

令和7年度重点施策評価シート（令和6年度実施分）

基本目標4 地域資源を活かした「魅力あるしま」をつくる

数値目標	観光消費額					
基準値	H30 4,190百万円→R6 4,742百万円	R2	R3	R4	R5	R6
		2,447百万円	2,273百万円	3,262百万円	4,077百万円	4,359百万円
分析	コロナ禍の影響からは脱却し、観光消費も回復傾向にある。基準値となったH30年度を上回る水準には至ったが、数値目標の達成には至らなかった。全国的なインバウンドの流れを本町に波及させるようイベント・受入体制の整備など引き続き観光客の誘致に取り組む必要がある。					

重要業績評価指標（KPI）全体評価

※B未達成① 達成率80%以上 C未達成② 達成率80%未満

横断プロジェクト全体

KPI数	把握困難	評価数	A達成	B未達成①	C未達成②	D把握困難
16	0	16	7	3	6	—

うち再掲

10

【内訳】 施策1 未来技術の活用など戦略的かつ効果的な企業誘致の推進

KPI数	把握困難	評価数	達成	未達成①	未達成②
2	0	2	1	0	1

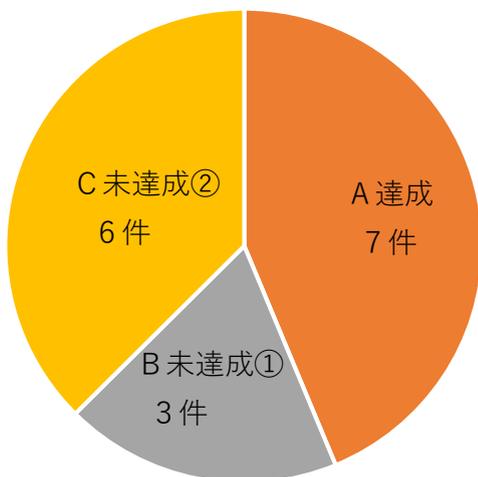
施策2 魅力ある観光地を創り、国内外から人を呼び込む

KPI数	把握困難	評価数	達成	未達成①	未達成②
11	0	11	4	3	4

施策3 魅力ある「しごと」「ひと」づくりによる定住環境の推進

KPI数	把握困難	評価数	達成	未達成①	未達成②
3	0	3	2	0	1

横断プロジェクト



KPI数 16件

重要業績評価指標（KPI） 個別評価

※No. に☆印がついた目標はH30からの伸び幅を比較し達成率とする。
 ※No. に◇印がついた目標はH30からの減少幅を比較し達成率とする。

施策1 未来技術の活用など戦略的かつ効果的な企業誘致の推進

No.	指標名	H30 基準値	実績値の推移 上段：目標値/下段：実績値					達成率	
			R2	R3	R4	R5	R6		
1 ◇	定員管理 ※再掲	385 人	364	354	349	345	340	100.0%	A
			368	355	346	340	339		
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組						
-			-						
2 ★	新規雇用者数（累計） ※再掲	144 人	300	460	630	810	1,000	54.9%	C
			267	374	495	517	549		
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組						
全国的な物価高騰・原料費の高騰などにより島内の雇用状況は決して良くはない状況にある。雇用機会拡充事業など各種事業により島内雇用の拡大に努めているが、目標の達成には至らなかった。また全国的に人員不足の状況があり、町内就業と比較し条件的に好条件となる島外・県外・都市部への就職を選択する方も多く島内においては深刻な働き手不足となっている。			従業員の確保に苦慮している事業者が多く、外国人就労者の力を借りて事業を継続している事業所などもあり、島内における働き手の不足は喫緊の課題となっている。雇用機会拡充事業、輸送コスト支援事業などの支援策を活用しながら島内産業の維持に努め、各業種の売上向上を図る事により従業員の待遇改善につなげる好循環を生み出し地域内雇用の魅力拡大を図る。						

重要業績評価指標 (KPI) 個別評価

※No. に☆印がついた目標はH30からの伸び幅を比較し達成率とする。
 ※No. に◇印がついた目標はH30からの減少幅を比較し達成率とする。

施策2		魅力ある観光地を創り、国内外から人を呼び込む								
No.	指標名	H30 基準値	実績値の推移 上段：目標値/下段：実績値					達成率		
			R2	R3	R4	R5	R6			
1 ☆	「スポーツまつり」への参加者数	154人	160 -	170 106	180 141	190 81	200 92	0.0%	C	
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組							
世代間交流が可能なスポーツを実施し、参加率の向上を図ったが、親子での参加が少なく、子育て世代への周知が不十分だった。これを踏まえ、育成会や子ども会を通じて、情報発信を行い、子育て世代に普及啓発していく。			少子高齢化に伴い、幅広い年齢層が参加できる実施競技種目の選定や、誰でも親しみやすいスポーツ環境の整備が必要である。町民スポーツ祭りでの体験コーナーだけの1回で終わることなく、育成会の球技大会の種目にするなどニュースポーツに触れる機会を設け、また、気軽にできる環境づくりの充実を図っていく必要がある。							
2 ◇	実質公債費比率	2.7%	1.7 2.1	1.5 1.1	1.3 1.6	1.1 1.4	1.1 0.7	100.0%	A	
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組							
-			-							
3	町債残高（普通会計）	19,526百万円	20,466 19,457	19,879 18,583	19,459 17,692	19,422 17,445	19,735 17,931	100.0%	A	
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組							
-			-							
4	つばきの植栽による耕作放棄地の解消 ※再掲	160㎡	1,000 150	1,000 1,500	1,000 1,700	1,000 100	1,000 836	83.6%	B	
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組							
耕作放棄地において、管理者以外の第三者がつばきの植栽及び管理、収穫までを行うことができるシステムとして代理収穫制度を設け、広報誌やHPIにおける案内を行ったが応募者がいなかった。耕作放棄地4件836㎡においてのつばきの植栽に止まった。			今後、少子高齢化や人口減少による植栽の担い手等の確保が課題となってくる。代理収穫制度の広報の強化や、町有地におけるモデル事業を展開する。							
5	つばき油の売上額 ※再掲	3,720万円	4,000 4,786	4,250 4,768	4,500 4,008	4,750 7,059	5,000 4,693	93.9%	B	
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組							
昨年は大手企業やその他の企業からの一斗缶の注文が多かったため売上額も多かったが、今年度は大手企業等も在庫を抱えていた関係上例年程の売り上げだった。			固定された販売顧客に満足することなく、新たな販路拡大を求め、宣伝や営業を行うことが必要である。原料である椿実の安定的な確保に努め、併せて更なる販路拡大を目指す。							
6	つばき関連商品の売上額 ※再掲	850万円	900 627	950 569	1,000 942	1,050 1,124	1,100 1,079	98.1%	B	
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組							
コロナ禍の影響が少しずつ緩和され始め、大型クルーズ船も久し振りに再就航し、コロナ禍以前の売上が戻りつつある。			椿油の原材料である椿実並びに椿木工品の椿木等を安定して確保していく必要がある。販売については各種イベントへの出店、商談会への出席を積極的に取り組むよう振興公社等へ促し、各種原材料の確保については、関係団体とも連携し安定的な確保に努めていく。							

重要業績評価指標（KPI） 個別評価

※No. に☆印がついた目標はH30からの伸び幅を比較し達成率とする。

施策2		魅力ある観光地を創り、国内外から人を呼び込む							
No.	指標名	H30 基準値	実績値の推移 上段：目標値/下段：実績値					達成率	
			R2	R3	R4	R5	R6		
7 ★	地場産品販売額（年間） ※再掲	1,699 百万円	1,709 1,630	1,719 1,539	1,729 1,788	1,729 2,026	1,729 1,954	100.0%	A
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組						
-			-						
8	観光客延数（年間） ※再掲	214,358 人	244,000 126,666	244,000 115,354	244,000 160,928	244,000 181,714	244,000 173,258	71.0%	C
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組						
令和5年度と比較し国交付金が減少したことなどから旅行商品を活用した観光客延数が減少し、目標を下回り、令和5年度よりも4.7%減となる結果となった。			地域の魅力である自然を活かしたサイクリングや釣り等の滞在型コンテンツの提案、民泊施設への整備支援を行い、受入態勢強化に取り組み、島外旅行代理店等と連携した誘致活動に取り組んでいく。						
9	観光客延宿泊数（年間） ※再掲	93,793 人	105,000 66,344	105,000 60,264	105,000 84,940	105,000 86,992	105,000 80,212	76.4%	C
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組						
令和5年度と比較し国交付金が減少したことなどから旅行商品を活用した観光客延宿泊者数が減少し、目標を下回り、令和5年度よりも8.0%減となる結果となった。			認知度向上、魅力発信の為に継続した情報発信を行うとともに、魅力ある体験型観光メニューの推進を行う。						
10	離島体験等交流者数	6,278 人	6,500 380	6,500 237	6,500 1,276	6,500 1,136	6,500 1,041	16.0%	C
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組						
1泊を伸ばす体験メニューとして「五島列島キリシタン物語」「星空ナイトツアー」「漁師の朝飯」「神楽鑑賞」等の着地型体験メニューに取り組んだが、観光体験受入実績は1,041人と昨年度より8.4%減少した。			事業運営者や観光物産協会との協議に努め、情報発信を行い、旅行会社や団体等にPRしていく。 また、雨天時に当日予約可能な体験メニューの提供ができる体制を構築及び体験クーポン化の推進する。						
11	文化遺産の整備・活用の推進 ※再掲	1 件	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	100.0%	A
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組						
-			-						

重要業績評価指標（KPI） 個別評価

※No. に☆印がついた目標はH30からの伸び幅を比較し達成率とする。

施策1		魅力ある「しごと」「ひと」づくりによる定住環境の推進							
No.	指標名	H30 基準値	実績値の推移 上段：目標値/下段：実績値					達成率	
			R2	R3	R4	R5	R6		
1 ★	町移住相談窓口を通じての移住世帯数（累計）	115 世帯	130	145	160	175	190	100.0%	A
			136	160	179	210	261		
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組						
-			-						
2 ★	町移住相談窓口を通じての移住者数（累計）	223 人	248	273	298	323	350	100.0%	A
			272	309	335	395	449		
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組						
-			-						
3 ★	新規雇用者数（累計） ※再掲	144 人	300	460	630	810	1,000	54.9%	C
			267	374	495	517	549		
KPIが目標値を下回った理由			KPIを上昇させるための取組						
全国的な物価高騰・原料費の高騰などにより島内の雇用状況は決して良くはない状況にある。雇用機会拡充事業など各種事業により島内雇用の拡大に努めているが、目標の達成には至らなかった。また全国的に人員不足の状況があり、町内就業と比較し条件的に好条件となる島外・県外・都市部への就職を選択する方も多く島内においては深刻な働き手不足となっている。			従業員の確保に苦慮している事業者が多く、外国人就労者の力を借りて事業を継続している事業所などもあり、島内における働き手の不足は喫緊の課題となっている。雇用機会拡充事業、輸送コスト支援事業などの支援策を活用しながら島内産業の維持に努め、各業種の売上向上を図る事により従業員の待遇改善につなげる好循環を生み出し地域内雇用の魅力拡大を図る。						