

1. 事業名称	MATSUE起業エコシステム推進事業	
2. 事業主体	松江市	
3. 事業費 2023(令和5)年度実績額 (単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)	18,358
	交付金充当経費	8,170
4. 事業概要	支援機関、行政、教育機関、金融機関等による連携組織「MATSUE起業エコシステムコンソーシアム」を主体に、コミュニティ、起業等相談支援、支援機関研修・学生向け起業・新ビジネス創出体験プログラムの提供を通じて、新ビジネス創出の好循環を創り出す。 【2023(令和5)年度】 ●コミュニティ運営・起業家相談支援 ・イベント開催数:103回、イベント参加者数(延べ):1,469人 ●事業化支援 ・サポート対象者の起業等事業化件数:2件 ●アントレプレナーシップ教育 ・参加人数:62人 ●プロモーション(動画制作、Web・メディア活用)	
5. 事業の計画期間	2022(令和4)年4月 ~ 2027(令和9)年3月	

6. 総合戦略における基本目標と数値目標	【基本目標】 1しごとづくり 産業振興、起業・創業 【数値目標】 ●創業数(新設法人数):145社(2030年)
----------------------	---

7. 本事業における重要業績指標(KPI)の成果							2023(令和5)年度	
	KPIの名称		事業開始前	2022(令和4)年度増加分	2023(令和5)年度増加分	2024(令和6)年度増加分	達成状況	達成率
KPI①	本事業で実現した起業等の事業化件数	目標値	—	2	3	4	×	67%
		実績値	0	2	2			
KPI②	本事業で実施した起業等イベントの参加人数	目標値	—	1,000	1,100	1,200	○	134%
		実績値	0.00	600	1,469			
KPI③	本事業で行った起業等の相談・支援件数	目標値	—	300	400	500	×	50%
		実績値	0.00	200	199			
KPI③	本事業で実施したアントレプレナーシップ教育への参加人数	目標値	—	40	50	60	○	124%
		実績値	0.00	52	62			

8. 課題、今後の方針等
【課題】 ①当初の想定より新ビジネス創出を目指す方(新ビジネス起業家)の母数が少ないことが判明しており、これに向けた施策が不十分。 ②新ビジネス起業家について、特に「1回目の試作・検証」の移行が進みにくい。 ③地域に直接金融をはじめとした多様な資金調達手段の選択肢がない。 ④支援機関がそれぞれで起業支援しており、情報を連携・統合できる機会がないため、挑戦者と支援者との間で円滑なコミュニケーションが図れていない。 ⑤地域にアントレプレナーシップ(起業家精神)やそれを支援する機運が未醸成。
【今後の方針】 ①「事業化支援」について、『新ビジネス起業家の育成』の観点を新たに取り入れる。 ②「事業化支援」において引き続き支援しつつ『Ruby City MATSUE 2.0』と連携し、試作・検証への移行に向けた支援を行う。 ③挑戦者の意向に沿って市外の投資家等と繋げ、多様な資金調達手段を提供する。 ④支援状況の可視化を推進するとともに、挑戦者と支援者との円滑なコミュニケーションを行うための手法等を検討する。 ⑤学生向けプログラムの実施を通じて、大人を巻き込みながら若者の挑戦を応援する文化づくりを推進する。

コミュニティでの事業相談



コミュニティのイベント



コンソーシアム設立1周年記念特別イベント



しまね未来共創チャレンジ



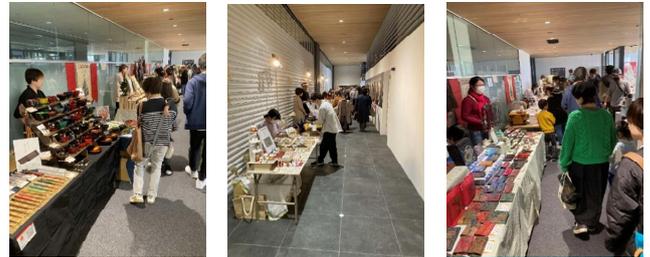
デジタル田園都市国家構想交付金(旧地方創生推進交付金)を活用した事業の実施状況について

1. 事業名称	松江工芸の魅力発信と担い手育成事業		
2. 事業主体	松江市		
3. 事業費 2023(令和5)年度実績額 (単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)		4,900
	交付金充当経費		2,100
4. 事業概要	<p>●プロデュース・流通・販売を一貫して担う地域商社の創出を目指して、地域内外のクリエイティブ人材・作り手・地域おこし協力隊が連携する体制を作る。</p> <p>*かんべの里工芸ショップの企画・運営を通じた人材育成(アドバイザー招致)</p> <p>●松江工芸のブランドコンセプトを明確にして発信し、作り手によるブランドマークの活用を促進する。</p> <p>●クラフトフェア、販売店舗の増加、手仕事マップで回遊性を高め、認知度と経済力をアップ。</p> <p>●異業種交流や付加価値創出を目指したワークショップの開催により、情報交換や作り手をサポートできる人材とのマッチング。</p>		
5. 事業の計画期間	2021(令和3)年4月 ~ 2024(令和6)年3月		

6. 総合戦略における基本目標と数値目標	<p>【基本目標】</p> <p>○Iしごとづくり</p> <p>1 産業振興、起業・創業(あの面白い企業、松江発って知ってる?)</p> <p>【数値目標】</p> <p>●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:13,300千円(目標年:2029年)</p>
----------------------	---

7. 本事業における重要業績指標(KPI)の成果							2023(令和5)年度	
KPIの名称	KPIの名称		事業開始前	2021(令和3)年度増加分	2022(令和4)年度増加分	2023(令和5)年度増加分	達成状況	達成率
							KPI①	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(単位:千円)
		実績値	2,165	3,949	8,980	5,841		
KPI②	松江工芸品の新規取り扱い店舗数(単位:店)	目標値	—	2	2	2	×	0%
		実績値	1	2	2	0		
KPI③	本事業でのマッチング(商談成立、新商品開発)件数(単位:件)	目標値	—	5	5	5	×	0%
		実績値	0	0	0	0		
KPI④	クラフトフェア(丘のクラフト展、新規クラフトフェア)に参加する工芸の作り手の人数(単位:人)	目標値	—	40	30	30	○	240%
		実績値	20	52	54	72		

8. 課題、今後の方針等
<p>(目標未達の要因)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規クラフトフェアについて、新型コロナが5類に移行し、外出需要の増加に伴い来客数は大幅に増加したが、物価高騰の影響もあり販売額の積み上げには繋がらなかった。 ・丘のクラフト展には域外バイヤー2名を招聘し、バイヤー1名と商談が進んでいるが、令和5年度中の成立には至っていない。 <p>(課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・島根県唯一の百貨店が閉店となり、大型の工芸品展示会場を失った。 ・付加価値を付けて使う人に渡す「繋ぎ」の機能が不足しているため工芸の地域商社が必要。 ・個々で活動していることから地域産業としての認知度が低いため松江工芸としてのブランディングと発信が必要。 ・展示販売する場所が市内にないため認知されず経済的に厳しいため、知ってもらい、買ってもらう場の増加が必要。 <p>(今後の方針)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・工芸品展示会場として、R6年10月にリニューアルオープンするカラコ工房の地下金庫室の利用を推進する。 ・また、カラコ工房の本館1Fの地域製品の販売フロアで、工芸品の常設販売を推進する。 ・工芸の魅力情報を発信し、認知度向上につなげる。 ・販路開拓の機会を増やすため、展示商談会への出展や商品開発を支援する。



クラフトフェア(CRANUMA2023)の様子

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

1. 事業名称	人が集う松江の新たな日常を生み出すプロジェクト「旧日銀松江匠工房整備事業」	
2. 事業主体	松江市	
3. 事業費 2023(令和5)年度実績額 (単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)	237,686
	交付金充当経費	117,521
4. 事業概要	<p>●老朽改修工事に合わせ、中心市街地の拠点としてより多くの市民や観光客に活用されるよう、施設の更なる魅力化のためのリノベーションを行う。</p> <p>●地域産品の販売・開発、フードセンター、伝統工芸の体験、観光案内などを行う施設として再整備し、施設を核とした市内周遊促進及びインバウンド等の誘致、地域産品の磨き上げによる観光消費の拡大を図る。</p>	
5. 事業の計画期間	2023(令和5)年8月～2024(令和6)年12月	

6. 総合戦略における基本目標と数値目標	<p>【基本目標】 ○Iしごとづくり 1産業振興、企業・創業(こんなに面白い商店街って松江にしかない)</p> <p>【数値目標】 数値目標になじまないため無し</p>
----------------------	--

7. 本事業における重要業績指標(KPI)の成果							2023(令和5)年度	
KPI	KPIの名称		事業開始前	2023(令和5)年度増加分	2024(令和6)年度増加分	2025(令和7)年度増加分	達成状況	達成率
							KPI①	観光消費額 (単位:百万円)
		実績値	29,718	27,109	—	—		
KPI②	施設売上高 (単位:千円)	目標値	—	0	136,000	174,000	-	-
		実績値	0	0	—	—		
KPI③	インバウンド観光宿泊者数 (単位:千人)	目標値	—	36	30	16	○	108%
		実績値	4	39	—	—		
KPI④	歩行者・自転車通行量 (単位:人)	目標値	—	230	230	230	×	0%
		実績値	22,606	-4,035	—	—		

8. 課題、今後の方針等
<p>(課題) 雑貨などの製販一体テナント、イベントスペースなどとして活用してきた施設を、夜まで賑わうフードホール、地域産品の販売や食事ができるマルシェ、松江の伝統文化が体験できるスペースなどの仕組みや仕掛けを施し機能強化を図ることで、改修工事前に比べて、より多くの市民や観光客が日常的に訪れるきっかけを作り出していく必要がある。</p> <p>(今後の方針) ・令和3年度末に策定した「カラコロ工房新活用基本構想」を踏まえ、計画的な工事の遂行とともに、まちづくりの拠点施設としての魅力を高め、さらなる中心市街地の回遊性向上と賑わい創出に向けて取り組んでいく。 ・施設のリニューアルオープンにあわせた各種イベント等を企画する。</p>



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

1. 事業名称	“ご縁も、美肌も、しまねから。”～新たな魅力で人を呼び込む観光地域づくり～		
2. 事業主体	島根県、松江市、浜田市、安来市		
3. 事業費 2023(令和5)年度実績額 (単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)	82,686	※松江市分のみ
	交付金充当経費	40,787	※松江市分のみ
4. 事業概要	<p>●戦略的な魅力発信事業 城下町、水の都にスポットを当てた事業など松江の魅力を最大限に活用した事業実施による観光振興を図る。 ・人気アーティストによる国宝松江城ライブの開催や松江の夕日のブランド価値向上に向けたホームページ作成、インフルエンサーによる情報発信などのプロモーションを実施し、松江の魅力を活用した事業を実施した。 ※国宝松江城ライブは当日悪天候のため、開催場所をくにびきメッセへ変更。</p> <p>●観光地づくり魅力化推進事業 ユニークで多彩な松江の観光資源を磨き上げ、魅力ある事業の展開や観光スポットの活用を図る ・水の都松江のシンボルである嫁ヶ島のライトアップや利活用に向けて船着き棧橋を改修した。また、健康志向の高まりに伴い、健康増進や心身のリフレッシュ、癒しに繋がる松江の観光資源を活用したヘルスツーリズムモニターツアーを実施した。</p>		
5. 事業の計画期間	2022(令和4)年4月 ～ 2027(令和9)年3月		

6. 総合戦略における基本目標と数値目標	しごとづくり(観光振興) 世界中から松江に人が集まる 観光消費額:年間750億円
----------------------	--

7. 本事業における重要業績指標(KPI)の成果							2023(令和5)年度	
	KPIの名称		事業開始前	2022(令和4)年度増加分	2023(令和5)年度増加分	2024(令和6)年度増加分	達成状況	達成率
KPI①	観光消費額(※暦年・島根県観光動態調査): 1,450億円(島根県総合戦略目標値/R6年度)	目標値	—	197	197	30	×	99%
		実績値	698	251	195			
KPI②	観光入込客延べ数(※暦年・島根県観光動態調査): 34,000千人(島根県総合戦略目標値/R6年度)	目標値	—	4,518	4,518	300	×	94%
		実績値	20,842	5,108	4,244			
KPI③	宿泊客延べ数(※暦年・島根県観光動態調査): 3,850千人(島根県総合戦略目標値/R6年度)	目標値	—	421	421	30	○	114%
		実績値	2,628	485	478			
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)	目標値	—	1.1	1.2	1.3	×	0%
		実績値	9.5	-1	-1			

8. 課題、今後の方針等
課題 ○将来にわたる松江のブランド力向上。 ○話題性のあるプロモーションの実施。
方向性 ○松江の魅力を最大限に活用した事業を展開し、認知度及びブランド力を向上させていく。令和6年度は、有名タレントを起用した情報発信事業「旅色」や松江城と松江の夕日のブランディング事業に取り組み松江の認知度向上を図るとともに、JR西日本の観光型MasSiによるレイクラインを活用した周遊促進を図る。



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

1. 事業名称	高校を核とした新たな人づくり・人の流れづくりプロジェクト	
2. 事業主体	島根県・松江市・浜田市・益田市・大田市・江津市・雲南市・奥出雲町・飯南町・川本町・美郷町 他	
3. 事業費 2023(令和5)年度実績額 (単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)	13,231 ※松江市分のみ
	交付金充当経費	9,876 ※国・県
4. 事業概要	<p>●高校と地域の協働体制「魅力化コンソーシアム」を構築・運営、そこでの調整役として「コンソーシアムマネージャー」を配置</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「魅力化コンソーシアム」とは、地域の住民や市町村、小・中学校、社会教育機関、地元企業等多様な主体が参画し、魅力ある学校づくりに取り組む協働体制 ・「魅力化コンソーシアム」において、地域の子供たちにどのように育てて欲しいのか、何を実現していくのかという目標やビジョンを主体的・創造的な対話を行いながら共同で策定 <p>●高校卒業生が地域と関わり続ける仕組みを作る【卒業生関係人口化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高校卒業生が、進学や就職を機に地域を飛び出した後も、母校や地域に関わり続けるための機会やコミュニティを作り、将来的な人材還流や関係人口にしていくための仕組みを作る 	
5. 事業の計画期間	2022(令和4)年4月 ~ 2025(令和7)年3月	

6. 総合戦略における基本目標と数値目標	<p>【基本目標】 最近、松江に引っ越してくる人が多い</p> <p>【数値目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Uターン者数 1,230人(2030年目標値) ・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 80%(2029年目標値) ・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 500人(2029年目標値)
----------------------	--

7. 本事業における重要業績指標(KPI)の成果						
KPIの名称	事業開始前	2022(令和4)年度増加分	2023(令和5)年度増加分	2024(令和6)年度増加分	2023(令和5)年度	
					達成状況	達成率
KPI① 高校を核とした関係人口の数	目標値	—	455	356	○	305%
	実績値	2,360	1,246	1,087		
KPI②	目標値	—				
	実績値					

2023(令和5)年度	
達成状況	達成率
○	305%

8. 課題、今後の方針等
<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高校の中に配置するコンソーシアムマネージャーが孤立をしないよう、工夫が必要。 ・SNSの多様化による、ターゲット学生への効果的な情報提供が困難である。 ・県外の学生に対して、島根県出身者で作るコミュニティなどを通じて情報提供を行っているが、学生コミュニティが少なく、参加者の募集に苦慮している。 ・高校・大学の年間スケジュールを加味した上で、イベント実施日の設定に工夫と調整が必要。 <p>【今後の方針等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高校魅力化コンソーシアムにおいて、コンソーシアムマネージャーが中心となった学校と地域のつながりづくりを、学校や県と協力しながら行っていく。 ・これまでのイベント実施で関係ができた学生コミュニティ等を通じ、情報発信をより幅広く行う。 ・県外の学校に通う学生の帰省時にあわせてイベントを設定し、県内外のより多くの学生の参加を促すことで、地元志向をさらに高めていきたい。



MATSUE学生祭



島根スサノオマジック試合観戦

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

1. 事業名称	中海・宍道湖・大山圏域 台湾との経済交流促進による中小企業活性化事業	
2. 事業主体	松江市	
3. 事業費 2023(令和5)年度実績額 (単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)	11,883
	交付金充当経費	1,070
4. 事業概要	<p>圏域市長会とブロック経済協議会が「中海・宍道湖・大山圏域市長会と台北市との交流促進覚書」に基づき、互いに連携し、台北市との交流を圏域全体に拡大し、専門人材の確保や台北におけるニーズ把握、圏域内企業のシーズの掘り起こし、台湾向け商品の提案、台湾向けのオンライン販売・越境ECの導入支援、リアル及びオンラインによるBtoBのビジネスマッチング開催、企業進出等の実現を目指す。</p> <p>【2023(令和5)年度】</p> <ol style="list-style-type: none"> 事業推進のための支援組織設立 ○支援組織設立に向けた情報収集 ○設立総会の開催(令和6年2月2日) 台湾と圏域企業との経済連携に係る調査業務 ○圏域内で台湾(台北市)との経済交流に関心のある企業の調査 ○ビジネスマッチング等の基礎データの作成 ○台湾での経済連携につながる具体的な実施計画の策定 台湾と中海・宍道湖・大山圏域との経済連携に係る調査業務 ○経済交流活動に関する現地業務支援およびアドバイザーサービス ○圏域企業の台湾展開に関する各種フォローアップ業務 圏域内企業の「フード台北(台北国際食品展)」への参加企業支援 ○参加企業:株式会社さんれいフーズ(米子市)、北陽冷蔵株式会社(境港市) 台湾での経済活動促進に向けたセミナー等の開催 ○12社参加 北投温泉祭、春節前建国花市(文化イベント実施)に合わせた圏域PR ○北投温泉祭:令和5年11月1日～6日 ○春節前建国花市:令和6年2月3日～9日 	
5. 事業の計画期間	2023(令和5)年4月～2026(令和8)年3月	

6. 総合戦略における基本目標と数値目標	<p>【基本目標】 Iしごとづくり 産業振興、起業・創業</p> <p>【数値目標】 なし</p>
----------------------	---

7. 本事業における重要業績指標(KPI)の成果							2023(令和5)年度	
	KPIの名称		事業開始前	2023(令和5)年度増加分	2024(令和6)年度増加分	2025(令和7)年度増加分	達成状況	達成率
KPI①	境港(さかいこう)における台湾との貿易額(貨物の通関額)	目標値		5百万円	5百万円	5百万円	×	0%
		実績値	4,725百万円	-1,468百万円				
KPI②	商談会等におけるマッチング件数の割合	目標値		30%	5%	5%	×	9%
		実績値	0%	2.7%				
KPI③	商談会等における成約及び成約見込み数の割合	目標値		10%	5%	5%	×	0%
		実績値	0%	0%				
KPI③	台湾向け商品の作成・提案件数	目標値		0件	5件	5件		
		実績値	0件	0件				

8. 課題、今後の方針等
<p>【課題】</p> <p>【今後の方針】</p> <ol style="list-style-type: none"> 台湾人材の雇用 令和6年6月1日より専門性の高い台湾人材を雇用し、セミナーの開催、ビジネスマッチングへの参加支援を行い、圏域内企業の経済活動の促進を図る。 販売戦略・商品、製品、サービス開発に向けた支援 昨年度実施した調査を踏まえ、商品のターゲットやコンセプト設定、効果的な商品プロモーションの提案等、売れる商品の開発を支援する。 ビジネスマッチングの開催 「フード台北(台北国際食品展)」、「TJ Connect Fair(日台総合産業マッチング大会)」等への参加を支援するほか、BtoBの商談会を実施し、圏域内企業の海外展開を促進する。 台北温泉祭及び春節前建国花市での圏域情報発信 台北温泉祭、春節前建国花市での圏域PRとして、文化交流イベントを開催するほか、圏域の特産品ブースを設けるなど、観光と物産を組合せた効果的な誘客活動を中核とする。



【春節前建国花市】
圏域の観光・物産をPR



【北投温泉祭】
圏域の観光・温泉をPR