

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	データを活用した地域内マネジメント体制(地域DMO)の確立と観光地域づくり		
2. 事業主体	松江市		
3. 事業費 2024(令和6)年度実績額 (単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)		12,991
	交付金充当経費		6,495
4. 事業概要	<p>松江観光の担い手である(一社)松江観光協会が、各種データの収集・分析により既存観光事業の効果検証や新たな誘客戦略の立案・実行を図るため、持続的なマーケティング実施体制の確立に向けて組織体制の強化を図るとともに、観光庁の「登録DMO」を目指す。</p> <p>【2024(令和6)年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○(一社)松江観光協会の組織体制強化によるマーケティング実施体制の確立 ○マーケティング機能の導入、地域マネジメント機能の整理 ○イベント効果検証調査事業 ○デジタルツールを用いた動態等の調査 ○登録DMOへの登録申請・認定 		
5. 事業の計画期間	2024(令和6)年度～2026(令和8)年度		

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							2024(令和6)年度
KPIの名称	KPIの名称		事業開始前	2024(令和6)年度増加分	2025(令和7)年度増加分	2026(令和8)年度増加分	達成状況
							KPI①
		実績値	562億円	38億円			
KPI②	観光宿泊客数	目標値	—	10万人	11万人	12万人	未達成
		実績値	182万人	6万人			
KPI③	データ分析に基づき企画した誘客戦略の件数	目標値	—	1件	2件	2件	未達成
		実績値	0件	0件			
KPI④	観光協会における専門人材の採用人数	目標値	—	0人	1人	1人	達成
		実績値	0人	1人			

8. 課題、今後の方針等
(目標未達の要因) ・観光宿泊客数 物価高騰、自然災害発生等により国内旅行者が減少したと推察される。 ・誘客戦略の件数 当該年度はデータ分析に留まり誘客戦略の立案に至らなかった。
(課題) ・縮小傾向にある国内旅行需要への対応だけでなく、インバウンド誘客への注力
(今後の方針) ・2025年秋から始まる朝ドラのロケ地として国内外へのプロモーション強化 ・データ分析に留まらず施策の企画・実行につなげる専門人材の確保



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	Ruby City MATSUE 2.0 推進事業	
2. 事業主体	松江市	
3. 事業費 2024(令和6)年度実績額 (単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)	4,640
	交付金充当経費	2,320
4. 事業概要	<p>「事業化支援」「人材育成」「企業誘致」「コミュニティ(の強化)」として、下記事業を実施する。</p> <p>●地域資源を活用したエンジニア個人の能力開花支援(エンパワメント)</p> <p>①エンジニアと地元事業家によるハッカソン等の実施 エンジニアと地元事業家等のハッカソン等、ITと非ITの関係構築及び起業家精神を養う機会を提供する。</p> <p>②エンジニア本位の事業化機会(ビジネスプランコンテスト)の立ち上げ 「プロダクト中心主義」による事業開発を評価するビジネスプランコンテストを立ち上げるため、教材開発・マーケティングプロモーションを実施した上、プレ大会を開催する。</p> <p>●Rubyのボーダーレスなコミュニティ・自由な精神を活用した関係構築(グラデーションづくり)</p> <p>①Rubyのカンファレンス等をきっかけとした関係構築 ②プロモーション Ruby開発者以外のIT技術者や非IT人材、また海外Rubyコミュニティに向けたプロモーション媒体(映像・ロゴタイプ・ノベルティ等)を制作する。</p>	
5. 事業の計画期間	2024(令和6)年度～2026(令和8)年度	

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> <p>【KPI】 ①市内ソフト系IT企業売上高 30,000(百万円)【2029年目標】 ②IT従事者数 1,365(人)【2029年目標】</p>
----------------------	--

7. 本事業における重要業績指標(KPI)の成果						2024(令和6)年度	
	KPIの名称		事業開始前	2024(令和6)年度増加分	2025(令和7)年度増加分	2026(令和8)年度増加分	達成状況
KPI①	地域における新規雇用者数	目標値	—	15	20	20	達成
		実績値	0	23			
KPI②	プロダクトアイデア事業化件数	目標値	—	1	2	5	達成
		実績値	0	2			
KPI③	プロダクトアイデア創出件数	目標値	—	50	60	70	達成
		実績値	0	64			
KPI④	市外スタートアップ等とのコンタクト数	目標値	—	3	4	5	達成
		実績値	0	3			

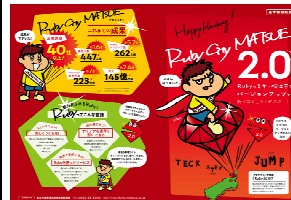
8. 課題、今後の方針等
<p>(課題)</p> <p>【事業化支援】 事業アイデアとIT技術を結ぶ環境整備</p> <p>【コミュニティ】 多様な国・技術・世代・分野との連携促進</p> <p>【人材育成】 次世代・若手エンジニアの育成機会と魅力ある環境整備</p> <p>【企業誘致】 松江市ならではの産業と協業意向を持つIT企業の誘致促進</p> <p>(今後の方針)</p> <p>【事業化支援】 MATSUE起業エコシステムの連携による支援と事業化プランコンテスト充実</p> <p>【コミュニティ】 松江オープンソースラボの機能充実と海外カンファレンス・コミュニティとの連携促進</p> <p>【人材育成】 プロモーション動画制作や「Rubyで動くロボコン」等による魅力発信・実践機会の創出</p> <p>【企業誘致】 松江市ならではの産業分野の明確化とIT企業との協業環境の整備</p>

エンジニアと地元事業家によるハッカソン コンテストの立ち上げ



プロモーションパンフレット

プロモーション映像



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

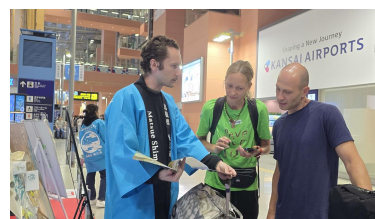
1. 事業名称	万博を契機としたインバウンド誘客促進事業	
2. 事業主体	島根県、松江市	
3. 事業費 2024(令和6)年度実績額 (単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)	16,028
	交付金充当経費	8,014
4. 事業概要	<p>宿泊・観光事業者、交通事業者、旅行事業者等の民間事業者と松江市の官民が一体となり設立した「松江市インバウンド推進協議会」へ負担金を支出するもの。</p> <p>○主な事業内容 ①インバウンド研修の実施 おもてなし(人材育成)研修:令和7年2月19日実施、参加者16名、内容:松江城、石橋町、かんべの里、安部榮四郎記念館など松江市の観光資源を知る ②観光モデルコースの検討 モニターツアー:香港インフルエンサーのFAMツアー(3月) ③観光商品の造成と販売 (1)10商品を造成し、WEB上で販売(武者と歩く松江城、由志園バックヤード、和菓子づくり体験) (2)プロモーション素材作成:フランスの国際交流員の視点を活用した動画作成 ④大阪・京都の拠点を活用した観光PR (1)KITTEIにブース設置(10月~3月) (2)京都駅ツアーデスク内、サンライズツアーバス車内でのPR(11月~2月) (3)特産品フェアでのPR(11月1日~3日) (4)関西国際空港でのPR(11月3日) *人流データの活用 Aziraデータの取得・分析</p> <p>○会議:3回実施 第1回:令和6年7月30日、第2回:令和6年12月25日、第7回:令和7年3月25日</p>	
5. 事業の計画期間	2024(令和6)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	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						2024(令和6)年度
KPIの名称	KPIの名称	事業開始前	2024(令和6)年度増加分			達成状況
			目標値	実績値	2024(令和6)年度増加分	
KPI①	地域における観光消費額(※暦年)(「島根県観光動態調査」)(億円)	目標値	—	—	501.0	未達成
		実績値	949.0	—	294.0	
KPI②	外国人宿泊客延べ数(※暦年)(「島根県観光動態調査」)(千人)	目標値	—	—	121.9	未達成
		実績値	48.1	—	39.5	
KPI③	石見銀山への観光入り込み客数(※暦年)(島根県観光動態調査)(千人)	目標値	—	—	2.2	達成
		実績値	220.1	—	46.0	
KPI④	島根大学卒業生の県内就職率(%)	目標値	—	—	0.2%	未達成
		実績値	29.9%	—	△2.3%	

8. 課題、今後の方針等
(課題) 海外における本市の認知度が低いこと。
(今後の方針) 官民が一体となった松江市インバウンド推進協議会で、「茶の湯文化」、「城下町」、「水の都」、「歴史ある温泉」など本市ならではの魅力ある観光コンテンツのブラッシュアップやツアー造成、プロモーションを行う。



▲おもてなし(人材育成)研修



▲関西国際空港でのPR