

「ロジックモデル」と「ソーシャルインパクト指標」の検証

基本的方針 3、4 目指す姿 8 ～ 1 1

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、社会課題解決、街のにぎわい、エシカルの観点から
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

基本的方針 3、4 目指す姿 8～11

「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 せたがやPay事業の加盟店舗数
	2 せたがやPayの利用者数
	3 まちなか観光交流協会会員数の増加

目指す姿 10より抜粋

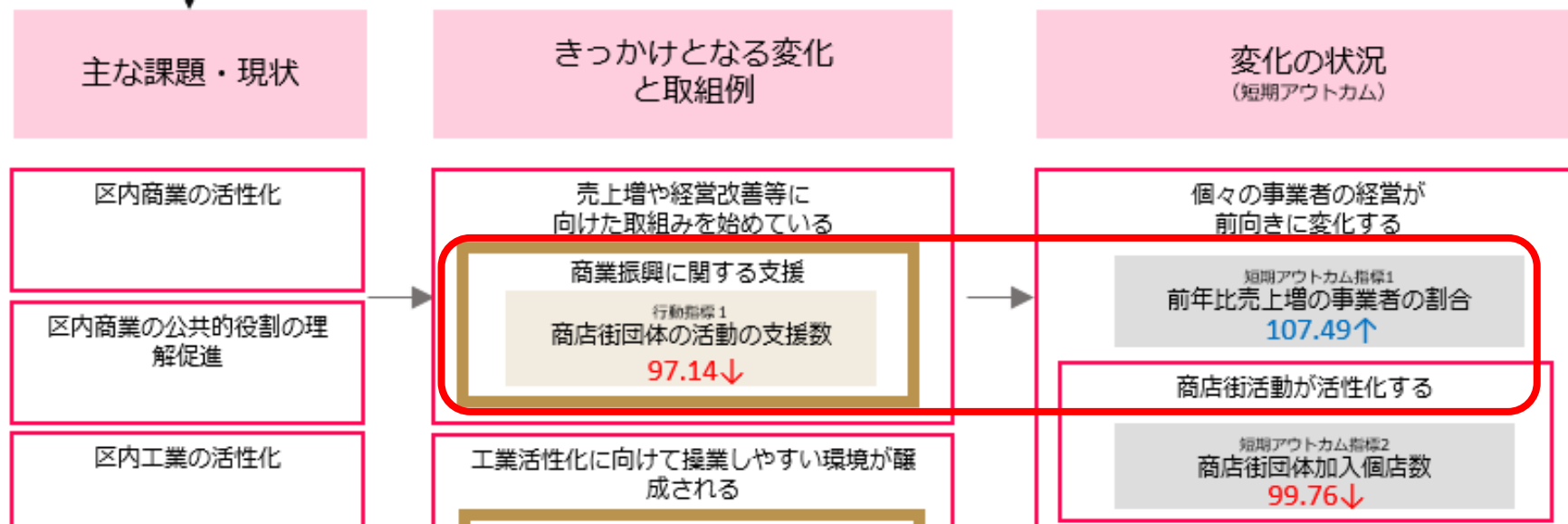
○行動指標 1、2の「せたがやPay事業の加盟店舗数」と「利用者数」については
受動的な指標のため、行動変容に対して寄与のある施策としては適切ではない
例えば、新たに「せたがやペイとの連携イベント数」という指標を作成しては
どうか。

○行動指標 3の「まちなか観光交流協会会員数の増加」については
受動的な指標のため、「世田谷まちなか観光交流協会の活動回数」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



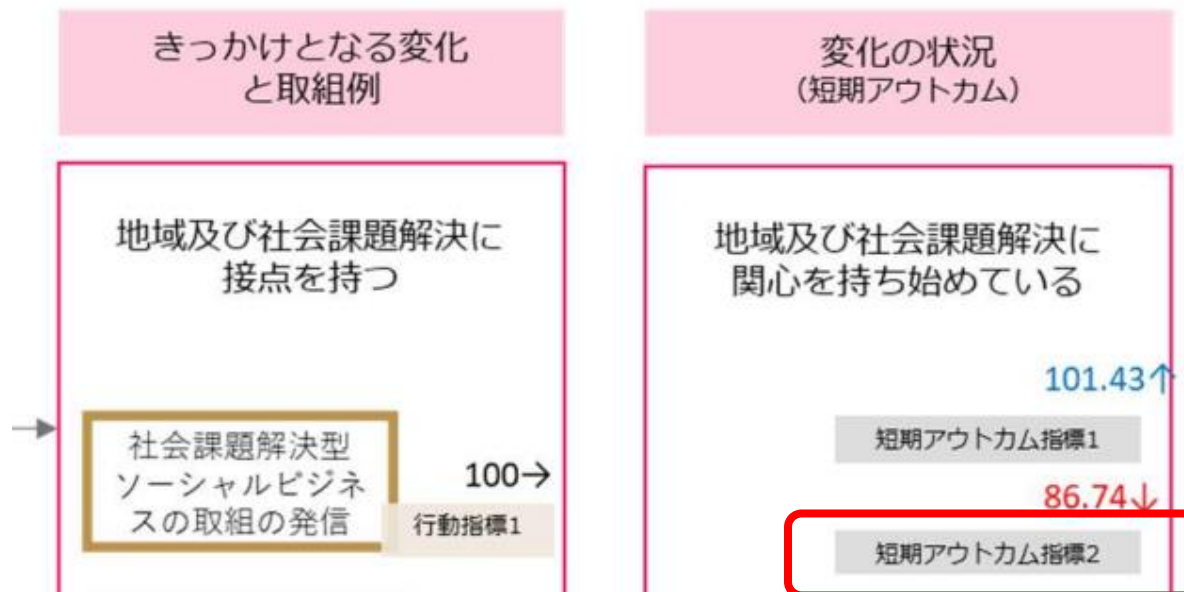
目指すべき姿1より抜粋
(今回取り上げる目指す姿8～11には見受けられないため)

○行動指標1「商店街団体の活動の支援数」が
短期アウトカム指標1「前年比売上増の事業の割合」につながるだろうか
商店街を支援するのみでは、**事業全体の売上増となる可能性は低く**
例えば、商店街の前年比売上増の割合にしてはどうか。

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 8、9 より抜粋

○変化の状況（短期アウトカム）として、

「地域及び社会課題解決に関心を持ち始めている」を設定しているがその指標は「SETAGAYAPORTの会員登録数（新規）」となっている。

変化の状況を正確に把握するため、新規の会員登録数ではなく、累積の会員登録数とすべきではないだろうか。

4. データ収集方法の確認

データ収集方法の確認

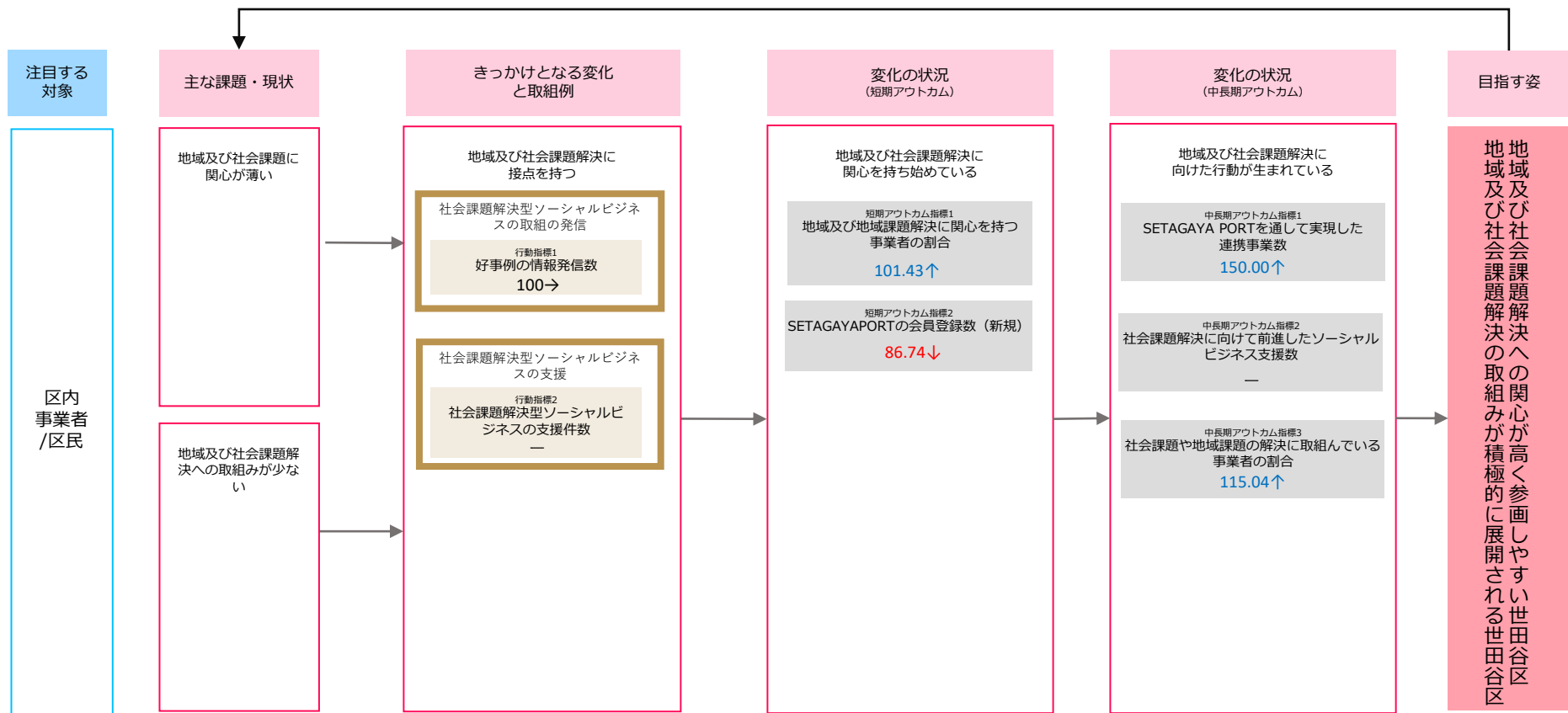
→データ収集方法として適切なのか確認

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）
2	域内消費額	RESASの民間消費額から。
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
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

目指す姿10より抜粋

○中期アウトカム指標である「地域外からの来街者数」のデータの収集方法を「人流データによる観光客と想定される人数」としているが来街者＝観光客とはならないため（来街者が観光客を包含している）三軒茶屋観光案内所利用者数としてはどうか。

- 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
- 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



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	エコノミクス、メールマガジンでの発信	2 回	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補助金の補助件数	—	2	—
短期アウトカム指標	1 地域及び社会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 %	63.8 %	101.43
	2 SETAGAYA PORTの会員登録数（新規）	SETAGAYA PORTに新たに登録した会員数	2255 人	1956 人	86.74
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	15 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	ソーシャルビジネス補助金の補助件数	— 件	2 件	—
	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 %	15.3 %	115.04

指標の確認

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

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

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

地域及び社会課題に
関心が薄い

地域及び社会課題解決に
接点を持つ

社会課題解決型ソーシャルビジネス
の取組の発信

行動指標1
好事例の情報発信数
100→

社会課題解決型ソーシャルビジネス
の支援

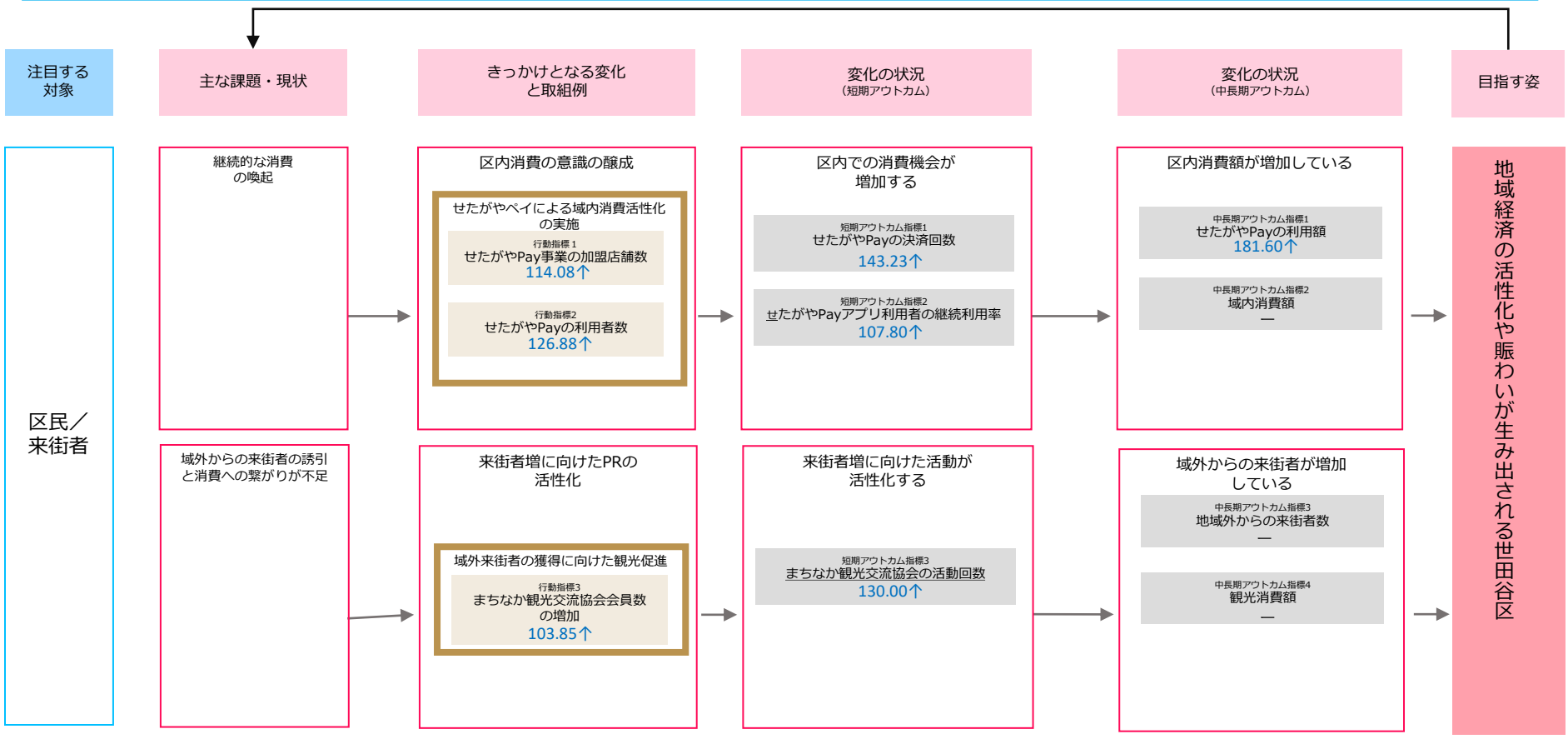
行動指標2
社会課題解決型ソーシャルビ
ジネスの支援件数
—

区内
事業者
/区民

地域及び社会課題解
決への取組みが少な
い

方針	目指す姿	目指す姿の実現に向けた取組み	施策名		具体的取組み	行動指標
8-1	地域及び社会課題に関する会 課題解決情報の集約や共有を図るた に、興味を持める情報発信を行うととも つ事業者の、個別テーマを深掘りす るための交流や機会の創出 を図ります。		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）
			② 産業視点からの福祉事 業の課題解決	せせせプロジェクトの実施	せせせプロジェクトの実施	せせせプロジェクトイベントの開催回数
			③ 農福連携の推進【再 掲】	障害者施設等を対象とした 農作業体験会等の実施	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	農福連携事業を通じた区内就職者数
			④ 産業情報の発信強化	地域課題や社会課題解決に関する情報発信	メールマガジン等による情報提供（地域課題や社会課題解決に関する情報発信）	地域課題や社会課題解決に関する情報発信（メールマガジン配信数）
8-2	課題解決に地域及び社会課題の解決に 参画できる向けて、気軽に参画できる 環境の整備手段の検討を行うとともに 挑戦する区民や事業者等を 応援する仕組みの検討を行 います。		① 産業交流による新たな 産業の創出	SETAGAYA PORTによる社会 及び地域課題の解決促進	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）
			② 産業視点からの福祉事 業の課題解決【再掲】	せせせプロジェクトの実施	せせせプロジェクトの実施	せせせプロジェクトイベントの開催回数
			③ 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】	テストマーケティング、社会 実証実験等の推進	テストマーケティング、社会実証実験等の推進	地域・事業者のイベント開催数
			④ 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
9-1	事業者の取組及び社会課題の解決に 組みを促す取り組み事業者等が気軽に 支援の充実相談できる窓口を構築しま す。また、積極的な取組み を行う事業者を取り上げ、 情報発信することで、事業 者間の顔の見える化につな げます。 課題解決に向けた事業や取 組みを、区民により応援する 雰囲気醸成や仕組みの 検討を行います。	地域及び社会課題の解決に 取り組む事業者等が気軽に 支援の充実相談できる窓口を構築しま す。また、積極的な取組み を行う事業者を取り上げ、 情報発信することで、事業 者間の顔の見える化につな げます。 課題解決に向けた事業や取 組みを、区民により応援する 雰囲気醸成や仕組みの 検討を行います。	① 産業広報誌等を通じたり 優良事例の発信【再 掲】	地域及び社会課題解決に取り 組む事業者の顔の見える 化	産業広報誌等による情報 発信	産業広報誌等による情報 発信回数
			① 産業視点からの福祉事 業の課題解決【再掲】	せせせプロジェクトの実施	せせせプロジェクトの実施	せせせプロジェクトイベントの開催回数
			② 基金やファンド等による区民が応援できる仕組みの 検討【再掲】		基金やファンド等による 区内産業の活性化	
			① 産業視点からの福祉事 業の課題解決【再掲】	せせせプロジェクトの実施	せせせプロジェクトの実施	せせせプロジェクトイベントの開催回数
			② 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
			③ 地域・社会課題解決に 向けたソーシャルビ ジネスの推進	ソーシャルビジネス・コ ミュニティビジネス支援 事業の実施	ソーシャルビジネス・コ ミュニティビジネス支援 事業の実施	ソーシャルビジネス補助 交付件数
9-2	担い手間の課題解決に取り組む事業者 共創を促進間・担い手間の協業や連携 を促進する機会や場の構築 により、多様な視点や手法 により効果的に地域及び 社会課題の解決につなげて いきます。		① 産業交流による新たな 産業の創出【再掲】	SETAGAYA PORTによる社会 及び地域課題の解決促進	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）
			② 産業視点からの福祉事 業の課題解決【再掲】	せせせプロジェクトの実施	せせせプロジェクトの実施	せせせプロジェクトイベントの開催回数
			③ 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

目指す姿10 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



行動指標の確認

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の利用者数	システム事業者から報告される各月別集計データ（累計の支払経験者数）	170,310	件	→ 216,083	件 126.88
	3 まちなか観光交流協会会員数の増加	産業振興公社に確認	104	事業者	→ 108	事業者 103.85
短期アウトカム指標	1 せたがやPayの決済回数	システム事業者から報告される各月別集計データ（年度内決済回数）	3,051	千件	→ 4,370	千件 143.23
	2 せたがやPayアプリ利用者の継続利用率	システム事業者から報告される各月別集計データ（継続率）	72	%	→ 77.4	% 107.80
	3 まちなか観光交流協会の活動回数	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 —

目指す姿10 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

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	方針	目指す姿	目指す姿の実現に向けた取組み	施策名	具体的取組み	行動指標	
区民／来街者	継続的な消費の喚起	区内消費の意識の醸成 せたがやペイによる域内消費活性化の実施 行動指標1 せたがやPay事業の加盟店舗数 114.08↑ 行動指標2 せたがやPayの利用者数 126.88↑	10 - 1	継続的な消費の喚起と賑わいの創出	デジタル地域通貨「せたがやPay」を活用し、区民や来街者による継続的な区内消費を喚起し、地域経済循環を推進していきます。 消費者が正しい知識を持って安心安全に商品やサービスを消費できる環境を整備するとともに、消費行動によってもたらされる地域経済循環や環境影響について意識向上のための普及啓発を図ります。 商店街の個店の魅力の掘り起こしを促進するとともに、商店街を中心とする地域活性化の取組みとの連携や支援を通じて、商店街のPR及び地域の賑わい創出を促します。 商店街を含む地域全体のエリアリノベーションに取り組むことで、地域の人材を掘り起こし、遊休資産などの地域資源を活用して、エリア全体の「稼ぐ力」の向上や魅力の再創出等を図ります。 区民や来街者が楽しみながら区内を回遊できるまちなか観光により、区内消費と賑わいを生み出すため、「世田谷まちなか観光交流協会」への事業者の参画を促すとともに、会員間の有機的な連携と協働を生み出す土壌の醸成を図り、同協会の観光プラットフォーム機能の強化やまちなか観光政策の基盤を強化します。	① 地域経済循環の推進	せたがやPay事業による継続的な消費の喚起	せたがやPay事業の実施	せたがやPayアプリ利用者の継続利用率
	域外からの来街者の誘引と消費への繋がりが不足	来街者増に向けたPRの活性化 域外来街者の獲得に向けた観光促進 行動指標3 まちなか観光交流協会会員数の増加 103.85↑	10 - 2	域外からの来街者の呼び込み	住宅都市ならではの観光の観点からの地域資源の発掘や連動、地域の強みや魅力のPR強化等を通じて、インバウンドを含めた来街者を呼び込み区内での来街者消費を喚起します。また、民間事業者の観光イベント等との連携及び民間事業者間の連携を促進し、来街者の呼び込みを図ります。 図柄入りナンバープレートやふるさと納税等を通じて、世田谷の強みや魅力をブランディングしPRしていきます。	① まちなか観光の推進【再掲】	まちなか観光交流協会への理解と参画の促進	まちなか観光交流協会への理解と参画の促進	世田谷まちなか観光交流協会会員数の増加
						② まちなか観光の推進【再掲】	まちなか観光交流協会の活動の活性化	事業検討会等会員間の交流の場の充実	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）
						③ 誘客の促進に向けた情報発信力の強化	S N S等を活用した世田谷の魅力、観光資源の発信	公社公式SNS（X（旧twitter）、Facebook、Instagram）の新規フォロワーの増加数	
						④ 観光ボランティアガイドの利用促進	観光ボランティアガイドの魅力の発信、及び利便性の向上	観光ボランティアガイドの利用者数	
						⑤ 世田谷みやげの推進	世田谷みやげのブランディングとPRの強化	世田谷みやげの認知度	
						⑥ 他自治体との交流・連携による賑わいの創出	区内のイベント等への他自治体の出展機会の提供等によるまちなかの賑わいの創出	他自治体へのイベント出展機会の提供等連携数	
						① 世田谷区版図柄入りナンバープレートの普及啓発	世田谷区版図柄入りナンバープレートの普及啓発	世田谷区版図柄入りナンバープレートの交付件数	
						② 世田谷のまちと産業の魅力発信プロジェクト	ふるさと納税	ふるさと納税返礼品の拡充	新たに追加した返礼品数

目指す姿11 エシカルが身近に存在する世田谷区



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 エシカルに関する講座の実施回数	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	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回数。 現況値は「エシカルギフトマーケット」の実施回数	1	回	→	1	回	100.00
	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	賛同事業者登録数	—	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

目指す姿11 エシカルが身近に存在する世田谷区

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

エシカル消費が普及していない

エシカルの考えを知り、行動変化を考え始めている

消費者へのエシカルの普及啓発

行動指標1
エシカルに関する講座の実施回数
166.67↑

エシカルの考えを知り、行動変化を考え始めている

事業者へのエシカルの普及啓発

行動指標2
エシカルに関する普及啓発の実施回数
100→

脱炭素の意識が普及していない

脱炭素の重要性を認識し、行動変化を考え始めている

脱炭素等に関する普及啓発

行動指標3
脱炭素等に関する普及啓発の実施回数
—

区民

区内事業者

方針	目指す姿	目指す姿の実現に向けた取組み	施策名		具体的取組み	行動指標
11-1	エシカル 関心層の 増加	環境や人・社会、また地域に配慮した消費行動であるエシカル消費に関する理解促進や普及啓発を行い、エシカル消費に関心を持つ区民の増加や裾野の拡大に取り組みます。	①	持続可能な消費者行動の推進	消費生活センターだより等による啓発等の実施	①消費生活センターだより等による啓発 ②エシカル消費に関する講座等の実施
			②	魅力ある農業経営の展開支援【再掲】		①6次産業化による商品開発 ②「せたがやそだち」を活用した事業展開
			①	持続可能な消費者行動の推進	子ども向けの啓発チラシを活用した学習機会の提供	子ども向けの啓発チラシを活用した学習機会の提供
			②	世田谷産農産物「せたがやそだち」の販売促進による地産地消の推進		「せたがやそだち」が購入できるイベントの実施
			①	エシカル消費を実践する事業者によるイベントの開催		産業創造プラットフォーム“SETAGAYA PORT”
			②	持続可能な消費者行動の推進【再掲】	消費生活センターだより等による啓発等の実施	①消費生活センターだより等による啓発 ②エシカル消費に関する講座等の実施

11-2	事業者の エシカル 意識の醸 成	食品ロスや廃棄物の削減、地産地消の取組み、フェアトレードなど、事業者のエシカルに関する意識や理解の促進に関する普及啓発に取り組みます。	①	持続可能な事業者行動の推進	エシカル消費に賛同する事業者に対して、「賛同事業者ステッカー」の配布等の実施	①エシカル消費に賛同する事業者に対して「賛同事業者ステッカー」の配布、「エシカル消費事業バナー」の利用促進を行う。 ②賛同事業者について区ホームページで区民へ周知
			②	事業者の食品ロスや廃棄物の削減、地産地消の取組み、フェアトレードなど環境に関する啓発活動		メールマガジン等による情報提供（食品ロスや廃棄物、地産地消、フェアトレードなど環境に関する啓発活動）
			③	魅力ある農業経営の展開支援【再掲】		①6次産業化による商品開発 ②「せたがやそだち」を活用した事業展開
		食品ロスや廃棄物の削減、地産地消の取組み、フェアトレードなど、事業者がエシカルを取り入れることができ、実践することができる場の提供や機会を創出し、事業者のエシカル意識の醸成を図ります。	①	持続可能な事業者行動の推進	エシカル消費賛同事業者によるカンファレンスの実施	エシカル消費賛同事業者によるカンファレンスの実施
			②	事業者の食品ロスや廃棄物の削減、地産地消の取組み、フェアトレードなど環境に関する啓発活動【再掲】		メールマガジン等による情報提供（食品ロスや廃棄物、地産地消、フェアトレードなど環境に関する啓発活動）
			③	魅力ある農業経営の展開支援【再掲】		①6次産業化による商品開発 ②「せたがやそだち」を活用した事業展開

11-3	脱炭素等意識の醸成と促進のための情報発信や普及啓発の後押し	脱炭素等環境意識の向上と醸成意識の醸成と促進のための情報発信や普及啓発に取り組みます。	①	産業情報の発信強化	脱炭素等環境に関する情報発信	メールマガジン等による情報提供（脱炭素など産業分野における環境に関する啓発活動及び脱炭素に取り組む事業者支援の実施）
			②	環境認証等の取得促進		①環境認証（ISO等）活用促進事業（産業振興公社事業） ②事業所の省エネルギー化促進（産業振興公社事業）
			③	生産性向上に向けた設備整備の後押し【再掲】		生産性向上設備投資補助
			④	持続可能な事業者行動の推進	事業者向けSDGsセミナーの実施	事業者向けSDGsセミナーの実施
			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】	アクセラレータープログラムの実施	アクセラレータープログラムの実施