

交付対象事業の 名称	事業概要	K P I				令和7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	R7目標	R7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	25	26	【令和7年度の主な取り組み】 ○移住定住冊子「これからいぬやま」の配付、配架 ・ふるさと支援センター（東京都）への送付 ・東京都開催「テーマから探す移住フェア」にて配架 ・城前・犬山駅観光案内所へ配架（R7.7月より） ○シティプロモーショングッズ作成 ・いぬやまガチャ第2弾、第3弾の作成、販売（R7.7月より城前観光案内所にいぬやまガチャ販売機設置開始） ・付箋、ウェットティッシュの作成、配布 ○各種イベントへの出展 ・集まれ！愛知の魅力博（愛・地球博記念公園）にてブース出展（アンケート230件） ・UR都市機構「まちのたね」にてブース出展（アンケート175件） ・ふるさと帰郷フェア（東京ビックサイト）（相談件数18件、アンケート115件） ・名古屋グランパス試合会場（豊田スタジアム）にてブース出展（アンケート75件） ○犬山市PR動画「My Daily Life at INUYAMA」の放映（市職員採用試験控室にてPR動画を放映） ○「住むまちいぬやま応援グッズ」募集開始 住むまちいぬやまのロゴを商品につけてもらい、住むまちいぬやまを応援していただける事業者を募集	【市外在住者へのプッシュ型情報発信の強化】 犬山駅構内に設置している市広報掲示板（西側）について、デジタルサイネージへの変更する。変更にあたっては、市内開催行事の周知に加え、年間乗降客数550万人を超える駅という立地特性を活かし、市政情報や市のPR動画等を表示することで、効果的な情報発信媒体として活用していく。 【若年世帯の目を惹く移住特設Webサイトの更新】 移住特設Webサイト「住むまちいぬやま」について、移住者インタビュー記事や掲載内容の充実を図る。特に若年層の移住者の「生の声」を掲載することで、移住後の暮らしを具体的にイメージできる魅力的なWebサイトを構築していく。 【課題把握・調査・現状分析】 人口減少の抑制を図ることができていない中、市民の生活や意識のほか、財政をはじめとする各種方面から犬山市の実情を調査分析し、そこから見出される課題解決に向けた計画策定を実施する。 【新たなプロモーション動画作成】 現在市で保有していない「ショート動画（20秒程度）」および「スマートフォンでの閲覧を前提とした縦型動画」を新たに作成する。あわせて、令和3年度に作成した3分間のプロモーション動画を更新するとともに、「子ども（子育て・教育）」「自然」「働く」「女性」「住まい」など、テーマ別の動画を作成する。 【市民との協働、民間事業者の関心喚起と関わりの創出】 行政主体による移住定住施策の実施ではなく、地方創生に資する情報発信や魅力の創出の担い手を市民、民間事業者への転換を図ることで、「市全体」で取り組むための体制構築・人材育成を行う。	地方創生に効果があった
		② 市公式You Tubeチャンネル「ONE CHAN」の登録者数 ※前年度実績からの増減数（ ）は令和7年度実績	人	175	94 (976)	【KPIへの影響】 ○移住相談窓口の運営等 移住定住冊子「これからいぬやま」を東京都および愛知県内のイベント出展時に配布することで、市外在住者に対して犬山市の認知向上を図った。また、シティプロモーショングッズについては、イベント時に配布し、グッズに掲載している移住特設Webサイトの二次元コードからサイトへのアクセスを誘導した。 さらに、常設の移住定住相談窓口を引き続き実施するとともに、県内外に向けて「住むまち」としての魅力発信に注力し、イベント出展などのプロモーション活動を実施した。 ○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（インスタグラム）を選択し、令和8年3月18日から25日にかけて情報発信を実施したことにより、移住特設Webサイトの総アクセス数が増加した。		
		③ 移住特設webサイトへの総アクセス数 ※前年度実績からの増減数（ ）は令和7年度実績	回	1,100	▲2,484 (21,238)			

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	目標値を上回ることに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	目標値を上回ることに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