

## デジタル田園都市国家構想交付金活用事業の進捗状況等について

### 1 デジタル田園都市国家構想交付金活用事業の進捗状況【資料 2 - 2】

デジタル田園都市国家構想交付金等を活用した事業について、透明性確保と効果的な事業推進のため、令和 6 年度末時点の進捗状況等の効果検証を行う。検証対象事業は、以下の 7 事業である。

#### 事業名の頭文字表記

**済**：令和 5 年度までに事業実施済みだが、効果検証が必要な事業  
**広**：他自治体との広域連携事業      **新**：令和 6 年度が初年度の事業

### 2 各事業の進捗状況等

- (1) **済** 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  
動画の作成本数・再生回数については、指標を達成しただけでなく、前年度から大きく伸びており、研修や P R 活動が結果として現れたと考えている。

満足度については、指標を達成しているものの、前年度から減となっていることから、動画の質が一定以上の水準を満たせるよう、研修内容の見直しや受講者のフォローアップを行っていく。

KPI (重要業績評価指標)	策定時実績	R6年度目標値	R6年度実績
①システムを使って作成した動画の公開数(累計)	①-	①70本	①137本
②公開した動画の再生回数(回)	②-	②7,000回	②20,000回
③サービス利用者の満足度(%)	③-	④80%	④84%

- (2) **済** LINE 活用型観光パスポート事業

取組は概ね順調であったものの、「複数地域コンテンツへのアクセス率」が未達成となったほか、「地域クーポン利用回数」が前年度実績と比較して減少傾向にあることから、連携自治体 3 市や業務委託先と連携し、観光情報の発信強化、各種イベント等での P R 活動、クーポン掲載店舗・掲載クーポン数の増加に努める。

KPI (重要業績評価指標)	策定時実績	R6年度目標値	R6年度実績
①累計LINE友達登録者数 (人)	①-	①6,000人	①8,157人
②複数地域コンテンツへのアクセス率 (%)	②-	②40%	②27.82%
③地域クーポン利用回数 (回)	③-	③240回	③274回
④サービスを通じた観光消費額 (円)	④-	④60,000千円	④145,038千円
⑤観光地点等入込客数 (人)	⑤-	⑤8,594,125人	⑤9,712,134人
⑥サービス全体の満足度 (%)	⑥-	④50%	④92.82%

(3) **広** 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

夏祭りへの入込数については、開催日が平日にあたったことや、天候面で恵まれなかったこともあり、前年度と比して減少となった。

六市の延べ宿泊者数は昨年度に比較し、増加していることから、本事業の効果が一定程度あったものと思料するが、全国的にみると東北の宿泊者数のシェア、特にインバウンドのシェアは依然として低い。祭り以外の東北の魅力の一体となり国内外に発信し、誘客に努めてまいりたい。

KPI (重要業績評価指標)	策定時実績	R6年度目標値	R6年度実績
①延べ宿泊者数(人) ※毎年各市50,000人泊増	①10,200,000人	①300,000人	①集計中
②夏祭り入込数(人) ※毎年各市30,000人増	②1,342,000人	②180,000人	②△270,000人
③観光物産プロモーション実施回数(回)	③0回	③2回	③3回
④スタンプラリー参加者数(人)	④0人	④1,000人	④2,011人

(4) **広** 「秋田の元気は港から！」みなと賑わい創出プロジェクト

クルーズ船の寄港増加などに加え、道の駅独自イベントなどの実施により、集客につながった。フェリー秋田航路を利用する旅行商品に対する支援やラジオでのフェリー旅行のPRを実施し、前年よりも旅客数は増加したものの、8月以降、フェリーの機関故障による減便が影響し、目標の数値には至らなかった。

KPI (重要業績評価指標)	策定時実績	R6年度目標値	R6年度実績
①道の駅あきた港入込客数(人) ※増加分	①480,000人	①100,000人	①70,527人
②道の駅おが入込客数(人) ※増加分	②446,000人	②20,000人	②44,152人
③フェリー旅客数(人) ※増加分	③15,300人	④4,800人	④5,877人

(5) **新** 秋田市公式 LINE 機能拡充事業

KPIについては、目標を上回ったものの、友達登録数の増加率はリニューアル直後と比較して鈍化してきていることから、より多くの人に興味を持ってもらえるよう、情報発信の仕方を工夫していく。

また、AIチャットボットへの問合せについて、利用実績のほとんどがごみ分別と除排雪に関連であり、利用者アンケートの実施等を通じて、さらなる利用促進を図る必要がある。

KPI (重要業績評価指標)	策定時実績	R6年度目標値	R6年度実績
①追加した機能・サービスへのアクセス数	①-	①18,000件	①18,558件
②追加した機能・サービスに係る配信コンテンツ数	②-	②100件	②5,978件
③チャットボットに登録した設問数	③-	④3,200件	③3,512件

## (6) 新 サテライトオフィス誘致推進事業

企業誘致プロモーション事業として、首都圏等へのIT企業約4,500社へニーズ調査を行い、78社から回答があり、14社とオンライン面談を実施。うち3社が視察ツアー参加した。視察ツアーには上記3社のほか、これまで誘致折衝していた3社を含め、合計で6社が参加し、うち2社が年度内に進出した。未進出4社の進出を実現させるため、県と連携した積極的な誘致活動を展開していく。

KPI (重要業績評価指標)	策定時実績	R7年度目標値	(参考)R6年度実績
①サテライトオフィス利用企業数	①-	①3社	①3社
②サテライトオフィス利用企業のうち県外企業数	②-	②2社	②2社
③サテライトオフィス利用者数(年間延べ人数)	③-	③1,296人	③183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	④-	④50%	④84.7%
⑤移住者数	⑤-	⑤30人	⑤318人

※KPIは交付対象事業終了3年間(R7～9年度)を設定。交付金活用はR6年度であることから参考値として検証する。

## (7) 新 秋田市シティプロモーション推進事業

①および④の20～30代の移住者数が減少したが、R7年度4～5月現在においては、前年同期比1.11倍となっている。今後も粘り強く効果的なブランディングを実施していく。

②の「秋田市が好き」と回答した割合は、順調に推移しており、若者の活躍に関する情報発信が実績につながったものと分析している。

③の魅力度ランキングについて、指標の一つである「居注意欲度」が460位(前年度238位)と大幅にランクダウンしたことが主因である。

ブランディングにおいて、「住んでみたい」と思ってもらえる具体的な暮らしや住民などの発信や、市全体のイメージ向上を図る効果的な内容を発信していきたい。

KPI (重要業績評価指標)	策定時実績	R6年度目標値	R6年度実績
①20代30代の移住者数(地域へのUIターン数)	①289人	①+31人(320人)	①-66人(223人)
②10～30代の市民調査「秋田市が好き」の割合	②70.0%	②+2%(72.0%)	②+6.8%(76.8%)
③「地域ブランド調査」魅力度ランキング	③158位	③-8位 (158位→150位)	③+57位 (158→215位)
④移住した世帯数のうち世帯主が20代30代の割合	④72.44%	④+0.69% (72.44%→73.13%)	④-1.38% (72.44%→71.06%)