

地方創生関係交付金活用事業の効果検証について

1 制度概要・目的

- (1) 地方創生関係交付金（デジタル田園都市国家構想交付金、新しい地方経済・生活環境創生交付金等）は、地方公共団体が地域の実情に応じて実施する地方創生の取組を支援するため、国が交付するものであり、各事業については重要業績評価指標（KPI）を設定し、PDCA サイクルによる効果検証を行うこととされている。
- (2) 交付金活用事業は、地域再生計画に掲載している事業であり、本市総合戦略に位置付けられた施策を推進するものであることから、総合戦略の PDCA サイクルの一環として、事業効果を検証するとともに、KPI の達成状況や事業の実効性を確認し、今後の事業改善につなげる。

2 交付金活用事業の概要と実績

(1) 動画を活用したデジタルデバイド等の解消と情報発信手段の多様化

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、デジタルデバイドの解消を図る。

K P I	R7目標	R7実績	成果・課題
システムを使って作成した動画の公開数(累計)	120本	182本	動画の作成本数、再生回数については研修やPR活動の効果から目標を達成したものの、再生回数については動画によって偏りがあることが課題となっている。満足度については目標を下回っているため、動画作成に係るサポートを継続していく。
公開した動画の再生数	13, 200回	31, 000回	
サービス利用者の満足度	90%	82%	

(2) LINE 活用型観光パスポート事業

LINE を活用した観光情報の発信やデジタルクーポンの提供などにより、観光客の周遊・消費を促進するとともに、利用者データを活用したデジタルマーケティングを推進する。

K P I	R7目標	R7実績	成果・課題
累計LINE友だち登録者数	7, 000人	9, 708人	LINEを活用した情報発信等により、友だち登録者数や観光消費額は目標を達成した。一方、クーポンの利用拡大などが課題となっている。
複数地域コンテンツへのアクセス率	50%	26. 78%	
地域クーポン利用回数	350回	145回	
サービスを通じた観光消費額	70, 000千円	171, 955千円	
観光地点等入込客数(速報値)	9, 940, 845人	9, 433, 809人	
サービス全体の満足度	50%	84. 34%	

(3) 秋田市公式 LINE 機能拡充事業

「子育て LINE」の愛称でスタートしていた地方公共団体プランを「秋田市公式 LINE」と改称し、関係部局に管理用アカウントを配付して、全庁的に市民と市との双方向通信を実現する。

K P I	R7目標	R7実績	成果・課題
追加した機能・サービスへのアクセス数	22,000件	24,343件	追加した機能・サービスへのアクセス数、配信コンテンツ数、LINE友だち数については、目標を上回った。さらなる友だち登録数の増加および情報発信の工夫に努める。チャットボットに登録した設問数および応答実績数は、前年度微増であり、庁内での利用促進と新規登録を定期的に呼びかけていく。
追加した機能・サービスに係る配信コンテンツ数	5,000千件	11,570千件	
チャットボットに登録した設問数	2,000件	3,576件	
LINE友だち数	20,000人	27,783人	
受信設定数	15個	22個	
AIチャットボット応答実績数	2,000件	6,954件	

(4) サテライトオフィス誘致推進事業

サテライトオフィスの整備・運営支援や企業誘致を行うことで、情報通信産業を中心とした企業の進出を促進し、若者や女性の雇用機会の創出と移住・定住の促進を図る。

K P I	R7目標	R7実績	成果・課題
サテライトオフィス利用企業数	3社	6社	誘致活動により進出企業が増加したほか、進出検討時からサテライトオフィスのPRを実施した。また、秋田市移住相談センターにおける相談支援等を行った。引き続き施設改善や企業誘致、施設PRなどに取り組む。
上記のうち県外企業	2社	6社	
サテライトオフィス利用者数	1,296人	1,520人	
上記のうち県外利用者割合	50.0%	9.8%	
移住者数	348人	338人	

(5) 秋田市シティプロモーション推進事業

SNS や動画等を活用した情報発信や若者との共創によるプロモーションを通じて、本市の魅力度・認知度の向上と、市民のまちへの誇りや愛着の醸成を図る。

K P I	R7目標※①	R7実績※②	成果・課題
世帯主が20～30代の移住者数【前年度目標320人／実績223人】	+35人 (355人)	-9人 (214人)	①・④の移住者数は熊の報道等で減少したが、Uターン起業の好事例もあり、今後は活躍をイメージできる発信を強化する。②は秋田市への意識変化や関心を測る具体的なアンケートを行っていく。③は認知度向上で大幅に順位を上げており、令和8年度の新コンセプトを活用してさらなるイメージ向上を図る。 ※①…前年度目標からの増加分であり、()内は具体値 ※②…前年度実績からの増加分であり、()内は実績値
「秋田市が好き」と回答した割合(10～30代)【前年度目標72.0%／実績72.3%】	+1.5% (73.5%)	+1.1% (73.4%)	
地域ブランド調査魅力度ランキング)【前年度目標150位／実績215位】	-8位 (142位)	-68位 (147位)	
移住世帯のうち世帯主が20～30代の割合)【前年度目標73.13%／実績71.06%】	+1% (74.13%)	-5.34% (65.72%)	

(6) めざせ港の魅力向上！世界に選ばれる港づくり推進事業

外国人旅行者の増加に対応するため、多言語案内やデジタル技術を活用した受入環境の整備、人材育成等を進めることで利便性向上を図る。また、国際クルーズ船寄港時に郷土芸能や食文化の体験機会を設け、本県の実力発信につなげる。

K P I	R7目標	R7実績	成果・課題
秋田県における観光消費額 【基準:117,266百万円】	+8,000百万円	集計中	引き続き、県、男鹿市、能代市や各関係機関と連携するとともに、効果検証を行いながら、クルーズ船の受入体制の整備を進めていく。 ※【基準】は事業開始前実績 ※「集計中」の実績は8月末～9月上旬に公表される予定
クルーズ船寄港回数 【基準:27回】	+7回	+6回	
カーボンニュートラル取組数 【基準:6事業】	+2事業	+2事業	
洋上風力視察受入人数（能代観光協会対応分）【基準:221人】	+22人	-86人	
フェリー貨物輸送量 【基準20,260台】	+1,000台	-2,460台	

(7) 大阪・関西万博を契機とした地域連携による外国人旅行者の新規開拓プロジェクト

東北地域が一体となった訪日外国人向けプロモーション体制を構築し、大阪・関西万博を契機として、自然・文化・食など東北の多様な観光資源を活用した情報発信を行う。動画サイトやSNS等での発信効果を踏まえ、地域や文化圏ごとの関心に応じたVR等の体験型コンテンツを制作・発信し、東北への誘客と周遊促進を図る。

K P I	R7目標	R7実績	成果・課題
東北六県観光消費額 【基準:1,402,175百万円】	+58,960百万円	集計中	引き続き、県外でのプロモーションを実施するとともに、SNSでの情報発信を戦略的に行うことで、東北の認知度向上と域内周遊を促進する。 ※【基準】は事業開始前実績 ※「集計中」の実績は8月末～9月上旬に公表される予定
インバウンド向けプロモーション接触者数	240,000人	155,500人	
インバウンド向けプロモーション実施回数	2回	3回	
WEBサイトPV数【基準:189,400人】	+7,576人	-53,284人	