

まちづくり交付金 事後評価シート  
中央地区

平成20年12月

埼玉県横瀬町

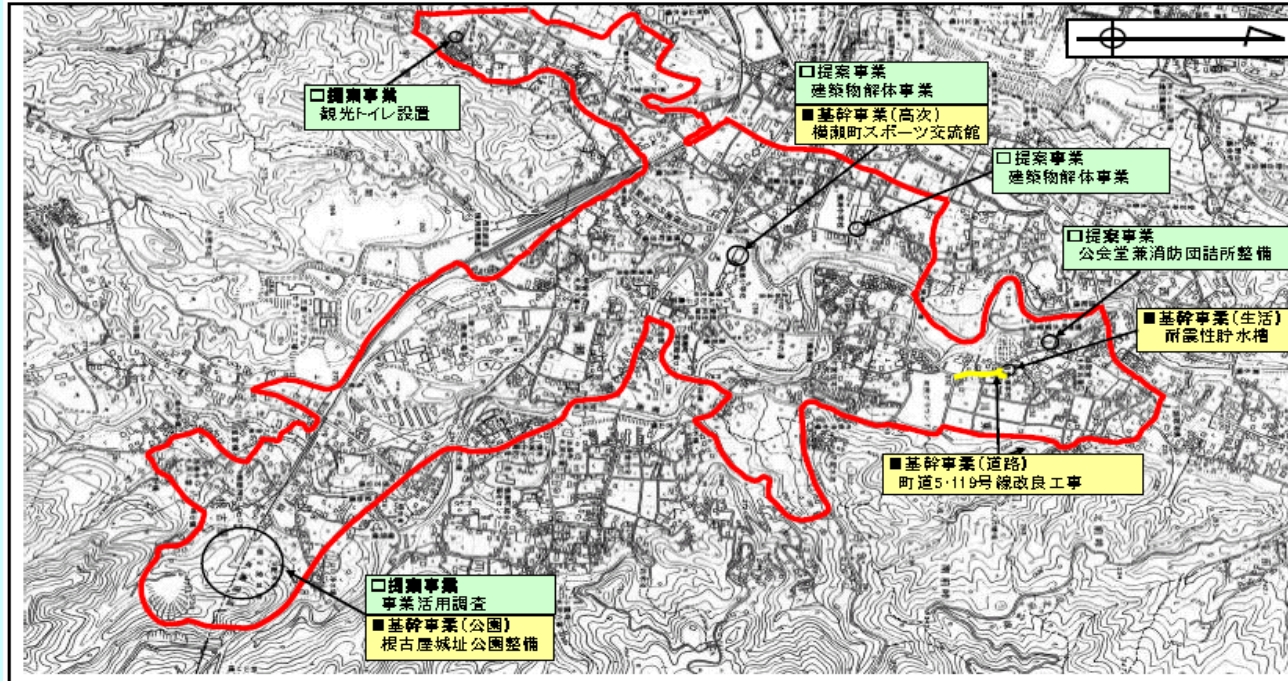
様式2-1 評価結果のまとめ

都道府県名	埼玉県		市町村名	横瀬町		地区名	中央地区		面積	247 ha		
交付期間	平成17年度～平成20年度		事後評価実施時期	平成20年12月		交付対象事業費	629 百万円 国費率 0.399					
1)事業の実施状況	当初計画に位置づけ、実施した事業		基幹事業		公園事業、地域生活基盤施設事業、高次都市施設事業							
			提案事業		建築物解体事業、公会堂兼消防団詰所整備事業、根古屋城址公園調査事業							
	当初計画から削除した事業		基幹事業		道路事業(町道104号線)		削除/追加の理由		削除/追加による目標、指標、数値目標への影響			
			提案事業		防災マップ作成事業				影響なし			
	新たに追加した事業		基幹事業		道路事業(町道5号線・119号線)		避難・観光ルートを充実するため		影響なし			
			提案事業		観光トイレ整備事業		観光ルートの機能を高めるため		影響なし			
交付期間の変更		当初	平成17年度～平成20年度		交付期間の変更による事業、指標、数値目標への影響							
		変更										
2)都市再生整備計画に記載した目標を定量化する指標の達成状況	指標		単位	従前値	目標値	数値		目標達成度	1年以内の達成見込み	効果発現要因(総合所見)	フォローアップ予定時期	
	指標1	地域交流センター利用満足度	%	0	H16	70	H20	93	○	ありなし	利用者のニーズに配慮したこと等により、期待以上の満足度を得られた。	
	指標2	入り込み客数	人	601,000	H15	670,000	H20	671,000	○	ありなし	観光拠点施設の整備、観光施設や観光資源などを結ぶルートを整備充実したことにより、新規観光客やリピーターが増加し、数値目標を上回る見込み。	平成22年7月1日
	指標3	避難場所等認知率	%	30	H16	80	H20	81	○	ありなし	拠点施設などの整備により、目標どおりの成果が上がった。	
	指標4									ありなし		
	指標5									ありなし		
3)その他の数値指標(当初設定した数値目標以外の指標)による効果発現状況	指標		単位	従前値	目標値	数値		目標達成度※1	1年以内の達成見込み	効果発現要因(総合所見)	フォローアップ予定時期	
	その他の数値指標1											
	その他の数値指標2											
	その他の数値指標3											
4)定性的な効果発現状況												
5)実施過程の評価			実施内容			実施状況				今後の対応方針等		
	モニタリング					都市再生整備計画に記載し、実施できた 都市再生整備計画に記載はなかったが、実施した 都市再生整備計画に記載したが、実施できなかった						
	住民参加プロセス					都市再生整備計画に記載し、実施できた 都市再生整備計画に記載はなかったが、実施した 都市再生整備計画に記載したが、実施できなかった						
	持続的なまちづくり体制の構築					都市再生整備計画に記載し、実施できた 都市再生整備計画に記載はなかったが、実施した 都市再生整備計画に記載したが、実施できなかった						

## 様式2-2 地区の概要

中央地区(埼玉県横瀬町) まちづくり交付金の成果概要

まちづくりの目標	目標を定量化する指標	従前値	目標値	評価値
人と自然が生きづくまちづくり	地域交流センター利用満足度	単位: % 0 H16	70 H20	93 H20
	入り込み客数	単位: 人 601,000 H15	670,000 H20	671,000 H20
	避難場所等認知率	単位: % 30 H16	80 H20	81 H20



まちの課題の変化

- コミュニティ意識の醸成  
地域交流センターや公会堂を整備したことにより、ふれあいの場が増え、コミュニティ意識が醸成された。
- 町の活性化  
新規観光拠点施設の整備などを結ぶ魅力ある観光ルートの設定により、観光客が増加し、町が賑わいを見せている。
- 防災・避難体制の整備充実  
避難所などの防災施設の整備により、住民の安心・安全を確保した。

今後のまちづくりの方策(改善策を含む)

- コミュニティ意識の高揚  
地域住民が自発的・積極的にふれあいや連帯感に満ちたあたたかい人間関係を築くことのできるイベントを開催するなどし、行政はその活動を側面から支援する。
- 観光客の誘致強化  
町の魅力ある観光拠点施設や観光ルートについて、全国に向けての情報発信、旅行会社へのPRを行い、観光客の誘致強化を図る。