

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)	実績値 (R6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	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	267	A		250	・Instagram（たけとよ日和）の投稿 ・LINE（R6年7月より運用開始）の活用	・たけとよ日和編集部員活動の場を増やす ・LINE（R6年7月より運用開始）の活用
				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					
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	A		75	・ホームページリニューアルに伴う、閲覧数の増加 ・広報から遷移誘導	・サイトのメンテナンス ・広報およびSNSとのリンク等連携
				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					
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	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。	町の魅力を発信できる場を増やすとともに、発信しなくなる施策・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					

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)	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	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	592	A		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） 新たなLINEスタンプの展開
				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	R5.4～R6.3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	直接的な要因を特定することは難しいが「武豊 町のことが好き」と答えた割合と同様に、「武 豊町で暮らしたい」と思う割合も76.3%→ 81.8%に増えている。その理由として、公共施 設の充実といった要因が大きく上昇している。 武豊中央公園や屋内温水プールの供用開始な ど、まちの魅力増進につながる取組が進めら れたことが、まちへの愛着心の醸成に繋が り「武豊町のことが好き」と感じて頂ける生徒の 増加につながったと考える。	他の設問と比較して値が低い分野（町の歴史・ 産業等、町のことに興味がある等）の底上げを 図り、町への愛着形成を図る
				H30調査		R3調査		R6調査(速報値)					
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	B		105,000	この1年間に再生された動画の内訳で最も多 かったのは職員採用動画であった。また、今年 の3月以降、山車まつり関連動画の再生回数が 増えてきている。一方で、たけとよスマイル体 操関連の再生回数は伸びていない	再生回数が大きく伸びる動画コンテンツがな く、過去の配信動画が繰り返し再生されている 状況にある。 ツイッターやインスタグラム等拡散力のある媒 体と連携して視聴者を誘導すること、および動 画コンテンツの数を増やしていくことが必要
				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					

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（対影響有のものは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)	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	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	97.8	C		毎年98.7以上	目標に近い高い割合で推移している。妊娠期から子育て期に至るまで、ホームスタートや産後の遊び場があることなどの子育て資源について継続的な情報提供を実施している。また、子育て世代の保護者からは「相談できる場所がたくさんある」という声も聞かれ、支援者が身近な存在として認識されている。このことから、多くの保護者がこの地域での育児を希望していると推測される。	産後ケア事業において、補助金の増額や低所得の妊婦への初回受診料補助など、子育て世代向けのサービスを強化している。資源の活用を促進し、育児負担の軽減を図ることで、地域全体で子育てを継続できる環境整備を目指す。
				R1調査	R2調査	R3調査	R4調査	R5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	19,353	C→B	有	24,000	令和5年5月に5類に移行するまでは、コロナ禍において利用しづらい環境が続いていたため、利用が減少していたが、以前の水準近くまで回復してきている。	子育て支援センターで実施する行事を転入者も含めて広く周知し、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	R5.4～R6.3月1年分					

施策 1-2-② 子育てと仕事の両立しやすい環境づくりの推進

◎子育てと仕事の両立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)	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	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	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および民営化の検討。
				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					
2	児童クラブの定員数	子育て支援課	人	260	298	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。	児童クラブの利用希望者数が増加していることから、富貴児童クラブの建て替えによる、定員数の拡充、及び、民間の放課後児童クラブ事業者への補助金等を検討。
				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					
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	A		65.0	令和5年5月に新型コロナウイルスが感染症法上の「5類」に移行し、多くの企業がリモートワークの実施を縮小し、父親がオフィス勤務に回帰する傾向が見られるが、近年の父親の育児参加傾向は維持されており、基準値を満たし、上昇傾向にある。	令和6年4月から、3カ月健診受診者の父親を対象に、育児サービスの需要を把握するためのアンケートを開始した。アンケート回答を反映させた育児教室等を開催し、父親の育児参加率向上に繋げる。
				R1調査	R2調査	R3調査	R4調査	R5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（+影響のあるものは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)	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	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					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	2	B		7	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ichiI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	R6.4.1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）	実績値 （R6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	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					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	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	R6.4.1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	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	R6.4.1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（※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)	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	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	99,332	B		100,000	味の蔵たけとよの認知度の定着や、各種フェアの展開などにより、リピーターを含む一定数の顧客を獲得し、年間来場者数が安定した。	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	R5.4～R6.3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	C→B	有	540	令和5年5月に5類に移行するまでは、コロナ禍において利用しづらい環境が続いていたが、名鉄ハイキングを始めとした民間イベントや町主催のイベントなどの開催などもあり、回復傾向にある。	各種イベントやツアー等の実施
			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ぶ登録者数	産業課	人	10,481	11,749	13,258	14,283	14,487	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。	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。
			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)	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	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	1,022	A		900	たけとよめしのパンフレット印刷、町及び民間団体によるイベントの増加に伴い、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及び観光協会F Bの周知
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	A		1,680	返礼品の数に限りては、令和4年度までは新規返礼品の追加は年数品であったが、令和5年度は21品を追加した。しかしながら、総務省の毎年度の制度改正により返礼品基準の厳格化による返礼品数の減少等により、目標値は超えているが、寄附額が頭打ちとなっている。	令和6年度から産業課が創設した、中小企業者等応援補助金を活用した新規の返礼品開発を町内事業者に促す。加えて、みそたろうグッズ等の追加により、返礼品の種類と数を増やしていく。過去の寄付者に対する勧奨PRも実施。
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	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

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（対影響有のものは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)	実績値 (R6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	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	6	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	R5.4～R6.3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	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 令和6年度より公共交流拠点に関するワークショップを実施するなど、機会は増えている
			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					
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	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	H25～R5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)	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	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	43	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ため。	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	R6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	A		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：3事業 スギ薬局：10事業 明治安田生命：5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	R5.4～R6.3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	A		1	民間事業者に対しPRが不足している。 寄附対象事業が分かりにくい。	企業版ふるさと納税対象事業の精査。 民間事業者のノウハウを活用した、企業への営業活動（R6実施）
			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					

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（対策影響のあるものは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）	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	測定日又は年度			（R7）			
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	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等に伴う登録解除、学生ボランティアの卒業などの要因で、ボランティアの担い手は減少傾向にあるが、新規ボランティア開拓のためのボランティア体験講座やボランティアへの研修支援としてボランティア講座研修を行ったことにより、目標値には届かないものの昨年度に比べ微増となった。	ボランティアの高齢化が進んでいることから、新規登録による世代交代が急務であると考えられる。引き続き大学教授との合同会議であるサンプロジェクト会議、ボランティアとの運営相談や協議会をとおして施策を検討していく。	
			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						
3	18～39歳の国民健康保険加入者のうち、あおは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	C→B	有	毎年33.1以上	コロナ禍による受診控えの影響で、中断された患者の受診再開が円滑に進んでいない状況が考えられる。	予約方法や啓発手法の見直しを図り、若年層に効果的なアプローチを導入することで、受診率の向上を促進する。
			R3.1時点	—	R4.1時点	R5.1時点	R6.1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)	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	測定日又は年度			(R7)			
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	A		72,000	・青ルート北部延伸（令和4年10月）にて、新たな駅や医療機関等と接続したことによるカバーエリアの増加と利用の定着 ・新型コロナウイルス感染症第5類移行による行動制限の緩和（令和5年5月8日～） ・年末年始の運行開始 ・高齢者の利用率増加	アンケート等の実施により、引き続き、利用者や住民ニーズの把握および利便性の向上に努めるとともに、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	R5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	A		440	・R3.4～ごみ処理有料化以降、もやさない（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。 ・家庭系ごみの排出量は減少傾向が継続している。 ・H30.3～刈草・剪定枝の分別収集も影響があると考ええる。	・ごみの減量化、資源物の分別への普及・啓発の継続
			H30年度	—	R3年度	R4年度	R5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（対策影響のものはB）