

レビューシート（指標点検型）

様式 2

レビュー項目 (事業名)	県立大学授業料等無償化事業				部(局)	総務部				
					所管課	教育課				
					担当班	大学振興班				
					連絡先	078-362-3128				
開始年度	令和6年度	終了年度	—	関連計画等	—					
事業区分	<input type="checkbox"/> 国補助事業 <input checked="" type="checkbox"/> 県単独事業									
実施方法	<input type="checkbox"/> 直執行 <input type="checkbox"/> 委託 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> その他(交付金)				実施主体等	公立大学法人				
事業目的	兵庫の若者が、学費負担への不安なく安心して希望する教育を受けることができる仕組みづくりのため、高等教育への支援を先駆的・安定的に実施する。									
事業概要	県が設置している県立大学（兵庫県立大学、芸術文化観光専門職大学）について、県内在住者の入学金及び授業料を学部、大学院ともに所得に関わらず無償化する <input type="radio"/> 県内在住者に対する入学金(282千円)及び授業料(535.8千円)を免除する ※ 在学生と新入生との支援格差を考慮し、在学生（高学年）より段階的に実施する <input type="radio"/> 令和6年度から運用開始（令和8年度完成予定） <input type="radio"/> 令和7年度 授業料（学部2年～4年、大学院全学年）、入学金（大学院） <input type="radio"/> 県立大学授業料等無償化基金の設置									
令和7年度当初予算	1,380,629千円		(国庫)	0千円	(特定)	1,380,629千円	(起債)	0千円	(一般)	0千円
評価指標	指標名	6年度実績	7年度目標	8年度目標	最終目標【年度】	設定の考え方				
	成果指標(アウトカム指標①)									
	県立大学における県内生の入学志願者数(単年度目標)	3,839人	3,700人以上	3,700人以上	3,700人以上【8年度】	【設定の考え方】 学費負担への不安なく安心して希望する教育を受けられる者の増加を成果とし、全国的に志願者数が減少する中、無償化公表後(R5)の県内生の入学志願者数の維持を指標に設定 【目標値の考え方】 (芸術文化観光専門職大学含む) 無償化公表後(R5)の県内生の志願者数並				
	成果指標(アウトカム指標②)									
	県立大学の奨学金貸与月額(単年度目標)	74百万円	87百万円	78百万円	52百万円【11年度】	【設定の考え方】 奨学金の活用が減少することを成果とし、奨学金貸与月額を指標に設定 【目標値の考え方】 (芸術文化観光専門職大学含む) ①無償化前貸与月額103百万円(R6.3月) ②無償化された学部1年生が4年生となるR11年度に、貸与月額を半減(※)させることを最終目標に設定 ※県内生割合(約50%)並 ③R5～R11の6年間で段階的に縮小(103-52百万円)÷6年=年約9百万円減				
成果指標(アウトカム指標③)										
県立大学のインターンシップ関連科目(キャリア教育)履修者数	799人	800人	900人	1,300人【12年度】	【設定の考え方】 無償化を機に、県内での就職に関心のある学生が増加することを成果とし、インターンシップ関連科目履修者数を指標に設定 【目標値の考え方】 ①全学生が、少なくとも1回はインターンシップ関連科目を履修する ②次期中期計画(R7～R12)の最終年度を最終目標年度とする					
成果指標(アウトカム指標④)										
県立大学の県内就職率(単年度目標)	32.5%	33.9%以上	34.5%以上	36.1%以上【11年度】	【設定の考え方】 無償化を機に、県内での就職に関心のある学生が増加することを成果とし、県内就職率を指標に設定 【目標値の考え方】 ①過去5カ年(R1～R5)最高値36.1% ②無償化された学部1年生が4年生となるR11年度を最終目標年度とする					

	指標名	6 年度 実績	7 年度 目標	8 年度 目標	最終目標 【年度】	設定の考え方
評価指標	成果指標(アウトカム指標⑤) 県立大学の地域連携事業の実施件数(単年度目標)	1,620件	1,620件	1,620件	1,620件 【11年度】	【設定の考え方】 大学と地域との連携の重要性が増している中、無償化を機に、地域への愛着や地域貢献に関心を持つ学生が増え、地域との連携活動（フィールドワーク等）に主体的に取り組むことで、県立大学と県内の各地域との連携事業数を維持することを成果とし、県立大学の地域連携事業の実施件数を指標に設定 【目標値の考え方】 （芸術文化観光専門職大学を含む） ①無償化導入後のR6実績並の実施件数を維持する ②無償化された学部1年生が4年生となるR11年度を最終目標年度とする
	活動指標(アウトプット指標①) 無償化PR活動回数 (単年度目標)	115回	100回	100回	100回	【設定の考え方】 無償化を進学先検討の要素としてもらうため、制度を広く周知 【目標値の考え方】 （芸術文化観光専門職大学含む） R5実施の学校訪問（50回）やオープンキャンパス（50回）回数並
	終期設定	有（ ） ・ （無）				
改善基準						
外部委員会意見	<ul style="list-style-type: none"> ・「授業料等無償化」という手段が事業名になっており、目的が見えづらい。本来の目的は「兵庫の若者が、学費負担への不安なく安心して希望する教育を受けることができる仕組みづくり」であり、事業名は目的を反映すべき。 ・キャリア教育や地域貢献などの指標が追加されているが、事業目的とアウトカムとの整合性が不十分のため、事業目的も追加で書き換えるべき。 ・現在のアウトカム指標が無償化対象学生に限定されていないため、無償化対象学生に限定したアウトカム指標の設定が望ましい。 ・新入生アンケートなどを活用し、進学動機や地域定着の傾向を把握することが重要であるため、実施を検討していただきたい。 ・地域貢献やキャリア形成を通じて、大学の個性や魅力を高めるべき。「無償化」だけでなく、「ここでしかできない学び」や「地域との連携」を前面に出すことで若者の地元定着を促進し、施策の統合的展開を図ってはどうか。 ・無償化対象学生の行動（履修・就職・地域活動）を追跡し、アウトカムを取らなければ、この事業の正しい成果を把握することはできないのではないかと。目標に合った成果のデータを取る仕組みを組み込んでいかなければならない。 					
見直し結果						

レビューシート（指標点検型）

様式 2

レビュー項目 (事業名)	人権インクルーシブ推進事業 (旧事業名：人権ダイバーシティ推進事業)				部(局)	県民生活部				
					所管課	総務課人権推進室				
					担当班	人権推進班				
					連絡先	078-362-9135				
開始年度	令和6年度	終了年度	—	関連計画等	—					
事業区分	<input type="checkbox"/> 国補助事業 <input checked="" type="checkbox"/> 県単独事業									
実施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 直執行 <input checked="" type="checkbox"/> 委託 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> その他()				実施主体等	(公財)兵庫県人権啓発協会				
事業目的	LGBT理解増進法が施行(R5.6月)され、自治体にはさらなる取組が求められている。性的マイノリティが直面する生活上の困難や生きづらさを解消するため、相談窓口の開設やパートナーシップ制度の運用に加え、性的マイノリティを含むすべての県民が働きやすい環境づくりを推進する。									
事業概要	①性的マイノリティの理解増進の取組 ・パートナーシップ制度の運用 ・LGBT出前講座の実施 ②性的マイノリティに関する相談の実施									
令和7年度当初予算	2,204千円		(国庫)	0千円	(特定)	0千円	(起債)	0千円	(一般)	2,204千円
評価指標	指標名	6年度見込	7年度目標	8年度目標	最終目標【年度】	設定の考え方				
	成果指標(アウトカム指標①)					【設定の考え方】支援団体スタッフによる専門相談により相談者の問題解決 【目標数値の考え方】先行実施する大阪府のH30～R2実績65%を上回る目標を設定				
	LGBT専門相談解決率(%)	66	70	70	70					
	成果指標(アウトカム指標②)									
	成果指標(アウトカム指標③)									
	活動指標(アウトプット指標①)					【設定の考え方】学校や民間企業等に専門スタッフを派遣し学習の機会を提供 【目標数値の考え方】令和6年度実績並				
	LGBT出前講座開催回数(回)	10	10	10	10					
	活動指標(アウトプット指標②)									
	活動指標(アウトプット指標③)									
	終期設定	有()			無					
改善基準										
外部委員会意見	・アウトカム指標の「解決率」について、算定の考え方が相談対応者の主観に基づいており、実態と乖離する可能性がある。解決の判断は相談者自身による評価が必要であるため、相談者に事後アンケート等を実施し、アンケート結果に基づく評価へ変更が望ましい。 ・相談者による満足度(例:5段階評価)の平均値をアウトカム指標にしてはどうか。 ・相談件数の減少傾向があり、背景にはAIへの相談の増加も関係している。そのため「相談件数の延べ数」をアウトカム指標に設定してはどうか。 ・当事者の質問に対しては難しいが、一般的なQ&Aでも当事者以外の支援者にとっては有効的であるため作成していただきたい。 ・学校だけでなく、庁舎などで誰でも参加できる出前講座を開催し、当事者以外の周囲の人の理解促進にもつなげていただきたい。 ・当事者への直接的アプローチとして、出前講座の開催回数、広報回数、企業交流会の実施回数など、県の具体的な行動を指標化するとともに、アウトカム指標として出前講座の参加者数や企業交流会での取り組み創出数も設定してはどうか。 ・県が直接行う環境づくりとしては、パートナーシップ制度の認定件数等をアウトカム指標として設定してはどうか。また、企業や学校などへの働きかけによる環境整備として、パートナーシップ制度に関連する行政・民間サービスの提供数や、自治体との打ち合わせ回数、Q&Aの整備件数もアウトプット指標として活用してはどうか。									
見直し結果										

レビューシート（指標点検型）

様式 2

レビュー項目 (事業名)	ものづくり中小企業におけるDX実践モデル事業				部(局)	産業労働部				
					所管課	地域産業立地課				
					担当班	ものづくり支援班				
					連絡先	078-362-3373				
開始年度	令和7年度	終了年度	令和9年度	関連計画等	—					
事業区分	<input checked="" type="checkbox"/> 国補助事業 <input type="checkbox"/> 県単独事業									
実施方法	<input type="checkbox"/> 直執行 <input type="checkbox"/> 委託 <input checked="" type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> その他()				実施主体等	兵庫工業会				
事業目的	中小企業がDXアドバイザーの指導・サポートのもと実践するDXの取組手法を、モデル事例として広く普及することで、中小企業のDXを促進。									
事業概要	①モデル事例の創出 中小企業からDX実践チャレンジ企業を選出し、DXアドバイザーからの助言・サポートをゼミナール形式で受けながらDXを実践する。 ②DX実践手法の普及 上記活動に外部企業もオブザーバーとして参加し、DX実践プロセスを共有する。また、実践記録を作成・配布することで、県内企業へのDX実践の普及を図る。									
令和7年度 当初予算	8,612 千円		(国庫)	4,306 千円	(特定)	0 千円	(起債)	0 千円	(一般)	4,306 千円
評価 指標	指標名	6年度 見込	7年度 目標	8年度 目標	最終目標 【年度】	設定の考え方				
	成果指標(アウトカム指標①)									
	モデル事例創出数(社)	-	2	2	2 【R9年度】	近畿経済産業局で実施された「DXゼミナール」事業実績(R5・6)並				
	成果指標(アウトカム指標②)									
	事業参加数(社・団体)	-	20	20	20 【R9年度】	モデル事例創出1件につき10社の参加を想定				
	成果指標(アウトカム指標③)									
	活動指標(アウトプット指標①)									
	モデル事例集の周知先団体数	-	50	50	50 【R9年度】	県内の主要な商工関係団体数				
	活動指標(アウトプット指標②)									
	活動指標(アウトプット指標③)									
標	終期設定	(有) (令和9年度) ・ 無								
	改善基準	成果指標達成率50%未満で見直しを検討								
外部 委員 会 意見	・ 中小企業のDXが進まない最大の要因は「トップの意思決定不足」とよく言われる。手法が分からないから実践できないのではなく、トップへの周知が足りていないという課題感を持っていただきたい。ボトムアップでは限界があり、経営層への直接的な働きかけが必要である。 ・ 成功事例を生むにはまず数を集めることが重要であるため、成功・失敗事例を蓄積し、横展開につなげてはどうか。 ・ 現在のモデル企業は規模が大きく、他の中小企業が真似しにくい可能性があるため、より小規模な企業を対象にした事例づくりにすれば、数はおのずと増えるのではないかと。商工会議所などでの訪問説明やセミナー開催が効果的ではないかと。 ・ モデル事業で対象になった企業がどれだけ生産性が上がったのかが最終的なアウトカムになるため、モデル企業の生産性向上の数・割合をアウトカム指標として設定してはどうか。チャレンジ企業・オブザーバー企業のDX実践状況を追跡し、できる範囲から成果を把握してはどうか。 ・ 成功企業を「DX伝道師」として認定し、他企業への啓発役にしてはどうか。経営者同士で横展開することが効果的である。 ・ SNS活用による好事例の広報は、特にモデル事業であることも踏まえ有効であるように感じる、好事例が生まれたら、それをまたさらにSNSで宣伝するというような好循環を作っていただきたい。 ・ 「周知先団体数」ではなく、「訪問説明回数」や「セミナー開催数」など、具体的な行動を指標化してはどうか。									
見直し結果										

レビューシート（指標点検型）

様式 2

レビュー項目 (事業名)	生活交通ネットワーク再編等実証実験				部(局)	土木部				
					所管課	交通政策課				
					担当班	地域交通班				
					連絡先	078-362-3885				
開始年度	R2年度	終了年度	—	関連計画等	ひょうご公共交通10ヵ年計画					
事業区分	<input type="checkbox"/> 国補助事業 <input checked="" type="checkbox"/> 県単独事業									
実施方法	<input type="checkbox"/> 直執行 <input type="checkbox"/> 委託 <input checked="" type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> その他()				実施主体等	市町に対して補助				
事業目的	交通空白地の解消や公共交通の利便性向上等を図るため、市町と連携し、既存の交通ネットワークの最適化を図る実証実験を支援し、地域の実情に応じた交通ネットワークへの再編を促進する。									
事業概要	<ul style="list-style-type: none">・市町が多様な交通モードの中から地域の実情に即した交通モードの選択、運用方法の検証が可能となるよう、令和6年度まではICTを活用したデマンド型乗合交通の実証実験経費を対象としていたが、令和7年度からは新たに路線再編のための実証実験経費も支援・負担割合：市町実質負担額に対し、1/2または1/3を支援・補助上限：1,000千円/市町									
令和7年度 当初予算	8,000千円		(国庫)	0千円	(特定)	0千円	(起債)	0千円	(一般)	8,000千円
評価指標	指標名	6年度 見込	7年度 目標	8年度 目標	最終目標 【年度】	設定の考え方				
	成果指標(アウトカム指標①) 乗合バスの輸送人員	19,952万人 【R5】 (R6実績はR7.9 公表予定)	23,373万人	23,373万人	23,373万人	将来人口の減少が見込まれる中、現状(H30)を維持する。				
	成果指標(アウトカム指標②) 「住んでいる市町の公共交通は便利だと思う県民」の割合 (「兵庫のゆたかさ指標」県民意識調査)	53.9%	55%	56%	60% 【R12】	ひょうご公共交通10ヵ年計画に基づき設定				
	成果指標(アウトカム指標③)									
	活動指標(アウトプット指標①) 本事業の周知を実施する回数	2回	3回	3回	3回	補助事業の対象となる市町に対して周知を実施				
	活動指標(アウトプット指標②)									
	活動指標(アウトプット指標③)									
	終期設定	有()						無		
	改善基準									
	外部委員会意見	<ul style="list-style-type: none">・県内でのニーズも高く、実証実験を行った11件中10件が本格運行に移行しており、成果は非常に高いと言える。・現行のアウトカム指標(輸送人員数、県民の利便性評価)はマクロ的視点で、事業の直接的成果からは遠い。実証実験の成果として「本格運行への移行数」など、より近い指標を設定すべき。この事業によって交通空白地がどう解消されたか等のダイレクトな数値も指標設定として検討していただきたい。・病院に行きやすくなった、買い物便利になったなど生活のシーン別に満足度が比較できるようになると良いのではないかな。・成功事例を県内他市町に共有する取り組みを行っているのなら、横展開できた数をアウトカム指標として設定することも考えられる。・成果指標の見える化は、担当者のやりがい向上にもつながる。指標の工夫が行政職員のモチベーションにも影響するため、指標を利用していただきたい。								
見直し結果										

レビューシート（指標点検型）

様式 2

レビュー項目 (事業名)	県立高校ふるさと共創プロジェクト				部(局)	教育委員会事務局				
					所管課	高校教育課				
					担当班	高校生徒指導班				
					連絡先	078-362-3778				
開始年度	令和7年度	終了年度	令和9年度	関連計画等	—					
事業区分	<input checked="" type="checkbox"/> 国補助事業 <input type="checkbox"/> 県単独事業									
実施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 直執行 <input type="checkbox"/> 委託 <input type="checkbox"/> 補助 <input checked="" type="checkbox"/> その他()				実施主体等	県				
事業目的	高校生が地域資源を知り、見直しや活用について学びを深め、「まちづくり」や「ビジネス」の提案、学びの成果をアウトプットする機会、地域とのつながりを創出し、地方創生に貢献する人材育成を図るとともに、生徒自身が考え発信することでふるさとへの愛着とプライドを醸成する。									
事業概要	県立高等学校の生徒に対し、下記の教育活動を展開する。 (1) 環境保全活動や地域イベント等への参加をとおして地域の魅力について学習 (2) 環境保全活動や地域イベント等に協力・協賛している地域企業の調査・分析 (3) 調査・分析の結果、興味を持った地域企業における就業体験と事業提案の実施 (4) 生徒全員が未来のふるさとについて考え、それぞれの取組の成果を各地域等で発表 校内優秀発表を決定し、全体発表会チームを選出 (5) 全県成果発表会において、外部評価委員による採点・表彰を実施し、好事例を展開									
令和7年度 当初予算	77,000 千円		(国庫)	38,500 千円	(特定)	0 千円	(起債)	0 千円	(一般)	38,500 千円
評価指標	指標名		6年度 実績	7年度 目標	8年度 目標	最終目標 【年度】	設定の考え方			
	成果指標(アウトカム指標①)									
	将来、ふるさとで働きたいと思う生徒の割合		45.0%	48.6%	52.2%	55.8% 【R9年度】	○地方創生に貢献する人材を育成し、ふるさとへの愛着を測るため設定 【数値の考え方】 ○国立青少年振興機構 (R5.6月調査) の「将来地元で働きたいと考える高校生の割合」全国平均55.8%を最終目標に設定 ○各年度は、最終目標値55.8%とR6実績値45.0%の差を3カ年で按分して設定 (年+3.6%)			
	活動指標(アウトプット指標①)									
	県立高校ふるさと共創プロジェクトの実施校数		147校	153校	153校	139校 【R9年度】	○各校での取組みの全県的な横展開でより効果的な学習を図る観点から、全県立学校で取組む必要があるため学校数を指標に設定 【数値の考え方】 発展的統合により、学校数が増減 R7,8年度: 153校、R9年度: 139校			
	終期設定		有 (令和9年度) 無							
改善基準		成果指標が45.0%を下回った場合、見直しを図る								
外部委員会意見	・「将来ふるさとで働きたいと思う生徒の割合」はマクロ的な指標で個々の高校の取り組み成果が見えにくいので、探究活動前後でアンケートを実施し、生徒の意識変化を測るような近い成果指標を導入してはどうか。 ・成果の高い学校の事例を他校に展開することも大事だが、学校間で交流・発表する「キャラバン」的な取り組みにより、共創の意味を深めることも重要である。また、生徒の提案が地域で実現されるなど、生徒が達成感を得られる仕組み作りも試みていただきたい。 ・生徒が捉える「ふるさと」が市町村単位か県単位かで回答が変わるため、定義の明確化とアンケート設計の工夫が必要である。 ・キャラバン等のイベントの開催回数をアウトプット指標に、そこで得られた生徒の変化をアウトカム指標に設定し、アンケートで捉えていってはどうか。 ・高校と県立大学の専門性を連携させることで、地域に根差したキャリア形成が可能になるのではないかと。また、県の地域創生戦略と連動させることで、より広い視点で事業を展開・発展させていただきたい。									
見直し結果										