

		2030年市民の実感	指標項目	目標値 (2030年)	【参考】 実績値 (2023年又は2023年公表)	実績値 (2024年又は2024年公表)	数値目標 担当部局	実績値の分析	分析担当部局	
I 暮らし の こころ	産業振興、 起業・創業	1	あの面白い企業、松江発って知ってる？	創業数（新設法人数）	145社	109社	105社	産業経済部	2024年は前年実績を下回る105社の実績値となった。特定創業支援事業（市）や市町村提携創業保証「創」（市）、地域課題解決型しまね起業支援事業費補助金（島根県商工連合会）等の各種支援施策の充実により、3年連続で100社を超える実績値となっている。	産業経済部
	商店街活性化	2	こんなに面白い商店街って松江にしかない	中心市街地商店街の 店舗利用率	93.6%	89.3%	87.5%	産業経済部	2024年の実績は前年実績と比べ減少した。コロナ禍における国の支援措置（融資・給付金・補助金等）の縮小や、人件費や原材料価格の高騰により厳しい経営環境の状況が続くものの、近年空き店舗等を活用した新規出店数が高い水準で推移していることから引き続き新規出店に係る支援策を講じるとともに商店街の活性化を図る。	産業経済部
	農林水産業振興	3	松江産の食材がスーパーに増えた	第一次産業の産出額	102億円	92億円 (最新公表値2022実績)	91億円 (最新公表値2023実績)	産業経済部	前年度から1億円減少している。 【農業】近年は横ばいから微増。野菜の取引価格の上昇等が要因と考えられる。 【水産業】内水面漁業、沿岸漁業ともに漁獲量はほぼ前年並みであったが、沿岸部の販売単価の下落により全体産出額は昨年より減少した。	産業経済部
	観光振興	4	世界中から松江に人が集まる	観光消費額	750億円	568億円	600億円	観光部	コロナ禍前の令和元年の約645億円に対して約93%まで回復した。観光消費額の回復に比べて入込客数及び宿泊客数の回復が鈍い一方で、消費額の大半を占める県外宿泊客の消費額単価が令和元年より約40%増加していることから、宿泊施設の高付加価値化や近年の物価高騰の影響により増加したと推察する。	観光部
II 暮らし の こころ	ワーク・ライフ・バランス、 子育て支援	5	ここに生まれてよかった ここで育ててよかった	合計特殊出生率	2.22	2022年 1.52 (2023年公表値)	2023年 1.41 (2024年公表値)	子ども子育て部	2023年は1.41で目標とする2.22には及ばないものの、全国平均の1.20より0.21ポイント高い値となっている。	子ども子育て部
	子育て支援策に満足している市民の割合			60%	33.1%	34.7%	政策部	目標値には及ばないものの、昨年度より1.6ポイント増加した。医療費の無償化やAIコンシェルジュなど、子育て施策の充足を図ってきた。今後も多様化する要望にきめ細やかに対応していくことで満足度向上を図る。	政策部	
	教育	6	夢は叶うって思う	将来の夢や希望を持っている児童・生徒の割合	小学生 87% 中学生 72%	小学生 78% 中学生 64%	小学生 81.6% 中学生 64.1%	教育委員会	各校における、校外学習や出前授業、職場体験学習等のキャリア教育が積極的に行われていることが、児童生徒の将来の夢や希望を想像することにつながったと考える。	教育委員会
	共生社会 ・地域コミュニティ	7	松江市民のモットーは「寛容」	市民活動・地域活動への市民の 参画割合	65%	51.5%	54.8%	政策部	昨年度から引き続き地域活動の重要性を多方面に呼びかけることで、昨年度よりも高い割合を達成した。	市民部
III つながり づくり	人材育成・還流	8	最近、松江に引っ越してくる人が多い	UIターン者数	1,230人	1,049人	1,095人	産業経済部 市民部	2023年から46人増加し、過去3年間で最も多い人数を記録している。東京都からのUIターン者数の増加については、首都圏からの移住支援金制度も要因の一つと考えられる。	産業経済部
	関係人口、 副業・兼業人材	9	松江推しは世界中にいる							
	歴史・伝統・文化・芸術	10	まちそのものがアート	松江の伝統文化芸術を誇りに思い、心豊かになれるまちだと考える市民の割合	77%	57.8%	62.3%	政策部	年代別で60代を除いてすべての年代で昨年度を上回り、全体として上昇した。10代は調査開始以来毎年上昇し、71.4%と全年代中最も高くなっており、地域学習による意識情勢の効果がうかがえる。20代・30代で低くなる傾向が続いているため、今後もターゲットを明確にした情報発信や、小さい子どもと一緒に伝統文化芸術を体験できる機会を提供する必要がある。	文化スポーツ部

		2030年市民の実感	指標項目	目標値 (2030年)	【参考】 実績値 (2023年又は2023年公表)	実績値 (2024年又は2024年公表)	数値目標 担当部局	実績値の分析	分析担当部局	
	スポーツ	11	スポーツが松江の存在感を高めた	週1回以上スポーツに取り組んでいる市民の割合	70%	41.3%	42.8%	政策部	全体では昨年度より微増傾向(41.3%→42.8%)である。世代別でみると20歳代～50歳代が4割未満であり、さらに性別・年代別では、30歳代の女性は【22.3%】と、他の年代に比べ少なくなっている。スポーツを週1日以上取り組まなかった理由については、年代別では30歳代～40歳代の6割以上が仕事や家事の忙しさを理由としており、男女別では、女性は男性に比べて育児の忙しさや運動・スポーツが嫌いなことを理由にしている人が多い。	文化スポーツ部
IV ご だ い じ く ら	健康・医療	12	歳を重ねるほど松江は楽しい	健康寿命 (65歳以上平均自立期間)	女性 21.60年 男性 18.40年 (2027年)	女性 21.78年 男性 18.43年 現時点最新の2020年実績 (※2018～2021年平均値)	女性 21.87年 男性 18.51年 現時点最新の2021年実績 (※2020～2022年平均値)	健康福祉部	新型コロナウイルス感染症の影響により、生活様式等の変化や健康づくりがしづらい状況であったが、コロナ禍以前の様々な健康づくりの取り組みの成果であると考えられる。	健康福祉部
	自然・環境	13	日本が誇る「環境主都まつえ」	二酸化炭素排出量	916千t-CO2	1,314千t-CO2 (2021年度)	1,420千t-CO2 (2022年度)	環境エネルギー部	基準年度とする2013年度の1,697千-CO2に対し、2022年度は1,420千t-CO2であり、▲277千t-CO2・▲16.3%となった。内訳は下記のとおりであり、産業部門、業務その他部門、家庭部門での減少が目立っている。 産業部門 265→212千-CO2 (▲53千-CO2・▲20.0%) 業務その他部門 573→424千-CO2 (▲149千-CO2・▲26.0%) 家庭部門 436→412千-CO2 (▲24千-CO2・▲5.5%) 運輸部門 404→343千-CO2 (▲61千-CO2・▲15.1%) 廃棄物分野 20→29千-CO2 (+9千-CO2・+45.0%)	環境エネルギー部
	水辺・公共交通	14	世界の水都MATSUEが水辺と公共交通の概念を変えた	中心市街地の水辺が利用しやすいと感じる市民の割合	70%	41.1%	30.9%	政策部	市民アンケート調査の結果、30.9%が「満足」と回答し、前年の41.1%から減少した。宍道湖・大橋川かわまちづくり計画による、公園等の改修工事が進んでいるため、実績値が下がっていると考えられる。今後は官民連携による水辺の利活用を促進することで、水辺空間の満足度の向上を図る。	都市整備部 まちづくり部
	まちなみ・公園	15	松江には歩きたくなるまちなみがある	住みやすさを実感する市民の割合	90%	77.9%	75.3%	政策部	「住みやすさを実感する市民の割合」は75.3%であり、過去に実施した調査と比較すると年々減少している。年代別では40代の「住みやすい」と回答した割合が81.4%と他の年代と比べて多かった。また、日常的な買い物利便性について62.1%が「満足」と回答しているが、公園や広場等の環境については満足度が46.9%と半分未満であった。日常生活における利便性はもちろん、公園環境の満足度を上げる取り組みが必要である。	政策部 都市整備部
	安心・安全、 社会資本整備	16	「何があっても松江は大丈夫！」って思う	災害時の安心感を持つ市民の割合	60%	57.7%	43.3%	政策部	調査の結果、「満足」又は「概ね満足」との回答は前年と比べて14.4ポイント減少し、「あまり満足していない」又は「全く満足していない」との回答は24%、「わからない」との回答は33%であった。令和6年1月の能登半島地震発災により、住民の危機意識が高まったことによる値と考えられる。	防災部
	行財政改革、 スマート自治体	17	市役所って、ほんと頼りになる	行政サービスの利便性に満足している市民の割合	65%	70.6%	70.6%	政策部	市民アンケートでは、70.6%が「満足してる」、10.9%が「満足していない」、18.5%が「分からない」と回答している。満足度としては昨年より横ばいで推移し、高水準で安定していることから、市民からも一定の評価を得ていると考える。特に60代と40代の満足度が高い傾向にある。松江市民みなにやさしいデジタル市役所計画に基づく各種取組を推進することで、行政サービスのデジタル化によるきめ細かなサービス提供を行うことが、さらに満足度上昇に繋がるものとする。	政策部
V 広域連携	18	宍道湖・中海を囲むエリアはひとつのまち	中海・宍道湖・大山圏域人口	60万人 (2060年)	62.9万人	62.4万人	政策部	10月1日を基準日に推計人口を比較。前年比較で4,807人(0.76%)の減少となった。中海・宍道湖・大山圏域市長会の第3期地方版総合戦略(2025～2029年度)では61.4万人を目標に取り組む。	政策部	

松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	しごとづくり	分野	産業振興、起業・創業	市民実感	1 あの面白い企業、松江発って知ってる？
------	--------	----	------------	------	----------------------

数値目標

指標項目	創業数 (新設法人数)	目標値 (2030年)	145社	実績値 (2023年)	109社	実績値 (2024年)	105社	実績値 の分析	2024年は前年実績を下回る105社の実績値となった。特定創業支援事業(市)や市町村提携創業保証「創」(市)、地域課題解決型しまね起業支援事業費補助金(島根県商工連合会)等の各種支援施策の充実により、3年連続で100社を超える実績値となっている。
------	----------------	----------------	------	----------------	------	----------------	------	------------	---

KPI (重要業績評価指標)

KPI (重要業績評価指標) の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値							総合戦略	2024年		2024年		2029年	
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2029年		評価	達成率 (%)	結果の分析、課題、2025年の中間評価を踏まえた今後の方向性	評価	達成率 (%)	
① 市内ソフト系IT企業売上高	百万円	未設定 24,886 (2020年)	未設定 未調査	未設定 24,344	25,200 26,827	26,000 30,329	26,800	27,600	30,000	★	○	116.7	県全体を上回る伸び率でKPIを達成。「Ruby City MATSUE 2.0」で「MATSUE起業エコシステム」と連携しながら進めた事業化支援も一定程度の後押しになったと考えられる。景気変動に強い産業環境を整えるため、新事業創出支援を継続。	○	101.1	
② IT従事者数	人	未設定 1,124 (2020年)	未設定 未調査	1,183 1,183	1,250 1,268	1,265 1,291	1,285	1,305	1,365	★	○	102.1	IT従事者数は着実に増加し、KPIを達成したものの、人材不足感は根強い。人材育成やコミュニティ支援を通じ、人材需要に応える環境整備に一層取り組む。	○	94.6	
③ 新分野チャレンジ支援件数【延べ数】	件	未実施 0 (2020年)	未実施 未実施	2 0	4 1	6 1	6	6	6	★	×	16.7	人材不足、物価・エネルギーコスト高騰の中、設備導入や現場改善等の生産性の向上に資する取り組みへの投資が優先されたことにより、指標が未達成となった。しかしながら令和6年度も新分野チャレンジへの相談は複数件あり、企業としても課題として認識しており、新分野チャレンジへの意欲があると考えている。令和7年度においては、新たな事業分野進出に向けた設備導入への補助上限額の引上げを行うとともに、導入後の新市場開拓のための営業代行等を活用した販路開拓への取組を補助対象経費に加えるなど、生産から販売まで一気通貫した支援をしていく。	×	16.7	
④ 創業相談支援数【延べ数】	件	未実施 668 (2020年)	未実施 460	770 585	870 609	970 1,009	1,070	1,470	1,470	★	○	104.0	市内支援機関と連携して創業相談への対応を行い、指標達成した。引き続き相談窓口を設置している市内商工団体、しまね産業振興財団、金融機関等と連携し、創業相談への対応を行う方針。	×	68.6	
⑤ 誘致・新增設企業数【累計値】	件	未実施 7 (2020年)	未実施 14	16 18	21 24	26 30	31	36	51	★	○	115.4	製造業3社、ソフト産業3社の立地により目標値を達成した。引き続き、松江市独自の補助制度のPRを行いながら、本市への立地につなげていく。	×	58.8	
⑥ 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	千円	未実施 2,165 (2020年)	未実施 3,949	5,370 8,980	6,495 5,841	7,620 9,246	8,745	9,870	13,300	★	○	121.3	いろは舎での販売、クラフトフェア「CRANUMA(クラヌマ)」、中心市街地トライアルスペースでの販売、R6年10月にリニューアルオープンしたカラコロ工房で実施した工芸品展示販売等により目標達成に至った。引き続き松江工芸の魅力発信に取り組む。	×	69.5	

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI	総合戦略
1 Ruby City MATSUEプロジェクト事業	産業経済部	① ②	★
2 ものづくりアクションプラン推進事業	産業経済部	③	★
3 MATSUE起業エコシステム推進事業	産業経済部	④ ⑤	★
4 松江工芸の魅力発信と担い手育成事業	産業経済部	⑥	★

松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	しごとづくり	分野	商店街活性化	市民実感	2 こんなに面白い商店街って松江にしかない
------	--------	----	--------	------	-----------------------

数値目標

指標項目	中心市街地商店街の店舗利用率	目標値(2030年)	93.6%	実績値(2023年)	89.3%	実績値(2024年)	87.5%	実績値の分析	2024年の実績は前年実績と比べ減少した。コロナ禍における国の支援措置（融資・給付金・補助金等）の縮小や、人件費や原材料価格の高騰により厳しい経営環境の状況が続くものの、近年空き店舗等を活用した新規出店数が高い水準で推移していることから引き続き新規出店に係る支援策を講じるとともに商店街の活性化を図る。
------	----------------	------------	-------	------------	-------	------------	-------	--------	---

KPI（重要業績評価指標）

KPI（重要業績評価指標）の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値								総合戦略	2024年		2024年		2029年	
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2029年	評価		達成率(%)	結果の分析、課題、2025年の中間評価を踏まえた今後の方向性		評価	達成率(%)	
			2020年	2020年	2020年	2020年	2020年	2020年	2020年								
① 都市再生推進法人の認定数【累計値】	法人		未設定	1	1	2	2	2	3			×	50.0	2023年4月1日に都市再生推進法人の募集を開始。今後、すでに中心市街地で活動するまちづくり会社等をはじめ広く周知を図り、認定を促す。都市再生推進法人に指定した法人は、松江市の「まちづくりのパートナー」として、官民連携のまちなか再生を推進する。		×	33.3
② 空き家バンク新規登録件数【単年度値】	件		11	30	30	30	30	30	30	★		×	43.3	前年度と比較し登録件数が2倍に増加したが、いまだ目標値を下回る状況となっている。空き家相談窓口の開設、空き家バンク登録支援事業補助金の創設により空き家の利活用の促進を図りつつ、市報、ホームページ等さまざまな媒体によって引き続き情報周知に取り組み目標達成を目指す。		×	43.3
③ 空き店舗等への新規出店件数【単年度値】	店舗		10	10	10	10	15	15	15	★		○	220.0	新型コロナウイルスが5類に移行し、飲食店等を中心に出店件数が積みあがった。支援した事業者の定着率が課題であり、定着率向上に向け、出店当初の計画作成から事業着手後のフォローについても引き続き商工会議所・商工会等と連携しサポートを行っていく。		○	146.7
④ 観光入込客数【観光施設・イベントなどの入込客数/1～12月】	万人		1,100	837	941	1,000	1,020	1,040	1,100	★		×	87.3	コロナ禍前の令和元年約1,046万人に対して約83%まで回復したが、全国の主要観光都市等の回復水準には達していない。令和7年度秋から連続テレビ小説「ばけげん」の放送が始まるため、好機を捉えてプロモーション等を強化し、誘客促進を図る必要がある。		×	79.4
⑤ 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/1～12月】	万人		250	169	190	211	219	227	250	★		×	84.4	コロナ禍前の令和元年約211万人に対して約84%となり、前年を下回る結果となった。令和5年は新型コロナウイルス感染症が5類へ移行し、観光需要の高まりがあったが、令和6年は長引く物価高騰により日本人旅行者の需要が低下したと考えられる。令和7年度秋から連続テレビ小説「ばけげん」の放送が始まるため、好機を捉えてプロモーション等を強化し、誘客促進を図る必要がある。		×	71.2

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI							総合戦略
1 空き家・空き店舗などの有効活用によるまちづくりの推進	産業経済部、まちづくり部	①	②	③					★
2 質の高いサービスを通じた消費額の拡大	観光部	④	⑤						★
3 旧日銀松江匠工房整備事業	産業経済部	④							★

松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	しごとづくり	分野	農林水産業振興	市民実感	3 松江産の食材がスーパーに増えた
------	--------	----	---------	------	-------------------

数値目標

指標項目	第一次産業の産出額	目標値(2030年)	102億円	実績値(2023年)	92億円 (最新公表値2022実績)	実績値(2024年)	91億円 (最新公表値2023実績)	実績値の分析	前年度から1億円減少している。 【農業】近年は横ばいから微増。野菜の取引価格の上昇等が要因と考えられる。 【水産業】内水面漁業、沿岸漁業ともに漁獲量はほぼ前年並みであったが、沿岸部の販売単価の下落により全体産出額は昨年から減少した。
------	-----------	------------	-------	------------	-----------------------	------------	-----------------------	--------	--

KPI (重要業績評価指標)

KPI (重要業績評価指標) の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値								総合戦略	2024年		2024年		2029年	
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2029年	評価		達成率 (%)	結果の分析、課題、2025年の中間評価を踏まえた今後の方向性		評価	達成率 (%)	
① 第1次産業新規就業者数 【農林水産業の新規就業者数の2022年度からの累計／年度】	人		29	35	70	105	140	175	280	★	×	89.5	【農業】14人の目標に対し10人。自作農は順調だが、雇用就農については数が伸びないことから県外での就農フェアへの参加や新規就農者募集の動画の作成等PRにより確保に努める。 【林業】目標2人に対して実績4人新規就業者への3年間の育成経費や機械購入への補助を行い、目標を達成した。今後も島根県立農業大学校や林業事業体と協力して新規学卒者の就業を支援しながら雇用につなげていく。 【水産業】目標19人に対し、実績12人 全体として新規漁業数は例年より減少、目標を下回った。今後も、島根県及び各漁協等と連携し、担い手となる新規漁業者の確保に向けて支援を行う。	×	33.6		
		35 (過去5年間の平均値)	27	38	68	94											
② 産直販売額 【市内産直での販売額／年度】	億円		7.6	7.6	7.7	7.8	7.8	7.9	8.2	★	○	101.3	道の駅本庄は、新たな取引先の増加により売り上げが増加、JA産直は微増となり、全体として目標を達成した。	○	96.3		
		7.6 (2019年)	7.6	7.7	7.8	7.9											
③ 圃場整備着手3地区の担い手への集積率 【新庄・古曾志・大野地区】	%		49	57	70	70	70	70	70	★	×	97.1	圃場整備が完了した区域から担い手への貸付を行った。今後についても完了した区域から引き続き担い手への貸付を行う。	○	97.1		
		45 (2020年)	55	65	67	68											
④ 農水商工連携 (新商品開発数) 【2010年度からの累計／年度】	品		78	87	90	93	95	98	108	★	○	102.2	新商品開発数は累計95品となり、目標を達成。「売れる商品」づくりが課題。商品開発前の段階において、商工会議所や各商工会等と協力しながらニーズ分析やターゲットニング、販売計画の策定を行い、「売って利益の増大」を意識した商品開発を行っていく。また、開発後の状況を把握し、適宜アドバイスやテコ入れ等を行いブラッシュアップ・販売拡大に繋げる。	○	88.0		
		76 (2020年)	84	88	92	95											

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI	総合戦略
1 地域と食を支える農林水産業の担い手づくり	産業経済部	①	★
2 売れる農林水産物の生産振興と消費・販路拡大	産業経済部	②	★
3 次世代へつなぐ収益性の高い生産基盤づくり	産業経済部	③	★
4 6次産業化や農水商工連携による地域経済の活性化	産業経済部	④	★

松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	しごとづくり	分野	観光振興	市民実感	4 世界中から松江に人が集まる
------	--------	----	------	------	-----------------

数値目標

指標項目	観光消費額	目標値(2030年)	750億円	実績値(2023年)	568億円	実績値(2024年)	600億円	実績値の分析	コロナ禍前の令和元年の約645億円に対して約93%まで回復した。観光消費額の回復に比べて入込客数及び宿泊客数の回復が鈍い一方で、消費額の大半を占める県外宿泊客の消費額単価が令和元年より約40%増加していることから、宿泊施設の高付加価値化や近年の物価高騰の影響により増加したと推察する。
------	-------	------------	-------	------------	-------	------------	-------	--------	--

KPI（重要業績評価指標）

KPI（重要業績評価指標）の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値								総合戦略	2024年		2024年		2029年	
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2029年	評価		達成率(%)	結果の分析、課題、2025年の中間評価を踏まえた今後の方向性		評価	達成率(%)	
			2020年	2020年	2020年	2020年	2020年	2020年	2020年								
① 観光入込客数【観光施設・イベントなどの入込客数/1~12月】	万人		1,100	837	941	1,000	1,020	1,040	1,100	★	×	87.3	コロナ禍前の令和元年約1,046万人に対して約83%まで回復したが、全国の主要観光都市等の回復水準には達していない。令和7年度秋から連続テレビ小説「ばけげん」の放送が始まるため、好機を捉えてプロモーション等を強化し、誘客促進を図る必要がある。	×	79.4		
② 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/1~12月】	万人		250	169	190	211	219	227	250	★	×	84.4	コロナ禍前の令和元年約211万人に対して約84%となり、前年を下回る結果となった。令和5年は新型コロナウイルス感染症が5類へ移行し、観光需要の高まりがあったが、令和6年は長引く物価高騰により日本人旅行者の需要が低下したと考えられる。令和7年度秋から連続テレビ小説「ばけげん」の放送が始まるため、好機を捉えてプロモーション等を強化し、誘客促進を図る必要がある。	×	71.2		
③ 外国人観光宿泊客数【市内宿泊施設の延べ宿泊客数/1~12月】	万人		3.0	1	4	7	8.6	10.2	15	★	×	91.1	前年と比較し、外国人観光宿泊客数は2万人以上増加したが、目標には届かなかった。観光庁の「宿泊旅行統計調査」によると、コロナ禍後、大都市圏への宿泊旅行客数は回復傾向にあるが、地方への来訪はまだ少ない傾向にある。大都市圏から地方への誘客を促進するため、旅行会社へのプロモーション活動や誘客に向けた情報発信に取り組む。	×	42.5		
④ ジオパークの魅力を伝えるガイドの養成【累計】	人		45	55	65	75	80	85	100		×	82.7	ジオガイドは、新たに8名を認定したが、亡くなった方や健康面の不安から認定更新されなかった方がおられ2名が減となったことで、差し引き6名増となった。目標達成に向け、ジオパーク活動を通じて関心を高め、より多くの方に養成講座の受講やガイド認定試験の受験を促す。	×	62.0		
⑤ 松江ビジターセンター来場者数【4~3月】	人		4,500	4,600	4,700	5,300	6,200	6,300	6,600		○	116.8	新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行して以降、順調に来場者数が増加している。さらに来場者数を増やしていくために、松江ビジターセンターに関する情報発信や展示の充実を図っていく。	○	93.8		

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI								総合戦略
1 「松江城」「水の都松江」の強みを活かしたプロモーションとブランディング戦略	観光部	①	②							★
2 城下町文化など豊かな歴史文化、自然を活かした魅力向上	観光部	①	②							★
3 インバウンド強化事業	観光部	③								★
4 新たな層の観光客の開拓の強化	観光部	①	②							★

松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	ひとつづくり	分野	ワーク・ライフ・バランス、子育て支援	市民実態	5	ここに生まれてよかった	ここで育ててよかった
------	--------	----	--------------------	------	---	-------------	------------

数値目標

指標項目1	合計特殊出生率	目標値1 (2030年)	2.22	実績値1 (2023年)	2022年 1.52 (2023年公表値)	実績値1 (2024年)	2023年 1.41 (2024年公表値)	実績値の分析1	2023年は1.41で目標とする2.22には及ばないものの、全国平均の1.20より0.21ポイント高い値となっている。
指標項目2	子育て支援策に満足している市民の割合	目標値2 (2030年)	60.0%	実績値2 (2023年)	33.1%	実績値2 (2024年)	34.7%	実績値の分析2	目標値には及ばないものの、昨年度より1.6ポイント増加した。医療費の無償化やAIコンシェルジュなど、子育て施策の充足を図ってきた。今後も多様化する要望にきめ細やかに対応していくことで満足度向上を図る。

KPI (重要業績評価指標)

KPI (重要業績評価指標) の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値							総合戦略	2024年		2029年	
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2029年		評価	達成率 (%)	評価	達成率 (%)
① 男性の育児取得率【10月～9月・松江市で出生した子の父親】	%	— (2020年)	未設定	20	25	30	50	57	78	★	○	154.7	×	59.5
② 子育て支援策の満足割合 (子ども1人以上・40代まで)【市民アンケート】	%	62 (2020年)	64	66	80	80	80	80	80	★	×	77.5	×	77.5
③ 子育てホームサポーターの数【累計】	人	73 (2020年)	76	80	83	86	89	92	100		×	81.4	×	70.0
④ 産後 (4か月児健診時) にうつ気分がない人の割合【産後のうつ気分に関するアンケート】	%	78.8 (2021年)	78	79	80	81	81	82	85		×	92.0	○	87.6
⑤ 就学支援の満足割合【発達・教育相談支援センターが就学支援に関わった保護者へのアンケート】	%	未調査 ( )	未設定	80	85	90	90	90	92		×	84.8	○	82.9
⑥ 児童クラブ待機児童数【各年5月1日時点】	人	91 (2021年)	0	0	0	0	0	0	0	★	×	49.5	×	49.5
⑦ 放課後子ども教室実施小学校数【各年4月1日時点】	校	31 (2021年)	33	32	33	33	33	33	33	★	×	93.9	○	93.9
⑧ 要保護児童人数【4月～3月】	人	518 (2020年)	492	466	419	377	339	330	305		×	70.2	×	56.8

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI	総合戦略
1 ワーク・ライフ・バランスの推進	市民部	①	★
2 子育てAIコンシェルジュ事業	子ども子育て部	②	★
3 子育て情報発信強化事業	子ども子育て部	②	
4 子ども医療費助成事業	子ども子育て部	②	★
5 訪問型子育てサポート事業	子ども子育て部	② ③ ④	
6 産前・産後ケア推進事業	子ども子育て部	② ④	★
7 医療的ケア児保育事業	子ども子育て部	②	
8 子ども家庭総合支援拠点の機能強化	子ども子育て部	⑤	
9 不妊治療助成事業	子ども子育て部	②	★
10 保育所等整備事業	子ども子育て部	②	★
11 私立保育所保育士確保対策事業	子ども子育て部	②	★
12 保育料の40%軽減	子ども子育て部	②	★
13 保育料の多子軽減事業	子ども子育て部	②	★
14 妊婦健診事業	子ども子育て部	②	★
15 ごんには赤ちゃん訪問事業	子ども子育て部	② ④	★
16 利用者支援事業	子ども子育て部	② ④	★
17 保育所・幼稚園地域交流活動促進事業	子ども子育て部	②	★
18 病児保育事業	子ども子育て部	②	
19 地域子育て支援拠点事業	子ども子育て部	② ④	★
20 多胎児養育家庭サポート事業	子ども子育て部	② ③ ④	
21 ひとり親家庭総合相談コーナー	子ども子育て部	②	
22 母子父子寡婦父子資金貸付事業	子ども子育て部	②	
23 5歳児健診	子ども子育て部	②	
24 保育業務ICT化推進事業	子ども子育て部	②	
25 子育ての日イベント事業	子ども子育て部	②	★
26 発達・教育相談支援センターの運営	教育委員会	⑤	
27 【再掲】特別支援学級介助員配置事業	教育委員会	⑤	
28 医療的ケア児支援事業 (市立小・中・義務教育学校)	教育委員会	⑤	
29 放課後児童健全育成事業	教育委員会	⑥	★
30 放課後子ども教室事業	教育委員会	⑦	★

松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	ひとつづくり	分野	教育	市民実態	6 夢は叶うって思う
------	--------	----	----	------	------------

数値目標

指標項目	将来の夢や希望を持っている児童・生徒の割合	目標値(2030年)	小学生 87% 中学生 72%	実績値(2023年)	小学生 78% 中学生 64%	実績値(2024年)	小学生 81.6% 中学生 64.1%	実績値の分析	各校における、校外学習や出前授業、職場体験学習等のキャリア教育が積極的に行われていることが、児童生徒の将来の夢や希望を想像することにつながったと考える。
------	-----------------------	------------	--------------------	------------	--------------------	------------	------------------------	--------	--

KPI (重要業績評価指標)

KPI (重要業績評価指標) の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値							総合戦略	2024年		2024年		2029年	
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2029年		評価	達成率(%)	結果の分析、課題、2025年の中間評価を踏まえた今後の方向性	評価	達成率(%)	
			① まっす「子ども夢☆未来」発(職業人出前授業)における小5～中3の児童生徒総数に対する受講者の割合【4月～3月】	%		37	37	39	41		46	47	50	★	○	103.2
② (小6) 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【全国学力・学習状況調査】	%		65	65	67	69	71	73	80	★	×	85.2	授業等で地域の行事などについて意識を高めたり、学校運営協議会や地域学校協働本部と連携を図ったりしたことにより、昨年より高い結果が出たと考える。引き続き取組みを支援し、児童の地域行事へ参加する意欲につなげていきたい。	×	73.5	
(中3) 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【全国学力・学習状況調査】	%		48	48	50	52	54	56	60	★	○	100.8	授業等で地域の行事などについて意識を高めたり、学校運営協議会や地域学校協働本部と連携を図ったりしたことにより、昨年より高い結果が出たと考える。引き続き取組みを支援し、生徒の地域行事へ参加する意欲につなげていきたい。	○	87.3	
③ (小6) 地域や社会の出来事に関心がある児童生徒の割合【全国学力・学習状況調査】	%		50	50	55	60	74	75	80	★	○	139.8	各校において、地域課題について学習したことを、地域の方に発信していく学習を積極的に取り組んでいることにより、目標を上回ったと考える。今後も、地域の方を学校に招き、自分達が考えたことを伝えたり、意見をもらったりする活動を通して意識を高めていきたい。	○	104.9	
(中3) 地域や社会の出来事に関心がある児童生徒の割合【全国学力・学習状況調査】	%		50	50	55	60	66	70	80	★	○	123.8	各校において、地域課題について学習したことを、地域の方に発信していく学習を積極的に取り組んでいることにより、目標を上回ったと考える。今後も、地域の方を学校に招き、自分達が考えたことを伝えたり、意見をもらったりする活動を通して意識を高めていきたい。	○	92.9	
④ (小6) 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【全国学力・学習状況調査】	%		40	40	50	55	55	60	75	★	×	55.1	各校における学力向上対策の取組みが十分な効果を発揮せず、実績値は目標値を下回った。各校に学力調査結果についての分析資料を提供し、効果的な取組みや改善すべき点などについて検討を促す研修を実施する。	×	40.4	
(中3) 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【全国学力・学習状況調査】	%		45	45	60	60	65	70	80	★	×	62.5	各校における学力向上対策の取組みが十分な効果を発揮せず、実績値は目標値を下回った。今後も各校に学力調査結果についての分析資料を提供し、効果的な取組みや改善すべき点などについて検討を促す研修を実施する。	×	46.9	
⑤ (小5) 島根県学力調査における県平均値以上の学校の割合【島根県学力調査】	%		未設定	70	75	80	85		100	★	×	49.3	各校における学力向上対策の取組みが十分な効果を発揮せず、実績値は目標値を下回った。各校に学力調査結果についての分析資料を提供し、効果的な取組みや改善すべき点などについて検討を促す研修を実施する。なお、令和6年度末の島根県学力調査廃止に伴い、令和7年度より新たに実施する松江市学力調査を活用し、同一集団の学力の伸びに着目した項目を成果指標として設定している。	×	39.4	
(中2) 島根県学力調査における県平均値以上の学校の割合【島根県学力調査】	%		未設定	60	80	85	85		95	★	×	73.5	各校における学力向上対策の取組みが十分な効果を発揮せず、実績値は目標値を下回った。各校に学力調査結果についての分析資料を提供し、効果的な取組みや改善すべき点などについて検討を促す研修を実施する。なお、令和6年度末の島根県学力調査廃止に伴い、令和7年度より新たに実施する松江市学力調査を活用し、同一集団の学力の伸びに着目した項目を成果指標として設定している。	×	65.8	
⑥ (小6) 家庭学習1時間以上の児童生徒の割合(平日)【全国学力・学習状況調査】	%		70	70	75	80	85	85	100	★	×	63.5	前年度よりも低い結果が出ており、全国値と比較しても低い傾向が見られる。タブレット等デジタル教材の活用も推奨し、家庭学習時間の増加を図ってほしい。	×	50.8	
(中3) 家庭学習1時間以上の児童生徒の割合(平日)【全国学力・学習状況調査】	%		70	70	75	80	85	85	100	★	×	66.8	前年度よりも高い結果が出てはいるが、依然として全国値よりも低い傾向が見られる。タブレット等デジタル教材の活用も推奨し、家庭学習時間の増加を図ってほしい。	×	53.4	
⑦ 中学校3年生特別支援学級在籍生徒の進路選択に対する満足割合【対象生徒へのアンケート】	%		未調査	未調査	87.5	89	88.4		90	★	×	98.2	実績値は目標値を下回ったが、昨年度比の改善が見られ、中学校の進路指導や学習への満足度が高いことが伺える。引き続き、学校と連携し、生徒の夢や希望を大切にしながら実態に応じたキャリア教育の充実が図られるようにする。	○	98.2	
⑧ 就労等体験協力事業所数【4月～3月】	社		40	41	50	50	51	51	51	★	○	102.0	指導員が個別に事業所に行き、困難を抱える若者の雇用や就労等体験の機会について丁寧に説明を行ったことにより、協力事業所数は目標値を上回った。引き続き、相談者の要望に応じて事業所の開拓を行い、社会的自立を促すよう取り組んでいく。	○	100.0	
⑨ 市立図書館における高校生1人あたりの年間貸出冊数【4月～3月】	冊		未設定	0.5	0.6	0.8	0.8	0.8	1	★	○	100.0	本年度は、コロナ禍や中央図書館の臨時休館後、はじめて1年を通じて通常の運営体制で開館できたこともあり、実績値が目標値に達した。令和7年度についても本年度と同程度の数値を見込んでいるが、引き続き学習室等を利用する高校生に対し、おすすめ本の紹介や市立図書館の魅力などの情報発信に努め、図書貸出に繋げていきたいと考えている。	○	80.0	
⑩ 要保護・準要保護世帯の生徒の高校進学率	%		未設定	97.5	97.7	97.9	98.8	98.8	99	★	×	99.6	2024年度に本事業を利用した要保護・準要保護生徒の高校進学率は100%であった。(中学3年生のうちアンケートで回答が得られた利用者のみ。)本事業の実施にあたっては、利用生徒のプライバシー保護に万全を期し安心して利用できる学習支援を継続して行う。	○	98.5	

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI	総合戦略
1 「夢☆未来」ふるさと・キャリア教育推進事業	教育委員会	① ② ③	★
2 コミュニティ・スクール推進事業	教育委員会	② ③	★
3 「夢☆未来」学力育成推進事業	教育委員会	④ ⑤ ⑥	★
4 ICT活用教育推進事業	教育委員会	④ ⑤ ⑥	★
5 外国語教育推進事業	教育委員会	④ ⑤ ⑥	★
6 外国語指導助手(ALT)配置事業	教育委員会	④ ⑤	★
7 小学校外国語教育指導協力員派遣事業	教育委員会	④ ⑤	★
8 学力向上推進事業	教育委員会	④ ⑤ ⑥	★
9 学校図書館司書配置事業	教育委員会	④ ⑤	★
10 【再掲】発達・教育相談支援センターの運営	教育委員会	⑦	
11 特別支援学級介助員配置事業	教育委員会	⑦	
12 青少年支援事業	教育委員会	⑧	★
13 図書館の運営	教育委員会	⑨	
14 女子高魅力化推進事業	教育委員会	指標設定にしない	★
15 生活困窮世帯の学習支援	健康福祉部	⑩	★

松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	ひとづくり	分野	共生社会、地域コミュニティ	市民実感	7 松江市民のモットーは「寛容」
------	-------	----	---------------	------	------------------

数値目標	指標項目	市民活動・地域活動への市民の参加割合	目標値 (2030年)	65.0%	実績値 (2023年)	51.5%	実績値 (2024年)	54.8%	実績値の分析	昨年度から引き続き地域活動の重要性を多方面に呼びかけることで、昨年度よりも高い割合を達成した。
------	------	--------------------	-------------	-------	-------------	-------	-------------	-------	--------	---

KPI (重要業績評価指標)

KPI (重要業績評価指標) の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値						総合戦略	2024年		2029年		
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年		2029年	評価	達成率 (%)	評価	達成率 (%)
① 多文化理解を促進する事業への参加者数【4月～3月】	人		未設定	1,800	2,000	2,200	2,400	2,600	3,000	★	○	105.5	○	77.3
			1,384 (2020年)	1,744	2,056	2,780	2,320							
② 固定的な性別役割分担意識にとらわれない市民の割合【男女共同参画に関する市民意識調査】	%		80	80	80	80	81	82	85		×	98.6	○	92.8
			74.7 (2020年)	74.7	79.9	79.8	78.9							
③ 年間授業時間のうち特別支援学級と通常の学級の児童生徒の交流学習計画授業時間の割合【各年5月1日時点】	%		39	39	41	42	43	43	47		×	91.2	○	81.5
			36.9 (2021年)	36.9	36.7	36.4	38.3							
④ 《再掲》(小6)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【全国学力・学習状況調査】	%		65	65	67	69	71	73	80	★	×	85.2	×	73.5
			63.2 (2021年)	63.2	61.1	56.4	58.8							
⑤ 《再掲》(中3)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【全国学力・学習状況調査】	%		48	48	50	52	54	56	60	★	○	100.8	○	87.3
			45.6 (2021年)	45.6	37.6	34.3	52.4							
⑥ 公民館年間利用者数【延べ利用者数/4月～3月】	人		500,000	500,000	700,000	800,000	900,000	930,000	1,000,000		×	84.9	×	67.9
			373,896 (2020年)	477,815	537,854	660,663	679,250							
⑦ ふくしんでも相談所の設置数【累計】	カ所		35	37	40	43	55	59	72		○	109.3	×	65.3
			15 (2020年)	14	47	47	47							
⑧ 要配慮者支援組織世界力一帯【組織の活動範囲に含まれる世帯数/住基世帯数】	%		49.2	58.8	70	70	70	70	70	★	×	67.0	×	67.0
			39.4 (2020年)	42.0	43.3	44.7	46.9							
⑨ ままなかポイント事業(ボランティアポイント事業) 個人登録者数	人		170	202	251	300	300	300	300	★	×	39.0	×	39.0
			98 (2020年)	97	96	108	117							
⑩ シルバー人材センター加入者数	人		960	940	980	1,020	1,065	1,100	1,155	★	×	95.9	○	84.7
			879 (2020年)	896	894	963	978							
⑪ 障がい者雇用率【各年6月1日時点/ハローワーク松江管内】	%		2.54	2.59	2.64	2.69	2.74	2.79	2.90	★	○	104.5	○	96.9
			2.49 (2020年)	2.59	2.57	2.72	2.81							
⑫ 障がい者雇用率達成事業所割合【各年6月1日時点/ハローワーク松江管内】	%		66.0	66.5	67	67.5	68	68.5	70	★	×	99.9	○	96.3
			65.5 (2020年)	65.5	66.4	69.9	67.4							
⑬ 出前講座参加人数【4月～3月】(手話、差別解消)	人		455	460	500	520	800	800	800	★	○	212.3	○	138.0
			366 (2020年)	604	666	751	1,104							
⑭ まちづくり推進事業参加者数	人		805	1,350	904	1,500	1,500	1,500	1,500		○	220.7	○	220.7
			- (2020年)	805	1,350	904	3,310							

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI	総合戦略
1 多文化共生推進事業	観光部	①	★
2 男女共同参画の推進	市民部	②	
3 《再掲》特別支援学級介助員配置事業	教育委員会	③	
4 特別支援教育支援員配置事業	教育委員会	③	
5 《再掲》発達・教育相談支援センターの運営	教育委員会	③	
6 《再掲》「夢☆未来」ふるごと・キャリア教育推進事業	教育委員会	④ ⑤	★
7 公民館の管理	教育委員会	⑥	
8 公民館振興事業	教育委員会	⑥	
9 重層的支援体制整備事業(包括的な支援体制の整備)	健康福祉部	⑦	
10 要配慮者支援推進事業	健康福祉部	⑧	★
11 ボランティアポイント事業(ボランティア活動に参加しやすいまちづくり)	健康福祉部	⑨	★
12 高齢者や障がい者の活躍の場推進事業	健康福祉部	⑩ ⑪	★
13 障がいのある人もない人も共に住みよいまちづくり事業	健康福祉部	⑫ ⑬	★
14 まちづくり推進事業	市民部	⑭	

松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	つながりづくり	分野	人材育成・還流	市民実感	8 最近、松江に引っ越してくる人が多い
------	---------	----	---------	------	---------------------

数値目標

指標項目	UIターン者数	目標値(2030年)	1,230人	実績値(2023年)	1,049人	実績値(2024年)	1,095人	実績値の分析	2023年から46人増加し、過去3年間で最も多い人数を記録している。東京都からのUIターン者数の増加については、首都圏からの移住支援金制度も要因の一つと考えられる。
------	---------	------------	--------	------------	--------	------------	--------	--------	--

KPI（重要業績評価指標）

KPI（重要業績評価指標）の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値								総合戦略	2024年		2024年		2029年	
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2029年	評価		達成率(%)	結果の分析、課題、2025年の中間評価を踏まえた今後の方向性		評価	達成率(%)	
			2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年		2029年					
① はたちの集い <sup>※</sup> 出席率【出席者数/住民基本台帳登録者数】	%		85	83	85	85	85	85	85	85	★	×	90.8	対象年齢者を中心とした実行委員会を組織し、若者の視点・発想で企画することにより、多くの若者の再会・交流の場となった。今後も「はたちの集い」が松江の魅力度を再認識し定住促進や関係人口増を図る機会となるよう、企画を策定し実施する。		○	90.8
② UIターンイベントでの相談登録及び移住コンシェルジュの相談対応件数【4月～3月】	件		100	100	100	100	100	100	100	100	★	○	222.0	UIターンイベントへの参加者は年々増加している。都市部でのフェア参加が効果的であり、ターゲット層への訴求力が高いと考えられる。今後も都市部でのフェアに積極的に出展し、地域の魅力を広くPRしていく。		○	222.0
③ 移住コンシェルジュのサポートにより定住した人数【4月～3月】	人		15	15	15	15	15	15	15	15	★	○	600.0	移住コンシェルジュによるオーダーメイドの移住相談・サポートや、就業支援コーディネーターによる仕事紹介が定住者増加の大きな要因となった。また、相談対応の経験蓄積によりサポートの質が向上し、相談者にとってより実効性のある提案が可能となった。		○	600.0
④ 地元企業の仕事内容や職場環境を知っている生徒の割合【対象生徒へのアンケート】	%		未設定	50	60	70	80	80	80	80	★	×	59.7	事業内容を大きく変化したわけではないためKPIが低下した原因は定かではないが、生徒が地元企業を知ることの出来る機会が不足していると考えられる。引き続き高校や地元企業等と連携し、生徒が地元企業について触れることができるような機会創出を目指す。		×	52.3
⑤ 松江に愛着を持つ高校生・学生の割合【まちづくりのための高校生・学生アンケート】	%		65	66	67	68	74	74	75	75	★	○	107.8	学生の松江に愛着を持つ割合が前年より4.1%、高校生が松江に愛着を持つ割合も11.1%上昇したことで、全体としての割合も上昇した。市民アンケートの調査結果より、市民活動や地域行事に参加している人がより愛着を感じる事が分かっているため、若者の『松江』でやりたいことへの実践を後押しするワークショップ(ミライソウゾウ会議)への参加を促すことで、新しいコミュニティの形成や地域との交流を通じて、愛着を深めていく。		○	97.7

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI	総合戦略
1 はたちの集い <sup>※</sup> 開催事業	教育委員会	①	★
2 UIターン促進事業	産業経済部	② ③	★
3 高校魅力化コンソーシアム運営マネージャー配置事業	産業経済部	④	★
4 MATSUE DREAMS 2030推進事業	政策部	⑤	★

※成年年齢の引き下げにより、成人式から「はたちの集い」に名称変更。対象は20歳。

松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	つながりづくり	分野	関係人口、副業・兼業人材	市民実感	9 松江推しは世界中にいる
------	---------	----	--------------	------	---------------

数値目標

指標項目	UIターン者数	目標値(2030年)	1,230人	実績値(2023年)	1,049人	実績値(2024年)	1,095人	実績値の分析	2023年から46人増加し、過去3年間で最も多い人数を記録している。東京都からのUIターン者数の増加については、首都圏からの移住支援金制度も要因の一つと考えられる。
------	---------	------------	--------	------------	--------	------------	--------	--------	--

KPI（重要業績評価指標）

KPI（重要業績評価指標）の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値								総合戦略	2024年		結果の分析、課題、2025年の中間評価を踏まえた今後の方向性	2029年	
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2029年	評価		達成率(%)	評価		達成率(%)	
			① 関係人口にまつわるイベントや交流会、講演会などに参加した人数【4月～3月】	人		120	150	270	400	500		500	500		★	×
② 松江式ワーケーションに参加した人数【4月～3月】	人		30	30	30	30	30	30	30		○	113.3	これまでの松江式ワーケーションPRの効果が現れていると考えられる。引き続き、松江式の魅力をPRし、終了後もつながりが継続できるよう取り組むとともに、事業のアップデートを図る。	○	113.3	
③ 地域おこし協力隊定着率【任期終了後定住した隊員数/受入隊員数】	%		80	80	80	80	80	80	80		○	110.0	OB・OGや地域団体・住民、生産者とのつながり、そして研修や職員による伴走体制が功を奏しているものと思われる。引き続き、地域資源の掘り起こしからビジネスや生業、新しい文化の創出につながるよう取り組んでいく。また、中山間地域、半島地域についても引き続き注力し活動に取り組んでいく。	○	110.0	
④ ふるさと納税寄附者数【4月～3月】	人		4,092	10,237	14,250	14,250	19,615	19,615	19,615	★	○	115.5	ふるさと納税ポータルサイトを3サイト追加するなどの情報発信の強化や、新たな返礼品の追加等により、寄附者数は増加した。今後も魅力的な返礼品の発掘・開発やそれらの情報発信により新規の松江ファンの獲得及びリピーターの定着化を図る。	○	83.9	

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI	総合戦略
1 《再掲》UIターン促進事業	産業経済部	①	★
2 テレワーク・デイズMATSUE事業	産業経済部	① ②	
3 地域おこし協力隊事業	産業経済部	③	
4 ふるさとづくり寄附事業	産業経済部	④	★
5 出身学生とのつながり創出事業	産業経済部	①	★



松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	つながりづくり	分野	スポーツ	市民実感	11 スポーツが松江の存在感を高めた
------	---------	----	------	------	--------------------

数値目標

指標項目	週1回以上スポーツに取り組んでいる市民の割合	目標値(2030年)	70.0%	実績値(2023年)	41.3%	実績値(2024年)	42.80%	実績値の分析	全体では昨年度より微増傾向(41.3%→42.8%)である。世代別で見ると20歳代～50歳代が4割未満であり、さらに性別・年代別では、30歳代の女性は【22.3%】と、他の年代に比べ少なくなっている。スポーツを週1日以上取り組まなかった理由については、年代別では30歳代～40歳代の6割以上が仕事や家事の忙しさを理由としており、男女別では、女性は男性に比べて育児の忙しさや運動・スポーツが嫌いなことを理由にしている人が多い。
------	------------------------	------------	-------	------------	-------	------------	--------	--------	--

KPI (重要業績評価指標)

KPI (重要業績評価指標) の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値								総合戦略	2024年		結果の分析、課題、2025年の中間評価を踏まえた今後の方向性	2029年	
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2029年	評価		達成率(%)	評価		達成率(%)	
① 市営スポーツ施設年間利用者数【4月～3月】	千人		1,182	1,235	1,270	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	★	×	92.2	新型コロナウイルス感染症が5類に移行したことを受け、大会・イベントの開催や団体での利用者がコロナ禍以前まで回復してきている状況にある。引き続き施設の適正な管理を行うことで、安心して利用できる環境を整備する。	○	92.2
		1,198 (2019年)	958	1,078	1,177	1,199						○	102.9	2024-25シーズンは島根ササノオマジックの人気も定着し、2年ぶりにチャンピオンシップに出場できたため、B.PREMIER基準の一つである平均観客数4,000人を突破した。次年度は改修工事のため松江市で試合は開催されないが、改修後はチームと連携しながら観客数増に向けた取組みをすすめる。	○	102.9
③ 国宝松江城マラソン参加申込者数	人		5,000	5,100	5,300	5,500	5,500	5,500	5,500	5,500		×	76.9	2024大会は、海外からの参加も可能としたことや募集開始を早めたこと、また著名なゲストランナーを招聘したことなどで、前年度より参加申込者数が増え、達成率も向上した。2025大会は、新たにエントリーサイト「Run Japan」を導入し、海外からのエントリー拡充を図ることなど、内容を充実させることで更なる参加申込者数の向上、満足度アップにつなげたい。	×	76.9
		5,086 (2019年)	-	3,103	3,751	4,231						×	67.1	2024大会は、海外からの参加も可能としたことや募集開始を早めたこと、また著名なゲストランナーを招聘したことなどで、前年度より参加申込者数が増え、達成率も向上した。2025大会は、新たにエントリーサイト「Run Japan」を導入し、海外からのエントリー拡充を図ることなど、内容を充実させることで更なる参加申込者数の向上、満足度アップにつなげたい。	×	67.1
④ まつえレディースハーフマラソン参加申込者数	人		2,500	2,500	2,600	2,700	2,700	2,700	2,700	2,700		×	67.1	2024大会は、実業団を中心とした選手招聘活動・募集開始を早めたこと・募集要項のチラシ配布先増加(市内旅館施設・鳥取県内の体育館など)を要因として前年度よりも申込者数増加。特にⅡ部では、前回大会比121名増加となった。2025年大会では、Ⅲ部、Ⅳ部にて団体割引を検討するなど、更なる参加者数の向上に繋げたい。	×	67.1
		2,423 (2019年)	649	1,375	1,662	1,811						×	63.2	2024大会は、海外からの参加も可能としたことや募集開始を早めたこと、また著名なゲストランナーを招聘したことなどで、前年度より参加申込者数が増え、達成率も向上した。2025大会は、新たにエントリーサイト「Run Japan」を導入し、海外からのエントリー拡充を図ることなど、内容を充実させることで更なる参加申込者数の向上、満足度アップにつなげたい。	×	63.2
⑤ 国宝松江城マラソン・まつえレディースハーフマラソン ボランティア協力者数	人		未設定	1,600	1,800	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000		×	63.2	2024大会は、海外からの参加も可能としたことや募集開始を早めたこと、また著名なゲストランナーを招聘したことなどで、前年度より参加申込者数が増え、達成率も向上した。2025大会は、新たにエントリーサイト「Run Japan」を導入し、海外からのエントリー拡充を図ることなど、内容を充実させることで更なる参加申込者数の向上、満足度アップにつなげたい。	×	63.2
		1,588 (2018年)	-	1,527	1,417	1,263						×	63.2	2024大会は、海外からの参加も可能としたことや募集開始を早めたこと、また著名なゲストランナーを招聘したことなどで、前年度より参加申込者数が増え、達成率も向上した。2025大会は、新たにエントリーサイト「Run Japan」を導入し、海外からのエントリー拡充を図ることなど、内容を充実させることで更なる参加申込者数の向上、満足度アップにつなげたい。	×	63.2

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI	総合戦略
1 体育施設整備事業	文化スポーツ部	①	★
2 地域スポーツコミッション推進事業	文化スポーツ部	② ③ ④ ⑤	★
3 スポーツ振興の拠点づくり事業(スポーツパーク整備)	文化スポーツ部	①	★

松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	どだいづくり	分野	健康・医療	市民実感	12歳を重ねるほど松江は楽しい
------	--------	----	-------	------	-----------------

数値目標

指標項目	健康寿命 (65歳以上平均自立期間)	目標値 (2030年)	女性 21.60年 男性 18.40年	実績値 (2023年)	女性 21.78年 男性 18.43年 現時点最新の2020年実績 (※2018～2021年 平均値)	実績値 (2024年)	女性 21.87年 男性 18.51年 現時点最新の2021年実績 (※2020～2022年 平均値)	実績値 の分析	新型コロナウイルス感染症の影響により、生活様式等の変化や健康づくりがしづらい状況であったが、コロナ禍以前の様々な健康づくりの取組みの成果であると考えられる。
------	-----------------------	----------------	------------------------	----------------	---	----------------	---	------------	--

KPI (重要業績評価指標)

KPI (重要業績評価指標) の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値							総合戦略	2024年		結果の分析、課題、2025年の中間評価を踏まえた今後の方向性	2029年	
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2029年		評価	達成率 (%)		評価	達成率 (%)
① 受診率 (国保特定健診) 【国民健康保険加入者の健診受診率/4月～3月】	%		54	57	60	48.5	51.0	53.5	60	★	×	96.5	国保データヘルス計画に基づき周知啓発を行った結果、受診率は現時点で前年比+1.6となった。引き続き、健診受診に係る周知啓発や未受診者への受診勧奨、休日健診の実施、ドック費用助成の取組みを推進する。(※2024年の実績値は2025年6月末時点の速報値。確定は11月下旬。)	×	78.0
② 健康づくり (運動・スポーツ) に取り組んでいる市民の割合 【まちづくりのための市民アンケート】	%		65	70	70	70	70	70	70	★	×	61.1	健康づくりに取り組んでいる市民の割合は、目標値に届いていない。運動の効果や必要性に関する啓発を行うとともに、多くの市民が日常生活の中で気軽に運動に親しむことができる機会や環境づくりを推進する。	×	61.1
③ からだ元気塾の参加者数 【4月～3月】	人		900	1,000	1,100	1,150	1,150	1,150	1,200	★	×	85.7	参加者を増やすため、高齢者への啓発チラシの郵送や市内医療機関等へのポスター設置など、事業の周知啓発を行った。また、参加者が増加した会場は分散開催に変更するなど、新規参加希望者の受け入れに支障がないよう見直しを図っている。今後も後期高齢者人口の増加が見込まれていることから、参加勧奨に向けた取組みを推進する。	○	82.1
④ なごやか寄り合い参加者数 【4月～3月】	人		5,000	9,000	10,000	10,500	10,500	10,500	11,000	★	×	65.2	新規会場の立ち上げ支援を行い、令和6年度は新たに6会場が立ち上がった。感染症等の影響により減少した参加者・開催会場は、回復傾向にあるものの、以前コロナ前の水準には至っていない。引き続き会場の立ち上げ支援を行うとともに、各会場の世話人に向けた支援を行うなど、参加者増に向けた取組みを推進する。	×	62.2

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI	総合戦略
1 3つのけんしん (健康診査・がん検診・歯科健診) の充実、受診率の向上	健康福祉部	①	★
2 全世代の健康づくり (食習慣づくり、運動習慣づくり、休養・心の健康づくり、たばこ対策) の推進	健康福祉部	②	★
3 自然に健康になれるまち推進事業	健康福祉部	②	
4 一般介護予防事業	健康福祉部	③ ④	★

松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	どだいづくり	分野	自然・環境	市民実感	13 日本が誇る「環境主都まつえ」
------	--------	----	-------	------	-------------------

数値目標

指標項目	二酸化炭素排出量	目標値(2030年)	916千t-CO2	実績値(2023年)	1,314千t-CO2(2021年度)	実績値(2024年)	1,420千t-CO2(2022年度)	実績値の分析	基準年度とする2013年度の1,697千-CO2に対し、2022年度は1,420千t-CO2であり、▲277千t-CO2・▲16.3%となった。内訳は下記のとおりであり、産業部門、業務その他部門、家庭部門での減少が目立っている。 産業部門 265→212千-CO2 (▲53千-CO2・▲20.0%) 業務その他部門 573→424千-CO2 (▲149千-CO2・▲26.0%) 家庭部門 436→412千-CO2 (▲24千-CO2・▲5.5%) 運輸部門 404→343千-CO2 (▲61千-CO2・▲15.1%) 廃棄物分野 20→29千-CO2 (+9千-CO2・+45.0%)
------	----------	------------	-----------	------------	---------------------	------------	---------------------	--------	--

KPI (重要業績評価指標)

KPI (重要業績評価指標) の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値							総合戦略
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2029年	
① Jブルークレジットの認証量	t-CO2		-	-	-	-	0	0.1	0.1	
		0 (2023年)	-	-	-	0				

2024年	
評価	達成率 (%)

2024年	
結果の分析、課題、2025年の中間評価を踏まえた今後の方向性	
クレジット認証に向けプレイヤーを含む協議会を2025年に設置した。2026年度の0.1t-CO2に向け推進を図る。	

2029年	
評価	達成率 (%)

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI	総合戦略
1 分別啓発事業	環境エネルギー部	指標設定になじまない	
2 ブルーカーボン活用事業	環境エネルギー部	①	
3 カーボンニュートラル推進事業	環境エネルギー部	指標設定になじまない	

松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	どだいづくり	分野	都市デザイン (水辺・公共交通)	市民実感	14 世界の水都MATSUEが水辺と公共交通の概念を変えた
------	--------	----	---------------------	------	-------------------------------

数値目標

指標項目	中心市街地の水辺が利用しやすいと感じる市民の割合	目標値 (2030年)	70.0%	実績値 (2023年)	41.1%	実績値 (2024年)	30.9%	実績値の分析	市民アンケート調査の結果、30.9%が「満足」と回答し、前年の41.1%から減少した。宍道湖・大橋川かわまちづくり計画による、公園等の改修工事が進んでいるため、実績値が下がっていると考えられる。今後は官民連携による水辺の利活用を促進することで、水辺空間の満足度の向上を図る。
------	--------------------------	----------------	-------	----------------	-------	----------------	-------	--------	---

KPI (重要業績評価指標)

KPI (重要業績評価指標) の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値								総合戦略	2024年		2024年		2024年	
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2029年	評価		達成率 (%)	結果の分析、課題、2025年の中間評価を踏まえた今後の方向性	評価	達成率 (%)		
① 水辺の公共空間活用日数【1月～12月】	日		182	174	174	175	370	395	406	★	○	148.0	実績値は年度末に集計するため達成状況は不明だが、民間事業者による利活用が進んでいると推察される。	×	63.8		
		170 (2018年)	368	458	280	259											
② 路線バス・コミュニティバスの利用者数【4月～3月】	万人		475	475	475	475	475	475	475	475	★	×	87.4	バス利用者はコロナ禍の大幅な減少から緩やかな回復傾向にあるが、コロナ禍前の水準(令和元年度 475万人)には至っていない。2024年度は、運転士不足に起因する路線バスの減便・廃止が現実のものとなり、早急な対策が求められたところ、2024年12月には、バス事業者2社局が「共同経営」に向けた連携協定を締結し、重複路線への等間隔ダイヤなどによる効率化のほか、「ゾーン制運賃」や「通学フリー共通定期」導入などの利便性向上策を盛り込んだ「共同経営計画」の年内策定に向け、具体的な検討を進めている。また、運転士の人材確保に向けて、2024年度から本市と出雲市が合同で交通事業者とともに「バス運転士体験会 バス・タクシー就業フェア」を平田自動車教習所で開催している。2024年度は5人の運転士の新規採用につながった。2025年は11月23日に開催予定。さらに、中長期的な運転士不足対策として、自動運転バス実証事業に取り組む。引き続き、交通事業者をはじめ関係者が一体となって、使い勝手のよい公共交通ネットワークを構築することで、市民の皆様が暮らしやすく出かけたくなるまちづくりを進める。	○	87.4	
		353 (2020年)	372	407	418	415											

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI	総合戦略
1 水辺の利活用と回遊性を高めるかわまちづくり	都市整備部	①	★
2 公共交通を補完する新たな交通手段の導入	まちづくり部	②	★



松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	どだいづくり	分野	安心・安全、社会資本整備	市民実感	16 「何があっても松江は大丈夫！」って思う
------	--------	----	--------------	------	------------------------

数値目標

指標項目	災害時の安心感を持つ市民の割合	目標値(2030年)	60.0%	実績値(2023年)	57.7%	実績値(2024年)	43.3%	実績値の分析	調査の結果、「満足」又は「概ね満足」との回答は前年と比べて14.4ポイント減少し、「あまり満足していない」又は「全く満足していない」との回答は24%、「わからない」との回答は33%であった。令和6年1月の能登半島地震発災により、住民の危機意識が高まったことによる値と考えられる。
------	-----------------	------------	-------	------------	-------	------------	-------	--------	---

KPI (重要業績評価指標)

KPI (重要業績評価指標) の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値							総合戦略	2024年		2029年	
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2029年		評価	達成率(%)	評価	達成率(%)
			結果の分析、課題、2025年の中間評価を踏まえた今後の方向性											
① 市内の年間交通事故発生件数【1月～12月】	件	222 235 (2020年)	210件以下 301	200件以下 300	190件以下 302	180件以下 286	170件以下	140件以下		×	66.4	×	49.0	
② 防災出前講座の実施【4月～3月】	件	50 31 (2020年)	50 60	65 52	80 98	84 131	88	100		○	163.8	○	131.0	
③ 自主防災組織の結成率	%	75 71.8 (2020年)	75 74.0	80 74.7	85 75.1	88 75.2	91	100		×	88.5	×	75.2	
④ 学校施設の長寿命化事業に着手した学校数【累計値】	校	1 1 (2021年)	2 1	2 1	3 1	3 1	3	10		×	33.3	×	10.0	
⑤ 公民館施設長寿命化(空調、屋上防水等の大規模改修)【累計値】	箇所	11 8 (2020年)	11 13	15 16	17 17	18 18	19	32		○	105.9	×	56.3	
⑥ 公民館の建て替え【累計値】	箇所	0 0 (2020年)	0 0	1 1	1 1	1 1	2	4		○	100.0	×	25.0	
⑦ 現場指揮体制の構築(指揮隊要員)【累計値】	人	0 0 (2021年)	0 2	3 5	8 9	9 3	9	9		○	112.5	○	100.0	
⑧ 年間救急救命士養成者数【4月～3月】	人	3 3 (2021年)	3 3	3 2	3 3	3 3	3	3		○	100.0	○	100.0	
⑨ 山陰自動車道の県内供用率【山陰道島根県内延長に対する供用開始延長/4月～3月】	%	67 66 (2020年)	66 66	72 72	77 77	85	85	85	★	○	100.0	○	90.6	
⑩ 道路愛護団登録団体数	団体数	252 252 (2020年)	262 261	268 265	269 273	270 266	276	274		×	98.9	○	97.1	
⑪ 河川愛護団登録団体数	団体数	161 161 (2020年)	162 154	163 155	165 164	166 162	167	170		×	98.2	○	95.3	
⑫ 歩道整備率【整備計画総延長に対する整備済み延長】	%	16.2 11.2 (2020年)	53.5 18.2	54.6 24.7	59 53.8	62 58	65	76		×	98.3	×	76.3	
⑬ 自転車道整備率【整備計画総延長に対する整備済み延長】	%	53.2 38.6 (2020年)	54.4 39.9	55.2 47.3	56.9 55.3	60.2 55.3	63.8	78.2		×	97.2	×	70.7	
⑭ 要配慮者支援組織世帯カバー率【組織の活動範囲に含まれる世帯数/住基世帯数】	%	49.2 39.4 (2020年)	58.8 42.0	70.0 43.3	70.0 44.7	70.0 46.9	70.0	70.0	★	×	67.0	×	67.0	

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI	総合戦略
1 交通安全対策事業	総務部	①	
2 学校施設の長寿命化改良事業	教育委員会	④	
3 公民館施設改修事業	教育委員会	⑤	
4 竹矢公民館整備事業	教育委員会	⑥	
5 現場指揮体制の構築	消防本部	⑦	
6 救急救命士の育成強化(職員研修)	消防本部	⑧	
7 地方分散の重要基盤である道路ネットワークの整備促進	都市整備部	⑨	★
8 道路維持管理	都市整備部	⑩	
9 河川浄化事業	都市整備部	⑪	
10 安心・安全歩行空間創造事業(社会資本整備総合交付金)	都市整備部	⑫ ⑬	
11 《再掲》要配慮者支援推進事業	健康福祉部	⑭	★

松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	どだいづくり	分野	行財政改革、スマート自治体	市民実感	17 市役所って、ほんと頼りになる
------	--------	----	---------------	------	-------------------

数値目標

指標項目	行政サービスの利便性に満足している市民の割合	目標値 (2030年)	65.0%	実績値 (2023年)	70.6%	実績値 (2024年)	70.6%	実績値の分析	市民アンケートでは、70.6%が「満足してる」、10.9%が「満足していない」、18.5%が「分からない」と回答している。満足度としては昨年から横ばいで推移し、高水準で安定していることから、市民からも一定の評価を得ていると考える。特に60代と40代の満足度が高い傾向にある。松江市みんなにやさしいデジタル市役所計画に基づく各種取組を推進することで、行政サービスのデジタル化によるきめ細かなサービス提供を行うことが、さらに満足度上昇に繋がるものと考えている。
------	------------------------	-------------	-------	-------------	-------	-------------	-------	--------	--

KPI (重要業績評価指標)

KPI (重要業績評価指標) の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値								総合戦略	2024年		2024年		2029年	
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2029年	評価		達成率 (%)	結果の分析、課題、2025年の中間評価を踏まえた今後の方向性		評価	達成率 (%)	
												2024年	2029年			2029年	2029年
① 職員採用試験情報掲載WEBページの閲覧数	件	23,203 (2020年)	23,500	38,000	40,000	50,000	51,000	60,000	62,000		○	116.3	受験者数の減少傾向が続く中、新たに「先行日程」を導入し、情報発信に取り組んだ結果、閲覧数が増加した。2025年度先行日程及び前期日程の一般事務員受験者(先行:128人、前期:70人)は2024年度比で15%増加している。SNSを活用した情報発信や採用専用サイトのコンテンツを拡充することで、更なる受験者の増加を図り、必要な人材確保を行いたい。	○	93.8		
② 電子決裁率【2022年度導入予定】	%	新規 (2020年)	-	80	90	90	92	94	99		○	106.7	文書管理・電子決裁システムの普及及び令和5年4月から電子決裁の機能を追加した財務会計システムの稼働開始により、電子決裁率の目標値90%を上回った。前年度と比較してシステム設定の注意喚起やQ&Aを配信し、職員の手間を軽減させた。引き続き電子決裁率の向上を図るとともに、関係課及びシステムベンダーと協力してシステムの安定稼働を目指す。	○	97.0		
③ 地域ブランド調査認知度ランキング【ブランド総合研究所】	位	140 (2020年)	110	100	90	80	70	60	30	★	×	56.3	秋から放送されるNHKの連続テレビ小説「ぼけげん」や、PRキャラクター「おまっちえ」をはじめとしたシティプロモーションを強化し、情報発信と認知度向上に努める。	×	21.1		
④ 松江のことを発信した人の割合【松江まちづくりのための市民アンケート】	%	新規 (年)	未設定	40	45	50	55	60	80	★	×	33.0	市への愛着を感じている割合が高いほど、松江のことを発信した割合が高いため、市民の愛着・誇りの醸成を目的として作成したPRキャラクター「おまっちえ」を活用し、郷土愛の醸成を図る。	×	20.6		
⑤ 市から発信された情報がわかりやすいと感じる市民の割合【松江まちづくりのための市民アンケート】	%	新規 (年)	未設定	30	45	50	55	55	60	★	×	93.2	イラストやグラフ、表などの視覚的にわかりやすい手法を利用する、長い文章を使わずに箇条書きにし簡潔に伝えるなど、誰でもわかりやすい情報発信を行う。	×	77.7		
⑥ 「市民サービスの向上」開始件数	件	新規 (年)	未設定	9	22	24	24	32	33	★	○	100.0	システム導入におけるセキュリティの確保及びシステム選定における仕様の作成等が困難となり、引き続きCIO補佐官と共に伴走支援を行う。併せて、デジタル技術についての情報収集及び各課への情報提供を行う。	×	72.7		
⑦ 「業務の効率化」開始件数	件	新規 (年)	未設定	13	23	28	36	49	52	★	○	107.1	システム導入におけるセキュリティの確保及びシステム選定における仕様の作成等が困難となり、引き続きCIO補佐官と共に伴走支援を行う。併せて、デジタル技術についての情報収集及び各課への情報提供を行う。	×	57.7		

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI	総合戦略
1 職員採用プロモーション事業	総務部	①	
2 文書管理・電子決裁システムの導入・運用	総務部	②	
3 松江市文書館(仮称)機能整備事業	総務部、文化スポーツ部	指標設定になじまない	★
4 広報活動の充実	政策部	③ ④ ⑤	
5 シティプロモーションの強化	政策部	③ ④	★
6 みんなにやさしいデジタル市役所推進事業	政策部		★

松江市総合計画 基本施策別 KPI・主要施策 検証シート

基本目標	なかまづくり	分野	広域連携	市民実感	18 宍道湖・中海を囲むエリアはひとつのまち
------	--------	----	------	------	------------------------

数値目標

指標項目	中海・宍道湖・大山圏域人口	目標値(2030年)	60万人(2060年)	実績値(2023年)	62.9万人	実績値(2024年)	62.4万人	実績値の分析	10月1日を基準日に推計人口を比較。前年比較で4,807人(0.76%)の減少となった。中海・宍道湖・大山圏域市長会の第3期地方版総合戦略(2025~2029年度)では61.4万人を目標に取り組み。
------	---------------	------------	-------------	------------	--------	------------	--------	--------	---

KPI(重要業績評価指標)

KPI(重要業績評価指標)の名称	単位	計画策定時	上段は目標値、下段は実績値								総合戦略	2024年		2024年		2029年	
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2029年	評価		達成率(%)	結果の分析、課題、2025年の中間評価を踏まえた今後の方向性		評価	達成率(%)	
			2018年	2018年	2018年	2018年	2018年	2018年	2018年								
① ビジネスマッチング商談件数【4月~3月】	件		1,360	2,040	2,720	3,400	1,985	2,182	2,300	★	×	54.2	総エントリー数が197社で前年比27社減となり商談件数が伸び悩んだ。圏域関係団体による招致活動で発注企業のエントリー数は例年並みとなるも、地元受注企業のエントリーが減少傾向にあるため、今後は参加意欲を高める企画や勧誘活動に取り組む。		○	80.1	
② 圏域での外国人宿泊客数【4月~3月】	千人		27	33.4	39.7	45.9	46.7	47	47	★	○	220.0	外国人宿泊客延べ数は101,304人であり、前年比で約3,022人増となった。島根県側では台湾、中国、韓国、アメリカが多く、鳥取県側では韓国、中国、香港、台湾が上位を占める。令和6年10月の米子-韓国・香港便就航にあわせてプロモーションを強化した。台湾へのプロモーションも継続しており、令和7年5月の米子-台湾便就航とあわせて更なるインバウンド拡大に取り組む。		○	214.9	
③ 圏域での国内観光客宿泊客数【4月~3月】	万人		418	423	428	433	430.5	442.9	480	★	×	79.0	島根県側で前年比4,939人の減少となり、鳥取県側で95,194人の増加となった。主な変動要因として、島根県側で新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に伴う回復基調が一巡したこと、全国旅行支援の終了により国内の観光需要が落ち着いたことが考えられ、鳥取県側では「ねりんピックはばだけ鳥取2024」が令和6年10月に開催され、全国から選手・役員をはじめ、延べ540,861人が来場したことによる影響が考えられる。令和7年度は大阪・関西万博の開催やNHK連続ドラマ「はばだけ」の放送を契機に、圏域を周遊するコンテンツを造成するなど入込客数の増加を図る。		×	71.3	
④ 観光消費額【4月~3月】	億円		1,088	1,112	1,136	1,160	-		未設定	★	×	75.3	前年度比で28億円の増加となった。外国人宿泊客増加の影響が大きい。なお、県外宿泊客の消費額単価は、本KPI設定時は国内宿泊客25,000円で算出しているが、令和6年に島根県が実施したアンケートでは35,000円に増額しているため、実際は本評価を上回る経済効果が発生していると考えられる。		評価対象外	評価対象外	
⑤ 免税登録店舗数	店舗		190	200	210	220	-		未設定	★	×	0.0	出雲税務署管内、松江税務署管内、米子税務署管内での総数として横這いである。今後、外国人観光客の増加に伴いインバウンド満足度を向上させるために免税店増設に継続して取り組む。		評価対象外	評価対象外	
⑥ 圏域内への移住者数【4月~3月】 ※鳥取・島根両県で統計方法は異なる	人		3,000	3,000	3,000	3,000	-		未設定	★	×	97.7	松江市と米子市で対前年増、安来市と境港市で対前年減、出雲市は同数となり全体で横這いとなった。移住理由は各年代で「仕事・就職」が最も多く、20~30代では「結婚・離婚(卒業)・家族の事情」などの割合も高い。移住元地域は、中国地方、近畿地方が多くを占め、次いで関東地方となっている。関係人口の拡大や婚活事業に継続して取り組む。		評価対象外	評価対象外	

中海・宍道湖・大山圏域市長会第2期地方版総合戦略(計画期間は令和6年度まで)におけるKPIを設定

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI						総合戦略
1 東アジアをはじめ世界に向けたゲートウェイ機能のさらなる活用	中海・宍道湖・大山圏域市長会	①	②	③	④	⑤		★
2 インド(ケララ州)、台湾(台北市)との経済交流の拡大	中海・宍道湖・大山圏域市長会	①	②	③	④	⑤		★
3 圏域の特徴ある資源の活用と産業の発展	中海・宍道湖・大山圏域市長会	①	②	③	④	⑤		★
4 国内及びインバウンド観光の推進	中海・宍道湖・大山圏域市長会	①	②	③	④	⑤		★
5 2つの湖を介する「8の字ルート」等の早期完成	中海・宍道湖・大山圏域市長会	①	②	③	④	⑤		★
6 新幹線ネットワーク整備推進活動	中海・宍道湖・大山圏域市長会	①	②	③	④	⑤		★
7 航空路線の充実	中海・宍道湖・大山圏域市長会	①	②	③	④	⑤		★
8 圏域への移住・定住の促進	中海・宍道湖・大山圏域市長会	①	②	③	⑥			★
9 自然環境の保全と活用	中海・宍道湖・大山圏域市長会	①	②	③	⑥			★
10 健康長寿圏域の形成	中海・宍道湖・大山圏域市長会	⑥						★
11 圏域内公共交通の利便性向上	中海・宍道湖・大山圏域市長会	①	②	③	⑥			★