## はじめに

○ 松江市総合計画「MATSUE DREAMS 2030」では、将来像である「夢を実現 | ○ 2022(令和4)年度の実績値と当該年度の目標値を比較し、 できるまち 誇れるまち 松江」の創造に向けて、5つの基本目標と18の基本施策 「2030市民の実感」を掲げている。









## 人口減少対策の推進

デジタル技術の活用

文化力を生かした まちづくり

○計画の実効性・即応性を高めるた め、施策ごとに成果を表す指標 (KPI:重要業績評価指標)を設 定し、計画(企画)・実施・評価・改 善のPDCAサイクルを通じた評 価検証(評価項目毎に目標値の 達成状況を把握)を毎年度実施 する。

○なお、本検証は松江市まち・ひと・ しごと創生第2次総合戦略の検証 を含めるものである。

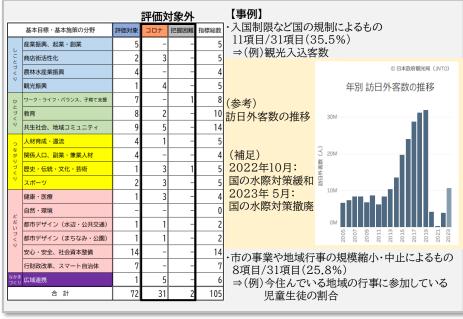
【松江市総合計画「MATSUE DREAMS 2030」別冊】



## 評価方法について

「達成=〇」「未達成=×」の2区分で評価する。

- 新型コロナウイルス感染症拡大防止のためにとられた措置(行動制限や事業の 中止など)により、 当該KPIを適正に評価できない場合は「評価対象外(31項 目)」とした。
- ○2022(令和4)年度の実績値の把握が困難な場合、または、評価を行うことが適 切ではない場合も「評価対象外(2項目)」とした。



○ KPI総数105項目のうち、**評価を行ったKPI数は72項目(68.6%)**、新型コロ ナウイルス感染症の影響による「評価対象外」は31項目(29.5%)、2022年度の 実績値の把握等が困難なKPIは2項目(1.9%)である。

#### 基本目標 I しごとづくり (評価したKPI数:12 うち達成したKPI数:9)

#### 【主な未達成KPI】

①新分野チャレンジ支援件数

②創業相談支援数

25.0% 75.0%

#### 【主な達成KPI】

③空き店舗等への新規出店件数

4) 産直販売額

KPI数12

【主な未達成KPI】

## ②子育てホームサポーターの数 ④要配慮者支援組織世帯カバー率

基本目標Ⅱ ひとづくり

41.7% 58.3%

【主な達成KPI】

①子育て支援策満足割合(子あり・40代まで) ③全国学力調査全国平均以上の学校の

KPI数24

(評価したKPI数:24 うち達成したKPI数:10)

## 【主なKPIの実績】

| 1.1 0/(11/2/1971) |   |    |                      |  |   |  |    |      |  |  |
|-------------------|---|----|----------------------|--|---|--|----|------|--|--|
| 分 野               | KPI   | 単位 | 2021 2022<br>実績値 実績値 |  | 2022<br>目標値   | 達成率 (%)  | 評価 | 総合戦略 |  |  |
| ワーク・ライフ・バラ        | 子育て支援策の満足割合(子ども1人<br>以上・40代まで)【市民アンケート】       | %  | 65.7                 | 76.4   | 66.0  | 115.7  | 0  | *    |  |  |
| ンス、子育て支援          | 子育てホームサポーターの数【累計】                             | 人  | 67                   | 65   | 80  | 81.3   | ×  |      |  |  |
| <b>初</b> 亭        | 全国学力・学習状況調査における全国<br>平均値以上の学校の割合              | %  | 36.4                 | 48.5   | 40.0  | 121.3  | 0  | *    |  |  |
| <b>教育</b>         | 【全国学力·学習状況調査】<br>(上段:小6、下段:中3)                | %  | 37.5                 | 56.3   | 45.0  | 125. 1   | 0  | *    |  |  |
| 共生社会、<br>地域コミュニティ | 要配慮者支援組織世帯カバー率<br>【組織の活動範囲に含まれる世帯数/<br>住基世帯数】 | %  | 42.0                 | 43. 3  | 58.8  | 73. 6  | ×  | *    |  |  |
|                   | <b>分野</b> ワーク・ライフ・バランス、子育で支援 教育  共生社会、        |    | サ                    | 分野         KPI         単位         2021 実績値           ワーク・ライフ・パランス、子育で支援         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】         %         65.7           子育て支援         子育てホームサポーターの数【累計】人         67           全国学力・学習状況調査に上の学校の割合【全国学力・学習状況調査】(上段:小6、下段:中3)         %         36.4           大生社会、地域フェューティ         援制廠の活動範囲に含まれる世帯数/         %         42.0 | 分野     KPI     単位     2021 実績値       ワーク・ライフ・パランス、子育で支援     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]     %     65.7     76.4       子育て支援     子育てホームサポーターの数【累計】 人     67     65       教育     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】(上段:小6、下段:中3)     %     36.4     48.5       共生社会、地域のご表別で記載を開いて一案「組織の活動範囲に含まれる世帯数/地域のご表別で記載を開いた。     42.0     43.3 | 分野     KPI     単位     2021     実績値     2022 |    |      |  |  |

| (5) |  | 今住んでいる地域の行事に参加してい<br>る児童生徒の割合  | % | 63.2 | 61.1 | 65.0 | 94.0  | 対象外 | * |
|-----|--|--------------------------------|---|------|------|------|-------|-----|---|
| 9   |  | 【全国学力・学習状況調査】<br>(上段:小6、下段:中3) | % | 45.6 | 37.6 | 48.0 | 78. 3 | 対象外 | * |

#### 【結果の分析・課題・今後の方向性】

- ① LINEで子育て相談できる「まつえの子育てAIコンシェルジュ」、病児保育のネット予約サービス「あずかるこちゃ ん」を活用するなど、デジタル化を推進することで、子育て支援サービスの周知と満足度向上に繋がった。
- ② 子育てホームサポーターの高齢化による退会が影響し、サポーター数が減少した。
- ③ 全国学力・学習状況調査における全国平均値は、小学校が128.8点、中学校が120.4点で、本市小学校33校、 中学校16校のうち、平均値を上回った学校が、小学校16校、中学校9校であった。学校に学力向上支援員や学 力向上支援講師を配置し、学校の実情や課題に応じた学習指導、評価等を行い、学力向上につながった。
- ④ 要配慮者支援組織の母体となる自治会の加入率や担い手の高齢化の課題を踏まえ、令和2年度から、公民館や 自治会連合会等のより大きな単位での設立を進めてきた。令和2年度以降、秋鹿、竹矢、生馬地区で新たに組織 が立ち上げられている。他地区での取組み事例や、組織の設立・運営の補助制度を紹介し、組織の設置を進める。
- ⑤ 地域行事が中止された影響から、参加児童・生徒の割合は減少した。なお、2023(令和5)年度は地域行事が 再開され、地域の方へ学習成果を発信する機会が回復してきている。

## NEXT ACTION

## コロナ禍で減少した"ひと"と"ひと"との ふれあいの機会創出

## 【主要施策一例】







## 「主かKPIの宝績」

|   | OKI 1477C1981 |                         |     |             |             |             |         |    | _    |
|---|---------------|-------------------------|-----|-------------|-------------|-------------|---------|----|------|
|   | 分 野           | KPI                     | 単位  | 2021<br>実績値 | 2022<br>実績値 | 2022<br>目標値 | 達成率 (%) | 評価 | 総合戦略 |
| 1 | 産業振興、起業・創業    | 新分野チャレンジ支援件数            | 件/年 | 3           | 0           | 2           | 0.0     | ×  | *    |
| 2 | 在未派兵、起来 · 剧来  | 創業相談支援数【延べ数】            | 件   | 460         | 585         | 770         | 76.0    | ×  | *    |
| 3 | 商店街活性化        | 空き店舗等への新規出店件数<br>【単年度値】 | 店舗  | 11          | 19          | 10          | 190.0   | 0  | *    |
| 4 | 農林水産業振興       | 産直販売額<br>【市内産直での販売額/年度】 | 億円  | 7.6         | 7.7         | 7.6         | 101.3   | 0  | *    |

| (5) | ⑤ 観光振興 | 観光宿泊客数(外国人観光宿泊客数含む)<br>(市内宿泊施設の延べ宿泊客数/1~12月) | 万人 | 113 | 148 | 169 | 87. 6 | 対象外 | * |
|-----|--------|--|----|-----|-----|-----|-------|-----|---|
|     |        | 外国人観光客宿泊客数<br>【市内宿泊施設の延べ宿泊客数/1~12月】          | 万人 | 0.1 | 0.4 | 1   | 40.0  | 対象外 | * |

#### 【結果の分析・課題・今後の方向性】

- ① 新分野チャレンジ支援にかかる背景として、部品・原材料の価格上昇に加え、原油価格や電気料金の高騰の影響 により、企業において、生産体制の維持や生産コストの削減等の取組に対する投資が優先されたものと推察する。
- ② 2022(令和4)年度下期にかけて相談件数が、460件から585件と増加し、回復傾向にあるものの、目標値には 届かなかった。
- ③ 新規出店する事業者や空き店舗を抱える商店街等のニーズを把握することで、実績を上げた。事業者の定着率向 上に向け、出店当初の事業計画作成から事業着手後のフォローについても、商工会議所、商工会等と連携し、サ ポートを行っていく。
- ④ 市内の主な産直販売所は、20箇所あり、合計販売額は7.7億円と前年比約1.3%の増となった。道の駅による移 動販売や生産物の集荷などの新たな取組の効果がみられる。
- ⑤ 2022(令和4)年10月の全国旅行支援の好影響もあり回復基調にあり、コロナ禍前の2019(令和元)年の観光 宿泊客数約211万人に対し、約7割まで回復している。

## NEXT ACTION

-価格・物価高騰を乗り越え、 企業のチャレンジを応援

## 【主要施策一例】



2023.1 MATSUE起業エコシステム コンソーシアム設立 (設立総会記念イベントの様子)



職人商店街の創出(手仕事の観える化&体験化) ・既存店舗のリノベーションを支援

空き家・空き店舗を工芸作家の活動拠点として整備

#### 基本目標Ⅲ つながりづくり (評価したKPI数:11 うち達成したKPI数:6)

【主な未達成KPI】 ③関係人口のイベント参加者数 ⑤歴史・文化資源のまちあるき参加 者数



【主な達成KPI】

①、②移住相談対応件数、定住者数

54.5% ④松江式ワーケーション参加者数

KPI数11

#### 【主なKPIの実績】

|    | 分 野         | KPI   | 単位 | 2021<br>実績値 | 2022<br>実績値 | 2022<br>目標値 | 達成率 (%) | 評価 | 総合戦略 |
|----|-------------|---|----|-------------|-------------|-------------|---------|----|------|
| 1  | 人材育成・還流     | UI ターンイベントでの相談登録及び移住コンシェ<br>ルジュの相談対応件数【4月~3月】 | 件  | 98          | 146         | 100         | 146.0   | 0  | *    |
| 2  | 八州自以、迷加     | 移住コンシェルジュのサポートにより<br>定住した人数【4月~3月】            | 人  | 36          | 61          | 15          | 406.7   | 0  | *    |
| 3  | 関係人口、       | 関係人口にまつわるイベントや交流会、<br>講演会などに参加した人数【4月~3月】     | 人  | 130         | 138         | 150         | 92.0    | ×  | *    |
| 4) | 副業・兼業人材     | 松江式ワーケーションに参加した人数<br>【4月~3月】                  | 人  | 27          | 57          | 30          | 190.0   | 0  |      |
| ⑤  | 歴史・伝統・文化・芸術 | 歴史・文化資源のまちあるき参加者数<br>【4月~3月】                  | 人  | 182         | 214         | 240         | 89.2    | ×  | *    |
|    |             |   |    |             |             |             |         |    |      |
|    |             |   |    |             |             |             |         |    |      |

| 6 | ⑥ スポーツ | 国宝松江城マラソン参加申込者数           | 人 | ı   | 3, 103 | 5,100 | 60.8 | 対象外 | * |
|---|--------|---------------------------|---|-----|--------|-------|------|-----|---|
| 0 |        | まつえレディースハーフマラソン参加<br>申込者数 | 人 | 649 | 1,375  | 2,500 | 55.0 | 対象外 | * |

#### 【結果の分析・課題・今後の方向性】

- ①、② テレワークなど場所を選ばない働き方の浸透で、移住に対する関心が高まり、移住相談件数が増えた。また、 2022年度後半には、コロナ禍で移住を控えていた希望者に動きがみられ、本市の移住コンシェルジュのサポート を受けて定住した人数も増えている。
- ③ 学生が利用するSNSの多様化により効果的な情報提供が難しくなってきている。また、高校生と大学生それぞれ のスケジュールを考慮したイベントの設定が難しく、ターゲット別のイベント開催の検討が必要である
- ④ 松江の歴史と文化、マインドフルネス、地域交流会などを組み込んだプログラム「松江式ワーケーション」を都市部 企業へPRし、その効果が現れてきている。
- ⑤「まち歩きマップ」を改訂増刷した6地区の公民館区(忌部・大野・鹿島・大庭・美保関・八雲)で歴史文化をテーマと したまち歩きを実施した。 マイクロツーリズム需要の高まりにより申込者総数は、313名と目標を上回ったが、天候 不順により当日のキャンセルもあり目標未達成となった。
- ⑥ 国宝松江城マラソン、まつえレディースハーフマラソンとも、約6割の申込にとどまっている。新型コロナウイルス感 染症の影響による長期間の大会中止で、市民ランナーの大会離れが生じ、全国的にマラソン大会の参加者が減っ ている状況である。関係機関と連携し、周知活動に取り組んでいく。

## NEXT **ACTION**

## 意識の姿容を捉え、

ターゲット別にアプロ・

# 【主要施策一例】 松江市·富士通株式会社 -ションバートナーシップ協定締結:



パートナーシッツプ協定を締結





**2023.3.19** 第44回まつえレディースハーフマラソン 開催 (4年ぶり)

#### 基本目標IV どだいづくり (評価したKPI数: 24 うち達成したKPI数: 13)

#### 【主な未達成KPI】

①健康づくりに取り組む市民の割合

③松江のことを発信した市民の割合

45.8%

【主な達成KPI】

②消防 現場指揮隊の人数

54.2% ④「市民サービスの向上」開始件数

KPI数24

## 【主なKPIの実績】

|   | 分 野                 | KPI                                      |    | 2021<br>実績値 | 2022<br>実績値 | 2022<br>目標値 | 達成率 (%) | 評価  | 総合戦略 |
|---|---------------------|--|----|-------------|-------------|-------------|---------|-----|------|
| 1 | 健康・医療               | 健康づくり(運動・スポーツ)に取り組<br>んでいる市民の割合【市民アンケート】 | %  | 41.6        | 41.7        | 70.0        | 59.6    | ×   | *    |
| 2 | 安心・安全、<br>社会資本整備    | 現場指揮体制の構築(指揮隊要員)<br>【累計値】                | 人  | 0           | 2           | 0           |         | 0   |      |
| 3 | 1]别以以半、             | 松江のことを発信した人の割合                           | %  | 未調査         | 18.9        | 40.0        | 47.3    | ×   | *    |
| 4 | スマート自治体             | 「市民サービスの向上」開始済み件数                        | 件  | -           | 11          | 9           | 122.2   | 0   | *    |
|   |                     |  |    |             |             |             |         |     |      |
| ⑤ | 都市デザイン<br>(水辺・公共交通) | 路線バス・コミュニティバスの利用者数<br>【4月~3月】            | 万人 | 372         | 418         | 475         | 88.0    | 対象外 |      |
|   |                     |  |    |             |             |             |         |     |      |

#### 【結果の分析・課題・今後の方向性】

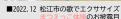
- ① 日常生活の中で、気軽に楽しみながら健康づくりに取り組む市民が増えるよう、元「体操のおにいさん」の佐藤弘 道さん監修の「松江市の歌」に合わせたエクササイズ「まつえっこ体操」を考案した。CDやDVDの配布のほか、 「みんなの『まつえっこ体操』してみた動画」の募集など、普及を図る。
- ② 「松江市消防力整備実施計画」に基づき、現場指揮能力向上のため、「指揮隊」の設置に取り組んでおり、2024年 度中の専属指揮隊運用開始に向けて整備していく。
- ③ 本市からSNSを発信する際は、目に留まる画像や文章の構成などを工夫し、「いいね」やリツイートをしてもらえる ような情報を発信する。
- ④「書かなくて済む窓口」や「AIコンシェルジュ」の導入など、デジタル化により市民サービスが向上した。
- ⑤ 路線バス、コミュニティバスの利用者数は、コロナ禍前の利用状況(475万人)までの回復には至っていないが、 2021年度に比べ、約1割増の407万人となった。2023(令和5)年4月に美保関地区・八東地区で導入のAIデマ ンドバスをはじめ多様な交通手段の活用により、誰もが利用しやすい公共交通の実現を目指す。

## NEXT **ACTION**

## 魅力的な情報発信で"バズる"松江

## 【主要施策一例】









■2023.4.3~ AIデマンドバス のるーと 運行

## (評価したKPI数:1うち達成したKPI数:0)

# 100.0%

## 【未達成のKPI】

①圏域内への移住者数









## 【主なKPIの実績】

|   | 分 野     | KPI                      | 単位 | 2021<br>実績値 | 2022<br>実績値 | 2022<br>目標値 | 達成率<br>(%) | 評価  | 総合戦略 |
|---|---------|--------------------------|----|-------------|-------------|-------------|------------|-----|------|
| 1 | 広域連携    | 圏域内への移住者数【4月~3月】         | 人  | 3084        | 2,904       | 3,000       | 96.8       | ×   | *    |
|   |         |                          |    |             |             |             |            |     |      |
| 2 | 広域連携    | ビジネスマッチング商談件数<br>【4月~3月】 | 件  | 581         | 1060        | 2,040       | 52.0       | 対象外 | *    |
| 3 | [A)以注[5 | 圏域での外国人宿泊者数【4月~3月】       | 千人 | 8           | 11          | 33.4        | 32.9       | 対象外 | *    |

#### 【結果の分析・課題・今後の方向性】

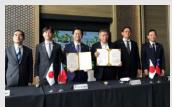
- ① 高規格道路(中海・宍道湖8の字ルート)などの社会インフラの整備促進を図ることにより、観光誘客・産業振興・ 災害に強い街づくりなど、圏域の暮らしやすさを向上させ、移住者に選定される圏域を目指していく。
- ② 令和4年10月13日に「くにびきメッセ」にて、3年ぶりに対面形式での商談会を開催した。2018(平成30)年の 商談件数651件に対し、2022(令和4)年の商談件数479件であり、コロナ禍前の水準までは回復していない。
- ③ 新型コロナウイルス感染症の影響による外国人旅行者数が減少。2022(令和4)年10月の入国制限緩和、同じ く米子-ソウル便の再開、11月の国際クルーズ船受入再開など、本格的なインバウンドの回復が期待される。韓国、 台湾、香港、中国、欧米豪の重点ターゲット国に対し、JNTO、山陰インバウンド機構と役割分担し国別に有効な プロモーションを展開していく。

## NEXT ACTION

# それぞれの強みを生かし、

国内外に連携して魅っ

#### 【主要施策一例】



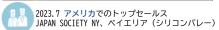


■2022.10.20 台北市と圏域5市長会で連携協定締結

「山陰いいものマルシェ」開催 (安来市で3年ぶりに開催)

# (参考)2023(令和5)年度上期の主な取組







MATSUE

DREAMS

2030

2023.8 松江水郷祭開催 花火1万発/日・西日本最大級、65万人の人出







2023.8・9 まつえIT女子 5Daysプログラム開催 IT初心者でも、ITエンジニアにチェレンジ



2023.5 松江市役所新庁舎第1期棟オープン 令和7年度(秋頃)に新庁舎2期棟が完成予定



2023.8 本田技研工業株式会社との実証実験 堀川遊覧船に小型電動推進機を試験導入







■2023.5 SDGs未来都市に選定(内閣府)

## 2022(令和4)年度 松江市総合計画の実施状況を踏まえたKPIの見直しは2件

目標値の上方修正のため

基本目標Ⅱ ひとづくり (共生社会、地域コミュニティ:1件)



目標値の整合性を図るため

基本目標IV どだいづくり (健康・医療:1件)



| 分 野               | <b>本尺字蔵</b>    | 見直しが必要な                                       | 単位 |     | 見直し前                      | 前目標値 |       | 見直し後目標値 |       |       |          | 見直しが必要な理由   |
|-------------------|----------------|---|----|-----|---------------------------|------|-------|---------|-------|-------|----------|---|
| 77 117            | 市民実感           | KPI(重要業績評価指標)                                 | 半世 |     | 2022年 2023年 2024年 2029年 2 |      | 2022年 | 2023年   | 2024年 | 2029年 | (具体的に記入) |   |
| 共生社会、<br>地域コミュニティ | 7 「第二          | 出前講座参加人数【4月<br>~3月】(手話、差別解<br>消)              | 人  | 460 | 465                       | 470  | 495   | 460     | 500   | 520   |          | 2022年度の実績値が666となり、<br>2023年度の目標値465を超えたた<br>め。  |
| 健康・医療             | 12 歳を重ねるほど松江は楽 | 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  | 65                        | 65   | 70    | 70      | 70    | 70    |          | 2020~2024年度を計画期間とする「松江市スポーツ推進計画」の目標値を引用していたが、「松江市総合計画」における「基本目標:つながりづくり 分野:スポーツ」の数値目標に合わせるため。 |