

社会的インパクト評価のフレームに関する主なガイドラインの比較

	NPC (Four Pillar Approach)	G8 (Measuring Impact)	SROI (Social Return on Investment)	EU (Proposed Approaches to Social Impact Measurement)
a 用語の定義	①Output: 組織や事業から生み出される製品、サービス、設備 ②Outcomes: 事業や組織が創出・提供・供給するものの結果としての変化、便益、学びやその他効用 ③Impact: 通例では事業や組織の活動の広範かつ(又は)長期の効果で、当該活動がなくても生じたであろう効果を除外したアウトプットやアウトカム ④Impact measurement: 組織の活動がどんな変化を生み出したのかを証明する一連の活動(アウトプット、アウトカム双方を含む。ただし、アウトプットとインパクトを同視していることを示すものではない) ⑤Evaluation: 組織や事業のパフォーマンスを判断、理解するためにモニタリング等の情報を活用すること	①Output: 社会的企業がもたらす具体的な製品やサービス ②Outcome: ポジティブ、ネガティブな変化も含め、社会に変化を生み出す活動の結果として対象者にもたらされた長期、短期の社会的な効果(変化) ③Impact: Alternative Attribution, Deadweight, Displacement, Drop-offを調整した後の長期、短期を含めた社会(+環境)のアウトカムの影響 ※インパクトの定義は、組織の目標や解決しようとする社会的課題次第である	①Outputs: 各ステークホルダーの定量的なインプットに関連する活動を示すもの ②Outcome: 活動から生じる変化。意図せざるものと意図したもの、ポジティブなものとネガティブな変化 ③Impact: 当事者にもたらされるアウトカムの差異(Deadweight, attribution, drop-offを調整したもの)	①Output: 活動の結果。直接の受益者との接点。介入の効果にまで拡張しない(アウトカム、インパクトで捉える)。 ②(Social) Outcome: 結果として生じる変化。長期・短期を含め、社会の変化を意図した活動の結果として生じた社会的な効果(変化)。ポジティブ・ネガティブ、意図した・意図せざる、意図した対象者・意図せざる対象者を含む。 ③Impact: 社会的企業が特定の活動によって生じたアウトカムの範囲。Deadweight、Attribution、Drop-offを調整後。 ※アウトカムとインパクトをひとまとめにし、区別していない場合がある。また、他の用語の混乱として、アウトプットをアウトカムと呼ぶ傾向がある。当レポートでは、最も広い解釈と用語の活用を採用。
b 評価主体	○慈善団体 ○資金提供者	○資金提供者(投資家、ファンドマネージャーなど) ○資金の受け手 ※当ガイドラインは投資家向けだが、事業者にも価値あるもの	○事業者 ○資金提供者 ○公的部門 ※第3セクター、公的・民間部門、規模の大小、組織の新旧を問わず広い分野で活用	○社会的企業
c 評価目的	○事業者、資金提供者の事業の改善 ○社会的インパクトの成果を外部に説明・報告	○社会的インパクトの成果を外部に説明・報告し、透明性向上や説明責任を果たす ○更なる投資を呼び込む	○事業の改善 ○組織の持続可能性の強化	1. 社会的企業: ①プランニング、②資源配分の改善、③ステークホルダーとの協働、④事業の進捗管理、⑤説明責任 2. 資金提供者: ①投資判断、②投資のパフォーマンス測定、③リスクと成果のバランスニング、④投資家への説明責任 3. 公的部門: ①資金投入の有効性の説明、②支出管理、③説明責任
d 評価の原則	・測定の容易性ゆえに、便利なデータを集めようとするべきではない ・ネガティブで意図しない結果に関するデータも考慮すべき ・資金提供者が求めるデータでなく、事業実施者の組織にとって最も重要なものを特定すべき	①重要性(Materiality): 組織がどのような財務的・社会的・環境的な価値を創造できるかを投資家が判断する際に実質的な影響を与える情報で、ポートフォリオ・取引、企業レベルのマネジメント判断にも影響するデータであること ②信頼性(Reliability): 信頼できる方法で収集され、高いレベルで検証されたデータであること ③比較可能性(Comparability): 一貫した基準・実践によりもたらされ、異なった投資の結果を比較できるものであること。ただし、分野によってある程度の柔軟性は認められるべき。 ④付加性(Additionality): 投資がどれほどの成果を生み出したか、投資がなければ実現しなかった成果を投資家が評価できるデータであること ⑤普遍性(Universality): 様々な市場、地域、セクターで一貫して適用されるデータ収集のプロセス、ツール、リソースであること Key Considerations ①投資家、投資対象の準備が整っていること ・イ)インパクト評価の目的、ロ)どのような資源が活用できるか、ハ)外部のニーズ、を考慮 ・評価のアプローチは活用可能資源、規模、投資家・投資対象双方の成熟度に比例すべき ②評価プロセスを通じたステークホルダーの参画 ・ステークホルダーに有意義なインパクト評価を実施するためには、多様な主体の協働が不可欠。その際、投資対象の既存の慣行を尊重することが望ましい。 ・参加と協働を通じて、投資家と投資対象はインパクト測定手法が適切で、インパクトの目標に向かって共に歩んでいることを確認できる。 ③測定手法を進化させる ・Proportionalityの原則は、粗末なインパクト評価を正当化するために使われてはならない。	・主観的な指標(self-reported)と客観的な指標を補完的に活用すべき。 ・SROIの基本原則は、重要な事項を測定し、評価すること。測定可能性(Measurability)とは、評価が容易な指標を見つけることではなく、(評価すべき)重要性という意味でのアウトカム指標を示している。 ・The principles of SROI ①ステークホルダーの参加、②変化の理解、③重要事項への価値づけ、④重要な事象のみを評価対象、⑤過剰にインパクトを捉えることは避ける、⑥透明性の確保、⑦結果の検証: SROI分析は主観性を含まざるを得ず、第三者の検証が必要。 ・比較: SROIの収益率それ自体を比較することは有益ではなく、個々のSROIレポート作成する際に下された判断や決定、事業の責任者が意図した変化を分析することがより有益。 ・意図する・意図せざる結果、ポジティブ・ネガティブな結果、これらはすべてSROIに関連 ・SROIの基本原則は、重要な事項を測定し、評価すること。測定可能性(Measurability)とは、評価が容易な指標を見つけることではなく、(評価すべき)重要性という意味	・Basic reporting standards ①関連性の原則(Principle of relevance) ・ステークホルダーの意思決定に必要なあらゆる情報が含まれるべき ②信頼性の原則(Principle of reliability) ・情報は正確、真実、公正であるべき ③比較可能性(Comparability) ・社会的インパクトに関する情報は常に同じ構造でもって報告され、以前のレポートと同じ期間、同じ組織と活動、同じ測定手法で関連づけられるべき ④遵守するか、さもなければ説明するか(Comply or explain) ・いくつかの情報やデータが利用できず、時にはラフな推計がなされることもある。しかし、そのような制約はレポートできちんと言及されるべき ・以下の理由から、トップダウンや紋切型の厳密な方法で指標群を設定すべきではない。 ①社会的インパクトは多様であり、全てのインパクトを公正かつ客観的に捕捉することは困難 ②量的指標はしばしば重要な質的側面を見逃し、あるいは量的側面を強調することで、不正確、質的側面を過小評価する ③インパクト測定が労働集約、データ集約的な特質を有するがゆえに、正確な評価を得ることと比例性の原則がしばしば対立 ④インパクトは多様性を有することから、共通指標で活動の比較可能性を確保すること、指標を有効に活用し、社会的企業のマネジメントに活用することにはトレードオフが生じる ⑤インパクト評価や社会的企業が急速に進化しており、基準を長期間固定することは困難 ・資金提供者、投資家、政策立案者によるインパクト測定における着実な情報確保のニーズと比例性(proportionality)、実用性(Practically)の間のバランスの確保が不可欠 ・効果的な評価の特徴: ①relevant: 測定するアウトカムに関連づけられ、アウトカムから生じること、②helpful: 内部外部のステークホルダーのニーズに応じていること、③simple: 測定及び説明双方において、④natural: アウトカムに至る活動の通常の流れから生じていること、⑤certain: 方法及び説明双方において、⑥understood and accepted: 関連するステークホルダーから、⑦transparent and well-explained: 測定手法、サービスやアウトカムとの関連性がクリアであること、⑧founded on evidence: テスト、立証、継続的な改善 ・有用な評価を行う上での落とし穴 ①評価は行動を引き出すもの、②ねじまがったインセンティブ: 形式的な目標達成にこだわるあまり、安易な対象者を選択することなど、③みせかけ、トリック、④アウトプットをアウトカム、インパクトと扱うこと、⑤柔軟性の欠如、⑥理解を犠牲にした定量化、⑦比例性の原則の確保、⑧過度な官僚主義 ・規模の大小、組織や事業の性質に等しく適用できる標準的手法確立のための重点事項 ①介入の根拠、アウトカム、アウトカムの生成過程を説明するための共通の評価プロセス ②評価報告に含まれるべきある種の共通の特質 ・フレームワークや指標の採用は選択の余地があること 等 ・ステークホルダの参画: 評価のあらゆる過程で参画すべき ・比例性の原則: ステークホルダーのニーズと意味のない測定へ資源を浪費しないことの間 のバランス ①予測的(forecast measurement)と歴史的(historical measurement) ②質的(qualitative)と量的(quantitative) ③金銭的(financial)と非金銭的(non-financial)
e 評価方法 ①範囲	・最も重要なアウトカムを優先付けし、それに焦点を合わせて測定する ・インパクトは多様。すべての変化を捉えることは困難であり、限りある資源の有効活用にならない	N.A	・範囲の設定に際して考慮されるべき事項 ①目的、②受け手、③背景: 組織の狙いや目的、どのようにして変化をもたらそうとするのか等、 ④資源: 職員の時間や資金など ⑤作業実施者: 自身が着手、外部の支援 ⑥焦点をあてる活動の範囲: 組織のあらゆる活動を分析するか、それとも特定のものに絞るか? SROI分析を初めて実施する場合には、分析範囲を絞るべき ⑦分析の時間的区切り: 年間でなされる場合が多い ⑧分析が予測型か評価型か	・社会的インパクトの測定レベル ①狭い範囲での金銭換算可能な削減額: 公的部門や類似の主体がサービス提供のコスト削減 ②広い範囲での金銭換算可能な削減額: 部門間でのコスト削減も考慮 ③ローカルエリアでの経済的便益: あるエリアでの経済取引や活動の向上 ④狭義のインパクト: 広く社会的な効用を考慮する。二次的な効用やあらゆるステークホルダーの効用除く ⑤最広範のインパクト: 社会的、経済的効用を対象。あらゆる範囲のステークホルダーや効用のタイプを考慮

	NPC (Four Pillar Approach)	G8 (Measuring Impact)	SROI (Social Return on Investment)	EU (Proposed Approaches to Social Impact Measurement)
e 評価方法 ② デザイン	<p><評価デザイン></p> <p>①統計的アプローチ (before and after、相関関係、回帰分析、その他統計モデル)</p> <p>②実験的アプローチ (RCT ※コスト面、倫理面での問題あり)</p> <p>③事例によるアプローチ</p> <p>④理論によるアプローチ (スタッフ、評価者、他のステークホルダーによる観察、受益者の声)</p> <p><設計に際しての留意点></p> <p>・エビデンスの厳格性: ステークホルダーのニーズに応じて適切なレベルを選択</p> <p>・既存のツール・データでセオリー・オブ・チェンジに適合するものを活用</p> <p>・Pitfalls to avoid: ①過度に複雑化しない、②アウトカムを過剰に設定しない、③常にロジカル・フローを追う、④同じステップ内で過剰なアウトカムを含めない、⑤同じ又は類似のアウトカムは1箇所のみ</p> <p>・Deciding what to measure: 最も重要なアウトカムを優先づけ等</p> <p>・実証の厳格性、資源の制約、実用的・手法的な制約などを考慮しバランスをとる</p> <p>・Selecting an approach and methods</p> <p>①マイナスの効果も考慮、③初期段階ではコストを要する実験的アプローチは避ける、④資源 (時間、予算、技術) を踏まえるべき 等</p> <p>・可能な限り定量・定性双方のデータを集める。No numbers without stories, no stories without numbers</p>	N.A	<p><評価デザイン></p> <p>・初期のデータ収集において最も共通的に活用されている技術: ①1対1のインタビュー、②記録の保存</p> <p>③フォーカスグループ、④ワークショップ、セミナー、⑤質問票 (相対、電話、郵便、インターネット)</p> <p>・主観的な指標 (self-reported) と客観的な指標を補完的に活用すべき。</p>	<p><評価のデザイン></p> <p>・エビデンスの実証方法</p> <p>①証明 (Validation)、②独立した当事者によるレビュー (Independent review)、③監査保証</p>
e 評価方法 ③ プロセス	<p>①セオリー・オブ・チェンジを描く</p> <p>②測定対象の優先付け</p> <p>③エビデンスのレベルを選択する</p> <p>④情報源とツールを選択する</p> <p>※測定までを念頭に置いており、分析・報告については言及なし</p>	<p>①計画 (Plan)</p> <p>1) 目標設定 (Set Goals): 投資によってもたらされる望ましいインパクトを明示する</p> <p>2) 評価の枠組みの設定と指標の選定 (Develop Framework & Select Metrics)</p> <p>②実行 (Do)</p> <p>3) データ収集と保管: 適時かつ体系的な形でデータを収集、保管する (Collect & Store Data)</p> <p>4) データの検証: 品質の担保を確認するためデータを検証する (Validate Data)</p> <p>③検証 (Assess)</p> <p>5) データ分析 (Analyse Data): 目標に対する投資の進捗度について、データをレビューし、分析</p> <p>④レビュー (Review)</p> <p>6) 報告 (Report Data): 主なステークホルダーと進捗状況を共有</p> <p>7) データに基づく投資判断 (Make Data-Driven Investment Management Decisions)</p>	<p>①分析範囲の設定と主なステークホルダーの特定: SROI分析の範囲、そのプロセスにおいて誰がどのようにかわるかを明らかにする</p> <p>②アウトカムのマッピング: インパクトマップやセオリー・オブ・チェンジを作成</p> <p>③アウトカムを検証し、貨幣換算する: アウトカム発現の根拠となるデータを設定し、貨幣換算</p> <p>④インパクトを特定する: Deadweight, Displacement, Attribution, Drop-offを調整</p> <p>⑤SROIの計算: ステークホルダーごとに算出したインパクトを合計し、割引率を考慮し、貨幣換算された社会的価値を算出。投入されたインプットと比較してSROIを算出する</p> <p>⑥レポートの作成、活用、共有: ステークホルダーと結果を共有し、報告すること、有用なアウトカム発現のプロセスを取り込み、レポートの検証を行う。</p>	<p>①目標設定 (Identify objectives)</p> <p>・対象となる受益者、アウトカム、活動、変化の理論を設定</p> <p>②ステークホルダーの特定 (Identify stakeholders)</p> <p>・誰が利益を得、誰が何をどのように与えるか。</p> <p>③適切な測定手法の設定 (Set relevant measurement)</p> <p>・アウトカムを定義し、適切なアウトカムを選択し、有意義な指標を設定</p> <p>④測定、検証、評価 (Measure, validate and value)</p> <p>・目標とされたアウトカムが実際達成されたか、ステークホルダーの利益に明白に合ったものか、ステークホルダーにとって価値のあるものかどうかを評価</p> <p>⑤報告、学び、改善 (Report, learn and improve)</p> <p>・内外外部に定期的、有意義に報告される</p>
f 報告・開示項目	N.A	N.A	<p>・社会的収益率に加え、活動の過程で生み出された社会的価値に関する重要な情報をユーザーに提供するため、質的、量的、金銭的な側面も含まれるべき。</p> <p>・透明性や重要性の原則を満たしつつも、可能な限り簡潔な内容とすべき。また、レポート間の比較が可能となるよう一貫した構成であるべき。以下の質的・量的な情報は含まれるべき</p> <p>①組織に関連する情報、②分析の範囲の説明、ステークホルダーの参加に関する詳細、データ収集方法、分析の基礎となる仮定や限界、③関連指標や代理指標を含むインパクトマップ、④ケーススタディ、特定の発見を説明する参加者の引用、⑤計算の詳細、推計や過程についての審議、⑥意思決定の検証の軌跡、⑦参加者を含め多くの対象向けの要約</p>	<p>・All reporting of measurement should include:</p> <p>①どのように評価プロセスが適用されるか。各5つのステージで何がなされるか、②介入の効果がはっきりと説明された報告、③どのようにアウトカムが発生したかの説明。どんな活動がアウトカムやインパクトを達成したかや、なぜ活動がアウトカムを導くのかについての社会的企業のロジックモデル、④アウトカムやインパクトの生成における第三者の役割や貢献度の特定、⑤利益が測定されるステークホルダーの特定、利得の特質、適切な分類、⑥ステークホルダーに特定されたインパクトについて、説得的で、つりあった指標の選択。どのように指標がインパクトやステークホルダーのニーズや関心に関連するかを特定、⑦定量化された社会的、金銭的なリスクの説明</p>
g その他				<p>・異なったタイプの企業や社会的インパクトの間の公正かつ客観的な比較可能性を担保する単一の評価手法に集約されるべきとの考え方に懐疑的。</p> <p>・他方、社会的インパクトの評価の基礎を構成する評価の主なステップにおいて、異なったアプローチ間での基本的な収斂が進んでいる。</p>