

部会名	部会で選定した指標名	主な課題
未来づくり部会	・ 0 歳～14歳人口 ・ 出生数（概数） ・ 移住者数 ・ 婚姻件数（概数）	○県民自身が秋田での暮らしの魅力をポジティブに捉え、言語化する視点が不足している。その結果、進学・就職を機に県外に出る若者に対し、親や周囲が「戻ってこなくていい」と口にしてしまうなど、Uターンを妨げる空気が生まれ、移住・定住の障壁となっている。 ○移住・定住・結婚・出産に至る一連のライフイベントが、各施策ごとに「点」として個別最適化され、時系列でつながる「線」として設計されていない。具体的には、①ターゲット設定・魅力訴求、②地域コミュニティとの接点形成、③移住支援金等による意思決定支援、④移住後1年間の定住サポート、⑤離脱（県外への再流出）が集中する分岐点までを見据えた中長期の定着支援という一連のプロセスが個別の事業として存在する一方、次のフェーズへ引き継ぐデータ（特に、移住後に県外へ再流出した人がなぜ出たのか、実際に離脱が集中する時期はいつかという理由・実態）が収集・接続されていない。 ○同じ構造は、進学・就職で県外に出る若者との関係にも当てはまり、「出ていくこと」自体を関係の切れ目ではなく一つの接点と捉え、Uターンに至るまで関わり続ける設計がなされていない。また、出産支援、特に不妊治療についても、経済的補助という「点」の支援にとどまっており、治療環境としての秋田の魅力訴求、当事者同士の接点づくり、治療後の子育て・定住支援までを一気通貫で設計できていない。
観光・交流部会	・ 旅行消費額（国内＋インバウンド） ・ 外国人延べ宿泊者数	○訪日個人旅行者を取り込むツアー・コンテンツの造成や外国語対応を担う地域密着型の旅行会社等が不足している。また、DMO（観光地域づくり法人）等においてデータを活用するノウハウが定着していないほか、受入態勢を構築する上で、プライバシーへの配慮といったインバウンドの多様なニーズに対応する施設が不足している。 ○季節ごとの特徴を生かした新たなコンテンツ開発は、テストから販売までに長期間を要し、初期投資の回収が遅れる構造にある。また、開発したコンテンツのFAM（関係者向け視察）ツアー等の費用は民間事業者の自己負担となっているなど、初期段階のソフト面における負担の大きさが、事業者の新たな投資を阻んでいる。 ○インバウンドは、特定の市町村ではなく魅力的なコンテンツを目的に訪れる傾向が強いが、現状では広域的なコンテンツ開発や点在する資源を旅行者が易く見つけやすくなる情報発信が不足しているほか、事業者間の連携が十分ではないため、県内での延泊の獲得機会（消費額の拡大機会）の損失につながっている。
農林水産部会	・ 農業産出額 ・ 林業産出額 ・ 漁業産出額 ・ 耕地面積	○新規就農者・就業者の確保・育成に向け県内外での情報発信や研修制度の充実を図っているが、ターゲット（若者や県外在住者層）に対応したPR手法のノウハウが不足しており、農林水産業に携わりたい層を十分に取り込めていない。 ○定着率の向上に向けては、年間を通じた仕事による安定的な雇用が必要であるが、本県では積雪などにより冬期の農林水産関係の仕事の確保が難しく、安定的な雇用の確保が進みにくい状況にある。また、給与面ややりがい、現場における衛生（トイレ・休憩所）環境や通信環境等の就業環境整備が求められているものの、資金面や地形・現場条件（山奥・急傾斜地）の課題があり十分に進んでいない。 ○農山漁村の活性化に向け、地域内外や他業種との連携を推進しているものの、取組を中心的に進める人材が不足しており、地域内の合意形成やオンリーワンビジネス創出などの取組推進のハードルとなっている。

部会名	部会で選定した指標名	主な課題
産業部会	・ 所定内給与額 ・ 労働生産性 ・ 売上20億円以上の企業数	○県民所得の向上に向けた企業の収益力強化において、経営知識の習得が不十分なまま事業を承継する経営者も多く、経営力の底上げが壁となっている。 ○D X人材の育成や社員のリスクリングなど人への投資を積極的に進めるに当たり、人材の不足又は不在、資金面の負担感などが取組の障壁となっている。 ○技術開発や新事業創出による経営革新において、産学官連携の取組の場における参画企業の固定化が生じており、特定の企業以外に連携が広がらない。 ○経営規模の拡大に向けたM& Aの推進において、買収後のP M I （経営統合）の定着を図るノウハウや伴走体制が不足している。
健康・医療・福祉部会	医療提供体制が不十分だと感じる人の割合	県の医療提供体制は客観的なデータではそれほど悪くないにもかかわらず、主観的に不十分だと感じている県民が非常に多く、具体的な数値やデータに基づいた県民への周知が行き渡っていない。
	健康寿命（男性・女性）	○首都圏のデータと比較して歩数が半分程度となっていることから、運動習慣の定着に向けた取組が進められているが、ツキノワグマの出没により屋外での運動の呼びかけが難しく、取組の支障となっている。 ○オーラルフレイル予防のために働き盛り世代からの口腔ケアを促進しているが、モデル企業を対象とした取組では、取組への参加が限られているほか、実施期間が長いため参加者の負担感が強い。
教育・人づくり部会	認知したいじめの解消率（国公立、小・中・高・特別支援）	○ネットいじめは学校が目が届かない時間帯に発生するため家庭との連携が不可欠となっているが、デジタル機器に関する保護者の認識やリテラシーには個人差があることから、家庭内でのスマートフォン等の利用ルールの徹底や事実確認が難しい。 ○S N Sを介したトラブルへの早期介入が求められているが、児童生徒個人のスマートフォン等が利用されるなど、事案の多くが外部から見えにくい形で発生するため、学校のみでは事実確認が難しく、警察等の外部機関との連携を要するケースが多いことから、迅速な対応を図ることが困難となっている。
防災・減災・県土強靱化部会	県内建設企業に就職した新規高校・大学等卒業生数	県内建設産業の年間賃金総支給額は県内全産業平均を超えているものの、東北や全国との賃金格差を背景に県外流出が増加傾向にあり、企業側の経営力の問題から更なる賃金向上を図ることが難しい企業が多く、人材確保を進めるのが難しい。
環境・くらし部会	人の生活圏におけるツキノワグマによる人身被害者数	○県民への情報発信に当たり、ゴミを含む誘引物を適切に管理する重要性や正しい自己防衛策が十分に浸透していない。また、現行の２段階の注意情報では、長い期間、一定の注意情報が出されている状況となり県民に慣れが生じ、危機感が十分に伝わっていない。 ○平日の活動への参加の難しさや経済的な負担感から、若い世代の狩猟者確保が困難になっている。