

2024年3月14日(木)14:00～18時00分 (開場13:30)

休眠預金活用事業成果報告会&交流会

「ソーシャルビジネス 新規事業のブレイクスルー」

# 「評価 (Evaluation)」は事業の「価値 (Value)」を 「表現する (Express)」ための仕組み

久留米大学基盤教育研究センター教授

中村 寛樹

NAKAMURA Hiroki

## 「休眠預金等活用制度」 およびその根拠となる法律

「休眠預金等交付金に係る資金の活用の成果に係る**評価**の実施」

つまり「**社会的インパクト評価**」の実施が規定されている

「**評価**」とは何か（JANPIA「資金分配団体・実行団体に向けての評価指針（2020年7月改定）」）

- 「評価の原義は『**価値を引き出す**』ことです。英語では評価は“evaluation”と言い、これには“value”「**価値**」と、接頭辞の“e-”（ex-）「**外に出す**」が含まれています。」
- 評価とは、「**正確な事実を特定し、それをもとに事業の優れた点や有用性、**価値**を判断していくプロセス**」

「本制度が特に大切にしているのは、**評価を通じてしっかり事業を改善していくこと**」  
「**事業の価値をさらに高めていくこと**」

# インパクト評価とは

インパクト評価は、実施された政策によって、対象人口や対象とする社会状況への「改善効果」があつたのかなかつたのか、あつたとしたらどの程度あつたのか、という質問に答える評価

## インパクトのタイプ

1. 長期的社会経済的变化
2. 間接的効果（正負の両方）
3. 介入効果による純粹な変化
4. 社会的インパクト（ソーシャル・インパクト）  
（Performance Measurement（評価研究））

# インパクト評価の代表的な分析デザイン・モデル

- 「社会的インパクト評価」は、評価研究の世界でパフォーマンス・メジャーメント（Performance Measurement）と呼ばれてきた
- そこで使われている分析のデザインは、事前・事後比較デザイン（Before-after comparison）であり、「インパクト評価」（Impact Evaluation）の理論から見ると初歩的なデザインが多い

## 代表的な分析デザイン・モデル

1. 事前・事後比較デザイン（2時点×1地域）
2. 時系列デザイン（複数時点×1地域）
3. 一般指標デザイン（複数時点×複数地域）
4. マッチングデザイン（2時点×2地域）
5. ランダム化比較デザイン（RCT : Randomized controlled trial）

# 価値を評価する方法

## 顕示選好法

代替法

評価対象が限定

トラベルコスト法

主にレクリエーション価値

ヘドニック法

不動産価格に反映されないことも

## 表明選好法

仮想評価法 (CVM)  
コンジョイント分析

過大評価および過小評価の可能性

## Life Satisfaction Approach (LSA)

Life Satisfaction  
Approach (LSA)

厚生に影響する多様な要素を評価

# 「社会的インパクト評価」

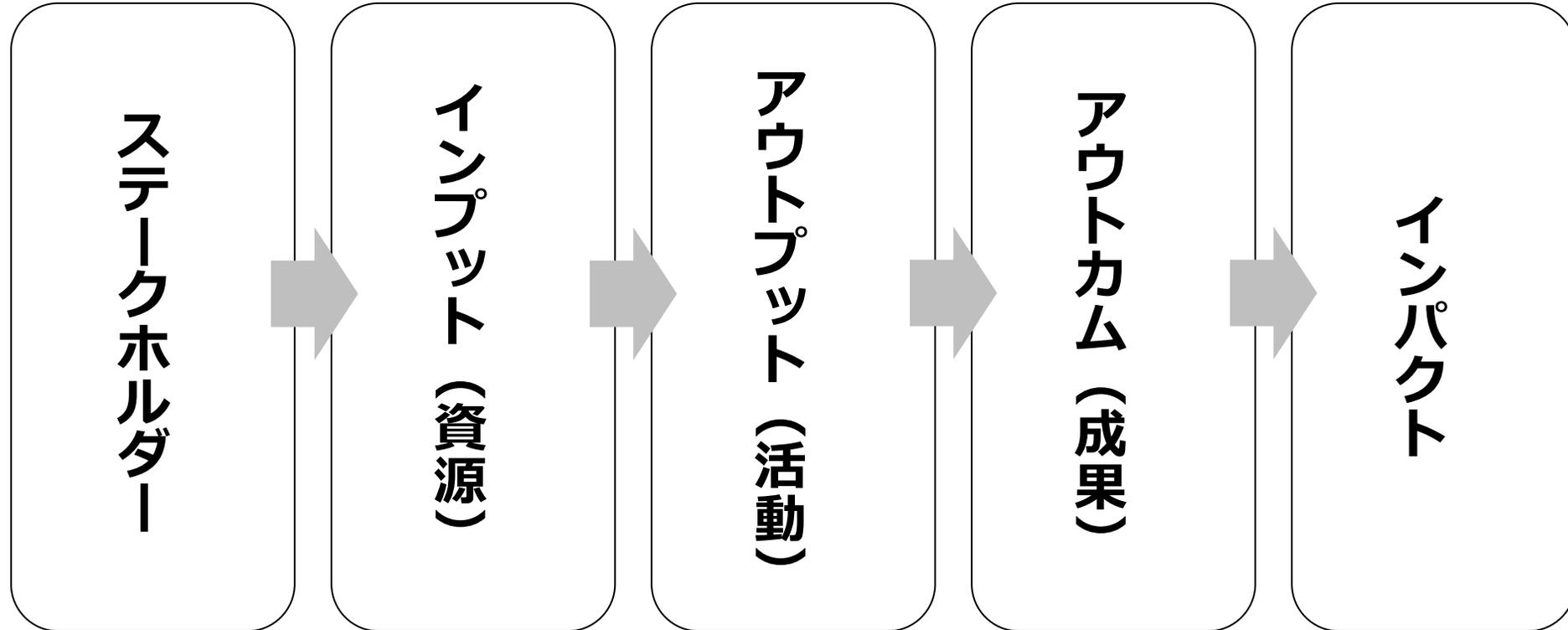
「短期、長期の変化を含め、当該事業や活動の結果として生じた社会的、環境的な『変化』や『便益』等の『アウトカム（短期・中期・長期）』を定量的・定性的に把握し、当該事業や活動について価値判断を加える（評価を行う）こと

『インプット』、『活動』、『アウトプット』から『アウトカム（短期・中期・長期）』に至るまでの論理的な結びつきを明らかにした上で、計画、実行、分析、報告・活用の4つの評価過程を経て実施」



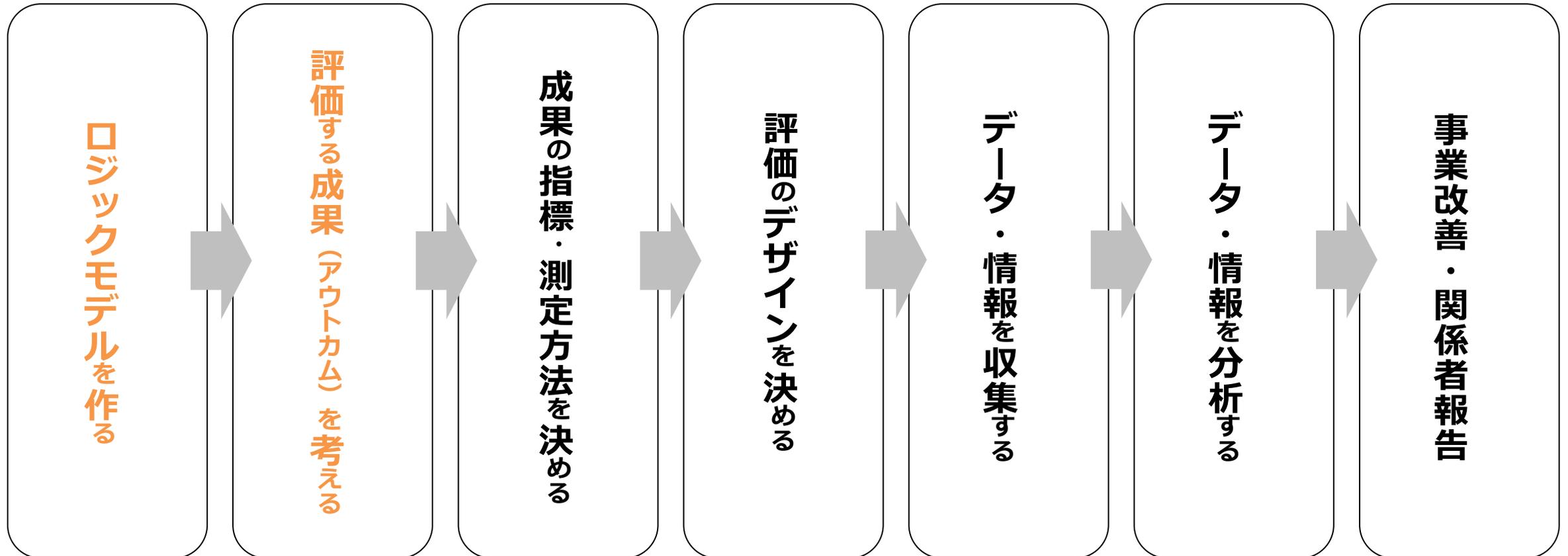
ソーシャル・ビジネスとどう関係するのか？

# ソーシャル・インパクトの測定プロセス (英国内閣府)



社会課題 ⇒ 様々な事象が複雑に絡み合い、容易に把握できない  
直接的に表れるものもあれば間接的に社会に表出してくることもある  
ビジネス手法で解決するソーシャルビジネスの価値を測ることは容易でない

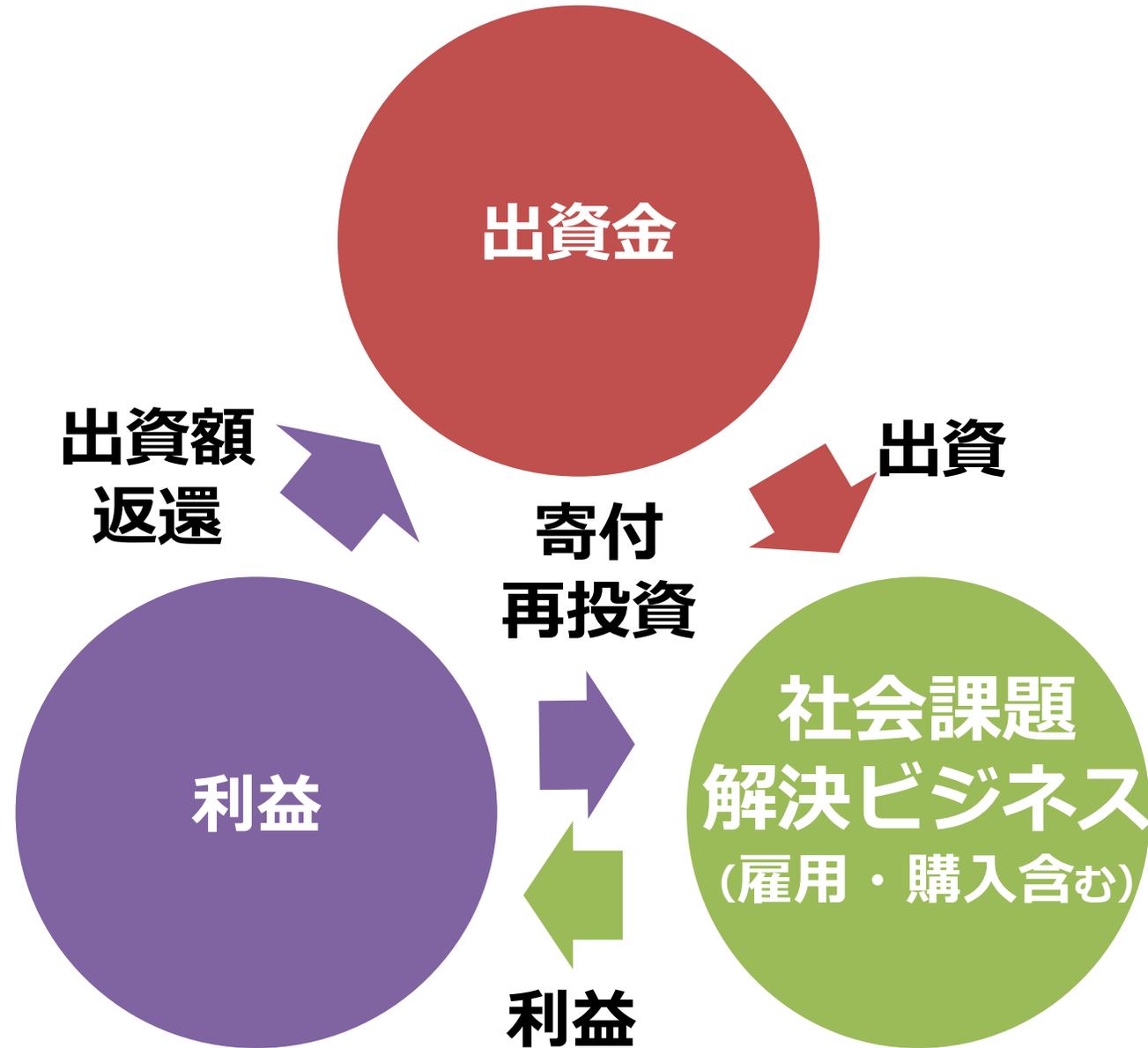
## 社会的インパクト評価の実践プロセス



# ソーシャル・ビジネスの概念図



# ソーシャル・ビジネスのポイント



# ソーシャル・ビジネスのポイント

- **社会問題の解決**を通じてよりよい社会をつくる
  - **継続的事業**として、**持続・拡大可能**なビジネスとして実践
  - 利益のための投資ではなく、**目的は社会事業の達成** そのもの  
(**社会問題の解決**)
- \* 私企業の場合は、**投資のリターンが重要な条件**

# ユヌス・ソーシャル・ビジネスの7原則

1. ソーシャル・ビジネスの目的は、利益の最大化ではなく、人々や社会を脅かす貧困、教育、健康、技術、環境といった問題を解決

2. 財務的、経済的な持続可能性

3. 投資家は、投資額を回収するが、それを上回る配当は還元されない

4. 投資の元本の回収以降に生じた利益はソーシャル・ビジネスの普及とよりよい実施のために使われる

5. 環境へ配慮

6. 雇用者は良い労働条件で給料を得る

7. 楽しんで実施

- Six Principles of Grameen Social Business
1. Business objective <sup>will be</sup> to overcome poverty, or one or more problems (such as, education, health, technology access, environment, etc) which threaten people and society; not profit maximization.
  2. Financial and economic sustainability.
  3. Investors get back <sup>the</sup> investment amount only. No dividend is given beyond investment money.
  4. When investment amount is paid back, company profit stays with <sup>the</sup> company for expansion and improvement.
  5. Environmentally conscious
  6. Workforce get market wage with better working condition.
  7. do it with joy

# ムハマド・ユヌス博士の考えるソーシャル・ビジネス

- **ビジネスの追及自体は悪ではない**
  - ⇒ **仕事や商品、サービスによる顧客・社員のための努力の結果**
  - ⇒ **ただし、精神的な満足が得られるかどうかは、別の問題**
- **社会課題解決で得られる精神的幸福・満足感**
  - ⇒ **ただの“Happiness”ではなく、“Super HappyYness”**
- **社会問題を解決する中で、新しいビジネスや市場、顧客を創り出すのが、ソーシャルビジネスの面白いところ**
  - ⇒ **「我々は仕事を探す者ではなく仕事を創る者である」**
  - ⇒ **ソーシャルビジネス起業の重要性**
- **社会問題の解決は、誰もやっていないこと**
  - ⇒ **気付いた人がやる挑戦 ⇒ はじめは小さく**
  - ⇒ **近くの困った人を助ける感覚**



# 社会課題解決事業の評価の本質

複雑に絡み合った社会課題を丁寧に解きほぐし、その中から、その解決に向けた新たな事業を創造・改善、多くの人にその価値・成果を知ってもらおう「表現をする (express)」こと

- 本事例は、多岐にわたる社会課題のうちの一部の取り組みかも…ん
- しかし、その取り組みの背後には、そこまでに至る様々な失敗、苦勞、成功、喜びといった物語がある
  - ⇒ 主観的・情緒的に「人を動かす」（社会課題を解決する）視点
- 事業実施だけでなく、事業評価し、その価値をそれぞれに「表現」
- 「表現」は、英語で“expression”と言い、人の表情や（数学の）式も意味する ⇒ 多様な表現方法

# 社会課題解決事業の評価の本質

ソーシャルビジネス実施者・理解者・応援者の  
ソーシャル・ビジネス・エコシステムを形成すること

現状（2024年1月時点）（九州経済調査協会ウェブ調査）

社会的インパクト評価への理解・認知	: 14.9%
ソーシャルビジネスへの理解・認知	: 25.2%
ソーシャルビジネス実施団体の情報入手	: 15.1%
ソーシャルビジネス実施団体への期待	: 21.2%
SDGsへの理解・認知	: 45.1%
休眠預金事業への理解・認知	: 26.0%



統計的分析結果（暫定）

社会的インパクト評価への理解・認知とソーシャルビジネスへの認知  
および期待、社会起業支援投資への関心などには正の相関関係