

1

事業名	動画を活用したデジタルデバイス等の解消と情報発信手段の多様化			担当部局（課所室）		デジタル化推進本部			
交付金	デジタル田園都市国家構想交付金／デジタル実装タイプ (TYPE1)			活用年度	R5	検証期間	R5～R7	活用額	944,075 円
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、デジタルデバイドの解消を図る。 【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かった内容を分かりやすく伝えられるようになる。								
●重要業績評価指標（K P I）		R 5 年度末 (上：目標／下：実績)	R 6 年度末 (上：目標／下：実績)	R 7 年度末 (上：目標／下：実績)			事業実施の成果・課題・今後の対応等		
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））		30本 ----- 60本	70本 ----- 137本	120本 ----- 182本			・動画の作成本数、再生回数については研修やP R活動の効果から前年度を上回る実績となり、目標を達成している。ただし、再生回数については動画によって偏りがあるため、すべての動画を多くの方に見てもらえるよう、さらなる工夫が必要と考えている。 ・満足度については、目標を下回っているほか、前年度と比べても低下していることから、動画の質が一定以上の水準を満たせるよう、研修や問合せ対応といった動画作成に係るサポートを継続していく。		
②公開した動画の再生回数（回）		2,400回 ----- 5,000回	7,000回 ----- 20,000回	13,200回 ----- 31,000回					
③サービス利用者の満足度（％）		70% ----- 93%	80% ----- 84%	90% ----- 82%					

2

事業名	LINE活用型観光パスポート事業			担当部局（課所室）		観光文化スポーツ部 (観光振興課)			
交付金	デジタル田園都市国家構想交付金／デジタル実装タイプ (TYPE1)			活用年度	R5	検証期間	R5～R7	活用額	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。 ・【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。								
●重要業績評価指標（K P I）		R 5 年度末 (上：目標／下：実績)	R 6 年度末 (上：目標／下：実績)	R 7 年度末 (上：目標／下：実績)			事業実施の成果・課題・今後の対応等		
①累計LINE友達登録者数（人）		5,000人 ----- 5,055人	6,000人 ----- 8,157人	7,000人 ----- 9,708人			事業実施にあたって設定した6つのKPIについて、令和7年度は3つの目標値を達成した。 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：未達成 ③地域クーポン利用回数：未達成 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：未達成 ⑥サービス全体の満足度：達成		
②複数地域コンテンツへのアクセス率（％）		30% ----- 39.11%	40% ----- 27.82%	50% ----- 26.78%					
③地域クーポン利用回数（回）		100回 ----- 351回	240回 ----- 274回	350回 ----- 145回					
④サービスを通じた観光消費額（千円）		50,000千円 ----- 70,230千円	60,000千円 ----- 145,038千円	70,000千円 ----- 171,955千円					
⑤観光地点等入込客数 ※令和7年の数値は速報値。		7,247,407人 ----- 9,049,181人	8,594,125人 ----- 9,712,134人	9,940,845人 ----- 9,433,809人			【課題と対応等】 ・「複数地域コンテンツへのアクセス率」、「地域クーポン利用回数」、「観光地点等入込客数」の3項目が未達成となった。 今後は、連携自治体3市や業務委託先と連携し、各市の観光施設に関するタイムリーで有益な情報発信の強化や、3市の観光地を周遊モデルコースとして紹介する等、地域をまたいだ発信を通じて複数地域コンテンツへのアクセス率向上を図る。 ・また、観光動線上使用しやすいクーポン掲載店舗数の拡大やクーポンメニューの更新等を通じて地域クーポン利用回数の回復、観光や各種イベント等の積極的な情報発信による観光地点等入込客数の増加を図る。 ・引き続き、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を通じて課題を共有し、速やかな改善に努める。		
⑥サービス全体の満足度（％）		50% ----- 90.28%	50% ----- 92.82%	50% ----- 84.34%					

3

事業名	秋田市公式LINE機能拡充事業			担当部局（課所室）		デジタル化推進本部				
交付金	デジタル田園都市国家構想交付金／デジタル実装タイプ(TYPE1)			活用年度		R6	検証期間	R6～R8	活用額	139,000 円
事業概要	・「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。 ・【AIチャットボットサービスの拡充】子育て関係等、一部の業務に限られていたチャットボットによる自動応答機能を全庁の業務に拡大する。 ・【LINE相談機能の拡充】子育て関係で実施してきたLINEのチャット機能による相談受付を健康相談や消費者生活相談などにも拡大する。 ・【イベント等予約機能の拡大】イベントや相談等、定員管理が必要な予約の受付を子育て関係以外でも利用できるようにする。 ・【通報機能の導入】道路の損傷状況や災害状況の写真・位置情報等を市民からの通報で取得する。									
●重要業績評価指標（K P I）		R 6 年度末 (上：目標／下：実績)	R 7 年度末 (上：目標／下：実績)	R 8 年度末 (上：目標／下：実績)			事業実施の成果・課題・今後の対応等			
①追加した機能・サービスへのアクセス数		18,000件 ----- 18,558件	22,000件 ----- 24,343件	26,000件 ----- －			・追加した機能・サービスへのアクセス数および配信コンテンツ数、LINE友だち数については、指標を上回っているものの、さらなる利用促進のため、ともだち登録数の増加および情報発信の仕方の工夫に努める必要がある。 ・チャットボットへ登録した設問数、応答実績数については、前年度より微増したものの、庁内に対しさらなる利用促進を図る必要があると考えている。チャットボットの更新とともに新規登録を定期的に呼びかける。 ・受信設定数については、利用者が希望する情報だけを適切に受け取れるよう、ニーズを確認しながら調整していく。			
②追加した機能・サービスに係る配信コンテンツ数		3,200千件 ----- 5,978千件	5,000千件 ----- 11,570千件	8,000千件 ----- －						
③チャットボットに登録した設問数		1,000件 ----- 3,512件	2,000件 ----- 3,576件	3,000件 ----- －						
④LINE友だち数		16,000人 ----- 21,408人	20,000人 ----- 27,783人	24,000人 ----- －						
⑤受信設定数		10個 ----- 21個	15個 ----- 22個	20個 ----- －						
⑥AIチャットボット応答実績数		1,000件 ----- 6,941件	2,000件 ----- 6,954件	3,000件 ----- －						

4

事業名	サテライトオフィス誘致推進事業			担当部局（課所室）		産業振興部(企業立地雇用課)				
交付金	デジタル田園都市国家構想交付金／デジタル実装タイプ(テレワーク型)			活用年度		R6	検証期間	R7～R9	活用額	18,006,000 円
事業概要	・本市では、若者や女性の転出超過が喫緊の課題と捉えており、多様な働き方が可能で賃金水準の高いIT企業が就職先として人気が高いことから、情報通信産業の誘致に積極的に取り組んでいる。近年は、進出企業数が増加傾向にある中で、スモールスタートとして最適な中心市街地にある個室タイプのサテライトオフィスが人気となり、市内の10施設67室のうち約9割の60室が埋まっていることから、秋田駅直結ビル「アルヴェ」にサテライトオフィスを整備する事業者を支援するとともに、進出検討企業の調査・新設PRおよび本市の魅力を経験する視察ツアーによりIT企業を誘致し、若者や女性の雇用促進を図るもの。									
●重要業績評価指標（K P I）			R 6 年度末 (上：目標／下：実績)	R 7 年度末 (上：目標／下：実績)	R 8 年度末 (上：目標／下：実績)	R 9 年度末 (上：目標／下：実績)		事業実施の成果・課題・今後の対応等		
①サテライトオフィス利用企業数			— 3社	3社 6社	5社 —	6社 —		・企業誘致活動の促進により本市進出企業が増加したほか、進出検討時から本施設の P R を実施した。また、令和8年3月に入居者テナント交流会を開催し、施設運営の改善点の洗い出しや入居者同士の交流促進を図り、継続的な施設利用に努めた。さらに、秋田市移住相談センターにおける移住相談支援等により、「④県外利用者数の割合」を除く KPI は目標を達成した。 ・未達成であった「④県外利用者数の割合」は、市内常駐者の利用が多く、県外利用が想定を下回ったことが要因であり、今後は入居企業の事業拡大支援等を通じて県外利用の促進を図る。 ・引き続き、施設改善や企業誘致、施設PRに取り組むとともに、事業拡大に伴う退居も見据え、オフィス入居や移住定住の促進に努めている。		
②サテライトオフィス利用企業のうち県外企業数			— 2社	2社 6社	3社 —	3社 —				
③サテライトオフィス利用者数(年間延べ人数)			— 183人	1,296人 1,520人	2,736人 —	3,888人 —				
④サテライトオフィス利用者のうち県外利用者数の割合			— 84.7%	50% 9.8%	50% —	50% —				
⑤移住者数			— 318人	348人(+30人) 338人	378人(+60人) —	408人(+90人) —				
※取組計画：交付対象事業終了後における実施計画（期間：交付対象事業終了後3か年）→令和7～9年度の K P I を設定										

5

事業名	秋田市シティプロモーション推進事業			担当部局（課所室）	企画財政部（人口減少・移住定住対策課）							
交付金	新しい地方経済・生活環境創生交付金（第2世代交付金）／ソフト事業			活用年度	R7		検証期間	R6～R8		活用額	6,849,466 円	
事業概要	・「若者にとって魅力あるまち」を目指し、本市の魅力度および認知度向上を図るプロモーションと、市民のまちへの誇りと愛着を醸成する取組を行う。 ・【公式Instagramを活用した本市の魅力体感プロモーション】まちへの誇りと愛着醸成パートナー企業、高校生、子どもたちと共創し、SNSやWEB、写真展等を通して市民が本市の地域資源の魅力に触れる機会を創出・発信する。 ・【ターゲティング動画広告等によるプロモーション】時代に即したツールやメディアを活用したプロモーション動画等の配信により、若い世代の本市に係る情報接触度向上や魅力度向上を図る。 ・【未来創造人材育成・プロモーション事業】映像制作事業で立ち上げた官民による実行委員会が主体となり、短編映画制作やワークショップ等を行い、若者の挑戦の継続的なプロモーションとシビックプライド醸成を図る。											
●重要業績評価指標（K P I）			事業開始前 （上：目標／下：実績）	R 6 増加分 （上：目標／下：実績）	R 7 増加分 （上：目標／下：実績）	R 8 増加分 （上：目標／下：実績）	増加累計分 （上：目標／下：実績）		事業実施の成果・課題・今後の対応等			
①秋田県に移住希望登録し、県外から本市に移住した世帯主が20代30代の移住者数（地域へのUIJターン数）			－	+31人(320人)	+35人(355人)	+39人(394人)	+105人		・①および④の20～30代の移住者数が減少した。熊に関する報道が全国的に報道された時期から移住相談件数も減少しており、要因の一つと考えられる。しかし、これまでのプロジェクトに参加した後に県外に就職した20代が、本市にUターンし起業準備を行うなどの事例も見られており、Uターン後の支援や本市での活躍を具体的にイメージすることができると発信を引き続き強化していく。 ・②については、令和7年度から、「好き」「嫌い」だけでなく、KPIの把握に当たり、秋田市に対する好意的な意識の変化や関心が高まったことを示すより具体的な回答項目を設け、事業の効果検証を行うこととした。今後も同様にアンケートを実施し、事業による意識や行動の変容を検証していきたい。 ・③の魅力度ランキングについては、昨年度から大幅に順位を上げており、特に認知度や情報接触度が向上していたことが影響していると分析している。令和8年度に制作するブランディングコンセプトやコピーを活用し、市全体のイメージ向上を図る発信を効果的・戦略的に行っていきたい。			
			289人	－66人(223人)	－9人(214人)	－	－75人					
②10～30代の市民調査における「秋田市が好き」			－	+2%(72.0%)	+1.5%(73.5%)	+2.5%(76.0%)	+6.0%					
			70.0%	+2.3%(72.3%)	+1.1%(73.4%)	－	+3.4%					
③ブランド総合研究所「地域ブランド調査」魅力度ランキング ※順位であり、毎年数値が減少			－	－8位(150位)	－8位(142位)	－20位(122位)	－36位(122位)					
			158位	+57位(215位)	－68位(147位)	－	－11位(147位)					
④秋田県に移住希望登録し、県外から本市に移住した世帯数のうち世帯主が20代30代の割合			－	+0.69%(73.13%)	+1%(74.13%)	+2%(76.13%)	+3.69%(76.13%)					
			72.44%	－1.38%(71.06%)	－5.34%(65.72%)	－	－6.72%(65.72%)					

6

事業名	めがせ港の魅力向上！世界に選ばれる港づくり推進事業				担当部局（課所室）		観光文化スポーツ部（観光振興課）						
交付金	新しい地方経済・生活環境創生交付金（第2世代交付金）／ソフト事業				活用年度	R7		検証期間	R7～R9		活用額	17,146,094 円	
事業概要	・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、本県の魅力発信につなげる。 ・地域の食などの資源を活用した高付加価値商品の造成により、観光客の集中を抑制しつつ、寄港効果を県内全域へ波及させ、地域経済の活性化を図る。 ・港周辺事業者との連携や情報共有を進め、脱炭素化に資する設備導入を検討することで、継続的な脱炭素化の推進体制を構築する。また、環境学習をテーマとした教育旅行等の受入体制を整備し、新たな旅行需要の創出と地域経済の活性化につなげる。 ・クルーズ船寄港時に最寄駅までのシャトルバスを試験運行し、旅客輸送の選択肢拡大に向けた効果検証を行う。また、海上輸送を継続利用する企業への支援によりモーダルシフトの定着を図るとともに、フェリー航路維持やフェリー旅の利用促進を通じて観光振興につなげる。												
●重要業績評価指標（K P I）			事業開始前 （上：目標／下：実績）	R 7 増加分 （上：目標／下：実績）	R 8 増加分 （上：目標／下：実績）	R 9 増加分 （上：目標／下：実績）	増加累計分 （上：目標／下：実績）	事業実施の成果・課題・今後の対応等					
①秋田県における観光消費額（暦年、総額）			－	+8,000百万円	+8,000百万円	+8,000百万円	+24,000百万円	・秋田県における観光消費額については、秋田県にて令和8年8月中発表予定であるため未計測となっている。 ・クルーズ船の寄港回数については、令和7年度は事業開始前よりも6回多い、33回の寄港数であるが、悪天候による抜港により目標には及ばなかった。 ・カーボンニュートラル取組数については、目標に達成した。（港湾空港課まとめ_脱炭素化推進計画(案)実績集計より） ・洋上風力視察受入については、ガイド養成により受入態勢は向上したが、他地域への見物客分散により受入人数は減少した。今後は、いかに洋上風力発電を観光コンテンツとして磨き上げ、P R方法を工夫し、受入人数を増やしていくかが課題である。 ・フェリー貨物輸送量の令和7年度実績は17,800台で、前年度から9.8%減少しており、目標には至っていない。 ・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すすめていく。					
			117,266百万円	※R8.8発表	－	－	※R8.8発表						
②クルーズ船寄港回数			－	+7回	+1回	+1回	+9回						
			27回	+6回	－	－	6回						
③カーボンニュートラル取組数			－	+2事業	+2事業	+2事業	+6事業						
			6事業	+2事業	－	－	+2事業						
④洋上風力視察受入人数（能代観光協会対応分）			－	+22人	+24人	+26人	+72人						
			221人	▲86人	－	－	▲86人						
⑤フェリー貨物輸送量			－	+1,000台	+1,000台	+1,000台	+3,000台						
			20,260台	▲2,460台	－	－	▲2,460台						

7	事業名	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			担当部局（課所室）	観光文化スポーツ部（観光振興課）						
	交付金	新しい地方経済・生活環境創生交付金（第2世代交付金）／ソフト事業			活用年度	R7		検証期間	R7～R9		活用額	1,996,289 円
	事業概要	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。 1．VR等のバーチャル技術を活用し、東北の観光資源を体感できる観光素材を制作・活用する。 2．多言語対応WEBサイトやWEB広告により、東北の認知度向上と域内周遊を促進する。 3．国外・国内主要都市で体験型コンテンツや伝統文化を活用した観光物産プロモーションを実施し、東北の魅力を一体的に発信する。										
	●重要業績評価指標（K P I）		事業開始前 （上：目標／下：実績）	R 7 増加分 （上：目標／下：実績）	R 8 増加分 （上：目標／下：実績）	R 9 増加分 （上：目標／下：実績）	増加累計分 （上：目標／下：実績）		事業実施の成果・課題・今後の対応等			
	①東北六県観光消費額		－	+58,960百万円	+58,960百万円	+57,919百万円	+175,839百万円		・東北六県観光消費額については、各県の観光統計データが揃わないため未回答。 ・インバウンド向けプロモーションは、大阪・関西万博での東北絆まつり、なかの東北絆まつり、NIHONBASHI SAKURAFESの計3回参加し、目標を上回ったが、東北絆まつりが小規模会場（EXPOアリーナ MATSURI）であったことから、インバウンド向けプロモーション接触者数は、目標より減少した。 ・インバウンド向けに、WEBサイトの多言語対応やWEB広告を打ったものの、WEBサイトのPV数は目標を下回った。 ・今後も引き続き、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。			
			1,402,175百万円	※集計中	－	－	集計中					
	②インバウンド向けプロモーション接触者数		－	240千人	+40千人	+40千人	+320千人					
			－	155.5千人	－	－	+155.5千人					
	③インバウンド向けプロモーション実施回数		－	2回	+1回	－	+3回					
			－	3回	－	－	+3回					
	④WEBサイトPV数		－	+7,576人	+9,848人	+10,341人	+27,765人					
			189,400人	▲53,284人	－	－	▲53,284人					