

「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」の検証

基本の方針 2　目指す姿 5～7

はじめに

■本部会の位置づけ（第1回発展会議でご説明済み）

世田谷区地域経済の持続可能な発展を目指す会議規則第6条に基づき、条例における4つの基本方針ごとに地域経済の持続可能な発展を目指す会議検証部会を設けています。本部会においては、各施策の進捗状況をもとに、主にロジックモデルを用いて議論いたします。

■本日の流れ

（1）「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」の検証手順を

事務局からご説明します

（2）実際のロジックモデルを基にご議論いただきます

なお、必ずしも（1）でご説明する検証手順に沿う必要はありません。

各委員の独自の視点より、多様な働き方、起業家精神の発揮の観点から
忌憚のないご意見をお聞かせください。

■本部会で扱うロジックモデル

目指す姿5～7

「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」の検証手順

1. 行動指標の確認

- 「行動指標」とは、「行動変容に対して寄与のある施策」と定義されている
(別冊_「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」のP1より)
- 「支援数」や「情報発信」等、能動的な指標となっているか確認

2. 論理（道筋）の確認

- (1) で設定した「行動指標」が変化の状況である「短期アウトカム等」に
つながる（論理の飛躍がないか）か確認

3. 指標の確認

- 変化の状況である「短期アウトカム等」が評価できる指標になっているか確認

4. データ収集方法の確認

- データの収集方法として適切なのか確認

5. 全体の流れを確認

- (1) ~ (4) を踏まえ、全体の流れを確認

1. 行動指標の確認

行動指標の確認

→「行動指標」とは、「行動変容に対して寄与のある施策」と定義されている
(別冊_「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」のP1より)

→施策とあるため、「支援数」や「対話回数」など能動的な指標となっているか確認

指標	指標名
行動指標	1 多様な働き方に関するセミナー回数
	2 多様な働き方の相談・社会保険労務士の相談実施回数
	3 兼業・副業の理解促進や普及啓発に関する情報発信数
	4 おしごとカフェでの求人件数
	5 三軒茶屋就労支援センターのセミナー回数

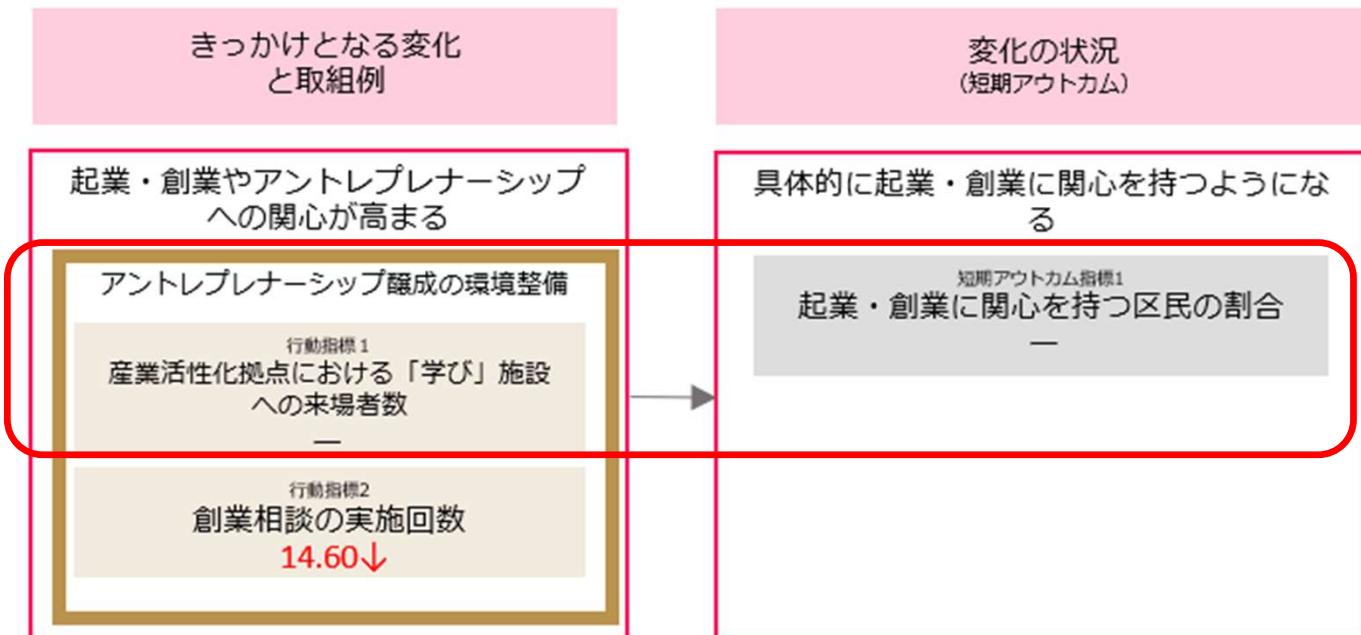
目指す姿 5 より抜粋

○行動指標 4 の「おしごとカフェでの求人件数」については
受動的な指標のため、行動変容に対して寄与のある施策としては適切ではない
例えば、「区内企業と求職者のマッチングイベント開催数」を
行動指標としてはどうか。

2. 論理（道筋）の確認

論理（道筋）の確認

→ (1) で設定した「行動指標」が変化の状況である「短期アウトカム等」につながる（論理の飛躍がないか）か確認



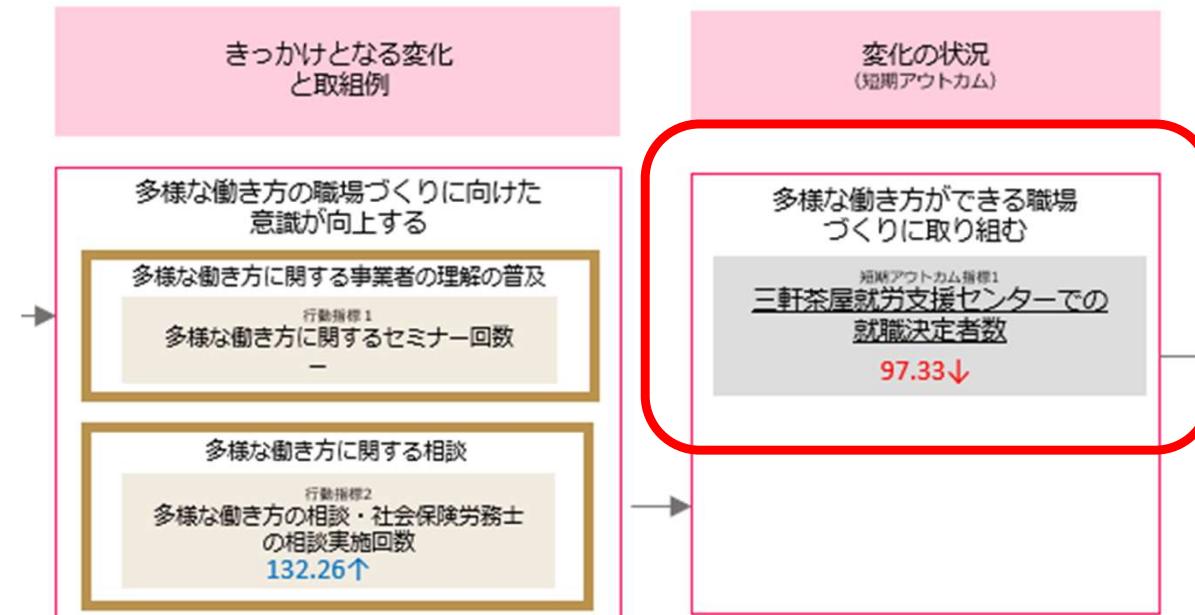
目指す姿 7 より抜粋

○行動指標 1 「産業活性化拠点における「学び」施設への来場者数」が
短期アウトカム指標 1 「起業・創業に関心を持つ区民の割合」につながるだろうか
「学び 施設へ来場した者はあくまでも認知するだけであり、
起業・創業に関心を持つまでは到達するのは難しいのではないか。

3. 指標の確認

指標の確認

→変化の状況である（短期アウトカム等）が評価できる指標になっているか確認



目指す姿 5 より抜粋

○変化の状況（短期アウトカム）として、

「多様な働き方ができる職場づくりに取り組む」を設定しているが
その指標は「三軒茶屋就労支援センターの就職決定者数」となっている。

単純に就職決定者数では、多様な働き方ができる職場づくりに取り組む状況を
捉えることはできないのではないだろうか。

別の指標を設定する必要があるのではないか。

4. データ収集方法の確認

データ収集方法の確認

→データ収集方法として適切なのか確認

企業内創業・兼業副業を認める事業者割合

産業基礎調査。「従業員の副業・兼業について、どうお考えですか」（積極的に推奨している・推奨はしていないが、容認している）の回答割合

目指す姿 5 より抜粋

○中長期アウトカム指標である「企業内創業・兼業副業を認める事業者割合」のデータの収集方法を「産業基礎調査において、（従業員の副業・兼業について、どうお考えですか）の回答割合」としているが

アウトカム指標では、創業の要素が含まれているが、
産業基礎調査の問では、創業の要素が含まれていない。

産業基礎調査の問を見直す必要があるのではないか。

目指す姿5 ライフスタイル等に応じた多様な働き方が選択できる世田谷区

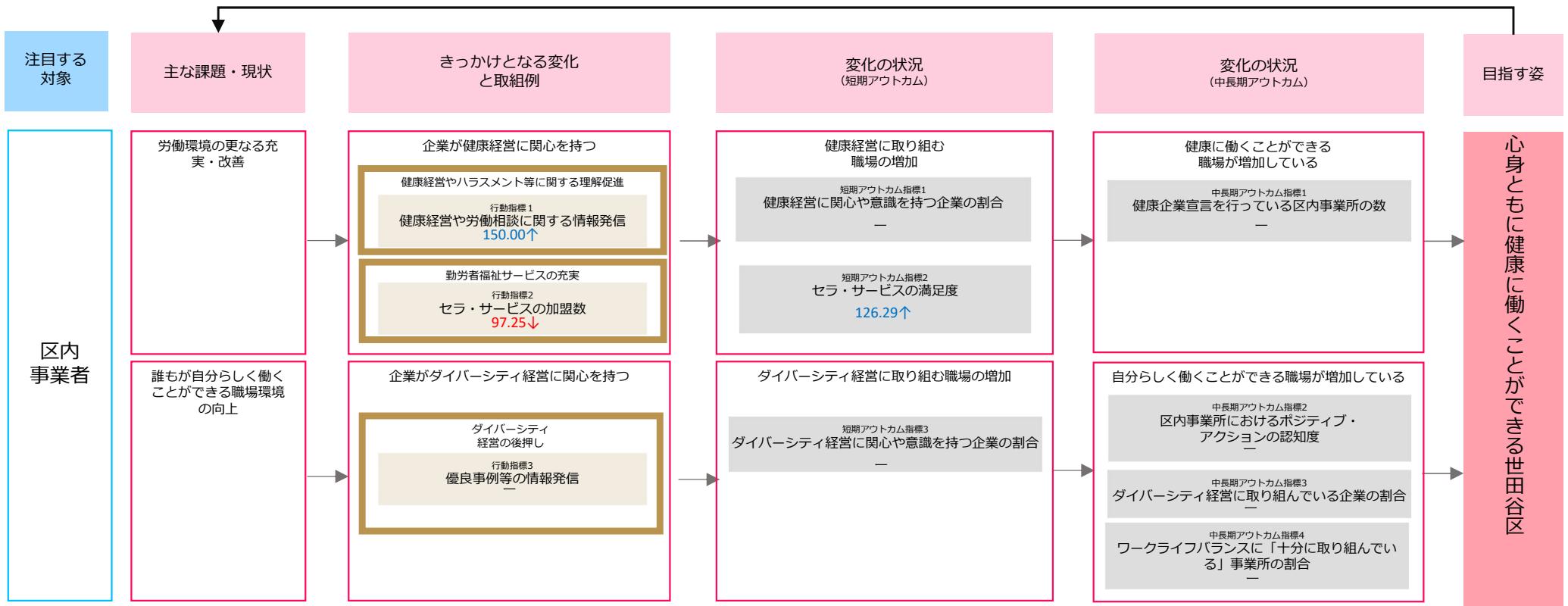


指標	指標名	データの収集方法	基準値	令和6年度実数	指標
行動指標 アクションプランから	1 多様な働き方に関するセミナー回数	その都度	0	→ 7	—
	2 多様な働き方の相談・社会保険労務士の相談実施回数	公社の社会保険労働相談実施回数・相談件数といろいろな働き方カウンセリング	155回	→ 205回	132.26
	3 兼業・副業の理解促進や普及啓発に関する情報発信数	メルマガ	—回	→ 0回	—
短期アウトカム指標	4 おしごとカフェでの求人件数【区内企業と求職者のマッチングイベント開催数】	公社	2691件	→ 4022件	149.46
	5 三軒茶屋就労支援センターのセミナー回数	公社	178回	→ 182回	102.25
中長期アウトカム指標	1 三軒茶屋就労支援センターの就職決定者数	公社	787人	→ 766人	97.33
	2 多様な働き方の相談・社会保険労務士の相談件数	公社の社会保険労働相談実施回数・相談件数といろいろな働き方カウンセリング	400件	→ 470件	117.50
	3 「一般事業主行動計画」を策定・公表している区内事業所数	厚生労働省「女性の活躍推進企業データベース」に掲載されている情報	98社	→ —社	—
基礎調査の設問と合わせる	2 ワークライフバランスに「十分に取り組んでいる」事業所の割合	区内企業の男女共同参画に関する意識・実態調査（5年に1度実施）	14.8%	→ —%	—
	3 シニア採用意向のある企業の割合	産業基礎調査。「貴社ではシニア人材の採用意向はありますか？」（現在、雇用している・現在、雇用していないが、今後採用したい）の回答割合 現況値の変更	18%	→ 56.8%	313.81
	4 企業内創業・兼業副業を認める事業者割合	産業基礎調査。「従業員の副業・兼業について、どうお考えですか？」（積極的に推奨している・推奨はしていないが、容認している）の回答割合	68%	→ 73%	107.83
基礎調査の設問と合わせる	5 仕事と家庭生活をともに優先している人の割合	区民意識調査 男女共同参画に関する区民意識・実態調査（令和7年3月）「あなたの生活の中で「仕事」「家庭生活」「地域・個人の生活」の優先度」	27%	→ —%	—
	6 三軒茶屋就労支援センターの就職決定者数	公社	787人	→ 766人	97.33

目指す姿5 ライフスタイル等に応じた多様な働き方が選択できる世田谷区

注目する対象	主な課題・現状	きっかけとなる変化と取組例	施策名						具体的な取組み	行動指標	R6実績	R6～9までの達成率
区内事業者	多様な働き方の環境が十分に浸透していない	多様な働き方の職場づくりに向けた意識が向上する 多様な働き方に関する事業者の理解の普及 行動指標1 多様な働き方に関するセミナー回数 —	方針	目標指姿	目標指の実現に向けた取組み	①安定的雇用の促進	三軒茶屋就労支援センター事業の実施	三軒茶屋就労支援センター(おしごとカフェ)事業	三軒茶屋就労支援センターのセミナー開催数	182回	25.3%	
	多様な働き方が難しい	企業内創業・兼業副業の理解促進 行動指標3 兼業・副業の理解促進や普及啓発に関する情報発信数 —	②地域産業の経営戦略の基盤となる人材採用【再掲】	区内中小企業等人材マッチング等の実施	①建設業人材確保・区内中小企業等人材マッチング・定着促進事業 ②福祉の仕事魅力発信事業	区内企業と求職者のマッチングイベント開催数	182回	101.1%				
			③高齢者就労メニューのさらなる充実	R60-SETAGAYA-及びシルバー人材センター	シニアを対象とした就労セミナーの実施	R60-SETAGAYA-のセミナーの開催回数	7回	25.0%				
			④多様な働き方の環境整備【再掲】	多様な働き方の相談・社会保険労務士相談の実施	多様な働き方の相談・社会保険労務士相談の実施	多様な働き方の相談実施回数・社会保険労務士相談の実施回数	205回	33.1%				
			⑤新たな価値を創出する事業者・人材の育成、区内産業のイノベーションの創出【再掲】	コワーキングスペースやシェアオフィス等の利用促進	コワーキングスペース、シェアオフィス等の提供件数	0件	0.0%					
			⑥生活と仕事が密接な働き方を後押しする場の環境整備【再掲】	地域経済活性共同事業補助	子どもフレンドリーなコワーキングスペース・シェアオフィスの開設支援数	0件	—					
	自分にあった仕事が見つからない	出会いや交流・相談等の機会に接する 職業紹介、相談窓口の充実 行動指標4 おしごとカフェでの求人件数 149.46↑ 行動指標1 「区内企業と求職者のマッチングイベント開催数」 — 行動指標5 三軒茶屋就労支援センターのセミナー回数 102.25↑	新たな価値創出や気づきにつながる交流機会の創出や環境の構築に取り組みます。	①産業交流による新たな産業の創出【再掲】	SETAGAYA PORTを通じた多様な人々の交流推進	産業創造プラットフォーム "SETAGAYA PORT"	SETAGAYA PORTの新規会員登録者数(累計)	6,701人	97.1%			
			②新たな価値を創出する事業者・人材の育成、区内産業のイノベーションの創出【再掲】	区内事業者間の交流支援	入居者や区内産業とのビジネスマッチングの実施	ビジネスマッチング支援事業者数	0社	0.0%				
			③産業プラザにおける交流促進機能の拡大【再掲】	産業プラザの効果的な活用及び機能強化に向けた意見交換会	産業団体代表者等と区との意見交換会等の回数	1回	25.0%					
			④産業交流による新たな産業の創出【再掲】	SETAGAYA PORTを通じた多様な人々の交流推進	産業創造プラットフォーム "SETAGAYA PORT"	SETAGAYA PORTの新規会員登録者数(累計)	6,701人	97.1%				
			⑤安定的雇用の促進【再掲】	三軒茶屋就労支援センター事業の実施	三軒茶屋就労支援センター(おしごとカフェ)事業	三軒茶屋就労支援センターのセミナー開催数	182回	25.3%				
区民	自分にあった仕事が見つからない	受発注等に弱い立場となりがちな個人事業主やフリーランス等が安定して事業に取り組むことができるよう、価格交渉や納期設定など取引の適正化に係る関係法令やガイドラインの周知強化、相談窓口を通じた相談対応の充実などを図ります。	⑥高齢者就労メニューのさらなる充実【再掲】	R60-SETAGAYA-及びシルバー人材センター	シニアを対象とした就労セミナーの実施	R60-SETAGAYA-のセミナーの開催回数	7回	25.0%				
			⑦多様な働き方の環境整備【再掲】	多様な働き方の相談・社会保険労務士相談の実施	多様な働き方の相談・社会保険労務士相談の実施	多様な働き方の相談実施回数・社会保険労務士相談の実施回数	205回	33.1%				
			⑧産業情報の発信強化	兼業・副業等多様な働き方に関する情報発信	メールマガジン等による情報提供(兼業・副業等多様な働き方に関する情報発信の実施)	兼業・副業等に関する情報発信(メールマガジン配信数)	1回	4.2%				
			⑨同一労働同一賃金をはじめとした、雇用形態にかかわらない公正な待遇が確保されるよう、正規/非正規雇用労働者間の不合理な待遇差解消に関する指針やガイドライン等の周知強化を図るとともに、正規雇用での就職を目指す方への職業相談や就職支援を行います。	正規/非正規雇用労働者間の不合理な待遇差解消に関する指針等に関する情報発信	正規/非正規雇用労働者間の不合理な待遇差解消に関する指針等に関する情報発信	正規/非正規雇用労働者間の不合理な待遇差解消に関する指針等に関する情報発信(メールマガジン配信数)	2回	8.3%				
区内事業者	自分にあった仕事が見つからない	⑩経営相談窓口の充実【再掲】	⑪取引適正化等に関する相談対応	①ワンストップで行える総合経営相談の実施 ②経営支援コーディネーター経営相談件数を活用した訪問等相談の実施	①ワンストップで行える総合経営相談の実施 ②経営支援コーディネーター経営相談件数を活用した訪問等相談の実施	①ワンストップで行える総合経営相談の実施 ②経営支援コーディネーター経営相談件数を活用した訪問等相談の実施	1,408件	51.8%				
			⑫産業情報の発信強化【再掲】	取引適正化に関するガイドライン等の情報提供	メールマガジン等による情報提供(取引適正化に関するガイドライン等の情報提供)	取引適正化に関するガイドライン等の情報提供(メールマガジン配信数)	1回	4.2%				

目指す姿6 心身ともに健康に働くことができる世田谷区

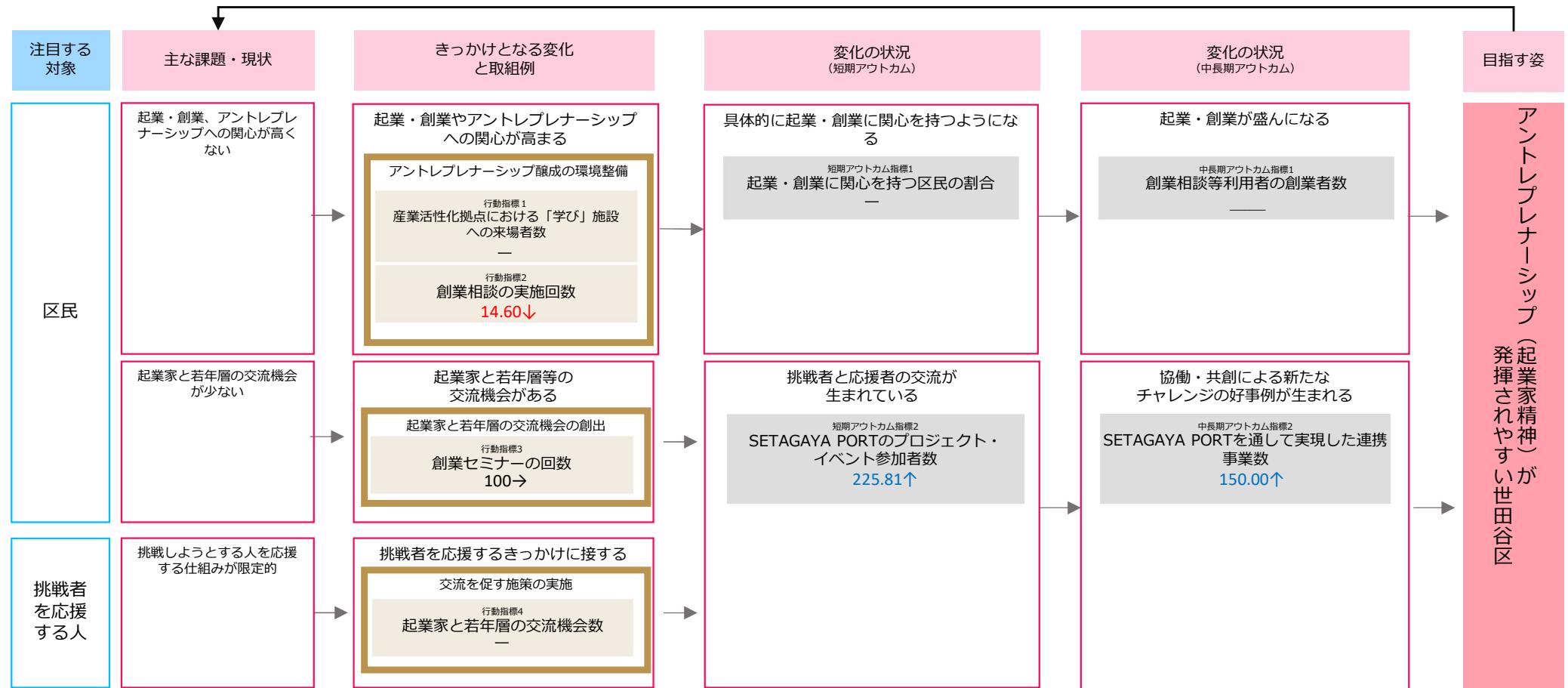


指標	指標名	データの収集方法	基準値		令和6年度実数	指数		
行動指標 アクションプランから	1 健康経営や労働相談に関する情報発信	メルマガでの情報発信回数	2	回	→	3	回	150.00
	2 セラ・サービスの加盟店数	産業振興公社 事務事業概要	7856	人	→	7640	人	97.25
	3 優良事例等の情報発信・ダイバーシティ&インクルージョン経営に関する啓発活動回数	メルマガでの配信数	—	回	→	0	回	—
短期アウトカム指標 アクションプランから	1 健康経営に関心や意識を持つ企業の割合	区内中小事業者の定期健康診断受診率(健康世田谷プラン 評価指標一覧) (令和8年度に中間評価)	40	%	→	—	%	—
	2 セラ・サービスの満足度	セラサービスの利用率	35	%	→	44.2	%	126.29
	3 ダイバーシティ経営に関心や意識を持つ企業の割合	産業基礎調査。「貴社におけるダイバーシティ経営※の取組み状況として、もっとも近いものはどちらですか」(ダイバーシティ経営という言葉や概念を用いて取り組んでいる・ダイバーシティ経営という言葉や概念は用いていないが、取り組んでいる・現在、具体的な取組みはないが、関心がある)の回答割合	—	%	→	43	%	—
中長期アウトカム指標	1 健康企業宣言を行っている区内事業所の数	健康せたがやプラン（健康企画課） (令和8年度に中間評価)	56	社	→	—	社	—
	2 区内事業所におけるポジティブ・アクションの認知度	区内企業の男女共同参画に関する意識・実態調査(5年に1度実施)	40.7	%	→	—	%	—
	3 ダイバーシティ経営に取り組んでいる企業の割合	産業基礎調査。「貴社におけるダイバーシティ経営の取組み状況として、もっとも近いものはどちらですか」(ダイバーシティ経営という言葉や概念を用いて取り組んでいる・ダイバーシティ経営という言葉や概念は用いていないが、取り組んでいる)の回答割合。	—	%	→	11.9	%	—
	4 ワークライフバランスに「十分に取り組んでいる」事業所の割合	区内企業の男女共同参画に関する意識・実態調査 (5年に1度実施)	14.8	%	→	—	%	—

目指す姿6 心身ともに健康に働くことができる世田谷区

注目する対象	主な課題・現状	きっかけとなる変化と取組例	実行指標						
			方針	目標達成度	実施名	具体的取組み	行動指標	R6実績	R6~9までの達成率
	労働環境の更なる充実・改善	企業が健康経営に関心を持つ 健康経営やハラスメント等に関する理解促進 行動指標1 健康経営や労働相談に関する情報発信 150.00↑ 勤労者福祉サービスの充実 行動指標2 セラ・サービスの加盟数 97.25↓ ↓ 行動指標2 セラ・サービスの周知・PR	6-1 健康経営の後押し	情報発信やセミナー等を通じて、事業者の「健康経営」に関する意識の向上や普及啓発を図ります。	①勤労者福祉機能等の向上 ③産業広報誌等を通じた優良事例の発信【再掲】 勤労者福祉サービス（セラ・サービス）のメニューの充実や相談窓口機能の向上など利便性向上を図ります。	健康経営に関する普及啓発 健康経営に関する意識の向上及び普及啓発 セラ・サービスの充実	メールマガジン等による健康経営に関する情報（セミナーの案内等）の発信 産業広報誌等による情報発信 ①セラ・サービスメニューの充実 ②相談窓口の向上	健康経営に関する啓発活動回数（メールマガジンによる配信） 産業広報誌等による情報発信回数 セラ・サービスの会員数	2回 50.0% 1回 6.3% 7,640人 23.4%
区内事業者	誰もが自分らしく働くことができる職場環境の向上	企業がダイバーシティ経営に関心を持つ ダイバーシティ経営の後押し 行動指標3 優良事例等の情報発信 — ↓ 行動指標2 ダイバーシティ＆インクルージョン経営に関する啓発活動回数	6-2 多様な働き方やワーク・ライフ・バランス向上を後押し	事業者側に、テレワークやフレックス制、時短労働など多様な働き方に関する理解をさらに促し、意識の普及啓発を図ります。 メンタルヘルスやハラスメント等の相談窓口機能の向上を図ります。	①多様な働き方の環境整備【再掲】 ②多様な働き方に関する理解促進と意識向上 ③多様な働き方に関する理解促進と意識向上 ①ハラスメント相談外部委託サービスの実施	多様な働き方の相談・社会保険労務士相談の実施 セミナー等を通じた普及啓発 多様な働き方に関するセミナーの実施 多様な働き方やワーク・ライフ・バランスに関するセミナーの実施 メールマガジン等による情報提供（多様な働き方やワーク・ライフ・バランスに関する普及啓発） 1事業者/従業員10名までの場合 年間4,800円（1ヵ月400円）（セラ・サービス会員の場合：50%割引） 年間2,400円（1ヵ月200円）※税別	多様な働き方の相談・社会保険労務士相談の実施 セミナー開催回数 セミナー開催回数 多様な働き方に関する情報発信回数（メールマガジンによる配信） 契約件数 契約件数 相談実施回数	205回 33.1% 1回 25.0% 8人 33.3% 7回 9.7% 92回 24.7%	
			6-3 ダイバーシティ＆インクルージョン経営の後押し	個人の尊厳を尊重し、年齢、性別、LGBTQなどの性的指向及びジェンダーアイデンティティ、国籍、障害の有無等にかかわらず、多様性を認め合い、自分らしく暮らせる地域社会を築くために、一人ひとりの違いを認め合い、多様な生き方を選択できるようなダイバーシティ経営に関する意識の向上や普及啓発を進めます。 障害のある方が一人ひとりの能力や特性に応じて働けるように、雇用者への理解促進や普及啓発を進めます。 社会の健全な一員として、犯罪や非行歴のある方が生活をしていくように、事業者への理解促進や普及啓発を進めます。 外国籍人材登用に向け、事業者が文化や習慣の違いを理解し、雇用に関する手続きや就労ルールなどの知識についての啓発を図ります。 外国籍を持つ区民の方が、雇用に関する手続きや就労ルールなどの知識について相談できることを理解するよう、関係機関との連携を深めています。	①多様性を認め合う経営の周知・普及 ①雇用者への理解促進と普及啓発 ②農福連携の推進【再掲】 ②高齢者就労メニューのさらなる充実【再掲】 ③産業プラザにおける交流促進機能の拡大【再掲】 ①高齢者就労メニューのさらなる充実【再掲】	①ダイバーシティ経営支援セミナー ②メールマガジン等による情報提供（ダイバーシティ＆インクルージョン経営に関する啓発活動の実施） ①障害者施設等を対象とした農作業体験会や地域イベントの実施 ②シニアを対象とした就労セミナーのR60-SETAGAYA-及びシルバー人材センターの実施 ③シニアの働く意欲とニーズを実現するため、シニア就労メニューを充実させ、就労を望む区民が健康に働き続けることができる環境づくりを進めます。 ①障害者施設等を対象とした農作業体験会や地域イベントの実施 ②農福連携の推進【再掲】 ③障害者雇用の促進 ①再犯防止のための就労の推進 ①外国人籍区民雇用に関する理解の促進 ①外国人籍区民就労に関する理解の促進	ダイバーシティ＆インクルージョン経営に関する啓発活動回数（メールマガジンによる配信） 農福連携事業を通じた区内就職者数 シニアの開催回数 産業プラザの効果的な活用及び機能強化に向けた意見交換会等の回数 シニアの開催回数 シニアの開催回数 セセセプロジェクトの開催回数 セセセプロジェクトの開催回数 農福連携事業を通じた区内就職者数 プログラムの実施回数 協力雇用主の増加に向けた事業者への啓発活動の実施 「外国人籍区民労働セミナー&相談」の実施 「外国人籍区民就労に関する理解の促進」の実施 「セミナー&相談」の実施回数 「セミナー&相談」の実施回数	7回 29.2% 6回 30.0% 10人 66.7% 6回 25.0% 1回 25.0% 1回 25.0% 1回 25.0% 6回 30.0% 10人 66.7% 6回 25.0% 1回 25.0% 1回 25.0% 1回 25.0%	

目指す姿7 アントレプレナーシップ(起業家精神)が発揮されやすい世田谷区



指標	指標名	データの収集方法	基準値		令和6年度実数		指数
行動指標 アクションプランから	1 産業活性化拠点における「学び」施設への来場者数 アントレプレナーシップ教育のプログラム数	日池尻中跡地施設への来場者数	—	人	→	—	人
	2 創業相談の実施回数	産業振興公社が行うワンストップ相談窓口及び創業セミナーの実施回数	452	回	→	66	回
	3 創業セミナーの回数 SETAGAYA PORTの各プロジェクトの実施	産業振興公社実施の創業セミナー。春と秋の2回開催で、各6回ずつのプログラム SETAGAYA PORTのプロジェクト実施数	12	回	→	12	回
	4 起業家と若年層の交流機会数 新たな産業活性化拠点のコンテンツ数	池尻の取組みで何か数字を取る。	収集手法を再考		—	→	—
短期アウトカム指標 アクションプランのロードマップから	1 起業・創業に関心を持つ区民の割合	世田谷区のまちなか観光及び社会経済に関する調査－区民意識調査等区民に対するアンケートの実施	18	%	→	—	%
	2 SETAGAYA PORTのプロジェクト・イベント参加者数	SETAGAYA PORTにおけるピッティイベントの来場者数(令和5年度はNEW WAVEの事前申込者数)	31	人	→	70	人
中長期アウトカム指標 アクションプランに新たに追加する	1 創業相談等利用者の創業者数(特定創業者数)の割合	創業支援等事業を受講して創業した人数 割合。	292	人	→	人	
	2 SETAGAYA PORTを通して実現した連携事業数	SETAGAYA PORTの連携事業数	10	事業	→	15	事業

目指す姿7 アントレプレナーシップ(起業家精神)が発揮されやすい世田谷区

注目する対象	主な課題・現状	きっかけとなる変化と取組例	実行計画							
			方針	目指す姿	目指す姿の実現に向けた取組み	施策名	具体的な取組み	行動指標	R6実績	R6~9までの達成率
区民	起業・創業、アントレプレナーシップへの関心が高くない	起業・創業やアントレプレナーシップへの関心が高まる アントレプレナーシップ教育のプログラム数 行動指標1 100→	方針	7-1 起業関心層のアントレプレナーシップ教育や経営、金融、ITなどのリテラシー教育の機会の充実を図るとともに、起業家と若年世代の交流の場や機会、起業アイデアのプラットフォームの機会を創出します。	新たな価値を創出する事業者・人材の育成、区内産業のイノベーションの創出【再掲】	アントレプレナーシップ教育プログラム等の実施	アントレプレナーシップ教育プログラム等の実施	アントレプレナーシップ教育のプログラム数	0 件	0.0%
	起業家と若年層の交流機会が少ない	起業家と若年層等の交流機会がある 起業家と若年層の交流機会の創出 行動指標3 100→ SETAGAYA PORTの各プロジェクトの実施 行動指標3 SETAGAYA PORTの各プロジェクトの実施	方針	7-3 起業経験者の集積を促進 不動産事業者との連携等を通じて空き店舗等の活用を促進するとともに、実証や社会実験等ができる場を構築するなど、起業・創業に向けた環境の充実を図ります。 必要とする事業者に事業経営等に有効な情報が届く広報を実施するとともに、事業に有効な統計データの提供等、情報へ円滑にアクセスできる環境の改善・構築を行います。	① 新たな価値を創出する事業者・人材の育成、区内産業のイノベーションの創出【再掲】 ② 新たな価値を創出する事業者・人材の育成、区内産業のイノベーションの創出【再掲】 ③ 区内事業者の実態調査の実施【再掲】 ④ 新たな価値を創出する事業者・人材の育成、区内産業のイノベーションの創出【再掲】 ⑤ 産業交流による新たな産業の創出【再掲】	事業者と区内のオフィス、店舗等とのマッチングの促進 テストマーケティング、社会実証実験等の推進 産業基礎調査の実施と公開経済産業白書の作成 アントレプレナーシップ教育プログラム等の実施 SETAGAYA PORTを通じた多様な人々の交流推進	事業者と区内のオフィス、店舗等とのマッチングの促進 テストマーケティング、社会実証実験等の推進 産業基礎調査の実施と公開経済産業白書の作成 アントレプレナーシップ教育プログラム等の実施 SETAGAYA PORTの新規会員登録者数（累計）	区内的オフィス、店舗等の紹介件数 地域・事業者のイベント開催数 調査実施回数 アントレプレナーシップ教育のプログラム数 SETAGAYA PORTの新規会員登録者数（累計）	0 件 0 回 1 回 0 件 6,701 人	0.0% 0.0% 25.0% 0.0% 97.1%
	挑戦しようとする人を応援する組みが限定的	挑戦者を応援するきっかけに接する 交流を促す施策の実施 行動指標4 起業家と若年層の交流機会数 — 新たな産業活性化拠点のコンテンツ数 行動指標4 新たな産業活性化拠点のコンテンツ数 —	方針	7-2 起業・創業者を応援する組みの構築・充実 起業・創業に必要な知識やノウハウ等に関する情報を得ることができるメールマガジンの配信や創業セミナーの開催及び質の向上を図るとともに、オンライン活動やライフスタイルに応じた対応などの利便性の向上を図ります。 資金調達や手続き等に関する相談の場や機会を構築・拡充します。 思いのある人の行動や活動を後押しする実証や実験の場、テストマーケティングの場を構築するとともに、区民がどのような事業者等を実際に応援することができまする組みについて検討していきます。 地域の関係機関（産業団体や金融機関等）と連携を組み、円滑なコミュニケーションを図ることで、起業・創業者が地域で事業に取り組みやすい環境の構築・充実を図ります。	① 区民の起業・創業の促進【再掲】 ② 産業情報の発信強化【再掲】 ③ 経営支援コーディネーターによる経営支援の実施【再掲】 ④ 新たな価値を創出する事業者・人材の育成、区内産業のイノベーションの創出【再掲】 ⑤ 経営相談窓口の充実【再掲】 ⑥ 新たな価値を創出する事業者・人材の育成、区内産業のイノベーションの創出【再掲】 ⑦ 地域連携型ハンズオン支援の実施【再掲】 ⑧ 区内起業・創業チャレンジ支援 ⑨ 建設業関連産業団体との意見交換等の実施【再掲】 ⑩ 産業団体との意見交換会等の実施【再掲】 ⑪ 地域金融機関等とのネットワークの強化【再掲】	特定創業支援事業等の実施 起業・創業支援策に関する情報発信 経営支援コーディネーターによる総合的な経営支援の実施 入居者や区内産業とのビジネスマッチングの実施 ① ワンストップで行える総合経営相談の実施 ② 経営支援コーディネーターを活用した訪問等相談の実施 テ스트マーケティング、社会実証実験等の推進 基金やファンド等による区内産業の活性化 地域連携型ハンズオン支援の実施 起業・創業にかかる経費補助 工業団体との意見交換会 建設業関連産業団体との意見交換会 産業団体連絡会の開催 地域金融機関等との連携事業の実施	① 創業支援事業における創業相談等の実施回数 ② 創業支援事業を受けた証明書の発行者数 起業・創業に関する情報発信（メールマガジンの配信数） 経営支援コーディネーターによる総合的な経営支援の実施件数 ビジネスマッチング支援事業者数 経営相談件数 地域・事業者のイベント開催数 補助件数 意見交換会等の回数 産業団体連絡会の回数 地域金融機関等との連携事業の実施回数	① 66 回 ② 310 人 17.9% 17.2%	8.3% 100 件 21.7% 0 社 0.0% 1,408 件 51.8% 0 回 0.0% — — 42事業者 13.1% 10 件 12.5% 2 回 25.0% 6 回 30.12% 1 回 25.0%	

「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」の考え方

概略

- 本資料は、「世田谷区地域経済発展ビジョン」の「目指す姿」ごとに、その実現に向けた道筋を「ロジックモデル」として整理するとともに、指標を設定し、産業分野や地域経済への影響・波及を捉え、政策全体の達成状況を測定・評価することで見える化するものです。
- 具体的には、各ロジックモデルにおいて、「目指す姿」の実現に向けた道筋や変化を象徴的に示す事象に対して指標を設定（参照：ソーシャルインパクト指標一覧）、測定、評価するとともに、「ソーシャルインパクト指標」として、全体を総合的に捉えた指標「持続可能な地域経済の充実度」について目標値を示し、取組みを進めています。（インパクト測定・マネジメント）

※ソーシャルインパクト指標：事業や活動の結果として生じた社会的变化や社会的な効果を測定し、分かりやすく伝えるための指標。個々の取組みによる「対象」の「変化」を捉え、「対象」や社会にもたらされる便益や変化を捉えるべく設定。

指標

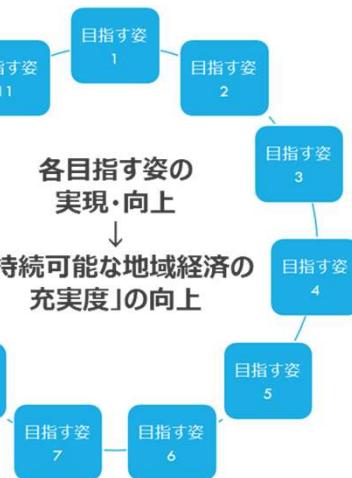
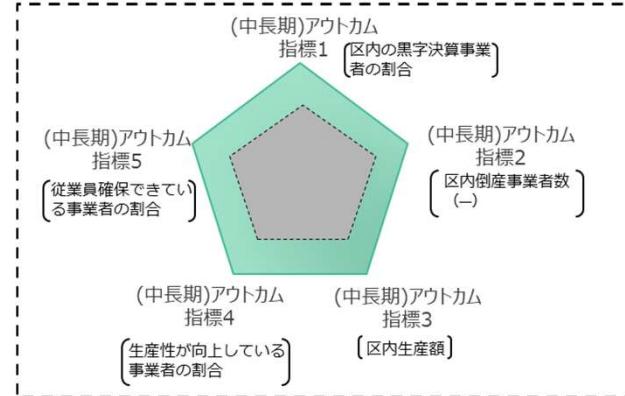
成果指標名	単位	現状値	中間目標値	最終目標値
持続可能な地域経済の充実度※	ポイント	100	130	135

※「ソーシャルインパクト指標一覧」における「中長期アウトカム」から算出

指標の策定の考え方

- 「目指す姿」が実現した（又は実現に近づいている）状態がどのような状態かという観点から、特に重要または象徴的な事象や要素を抽出し、そこに至る変化の道筋を導出しています。あくまで「目指す姿」の実現度合いを象徴的に測定するものです。
- 「きっかけとなる変化と取組例」に記載の行動変容に対して寄与のある施策を「取組み例」及び「行動指標」として記載しています。また、「変化の状況（短期アウトカム）」は、個々の「注目する対象」がどう変化するか、「変化の状況（中長期アウトカム）」は、「注目する対象」を集合体として捉えた場合にどう変化するかという観点から設定しています。
- 社会経済情勢の変化は激しくスピードも速いため、その変化やニーズを踏まえた考え方の取り込みや新たな施策の構築等が今後ますます不可欠です。「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」においても、「世田谷区地域経済発展ビジョン」の方向性の下、運用しながらその考え方や指標の取り方を定期的に検証し、必要に応じた見直し・改善を図り、考え方や手法の確立に取り組んでいきます。
- なお、各ロジックモデルの「指標」のうち下線を引いている指標は、世田谷区基本計画及び実施計画において位置づけられている指標と同一のものを指しています。

イメージ



（「ロジックモデル」及び「ソーシャルインパクト指標」、「ソーシャルインパクト測定・マネジメントの手法」についてはトーケンエクスプレス(株)の協力により策定）