

川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略 変更内容（案）（令和 年 月変更）

計画期間

平成 27（2015）年度から令和 2（2020）年度まで

冊子
掲載頁 4

政策目標

令和 2（2020）年時点で総人口 35 万人以上を維持 [年少人口 43,000 人台、生産年齢人口 213,000 人台を維持]

冊子
掲載頁 9

4つの戦略と8つのプロジェクト

| 4つの戦略 | | | | | 8つのプロジェクト | | | | |
|--|-------------------------------------|------------------------|---------------|-----------|---------------------------------------|--------------------------------|--------------|-------------|------------------------------|
| 戦略名 | 数値目標名 | 実績値 (H26) | 目標値 (R2) | 冊子 掲載頁 | プロジェクト名 | K P I 名 | 実績値 (H26) | 目標値 (R2) | 冊子 掲載頁 |
| ～川越でしごとをする～ 地域の特性を活かし、若者を引きつける働く場をつくる | 市内事業所 従業者数 (人/年) | 127,523 (H24) | 127,523 以上 | 13 | しごと暮らし 川越 川越産業の活性化と若者の地元就業 | 市が主催する市内高校・大学への就職応援講座の実施数(件/年) | 4 | 20 | 14 |
| | | | | | | 創業支援の利用者数(人/年) | 25 | 150 | 14 |
| | | | | | 市内総生産額 (百万円/年) | 1,067,298 (H24) | 1,175,013 | 13 | ものづくり長屋 川越 文化創造拠点の形成と創業支援 |
| | 立門前線の歩行者・自転車通行量(人) | 3,915 | 4,500 | 16 | | | | | |
| | 健康食レストラン 川越 川越産農産物の魅力を広めるブランドづくり | 農産物直売所の総販売額(百万円/年) | 611 | 700 | | | | | 18 |
| | | 川越産農産物を使ったレシピの累計開発数(件) | 0 | 50 | 18 | | | | |
| ～川越で育てる～ 安心して出産・子育てができる環境をつくる | 子育て世帯の 転入数 (世帯/年) | 1,015 | 1,015 以上 | 21 | 縁結び 川越 若い世代を呼び込む「縁結びのまち」の魅力の創出 | デートマップに掲載されたスポットの累計数(件) | 17 | 60 | 22 |
| | | | | | | 縁結び関連の事業・イベントの実施数(件/年) | 2 | 20 | 22 |
| | | | | | すくすく かわごえ 子育て世代を支える安心の拠点づくり | 保育園待機児童数(人/年) | 74 | 0 | 24 |
| | | | | | | 地域子育て支援拠点事業の利用者数(人/年) | 69,361 | 108,105 | 24 |
| ～川越を活かす～ 地域の価値を高め、魅力あるまちをつくる | 定住意向率(%) | 88.7 | 90.0 | 27 | 蔵人ファンド 川越 「蔵の町 川越」を活かし、支援するファンドの創設 | 蔵まちづくり再生基金の活用累計数(件) | 0 | 1 | 28 |
| | 空き家率(%) | 11.0 (H25) | 11.0 以下 | 27 | | くらびとファンディング活用累計数(件) | 0 | 10 | 28 |
| ～川越を遊ぶ・感じる～ より広域に、より魅力の高い交流の機会をつくる | 観光客数 (人/年) | 6,579,000 | 7,200,000 | 31 | キテミル KAWAGOE 川越を訪れるきっかけづくり | ロケ地として撮影された件数(件/年) | 57 | 105 | 32 |
| | | | | | | 観光客の平均消費額(円) | 4,166 | 5,000 | 32 |
| | 外国人観光客数の割合(%) | 1.1 | 2.5 | 31 | 蔵 in ガルテン 川越 グリーンツーリズム拠点の整備 | 農業体験事業参加者数(人/年) | 1,011 | 1,500 | 34 |

※ 事業計画の変更を検討中のため。