

# Supplementary Guidance on Materiality

## (重要性に関する補足ガイダンス)

[http://socialvalueuk.org/publications/publications/cat\\_view/198-the-guide-to-sroi-supplements](http://socialvalueuk.org/publications/publications/cat_view/198-the-guide-to-sroi-supplements)

## SOCIAL VALUE

※Social VALUE UK は、世界が価値を説明する方法を変えることを目指すメンバーによる、英国の社会的企業である。

同社は、活動や組織によって生み出された社会的・経済的・環境的アウトカムを説明し、管理するために使える「SGAAP(社会的会計基準)」を支援しており、このようなSocial Value(社会的価値)は、組織の事業によって影響を受ける人々の見方から測定されるべきであると信じている。

※Social Value UKは、市場価格ではほとんどとらえることができない社会的価値を把握するために、「社会的価値の原則(The Principles of Social Value)」を提供している。この原則は、いわば、社会的会計基準であり、個々は特徴的なものではないが、社会的会計・監査、持続可能な報告、費用便益分析、財務会計、評価の実装の基礎をなす原則から導き出されている。

本原則は、民間企業であれ、社会的企業であれ、投資家等であれ、自分たちの仕事の広範なインパクトを説明することの手助けとなり、より十分な情報に基づいた決定をすることを可能とするであろう。なお、このアプローチの有利な点は、非常に柔軟で

あるということである。異なった組織が、多くの異なる方法で価値を創出している。社会的価値に関する理解と説明に対する一貫したアプローチは、あなた方がその価値をどこでどのように創出したかについて、信頼できる方法でコミュニケーションすることができることを意味する。

本原則については、(参考)社会的価値の7原則を参照。<http://socialvalueuk.org/>

# 1. イントロダクション

- **SROIの原則の1つが、「何が重要であるか」ということである。** SROIのガイドでは、この点について、何か所かで言及している (P22, 35, 85, 92)。この補足ガイドラインでは、SROI分析における「重要性 (materiality)」を決定することとの関連で、ガイドラインを拡張している。
- 原則では、以下のように述べている。  
**例えば、利害関係者がインパクトに関して、妥当な結論を導けるように、真実や公平な絵 (pictures) を与えるためには、何の情報と証拠が含まれなければいけないかを決定しなさい。**
- この原則では、**特定の一片の情報を除外されたら、ある人が活動について異なった決定をするかどうかについて評価する必要**がある。これは、アウトカムについての情報と同様に、どの利害関係者が重要な変化を経験しているかについての決定をカバーしている。何が重要であるかを決定するには、組織自身の政策、同業者、社会的規範、短期的な財務上のインパクトについて参照する必要がある。
- パブリックな文書で一定の基準を満たす**SROI分析にとって、「重要性とは、全ての利害関係者にとって重要であるアウトカムが含まれるべきである」**ことを意味する。
- その他の聴衆や目的については、範囲 (scope) は分析の制限を意味するかもしれない。**重要性は、範囲によって確立された制限内で評価される**であろう。個々の補足ガイドラインは、範囲に関するものと、異なった聴衆のためのSROI分析に関するものが開発されている。

## 1. 1 重要性の目的

- 重要性は、**我々が管理することが必要なアウトカムを識別**することと、**我々が必要な情報を得ることができるかどうか決定することを支援**するために使われるプロセスである。
- 組織やその活動のインパクトを理解するためのアプローチとして、**「適合度 (relevant)」と「重要度 (significance)」**であるアウトカムにフォーカスする方法を見つけることが必要である。仮にこれが達成されないと、理解と報告のプロセスは、適合度もなく、重要度もない事柄に、時間とエネルギーを費やすことになるであろう。チャレンジは、どれがどれであるかを決定することである。

## 1. 2 定 義

○財務諸表における重要性の定義は以下の通り。

**情報の省略や誤った陳述が、財務諸表に基づき決定を行っている利用者の経済的な決定に影響を及ぼすのであれば、その情報は重要である。**

○持続可能性と社会的価値（social value）に関しては、重要性は、組織とその利害関係者に対するアウトカムの適合度と重要度を決定している。

○重要度は、（プラス・マイナスの）アウトカムの現実又は潜在的な規模が、決定と行動に影響を及ぼすことを意味する「敷居（threshold）」を通過してきたことを意味する。

## 2. SROIにおける重要性 (Materiality) とは

○SROIにおいてとられているアプローチは、AccountAbilityが「AA1000AS standard」で確立しているアプローチと整合的である。これが、既にある国際標準である。より詳細は、「3 説明責任(Accountability)のスタンダード:AA1000APS」を参照。

○SROIプロセスにおけるステージは、この判断を行うのを手伝える情報を提供している。

「適合度 (Relevance)」は、「ステージ2：変化の理解」である。

「重要度 (Significance)」は、「ステージ3：ステージ4、ステージ5」である。

### 2. 1 適合度：事柄を識別

○このセクションでは、アウトカムのリストが生じるステップを要約している。適合度の評価は、アウトカムのうちどれが次のステージに含まれるべきなのかを評価するために使われる。

○SROIの第1ステージは、利害関係者の主要なリストを識別して、これらの変化がどの程度であるのかについての自分の評価を記録することである。仮に、利害関係者がこうした評価の際に含まれていないとすると、自分の評価が正しくないリスクがある。利害関係者の巻き込み (Stakeholder involvement) がアウトカムを開発し、洗練する際に必要である。自分が識別する際に利害関係者に質問することによって、行方不明の利害関係者がいないかどうかチェックすることが可能になる。

○利害関係者とアウトカムについて議論することにより、あなたは、アウトカムのいくつかはサブ・グループにとって特別であるということを実感することになるであろう。

○その結果は、アウトカムや利害関係者のリストになるだろう。この点では、2つのリスクがある。第1は、利害関係者が見落とされるリスク。第2は、アウトカムが不正確で不完全であるリスク。SROIの第2ステージである「アウトカムの理解と証拠」は、この2つのリスクを減らすために、利害関係者が変化を述べることに巻き込まれることを求めている。利害関係者の主要なリストは、次のような場合には、リバイスされる必要があるだろう。①最初の評価によって識別された新しい利害関係者のグループを追加する、②グループが異なる変化を経験した際には、利害関係者を別々のグループに分割する。これにより、利害関係者とそのアウトカムが修正されたリストが生じる。

○最初の「適合度」の評価決定に基づいて、次に重要度の評価が行われることによって、記載されるアウトカムが決定される点がポイントである。

「適合度」のテストとは、次の観点から、どのアウトカムが適合しているかどうかを見ることである。

- ①それを必要としている「政策」又はそれを強情にブロックしている「政策」があるか。介入でそれを届けることができるのか。（「政策 (policies)」）
- ②それに対するニーズを表明している利害関係者がいるか。介入でそれを届けることができるのか。（「利害関係者 (stakeholders)」）
- ③すでにそれを行っている同業者がいるか、その価値を示している同業者がいるか。介入でそれを届けることができるのか。（「同業者 (peers)」）
- ④それを要求する社会的規範があるか。介入でそれを届けることができるのか。（「社会的規範 (social norms)」）
- ⑤それを望ましいとするような財務上のインパクトがあるか。介入でそれを届けることができるのか。（「財務上のインパクト (financial impacts)」）

○利害関係者のインパクトに関する評価のみが、重要性に関する決定のドライバーではないことに、プロセスが気付くので、このことは重要である。利害関係者は巻き込まれるが、彼らが評価をリードしない。

## 2. 2 重要度：事柄の優先順位付け

○アウトカムの重要度は、インパクトや可能性の大きさ (magnitude) や、それが内部なのか外部なのかを参照して、評価される。

○SROIは、適合度のアウトカムが、適切な指標を見つけ、予想される変化量あるいは、実際の変化量によって評価することを要求している。

○変化量が低ければ、変化は重要度がないことを示す証拠を提供するであろう。

○SROIは、アウトカムが価値化されることを要求している。仮に他のアウトカムの価値や、他の利害関係者のアウトカムの価値との比較の上で、そのアウトカムの価値が相対的に低いのであれば、そのアウトカムは重要度がないことを示す証拠を提供するであろう。

## ○SROIは、クレームのリスクを減少させるために、死荷重(deadweight) や寄与度(attribution) について

も、評価することを求めている。これらが高いところは、アウトカムが、組織の見方からは重要度がない証拠を提供するかもしれない。それらは、利害関係者の見方としては依然重要度があるかもしれないので、この価値をコミュニケーションする際には、その価値を創出するのに、部分的に責任を有している他の組織も巻き込む必要があるだろう。

### 2. 3 判断

○包括的なコンテクトにおける重要度と、利害関係者にとっての重要度を誤らないように注意する利害関係者との間にはバランスがある。

○重要性に関する決定の結果である分析の減少との組み合わせで、各ステージで完全な分析を維持することにより、組織は、AA1000principleの必要条件をどのように満たし、透明性の原則にしたがってどう行動するのかを示すことができるであろう。SROIの例がもっと多くなれば、これらの決定における一貫性がますます発展するであろう。

○このことは、判断を要求する。財務会計報告における重要性でも類似性がある。1974年に出された会計の国際的なスタンディ・グループのkン級でも、重要性を以下のように特徴づけている。

**「重要性は、本質的に、プロフェッショナルな判断に関する事柄である。」**

○結果として、判断がより一貫したものになるための現実的な手法を構築することがチャレンジである。

## 2. 4 ステップ・バイ・ステップ 要約

- ① アウトカムを決定する。
- ② 「適合度 (relevance)」を評価する。
- ③ 適合度を考慮しないアウトカムを強調 (highlight) する。
- ④ 仮にこのことがアウトカムのない利害関係者がいることを意味するなら、この利害関係者を強調する。
- ⑤ 残りのアウトカムの変化量 (quantity of change) を決定する。
- ⑥ 「重要度 (significance)」を考慮する。
- ⑦ 「変化の価値 (Value of change)」を決定する。
- ⑧ 重要度を考慮する。
- ⑨ インパクトを決定する。
- ⑩ 重要度を考慮する。
- ⑪ 利害関係者に関するアウトカムの重要度について結論づけるために考慮する点を一緒に描く。
- ⑫ すべての利害関係者にとってのアウトカムを考慮する。
- ⑬ 活動によって生じるアウトカムの重要度に関する決定を最終的に確定する。
- ⑭ もはや重要度を考慮しなくてもいいアウトカムを強調する。
- ⑮ 適合度と重要度に関する決定を要約する。

### 3. 説明責任(Accountability)のスタンダード: AA1000APS

- 企業の責任や持続的発展への挑戦に対し、革新的な解決策を提示する国際的な組織であるAccountAbility社が、2008年に公表した説明責任に関するスタンダードである「AA1000 AccountAbility Principles Standard (APS)」では、重要性(Materiality)を判断する手助けとなる標準原則を示している。

<http://www.accountability.org/images/content/0/7/074/AA1000APS%202008.pdf>

#### 2.2 重要性の原則 (The Principle of Materiality) (P12-13)

**原則:** 組織は、重要な事柄を認識すべきである。

**定義:** 重要性(Materiality)は、組織やその利害関係者(ステークホルダー)との「適合度(relevance)」と「重要度(significance)」で決定されている。重要な事柄とは、組織やその利害関係者の決定、行動、業績(パフォーマンス)に影響を及ぼすもの。

**説明:** いい決定や行動をするためには、組織やその利害関係者は、何の課題が組織の持続的な業績に重要であるかを知る必要がある。

何が重要であるかを決定するためには、「重要性を決定するプロセス(a materiality determination process)」が必要である。

このプロセスは、包括的かつバランスのとれた情報がインプットされ、分析されることが確保されるようにデザインされている。

組織は、適切な期間をカバーしつつ、正しいリソースから正しい情報のタイプでインプットする必要がある。

このようなインプットには、財務情報(financial information)以上の情報(例:非財務、持続可能なドライバー、利害関係者へのインパクト)が含まれる。

情報源には、利害関係者からの情報も含まれる。期間も、短期、中期、長期も包含する。

情報を分析する際には、持続可能なドライバーや、組織や利害関係者のニーズや関心、期待も考慮される。

重要な事項を決定する際に、永続的な責任を有するのは、その組織である。

「重要性を決定するプロセス」は、組織が発展戦略を決定するプロセスと連携している。

組織は、自分の持続可能なコンテキストや重要な事項は何かを包括的に理解しようとしているし、同様に、重要であるのはだれか、その理由についても、バランスのとれた、しっかりとした理解を必要としている。

物事が成熟し、理解が改善するにつれて、時間の経過とともに、重要な事項の決定は変化するであろう。

**基準:** 組織は、「重要性の決定プロセス」が実行されるときに、「重要性の原則」を強く支持するであろう。

そのプロセスとは①組織全般(グループレベル、地方レベル)で適用される、②組織に統合されている、③進行中で、1回限り(one off)でないである。

組織は、重要性の決定プロセスを適用するために必要な能力とリソースをすでに有しているか、アクセスしている。

「重要性の決定プロセス」とは、

①利害関係者、社会規範、財務上の考慮、同僚の判断による基準、政策に基づいた業績を含めた、広範囲な源から、物事を識別し、公平に再提出し、その持続可能なコンテキストを理解する。

②信頼でき、明確かつ理解可能でもある、適切かつ明白な「基準(criteria)」に基づいて識別された持続可能な事柄の「適合度」を評価する。

③信頼でき、明確かつ理解可能でもある「基準」と「敷居(thresholds)」を使って、識別された持続可能な事柄の「重要度」を決定する。

④事柄と関心の変化している持続可能なコンテキストと成熟度を考慮する。

⑤重要性に関する異なった期待の間の衝突(conflicts)やジレンマを記す手段を含む。

「重要性の決定プロセス」により、重要で持続可能な事柄に関する包括的かつバランスのとれた理解と優先順位付けが生じる。

# (参考) 社会的価値の7原則 (The Seven Principles of Social Value)

<http://socialvalueuk.org/>

## 1. Involve stakeholders (利害関係者を巻き込む)

Inform what gets measured and how this is measured and valued in an account of social value by involving takeholders. Stakeholders are those people or organisations that experience change as a result of the activity and they will be best placed to describe the change. This principle means that stakeholders need to be identified and then involved in consultation throughout the analysis, in order that the value and the way that it is measured, is informed by those affected by, or who affect, the activity.

## 2. Understand what changes (何が変わるのかを理解する)

Articulate how change is created and evaluate this through evidence gathered, recognising positive and negative changes as well as those that are intended and unintended. Value is created for or by different stakeholders as a result of different types of change; changes that the stakeholders intend and do not intend, as well as changes that are positive and negative. This principle requires a theory of how these different changes are created, which is informed by stakeholders and supported by evidence. These changes are the outcomes of the activity, made possible by the contributions of stakeholders. It is these outcomes that should be measured in order to provide evidence that the change has taken place.

## 3. Value the outcomes that matter (重要であるアウトカムを評価する)

Making decisions about allocating resources between different options needs to recognise the values of stakeholders. Value refers to the relative importance of different outcomes. It is informed by stakeholders' preferences. There are various ways of achieving this. One method is to use financial proxies which as well as revealing preferences, also means that the value can be compared with the cost of the activity. This can be an effective means of communicating value in order to influence decisions.

## 4. Only include what is material (重要なことだけを含める)

Determine what information and evidence must be included in the accounts to give a true and fair picture, such that stakeholders can draw reasonable conclusions about impact. One of the most important decisions to make is which outcomes to include and exclude from an account. This decision should recognise that there will be many outcomes, and a reporting organisation cannot manage and account for all of them. The basic judgement to make is whether a stakeholder would make a different decision about the activity if a particular piece of information were excluded. An assurance process is important in order to give those using the account comfort that material issues have been included.

## **5. Do not over-claim (過剰な要求をしない)**

Only claim the value that activities are responsible for creating. This principle requires reference to baselines, trends and benchmarks to help assess the extent to which a change is caused by the activity, as opposed to other factors. Reporting on and managing the outcomes that have been determined with the affected stakeholders will enable other people or organisations to better understand how they can contribute to creating value, avoiding negative outcomes and encouraging a system or collective approach to achieving outcomes.

## **6. Be transparent (透明にする)**

Demonstrate the basis on which the analysis may be considered accurate and honest, and show that it will be reported to and discussed with stakeholders. This principle requires that each decision is explained and documented in relation to: stakeholders, outcomes, indicators and benchmarks; the sources and methods of information collection; the different scenarios considered; and the communication of the results to stakeholders. This will include an account of how those responsible for the activity will change the activity as a result of the analysis. The analysis will be more credible when the reasons for the decisions are transparent.

## **7. Verify the result (結果を検証する)**

Ensure appropriate independent assurance. Any account of value involves judgment and some subjectivity. Therefore an appropriate independent assurance is required to help stakeholders assess whether or not the decisions made by those responsible for the account were reasonable.