

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）
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く。	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、アクションプランに記載のある「農業塾」や「農業サポートの登録」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。	農業サポートの登録者数	農業サポート登録者数を集計
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
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	区内の事業者に発注が促されるような制度設計の改善が必要。	—	区民対象アンケートまたはエコ住宅補助事業に基づく工事の実施件数
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く。	—	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・サービスの加盟店数	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・サービスの加盟店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義が必要。	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)への求人件数のみ抽出
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)対象セミナーを抽出
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)の相談件数を抽出
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)	就業支援対象者(シニア、シングルマザー、障害者等)の採用件数・業務委託含む就労件数

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）
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
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。 基準年は補助金の補助件数。今度、個別相談等があった際も受けた人数を入れる	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のポイント還元に反応しない層（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から集計（商業課データ）
19 目指す姿10	行動指標	2 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ます。 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。	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）	事業実績から集計
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。 区内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合わせ、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	区内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、区内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（グリーンせたがや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。	—	—