

4. 3 ロジックモデル等の作成に関するまとめ

(1) 昨年度からの調査対象協力団体

対象となった NPO 等は下記の 6 団体である。

- 1) 一般社団法人 SAVE TAKATA
- 2) 特定非営利活動法人移動支援 Rera
- 3) 特定非営利活動法人素材広場
- 4) 特定非営利活動法人野馬土
- 5) 認定特定非営利活動法人いわて子育てネット
- 6) 一般社団法人まなびの森

上記の団体に対しては、昨年度調査を踏まえて次の 4 項目について現地訪問し確認した。

■ 前回訪問時からの主な変化（事業内容の更新状況、外部環境の変化）

- ① 組織内部環境（事業内容の更新状況等）について
- ② 外部環境の変化について

■ 作成した評価ツールセットの活用状況・効果

- ① 組織内の活用状況・効果
- ② 組織外の活用状況・効果

■ 評価ツールセットの更新

- ① ロジックモデル
- ② 成果指標
- ③ 測定方法

■ 次年度に向けての展望・課題

本節では、これら 4 項目のうち、「作成した評価ツールセットの活用状況・効果」以外についてヒアリングした結果（前回訪問時からの主な変化などに対する回答）をまとめて示す。なお、「作成した評価ツールセットの活用状況・効果」は第 5 章にて結果を示す。

1) 一般社団法人 SAVE TAKATA

■ワークショップ等の実施日時：2018年11月16日：10時～11時半

■実施場所：一般社団法人 SAVE TAKATA 事務所（岩手県陸前高田市）

■前回訪問時からの主な変化（事業内容の更新状況、外部環境の変化）

- ・スタッフについては、常勤が16名と増えた。1名が退職したが、3名が新たに加わった。また、委託職員も2名になった。
- ・2017年に新たなNPO法人LAMPを別途立ち上げ、農業に関する事業はSAVE TAKATAからスピンアウトするかたちをとっているが、その事業移行を円滑に進めている。
※LAMPの代表理事は、SAVE TAKATAの松本理事が務めている。
- ・IT事業については、2017年12月にディレクターが1名就任したことに加えて、制作に係るコーディング担当が2名、デザイナーが1名という体制に拡大している。優秀な人材がいれば、さらに採用する予定である。
- ・はかまだガイドマップについては、取組に熱心だった法人担当者が人事異動でいなくなったために予算がその後つかなくなり、自主的な範囲での活動にとどまっている。ガイドブック作成に携わっていたメンバーはIT事業の方にエフォート⁷の多くを移している。
- ・新商店街に係る事務局代行や広報支援については、今年10月に運営・管理のための法人を新たにつくったところである。事務局代行や広報支援の活動自体は2018年の4月から展開している。
- ・活動の中身としては、プロジェクト「北限のゆず研究会」の広報支援や事務局代行（サポーターの募集等）などを行っている。また、観光向けの駅弁のような本格的な弁当の企画やパッケージデザイン等も手掛けている。
- ・高田大隅つどいの丘商店街は、2018年10月1日に市の払い下げを受けて、自主運営に切り替わって新たなスタートを切っている。ここでは、商店街の法人設立に関する業務も担っている。

■評価ツールセットの更新

はじめに、昨年度作成されたロジックモデル（ver.2）を図11に示し、次に今年度の更新にあたって変更した点を記載した後、更新版のロジックモデル（ver.3）を図12に示す。

⁷ 全仕事時間のうち、当該業務の実施に必要なとなる時間の配分率

ロジックモデル案

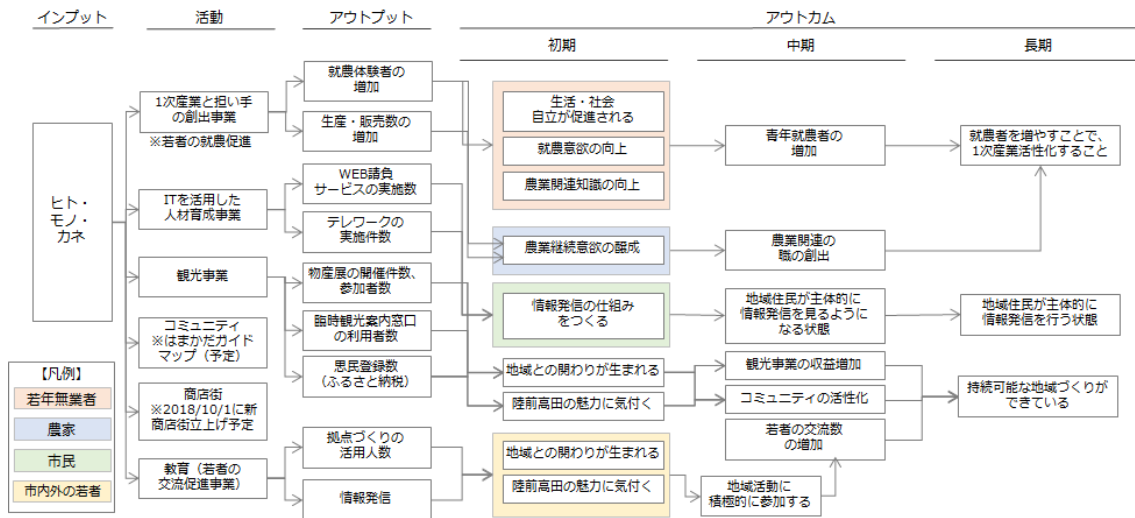


図 11：昨年度作成されたロジックモデル (ver.2)

①ロジックモデルの更新

- 活動「商店街」については、事務局代行や広報支援を行っているため、表記を「商店街における事務局代行業・広報支援事業」に修正した。
- 活動「IT を活用した人材育成事業」のアウトプット「テレワークの実施件数」が、現在の状況ではあまり適切ではないため、「ちらしやパンフレットの制作数」に変更した。
- 活動「教育 (若者の交流促進事業)」は、中学校 (2 校) と連携して生徒の自主性を高め視野を拡げることを目的にしているため、アウトプットの項目としては、前回の設定を削除して「職場体験の参加人数」「職場体験の訪問事業数」に変更した。
- 活動「コミュニティ ※はまかたガイドマップ」については、行政からの予算がつかなくなったために、活動としては無理のない範囲にとどまっていることから、表記としては変更していない。
- 活動「商店街」のアウトプットについては、「広報物の制作数」を入れた。
- 活動「商店街」のアウトカム (初期) は、昨年度作成版に記載している「情報発信の仕組みをつくる」につなげた。
- アウトカム (中期) に「若者の交流数の増加」が昨年度作成版では設定されたが、人数についてはアウトプットの方で把握するため削除した。

ロジックモデル案

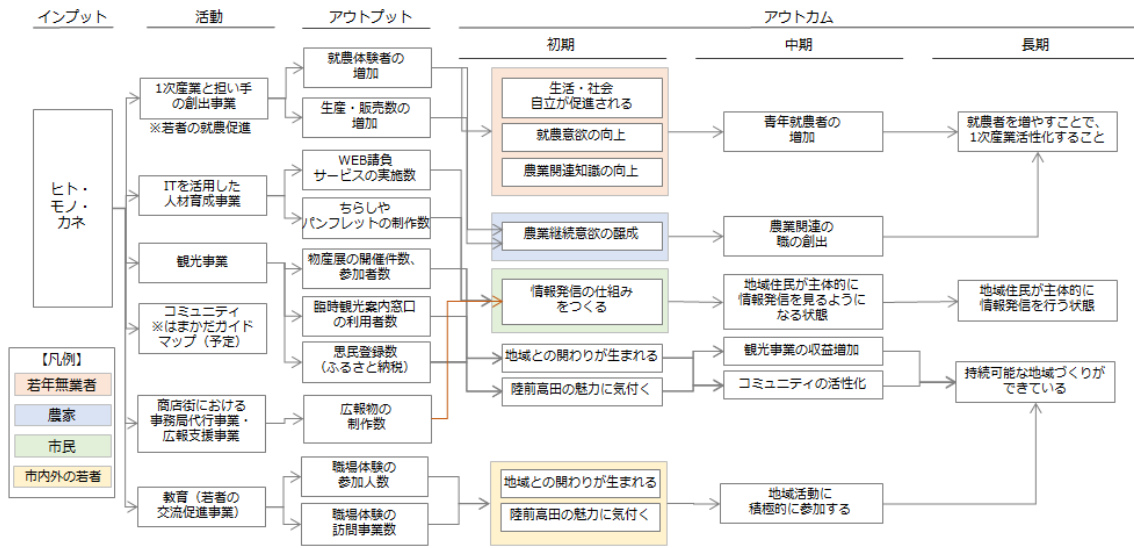


図 12：更新したロジックモデル (ver.3)

注) 茶色線は、他とかぶらないように色付けしている。

②成果指標案

・昨年度作成時より特に変更はない。成果指標案を表 24 に示す。

表 24：一般社団法人 SAVE TAKATA における成果指標案

評価項目	指標
陸前高田への魅力に気付く	地域に愛着を持つ人の数・割合
青年就農者の増加	青年就農者数
地域住民が主体的に情報発信をするようになる状態 (発信情報の閲覧)	発信情報の閲覧数
観光事業の収益増加	観光事業の売上

③測定方法案

- ・昨年度作成時より特に変更はない。測定方法案を表 25 に示す。

表 25：一般社団法人 SAVE TAKATA における測定方法案

評価項目	測定方法
陸前高田への魅力に気付く	観光事業や教育（若者の交流促進事業）への参加者・利用者へのアンケート
青年就農者の増加	農業関連事業への参加者アンケート
地域住民が主体的に情報発信を見るようになる状態（発信情報の閲覧）	各種メディアへのアクセス数
観光事業の収益増加	上場企業は有価証券報告書に基づく売上額、上場企業でない場合は申告に基づく売上額

なお、今回の訪問調査により、以下の事項が指摘された。

- ・アウトプットに記載している各項目については、生データはストックできているが、集計までは出来ていない。また、公表可能なデータとそうでないデータがある。今年度は一部のアウトプットのデータを出すことは可能と思われる。
- ・活動「観光事業」のアウトプット「臨時観光案内窓口の利用者数」については、今年度までは数字をおさえることは可能だが、来年度は行政からの支援がなければ把握することが難しいかもしれない。
- ・アウトカム（中期）の「地域活動に積極的に参加する」の測定については、マイプロジェクト「FACE」への参加人数や、職場体験における学校からの紹介などから把握は可能である。
- ・成果指標の「陸前高田への魅力に気付く」については、臨時観光案内窓口の利用者へアンケート調査を実施している。
- ・成果指標の「地域住民が主体的に情報発信を見るようになる状態（発信情報の閲覧）」についても、各種メディアへのアクセス数を部分的には把握することが出来る。

■次年度に向けての展望・課題

- ・事業内連携をさらに促進させたい意向である。特に IT 事業と観光事業、教育事業はうまくシナジー効果が高まるような工夫をしていきたいとしている。
- ・IT 事業は更に人を増やしたい意向で、教育事業も現在は常勤 2 名、非常勤 2 名の体制で組んでいる。観光事業は、物産以外で収益をあげることが課題であり、無料の会員登録による呼び込みや、商品開発、販売代行料などをアイデアとして持っている。
- ・外部への広報支援にスタッフのエフォートが取られていることもあって、当法人の広報活動が手薄になってしまっているため、今後はてこ入れをしたい意向である。物産展のちら

しと連動させることがアイデアとしてある。思民登録数（ふるさと納税）については、約 2,600 枚のちらしを配布したが、11 名しか登録に至っていないため、戦略を変える必要があると考えている。

- 農業に係る「1 次産業と担い手の創出事業」は、先に述べた NPO 法人 LAMP に業務を移行しつつある段階のため、近い将来は、SAVE TAKATA としての事業からは離れることになり、記載から削除することになる可能性が高い。

■参考資料

6. 参考資料を参照（pp128-129）。

2) 特定非営利活動法人移動支援 Rera

■ワークショップ等の実施日時：2018年12月7日：15時半～17時

■実施場所：移動支援 Rera 事務所（宮城県石巻市）

■前回訪問時からの主な変化（事業内容の更新状況、外部環境の変化）

- ・前回訪問（2018年2月8日）からは事業として大きく変わっていない。新たな取組としては、市民農園を借りてシニアのボランティアを中心に運用している。
- ・福祉有償運送については本格検討の段階に入っており、市の福祉総務課の担当も入っての勉強会や、来年度予算に向けての準備を行っている。
- ・糖尿病の透析患者からの送迎ニーズは相変わらず高く、30名ほどの方にお断りしている状況である。
- ・付き添い送迎も変わらずニーズの高い取組で、11月実施分（松島日帰り）は予約一杯となった。付き添い送迎は毎月1回、日曜日に開催している。
- ・移動支援ハンドブックが完成した。資料編と災害編の2つから構成される。7年間の送迎活動で集まったノウハウを、他の地域のボランティア送迎や災害時の支援に役立てればと作成した小冊子である。要望が多く、9～11月には、山形や南三陸、柴田町から呼ばれた。県の補助で1,000部つくったが、余部が少ない状況である。
- ・復興庁主催で、11月17～18日にかけて、大阪で地域づくりハンズオン支援事業である「東北と関西を結び、『移動』について考える『おでかけソン』」を開催した（村島代表も講演）。定員40名だったが、それを超える参加者があった。移動することの価値について議論し、移動は暮らしのオプションではなく社会資源であり、手段の維持が重要であるとの意識が共有された。

■評価ツールセットの更新

はじめに、昨年度作成されたロジックモデル（ver.2）を図13に示し、次に今年度の更新にあたっての検討結果を示す。

ロジックモデル案

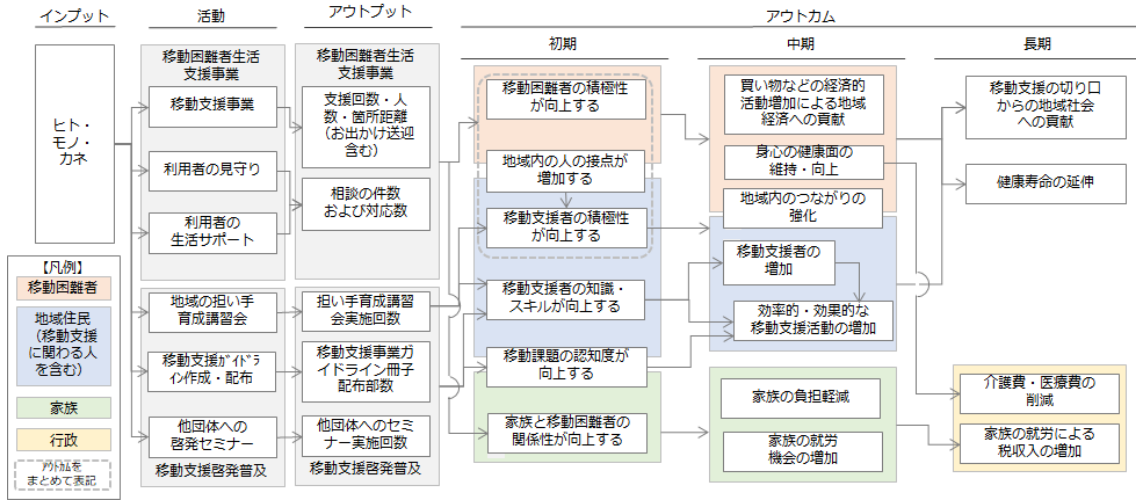


図 13：昨年度作成されたロジックモデル (ver.2)

①ロジックモデルの更新

- ・ 前回作成時から事業など特に変更はないため、このままで良いとの判断になった。

②成果指標案

- ・ 昨年度作成時より特に変更はない。成果指標案を表 26 に示す。

表 26：特定非営利活動法人移動支援 Rera における成果指標案

評価項目	指標
高齢者等の移動困難者の意欲・積極性	高齢者等の移動困難者の意欲・積極性の向上度合い
地域内の知り合いの数・交流数	地域内のつながりを示す知り合いの数・交流数
高齢者の生活に関する課題を認識する人の数・割合	課題認識の広まりを示す、高齢者の生活に関する課題を認識する人の数・割合
買い物などの経済的活動による出費の増加	買い物などの経済的活動による地域経済への貢献
高齢者支援に携わる人数	支援者の増加
介護費・医療費の削減	介護費・医療費

③測定方法案

- ・昨年度作成時より特に変更はない。測定方法案を表 27 に示す。

表 27：特定非営利活動法人移動支援 Rera における測定方法案

評価項目	測定方法
高齢者等の移動困難者の意欲・積極性	移動困難者生活支援事業への利用者へのアンケート (健康維持の度合いなど)
地域内の知り合いの数・交流数	移動困難者生活支援事業への利用者へのアンケート
高齢者の生活に関する課題を認識する人の数・割合	移動支援啓発普及への参加者へのアンケート
買い物などの経済的活動による出費の増加	移動困難者生活支援事業への利用者へのアンケート
高齢者支援に携わる人数	移動支援啓発普及の取組への参加者へのアンケート
介護費・医療費の削減	介護費・医療費

■次年度に向けての展望・課題

- ・一般財団法人トヨタ・モビリティ基金では、「地域に合った移動の仕組み作り」に取り組む日本国内の地方公共団体やNPO等を支援する助成金プログラムを設立し、公募を2018年10月30日より開始している。1件最大3,000万円と大規模で、助成期間は1～2年である。募集期間は2018年11月1日～2019年2月28日で申請は済ませた。現在は採択結果を待っている。

(参考) トヨタ・モビリティ基金、「地域に合った移動の仕組み作り」に向けた活動助成金に関する公募を開始

http://toyotamobilityfoundation.org/pdf/press_release_20181030_jp.pdf

- ・毎月1日休んで、スタッフ研修を実施している。収入源も大事だが、支援者を増やすことにも尽力したい意向である。

■参考資料

6. 参考資料を参照 (pp130-134)。

3) 特定非営利活動法人素材広場

■ワークショップ等の実施日時：2018年12月17日：11時～12時半

■実施場所：特定非営利活動法人素材広場 事務所（福島県会津若松市）

■前回訪問時からの主な変化（事業内容の更新状況、外部環境の変化）

①組織内部環境（事業内容の更新状況等）について

- ・今期、着物のレンタル事業を立ち上げ、新たに展開している。この事業は、代表の関心分野であり、また観光客が楽しめるアクティビティが地域にほとんどないということもあり、企画されている。事業概要としては、特に、インバウンド観光客向けに、レンタルした着物を着付けし、髪を整え、鶴ヶ城やまちなかを歩けるようなサービスで、タクシーや観光施設等とも連携し、着物で市内を周遊できるツアーもある。宿泊施設等と連携しており、観光客は宿泊施設経由で申し込むことができる。現在、月に40名程度の利用があり、今後観光施設等とパートナーとなり、利用者を伸ばしていきたいと考えている。
- ・「地産地消を活用した企画・営業」は以前から実施していたが、新たに、地域の酒造会社（只見の米焼酎「ねっか」、小さな町の日本一小さな蒸留所から生まれた米焼酎であるが、世界のコンクールでも金賞を受賞するなど非常に評価が高い）と連携し、米焼酎「ねっか」と素材広場の取引先の生産者の果実果汁を組み合わせて「福島フルーツハイ」という取組を展開している。地域の飲食店で提供しており、市内でのみ楽しめるサービスである。今後も、飲食サービスを拡大していきたいと考えている。

②外部環境の変化について

- ・相変わらず福島県は震災、原発事故の影響が大きく、インバウンド観光客が少ないと感じている。地域内では若干の伸びはあるものの、国内の平均と比較しても、その伸びは微々たるものである。インバウンド観光客の影響が波及してくれば、当法人及び地域の観光産業へもよい効果が期待できると考えている。

■評価ツールセットの更新

はじめに、昨年度作成されたロジックモデル（ver.2）を図14に示し、次に今年度の更新にあたって変更した点を記載した後、更新版のロジックモデル（ver.3）を図15に示す。

ロジックモデル案

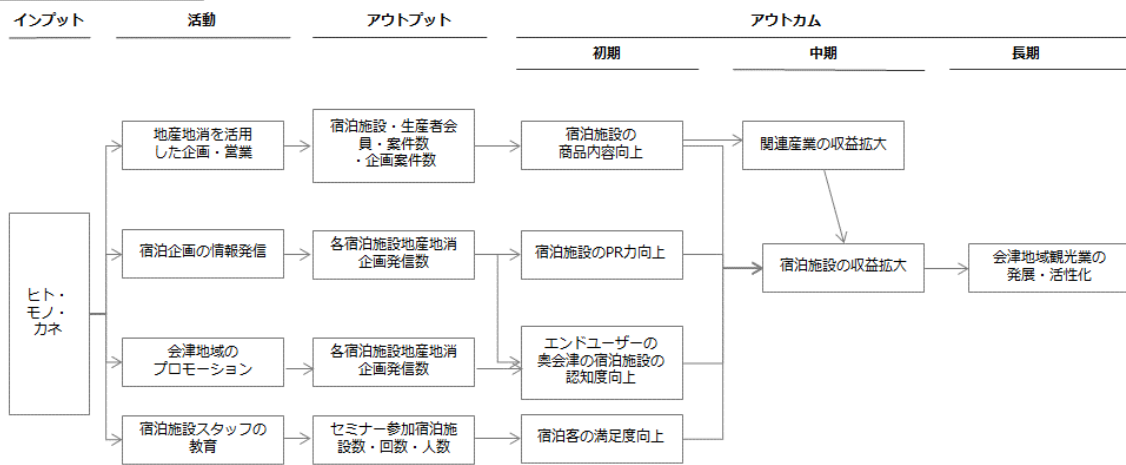


図 14：昨年度作成されたロジックモデル (ver.2)

①ロジックモデルの更新

- ・当法人の活動として、新たに「着物のレンタル事業」を追加した。また、それに伴い、アウトカム（中期）として「地域の魅力の拡大」を追加した。「着物のレンタル事業」は当法人の収益事業であるとともに、宿泊施設と連携し、宿泊客に地域での新たな体験を提供するサービスであるので、従来アウトカムに地域の魅力拡大を追加した。
- ・アウトカム（中期）としては、従来通り「収益拡大」を重要な視点としているので変更していない。

ロジックモデル案

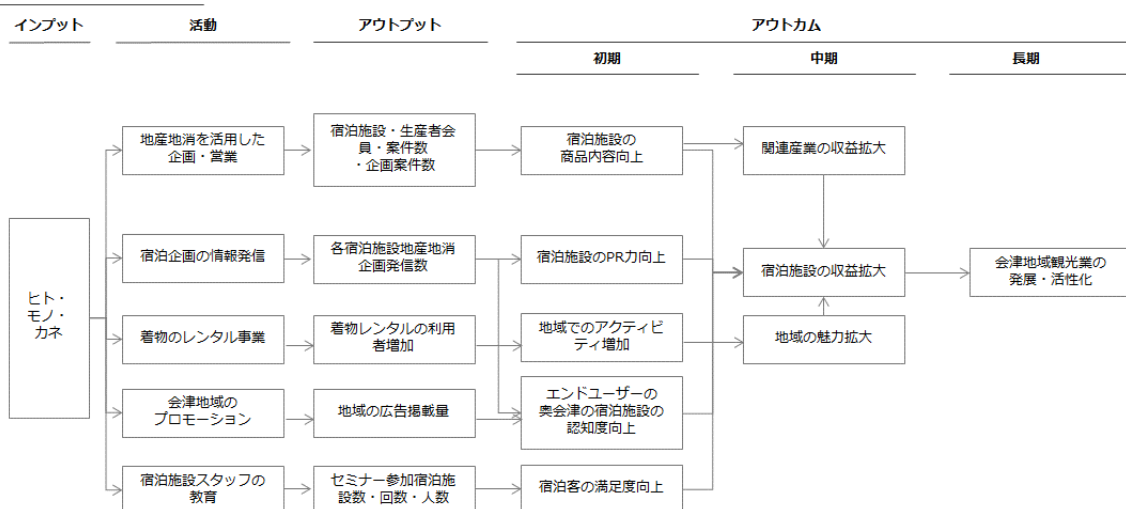


図 15：更新したロジックモデル (ver.3)

②成果指標案

- ・アウトカム（中期）として「地域の魅力の拡大」を追加したことに伴い、表 28 に示すように「地域の魅力度」を指標として追加した。

表 28：特定非営利活動法人素材広場における成果指標案

評価項目	指標
宿泊施設の売上	当該サービスに伴う宿泊施設の売上額
関連産業の売上額	当該サービスに伴う生産者の売上増加額＝宿泊施設への製品の納入額の合計
宿泊施設観光客数	当該サービスに伴う観光客数及び宿泊客数＝宿泊プランの利用者数
観光消費額	当該サービスに伴う観光客の消費額＝宿泊プランの利用者数×観光消費額単価
観光客満足度	観光客（宿泊客）数の中で「満足した」と回答した人数の割合 ※この指標が高いほど、観光客にサービスが受け入れられ、観光客のリピートや口コミによる新規観光客の誘引につながる可能性があり、ひいては地域への経済的効果が期待できる。
地域の観光客数	観光客数及び宿泊客数
地域の魅力度	観光客（宿泊客）数に占める「地域の魅力度が高い」と回答した人数の割合

③測定方法案

- ・アウトカム（中期）として「地域の魅力の拡大」を加えたことに伴い、表 29 に示すように「地域の魅力度」の測定方法案を追加した。

表 29：特定非営利活動法人素材広場における測定方法案

評価項目	測定方法
宿泊施設の売上	上場企業は有価証券報告書に基づく売上額、上場企業でない場合は申告に基づく売上額。対象は、評価期間に最も近似する期間
関連産業の売上額	宿泊施設への製品の納入額は各宿泊施設へのヒアリング
宿泊施設観光客数	宿泊プランの利用者数は宿泊施設へのヒアリング
観光消費額	上記の宿泊施設観光客数と観光入込客統計で得られる観光消費額単価を掛け合わせた金額
観光客満足度	観光客（宿泊客）に対するアンケート 例：観光客（宿泊客）に対してホテルのチェックアウト時等にアンケート回答を依頼 ※ただし、宿泊客へのアンケートは宿泊施設の協力が不可欠であるが、宿泊施設は宿泊客の心象等を気にして積極的ではない可能性。
地域の観光客数	「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき各都道府県が実施する観光入込客統計。四半期ごとに公表される。 このうちの各観光施設、市町村の観光入込客数は、観光地点等入込客数調査、観光地点パラメータ調査、各補正值より推計されるもの。
地域の魅力度	観光客（宿泊客）に対するアンケート 例：観光客（宿泊客）に対してホテルのチェックアウト時等にアンケート回答を依頼

■次年度に向けての展望・課題

- ・着物のレンタル事業については、現在は当法人店舗での着付け等を行っているが、これをさらに良い立地で行えるようになる見通しがあり、事業の拡大可能性が高まっている。
- ・事業においては、補助金等を活用するケースが多いので、評価において社会的インパクトに関する評価が導入されるようであれば、取り組んでいきたい意向である。そのときには、簡単に計測できるようなフォーマット（エクセルシートのようなもの）があれば有効と思われる。

■参考資料

6. 参考資料を参照（pp135-138）。

4) 特定非営利活動法人野馬土

■ワークショップ等の実施日時：2018年12月12日：11時～12時半

■実施場所：特定非営利活動法人野馬土 事務所（福島県相馬市）

■前回訪問時からの主な変化（事業内容の更新状況、外部環境の変化）

①組織内部環境（事業内容の更新状況等）について

- ・昨年から議論をしていた「収益性の高い農業」を目指した農地での太陽光発電事業を開始した。これは、東日本大震災の津波と原発事故により使えなくなった農地に太陽光発電施設を設置し、売電収入を農業復興と地域再生のための活動に充てるものであり、農閑期にも太陽光発電での収益が期待できる（年間355MWh、98世帯分に相当）ので、農業収入と合わせて「2毛作」となる。この事業では、経済産業省「半農半エネモデル等推進事業」の補助をうけている。

②外部環境の変化について

- ・当法人では「20 km圏内ツアー」を実施しているが、引き続きニーズは高く、継続して実施している。「20 km圏内ツアー」は様々な企業や大学とパートナーとなるきっかけとなっており、これまでのプロジェクトもツアーの参加を通じてというケースが多くあり、地域の実情を知ってもらうとともに、当法人のネットワーク構築の場となっている。

■評価ツールセットの更新

はじめに、昨年度作成されたロジックモデル（ver.2）を図 16 に示し、次に今年度の更新にあたって変更した点を記載した後、更新版のロジックモデル（ver.3）を図 17 に示す。

ロジックモデル案

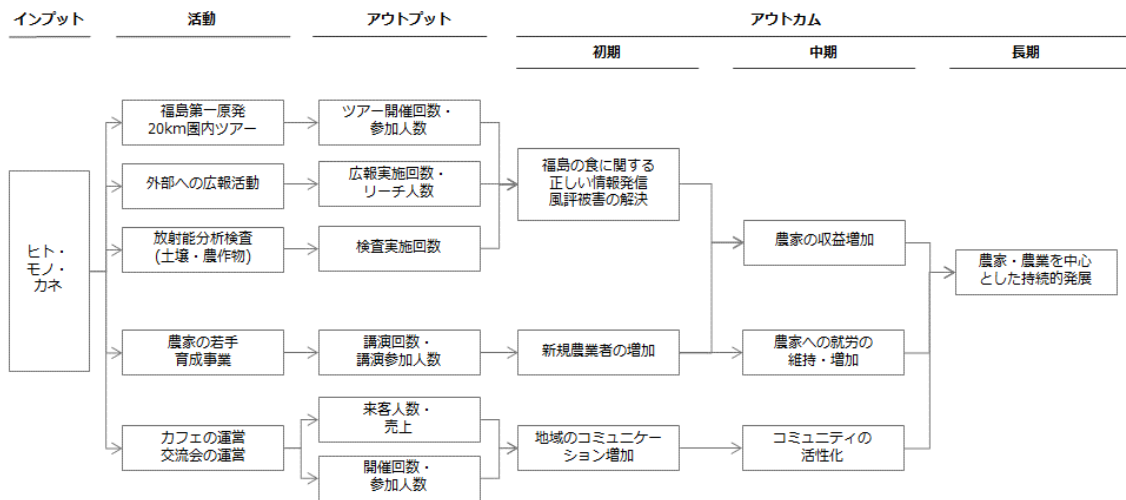


図 16：昨年度作成されたロジックモデル (ver.2)

①ロジックモデルの更新

- ・農業振興として「農家の収益増加」「就労環境の維持」を重視しており、引き続き、アウトカム（中期）として設定した。
- ・また、活動「儲かる農業の企画」として農地での太陽光発電事業を新たな事業として展開しており追加した。オーガニックコットンの栽培については、一昨年度から実施しているものの、まだ栽培したものを本格的に製造販売するまでには至っていないため、現状では追加していない。

ロジックモデル案

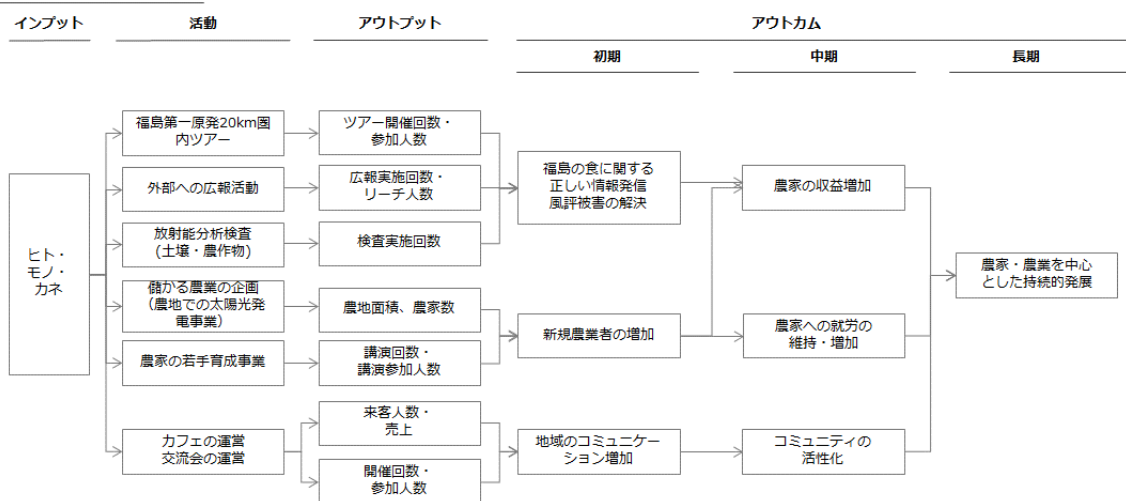


図 17：更新したロジックモデル (ver.3)

②成果指標案

- ・昨年度作成時より特に変更はない。成果指標案を表 30 に示す。

表 30：特定非営利活動法人野馬土における成果指標案

評価項目	指標
新規就農者の増加	移住者数
農家の収益増加	市内での農産物の生産額
農家への就労の維持・増加	農業就労者数

③測定方法案

- ・昨年度作成時より特に変更はない。測定方法案を表 31 に示す。

表 31：特定非営利活動法人野馬土における測定方法案

評価項目	測定方法
新規就農者の増加	住民基本台帳人口移動報告 ※市町村ごとの転入者数
農家の収益増加	農業センサスの産出額
農家への就労の維持・増加	農業センサスにおける農業就労者数

■次年度に向けての展望・課題

- ・様々な企業等から提案や連携依頼があるが、特に意思決定や事業企画、運営をできる人材が足りていないのが現状である。人材の確保をしたいが、収益源が補助金のため、単年度の受給では長期的な視点で人材確保ができないことが課題である。

■参考資料

6. 参考資料を参照 (pp139-140)。