

第3期まち・ひと・しごと創生総合戦略数値目標一覧						資料3	
		指標名	担当課	基準値（R6）	目標値（R12）	K P Iに対するみらい会議意見	プロジェクトチーム会議協議結果
若者や子育て世代に選ばれるまち 基本目標1	K G I	出生数	企画政策課	295人	300人		
		子育てしやすいさの満足度（町民意識調査）	企画政策課	33.9%	45.0%		
		若者世代の社会増	企画政策課	56人	60人		
	施策①	結婚補助金申請件数	企画政策課	24件	30件	結婚後に武豊町に移住してくる人を見るK P Iが必要である。	修正なし 結婚後に武豊町に転入されてくる方追うことは困難。対象となる方がこの制度を知り、活用できる補助金交付申請時にアンケート実施指標はこのままとする
		変更前 産後ケア事業 利用件数（延べ） 変更後 放課後児童クラブ待機者数	子育て支援課	0人	0人	「産後ケア事業 利用者数（延べ）」について、延べ人数は見直した方が良い。 ○児童クラブとかの「待機児童数」など、小学校世代に関するK P Iが必要である。	修正あり 放課後児童クラブの待機児童数（子育て支援課） 基準値 0人 目標値 0人
	施策②	児童館年間個人来館者数	子育て支援課	33,399人	48,000人	意見なし	修正なし
		変更前 地域クラブ団体数 変更後 町内小中学校の児童・生徒の武豊町内の地域クラブの所属人数	生涯学習スポーツ課	332人	550人	「地域クラブ団体数」を指標としているが、児童の参加率で見た方が良いのでは。	修正あり。 町内小中学校の児童・生徒の武豊町地域クラブの所属数 基準値：332人 目標値：550人
		幸せな気持ちになることが「よくある」の割合（全国学力・学習状況調査）	学校教育課	51.3%(小6) 40.5%(中3)	60%(小6) 55%(中3)	意見なし	修正なし
	施策③	町公式SNS動画の年間投稿数	秘書広報課	120件	160件	○「町公式SNS（YouTube、Instagram）の動画年間投稿数」について、フォロワー数の方が分かりやすい。	修正なし フォローやチャンネル登録をするためには視聴者側が会員登録等しなければならぬため、ハードルが高い。情報発信をするという観点から、投稿数のままで良いと考える
		変更前 町YouTube動画の総再生回数 変更後 LINE友達登録者数	企画政策課	10,845人	12,970人	○YouTubeに関して、毎年度の再生回数などを示していただけると分かりやすい。	修正あり LINE友達登録者数 基準値 10,845人（R7.10/1現在） 目標値 12,970人
	施策④	町に愛着を持っている住民の割合（町民意識調査）	企画政策課	80.9%	85.0%	イベントを支援した数とか、イベント開催数とかの方が分かりやすい。	修正なし イベント支援数、開催数数値追いが困難。アウトカム指標が適していると判断。
		アダプト・プログラムの件数	都市計画課	12件	17件	アダプト・プログラムは、個々の公園等への愛着は向上するが、まちの愛着向上という意味ではレベルが異なる。指標からは外した方が良い。	修正なし
産業が持続・発展するまち 基本目標2	K G I	製造業の売上（1事業所当たり）	企画政策課	210,622万円	253,000万円		
		製造業の従事者数	企画政策課	5,720人	6,000人		
		まちの駅「味の蔵たけとよ」の年間購買客数	企画政策課	94,667人/年	105,000人/年		
	施策①	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	18,573個	19,200個	施策目的からすると「年間販売額」よりも「来場者数」「参加者数」のような人の流れを数値化した方が良い。	修正なし（購買客数の指標はKGIに設定）
		たけとよめしの取扱店舗数	産業課	24店舗	29店舗	「取扱店舗数」を管理するのは良いと思う。	修正なし
	施策②	中小企業者等応援補助金 交付件数	産業課	33件/年	40件/年	KPIとしては分かりやすく、基本目標と連動していると思う。	修正なし
		創業支援補助金 交付件数	産業課	7件/年	15件/年	KPIとしては分かりやすく、基本目標と連動していると思う。	修正なし
	施策③	ふるさと納税年間寄附額	企画政策課	33,832千円	1億円	ふるさと納税年間寄附額をKPIとすることに違和感がある。税が多い＝発展になるのか？	修正なし 最終的な目標は基本目標2にある地元産品の消費の推進と更なる販路開拓となる。返礼品数等も検討したが、返礼品の数を増やしても、それを返礼品として選んでもらう若しくは購入に至らなければ、地元産品の消費に繋がらない。最終的な目標が消費の促進に繋げるというのであれば、KPIはふるさと納税年間寄附額（アウトカム）が妥当と判断する。
		学校給食に採用された地元食材料量の割合	学校教育	18.0%	20.0%	地元産品の町内消費を増やすことは良い。地元食材の使用割合をKPIとするのは大賛成。	修正なし
	施策④	町の中心部の魅力や活気への満足度（町民意識調査）	都市計画課	14.0%	20.0%	意見なし	修正なし
		駅周辺の来訪頻度（週1日以上）（町民意識調査）	都市計画課	22.7%	25.0%	「駅周辺の来訪頻度」は、活力あるまちを測る指標としてはOKだと思う。	修正なし
安心して暮らせる新たな魅力と活力を創出するまち 基本目標3	K G I	住環境への満足度（町民意識調査）	企画政策課	50.6%	55.0%		
		まちづくり活動への参加率（町民意識調査）	企画政策課	42.7%	50.0%		
		病院や休日診療等の受診しやすいさへの満足度（町民意識調査）	企画政策課	33.0%	35.0%		
	施策①	コミュニティバス乗車人数	防災交通課	97,507/年	109,000人/年	意見なし	修正なし
		憩いのサロン参加者数（ボランティア含む） 目標値の修正 変更前 10,000人/年 → 変更後 8,000人	福祉課	6,683人/年	8,000人/年	意見なし	KPIは変更しないが目標値下方修正。
	施策②	変更前 家具転倒防止対策事業 申請件数 変更後 個別避難計画 作成件数	防災交通福祉課	0件	150人	家具転倒防止対策事業はある程度行きわたっているよう部分もあるので、その代わりに個別避難計画の「作成件数」を指標としてはどうか。	修正あり。 個別避難計画の作成件数とし、防災、福祉の共同KPIとする。
		緊急情報等配信サービス登録件数	防災交通	16,849件	17,500件	意見なし	修正なし
	施策③	1人あたりの家庭系ごみ（資源除く）の排出量/日	環境課	422g	419g	意見なし	修正なし
		リサイクル率	環境課	41.4%	43.0%	意見なし	修正なし
		緑のカーテンチャレンジ参加者数	環境課	102人/年	200人/年	緑のカーテンチャレンジ参加者数」に代えて、上記の代表的な事業にある、環境学習等の実施による子どもたちへの環境意識の醸成や脱炭素まちづくりカレッジにかかわる事業への参加者数にしてはどうか。	修正なし みらい会議ご提案に類似する「環境学習や環境関連イベントの参加人数」については地球温暖化対策実行計画にも取組指標として掲載しているため、KPIとして設定することは妥当。 しかし、これはクリーンアップ大作戦の参加人数を含めた目標設定をしており、クリーンアップ大作戦の参加者数は全てのイベントの参加者数の内、80%超を占めていた。 クリーンアップ大作戦の中止が決まった今年度に策定する本戦略に同指標・目標値を掲載することは「妥当な水準」の目標が定められていることとは言えない。一方、環境学習や脱炭素まちづくりカレッジのみで新たな目標設定したらいいのではという意見があるかもしれないが、いずれも定員があるイベントであり参加者数を伸ばすことは想定していない。 緑のカーテンチャレンジ参加者数に代わる「客観的な成果」を表せる指標が他になく、課としては現状のKPIが最も適しているKPIと判断し、そのままとした。
	施策④	町政・まちづくりに関心がある若い世代の割合（町民意識調査）	企画政策課	57.6%	65.0%	意見なし	修正なし
		変更前 協働のまちづくり連続講座参加者数 変更後 協働のまちづくり連続講座新規参加者数	企画政策課	協議中	協議中	「協働のまちづくり連続講座参加者数」ではなくて、「協働のまちづくり事業」の応募者数の方が指標としてはふさわしいのでは	修正あり 応募者数だと、応募しただけで、当日欠席も含まれる。指標としては、参加者数とする。ただし、施策目標に合わせ、新規参加者数とする。
	施策⑤	男女共同参画への満足度（町民意識調査）	企画政策課	21.3%	28.0%	意見なし	修正なし
		異世代や外国人との交流がある住民割合（町民意識調査）	企画政策課	24.9%	50.0%	意見なし	修正なし
		生涯学習講座の参加者数	生涯学習スポーツ課	2,216人	2,350人	意見なし	修正なし