

“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【1年目】

●交通機関との連携強化事業

JR松江駅での武者隊おもてなしによる魅力向上



WEST EXPRESS 銀河

MATSUE起業エコシステム推進事業【1年目】

●アントレプレナーシップ教育（エントリー数）U18:17組、U22:8組

新ビジネス創出の好循環を創り出す。



アントレプレナーシップ教育

高校を核とした新たな人づくり・ひとの流れづくりプロジェクト【1年目】

●高校卒業生が地域と関わり続ける仕組みづくり

将来的な人材還流や関係人口の創出



MATSUE学園祭

松江工芸の魅力発信と担い手育成事業【2年目】

●CRANUMA(クラヌマ)は開催日数2日間へ規模拡大

（興雲閣:来場者数1,369名、カラコロ工房:来場者数1,998名）

工芸品やクラフトフェアによる松江の新たな魅力づくり



クラフトフェア「CRANUMA」

テレワークデイズ・MATSUE事業【3年目】

●富士通株式会社との ワーケーションパートナーシップ協定

参加者からのフィードバックによる事業のブラッシュアップ



ワーケーション

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 2022(令和4)年度実績額 (単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)						5,614	※松江市分のみ
	交付金充当経費						2,807	※松江市分のみ
4. 事業概要	<p>●お出迎え等の観光客のおもてなし:おもてなしによる魅力向上</p> <p>①観光客おもてなし事業 松江城での武者隊おもてなしによる魅力向上</p> <p>②交通機関との連携強化事業 JR松江駅での武者隊おもてなしによる魅力向上 JR西日本「WEST EXPRESS 銀河」乗客へのふるまいによる魅力向上</p> <p>●旅行会社連携:冬季などの閑散期の誘客強化</p> <p>①日本最古の美肌の湯として名高い「玉造温泉」や江戸時代から脈々と受け継がれる茶の湯文化など松江固有の素材を活用した閑散期誘客対策事業</p>							
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	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							2022(令和4)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	○	127%
		実績値	1026	251				
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	○	113%
		実績値	24,664	5,108				
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	○	115%
		実績値	2978	485				
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	×	-100%
		実績値	11	-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。								



JR西日本「WEST EXPRESS 銀河」

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	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 2022(令和4)年度実績額 (単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)					19,714
	交付金充当経費					9,857
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」を設立し、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。 【2022(令和4)年度】 ●R5.1.31コンソーシアム設立・運営 ●コミュニティ運営・起業家相談支援・支援機関研修 ・イベント開催数:67回、イベント参加者数(延べ):600人 ●アントレプレナーシップ教育 ・エントリー数(U18):17組、エントリー数(U22):8組 ●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～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	【基本目標】 I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						
						2022(令和4)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
KPI①	本事業で実現した起業等の事業化件数 (単位:件)	目標値	—	2	3	4
		実績値	0	2		
KPI②	本事業で実施した起業等イベントの参加人数 (単位:人)	目標値	—	1,000	100	100
		実績値	0	600		
KPI③	本事業で行った起業等の相談・支援件数 (単位:件)	目標値	—	300	100	100
		実績値	0	200		
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 (単位:人)	目標値	—	40	10	10
		実績値	0	52		
達成状況: ○ 100% × 60% × 67% ○ 130%						
8. 課題、今後の方針等						
【課題】 ①アイデアから事業化に向けた「課題設定・発想・検証」段階の支援が不足している。 ②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。 ③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。 ④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アイデアを形にする段階(課題設定・発想・検証)の支援に新たに取り組む。 ②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。 ③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。 ④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。						



アントレプレナーシップ教育

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 2022(令和4)年度実績額 (単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)					5,393	※松江市分のみ	
	交付金充当経費					2,696	※松江市分のみ	
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、何を實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、進学や就職を気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ける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 ※松江市の事業計画期間							
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							2022(令和4)年度	
	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	高校を核とした関係人口の数 (島根県目標値) (単位:人)	目標値	—	616	455	356	○	274%
		実績値	2,360	-291	1,246	-		
KPI②		目標値	—					
		実績値						
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。 ・県外の学校に通う学生の帰省時に併せてイベントを設定する。 ・これまでのイベント実施等で関係ができた学生コミュニティ等を通じた情報発信を行う。 ・学生主体のイベントにおいて、学生同士の口コミや主体的なSNS発信が効果を発揮。学生の企画力、実行力の高さを目の当たりにした。今後、市がサポートすることで、地元志向を高めていきたい。 							
						 <p>MATSUE学生祭</p>  <p>島根スサノオマジック試合観戦</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	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 2022(令和4)年度実績額 (単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)	4,899
	交付金充当経費	2,449
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。 *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。 ●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。 ●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】 ○Iしごとづくり 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】 ●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							2022(令和4)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	2,168	1,781	5,031			
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	1	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			
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	×	7%
		実績値	20	32	2			

8. 課題、今後の方針等

(目標未達の要因)

・新規クラフトフェアでの来客数は想定以上の来客があったが、新型コロナウイルス感染症対策のための入場制限や、バイヤー招致が困難だったこと等の要因により、販売額の積み上げや、商談成立にはつながらなかった。

(課題)

・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松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
・情報交換や相談する仕組みがないことがコロナ禍で一層深刻なため、新たな発想を生む情報交換や繋ぎの場・異業種のサポートが必要

(今後の方針)

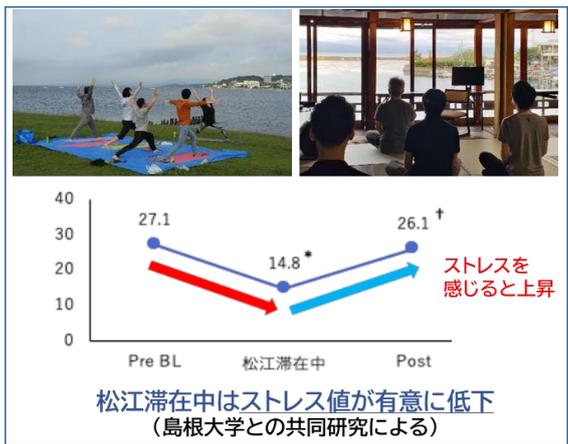
・伝統を誇りに感じながら新たな挑戦を重ねる若い作り手を増やす。
・作り手と使い手を繋ぐ場や商品開発をプロデュースできる事業者を増やす。
・工芸品や、クラフトフェアが松江の新たな魅力となるよう取り組む。
・工芸の魅力を観光誘客につなげる。
・作り手を目指す人や工芸に関連する人材の松江移住へつなげる。



興雲閣 クラフトフェア「CRANUMA」

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

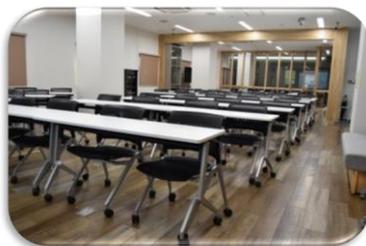
1. 事業名称	テレワーク・デイズMATSUE事業							
2. 事業主体	松江市							
3. 事業費 2022(令和4)年度実績額 (単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)						4,200	
	交付金充当経費						2,100	
4. 事業概要	<p>企業(働く従業員)向けの松江滞在型テレワークプログラムの開発・受入れを行う。</p> <p>●健康づくりのビジネスモデル構築、松江ならではの多様な働き方(テレワークなど)を次々と生み出す仕組みの創造に向け、そこで得られた知見や課題を検証</p> <p>●「観光や食」に加え、「ストレスサイエンスやセルフマネジメント研修」といった付加価値をつけた松江滞在型テレワークプログラムパッケージ商品を作成し、プログラム受入れを実施</p> <p>●プログラム利用者と松江市内企業等とのビジネスマッチング</p> <p>●地域交流会を通じて、地域課題に関わる人の流れをつくる</p>							
5. 事業の計画期間	2020(令和2)年4月 ~ 2023(令和5)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>○松江の魅力に磨きを掛け、新しい人の流れをつくる</p> <p>【数値目標】</p> <p>●市内でのテレワーク実施者受け入れ数:80人</p>							
7. 本事業における重要業績指標(KPI)の成果							2022(令和4)年度	
	KPIの名称		事業開始前	2020(令和2)年度増加分	2021(令和3)年度増加分	2022(令和4)年度増加分	達成状況	達成率
KPI①	テレワーク・ワーケーション実施者受け入れ人数 (単位:人)	目標値	26	30	15	10	○	570%
		実績値	26	21	27	57		
KPI②	テレワーク・ワーケーション向けの商品作成数 (単位:商品)	目標値	—	5	5	5	○	180%
		実績値	0	12	7	9		
8. 課題、今後の方針等								
<p>(課題)</p> <p>・2021(R3)年東京オリンピックの開催やコロナ禍における出社しない働き方の普及、働き方改革を契機として、テレワークが急速に浸透したが、新型コロナへの警戒感の弱まりとともに、出社を促す企業が増加しており、ターゲットとする企業の選定が重要となる。</p> <p>(今後の方針)</p> <p>・地元企業等との事業連携(企業版関係人口)を柱に、ターゲット企業の見極めやコーディネートが重要となる。</p> <p>・地元企業や地域の活性化につながる中長期的な関係性構築を目標として、利用者の滞在期間中だけでなく、オンラインを活用したアフターフォローを実施し、持続的な関係性や連携を図る。</p> <p>・コンソーシアムは解散となるが、パッケージ化されたプログラムについて参加者の意見を取り入れながらブラッシュアップするとともに、新たなニーズ(親子ワーケーションなど)を捉えて利用拡大を図り、移住・定住の促進につなげていく。</p>								



ストレスサイエンス

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

1. 事業名称	「松江オープンソースラボ」を核とするオープンイノベーション推進事業									
2. 事業主体	松江市									
3. 事業費 2022(令和4)年度以前の実績額(単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)								19,565	
	交付金充当経費								9,828	
4. 事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ●IT分野のコミュニティの拠点である「松江オープンソースラボ」を整備 <ul style="list-style-type: none"> ・施設の拡張(定員32名→60名) ・間仕切り機能(可動式パーティション設置) ・コワーキングスペースの設置 									
5. 事業の計画期間	2017(平成30)年3月 ~ 2018(平成31)年3月(平成30年度に繰越をして事業実施)									
6. 本事業における重要業績指標(KPI)の成果									2022(令和4)年度	
	KPIの名称		事業開始前	2018(平成30)年度増加分	2019(令和1)年度増加分	2020(令和2)年度増加分	2021(令和3)年度増加分	2022(令和4)年度増加分	達成状況	達成率
KPI①	松江市内ソフト系IT企業に従事するRuby認定技術者数 (単位:人)	目標値		0	20	25	25	30	×	-20%
		実績値	225	-7	9	-8	1	-6		
KPI②	施設でのワークショップ、ハッカソンの年間開催数 (単位:回数)	目標値		0	10	12	15	15	○	180%
		実績値	0	4	10	-5	10	27		
KPI③	施設利用者数 (単位:人)	目標値		0	300	250	250	250	○	1013%
		実績値	3,398	-748	1,420	-1,673	267	2,533		
7. 事業効果の内容・詳細										
<p>●コワーキングスペースを設置したことにより、修繕前には訪れなかった学生や社会人などが施設を利用するようになってきている。またイベント回数も増え、交流拠点となっている。</p>										



松江オープンソースラボ

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

1. 事業名称	松江・森の演劇ゾーン整備計画										
2. 事業主体	松江市										
3. 事業費 2022(令和4)年度以前の実績額(単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)									47,074	
	交付金充当経費									23,537	
4. 事業概要	●八雲町平原地区の「森の演劇ゾーン」を整備 ・「しいの実シアター」の機能を充実										
5. 事業の計画期間	2019(平成31)年3月 ~ 2020(令和2)年3月(平成31年度に繰越をして事業実施)										
6. 本事業における重要業績指標(KPI)の成果										2022(令和4)年度	
	KPIの名称		事業開始前	2018(平成30)年度増加分	2019(令和1)年度増加分	2020(令和2)年度増加分	2021(令和3)年度増加分	2022(令和4)年度増加分	達成状況	達成率	
KPI①	「森の演劇ゾーン」演劇公演観客数 (単位:人)	目標値		—	84	4,100	-4,000	100	○	1675%	
		実績値	816	—	0	0	0	1,675			
KPI②	「森の演劇ゾーン」演劇公演ボランティアスタッフ人数 (単位:人)	目標値		—	7	240	-200	0	×	—	
		実績値	103	—	0	0	0	270			
KPI③	「森の演劇祭」来場者数 (単位:人)	目標値		—	0	486	0	0	×	—	
		実績値	12,514	—	0	0	0	-4,778			
7. 事業効果の内容・詳細											
●小さな拠点整備により、会場がコンパクトになったことにより、来場者、スタッフ両者にとって過ごしやすい空間となった。											



事務所棟



遠景劇場と周辺

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

1. 事業名称	松江城周辺観光魅力創造拠点整備事業										
2. 事業主体	松江市										
3. 事業費 2022(令和4)年度以前の実績額(単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)									47,160	
	交付金充当経費									19,846	
4. 事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ●堀川遊覧船大手前乗船場 <ul style="list-style-type: none"> ・情報発信機能の向上や掲示物の多言語化 ●観光拠点情報施設 <ul style="list-style-type: none"> ・民間活力を活用した情報発信、物産品の販売・展示を行い、また外国人観光客を含む不特定多数の観光客が快適に利用できるよう環境を整備 										
5. 事業の計画期間	2019(平成31)年3月 ~ 2020(令和2)年3月(平成31年度に繰越をして事業実施)										
6. 本事業における重要業績指標(KPI)の成果										2022(令和4)年度	
	KPIの名称		事業開始前	2018(平成30)年度増加分	2019(令和1)年度増加分	2020(令和2)年度増加分	2021(令和3)年度増加分	2022(令和4)年度増加分	達成状況	達成率	
KPI①	観光入込客数(外国人観光客含む) (単位:万人)	目標値		—	20	30	25	30	○	700%	
		実績値	968	—	0	-505	-35	210			
KPI②	施設利用者数(観光情報拠点施設) (単位:人)	目標値		—	1,000	1,500	1,000	1,500	○	1600%	
		実績値	143,000	—	0	-93,000	1,926	24,000			
KPI③	施設利用者の満足度(観光情報拠点施設) (単位:%)	目標値		—	50	60	70	80	○	103%	
		実績値	0	—	0	81	84	82			
7. 事業効果の内容・詳細											
●施設環境の整備が施設の魅力アップにつながり、利用者の満足度が向上した。											



堀川遊覧船大手前乗船場

デジタル田園都市国家構想交付金(旧地方創生拠点整備交付金)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の拠点づくり事業										
2. 事業主体	松江市										
3. 事業費 2022(令和4)年度以前の実績額(単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)									28,268	
	交付金充当経費									13,412	
4. 事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ● 出雲かんべの里工芸館を手仕事の拠点として改修 <ul style="list-style-type: none"> ・展示販売コーナー ・コワーキングスペース ・インキュベーション工房 										
5. 事業の計画期間	2020(令和2)年4月 ~ 2021(令和3)年3月										
6. 本事業における重要業績指標(KPI)の成果										2022(令和4)年度	
	KPIの名称		事業開始前	2018(平成30)年度増加分	2019(令和1)年度増加分	2020(令和2)年度増加分	2021(令和3)年度増加分	2022(令和4)年度増加分	達成状況	達成率	
KPI①	工芸品の商談会における商談成立者数 (単位:万人)	目標値		—	—	2	5	5	×	0%	
		実績値	0	—	—	0	0	0			
KPI②	出雲かんべの里における工芸品の売上高(イベント・販売コーナー) (単位:千円)	目標値		—	—	0	1,000	1,000	○	367%	
		実績値	1,683	—	—	0	1,365	3,667			
KPI③	出雲かんべの里工芸館(事務所棟、かんべ茶屋を含む)来場者数 (単位:人)	目標値		—	—	—	1,000	1,000	×	39%	
		実績値	46,376	—	—	0	0	386			
7. 事業効果の内容・詳細											
<p>●本事業で整備した展示販売コーナーにおいて、作り手や工芸品の情報を発信したことにより、松江工芸の認知度や売上向上に効果があった。</p>											
											
出雲かんべの里											

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

1. 事業名称	24ForestPark ～24時間楽しめる24のコンテンツ～ 整備事業										
2. 事業主体	松江市										
3. 事業費 2022(令和4)年度以前の実績額(単位:千円)	総事業費 (※交付金以外含)									369,644	
	交付金充当経費									184,822	
4. 事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ● 宍道ふるさと森林公園を整備 <ul style="list-style-type: none"> ・ グランピング棟の新設 ・ クラブハウスのリノベーション ・ 屋根付きの多目的スペース ・ オートキャンプ場 										
5. 事業の計画期間	2020(令和2)年3月 ～ 2021(令和3)年3月										
6. 本事業における重要業績指標(KPI)の成果										2022(令和4)年度	
	KPIの名称		事業開始前	2018(平成30)年度増加分	2019(令和1)年度増加分	2020(令和2)年度増加分	2021(令和3)年度増加分	2022(令和4)年度増加分	達成状況	達成率	
KPI①	観光入込客数(外国人含む) (単位:万人)	目標値		—	—	25	26	0	×	—	
		実績値	974	—	—	0	0	214			
KPI②	施設会員登録者数(宍道ふるさと森林公園) (単位:人)	目標値		—	—	0	8,900	0	×	—	
		実績値	0	—	—	0	12,916	-884			
KPI③	施設利用者の満足度(宍道ふるさと森林公園) (単位:%)	目標値		—	—	3	8	4	○	100%	
		実績値	49	—	—	7	13	4			
7. 事業効果の内容・詳細											
<ul style="list-style-type: none"> ● 新しい施設の増により収入増となっている。 ● 「滞在型観光の拠点」としての機能を持たせることで、日帰りも含めた誘客拡大、滞在日数の増、更にはリピーター増による関係人口の増加にも波及した。 ● 県産材を一部取り入れることで林業の振興に寄与した。 											



松江市宍道ふるさと森林公園