

## 2. KPI（重要業績評価指標）の設定について

### 1) KPI（重要業績評価指標）とは

- KPI（重要業績評価指標：Key Performance Indicator）とは、目標を達成するための取組の進捗状況を**定量的に測定するための指標**です。
- 取組をPlan（計画）し、それをDo（実施・実行）に移し、その取組内容をCheck（点検・評価）し、Action（改善）を進めていくというPDCAサイクルを確立していくには、取組の状況や効果を評価できるKPIの設定が有効です。

地方創生推進交付金事業におけるKPIとは、地方版総合戦略等に掲げられた地域の目指す目標（Goal）に対して、どのような取組プロセスを経れば、その目標が達成可能なのかを考えて設計された交付金事業において、その取組プロセスを実現できているかどうかを数値で計測するための指標です。

### 2) 地方創生推進交付金事業におけるKPI設定の視点

地方創生推進交付金事業では、**取組の自立性が確立**されることを重視しています。取組の自立性を確立するためには、**①事業のマネジメントサイクル（PDCA）への意識を高めること、②“確かなPDCAサイクルの稼働”を実現するために適切なKPIを設定・管理することが必要**です。

地方創生推進交付金事業におけるKPIの設定にあたっては、事業の成果・進捗を測るため、下記の基本的な視点に留意することが重要です。

**視点1：「客観的な成果」を表す指標であること**

**視点2：事業との「直接性」のある効果を表す指標であること**

**視点3：「妥当な水準」の目標が定められていること**

### 3) KPI設定にあたってのポイント ～このような点に気をつけましょう～

#### 視点1：「客観的な成果」を表す指標であること

##### ○成果・効果を捉えたアウトカム指標となっていること

- ・設定するKPIは、交付金を活用した取組によって得られる成果・効果を客観的に示す「事業のアウトカム指標」であることが基本です。
- ・また、事業の評価や改善を効果的に進めるためには、交付金を活用した取組の活動量を示す「事業のアウトプット指標」を併せて設定することも有効です。
- ・そのため、「事業のアウトカム指標」と「事業のアウトプット指標」の両方が設定されている状態が望ましいと考えます。

##### ○主観的でない、定量化されたKPIとなっていること

- ・交付金事業の達成度を評価するためには、事業参加者の満足度のような主観的な指標はふさわしくありません。
- ・また、数値であらわされ、客観的に達成したか否かが判定可能である必要があります。
- ・KPIは、正しく実態を把握できることが基本です。そのため、設定にあたっては、「（推計値ではなく）実測可能なこと」、「ダブルカウントが生じぬこと」等に留意すべきです。

##### [指標の例]

##### ● KPI例①：＜移住相談事業＞

相談事業を経た移住者数 [○]

相談事業に配置した相談スタッフ数 [×] →成果・効果を捉えたアウトカム指標となっておりません。また、取組の活動量を示すアウトプット指標でもありません。

##### ● KPI例②：＜まちなか再生事業＞

まちなかの空き店舗減少率 [○]

まちなか居住者の生活満足度 [×] →主観的な評価であり、客観評価とは言い難いです。

※満足度等の主観的な指標は、一般的には事業の効果を図る尺度の1つではありますが、具体的かつ客観的な成果が求められている交付金事業のKPIとして設定することには慎重であるべきです（ただし、これらの指標を付加的に用いて事業の評価を多面的に行うことは問題ありません。）。

#### 視点2：事業との「直接性」のある効果を表す指標であること

##### ○達成を目指す目標と交付金事業のKPIとの因果関係が明確であること

- ・設定するKPIは、交付金事業によって達成を目指す目標を実現するために、事業の成果・進捗の管理に資する必要があります。そのため、目標との因果関係が明確な指標を設定することが重要です。

##### ○交付金事業によって現れた成果だと説明できるKPIであること

- ・設定するKPIは、交付金を活用した事業の成果・効果として説明できることが重要です。例えば、本交付金事業とは別の事業による変化や事前に織り込み済みの環境変化等の外的要因に影響を受けない指標を設定する必要があります。

[指標の例]

- KPI例①：＜創業（起業）支援事業＞  
事業を通じた起業による新規雇用者数 [○]  
地方公共団体の定住人口 [×] →事業との因果関係が不明確です。
- KPI例②：＜観光PR事業＞  
事業で実施するキャンペーンの対象施設の入場者数 [○]  
市町村全体の観光入込客数 [×]  
→市町村全体の観光客数には当該キャンペーン以外の観光客数も含まれるため、交付金事業によって現れた成果だと説明できません。

事業分野別のKPI設定の例



➤ KPIの設定では、交付金を活用した取組によって得られる成果・効果を客観的に示す「事業のアウトカム（表の赤枠）」と、交付金を活用した取組の活動量を示す「事業のアウトプット（表の青枠）」の両方が設定されている状態が望ましいと考えます。

事業分野	事業例	総合的なアウトカム	事業のアウトカム	事業のアウトプット
		諸事業・施策の全体効果 (例)	個別事業の直接的な効果 (例)	個別事業の活動量 (例)
ローカルイノベーション	○創業(起業)支援事業	・地域における起業家数	・支援事業を通じた起業による新規雇用者数又は売上高	・起業家支援セミナー・塾等のイベント開催数
	○中小企業支援事業	・地域における中小企業の売上高	・支援事業を通じた新商品による売上高 ・支援事業を経て業績を回復した中小企業数 (*)	・支援事業への加入・参加企業数
農林水産	○6次産業化支援事業	・地域における農林水産業の就労人口	・支援事業を通じて開発された商品の売上高	・支援事業を通じて開発された商品数
	○生産性向上・システム化支援事業	・地域における第一次産業就業者所得	・支援対象事業の売上増加額 ・支援対象事業による単位面積当たりの増加収量 (*)	・技術・システムの開発数・導入数
観光振興	○観光インフラ整備・改善事業	・地域における一人当たり観光消費額	・整備・改善事業を行った施設等の売上高	・整備・改善を行った施設数
	○観光PR事業	・地域における観光入込客数	・事業で実施したキャンペーン対象施設の入場者数 ・当該キャンペーン等による観光消費額 (*)	・当該キャンペーンの実施件数
地方へのひとの流れ	○移住相談事業	・地域への移住者数	・相談事業を経た移住者数	・相談事業への参加者数
	○インターンシップ事業	・地元就職率	・インターンシップ参加者の地元就職数	・関連イベントの参加学生数
まちづくり	○小さな拠点等の生活拠点整備事業	・地域の定住人口数(転出入数)	・小さな拠点における店舗等の利用者数・売上高	・地域運営組織の形成数
	○まちなか再生事業	・まちなか居住人口	・事業を通じた新規開業数・新規雇用者数 ・事業対象地域の空き店舗減少率	・事業によるリノベーション物件数

(\*) 事業実施中や実施直後の計測のしやすさ等を考慮すると、必ずしも計測が容易ではないと考えられるアウトカム指標

### 3) KPI設定にあたってのポイント ～このような点に気をつけましょう～

#### 視点3：「**妥当な水準**」の目標が定められていること

##### ○**目指す水準の根拠が説明できるKPIとなっていること**

- 官民協働による事業を進めていくためには、利害関係者や外部評価者の納得できる指標を設定し、KPIを活用して関係者同士が進捗状況等を共有しつつPDCAサイクルを稼働させることが重要です。そのためには、過去の実績や将来予測などを勘案した上で、目指す水準の根拠を明らかにする必要があります。
- また、理想の状態に対応する高い目標として設定するのか、一定の満足が得られる現実的な目標として設定するのか、絶対に達成すべき最低限の目標として設定するのか等、どのような意図をもって水準を設定するのかを明確にする必要があります。

##### ○**費用対効果の観点からも妥当なKPIとなっていること**

- 設定したKPI（事業のアウトカム）に対して、事業に要するコストが過大でないかチェックが必要です。
- 事業コストに比較して、達成を目指すアウトカムが著しく小さい場合には、その事業そのものを見直す必要があります。

##### ○**到達を予見できる低い水準のKPIを設定しないこと**

- KPIとして到達を予め見込むことのできる、低い目標水準を設定することは、KPIの設定を形骸化し、事業の有効性や必要性を疑われることにもつながりかねません。
- そのような点に注意して、適切な水準の目標を設定することが重要です。

##### ○**事業環境を踏まえた目標水準とすること**

- 到達を予見できる低い水準の目標を避けるだけでなく、実態とかけ離れた高すぎる目標を設定してしまうと、かえって目標値の形骸化を招き、関係者の目標達成に向けた意欲の減退につながりかねません。
- 事業の内部環境や事業を取り巻く外部環境を予め分析した上で、適切な水準の目標を設定することが重要です。このことは、2年目以降の目標の設定に関しても同様です。

#### **[指標の例]** <創業（起業）支援事業>

KPI例：支援事業を通じた起業者数（開業率）

- 水準の例：対象地域における該当業種の平均開業率以上の値 [○]  
類似団体での開業率を大きく下回る値 [×]  
→類似の実績から達成を予見できる低い水準の目標設定になっています。
- 費用対効果の例：全国平均値や類似団体との実績等と比較して  
1 事業者あたりの費用が同等か下回る値 [○]  
1 事業者あたりの費用が大きく上回る値 [×]  
→投下するコストに見合わず、費用対効果の点から妥当ではありません。

### 3) KPI設定にあたってのポイント ~このような点に気をつけましょう~

#### その他の留意すべき視点

##### ○複数の観点でKPIが設定されていること

- 交付金事業の目標を達成するための手段は一つとは限りません。多くの場合、目標を達成するための課題や取組は複数あります。それら課題や取組ごとに成果確認・進捗管理が必要です。
- そのため、目標達成のためには複数のKPIが設定され得ることに留意しましょう。

##### ○事業進行中を含む評価や進捗管理に適したKPIとなっていること

- 事業のマネジメントサイクルを稼働させるためには、随時の成果・進捗管理による取組の改善が必要です。その意味では、毎月・四半期・半年など計測頻度が多く、タイムリーに集計・評価可能なKPIが相応しいと考えられます。
- 随時の成果・進捗管理による取組の改善を進めるためには、過度な負担なく計測できる指標となっていることが重要です。具体的には、多大なコストや労力を費やさなくても計測できるKPIを設定することが重要です。
- KPIは取組後の到達点を定めることに加えて、事業進行中の点検や軌道修正に活用されるべきです。そのためには、事業途中において、いつまでに、どんな状態を目指すのかを明らかにできるKPIを設定することが望ましいです。

##### ○KPIや目標水準の検証を行うこと

- 取組を進めても、思うようにKPIが目標水準に到達しない状況に遭遇することもあります。その場合、事業計画や事業体制が適切でないケースや、そもそも設定されたKPIや目標水準が原因となっているケースも考えられます。
- 事業のマネジメントサイクル（PDCA）のプロセスにおいて、KPIの適切性や目標水準の妥当性についても、外部有識者による検証を行うことが重要です。

4) 分野別の主なKPIの例

分野1：ローカルイノベーション（しごと創生分野①）

事業例	総合的なアウトカム	事業のアウトカム	事業のアウトプット
	諸事業・施策の全体効果	個別事業の直接的な効果	個別事業の活動量
	(例)	(例)	(例)
○創業（起業）支援事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域における起業家数</li> <li>・地域における起業による新規雇用者数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・支援事業を通じた起業家数もしくは起業準備者数（起業プログラムの合格者等）</li> <li>・支援事業を通じた起業による新規雇用者数</li> <li>・支援事業を通じた起業による売上高</li> <li>・……</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・起業家支援セミナー・塾等のイベント開催数</li> <li>・上記イベントへの参加者数</li> <li>・支援関連施設等の利用者数</li> <li>・支援事業の適用件数（支援件数）</li> <li>・……</li> </ul>
○中堅・中小企業支援事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域における中堅・中小企業の売上高</li> <li>・地域における中堅・中小企業の新規雇用者数</li> <li>・地域における就業者数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・支援事業を通じた新商品（ローカルブランド商品・伝統工芸品等）の開発件数</li> <li>・支援事業を通じた新商品（同）による売上高</li> <li>・支援事業を経て業績を回復した中堅・中小企業数（*）</li> <li>・……</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・支援事業（見本市、マッチングイベント、支援プログラム等）の開催数</li> <li>・支援事業への参加企業数</li> <li>・支援組織等への参加企業数</li> <li>・支援事業による地域中堅・中小企業とのマッチング件数</li> <li>・……</li> </ul>
○産業クラスター形成・強化事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域における製造品出荷額等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・強化事業を通じた企業・大学・研究機関の新規立地件数</li> <li>・強化事業を通じた新規就業者数</li> <li>・強化事業を通じて市場に出た新商品・サービスの売上高</li> <li>・……</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クラスター強化に係る産官学連携イベント等の開催件数</li> <li>・上記イベントへの参加者数</li> <li>・産学官連携を促す働きかけを行った企業・研究機関等の数</li> <li>・クラスターへの立地に係る相談件数</li> <li>・……</li> </ul>
○……	……	……	……

(\*）事業実施中や実施直後の計測のしやすさ等を考慮すると、必ずしも計測が容易ではないと考えられるアウトカム指標

4) 分野別の主なKPIの例

分野2：農林水産（しごと創生分野②）

事業例	総合的なアウトカム	事業のアウトカム	事業のアウトプット
	諸事業・施策の全体効果	個別事業の直接的な効果	個別事業の活動量
	(例)	(例)	(例)
○6次産業化支援事業		<ul style="list-style-type: none"> <li>・支援事業を通じて開発・生産された製品の売上高・出荷額</li> <li>・支援事業を通じた商品の新規顧客契約件数</li> <li>・.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー・研究会等のイベント開催数・参加者数</li> <li>・支援事業の適用件数（例：設備整備件数、試作品開発支援数、講師・アドバイザー等派遣数）</li> <li>・支援事業（商談会、プロモーションイベント等）の開催数・参加者数</li> <li>・ブランド認証件数</li> <li>・地域商社への参画者・社数</li> <li>・.....</li> </ul>
○人材確保・育成支援事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域における第一次産業の出荷額</li> <li>・地域における第一次産業の就労人口</li> <li>・地域における第一次産業就業者所得</li> <li>・.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・支援事業を通じた新規一次産業従事者・法人数</li> <li>・支援事業を通じた定住・移住・一次産業従事者数</li> <li>・.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人材確保・育成セミナーや研修会等の開催数・参加者数</li> <li>・移住・一次産業就労に係る相談会・ツアー等の開催数・参加者数</li> <li>・.....</li> </ul>
○生産性向上・システム化支援事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・支援対象事業の売上増加額</li> <li>・支援対象事業による単位面積当たりの増加収量（*）</li> <li>・.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・支援事業に係る研修・セミナー等の開催数・参加農業従事者数</li> <li>・技術・システムの開発数・導入数</li> <li>・事業で作成したマニュアル等を活用する農業従事者数</li> <li>・整備・開発事業を通じた圃場等の生産面積増加量</li> <li>・.....</li> </ul>
○.....		.....	.....

(\*）事業実施中や実施直後の計測のしやすさ等を考慮すると、必ずしも計測が容易ではないと考えられるアウトカム指標

4) 分野別の主なKPIの例

分野3：観光振興（しごと創生分野③）

事業例	総合的なアウトカム	事業のアウトカム	事業のアウトプット
	諸事業・施策の全体効果	個別事業の直接的な効果	個別事業の活動量
	(例)	(例)	(例)
○インバウンド事業		<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業で実施した外国人ツアー・プログラム参加者数・宿泊者数</li> <li>・事業で実施したツアーに参加した外国人一人当たり観光消費額（*）</li> <li>・……</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人向けの新商品や体験ツアーの造成数</li> <li>・インバウンドに取組む地域事業者への支援件数</li> <li>・通訳・ガイド人材育成数</li> <li>・……</li> </ul>
○新たな観光資源開拓・PR事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域における観光入込客数</li> <li>・地域におけるインバウンド観光入込客数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業で実施したツアー・プログラム参加者数・宿泊者数</li> <li>・事業で実施したキャンペーン対象施設入場者数</li> <li>・当該ツアーに参加した一人当たり観光消費額（*）</li> <li>・当該キャンペーン等による観光消費額（*）</li> <li>・……</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新商品や体験ツアーの造成数</li> <li>・観光ルートやアクティビティの整備数</li> <li>・修学旅行やゼミ合宿を働きかけた学校等数</li> <li>・当該キャンペーンの実施件数・参加事業者数</li> <li>・観光窓口への問い合わせ件数</li> <li>・……</li> </ul>
○ICTを活用した情報発信の仕組みづくり事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域における延べ宿泊者数</li> <li>・訪日外国人延べ宿泊者数</li> <li>・地域における一人当たり観光消費額</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報コンテンツの利用回数・閲覧回数</li> <li>・情報発信事業に係るメディアからの取材件数</li> <li>・当該観光地域の認知度・ランキング（*）</li> <li>・……</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報コンテンツ（webサイト、アプリ等）の作成数</li> <li>・情報発信基盤の活用に係る域内事業者等へのセミナー等開催数・参加者数</li> <li>・……</li> </ul>
○観光領域のマネジメント体制（DMO）構築事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域における観光関連産業の従事者数</li> <li>・……</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業によってDMO組織が支援を行った新商品の売上高</li> <li>・事業によってDMO組織が支援を行ったツアー商品等への参加者数</li> <li>・事業を通じた新規の観光関連雇用者数</li> <li>・……</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・DMOによる新商品や体験ツアーの造成数</li> <li>・DMOによる現状調査や地域観光事業者への支援件数</li> <li>・セミナー・研究会・人材講座等のイベント開催数・参加者数</li> <li>・……</li> </ul>
○観光周遊エリア形成促進や周遊アクセス改善事業		<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業によるスポット間の平均アクセス時間短縮率</li> <li>・整備・改善事業を行った施設等の売上高・新規雇用者数</li> <li>・事業によるアクセス改善スポットにおける観光消費額（*）</li> <li>・……</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・交通システムの最適化に向けた取組（ダイヤ改正、割引切符等）件数</li> <li>・アクセス改善に参加した事業者数</li> <li>・整備・改善（バリアフリー化、物販スペース増改築等）を行った施設数</li> <li>・……</li> </ul>
○……		<ul style="list-style-type: none"> <li>・……</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・……</li> </ul>

（\*）事業実施中や実施直後の計測のしやすさ等を考慮すると、必ずしも計測が容易ではないと考えられるアウトカム指標



4) 分野別の主なKPIの例

分野4：地方へのひとの流れ

	事業例	総合的なアウトカム	事業のアウトカム	事業のアウトプット
		諸事業・施策の全体効果	個別事業の直接的な効果	個別事業の活動量
		(例)	(例)	(例)
生涯活躍のまち	○都市圏住民に対するPR事業		<ul style="list-style-type: none"> <li>PR事業を通じた東京圏等からの移住者数</li> <li>.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>相談会や移住PRイベント等の実施回数・参加者数</li> <li>お試し体験プログラムの実施回数</li> <li>お試し体験（居住・就労等）への参加者数</li> <li>短期就労体験の受入企業数</li> <li>.....</li> </ul>
	○移住者の住まいの整備事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域への移住者数</li> <li>地域の転出入者数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業を通じたCCRCへの入居者数<sup>-</sup></li> <li>.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢者向け住宅・シェアハウスの整備数</li> <li>空き家・空き施設の高齢者向け住まいへの改修件数</li> <li>.....</li> </ul>
	○移住者に対する活躍の場（しごと・生涯学習等）の提供事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>まちなか居住人口</li> <li>地域ニーズに合った専門人材の確保数（医療・福祉等）</li> <li>地域の健康寿命、医療費抑制額、要介護認定率の抑制量</li> <li>.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業を通じた新規雇用者数</li> <li>事業を通じた起業家数、新規法人設立数</li> <li>事業を通じたサテライトオフィス誘致件数</li> <li>事業を通じた生涯学習プログラムへの参加移住者数</li> <li>事業を通じたボランティア登録者数</li> <li>当該プログラム・事業参加者の外出頻度等の増加量（*）</li> <li>.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>セミナー・研修等の実施回数</li> <li>移住者への仕事紹介数</li> <li>アクティブシニア向け就労メニュー数</li> <li>テレワーク・創業拠点の設置件数</li> <li>誘致の働きかけを行った企業数</li> <li>生涯学習プログラムの開発数</li> <li>生涯学習講座やイベント等実施件数</li> <li>ボランティアポイント制度の協力店舗数</li> <li>.....</li> </ul>
	○移住者の暮らしの安心確保事業		<ul style="list-style-type: none"> <li>事業を通じた介護予防・健康づくりプログラムへの参加者数</li> <li>事業による買い物・移送サービスの利用者数</li> <li>事業を通じた交流拠点の利用者数・交流者数</li> <li>当該プログラム・事業参加者の外出頻度等の増加量（*）</li> <li>.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域包括ケア（医療・介護）の拠点設置数</li> <li>介護予防・健康づくりプログラムの開発数、実施件数</li> <li>買い物・移送サービスの実施件数</li> <li>地域住民と移住者の交流拠点（コミュニティ拠点）の形成数</li> <li>.....</li> </ul>
	○.....			

(\*）事業実施中や実施直後の計測のしやすさ等を考慮すると、必ずしも計測が容易ではないと考えられるアウトカム指標

	事業例	総合的なアウトカム	事業のアウトカム	事業のアウトプット
		諸事業・施策の全体効果	個別事業の直接的な効果	個別事業の活動量
		(例)	(例)	(例)
移住・人材	○移住相談・地域 プロモーション事 業	・地域の人口	・相談事業を経た移住者数 ・ .....	・相談事業の実施回数・参加者数 ・移住体験ツアー・移住就労体験等の プログラム数・実施回数・参加者数 ・ .....
	○雇用創出事業	・地域への移住者数 ・地域における就業者 数・求人倍率 ・地元就職率	・事業を通じた域内への企業誘致数・ 新規雇用者数 ・事業を通じた起業見込者数、新規法 人設立数 ・事業を通じたサテライトオフィス誘致 件数 ・ .....	・雇用・創業支援講座等の実施回数 ・テレワーク・創業拠点の設置件数 ・誘致の働きかけを行った中堅・中小 企業や大学等数 ・ .....
	○インターンシップ 事業	・地域の労働力人口 ・地域の労働生産性 (例：人口一人当たり の生産額)	・インターンシップ参加者の地元就職 数・地方還流数 ・ .....	・事業の受入企業数 ・事業の参加学生数 ・関連イベントの実施回数・参加者数 ・東京圏就職イベントへの出展回数 ・ .....
	○人材育成事業	・ .....	・事業を通じた専門人材の育成数 ・ .....	・研修等の実施組織・施設数 ・セミナー等の開催数・参加者数 ・ .....
	○ .....		・ .....	・ .....

(\*) 事業実施中や実施直後の計測のしやすさ等を考慮すると、必ずしも計測が容易ではないと考えられるアウトカム指標

4) 分野別の主なKPIの例

分野5：働き方改革

	事業例	総合的なアウトカム	事業のアウトカム	事業のアウトプット
		諸事業・施策の全体効果	個別事業の直接的な効果	個別事業の活動量
		(例)	(例)	(例)
働き方改革	○長時間労働抑制・WLB推進事業	・地域の人口 ・地域への移住者数	・事業を通じた「働き方改革」に取り組む企業の増加数 ・事業による支援企業における労働時間短縮率 ・.....	・研修等の実施組織・施設数 ・相談窓口への相談件数 ・セミナー等の開催数・参加企業数 ・.....
	○女性活躍支援事業	・地域における就業者数 ・地元就職率	・事業による支援企業における女性管理職の増加数 ・事業による支援企業における女性の復職率の増加量 ・.....	・研修等の実施組織・施設数 ・相談窓口への相談件数 ・セミナー等の開催数・参加企業数 ・.....
	○子育て・介護支援事業	・地域の労働力人口 ・地域の労働生産性 (例：人口一人当たりの生産額)	・事業による支援企業における出産後の女性の復職率の増加量 ・事業による支援企業における介護離職率の減少量 ・.....	・研修等の実施組織・施設数 ・相談窓口への相談件数 ・セミナー等の開催数・参加企業数 ・.....
	○テレワーク推進事業	.....	・事業を通じたテレワーク就業者数 ・事業を通じたテレワーク実施企業数 ・.....	・テレワーク・サテライトオフィス設置数 ・テレワーク導入検討企業へのセミナー等の実施数・参加企業数 ・.....
	○.....		.....	.....

(\*）事業実施中や実施直後の計測のしやすさ等を考慮すると、必ずしも計測が容易ではないと考えられるアウトカム指標

4) 分野別の主なKPIの例

分野6：まちづくり

事業例	総合的なアウトカム	事業のアウトカム	事業のアウトプット
	諸事業・施策の全体効果	個別事業の直接的な効果	個別事業の活動量
	(例)	(例)	(例)
○小さな拠点等の生活拠点整備事業		<ul style="list-style-type: none"> <li>・生活拠点（小さな拠点等）における店舗等の利用者数・売上高</li> <li>・生活拠点における新規雇用者数</li> <li>・.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生活拠点（小さな拠点等）の整備数</li> <li>・移動販売車の導入台数・地域巡回数</li> <li>・地域運営組織の形成数</li> <li>・ワークショップ等の開催数、参加者数</li> </ul>
○まちなか再生事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の定住人口・世帯数</li> <li>・地域の転出入数</li> <li>・まちなか居住人口</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業を通じた新規開業数・新規雇用者数</li> <li>・事業において支援した店舗の売上高</li> <li>・事業対象地域の空き店舗減少率</li> <li>・事業エリアにおける歩行者数（*）</li> <li>・事業対象地域の店舗の売上高（*）</li> <li>・.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業による空き家・空き店舗のリノベーション物件数</li> <li>・リノベーション研修・セミナー等の開催数・参加者数</li> <li>・空き家・空き店舗DBへの登録数</li> <li>・.....</li> </ul>
○地域交通事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域内生産額</li> <li>・地域の就業者数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業による公共交通利用者数(乗降者数/公共交通分担率)の増加数</li> <li>・事業エリアにおける高齢者外出頻度の増加量（*）</li> <li>・.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・路線バス、コミュニティ交通の運行本数</li> <li>・オンデマンド交通の運行回数</li> <li>・交通結節点やバス停留所等の整備数</li> <li>・.....</li> </ul>
○まちづくり人材・組織育成事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の空き店舗率・空き家率</li> <li>・.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・育成事業を通じた起業・創業者数</li> <li>・育成事業で企業・創業した事業者の売上高、新規雇用者数</li> <li>・支援事業を通じたまちづくり人材育成数</li> <li>・事業を通じたまちづくり会社の自主事業売上高</li> <li>・.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちづくり会社等の設立数</li> <li>・まちづくり事業への参画団体数</li> <li>・まちづくり会社の自主事業数</li> <li>・まちづくりフォーラム等の開催数・参加者数</li> <li>・起業・創業支援セミナー・塾等のイベント開催数・参加者数</li> <li>・.....</li> </ul>
○.....		.....	.....

(\*) 事業実施中や実施直後の計測のしやすさ等を考慮すると、必ずしも計測が容易ではないと考えられるアウトカム指標