

社会的インパクト志向宣言

社会的インパクト・マネジメント・イニシアチブ (SIMI)

作成：2018.6.27

改訂：2020.12.1

日本において社会的インパクト評価を推進するために、社会的インパクト評価の現状や課題、将来目指す姿やそれに向けた取組などについて議論し、実行を主導するプラットフォームとして「社会的インパクト評価イニシアチブ」が2016年6月に設立されました。

そして、「社会的インパクト評価イニシアチブ」のプロジェクトの1つとして、2020年までに日本における社会的インパクト評価を推進するビジョン、および必要な取組をまとめたロードマップを作成し、2017年2月に発表されました。

そのロードマップのテーマの1つである「社会的インパクト評価文化の醸成」において、文化醸成のためには、社会的インパクトを志向するあり方が、事業者・資金提供者のさまざまなステークホルダーによって異なることも想定し、これを包含して簡潔かつ明確に記した文書、「社会的インパクト志向原則」を確立・普及させることの必要性が明記されました。

そこで、イニシアチブ・メンバーの有志10の団体および個人が参加するワーキンググループが組成され、本志向原則が作成されました。

また、志向原則案ができた時点で、2017年10月23日から11月6日にわたってSIMIメンバーからのコメント募集期間を設け、このテーマに関心の高い各層からのコメントを募り、それらを踏まえた上で、作業部会で協議を重ね完成しました。

社会的インパクト志向原則ワーキンググループメンバー 一同
(2018年6月)

【社会的インパクト志向原則ワーキンググループメンバー（順不同）】

特定非営利活動法人SROIネットワーク、一般社団法人コペルニク・ジャパン、公益財団法人笹川平和財団、特定非営利活動法人CRファクトリー、株式会社ソーシャルインパクト・リサーチ、株式会社日本総合研究所、特定非営利活動法人日本ファンドレイジング協会、株式会社電通、木村篤信、渡邊泰之

SIMIの法人化を受けて、志向原則の扱いについて理事会で協議した結果、あらためてこれを「社会的インパクト志向宣言」と捉え直し、SIMIとしての基礎文書として位置付ける決定がなされました。(2020年12月)

■ 社会的インパクトとは*1

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

■ 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※3を目指す考え方

※1 内閣府 社会的インパクト評価検討WGが「社会的インパクト評価の推進に向けて」（2016）において設定した定義です。

※2 アウトカム（Outcome）」とは、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）がもたらす変化、便益、学びその他効果※2

※3 本稿における「社会的インパクトの向上」とは、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、負のインパクトを低減させることの両方を指します。

■ 社会的インパクト志向宣言とは

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的考え方の表明

社会的インパクト志向宣言

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。

社会的インパクト志向原則WGでは、最初に「よりよい社会をつくるための様々な取り組み」とその中で私たちが直面する困難な状況を整理しました。その上で、その困難を乗り越えるために必要な考え方として「社会的インパクト志向」、そして「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的なきまりとして「社会的インパクト志向本原則」を検討しました。

最初に「よりよい社会をつくるための取り組み」を以下のように整理しました。

1. 社会課題を解決する取り組み

(1) 発見・定義

その課題が個人の選択や責任によるものではなく、社会の構造・環境を原因とした「社会課題」であると発見・定義することです。これまでも社会運動に多くの人々が参画することなどによって、様々な社会課題が明らかにされてきました。発見・定義も社会課題を解決する重要な取り組みであると考えます。

(2) 課題への対処

発見・定義された社会課題の中にある当事者やその関係者に向き合い支援し、解決に向かう対策をとること、またより多くの人々が社会課題解決に参画できる仕組みをつくることです。NPOやソーシャルビジネスなど多くの事業主体が継続的に取り組んでいます。

2. 社会価値創造の取り組み

つながり・社会参加を醸成する多様なコミュニティの活動によって、社会に対する様々な「気づき」や「きっかけ」が生み出すことです。文化・芸術・スポーツなどの社会価値や体験に出会う機会は、これらを促進するものとなります。また、社会価値創造の事業が結果として社会課題解決につながったり、社会課題解決に取り組む過程で新たな社会価値を発見するなど、社会価値創造と社会課題解決とは目的・手段の関係ではなく、相互に作用・派生しながらより良い社会をつくることにつながっています。

3. 1と2を合わせた「社会構造への働きかけ」

課題解決や社会価値創造の取り組みの背景にある社会の構造・環境そのものに働きかけて変革を起こすことです。新たな制度・法律や政策の提言、包含的・複合的な協働事業のモデル化などによって促進されると考えられます。取り組みとしては現状で最も未成熟かつ困難な部分であり、様々な分野での新しい取り組みが必要です。

次に、「よりよい社会をつくるための取り組み」において私たちが直面する困難な状況を以下のように整理しました。

(1) 成果の定義があいまいで取り組みが近視眼的になっていること

目指す社会課題解決や社会価値創造の道筋が適切に設定されておらず、何をもって事業の成果とするかの定義があいまいであることによって、取り組みの意味・重要性が可視化されにくい現状があると考えます。また、成果を求める視点が短期志向・近視眼的になる傾向があり、それが長期的視野による取り組みの妨げになることがあります。その傾向は事業者のみならず、事業者を取り巻く行政、資金提供者などの利害関係者にも同様にみられ、そのことが事業者に大きな影響を与えていると考えます。


(2) それぞれの活動や組織の取り組みが個別・単独になっていること

社会課題解決や社会価値創造のそれぞれの取り組みが個別・単独になっていることが多く、異なる主体が協働する事例はまだ多くありません。特に社会課題解決においては、課題の多様化や複雑化の速度が、個別の課題解決の速度を上回る事象が生じています。そのため、社会全体の課題を包含的・複合的に捉え、それらの関係を読み解いた上で異なる主体が協働する必要性が増していると考えます。

(3) 事業モデルが普及・横展開していないこと

社会課題解決や社会価値創造の事業モデルを研究し、社会の共有知として普及・横展開する取り組みが進んでいないことによって、他の地域や分野における社会課題の再現や社会価値創造の未発達を発生させていると考えます。

以上のような困難を乗り越えるために必要な考え方として「社会的インパクト志向」、そして「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的なきまりとして「社会的インパクト志向原則」を検討しました。



お問い合わせ先:
社会的インパクト・マネジメント・イニシアチブ 事務局
E-mail info@simi.or.jp