



III つながりづくり

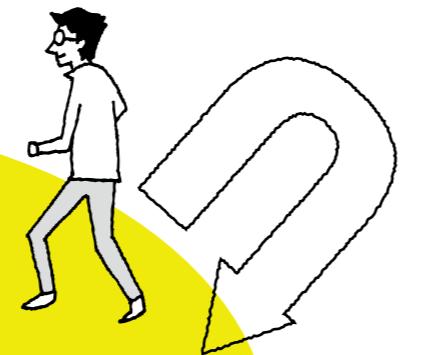
8 人材育成・還流

松江のPRが奏功し
都市にある企業の本社機能や
サテライトオフィスの立地が
相次いでいる。

住んでる人の
生活の満足度が
高い。



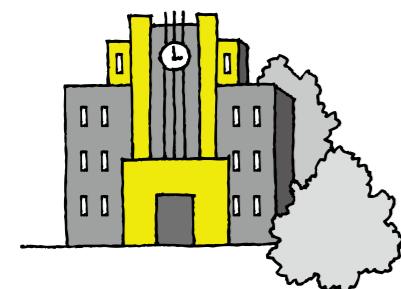
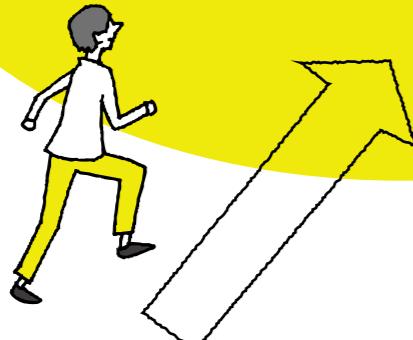
「はたちの集い」が盛り上がる！
松江を離れた若者と行政や
地元企業のつながりが
強くなっている。



2030年、市民の実感
**最近、松江に
引っ越してくる人が多い**



移住相談や
移住イベントが活発化！
移住希望者の個性に
あったサポートが充実。



松江出身の大学生が
地元企業を知り
インターンシップを受け
就活エントリーするステップが
確立している。



松江の農林水産業の魅力が高まり、
若者が続々と就農・就漁している。

目標

UIターン者数
年間1,230人



松江のチャレンジ

- 松江出身の大学生を中心に、地域や地元企業との結びつきを強める場をつくります。
- 都会地における「松江」の認知度が向上し、魅力あるまちとしてブランド力を定着させます。

私のチャレンジ





ふるさと納税のポータルサイトが魅力的。

返礼品も充実し、
ふるさと納税といえば
松江の名前が挙がる。



松江がテレワークの聖地として認知されている。

市外企業に勤めながら、松江で働く人が増え、
そのための環境が整備された。



SNSを通じて
世界中の
フォロワーに
松江の情報を
タイムリーに
発信している。

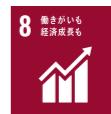
2030年、市民の実感 松江推しは世界中にいる



都市部の人と地域をつなぐ
交流セミナーや
現地体験ツアーが活発化。
地域の受け入れ体制が整い、
松江に関わる人(関係人口)が
増えた。

目標

UIターン者数
年間1,230人



松江のチャレンジ

●松江にゆかりのある企業家へのトップセールス(※)や、松江出身者との交流の強化により、ふるさと納税をはじめとする関係人口を増やします。

※トップセールス…地方自治体の代表などが、国や地方の産物・産業を売り込むこと。

●产学研官金の連携によって、副業・兼業などの人材活用ができる体制をつくります。

●ワーケーション(※)の魅力・利便性・拠点性を高め、都市部の企業にアピールします。

※ワーケーション…Work(仕事)とVacation(休暇)を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、リゾート地や滞在地など、普段の職場と異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと。

私のチャレンジ





総合文化センターなど
市民の芸術文化活動の
拠点施設がにぎわう。



国内外の
姉妹都市との
文化・スポーツ交流が
盛んに
行われている。



小泉八雲を知り、
学ぶ機会が
増えた。



まちそのものがアート



市民、NPO、地域、行政が協力し、
豊かな自然景観や歴史文化を生かした
まちづくりへの理解と共感が広がり、
活動に参加する人が増えた。

地域に根づく伝統文化や
行事の魅力・価値が認識され、
担い手に引き継がれている。
インバウンド観光の目的地としても
話題になっている。

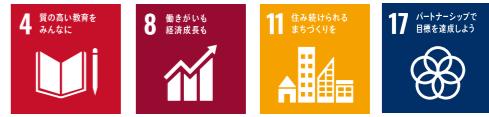


指定文化財等が
適切に保存されて
いる。ICT技術により
文化財の特徴や価値を
わかりやすく
発信している。

目標

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%



松江のチャレンジ

- 松江で活動するアーティストが作品を発表できる場、市民の創作活動を応援する環境をつくります。
- 国宝松江城の世界文化遺産登録に向けた取組をきっかけに、松江の魅力を世界にアピールします。
- 中海・宍道湖・大山圏域の地域資源を歴史や共通するテーマでつなぎ、住民の交流やマイクロツーリズム（※）を推進します。

※マイクロツーリズム…住民が地元や近隣地域で行う宿泊観光や日帰り観光。

私のチャレンジ





目標

週1回以上スポーツに取り組んでいる市民の割合
70%



松江のチャレンジ

- 全国・世界の舞台へ挑戦するジュニア選手を応援します。
- サッカーやグラウンドゴルフからサイクリングや水上スポーツまで、世代を問わずスポーツを楽しめる環境を整備します。
- プロスポーツ選手が市内学校で競技指導に当たるなど、スポーツが身近にあるまちをつくります。

私のチャレンジ

