

No.	目標	事業名【担当課】	事業目的	R3年度事業内容	予算額	執行額	重要業務評価指標 (KPI)	R2実績値	R3実績値	【評価】 1. 順調 2. ほぼ順調 3. 課題あり			評価	推進会議での意見
										達成率 (R3)	目標の進捗状況	今後の達成見込み		
1	雇用創出	企業誘致の促進【まちづくり政策課】	町内への進出を希望する企業や、事業用地を求めている企業に対し、訪問して情報を提供した上で、雇用促進奨励金事業の活用も考慮しながら誘致につながる取組を推進する。また、国産ドローン製造メーカーへの補助等についても検討を進めていく。	当初は新たな事業の参考とするため、アスレチック施設やケナフの栽培・加工を行っている企業を訪問し、現地視察を行ったが、新型コロナウイルス感染症の拡大により企業訪問を自粛したため、訪問件数は数件となった。	123,000	18,000	企業訪問数 令和6年度までに年間35事業所以上(令和3年度実績3社)	16社	3社	8.57%	令和4年3月31日現在の訪問企業は3社となった。新型コロナウイルスの影響により訪問を自粛したため目標には至らなかった。	企業訪問等により新規企業の誘致や既立地企業においても積極的に情報収集を行い、必要に応じて制度の周知を行う。	2.25	推進会議委員からの意見は別紙令和4年度まち・ひと・しごと創生総合戦略推進会議意見・評価集計表にまとめております。
2	雇用創出	就農支援事業【農政商工課】	町内に居住している、または今後居住することが見込まれる農業で生計を立てようとしている女性、及びその女性を雇用しようとする法人を支援することで、女性就農者の確保、農業所得の向上、移住・定住を促進する。	・令和3年度については、町内法人等へ聞き取りによる対象者の調査を行ったが、対象となる女性新規就農者がいなかった。	0	0	女性就農希望者への就農相談件数 令和6年度までに年間2人	0人	0人	0.00%	大郷町農業振興総合補助金について、町内各農業生産法人へ概要説明及び相談を行った。また、地域おこし協力隊についての説明を行った。	関係機関（県農業改良普及センター、JA、町等）が連携して相談及び支援体制を構築し、広報紙や町ホームページ等で広く周知するとともに、町内農業生産法人等に対し雇用計画の調査等を実施する。	2.75	
3	移住定住	空き地空き家活用移住促進事業【まちづくり政策課】	町民や町外在住の物件所有者から空き地空き家の登録を募り、空き地空き家の利用を希望する人に物件情報を提供することで移住定住の促進を図る。併せて、空き家財道具等処分費用助成により空き家バンクへの登録を促す。	1. 空き地・空き家バンク (1)相談数：99件 (2)登録数：空き地18件、空き家2件 (3)利用登録者数：35名 (4)現地案内：14件 (5)空き地契約成立件数：5件 空き家契約成立件数：4件 (6)制度の周知及び空き家情報の提供：ホームページ掲載(随時更新)・広報 2. 住宅リフォーム助成金 3,680千円 町内業者が施工する持ち家または賃貸借した空き家の改修費の5分の1を助成 (1)助成数19件 町内居住者(限度額10万円) 12件 町内居住者で18歳未満の扶養親族がいる者(限度額30万円) 5件 町外居住者が空き家等を購入または賃借して転入する者(限度額50万円) 2件 (2)住宅リフォーム助成制度の周知：ホームページ掲載・広報	4,252	3,740	空き地空き家バンク活用による移住世帯数 令和2年度～6年度までの延べ数 8世帯 (平成28年～令和1年までの実績 延べ7世帯)	0世帯	4世帯	50.00%	空き地・空き家バンク相談件数は99件、空き地契約件数は5件、空き家契約件数は4件、住宅リフォーム助成数は19件	空き地・空き家バンクが広く周知されていることもあり、99件もの相談があり、今後ともこれまで以上の相談が見込まれる。また、住宅リフォーム助成を活用し、更なる空き家の利活用に努めたい。	1.63	
4	移住定住	住宅取得支援事業【まちづくり政策課】	町内及び町外居住者で、町分譲地及び民間分譲地を取得し、分譲地取得後2年以内に住宅を建築する者又は建売住宅を購入するもので、18歳未満の子どもが同居する者等に補助金を交付し、町内への移住・定住を促進する。	住宅取得支援事業補助金について、民間分譲地(けやき坂) 取得者7件の補助金を交付した。	3,200	1,400	住宅取得支援事業の対象者数 令和2年度～令和6年度の延べ数 50人 (平成28年度～令和元年度の延べ数 56人)	22人(7世帯)	23人(7世帯)	90.00%	令和4年度では3件の申請がある状況。	令和3年度では下半期以降の申請も多かったため、令和4年度も同水準とすると充分達成できると考える。	1.13	
5	移住定住	地域おこし協力隊受入事業【まちづくり政策課】	町外の意欲ある若い人材を誘致し、移住して農業、観光、移住・定住等に関する職務に従事することで地域の活性化を図る。また、大郷町のPRに積極的に取り組んでもらうことで、本町のイメージアップを図る。	1. 令和3年度の隊員数 2名 2. 受入先法人 (株)夢美堂 1名(平成31年4月から令和3年9月まで活動) 合同会社えにしホースパーク 1名(令和3年4月から活動) 3. 主な活動内容等 受入先法人で、ベビーリーフの栽培、馬を活用した地域振興等 (報酬2,826千円、期末手当405千円、社会保険料587千円、)	6,387	6,139	地域おこし協力隊受入の情報発信件数 令和2年度～6年度の延べ数 400回 (令和元年度の実績件数 45回)	44 (広報：12 SNS：32)	144 (広報：10 SNS：134)	47.00%	町広報誌のみならず、複数のツールを使用して情報発信をしている。	今後も複数のツールを使用し、情報発信を行う。	1.75	
6	移住定住	「道の駅おおさと」運営強化事業【農政商工課】	魅力ある商品のラインアップづくりと、新鮮野菜の供給を毎日行うことで「道の駅おおさと」の活性化を図り、交流人口の増加、及びインターネット等を利用した販路の拡大と安定した売り上げを目標とする。	新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止対策をしながら、新鮮野菜の供給や地場産品の加工品販売を行った。新商品として大郷町特産のモロヘイヤを練り込んだお菓子の販売やレストランでの新メニュー提供を行い、飽きさせない工夫を施した。また、販売している商品やイベント開催について、SNSやテレビ、新聞を活用した情報発信を行い、県内外に周知した。 入口付近カウンターには観光パンフレットの配架やコンシェルジュによる案内をコーナーを設け、来客者へ観光案内や問合せ対応の体制を整えた。	34,015	12,376	道の駅おおさとの売上 令和6年度までに年間売上 450,000,000円	378,733,202円	376,930,463円	83.76%	令和3年度もコロナ禍で観光事業にも影響が出ている中ではあったが、利用者に喜ばれる新鮮野菜や新商品を販売した。SNSやメディアから情報を得て来るお客様も多かった。また、道の駅敷地を利用したイベントの開催で相乗効果が見られた。	商品情報等の発信を行いながら、通信販売に適している商品や大郷ならではの商品を開発し、インターネットを活用した販路拡大を行うことで、売上達成が増し目標達成が見込まれる。	1.50	

【評価】 1. 順調 2. ほぼ順調 3. 課題あり														
No.	目標	事業名【担当課】	事業目的	R3年度事業内容	予算額	執行額	重要業務評価指標 (KPI)	R2実績値	R3実績値	達成率 (R3)	目標の進捗状況	今後の達成見込み	評価	推進会議での意見
7	移住定住	緑の郷活性化事業【農政商工課】	施設本来の目的であるクラインガルテン事業（農泊）の推進を再構築し、交流人口の増加を図るとともに、新しい働き方のスタイルに応じた環境を整え、利便性を高めることでテレワーク勤務者や町内企業の出張者等による施設利用者の増加を図る。	令和3年4月より指定管理者が変わり、今までの宿泊事業等に加え、サテライトオフィスとしての利用や農業体験のイベント、レストランメニューの更新など新たな事業展開をしてきた。また、レストラン、厨房、宿泊棟の空調設備を更新・設置し、新型コロナウイルス感染症の拡大防止を図った。 大郷町の魅力を伝え、交流人口の増加を図るために、農業体験イベントで町のゆるキャラを登場させたり、町のSNS等に緑の郷を取り上げ情報発信を行ったりした。	13,008	9,916	バストラル緑の郷年間入込客数 令和6年度まで 年間21,000人	8,006人	4,799人	22.85%	令和2年に続き、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、入れ込み客数が減少したが、コロナ対策を固りながら実施できる事業をブラッシュアップし、実行し始めている。令和3年度は事業の方向性の検討と、認知度拡大のために情報発信するの一年と捉え、今後もクラインガルテン事業とサテライトオフィスとしての利用推進を図り、交流人口の増加を目指す。	令和3年度も新型コロナウイルス感染症の影響を受け、入れ込み客数が減少したが、コロナ対策を固りながら実施できる事業をブラッシュアップし、実行し始めている。令和3年度は事業の方向性の検討と、認知度拡大のために情報発信するの一年と捉え、今後もクラインガルテン事業とサテライトオフィスとしての利用推進を図り、交流人口の増加を目指す。	2.50	
8	移住定住	情報発信強化事業【総務課】	地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金（地方創生先行型）で整備したスマートフォン用WEBサイトを活用し、移住促進や子育て支援、イベント等の若者世代のニーズに対応した生活情報を提供するとともに、大郷町の魅力を町内外に向けてPRする。	ホームページの運営	2,191	2,191	HPアクセス数を500件/日	・7ヶ月数：460件/日 ※総数・168,126件 ・1ヶ月数：1件	・7ヶ月数：464件/日 ※総数・169,250件	92.80%	HPアクセス数1日あたり460件程度	HPアクセス数平均500件程度	1.50	
9	結婚出産子育て	結婚応援事業【まちづくり政策課】	1年成婚事業への登録者や、婚活イベントに参加した町内在住の独身者に対して助成金等の支援を行い、婚活を応援する。	・HPに本制度に関する情報を常時掲載するとともに、広報紙に掲載し周知を図った。 ・婚活支援助成金交付 2件	2,029	1,345	婚活情報の情報発信件数 令和6年度までに年間発信件数20回 (令和3年度の実施件数 20回)	情報発信件数 13件	情報発信件数 20件	100.00%	町ホームページや広報おさと、新聞折込、SNS等を活用し、制度の周知を行った。	今後も町単独の婚活イベントや各事業の周知活動を継続的に行い、利用者の増加を図る。	2.13	
10	結婚出産子育て	すこやか子育て医療費助成事業【町民課】	子育て家庭の経済的負担の軽減と、子どもの適正な医療機会を確保するため、子ども医療費の助成範囲を、現在の15歳に到達する日の年度末から、18歳に到達する日の年度末まで拡大する。	平成28年4月1日から、すこやか子育て医療費助成事業対象者を18歳到達年度末まで拡大した。 ・すこやか子育て医療費助成対象者 1,101人	27,965	26,732	対象者への支給率100%の維持 令和6年度まで100%を維持 (令和2年度の実績100%)	100%	100%	100.00%	年度 対象者数 支給率 R01 1,150人 100% R02 1,121人 100% R03 1,101人 100% R04見込 1,070人 100% (対象者数は年度末人数)	毎年度100%を達成している。	1.13	
11	結婚出産子育て	国民健康保険子育て支援補助金交付事業【町民課】	大郷町国民健康保険に加入している18歳未満の被保険者がいる子育て世帯に対して、負担の軽減並びに子育て支援を図る。	令和2年度中に大郷町国民健康保険に加入している18歳未満の被保険者がいる世帯に対して、均等割相当額を補助金として交付した。	2,656	2,656	対象者への交付率100%の維持 令和6年度まで100%を維持 (令和2年度の実績100%)	97.0%	93.0%	93.00%	対象児童のいる世帯 89世帯 対象世帯数 86世帯 (令和3年5月31日までに保険税を完納した世帯) 交付世帯数 80世帯 交付率 93%	制度の周知徹底を図るとともに、対象者に申請勧奨をすることで、100%の交付率を達成できる見込み。	1.13	
12	結婚出産子育て	不妊治療助成事業【町民課】	不妊治療のうち、特定不妊治療を受けている夫婦の経済的負担を軽減するため、特定不妊治療費の助成を行う。	県事業の変更（助成対象者及び助成回数）に伴い、令和3年4月1日より、同様に変更を行った。ホームページ、LINE、広報誌で周知した。実1件、延1件の申請があり、助成した。個別に相談があった場合に対応した。	600	75	特定不妊治療助成事業の情報発信件数 令和6年度までに年間発信件数18回 (令和3年度実績年間発信件数15回)	14回（ホームページ、LINE1回、広報誌12回）	15回（ホームページ、LINE2回、広報誌12回）	83.33%	R3は、県と同様に対象者等を見直したほか、今後保険診療となることが想定されていることから、保険診療となった場合に自己負担額に差が生じないよう変更が必要か検討を行い、不要と判断した。 R4は、LINEによる周知回数を増やす予定である。	計16回実施の見込みである。 (ホームページ、LINE3回、広報誌12回)	1.25	
13	住み続けたいまち	公共交通再構築事業【まちづくり政策課】	本町唯一の公共交通である住民バスについて、交通弱者等の移動手段としての充実を図ることを含め、多様化するニーズに対応するため、検討組織の立ち上げ、利用者アンケート、データ収集・分析等に基づき、地域特性と費用対効果を踏まえた、より効果的で効率的な運行体系の再構築を図る。また、町内デマンドタクシー及び町外買い物バス（ワゴン車）や、タクシー券の助成についても検討を進める。	住民バスの運行 ・運行路線数：8路線 ・運行日数：241日（R4年3月末現在） ・乗車人数：44,942人（R4年3月末現在）	40,534	39,441	住民バスの乗車人数 令和6年度までに年間乗車人数 50,000人 (令和3年度の年間乗車人数 44,942人)	39,264人	44,942人	89.88%	利用者数については44,942人の乗車があり、令和2年度実績と比べて5,678人増加した。新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなったことにより公立高校の休校等の措置もなかったためと判断される。	乗車人数は昨年度を上回ったが、全体的な推移としては学生数の減少に比例して利用者数も減少傾向にあるといえる。引き続きデータ収集と分析に基づいて、運行体系の効率化を図りたい。また、検討が始まった黒川圏域の広域交通についても、域内での効果的な運行について模索していきたい。	1.75	

No.	目標	事業名【担当課】	事業目的	R3年度事業内容	予算額	執行額	重要業務評価指標 (KPI)	R2実績値	R3実績値	【評価】 1. 順調 2. ほぼ順調 3. 課題あり			評価	推進会議での意見
										達成率 (R3)	目標の進捗状況	今後の達成見込み		
14	住み続けたいまち	大郷町国民健康保険各種検診料助成事業【町民課】	大郷町国民健康保険に加入している者の健康保持及び増進並びに疾病の早期発見・早期治療に資するため、各種検診対象者に検診料の一部を助成し、健康でいきいきと暮らせる町を目指す。	町が主催する各種がん検診等の受診者のうち、大郷町国民健康保険の被保険者、延べ1,866名の受診分について、国民健康保険特別会計から一般会計へ助成金を交付し、受診時の自己負担額を軽減した。	2,059	1,630	町主催のがん検診(助成対象分の検診)受診率 令和6年度までに平均受診率 23%の達成 (令和2年度の平均受診率 17%)	17%	15%	65.22%	別紙のとおり	令和3年度は新型コロナウイルス感染症の影響もあり、受診率は低下している。ワクチンの接種率が高まることで、受診率も増加すると見込まれる。	1.75	
15	住み続けたいまち	ふるさと納税制度のPR事業【財政課】	町ホームページや内閣府ホームページ上に町の情報を掲載する他、返礼品の品数アップを図る等大郷の魅力、特産品のPRを積極的に行うことでふるさと納税額のアップを目指す。	町のホームページや、ふるさと納税サイトを通して寄附を募り、大郷町の特産物の良さを全国に発信することができた。 (令和3年度はふるさと納税サイト6サイト、返礼品95品、事業者14者)	80,202	78,372	企業版ふるさと納税額 令和6年度までの累計納税額 250,000,000円	0	3,000,000	1.20%	令和3年度は1者からの企業版ふるさと納税の寄附があった。コロナウィルスの影響で直接PRできる機会が少なかったが今後は様々なツールを活用し、今まで以上にPRしていく。	企業版ふるさと納税の寄附の使途は台風19号による復興事業一つに絞っていたが、大郷町のさらなる発展につなげられるような新たな事業で寄附を募れば達成に少しでも近づくと考える。	2.13	
16	住み続けたいまち	防犯灯LED化事業【総務課】	防犯灯をLED化することで、夜間における視認性を向上させ、交通事故及び犯罪の発生を防止する。	故障した防犯灯を25箇所LED灯に修繕した。また、宮城県環境交付金を活用し、蛍光灯若しくは水銀灯の防犯灯を27箇所LED灯へ交換した。	1,320	1,283	事業費	77.3%	88.1%	88.10%	全体で842基の防犯灯が稼働しており、742基がLED灯を使用している状況である。(令和4年4月1日時点)	防犯灯LED化事業は宮城県の環境交付金を活用しながら行っているため、交付金の額に左右されるが、修繕と並行してLED化を進めているため、令和5年度には100%を達成できる見込みである。	1.13	

個数 / 事業番号	事業別意見等	評価			評価平均
		1	2	3	
1	<b>企業誘致の促進</b>				
	企業誘致の促進	1	4	3	2.25
	コロナ禍における情報提供策の構築が必要。			1	
	コロナ禍により対面での企業訪問を自粛せざるを得ないことから、BigAdvanceプラットフォームの活用など代替の機会の確保に努めていただきたい。			1	
	新型コロナウイルスが落ち着くまで積極的に動けないので仕方ないと思う。		1		
	大郷にとってどのような企業が必要なのかもっと大郷町内で検討してはどうか。			1	
	(空白)	1	3		
2	<b>就農支援事業</b>				
	就農支援事業		2	6	2.75
	そもそも女性に絞る意味がわからないが、洪水の被害で農業法人は厳しいので仕方がない。			1	
	高校、大学等を訪問し、就農を希望する人に何が必要かアンケート調査を行い希望に即した体制を作ることも一つの方法ではないか。		1		
	収入目標を100万円なのか300万円なのかはっきりさせ、それに応じた指導ができるようにすれば良いのではないか。			1	
	対象となる女性農業者の把握とともに、就農フェアなどの機会を通じて、町や農業に関心を持ってもらえるような取り組みを今後も継続して実施していただきたい。			1	
	町内女性の就農ニーズ喚起策、町外女性就農希望者に対する特徴的なインパクトある情報発信策が必要。			1	
	農業は収入が少ないので、難しいと思う。儲かる農業が必要です。			1	
	(空白)		1	1	
3	<b>空き地空き家活用移住促進事業</b>				
	空き地空き家活用移住促進事業	4	3	1	1.63
	(空白)	4	3	1	
4	<b>住宅取得支援事業</b>				
	住宅取得支援事業	7	1		1.13
	(空白)	7	1		
5	<b>地域おこし協力隊受入事業</b>				
	地域おこし協力隊受入事業	3	4	1	1.75
	協力隊の定住を目指し、空家促進事業とタイアップして居住地の支援をつくってはどうか。		1		
	終業後に定住するような人材をピックアップしてほしい。			1	
	(空白)	3	3		
6	<b>「道の駅おおさと」運営強化事業</b>				
	「道の駅おおさと」運営強化事業	5	2	1	1.50
	2階部分の改修により、更なる利用客UPの余地有り。	1			
	レストランのメニュー、価格、収穫等の工夫。			1	
	人も賑わっているので、このままがんばってほしい。	1			
	道の駅、郷郷ランドにドッグランを作してほしい。道の駅もテラス席を設けて、ペットのいる方でも食事ができるようにしたら良いと思う。		1		
	目標には至っていないが、コロナ禍の状況であっても年間売り上げは一定程度確保していることから、引き続き商品の充実や情報発信による売り上げの拡大を図っていただきたい。	1			
	予算執行が維持管理費に費やされているように思われる。販路拡大や集客のためのPR企画。	1			
	(空白)	1	1		
7	<b>縁の郷活性化事業</b>				
	縁の郷活性化事業		4	4	2.50
	コロナ禍や災害等の影響で、利用者の拡大については厳しい状況にあるが、拡大が見込める利用方法に注力し、対象者を明確にしながら、利用者の拡大を推進していただきたい。			1	
	大衝万葉の森のようにアスレチックを作るとか、清里テラス、天空カフェのような施設を作れば、若い方も足を運びます。インスタ映えスポットも併設。町内に居ながら一度もランチにいったことがないので、大和のワイナリーとか参考にしたらどうでしょうか。			1	
	単体ではなく町の株が上がることで需要が増えるので、しばらく時間があると思う。		1		
	町民に対してどのような事業をやっているのか、もっと情報提供してはどうか。			1	



個数 / 事業番号	事業別意見等	評価			評価平均
		1	2	3	
	不稼働施設の大規模リニューアル等により、観光施設として新たなPRが可能。		1		
	予算執行が維持管理費に費やされているように思われる。販路拡大や集客のためのPR企画。		1		
	(空白)		1	1	
8	情報発信強化事業	4	4		1.50
	(空白)	4	4		
9	結婚応援事業	1	5	2	2.13
	10代の頃より人生を考える機会を提供してはいかがでしょうか。			1	
	他の町と同じような事業をしているところと連携してみるのもいいかもしれない。		1		
	役場の方が頑張っても、独身の方が興味が無いと無理なので、要らない事業だと思う。			1	
	(空白)	1	4		
10	すこやか子育て医療費助成事業（拡充）	7	1		1.13
	(空白)	7	1		
11	国民健康保険子育て支援補助金交付事業	7	1		1.13
	(空白)	7	1		
12	不妊治療助成事業	4	3	1	1.25
	町内放送を使うのもいいかもしれない。	1			
	(空白)	3	3	1	
13	公共交通再構築事業	3	4	1	1.75
	高齢化が進み、交通弱者対策として、公共交通の維持は重要な施策である。町民がより利用しやすい交通のあり方について、今後も推進していただきたい。		1		
	住民バスの時間帯又タクシーがなく不便の声あり。			1	
	(空白)	3	3		
14	大郷町国民健康保険各種検診料助成事業	2	6		1.75
	(空白)	2	6		
15	ふるさと納税制度のPR事業	2	3	3	2.13
	企業版ふるさと納税の推進のみならず、大郷町の返礼品（特産品）の充実は町の産業振興や交流事業の拡大など様々な面において効果が見込まれることから、引き続き推進していただきたい。			1	
	知らない人が多いため、もっとPRしてはどうか。			1	
	(空白)	2	3	1	
16	防犯灯LED化事業	7	1		1.13
	(空白)	7	1		