令和6年度第1回松江市総合計画審議会（令和6年10月30日開催） 委員からの意見と松江市の回答・見解等

通し番号	事前意見をいただいた委員	対象分野	意見主旨	松江市の回答・見解等	備考
1	鶴見　怜士 （公募委員）	デジタル田園都市国家構想交付金（旧地方創生推進交付金）を活用した事業の実施状況について	デジタル田園都市国家構想交付金を活用した事業の『ご縁も、美肌も、しまねから。～～～』において、KPI④の達成率が0％に至った理由を知りたいです。 認知度向上施策における予算も数千万円かかっていると聞いたことがあります。 予算の無駄遣いの気もしますし、そもそも美肌県としての認知を取る必要性もあるのか疑問に思っています。	島根県では歴史・文化や自然等をテーマとした”ご縁”に、新たな強みである”美肌”を加えた観光コンテンツの磨き上げを図り、”ご縁も、美肌も、しまねから。”をキーワードとして島根県の認知度拡大と観光誘客促進を図っています。 KPI④の達成率については、アフターコロナにおいて、島根県だけでなく、全国の観光地で積極的なプロモーション活動が展開されており、地域間競争が激化していることも一因であると考えています。 一方で、令和5年の島根県における観光入込客数及び観光宿泊客数は、コロナ禍前の令和元年と比較していずれも9割程度まで回復しており、継続的なプロモーションの必要性を認識しています。 本市としても、島根県の認知度を上げ、国内外から観光客に訪れていただくためには、他地域にはない、島根県ならではの観光資源を磨き上げ、継続的なプロモーション活動に取り組むことが必要であると考えています。 **【KPI④】「美肌県しまね」の認知度（しまねの観光認知度調査）：14．6％（島根県総合戦略目標値/R6年度）** 事業開始前　2022年度増加分　2023年度増加分 目標値　1.1　1.2 実績値　9.5　-1　-1	観光部
2	佐藤薫委員 （株式会社山陰合同銀行 地域振興部　副調査役）	しごとづくり 分野04 観光振興	観光入込客数に対する観光宿泊客数は、実績も目標も2割程度です。 温泉もありますのでポテンシャルはもっとあるものと信じています。 来年の連続テレビ小説の後押しもありますので、ぜひ松江宿泊される方が増えることを願っています。	来年は、7月に松江城天守国宝指定10周年を迎えるとともに、秋からはNHK連続テレビ小説「ばけばけ」の放送が決定し、本市の魅力を国内外に発信する絶好の機会と捉えています。 宿泊客数の増加に向けては、観光客の市内滞在の促進を図るため、市内観光地を楽しみながら周遊できる仕掛けづくりやナイトタイムエコノミーを活性化させるイベント企画の実施に取り組んでまいります。 **【KPI①】《再掲》観光入込客数　【観光施設・イベントなどの入込客数/1月～12月】** 目標値：941万人、実績値：857万人 **【KPI②】観光宿泊客数（外国人観光宿泊客数含む）【市内宿泊施設の延べ宿泊客数／1月～12月】** 目標値：190万人、実績値：183	
3	佐藤薫委員 （株式会社山陰合同銀行 地域振興部　副調査役）	しごとづくり 分野04 観光振興	松江ビジターセンターの来場者数が達成率113％ではありますが、松江の観光名所としてジオパークのイメージが弱い気がします。 松江の欠かせない自然の魅力として一層の周知を図ってはいかがでしょうか。 そのためにも、ガイドの養成は喫緊の課題に思います。	松江ビジターセンター来場者アンケートでも島根半島・宍道湖中海ジオパークの認知度は55.7％（令和5年度）にとどまっています。 令和5年度末には、島根半島・宍道湖中海ジオパークの魅力や特徴をわかりやすく発信するべく「ブランディング戦略」を策定し、「出雲国風土記の自然と歴史に出合う大地」をテーマに、引き続きイベントやフォトコンテスト、SNS、会報誌など様々な媒体を通じて一層の周知を図ってまいります。 その魅力を伝える重要な役割を担う「ジオガイド」についても、毎年度養成講座を実施し、広く募集を行っています。 毎年度、一定数の新規ガイドを養成・登録していますが、高齢化によりガイドをやめられる方もあり、近年のガイド数は「微増」の状況です。 より多くの方にやりがいを感じてガイドを目指していただけるよう、知識やガイド技術の向上を図るための研修の開催等により、今後も一層の周知やジオパーク活動の魅力アップに取り組んでまいります。 **【KPI④】ジオパークの魅力を伝えるガイドの養成【累計】** 目標値：65人、実績値：56人 **【KPI⑤】松江ビジターセンター来場者数【4月～3月】** 目標値：4,700人、実績値：5,312人	文化スポーツ部

令和6年度第1回松江市総合計画審議会（令和6年10月30日開催） 委員からの意見と松江市の回答・見解等

通し番号	事前意見をいただいた委員	対象分野	意見主旨	松江市の回答・見解等	備考
4	佐藤薫委員 （株式会社山陰合同銀行 地域振興部　副調査役）	ひとづくり 分野06 教育	2023年は、地域や社会の出来事に関心がある割合より、実際に地域の行事に参加している割合が低いようです。コロナの影響があったこととは思いますが、もし同年代の参加者が少なくて参加しづらい、学校と地域行事の時間が合わない、などの原因があるようなら、地域での工夫の余地があるかもしれません。	地域の行事に参加している児童生徒の割合が低い要因は、コロナのため地域の行事が2年間中断したことにより、児童生徒の行事への参加経験が途切れたことによるものと考えています。 今後は、地域行事の周知や期日調整等について、地域学校コーディネーターを介して公民館と学校との連携を充実させ、児童生徒が地域行事に積極的に参加するよう働きかけます。 **【KPI②】今住んでいる地域の行事に参加している児童生徒の割合（小6・中3）【全国学力・学習状況調査】** （小6）目標値：67％、実績値56．4％ （中3）目標値：50％、実績値34．3％ **【KPI③】地域や社会の出来事に関心がある児童生徒の割合（小6・中3）【全国学力・学習状況調査】** （小6）目標値：55％、実績値71．0％ （中3）目標値：55％、実績値61．5％	教育委員会
5	金山富美委員 （国立島根大学法人島根大学理事）	しごとづくり 分野01 産業振興、企業・創業	「工芸ショップ及びクラフト展」について：伝統や確かな技術は十分にあると思うが、そのうえで、魅力発信に関しては、現代の生活スタイルに合った活用シーンをいかに提案していくのか（ただ並べて展示するのではなく、印象に残り、真似をしてみたいと思わせるような効果的なディスプレイ）が問われるのではないか。	松江には伝統があり、技術・技法に優れた工芸が多数存在します。魅力発信については、ご指摘のとおり、活用方法や活用シーンの提案も重要だと考えておりますので、工芸作家の方々とも協議しながら進めてまいりたいと考えております。 また、11月2日にカラコロ工房の地下ギャラリーがリニューアルオープンすることとなりました。今後の工芸作家の方々の発表の場として活用し、工芸の魅力発信に努めてまいります。 **【KPI⑥】出雲かんべの里工芸ショップ及びクラフト展（丘のクラフト展、新規クラフトフェア）での工芸品販売額** 目標値：6，495人、実績値：5,841人	産業経済部
6	金山富美委員 （国立島根大学法人島根大学理事）	ひととづくり 分野05 ワーク・ライフ・バランス、子育て支援	「要保護児童人数（4月～3月）」の目標値は何を根拠に立てられているのか（計画策定時2020年の人数か？）、また目標値と実績値との関係をどう見て、達成率73．8％をどう評価すべきなのかが分かりにくい。	要保護児童とは、虐待など適切な環境で養育されていない児童、特に支援が必要な家庭で生活している児童等である。 目標値については、計画策定時2020年の要保護児童数（518人）から1年ごとに1割ずつ減少させることを目標として設定した。 2023年の「こども家庭センター」設置による相談件数の増加に伴い、要保護児童人数（実績値）も増加しているが、より多くの不適切な養育環境にある家庭に対して、早期発見・早期支援につながっているものと考えている。 **【KPI⑧】要保護児童人数【4月～3月】** 目標値：419人、実績値：568人	こども子育て部

令和6年度第1回松江市総合計画審議会（令和6年10月30日開催） 委員からの意見と松江市の回答・見解等

通し番号	事前意見をいただいた委員	対象分野	意見主旨	松江市の回答・見解等	備考
7	金山富美委員 （国立島根大学法人島根大学理事）	ひとづくり 分野06 教育	「学習状況」「学力調査」では目標値を下回り、また別途調べたところでは、松江市は全国平均よりも低く、島根県の平均よりも低いというデータが出ており驚いている（令和5年度　全国学力・学習状況調査結果及び分析・対策／小学校・義務教育学校前期課程　より）。課題として「学力向上対策の取組が十分な効果を発揮せず」と指摘されているが、喫緊の課題として具体的な取組に努めてほしい。（論理的な思考を育む学習が不足？）。	本市ではこれまで「数値目標による効果検証」や「学力に直結した対策」といった点が不足していたと考えます。こうした現状を踏まえ、下記の（1）（2）についてR4年度末に、（3）についてR5年度末に見直しを行いました。 （1）学力調査の分析補助資料（偏差値など）を各校へ提供し、同一集団の経年比較をもとに具体的な取組について検証できるようにする。 （2）従来より行っている学力向上支援員等配置事業についても、県学力調査で経年比較が可能な学年を重点学年と設定し、教科を算数・数学として年間の取組を数値で検証できるようにする。 （3）市としての「授業改善のキーワード」を設定し、学校訪問の際に指導主事等から説明する。（「表現力を高める」「見方・考え方を働かせる」「ゴールイメージの明確化」「資質・能力が身に付いたかどうかの確認」） また、県事業「しまねの学力育成プロジェクト（R4～R6）」において、乃木小・湖南中を指定校として表現力を高めるための効果的な学力育成モデルを追究しています。 さらに今年度は、「学びの基盤に関する調査」を市内8小学校をトライアル校として実施し、こどもの弱み（学習のつまずき要因等）を見取り授業改善に生かす取組についても検証しています。 今後も県と市の事業の連携を強化し、各校が具体的な目標を意識してブラッシュアップできるよう伴走支援に努めてまいります。 **【KPI④】全国学力・学習状況調査における全国平均値以上の学校の割合（小6・中3）【全国学力・学習状況調査】** （小6）目標値：50％、実績値39．4％ （中3）目標値：60％、実績値62．5％ **【KPI⑤】島根県学力調査における県平均値以上の学校の割合（小5・中2）【島根県学力調査】** （小5）目標値：75％、実績値42．4％ （中2）目標値：80％、実績値56．3％ **【KPI⑥】家庭学習1時間以上の児童生徒の割合（平日）（小6・中3）【全国学力・学習状況調査】** （小6）目標値：75％、実績値52．5％ （中3）目標値：75％、実績値51．4％	教育委員会
8	金山富美委員 （国立島根大学法人島根大学理事）	どだいづくり 分野17 行財政改革スマート自治体	松江のことを発信した人の割合「松江市まちづくりのための市民アンケート」の結果について、「市への愛着を感じている度合が高いほど、松江のことを発信した割合が高いため……」とあり、達成率37.6％という結果が出ている。これは何を問題にしているのか、少し分かりにくい。 市民の市への愛着を測るのが目的だとすれば、アンケートの質問「あなたは、SNSを活用して、松江市のことを発信していますか。」が適切か少々疑問（若い世代でなければSNS発信はあまり行わない。）	アンケートでは、「あなたは、SNSを活用して、松江市のことを発信していますか。」という設問とは別に、「あなたは、松江のまちに愛着を感じていますか。」という設問を設けています。 この2つの設問によるクロス分析により、「市への愛着を感じている度合いが高いほど、松江のことを発信した割合が高い」ことがわかりました。 本市では、広報の媒体のひとつとしてSNSを積極的に活用し、全国に向けて本市の取り組みや魅力を情報発信しています。 市民の皆様へ多方面から様々な情報を届けるためには、行政からの情報発信のみではなく、市民の皆様からも本市の魅力を情報発信していただくことが効果的であると認識しております。 以上のことから、効果的な情報発信のどだいづくりとして松江の魅力を感じ郷土愛を育む情報発信が必要であると考えるものです。 **【KPI④】松江のことを発信した人の割合【松江市まちづくりのための市民アンケート】** 目標値：45％、実績値：16．9％	政策部