社会的インパクト・マネジメント・セミナー 第3回入門講座(NPO編)

社会的インパクト・マネジメント・イニシアチブ(SIMI)運営グループ

特定非営利活動法人ソーシャルバリュージャパン

代表理事 伊藤健

コンサルタント 小島亜弥

目次

- I. なぜ今、社会的インパクト・マネジメントなのか
- II. 社会的インパクト・マネジメントは誰にどのように役に立つのか
- III. 社会的インパクト・マネジメントの前提条件
- IV. 社会的インパクト・マネジメントとは
- V. 社会的インパクト・マネジメントの活用事例 (特定非営利活動法人育て上げネット 新宅 圭峰様)

I.なぜ今「社会的インパクト・マネジメント」なのか

1. 社会的背景

- 少子高齢化、人口減少に伴い、社会的課題の増加に対して、その解決への取り組みに活用できる資金的・非資金的リソースが相対的に減少しつつある
- こうした状況に、行政による取り組み他に、民間セクター(企業や非営利組織)による 取り組みや、社会的投資を積極的に取り入れようとする動きがある
- こうしたリソースの投入を、効果的・効率的な実施を行うための評価指標や事業の運営体制が「社会的インパクト・マネジメント」として必要とされている
- 2. 「社会的インパクト・マネジメント」を取り巻く課題
 - 様々なステークホルダーが合意できる、社会的インパクト評価の方法論の必要性
 - 公的サービスのコスト削減といった経済的な効率性に偏重するのではなく、「社会的な生産性」拡大し、社会課題の解決に資する手法の運用方法や体制の確立への課題

Ⅱ.「社会的インパクト・マネジメント」は誰に・どのように役立つのか

ステークホルダー	ニーズ	効果
受益者	• 直面する社会課題に対する効果的な施策が必要	• 事業の効果的実施
事業者 (企業・NPO等)	 社会的課題をより効果的・効率的に解決する事業・活動の実施 事業・活動のプライオリティの判断 関係者間で事業の価値の共有 予算等の事業に必要なリソースの獲得 	 社会的成果の定性的・定量的な提示 プロセス・ゴールの可視化・言語化 経営判断のための社会性指標の獲得 関連するステークホルダーの巻き込み
資金提供者	効果的事業実施できる資金提供先確保事業の成果の評価・判断	• 資金提供への判断材料の獲得
中間支援組織	・ 事業の支援の改善	支援・提案内容の判断材料の獲得モデル化・普及への示唆の獲得
行政	• 効果的な社会的事業の実施	• 支援への判断材料の獲得

「社会的インパクト」に対する急速な社会的関心の高まり 一企業・行政・非営利組織による異なるニーズー

類別

動機

背景

企業

• ESG投資の高まり、SDGsに基づく非財務 情報開示のニーズによる「社会性指標」の 必要性

- GPIFによるPRI原則への署名を発端にしたESG投資市場の急速な拡大
- 発行体としての事業会社としての対応への 要請

行政

- 行政の社会的生産性の向上
- 近い将来に想定される予算の逼迫への対応

- EBPMや民間活力活用に対する政策 導入
- SIB等の政策対応

非営利組織

- 事業の社会的インパクトの可視化・定量評価へのニーズ
- ファンドレイズや業務改善に対するニーズ
- 一部の資金提供者(外資CSR等)による要請
- 休眠預金基金による社会的インパクト評価の義務付け

Ⅲ. 「社会的インパクト・マネジメント」の前提条件

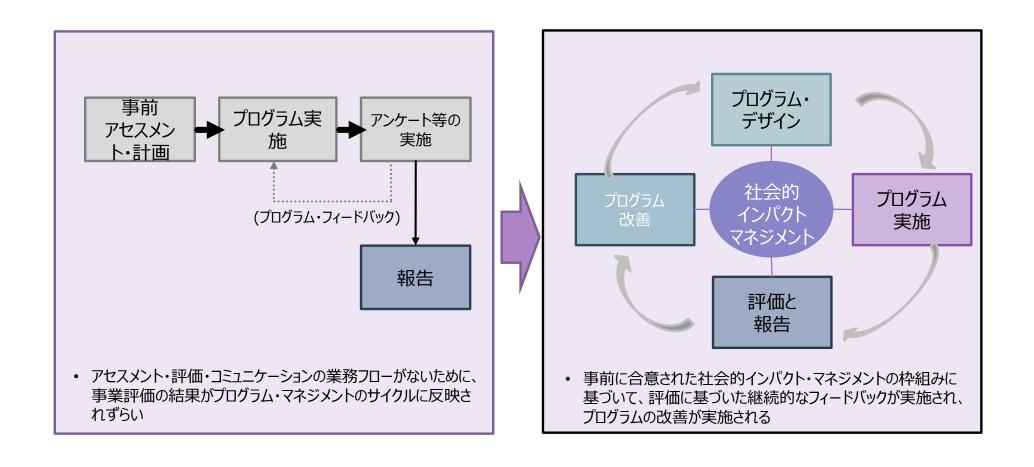
条件	なぜ必要か	
• 社会的インパクトが組織の存在目的や体現する価値観の重要な一部として認識されている	・ 社会的目的を掲げる組織の存在意義として	
• 上記の価値が関係者間で合意されている	組織の運営や事業に反映するためには組織内外のステークホルダーの 合意が必要	
• 経常的なモニタリング体制がある	• 事前・中間・最終・事後等の段階における評価実施とフィードバックが必要	
評価に必要なリソースが確保されている	• 評価の専門性と事業に対する理解の両面を合わせもった評価人材が経 営層と協力して実施することが必要	
• 自組織が社会的インパクトマネジメントの実施主体として認識されている	フィードバックの結果を内部化するためには、社会的インパクトを体現する 主体者としての自組織の位置づけが必要	

「社会的インパクト評価」の課題

「社会的インパクト評価」の実践者による共通した課題意識

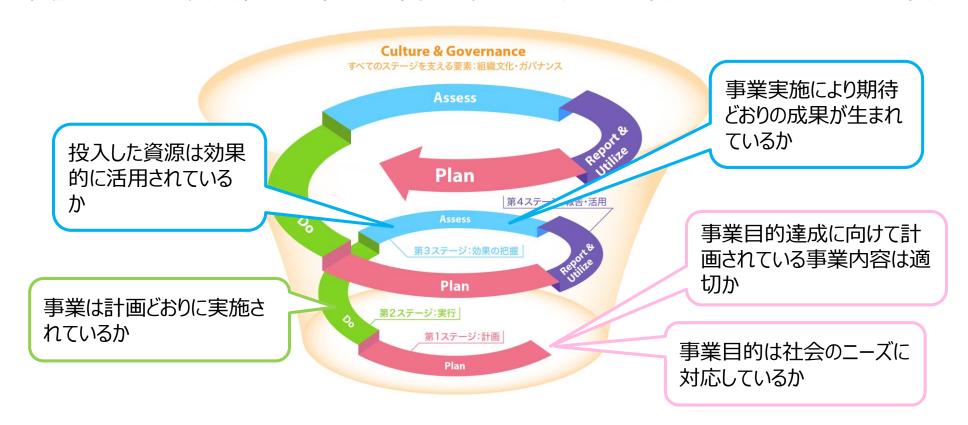
- この領域の創成期において、アカウンタビリティ(説明責任)を理由として実施された社会的インパクト評価の取り組みの多くが、単にデータを収集して報告し、「事業が適切に行われた」「ポジティブなインパクトがあった」ということを社会に発信する事が主たる目的になってしまう事例が散見された
- 本来の評価の活用目的である、「取得されたデータを活用して事業を改善する」「ポジティブ・ネガティブの両面のインパクトについて把握し、ネガティブなインパクトを最小化し、ポジティブなインパクトを最大化する」「効果的な事業実施が可能な、新しい事業モデル開発のためのエビデンスとする」等の活用がなされないケースが多い

社会的インパクト評価から社会的インパクト・マネジメントへ



「インパクト・マネジメント・サイクル」

社会課題解決や社会価値創出を目的とする単一または複数の事業や取り組みが、社会全体や事業対象者のニーズに合致するよう設計・実施され、目的どおり社会的インパクトを生み出してゆくためには、事業の設計のロジックや実施プロセスの妥当性、成果などに関する例えば次のような問いに答えてゆくことが必要です。



SIMIによる社会的インパクトマネジメントに向けた原則とフレームワーク

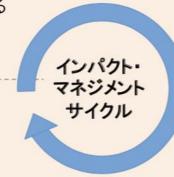
社会的インパクトの 向上に向けた 行動の在り方

社会的インパクト 志向原則 事業者、資金提供者などの立場にかかわらず、多くのステークホルダーが「社会的インパクト志向原則」に賛同することで、社会全体の社会的インパクトを向上させることを目指す。

「志向原則」において、社会的インパクトの向上が何を意味するのかを明らかにする。

行動する上での 枠組み・指針 社会的インパクト マネジメント フレームワーク 「社会的インパクト志向原則」にのっ とって、いかなる事業マネジメントを すれば社会的インパクトを向上させる ことができるかの大枠・指針を示す。

行動する上での 具体的な実践要領 社会的インパクト マネジメント ガイドライン 社会的インパクト・マネジメント フレームワークで示された大枠に したがった具体的な実践要領。



「社会的インパクト志向原則」

- 社会的インパクト志向原則作成の経緯 事業者・資金提供者などの立場にかかわらず、「よりよい社会をつくるために」必要な考え方や 事業や活動をするための基本方針をSIMI全体で検討しました。
- 社会的インパクト志向とは

社会課題解決や社会価値創造に資する様々な取り組みにおいて、その取り組みの生み出す社会的インパクトを重視し、その向上を目指す考え方

■ 社会的インパクト志向原則とは 社会的インパクト志向で事業や活動を実施するための基本方針

【社会的インパクト志向原則 替同表明団体】

合同会社シェアード・エスイー、NPO法人日本ファンドレイジング協会、NPO法人CANPANセンター、一般社団法人オープンデータラボ、第一勧業信用組合、公益財団法人笹川平和財団、特定非営利活動法人北海道NPOサポートセンター、特定非営利活動法人北海道NPOファンド、特定非営利活動法人ソーシャルバリュージャパン、特定非営利活動法人 BEPPU PROJECT、一般社団法人バードライフ・インターナショナル東京、公益財団法人佐賀未来創造基金、株式会社大沢会計&人事コンサルタンツ、一般社団法人オープンデータラボ、一般社団法人需要工学研究所(2019年1月現在、順不同)

「社会的インパクト志向原則」(SIMI,2017) ※抜粋

私たちは、立場や役割の違いにかかわらず、よりよい社会をつくるために、以下のように社会的インパクト志向で事業や活動に取り組むことを目指します。

1. 社会的インパクトを重視した事業開発・改善に取り組むこと

目指す社会課題解決や社会価値創造の実現に向けた道筋、期間、資源を長期的な視野で明確化し、成果として定義した社会的インパクトを評価しPDCAサイクルを回しながら事業に取り組むこと、またそうした社会的インパクトを重視した事業を積極的に支援することを目指します。

2. 多様な主体で協働して取り組むこと

NPO、企業、資金提供者、中間支援組織、市民、行政などが業界や活動分野を越え、互いに知識、経験、技術などの強みを持ち寄って、協働して社会課題解決や社会価値創造に取り組むことを目指します。

3. 事業モデルを普及させること

個別の取り組みから得られた知見を積極的に発信・共有して他の地域や分野にも普及可能な事業モデルを創出し、その事業モデルを普及することで社会的インパクトの向上を目指します。

IV.「社会的インパクト・マネジメント」とは(全体像)

■定義

事業運営により得られた事業の社会的な効果や価値に関する情報にもとづいた事業改善や 意思決定を行い、社会的インパクトの向上*を志向するマネジメントのこと

*「社会的インパクトの向上」には、事業や取り組みによって質的・量的に正のインパクトを向上させること、負のインパクトを低減させることの両方が必要です。

■目的

社会的インパクト・マネジメントの実践は、以下を目的にしています。

1. 事業者の学びに よる事業改善の促進 2.ステークホルダーの意思決定や事業改善プロセスへの参加

3. 社会課題解決と社会価値創造、そのための知見の蓄積

社会的インパクト評価の「5+2の原則」

目的次第

社会的インパクト・マネジメントにおける「社会的インパクト評価の質」を担保するもの。

		原則	内容(解説)
	а	ステークホルダーの参加・協働	対象となる組織・事業のステークホルダーの幅広い参加・協働。特に、目指す価値、評価目的などについて、ステークホルダー間での合意を目指す。
	b	重要性(マテリアリティ)	事業者(内部)、事業対象者・受益者、資金仲介者、資金提供者、その他のステークホルダー(外部)の意思決定をするための必須情報を優先させる。
	С	信頼性	信頼できる方法で収集され、検証されたデータ。過剰な効果を主張するような評価報告を避ける。
	d	透明性	依拠する情報の検証可能性。分析が正確かつ誠実になされた根拠を提示・報告する。
`	е	比例性	組織や事業に過度な負担をかけないように、評価を実施する組織の規模、組織や利用可能な資源や評価の目的に応じて評価方法や報告・情報開示の方法が選択されること。
	f	経時的比較可能性	経時的比較が可能となるよう、以前の報告と同じ期間、同じ対象と活動、同じ評価方法で関連づけられ、同じ構造を持って報告されることが望ましい。
	g	一般化可能性	評価の知見を同一分野の他事業、その他の地域、対象などに応用可能なものとするような工夫。

IV.「社会的インパクト・マネジメント」とは(プロセス)

- ステージ1「計画」
- ステージ2「実行」
- ステージ3「効果の把握」
- ステージ4「報告・活用」
- 4ステージを支える要素「組織文化・ガバナンス」

4つのステージ

計画

実行

効果の把握

報告·活用

- (1)情報収集・リ サーチ
- (2)課題の特定と 目的設定 (3)計画策定
- (1)事業実施とプロ セス管理・モニタリン グ
- (1)事業の効果の 検証
- (1)報告・意思決 定への活用 (2)情報発信と継 続的な評価

4つのステージ 1. 計画 (Plan)

計画

実行

効果の把握

報告·活用

- (1)情報収集・リ サーチ
- (2)課題の特定と 目的設定
- (3)計画策定
- (1)事業実施とプロ セス管理・モニタリン
- (1)事業の効果の 検証
- (1)報告・意思決 定への活用 (2)情報発信と継 続的な評価

ステージ1.「計画」

事業の計画を立てるステージは、大きく3つのステップに分かれています。

ステップ°	作業内容
1. 情報収集・リサーチ	事業分野における課題や外的環境の変化、ステークホルダーの活動、それまでの 取り組みの蓄積からわかっている知見など、事業運営上必要な情報の収集を行う。
2. 課題の特定と 目的設定	情報収集・リサーチの結果をもとに、解決を目指す社会課題や生み出したい社会価値の背景やニーズを検討し、取り組むべき課題を特定する。それらの内容の妥当性について検討した上で、事業目的を設定する。
3. 計画策定	実施する事業内容と事業目的との整合性を検討し、計画を策定する。社会課題解決や社会価値創造にいたる道のりと必要な資源について整理し、事業目的を達成する上で重要となる具体的な目標・成果(アウトカム)を明確化・特定化する。その実現のために必要なアクションを設定するとともに、それらが事業目的と照らし合わせて妥当なものかどうかを検討する。その上で事業計画及び評価計画をできるだけ同時に策定する。

ステージ1-1. 情報収集・リサーチ

事業分野における課題や外的環境の変化、ステークホルダーの活動、それまでの取り 作業内容 組みの蓄積からわかっている知見など、事業運営上必要な情報の収集を行う。 事業の想定対象者にインタビューを行い、課題の背景、問題の所在、具体的ニーズ などを確認する。 想定対象者を取り巻く**ステークホルダーにインタビュー**を行い、ステークホルダーを洗い 出し、それぞれの関係性を分析する。 作業例 ・ アンケートなどによって、事業の想定対象者を含むステークホルダーの現状認識、意 **識、意見・希望、見通し**などに関する情報収集を行なう。 **学術研究や他団体の事業報告書**などから情報を収集する。

ステージ1-2. 課題の特定と目的設定

情報収集・リサーチの結果をもとに、解決を目指す社会課題や生み出したい社会価値の背景やニーズを検討し、取り組むべき<u>課題を特定</u>する。それらの内容の妥当性について検討した上で、事業目的を設定する。

作業例

作業内容

- <u>問題分析と問題定義</u>: できるだけ具体的なレベルでいかなる問題への取り組みを実施したいかを定義する。その問題がいかなる社会の構造・力学により生まれているのか、なぜ解決できていないのかを検討し、いかにそれを解決したいかを明確にする。これらの作業を行う場合は、**システムマップ**などの手法を活用し、問題を生起させている社会構造を分析・把握できるようにする。
- **レバレッジ選定**と構造化:その社会課題を効果的に解消できるレバレッジポイントを見つけ出し、構造を変化させられる取り組みを考える。

ステージ1-3. 計画策定

作業内容

実施する事業内容と事業目的との整合性を検討し、計画を策定する。社会課題解決や社会価値創造にいたる道のりと必要な資源について整理し、事業目的を達成する上で重要となる具体的な目標・成果(アウトカム)を明確化・特定化する。

その実現のために必要なアクションを設定するとともに、それらが事業目的と照らし合わせて妥当なものかどうかを検討する。その上で事業計画及び評価計画をできるだけ同時に策定する。

・ <u>ロジックモデル</u>やセオリー・オブ・チェンジなどのツールを用いて因果関係の整理や<u>事業戦略を</u> 図示することで、目的と手段の関係性についての妥当性を検証する。

インプット調達計画:事業計画に沿って、インプット(ヒト・モノ・カネ)を調達する道筋をつける。

作業例

• <u>**モニタリング計画</u>: アウトプット、アウトカム項目ごとの指標にしたがい、測定方法を定め、** データ収集方法を決める。</u>

以上その他の作業をもとに、

- 評価目的、評価設問の設定
- **評価計画の策定** (※巻末の評価計画フォーマットを参照) をまとめる。

4つのステージ 2. 実行(Do)

計画

実行

効果の把握

報告·活用

- (1)情報収集・リ サーチ
- (2)課題の特定と 目的設定 (3)計画策定
- (1)事業実施とプロセス管理・モニタリング
- (1)事業の効果の 検証
- (1)報告・意思決 定への活用 (2)情報発信と継 続的な評価

ステージ2.「実行」事業実施とプロセス管理・モニタリング

事業を実施する。 実施にあたっては、事業は計画どおり実施されたか、事業による結果(アウトプット)は 出ているかを確認するプロセス管理・モニタリングを行う。併せて、実施体制は適切か、ア 作業内容 ウトプットの生成に影響を与えた貢献・阻害要因の検討も行う。 効果的なモニタリングには、計画に沿った事業全体の工程管理、予算管理に加え、第3 ステージ以降の作業に役立つように、データの収集・蓄積に努める。 事業実施において、**想定された事業対象者・受益者にサービスが届いているか、十分** な参加が確保されているかをチェックする。 作業例 組織内部の担当者間の役割分担、指示系統が有効に機能していることに注意を払う。 • モニタリングをしながら、**アウトプットの記録**を整理し、蓄積を行う。

4つのステージ 3. 効果の把握(Assess)

計画

実行

効果の把握

報告·活用

- (1)情報収集・リ サーチ
- (2)課題の特定と 目的設定 (3)計画策定
- (1)事業実施とプロ セス管理・モニタリン グ
- (1)事業の効果の 検証
- (1)報告・意思決 定への活用 (2)情報発信と継 続的な評価

ステージ3. 事業の効果の検証①

収集したデータの検証・分析を行い、事業実施により実際にどのような変化が生じたかを確 作業内容 認する。また、必要に応じて、投入されたインプットとアウトカムとを比較することで事業の効 率性を確認する(その1)。 i データ検証・分析/指標・測定方法の有効性の検証 設定した成果目標に到達しているのか、想定した成果が発現しているかを確認する。もし成果が 確認されなかった場合は、阻害要因は何かを分析する。事業対象者・受益者の特徴、カテゴ リー別に結果を分析し、目標の見直しなどを行うことなどを検討する。 使用している指標や測定方法が有効なものであるかを確認する。変化を的確に捉えられている か、新たな指標が必要なアウトカムはないか、などを検討する。 指標は他団体や他事業でも共通して使用しているものがあればそれらを活用し、比較検証が行 えるようにする。 計画段階で描いたロジックモデルやセオリー・オブ・チェンジに表わした因果関係や事業戦略 に照らし合わせて、計画のロジックが正しかったかを検証する。 用いた指標で意図した成果を測ることができたか、ほかにより適切な指標があったかを検討 作業例 する。 投入したインプットは、意図した成果に照らして適切だったか、投入の仕方やタイミングは適 切だったか検討する。

ステージ3. 事業の効果の検証②

収集したデータの検証・分析を行い、事業実施により実際にどのような変化が生じたかを確 認する。また、必要に応じて、投入されたインプットとアウトカムとを比較することで事業の効 作業内容 率性を確認する(その2)。 ii 重要視すべき変化・成果の検証 収集したデータをもとに、ステークホルダーごとに、どの成果が重要であるか、インパクトを生み出しているかを検 証する。事業を行わなかったケースを想定することも含め、事業のアウトカムを総合的に俯瞰できるようにする。 事業による介入前(ベースライン)と介入後を比較検討してみる(計画段階から前後比 較の準備・作業を行っていた場合)。 事業による介入があった群となかった群を比較検討してみる(計画段階から「インパクト評 価」の準備・作業を行っていた場合)。 作業例 事業対象者・受益者のなかで、実施した事業による正負の影響が大きかった層とそうでな い層を峻別して、その違いがどこに起因するのか検討する。 その他のステークホルダーごとの事業の成果の大小のばらつきをチェックして、事業の成果に 関する総合的な判断に活用する。

ステージ3. 事業の効果の検証③

収集したデータの検証・分析を行い、事業実施により実際にどのような変化が生じたかを 確認する。また、必要に応じて、投入されたインプットとアウトカムとを比較することで事業 作業内容 の効率性を確認する(その3)。 iii 事業の振り返り 事業プロセスにおいて、留意点、想定外の状況、予期しなかったインパクト、改善点、予算の 使い方と効果、スタッフの学び、新たに登場した関係者、新たな課題などを振り返り、とりまとめ る。 適切な話し合いができるような場を用意し、話し合いに参加すべきステークホルダーを特 定し、効果的なファシリテーションを行う。 作業例 評価目的、評価設問に沿って評価結果を特定し、「インパクト・レポート」としてまとめら れるように準備する。

ステージ3. 事業の効果の検証④

収集したデータの検証・分析を行い、事業実施により実際にどのような変化が生じたかを 確認する。また、必要に応じて、投入されたインプットとアウトカムとを比較することで事業 作業内容 の効率性を確認する(その4)。 以上の作業を経て 目標対結果の分析表 結果とその分析から得られた考察をまとめたレポート 作業例 • 事業目標や事業の実施方法を変更するべきか否かの提案 を作成できるようにする。 効果の検証を有効かつ有用なものとするために、以下の点に特に注意する。 • 事業の成果を検討するだけの必要かつ十分なデータが収集されているか。また、データは 注意すべき ポイント 客観性、偏りなどの観点から適切なものか。 アウトプット指標に関するデータ、アウトカム指標に関するデータの峻別ができているか。

4つのステージ

4. 報告·活用 (Report & Utilize)

計画

実行

効果の把握

報告·活用

- (1)情報収集・リ サーチ
- (2)課題の特定と 目的設定 (3)計画策定
- (1)事業実施とプロ セス管理・モニタリン グ
- (1)事業の効果の 検証
- (1)報告・意思決 定への活用 (2)情報発信と継 続的な評価

ステージ4-1. 報告・意思決定への活用

分析結果は目的に応じて、評価報告書(「インパクト・レポート」等の名称を用いる)を通 して内外で共有する。 報告書から、今後の事業に反映できる内容をまとめ、団体内・関係者間で共有をする。ま 作業内容 た、データの分析結果から、より価値を生み出すために、事業の改善もしくは拡大の必要が あるかの意思決定を行う。「正しい事業戦略になっているのか」という疑問が生まれた場合 は、事業の中止を検討する必要もある。 報告書のまとめ方として、「インパクト・レポート」アウトライン参照。 作業例

インパクト・レポート

分析結果を開示・報告し、意思決定へ活用することで事業の改善を図るために、事業目的やアウトカムの想定がインパクト向上のために正しかったかを確認し、次期の事業サイクル計画に向けての学びをまとめ、外部への報告、情報発信に活用する報告書。

インパクトレポートの基本構成 (推奨アウトライン)

- 1) どのような社会課題の解決を目指したか(事業目標)
- 2) その問題に対してどう取り組み、どんなステップを踏むことで問題 解決に貢献できると考えたか(**セオリ**ー)
- 3) 具体的に何を行ったのか(活動内容)
- 4) その結果何を成し遂げたか (成果・アウトカム)
- 5) アウトカムを達成したと言える根拠(データ分析、 アウトカム達成への当該事業の貢献度の検討)
- 6) 評価結果からの学び、 今後の改善のための教訓 (振り返りポイント)

ステージ4-2. 情報発信と継続的な評価

作業内容	取り組みの輪を広げていくために、得られた知見を可能な範囲内で内外に紹介する。 また、今後の評価の計画について検討する。
作業例	 ・ 当該事業の成果についての資金提供者への説明や、将来の資金調達に向けた<u>情報発信に活用する</u>ことを検討する。 ・ 当該事業の成果について、<u>多様なステークホルダーと共有し、学びや教訓を確認する</u>ことを検討する。 ・ 経年におけるインパクトの測定を行うことを計画する。

4つのステージを支える要素組織文化・ガバナンス

組織文化の醸成

インパクト・マネジメント・サイクルの実施のためには、インパクト・マネジメントを志向 する組織文化の醸成が必要

組織の構成員や関係者が常に社会価値を生み出すことを意識し、インパクト・マネジメントについての理解を定着させ、事業実施においてこれを常に意識化するための「インパクト・マネジメント・サイクルに関するガバナンス」が必要

インパクト・マネジメント・サイクルに関するガバナンス

- インパクト・マネジメント・サイクルを実践する上でのリスクと成果を認識、可視化し、サイクルを回していく上での合意形成をどのように行っていくのか、事業者内の意思決定機構で協議することが重要
- 外部伴走者が存在する場合は、関係者間で協議する際のアドバイスや、協議に参加するステークホルダーの選定、組織文化の確立・醸成を担う人材の選定へのアドバイスや協力を実施

<ポイント>

- 事業から直接影響を受ける人々(事業対象者・受益者等)を代表できるような人が、取締役や理事等として組織のリーダーシップ・チームの一員として事業戦略の構築や実施に参加していることが望ましい。
- ▶ 理事や経営層に、社会的インパクトを生み出すことへの意欲と理解がある人材が存在すること

社会的インパクト志向の文化づくり

知識・理解	意識・態度	行動
 事業ミッションとミッション達成への十分な理解 事業における明確なインパクト・マネジメントの重要性への理解 事業担当者のインパクト・マネジメントにおける自らの役割の理解 事業担当者が自らの役割を正確に実施できる能力 	 インパクト・マネジメントを通した事業の向上を信じ、取り組む ミッション達成のためには結果に応じての変化や適応をいとわない どのようにすれば事業が達成されるか、より改善されるかに関心を持ち、想像すること、変革することを意識する 学んだ事を他者と共有する 失敗を非難せず受け入れる 	 改善方法を常に探求する 質の高い、公平なデータを収集・活用する 結果と学びを誠実に、明白に共有する 結果について定期的に議論する 常に事象を受益者、ユーザー目線で見るように努める 学びの結果として事業を変更する

(参考) 用語の定義

1. 社会的インパクトとは

短期、長期の変化を含め、当該事業や活動の結果として生じた社会的、環境的なアウトカム

2. アウトカムとは

組織や事業のアウトプットがもたらす変化、便益、学びやその他効果

*組織や事業の活動がもたらす製品、サービスなど(アウトプット)を分けて考える。

(参考) 用語の定義

3. SIMIが考える「社会的インパクト評価」

社会的インパクト・マネジメントを実践していくための評価のこと

単一または複合的な事業や取り組みの社会的な効果や価値に関する情報を可視化するもので、2つの大きな特徴がある

- ① 社会的インパクトを含む事業や取り組みの有効性を体系的に調査し、評価を行うもの (プログラム評価論の考え方に準じる)
- ② 評価が「社会的インパクト評価の5+2原則」にしたがって行われること
- 4. 内閣府共助社会づくり懇談会による「社会的インパクト評価」(2015)

社会的インパクト評価」とは、短期、長期の変化を含め、当該事業や活動の結果として生じた社会的、環境的な「変化」や「便益」等の「アウトカム(短期・中期・長期)」を定量的・定性的に把握し、当該事業や活動について価値判断を加える(評価を行う)こと