

令和8年2月3日  
 経済産業部  
 経済課

## 世田谷区地域経済発展ビジョンの評価・検証の進捗状況について

### 1 主旨

区では、令和6年3月に策定した「世田谷区地域経済発展ビジョン（以下、「ビジョン」という）」に基づき、令和6年度から産業団体など関係機関と連携しながら、重点事業など具体的な取り組みを進めてきたところである。ビジョンの評価・検証に関しては、各重点事業において目標値を設定するとともに、ビジョンに掲げる各「目指す姿」の実現に向けた道筋や変化を「ロジックモデル」として整理したうえで実施することとし、令和7年度当初から着手したところである。

今回、令和7年度におけるビジョンの評価・検証の進捗及び今後の予定について報告する。

### 2 令和7年度の取り組み

学識経験者、産業団体、区民等から構成される「世田谷区地域経済の持続可能な発展を目指す会議」（以下、「発展会議」という、別紙1参照）を開催し、ビジョン全体の大きな方向性並びに検証の手法として「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」を用いることを確認した。

そのうえで「世田谷区地域経済の持続可能な発展を目指す会議規則」に基づき、「地域経済の持続可能な発展を目指す会議検証部会（以下、「検証部会」という）」を設け、発展会議の構成員を二つに分けて（別紙1参照）、世田谷区持続可能な発展条例に定める基本的方針ごとに「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」の手法について検証及び内容整理を行った。

#### < 発展会議及び検証部会の実施状況 >

##### 第1回発展会議 令和7年5月22日

検証の手法として「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」を用いること、検証部会を設けて検証手法を整理することの確認

##### 検証部会① 7月11日

「基本的方針1」区内産業の活性化、産業の引継ぎ等について整理

##### 検証部会② 7月28日

「基本的方針3、4」社会課題解決、まちのにぎわい、エシカル等について整理

##### 検証部会③ 9月1日

「基本的方針2-1」多様な働き方、起業家精神の発揮等について整理

##### 検証部会④ 10月28日

「基本的方針2-2」多様な働き方、起業家精神の発揮等について整理

##### 第2回発展会議 12月18日

各検証部会での議論の報告、「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」の手法について検証結果報告

＜「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」の概要（別紙2参照）＞

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・評価することで進捗状況を「見える化」するもの。

具体的には、各ロジックモデルにおいて、「目指す姿」の実現に向けた具体的な取り組みを「行動指標」として設定したうえで、この「行動指標」から得られる効果をそれぞれ「短期・中長期アウトカム指標」として設定し、結果として「目指す姿」にどのような「インパクト」をもたらしたかを測定する。これらの指標を「ソーシャルインパクト指標」という。最終的に全部で11ある「目指す姿」の「中長期アウトカム指標」の数値を集計し、総合的に捉えた指数を「持続可能な地域経済の充実度」として評価する。

なお、「持続可能な地域経済の充実度」は単年度で測定・評価するものではなく、令和5年度を基準として中間年度である令和9年度、及び計画の最終年度である令和13年度の数値を指数化して行う。

### 3 主な議論の概要（各検証部会における議論のうち主なものを抜粋）

- ・ 施策が区民や事業者のニーズ（Needs）とウォンツ（Wants）に的確に答えられているかを再検証する必要がある。調査方法を見直し、定量データと現場の声を組み合わせ分析する。
- ・ 良い施策でも情報が届かなければ効果は得られない。広報の見せ方や発信方法を改善し、区民への到達率を高める。
- ・ 求人紹介や起業支援など、民間で十分に対応できる領域と行政が担うべき領域（弱い立場の人へのセーフティネットなど）を明確化し、行政施策の意義を再定義する。
- ・ 単なる起業家数増加ではなく、地域に根差した事業者の育成・承継を重視する。商店街や既存事業の承継を担う人材育成が求められる。
- ・ 起業家精神を「会社を作る力」ではなく「社会を主体的に変える力」と捉え、学校教育・家庭・地域での意識改革を進める。教員・保護者向け講座や地域起業家との接点づくりが重要。
- ・ 「課題を持つ人」と「解決策を持つ人」などをつなぎ、深め、掛け合わせるリアルな場（例：ソーシャルビジネスサミット）を創出する。情報発信だけでなく、実際に人と人が出会い、協働できる仕組みを施策に組み込む
- ・ 「世田谷ファンド」など、地域内で資金を循環させる仕組みを検討する。利回り重視型とキャピタルゲイン重視型の二段階構造で、事業成長と地域還元を両立させる。
- ・ PR回数などの「仕掛け」だけを評価するのではなく、施策がどのように成果に結びついたかを確認する。因果関係を意識した指標設計が必要。
- ・ 講座開催回数などの能動的指標だけでなく、サービス登録者数や地域消費額などの受動的指標も組み合わせ、成果を測定する。
- ・ 「満足度」「心身の健康」「職場とのエンゲージメント」など、働き方や支援の質を測る指標を追加する。単なる就職決定者数等のみでは不十分。

- ・ 「せたがやPay」では決済回数だけでなく、区内消費の純増や利用動機を把握するためのアンケート調査を組み込む。環境配慮などエシカルな商品やサービスを購入した際にはポイント付与率を高める（グリーンせた Pay 構想）等社会貢献型インセンティブ設計も評価対象にする。
  - ・ 産業団体の組織力を上げていくことで公共的役割を担うことができる。
  - ・ 区の公共事業において、地元事業者の受注率向上や雇用促進を支援する視点も重要。
  - ・ 建設業など区内の事業者に発注が促されるような制度設計の改善が必要。
- ※下線は「ロジックモデル」の見直しに直接影響があった議論。

これらの議論を踏まえ、「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」を整理した。（参考1・参考2参照） なお、この内容にて各検証部会における議論が漏れなく反映され、今後これらを用いてビジョンの評価・検証を行っていくことを、第2回の発展会議にて確認した。

#### 4 今後のスケジュール（予定）

発展会議にて以下のとおり議論を行うとともに、必要に応じて作業部会を設置する。

令和8年度： ビジョンの中間年度である令和9年度に向けて、令和7年度に引き続き、必要に応じて「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」の手法について検証及び内容整理を実施  
令和9年度産業基礎調査の調査項目について検討

##### 令和9年度（ビジョン中間年度）：

令和7年度・令和8年度に整理された「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」を基にソーシャルインパクト指標等中間実績値を測定し、個別施策を評価・再整理  
＜産業基礎調査 全事業者調査の実施＞

令和10年度： ビジョンの最終年度である令和13年度に向けて、施策を評価・再整理

令和11年度： ビジョンの最終年度である令和13年度に向けて、施策を評価・再整理  
令和12年度産業基礎調査の調査項目について検討

令和12年度： 令和14年度以降の新たなビジョン策定に向けた議論  
令和13年度産業基礎調査の調査項目について検討  
＜産業基礎調査 全事業者調査を実施＞

##### 令和13年度（ビジョン最終年度）：

ソーシャルインパクト指標等最終実績値を測定、施策を評価  
令和14年度以降の新たなビジョン策定に向けて議論  
＜産業基礎調査 全事業者調査を実施＞

「世田谷区地域経済の持続可能な発展を目指す会議」委員名簿  
任期：令和7年4月1日から令和9年3月31日まで（2年間）

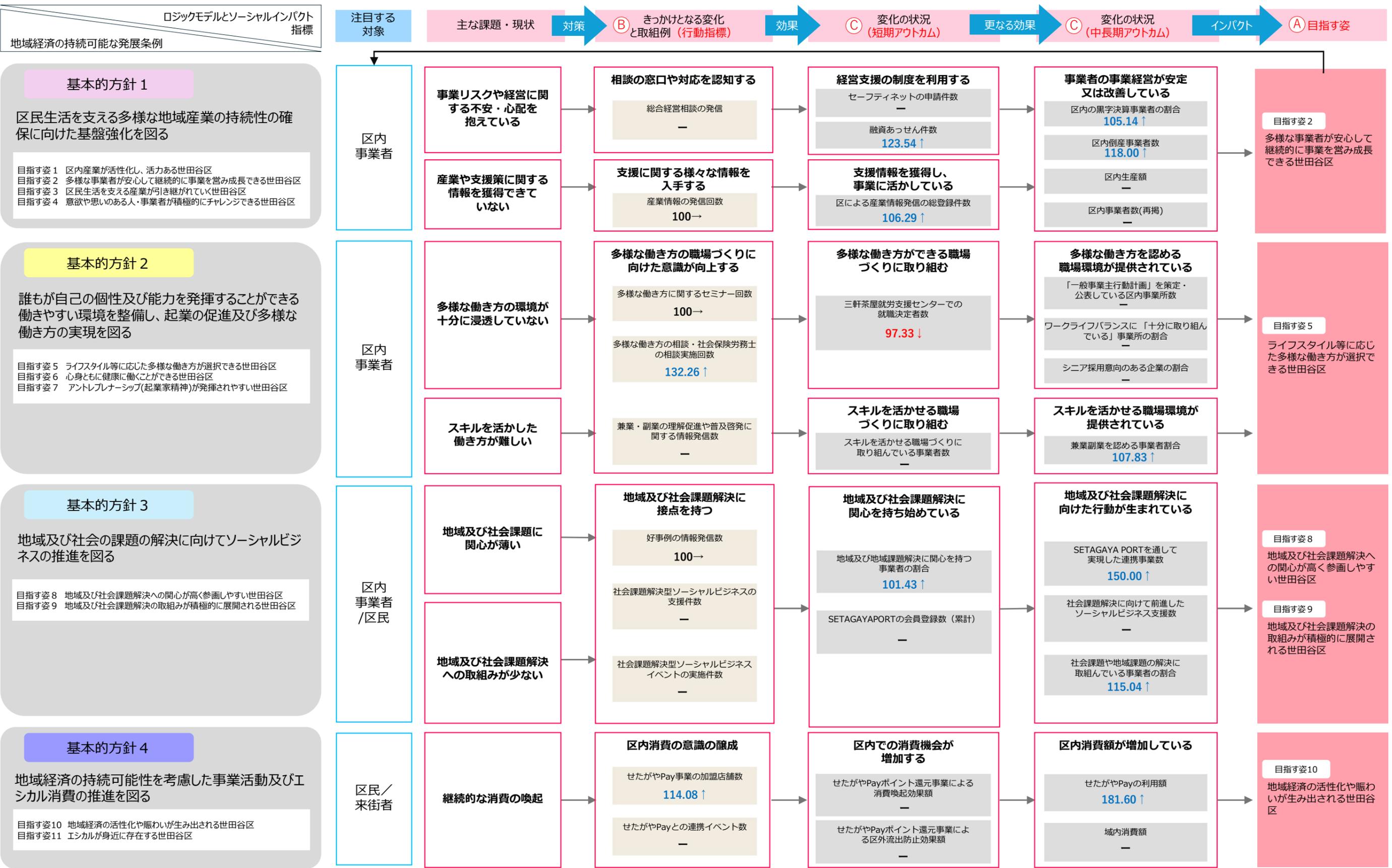
No.	団体等	氏名 (敬称略)	検証部会参加者				
			基※ 1	基 2-1	基 2-2	基 3	基 4
1	学識経験者(駒澤大学経済学部)	長山 宗広 (会長)					
2	東京商工会議所世田谷支部	古谷 真一郎 (部会長)	○	○			
3	世田谷区商店街連合会	栗山 和久	○	○			
4	世田谷工業振興協会	中村 大路	○	○			
5	世田谷区農業青壮年連絡協議会	高橋 弘幸	○	○			
6	世田谷区産業振興公社	阿部 辰男	○	○			
7	世田谷区消費者団体等	見城 佐知子			○	○	
8	世田谷区しんきん協議会 (世田谷信用金庫)	宮井 克明 (副会長)	○	○			
9	東京青年会議所世田谷区委員会	藤間 崇史			○	○	
10	世田谷区建設団体防災協議会	兒玉 奈輔	○	○			
11	民間団体・NPO等	株式会社 Polaris・合同会社 社メーヴェ			○	○	
12		Crew 株式会社			○	○	
13		Tanoba 合同会社			○	○	
14		フリーランス協会			○	○	
15		三茶ワークカンパニー	吉田 亮介 (部会長)			○	○
16	区民(公募)	森原 正希	○	○	○	○	
17		徳元 新樹	○	○	○	○	

※「基」は世田谷区地域経済の持続可能な発展条例の「基本的方針」を指す。

# 「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」 (抜粋・参考)

「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を行う。具体的には、各ロジックモデルにおいて、**①「目指す姿」**の実現に向けた具体的な取り組みを**②「行動指標」**として設定したうえで、この「行動指標」から得られる効果をそれぞれ**③「短期・中長期アウトカム」**として設定し、結果として「目指す姿」にどのような「インパクト」をもたらしたかを測定する。これらの指標を「**ソーシャルインパクト指標(②、③に示す指標)**」という。最終的に全部で11ある「目指す姿」の「中長期アウトカム指標」の数値を集計し、「持続可能な地域経済の充実度」として評価する。

**本資料では、条例の基本的方針につき1つのロジックモデルとソーシャルインパクト指標を例にとり、提示する。**なお、測定・評価は単年度ではなく、令和9年度及び13年度の中長期で実施するため、現時点での数値はあくまで参考値である。また、表中の数値は令和5年度の数値を「100」として、その変化量を示しており、「-」は現時点でまだ未調査等により数値を取得できていないものである。

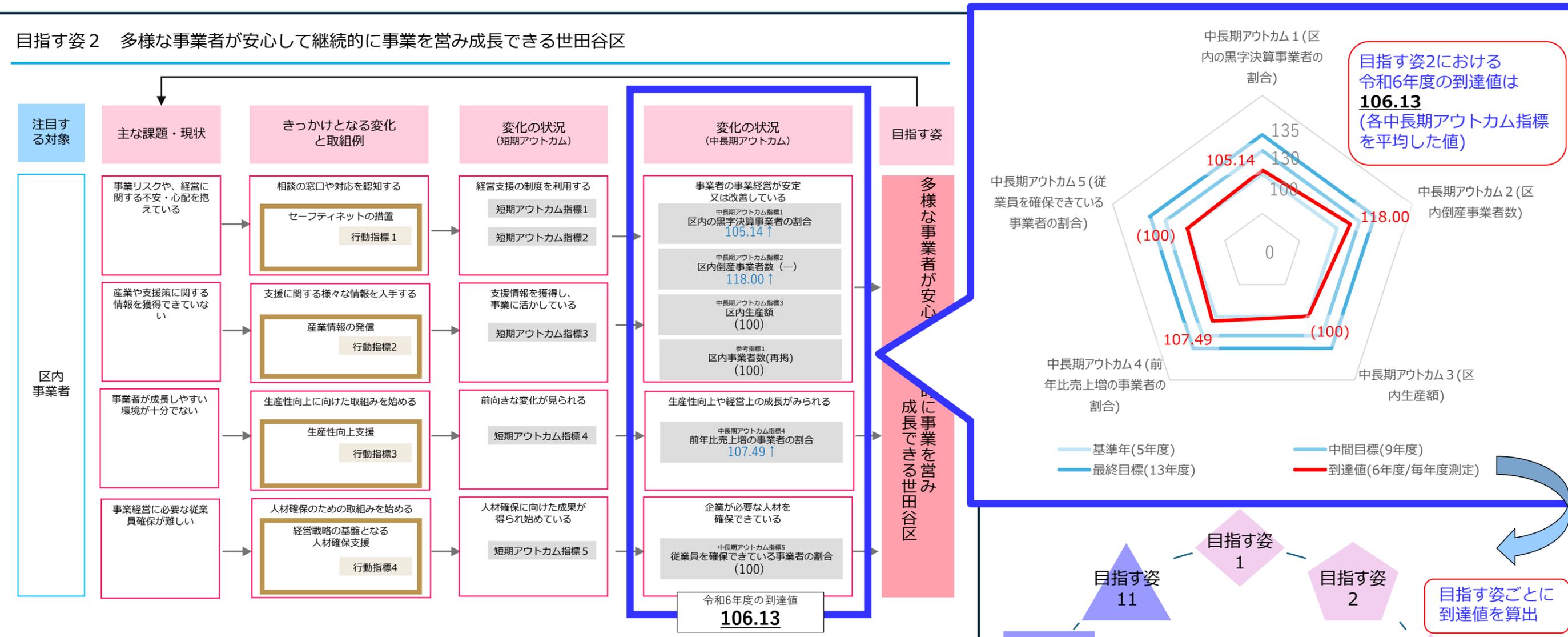


※各指標は、基準となる令和5年度の数値を100とし、令和6年度の数値を示している。青字は基準年よりも増加、赤字は減少、黒字は変化なし、「-」については未調査等の理由により変化量が現時点で取得できていないもの。

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(「ソーシャルインパクト指標」)。測定・評価するとともに、11ある「目指す姿」の「中長期アウトカム指標」から全体を総合的に捉えた指数「持続可能な地域経済の充実度」について目標値を示し、取組みを進めていく。

「持続可能な地域経済の充実度」の考え方

各「目指す姿」のロジックモデルにおける中長期アウトカム指標について、令和5年度を基準として、中間年度である令和9年度及び計画の最終年度である13年度の数値を指数化して評価する。

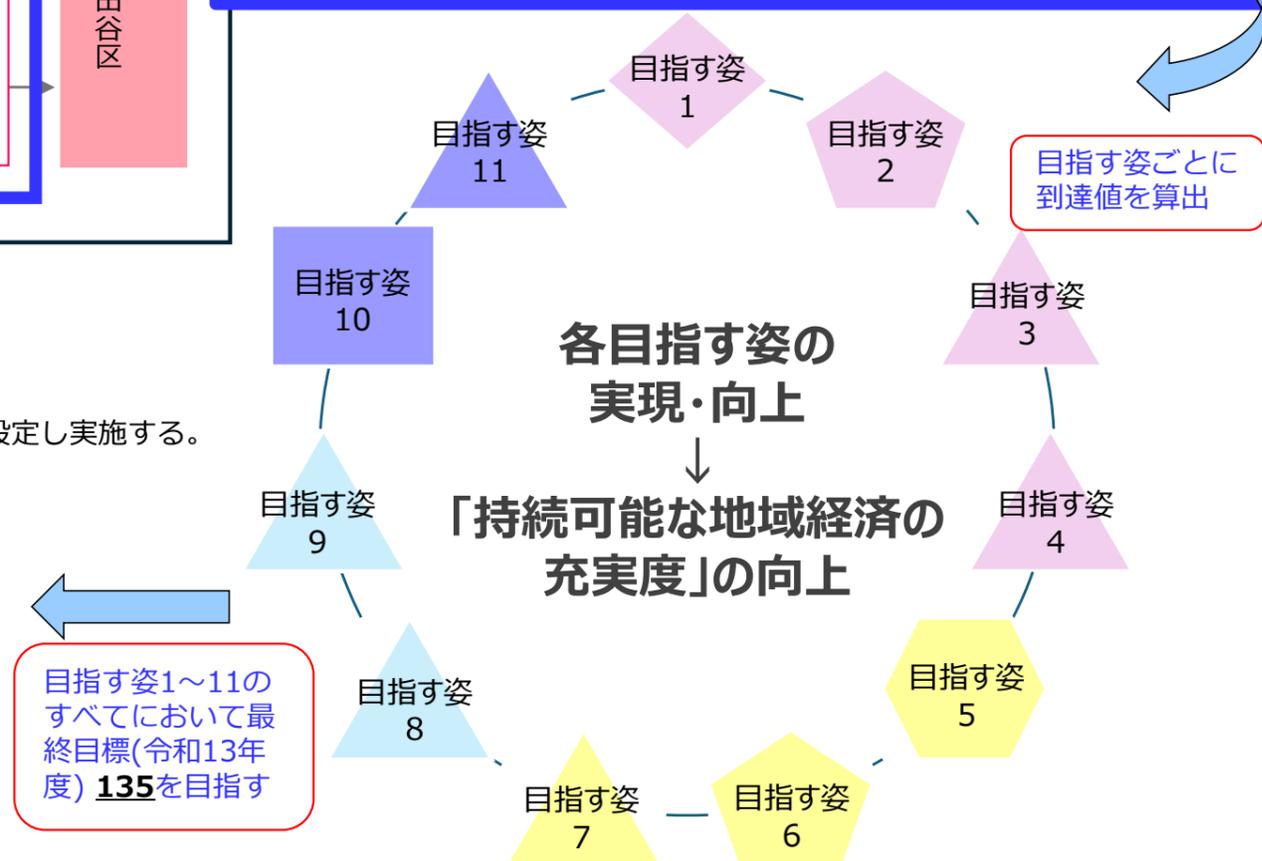


目標値

測定・評価は単年度ではなく、中間年度である令和9年度及び計画の最終年度である13年度を目標値として設定し実施する。

成果指標名	単位	現状値	中間目標値	最終目標値
		令和5年度	令和9年度	令和13年度
持続可能な地域経済の充実度※	ポイント	100	130	135

※目指す姿1～11のすべての「中長期アウトカム指標」を平均し算出



# 「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」の検証報告

---

基本の方針 1～4    目指す姿 1～1 1

## はじめに

### ■ 部会の位置づけ（第1回発展会議で説明済み）

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る。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。

## 「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

以下の検証手順に沿って議論を行った。

### 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

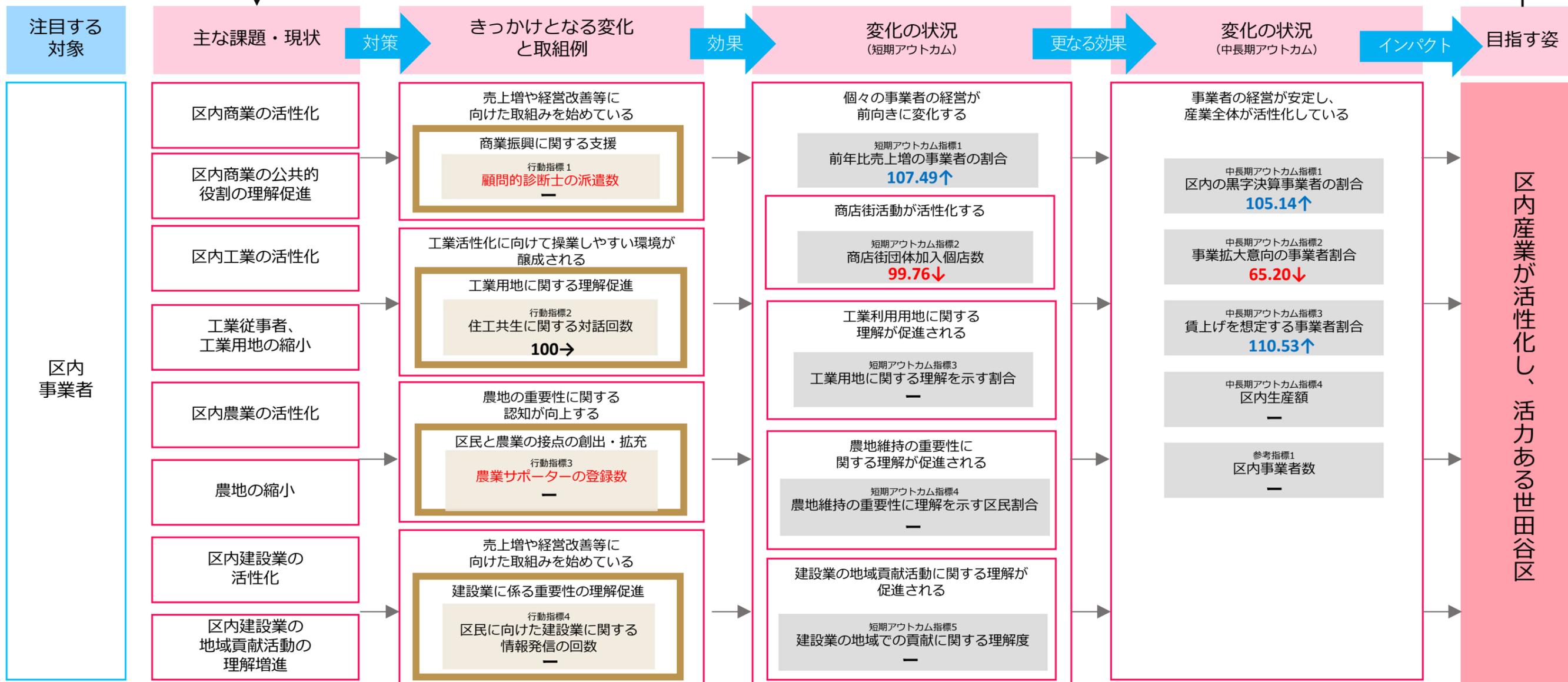
### 4. データ収集方法の確認

→データの収集方法として適切なものか確認

### 5. 全体の流れを確認

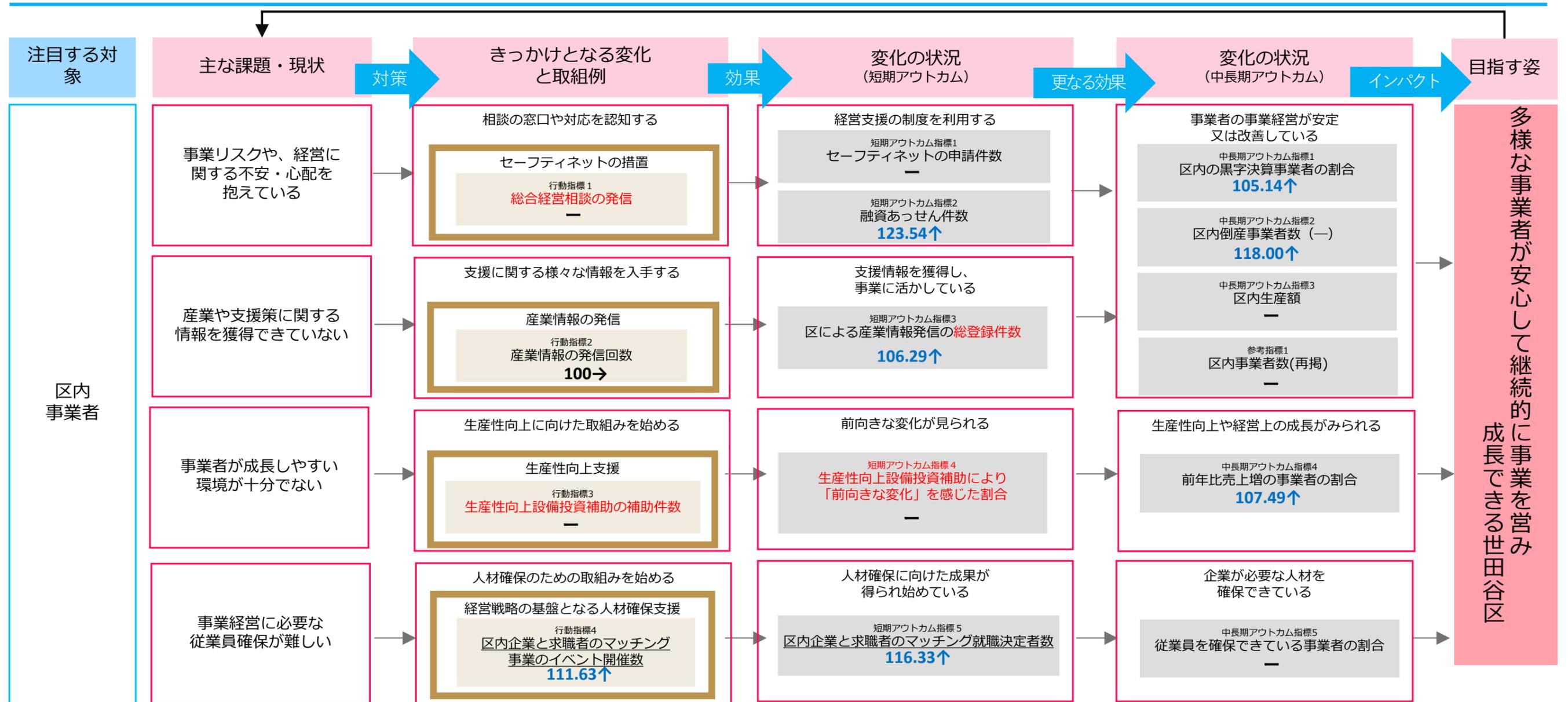
→（1）～（4）を踏まえ、全体の流れを確認

# 目指す姿 1 区内産業が活性化し、活力ある世田谷区

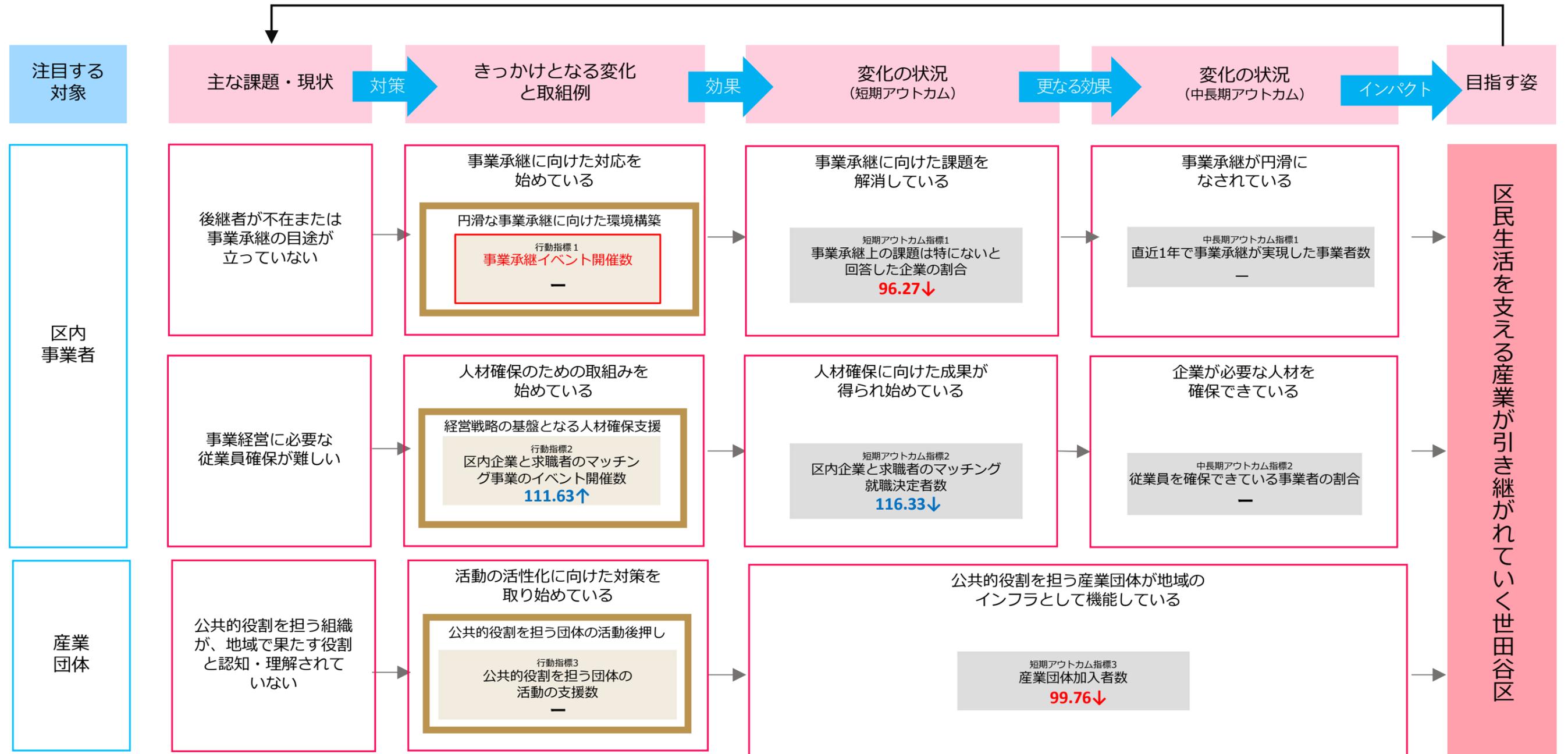


指標	横断的指標名	データの収集方法	基準値	令和6年度実数	指数
行動指標	1 顧問的診断士の派遣数	世田谷区産業振興公社より照会			
	2 住工共生に関する対話回数	ワーキング実施回数	3	回	→ 3 回 100.00
	3 農業サポーターの登録者数	農業サポーター登録者数を集計			
	4 区民に向けた建設業に関する情報発信の回数	産業フェスタ出展数、公共施設等総合管理計画に基づく工事・エコ住宅補助事業に基づく工事のPR数			
短期アウトカム指標	1 前年比売上増の事業者の割合	産業基礎調査。「前年度と比較して、直近決算の売上高はどのように変化していますか」(大幅増加・やや増加)の回答割合	18.7	%	→ 20.1 % 107.49
	2 商店街団体加入個店数	商連の定時総会資料から商連(各商店街)の加入個店数(会費納入者)を確認する	6,684	店舗	→ 6,668 店舗 99.76
	3 工業用地に関する理解を示す割合	住工共生イベント参加者へのアンケート	—	%	→ 82 % —
	4 農地維持の重要性に理解を示す区民割合	区民対象アンケート(区民意識調査の活用)(区民意識調査「区内の農地を残していくべきか」)	78	%	→ — % —
	5 建設業の地域での貢献に関する理解度	エコ住宅補助事業に基づく区内事業者による工事の実施件数			
中長期アウトカム指標	1 ○ 区内の黒字決算事業者の割合	産業基礎調査「直近決算の経常損益について、該当するもの」(黒字)の回答割合	51	%	→ 53.2 % 105.14
	2 ○ 事業拡大意向の事業者割合	産業基礎調査「今後の事業展開の方向性について、最も近いものはどれですか」(事業を拡大していく)の回答割合	20	%	→ 13.3 % 65.20
	3 ○ 賃上げを想定する事業者割合	産業基礎調査「給与改定で賃上げを実施しますか」(実施した/実施予定)の回答割合	38	%	→ 42 % 110.53
	4 ○ 区内生産額	RESASから。所得への分配額。	44,946	億円	→ — 億円 —
参考指標	1 ○ 区内事業者数	経済センサス-活動調査(総務省統計局)による	27,909	事業所	→ — 事業所 —

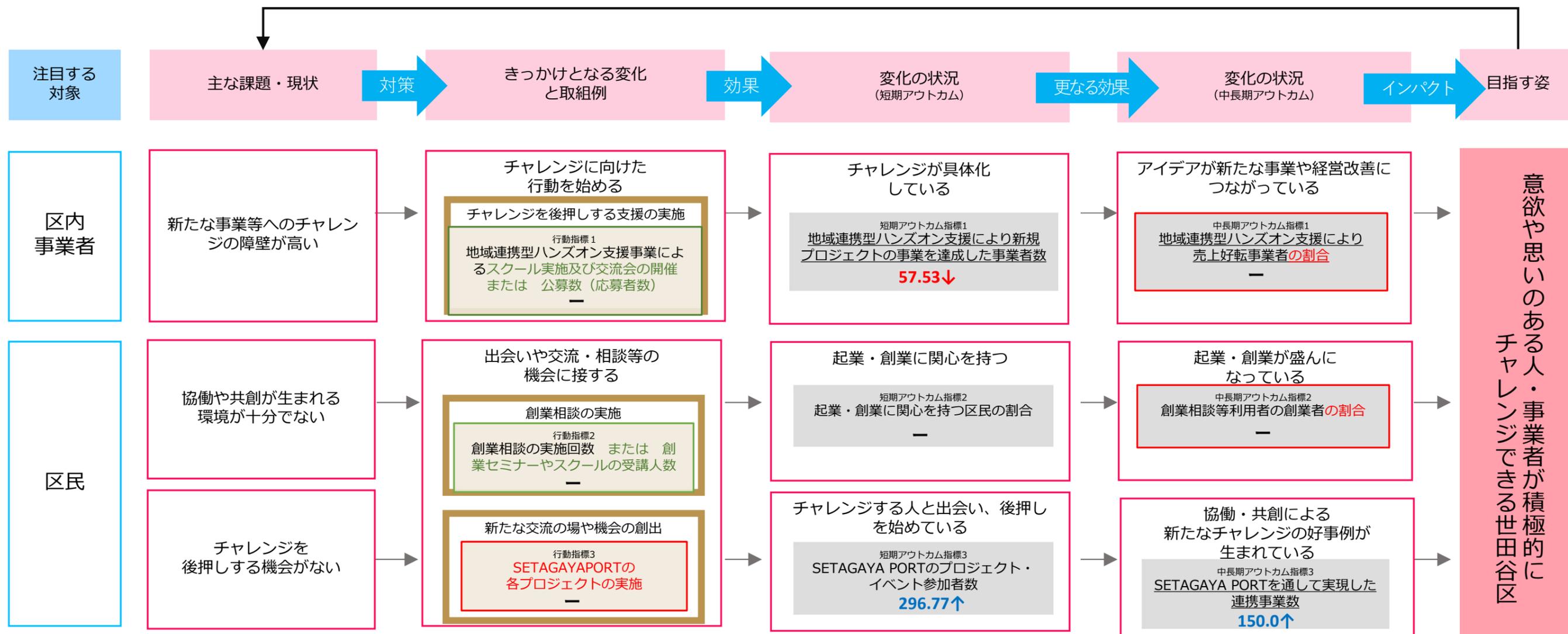
# 目指す姿 2 多様な事業者が安心して継続的に事業を営み成長できる世田谷区



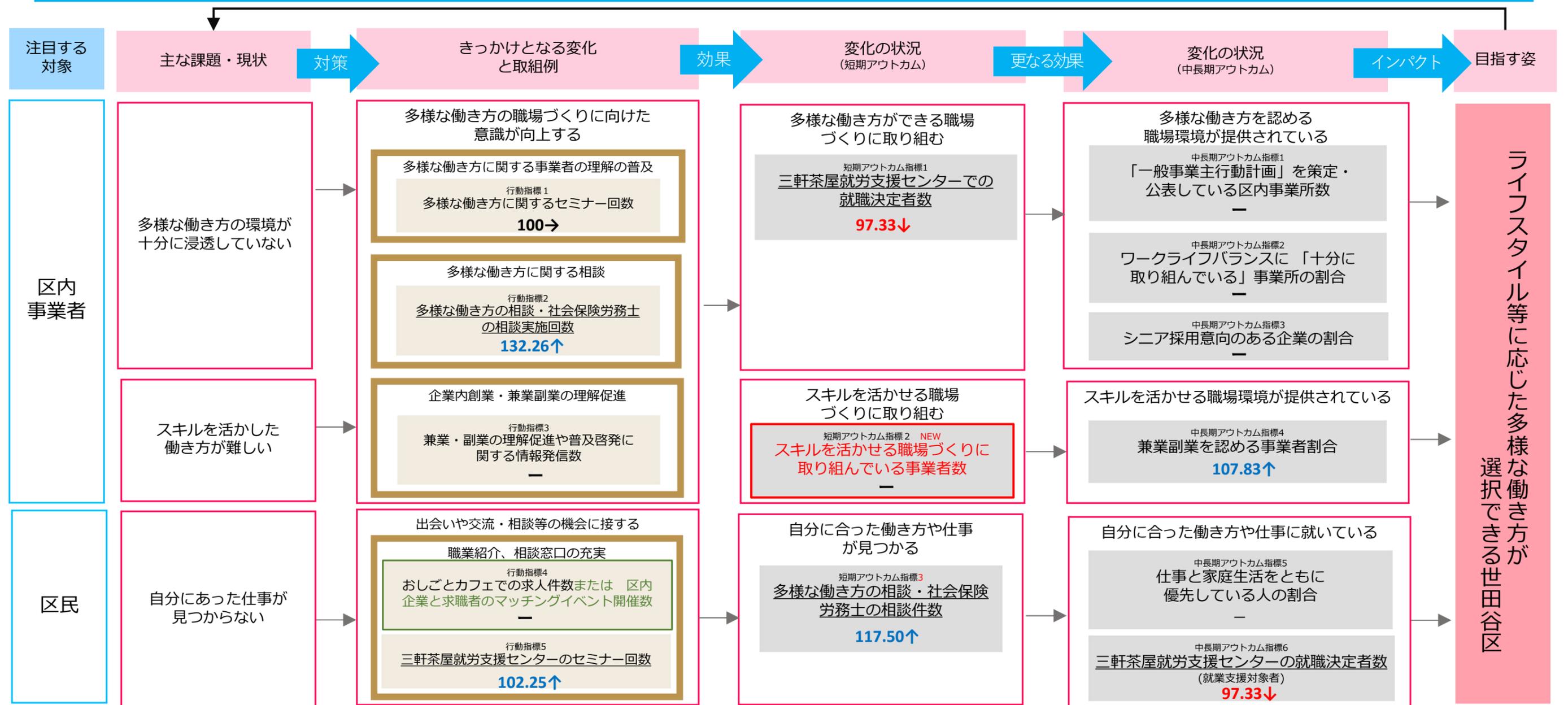
指標	横断的	指標名	データの収集方法	基準値	令和6年度実数	指数
行動指標	1	総合経営相談の発信	世田谷区産業振興公社による情報発信の回数			
	2	産業情報の発信回数	メルマガでの配信数	—	回	→ 48 回
	3	生産性向上設備投資補助の補助件数	中小事業者経営支援補助金(生産性向上設備投資補助)の補助件数			
	4	区内企業と求職者のマッチング事業のイベント開催数	委託事業実績報告書より	43	回	→ 48 回
短期アウトカム指標	1	○ セーフティネットの申請件数	会社からの実績報告より <b>現況値変更</b>	472	件	→ 84 件
	2	○ 融資あっせん件数	融資あっせんの各月別集計データより	1580	件	→ 1952 件
	3	区による産業情報発信の総登録件数	メールマガジンシステムより総登録件数出力	3976	件	→ 4226 件
	4	生産性向上設備投資補助により「前向きな変化」を感じた割合	生産性向上設備投資補助のアンケート調査より			
	5	○ 区内企業と求職者のマッチング就職決定者数	委託事業実績報告書より	49	人	→ 57 人
中長期アウトカム指標	1	○ 区内の黒字決算事業者の割合	産業基礎調査「直近決算の経常損益について、該当するもの」(黒字)の回答割合	51	%	→ 53.2 %
	2	○ 区内倒産事業者数(一)	東京都産業労働局「東京の企業倒産状況」((株)東京商工リサーチ調べ)より	50	件	→ 59 件
	3	○ 区内生産額	RESASから。第1次産業から第3次産業の額を合計する。	44,946	億円	→ — 億円
	4	○ 前年比売上増の事業者の割合	産業基礎調査。「前年度と比較して、直近決算の売上高はどのように変化していますか」(大幅増加・やや増加)の回答割合	18.7	%	→ 20.1 %
	5	○ 従業員を確保できている事業者の割合	産業基礎調査。「貴社の従業員確保の状況はいかがですか」(十分確保できている・どちらかといえば確保できている・十分に確保できているため、採用活動を行っていない)の回答割合 <b>現況値変更</b>	35	%	→ 75.3 %
参考指標	1	○ 区内事業者数(再掲)	経済センサス-活動調査(総務省統計局)による。	27,909	事業所	→ — 事業所



指標	横断的	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	1	○ 事業承継イベント開催数	区が行う事業承継セミナー・相談会、マッチング商談会等のイベント開催数			
	2	○ 区内企業と求職者のマッチング事業のイベント開催数	委託事業実績報告書より	43 回	→ 48 回	111.63
	3	○ 公共的役割を担う団体の活動の支援数	各産業団体※が活動を行うにあたり支援している数(※商店街、浴場組合、法人会、青色申告会、工業会、農業団体等)			
短期アウトカム指標	1	○ 事業承継上の課題は特にないと回答した企業の割合	産業基礎調査。事業承継上の課題(特にない)の回答割合	24 %	→ 23.2 %	96.27
	2	○ 区内企業と求職者のマッチング就職決定者数	委託事業実績報告書より	49 人	→ 57 人	116.33
	3	○ 産業団体加入者数	商連の定時総会資料から商連(各商店街)の加入個店数(会費納入者)	6684 人	→ 6,668 人	99.76
中長期アウトカム指標	1	○ 直近1年で事業承継が実現した事業者数	令和6年度新事業の事業承継プラットフォームのマッチング数	—	→ 0	—
	2	○ 従業員を確保できている事業者の割合	産業基礎調査。「貴社の従業員確保の状況はいかがですか」(十分確保できている・どちらかといえば確保できている・十分に確保できているため、採用活動を行っていない)の回答割合 現況値の変更	35 %	→ 75.3 %	—

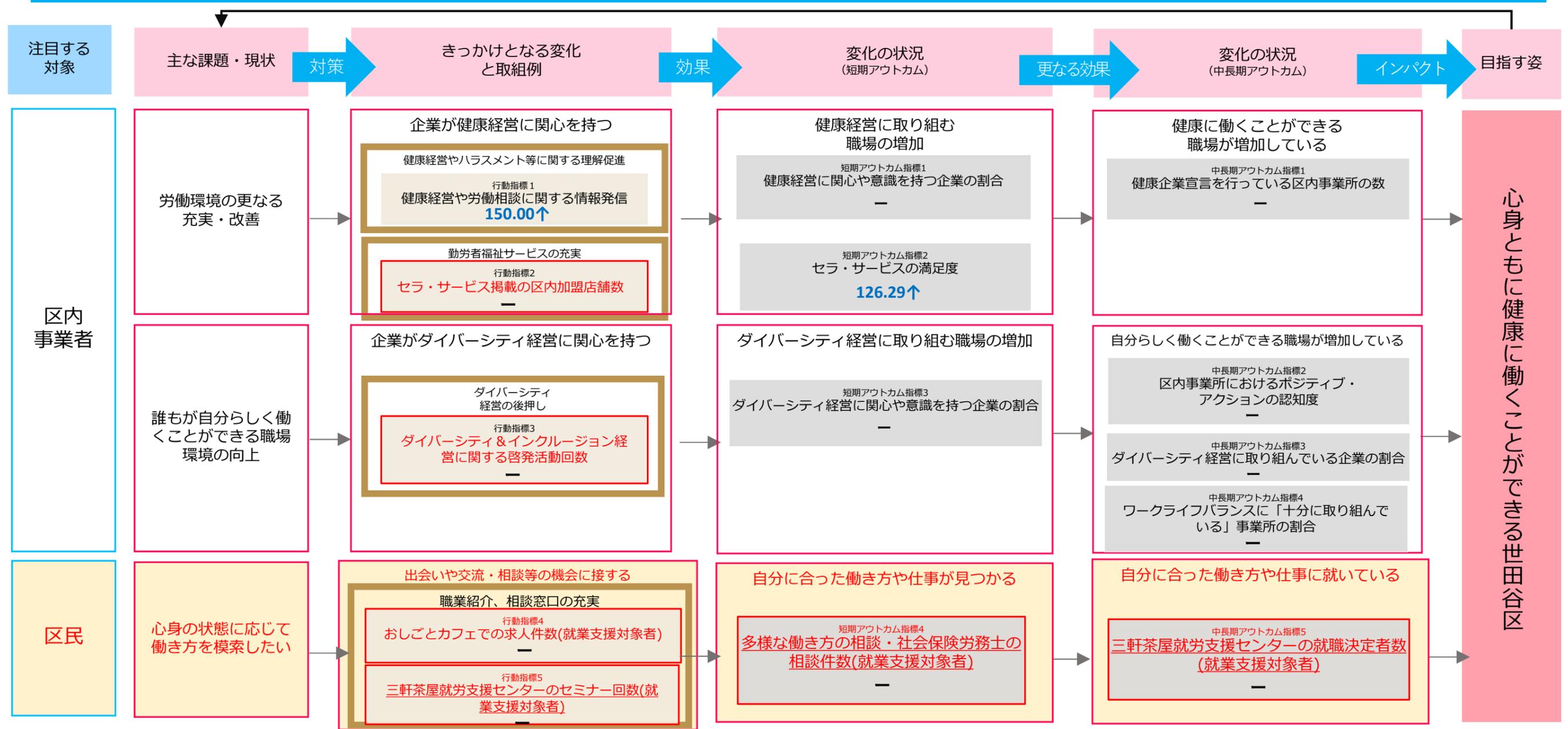


指標	横断的	指標名	データの収集方法	基準値	令和6年度実数	指数
行動指標	1	地域連携型ハンズオン支援事業によるスクール実施数及び交流会の開催数 または 公募数 (応募者数)	ハンズオン支援事業の実績から集計			
	2	○ 創業相談の実施回数 創業セミナーやスクールの受講人数	産業振興公社が行うワンストップ相談窓口及び創業セミナーの実施回数			
	3	SETAGAYAPORTの各プロジェクトの実施	SETAGAYA PORTのプロジェクト実施数			
短期アウトカム指標	1	地域連携型ハンズオン支援により新規プロジェクトの事業を達成した事業者数	ハンズオン支援事業の実施状況	73 事業者	→ 42 事業者	57.53
	2	○ 起業・創業に関心を持つ区民の割合	区民意識調査等区民に対するアンケートの実施			
	3	SETAGAYA PORTのプロジェクト・イベント参加者数	SETAGAYA PORTにおけるピッチ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	→ 92 人	296.77
中長期アウトカム指標	1	地域連携型ハンズオン支援により売上好転事業者の割合	ハンズオン支援事業の追跡アンケート結果等から集計			
	2	○ 創業相談等利用者の創業者の割合	創業支援等事業を受講して創業した割合			
	3	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	150.00

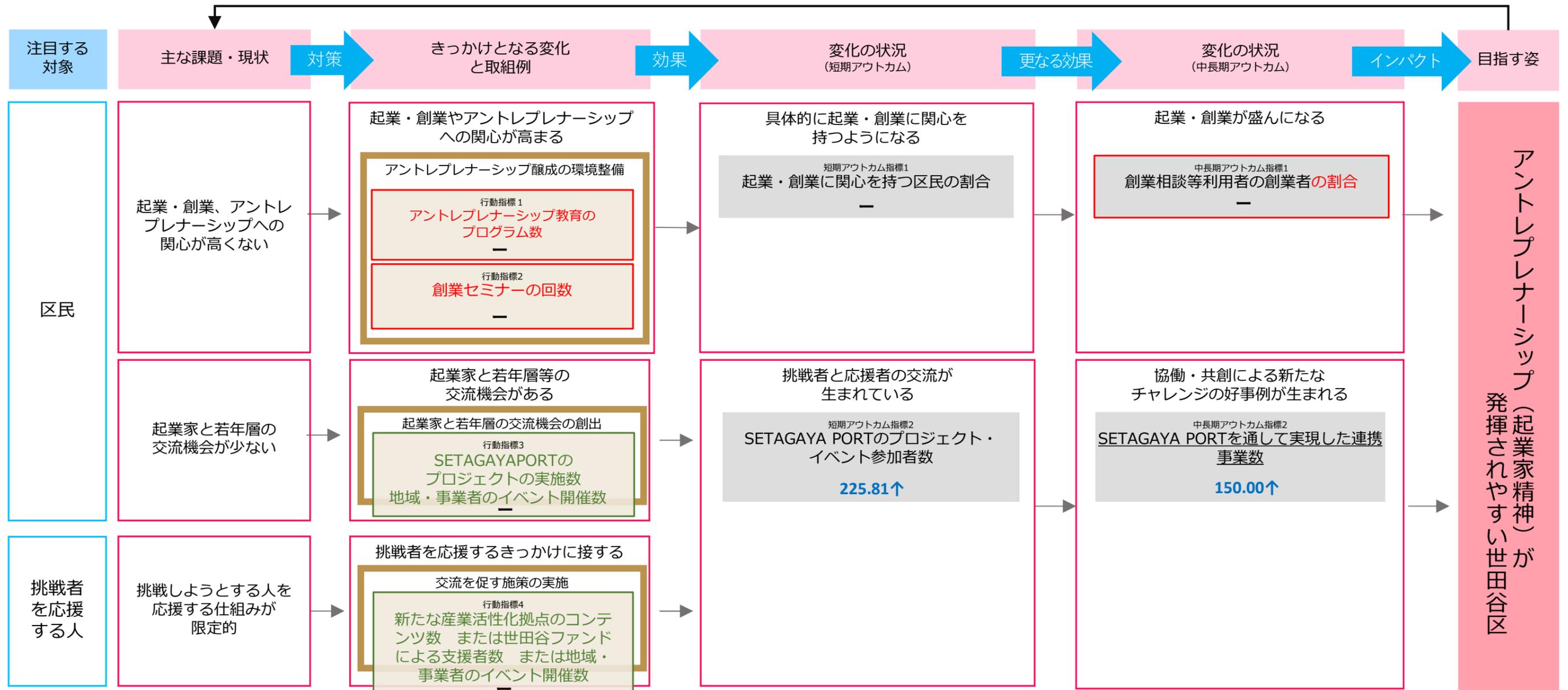


指標	指標名	データの収集方法	基準値	令和6年度実数	指数
行動指標	1 多様な働き方に関するセミナー回数	事業実績から集計	-	7	100
	2 多様な働き方の相談・社会保険労務士の相談実施回数	会社の社会保険労働相談実施回数・相談件数とさまざまな働き方カウンセリング	155 回	205 回	132.26
	3 兼業・副業の理解促進や普及啓発に関する情報発信数	メルマガ発信件数	- 回	0 回	-
	4 おしごとカフェでの求人件数 または 区内企業と求職者のマッチングイベント開催数	事業実績から集計	-	-	-
	5 三軒茶屋就労支援センターのセミナー回数	事業実績から集計	178 回	182 回	102.25
短期アウトカム指標	1 三軒茶屋就労支援センターの就職決定者数	事業実績から集計	787 人	766 人	97.33
	2 スキルを活かせる職場づくりに取り組んでいる事業者数	産業基礎調査「スキルを活かせる職場づくりの取り組み」(取り組んでいる)の回答割合	-	-	-
	3 多様な働き方の相談・社会保険労務士の相談件数	会社の社会保険労働相談実施回数・相談件数と働き方カウンセリング事業実績から集計	400 件	470 件	117.50
中長期アウトカム指標	1 「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	-
	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 <b>現況値の変更</b>	18 %	56.8 %	-
	4 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
	5 仕事と家庭生活をともに優先している人の割合	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	就職決定者のうち、就業支援対象者(シニア、シングルマザー、障害者等)の決定者数のみ抽出	787 人	766 人	97.33

# 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

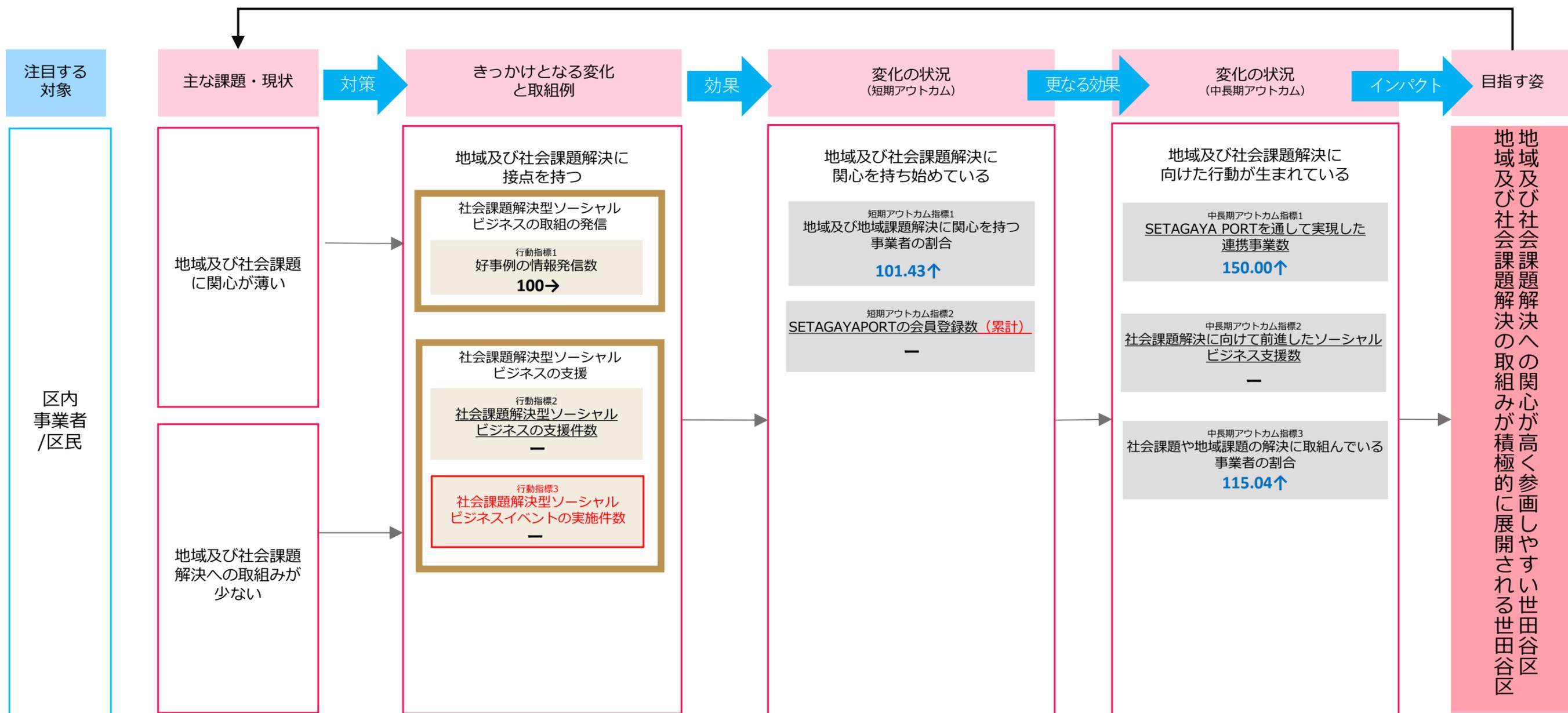


指標	指標名	データの収集方法	基準値	令和6年度実数	指数
行動指標	1 健康経営や労働相談に関する情報発信	メルマガでの情報発信回数	2 回	→ 3 回	150.00
	2 セラ・サービス掲載の区内加盟店舗数	セラ・サービスの加盟店舗から区内店舗だけ抽出			
	3 ダイバーシティ&インクルージョン経営に関する啓発活動回数	メルマガでの配信数			
	4 おしごとカフェでの求人件数(就業支援対象者)	求人件数のうち、就業支援対象者(シニア、シングルマザー、障害者等)のみ抽出			
	5 三軒茶屋就労支援センターのセミナー回数(就業支援対象者)	セミナーのうち、就業支援対象者(シニア、シングルマザー、障害者等)対象のみ抽出			
短期アウトカム指標	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。「ダイバーシティ経営の取り組み状況」(取り組んでいる・関心がある)の回答割合	- %	→ 43 %	-
	4 多様な働き方の相談・社会保険労務士の相談件数(就業支援対象者)	相談件数のうち、就業支援対象者(シニア、シングルマザー、障害者等)のみ抽出			
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。「ダイバーシティ経営の取り組み状況」(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 %	→ - %	-
	5 三軒茶屋就労支援センターの就職決定者数(就業支援対象者)	就職決定者数のうち、就業支援対象者(シニア、シングルマザー、障害者等)のみ抽出			



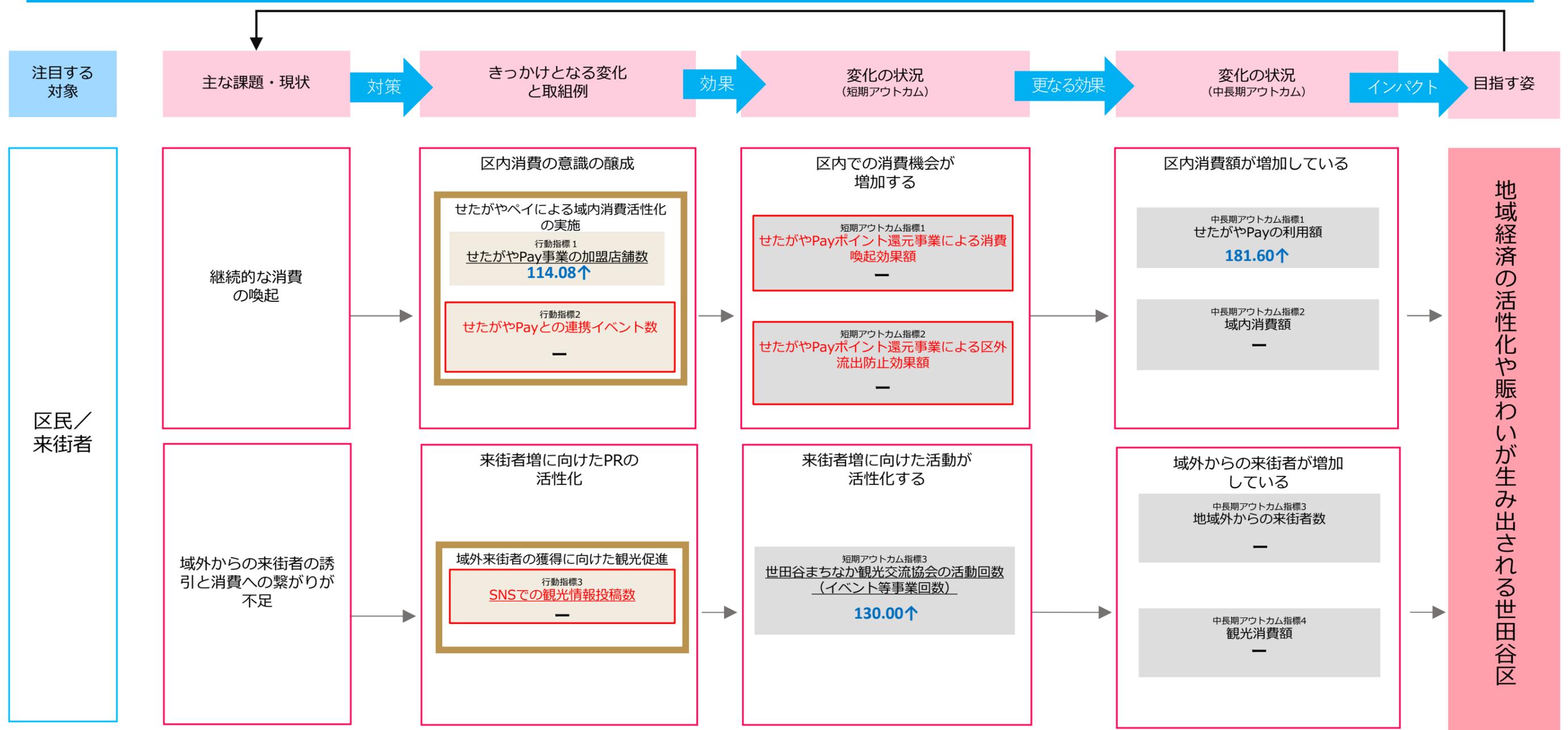
アントレプレナーシップ(起業家精神)が  
発揮されやすい世田谷区

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	1 アントレプレナーシップ教育のプログラム数	HOME/WORK VILLAGE KPIより集計			
	2 創業セミナーの回数	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	— 回	→ 66 回	—
	3 SETAGAYAPORTのプロジェクトの実施数 または地域・事業者のイベント開催数	SETAGAYA PORTのプロジェクト実施数			
	4 新たな産業活性化拠点のコンテンツ数 または世田谷ファンドによる支援者数 または地域・事業者のイベント開催数				
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	区民意識調査等区民に対するアンケートの実施			
	2 SETAGAYA PORTのプロジェクト・イベント参加者数	SETAGAYA PORTにおけるピッチ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	225.81
中長期アウトカム指標	1 創業相談等利用者の創業者の割合	創業支援等事業を受講して創業した割合。			
	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	150.00

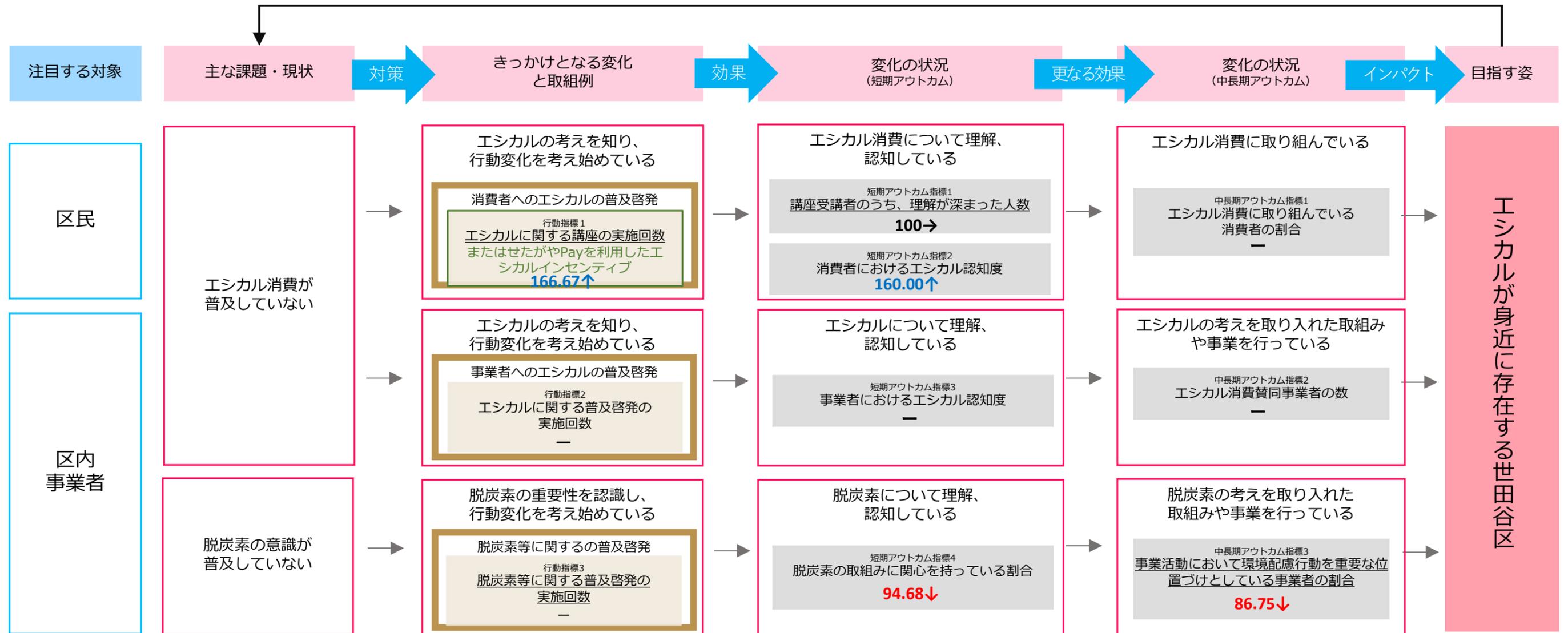


指標	指標名	データの収集方法	基準値	令和6年度実数	指数
行動指標	1 好事例の情報発信数	エコノミックス、メールマガジンでの発信	2	回	100.00
	2 社会課題解決型ソーシャルビジネスの支援件数	ソーシャルビジネス事業による支援件数			
	3 社会課題解決型ソーシャルビジネスイベントの実施件数	ソーシャルビジネス事業のセミナー、個別相談等のイベントの実施件数から集計			
短期アウトカム指標	1 地域及び地域課題解決に関心を持つ事業者の割合	産業基礎調査。「貴社は社会課題や地域課題の解決に関心がありますか」（既に取り組んでいる・今後取り組む予定・現時点で実施しているわけではないが、関心はある）の回答割合	63	%	101.43
	2 SETAGAYAPORTの会員登録数（累計）	SETAGAYA PORT会員数（累計）			
中長期アウトカム指標	1 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	150.00
	2 社会課題解決に向けて前進したソーシャルビジネス支援数	事業計画が前進している事業者の割合（ソーシャルビジネス補助で支援を受けた事業者(5年以内)へのアンケート）			
	3 社会課題や地域課題の解決に取り組んでいる事業者の割合	産業基礎調査。「社会課題や地域課題の解決に関心がありますか」（既に取り組んでいる）の回答割合	13	%	115.04

# 目指す姿10 地域経済の活性化や賑わいが生み出される世田谷区



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	1 せたがやPay事業の加盟店舗数	システム事業者から報告される各月別集計データ(加盟店舗数)	5,093 店	→ 5,810 店	114.08
	2 せたがやPayとの連携イベント数	区、公社、商店街等を含む連携イベント数(商業課データ)から集計			
	3 SNSでの観光情報投稿数	公社公式SNSでの観光情報投稿数			
短期アウトカム指標	1 せたがやPayポイント還元事業による消費喚起効果額	商業課実施アンケート結果から集計			
	2 せたがやPayポイント還元事業による区外流出防止効果額	商業課実施アンケート結果から集計			
	3 世田谷まちなか観光交流協会の活動回数(イベント等事業回数)	産業振興公社に確認	10 回	→ 13 回	130.00
中長期アウトカム指標	1 せたがやPayの利用額	システム事業者から報告される各月別集計データ(累計支払額)	20,359,824 千円	→ 36,973,259 千円	181.60
	2 域内消費額	RESASの民間消費額から。	20,968 億円	→ 億円	-
	3 地域外からの来街者数	人流データによる観光客と想定される人数	- 人	→ 人	-
	4 観光消費額	観光インターネット調査による区外観光客の平均消費単価に来街者数を掛けたもの	- 円	→ 9,160,510 円	-



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	1 エシカルに関する講座の実施回数 または せたがやPayを利用したエシカルインセンティブ事業実施回数	エシカル消費に関する消費生活講座、出前講座の実施回数 事業実績から集計	12 回	20 回	166.67
	2 エシカルに関する普及啓発の実施回数	SETAGAYA PORTにおけるエシカルイベント実施、メールマガジン等の配信による事業者に対する普及啓発回数。	-	-	-
	3 脱炭素等に関する普及啓発の実施回数	メルマガでの配信数	- 回	1 回	-
短期アウトカム指標	1 講座受講者のうち、理解が深まった人数	エシカル消費に関する消費生活講座、出前講座受講者にアンケート等を実施	303 人	303 人	100.00
	2 消費者におけるエシカル認知度	消費生活講座、イベント等においてアンケートを実施	25 %	40 %	160.00
	3 事業者におけるエシカル認知度	産業基礎調査。「貴社におけるエシカル消費の取組みについて、もっとも近いものはどれですか」（エシカル消費を意識して事業に取り組んでいる・意識はしていないが、事業活動の中で取り組んでいる・現時点で、具体的な取組みはないが、関心がある）の回答割合	-	51.1	-
	4 脱炭素の取組みに関心を持っている割合	産業基礎調査。「脱炭素への取組み」（高い関心を持っている・関心を持っている）の回答割合	45 %	42.7 %	94.68
中長期アウトカム指標	1 エシカル消費に取り組んでいる消費者の割合	消費生活講座、イベント等においてアンケートを実施	- %	36 %	-
	2 エシカル消費賛同事業者の数	せたがやまごころリレー協賛パートナー事業者数	- 者	31 者	-
	3 事業活動において環境配慮行動を重要な位置づけとしている事業者の割合	産業基礎調査における事業活動における位置づけについて、重要度は「高い」「やや高い」と回答した割合	25 %	21.6 %	86.75

# 「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、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数「持続可能な地域経済の充実度」について目標値を示し、取組みを進めていきます。（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変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

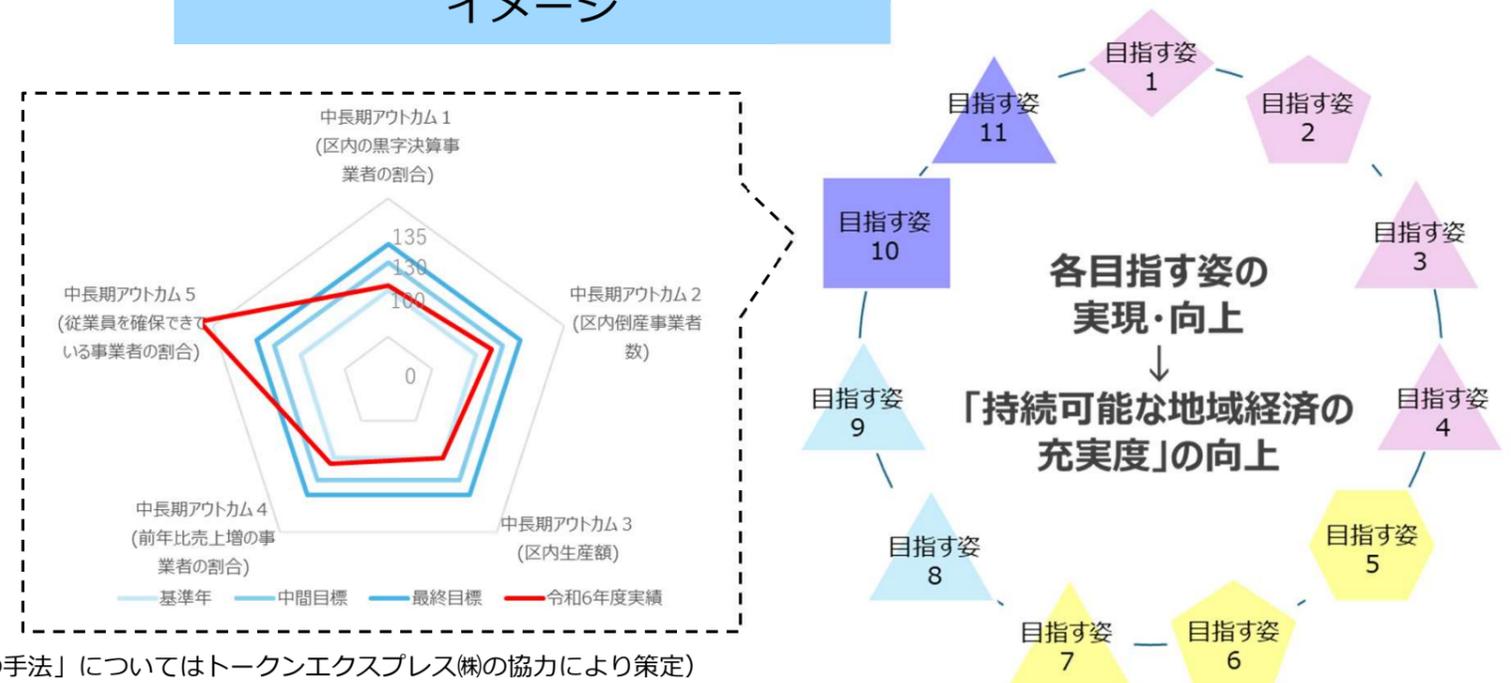
成果指標名	単位	現状値	中間目標値	最終目標値
		令和5年度	令和9年度	令和13年度
持続可能な地域経済の充実度※	ポイント	100	130	135

※「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」についてはトークンエクスプレス㈱の協力により策定）

No	目指す姿	指標	指標名	部会内意見	修正案（指標名）	修正案（データの収集方法）
1	目指す姿1	行動指標	1 商店街団体の活動の支援数	商店街は組織力を上げていくことで公共的役割を担っていける。	顧問的診断士の派遣数	世田谷区産業振興公社より照会
2	目指す姿1	行動指標	3 体験農園の参加者数	農地の重要性に関する認知度を上げるためには、アクションプランに記載のある「農業塾」や「農業サポーターの登録」によって農業の底上げと協力者の理解を深めることに繋がる。	農業サポーターの登録者数	農業サポーター登録者数を集計
3	目指す姿1	行動指標	4 区民に向けた建設業に関する情報発信の回数	区の公共事業において、地元事業者の受注率向上や雇用促進を支援する視点も重要。	—	産業フェスタ出展数、公共施設等総合管理計画に基づく工事・エコ住宅補助事業に基づく工事のPR数
4	目指す姿1	短期アウトカム指標	5 建設業の地域での貢献に関する理解度	区内の事業者が発注が促されるような制度設計の改善が必要。	—	エコ住宅補助事業に基づく区内事業者による工事の実施件数
5	目指す姿3	行動指標	3 公共的役割を担う団体の活動の支援数	組織力を上げていくことで公共的役割を担っていける。	—	各産業団体※が活動を行うにあたり支援している数(※商店街、浴場組合、法人会、青色申告会、工業会、農業団体等)
6	目指す姿4	行動指標	1 地域連携型ハンズオン支援事業による支援事業者数	ハンズオン支援事業の指標は、選定された方となる「支援事業者数」ではなく、チャレンジ意欲を測るためにチャレンジのきっかけとなる「公募数（応募者数）」を指標とすることが適切ではないか	・地域連携型ハンズオン支援事業によるスクール実施数及び交流会の開催数 ・公募数（応募者数）	ハンズオン支援事業の実績から集計
7	目指す姿4	中長期アウトカム指標	1 地域連携型ハンズオン支援により売上好転事業者数	区は、支援後の成果（事業継続状況など）を追跡し、区民に明確に示す責務がある。ハンズオン支援では「事業を継続している件数」を指標とすることが有効	・地域連携型ハンズオン支援により売上好転事業者の割合 ・事業を継続している件数	ハンズオン支援事業の追跡アンケート結果等から集計
8	目指す姿5	行動指標	4 おしごとカフェでの求人件数	おしごとカフェ全体の求人件数を単純に図るのではなく、一步踏み込んで民間サービスからこぼれ落ちる求人(シニア、シングル、障害者等)の求人を増やすべき。	・おしごとカフェの求人件数 ・区内企業と求職者のマッチングイベント開催数	事業実績から集計
9	目指す姿5	中長期アウトカム指標	6 三軒茶屋就労支援センターの就職決定者数	企業がどれだけ就労が困難な人(シニア、シングルマザー、障害者など)を採用したか(業務委託含む)を計測すべき。また、その件数を増やすためのアクションプランとして助成金やインセンティブを設定することも考えられる。	—	就職決定者数のうち、就業支援対象者(シニア、シングルマザー、障害者等)の決定者数のみ抽出
10	目指す姿6	行動指標	2 セラ・サービスの加盟数	セラ・サービスはサービスの利用できる区内店舗の登録が減少。地元店舗の登録を促す。	セラ・サービス掲載の区内加盟店舗数	セラ・サービスの加盟数から区内店舗だけ抽出
11	目指す姿6	行動指標	追加 おしごとカフェでの求人件数	注目する対象が「区内事業者」のみに限定するのではなく、働く側の視点を入れた方が良い。 病や障害を抱えながらも働ける・生きられる状態を支えることが重要。 ウェルビーイングの観点から、心身の状態に応じた柔軟な働き方の支援が求められる。 キャリアブレイクを支援する制度やセミナーの企画も有効。再起・再挑戦を支える制度や社会的理解が必要。	おしごとカフェでの求人件数(就業支援対象者)	おしごとカフェ求人件数のうち、就業支援対象者(シニア、シングルマザー、障害者等)のみ抽出
12	目指す姿6	行動指標	追加 三軒茶屋就労支援センターのセミナー回数	同上	三軒茶屋就労支援センターのセミナー回数(就業支援対象者)	三軒茶屋就労支援センターのセミナー回数うち、就業支援対象者(シニア、シングルマザー、障害者等)のみを抽出
13	目指す姿6	短期アウトカム指標	追加 多様な働き方の相談・社会保険労務士の相談件数	同上	社会保険労務士への相談件数(就業支援対象者)	社会保険労務士への相談件数のうち、就業支援対象者(シニア、シングルマザー、障害者等)のみ抽出
14	目指す姿6	中長期アウトカム指標	追加 三軒茶屋就労支援センターの就職決定者数	同上	三軒茶屋就労支援センターの就職決定者数(就業支援対象者)	就職決定者数のうち、就業支援対象者(シニア、シングルマザー、障害者等)の決定者数のみ抽出
15	目指す姿7	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	大企業志向の固定観念をほぐすなど家庭(親)の意識改革も必要。教師・親向けの講座や勉強会の設計が求められる。	アントレプレナーシップ教育のプログラム数	HOME/WORK VILLAGE KPIより集計

※「—」は修正なし、若しくは修正案が未定

No	目指す姿	指標	指標名	部会内意見	修正案（指標名）	修正案（データの取集方法）
16	目指す姿7	行動指標	4 起業家と若年層の交流機会数	若者の挑戦を支える「最初の支援者」としての世田谷ファンドの可能性。	世田谷ファンドによる支援者数	—
17	目指す姿8,9	行動指標	追加 新規	「課題を持つ人」と「解決策を持つ人」などをつなぎ、深め、掛け合わせるリアルな場（例：ソーシャルビジネスサミット）を創出することが不可欠。行動指標に「つなげる」という概念を加えるべき。	社会課題解決型ソーシャルビジネスイベントの実施件数	ソーシャルビジネス事業のセミナー、個別相談等のイベントの実施件数から集計
18	目指す姿10	行動指標	2 せたがやPayの利用者数	せたがやPayのポイント還元に応じない層(未利用者)へアプローチする余地がある。インセンティブを変えることで利用率や利用数が爆発的に伸びるのではないか	せたがやPayとの連携イベント数	区、公社、商店街等を含む連携イベント数（商業課データ）から集計
19	目指す姿10	行動指標	3 まちなか観光交流協会会員数の増加	PRや活性化の強化:商店街や自主的取組みによって間接的に来街者を呼び込むことにつながる。その年間開催回数などを計ることも指標の一つになりえる。 Wi-Fi環境の強化と活用:公設無料Wi-Fiを強化し、メールアドレス登録制にすることで観光客リストを取得し、能動的なアプローチを可能にする。	SNSでの観光情報投稿数	公社公式SNSでの観光情報投稿数
20	目指す姿10	短期アウトカム指標	1 せたがやPayの決済回数	「決済回数」だけでは、他の決済手段との選択の結果に過ぎず、区内消費額の「純増」を証明しにくい。 区における経済的な活動の総数を測定し、その活動総数とせたがやPayの利用が増加していれば「消費機会が増加する」と言えるのではないか。 ポイント還元キャンペーン時にアンケートを実施し、「せたがやPayの還元率を魅力に思ってせたがやPayを利用したか」など消費行動の背景を問い、区内消費の意識を確認することで施策の有効性をより正確に評価する。	せたがやPayポイント還元事業による消費喚起効果額（せたがやPayポイント還元事業により普段よりも多く、普段よりも高額な財・サービスを費消した効果額）	商業課実施アンケート結果から集計
21	目指す姿10	短期アウトカム指標	2 せたがやPayアプリ利用者の継続利用率	区における経済的な活動の総数を測定し、その活動総数とせたがやPayの利用が増加していれば「消費機会が増加する」と言えるのではないか。	せたがやPayポイント還元事業による区外流出防止効果額（せたがやPayポイント還元事業により普段は区外やECサイト等で購入している財・サービスを、せたがやPayで購入し、区外への消費の流出を防止した額）	商業課実施アンケート結果から集計
22	目指す姿11	行動指標	1 エシカルに関する講座の実施回数	エシカルという概念は定性的で、成果を数値で測ることが難しい。現在の指標「講座の実施回数」だけでは不十分。 せたがやPayの活用:店舗カテゴリに「環境配慮」などのエシカルな軸を追加し、認定事業者から商品やサービスを購入した際にはポイント付与率を高める（グリーンせたPay構想）。それが消費行動の選択意思表示と言えるのではないか。 エシカル商品購入時にせたがやPayで決済するとポイントを付与するなど、事業者にとっても消費者にとってもエシカル消費普及のきっかけとして活用する。	せたがやPayを利用したエシカルインセンティブ事業実施回数	事業実績から集計
23	目指す姿11	行動指標	3 脱炭素等に関する普及啓発の実施回数	事業者が自社の状況（CO2排出量など）を可視化し、改善目標を設定するプロセスを支援する。また、取り組みを行う事業者をマップ化して発信する。	—	—

※「—」は修正なし、若しくは修正案が未定

# 世田谷区地域経済発展ビジョン

令和**6**年度（2024年度） ▶ 令和**13**年度（2031年度）

【概要版】

令和6年3月  
経済産業部  
産業連携交流推進課

# 目的と位置づけ

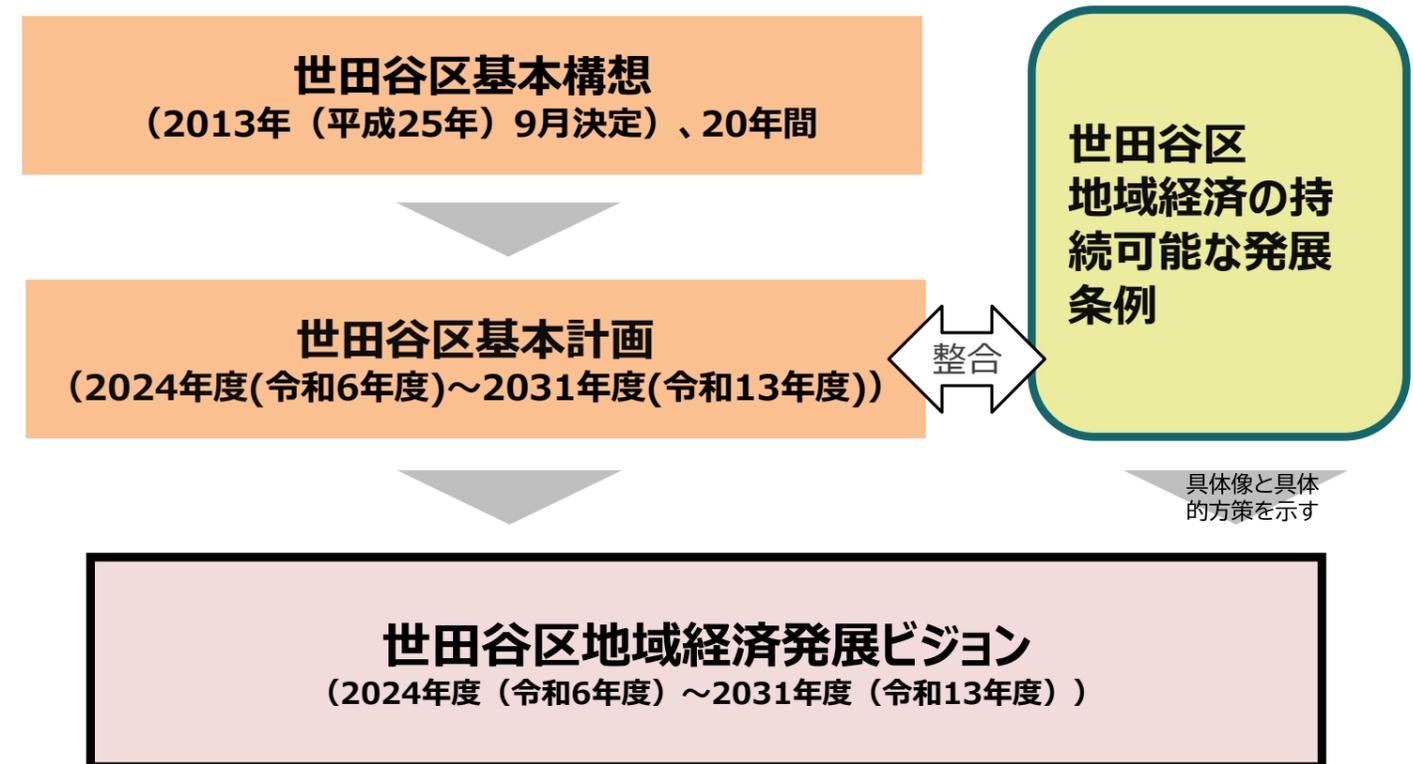
## ● 策定の背景と目的

- 2022年4月、経済的发展と非経済的価値の両立による地域経済の持続可能な発展を目指す「世田谷区地域経済の持続可能な発展条例(以下、発展条例)」を制定。「地域経済の持続可能な発展」を通じて、地域経済や産業振興の観点から「豊かな区民生活」の実現に寄与することを目指す。
- 発展条例の理念の実現に向け、具体的な将来像（目指す姿）を設定した上で、時代の変化やニーズに応じた具体的取組みを整理し、改めて大局的な視点から強力な経済産業政策に取り組むべく、産業ビジョン（2018年3月策定）を見直し、今般、「世田谷区地域経済発展ビジョン」を策定。

## ● 位置付け

- 「世田谷区地域経済発展ビジョン」は、発展条例の理念の実現に向け、具体的な将来像とその実現のための具体的方策等を示すものであり、「地域経済の持続可能な発展」の実現に向けた指針。
- 「世田谷区基本計画」を踏まえた、地域経済や産業振興の観点から「地域経済の持続可能な発展」を通じて、世田谷区基本計画の目指すべき方向性に寄与するものであり、経済産業分野の分野別計画の役割も担う。

【体系図】



## ● 計画期間

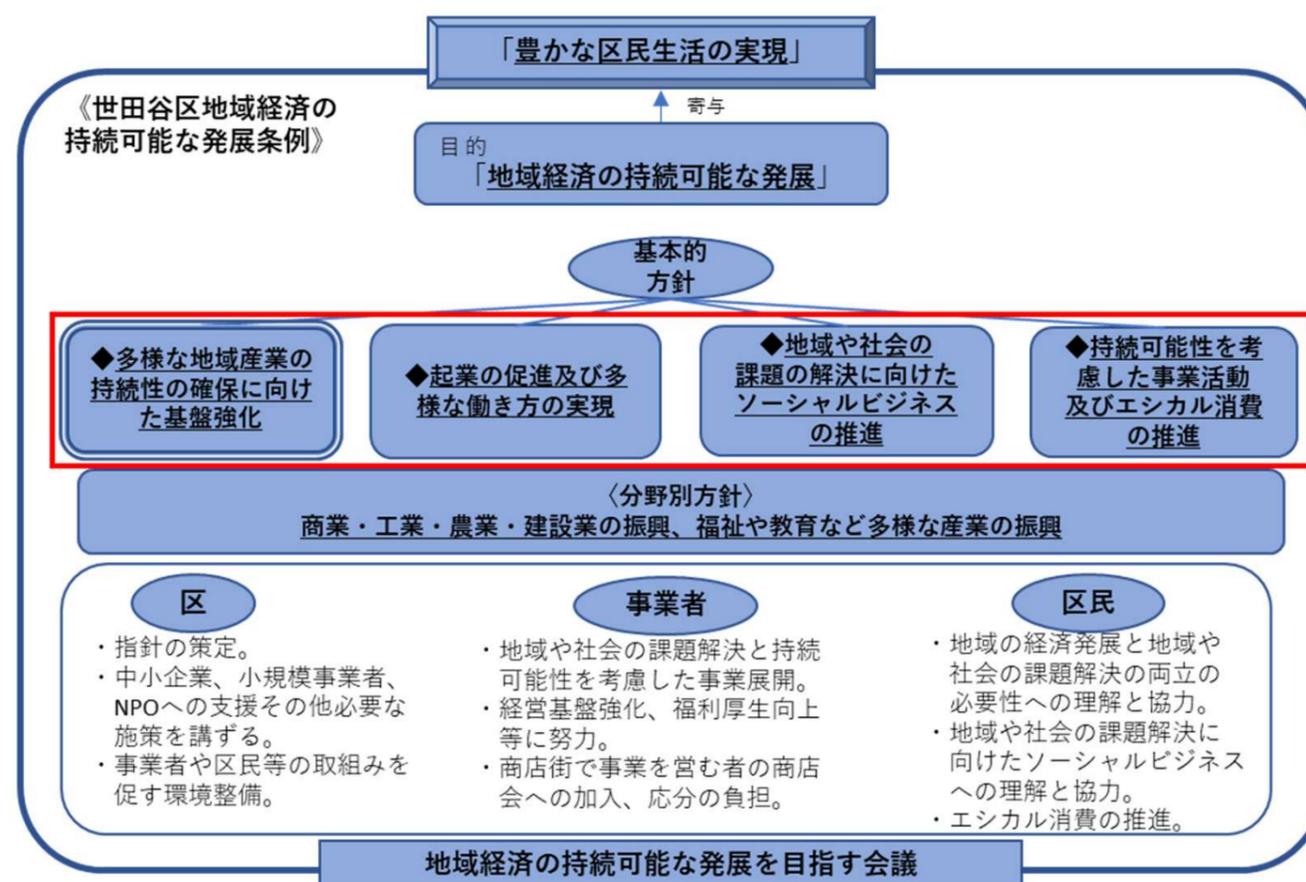
- 2024年度（令和6年度）～2031年度（令和13年度）までの8年間（新たな世田谷区基本計画と同じ期間）。

## 発展条例で示す政策の方向性

- 経済的发展と非経済的価値の両立による地域経済の持続可能な発展を目指す「世田谷区地域経済の持続可能な発展条例(発展条例)」の理念の実現を目指す。
- 「地域経済の持続可能な発展」を通じて、地域経済や産業振興の観点から「豊かな区民生活」の実現に寄与する。
- 「地域経済循環の向上」を土台に、「生産」増加に向けた事業者支援、「分配」向上に向けた就労等支援、「支出」の域内循環に向けた消費喚起や域外消費獲得など、地域経済の循環を高め、地域経済を活性化するとともに、社会・地域課題解決に取り組みを実施。

### 世田谷区地域経済の持続可能な発展条例について

- 令和4年4月、産業振興基本条例を「地域経済の持続可能な発展条例」として改正。
- **非経済的な価値も重視し、地域・社会課題の解決と、経済的发展との両立を実現することで地域経済の持続可能な発展を目指す。**
- 理念・目的の実現に向けて、**4つの基本の方針**を設定。
- 事業者を軸としながらも、区民一人ひとりの存在や役割向上を踏まえ、**区民にも理解と協力を促す。**



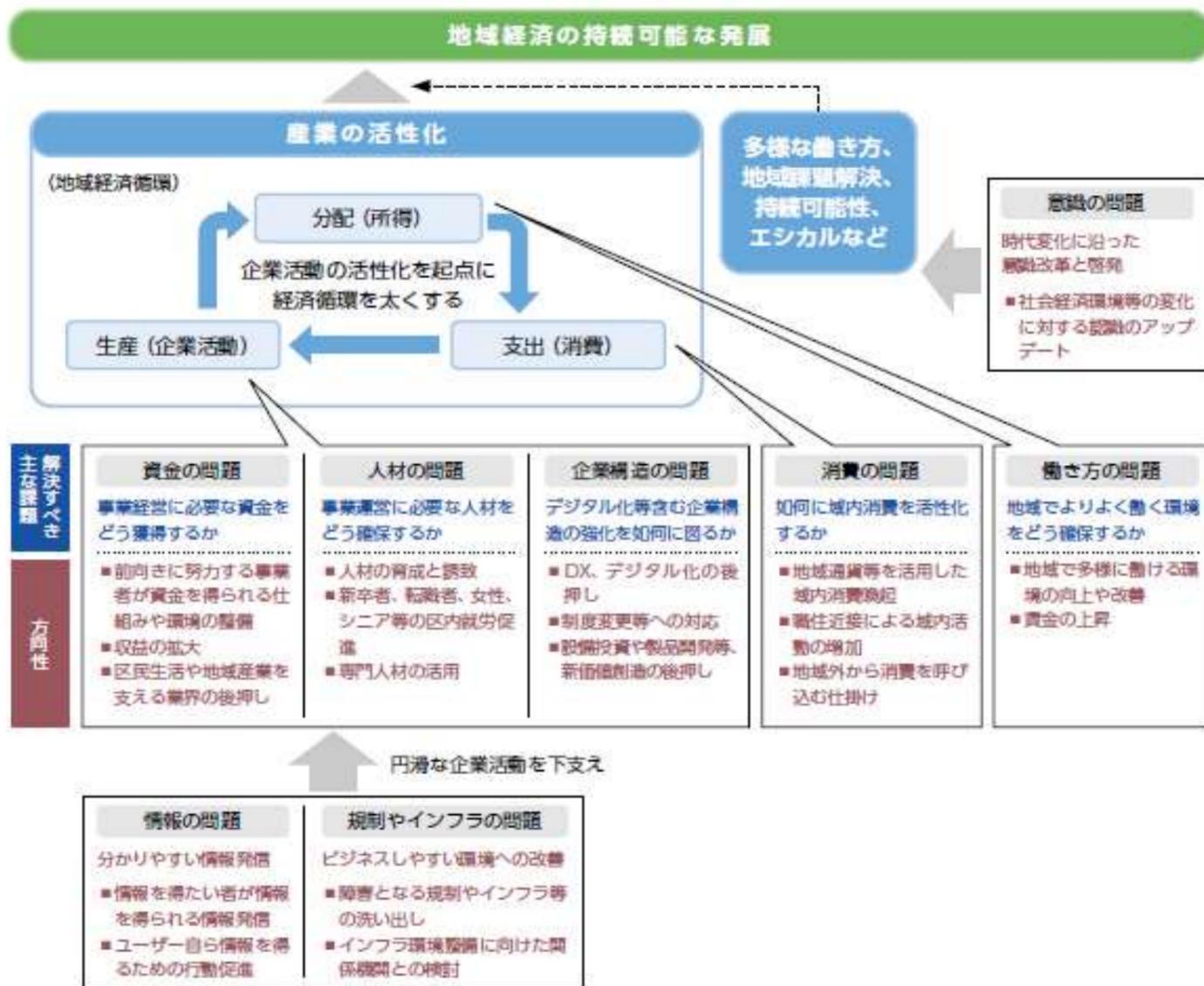
## ●「ビジョン（未来像）」

### 持続可能な経済循環で実現する世田谷のウェルビーイング

※個々の産業政策や施策を通じた先の地域経済の将来像を端的に表現するキーワード

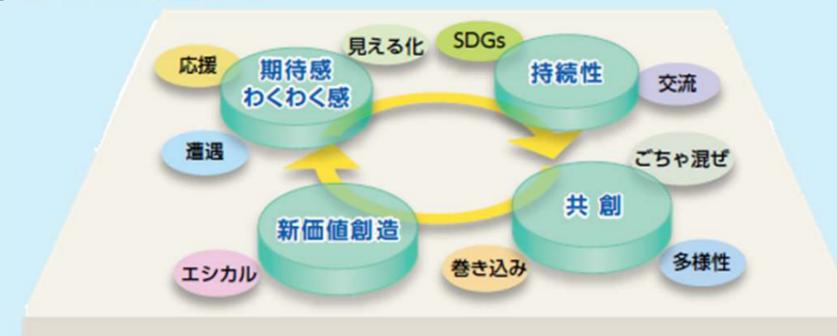
## ●「ビジョン（未来像）」実現に向けた大きな方向性

- **産業を改めて中心に据え、企業の課題解決を通じて企業活動を後押し。「雇用」、「消費」につながる地域経済循環の起点を強化し、経済循環を「太く」していく。**
- **地域経済循環の考えの下に整理することで施策を点から面に。都市部の住宅都市の特徴を踏まえた経済産業政策を展開。**



## ●「ビジョン（未来像）」実現に向けた基本の考え方

- 「応援」等による「期待感」を原動力に「持続性」ある活動を生み、「交流」が「共創」を促進し、「新価値創造」につながる。このような循環が継続的に発生する施策展開を目指す。



## ● 取組み推進のための大切な視点

- **重要性・必要性の観点(縦軸)から優先順位付け、「大切な視点(横軸)」から効率化や効果最大化。**

<b>「横串としての地域経済産業政策」の視点</b>	分野横断的な連携強化により効果的な課題解決や付加価値を創出	効果の波及や付加価値の創出・増大に寄与
<b>「インパクト設計」の視点</b>	地域経済や区民の生活への影響を考慮した制度設計（インパクト設計）	地域経済や産業への効果最大化に加え、区民生活の質の向上に寄与
<b>「ユーザー」の視点</b>	実態を踏まえ、ユーザー視点での真に必要な施策を構築	施策の使い勝手の向上による施策の効果の最大化に寄与
<b>「官民共創」の視点</b>	官民の共創による施策の効果最大化プラットフォームを通じた取組み	多様なニーズへの対応と官と民の強みを活かした好循環を創出
<b>「ブランディング」の視点</b>	地域や産業の魅力・強みを改めて見直し、魅力を活かした施策展開	地域産業の厚みや消費喚起、経済活性化に寄与

# 政策の方向性と取組み

## ●「政策の方向性」、「目指す姿」、「実現に向けた取組み」

### 【基本的方針 1】

区民生活を支える多様な地域産業の持続性の確保に向けた基盤強化を図る

#### 政策の方向性

既存産業を中心に据えた事業経営の基盤強化に資する基本施策を強化。チャレンジ後押し。多様な産業の定着・成長の環境整備。世田谷の特徴と融合した区内産業の新たな連関と成長を後押し。交流を生むプラットフォームの充実。後継者育成や円滑な事業承継の促進。産業団体等との連携強化による多様な主体の連携活動の後押し。

#### 【目指す姿1】

区内産業が活性化し、活力ある世田谷区

#### <取組み>

- 区内商業の活性化と商店街の公共的活動と更なる発展
- 区内工業の活性化と工業用地の維持・保全
- 都市農業の活性化と農地の維持・保全
- 建設業の活性化と地域貢献活動の後押し
- 産業分野間の発展に向けた連関の促進

#### 【目指す姿2】

多様な事業者が安心して継続的に事業を営み成長できる世田谷区

- 資金供給の円滑化とセーフティネットの提供・充実
- 生産性向上の後押し
- デジタル化やDX化の後押し
- 安定的な事業経営に必要な体制整備の後押し
- 必要な情報への円滑なアクセスの改善
- 災害時等のしなやかな対応につながる後押し
- 事業者の区内定着に向けたビジネス環境整備

#### 【目指す姿3】

区民生活を支える産業が引き継がれていく世田谷区

- 円滑な事業承継に向けた顔の見える環境の構築
- 安定的な事業経営に必要な体制整備の後押し
- 公共的役割を担う産業団体等組織の活性化
- 日常の中で子どもと仕事が出会う機会の醸成

#### 【目指す姿4】

意欲や思いのある人・事業者が積極的にチャレンジできる世田谷区

- 新たなチャレンジを後押しする手段等の充実
- 新たな価値をもたらす専門人材の活用の後押し
- 起業・創業者を応援する仕組みの構築・充実
- 産業を通じた街や区内産業を身近に感じる環境の醸成

### 【基本的方針 3】

地域及び社会の課題の解決に向けてソーシャルビジネスの推進を図る

#### 政策の方向性

地域課題への関心を高める環境整備。事業者間の協働事業や官民共創の推進。地域課題解決の裾野拡大に向けた情報提供。行動を応援する仕組みや実証等の後押しの場の構築。ソーシャルビジネス促進に向けた共創を促すプラットフォームの充実。

#### 【目指す姿8】

地域及び社会課題解決への関心が高く参画しやすい世田谷区

#### <取組み>

- 地域及び社会課題に関心を持つ事業者の増加
- 課題解決に参画できる環境の整備

#### 【目指す姿9】

地域及び社会課題解決の取組みが積極的に展開される世田谷区

- 事業者の取組みを促す支援の充実
- 担い手間の共創を促進

### 【基本的方針 2】

誰もが自己の個性及び能力を発揮することができる働きやすい環境を整備し、起業の促進及び多様な働き方の実現を図る

#### 政策の方向性

多様化する働き方やライフスタイルに応じた働き方を選択することができる環境整備。セーフティネットとしての相談体制の充実。起業促進に向けた交流機会創出、環境整備。自らのニーズに基づき活動できる場の構築。

#### 【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

#### <取組み>

- 求職者が望む仕事が見つかる環境の整備
- どこでも働くことができ創造性が発揮される環境の整備
- 雇用形態等に捉われない多様な働き方が選択できる環境の構築

#### 【目指す姿6】

心身ともに健康に働くことができる世田谷

- 健康経営の後押し
- 多様な働き方やワーク・ライフ・バランス向上を後押し
- ダイバーシティ&インクルージョン経営の後押し

#### 【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

- 起業関心層の増加
- 起業・創業者を応援する仕組みの構築・充実
- 起業経験者の集積を促進

### 【基本的方針 4】

地域経済の持続可能性を考慮した事業活動及びエシカル消費の推進を図る

#### 政策の方向性

継続的な消費喚起。来街者の呼び込み。区民の地元への愛着醸成。個店の魅力の掘り起こしなどの地域の強みや魅力のPR。エシカルへの意識や理解の啓発。SDGsなどブランドや強みにもつながる取組み推進と環境整備。

#### 【目指す姿10】

地域経済の活性化や賑わいが生み出される世田谷区

#### <取組み>

- 継続的な消費の喚起と賑わいの創出
- 区外からの来街者の呼び込み
- 区民の地元愛着の更なる向上

#### 【目指す姿11】

エシカルが身近に存在する世田谷区

- エシカル関心層の増加
- 事業者のエシカル意識の醸成
- 脱炭素等意識の醸成と実践の後押し

## ●重点事業（抜粋）

### 新たな産業活性化拠点整備事業

### せたがやPay事業

#### アントレプレナーシップ教育プログラム等の実施

- 小中高生を対象に、アントレプレナーシップの醸成につながるプロジェクトを実施

#### アクセラレータープログラムの実施

- 事業スペースの提供
- 専門人材によるサポート
- 他企業との交流・連携など資金面でのサポート

#### 開かれた常設の学びの場の構築

- 乳幼児から高校生を対象に、アート、サイエンス、デザイン、エンジニアリング等を学ぶことができる常設の場を構築

#### テストマーケティング、社会実証実験等の推進

- 小売店や飲食店などによるトライアル販売
- 新たなプロダクトやサービス開発のテストマーケティング
- 新たなテクノロジーの社会実証フィールドの提供

#### 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やシェアオフィス等を提供

- 区内中小個店や商店街の稼ぐ力の基盤整備
- 地域経済の活性化（中小個店支援）や電子決済定着による産業効率化（地域産業DX）等を推進

#### SETAGAYA PORT 事業

- 様々なステークホルダーの交流を促進し、事業連携の機会を提供
- 地域・社会課題解決に向けた新たな産業育成
- エシカル消費を実践する事業者のイベントを開催

#### 地域連携型ハンズオン支援

- 専門家によるアドバイス等の伴走支援や補助金
- 研修型スクール事業

#### 事業承継プラットフォーム

- 事業承継や廃業を検討する事業者の情報収集と事業承継マッチング
- 関係機関等とのネットワーク連携

#### エリアリノベーション

- 地域の人材を掘り起こし、核となる店舗誘致や遊休資産などの地域資源を活かすことで新たな需要を取り込む

#### せせせプロジェクト

- 障害者施設で製作される商品の売上促進と利用者の工賃向上につながる支援
- メディアと連携して福祉系産業の魅力を伝える冊子等を展開

#### メールマガジンによる産業情報の発信

- 区内事業者に補助金やセミナーなどの情報を、メールマガジン配信サービスを活用して発信

#### 農福連携の推進

- 農作業体験会等の機会を通じた障害者の働く意欲の向上
- 地域イベント等による、区民及び区内農家の障害者雇用への意識醸成

#### 販路拡大やITの活用推進支援

- 販路拡大を目的とするホームページや動画の製作
- インターネット広告による販路拡大の取組み
- IT活用による効率化等の取組みに係る費用の一部を補助

#### ソーシャルビジネス・コミュニティビジネス支援事業

- 社会課題や地域課題の解決や地域の活性化を図る事業を行うソーシャルビジネス事業者に対して、経費の一部を補助

#### 区内起業・創業チャレンジ支援

- 起業・創業にかかる経費の一部を補助

#### 生産性向上に向けた設備整備支援

- 生産性向上に資する設備投資や製品購入、効率化や省エネ性能の高い設備や製品等経費の一部を補助

#### 産業プラザにおける交流促進機能の拡大

- 産業プラザの更なる効果的な活用による産業活性化に資する取組みの推進や産業交流を促す機能強化

# 政策の方向性と具体的取組み

## ●重点事業（抜粋）

### 商店街が担う 公共的役割への支援

- A E D、防犯カメラ、スタン  
ドパイプ等の設置・維持管  
理補助を継続
- 少子高齢化、障害理解等  
の地域課題への取組み

### 商店街の魅力の発信

- 「まちゼミ・まちバル」や「個  
店グランプリ」などにより、広  
く商店街の魅力をP R
- ホームページの設置・運営  
やS N Sを活用した効果  
的な情報発信の促進

### ものづくり事業者の 事業所施設整備支援

- 区内のものづくり関連の事  
業者を対象に、区内での  
立地継続を支援するため  
の事業所施設整備の補助

### ふれあい農園事業

- 区民が体験という形で農作  
業の一部を担う、交流によ  
る営農支援ふれあい農園  
事業の実施

### 建設業人材育成支援 事業

- 建設業を営む中小企業者  
を対象に、事業承継、後  
継者の育成及び技術力の  
向上を図る取組みを行うに  
あたって、その経費の一部  
を補助

### 融資あっせんと 利子補給による 事業者負担の軽減

- 融資のあっせん
- 融資制度の一環で、区か  
ら利子の一部を補助

### 特定創業支援事業

- 創業支援事業者との連携  
を強化
- 創業相談・創業セミナーな  
どを実施
- 創業へのチャレンジを後押  
しする支援
- 区内事業者向けに支援策  
の周知を推進

### 三軒茶屋就労支援 センター事業

- 就労を希望する方と事業  
者の人材のマッチング支援
- 雇用分野の伴走型窓口

### 区内中小企業等 人材マッチング等

- 求職者のキャリアチェンジの  
取組みを充実
- SNS発信や冊子等による  
人材不足産業の魅力発信
- 伴走型で企業の採用支援

### 区内企業への従業員 の定着促進支援

- 従業員の離職防止・定着  
促進のためのセミナーの実  
施

### 「奨学金返還支援事 業」を活用した 登録企業の支援

- 奨学金貸与を受けている  
大学生の区内企業への就  
職を支援

### 多様な働き方の 環境整備

- ライフスタイル等に応じて多  
様な働き方を選択すること  
ができる環境を整備
- セーフティネットとしての相談  
体制を充実

### ハラスメント相談 外部委託サービス

- 産業振興公社による外部  
窓口提供サービスによる、  
社内にハラスメント外部窓  
口を設置

### 多様性を認め合う 経営の周知・普及

- ダイバーシティ経営に関する  
セミナーを通して経営への  
活用を推進

### まちなか観光の推進

- 世田谷まちなか観光交流  
協会を通じた会員間の連  
携促進
- 世田谷まちなか観光交流  
協会のPRや魅力発信
- 人流データ収集分析

### 消費者の 安心安全の確保

- 区民へ向けて啓発や講座  
の実施
- 消費者安全確保地域協  
議会の運営
- 消費者相談窓口の充実と  
事業者調査と指導の実施

### 持続可能な 消費者行動の推進

- 区民へ向けたエシカル消費  
の普及啓発
- エシカルを身近に感じるこ  
とができ、実践できる場の提  
供や機会の創出

### 脱炭素等環境に関する 情報発信

- 脱炭素など環境意識等に  
関する情報発信や普及啓  
発

# 推進に向けて

## ● 推進体制

- 区および産業振興公社を中心に、産業団体や金融機関等との連携、区内事業者との官民共創の観点を取り込みつつ施策を推進。

## ● 評価指標の設定と測定・評価

- 「重点事業」の実施状況をPDCAサイクルマネジメントに沿って評価・検証。
- 「目指す姿」の実現に向けた進捗状況や地域経済への影響を把握するためのロジックモデル及びソーシャルインパクト指標※を設定し、その進捗状況を測定・評価（インパクト測定・マネジメント）。
- さらに、全体を総合的に捉えた指数「持続可能な地域経済の充実度」として目標値を示すことで、政策の進捗や条例理念の実現に向けた状況を分かりやすく見える化。

「持続可能な地域経済の充実度※」

成果指標名	単位	現状値	中間目標値	最終目標値
		令和5年度	令和9年度	令和13年度
持続可能な地域経済の充実度※	ポイント	100	130	135

※区内産業の活性化やビジネス環境向上等に関連する複数の指標を総合的に捉え、指数化したもの。  
※「世田谷区基本計画」より。

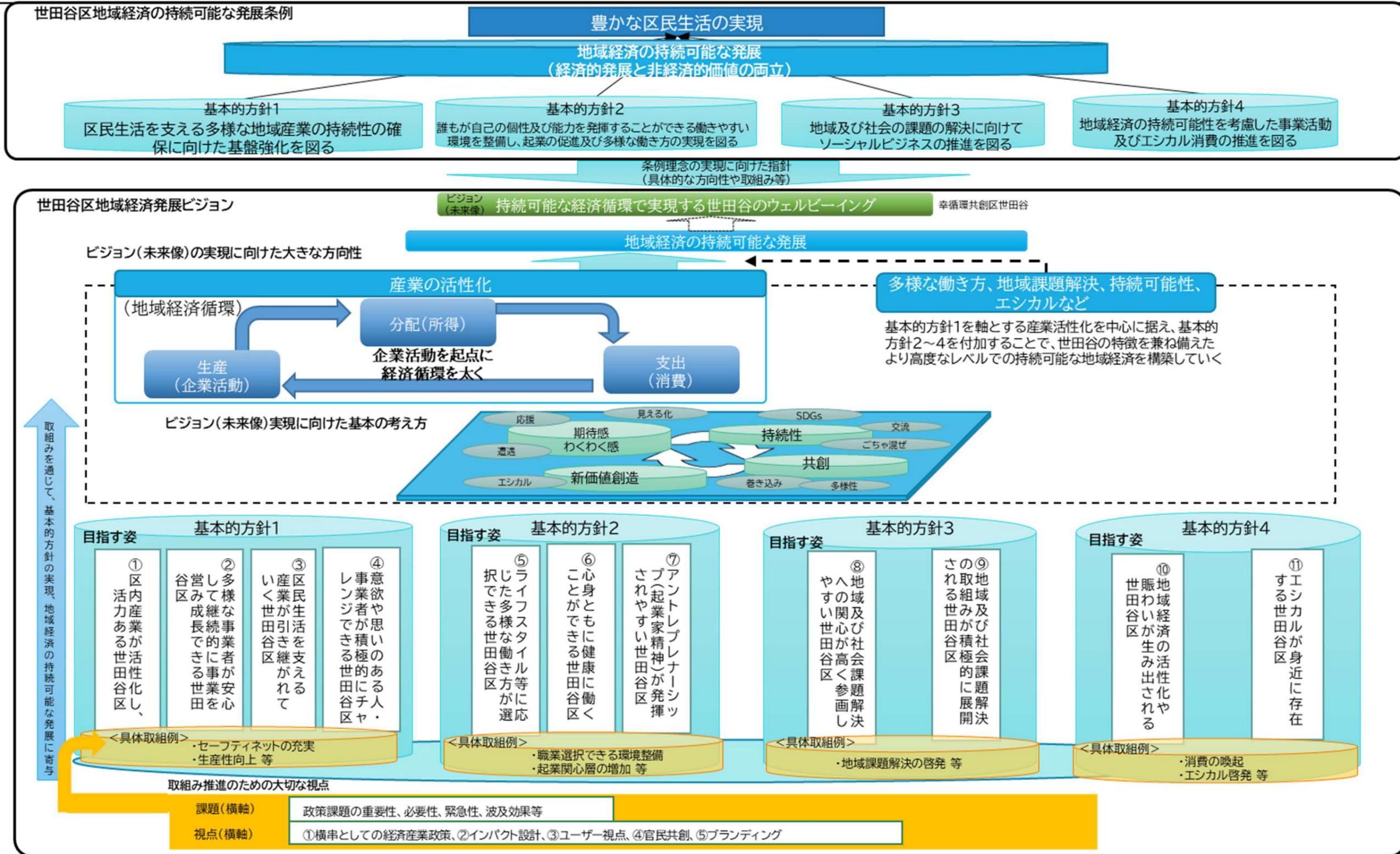
## ● 施策や指標の見直し

- 産業分野への寄与や地域への影響（ソーシャルインパクト）が低い事業は、事業停止や改善、手法の再検討、転換等を図り、時代やニーズの変化に迅速に対応した施策展開を図る。
- 「重点事業」を含む個別施策は、アクションプランにて整理し区ホームページで公表。ロジックモデル及びソーシャルインパクト指標も整理の上、区ホームページで公表。進捗管理及び定期的な見直しを図り、環境変化やソーシャルインパクトを意識した施策展開につなげていく。

※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な変化や効果を測定し、分かりやすく伝える指標。

「地域経済の持続可能な発展条例」と「世田谷区地域経済発展ビジョン」の関係

- ▶ 発展条例は、経済的発展と非経済的価値の両立により「地域経済の持続可能な発展」を目指す。4つの基本的方針を設定。
- ▶ 「地域経済発展ビジョン」は、条例理念の実現に向けた大きな方向性を示すとともに、目指すべき状態を「目指す姿」として具現化。実現に向けた「取組み」、取組みの先に見据える「ビジョン(未来像)」、「ビジョン(未来像)実現に向けた大きな方向性」、施策の効果最大化や優先順位付けに向けた「大切な視点」を整理。



## (参考) 地域経済の現状と課題 (抜粋)

### ● 地域経済を取り巻く状況と課題

- 地域経済循環率(地域経済の自立度や経済循環の度合)は115.3%。一方、区内で生産された付加価値額が区外流出している傾向。
- 卸売・小売業や雇用を支えてきた飲食業などで事業所数や売上、付加価値額等が減少傾向。事業承継や空店舗の課題もより顕在化。
- 一方、医療・福祉業や教育・学習支援業、情報通信業などは増加傾向にあるなど産業の多様化が進む。
- 飲食業、医療業、介護業などが地域の雇用を支える一方、一部情報通信業等を除き、総じて区外から稼ぐ産業が少ない状況。
- 融資実行金額の増加や代位弁済も増加傾向。

### ● 事業者を取り巻く状況と課題

- 「営業・販路開拓」、「人材確保」、「後継者育成」、「商品・サービスの高付加価値化」、「新商品・サービスの開発」など、事業者の抱える課題は多岐に渡る。販売力強化や新規顧客獲得、販路開拓、競争力や生産性向上などに取り組むことが喫緊の課題。
- DXやICT活用に消極的姿勢の事業者が多く、SDGs の理解や認知度も低い傾向。取組みに際しての人材や人員が不足している傾向も見て取れる。

### ● 将来生じると予想される地域経済を取り巻く変化

- デジタル化の進展やAIの利用の浸透、気候変動や脱炭素・環境配慮志向の更なる深化や働き方の多様化など、多くの変化が予想される。
- これらは、例えば、業務の種類や比重の変化、デジタルの活用・未活用による二極化や、環境配慮等に伴う経営上の優先順位の変化など、企業経営や地域経済に様々な影響を生じさせると考えられる。

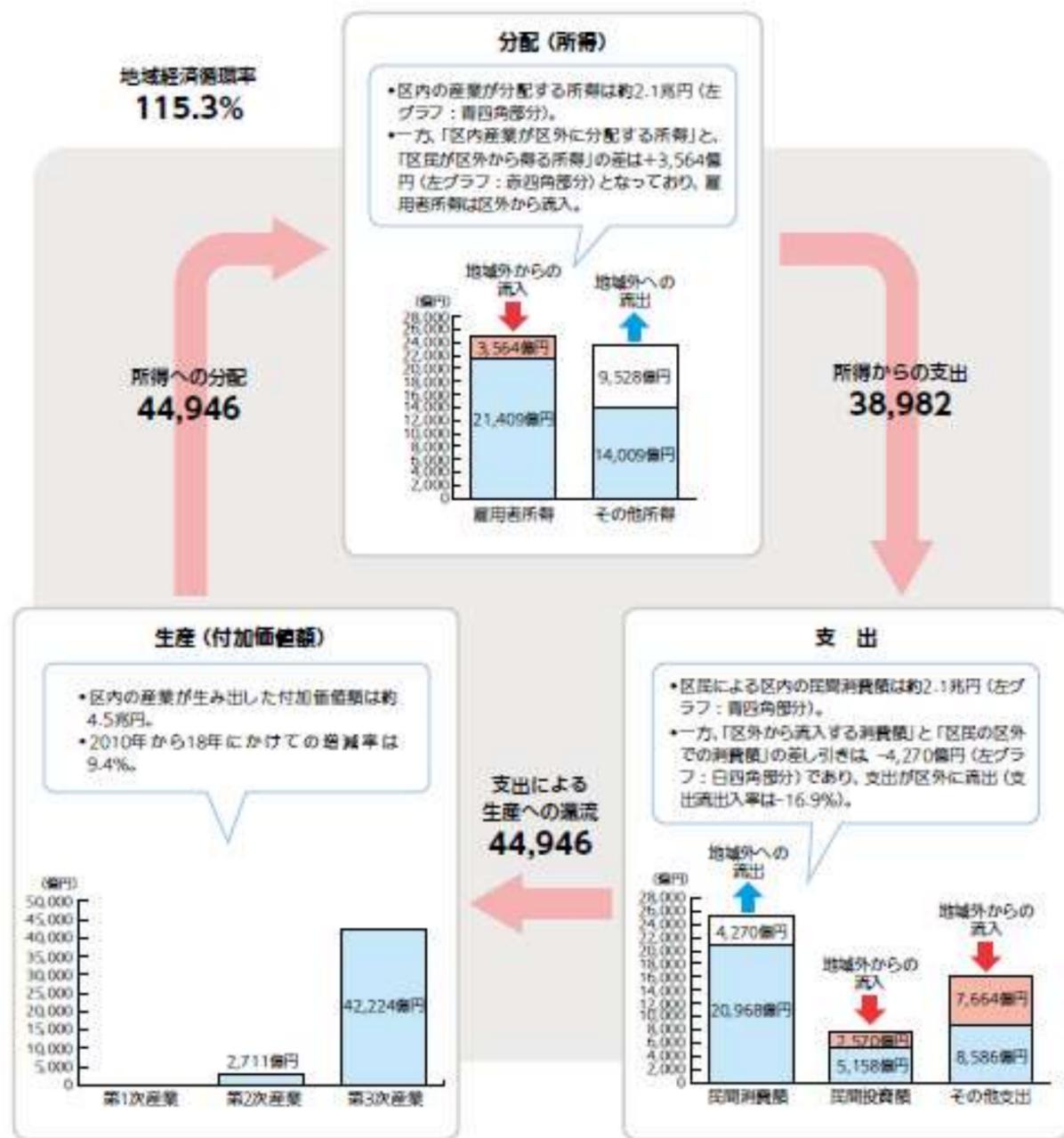
### ● 雇用や働き方を巡る状況と課題

- 世田谷区を含む近郊では有効求人倍率が他地域よりも高い。
- 被雇用者においても、ワークライフバランスや働くことに対する価値観の多様化など、世代や属性等によっても考え方の多様性はますます広がる傾向。
- 起業・創業の関心や意向は高い状況になく、裾野の拡大を図ることが必要。

### ● 各産業を取り巻く状況と課題

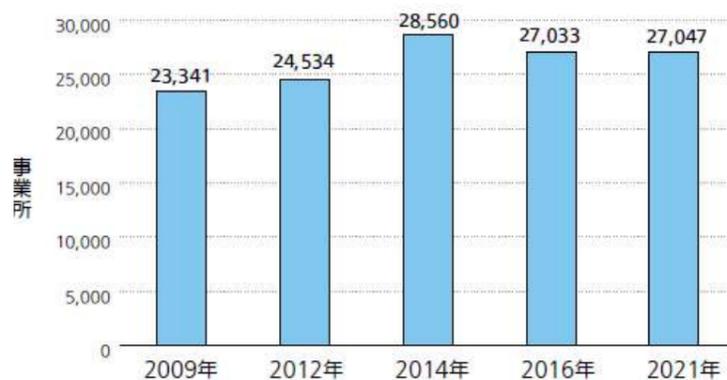
- 商業分野はコロナ禍前から売上高の減少が大きく、人手不足と業績不振などの課題が大きい。
- 工業分野は事業所数が10年間で約21%減少しており、後継者への承継を含む人手不足も課題。
- 農業分野は農業者の高齢化や後継者不足、税制度の改正等農業経営の困難さにより農地、農業者の継続的な減少が課題。
- 建設分野は採用活動に需要と供給のミスマッチが発生。2024年問題により、建設業、運輸業、福祉分野等の人手不足は特に喫緊の課題。

地域経済循環図 (2018年、世田谷区)



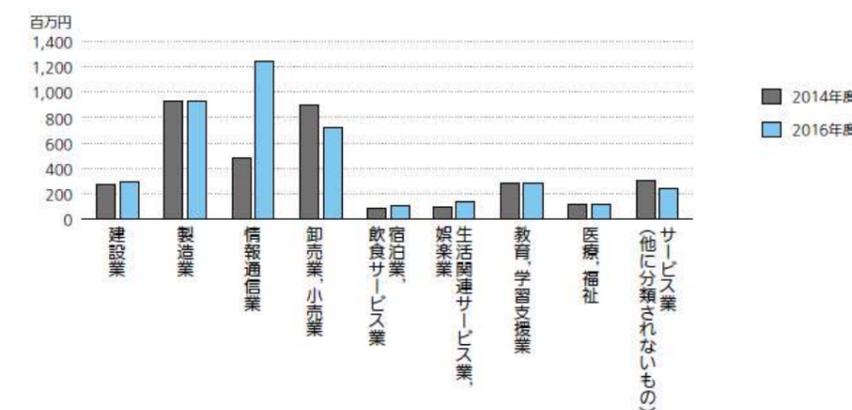
出典: RESAS (環境省「地域産業連携表」)、「地域経済計算(株式会社経産総合研究所(日本政策投資銀行グループ)受託作成)」、地域経済循環分析より

世田谷区内の事業所数推移

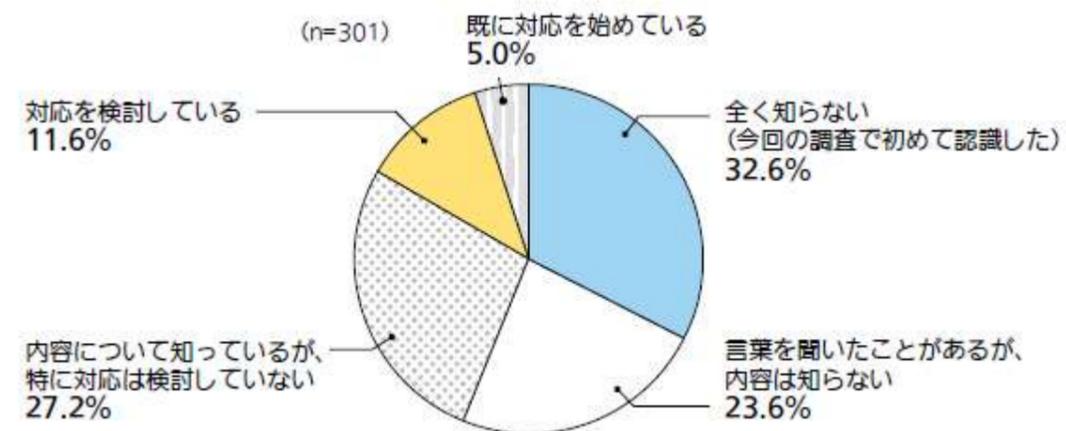


出典: 経済センサスより作成 (※2021年は経済センサス活動報告速報集計より作成しており、数値の範囲の取り方により変動することもある)

1社あたりの売上額(業種別)

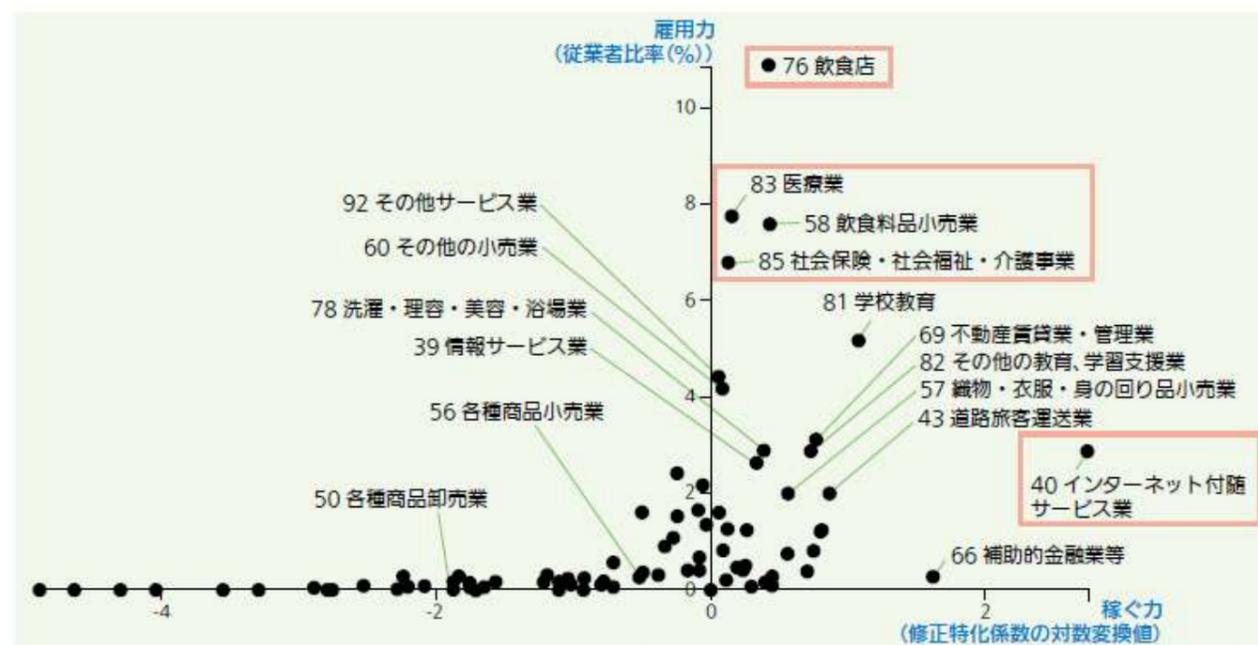


DXへの理解と取組み(世田谷内事業者)



出典: 世田谷区エコノミクス付帯調査(2021年10月実施)及び東京商工会議所「IT活用実態調査報告書(2021年2月)」より作成

地域の産業・雇用創造チャート-統計で見る稼ぐ力と雇用力(世田谷区)



出典: 総務省統計局 地域の産業・雇用創造チャート-統計で見る稼ぐ力と雇用力より作成

- 「基本計画」(重点政策6、分野別15)と「発展条例」は、その**目的や理念、施策の概要**において整合。
- 「地域経済発展ビジョン(仮称)」は、**発展条例を具体化するもの**であり、**基本計画の分野別計画を担い、「施策の概要」を具体化するもの**。

基本計画 (抜粋)

**重点政策6：**  
安全で魅力的な街づくりと産業連関による新たな価値の創出

<目指す姿>

- ◆ 暮らしを支える産業、課題解決する産業、起業家等の連携強化により新たな価値が創出され、地域経済の発展につながる

<取組みの方向性>

- ◆ 既存産業の振興に加え、ソーシャルビジネスの振興にも取り組む
- ◆ 商店街等を連携して、起業家育成を支える基盤づくりを進める
- ◆ 新ビジネス創出や安心した事業経営につながるビジネス環境整備

**分野別政策15：持続可能な地域経済の実現**

<目指す姿>

- ◆ 事業活動の基盤となる環境整備、新たな挑戦の促進、多様な働き方、ソーシャルビジネスなど、新価値創造の土壌が整っている
- ◆ 地域の**経済発展と地域や社会の課題の解決を両立**する**持続可能な地域経済が構築**され、**豊かな区民生活の実現に寄与**

<施策の概要>

①多様な地域産業の持続性確保に向けた基盤強化

- ✓ 事業活動の基盤となる環境整備
- ✓ ビジネス環境整備
- ✓ 就労につながる支援
- ✓ 事業者が必要とする人材獲得支援

③地域や社会の課題の解決に向けたソーシャルビジネスの推進

- ✓ 地域課題等への関心層の拡大
- ✓ 交流による課題解決機会の増大
- ✓ ソーシャルビジネスの後押し

②起業の促進と多様な働き方の実現

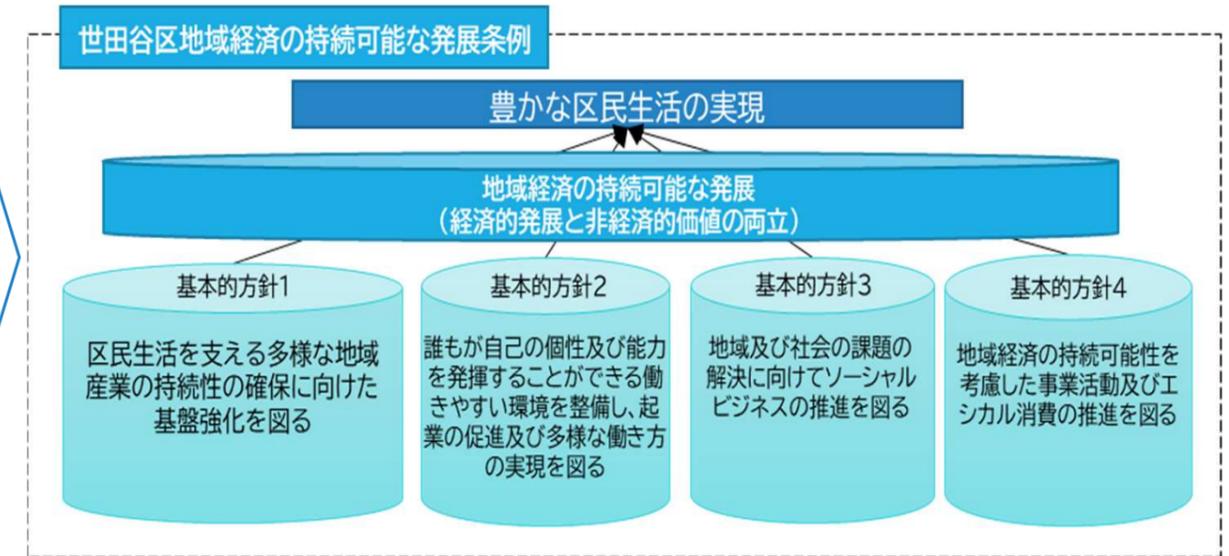
- ✓ 多様な働き方の機会や選択できる環境整備
- ✓ 起業・創業の後押し

④地域経済の持続可能性を考慮した事業活動及びエシカル消費の推進

- ✓ 持続可能性を高める取組の推進
- ✓ 区外からの誘客促進
- ✓ エシカル消費の啓発

「施策の概要」の具体化

目的、理念、施策の概要において整合



条例理念の実現に向けた指針 (具体的な方向性や取組み等)



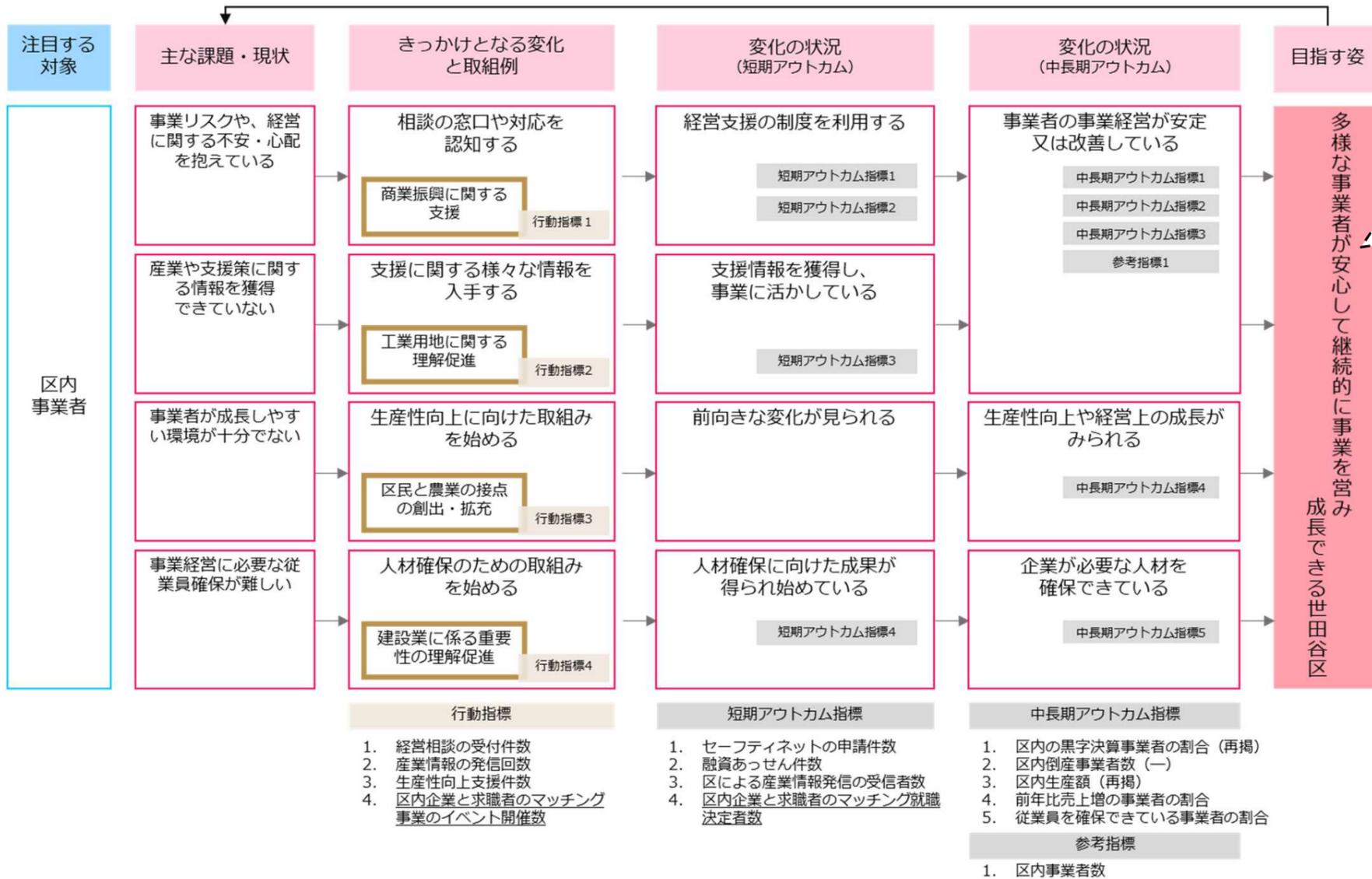
# (参考) 本ビジョンにおける「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」の考え方

## ● 考え方

- 「目指す姿」が実現する状態に対して、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整理。
- 「目指す姿」に向けた行動変容に対して寄与のある施策を「取組例」として抽出し（行動指標も設定）、個々の対象の変化と集合体として捉えた対象の変化を短期及び中長期で設定（アウトカム指標を設定）。
- 各「目指す姿」のロジックモデルにおける中長期アウトカム指標について、令和5年度を基準として捉えた場合の令和9年度及び13年度の目標数値を指数化して目標設定。

## イメージ

基本的方針1 区民生活を支える多様な地域産業の持続性の確保に向けた基盤強化を図る  
 目指す姿2 多様な事業者が安心して継続的に事業を営み成長できる世田谷区



1. 経営相談の受付件数
2. 産業情報の発信回数
3. 生産性向上支援件数
4. 区内企業と求職者のマッチング事業のイベント開催数

1. セーフティネットの申請件数
2. 融資あっせん件数
3. 区による産業情報発信の受信者数
4. 区内企業と求職者のマッチング就職決定者数

1. 区内の黒字決算事業者の割合 (再掲)
  2. 区内倒産事業者数 (-)
  3. 区内生産額 (再掲)
  4. 前年比売上増の事業者の割合
  5. 従業員を確保できている事業者の割合
- 参考指標
1. 区内事業者数

