

【参考資料】

復興・被災者支援に関する領域の評価ツールセット
(産業・生業再生支援分野)

平成 31 年 3 月

【参考資料】

1. ロジックモデル

本評価ツールが対象とする「産業・生業再生支援」分野の事業は、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」等に係る取組が含まれます。

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しています。そこで、図 1 のロジックモデルの一例では、産業・生業支援の最終目標を「地域経済が成長すること」と設定しています。

ロジックモデル案

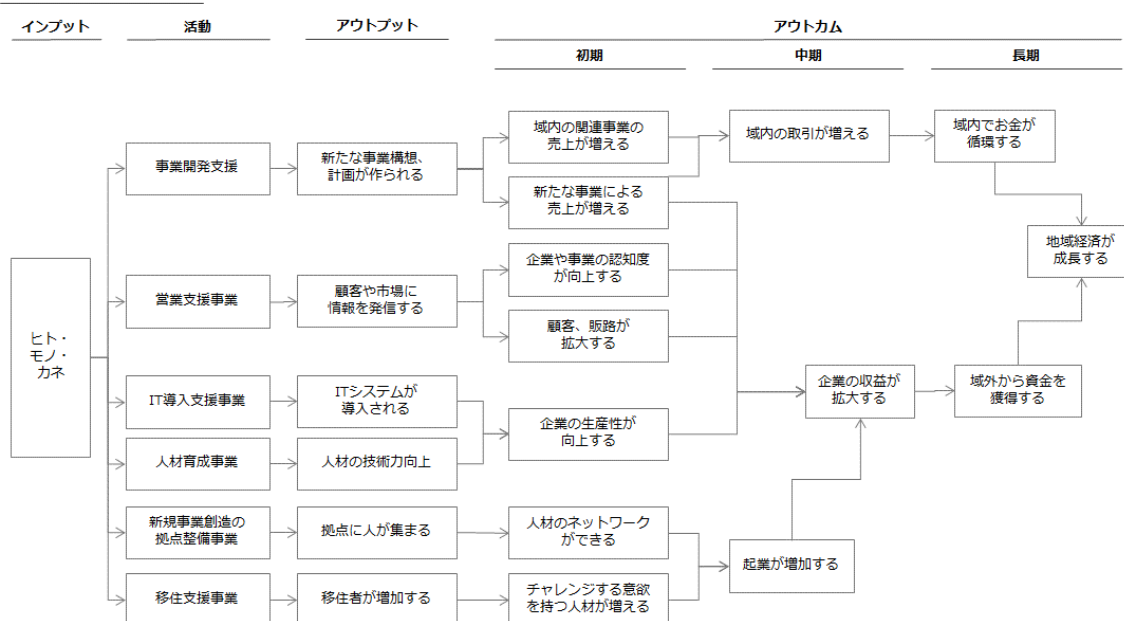


図 1：産業・生業再生支援分野のロジックモデルの一例

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ますが、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つを抽出しています。

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ますが、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」を設定しています。

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」と設定しています。

【参考資料】

2. 成果指標（評価指標）

1. のロジックモデルに基づき、表 1 のような成果指標の導入が考えられます。

表 1：産業・生業再生支援分野の成果指標（評価指標）の一例

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	認知している人の割合
	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	対象事業の収益の増加額
	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

【参考資料】

3. 測定方法

これらの成果指標に対して、表 2 に示すような測定方法が考えられます。

表 2：産業・生業再生支援分野の測定方法の一例

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、財務諸表分析
	売上（域外）	事業者ヒアリング調査、財務諸表分析
	認知度の向上	事業者ヒアリング調査／アンケート調査
	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

参考までに、表 2 に示した評価項目を測定するアンケート調査の例を以下に挙げます。

ア) 認知度の向上に関するアンケート

当法人の商品やサービスについて、広く知られるようになったと思いますか？

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