

■基本目標1:村の魅力を磨き新たなしごとを創出する

推進会議の評価

・不耕作地の解消よりも、新たに生じる不耕作地の方が多いように感じる。特に基幹産業であるお茶に関しては、耕作が著しく減っており、喫緊の課題である。手入れがされた農地は、村らしい景観を作ることに寄与するので、早急に対応を検討すべきである。  
 ・観光農園など、6次産業化に成功している事例を積極的に検討し、観光との連携を視野に入れた取組みや複数人や、法人などによる管理の仕組みを構築していく必要がある。  
 ・恵水パークをはじめとする村産品の人気は高く、販路拡大に向けた取組みやPRを地道に進め、魅力発信に努めていただきたい。

基本目標	基準値	目標値	実績値 (R2年4月1日～ R5年3月31日)	令和4年度評価	今後の展開
新規創業者数	—	5年間で3団体	2団体 (66.6%)	目標値の達成に向けて、 概ね進んでいる。	引き続き起業・創業に向けた支援を検討するほか、特定地域土地利用計画に則した、積極的な企業誘導を図ります。

施策名	重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値	実績値 (R2年4月1日～ R5年3月31日)	令和4年度 取組状況	今後の展開
<b>(1) 多様な村の資源を活用した新たな企業の誘致・誘導</b>						
①. 土地利用に係る厳しい規制に対応し、限られた土地の適切で効果的な利用の推進 ②. 村の資源を活かした地域産業の創出の促進	新規事業所の誘致数	—	5年間で10事業所	11事業所 (110%)	4事業所 製造業:1事業所 サービス業:1事業所 介護・福祉業:1事業所 一般土木建築業:1事業所	活性化に向けた企業誘導等により目標値を達成しましたが、今後も愛甲商工会との連携による創業支援のほか、積極的な土地利用、サテライトオフィスの活用により、企業誘導を行います。
	特産品開発に係る連携大学数(短期大学含む)	0校 (H30)	5年間で1校	0校 (0%)	0校	今後も相模女子大学と連携を継続し、新たな特産品開発による村の認知度向上や若い世代へPRしていきます。
<b>(2) 特色ある農林業の支援</b>						
①. 農林業従事者への支援の充実 ②. 美しいきよかわの景観の保全	不耕作地の減少	352,542㎡ (H30)	10%減少	1.18%減少 (11.8%)	農地利用集積計画による 農地貸借件数:1件	農地貸借を通じ、2,523㎡の不耕作地が解消しました。今後も関係機関と連携しながら農地バンク制度の利用促進と農業法人による営農を推進し、不耕作地の減少を目指します。また、鳥獣の捕獲や追払いなどを実施し、農作物への被害を防止することで、営農意欲の促進を図ります。
	野生鳥獣被害防止柵等設置事業助成金利用件数	6件 (H30)	5年間で30件	19件 (63%)	1件(電気柵:1件) 補助額:73,400円 設置面積:39a	野生鳥獣による農作物及び生活被害の軽減を図るため、野生鳥獣被害防止柵等の補助事業を推進するほか、地域ごみによる集落環境整備を推進することにより、被害軽減を目指します。
	道の駅新規販売品目数(村特産品利用品目数)	—	5年間で30品目	15品目 (50%)	15品	季節的な商品を含む新規の販売品目が増加しました。今後も出荷促進を継続して実施するほか、目標達成に向け新規特産品の商品化を推進します。
	村産食材を活用したグルメの開発	—	5年間で5品	9品 (180%)	2品	今後も引き続き相模女子大学と、お茶を活用したグルメ開発を行い需要の拡幅と魅力を発信します。また開発したグルメのレシピを村内事業者に展開していきます。
<b>(3) 元氣な事業者の育成・支援</b>						
①. 事業者の活性化や創業者に向けた支援の充実	起業・創業に係る相談件数	—	5年間で5件	12件 (240%)	2件	愛甲商工会との連携を通じ、事業環境分析データの考え方や利用方法、創業者の立ち位置の分析や利用方法の普及を検討した側面支援を継続します。
<b>(4) 観光資源の活用による村の活性化</b>						
①. 村のシンボルである宮ヶ瀬湖等の魅力を存分に活用し、四季それぞれに人々が集まる、より一層の魅力づくりの推進 ②. 観光資源の有効活用	観光入込客数	299万人/年間 (H30)	230万人/年間	2,304,394/年間 (100.1%)	2,304,394人/年間	緊急事態宣言下での人流と比較し、行動制限解除後の人流の変化もあるものの、村内施設、各種イベントにおける誘客の取り組みを継続し、来訪者増を図ります。
	村外における特産品の取り扱い店舗数	—	5年間で5店舗	2店舗 (40%)	1店舗 (青空と大地 七沢温泉 食の市)	特産品をブランドとして認定する「清川ブランド制度」を推進し、認知度の向上と村外での特産品の取り扱い店舗の増加を図ります。
	新規イベント数	—	5年間で10件	2件 (20%)	1件	新規イベントの誘致は清川村へ来訪するきっかけ作りや入込観光客数にも直結する重要な要素であるため、既存イベントとのマッチアップ等を視野にいれたイベント誘致を継続します。
	自然と親しめる施設の整備	—	5年間で1箇所	1箇所 (100%)	1箇所	宮ヶ瀬地区での新たなアクティビティ要素となるボルダリングボードや、観光情報の発信を目的とした掲示ボード等の活用を図ることで、宮ヶ瀬へ来訪される方々へコミュニティの場の創出を図ります。

■基本目標2 若い世代の夢や希望をかなえる

推進会議の評価

ICT教育は、他市町に比べて進んでいると評価しているが、その実態を、広く、効果的な発信をできていないことがもったいないと感じる。  
 ・教育や子育てに関する施策は良好に進められており、村では当たり前であっても、他ではそうではない場合も多く、村の特色である。こうした情報発信を上手く行うことが移住・定住につながるのではないかと。  
 ・未だに待機児童の問題が解消しない地域が多い中で、子どもが減っていると言っても待機児童ゼロが継続しているのは誇るべきところ。働ける環境さえ整えば、村で子育てをするメリットは大きいと感じるので、こうした点を一層発信していくべきである。  
 ・概ね良好であるが、出生率については取組みの強化が必要。

基本目標	基準値	目標値	実績値 (R2年4月1日～ R5年3月31日)	令和4年度評価	今後の展開
若者の定住を促す助成制度の創設	—	5年間で1件	0件 (0%)	目標値の達成に向けて改善や工夫が必要である。	村の将来人口推計によると、生産年齢人口は減少し続ける見込みです。若者の定住を促すための補助制度の充実に取組みます。

施策名	重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値	実績値 (R2年4月1日～ R5年3月31日)	令和4年度 取組状況	今後の展開
<b>(1) 子育て支援の充実</b>						
①. 安心して子どもを生み育てられるよう、母と子の健康づくりの推進 ②. 子どもが健やかに育つ豊かな環境づくりの推進	未就学児の割合	3.4% (H30)	4.3%	3.6% (83.7%)	3.3%	次世代を担うこどもの育成を図るため、育児教室等の開催や育児サークル活動を支援し、未就学児と保護者の交流の場づくりを継続して実施します。
	合計特殊出生率	1.50% (H30)	1.42%	1.22% (85.9%)	1.21人	妊娠から出産、子育て期までの相談支援体制を一層充実させることで、子育てに係る保護者の状況に合わせた健康づくり支援を継続します。
	待機児童数	0人 (H30)	0人	0人 (100%)	0人	待機児童が生じないよう、管内保育園等の運営を支援し、保育体制の確保と子どもたちの健全な育成を図ります。
<b>(2) 「清川っ子」を育む教育環境の充実</b>						
①. 地域特色を取り込み、少人数学級の優位性を活かす小・中学校教育の充実	幼・小・中の連携授業数	幼6・小14・中6回 (H30)	幼8・小14・中8回	幼8・小15・中16回/年 (130%)	幼8・小15・中16回/年	一貫校開校に向け、引き続き、幼稚園・小学校・中学校の連携を進めることで、村独自の魅力ある、清川らしい教育を目指します。
	小学校におけるICTを活用した授業の割合	—	20%	53.9% (269.5%)	59.6%	ICT機器が全ての教科において、活用されています。ICT機器の利用を推進し、児童・生徒が自分の考えや作品をクラス全体に積極的に発信、共有できる環境づくりを継続し、引き続きより協力的な学びへの発展を目指します。
	中学校におけるICTを活用した授業の割合	—	20%	53.2% (266.0%)	60.4%	
<b>(3) 村の若者の交流機会の充実</b>						
①. 若者の交流の場の充実 ②. 結婚支援における幅広い策の検討(県や近隣市町、NPO、民間企業等と連携)	婚活支援に関する協定締結数	0件 (H30)	5年間で1件	0件 (0%)	0件 (0%)	結婚新生活支援事業を継続し、神奈川県結婚支援情報の総合ウェブサイト「恋カナ! サイト」にて、周知を行います。 また、広域連携や民間事業者を活用したイベント開催について研究します。
	出会いの場を提供するイベントの開催数	0回 (H30)	5年間で2回	0回 (0%)	0回 (0%)	

■基本目標3 新しいひとの流れをつくり移住定住を促す

推進会議の評価

・定住率に係る指標は、算出根拠が曖昧であり、次期戦略の策定にあたっては見直しを行う必要がある。  
 ・村の村営住宅は、従来型の住宅と異なり、移住・定住施策と密接に関連した性質を持っていることから、高い目標値を掲げ、達成に向けて事業を推進していく必要がある。  
 ・移住・定住の促進に向けては、転入・転出の分析は必要であると考ええる。  
 ・目標の達成度が下がっているため、一層力を入れていく必要がある。教育や子育てなど強みを目玉とした情報発信が必要。

基本目標	基準値	目標値	実績値 (R2年4月1日～ R5年3月31日)	令和4年度評価	今後の展開
移住定住促進施策による新たな転入者数	—	5年間で200人	63人 (31.7%)	目標値の達成に向けて、改善や工夫が必要である。	村営住宅への入居や住宅取得奨励金の対象を拡大したことにより、令和4年度は、6世帯18人が移住しました。今後も村の魅力に移住セミナーや移住情報サイトで発信することにより、転入者の増加を図ります。

施策名	重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値	実績値 (R2年4月1日～ R5年3月31日)	令和4年度 取組状況	今後の展開
(1) 移住定住を促すための新たな居住環境の整備の推進						
①. 地域の活性化につながる居住環境の整備の推進	新規の賃貸住宅（空き家の活用を含む）	—	5年間で30戸	2戸 (6.6%)	空き家バンクによる貸家の供給：1件	移住定住を促すための新たな居住環境の整備には、空き家の活用も効果的であることから、空き家バンクの運営や空き家を賃貸用住宅としてリフォームした場合の補助を継続して行います。
(2) 移住定住に向けた住宅施策の推進						
①. 移住定住促進に向けた宅地・住宅供給のための施策の充実 ②. 総合的な移住定住促進支援の実施	住宅取得に向けた助成制度の利用者数	9件 (H30)	5年間で50件	16件 (32%)	住宅取得奨励金交付件数：4件	令和5年度より、住宅取得奨励金の対象額の拡充を行いました。さらなる移住・定住の促進を推進するため、移住セミナーや移住相談時において、制度の周知を行います。
	空き家バンク成約数	3件 (H30)	5年間で10件	15件 (150%)	登録数：売家：2件 貸家：1件 売地：4件 成約数：売家：2件 貸家：1件 売地：0件	さらなる移住・定住の促進を図るため、空き家等の潜在している資源を有効に活用することのできる「空き家バンク制度」を継続して取り組みます。
	空き家の利活用に係る助成制度の利用件数	—	5年間で15件	3件 (20%)	空き家賃貸用住宅リフォーム補助金：1件	空き家住宅の有効活用と移住定住の促進を図るため、賃貸用住宅としてリフォームした者に補助金を交付を継続して行います。また、新規事業である空き家解体費用補助制度を所有者に周知し、空き家の利活用促進に取り組みます。
	体験住宅の入居世帯数	1世帯 (H30)	5年間で5世帯	2世帯 (40%)	1世帯 (令和4年9月1日～ 令和5年8月31日)	これまで入居した世帯は、いずれも村内へ定住しています。今後も体験者へ積極的に村内物件情報や村営住宅の空き情報を提供し、定住につながるよう努めていきます。
	移住に係る相談件数	—	5年間で30件	72件 (240%)	対面：11件 電話：9件	相談者のニーズを把握するとともに、県の移住セミナーや移住情報サイトを活用し、移住希望者へPRしてまいります。また相談者の希望に応じた相談方法に柔軟に対応してまいります。
	村営住宅等に入居した世帯の退去後の村内定住率	—	100%	38.4%	28.5% (定住2世帯/退去7世帯)	令和4年度に村営住宅を退去し、村内に定住した世帯は2世帯でした。引き続き、定住へと繋がるよう、空き家や土地の情報を発信してまいります。
(3) 村の魅力を発信する体制づくりの推進						
①. 東京から一番近い村の魅力創出 ②. シティプロモーションの推進	各種メディアへの対応件数	26件 (H29)	5年間で150件	64件 (42.6%)	20件	地上波やローカルテレビを初め、ロケ等の対応を積極的に実施しました。各種メディアで取り上げられる機会が増加傾向であるため、それらを活用し移住情報や観光情報などを積極的に提供してまいります。
	村ホームページアクセス数	649,148件 (H30)	100万件/年間	787,208件/年間 (78.7%)	787,208件	情報量の充実を図るとともに、ニーズの把握やアクセスしやすい方法を検討し、利用者が利用しやすい環境をめざします。
	ふるさと応援寄附金受付件数	2,063件 (H30)	5年間で2万件	10,351件 (51.8%)	受付件数 4,041件 受入額 49,665千円	受付窓口サイト及び返礼品の拡充を行い、さらなる村の魅力発信と財源確保を図ります。

■基本目標4 持続可能で誰もが活躍でき、安心してらせる地域をつくる

推進会議の評価

・健診受診率は、社会保険加入者も受診対象者に含まれていることから、数字だけ見ると多くの村民が未受診かのように見えるので、次期戦略策定にあたっては整理が必要と考える。  
 ・民間の活力をもっと積極的に活用していく必要があると考える。  
 ・コロナの影響で達成に至っていない目標はあるが、多くの項目は達成されているので、良好と評価する。

基本目標	基準値	目標値	実績値 (R2年4月1日～ R5年3月31日)	令和4年度評価	今後の展開
自治会加入率	73% (H30)	75%	66.5% (88.6%)	目標値の達成に向けて、改善や工夫が必要である。	加入者の高齢化等により脱退世帯が増える課題は依然としてありますが、煤ヶ谷体育祭の運営の見直し等を行い自治会の負担を軽減しました。防災の観点からも地域のつながりを担う自治会の存続は重要な課題であるため、引き続き広報等での加入促進を行い、加入率の向上に努めます。

施策名	重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値	実績値 (R2年4月1日～ R5年3月31日)	令和4年度 取組状況	今後の展開
<b>(1) 交通の利便性の向上</b>						
①. 村民の公共交通の基盤である路線バスの維持・充実 ②. 交通弱者の移動の足を補完するため地域事情に応じた利便性の向上 ③. 移住施策と連携した新たな交通施策の検討	路線バス運行便数の維持	平日47便、土曜38便、 休日38便 (H30)	平日47便、土曜38便、 休日38便	平日46便、土曜33便、 休日33便 (91.1%)	平日45便、土曜33便、 休日33便 (90.2%)	路線バス利用者の減少により、運行便数が減少しました。引き続き、通勤・通学者が多い早朝深夜帯の運行に係る費用を補助し、村民の生活利便性の向上を図ります。また、令和5年度より開始した「通勤定期券購入費支援補助金」をさらに周知し、路線バス利用者の増加促進と運行数の維持に努めます。
<b>(2) 生涯にわたる健康づくりと高齢化社会に備えた体制の充実</b>						
①. 心身の健康維持に向けた総合的な健康づくりの充実 ②. 高齢化社会に備えた安心して暮らせる体制の整備	未病センターきよかわ利用者数	-	400人/年間	54人/年間 (13.5%)	54人/年間	※令和4年度も新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため施設の利用を停止していました。
	やまびこ健診受診率	-	40%	33% (82.5%)	33.0%	健康診査は、単に受診時の健康状態を知ってもらうだけでなく、疾病の早期発見や生活習慣を改善するきっかけとなることから、受診率が低い若年層への受診を呼びかけ、引き続き、受診率の向上を目指します。
	介護予防教室参加率	-	12%	12% (100%)	12%	以前は男性の参加者が少ないことが課題でしたが、徐々に男性の参加者が増えてきています。今後も継続して啓発を行い、参加促進を図ります。
<b>(3) 役場を中心としたコンパクトビレッジの充実と地域住民サービスの向上</b>						
①. コンパクトビレッジの充実	道の駅「清川」の利用者数	93,570人/年間 (H30)	10万人/年間	133,332人/年間 (133.3%)	133,332人/年間 133.3%	指定管理者とともに魅力ある施設運営を目指します。
	村内の小売店・飲食店等の増加	-	5年間で1店	6店 (600%)	2店	新規事業者が起業しやすいような制度や環境づくりを行い、さらなる事業者の誘導を図ります。
<b>(4) コミュニティの活性化による安全安心な地域づくり</b>						
①. 地域を支える人材育成と地域コミュニティの形成 ②. 地域ぐるみの安全・安心な村づくりの推進 ③. 防災・減災対策の推進	新規生涯学習イベント数	-	5件	6件 (120%)	3件 男女共同参画推進講演会 歴史講座 カヌー体験教室	イベント開催にあつては、村内団体などの連携が必要となるため、村内で担い手となる人材の発掘や活用を進め、生涯学習活動の更なる推進を図ります。
	防災訓練の参加率	20% (H30)	25%	33% (132%)	33%	近年の激甚化する自然災害には、村民の更なる防災意識の向上が必要となります。「自助」「共助」による防災意識をさらに高め、地域主導による安全で安心な地域づくりを推進します。
	クリーンキャンペーンの参加率	32.8% (H30)	40%	-% (0%)	-%	※令和3年度も引き続き、新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、開催手法を変更したため、参加者を集計していません。