

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					事業期間	R5	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	種類	デジタル実装タイプ(TYPE1)			補助率	1/2	対象事業費	1,888,150 円	実績額	944,075 円
事業概要・ 具体的サービス	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。										
K P I 上段:指標 下段:実績	K P I 説明	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（％）									
	R5年度末	R6年度末	R7年度末			令和6年度の進捗状況の説明			結果、現状分析、課題・今後の対応等		
	①30本 ②2,400回 ③70％	①70本 ②7,000回 ③80％	①120本 ②13,200回 ③90％			・令和5年度に引き続き、本システムを活用した動画の作成方法に関する研修を実施し、職員のスキルアップを図ることに注力した。 ・また、市民向けのコンテンツについては、市の公式YouTube等に投稿するとともに、市のホームページからのリンクや、広報あきた等にQRコードを掲載する等、アクセスしやすい環境を整え、多くの方に視聴してもらえるよう努めた。			・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PR活動が結果として現れたと考えている。ただし、再生回数については動画によって偏りがあり、すべての動画が多くの方に見てもらえるよう、さらなる工夫が必要。 ・満足度については、指標は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。		
	①60本 ②5,000回 ③93％	①137本 ②20,000回 ③84％	—								

2

事業名	LINE活用型観光パスポート事業					事業期間	R5	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	種類	デジタル実装タイプ(TYPE1)			補助率	1/2	対象事業費	3,667,000 円	実績額	1,833,500 円
事業概要・ 具体的サービス	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。										
K P I 上段:指標 下段:実績	K P I 説明	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（％）									
	R5年度末	R6年度末	R7年度末			令和6年度の進捗状況の説明			結果、現状分析、課題・今後の対応等		
	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％			・連携自治体3市（秋田市、男鹿市、潟上市）において、イベント会場で新たに友だち登録していただいた方を対象に、抽選でノベルティグッズを配布するなど、PR活動を継続した。 ・また、本市では、秋田港に寄港するクルーズ船の乗客や、台湾チャーター便の乗客にもパンフレットを配布している。 ・LINEによるイベントや観光情報等の発信を73回実施（連携自治体3市が発信した合計）したほか、業務委託先と連携し、3市の特産品を販売しているECサイトや秋田市観光myタクシーのPRも併せて行った。 ・商工会議所と連携し、「千秋蓮まつり」の開催に併せた専用のクーポンを発行するなど、利用促進を図った。			【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6年度は5つの目標値を達成するなど、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：未達成 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6年度の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」が令和6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PR活動、クーポン掲載店舗・掲載クーポン数の増加に努める。 ・また、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などにより、課題共有と速やかな解決策の実施に努める。		
	①5,055人 ②39.11％ ③351回 ④70,230,500円 ⑤9,049,181人地点 ⑥90.28％	①8,157人 ②27.82％ ③274回 ④145,038,500円 ⑤9,712,134人地点 ⑥92.82％	—								

3	事業名	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）				事業期間	R4～R6	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	種類	地方創生推進タイプ(横展開型)		補助率	1/2	対象事業費	4,904,876 円	実績額	2,452,438 円
	事業概要・ 具体的サービス	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。									
	K P I 説明	①東北六市(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)									
K P I 上段:指標 下段:実績	開始前	R4増加分	R5増加分	R6増加分	増加分累計	令和6年度の進捗状況の説明			結果、現状分析、課題・今後の対応等		
	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	①300,000人 ②180,000人 ③2.00回 ④1,000人	①300,000人 ②180,000人 ③2.00回 ④1,000人	①4,800,000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、昨年度と比較し約2倍の385,102件のPV数を獲得した。 ・デジタルスタンプラリーは6月から8月の3か月間実施し、2,011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、SAKURA FES NIHONBASHI)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。			・夏祭りへの入込数については、仙台七夕まつりや山形花笠まつりの開催日が平日にあたり、その他の祭りにおいては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。暦や天候を起因とした減少であるが、引き続き、各まつりのPR等を実施し、東北への観光需要の喚起及び東北域内での交流人口拡大を図りたい。 ・なお、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。引き続き祭りをはじめ、祭り以外の東北の魅力を一体となり国内外に発信し、誘客に努めてまいりたい。		
		①2,291,000人 ②4,112,000人 ③2.00回 ④2,279人	①700,000人 ②1,161,000人 ③3.00回 ④2,414人	①集計中 ②△270,000人 ③3.00回 ④2,011人	①2,991,000人 ②5,003,000人 ③8.00回 ④2,011人						

4	事業名	「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）				事業期間	R4～R6	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	種類	地方創生推進タイプ(横展開型)		補助率	1/2	対象事業費	34,073,592 円	実績額	17,036,796 円
	事業概要・ 具体的サービス	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。									
	K P I 説明	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)									
K P I 上段:指標 下段:実績	開始前	R4増加分	R5増加分	R6増加分	増加分累計	令和6年度の進捗状況の説明			結果、現状分析、課題・今後の対応等		
	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	・国内外のクルーズ旅客のニーズを把握するとともに、コロナ収束後の誘致や受入態勢の構築に向けて参考とするため、官民が参画する「あきたクルーズ振興協議会」の会員を対象としたセミナーを開催した。 ・クルーズ船の受入に当たり、警備や感染症対策等の基本的な安全対策を徹底するとともに、歓迎イベント等の実施やクルーズ列車運行による二次交通の確保など、受入態勢の充実を図った。 ・クルーズ船の寄港による効果を県内に広く波及させるため、クルーズ船社やランドオペレーターを対象としたモニターツアーを実施し、観光コンテンツや体験メニュー及び寄港地観光のモデルコースを提案した。			【現状分析】 ①道の駅あきた港入込客数 : 未達 ②道の駅おが入込客数 : 達成 ③フェリー旅客数 : 達成 【課題と対応等】 ・新型コロナウイルス感染症が5類に移行したことに伴い、まつり等の再開や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。 ・男鹿版DMOと連携し、船川港へのクルーズ船寄港時に、道の駅おがへの周遊を促進したほか、男鹿駅周辺でのイベント開催等を行い、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。		
		①146,306人 ②115,408人 ③11,476人	①491,493人 ②49,505人 ③1,038人	①70,527人 ②44,152人 ③5,877人	①708,326人 ②209,065人 ③18,391人						

5	事業名	秋田市公式LINE機能拡充事業			事業期間	R6	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	種類	デジタル実装タイプ(TYPE1)	補助率	1/2	対象事業費	278,000 円	実績額	139,000 円
	事業概要 ・ 具体的サービス	「子育てLINE」の愛称でスタートしていた地方公共団体ブランを「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 【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								
K P I 上段:指標 下段:実績	K P I 説明	①追加した機能・サービスへのアクセス数 ②追加した機能・サービスに係る配信コンテンツ数 ③チャットボットに登録した設問数								
	R6年度末	R7年度末	R8年度末			令和6年度の進捗状況の説明		結果、現状分析、課題・今後の対応等		
	①18,000件 ②100件 ③3,200件	①22,000件 ②200件 ③5,000件	①26,000件 ②300件 ③8,000件			・「秋田市子育てL I N E」から「秋田市公式L I N E」へのリニューアルを実施し、市役所の業務全般について情報発信を可能にした。 ・チャットボットサービスの拡充や通報機能の導入等について、機能の拡大を図った。 ・これらの取組により、ともだち登録数が増加し、アクセス数、配信コンテンツ数、チャットボットへの登録設問数も増加した。		・K P Iについては、すべて指標を上回ったものの、ともだち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、これまで以上にP Rに努めるとともに、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必要がある。 ・また、A Iチャットボットへの問合せについても、利用実績のほとんどがごみ分別と除排雪に関するものになっていることから、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と考えている。		
	①18,558件 ②5,978件 ③3,512件	—	—							
6	事業名	サテライトオフィス誘致推進事業			事業期間	R6	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	種類	デジタル実装タイプ(テレワーク型)	補助率	2/3	対象事業費	27,009,000 円	実績額	18,006,000 円
	事業概要 ・ 具体的サービス	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。進出企業数は近年増加傾向にある中、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不足し、市内の10施設67室のうち約9割の60室が埋まっており、整備しようとする施設内にあるサテライトオフィス「アトリエアルヴェ」に入居する企業からは、「会社の人数規模が大きくなり別の賃貸オフィスを借りたとしても、駅直結で利便性が高いこの施設は解約しない。」という意見があるなど、当面空く様子がない状況となっている。以上のことから、秋田駅直結ビル「アルヴェ」への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体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。								
K P I 上段:指標 下段:実績	K P I 説明	①サテライトオフィス利用企業数 ②サテライトオフィス利用企業のうち県外企業数 ③サテライトオフィス利用者数(年間延べ人数) 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 ⑤移住者数 ※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								
	R6年度末	R7年度末	R8年度末	R9年度末		令和6年度の進捗状況の説明		結果、現状分析、課題・今後の対応等		
	—	①3社 ②2社 ③1,296人 ④50% ⑤30人	①5社 ②3社 ③2,736人 ④50% ⑤60人	①6社 ②3社 ③3,888人 ④50% ⑤90人		・サテライトオフィス施設開設支援事業として、アトリエアルヴェⅡを整備する秋田新都心ビル株式会社に対して、改修費用や設備導入等に係る経費を補助した。 ・企業誘致プロモーション事業として、首都圏等へのI T企業約4,500社へニーズ調査を行い、78社（回答率1.73%）から回答があり、14社とオンライン面談を実施し、うち3社が視察ツアー参加した。 ・視察ツアーにはニーズ調査で回答があった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12名が参加し、うち2社が年度内に進出した。		・庁内外の関係組織と連携してオフィス入居を促進し、内部の都合により入居が後ろ倒しとなる案件があったものの、別の企業が4/1に入居し、他2社も9月に入居予定であるため、令和7年度のKPI①は達成の見込みである。残り1室についても早期入居を目指す。 ・視察ツアーに参加した未進出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。		
	①3社 ②2社 ③183人 ④84.7% ⑤318人	—	—	—						

7	事業名	秋田市シティプロモーション推進事業				事業期間	R6～R8	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	デジタル田園都市国家構想交付金	種類	地方創生推進タイプ(横展開型)		補助率	1/2	対象事業費	13,856,180 円	実績額	6,928,090 円
	事業概要・ 具体的サービス	「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。 【ターゲット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。									
K P I 上段:指標 下段:実績	K P I 説明	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U I J ターン数） ②10～30代の市民調査における「秋田市が好き」 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 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									
	事業開始前	R6年増加分	R7年増加分	R8年増加分	増加累計分	令和6年度の進捗状況の説明			結果、現状分析、課題・今後の対応等		
	①289人 ②70.0% ③158位 ④72.44%	①31人(320人) ②2%(72%) ③-8位(150位) ④0.69%(73.13%)	①34人 ②1% ③-8位 ④1.00%	①38人 ②2% ③-7位 ④1.00%	①103人 ②5% ③-23位 ④2.69%	・「若者にとって魅力あるまち」の実現を目指すため、高校生・大学生などが本市で行う様々な活躍を発信する以下の取組を行うことで「若者の希望と挑戦を応援するまち」としてのブランディングをスタートした。 ・Instagramを活用した本市の魅力体感プロモーションでは、子育て世帯や高校生、市内企業と連携した企画を実施することで、Instagramのフォロワー数が1,600名増加した。 ・国際短編映画祭での賞にノミネートされた本市のプロモーションムービーを、位置情報技術や興味関心等でセグメントされたターゲットに広告発信を行った。 ・大学生や若いクリエイターによる短編映画製作やアニメーションワークショップを行い、こうした事業に110人の大学生らが参加し、500媒体以上で取り組みが発信された。			・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。		
		①-66人(223人) ②6.8%(76.8%) ③57位(215位) ④-1.38%(71.06%)	—	—	①-66人 ②6.8% ③57位 ④-1.38%						