

4. KPI（重要業績評価指標）の設定について

1）KPI（重要業績評価指標）とは

- KPI（重要業績評価指標：Key Performance Indicator）とは、目標を達成するための取組の進捗状況を**定量的に測定するための指標**です。
- 取組をPlan（計画）し、それをDo（実施・実行）に移し、その取組内容をCheck（点検・評価）し、Action（改善）を進めていくというPDCAサイクルを確立していくには、取組の状況や効果を評価できるKPIの設定が有効です。

地方創生関係交付金事業におけるKPIとは、地方版総合戦略等に掲げられた地域の目指す目標（Goal）に対して、どのような取組プロセスを経れば、その目標が達成可能なのかを考えて設計された交付金事業において、その取組プロセスを実現できているかどうかを数値で計測するための指標です。

2）地方創生関係交付金事業におけるKPI設定の視点

地方創生関係交付金事業では、**取組の自立性が確立**されることを重視しています。取組の自立性を確立するためには、**①事業のマネジメントサイクル（PDCA）への意識を高めること、②“確かなPDCAサイクルの稼働”を実現するために適切なKPIを設定・管理することが必要**です。

地方創生関係交付金事業におけるKPIの設定にあたっては、事業の成果・進捗を測るため、下記の基本的な視点に留意することが重要です。

視点1：「客観的な成果」を表す指標であること

視点2：事業との「直接性」のある効果を表す指標であること

視点3：「妥当な水準」の目標が定められていること

3) KPI設定にあたってのポイント ～このような点に気をつけましょう～

視点1：「客観的な成果」を表す指標であること

○成果・効果を捉えたアウトカム指標となっていること

- ・設定するKPIは、交付金を活用した取組によって得られる成果・効果を客観的に示す「事業のアウトカム指標」であることが基本です。
- ・また、事業の評価や改善を効果的に進めるためには、交付金を活用した取組の活動量を示す「事業のアウトプット指標」を併せて設定することも有効です。
- ・そのため、「事業のアウトカム指標」と「事業のアウトプット指標」の両方が設定されている状態が望ましいと考えます。

○主観的でない、定量化されたKPIとなっていること

- ・交付金事業の達成度を評価するためには、事業参加者の満足度のような主観的な指標はふさわしくありません。
- ・また、数値であらわされ、客観的に達成したか否かが判定可能である必要があります。
- ・KPIは、正しく実態を把握できることが基本です。そのため、設定にあたっては、「（推計値ではなく）実測可能なこと」、「ダブルカウントが生じぬこと」等に留意すべきです。

[指標の説明]

指標分類	指標の説明	設定の例
総合的なアウトカム	地域にもたらす最終的な効果、目指す最終目標 交付金を活用した取組によって、最終的に地域にもたらされる成果・効果を示す指標、地方創生事業によって目指す最終目標を示す指標	地域における起業家数 [○] イベントに参加した観光客数 [×] →地方公共団体の解決した最終課題や事業目的と合致するアウトカム指標になっていません。
交付金事業のアウトカム	個別事業の直接的な効果 交付金を活用した取組によって得られる成果・効果を客観的に示す指標	支援事業を通じた新規雇用者数又は売上高 [○] 相談事業に配置した相談スタッフ数 [×] →成果・効果を捉えたアウトカム指標になっていません。また、取組の活動量を示すアウトプット指標でもありません。
交付金事業のアウトプット	個別事業の活動量 事業の評価や改善を効果的に進めるために、交付金を活用した取組の活動量を示す指標	企業家支援セミナーイベント参加者数 [○] イベント参加者満足度 [×] →主観的な評価であり、客観評価とは言い難いです。 ※満足度等の主観的な指標は、一般的には事業の効果を図る尺度の1つではありますが、具体的かつ客観的な成果が求められている交付金事業のKPIとして設定することには慎重であるべきです。

視点2：事業との「直接性」のある効果を表す指標であること

○達成を目指す目標と交付金事業のKPIとの因果関係が明確であること

- ・設定するKPIは、交付金事業によって達成を目指す目標を実現するために、事業の成果・進捗の管理に資する必要があります。そのため、目標との因果関係が明確な指標を設定することが重要です。

○交付金事業によって現れた成果だと説明できるKPIであること

- ・設定するKPIは、交付金を活用した事業の成果・効果として説明できることが重要です。例えば、本交付金事業とは別の事業による変化や事前に織り込み済みの環境変化等の外的要因に影響を受けない指標を設定する必要があります。

[指標の例]

● KPI例①：＜創業（起業）支援事業＞

事業を通じた起業による新規雇用者数 [○]

地方公共団体の定住人口 [×] →事業との因果関係が不明確です。

● KPI例②：＜観光PR事業＞

事業で実施するキャンペーンの対象施設の入場者数 [○]

市町村全体の観光入込客数 [×]

→市町村全体の観光客数には当該キャンペーン以外の観光客数も含まれるため、交付金事業によって現れた成果だと説明できません。

事業分野別のKPI設定の例



➤ KPIの設定では、地方創生事業によって目指す最終目標、地域にもたらす効果を示す「総合的なアウトカム（表の緑枠）」を定め、その達成に紐づく交付金を活用した取組によって得られる成果・効果を客観的に示す「事業のアウトカム（表の赤枠）」と、交付金を活用した取組の活動量を示す「事業のアウトプット（表の青枠）」が設定されている状態が望ましい。

	事業例	事業のアウトプット 個別事業の活動量	事業のアウトカム 個別事業の直接的な効果	総合的なアウトカム 諸事業・施策の全体効果
		(例)	(例)	(例)
ローカル イノベーション	○ 情報システム導入 (ICT, IoT等導入促進)	・ IT設備導入数、設備投資額	・ 労働生産性がXX倍以上達成の企業数	・ 地域における起業者数
	○ 民間ノウハウ活用 (連携協定、人材交流)	・ プロフェッショナル人材のマッチング件数	・ 本事業における成約件数 ・ 育成人材数	・ 地域における新規雇用者数 ・ 地域における企業の売上高
農林水産	○ 地域資源の活用 ／再注目	・ 企業・プロジェクトの売上高 ・ 育成人材数	・ 移住者数（代表的KPI）	・ 地域における農林水産就労者数
	○ 6次産業化支援事業	・ セミナー・研究会等のイベント参加者数	・ 支援事業を通じて開発・生産された製品の売上高・出荷額	・ 地域における農林水産出荷額
観光振興	○ 地域ブランド化 (地域の魅力を活かした商品・サービス開発)	・ 特産品・旅行商品開発数	・ 宿泊者数 ・ 観光客数	・ 地域における観光関連産業売上高
	○ 地域間連携（広域連携による発信力向上と多様なニーズの取り込み）	・ 特産品・旅行商品開発数	・ 電動アシスト付自転車の週末利用件数	・ 宿泊者数、日帰り観光客数の増加に伴う消費の増加額
地方への ひとの流れ	○ 移住相談事業	・ 地域への移住者数	・ 相談事業を経た移住者数	・ 相談事業への参加者数
	○ インターンシップ事業	・ 地元就職率	・ インターンシップ参加者の地元就職数	・ 関連イベントの参加学生数
まちづくり	○ 小さな拠点等の生活拠点整備事業	・ 地域の定住人口数（転入数）	・ 小さな拠点における店舗等の利用者数・売上高	・ 地域運営組織の形成数
	○ 民間ノウハウ活用（連携協定、人材交流）	・ 利用者数（施設・設備利用者数、イベントなどの参加者数、など）	・ 観光客数 ・ 育成人材数	・ 地域の人口・世帯数 ・ 地域への転入者数

3) KPI設定にあたってのポイント ～このような点に気をつけましょう～

視点3：「**妥当な水準**」の目標が定められていること○**目指す水準の根拠が説明できるKPIとなっていること**

- 官民協働による事業を進めていくためには、利害関係者や外部評価者の納得できる指標を設定し、KPIを活用して関係者同士が進捗状況等を共有しつつPDCAサイクルを稼働させることが重要です。そのためには、過去の実績や将来予測などを勘案した上で、目指す水準の根拠を明らかにする必要があります。
- また、理想の状態に対応する高い目標として設定するのか、一定の満足が得られる現実的な目標として設定するのか、絶対に達成すべき最低限の目標として設定するのか等、どのような意図をもって水準を設定するのかを明確にする必要があります。

○**費用対効果の観点からも妥当なKPIとなっていること**

- 設定したKPI（事業のアウトカム）に対して、事業に要するコストが過大でないかチェックが必要です。
- 事業コストに比較して、達成を目指すアウトカムが著しく小さい場合には、その事業そのものを見直す必要があります。

○**到達を予見できる低い水準のKPIを設定しないこと**

- KPIとして到達を予見込むことのできる、低い目標水準を設定することは、KPIの設定を形骸化し、事業の有効性や必要性を疑われることにもつながりかねません。
- そのような点に注意して、適切な水準の目標を設定することが重要です。

○**事業環境を踏まえた目標水準とすること**

- 到達を予見できる低い水準の目標を避けるだけでなく、実態とかけ離れた高すぎる目標を設定してしまうと、かえって目標値の形骸化を招き、関係者の目標達成に向けた意欲の減退につながりかねません。
- 事業の内部環境や事業を取り巻く外部環境を予め分析した上で、適切な水準の目標を設定することが重要です。このことは、2年目以降の目標の設定に関しても同様です。

[指標の例] ＜創業（起業）支援事業＞

KPI例：支援事業を通じた起業家数（開業率）

- 水準の例：対象地域における該当業種の平均開業率以上の値 [○]
類似団体での開業率を大きく下回る値 [×]
→類似の実績から達成を予見できる低い水準の目標設定になっています。
- 費用対効果の例：全国平均値や類似団体との実績等と比較して
1 事業者あたりの費用が同等か下回る値 [○]
1 事業者あたりの費用が大きく上回る値 [×]
→投下するコストに見合わず、費用対効果の点から妥当ではありません。

3) KPI設定にあたってのポイント ～このような点に気をつけましょう～

その他の留意すべき視点

○事業目的に合致したKPIが設定されていること

- 交付金事業の推進に当たっては、いくつかの取組の実施が計画されますが、そもそもこれらの取組を何のために実施するのか、これらの取組が各地方公共団体の策定した地方版総合戦略で設定した基本目標などのKGI（Key Goal Indicator: 組織として当該事業での成果の最終目標を、具体的な時期や数値で明確にし、定量的に評価する指標）と整合しているかについては、しっかりと確認しておくことが重要です。
- これらの取組の成果を測る指標であるKPIについても同様に、当該KPIの目標達成が、上述の地方版総合戦略の基本目標、KGI、事業目的の実現に本当につながるのか、どのように貢献するか等について、あらかじめ確認した上で設定することが重要です。

○複数の観点でKPIが設定されていること

- 交付金事業の目標を達成するための手段は一つとは限りません。多くの場合、目標を達成するための課題や取組は複数あります。それら課題や取組ごとに成果確認・進捗管理が必要です。
- そのため、目標達成のためには複数のKPIが設定され得ることに留意しましょう。

○事業進行中を含む評価や進捗管理に適したKPIとなっていること

- 事業のマネジメントサイクルを稼働させるためには、随時の成果・進捗管理による取組の改善が必要です。その意味では、毎月・四半期・半年など計測頻度が多く、タイムリーに集計・評価可能なKPIが相応しいと考えられます。
- 随時の成果・進捗管理による取組の改善を進めるためには、過度な負担なく計測できる指標となっていることが重要です。具体的には、多大なコストや労力を費やさなくても計測できるKPIを設定することが重要です。
- KPIは取組後の到達点を定めることに加えて、事業進行中の点検や軌道修正に活用されるべきです。そのためには、事業途中において、いつまでに、どんな状態を目指すのかを明らかにできるKPIを設定することが望ましいです。

○KPIや目標水準の検証を行うこと

- 取組を進めても、思うようにKPIが目標水準に到達しない状況に遭遇することもあります。その場合、事業計画や事業体制が適切でないケースや、そもそも設定されたKPIや目標水準が原因となっているケースも考えられます。
- 事業のマネジメントサイクル（PDCA）のプロセスにおいて、KPIの適切性や目標水準の妥当性についても、外部有識者による検証を行うことが重要です。

4) 分野別の主なKPIの例

分野1：農林水産（しごと創生分野①）

事業例	事業のアウトプット	事業のアウトカム	総合的なアウトカム
	個別事業の活動量	個別事業の直接的な効果	諸事業・施策の全体効果
	(例)	(例)	(例)
○ 地域資源の活用／再注目（イベント開催、情報発信、品質向上、規制緩和、新規開拓）	- 企業・プロジェクトの売上高（既存製品を含む売上高、消費金額、販売額の増加、受注数・額、出荷数・額など） - 育成人材数	- 移住者数（代表的KPI） - 人口増加数・社会増数（世帯数、Uターン者数、住民基本台帳人数、出生者数など）	- 地域における農林水産就労者数 - 地域における農林水産出荷額
○ 6次産業化支援事業	- セミナー・研究会等のイベント参加者数 - 支援事業の適用件数（例：設備整備件数、試作品開発支援数、講師・アドバイザー等派遣数） - 支援事業（商談会、プロモーションイベント等）の参加者数 - ブランド認証件数 - 地域商社への参画者・社数	- 支援事業を通じて開発・生産された製品の売上高・出荷額 - 支援事業を通じた商品の新規顧客契約件数 - 支援事業を通じた商品の海外販売国数	
○ 人材確保・育成支援事業	- 人材確保・育成セミナーや研修会等の参加者数 - 移住・一次産業就労に係る相談会・ツアー等の参加者数	- 支援事業を通じた新規一次産業従事者・法人数 - 支援事業を通じた定住・移住・一次産業従事者数	
○ 生産性向上・システム化支援事業	- 支援事業に係る研修・セミナー等の参加農業従事者数 - 技術・システムの開発数・導入数 - 事業で作成したマニュアル等を活用する農業従事者数 - 整備・開発事業を通じた圃場等の生産面積増加量	支援対象事業の売上増加額	
○			

4) 分野別の主なKPIの例

分野2：観光振興（しごと創生分野②）

事業例	事業のアウトプット	事業のアウトカム	総合的なアウトカム
	個別事業の活動量	個別事業の直接的な効果	諸事業・施策の全体効果
	(例)	(例)	(例)
○ 地域ブランド化 (地域の魅力を 活かした商品・ サービス開発)	- 特産品・旅行商品開発数 - 利用者数（施設・設備利用者数、イベントなどの参加者数、など） - Green Finsを導入している海のレジャーに関する事業者数	- 宿泊者数 - 観光客数	- 地域における観光関連産業売上高 - 宿泊者数、日帰り観光客数の増加に伴う消費の増加額 - 地域における観光産業による経済波及効果 - 観光消費額 - 地域住民のための公共財の観光客利用促進指標
○ 地域間連携（広域連携による発信力向上と多様なニーズの取り込み）	特産品・旅行商品開発数	- 電動アシスト付自転車の週末利用件数 - 鉄道等公共交通機関乗客数	
○ 製品・サービス開発／販売促進 (製品の付加価値向上)	特産品・旅行商品開発数	近隣地域の観光地からの立ち寄り観光客数	
○ 地域間連携（広域連携による発信力向上と多様なニーズの取り込み）	ホームページ閲覧数	- 外国人観光客数 - 駅乗降者数 - クルーズ船寄港数	
○ インバウンド事業	- 外国人向けの新商品や体験ツアーの造成数 - インバウンドに取組む地域事業者への支援件数 - 通訳・ガイド人材育成数	事業で実施した外国人ツアー・プログラム参加者数・宿泊者数	
○ 新たな観光資源 開拓・PR事業	- 新商品や体験ツアーの造成数 - 観光ルートやアクティビティの整備数 - 当該キャンペーンの参加事業者数	- 事業で実施したツアー・プログラム参加者数・宿泊者数 ・事業で実施したキャンペーン対象施設入場者数	
○ ICTを活用した 情報発信の仕組みづくり事業	- 情報コンテンツ（webサイト、アプリ等）の作成数 - 情報発信基盤の活用に係る域内事業者等へのセミナー等参加者数	- 情報コンテンツの利用回数・閲覧回数 - 情報発信事業に係るメディアからの取材件数	
○ 観光領域のマネジメント体制 (DMO) 構築事業	- DMOによる新商品や体験ツアーの造成数 - DMOによる現状調査や地域観光事業者への支援件数 - セミナー・研究会・人材講座等のイベント参加者数	- 事業によってDMO組織が支援を行った新商品の売上高、取扱店舗数 - 事業によってDMO組織が支援を行ったツアー商品等への参加者数	
○			

4) 分野別の主なKPIの例

分野3：ローカルイノベーション（しごと創生分野③）

事業例	事業のアウトプット	事業のアウトカム	総合的なアウトカム
	個別事業の活動量	個別事業の直接的な効果	諸事業・施策の全体効果
	(例)	(例)	(例)
○ 情報システム導入（ICT, IoT等導入促進）	- IT設備導入数、設備投資額 - 民間企業との人材交流数、ノウハウの獲得数 - 情報システム導入に取り組んでいる企業数	- 労働生産性がXX倍以上達成の企業数 - 育成人材数	- 地域における起業者数 - 地域における新規雇用者数 - 地域における企業の売上高 - 地域における製品出荷額 - 地域外における認知度、魅力認識度 - 地域における関連産業（例：ヘルスケア産業）に携わる住民の数 - 地域における経済波及効果 - 付加価値創出額 - 製品の海外市場開拓・商談成立数、受注金額 等
○ 民間ノウハウ活用（連携協定、人材交流）	- プロフェッショナル人材のマッチング件数 - アドバイザーが指導した企業数	- 本事業における成約件数 - 育成人材数	
○ 産業創出支援（新規創業支援、企業誘致支援、6次産業化支援）	- 民間企業との人材交流数、ノウハウの獲得数 - 新商品・サービスの売上高（代表的KPI）	- 本事業による経済波及効果 - 新規にIoT等を導入した企業数 - 本事業における売上額 - 育成人材数	
○ 拠点の導入・整備（魅力のある拠点を整備、交流スペース提供）	産品購入意欲度および食品想起率の合計点数	- 新規雇用者数 - 首都圏ネットワーク店舗数	
○ 地域資源の活用／再注目（イベント開催、情報発信、品質向上、規制緩和、新規開拓）	アーカイブ化のための資料収集件数	新商品・サービスの売上高	
○ 創業（起業）支援事業	- 起業家支援セミナー・塾等のイベント参加者数 - 支援関連施設等の利用者数 - 支援事業の適用件数（支援件数）	- 支援事業を通じた起業者数もしくは起業準備者数（起業プログラムの合格者等） - 支援事業を通じた起業による新規雇用者数	
○ 中堅・中小企業支援事業	- 支援事業（見本市、マッチングイベント、支援プログラム等）への参加企業数 - 支援組織等への参加企業数	- 支援事業を通じた新商品（ローカルブランド商品・伝統工芸品等）の開発件数 - 支援事業を通じた新商品（同）による売上高	
○ 産業クラスター形成・強化事業	- クラスター強化に係る産官学連携イベント等への参加者数 - 産学官連携を促す働きかけを行った企業・研究機関等の数	- 強化事業を通じた企業・大学・研究機関の新規立地件数 - 強化事業を通じた新規就業者数	
○			

4) 分野別の主なKPIの例

分野4：地方へのひとの流れ

	事業例	事業のアウトプット	事業のアウトカム	総合的なアウトカム
		個別事業の活動量	個別事業の直接的な効果	諸事業・施策の全体効果
		(例)	(例)	(例)
生涯活躍のまち	○都市圏住民に対するPR事業	- 相談会や移住PRイベント等の参加者数 - お試し体験（居住・就労等）への参加者数 - 短期就労体験の受入企業数	PR事業を通じた東京圏等からの移住者数	- 地域への移住者数 - 地域の転出入者数 - まちなか居住人口 - 地域ニーズに合った専門人材の確保数（医療・福祉等） - 地域の健康寿命、医療費抑制額、要介護認定率の抑制量
	○移住者の住まいの整備事業	- 高齢者向け住宅・シェアハウスの整備数 - 空き家・空き施設の高齢者向け住まいへの改修件数	事業を通じたCCRCへの入居者数	
	○移住者に対する活躍の場（しごと・生涯学習等）の提供事業	- セミナー・研修等の参加者数 - 移住者への仕事紹介数 - アクティブシニア向け就労メニュー数 - テレワーク・創業拠点の設置件数 - 生涯学習プログラムの開発数 - ボランティアポイント制度の協力店舗数	- 事業を通じた新規雇用者数 - 事業を通じた起業家数、新規法人設立数 - 事業を通じたサテライトオフィス誘致件数、利用者数 - 事業を通じた生涯学習プログラムへの参加移住者数 - 事業を通じたボランティア登録者数	
	○移住者の暮らしの安心確保事業	- 地域包括ケア（医療・介護）の拠点設置数 - 介護予防・健康づくりプログラムの開発数、実施件数 - 買い物・移送サービスの実施件数 - 地域住民と移住者の交流拠点（コミュニティ拠点）の形成数	- 事業を通じた介護予防・健康づくりプログラムへの参加者数 - 事業による買い物・移送サービスの利用者数 - 事業を通じた交流拠点の利用者数・交流者数	
	○.....			

	事業例	事業のアウトプット	事業のアウトカム	総合的なアウトカム
		個別事業の活動量	個別事業の直接的な効果	諸事業・施策の全体効果
		(例)	(例)	(例)
移住・人材	○ 情報システム導入 (ICT, IoT 等導入促進)、人材育成	- 民間企業との人材交流数、ノウハウの獲得数 - IT設備導入数、設備投資額	- 人口増加数 (世帯数、Uターン者数、住民基本台帳人数、出生者数など) - 関係人口数 - 育成人材数 - 相談事業を経た移住者数	- 地域の人口、住民基本台帳登録数 - 地域における世帯数 - 地域における出生者数 - 地域への移住者数 - 地域における労働人口数 - 地域における人材数
	○ 移住相談・地域プロモーション事業	- 相談事業の参加者数 - 移住体験ツアー・移住就労体験等のプログラム数・参加者数		
	○ 雇用創出事業	- 雇用・創業支援講座等の参加者数 - テレワーク・創業拠点の設置件数	- 事業を通じた域内への企業誘致数・新規雇用者数 - 事業を通じた起業見込者数、新規法人設立数 - 事業を通じたサテライトオフィス誘致件数	
	○ インターンシップ事業	- 事業の受入企業数 - 事業の参加学生数 - 関連イベントの参加者数	- インターンシップ参加者の地元就職数 - 事業を通じて就業した人材の6か月後定着率	
	○ 人材育成事業	- 研修等の実施組織・施設数 - セミナー等の参加者数	- 事業を通じた専門人材の育成数 - 事業を通じた専門人材の継続雇用率	
	○			

4) 分野別の主なKPIの例

分野5：働き方改革

事業例	事業のアウトプット	事業のアウトカム	総合的なアウトカム
	個別事業の活動量	個別事業の直接的な効果	諸事業・施策の全体効果
	(例)	(例)	(例)
○長時間労働抑制・WLB推進事業	- 研修等の実施組織・施設数 - 相談窓口への相談件数 - セミナー等の参加企業数	- 事業を通じた「働き方改革」に取り組む企業の増加数 - 事業をきっかけとしてワーク・ライフ・バランス推進計画を策定した企業数 - 事業による支援企業における労働時間短縮率	- 地域の人口 - 地域への移住者数 - 地域における就業者数 - 地元就職率 - 地域の労働力人口 - 地域の労働生産性(例：人口一人当たりの生産額)
○女性活躍支援事業	- 研修等の実施組織・施設数 - 相談窓口への相談件数 - セミナー等の参加企業数	- 事業による支援企業における女性管理職の増加数 - 事業による支援企業における女性の復職率の増加量	
○子育て・介護支援事業	- 研修等の実施組織・施設数 - 相談窓口への相談件数 - セミナー等の参加企業数	- 事業による支援企業における出産後の女性の復職率の増加量 - 事業による支援企業における介護離職率の減少量	
○テレワーク推進事業	- テレワーク・サテライトオフィス設置数 - テレワーク導入検討企業へのセミナー等の参加企業数	- 事業を通じたテレワーク就業者数 - 事業を通じたテレワーク実施企業数	
○.....			

4) 分野別の主なKPIの例

分野6：まちづくり

事業例	事業のアウトプット	事業のアウトカム	総合的なアウトカム
	個別事業の活動量	個別事業の直接的な効果	諸事業・施策の全体効果
	(例)	(例)	(例)
○ 民間ノウハウ活用（連携協定、人材交流）	- 伝統工芸職人塾生（延べ人数・長期短期含む） - 利用者数（施設・設備利用者数、イベントなどの参加者数、など）	- 観光客数 - 育成人材数	- 地域の人口・世帯数 - 地域への転入者数 - 地域の空き店舗・空き家率 - 公共交通機関利用率 - 地域内生産額 - 地域の就業者数
○ 小さな拠点等の生活拠点整備事業	- 生活拠点（小さな拠点等）の整備数 - 地域運営組織の形成数 - ワークショップ等の参加者数	- 生活拠点（小さな拠点等）における店舗等の利用者数・売上高 - 生活拠点における新規雇用者数	
○ まちなか再生事業	- 事業による空き家・空き店舗のリノベーション物件数 - リノベーション研修・セミナー等の参加者数 - 空き家・空き店舗DBへの登録数	- 事業を通じた新規開業数・新規雇用者数 - 事業において支援した店舗の売上高 - 事業を通じて来客数が増加した店舗の数 - 事業対象地域の空き店舗減少率	
○ 地域交通事業	- 路線バス、コミュニティ交通の運行本数 - オンデマンド交通の運行回数 - 交通結節点やバス停留所等の整備数	事業による公共交通利用者数（乗降者数/公共交通分担率）の増加数	
○ まちづくり人材・組織育成事業	- まちづくり会社等の設立数 - まちづくり事業への参画団体数 - まちづくり会社の自主事業数 - まちづくりフォーラム等の参加者数 - 起業・創業支援セミナー・塾等のイベント参加者数	- 育成事業を通じた起業・創業者数 - 育成事業で企業・創業した事業者の売上高、新規雇用者数 - 支援事業を通じたまちづくり人材育成数 - 事業を通じたまちづくり会社の自主事業売上高	
○			