

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6年度の取り組み

	総合戦略事業名	主な事業担当課名	ページ
	シートの見方	—	2
1	エコノミックガーデニング推進事業	産業振興課	3
2	観光推進事業	産業振興課	5
3	タウンセールス推進事業	企画政策課 広報戦略課	7
4	結婚・出産・子育て環境整備事業	子育て支援課 保育幼稚園課	10
5	魅力的な教育環境推進事業	学校教育課 生涯学習課	13
6	安心なまちづくり整備事業	町民安全課	15
7	若者参画推進事業	町民協働課	17
8	快適なまちづくり推進事業	都市計画課	19

『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』の見方

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6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
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	〇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5年度)	予算額	169,264,900
	決算(見込み)額	161,929,276

KPI (重要業績評価指標)	指標名(単位)	基準値	実績値			
			目標値			
	R元		R3	R4	R5	R6
	相談・支援企業数(経営課題整理、事業計画、事業継承)(件)	15	26	32	30	30
			16	17	18	19
	創業者数(件)	20	27	29	25	35
			20	24	24	24
	小売業店舗数(件)	216(H28)	216	216	204	204
			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	92	99	96
			102	102	102	102

取り組みの状況(Do)

事業の内容	取組項目	取組概要	
		概要	実績
事業の内容	商業振興事業	・創業支援セミナーのオンライン化をしたことにより、年間通じてセミナーの受講機会を創出、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、街路灯の修繕補助、スタンプラリーの協力。 ・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。 ・寒川町にぎわい創出支援事業補助金を交付し、地域の活性化に対する支援。 ・2市1町の広域事業で、湘南ビジネスコンテストを開催し、創業を支援。	
		予算額	75,007,200
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4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。 ・中小企業活性化事業補助金、信用保証料補助金、施設整備資金特別融資利子補助金、事業資金融資利子補給金等の各種補助金支援を実施。	
		予算額	93,757,700
事業の内容	企業等立地促進事業	・ホームページを活用し、町内外企業に対して、企業立地等に関する税制優遇支援の紹介を実施。 ・町内企業の増設に対して、企業立地等に関する税制優遇支援の実施。	
		予算額	500,000

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により、相談・支援企業数(件)、創業者数(件)などのKPIは達成しているものの、原材料の高騰など経営環境の変化により、小売業店舗数(件)、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。
取り組みの成果	・平塚信用金庫と連携協定に基づき、町内中小企業の成長促進のため、月1回の定例会を通して、相互支援を実施したことにより連携強化が図られた。また、Web創業応援セミナーを共催で実施したことにより、創業者及び創業希望者の知識向上につながった。 ・創業セミナーのオンライン化(動画)により創業希望者の知識向上の機会創出につながった。 ・町商工会と連携し、経営分析セミナー、DXセミナーを実施。また、事業計画策定セミナー、創業支援セミナーを共催で実施したことにより、経営者等の知識向上につながった。 ・町商工会及び日本政策金融公庫と連携し、金融・経営相談会を実施したことにより、事業者の経営課題の解決の一助となった。 ・寒川エコノミックガーデニング推進協議会主催でさむかわ製造管理者ワークショップを実施したことにより、右腕人材となる管理者等の育成につながった。 ・町内企業(大企業も含む)の増設に向け、企業立地等に関する税制優遇支援の相談を実施したことにより、設備投資等の動機づけとなった。
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。 ・物価高等による社会経済情勢の変化により、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	・既存支援対象企業(重点支援先)に対する伴走支援の継続。 ・経営者コミュニティに対する側面支援の強化と自走化に向けてのプラン作成。 ・商業事業者に対する伴走支援の実施。 ・支援機関等の連携強化による新規支援先及び創業者の発掘、掘り起こし。 ・町内企業の増設に伴う企業立地等に関する税制優遇支援の周知・相談・サポートをする。

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	・企業等立地促進事業について、企業内で働く者への住宅・子育て等の支援施策を取り組むべきと考える。 ・近年、小規模店舗、製造業の廃業が多く見られる。後継者不足が原因の一つとなっているため、事業承継のマッチング等を企画しても良いのではないかと。

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	町の企業等の立地促進に関する条例の税制優遇を受けた企業に対して、一定の条件のもとで町内の方を雇用した場合に奨励金を交付する制度があるが、近年は利用がされていないため、条件等を変更する必要があると考えている。一方、住宅や子育て等の支援については、働く方への支援施策ではなく町全体での施策として実施しているため、本事業での対応は適当ではないと考えている。 全国的にも後継者不足による廃業が増加していると認識している。町ではエコノミックガーデニングのもと、町内外の関係機関や経済団体と連携して事業承継の支援に取り組んでいる。町の地域経済コンシェルジュ(中小企業診断士)が直接訪問し、事業承継の支援を行うほか、令和6年度には後継者の育成も兼ねた「さむかわ製造管理者ワークショップ」を開催した。神奈川県事業承継・引継ぎセンターでは、事業承継のマッチングとして後継者人材バンクへの登録など、様々な事業承継に関する支援を展開しているので、活用いただけるよう案内し、円滑な承継ができるよう取り組んでいきたいと考えている。
------------------------	---

【基本目標・施策名・目指すべき基本的方向】

この事業を実施する目的、目指すべき方向性が記載されています。
各事業の計画上の位置づけ(体系)は「総合計画2040第一次実施計画まち・ひと・しごと創生総合戦略(第2期)」に定められています。

計画書の128ページから139ページに、体系と各基本目標について記載されていますので、ご参照ください。



寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略(第2期)

【KPI(重要行政評価指標)】

この事業の目標を表した数値指標です。
活動指標(何をやったか)ではなく、
成果指標(どういった成果が上がったか)が記載されています。



第二期総合戦略(R3~R6)

【事業の内容】

各事業のKPIを達成するための「取組項目」とそれぞれの実績について記載されています。

各事業が各年度で実施する内容については、「寒川町総合計画2040第一次実施計画」に記載されています。

【事業と取組項目の関係性のイメージ】

(例) エコノミックガーデニング推進事業

KPI

達成!!

取組
項目

商業振興事業

企業等立地促進事業

【取り組みの検証／外部評価】

内部評価に対する外部評価(寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略策定等外部委員会)の結果が記載されます。

なお、本評価の位置づけや計画の推進体制については、まち・ひと・しごと創生総合戦略(第2期)をご確認ください。

【取り組みの改善】

外部評価における意見等も踏まえて、令和7年度以降どのような取り組みを行っていくかが記載されます。

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6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7年5月14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6年度)	予算額	169,264,900
	決算(見込み)額	161,929,276

KPI (重要業績評価指標)	指標名(単位)	基準値	実績値			
			目標値			
		R元	R3	R4	R5	R6
	相談・支援企業数(経営課題整理、事業計画、事業継承)(件)	15	26	32	30	30
			16	17	18	19
	創業者数(件)	20	27	29	25	35
			20	24	24	24
	小売業店舗数(件)	216(H28)	216	216	204	204
			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	92	99	96
			102	102	102	102

取り組みの状況(Do)

事業の内容	取組項目	取組概要			
		・創業支援セミナーのオンライン化をしたことにより、年間通じてセミナーの受講機会を創出、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、街路灯の修繕補助、スタンプラリーの協力。 ・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。 ・寒川町にぎわい創出支援事業補助金を交付し、地域の活性化に対する支援。 ・2市1町の広域事業で、湘南ビジネスコンテストを開催し、創業を支援。			
	商業振興事業	予算額	75,007,200	決算(見込)額	70,833,334
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4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。 ・中小企業活性化事業補助金、信用保証料補助金、施設整備資金特別融資利子補助金、事業資金融資利子補給金等の各種補助金支援を実施。			
		予算額	93,757,700	決算(見込)額	91,095,942
事業の内容	企業等立地促進事業	・ホームページを活用し、町内外企業に対して、企業立地等に関する税制優遇支援の紹介を実施。 ・町内企業の増設に対して、企業立地等に関する税制優遇支援の実施。			
		予算額	500,000	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により、相談・支援企業数（件）、創業者数（件）などのKPIは達成しているものの、原材料の高騰など経営環境の変化により、小売業店舗数（件）、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。		
取り組みの成果	・平塚信用金庫と連携協定に基づき、町内中小企業の成長促進のため、月1回の定例会を通して、相互支援を実施したことにより連携強化が図られた。また、Web創業応援セミナーを共催で実施したことにより、創業者及び創業希望者の知識向上につながった。 ・創業セミナーのオンライン化（動画）により創業希望者の知識向上の機会創出につながった。 ・町商工会と連携し、経営分析セミナー、DXセミナーを実施。また、事業計画策定セミナー、創業支援セミナーを共催で実施したことにより、経営者等の知識向上につながった。 ・町商工会及び日本政策金融公庫と連携し、金融・経営相談会を実施したことにより、事業者の経営課題の解決の一助となった。 ・寒川エコノミックガーデニング推進協議会主催でさむかわ製造管理者ワークショップを実施したことにより、右腕人材となる管理者等の育成につながった。 ・町内企業（大企業も含む）の増設に向け、企業立地等に関する税制優遇支援の相談を実施したことにより、設備投資等の動機づけとなった。		
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。 ・物価高等による社会経済情勢の変化により、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	・既存支援対象企業（重点支援先）に対する伴走支援の継続。 ・経営者コミュニティに対する側面支援の強化と自走化に向けてのプラン作成。 ・商業事業者に対する伴走支援の実施。 ・支援機関等の連携強化による新規支援先及び創業者の発掘、掘り起こし。 ・町内企業の増設に伴う企業立地等に関する税制優遇支援の周知・相談・サポートをする。		

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	・企業等立地促進事業について、企業内で働く者への住宅・子育て等の支援施策に取り組むべきと考える。 ・近年、小規模店舗、製造業の廃業が多く見られる。後継者不足が原因の一つとなっているため、事業承継のマッチング等を企画しても良いのではないかと考える。	

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	町の企業等の立地促進に関する条例の税制優遇を受けた企業に対して、一定の条件のもとで町内の方を雇用した場合に奨励金を交付する制度があるが、近年は利用がされていないため、条件等を変更する必要があると考えている。一方、住宅や子育て等の支援については、働く方への支援施策ではなく町全体での施策として実施しているため、本事業での対応は適当ではないと考えている。 全国的にも後継者不足による廃業が増加していると認識している。町ではエコノミックガーデニングのもと、町内外の関係機関や経済団体と連携して事業承継の支援に取り組んでいる。町の地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）が直接訪問し、事業承継の支援を行うほか、令和6年度には後継者の育成も兼ねた「さむかわ製造管理者ワークショップ」を開催した。神奈川県の実業承継・引継ぎセンターでは、事業承継のマッチングとして後継者人材バンクへの登録など、様々な事業承継に関する支援を展開しているので、活用いただけるよう案内し、円滑な承継ができるよう取り組んでいきたいと考えている。
------------------------	--

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6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7年4月14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) (令和6年度)	予算額	23,511,000
	決算(見込み)額	23,241,477

KPI (重要業績評価指標)	指標名(単位)	基準値	実績値			
			目標値			
		R元	R3	R4	R5	R6
	観光客数(万人)	202	169	190	216	251
			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	・町観光協会との連携 ・冬のひまわりの写真をデザインしたコルクコースターを作成、配布 ・神輿まつりへの参画 ・彼岸花まつりへの協力 ・湘南地域自転車観光推進協議会の事業として構成団体である各市町と協定を結んでいるスルガ銀行のSNSに各市町の観光スポットの動画等を投稿 ・湘南地区観光振興協議会にて、湘南観光ガイドブックを更新、千葉県と静岡県での県外キャンペーンを実施、及びInstagramを活用したフォトコンテストを実施 ・多言語観光サイト「ガイドア」の継続 ・株式会社タカラッシュの宝探しのクイズ内容を更新 ・スポーツデイに参画(びっちょり祭りの代替イベントとしての位置づけ)			
		予算額	23,511,000	決算(見込)額	23,241,477
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	令和5年度は、新型コロナウイルス感染症の影響が残っていたが、令和6年度はコロナ禍前に人流も戻り、また民放の影響もあり、多くの方が寒川町に来られたため、観光客数が増加したと考えられる。		
取り組みの成果	町観光協会では、町歩きツアーや冬のひまわり等の取り組みによる町のPRを実施しており、町として事業周知等で連携した。特に町歩きツアーの参加者数は、ツアー規模や回数の見直しにより前年度に比べ2倍強増となった（令和5年度370人、令和6年度1,029人）。 湘南地区観光振興協議会の県外キャンペーンでは、観光PRブースを設置するとともに、各市町の洋菓子やお茶等の販売や、ゆるキャラのイベントを実施することで、多方面からお客様を呼び込むことが出来た。また、県外キャンペーンでは、町のノベルティグッズ計700個と、観光パンフレット等計900個全てを配布しきることが出来た。フォトコンテストでは、計717件（内、寒川町50件）の応募をいただいた。 観光関連のホームページをリニューアルした。		
取り組みの課題	広域事業も含め、各イベント等にて、効果的な事業内容や周知方法について引き続き議論する。 シェアサイクルのポートの設置場所の確保が困難。		
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	引き続き町観光協会と連携を図っていく 広域の事業としては、他市町との連携や県外へのPR強化 シェアサイクルについては、引き続きポートの設置候補の検討、スルガ銀行との情報発信等		

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	・既存の観光資源には、限界があるのでは。観光を取り入れた新しいまちづくりとして倉見駅周辺や寒川神社周辺に、異色の町を創造し、観光化させたらどうか。 ・寒川町の観光振興において、町内に宿泊施設が一つも存在しない現状は大きな課題である。宿泊拠点がなくて、滞在時間が短く通過型観光にとどまり、観光消費額や町内事業者への経済波及効果が限定的になっている。近隣市町との競争や広域観光連携を考える上でも、宿泊機能の整備は不可欠である。民間事業者による小規模宿泊施設やゲストハウス、農泊など、多様な形態の宿泊施設誘致・開設を支援し、滞在型観光への転換を促進してほしい。	

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	近年では、既存の観光情報の提供等に加えて、寒川町の特色を活かした観光ガイド付きレイラインツアー等を観光協会が企画し、大変好評をいただき、多くの方に寒川町の魅力を知っていただいている。引き続き寒川町観光協会等と連携をし、町の魅力を発信していく。 宿泊施設については、令和3年度に町商工会においてビジネスホテル立地可能性検討調査事業を行ったところ、集会場・宴会場・研修室等を備えたコンベンション施設として寒川町及び周辺地域の産業振興に資する施設を検討することが望ましいのではないかとされた。一方で、寒川神社以外の観光資源が少なく宿泊を伴う観光客が集まりにくい状況にあるとの調査結果も出ているが、引き続き検討していく。
------------------------	---

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6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7年5月15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	○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） （令和6年度）	予算額	48,642,000
	決算（見込み）額	47,001,176

KPI （重要業績評価指標）	指標名（単位）	基準値	実績値			
		R元	目標値			
			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	80 ----- 75	80 ----- 77	79 ----- 79
	町民のブランドスローガン『「高座」のころ。』認知度（％）	31	- ----- -	28 ----- 33	- ----- -	31 ----- 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推進事業	令和6年度は、引き続きブランド価値を高めるために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、記念広報紙贈呈事業はじめ、移住検討者に対して直接訴求できる場への積極的なアプローチ、移住ポータルサイトや移住相談窓口機能の充実、東京近郊で居住地を探している層への広告展開など、町外に向けた移住プロモーション活動を展開した。 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、SNSによる情報発信を実施するとともにLINEプッシュ通知もリニューアルを行い、情報発信力の強化を図った。			
		予算額	47,364,000	決算（見込）額	45,917,107
事業の内容	マーケティング推進事業	【マーケティングリサーチ】 ・町人口や経済指標等の定量データをまとめたレポートによりモニタリング体制を整えた。 ・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、「環境に関する町民意識」「わたそうとバのバトンcoton」「自治会加入チランのリニューアル」「デジタル行政サービス活用」に関するアンケートを実施し、現状や取組の効果を確認し、今後の取組検討に活用した。なお、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、登録者数を増加し、調査制度の精度を向上させた。 ・転入者及び転出者向けのアンケートを実施し、転入出の意向などを把握した。 ・BIツールやオープンデータ等を活用し、根拠に基づいた政策を立案し、事業展開を行った。 【全庁的なマーケティング体制の構築】 ・職員向けにEBPM研修を実施し、根拠に基づいた政策立案の考え方を習得するとともにロジックモデルを作成するワークを実施した。 ブランドプロジェクトチームにおいて、民間マーケティング会社を講師に招き、有志の職員を対象にした施策形成トレーニング（研修）を実施した。 【ブランド推進】 ・職員の町ブランドの認識を向上させるためにブランドuser'sガイドブックを作成し、庁内に共有した。 ・ブランドプロジェクトチームにおいて、町のイメージが向上し、暮らしの場などとして選ばれるために町ブランドに沿った取組を検討・実施した。 ・町民向けにブランドの定着を図るために体験型の施策「coton」を実施した。また、職員がブランドを体現できるように「メンター制度」の運営支援を行った。			
		予算額	1,278,000	決算（見込）額	1,084,069
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:79％ → 実測値: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以上出ているものと考えられる。 具体的な取り組みとして、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WEB広告」の効果で、目標に対し100,000以上のアクセスを獲得した。 【町民のブランドスローガン『「高座」のころ。』（スローガンの意味）認知率（％）】 ・目標値:35％ → 実測値:31％ 各種町の取り組みや体験型の施策「coton」や「ころ。を灯す」などを通じて、町ブランドの認知度向上を図った。ブランドマーク及びスローガンの認知度はそれぞれ73%(前回61%)、64%(前回47%)と増加し、ブランドの可視化は進み、町民の多くはマークやスローガンを目にしたことがあるという結果になっている。 自由記載欄において、「マークだけが先行し、具体性がない」といった意見が散見されるなど、ブランディングを通じた町のメッセージが伝わっていない一方、「穏やかさ・優しさ・あたたかさを感じるか」は55%、「自分のまちとして誇りを感じるか」は57%と、「ブランドの中身知らないが、「穏やかさ、優しさ、あたたかさ」は感じている」ことが確認でき、「穏やかさ、優しさ、あたたかさ」とブランドを紐づけた発信や取組が必要であると考えられる。		
取り組みの成果	【人口動態】 ・令和7年4月1日時点人口は、48,889人であり、計画策定当初における人口ビジョン(R3.3改訂)の目標人口47,939人より、950人上回っている。 【政策立案(第3期まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定)】 ・少子化対策においては未婚率の上昇が大きな要因であること、また、結婚をきっかけとした転入出への有効性も踏まえ、住民ニーズも鑑みた上で、結婚支援に関する政策を立案し、事業化した。 ・定住人口に縛られない関係人口の施策を位置づけ、その中でも関係人口と相関の高いスポーツによる関係人口の獲得を目指した施策を位置付けた。 【町外住民の認知度向上】 ・住宅情報サイト及びWEBサイトへの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119,310アクセス(目標値+101,310アクセス)となった。 ・移住相談機能の充実を図るため、行政相談だけでなく、実際に寒川町で生活している町民の生の声を聞いてもらい、より寒川町をイメージしてもらうため、「高座」のころ。実行委員会及び移住サポーターによる相談体制を整えている。また令和6年度は、「高座」のころ。実行委員会委員長を講師に神奈川県主催の移住オンラインセミナーを実施した。 ・移住相談件数についても、令和3年度8件、令和4年度10件、令和5年度10件、令和6年度11件となっており増加傾向で推移している。 ・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5～6人に1人程度の割合で認知していただいている状況。(窓口アンケート結果より) →転入者窓口アンケート結果(R6.4.1～R7.3.31) ・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:17.0%(前回:20.0%) ・転入前にポータルサイトなどで寒川を調べた:17.0%(前回:16.9%) 【町民の認知度向上と愛着心の醸成】 ・ステッカー付のメッセージカードcotonについては、当初目標としていた10,000枚の配布を大きく上回り、約65,000枚の利用があった。また、eマーケティングリサーチ制度において、アンケートを行ったところ、認知度は約33.3%と低かったものの、「手書きならではのあたたかいコミュニケーションを楽しめると思うか」は約72.2%、「寒川らしさ(穏やかさ、優しさ、あたたかさ)を取り組みだと思いませんか?」は約63.3%と多くの方に共感をいただき、関係者へのころ。の幸せを届ける取り組みとなった。 ・採用2年目の職員を対象としたメンタリング制度においては、メンティ(採用2年目の職員)の意見からは、自身の業務状況や心理状況の整理といった本来のメンタリングに求められるものだけではなく、自身の業務だけでなく役場全体に視野を広げるきっかけとなったなど人材育成としての効果も得ることができた。 ・「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校の卒業生全員(413人)に対し、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、パリ五輪に出場する町内に縁のある選手の応援用のチラシや立て看板、クーリングシェルターや文化祭のグラフィック、地域通貨「さむかわペイ」のメインロゴなど約40点の可視化を行った。 ・フィルムコミッションでは、過去最高の成約件数である44件(前年比+21件)を獲得し、地域の方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シブシックブライドの醸成に資する取り組みを行った。また、令和4年11月より開始した町民エキストラ登録制度においては、令和6年度は285人(累計1,084人)から申請があった。 ・昨今、ネットメディア利用者が増えていることから、通常のプレスリリースに加え、PR Timesを活用したプレスリリースを実施。令和6年度は、12本のプレスリリースを配信し、445WEBメディアに掲載、53,744アクセスとなった。 ・町ブランド啓発として自動車用マグネットステッカーを作成し、郵便局を始め38企業及び69名の町民・町外住民の社用車などに貼ってもらい、ブランド啓発に協力していただいている。		
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、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み、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	☒ 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の更なるアクセス数を獲得するため、これまでのアクセス解析の結果等をもとに、既存コンテンツの内容更新を行うとともに、町のイメージが向上し、暮らしの場などとして選ばれるため、町での暮らしをイメージしやすく新規コンテンツ(先輩移住者の声を想定)を製作する。 ・新たなインターネット広告として、町にすでに関心を持っている方に対して、検索連動型広告を展開する。 ・町の魅力的な取り組みを、効果的に町内外に発信するため、PR Timesを活用し、ネットメディアを通じた情報発信を令和7年度は6本実施する。 ・ブランド啓発用エコバックを製作し、記念広報紙申請者やフィルムコミッションでのエキストラ参加者などに配布、町民の方々にも町ブランドのプロモーション活動に参加してもらう。 ・令和6年度に引き続き、可視化を通じたブランド醸成を促進するため、職員に対してマーケティングマネージャーによるデザイン講習会を実施し、各課等におけるブランディングの意識や知識の向上を図る。 ・ロケ地誘致をさらに効果的な取り組みとするため、エキストラ登録数やロケ地登録数の増に取り組み、多くの方にロケに関わってもらうことで、町への愛着心の醸成を図る。 ・マーケティングとブランディングを両輪とした取り組みを展開し、選ばれるまちを目指した取り組みを実施する。		

取り組みの検証／外部評価（Check2）

KPIに対する事業の効果	☒ 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	町民のブランドスローガン『「高座」のころ。』について、ホームページ等で見える機会は増えているものの、認知度目標値には達していない。どのようなものを指しているのかをわかりやすく明示したり、ブランドステートメントを前面に打ち出していく方策を検討すべきでは。

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	ブランドスローガン『高座のころ。』の認知度については、令和6年度に実施したブランド浸透度調査において、「ブランドの中身は知らないものの、生活の中で『穏やかさ・優しさ・あたたかさ』は感じている」方々が過半数に達していることから、そのすでに感じている「穏やかさ・優しさ・あたたかさ」を生かしたプロモーションが効果的であると考えている。 既存のプロモーションに加えて、ブランド啓発用エコバックを作成し、記念広報紙の申請者やフィルムコミッションのエキストラ参加者などに配布し、町からだけでなく町民の方々から町のブランドスローガン『穏やかさ・優しさ・あたたかさ』を伝えてもらう仕組みづくりを構築していく。
------------------------	---

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6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	子ども育成部長	作成責任者	子育て支援課長	作成年月日	令和7年5月15日
担当部課名	子ども育成部子育て支援課/子ども育成部保育幼稚園課				
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れます				
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のない支援を実施します。				

事業費の状況(単位:円) (令和6年度)	予算額	2,012,959,788
	決算(見込み)額	1,989,890,895

KPI (重要業績評価指標)	指標名(単位)	基準値	実績値			
			目標値			
		R元	R3	R4	R5	R6
	子育て支援センター利用者数(人)	8,521	3,722	6,010	7,986	9,473
			9,490	9,540	9,610	9,670
	子育て支援センター利用者の満足度(%)	-	94	97	94	95
			100	100	100	100
	待機児童数(保育園)(人)	5	1	7	2	3
			0	0	0	0
	待機児童数(児童クラブ)(人)	26	0	17	8	4
0			0	0	0	

取り組みの状況(Do)

事業の内容	子育て支援事業	取組概要			
		子育て支援センターにおいて、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	46,251,824	決算(見込)額	45,176,728
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	44,689,964	決算(見込)額	40,034,238
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母親を心身のケアや育児指導を受けることができる「産後ケア」に結びつけ不安の軽減を図った。			
		予算額	5,571,000	決算(見込)額	4,319,500
事業の内容	保育環境充実事業	令和7年4月に幼稚園から幼稚園型認定こども園への移行を希望している施設に施設整備に係る補助金を交付し支援を行った。計画どおり開所し、確保提供量が28名分増となった。 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。 保育士不足解消のため、町内の施設の協力を得て保育士等就職相談会を昨年度から引き続き開催した。			
		予算額	1,832,071,000	決算(見込)額	1,817,524,916
事業の内容	児童クラブ運営事業	保護者が労働等によりご家庭にいない児童に対して、放課後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。 また寒川小学校区の待機児童の解消のため、令和5年度にクラブを増設し、令和6年度から定員増となった。令和6年度当初には、一之宮小学校学区クラブの施設利用形態を改善し、定員増を図った。			
		予算額	84,376,000	決算(見込)額	82,835,513

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】利用者数は、前年度実績より1,487人増加したが、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】目標の100%は達成できなかったものの、利用した方の支援に対する満足度は高く、昨年度実績の94%とほぼ横ばいの95%であった。 【待機児童数（保育園）：未達成】令和5年4月に小規模保育事業が開所し、0～2歳児の定員が19名増となったことにより、待機児童は減となり2名だったが、令和6年度は3名と、前年度と比較し1名の増となった。育児休業からの復職や求職活動中などの要件で、低年齢児童の入所申込児童数が年々増加傾向にあることが要因と考えられる。 【児童クラブ運営事業：未達成】寒川小学校区及び一之宮小学校区において定員増を図り、待機児童数が減になったものの、目標値達成には至らなかった。共働き家庭の増加により、入所申込児童数が年々増えていることが要因と考えられる。		
取り組みの成果	【子育て支援事業】新型コロナウイルス感染症予防のためフリースペースの利用時間を30分短縮していたが、感染状況を踏まえ、10月中旬から利用時間の制限を廃止したこともあり、利用者数は回復傾向にある。来所が難しい利用者へは、支援センターから電話等で様子を伺い、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事業により、子育てと仕事等の両立の支援を図ることができた。 令和6年4月より精神保健福祉士1名を子育て支援相談員として増員し、養育支援訪問のべ41件、子育て支援相談員による子育て相談のべ794件実施することができた。（前年比：養育支援訪問19件の増、子育て相談84件の増）乳児全戸訪問は293件実施できた。（前年比15件の減） 令和6年11月ヤングケアラー実態調査を町内の小学4年生から中学3年生に実施した。 【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。令和5年2月から伴走型相談支援を実施しており、これまで以上に妊婦に寄り添った支援が展開できるようになった。 【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4,063件で前年度より389件増加した。産後ケア実利用人数は、令和6年度は93人で前年度より29人増加した。 【保育環境充実事業費】令和7年4月に認定こども園として開所予定の幼稚園が2ヶ年計画で改修工事等を行い、施設整備に対する補助を行った。開所したことで確保提供量が28名分増となった。 各施設で保育士不足が深刻な課題となっていることから、令和5年度から引き続き保育士等就職相談会を開催し、4名の保育士確保に繋がった。 【児童クラブ運営事業】寒川小学校区に待機児童が多く生じていることから、令和5年度に給食調理場の余裕スペースを利用し施設整備を行い、令和6年4月から定員増となった。また一之宮小学校区においても既存の施設の利用形態を改善し、令和6年7月から定員増を図ったことにより、年度末の待機児童数は減となった。		
取り組みの課題	【子育て支援事業】子育て支援センターの利用者数はコロナ前の状況に戻りつつあるが、本当に支援が必要な対象者に十分利用いただけているか測れていない。 出生数の減少に伴い全戸訪問の件数は減っているが、身体障害や精神疾患、経済苦など他問題を抱える養育者の把握が増え、養育支援訪問や子育て相談による子育て相談件数が増加している。 令和6年11月ヤングケアラー実態調査から、現状の確認や支援を行う人材の確保が求められている。 【母子保健事業】引き続き、伴走型相談支援のタイミングを活用しながら、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。妊婦健康診査費用助成額が、全国平均は109,719円（令和6年4月1日現在）のところ、町の助成額は77,000円と大きく下回っている。（神奈川県内平均78,644円令和6年4月1日現在） 【子育て世代包括支援センター事業】産後ケアのニーズが高まってきており、妊娠期から出産・子育てまで一貫して相談できるように、母子保健コーディネーター3人体制を維持することが必要である。 【保育環境充実事業費】低年齢児の入所申込児童数が多く、待機児童が目標値には達しなかった。既存園も新設園も保育士不足に苦慮している状況があるため、定員増と併せて保育士不足の解消が必要である。引き続き保育士等就職相談会を開催していくとともに、保育士等の確保、就業継続、離職防止等に繋がる金銭面の補助も検討していく。 【児童クラブ運営事業】待機児童が多く生じている学校区に対して施設整備等を行い、定員増を図ってきたが、令和7年度は南小学校区において待機児童が多く生じている状況がある。施設整備により定員増を図っても入所申込数に追いつかない状況があるため、施設整備だけではなく他の方法も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	【子育て支援事業】子育て支援センターでは、相談や見守り、情報提供等を引き続き着実に実施するとともに、利用の必要性のある人が利用するきっかけとなるような取組みを検討し、利用しやすい環境の整備を図る。ファミリー・サポート・センターでは、育児の援助を行う「まかせて会員」の人数を増やすため、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。ヤングケアラー支援に要する人材の確保を図る。 令和7年度から、児童虐待防止に関する事業を集約するために新設した、【子育て支援訪問等支援事業】に【子育て支援事業】から、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移行する。 【母子保健事業】県内市町村の妊婦健康診査助成についての動向を注視し、町としての助成額のあり方について検討する。事業に対する満足度調査を各種健診や相談、教室において実施し、対象者のニーズ把握に努め、必要時事業内容の改善を図る。 令和7年度から、【母子保健事業】は、乳幼児の健康の保持及び増進のための事業を行うものに集約する。 【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3人体制を維持し、産後ケアのニーズに対する支援の維持を図る。 令和7年度から、【母子保健事業】から妊産婦に関わる事業を切り出し、従来の【子育て世代包括支援センター事業】と併せ、妊産婦に関する事業を【妊産婦支援事業】に集約する。 【保育環境充実事業費】令和7年4月に幼稚園が幼稚園型認定こども園への移行し、確保提供量が28名分増となったので、今後の待機児童数の動向を注視していく。 今後も保育士等確保のための支援を実施していく。令和7年度から保育士宿舍借り上げ支援事業、保育体制強化事業に対する補助を行い、保育士等の確保、就業継続、離職防止に繋げる。 【児童クラブ運営事業】児童クラブは放課後保護者がご家庭にいない児童また保護者にとって、児童の生活の場であるため、今後もこの事業は継続していくが、待機児童の解消のために施設整備だけではなく、他の施策も検討していく必要がある。
---------	---

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	・出生率の低下はそもそも婚姻数の低下が原因かと思う。国からのサポートが見込めないのであれば自治体独自に未婚の若者へ結婚を促すサポートをしてみてもどうか。 ・子育てしやすい寒川にするため、産院が出来ることを望む。 ・「子育て支援センター利用者」について満足度は95%と非常に高いものの利用者数目標に達していない。前年より増加はしているので、より利用者の増加を目的に横に広げるような周知をより推進されたい。 ・子育て支援センターは立地がよくない為、利用者が制限されているように思われる。駅近くや役場近くにあると良い。 ・保育施設運営者としては、就職相談会が開催されることで、社員の確保につなげることができたため、今後も町が主体となって開催されれば、採用経費を子どもたちへのサービスや環境整備に還元することが可能となるので、引き続きの支援をお願いしたい。 ・児童クラブ待機児童について、今年度南小学校の待機が20人程出ている、小学2年生で通えない児童がいます。早急の対策をお願いしたい。以前ふれあいホールを建設できるまで使用していた事があります。ご検討お願いします。 ・サマースクールが中止になったことが残念である。

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	【子ども政策課】 第3期から、結婚を希望する方への支援として、未婚の理由として多く挙げられている『「出会いの機会」や「結婚資金」がない』といったことに対する支援を、国の補助金を活用しつつ行っている。今後、この支援の効果を踏まえてより良い支援の在り方を検討するなど、結婚支援に取り組んでいく。 【子育て支援課】 産院の確保については、全国的に産科医が不足している状況や、町内の出生率が減少している現状を踏まえると、町のみで進めることは難しい面があると考えている。近隣市には産院が所在していることから、状況を注視しつつ、要望等の機会があった場合には声を上げる等の対応をしていく。 子育て支援センターの利用者数については、これまで利用していない人の利用につながるよう、講座等の開催といった「利用のきっかけづくり」を行い、子育て支援センターの認知度の向上と利用の促進を図っていく。 子育て支援センターの立地については、公共施設の再編等を踏まえながら検討していく。 【保育幼稚園課】 就職相談会は、令和5年度から開催をしており、令和7年度も9月末に開催する。今回は土曜日の午前の部、午後の部の二部制にて開催をし、より多くの方が参加できるよう時間帯の設定していく。各保育施設からも継続してほしいという要望があるので、引き続き支援をしていく。保育士確保については、令和7年度から保育士宿舍借り上げ事業や保育体制強化事業に対する補助を新設したので、財政的な負担軽減に繋がるよう支援を行っていく。 児童クラブの待機児童への対策については、改めて令和8年度から3年間のサマースクールを実証実験的に行い、夏季休業期間だけの保育希望者が減ることでのどの程度待機児童対策として効果があるかを検証し、今後の方向性を検討していく。
------------------------	---

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6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7年5月13日
担当部課名	教育委員会学校教育課/教育委員会生涯学習課				
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れます				
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	○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6年度)	予算額	187,893,386
	決算(見込み)額	184,805,083

KPI (重要業績評価指標)	指標名(単位)	基準値	実績値			
			目標値			
		R元	R3	R4	R5	R6
	英語の勉強が好きな子どもの割合(%)	54	61	—	68	70
			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	76	82	84
			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、児童生徒が授業だけでなく休み時間や部活動等にも英語を用いたコミュニケーションを図る機会を充実させる。さらに、夏季休業中にさむかわイングリッシュキャンプを実施し、学校外でも英語を用いたコミュニケーションを図る機会を充実させる。また、町外国語推進リーダー研究会を通してFLTの効果的活用やAIを用いた授業改善など外国語教育の充実に向けた研究を推進する。情報教育については、町内小・中学校8校において、1人1台の整備されたタブレット端末を配備するとともに、ICT支援員を配置し、ICT機器活用の支援を行う。また、ICT担当者会及びICT支援員定例会を通じて、情報交換及び情報共有を行う。			
		予算額	176,834,386	決算(見込)額	174,017,512
事業の内容	教職員の資質向上事業	教育フロンティア専門指導員を各校に配置し、主に経験年数の少ない教員の指導・助言を行う。 教職員研修会を年間4回、教育講演会を年間1回実施し、今日的な教育課題に関する先進的な知識を深め、教職員の指導力及び対応力の向上を図る。			
		予算額	11,059,000	決算(見込)額	10,787,571

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ており、「英語の勉強が好きな子どもの割合」については、全国学力学習状況調査の児童・生徒質問紙調査より令和3年度は61.0%、令和6年度は69.8%と令和3年度よりも増加傾向が見られ、外国語を用いたコミュニケーションを楽しさを実感できてきている。 ・資質・能力を育むことができるよう、計画的かつ効果的にICT機器の活用した授業改善を行うことにより、自ら考え、行動できる児童・生徒を育めるよう取り組んだ。		
取り組みの成果	・教育フロンティア専門指導員を各校に配置することで、若手教員の授業力向上や、児童生徒指導、学級経営の質の改善につながった。 ・教職員研修会では、個を大切にする内容(PBS、人権、アレルギー、熱中症)を取り挙げた。研修後のアンケートでも「今後の実践にいかしたい」と回答した教員が多かった。 ・授業や会議、各種アンケート等、様々な場面でタブレット端末の活用が見られた。 ・授業以外の休み時間や清掃時間にも、自発的にFLTに英語でコミュニケーションをとる児童生徒が増えてきている。		
取り組みの課題	・英語を書く、英文を読む等の基礎的な部分のスキルアップに向けての取組が必要である。 ・FLTの活用方法について更なる研究を進めていく必要がある。 ・ICT機器について、授業における効果的な活用方法に向けて、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。		
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	・教育課題部会の外国語推進リーダー研究会等を通して、英語の授業改善や基礎的なスキルアップについて研究を行っていく。 ・ICT機器について、授業における効果的な活用方法に向けて、ICT担当者会等を通じて、今後も継続して授業研究の推進を図っていく。		

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	・グローバル教育の推進とあるが、見方によっては外国の英語教師を使って、欧米化教育を図るのか、疑問に思う。古い考えか分からないが、日本に生まれ育った日本人を育てる(読み書き・そろばん等)ことが大事ではないか。教師が効率化する為に行っているのではないかと考えてしまう。人間、必要に駆られれば外国語等は自ら学習すると思う。 ・英語の勉強が好きというのではなく、寒川で英語の学習をして役に立っているという質問の方がよいと思う。好きと聞くだけならいくらでも言える。 ・英検3級の補助金の件について、小学校5・6年より教科になっているので、英語に力を入れているのであれば、小学校にも補助枠を広げてほしい。

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	どんなに社会が変化しようとも、「時代を超えて変わらない価値のあるもの」としての「不易」の部分と同時に社会の変化に無関心であってはならない。「時代の変化とともに変えていく必要があるもの」としての「流行」の部分に大事にし、知・徳・体はもちろんのこと、時代の流れに柔軟に対応していくことが必要であり、多様性や多文化共生教育の面も含むグローバル教育をこれからも推進していく。 「好き」という気持ちは、学習や活動において強力な原動力となり、好きだからこそ自発的に取り組み、自分の能力を高めようとする意欲が湧く。外国人指導者が各校において積極的に児童生徒と関わることで、英語を使って話してみたいという意欲が湧き、実践的に英語を活用し、成功体験を積み重ねることで、英語能力の向上につなげることができる。そのために、外国人指導者は、英語以外の授業や休み時間、学校行事にも、引き続き積極的に参加するようにしていく。 中学2・3年生に対する英検3級相当の補助金については、今年度からの取組のため状況を注視しつつ今後の進展に応じた見直しを検討していく。
------------------------	---

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6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7年5月9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) (令和6年度)	予算額	27,850,126
	決算(見込み)額	27,842,936

KPI (重要業績評価指標)	指標名(単位)	基準値	実績値			
			目標値			
		R元	R3	R4	R5	R6
	空き巣、自転車盗、ひったくりの年間発生件数(件)	83	31	43	67	71
			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を青色回転灯装備車によるパトロールを行った。 夜間の犯罪などの抑制を図り安心なまちづくりを推進するため、町内全域のLED防犯灯約3700灯の更新工事を行ったほか、新たに11灯を設置した。 防犯講話、犯罪ゼロ街頭キャンペーンおよび、さむかわ安全・安心フェアにおいて防犯対策の啓発活動を行った。			
		予算額	27,850,126	決算(見込)額	27,842,936
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	以前より自転車盗が多く発生しているため、サークルロックを配布するなどの啓発活動を行ったが目標を達成することができなかった。		
取り組みの成果	LED防犯灯の更新や新設により防犯上不安な暗闇を減らすことで、町民の安全・安心の確保に努めた。 また、一之宮分庁舎（防犯連絡所）を拠点に青色回転灯装備車で町内パトロール等で犯罪の抑止力を高めた。		
取り組みの課題	多くの取り組みを行っているが、町内で多くの刑法犯罪が発生している。 交通事故については、自転車や高齢者に関する事故が発生している。犯罪については、高齢者を狙った特殊詐欺も多数報告されている。様々な啓発活動を行ってきたところであるが、そのやり方について検討していきたい。 また、交通事故では見通しが悪いなど、事故が発生しやすい環境があることも要因と考える。		
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	引き続き青色回転灯装備車による防犯パトロールの実施をするほか。茅ヶ崎警察署や関係機関と連携を図り、多様な媒体を用いて防犯活動を積極的に実施していく。		

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	特になし	

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	外部委員からの意見がなかったため、取り組みの検証／内部評価（Check1）の「今後の取り組み」のとおり
------------------------	---

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6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7年4月14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) (令和6年度)	予算額	4,064,560
	決算(見込み)額	2,645,795

KPI (重要業績評価指標)	指標名(単位)	基準値	実績値			
			目標値			
		R元	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	11	12	13
			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7年3月8日に開催したまちづくり懇談会特別企画(若者世代編～寒川ジュニアリーダーズクラブとの懇談～)について、町内在住の中学生から大学生までの7名と町長が懇談を行い、町の魅力や町に住みたい人を増やすアイデアについて話合った。 また、みんなの協働事業提案制度について、令和5年11月20日付で採択となった令和6年度採択事業について、補助金を交付した。実績報告会は翌年4月24日に開催した。			
		予算額	4,064,560	決算(見込)額	2,645,795
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	令和3年度時点で、令和6年度の「若い世代による協働に向けた取組件数（累計）」の指標は達成していた。令和7年3月9日に「まちづくり懇談会若者・子育て世代編（寒川ジュニアリーダーズクラブ）」を開催したため、さらに指標を上回る結果となった。		
取り組みの成果	まちづくり懇談会特別企画にて、中学生以上で構成されている町内在住の青少年の団体と町長が、町の魅力や課題、町の将来についてどのような取り組みが必要になるのかを話し合った。懇談会の中で意見された内容については、業務を所管する担当部署へ内容の共有を図った。町民が住みやすい町として認知されるよう、懇談会の記録や懇談会後に実施したアンケート結果を令和7年6月頃に町HPにて公開する。 また、令和6年度に実施されたみんなの協働事業提案制度における採択事業では、障がい者・高齢者・健常者すべての方が参加できる共生スポーツの推進を行った。団体が企画したイベントを開催し、多くの方々に共生スポーツ（車いすフェンシング）を体験することが出来た。		
取り組みの課題	まちづくり懇談会（町民からの参加を募集する通常開催）について、若者世代からの参加が少ないため、若者世代からの参加を増やす取り組みや懇談会に代わる取り組みが必要である。 みんなの協働事業提案制度について、令和7年度実施事業の提案及び採択が令和6年度中になかったため、制度について更なる周知と地域活動推進への取り組みを進める必要がある。		
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	まちづくり懇談会（町民への参加を募集する通常開催）及びみんなの協働事業提案制度について、若者世代からの参加が増えるように、広報さむかわやSNS、デジタルサイネージ等の媒体を用いて周知を行い、制度活用の促進を目指す。併せて、町民ボランティア登録制度についても同様に周知を行い、若い世代と団体をつなぐことで、まちづくりへの参画促進を目指す。さらに、まちづくり懇談会については、若者が参加しやすいような仕組みづくりをつくるため、今後、形態についても、調査、検討をしていく。また、職員を対象とした「協働に関する職員研修会」を実施することで、各課等における協働の取り組みを行い、町民から選ばれるまちづくりに寄与できる人材の育成をめざす。		

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	特になし	

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	外部委員からの意見がなかったため、取り組みの検証／内部評価（Check1）の「今後の取り組み」のとおり
------------------------	---

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6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7年5月1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) (令和6年度)	予算額	62,398,000
	決算(見込み)額	61,667,284

KPI (重要業績評価指標)	指標名(単位)	基準値	実績値			
			目標値			
		R元	R3	R4	R5	R6
	1月あたりのコミュニティバス利用者数(人)	5,397	4,399	4,877	5,265	5,844
			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	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、東ルートを一部延長してバス停を1基新設(小動北バス停)し、実証運行を経て、一定の利用があったことから実証時の運行内容を継続し令和7年度から本格運行に切り替えた。 コミュニティバス・海老名駅-寒川駅間路線バスの利用促進のため、パンフレットの見直しやGoogleマップ等のルート検索に対応させ、利用促進を図るとともに、産業まつりでバスの車両の展示等で町民に地域交通を知り、親しんでいただく取り組みを行った。			
		予算額	62,398,000	決算(見込)額	61,667,284
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	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たが、令和4年から行動制限が解除され、従来より取り組んでいたイベントやホームページ等での啓発活動、パンフレットの配布等による周知、車両の更新・町ブランド導入による認知度向上、Google等での交通手段のWEB検索への対応化などの取り組みもあり、利用者の増加傾向が続いておりコロナ禍以前の水準を回復している。		
取り組みの成果	Googleマップ等によるルート検索は、交通サービス利用者の多くが利用するものであり、新たにこのサービスに適應できたことで、これまでコミュニティバスを認知していなかった層も含めて利用促進・普及・啓発に取り組むことができた。		
取り組みの課題	社会全体の高齢化が進むなか、町民が生涯にわたって安心して利用が可能な交通手段の確保、制度整備が求められている。 また、運転士不足などの要素から公共交通網の維持が全国的な課題となっている。人件費や燃料費の高騰により経費が増加傾向にあることも課題である。情勢を踏まえた持続可能な公共交通サービスとするため、運行の効率化や運行形態の見直し等を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	年度内に高齢者を対象とした運賃割引制度の導入をすすめていく。 また、運賃支払いの電子化やオンデマンド交通、自動運転車両などICT技術を用いた交通の利便性、経済性の向上策を検討・模索していく。		

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	特になし	

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	外部委員からの意見がなかったため、取り組みの検証／内部評価（Check1）の「今後の取り組み」のとおり
------------------------	---