

令和 6 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 7 年 1 2 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7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6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)につながる知見をいただきました。

## 令和6年度事業の総括

令和6年度においては、ハード事業については、「旧川越織物市場整備」が完了し、「グリーンツーリズム整備推進事業」のキャンパススペース整備事業、及び「街区公園等整備事業（（仮称）新宿町1丁目広場整備）」が着実に進捗しています。

ソフト事業については、各事業を推進することができました。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」及び「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事業」における主にオーバーツーリズム対策などの観光関連業務において、企業版ふるさと納税人材派遣型を活用し、それぞれ1名の民間人材に活躍をいただいたほか、企業版ふるさと納税の活用事業を増やし、広く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7年度につきましても、市議会や川越市まち・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7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7年7月2日 本部構成員：出席者 14名

第2回 令和7年7月9日 本部構成員：出席者15名  
外部有識者：出席者 8名  
いるま野農業協同組合 川越地域理事代表 新井 康 夫  
川越商工会議所 専務理事 竹澤 穰 治  
埼玉県信用金庫 西部エリア エリア長 小林 徹  
川越支店 川越南支店 執行役員支店長  
埼玉りそな銀行 川越支店 支店長 高原 央 明  
尚美学園大学 芸術情報学部情報表現学科 准教授 藤橋 誠  
東京国際大学 副学長 商学部長 久米 勉  
東洋大学 理工学部 教授 松元 明 弘  
武蔵野銀行 川越支店 支店長 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6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

- 旧川越織物市場活用推進
- 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
- インバウンド推進事業
- 文化スポーツが紡ぐにぎわい創出～かわごえの新たな魅力発見事業～

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
- 川越市保育ステーション事業
- 市立川越高等学校創立100周年事業
- 街区公園等整備事業((仮称)新宿町1丁目広場整備)
- 魅力ある子育て環境整備事業
- 中学生の声を市政に届ける事業

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6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) 「川越きらり企業NAVI」の更新

令和6年度KOEDO E-PROの認定を受けた企業2社に取材を行い、記事を掲載した。  
(令和6年度末時点 掲載企業数 89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6年度認定企業として2社を認定し、市内外にPRした。また、10社の既存認定企業のPR事業に対し、補助を実施した。  
E-PRO認定製品・技術に係るパンフレットを作成し、制度とブランドの周知を行った。



LAN用CAT6A極細径パッチコード(通信興業株式会社)



ECO印刷でつくる極薄段ボールパッケージ(株式会社ゴードー)

## 3 創業支援

### (1) 創業支援に係る関係機関等との連携

川越商工会議所、創業・ベンチャー支援センター埼玉及びウエスタ川越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、セミナーの開催などの支援を行った。また、川越商工会議所、りそなコエドテラス、ウエスタ川越創業支援ルーム及び日本政策金融公庫川越支店と「川越市内における創業支援等に関する事業連携協定」を締結し、相談窓口の設置やセミナーの開催など創業支援事業に関係機関等と連携して取り組んだ。

## 事業の課題

### 「川越きらり企業NAVI」

現在、地域のしごと総合ポータルサイトの運営が効果的な創業支援につながっていないことから、より事業目的を達成できる方針を検討する。

### 「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。

## 文化創造拠点の形成と創業支援

### 【令和6年度 特定財源】

- 旧川越織物市場活用推進
- ・文化創造インキュベーション施設使用料

### 【関連するSDGsゴール】



### 主な実施事業

## 1 旧川越織物市場活用推進

### (1) 地域連携事業

- ・令和6年4月に本施設を開設した。創造的活動の推進事業及び地域連携事業として、地域の困りごとや魅力の発掘等をテーマとした市民も参加可能なゼミを2回開催し、うち1回はイベントの開催に合わせてトライアルを行った。



川越市文化創造インキュベーション施設「コトコ」外観

- ・近隣商店街向けの施設案内ツアーや川越まつりのような地域のイベントに合わせ入居クリエイターと連携したイベント等を実施した。また、Instagramによる定期的な情報発信や川越唐棧に関する企画展示の実施等、様々な方法での施設のPRを行った。



川越クリエイティブゼミの様子

### (2) 入居者支援

市民も参加可能な外部講師を招いた交流会を8回開催し、参加者間での交流が生まれたことをきっかけに新たな事業が行われた。その他、イベント参加から着想を得て、入居クリエイターが主催するイベント開催に向けた支援を行っている。



施設案内ツアーの様子



入居クリエイターを知ってもらうためのトークイベントの様子

### 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ばかりであるため、本施設の存在及び本施設で行う取組の認知度が低い状況である。今後は入居者支援や地域連携の事業を推進し、本施設の認知度及び理解度を高め、施設の目的の達成を目指す。



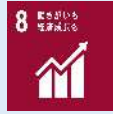
### 具体的施策3

## 川越産農産物の魅力を広めるブランドづくり

【令和6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「くらしをいろどるFarmer's Market」の開催協力、おいしい川越シールラリー抽選会の開催のほか、市外直売イベントである「県庁朝市」に参加し、川越産農産物の市内外へのPRを推進した。



くらしをいろどるFarmer's Market



おいしい川越シールラリー

## 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6年度は新たに5件の認定を行い、26件（累計28件）となった。

【令和6年度 新規認定店舗】

- ・cafeプラグ 川越市喜多町11-18
- ・居酒屋めん 川越市新富町1-12-10
- ・キッシュの店TENTOUMUSHI KAWAGOE  
川越市吉田新町3-9-6
- ・金笛うんとん処 春夏秋冬 川越市幸町10-5
- ・海なし県埼玉の漁港 ～絶対鮮魚～  
川越市泉町3-1（ウニクス南古谷内）



令和6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、飲食店等にさらに川越産農産物を活用していただき、市内流通を図るためには、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6年度 特定財源】

- 広域観光の促進事業  
・オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続観光な観光推進事業補助金
- 文化スポーツが紡ぐにぎわい創出～かわごえの新たな魅力発見事業～  
・市立美術館の特別展の歳入

### 【関連するSDGsゴール】



## 主な実施事業

### 1 シティセールスの推進

#### (1) 職員の情報発信力強化

職員の情報発信力を強化するため、特別研修として「広報力研修」を実施した。また、広報マニュアルを見直し、全庁に周知することにより職員全体の情報発信力の底上げを図った。

### 2 広域観光の促進事業

#### (1) 市内における広域観光の実施

多様な観光拠点を巡って楽しむことが出来る、ARのデジタル技術を活用した体験型コンテンツを作製。前年と比較し、各観光拠点の観光客数が増加しており、一番街周辺部からの分散に一定の効果があった。



ARのデジタル技術を活用したデジタルスタンプラリー

### 3 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

#### (1) 企業版ふるさと納税(人材派遣)の活用

株式会社ジェイコム埼玉・東日本から1名の人材派遣を受け入れ、主に、SNSを活用した情報発信、オーバーツーリズム対策事業を推進した。



川越市長 森田 初恵(左) 株式会社ジェイコム埼玉・東日本・東日本取締役 社長補佐 地域ソリューション担当 兼地域コミュニケーション統括部長 中山 紀子様(右)

## 事業の課題

### 「広域観光の促進事業」

令和5年以前の当事業の目的としては、「広域から本市への集客」という側面が強かったが、観光客が市内中心部に集中しているオーバーツーリズムの現状においては、観光客の分散化に目を向け、より「市内の広域観光」に着目して事業に取り組む必要がある。



## 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6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6年度には、キャンプスペースの土地造成工事を実施したほか、グリーンツーリズム拠点施設について、民間活力を生かした、施設の効率的、効果的な運営手法を検討した。



#### (2) 農業体験等、ソフト事業の充実

令和6年度において拠点施設では農業体験への参加者数は6,529人、食体験への参加者数は162人であった。

各種プログラムを実施することで、観光の場所的、時間的な分散に寄与した。

#### 【プログラム例】

「農業体験、焚火、星空観察を組み合わせた体験事業」

- ・体験農園、バーベキュー場など、川越のグリーンツーリズムや、施設の強みを活かしたプログラムを実施した。



## 事業の課題

### 「グリーンツーリズム整備推進」

- ・キャンプスペースの供用開始による施設の滞在性の向上を図るとともに、体験農園、市民農園、バーベキュー場等との一体的運営を進め、市民利用や市外からのリピーターの増加を目指す必要がある。

## 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6年度 特定財源】

- 子育て体験学習の実施
  - ・埼玉県少子化対策推進事業費補助金
- 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
- 街区公園等整備事業((仮称)新宿町1丁目広場整備)
  - ・地方債
  - ・ふるさと納税
  - ・身近なみどり市町村支援事業補助金
- 魅力ある子育て環境整備事業
  - ・企業版ふるさと納税

### 【関連するSDGsゴール】



## 主な実施事業

### 1 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た。(240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

#### (1) 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 4名、延べ利用人数 55名

##### 【一時預かり事業】

利用登録者数 296名、延べ利用人数 2,950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」

- ・送迎保育利用者が伸び悩んでいる。
- ・現在の委託契約期間が終了するため、事業継続の判断及び事業内容の見直しの検討に資する情報を整理する必要がある。

## 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6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
  - ・企業版ふるさと納税
- 食環境づくり推進事業
  - ・企業版ふるさと納税
- 脱炭素化推進事業
  - ・物価高騰対応地方創生臨時交付金
  - ・二酸化炭素排出抑制対策事業費等補助金

### 【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を具体的な事例として、再生利活用案を調査し、所有者に提示することで、所有者と活用希望者のマッチングの検討を進めた。その結果、1件について事業の検討を具体的に進めるに至った。



景観重要建造物 鈴木薬局

### (2) 活用事例による啓発

歴史的建造物の所有者を対象とした、活用事例に関する啓発用チラシを窓口に配架するとともに、景観重要建造物の所有者等に郵送した。その結果、令和6年度は景観重要建造物等の所有者より2件の再生利活用の相談があった。

## 2 食環境づくり推進事業

### (1) 飲食店・食品販売店等と協働での食環境整備の実施

川越市健康づくり協力店の令和6年度新規登録2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展示や資料配布等の啓発を実施した。



市内スーパーマーケットでの啓発

### (2) 企業への協力依頼・協働での食環境整備の拡充

企業にて、健診時に従業員の尿中ナトリウム比を測定し、働き世代の健康意識の向上を図った(1社参加)。また、今後の実施に向けて新たに2社、担当者に尿中ナトリウム比の実施と説明を行った。



ナトリウム比測定の様子

## 3 脱炭素化推進事業

### (1) 公共施設太陽光発電設備導入可能性調査

既存公共施設32施設を対象に、太陽光発電設備の導入可能性について調査を行った。対象施設の内、26施設で設置可能であることが判明し、今後設置を検討する。

## 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」

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。

### 「食環境づくり推進事業」

企業の健康づくりに関する取組へアプローチするためには、企業側の理解と協力が必要である。



## 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	352,805	
◆年少人口43,000人台、		43,700	43,228	42,496	41,718	40,982	39,989	
生産年齢人口213,000人台を維持		215,555	215,066	215,262	216,047	216,171	217,138	

(単位:人。川越市住民基本台帳より。各年1月1日時点)

## 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)	12,705 (R2)	14,651 (R3)	

※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	51	
農業産出額(千万円/年)	目標値		-	-	-	-	1,500
	実績値	748 (R1)	702 (R2)	645 (R3)	643 (R4)	660 (R5)	

### 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	抜本的な改善を検討
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】

- ・今後、創業支援が重要になると思う。
- ・創業後3年で半分ほどが廃業と言われていたことから、各支援施設が連携して、支援を継続することが大事になると思う。

### 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. 旧川越織物市場活用推進	あり	改善し推進
2. 創業支援(1-1-5の再掲)	あり	改善し推進

#### 【主な意見】

- ・文化創造インキュベーション施設(旧川越織物市場)で実施している、パン作りを通じた高齢者の社会参加の取組(「パンじい」のイベント出展)などの多様な分野にわたる地域課題の解決に向けた提案をすることは、ぜひ続けてもらいたい。
- ・文化創造インキュベーション施設に入居しているクリエイターについて、地域とのつながりをつくり、お金になるよう自身の取組で課題解決に資する取組を構築・実施することが必要だと思う。
- ・入居者を創業につなげるには、業界の人と繋がるのが重要で、地方で頑張っている先輩クリエイターから話を聞くことや、直接ノウハウを伝授してもらうことが必要だと思う。

### 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】

- ・川越産農産物の販売促進などにも力を入れてもらい、ぜひ市民の方にも多く買ってもらえるようにしてもらいたい。
- ・事業者と農業者のマッチングは、地元産農産物の流通経路が確立していないことが課題だと思う。少量・多品種の野菜を流通させる経路が必要ではないか。
- ・川越産農産物のブランド化事業について、池袋駅構内等での野菜の直売も考えられるが、都心に近いため、川越に来ることができる。これは強みではないか。



## 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	394.7	560.8	719.1	735.8	

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	27.8	

### 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. インバウンド推進事業	あり	改善し推進
5. 文化スポーツが紡ぐにぎわい創出～かわごえの新たな魅力発見事業～	あり	改善し推進

#### 【主な意見】

- ・オーバーツーリズムが課題になっており、観光客がもっとお金を落としてくれるような、質的な転換をしたほうが良いのではないかな。
- ・オーバーツーリズム対策として、時間的分散が重要だと思う。
- ・近年は夏が暑すぎることで、他の季節と比べて3割程度観光客が少なくなっており、暑さ対策が必要ではないかな。

### 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	現状通り事業推進
1. 伊佐沼公園など周辺施設との連携(伊佐沼公園整備)	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拠点施設の管理運営を、キャンプ場運営に見識のある民間事業者任せすることで、そのノウハウを活用することができるのではないかな。
- ・まちなかからグリーンツーリズム拠点施設までをいかに移動してもらえるかが重要だと思う。

### 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
子育て世帯の転入数(世帯/年)	目標値		985以上	985以上	985以上	985以上	985以上
	実績値	922	921	1034	997	921	

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	193	
保育園待機児童数(人)	目標値		0	0	0	0	0
	実績値	2	7	8	8	10	

#### 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. 出合いの仕掛けづくり	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. 川越市保育ステーション事業	あり	改善し推進
6. 市立川越高等学校創立100周年事業	あり	改善し推進
7. 街区公園等整備事業((仮称)新宿町1丁目広場整備)	あり	現状通り事業推進
8. 魅力ある子育て環境整備事業	あり	改善し推進
9. 中学生の声を市政に届ける事業	あり	改善し推進

#### 【主な意見】

・学童について、小学校4年生になると行かなくなる家庭もある。ニーズによって、サービスを変えることも考えられるのではないかな。

## 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	80,760	
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 (R元)	男 17.85 女 20.48 (R2)	男 18.01 女 20.66 (R3)	男 18.05 女 20.82 (R4)	男 17.99 女 20.75 (R5)	
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 (H29)	1,880 (H30)	1,632 (R1)	1,567 (R2)	1,570 (R3)	
	(参考)実績値 (新算定方法)	1,744 (H29)	1,698 (H30)	1,581 (R1)	1,534 (R2)	1,570 (R3)	

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	61.8	
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)	53.1 (H30-R2)	53.3 (R元-R3)	51.8 (R2-R4)	
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)	38.0 (R4)	36.7 (R5)	

### 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	現状通り事業推進
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	現状通り事業推進

#### 【主な意見】

・国の「地方創生2.0基本構想」において、多様な地域資源の「新結合」で付加価値を生み出す取組が期待されており、本市の歴史的建造物についても、新しい付加価値をつけ、稼ぐ歴史遺産にすることが求められていると思う。

### その他、第3期川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略についての意見

#### 【主な意見】

- ・地元に貢献したいという想いを持つ中小企業が、何をやればよいかわからないという課題を持っている。
- ・このような人口減少対策の話をする会議において、現場の女性の意見を反映することが必要ではないか。
- ・規模の大きい企業を市内に誘致する施策があるとよいと思う。企業が増え、住んで働くことができれば都内に行かなくても済むようになるのではないか。
- ・観光のコンテンツとして、スポーツを検討してもよいのではないか。
- ・人口増加や経済成長にすぐに効果が出るものではないが、川越には伝統のある高校があるため、川越の知名度を上げることや、川越ファンを増やすことが期待できると思う。





川越市シンボルマーク