

基本目標1. 若者や子育て世代に選ばれるまちになる

<数値目標>

指標名	基準値	実績値 (R3確認)	実績値 (R4確認)	実績値 (R5確認)	目標値
0～39歳の転入超過数	+531人	+28人	+7人	+135人	+550人
		+170人			
(住民基本台帳人口移動報告)	H27～R1合計	R2	R3	R4	R2～R6合計
合計特殊出生率	1.36	1.36	1.44	(10月頃)	1.80に近づける
(武豊町推計)	R1	R2	R3	R4	

基本目標2. 人を引き寄せ、地域経済を活性化させる

<数値目標>

指標名	基準値	実績値 (R3確認)	実績値 (R4確認)	実績値 (R5確認)	目標値
地域経済循環率	97.2%	—	106.8%	—	100%以上
(RESAS)	H27	—	H30	—	
町内総生産額	1,970億円	2,010億円	2,075億円	1,883億円	2,000億円
(あいちの市町村民所得)	H29	H30	R1	R2	
製造業従事者数	6,916人	6,895人	—	(7月末頃)	7,060人
(経済産業省 経済構造実態調査) ※旧工業統計調査。R3は経済センサス活動調査実施年のため未実施。R4から 経済構造実態調査	H30	R2	—	R4	

基本目標3. 次世代を育て、持続可能なまちをつくる

<数値目標>

指標名	基準値	実績値 (R3確認)	実績値 (R4確認)	実績値 (R5確認)	目標値
今後のまちづくりには町民参加・協働が必要と思う人の割合	80.4%	—	76.6%	—	82.0%
(武豊町 町民意識調査)	H30		R3		
地域活動に参加したい(これからも参加したい)と答えた人の割合	44.6%	—	44.2%	—	50.0%
(武豊町 町民意識調査)	H30		R3		
自分が活躍できる場があると答えた人の割合	51.9%	—	52.8%	—	55.0%
(武豊町 町民意識調査)	H30		R3		
温室効果ガス排出量	705千t-CO2	—	615千t-CO2	620千t-CO2	403千t-CO2に近づける
(武豊町地球温暖化対策実行計画(区域施策編))	H29		H30	R1	

施策 1-1-① 若い世代や子育て世代を意識したタウンプロモーション

資料 2

◎若い世代の目線に立った情報発信や、広報媒体にビジュアル（視覚）性を取り入れる等、若い世代や子育て世代が興味を引くタウンプロモーションを展開します。

《重要業績評価指標 (KPI)》	所管課	単位	基準値 (計画策定時)	実績値 (R3確認)	実績値 (R4確認)	実績値 (R5確認)	判定	新型コロナウイルス 感染症の影響	目標値	考えられる原因	数値向上のため必要と思われること
			測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度			(R7)		
1 町公式SNSで年間に投稿（発信）した件数 (毎年5月31日現在)	秘書広報課	回/年	227	250	659	243	B	有	250	コロナ関連情報が減り、投稿件数は減ったが、町のイベントのお知らせや行政情報等の投稿を増やし、投稿頻度を高めた。また、前年度以前に比べ、画像ファイルを添付し、目に留まりやすい投稿とした。	町政情報や町の出来事等の投稿頻度を増やすとともに、魅力ある内容やわかりやすい投稿を目指す。ホームページで新着情報が掲載された時には、ツイッターからも確認することができるよう、各課で積極的に利用するよう周知する。
			R1.6~R2.5月 1年分	R2.6~R3.5月 1年分	R3.6~R4.5月 1年分	R4.6~R5.5月 1年分					
2 町ホームページ年間閲覧数 (毎年3月31日現在)	秘書広報課	万PV/年	70	96	93	68	C→B	有	75	R4.11月に誰もが見やすい・利用しやすいサイトを目指し、ホームページをリニューアルした。その結果、閲覧者数が増加した。また新型コロナウイルス関連情報の発信も引き続き実施している。 (前年比で数字が減少しているのは、リニューアル後半年度の数字のみの把握となっているため。)	ホームページの新着情報をツイッターやメールサービス等を使ってお知らせする。情報を検索する側の視点を踏まえ、サイトの運営を行う。
			R1.4~R2.3月 1年分	R2.4~R3.3月 1年分	R3.4~R4.3月 1年分	R4.10~R5.3月 ※リニューアル後の数字のみ					
3 Instagramで#武豊町を付けて投稿された数	企画政策課	万件	3.0	3.6	5.8	7.7	A		3.3	自らの活動等を積極的に発信する人が増えている。他人と共有したい、発信したいグルメやイベント等が武豊町内で増えている。	コロナ禍で中止となっていたイベントを再開する等、町の魅力を発信できる場を増やすとともに、発信したくなる施策・イベントを展開する。
			R2.11.24時点	R3.4.20時点	R4.6.8時点	R5.6.12時点					

施策 1-1-② まちへの愛着心の共有と増進

◎子どもや若い世代でも馴染みやすい共通のコミュニケーションツール等を作成・活用することで、町民のまちへの思いを共有し、愛着心の増進を図ります。

《重要業績評価指標 (KPI)》	所管課	単位	基準値 (計画策定時)	実績値 (R3確認)	実績値 (R4確認)	実績値 (R5確認)	判定	新型コロナウイルス 感染症の影響	目標値	考えられる原因	数値向上のため必要と思われること
			測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度			(R7)		
1 「みそたろう」LINEスタンプ購入数（累計）	企画政策課	件	0	267	386	494	B		500	販売直後は話題性から購入数が伸びたが、年数がたつにつれ購入数が落ち付いてきている。	「みそたろう」LINEスタンプの広報媒体での周知、みそたろうの露出増加。（マンホール、コミュニティバスラッピング、イベント等）
			R2.11.1時点 (販売開始前)	R2.12~R3.3月	R3.4~R4.3月	R4.4~R5.3月					
2 アンケート（中学生意識調査）にて「武豊町のことが好き」と答えた中学生の割合	企画政策課	%	86.2		93.6				90.0		
			H30調査	—	R3調査	—					
3 町公式YouTubeチャンネルの総再生回数（累計）	企画政策課	回	55,449	63,819	71,179	76,972	B		105,000	全体の再生回数は伸びているが、過去に配信した保育園児向けのスマイル体操、ゆめころん関連動画が再生回数の多くを占めている。最近投稿した動画はコロナ情報と採用PR動画に留まっており、全体の再生回数が伸びていない。	山車まつりやプレイベント等、記念事業を始めとした動画の検討・配信 ツイッターやインスタグラム等拡散力のある媒体と連携し、ツイッターやインスタグラムからの視聴者流入を狙う。
			R2.11.6時点	R3.5.11時点	R4.5.11時点	R5.5.11時点					

判定
A：目標値（R7）を超えている
B：基準値から目標値の間を推移している
C：基準値を下回っている（コロナ影響有のものはB）

施策1-2-① 妊娠・出産・子育てに寄り添うまちづくりの推進

◎妊娠・出産・子育て中の家庭をサポートできる体制の強化や、小さい子どもを連れて気軽に憩える場を充実させ、妊娠・出産・子育てに寄り添うまちづくりを推進します。

《重要業績評価指標 (KPI)》	所管課	単位	基準値 (計画策定時)	実績値 (R3確認)	実績値 (R4確認)	実績値 (R5確認)	判定	新型コロナウイルス 感染症の影響	目標値	考えられる原因	数値向上のため必要と思われること
			測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度			(R7)		
1 乳幼児健診（3か月児、1歳6か月児、3歳児）の問診で、「この地域で今後も子育てをしていきたい」と答えた割合	健康課	%	98.7	97.9	98.0	98.2	C		毎年98.7以上	目標は下回っているものの、100%に近い割合で推移している。転入者から「武豊は子育てしやすい町だと聞く」との声もあり、よいイメージが定着していると考えられる。また、妊産婦タクシー料金助成や妊産婦医療費補助制度、ホームスタート事業など他市町にはない公的サービスも充実してきている。	支援者が近くにいない子育て世代の転入家庭も多い。病院やNPO等と連携し、切れ目のない支援を展開していく。多胎児妊婦への追加受診券の発行や低所得者への支援、産後ケア等を充実させることで、病院との連携強化が望め、子育ての早い段階でつまずきの少ない環境を提供できると考える。
			R1調査	R2調査	R3調査	R4調査					
2 アンケート（町民意識調査）における、0～18歳の子どもを持つ親の子育てしやすさに対する満足度	子育て支援課 (企画政策課)	%	44.4	/	61.4	/			50.0		
			H30調査	—	R3調査	—					
3 子育て支援センターの利用者数	子育て支援課	人/年	20,083	11,326	12,252	17,592	C→B	有	24,000	コロナ禍において利用しづらい環境が続いているため、利用が減少していたが、以前の水準まで回復してきている。	コロナ感染対策を継続しつつ、子育て支援センターで実施する行事を周知し、定期的に利用する家庭の増加を進める。
			R1.4～R2.3月 1年分	R2.4～R3.3月 1年分	R3.4～R4.3月 1年分	R4.4～R5.3月 1年分					

施策1-2-② 子育てと仕事の両立がしやすい環境づくりの推進

◎子育てと仕事の両立がしやすい環境づくりの推進のほか、男性の家事・育児参加への意識啓発等、ワーク・ライフ・バランスの実現に向けて取り組みます。

《重要業績評価指標 (KPI)》	所管課	単位	基準値 (計画策定時)	実績値 (R3確認)	実績値 (R4確認)	実績値 (R5確認)	判定	新型コロナウイルス 感染症の影響	目標値	考えられる原因	数値向上のため必要と思われること
			測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度			(R7)		
1 0・1・2歳児保育の定員数	子育て支援課	人	334	334	334	334	B		361	定員数の確保は、0,1,2歳児保護者のニーズを踏まえた、保育園の増改築計画に沿って進めている。	令和6年度の東大高保育園の建替えを始めとした、計画的な保育園の増改築
			R2.4.1時点	R3.4.1時点	R4.4.1時点	R5.4.1時点					
2 児童クラブの定員数	子育て支援課	人	260	298	298	298	B		359	定員数の確保は、保護者のニーズを踏まえた、児童クラブの増改築計画に沿って進めている。	令和6年度の富貴児童クラブの建替えを始めとした、計画的な児童クラブの増改築。
			R2.4.1時点	R3.4.1時点	R4.4.1時点	R5.4.1時点					
3 乳幼児健診（3か月児、1歳6か月児、3歳児）の問診で、「お父さんがよく育児をしている」と答えた割合	健康課	%	61.6	64.9	64.7	68.4	A	有	65.0	コロナ禍における家族時間、お家時間の増加が必然的に父の育児参加へとつながっていると考える。健診や教室などに両親で参加する家庭も増えている。	父の育児参加率は3か月児健診で最も高く、順に1歳6か月児、3歳児と低くなる傾向がある。体の動きが活発になる年代をターゲットにした父参加型のイベントや教室の設定ができることと良い
			R1調査	R2調査	R3調査	R4調査					

判定
A：目標値 (R7) を超えている
B：基準値から目標値の間を推移している
C：基準値を下回っている（コロナ影響有のものはB）

施策2-1-① 安定した人材確保・雇用の創出に向けた支援

◎商工会等とも連携し、企業・事業所が安定して人材、雇用を確保できる仕組みづくりや情報発信を支援するとともに、新たな企業参入に向けた調査研究を進めます。

《重要業績評価指標 (KPI)》	所管課	単位	基準値 (計画策定時)	実績値 (R3確認)	実績値 (R4確認)	実績値 (R5確認)	判定	新型コロナウイルス 感染症の影響	目標値	考えられる原因	数値向上のため必要と思われること
			測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度			(R7)		
1 企業・事業所向けアンケートにて「人材確保ができています」と答えた企業・事業所の割合	産業課 (企画政策課)	%	51.7		67.0				62.0		
			H30調査	—	R3調査	—					
2 首都圏移住支援事業マッチングサイト登録件数	産業課	件	2	2	2	2	B		7	令和4年度に武豊町内の製造業者へ制度に関するチラシを配布したが、登録件数は増えなかった。本制度が、企業にとってメリットを感じにくい可能性がある。また、制度を十分把握していない可能性がある。	庁舎内へのパンフレット設置 あいちUIターン支援サイトへの情報掲載を引き続き実施する他、製造業に限らず、多くの企業への働きかけを検討する。
			R2.10.31時点	R3.4.1時点	R4.4.1時点	R5.4.1時点					

施策2-1-② 働き方改革と女性の活躍推進に対する意識の醸成

◎働く人が個々の事情に応じて多様で柔軟な働き方が選択できるよう企業等へ環境整備や体制づくりを促す等、働き方改革や女性の活躍推進に対する意識醸成を図ります。

《重要業績評価指標 (KPI)》	所管課	単位	基準値 (計画策定時)	実績値 (R3確認)	実績値 (R4確認)	実績値 (R5確認)	判定	新型コロナウイルス 感染症の影響	目標値	考えられる原因	数値向上のため必要と思われること
			測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度			(R7)		
1 企業・事業所向けアンケートにて「仕事と子育ての両立に向けた支援を行っている」と答えた企業・事業所の割合	産業課 (企画政策課)	%	56.5		62.4				61.0		
			H30調査	—	R3調査	—					
2 愛知県の「ファミリーフレンドリー企業」登録企業数	産業課	社	3	3	3	3	B		5	登録のメリット等も含め、事業所の認知度が低いと思われる	事業所向けセミナーなどで登録メリットの周知を図る
			R2.11.30時点	R3.4.1時点	R4.4.1時点	R5.4.1時点					
3 国の「くるみん」および「えるぼし」に認定された企業数	産業課	社	0	0	0	0	B		2	登録のメリット等も含め、事業所の認知度が低いと思われる	事業所向けセミナーなどで登録メリットの周知を図る
			R2.11.30時点	R3.4.1時点	R4.4.1時点	R5.4.1時点					

判定
A：目標値 (R7) を超えている
B：基準値から目標値の間を推移している
C：基準値を下回っている (コロナ影響有のものはB)

施策2-2-① まちの駅「味の蔵たけとよ」周辺の回遊性の向上

◎知多半島5市4町との連携事業等による相乗効果や、まちの駅「味の蔵たけとよ」周辺の回遊性を向上させることで、武豊町への人の流れを強化します。

《重要業績評価指標 (KPI)》	所管課	単位	基準値 (計画策定時)	実績値 (R3確認)	実績値 (R4確認)	実績値 (R5確認)	判定	新型コロナウイルス 感染症の影響	目標値	考えられる原因	数値向上のため必要と思われること
			測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度			(R7)		
1 まちの駅「味の蔵たけとよ」年間来場者数	産業課	人/年	96,951	113,471	95,031	96,457	C		100,000	R2年度の来場者数の増加は、普段は大型店等へ行っていた消費者が新型コロナウイルス感染症の影響により行動範囲が狭くなった結果であると推測される。行動制限の緩和によりコロナ前の水準に戻ってきている。	各種フェアの開催や品ぞろえの充実、ディスプレイの工夫など、顧客を呼び込む施策を展開していく。また、イベントと絡めた施策を展開し町内外問わず、新規顧客の獲得を目指す。
			R1.4~R2.3月1年分	R2.4~R3.3月1年分	R3.4~R4.3月1年分	R4.4~R5.3月1年分					
2 駅年間乗車人数(名鉄・JRの合計、定期以外)	産業課 (企画政策課)	千人/年	533	341	381	438	C→B	有	540	新型コロナウイルス感染症拡大防止のための行動制限が徐々に緩和されてきた。併せて各種イベントが徐々に開催されてきたため。	鉄道事業者とのタイアップ(武豊ふれあい山車まつり、町制70周年記念プレ事業等)
			R1.4~R2.3月1年分	R2.4~R3.3月1年分	R3.4~R4.3月1年分	R4.4~R5.3月1年分					
3 知多半島回遊性向上事業ちたんぶ登録者数	産業課	人	10,481	11,749	13,258	14,283	A		14,000	様々なテーマを設定したり、ギフト品を増やす等の取り組みを実施しており、年々登録者数は増加している。	今年度は夏クールのみ実施し、その後サービス終了
			R2.3.15時点	R3.3.28時点	R4.3.13時点	R5.3.26時点					

施策2-2-② 武豊特有の地域資源の活用とPRの推進

◎武豊町ならではの伝統産業である味噌・たまり等のPRや、武豊町が誇る企業・事業所との連携を強化することで、地域資源の磨き上げとブランド力の向上を図ります。

《重要業績評価指標 (KPI)》	所管課	単位	基準値 (計画策定時)	実績値 (R3確認)	実績値 (R4確認)	実績値 (R5確認)	判定	新型コロナウイルス 感染症の影響	目標値	考えられる原因	数値向上のため必要と思われること
			測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度			(R7)		
1 観光協会Facebookフォロワー数	産業課	人	766	765	877	961	A		900	たけとよめしのパンフレット印刷に伴い、投稿回数を増やしたため	町及び民間団体によるイベントの増加を踏まえた投稿回数の増加
			R2.11.12時点	R3.4.1時点	R4.4.1時点	R5.4.1時点					
2 ふるさと納税年間寄付額	企画政策課	万円/年	1,403	2,482	2,773	2,753	A		1,680	ポータルサイトや返礼品の出品数が変わらない中で、町外の寄附対象者へのPRが不足している	過去の寄附者に対する積極的な勧奨PRを行うとともに、返礼品目の拡充を図る
			R1.4~R2.3月1年分	R2.4~R3.3月1年分	R3.4~R4.3月1年分	R4.4~R5.3月1年分					
3 まちの駅「味の蔵たけとよ」における、味噌・たまり関連商品の年間販売数	産業課	個/年	18,682	22,215	24,225	23,329	A		19,200	みそ・たまり関連商品の品数を増やしていることや、武豊町のみそ・たまりや、それらを利用した商品の認知度が上がってきていると思われる。	顧客を呼び込む施策を展開し、顧客の増加につなげるとともに、各種フェアや品揃え等により一人当たりの購入数を伸ばしていく
			R1.4~R2.3月1年分	R2.4~R3.3月1年分	R3.4~R4.3月1年分	R4.4~R5.3月1年分					

判定
A: 目標値 (R7) を超えている
B: 基準値から目標値の間を推移している
C: 基準値を下回っている (コロナ影響有のものはB)

施策3-1-① 将来のまちづくりを担う人材の発掘と育成

◎新たなまちづくりの担い手の発掘と育成を促進するとともに、さまざまな住民参加の手法や広報により住民の興味・関心を高め、まちづくりのすそ野を広げます。

《重要業績評価指標 (KPI)》	所管課	単位	基準値 (計画策定時)	実績値 (R3確認)	実績値 (R4確認)	実績値 (R5確認)	判定	新型コロナウイルス 感染症の影響	目標値	考えられる原因	数値向上のため必要と思われること
			測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度			(R7)		
1 公募の住民が参加できる会議等の件数	企画政策課	件/年	5	6	5	7	B		10	年ごとに会議数のばらつきはあるものの、従前からある会議への公募住民の参画、および新規に発足する会議では公募住民を積極的に参画できる形とするなど、公募住民が参加できる会議は増えている。	新たに会議を発足する際に住民協働による会議の検討 従前からある会議に住民参画ができるよう促す
			R1.4~R2.3月 1年分	R2.4~R3.3月 1年分	R3.4~R4.3月 1年分	R4.4~R5.3月 1年分					
2 町が主体となって実施するワークショップへの参加者数(延べ人数/年)	企画政策課	人/年	67	35	76	67	B		90	年ごとにワークショップの数や規模にばらつきはあるものの、様々な場面で住民がまちづくりに参画できる場を設けている。	住民協働によるワークショップを積極的に実施する
			R1.4~R2.3月 1年分	R2.4~R3.3月 1年分	R3.4~R4.3月 1年分	R4.4~R5.3月 1年分					
3 「協働のまちづくり連続講座」参加者数(累計)	企画政策課	人	161	161	237	304	A		241	参加者の募集に際し、SNSの活用及び町内の小学校へ働きかけを行った。 また、ターゲットを絞った講座(小学生向け、大学生・社会人向け)を開催した。	SNSや各種団体等を通じて募集する等、集客方法の検討 ターゲットを絞ったテーマ選定等、講座の内容の検討
			H25~R1年度 累計	H25~R2年度 累計	H25~R3年度 累計	H25~R4年度 累計					

施策3-1-② 多様な主体と連携したまちづくりの推進

◎NPOやボランティア団体だけでなく、金融機関、大学、民間企業のノウハウや資金の活用等、多様な主体とのパートナーシップによるまちづくりを推進します。

《重要業績評価指標 (KPI)》	所管課	単位	基準値 (計画策定時)	実績値 (R3確認)	実績値 (R4確認)	実績値 (R5確認)	判定	新型コロナウイルス 感染症の影響	目標値	考えられる原因	数値向上のため必要と思われること
			測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度			(R7)		
1 提案型協働事業交付金の採択件数(累計)	企画政策課	件	34	37	38	40	B		54	毎年の採択件数が伸びていない。 これまで交付金の採択実績のない団体からの申請が非常に少ない。	交付金制度の見直し。 R4年度に実施したアンケート結果を踏まえ、団体へ個別ヒアリング。 団体からの相談を常時受けられる体制づくり。 協働のまちづくり連続講座から交付金を活用できる団体が派生するような講座づくり。
			R2年度までの 採択数	R3年度までの 採択数	R4年度までの 採択数	R5年度までの 採択数					
2 包括連携協定に基づき実施した事業数	企画政策課	事業	13	10	8	17	B	有	20	包括協定先が増えた(明治安田生命)ため 日本福祉大学:4事業 スギ薬局:7事業 明治安田生命:6事業	多くの分野で連携できるよう、各課へ働きかけていく。 また、新たに結んだ協定先との事業実施に向け、各課への働きかけを行う。
			R1.4~R2.3月 1年分	R2.4~R3.3月 1年分	R3.4~R4.3月 1年分	R4.4~R5.3月 1年分					
3 企業版ふるさと納税制度の活用事業数(累計)	企画政策課	事業	0	0	0	3	A		1	企業版ふるさと納税制度が企業に浸透し始めている。 あいおいニッセイ同和損害保険(株)については、包括連携協定の締結がきっかけであった。	企業版ふるさと納税対象事業の精査。 営業活動等における民間企業との連携の検討。
			R1.4~R2.3月 1年分	R2.4~R3.3月 1年分	R3.4~R4.3月 1年分	R4.4~R5.3月 1年分					

判定
A: 目標値 (R7) を超えている
B: 基準値から目標値の間を推移している
C: 基準値を下回っている (コロナ影響有のものはB)

施策3-1-3 健康で楽しく暮らせ、生涯活躍できるまちづくりの推進

◎高齢化の進展を見据えて、青年期から楽しく健康づくりに取り組める環境整備を推進するとともに、誰もが生涯にわたり活躍できるまちの実現を目指します。

《重要業績評価指標 (KPI)》	所管課	単位	基準値 (計画策定時)	実績値 (R3確認)	実績値 (R4確認)	実績値 (R5確認)	判定	新型コロナウイルス 感染症の影響	目標値 (R7)	考えられる原因	数値向上のため必要と思われること
			測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度					
1 アンケート(町民意識調査)にて、「普段から健康に心がけている」と答えた人の割合	健康課 (企画政策課)	%	83.9		82.0				85.0		
			H30調査	—	R3調査	—					
2 憩いのサロンボランティア登録者数	福祉課	人	328	321	274	261	C		338	・ボランティアの高齢化等に伴う登録解除 ・ボランティア活動へのインセンティブ付与 ・ボランティア活動の負担低減 ・学生ボランティアの卒業	・ボランティアの新規登録による世代交代 ・ボランティア活動へのインセンティブ付与 ・ボランティア活動の負担低減 ・活気のある活動支援を行い、参加者からボランティアへの移行を促進
			R2.2.28時点	R3.3.31時点	R4.3.31時点	R5.3.31時点					
3 18~39歳の国民健康保険加入者のうち、あおば健診を受診した人の割合	健康課 (保険医療課)	% /年	33.1		30.8	31.9	C→B	有	毎年33.1以上	コロナ禍での外出自粛により、個人の行動における健診の優先度が下がっていたと見受けられるが、回復傾向にあると考える。引き続き積極的に受診勧奨していく。	学齢期、青年期からの健康習慣、健診受診の大切さの啓発。
			R3.1時点	—	R4.1時点	R5.1時点					

施策3-2-1 環境への理解を深め、脱炭素を意識したまちづくりの推進

◎環境に関する学習やイベント等の実施により環境への理解を深めるとともに、再生可能エネルギーへの転換や緑化等への意識を高め、脱炭素型のまちづくりを推進します。

《重要業績評価指標 (KPI)》	所管課	単位	基準値 (計画策定時)	実績値 (R3確認)	実績値 (R4確認)	実績値 (R5確認)	判定	新型コロナウイルス 感染症の影響	目標値 (R7)	考えられる原因	数値向上のため必要と思われること
			測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度	測定日又は年度					
1 コミュニティバスの利用者数	防災交通課	人/年	61,617		63,605	69,874	B		72,000	令和4年10月に青ルートを北部へ延伸し、カバーエリアを増加させた。また、行動制限の緩和等も、バスの利用者増に寄与していると考えられる。	ルート延伸含む更なる周知、武豊町コミュニティバス・生活の足を考える会と連携した利用促進事業の実施。
			H30年度	—	R3年度	R4年度					
2 1人あたりの家庭系ごみ(資源除く)の排出量	環境課	g/日	533		463	437	A		440	・R3.4~ごみ処理有料化によって、燃やさなければならぬごみ(可燃)が減り、プラスチック製容器包装や紙類等、資源物の分別が増えた。 ・H30.3~刈草・剪定枝の分別収集も影響があると考える。	・ごみの減量化、資源物の分別への更なる普及・啓発
			H30年度	—	R3年度	R4年度					
3 アンケート(町民意識調査)にて、「省エネルギーやリサイクルに心がけている」と答えた人の割合	環境課 (企画政策課)	%	83.8		86.1				90.0		
			H30調査	—	R3調査	—					

判定
A: 目標値 (R7) を超えている
B: 基準値から目標値の間を推移している
C: 基準値を下回っている (コロナ影響有のものはB)