

## 令和5年度第1回松江市総合計画審議会

令和4年度松江市総合計画の実施状況について（個表）

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 (2021年)	132社	実績値 (2022年)	102社	実績値 の分析	2022年の目標値の105社を若干下回ったものの、5年前の2017年は76社であり、創業数は増加傾向にある。アイデアから事業化に向けた「課題設定・発想・検証」の各段階における支援、地域の直接金融をはじめとした多様な資金調達の実績の充実を図り、2023年の目標値110社の達成につなげる。
------	----------------	----------------	------	----------------	------	----------------	------	------------	---

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	2022年		結果の分析、課題、今後の方向性	コロナ影響
			2021年	2022年	2023年	2024年	2029年		評価	達成率 (%)		
① 市内企業Ruby売上高	百万円	1,307 (2020年)	1,610	1,700	1,790	1,880	2,330	★	○	100.0	現時点では、2022年実績は未確定であるため、見込み値を示している。確定値の公表は秋頃になる見込みである(参考:2021年の実績値は2022年11月に確定)。なお、Rubyによる売上は年々増加傾向であり、今後も企業でのDX推進等によりITの需要は高くなる見込みである。	
② 新分野チャレンジ支援件数	件/年	0 (2020年)	1	2	4	6	6	★	×	0.0	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等により、企業においては、生産コストの削減等の確実性のある取組が中心となっている印象が強く、2022年度は案件がなかった。アフターコロナを見据えた変化に強い企業づくりのためには、企業の売り上げ自体の底上げが必要であるため、積極的に制度を周知する等、支援を強化する。	
③ 創業相談支援数【延べ数】	件	668 (2020年)	670	770	870	970	1,470	★	×	76.0	2022年度は、「MATSUE起業エコシステムコンソーシアム」を設立し、起業創業を応援する仕組みづくりをさらに推進したこともあり、相談件数は増加傾向にある(令和4年度下期にかけて相談件数は、460件→585件に増加)。引き続き、挑戦する人を応援する仕組みを整備する。	
④ 誘致・新增設企業数【累計値】	件	7 (2020年)	13	16	21	26	51	★	○	112.5	製造業1社、ソフト産業2社、その他1社の立地により、2022年の目標を達成した。引き続き、松江市独自の立地奨励金(用地取得、固定資産税、雇用促進に対する助成)や支払電気料金に対する支援などの補助制度のPRを行い、本市企業団地への立地へつなげていく。	
⑤ 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	2,165 (2020年)	4,245	5,370	6,495	7,620	13,300	★	○	167.2	クラフトフェア「CRANUMA(クラヌマ)」を2日間開催としたこと等により、工芸品販売額が伸び、2022年の目標を達成した。工芸に関心のない方にも、工芸品やクラフトフェアが松江の新たな魅力と感じてもらえるよう、引き続き、松江工芸の魅力発信に取り組む。	

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 ものづくりアクションプラン推進事業	産業経済部	②	★
3 MATSUE起業エコシステム推進事業	産業経済部	③ ④	★
4 松江工芸の魅力発信と担い手育成事業	産業経済部	⑤	★

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(2021年)	86.9%	実績値(2022年)	90.0%	実績値の分析	空き店舗等への新規出店件数について2022年度は目標値の10件に対し19件と大幅に上回ったもの。年々新規出店件数は増加傾向にあり、2023年度の新規出店件数も2022年度と同等もしくは増加すると見込む。2030年度の目標である93.6%に向けて順調に推移中。
------	----------------	------------	-------	------------	-------	------------	-------	--------	---

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	2022年		2022年 結果の分析、課題、今後の方向性	コロナ影響
			2021年	2022年	2023年	2024年	2029年		評価	達成率 (%)		
① 都市再生推進法人の認定数【累計値】	法人		未設定	1	1	2	3		×	0.0	2023年4月1日に都市再生推進法人の募集を開始したため、2022年は実績がなかった。今後については、既に中心市街地で活動しているまちづくり会社等をはじめ、広く周知を図り、認定を促進する。	
② 空き家バンク新規登録件数【単年度値】	件		11	30	30	30	30	★	-	20.0	2022年度は25件程度の相談があったが、相談者の多くは県外在住者であり、一時落ち着いていた新型コロナウイルス感染症が再び流行したことで、本市への往来が困難であったことや、相談者側の諸事情で空き家バンク掲載までに至らなかったこともあり、登録に結びつかないケースが多くみられた。今後は、地域からの情報も得ながら掲載物件を掘り起こし、広く情報発信を行うことで、空き家バンク事業の充実を図り、空き家の流通を促進する。	●
③ 空き店舗等への新規出店件数【単年度値】	店舗		10	10	10	10	10	★	○	190.0	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しながら、引き続き、より使いやすい支援内容となるよう、随時検討を行うとともに、支援し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 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	1,100	★	-	85.5	新型コロナウイルス感染症拡大のピークは何度かありつつも、全国的な行動制限を伴う措置は年初以外になく、全国的な新型コロナワクチン接種の進展、10月からの全国旅行支援の好影響もあり、回復基調となった。回復基調とはいえ、依然としてコロナ禍前の水準には達しておらず、全国旅行支援も予算に達し次第終了となることから、支援終了を見据えたプロモーションを展開する必要がある。	●
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	250	★	-	87.6	新型コロナウイルス感染症拡大のピークは何度かありつつも、全国的な行動制限を伴う措置は年初以外になく、全国的な新型コロナワクチン接種の進展、10月からの全国旅行支援の好影響もあり、回復基調となった。回復基調とはいえ、依然としてコロナ禍前の水準には達しておらず、全国旅行支援も予算に達し次第終了となることから、支援終了を見据えたプロモーションを展開する必要がある。	●

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、都市整備部	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(2021年)	86億円 (最新公表値2020実績)	実績値(2022年)	87億円 (最新公表値2021実績)	実績値の分析	前年度(2020年度)の86億円から1億円増加している。 【農業】については、コロナ禍による外食産業での米の消費量の減少による米価下落の影響から2.2億円減少した一方、家庭内消費が増えたことで野菜が0.2億円増加した。 【林業】については、コロナ禍による材価の下落が続き、昨年度並みとなった。 【水産業】については、内水面漁業(宍道湖漁協)で漁業ルールや資源管理の徹底が図られている効果により、シジミが過去10年で最大の漁獲量となった。全体としては前年度より3億円増加した。
------	-----------	------------	-------	------------	-----------------------	------------	-----------------------	--------	--

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	2022年		2022年 結果の分析、課題、今後の方向性	コロナ影響
			2021年	2022年	2023年	2024年	2029年		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	35 (過去5年間の平均値)	29	35	70	105	280	★	○	108.6	【農業】2022年目標14人に対し、実績8人 自営就業者は例年並みであったが、雇用就農は目標の半分となった。島根県立農業大学校では雇用就農希望者も多いことから、就農ガイダンスなどの機会を通じ、早い段階から就農先の確保などのマッチングをしていく。 【林業】2022年目標2人に対し、実績3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者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。 【漁業】2022年目標19人に対し、実績27人 雇用漁業者(定置)は例年並みであったが、自営漁業者は准組合員から正組合員へ移行する者が増加したため、目標を上回った。	
② 産直販売額 【市内産直での販売額/年度】	億円	7.6(2019年)	7.6	7.6	7.7	7.8	8.2	★	○	101.3	2022年の目標を達成したが、市内産直店舗については、閉店による減収がみられた(市内の主な産直販売所は20箇所)。道の駅については、移動販売や生産物の集荷などの新たな取組の効果もあり、前年度から売上を伸ばした。	
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】	%	45(2020年)	49	57	70	70	70	★	○	114.0	圃場整備実施区域については、農地中間管理事業による担い手への集積・集約化が順調に進み、担い手への集積率が着実に高まったことにより、2022年の目標を達成した。今後も農業委員会やしまね農業振興公社等関係機関、圃場整備担当部局とも連携のうえ、地元農業者の理解も得ながら、担い手への集積及び集約を推進していく。	
④ 農水商工連携(新商品開発数) 【2010年度からの累計/年度】	品	76(2020年)	78	87	90	93	108	★	○	101.1	「売れる商品」づくりが課題であり、「開発した商品を売る」から「求められる商品を開発して売る」への転換を目指し、商工会議所や各商工会等と協力しながら開発支援を行っていく。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、ブラッシュアップしながら販売促進につなげる。	

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(2021年)	297億円	実績値(2022年)	459億円	実績値の分析	全国旅行支援の地域クーポンの効果により、特に宿泊客の観光消費額単価がコロナ禍前の2019年より3割程度増額となったうえ、観光宿泊客数及び入込客数も回復基調となり、前年比54.4ポイント増の459億円となった。
------	-------	------------	-------	------------	-------	------------	-------	--------	--

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	2022年		結果の分析、課題、今後の方向性	コロナ影響
			2021年	2022年	2023年	2024年	2029年		評価	達成率 (%)		
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	1,100	★	-	85.5	新型コロナウイルス感染症拡大のピークは何度かありつつも、全国的な行動制限を伴う措置は年初以外に無く、全国的な新型コロナワクチン接種の進展、10月からの全国旅行支援の好影響もあり、回復基調となった。回復基調とはいえ、依然としてコロナ禍前の水準には達しておらず、全国旅行支援も予算に達し次第終了となることから、支援終了を見据えたプロモーションを展開する必要がある。	●
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	250	★	-	87.6	新型コロナウイルス感染症拡大のピークは何度かありつつも、全国的な行動制限を伴う措置は年初以外に無く、全国的な新型コロナワクチン接種の進展、10月からの全国旅行支援の好影響、事業者とともに宿泊・観光施設の高付加価値化の取組を進めたこと等により、回復基調となった(コロナ禍前の令和元年の約211万人に対し、約7割まで回復)。回復基調とはいえ、依然としてコロナ禍前の水準には達しておらず、全国旅行支援も予算に達し次第終了となることから、支援終了を見据えたプロモーションを展開する必要がある。	●
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	15	★	-	40.0	2022年も新型コロナウイルス感染症の影響により、外国人観光客は少なかった。2022年の10月に国の水際対策が緩和され、また、2023年5月に国の水際対策が撤廃されたことにより、今後は外国人観光客が増加する見込みであるが、現在の訪問先は東京・大阪・京都・広島などのゴールデンルートが中心であり、これらの観光客をいかに本市へ誘客していくかが課題である。	●
④ ジオパークの魅力伝えるガイドの養成【累計】	人		45	55	65	75	100		○	100.0	ジオパーク活動に関わっている方へ個別にガイド認定試験の受験について声掛けを行うなど、2022年の目標を達成した。今後は、高齢などを理由に4年間の認定期間を更新しない方が出てくることも想定されることから、ガイド数を確保していくため、ジオパーク活動の中で幅広く人材を発掘していくとともに、ガイドの活躍の場の創出やガイド技術向上のための研修会の開催などの支援を行っていく。	
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	4,800	5,500		-	98.4	主に新型コロナウイルス感染症第7波の影響を受け、松江ビジターセンターの来場が多く見込める夏場の来場者数が伸びなかった。来場者数の増加に向け、引き続き、ビジターセンターやジオサイトなどをはじめとする施設・スポットの広報・宣伝を強化するとともに、ビジターセンターの展示の充実などを図っていく。	●

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	ひとづくり	分野	ワーク・ライフ・バランス、子育て支援	市民実感	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 (2021年)	2019年 1.55 (2021年公表値)	実績値1 (2022年)	2021年 1.54 (2022年公表値)	実績値の分析1	2019年 1.55、2020年 1.53、2021年 1.54、と過去3年間横ばいに推移している。
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 (2021年)	48.6%	実績値2 (2022年)	47.9%	実績値の分析2	本アンケートの回答では、47.9%が「満足している」、9.1%が「満足していない」、43.0%が「わからない」と回答。30代、40代では「満足している」の回答割合が高く、5割を超えている。一方で、その他の年代では「わからない」が4割を超えている。 10代、20代の若年層や子育て世代は、特にデジタルデバイスに慣れ親しんでいる世代であることから、子育て支援策の情報発信に加え、子育て相談や各種手続き等、デジタル化を進めてよりきめ細かな支援に繋げていくことが、満足度上昇に繋がるものと考え。

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	2022年		結果の分析、課題、今後の方向性	コロナ影響
			2021年	2022年	2023年	2024年	2029年		評価	達成率 (%)		
① 男性の育休取得率【10月～9月・松江市で出生した子の父親】	%	/	未設定	20	25	30	55	★	-	-	2022年までは調査できておらず、2023年から調査を実施する予定である。男性の育児休業取得の機運が高まっているため、前年に比べ取得率が上昇していると推測する(令和4年度雇用均等調査(全国):17.13%、令和3年度:13.97%)。引き続き、民間企業における取得率向上に向けて取得促進の啓発に取り組んでいく。 【参考】市役所男性職員の育児休業取得率50.0%(令和5年3月末) 【参考】2歳未満の子をもつ男性の雇用者に占める育児休業取得者の割合(推計)12.9%(令和4年就業構造基本調査) 【参考】島根県内企業の従業員のうち2歳未満の子を養育している男性の育児休業制度取得率2.5%(令和3年島根県労務管理実態調査)	
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】	%	/	64	66	80	80	80	★	○	115.7	子育て世代やこれから結婚を望む世代に、本市の充実した子育て支援をより身近に感じ、かつ、「まつえの子育てAIコンシェルジュ」や「あずかるこちゃん」等のサービスを利用していただけるよう、子育てに関する手続きのデジタル化や情報発信等を推進する。	
③ 子育てホームサポーターの数【累計】	人	/	76	80	83	86	100		×	81.3	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。市報・ホームページ等で募集を行い、新規サポーター獲得に向けた取組を行っていく。	
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	79	80	81	85		×	90.9	産後ケア事業について、対象月齢の引き上げ、および利用日数と受け入れ先の拡充を行う。また、プレパパ・プレママ教室等を通じて、妊娠中・出産・産後に必要となる情報を提供する。	
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】	%	/	未設定	80	85	90	92		×	89.0	松江市特別支援教育就学審議会に係るまで本人・保護者への情報提供、聞き取り、相談、そして医療を含めた関係機関との連携を大切に、本人・保護者の納得が得られるよう丁寧な就学支援を行ってきた。2022年は目標未達成となったが、今後も適正な就学の判断に努めるとともに、保護者の納得につながるよう、引き続き、丁寧な就学相談を続けていく。	
⑥ 児童クラブ待機児童数【各年5月1日時点】	人	/	0	0	0	0	0	★	×	54.9	市内全体では待機児童を解消できる定員を確保しているが、公設は校区制であること、民設は入会希望の偏りにより、待機児童の解消には至っていない。引き続き、公設、民設両方で市内全域の児童クラブ環境を整え、待機児童解消を目指す。	
⑦ 放課後子ども教室実施小学校数【各年4月1日時点】	校	/	33	32	33	33	33	★	×	96.9	未実施校区が2校区あり、実施できるよう地元意見聴取したもの、人材不足により実施可能な体制づくりが難しいとの回答であった。より一層、地元や児童クラブとの連携の充実を図り、継続運営、内容充実に向けて、引き続き、支援を行う。	
⑧ 要保護児童人数【4月～3月】	人	/	492	466	419	377	305		×	89.7	啓発活動や早期発見・早期対応の取組を強化するとともに、こども家庭センター設置に伴い、妊娠期から母子保健と連携して虐待防止を図る。	

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	ワーク・ライフ・バラン ス、子育て支援	市民 実感	5 ここに生まれてよかった ここで育ててよかった
----------	-------	----	------------------------	----------	--------------------------

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	こども子育て部	②				★
3	子育て情報発信強化事業	こども子育て部	②				
4	子ども医療費助成事業	こども子育て部	②				★
5	訪問型子育てサポート事業	こども子育て部	②	③	④		
6	産前・産後ケア推進事業	こども子育て部	②	④			★
7	医療的ケア児保育事業	こども子育て部	②				
8	子ども家庭総合支援拠点の機能強化	こども子育て部	⑧				
9	不妊治療助成事業	こども子育て部	②				★
10	保育所等整備事業	こども子育て部	②				★
11	私立保育所保育士確保対策事業	こども子育て部	②				★
12	保育料の40%軽減	こども子育て部	②				★
13	保育料の多子軽減事業	こども子育て部	②				★
14	妊婦健診事業	こども子育て部	②				★
15	こんにちは赤ちゃん訪問事業	こども子育て部	②	④			★
16	子育て世代包括支援センター事業	こども子育て部	②	④			★
17	保育所・幼稚園地域交流活動促進事業	こども子育て部	②				★
18	病児保育事業	こども子育て部	②				
19	地域子育て支援拠点事業	こども子育て部	②	④			★
20	多胎児養育家庭サポート事業	こども子育て部	②	③	④		
21	ひとり親家庭総合相談コーナー	こども子育て部	②				
22	母子父子寡婦父子資金貸付事業	こども子育て部	②				
23	5歳児健診事業	こども子育て部	②				
24	保育業務ICT化推進事業	こども子育て部	②				
25	子育ての日イベント事業	こども子育て部	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	ひとづくり	分野	教育	市民実感	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(2021年)	小学生 79% 中学生 68%	実績値(2022年)	小学生 77% 中学生 66%	実績値の分析	コロナ禍により、校外学習や出前授業、職場体験学習等の実施ができなかったことが、児童生徒の将来の夢や希望を想像することに繋がらず、前年度を下回る結果となったものと考える。
------	-----------------------	------------	--------------------	------------	--------------------	------------	--------------------	--------	--

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	2022年		結果の分析、課題、今後の方向性	コロナ影響
			2021年	2022年	2023年	2024年	2029年		評価	達成率(%)		
① まつえ「子ども夢☆未来」塾（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	50	★	-	62.2	実施校数は前年度と同数(33校)であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により、大規模校での実施が中止となり、受講者数が大幅に減少した。児童生徒の職業観を育成するためにも、本事業を継続し、受講者数を増やしていく。	●
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	80	★	-	94.0	新型コロナウイルス感染症の影響により、地域行事が中止となり、参加児童の割合が減少した。授業等で地域の行事などについて意識を高めていくことにより、行事が再開した時に参加する意欲の向上につなげていく。	●
	(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				60	
③ (小6) 地域や社会をよくするために何をすべきか考えたことがある児童生徒の割合【全国学力・学習状況調査】	%		50	50	55	60	80	★	×	88.4	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活動ができなかったことなどが影響している。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く。	
	(中3) 地域や社会をよくするために何をすべきか考えたことがある児童生徒の割合【全国学力・学習状況調査】	%		50	50	55	60				80	
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	75	★	○	121.3	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を行う等、各校において学力向上対策に努めてきたこともあり、全国平均値128.8点に対し、本市小学校33校のうち、16校が上回り、2022年の目標を達成した。各校に学力調査結果についての分析資料を提供し、効果的な取組や改善すべき点などについて検討を促す研修を実施していく。	
	(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				80	
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	100	★	×	86.6	2022年は目標未達成となったが、6割の学校において県平均(二教科:124.0点)を上回った。各校に学力調査結果についての分析資料を提供し、効果的な取組や改善すべき点などについて検討を促す研修を実施していく。	
	(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】	%		65 (2019年)	非公表	60.6						
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	100	★	×	88.9	家庭学習1～2時間の割合は44.6%、30分～1時間未満の割合は27.1%であった。家庭学習の内容の質を高めるとともに、タブレットドリルの利用を推奨する等、学習時間が短い児童の学習時間を増やすよう工夫する。	
	(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】	%		64 (2021年)	64	62.2						

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	2029年	
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】	%		未設定	80	85	90	90	
		未調査（ ）	78.6	87.5				
⑧ 就労等体験協力事業所数【4月～3月】	社		40	41	50	50	50	★
		39（2021年）	45	49				
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	1	
		0.4（2020年）	0.7	0.1				
⑩ 要保護・準要保護世帯の児童の高校進学率	%		未設定	97.5	97.7	97.9	99	★
		97.3（2020年）	98.8	97.6				

2022年	
評価	達成率（%）
○	109.4
○	119.5
×	20.0
○	100.1

2022年	
結果の分析、課題、今後の方向性	
2022年の目標を達成し、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、学校と連携しながら、生徒の夢や希望を大切にしたいキャリア教育の充実を図れるよう支援する。	
指導員が個別に事業所を訪問し、困難を抱える若者の雇用や就労等体験の趣旨について丁寧に説明を行ったことにより、協力事業所数が増加し、2022年の目標を達成した。引き続き、相談者の要望等も踏まえながら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。	
市総合文化センターの大規模改修工事に伴う中央図書館の臨時休館（2022年4月1日～）が影響し、2022年は目標未達成となった。リニューアルオープン（2023年10月1日）後は、施設内に専用の常設学習室が整備されるなど、高校生の来館を促すきっかけができることに加え、引き続き、SNS等で新しい市立図書館の魅力を発信していくことで、図書の貸出冊数増に繋げていきたい。また、島根・東出雲図書館についても、高校生に興味や関心を持ってもらえるような企画等を検討し、図書の貸出冊数増に繋げていきたい。	
要保護世帯及び準要保護世帯の中学3年生を対象に高校進学に向けた学習支援を実施した。2019年度～2022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100.0%であり目標を達成している。本事業は定員100名であるが利用者が定員に達していない（2019年度：85名、2020年度：71名、2021年度：81名、2022年度：77名）。なお、本事業は定員100名であるが、事業を開始した当初より定員を満たしていないため、各関係課、学校等と連携し本事業の参加を促す取組を行っていく。	

コロナ影響

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	指標設定になじまない					★
15 生活困窮世帯の学習支援	健康福祉部	⑩					★



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	2029年	
⑩	シルバー人材センター加入者数	人		960	940	980	1,020	1,155	★
			879（2020年）	896	894				
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	2.9	★
			2.49（2020年）	2.59	2.57				
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	70	★
			65.5（2020年）	65.5	66.4				
⑬	出前講座参加人数【4月～3月】 （手話、差別解消）	人		455	460	500	520	620	★
			366（2020年）	604	666				
⑭	まちづくり推進事業への新規参加者数【累計】	人		未設定	60	120	180	480	
			-（2020年）	85	185				

2022年	
評価	達成率（%）
×	95.1
-	99.2
-	99.8
○	144.8
○	308.3

2022年	
結果の分析、課題、今後の方向性	
<p>市役所ロビーや公民館においてパネル展示を行いPR活動を強化した他、出張入会説明会等を積極的に行った。169人の新規入会があったが、171人の退会者があり、2022年は目標未達成となった。今後は、これらの取組に加え、ICT導入によるデジタル化の推進や、会員の希望する仕事とのマッチング強化により、新規会員のさらなる入会促進を図る必要がある。</p>	
<p>同時期の障がい者雇用率全国平均2.25%、法定雇用率2.3%を大きく上回ったものの、コロナ禍により、企業等における雇用控えが影響したものと考えられる。引き続き、島根労働局などの就労支援機関と連携し、就労支援の取組を進める。</p>	
<p>同時期の障がい者雇用率達成事業所割合全国平均48.3%を大きく上回ったものの、コロナ禍により、企業等における雇用控えがみられ、想定した伸びを阻害したものと考えられる。引き続き、島根労働局などの就労支援機関と連携し、就労支援の取組を進める。</p>	
<p>小中学校、専門学校、地区の民生児童委員協議会等において、出前講座を活用していただいた結果、2022年の目標を達成した。継続して、出前講座の周知を行い、民間企業も含め、講座が活用されるよう、働きかけていく。</p>	
<p>新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を講じつつ、地域活動の重要性を多方面に呼びかけることにより、「まちづくりを考える日」、「まちづくりでつながる日」の開催を通じて、2022年の目標を達成した。</p>	

コロナ影響
●
●

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI					総合戦略
		①	②	③	④	⑤	
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」ふるさと・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(2021年)	1,072人	実績値(2022年)	1,187人	実績値の分析	新型コロナウイルス感染症の影響により、移動を控えていた移住希望者が、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を講じつつ、従来の社会活動や経済活動の回復との両立を図る、という気運の高まりによって一気に動き、前年から増加したものと分析する。
------	---------	------------	--------	------------	--------	------------	--------	--------	--

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	2022年		結果の分析、課題、今後の方向性	コロナ影響
			2021年	2022年	2023年	2024年	2029年		評価	達成率(%)		
① はたちの集い※出席率【出席者数/住民基本台帳登録者数】	%	/	85	83	85	85	85	★	-	84.6	「成人式」から「はたちの集い」に名称を変更し、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を講じて開催したが、全国的に新型コロナウイルス感染症が拡大傾向であり、その影響を受けた。今後は、20歳の若者が集まる貴重な機会であることや、新型コロナウイルス感染症の5類移行を踏まえ、開催内容を検討する。加えて、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、関係者や地域との交流などを通じて松江への愛着を深め、定住・雇用の促進、関係人口の創出・拡大につながるような企画を策定し、実施する。 (出席者:1,450人/対象者(令和4年10月末住民基本台帳登録者):2,066人)	●
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	★	○	146.0	テレワーク等、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ったため、相談件数も増え、2022年の目標を達成した。数ある自治体の中から松江市を選んでもらうため、東京・大阪でのイベントなどを利用し、松江市のPRを続ける。	
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	★	○	406.7	新型コロナウイルス感染症の影響により、移動を控えていた移住希望者が、一気に動いたものと考えられ、2022年の目標を達成した。引き続き移住希望者のサポートを行っていく。	
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	★	×	96.8	高校魅力化コンソーシアム運営マネージャーを配置した初年度であったため、市と学校側の意識のすり合わせや、マネージャーが学校に慣れるまでに時間を要したが、マネージャーの積極的な活動により、生徒と地域との新たなつながりが生まれた。今後は、学校と意見を交換しながら、それぞれの学校の特色を生かしつつ、生徒の将来的なUターン気運の醸成を図っていく。	
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	75	★	×	96.7	高校生の松江に愛着を持つ割合が前年比で4.4ポイント上昇したことで、全体としての割合が上昇した。一方で、大学生は前年比で6.9ポイント低下、特に市外出身者の松江に愛着を持つ割合が低い傾向にある。なお、市民アンケートの調査結果から、市民活動や地域活動に参加している人ほど、まちへの愛着を感じている度合いが高いことが分かっている。総合計画の策定時から実施している「ミライソウゾウ会議」をコミュニティ形成とアイデアの実践に向けた学びの場として引き続き開設し、まちづくりへの若者の主体的な参加を促すことで、本市への愛着を深めていく。	

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※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(2021年)	1,072人	実績値(2022年)	1,187人	実績値の分析	新型コロナウイルス感染症の影響により、移動を控えていた移住希望者が、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を講じつつ、従来の社会活動や経済活動の回復との両立を図る、という気運の高まりによって一気に動き、前年から増加したものと分析する。
------	---------	------------	--------	------------	--------	------------	--------	--------	--

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	2022年		結果の分析、課題、今後の方向性	コロナ影響
			2021年	2022年	2023年	2024年	2029年		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	★	✗	92.0	学生たちの利用するSNSが各年代で多様化し、効果的に情報提供することが難しくなっている。また、高校生と大学生等のそれぞれのスケジュールを考慮したイベント実施日の設定が難しく、ターゲット別のイベント開催を検討する必要がある。学生が主体的に企画するイベントを支援し、企業や団体、市民など地域との接点づくりをサポートすることで地元の人との関係を強め、地元志向を高める。	
		120 (2020年)	130	138								
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		○	190.0	コロナ禍による移動制限がなくなるとともに、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、松江の魅力や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、新たなワーケーションを作り上げていく。	
		21 (2020年)	27	57								
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		○	105.3	OBOGのつながりや、起業に向けた研修等の伴走型支援が功を奏し、2022年の目標を達成した。引き続き、地域資源の掘り起こしから起業につながるよう取り組むとともに、これまで以上に過疎地域での活動、および起業に注力する。	
		79 (2020年)	82.4	84.2								
④ ふるさと納税寄附者数【4月～3月】	人		4,092	10,237	14,250	14,250	14,250	★	○	110.0	ふるさと納税ポータルサイトを1サイト追加(合計5サイト)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、2022年の目標を達成した。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、およびリピーターの定着化を図る。 【参考】寄附額の推移(法人からの特定寄付を含む) R2年度:84,006千円 R3年度:157,188千円 R4年度:210,514千円	
		3,787 (2020年)	6,381	11,265								

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	歴史・伝統・文化・芸術	市民実感	10 まちそのものがアート
------	---------	----	-------------	------	---------------

数値目標

指標項目	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	目標値(2030年)	77.0%	実績値(2021年)	58.9%	実績値(2022年)	58.9%	実績値の分析	近年の地域学習による意識醸成の効果によって、2022年の年代別実績値は、50代以上の世代に加えて10代も60%を上回る結果になった。一方で、30代では50%を下回っていることから、特に子育て世代をターゲットにした伝統文化芸術を体験できる機会を確保するとともに、情報発信の充実を図る必要がある。
------	-------------------------------------	------------	-------	------------	-------	------------	-------	--------	--

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	2022年		2022年 結果の分析、課題、今後の方向性	コロナ影響
			2021年	2022年	2023年	2024年	2029年		評価	達成率(%)		
① 歴史的建造物登録認定数【累計】	件		17 17 (2021年)	18 17	19	20	20	★	-	94.4	新型コロナウイルス感染症拡大に伴う保健所への応援対応を優先し、登録、および補助事業については、次年度以降に見送った。建造物の活用については、松江市交通局と連携し、「歴史的建造物を巡るバスツアー」を実施した。今後も、活用イベントや、チラシ、ホームページなどで制度周知を図り、着実に登録実績を積み重ねていく。	●
② 歴史・文化資源のまち歩き参加者数【4月～3月】	人		180 180 (2021年)	240 214	240	240	400	★	×	89.2	「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。各回午前・午後、2回ずつ行い、定員20名ずつ募集を行った結果、コロナ禍でのマイクロツーリズムの需要の高まりもあり、申込者総数は313名であった。抽選を行い、定員240名で組んだが、雨の影響など当日のキャンセルもあり、結果として、2022年は目標未達成となった。今後は、運営コストに見合う参加料を徴収し、地元主体のまちあるき事業も検討しながら、拡大を図っていく。	
③ 松江城天守登閣数【4月～3月】	人		445,000 171,384 (2020年)	445,000 314,002	450,000	460,000	500,000	★	-	70.6	新型コロナウイルス感染症の影響により、2022年は目標未達成となったものの、入国者総数の上限撤廃や全国旅行支援が始まったことから、目標値へ近づいている。引き続き、調査・研究を継続し、松江城の価値を高め、また来たい、と思われるよう魅力をさらに発信していく。	●
④ 松江歴史館観覧者数【4月～3月】	人		52,100 28,094 (2020年)	51,000 42,673	52,000	53,000	60,000		-	83.7	観覧者数は前年度と比較すると増加したものの、新型コロナウイルス感染症の影響により、2022年は目標未達成となった。引き続き、調査・研究の成果を分かりやすく展示し、より一層、市民にも松江の歴史や文化に対する関心を持ってもらえるよう、取組を行っていく。	●
⑤ プラバホール施設利用者数 ※2022～2023休館【延べ利用者数/4月～3月】	人		85,000 76,161 (2019年)	0 0	7,400	85,000	120,000	★	-	-	2022年度は大規模改修工事により休館。2024年度のリニューアルオープンに向けて準備を行う必要がある(2023年度10月より中央図書館、会議室など、一部再開予定)。	

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI					総合戦略
1 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	文化スポーツ部						★
2 歴史・文化を活かしたまちづくり	文化スポーツ部	②	③				★
3 歴史的建造物など文化財の保全・活用推進事業	文化スポーツ部	①	②				★
4 文化財情報デジタル化推進事業	文化スポーツ部	③	④				
5 国宝松江城調査研究事業	文化スポーツ部	③					
6 松江歴史館展示企画事業	文化スポーツ部	④					
7 文化芸術の拠点施設としてのプラバホール再整備	教育委員会	⑤					★

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(2021年)	41.6%	実績値(2022年)	41.7%	実績値の分析	全体的には微増傾向である。2022年の実績値は、世代別では20代～50代の値が他の世代より低く、男女別では全世代で男性より女性の値が低くなっている。その原因を分析することで、対応策を検討・実施していく必要がある。2023年の市民アンケートから設問項目を見直すことにより、今後の詳細な分析に資する予定である。
------	------------------------	------------	-------	------------	-------	------------	-------	--------	---

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	2022年		結果の分析、課題、今後の方向性	コロナ影響
			2021年	2022年	2023年	2024年	2029年		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 1,198 (2019年)	1,235 1,078	1,270	1,300	1,300	★	-	87.3	新型コロナウイルス感染症が完全に収束しない中、大会・イベントの開催が中止となるケースが散見され、団体での利用者がコロナ禍以前まで回復していない状況にある。引き続き、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を徹底し、安心して利用できる環境を整備する。	●
② 島根スサノオマジック平均観客数	人		2,500 2,143 (2018年)	3,000 3,245	4,000	4,000	4,000		○	108.2	2021-22シーズンの途中から新型コロナウイルス感染症の影響による入場者数の制限がなくなり、2年連続でチャンピオンシップに出場するなど、チームの活躍もあり、観客数は増加傾向にある。2023年度は、新B1入会基準の一つである平均観客数4,000人に向け、引き続き、チームと連携しながら観客数増に向けて取り組む。 【参考】2022年度最多観客数 4,214人(2023年2月12日 対アルバルク東京)	
③ 国宝松江城マラソン参加申込者数	人		5,000 5,086 (2019年)	5,100 3,103	5,300	5,500	5,500		-	60.8	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により、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。本大会においても、2022年は5,000人の募集を行ったが、約6割の申込みにとどまった。今後、関係団体と連携し、気軽に参加できる新たな部門(ファンラン)を設けるなど、参加者の増加に努める。	●
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 2,423 (2019年)	2,500 1,375	2,600	2,700	2,700		-	55.0	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により、市民ランナーの大会離れが生じており、4年ぶりの開催となった2022年度は、I～IV部・計2,350人の募集を行ったが、各部門とも定員に届かず、約6割の申込みにとどまった。2023年も定員は同様とし、関係団体と連携し、幅広い周知活動を行うなど、参加者の増加に努める。	●
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 1,588 (2018年)	1,600 1,527	1,800	2,000	2,000		×	95.4	大会参加者の大幅な減少にも関わらず、ボランティア協力者の人数は大きな減少はなかった。2023年度以降も、大会規模に応じた適正な数のボランティアが集まるよう、市民や関係団体に協力を呼び掛ける。	

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 ⑥	★
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 2030年時点最新の 2027年実績 (※2026～2028年 平均値)	実績値 (2021年)	女性 21.27年 男性 18.24年 2021年時点最新の 2018年実績 (※2017～2019年 平均値)	実績値 (2022年)	女性 21.59年 男性 18.47年 2022年時点最新の 2019年実績 (※2018～2020年 平均値)	実績値 の分析	3年前の数値と比較すると、女性も男性も0.44歳伸びている。コロナ禍で生活様式の変化や以前より健康づくりがしづらい状況であったが、健康寿命が伸びているのは、コロナ禍以前の様々な健康づくりの取組の成果であると考えられる。(国も同じ状況で健康寿命延伸に関連する生活習慣・危険因子は不変・悪化しているものが多いが、健康寿命は伸びている。健康づくりの成果が健康寿命に反映されるまでにタイムラグがあるとの見解を示している。) 参考) 3年前の数値：2016年(2015～2017年平均値) 女性 21.15歳 男性 18.03歳
------	-----------------------	----------------	---	----------------	---	----------------	---	------------	--

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	2029年	
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 44.6 (2020年)	57 45.8	60	60	60	★
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 37.8 (2020年)	70 41.7	70	70	70	★
③ からだ元気塾の参加者数【4月～3月】	人		900 705 (2020年)	1,000 840	1,100	1,150	1,200	★
④ なごやか寄り合い参加者数【4月～3月】	人		5,000 4,621 (2020年)	9,000 5,078	10,000	10,500	11,000	★

2022年		結果の分析、課題、今後の方向性	コロナ影響
評価	達成率(%)		
-	80.4	受診期間を12月24日まで約2カ月延長し受診機会を確保したが、新型コロナウイルス感染症の影響により、受診控えがみられた。受診率は現時点で前年比0.9ポイントの上昇となり、計画策定時より受診率は年々向上している。 (※実績値は2023年8月末時点の速報値。確定は11月ごろの見込み)	●
×	59.6	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を作成した。市民に身近に感じてもらえるよう、名称を募集(「まつえっこ体操」に決定)したほか、Youtube広告によりPRし、DVDやCDの配布のほか、「みんなの『まつえっこ体操』してみた動画」の募集などにより普及を図る。	
-	84.0	新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を行いながら、市内全会場で活動を進めたが、新型コロナウイルス感染症の影響により参加者は微増にとどまっている。今後は、参加者増に向けて、事業の周知(メディア活用、個別通知等)を行う。	●
-	56.4	新型コロナウイルス感染症の影響により、休止していた会場への再開支援を行い、2022年度末には、全会場のうち約8割が活動を再開している。参加者も増加傾向にあるが、地域により参加率・実施箇所数に差があるため、対象の地域住民への参加勧奨や、新規会場の立ち上げに向けた取組を進める。	●

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(2021年)	1,383千t-CO2(2019年度)	実績値(2022年)	1,345千t-CO2(2020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、2020年度は1,345千t-CO2であり、▲352千t-CO2・▲20.7%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→200千-CO2 (▲65千-CO2・▲24.5%) 業務その他部門 573→435千-CO2 (▲138千-CO2・▲24.1%) 家庭部門 436→349千-CO2 (▲87千-CO2・▲20.0%) 運輸部門 404→335千-CO2 (▲69千-CO2・▲17.1%) 廃棄物分野 20→26千-CO2 (+6千-CO2・+30.0%)
------	----------	------------	-----------	------------	---------------------	------------	---------------------	--------	---

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	2022年		2022年 結果の分析、課題、今後の方向性	コロナ影響
									評価	達成率(%)		
			2021年	2022年	2023年	2024年	2029年					
①	地球温暖化対策の推進に関する法律の改正に伴い、「松江市地球温暖化対策実行計画」を令和5年度10月頃に改定する予定であり、KPIは計画改定時に新たに設定する。											
②	【参考】 1. 現計画の目標数値(2005年度対比)											
③		2020年度	2024年度	2030年度	2050年度							
	二酸化炭素排出量	15%以上削減	20%以上削減	30%以上削減	80%以上削減							
	エネルギー消費量	20%以上削減	25%以上削減	35%以上削減	70%以上削減							
④	2. 二酸化炭素排出量の状況(環境省「自治体排出量カルテ」より作成) ※統計情報の制約上、推計の最新年度は2年のずれがあります。											
		2005年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度		
	二酸化炭素排出量(千t-CO2)	1,673	1,697	1,720	1,896	1,582	1,599	1,446	1,383	1,345		
	2005年度対比増減率(%)	-	1.4	2.8	13.3	△5.4	△4.4	△13.6	△17.3	△19.6		
	2013年度対比増減率(%)	-	-	1.4	11.7	△6.8	△5.8	△14.8	△18.5	△20.7		
⑤												

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	設定なし	
2 ブルーカーボン活用事業	環境エネルギー部		
3 カーボンニュートラル推進事業	環境エネルギー部		

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	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 (2021年)	28.3%	実績値 (2022年)	36.7%	実績値の分析	市民アンケート調査の結果、36.7%が「満足している」又は「概ね満足している」と回答し、前年の28.3%から向上した一方で、「分からない」との回答が55.1%を占めており、前年の54.2%から横ばいの状況にある。官民挙げての水辺の利活用によって、水辺に関心のある層の満足度は向上したものの、関心のない層への訴求には至らなかったと考えられる。
------	--------------------------	----------------	-------	----------------	-------	----------------	-------	--------	--

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
			2021年	2022年	2023年	2024年	2029年	
① 水辺の公共空間活用日数【1月～12月】	日		182	174	174	175	175	★
		170 (2018年)	368	458				
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	★
		353 (2020年)	372	407				

2022年		2022年
評価	達成率 (%)	結果の分析、課題、今後の方向性
○	263.2	水辺利活用社会実験「水辺のマーケット」や「ミズベリング縁日」の開催をはじめ、民間による利活用が進み、2022年の目標を達成した。今後も、ミズベリング松江協議会を中心に官民連携で利活用を進める。
—	85.7	現時点では、コロナ禍前の利用状況(475万人)までの回復に至っていないが、2022年度の利用者数は2021年度と比較し、約1割増の407万人となった。なお、令和5年4月に美保関地区・八束地区にAIデマンドバスを導入した。今後、2023年度末に策定する松江市地域公共交通計画において、バス路線の再編、ダイヤ見直し、および多様な交通手段の活用を含め、誰もが利用しやすい公共交通の実現を目指す。

コロナ影響

●

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	都市整備部	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	都市デザイン (まちなみ・公園)	市民 実感	15 松江には歩きたくなるまちなみがある
------	--------	----	---------------------	----------	----------------------

数値目標

指標項目	住みやすさを実感する市民の割合	目標値 (2030年)	90.0%	実績値 (2021年)	82.8%	実績値 (2022年)	81.5%	実績値 の分析	「住みやすさを実感する市民の割合」は、80%台の高水準で推移している。 2020年度の「松江市まちづくりのための市民アンケート」によると、「住みやすさの実感」には、日常生活に必要な機能（買い物、公共交通、医療サービス、公共施設）の利便性に加え、中心市街地の賑わい、ライフラインの整備状況、地域の人の繋がりが寄与するものと考えられる。
------	-----------------	----------------	-------	----------------	-------	----------------	-------	------------	---

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
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	
① 歩行者・自転車通行量 【中心市街地内の8地点における歩行者及び自転車の通行量（平日・休日）】	人		未設定	22,606	22,836	23,066	24,500	★
		20,060 (2018年)	12,691	21,795				
② 公園や広場等の環境に対する満足度	%		50	50	50	55	60	★
		50 (2020年)	未調査	65				

2022年	
評価	達成率 (%)
—	96.4
○	130.0

2022年	
結果の分析、課題、今後の方向性	
新型コロナウイルス感染症の影響はあったものの、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を講じつつ、従来の社会活動や経済活動の回復との両立を図る、という気運の高まりによって通行量は大幅に回復した。今後は、各種イベント開催等が活発になっていくと考えられる。	
2022年の目標を達成したが、使用禁止遊具、公園の草刈りについては改善を求める声が多くみられたため、これらの解消に努める必要がある。	

コロナ影響	●
-------	---

主要施策

主要施策	担当部局	該当するKPI	総合戦略
1 質の高いサービスを通じた消費額の拡大	観光部		★
2 大橋川改修に伴うまちづくり（白潟地区都市構造再編集集中支援事業）	都市整備部	①	★
3 まちなかにおける賑わい拠点づくり	都市整備部	①	★
4 《再掲》公共交通を補完する新たな交通手段の導入	都市整備部	①	★
5 使いたくなる公園整備（緑の基本計画）	都市整備部	②	★
6 使いたくなる公園整備（地域の持つ特色を生かした魅力的な公園整備）	都市整備部	②	★
7 公園のあり方検討事業	都市整備部	②	
8 《再掲》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、 都市整備部	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	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(2021年)	39.4%	実績値(2022年)	40.7%	実績値の分析	<p>昨年度と比較してほぼ横ばいの状況であり、「令和3年7月豪雨」等、昨年度発生した災害により感じた、防災環境に対する不安がまだ残っている状況であると考えられる。</p> <p>一方で、2021年度調査で「分からない」と回答した市民が、全体で20%程度だったものが約20ポイント増加し、40%程度となっており、昨年度よりも防災への関心が薄い市民が存在していることが見て取れる。</p> <p>したがって、引き続き、地域や小中学校での出前講座・授業等を実施し、防災に関する不安感の軽減と防災意識の醸成に務める。</p>
------	-----------------	------------	-------	------------	-------	------------	-------	--------	--

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	2022年		結果の分析、課題、今後の方向性	コロナ影響
			2021年	2022年	2023年	2024年	2025年		評価	達成率 (%)		
① 市内の年間交通事故発生件数【1月～12月】	件		222	210件以下	200件以下	190件以下	140件以下		×	70.0	前年と比較しほぼ横ばいの事故発生件数となったが、10年前(2012年＝事故発生件数597件)と比較すると約50%減少している。2021年度に策定した第11次松江市交通安全計画に基づき、地域ぐるみの交通安全対策を推進し、交通事故の減少に努めていく。	
② 防災出前講座の実施【4月～3月】	件		50	50	65	80	100		○	104.0	新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を講じつつ、実施することで、2022年の目標を達成した。しかし、重複した内容で出前講座を実施しているため、マンネリ化が起きていることが課題となっている。今後は、最新の防災情報や各地域の特性を講座内容に盛り込み、防災知識の啓発・普及を図る。	
③ 自主防災組織の結成率	%		75	75	80	85	100		×	99.6	自主防災組織の結成率(単位自治会自主防災組織結成隊数÷単位自治会数)は、70%前半とほぼ横ばいの状況が続いている。公民館別では、結成率が、50%以下の地区もあり、結成率の伸び悩みの原因として、地域における自主防災隊の必要性の認識不足や世帯数減少・高齢化等により、結成後の運営に関して不安な面があり、躊躇する状況があると分析している。今後は、結成率が低い地区へ出前講座等を通じ、自助、共助の大切さの啓発や結成率が高い地区の成功事例の紹介を行い、結成率の向上につなげる。	
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	2	2	3	10		×	50.0	揖屋小学校の屋内運動場長寿命化改良工事に着手しているが、当初長寿命化を予定していたもう一校については、事業化の判断がまだ出ていないため、実施には至っていない。今後は、事業化の環境が整い次第、実施に向けて事業に着手していく。	
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	11	15	17	32		○	145.5	2022年の目標を達成したが、建築後、35年以上経過している公民館が7館あり、全体的に施設の老朽化が進行していることが課題である。今後は 施設の状況を把握し、計画的に大規模修繕等を行う。	
⑥ 公民館の建て替え【累計値】	箇所		0	1	1	1	4		×	0.0	建築後、35年以上経過している公民館が7館あり、全体的に施設の老朽化が進行していることが課題である。今後は 建築年を基準として計画的に建て替え等を行う。なお、東出雲公民館(東出雲複合施設)について、2022年度中の竣工を目標としていたが、2022年8月～2023年5月の工期となった(2023年6月供用開始)。	
⑦ 現場指揮体制の構築(指揮隊要員)【累計値】	人		0	0	4	8	8		○	-	「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、指揮隊を整備することとしており、指揮隊要員の確保が必要であるため、職員採用に力を入れるとともに、研修による人材育成を図りながら、2024年度中の専属指揮隊運用開始に向けて整備していく。	
⑧ 年間救急救命士養成者数【4月～3月】	人		3	3	3	3	3		×	66.7	2022年は目標未達成となった。計画的な研修による救急救命士の養成と同時に、有資格者の採用を行うことにより、継続的に目標が達成できるよう、引き続き、取り組んでいく。	

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	2029年	
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	72	77	84	★
		66（2020年）	66	66				
⑩ 道路愛護団登録団体数	団体数		252	262	263	264	269	
		252（2020年）	261	265				
⑪ 河川愛護団登録団体数	団体数		161	162	163	164	169	
		161（2020年）	154	155				
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	24.2	27.8	31.3	49.1	
		11.2（2020年）	18.2	24.7				
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	59.0	64.7	70.5	94.3	
		38.6（2020年）	39.9	47.3				
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	58.8	70.0	70.0	70.0	★
		39.4（2020年）	42.0	43.3				

2022年	
評価	達成率（%）
○	100.0
○	101.1
×	95.7
○	102.1
×	80.2
×	73.6

2022年	
結果の分析、課題、今後の方向性	
<p>2021年→2022年の目標値の減少は、山陰道の計画延長が修正されたことによるものである。2022年は新規供用開始区間はなかったが、予定どおり事業は進捗している。引き続き、予定通り供用開始されること、開通見通しが示されていない区間の開通見通しが示されるよう、同盟会を中心に要望活動を継続していく。</p>	
<p>地域における新たな活動団体の掘り起こしなどの働きかけにより、順調に増加している。</p>	
<p>2022年は目標未達成となったが、高齢化による登録団体の減少が懸念される中で、1団体増となった。また、2022年度は愛護団登録についての周知活動を行ない、次年度に向け複数の登録希望があったことから、引き続き、広く周知活動を行なっていく。</p>	
<p>2022年の目標を達成し、順調に進捗しているが、未だ整備率は低いいため、今後も着実に整備を進めていく。</p>	
<p>国、県と連携して計画箇所の整備を進めているが、現道幅員が狭く、自転車道の幅員を確保することが困難な区間もあることから、計画の見直しを検討する必要がある。</p>	
<p>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等の課題を踏まえ、令和2年度から、公民館や自治会連合会等のより大きなエリアで設立を進めてきた。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る。今後も、出前講座や説明会を通じて、他地区での取組み事例や、組織設立・運営に対する本市の補助制度を紹介することで、組織の設置を進めていく。</p>	

コロナ影響
-------

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修事業	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(2021年)	39.2%	実績値(2022年)	37.7%	実績値の分析	2021・2022年時点の実績は、市民アンケートにおける「市役所への相談・問い合わせのしやすさ」等の項目で「満足している」「概ね満足している」と回答した割合を基に算出しており、十分な分析は難しい。(2023年の市民アンケートから設問項目を見直すことにより、今後の詳細な分析に資する予定) 今後、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し、市民満足度を向上させることを目指していく。
------	------------------------	------------	-------	------------	-------	------------	-------	--------	--

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	2022年		2022年 結果の分析、課題、今後の方向性	コロナ影響
			2021年	2022年	2023年	2024年	2029年		評価	達成率 (%)		
① 職員採用試験情報掲載WEBページの閲覧数	件	/	23,500	38,000	42,000	45,000	48,000		○	109.4	2022年3月に職員募集専用WEBサイトを開設し、掲載内容も充実させたことで閲覧数が増加したが、採用試験応募者の増加につながらっていない。引き続き、WEBサイトの掲載内容を工夫するとともに、大学、高校などへのプロモーション活動を進め、学生等の関心を高めていく。さらに、様々なチャンネルを通して、本市ホームページへの誘導を図り、閲覧数、および応募者の増加を目指す。	
② 電子決裁率【2022年度導入予定】	%	/	-	80	90	90	99		○	113.5	2023年1月に文書管理・電子決裁システムを稼働し、職員への説明・周知、および電子決裁率の向上を図った。また、システム導入初年度のため、職員からのよくある質問や間違いやすい項目、便利な利用方法等について庁内に情報を発信し、職員の負担軽減を図った。引き続き、電子決裁率の向上を図るとともに、関係課、およ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。	
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	/	110	100	90	80	30	★	×	90.9	公式SNS「Matsue10,000人プロジェクト」の情報発信により、本市の認知度の向上に努めたが、2022年は目標未達成となった。2023年度に運用開始予定の公式LINEや地域情報サイト「まつえナビ」も含め、各種SNS等の特性を生かした情報発信を行っていく。	
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】	%	/	未設定	40	45	50	80	★	×	47.3	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」やリツイートしてもらえるような情報発信をしていく。また、市に愛着を感じている割合が高いほどSNSで情報発信している人の割合が高い傾向にあることから、幅広い年代に郷土愛の醸成を図るため、地域の魅力を知っていただけるような情報発信をしていく。	
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】	%	/	未設定	30	45	50	60	★	○	132.7	可能な限り行政用語の使用を控え、やさしい日本語を使用し、障がいのある人や高齢者にも配慮した情報発信となるように職員へ周知し、誰もがわかりやすい情報発信をしていく。	
⑥ 「市民サービスの向上」開始済み件数	件	/	-	9	13	2	24	★	○	122.2	「書かなくて済む窓口」、「子育て支援アプリ」の導入など計画通りに運用を開始できた。課題としては、システム構築における財源確保、およびシステムの導入における仕様の作成等が困難となっており、引き続き、CIO補佐官とともに伴走支援を行う。また、デジタルの導入について情報収集を行い、各課への情報提供を行う。	
⑦ 「業務の効率化」開始済み件数	件	/	-	13	10	5	29	★	○	100.0	「庶務事務システム」の導入など計画通りに運用を開始できた。課題としては、システム構築における財源確保、およびシステムの導入における仕様の作成等が困難となっており、引き続き、CIO補佐官とともに伴走支援を行う。	

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	シティー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	なかもづくり	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(2021年)	63.9万人	実績値(2022年)	63.5万人	実績値の分析	出生数の減少に加え、死亡数が増加しているため、人口は自然減の状況が続いている。社会増減についても、進学や就職を機に圏域外(県外)へ転出しており、この減少数が圏域全体の人口減少に大きな影響を与えている。
------	---------------	------------	-------------	------------	--------	------------	--------	--------	--

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	2022年		2022年 結果の分析、課題、今後の方向性	コロナ影響
			2021年	2022年	2023年	2024年	2029年		評価	達成率(%)		
① ビジネスマッチング商談件数【4月～3月】	件		1,360	2,040	-	3,400	未設定	★	-	52.0	3年ぶりに対面形式での開催(令和4年10月13日、くにびき Messe)となり、参加企業、商談件数は前年度と比べて増加したものの、2018年の商談件数651件に対し、2022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。しかし、成約件数や成約見込金額については、2020年が902万円/年、2021年が509万円/年、2022年2,216万円/年と徐々に回復してきている。引き続き、特色ある産業が集積している圏域のメリットを活かし、圏域内の産業振興を図っていく。	●
② 圏域での外国人宿泊客数【4月～3月】	千人		27.2	33.4	-	45.9	未設定	★	-	32.9	前年比3千人増であったが、コロナ禍前の水準(14.6千人(2018年))まで達していない。今後、海外からの入国制限が緩和されたことで、クルーズ船の寄港回数の増加や圏域内の空港を離発着する海外定期便が再開されつつある(米子-ソウル便の再開、国際クルーズ船受入再開)。このことから、圏域全体を一体的に発信していく利点をいかし重点ターゲット国を定め、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実施していく。(重点ターゲット国:韓国、台湾、香港、中国、欧米豪)	●
③ 圏域での国内観光客宿泊客数【4月～3月】	万人		418	423	-	433	未設定	★	-	66.0	新型コロナウイルス感染症の影響により、宿泊客数は、コロナ禍前の7割の水準となった。引き続き、人口集中地域である大都市部をターゲットとし、圏域の魅力や観光資源を一体的に発信するとともに、長期滞在型旅行プランの造成など実施し、滞在日数の長期化を図っていく。	●
④ 観光消費額【4月～3月】	億円		1,088	1,112	-	1,160	未設定	★	-	62.9	新型コロナウイルス感染症の影響により、観光消費額についても、コロナ禍前(1,040億円(2018年))の7割の水準であった。引き続き、長期滞在型旅行プラン造成、体験型コンテンツの充実を図り、圏域観光の魅力の充実化、リピーター確保の取組を実施し、観光消費の拡大を図っていく。	●
⑤ 免税登録店舗数	店舗		190	200	-	220	未設定	★	-	74.0	前年比6店舗増となり、コロナ禍前と比較しても3店舗増であった。今後は海外からの入国制限が緩和されたことで、クルーズ船の寄港回数の増加や圏域内の空港を離発着する海外定期便が再開されつつあることから、それに伴って、圏域観光局と連携し、免税店登録やキャッシュレス化拡大の研修会等を開催し、外国人観光客受け入れ環境の整備を行っていく。	●
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	未設定	★	×	96.8	出生数の減少と死亡数の増加により、人口が社会減となっている状況では、UIターン者などの移住・定住者の確保が人口維持のために重要となる。圏域が一体となって、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推進していくことで、観光誘客、産業振興、災害に強い街づくりなど、暮らしやすさの向上を図り、移住者に選定される圏域を目指していく。	

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	②	③	④	⑤	
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	★
6	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	★
7	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	★
8	航空路線の充実	中海・宍道湖・大山圏域市長会	①	②	③	④	⑤	★
9	圏域への移住・定住の促進	中海・宍道湖・大山圏域市長会	⑥					★
10	自然環境の保全と活用	中海・宍道湖・大山圏域市長会	⑥					★
11	健康長寿用圏域の形成	中海・宍道湖・大山圏域市長会	⑥					★
12	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	⑥					★