

■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					
・村の魅力を磨き、新たに仕事を創出するなど、目標を達成できたと評価する。 ・コロナ禍の影響があったにも関わらず、村産食材のグルメ開発や道の駅新規販売品目数などが目標値を達成でき、村の活性化に繋がる取り組みができた。 ・この5年で作り上げたことを、村外に広くPRすることも重要。 ・今後も、将来的な仕事の場の土台を作るため、新規事業者支援を推進していくことを望む。					

基本目標	基準値	目標値	実績値 (R2年度～R5年度)	令和5年度評価	今後の展開
			実績値見込 (R2年度～R6年度)	令和6年度評価(案)	
新規創業者数	-	5年間で3団体	3団体 (100.0%)	目標値を達成した。	令和5年度で目標値を達成できました。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。
			5団体 (166.6%)	目標値を達成した。	

施策名	重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値	実績値 (R2年度～R5年度)	令和5年度 取組状況	今後の展開
				実績値見込 (R2年度～R6年度)	令和6年度 取組状況(見込)	

(1) 多様な村の資源を活用した新たな企業の誘致・誘導

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	新規事業所の誘致数	-	5年間で10事業所	13事業所 (130.0%)	2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。
				14事業所 (140.0%)	1事業所	
②. 村の資源を活かした地域産業の創出の促進	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	今後も令和元年に連携を開始した相模女子大学と、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。
				0校 (0%)	0校	

(2) 特色ある農林業の支援

①. 農林業従事者への支援の充実	不耕作地の減少	352,542㎡ (H30)	10%減少	14,083㎡減少(4.0%)	農地利用集積計画による農地貸借面積: 6,940㎡、件数: 10件	引き続き農地の流動化を推進し、美しいよかわの景観の保全を図ります。
				17,617㎡減少(5.0%)	農地利用集積計画による農地貸借面積: 3,534㎡、件数: 3件	
②. 美しいよかわの景観の保全	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	27件 (90.0%)	8件	引き続き有害鳥獣捕獲等の鳥獣被害対策と併せて実施し、農従事者の支援を図ります。
				38件 (126.6%)	11件 補助額: 1,297,000円、設置面積88.6a	
	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	25品目 (83.3%)	10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。
				40品目 (133.3%)	15品	
	村産食材を活用したグルメの開発	-	5年間で5品	10品 (200.0%)	1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。
				12品 (240.0%)	2品	

(3) 元気な事業者の育成・支援

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	22件 (440.0%)	10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。
				32件 (640.0%)	10件	

(4) 観光資源の活用による村の活性化

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	観光入込客数	299万人/年間 (H30)	230万人/年間	2,352,831人/年間 (102.2%)	2,352,831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。
				2,300,000人/年間 (100.0%)	2,300,000人/年間	
②. 観光資源の有効活用	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%)	0店舗	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。
				2店舗 (40%)	0店舗	
	新規イベント数	-	5年間で10件	5件 (50%)	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。
				8件 (80.0%)	3件	
	自然と親しめる施設の整備	-	5年間で1箇所	1箇所 (100%)	0箇所	今後も宮ヶ瀬地区でのアクティビティ要素となる施設や、観光情報の発信を目的とした掲示ボード等の活用を図り、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。
				1箇所 (100%)	0箇所	