

#### 4. 4 4分野（コミュニティ形成支援、起業・就労（人材育成）支援、産業・生業再生支援、高齢者生活支援）の評価ツールセットの更新

昨年度調査では、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（ver.2）を作成した。

今年度調査においては、文献ウェブ調査やNPO等へのヒアリング調査をもとに、作成した評価ツールセットの修正や追記の必要性があるかを検討した。その結果、具体的なイメージをより持てるように、アンケート項目の例を増やす必要があると判断し、評価項目ごとにアンケート項目の事例を記載することにした。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「住民主体による地域の活性化」と設定した。

ロジックモデル案

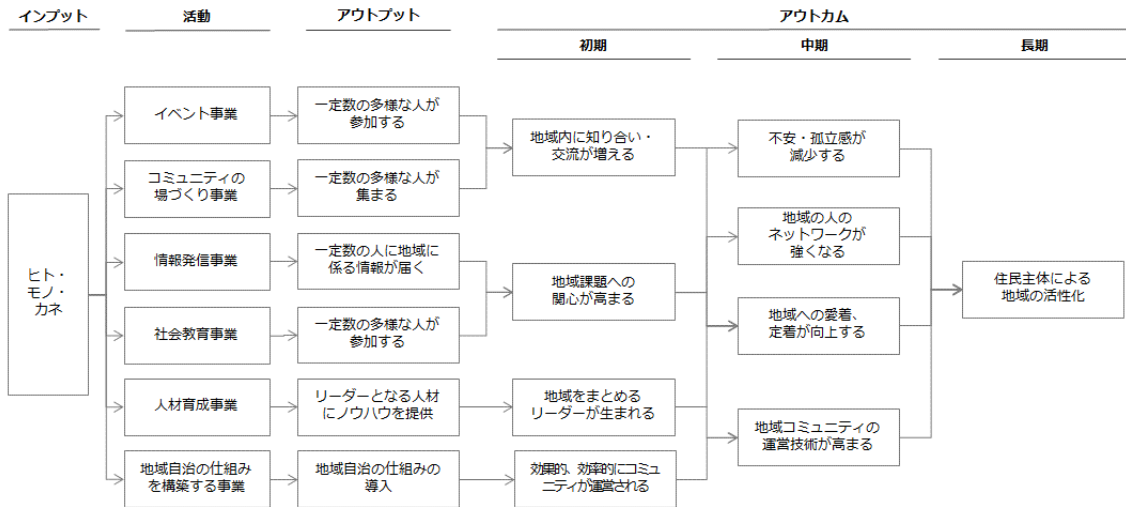


図 26：コミュニティ形成支援分野のロジックモデル

図 26 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 42 のような成果指標（評価指標）の導入が考えられる。

**表 42：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割合
	地域の人々のネットワーク強化	困った時に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感度変化

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）に対して表のような測定方法が考えられる。

**表 43：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	自治体等へのアンケート調査／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<sup>10</sup>

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) 地域をまとめるリーダーに関するアンケート

地域活動でリーダー役を担っている方を具体的に何人くらいイメージできますか?

- ①5名未満 ②5～9名 ③10～15名 ④16～24名 ⑤25名以上

エ) 効果的、効率的なコミュニティの運営に関するアンケート

コミュニティが効果的、効率的に運営されていると思いますか?

1. 大変そう思う 2. ある程度そう思う 3. どちらとも言えない 4. あまり思わない  
5. 全く思わない

オ) 不安・孤立感の減少に関するアンケート<sup>11</sup>

**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。

<sup>10</sup> 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」を主な参考としている。

<sup>11</sup> 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）

カ) 地域の人のネットワーク強化に関するアンケート

本取組によって、地域の人々のつながりが強まったと思いますか？

1. 大変そう思う
2. ある程度そう思う
3. どちらとも言えない
4. あまり思わない
5. 全く思わない

キ) 地域への愛着、定着の向上に関するアンケート<sup>12</sup>

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。

ク) 地域コミュニティの運営技術の向上に関するアンケート

本取組によって、地域コミュニティの運営に関する技能や技術が向上していると思いますか？

1. 大変そう思う
2. ある程度そう思う
3. どちらとも言えない
4. あまり思わない
5. 全く思わない

ケ) 住民主体による地域の活性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

<sup>12</sup> 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）

## (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。

#### ロジックモデル案

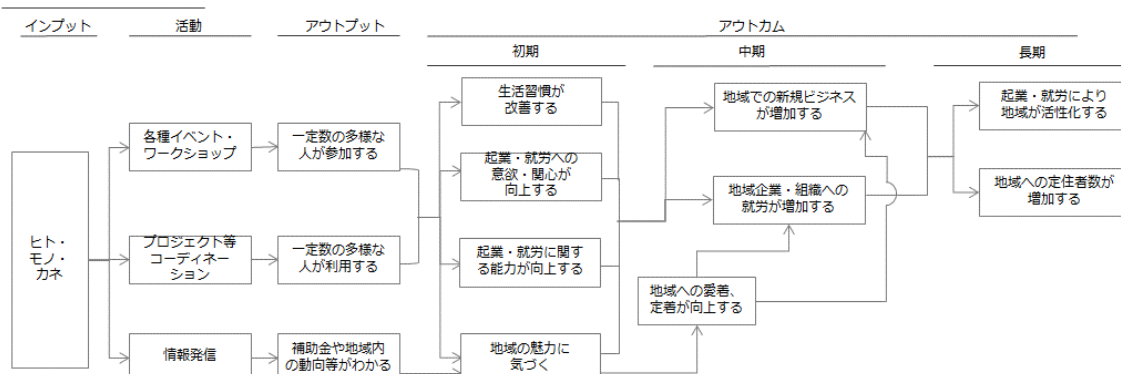


図 27：起業・就労（人材育成）支援分野のロジックモデル

図 27 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 44 のような成果指標（評価指標）の導入が考えられる。

**表 44：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 45 のような測定方法が考えられる。

**表 45：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<sup>13</sup>

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

イ) 起業・就労への意欲・関心の向上に関するアンケート

これまでよりも、起業や就労への意欲・関心が高まりましたか？

1. 大変そう思う
2. ある程度そう思う
3. どちらとも言えない
4. あまり思わない
5. 全く思わない

ウ) 起業・就労に関する能力の向上に関するアンケート<sup>14</sup>

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。

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。

エ) 地域の魅力への気づきに関するアンケート

これまでより地域に魅力を感じるようになりましたか？

1. 大変そう思う
2. ある程度そう思う
3. どちらとも言えない
4. あまり思わない
5. 全く思わない

<sup>13</sup> 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」

<sup>14</sup> 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）



オ) 地域での新規ビジネスの増加に関するヒアリング

以前と比べて、地域での新規ビジネスの立上げが増えてきていると思いますか？

1. 大変そう思う
2. ある程度そう思う
3. どちらとも言えない
4. あまり思わない
5. 全く思わない

カ) 地域企業・組織への就労増加に関するヒアリング

地域の企業や団体への就労数が以前と比べて増えてきていると思いますか？

1. 大変そう思う
2. ある程度そう思う
3. どちらとも言えない
4. あまり思わない
5. 全く思わない

キ) 地域への愛着、定着の向上に関するアンケート<sup>15</sup>

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。

ク) 起業・就労による地域活性に関するアンケート

起業や就労の増加によって、地域が活性化していると思いますか？

1. 大変そう思う
2. ある程度そう思う
3. どちらとも言えない
4. あまり思わない
5. 全く思わない

ケ) 地域への定住者数に関するアンケート<sup>16</sup>

**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](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

<sup>15</sup> 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）

<sup>16</sup> 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」