

基本目標 1 魅力的な暮らしを創造する

| 重点戦略        | 事業名                   | 事業概要   | 実績額（円）R1   | 実績額（円）H30  | 実績額（円）H29  | 実績額（円）H28  | 実績額（円）H27 | KPI         | 開始前KPI値H26 | KPI値 | 単位 | 目標年月    | 実績値R1 | 実績値H30 | 実績値H29 | 実績値H28 | 実績値H27 | 実績値分析   | 得られたノウハウ   | 事業効果 | 事業評価 | 今後の方針 | 今後の方針の理由   | 担当課    |
|-------------|-----------------------|--|------------|------------|------------|------------|-----------|-------------|------------|------|----|---------|-------|--------|--------|--------|--------|---|--|------|------|-------|--|--------|
| 暮らし始めるなら瑞浪で | 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          | 0          | 0          | 0         | 移住定住年間相談件数  | -          | 50   | 件  | 毎年R2.3  | 70    | 71     | 44     | 66     | 82     | 電話等による相談や各種イベントにて出張相談を実施したほか、県と連携して移住者の情報共有を実施し、相談件数が増加するよう努めている。                                 | PRの多様化が必要。今までの相談手法に加えて、エイ・ダブリュ・浪の新人社員説明会に参加して移住施策のPRを実施した。 | A    | ○    | 継続    | 県や市内企業などと連携して市外イベントなどで情報発信を行い、窓口での相談件数の増加に努める。   | 市民協働課  |
|             | 移住定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。                        | 37,998,798 | 28,125,457 | 19,107,061 | 11,280,609 | 3,440,500 | 制度の年間申請件数   | -          | 200  | 件  | 毎年R2.3  | 143   | 148    | 136    | 119    | 49     | 広報、ホームページ、各種イベント等でのPRにより、少しずつ奨励金について周知がされている。   | 移住定住に向けての積極的なPRや申請時に移住者アンケート調査を実施した。                       | B    | ○    | 継続    | 令和2年度申請受付までの期限措置。転入者で令和2年1月2日以降の住宅取得者に対し、3年間で30万円の商品券を奨励金として交付する（移住促進奨励金）。令和5年1月1日までの住宅取得者が対象。 | 市民協働課  |
|             | 若者世帯民間賃貸住宅入居奨励金交付事業   | 市外から転入する40歳未満の夫婦世帯で、市内の民間賃貸住宅に居住する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。         | 4,149,522  | 4,671,764  | 2,107,059  | 31,343     | -         | 制度の年間申請件数   | -          | 50   | 件  | 毎年H31.3 | 17    | 15     | 27     | 3      | -      | 広報、ホームページ、各種イベント等でのPRにより、少しずつ奨励金について周知がされている。   | 移住定住に向けての積極的なPRや申請時に移住者アンケート調査を実施した。                       | C    | ○    | 終了    | 令和2年度申請受付分で事業終了。   | 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してもらい、利用を希望する方へ紹介します。                          | 119,354    | 137,720    | 128,962    | 207,241    | 1,890,728 | バンク物件の年間成約数 | 2          | 10   | 件  | 毎年R2.3  | 3     | 4      | 8      | 16     | 11     | 空き家・空き地バンクへの登録物件が少なくないため、前年度よりも成約件数が下がった。   | バンク登録物件が増加するよう、定期的なバンク協力不動産事業者と連絡会議を開催している。                | C    | ○    | 継続    | 平成30年度より物件取扱基準を設け、基準を満たす物件の登録を行い、魅力ある物件の増加を図る。   | 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。   | 3,001,092  | 1,001,444  | 2,633,930  | 4,284,915  | 1,123,000 | 制度の年間申請件数   | -          | 5    | 件  | 毎年R2.3  | 3     | 1      | 3      | 5      | 2      | 空き家・空き地バンクに登録した物件から売買契約に至った件数は、少なかったが、前年度よりは件数が増加した。  | 空き家・空き地バンクの空き家購入者増加に向けてのPRを実施した。                           | C    | ○    | 継続    | 制度活用を促すため、バンク登録物件の増加を図る。   | 市民協働課  |
|             | 優良住宅地開発支援事業           | 民間事業者による、太陽光などの地産地消型再生可能エネルギーの活用を目的とした優良住宅地の開発を支援します。                      | 0          | 0          | 0          | 0          | 0         | 優良宅地数の増加    | -          | 300  | 戸  | R2.3    | 0     | 0      | 0      | 0      | 0      | 民間事業者より実施に向け現在調整中。  | -  | D    | ○    | 継続    | 令和元年度未実施。継続検討。   | 市民協働課  |
|             | 新規定住者健康管理事業（H28年度終了）  | 20歳以上の転入者が健康診断を受ける場合の費用の一部を補助します。  | 終了         | 終了         | 終了         | 20,000     | 36,804    | 制度の年間申請件数   | -          | 5    | 件  | H28.3   | 終了    | 終了     | 終了     | 2      | 4      | 終了  | 終了   | 終了   | 終了   | 終了    | 終了   | 健康づくり課 |
|             | 移住定住情報発信事業            | 本市の移住定住に関連した補助事業等をまとめ、パンフレットを作成し全国に向けてPRします。                               | 3,325,945  | 6,408,783  | 2,675,767  | 3,430,756  | 6,303,885 | 移住定住年間相談件数  | -          | 50   | 件  | 毎年R2.3  | 70    | 71     | 44     | 66     | 82     | 電話等による相談や各種イベントにて出張相談を実施したほか、県と連携して移住者の情報共有し、相談件数が増加するよう努めている。                                    | 今までの相談手法に加えて、エイ・ダブリュ・浪の新人社員説明会に参加して移住施策のPRを実施した。           | A    | ○    | 継続    | 様々な手段で情報発信の強化を検討する。また、同窓会開催支援を行う中で瑞浪出身者への情報発信を行う。  | 市民協働課  |
|             | 東京圏からの移住支援事業（H31年度開始） | 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。 | 0          | -          | -          | -          | -         | 制度の年間申請件数   | -          | 2    | 件  | R2.3    | 0     | -      | -      | -      | -      | 令和元年度は、制度ができた年でもあったが、実績は0件であった。県全体でも制度利用者は2件であった。就業要件である県のマッチングサイトに登録されている企業が少なくないことが1つの要因と考えられる。 | 就業要件である県のマッチングサイトに登録されている企業が増加するよう市内の中小企業に制度の周知を行う必要がある。   | D    | ○    | 継続    | 国の事業のため、今後も制度を継続させていく。   | 市民協働課  |

【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 1 魅力的な暮らしを創造する

| 重点戦略      | 事業名                          | 事業概要   | 実績額 (円) R1 | 実績額 (円) H30 | 実績額 (円) H29 | 実績額 (円) H28 | 実績額 (円) H27 | KPI       | 開始前 KPI値 H26 | KPI値   | 単位 | 目標年月 | 実績値 R1 | 実績値 H30 | 実績値 H29 | 実績値 H28 | 実績値 H27 | 実績値分析  | 得られたノウハウ   | 事業効果 | 事業評価 | 今後の方針   | 今後の方針の理由  | 担当課 |
|-----------|------------------------------|--|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------|--------------|--------|----|------|--------|---------|---------|---------|---------|--|--|------|------|---------|---|-----|
| 観光資源の魅力向上 | 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。   | 1,100,000  | 2,527,797   | 1,400,000   | 10,000,000  | 10,800,000  | 年間観光入込客数  | 136          | 148    | 万人 | R2.3 | 141    | 141     | 147     | 145     | 149     | 「東美濃歴史街道協議会」部会に分かれテーマ観光を行うことで、近隣市町と同様のコンテンツで広く事業を行なうことができている。市町を周遊する取り組みを継続して行っているため効果も上がってきている。<br>「東濃ぐるりん観光事業実行委員会」事務局、可児市も参加したこと、東美濃歴史街道協議会と同時市町での連携となり非効率となつたため東美濃歴史街道協議会と統合される形となる。 | 東美濃圏域での観光連携では、「美濃舞」や「中山道」「地歌舞伎」「地酒」など共通する観光資源により、他市町とともにスケールメリットを生かしてPRをすることができた。連携して行うことで甲子園やツールズL/EXPOのような大きなイベントでも他観光地域に引けを取らずPRを行えることができるようになった。<br>また、ゴルフ場や化石など他市にはない観光資源については瑞浪市の特色となり、広域でPRするメリットとなる。   | B    | ○    | 継続      | 広域観光連携によるスケールメリットを活かした観光PRは効果的であるため継続する。「東濃ぐるりん観光事業実行委員会」は事業を「東美濃歴史街道協議会」と統合する形で解散する。<br>大河ドラマ「麒麟がくる」の放送開始に絡み、「岐阜県大河ドラマ「麒麟がくる」推進協議会」参加市町の広域観光PRを強化する。   | 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。   | 3,407,325  | 5,236,702   | 1,682,144   | 3,404,642   | 8,925,095   | 年間観光入込客数  | 136          | 148    | 万人 | R2.3 | 141    | 141     | 147     | 145     | 149     | R2年から大河ドラマ「麒麟がくる」が始まることもあり、観光イベントなどでの観光パンフレットの配布が増加した。しかし、新型コロナウイルスにより、3月の観光入込客数が減少した。<br>瑞浪市全域マップを掲載した「瑞浪市観光ガイドマップ」の作成により観光客の利便性が向上した。  | 大河ドラマを活用した観光PRは効果的である。   | B    | ○    | 見直し(改善) | パンフレットやポスターの作成は瑞浪市の観光PRに有用であるため今後も継続して行うが、より広範囲からの情報収集と民間のノウハウを活用するため、観光協会と調整する取り組みとする。   | 商工課 |
|           | 大河ドラマ「麒麟がくる」活用推進事業 (H31年度開始) | 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。 | 7,525,923  | -           | -           | -           | -           | 年間観光入込客数  | 136          | 148    | 万人 | R2.3 | 141    | 141     | -       | -       | -       | 大河ドラマ「麒麟がくる」により、新たな観光地として再認識された。問い合わせ数の増加やゆかりの地に特化したパンフレットは、当初予定数を上回る配布数となり、大河ドラマを契機としたPRの効果が表れた。新たに歴史探求を求める趣向をもつ観光客が増えた。<br>陶磁器、地歌舞伎など地場産業と合わせてPRを行えるツールとなった。                           | 歴史探求を求める観光客呼び込むことに繋がった。それにより、地元でガイド行動なども現れた。<br>土産物などにより地場産業のPRを行うことができたが、販売する場所など販路についての課題があったが、協議会により広域で販売することで販路開拓に繋がった。<br>モニターツアー事業で旅行会社向けにPRを行ったことで、旅行会社に効果的にPRできる手段を確立できた。  | B    | ○    | 継続      | R2年12月まで大河ドラマ「麒麟がくる」が放送されたため、それを活用したPRを行う。大河ドラマ放送終了後、一過性とならぬように観光地として確立させることが重要である。   | 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          | 5,149,910   | 0           | 61,169,657  | 24,293,769  | 大湫宿観光入込客数 | 13,346       | 15,000 | 人  | R2.3 | 10,138 | 9,769   | 9,371   | 11,977  | 12,547  | 平成28年度にオープンした丸森の効果により、年々増加傾向であった。イベント時期の変更により月毎の人数に多少変動はあるが、観光客数は安定している。   | 観光客が安定して大湫宿を訪れている。<br>旧森川川畔家住宅（丸森）は、指定管理者が活用を行い、観光案内や休憩など観光客の利便性を高めた。  | B    | ○    | 継続      | 旧森川善草家住宅（新森）をR3年度から古民家カフェとして活用できるよう修復工事を進め、丸森と合わせて大湫宿の観光の拠点となるよう整備する。   | 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。                                   | 2,362,881  | 2,377,399   | 2,394,819   | 910,051     | 1,300,000   | 17場年間利用者数 | 53.2         | 60     | 万人 | R2.3 | 52.9   | 55.4    | 55.9    | 57.9    | 57.0    | ゴルフの町みずなみオープンゴルフ大会の参加人数は増加したが、ゴルフ場利用者数が減少傾向にある。  | オープンゴルフ大会決勝の参加者の6割が要知照。3割が市外県内であることから、遠征費も出てゴルフ場と連携して市の特産品をPRすることにより、市内飲食店、土産店（きなほ瑞浪、ちやわん屋）への誘客に繋げることができる。<br>また、ゴルフ人口増加のために小学生と保護者向けにステップゴルフを行った。新規顧客の確保はゴルフ人口の増加のため若年層に向けたPRも効果的である。<br>ゴルフの町みずなみオープンゴルフ大会では、各13ゴルフ場により予選大会の広告を出したことにより、周知窓口も広がり、予選大会への参加者が増加した。 | B    | ○    | 継続      | 年間50万人以上が来場するゴルフ場の連携を強化して、市の特産品をPRすることにより、市内飲食店、土産店（きなほ瑞浪、ちやわん屋）への誘客に繋げる。<br>また、ゴルフ人口増加や、市内外にゴルフの町みずなみと認識していただけるよう、「ゴルフの町」のPR活動を継続的に行うことと、市長向けにステップゴルフを行うなど、市民がゴルフに触れる機会を増やしていくという必要がある。そのため、実行委員会を通してゴルフ場など多角的な視野で意見を交わし、有効な手段を検討し進めていくことが重要である。 | 商工課 |

【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 1 魅力的な暮らしを創造する

| 重点戦略                | 事業名  | 事業概要  | 実績額 (円)     |             |             |             |             | KPI                        | 開始前 KPI値 H26 | KPI値  | 単位      | 目標年月    | 実績値   |       |       |       |   | 実績値分析  | 得られたノウハウ  | 事業効果 | 事業評価 | 今後の方針  | 今後の方針の理由  | 担当課    |        |
|---------------------|--|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------------------|--------------|-------|---------|---------|-------|-------|-------|-------|---|--|---|------|------|--|---|--------|--------|
|                     |  |   | R1          | H30         | H29         | H28         | H27         |                            |              |       |         |         | R1    | H30   | H29   | H28   | H27   |  |   |      |      |  |   |        |        |
| 子どもを産み育てるなら頑張る      | 結婚・出産支援事業  | 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当事業者・団体に交付金を交付します。      | 255,286     | 376,243     | 270,165     | 333,283     | 297,193     | 制度の年間申請件数                  | 1            | 5     | 件       | 毎年 R2.3 | 3     | 4     | 3     | 4     | 4   | 毎年開催される主催者による婚活イベントの開催に留まらず、制度の周知を引き続き行った。                       | 婚活イベントの開催が行いやすくなるよう参加人数を引き上げた。  | C    | ○    | 継続   | 婚活イベントの増加を図るため、制度の周知を引き続き図っていく。                       | 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。   | 3,393,488   | 4,759,116   | 3,836,041   | 832,543     | 344,589     | 制度の年間申請件数                  | -            | 90    | 件       | 毎年 R2.3 | 40    | 52    | 40    | 18    | 12  | 「一般不妊治療」の申請数は維持している。その内の妊娠成立数・率は増加しており、「特定不妊治療」に移行する数は減少したと思われる。 | 治療により妊娠・出産に至っている。   | C    | ○    | 継続   | 今後も周知に努め、継続実施していく。                                    | 健康づくり課 |        |
|                     | 妊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康診査の一部を助成します。                        | 26,745,154  | 29,947,719  | 29,132,235  | 28,752,282  | 31,413,467  | 妊娠11週までの妊娠届出率 現状維持 (H31まで) | 91.4         | 91.4  | %       | R2.3    | 92.5  | 92.2  | 93.0  | 93.7  | 91.7  | 早期届出により望ましい時期に必要な健診を受けることができる。                                   | 経済的支援が健康管理に役立っている。  | A    | ○    | 継続   | 今後も継続実施し、妊婦の健康管理に役立っていく。                              | 健康づくり課 |        |
| 子育て支援の充実            | 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。                 | 126,421,642 | 130,942,057 | 138,069,721 | 144,979,942 | 145,159,078 | 年少人口                       | 4,885        | 4,800 | 人       | R2.3    | 4,271 | 4,370 | 4,493 | 4,703 | 4,767   | 年少人口の減少は続いているが、前年度に比べ減少幅は緩和された。                                  | 即効性のある事業ではないが、長期的に有効であり、継続することが重要である。   | D    | ○    | 継続   | 子育て家庭の経済的支援策として継続して実施していきます。                          | 保険年金課  |        |
|                     | 1か月児健康診査助成事業   | 生後1か月児の健診費用等の一部を助成します。                                  | 819,991     | 706,953     | 646,458     | 713,075     | 765,225     | 健診受診率                      | 79.4         | 100   | %       | R2.3    | 99.5  | 100.0 | 75.0  | 75.0  | 76.0  | 健診受診率（年度健診受診者/年度出生者数）は100%。出生者全てが受診している。                         | 子育て世帯の負担軽減になるため、今後も継続していく。  | B    | ○    | 継続   | 子育て世帯の負担軽減を図るため、令和2年度も新生児健診検査費用も含め助成を継続していく。          | 子育て支援課 |        |
|                     | 病後児保育事業  | 市内幼児園・保育園に通う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。   | 4,430,880   | 4,436,760   | 4,438,504   | 4,375,000   | 4,405,704   | 年間利用登録者数                   | 147          | 200   | 人       | R2.3    | 211   | 197   | 187   | 164   | 122   | 利用者数は少ないが、年間利用登録者数は年々増加傾向にある。                                    | 回復期の児童のみを対象としていることが利用者が少ない一因である。  | A    | ○    | 継続   | R2.4より病気回復期である「病後児」のみでなく、病気の回復中の「病児」の受け入れを開始する。       | 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。         | 4,998,000   | 4,675,000   | 4,755,560   | 4,821,280   | 4,479,500   | 3～5歳の園児数 現状維持              | 744          | 744   | 人       | R2.3    | 835   | 779   | 793   | 799   | 750   | 園児数の増減により実績値も増減している。   | 子育て世帯の負担軽減になるため、今後も継続していく。  | A    | ○    | 継続   | 子育て家庭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 |        |
|                     | 放課後児童クラブ事業   | 市内7箇所で設置されている放課後児童クラブに助成します。                            | 59,785,700  | 46,911,270  | 46,777,200  | 37,627,000  | 36,604,000  | 年間登録児童数                    | 261          | 280   | 人       | R2.3    | 268   | 261   | 260   | 258   | 269   | 人口減少により対象児童も減少しているが、実績値には変動がないことから、放課後児童クラブに対するニーズが年々高まっていると考える。 | 各放課後児童クラブに対する補助を実施する中で、監査等により各児童クラブに対し指導を行った。また、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施を行った。 | B    | ○    | 継続   | 共働き家庭やひとり親家庭が増加している中、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 |        |
|                     | 子育て環境整備事業 (H28年度終了)  | 市内の民間企業の育児支援に向けた取り組みを推進します。                             | 終了          | 終了          | 終了          | 0           | 0           | 「岐阜県子育て支援エグゼレント企業」認定事業所致   | -            | 1     | 団体      | R2.3    | 終了    | 終了    | 終了    | 1     | 0   | 終了   | 終了  | 終了   | 終了   | 終了   | 終了  | 終了     | 子育て支援課 |
|                     | ママ・カフェチャリティー支援事業   | 妊娠・子育て中のお父さん、お母さんの情報交換や子育て支援に携わる団体に委託し、各種イベント・講座を開催します。 | 400,000     | 400,000     | 387,160     | 341,880     | -           | 参加者                        | -            | 850   | 人       | 毎年 R2.3 | 630   | 1,360 | 1,190 | 250   | -   | イベントにより偏りはあるが、一定数の参加者がある。  | 子育て中の保護者の情報交換や交流の機会としてイベント・講座を開催していく。   | B    | ○    | 終了   | ママ・カフェの閉店に伴い事業を終了する。来年度より子育て支援センターにおいて各種イベント・講座を開催する。 | 子育て支援課 |        |
| 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。 | 4,936,683   | 3,585,971   | 1,699,060   | 647,002     | -           | 制度の年間申請件数   | -                          | 20           | 件     | 毎年 R2.3 | 28      | 40    | 18    | 11    | -     | 広報、ホームページ、各種イベント等でのPRにより、少しずつ奨励金について周知がされている。 | 移住定住に向けての積極的なPRや申請時に移住者アンケート調査を実施。                               | A   | ○    | 継続   | 令和3年度申請受付までの期限措置。効果検証を行い、制度の期限延長の有無等を検討していく。 | 市民協働課   |        |        |

【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 1 魅力的な暮らしを創造する

| 重点戦略            | 事業名                  | 事業概要   | 実績額 (円) R1 | 実績額 (円) H30 | 実績額 (円) H29 | 実績額 (円) H28 | 実績額 (円) H27 | KPI          | 開始前 KPI値 H26 | KPI値 | 単位 | 目標年月    | 実績値 R1             | 実績値 H30            | 実績値 H29            | 実績値 H28            | 実績値 H27 | 実績値分析  | 得られたノウハウ  | 事業効果 | 事業評価 | 今後の方針    | 今後の方針の理由   | 担当課    |     |
|-----------------|----------------------|--|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|------|----|---------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------|--|---|------|------|----------|--|--------|-----|
| 重点戦略            | 奨学金給付事業              | 教育の機会均等を確保し、優秀な人材を育成するために、大学生・高校生を対象に奨学金を支給します。                      | 16,396,393 | 17,161,200  | 16,730,298  | 15,344,700  | 16,105,420  | 制度の年間申請件数    | 32           | 40   | 件  | 毎年 R2.3 | 36                 | 26                 | 53                 | 47                 | 46      | 毎年、広報でのPRや市内小中学校、東濃管内の高校、短大、大学等にチラシや募集要項を送付していることから、制度の認知が進んだことが昨年度より応募人数の増加の主な要因と考えます。  | 引き続き制度の周知に努める   | B    | ○    | 継続       | 給付型奨学金に対するニーズが高いこと、教育の機会均等と優秀な人材の育成に寄与しているため。  | 教育総務課  |     |
|                 | 幼児園空調設備整備事業（H30年度終了） | 保育室への空調設備の設置を進め、保育環境の快適性を向上します。                                      | 終了         | 7,376,101   | 6,133,940   | 12,611,015  | 17,488,078  | 設置園数         | 5            | 8    | 園  | H31.3   | 終了                 | 8                  | 6                  | 6                  | 5       | 終了   | 終了  | 終了   | 終了   | 終了       | 終了   | 子育て支援課 |     |
| やりがいを持って働くなら瑞浪で | 地場産業等活性化事業（H27年度終了）  | 陶磁器デザイナーなど、様々な業種における高度な技術の取得を目指して新たに人材を雇用する企業を支援します。                 | 終了         | 終了          | 終了          | 終了          | 4,256,441   | 制度による新規雇用者   | -            | 3    | 人  | H28.3   | 終了                 | 終了                 | 終了                 | 終了                 | 3       | 終了   | 終了  | 終了   | 終了   | 終了       | 終了   | 終了     | 商工課 |
|                 | みずなみ焼等販路開拓支援事業       | みずなみ焼等を広く国内外にPRするために、見本市への出展等の販路開拓を支援します。                            | 12,459,119 | 12,958,781  | 13,836,295  | 14,467,455  | 14,094,514  | 参加企業数        | 65           | 70   | 社  | R2.3    | 延べ43社 (国内) 4社 (国外) | 延べ54社 (国内) 5社 (国外) | 延べ72社 (国内) 6社 (国外) | 延べ74社 (国内) 7社 (国外) | 74      | 参加企業は減少傾向にある。これは、見本市等出展は経費負担のほか、人的負担も大きい。人材不足等も影響していると考えられる。   | 販路開拓の成果報告会を開催し、成果の内容を確認した。特に輸出が好調で、事業者は継続出展することで、海外からのバイヤーとの信頼関係が構築できている。   | D    | ○    | 見直し (改善) | 令和2年度より、陶磁器以外の産業にも注力するため、事業名を中小企業販路開拓等支援事業と改め、市内の陶磁器及びその他の業種の販路開拓を支援する。<br>また、過去の実績から事業者の見本市への継続的な出展が取り懸かっているため、販路開拓の目的に合致しているが、国外見本市に照しては、特に事業者が固定化し、長期の補助となっているため、支援を打ち切る。   | 商工課    |     |
|                 | 産業振興センター再整備事業        | 現在の産業技術研究所の一部を地場産業の拠点として再整備し指定管理者制度を導入します。<br>※H29(2017).4.1指定管理制度導入 | 18,336,096 | 19,398,500  | 23,999,596  | 244,211,609 | 6,967,080   | センターでの販売額の増加 | 11,400千円     | 20   | %増 | R2.3    | △ 4                | △ 12               | 20                 | -                  | -       | H29年度の「ちゃわん屋みずなみ」のオープン後、販売額が向上していたが、H30年度以降は伸び悩んでいる。季節ごとに商品を入替するなど、来店者の購買意欲を促進させる工夫を行ったほか、定期的なセールや作陶体験、陶磁器への絵付け体験等のイベントを実施して、販売額・客数を増やす取組を行っているが、リニューアル後、徐々に客数が減少し、開始前KPI値を下回った。 | 販売額増に向けた集客策として、セールやワークショップ等の取り組みに加え、ちゃわん屋みずなみオリジナル商品の開発、陶器まつりへの積極的な参加を行っている。<br>陶器まつりは、市外へもチラシの折込を行っており、遠方からの参加者も増加している。市内の来場者だけでなく、販売額増加の限界があるため、イベントを通して市外からも集客する必要があると考える。 | D    | ○    | 見直し (改善) | 販売額・客数を増加させるため、外貨変更に加え、専門家による内装デザインの見直し及び飲食スペースの検討も行われている。複合的・継続的な取り組みで、集客性を高め、もつくり拠点としての施設活用が期待される。<br>また、陶器まつりの規模をより拡大させることができれば、来場者数の増加につながり、市外へもちゃわん屋みずなみのPRができる。そのためには、市内の陶磁器業者との連携が必須となるため、今後も陶磁器業界の動きを把握し、業者との関係性を密にしていく。 | 商工課    |     |
| 企業誘致・新規事業の創出    | 工業用地等創出事業            | 工業用地に適した用地を調査し、新たな雇用の場の確保を目指す。                                       | 0          | 0           | 0           | 0           | 8,845,200   | 新規工業用地創出件数   | -            | 1    | 件  | R2.3    | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0       | -  | -   | D    | ○    | 見直し (改善) | 釜戸町宿内内の工業用地の整備を継続して行う。工業用地として活用できる民間の工場跡地等の調査を行う。  | 商工課    |     |
|                 | 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。                               | 29,783,773 | 11,216,532  | 19,764,299  | 15,792,181  | 22,258,400  | 支援による立地工場数   | 1            | 3    | 件  | R2.3    | 2                  | 0                  | 1                  | 0                  | 2       | 民間が所有する工場跡地等を活用し、自動車関連企業が新たに2社（AW瑞浪、ダイキャスト東和産業）が操業し、奨励金の交付を行った。  | 民間所有の工場跡地を活用した企業誘致が有効であったため、引き続き、民間所有地や閉校後の学校跡地を活用した企業誘致それらを活用して企業誘致を図っていく。   | B    | ○    | 継続       | 企業誘致における経済活性化と雇用の創出の面で有効であるため、引き続き情報収集等に努める。   | 商工課    |     |

【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 1 魅力的な暮らしを創造する

| 重点戦略     | 事業名   | 事業概要  | 実績額 (円)    |             |            |            |            | KPI                     | 開始前      | KPI値    | 単位   | 目標年月    | 実績値 |         |         |     |   | 実績値分析  | 得られたノウハウ   | 事業効果   | 事業評価 | 今後の方針  | 今後の方針の理由   | 担当課                                       |   |     |
|----------|---|---|------------|-------------|------------|------------|------------|-------------------------|----------|---------|------|---------|-----|---------|---------|-----|---|--|--|--|------|--|--|---|---|-----|
|          |   |   | R1         | H30         | H29        | H28        | H27        |                         | KPI値 H26 | R1      |      |         | H30 | H29     | H28     | H27 |   |  |  |  |      |  |  |   |   |     |
| 重点戦略     | 新たな事業チャレンジ支援事業                                  | 市内において新たな事業を実施する方に対し、必要な経費の一部を補助します。  | 23,089,000 | 14,292,000  | 11,440,000 | 21,183,000 | 12,112,032 | 制度の年間申請件数               | 1        | 10      | 件    | 毎年 R2.3 | 7   | 10      | 7       | 7   | 3   | ホームページ、広報紙、新聞等で周知を継続的に行ってきたこと、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を行ってきたため、創業についての相談は多く、制度周知は効果があった。 | 補助金制度単独での取組みでなく、他の創業支援メニュー（例えば創業支援セミナー、創業後のアフターフォロー等）と組み合わせ、一体とした取組みを行うことで、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。 | B  | ○    | 継続   | 本事業は市内の経済活性化と雇用の促進に有効であるので、今後も継続して実施していく。            | 商工課                                       |   |     |
|          | 雇用確保支援事業  | 高校生の市内企業への就職を促進します。   | 867,384    | 1,110,682   | 995,036    | -          | -          | 制度による雇用者数(累計)           | -        | 10      | 人    | R2.3    | 24  | 14      | -       | -   | -   | 中京高校市内就職者9のうち5人が説明会参加企業へ就職。瑞浪高校市内就職者15のうち12人が説明会参加企業へ就職。両校とも市内企業への就職率が増加している。                    | 市内高校と連携し行うことにより、多くの参加者を見込むことができた。参加申し込みが一定数以上あることから、企業側にも合同企業説明会が有効な事業となっていることが確認できた。                                    | A  | ○    | 継続   | 人口が減少するなか、人材の流出防止のため、今後も企業説明会を開催し市内企業への就職促進と職場定着を図る。 | 商工課                                       |   |     |
|          | プレミアム商品券発行事業(H27年度終了)                           | 市内の消費喚起を促すため、市内の協力店で使用できるプレミアム付き商品券を発行します。                                      | 終了         | 終了          | 終了         | 終了         | 32,402,463 | 消費喚起額                   | -        | 180,000 | 千円   | H28.3   | 終了  | 終了      | 終了      | 終了  | 180,000   | 終了   | 終了   | 終了   | 終了   | 終了   | 終了   | 終了  | 商工課   |     |
|          | 建設券発行事業   | 市内の消費喚起を促すため、住宅の改修等の際、市内の協力店で使用できるプレミアム付き建設券を発行します。                             | -          | 17,427,525  | 17,332,992 | -          | 32,402,463 | 経済効果額(推計)               | -        | 330,000 | 千円   | H31.3   | 未実施 | 360,904 | 411,729 | 未実施 | 547,432   | -  | -  | -  | -    | -  | -  | 見直し(改善)                                   | 建設に関する需要を喚起し、市内経済の活性化に資する事業である。(経済状況をしながら実施を検討する) | 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。(新たな事業チャレンジ支援事業含む) | 23,683,900 | 14,787,000  | 12,115,840 | 21,585,248 | -          | 創業支援対象者年間相談件数<br>年間創業者数 | -<br>12  | 80<br>件 | 件    | 毎年 R2.3 | 12  | 82      | 85      | 55  | 10  | -  | 創業支援事業計画が4年目であり、ホームページ、広報紙、新聞等で周知を継続的に行ってきたこと、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を行ってきた効果により、相談件数、創業者数共に目標を達成することができた。      | チャレンジ補助金、創業支援セミナー、金融機関の融資等、それぞれ単独での創業者への支援の取組みでなく、それぞれの支援メニューと組み合わせ、一体とした取組みを行うことで、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。 | A    | ○  | 継続   | 本事業は市内の経済活性化と雇用の促進に有効であるので、今後も継続して実施していく。 | 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。      | 34,483,039  | 14,146,664 | 142,373,877 | -          | -          | 社会人口増減     | -                       | △195     | 人       | R2.3 | △172    | △14 | △181    | -       | -   | 民間が所有する工場跡地等に自動車関連企業が新たに2社（エイダリア瑞浪、ダイキヤト東和産業）が市内で操業し、昨年度、増設により従業員を増員し、雇用された従業員が市内に居住したため、目標を達成することができた。 | 学校跡地の活用や、民間所有の工場跡地を活用した企業誘致が有用であったため、釜戸町管内の工業用地の整備を進めつつ、今後も学校跡地や民間所有地を活用した企業誘致を行っていく。            | A  | ○  | 継続   | 釜戸町管内の工業用地の整備を継続して行う。旧陶小学校跡地利用の検討を進める。                             | 商工課  |   |   |     |
| 農林業・畜産業  | 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。 | 392,336   | 335,450    | 315,400     | 2,299,800  | 2,345,000  | 直売所出荷者数    | 97                      | 100      | 人       | R2.3 | 98      | 90  | 95      | 95      | 97  | 出荷者は98人、売上高は5,367万円となり、どちらも目標値を上回った。これは、定期的に野菜づくり塾を実施し、出荷者の育成を行ったことが要因であると考えられる。                        | 農産物等直売所へのお客数及び出荷量の増加を図るためには、引き続き、出荷者の生産技術の向上に努め、新規出荷者を育成していくことが必要である。                            | B  | ○  | 継続   | 野菜づくり塾等の実施により、出荷者数も売上高も増加している。今後も引き続き、新規出荷者の育成と出荷者の生産技術向上に努めていきたい。 | 農林課  |   |   |     |

【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 1 魅力的な暮らしを創造する

| 重点戦略 | 事業名                     | 事業概要   | 実績額 (円) R1 | 実績額 (円) H30 | 実績額 (円) H29 | 実績額 (円) H28 | 実績額 (円) H27 | KPI                           | 開始前 KPI値 H26 | KPI値 | 単位 | 目標 年月 | 実績値 R1 | 実績値 H30 | 実績値 H29 | 実績値 H28 | 実績値 H27 | 実績値分析  | 得られたノウハウ  | 事業効果 | 事業評価 | 今後の方針 | 今後の方針の理由   | 担当課 |     |
|------|-------------------------|--|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------------------------|--------------|------|----|-------|--------|---------|---------|---------|---------|--|---|------|------|-------|--|-----|-----|
| （援）  | 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。  | 3,067,156  | 8,467,277   | 6,869,595   | 6,654,924   | 10,885,970  | 有害鳥獣被害額                       | 29.5%増       | 50   | %減 | R2.3  | 55.2%減 | 14.2%減  | 66.6%減  | 94.5%減  | 17.5%増  | 実績額は豚熱の影響があり、捕獲が行えない期間があったため、減少した。被害額は、ICTの使用や防護柵の設置、豚熱による生息数の減少により低減したと思われる。                                    | ICT使用により、ワナを見回すスケジュールの効率化を促している。高齢化した猟師の負担を軽減でき、ワナの効率的な設置等、捕獲意欲の向上に繋がっている。引き続き、鳥獣捕獲実施者との被害箇所への同行を行い、精度の高い捕獲が出来るよう努める。 | A    | ○    | 継続    | 機器は、鳥獣捕獲実施者からも作業の負担軽減、効率化、捕獲意欲の向上にも繋がるなどの意見を頂いている。捕獲と併せて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。   | 農林課 |     |
|      | 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、農地の集約を行うことにより、耕作放棄地の削減に努めます。  | 646,072    | 648,102     | 7,499,734   | 942,221     | 2,980,163   | 農地の集積率                        | 14.2         | 50   | %  | R2.3  | 34.7%  | 33.5%   | 21.0%   | 18.9%   | 17.3%   | 農地の集積率は増加したが、増加率は低かった。現在の大規模担い手では新たに多くの農地を集積することが困難であることが考えられる。  | 集積率を大幅に向上させるためには、圃場整備を実施した後に条件の良いまとまった農地を集約すること、大規模の担い手を育成することなどが必要である。   | C    | ○    | 継続    | 本制度の担い手の認知度は向上しており、農地の集約も進んでいる。今後も事業を継続することで、担い手への制度活用を推進していく。また、圃場整備後の農地の集約や大規模担い手の育成にも努めていく。   | 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により、特産品のPRを推進します。                                     | 968,501    | 968,457     | 924,753     | 953,893     | 4,659,031   | 協力事業所数                        | 22           | 32   | 店舗 | R2.3  | 33     | 33      | 10      | 8       | 19      | 令和元年度はJR主催のウォーキングイベントと合わせて瑞浪ポークまつりを行い、前年度を上回る13店舗が参加した。また、市内に30店舗以上のポーク取扱店があり、パンフレットに掲載することで、本市特産物として市内外にPRしている。 | これまで食材としてポークを使ったことがない店舗が、イベント出店のために初めて使用することにつながっており、イベントの実施が、飲食店のポークへの理解や流通拡大にも結びついている。                              | A    | ○    | 発展    | 令和元年度から瑞浪ポークまつりをJRのウォーキングイベントと同日開催している。JRとコラボすることにより、市外からの参加者を募ることができ、広範囲にポークのPRにつながる事ができた。今後もJRのイベントと合わせて企画し、市内の取扱店の増加及び更なるPRにつなげていく。 | 商工課 |     |
|      | 瑞浪特産品販売事業 (H27年度終了)     | 大手ショッピングサイトを活用し、瑞浪ポークの消費喚起につなげます。  | 終了         | 終了          | 終了          | 終了          | 690,951     | 消費喚起額                         | -            | 350  | 万円 | H28.3 | 終了     | 終了      | 終了      | 終了      | 132.2   | 終了   | 終了  | 終了   | 終了   | 終了    | 終了   | 終了  | 農林課 |
|      | 瑞浪ポーク販路拡大支援事業 (H27年度終了) | 東京、名古屋等の大都市圏で創業する瑞浪ポーク専門店飲食店を支援するとともに、本市の情報発信スペースを設け、瑞浪ポークの大都市圏での知名度アップと本市の移住定住施策、観光情報等のPRを行います。 | 終了         | 終了          | 終了          | 終了          | 4,333,237   | 大都市圏での専門店設置件数・大都市圏からの移住定住相談件数 | -            | 2    | 店舗 | H28.3 | 終了     | 終了      | 終了      | 終了      | 2       | 5  | 終了  | 終了   | 終了   | 終了    | 終了   | 終了  | 農林課 |

【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            | 事業名   | 事業概要   | 実績額(円) R1  | 実績額(円) H30    | 実績額(円) H29  | 実績額(円) H28  | 実績額(円) H27  | KPI                                 | 開始前 KPI値 H26 | KPI値  | 単位   | 目標年月   | 実績値 R1 | 実績値 H30 | 実績値 H29 | 実績値 H28 | 実績値 H27 | 実績値分析  | 得られたノウハウ   | 事業効果                               | 事業評価 | 今後の方針 | 今後の方針の理由  | 担当課                                  |     |
|-----------------|---|--|------------|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------------------------------|--------------|-------|------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|--|--|------------------------------------|------|-------|---|--------------------------------------|-----|
| 満ち足りた暮らしを環境の整備  | 瑞浪市生物多様性保全事業（H28年度終了）                                 | 環境保全のため、地域住民との協働により、黒の田湿地の保全活動及び生物調査を行います。   | 終了         | 終了            | 終了          | 52,360      | 3,240,000   | 湿地保全地区数                             | -            | 1     | 地区   | H29.3  | 終了     | 終了      | 終了      | 1       | 1       | 終了   | 終了   | 終了                                 | 終了   | 終了    | 終了  | 環境課                                  |     |
|                 | 新エネルギー利用推進事業（H30年度終了）                                 | 新エネルギーの利用を促進するため、太陽光発電システム設置費の一部を補助します。また、新エネルギーの導入支援について検討します。  | 終了         | 6,016,000     | 4,389,000   | 6,255,000   | 10,420,000  | 太陽光システム設置件数                         | 584          | 1,100 | 件    | H31.3  | 終了     | 802     | 758     | 720     | 666     | 終了   | 終了   | 終了                                 | 終了   | 終了    | 終了  | 環境課                                  |     |
|                 | エネルギー利用最適化事業（H31年度開始）                                 | 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、家庭用燃料電池等の設置費の一部を補助します。   | 3,152,000  | -             | -           | -           | -           | 年間補助件数                              | -            | 56    | 件    | R2.3   | 36     | -       | -       | -       | -       | -  | 太陽光発電システムの普及や災害時における電力確保ができるため、蓄電システムについては一定の効果が見られた。  | 蓄電システムにより自家消費の拡大及び災害時における電力確保ができる。 | C    | ○     | 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   | 下水処理区域外、農業集落排水区域外の住民に対する負担を軽減するため、合併処理浄化槽設置者に費用の一部を補助します。  | 34,032,000 | 27,038,640    | 54,335,900  | 52,204,950  | 72,746,820  | 設置補助件数                              | 1,485        | 1,800 | 件    | R2.3   | 1,749  | 1,709   | 1,676   | 1,623   | 1,561   | 平成25年度から実施している上乗せ補助の効果により、目標の1,800基に対して1,749基まで到達した。   | 一般家庭向けの合併浄化槽に対し、上乗せ補助を継続し、PRに努めることで、水洗化を促進する。  | B                                  | ○    | 継続    | 快適な生活、河川の水質保全のため合併処理浄化槽の設置を推進する。  | 上下水道課                                |     |
| 優良住宅地開発支援事業（再掲） | 民間事業者による、太陽光などの地産地消型再生可能エネルギーの活用を目的とした優良住宅地の開発を支援します。 | 0  | 0          | 0             | 0           | 0           | 優良宅地数の増加    | -                                   | 300          | 戸     | R2.3 | 0      | 0      | 0       | 0       | 0       | 0       | 民間事業者より実施に向け現在調整中。   | -  | D                                  | ○    | 継続    | 令和元年度未実施。継続検討。  | 市民協働課                                |     |
| 学習環境の充実         | 瑞浪北中学校施設整備事業（H30年度終了）                                 | スーパーエコスクールとして、高断熱化や自然光の有効利用、自然換気などによる省エネと再生可能エネルギー設備による創エネを組み合わせ、ゼロエネルギー化を目指した学校を建設します。  | 終了         | 3,091,772,061 | 563,531,930 | 528,564,679 | 315,673,629 | スーパーエコスクールの設置                       | -            | 1     | 件    | H31.3  | 終了     | 1       | 0       | 0       | 0       | 0  | 終了   | 終了                                 | 終了   | 終了    | 終了  | 教育総務課                                |     |
|                 | 児童生徒学業支援員派遣事業   | LD（学習障害）、ADHD（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。   | 29,587,050 | 27,769,900    | 25,272,780  | 24,310,370  | 24,362,400  | 落ちこぼれ授業が受けられている生徒の割合現状維持（H29(2017)） | 84.6         | 91.7  | %    | 毎年R2.3 | 85.0   | 91.7    | 91.7    | 87.5    | 84.6    | 配置された学業支援員が、児童生徒の実態に応じた支援を行うことで、担任は学級全体の授業を円滑に進めることができる。小学生の実績値は上がっているが、中学生では減少したため、全体では減少した。                          | 学業支援員が、児童生徒の困り感に応じた支援を行うことで、落ちこぼれ授業に参加することが出来る。中学生になると生徒の個性によっては専門的な知識や対応が必要なケースがある。                       | B                                  | ○    | 継続    | 学業支援員の配置は、多様な支援を必要とする児童生徒が落ちこぼれた学校生活を送ることができただけでなく、全ての児童生徒が落ちこぼれ授業に参加できることに繋がるため、今後も適正配置を行っていく。   | 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。   | 875,750    | 888,240       | 861,880     | 822,360     | 886,600     | 「学級生活不満足群」以外の生徒数の割合                 | -            | 86.0  | %    | R2.3   | 84.0   | 85.9    | -       | -       | -       | 昨年よりは下がったが、8割を超える生徒が、所属する学級に対して居心地のよさを感じ、学校生活を意欲的に行っていると考えられる。   | Q Uアンケートによって得られた客観的なデータをもとに、個別の面談を行い、学級経営の方針を見直すことで、生徒にとって居心地のいい居場所づくりを実現できる。                              | B                                  | ○    | 継続    | 発見しにくい、しめ等の早期発見・対応、未然の防止を進めるためには、Q Uアンケートを活用し、生徒の人間関係の把握をより丁寧に行っていく必要がある。   | 学校教育課                                |     |
| 安心して暮らすなら瑞浪で    | 防災・減災体制づくり  | 南海トラフ巨大地震、ゲリラ豪雨に伴う洪水や土砂災害等の深刻な防災情報を各家庭に確実に伝達するために、新型防災ラジオシステムを整備し、各家庭に貸与します。   | 10,197,990 | 8,786,880     | 8,786,880   | 8,921,880   | 296,784,000 | 事業対象世帯                              | -            | 100   | %    | R2.3   | 88.2   | 87.9    | 87.4    | 85.6    | 82.3    | 自治会加入者には導入時に貸与を完了しているため、転入者、自治会未加入者、事業所が対象となり、貸与率は微増であった。  | 増加分の大半は、市民課窓口で直接案内している転入者となっている。貸与率を上げるためには、自治会未加入世帯、事業所への周知を強化する必要がある。                                    | B                                  | ○    | 継続    | 継続的に広報紙やチラシによりラジオの貸与について周知する。また、商工会議所に依頼し、事業所への周知を拡大する。   | 生活安全課                                |     |
|                 | 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発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。 | 609,733    | 317,020       | 534,854     | 327,399     | 488,515     | 防災訓練実施率（実施回数÷自治会）                   | -            | 100   | %    | R2.3   | 100    | 81.3    | 80.4    | 85.0    | -       | 前年度実施したほとんどの自治会で訓練が行われているが、未実施の自治会があることが課題。令和元年度は、総合防災訓練を4年振りに行い、全自治会に避難訓練を依頼した。また、新たにニューに加えた「災害・避難カード作成講習」を4自治会で実施した。 | 未実施の自治会へ積極的に訓練実施を呼びかける必要がある。また、継続的に訓練実施できるようなメニューの追加・改良など必要である。みずなみ防災会との連携を深めることで、市と自治会とのパイプ役としての役割を担って頂く。 | B                                  | ○    | 継続    | 区長会等で訓練の実施について周知するとともに、未実施の自治会に対して、訓練実施を強く呼びかける。令和元年度に訓練メニューに加えた「災害・避難カード作成講習」を令和2年度以降、全自治会で開催する。また、訓練指導を行う「みずなみ防災会」の活動が活発・効果的なものとなるよう、同会が実施する防災活動等を支援する。 | 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 2 快適な暮らしを実感する

| 重点戦略       | 事業名        | 事業概要   | 実績額 (円) R1 | 実績額 (円) H30 | 実績額 (円) H29 | 実績額 (円) H28 | 実績額 (円) H27 | KPI                | 開始前 KPI値 H26 | KPI値  | 単位 | 目標年月    | 実績値 R1 | 実績値 H30 | 実績値 H29 | 実績値 H28 | 実績値 H27 | 実績値分析   | 得られたノウハウ  | 事業効果 | 事業評価 | 今後の方針   | 今後の方針の理由  | 担当課   |
|------------|------------|--|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------------|--------------|-------|----|---------|--------|---------|---------|---------|---------|---|---|------|------|---------|---|-------|
| 地域防災活動支援事業 | 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。                          | 967,092    | 864,445     | 1,131,680   | 883,323     | 831,663     | 防災リーダー、防災士養成数      | 123          | 220   | 人  | R2.3    | 228    | 199     | 184     | 156     | 142     | 昨年度得られたノウハウを基に、消防団への受講依頼をかけた。また、各地区区長会等への周知や、防災訓練時等に受講依頼をし、昨年度比14名増となった。  | 受講者の拡大を図るためには、消防団等の各種団体、学生などに対して受講を依頼する必要がある。市内全域での防災士数の増加が望まれるため、各地区からの推薦を基に受講して頂けるよう依頼する。 | A    | ○    | 継続      | 防災リーダー養成講座を実施し、地域防災を担う人材を育成する。また、講座の開催にあたっては、消防団等の各種団体に依頼するなど受講者の拡大を図る。                     | 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。   | 2,540,020  | 1,315,440   | 618,840     | 2,058,480   | 1,863,280   | 耐震診断年間件数           | 43           | 50    | 件  | 毎年 R2.3 | 22     | 26      | 11      | 42      | 37      | 耐震診断実績件数は、耐震診断PR事業の強化により、昨年度実績は増加したものと考える。  | 耐震診断PR事業により、市内建築物の地震等災害に対する危険度の明確化に貢献することができた。今後も事業を継続し、更なる安全なまちづくりに貢献する。                   | D    | ○    | 継続      | 安全なまちづくりのために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。  | 4,400,000  | 1,100,000   | 2,940,000   | 2,761,000   | 3,866,000   | 制度による耐震補強工事年間件数    | 10           | 5     | 件  | 毎年 R2.3 | 4      | 1       | 3       | 3       | 3       | 日常生活において耐震補強工事は安易に取り組めるものではないが、今後は広報活動の強化などにより耐震対策を促進させる。   | ダイレクトメールなどを活用し、さらなる広報を行う。   | D    | ○    | 継続      | 耐震工事により安全なまちづくりに寄与する。   | 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           | 0           | 0           | 0           | 消防団員充足率            | 94.3         | 98.3  | %  | R2.3    | 86.2   | 86.0    | 88.2    | 89.9    | 91.1    | 消防団事業や各分団において団員募集を行っているが、若年層の減少や就業地が遠方等の事情により、実績値が下降傾向である。  | 消防団員アンケート等により消防団の活性化や見直しを行い、伝統を重んじながらも魅力ある消防団にしていける必要がある。                                   | D    | ○    | 見直し(改善) | 消防団は地域防災の要であることから、各種消防団事業や成人式等の行事で団員募集を行い、女性や学生を含む入団促進に取組み、充足率の向上を図る。                       | 警防課   |
|            | 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           | 0           | 0           | 0           | 救急救命講習年間受講者数 現状維持  | 2,383        | 2,383 | 人  | 毎年 R2.3 | 2,096  | 2,156   | 2,288   | 1,924   | 3,130   | 令和元年度は平成30年度の業務を継続実施した。学生にターゲットを当て取り組んだが、スケジュール等が合わず実施できなかった。   | 依頼による講習だけでなく、計画的に受講できるような体制を構築し、多くの方に受講していただけるよう企業や自治会等にPRしていく。                             | D    | ○    | 見直し(改善) | 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、応急手当の普及を見直し取り組む。  | 警防課   |
| 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。  | 669,431    | 520,199     | 630,509     | 501,761     | 645,823     | 青色防犯パトロール実施地域 現状維持 | 8            | 8     | 地区 | R2.3    | 8      | 8       | 8       | 8       | 8       | 青色防犯パトロールの講習会を3地区で開催し、127名受講した。また、市内8地区で延べ425回のパトロールが実施された。前年度に比べ、パトロール回数は70回減少したが、要因は、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、2月・3月の活動を中止にした地区があること、パトロール実施者の高齢化にあると考えられる。 | 継続的にパトロールが実施されるためにも、参加率の低い若年層への呼びかけが必要である。  | A    | ○    | 継続      | 市民や防犯推進の会による青色防犯パトロールなどの防犯活動を継続的に支援する。また、若年層の加入拡大のため、広報紙への掲載や、各施設へのインレット配布などの防犯活動の周知を行っている。 | 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、順次LED化します。   | 6,586,250  | 11,792,520  | 30,974,292  | 35,353,800  | 32,914,620  | LED防犯灯設置割合         | 49.0         | 100   | %  | H31.3   | 100    | 100     | 89.6    | 78.8    | 64.3    | 市の防犯灯リストに登録のある防犯灯は平成30年度でLED化率100%となっている。   | 地域の意向を踏まえた上で、設置箇所の変更や撤去等も含めた代替方法を提示する必要がある。   | A    | ○    | 見直し(改善) | 市の防犯灯リストに登録のある防犯灯のLED化率が100%となったことから、令和3年度からは、自治会からのLED防犯灯新規設置要望に対しては補助制度を導入する。             | 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)   | 実績額 (円)    | 実績額 (円)    | 実績額 (円)    | 実績額 (円)    | KPI          | 開始前      | KPI値  | 単位 | 目標年月    | 実績値   | 実績値   | 実績値   | 実績値   | 実績値   | 実績値分析   | 得られたノウハウ  | 事業効果 | 事業評価 | 今後の方針 | 今後の方針の理由   | 担当課    |
|------------------|------|-----------------------------------|--|-----------|------------|------------|------------|------------|--------------|----------|-------|----|---------|-------|-------|-------|-------|-------|---|---|------|------|-------|--|--------|
|                  |      |                                   |  | R1        | H30        | H29        | H28        | H27        |              | KPI値 H26 | R1    |    |         | H30   | H29   | H28   | H27   |       |   |   |      |      |       |  |        |
| 生きがいをもつて暮らすなら瑞浪で | 生活支援 | リフト付き福祉タクシー利用助成事業                 | 在宅で寝たきり状態の高齢者等が外出時に、気軽に利用できる移動サービスとして、リフト付き福祉タクシーを利用した際に乗車運賃の1/2を助成します。（上限3,000円）  | 11,200    | 20,200     | 17,400     | 24,070     | 18,260     | 制度の年間利用回数    | 22       | 20    | 回  | 毎年 R2.3 | 4     | 7     | 8     | 17    | 16    | 新規利用の登録者が1名あったが、全体の登録者も減少しており、利用回数も減少している。  | 在宅で寝たきり高齢者等の外出を支援することができる。  | D    | ○    | 継続    | 在宅療養が重視されており、寝たきり状態の高齢者等が受診等の外出支援を継続して提供する必要があります。                                     | 高齢福祉課  |
|                  |      | 三世代同居・近居世帯定住奨励金交付事業（再掲）           | 三世代同居または近居を始め世帯に対し、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。  | 4,936,683 | 3,585,971  | 1,699,060  | 647,002    | -          | 制度の年間申請件数    | -        | 20    | 件  | 毎年 R2.3 | 28    | 40    | 18    | 11    | -     | 広報、ホームページ、各種イベント等でのPRにより、少しずつ奨励金について周知がされてきたため。   | 移住定住に向けての積極的なPRや申請時に移住者へアンケート調査を実施。   | A    | ○    | 継続    | 令和3年度申請受付までの期限措置。効果検証を行い、制度の期限延長の有無等を検討していく。   | 市民協働課  |
|                  |      | 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、傾聴、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。 | 737,273   | 517,747    | 298,916    | -          | -          | ささエール会員登録者数  | -        | 80    | 人  | R2.3    | 35    | 32    | 28    | -     | 検討    | 会員資格を得るための指定講座の参加者は一定数あるが、登録者数をさらに増やし、支え手を増やす必要がある。   | 自身の介護予防に加え、ポイント付与により、やりがいをもって会員が活動できる。会員の都合やできる活動内容等により、無理なく活動ができる。                                 | C    | ○    | 継続    | 支え手自身の介護予防を図り、地域の支えあい活動の活性化と高齢者への支援活動を推進し、将来の住民主体サービスにつなげる基盤を構築するため。                   | 高齢福祉課  |
| 疾病・介護予防の強化       | 生活支援 | みずなみ健康2.1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30歳代健康診査を実施します。  | 2,714,203 | 3,157,498  | 2,742,026  | 889,719    | 3,696,183  | 30歳代健康診査受診者数 | 232      | 360   | 人  | R2.3    | 259   | 275   | 287   | 306   | 272   | 若年世代の介護認定率は増加している。健康診査受診者に生活習慣病発症予防の取り組みが重要であることが周知できているので、受診者数を増加させることが必要。   | 定期的に健康診等で自身の健康をチェックし、生活習慣を改善の重要性を伝えることなどで健康診査受診者は増えている。   | B    | ○    | 継続    | 継続実施により生活習慣病発症予防に努めていく。  | 健康づくり課 |
|                  |      | 健康診査事業（H30年度終了）                   | 健康増進法に基づくがん検診と歯周病・（30歳代健康診時）ピロリ菌検査等の検診を含む健康診査事業全般。その内、若い世代の子富頭がん検診の受診を促すため、25歳・30歳・35歳に無料クーポン券を配布します。                            | 終了        | 32,998,863 | 34,868,590 | 32,741,956 | 38,053,494 | クーポン券利用率     | 21.6     | 30    | %  | R2.3    | 終了    | 19.6  | 24.2  | 21.0  | 21.2  | 終了  | 終了  | 終了   | 終了   | 終了    | 終了   | 健康づくり課 |
|                  |      | 早期生活習慣病予防事業（H30～みずなみ健康2.1推進事業に統合） | 若い世代に対して生活習慣病予防、検診を実施することは、生活改善及び健康の意識づけの両面から効果が得られやすいため、30歳代の市民に対して健康診査を実施します。  | -         | -          | 1,264,838  | 1,745,007  | 1,412,637  | 継続受診率        | 45.2     | 50    | %  | R2.3    | -     | -     | 48.1  | 42.8  | 43.6  | -   | -   | -    | -    | -     | -  | 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。  | 7,500,000 | 4,200,000  | 1,800,000  | 4,919,000  | 10,000,000 | 医師確保数        | 0        | 5     | 人  | R2.3    | 0     | 0     | 0     | 0     | 1     | ここ3年間は新規の被奨学生はあったが、被奨学生いない年度もあり、また医師確保には至っていない。   | 奨学金による医師確保は、長い時間を要するが、医師を確保するためのひとつの手段として継続する必要がある。   | C    | ○    | 継続    | 奨学金制度で継続支援することにより、地域に就任する医師を確保する。  | 健康づくり課 |
|                  |      | 認知症サポーター等養成事業                     | 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、出来る範囲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。  | 99,453    | 100,350    | 102,280    | 97,880     | 98,700     | 認知症リポーター登録人数 | 2,475    | 4,200 | 人  | R2.3    | 4,385 | 4,025 | 3,754 | 3,287 | 2,918 | 令和元年度は360人のサポーターを養成した。小中学校、高校、大学の教育機関での実施に加え、民間企業、市役所職員に対し講座を開催した。  | 高校、大学に対しては、域学連携事業を活用し、小中学校では総合授業において、認知症をはじめ、高齢者福祉について啓発できた。  | A    | ○    | 継続    | 認知症者に接客する企業に加え、これからの高齢社会を支えていく若者に対する、認知症の理解を得ていく必要があるため。                               | 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。  | 4,826,281 | 7,520,955  | 8,524,170  | 9,131,112  | 5,856,792  | 介護予防教室参加者数   | 5,000    | 6,000 | 人  | 毎年 R2.3 | 2,631 | 4,923 | 5,569 | 6,037 | 5,560 | 新規事業として、介護の前段階であるフレイルを早期発見・予防する教室を開催した。包括支援を直営から委託にしたことや、実情にあわせて開催手法を変更したため、前年度より実績値が減少している。10月から地域包括支援センターを市内2カ所に設置し、各地区に合わせた教室を開催できるよう情報交換を行った。 | 長寿クラブや自主グループ等の既存団体および介護予防教室事業への参加者が減少している背景に、地域サロンや民間施設との参加導入、通いの場の多様化により、高齢者が自ら活動の場に参加する機会が増えつつある。 | C    | ○    | 継続    | 高齢者自身が、健康寿命の延伸を目指すために、心身機能の維持・向上と社会参加等の生きがいづくりを目的とした介護予防活動を継続できるように、地域包括支援センターと連携して行う。 | 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)                    | 実績額 (円)                    | 実績額 (円)                    | 実績額 (円)                            | 実績額 (円)    | KPI                 | 開始前    | KPI値   | 単位 | 目標     | 実績値    | 実績値    | 実績値    | 実績値    | 実績値   | 実績値分析  | 得られたノウハウ   | 事業効果 | 事業評価 | 今後の | 今後の   | 担当課   |
|------|----------|--------------|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------------|------------|---------------------|--------|--------|----|--------|--------|--------|--------|--------|---|--|--|------|------|-----|---|-------|
|      |          |              |   | R1                         | H30                        | H29                        | H28                                | H27        |                     | KPI値   | 年月     |    |        | R1     | H30    | H29    | H28    | H27   |  |  |      |      |     |   |       |
| 高齢者  | 福祉       | 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、交流を図ることによって、生きがいを感じ、要介護支援者とならないように介護予防を行います。 | 17,157,000                 | 17,126,000                 | 17,126,000                 | 17,126,000                         | 16,820,000 | サービス年間利用者数          | 2,686  | 3,340  | 人  | R2.3   | 2,668  | 2,985  | 3,120  | 3,220  | 3,024   | 比較的高い年齢層の方の利用が多いため、介護保険サービスへの移行する方も多く、年々減少傾向にある。閉じこもりがちな高齢者を早い段階でサービスの利用につなげ、できるだけ住み慣れた地域で生活が続けられるよう地域及び関係機関等との連携が必要である。   | 閉じこもりがちな高齢者に対し、入浴サービス等の自立支援に有効なサービスの利用を促す。利用が必要な高齢者の利用につなげるためには、関係機関と連携が必要である。   | D    | ○    | 継続  | 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社会参加を図ることで、孤立感の解消、要介護支援状態となることの予防につながる。  | 高齢福祉課 |
|      |          | 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。  | 2,800,000                  | 2,800,000                  | 2,500,000                  | 2,110,000                          | 2,300,000  | 制度による年間補助件数<br>現状維持 | 2      | 2      | 件  | R2.3   | 2      | 2      | 2      | 2      | 2   | 宅老所へ定期的に通ったことにより、家に閉じこもりがちな高齢者の社会的孤立感の解消及び要介護状態になることの予防につながった。   | 地域・家族・行政が連携を図り、閉じこもりがちな高齢者を宅老所への通所につなぐことで、外出機会ができた社会的孤立感の解消につながる。  | A    | ○    | 継続  | 宅老所に通うことにより、家に閉じこもりがちな高齢者の社会的孤立感の解消、自立生活の助長及び要介護状態になることの予防となっているため。   | 高齢福祉課 |
|      | 公共       | 地域公共交通対策事業   | 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。  | 7,526,849<br>(デマンド交通運行委託料) | 7,975,176<br>(デマンド交通運行委託料) | 6,106,536<br>(デマンド交通運行委託料) | 3,144,470<br>(H29.10からデマンド交通運行委託料) | 208,000    | デマンド交通年間利用者数        | 213    | 3,000  | 人  | R2.3   | 2,535  | 3,072  | 1,944  | 202    | 103 (コミバスH28.9まで)<br>647 (デマンド交通H28.10~H29.3) | デマンド交通年間利用者数は、平成29年度が1,944人、平成30年度が3,072人と増加傾向にあったが、令和元年度は2,535人となり、減少に転じた。稼働率及び乗合人数も昨年度を下回り、利用者の固定化や新規登録者数の伸び悩みが課題となっている。 | デマンド交通の認知度を向上させるため、制度周知に努め、新規利用者の開拓を図る必要がある。また、平成30年1月より観光客も利用できる運用を行ったところ、利用者数は順調に推移しており、観光客の移動ニーズを満たすとともに稼働率及び乗合人数の向上も期待できるため、今後も促進していく。 | B    | ○    | 継続  | コミュニティバス、デマンド交通、民間バス、タクシーなどを組み合わせながら、効率的な公共交通の運用を図っていくため、事業継続は必須である。また、生活の足としてだけでなく、観光客の移動ニーズを満たすサービスとしても期待される。 | 商工課   |
| 環境   | 公共交通システム | 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。               | 40,574,526                 | 40,347,095                 | 40,508,241                 | 38,847,221                         | 37,610,117 | コミバス年間利用者数          | 96,781 | 80,000 | 人  | 毎年R2.3 | 77,825 | 77,399 | 75,740 | 84,416 | 91,723  | 中学校統合によりスクールバスが導入されたため、通学対応便が廃止となった路線については利用者が減少した。一方で、高校生の通学のために延伸した路線についてはニーズを上手く捉え、利用者数を大幅に伸ばすことができたため、全体の利用者数は増加した。    | 移動ニーズの把握に努め、コミュニティバス（及びデマンド交通）の利用促進を継続的に行うと同時に、民間バス、タクシーなども組み合わせ、効率的で利用しやすい公共交通施策を進める必要がある。  | B    | ○    | 継続  | 交通弱者の足の確保及び小学生の通学手段として、公共交通は必要不可欠なサービスであり、事業継続は必須である。   | 商工課   |

【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 4 協働の夢づくり

| 重点戦略     | 事業名                            | 事業概要  | 実績額 (円)    |            |            |            |             | KPI           | 開始前 KPI値 H26 | KPI値 | 単位 | 目標年月   | 実績値  |      |      |      |      | 実績値分析   | 得られたノウハウ   | 事業効果 | 事業評価 | 今後の方針   | 今後の方針の理由  | 担当課   |
|----------|--------------------------------|---|------------|------------|------------|------------|-------------|---------------|--------------|------|----|--------|------|------|------|------|------|---|--|------|------|---------|---|-------|
|          |                                |   | R1         | H30        | H29        | H28        | H27         |               |              |      |    |        | R1   | H30  | H29  | H28  | H27  |   |  |      |      |         |   |       |
| まちづくりの推進 | 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。                        | 216,880    | 177,973    | 377,365    | 233,348    | 505,443     | 条例の認知度        | -            | 80   | %  | R2.3   | 17.5 | 20.1 | 22.1 | 27.1 | 21.8 | 広報みずなみや市ホームページに掲載するほか、小学6年生にパンフレットを配布するなどPRを行っているが、なかなか認知度があがってこない。   | 自治体広報におけるメイン媒体である広報みずなみでの周知が最も高いことが判った。  | C    | ○    | 継続      | 市民が協力してまちづくりを進めることが、地方創生につながるため。  | 市民協働課 |
|          | まち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、まちづくり地域交付金を交付します。                           | 12,397,802 | 13,023,384 | 10,796,662 | 12,815,790 | 9,891,145   | 制度の年間申請件数現状維持 | 8            | 8    | 地区 | 毎年R2.3 | 8    | 8    | 8    | 8    | 8    | 市内8地区のまちづくり推進組織が、活性化や地区の課題解消に向けた活動に取り組むことができている。  | 各地区に、地区ごとの課題を認識させることで、まちづくり活動における交付金事業が定着化されている。   | A    | ○    | 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。   | 市民協働課 |
|          | まちづくりチャレンジ研究室事業                | 各地区のまちづくり推進組織や市への事業提案を促すため、市内各研究チームを設置し、若者のまちづくりへの参加を促進します。                                   | 26,750     | 151,076    | 418,188    | 425,652    | 176,861     | 若者の参加者数       | -            | 20   | 人  | R2.3   | 0    | 0    | 18   | 24   | 13   | 市のまちづくり活動への支援が浸透し、市内の高校や大学が主体的に取り組むようになった。  | 研究員の募集は、学校等と連携することで、効率上がる。一方で、既に就職している若者の取り込みには課題が残った。   | C    | ○    | 終了      | 包括連携協定を締結した大学等が、まちづくり活動へ主体的に取り組むための交付金制度が新たに整備されたため。                        | 市民協働課 |
|          | まち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す。                                | 843,791    | 779,996    | 987,442    | 674,894    | 625,825     | 制度の年間申請件数     | -            | 5    | 件  | 毎年R2.3 | 5    | 6    | 5    | 5    | 5    | 本事業の認知も高まり、申請団体数が増加した。市民活動がより活発になってきたことがうかがえる。  | 広報みずなみを活用し、補助事業をPRするなど、更に市民活動の活性化を支援する。  | A    | ○    | 継続      | 市民活動の活性化は地方創生に効果があるため。  | 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。                                   | 1,003,920  | 1,031,280  | 1,045,300  | 1,074,840  | 1,065,910   | 対象市民          | -            | 100  | %  | 毎年R2.3 | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 安心して地域活動（自治会活動やまちづくり活動などの地域における活動）を行える環境を整備するために、今後も継続して事業を行う必要がある。   | 継続的に制度を周知することで、安心して地域活動等に取り組んでもらうことができる。   | A    | ○    | 継続      | 安心して市民活動の継続には、本制度は不可欠なため。   | 市民協働課 |
|          | まちづくり活動拠点施設整備事業（西分庁舎）（H27年度終了） | 西分庁舎をまちづくり活動の拠点として整備し、市民活動や情報発信・情報共有の場として活用します。   | 0          | 終了         | 終了         | 終了         | 147,732,130 | 拠点設置件数        | 終了           | 1    | 件  | H28.3  | 終了   | 終了   | 終了   | 終了   | 1    | 終了  | 終了   | 終了   | 終了   | 終了      | 終了  | 終了    |
| 市民参加の推進  | 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。 | 667,213    | 82,900     | 857,179    | 667,322    | 19,210      | アンケート回収率      | 36.1         | 45   | %  | R2.3   | 42.9 | 35.7 | 34.4 | 41.6 | 41.0 | アンケート回収率は、30%台から40%台に改善した。この要因は、アンケート送付封筒に市のキャラクターなど入れることで堅いイメージから親しみやすいものにしたことが1つの要因である。また、対象者をこれまで20歳以上としたものを18歳以上に拡充したことも改善の要因であると考える。 | アンケート回収率傾向からインターネット回答の可能性について検討を開始した。Webアンケートも可能だが、費用面での負担が大きくなることから、当面行わない。回収率向上に向け、親しみやすいアンケートとなるよう継続的な工夫改善が必要である。また、地域懇談会や学生との市長と語る会などにおいて意見を伺い担当課が対応することで、よりよい行政運営に繋がっている。 | B    | ○    | 見直し（改善） | 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。また、対象範囲を拡大するなど見直しを改善を行う。 | 企画政策課 |
|          | 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          | 0          | 0          | 0           | 自治会加入率        | 71.6         | 72   | %  | R2.3   | 66.2 | 68.6 | 69.1 | 70.1 | 71.0 | 人口減少が進む中、世帯数は右肩上がりとなっており、単純加入率が下げ止まらない。   | 世帯分離が進んでいることが大きな要因と考えられる。自治会加入率は大事な指標であるが、その数値の捉え方について再認識の必要がある。   | D    | ○    | 見直し（改善） | 自治会加入率の増加は、地域の活性化につながるため、引き続き、周知に取り組む。                                      | 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。                                  | 0          | 0          | 20,000,000 | -          | -           | 基金活用件数        | -            | 1    | 件  | R2.3   | 0    | 0    | 0    | -    | -    | 瑞浪市古民家再生促進モデル建築物として3件の認定と、その物件の活用事業者の選定を行ったが、活用事業者の整備スケジュールなどの事情により、未だ未活用となっている。  | 未活用の為なし。   | C    | ○    | 継続      | 市はR3年度に旧森川善蔵家住宅（通称：新森）の工事をを行い、活用事業者が古民家カフェを開始予定であり、活用見込みがあるため。              | 商工課   |

【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 4 協働の夢づくり

| 重点戦略         | 事業名                 | 事業概要  | 実績額 (円)   | 実績額 (円)   | 実績額 (円)   | 実績額 (円)    | 実績額 (円)    | KPI      | 開始前      | KPI値 | 単位 | 目標年月 | 実績値 | 実績値 | 実績値 | 実績値 | 実績値 | 実績値分析   | 得られたノウハウ   | 事業効果 | 事業評価 | 今後の方針 | 今後の方針の理由  | 担当課    |
|--------------|---------------------|---|-----------|-----------|-----------|------------|------------|----------|----------|------|----|------|-----|-----|-----|-----|-----|---|--|------|------|-------|---|--------|
|              |                     |   | R1        | H30       | H29       | H28        | H27        |          | KPI値 H26 | R1   |    |      | H30 | H29 | H28 | H27 |     |   |  |      |      |       |   |        |
| 広域連携によるまちづくり | 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。                | 1,100,000 | 2,527,797 | 1,400,000 | 10,000,000 | 10,800,000 | 年間観光入込客数 | 136      | 148  | 万人 | R2.3 | 141 | 141 | 147 | 145 | 149 | <p>【東美濃歴史街道協議会】部会に分かれテーマ観光を行うことで、近隣市町と同様のコンテンツで広く事業を行うことができている。市町を周遊する取り組みを継続して行っているため効果も上がってきている。</p> <p>【東濃ぐるりん観光事業実行委員会】御嵩町、可児市も参加したことで、東美濃歴史街道協議会と同じ市町での連携となり非効率となつたため東美濃歴史街道協議会と統合される形となる。</p> | 東美濃地域での観光連携では、「美濃焼」「中山道」「地歌舞伎」「地酒」など共通する観光資源により、他市町とともにスケールメリットを生かしてPRをすることができた。連携して行うことでふるさと甲子園やツーリズムEXPOのような大きなイベントでも他観光地域に引けを取らずPRを行えることができるようになった。また、ゴルフ場や化石など他市にはない観光資源については瑞浪市の特色となり、広域でPRするメリットとなる。 | B    | ○    | 継続    | 広域観光連携によるスケールメリットを活かした観光PRは効果的であるため継続する。「東濃ぐるりん観光事業実行委員会」は事業を「東美濃歴史街道協議会」と統合する形で解散する。「大河ドラマ「麒麟がくる」の放送開始に絡め、「岐阜県大河ドラマ「麒麟がくる」推進協議会」参加市町との広域観光PRを強化する。 | 商工課    |
|              | 東濃地域医師確保奨学金負担事業（再掲） | 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。 | 7,500,000 | 4,200,000 | 1,800,000 | 4,919,000  | 10,000,000 | 医師確保数    | 0        | 5    | 人  | R2.3 | 0   | 0   | 0   | 0   | 1   | <p>ここ3年間は新規の被災学生はあつたが、被災学生のいない年度もあり、また医師確保には至っていない。</p>   | 奨学金による医師確保は、長い時間を要するが、医師を確保するためのひとつの手段として継続する必要がある。  | C    | ○    | 継続    | 奨学金制度で継続支援することにより、地域に就任する医師を確保する。   | 健康づくり課 |

【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

2次評価対象事業一覧(地方創生推進交付金関係事業)

| 事業名                          | 事業概要   | 実績額 (円) R1 | 実績額 (円) H30 | 実績額 (円) H29 | 実績額 (円) H28 | 実績額 (円) H27 | KPI           | 開始前 KPI値 H26 | KPI値 | 単位 | 目標 年月 | 実績値 R1 | 実績値 H30 | 実績値 H29 | 実績値 H28 | 実績値 H27 | 実績値 分析   | 得られたノウハウ   | 事業効果 | 事業評価 | 今後の方針 | 今後の方針の理由   | 担当課   |
|------------------------------|--|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|--------------|------|----|-------|--------|---------|---------|---------|---------|--|--|------|------|-------|--|-------|
| 東京圏からの移住支援事業 (H31年度開始)       | 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。                             | 0          | -           | -           | -           | -           | 制度の年間申請件数     | -            | 2    | 件  | R2.3  | 0      | -       | -       | -       | -       | 令和元年度は、制度ができた年でもあったが、実績は0件であった。県全体でも制度利用者は2件であった。就業要件である県のマッチングサイトに登録されている企業が増加するよう市内の中小企業に制度の周知を行う必要がある。  |  | D    | ○    | 継続    | 国の事業のため、今後も制度を継続させていく。補助率 国 1/2、県 1/4  | 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。   | 1,100,000  | 2,527,797   | 1,400,000   | 10,000,000  | 10,800,000  | 年間観光入込客数      | 136          | 148  | 万人 | R2.3  | 141    | 141     | 147     | 145     | 149     | 「東美濃歴史街道協議会」部会に分かれテーマ観光を行うことで、近隣市町と同様のコンテンツで広く事業を行うことができている。市町を周遊する取り組みを継続して行っているため効果も上がってきている。「東濃ぐるりん観光事業実行委員会」御嵩町、可児市も参加したことで、東美濃歴史街道協議会と同じ市町での連携となり非効率となったため東美濃歴史街道協議会と統合される形となる。 | 東美濃地域での観光連携では、「美濃観光」「中山道」「地蔵舞伎」「地酒」など共通する観光資源に関わり、他市町ともスケールメリットを生かしてPRをすることができた。連携して行うことでふるさと甲子園やウイズム EXPOのような大きなイベントでも他観光地域に引けを取らずPRを行えることができるようになった。また、ゴルフ場や化石など他市にはない観光資源については瑞浪市の特色となり、広域でPRするメリットとなる。 | B    | ○    | 継続    | 広域観光連携によるスケールメリットを活かした観光PRは効果的であるため継続する。「東濃ぐるりん観光事業実行委員会」は事業を「東美濃歴史街道協議会」と統合する形で解散する。大河ドラマ「麒麟がくる」の放送開始に絡め、「岐阜県大河ドラマ「麒麟がくる」推進協議会」参加市町との広域観光PRを強化する。 | 商工課   |
| 大河ドラマ「麒麟がくる」活用推進事業 (H31年度開始) | 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。 | 7,525,923  | -           | -           | -           | -           | 年間観光入込客数      | 136          | 148  | 万人 | R2.3  | 141    | 141     | -       | -       | -       | 大河ドラマ「麒麟がくる」により、新たな観光地として再認識された。問い合わせ数の増加やゆかりの地に特化したパンフレットは、当初予定数を上回る配布数になり、大河ドラマを契機としたPRの効果が表れた。新たに歴史探求を求める趣向をもつ観光客が増えた。陶磁器、地蔵舞伎など地場産業と合わせてPRを行えるツールとなった。                           | 歴史探求を求める観光客を呼び込むことに繋がった。それにより、地元でガイド行う動きなど現れた。土産物などにより地場産業のPRを行うことができたが、販売する場所など販路についての課題があったが、協議会により広域で販売すること販路開拓に繋がった。モニターツアー事業で旅行会社向けにPRを行ったことで、旅行会社により効果的にPRできる手段を確立できた。                               | B    | ○    | 継続    | R2年12月まで大河ドラマ「麒麟がくる」が放送されるため、それを活用したPRを行う。大河ドラマ放送終了後、一過性とならないように観光地として確立させることが重要である。   | 商工課   |
| 雇用確保支援事業                     | 高校生の市内企業への就職を促進します。  | 867,384    | 1,110,682   | 995,036     | -           | -           | 制度による雇用者数(累計) | -            | 10   | 人  | R2.3  | 24     | 14      | -       | -       | -       | 中京高校市内就職者9人のうち、5人が説明会参加企業へ就職。瑞浪高校市内就職者15人のうち12人が説明会参加企業へ就職。高校とも市内企業への就職率が増加している。   | 市内高校と連携し行うことにより、多くの参加者を見込むことができた。参加申し込みが一定数以上あることから、企業側にも合同企業説明会が有効な事業となっていることが確認できた。  | A    | ○    | 継続    | 人口が減少するなか、人材の流出防止のため、今後も企業説明会を開催し市内企業への就職促進と職場定着を図る。   | 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。   | 34,483,039 | 14,146,664  | 142,373,877 | -           | -           | 社会人口増減        | -            | △195 | 人  | R2.3  | △172   | △14     | △181    | -       | -       | 民間が所有する工場跡地等に自動車関連企業が新たに2社（エイ・ダブル瑞浪、ダイキャスト東和産業）が市内で操業し、昨年度、増設により従業員を増員し、雇用された従業員が市内に居住したため、目標を達成することができた。  | 学校跡地の活用や、民間所有の工場跡地を活用した企業誘致が有用であったため、釜戸町宿内の工業用地の整備を進めつつ、今後も学校跡地や民間所有地を活用した企業誘致を行っていく。  | A    | ○    | 継続    | 釜戸町宿内の工業用地の整備を継続して行う。旧陶小学校跡地利用の検討を進める。   | 商工課   |

【事業効果】  
A：地方創生に非常に効果的であった B：地方創生に相応程度効果があった 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