

令和 5 年 度

第 2 期

川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略

評 価 結 果 報 告 書

令和 6 年 1 1 月

川 越 市

川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略の位置付け

国では、進展する人口減少問題に国を挙げて本格的に取り組んでいくため、平成26年11月に「まち・ひと・しごと創生法」を制定し、同年12月には、全国の現状と将来展望を示す「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」及び5か年の国の施策の方向性を示す「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が閣議決定されました。

本市は、東京圏にありながらも、他の地方都市と同様、少子高齢化が進行する中で人口減少期を迎えることが予測されていることから、国の地方創生の動きを好機として活かし、人口減少問題及び経済規模の縮小等への対策に積極的に取り組むため、平成28年1月、「川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下、「総合戦略」）を策定しました。当初の計画期間は平成27年度から令和元年度までの5年間でしたが、総合戦略に位置付けた事業の成果を着実に導き出すため、計画期間を1年間延長し、令和2年度までとしました。

令和3年度からは、令和3年3月に策定した「第四次川越市総合計画後期基本計画」に総合戦略の考え方を継承し、地方創生の取組を包含する形で進めています。

総合戦略のPDCAサイクル

総合戦略に位置付けた事業の実施にあたっては、効果的に推進するため、重要業績評価指標(KPI)を設定し、PDCAサイクルに基づき、適切に管理していくこととしています。

また、各施策の進捗状況や具体的な取組内容等に対する評価については、議会における意見や、川越市まち・ひと・しごと創生本部における学識経験者等の意見を聴きながら、毎年度必要な見直し等を行うこととしています。

このため、令和5年7月、川越市まち・ひと・しごと創生本部において、総合戦略(Plan)に基づく令和4年度の実施事業について、進捗状況や具体的な取組内容(Do)について報告するとともに、産業界・大学・金融機関の外部有識者より意見を聴きながら、評価(Check)を行い、改善(Action)につなげる知見をいただきました。

令和5年度事業の総括

令和5年度においては、「立門前線(歴史的地区環境整備街路)の整備」が完了し、「旧川越織物市場整備」もほぼ完了するなど、ハード整備については、見直し後のスケジュールにより、確実に進捗しています。

ソフト事業については、新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、感染症対策に配慮しつつも、影響を大きく受けることもなく、各事業を推進することができました。また、その推進に当たっては、グリーンツーリズム整備推進事業において企業版ふるさと納税人材派遣型を活用し、民間人材にも従事をいただいたほか、令和4年度と同じく寄附対象事業すべてに対して御寄附をいただくなど、官民連携により総合戦略事業を推進いたしました。

令和6年度以降につきましても、議会や川越市まち・ひと・しごと創生本部会議で頂いた御意見を十分に踏まえつつ、着実かつ効果的な事業の推進を図ってまいります。

令和6年度 川越市まち・ひと・しごと創生本部会議

	開催日	出席者
第1回	令和6年7月 4日	本部構成員:出席者 13名

第2回	令和6年7月11日	本部構成員:出席者10名
		外部有識者:出席者 6名
		いるま野農業協同組合 川越地域理事代表
		川越商工会議所 事務局長
		埼玉りそな銀行 川越支店 支店長
		尚美学園大学 芸術情報学部情報表現学科 准教授
		東京国際大学 副学長 商学部長
		武蔵野銀行 川越支店 支店長
		新井 康 夫
		栗原 良 則
		高原 央 明
		藤 橋 誠
		久 米 勉
		吉 岡 明 寛
		(選出母体五十音順、敬称略)

○第2期 川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略事業(令和5年度)

具体的施策

事業

具体的施策1

川越産業の活性化と
若者の地元就業

- 若者に対する川越就業のための情報提供支援
- 市内企業への販路拡大支援
- 既存産業に対する環境整備
- 創業支援

具体的施策2

文化創造拠点の形成と創業支援

- 旧川越織物市場整備
- 旧川越織物市場活用推進
- 立門前線(歴史的地区環境整備街路)の整備
- 創業支援(再掲)

具体的施策3

川越産農産物の魅力を広める
ブランドづくり

- 川越産農産物のブランド化事業
- おいしい川越農産物提供店認定制度

具体的施策4

川越を訪れるきっかけづくり

- DMO川越の運営支援
- シティセールスの推進
- 広域観光の促進事業
- アフターコロナを見据えたインバウンド推進事業

具体的施策5

グリーンツーリズム拠点の整備
(蔵 in ガルテン 川越)

- グリーンツーリズム整備推進
- 川越産農産物のブランド化事業(再掲)
- おいしい川越農産物提供店認定制度(再掲)

具体的施策6

安心して出産・子育てが
できる環境をつくる
(すくすくかわごえ)

- 子育て体験学習の実施
- 若者のライフデザインの支援
- 出会いの仕掛けづくり
- 産前・産後を支えるための母子保健事業
- 多胎児産前産後ヘルパー派遣事業
- 川越市保育ステーション事業

具体的施策7

地域の価値を高め、
魅力あるまちをつくる

- 歴史的建造物再生・利活用マネジメントサイクルの構築
- 食環境づくり推進事業
- 脱炭素化推進事業

具体的施策1

川越産業の活性化と若者の地元就業

【令和5年度 特定財源】

- 既存産業に対する環境整備
- ・預託金収入

【関連するSDGsゴール】



主な実施事業

1 若者に対する川越就業のための情報提供支援

(1) 「川越きりり企業NAVI」の更新

令和5年度KOEDO E-PRO奨励賞を受賞した企業2社に取材を行い、記事を掲載した。
(令和5年度末時点 掲載企業数 87社)



2 市内企業への販路拡大支援

(1) 「川越ものづくりブランドKOEDO E-PRO」認定事業の実施

令和5年度認定企業として2社を認定し、市内外にPRした。また、7社の既存認定企業のPR事業に対し、補助を実施した。

制度に対するニーズを把握するため、E-PRO認定企業30社(令和4年度末時点)のうち28社に対し、ヒアリングを実施した。



小型透明ティーロボット『茶鈴/Tea-rin』
(有限会社光沢)



溶接ヒュームガス除去装置
(株式会社根岸製作所)

3 創業支援

(1) 創業支援に係る関係機関等との連携

創業・ベンチャー支援センター埼玉及び創業支援ルームなどの創業支援機関との連携により、相談窓口の設置、セミナーの開催、インキュベーション施設への入居相談などの支援を行った。また、「川越ビジネスアイデアコンテスト(株式会社地域デザインラボさいたま)」や「インキュベーションラウンジ川越(株式会社埼玉りそな銀行)」の開催にあたり、連携して取り組んだ。

事業の課題

「川越きりり企業NAVI」

サイトアクセス数が減少傾向にある。サイトの魅力を知ってもらうため、周知を強化していく必要があるほか、より一層の掲載企業拡大が望まれる。

「KOEDO E-PRO」

- ・年々申請件数が減少傾向であり、認定企業へのヒアリングも踏まえ、ブランドの認知力を向上させるため、制度の周知を図る必要がある。
- ・市内企業が持つ技術の情報収集、新たな視点(知的財産・特許)での掘り出しに課題がある。

具体的施策2

文化創造拠点の形成と創業支援

【令和5年度 特定財源】

- 旧川越織物市場整備
- ・社会資本整備総合交付金 ・地方債
- 旧川越織物市場活用推進
- ・企業版ふるさと納税
- 立門前線（歴史的地区環境整備街路）の整備
- ・社会資本整備総合交付金 ・地方債

【関連するSDGsゴール】



主な実施事業

1 旧川越織物市場整備・立門前線（歴史的地区環境整備街路）の整備

(1) 工事の完了

旧栄養食配給所等整備工事、旧川越織物市場外構その他工事が完了した。
立門前線東側（140m）の道路美装化工事を行った。（令和6年4月に完了）



2 旧川越織物市場活用推進

(1) 川越市文化創造インキュベーション施設のブランディング・周知

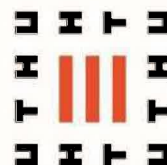
① シンポジウムの開催

施設の活動について周知を図るため、令和5年7月22日に川越都市景観シンポジウムを開催し、本施設をテーマとした事業説明を行った。文化創造インキュベーション施設のディレクターによる講演及び市内産業の関連会社とのトークセッションを行った。



② 市民投票による施設愛称・ロゴの決定

親しみやすい施設となるよう、市民投票による愛称の設定やロゴを制作した。新しい地域価値の創造や地域課題の解決という、この施設のコンセプトを、今あるものを「越え（コエ）る場所（トコ）」という意味を込めている。



(2) 入居者募集・選定

入居するクリエイターの募集・選定を行った。
12室の募集に対し28者の応募があり、適合性・実現性・協調性を基準に書類及び面接による総合審査を行い、12室全ての入居が決定した。

事業の課題

「旧川越織物市場活用推進」

令和6年4月に施設が開設したことから、施設の目的である市民の文化の向上及び地域産業の活性化を達成するため、入居者支援や地域連携の事業を進めていく。開設間もないことから、施設及び施設で行う取り組みへの認知度が低い。

具体的施策3

川越産農産物の魅力を広めるブランドづくり

【令和5年度 特定財源】

・なし

【関連するSDGsゴール】



主な実施事業

1 川越産農産物のブランド化事業

(1) 市内外のイベントにおけるPR

市内イベント「くらしをいどころFarmer's Market」の開催協力、おいしい川越シーラリー抽選会の開催のほか、市外直売イベントである「全国都市農業フェスティバル」に参加し、川越産農産物の市内外へのPRを推進した。



全国都市農業フェスティバルでの様子

2 おいしい川越農産物提供店認定制度

(1) おいしい川越農産物提供店の認定・PR

認定制度の周知を図った結果、令和5年度は新たに4件の認定を行い、21件（累計23件）となった。

【令和5年度 新規認定店舗】

- ・彩乃菓(あやのか) 川越市連雀町10-1
- ・onocafe (オノカフェ) 川越市下赤坂394
- ・ミオ・カザロ 蔵のまち店 川越市元町1-15-3
- ・ヒロマルシェキッチン 川越市通町19-3



令和4年度までの認定店舗は
庭先販売・直売所マップ「川越プチマルシェ」でも紹介

事業の課題

「川越産農産物のブランド化事業」

・配達が必要な飲食店や配達できない農業者が多くおり、飲食店等に川越産農産物を活用していただくためには、新たな流通経路の構築が必要である。

「おいしい川越農産物提供店認定制度」

・制度の更なる周知が必要である。
・特色があり、集客効果につながる農産物、さらには農産物にこだわらない「川越産品」(原材料が川越産ではなく、川越市内で加工し付加価値をつけている産品)にまで範囲を広げるといった施策展開を検討する。

具体的施策4

川越を訪れるきっかけづくり

【令和5年度 特定財源】

・なし

【関連するSDGsゴール】



主な実施事業

1 DMO川越の運営支援

(1) 「インバウンド事業モニターツアー」の実施

令和4年度に実施した埼玉県による「彩の国観光振興地域協働事業補助金」を活用したインバウンド事業「小江戸川越体験型ツアー事業」を継続・発展させるため、観光庁による「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」を活用して、郊外のエリアも含めたインバウンド向けツアーの造成・販売等を実施した。



インバウンド事業「小江戸川越体験型ツアー事業」の様子

2 シティセールスの推進

(1) シティプロモーション特設サイト「コエドカラー」の開設

行政情報のほか市民や企業等からの情報をまとめて発信するシティプロモーション特設サイト「コエドカラー」を官民協働事業により開設した。



3 アフターコロナを見据えたインバウンド推進事業

(1) デジタル技術を活用した情報発信と観光案内サービスの提供

多言語での観光案内サービスを行うため観光案内所に職員用タブレット端末を導入し、SNSでの情報発信、翻訳アプリの利用、チャットGPTでの情報収集や翻訳等において活用し、ホスピタリティの向上を図った。また、川越まつり会館および旧山崎家別邸に日本語音声パネルに外国語表記する字幕表示パネルの「コトパット」2台を導入し、スムーズに多言語対応できる受け入れ環境を整えた。

事業の課題

「DMO川越の運営支援」

事務局体制が強化されてきた中で、令和5年度に川越市「旅先納税事業」の受託、インバウンド向けツアーに係る手数料収入を得ることができたが、引き続き、多様な財源を構築する必要がある。

具体的施策5

グリーンツーリズム拠点の整備(蔵 in ガルテン川越)

【令和5年度 特定財源】

- グリーンツーリズム整備推進
- ・地方債
- ・企業版ふるさと納税
- ・デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)

【関連するSDGsゴール】



主な実施事業

1 グリーンツーリズム整備推進

(1) グリーンツーリズム拠点の整備

農業ふれあいセンターの改修整備を実施し、令和4年11月に川越市グリーンツーリズム拠点施設としてリニューアルオープンしている。また、令和5年度にキャンプスペース整備のため用地取得を行うとともに実施設計等を行った。



(2) 農業体験等、ソフト事業の充実

令和5年度において拠点施設では農業体験への参加者数は5,733人、食体験への参加者数は179人であった。



西町大根の収穫



西町大根を調理

(3) 伊佐沼公園など周辺施設との連携

埼玉南部漁業協同組合と連携し、伊佐沼での「田んぼの生き物調査」など子供向け体験を実施した。また、周辺農業者と連携した農業体験を実施した。



田んぼの生き物調査

事業の課題

「グリーンツーリズム整備推進」

- ・体験などソフト事業でニーズに応じたプログラムの策定や市内の農業生産者や業者との連携を行っていく必要がある。
- ・キャンプスペースの整備を進めるとともに、キャンプスペースの供用開始後を見据え、民間活力を生かした、施設の効率的、効果的な運営手法について、検討していく必要がある。

具体的施策6

安心して出産・子育てができる環境をつくる(すくすく かわごえ)

【令和5年度 特定財源】

- 産前・産後を支えるための母子保健事業
- ・重層的支援体制整備事業交付金(国・県)
- ・母子保健衛生費国庫補助
- 川越市保育ステーション事業
- ・保育対策総合支援事業費補助金

【関連するSDGsゴール】



主な実施事業

1 若者のライフデザインの支援

(1) 市内高校にて金融教育の出張授業を実施

県立川越総合高校及び山村学園高校にて包括連携協定を締結している第一生命保険株式会社による金融教育授業を実施。生徒たちが人生におけるライフイベント、リスクを疑似体験し、将来に向けて必要な知識を学ぶ機会とした。また、生徒たちを対象としたアンケートを実施し、アンケート結果を市HPに事業報告とともに公表した。(464名参加)



金融教育授業のようす

2 川越市保育ステーション事業

子育て安心施設「すくすくかわごえ」において、送迎保育・一時預かり事業を実施。

【送迎保育】

利用登録者数 3名、延べ利用人数 26名

【一時預かり事業】

利用登録者数 320名、延べ利用人数 2,799名



保育ステーション



一時預かりイメージ

事業の課題

「保育ステーション事業」

- ・送迎保育利用者数が伸び悩んでいる。
- ・一時預かり事業においては利用者数が増加している一方で、リフレッシュ保育利用枠が1日1人となっており、利用者ニーズに合致しない場合がある。

具体的施策7

地域の価値を高め、魅力あるまちをつくる

【令和5年度 特定財源】

- 歴史的建造物再生・利活用マネジメントサイクルの構築
- 食環境づくり推進事業
- 脱炭素化推進事業
- ・企業版ふるさと納税

【関連するSDGsゴール】



主な実施事業

1 歴史的建造物再生・利活用マネジメントサイクルの構築

(1) 景観重要建造物の再生利活用案の提案

市が指定する外観の保存を主目的とする歴史的建造物3件(景観重要建造物2件、指定候補1件)を具体的な事例として、調査した再生・利活用案を所有者に提示し、所有者と活用希望者のマッチングの検討を進めた。

(2) フォローアップによる再生・利活用の実現

令和5年度においても継続してマッチング相談や修理補助等でフォローすることにより、空家だった景観重要建造物を住宅とする再生利活用が実現した。



景観重要建造物 足立勝(あだかつ)(原田家)

2 食環境づくり推進事業

(1) 川越市健康づくり協力店制度の実施

川越市健康づくり協力店の令和5年度新規登録11店舗。企業と連携し、スーパーマーケットでのイベント等にて、野菜摂取や健康づくりに関するパネル展示や資料配布等の啓発を実施した。



(2) 高血圧対策等健康づくりの啓発

減塩野菜レシピを作成し、公民館等で配布するとともに、調理動画を作成し、YouTubeにて配信した。



YouTube動画配信

パネル展示

3 脱炭素化推進事業

(1) 連携協定による取組の推進

民間事業者と連携協定を1件締結したほか、連携協定に基づき、未就学児向けSDGs教育やPPA共同検証等の取組を行った。

(2) 補助金による導入促進

省エネ家電(エアコン又は冷蔵庫)、太陽光発電システム、蓄電池等を設置する市民や、事業所の照明設備をLED照明設備へ更新する事業者に補助金を交付した。



未就学児向けSDGs教育



電気自動車用充電ステーション

事業の課題

「歴史的建造物再生・利活用マネジメントサイクルの構築」

過年度の取組により、所有者、事業者、金融機関等がマネジメントサイクルの取組を評価している状況が明らかになった。一方、課題となる歴史的建造物の保存・活用の相談は継続的ではなく散発的に発生するため、長期的視点での取組が必要である。

川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略 政策目標

令和7年時点で	実績値	R2年	R3年	R4年	R5年	R6年	R7年	R8年
◆総人口350,000人以上を維持		353,301	353,260	353,235	353,183	352,717		
◆年少人口43,000人台、		43,700	43,228	42,496	41,718	40,982		
生産年齢人口213,000人台を維持		215,555	215,066	215,262	216,047	216,171		

(単位: 人。川越市住民基本台帳より。各年1月1日時点)

【主な意見】

・最近の人口動態をみると、60歳台が増加し、30～40歳台が増えていない。今後を考えるとこの30～40歳台の転入は欲しいのではないかと。この世代が何を求めているか、捉えることも重要になってくると思う。

基本目標1 稼ぐ地域をつくるとともに、安心して働けるようにする

数値目標		R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
市内総生産額(億円/年)※	目標値		12,797	12,849	12,902	12,955	13,008
	実績値	12,610 (H30)	12,610 (H30)	13,365 (R1)	12,704 (R2)		

※実績値については、各年度の評価を行った時点で把握できた数値を記載しています。

重要業績評価指標(KPI)		R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
ものづくりブランド認定の累計数(件/年)	目標値		50	55	60	65	70
	実績値	43	45	47	49		
農業産出額(千万円/年)	目標値		-	-	-	-	1,500
	実績値	748 (R1)	702 (R2)	648 (R3)	646 (R4)		

具体的施策1 川越産業の活性化と若者の地元就業

事業名	事業の課題	今後の方向性
1. 若者に対する川越就業のための情報提供支援(雇用支援課)	あり	改善し推進
2. 若者に対する川越就業のための情報提供支援(産業振興課)	あり	改善し推進
3. 市内企業への販路拡大支援	あり	改善し推進
4. 既存産業に対する環境整備	あり	改善し推進
5. 創業支援	あり	改善し推進

【主な意見】

・地元での就労志向を高めるために、職場環境の良い企業を増やすことも必要だと思う。
 ・若者の就職では、保護者の意見が重要視される傾向にあるのではないかと。また、待遇面を重視している傾向がある。労働者の獲得のために、就業規則を整備しなければならないと考えている経営者が出てきている。
 ・人口動態では、大学卒業時に川越を離れてしまうデータがある。川越にも良い企業があるということを、子どものころから知ることができる機会を確保していくことも必要ではないかと。

具体的施策2 文化創造拠点の形成と創業支援

事業名	事業の課題	今後の方向性
1. 旧川越織物市場整備	なし	事業・期間の終了
2. 旧川越織物市場活用推進	あり	改善し推進
3. 立門前線(歴史的地区環境整備街路)の整備	なし	事業・期間の終了
4. 創業支援(1-1-5の再掲)	あり	改善し推進

具体的施策3 川越産農産物の魅力を広めるブランドづくり

事業名	事業の課題	今後の方向性
1. 川越産農産物のブランド化事業	あり	改善し推進
2. おいしい川越農産物提供店認定制度	あり	改善し推進

【主な意見】

・おいしい川越農産物提供店認定制度について、対象を農産物に限らずに間口を広げる検討は、良い方向だと感じている。
 ・おいしい川越農産物提供店認定制度について、生産者、提供者、消費者が相互にメリットを生む方法がよいのではないかと。

基本目標2 他地域とのつながりを築き、川越への新しいひとの流れをつくる

数値目標		R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
観光客数(万人/年)	目標値		726	732	738	744	750
	実績値	385	392	550.9	657.6		

重要業績評価指標(KPI)		R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
観光時間半日以上の観光客の割合(%)	目標値		61.0	62.0	63.0	64.0	65.0
	実績値	69.5	22.6	25.7	29.0		

具体的施策4 川越を訪れるきっかけづくり

事業名	事業の課題	今後の方向性
1. DMO川越の運営支援	あり	改善し推進
2. シティセールスの推進	あり	改善し推進
3. 広域観光の促進事業	あり	改善し推進
4. アフターコロナを見据えたインバウンド推進事業	あり	改善し推進

【主な意見】

・観光滞在時間が短いなど観光の課題について、他自治体との意見交換などは実施しているか。同じような悩みや課題を抱えている自治体と意見交換をしてみることが、課題解決に向けたヒントになるのではないか。

具体的施策5 グリーンツーリズム拠点の整備(蔵 in ガルテン 川越)

事業名	事業の課題	今後の方向性
1. グリーンツーリズム整備推進	あり	改善し推進
2. 川越産農産物のブランド化事業(1-3-1の再掲)	あり	改善し推進
3. おいしい川越農産物提供店認定制度(1-3-2の再掲)	あり	改善し推進

【主な意見】

- ・グリーンツーリズム整備推進事業における「農業体験インストラクター」等について、仕事の引退後に農業に触れている人も多い。このような層に打診することもよいのではないか。
- ・キャンプ場の整備について、機能の複合化が重要だと思う。持続可能な事業とするためには、多くの主体の協力が必要ではないか。
- ・グリーンツーリズム整備推進事業の目的から、若い人に来て欲しいのではないか。川越は観光に関しては有名であるが、農業やキャンプに関しては周知が足りていないと思う。SNSを活用したPR方法は有効ではないか。

基本目標3 結婚・出産・子育ての希望をかなえる

数値目標		R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
	目標値		985以上	985以上	985以上	985以上	985以上
子育て世帯の転入数(世帯/年)	実績値	922	921	1034	997		

重要業績評価指標(KPI)		R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
ファミリー・サポート・センター依頼会員実利用者数(人/年)	目標値		310	320	330	340	350
	実績値	181	188	181	230		
保育園待機児童数(人)	目標値		0	0	0	0	0
	実績値	2	7	8	8		

具体的施策6 安心して出産・子育てができる環境をつくる(すくすくかわごえ)

事業名	事業の課題	今後の方向性
1. 子育て体験学習の実施	あり	改善し推進
2. 若者のライフデザインの支援	あり	改善し推進
3. 出会いの仕掛けづくり	あり	抜本的な改善を検討
4. 産前・産後を支えるための母子保健事業	あり	改善し推進
5. 多胎児産前産後ヘルパー派遣事業	あり	事業・期間の終了
6. 川越市保育ステーション事業	あり	改善し推進

基本目標4 ひとが集う、安心して暮らすことができる地域をつくる

数値目標		R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
歴史的町並み景観を形成している地域の歩行者・自転車通行量(人/年)	目標値		85,800	94,600	103,400	112,200	121,000
	実績値	68,273	71,659	75,018	86,093		
健康寿命(年)	目標値		男 17.75 女 20.39	男 17.82 女 20.50	男 17.89 女 20.61	男 17.96 女 20.72	男 18.06 女 20.81
	実績値	男 17.67 女 20.32	男 17.85 女 20.48 (R2)	男 18.01 女 20.66 (R3)	男 18.05 女 20.82 (R4)		
市域における温室効果ガス排出量 (千t-CO2/年)	目標値		1,955	1,921	1,887	1,853	1,819
	実績値	1,880 (H30)	1,880 (H30)	1,632 (R1)	1,567 (R2)		

重要業績評価指標(KPI)		R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
歴みち事業の整備率(%)	目標値		50.1	51.1	52.1	53.2	54.3
	実績値	49.1	55.0	58.0	58.0		
三大生活習慣病死亡数の比率 (%)	目標値		53.5	53.3	53.2	53.1	53.0
	実績値	53.8 (H28-H30)	53.1 (H29-R元)	52.8 (H30-R2)	53.3 (R元-R3)		
環境指標の目標値達成状況(%)	目標値		42.0	44.0	46.0	48.0	50.0
	実績値	32.0 (R元)	34.0 (R2)	40.0 (R3)	36.0 (R4)		

具体的施策7 地域の価値を高め、魅力あるまちをつくる

事業名	事業の課題	今後の方向性
1. 歴史的建造物再生・利活用マネジメントサイクルの構築	あり	改善し推進
2. 食環境づくり推進事業	あり	改善し推進
3. 脱炭素化推進事業	あり	改善し推進

【主な意見】

・食環境づくり推進事業は良い取組のため、さらに進めていっていただきたい。



川越市シンボルマーク