

これまでのワーキング・グループの議論のまとめ（案）

2016年2月29日

主査 伊藤 健

1. なぜ今社会的インパクト評価が必要なのか（背景）

- 2008年の金融危機をきっかけに、資金の出し手となる助成財団や投資家、財政制約が強まる行政において、これまで以上に成果を求める動きが国際的な流れとなっており、事業の社会的成果を把握するための共通的なインフラとして社会的インパクト評価へのニーズが高まっている。
- また、企業報告においてもGRI（Global Reporting Initiative）のように企業の社会性を企業価値として捉え直し、発信しようとする非財務情報開示の流れがある。
- こうした中、例えば英国では、社会的インパクト評価が普及しつつあり、ソーシャルセクターに関する有力なシンクタンクであるNPC（New Philanthropy Capital）が2012年に実施したアンケート調査によると、過去5年間で73.5%の組織が社会的インパクト評価に以前より積極的に取り組むようになっている。
- 他方、我が国においては、人口減少・高齢化の急速な進展などを背景に、社会的課題の多様化・複雑化が進む中、従来の行政中心の取組だけでは対応に限界がある。公益の担い手＝行政・非営利団体という発想を超え、諸課題の解決に向けて営利・非営利を問わず多様な主体の参画を得ることが不可欠である。
- このため、人材、資金といった民間資源を社会的課題の解決のための活動や事業に呼び込む必要（Resource Mobilization）があるが、そのためには、担い手の活動が生み出す「社会的価値」を「可視化」し、これを「検証」し、資源の提供者への説明責任（アカウンタビリティ）につなげていく仕組み、すなわち社会的インパクト評価が定着することが不可欠である。
- しかし、我が国の現状では、社会的インパクト評価の実践はほんの一部の団体に止まっている。このため、まずは社会的インパクト評価の必要性やその意義を明らかにし、社会的インパクト評価の普及に向けた機運を高めていくことが重要である。

2. 本ワーキング・グループの狙い（議論の射程）

- 本ワーキング・グループの議論の目的として、公的資源（リソース）の制約が進む中、社会的課題解決のために民間資源の流入を促し、社会的インパクト創出を目的に事業を実施する主体（規模の大小に関係なく）のさらなる成長につなげることを狙いとする。
- ワーキング・グループでは、以上の点を踏まえ、外部から資源を調達するためのアカウンタビリティの観点から必要となる評価を念頭に議論を進める。

3. 社会的インパクト評価とはどういうものか

（1）「社会的インパクト」とは（定義）

- ・短期、長期の変化を含め、当該事業の結果として生じたアウトカムを指す。

（注）「アウトカム (Outcome)」：組織や事業のアウトプットがもたらす変化、便益、学び、その他効果
「アウトプット (Output)」：組織の活動や事業がもたらす製品、サービス、施設

（2）社会的インパクト評価とは

- ・社会的インパクトを定量的・定性的に把握し、価値判断を加えること。

※あくまでアウトカム評価であるため、アウトプットの測定のみをもって評価を行うことは、社会的インパクト評価ではない。

（3）何のために社会的インパクト評価を行うのか（評価の目的）

① 説明責任を果たす（アカウンタビリティ）

- ・外部の利害関係者（ステークホルダー）に社会的インパクトにかかる戦略と結果を開示する。

② 学び・改善

- ・組織内部で社会的インパクトに係る戦略と結果を共有し、事業／組織に対する理解を高め、意思決定の判断材料を提供することで、事業運営や組織の在り方を改善する。

（4）社会的インパクト評価は誰が行うのか（評価の主体）

- ・社会的インパクト評価は、上記の目的のため、評価を必要とする事業者、資金仲介者、資金提供者が実施主体となり、必要に応じて中間支援組織やコンサルタント、学者などの専門家の協力を得て行われる。
- ・評価主体自らが評価を行う「内部評価」と利害関係者ではない第三者としての外部の専門家等に評価を依頼する「外部評価」がある。また、内部評価においても、事業者、資金仲介者、資金提供者、受益者による協働や、中間支援組織、専門家の協力を得ながら評価は行われるものである。

- ・これらは、評価の目的を踏まえて、選択されるものである。

※一般的には、「学び・改善」を目的とする場合は内部評価、「説明責任」を目的とする場合は外部評価が適しているとされる。ただし、ステークホルダーからのニーズ、評価主体の利用可能な資源等も踏まえて選択されるべきもの。

事業者	NPO法人、公益法人、株式会社など営利、非営利を問わず、また、規模の大小を問わず事業を行う団体
資金仲介者	複数の個人や団体から資金を集めて助成や投融資を行う団体。 ファンド、ベンチャーキャピタル、助成財団、金融機関
資金提供者	事業者へ直接、又は資金仲介者を通じて資金を提供する法人 (助成財団、企業等)、個人(個人投資家、寄附者等)

(注) 資金仲介者としての助成財団には、不特定多数の個人や企業から資金を集めるコミュニティ財団のように代理人として助成や融資を行う団体、資金提供者としての助成財団には、特定の企業等が拠出する資金を管理する財団のように自らの意思で助成や融資を行うような団体を想定。

(5) 社会的インパクト評価をどう活かすか(評価の活用とその効果・意義)

- ・ 評価には「監査」といったイメージが付きまとい、また人的・資金的な投入が必要なことから経営資源を費消するものと捉えられがちであるが、評価は価値を引き出すことであり、社会的インパクト評価を実施することで、以下のように組織の成長や事業の改善等様々なメリットをもたらすものである。

① 資源獲得・成長

- ・ 外部の既存もしくは潜在的な資金的／非資金的提供者に社会的インパクトにかかる戦略と結果を開示し、資源を呼び込む。
 - － 社会的効果のアピールが可能となる(事業者)
 - － 更なる資金を呼び込むことができる(事業者)
 - － 資金提供者に対し、資金投入の有効性に関する説明が可能となる(資金仲介者)

② 経営管理・意思決定

- ・ 社会的インパクトを最大化するため、事業の内容、事業の資源配分についての意思決定を行う。
 - － 組織マネジメントの向上に資する(事業者)
 - － 事業実施主体の活動の質の向上に資する(事業者)
 - － 評価を通じて資金の出し手、支援先とのコミュニケーションが高まる(事業者、資金仲介者、資金提供者)
 - － 支援先のクオリティを判断の上、投資の意思決定ができる(資金仲介者、資金提供者)
 - － 支援先のパフォーマンスのモニタリングが可能となる(資金仲介者・資金提供者)

【参考資料〇】 評価主体別の目的・活用・メリット

(6) 社会的インパクト評価を実施する際に押さえておくべきこと（評価の原則）

- ・社会的インパクト評価の実施に際し、海外のガイドライン¹では、例えば以下のような原則が示されており、こうした原則を踏まえて評価を実装していくことが望ましい。

【図表〇】 主な評価原則

(1) 重要性 (マテリアリティ) Materiality	・ 経営者や従業員、資金仲介者、資金提供者といった利害関係者（ステークホルダー）による事業の理解や資金提供の意思決定に影響する社会的インパクトに関する情報が含まれているべき。
(2) 比例性 Proportionality	・ 評価の目的や評価を実施する組織の規模、利用可能な資源に応じて評価や報告・開示の方法は選択されるべき。
(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をもって報告され、以前のレポートと同じ期間、同じ組織と活動、同じ評価方法で関連づけられるべき。
(4) 利害関係者（ステークホルダー）の参加・協働 Involve stakeholders	・ 社会的インパクト評価にあたっては、事業者、資金仲介者、資金提供者、事業の受益者といった主要な利害関係者（ステークホルダー）が参加・協働すべき。
(5) 信頼性 Reliability	・ 情報は正確、真正、公正であるべき。 ・ 信頼できる方法で収集され、検証されたデータに基づくべき。
(6) 透明性 Transparency	・ 分析が正確かつ誠実になされた根拠を提示・報告し、資金仲介者、資金提供者といった利害関係者（ステークホルダー）とその根拠について議論できるようにすべき。
(7) 関連性 Relevance	・ 事業者、資金仲介者、資金提供者といった利害関係者（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。
(8) 付加性 Additionality	・ 投資によって生み出された結果か（投資しなければ実現しなかった結果か）を、投資家が判断できるようなデータであるべき。
(9) 普遍性 Universality	・ 異なる市場、地域、分野（セクター）において一貫して適用できる測定方法（データ収集方法）が用いられるべき。

4. 社会的インパクト評価をどのように行うのか（評価の方法）

(1) どこまでを評価の対象とするか（評価の範囲）

（評価の範囲について事前の合意が重要）

- ・ 社会や環境の変化を意図した社会的事業体の活動は、短期的にも長期的にも様々なインパクトをもたらすものであり、その全てを網羅的に把握することは困難である。

¹ BUILDING YOUR MEASUREMENT FRAMEWORK: NPC's FOUR PILLAR APPROACH (NPC)、MEASURING IMPACT (Social Impact Investment Taskforce (G8))、A guide to Social Return on Investment (Cabinet Office (UK))、Proposed Approaches to Social Impact Measurement in European Commission legislation and in practice relating to: EuSEFs and the EaSI (GECES Sub-group on Impact Measurement)) の4つのガイドラインを参考とした。

- ・社会的インパクト評価を実施するに当たっては、組織の活動のうち、どういった事業を評価対象とするか、利害関係者（ステークホルダー）をどこまで評価対象とするか、アウトカムをどこまで評価対象とするか、について事業実施者、資金提供者・仲介者の間で事前に協議・合意し、明らかにする必要がある。

（意思決定に必要な情報が含まれるべき）

- ・評価対象については、事業の目的・性質、評価の目的、評価に活用可能な組織の資源を踏まえ、事業者、資金仲介者、資金提供者といった利害関係者（ステークホルダー）が意思決定を行うために重要な情報が含まれていることが必要である。
- ・また、透明性の原則（Transparency）に基づき、特定した評価の範囲やその根拠については、報告・開示時に明記することが必要である。

【参考】

- ・英国の社会的企業である Social Value International が示した「社会的価値の7原則」（The Seven Principles of Social Value）には、①利害関係者を巻き込む（Involve stakeholders）、②何が変化するかを理解する（Understand what changes）、③**重要であるアウトカムを評価する（Value the outcomes that matter）**、④**重要なことだけを含める（Only include what is material）**、⑤過剰な主張をしない（Do not over-claim）、⑥透明にする（Be transparent）、⑦結果を検証する（Verify the result）を提示している。
- ・また、Social Value は、「重要性に関する補足ガイダンス」（Supplementary Guidance on Materiality）を公表しており、「マテリアリティ（重要性）」の判断に当たっては、①「関連性（relevance）と②「重要度（significance）」により判断することが望ましいとしている。【参考資料〇】

（2）どのような測定手法があるのか（評価のデザイン）

- ・社会的インパクトを把握するための手法は、定量的方法、定性的方法を含め多様な方法がある。測定手法によって得られる情報の厳格性は様々であり、必要となるコスト（人、時間、経費）も大きく異なる。
- ・評価のデザインの決定に当たっては、比例性（Proportionality）の原則に基づき、評価の目的や社会的インパクト評価がもたらす情報に対する資金仲介者、資金提供者といった利害関係者（ステークホルダー）のニーズと、評価主体が利用可能な資源等を踏まえて選択することが望ましい。
- ・また、比例性の原則を前提とした上で、できる限り定量データと定性データの双方を収集し、因果関係・インパクトの分析に活用できることが望ましい（No numbers without stories; no stories without numbers（Building Your Measurement Framework: NPC's Four Pillar Approach（NPC）））。

（3）どのような手順を経るのか（評価のプロセス）

- ・評価のプロセスは、大きく分けて、①計画、②実行、③分析、④報告・活用の4つのステップから構成される。

・各プロセスでは、以下の作業が行われる。

① 計画 (Plan)	目標の設定、ロジックモデル／セオリー・オブ・チェンジの検討・確認（＝事前のセオリー評価）、評価範囲（事業、ステークホルダー）の特定、評価方法の決定（指標・データ入手方法、デザイン）
② 実行 (Do)	指標データの収集・測定
③ 分析 (Assess)	ロジックモデル各段階の相関関係や因果関係の分析、課題や阻害要因の分析
④ 報告・活用 (Reporting/Utilization)	報告と意思決定への活用

5. どのような情報を報告すべきか（評価の報告・開示）

○ 経営者や従業員、資金仲介者、資金提供者といったステークホルダーによる事業の理解、評価結果の信頼性の判断に必要な以下の情報（特に前提や重要性に係る主観的判断）は積極的に報告・開示されることが望ましい。

- ① 組織・事業の概要、関連するステークホルダー、ロジックモデル／セオリー・オブ・チェンジ
- ② 評価対象とする事業の範囲、ステークホルダー及びアウトカム、その選定理由
- ③ 評価の方法（評価のデザイン、アウトカムごとの指標とデータ収集方法）、その選定理由
- ④ 評価の結果（アウトカムのエビデンス、アウトカムの分析結果、分析の限界を含む）
- ⑤ 評価結果の意思決定への活用内容、アクション

○ ただし、比例性の原則に基づき、評価の目的、ステークホルダーのニーズと、報告・開示者の負担のバランスを考慮することが前提である。

6. 社会的インパクト評価の普及に向けた今後の課題と対応策

（第4回WGで議論）

【参考資料〇】 評価主体別の目的・活用・メリット

評価主体	評価の目的	活用	メリット
事業者	<p>◎外部の利害関係者（ステークホルダー）に社会的インパクトにかかる戦略と結果を開示する。（説明責任（アカウンタビリティ））</p> <p>◎組織内部で社会的インパクトに係る戦略と結果を共有し、事業／組織に対する理解を高め、意思決定の判断材料を提供する。（学び・改善）</p>	<p>○外部の既存もしくは潜在的な資金的／非資金的提供者に社会的インパクトにかかる戦略と結果を開示し、資源を呼び込む。（資源獲得・成長）</p> <p>○社会的インパクトを最大化するため、事業の内容、事業の資源配分についての意思決定を行う。（経営管理）</p>	<p>－社会的効果のアピールが可能となる</p> <p>－更なる資金を呼び込むことができる</p> <p>－組織マネジメントの向上に資する</p> <p>－事業実施主体の活動の質向上に資する</p> <p>－評価を通じて資金の出し手、支援先とのコミュニケーションが高まる</p>
資金仲介者	<p>◎外部の利害関係者（ステークホルダー）に社会的インパクトにかかる戦略と結果を開示する。（説明責任（アカウンタビリティ））</p> <p>◎組織内部で社会的インパクトに係る戦略と結果を共有し、事業／組織に対する理解を高め、意思決定の判断材料を提供する。（学び・改善）</p>	<p>○外部の既存もしくは潜在的な資金的／非資金的提供者に社会的インパクトにかかる戦略と結果を開示し、資源を呼び込む。（資源獲得・成長）</p> <p>○社会的インパクトを最大化するため、資源配分についての意思決定を行う。（経営管理）</p>	<p>－資金提供者に対し、資金投入の有効性に関する説明が可能となる</p> <p>－支援先のクオリティを判断の上、投資の意思決定ができる</p> <p>－支援先のパフォーマンスのモニタリングが可能となる</p>
資金提供者	<p>◎組織内部で社会的インパクトに係る戦略と結果を共有し、事業／組織に対する理解を高め、意思決定の判断材料を提供する。（学び・改善）</p>	<p>○社会的インパクトを最大化するため、資源配分についての意思決定を行う。（意思決定）</p>	<p>－支援先のクオリティを判断の上、投資の意思決定ができる</p> <p>－支援先のパフォーマンスのモニタリングが可能となる</p>