

交付対象事業 の 名称	事業概要	K P I				令和6年度の主な取組と K P I への影響	今後の方針	事務局評価
		指標	単位	R6目標	R6結果			
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	犬山市への移住促進を目的として、住むまちとしての魅力を幅広く発信するために、若年世代の目を惹く移住定住特設ウェブサイトの作成や運営、YouTube等のSNSを活用した広告等のプロモーション事業を実施する。	① 移住定住相談窓口での相談件数	件	20	56	【移住相談窓口の運営など】 令和5年に企画広報課の窓口に設置した移住定住相談窓口の運営のほか、首都圏での移住相談に対応できるようふるさと回帰支援センターの会員となり、東京都でのPR冊子の常時配付や、移住フェアに出展したほか、名古屋市栄にある地下街や、豊田スタジアム、ハウジングセンターなど様々な場所で移住相談の受け付けやプロモーションを展開したことで、移住定住相談窓口での相談件数の増加し、特設webサイトへのアクセス数の増加につながった。 【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を用いて、若年層で移住に興味があると思われる人をターゲットとし、YouTube広告を実施したことにより市公式YouTubeチャンネルの登録者数が増加したと考えられる。また、XやInstagramを活用した広告においては、移住特設Webサイトへの誘引を実施したため、サイトの総アクセス数増加ができた。 【若年世代の目を惹くホームページ作成】 令和5年度に作成した専用ウェブサイト内に移住者へのインタビュー記事や移住に関するQ&Aのページを新たに作成し、また、市有地売却に関する情報や住むまちいぬやまのプロモーション活動の情報を随時掲載する等、サイトの拡充を行った。	【移住相談窓口の運営など】 常設の移住定住相談窓口を引き続き実施し、県内外での「住むまち」のPRに力点を置いたプロモーション活動（イベントへの出展など）を展開する。 【市外へのプッシュ型情報発信の強化】 昨年度の実施効果をもとに、広告掲載期間や活用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。 【若年世帯の目を惹くホームページ作成】 Webサイトについてはインタビュー記事などのコンテンツや掲載情報を随時更新し、掲載内容の充実を図る。	地方創生に非常に効果があった
		② 市公式YouTubeチャンネル「ONE CHAN」の登録者数	人	220	882			
		③ 移住特設webサイトへの総アクセス数	回	2, 200	25, 761			

事務局評価	
地方創生に非常に効果があった	指標が目標を上回ったなどの場合
地方創生に相当程度効果があった	目標値を上回りはなかったものの目標値を相当程度（7～8割）達成したなどの場合
地方創生に効果があった	目標値を上回りはなかったものの事業開始前よりも改善したなどの場合
地方創生に効果がなかった	実績値が本事業開始前の数値よりも悪化しているなどの場合