説明	結果、総括(計画期間終了事業分)、 現状分析、課題と今後の対応等	担当部局 (担当課所)			
		国への申請事業名 (事業費R5年度)	事業概要	開始前	R1増加分	R2増加分	R3増加分	R4増加分	R5増加分	増加分累計						
1	拠点整備交付金・推進交付金	創業支援拠点整備事業 【参考】 ・総事業費 【拠点整備交付金(ハード)】 37,950,000円 (18,975,000円) 【推進交付金(ソフト)】 1,626,306円 (813,153円) ()は交付金	秋田市中心市街地活性化基本計画の区域に存する空きテナントを賃借の上、秋田市創業支援拠点施設「チャレンジオフィスあきた」を移転整備し、同施設に創業支援室、コワーキングスペース、ビジネス書籍を置く起業家交流室を整備する。	①開業率 (年間法人市民税新規納税義務者数/前年度法人市民税納税義務者数)(%) ②施設における創業件数(件) ③施設における創業相談件数(件)	①3.8% ②4件 ③60件	①0% ②0件 ③0件	①0.4% ②3件 ③40件	①0.2% ②1件 ③10件	①0.2% ②1件 ③10件	①0.2% ②1件 ③10件	①1% ②6件 ③70件	施設内に設置した起業家交流室やコワーキングスペース等を活用し、常駐するインキュベーションマネージャーによる支援や起業家の交流、育成を行い、創業件数の増につなげた。 ※交付金活用事業の計画期間終了(R1~R5) 【結果】 ①開業率 : 未達成 ②創業件数 : 達成 ③創業相談件数 : 達成 【総括】 令和2年度は、4月に創業支援拠点施設「チャレンジオフィスあきた」を土崎から中心市街地に移転し、立地環境等の創業環境が向上したことで開業率等の増加につながったものの、令和3年度以降は、特に新型コロナウイルス感染症の影響により、副業やPCがあれば自宅で行えるようなスモールビジネスなど、社会変容に応じた様々な起業形態が増加し、法人開業率は目標を達成できなかった。 【今後の展開】 今後は、さらなる開業率や創業件数等の向上に向け、推進交付金の交付終了後も本事業を継続し、チャレンジオフィスあきたを拠点として、若年層に対し起業家精神の醸成に取り組むなど、創業支援体制の充実を図る。	産業振興部 (商工貿易振興課)			
2	デジタル田園都市国家構想交付金	東北六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(広域連携事業) ・R5業費 4,855,898円 (2,427,949円) ()は交付金 【参考】 【東北県庁所在地6市】 【仙台市】 9,711,792円 (4,855,896円) 【他の5市】 4,855,898円 (2,427,949円)	東北の伝統ある夏祭り(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)を一体化し実施した東北六魂祭(2011~2016年)、東北絆まつり(2017年~)の実施により、東北絆まつりは新たな伝統文化として認知されつつあり、東北の県庁所在地六市等の連携体制も強固なものとなっている。 本事業では、その連携体制と新たな伝統文化「東北絆まつり」を活用し、東北六市が連携した観光物産プロモーションを実施することで、東北の風土や自然、食などに広がりを持たせた文化・観光の魅力を発信するとともに、スタンプラリーなどにより東北域内在住者を含めた、域内周遊を促進することで交流人口の拡大を図る。	①東北の県庁所在地六市(青森市、盛岡市、仙台市、秋田市、山形市、福島市)延べ宿泊者数(2022年は2017~2019年の平均値を目標にし、その毎年各市50,000人泊増)(人) 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(2022年は2017~2019年の平均値を目標にし、その後毎年各市30,000人増)(人) ③観光物産プロモーション実施回数(回) ④スタンプラリー参加者数(人)	開始前	R4増加分	R5増加分	R6増加分	増加分累計	①10,200,000人 ②1,342,000人 ③0.00回 ④0人	①4,200,000人 ②8,790,000人 ③2.00回 ④1,000人	①30,000人 ②180,000人 ③2.00回 ④1,000人	①30,000人 ②180,000人 ③2.00回 ④1,000人	①4,260,000人 ②9,150,000人 ③6.00回 ④3,000人	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。 情報発信では、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PV数を得た。デジタルスタンプラリーは7月から9月の3か月間実施し、2,414人の方に参加いただいた。 観光物産プロモーションでは、東京都(なかの東北絆まつり、歌舞伎町タワー)及び大阪府(御堂筋ランウェイ)で計3回イベント出演及び観光PRを行った。 旅行商品造成については、六市の夏祭りを体験できるコンテンツを6本作成し販売を行った。 【現状分析】 ①宿泊者数 : 未達成(未定) ②夏祭り入込数 : 達成 ③プロモーション実施回数 : 達成 ④スタンプラリー参加者数 : 未達成 【課題と対応等】 新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に伴い、各祭りの規模や来場者の観光マインドがコロナ禍前の水準に近づいた。 スタンプラリー事業については、令和4年度と同程度の参加者を獲得することはできたものの、新規に参加いただく層を取り込みきることができなかった。令和6年度はWEB広告をはじめとした広報を工夫し、事業の周知に努めることで達成を目指す。	観光文化スポーツ部 (観光振興課)

No.	種別	交付対象事業		本事業における重要業績評価指標(KPI)および実績 (上段:指標、下段:実績)					令和5年度の進捗状況の説明	結果、総括(計画期間終了事業分)、 現状分析、課題と今後の対応等	担当部署 (担当課所室)	
		国への申請事業名 (事業費R5年度)	事業概要	開始前	R4増加分	R5増加分	R6増加分	増加分累計				
3	デジタル田園都市国家構想交付金 地方創生推進タイプ	「秋田の元気は港から！」みなと賑わい創出プロジェクト(広域連携事業) ・R5事業費24,774,644円(12,387,322円)は交付金 【参考】 【秋田県、秋田市、男鹿市】 【秋田県】70,120,742円(35,060,371円) 【男鹿市】66,202,202円(33,101,101円)	1. 港及び地域の魅力向上と受入態勢の整備 (1) 港及び地域の魅力向上 港が所在する自治体やDMO等の民間団体等と連携しながら、港及び地域の観光施設・資源の磨き上げを図ることにより、新たな付加価値を創出するとともに、港を訪れる人の満足度の向上を図る。 (2) 受入態勢の整備 旅行者の受入態勢の充実を図るとともに、キャッシュレス決済等の導入により、旅行者の移動等の円滑化を図る。 2. 効果的なプロモーション等による認知度向上と需要の掘り起こし (1) 効果的なプロモーションによる認知度の向上 動画等のPR素材を作成し、これを活用しながら広域的なプロモーションを実施し、本県の認知度向上を図る。 (2) 旅行商品造成等による需要の掘り起こし フェリー秋田航路を利用した新たな貨物輸送等を確保するとともに、フェリーを活用した旅行商品の造成を行うことにより、フェリーターミナルや周辺施設の利用促進を図り、賑わい創出につなげる。	①道の駅あきた港入込客数(人) ②道の駅おが入込客数(人) ③フェリー旅客数(人)	①480,000人 ②446,000人 ③15,300人	①60,000人 ②20,000人 ③3,100人	①80,000人 ②20,000人 ③24,400人	①100,000人 ②20,000人 ③4,800人	①240,000人 ②60,000人 ③32,300人	自治体及び観光協会等の団体が加入する「あきたクルーズ振興協議会」会員を対象とし、国際クルーズの受入に向けたセミナーを開催した。 オプションルツアーの造成による県内観光を促進するため、クルーズ船社や旅行会社を招聘し、観光資源や体験メニュー等についてPRを行った。 スタンダードからラグジュアリーまで、様々な客船の受入を実施した。	【現状分析】 ①道の駅あきた港入込客数 : 達成 ②道の駅おが入込客数 : 達成 ③フェリー旅客数 : 未達成 【課題と対応等】 新型コロナウイルス感染症が5類へ移行されたことなどに伴い、国際クルーズの受入を再開したほか、各地でイベントやまつりなどが開催され、港をはじめ背後地の賑わい創出につながった。 フェリー旅客数については、運行するフェリーの機関故障の影響により、航海数が前年度より減少したことから、未達成となったが、年間を通じた利用実績については、前年度を上回った。 今後は県内各地への経済波及効果を最大化するため、民間団体等と連携しながら、観光資源の磨き上げなど、旅客満足度の向上に資する取組を推進するとともに、引き続き、積極的な誘致に取り組んでいく。	観光文化スポーツ部(観光振興課)
4	デジタル田園都市国家構想交付金 デジタル推進タイプ	【新規】 動画を活用したデジタルデバインド等の解消と情報発信手段の多様化 ・R5事業費1,888,150円(944,075円)は交付金	〈事業概要〉 簡単に動画を作成・配信できるシステムを導入することで市の情報発信手段の多様化を図るとともに、住民がいつでも学習教材として動画を利用できる環境を構築し、デジタルデバインドの解消を図る。 〈具体的なサービス〉 【動画自動作成システム】 簡単に動画を配信できるようになることで、図やテキスト情報だけでは伝えづらかった内容を分かりやすく伝えられるようになる。	①システムを使って作成した動画の公開数(動画の数(累計)) ②公開した動画の再生回数(回) ③サービス利用者の満足度(%)	①30本 ②2,400回 ③70%	①70本 ②7,000回 ③80%	①120本 ②13,200回 ③90%		①60本 ②5,000回 ③93%	システムの利用方法を習得するための集合研修を9回実施したほか、同研修の内容を動画でいつでも視聴できる環境を整え、動画による情報発信の促進を図った。 結果、動画の公開数、再生数ともに目標値を大きく上回り、サービス利用者の満足度も高いものとなった。	【現状分析】 ①システムを使って作成した動画の公開数 : 達成 ②公開した動画の再生回数 : 達成 ③サービス利用者の満足度 : 達成 【課題と対応等】 システムを利用できる人材の育成に力を入れたことで、様々な分野の動画が作成・公開され、さらにその動画を視聴した職員がシステムを利用するという好循環が生まれた。 今後も、システムを利用できる職員を増やし、市全体の情報発信力を高めていくために、引き続き研修の実施や活用事例の紹介を実施していく。 動画の作成本数は目標値を大きく上回ったが、多くの視聴者から視聴後の評価をもらえず、少数の評価結果から満足度を算出しているため、今後は、多くの意見、感想をもらえる工夫が必要だと感じている。 また、再生回数の多寡は動画の「質」に対する評価と考えているが、目標値を大きく上回ったことから一定の評価を得られているものと考えている。	デジタル推進本部
5	デジタル田園都市国家構想交付金 実装タイプ	【新規】 LINE活用型観光バスポート事業(広域連携事業) ・R5事業費3,667,000円(1,833,000円)は交付金 【参考】 【秋田市、男鹿市、潟上市】 【男鹿市】3,667,000円(1,834,000円) 【潟上市】3,666,000円(1,833,000円)	〈事業概要〉 LINEを活用した観光情報提供/周遊・消費促進アプリ「デジタル観光パスポート」を導入し、デジタルマーケティングを推進することで、利用者の域内周遊を支援、そして消費促進の加速、関係人口の蓄積を目指す。また、利用者データに基づいたデジタル上のプロモーションが可能な環境を構築、観光領域のデジタル活用を推進する。 〈具体的なサービス〉 【ユーザー向けアプリ「デジタル観光パスポート」】 LINEのメニュー機能から複数の地域サービスを利用可能にする。 (例)観光情報閲覧、地域クーポン利用、ECサイト利用、ふるさと納税、県の観光サイト「アキタファン」との相互送客、インバウンド対応(多言語化)等 【保守運用支援】 ユーザー向けアプリの利用者データの可視化、アンケートの実施、コンテンツ管理、メッセージ配信を保守・運用にて支援する。	①累計LINE友達登録者数(人) ②複数地域コンテンツへのアクセス率(%) ③地域クーポン利用回数(回) ④サービスを通じた観光消費額(円) ⑤観光地点等入込客数(人地点) ⑥サービス全体の満足度(%)	①5,000人 ②30% ③100回 ④50,000,000円 ⑤7,247,407人地点 ⑥50%	①6,000人 ②40% ③240回 ④60,000,000円 ⑤8,594,125人地点 ⑥50%	①7,000人 ②50% ③350回 ④70,000,000円 ⑤9,940,845人地点 ⑥50%		①5,055人 ②39.11% ③351回 ④70,230,500円 ⑤9,049,181人地点 ⑥90.28%	LINEによる観光情報の発信を63回実施した(事業の連携自治体3市(本市、男鹿市、潟上市)の合計)。 LINE上に3市の観光マップを作成し、利用者の位置情報と連動した情報提供を行った。また、3市の観光スポット一覧、「温泉」や「日本酒と食」などのテーマ別観光スポット、おすすめの観光コースを情報提供した。 クーポン情報を登録した3市の飲食店等で使用できるクーポンについて、利用者の位置情報と連動した情報提供を行った。また、飲食店等へ依頼しクーポン登録店舗およびクーポン掲載数の増加を図ったほか、店頭以外でも3市の特産品を購入できるECサイト「あきたづくし」のリンクを掲載するなどした。 連携自治体3市において、イベント・まつり会場で利用促進活動などのプロモーションを実施し、友だち登録者を対象とした抽選会を行ってノベルティグッズを進呈した。また、本市が首都圏等で行った観光キャンペーンや市内イベント等でのPR活動のほか、クーポンの登録を行った店舗および市内一部ホテル客室へのPOPの設置、SNS等を活用した周知などを行った。	【現状分析】 事業実施にあたって設定した6つのKPIについて、令和5年度の目標を達成するなど、概ね順調な取組状況となっている。 ①累計LINE友達登録者数 : 達成 ②複数地域コンテンツへのアクセス率 : 達成 ③地域クーポン利用回数 : 達成 ④サービスを通じた観光消費額 : 達成 ⑤観光地点等入込客数 : 達成 ⑥サービス全体の満足度 : 達成 【課題と対応等】 令和5年度の取組は概ね順調であったことから、今後も連携自治体3市による観光情報の発信のほか、SNSでの情報発信、各種イベント等でのチラシの配布、関係団体などとの連携イベント実施などを通じた周知・広報活動を継続する。 また、連携自治体3市と業務委託先による定期的な打ち合わせのほか、必要に応じて情報共有を積極的に行うなど、関係強化を図る。	観光文化スポーツ部(観光振興課)