

寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略 取り組み状況点検シート
令和3年度の取り組み

取り組みの概要 (Plan)

総合戦略事業名	エコノミックガーデニング推進事業(企業総合支援事業・創業支援事業)		
戦略事業責任者	環境経済部長	作成責任者	産業振興課長
		作成年月日	令和4年11月2日
担当部課名	環境経済部産業振興課		
基本目標	基本目標1 地域全体で「さむかわ」の経済成長を支え、安定した「しごと」を育みます		
施策名	施策1 きめ細やかな支援による経済規模の拡大と産業集積の促進		
目指すべき基本的方向	○地域経済の活性化に向け、本町に立地する企業の操業環境や経営課題などを把握し、的確な支援ができる体制を構築します。 地域の魅力を高め、多様な人材の流入を確保するため、新たなビジネスの創出や創業者を支援する環境を整備します。		

事業費の状況(単位:円) (令和3年度)	予算額	73,703,000
	決算(見込み)額	70,331,691

	指標名(単位)	基準値	実績値				
			目標値				
		R2	R3	R4	R5	R6	
KPI (重要業績評価指標)	相談・支援企業数(経営課題整理、事業計画、事業継承)(件)	15	26				
			16	17	18	19	
	創業者数(件)	20	27				
			20	24	24	24	
	小売業店舗数(件)	217	216				
			217	217	217	220	
	製造業で法人町民税の法人割を納めている企業数(件)	102	87				
			102	102	102	102	

取り組みの状況 (Do)

	取組項目	取組概要
事業の内容	商業振興事業	・創業支援セミナーのWeb会議ツールを活用した、オンライン実施 ・創業機運醸成を目的とした、創業成功事例セミナーの実施 ・特定創業支援事業修了者を対象とした、創業支援融資の利子補助金支援を実施 ・商店会への街路灯の電灯料補助 ・商店会のスタンプラリーやすいせんカード事業の補助 ・商業者支援としての住宅リフォーム等建築工事推進助成 ・商工会との連携、補助を通じて、町内商業振興への寄与
		予算額24,440,000決算(見込)額22,225,688
事業の内容	企業支援事業	・産業振興課内に経営等に関し専門的な知識を有する中小企業診断士3名を「寒川町地域経済コンシェルジュ」として委嘱・設置し企業総合支援を実施。 ・企業訪問、経営課題整理、事業承継診断、事業計画作成支援、PRレポートの更新支援、支援制度の立案と実施。 ・次世代経営者研究会のオンライン展示会の企画運営支援 ・国、県、金融機関、商工会など支援機関を構成員とする寒川エコノミックガーデニング推進協議会の運営。 ・町内製造業のリーダーを主な対象として、管理能力のスキルアップを図るリーダー研修会を実施。 ・県国等の新型コロナウイルス対策事業の情報提供、支援を実施。 ・中小企業活性化補助金、信用保証料補助金、施設整備利子補助金、事業資金融資利子補助金等の各種補助金支援を実施
		予算額48,663,000決算(見込)額48,106,003
事業の内容	企業等立地促進事業	・移転先を探している企業へ、不動産ネットワークを通じて、要望に合う土地が出た場合は提案を行った。 ・実際に移転が決まった企業に対して、企業等立地に関する税制優遇支援を紹介し、立地計画のヒアリングを行った。令和4年度に申請がある予定 ・特定の業種、かつ一定の規模を持つ特定工場の緑地規制に関する、工場立地法について寒川町準則条例の制定に向けたパブリックコメント等を実施した。
		予算額600,000決算(見込)額0

取り組みの検証／内部評価 (Check1)

KPI (重要業績評価指標)の達成状況に関する分析	・地域経済コンシェルジュ(中小企業診断士)による徹底した伴走支援の展開のより、支援企業数、創業者数などのKPIは達成しているものの、新型コロナウイルス感染症の長期化や原材料の不足・高騰など経営環境の変化が著しく、町全体でみると「製造業で法人町民税の法人割を納めている企業数(件)」が目標に達していない。 ・企業立地支援においては、工場立地法の町準則条例の制定前から特定工場から相談が多数あり、既存企業の流出防止に寄与するが期待される。		
取り組みの成果	・育成支援を行っているさむかわ次世代経営者研究会主催(町共催)のものづくりオンライン展示会(第2回)を実施。 ・事業承継支援を行っている企業1社の事業承継が行われた(親族内承継) ・町内金融機関と連携した同行支援を展開(2社) ・創業セミナーのオンライン化(動画)による受講者の増(機会創出) ・デジタル化に向けたIT経営簡易診断実施(2社) ・経営者の右腕となる製造リーダー研修会(part2)によるリーダー育成と社内課題の解決 ・事業計画策定セミナー(実践編)実施 ・高座のこころ実行委員会との連携着手(企業紹介) ・工場立地法準則条例の制定。		
取り組みの課題	・既存支援企業に対する支援は順調であるが、新規支援先の掘り起こしが課題。 ・新型コロナウイルス感染症が長期化し、製造業以外に対する積極的支援の必要性が生じている。 ・地域活性化に向け創業者の発掘、掘り起こしが課題。		
内部評価結果	☒ 現状維持(計画どおり)	☐ 要改善	☐ 抜本的な見直し
今後の取り組み	・製造業に対する支援対象を発掘するための御用聞き的な訪問の積極的展開。さらにこれまでの支援実績等の成功例の見える化。 ・新型コロナウイルス感染症の長期化に伴う、町内産業(特に商業)の現状把握と支援方策の検討。		

取り組みの検証／外部評価 (Check2)

KPIに対する事業の効果	☒ 有効であった ☐ 有効とは言えなかった
内部評価に対する評価	☒ 適当である ☐ 適当ではない
外部委員会からの意見	エコノミックガーデニング推進事業は、着実に成果を上げている。地道な取り組みを継続的にやっていることがその要因と考えられるため、今後の更なる発展を期待したい。 より広い視野でみると雇用者数の増減も重要な課題であることから、次期計画以降は常用雇用者の増加に向けた施策等、経営者が安心して雇用環境を維持できる環境支援などを検討すべきと考える。 新たな商工業の誘致・支援・育成に向け、田端地区や倉見地区のまちづくり等、再開発事業を視野に入れた企業誘致策や広報活動を検討すべきと考える。

取り組みの改善 (Action)

外部委員会からの意見を踏まえた今後の取り組み	本事業は、小規模製造業の経営資源などの実態を踏まえ、個社の成長を目指した伴走支援を継続的に展開することが肝要と考えています。常用雇用者増加に向けた施策としては、個社の成長を促すことが安定的な雇用環境に通じると考えるため、まずは重点支援先の掘り起こしと徹底した伴走支援を充実して行きたいと考えます。その個社支援を促す上での支援策についても継続的に検討・展開してまいります。 企業誘致の現状としては、さがみ縦貫道路やその地勢の利便性から、立地希望企業は多数あるものの立地可能な土地が不足していることが課題となっています。町では今後大きなまちづくりが位置付けられておりますので、商工業の発展に通じる誘致策を検討してまいります。
------------------------	--

寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略 取り組み状況点検シート
令和3年度の取り組み

取り組みの概要 (Plan)

総合戦略事業名	観光推進事業			
戦略事業責任者	環境経済部長	作成責任者	産業振興課長	作成年月日 令和4年11月2日
担当部課名	環境経済部産業振興課			
基本目標	基本目標2 「さむかわ」を知ってもらい、新しい人の流れをつくります			
施策名	施策2 アピールポイントの発見・創出と発信力の強化			
目指すべき基本的方向	○本町の知名度を向上させ、新たな人の流れを生み出し、定住につなげるため、本町の「売り」となる魅力や特色ある地域資源を有効に活用した「まち」のイメージアップにつながる取り組みを実施するとともに、効果的なタウンセールスを展開するなど、情報発信力を強化します。			

事業費の状況(単位:円)	予算額	21,578,000
(令和3年度)	決算(見込み)額	21,256,854

KPI (重要業績評価指標)	指標名(単位)	基準値	実績値			
			目標値			
		R2	R3	R4	R5	R6
	観光客数(万人)	201	169 198	198	200	200

取り組みの状況 (Do)

事業の内容	取組項目	取組概要			
	観光振興事業	・彼岸花まつりへの協力 ・株式会社タカラツシュの宝探しの地域向け宝探しネットワークへの参画 ・県事業の取り組みの中で、観光カードの作成及び観光WEBサイト(JFMサイト)への写真掲載 ・県政総合センターの協力のもと「旅なびガイド」を作成 ・鎌倉殿の13人関連の周知等(県作成のゆかりの地めぐり及びWEBサイト) ・町観光協会との連携 ・HP等での周知、ガイドアへの掲載、全国観るなびへの掲載等継続実施			
		予算額	21,578,000	決算(見込)額	21,256,854
事業の内容					
		予算額		決算(見込)額	

取り組みの検証／内部評価 (Check1)

KPI (重要業績評価指標)の達成状況に関する分析	町としては宝探しの地域向け宝探しネットワークへの参画や、観光協会側でも冬のひまわり等のイベント、ツアー等の取り組みを実施してもらっているものの、新型コロナウイルス感染症により、祭り等の各種イベントの中止や寒川神社への参拝者数の減少のため、観光客数の減少となっている。 各種周知の取り組み、地域向け宝探しネットワークへの参画等、現地に足を運ばずとも寒川を知ってもらう取り組みを行っているものの、大幅な観光客の増には繋がっていない。		
取り組みの成果	地域向け宝探しネットワークの成果について(令和3年12月15日から令和4年3月末まで) ・WEB参加者: 2,555人 ・現地参加者: 626人		
取り組みの課題	新型コロナウイルス感染症により人を集めるようなイベントの実施等が難しい場合、寒川町をどのように知ってもらうかを引き続き検討。		
内部評価結果	☐ 現状維持(計画どおり)	☒ 要改善	☐ 抜本的な見直し
今後の取り組み	withコロナの中で、感染症対策をしながらイベントを開催できる方法を模索。 寒川町を知ってもらうために、町内を周遊するための手段としてのシェアサイクルのポートの増設。 (令和4年4月時点で1箇所)		

取り組みの検証／外部評価 (Check2)

KPIに対する事業の効果	☒ 有効であった	☐ 有効とは言えなかった
内部評価に対する評価	☒ 適当である	☐ 適当ではない
外部委員会からの意見	KPIの実績値が目標値を下回っているものの、コロナ禍における行動制限の中、健闘していると評価できる。NHK大河ドラマ「鎌倉殿の13人」に関するさまざまな取り組みは、東京オリンピック2020の時に行った同様の取り組みと比べ認知度向上に効果的な事業であったと評価する。ブームとして一過性のものにするのではなく、今後の取り組みとしてマイクロツーリズム等、県内や関東地方の住民に訴求するプロモーションを検討していただきたい。 寒川神社はもちろんの事、梨などの特産物についても魅力ある観光資源であり、今後「観光資源の発掘と活用」を期待したい。 倉見地区のツインシティ整備や田端西地区のまちづくり等への観光要素の取り入れを検討するとともに、そのため のまち・ひと・しごとの専門分野の人材を幅広く集めた検討会を創り、取り組みを検討するべきと考える。 タカラッシュの取り組みはコンテンツとしての魅力を高めるために、訴求力のある工夫やストーリー作りが必要と考える。	

取り組みの改善 (Action)

外部委員会からの意見を踏まえた今後の取り組み	withコロナの中で、感染症対策をしながらイベントを開催できる方法を引き続き模索してまいります。また、今後も町観光協会や町商工会とも連携を図りながら、地域の活性化につながる取組を模索検討してまいります。 広域での取組としては、マイクロツーリズムの観点で湘南エリアの観光情報を載せたパンフレットを作成し、今年度は内容の一部修正を行いました。今後につきましては、新型コロナウイルス感染症の状況を鑑みながら、県外等への周知について検討を予定しております。 寒川町を知ってもらうために、引き続き町内を周遊するための手段としてのシェアサイクルのポートの増設を検討しつつ、どのように観光に結びつけるかを検討してまいります。 (令和4年10月時点で6箇所)
------------------------	--

寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略 取り組み状況点検シート
令和3年度の取り組み

取り組みの概要 (Plan)

総合戦略事業名	タウンセールス推進事業			
戦略事業責任者	企画部長	作成責任者	広報戦略課長	作成年月日 令和4年11月2日
担当部課名	企画部企画政策課/企画部広報戦略課			
基本目標	基本目標2 「さむかわ」を知ってもらい、新しい人の流れをつくります			
施策名	施策2 アピールポイントの発見・創出と発信力の強化			
目指すべき基本的方向	○寒川町の知名度を向上させ、新たな人の流れを生み出し、定住につなげるため、寒川町の「売り」となる魅力や特色ある地域資源を有効に活用した「まち」のイメージアップにつながる取組を実施するとともに、町内外に住む人々のニーズを的確に把握し、効果的なタウンセールス・プロモーションを展開するなど、まちの魅力向上と情報発信力の強化を行います。			

事業費の状況(単位:円)	予算額	46,421,000
(令和3年度)	決算(見込み)額	44,944,232

KPI (重要業績評価指標)	指標名(単位)	基準値	実績値				
			目標値				
		R2	R3	R4	R5	R6	
	町に対して良いイメージを持って転入した人の割合(%)	59	79				
			61	64	67	70	
	町民のブランドスローガン『「高座」のころ。』認知度(%)	31	—				
			—	33	—	35	

取り組みの状況 (Do)

事業の内容	取組項目	取組概要			
	広報プロモーション活動事業	令和3年度は、町で掲げるブランディング方針に基づき、町民や町外住民等とのコミュニケーションを重要視しながら、移住検討者に直接訴求できる場への積極的なアプローチをはじめ、移住定住ポータルサイトや移住相談窓口機能の充実、コロナ禍により都心から郊外居住地を探している層を新たなターゲットとした広告展開など、町外住民に向けた移住プロモーション活動を展開。 また、町民に対しては、可視化を通じたブランド醸成、「高座」のころ。実行委員会による取り組みを進めるとともに、町民の情報取得に関するニーズを踏まえたHPの一部リニューアルや動画の活用など情報発信力の強化を図った。			
		予算額	41,332,000	決算(見込)額	40,201,308
事業の内容	マーケティング推進事業	・寒川町の人口等の定量データをまとめる「寒川町マーケティングレポート」を構築し、毎月更新／確認する体制を整えた。 ・eマーケティングリサーチ制度(インターネットを活用したアンケート制度)により、「コロナによる情報取得の変化」「ごみの分別や出し方」「公園管理方法」「スポーツの取組状況」「町ホームページ」に関するアンケートを実施し、町民の意向を把握し、今後の取組検討に活用した。 ・寒川町LINE公式アカウントにてeマーケティングリサーチ制度の周知を実施し、登録者を増加し、調査制度の精度を向上させた。 ・ブランディングプロジェクトチーム活動を通して、ブランドの定義付けを行った。 ・マーケティング等にも活用できる考え方として若手職員向けにロジカルシンキング研修を実施した。 ・転入者アンケートを実施し、転入者の意向などを把握した。			
		予算額	5,089,000	決算(見込)額	4,742,924

取り組みの検証／内部評価 (Check1)

KPI (重要業績評価指標)の達成状況に関する分析	◎町に対して良いイメージを持って転入した人の割合(%) 目標値:61% → 実績値79% これまで移住検討者に対して展開してきた様々なプロモーション活動の成果が一定程度出ているものと考えられる。 具体的な取り組みとしては、寒川町を暮らしの場として良いイメージを持ってもらえるよう製作した「移住定住ポータルサイト」へと誘導するための「住宅情報サイト広告やSNS広告」の効果で、目標値と比較し+3万件以上のアクセスを獲得した。これにより、転入者の寒川町に対するイメージの向上につながったものと考えられる。 ◎町民のブランドスローガン『「高座」のころ。』認知度(%) ブランド浸透度調査については、R4.7月～8月に実施予定(隔年実施)
------------------------------	--

取り組みの成果	◎町外住民の認知度向上◎ ■コロナ禍がもたらした人の住居等に関する価値観の変化を踏まえたターゲティングによる広告展開とホームページや移住定住ポータルサイト等の移住相談窓口機能の充実を図った結果、ポータルサイトアクセス数は目標値である18,000アクセスを大きく上回る59,523アクセス（前年比+30,555アクセス）となった。 ■新型コロナウイルス関連やオリンピック関連等の動画を活用した情報発信を14本行った。とりわけ、ワクチン接種予約（Web編）については、約12万回の視聴回数となり、視聴対象者のニーズを踏まえた作成・編集により、町民のみならず多くの町外の方に寒川町を知ってもらう機会となった。 ■移住相談件数についても、前年度の2件を上回る9件（前年比+7件）となっており、今年度に入っても依然として増加傾向を推移している。 ■転入者におけるブランド認知度についても、以下のとおり右肩上がりで推移している。（窓口アンケート結果より） →【転入者窓口アンケート結果（R3.6.1～R3.3.31）】 ・ブランドマーク、ブランドスローガンを見たり聞いたことがある：17.9%（前回:12.6%） ・転入前にポータルサイトなどで寒川を調べた：16.7%（前回:19.2%） ◎町民の認知度向上と愛着心の醸成◎ ■「高座」のころ。実行委員会による取り組みとして、町立中学校3校の卒業生（415名）への卒業祝い品として、各校の教職員からのメッセージ動画、合唱祭の歌、町のPV等を記録したUSBメモリを贈呈する「USBメモリ贈呈プロジェクト」を実施し、愛着心とブランドの醸成を図った。 ■可視化を通じたブランド醸成として、HAYASHIウォーターパークサイン、給食センター外観デザイン、正面玄関リニューアルなど23点の媒体への可視化を行った。 ■フィルムコミッションでは、過去最高の成約件数である17件を獲得し、地域の子どものエキストラ出演など、貴重な社会体験の場を創出するなどジブシックプライドの醸成に資する取り組みを行った。 ・eマーケティングリサーチ制度の結果を踏まえ、テスト的に一部地域で1ヶ月間ごみの出し方を変更し、その地域の町民の意見を収集した。その結果を今後のごみの出し方のあり方検討に生かすこととなった。					
取り組みの課題	移住・定住先として寒川町が選ばれるためには、町の存在価値を高めながら、さらなるブランドの浸透と認知度向上に取り組んでいく必要があるため、町民の幸せと誇りに繋がるブランドスローガンを体現した「施策の構築」と「町民及び町外住民とのコミュニケーション体制の構築」が課題である。そのためには、職員などのブランディングやマーケティングの意識や知識の向上を図る必要がある。 また、町外住民（ターゲット）への直接的なアプローチのため、コロナ禍等により日々変化していく価値観の変化を捉えながら移住検討者の行動分析やポータルサイト内の情報の整理、コンテンツの拡充などに取り組む、移住検討者の玄関であるポータルサイトへの誘導を行う必要がある。					
内部評価結果	<table><tr><td>■現状維持（計画どおり）</td><td>□要改善</td><td>□抜本的な見直し</td></tr></table>			■現状維持（計画どおり）	□要改善	□抜本的な見直し
■現状維持（計画どおり）	□要改善	□抜本的な見直し				
今後の取り組み	○移住定住ポータルサイトへのさらなるアクセス数増のため、令和3年度に実施したアクセス解析の結果をもとに、令和4年度末までに既存コンテンツの内容更新や新規コンテンツの制作を行い、効果的な情報発信を行う。 ○町の魅力的な取り組みについて、効果的に町内外に発信するため、令和3年度、試験的に実施したPR Timesを活用したネットメディアへのリリースについて、令和4年度末までに12本展開する。 ○①正確な情報を町民に届けるため ②町民が安心して暮らすための情報提供のため ③町のイメージアップ・移住促進のため ホームページの全面リニューアルについて令和4年9月末を目途に実施する。また、リニューアル完了後、令和4年度末までに、職員向け操作研修等、その質の維持向上のための取り組みを行う。 ○目標指標である町民のブランドスローガン「高座」のころ。認知度把握のため、令和4年7月～8月の間にブランド浸透度調査を実施し現状把握を行う。この結果をもとに新たな取り組みの構築を行う。 ○eマーケティングリサーチ制度などを活用し、町民ニーズやインサイトを踏まえた取組を実施する。					

取り組みの検証／外部評価（Check2）

KPIに対する事業の効果	<table border="1"> <tr> <td>■有効であった</td> <td>□有効とは言えなかった</td> </tr> </table>	■有効であった	□有効とは言えなかった
■有効であった	□有効とは言えなかった		
内部評価に対する評価	<table border="1"> <tr> <td>■適当である</td> <td>□適当ではない</td> </tr> </table>	■適当である	□適当ではない
■適当である	□適当ではない		
外部委員会からの意見	現状の人口増加の要因は、新型コロナウイルス感染症による働き方改革の影響が強く働いていることが考えられる。首都圏から地方に移り住む傾向は今後も続くと考えられ、安心安全な寒川町をアピールするには絶好の機会と思われるため、寒川町を転入候補地としている子育て世代に向け、子どもに係る施設の改修や魅力的な情報発信により、移住定住につなげる必要があると考える。		

取り組みの改善（Action）

外部委員会からの意見を踏まえた今後の取り組み	ブランディング開始以降、主に町内向けに、様々な媒体を通じた可視化等によるブランド醸成を実施してきたことで町民の皆さまに一定程度認知されてきている状況ですが、本取り組みの最終目的は、町のイメージが向上し、移住検討者から寒川町が「暮らしの場」として選ばれることであることから、町外の移住検討者に直接訴求していく効果的なプロモーションと魅力的な施策の展開が重要であると考えます。 こうしたことから、人口推移を注視するとともに、転入者アンケートやeマーケティングリサーチ制度などを活用して転入者や定住者のニーズを把握、分析して効果的なプロモーションと魅力的な施策展開に生かしてまいります。 プロモーションについては、これまでいただいたご意見も踏まえ、移住検討者が実際に移住するまでの「意識と行動態様」に則した3つの観点での取り組み（①寒川町を知ってもらう ②移住候補地としてもらう、住むことを決めてもらう ③住んで良かったと思ってもらう）を進めてまいります。 具体的には、以下の取り組みを中心に進めます。 ①認知度向上のための町外プロモーション【寒川町を知ってもらう】 フィルムコミッションをコンテンツとして、町HPやSNSでの発信はもちろんのこと、影響度が高い作品の撮影実績を重ねた上で露出機会を増やし効果的な情報発信を行ってまいります。 ②移住検討者の受け入れ態勢の整備・構築【移住候補地としてもらう、住むことを決めてもらう】 移住定住ポータルサイトに防災情報や実際に寒川町に移住した方の声等、寒川町での生活のイメージが感じられる新たなコンテンツを追加しPRを行ってまいります。 ③浸透度向上のためのブランド醸成活動【住んで良かったと思ってもらう】 ブランドの可視化は進んでおり一定の効果が出ているものの、ブランドを体現した町の取り組みが十分でないことから、引き続きブランドを体現した施策構築を進めてまいります。
------------------------	--

寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略 取り組み状況点検シート
令和3年度の取り組み

取り組みの概要 (Plan)

総合戦略事業名	結婚・出産・子育て環境整備事業			
戦略事業責任者	学び育成部長	作成責任者	子育て支援課長	作成年月日 令和4年11月2日
担当部課名	学び育成部子育て支援課/学び育成部学び推進課			
基本目標	基本目標3 子育て世代が安心して子どもを産み育てやすい環境をつくります			
施策名	施策3 結婚から子育てまでの切れ目ない支援の充実			
目指すべき基本的方向	○寒川町への転入理由として、仕事のほかに結婚・出産が多いことから、結婚・出産を契機とした近隣市からのさらなる流入増加を図りながら、出生数の増加につなげるため、出産や子育ての経済的負担や悩みの軽減、子育てと仕事が両立できる環境づくりなど、各ライフステージにおいて切れ目ない支援を実施します。			

事業費の状況(単位:円)	予算額	491,298,062
(令和3年度)	決算(見込み)額	476,267,543

KPI (重要業績評価指標)	指標名(単位)	基準値	実績値				
			目標値				
		R2	R3	R4	R5	R6	
	子育て支援センター利用者数(人)	(R1) 8521	3722				
			9490	9540	9610	9670	
	子育て支援センター利用者の満足度(%)		94				
			100	100	100	100	
	待機児童数(保育園)(人)	4	1				
			0	0	0	0	
	待機児童数(児童クラブ)(人)	26	0				
			0	0	0	0	

取り組みの状況 (Do)

事業の内容	取組項目	取組概要
事業の内容	子育て支援事業	子育て支援センター事業として、子育て相談、仲間づくり、地域の子育て支援情報の提供等を行うとともに、ファミリー・サポート・センター事業として、育児の援助を受けたい人を行う人を会員とする一時預かり事業を行った。 また、乳児全戸訪問や養育支援訪問、子育て支援相談員による子育て相談や虐待相談を通じて、児童虐待の防止及び早期発見に努めた。
		予算額 36,472,500 決算(見込)額 35,998,796
事業の内容	母子保健事業	妊婦健診、産婦健診、新生児聴覚検査の公費負担を行うとともに、里帰り等でこれらの費用補助券を使用できなかった人には、申請にもとづく償還払いにより費用助成を実施し、経済的負担の軽減を図った。
		予算額 27,228,400 決算(見込)額 23,573,832
事業の内容	子育て世代包括支援センター事業	妊娠届出時にすべての妊婦に面接することで状況を把握し、支援の必要な妊婦の継続的な支援を実施した。 また、産後、育児に対する強い不安のある妊婦を産後ケアに結びつけ不安の軽減を図った。
		予算額 4,659,762 決算(見込)額 4,121,998
事業の内容	保育環境充実事業	老朽化した保育所等を修繕することに対する補助金や新設の保育所等の施設整備に対する補助金を交付し、保育環境の充実を図った。 また、保育所や幼稚園等で実施する一時預かり事業に対して補助金を交付し、事業の充実を図った。
		予算額 360,991,400 決算(見込)額 361,459,350
事業の内容	児童クラブ運営事業	保護者が労働等により放課後家庭にいない児童に対し、適切な遊びや生活の場を与え、児童の健全な育成の推進を図った。 令和3年4月に新たな児童クラブを整備し旭小学校区の待機児童の解消を図った。
		予算額 61,946,000 決算(見込)額 51,113,567

取り組みの検証／内部評価 (Check1)

KPI (重要業績評価指標)の達成状況に関する分析	【子育て支援センター利用者数:未達成】新型コロナウイルス感染症の感染防止のため、利用者数を制限して開所したことにより、目標値を達成することができなかった。 【子育て支援センター利用者の満足度:未達成】利用者数は制限していたものの、利用した方の支援に対する満足度は高かった。 【待機児童数:未達成】令和3年度は目標値0を達成することはできなかったが、前年度実績値より減となった。育児休業からの復職や求職活動中などの要件に伴う0～2歳児の入所申込児童数が年々増加していることが要因と考える。 【児童クラブ運営事業:未達成】年度当初においては、旭小学校区に新たな児童クラブを開所したため、旭小学校区の待機児童は解消されたが、他の学校区においては、待機児童が生じている状況にある。また、夏休みを過ぎると退所する児童が増加し、定員割れとなる児童クラブがあり、年度末には、全児童クラブで待機児童が解消された。		
取り組みの成果	【子育て支援事業】過去の相談状況等を踏まえながら、コロナ禍で来所をためらう利用者へは、支援センターから電話で様子を訊くなど、子育ての不安や心配を抱える家庭に対する相談、見守りに努め、子育ての悩み等を軽減することができた。また、ファミリー・サポート・センターによる一時預かり等の事業により、子育てと仕事等の両立支援を図れた。 【母子保健事業】健診受診が途切れがちな妊婦へ電話による健診受診を促す支援と、健診費用補助券が使えなかった場合の償還払いを行い、妊婦健診の適切な受診行動へつなげることができた。 【子育て世代包括支援センター事業】2名の母子保健コーディネーターが窓口や電話により、切れ目のない寄り添った支援を継続的に行った。継続支援延べ件数は3,067件であった。 【保育環境充実事業】既存園の内装等大規模修繕により保護者が安心して預けることができる施設とするための補助を通じて、保育環境の充実を図れた。また、令和4年4月から幼保連携型認定こども園に移行した幼稚園の園舎建築に対する補助を行い、保育所等の利用定員増が図れた。 【児童クラブ運営事業】令和3年4月に新たな児童クラブを整備し旭小学校区の待機児童の解消を図った。小谷小学校区の待機児童を解消するため、令和4年4月に児童クラブを増設するための準備を行った。		
取り組みの課題	【子育て支援事業】新型コロナウイルス感染症の感染防止のために子育て支援センターの利用時間・人数を制限したことから、利用経験や相談履歴がある方へは電話や手紙等による状況把握に努めているが、本当に支援が必要な方に十分に利用いただけているか測ることができない。 【母子保健事業】多胎妊婦への妊婦健診回数を増やすための国庫補助メニューが新設され、対応する必要がある。 【子育て世代包括支援センター事業】複雑な家庭事情や強い育児不安を持つケースが増加傾向にある中、令和3年度末で母子保健コーディネーターが1名退職し、早急に人員を確保する必要がある。 【保育環境充実事業】利用定員が増加しても入所申込も増加傾向にあり、待機児童の解消につながらない現状がある。また、町内施設の所在が北部地域に少ないことから、保護者の入所希望園にも偏りがあり、定員に満たない施設がある。 【児童クラブ運営事業】待機児童が生じている小学校区の児童クラブを増設するための保育場所確保。		
内部評価結果	■現状維持(計画どおり)	□要改善	□抜本的な見直し
今後の取り組み	【子育て支援事業】子育て支援センターでは、相談や見守り、情報提供等を着実にを行うために、利用しやすい環境の維持に努め、コロナ禍が続く場合は、ズームの活用等も含めた事業の実施手法について検討する。ファミリー・サポート・センターは、特に「まかせて会員」の数を増やすため、事業内容の周知等に引き続き取り組み、円滑な事業の実施を図る。 【母子保健事業】多胎妊婦への妊婦健康診査の費用助成を5回分追加する。 【子育て世代包括支援センター事業】母子保健コーディネーターの欠員補充を図る。 【保育環境充実事業】令和4年4月の待機児童の状況を確認し、今後予定されている新設施設等への補助を実施する。 【児童クラブ運営事業】待機児童が生じている小学校区の児童クラブを増設するための保育場所を確保し、待機児童の解消を図る。		

取り組みの検証／外部評価 (Check2)

KPIに対する事業の効果	■有効であった	□有効とは言えなかった
内部評価に対する評価	■適当である	□適当ではない
外部委員会からの意見	コロナ禍での取り組みは、非常に厳しい中で様々な事業を展開されていることは評価できる。今後、出生率の低下が心配されるので、その対策や事業展開について取り組んでいただきたい。 子育て支援センターの利用者数数が目標値に達していない点については、町民の方々の満足度が高いことの表れであると考えている。一方、KPIである「子育て支援センター利用者の満足度」の目標値については、現実的な数値の設定も含めて再度検証いただきたい。今後の取り組みとして、子育て中の親の孤立を招かないためにも、感染防止対策を徹底したうえで、支援センターによる対面支援を拡充していただきたい。 町民が安心して子育てできるように、出産できる産科が町内にあることが望ましいため、対策を検討していただきたい。ファミリーサポートセンター等、コロナ禍における利用環境整備について取り組んでいただきたい。 児童クラブの入所を諦めて申請すらできない隠れ待機児童を解消する必要があり、児童クラブに類似する事業者の支援等の検討をしていただきたい。 課題の中で「利用定員が増加しても入所申し込みも増加傾向」という評価があり、増加傾向の原因を今後探っていく必要があると考える。また、保育園等の利用者に対する調査等を実施することで次期戦略に生かせる取り組みの検討材料にできると考える。	

取り組みの改善 (Action)

外部委員会からの意見を踏まえた今後の取り組み	【子育て支援事業】 子育て支援センターでは、引き続き、相談に関しては利用制限をせず対応し、支援が必要と思われる状況にあっても自ら相談できない方等に対しては様々なアプローチやオンラインによる事業等を実施するとともに、新型コロナウイルス感染症の状況を見ながら、対面での支援の充実に努めます。 「子育て支援センター利用者の満足度」の目標値については、今後の実績を踏まえて目標値を検討してまいります。 ファミリー・サポート・センターでは、会員の活動中の万一の事故にそなえて、補償保険に一括して加入しております。また、コロナ禍においては、お子さんを預かってくださる会員の感染防止対策はもちろんのこと、お子さんに対しても感染防止のお約束をお伝えするなど対策を徹底しており、安心して活動できるよう今後も努めてまいります。 【母子保健事業】 町内に出産できる産科がない状況であることは、町としても憂慮しているところです。現状では、近隣市に複数の出産できる産科があり「受診する産科がない」との相談はいただいておりますが、今後、近隣市に出産できる産科の状況なども把握し、町内に出産できる産科の必要性などについて検討してまいります。 【子育て世代包括支援センター事業】 課題である母子保健コーディネーターの欠員補充に努めながら、妊産婦の状況把握や産後ケアの適切な提供により、「子育て支援事業」とともに「子育て中の親の孤立を招かない」よう切れ目のない支援に努めてまいります。 【保育環境充実事業】 保育所入所は要件が決まっており、それ以外の理由で入所することはできませんので、入所申込児童の増加傾向の要因については、今後、申込理由を精査・分析しながら、事業運営の参考にしていくよう努めてまいります。 【児童クラブ運営事業】 児童クラブは、異年齢の児童が交流する場でもあり、あらゆる学年の入所希望者が入所できるよう、待機児童の解消に繋がる環境整備に取り組んでまいります。 施設については、学校敷地内の公設に限定してきましたが、民設民営団体など幅広く取り組むために、情報の把握にも今後努めてまいります。
------------------------	--

寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略 取り組み状況点検シート
令和3年度の取り組み

取り組みの概要 (Plan)

総合戦略事業名	魅力的な教育環境推進事業			
戦略事業責任者	教育次長	作成責任者	学校教育課長	作成年月日 令和4年11月2日
担当部課名	教育委員会学校教育課、教育政策課			
基本目標	基本目標3 子育て世代が安心して子どもを産み育てやすい環境をつくります			
施策名	施策4 魅力的な教育環境の充実			
目指すべき基本的方向	〇町に住む子ども達がこれからの社会を生き抜いていくための「生きる力」を身につけられるよう、これからの社会において必要となる英語やICTの活用技術、主体的に考えられる力の習得など、これから必要とされる魅力的な教育環境や教育内容の充実を図ります。			

事業費の状況(単位:円) (令和3年度)	予算額	145,100,526	※翌年繰り越し分含む:3,186,000円
	決算(見込み)額	140,563,107	※翌年繰り越し分含む:3,186,000円

KPI (重要業績評価指標)	指標名(単位)	基準値	実績値				
			目標値				
		R2	R3	R4	R5	R6	
	英語の勉強が好きな子どもの割合(%)	54	61				
			58	62	66	70	
	全国学力・学習状況調査における課題解決に向けて自ら考え、行動する子どもの割合(%)	71	79				
			73	75	77	80	

取り組みの状況 (Do)

事業の内容	取組項目	取組概要			
	グローバル教育推進事業	町内小・中学校すべてに1名のFLTを常駐配置し、児童生徒が授業時間だけでなく休み時間や部活動等にも英語を使ったコミュニケーションを図ろうとする姿が見られた。夏休みに予定していた、さむかわイングリッシュキャンプは、新型コロナウイルス感染拡大予防のため、全6回のうち、4回実施した。情報教育については、児童生徒に1人1台タブレット端末が整備され本格的な運用が始まった。導入当初に比べて、各校において積極的に端末を活用した授業展開が図られている。			
		予算額	135,580,526	決算(見込)額	131,648,239
事業の内容	教職員の資質向上事業	新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、教職員研修会(全4回)及び教育講演会のうち、教職員研修会1回のみ開催できた。「さむかわ学びっこ育成事業」においては、「主体的・対話的で深い学び」の実現に向けて、専門的かつ高度な指導助言ができる講師を外部から積極的に招聘し、各学校が授業改善に取り組んだ。			
		予算額	9,520,000	決算(見込)額	8,914,868

取り組みの検証／内部評価 (Check1)

KPI (重要業績評価指標)の達成状況に関する分析	・FLTの各校の常駐により、英語を使う必然性が生まれ、英語の勉強が好きな児童・生徒が増えてきている。 ・ICT機器を使うことが目的ではなく、資質・能力を身につけるために、効果的に活用することが求められている。今後も継続して計画的かつ効果的にICT機器を活用し、自ら考え、行動できる児童・生徒を育てていきたい。		
取り組みの成果	・外国語の授業だけではなく、休み時間や部活動の時間等、FLTとの触れ合う時間が長くなることで、英語でやり取りする機会が増え、児童生徒の英語や外国の文化等への関心・意欲が高まっている。 ・教職員研修会において講演された内容をもとに、教職員が学校現場において授業改善を行い、児童生徒の学習意欲につながっていると考え。 ・タブレット端末の活用促進が各校において図られており、授業の中で積極的に活用する姿が見られている。 ・各校の校内研究において、課題に応じた研究テーマを設定し、コロナウイルスの感染防止対策を講じた上で、外部講師を招聘し、可能なかぎり講演会や研究授業を行い、教職員の授業力の向上につながっていると考え。		
取り組みの課題	・新型コロナウイルス感染症が拡大してきた場合でも研修会を開催できるような開催方法を考えていく必要がある。 ・タブレット端末の更なる効果的な活用に向けて、今後も継続して授業研究の推進を図っていく必要がある。 ・コロナウイルスの感染状況が拡大している場合でも、研究授業において、学校間の交流がうまく図れるような方法を考えていく必要がある。		
内部評価結果	☒ 現状維持(計画どおり)	☐ 要改善	☐ 抜本的な見直し
今後の取り組み	・教職員研修会のオンライン開催について検討していく。 ・町研究課題部会等において、効果的なタブレット端末の活用方法について研究を深めていく。 ・学びっこ育成事業推進委員会を可能なかぎり実施できるよう、感染状況によってはオンラインで行えるようにし、各校の校内研究に関する情報共有と指導助言の機会を積極的に確保していく。		

取り組みの検証／外部評価 (Check2)

KPIに対する事業の効果	☒ 有効であった	☐ 有効とは言えなかった
内部評価に対する評価	☒ 適当である	☐ 適当ではない
外部委員会からの意見	ICTやAIを活用した学習について、予習・復習等の指導ができる人材を配置し、AI学習塾のような誰もが参加できる学びの場づくり等が必要と考える。子どもたちのICT環境の整備・拡充のためには専門的に統括する職員の設置が効果的であることから、教職員のためにICT相談部門や事務対応部門の整備について検討いただきたい。英語教育ではTokyo Global Gatewayツアーなど効果的な取り組みをされているが、全国学力テストにおける小学生の国語において神奈川県は全国34位となっていることから、例えば国語の入り口として読書を推奨していくなど国語学力の改善を考えていただきたい。障がいのある子や外国から転入してきた生徒に対する理解を深め、教育の充実を進めるとともに、町民が教育への関心を持てるような情報発信をしていただきたい。	

取り組みの改善 (Action)

外部委員会からの意見を踏まえた今後の取り組み	・外国語教育においては、国語の力が基礎となることから、引き続き朝の読書の時間等を確保し、読書から語彙を増やしたり豊かな表現などを身につけられるように取り組んでまいります。また、外国とつながりのある子が増えてきていることから、ICTの翻訳機能等を活用しながら日本語の学習や指導等を行うことができるような体制づくりに努めてまいります。 ・学校現場が円滑にICT教育を推進することができるよう専門性の高いICT支援員を配置し、授業での活用方法等や操作方法等の相談ができるようサポート体制の構築を図っております。今後も、学校現場の声に寄り添って運営するとともに、学校の実情に応じて支援員を増員できるよう取り組んでまいります。
------------------------	---

寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略 取り組み状況点検シート
令和3年度の取り組み

取り組みの概要 (Plan)

総合戦略事業名	安心なまちづくり整備事業			
戦略事業責任者	町民部長	作成責任者	町民安全課長	作成年月日 令和4年11月2日
担当部課名	町民部町民安全課			
基本目標	基本目標4 発展し続けるまち「さむかわ」をみんなでつくります			
施策名	施策5 さらなる安心した暮らしのための防犯対策の充実			
目指すべき基本的方向	○安心して暮らせるまちを実現するため、地域の防犯対策や子どもを見守る活動の充実などを町民との協働により進め、地域の防犯力の向上を図ります。			

事業費の状況(単位:円)	予算額	32,274,000
(令和3年度)	決算(見込み)額	30,609,311

KPI (重要業績評価指標)	指標名(単位)	基準値	実績値				
			目標値				
		R2	R3	R4	R5	R6	
		83	31				
	空き巣、自転車盗、ひったくりの年間発生件数(件)		77	74	71	68	

取り組みの状況 (Do)

事業の内容	取組項目	取組概要			
	防犯対策推進事業	犯罪抑止を図るため、一之宮分庁舎(防犯連絡所)を拠点とした防犯アドバイザーと防犯相談員による町内全域のパトロール、職員による青色回転灯装備車での町内走行、JR倉見駅の自転車等駐車場への防犯カメラの設置・既存防犯カメラの維持管理、防犯灯設置要望14箇所を含む合計18箇所の設置及び維持管理、新入学児童の安全・安心の確保のための防犯ブザーの購入、茅ヶ崎警察署生活安全課講師による防犯講話、振り込め詐欺から町民を守るため町特殊詐欺被害防止機能付電話機等購入費補助金の交付を行った。※例年実施している「防犯キャンペーン」については、コロナ禍のためR2年度に続きR3年度についても中止した。			
		予算額	32,274,000	決算(見込)額	30,609,311
事業の内容					
		予算額		決算(見込)額	

取り組みの検証／内部評価 (Check1)

KPI (重要業績評価指標)の達成状況に関する分析	町民から要望のあった箇所等への防犯灯設置により、防犯上不安な暗闇を減らすことで、町民の安心・安全の確保に努めた。また、一之宮分庁舎(防犯連絡所)を拠点とした町内のパトロール等やJR倉見駅自転車等駐車場への防犯カメラ設置で、犯罪抑止力を高めた。		
取り組みの成果	防犯灯並びに防犯カメラの設置により、町内における「空き巣、自転車盗、ひったくりの年間発生件数」を減少させることができた。(令和2年計50件、令和3年計31件)		
取り組みの課題	KPI(重要業績評価指標)の目標値は達成しているものの、未だに刑法犯罪が発生している。従前から行っている、防犯キャンペーンの継続実施及び町職員による青色回転灯を装備した公用車での防犯パトロールの実施を徹底していく必要がある。		
内部評価結果	■現状維持(計画どおり)	□要改善	□抜本的な見直し
今後の取り組み	町内における犯罪発生件数は、年々減少傾向にあるが、特殊詐欺の巧妙化等による被害も依然として発生しているなかで、町民の不安感は、まだ改善されていないと考え、引き続き防犯灯や防犯カメラの設置に加え、様々な啓発活動を実施していく。 また、R3年度に続き、R4年度までとなるが、電話による特殊詐欺被害をなくすため、「寒川町特殊詐欺被害防止機能付電話機等購入費補助金交付要綱」(令和3年4月1日に制定)により、被害者となりうる可能性の高い高齢者(70歳以上)に対して、購入に対する補助金を交付する。(令和3、4年度時限)		

取り組みの検証／外部評価 (Check2)

KPIに対する事業の効果	■有効であった	□有効とは言えなかった
内部評価に対する評価	■適当である	□適当ではない
外部委員会からの意見	防犯カメラの設置については、適切な設置基準のもとに取り組みを進めていただきたい。 LEDの防犯灯が全町的に設置されていることは評価する。今後も引き続き防犯・減犯につなげられる取り組みをお願いしたい。小中学校のPTA等から要望が出ている通学路の整備にも積極的に対応をしていただきたい。 今年度から町内交番が2か所体制になったことや、駅の無人化、消防広域化による消防団の役割の変更など地域の安心に関係する体制が変化していることから、これまでの取り組みを維持できるよう努めていただきたい。	

取り組みの改善 (Action)

外部委員会からの意見を踏まえた今後の取り組み	防犯カメラの設置については、公共施設より設置を進めてまいります。 防犯灯設置については、自治会等により要望があり、設置箇所の状況を踏まえ、積極的に設置を行ってまいります。 PTA等から要望のある通学路の整備については、横断歩道や一時停止、止まれの表示については、茅ヶ崎警察署へ要望をしてまいります。道路の補修等については、関係各課へ要望してまいります。 交番が2か所減りましたが、茅ヶ崎警察署よりアクティブ交番(移動交番)を町内3か所を巡回して設置し、地域の安心を維持できるよう努めてまいります。 消防の広域化に対する不安について、消防の広域化は消防本部の統合であり、消防団の統合ではありませんので、消防団は今までと変わらず町の災害に出動します。消防団についても新たな資機材や装備品を配備しており、災害現場では、統合により消防力が強化された茅ヶ崎市消防本部と協力し、引き続き町を守ってまいります。
------------------------	--

寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略 取り組み状況点検シート
令和3年度の取り組み

取り組みの概要 (Plan)

総合戦略事業名	若者参画推進事業			
戦略事業責任者	町民部長	作成責任者	町民協働課長	作成年月日 令和4年11月2日
担当部課名	町民部町民協働課			
基本目標	基本目標4 発展し続けるまち「さむかわ」をみんなでつくります			
施策名	施策6 まちづくり活動への若い世代の参加・参画の促進			
目指すべき基本的方向	○地域の活性化を図り若い世代から選ばれる「まち」となるよう、これまでに進めてきた町民との協働の取組をさらに強化するとともに、若者参画コミュニティを中心に若い世代のまちづくりへの参加をさらに促進します。			

事業費の状況(単位:円)	予算額	500,000
(令和3年度)	決算(見込み)額	500,000

KPI (重要業績評価指標)	指標名(単位)	基準値	実績値			
			目標値			
		R2	R3	R4	R5	R6
	若い世代による協働に向けた取り組み件数(累計)(件)	6	10			
			7	8	9	10

取り組みの状況 (Do)

事業の内容	取組項目	取組概要			
	協働推進事業	令和4年度実施事業の事前相談を令和3年4月5日から5月7日の間に受け付けた。11月12日に事業選考委員会にて、協働事業提案団体からのプレゼンテーション及び提案事業の採択をした。また同日、令和3年度実施事業の中間報告会を開催した。年間を通じて随時、協働事業の進捗状況を確認した。			
		予算額	500,000	決算(見込)額	500,000
事業の内容					
		予算額		決算(見込)額	

取り組みの検証／内部評価(Check1)

KPI (重要業績評価指標)の 達成状況に関する分析	若い世代による協働に向けた取り組み件数(累計)について、令和4年1月27日(木)ZOOMによりオンライン開催した「まちづくり懇談会特別企画 若者・子育て世代編～河西工業労働組合と寒川町長との懇談～」により指標は達成した。		
取り組みの成果	【協働推進事業】コロナ禍ではあったが、感染防止対策をし、令和3年4月から令和4年度実施協働事業の事前相談を実施した。例年8月に開催している事業選考委員会を11月に延期し、協働事業提案団体からのプレゼンテーションを行い、3つの提案事業が採択された。また、令和3年度実施協働事業の中間報告会を同日に開催し、協働事業の進捗状況の確認及び提案団体への助言等が行われた。		
取り組みの課題	【協働推進事業】協働事業や住民活動の拡大が困難である。コロナ禍により、町民ボランティア登録団体や町内NPO団体との意見交換や情報共有が図れなかった。町民ボランティア登録団体の会員の高齢化に伴う登録団体数の減少及びコロナ禍に伴う地域活動の減少が見られた。		
内部評価結果	☒ 現状維持(計画どおり)	☐ 要改善	☐ 抜本的な見直し
今後の取り組み	【協働推進事業】協働事業や住民活動の拡大を図るため、協働事業提案制度の継続や周知を行う。コロナ禍においても感染防止対策を行い、ズームなどオンラインによる開催方法も検討し、町民ボランティア登録団体や町内NPO団体との意見交換及び情報共有等の機会の創出を行い、合わせて、団体の活動を周知し新規会員の獲得を支援する。また、職員への協働研修を行い、協働の知識を深め各課等における協働の取り組みの創出を図る。		

取り組みの検証／外部評価(Check2)

KPIに対する事業の効果	☒ 有効であった ☐ 有効とは言えなかった
内部評価に対する評価	☒ 適当である ☐ 適当ではない
外部委員会からの意見	若い世代による協働の取り組みは効果的であるため目標値を上げて取り組み件数をさらに増やしていただきたい。若者を主体とした各方面の団体等と意見交換し、若者が参加しやすい会議体を町が設置し、行政と若者の協働による取り組みを醸成する必要があると考える。町は若い世代の活動情報を広く町内外に発信し寒川町の魅力創出にもつなげていただきたい。 結婚出産子育て環境整備事業やタウンセールス推進事業で関わった若者が、他に地域活動へも参画する流れを作り出せば良いと考える。そのためにも若者が参画する団体への積極的なサポート体制を整えていただきたい。

取り組みの改善(Action)

外部委員会からの意見を踏まえた今後の取り組み	若者会議の取り組みについて、若者の団体である「まちびとすたいる」は、寒川町が将来にわたり持続的にいきいきとした町に発展していくよう、若者に対するまちづくりへの参画を促進する活動を行っております。新型コロナウイルス感染症拡大により、今年度は具体的な事業の見通しが立っておりませんが、町としては、今後も団体とともに継続可能な活動を進められるよう支援してまいります。 令和3年度に開催した第24回まちづくり懇談会は、開催以来初めてオンラインで開催し、まちづくり推進会議委員がコーディネーターを務めました。今後も、より一層若者が参加できる仕組みづくりや情報発信を進めるため、SNS(フェイスブック、ツイッター)や広報紙、町公式ライン等を活用し、幅広い世代の目に触れるよう工夫し、事業を行ってまいります。 また、令和3年度寒川町みんなの協働事業提案制度に採択された協働事業実施団体に若い世代を含むボランティア団体がいるため、協働事業の実績を活かし、若者が活躍している様子などを町内外に広く周知してまいります。なお、現在も実施している地域活動やボランティア、寒川町町民ボランティア団体等登録制度について、広報紙への掲載やSNS(フェイスブック、ツイッター)、本庁舎1階デジタルサイネージなど、若者に届くような視点で活動を紹介し、町内外への周知を進めてまいります。
------------------------	---

寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略 取り組み状況点検シート
令和3年度の取り組み

取り組みの概要 (Plan)

総合戦略事業名	快適なまちづくり推進事業				
戦略事業責任者	都市建設部長	作成責任者	都市計画課長	作成年月日	令和4年11月2日
担当部課名	都市建設部都市計画課				
基本目標	基本目標4 発展し続けるまち「さむかわ」をみんなでつくります				
施策名	施策7 より快適な生活環境の充実				
目指すべき基本的方向	○すべての人が安心して快適に暮らせるよう、今後の高齢化の進展を見据えた公共交通の利便性向上やICT 技術等の活用を図ります。				

事業費の状況(単位:円)	予算額	60,156,000
(令和3年度)	決算(見込み)額	56,843,091

KPI (重要業績評価指標)	指標名(単位)	基準値	実績値				
			目標値				
		R2	R3	R4	R5	R6	
	1ヶ月あたりのコミュニティバス利用者数(人)	5,397	4,399				
			4,200	4,260	4,320	4,380	

取り組みの状況 (Do)

事業の内容	取組項目	取組概要			
	公共交通充実促進事業	①コミュニティバス「もくせい号」は、町内の交通不便地域の解消や交通弱者の機動性の確保等、移動支援が必要な住民のために運行をしている。社会的背景や住民ニーズ等を受けて、平成27年10月から土・日曜日の運行を開始した。また、平成31年4月1日から、地域住民からの要望により、東ルートの一部延長、バス停を1基新設(小動北バス停)し、実証運行を開始した。 ②JR相模線宮山駅の駅舎改修に伴うトイレの設置についてJR東日本横浜支社と協議を進め、令和4年3月にJR東日本管理のトイレの設置工事が完了し、供用を開始した。 ③コミュニティバス及び海老名駅-寒川駅間路線バスのPRのため隣接する藤沢市の一部地域でチラシの配布を行った。			
		予算額	60,156,000	決算(見込)額	50,843,091
事業の内容					
		予算額		決算(見込)額	

取り組みの検証／内部評価 (Check1)

KPI (重要業績評価指標)の達成状況に関する分析	イベントやホームページ等による啓発活動やパンフレットの配布等での周知、車両の更新・町ブランド導入による認知度向上により、令和元年度までは利用者が伸びてきたところであったが、R2年度からは新型コロナウイルス感染症に係る緊急事態宣言の発令や外出自粛要請等の影響により利用者の減少が続いている。		
取り組みの成果	①これまで少なかった土日利用者が近年増加傾向であったが、R2年度からは緊急事態宣言の発令や外出自粛要請等の影響により利用者の減少が続いている。withコロナへの対応を図り、快適な交通環境確保に取り組んでいる。 ②JRと適宜協議を行い、年度内に設置工事が完了した。 ③直接的な利用者への影響は不明		
取り組みの課題	①利用者増を図るため、新たな方法による利用促進策を模索し実行していくことが重要である。また、運行の効率化やサービス水準向上と運行形態の見直し等検討する必要がある。		
内部評価結果	☒ 現状維持(計画どおり)	☐ 要改善	☐ 抜本的な見直し
今後の取り組み	①③平成27年10月から住民ニーズの高かった土・日曜日の運行の実施により利便性の向上を図ったが、事業推進にあたっては、町・交通事業者・住民などがそれぞれの役割を担うことが重要であることから、ルート沿線上の施設や企業などと協力して周知を行い、住民へ利用を働きかけていく。また、田端西地区区画整理事業と連携し、コミュニティバスルートや企業バスの運行について協議を進める。		

取り組みの検証／外部評価 (Check2)

KPIに対する事業の効果	☒ 有効であった	☐ 有効とは言えなかった
内部評価に対する評価	☒ 適当である	☐ 適当ではない
外部委員会からの意見	「コミュニティバス及び海老名駅-寒川駅間路線バスのPRのためのチラシの配布」について、チラシ配布の効果検証として、例えばe-マーケティングリサーチ制度を用いたアンケート調査や割引QRをのせたチラシにしてデータをとるなど今後の取り組みに生かすための効果検証方法を検討していただきたい。 公共交通の利便性を向上するには、鉄道・路線バス・その他移動機関を含めた総合的な戦略が必要となり、近隣自治体との連携も含め、公共交通の在り方を検討していく必要がある。安心なまちづくり整備事業とも関係するが、使いやすい駅・バス停の整備推進、無人駅でも困らない体制、わかりやすい交通案内表示等について町民の意見を吸い上げて改善に努めていただきたい。	

取り組みの改善 (Action)

外部委員会からの意見を踏まえた今後の取り組み	令和3年度に実施したチラシの配布については藤沢市の住民を対象としてもだったためe-マーケティングリサーチ制度の対象とはならず、また一部地域の住民に対する割引は公平性の観点から難しいものではありますが、いただいた内容を検討し、今後の取組への参考とさせていただきます。 公共交通に係る総合的な戦略づくりとしては、現在、寒川町地域公共交通計画を策定するための地域の交通に係る分析を進めており、その内容について、学識経験者や交通関係事業者等で組織する地域公共交通会議において検討を進めております。 公共交通計画を策定することにより、まちづくり施策、観光施策との連携強化や関係事業者間の連携強化を図ることができるため、それらのメリットを活かしながら、公共交通の利便性の向上、及び改善に努めてまいります。
------------------------	--