

交付対象事業の名称	事業概要	KPI				令和5年度の主な取組とKPIへの影響	今後の方針	事務局評価
		指標	単位	R5目標	R5結果			
「安心」は「住む」の巷丁目番地！災害に強い魅力あるまち犬山シティプロモーション事業	大山市の特色である自然災害への強さと併せて、積極的な感染症予防に取り組むことで、「安心・安全に暮らせるまち犬山」として、住宅購入予定者に焦点をあてたシティプロモーションを実施することで、若い世代の転入者を増やす。	① 20代、30代の転入者数(人)	人	1,522	1,812	【ICT町内会（自治会）システム導入事業】 モデル事業として、7町内会においてICT町内会（自治会）システム導入事業を実施し、町内会活動に及ぼす影響や効果について検証を行ったが、デジタル化によるメリットはあるものの、全市的に実施するためには解決すべき課題も多いことに加え、市広報の配布方法が民間事業者への委託に移行したことにより、当初の目的であった広報配布に係る負担軽減がされたため、本事業を令和5年度をもって終了することとした。 【犬山市ジュニア救命士育成事業】 小学校9校（栗栖小学校は隔年で実施）の5年生616人、中学校4校2年生666人に対し、119番通報や心肺蘇生法などの救急指導を実施 【「安心・安全に暮らせるまち犬山」シティプロモーション事業】 愛知県が主催する自治体PRイベントやその他市外で開催されるイベント等へ参加し、過去に作成した冊子やPR動画を放映した。また、関係機関への動画紹介や各SNSにて周知し、安心・安全に暮らせるまち犬山としてのプロモーションを実施	【ICT町内会（自治会）システム導入事業】 本事業は今後実施しない予定。 【犬山市ジュニア救命士育成事業】 市内小学生、中学生に対して、119番通報や心肺蘇生法などの救急指導を引き続き実施する。 【「安心・安全に暮らせるまち犬山」シティプロモーション事業】 今後もSNSや市外で開催されるイベント、関係機関との連携により作成した動画を様々な場所、手法で発信する。また、過去に作成した冊子等の情報更新、配付、市外イベントへの参加等。今後も引き続き安心・安全に暮らせるまち犬山としてのプロモーション活動を実施する。	地方創生に相当程度効果があった
		② 市の支援を受けて、新たにICT町内会（自治会）システムを導入する町内会数(団体)	団体	9	7			
		③ 市が開催する移住・定住の相談会への参加者数	人	17	75			
		④ 転入時のアンケートで大山市の災害への強さを評価して転入した人の数	人	40	37			
犬山は観光だけが魅力じゃない。住むまち犬山情報発信事業	若年世代における社会移動を改善し、さらには本市に移住した人たちが、自身の本市における生活の豊かさや住みやすさを発信することで、さらに当市の住むまちとしての魅力が広がり、目標人口を達成し、持続可能なまちを実現する。	① 移住定住相談窓口での相談件数	件	10	20	【市外へのプッシュ型情報発信の強化】 過去に作成した動画や冊子を素材とし、YouTubeやX等のSNSを活用した広告を実施した。YouTube広告では、若年層や住宅購入を検討していると思われる人をターゲットに絞り広告を実施したため、市公式YouTubeチャンネルの登録者数増加に効果があった。また、その他の広告においては、移住特設Webサイトへの誘引を実施したため、サイトへの総アクセス数のKPI達成につながった。 【若年世帯の目を惹くホームページ作成】 既存の市公式ホームページでは、移住や定住に関する情報が散見しており、情報を得ることが難しかったが、住むまちに関連した情報をまとめた専用ウェブサイトを作成した。ホームページ内には、過去に作成した動画や冊子のデータを掲載しており、公式YouTubeチャンネルの登録者数の増加につながったと考える。	【市外へのプッシュ型情報発信の強化】 今後は、昨年度の実施結果をもとに、広告掲載機関や対象者、掲載媒体等を変えながら引き続きプッシュ型の情報発信を実施する予定。 【若年世帯の目を惹くホームページ作成】 作成したウェブサイトについて、情報更新をしながらサイトの運営をしながら、掲載内容の拡充を行う。	地方創生に非常に効果があった
		② 市公式You Tubeチャンネル「ONE CHAN」	人	674	700			
		③ 移住特設webサイトへの総アクセス数	回	1,000	2,039			