

1 数値目標の達成に向けた指標

(指標 1)

0歳－14歳人口

(2026年の状況)

・ 令和 8 年 7 月末現在 71,027人



(指標 2)

出生数

(2026年の状況)

・ 令和 8 年 3 月末現在 708人



(指標 3)

移住者数（県関与分）

(2026年の状況)

・ 令和 8 年 7 月末現在 354人



(指標 4)

婚姻件数（概数）

(2026年の状況)

・ 令和 8 年 3 月末現在 572件



(指標1) 0歳－14歳人口
(指標2) 出生数
(指標3) 移住者数（県関与分）

背景1

現在の移住施策におけるターゲット設定や、発信する秋田の魅力・強みの提示が、抽象的なものに留まっている。既存の枠組みの中に細かな切り口を設定し、多様な角度から個別のニーズに深く刺さるPRを展開していく視点が不足している。

提言1

秋田県が重点施策として掲げる特定の産業など、明確な強みや受け皿がある分野をターゲットに、部局横断的なプロジェクトとして県の強みを活かした移住プロモーションを行うこと。

提言2

ふるさと納税者は秋田県への関心層であることから、有力なターゲットになりうるため、そこへアプローチする取組を検討すべき。また、ふるさと納税の購買データを分析し、来県を促すマーケティングに活かすこと。

提言3

地域の人口規模が少ないということは、逆に地域の目が一人一人に行き届くというメリットにもなりうる。細やかなところまで手が届く定住後のサポート体制を整備し、「手厚い定住支援体制」そのものを、秋田ならではの魅力として定義し、打ち出していくこと。

提言4

競合他県に対する秋田県の客観的な立ち位置を分析し、ターゲットの多様なニーズに対し、「秋田独自の強み」と「競合との違い」をセットで可視化・提示することで、数ある選択肢の中から秋田が「選ばれる理由」を明確に打ち出すこと。

背景2

お試し移住や地域コミュニティとの交流体験等の「助走機会」の創出及びそのPRといった移住の入口段階における支援が不足している。

提言5

移住という大きな決断を後押しするためには、現地での暮らしや交流を体験できる「助走機会」の拡充が不可欠であるため、移住体験等に関するPRを強化するとともに、移住体験等の事業を各市町村に一任するのではなく、広域的な連携のもとでプログラムの造成・実施を支援すること。

背景3

移住やUターンを促進する上で、県民自身が地元の暮らしを卑下してしまう傾向が懸念される。若者の進路に大きく影響する親世代自身が地元の良さを実感できていないと、子どものUターンの阻害要因になり得るほか、移住者を惹きつける地域の求心力を損なう一因となる。若者が県外へ出る前に秋田への愛着を育み、将来の選択肢として残す取り組みとともに、県民全体が地元の魅力をポジティブに捉え直す機運の醸成が不足している。

提言6

秋田ならではの暮らしの魅力の解像度を上げ、県外のみならず「県内」に向けた発信を強化すること。親世代を含めた県民自身が地元の価値を再認識し、誇りを持ってポジティブに語れるような意識醸成を草の根的に推進すること。

提言7

進学等で一度県外に出る若者に対し、早い段階から秋田での多様な生き方や魅力に触れる機会（キャリア教育等）を設け、将来の選択肢として「秋田」を心に留めさせるアプローチを行うこと。併せて、帰郷者や移住者を地域社会が温かく迎え入れるポジティブな空気感を醸成し、県民全体で若者のUターンを自然と後押しするようなコミュニティの土壌づくりを行うこと。

(指標1) 0歳—14歳人口
(指標2) 出生数
(指標3) 移住者数 (県関与分)

背景4

現在の県の施策は、情報発信、移住体験、補助金給付、就労支援、定住支援などがそれぞれ単独の「点」として実施されており、移住者の視点に立った連続的なサポートになっていない。移住の検討から決断、そして定住に至るまでのプロセスにおいて、それぞれのフェーズの施策同士が「線」として繋がるような施策になっていないため、フェーズの移行時に支援が途切れたり、次のフェーズに引き継ぐべきデータが収集・接続されていない。

提言8

県は、個別の事業を実施するだけでなく、移住検討から定住に至るまでの全体のプロセスを「線」としてデザインした上で、実施主体が市町村や他部署となる場合でも、全体デザインの情報共有、フェーズ間のスムーズな引き継ぎ、連携を徹底すること。

提言9

各フェーズで得られた情報を、特定の部署や市町村の中だけで留めず、関係機関全体で共有・蓄積すること。これらを一元的なデータとして分析し、PRや相談業務等の移住施策の改善へと連動させるデータのフィードバックループを構築すること。

提言10

移住者が定住に至らず再移住してしまう理由や、転出が集中する時期などの実態を把握するため、効果的なデータ収集の仕組みを検討すること。また、収集した客観的データに基づき、より実効性の高い定住支援策の立案・改善に繋げること。

背景5

東京のアキタコアベース設置に伴い、ふるさと回帰支援センターでの常設相談ブース設置が終了している。移住先を秋田県と定めずに検討している方にとっては選択肢から除外されている懸念がある。また、全国44都道府県がブースを設置している中、そこに含まれない秋田県は移住支援に消極的に見える可能性がある。

提言11

ふるさと回帰支援センターへの常設相談ブースの再設置について、再検討すること。

背景6

移住者が移住後に地域コミュニティへ入ることや、地域内での自身の「役割」を見つけることは心理的ハードルが高く、孤独感や疎外感が定住化の大きな障壁となっている。

提言12

孤独や寂しさを感じさせないよう、人と人を繋いだり役割を提供できる地域のハブとなる人材の確保を推進すること。

提言13

「アキタコアベース」の秋田オフィスに、秋田県全体の地域コーディネーター的役割を持たせること。

(指標 1) 0歳—14歳人口
(指標 2) 出生数
(指標 4) 婚姻件数 (概数)

背景 7

「婚活」というニュアンスを前面に出したイベントは敬遠されがちであり、特に女性の参加控えの要因となりうる。また、狭い地域で開催するマッチングは「後日すれ違う気まずさ」があるほか、一度マッチングがうまくいかないと自信を喪失して市場から離脱してしまう層も一定数おり、これら心理的・環境的な参加ハードルが障壁となっている。

提言 14

趣味・サークル活動や地域での異業種交流会など、自然な交流から関係を構築できる「第一歩」となる場づくりを検討すること。

提言 15

狭い地域でのすれ違いの気まずさを避けるため広域で参加者を募集しつつも、交際が続きやすいよう「なるべく近い地域の人同士」が出会えるような工夫を行うこと。

提言 16

一度うまくいかずに自信を喪失し、婚活市場に戻れなくなってしまった人に対し、ソフト面（メンタルや相談サポートなど）でフォローできる対策を検討すること。

背景 8

若い世代が、実際の平均初婚年齢などの実態データに触れる機会や、多様な大人の生き方（ロールモデル）に接する機会が不足しており、早い段階で自身の「ライフデザイン」をリアルに想像し、主体的に選択できない状況が障壁となっている。

提言 17

卒業や進学、就職といった人生の転機を迎える若者に対し、「結婚・出産」への直接的なプレッシャーを与えないよう配慮しつつ、仕事や住まいなどを含む「将来のライフデザイン全体」として主体的に考えられる情報提供を行うこと。その際、県内の平均初婚年齢などの客観的な実態データを早い段階から提示し、若者が自身の将来像に対してリアルな認識を持ってライフプランを描けるよう、広報のあり方を工夫・展開すること。

提言 18

現在小学生、中学生、高校生向けに作成しているライフプランニング学習副読本を単なる配布に留めず、親や教員以外の「秋田で多様な働き方・暮らし方を実践する魅力的な大人」の人生観に直接触れられるような、講演やワークショップの場と組み合わせ、実感を伴うキャリア教育の環境として一体的に活用してもらえるよう働きかけること。

(指標1) 0歳—14歳人口
(指標2) 出生数
(指標4) 婚姻件数 (概数)

背景
9

結婚支援サポーターの活動は、個人の負担が大きく、提供できる支援の範囲や持続可能性に限界が生じている。



提
言
1
9

交通費等の負担軽減や活動費の支給などを含め、結婚支援サポーター制度そのもののあり方の見直しを検討すること。

背景
1
0

結婚支援センターの敷居が高いことに加え、役割が十分に理解されておらず、特に若年女性の入会者数が伸び悩んでいる。登録者数に男女差があることからマッチングにも影響を及ぼしているものと考えられる。



提
言
2
0

若年女性の入会促進に向けて、婚活を始める一歩前の段階のサポートをさらに検討すること。

(指標1) 0歳—14歳人口
(指標2) 出生数

背景
1
1

国の保険適用外となる43歳以上の不妊治療に対する深刻な経済的負担や治療断念を防ぐため、近隣県に勝る秋田県独自のサポート体制が不足。



提
言
2
1

保険適用外となっている43歳以上の女性に対する不妊治療支援を検討すること。

2 その他の提言

- ・ 在住外国人の地域への定着・共生を促進するため、県や市町村が主体となり、地域住民との交流促進も含めた生活面全般を支える、包括的なサポート体制の構築を検討すること。