

4. 4 昨年度に実施した4分野の評価ツールセットの完成

昨年度に実施した4分野（コミュニティ形成支援、就労・起業支援、産業・生業支援、高齢者生活支援）について、ロジックモデル、成果指標（評価指標）、指標の測定方法をまとめた評価ツールセットの更新版を以下に示す。

なお、このロジックモデルについては、「平成28年度 東日本大震災の被災地におけるNPO等による復興・被災者支援の推進に関する調査」で作成したものをもとに、本調査で実施したヒアリング等で確認された、当該分野で実施されている他の活動やアウトカムを追加、修正した。ロジックモデルは、必ずしも正解があるわけではなく、活動の体系の説明しやすさ、納得のしやすさが重要であり、また、このロジックモデルはなるべく幅広い復興・被災者支援に係るNPO等に活用されることが期待されるので、より使いやすくするべく配慮した。

（1）コミュニティ形成支援

①ロジックモデル

「コミュニティ形成支援」分野は、復興・被災者支援における「仮設住宅支援」「まちづくり（ソフト面）」「社会教育（学校以外での教育、防災啓発等）」「人材育成」等に係る取組である。コミュニティ形成支援は、対象となる地域の住民を対象に、住民相互の交流を促進することにより、緊急時の共助関係づくり、地域サービスの向上、住民の心身の安定等を実現し、ひいては住民が安心して、長く住み続けられるような地域の生活環境を形成することを目指すものである。そこで、コミュニティ形成支援の最終目標を「持続可能な地域コミュニティの形成」と設定した。

ちなみに、今回当該分野のロジックモデルを作成するうえで、調査対象となったのは、一般社団法人ISHINOMAKI2.0、一般社団法人SAVE TAKATA、特定非営利法人野馬土、移動支援 Rera である。

ロジックモデル案

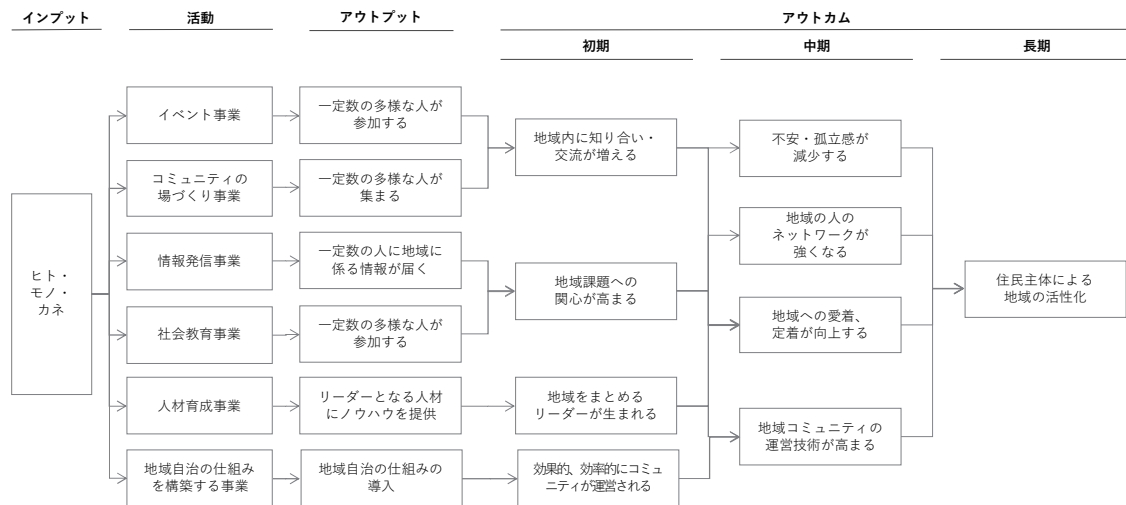


図 33：コミュニティ形成支援分野のロジックモデル

図 33 に示すロジックの内容としては、まず活動のアウトプットの成果として初期アウトカムが現れるが、ここでは「地域内に知り合い・交流が増える」「地域課題への関心が高まる」「地域をまとめるリーダーが生まれる」「効果的、効率的にコミュニティが運営される」の4つを抽出した。

次に、初期アウトカムが生じた結果（多くの場合、それが繰り返して生じた結果）として中期アウトカムが現れるが、ここでは「不安・孤立感が減少する」「地域の人のネットワークが強くなる」「地域への愛着、定着が向上する」「地域コミュニティの運営技術が高まる」を設定した。

さらに、事業の最終目標となる長期アウトカムは、初期・中期アウトカムの延長線上に位置し、「住民主体による地域の活性化」と設定される。

②成果指標（評価指標）

上記のロジックモデルに基づき、表 43 のような成果指標（評価指標）の導入が考えられる。

表 43：コミュニティ形成支援分野の成果指標（評価指標）

種類	評価項目	指標
初期	地域内の知り合い・交流が増加	地域内で「親しい人がいる」「日常的に交流している」人の割合
	地域課題への関心	「地域課題に対して関心がある」人の割合
	地域をまとめるリーダー	地域活動でリーダーとなっている人の数
	効果的、効率的なコミュニティの運営	「コミュニティが効果的、効率的に運営されている」とする人の割合
中期	不安・孤立感の減少	不安・孤立感を感じる人の数
	地域の人々のネットワーク強化	困った時相談できる人や場所がまわりに存在する人の数・割合
	地域への愛着、定着の向上	地域に愛着を持つ人の数・割合
	地域コミュニティの運営技術の向上	「コミュニティの運営技術が向上している」とする人の割合
長期	住民主体による地域の活性化	地域づくり・地域課題解決に関する組織数増加に関する態度変化

注) 種類は、アウトカムの発現時期を意味する。

③測定方法

上記の成果指標（評価指標）に対して表 44 のような測定方法が考えられる。

表 44：コミュニティ形成支援分野の測定方法

種類	評価項目	測定方法
初期	地域内の知り合い・交流が増加	アンケート調査
	地域課題への関心	アンケート調査
	地域をまとめるリーダー	自治体等へのヒアリング調査
	効果的、効率的なコミュニティの運営	アンケート調査
中期	不安・孤立感の減少	アンケート調査
	地域の人々のネットワーク強化	アンケート調査
	地域への愛着、定着の向上	アンケート調査
	地域コミュニティの運営技術の向上	アンケート調査
長期	住民主体による地域の活性化	アンケート調査／二次情報調査

(参考) アンケート項目の例¹⁴

ア) 地域内の知り合い・交流の増加に関するアンケート

	増えて いない	少し 増えた	ある程度 増えた	とても 増えた
プログラム・イベントへの参加/施設の利用によって 地域内の友人・知人の数は増えましたか?	1	2	3	4

イ) 地域課題への関心に関するアンケート

	全く関心 がない	あまり関 心がない	どちら とも いえない	ある程度 関心が ある	大に関 心がある
あなたは、あなたが暮らす地域の課題に関心がありま すか?	1	2	3	4	5

ウ) 地域に係る活動の活発化に関するアンケート

	まったく そう思わ ない	あまり そう思わ ない	どちらと も言えな い	少しそう 思う	大変そう 思う
主体的に地域づくりを行っている自治会、学校 (PTA)、NPO などが増えた	1	2	3	4	5

¹⁴ G8 社会的インパクト投資タスクフォース国内諮問委員会「社会的インパクト評価ツールセット」

(2) 起業・就労（人材育成）支援

①ロジックモデル

「起業・就労（人材育成）支援」分野は、地域の復興・再生に向けた起業を支援したり、被災等により、無業状態またはそれに近い状態の方が、様々な就労支援を受けて一般就労（正規・非正規雇用を含む）を目指したりすることをサポートする取組である。具体的には、起業支援では、起業に係る知識やスキル習得のためのセミナー等のイベントや個別相談の実施、プロジェクト等のコーディネーション、補助金や地域内動向等の情報提供などが含まれる。また、就労支援については、キャリア・コンサルティングや個別求人開拓、履歴書の作成指導、面接対策などが含まれる。

これらの取組により、起業・就労（人材育成）支援は、対象となる地域住民の起業や就労に関する能力が向上し、地域での新規ビジネスが増加したり、地域企業や組織への就労が増えたりすることを目指している。そこで、起業・就労（人材育成）支援の最終目標を「起業・就労により地域が活性化する」および「地域への定住者数が増加する」と設定した。

ちなみに、今回当該分野のロジックモデルを作成する上で調査対象となったのは、一般社団法人ISHINOMAKI2.0、一般社団法人SAVE TAKATA、特定非営利法人野馬土である。

ロジックモデル案

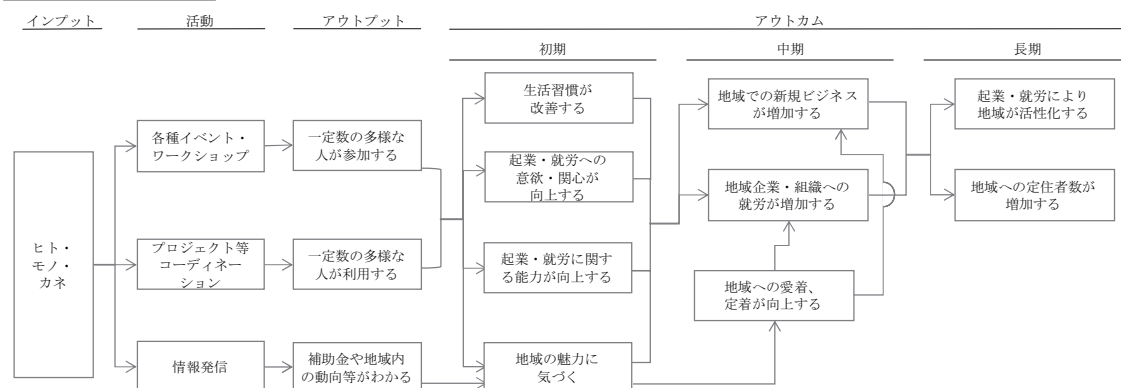


図 34：起業・就労（人材育成）支援分野のロジックモデル

図 34 に示すロジックの内容としては、まず活動のアウトプットの成果として初期アウトカムが現れるが、ここでは「生活習慣が改善する」「起業・就労への意欲・関心が向上する」「起業・就労に関する能力が向上する」「地域の魅力に気づく」の 4 つを抽出した。

次に、初期アウトカムが生じた結果（多くの場合、それが繰り返して生じた結果）として中期アウトカムが現れるが、ここでは「地域での新規ビジネスが増加する」「地域企業・組織への就労が増加する」「地域への愛着、定着が向上する」を設定している。

さらに、事業の最終目標となる長期アウトカムは、初期・中期アウトカムの延長線上に

位置し、「起業・就労により地域が活性化する」および「地域への定住者数が増加する」と設定される。

②成果指標（評価指標）

上記のロジックモデルに基づき、表 45 のような成果指標（評価指標）の導入が考えられる。

表 45：起業・就労（人材育成）支援分野の成果指標（評価指標）

種類	評価項目	指標
初期	生活習慣の改善	生活リズムの改善
	起業・就労への意欲・関心の向上	起業・就労への意欲・関心
	起業・就労に関する能力の向上	起業・事業起こし・仕事に関する知識や技能
	地域の魅力への気づき	地域に魅力を感じる人の数・割合
中期	地域での新規ビジネスの増加	地域での起業数・新規事業数、売上・収益
	地域企業・組織への就労増加	地域企業・組織への就労数
	地域への愛着、定着の向上	地域への愛着・定着を感じる人の数・割合
長期	起業・就労による地域活性	半年後の起業・就労の定着率
	地域への定住者数の増加	定住者数

③測定方法

上記の成果指標（評価指標）に対して表 46 のような測定方法が考えられる。

表 46：起業・就労（人材育成）支援分野の測定方法

種類	評価項目	測定方法
初期	生活習慣の改善	アンケート調査
	起業・就労への意欲・関心の向上	アンケート調査
	起業・就労に関する能力の向上	アンケート調査
	地域の魅力への気づき	アンケート調査
中期	地域での新規ビジネスの増加	二次情報調査（新規起業数データ）、事業者ヒアリング調査
	地域企業・組織への就労増加	二次情報調査（新規起業数データ）、事業者ヒアリング調査
	地域への愛着、定着の向上	アンケート調査
長期	起業・就労による地域活性	アンケート調査・二次情報調査
	地域への定住者数の増加	アンケート調査・二次情報調査

(参考) アンケート項目の例

ア) 生活習慣の改善に関するアンケート¹⁵

起床、食事、睡眠などの生活リズムは規則正しいですか？

- 1: 生活リズムは規則正しくない。
- 2: 生活リズムはあまり規則正しくない。
- 3: 生活リズムはだいたい規則正しい。
- 4: 生活リズムは規則正しい。

イ) 起業・就労に関する能力の向上に関するアンケート¹⁶

①現在またはこれから行う復興・被災者支援の取組の課題解決・スキルアップにつながった。		
1. 改善した	2. どちらかといえば改善した	3. 変わらなかった
4. どちらかといえば悪化した	5. 悪化した	
※「4.」または「5.」を回答された方は、その理由をご記入ください。		
<input type="text"/>		
②組織運営（労務、会計、広報、資金調達等）の課題解決・スキルアップにつながった。		
1. 改善した	2. どちらかといえば改善した	3. 変わらなかった
4. どちらかといえば悪化した	5. 悪化した	
※「4.」または「5.」を回答された方は、その理由をご記入ください。		
<input type="text"/>		

ウ) 地域への愛着、定着の向上に関するアンケート¹⁷

⑤地元の良さを再認識し、誇りを持てるようになった。		
1. 改善した	2. どちらかといえば改善した	3. 変わらなかった
4. どちらかといえば悪化した	5. 悪化した	
※「4.」または「5.」を回答された方は、その理由をご記入ください。		

¹⁵ G8 社会的インパクト投資タスクフォース国内諮問委員会「社会的インパクト評価ツールセット」

¹⁶ 平成 28 年度実施の絆力事業の各取組の受益者等へのアンケート（取組に対する受益者の満足度等アンケート）

¹⁷ 平成 28 年度実施の絆力事業の各取組の受益者等へのアンケート（取組に対する受益者の満足度等アンケート）

エ) 地域への定住者数に関するアンケート¹⁸

アウトカム	8.2. 交流人口、UJI ターン者が増加する				
指標	他の地域から移ってくる人が増えたと感じる人の割合				
測定方法	質問紙を用いた調査				
出所：					
国土交通省国土政策局（2015）「国土形成計画（全国計画）のモニタリングに関する調査・分析業務 参考資料」 p.213					
http://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/kokudoseisaku_tk3_000061.html					
	まったく そう思わ ない	あまりそ う思わな い	どちらと も言えな い	少しそう 思う	大変そう 思う
他の地域から移ってくる人が増えた	1	2	3	4	5

¹⁸ G8 社会的インパクト投資タスクフォース国内諮問委員会「社会的インパクト評価ツールセット」

(3) 産業・生業支援

①ロジックモデル

「産業・生業支援」分野は、復興・被災者支援における「一次産業・生業再生支援」「商品・サービス開発」「起業・就労支援」「ツーリズム」等に係る取組である。

産業・生業支援は、地域資源を活用した新たなサービスの開発や拡大に取り組み、そのサービスによって域外から資金を獲得し、地域経済の活性化を目指すものである。そこで、産業・生業支援の最終目標を「地域経済が成長すること」と設定した。このような設定により、以下のようなロジックが整理できる。

ちなみに、今回当該分野のロジックモデルを作成するうえで、調査対象となったのは、一般社団法人 SAVE TAKATA、特定非営利法人野馬土、特定非営利活動法人素材広場である。

ロジックモデル案

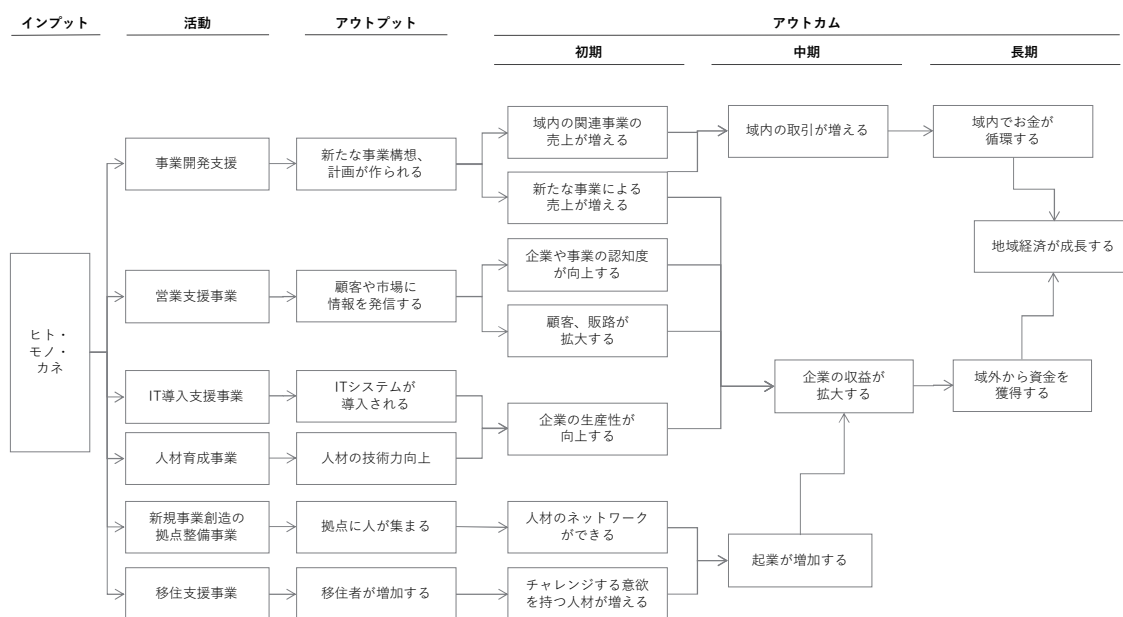


図 35 : 産業・生業支援分野のロジックモデル

図 35 に示すロジックの内容としては、まず活動のアウトプットの成果として初期アウトカムが現れるが、ここでは「域内の関連事業の売上が増える」「新たな事業による売上が増える」「企業や事業の認知度が向上する」「顧客、販路が拡大する」「企業の生産性が向上する」「人材のネットワークができる」「チャレンジする意欲を持つ人材が増える」の7つを抽出した。

次に、初期アウトカムが生じた結果（多くの場合、それが繰り返して生じた結果）として中期アウトカムが現れるが、ここでは「域内の取引が増える」「企業の収益が拡大する」「起業が増加する」を設定した。

さらに、事業の最終目標となる長期アウトカムは、初期・中期アウトカムの延長線上に

位置し、「域内でお金が循環する」「域外から資金を獲得する」の結果として「地域経済が成長する」と設定した。

②成果指標（評価指標）

上記のロジックモデルに基づき、表 47 のような成果指標（評価指標）の導入が考えられる。

表 47：産業・生業支援分野の成果指標（評価指標）

種類	評価項目	指標
初期	売上（域内）	対象域内の対象事業の売上額
	売上（域外）	対象域外の対象事業の売上額
	認知度の向上	広告量の金銭換算額
	顧客、販路の拡大	従前と比べた対象事業の売上額
	生産性の向上	対象事業の売上額／対象事業の就業者数
	人材のネットワークの拡大	拠点施設に係る（登録等する）人材数
	チャレンジする人材の増加	起業意欲を持つ人材数
中期	域内の取引の増加	域内の取引額の増加額
	企業の収益の拡大	対象事業の付加価値額の増加額
	起業の増加	開業数
長期	地域経済の成長	域内の付加価値額の増加額

③測定方法

上記の成果指標（評価指標）に対して表 48 のような測定方法が考えられる。

表 48：産業・生業支援分野の測定方法

種類	評価項目	測定方法
初期	売上（域内）	事業者ヒアリング調査
	売上（域外）	事業者ヒアリング調査
	認知度の向上	事業者ヒアリング調査
	顧客、販路の拡大	事業者ヒアリング調査
	生産性の向上	事業者ヒアリング調査をもとに生産性を算出
	人材のネットワークの拡大	事業者ヒアリング調査
	チャレンジする人材の増加	事業者ヒアリング調査
中期	域内の取引の増加	事業者ヒアリング調査
	企業の収益の拡大	経済センサス、農業センサス等に基づく
	起業の増加	経済センサス、農業センサス等に基づく
長期	地域経済の成長	経済センサス、農業センサス等に基づく

(4) 高齢者生活支援

①ロジックモデル

「高齢者生活支援」分野は、被災者における高齢者の健康維持や生活の質の維持・向上のために、仮設住宅を中心とした体操教室を行ったり、自力で外出する手段を持たず生活上困難を抱える被災住民（移動困難者）が復興に取り残されることのないよう、送迎支援、相談や手伝い、イベント等を行ったりする取組である。

これらの取組により、高齢者生活支援では、対象となる地域住民（高齢者等）の意欲や積極性を向上させ、地域内のつながりを促し、孤立感や不安感を減少させるとともに、身心機能の維持向上などをもたらすことを目指している。そこで、高齢者生活支援の最終目標を「高齢者の QOL 向上」「地域経済の活性化」「介護費・医療費の削減」「家族の就労の増加」と設定した。

ちなみに、今回当該分野のロジックモデルを作成するうえで、調査対象となったのは、特定非営利活動法人さんりく WELLNESS、特定非営利活動法人移動支援 Rera である。

ロジックモデル案

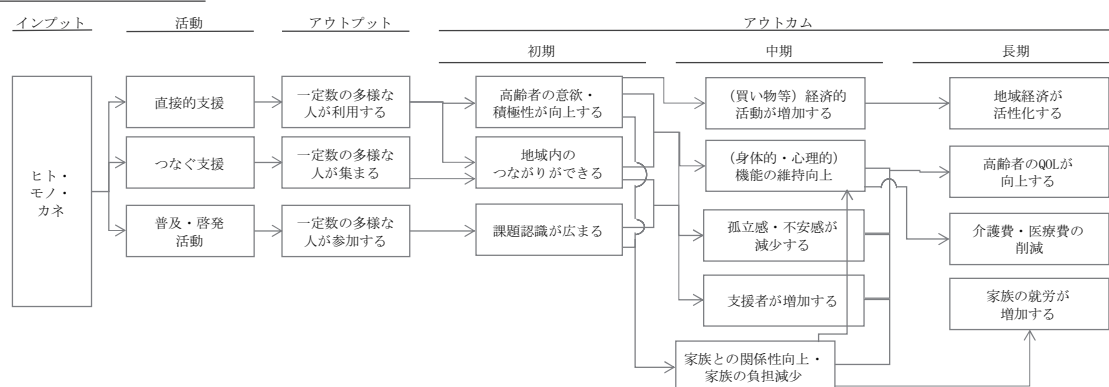


図 36 : 高齢者生活支援分野のロジックモデル

図 36 に示すロジックの内容としては、まず活動のアウトプットの成果として初期アウトカムが現れるが、ここでは「高齢者の意欲・積極性が向上する」「地域内のつながりができる」「課題認識が広まる」の3つを抽出した。

次に、初期アウトカムが生じた結果（多くの場合、それが繰り返して生じた結果）として中期アウトカムが現れるが、ここでは「(買い物等) 経済的活動が増加する」「(身体的・心理的) 機能の維持向上」「孤立感・不安感が減少する」「支援者が増加する」「家族との関係性向上・家族の負担減少」を設定している。

さらに、事業の最終目標となる長期アウトカムは、初期・中期アウトカムの延長線上に位置し、「地域経済が活性化する」「高齢者の QOL が向上する」「介護費・医療費の削減」「家族の就労が増加する」と設定される。

②成果指標（評価指標）

上記のロジックモデルに基づき、表 49 のような成果指標（評価指標）の導入が考えられる。

表 49：高齢者生活支援分野の成果指標（評価指標）

種類	評価項目	指標
初期	高齢者の意欲・積極性向上	高齢者の意欲・積極性
	地域内のつながり	地域内の知り合いの数・交流数
	課題認識の広まり	高齢者の生活に関する課題を認識する人の数・割合
中期	（買い物等）経済的活動の増加	買い物などの経済的活動による出費の増加額・増加割合
	（身体的・心理的）機能の維持向上	身体的・心理的機能測定指標
	孤立感・不安感の減少	孤立感・不安感を感じる人の数・割合
	支援者の増加	高齢者支援に携わる人の数
	家族との関係性向上・負担減少	家族とのコミュニケーション頻度・介護にかかる時間・工数
長期	高齢者の QOL 向上	QOL に関する測定指標、自立度
	介護費・医療費の削減	介護費・医療費
	家族の就労による税収増	家族の就労・税収入

注）長期アウトカム指標「地域経済の活性化」に関しては、地域活性化指標や地域経済分析（RESAS）などの活用がこれまで提案されているが、確たる指標が設定できていない状況のため記載していない。

③測定方法

上記の成果指標（評価指標）に対して表 50 のような測定方法が考えられる。

表 50：高齢者生活支援分野の測定方法

種類	評価項目	測定方法
初期	高齢者の意欲・積極性向上	アンケート調査
	地域内のつながり	アンケート調査
	課題認識の広まり	アンケート調査
中期	（買い物等）経済的活動の増加	アンケート調査
	（身体的・心理的）機能の維持向上	身体的・心理的機能測定、アンケート調査
	孤立感・不安感の減少	アンケート調査
	支援者の増加	アンケート調査・二次情報調査
	家族との関係性向上・負担減少	アンケート調査・二次情報調査
長期	高齢者の QOL 向上	アンケート調査・QOL に関する指標
	介護費・医療費の削減	介護費・医療費
	家族の就労による税収増	アンケート調査・二次情報調査

注）長期アウトカム指標「地域経済の活性化」に関しては、地域活性化指標や地域経済分析（RESAS）などの活用がこれまで提案されているが、確たる指標が設定できていない状況のため記載していない。

(参考1) アンケート項目の例¹⁹

ア) 高齢者の意欲・積極性向上に関するアンケート

⑤これからの生活に向けて前向きに活動できるようになった。

1. 改善した 2. どちらかといえば改善した 3. 変わらなかった
4. どちらかといえば悪化した 5. 悪化した

※「4.」または「5.」を回答された方は、その理由をご記入ください。

イ) (身体的・心理的) 機能の維持向上に関するアンケート

②心身の健康改善につながった。

1. 改善した 2. どちらかといえば改善した 3. 変わらなかった
4. どちらかといえば悪化した 5. 悪化した

※「4.」または「5.」を回答された方は、その理由をご記入ください。

ウ) 家族の負担減少に関するアンケート

③家族の負担軽減につながった。

1. 改善した 2. どちらかといえば改善した 3. 変わらなかった
4. どちらかといえば悪化した 5. 悪化した

※「4.」または「5.」を回答された方は、その理由をご記入ください。

(参考2) QOL の評価

QOL 評価においては、QOL が複数の要素から構成される「多次元」的概念であることと、「主観」を評価・測定することに意義がある。QOL 評価尺度は目的別に主に 2 種類ある。一つは健康状態を詳しく調べる「プロフィール型尺度」で、もう一つは、医療経済評価で使われる「価値付け型尺度」である。プロフィール型尺度で測定した結果は臨床現場へ、価値付け型尺度で測定した結果は社会における医療資源配分の指標として役立つ²⁰。

高齢者における QOL の指標としては、主観的健康感や生活満足度、生きがい感、人間関係に対する満足度、生活能力などがある。

¹⁹ 平成 28 年度実施の絆力事業の各取組の受益者等へのアンケート (取組に対する受益者の満足度等アンケート)

²⁰ 下妻晃二郎：QOL 評価研究の歴史と展望、行動医学研究 Vol.21, No. 1, 4-7, 2015

4. 5 今年度の新規分野の評価ツールセットの暫定版の作成

今年度を実施した2分野（子どもの健全育成、保健・医療・福祉）について、ロジックモデル、成果指標（評価指標）、指標の測定方法の案をまとめた評価ツールセットの暫定版を以下に示す。

なお、ロジックモデルは必ずしも正解があるわけではなく、活動の体系の説明しやすさ、納得のしやすさが重要であり、また、このロジックモデルはなるべく幅広い復興・被災者支援に係るNPO等に活用されることが期待されるので、より使いやすくするべく配慮した。

(1) 子どもの健全育成

①ロジックモデル

「子どもの健全育成」分野は、不登校や被災時の苦しみなどを抱える子どもたちやその母親や女性等に対して支援する取組である。具体的には、被災によって苦しみを抱える子どもたちを含む全ての子どもたちが学んだり、癒したりする場を提供したり、子どもの生活面をサポートしたりすることにより、子どもたちが健全に育つことを目指すものである。また、子どもへの支援とともに、被災した環境の中で、子育てに悩む母親の生活やメンタル面でのサポートをして、子どもが健全に育つことを目指すケースもある。そこで、子どもの健全育成の最終目標を「子どもが健全に、幸せに暮らせること」と設定した。このような設定により、以下のようなロジックが整理できる。

なお、今回当該分野のロジックモデルを作成するうえで、調査対象となったのは、特定非営利活動法人マザーリンク・ジャパン、特定非営利活動法人まなびの森、特定非営利活動法人いわて子育てネットである。

ロジックモデル案

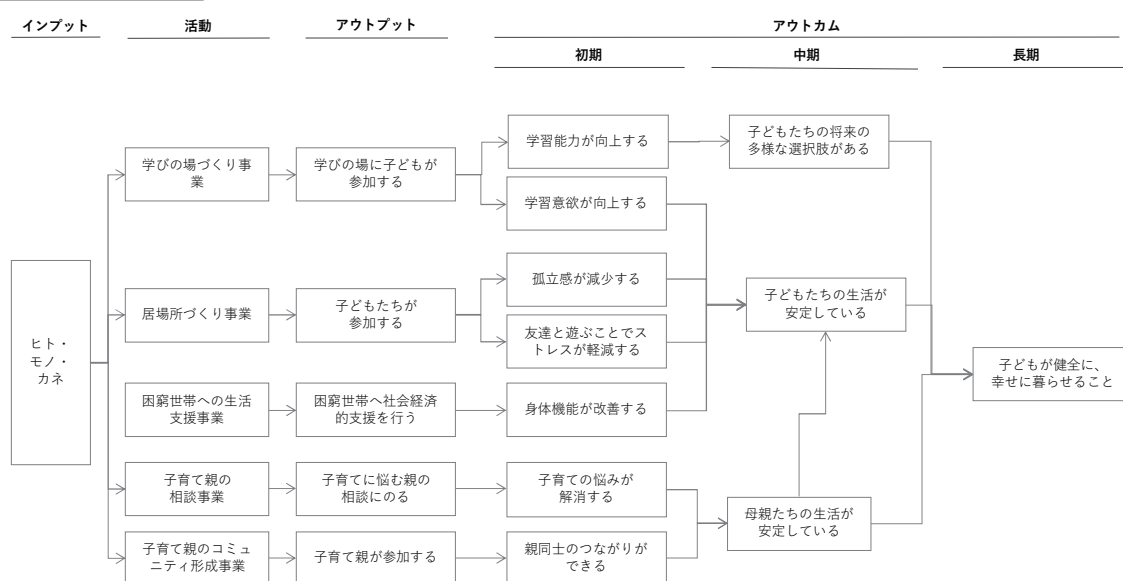


図 37：子どもの健全育成分野のロジックモデル案

図 37 に示すロジックの内容としては、まず活動のアウトプットの成果として初期アウトカムが現れるが、ここでは「学習能力が向上する」「学習意欲が向上する」「孤立感が減少する」「友達と遊ぶことでストレスが減少する」「身体機能が改善する」と「子育ての悩みが解消する」「親同士のつながりができる」の 7 つを抽出した。これらは、子どもに係る 5 つのアウトカムと子育て中の母親に係る 2 つのアウトカムからなる。

次に、初期アウトカムが生じた結果（多くの場合、それが繰り返して生じた結果）として中期アウトカムが現れるが、ここでは「子どもたちの将来の多様な選択肢がある」「子どもたちの生活が安定している」「母親たちの生活が安定している」を設定した。

さらに、事業の最終目標となる長期アウトカムは、初期・中期アウトカムの延長線上に位置し、「子どもが健全に、幸せに暮らせる」と設定した。

②成果指標（評価指標）

上記のロジックモデルに基づき、表 51 のような成果指標（評価指標）の導入が考えられる。

表 51：子どもの健全育成分野の成果指標（評価指標）案

種類	評価項目	指標
初期	学習能力の向上	「学力が向上した」と回答する割合
	学習意欲の向上	「学習が楽しくなった」と回答する割合
	孤立感の減少	「孤立を感じなくなった」と回答する割合
	ストレスの減少	「ストレスを感じなくなった」と回答する割合
	身体機能の改善	「体調がよくなった」と回答する割合
	子育ての悩みの解消	「子育ての悩みが軽減した」と回答する割合
	親同士のつながり	「親同士のつながりが増えた」と回答する割合
中期	子どもたちの将来に対する多様な選択肢	「子どもたちの進路の多様になった」と回答する割合
	子どもたちの生活の安定	1) 就学援助を受けている小中学生の割合 2) 「経済的に生活が安定している」と回答する割合
	母親たちの生活の安定	1) 生活保護を受けている小中学生の割合 2) 「経済的に生活が安定している」と回答する割合
長期	子どもが健全に、幸せに暮らせる	「幸せである」と回答する割合

③測定方法

上記の成果指標（評価指標）に対して表 52 のような測定方法が考えられる。

表 52 : 子どもの健全育成分野の測定方法案

種類	評価項目	測定方法
初期	学習能力の向上	子どもへのアンケート調査
	学習意欲の向上	子どもへのアンケート調査
	孤立感の減少	子どもへのアンケート調査
	ストレスの減少	子どもへのアンケート調査
	身体機能の改善	子どもへのアンケート調査
	子育ての悩みの解消	子育て親へのアンケート調査
	親同士のつながり	子育て親へのアンケート調査
中期	子どもたちの将来に対する多様な選択肢	子ども、子育て親へのアンケート調査
	子どもたちの生活の安定	1) 市町村データ 2) 子育て親へのアンケート調査
	母親たちの生活の安定	1) 市町村データ 2) 子育て親へのアンケート調査
長期	子どもが健全に、幸せに暮らせる	子どもへのアンケート調査

(参考) アンケート項目の例

ア) 孤立感の減少に関するアンケート²¹

①孤立感や不安感が軽減された。

1. 改善した 2. どちらかといえば改善した 3. 変わらなかった
4. どちらかといえば悪化した 5. 悪化した

※「4.」または「5.」を回答された方は、その理由をご記入ください。

イ) 身体機能の改善に関するアンケート²²

②心身の健康改善につながった。

1. 改善した 2. どちらかといえば改善した 3. 変わらなかった
4. どちらかといえば悪化した 5. 悪化した

※「4.」または「5.」を回答された方は、その理由をご記入ください。

ウ) 親同士のつながりに関するアンケート²³

	増えて いない	少し 増えた	ある程度 増えた	とても 増えた
プログラム・イベントへの参加/施設の利用によって 地域内の友人・知人の数は増えましたか?	1	2	3	4

²¹ 平成 28 年度実施の絆力事業の各取組の受益者等へのアンケート (取組に対する受益者の満足度等アンケート)

²² 平成 28 年度実施の絆力事業の各取組の受益者等へのアンケート (取組に対する受益者の満足度等アンケート)

²³ G8 社会的インパクト投資タスクフォース国内諮問委員会「社会的インパクト評価ツールセット」

(2) 保健・医療・福祉

①ロジックモデル

「保健・医療・福祉」分野は、国内の NPO 法人において最も多い活動分野であり、健康・医療に関することや「社会的弱者」を支援・サポートする事業が行われている。例えば、障がい者や児童、要介護者などに対する支援や情報提供の活動のほか、近年は生活困窮者や低所得者、犯罪被害者などの社会的弱者に対する支援活動を行う NPO 法人も多くなっている。

「保健・医療・福祉」分野は、高い専門性を要するとともに活動の幅が非常に広く、また、活動目的も多岐にわたっているのが特徴と言える。本調査では福祉分野の一部を扱ったが、障がい者自立支援施設や障がい福祉サービス、障がい児・者の生活サポート、障がい等に対する理解を深めるための普及啓発活動など活動の幅が広く、市民や大学、企業、NPO、行政等と協働し、障がい者支援等の活動を通じて、社会の発展に関する事業を行い、多様性のある子どもやそのご家族などが平等に安心して暮らせる地域をつくることを目指している。そこで、保健・医療・福祉の最終目標を「地域における多様な療育・介護環境の構築」「生活の自立」と設定した。このような設定により、以下のようなロジックが整理できる。

なお、今回当該分野のロジックモデルを作成するうえで、調査対象となったのは、特定非営利活動法人いわて子育てネット、特定非営利活動法人ふよう土 2100 である。

ロジックモデル案

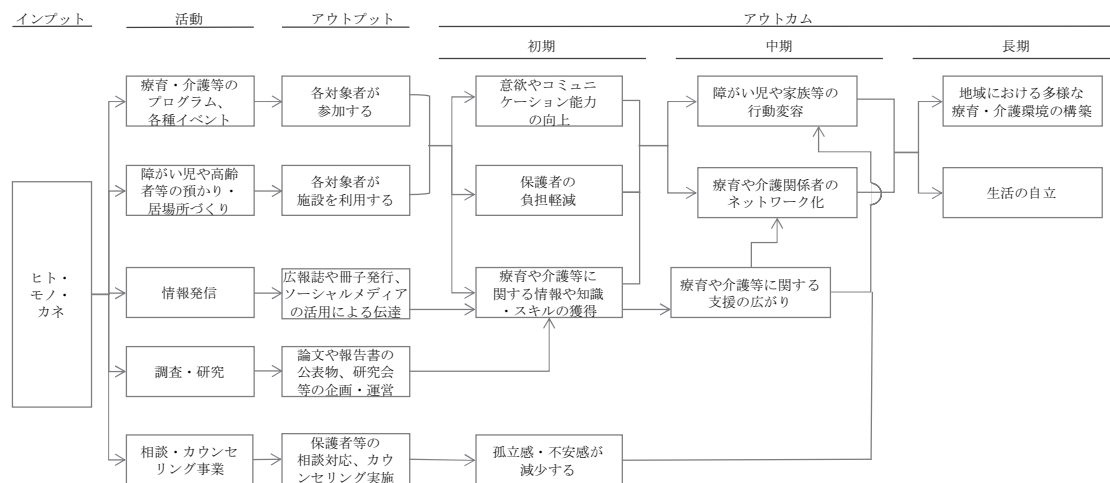


図 38：保健・医療・福祉分野のロジックモデル案

図 38 に示すロジックの内容としては、まず活動のアウトプットの成果として初期アウトカムが現れるが、ここでは「意欲やコミュニケーション能力の向上」「保護者の負担軽減」「療育や介護等に関する情報や知識・スキルの獲得」「孤立感・不安感が減少する」の 4 つ

を抽出した。

次に、初期アウトカムが生じた結果（多くの場合、それが繰り返して生じた結果）として中期アウトカムが現れるが、ここでは「障がい児や家族等の行動変容」「(療育や介護等に関する支援の広がりによる)療育や介護関係者のネットワーク化」を設定した。

さらに、事業の最終目標となる長期アウトカムは、初期・中期アウトカムの延長線上に位置し、「地域における多様な療育・介護環境の構築」「生活の自立」と設定した。

②成果指標（評価指標）

上記のロジックモデルに基づき、表 53 のような成果指標（評価指標）の導入が考えられる。

表 53：保健・医療・福祉分野の成果指標（評価指標）案

種類	評価項目	指標
初期	意欲やコミュニケーション能力の向上	「意欲が向上した」「コミュニケーション能力が向上した」と回答する割合
	保護者の負担軽減	「負担が軽減した」と回答する割合
	関連する知識・スキルの習得	「関連する知識・スキルが習得できた」と回答する割合
	孤立感・不安感の減少	「孤立や不安を感じなくなった」と回答する割合
中期	障がい児等の行動変容	「態度や行動が変容した」と回答する割合
	療育や介護等の関係者のつながり	「関係者間のつながりが増えた」と回答する割合
長期	地域における多様な療育・介護環境の構築	「多様な療育・介護環境が構築されている」と回答する割合
	生活の自立	「生活が自立できている」と回答する割合

③測定方法

上記の成果指標（評価指標）に対して表 54 のような測定方法が考えられる。

表 54：保健・医療・福祉分野の測定方法案

種類	評価項目	測定方法
初期	意欲やコミュニケーション能力の向上	アンケート調査（本人、保護者）※適応行動尺度の活用など
	保護者の負担軽減	アンケート調査（保護者）
	関連する知識・スキルの習得	アンケート調査（本人、保護者）、関連テストのスコア
	孤立感・不安感の減少	アンケート調査（保護者）
中期	障がい児や高齢者等の行動変容	アンケート調査（保護者）、変容記録データの収集・分析
	療育や介護等の関係者のつながり	アンケート調査（保護者）
長期	地域における多様な療育・介護環境の構築	アンケート調査（保護者、自治体）
	生活の自立	アンケート調査（本人、保護者）・二次情報調査

(参考) アンケート項目の例

ア) コミュニケーション能力の向上に関するアンケート (言語活動の状況) ²⁴

	当てはまる	どちらかといえ ば、当てはまる	どちらかとい え、当ては まらない	当てはま らない
1. 友達の前で自分の考えや意見を発表することは得意だ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 友達と話し合うとき、友達の話を最後まで聞くことができる	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

イ) 保護者の負担軽減に関するアンケート²⁵

③家族の負担軽減につながった。

1. 改善した 2. どちらかといえば改善した 3. 変わらなかった
4. どちらかといえば悪化した 5. 悪化した

※「4.」または「5.」を回答された方は、その理由をご記入ください。

ウ) 療育や介護等の関係者のつながりに関するアンケート²⁶

	増えて いない	少し 増えた	ある程度 増えた	とても 増えた
プログラム・イベントへの参加/施設の利用によって 地域内の友人・知人の数は増えましたか?	1	2	3	4

²⁴ G8 社会的インパクト投資タスクフォース国内諮問委員会「社会的インパクト評価ツールセット」

²⁵ 平成 28 年度実施の絆力事業の各取組の受益者等へのアンケート (取組に対する受益者の満足度等アンケート)

²⁶ G8 社会的インパクト投資タスクフォース国内諮問委員会「社会的インパクト評価ツールセット」