

平成 28 年度 修士論文

まち・ひと・しごと創生総合戦略における
観光関連評価指標の傾向に関する研究

**Study on the Evaluation of Indicators related with tourism which
are set by local Government
Some cases of “Reginal comprehensive strategy”**

首都大学東京大学院 都市環境科学研究科 観光科学域

15842403 川端南実希

指導教員 川原晋

要旨

近年、「観光地を経営する」という考え方が重要視されている。日本交通公社（2013）は、観光地が持続的に発展するためには、観光地を包括的経営体として捉え、諸事業の管理運営を行うことが重要と述べている。管理運営のためには、評価指標と数値目標を設定し、その達成度を測定するという手法が主流となっているが、地方自治体においては行政評価が義務化されておらず、その導入率は2013年10月現在で59.3%となっている（総務省自治行政局 2013）。

そのような中、安倍内閣は2014年に地方創生政策を担う「まち・ひと・しごと創生本部」を設置し、「まち・ひと・しごと創生法」を施行した。これにより、地方自治体は、2015年度中に各地の実情に応じた人口ビジョンと地方版総合戦略（以下、総合戦略）の策定を努力義務として課され、各地で戦略の策定が急がれた。本戦略では、各政策分野、施策ごとにアウトカム指標を原則とした数値目標と重要業績評価指標（KPI）を設定し、PDCAサイクルで施策の効果を検証・改善する仕組みを確立することが求められている。これにより、これまで任意であった全国の地方自治体に評価が求められるようになったと言える。

そこで本研究では、観光振興に力を入れていると考えられる、観光地域のマネジメントを推進する日本版DMOの候補法人登録に申請している50市区町村を対象に、総合戦略の観光関連指標の傾向を把握し、指標設定時の課題や工夫点を明らかにすることを通して、コストや整合性を考慮しつつ適切な評価指標の設定を実現するための基礎的な知見を得ることを目的とする。

本論文は、6章で構成される。

第1章は、研究の背景と目的、既往研究の整理と論文の構成、調査方法を記した。

第2章では、まず、既往研究や文献調査から行政評価の基本事項を把握するため、評価の歴史や指標の種類を把握した。次に、本研究で着目すべき指標を抽出するため、国内外で例示・運用されている観光関連指標を整理した。その結果、観光関連指標については、世界観光機関の持続可能性指標や海外または日本のDMO等、様々な指標があることがわかった。さらに、多くの自治体が観光客数、観光客満足度、リピート率などの指標の必要性が高いと考えている

ことがわかった（塩谷 2008）。以上から、国内外で例示・運用数が多くニーズの高い観光客数、観光客満足度、リピート率等の 8 指標を、本研究における「重要指標」として設定した。

第 3 章では、国の地方創生政策の概要と総合戦略の策定状況を把握するため、国の公開資料や戦略策定の手引き、各自治体の総合戦略から整理・比較を行った。その結果、総合戦略は、自治体ごとに施策の記し方や詳細度が異なり、それに応じて評価指標の設定数も異なる傾向にあることがわかった。

第 4 章では、観光関連指標の設定傾向を把握するため、各自治体の総合戦略から観光関連指標を抽出し、指標を性質ごとに分類した。その結果、KPI については、抽出した 433 指標のうち 42.6%が観光入込客数や施設来場者数などで、23.6%が事業数等のアウトプット指標であった。これらの指標は、観光施設や行政内部のデータ集計のみで数値を得られるため、設定しやすい指標だと考えられた。一方で、重要指標のうち、観光客満足度やリピート率等の 4 指標を設定している自治体は少ないことがわかった。これらの指標（以下、未活用 4 指標）は、何らかの課題があり設定しづらいと考えられるため、次章で詳細に分析することにした。

第 5 章では、指標設定時の課題や工夫点を明らかにするため、未活用 4 指標を対象に詳細に分析した。対象自治体が極端に少ないことから、地域連携 DMO から未活用 4 指標を設定している 9 自治体を追加して調査した。

まず、着目すべき課題点を定めるため、自治体評価の課題を整理した。その結果、評価の質には予算や人員等のコストや職員の能力面の課題があり、Hatry（2006）や田中（2014）が示す指標設定時に留意すべき基準のうち、コストや職員の能力に関わる基準はデータの収集費用、妥当性、目的との整合性等であった。そこで、次章では「データの収集方法」と「指標と施策との整合性」に着目して分析した。

その結果、まず「データの収集方法」については、未活用 4 指標は国や都府県の調査では市区町村別データが少なく、市区町村独自で調査しデータを収集していた。これらは、アンケートを行い、分析しなければ扱えないため、調査や分析の委託費、職員が分析を行う際は専門的能力が無ければ、設定が困難な指標だと考えられた。

次に「指標と施策との整合性」については、指標と施策内容、指標と施策の目的等との間の整合性がとれていない例が複数あり、真に得たい結果を得るための指標や得たい結果に到達するまでの段階を踏んだ指標の設定がされていないことがわかった。この理由としては、データが無く適切な指標を設定できなかった、他の施策の指標と重複するため設定しなかった等があげられた。このことから、データの有無や指標設定に関する職員の専門的能力の度合いが「指標と施策との整合性」に関係していると考えられた。

さらに、職員自らがデータ収集の調査を行い、かつ段階を踏んだ指標設定がされている志摩市に着目した。志摩市では、環境省から派遣された K 氏が中心となって職員ワークショップを行い戦略が策定され、分析対象指標は K 氏の発案によって設定されていた。また辻褄が合わない部分等を見直して毎年改訂するなど、専門的な能力を持つ K 氏の存在によって難易度が高く整合性のとれた指標が設定されていることがわかった。以上から「指標と施策との整合性」には、データの有無や職員の専門的能力の度合いが大きく影響し、専門家の存在や職員の育成が重要だと考えられた。

第 6 章では、総括としてデータ収集と専門的能力の観点から主な観光関連指標の設定難易度を整理し、観光政策の評価の課題と今後の展望について論じた。第 4～5 章より、設定難易度の高い指標は、観光客満足度やリピート率等の自治体独自にデータを収集・分析する必要のある指標であると考えられた。これらのデータ収集は、各自治体の予算規模に応じて行う方法や頻度は様々だが、分析ノウハウや評価についての専門的能力を身につけることで、委託せずに職員独自で行うことも可能になる。以上より、必要なデータを収集し、整合性のとれた適切な指標を設定するためには、分析ノウハウの教育や指標設定に関するガイドラインの作成が重要であることを示した。

目次

第1章 序論	6
1-1. 研究背景	6
1-2. 研究目的	7
1-3. 研究対象	7
1-4. 研究方法	8
1-5. 既往研究の整理と本研究の位置づけ	8
1-6. 論文構成	10
第2章 自治体における評価の基本事項と観光関連評価指標の現状	12
2-1. 本章の目的	12
2-2. 自治体における評価の基本事項	12
2-3. 観光関連評価指標の現状	16
2-3-1. 世界規模で例示されている観光関連評価指標の把握	16
2-3-2. 国内で例示されている観光関連評価指標の把握	19
2-3-4. 国内で運用されている観光関連指標の把握	20
2-3-5. 我が国の自治体でニーズの高い観光関連指標の把握	20
2-3-6. 本研究で着目する観光関連指標の抽出	20
2-4. 小括	22
第3章 まち・ひと・しごと創生総合戦略の概要と研究対象自治体の策定状況	23
3-1. 本章の目的と研究方法	23
3-2. まち・ひと・しごと創生総合戦略の概要	23
3-2-1. 国の地方創生政策の概要	23
3-2-2. 地方自治体に求められた戦略の構成と策定内容の把握	26
3-3. 研究対象自治体の地方版総合戦略の策定状況	29
3-4. 小括	35
第4章 地方版総合戦略の観光関連評価指標の設定傾向の把握	36
4-1. 本章の目的と研究方法	36
4-2. 観光関連施策と評価指標の策定及び設定状況の把握	36
4-2-1. 観光関連施策と評価指標の抽出	36

4-2-2. 観光関連施策の策定状況	37
4-2-3. 観光関連評価指標の設定傾向	39
4-3. 小括	43
第5章 観光関連評価指標設定時の課題分析	44
5-1. 本章の目的と研究方法	44
5-2. 着目すべき評価の課題点の把握	45
5-2-1. 自治体における評価の課題	45
5-2-2. 評価指標の設定基準と本研究における着眼点の整理	48
5-3. データの収集方法	50
5-3-1. 観光統計の市区町村別データの整備状況	50
5-3-2. 本章での分析対象指標の収集方法	57
5-3-3. 観光関連統計のデータの収集方法の整理と指標設定難易度の 推測	60
5-4. 指標と施策との整合性	63
5-4-1. 指標と施策との整合性の考察	63
5-4-2. 指標と施策の目的との間に齟齬が生じる要因の推察	86
5-4-3. 観光客満足度・リピート率の設定意図に見る行政の考え ..	88
5-5. 志摩市の策定プロセス	89
5-6. 小括	90
第6章 結論	92
6-1. 各章のまとめ	92
6-2. 考察	94
参考文献・資料	97
図表リスト	106
謝辞	109

第1章 序論

1-1. 研究背景

近年、「観光地を経営する」という考え方が重要視されている。日本交通公社（2013）は、「観光地経営の視点と実践」の中で、観光地が持続的に発展するためには、観光地を包括的経営体として捉え、諸事業の管理運営を行うことが重要であると述べている。こうした管理運営のためには、評価指標と数値目標を設定し、その達成度を測定するという手法が主流となっているが、地方自治体においては行政評価が義務化されておらず、その導入率は2013年10月現在で59.3%となっており、特に町村での導入率は34.9%と低くなっている（総務省自治行政局2013）。そのため、観光関連評価指標に関する既往研究は、宮下ら（2013）による中心市街地活性化基本計画における観光関連目標指標とその計画事業の達成度の研究等があるが、特定の事業の中での特定の自治体の設定傾向に限られており、観光に力を入れている全国の自治体の評価指標を俯瞰するような研究は未だ行われていない。

そのような中、安倍内閣は、2014年に地方創生政策を担う「まち・ひと・しごと創生本部」を設置し、「まち・ひと・しごと創生法」を施行した。これにより、地方公共団体は、2015年度中に各地の実情に応じた「地方人口ビジョン」と「地方版総合戦略」を策定することを努力義務として規定され、各地で戦略の策定が急がれた。本戦略では、各政策分野、施策ごとにアウトカム指標を原則とした数値目標と重要業績評価指標（KPI）¹を設定し、PDCAサイクルで施策の効果を検証・改善する仕組みを確立することが求められており、今回の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の策定により、これまで任意であった全国の地方自治体に、初めて行政評価が求められるようになったと言える。

¹ Key performance indicator の略。施策ごとの進捗状況を検証するために設定する指標のこと。

1-2. 研究目的

そこで、本研究では、地方版総合戦略から観光関連の政策と評価指標を抽出し、評価指標の設定内容の傾向の把握と、設定時の課題や工夫点を明らかにすることを通して、評価と改善の仕組みを確立するための基礎的な知見を得るべく、以下の2点を目的とする。

- ①観光関連評価指標の設定傾向を把握する。
- ②指標設定時の自治体の課題や工夫点を明らかにする。

なお、総合戦略が策定されて間もないため、本研究は事業の達成度やKPIの有効性については明らかにすることができない。

1-3. 研究対象

研究対象地は、観光地経営に積極的に取り組むことを目指している自治体として日本版DMO²の地域DMOに登録されている法人を有する51市区町村のうち、戦略が策定されていない群馬県草津町を除く50市区町村に着目した(表1.1)。

表 1.1 研究対象市区町村一覧

都道府県	市区町村	都道府県	市区町村	都道府県	市区町村
北海道	釧路市 美瑛町 音更町	石川県	金沢市 小松市	兵庫県	神戸市
青森県	西目屋村	福井県	小浜市	和歌山県	田辺市 白浜町
秋田県	羽後町	山梨県	北杜市	島根県	飯南町
山形県	寒河江市	長野県	松本市 小諸市 千曲市 阿智村	岡山県	奈義町
福島県	福島市 会津若松市	岐阜県	大垣市 高山市 下呂市	広島県	三次市
群馬県	安中市 下仁田町 中之条町 みなかみ町	静岡県	伊豆市	山口県	萩市
千葉県	鴨川市	三重県	伊勢市 鳥羽市 志摩市 大台町	高知県	黒潮町
東京都	墨田区	京都府	京都市 南丹市	福岡県	うきは市
神奈川県	小田原市			長崎県	長崎市
新潟県	糸魚川市 妙高市			熊本県	八代市 玉名市
				大分県	由布市
				宮崎県	椎葉村
				鹿児島県	薩摩川内市

² 地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のこと。

1-4. 研究方法

研究対象とした 50 市区町村のホームページに掲載されている総合戦略冊子から施策と評価指標を抽出して整理し、評価指標の設定傾向を把握した。また、自治体の地方創生担当者、観光政策担当者へのヒアリング調査を行い、政策や指標の策定背景、戦略策定のプロセスを整理した。

1-5. 既往研究の整理と本研究の位置づけ

①評価指標の設定状況に関する既往研究

評価指標設定全般に関する既往研究は、総務省行政評価局（2007）の指標を中心とした行政評価の取組に関する研究や、谷口ら（2011）のまちづくり交付金活用自治体における評価指標設定に関する研究がある。

まず、総務省行政評価局では、特例市以上の行政評価を導入している自治体を対象に行政評価の実施状況と指標の設定状況を把握している。これによると、96%の指標が定量的なものであることがわかっている。

また、谷口らは、まちづくり交付金活用自治体を対象に市区町村特性と評価指標設定の関連性、市区町村特性とその達成度の関連性について分析を行い、人口増減等の市区町村特性格別に指標の採用傾向が異なることを明らかにした。

②観光関連指標の導入可能性に関連する既往研究

観光関連の指標に関する既往研究は、まず、二神（2008、2013）による持続可能性指標の開発に関する考察や、中島ら（2013）による持続可能性指標の導入に向けた国内の現状把握に関連する研究がある。

二神は、観光分野における持続可能性指標の開発経緯や UNWTO の評価システムの開発プロセスについての特徴と課題を整理している。これによると、持続可能性指標は社会的側面、経済的側面、環境的側面、管理的側面の大きく 4 つの指標軸から成り立つ点が特徴的であることがわかった。

また、中島らは、持続可能性指標と我が国における都道府県の観光計画の目

標設定とを比較し、持続可能性指標の国内導入可能性について考察している。これによると、我が国における都道府県の観光計画の目標設定の多くは持続可能性指標の経済的側面、社会的側面からの目標設定となっており、環境的側面、管理的側面からの目標項目の設定は行われていないことが明らかとなった。よって、国内の観光地が持続可能性指標の必要性を認め、導入する可能性は低いことが示唆された。

③観光関連指標の設定状況に関する既往研究

観光関連指標の設定状況に関する既往研究は、宮下ら（2013）による中心市街地活性化基本計画における観光関連目標指標と計画事業の達成度に関する研究がある。宮下らは、中心市街地活性化基本計画を対象に、観光関連目標指標の選定を行い、その達成状況を分析している。これによると、中心市街地活性化基本計画における観光関連目標指標は、観光施設の入込客数や宿泊客数等が抽出されている。

以上の既往研究は、持続可能性指標の特徴や国内での導入可能性に関するもの、また、行政評価を行っている自治体や都道府県レベル、特定の事業の中での指標の傾向やその達成度について明らかにしたものにとどまっている。

本研究では、第一に初めて全国の地方自治体で評価指標の設定が課された「まち・ひと・しごと・創生総合戦略」を対象に、これまで評価を行っていなかった自治体も含めて観光に力を入れている自治体の観光関連指標の設定傾向を把握する点、第二に指標設定時の行政の課題を明らかにする点に新規性がある。

1-6. 論文構成

本研究は6章で構成される。

第1章では、研究の背景と目的、既往研究の整理と論文の構成、調査方法を記した。

第2章では、自治体の評価の基本事項を整理把握するため、文献調査と既往研究から評価の歴史や指標の種類について整理する。また、本研究で着目すべき重要な指標を抽出するため、既往研究から例示・運用されている観光関連評価指標を整理する。

第3章では、国が掲げている地方創生政策の概要と研究対象自治体の戦略の策定状況を把握するため、国が公開している資料や戦略策定のための手引き、研究対象自治体の総合戦略から整理・比較を行う。

第4章では、研究対象自治体の観光関連評価指標の設定状況を把握し、より詳細に分析する指標を抽出するため、各自治体の地方版総合戦略から観光関連の評価指標を抽出し、指標の性質によって分類を行う。

第5章では、指標設定時の課題や工夫点を明らかにするため、4章で抽出した詳細に分析する指標を設定している自治体に着目し、指標の設定理由や評価のためのデータの取得方法、戦略の策定プロセスを整理する。

第6章では、総括として主な観光関連指標の設定難易度を整理し、地方自治体における観光に関する評価の課題と今後の展望について論じる。

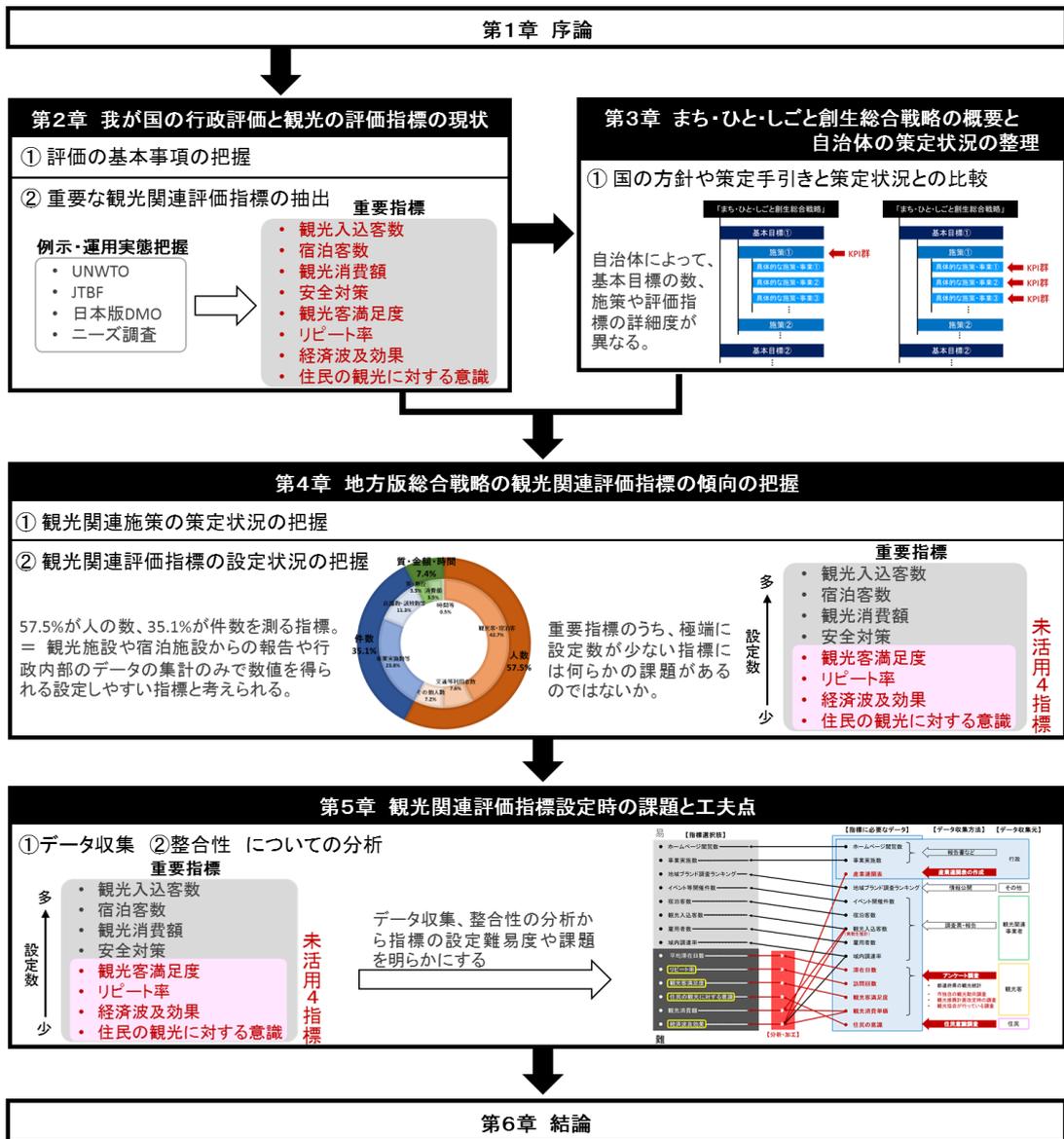


図 1.1 論文構成

第2章 自治体における評価の基本事項と観光関連評価指標の現状

2-1. 本章の目的

本章では、第一に自治体における評価の基本事項を整理すること、第二に本研究で着目すべき重要な観光関連指標を抽出することを目的とする。

まず、総務省自治行政局の「地方公共団体における行政評価の取組状況」調査や、田中（2014）の『自治体評価の戦略 有効に機能させるための16の原則』から自治体における評価の行われ方や指標設定の際の留意点を整理することによって、本研究での着眼点を整理する。次に、観光関連評価指標に関する既往研究から世界や日本国内で例示・運用されている評価指標を整理することによって、本研究で着目すべき重要な指標を抽出する。

2-2. 自治体における評価の基本事項

我が国の自治体において初めて行われた行政評価は、1996年に三重県が開始した事務事業評価システム³である。その後、一部の県や市が三重県と同様の評価システムを導入し、徐々に評価に取り組む自治体が増加していった。

2002年には、「行政機関が行う政策の評価に関する法律」が施行され、現在、国の全ての行政機関において政策の評価を行うことが義務付けられている。一方で、地方自治体においては、行政評価は義務化されていない。総務省の調査によると、行政評価の普及率は約6割で、その内訳を見ると特例市以上の自治体では導入率が9割を超えるのに対し、町村での導入率は34.9%と低くなっていることが明らかとなっている（図2.1、表2.1）。

これらは、制度として評価を導入している自治体の割合であるが、多くの自治体では、この他に公共事業を対象として評価を実施している。地方自治体が国の補助金を受けて事業を行う場合、新規採択事業であれば事業の事前評価、継続事業であれば再評価を行うことが義務付けられているためである。まちづ

³ 行政が行う事務事業を対象に、ひとつひとつの事務事業を継続的に点検していくための制度のこと。事業の活動に対して得られる成果などを、指標による客観的数値を用いながら分析・評価を行う。

くり交付金を活用した中心市街地活性化事業などがそれに当たる。

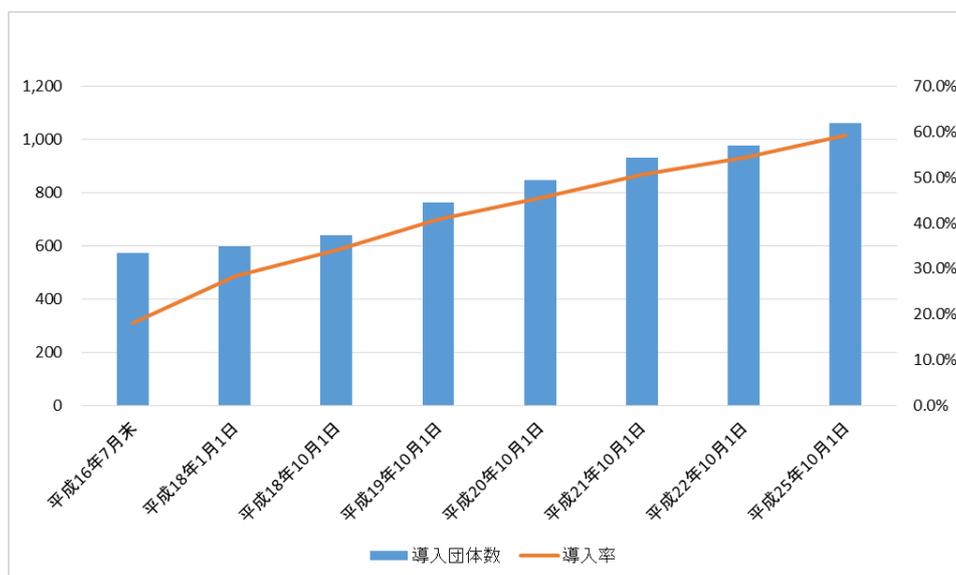


図 2.1 都道府県・市区町村の行政評価導入率の推移

表 2.1 自治体規模別の行政評価導入状況

	都道府県	指定都市	市区町村				合計	
			中核市	特例市	市区	町村		
導入済	47	19	994	41	40	588	325	1060
導入予定あり	0	0	551	1	0	81	469	551
導入予定なし	0	1	177	0	0	41	136	178
合計	47	20	1722	42	40	710	930	1789
導入割合	100%	95.0%	57.7%	97.6%	100.0%	82.8%	34.9%	59.3%

(図 1.1、表 1.2 共に、総務省自治行政局「地方公共団体における行政評価の取組状況」を基に筆者作成)

評価には様々な手法があるが、その中でも、近年行政機関自身が行う評価で幅広く利用されているのが「業績測定」である（田中 2014）。業績測定は、以下の手順で行われる。

- ①評価対象（事業など）を設定する。
- ②評価対象（事業など）の注目する側面に対して評価指標を設定する。
- ③各評価指標について、目指すべき水準（業績目標）を設定する。
- ④一定期間後に各評価指標の実測値を計測する。
- ⑤実測値が業績目標に達しない場合には、その原因を追究し、可能な場合には原因を取り除く（または改善する）。

評価を行う際には、指標による客観的な数値を用いて、得られた成果などを評価・分析していく。通常、評価対象の状態をできるだけ多面的に把握するため、ひとつの評価対象に対していくつかの評価指標で構成される「指標群」を設定する（図 2.2）。

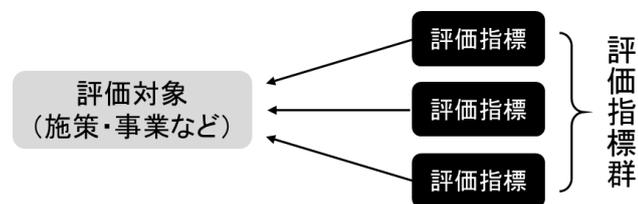


図 2.2 評価対象と評価指標群

行政活動の成果を測る評価指標には、行政活動の産出過程に基づいて大きく 3 種類の指標が存在する。図 2.2 は、行政活動の産出過程のモデルとそれに対応する評価指標を示したものである。行政活動は、行政が予算や人員などの行政資源を投じる（インプット）、投じられた資源を活用して事業を行う（アウトプット）、事業の成果がもたらされる（アウトカム）という一連の流れに沿って行われる。これら 3 つの側面に対する評価指標として、どれだけ行政資源を投下したかを測るインプット指標、どれだけ行政活動を行ったかを測るアウトプット指標、所期の成果がどれだけ実現したかを測るアウトカム指標がある（表 2.3）。さらに、アウトカム指標には、施策の進捗状況を検証するための KPI（重

要業績評価指標、Key Performance Indicator) と最終的に達成すべき目標を定量的に測定するための KGI (重要目標達成指標、Key Goal Indicator) がある。本研究ではこの KPI と KGI の 2 種類の指標を扱う。

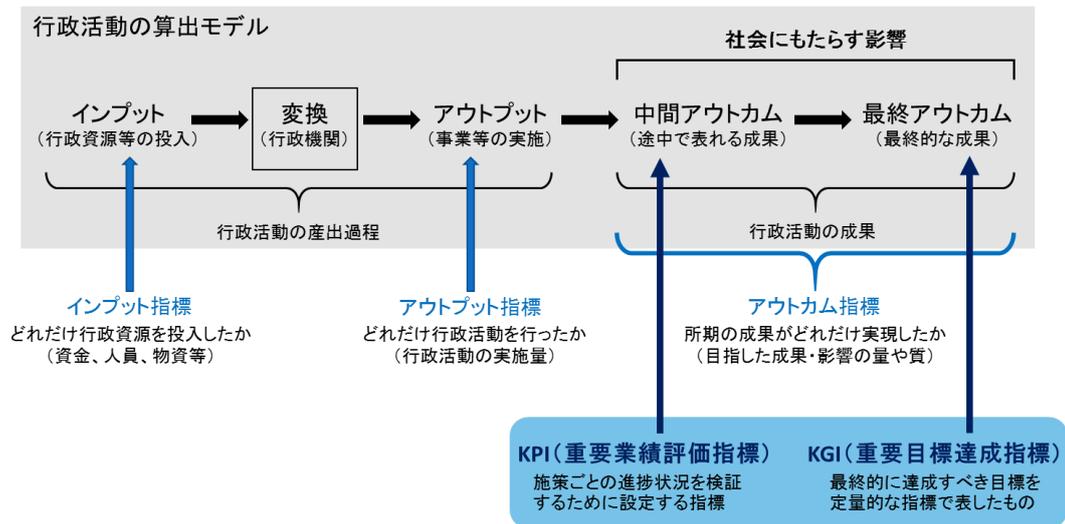


図 2.3 行政活動の産出モデルと評価指標の種類 (田中 (2014) に筆者が加筆)

表 2.2 評価指標の種類と設定例

指標の種類	意味	例
インプット指標 (投入指標)	どれだけ行政資源を投入したか (資金、人員、物資等)	<ul style="list-style-type: none"> ● 予算額、事業費 ● 投入した人員数、労働時間 ● その他の投入資源
アウトプット指標 (活動指標)	どれだけ行政活動を行ったか (行政活動の実施量)	<ul style="list-style-type: none"> ● 道路等の整備延長 ● 講座等の実施回数 ● 健康診断の実施回数
アウトカム指標 (成果指標)	所期の成果がどれだけ実現したか (目指した成果・影響の量や質)	<ul style="list-style-type: none"> ● 渋滞率の緩和 ● 受講者の習熟度、満足度 ● 受診者数、受診者の健康状態

2-3. 観光関連評価指標の現状

本節では、現在、世界や日本国内で例示・運用されている観光関連評価指標を整理し、どのような指標の重要性が高いと言われているのかを把握する。

2-3-1. 世界規模で例示されている観光関連評価指標の把握

世界規模で例示されている観光関連の評価指標には、世界観光機関⁴（UNWTO）の持続可能性指標があり、これについては二神（2008、2013）による研究において詳細にまとめられている。世界観光機関は、1990年代初頭から観光地の持続可能性を測る指標の開発に取り組み、それをもとに持続可能な観光に向けた進捗状況の評価、モニタリングしてきた。クロアチアやスペインなど世界の様々な地域でワークショップを開催し、指標の実践的な普及を図っている。

世界観光機関は、評価指標を作るにあたって、まず持続可能性を社会、経済、環境、管理という4つの基軸で捉え、それぞれの分野において持続可能性の課題を設定している。その課題は合計で42設定されており、さらにその課題を構成する228の要素を設定し、その構成要素それぞれから複数の指標を設定している（図2.4）。指標の数は合計で748存在するが、これは、全ての指標を扱わなければならないというものではなく、地域の状況に応じて課題を選択して指標を設定するメニューのようなものとなっている。その中で、地域の違いを超えてあらゆる場所で共通の指標として用いられることが推奨されている指標として29のベースライン指標が設定されている（表2.3）。

⁴ 経済的発展、国際間の理解、平和及び繁栄に寄与するため、並びに人種、性、言語または宗教による差別なく、すべての者のために人権及び基本的自由を普遍的に尊重し、及び遵守することに寄与するため、観光を振興し及び発展させることを根本目的とする国連専門機関のこと。（外務省ホームページ）

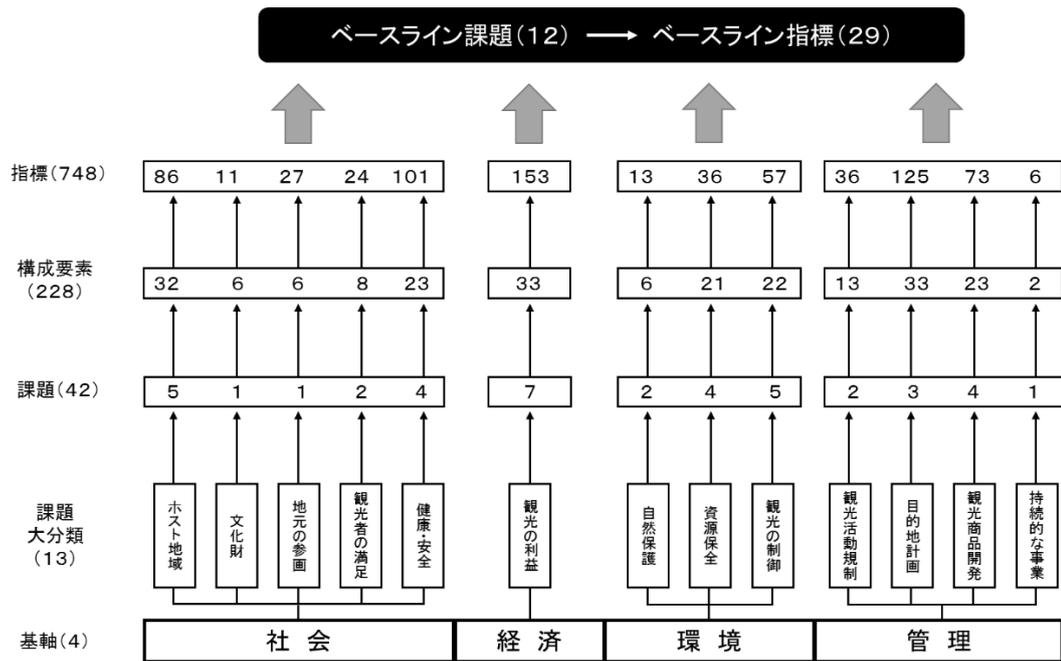


図 2.4 世界観光機関の持続可能性指標の構成
(二神 (2008) を基に筆者作成)

表 2.3 ベースライン指標

基軸	ベースライン課題	ベースライン指標
社会的側面	観光に対する住民満足度	観光に対する住民満足度レベル
	コミュニティへの観光の影響	観光客と住民の割合
		観光が新たな社会サービスやインフラをもたらしたと考える住民の割合
		コミュニティで利用可能な社会サービスの数と性質
	来訪者満足度の維持	来訪者の満足度レベル
		料金に見合った内容かどうかの認識
リピーターの割合		
経済的側面	観光の時期	月別・四半期別の観光客数
		宿泊施設稼働率
		通年営業の事業所の割合
		観光産業の仕事のうち、通年または長期のものとの割合
観光の経済的便益	観光産業に従事する住民の割合と男女比、対全雇用比	
	地域の収益のうち観光産業が占める割合	
環境的側面	エネルギー管理	1人当たりのエネルギー消費量
		省エネプログラムに参加する事業所または省エネ施設と技術を採用している事業所の割合
		再生可能エネルギーを使用している割合
	水資源の利用と保全	水の使用量
		水の節約量
	飲料水の品質	国際基準に合致した水道水を備える観光施設の割合
		水に起因する病気の発生率
	下水処理	観光地で発生する下水のうち適切な処理を受ける汚水の割合
下水処理設備を備えた観光施設の割合		
ゴミ処理・管理	観光地で発生するゴミの量	
	リサイクルされたゴミの総量／ゴミの総量	
	公共の場所に捨てられたゴミの量	
管理的側面	開発管理	土地利用・開発計画の有無
		管理下に置かれている区域の割合
	利用頻度の管理	観光客の総数
	観光地点1平方メートル当たりの観光客数、観光地1平方キロメートル当たりの観光客数、年間平均値／ピーク期平均値	

ベースライン指標を見ると、観光客数や観光に対する住民満足度、観光客の満足度などの他に、エネルギー消費量や水の使用量、ゴミの量なども重要な指標として挙げられている。

2-3-2. 国内で例示されている観光関連評価指標の把握

我が国においては、日本交通公社が『観光地経営の視点と実践』の中で、観光地経営の目的と達成度の指標を例示している。

観光地経営に影響を与えるステークホルダーは、域内の観光事業者、観光関連事業者・団体、観光客、住民、観光産業従事者、周辺観光地・観光事業者、助成機関、金融機関・ファンド・投資家、資産保有者などが考えられる。それぞれのステークホルダーは、利益の最大化、満足度の最大化など、各々異なる目標を持っているため、観光地経営の目的はこれら主体に配慮した幅広いものとなる。これら観光地経営の目的に対応する指標がいくつか例示されている（表 2.4）

表 2.4 「観光地経営」の目的と達成度の指標
（「観光地経営の視点と実践」p8 より筆者作成）

観光地経営の目的	目的の達成度の指標
観光消費額の増加	観光客数、宿泊客数、1人当たり消費単価、観光消費額
域内波及効果の向上	域内調達率(物産、食材)、域内雇用者率
雇用者数の増加	観光従事者数、周辺産業従事者数
雇用者所得、従事者定着率の増加	所得水準、正社員比率、社内教育、従事者満足
持続可能性の確保・リスクの回避	観光資源の保全、客層や商品サービスの多様性、設備投資、防災・治安・衛生・医療、固定客比率
安定的な観光予算の確保	自主財源比率、観光予算の安定性
観光の社会的効果の向上	住民の観光への態度

2-3-4. 国内で運用されている観光関連指標の把握

現在、日本国内で運用されている観光関連評価指標には、日本版 DMO 登録の際の KPI がある。日本版 DMO では登録要件として、KPI の設定と PDCA サイクルの確立が義務付けられており、延べ宿泊客数、観光消費額、来訪者満足度、リピーター率の 4 つの指標を、観光地域づくり全体を評価する必須 KPI として必ず設定しなければならないとされている。

2-3-5. 我が国の自治体でニーズの高い観光関連指標の把握

塩谷（2008）は、自治体の観光主管課に対して観光地の形成指標に関するニーズ調査を行っている。これによると、観光客数 74%、観光客の満足度 70%、観光客のリピーター率 63%、観光地のブランド力 58%、観光地の安全対策度 54%、観光消費額 53%、観光の経済波及効果 52%、観光地の総合的な指標 50% が、約半数以上が必要だと回答したニーズの高い指標であることが明らかとなっている。

2-3-6. 本研究で着目する観光関連指標の抽出

これまで見てきた指標の一覧表を作成し、例示 2 事例、運用 1 事例、ニーズ 1 事例の計 4 事例のうち、複数の事例で挙げられている指標を本研究で着目すべき「重要 8 指標」として抽出した（表 2.6）。

その結果、観光客満足度、リピート率、観光入込客数、観光消費額、安全対策、宿泊客数、経済波及効果、住民の観光に対する意識の 8 指標を本研究における「重要 8 指標」として抽出することができた。

表 2.6 本研究における重要指標の抽出

評価指標	UNWTO	JTBF	日本版DMO の必須KPI	国内自治体 のニーズ	合計
観光客満足度	○	○	○	○	4
リピート率	○	○	○	○	4
観光入込客数	○	○		○	3
観光消費額		○	○	○	3
防災・治安・衛生・医療など安全対策	○	○		○	3
宿泊客数		○	○		2
経済波及効果(域内調達率)		○		○	2
住民の観光に対する意識(満足度など)	○	○			2
雇用者数		○			1
1人当たり消費単価		○			1
観光客と住民の割合	○				1
観光が新たな社会サービスやインフラをもたらしたと考える住民の割合	○				1
コミュニティで利用可能な社会サービスの数と性質	○				1
料金に見合った内容かどうかの認識	○				1
月別・四半期別の観光客数	○				1
宿泊施設稼働率	○				1
通年営業の事業所の割合	○				1
観光産業の仕事のうち、通年または長期のものと短期のものとの割合	○				1
観光産業に従事する住民の割合と男女比	○				1
全産業に対する観光産業の従事者の割合	○				1
コミュニティの収益のうち観光産業が占める割合	○				1
1人当たりのエネルギー消費量	○				1
省エネプログラムに参加する事業所または省エネ施設と技術を採用している事業所の割合	○				1
再生可能エネルギーを使用している割合	○				1
水の使用量	○				1
水の節約量	○				1
国際基準に合致した水道水を備える観光施設の割合	○				1
水に起因する病気の発生率	○				1
観光地で発生する下水のうち適切な処理を受ける汚水の割合	○				1
下水処理設備を備えた観光施設の割合	○				1
観光地で発生するゴミの量	○				1
リサイクルされたゴミの総量／ゴミの総量	○				1
公共の場所に捨てられたゴミの量	○				1
土地利用・開発計画の有無	○				1
管理下に置かれている区域の割合	○				1
観光地点1平方メートル当たりの観光客数、観光地1平方キロメートル当たりの観光客数、年間平均値／ピーク期平均値	○				1
周辺産業従事者数		○			1
所得水準		○			1
正社員比率		○			1
社内教育		○			1
従事者満足		○			1
観光資源の保全		○			1
客層や商品サービスの多様性		○			1
設備投資		○			1
自主財源比率		○			1
観光予算の安定性		○			1
観光地のブランド力				○	1

2-4. 小括

本章では、まず、既往研究や文献調査から自治体における評価の基本事項を把握するため、評価の歴史や指標の種類を把握した。次に、本研究で着目すべき指標を抽出するため、国内外で例示・運用されている観光関連評価指標を整理した。

その結果、観光関連指標については、現在例示・運用されている指標は、世界観光機関の持続可能性指標、日本交通公社の観光地経営の目的と達成度の指標、日本版 DMO 登録時の必須 KPI 等、様々な指標があることがわかった。さらに、既往研究から多くの自治体が観光客数、観光客満足度、リピート率などの指標の必要性が高いと考えていることがわかった（塩谷 2008）。以上の整理から、国内外で例示・運用数が多くニーズの高い観光客満足度、リピート率、観光入込客数、観光消費額、安全対策、宿泊客数、経済波及効果、住民の観光に対する意識の 8 指標を、本研究における着目すべき「重要 8 指標」として設定した。

第3章 まち・ひと・しごと創生総合戦略の概要と研究対象自治体の策定状況

3-1. 本章の目的と研究方法

本章では、本研究で対象としているまち・ひと・しごと創生総合戦略について、第一に国が掲げている地方創生政策の概要を把握すること、第二に研究対象自治体の戦略の策定状況を把握することを目的とする。

まず、国が掲げている地方創生政策の概要を把握するため、国が公開している資料や戦略策定のための手引きから、本戦略の目的や地方自治体に求められている戦略内容と策定方法を整理する。

次に、各自治体の戦略の策定状況を把握するため、研究対象の50市区町村の戦略冊子から施策と評価指標を抽出し、整理する。

3-2. まち・ひと・しごと創生総合戦略の概要

3-2-1. 国の地方創生政策の概要

安倍内閣は、2014年9月に地方創生政策を担う「まち・ひと・しごと創生本部」を創設し、同年11月に「まち・ひと・しごと創生法」を施行した。これは、少子高齢化や人口減少に歯止めをかけ、各地域で住みよい環境を作り、活力ある日本社会を維持していくためのまち・ひと・しごと創生に関する施策を総合的かつ計画的に実施することを目的としている。まち・ひと・しごと創生の「まち」とは国民一人一人が夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営める地域社会の形成、「ひと」とは地域社会を担う個性豊かで多様な人材の確保、「しごと」とは地域における魅力ある多様な就業の機会の創出のことである。

国は、長期ビジョンとして2060年に1億人程度の人口を確保すること、2050年代に実質GDP成長率1.5~2%程度を維持することを目標に掲げ、それを達成するためのまち・ひと・しごと創生総合戦略を策定した。本戦略は2015~2019年度の5か年の政策で、①地方における安定した雇用の創出、②地方への新たな人の流れの創出、③若い世代の結婚・出産・子育ての希望を叶える、④時代に合った地域をつくり、安心なくらしを守るとともに地域と地域を連携するという4つの基本目標と、それぞれの基本目標を達成するための施策によって構成されている(図3.1)。そして、地方自治体に対しては、この国の戦略を勘案して地域の実情に沿った地方版の総合戦略を策定することが努力義務として求められ、2015年度中にその策定が急がれた。

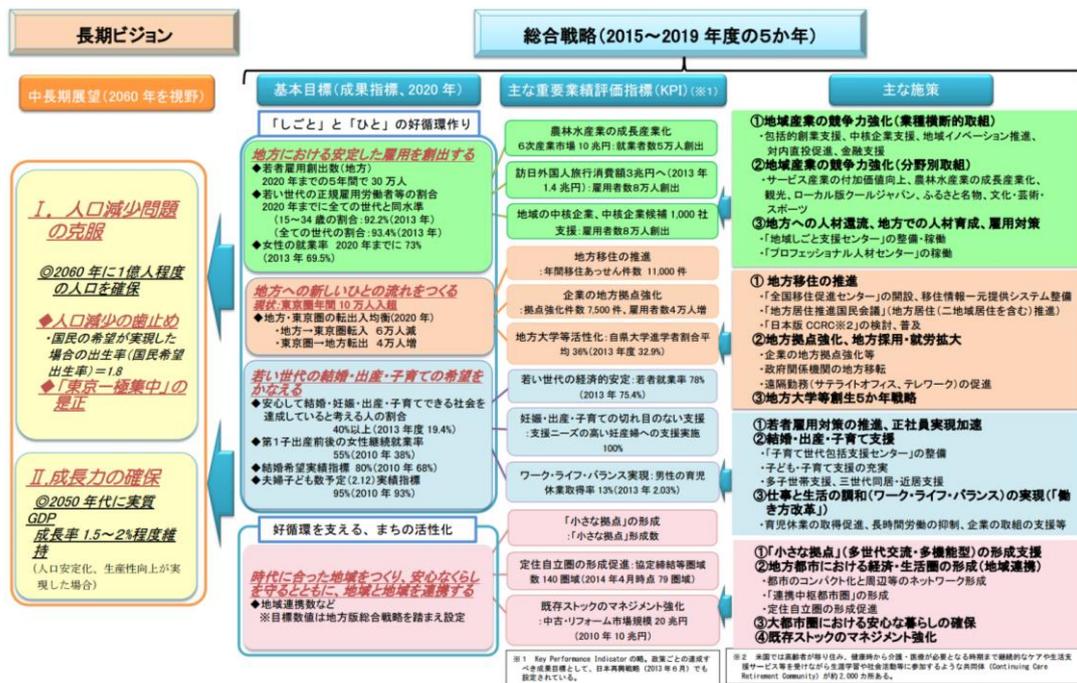


図 3.1 まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」と「総合戦略」の全体像 (政府発表資料)

本戦略では、まち・ひと・しごとの一体的な創生を図っていくにあたって、地域の自立につながるよう地方自らが考え、責任を持って総合戦略を推進し、国は伴走的に支援することが必要であること、また、各地域経済・社会の実態に関する分析をしっかりと行い、中長期的な視野で改善を図っていくためのPDCAサイクルを確立することが不可欠であるとされている。そこで、本戦略では基本方針として、国と地方自治体はアウトカム指標を原則としたKPI（重要業績評価指標）を設定し、PDCAサイクル（図3.2）で施策の効果を検証・改善する仕組みを確立することが求められている（まち・ひと・しごと創生総合戦略 P7）。なお、KPIは、アウトカムに関する指標が設定できない場合には、アウトプット指標を設定することも差し支えないとされている。

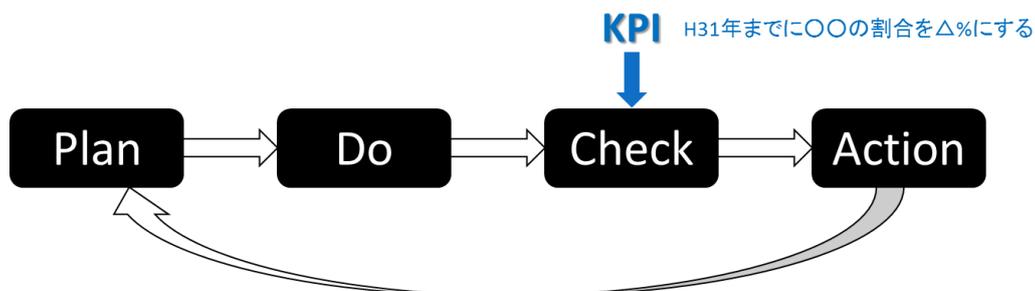


図 3.2 PDCA サイクル

3-2-2. 地方自治体に求められた戦略の構成と策定内容の把握

前頁で、地方自治体は、国の戦略を勘案して地域の実情に沿った地方版の総合戦略を策定することを努力義務として課されたと述べた。そこで、本頁では、国が示した地方版総合戦略策定のための手引きから、地方自治体に求められる戦略の策定方法や具体的な政策の構成を把握する。

<戦略策定プロセス>

まち・ひと・しごと創生を推進していくには、住民や民間事業者など様々な立場からの参加・協力が必要であるため、地方版総合戦略は、幅広い年齢層からなる住民をはじめ、産業界、関係行政機関、教育機関、金融機関、労働団体、メディアなどの産官学金労言で構成する組織を作り、総合戦略案について審議することが重要であるとされている。

<地方版総合戦略の構成>

地方版総合戦略策定のための手引きでは、以下のように戦略冊子に記述すべき要素が具体的に示されている。

1. 基本目標と基本的方向

各地方自治体における人口の現状と将来の展望（人口ビジョン）を踏まえ、国の総合戦略で設定した4つの基本目標のように、それぞれの地域の実情に応じながら、一定のまとまりの政策分野ごとに5年後の基本目標を設定する。そして、基本目標を達成するためにどのような施策を推進するかを基本的方向として記述する。

2. 具体的な施策

基本目標ごとに、それぞれの地域の実情に応じた計画期間5年間のうちに実施する施策を検討して盛り込む。全てが新規の施策である必要はなく、総合戦略以前から取り組んできた施策を含んでも差し支えない。

3. 数値目標と KPI の設定

前項で、アウトカム指標を原則とした KPI を設定し、PDCA サイクルで施策の効果を検証・改善する仕組みを確立しなければならないと述べたが、本戦略では大きく 2 種類の評価指標が存在する。

まず、1 つが基本目標の「数値目標」である。これは、基本目標の下に盛り込んだ施策を行った結果、5 年後に基本目標がどの程度達成されたかを測定する指標である。複数の施策を行った結果得ることができた最終的な成果を測る指標であるため、KPI の上位概念である KGI に相当するものと捉えられる。原則として、アウトカムに関する数値目標を設定しなければならない。

2 つ目が、前項でも述べた「KPI」である。KPI は各基本目標の下に盛り込む施策ごとに設定し、施策の進捗状況を検証するものである。こちらも原則としてアウトカムに関する指標を設定しなければならない。

以上を踏まえ、国は地方版総合戦略の骨格を図 3.3 のように例示している。

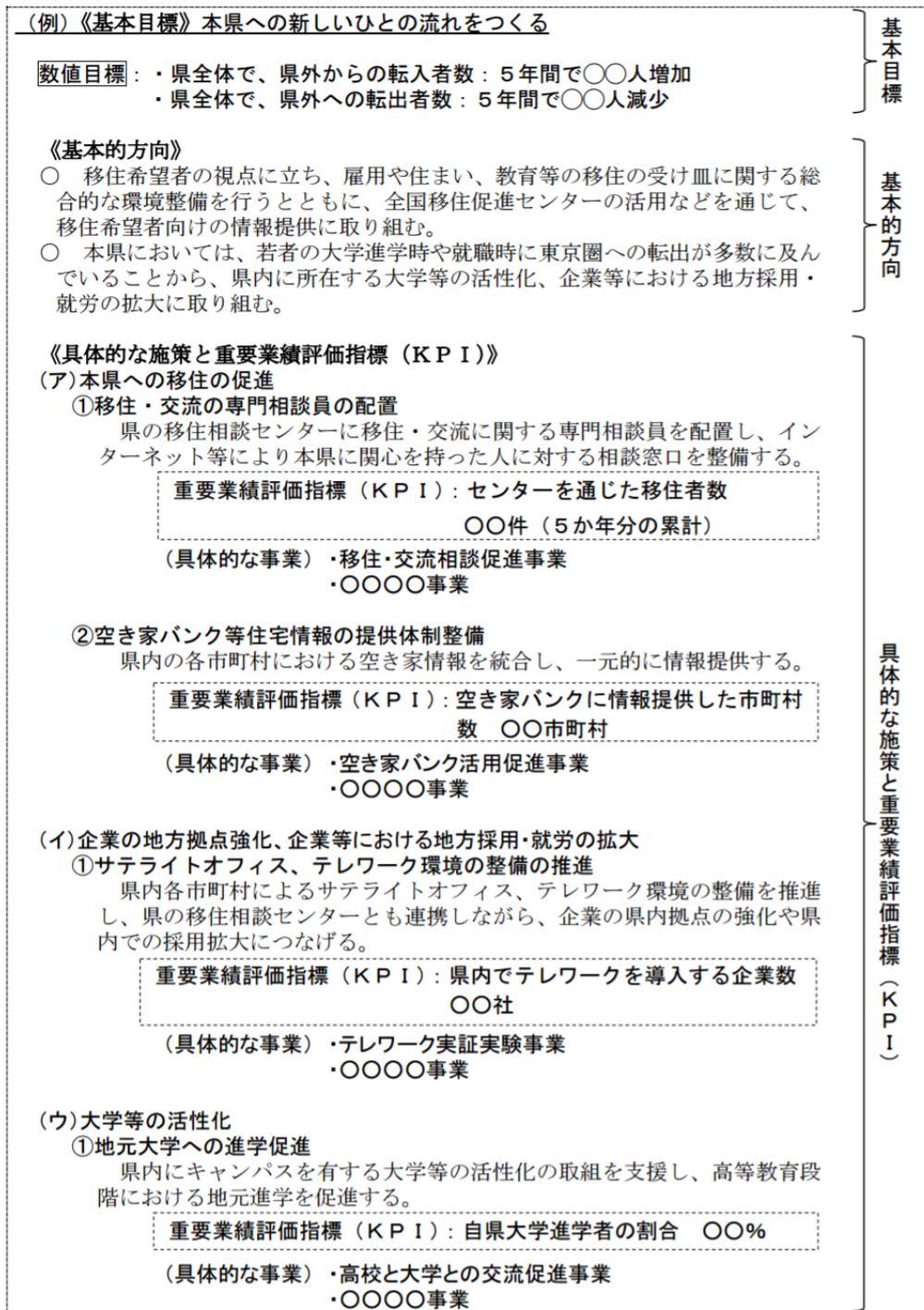


図 3.3 国が例示した地方版総合戦略の骨格
 (地方版総合戦略策定のための手引き p8 を抜粋)

3-3. 研究対象自治体の地方版総合戦略の策定状況

本節では、本研究の対象自治体（表 1.1）において、基本目標や施策、評価指標がどれくらい策定・設定されているのかを俯瞰し、その傾向を把握する。

まず、各自治体のホームページに掲載されている戦略冊子を参照し、基本目標と施策、評価指標を表にまとめた（付録 1 参照）。施策には、図 3.3 で示した地方版総合戦略の骨格にあるように、「(ア) 本県への移住の促進」の下に「① 移住・交流の専門相談員の配置」「② 空き家バンク等住宅情報の提供体制整備」と具体的な施策が設定されており、いくつかの階層が存在する。本研究では、KPI が設定される単位、つまり図 3.3 でいう「① 移住・交流の専門相談員の配置」を施策として抽出した。

付録 1 の表から、各自治体が策定した基本目標の数、施策の数、KPI と数値目標を合わせた評価指標の総数を整理し、戦略の策定状況を把握した（表 3.1）。その結果、自治体ごとに基本目標数、施策数、評価指標数が異なり、国が策定した 4 つの基本目標や策定のための手引きにとらわれず、自治体ごとに独自の形式で戦略を策定していることが明らかとなった。

また、戦略冊子を詳細に見ると、寒河江市（図 3.4）や南丹市（図 3.5）のように施策数の少ない自治体は、「観光・交流の拡大に向けた魅力の創出」や「観光振興」のように、図 3.3 の「(ア) 本県への移住の促進」と同程度の抽象的な施策内容に対して KPI が設定されている。一方で、京都市（図 3.6）やうきは市（図 3.7）のように施策数の多い自治体では、1 つ 1 つの施策内容が詳細で、それに対する KPI も詳細な内容となっている。

以上より、自治体ごとに冊子に記されている施策の詳細度が異なり、それに応じて KPI の詳細度や設定数も異なる傾向にあることがわかった。

表 3.1 研究対象自治体の基本目標・施策・評価指標の数

	釧路	美瑛	音更	西目屋	羽後	寒河江	福島	会津若松	安中	下仁田
基本目標数	5	4	5	4	4	3	4	5	5	3
施策数	54	24	9	13	7	7	23	40	16	15
評価指標数	88	52	27	20	19	30	74	60	54	60

	中之条	みなかみ	鴨川	墨田	小田原	糸魚川	妙高	金沢	小松	小浜
基本目標数	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
施策数	36	22	20	13	11	15	56	39	4	28
評価指標数	74	43	67	44	29	40	77	62	38	69

	北社	松本	小諸	千曲	阿智	大垣	高山	下呂	伊豆	伊勢
基本目標数	5	1	4	5	4	5	3	4	3	4
施策数	40	8	17	23	29	41	38	25	14	33
評価指標数	54	27	20	72	43	47	50	46	38	40

	鳥羽	志摩	大台	京都	南丹	神戸	田辺	白浜	飯南	奈義
基本目標数	4	6	4	5	4	4	4	5	4	4
施策数	31	43	11	76	9	24	14	10	12	46
評価指標数	46	102	22	94	29	124	61	21	31	59

	三次	萩	黒潮	うきは	長崎	八代	玉名	由布	椎葉	薩摩川内
基本目標数	3	7	4	4	5	4	4	4	4	4
施策数	13	20	35	80	27	22	22	17	8	11
評価指標数	33	59	62	107	70	85	40	56	20	30

■政策パッケージ

①観光振興

国史跡慈恩寺、チェリーランド、チェリークア・パーク、寒河江公園や葉山など、市内の自然・歴史等を活かした観光資源の発掘・整備を実施するとともに、西村山1市4町などによる広域観光の連携体制（広域観光ルートのブラッシュアップ、イベント開催及び訪日外国人の受入体制整備など）を強化する。また、スポーツ振興、まちづくり及び子育て支援などの他の政策分野と連携したイベントの実施などを通じて、訪日外国人を含む観光客数及び宿泊者数の増加並びに各種イベントの域外参加率向上を図るとともに、観光関連データの収集・分析を図りつつ、重点支援地域の選定を含む観光振興戦略の策定・推進を行う。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値(平成31年度)
観光客数	343万人 (平成26年度)	観光客数 353万人 (平成31年度)
宿泊者数	3.6万人 (平成24～26年度平均)	5万人
外国人観光客数	約1,500人	2,500人
観光物産協会等のホームページアクセス数	7.2万回	8万回
イベント域外参加率	83%	85%以上
観光振興戦略の策定	-	策定(平成28年度中)

【具体的な取組(事業)】

- ・新たな観光資源の発掘・整備(慈恩寺やチェリーランドにおける観光客の受け皿整備など)
- ・西村山などにおける広域観光の連携強化(西村山DMO※の活用や観光ルートの開発など)
 - ※ DMO…Destination Marketing/Management Organization の略称。マーケティング、プロモーションやブランディング等、観光地の維持・成長に向けたマネジメントを担う組織
- ・訪日外国人の受入体制の整備(無料公衆無線LAN整備や消費税免税店に係る支援など)
- ・冬の新たなシンボルイベントなどの四季それぞれでの集客力あるイベントの開催
- ・戦略的な観光振興の実施(寒河江市観光振興戦略の策定など) 等

図 3.4 寒河江市の総合戦略の施策の例

(さがえ未来創生戦略 p9、10より抜粋)

(2) 観光・交流の拡大に向けた魅力の創出

○豊かな観光資源と自然地形を生かして、観光・交流人口の拡大を図ります。

3P推（重要業績評価指標）	現 状	目 標 (2019年度)
観光宿泊者数	46,951人 (2014年)	50,000人 (2019年)
観光イベント来場者数（市補助事業対象分）	116,500人 (2014年度)	140,000人

性想定される主な事業・取り組み】

① 観光まちづくりの推進

（観光・交流人口の拡大を図る取り組みを推進する）

② 観光・交流施設の整備・充実

（観光・交流に関する施設の整備と充実を図る）

③ エコツーリズム等の推進

（豊かな自然環境などの地域資源を活用し、観光・スポーツによる交流人口の拡大を図る）

④ 回遊システムの整備

（周遊性のある観光ルートやアクセス体系を検討、整備する）

図 3.5 南丹市の総合戦略の施策の例

（南丹市地域創生戦略 p12 より抜粋）

施策2 京都の強みを活かした交流人口増加

<施策の方向性>

「日本のこころのふるさと・京都」の強みを活かし、世界の人々が**旅の本質***に触れ、思う存分に堪能できる**観光都市を実現**するとともに、世界に冠たる**国際MICE都市への飛躍**を目指します。これらにより、国内外からの交流人口の増加を図るとともに、京都経済を活性化し、安定した雇用の創出を図り、税収の増加や都市格の向上を通じて、市民生活の向上につなげます。

〔※ 人に出会い、風景に出会い、心打たれる出来事に出会い、そして新たな自分自身に出会う。旅を通して、気づき、学び、癒され、元気をもらい、成長し、人生が深く、豊かになること〕

「大学のまち・京都」、「学生のまち・京都」の強みを活かし、学びの環境を充実するとともに、住民自治の伝統が息づく地域の活動に関わったり、ほんものの文化に触れ、学び、身につけるなど、**学生や留学生の交流の機会を拡充**します。

リーディング事業（先導的・象徴的的事业）	★：新規
<p>★高度人材交流拠点の形成</p> <p>京都の知的交流の場に大学の研究者や芸術家など世界のトップレベルの優れた人材を呼び込み、相互交流や地域との交流を促すための交流拠点を市内都心部につくる。それによって、世界的な人的ネットワークの形成等を図るとともに、新たなビジネスの創出や企業間のオープン・イノベーション、グローバル人材の育成など、様々な分野で価値創造を生み出す。</p> <p><成果目標></p> <ul style="list-style-type: none"> 交流ネットワークへの登録者数 平成27年度 - ⇒ 平成32年度 100人 	
<p>京都らしいおもてなしの名人の育成などにより、京都ならではの「おもてなし」の更なる推進</p> <p>特区による通訳案内士法の特例を活用し、伝統産業・伝統文化等を説明できる専門性の高い通訳ガイドを「京都市認定通訳ガイド」として認定することで、京都らしいおもてなしの名人を育成する。</p> <p>さらに、さすが京都と言われるような「おもてなし」を更に進めるため、「おもてなしコンシェルジュ」制度を充実するとともに、民間案内所の連携も含めた市内のおもてなし力を更に向上させる。</p> <p><成果目標></p> <ul style="list-style-type: none"> 京都市認定通訳ガイド登録者数 平成27年度 - ⇒ 平成31年度 150人 京都観光おもてなしコンシェルジュの任命数 平成26年度 79件 ⇒ 平成31年度 600件 	
<p>グローバルMICE都市としてのMICE戦略推進事業</p> <p>平成25年度に国の「グローバルMICE戦略都市」に選定されたことを受け、大学との連携強化による同窓組織へのアプローチや、MICEビジネスに関わる事業者や学術関係者による協議会の開催により、戦略的なMICE誘致活動等を実施する。</p> <p><成果目標></p> <ul style="list-style-type: none"> コンベンション開催件数の世界順位(ICCA*基準) 平成26年 54位 ⇒ 平成31年 37位 <p>〔※ 国際会議協会(International Congress and Convention Association) 政府機関や会議施設、ホテル等の業界関係者など、世界90カ国の約1,000団体が所属する国際機関で、国際会議・行催事の促進を図る一環として、国際会議の開催状況を収集・発信している。〕</p>	
<p>MICE誘致強化事業</p> <p>大規模MICEのみならず中小規模のMICE開催支援を充実させるため、開催支援メニューの充実、産学公連携の強化、宿泊・飲食・会場施設等をコーディネートする組織やワンストップ窓口の開設など、主催者が京都を選択しやすい環境整備に取り組む。</p> <p><成果目標></p> <ul style="list-style-type: none"> コンベンション開催件数の世界順位(ICCA基準)(再掲) 	
<p>市バス・地下鉄の外国人旅行者へのサービス充実</p> <p>多言語対応の券売機導入や案内表示の充実等により、外国人旅行者の利便性向上を図る。</p> <p><成果目標></p> <ul style="list-style-type: none"> 4箇国語表示機能付き券売機・精算機の設置駅数 平成26年度 - ⇒ 平成28年度 全駅 案内サインリニューアルの実施駅数 平成26年度 3駅 ⇒ 平成29年度 全駅 多言語対応のコミュニケーション支援ボードの市バス車両への配備 平成26年度 - ⇒ 平成27年度 全車 	

図 3.6 京都市の総合戦略の施策の例

(京都市ルネッサンス戦略 p37、38 より抜粋)

プロジェクト2：うきはブランド形成プロジェクト

○基本目標

“うきは”と言えど誰もが知っている「うきはブランド」を確立し、経済波及を高めるなかで多様な雇用の場を確保する。

○プロジェクトの方向性

うきはの豊かな地域資源（自然・文化・歴史・農業・商工業・景観等）を活かして、経済波及効果が大きい観光関連産業の振興を図る。また、農産物をはじめとした各種特産品のブランド化を通じ、“うきは”全体のブランド化を推進する。

○具体的な施策と事業

施策と概要	想定される事業	KPI
<p>観光PR体制の整備と強力な情報発信 *1</p> <p>エージェント向けの営業を実施し、うきは市に立ち寄る旅行企画商品の造成を図る。新鮮な観光情報をHP、SNS等を活用し情報発信を強化する。観光ガイドブックの充実と目的別の観光マップ等を制作する。</p>	<p>・「遊びにおいでよ！うきはに」事業</p> <p>・うきはの旬な情報発信事業</p>	<p>国内観光客入込客数：300万人/年</p> <p>観光協会によるHP・フェイスブック運営の実施：28年度を目途に開始</p> <p>観光ガイドマップ発行：2種類/年</p>
<p>体験型観光・スタディツアー実施*2</p> <p>観光農園等を活用した体験型観光や、食生活、農産加工や地場産業に係る学びのツアーを企画・実施することにより、交流人口の拡大を図る。</p>	<p>・うきはで体験・学ぼうツアー事業</p> <p>・エコミュージアム構想推進事業</p>	<p>体験型観光客の入込客数：10万人/年</p>
<p>インバウンド（訪日外国人誘致）対策*3</p> <p>国が目標とする訪日外国人200万人に合わせ、うきは市が福岡空港や博多港から「1時間で行ける日本の原風景」という地理的特性を活かして、インバウンド対策を推進する。</p>	<p>・Welcome-Ukiha 事業</p> <p>・多言語化サービス事業</p> <p>・うきは Wi-Fi エリア拡大事業</p>	<p>外国人入込客数：1万人/年</p> <p>観光案内所での外国語による観光案内サービス実施：2箇所</p> <p>多言語化4ヶ国語観光ガイドブック作成：1種類</p> <p>多言語化の観光案内</p>

図 3.7 うきは市の総合戦略の施策の例
(うきは市ルネッサンス戦略 p48 より抜粋)

3-4. 小括

本章では、国が掲げる地方創生政策の概要と研究対象自治体の地方版総合戦略の策定状況を把握するため、国の公開資料や戦略策定の手引き、対象自治体の総合戦略から整理・比較を行った。

その結果、地方版総合戦略は、国が示した4つの基本目標や地方版総合戦略策定のための手引きにとらわれず、自治体ごとに戦略の記し方や基本目標設定数、施策数、施策の詳細度が異なり、それに応じて評価指標の詳細度や設定数も異なることが明らかとなった。

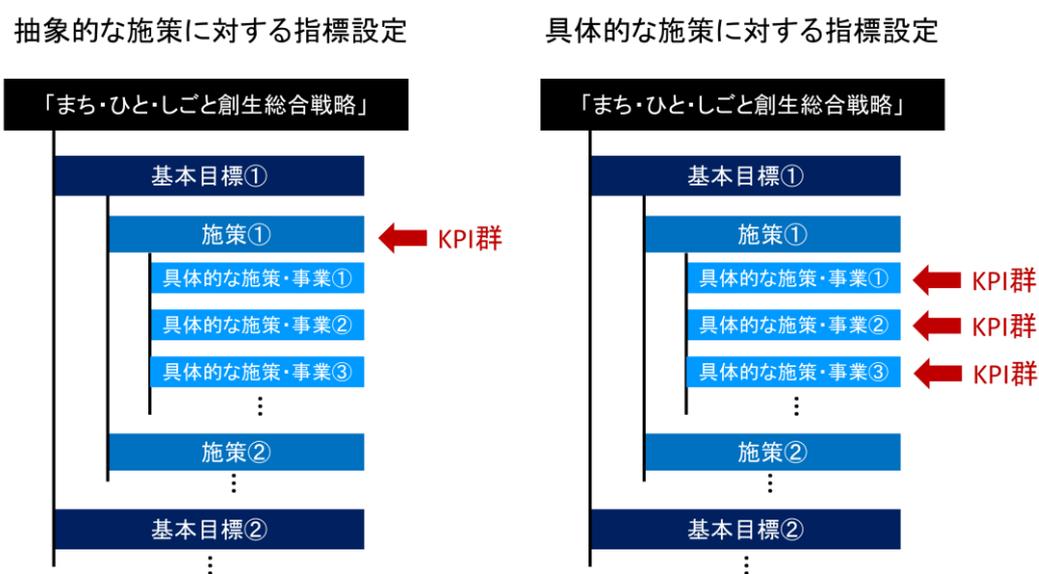


図 3.8 評価指標設定の詳細度の違い

第4章 地方版総合戦略の観光関連評価指標の設定傾向の把握

4-1. 本章の目的と研究方法

本章では、研究対象自治体の観光関連評価指標の設定傾向を把握することを目的とする。

まず、前章で整理した研究対象自治体の施策の中から観光関連の施策を抽出し、その策定状況を俯瞰する。次に、観光関連評価指標を抽出し、その設定傾向を把握する。

4-2. 観光関連施策と評価指標の策定及び設定状況の把握

4-2-1. 観光関連施策と評価指標の抽出

まず、観光関連の施策と評価指標を抽出するために、本研究における観光関連施策と評価指標の抽出の基準を表4.1のように定義し、この基準に従って抽出した施策と評価指標を、付録1の表において赤字で示した。

表4.1 観光関連施策と評価指標の抽出条件

①	施策や事業名、その説明文に観光、交流人口、滞在、宿泊、観光拠点施設・資源名（案内所、美術館、道の駅、国定公園、山など）、MICE、ガイド、イベントなど、観光に関するキーワードが含まれているもの。
②	所管が観光課のもの。
③	地域資源（伝統文化、自然、伝統的な街並み）の保全に関するもの。
④	地域ブランディングに該当するもの（農産物などのモノに対するブランディングは、その商品の流通促進を図ることが主目的なので除外する）。
⑤	商店街やまちのにぎわい、中心市街地の活性化の中で観光振興について言及されているもの。
⑥	観光促進につながる可能性の高い鉄道や高速道路に関する交通施策、または観光客の利用促進や観光地へのアクセスなどについて言及されているコミュニティバス（地域住民の移動手段の確保やコンパクトシティを目的とした施策は除外する）。

4-2-2. 観光関連施策の策定状況

地方版総合戦略において、観光がどのような政策分野で扱われているのかを把握するため、抽出した観光関連施策がどのような基本目標に含まれているのかを表 4.2 に示した。横軸に基本目標の分類を、縦軸に自治体を設定し、観光関連施策が含まれる基本目標のセルに 1 と記した。

その結果、国が示した①地方における安定した雇用の創出、②地方への新たな人の流れの創出、③若い世代の結婚・出産・子育ての希望を叶える、④時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに地域と地域を連携するという 4 つの基本目標のうち、「③若い世代の結婚・出産・子育ての希望を叶える」以外の 3 つの基本目標において観光関連の施策が策定されていた。特に「①地方における安定した雇用の創出」、「②地方への新たな人の流れの創出」で観光関連の施策を扱っている自治体が多い。また、国が示した基本目標の他に、独自の基本目標を設けている自治体もあり、中には観光振興を基本目標として掲げている自治体も存在した。どれか 1 つの基本目標に観光関連の施策が位置づけられているのではなく、多くの自治体で複数の基本目標において観光関連の施策が扱われている。

表 4.2 観光関連施策を含む基本目標の数

自治体	国の基本目標と同一の目標			自治体独自の目標	
	雇用創出	新たな人の流れ	地域と地域を連携する	観光振興	その他独自の基本目標
釧路	1	1			
美瑛	1	1	1		
音更		1	1		
西目屋				1	
羽後		1			
寒河江		1			
福島	1	1	1		
会津若松				1	1
安中		1	1		
下仁田	1				
中之条	1	1	1		
みなかみ	1				
鴨川	1	1			
曇田				1	
小田原		1			
糸魚川	1				
妙高	1	1	1		
金沢	1		1		
小松					1
小浜		1	1		
北杜				1	
松本					1
小諸	1	1			
千曲	1	1	1		
阿智	1				1
大垣	1	1	1		
高山		1			1
下呂		1	1		
伊豆	1				
伊勢		1	1		
鳥羽	1	1			
志摩	1				1
大台		1			
京都	1	1	1		1
南丹		1	1		
神戸	1	1			
田辺	1	1	1		
白浜	1			1	
飯南	1				
奈義	1	1	1		
三次	1		1		
萩				1	
黒潮	1				
うきは	1	1	1		
長崎				1	
八代		1	1		
玉名	1				
由布		1			
椎葉		1			
薩摩川内	1				
合計	28	29	19	7	7

4-2-3. 観光関連評価指標の設定傾向

次に、本研究における観光関連施策と評価指標の抽出の基準に従って抽出した観光関連評価指標の傾向を把握した。

①数値目標の設定傾向

今回抽出した観光関連の数値目標の総数は 53 指標で、設定している自治体の数は 38 自治体であった（付録 2 参照）。全ての自治体が観光関連施策を含む基本目標の数値目標に観光関連指標を設定しているわけではなく、観光に限らない全産業の雇用者数や転出超過数などを指標としている自治体も存在した。これらの自治体では、雇用の創出や移住・定住促進等を第一の目標としていることが伺える（付録 1 参照）。

観光関連の数値目標を類型化し、その数値目標を設定している自治体数を表 4.3 に示した。割合は、観光関連の数値目標を設定している 38 自治体を母数に算出した。

その結果、68.4%の自治体で観光入込客数を設定している一方で、第 2 章で重要指標とした旅行消費額や宿泊客数、観光客の満足度、経済波及効果（域内調達率）、雇用者数を設定している自治体は少数であった。また、リピート率や住民の観光に対する満足度や態度に関する指標は設定されていなかった。

以上のことから、多くの自治体で観光関連政策全体の評価を観光入込客数で測定しようとしていること明らかとなった。

表 4.3 数値目標の設定傾向（n=38）

数値目標	設定自治体数	割合
観光入込客数	26	68.4%
旅行消費額	6	15.8%
延べ宿泊客数	3	7.9%
交流人口	3	7.9%
外国人宿泊客数	3	7.9%
特定圏域における観光客数	2	5.3%
外国人観光客入込客数	1	2.6%
長期滞在者数	1	2.6%
地域のブランド力の全国における評価順位	1	2.6%
外国人観光客の来訪満足度	1	2.6%
石川中央都市圏ビジョンの策定	1	2.6%
農産物直売所来場者数	1	2.6%
神宮参拝者数	1	2.6%
観光関連産業で提供される商品の域内調達率	1	2.6%
戦略的観光振興のための組織(DMO)の設立	1	2.6%
観光振興による県内の就業者誘発数	1	2.6%

②KPI の設定傾向

今回抽出した観光関連の KPI の総数は 433 指標で、全ての自治体で観光関連の KPI を設定していた（付録 2 参照）。まず、抽出した観光関連の KPI を類型化し、設定自治体数の多い上位 10 指標を表 4.4 に示した。その結果、観光入込客数をはじめ、特定の施設の客数やイベントの参加者数など多くの自治体で客数を指標にしていることが明らかとなった。

表 4.4 設定自治体数の多い上位 10 指標（n=50）

KPI	設定自治体数	割合
観光入込客数	20	40%
自治体内の特定エリア、観光地、観光施設（道の駅、美術館、公園等）の入込客数	17	34%
外国人宿泊客数	17	34%
イベント（産業、スポーツ、体験等）参加者数（増加率含む）	16	32%
延べ宿泊客数	16	32%
特定の事業（～の整備、ルート・プログラム開発）による客数	11	22%
外国人観光客数	9	18%
旅行消費額	7	14%
スポーツ大会、オリンピック事前合宿等誘致件数	7	14%
広域連携事業数	5	10%

また、類型の詳細度を下げて、測定対象の単位または性質別に指標を分類・集計し、表 4.5、図 4.1 に示した。その結果、抽出した 433 指標のうち 42.7% が観光入込客数、宿泊客数、施設やイベントの来場者数などの観光として来た人を測定する指標で、23.8% が事業実施数等のアウトプット指標であった。

さらに、詳細度を下げ、測定対象の単位別に集計したところ、57.5% が人の数を、35.1% が件数を測る指標であった。これらの指標の大多数は、観光施設や宿泊施設からの報告や行政内部のデータの集計のみで数値を得られるため、設定しやすい指標である。

表 4.5 KPI の性質別設定傾向 (n=433)

類型	評価指標	指標数	合計	割合	
人数	観光として来た人	宿泊客数	43	185	42.7%
		入込客数	34		
		ある特定の客数	74		
		滞在人口	4		
		イベント参加者数	21		
		案内所利用者数	5		
		合宿利用者数	3		
		リピート率	1		
	市民含む	交流人口	7	33	7.6%
		交通利用者数	14		
		通行量	9		
		昼夜間人口	3		
	その他人数	HP閲覧数SNSフォロワー数	3	31	7.2%
ガイド数		7			
地域人材・人材育成		7			
雇用関連		4			
その他人数		10			
件数	アウトプット	資源・商品等の認定数	6	103	23.8%
		受入態勢整備数(インフラ整備)	15		
		受入態勢整備数(観光客対応)	6		
		景観等の整備	9		
		観光資源商品プログラム数	13		
		策定・推進把握・実施	15		
		その他アウトプット	39		
	アウトカム	大会・会議の誘致・開催件数	16	49	11.3%
		アクセス数	6		
		商店街店舗数	4		
商談件数		3			
その他	雇用関連	2	30	7.4%	
	その他アウトカム件数	18			
	質・順位	15			
	販売・消費額	15			
	時間	2			

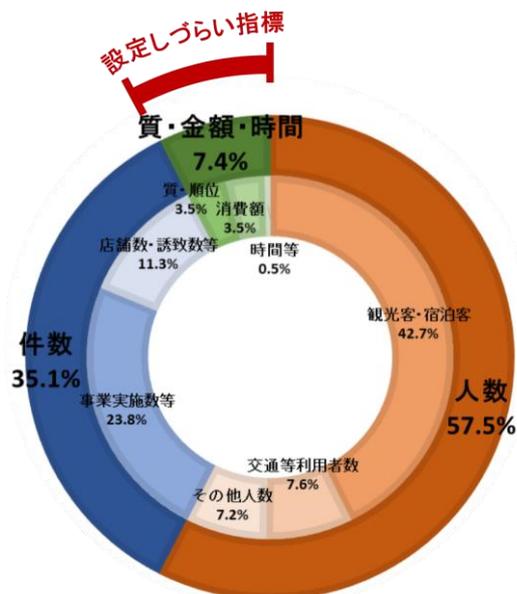


図 4.1 KPI の性質別設定傾向 (n=433)

③本研究における重要指標の設定傾向

さらに、数値目標と KPI を合わせた全評価指標 486 指標から、第 2 章で示した本研究における重要 8 指標を設定している自治体数を集計し、表 4.6 に示した。その結果、観光客の満足度、リピート率、経済波及効果、住民の観光に対する意識に関する指標を設定している自治体は極端に少なかった。この 4 つの指標のうち、リピート率は観光として来た人の数に関する指標だが、それ以外の 3 指標はその他 7.4%に含まれる指標である。

表 4.6 重要 8 指標設定自治体数 (n=50)

評価指標	指標を例示している組織		日本版DMO の必須KPI	国内自治体 のニーズ	合計	研究対象自治体 での設定割合
	UNWTO	JTBF				
観光客満足度	○	○	○	○	4	6%
リピート率	○	○	○	○	4	2%
観光入込客数	○	○		○	3	72%
観光消費額		○	○	○	3	22%
防災・治安・衛生・医療など安全対策	○	○		○	3	0%
宿泊客数		○	○		2	32%
経済波及効果(域内調達率)		○		○	2	2%
住民の観光に対する意識(満足度など)	○	○			2	2%

重要と考えられているが設定数が少なく活用されていない 4 つの指標(以下、未活用 4 指標)は、何らかの課題があるため設定しづらい指標なのではないかと考えられる。そこで、これらの指標を設定する際の課題を次章で詳細に分析する。なお、安全対策に関する指標は、本研究の対象自治体ではそもそも安全対策に関する施策が存在していないため、分析対象から除外する。

4-3. 小括

本章では、研究対象自治体の観光関連評価指標の設定傾向を把握するため、各自治体の総合戦略から観光関連施策と評価指標を抽出し、整理した。

その結果、まず数値目標については、68.4%の自治体で観光入込客数を設定しており、多くの自治体で観光関連政策全体の評価を観光入込客数で測定しようとしていることが明らかとなった。

次に、KPIについては、抽出した433指標のうち42.7%が観光入込客数、宿泊客数、施設やイベントの来場者数などの観光として来た人を測定する指標で、23.8%が事業実施数等のアウトプット指標であった。また、類型の詳細度を下げて、測定対象の単位別に指標を分類・集計したところ、57.5%が人の数を、35.1%が件数を測る指標であった。これらの指標は、観光施設や行政内部のデータの集計のみで数値を得られるため、設定しやすい指標である。

一方で、第2章で示した重要指標のうち、観光客満足度、リピート率、経済波及効果、住民の観光に対する意識の4指標を設定している自治体は極端に少ないことがわかった。重要だと考えられているにも関わらず設定自治体数の少ない未活用4指標は、何らかの課題があるため設定しづらい指標であると考えられる。そこで、これらの指標を設定する際にどのような課題があるのかを次章で詳細に分析する。

第5章 観光関連評価指標設定時の課題分析

5-1. 本章の目的と研究方法

本章では、指標設定時の課題や工夫点を明らかにするため、前章で明らかとなった必要性や重要度が高いが設定自治体数の少なかった観光客満足度、リピート率、経済波及効果、住民の観光に対する意識の「未活用4指標」を対象に、詳細に分析を行う。

未活用4指標を設定している自治体が、妙高市、長崎市、墨田区、みなかみ町、志摩市の5自治体と極端に少ないため、新たに地域連携DMOの登録自治体165自治体から前述の指標を設定している近江八幡市、木島平村、伊東市、宇治市、八幡市、東串良町、京丹後市、岐阜市、宇治田原町の9自治体を追加して調査を行う（表5.1）。

表 5.1 未活用4指標設定自治体

観光客満足度	リピート率	経済波及効果	住民の観光に対する意識
墨田区	みなかみ町	志摩市	岐阜市
妙高市	宇治市	京丹後市	志摩市
木島平村	東串良町		宇治田原町
伊東市			
近江八幡市			
宇治市			
八幡市			
長崎市			

まず、既往研究や文献調査から自治体における評価の課題を整理し、本研究で着目すべき課題点を把握する。

次に、その課題点について、主に未活用4指標を対象に実態を把握し、観光関連指標の設定に際してどのような課題が存在するのかを明らかにする。

5-2. 着目すべき評価の課題点の把握

本節では、本章において着目すべき課題点を定めるため、既往研究や文献調査から自治体の評価の課題を整理する。

5-2-1. 自治体における評価の課題

田中（2014）は、『自治体評価の戦略 有効に機能させるための16の原則』の中で、評価制度の「作動モデル」を用いて、自治体における評価の課題点を抽出している。評価制度の「作動モデル」とは、行政機関の評価制度を一つのシステムに見立てて、これが作動して何らかの効果をもたらす様子をモデル化したものである（図5.1）。

本モデルでは、評価制度を制度設計、運用、評価、利用、効果の5つの側面から捉えており、制度設計から利用までの4つの側面が評価制度の性能を決定づける部分となっている。その中でも、田中は、評価制度と効果の結節点にある「利用」の重要性が大きいと述べている。いかに質の高い評価を行っても、それが有効に利用されなければ意味のある効果を得ることができないからである。また、利用の側面に問題が無い場合でも、評価の「質」に問題があれば目的とする効果を得られないことがあるとも述べている。そのため、評価の有効性を左右する要因は「利用の有無」と「質の高低」の2つの側面にあると言える。

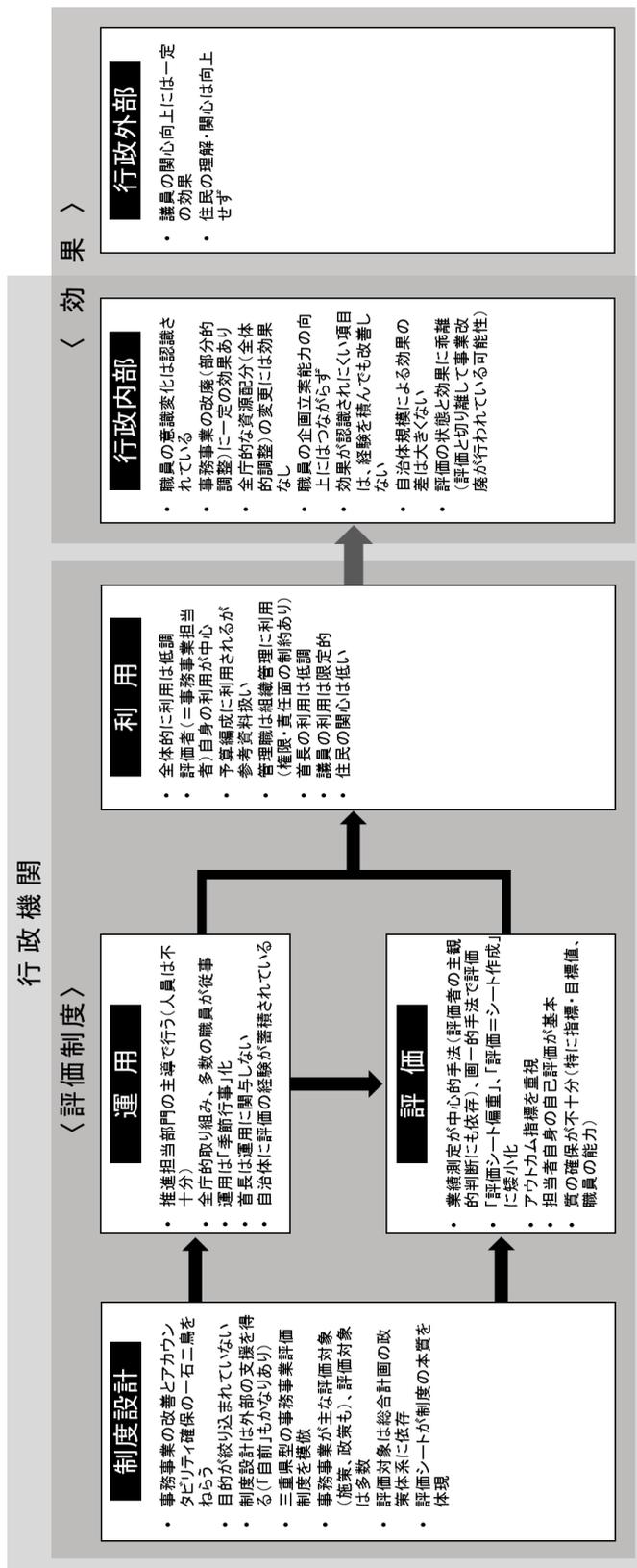


図 5.1 評価制度の「作動モデル」(田中(2014) p66, 67 を基に筆者作成)

そこで、田中（2014）は評価の質と利用に着目し（横軸）、評価制度の制度、運用、評価の3要素（縦軸）についての問題点を表5.2のように整理している。本研究では、評価指標の設定傾向に着目するため、以降は評価の「質」の側面の問題を掘り下げて見ていく。

表 5.2 自治体評価の制度・運用・評価における問題点
（田中（2014）p70 を基に筆者作成）

評価制度の要素	評価制度の問題点	
	評価の「質」の側面	評価の「利用」の側面
制度	<ul style="list-style-type: none"> ● 職員が自前で評価制度を設計 ● 三重県型の事務事業評価制度を模倣 ● 多数の評価対象 ● 評価対象は総合計画の政策体系に依存 ● 評価シートに評価制度の本質が体現 	<ul style="list-style-type: none"> ● 事務事業の改善とアカウンタビリティ確保の「一石二鳥」をねらう ● 設定する目的が絞り込まれていない ● 三重県型の自部事業評価制度を模倣
運用	<ul style="list-style-type: none"> ● 担当部門の人員が不十分 ● 運用は「季節行事」化 ● 首長は運用に関与しない 	<ul style="list-style-type: none"> ● 首長は運用に関与しない
評価	<ul style="list-style-type: none"> ● 評価者の主観的判断に依存 ● 画一的手法で評価 ● 「評価シート偏重」、「評価＝シート作成」に矮小化 ● アウトカム指標を重視 ● 担当者自身の自己評価が基本 ● 評価の質の確保が不十分（特に指標・目標値、職員の能力） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 事務事業が主な評価対象 ● 評価対象は総合計画の政策体系に依存

田中（2014）は、評価の「質」の側面のうち、特に重要なのは「制度」の面の評価対象と「評価」の面の指標・目標値に関わる問題点であると述べている。

まず、評価対象については、その数が多いことは個々の評価対象に対する評価が浅くなるという問題がある。また、評価に投入する人員、時間、予算等の行政資源が所与の場合、評価対象の数と評価の質は反比例の関係にあることも問題となっている。

次に、指標・目標値については、田中による調査では自治体自身が評価指標や目標値の質に問題があると認識しており、業績評価が不完全な状態で行われていることが明らかとなっている。また、総務省自治行政局の調査では、76.6%の自治体が評価指標の設定に課題を感じていることが明らかとなっており、多くの自治体で評価指標の設定について問題を抱えている状況にある。

以上のことから、指標設定の際には「コスト面の制約」と「職員の専門的能力」に関して大きな課題があり、投入可能なコストを考慮しつつ、いかに適切

な評価指標を適切な数設定することができるかということが重要であると言える。

5-2-2. 評価指標の設定基準と本研究における着眼点の整理

田中は、評価指標を設定する際には留意すべき基準があり、表 5.3 のように、個別指標の設定に関しては 10 個の基準が、指標群の設定に関しては 4 つの基準があると述べている。このうち、前項で整理した「コスト面」と「職員の専門的能力」の課題に関わる基準を抽出する。

まず、1-8、2-3 データの収集費用は、評価指標のデータを収集するための費用の大きさに関する基準であるため、コスト面の課題に関係する基準である。データの収集費用が相対的に大きい評価指標は除外の対象になりやすいが、重要な指標であれば、収集費用が大きくとも除外すべきではない。費用が大きいかと初めから除外するのではなく、数ある指標の中から設定する指標を絞り込む際に最終的に考慮すべき基準であると田中は述べている。

1-1 妥当性は、適切なデータが存在しない際や計測が困難である場合、妥協的な手法で計測したデータを評価に使用しなければならない場合があり、その際に妥協的な手法で計測したデータが、本来測定すべきものをどの程度反映しているのかという基準である。どの程度妥当性が保たれた指標を設定するかは、指標を設定する人物の裁量に委ねられるため、職員の専門的能力が大きく関係する。

1-5 目的との整合性は、評価指標が施策の目的や目指す成果を適切に反映しているかどうかを見る基準である。こちらも目指したい成果を測定する指標が設定できるかどうかという職員の専門的能力が関係する基準である。

2-1 包括性は、ある施策について設定された指標群が、その施策の重要な側面を漏らさずに評価する指標であるかどうか、また 2-2 非重複性は、評価指標間に重複が無く、異なる指標が設定されているかどうかという基準である。こちらも妥当性や整合性と同様に、指標を設定する職員の専門的能力が関係する基準である。

表 5.3 評価指標の設定に関する基準

(田中(2014) p198 を基に筆者が課題を加筆して作成)

区分	基準	説明	関係する課題
1 個別評価指標の基準	1-1 妥当性	評価指標が計測すべき事象を計測していること	職員の専門的能力
	1-2 信頼性	評価指標が正確に計測されていること	—
	1-3 理解可能性	評価指標の意味が明確でわかりやすいこと(誤解が生じにくいこと)	—
	1-4 タイムリー性	利用者にとって有用なタイミングで評価指標の計測値を入手できること	—
	1-5 目的との整合性	評価指標が施策の目的や目指す成果を適切に反映していること	職員の専門的能力
	1-6 施策の影響の大きさ	評価指標の計測する事象に対する施策の影響度の大きさ	—
	1-7 計測可能性	評価指標のデータを計測可能であること	—
	1-8 データの収集費用	評価指標のデータを収集するための費用の大きさ	コスト
	1-9 操作可能性	評価者が評価指標の計測値を操作できる可能性(小さいほどよい)	—
	1-10 意思決定への有用性	評価指標が意思決定者に対して有益な知見を提供してくれること	—
2 評価指標群の基準	2-1 包括性	施策の重要な側面が漏らさず評価指標によってカバーされていること	職員の専門的能力
	2-2 非重複性	評価指標間に重複がなく、各指標が異なる側面を計測していること	職員の専門的能力
	2-3 データの収集費用	評価指標群のデータを収集するための総費用の大きさ	コスト
	2-4 反抗的行動への耐性	評価の意図に反する行動を誘発しに行くこと	—

以上のことから、コストに関わる基準はデータの収集費用、職員の専門的能力に関わる基準は妥当性、目的との整合性、包括性、非重複性であると判断できた。職員の専門的能力に関わる4つの基準をまとめると、漏れなく、重複なく、本来測定すべきものや目指したい成果を測るための指標を設定できているかどうか基準として重要であると言える。本研究では、これら4つの基準を合わせて「指標と施策との整合性」と称し、次節から「データ収集の実態」と「指標と施策との整合性」について詳細に分析を行うことにする。

5-3. データの収集方法

本節では、評価のための「データの収集方法」を明らかにするため、ホームページから対象自治体とその都府県、国の観光統計における市区町村別データの整備状況を把握する。また、ヒアリング調査から未活用4指標のデータの収集方法を把握する。

5-3-1. 観光統計の市区町村別データの整備状況

まず、国、本章の分析対象市区町村が所在する都府県、分析対象市区町村のホームページで公開されている観光統計を参照し、市区町村別データの整備状況を把握する。横軸に指標に用いるデータを設定し、整備状況をそれぞれ表5.4にまとめた。

①国が整備している観光統計

【観光庁】

観光庁が公開している観光統計情報は、訪日外国人消費動向調査、旅行・観光消費動向調査、宿泊旅行統計調査、観光地域経済調査の4つである。

まず、訪日外国人消費動向調査は、国内の主要な18空海港で行われており、訪問地や宿泊地、観光消費額や満足度がまとめられている。

次に、旅行・観光消費動向調査は、日本国民から無作為に抽出した25,000人を対象に実施しており、宿泊の有無や消費額や満足度、経済波及効果を算出している。公表されているデータを見ると、東北、関東などの地方単位と都道府県単位での集計となっており、市区町村別のデータにはなっていない。しかし、これは無作為に抽出された25,000人の回答結果であるため、各都道府県の実態を把握できるものではない。例えば、ある県の観光消費額の総額を出す際には、旅行・観光消費動向調査で得られた県の総額をその県を訪れたサンプル数で除して消費単価を算出し、そこに県の実際の観光客数を乗じることで初めて都道府県別の消費額を推計することができる。

さらに、宿泊旅行統計調査は、事業所母集団データベース（総務省）を基に標本理論に基づき抽出されたホテル、旅館、簡易宿所、会社・団体の宿泊所などを対象に調査しており、延べ宿泊者数、国籍別外国人宿泊者数のほか、都道

府県別の宿泊者数がまとめられている。最後に、観光地域経済調査は、観光地点⁵が存在する全国の観光地域（「昭和の大合併」以前の旧市町村単位）に所在する宿泊・飲食・旅客運輸サービス等の観光に関連する事業所を対象に行われている。現在の市区町村よりも詳細な単位での調査となっており、本調査では外注費を調査しているため、域内調達率を明らかにすることができる。調査票を一定数回収できた地域では地域別の集計結果が公開されているが、国内の全市町村のデータが整備されているわけではない。

以上の整理から、観光庁が整備している観光統計は国全体の消費額や満足度などの傾向や都道府県別の宿泊客数のみで、市区町村別データは整備されていないことが明らかとなった。

【日本政府観光局】

日本政府観光局では、訪日外国人旅行者数、日本人海外旅行者数を公表している。訪日外国人旅行者数は、どの国から何人日本に訪れたのか、日本人海外旅行者数は日本から何人がどの国へ訪れたのかを把握することができる。よって、日本政府観光局では、都道府県や市区町村別の観光統計は整備されていないことが明らかとなった。

【RESAS】

RESAS（Regional Economy Society Analyzing System）とは、まち・ひと・しごと創生本部と経済産業省が連携して提供している地域経済分析システムのことである。人口ビジョンや地方版総合戦略の策定の一助となるよう、産業、観光、人口など様々なデータが搭載されている。

RESAS の観光分野で提供されているデータは、まず、国内の動向についてはどの地域からどれだけ人が来て滞在しているかを表す「From-to 分析」、人口に対する滞在人口の割合を示す「滞在人口率」、1時間ごとの流動人口を表す「メッシュ分析」、ナビタイムジャパンの経路検索で目的地が検索された回数を表す「目的地分析」の4つをマップに表示することができる。これら4つのマッ

⁵：観光庁「観光入込客統計に関する共通基準」に定められている、観光・ビジネスの目を問わず、観光客の集客機能を持つ施設又はツーリズム等の観光拠点となる地点。

プ全てで市区町村単位での分析が可能である。

また、海外の動向については、外国人訪問客数、1時間あたりの外国人平均滞在者数を表す外国人滞在分析、10 kmまたは1 kmメッシュで区切られた地域に30分以上滞在した外国人訪問客数を表す外国人メッシュ分析、外国人が入出国時に利用した空港と訪問した都道府県を表す外国人入出国空港分析、指定した地域に滞在した外国人訪問客がその直前又は直後に滞在した地域を表す外国人移動相関分析、外国人訪問客によるクレジットカードの消費額を見ることができ、外国人消費花火図、外国人訪問客によるクレジットカードでの取引の内容を表す外国人消費分析の7つの分析をマップに表示することができる。このうち、市区町村単位での分析が可能なのは、外国人滞在分析と外国人メッシュ分析である。

よって、RESASの提供データのうち、国内の動向に関するものは市区町村別に分析することが可能だが、海外の動向については大部分が都道府県単位のデータであることがわかった。

以上より、国が公表している観光統計の整備状況をまとめると、多くが国や都道府県単位のデータであり、市区町村別のデータはほとんど整備されていないことが明らかとなった。RESASではいくつか市町村単位のデータがあるが、本研究における重要指標に関係するデータは整備されていない状況にある。

表 5.4 国が公表している観光統計の整備状況

組織	データソース	データの範囲	入込客数	宿泊客数	観光消費額	経済波及効果	観光客満足度	リピート訪問回数	外国人入込客数	外国人宿泊客数	外国人消費額	外国人経済波及効果	外国人満足度	外国人リピート訪問回数	
観光庁	訪日外国人消費動向調査 旅行・観光消費動向調査 宿泊旅行統計調査 観光地域経済調査	国				○	○				○		○		
		都道府県単位		○						○					
		市区町村単位													
日本政府観光局	訪日外国人旅行者数 日本人海外旅行者数	国						○							
		都道府県単位													
		市区町村単位													
まち・ひと・しごと創生本部	RESAS	国							○		○				
		都道府県単位													
		市区町村単位													

②分析対象都府県が整備している観光統計

本章で分析対象としている市区町村が所在する都府県で、どのような観光統計が整備されているのかを各自治体が公表している統計情報を基に表 5.5、5.6、5.7 に示した。

その結果、都府県の観光統計は、都府県単位では様々な項目の調査が行われているが、市区町村レベルでは、観光消費額や経済波及効果、観光客の満足度、リピート率、外国人に関するデータは、ほとんど整備されていないことが明らかとなった。

表 5.5 分析対象都府県が整備している市区町村単位の観光統計

自治体	データソース	単独市区町村または主要地点別											
		入込客数	宿泊客数	観光消費額	経済波及効果	観光客満足度	リピート訪問回数	外国人入込客数	外国人宿泊客数	外国人消費額	外国人経済波及効果	外国人満足度	外国人リピート訪問回数
新潟県	新潟県観光入込客統計、新潟県観光地満足度調査	○				○	○						
滋賀県	滋賀県観光入込客統計調査	○	○			○	○						
東京都	訪都旅行者数等実態調査 国別外国人旅行者行動特性調査								主要自治体のみ			○	
長野県	観光地利用者統計調査 外国人延泊者数調査	主要観光地のみ	主要観光地のみ	○									
静岡県	静岡県観光交流の動向、観光の流動実態と満足度調査	○	○										
長崎県	長崎県観光統計	○	○										
京都府	市町村別観光入込客数及び観光消費額 京都府観光入込客調査報告書	○	○	○					○				
群馬県	群馬県観光客数・消費額調査	○	○	○									
鹿児島県	「鹿児島県の観光の動向～鹿児島県観光統計～」												
三重県	観光レクリエーション入込客数推計 観光客実態調査	○	宿泊率										
岐阜県	岐阜県観光入込客統計調査	主要観光地のみ											

表 5.6 分析対象都府県が整備している圏域単位の観光統計

自治体	データソース	複数の近隣市区町村で構成される圏域別											
		入込客数	宿泊客数	観光消費額	経済波及効果	観光客満足度	リピート訪問回数	外国人入込客数	外国人宿泊客数	外国人消費額	外国人経済波及効果	外国人満足度	外国人リピート訪問回数
新潟県	新潟県観光入込客統計、新潟県観光地満足度調査	○					○						
滋賀県	滋賀県観光入込客統計調査	○	○										
東京都	訪都旅行者数等実態調査 国別外国人旅行者行動特性調査												
長野県	観光地利用者統計調査 外国人延泊者数調査	○	○	○					○				
静岡県	静岡県観光交流の動向、観光の流動実態と満足度調査	○	○			○	○						
長崎県	長崎県観光統計	○	○										
京都府	市町村別観光入込客数及び観光消費額 京都府観光入込客調査報告書	○	○	○					○				
群馬県	群馬県観光客数・消費額調査	○	○	○									
鹿児島県	「鹿児島県の観光の動向～鹿児島県観光統計～」	○	○						○				
三重県	観光レクリエーション入込客数推計 観光客実態調査	○	○										
岐阜県	岐阜県観光入込客統計調査	○											

表 5.7 分析対象都府県が整備している市区町村単位の観光統計

自治体	データソース	県単位											
		入込客数	宿泊客数	観光消費額	経済波及効果	観光客満足度	リピート訪問回数	外国人入込客数	外国人宿泊客数	外国人消費額	外国人経済波及効果	外国人満足度	外国人レポート訪問回数
新潟県	新潟県観光入込客統計、新潟県観光地満足度調査	○		○	○			○	○				
滋賀県	滋賀県観光入込客統計調査 滋賀県観光動態調査	○	○	○	○			○	○	○		○	○
東京都	訪都旅行者数等実態調査 国別外国人旅行者行動特性調査	○	○	○	○			○	○	○	○	○	
長野県	観光地利用者統計調査 外国人延泊泊者数調査	○	○	○					○				
静岡県	静岡県観光交流の動向、 観光の流動実態と満足度調査	○	○			○	○						
長崎県	長崎県観光動向調査、 長崎県観光統計	○		○					○				
京都府	市町村別観光入込客数及び観光消費額 京都府観光入込客調査報告書	○	○	○					○	○			
群馬県	群馬県観光客数・消費額調査	○	○										
鹿児島県	「鹿児島県の観光の動向～鹿児島県観光統計～」	○	○	○					○	○			
三重県	観光レクリエーション入込客数推計 観光客実態調査	○	○			○							
岐阜県	岐阜県観光入込客統計調査	○	○	○					○				

また、国は都道府県に対して観光入込客統計の整備への協力を求めている。観光入込客統計とは、「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき都道府県が調査を実施し、整理した「観光入込客統計調査データ共有様式」を観光庁でとりまとめ、全国集計したものである。これまで各都道府県の観光入込客統計は、各都道府県独自の手法により調査・集計されており、自治体間で比較できるデータになっていないという課題があった。そこで、国は平成 21 年に「観光入込客統計に関する共通基準」策定し、現在大阪府を除く 46 都道府県で導入され、調査が行われている。

この基準における調査プロセスは大きく 5 段階に分けられ、①観光地点等名簿の整理、②観光地点等入込客数調査、③観光地点パラメータ調査、④観光庁提供データにより補正、⑤統計量の推計・共有・公表という流れになっている（図 5.2）。関係者の役割分担としては、都道府県と市区町村の担当者が連携して観光地点等名簿を作成し、観光地点パラメータ調査の実施、統計量の推計、結果の整理を都道府県の担当者が、観光地点等入込客調査の実施を市区町村の担当者が担当するものと想定されている。このように観光入込客数については市区町村が観光地点や行祭事、イベントの運営者からデータを集計し、それを用いて都道府県が推計して統計を整備するという連携体制がとられている。

観光入込客統計に関する共通基準の概要

- ▶平成21年12月に「観光入込客統計に関する共通基準」を策定。
- ▶平成22年4月からの各都道府県における共通基準に則った調査の実施を推進。

調査プロセス

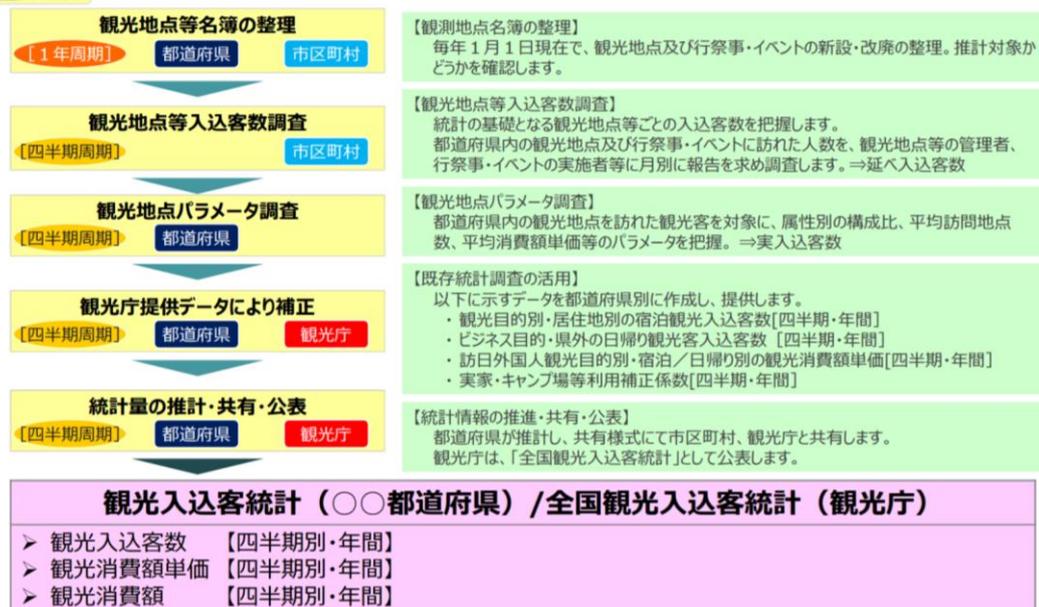


図 5.2 観光入込客統計に関する共通基準の概要（観光庁公開資料より抜粋）

③分析対象市区町村の観光統計

本章で分析対象としている市区町村でどのような観光統計が整備されているのかを、各自治体が公表している自治体の統計情報や観光動態調査結果等を基に表 5.8 に示した。統計情報等が公開されていない自治体があったため、全てを明らかにすることはできなかったが、都道府県の観光入込客統計の整備のために多くの市区町村で観光客数を測定していることが考えられる。

一方で、自治体の統計情報以外に観光動向調査を行っている自治体では観光客の満足度やリピート率、外国人観光客に関するデータが整備されていることがわかった。

表 5.8 分析対象市区町村が整備している観光統計

自治体	データソース	入込客数	宿泊客数	観光消費額(実績)	観光消費額(目標)	観光消費額(実績)	観光消費額(目標)	観光満足度	リビート訪問回数	外国人入込客数	外国人宿泊客数	外国人消費額	外国人経済波及効果	外国人満足度	外国人リビート訪問回数	住民の意識・態度	その他
妙高市																	
近江八幡市	近江八幡市統計書	○	○														観光案内所利用人数、ガイドツアーコース数、回数・参加者数
墨田区	墨田区行政基礎資料集	○															
木島平村																	
伊東市	伊東温泉観光実態調査	○	○	○	○				○								伊東までの交通手段、滞在日数、伊東の印象など
長崎市	長崎市観光統計 長崎市観光動向調査 市民意識調査	○	○	○	○			県の産業連関表を使用	○		○					○	情報源、まち歩きの有無、祭りや行事の認知度、長崎観光の「感動」の有無、旅行前の期待度、長崎への思いなど
宇治市	宇治市観光動向調査	○	○	○	○				○					○			情報収集方法、訪問目的、宇治に関する認知、滞留時間、訪問意向、地元商店調査など
八幡市	八幡市統計書	○															
みなかみ町																	
東島町																	
志摩市																	
京丹後市	京丹後市統計書	○															
岐阜市	岐阜市統計書	○															宿泊施設数
宇治田原町																	観光消費額・宿泊客数及び乗船人員

5-3-2. 本章での分析対象指標の収集方法

本項では、本章の分析対象市区町村が、どのように重要4指標のデータを収集しているのかを明らかにするため、各市区町村へデータの収集方法と業者への委託の有無についてヒアリング調査を行い、その結果を表5.9に示した。

【観光客満足度とリピート率】

観光客の満足度やリピート率のデータは、観光客に対するアンケート調査で収集されており、①県の観光動態調査のデータを用いる(妙高市、近江八幡市)、②観光振興計画等の改訂時に行った調査のデータを用いる(墨田区、木島平村)、③観光協会で実施している調査のデータを用いる(伊東市、みなかみ町)、④市で独自に実施している観光動向調査のデータを用いる(長崎市、宇治市)という、大きく4パターン存在することが明らかとなった。そのうち、詳細に話を伺うことができた県の観光動態調査と観光振興計画等改訂時の調査について記す。

①県の観光動態調査について

県の調査を用いている妙高市と近江八幡市に、市で独自の調査を行わずに県の調査を利用している理由を尋ねた。その結果、妙高市では、県の調査では県が選んだ特定の施設のみのデータで信憑性に欠けるため、H28から業者に委託して独自に調査を開始するという回答を得た。一方で、近江八幡市ではこれまで継続的に県のデータを活用しており、前年のデータと比較して変化を確かめるには一定の方法で測定する必要があるため、市独自の調査は行わないという回答を得た。県の調査を活用すれば調査にかかるコストを削減できるが、県が行う調査では真に得たいデータを得られない可能性があるという課題が存在する。そのため、より良質なデータを得たい場合には、コストをかけてでも独自で調査を行うことが望ましい。しかし、途中から調査方法を変えることにも課題が生ずるため、県の調査を使用してきた自治体では、何を優先するかを議論したうえでデータ収集方法を選択する必要がある。

②観光振興計画等改訂時の調査について

地方版総合戦略は策定から5年後の2019年度の数値目標やKPIが設定されているが、観光振興計画を5年後に改訂するかどうかは各自治体によって異なる。そのため、観光振興計画改訂時の調査データを活用した自治体は、データの取得方法を再検討せねばならないはずである。そこで墨田区と木島平村に、評価数値を出さなければならない5年後のデータ収集方法について尋ねた。その結果、墨田区からは回答が得られなかったが、木島平村では今回は観光振興計画改訂時の調査を使用した。観光施設等に日常的に設置されている利用者アンケートを活用した継続的なデータ収集を検討しているとのことだった。新たに調査を行うための予算をとることができない場合、既存の調査を上手く活かすことで対応できる場合もあると考えられる。

【経済波及効果】

経済波及効果については、域内調達率を設定している志摩市からのみ回答を得ることができ、委託せず独自に調査を行い、データを取得していることがわかった。志摩市では、これまで宿泊施設や飲食店において市内で生産されたものがどれくらい使われているのかを把握できていなかった。また、生産量の把握についても不十分で、水産物は地元でとれる漁獲量がある程度把握できているが、農産物は日本全国の市区町村で収穫量のデータが整備されていない現状にあったことから、2016年から農水産物の生産量調査と販売店やホテル、旅館の消費量調査を大規模に行い、域内調達率の算出に取り掛かっている。

【住民の観光に対する意識】

住民の観光に対する意識に関するデータは市民意識調査の中で行われていることがわかった。以前から住民の意識調査を行っており、委託の有無に違いのあった宇治田原町と岐阜市に委託する理由、しない理由について尋ねたところ、委託している宇治田原町からは、詳細に分析しようとするとうノウハウが無いので委託しているという回答を得た。一方で委託していない岐阜市からは、以前岐阜大学と共同で調査を行った際にアンケートの集計・分析方法を教わり、庁内にノウハウを蓄積したため、職員自ら分析を行っているという回答を得た。

このことから、分析ノウハウを習得すれば、委託費をかけずにコストを削減して調査を行うことができると考えられる。

表 5.9 重要4指標のデータの収集方法

未活用4指標	研究対象自治体のKPI	設定自治体	データの収集方法	委託の有無	備考
観光客の満足度	来訪者満足度	妙高市	新潟県観光地満足度調査	無	県の調査では特定の施設のみデータの信憑性に欠けるため、H28から業者に委託して独自に調査を開始。
		近江八幡市	滋賀県観光動態調査	有	一定の方法で測定するため市独自の調査は行わない。
		木島平村	観光基本計画策定時に調査したデータ	有	施設等に日常的に設置されている利用者アンケートを用いてのデータ収集を行う。
		伊東市	伊東観光協会が実施している調査	有	
		長崎市	市経済局文化観光部観光政策課が実施している観光動向調査	有	
		宇治市	市民環境部商工観光課が実施している宇治市観光動向調査	有	
		八幡市	未回答	未回答	
		豊田区	観光振興プラン改訂時に調査したデータ	有	
		みなかみ町	観光協会で2年ごとに調査しているデータ	有	
		宇治市	市民環境部商工観光課が実施している宇治市観光動向調査	有	
経済波及効果	域内調達率	志摩市	手作業で算出中	未回答	水産物は地元でとれる漁獲量がある程度把握できているが、農産物は日本全国の市町村で収穫量のデータが整備されていない。そのため2016年から農水産物の生産量調査と販売店やホテル、旅館の消費量の調査を大規模に行っている。
		京丹後市	未回答	未回答	
住民の観光に対する意識	観光資源の豊かなまちなちだと思うと回答した人の割合	志摩市	事業の参加者に聞く		総合計画の策定に合わせて実施。過去に岐阜・大字と共同で調査した際に、データの集計ソフトやノウハウを教えてもらったため、市内に自前でできる体制が整っている。
		志摩市	2016年よりアンケート実施		総合計画の策定に合わせて実施。過去に岐阜・大字と共同で調査した際に、データの集計ソフトやノウハウを教えてもらったため、市内に自前でできる体制が整っている。
		岐阜市	市民意識調査		総合戦略の前に総合計画の策定があり、その際に行った調査。H31はコンサルに委託するが未定。前年との比較など単純計算なら自前でできるが、詳細に分析しようとするノウハウが無いので委託する予定。
		宇治田原町	住民意識調査	有	

5-3-3. 観光関連統計のデータの収集方法の整理と指標設定難易度の推測

本項では、本節の調査結果をまとめ、未活用 4 指標と主な観光関連指標について、データの収集・分析方法を整理し、それに基づいて指標設定難易度の推測を行う。

【観光客数・宿泊客数】

観光客数や宿泊客数については、一般的には、観光施設や宿泊施設、イベント主体から客数の報告を集計して延べ客数を算出、あるいは既存の統計調査とかけ合わせて推計して実数を算出していることから、データ収集・指標の設定難易度は比較的低いと言える。

【観光客満足度・リピート率、住民の観光に対する意識等】

観光客の満足度やリピート率、住民の観光に対する意識に関するデータを収集して扱うためには、観光客や住民へのアンケート調査を行い、それを分析しなければならないが、アンケート調査は、アンケート設計から収集した後の分析まで専門的なスキルがなければ高度な調査を行うことができない。そのため、自治体が自前で調査を行う際には職員の専門的な能力や分析にかかる時間的・人的コストが必要であるし、業者に委託する際には膨大な資金が必要になるため、データ収集・指標の設定難易度は比較的高いと言える。観光動向調査を行っている伊東市や長崎市、宇治市の調査報告書を見ると、重要 4 指標の他に、滞在日数や滞在時間、祭りや行事など地域資源の認知度、訪問意向などが調査されており、これらの指標も同様の難易度であると考えられる。

【経済波及効果】

経済波及効果に関しては、一般的には産業連関表を用いた算出と、乗数理論による算出がある。

産業連関表は、都道府県と一部の政令市等でしか整備されていない現状にある（中澤 2002）。市町村レベルで整備されていない理由として、中澤は、産業連関表を作成するにあたって、膨大なヒト、カネ、モノ、情報が必要とされることを挙げており、その中でも特に大きな障害となっているものは統計資料の

制約だと述べている。

一方で、乗数理論による算出は、産業連関表を持たない地域で対応できる算出方法で、観光客数、消費単価、域内調達率（計算上経費構造データも必要）の3つのデータがあれば算出できる。これらのデータを、既存の統計あるいは観光客や事業所へのアンケートやヒアリング調査などで収集し、計算を行う。

以上のように、経済波及効果の算出には様々なデータを用いる上、専門的な計算が必要であるため、データ収集・指標の設定難易度は非常に高いと言える。

以上の整理より、主な観光関連指標の設定難易度の推測を図 5.3 に示した。右側から、データをどこからどのように収集し、そのデータを指標として扱うまでの分析・加工の有無を整理し、指標の設定難易度を示した。金銭的あるいは時間的、人的コストが必要な部分を赤で表記した。

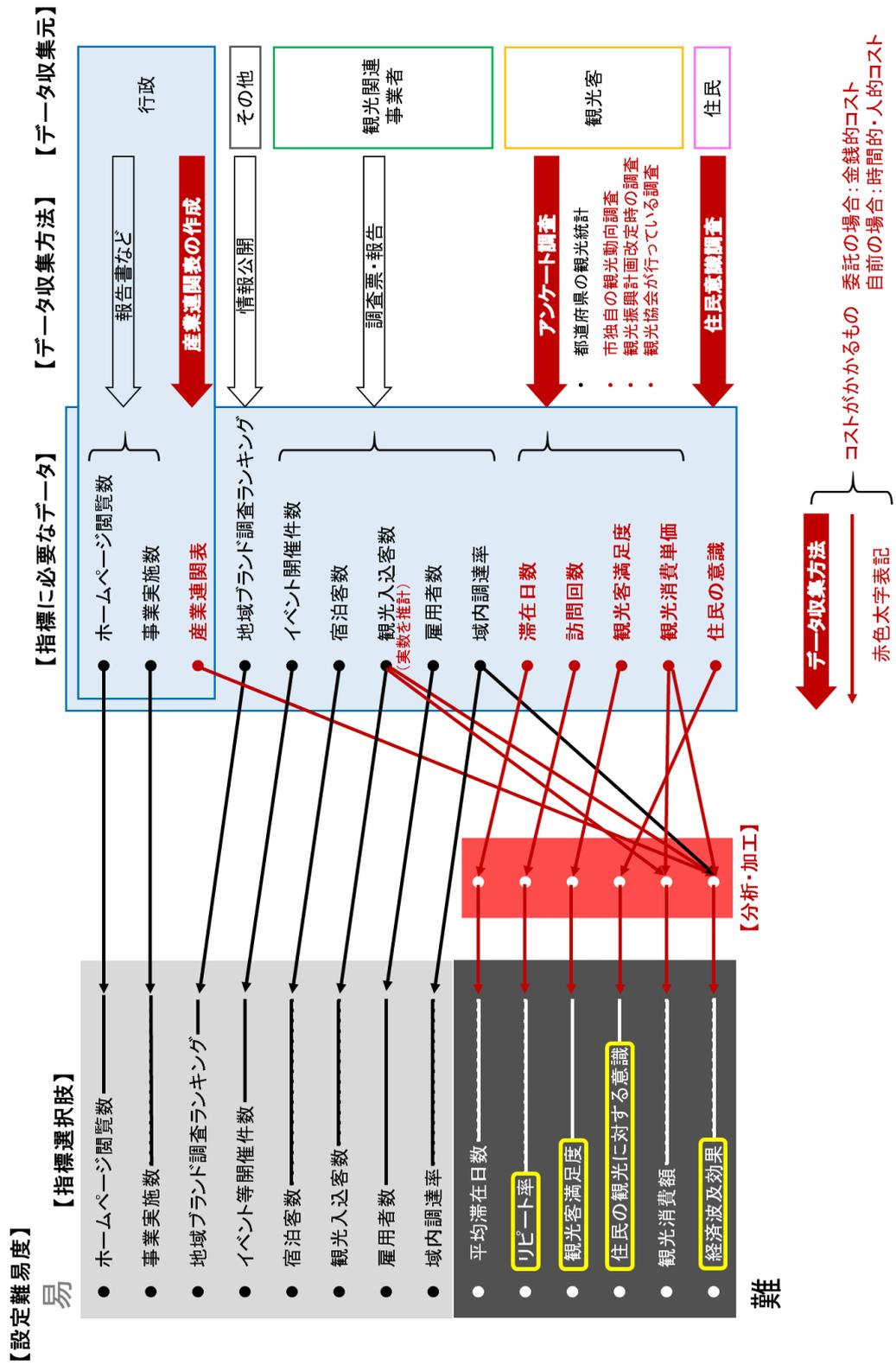


図 5.3 主な観光関連指標の設定難易度

5-4. 指標と施策との整合性

「指標と施策との整合性」の実態を明らかにするため、本章での分析対象自治体の戦略冊子から施策内容、施策の目標、評価指標を、ヒアリング調査から指標の設定意図を整理し、整合性がとれているかどうか考察する。

5-4-1. 指標と施策との整合性の考察

まず、整合性の考察方法について説明する。

【指標と施策の関係性】

指標と施策との整合性には、PDCAサイクルを基に考えると、①実施した施策（Do）の成果の評価（Check）に適した指標が設定されているかという「指標と施策内容との整合性」、②実施した施策によって実現したい目標（Plan）の達成度を評価（Check）するのにふさわしい指標が設定されているかという「指標と施策の目的との整合性」が存在すると考えられた。

また、指標を設定する際は、ある意図を持って指標を選択し、設定しているはずである。そこで、ある意図をもって設定してもその指標が施策の最終的な目的の達成度を測るものとしては適さない場合が考えられるため、③「施策の目的と指標設定意図との整合性」についても扱うことにする。

【指標と施策の抽出】

本章での分析対象自治体の戦略冊子から、重要4指標が含まれる施策の内容、施策の目的、KPI群を抽出した。施策の目的については、施策名や冊子に記述されている内容から、施策を通して最終的に目指していることを表すキーワードを抽出した。なお、対象指標が数値目標（KGI）の場合、数値目標と、その数値目標に強く関係すると考えられる施策とKPI群を抽出した。

【整合性の判断基準】

整合性がとれているかどうかの判断について、この指標が適切である、この指標とこの指標を組み合わせれば良い、といった明確な判断基準はまだ存在しない。そこで、本研究では、施策内容、施策を行った結果もたらされる成果、設

定意図と指標との間に、論理的に大きな齟齬が生じていなければ整合性がとれているとみなすこととする。なお、本戦略の原則として、アウトカム指標の設定が求められているため、アウトプット指標は妥当ではないという議論があるが、策定の手引きでは、アウトカム指標が設定できない場合アウトプット指標を設定しても差し支えないとされているため、本研究においてはアウトプット指標であっても構わないこととする。

これらを表 5.10 のように整理し、整合性を考察した。本章での分析対象評価指標を含む指標群や指標の設定意図が、施策内容や目的と整合性がとれているとみなせるものには○、整合性がとれていないとみなせるものには×を記入した。なお、倫理的な問題から、自治体が特定されないように自治体名を伏せ、施策内容等も自治体が特定される可能性のある語句を省略して記している。

表 5.10 分析対象指標の施策との整合性の考察の例

自治体	施策内容 【Do】	整合性	KPI群 【Check】	整合性	施策の目的 【Plan】
例	①案内板やパンフレットの多言語表記による外国人観光客受け入れ態勢の整備 ②外国人観光客向けのガイド人材の育成	○	・ガイド登録人数 ・外国人観光客数 ・外国人観光客数の満足度	○	外国人観光客の受け入れ態勢を強化し、満足度の向上を図るとともに誘客を拡大する

(1) 自治体 A

自治体 A では、「滞在型観光を推進する観光拠点施設の整備と新たな魅力づくりや誘客拡大」という目的を掲げている施策において、①ビジターセンターなどの拠点施設の整備、②国立公園の魅力やサービスを高める、③新たな魅力づくりや観光客の受け入れ態勢の整備を行うとし、これらを評価する KPI として「観光客の満足度」と「ビジターセンターの入館者数」を設定している。

<指標と施策内容との整合性>

「観光地としての満足度」は、受け入れ態勢の整備や新たな魅力づくりなどの施策を行った結果、観光客の満足度につながると考えられるため、整合性がとれているとみなすことができる。また、「ビジターセンターの入館者数」は、

新たな拠点の整備の結果どれくらい誘客できたかを測る指標として、施策内容と整合性がとれているとみなすことができる。

< 指標と施策の目的との整合性 >

滞在型観光を推進することを目的に掲げている一方で、指標群には滞在型観光に関する指標が無いことから、施策の目的との整合性がとれていないとみなすことができる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

自治体 A は、「満足してもらえないと二度と来てもらえない」という意図のもと、「観光地としての満足度」を設定している。本施策では、受け入れ態勢の整備や魅力づくりなどを通じた誘客拡大を目的としており、受け入れサービスや魅力的な資源から満足度が高まり、また来てもらうことにつながるため、目的と設定意図の整合性はとれているとみなすことができる。

以上より、指標の整合性は表 5.11 のように整理することができる。

表 5.11 自治体 A の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性 →	KPI群 【Check】	← 整合性	施策の目的 【Plan】	← 整合性	対象指標の 設定意図
①観光案内板や公衆トイレ、登山道などの整備、ビジターセンターなどの拠点施設の整備。 ②国立公園の魅力やサービスを高めるため、関係行政機関、環境・観光団体や有識者など多様な主体が参画する中で、国立公園の保護や活用に関する取り組みを進める。 ③民間事業者のノウハウを活かした新たな魅力づくりや観光客の受け入れ態勢の整備。	○	・観光地としての満足度 ・ビジターセンター入館者数	×	滞在型観光を推進する 拠点の整備 新たな魅力づくりや誘客 拡大	○	満足してもらえないと二度と来てもらえないため。

(2) 自治体 B

自治体 B では、「交流拡大からビジネスチャンスをつくる」という目的を掲げている施策において、①DMO の設置、②歴史・文化・伝統等を活かしたロケツーリズムの推進を行うとし、これら进行评估する KPI として「DMO の設置」と「観光客の満足度」を設定している。

<指標と施策内容との整合性>

「観光客の満足度」は、DMO の設立によってマーケティングに基づいた施策を推進した結果、また来たいと思われるようなサービスを提供することができたかを評価することができると考えられる。よって「DMO の設置」は、アウトプット指標であるが、施策内容との整合性はとれているとみなすことができる。

<指標と施策の目的との整合性>

ビジネスチャンスをつくることを目的に掲げている一方で、指標群にはビジネスや雇用に関する指標が無いことから、整合性がとれていないとみなすことができる。

<施策の目的と指標の設定意図との整合性>

自治体 B は、「入込客数を増やすよりも、満足度を高め、リピーターにつなげて移住してもらいたい」という意図のもと、「観光客の満足度」を設定している。一方で、ビジネスチャンスをつくることを目的に掲げており、移住の促進を施策の目的とはしていないことから、整合性がとれていないとみなすことができる。

以上より、指標の整合性は表 5.12 のように整理することができる。

表 5.12 自治体 B の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性 →	KPI群 【Check】	← 整合性	施策の目的 【Plan】	← 整合性	対象指標の 設定意図
①観光の戦略的かつ効果的な運営と観光地域づくりを行う組織(DMO)の設置 ②本自治体の歴史・文化・伝統等を活かしたロケツーリズム(映画やドラマのロケ地を情報発信し、観光客を呼び込む)の推進	○	・DMOの設置 ・観光客の満足度	×	交流拡大からビジネスチャンスをつくる	×	入込客数を増やすよりも、満足度を高め、リピーターにつなげて移住してもらいたいため。

(3) 自治体 C

自治体 C では、「魅力向上を図り、滞在型観光を推進し観光の振興を図る」という目的を掲げている施策において、①観光基盤の整備充実、②新たな観光資源の掘り起こしを行うとし、これらを評価する KPI として「観光客満足度」と「観光入込客数」を設定している。

< 指標と施策内容との整合性 >

「観光客満足度」と「観光入込客数」とともに、観光基盤の整備や新たな資源の掘り起こしを行うことによって満足度が向上し、観光入込客数が増加することが考えられるため、施策内容と整合性がとれているとみなすことができる。

< 指標と施策の目的との整合性 >

魅力向上を図るという点では満足度は整合性がとれているが、滞在型観光の推進という点では、指標群には滞在型観光に関する指標が無いことから、施策の目的との整合性がとれていないとみなすことができる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

自治体 C では、KPI という概念や専門的な用語が浸透していなかったため、感覚的に分かりやすい指標として「観光客満足度」を採用していた。施策の目的とは関係のない設定意図であるため、整合性の検証は不可能である。

以上より、指標の整合性は表 5.13 のように整理することができる。

表 5.13 自治体 C の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性 →	KPI群 【Check】	← 整合性	施策の目的 【Plan】	← 整合性	対象指標の 設定意図
①スキー場、温泉、公園、をはじめとする本自治体の観光基盤の整備充実 ②新たな観光資源の掘り起こし	○	・観光客満足度 ・観光入込客数	×	魅力向上を図り、滞在型観光を推進し観光の振興を図る	—	KPIという概念や専門的な用語が浸透していなかったため、感覚的に分かりやすい指標として採用した。

(4) 自治体 D

自治体 D では、「選ばれる観光地を目指す。広域での誘客魅力を高め、交流人口の拡大を図る。」という目的を掲げている施策において、①来訪者に感動を与える「最高のおもてなし力」をもった観光地づくりの推進、②近隣市町などの広域的な連携体制の強化を行うとし、これらを評価する KPI として「来訪者の満足度」と「近隣市町村との広域での観光交流客数」を設定している。

< 指標と施策内容との整合性 >

「来訪者の満足度」は、来訪者に感動を与える「最高のおもてなし力」をもった観光地づくりを推進できているかを測る指標として、整合性がとれているとみなすことができる。また、「近隣市町村との広域での観光交流客数」は、近隣市町などの広域的な連携体制を強化するという点で、施策内容と整合性がとれているとみなすことができる。

< 指標と施策の目的との整合性 >

まず、「選ばれる観光地を目指す」という目的については、選ばれる観光地であるということは、観光客の満足度が高いと考えられるため、満足度と整合性がとれているとみなすことができる。また、「交流人口の拡大を図る」という目的に対しては観光交流客数が適した指標であると考えられるため、施策の目的との整合性がとれているとみなすことができる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

自治体 D では、訪れた全ての観光客が心身ともに満足していただける観光地づくりを目指しているため、「来訪者の満足度」を設定していた。施策の目的に合わせた指標設定になっていることから、目的と設定意図の整合性はとれているとみなすことができる。

以上より、指標の整合性は表 5.14 のように整理することができる。

表 5.14 自治体 D の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性 →	KPI群 【Check】	← 整合性	施策の目的 【Plan】	← 整合性	対象指標の 設定意図
①それぞれ個性をもった魅力ある地区を、本自治体ならではの「温泉・食・いやし」のサービス基盤で結び、来訪者に感動を与える「最高のおもてなし力」をもった観光地づくりを推進 ②観光事業者だけでなく、地元企業、市民及び行政が一体となって観光のまちづくりを推進するとともに、観光関連団体と連携し、近隣市町などの広域的な連携体制を強化	○	・来訪者の満足度 ・近隣市町との広域での観光交流客数	○	選ばれる観光地を目指す。 広域での誘客魅力を高め、交流人口の拡大を図る。	○	訪れた全ての観光客が心身ともに満足していただけの観光地づくりを目指しているため。また、アウトプット指標だけでなくアウトカム指標も設定する必要があったため。

（５）自治体 E

自治体 E では、「訪れた人の満足度の向上を図る」という目的を掲げている施策において、①資源の磨き上げ、②サービスの向上と創出、③人材の育成を行うとし、これらを評価する KPI として「観光満足度」と「観光消費額」、「観光客対応の支援店舗数」を設定している。

< 指標と施策内容との整合性 >

「観光満足度」は、観光資源の魅力向上を目指す資源の磨き上げや、新たなお土産品開発等のサービスの向上により満足度が高まる可能性があることから、整合性がとれているとみなすことができる。また、「観光消費単価」は、新たなお土産品開発や製品のブランド化等により消費が拡大し、消費単価が高まる可能性があるため、整合性がとれているとみなすことができる。さらに、「観光客対応の支援店舗数」は、まちなか商店街を支える商業人材の育成など行政の支援を受ける店舗が増えることで、支援店舗数が増加するため、施策内容と整合性がとれているとみなすことができる。

< 指標と施策の目的との整合性 >

「訪れた人の満足度の向上を図る」という目的の達成度を測るために、観光満足度は欠かせない指標である。また、観光客対応店舗のサービスが満足度に関係する可能性があるため、施策の目的との整合性がとれているとみなすことができる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

自治体 E は、「旅行先を決める際に口コミなどが要因になるので、旅行者の方がどう評価するのかを把握したい」という意図で「観光満足度」を設定していた。満足度を把握し、それを向上させる施策を展開することで誘客を図りたいという意図が伺えるため、目的と設定意図の整合性はとれているとみなすことができる。

以上より、指標の整合性は表 5.15 のように整理することができる。

表 5.15 自治体 E の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性 →	KPI群 【Check】	← 整合性	施策の目的 【Plan】	← 整合性	対象指標の 設定意図
①資源の磨き上げ:観光資源の魅力向上、世界文化遺産の保存と理解促進、夜景の魅力向上など ②サービスの向上と創出:新しいお土産品開発、水産練り製品ブランド化など ③人材の育成:まちなか商店街を支える商業人材の育成、農業・水産業を支える人材育成	○	・観光満足度 ・観光消費単価 ・観光客対応の支援店舗数	○	訪れた人の満足度の向上を図る	○	旅行先を決める際に口コミなどが要因になるので、旅行者の方がどう評価するのかを把握したいため。

(6) 自治体 F

自治体 F では、「さらなる観光誘客を図る」という目的を掲げている施策において、①歴史・文化・自然資源の発信、②新たな資源の創造と自治体全体の魅力的な資源の活用、③近隣市町村との連携の推進を行うとし、これら进行评估する KPI として「観光客の満足度」と「観光客のリピーター割合」を設定している。

< 指標と施策内容との整合性 >

「観光客の満足度」は、新たな資源の創造や魅力的な資源を活かした誘客、本施策の事業として挙げられている観光サイン等の整備、交通対策などが満足度に影響すると考えられることから、整合性がとれているとみなすことができる。また、「観光客のリピーター割合」については、前述の施策や事業の結果、満足度が高かった場合に再訪する可能性が生まれるため、段階を踏んだ指標設定となっており、施策内容と整合性がとれているとみなすことができる。

< 指標と施策の目的との整合性 >

満足度を高め再訪してもらうことや、満足度の高い人の口コミによって「さらなる観光誘客」につながる可能性があることから、施策の目的との整合性はとれているとみなすことができる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

自治体 F は、「人口減少時代で旅行市場の規模が縮小しているため入込客数を指標とするのは現実的ではなく、質を高めて魅力度を向上させることを大きな目標としている」という意図があるため、「観光客の満足度」と「観光客のリピーター割合」を設定していた。人口減少時代においては、新規顧客を獲得するだけでなく、再訪してくれる人を増やすことも観光客の獲得に重要であるという意図が伺えるため、目的と設定意図の整合性はとれているとみなすことができる。

以上より、指標の整合性は表 5.16 のように整理することができる。

表 5.16 自治体 F の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性 →	KPI群 【Check】	← 整合性	施策の目的 【Plan】	← 整合性	対象指標の 設定意図
① 神社をはじめ源氏物語など、歴史や文化、自然といった資源を発信する ② 放ち鶴飼やスポーツなど新たな資源の創造と山間部の観光拠点を含めた自治体全体の魅力的な資源を活かす ③ 府や近隣市町と連携した取り組みの推進	○	・観光客の満足度(飲食・お土産・景観等) ・観光客のリピーター割合	○	さらなる観光誘客を図る	○	人口減少時代で旅行市場の規模が縮小しているため入込客数を指標とするのは現実的ではない。質を高めて魅力度を向上させることを大きな目標としているため。

(7) 自治体 G

自治体 G では、「国内観光客のみならず、外国人観光客の誘客を進めるなど、「世界から関心を集める観光都市」へチャレンジ」という目的を掲げている施策において、①交流拠点づくりや観光プログラムの充実、②滞在したくなる環境整備、③アクセスとおもてなし環境の整備、④DMOの推進を行うとし、これら进行评估する KPI として「観光客の満足度」と「観光意欲度（全国順位）」を設定している。

< 指標と施策内容との整合性 >

「観光客の満足度」は、アクセスとおもてなし環境の整備や観光プログラムの充実によって満足度が高まると考えられるため、整合性がとれているとみなすことができる。また、「観光意欲度（全国順位）」は、満足度が高いことで観光意欲が高まると考えられるため、段階を踏んだ指標設定となっており、施策内容と整合性がとれているとみなすことができる。

< 指標と施策の目的との整合性 >

「国内観光客のみならず、外国人観光客の誘客を進めるなど、世界から関心を集める観光都市へチャレンジ」という目的を掲げている一方、外国人に関する指標が設定されていないため、整合性がとれていないとみなすことができる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

自治体 G からは、指標の設定意図について回答が得られなかったため、整合性の検証は不可能である。

以上より、指標の整合性は表 5.17 のように整理することができる。

表 5.17 自治体 G の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性 →	KPI群 【Check】 ←	整合性 →	施策の目的 【Plan】 ←	整合性 →	対象指標の 設定意図
① 国宝を活かした交流拠点づくり: 駅前等の再整備、観光プログラムの充実 ② 周遊・体験・滞在型の広域観光の推進: 土産物、飲食等を充実し、観光客が滞在しやすくなる環境整備 ③ アクセスとおもてなし環境の整備 ④ DMOの推進	○	・観光客の満足度 ・観光意欲度(全国順位)	×	国内観光客のみならず、外国人観光客の誘客を進めるなど、「世界から関心を集める観光都市」へチャレンジ	—	未回答

（８）自治体 H

自治体 H では、「認知率と好感度の向上、滞在時間の延伸や消費単価の向上、情報発信力の強化」という目的を掲げている施策において、①DMO の設置による観光関連組織の連携強化、②グループブランドの構築と徹底訴求、③クロスセル・アップセルの推進を行うとし、これらを評価する KPI として「宿泊客数」、「観光消費額」、「リピート率」を設定している。

< 指標と施策内容との整合性 >

「宿泊客数」は、グループブランドの構築により認知度が高まり、宿泊客数が増加すると考えられるため、整合性がとれているとみなすことができる。また、「リピート率」は、DMO の設置によるマーケティングに基づいた施策を推進した結果、また来たいと思われるようなサービスを提供することができたかを評価することができるため、施策内容と整合性がとれているとみなすことができる。一方で、「観光消費額」は観光消費単価に観光客数を乗じて算出される総額であるため、クロスセル・アップセルの推進だけでなく、観光客数の増加によってももたらされる成果である。よって、必ずしも整合性がとれているとは言いきれない。

< 指標と施策の目的との整合性 >

「認知率と好感度の向上、滞在時間の延伸や消費単価の向上、情報発信力の強化」という目的を掲げている一方、滞在時間や消費単価、情報発信に関する指標が設定されていないことから、整合性がとれていないとみなすことができる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

自治体 H では、「人口減少時代で新たな観光客を獲得することが困難な状況にあることから、今後はいかに満足して再び来てもらえるかが重要である」という考えから「リピート率」を設定していた。再び来てもらったのかをはかる指標として「リピート率」は適した指標だと考えられるため、整合性がとれているとみなすことができる。

以上より、指標の整合性は表 5.18 のように整理することができる。

表 5.18 自治体 H の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	← 整合性 →	KPI群 【Check】	← 整合性 →	施策の目的 【Plan】	← 整合性 →	対象指標の 設定意図
①DMOの設置による観光関連組織の連携強化 ②グループブランドの構築と徹底訴求 ③クロスセル・アップセルの推進	×	・宿泊客数 ・観光消費額 ・リピート率	×	滞在時間の延伸や消費 単価の向上、情報発信 力の強化	○	人口減少時代で新たな 観光客を獲得することが 困難な状況にあることか ら、今後はいかに満足し て再び来てもらえるかが 重要だと考えたため。

(9) 自治体 I

自治体 I では、「交流人口の増加、ファンづくりを進める」という目的を掲げている施策において、①地域資源の魅力化向上、②移住・定住、観光交流の紹介ポータルサイトの運営などを行うとし、これらを評価する KPI として「くしらファン倶楽部登録者数」、「リピーター率」、「移住・定住率」を設定している。

< 指標と施策内容との整合性 >

「くしらファン倶楽部登録者数」、「リピーター率」、「移住・定住率」は、東串良への移住・定住、観光交流の紹介ポータルサイトの運営や地域資源の魅力化向上によって増加する可能性のある指標であることから、施策内容と整合性がとれているとみなすことができる。

< 指標と施策の目的との整合性 >

「くしらファン倶楽部登録者数」、「リピーター率」、「移住・定住率」ともに、また行きたい、住みたいと考えるファンの存在が関係する指標であるため、「交流人口の増加、ファンづくりを進める」という目的と整合性がとれているとみなすことができる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

自治体 I からは、指標の設定意図について回答が得られなかったため、整合性の検証は不可能である。

以上より、指標の整合性は表 5.19 のように整理することができる。

表 5.19 自治体 I の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性 →	KPI群 【Check】	← 整合性	施策の目的 【Plan】	← 整合性	対象指標の 設定意図
①地域資源の魅力化向上 ②インターネットやスマートフォンを活用した情報発信：移住・定住、観光交流の紹介ポータルサイトの運営など	○	・ファン倶楽部登録者数 ・リピーター率 ・移住・定住率	○	交流人口の増加、ファンづくりを進める	—	未回答

(10) 自治体 J

自治体 J では、「四季を通じた滞在型観光の促進とスポーツによる交流推進」という目的を掲げている施策において、①本自治体の豊富な資源を活かした観光地としての魅力をさらに磨く、②スポーツイベントを通じた経済の好循環を第一に環境整備や体制整備に取り組む、③道の駅を地域独自の個性を生かした観光拠点として磨きをかけ、滞在型周遊観光、インバウンド観光の促進を行うとし、これらを評価する KPI として「年間観光入込客数」、「年間宿泊客数」、「年間外国人宿泊客数」、「スポーツイベント参加者数」、「スポーツイベント経済波及効果」を設定している。

< 指標と施策内容との整合性 >

「年間観光入込客数」、「年間宿泊客数」、「年間外国人宿泊客数」、「スポーツイベント参加者数」、「スポーツイベント経済波及効果」は、施策内容の通りスポーツイベントを通じた市内経済の好循環や滞在型周遊観光、インバウンド観光の促進を評価する指標であることから、施策内容と整合性がとれているとみなすことができる。

< 指標と施策の目的との整合性 >

「四季を通じた滞在型観光の促進とスポーツによる交流推進」という目的の達成度の測定には、「年間宿泊客数」、「年間外国人宿泊客数」、「スポーツイベント参加者数」、「スポーツイベント経済波及効果」という指標で整合性がとれて

いるとみなすことができる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

自治体 J からは、指標の設定意図について回答が得られなかったため、整合性の検証は不可能である。

以上より、指標の整合性は表 5.20 のように整理することができる。

表 5.20 自治体 J の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性 →	KPI群 【Check】	← 整合性	施策の目的 【Plan】	← 整合性	対象指標の 設定意図
①豊かな自然、歴史・文化、世界認定を受けたジオパーク、食材、温泉等、本市の豊富な資源を活かした観光地としての魅力をさらに磨く。 ②スポーツイベントを通じた市内経済の好循環を第一に、地域内、他地域の人々との交流が活発化し、年間を通じて地域のにぎわいや活性化が図られるまちづくりをめざし、地域総ぐるみによる多様な企画の実施や、その展開に向けた環境整備、体制整備に取り組む。 ③まち歩きを楽しむ新たな道の駅の登録(重点道の駅登録申請中)をきっかけに、域内にある既存の道の駅(3か所)を地域独自の個性を生かした観光拠点として磨きをかけ、滞在型周遊観光、インバウンド観光(FIT受入)を促進する。	○	・年間観光入込客数 ・年間宿泊客数 ・年間外国人宿泊客数 ・スポーツイベント参加者数 ・スポーツイベント経済波及効果	○	四季を通じた滞在型観光の促進とスポーツによる交流推進	—	未回答

(11) 自治体 K

自治体 K では、「日常的な物事や当たり前のことを地域の観光資源として生かせる地域づくりを推進する」という目的を掲げている施策において、①観光まちづくりに意欲的な市民や事業者と共に、その地区を訪れる観光客の分析や地域の魅力を見つめ直す取り組みを実施して、観光資源となりうる地区のモノゴトを検討する、②観光資源としたモノゴトを生かした商品やサービスの開発から提供までを試行し、地域に誇りを持ち、地域の魅力を発信する地域づくりの推進を行うとし、これら进行评估する KPI として「観光まちづくりに取り組む地域数」、「観光まちづくりに参画する市民や事業者のうち取り組み当初に比べて観光客や観光客とふれあう機会の増加を実感している人の割合」を設定している。

< 指標と施策内容との整合性 >

「観光まちづくりに取り組む地域数」は施策に参画した地域数、「観光まちづくりに参画する市民や事業者のうち取り組み当初に比べて観光客や観光客とふれあう機会の増加を実感している人の割合」は施策に参画した地域の人と感じ方に関する指標であるため、施策内容と整合性がとれているとみなすことができる。

< 指標と施策の目的との整合性 >

「日常的な物事や当たり前のことを地域の観光資源として生かせる地域づくりを推進する」という目的は、地域づくりの推進に取り組む地域なしでは推進できないため、「観光まちづくりに取り組む地域数」は妥当な指標であると言える。また「観光まちづくりに参画する市民や事業者のうち取り組み当初に比べて観光客や観光客とふれあう機会の増加を実感している人の割合」は、観光まちづくりを推進した成果として、日常の中で観光客との関わりが増えたかを測る指標であるため、整合性がとれているとみなすことができる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

自治体 K は、「モノを提供するだけでなく、地域の人とのふれあいも思い出に残るサービスの 1 つだ」という考えから「観光まちづくりに参画する市民や事業者のうち取り組み当初に比べて観光客や観光客とふれあう機会の増加を実感している人の割合」を KPI として設定していた。地域住民との関わりを重要視している指標として、この KPI は整合性がとれているとみなすことができる。

以上より、指標の整合性は表 5.21 のように整理することができる。

表 5.21 自治体 K の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性 →	KPI群 【Check】 ←	整合性 →	施策の目的 【Plan】 ←	整合性 →	対象指標の 設定意図
①観光まちづくりに取り組む地区を定めて、その地区の観光まちづくりに意欲的な市民や事業者と共に、その地区を訪れる観光客の分析や地域の魅力を見つめ直す取り組みを実施して、観光資源となりうる地区のモノコトを検討する。 ②観光資源としたモノコトを生かした商品やサービスの開発から提供までを試行し、地域に誇りを持ち、地域の魅力を発信する地域づくりを促す。	○	・観光まちづくりに取り組む地域数 ・観光まちづくりに参画する市民や事業者のうち取り組み当初に比べて観光客や観光客とふれあう機会の増加を実感している人の割合	○	自然景観、歴史文化、街並み、日々の暮らし、人のつながり、地元ならではの食、古くからの生業など日常的な物事や当たり前のことを地域の観光資源として生かせる地域づくりを推進する	○	モノを提供するだけでなく、地域の人とのふれあいや思い出に残るもの、サービスの1つだろうという考えから。

(12) 自治体 K 2

自治体 K では、「市民の環境意識の向上を図り、国立公園に暮らすという市民意識を高めるとともに、訪れる人も気持ちよく楽しめる環境のまちづくりを進める」という目的を掲げている施策において、主要な道路等のゴミ拾い、美観を損ねている草木の手入れ、美化運動、景観形成、自然公園施設の維持管理等の活動を対象に、年1回以上、K 全域を対象に国立公園の魅力を向上することを目的とした活動に取り組むとし、これを評価する KPI として「事業に参加する市民の数」、「国立公園のなかで暮らしているということを意識している市民の割合」を設定している。

< 指標と施策内容との整合性 >

「事業に参加する市民の数」は本施策に取り組んだ人の数、「国立公園のなかで暮らしているということを意識している市民の割合」は施策によってどれくらいの市民の意識が変わったかを測る指標であるため、整合性がとれているとみなすことができる。

< 指標と施策の目的との整合性 >

「市民の環境意識の向上を図り、国立公園に暮らすという市民意識を高めるとともに、訪れる人も気持ちよく楽しめる環境のまちづくりを進める」という目的は、市民意識を高めるという点では KPI と整合性がとれているが、観光客の意識や満足度を測る指標が設定されていないことから整合性がとれていないとみなすことができる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

自治体 K は、「サミットの関係で住民に道路のごみ拾いを協力してもらい国立公園という特殊な地域に住んでいることを意識してもらったことから、今後も継続的に行い、普段から来てもらった人に気持ちよく楽しんでもらえるような地域を目指したい」という考えから「国立公園のなかで暮らしているということを意識している市民の割合」を KPI として設定していた。こちらも指標と施策の目的との整合性と同様に観光客の意識や満足度を測る指標が設定されていないことから整合性がとれていないとみなすことができる。

以上より、指標の整合性は表 5.22 のように整理することができる。

表 5.22 自治体 K2 の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性 →	KPI群 【Check】	← 整合性	施策の目的 【Plan】	← 整合性	対象指標の 設定意図
主要な道路等のゴミ拾い、美観を損ねている草木の手入れ、歩道や展望所等の清掃といった美化運動、景観形成、自然公園施設の維持管理等の活動を対象に、活動内容と開催日を定めて、年1回以上、K全域を対象に国立公園の魅力向上することを目的とした活動に取り組む。	○	・事業に参加する市民の数 ・国立公園のなかで暮らしているということを意識している市民の割合	×	国立公園における美化運動、景観形成、自然公園施設の維持管理等を実施し、市民の環境意識の向上を図り、国立公園に暮らすという市民意識を高めるとともに、訪れる人も気持ちよく楽しめる環境のまちづくりを進める。	×	サミットの関係で住民に道路のごみ拾いを協力してもらった。国立公園という特殊な地域に住んでいることを意識してもらった。今後も普段から来てもらった人に気持ちよく楽しんでもらえるような地域を目指したいため。

(13) 自治体 L

自治体 L では、「外国人誘客のための観光地域づくり」という目的を掲げている施策において、①外国人に分かりやすい観光地域づくり、②海外からの誘客に向けたプロモーションを行うとし、これを評価する KPI として「観光資源の豊かなまちだと思おうと回答した人の割合」、「要施設観光客数」を設定している。

< 指標と施策内容との整合性 >

「観光資源の豊かなまちだと思おうと回答した人の割合」、「要施設観光客数」とともに施策内容の外国人観光客に関する指標ではないため、整合性がとれていないとみなすことができる。

< 指標と施策の目的との整合性 >

「外国人誘客のための観光地域づくり」という目的を掲げている一方で、外国人観光客に関する指標が設定されていないため、整合性がとれていないとみなすことができる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

自治体 L は、「観光客数などの客観的な指標だけでなく、主観的な指標も取り入れるべき」という考えから「観光資源の豊かなまちだと思いと回答した人の割合」を KPI として設定していた。施策の目的とは関係のない設定意図であるため、整合性の検証は不可能である。

以上より、指標の整合性は表 5.23 のように整理することができる。

表 5.23 自治体 L の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性 →	KPI群 【Check】	← 整合性	施策の目的 【Plan】	← 整合性	対象指標の 設定意図
①外国人に分かりやすい観光地域づくり ②海外からの誘客に向けたプロモーション	×	・観光資源の豊かなまちだと思いと回答した人の割合 ・主要施設観光客数	×	外国人誘客のための観光地域づくり	—	観光客数などの客観的な指標だけでなく、主観的な指標も取り入れるべきだと考えたため。

(14) 自治体 L2

自治体 L では、「地域資源を活用した観光振興」という目的を掲げている施策において、①観光交流施設の活用、②地域源のブラッシュアップ、③おもてなし力の充実、④都市間連携による広域観光、⑤農観連携を行うとし、これを評価する KPI として「観光資源の豊かなまちだと思いと回答した人の割合」、「主要施設観光客数」を設定している。

< 指標と施策内容との整合性 >

地域資源のブラッシュアップや農観連携により、観光資源が豊かだと感じる人が増える可能性があるため、整合性がとれているとみなすことができる。また、観光交流施設の活用・整備により主要施設観光客数の増加が見込めるため

整合性がとれているとみなすことができる。

< 指標と施策の目的との整合性 >

「地域資源を活用した観光振興」という目的に対して、「観光資源の豊かなまちだ」と思うと回答した人の割合」は地域資源の観光活用度合いを、「主要施設観光客数」は観光振興の成果を測る指標として整合性がとれているとみなすことができる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

これについては前述の通り、整合性の検証は不可能である。

以上より、指標の整合性は表 5.24 のように整理することができる。

表 5.24 自治体 L2 の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性 →	KPI群 【Check】	← 整合性	施策の目的 【Plan】	← 整合性	対象指標の 設定意図
①観光交流施設の活用:城やミュージアムのハード・ソフトの整備 ②地域資源のブラッシュアップ:ユネスコ無形文化遺産登録など ③おもてなし力の充実:ど観光ボランティアガイドによる観光案内活動を支援 ④都市間連携による広域観光 ⑤農観連携	○	・観光資源の豊かなまちだと思つた人の割合 ・主要施設観光客数	○	地域資源を活用した観光振興	—	観光客数などの客観的な指標だけでなく、主観的な指標も取り入れるべきだと考えたため。

(15) 自治体 M

自治体 M では、「M のロケーションを踏まえたにぎわいづくり」という目的を掲げている施策において、①「日本緑茶発祥の地」としてのPRの強化、② M ブランドの発信、③来訪者の増加を目指した美しい風景の活用を行うとし、これを評価する KPI として「観光入込客数」、「まちホームページへのアクセス数」、「まちの賑わいの創出の住民満足度」を設定している。

< 指標と施策内容との整合性 >

「日本緑茶発祥の地」としてのPRの強化や来訪者の増加を目指した美しい風景の活用によって観光客の増加が見込めるため、「観光入込客数」や「まちの

賑わいの創出の住民満足度」は指標として整合性がとれているとみなすことができる。また、Mブランドの発信の成果として発信された情報を受け取る人の数の変化が見込めることから「まちホームページへのアクセス数」という指標は整合性がとれているとみなすことができる。

< 指標と施策の目的との整合性 >

「Mのロケーションを踏まえたにぎわいづくり」という目的に対して、にぎわい度合いを評価する指標として「観光入込客数」や「まちの賑わいの創出の住民満足度」は整合性がとれているとみなすことができる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

自治体 M では、「観光に限らず、街が活性化しているかどうかを測りたい」という考えから「まちの賑わいの創出の住民満足度」を KPI として設定していた。街の活性度を評価する指標として「まちの賑わいの創出の住民満足度」は適した指標であると考えられるため、整合性がとれているとみなすことができる。

以上より、指標の整合性は表 5.25 のように整理することができる。

表 5.25 自治体 M の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性 →	KPI群 【Check】 ←	整合性 →	施策の目的 【Plan】 ←	整合性 →	対象指標の 設定意図
①「日本緑茶発祥の地」としてのPRを強化する：日本緑茶発祥のまち魅力発信事業など ②Mブランドを発信するシティ(タウン)プロモーションの強化と合わせた観光ポータルサイトのリニューアルなど ③美しい風景を活かして来訪者を増やす：町内の新たな観光コースの設定など	○	・観光入り込み客数 ・町ホームページへのアクセス数 ・「まちの賑わいの創出」の住民満足度	○	Mのロケーションを踏まえたにぎわいづくり	○	観光に限らず、街が活性化しているかどうかを測るため。

(16) 自治体 N

自治体 N では、「訪れる人をやさしく迎えるおもてなしの体制をつくる」という目的を掲げている施策において、①東京オリンピック・パラリンピックの開催へ向けて国内外からの来街者をおもてなしの心で迎えるための体制の整備、

②住民によるさまざまな活動に向けた機運を醸成し、住民と来街者がともに交流を楽しむことができる環境づくりの推進を行うとし、これを評価する KPI として「観光ガイドの在籍人数」、「まち歩きガイドツアーの参加者数」、「観光案内板、案内冊子などの多言語対応化率」を設定している。また、この指標群を含む基本目標の数値目標として「外国人観光客の来訪満足度」を設定している。

< 指標と施策内容との整合性 >

おもてなしの体制の整備の成果として観光客をもてなすガイドの在籍人数、住民と来訪者が交流を楽しむことができる環境づくりの成果としてガイドツアーに参加して交流を楽しんだ人数を測る指標は整合性がとれているとみなすことができる。一方で、国外からの来訪者を迎えるための整備の成果を測る指標として「観光案内板、案内冊子などの多言語対応化率」は、アウトプット指標ではあるが整合性はとれている。

< 指標と施策の目的との整合性 >

「訪れる人をやさしく迎えるおもてなしの体制をつくる」という目的に対して、ガイドなどのおもてなしの体制がどれだけ整備され、どれくらい参加者がいたかを測定しているため、整合性がとれているとみなすことができる。

< 数値目標と施策や施策の目的との整合性 >

「外国人観光客の来訪満足度」を数値目標としている基本目標の中に、国内外からの来街者をおもてなしの心で迎えるための体制を整備するという施策が含まれており、整合性がとれているとみなすことができる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

自治体 N からは、指標の設定意図について回答が得られなかったため、整合性の検証は不可能である。

以上より、指標の整合性は表 5.26 のように整理することができる。

表 5.26 自治体 N の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性	KPI群 【Check】	整合性	施策の目的 【Plan】	整合性	基本目標の数値目標(KGI) 【Check】	施策との 整合性	対象指標の 設定意図
①東京オリンピック・パラリンピックの開催へ向けて増加が予想される国内外からの来街者をおもてなしの心で迎えるための体制を整備する。 ②住民によるさまざまな活動に向けた機運を醸成し、住民と来街者がともに交流を楽しむことができる環境づくりを推進する。	○	・観光ガイドの在籍人数 ・まち歩きガイドツアーの参加者数 ・観光案内板、案内冊子などの多言語対応化率	○	訪れる人をやさしく迎える「おもてなし」の体制をつくる	○	外国人観光客の来訪満足度	—	未回答

(17) 自治体 K3

自治体では、「観光客向けに販売、提供されているものの域内調達率を上げるとともに、観光客の自治体内の周遊性を高めることで、観光消費額を上げて地域に残るお金を増やす」という目的を掲げている施策において、①宿泊業や飲食業などの観光関連産業の事業者を対象に域内調達率を把握し向上を促す、②観光客に周遊してもらう区域を定め、その区域の事業者と共に宿泊施設、飲食店、お土産屋などを結ぶクーポン等の仕組みを検討して試行するという施策を行うとし、これを評価する KPI として「観光消費額及び観光関連産業の域内調達率に関する調査に協力してくれた事業者の割合」、「観光消費額及び観光関連産業の域内調達率の把握」、「制度を試行した区域における観光消費額増加率」を設定している。また、この指標群を含む基本目標の数値目標として「観光関連産業で提供される商品の域内調達率」を設定している。

< 指標と施策内容との整合性 >

観光関連産業の事業者を対象に域内調達率を把握し向上を促した成果として、まず「調査に協力してくれた事業者の割合」、「観光消費額及び観光関連産業の域内調達率の把握」ともに整合性がとれているとみなすことができる。また、区域の事業者と共に宿泊施設、飲食店、お土産屋などを結ぶクーポン等の仕組みを検討して試行した成果として観光消費額の増加が見込めるため、「観光消費額増加率」という指標は整合性がとれているとみなすことができる。

< 指標と施策の目的との整合性 >

「観光客向けに販売、提供されているものの域内調達率を上げるとともに、観光客の自治体内の周遊性を高めることで、観光消費額を上げて地域に残るお

金を増やす」という目的に対して、志摩市ではまだ調査や仕組みの検討を始める段階であるため「調査に協力してくれた事業者の割合」、「観光消費額及び観光関連産業の域内調達率の把握」、「観光消費額増加率」と段階を踏んだ指標設定は整合性がとれているとみなすことができる。

< 数値目標と施策や施策の目的との整合性 >

施策に記されている通り、調査に協力してくれる事業者を募り、現状を把握し、域内調達率等の向上を目指すという段階を踏んでいるため、「観光関連産業で提供される商品の域内調達率」という数値目標は整合性がとれていると判断できる。

< 施策の目的と指標の設定意図との整合性 >

自治体 K では、「地元の食材を食べたい観光客が約 7 割おり、地元の食材を食べられる際の支払意思額が高くなるというデータがあることから、ホテルや飲食店で地元の食材を使ってもらい、観光産業、農水産業ともに活発化する好循環を生み出したい」という考えのもと、域内調達率を指標として設定していた。地元の食材を使ってもらい産業を活性化させる施策を打つにあたって、域内調達率の把握・向上は欠かせないことから、整合性がとれていると判断できる。

以上より、指標の整合性は表 5.27 のように整理することができる。

表 5.27 自治体 K3 の分析対象指標群と施策の整合性

施策内容 【Do】	整合性	KPI群 【Check】	整合性	施策の目的 【Plan】	整合性	基本目標の数値目標(KGI) 【Check】	施策との整合性	対象指標の設定意図
①商工会、観光協会などと連携して宿泊業や飲食業などの観光関連産業の事業者を対象に、事業者が販売、提供しているものの域内調達率を把握し、その向上を促す。 ②観光客に周遊してもらう区域を定め、その区域の事業者と共に宿泊施設、飲食店、お土産などを結ぶクーポン等の仕組みを検討して試行する。	○	・観光消費額及び観光関連産業の域内調達率に関する調査に協力してくれた事業者の割合 ・観光消費額及び観光関連産業の域内調達率の把握 ・制度を試行した区域における観光消費額増加率	○	主に観光客向けに販売、提供されているものの域内調達率を上げるとともに、観光客の自治体内の周遊性を高めることで、観光消費額を上げて地域に残るお金を増やす。	○	観光関連産業で提供される商品の域内調達率	○	地元の食材を使った料理を食べたい観光客が約7割おり、地元の食材を食べられる際の支払意思額が高くなることから、単価が高くとれることがわかれば、ホテルや飲食店で地元の食材を使ってくれるようになり、農水産業も活発になる。この好循環を生み出したいため。

以上の整理より、14自治体中7自治体で整合性がとれていないと判断できる指標と施策が存在した。指標と施策内容との整合性、指標と施策の目的との整合性だけでなく、施策の目的と指標の設定意図についても齟齬が生じている自治体が存在したことから、目指したいことに向かうための段階を踏んだ指標設定ができていない、または自治体が本当に目指したいこととは大きくかけ離れた指標設定になっていることが伺えた。

5-4-2. 指標と施策の目的との間に齟齬が生じる要因の推察

そこで、本項ではどのような要因によって指標と施策の目的との間に齟齬が生じてしまうのかを推察するため、前項で整合性がとれていないと判断できた評価指標群を対象に、論理的に整合性がとれるように筆者自身で指標を設定し直し、表 5.28 に示した。各自治体の KPI 群の上段が、元々各自治体で設定した指標である。それに対し、下段のピンク色のセルの部分に赤字で記されているものが、筆者が設定し直した指標である。また、施策の目的の欄に赤字で記載されている部分は、元々の指標と整合性がとれていなかった部分を表す。

その結果、設定し直した指標は、観光入込客数や宿泊客数などのデータを収集しやすく設定しやすい指標から、平均滞在日数や消費単価などのアンケートを行わなければデータを収集できない指標まで様々であった。

また、整合性についてヒアリングが可能だった自治体に指標設定が上手くできなかった理由について尋ねた。その結果、自治体 L からは「外国人観光客数のデータが無かったため、外国人観光客数を指標として設定できなかった。無いものは指標にできないので、あるもので対応するしかない。」という回答を得た。また、自治体 B からは「創業に関する指標を他の施策で設定しており、重複するため設定しなかった」という回答を得た。しかし、施策ごとに成果を測定しなければ正しい評価にならないため、重複は理由にならないはずである。

以上の整理から、「データの有無」や指標設定に関する「職員の専門的能力の度合い」が「指標と施策との整合性」に関係していると考えられた。

表 5.28 指標群と施策の整合性の訂正

自治体	施策内容 【Do】	整合性	KPI群 【Check】	整合性	施策の目的 【Plan】	
A	①観光案内板や公衆トイレ、登山道などの整備、ビジターセンターなどの拠点施設の整備。 ②国立公園の魅力やサービスを高めるため、関係行政機関、環境・観光団体や有識者など多様な主体が参画する中で、国立公園の保護や活用に関する取り組みを進める。 ③民間事業者のノウハウを活かした新たな魅力づくりや観光客の受け入れ態勢の整備。	初期	○	・観光地としての満足度 ・ビジターセンター入館者数	×	滞在型観光を推進する拠点の整備 新たな魅力づくりや誘客拡大
		筆者による訂正	○	・観光地としての満足度 ・ビジターセンター入館者数 ・宿泊客数	○	
B	①観光の戦略的かつ効果的な運営と観光地域づくりを行う組織（DMO）の設置 ②本自治体の歴史・文化・伝統等を活かしたロケツーリズム（映画やドラマのロケ地を情報発信し、観光客を呼び込む）の推進	初期	○	・DMOの設置 ・観光客の満足度	×	交流拡大からビジネスチャンスをつくる
		筆者による訂正	○	・観光入込客数 ・新規観光業者数 ・観光業新規雇用者数	○	
C	①スキー場、温泉、公園、高原をはじめとする本自治体の観光基盤の整備充実 ②新たな観光資源の掘り起こし	初期	○	・観光客満足度 ・観光入込客数	×	魅力向上を図り、滞在型観光を推進し観光の振興を図る
		筆者による訂正	○	・観光客満足度 ・宿泊客数	○	
G	① 国宝を活かした交流拠点づくり：駅前等の再整備、観光プログラムの充実 ②周遊・体験・滞在型の広域観光の推進：土産物、飲食等を充実し、観光客が滞在したくなる環境整備 ③ アクセスとおもてなし環境の整備 ④ DMOの推進	初期	○	・観光客の満足度 ・観光意欲度（全国順位）	×	国内観光客のみならず、外国人観光客の誘客を進めるなど、「世界から関心を集める観光都市」へチャレンジ
		筆者による訂正	○	・外国人観光客満足度 ・外国人観光客数	○	
H	①DMOの設置による観光関連組織の連携強化 ②グループブランドの構築と徹底訴求 ③クロスセル・アップセルの推進	初期	×	・宿泊客数 ・観光消費額 ・リピート率	×	滞在時間の延伸や消費単価の向上、情報発信力の強化
		筆者による訂正	○	・平均滞在日数 ・観光消費単価 ・ホームページ閲覧数	○	
K	主要な道路等のゴミ拾い、美観を損ねている草木の手入れ、歩道や展望所等の清掃といった美化運動、景観形成、自然公園施設の維持管理等の活動を対象に、活動内容と開催日を定めて、年1回以上、自治体全域を対象に国立公園の魅力向上することを目的とした活動に取り組む。	初期	○	・事業に参加する市民の数 ・国立公園のなかで暮らしているということを意識している市民の割合	×	国立公園における美化運動、景観形成、自然公園施設の維持管理等を実施し、住民の環境意識の向上を図り、国立公園に暮らすという住民意識を高めるとともに、訪れる人も気持ちよく楽しめる環境のまちづくりを進める。
		筆者による訂正	○	・事業に参加する市民の数 ・国立公園のなかで暮らしているということを意識している市民の割合 ・観光客満足度	○	
L	①外国人に分かりやすい観光地域づくり ②海外からの誘客に向けたプロモーション	初期	×	・観光資源の豊かなまちだと思おうと回答した人の割合 ・主要施設観光客数	×	外国人誘客のための観光地域づくり
		筆者による訂正	○	・外国人観光客満足度 ・外国人観光客数	○	

5-4-3. 観光客満足度・リピート率の設定意図に見る行政の考え

一見整合性がとれていないように思えるが、指標の設定意図がわかると納得のいくものがいくつか存在した。自治体 F や H では、観光振興やさらなる観光誘客を目指す施策において、設定が容易な観光入込客数は用いず、満足度やリピート率を設定している。この背景には、人口減少時代で旅行市場規模が縮小していることから入込客数を指標とすることは現実的ではなく、今後はいかに満足して再び来てもらえるかが重要だという意図があることがわかった。これは地方創生ならではの考え方であり、このように時代背景を踏まえた指標設定がなされている自治体も存在した。

表 5.29 観光客満足度・リピート率の設定意図

評価指標	自治体	指標の設定意図
観光客の満足度	A	満足してもらえないと二度と来てもらえないため。
	B	入込客数を増やすよりも、満足度を高め、リピーターにつなげて移住してもらいたいため。
	C	KPIという概念や専門的な用語が浸透していなかったため、感覚的に分かりやすい指標として採用。
	D	訪れた全ての観光客が心身ともに満足していただける観光地づくりを目指しており、アウトプット指標だけでなくアウトカム指標も設定する必要があったため。
	E	旅行先を決める際に口コミなどが要因になるので、旅行者の方がどう評価するのかを把握したいため。
	F	人口減少時代で旅行市場の規模が縮小しているため入込客数を指標とするのは現実的ではない。質を高めて魅力度を向上させることを大きな目標としているため。
	G	未回答
リピート率	N	未回答
	H	人口減少時代で新たな観光客を獲得することが困難な状況にあることから、今後はいかに満足して再び来てもらえるかが重要だと考えたため。
	F	人口減少時代で旅行市場の規模が縮小しているため入込客数を指標とするのは現実的ではない。質を高めて魅力度を向上させることを大きな目標としているため。
	I	未回答

5-5. 志摩市の策定プロセス

本節では、本章の対象自治体のうち、職員自らがデータ収集の調査を行い、かつ段階を踏んだ指標設定がされている志摩市に着目し、施策や指標の設定に際しての工夫点を把握するため、戦略策定プロセスについて志摩市政策推進部総合政策課の Y 氏にヒアリング調査を行った。

その結果、志摩市ではコンサルタント等には委託せず、政策推進部総合政策課の職員が中心となって戦略を策定していた。中でも、国の地方創生人材支援制度により環境省から地方創生担当参事として派遣されてきた K 氏がキーマンとなっていることが明らかとなった。以下に重要なポイントとなる K 氏の取組内容を示す。

①K 氏を中心にワークショップを開催

戦略の策定にあたって、K 氏を中心に職員ワークショップを行った。このワークショップは、様々な部署の中堅職員を対象に市の課題の抽出や、総合戦略策定の際の志摩市独自の視点の洗い出し、総合戦略に盛り込む事業とその KPI の提案を行うというものである。わずかではあるが、実際にワークショップで提案された事業がいくつか総合戦略に採用されている。開始当初は K 氏がプログラムを作りコーディネートしていたが、後に総合戦略課が引き継ぎ、庁内にワークショップを行う文化やノウハウを残していった。このワークショップは策定期間中約 20 回以上行われ、策定業務が終わった 2016 年 12 月現在も内容を変えて継続して開催し、職員の教育を行っている。

②K 氏発案の施策と KPI

【国立公園のなかで暮らしているということを意識している市民の割合】

K 氏は志摩市に派遣される以前は、屋久島で自然保護管として勤めていたという経緯がある。そのため、国立公園である志摩市に対しての思い入れも強く、K 氏の自然保護管としての経験が施策と KPI に反映されている。

【観光関連産業で提供される商品の域内調達率】

K氏が、観光客の方が地元の食材を使った料理が食べたいという人が7割近くいる、さらにそれを食べるために食事に使う単価を多く出してもいいというデータを探し出してきたことにより、域内調達率の向上を施策として実施することになった。

③K氏の方針により総合戦略を毎年改定

K氏の方針により、辻褄が合わない部分や上手くいかない事業はその都度見直して毎年戦略を改訂することが決まった。

以上のように、専門的な能力を持つK氏の存在によって、難易度が高く段階を踏んだ独自の指標設定が行われていることが明らかとなった。

5-6. 小括

本章では、指標設定時の課題や工夫点を明らかにするため、重要4指標を対象に、自治体の統計や戦略冊子、ヒアリング調査から、「データの収集方法」と「指標と施策との整合性」について分析した。

その結果、まず「データの収集方法」については、重要4指標は国や都府県の調査では市区町村別データが少なく、市区町村独自で調査しデータを収集していた。これらは、アンケートを行い、分析しなければ扱えないため、調査や分析の委託費、職員が分析を行う際は専門的能力が無ければ、設定が困難な指標だと考えられた。

次に「指標と施策との整合性」については、指標と施策内容、指標と施策の目的等との間の整合性がとれていない例が複数あり、真に得たい結果を得るための指標や得たい結果に到達するまでの段階を踏んだ指標の設定がされていないことがわかった。この理由としては、データが無く適切な指標を設定できなかった、他の施策の指標と重複するため設定しなかった等があげられた。このことから、データの有無や指標設定に関する職員の専門的能力の度合いが「指標と施策との整合性」に関係していると考えられた。

さらに、職員自らがデータ収集の調査を行い、かつ段階を踏んだ指標設定がされている志摩市に着目した。志摩市では、環境省から派遣された K 氏が中心となって職員ワークショップを行い戦略が策定され、分析対象指標は K 氏の発案によって設定されていた。また辻褄が合わない部分等を見直して毎年改訂するなど、専門的な能力を持つ K 氏の存在によって難易度が高く整合性のとれた指標が設定されていることがわかった。

以上から評価指標の設定には、データの有無や職員の専門的能力の度合いが大きく影響し、専門家の存在や職員の育成が重要だと考えられた。

第6章 結論

6-1. 各章のまとめ

第2章では、まず、既往研究や文献調査から行政評価の基本事項を把握するため、評価の歴史や指標の種類を把握した。次に、本研究で着目すべき指標を抽出するため、国内外で例示・運用されている観光関連指標を整理した。その結果、観光関連指標については、世界観光機関の持続可能性指標や海外または日本のDMO等、様々な指標があることがわかった。さらに、多くの自治体が観光客数、観光客満足度、リピート率などの指標の必要性が高いと考えていることがわかった(塩谷 2008)。以上から、国内外で例示・運用数が多くニーズの高い観光客数、観光客満足度、リピート率等の7指標を、本研究における「重要指標」として設定した。

第3章では、国の地方創生政策の概要と総合戦略の策定状況を把握するため、国の公開資料や戦略策定の手引き、各自治体の総合戦略から整理・比較を行った。その結果、総合戦略は、自治体ごとに施策の記し方や詳細度が異なり、それに応じて評価指標の設定数も異なる傾向にあることがわかった。

第4章では、観光関連指標の設定傾向を把握するため、各自治体の総合戦略から観光関連指標を抽出し、指標を性質ごとに分類した。その結果、KPIについては、抽出した433指標のうち42.7%が観光入込客数、宿泊客数、施設やイベントの来場者数などの観光として来た人を測定する指標で、23.8%が事業実施数等のアウトプット指標であった。また、類型の詳細度を下げて、測定対象の単位別に指標を分類・集計したところ、57.5%が人の数を、35.1%が件数を測る指標であった。これらの指標は、観光施設や行政内部のデータ集計のみで数値を得られるため、設定しやすい指標だと考えられた。一方で、重要指標のうち、観光客満足度やリピート率等の4指標を設定している自治体は少ないことがわかった。これらの指標は、何らかの課題があり設定しづらいと考えられるため、次章で詳細に分析した。

第5章では、指標設定時の課題や工夫点を明らかにするため、重要4指標を対象に詳細に分析を行った。対象自治体が極端に少ないことから、地域連携DMOから重要4指標を設定している9自治体を追加して調査した。

まず、着目すべき課題点を定めるため、自治体評価の課題を整理した。その結果、評価の質には予算や人員等のコストや職員の能力面の課題があり、Hatry (2006) や田中 (2014) が示す指標設定時に留意すべき基準のうち、コストや職員の能力に関わる基準はデータの収集費用、妥当性、目的との整合性等であった。そこで、本章では「データの収集方法」と「指標と施策との整合性」に着目して分析した。

その結果、まず「データの収集方法」については、重要 4 指標は国や都府県の調査では市区町村別データが少なく、市区町村独自で調査しデータを収集していた。これらは、アンケートを行い、分析しなければ扱えないため、調査や分析の委託費、職員が分析を行う際は専門的能力が無ければ、設定が困難な指標だと考えられた。

次に「指標と施策との整合性」については、指標と施策内容、指標と施策の目的等との間の整合性がとれていない例が複数あり、真に得たい結果を得るための指標や得たい結果に到達するまでの段階を踏んだ指標の設定がされていないことがわかった。この理由としては、データが無く適切な指標を設定できなかった、他の施策の指標と重複するため設定しなかった等があげられた。このことから、データの有無や指標設定に関する職員の専門的能力の度合いが「指標と施策との整合性」に関係していると考えられた。

さらに、職員自らがデータ収集の調査を行い、かつ段階を踏んだ指標設定がされている志摩市に着目した。志摩市では、環境省から派遣された K 氏が中心となって職員ワークショップを行い戦略が策定され、分析対象指標は K 氏の発案によって設定されていた。また辻褄が合わない部分等を見直して毎年改訂するなど、専門的な能力を持つ K 氏の存在によって難易度が高く整合性のとれた指標が設定されていることがわかった。以上から「指標と施策との整合性」には、データの有無や職員の専門的能力の度合いが大きく影響し、専門家の存在や職員の育成が重要だと考えられた。

6-2. 考察

本節では、総括としてデータ収集と専門的能力の観点から主な観光関連指標の設定難易度を整理し、観光政策の評価の課題と今後の展望について考察する。

第4～5章より、今回研究対象とした50市区町村における観光の評価は、評価指標に着目すると92.6%が人数や件数の測定によって行われていることがわかった。これらの指標の大多数は、観光施設や宿泊施設からの報告や行政内部のデータの集計のみで数値を得られるため、設定しやすい指標である。一方で、質や金額、時間に関する指標の設定数は極端に少ないことが明らかとなった。これらの指標を扱うためには、アンケート調査を行い、得られたデータを分析・加工しなければならないためコストがかかる。特に、経済波及効果については産業連関表の作成や計算が必要なため、難易度が高いと言える。

また、整合性については、半数の自治体で整合性に疑問の残る指標設定となっており、目指したいことに向かうための段階を踏んだ指標設定ができていない、または自治体が本当に目指したいこととは大きくかけ離れた指標設定になっていることがわかった。その理由としては、データの有無や職員の専門的職能が関係していた。

以上の結果から、多くの自治体で観光関連施策の評価を設定しやすい指標に頼っており、指標の設定難易度問わず指標と施策の目的との整合性がとれていない現状にあることが明らかとなった。このような現状にある要因として、指標設定に関するガイドラインが一切示されておらず、行政職員がどこからどのようにデータを収集し、どのように指標を組み合わせ設定すべきかを熟知できていないことが考えられる。

そこで、分析結果を踏まえて、指標の設定難易度を整理し、ガイドラインの考案を行った(図6.1)。右から、データの収集元、データの収集方法、指標に必要なデータを示し、コストのかかる矢印やデータ名を赤で表記した。そして、特にコストがかかるものを設定難易度が高いとし、難易度順に指標を列記した。これを基に、施策の目的を設定した際、どのような指標を選び取るべきかを図の左側で示している。最低限設定すべき設定難易度が低めの指標を実線で、予算や設定難易度に合わせて取捨選択してもよい指標を破線で結んだ。これについては、この指標を設定すればよいという明確な基準は存在しないため、あくま

でも案であり、今後研究が必要な部分である。その際、難易度が高い指標を設定できない場合に代替可能な指標や、人口減少等の時代背景を踏まえた指標の組み合わせを開発することで、予算の制約に縛られず、その地域の目的に合った指標の設定が可能になると考えられる。

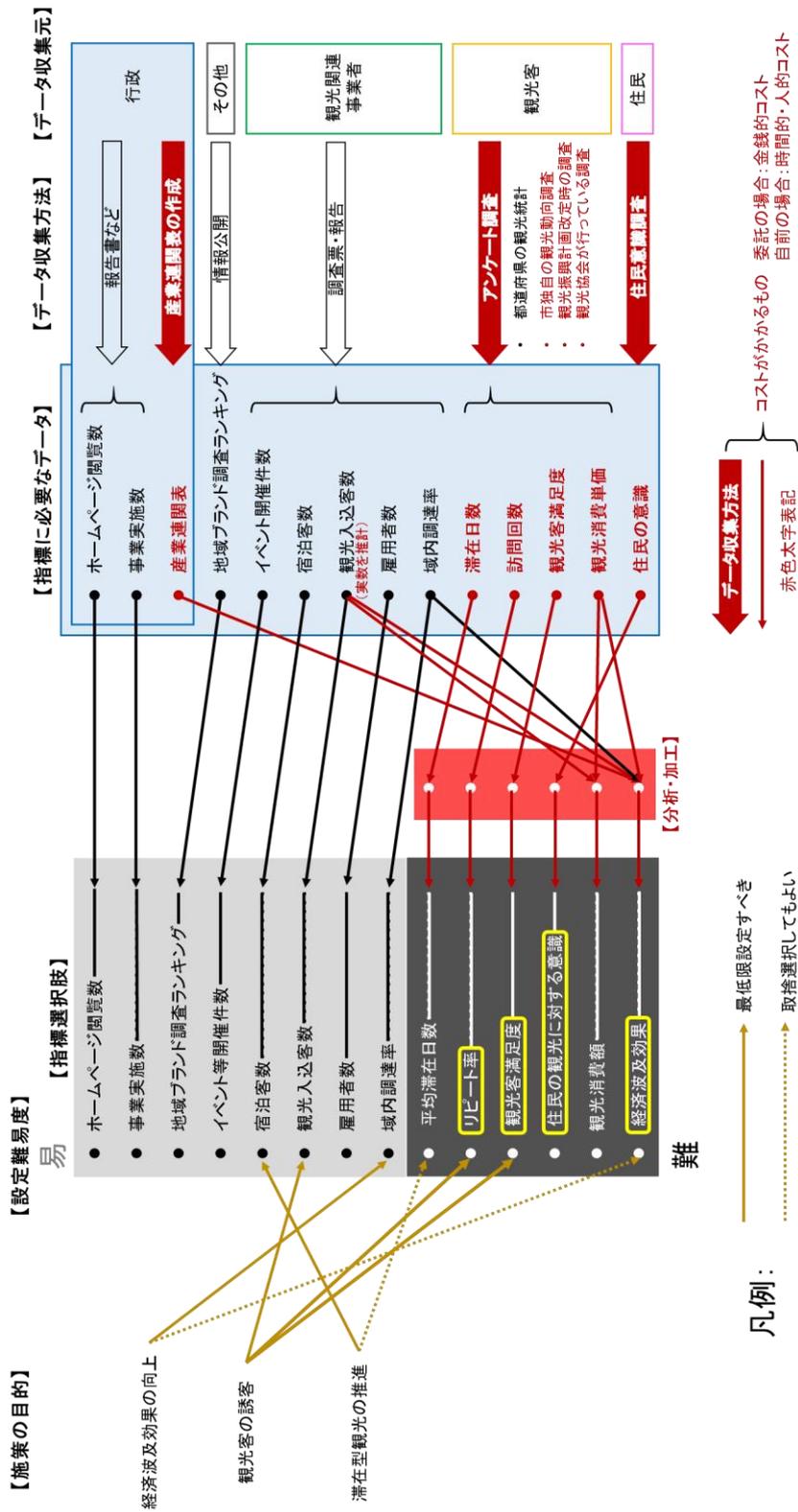


図 6.1 観光関連評価指標設定マニュアル案

参考文献・資料

第1章

- ・財団法人日本交通公社，2013，観光地経営の視点と実践
- ・総務省自治行政局，2013，地方公共団体における行政評価の取組状況等に関する調査結果
- ・観光庁ホームページ日本版 DMO とは？：http://www.mlit.go.jp/kankocho/page04_000048.html
- ・総務省行政評価局政策評価官室，2007，地方公共団体における行政評価等の取組に関する調査研究報告書　—測定のための指標を中心として—
- ・谷口守・宮木祐任，2011，まちづくり交付金活用自治体による評価指標設定と自己評価の傾向分析，公益財団法人都市計画学会　都市計画論文集　Vol.46 No.3, 2011年10月
- ・二神真美，2008，観光における「持続可能性」指標の開発に関する一考察，NUCB JOURNAL OF ECONOMICS AND INFORMATION SCIENCE vol.53 No.1
- ・二神真美，2013，持続的な観光地マネジメントの国際動向と課題，NUCB JOURNAL OF ECONOMICS AND INFORMATION SCIENCE vol.57 No.2
- ・中島泰・清水雄一，2013，持続可能性指標導入に向けた国内観光地における指標設定の現状と課題，日本観光研究学会全国大会学術論文集 28, 261-264, 2013-12
- ・宮下清栄・外村剛久・塚本祐樹，2013，中心市街地活性化基本計画における観光関連目標指標及び計画事業の達成度に関する研究，公益財団法人都市計画学会　都市計画論文集　Vol.48 No.3, 2013年10月
- ・塩谷英生，2008，観光地経営の評価指標に関する研究，財団法人日本交通公社　自主研究レポート 2007/2008　観光文化振興基金による自主研究論文集

第2章

- ・田中啓，2014，自治体評価の戦略　有効に機能させるための16の原則
- ・総務省自治行政局，2013，地方公共団体における行政評価の取組状況等に関する調査結果
- ・二神真美，2008，観光における「持続可能性」指標の開発に関する一考察，NUCB JOURNAL OF ECONOMICS AND INFORMATION SCIENCE vol.53 No.1
- ・二神真美，2013，持続的な観光地マネジメントの国際動向と課題，NUCB JOURNAL OF ECONOMICS AND INFORMATION SCIENCE vol.57 No.2
- ・財団法人日本交通公社，2013，観光地経営の視点と実践

- ・観光庁，2016，国内外の観光地域づくり体制に関する調査業務の報告書
- ・観光庁「日本版 DMO」形成・確立に係る手引き：<http://www.mlit.go.jp/common/001110627.pdf>
- ・塩谷英生，2008，観光地経営の評価指標に関する研究，財団法人日本交通公社 自主研究レポート 2007／2008 観光文化振興基金による自主研究論文集

第 3 章

- ・田中啓，2014，自治体評価の戦略 有効に機能させるための 16 の原則
- ・首相官邸ホームページ まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」「総合戦略」パンフレット：
http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/info/pdf/panf_vision-sogo.pdf
- ・首相官邸ホームページ まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」と「総合戦略」の全体像等：
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/pdf/20141227siryou1.pdf>
- ・地方版総合戦略策定のための手引き：
<https://www.city.nagano.nagano.jp/uploaded/attachment/90821.pdf>
- ・まち・ひと・しごと創生総合戦略：http://www.soumu.go.jp/main_content/000332459.pdf
- ・釧路市まち・ひと・しごと創生総合戦略：
<https://www.city.kushiro.lg.jp/common/000084707.pdf>
- ・美瑛町まち・ひと・しごと創生総合戦略：
https://www.town.biei.hokkaido.jp/files/00000100/00000147/bieityou_sougousenryaku.pdf
- ・音更町まち・ひと・しごと創生総合戦略：http://www.town.otofuke.hokkaido.jp/town/zaisei-keikaku/keikaku/otofuke_sougousenryaku.data/otofuke-sougousenryaku.pdf
- ・西目屋村まち・ひと・しごと創生総合戦略：
<http://www.nishimeya.jp/sonsei/files/souseisougou.pdf>
- ・羽後町版総合戦略：<http://www.town.ugo.lg.jp/uploads/user/kikaku-c/File/%E7%BE%BD%E5%BE%8C%E7%94%BA%E7%89%88%E7%B7%8F%E5%90%88%E6%88%A6%E7%95%A5/%E7%B7%8F%E5%90%88%E6%88%A6%E7%95%A5.pdf>
- ・さがえ未来創成戦略：<https://www.city.sagae.yamagata.jp/shisei/keikaku/s-mirai-senryaku.files/senryaku.pdf>
- ・福島市総合戦略：<http://www.city.fukushima.fukushima.jp/uploaded/attachment/52254.pdf>
- ・会津若松まち・ひと・しごと創生総合戦略第 2 版：
http://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2014122600039/files/aidu_sougousenryaku

_ver2.pdf

- ・安中市まち・ひと・しごと創生総合戦略：

<http://www.city.annaka.gunma.jp/gyousei/soumu/files/sougousennryaku.pdf>

- ・下仁田町まち・ひと・しごと創生総合戦略：[http://www.town.shimonita.lg.jp/kikaku-](http://www.town.shimonita.lg.jp/kikaku-zaisei/m05/m08/sogo-senryaku.pdf)

[zaisei/m05/m08/sogo-senryaku.pdf](http://www.town.shimonita.lg.jp/kikaku-zaisei/m05/m08/sogo-senryaku.pdf)

- ・中之条町人口ビジョン・総合戦略：[http://www.town.nakanojo.gunma.jp/2-](http://www.town.nakanojo.gunma.jp/2-kikakuseisaku/jinkovision-sogosenryaku/280328.pdf)

[kikakuseisaku/jinkovision-sogosenryaku/280328.pdf](http://www.town.nakanojo.gunma.jp/2-kikakuseisaku/jinkovision-sogosenryaku/280328.pdf)

- ・みなかみ町総合戦略：

[http://www.town.minakami.gunma.jp/35machi/03machikeikaku/files/minakami-senryaku-](http://www.town.minakami.gunma.jp/35machi/03machikeikaku/files/minakami-senryaku-0.pdf)

[0.pdf](http://www.town.minakami.gunma.jp/35machi/03machikeikaku/files/minakami-senryaku-0.pdf)

- ・鴨川市まち・ひと・しごと創生総合戦略：

<http://www.city.kamogawa.lg.jp/ikkrwebBrowse/material/files/group/5/99sennryaku.pdf>

- ・墨田区総合戦略：

https://www.city.sumida.lg.jp/kuseijoho/sumida_kihon/sakutei.files/senryaku.pdf

- ・小田原市まち・ひと・しごと創生総合戦略：[http://www.city.odawara.kanagawa.jp/global-](http://www.city.odawara.kanagawa.jp/global-image/units/242861/1-20151105162648.pdf)

[image/units/242861/1-20151105162648.pdf](http://www.city.odawara.kanagawa.jp/global-image/units/242861/1-20151105162648.pdf)

- ・日本海から北アルプスまで ±3,000mの世界 世界ジオパークのまち糸魚川市まち・ひと・しごと

と創生総合戦略：<http://www.city.itoigawa.lg.jp/secure/17889/project271026.pdf>

- ・生命地域創造都市妙高版総合戦略：

<http://www.city.myoko.niigata.jp/machidukuri/image/19987download.pdf>

- ・金沢版総合戦略：

<http://www4.city.kanazawa.lg.jp/data/open/cnt/3/22560/1/sougousennryaku.pdf>

- ・こまつ創生総合戦略：[http://www.city.komatsu.lg.jp/secure/15653/151026komatsu-sosei2015-](http://www.city.komatsu.lg.jp/secure/15653/151026komatsu-sosei2015-2019.pdf)

[2019.pdf](http://www.city.komatsu.lg.jp/secure/15653/151026komatsu-sosei2015-2019.pdf)

- ・まち・ひと・しごと創生 小浜市総合戦略：

<https://www1.city.obama.fukui.jp/file/page/3232/doc/2.pdf>

- ・北杜市人口ビジョン北杜市総合戦略：

<http://www.city.hokuto.yamanashi.jp/torikumi/teijyu/images/jinnkou0930.pdf>

- ・「健康寿命延伸都市・松本」地方創生総合戦略（第二版）：

<https://www.city.matsumoto.nagano.jp/shisei/sousei/jinkosukei-sogosenryaku.files/senryaku->

2.pdf

- ・小諸市まち・ひと・しごと創生総合戦略：

http://www.city.komoro.lg.jp/attention/2015103000022/file_contents/sogosenryaku.pdf

- ・千曲市まち・ひと・しごと創生総合戦略：

http://www.city.chikuma.lg.jp/docs/2016022900011/files/chikuma_city_sogosenryaku01_16022

9.pdf

- ・星ふるさと 阿智村まち・ひと・しごと創生総合戦略

http://www.vill.achi.nagano.jp/uploaded/life/3353_6052_misc.pdf

- ・「水の都おおがき」創生総合戦略：

<http://www.city.ogaki.lg.jp/cmsfiles/contents/0000028/28507/sougosenryaku.pdf>

- ・高山市まち・ひと・しごと創生総合戦略

http://www.city.takayama.lg.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/006/633/4.pdf

- ・下呂市まち・ひと・しごと創生 総合戦略 Gプライド カエル！カエル！カエル！大作戦：

http://www.city.gero.lg.jp/jichimaru_jpn/content/download/32280/237476/file/%E4%B8%8B%E

[5%91%82%E5%B8%82%E3%81%BE%E3%81%A1%E3%83%BB%E3%81%B2%E3%81%A8%E3%](http://www.city.gero.lg.jp/jichimaru_jpn/content/download/32280/237476/file/%E4%B8%8B%E)

[83%BB%E3%81%97%E3%81%94%E3%81%A8%E5%89%B5%E7%94%9F%E7%B7%8F%E5%90%](http://www.city.gero.lg.jp/jichimaru_jpn/content/download/32280/237476/file/%E4%B8%8B%E)

[88%E6%88%A6%E7%95%A5%EF%BC%A7%E3%83%97%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%89.](http://www.city.gero.lg.jp/jichimaru_jpn/content/download/32280/237476/file/%E4%B8%8B%E)

pdf

- ・伊豆市まち・ひと・しごと創生総合戦略～ 伊豆市の新しいチャレンジ ～：

http://www.city.izu.shizuoka.jp/pdf/d5650_14.pdf

- ・伊勢市まち・ひと・しごと創生総合戦略：

http://www.city.ise.mie.jp/secure/33407/iseshi_sougosenryaku.pdf

- ・鳥羽市まち・ひと・しごと創生総合戦略：

<https://www.city.toba.mie.jp/kikaku/kikaku/keikakushisaku/documents/sennryaku.pdf>

- ・志摩市創生総合戦略：

https://www.city.shima.mie.jp/ikkrwebBrowse/material/files/group/13/160301_chihouseisei_s

[enryaku_100.pdf](https://www.city.shima.mie.jp/ikkrwebBrowse/material/files/group/13/160301_chihouseisei_s)

- ・大台町まち・ひと・しごと創生総合戦略：

<http://www.odaitown.jp/ikkrwebBrowse/material/files/group/4/2%20s.pdf>

- ・「まち・ひと・しごと・こころ京都創生」総合戦略：
[http://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/cmsfiles/contents/0000189/189271/sogosenryaku\(honpen2\).pdf](http://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/cmsfiles/contents/0000189/189271/sogosenryaku(honpen2).pdf)
- ・南丹市地域創生戦略：
<http://www.city.nantan.kyoto.jp/www/shisei/106/002/001/23414/00023420002.pdf>
- ・神戸創生：
<http://www.city.kobe.lg.jp/information/project/innovation/sousei/img/280329senryaku2.pdf>
- ・田辺市まち・ひと・しごと創生総合戦略：
<http://www.city.tanabe.lg.jp/kikaku/chihosei/files/senryaku.pdf>
- ・白浜町まち・ひと・しごと創生総合戦略～住んでよい、訪れて楽しいまち・白浜～：
<http://www.town.shirahama.wakayama.jp/ikkrwebBrowse/material/files/group/2/sirahamatyousougousenryaku.pdf>
- ・みんなの笑顔のみちしるべ飯南町総合戦略
<http://www.iinan.jp/files/original/201603051327369662225.pdf>
- ・奈義町まち・ひと・しごと創生総合戦略 人口 6,000 人を維持するために奈義町人口ビジョン：
http://www.town.nagi.okayama.jp/gyousei/chousei/houshin/keikaku/documents/machi_hito_shigoto_sougousenryaku.pdf
- ・三次市まち・ひと・しごと創生総合戦略：
<http://www.city.miyoshi.hiroshima.jp/data/open/cnt/3/13236/1/sougousenryaku02.pdf>
- ・萩市総合戦略：<http://www.city.hagi.lg.jp/uploaded/attachment/6786.pdf>
- ・黒潮町まち・ひと・しごと創生総合戦略：
http://www.town.kuroshio.lg.jp/img/files/pv/sosiki/2016/01/senryaku_n.pdf
- ・うきは市ルネッサンス戦略：
http://www.city.ukiha.fukuoka.jp/common/UploadFileDsp.aspx?c_id=35&id=648&sub_id=3&fileid=5051
- ・長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略：
http://www.city.nagasaki.lg.jp/syokai/730000/731000/p028263_d/fil/sougousenryaku.pdf
- ・八代市総合戦略：
<http://www.city.yatsushiro.kumamoto.jp/r/g/a/ga7GXjmcOX9Vu7vMcGE2Fr3O.pdf>

- ・玉名市まち・ひと・しごと創生総合戦略

http://www.city.tamana.lg.jp/dl?q=14818_filelib_3171789bc5d0eb658556350e5859905f.pdf

- ・由布市総合戦略：<http://www.city.yufu.oita.jp/wp-content/uploads/2015/10/sougousenryaku.pdf>

- ・まち・ひと・しごと創生椎葉村総合戦略

[http://www.vill.shiiba.miyazaki.jp/promote/pdf/%E6%A4%8E%E8%91%89%E6%9D%91%E7%B7%8F%E5%90%88%E6%88%A6%E7%95%A5\(%E5%85%A8%E4%BD%93\).pdf](http://www.vill.shiiba.miyazaki.jp/promote/pdf/%E6%A4%8E%E8%91%89%E6%9D%91%E7%B7%8F%E5%90%88%E6%88%A6%E7%95%A5(%E5%85%A8%E4%BD%93).pdf)

- ・まち・ひと・しごと創生薩摩川内市総合戦略～輝け未来へ！薩摩川内の創生力～：

<http://www.city.satsumasendai.lg.jp/www/contents/1445908163266/files/0002.pdf>

第5章

- ・近江八幡市まち・ひと・しごと創生総合戦略：

<http://www.city.omihachiman.shiga.jp/cmsfiles/contents/0000010/10053/sougousenryaku.pdf>

- ・木島平村まち・ひと・しごと創生総合戦略これからの農村を生きる～みんなで楽しみをつくりだす村～：<http://www.kijimadaira.jp/docs/2015111300015/files/sougousenryaku.pdf>

- ・伊東市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略：

http://www.city.ito.shizuoka.jp/shichou_koushitsu/html/chihousesei/itocity_jinkouvision_sougousenryaku.pdf

- ・宇治市人口ビジョン 宇治市まち・ひと・しごと創生総合戦略：

<https://www.city.uji.kyoto.jp/cmsfiles/contents/0000015/15934/13-26.pdf>

- ・八幡市まち・ひと・しごと創生総合戦略：

[http://www.city.yawata.kyoto.jp/cmsfiles/contents/0000003/3263/sougousenryaku\(yawatashi\).pdf](http://www.city.yawata.kyoto.jp/cmsfiles/contents/0000003/3263/sougousenryaku(yawatashi).pdf)

- ・東串良町 まち・ひと・しごと創生総合戦略：

http://higashikushira.sakura.ne.jp/main/html/modules/webphoto/index.php?fct=download&item_id=418&file_kind=1

- ・京丹後市まち・ひと・しごと創生総合戦略：

https://www.city.kyotango.lg.jp/shisei/shisei/tihousesei/documents/sogosenryaku270302_2.pdf

- ・岐阜市まち・ひと・しごと創生総合戦略：<http://www.city.gifu.lg.jp/secure/32225/sogosenryaku-kaitei.pdf>

- ・宇治田原町まち・ひと・しごと創生総合戦略：
<http://www.town.ujitawara.kyoto.jp/cmsfiles/contents/0000001/1116/sougouseiryaku.pdf>
- ・田中啓，2014，自治体評価の戦略 有効に機能させるための16の原則
- ・観光庁統計情報・白書：<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryoutoukei/>
- ・訪日外客統計の集計・発表：http://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data_info_listing/
- ・RESAS 観光マップマニュアル：http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/resas/pdf/h28-03-25_5-kankou.pdf
- ・平成27年新潟県観光入込客統計：<http://www.pref.niigata.lg.jp/koryu/1356847493493.html>
- ・第4回新潟県観光地満足度調査報告書：
http://www.pref.niigata.lg.jp/HTML_Article/1004/120/houkokusyo2.pdf
- ・平成26年滋賀県観光入込客統計調査書：
<http://www.pref.shiga.lg.jp/f/kanko/irikomichosah26.html>
- ・滋賀県観光動態調査：
<http://www.pref.shiga.lg.jp/f/kanko/doutaichosa/h22kankoudoutaichosav2.html?mode=preview>
- ・平成27年訪都旅行者数等の実態調査結果：
<http://www.metro.tokyo.jp/INET/CHOUSA/2016/05/60q5q300.htm>
- ・平成27年度国別外国人旅行者行動特性調査報告書：
http://www.metro.tokyo.jp/tosei/hodohappyo/press/2016/09/14/documents/14_03.pdf
- ・平成27年長野県観光地利用者統計調査結果：
<http://www.pref.nagano.lg.jp/kankoki/sangyo/kanko/toukei/documents/27kankouchi.pdf>
- ・平成26年長野県外国人延宿泊者数：
<http://www.pref.nagano.lg.jp/kankoki/sangyo/kanko/toukei/documents/26press.pdf>
- ・静岡県観光交流の動向：<https://toukei.pref.shizuoka.jp/chosa/21-010/index.html>
- ・長崎県観光動向調査：<https://www.pref.nagasaki.jp/bunrui/kanko-kyoiku-bunka/kanko-bussan/statistics/kankoudoukou/>
- ・長崎県観光統計：<https://www.pref.nagasaki.jp/bunrui/kanko-kyoiku-bunka/kanko-bussan/statistics/kankoutoukei/244910.html>
- ・京都府統計なび・観光入込客数調査：<http://www.pref.kyoto.jp/t-ptl/tname/k065.html>

- ・平成 27 年 群馬県観光客数・消費額調査（推計）結果：
<http://www.pref.gunma.jp/01/g3500221.html>
- ・平成 27 年「鹿児島県の観光の動向～鹿児島県観光統計～」：
http://www.pref.kagoshima.jp/af08/sangyo-rodo/kanko-tokusan/kanko/kankotokei/toukei/documents/54941_20161118085521-1.pdf
- ・三重県観光レクリエーション入込客数推計：
<http://www.pref.mie.lg.jp/D1KANKO/84074013374.htm>
- ・平成 27 年岐阜県観光入込客統計調査
 : <http://www.pref.gifu.lg.jp/sangyo/kanko/kanko-tokei/s11334/27kekka.data/27toukei.pdf>
- ・観光入込客統計に関する共通基準：<http://www.mlit.go.jp/common/000995211.pdf>
- ・観光入込客統計に関する共通基準の概要：<http://www.mlit.go.jp/common/001147127.pdf>
- ・平成 27 年版近江八幡市統計書：
http://www.city.omihachiman.shiga.jp/contents_detail.php?co=cat&frmId=11178&frmCd=5-2-0-0-0
- ・墨田区行政基礎資料集 観光：
https://www.city.sumida.lg.jp/kuseijoho/sumida_info/gyoseikisoshiryota10200020161130.files/11.pdf
- ・平成 27 年度伊東温泉観光客実態調査報告書：
<http://www.city.ito.shizuoka.jp/kankou/houkokusyo.pdf>
- ・平成 27 年長崎市観光統計
 : http://www.city.nagasaki.lg.jp/syokai/750000/755000/p023326_d/fil/27_kankou.pdf
- ・平成 27 年度長崎市観光動向分析結果報告書：
http://www.city.nagasaki.lg.jp/syokai/750000/755000/p023855_d/fil/H27kankoudoukou.pdf
- ・平成 27 年度 長崎市市民意識調査結果：
http://www.city.nagasaki.lg.jp/syokai/730000/731000/p000297_d/fil/03_H27_tanjyun.pdf
- ・宇治市観光動向調査 調査結果報告書：
<https://www.city.uji.kyoto.jp/cmsfiles/contents/0000009/9885/H23ujisikankoudoukoutyousatyou sakekkahoukokusyo.pdf>
- ・八幡市統計書：<http://www.city.yawata.kyoto.jp/0000003722.html>
- ・京丹後市統計書：<https://www.city.kyotango.lg.jp/shisei/shisei/tokeisho/index.html>

- ・ 岐阜市統計書 : <http://www.city.gifu.lg.jp/26498.htm>
- ・ 中澤純治, 2002, 市町村地域産業連関表の作成とその問題点 政策科学 9 - 2, Jan. 2002
- ・ 公益財団法人日本交通公社, 2015, 観光産業の地域経済への波及効果分析手法の検討
及び地域ストーリーづくりに関する調査 :
http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/chiiki/chiiki_story/pdf/report_01_04.pdf

図表リスト

第 1 章図

図 1.1 論文構成

第 1 章表

表 1.1 研究対象市区町村一覧

第 2 章図

図 2.1 都道府県・市区町村の行政評価導入率の推移

図 2.2 評価対象と評価指標群

図 2.3 行政活動の産出モデルと評価指標の種類

図 2.4 世界観光機関の持続可能性指標の構成

第 2 章表

表 2.1 自治体規模別の行政評価導入状況

表 2.2 評価指標の種類と設定例

表 2.3 ベースライン指標

表 2.4 「観光地経営」の目的と達成度の指標

表 2.5 海外 DMO の KPI

表 2.6 本研究における重要指標の抽出

第 3 章図

図 3.1 まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」と「総合戦略」の全体像

図 3.2 PDCA サイクル

図 3.3 国が例示した地方版総合戦略の骨格

図 3.4 寒河江市の総合戦略の施策の例

図 3.5 南丹市の総合戦略の施策の例

図 3.6 京都市の総合戦略の施策の例

図 3.7 うきは市の総合戦略の施策の例

図 3.8 評価指標設定の詳細度の違い

第3章表

表 3.1 研究対象自治体の基本目標・施策・評価指標の数

第4章図

図 4.1 KPI の性質別設定傾向

第4章表

表 4.1 観光関連施策と評価指標の抽出条件

表 4.2 観光関連施策を含む基本目標の数

表 4.3 数値目標の設定傾向

表 4.4 設定自治体数の多い上位 10 指標

表 4.5 KPI の性質別設定傾向

表 4.6 重要 8 指標設定自治体数

第5章図

図 5.1 評価制度の「作動モデル」

図 5.2 観光入込客統計に関する共通基準の概要

図 5.3 主な観光関連指標の設定難易度

第5章表

表 5.1 未活用 4 指標設定自治体

表 5.2 自治体評価の制度・運用・評価における問題点

表 5.3 評価指標の設定に関する基準

表 5.4 国が公表している観光統計の整備状況

表 5.5 分析対象都府県が整備している市区町村単位の観光統計

表 5.6 分析対象都府県が整備している圏域単位の観光統計

表 5.7 分析対象都府県が整備している市区町村単位の観光統計

表 5.8 分析対象市区町村が整備している観光統計

表 5.9 未活用 4 指標のデータの収集方法

表 5.10 分析対象指標の施策との整合性の考察の例

- 表 5.11 自治体 A の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.12 自治体 B の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.13 自治体 C の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.14 自治体 D の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.15 自治体 E の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.16 自治体 F の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.17 自治体 G の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.18 自治体 H の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.19 自治体 I の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.20 自治体 J の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.21 自治体 K 1 の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.22 自治体 K 2 の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.23 自治体 L の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.24 自治体 L 2 の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.25 自治体 M の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.26 自治体 N の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.27 自治体 K 3 の分析対象指標群と施策の整合性
- 表 5.28 指標群と施策の整合性の訂正
- 表 5.29 観光客満足度・リピート率の設定意図

第 6 章 図

- 図 6.1 観光関連評価指標設定マニュアル案

謝辞

本研究を進めるにあたり、指導教員である川原晋教授には、2年間にわたり常に熱心なご指導、勉学の機会、励ましのお言葉を賜りました。心より感謝申し上げます。また、平田徳恵特任助教には、調査への同行や多くのご助言をいただきました。さらに、副査の清水哲夫教授、沼田真也准教授をはじめとする観光科学域の先生方には、貴重なご助言をいただきました。深く感謝いたします。

墨田区、妙高市、伊東市、岐阜市、志摩市、近江八幡市、宇治市、長崎市、みなかみ町、宇治田原町、木島平村の地方創生または観光担当の職員の皆様には、ご多用のところ、ヒアリング調査や資料の提供に快く応じていただきました。心より御礼申し上げます。

そして、共に切磋琢磨してきた研究室同期である岡田愛氏、ケイエンチ氏、中村結花氏、演習室で同じ時を過ごした文化領域の皆様のおかげで、楽しく研究生活を送ることができました。ここに感謝の意を表します。

最後になりましたが、修士課程への進学を許し、支えてくださった両親に心より感謝いたします。

自治体名	北海道釧路市			北海道美瑛町			北海道音更町							
面積														
人口	H22	1362.92	千人	H22	676.78	千人	H27	466.10	千人					
老年		181,169	人		10,956	人		45,085	人					
生産年齢		25.2	%		33.5	%		22.9	%					
年少		62.7	%		55.0	%		61.1	%					
		12.0	%		11.5	%		16.0	%					
基本目標	1	地域経済のプラス成長と雇用の創出を図る		現状H26	目標H31	単位	将来にわたって安心して子育てができる環境を整える	現状H26	目標H31	単位	本町の強みを活かした産業を振興し、雇用の場を拡充する【雇用の場の拡充】	現状H26	目標H31	単位
数値目標				5,731	6,500	億円	合計特殊出生率	1.28	1.51		新規就農者数	5年間で67	人	
				7.1	8	万人					IC工業団地における雇用者数	797	850	人
				129万	157万	人								
施策	1	持続的成長を目指した水産業の振興					社会全体で子育てを支援する仕組みの整備				ゆるぎない農業経営と生産環境			
KPI				117,779	120,000	t	年間出生数	55	70	人	新規受入研修生数	5年間で10	人	
							平日 5.5	平日 6.5						
							土曜休日 8.5	土曜休日 11	時間					
							学童保育時間の延長	延 2,141	延 4,000	人				
							一時預かり(幼稚園・保育所)	無料	無料継続					
							学校給食費の負担軽減	出生時、小学校入学時、中学校入学時	対象の拡充					
							すくすくサポート事業の拡充							
施策	2	生産基盤の強化による農業の振興					子ども同士や多世代が交流できる場の充実【住民ワークショップ】				本町の強みを活かした産業の振興			
KPI				67,755	72,174	t	多世代交流施設利用者数	0	6,000	人/年	IC工業団地における立地企業数(累計)	29	35	社
				1,276	1,339	t	子ども支援センター利用者数	延 5,601	延 5,800	人	IC工業団地エリアの総面積	54	86	ha
											産業振興支援事業による助成件数	5年間で18	件	
施策	3	森林資源の循環利用を通じた林業の振興					安心して妊娠・出産ができる環境づくり							
KPI				29,607	36,000	m ³	不妊治療費の助成	未実施	実施					
施策	4	高付加価値化による魅力ある産品づくり					教育環境の充実							
KPI				25%増(対H25年度比)	%		スクールバスの運行	10	10を維持	路線				
							土曜学習事業の実施	未実施	年10	事業				
							ジオパークを取り入れたカリキュラム	未実施	実施					
施策	5	地場産品の販路開拓・拡大												
KPI				15%増(対H26年度比)	%									
施策	6	「日本版DMO」の構築												
KPI				129	157	万人								
施策	7	釧路が誇る地域資源を活かした滞在型観光地づくり												
KPI				129	157	万人								
施策	8	釧路のブランド力や広域エリアの魅力を活かした旅行市場の活性化												
KPI				129	157	万人								
施策	9	国内外からの交流人口の受入拡大												
KPI				67.3	74.6	万人								
施策	10	地域経済を支える中小企業・小規模事業者の支援												
KPI				381	2,000	件								
施策	11	創業・第二創業の支援												
KPI					5年間累計1,300	人								
施策	12	物流機能、ものづくり技術などを活かした企業誘致												
KPI					延べ35	件								
施策	13	石炭エネルギーの活用												
KPI					50万t	維持	t							
施策	14	地域産業を支える多様な人材の育成												
KPI				116	1,000	人								
施策	15	地域の未来を担う子ども・若者の人材育成												
KPI				18	5年間累計100	人								
施策	16	女性の活躍促進												
KPI				46.5	50	%								
施策	17													
KPI														
施策	18													
KPI														
施策	19													
KPI														
施策	20													
KPI														
施策	21													
KPI														
施策	22													
KPI														
施策	23													
KPI														
施策	24													
KPI														
施策	25													
KPI														
施策	26													
KPI														
基本目標	2	釧路らしさを活かして人を呼び込み・呼び戻す					地域産業の活性化により雇用の場を生み出す				音更の魅力で人を呼び込む、呼び戻す【移住・定住の促進、交流の拡大】			
数値目標				6,302	8,000	人	就業者数	3,952	4,000	人	観光入込客数	1,402,500	1,461,000	人
				854	1,200	人					社会増(転入超過)の人数	42	200	人
施策	1	国際会議観光都市「釧路」を活かしたMICE誘致の推進					白金エリア構想の策定・実現				観光による交流人口の拡大			
KPI				9	15	件	白金地区の観光入込数	444,651	578,000	人	二次交通対策支援事業による宿泊数	5,370	治/年	
											訪日外国人観光客誘致強化事業による宿泊数	9,000	治/年	
											町内の魅力発信拠点数	2	箇所	
施策	2	釧路滞在誘致活動の推進					業界ブランディング事業【先行型】				移住や定住の促進			
KPI				854	1,200	人	地域ブランド商品の認定数	0	20	件	空き地・空き家情報の公開件数(累計)	60	150	件
				33	45	件					帯広天谷短期大学を卒業し、十勝管内の高齢者施設等に就職する介護福祉士数	5年間で140	人	
											十勝管内から音更町への移住件数	5年間で50	件	
施策	3	国内外からの交流人口の受入拡大(再掲)					安定した農業収入の確保と新規就農者・後継者の育成【住民ワークショップ】							
KPI				67.3	74.6	万人	新規就農者	8	8	人/年				

施策 4	KPI	133.42	200㎡	100	101.5%
【基礎目標】 3 子どもを生き育みたいという希望をかなえる					
出生数	1,158	1,500人	年間転入者数	340	350人
合計特殊出生率	1.35	1.50	年間転出者数	367	345人
出生数				出生数	5年間で2,000人
施策 1	KPI	18	100(5年間累計)人	1,791,000	2,000,000人
【基礎目標】 1 結婚支援や社会気運の醸成					
若年者就業支援による若年者就職者数	18	100(5年間累計)人	観光入込客数	1,791,000	2,000,000人
			宿泊者延べ数	269,200	350,000人
			外国人観光客の宿泊者延べ数	19,453	40,000人
			特産品アンテナショップの年間売上率	100	130%
施策 2	KPI	98.2	100%	512,000	614,000人
【基礎目標】 2 妊娠・出産に向けた支援					
マタニティ講座を受講したこと「妊娠・出産・育児に対する不安の解消に役立った」と答えた割合	98.2	100%	冬の観光入込客数	512,000	614,000人
			冬の美瑛町での宿泊者延べ数	90,000	108,000人
施策 3	KPI	41,481	4万人以上の維持	50	100件
【基礎目標】 3 安全・安心な母子保健医療の充実					
子育て支援拠点センター延利用数	41,481	4万人以上の維持	移住相談件数	50	100件
乳幼児健診平均受診率	96	97%	セカンドホームびえい利用率	69.4	75%
マタニティ講座を受講したこと「妊娠・出産・育児に対する不安の解消に役立った」と答えた割合	98.2	100%			
施策 4	KPI	55	5園増	1	1箇所
【基礎目標】 4 教育・保育サービスの充実					
病後児保育事業実施箇所数	未実施	1箇所			
0歳児保育の拡充	55	待機児童0			
障がい児保育実施箇所数	9	5園増			
施策 5	KPI	981	10%増	1	1箇所
【基礎目標】 5 地域における子育て支援の充実					
ファミリーサポートセンター会員数	981	10%増			
子育て世帯支援事業の実施箇所数	未実施	1箇所			
子育て世帯応援アプリフレッシュ事業により「リフレッシュが図られた」と答えた方の割合		70%以上			
施策 6	KPI	981	10%増	1	1箇所
【基礎目標】 6 働きながら子育てしやすい環境の充実					
ファミリーサポートセンター会員数	981	10%増			
子育て世帯支援事業の実施箇所数		1箇所			
健診おたすけプランによる託児サービスにより健診受診を希望した人数		20%増			
施策 7	KPI	41,481	4万人以上の維持	40	戸
【基礎目標】 7 子ども子育て世帯が暮らしやすい生活環境の充実					
特定目的住宅「子育て世帯向け住宅」の戸数				40	戸
子育て支援拠点センター延利用数	41,481	4万人以上の維持			
施策 8	KPI	小学校0.4 中学校2.18	小学校0.2%未満 中学校2.0%未満	11.2 22.6 58.1	10 20 52
【基礎目標】 8 子ども自身の健やかな成長に資する教育環境の充実					
不登校を理由とする欠席が年間30日以上の児童生徒の出現率	小学校0.4 中学校2.18	小学校0.2%未満 中学校2.0%未満		11.2 22.6 58.1	10 20 52
いじめ問題対策により「いじめはどの程度増えたか」と回答する児童生徒の割合	小6: 96.3 中3: 90.8	100%			
子どもの不読書（1か月に1冊も本を読まない）割合	小学4～6年生: 11.2 中学生: 22.6 高校生: 58.1	小学4～6年生: 10 中学生: 20 高校生: 52			
施策 9	KPI	295,171	290,000人以上の維持		
【基礎目標】 9 児童の健全育成					
児童館利用者数	295,171	290,000人以上の維持			
施策 10	KPI	小学校17.9 中学校20.0 幼保37.5	50%		
【基礎目標】 10 家庭や地域の教育力向上					
家庭教育支援事業「子育て講座」を開催している小中学校及び幼稚園・保育所の割合	小学校17.9 中学校20.0 幼保37.5	50%			
施策 11	KPI	61	134件		
【基礎目標】 11 配慮を要する子どもと家庭を支える環境づくり					
児童虐待相談件数	61	134件			
施策 12	KPI	1,997	1,925件		
【基礎目標】 12 ひとり親家庭の自立支援対策の充実					
母子等相談件数	1,997	1,925件			
施策 13	KPI	170	15%増		
【基礎目標】 13 障がい児支援対策の充実					
障がい者日中一時支援(タイムケア)利用実人員数	170	15%増			

施策	10																		
	KPI																		
施策	11																		
	KPI																		
施策	12																		
	KPI																		
施策	13																		
	KPI																		
施策	14																		
	KPI																		
施策	15																		
	KPI																		
施策	16																		
	KPI																		
施策	17																		
	KPI																		
基本目標	6																		
施策	1																		
	KPI																		
施策	2																		
	KPI																		
施策	3																		
	KPI																		
施策	4																		
	KPI																		
施策	5																		
	KPI																		
施策	6																		
	KPI																		
施策	7																		
	KPI																		
施策	8																		
	KPI																		
基本目標	7																		
施策	1																		
	KPI																		
施策	2																		
	KPI																		
資料	URL																		

<https://www.city.kushiro.lg.jp/common/000084707.pdf>

http://www.town.otofuke.hokkaido.jp/town/zaisei-keikaku/keikaku/otofuke_sougosenryaku.data/otofuke-sougosenryaku.pdf

自治体名	青森県西目黒村				秋田県羽後町				山形県寒河江市				
面積	H22	246.02	km ²		H22	203.60	km ²		H22	139.00	km ²		
人口		1,593	人			16,792	人			42,373	人		
老年		34.1	%			31.8	%			26.6	%		
生産年齢		56.7	%			57.2	%			59.7	%		
年少		9.1	%			11.0	%			13.8	%		
基本目標 数値目標	1	資源を活かした魅力あるむらづくりプロジェクト		現状H26	目標H31 単位	雇用の創造支援の充実		現状H26	目標H31 単位	魅力ある「しごと」の機会を創出し、社会動向の改善を目指す		現状H26	目標H31 単位
		観光入込客数			5年間累計150万人	雇用創出数			5年間累計100人	有効求人倍率	0.75	全国平均(0.83)並み	倍
		外国人宿泊者数			5年間累計151人					今後5年間の社会減改善数	(社会減-400)	242 (社会減-158)	人
施策	1	観光・産業力強化事業				起業支援				農業支援			
KPI		観光客入込客数	28.9		30万人/年	新規起業数	0		3件	紅毛峰栽培面積	40	55	ha
										つや姫ヴィーヴ面積	40	80	ha
										研修受入農業経営体数	3	6	経営体
										新規就農者数	5年間累計53	5年間累計70	人
施策	2	おもてなし育成事業				産業振興支援				企業支援・企業誘致			
KPI		外国人宿泊者数	23		30人/年	企業単売上高	34,296		35,000	国・県の制度(人材確保・育成、技術開発、設備投資、販路開拓)を活用した寒河江市内の企業数	93	115	件
						≪事業ベースのKPI≫ブース来場者数(H27)			10,000	地域再生計画の策定(地方活力向上地域特定業務施設整備事業)			
										製造品出荷額及び製造業従業者数	製造品出荷額1,438 従業者数5,494	製造品出荷額1,600 従業者数90	億円 人
										工業団地の立地企業数及び従業者数	企業数82 従業者数4,074	企業数90 従業者数4,200	社 人
施策	3	地域おこし協力隊事業				創業支援				創業支援			
KPI		導入隊員数			2名	創業支援事業計画の策定				創業支援対象者数及び創業者数(第2創業含む)	※商工会を通じた創業 支援8件	策定(H27年度中) 対象者数129 創業者数42	人
施策	4												
KPI													
施策	5												
KPI													
施策	6												
KPI													
施策	7												
KPI													
施策	8												
KPI													
施策	9												
KPI													
施策	10												
KPI													
施策	11												
KPI													
施策	12												
KPI													
施策	13												
KPI													
施策	14												
KPI													
施策	15												
KPI													
施策	16												
KPI													
施策	17												
KPI													
施策	18												
KPI													
施策	19												
KPI													
施策	20												
KPI													
施策	21												
KPI													
施策	22												
KPI													
施策	23												
KPI													
施策	24												
KPI													
施策	25												
KPI													
施策	26												
KPI													
基本目標 数値目標	2	安定雇用創出プロジェクト				より良い住まいの醸成				地域資源を創って魅力を発信することで交流人口及び定住・移住人口増を図り、社会動向の改善を目指す			
		村内雇用創出数			5年間累計8人	県外からの転入者数	47		62人	寒河江市を訪れた観光客数	343	353	万人
										今後5年間の社会減改善数	(社会減-400)	242 (社会減-158)	人
施策	1	人材育成・雇用創出事業				住環境整備				観光振興			
KPI		誘致企業数	2		2件	県内他市町村への転出者数	181		90人	観光客数	343	353	万人
		村内雇用創出数 5年間の累計	5		5人	≪事業ベースのKPI≫コミュニティビジネスアイデア創出数(H27)			3事業	宿泊者数	3.6	5	万人
						≪事業ベースのKPI≫コミュニティビジネス参加者数(H29)			10名	外国人観光客数	約1,500	2,500	人
										観光物産協会等のホームページアクセス数	7.2	8	万回
										イベント域外参加率	83	85以上	%
										観光振興戦略の策定		策定(H28年度中)	
施策	2	新規就業支援事業				小さな拠点整備				移住・定住支援			
KPI		新規就業者			5年間累計3人	施設利用者数	0		10,000人/年	移住交流ポータルサイト等のアクセス数		1	万回
										移住相談件数		5年間累計250	件
										U・I・Jターン住宅支援件数	3年間累計20	5年間累計150	件
										シティプロモーション戦略の策定		策定(H27年度中)	
施策	3	集落営農組織強化事業											
KPI		集落営農組織法人化			2組織								

自治体名	福島県新島市	福島県津波市	福島県会津若松市	福島県安中市
面積	746.40	167	383.00	276.3
人口	294,171	126,222	61,077	276.3
年齢	23.8	%	27.6	%
年少	62.4	%	60	%
年少	13.8	%	12.4	%
基本目標	1			
数値目標	「産業の活力を向上し、安心して働き続けられるまちへ」	現状H26	目標H31	単位
	製造品出荷額等	6,177	6,450	億円
	年間商品販売額(小売業)	2,679	2,679	億円
施策	1			
KPI	多様なネットワークによる地域企業の競争力強化			
	共同研究・委託研究案件数	3	5	件/年
	新製品開発等の案件	1	5	件/年
	展示会・販路拡大支援: 新たな受注に向けての商談中の案件及び受注件数	商談 2 受注 1	商談 5 受注 3	件/年
	企業間連携事業: 新たな受注に向けての商談中の案件及び受注件数	商談 2 受注 2	商談 5 受注 3	件/年
施策	2			
KPI	成長産業への進出支援、企業誘致の推進と工業基盤の整備			
	新たに医療福祉機器分野への参入案件	0	3	件
施策	3			
KPI	担い手の育成と経営安定対策			
	新規就農者数	5年間累計74	5年間累計100	人
	農用地の利用集積面積	683	830	ha
施策	4			
KPI	農林業環境の維持と整備			
	有青鳥獣による農作物被害額	34,909	24,500	千円
	有青鳥獣による農作物被害面積	200.08	142.00	ha
施策	5			
KPI	農業の6次産業化及び消費拡大の推進			
	学校給食自給率	41.5	50.0	%
施策	6			
KPI	にぎわいのある商店街づくり			
	中心市街地の空き店舗出店数	4	4(H27)、5(H28)	件
	チャレンジショップへの出店数	2	5	件/年
施策	7			
KPI	新たな交流の推進			
	本市への外国人滞在人数	4,632	6,000(H27)15,000(H31)	人
	誘致訪問・誘致商談等件数(IME4商談等)	商談11件申請数0 開催支援件数35(H26)	商談54件申請数5 開催支援件数40(H27)	件
施策	8			
KPI	地元就労への支援の充実			
	卒業後の市内定住・定着を希望する学生数の向上			
	①ハコブ初級講座参加者数、就職者数 ②開中級資格取得講座参加者数、3級資格取得者数、就職者数	①27人、13人 ②34人、57.6%、16人	①45人、45人 ②45人、100%、45人	
	①高校生就職参加者数 ②高校生就職参加企業数	①1,441人/3日(H26) ②32社(H26)	①1,500人/3日(H31) ②42社(H27) 43社(H31)	
	高校生内定者育成参加者数	181人/2回 71社/2回 15人/2回	200人/2回 78社/2回 17人/2回(H27)	
	就職ガイダンス参加者数、参加企業数、就職者数	181人/2回 71社/2回 15人/2回	200人/2回 78社/2回 30人/2回(H31)	
	雇用促進サポート事業	申込数: 68、職場体験者数: 55	申込数: 64、職場体験者数: 64	
	①個別指導者研修取得者数(高校・大学・短大・専門学校生等)	資格取得者数(学生): 8	資格取得者数: 50	
	②介護事業所等へ就労が決定した一般求職者数	資格取得後就労決定: 19	就労決定: 30	
	認定企業数、講演会参加者数	10・200 社・人		
	年間相談受入人数・年間キャリアコンサルタント人数・年間就職報告人数・年間企業訪問件数	受付人数: 1,994・コンサルト人数: 1,666・就職報告人数: 127・企業訪問件数: 1,595	受付人数: 2,000以上・コンサルト人数: 1,700以上・就職報告人数: 150・企業訪問件数: 2,200以上	
施策	9			
KPI	労働環境の充実			
	資格取得者数	11	30	人
	認定企業数、講演会参加者数		10・200 社・人	
	女性の育児休業取得率(従業員20人以上の事業所)	93.2	98	%
	女性の管理職費用率(従業員20人以上の事業所)	18	23	%
施策	10			
KPI				
施策	11			
KPI				
施策	12			
KPI				
施策	13			
KPI				
施策	14			
KPI				
施策	15			
KPI				
施策	16			
KPI				
施策	17			
KPI				
施策	18			
KPI				
施策	19			
KPI				
施策	20			
KPI				
施策	21			
KPI				
施策	22			
KPI				
施策	23			
KPI				
施策	24			
KPI				
施策	25			
KPI				
施策	26			
KPI				
基本目標	2			
数値目標	「安心して結婚・出産・子育てのできるまちへ」			
	アンケート結果で市の魅力として「子育てしやすい」を回答した割合	14.7	30	%
施策	1			
KPI	出会いの場の創出			
	結婚に対する意識が前向きに変わった方の割合			
	結婚願望(既婚者以外)について「結婚したい」する考えがある」の回答率	54.9	60	%
施策	2			
KPI	家庭における子育ての支援			
	健診受診率・受診者アンケートによる、産後健診があることで子育てへの安心度・満足度	健診受診率100%・受診者アンケートによる、産後健診があることで子育てへの安心度・満足度	満足度: 70%以上・回転率: 3以上	
	ロタウイルス感染事例の減少・接種率	減少・接種率 91.1	減少・接種率 95以上	
	子育て支援住宅入居者に対するアンケート調査による満足度		50以上	
施策	3			
KPI	安心して子育てできる環境の充実			
	利用者アンケートによる子育て支援満足度・図書回転率・子どもの読書量	子どもの読書量: 小学生9.0冊/月 中学生2.3冊/月	満足度: 70%以上・回転率: 3以上 子どもの読書量: 小学生10冊/月 中学生2.5冊/月	
	乳幼児期の保育施設(保育所・認定こども園等)の整備充実	3,735	5,687	人
	ゆったりとした気分子どもと過ごせる時間がある親の増加	4か月児: 89.3 1歳6か月児: 82.1・3歳6か月児: 89.0	4か月児: 95.1・1歳6か月児: 87以上 3歳6か月児: 89以上	
	放課後児童クラブにおける併給数	2,505	2,522	人
	中学生1人1人アップ事業「将来の夢や希望をほくむことができた」に対する全ての学校の総合評価が	87.5	90	点
	専ら「ロード・アップ事業」ハコブ・アソビ・アソビ・アソビ-6の合計の割合	小学生: 92.1 中学生: 85.7	小学生: 96 中学生: 95	%
施策	4			
KPI	教育旅行誘致推進事業			
	教育旅行学校数	475	706	校/年
施策	5			
KPI	地域間ネットワークの形成による広域観光の推進			
	観光客入込数	290	370	万人/年
基本目標	2			
数値目標	「安心して結婚・出産・子育てのできるまちへ」			
	アンケート結果で市の魅力として「子育てしやすい」を回答した割合	14.7	30	%
施策	1			
KPI	出会いの場の創出			
	結婚に対する意識が前向きに変わった方の割合			
	結婚願望(既婚者以外)について「結婚したい」する考えがある」の回答率	54.9	60	%
施策	2			
KPI	家庭における子育ての支援			
	健診受診率・受診者アンケートによる、産後健診があることで子育てへの安心度・満足度	健診受診率100%・受診者アンケートによる、産後健診があることで子育てへの安心度・満足度	満足度: 70%以上・回転率: 3以上	
	ロタウイルス感染事例の減少・接種率	減少・接種率 91.1	減少・接種率 95以上	
	子育て支援住宅入居者に対するアンケート調査による満足度		50以上	
施策	3			
KPI	安心して子育てできる環境の充実			
	利用者アンケートによる子育て支援満足度・図書回転率・子どもの読書量	子どもの読書量: 小学生9.0冊/月 中学生2.3冊/月	満足度: 70%以上・回転率: 3以上 子どもの読書量: 小学生10冊/月 中学生2.5冊/月	
	乳幼児期の保育施設(保育所・認定こども園等)の整備充実	3,735	5,687	人
	ゆったりとした気分子どもと過ごせる時間がある親の増加	4か月児: 89.3 1歳6か月児: 82.1・3歳6か月児: 89.0	4か月児: 95.1・1歳6か月児: 87以上 3歳6か月児: 89以上	
	放課後児童クラブにおける併給数	2,505	2,522	人
	中学生1人1人アップ事業「将来の夢や希望をほくむことができた」に対する全ての学校の総合評価が	87.5	90	点
	専ら「ロード・アップ事業」ハコブ・アソビ・アソビ・アソビ-6の合計の割合	小学生: 92.1 中学生: 85.7	小学生: 96 中学生: 95	%
施策	4			
KPI	教育旅行誘致推進事業			
	教育旅行学校数	475	706	校/年
施策	5			
KPI	地域間ネットワークの形成による広域観光の推進			
	観光客入込数	290	370	万人/年

自治体名	群馬県下仁田町				群馬県中之条町				群馬県みなかみ町			
面積	H22	188.40		km ²	H22	439.30		km ²	H22	781.08		km ²
人口		8,911		人		18,216		人		21,345		人
老年		40.0		%		33.0		%		31.6		%
生産年齢		52.3		%		56.0		%		57.4		%
年少		7.7		%		11.0		%		11.0		%
基本目標	1	誰もが暮らしやすい環境を整備し、次世代につながるまちづくり			雇用の創出	現状H26	目標H31	単位	地場産業を振興させ、魅力的で安定した雇用を創出する	現状H26	目標H31	単位
数値目標		1.30	短期目標H27	長期目標H31	新たに職に就く人	1.50	70人増	人	9,844	8,000	人	
		18			ブランド米を新規に生産・販売する農家数	21		戸				
		19			新規販売取扱店	22		件				
施策	1	妊婦や乳幼児への支援			おいしいお米づくり支援事業				観光関連組織の連携による推進体制の強化			
KPI			3	5年間累計10組	不妊・不育治療の受診者数			3(H27)・15(H31)	観光入込客数	112.7	130	万人泊
				60人/年	育児相談所利用者数			1(H27)・5(H31)	観光消費額	201.7	240	億円
				立ち上げ	病気の子どもを受け入れ可能な施設数又はNPO法人				リビート率	35.2	45	%
施策	2	教育環境の充実			花卉栽培支援事業				プロモーションの強化			
KPI		18(H27)		20%	商品販売額		15,000	万円	「みなかみ町」のブランド認知率	78.4(H24)	85	%
				100%	新たな担い手		5	人	地域ブランド調査競争力全国ランキング	401(H27)	100位以内	位
施策	3	子どもが安心して遊べる場の整備			就業支援				変化するニーズに合わせた新商品の開発			
KPI		433	463	500	新たな就業者			5	滞在人口のうち平日の割合	38.2	40	%
			20人増加		相談			40	アウトドア体験38.0	アウトドア体験45		
			100						スノースポーツ90.7	スノースポーツ95		
		0		6	イベントの開催数				観光資源の認知率	たくみの重27.1	たくみの重35	%
				1	公園の整備(既存公園の機能強化を含む)件数							
施策	4	結婚につながる出会いの場の創出			企業誘致				美しい郷土景観の保全・形成			
KPI				30	企業誘致数			2	景観行政団体への移行			仕組みの構築後に設定予定
									締結された景観協定の数(累計)	6	8	箇所
施策	5	健康長寿の延伸			木質ペレットによる地域林業活性化事業				観光を支える基盤づくり			
KPI			80		中之条町林業従事者数			60	外国人観光入込客数	11,224	80,000	人泊
			50		中之条町木材素材生産量		10,000	m ³	町内の移動(二次交通)に対する満足度			計測して向上させる
				1	調査の実施及び具体的実施計画の策定			平成28年3月までに策定				
				1	民間企業との包括連携協定							
				12	高齢者と若者の交流イベント							
				10	高齢者(ボランティア)との協働事業							
施策	6				体験型林業事業				新規就農の促進			
KPI					中之条町林業従事者数			60	新規就業者数	1	10	人
					中之条町木材素材生産量		10,000	m ³	農業生産法人数(累計)	9	12	団体
					調査の実施及び具体的実施計画の策定			平成28年3月までに策定				
施策	7				ヘルスツーリズム事業モデル展開事業				安心・安全のみなみブランドの構築			
KPI					四万温泉ヘルスツーリズム宿泊パック年間利用者数			840	認証制度の構築			仕組みの構築後に設定予定
					観光入込客数			1,400,000	JGAP認証農場数(累計)	1	5	件
施策	8								耕作放棄地を活用した新しいビジネスモデルの開発			
KPI									耕作放棄地面積	146	120	ha
									備考: 農産物を加工した特産づくりにKPIが無い!			
施策	9								安定した雇用と人材の創出			
KPI									業種を超えた人材派遣制度の構築			仕組みの構築後に設定予定
									創業比率	0.65	1.00	%
施策	10								経済の地域内循環の促進			
KPI									農産物等の受発注システムによる取引額		1,000	万円
									「くまみ地産地消推進店」認定店舗数	23	50	店
									森林資源循環の仕組みの構築			仕組みの構築後に設定予定
施策	11											
KPI												
施策	12											
KPI												
施策	13											
KPI												
施策	14											
KPI												
施策	15											
KPI												
施策	16											
KPI												
施策	17											
KPI												
施策	18											
KPI												
施策	19											
KPI												
施策	20											
KPI												
施策	21											
KPI												
施策	22											
KPI												
施策	23											
KPI												
施策	24											
KPI												
施策	25											
KPI												
施策	26											
KPI												
基本目標	2	自然豊かな風土を活かし、多くの人が住みたくなるまちづくり			地方への新しい流れ				本町への新しい人の流れをつくる			
数値目標		242		200	町内からの転出人数			1,400,000	0~39歳の社会増減数	△138	±0	人
		165		200	町内への転入人数							
				25	空き家の利用件数							
施策	1	町内居住者への住宅購入支援			中之条ビエンナーレの実施				若者の地元就職の推進			
KPI		242		200	観光入込客数			1,400,000	学卒者の地元就職率			計測して向上させる
				6	定住者			2				
				5	住みよい環境の整備に資する町民活動件数							
施策	2	空き家対策			芳ヶ平湿地群の保全・再生・活用及び教育の推進				「ふるさと」に誇りを抱く教育の推進			
KPI			5		芳ヶ平湿地群観光入込客数			27,200	町内小中高等学校の「ユネスコスクール」への登録	0	100	%
		60		120	自然保護に関する事業実施数			8	町民の「ユネスコパーク」に対する認知率	11.9	80	%
				1					小中学生の「ふるさと」に対する愛着の度合い			計測して向上させる
				25								
				延べ10								
施策	3	移住者への住宅購入支援			スタートレイル(四万to草津)の実施				新しいふるさとづくりの推進			
KPI					参加者数			1,800	ふるさとサポーター制度(仮称)登録者数		300	人
				5					ふるさと納税額	0.56	8	億円
				120	「下仁田暮らしの相談窓口」の利用件数							
				6	5年間の住宅整備戸数							

自治体名	千葉県鴨川市			東京都豊田区			神奈川県小田原市		
面積	H22	191.30	km ²	H22	13.77	km ²	H22	114.10	km ²
人口		34,526	人		249,181	人		198,333	人
老年		35.9	%		21.2	%		23.5	%
生産年齢		53.1	%		68.2	%		63.7	%
年少		10.9	%		10.6	%		12.8	%
基本目標 数値目標	1	しごとづくり～鴨川市での安定した雇用を創出する		現状H26	目標H31 単位	現状H27	目標H31 単位	現状H26	目標H31 単位
		雇用創出数(累計)	300人	300人	人	1.22	1.32	62.2(H22)	66.3%
		人口に占める就業者の割合(15歳以上)	54.5%	55%	%	7.3/10	8.0/10	3,265	3,330千円
		市内企業の付加価値額	41,645	720百万円増	百万円	69.6	74.0%		
施策	1	地域の強みを活かした「しごと」づくりと、充実した労働環境の創出							
KPI		市内事業所数(製造業、卸売・小売業)	527	553	件	88.4	90.0%		25
		市の魅力を「保健・医療・福祉が充実した都市」と考える市民の割合(まちづくりアンケート調査)	32.5	増加	%	32.0	57.0%		50%
		ふるさとハローワークの紹介による就職者数(延べ数、累計)	626	3,224	人	76	0人		
						115	0人		
施策	2	農工商連携等による農林水産業の振興と後継者の確保							
KPI		農工商連携等により開発された商品数(累計)		3	件	13	30人		5
		みんなの里、鴨川オーシャンパーク入込客数	660	820	千人	0.2(1日以上)	3.0(1ヶ月以上)		20
		認定新規就業者数(累計)	5	5	人	185.8	210分		
		新規就業者数(累計)	5	5	人				
		有害鳥獣による年間農作物被害額	10,900	7,180	千円				
施策	3	交通アクセスの整備							
KPI		「国・県道など幹線道路網の整備促進」に不満を持つ市民の割合(まちづくりアンケート調査)	47.4	33.2%	%	小学校6年生61.5 中学校3年生48.8	小学校6年生63.0 中学校3年生50.0%		10.3
		「鉄道の利用しやすさ」に不満を持つ市民の割合(まちづくりアンケート調査)	54.1	減少(改善)	%	■小学校6年生 国語33.3、社会48.4 算数39.4、理科37.5	■小学校6年生 国語29.5、社会34.0 算数29.0、理科33.5		12.0%
		「高速バスを利用しやすさ」に不満を持つ市民の割合(まちづくりアンケート調査)	25.7	減少(改善)	%	■中学校3年生 国語35.1、社会54.4 数学39.8、理科52.9、英語38.6	■中学校3年生 国語29.0、社会43.0 数学35.0、理科44.5、英語34.5%		3
						小学校6年生94.2 中学校3年生68.0	小学校6年生96.0 中学校3年生90.0%		50
						74.8	77%		10.01
									11.32
									億円
施策	4	富の集積と域内循環のための戦略的な施策の展開							
KPI		ふるさと納税額	2,790	40,000	千円	152	910		
		住宅用省エネルギー等設備の申請基数(累計)	34	175	件	77.9	89.5		
						52.2	62.2%		
						18.4	21.4%		
施策	5	新たな産業の育成、誘致							
KPI		立地企業及び事業所の増加・拡充件数(累計)		5	件				
施策	6								
KPI									
施策	7								
KPI									
施策	8								
KPI									
施策	9								
KPI									
施策	10								
KPI									
施策	11								
KPI									
施策	12								
KPI									
施策	13								
KPI									
施策	14								
KPI									
施策	15								
KPI									
施策	16								
KPI									
施策	17								
KPI									
施策	18								
KPI									
施策	19								
KPI									
施策	20								
KPI									
施策	21								
KPI									
施策	22								
KPI									
施策	23								
KPI									
施策	24								
KPI									
施策	25								
KPI									
施策	26								
KPI									
基本目標 数値目標	2	ひとの流れ～鴨川市への大きな流れを創る							
		転入者数	300人累増	300人累増	人	7.0/10	8.0/10	▲429	0
		転出者数	200人累減	200人累減	人	3,466	3,500	451	600
		観光入込客数(総合観測分)	230千人増	230千人増	千人	1.6	1.7%		万人
施策	1	UJターン促進							
KPI		若年層(40代以下)の移住者数(増加分)(累計)	200	200	人	137	177		4,000
		熟年層・高齢者(50～70代)の移住者数(増加分)(累計)	100	100	人	71	151		
		農家民泊の年間受入人数(延べ数)	1,580	1,580	人	68	340		
		住宅取得奨励金制度の活用による転入者数(累計)	250	250	人				
施策	2	大学等教育機関及び地元企業等との連携による地域を支える人材の育成・確保、地元定着の促進							
KPI		市内大学への進学人数(大学入学奨励金交付対象者数)	12	増加	人	75.1	77%	88,218	92,500
		地域おこし協力隊人数(累計)	2	2	人以上	0.81	0.94		50
		医療・福祉人材養成数(市支援分)(累計)	76	270	人				万人
施策	3	元氣な高齢者の移住促進							
KPI		鴨川版CCRC立地箇所数(累計)	2	2	箇所	73.2	75.9%		
						343	365		

施策	12																			
KPI																				
施策	13																			
KPI																				
施策	14																			
KPI																				
施策	15																			
KPI																				
施策	16																			
KPI																				
施策	17																			
KPI																				
基本目標	6																			
施策	1																			
KPI																				
施策	2																			
KPI																				
施策	3																			
KPI																				
施策	4																			
KPI																				
施策	5																			
KPI																				
施策	6																			
KPI																				
施策	7																			
KPI																				
施策	8																			
KPI																				
基本目標	7																			
施策	1																			
KPI																				
施策	2																			
KPI																				
資料	URL	http://www.city.kamogawa.lg.jp/ikkwebBrowse/material/files/group/5/99sennrvaku.pdf			https://www.city.sumida.lg.jp/kuseiioho/sumida_kihon/sakutei.files/senrvaku.pdf			http://www.city.odawara.kanagawa.jp/global-image/units/242861/1-20151105162648.pdf												

自治体名	新潟県糸魚川市				新潟県妙高市				石川県金沢市						
面積	H22	746.20	km ²		H22	445.60	km ²		H22	467.80	km ²				
人口		45,493	人			35,457	人			462,361	人				
老年		36.2	%			30.0	%			21.2	%				
生産年齢		54.6	%			57.7	%			65.3	%				
年少		11.7	%			12.3	%			13.5	%				
基本目標 数値目標	1	稼げる資源循環のまちづくり 納税義務者一人当たり住民税課税標準額 市内自治者数			現状H26 1,461 175,210	目標H31 1,600 200,000	単位 千円 人	妙高市における安定した雇用を創出します 企業振興奨励条に基づく支援を行った企業の雇用創出数 新卒者(就職を希望した生徒)の地元就職率	現状H26 75 84.6%	目標H31 75 84.6%	単位 人 %	若い世代に優しく、子育ての喜びが実感できるまちをつくる 合計特殊出生率	現状H26 1.43	目標H31 1.60	単位 人 %
施策	1	地域特性を活かした産業育成 一人当たり製造品出荷額等(従業員4人以上事業所) 認定農業者数 担い手への農地集積率 木材販売数量 漁業所得増加率 創業支援件数			3,209.0 135 37.8 4,060 10%増 48	3,500 190 50.0 9,000 10%増 48	万円 人 % ㎡ % 件	企業誘致の促進と市内企業の活性化による雇用の創出 企業の雇用創出数 事業所数(従業員4人以上の製造業) 製造品出荷額等総額(従業員4人以上の事業所)		75 65 1,043	人 事業所 億円	妊娠、出産、育児を包括的に支援する体制(金沢版ネウボラ)の構築 産後ケアサポート人材数(累計)	132	200	人
施策	2	交流人口の拡大 観光入込客数 外国人宿泊者数			196 425	250 3,000	万人 人	新規創業に対する支援と新たなビジネスモデルの創出 新規創業者数		15	事業	小児医療体制の充実 子ども1人あたりの入院日数	0.32	0.26	日
施策	3	就業への仕組みづくり 新規学校卒業生(高等学校)のうち就職希望者の管内就職率 新規雇用創出数			67.4	80 5年間累計150	% 人	若者等への就労支援とU・Iターン促進 有効求人倍率 地元就職率	1.00 78.6	1.00倍以上 84.6%	倍 %	安心して子育てができる保育サービス等の充実 放課後児童クラブ受入人数 放課後子ども教室実施公民館数	4,165 6	4,410 9	人 館
施策	4	地域経済の好循環創出 地産地消推進店			66	110	店舗	安心して働ける就業環境の充実 ハッピーパートナー企業登録事業者数	11	16	事業所	親子と地域をつなぐ仕組みづくり かなざわ子育てすまいるクーポン交付率	88.2	95.0	%
施策	5	国立公園を活かした観光振興 観光入込客数						観光入込客数	573	660	万人	地域の子育て支援拠点の拡充 駅西地区の子ども一時預かり施設利用者数	未実施	2,000	人
施策	6	地域資源を活かした雇用の創出 ボランティアガイド等の人数						ボランティアガイド等の人数	28	100	人	結婚を考える若者の背中を後押しする施策の充実 出会いイベント参加者数	未実施	200	人
施策	7	道の駅あらいの機能強化による雇用の拡大 道の駅あらいの入込客数						道の駅あらいの入込客数	288(H24)	350	万人	女性が活躍するための施策の充実 女性活躍促進モデル企業選定数(累計)	未実施	14	企業
施策	8	農業経営の安定化・付加価値の創造 農業所得 重点品目の販売数量						農業所得 重点品目の販売数量	131 87	300 100	万円 t	ワーク・ライフ・バランスの推進 はたらく人にやさしい事業所表彰企業数	2	5	社
施策	9	多様な担い手の確保と育成 担い手への農地集積率						担い手への農地集積率	46.2	50.0	%				
施策	10	六次産業化とブランド化の推進 市内農産物直売所の年間売上額						市内農産物直売所の年間売上額	362,466	400,000	千円				
施策	11	KPI													
施策	12	KPI													
施策	13	KPI													
施策	14	KPI													
施策	15	KPI													
施策	16	KPI													
施策	17	KPI													
施策	18	KPI													
施策	19	KPI													
施策	20	KPI													
施策	21	KPI													
施策	22	KPI													
施策	23	KPI													
施策	24	KPI													
施策	25	KPI													
施策	26	KPI													
基本目標 数値目標	2	地域を担う人材が集うまちづくり 年間の社会動向(転入-転出) 年少人口割合 生産年齢人口割合			△212 10.9 52.9	△150 11.2 51.9	人 % %	妙高市への新しい人の流れをつくります 住宅取得支援事業による転入世帯数 年間観光入込客数		10世帯・35人 660	世帯・人 万人	学都金沢の強みを生かし、学生がまちに愛着を持ち、人々が集うまちをつくる 市外へ就職する学生数を1割減	2,000	1,800	人
施策	1	働く世代の担い手確保・人材育成 修学資金貸与者の地元就職者割合(医療技術者) 修学資金貸与者の地元就職者割合(介護従事者)			59 実績なし	65 70	% %	住宅政策の充実による定住促進 定住世帯数	7世帯・18人	10世帯・35人	世帯・人	高等教育機関等とのネットワークの強化 COC+参加大学の地域就職率 金沢美術工芸大学と地域産業界等との連携に基づく事業による雇用創出数(累計)	36.5 未実施	46.5 10	% 人
施策	2	Uターンへのサポート体制の充実 制度利用による移住者数(単年度)			3	10	人	空き家等の活用促進 空き家成約件数	4	10	件	企業と学生のマッチングの推進 地(知)の拠点大学による共創インターンシップ履修率 学生と企業の商品開発数(累計)	未実施 未実施	50 10	% 商品
施策	3	地元定着支援 新規学校卒業生(高等学校)のうち就職希望者の管内就職率【再掲】			67.4	80	%	コンシェルジュの配置等による移住・定住相談体制の強化 移住定住者数	9	25	人	Uターン促進 住宅支援制度の活用による県外からの移住者数	47	77	人

自治体名	石川県小松市			福井県小浜市			山梨県北杜市			
面積	H22	371.10	km ²	H22	232.80	km ²	H27	602.50	km ²	
人口		108,433	人		31,340	人		46,968	人	
老年		23.6	%		27.9	%		31.2	%	
生産年齢		61.7	%		58.5	%		57.6	%	
年少		14.7	%		13.6	%		11.2	%	
基本目標 数値目標	1	はつらつとしたひとづくりで、まちの活力と未来を創生		産業の振興、安定した雇用の創出による働きやすいまち	現状H26	目標H31 単位	たくましい北杜っ子(若者応援)プロジェクト	現状H27	目標H31 単位	
		27.2	40.0 %	企業誘致、新規創業による雇用創出数(5年間)	約60	300 人	合計特種出生率	1.13	1.50	
		3年間平均 転出超過 約50	転入超過 100 人				出生数	219	267 人	
		若者転入出(15～24歳)					子育て支援住宅入居者の満足度		90 %	
		将来負担軽減(市債残高)	1,306	1,234 億円						
施策	1	認定こども園移行率		工業・企業誘致			元気な声が響くまち(子育て世代への支援体制の充実)			
KPI		50	90 %	新規企業誘致数(5年間)	4	2 社	防災用品備蓄率			
		若者就業率(20～24歳・学生等除く)	94.2	96 %	産業団地整備状況(市が保有する産業団地の分譲面積)	1.8	3.5 ha	市内助産院利用者数		
		仮称)公立小松大学 開学								
		公共施設延床面積	464,400	440,000 m ²						
		マイナンバー個人番号カード交付数		5年間累計9万 枚						
施策	2			市内企業の育成、地元就職志向の向上			親子で声が響くまち(経済的支援や保育の充実)			
KPI				空き店舗等を活用する事業所数		3 件	子育て世帯の満足度			
				新規学卒者の地元就職率	56.1	80 %	63.8 80.0 %			
施策	3			労働環境			近隣で声が響くまち(子どもの健やかな育成への支援)			
KPI				育児休業取得率	47.0	67.0 %	ファミサポ利用者数			
							1,116 1,790 人			
施策	4			農業			明るい声が響くまち(学童保育等の充実)			
KPI				担い手への農地集積	38.5	80 %	利用者満足度			
				新規就業に向けた研修者数(5年間)		12 人	70 %			
				多面的機能支助の農業者用面積カバー率		100 %				
				有害鳥獣の個体数調整(シカ)(1年間の有害鳥獣の捕獲数)	2,184	2,184 頭				
施策	5			水産業			地域に声が響くまち(子育て世代への相談体制の充実)			
KPI				漁業士の人数	8	10 人	相談窓口数			
				漁村の体験交流施設における地区外交流人口	3,500	4,700 人	1 4 力所			
				養殖における新規魚種の導入		2 魚種				
施策	6			新たなブランド育成・六次産業化			杜々の声が響くまち(子育て支援住宅住宅入居者への支援)			
KPI				六次産業化および新規特産品開発取り組み事例数(5年間)		15 件	子育て支援住宅入居者の満足度			
							90 %			
施策	7			民間資源の活用			ママ友繋がるまち(情報交換・交流の機会の充実)			
KPI				民間資源を活用した企業数(5年間)		2 社	ママネット加入者数			
							70 人			
施策	8						わたしもボクも学ぶまち			
KPI							(体験学習など各種イベントの開催)			
							おはなし会参加人数			
							300 350 人/年			
施策	9						原っぱ教育のまち(郷土を愛する人材の育成)			
KPI							地域や社会をよくするために何をすべきか考えたことがある 児童生徒の割合			
							小学校: 47 小学校: 80			
							中学校: 43 中学校: 80 %			
施策	10						子育て情報の発信			
KPI							やまねっとアクセス数			
							87,556 100,000 件/年			
施策	11									
KPI										
施策	12									
KPI										
施策	13									
KPI										
施策	14									
KPI										
施策	15									
KPI										
施策	16									
KPI										
施策	17									
KPI										
施策	18									
KPI										
施策	19									
KPI										
施策	20									
KPI										
施策	21									
KPI										
施策	22									
KPI										
施策	23									
KPI										
施策	24									
KPI										
施策	25									
KPI										
施策	26									
KPI										
基本目標 数値目標	2	女性や若者、多様な人びとのしごとを創生		定住人口の維持、交流人口の拡大による出会いのあるまち			一流の田舎まち(住まいづくり)プロジェクト			
		5,653	6000億円以上 億円	観光交流人口(市内の観光施設等に訪れた1年間の観光客数)	167	200 万人	転入者数・転出者数(社会増減)			
		女性就業率(20～64歳)	73.9	80 %	観光消費額(宿泊費、交通費、土産代、入場料等の1年間の合計額)	100	140 億円	空き家バンク成約数		
							2 20 戸			
							子育て支援住宅入居者の退去後定住率			
							100 %			
施策	1	女性経営者育成		情報通信網			環境を越え連携するまちなみ(定住自立圏への取組み)			
KPI				インターネット接続世帯率	59.7	64 %	事業取組比率			
		2020年成行き 20,200	22,000 人	UIターンサイトへのアクセス数		12,000 件	100 %			
		ワーク・ライフ・バランス優良事業者数								
		ものづくり産業力(製造品出荷額等)うち6次産業部門	82	150 億円						
		新産業創出等による新規就労者数		5年間累計500 人						
		木質バイオマス活用間伐チップ出荷量(小松市分)	900	2,000 トン						
		年間商品販売額(卸売・小売合計)	2,008	2,200 億円						
施策	2			定住・移住促進			賃貸もそう北杜のまちなみ			
KPI				お試し体験住宅事業を利用して定住に結びつけた件数	3 件		(子育て支援住宅等の整備)			
				小浜市住まい支援事業の利用件数(5年間)	30 件		子育て支援住宅入居者の退去後定住率			
							100 %			
施策	3			観光			家が建てやすい北杜のまちなみ(住宅取得者への補助金交付・			
KPI				観光交流人口	167	200 万人	利子補給(新築・中古・リフォームなど))			
				施設の宿泊・利用者数	350,000	500,000 人	補助金利用による移住者数			
				観光消費額(宿泊費、交通費、土産代、入場料等の1年間の合計額)	100	140 億円	延べ1050 人			
				食文化館来館者数	240,000	347,000 人				
				地域おこし協力隊員数(5年間)		15 人				
				外国人観光客宿泊者数	635	1,500 人				
				新規観光業者数(5年間)		5 社				
				観光バスツアー乗客人数		600 人				

	KPI										
	施策										
	17										
	KPI										
基本目標	6										
	施策										
	1										
	KPI										
	施策										
	2										
	KPI										
	施策										
	3										
	KPI										
	施策										
	4										
	KPI										
	施策										
	5										
	KPI										
	施策										
	6										
	KPI										
	施策										
	7										
	KPI										
基本目標	7										
	施策										
	1										
	KPI										
	施策										
	2										
	KPI										
資料	URL	http://www.city.komatsu.lg.jp/secure/15653/151026komatsu-rosei2015-2019.pdf	https://www1.city.obama.fukui.jp/file/page/3232/doc/2.pdf							http://www.city.hokuto.vamanashi.jp/teikumi/images/jinnkou0930.pdf	

自治体名	長野県松本市				長野県小諸市				長野県千曲市			
面積	H22	114.10	㎦		H22	98.66	㎦		H22	119.8	㎦	
人口		243,037	人			43,994	人			62,068	人	
老年			%			26.2	%			27.4	%	
生産年齢			%			60.5	%			59.0	%	
年少			%			13.3	%			13.4	%	
基本目標	1	生きがいの仕組みづくり			地方への新しいひとの流れをつくる			安定した雇用を創出する				
数値目標		現状H26	目標H31 単位		現状H26	目標H31 単位		現状H26	目標H31 単位			
		松本暮らしに対する満足度	90.9	90%台 %	新築住宅着工数(一戸建て)	1,000	件	市内事業所雇用数	23,150	23,845 人		
		松本に住み続けたいと思う市民の割合	83.6	80%台後半 %				新規若年雇用者数	(H23~26の平均値)236	(H27~31の平均値)250 人		
		市民一人当たり市内総生産	3,892	千円								
施策	1	健康・医療産業の創出・育成			移住・定住の促進			企業・産業人材の誘致・採用・就労の拡大による雇用の創出				
KPI		新松本工業団地への分譲進捗率	34.7	90 %	20・30代層の純移動者数	△94	+193 人	4人以上事業所1社当たり製造品出荷額等	78,682	81,042 万円		
		企業進出による新規雇用者数(H27~H32まで)		250 人				本社機能誘致数	0	2 件		
				5 件				ICT産業の「空き事業所活用事業」の交付件数	0	4 件		
施策	2	高次広範の観光戦略			企業誘致の推進			地域産業の競争力強化による雇用の創出				
KPI		市内主要観光地の宿泊者数	1,871,400	2,000,000 人	新たな企業等の立地件数		5年間累計15 件	「新技術等開発事業」「販路開拓支援事業」の交付件数	24	100 件		
		外国人旅行者宿泊者数	67,084	100,000 人				「訪日外国人宿泊者数」	7,474	15,000 人		
		市内主要観光地の延利用者数	5,370,289	5,600,000 人				千曲ブランド認定数	126	130 品目		
施策	3	松本産品のブランド化			観光・交流の促進			若い世代の経済的安定				
KPI		松本産品(加工品)のブランド化率		10 件	観光客の滞在時間(1日)	188,749	200,000 人	創業件数	4	50 件		
		松本山雅 FC による経済波及効果	42.9	47.9 億円	懐古園の有料入園者数			「工場等立地雇用支援事業」の交付件数	0	10 人		
								納税義務者1人当たり所得	2,666	2,746 千円		
施策	4	新しい働き方・雇用の創出						経済の地域内循環の促進				
KPI		テレワーク等誘致事業所数(H27~H32まで)		30 件				地元産品を新たに使用する事業所数	1	5 社		
		新規創業支援件数	34	50 件				新商品開発支援件数	1	5 件		
		高校生の松本市内への就職率	45.9	50.0 %				ワイン用ぶどうの栽培面積	1	4 ha		
施策	5	子どもが生まれ健やかに育つ環境づくり										
KPI		松本医療圏分娩の受入れ環境	H25年の分娩数:3,643	(参考)松本地域での分娩受入れ環境を維持								
		松本市が子どもを育てやすいまちと思う市民の割合	83.7	85 %								
		6歳未満の子どもを持つ男性の育児・家事関連時間(1日の平均時間)	67	150 分/日								
施策	6	コンパクトな都市と賑わいの創出										
KPI		まちなか歩行者数	33,700	41,500 人/9h								
		公共交通利用者数	23,500	25,900 人/日								
		中心部5地区の人口推移	14,149	14,368 人								
施策	7	再生可能エネルギーを活用した暮らしと経済の活性化										
KPI		再生可能エネルギーを活用して事業を興す事業者(H27~H32まで)		4 件								
		再生可能エネルギーによる最大出力	62,139	114,000 kW								
		市域からの温室効果ガス排出削減率(CO ₂ 換算)	2,019,375	1,756,856 t								
施策	8	成熟型社会の都市基盤づくり										
KPI		要介護認定率	22.4	21.1 %								
		高齢者のための環境やサービスが充実していると思う市民の割合(65歳以上の者の評価)	56.7	61.2 %								
		ストレスや悩みを抱えたとき、相談できる所があると思う市民の割合	34	38 %								
施策	9											
KPI												
施策	10											
KPI												
施策	11											
KPI												
施策	12											
KPI												
施策	13											
KPI												
施策	14											
KPI												
施策	15											
KPI												
施策	16											
KPI												
施策	17											
KPI												
施策	18											
KPI												
施策	19											
KPI												
施策	20											
KPI												
施策	21											
KPI												
施策	22											
KPI												
施策	23											
KPI												
施策	24											
KPI												
施策	25											
KPI												
施策	26											
KPI												
基本目標	2	若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる			新しい人の流れをつくる			社会増減(年間延べ)				
数値目標						4,962 人		▲168	▲18 人			
								観光客入込総数	441,800	463,890 人		
施策	1	子育て環境の充実			千曲市の魅力を発信するシティプロモーションの推進							
KPI		子育てしやすい環境づくりの満足度(市民意識調査での「やや不満」「不満」の合計値)						地域ブランド調査認知度	569	500位以内 位		
								30代男女の転出入数	転出超過	移動均衡		
								観光・地域情報の発信件数	0	365 件		
施策	2	特色ある教育を提供			地域資源を活かした交流の拡大							
KPI		学校に行くのは楽しいと思う児童・生徒の割合	児童 86.3、生徒 83.1	90.0%以上 %				信州プレイングオリアーズ市内試合観戦者数	1,500	2,200 人/試合		
								千曲川マルシェ集客数	3,500	4,000 人		
								体験イベント等集客数	191	340		
施策	3	安心して妊娠・出産ができるような支援			移住・定住の推進							
KPI		安心して妊娠・出産ができる環境づくりの満足度(乳幼児健診前アンケート)「やや不満」「不満」の合計値		10%未満 %				お試し移住件数	0	6 件		
								Uターン者向け奨学金利用者数	0	50 人		
								都市圏自治体との防災協定件数	0	1 件		

施策	12										
KPI											
施策	13										
KPI											
施策	14										
KPI											
施策	15										
KPI											
施策	16										
KPI											
施策	17										
KPI											
基本目標	6										
施策	1										
KPI											
施策	2										
KPI											
施策	3										
KPI											
施策	4										
KPI											
施策	5										
KPI											
施策	6										
KPI											
施策	7										
KPI											
施策	8										
KPI											
基本目標	7										
施策	1										
KPI											
施策	2										
KPI											
資料	URL									http://www.city.komoro.lg.jp/attention/2015103000022/file_contents/sogosenryaku.pdf	http://www.city.chikuma.lg.jp/docs/2016022900011/files/chikuma_city_sogosenryaku01_160229.pdf

自治体名	長野県阿智村			岐阜県大垣市			岐阜県高山市			
面積	H27	214.50	km ²	H22	206.50	km ²	H22	2178.00	km ²	
人口		7,036	人		161,160	人		92,747	人	
老年			%		22.9	%		27.0	%	
生産年齢			%		62.9	%		58.6	%	
年少			%		14.2	%		14.3	%	
基本目標 数値目標	1	しごと	現状H26	目標H31 単位	子育て日本一が実感できるまちの創生	現状H26	目標H31 単位	飛騨高山にひとを呼び込む	現状H26	目標H31 単位
		観光消費額	50	60 億円	会計特殊出生率	1.53	1.63	観光客入込者数(年間)	403	452 万人
								観光消費額(年間)	714	790 億円
								新規移住者数(年間)	158	200 人
施策	1	地域資源を活かした観光			非婚・晩婚化の対策			国内誘客の推進		
KPI		スターレッジ事業来場者数	33,000	99,000 人	結婚相談件数	2,991	3,015 件	国内観光客入込者数(宿泊)(年間)	172	198 万人
		観光入り込み客	127	133 万人						
施策	2	次世代につながる農業			妊娠を望む夫婦及び妊婦の経済的負担の軽減			海外誘客の推進		
KPI		阿智村産業振興公社農作物販売取扱高	84,973	150,000 千円	一般不妊治療費助成件数		270 件	外国人観光客入込者数(宿泊)(年間)	28	40 万人
施策	3	【単】地域内経済循環の構築			子育て支援の充実			観光客受入体制の強化		
KPI		村内企業従業員数(工業統計調査)	795	800 人	子育てサロ利用者の満足度		80 %	通訳ガイド利用観光客数(年間)		17 千人
		地元滞留率	12.4	15 %				バリアフリー観光に関する相談・問い合わせ件数(年間)		120 件
施策	4	【単】将来につながる産業の育成			子育て世帯・多子世帯の経済的支援			中心市街地活性化の推進		
KPI		工業技術センター、EMCセンター施設利用件数	0	5年間累計500 件	病児保育多子軽減事業の利用件数		40 件	中心市街地の営業店舗数	306	371 店舗
		航空機システム共同研究講座参加人数	0	5年間累計5,000 人				中心市街地バス利用者数(年間)	37,060	43,000 人
施策	5	【単】新たな産業と小さなしごとづくり			教育の充実			コンベンション誘致の推進		
KPI		創業支援者数	0	5年間累計3 件	学校教育活動における地域人材講師活用者数	5,085	5,600 人	コンベンション誘致件数(年間)	69	90 件
		しごとづくりに関する研究会のべ参加者数	0	50 人						
施策	6				仕事と家庭の両立支援			高地トレーニングエリアの整備・活用		
KPI					社会全体で男女平等であると思う市民の割合	13.1	20 %	高地トレーニングエリア施設利用者数(年間)	16,576	20,000 人
施策	7				女性の活躍支援			温泉・山岳等資源の活用		
KPI					男女共同参画セミナーへの参加者数	1,084	1,500 人	山岳観光地入込者数(乗鞍岳、五色ヶ原、新穂高ロープウェイ)(年間)	46	50 万人
施策	8							道の駅等拠点施設の活用		
KPI								道の駅利用者数(年間)	80	85 万人
施策	9							企業等誘致活動の推進、企業等立地環境の整備		
KPI								企業立地助成制度による新規雇用者数(年間)	424	400 人
施策	10							移住情報の発信		
KPI								広域連携事業による移住相談者数(年間)		620 人
施策	11							移住者受入体制等の強化		
KPI								広域連携事業による移住・就業体感ツアー参加者数(年間)		100 人
施策	12							地元就労の促進		
KPI								若者定住支援による市内定住率	71	74 %
施策	13							居住環境整備の促進		
KPI								まちなか居住支援・空家改修支援による定住者数(年間)	70	82 人
施策	14							大学連携の強化		
KPI								サテライト機能を持つ場(スペース)を設置後、当該施設を活用した取り組みを踏まえ設定		
施策	15									
KPI										
施策	16									
KPI										
施策	17									
KPI										
施策	18									
KPI										
施策	19									
KPI										
施策	20									
KPI										
施策	21									
KPI										
施策	22									
KPI										
施策	23									
KPI										
施策	24									
KPI										
施策	25									
KPI										
施策	26									
KPI										
基本目標 数値目標	2	ひとのながれ			地域特性を生かした雇用の創生			飛騨高山のモノを売り込む		
		定住支援センターが関わる移住者数	5年間平均44	68 人	ハローワーク大垣管内の有効求人倍率	1.16	1.37	農業粗生産額(畜産を含む)(年間)	201.7	205.0 億円
								第2次産業の市内総生産額(年間)	617	617 億円
								第3次産業の市内総生産額(年間)	2,540	2,540 億円
施策	1	【単】定住支援センターの充実			企業支援機能の強化			個性・魅力あるものづくりの推進		
KPI		定住相談件数	50	70 件	企業立地奨励制度の利用企業数(累計)	3	15 社	特産品の製造品出荷額等(年間)	140	145 億円
施策	2	【単】若者定住のための環境整備			既存企業の成長促進			国内外への販売戦略の推進		
KPI		空き家利活用件数	48	53 件	高付加価値化支援補助制度の利用件数(累計)		15 件	新規海外販売契約件数(年間)	8	15
施策	3	【単】空き家の活用			地域産業の担い手の育成・確保			伝統技術の保存・継承		
KPI		空き家利活用件数	48	53 件	金型人材育成講座参加者数(累計)		60 人	伝統産業後継者(新規就業者)数(年間)	0	2

施策	4	【単】村営住宅の整備と運営			若者・有能な人材の確保・流出防止					生産基盤の強化、経営の合理化		
KPI		空き家活用件数	48	53 件	企業展参加学生数	420	500 人			木材生産量(年間)	89,000	127,000 m ³
										肉用繁殖雌牛飼養頭数	3,303	3,400 頭
施策	5	【単】ふるさと交流事業			障がい者の一般就労拡大					販路の拡大		
KPI		移住相談件数(再)	50	70 件	障がい者就労相談支援事業による就労人数	26	36 人			匠の家づくりによる新築棟数(年間)	108	140 棟
施策	6	【単】地域おこし協力隊			観光資源の活用					担い手の確保		
KPI		地域おこし協力隊採用	3	6 人	観光客数	271	300 万人			認定農業者数	552	585 経営体
										森林技術者数	193	260 人
施策	7				クール大垣の推進					地元企業の育成		
KPI					イベント回数	1	3 回			第2次産業及び第3次産業の事業所数	6,467	6,000 事業所
施策	8				地域資源の活用					創業の促進		
KPI					観光土産品売上額	33,500	40,000 千円			特定創業支援による創業者(件)数(年間)		20 件
施策	9				販路開拓・拡大支援							
KPI					販路拡大支援事業の利用件数(累計)	12	215 件					
施策	10				農業生産基盤の強化							
KPI					共同活動組織数	7	13 団体					
施策	11				農業の六次産業化の推進							
KPI					六次産業化に取り組む農業者数	2	5 人					
施策	12				農業の担い手の育成・確保							
KPI					新規就農者数	2	6 人					
施策	13				森林の整備							
KPI					間伐面積	148	200 ha					
施策	14				森林資源の有効利用							
KPI					未利用間伐材搬出量	150	200 t					
施策	15				里山保全・利用の促進							
KPI					イベント参加者数	100	200 人					
施策	16											
KPI												
施策	17											
KPI												
施策	18											
KPI												
基本目標 数値目標	3	結婚・子育ての切れ目のない支援			地域の魅力を生かしたひとの流れの創生					住みやすく働きやすい飛騨高山をつくる		
		合計特殊出生率	1.7	1.9 人	社会増減	60	340			合計特殊出生率	1.67	1.80
										労働力人口	51,362	47,000 人
施策	1	【単】結婚支援			移住・定住の促進					地域力の維持・向上		
KPI		村内在住者の結婚人数	45	45 人	転入者数	5,700	6,000 人			「市民、地域、行政が協働してまちづくりに取り組んでいる」と感じている市民の割合	54.7	現状値以上
										町内会加入率	69.4	72 %
施策	2	【単】子育てを応援します			企業誘致の促進					未婚化・晩婚化への対応策の推進		
KPI		地域子育て支援拠点事業年間延べ利用数	686	960 組	企業立地奨励制度の利用企業数(累計)	3	15 社			結婚に係る相談者(件)数(年間)	368	450 件
施策	3	【単】保育園			高等教育機関等との連携					妊婦・出産に係る負担の軽減		
KPI		朝6時半までに起床する子どもの割合	59	70 %	高等教育機関等連携事業件数	129	150 件			乳幼児健診受診率(年間)	95.1	100 %
		夜9時まで寝る子どもの割合	59	70 %								
施策	4	【単】学童保育			スポーツによる地域振興					子ども・子育て支援の充実		
KPI		放課後児童健全育成事業(学童保育)利用人数	110	100 人	地域スポーツクラブのクラブ数(団体)	6	10 団体			保育園待機児童数	0	0 人
										多世代同居住宅助成件数(年間)		20 件
施策	5	【単】学習機会と情報の提供			トップスポーツの推進					若者・女性・障がい者・高齢者の就労機会の充実		
KPI		朝食を毎日食べる子どもの割合	89	95 %	全国・国際大会等への出場者数(人、団体)	243、30	270、35 人、団体			障がい福祉施設利用者の一般就労への移行数(年間)	9	23 人
										シルバー人材センター会員数	870	890 人
施策	6	【単】地域に根差した学校教育			文化財の保護・活用					生涯現役に向けた健康づくりの充実		
KPI		全国学力・学習状況調査国語・算数において「勉強が好き」な児童の割合(小学校)	国語25.0 算数38.8	国平均値より高い %	郷土資料デジタルデータ件数	20,805	26,000 件			がん検診受診率(年間)	38.4	50 %
		全国学力・学習状況調査国語・算数において「勉強が好き」な生徒の割合(中学校)	国語23.3 算数39.1	国平均値より高い %								
施策	7	【単】阿智高校の存続と発展			文化財の保護・活用					人材育成の推進		
KPI		阿智高校地域政策コース 地域と連携した年間事業時間数	0	9 時間						官民協働による人材育成組織を設置後、当該組織の取り組みを踏まえ設定		
施策	8									文化芸術活動の促進		
KPI										文化施設利用者数(年間)	416,087	462,000 人
施策	9									歴史・文化の保存・活用		
KPI										歴史ガイドマスター登録者数		20 人
施策	10									地域間交通ネットワークの整備		
KPI										公共交通(路線バス、自主運行バス、タクシー、自家用有償運送)利用者数(年間)	162	169 万人
施策	11									情報通信技術の活用		
KPI										CATV利用可能世帯の割合	89.6	100 %
施策	12									自然環境の維持・保全、自然エネルギーの活用		
KPI										自然エネルギーによる電力創出量(年間)	3,000	80,000 MWh
施策	13									地域間連携の強化		
KPI										総合戦略に基づき市と他の自治体が広域連携により取り組む事業数		10 事業
										総合戦略に基づき市と大学・企業等が連携して取り組む事業数		10 事業
施策	14									国内・国際交流の強化		
KPI										姉妹・友好都市との交流人数(年間)	666	2,300 人
施策	15									市民協働による自治体運営		
KPI										「効率的で良質な行政サービスが提供されている」と感じている市民の割合	44.3	現状値以上 %
施策	16									公共施設の適正管理		

施策	13										
KPI											
施策	14										
KPI											
施策	15										
KPI											
施策	16										
KPI											
施策	17										
KPI											
基本目標	6										
施策	1										
KPI											
施策	2										
KPI											
施策	3										
KPI											
施策	4										
KPI											
施策	5										
KPI											
施策	6										
KPI											
施策	7										
KPI											
施策	8										
KPI											
基本目標	7										
施策	1										
KPI											
施策	2										
KPI											
資料	URL	http://www.vill.achi.nagano.jp/uploaded/life/3353_6052_misc.pdf	http://www.city.ogaki.lg.jp/cmsfiles/contents/0000028/28507/sougousenryaku.pdf	http://www.city.takayama.lg.jp/res/projects/default_project/page/001/006/633/4.pdf							

自治体名	岐阜県下呂市				静岡県伊豆市				三重県伊勢市						
面積	H22	851.10	km ²		H22	364.00	km ²		H22	208.50	km ²				
人口		36,314	人			34,202	人			130,271	人				
老年		33.1	%			31.6	%			25.9	%				
生産年齢		54.3	%			57.8	%			60.4	%				
年少		12.5	%			10.6	%			13.0	%				
基本目標 数値目標	1	しごとをつくる 魅力的な「しごと」をしていると感じる市民の割合 市内新規就職者数			現状H26 24.1 498	目標H31 50.0% 522人	地域の特性を活かしてしごとを生み出すまち ＜産業力強化と伊豆市ブランドの確立＞ 企業誘致件数及び従業員数 年間観光交流客数			現状H27 342	目標H31 3,45万人 450万人	安定した雇用を創出する 市内製造業従業員数(4人以上事業所)		現状H27 8,715	目標H31 8,800人
施策	1	「しごと」の価値を高め 仕事と生活の調和が取れていると感じる市民の割合 仕事と生活の調和が取れた「下呂スタイル」の提案件数				50% 10件	観光ブランド創成プロジェクト 年間観光交流客数 観光客一人当たりの観光消費額 年間外国人宿泊者数 年間スポーツ交流人口 オリンピック事前合宿の誘致件数			342 15,802 12,700 54,300	450万人 16,800円 112,700人 100,000人 延べ10件	創業支援 新規創業者数(第二創業者を含む)		39	160人
施策	2	職場環境を高め 女性を大切にできる職場があると感じる市民の割合 岐阜県子育て支援エクセレント企業の市内認定件数(累計)			1	50% 5事業所	“森と農”活力創成プロジェクト 市内新規就業者数 市内林業新規就業者数				延べ5人 延べ8人	ものづくり産業の活性化 技術開発支援事業関連の補助金獲得支援事業者数		9	16社
施策	3	生産性を高め、収入・所得を高め 市民所得 6次産業化の取り組み事例数(累計)			2444 1	2566千円 10件	商品価値・販売力向上プロジェクト 催事出店者数				20件/年	伝統工芸の振興 各講座・教室の参加人数		3,368	4,300人
施策	4	ビジネスチャンスを提供 ビジネスチャンスの提案件数				10件	働く場の確保と雇用マッチングプロジェクト 企業誘致件数・従業員数 新規創業者(起業家)件数 空き店舗解消数				延べ3件、45人増加 3件/年 3店舗/年	企業誘致の推進 奨励措置指定事業者数		11	15社
施策	5	起業に意欲を持つ人を育てるとともに呼び込み 創業支援セミナーへの参加者数			26	33人						市内中小企業・小規模事業者への支援 市民アンケートの伊勢市の商業について、「活気があると 感じている」「どちらかといえば感じている」との回答割合		22.6	36%
施策	6	新しい「しごと」を支援 新規創業企業件数 特定支援事業計画に基づく支援対象者数(累計)			13 205人	17社 205人						農業生産基盤の整備 多面的機能支払交付金活動組織数		24	30団体
施策	7	市内の企業の情報を発信し、市内外からの就業を支援 学生の保護者による企業見学会への参加者数 就職ガイダンスへの地元企業参加数				35人 48事業						農業生産システムの確立 認定農業者数		128	136人
施策	8	KPI										担い手育成・生産の安定 青年就業給付金受給者数		9	14人
施策	9	KPI										水産業の振興 漁港の機能保全計画策定数		2	4計画
施策	10	KPI										就労支援の推進 支援策を受けて就職した人数		289	312人
施策	11	KPI													
施策	12	KPI													
施策	13	KPI													
施策	14	KPI													
施策	15	KPI													
施策	16	KPI													
施策	17	KPI													
施策	18	KPI													
施策	19	KPI													
施策	20	KPI													
施策	21	KPI													
施策	22	KPI													
施策	23	KPI													
施策	24	KPI													
施策	25	KPI													
施策	26	KPI													
基本目標 数値目標	2	下呂市に呼びこむ 社会減数 移住・定住の推進により地域が活性化していると感じる市民 の割合			▲262 50%	▲222人 50%	すべての世代がいきいきと暮らし続けられるまち ＜笑顔あふれる子育てタウンの創生＞ 社会動向による人口増減 子育て支援サービスの満足度			▲237 66.9	▲154人 80%	伊勢への新しいひとの流れをつくる 神宮参拝者数 社会増減数(転入者数-転出者数)		10,865,180 259	8,000,000人 200減少/年
施策	1	観光・交流を促進し、下呂市のファンを増やします 下呂温泉・外国人観光客宿泊者数 市内観光客宿泊者数			4 107	15万人 130万人	未来を拓く教育プロジェクト 学校教育の満足度(児童・生徒・保護者) 学校再編計画に基づく小中一貫校の設置			80	85% 1校	ターゲット別PRの推進 外国人神宮参拝者数		66,707	160,000人/年
施策	2	移住・定住に関わる課題を把握し、改善 移住・定住者の受入表明町内数(市内78地域)				39地域	みんなで子育て応援プロジェクト 子育て支援サービスの満足度 保育園の休日保育、19時までの延長保育			66.9	80% 2施設	受入基盤・環境の整備 新しい利用神宮参拝者数		32,000	23,334人/年
施策	3	移住・定住を考へる人に下呂市の魅力を「ありのまま」に伝え ます 冊子「地域での暮らし方」配布数				400冊	多世代交流拠点創出プロジェクト 多様な世代が利用できるまちの居場所の整備件数 お運者度(65歳から、元気で自立して暮らせる期間を算出 したもの)			男性17.13 女性20.99	2件 女性21.50	大規模集客イベントの誘致・開催 計画期間内におけるイベント等への来場者数		57	136万人

自治体名	三重県鳥羽市				三重県志摩市				三重県大台町						
面積															
人口	H22	107.30	千人	H22	179.70	千人	H22	362.90	千人						
老年		21.435	%		54.694	%		10.416	%						
生産年齢		29.8	%		32.2	%		38.9	%						
年少		58.6	%		56.4	%		50.2	%						
		11.5	%		11.4	%		10.9	%						
基本目標 数値目標	1	若者が地元で働き、地域産業の担い手として活躍している 市内新規卒業者が市内に就職する割合(毎年20%改善)		現状H27 20.5	目標H31 42.5	単位 %	ひとの育成 地方創生に参加していると感じている市民の割合 地域に誇りを持てると感じる市民の割合		現状H27 70%以上	目標H31 80%以上	単位 %	魅力あるしごと創り「地域資源の活用と既存企業との連携 で魅力あるしごとを創る」 新たに誘致する企業数 新規商工会員数 新たなビジネスの立ち上げ数		現状H26 5年間で2 5年間で10 5年間で10	目標H31 企業 会員 事業
施策	1	地域のしごとの情報発信					中学生と高校生の地方創生参画推進事業 市内の全ての中学校で地方創生に関する説明会 高校生アンケートの結果で「地域に誇りを持つ生徒の割合」 「将来は地域に暮らしたい」という生徒の割合		毎年1回以上開催 80%以上 70%以上	回 %		地域企業の強化や企業誘致による雇用の確保 新たに誘致する企業数		5年間で2	企業
KPI		インターンシップ受け入れ事業所数		61	76	社									
施策	2	起業の支援					地域支援ボランティアでポイント事業					地域資源を活かした雇用力のあるしごとづくり			
KPI		新規起業サポート数 市特定創業支援事業による起業件数		0	5	社	地域支援ボランティアとして活動する人の数 ボランティア活動に参加した人の数		500人以上 3,000人以上	人 人/年		新規商工会員数		5年間で10	会員
施策	3	就業・就労環境の向上					がんばる市民を応援する事業 助成事業による年間の資格取得者数 奨励事業による指定資格の取得者数 資格取得者のネットワーク		50人以上 目標の80%以上	人 %	構築	付加価値等による新しいビジネスモデルの創出 新たなビジネスの立ち上げ数		5年間で10	事業
KPI		新規就業者数 新規就業者数		0 5	2 10	人 人									
施策	4	6次産業化の推進					地域とのつながりによる県立高校の魅力向上事業 志摩高校及び水産高校の現状や印象を関係者で共有、地域と 高校で魅力向上のための対策 地域住民や中学生に高校の魅力を知ってもらうために両校の 生徒が活躍する機会 両校の生徒をインターンとして受け入れてくれる事業者の数		検討 10回以上 延べ20者以上	回/年 者					
KPI		農水産物直売所へ出品される加工品数		50	100	件									
施策	5	市内事業所における生産性の向上					二十歳からの健康貯蓄事業 健康診査を受ける人のうち20代が占める割合 健康診査を受けた人のうち定期的に健康診査を受けようと思う 人の割合 健康診査を受けた人のうち再受診をした人が占める割合		50%以上 50%以上 45%以上	% % %	/年 /年				
KPI		宿泊・飲食業などの観光業の生産性		467	492	万円									
施策	6	水産物の高付加価値化													
KPI		漁業組合員1人当たりの漁業収入		2,275	2,500	千円									
施策	7	水産資源の確保・回復													
KPI		漁業組合員1人当たりの漁業収入		2,275	2,500	千円									
施策	8	漁業と観光連携プロモーションの実施													
KPI		宿泊者数		186.1	186.9	万人泊									
施策	9	鳥羽ざかなを食べようキャンペーンの実施													
KPI		漁業組合員1人当たりの漁業収入		2,275	2,500	千円									
施策	10														
KPI															
施策	11														
KPI															
施策	12														
KPI															
施策	13														
KPI															
施策	14														
KPI															
施策	15														
KPI															
施策	16														
KPI															
施策	17														
KPI															
施策	18														
KPI															
施策	19														
KPI															
施策	20														
KPI															
施策	21														
KPI															
施策	22														
KPI															
施策	23														
KPI															
施策	24														
KPI															
施策	25														
KPI															
施策	26														
KPI															
基本目標 数値目標	2	個性輝く鳥羽の魅力が伝わり、国内外から人が訪れている 市外への転出超過数の改善(毎年30人改善) 外国人観光客の入込客数		293 35,173	170 85,000	人 人	ひとの確保 志摩市の「まち・ひと・しごと創生」でつながった人材 社会減		300人以上 半減	人 %		魅力あるライフスタイルの構築「思われた環境を活かした ライフスタイルの構築をする」 婚姻数5年間の平均婚姻数 出生数5年間の平均出生数		32件/年 50人/年	
施策	1	多様な受け入れ先の提供支援					若者の希望を叶える志摩づくり事業 具体的な施策としてまとめられた事業(計画) 具体的な施策として取り組むことを決めた事業		延べ8件以上 延べ4件以上	件 件		結婚のきっかけづくり 婚姻数5年間の平均婚姻数		32件/年	
KPI		転入者数		579	671	人									
施策	2	芸術を活かした観光振興					若い女性が暮らしやすい志摩づくり事業 参加者と共に検討結果の普及啓発を行った回数 検討結果を踏まえて改良または設計された施策の件数		延べ4回以上 延べ8件以上	回 件		しごと子育ての両立支援 出生数5年間の平均出生数		50人/年	
KPI		宿泊者数		186.1	187	万人泊									
施策	3	鳥羽うみ文化ネットワーク構想					移住しやすい志摩づくり事業 検討結果を踏まえた情報提供や支援体制に対する移住希望者 の満足度 支援体制に協力してくれる移住者		70%以上 50人以上	% 人		若者、女性、子育て世代が住みやすい環境の整備 出生数5年間の平均出生数		50人/年	
KPI		鳥羽の資源データベース集約数		0	200	件									

KPI										
施策 21										
KPI										
基本目標 数値目標	4	鳥羽の風土に応じた安心できる暮らしが守られている鳥羽市の住みやすさについて「住みやすい」「まあ住みやすい」を毎年3%改善	68.3	76.9%	しごとの強化 観光消費額 観光関連産業で提供される商品の域内調達率	10%以上向上 % 70%以上 %	住みやすい人の割合	2015年度調査比 5%アップ	将来像を見据えた地域づくりで まちの魅力を最大限に発揮する	
施策 1		観光地の防災対策			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI		観光地の防災対策			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI		観光地の防災対策			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI		観光地の防災対策			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 2		津波避難対策の促進			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI		津波避難対策の促進			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI		津波避難対策の促進			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 3		低炭素なまちづくりの推進			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI		低炭素なまちづくりの推進			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI		低炭素なまちづくりの推進			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI		低炭素なまちづくりの推進			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 4		生活排水対策の促進			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI		生活排水対策の促進			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI		生活排水対策の促進			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 5		地域の生活を支える交通環境の確保			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI		地域の生活を支える交通環境の確保			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI		地域の生活を支える交通環境の確保			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 6		地域のにぎわい応援事業			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI		地域のにぎわい応援事業			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI		地域のにぎわい応援事業			観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 7					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 8					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 9					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 10					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 11					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 12					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 13					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 14					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 15					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 16					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
施策 17					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
KPI					観光消費額	10%以上向上 %	住みやすい人の割合			
基本目標 数値目標	5				しごとの創出					
施策 1					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					
施策 2					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					
施策 3					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					
施策 4					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					
施策 5					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					
施策 6					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					
施策 7					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					
施策 8					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					
施策 9					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					
施策 10					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					
施策 11					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					
施策 12					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					
施策 13					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					
施策 14					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					
施策 15					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					
施策 16					しごとの創出					
KPI					しごとの創出					

KPI													
施策	17												
KPI													
基本目標	6												
施策	1												
KPI													
施策	2												
KPI													
施策	3												
KPI													
施策	4												
KPI													
施策	5												
KPI													
施策	6												
KPI													
施策	7												
KPI													
施策	8												
KPI													
基本目標	7												
施策	1												
KPI													
施策	2												
KPI													
資料	URL		https://www.city.toba.mie.jp/kikaku/kikaku/keikakushisaku/documents/sennryaku.pdf		https://www.city.shima.mie.jp/ikkrweb/Browse/material/files/group/13/160301_chihouseisei_senryu.pdf		http://www.odf.or.jp/ikkrweb/Browse/material/files/group/4/7370.pdf						

Table with columns for region names (e.g., 京都市, 京都市南区, 京都市東山区) and various indicators like population, employment, and business metrics. Includes sub-headers for '基本目標' and '数値目標'.

自治体名	和歌山県田辺市	和歌山県白浜町	和歌山県新宮市
面積	H22 1027.00 km ²	H22 201.00 km ²	H22 242.80 km ²
人口	79,119 人	22,696 人	5,534 人
老年	28.0 %	33.2 %	39.4 %
生産年齢	58.6 %	55.5 %	50.2 %
年少	13.4 %	11.4 %	10.4 %
基本目標 1	「新たな人の流れの創出」	白浜町のブランド力の向上・創出	若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる
数値目標	現状H26 転出超過数 291 人/年 目標H31 単位 160 人/年	現状H26 観光入込客数 3,274,000 人 目標H31 単位 3,426,000 人	現状H26 出生数 137 人/5年 年少人口(0~14歳人口) 577 人/年 目標H31 単位 180 人/5年 535 人/年
施策 1	ふるさと回帰・多様な移住の促進	観光の振興	結婚への意識を高める
KPI	市を通じた移住者数 30 人 移住相談件数 164 件 短期滞在施設利用件数 5 件 移住支援制度活用件数 8 件	外国人宿泊客数 78,000.0 人/年 アートツールによるまちづくり集客数 800 人/年 テレビドラマ等ロケ誘致数 81 件/年 民泊・体験型観光受入数 2,900 人/年 スポーツ大会、合宿誘致数 131 件/年	交流イベント参加者数
施策 2	多様な交流人口の拡大		結婚の希望をかなえる
KPI	市内の宿泊客数 415,164 人 大学との連携協定締結件数 2 件 宿泊費助成制度利用件数 30 件 田辺スポーツパークを核とした県外からの合宿利用人数 4,611 人 本市を見聞きたことのある割合(情報接触度) 12.4 %		婚活イベント参加者数 30 人 婚姻数 14 組/年 40 人 20 組/年
施策 3			女性の出産・子育ての希望をかなえる
KPI			子どもがいる世帯数 354 世帯 子どもが3人以上いる世帯数 92 世帯 370 世帯 110 世帯
施策 4			
KPI			
施策 5			
KPI			
施策 6			
KPI			
施策 7			
KPI			
施策 8			
KPI			
施策 9			
KPI			
施策 10			
KPI			
施策 11			
KPI			
施策 12			
KPI			
施策 13			
KPI			
施策 14			
KPI			
施策 15			
KPI			
施策 16			
KPI			
施策 17			
KPI			
施策 18			
KPI			
施策 19			
KPI			
施策 20			
KPI			
施策 21			
KPI			
施策 22			
KPI			
施策 23			
KPI			
施策 24			
KPI			
施策 25			
KPI			
施策 26			
KPI			
基本目標 2	「安定したしごとづくり」	白浜町の特徴を活かした雇用の創出	飯南町への新しいひとの流れをつくる
数値目標	新規就業者数 5年間で300 人	白浜町の総生産額 650 億円 736 億円	社会増減数 -13.2 5 人/年
施策 1	農林水産業の“稼ぐ力”の強化	農林漁業の振興	地域魅力の発信・発信
KPI	新規就業者数(農業) 5年間で90 人 新規就業者数(林業) 5年間で22 人 新規就業者数(漁業) 5年間で19 人 主要農産物生産量(梅) 19,000 t 主要農産物生産量(みかん) 11,300 t 農作物販売額 38,740 千円 原木取扱量 59,552 m ³ 森林整備面積 2,444 ha 漁獲量 2,698 t 商談件数 100 件	新規就業者数(青年就農給付金事業対象者) 2 人 4 人/年	ふるさと納税件数 6,789 件 Uターン希望者の相談件数 333 件 12,000 件 500 件
施策 2	「観光立市」の推進	商工業等の振興	飯南町のファン拡大
KPI	観光客入込客数 3,699,565 人 外国人宿泊客数 11,852 人 滞在人口率 1.49 倍	企業誘致数 2 件/年 企業創業相談数 20 件/5年間	Uターンの移住者数 50 人 地域づくり人材育成講座の受講生 60 人 30 人
施策 3	市内事業所の競争力強化と集積促進	地域産業の連携	定住の促進
KPI	新設事業所の従業員数 5年間で100 人 企業立地促進奨励金指定事業所の従業員数 5年間で20 人 商談件数【再掲】 100 件 1事業所当たりの製造品出荷額等 246,810 千円 1事業所当たりの商品販売額 147,080 千円 創業支援セミナー受講者のうち創業した件数 5年間で40 件	観光関連産業と農林漁業が連携したイベント開催回数 3 回/年 3以上 回/年	Uターンの移住者数 5年間平均6.4 人/年 Uターンの移住者数 5年間平均28.6 人/年 5年間平均13 人/年 5年間平均40 人/年

施策	13										
	KPI										
施策	14										
	KPI										
施策	15										
	KPI										
施策	16										
	KPI										
施策	17										
	KPI										

基本目標 **6**

施策	1										
	KPI										
施策	2										
	KPI										
施策	3										
	KPI										
施策	4										
	KPI										
施策	5										
	KPI										
施策	6										
	KPI										
施策	7										
	KPI										
施策	8										
	KPI										

基本目標 **7**

施策	1										
	KPI										
施策	2										
	KPI										

資料	URL	http://www.city.tanabe.lg.jp/kikaku/chihososei/files/senryaku.pdf	http://www.town.shirahama.wakayama.jp/ikkrwebBrowse/material/files/group/2/sirahama	http://www.iinan.jp/files/original/201603051327369662225.pdf
----	-----	---	---	---

自治体名	岡山県倉敷市			広島県三次市			山口県萩市		
面積	H27	69.54	㎧	H27	778.20	㎧	H27	698.90	㎧
人口		6,085	人		56,603	人		55,145	人
老年		30.0	%		31.5	%		34.2	%
生産年齢		57.2	%		55.5	%		52.7	%
年少		12.8	%		13.0	%		10.4	%
基本目標 数値目標	1	「しごと」をつくり安心して働けるようにする 雇用創出数 「しごと」に関する市民の満足量 戦略的観光振興のための組織(DMO)の設立	現状H26 5年間で100人 5年後に10%増加 5年後までに1件	目標H31 単位 市内総生産額(農林水産業) 市内総生産額(農工業)	現状H26 80億4,100万円 1,830億1,400万円	目標H31 単位 83億3,300万円 1,938億2,300万円	歴史・文化・自然を活かした観光のまちづくり 観光客数の増加	現状H26 2,301	目標H31 単位 2,500千人
施策	1	企業誘致の促進		専業農業等の追求			「萩まちじゅう博物館構想」の推進		
KPI		新規事業所等開設件数	5年間で2件以上	認定農業者数・認定新規就農者数 果樹・花き農家数 みよしブランド認定品目数	130 139	180人 150戸 累計40件	観光施設の利用者数(年間延べ数)	952,488	1,030,000人
施策	2	中小事業所等への支援		小さな農業の推進(「農業+他の仕事」の楽しみを広げる)			明治維新150年に向けた取組 観光記念施設(旧明倫小学校跡地)の利用者数(年間延べ数)		
KPI		商工会等支援機関と連携した事業所支援件数	5年間で3件以上	販売拠点への出荷者数	960	1,200人			100,000人
施策	3	農業者の誘致や農業従事者の拡大		豊かな森林資源の活用			観光情報の発信強化 ホームページ訪問数(年間) イベント来場者数(年間延べ数)	826,889 794,733	900,000回 860,000人
KPI		新規就農者数	5年間で15人以上	木材の持込登録者数		累計50人			
施策	4	起業家の誘致や積極的支援		起業支援と人材育成			観光アクセスの向上・受入体制の充実 宿泊者数(年間)	418,041	450,000人
KPI		新規創業者数	5年間で10人以上	起業件数	14	15件			
施策	5	地域経済を担う人材や働きたい人の支援 子育て女性等の再就職者数	5年間で20人以上	企業誘致と企業等支援 三次工業団地3期の分譲率	20	100%	外国人観光客の誘致拡大 外国人観光客数(年間)	4,365	6,000人
KPI									
施策	6	農産物の「地産外販」の促進 海外もしくは都市圏への独自販売ルート開拓	5年間で1件以上	観光と交流による「ぎわい」の創出 総観光客数	275万6,000	310万人			
KPI									
施策	7	6次産業化の推進 新しい6次産品の販売件数	5年間で3件以上						
KPI									
施策	8	農林水産物の消費拡大のための事業展開 農業と観光の連携事業数	5年間で5件以上						
KPI									
施策	9	「生き残る農業」の推進 農業生産額	5年間で10%増加						
KPI									
施策	10	農産物の「ブランド化」の確立 特産品数	5年間で2品目増加						
KPI									
施策	11	「食農町版DMO」の構築 DMO組織の拠点となる施設の整備	5年間で1カ所						
KPI									
施策	12	観光プロモーションの強化 観光消費額	5年間で20%増加						
KPI									
施策	13	観光誘客促進のための環境整備や積極展開 観光ボランティア数	5年間で20%増加						
KPI									
施策	14	芸術・文化をキーワードにした観光振興 交流人口(観光誘客数)	5年間で20%増加						
KPI									
施策	15								
KPI									
施策	16								
KPI									
施策	17								
KPI									
施策	18								
KPI									
施策	19								
KPI									
施策	20								
KPI									
施策	21								
KPI									
施策	22								
KPI									
施策	23								
KPI									
施策	24								
KPI									
施策	25								
KPI									
施策	26								
KPI									
基本目標 数値目標	2	新しい「ひと」の流れをつくる 社会増数 市民の満足量(18歳以上80歳未満) 高齢者の希望がかなうまちづくり構想(CCRC)	5年間で500人 5年後に10%増加 5年間で1件	日本一の子育て支援 《ひとの創生》 0歳から4歳の人口	2,077	2,160人	地域資源を活かした「しごと」の創出 若い世代の就業率の向上 20~34歳の就業率(男女)	78.2(H22)	80.0%
施策	1	移住の支援 移住に関する相談件数	5年間で500件	日本一の子育て支援 婚活事業への参加者数 不妊治療後の母子手帳交付件数 待機児童数	300 10 0	600人 15件 0人	農業所得の向上による農村での定住社会の実現 酒造好適米作付面積(年間) 飼料用米作付面積(年間) 新規就農者数(累計) 飼養頭数20頭以上の繁殖農家の割合 鳥獣侵入防止柵延長(累計) 地域団体商標の登録数(累計)	7 35 47 8.6 183.2 1	20ha 79ha 62人 10.0% 260km 4件
施策	2	住宅の確保と充実 空き家への入居世帯数	5年間で20世帯以上	ふるさとを誇れる教育と特色ある教育の推進 外国人と積極的にコミュニケーションを図りたいと感じる児童・生徒の割合 三次市に愛着を感じている生徒の割合	小学校 66.8 中学校 56.9 77.8	小学校 80 中学校 70 増加%	坂市最大の財産を活用した林業再生 公共事業等における県産木材使用量(累計)	871	1,871㎡
施策	3	移住に関わる人材の育成と連携 外部人材の活用数	5年間で延べ20人以上	女性が輝くまちづくり 女性の就業率 市が設置する審議会等の女性委員の割合	67.1 28.3	71.2% 40%	地域の柱となる水産物の振興 水産物の生産地市場平均魚価 新規漁業就業者数(年間)	600 6	630円/kg 10人

施策	11												
施策	KPI												
施策	12												
施策	KPI												
施策	13												
施策	KPI												
施策	14												
施策	KPI												
施策	15												
施策	KPI												
施策	16												
施策	KPI												
施策	17												
施策	KPI												
基本目標	6									生きがいをもち 健康で自立した暮らしの実現			
施策	1									健康寿命の延伸	男性: 76.72 女性: 82.08	男性: 77.99 女性: 83.25	歳
施策	KPI									若い頃から高齢期にいたるまでの健康の維持増進			
施策	2									糖尿病患者の割合(50 歳代)	26.4	20%以下	%
施策	KPI									こころの健康づくり見守り隊員数	1,138	1,500	人
施策	3									週1回以上スポーツや運動をしている市民の割合	23.6	65.0	%
施策	KPI									地域包括ケアシステム*の構築			
施策	4									認知症サポーター養成数(累計)	6,031	7,000	人
施策	KPI									地域ささえあい協議体*の設置数(累計)		16	地区
施策	5									地域住民主体のサービス提供団体*の創出(累計)	1	10	団体
施策	KPI									75歳以上介護保険被保険者に占める要介護認定者の割合	25.3	25.0%以下	%
施策	6												
施策	KPI												
施策	7												
施策	KPI												
施策	8												
施策	KPI												
基本目標	7									地域特性を活かした安全で快適なまちづくり			
施策	1									交通事故(H26:91件)、火災(H26:24件)、犯罪(H26:287件)の抑制			抑制
施策	KPI									地域特性を活かした寂しい拠点づくり			
施策	2									地域の夢プラン作成数(累計)	5	8	件
施策	KPI									新たな行政サービスの実施地域の数(累計)		6	地域
施策	3									市民の生命や財産を守るための体制の構築			
施策	KPI									住民への防災研修・訓練の実施件数(年間)	49	60	回
施策	4									消防団員の教育・訓練の実施件数(年間)	92	101	回
施策	KPI									救急救命講習の実施件数(年間)	79	95	回
施策	5									市内の老朽危険空家解消件数(累計)	39	60	件
資料	URL									http://www.city.hagi.jp/uploaded/attachment/6786.pdf			

自治体名	高知県黒潮町	福岡県うきは市	長崎県長崎市
面積			
人口	H27 114.10 千人	H22 98.66 千人	H22 406.40 千人
老年	12.365 %	31.640 %	443.766 %
生産年齢	35.2 %	27.7 %	25.1 %
年少	54.6 %	58.8 %	62.4 %
	10.2 %	13.5 %	12.5 %
基本目標	1		
数値目標	地産外産により安定した雇用を創出する	うきはの資源活用と新たな雇用の創出	特定戦略 「交流の産業化」による長崎創生 「ながさき未来Dejima戦略」～人を呼ぶまちから「人を呼んで来るまち」へ～
	現状H26 目標H31 単位	現状H26 目標H31 単位	現状H26 目標H31 単位
	各分野における新規就業者数	高校卒業世代(15歳～19歳の年齢階層)における市外への流出率	観光客数(暦年)
	農業産出額:2,264 木材販売額:46 水揚げ額:856 商工業売上高:13	42人以上 人	17.4 15.4%
	農業産出額:2,300 木材販売額:86 水揚げ額:910 商工業売上高:100		観光消費額(暦年)
	15品目以上 品目		1,234 1,530 億円
	観光客入込数	99万人以上 万人	観光振興による長崎県内の就業者誘発数(暦年)
			27,503 34,000 人
施策			
1	就業支援及び担い手づくり(農業)	藤波ダム周辺地域への産業立地促進	観光創生プロジェクト
KPI	新規就業者数	引き合い件数	外国人延べ宿泊者数(暦年) 212,524 370,000 人
	2 15人以上 人	3 件/年	クルーズ客船乗客・乗務員数(暦年) 199,031 522,000 人
			MICE参加者数(暦年) 366,366 384,000 人
			外国人対応地域ガイド登録者数 150 人
			平日1日あたりの歩行者通行量(中心市街地 16 地点の合計) 133,211 140,100 人
			休日1日あたりの歩行者通行量(中心市街地 16 地点の合計) 125,438 131,700 人
2	設備投資への助成による経営体の強化	水ビジネス可能性検討	価値創出プロジェクト
KPI	認定農業者数	引き合い件数	観光満足度 54.3 59.0 %
	118 125 人	3 件/年	観光消費単価 19,709 22,015 円
			観光客対応の支援店舗数 75 店
3	事業展開・経営に対する支援	藤波ダム公園活用促進	交流を支える都市の基盤整備
KPI	集落営農組織数	利用者数	長崎駅周辺土地区画整理事業の進捗率(累計) 11.6 48.8 %
	10 11 組織	1,000 人/年	長崎市「バリアフリー」基本構想における道路特定事業(市道)の進捗率(中心市街地・浦上地区) 36.3 81.5 %
	集落営農法人化数 1 3 組織		
	庭先集荷利用者数 55 65 人		
4	売上向上(農業)	観光PR体制の整備と強力な情報発信	交流の産業化を進める体制づくり
KPI	施設・露地野菜等出荷量(JA大方支所出荷分)	国内観光客入込客数	日本版DMOの機能を待つ法人数 0 1 団体
	2,542 2,600 t	300 万人/年	
	花卉出荷量(JA大方支所出荷分)	観光協会によるHP・フェイスブック運営の実施	
	4,162 4,200 千本	H28を目途に開始	
	施設・露地野菜等出荷量(JA佐賀支所出荷分)	観光ガイドマップ発行	
	2,187 2,200 t	2 種類/年	
5	就業支援及び担い手づくり(林業)	体験型観光・スタディツアー実施	
KPI	新規林業従事者数	体験型観光客の入込客数	
	2 10人以上 人	10 万人/年	
6	売上向上(林業)	インバウンド(訪日外国人誘致)対策	
KPI	原木生産量	外国人入込客数	
	4,163 7,570 m	1 万人/年	
		観光案内所での外国語による観光案内サービス実施	
		多言語化4ヶ国語観光ガイドブック作成	
		多言語化の観光案内板	
		Wi-Fi 利用可能な観光施設等施設	
7	就業支援及び担い手づくり(水産業)	福岡市への情報発信強化	
KPI	新規漁業従事者数	FRESASの滞在人口(休日)における福岡市博多区のランキング	
	1 6人以上 人	7 4 位	
8	設備投資への助成による低コスト化・魚価安定化	地域産品の販売促進・高付加価値化・新たな特産品開発	
KPI	低コスト化による効率化及び魚価安定化での水揚げ額(佐賀統括支所)	うきは商品提供先	
	526百万円 10%増	6次産業化に取り組む農業法人等	
		5 社	
		5団体増 団体	
9	内需の活性化及び拡大並びに資源確保	本物の温泉プロモーション	
KPI	沿岸漁業漁獲量(町内沿岸漁業総計)	入込数	
	630t 10%増	7 9 万人	
10	水揚げ向上	温泉・健康モデルツアー開発	
KPI	水揚げ量(佐賀統括支所)	参加者数	
	619t 10%増	3,000 人/年	
	新規雇用者数		
	0 4人以上 人		
11	内需の活性化及び拡大並びに資源確保(商工業)	温泉活用健康メニューの開発	
KPI	商品券販売額	参加者数	
	28.7 28 百万円	3,000 人/年	
12	事業展開・経営に対する支援	スポーツツーリズム強化事業	
KPI	新規商談成立先	誘致件数	
	9 年間2件以上 件	3 件	
13	内需の活性化及び拡大並びに資源確保(新産業)	地域資源の洗い出しと商品企画	
KPI	新商品開発数	モノ及びサービス系で計	
	7 20商品以上 品目	20 案件/年	
	新規雇用者数(パート従業員)		
	12 3人以上 人		
	パート従業員のフルタイム化		
	1 1人以上 人		
14	事業展開・経営に対する支援	既存の地域資源を使った商品開発	
KPI	売上高	モノ及びサービス(観光プログラム等含む)	
	13.5 100 百万円	10 案件/年	
	新規契約数		
	4 50件以上 件		
	新規雇用者数(社員)		
	5 1 人		
15	観光振興のための組織(DMO)の構築	雇用～創業・起業・就業関係を重視したサイト開設	
KPI	観光振興のための組織(DMO)の設立	ロールモデルデータ、起業・創業者情報	
	0 1 件	1 人/月	
	新規雇用者数		
	2 2人以上 人		
16	観光客の確保	シェアショップ形式で市所有施設の活用	
KPI	観光客入込客数(各種イベント参加者、宿泊者数、道の駅利用者数等の総数)	突発的な1DAYCAFÉ或いは1WEEK CAFEの開催	
	90万人 10%増	1 回/年	
17	広域観光の機能強化	創業支援の充実(創業支援事業計画に基づく創業支援事業)	
KPI	広域における一般観光客数	創業相談	
	0 53,750人増 人	5 30 件/年	
	広域におけるスポーツ客数	セミナー等の実施	
	0 10,000人増 人	6 回/年	
	広域における外国人延べ宿泊数		
	0 13,300 人泊		
	広域組織に求められる5つの機能(①商品の企画・立案 ②商品の造成・販売・取扱 ③広報・情報発信・窓口④地域の人材育成 ⑤観光産業化) 強化		
18	スポーツ活用による振興	事業拡大・新分野進出・新事業創出の支援	
KPI	スポーツ誘致による延べ宿泊数	新商品開発件数	
	4,483 10,000 人泊	5 件/年	
19	産業振興や地域振興の取組みに意欲を持った人材の育成	就業希望者と地元企業とのマッチング機会の創出	
KPI	人材育成事業への参加者数(延べ数)	層間人口	
	0 50人以上 人	(H22)28,586 28,500 人	
20	販売促進及び認知度向上	収益性の高い農業への転換等の支援	
KPI	ふるさと寄付金件数(累計)	水田機械関係事業	
	40 1,300件以上 件	5 件/年	
21		農林業の担い手の育成・支援	
KPI		新規就農研修事業	
		セミナー等	
		3 名	
		農産物生産者活動支援事業(うきははレインボーファームプロジェクト)	
		2 回/年	
22		就業相談件数	
KPI		25 件/年	
		新規就農者目標	
		7 名/年	
23		未来の夢が描ける林業の育成	
KPI		林業後継者の数	
		5 人	
		木造公共建築物比率(新規分)	
		80 %	
24		ブランド化のコンセプトマーケティング	
KPI		情報発信ツールの制作数	
		3 種類	
25		気象・地温・水圏の環境調査	
KPI		情報発信ツールの制作数(上記と合わせて)	
		3 種類	
26		うきはの戦略的作物の創出	
KPI		戦略的作物の創出数	
		5 件	
基本目標	2		
数値目標	新しい人の流れをつくる	地域コミュニティの再生と都市部からの人の呼び込み	基本戦略 経済を強くし、雇用をつくる
	人口の社会増減	うきは市への1ターン者	はん用機械器具製造業と輸送用機械器具製造業の事業所の製造品出荷額の合計
	△84人 均衡させる	30 50 人/年	4,143 4,143 億円
			従業員数4人以上の食料品製造業の事業所の製造品出荷額(暦年)
			251 251 億円
			県内大卒者の県内就職者数 ※県内就職率 10 ポイント増
			1,055 1,200 人
			※県内就職率 70%目標
施策			
1	受入体制の確立	市内求人データベースの構築	地場産業(食)の強化
KPI	移住相談員の配置	市内新規就業者数	従業員数4人以上 200 人未満の事業所の製造品出荷額等(暦年)
	0 2 人	20 人/年	1,020 1,020 億円
	空き家物件登録件数(延べ数)		
	29 50 件		
2	まちの情報発信	古民家等物件発掘	地場産業(食)の強化
KPI	移住支援 HP アクセス数	空き家データバンク登録数	従業員数4人以上の食料品製造業の事業所の製造品出荷額(暦年)(※A再掲)
	15 20 万件	延べ5 延べ30 件	251 251 億円

	相談件数	137	270 件					水産物・加工品の原材料(すり身)の長崎地域での総出荷額 [暦年]	79	114 億円
施策	3							農林水産物の活性化		
KPI	移住を真剣に考えてもらう 協議会を通じた町外からの移住者数	12	45組以上 組	起業・創業用家等の発掘・活用 空き家を改装した店舗の数	20	店舗		1戸当たりの農産物販売額 沿岸漁業者1人当たりの漁業生産額 認定新規就業者数[累計] 新規漁業就業者数[累計]	3,817 6,599 2 17	4,082 千円 7,589 千円 22 人 27 人
施策	4							商業を中心としたサービス業への支援		
KPI	安心して住み続けてもらう 協議会を通じた町内の転居者数 転出者数	5 345	15組 10%減 人	人材・物件マッチング 雇用マッチング件数 就職相談会	100 1	件 回/年		歩行者通行量(日理) 中心市街地の商店街内店舗数	147,100 2,268	154,500 人 2,268 店
施策	5							創業の支援		
KPI				誘致企業で働く就業者への支援 都市圏からの助成対象転入者数	10	名		創業サポート長崎支援による創業者数	108	150 者
施策	6							中小企業の経営基盤の強化		
KPI				避難訓練減災教育開催回数 自主防災組織の組織率	1 50	3 力所/年 80%		長崎商工会議所による小規模事業者に対する事業計画策 定・支援普及実施件数	145	200 件
施策	7							労働環境の改善		
KPI				地域防犯推進 防犯カメラ設置箇所数	累計14	累計22 箇所		1人当たり月平均総実労働時間(県内の5人以上事業所) [暦年] 就業規則を規定している企業の割合(県内の30人未満事 業所) 長崎県内における大卒者の入職後3年間の離職率 長崎県内における高卒者の入職後3年間の離職率	149.7 90.8 38.8 46.3	145.0 時間 92.0 % 32.1 % 36.5 %
施策	8							地元就職・定着に向けた取組み		
KPI				公園再編計画策定事業 再編した公園の数 子ども公園利用者数	5 3,000	箇所 人/年		事務的職員の年間平均有効求人倍率(ハローワーク長崎管 内) 地場企業の新卒採用調査における市外からのUターン就 職者数[累計]	0.26 163	0.30 870 人
施策	9							企業誘致の推進		
KPI				結婚理解促進活動 市内結婚数	H24~26 平均 131	135 件/年		企業誘致に伴う新規雇用者数[累計]	772	2,410 人
施策	10							地域資源を生かす活動を推進		
KPI				地域資源の発掘数		30 件				
施策	11							景行天皇から南北朝までの歴史資源発掘と活用		
KPI				歴史商品開発数		20 件				
施策	12							近代遺産の活用		
KPI				歴史的施設利用者数		40,000 人				
施策	13							現存する歴史的遺産を活かした観光振興事業(過去から未来 にたぐ地域づくり)		
KPI				古墳見学者参加数		2,000 人				
施策	14							歴史的フットパス整備事業		
KPI				入込数		2,000 人				
施策	15									
KPI										
施策	16									
KPI										
施策	17									
KPI										
施策	18									
KPI										
基本目標 数値目標	3							若い世代の結婚・妊娠・出産・子育ての希望を叶える 合計特殊出生率の増加	1.43	1.64
								結婚から子育てを経て生涯をもち生活することができる は市 うきは市の出生率	1.53	1.63
								新しいひとの流れをつくる 社会移動数[暦年]	△1,044	△900 人
施策	1							子どもに対する“地元から愛される教育”支援		
KPI	交流イベント等の開催	1	3回以上 回	特産スイーツを食べたことのある児童数	3,000	人/年		Uターン者への雇用の確保 地場企業の新卒採用調査における市外からのUターン就 職者数[累計] 企業誘致に伴う新規雇用者数[累計]	164 772	870 人 2,410 人
施策	2							子育て関連医療の充実		
KPI	結婚等促進事業		1事業以上 事業	子育て世代の精神的負担軽減市民満足度	80	%		農林水産業への就業促進 認定新規就業者数[累計] 新規漁業就業者数[累計]	2 17	22 人 27 人
施策	3							ウツスタート事業		
KPI	妊娠・出産及び子どもの健康のための環境整備	72.2(H25全国 91.4) 1歳 6か月児健診の受診率 3歳児健診の受診率	H31年度全国水準 % H31年度全国水準 % H31年度全国水準 %	対象乳幼児	250	人/年		住まいに関する支援 支援事業を活用した移住件数[累計]	0	34 件
施策	4							ワークライフバランスの推進		
KPI	子育て支援策の充実 施設、事業拠点の維持		維持数100 %	講演会等の参加者	500	人/年		長崎で暮らす魅力の発信 ホームページ閲覧件数[累計] 「ながさき暮らし」の推進による移住者数[累計]	0 3	30,000 件 22 件
施策	5							緊急課題学力・才能“寺子屋”事業の充実		
KPI				寺子屋参加者	150	300 人		長崎で学ぶ魅力の向上 県内大卒者の県内就職者数 ※県内就職率 10ポイント増	1,055	1,200 人
施策	6							豊かな心を育てる教育		
KPI				年少人口増		5 %				
施策	7							英語カアップ講師の配置		
KPI				小学校		10 校				
施策	8							ICT教育の充実		
KPI				児童・生徒の ICT端末活用		100 %				
施策	9							スクールカウンセラー・スクールソーシャルワーカーの配置		
KPI				不登校児童生徒数		半減				
施策	10							子どもの居場所づくりクラブ活動指導者育成		
KPI				体調不良児童・生徒の発生数		-20 %				
施策	11							田園環境での学力向上推進		
KPI				希望高校への進学率	95	100 %				
施策	12							子どもをもつ移住者の数		
KPI				予防医療活動の推進 森林セラピー参加者数		50 人(家族) 15,000 人				
施策	13							うきは的健康事業の推進		

施策	11									
施策	KPI									
施策	12									
施策	KPI									
施策	13									
施策	KPI									
施策	14									
施策	KPI									
施策	15									
施策	KPI									
施策	16									
施策	KPI									
施策	17									
施策	KPI									
基本目標	6									
施策	1									
施策	KPI									
施策	2									
施策	KPI									
施策	3									
施策	KPI									
施策	4									
施策	KPI									
施策	5									
施策	KPI									
施策	6									
施策	KPI									
施策	7									
施策	KPI									
施策	8									
施策	KPI									
基本目標	7									
施策	1									
施策	KPI									
施策	2									
施策	KPI									
資料	URL	http://www.town.kuroshio.lg.jp/img/files/pv/sosiki/2016/01/senryaku_n.pdf	http://www.city.ukiha.fukuoka.jp/common/UploadFileDsp.aspx?c_id=35&id=648&sub_id=3&fid=	http://www.city.nagasaki.lg.jp/syokai/730000/731000/p028263.d/fil/sougousenryaku.pdf						

自治体名	熊本県八代市			熊本県玉名市			大分県由布市			
面積	H22	680.60	km ²	H22	152.60	km ²	H22	319.20	km ²	
人口		132,266	人		69,541	人		34,702	人	
老年		28.3	%			%		29.0	%	
生産年齢		57.9	%			%		58.0	%	
年少		12.7	%			%		13.0	%	
基本目標	1	魅力ある産業と雇用を創出し、活力に満ちた“やつしろ”			玉名市の地域資源を活用した産業を育成し、魅力ある雇用を創出する			由布市における安定した雇用を創出する		
数値目標		現状H26	目標H31	単位	現状H26	目標H31	単位	現状H26	目標H31	単位
		49,768	48,544	人						40
		2,292	2,580	億円						
		50	56	億円						
施策	1	掲げる農林水産業の実現			農林水産物の振興			次世代につなげよう、持続可能な仕事づくりプロジェクト		
KPI										
		601	630	ha						30
		6.7	10.0	万㎡						25
		301	330	トン	97,412	98,000	人	5.0		5
		1,000	1,200	トン	9,703	9,800	人			20
					21,472	22,000	人	3		
施策	2	フードバレーやつしろ基本戦略構想の推進			農林水産物の担い手育成と受皿づくり			あらたな就労環境・雇用支援の創出プロジェクト		
KPI										
		5	10	商品	9	10	人			10
		1,400	3,000	万円						5
		3	10	TEU				20		23
				15						2
施策	3	成長産業化への多面的な支援の展開			農林水産物の商品開発と販路拡大					
KPI										
				10	82,540	160,000	千円			
		5	25	件	59	90	品			
施策	4	「人材」の確保・育成・支援			新規企業の誘致と雇用創出					
KPI										
		32	40	件	1,052	1,059	人			
		842	1,000	経営体	24	(新設・増設含む)29	社			
		10	11	件						
			24	人						
			20	人						
			20	社						
施策	5	基幹産業の支援・強化			起業家の創業支援					
KPI										
		7	(H27-31)10	件	5	13	人			
		15	(H27-31)15	件	57	44	店舗			
		67.8	80	%						
施策	6	国際貿易港「八代港」の振興			市内企業・事業者の支援					
KPI										
		18,000	28,000	TEU	7	10	件			
		583	2,500	件						
			2	件						
施策	7				インバウンド事業の推進					
KPI										
					1,000	2,000	人			
					40	50	人			
施策	8				観光型旅行商品開発の推進					
KPI										
					70	200	人			
					386,000	400,000	人			
施策	9				スポーツツーリズムの取り組み推進					
KPI										
					1	4	回			
					150	500	人			
施策	10				玉名版 DMO の構築					
KPI										
						5	人			
						2,388,000	2,500,000	人		
					100,000	110,000	人			
施策	11				医療・福祉の充実					
KPI										
					9	20	人			
施策	12									
KPI										
施策	13									
KPI										
施策	14									
KPI										
施策	15									
KPI										
施策	16									
KPI										
施策	17									
KPI										
施策	18									
KPI										
施策	19									
KPI										
施策	20									
KPI										
施策	21									
KPI										
施策	22									
KPI										
施策	23									
KPI										
施策	24									
KPI										
施策	25									
KPI										
施策	26									
KPI										
基本目標	2	人をひきつけ、人が集う、元気ある“やつしろ”			玉名市への新たな人の流れを創る			由布市への新しい人の流れをつくる		
数値目標										
		238	260	万人	-351	-176	人	390	400	万人
		119	130	億円						
		▲1,199	▲1,020	人						
施策	1	地域資源を活かした交流拡大の推進			玉名市への転入の促進			滞在型・循環型保養温泉地実現プロジェクト		
KPI										
			30		119	200	人	1.10	1.13	日
		300,000	330,000	人				75.0	77.1	万人
								20	50	人
施策	2	世界に打ち出す観光業の展開						由布市ならではの移住・定住プロジェクト		
KPI										
		3	42	回				44	55	件/年
			30	箇所				24	30	件/年
		2,500	7,500	人				35	45	人/年
施策	3	スポーツツーリズムの推進						ゆるい魅力発見・発信プロジェクト		
KPI										
		4,500	25,000	人				34,800	50,000	人
		1	3	件					5,000	人
								1,400	3,500	名/年

施策	13																			
KPI																				
施策	14																			
KPI																				
施策	15																			
KPI																				
施策	16																			
KPI																				
施策	17																			
KPI																				
基本目標	6																			
施策	1																			
KPI																				
施策	2																			
KPI																				
施策	3																			
KPI																				
施策	4																			
KPI																				
施策	5																			
KPI																				
施策	6																			
KPI																				
施策	7																			
KPI																				
施策	8																			
KPI																				
基本目標	7																			
施策	1																			
KPI																				
施策	2																			
KPI																				
資料	URL	http://www.city.yatsushiro.kumamoto.jp/r/g/a/ga7GXimcOX9Vu7vMcGE2Fr3O.pdf				http://www.city.tamana.lg.jp/dl?q=14818_filelib_3171789bc5d0eb658556350e5859905f.pdf				http://www.city.yufu.oita.jp/wp-content/uploads/2015/10/sougousenryaku.pdf										

自治体名	宮崎県椎葉村			鹿児島県薩摩川内市			
面積	H22	536.20	km ²	H22	683.50	km ²	
人口		3,092	人		99,589	人	
老年		38.0	%		27.0	%	
生産年齢		49.8	%		58.3	%	
年少		12.2	%		14.4	%	
基本目標	1	村民が「いきいきと働けるむら」を創る	現状H27	目標H31 単位	生き生きと働くまち薩摩川内～薩摩川内で働く～	現状H26	目標H31 単位
数値目標		新規農林業就業者数		延べ10人	企業連携協議会会員従業員数	7,518	596増人
					年間起業数(年度)		40件
					産業支援センター相談件数(年度)		3,150件
					企業誘致に伴う新規雇用者数(5年間累計・年度)		500人
施策	1	地域資源を活かした産業振興と創業支援			薩摩川内を元気にする産業創造		
KPI		新たな特産品開発や既存商品のリバイバル数	平成31年度末までに5品目		新たに六次産業化又は農工商連携に取り組んだ事業者等の数(年度末)	0	20件
					宿泊者数(年)	273,000	300,000人
					メイドイン薩摩川内LED灯に関係する企業等の雇用創出人数(年度末)		10人
					ヘルスケアビジネスに取り組んだ事業者数(年度末)	0	18事業者
施策	2	農林畜産業支援			安心・快適な職場環境等づくりの促進		
KPI		農林業の担い手を育成する研修の受講者数		延べ20人	市内卒者の市内就職率(年度末)(進学者を除く)	14.4	25%
					女性の雇用保険被保険者数(年度末)	10,690	10,850人
施策	3						
KPI							
施策	4						
KPI							
施策	5						
KPI							
施策	6						
KPI							
施策	7						
KPI							
施策	8						
KPI							
施策	9						
KPI							
施策	10						
KPI							
施策	11						
KPI							
施策	12						
KPI							
施策	13						
KPI							
施策	14						
KPI							
施策	15						
KPI							
施策	16						
KPI							
施策	17						
KPI							
施策	18						
KPI							
施策	19						
KPI							
施策	20						
KPI							
施策	21						
KPI							
施策	22						
KPI							
施策	23						
KPI							
施策	24						
KPI							
施策	25						
KPI							
施策	26						
KPI							
基本目標	2	世界中を「魅了するむら」を創る			暮らしたいまち薩摩川内～薩摩川内で暮らす～		
数値目標		観光入り込み客数		135,000人	本市への転入数(年度)	3,289	3,300人/年
					18～22歳市外転出者数(年度)	764	700人/年
施策	1	地域資源を活かしたブランド力の強化と観光振興			薩摩川内への移住性の推進		
KPI		地域資源を活かした観光ツアーの実施	平成31年度末までに50回		定住助成制度利用者数(年度)	211	300人/年
					地域おこし協力隊員数(年度)	9	30人/年
施策	2	「U・Iターン」の促進			大学との地域連携等による活性化		
KPI		平成31年度末までの移住者数		延べ20人	大学連携事業プログラム参加学生数(年度)		100人/年
		20～29才の女性のリターン率	平成27年度時点 18.1	平成31年度末時点 30%	奨学金返済負担軽減制度の活用件数(年度)		20人/年
施策	3						
KPI							

施策	20							
	KPI							
施策	21							
	KPI							
基本目標	4	時代に合った「住み続けたいむら」を創る		豊かに暮らす薩摩川内～薩摩川内をつくる～				
数値目標		地区計画の見直しおよびそれに基づく具体的な取り組みの実施	平成 31年度末までに10 地区	中心地域の住みやすさの市民満足度(年度)	67	77%以上 %		
				周辺地域の住みやすさの市民満足度(年度)	67	77%以上 %		
施策	1	主体的地域づくりの推進		魅力を高める地域環境づくり				
	KPI	大学、企業等を含めた外部人材活用による地域活性化への取り組み	平成 31年度末までに10 回	地区コミュニティの強化・維持、安全・安心な地域づくり、ふ		80%以上 %		
		地域おこし協力隊の導入	平成 31年度末までに延べ10 人	るさと教育が充実していると感じる市民の割合(年度)				
施策	2	持続可能な社会の構築		既存ストックのマネジメント強化				
	KPI	他自治体等との連携事業の実施	平成 31年度末までの新規事業 10 事業	空き家改修件数(年度)		40 件/年		
		集落支援員の配置	平成 31年度末時点 3 人	公共施設数(年度末)	1,162	1,065		
		地域内の移動手段としての地域内運送体制整備地区数	平成 31年度末までに 2 地区					
施策	3			都市のコンパクト化の促進				
	KPI			中心市街地人口(10/1推計値)	40,201	40,000 人		
施策	4			小さな拠点の形成				
	KPI			小さな拠点数(年度末)		4 地点		
施策	5							
	KPI							
施策	6							
	KPI							
施策	7							
	KPI							
施策	8							
	KPI							
施策	9							
	KPI							
施策	10							
	KPI							
施策	11							
	KPI							
施策	12							
	KPI							
施策	13							
	KPI							
施策	14							
	KPI							
施策	15							
	KPI							
施策	16							
	KPI							
施策	17							
	KPI							
基本目標	5							
数値目標								
施策	1							
	KPI							
施策	2							
	KPI							
施策	3							
	KPI							
施策	4							
	KPI							
施策	5							
	KPI							
施策	6							
	KPI							
施策	7							
	KPI							
施策	8							
	KPI							
施策	9							
	KPI							
施策	10							
	KPI							
施策	11							
	KPI							
施策	12							
	KPI							
施策	13							
	KPI							
施策	14							
	KPI							
施策	15							
	KPI							
施策	16							
	KPI							

	KPI								
	17								
	KPI								
基本目標	6								
施策	1								
	KPI								
施策	2								
	KPI								
施策	3								
	KPI								
施策	4								
	KPI								
施策	5								
	KPI								
施策	6								
	KPI								
施策	7								
	KPI								
施策	8								
	KPI								
基本目標	7								
施策	1								
	KPI								
施策	2								
	KPI								
資料	URL	http://www.vill.shiiba.miyazaki.jp/promote/pdf/%E6%A4%8E%E8%91%89%E6%9D%91%E7%B7%8F%			http://www.city.satsumasendai.lg.jp/www/contents/1445908163266/files/0002.pdf				

