

令和7年度 第1回たけとよみらい会議 議事録（要約）

日 時： 令和7年6月24日（火） 10時～12時

場 所： 役場 第2・3・4会議室

1. 町長あいさつ 鳥羽町長あいさつ（略）



2. 委嘱状の交付 代表して明壁委員に委嘱状を交付



3. 委員長および副委員長の選任

委員長に鈴木健司委員を選出

副委員長に明壁恭子委員を選出



4. 委員の紹介 自己紹介（略）

※森田広幸委員、宮北望生委員の2名欠席

5. 武豊町まち・ひと・しごと創生総合戦略について

事務局（鳥居直）より説明

6. 議題（グループワーク形式）

（1） 第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略のK P I 評価について

（2） 第3期まち・ひと・しごと創生総合戦略で力を入れていくべきこと

グループワークの結果（次頁以降）参照

7. 今後のスケジュール

グループワークの結果

《Aグループ》基本目標1 若者や子育て世代に選ばれるまちになる

5年間の事業評価 — (KPI) 気になる数字の変化は？	
イイね！	【タウンプロモーション】……①SNS 発信件数、②町 HP 閲覧数、③Insta# 武豊町投稿数 ① SNSの発信回数が大幅に伸びており、職員の広報に対する意識と努力がうかがえる。 ② スマホ対応は良いと思う。気軽に見える。
	【愛着心の増進】……①みそたろうスタンプ、②武豊まちが好き（中学生）、③YouTube 再生回数 ① みそたろうスタンプ爆上がり（ただし目標値変えなくていい？） ⇒みそたろうはかわいい。手頃なサイズのぬいぐるみがほしい。 ⇒頑張った分、数値が上がっているところは評価してよい。
	【タウンプロモーション】……①SNS 発信件数、②町 HP 閲覧数、③Insta# 武豊町投稿数 ① SNSは発信した数が目標で良いか？ ① SNS発信 LINE 件数のみ→充実した内容欲しい。 ex. 動画発信 ② HPは、目的のページにたどりつけないことがある。 ② HPリニューアルが直接の要因か。→発信したことではないか？ ⇒リニューアルが直接的な要因ではなく、内容を精査していく必要がある。
	【愛着心の増進】……①みそたろうスタンプ、②武豊まちが好き（中学生）、③YouTube 再生回数 ② 中学生アンケート他市町との比較はどうか？ ⇒高い数値に見えるが、他市町の基準がわからないので判定が難しい。 ② 中学生アンケート他のエリアを知らない。 ⇒中学生は行動範囲が広くない。他の市町のこと分からないので比較できないのでは。 ③ YouTube 記念式典、まつりに興味ないけど、他の内容が欲しい。 ⇒記念式典、山車まつり以外のものも伸びていないと評価にはならない。
うーん…	【妊娠・出産・子育て】……①武豊で子育てしたい、②子育て満足度、③支援センター利用者数 ① 乳幼児健診→目標値が高いからC。ただし、9割後半維持と言いつのよう。そもそも目標値を高くした理由があるはず。 ⇒100%にしていこうような気持ちをもって。健診の受診者の母数を知りたい。 ③ 子育て支援センター利用増 →「LINE の運用などにより」とあるが、アンケート等による確かな根拠なのか？
	【ワーク・ライフ・バランス】……①0・1・2 歳児保育定員数、②児童クラブ定員数、③お父さんが育児している割合 ② 児童クラブの定員数の目標値の根拠があいまいでは。 ⇒児童クラブが欲しい人と定員数が合っていないのでは。
	【全般】 ○ A、B、Cの3段階評価で良いのか。 ⇒目標値を大幅に超えているものとわずかに超えているものは同じ評価で良いか？ ○ 考えられる原因の裏付けはあるのか？ ⇒しっかりと裏付け取ってある？ ○ 目標値の根拠がわからない。 ⇒「〇〇により、」とあるが、それが正しいのかどうか分からないところがある。
	【タウンプロモーション】……①SNS 発信件数、②町 HP 閲覧数、③Insta# 武豊町投稿数 ① SNSの発信がR4だけ突出しているが何故か（コロナ関係？） ⇒コロナ関係で伸びたのであれば、異常値は補正した方がよい。
原因は何だと思っ？	気になった理由は？

理由は？ 原因は？	[妊娠・出産・子育て] ……①武豊で子育てしたい、②子育て満足度、③支援センター利用者数
	○所管課ごとでない項目を考えること必要。 ⇒満足度の目標値 50%。所管課ごとの項目でない項目も必要かと思う。
[寸評] ・他市町と比較して評価する必要があるという意見がある。比較する場合、アンケートは設問内容、実施方法などをあわせないといけない。ライバルとなる市町を選定する必要がある。	

第3期計画で力を入れるべきこと・改善すべきこと

力を入れるべきこと・改善すべきこと	[タウンプロモーション] ……①SNS 発信件数、②町 HP 閲覧数、③Insta# 武豊町投稿数
	○発信の強化 ○複数媒体をまとめて指数化 ○そもそもの目標設定の見直し ○全世代がデジタルで情報収集 → ex. 高齢者でHPを閲覧した人数 ○デジタルツール →若い世代のみ対象ではなく
	[愛着心の増進] ……①みそたろうスタンプ、②武豊まちが好き（中学生）、③YouTube 再生回数
	○YouTube の再生回数 計は累計ではなく。⇒年間の再生回数を目標にしてはどうか。 ○目標 KPI の見直し ○まちへの愛着は町内の方か、町外の方なのか。
	[妊娠・出産・子育て] ……①武豊で子育てしたい、②子育て満足度、③支援センター利用者数
	○0～18 歳アンケート。年代別満足度が必要ではないか。
	[ワーク・ライフ・バランス] ……①0・1・2 歳児保育定員数、②児童クラブ定員数、 ③お父さんが育児している割合 ○保育施設への満足度 →数のみではない。 ○「お父さんが」 →パパ・ママ、それぞれの割合 ⇒両方の数値を目標にした方がよい ○定員数が良いか。他の指標（充足率）が良いのか。
[寸評] ・個々の事業の内容と KPI の設定の仕方を整理して、事業の効果が分かるようにしていく。	



《Bグループ》基本目標2 人を引き寄せ、地域経済を活性化させる

5年間の事業評価 — (KPI) 気になる数字の変化は？	
イイね！	【まちの駅回遊性向上】……①年間来場者数、②駅乗車人数、③ちたんぷ登録者数 ③ちたんぷ登録者数増。 【地域資源活用とPR】……①観光協会 Facebook フォロワー数、②ふるさと納税寄付額、③味噌・たまり年間販売額 ①Facebook フォロワー数の増加。武豊町に興味がある人が増えている。 ①観光協会 Facebook フォロワー増、Good！ ①観光協会 Facebook フォロワー数 確実に数値が伸び、目標値もクリアしている。 ②ふるさと納税年間寄付額 増加傾向 ※諸施策の効果あり ②ふるさと納税寄付額増
	【全般】 ○諸施策の周知徹底や助成等にパワー不足 【人材確保・雇用の創出】……①人材確保ができていない企業割合、②マッチングサイト登録件数 ①「人材確保ができていない」に関する把握ができていない。 ⇒割合が減少した要因が把握できていない。 ②首都圏移住支援事業周知できていない。周知方法は？ HPみているが気がつかない。 【働き方改革・女性活躍】……①両立支援する企業割合、②ファミリーフレンドリー企業登録数、③「くるみん」「えるぼし」認定企業数 ○女性の活躍推進への取組 ○働き方改革と助成の活躍推進に対する意識の醸成全般 PR不足（周知・運営） ⇒女性活躍に対する取組は弱いのでは。 ③「くるみん」「えるぼし」の認定について、判定Bだが、そもそも周知できていない。 ⇒実績5年間何も変わっていない。「何やっているの？」となる。頑張りがみえる KPI を設定していかないとモチベーションにならない。目指すべき姿にも近づいていかない。
	【まちの駅回遊性向上】……①年間来場者数、②駅乗車人数、③ちたんぷ登録者数 ①「味の蔵たけとよ」物販実績低調。 ※温度差（気持ち）？ ※集客へのこだわり ※駐車スペースと案内 ⇒物販の実績は上がっているが、集客は伸び悩んでいる。 ⇒駐車場スペース足りているのか。メイン道路から1本中に入っている立地も影響有り。 【地域資源活用とPR】……①観光協会FBフォロワー数、②ふるさと納税寄付額、③味噌・たまり年間販売額 ①時代背景的には Facebook→LINE、Instagram への移行 ①フォロワー数 1,153人でA？ ②ふるさと納税 事業全体で赤字？ ⇒ふるさと納税増えたのは良いが、収支が赤字なのはなぜか？ ③武豊町の味噌・たまりのブランドの認知少ない。あえて買わないかな。 ⇒「たけとよ」をブランドとしてPRする部分が弱い。市販品との違い、特徴をPRすべき。
	【人材確保・雇用の創出】……①人材確保ができていない企業割合、②マッチングサイト登録件数 ①アンケートの設問で、理由を聞くことで、把握につなげるのではないかな。 ⇒前回調査から低下した要因が把握できていないならば、アンケート等で確認すべき。 【まちの駅回遊性向上】……①年間来場者数、②駅乗車人数、③ちたんぷ登録者数 ①「味の蔵たけとよ」物販 →地元色へのこだわり不足、陳列 etc 工夫要。 ①「味の蔵たけとよ」来場者数 →案内板とPR →魅力的な企画不足
うーん…	
原因は何か？	
気になった理由は？	

原因は何だと思っ？ 気になった理由は？	③ちたんぱ システム改修のため終了。
	【地域資源活用とPR】……①観光協会FBフォロワー数、②ふるさと納税寄付額、③味噌・たまり年間販売額
	①Facebook 以外の SNS も加えた評価ができれば良い。
	①Facebook や Instagram を活用するのは若い人。高齢の人向けの情報発信は？ ③ふるさと納税 収入、流出。
【寸評】 ・ KPI を使って評価するのであれば、その変化の理由をしっかりと調べるべき。 ・ ふるさと納税の収支について、武豊町の返礼品の充実が制度の普及に追いついていないことが課題である。返礼品の増加に努めている。	

第3期計画で力を入れるべきこと・改善すべきこと

力を入れるべきこと・改善すべきこと	【全般】
	☐ 交通インフラ整備 名鉄武豊駅前整備 ⇒ 知多武豊駅前の進入禁止はなくそう。町民目線ではなぜ整備が進まないのかと思う。
	☐ 交通インフラ整備 バス停増やす→高齢者免許返納を促す→事故が減る
	☐ 総人口増加への取組 ⇒ 今後は人口減と言われている。人口減少を防ぐ施策に力を入れる。
	☐ 行政×産業界関係強化 ☐ 弱点部門（農・工・商）支援強化
	☐ 現在の武豊町の強みと弱み（他地域との比較で）を共有した上で考えられると良い。 ⇒ 本当の意味での強み・弱みが分からない。しっかり把握して施策につなげるほしい。
	☐ 武豊町の魅力を周知して人口減少を防ぐ ☐ たけとよの魅力創出 ☐ 中央公園を活用した周辺地域を巻き込んだ企画
【デジタル・DX】	
☐ デジタルの恩恵が若者だけでなく、高齢者にもつながるように。 ☐ 情報発信ツール 武豊町民の様々な世代に向け活用を。若者だけでなく高齢者も。 ☐ 時流に沿ったデジタル・DX 活用と、全世代型運用。	
【働き方改革・女性活躍】……①両立支援する企業割合、②ファミリーフレンドリー企業登録数、③「くるみん」「えるぼし」認定企業数	
☐ 女性の活躍推進への取組 ⇒ 女性の活躍推進に対する評価が低い。働く女性にやさしいまちづくり進めてほしい。	



《Cグループ》基本目標3 次世代を育て、持続可能なまちをつくる

5年間の事業評価 — (KPI) 気になる数字の変化は？	
イイね！	[まちづくりのすそ野拡大] …①公募住民参加会議数、②ワークショップ参加者数、③講座参加者数 ①募集をみる機会は増えている → 人数とかでみるとよい？ ①住民の会議の回数増加 ①LINE: 1万人 (X、Instagram よりよい) / ①LINE での告知 ⇒登録者数が1万人を超えた。LINE で募集しているので町民が目にする機会は増えた。 会議に参加する人数の増加につながったのでは。 [多様な主体との連携] ……①協働事業交付金の採択件数、②包括連携協定に基づく事業数、 ③企業版ふるさと納税制度の活用事業数 ①②「B」の項目も結果は出始めている。 ③企業版ふるさと納税の増加 法人↑ ⇒頑張ってきた結果が出てきているのでは。 [脱炭素まちづくり] ……①コミュニティバス利用者数、②家庭系ごみ排出量、 ③「省エネ・リサイクルに心がけている」の割合 ①バスの利用者増えていると実感する。 / ①コミュニティバス利用者数増加 ⇒利用者数の増加 停留所などを増やしてきたことが影響しているのかも。
	[全般] ○KPI の決め方は？ それを達成すると上位目標を満たす？ 達成することになるのか？ [まちづくりのすそ野拡大] …①公募住民参加会議数、②ワークショップ参加者数、③講座参加者数 ②ワークショップ参加者数 (延べ人数) …内訳 (新規・継続) が分かると対策取りやすい。 ⇒新しい人がどれだけ参加しているか、参加した方がどれだけ継続しているかなどをみていくべき。細かいところをみていけるよう KPI の数値を見直しては。 [多様な主体との連携] ……①協働事業交付金の採択件数、②包括連携協定に基づく事業数、 ③企業版ふるさと納税制度の活用事業数 ③制度活用事業所数 KPI「累計」はやめた方がよい。「C」にならない。 ⇒「累計」だと絶対下がることがない。そういう評価の仕方でもいいのか。 ③企業版ふるさと納税 (法人税の減免) [生涯活躍できるまち] ……①「健康に心がけている」の割合、②サロンボランティア登録者数、 ③あおば健診受診割合 ○健康の KPI 悪化 / ○健康=まちづくり
	[まちづくりのすそ野拡大] …①公募住民参加会議数、②ワークショップ参加者数、③講座参加者数 ○目的が人材発掘なら、新しい人の数とかで管理？ [生涯活躍できるまち] ……①「健康に心がけている」の割合、②サロンボランティア登録者数、 ③あおば健診受診割合 ③国民健康保険加入者が対象 (あおば健診) 自営 忙しい 元気 →減ってきている。 ⇒国民健康保険加入者はどれくらいいるのか。18~39 歳は忙しい、また、健康に自信のある世代でもある。様々な要因がありそう。見直した方がよいかも。 ③逆に、普段から通院？ ◎他の属性との比較は？ (ex. 社保の受診率) ③コロナ明けて健康が後回し？ ⇒健康関係の数値が下がっている。健康にかかるお金よりも物価高など他にお金かけることが増えているのでは。 [脱炭素まちづくり] ……①コミュニティバス利用者数、②家庭系ごみ排出量、 ③「省エネ・リサイクルに心がけている」の割合 ①コミュニティバス 路線追加 (常滑連携)
	原因は何だと思っ？
	気になった理由は？
	うーん…

	①KPI「満足度」がよいのでは？ ⇒コミュニティバスのKPIは、利用者数ではなく満足度に変えてはどうか。
[寸評] ・KPI、累計・延べ人数、アウトプット指標・アウトカム指標（満足度はこちら）どちらがいいのか、目標によって精査した方がよい。	

第3期計画で力を入れるべきこと・改善すべきこと	
力を入れるべきこと・改善すべきこと	[デジタル・DX]
	○デジタルは目的ではなく手段！ デジタル導入数などでは管理しない。利用率や効果で ⇒デジタル・DXは手段なので、その結果の効果を測る指標にする。
	○スマホ教室、ネットスーパーの使い方
	[全般]
	○KPIを達成すれば上位目標を達成できるという指標がよい。
	[まちづくりのすそ野拡大] …①公募住民参加会議数、②ワークショップ参加者数、③講座参加者数
	○人材の発掘と育成 「発掘」…「新規者数」で管理。 「育成」…「レベル分け？」 初級 中級 上級 ○名 ⇒“上級が何人育ったら達成”にするとか、より具体化していった方がよい。
	②延べ人数 新規・継続別人数の把握 →新規が増えているか？増えていなければ対策 ⇒新規・継続別など細かい属性を把握して評価する。
	[多様な主体との連携] ……①協働事業交付金の採択件数、②包括連携協定に基づく事業数、 ③企業版ふるさと納税制度の活用事業数
	○多様な主体と連携…ステークホルダーの定義 → 手薄なところを把握する。
	③累計はやめる。下がない。
	[生涯活躍できるまち] ……①「健康に心がけている」の割合、②サロンボランティア登録者数、 ③あおば健診受診割合
	②憩いのサロンボランティアにせず、参加者+ボランティアにする。参加者が運営する。 憩いのサロンボランティア→生涯活躍＝主体的に関わる人をふやす。 →参加者に簡単なこと、好きなことで、何か手伝ってもらえる機会を増やせるように。
	②サロンボランティアだけでなく、シルバー登録など、活躍するひとをキャッチ
	③あおば健診の人の占める%の割合をみて評価すべきか決める。 ⇒健康のところ弱い。どこを改善するとよいのか、達成できる目標にする。
	[脱炭素まちづくり] ……①コミュニティバス利用者数、②家庭系ごみ排出量、 ③「省エネ・リサイクルに心がけている」の割合
	①コミュニティバスの満足度と改善する場合の予算との比較も必要→数値難しいかも
	○低炭素に「つなぐ」 ・鉄道パーク&ライド（鉄道利用率） ・ライドシェア

