

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3

◎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)	実績値 (R6確認)	実績値 (R7確認)	判定	目標値	考えられる原因	5年間の事業評価
			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	測定日又は年度	測定日又は年度		(R7末)		
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	267	431	A	250	令和6年度7月にLINEがリニューアルしたため、投稿数が増加した。	各SNSの特性を使いわけ情報発信を行った。また、広報紙と連動した投稿等により、広い層に情報発信を行った。今後LINEを主軸に対象者に届く情報発信をしていく。投稿数を増やすだけでなく、発信する情報が必要な人に行き届く発信方法、媒体を検討する必要がある。
			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	R5.6~R6.5月1年分	R6.6~R7.5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	157	176	A	75	令和4年度リニューアルし、デザインの刷新やスマートフォン対応、情報の整理が閲覧数の向上につながっていると考えている。	ホームページの閲覧数の増加に向けて、広報だけでなく各種SNSとの連携により、多様な層にアプローチを行った。またホームページリニューアルでは、トップページやメニュー構成の改善、イベントページの拡充、スマートフォン画面への対応など、利便性に配慮した点がリニューアル以降の閲覧数増加につながった。しかし、「誰もが見やすいホームページ」とは言い難く、各階層の見直しなどについて検討する必要がある。
			R1.4~R2.3月1年分	R2.4~R3.3月1年分	R3.4~R4.3月1年分	R4.10~R5.3月 ※リニューアル後の数字のみ	R5.4~R6.3月1年分	R6.4~R7.3月1年分				
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	8.2	9.4	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きている。昨年は町制70周年記念年も重なったことも投稿数の増加の一因と考えられるが、特別な年だけでなく、町の魅力を発信できる場を増やすとともに、発信しやすくなる施策・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	R6.6.6時点	R7.6.3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)	実績値 (R6確認)	実績値 (R7確認)	判定	目標値	考えられる原因	5年間の事業評価
			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	測定日又は年度	測定日又は年度		(R7末)		
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	592	933	A	500	記念事業として、「みそたろう」LINEスタンプ第2弾を販売開始したことにより、購入数が増加した。加した。	各種イベントや媒体で継続的に周知し、販売促進を行ったため、目標を大きく上回る結果となった。
			R2.11.1時点 (販売開始前)	~R3.3月	~R4.3月	~R5.3月	~R6.3月	~R7.3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			94.4	A	90.0	コロナ禍以後、若い世代でも馴染みやすい、地域イベントなどが開催されるようになり、愛着心の増進が図られたと考える。	いずれの年度も武豊中学校、富貴中学校ともに高水準で、町全体として、中学生の愛着心が高いことが伺える。また、同調査の暮らし続けたい理由の設問では、「愛着がある」のほか、「自然環境が良い」、「公共施設が充実している」が上位を占めたことから、温水プールの整備や継続的なゴミ拾い（水辺クリーンアップ）の実施などもKPIの向上の一因と考える。
			H30調査	—	R3調査	—	—	R6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	85,111	95,052	B	105,000	この1年間に再生された動画の内訳で最も多かったのは記念式典の動画であった。また、山車まつり関連動画も上位を占めており、記念事業等のイベントへの関心が高いと思われる。	4年前はコロナについての対策についての発信のみであったが、近年は採用PR、健康スマイレージ、70周年記念、山車まつりなど配信コンテンツを充実させてきた。配信頻度を増やす他、視聴したいと思わせるコンテンツを検討するなど、チャンネル登録者数を伸ばす取組が必要
			R2.11.6時点	R3.5.11時点	R4.5.11時点	R5.5.11時点	R6.5.11時点	R7.5.11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（加影響有のものは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)	実績値 (R6確認)	実績値 (R7確認)	判定	目標値	考えられる原因	5年間の事業評価
			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	測定日又は年度	測定日又は年度		(R7末)		
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	97.8	97.1	C	毎年98.7以上	実績値として9割後半を維持している中でも、近年、減少傾向にあることとして、ライフスタイルの多様化により、定住への意識が変わってきていることの影響も考えられる。母子健康手帳交付の面接から一貫して丁寧な個別対応を実施し、気軽に相談できる関係性の構築を心がけてきたことは、一定数の確保につながっていると推測する。	継続して高水準で推移している。子育て世代包括支援センターや子育て支援センター、保育園等の関係機関と連携して相談支援を充実させたことや、ニーズに合わせて産後ケア事業やホームスタートなどサービスの新設・拡大したことで、妊娠・出産・子育てに寄り添うまちづくりを大いに推進できた。基準値、目標値が高いため、判定「C」となるが、すべての年で9割後半を維持できた。
			R1調査	R2調査	R3調査	R4調査	R5調査	R6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			63.0	A	50.0	児童クラブの増設や0,1,2歳児保育定員の拡充をはじめ、家庭訪問型子育て支援事業、子ども医療費助成制度の拡充など、子育て当事者への支援等の充実により、満足度の向上につながったと考えられる。	新型コロナウイルス感染症の感染予防対策等をはじめとした行動制限を求められる中で、施設整備や各種支援の実施など、最大限の子育て支援施策を実施できたと考えている。
			H30調査	—	R3調査	—	—	R6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	23,110	24,493	A	24,000	町公式LINEの運用により、子育て支援センターでの行事等が多くの方へ周知できるようになったためと考えられる(リッチメニュー「子育て支援」)	新型コロナウイルス感染症の拡大の影響により利用者数が激減したが、その後行動制限の緩和により利用者数が回復した。また町公式LINEの運用など、多くの方へアプローチできる手法が導入されたこと等により、利用者数は増加傾向にある。
			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	R5.4~R6.3月1年分	R6.4~R7.3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)	実績値 (R6確認)	実績値 (R7確認)	判定	目標値	考えられる原因	5年間の事業評価
			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	測定日又は年度	測定日又は年度		(R7末)		
1 0・1・2歳児保育の定員数	子育て支援課	人	334	334	334	334	334	386	A	361	・東大高保育園の建て替え ・0,1,2歳児を対象とした民間保育所(2か所)開設	東大高保育園の建て替えに伴い、0~2歳児保育が拡充された。また、民間施設であるたけのこ保育園、小規模保育所hagukumiが新規開設されたことで、乳児の受け入れ体制が拡充された。
			R2.4.1時点	R3.4.1時点	R4.4.1時点	R5.4.1時点	R6.4.1時点	R7.4.1時点				
2 児童クラブの定員数	子育て支援課	人	260	298	298	298	298	390	A	359	富貴児童クラブ(公営)の建設 たけの子クラブ(緑丘小学区内:民営)の建設	公営および民営児童クラブの建設および支援員確保により、定員の拡充に向け計画的に事業を進めることができた。 公営:緑丘(R3)、富貴(R7) 民営:緑丘(R7)
			R2.4.1時点	R3.4.1時点	R4.4.1時点	R5.4.1時点	R5.6.1時点	R7.4.1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	67.9	69.1	A	65.0	男性育休制度の普及に伴い、父親本人の育児参加への意欲が高まっていることが影響を与えていると考えられる。	健診で実施したニーズ調査をもとに、令和7年度から父親向けの料理教室を企画する。また、父親の育児参加が進む家庭が多い一方で、そうでない家庭へのフォローに務めた。
			R1調査	R2調査	R3調査	R4調査	R5調査	R6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 (加影響有のものは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)	実績値 (R6確認)	実績値 (R7確認)	判定	目標値 (R7末)	考えられる原因	5年間の事業評価
			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	測定日又は年度	測定日又は年度				
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			59.8	B	62.0	前回調査から減少したが、その要因については把握できていない。町が実施している中小企業応援補助事業など、事業所に向けた補助金事業の認知度が低く、浸透できていないことも一因と考えられる。令和6年4月から、中小企業応援補助事業を実施しており、中小企業の経営基盤強化を主としているが、補助対象事業に人材確保事業もあるので、事業内容の周知を図り、人材確保の後押しができるよう検討する。	
			H30調査	—	R3調査	—	—	R6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	2	1	C	7	事業の認知度が低い。補助対象要件が複雑で、該当する移住者が少ない。HP等で周知しているが、数値が伸び悩んでいる。	制度自体の認知度が低く、補助対象要件が複雑で、該当する移住者が少ない。事業者、移住者ともに認知されるよう周知方法を検討する必要がある。
			R2.10.31時点	R3.4.1時点	R4.4.1時点	R5.4.1時点	R6.4.1時点	R7.4.1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)	実績値 (R6確認)	実績値 (R7確認)	判定	目標値 (R7末)	考えられる原因	5年間の事業評価
			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	測定日又は年度	測定日又は年度				
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			60.6	B	61.0	前回調査からは減少したものの、企業・事業者と連携し、ワークライフバランスの啓発活動により、仕事子育て世代へ浸透してきた。	子育て世代へワークライフバランスが浸透してきているが、年度によってばらつきがみられる。子育て支援課や福祉課と連携し、他課が実施する補助制度においても周知・啓発が必要であり、周知方法等も検討していく必要がある。
			H30調査	—	R3調査	—	—	R6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	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。HP等で周知しているが、登録件数が伸び悩んでいる。	登録企業数が5年間横ばいであり、登録マークの使用許可や協賛金融機関の融資優遇や愛知県の入札優遇措置があるものの、支援メニューの活用用途が限られるため、登録が伸びなかったと言える。今後は、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	R6.4.1時点	R7.4.1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	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。HP等で周知しているが、登録件数が伸び悩んでいる。	5年間認定企業がなく、認定マークの使用許可や協賛金融機関の融資優遇や愛知県の入札優遇措置があるものの、支援メニューの活用用途が限られるため、登録が伸びなかったと言える。今後は、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	R6.4.1時点	R7.4.1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 (加影響有のものは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)	実績値 (R6確認)	実績値 (R7確認)	判定	目標値	考えられる原因	5年間の事業評価
			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	測定日又は年度	測定日又は年度		(R7未)		
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	99,332	94,667	C	100,000	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るが、昨年より減少した。物価高騰による、買い物控えやネット購入が普及してきたことが来場者数の減少につながる要因の一つではないかと考えられる。	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る。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。また、新たにデジタル情報板を導入し、次年度から来場者を更に増やすよう努める。
			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	R5.4~R6.3月1年分	R6.4~R7.3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	476	6月下旬確定	/	540	後日記載	後日記載
			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	R5.4~R6.3月1年分					
3 知多半島回遊性向上事業ちたんば登録者数	産業課	人	10,481	11,749	13,258	14,283	14,487	/	/	14,000	システムの改修が必要となったため令和5年度をもって終了。	スマートフォンで無料で参加でき、手軽さとクーポンや景品などがもらえるサービスが人気を博したことで登録者数順調に増加した。令和6年度で事業終了。
			R2.3.15時点	R3.3.28時点	R4.3.13時点	R5.3.26時点	R6.7.11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)	実績値 (R6確認)	実績値 (R7確認)	判定	目標値	考えられる原因	5年間の事業評価
			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	測定日又は年度	測定日又は年度		(R7未)		
1 観光協会Facebookフォロワー数	産業課	人	766	765	877	961	1,022	1,153	A	900	継続的な投稿により、登録者数を増やしていると思われる。	年度を追うごとに登録者を増やせており、たけとよめしや各種イベントなど、武豊町への興味・関心が強まってきていると言える。更にフォロワーを増やすため、町としても発酵食文化振興に力を入れも産業まつりなどのイベントなどにおいて発信していく必要がある。
			R2.11.12時点	R3.4.1時点	R4.4.1時点	R5.4.1時点	R6.4.1時点	R7.4.1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	2,623	3,383	A	1,680	営業活動等による返礼品の拡充や寄附金控除に関するワンストップ特例申請のオンライン受付の開始による寄附者の利便性向上等により、寄附額の増加に繋がった。ただし、寄附受付額よりも、町税流出額(町民の町外へのふるさと納税による影響)が上回っており、事業全体では赤字の状態である。今後は寄附額の増加及び地域産業の活性化を目指し、ふるさと納税に係る体制強化や民間活用等の検討必要。	
			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	R5.4~R6.3月1年分	R6.4~R7.3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	24,591	18,573	C	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は上がってきていると思われるが、年度によってばらつきがみられる。物価高騰が買い控えにつながったことやネット購入が普及してきたことが昨年より減少した要因の一つと考えられる。	各種フェアやパンフレット作成などの取り組みが、功を奏していると言える。しかし、年度によるばらつきが見られるため、各種フェアの継続的な実施や、来場者の購買意欲を高める施策の検討が必要。また、海外での人気が高まっているため、インバウンドに向けた商品など、より品数を増やすよう努める必要がある。
			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	R5.4~R6.3月1年分	R6.4~R7.3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 (追加影響のあるものは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)	実績値 (R6確認)	実績値 (R7確認)	判定	目標値	考えられる原因	5年間の事業評価
			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	測定日又は年度	測定日又は年度		(R7未)		
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	6	7	B	10	年ごとに会議数のばらつきはあるものの、公募を実施している会議において、LINEを活用した募集、および新規に発足する会議など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	
			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	R5.4~R6.3月1年分	R6.4~R7.3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	78	97	A	90	町観光資源の活用や駅西ランドデザインラボ、ポケットパークWSなど、新たに、住民がまちづくりに参画できるワークショップを開催した。	中央公園やゆめくりん、浦島伝説、駅東にぎわい広場、公共機能集積エリア等のテーマで年度に応じて関心の高いワークショップを開催した。また、ワークショップで出たアイデアを住民が主体で実施する場もあり、まちづくりの担い手育成も促進できた。
			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	R5.4~R6.3月1年分	R6.4~R7.3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	382	479	A	241	LINE等のSNSを活用し、広く周知を行った。また、ニーズの高いスキルアップ系の講座を開催することで新しい人材の発掘を図り、目標より大きく上回る結果となった。ただし、中高生等の若い層の参加が増えていない。今後は町内団体と協働し若者へのアプローチを実施していきたい	
			H25~R1年度累計	H25~R2年度累計	H25~R3年度累計	H25~R4年度累計	H25~R5年度累計	H25~R6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)	実績値 (R6確認)	実績値 (R7確認)	判定	目標値	考えられる原因	5年間の事業評価
			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	測定日又は年度	測定日又は年度		(R7未)		
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	43	47	B	54	活動団体とのヒアリングを実施の中で、初動型の活用につなげた。(2件)	目標値には及んでいないが、協働のまちづくり連続講座から派生した団体が採択に繋がるなど、協働事業全体を通じた成果が出てきている。また、近年では、大学のサークルからの応募があるなど、様々な主体への事業の周知が広がってきた。行政課題提案型の事業や団体間の協働なども視野に入れ、NPO法人やボランティア団体の双方にとって利用しやすい交付金の在り方を検討していきたい。
			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	R6年度までの採択数	R7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	21	20	B	20	包括協定先が増え、事業の幅が広がったため日本福祉大学：5事業 スギ薬局：8事業 明治安田生命：4事業 あいおいニッセイ：3事業	多くの分野で連携できるよう、各課へ働きかけた。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った。包括協定は基本、企業からの相談のもと、動き出すことが多いため、町発信で、要望を集約し、企業に打診するなどアプローチすることも必要。包括協定での実施事業が類似事業が多いため、更に広げられるよう努める必要がある。
			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	R5.4~R6.3月1年分	R6.4~R7.3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	3	13	A	1	R6より、企業版ふるさと納税の営業委託を実施したため、委託前と比べ、本町への寄附を検討する企業が増え、寄附に繋がったと考えられる。また、企業へのメリットの内容は検討が必要。また、基準値、目標値が低すぎるため、第3期計画で同様のKPIを設定する際には、いずれも見直しが必要。	
			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	R5.4~R6.3月1年分	R6.4~R7.3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 (加計影響のあるものは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)	実績値 (R6確認)	実績値 (R7確認)	判定	目標値	考えられる原因	5年間の事業評価
			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	測定日又は年度	測定日又は年度		(R7末)		
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				C	85.0	経済的負担や多忙による余裕のなさに加え、コロナ禍により一時的に減少した外出機会や運動習慣、生活リズムの乱れが、現在も十分に回復していないことが影響していると考えられる。	感染予防を最優先すべき時期であったため、十分な健康づくりに取り組む、社会環境の構築には至らなかったものの、健康スマイレージ事業では小中学校・企業へのチャレンジシート配布や広報啓発を実施し、住民の意識向上に努めた。令和5年度には企業と行政による健康情報交換会やヒアリングを再開し、連携強化を図った。
			H30調査	—	R3調査	—	—	R6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	273	273	C	338	ボランティアの新規登録が少ないことや、ボランティアの高齢化に伴う登録解除が考えられる。	コロナ禍以降、参加者数は徐々に戻ってきたが、ボランティア登録数は戻っていない。福祉課送付にサロンチラシを同封したり、新たな催し物を開催するなどして新規参加者数を増やして、参加者からボランティアへの移行を促進する必要がある。
			R2.2.28時点	R3.3.31時点	R4.3.31時点	R5.3.31時点	R6.3.31時点	R7.3.31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	29.6	30.2	C	毎年33.1以上	受診率が横ばいで推移しているのは、コロナ禍により一時的に受診を控えた人が、その後受診を再開していないことに加え、ライフスタイルの多様化、職域健診の充実により、町の健診を利用しない層が一定数存在していることが考えられる。令和6年度からは従来の予約方法に加えLINEを活用した予約や啓発も実施していることから、同様の状況が続いていると考えられる。	本指標の対象者は、社会的に孤立しやすく受診機会を得にくい状況にある者が多く、健康支援の機会として非常に有意義であった一方で、国保加入者のみの把握は偏りがあると思われる。
			R3.1時点	—	R4.1時点	R5.1時点	R6.1時点	R7.1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)	実績値 (R6確認)	実績値 (R7確認)	判定	目標値	考えられる原因	5年間の事業評価
			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	測定日又は年度	測定日又は年度		(R7末)		
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	88,256	97,507	A	72,000	令和4年10月に青ルートを北部へ延伸し、カパーエリアを増加させた。また、コロナに伴う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	地域公共交通計画に基づき、利用者・住民の意見を収集し、コミュニティバスのルートを作成した。コロナによる影響もあり、一時は利用者が低下したが、行動規制の緩和等に伴い、利用者は目標値を大きく超える結果となった。
			H30年度	—	R3年度	R4年度	R5年度	R6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	426	422	A	440	平成30年度以降、刈草・剪定枝の資源化が定着し、ごみとして排出されていた刈草・剪定枝が資源として排出されるようになったことと、令和3年4月より開始したごみ処理有料化により、ごみ排出量が減少したことによるものと考えられる。	刈草・剪定枝の資源化の定着や、ごみ処理有料化により、ごみ減量の意識が高まったことが、1人あたりの家庭系ごみ（資源除く）の排出量の減少傾向につながった。
			H30年度	—	R3年度	R4年度	R5年度	R6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			87.8	B	90.0	光熱費の高騰、異常気象等により地球温暖化への危機感が増してきたことやエコステーションの浸透等をきっかけとして、町民の省エネルギー・資源化についての意識が向上した。	隔年の調査で順調に数値は向上し、外的要因も大きいものの各種施策が着実に成果につながった。一方で目標値まで届かなかった要因はコロナ禍により環境学習をはじめとするイベント・講座の実施ができない期間があり、直接啓発できる機会が限られていたことが考えられる。
			H30調査	—	R3調査	—	—	R6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 (加計影響有のものはB)