

令和 7 年度 第 1 回たけとよみらい会議 会議概要

日 時： 令和 7 年 6 月 2 4 日（火） 1 0 時～1 2 時

- 議題（１） 第 2 期まち・ひと・しごと創生総合戦略の 5 年間 K P I 評価
 （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

《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 ー（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武豊町が好き（中学生）、③YouTube 再生回数 ① みそたろうスタンプ爆上がりがすごい。（ただし目標値変えなくていい？） ⇒頑張った分、数値が上がっているところは評価していいと思う。 ⇒但し、指標の変更は考えてもいいと思う。
	【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 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。 ⇒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武豊町が好き（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。 ⇒中学生は行動範囲が広くない。他の市町のこと分らないので比較できないのでは。 ③ YouTube 動画の内容により差が開くのでは。 ⇒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→目標値そもそも高く、9 割超えでも C。9 割後半維持とあるが、そもそも目標値を高くした理由があるはず。⇒100%にしていくな気持ちはほしい。

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	【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、全世代がデジタルツールで情報収集） ○そもそもの目標設定の見直し
	【愛着心の増進】……①みそたろうスタンプ、②武豊町が好き（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
	【まとめ】 ・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 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。武豊町に興味がある人が増えている。 ② ふるさと納税年間寄付額 増加傾向なのはよい傾向だと思う。
	【全般】 ○諸施策の周知徹底や助成等にパワー不足を感じる 【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。 【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 ①働き方改革と助成の活躍推進に対する意識の醸成全般が弱い。PR不足 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。 ⇒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。 【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 や Instagram を活用するのは若い人。高齢の人向けの情報発信は？ ① 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、収支赤字は課題 ② 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。 ⇒「たけとよ」ブランドとしてPRする部分が弱い。市販品との違いや特徴をPRすべき。
うーん…	

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 バス停増やすなど ○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。 ○武豊町の魅力を周知して人口減少を防ぐ 【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。
	【まとめ】 ・誰にでも届く情報発信に努める ・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。

《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。 [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 [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。
うーん…	

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、何か手伝ってもらう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。 ⇒健康のところが弱い。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
【まとめ】 ・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ていく。	