

## インパクト評価の導入イメージ

## 比較的厳密なインパクト評価

## 比較的簡易なインパクト評価

想定される事業者  
及びその規模（例）

## 例 1：成長志向のトップランナー的事業者

- 売上 8,000 万円/年。
- 専従者 7 名。
- 寄附金に加え、金融機関からの借入も利用。

## 例 2：比較的小規模な事業者

- 売上 1200 万円/年。
- 専従者 2 名。
- 資金調達は自己資金や補助金がメイン。

## 1. 評価の主要目的

- ・キャパシティビルディングや事業改善に加え、投資家・支援者へのアカウンタビリティが目的。

- ・キャパシティビルディングと事業改善が主目的。

## 2. 評価主体

- ・評価の質を高めるため、外部評価を実施。

- ・内部評価を実施。
- ・評価のノウハウがないため、中間支援組織にも協力を依頼。

## 3. 評価方法

## ① 範囲

- ・受益者の直接的変化に加え、長期的な影響としての地域の変化。
- ・ネットインパクトを測定。

- ・受益者にもたらす直接的な変化。
- ・アウトプット測定に加え、可能な項目についてはアウトカムレベルでの評価を実施。

## ② デザイン

- ・介入前の長期トレンドとの比較により測定（時系列デザイン）
- ・人口規模・構成、産業構造など類似の性質を有する地域を選定し、これとの比較により測定（マッチングデザイン）。等

- ・専従者、受益者数名へのヒアリング等によって、前後比較を実施。

## ③ プロセス

- ・①目標設定、②ステークホルダーの特定、③適切な測定手法の設定、④測定、検証、評価、⑤報告、学び、改善

- ・左記に同じ。ただし、④については可能な範囲で行う。

## 4. 報告・開示項目

- ・①どのように評価プロセスが適用されるか、②介入の効果、③どんな活動がアウトカムを達成したか、④アウトカムの生成における第三者の役割、⑤ステークホルダーの特定、⑥指標とインパクトやステークホルダーのニーズ・関心との関連、⑦定量化された社会的、金銭的リスク

- ・①どのように評価プロセスが適用されるか、②介入の効果、③どんな活動がアウトカムを達成したか。