

基本目標 1 魅力的な暮らしを創造する

重点戦略	戦略	事業名	事業概要	実績額 (円) (R3年度)	実績額 (円) (R4年度)	KPI	開始前 KPI値 (H30)	実績値 (R1年度)	実績値 (R2年度)	実績値 (R3年度)	実績値 (R4年度)	KPI値	単位	目標年月	実績値分析	得られたノウハウ	事業効果 (担当課評価)	事業評価 (担当課評価)	今後の方針 (担当課評価)	今後の方針の理由 (担当課評価)	担当課
		移住定住相談窓口業務	市内に移住定住を考えている方々の様々なお悩みの相談窓口を開設します。	0	0	移住定住年間相談件数	71	70	43	65	90	65	件	毎年 R6.3	令和3年度に移住定住ポータルサイトを開設以降、定期的にページを改定し、広く情報発信を行った。また、地場産品ブラッシュアップ事業やシニアプロモーション動画、SNS広告を活用した情報発信により、本市の魅力や特徴を広く周知し、各方面から問い合わせがあり、相談件数が増加した。	インターネットを通じた情報発信ツールの確立により、移住検討者および移住希望者の方に本市の魅力や特徴、移住に関する情報を発信することができた。	A	◎	継続	引き続き人口減少対策として、移住定住施策を更に強化する必要があるため、移住定住ポータルサイトおよび各種SNS等を有効活用し、継続的に本市の魅力や特徴を情報発信し、相談件数の増加を図る。	市民協働課
		移住促進奨励金交付事業	市内で新築もしくは中古住宅を取得した方を対象に、奨励金として市内の店舗で利用できる商品券を交付します。(交付対象：R5(2023).1まで、最終交付R7)	38,763,512	35,335,789	制度の年間申請件数	42	143	118	31	42	70	件	毎年 R6.3	広報、ポータルサイト、SNS等でのPRにより、奨励金について周知がされている。令和5年度で新規受付終了。	奨励金の申請者へのアンケート調査の結果、ホームページ（移住定住ポータルサイト）を通じて本制度を知るきっかけとなったと回答する方が多く、web媒体による情報発信は重要である。	D	◎	終了	令和5年度申請受付までの時限措置。令和5年度からは、子育て世帯等移住促進奨励金に移行。	市民協働課
		子育て世代等移住促進奨励金交付事業	令和5年1月2日以降に転入し、住宅（新築・中古）を取得した方で、18歳未満の子もいる子育て世帯または配偶者がおり、いずれか一方が40歳未満の世帯（若者夫婦世帯）の方を対象に、30万円を交付します。(R5～)	-	-	制度の年間申請件数	-	-	-	-	-	60	件	毎年 R6.3	-	-	-	-	-	-	市民協働課
		清流の国ぎふ移住支援金交付事業	5年以上岐阜県外に在住していた方で、令和4年4月1日以降に瑞浪市に転入し、令和4年4月1日以降の住宅に係る契約により住宅（新築・中古）を取得した39歳以下の複数世帯の方に対して、移住支援金として50万円を交付します。(R4～)	-	0	制度の年間申請件数	-	-	-	-	0	10	件	毎年 R6.3	本支援金は、令和4年4月1日以降の住宅に係る契約により住宅（新築・中古）を取得した方を交付対象としている。しかしながら、昨今のウッドショックの影響等により住宅完成納期が通常より長くなっており、令和4年度中に契約し、住宅完成までした方が少なかったことが原因と考えられる。	広報紙やホームページ、SNS等を通じて、本支援金の問い合わせは多くあり（住宅取得時期要件で対象とならないケースがほとんどであった）、継続的な情報発信は重要である。	D	◎	継続	引き続き人口減少対策として、移住定住施策を更に強化する必要があるため、移住定住ポータルサイトおよび各種SNS等を有効活用し、継続的に情報発信を図っていく。	市民協働課
		三世代同居・近居世帯定住奨励金交付事業	三世代同居または近居を始める世帯に対し、市内の業者が実施するリフォーム費用の一部を奨励金として市内の店舗で利用できる商品券を交付します。(交付対象：R2(2020).12まで、最終交付R7)	7,744,701	6,555,167	制度の年間申請件数	40	28	36	31	-	50	件	毎年 R6.3	令和2年度で終了	-	-	-	-	-	市民協働課
		空き家・空き地バンク事業	市内の空き家・空き地を所有している方から不動産の物件登録をしてもらい、利用を希望する方へ紹介する。	114,880	19,840	バンク物件の年間成約数	4	3	4	1	5	10	件	毎年 R6.3	令和3年度に行った、移住定住ポータルサイトの空き家・空き地バンク物件情報リニューアル以降、利用希望者の方からの問い合わせは増加傾向であり、令和4年度は5件の成約となった。なお、物件の新規登録についても、令和4年度は5件（うち2件は年度内に成約）あり、成果が現れ始めている。また、都市計画課と共有している「空き家カルテ」を基に、利活用が見込まれる空き家7件について、空き家バンク登録の働きかけを行った結果、1件が新規登録に結び付いた。	バンク登録物件が増加するよう、協力不動産事業者との連携を強化することが重要である。また、登録物件の情報はなるべく詳細に掲載することが、利用希望者の問合せの増加に繋がる。	C	◎	継続	協力不動産事業者との連携をこれまで以上に強化する。空き家・空き地バンクには掲載していない協力不動産事業者が管理している物件について、登録を促す。	市民協働課
		空き家等改修補助事業	空き家・空き地バンクに登録した物件で、売買契約もしくは賃貸借契約を前提として居住を目的とする改修工事をする場合の改修工事費用の一部を補助します。	0	1,000,000	制度の年間申請件数	1	3	1	0	1	5	件	毎年 R6.3	令和4年度に空き家バンクの物件を取得した方で、2件本補助金の活用希望があった。内1件は補助金の活用があり、もう1件については、令和5年度に活用する予定である。また、利用者にとって活用しやすい補助制度にするため、市外事業者の工事も補助対象とし、補助に係る工事に併せての耐震補強工事は必須要件から外すなど、制度の見直しを行った。	バンク登録物件が増加するよう、協力不動産事業者との連携を強化することが重要である。利用者にとって活用しやすい補助制度にするため、市外事業者の工事も補助対象とし、補助に係る工事に併せての耐震補強工事は必須要件から外すなど、制度の見直しを行ったことで、具体的な活用希望に繋がった。	D	◎	見直し(改善)	協力不動産事業者との連携をこれまで以上に強化し、登録物件の増加を図る。また、利用者にとって活用しやすい補助制度となるよう、適宜見直しを検討する。	市民協働課
		移住定住情報発信事業	移住定住促進ポータルサイト及び移住/バンフレット等で、本市の魅力や補助制度等について、全国に向けて広く情報発信を行います。	636,152	1,775,674	移住定住関連補助制度を利用した年間移住者数	161	216	185	98	145	210	人	毎年 R6.3	令和3年度に移住定住ポータルサイトを開設以降、定期的にページを改定し、広く情報発信を行った。また、地場産品ブラッシュアップ事業やシニアプロモーション動画、SNS広告を活用した情報発信により、本市の魅力や特徴を広く周知し、各方面から問い合わせがあり、相談件数が増加した。	インターネットを通じた情報発信ツールの確立により、移住検討者および移住希望者の方に本市の魅力や特徴、移住に関する情報を発信することができた。	D	◎	継続	引き続き人口減少対策として、移住定住施策を更に強化する必要があるため、移住定住ポータルサイトおよび各種SNS等を有効活用し、継続的に本市の魅力や特徴を情報発信し、相談件数の増加を図る。	市民協働課
	移住定住の推進	シニアプロモーション動画制作等事業	移住を推進しまちの活性化を図るため、魅力溢れる動画を制作し、全国に広く発信します。(R4～)	-	16,923,974	移住定住に係る相談件数	71	70	43	65	90	65	件	毎年 R6.3	市の魅力を発信するPR動画を制作した。その内容は、将来を担う若い世代が特に関心が湧くものとするため、動画の原案は、市内の若者を対象とした市民参加型のワークショップを実施の上決定した。この原案を基に、完成したPR動画「奇跡の化石」は、YouTubeで57万回再生されるなど、本市の認知度向上に寄与した。	SNSを活用し、移住検討者および移住希望者の方に本市の魅力や特徴を発信する方法は効果的である。	A	◎	終了	令和4年度に制作したPR動画、移住定住ポータルサイトおよび各種SNS等を有効活用し、継続的に本市の魅力や特徴を情報発信し、相談件数の増加を図る。	市民協働課
		お試し移住体験事業	「ふるさとワーキングホリデー」を活用し、本市での暮らしを学び、体験することで将来的な移住・定住につなげます。(R5～)	-	-	移住定住に係る相談件数	71	70	43	65	90	65	件	毎年 R6.3	-	-	-	-	-	-	市民協働課

※地場産業振興事業、企業立地奨励事業は、前年度実績値による評価。

【事業効果】
A: 地方創生に非常に効果的であった B: 地方創生に相当程度効果があった C: 地方創生に効果があった D: 地方創生に効果がなかった
【事業評価】
◎: KPI達成に有効であった ○: KPI達成に有効とは言えなかった

基本目標 1 魅力的な暮らしを創造する

重点戦略	戦略	事業名	事業概要	実績額 (円) (R3年度)	実績額 (円) (R4年度)	KPI	開始前 KPI値 (H30)	実績値 (R1年度)	実績値 (R2年度)	実績値 (R3年度)	実績値 (R4年度)	KPI値	単位	目標年月	実績値分析	得られたノウハウ	事業効果 (担当課評価)	事業評価 (担当課評価)	今後の方針 (担当課評価)	今後の方針の理由 (担当課評価)	担当課
暮らし始めるなら瑞浪で		東京圏からの移住支援事業	東京23区に在住または通勤者で、マッチング支援事業の登録企業に就業、または起業支援事業により起業し、本市に移住した方に対し、移住支援金を交付します。	600,000	1,600,000	制度を利用した東京圏からの年間移住件数	-	0	0	1	2	2	件	毎年 R6.3	令和3年度に移住定住ポータルサイトを開設以降、定期的にページを改定し、広く情報発信を行った結果、2件の交付申請があった。	インターネットを通じた情報発信ツールの確立により、東京圏からの移住検討者および移住希望者の方に本市の魅力や特徴、移住に関する情報を発信することができた。	A	◎	継続	引き続き人口減少対策として、移住定住施策を更に強化する必要があるため、移住定住ポータルサイトおよび各種SNS等を有効活用し、継続的に本市の魅力や特徴を情報発信し、相談件数の増加を図る。	市民協働課
		林業就業移住支援事業	林業における担い手不足解消及び本市への移住促進のため林業就業者に対して支援金を交付します。(R3～)	600,000	0	本事業を活用した県外からの年間移住件数	-	-	-	1	0	1	件	毎年 R6.3	令和4年度は予算計上はしていない。移住者の業種が特定されており、交付対象者が非常に限定的であるため、事業自体の廃止を検討中。	交付対象者が非常に限定的であることから、事業自体を廃止も検討する必要がある。	D	○	見直し(改善)	令和5年度も予算計上はしていない。移住者の業種が特定されており、交付対象者が非常に限定的であるため、事業自体の廃止を検討中。	市民協働課
		空き家財道具等処分費補助事業	空き家の家財道具等の処分の費用を補助し、空き家・空き地バンクへの登録及び移住希望者の円滑な移住促進を図ります。(R3.10～)	100,000	100,000	空き家バンクの新規登録件数	-	-	-	1	4	10	件	毎年 R6.3	令和3年度に行った、移住定住ポータルサイトの空き家・空き地バンク物件情報リニューアル以降、利用希望者の方からの問い合わせは増加傾向であり、空き家の新規登録についても、令和4年度は4件(うち1件は本補助金を活用)あり、成果が現れ始めている。	バンク登録物件が増加するよう、協力不動産事業者との連携を強化することが重要である。また、登録物件の情報はなるべく詳細に掲載することが、利用希望者の問合せの増加に繋がる。	C	◎	継続	協力不動産事業者との連携をこれまで以上に強化する。空き家・空き地バンクには掲載していない協力不動産事業者が管理している物件について、登録を促す。	市民協働課
		瑞浪駅周辺再開発事業	中心市街地である瑞浪駅周辺において、「未来の子どもたちに渡せるまち」をコンセプトに、魅力あるまちづくりを行います。駅南地区での市街地再開発事業、駅北地区の複合公共施設整備等を実施します。	52,279,590	44,122,070	(～R3) 社会人口増減 (R4～) 防災対策などが整い、安心して快適な住環境が整ったまちだと思う市民の割合	△14 55.7	△172 55.9	△30 52.8	△220 55.9	51.7	60	人 %	毎年 R6.3	令和4年度は北エリア複合施設の整備手法、南エリア交通処理方法の検討を行った。再開発事業は計画段階であり、「防災対策などが整い、安心して快適な住環境が整ったまち」について事業の効果は得られていない。	まちの魅力や賑わいを創出するためには、ハード事業のみではなく、社会実験等によるソフト事業も併せて行っていくことが重要であり、また継続的に行っていく必要がある。	D	◎	継続	市街地再開発事業に繋げるため組合員の機運醸成を図るとともに、意欲あるプレーヤーたちとまちのにぎわいや魅力づくりを行っていく必要がある。また、駅北地区複合公共施設整備における導入機能や事業手法等を定めた施設の基本計画を策定していくため事業を継続していく。	都市計画課
		道の駅整備事業	国道19号瑞浪恵那道路の開通を契機好機と捉え、瑞浪市の「まちづくりの核」として、地域振興や地域活性化の役割を担う、新しい交流・観光拠点としての道の駅整備を進めます。	18,364,290	8,737,730	(～R3) 社会人口増減 (R4～) 地域での交流や活動が活発に行われているまちだと思う市民の割合	△14 55.5	△172 60.1	△30 55.1	△220 51.7	45.5	63	人 %	毎年 R6.3	令和4年度は、基本計画の策定に向けた道の駅検討委員会や戦略づくりワークショップを開催した。道の駅整備事業は計画段階であり、道の駅による地域での交流や活動が活発に行われているまちに対する効果は得られていない。	市民等による道の駅戦略づくりワークショップを通じて、道の駅に求められる広場(公園)の機能を把握できた。また、道の駅と地域を繋ぐ中間組織(人材)の必要性を検討することができた。	D	◎	継続	リニア中央新幹線開業や国道19号瑞浪恵那道路の開通を好機と捉え、釜戸地区の地域課題解消、地域振興や地域活性化を担う「まちづくりの核」として、新たな交流、観光の拠点となる道の駅整備を進める。	都市計画課
		市制70周年記念事業	令和6年4月1日に瑞浪市制施行70周年を迎えることから、節目の年を市民とともに祝うため、令和5・6年度に市制70周年記念事業を実施します。(R5～)	-	-	こからも瑞浪市に住みたいと思う市民(20・30代)の割合	72.4	71.7	66.7	75.0	77.8	80.3	%	毎年 R6.3	-	-	-	-	-	-	企画政策課
		東濃圏広域観光PR事業	東、東濃5市が連携し、東濃圏域の観光、産業、自然、歴史、文化などの魅力を国内外にPRします。	0	1,600,000	年間観光入込客数	141	141	112	113	114	150	万人	毎年 R6.3	東美濃周遊旅行商品助成事業により、広域での周遊旅行商品が作成されたが、令和4年度は増加に繋がらなかったため、観光入込客数の増加に繋がらなかった。また、その他広域で連携した活動は行ったが、入込客数調査箇所と直接結びついていない事業もあったため、実績増加に繋がらなかったという要因もある。	東美濃圏域での観光連携を活かし、瑞浪市をPRすることはできているが、なかなか入込客数増加に直結させる事が難しい。東美濃としての知名度は未だ低いいため、引き続き観光パンフレット等の作成やSNSによる情報発信の強化を広域で連携して行っていく必要がある。	D	◎	継続	広域で連携し、スケールメリットを生かしたPR活動を行うことは非常に効果的である。市や観光協会のSNSの内容も充実し始めているため、今後も観光協会と連携し観光情報の発信に努めていく。	商工課
		観光情報発信事業	市内の観光施設をPRするため、パンフレットの配布やメルマガ等を活用し観光情報の発信を推進します。	1,960,564	2,873,185	年間観光入込客数	141	141	112	113	114	150	万人	毎年 R6.3	瑞浪市観光協会のHPのリニューアル及び瑞浪市観光パンフレット「みずnavi」の改訂をし、最新の観光情報発信を図った。新型コロナウイルスの影響は小さくなってきているがコロナ前までの回復はしていない。	昨今はSNSによるPRが拡散力が大きく、集客に繋がる場合が多いため、SNSを活用し、市内観光地やイベントの情報を発信することは非常に効果的である。	D	◎	継続	SNSを活用し、市内観光地やイベントの情報を発信することは非常に効果的である。市や観光協会のSNSの内容も充実し始めているため、今後も観光協会と連携し観光情報の発信に努めていく。	商工課
		観光コンテンツ造成事業	観光誘客の促進及び観光消費額の拡大を目指し、市内観光での体験型コンテンツを造成し、全国に発信します(R4～)	-	10,997,000	コンテンツ造成数	-	-	-	-	16	5	件	毎年 R6.3	市内8事業者の参画があり、複数の体験型コンテンツを造成した事業者もあり、事業者自らが新たなサービスで稼ぐという意識改革にもつながった。短期間ながら、確実に誘客ができた。	様々な業種や資源が観光コンテンツになり得る可能性が見えた。近隣市町村と比較して当市の認知度の低さが課題と判明した。	A	◎	発展	今年度はそれぞれの事業者が独自に開発したが、統一コンセプトを創り上げ、面で広がるようなコンテンツのブラッシュアップや新規開発を行い、継続して取り組む。PR動画を作成し、認知度向上のために、より効果的なプロモーション活動を実施する。	商工課

※地場産業振興事業、企業立地奨励事業は、前年度実績値による評価。

【事業効果】
A: 地方創生に非常に効果的であった B: 地方創生に相当程度効果があった C: 地方創生に効果があった D: 地方創生に効果がなかった
【事業評価】
◎: KPI達成に有効であった ○: KPI達成に有効とは言えなかった

基本目標 1 魅力的な暮らしを創造する

重点戦略	戦略	事業名	事業概要	実績額(円) (R3年度)	実績額(円) (R4年度)	KPI	開始前 KPI値 (H30)	実績値 (R1年度)	実績値 (R2年度)	実績値 (R3年度)	実績値 (R4年度)	KPI値	単位	目標 年月	実績値分析	得られたノウハウ	事業効果 (担当課評価)	事業評価 (担当課評価)	今後の方針 (担当課評価)	今後の方針の理由 (担当課評価)	担当課
観光資源の 魅力向上		大河ドラマ「麒麟がくる」 活用推進事業	令和2年(2020年)の大河ドラマ「麒麟がくる」の放送を契機に、主人公・明智光秀ゆかりの資源を有する市町・観光関連団体・県が一体となり、この地域の魅力を全国に発信し、観光をはじめとする産業及び地域の活性化を図ります。	0	0	年間観光入込客数	141	141	112	113	114	150	万人	毎年 R6.3	令和2年度で終了	-	-	-	-	-	商工課
		大湫宿保存活用事業	大湫宿のまちなみを保存するため、町内の歴史的建造物を修復し、観光資源として有効活用します。	0	0	大湫宿年間観光入込客数	9,769	10,138	4,685	5,641	6,962	10,000	人	毎年 R6.3	令和3年度で終了	-	-	-	-	-	商工課
		ゴルフの町みずなみPR 事業	本市には、ゴルフ場が13箇所もあるという魅力を活用し、オープンゴルフ大会を実施します。「ゴルフの町みずなみ」を市内外に向けてPRします。	2,077,594	2,322,946	177場年間利用者数	55.4	55.1	50.0	55.0	56.0	60	万人	毎年 R6.3	オープンゴルフ大会の参加者は年々増加している。令和4年度の参加者は市内9.2%、市外21.5%、県外69.2%となっており、県外からの集客を図ることができ、市内外に向け、「ゴルフのまち瑞浪」のPRに繋がった。また、市内小学生を対象にスナッグゴルフ体験授業を実施した。	ゴルフはコロナ禍でも着実に客数が増加しているため、影響を受けにくい産業であることが分かった。また、小学生といった若い世代からゴルフにじんでもらう一環として、スナッグゴルフは非常に有効である。	C	◎	継続	ゴルフ場およびゴルフの町みずなみ実行委員会と連携し、オープンゴルフ大会は令和5年度で12回目となり、継続してPRを行う。また市内各小学校との連携、高齢者のフレイル予防としてスナッグゴルフの認知度向上など、今後も瑞浪市の産業観光としてゴルフを推進していく。	商工課
	パレオパドキシア全身 骨格化石復元プロジェクト	令和4年6月に瑞浪市蓋戸町で緊急発掘されたパレオパドキシアのクリーニングを行い、復元レプリカを制作します。レプリカを展示や教育、市のPRに活用します。(R4~)	-	7,632,169	年間観光入込客数	141	141	112	113	114	150	万人	毎年 R6.3	パレオパドキシアのクリーニングは当初の予定通り進行し、令和5年3月には産状レプリカが完成した。令和4年10月~12月に実施したクラウドファンディングの結果、345名の方から7,036千円の寄附があり、併せて発掘の動画はYoutubeで14,913件(令和5年5月2日現在)の視聴があった。これらことから、本事業に対する関心の高さが読み取れる。	パレオパドキシアの発掘からレプリカ制作の際の動画・SNS等による情報発信により、実施事業のPR方法についてノウハウを得た。クラウドファンディングは、瑞浪市として初めて実施したガバメントクラウドファンディングであり、その実施方法等のノウハウを得た。	D	◎	継続	令和5年度に調査報告書を刊行し、令和6年度に復元骨格(レプリカ)を制作するとともに、パレオパドキシアを有効に活用して出張展示、講座を実施し、瑞浪市の太古の歴史を紹介し、魅力を伝える。国民文化祭関連事業である「みずなみ化石フェスタ」にて復元骨格などの展示と講演会を行い、さらに瑞浪市の魅力を発信する。	スポーツ文化課	
結婚・出産 支援の充実		婚活支援事業	独身男女の出会いの場を創出するために、婚活パーティーなどの事業を開催する事業者・団体に交付金を交付します。	0	0	年間支援事業者数	4	3	0	0	0	5	件	毎年 R6.3	令和3年度より予算計上はしていない。事業自体を廃止予定。	-	D	○	見直し (改善)	令和3年度より予算計上はしていない。事業自体を廃止予定。	市民協働課
		不妊治療助成事業	不妊治療費の一部を助成します。	5,917,232	2,822,106	制度の年間申請件数	52	40	38	64	30	90	件	毎年 R6.3	今年度は不妊治療の保険適用による経過措置の申請であったため、申請数は目標値には及ばなかった。	治療費助成により経済的支援となっているとともに、治療により、妊娠、出産に至っている。	D	◎	終了	令和4年4月から不妊治療が保険適用となったため、助成事業は廃止している。	健康づくり課
		妊産婦健康診査助成 事業	出産までに14回程度必要とされる妊婦健診費用の一部を助成します。	25,510,501	25,943,886	妊娠11週までの年間受診券交付率	92.2	92.5	91.2	93.8	91.3	93.0	%	毎年 R6.3	妊娠11週までの交付率(妊娠届出率)は目標値には及ばず、12週~19週が7.3%、20週以降の交付率が1.4%であるため(妊娠届出が遅いため)、課題である。	妊娠早期の交付は、経済的支援とともに母体の健康管理につながるため、重要なことである。	D	◎	継続	経済的支援及び健康管理のため、事業は継続していく。	健康づくり課
		福祉医療費助成事業	出生から義務教育終了年度(中学生)までの子どもの医療費を助成し、無料化します。	113,620,885	125,415,110(見込)	年少人口割合	11.6	11.4	11.4	11.1	11.1	11.7	%	毎年 R6.3	コロナ禍で減少していた子どもの医療費助成額は、コロナ前の水準まで回復しましたが、年少人口の減少とともに子どもの医療費助成額も減少傾向にあります。	即効性のある事業ではないが、子育て世帯の負担軽減につながるため長期的に有効であり、継続することが重要です。	D	◎	継続	子育て世帯の負担軽減や子どもたちが安心して必要な医療を受けられることは、年少人口を増加させるには必要な事業です。	保険年金課
		1か月児健康診査等助 成事業	生後1か月児の健診費用等の一部を助成します。	803,620	747,440	健診受診率	100.0	99.5	76.2	72.2	100.0	100.0	%	毎年 R6.3	未熟児等の医療を要する児は保険適用となる場合があることから、助成申請の対象とならない。よって令和4年度より市で行う4か月児健診時に受診の確認をした数字に変更したため、前年度までと受診率の出し方が異なる。(4か月児健診受診者中、1か月児健診受診者の割合)未受診者はいない。目標値に達している。	費用助成することで、受診率100%となっている。子育て世代に対する経済的負担軽減にもなっている。	A	◎	継続	経済的支援であるとともに、児の健康管理にもつながっているため、事業は継続していく。	健康づくり課
子育て 支援の充実		病児・病後児保育事業	市内幼児園・保育園に通う病気の園児または病気の回復期にある園児を、集団保育が困難な時期に一時的に預かる保育所を設置します。	4,440,000	4,434,000	年間利用率	-	0.5	0.0	0.8	6.1	25.0	%	毎年 R6.3	新型コロナウイルスの影響で、利用者は少なかった。	子育て世帯の負担軽減になるため、今後も継続していく。	C	◎	継続	子育て支援策として継続して実施していく。	子育て支援課
		主食費無料化事業	市内幼児園・保育園に通う3~5歳の園児に対し、給食費の内の主食費(米、パン代)を無料化します。	4,618,000	4,439,800	年少人口割合	11.6	11.4	11.4	11.1	11.1	11.7	%	毎年 R6.3	園児数の減少に伴い実績値も減少している。	子育て世帯の負担軽減になるため、今後も継続していく。	D	◎	継続	子育て世帯の経済的支援策として継続して実施していく。	子育て支援課

※地場産業振興事業、企業立地奨励事業は、前年度実績値による評価。

【事業効果】
A: 地方創生に非常に効果的であった B: 地方創生に相当程度効果があった C: 地方創生に効果があった D: 地方創生に効果がなかった
【事業評価】
◎: KPI達成に有効であった ○: KPI達成に有効とは言えなかった

基本目標 1 魅力的な暮らしを創造する

重点戦略	戦略	事業名	事業概要	実績額(円) (R3年度)	実績額(円) (R4年度)	KPI	開始前 KPI値 (H30)	実績値 (R1年度)	実績値 (R2年度)	実績値 (R3年度)	実績値 (R4年度)	KPI値	単位	目標 年月	実績値分析	得られたノウハウ	事業効果 (担当課評価)	事業評価 (担当課評価)	今後の方針 (担当課評価)	今後の方針の理由 (担当課評価)	担当課
		放課後児童クラブ支援事業	市内7箇所で開催されている放課後児童クラブに助成します。	61,609,170	63,459,150	年少人口割合	11.6	11.4	11.4	11.1	11.1	11.7	%	毎年 R6.3	人口減少により対象児童数は減少しているが、実績値として利用者数は横ばいであり、引き続き放課後児童クラブに対するニーズが存在していると考え。	各放課後児童クラブに対する補助を実施する中で、各児童クラブとの情報交換の場を設け、課題共有に努めるなど実態把握を行った。	D	◎	継続	仕事と子育ての両立を支援する事業として継続して実施していく。	子育て支援課
地域産業の活性化		中小企業販路開拓支援事業	市内事業者の販売力強化事業として実施する展示会・見本市への出展及び見本市開催事業に要する経費を補助することで、新たな販路の開拓や販路拡大を支援します。	5,664,641	7,374,879	参加企業数	59	47	24	31	43	70	社	毎年 R6.3	令和3年度と比べ展示会への出展機会、来場客、商談企業数、及び取引額も増加してきた。一方で事業者によってはコロナウイルスの影響により、未だ展示会への出展が難しい状況が続いている。	展示会へ出展を継続することで、コロナ禍での商品需要、トレンド把握することができ、新商品の開発に繋がっている。展示会の様子の動画配信やWEBを通しての商品販売に注力することで展示会に来場できない方にもPRする機会が増えている。	D	◎	継続	昨年同様コロナの影響により、新規の顧客獲得が困難な状況が続いている。それに加え、今後事業者が出展費を継続して負担できる課題となるが、令和5年度からコロナの影響が緩和される状況で市内事業者の販路開拓を支援するためにも、今後も補助を継続していく。	商工課
		地場産業振興事業	地場産業の拠点として、産業振興センターに陶磁器販売所「ちやん屋みずなみ」を整備しました。ここでは、みずなみ焼や美濃焼などを販売し、地場産業の活性化と振興を図ります。	21,856,836	21,093,840	窯業・土石製品製造業の製造品出荷額	139	150	144	141		150	億円	毎年 R6.3	令和4年度は、コロナ禍であったものの、産業振興センターの利用者数は前年度と比較しおよそ76%増加した。同様に、ちやん屋みずなみの来客数についても、マスクに取上げられたことや、案内看板等の効果で、前年度と比較しおよそ23%、また売上においても前年度と比較しおよそ24%増加している。設備の維持管理では、産業振興センターの高圧負荷閉鎖等、自動火災報知機等、及び一階ロビー照明の取替え、さらに無線LAN設置を行った。	季節のイベントの装飾や特設展示など、興味を引く売り場づくりを心掛け、さらには、マスクに取上げられた効果もあり、コロナ禍の影響でイベントなどの集客が行えないなかでも、従来の施設利用者数を取り戻しつつある。	C	◎	継続	陶磁器だけでなく市内の物産品を取り扱い、地場産業の活性化に寄与してもらいたい。また、実施するイベントについては、例年の形式にとられないものでの開催を検討してもらいたい。会議や研修における会議室利用は回復していないため、一層のPRを図ってもらいたい。	商工課
		地場産品ブラッシュアップ事業	魅力ある新たな産品の開発やブラッシュアップを実施することで、市内産業の活性化を図ります。(R4～)	-	10,068,660	ふるさとみずなみ応援寄附金の寄附件数	3958	2,471	4,522	8,878	10,000	11,500	件	毎年 R6.3	全国各地の物や文化に精通した民間事業者等に、本市の地場産品の監修を委託し、魅力ある新たな産品の開発やブラッシュアップを実施し、開発した地場産品はふるさと納税返礼品として新たに70種類追加した。当該監修返礼品だけの寄附件数で572件、寄附金額は13,557千円と、効果はあったものと考えている。	ふるさと納税の寄附者は毎年増加傾向にあり、ポータルサイト及び返礼品数が多い自治体ほど、寄附金額が多い傾向である。	B	◎	発展	本市の地場産品の監修を民間事業者に委託し、魅力ある新たな産品の開発やブラッシュアップの実施する。加えて令和5年度は、監修した地場産品のECサイト（ふるさと納税ポータルサイト含む）構築等の支援も委託し、PRを強化することで、寄附件数の増加に繋げていく。	市民協働課
企業誘致・新規事業の創出 やりがいを 持つて 働く なら 環境で		企業立地奨励事業	市内への企業誘致・創業支援のため市内で創業した企業に対し奨励金を交付します。	92,400,000	93,373,710	製造品出荷額 支援による立地工場数(累計)	497 0	574 2	1,289 5	1,476 5		1,000 4	億円 件	毎年 R6.3	瑞浪グリーンパーク内の未操業区画誘致を行い、株式会社マインが令和5年2月に操業を開始し、令和5年度分の固定資産税額から奨励金の対象となった。	5年間の奨励金は企業にとっても負担軽減となり、かつ、新規雇用のきっかけになっていると考え。増設・移設でも奨励金は交付されるため、既に進出している企業の事業拡大や設備投資にも繋がるが良い。	A	◎	継続	企業誘致を今後も進めていくに当たり、奨励金は非常に有用であると考えている。	商工課
		市内就職促進事業	市内企業を対象とした合同企業説明会の開催や、企業ガイドブックを作成し、市内企業への就職促進と職場定着を図ります。	122,505	1,340,171	制度による雇用者数(累計)	18	42	67	79	91	60	人	毎年 R6.3	中京高校市内就職者8人のうち6人が説明会参加企業へ就職。瑞浪高校市内就職者4人のうち4人が説明会参加企業へ就職。	Web合同企業説明会は時間や場所に関係なく最新の情報が得られるため、有効である。また、対象者は高校生だけではなく、大学生や一般へ拡充することができた。対面形式での合同企業説明会のニーズもあるため、再開できるよう検討する。	A	◎	継続	新型コロナウイルスの影響に関わらず、Web開催は有効であると考えられる。掲載する情報の種類やタイムリーな更新により効果を生み出せるようにする。また、コロナ禍により中止していた対面形式での合同企業説明会を学校と連携し行う。	商工課
		創業支援事業計画推進事業	市内で創業しやすい環境を整えるため、「創業支援事業計画」を策定し、必要な経費の一部を補助するなど創業者の支援を推進します。	11,239,000	15,137,000(見込み)	創業支援対象者年間相談件数 年間創業者数	82 12	83 12	48 10	60 12	80 11	130 15	件 件	毎年 R6.3	創業支援計画の7年目(2年延長)であり、HP、広報紙等で周知を継続的に行った。また、商工会議所、金融機関等とも連携してチャレンジ補助金等のPRを行った。創業支援セミナーは令和4年4月と令和5年2月に実施した。	チャレンジ補助金、金融機関の融資等、それぞれ単独での創業者への支援の仕組みではなく、各支援メニューと組み合わせ、一体として行うことで、創業しやすい環境を整えられ、各創業支援の成果が相乗的に向上する作用があることを確認できた。	D	◎	継続	本事業は市内の経済活性化と雇用促進の面で有効である。令和5年度からは、地域経済の活性化と地域課題解決に資する事業を補助対象事業とし、本市の活性化にさらに寄与する事業を選定していく。	商工課
		企業立地促進事業	企業誘致を促進するため、新たな工場用地の整備を行い、市内の雇用創出の拡大を図ります。	24,001,800	24,844,709	社会人口増減	△14	△172	△30	△220	△37	△175	人	毎年 R6.3	旧陶小学校跡地を活用事業者へ売却し、当該敷地の水道管の撤去工事及び農業用水路付替工事を実施した。また、釜戸地区工場用地の企業立地に向け、活用候補者をプロポーザルにて選定した。企業立地に伴う雇用の創出や関係人口の増加を期待したい。	現時点で、市所有の企業誘致可能な土地がないので、民間所有地を活用した企業誘致を図っていくことが重要。	A	◎	継続	令和4年度末時点で瑞浪グリーンパークは全区画操業を開始した。釜戸町造成地も活用候補者が決まったため、造成工事等を進めていく。	商工課
	生産農家育成事業	農産物等直売所の出荷者育成のため、出荷者協議会を通じて生産農家の施設設備の増強等を支援します。	519,700	206,320	市内出荷者協議会員野菜等年間売上高	5,517	5,367	6,065	5,869	5,933	6,800	万円	毎年 R6.3	野菜づくり塾を開催したことで市内出荷者を2人養成したが、高齢化等の影響により出荷者は1人減の102人となった。農産物等直売所の来場者数は昨年度比93%と大きく減少している一方野菜等の売上額は昨年度比101%とわずかながら上昇している。	農産物の需要過多の状況であるため、新規出荷者を養成し、出荷野菜量の増加を図っていく必要がある。	C	◎	継続	令和5年6月のパーベキュー広場オープンにより来場者数の増加が見込まれる。加えて、需要過多の状況も続いているため、引き続き市内出荷者の育成、出荷促進の取り組みが必要である。	農林課	
	有害鳥獣被害防止対策事業	ICTを活用した機器を導入し、有害鳥獣による農作物への被害防止を図ります。	3,406,823	4,977,612	有害鳥獣被害額(50%低減を目標とする)	185.6	95.0	306.8	77.3	582.8	92.8	万円	毎年 R6.3	昨年は被害額が少なかったものの、イノシシによる被害が毎年続いており、更に令和4年度は二ホンジカによる被害が増大したことが原因と考えられる。二ホンジカによる被害額は令和2年度が約77万円、令和3年度が約5千円であったのに対し、令和4年度は約357万円である。	ICT使用により、ワナを見回しするスケジュールの効率化を促している。鳥獣捕獲実施者との被害箇所への同行を行い、精度の高い捕獲ができるよう努めると共に、二ホンジカの捕獲数増加への検討が必要である。	D	◎	継続	イノシシに対しては防護柵設置などの防除を進めることにより、農作物の被害を低減させたい。また、二ホンジカの捕獲意欲を向上させるための取組が必要である。更に猟師の高齢化が進んでいるなか、若い世代に捕獲に尽力いただけるよう対策が必要である。	農林課	

※地場産業振興事業、企業立地奨励事業は、前年度実績値による評価。

【事業効果】
A: 地方創生に非常に効果的であった B: 地方創生に相当程度効果があった C: 地方創生に効果があった D: 地方創生に効果がなかった
【事業評価】
◎: KPI達成に有効であった ○: KPI達成に有効とは言えなかった

基本目標 1 魅力的な暮らしを創造する

重点戦略	戦略	事業名	事業概要	実績額(円) (R3年度)	実績額(円) (R4年度)	KPI	開始前 KPI値 (H30)	実績値 (R1年度)	実績値 (R2年度)	実績値 (R3年度)	実績値 (R4年度)	KPI値	単位	目標 年月	実績値分析	得られたノウハウ	事業効果 (担当課評価)	事業評価 (担当課評価)	今後の方針 (担当課評価)	今後の方針の理由 (担当課評価)	担当課
農林業・畜産業支援		農地中間管理事業	農地の貸し手と農業の担い手のマッチングを行い、農地の集積を行うことにより、耕作放棄地の削減に努めます。	124,438	71,177	農地の集積率 (担い手への集積面積/圃場整備済み農地面積)	37.4	45.5	46.5	47.6	48.7	78.0	%	毎年 R6.3	営農組合等による大規模な集積がなかったことにより、集積率は微増であった。営農組織等が集積を希望するような優良農地が少ないことが原因である。	集積率を増加させるためには、ほ場整備を実施し、優良農地を確保していく必要がある。また、新規の担い手を育成していくことも重要である。	C	◎	継続	農地の貸出希望者と担い手のマッチング作業を行うことで集積率を向上を図るとともに、新たな担い手を育成していく。また、引き続き、ほ場整備後の大規模な集積も検討していく。	農林課
		瑞浪ポークPR推進事業	市の特産品である「瑞浪ポーク」を使った料理イベントや取扱飲食店の啓発パンフレットの作成等により、特産品のPRを推進します。	949,247	194,302,455	瑞浪ポーク (精肉、ハム・ソーセージ)年間売上高(きなあと瑞浪)	10,824	7,717	14,812	15,652	17,245	19,115	万円	毎年 R6.3	スタンプラリーを継続開催することで、ポーク及び取扱店舗のPRが実施できた。また、瑞浪ポーク祭りをバサカニと同時開催することで、市外からの参加者に対してもPRすることができた。	スタンプラリー参加者の分析結果から、特定の店舗に偏りが発生し、周遊が促せていないことが判明した。1店舗のみで応募可能な実施要項にも要因があると考えられる。	B	○	見直し (改善)	スタンプラリー事業において周遊を促せるよう実施要項を再検討し、継続実施する。	商工課
		農産物等直売所規模拡大整備事業	精肉処理機能の強化、新たな衛生管理基準(HACCP)への取り組みが可能となるよう施設を改修します。また、瑞浪ポークや加工品をその場で消費することが可能となる施設を建設し、瑞浪ポークの年間売上高の増加を図ります。	59,109,800	194,302,455	瑞浪ポーク (精肉、ハム・ソーセージ)年間売上高(きなあと瑞浪)	10,824	7,717	14,812	15,652	17,245	19,115	万円	毎年 R6.3	瑞浪ポークの精肉売上高は前年度比105%、ハム等加工品は前年度比123%となり、加工品の売上げが大幅に増加している。加工品が増加した要因の一つに、ハム工房の商品を直売所で販売したことが挙げられる。	来場者は減少しているが売上高は増加しているため、来場者数の増加対策を早急に進める必要がある。ハム等加工品については、ECサイトやふるさと納税による売上が伸び悩んでいるため、SNSによる情報発信などPRを積極的に行っていく必要がある。	B	◎	継続	バーベキュー広場を整備し、瑞浪ポークの精肉、加工品の消費拡大を促進していく。また、直売所、ハム工房、バーベキュー広場が連携した販売拡大に係る取組みを実施し、SNSやインターネットを活用したPRを行っていく必要がある。	農林課

※地場産業振興事業、企業立地奨励事業は、前年度実績値による評価。

【事業効果】
A: 地方創生に非常に効果的であった B: 地方創生に相当程度効果があった C: 地方創生に効果があった D: 地方創生に効果がなかった
【事業評価】
◎: KPI達成に有効であった ○: KPI達成に有効とは言えなかった

基本目標2 快適な暮らしを実感する

重点戦略	戦略	事業名	事業概要	実績額(円) (R3年度)	実績額(円) (R4年度)	KPI	開始前 KPI値 (H30)	実績値 (R1)	実績値 (R2年度)	実績値 (R3年度)	実績値 (R4年度)	KPI値	単位	目標 年月	実績値分析	得られたノウハウ	事業効果 (担当課評価)	事業評価 (担当課評価)	今後の方針 (担当課評価)	今後の方針の理由 (担当課評価)	担当課				
良好な住環境の整備		エネルギー利用最適化事業	地球温暖化や災害対策のため、太陽光発電の自家消費を促し、家庭用蓄電システム等の設置費の一部を補助します。	4,972,000	4,988,000	制度による年間補助件数	-	36	47	57	60	50	件	毎年R6.3	太陽光発電システムの普及や災害時における電力確保、省エネへの関心の高まりから、昨年度以上の補助金交付実績となった。	蓄電システムや次世代自動車用充電システム導入による省エネ促進及び災害時における電力確保が期待できる。	A	◎	継続	広報等によりエネルギー利用最適化事業補助金のPRに努め、導入を促進する。	環境課				
		合併処理浄化槽設置補助事業	下水道区域及び農業集落排水区域以外の個別処理区域での水酸化を促進するため、合併処理浄化槽設置費の一部を補助します。	10,578,000	11,913,000	合併処理浄化槽普及率	48.9	50.1	50.7	51.0	51.7	57.8	%	毎年R6.3	平成25年度から上乗せ補助を実施している。今年度の申請件数は20基分であった。コロナ禍で部材調達遅延等の影響もあり、減少傾向にある。	合併処理浄化槽の設置により、水酸化を促進することができ快適な生活や河川の水質保全に貢献できる。	C	◎	継続	引き続きPRに努め、合併処理浄化槽設置による水酸化を促進する。	上下水道課				
		水道老朽施設更新事業	AI技術を活用した管路の老朽度評価を行い、更新計画を策定し、老朽化した水道管を効率的・効果的に更新します。(R5(2023)～)	-	-	有効率	86.7	86.7	88.1	88.9	88.2	89.5	%	毎年R6.3	-	-	-	-	-	-	-	上下水道課			
学習環境の充実		児童生徒学業支援員派遣事業	L D (学習障害)、A D H D (注意欠陥・多動性障害)、高機能自閉症等の児童生徒や不登校傾向のある児童生徒に対し、よりきめ細かな個別支援を行うために市内の小中学校に学業支援員を配置します。	32,387,055	31,886,861	落ち着いて授業が受けられている生徒の割合	91.7	85.0	94.0	90.8	87.5	92.0	%	毎年R6.3	各校に配置された学業支援員が、個々に応じた支援を行うことで、担任は学級全体に対する授業を円滑に進めることができている。	多様な特性を持った児童生徒が増えていく中で、担任以外で個に寄り添った支援のできる学業支援員の存在は大きい。	D	◎	継続	特別に支援が必要な児童生徒や、母子家庭、父子家庭、外国籍等支援が必要な家庭は年々増加している。学級等の集団で授業を進めていくには学業支援員の配置は必須である。	学校教育課				
		Q Uアンケート実施事業	市立中学校の全クラスで、学級内の人間関係を把握するためのQ Uアンケート(楽しい学校生活を送るためのアンケート)を実施し、学級経営に活用します。	840,085	809,725	「学級生活不満足群」以外の生徒数の割合	85.9	84.0	84.6	83.3	83.3	86.0	%	毎年R6.3	アンケートを行うことにより、客観的な学級の全体像をつかみ、個々の人間関係を活かした生徒が満足できる学級経営ができている。	細かな人間関係や、表に現れていない生徒の悩みや不安などを早期に把握し、対応することで、生徒が楽しいと思える学校をつくることできる。	D	○	見直し(改善)	一人一台のタブレットとWi-F環境を効果的に使用し、リアルタイムのアンケートを行うよう見直し、現在より生徒の困り感への対応が早くなるようにする。	学校教育課				
		学校ICT活用推進事業	思考力・判断力・表現力と自ら学ぶ意欲と態度を育てるために、「できる・分かる授業」の充実の一助にICT機器を効果的に活用します。	0	0	小中学校学習用ICT機器普及率	1.4	7.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	毎年R6.3	令和2年度で終了	-	-	-	-	-	-	学校教育課			
防災・減災体制づくり		防災訓練実施事業	区や組単位の小規模防災訓練の指導および支援を行い、市民の防災意識の向上に努めるとともに、地域の防災力の向上を図ります。 また、地域の防災リーダー等で組織する「みずなみ防災会」に交付金を交付し、同会の防災活動の活性化及び会員の資質向上を図ることで、地域における防災訓練の実施を促進します。	364,671	555,309	(～R3) 防災訓練実施率(実施自治会÷全自治会) (R4～) 災害・火災・急病などに対する備えをしている市民の割合	81.3	100.0	100.0	100.0	44.0	45.7	47.4	45.8	48.5	50.0	%	毎年R6.3	災害・火災・急病などに対する備えをしている市民の割合は48.5%と目標を達成できなかったが、昨年度は45.8%で、災害等に対する意識が向上した。	令和4年度は、新型コロナウイルス感染症対策を実施したうえで、みずなみ防災会と協力して30回の防災訓練を実施した。AIサーマルカメラやCO2モニター等を使用し、安心して訓練ができた。	B	◎	継続	日頃から災害に備えておく重要性や、「自助」「共助」「公助」の考えを地域防災訓練で啓発し、みずなみ防災会と協力して、地域防災力の向上を図る。	生活安全課
		地域防災活動支援事業	減災と地域防災力向上のために活動し、市の防災事業に貢献していただく瑞浪市防災リーダーや防災士を育成します。また、防災行政無線更新、絆メールの登録を推進します。	1,646,070	967,140	防災リーダー、防災士養成数(累計)	199	228	253	271	291	300	人	毎年R6.3	防災リーダー養成講座は、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、開催に制約を受けたが、広報誌で周知を図り、区長会等で積極的に募集を行った。令和4年度は、中京高校の学生2名の参加も含めて17名を防災リーダーに認定することができた。	区議会及び高校生等の学生にも受講依頼を継続し、防災士数の増加に繋げることができた。地域での呼びかけが効果的である。	B	◎	継続	近年災害が激甚化・頻発化する中、災害対応するため、更なる地域防災力の向上が必要となるため、継続して防災士数の増加に努める。また、女性防災士を増やす施策を検討し、受講者数の拡大を図る。	生活安全課				
		耐震診断促進事業	耐震診断促進計画に基づき、木造住宅及びそれ以外の建築物の診断に対して支援を行うことで現状把握と耐震工事の促進を図ります。	425,700	425,700	耐震診断件数(累計)	671	693	700	709	719	1,100	件	R6.3	コロナ禍により、実績件数の減少が見られていたが、耐震診断PR事業の強化により、若干の増加傾向にある。	ローラー作戦や地区防災訓練での広報など、対面でのPR活動が効果的である。	C	◎	継続	耐震性を確認し、耐震補強工事へとつなげるために事業の継続が必要と考える。	都市計画課				
		耐震補強工事補助事業	地震等の災害時に建物崩壊による被害を減らすため、木造住宅の耐震補強工事に対し工事費の一部を補助します。	840,000	840,000	制度による耐震補強工事件数(累計)	54	58	59	60	62	70	件	R6.3	高齢者の単身世帯が増加し、住宅の先行きが見通せないことや、そもそもの工事費用が高額であることから、工事を実施しないという意見が多い。	単に、補助金の説明・周知を行うのではなく、住民ニーズをふまえた周知を行うことが大切である。(屋根のリフォームについて補助金の問い合わせは一定数あることから、耐震工事と合わせて屋根改修工事(軽量化)を行うことで補助金が活用できることを周知する等)	C	◎	継続	大地震時の被害の軽減、避難路確保のため、継続が必要と考える。	都市計画課				
		消防団員入団促進事業	消防団を中核とした地域防災力の充実強化に関する法律に即し、消防団の装備、教育訓練の充実及び処遇の改善を図ります。また、出会いパーティーや消防団協力事業所の増加等、活性化事業を実施し入団促進に努めます。	0	0	消防団員充足率	86.0	86.2	81.0	80.6	77.3	100.0	%	毎年R6.3	消防団新聞で入団啓発の記事を掲載したり、各分団で継続して団員募集を行ったりしているが、若年層の減少等の事情により、下降傾向となっている。	消防団新聞の発行方法を検討し、より多くの市民に見ていただくことで、新入団員の確保ができた。今後も魅力ある消防団にしてPRしていく必要がある。	D	◎	継続	消防団新聞のみでなく、各種イベント等で消防団の魅力を市民に伝えて、入団を促し、消防団員の充足率アップを目指す。	消防課				
安心して暮らすための環境づくり		応急手当普及啓発事業	救命においてきわめて重要である。救急車が来るまでの、バイスタンダー(その場に居合わせた人)による応急手当についての必要性について、理解を深めるための、分かりやすい講習を実施するとともに受講者の増加に努めます。	0	0	救急救命講習年間受講者数	2,156	2,096	278	664	1,152	2,500	人	毎年R6.3	コロナ禍で応急手当講習を中止していた企業・学校等が感染対策を施し実施することで講習回数と受講者数が増加した。	感染対策やeラーニングを活用し講習時間の短縮をすることで受講者数を増やすことができた。今後は、開催方法をアピールしていく必要がある。	D	◎	継続	適切な応急手当が、救命率及び社会復帰率に大きく寄与することから、感染対策を考えた講習内容を実施し、コロナ禍でも開催回数・受講者数が減少しないよう実施していきたい。	消防課				

【事業効果】
A: 地方創生に非常に効果的であった B: 地方創生に相当程度効果があった C: 地方創生に効果があった D: 地方創生に効果がなかった
【事業評価】
◎: KPI達成に有効であった ○: KPI達成に有効とは言えなかった

基本目標 2 快適な暮らしを実感する

重点戦略	戦略	事業名	事業概要	実績額 (円) (R3年度)	実績額 (円) (R4年度)	KPI	開始前 KPI値 (H30)	実績値 (R1)	実績値 (R2年度)	実績値 (R3年度)	実績値 (R4年度)	KPI値	単位	目標年月	実績値分析	得られたノウハウ	事業効果 (担当課評価)	事業評価 (担当課評価)	今後の方針 (担当課評価)	今後の方針の理由 (担当課評価)	担当課
防犯対策の強化		防犯活動推進事業	市民の防犯意識の向上のため、青色防犯パトロール講習会、防犯セミナーを実施します。市民による青色防犯パトロールを支援します。	608,945	496,780	刑法犯認知件数 (人口千人あたり)	5.15	4.59	3.87	3.65	3.66	4.35	件	毎年 R6.3	昨年度より刑法犯認知件数は若干増加している。令和4年度は、青色パトロール講習会を3回開催し、131名が受講しました。パトロールは市内8地区で163回実施され前年度より59回増加し、積極的な防犯活動により防犯意識の向上に繋がった。	継続的に青色防犯パトロールを実施したことにより、地域の防犯意識の向上に繋がった。また、パトロール実施者の増加を目指し、若年層へ啓発を行う必要がある。	A	◎	継続	市民や防犯推進の会による青色防犯パトロール等の防犯活動を継続的に支援し、若年層の加入のために、広報誌への掲載や各施設へのパンフレット配布など、防犯活動の周知を図る。	生活安全課
		防犯灯設置事業	防犯対策の一環として、地域の要望に基づき防犯灯を設置します。既設の蛍光灯の防犯灯については、要望箇所を確認した上で、LED化を実施します。	0	0	刑法犯認知件数 (人口千人あたり)	5.15	4.59	3.87	3.65	3.66	4.35	件	毎年 R6.3	令和2年度で終了	-	-	-	-	-	生活安全課
		防犯灯設置促進事業	防犯対策の一環として、自治会が新たに設置するLED防犯灯の設置に要する費用に対し、2分の1もしくは上限35,000円の補助金を交付します。(R3~)	326,000	272,000	刑法犯認知件数 (人口千人あたり)	5.15	4.59	3.87	3.65	3.66	4.35	件	毎年 R5.3	刑法犯認知件数は横ばいだが、目標指標は達成しています。既存防犯灯のLED化を計画的に行ってきたことに加え、地区要望に基づきLED防犯灯の新規設置を行ってきたことにより、令和2年度までに市内に約4,500基のLED防犯灯の整備ができました。令和3年度からは地域が新規設置するLED防犯灯への補助事業とし、地域の防犯対策に繋がっていると考えます。	設置工事を行う電気工事事業者への制度説明も、事業を促進するうえで有用です。	A	◎	継続	犯罪や交通事故を防止し、安全で安心なまちづくりを推進するため、LED防犯灯を設置する自治会への支援を継続します。	生活安全課

【事業効果】
A: 地方創生に非常に効果的であった B: 地方創生に相当程度効果があった C: 地方創生に効果があった D: 地方創生に効果がなかった
【事業評価】
◎: KPI達成に有効であった ○: KPI達成に有効とは言えなかった

基本目標3 元気に暮らしを応援する

重点戦略	戦略	事業名	事業概要	実績額(円) (R3年度)	実績額(円) (R4年度)	KPI	開始前 KPI値 (H30)	実績値 (R1)	実績値 (R2年度)	実績値 (R3年度)	実績値 (R4年度)	KPI値	単位	目標 年月	実績値分析	得られたノウハウ	事業効果 (担当課評価)	事業評価 (担当課評価)	今後の方針 (担当課評価)	今後の方針の理由 (担当課評価)	担当課
高齢者の生活支援		高齢者就労機会確保事業(シルバー人材センター)	高齢者の雇用の安定及び福祉の増進を図るため、高齢者就業機会確保事業に対し助成します。	9,700,000	9,500,000	シルバー人材センター会員加入率(60歳以上人口割合)	2.3	2.3	2.1	2.0	1.9	2.5	%	毎年R6.3	新型コロナウイルス感染症の影響及び近年の定年延長等により会員数が減少傾向。契約金額は、会員の多様な働き方の希望と企業からの派遣依頼のマッチングが合わず派遣事業が減少し、全体としても前年度より微減。今後益々高齢化が進行する中で、介護現場等の人材不足が深刻な問題となっている現状から、元気に高齢者が担い手となり地域で活躍する場の提供が必要である。	介護現場等の人材不足の解消はもとより、高齢者の働く場を提供することで、会員自身の介護予防・生きがいづくりに繋がる。	D	◎	継続	介護現場等の人材不足の解消及び会員の介護予防、生きがいづくりのため、高齢者の社会参加の場を提供することが大変重要であると考えられるため、本事業を継続する。	高齢福祉課
		運転免許証自主返納支援事業	高齢運転者の自家用車から公共交通機関への利用の転換を促進するため、運転免許証を自主返納した65歳以上の方を対象に、市内公共交通の回数券、利用券を提供します。	390,000	375,000	高齢者の年間運転免許証自主返納者数	71	92	85	78	75	90	人	毎年R6.3	令和3年度に引き続き、令和4年度も新型コロナウイルス感染症の影響を受け、外出自粛の傾向が続き、公共交通機関の利用が伸びず、その分運転免許証を自主返納する人の件数が減少している。しかし、運転者講習センターからの呼びかけや広報による周知、また市役所で実施した運転免許証自主返納出張窓口により一定数の受付は見られた。 ※運転免許証自主返納出張窓口実績(7/14 10件、12/19 12件)	令和2年度からは生活安全課主体の下、年に1、2回ほど市役所で自主返納が行える機会ができており、高齢者大学校にて当該制度のチラシの配布を依頼しているが、更なる周知に加え、高齢者へ運転免許証自主返納のきっかけ作りも必要であると考えられる。	C	◎	継続	本制度をきっかけとして自主返納した市民の方が少ないため、今後も当該事業の周知は広行が必要である。また、市役所で運転免許証自主返納出張窓口がきっかけで自主返納を行う市民も増えてきているので、生活安全課と警察署等とも連携し、件数の増加を図っていく。	商工課
		高齢者安心支え合いポイント事業	市の指定する講座を受講された方が、市に事前登録(ささエール会員登録)をして、介護施設(レクリエーション補助、聴覚、屋内外の清掃等)や高齢者宅(ゴミ出し、電球交換等)で支援活動を行います。活動に応じてポイントを付与し、貯まったポイントを商品券と交換できます。	194,511	409,039	ささエール会員登録者数(累計)	32	35	41	39	52	80	人	毎年R6.3	すでに会員登録している者が知識技術向上のために再度講座を受講することもあり、講座受講者数と新規会員登録者数が比例しない。今年度は各市区で講座を実施し、新規会員を獲得することができた。また、シルバーリハビリ体操講習会を開催し、活動の幅を広げることができた。コロナ禍でも活動へのモチベーションが低下しないよう、ポイントが繰越できるよう制度改正した。	会員自身の介護予防、生きがいの創出に加え、活動に参加することで支え合いの地域づくりへ寄与することができる。ポイントが付与されることにより、活動へのモチベーションが向上する。自身の都合等により無理のない範囲で活動ができる。	C	◎	継続	会員自身の介護予防を図るとともに、今後の高齢化の進行に向けて地域での支え合い活動の活性化を推進することにより住民主体サービスの基礎を構築するため、事業を継続する。	高齢福祉課
生きがいをもって暮らすなら健康で		みずなみ健康21推進事業	健康の保持・増進のため広い世代に生活習慣病発症予防のための取り組みを進めていきます。早期から生活習慣病発症予防の意識づけができるよう20歳代・30歳代健康診査や母親健康チェックを実施します。	1,892,865	2,755,061	第2号被保険者介護認定率(40~64歳)	0.28	0.32	0.30	0.35	0.41	0.23	%	毎年R6.3	残念ながら年々悪化している。20歳代、30歳代健診や母親健康チェックは継続して行っているが、保健指導内容を含めた再検討が必要と考える。	生活習慣病は小児期からの生活習慣で起こることが多い。小児期から継続して生活習慣病予防を行っていくことが重要である。	D	○	見直し(改善)	保健指導による効果が出るまでには中長期という長い時間がかかる。国や県の状況をみても本市同様悪化しているが、壮年期死亡の減少などに向けた効果のある保健指導を行っていくために、事業内容(保健指導)の見直しを行う。	健康づくり課
		東濃地域医師確保奨学金負担事業	県、東濃5市が連携して医師確保に努めます。特に小児科や産婦人科の医師不足は顕著であるため、奨学金制度で医学生を支援します。	9,600,000	12,000,000	医師確保数	0	0	0				人	毎年R6.3	ここ6年間は新規の被奨学生があった。令和3年度より東濃厚生病院の勤務医が1名、専門研修医が1名就任し、令和4年度には専門研修医1名が就任している。	平成19年度に開始。現在までに貸付者(返還者を除く)は12名おり、医師として就任する者も出てきた。医師になるまでに年月を要するため、医師確保のための手段のひとつとして継続していく。	C	◎	継続	奨学金制度で継続支援を行い、地域に就任する医師を確保していく。	健康づくり課
		認知症サポーター養成事業	認知症に関する正しい知識と理解を持ち、地域で認知症の人や家族に対し、できる範囲での手助けをするボランティアであるサポーターの養成を行います。	74,441	100,080	認知症サポーター登録者数(累計)	4,025	4,385	4,450	4,633	4,806	4,500	人	毎年R6.3	学生、ささエール会員等に対して講座を開催し、173人のサポーターを養成した。域学連携事業の活用により、毎年度一定数の学生サポーターの確保が図られている。	域学連携事業や小学校の総合授業の時間を活用することにより、若い世代に対して認知症をはじめとした高齢者福祉について啓発することができている。	A	◎	継続	認知症高齢者の更なる増加が見込まれるなか、住み慣れた地域で安心して暮らし続けるために、さびがない手助けをすることのできるサポーターの養成は必須事項であるため、事業を継続する。KPIについては、重複受講者もおり、延べ登録者数を指標とすることは適当でないため、次期総合戦略策定時に見直しを行う。	高齢福祉課
		一般介護予防事業	高齢者を対象に、介護予防のための心身機能の維持・向上と社会参加の促進等の生きがいづくりを目的とした様々な介護予防教室を開催します。	4,082,532	4,618,648	(~R3) 前期高齢者介護認定率(65~74歳) (R4~) 新規認定者平均年齢	2.6 83.1	2.8 83.4	2.7 83.0	2.8 83.0	83.2	83.5	% 歳	毎年R6.3	コロナ禍前には及ばないものの、参加者数は回復傾向にある。外出自粛による高齢者のフレイルの進行を止めるため、感染防止対策を徹底し教室が継続的に開催できるよう努めた。	区長、まちづくり、福祉委員等と連携を図ることで参加者の増加が、地域の公民館等で開催することで移動手段がなく今まで教室に通えなかった方の参加が期待できる。	C	○	見直し(改善)	高齢者ニーズを把握し、委託した地域包括支援センターと連携し移動手段が少ない高齢者でも参加しやすい地域の公民館での教室開催や、介護予防教育の内容の充実、リハビリテーション専門職の関与を重視した効果的な教室を実施し健康寿命の延伸をめざす。本事業は、65歳以上高齢者(前期高齢者・後期高齢者)を対象としているため、令和4年度よりKPIを見直す。	高齢福祉課
	老人デイサービス事業	生活意欲が低下し、閉じこもりがちな高齢者に対し、定期的な通所機会をつくり、交流を図ることで、生きがいを感じ、要介護支援者とならないよう介護予防を行います。	19,496,000	19,903,000	(~R3) 前期高齢者介護認定率(65~74歳) (R4~) 新規認定者平均年齢	2.6 83.1	2.8 83.4	2.7 83.0	2.8 83.0	83.2	83.5	% 歳	毎年R6.3	利用者は全て後期高齢者であり、介護保険サービスへ移行する方が多いこと、及びコロナ禍における外出自粛により、利用者数は減少傾向にある。自立ではあるが閉じこもりがちな高齢者の社会参加の場のひとつとして活用が望まれる。	一定の利用者数を維持できれば活動内容が制限され、サービスの有用性の低下に繋がる。利用者確保のため、積極的な広報、利用者のニーズに沿った運営及び関係機関との連携が必要である。	C	○	見直し(改善)	閉じこもりがちな高齢者に対し、定期的な通所機会を提供し社会参加を促すことで、孤立の解消及び介護予防に繋がるため、事業を継続する。ただし事業効果が高めるため、サービス内容、事業の周知方法等の見直しが必要である。利用者は年齢層の高い方が多いため、令和4年度よりKPIを新規認定者平均年齢に変更する。	高齢福祉課	

【事業効果】
A: 地方創生に非常に効果的であった B: 地方創生に相当程度効果があった C: 地方創生に効果があった D: 地方創生に効果がなかった
【事業評価】
◎: KPI達成に有効であった ○: KPI達成に有効とは言えなかった

基本目標3 元気な暮らしを応援する

重点戦略	戦略	事業名	事業概要	実績額(円) (R3年度)	実績額(円) (R4年度)	KPI	開始前 KPI値 (H30)	実績値 (R1)	実績値 (R2年度)	実績値 (R3年度)	実績値 (R4年度)	KPI値	単位	目標 年月	実績値分析	得られたノウハウ	事業効果 (担当課評価)	事業評価 (担当課評価)	今後の方針 (担当課評価)	今後の方針の理由 (担当課評価)	担当課
		地域宅老所補助事業	高齢者の生きがいづくりのための施設として開所している市内の宅老所の運営を支援します。	2,470,000	2,300,000	宅老所年間利用者数	1,669	2,090	875	701	627	1,900	人	毎年 R6.3	稲津宅老所が閉鎖したため、令和4年度は陶宅老所のみの実績となった。コロナ禍で高齢者の外出の機会が減少していることから、潜在化されている一人暮らし高齢者、日中独居高齢者への介護予防を目的とした外出のきっかけ作り、パランスの取れた食事を提供するため、これまで以上に地域住民等と連携を図り、支援が必要な高齢者が要介護状態にならないよう、早い段階から通所につなげる必要がある。	地域・家族・行政と連携・情報共有を図ること、潜在化している支援が必要な高齢者等をサービスに繋げ、住み慣れた地域での継続が可能となる。	D	◎	継続	新型コロナウイルス感染症の影響により実績値は下がったが、介護予防拠点施設となる宅老所の維持は、高齢者が住み慣れた地域で安心して生活続けるために重要な役割を果たしているため、事業を継続する。	高齢福祉課
気候に 出か けら れる 暮ら しを する なら 環境 で	公 共 交 通 シ ス テ ム の 強 化	デマンド型交通運行事業	地域との協働のもと、多様な交通手段を検討し、交通弱者に配慮した交通施策を実施します。	6,309,000	6,456,760	デマンド型交通年間利用者数	3,072	2,535	1,957	2,009	1,933	4,500	人	R6.3	利用者数について、令和3年度は増加したが、令和4年度は新型コロナウイルス感染症等の影響を受け減少した。ただし、釜戸ルートに関しては、令和2年度795人に対し、令和3年度は919人、令和4年度は883人と利用実績と利用者が増加傾向にある。しかし、大湫・日吉東部ルートについては、令和4年度の実績で利用者401人、稼働率は20%を割り込む月も多く、未だに利用者が増加する見込みがない状況である。	稼働率が高い釜戸ルートでは、一便あたりの乗り合わせが多いという結果が出ている。主な要因としては、地元でデマンド交通が根付いてきたことや広報周知等が行き渡っているものと考えられる。今後は、社会活動が再開され、外出する機会が増えると予想されるため、より一層の制度説明会等広報活動が必要である。	D	○	見直し (改善)	広報等での周知に加え、区長会等で制度説明を実施していく。令和5年度は、利用促進のため、登録者に対し無料乗車券を配布する。また、令和5年度に策定する瑞浪市地域公共交通計画において、稼働率が減少傾向にある大湫地区の課題を解消するよう設定等し、事業に取り組む。陶地区については、コミュニティバスの利用者数が少なく、デマンド交通の導入を希望する声が出ているため、計画策定時に一体的に検討していく。	商工課
		コミュニティバス運行事業	市内の公共交通施策として、コミュニティバスを運行します。運行にあたっては、地区の要望に基づき、路線、運行時刻の変更等の対応を行います。	43,374,125	54,963,912	コミュニティバス年間利用者数	77,399	77,825	62,717	60,780	63,381	80,000	人	R6.3	学校線や瑞浪中央線は前年を上回る利用者数となったが、それ以外の路線では前年と同程度の数値となった。特に陶線に関しては、年間利用者数が1,000人に満たず、利用者が減少傾向にある。	令和4年度にGTFSデータ整備を行い、GoogleMapへコミュニティバスの情報を公開したことで、他の公共交通機関と組み合わせた経路検索が可能となり、利便性が向上した。利用実績等を鑑み、必要な路線を存続させ、利用者ニーズのない路線等については、見直しを図る必要がある。	D	○	見直し (改善)	令和5年度は、利用促進のため、6月と9月にコミュニティバスの無料乗車期間を設ける。また、地域公共交通計画策定において、各地域の課題を洗い出し、技術的な見直しを行う。引き続き、利用者アンケートや地区要望等により、利用者のニーズを把握した上で、バス路線等の検討を行う。	商工課

基本目標4 協働の夢づくり

重点戦略	戦略	事業名	事業概要	実績額(円) (R3年度)	実績額(円) (R4年度)	KPI	開始前 KPI値 (H30)	実績値 (R1)	実績値 (R2年度)	実績値 (R3年度)	実績値 (R4年度)	KPI値	単位	目標 年月	実績値 分析	得られた ノウハウ	事業効果 (担当課評価)	事業評価 (担当課評価)	今後の方針 (担当課評価)	今後の方針の理由 (担当課評価)	担当課	
まちづくりの魅力を高める協働のまちづくり	まちづくり基本条例の实效性の確保	まちづくり基本条例関連事業	まちづくり基本条例の实效性を確保するため、市民まちづくり会議を設置し、条例の約束事が守られているか検証しながら協働のまちづくりを推進します。	151,150	86,926	条例の認知度	54.6	54.1	58.6	48.1	48.1	80.0	%	毎年R6.3	自治会ハンドブック(P12)、広報みずなみ11月号でのPRや新入職員研修での講義などを行っているが、認知度は変わらず、周知不足は否めない。	広報みずなみでの周知が最も効果が高い。(条例を何で知ったかの問いに88.4%が広報みずなみと回答)また、併せて、市長と語る会、第7次総合計画策定に向けての市民ワークショップ、まちづくり講演会などで、市民主役・市民参加の基本原則を周知し、まちづくり活動への参加を促す必要がある。	D	◎	継続	継続して広報みずなみ、市ホームページ等による周知を行う。また、市民が参加する各種会合やまちづくり講演会など、あらゆる機会を捉えて、市民主役・市民参加の基本原則を周知し、まちづくり活動への参加を促していく。	市民協働課	
		男女共同参画社会推進事業	人権と多様性を尊重した男女共同参画を進めるため、家庭・地域・職場など、あらゆる分野における男女共同参画社会の実現に向けた教育や啓発活動を推進します。	335,363	497,536	附属機関等委員の女性登用率	30.8	31.7	33.4	34.5	(8月に報告)	35.0	%	毎年R6.3	(8月に報告)		B					生活安全課
		業務効率化事業	国が推進する「Society5.0」「スマート自治体」「マイナンバーカードの普及」を踏まえ、庁内業務について、少子高齢化による職員の減少や働き方改革に対応できるよう、AI(人工知能)・RPA(業務自動化)の導入による業務の効率化・省力化を図ります。	1,491,160	4,185,390	AI・RPA導入業務数	2	3	3	5	10	5	5	件	毎年R6.3	AI-OCR・RPAの本格導入を行った。	AI-OCR・RPAの本格導入により、複数の業務に適用する中で、効果が期待できる業務について、より詳細なノウハウを得た。	A	◎	発展	令和4年度に本格導入したAI-OCR・RPAの適用業務の拡大と業務効率化に資するAI技術の調査研究を進める。	企画政策課
まちづくり活動の支援	まちづくり活動の支援	夢づくり地域交付金事業	地域の自主的なまちづくり活動を支援するため、市内8地区で設立されている「まちづくり推進組織」に対し、夢づくり地域交付金を交付します。	12,272,443	13,017,603	自治会・ボランティア・NPOなどと連携した事業への参加者数	22,935	23,401	4,369	4,341	10,305	25,000	人	毎年R6.3	昨年度同様、新型コロナウイルス感染症拡大を受け、事業の中止が相次いだ結果、事業への参加者が大きく減少してしまいましたが、感染状況が若干改善し、参加者数も増加傾向にある。	新型コロナウイルス感染症対策をしようえでの事業の実施方法や開催可否の判断基準、対策緩和後の活動方法など	D	◎	継続	地域自らによるまちづくりの継続は地方創生に効果があるため、コロナ禍であっても対策を取ったうえで事業を実施できるようサポートを行う。	市民協働課	
		夢づくり市民活動補助事業	地域や事業目的を限定することなく、公益活動を行う市内の市民団体に補助金を交付し、市民による自主的な公益活動の活性化を目指します。	700,731	620,000	自治会・ボランティア・NPOなどと連携した事業への参加者数	22,935	23,401	4,369	4,341	10,305	25,000	人	毎年R6.3	昨年度同様、新型コロナウイルス感染症拡大を受け、事業の中止が相次いだ結果、事業への参加者が大きく減少してしまいましたが、感染状況が若干改善し、参加者数も増加傾向にある。	新型コロナウイルス感染症対策をしようえでの事業の実施方法や開催可否の判断基準、対策緩和後の活動方法など	D	◎	継続	市民活動の活性化は地方創生に効果があるため、コロナ禍であっても対策を取ったうえで事業を実施できるようサポートを行う。制度の周知を図りながら継続する。	市民協働課	
		市民活動補償保険事業	コミュニティ活動やボランティア活動中の不慮の事故に伴う賠償責任、損害補償制度に加入し、市民による公益活動を促進します。	987,080	1,024,900	自治会・ボランティア・NPOなどと連携した事業への参加者数	22,935	23,401	4,369	4,341	10,305	25,000	人	毎年R6.3	昨年度同様、新型コロナウイルス感染症拡大を受け、事業の中止が相次いだ結果、事業への参加者が大きく減少してしまいましたが、感染状況が若干改善し、参加者数も増加傾向にある。	新型コロナウイルス感染症対策をしようえでの事業の実施方法や開催可否の判断基準、対策緩和後の活動方法など	D	◎	継続	安心して市民活動を実施するために、本制度は不可欠であるため、継続的な制度の周知を行っている。	市民協働課	
		地域懇談会・市民アンケート実施事業	市の施策や方針に対する市民の意見や要望、評価を把握するために、毎年、各地区や各種団体ごとに地域懇談会を開催します。また、毎年、数値目標の達成状況を確認するため市民アンケートを実施します。	628,524	257,507	アンケート回収率	35.7	42.9	44.7	44.5	46.8	45.0	45.0	%	毎年R6.3	市民アンケート回収率は昨年度より2.3%増加した。紙面での回答に加え、インターネット回答を開始したことが一因と考えられる。	地域懇談会や学生との市長と語る会、市民アンケートなどで市民から広く意見を伺い、担当課が対応することで、より良い行政運営に繋がっている。	A	◎	継続	数値目標(市民満足度)を定期的に調査することで、多様化する市民ニーズに対応したまちづくりの推進を図る。	企画政策課
市民参加の推進	市民参加の推進	自治会加入促進事業	住民が自ら地域活動に積極的に参加してもらえるように、自治会加入を促進します。	0	0	自治会加入率	68.6	66.2	66.9	65.9	65.8	75.0	%	毎年R6.3	人口減少が進む中、世帯数は右肩上がりとなり、自治会加入率は下げ止まらない。	世帯分離が進んでいることが大きな要因と考えられる。移住促進奨励金交付事業との連携は不可欠である。	D	◎	継続	市民が協力してまちづくりを進めるうえで、自治会加入率(一つの指標となるため、引き続き周知に取り組み)。	市民協働課	
		地域活性化施設等整備基金事業	歴史的な建築物の改修等、地域を活性化させる施設等の整備の資金に充てるため、地域活性化施設等整備基金を造成し、運用します。	6,020,000	0	基金活用件数	0	0	1	2	0	1	1	件	毎年R6.3	新規の申請はなかったが、数件の問い合わせがあり、次年度以降活用したいとの相談があった。	制度を拡充したことにより、活用を考える事業者が増加している。引き続き活用しやすい制度となるよう随時募集とし、活用事業者を広く募集する。	D	◎	継続	民間都市開発推進機構との拠出により基金を創設し、令和8年度が最終年度となっているため、継続して行う。	商工課
		ふるさと納税制度を活用した事業	ふるさと納税制度を活用した事業で、寄附者が選ぶ場所を「ふるさと」として応援できる制度です。本市では、1万円以上の寄附者に対し、返礼品として地元特産品を贈ります。	86,434,060	101,917,830	年間寄附金額	98,444	63,392	104,471	181,897	198,770	250,000	千円	毎年R6.3	全国各地の物や文化に精通した民間事業者により、本市の地場産品の監修を委託し、魅力ある新たな地場産品の開発やブラッシュアップを実施し、開発した地場産品はふるさと納税返礼品として新たに70種類追加した。また、令和4年6月に発見された化石、「ハレオパドキシア」の全身骨格の復元レプリカ制作について、ガバントクラウドファンディングを活用した資金調達を初めて実施した。目標金額には届かなかったものの、寄附額が過去最高額を更新した。	ふるさと納税の寄附者は毎年増加傾向にあり、ポータルサイト及び返礼品数が多い自治体ほど、寄附金額が多い傾向である。	C	◎	発展	本市の地場産品の監修を民間事業者に委託し、魅力ある新たな製品の開発やブラッシュアップの実施、市内事業者に複数の地場産品の組み合わせによる返礼品開発を促すための事業者間マッチングを提案し、ふるさと納税返礼品の拡充を図っていく。また、ふるさと納税ポータルサイトを含む市内事業者のECサイトをより良いものに改善するコンサルティングを委託し、地場産品の情報発信による地域の魅力の拡散を強化するとともに、EC販売力の底上げも行い、この成果をふるさと納税の寄附金の増加に繋げていく。	市民協働課	
		域学連携推進事業	大学生や高校生など若者が地域の現場に入り、地域住民やまちづくり推進組織とともに、地域の課題解消やまちづくりに取り組み、地域の活性化に資する活動を支援します。	480,103	1,359,262	域学連携年間事業数	20	21	7	20	32	30	30	件	毎年R6.3	コロナ禍により中止・延期となった事業も多くあったが、コロナ禍における事業実施の工夫により前年度より改善した。また、新たに学生によるまちづくりグループ「瑞浪市役所ミライ創るまい課」を設立し、実施事業が増加した。	学生が主体性を持って活動をするための、呼びかけ方や、活動が広がっていくための地域の協力者との連携の重要性。	A	◎	継続	大学生や高校生など若者が地域の現場に入り、地域住民やまちづくり推進組織とともに、地域の課題解消やまちづくりに取り組み、地域の活性化に資する活動は大変重要であり、若者のシビックプライドを醸成するため、更なる事業の実施を促す。また、「瑞浪市役所ミライ創るまい課」の活動支援も継続する。	市民協働課

※男女共同参画社会推進事業は、前年度実績値による評価。

【事業効果】
A: 地方創生に非常に効果的であった B: 地方創生に相当程度効果があった C: 地方創生に効果があった D: 地方創生に効果がなかった
【事業評価】
◎: KPI達成に有効であった ○: KPI達成に有効とは言えなかった

基本目標4 協働の夢づくり

重点戦略	戦略	事業名	事業概要	実績額(円) (R3年度)	実績額(円) (R4年度)	KPI	開始前 KPI値 (H30)	実績値 (R1)	実績値 (R2年度)	実績値 (R3年度)	実績値 (R4年度)	KPI値	単位	目標 年月	実績値 分析	得られた ノウハウ	事業効果 (担当課評価)	事業評価 (担当課評価)	今後の方針 (担当課評価)	今後の方針の理由 (担当課評価)	担当課
広域連携によるまちづくり	広域連携の推進	東濃圏広域観光PR事業(再掲)	県、東濃5市が連携し、東濃圏域の観光、産業、自然、歴史、文化などの魅力を国内外にPRします。	0	1,600,000	年間観光入込客数	141	141	112	113	114	150	万人	毎年R6.3	東美濃周遊旅行商品助成事業により、広域での周遊旅行商品が造成されたが、令和4年度は東美濃地域での観光連携体を活かし、瑞浪市が組み込まれなかったため、観光入込客数の増加に繋がらなかった。 また、東美濃としての知名度は未だ低いため、引き続き観光パンフレット等の作成やSNSによる情報発信の強化を広域で連携して行っていく必要がある。	東美濃地域での観光連携体を活かし、瑞浪市が組み込まれなかったため、観光入込客数の増加に繋がらなかった。 また、東美濃としての知名度は未だ低いため、引き続き観光パンフレット等の作成やSNSによる情報発信の強化を広域で連携して行っていく必要がある。	D	◎	継続	広域で連携し、スケールメリットを生かしたPR活動を行っていくことは市単独で行うよりも効果的であると考え、継続して実施する。	商工課
		大河ドラマ「麒麟がくる」活用推進事業(再掲)	令和2年(2020年)の大河ドラマ「麒麟がくる」の放送を契機に、主人公・明智光秀ゆかりの資源を有する市町・観光関連団体・県が一体となり、この地域の魅力を全国に発信し、観光をはじめとする産業及び地域の活性化を図ります。	0	0	年間観光入込客数	141	141	112	113	114	150	万人	毎年R6.3	令和2年度で終了	-	-	-	-	-	-

※男女共同参画社会推進事業は、前年度実績値による評価。

【事業効果】
A: 地方創生に非常に効果的であった B: 地方創生に相当程度効果があった C: 地方創生に効果があった D: 地方創生に効果がなかった
【事業評価】
◎: KPI達成に有効であった ○: KPI達成に有効とは言えなかった

令和5年度 総合戦略推進会議による2次評価対象事業

事業名	事業概要	実績額 (円) (R3年度)	実績額 (円) (R4年度)	KPI	開始前 KPI値 (H30)	実績値 (R1)	実績値 (R2年度)	実績値 (R3年度)	実績値 (R4年度)	KPI値	単位	目標 年月	実績値 分析	得られた ノウハウ	事業効果 (担当課評価)	事業評価 (担当課評価)	今後の方針 (担当課評価)	今後の方針の理由 (担当課評価)	担当課
空き家・空き地バンク事業	市内の空き家・空き地を所有している方から不動産の物件登録をしてもらい、利用を希望する方へ紹介します。	114,880	19,840	バンク物件の年間成約数	4	3	4	1	5	10	件	毎年 R6.3	令和3年度に行った、移住定住ポータルサイトの空き家・空き地バンク物件情報リニューアル以降、利用希望者の方からの問い合わせは増加傾向であり、令和4年度は5件の成約となった。なお、物件の新規登録についても、令和4年度は5件（うち2件は年度内に成約）あり、成果が現れ始めている。また、都市計画課と共有している「空き家カルテ」を基に、利活用が見込まれる空き家7件について、空き家バンク登録の働きかけを行った結果、1件が新規登録に結び付いた。	バンク登録物件が増加するよう、協力不動産事業者との連携を強化することが重要である。また、登録物件の情報はなるべく詳細に掲載することが、利用希望者の問合せの増加に繋がる。	C	◎	継続	協力不動産事業者との連携をこれまで以上に強化する。空き家・空き地バンクには掲載していない協力不動産事業者が管理している物件について、登録を促す。	市民協働課
空き家等改修補助事業	空き家・空き地バンクに登録した物件で、売買契約もしくは賃貸借契約を前提として居住を目的とする改修工事をする場合の改修工事費用の一部を補助します。	0	1,000,000	制度の年間申請件数	1	3	1	0	1	5	件	毎年 R6.3	令和4年度に空き家バンクの物件を取得した方で、2件本補助金の活用希望があった。内1件は補助金の活用があり、もう1件については、令和5年度に活用する予定である。また、利用者にとって活用しやすい補助制度にするため、市外事業者の工事も補助対象とし、補助に係る工事に併せての耐震補強工事は必須要件から外すなど、制度の見直しを行った。	バンク登録物件が増加するよう、協力不動産事業者との連携を強化することが重要である。利用者にとって活用しやすい補助制度にするため、市外事業者の工事も補助対象とし、補助に係る工事に併せての耐震補強工事は必須要件から外すなど、制度の見直しを行ったことで、具体的な活用希望に繋がった。	D	◎	見直し (改善)	協力不動産事業者との連携をこれまで以上に強化し、登録物件の増加を図る。また、利用者にとって活用しやすい補助制度となるよう、適宜見直しを検討する。	市民協働課
空き家家財道具等処分費補助事業	空き家の家財道具等の処分の費用を補助し、空き家・空き地バンクへの登録及び移住希望者の円滑な移住促進を図ります。(R3.10～)	100,000	100,000	空き家バンクの新規登録件数	-	-	-	1	4	10	件	毎年 R6.3	令和3年度に行った、移住定住ポータルサイトの空き家・空き地バンク物件情報リニューアル以降、利用希望者の方からの問い合わせは増加傾向であり、空き家の新規登録についても、令和4年度は4件（うち1件は本補助金を活用）あり、成果が現れ始めている。	バンク登録物件が増加するよう、協力不動産事業者との連携を強化することが重要である。また、登録物件の情報はなるべく詳細に掲載することが、利用希望者の問合せの増加に繋がる。	C	◎	継続	協力不動産事業者との連携をこれまで以上に強化する。空き家・空き地バンクには掲載していない協力不動産事業者が管理している物件について、登録を促す。	市民協働課
シティプロモーション動画制作等事業	移住を推進しまちの活性化を図るため、魅力溢れる動画を制作し、全国に広く発信します。(R4～)	-	16,923,974	移住定住に係る相談件数	71	70	43	65	90	65	件	毎年 R6.3	市の魅力を発信するPR動画を制作した。その内容は、将来を担う若い世代が特に関心が湧くものとするため、動画の原案は、市内の若者を対象とした市民参加型のワークショップを実施の上決定した。この原案を基に、完成したPR動画「奇跡の化石」は、YouTubeで57万回再生されるなど、本市の認知度向上に寄与した。	SNSを活用し、移住検討者および移住希望者の方に本市の魅力や特徴を発信する方法は効果的である。	A	◎	終了	令和4年度に制作したPR動画、移住定住ポータルサイトおよび各種SNS等を有効活用し、継続的に本市の魅力や特徴を情報発信し、相談件数の増加を図る。	市民協働課
東濃圏広域観光PR事業	県、東濃5市が連携し、東濃圏域の観光、産業、自然、歴史、文化などの魅力を国内外にPRします。	0	1,600,000	年間観光入込客数	141	141	112	113	114	150	万人	毎年 R6.3	東美濃周遊旅行商品助成事業により、広域での周遊旅行商品が完成されたが、令和4年度は当市が組み込まれなかったため、観光入込客数の増加に繋がらなかった。また、その他広域で連携した活動は行ったが、入込客数調査箇所と直接結びついていない事業もあったため、実績値増加に繋がらなかったという要因もある。	東美濃地域での観光連携体を活かし、瑞浪市をPRすることはできているが、なかなか入込客数増加に直結させる事が難しい。東美濃としての知名度は未だ低いため、引き続き観光パンフレット等の作成やSNSによる情報発信の強化を広域で連携して行っていく必要がある。	D	◎	継続	広域で連携し、スケールメリットを生かしたPR活動を行っていくことは市単独で行うよりも効果的であると考えため、継続して実施する。	商工課
観光コンテンツ造成事業	観光誘客の促進及び観光消費額の拡大を目指し、市内観光での体験型コンテンツを造成し、全国に発信します(R4～)	-	10,997,000	コンテンツ造成数	-	-	-	-	16	5	件	毎年 R6.3	市内8事業者の参画があり、複数の体験型コンテンツを造成した事業者もあり、事業者自らが新たなサービスで稼ぐという意識改革にもつながった。短期間ながら、確実に誘客ができた。	様々な業種や資源が観光コンテンツになり得る可能性が見えた。近隣市町村と比較して当市の認知度の低さが課題と判明した。	A	◎	発展	今年度はそれぞれの事業者が独自に開発したが、統一コンセプトを創り上げ、面で広がるようコンテンツのブラッシュアップや新規開発を行い、継続して取り組む。PR動画を作成し、認知度向上のために、より効果的なプロモーション活動を実施する。	商工課
パレオバドキシア全身骨格化石復元プロジェクト	令和4年6月に瑞浪市釜戸町で緊急発掘されたパレオバドキシアのクリーニングを行い、復元レプリカを制作します。レプリカを展示や教育、市のPRに活用します。(R4～)	-	7,632,169	年間観光入込客数	141	141	112	113	114	150	万人	毎年 R6.3	パレオバドキシアのクリーニングは当初の予定通り進行し、令和5年3月には産状レプリカが完成した。令和4年10月～12月に実施したクラウドファンディングの結果、345名の方から7,036千円の寄附があり、併せて発掘の動画はYoutubeで14,913件（令和5年5月2日現在）の視聴があった。これらことから、本事業に対する関心の高さが読み取れる。	パレオバドキシアの発掘からレプリカ制作の際の動画・SNS等による情報発信により、実施事業のPR方法についてノウハウを得た。クラウドファンディングは、瑞浪市として初めて実施したガバメントクラウドファンディングであり、その実施方法等のノウハウを得た。	D	◎	継続	令和5年度に調査報告書を刊行し、令和6年度に復元骨格（レプリカ）を制作するとともに、パレオバドキシアを有効に活用して出張展示、講座を実施し、瑞浪市の太古の歴史を紹介し、魅力を伝える。国民文化祭関連事業である「みずなみ化石フェスタ」にて復元骨格などの展示と講演会を行い、さらに瑞浪市の魅力を発信する。	スポーツ文化課
中小企業販路開拓支援事業	市内事業者の販売力強化事業として実施する展示会・見本市への出展及び見本市開催事業に要する経費を補助することで、新たな販路の開拓や販路拡大を支援します。	5,664,641	7,374,879	参加企業数	59	47	24	31	43	70	社	毎年 R6.3	令和3年度と比べ展示会への出展機会、来場客、商談企業数、及び取引額も増加してきた。一方で事業者によってはコロナウイルスの影響により、未だ展示会への出展が難しい状況が続いている。	展示会へ出展を継続することで、コロナ禍での商品需要、トレンド把握することができ、新商品の開発に繋がっている。展示会の様子の動画配信やWEBを通しての商品販売に注力することで展示会に来場できない方もPRする機会が増えていく。	D	◎	継続	昨年同様コロナの影響により、新規の顧客獲得が困難な状況が続いている。それに加え、今後事業者が出展費を継続して負担できるが課題となるが、令和5年度からコロナの影響が緩和される状況で市内事業者の販路開拓を支援するためにも、今後も補助を継続していく。	商工課

※地場産業振興事業は、前年度実績値による評価。

【事業効果】
A: 地方創生に非常に効果的であった B: 地方創生に相当程度効果があった C: 地方創生に効果があった D: 地方創生に効果がなかった
【事業評価】
◎: KPI達成に有効であった ○: KPI達成に有効とは言えなかった

令和5年度 総合戦略推進会議による2次評価対象事業

事業名	事業概要	実績額 (円) (R3年度)	実績額 (円) (R4年度)	KPI	開始前 KPI値 (H30)	実績値 (R1)	実績値 (R2年度)	実績値 (R3年度)	実績値 (R4年度)	KPI値	単位	目標 年月	実績値 分析	得られた ノウハウ	事業効果 (担当課評価)	事業評価 (担当課評価)	今後の方針 (担当課評価)	今後の方針の理由 (担当課評価)	担当課
地場産業振興事業	地場産業の拠点として、産業振興センターに陶磁器販売所「ちやわん屋みずなみ」を整備しました。ここでは、みずなみ焼や美濃焼などを販売し、地場産業の活性化と振興を図ります。	21,856,836	21,093,840	窯業・土石製品製造業の製造品出荷額	139	150	144	141		150	億円	毎年R6.3	令和4年度は、コロナ禍であったものの、産業振興センターの利用者数は前年度と比較しおよそ76%増加した。同様に、ちやわん屋みずなみの来客数についても、マスクに取上げられたことや、案内看板等の効果で、前年度と比較しおよそ23%、また売上においても前年度と比較しおよそ24%増加している。 設備の維持管理では、産業振興センターの高圧負荷閉等、自動火災報知機等、及び一階ロビー照明の取替え、さらに無線LAN設置を行った。	季節のイベントの装飾や特設展示など、興味を引く売り場づくりを心掛け、さらには、マスクに取上げられた効果もあり、コロナ禍の影響でイベントなどの集客が行えないなかでも、従来の施設利用者数を取り戻しつつある。	C	◎	継続	陶磁器だけでなく市内の物産品を取り扱い、地場産業の活性化に寄与してもらいたい。また、実施するイベントについては、例年の形式にとられないものでの開催を検討してもらいたい。 会議や研修における会議室利用は回復していないため、一層のPRを図ってもらいたい。	商工課
地場産品ブラッシュアップ事業	魅力ある新たな産品の開発やブラッシュアップを実施することで、市内産業の活性化を図ります。(R4～)	-	10,068,660	ふるさとみずなみ応援寄附金の寄附件数	3958	2,471	4,522	8,878	10,000	11,500	件	毎年R6.3	全国各地の物や文化に精通した民間事業者等に、本市の地場産品の監修を委託し、魅力ある新たな産品の開発やブラッシュアップを実施し、開発した地場産品はふるさと納税返礼品として新たに70種類追加した。 当該監修返礼品だけの寄附件数で572件、寄附金額は13,557千円と、効果はあったものと考えている。	ふるさと納税の寄附者は毎年増加傾向にあり、ポータルサイト及び返礼品数が多い自治体ほど、寄附金額が多い傾向である。	B	◎	発展	本市の地場産品の監修を民間事業者に委託し、魅力ある新たな産品の開発やブラッシュアップの実施する。加えて令和5年度は、監修した地場産品のE Cサイト（ふるさと納税ポータルサイト含む）構築等の支援も委託し、PRを強化することで、寄附件数の増加に繋げていく。	市民協働課
農地中間管理事業	農地の貸し手と農業の担い手のマッチングを行い、農地の集積を行うことにより、耕作放棄地の削減に努めます。	124,438	71,177	農地の集積率（担い手への集積面積/圃場整備済み農地面積）	37.4	45.5	46.5	47.6	48.7	78.0	%	毎年R6.3	営農組合等による大規模な集積がなかったことにより、集積率は微増であった。営農組織等が集積を希望するような優良農地が少ないことが原因である。	集積率を増加させるためには、ほ場整備を実施し、優良農地を確保していく必要がある。また、新規の担い手を育成していくことも重要である。	C	◎	継続	農地の貸出希望者と担い手のマッチング作業を行うことで集積率を向上を図るとともに、新たな担い手を育成していく。また、引き続き、ほ場整備後の大規模な集積も検討していく。	農林課
瑞浪ポークPR推進事業	市の特産品である「瑞浪ポーク」を使った料理イベントや取扱飲食店の啓発パンフレットの作成等により、特産品のPRを推進します。	949,247	194,302,455	瑞浪ポーク（精肉、ハム、ソーセージ）年間売上高（きなあつ瑞浪）	10,824	7,717	14,812	15,652	17,245	19,115	万円	毎年R6.3	スタンプラリーを継続開催することで、ポーク及び取扱店舗のPRが実施できた。また、瑞浪ポーク祭りをバザカーコートと同時開催することで、市外からの参加者に対してもPRすることができた。	スタンプラリー参加者の分析結果から、特定の店舗に偏りが発生し、周遊が促せていないことが判明した。1店舗のみで応募可能な実施要項にも要因があると考えられる。	B	○	見直し(改善)	スタンプラリー事業において周遊を促せるよう実施要項を再検討し、継続実施する。	商工課
消防団員入団促進事業	消防団を中核とした地域防災力の充実強化に関する法律に即し、消防団の装備、教育訓練の充実及び処遇の改善を図ります。また、出会い（ティー）や消防団協力事業所の増加等、活性化事業を実施し入団促進に努めます。	0	0	消防団員充足率	86.0	86.2	81.0	80.6	77.3	100.0	%	毎年R6.3	消防団新聞で入団啓発の記事を掲載したり、各分団で継続して団員募集を行ったりしているが、若年層の減少等の事情により、下降傾向となっている。	消防団新聞の発行方法を検討し、より多くの市民に見ていただくことで、新入団員の確保ができた。今後も魅力ある消防団にしてPRしていく必要がある。	D	◎	継続	消防団新聞のみでなく、各種イベント等で消防団の魅力を市民に伝えて、入団を促し、消防団員の充足率アップを目指す。	警防課
防犯灯設置促進事業	防犯対策の一環として、自治会が新たに設置するLED防犯灯の設置に要する費用に対し、2分の1もしくは上限35,000円の補助金を交付します。(R3～)	326,000	272,000	刑法犯認知件数（人口千人あたり）	5.15	4.59	3.87	3.65	3.66	4.35	件	毎年R5.3	刑法犯認知件数は横ばいだが、目標指標は達成しています。既存防犯灯のLED化を計画的に行ってきたことに加え、地区要望に基づきLED防犯灯の新規設置を行ってきたことにより、令和2年度までに市内に約4,500基のLED防犯灯の整備ができました。令和3年度からは地域が新規設置するLED防犯灯への補助事業とし、地域の防犯対策に繋がっていると考えます。	設置工事を行う電気工事業者への制度説明も、事業を促進するうえで有用です。	A	◎	継続	犯罪や交通事故を防止し、安全で安心なまちづくりを推進するため、LED防犯灯を設置する自治会への支援を継続します。	生活安全課
デマンド型交通運行事業	地域との協働のもと、多様な交通手段を検討し、交通弱者に配慮した交通施策を実施します。	6,309,000	6,456,760	デマンド交通年間利用者数	3,072	2,535	1,957	2,009	1,933	4,500	人	R6.3	利用者数について、令和3年度は増加したが、令和4年度は新型コロナウイルス感染症等の影響を受け減少した。 ただし、釜戸ルートに関しては、令和2年度795人に対し、令和3年度は919人、令和4年度は883人と利用実績と利用者が増加傾向にある。しかし、大湫・日吉東部ルートについては、令和4年度の実績で利用者401人、稼働率は20%を割り込む月も多く、未だに利用者が増加する見込みがない状況である。	稼働率が高い釜戸ルートでは、一便あたりの乗り合わせが多いという結果が出ている。主な要因としては、地元でデマンド交通が根付いてきたことや広報周知等が行き渡っているものと考えられる。今後は、社会活動が再開され、外出する機会が増えると予想されるため、より一層の制度説明会等広報活動が必要である。	D	○	見直し(改善)	広報等での周知に加え、区長会等で制度説明を実施していく。令和5年度は、利用促進のため、登録者に対し無料乗車券を配布する。また、令和5年度に策定する瑞浪市地域公共交通計画において、稼働率が減少傾向にある大湫地区の課題を解消するよう設定等し、事業に取り組む。 陶地区については、コミュニティバスの利用者数が少なく、デマンド交通の導入を希望する声が出ているため、計画策定時に一体的に検討していく。	商工課
まちづくり基本条例関連事業	まちづくり基本条例の実効性を確保するため、市民まちづくり会議を設置し、条例の約束事が守られているか検証しながら協働のまちづくりを推進します。	151,150	86,926	条例の認知度	54.6	54.1	58.6	48.1	48.1	80.0	%	毎年R6.3	自治会ハンドブック（P12）、広報みずなみ11月号でのPRや新入職員研修での講義などを行っているが、認知度は変わらず、周知不足は否めない。	広報みずなみでの周知が最も効果が高い。（条例を何で知ったかの問いに88.4%が広報みずなみと回答） また、併せて、市長と語る会、第7次総合計画策定に向けての市民ワークショップ、まちづくり講演会などで、市民主役・市民参加の基本原則を周知し、まちづくり活動への参加を促す必要がある。	D	◎	継続	継続して広報みずなみ、市ホームページ等による周知を行う。また、市民が参加する各種会合やまちづくり講演会など、あらゆる機会を捉えて、市民主役・市民参加の基本原則を周知し、まちづくり活動への参加を促していく。	市民協働課
城学連携推進事業	大学生や高校生など若者が地域の現場に入り、地域住民やまちづくり推進組織とともに、地域の課題解消やまちづくりに取り組み、地域の活性化に資する活動を支援します。	480,103	1,359,262	城学連携年間事業数	20	21	7	20	32	30	件	毎年R6.3	コロナ禍により中止・延期となった事業も多くあったが、コロナ禍における事業実施の工夫により前年度より改善した。 また、新たに学生によるまちづくりグループ「瑞浪市役所ミライ創ろいまい課」を設立し、実施事業が増加した。	学生が主体性を持って活動をするための、呼びかけ方や、活動が広がっていくための地域の協力者との連携の重要性。	A	◎	継続	大学生や高校生など若者が地域の現場に入り、地域住民やまちづくり推進組織とともに、地域の課題解消やまちづくりに取り組み、地域の活性化に資する活動は大変重要であり、若者のシッティングを醸成するため、更なる事業の実施を促す。 また、「瑞浪市役所ミライ創ろいまい課」の活動支援も継続する。	市民協働課

※地場産業振興事業は、前年度実績値による評価。

【事業効果】
A: 地方創生に非常に効果的であった B: 地方創生に相当程度効果があった C: 地方創生に効果があった D: 地方創生に効果がなかった
【事業評価】
◎: KPI達成に有効であった ○: KPI達成に有効とは言えなかった