

最終目標・結果の指標 KGI	目標を達成するための過程を測る指標 KPI		データ収集方針	
			データ	収集先
<b>1. RevPAR</b> (エリア全体の収益増加・シーズナリティの平準化)	①宿泊者満足度 ②宿泊者数（現状データあり） ③既存＆新規事業コンテンツ創出数 ④公共空間の利活用＆維持管理の状態 ⑤温泉街景観の形成、修景の進捗 ⑥オフシーズンコンテンツの創出数	②① TOP10メディア露出 (にっぽんの温泉100選)	<b>1泊2食付き 月ごとで算出</b>	<b>各旅館から 提出</b>
<b>2. 新規事業創出</b> (既存＆新規事業者による新たなそぞろ歩きコンテンツの増加)	⑦外湯の利用者数と消費額 ⑧温泉街に出た宿泊者数 ③既存＆新規事業コンテンツ創出数 ⑨外部人材と地域のマッチングハブ人材が存在するか ⑩ハブとなる拠点が形成されているか		<b>新規事業数を 実地調査</b>	<b>市</b>
<b>3. 生産年齢人口</b> (雇用を生む、働く世代が住む)	③既存＆新規事業コンテンツ創出数 ⑪子育て世代が住みたくなる住宅供給がされているか ⑫リタイヤ世代の豊かな働き方が実現しているか ⑬エリアの雇用者数 ⑭エリアへの移住者数		<b>15～65歳 + 65歳以上で働いている人数</b>	<b>市</b>
<b>4. 従業員満足度</b> (日本一働きたい温泉地になる)	③既存＆新規事業コンテンツ創出数 ⑮従業員の利用回数が多いコンテンツがあるか ⑯正社員比率		<b>従業員アンケート ※項目要検討</b>	<b>各旅館協力の もとで実施</b>
<b>5. 地域主体経営状況</b> (エリアに再投資し持続的に魅力向上を図る体制と財源)	⑰地域の動きや可能性の情報発信がされているか ④公共空間の利活用＆維持管理の状態 ⑱関係人口、コミュニティの形成 ⑲エリマネを担う地域主体の存在と事業収支の黒字化		<b>決算書等</b>	<b>未着手</b>