

持続可能な行政サービスを考える県民フォーラム
～大いなる秋田をずっと支えていくために～

新しい秋田とともに



令和7年10月6日（月） 秋田県知事 鈴木 健太

知事と県民の意見交換会に300人以上が参加



大学生等と共に秋田の将来像を描く





あきたの声と夢が集まる公式Instagramを開設



115,902

閲覧数

62.8%
フォロワー



37.2%
フォロワー以外

リーチしたアカウント

21,446
0%

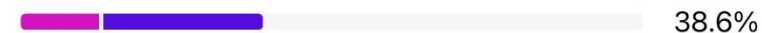
コンテンツタイプ別

すべて

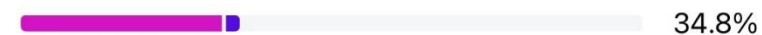
フォロワー

フォロワー以外

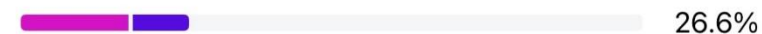
リール動画



ストーリーズ



投稿

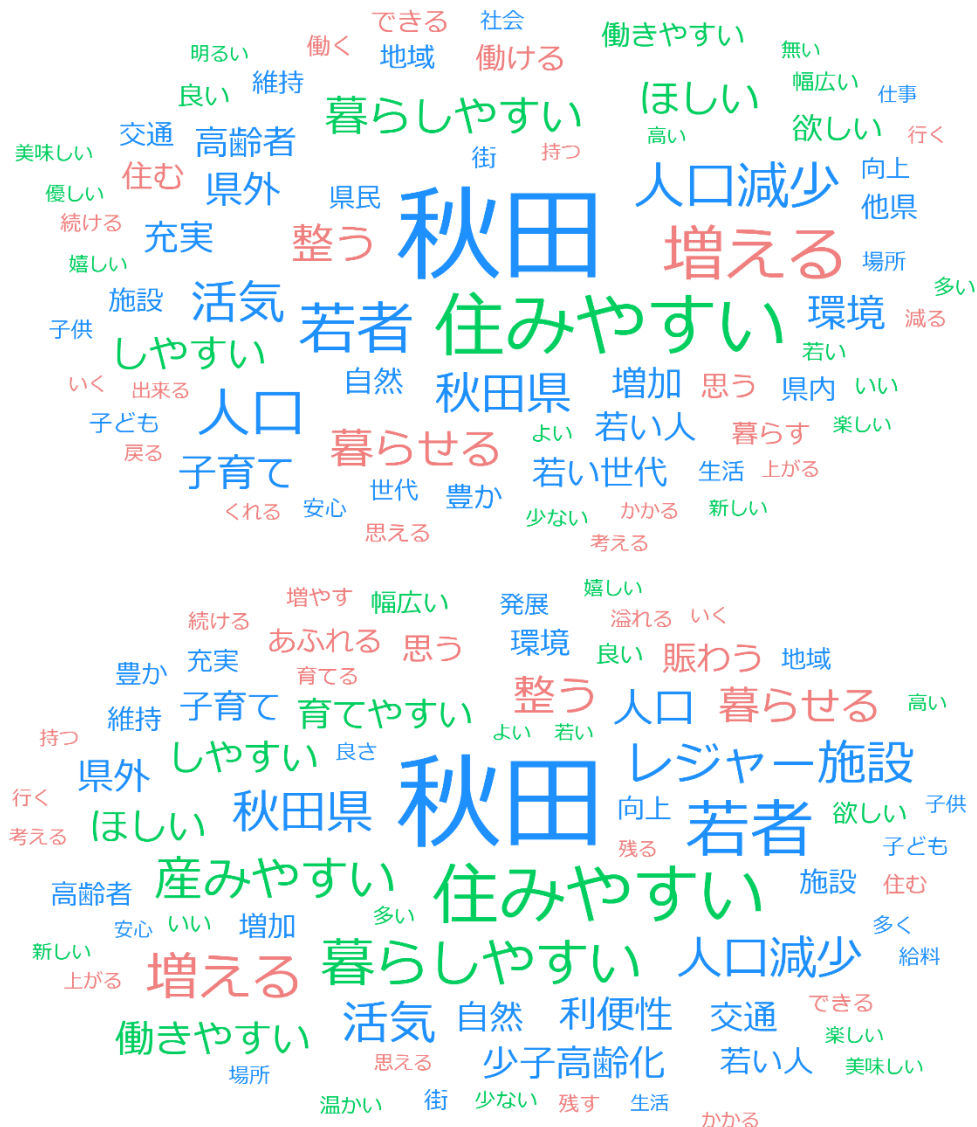


● フォロワー

● フォロワー以外



県民から寄せられた生の声を分析



次期総合計画策定に向けてアンケートで寄せられた「将来の秋田に望むこと」についての自由記述式回答を分析。

全体（1,589人）の自由記述回答から作成

若者（10～20代）の回答を抽出して作成



基本理念

寛容 挑戦 安心

目指す姿

県民の夢を育み、
県民の希望をかなえる秋田の実現

マーケティング手法の活用による施策の推進 【室の新設】

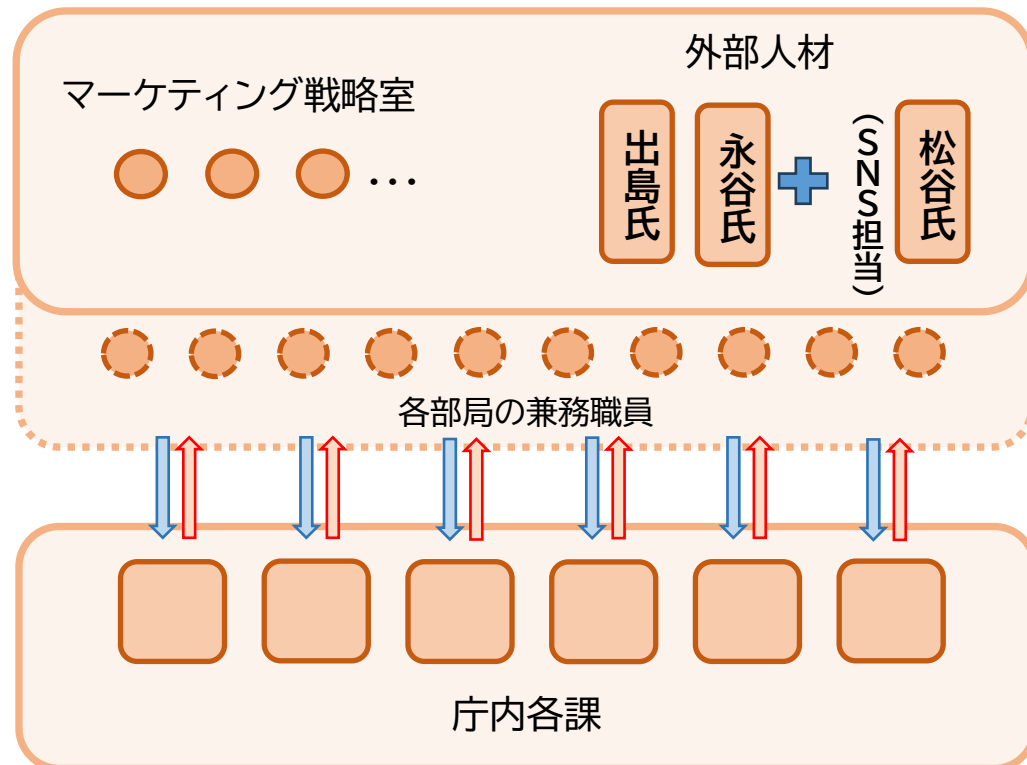


○7月に、全庁におけるマーケティングの推進の司令塔として、マーケティング戦略室を設置。
:専任6名・兼任12名＋外部アドバイザー3名(うち1名は10月からSNSアドバイザーとして追加)

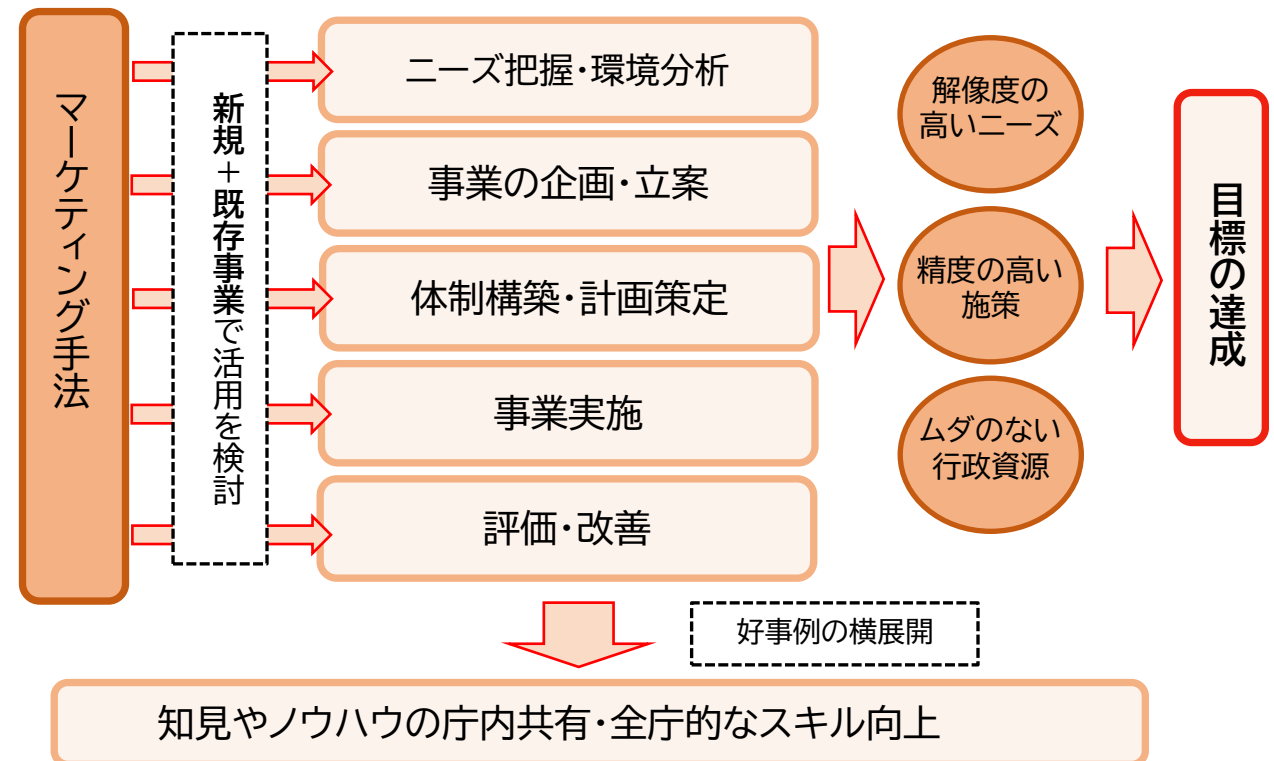
○事業の企画立案や実施段階においてマーケティング手法を活用し、事業の精度を高め、
確かな成果につなげていく。

⇒県庁視点で「何をやるか」ではなく、**県民視点から「何が求められているか」**を重視

<組織体制>



<業務イメージ>





これまでの取組①

【予算事業への関わり】

- ・9月補正予算において、①移住定住、②観光などの重点分野を中心に、事業検討手法の整理等をサポート。
- ※既存事業についても、順次取組を進める。

<9月補正予算の事業の例>

- ・【移住定住】子育て世帯等移住意識調査事業
子育て世帯(秋田県出身・首都圏在住)等を対象としたウェブアンケートを実施し、
ターゲットやニーズを分析。
⇒今後の施策立案の精度を高めていく

マーケティング手法の活用により、
事業の精度を高める



これまでの取組②

【研修】

- ・7月4日にマーケティング戦略室職員向け研修を実施。
- ・8月28日に全職員向け研修を実施。 ※対面・オンライン合わせて約1,000名が参加登録。

【理解浸透】

- ・マーケティング関連の参考図書など、マーケティングに関する情報発信を一元的に行う庁内向けサイトを開設。

全庁へのマーケティング思考の浸透へ



<全職員研修の様子>



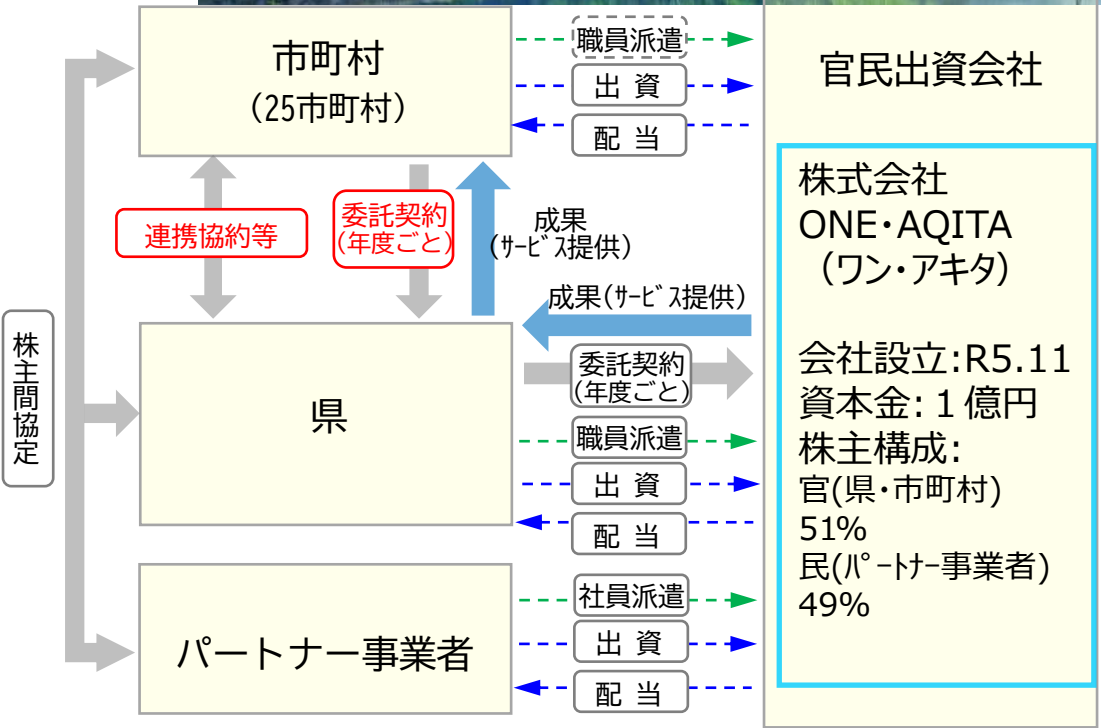
今後の予定

- ・庁内の施策立案の過程で使用する統一的な「フォーマット」を新たに策定。
⇒マーケティングの観点から事業をデザイン
 - ・具体的な事例に基づくグループワークなど、より対象を絞った実践的な研修を開催。
⇒マーケティングと業務の関連性を職員がより実感
- ※市町村との連携のあり方についても、今後検討していく。

来年度当初予算編成に向けて、幅広い政策分野における
マーケティング手法の活用を本格化



マーケティングの力で「選ばれる秋田」へ



▲R5. 3. 24 県と25市町村が地方自治法に基づく連携協約を締結



▲R5. 10. 20 県・市町村・パートナー3社が株主間協定を締結 (R5. 11. 2に締結に係る記者会見を開催)

秋田県・秋田市共同提案 環境省「脱炭素先行地域(第1回選定)事業」



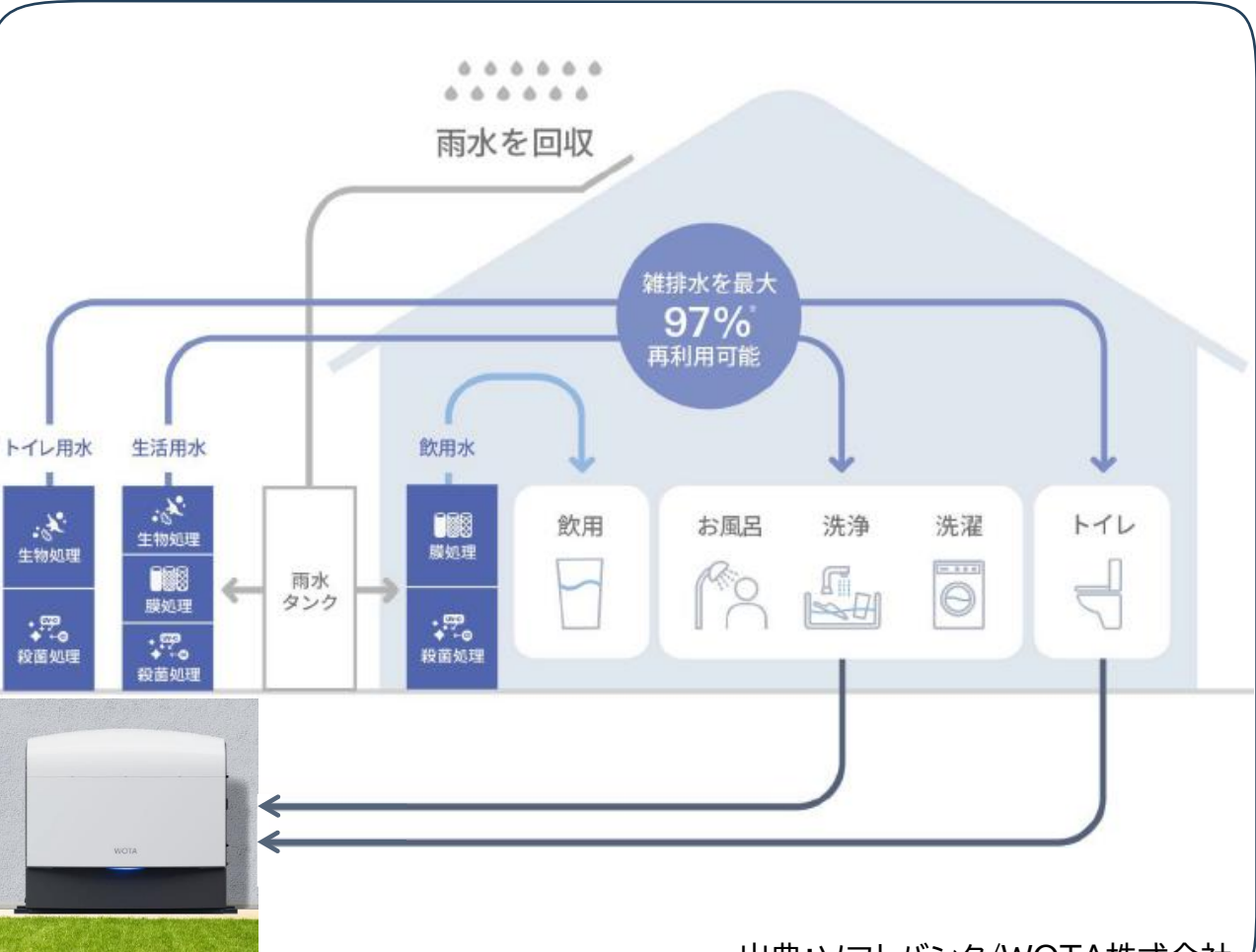
人口減少化におけるインフラ経営の強靱化
将来の住民負担を軽減



小規模分散型水循環システム

- ・従来の上水道に依存せず、各住宅それぞれに設置して給水することができるシステム。
- ・生活排水を処理して再利用することができる。

○システム概要図



出典:ソフトバンク/WOTA株式会社

○導入イメージ

