企画づくりのフローチャート

NPO 法人地域サポートわかさ　宮城 潤 / 2018.7.1

課題設定

現状把握

既存データ活用
関係者ヒアリング

企画への想い

社会の要請

対応する
行政施策・機関等

個人の要望

対応する
社会的サービス
（NPO・事業者）

課題抽出

事業の推移
過去の取組

類似した取組み
やこれまでの推
移を整理

視点を変える！

「課題」を
ポジティブに捉え
てみる

総合的な分析

課題について社会
や個人のニーズを
踏まえた上で、ど
のような取り組み
が求められるかを
改めて検討する

企画

社会に及ぼしたい影響（インパクト）を想定！

中長期的な社会変化を
イメージする

コンセプト

課題解決に向け
た切り口を検討

ペルソナを設定

ステークホルダー

対象者を想定

事前

アウトカムをイメージ

各ステークホル
ダーごとに具体
的な成果を想
定する

アクティビティ

・プログラム
・スケジュール
・資源投入
etc...

事後

アウトカム（出来事・成果）

対象者や各ス
テークホルダー
に起こった変化
等

プログラムや投入した資源

プログラム内容や
投入した資源（人
員・予算・時間・
広報等）

対象者アンケート

参加者数 / 男女
比 / 年代 / 社会
的属性 / 居住地
/ 満足度等

企画によって社会に及ぼした影響・波及効果

後年振り返って、
社会変化について
検証する

プロセス評価

「プロセス評価」では、事前と事後を比較して計画通りに進捗できたかを検証します。

インパクト評価

「インパクト評価」は、狙い通りの成果が得られたかどうかを検証します。

セオリー評価

「セオリー評価」は、ロジックモデル全体の妥当性を検証します。
課題設定は適切だったか、計画通り進捗できたか、狙い通りの成果は得られたか、を総合的に分析し、うまくいっていない場合はロッジックモデル自体を見直します、