

令和2年度社会性評価・認証に係る調査・実証事業 調査報告書サマリー

令和3年3月

認定特定非営利活動法人日本ファンドレイジング協会

事業目的

「令和元年度社会性評価・認証事業に係る調査・実証事業」からの学びを踏まえ、以下を事業目的と据え、調査・実証事業を実施

- ① 地域の課題解決や地方創生を推し進める事業の社会性評価・認証モデルの提示
- ② 社会性評価・認証制度の普及に必要なエコシステムの要素の整理

①地域の課題解決や地方創生を推し進める事業の社会性評価・認証モデルの提示

- 令和元年度調査において提示した組織・事業のハイブリッドモデルという考え方を踏まえつつ、
 - 組織評価・認証（B Labが作成するB Impact Assessment (BIA)及びB Labが運営する認証制度であるB Corpを参照）
 - 事業評価・認証（Impact Management Projectが作成するIMP(IMP)のインパクトの5つの側面、IRIS+等の既存指標及びSocial Value International(SVI)が運営する認証制度であるManagement Certificate(MC)を参照）
- について国内外で調査を実施し、調査結果を踏まえ実証事業を実施
- 事業者が社会性の評価を行う際に活用可能なガイダンスを作成

組織評価・認証調査のポイント

【調査内容】

- BIAの質問項目の解釈や翻訳、制度のローカライゼーションの課題を考慮し、今年度は評価ツールのより効果的な活用や、認証制度の普及・活用に向けて中国・韓国・台湾のB Labへのヒアリングを実施
- 調査から得たローカライゼーションのポイントについて、B-Labに提言
- 事業者等にとってのB Corp認証取得の意義や価値の整理

【調査結果】

- 英語を母国語としないアジア圏の国においては、BIAやB Corp認証の普及において日本と共通の言語や翻訳の課題を抱えつつも、多様なステークホルダー（専門家、アカデミア、企業、学生等）を巻き込み、翻訳・解釈例等を蓄積
- B Labは2022年のBIA改定に向けて、多文化・多言語を考慮した設問設計について継続議論中あり、アジアにおける対話の場が設けられる予定
- 認証取得・申請・準備企業は、BIAを活用した評価や認証のプロセスを通じた学び・要改善点の把握等により、成長機会に繋がるといった意義を指摘

Certified



事業評価・認証調査のポイント

【調査内容】

- 令和元年度調査で「社会的インパクト・マネジメント」の考えをもとに事業評価モデルを提示し、Impact Management Project (IMP) が整理したインパクトの5側面の規範や、ロジックモデル、既存指標を活用した事業評価モデルを構築
- 同モデルが、企業が生み出した社会的なインパクトの測定・評価に有用である一方、認証への帰結においては、インパクト多寡で「認証」を実施することが困難であることが判明
- 今年度調査では事業認証の対象を、「インパクトを生み出す等の際のマネジメントプロセスの妥当性」に置き、SVIが開発したMCについて調査を実施

【調査結果】

- 令和元年度調査で採用した事業評価のモデルが、MCの評価・認証対象となるプロセスの妥当性の評価に役立つことが判明
- MCがIMPをはじめとしたグローバル基準との整合性や互換性を考慮したツールであることを確認



実証事業のポイント

【実証内容】

- 規模や業種の異なる11企業の協力を得て、組織評価・認証と事業評価・認証のツールや評価モデルの有用性を確認
- 組織評価・認証ではBIAの実施（未実施企業のみ）、事業評価・認証では社会的インパクト・マネジメントに沿って過去にロジックモデルを作成していない企業はロジックモデルを作成し、全実証参加企業にMCによる事業評価プロセスの評価を実施

【実証結果】

- 組織評価においては、他の認証にはない他者との比較の中から自社の強みや弱みを認識できるという点で、自己評価や改善の部分に役立ち、有用性が高いことを確認
- 事業評価においては、事業評価のモデルもMCも社会的インパクト・マネジメントの考え方を前提にしていることもあり、シナジーが高く、MCが社会的インパクト・マネジメント、ないしは事業評価のプロセスの妥当性を見ていくツールとしての有用性が高く、組織における事業プロセスの改善に一定役立つことを確認
- 組織評価と事業評価の両側面を組み込んだハイブリット型のモデルは引き続き意義を確認
- 組織や事業の自己評価に慣れていない企業や、初めて実施する企業にとっては、ガイダンスや伴走者等のサポートが必要

ガイダンスのポイント

<企業の社会性を高めるための組織・事業評価ガイダンス>

【目的】

- 営利企業が経済的利益以外の追求以外を志向して行う活動や営みの総体を「社会性」と定義し、それをどう評価していくかの考え方と道筋を提供
- 事業者が自社の社会性を評価できるよう、社会性を評価する観点として「組織評価」と「事業評価」の方法について、取り組みの方法を概説

【対象】

- 自社の事業や組織が、どのような社会的価値やインパクトを生んでいるのかについて、評価していくことへ関心のある事業者（企業の規模や業種は問わない）
- 事業者以外でも、将来的に事業者の社会性を評価・認証する可能性がある主体（投資家を含む資金提供者や行政）

【評価の範囲】

- 自社の組織や事業の生み出している社会的価値やインパクトを評価できるようになるための、自己評価の方法について以下の2つの視点に基づき説明
 - 組織評価：社会性を志向する組織として組織運営の体制や経営状況等の健全性や継続性があるか等の視点から行っていく評価
 - 事業評価：事業者が事業や活動を通して社会において特定の変化や便益（アウトカム・インパクト）を生み出しているかという視点から行っていく評価

令和2年度社会性評価・認証に係る調査・実証事業

企業の社会性を高めるための組織・事業評価ガイダンス

令和3年3月
認定特定非営利活動法人 日本ファンドレイジング協会

本ガイドは内閣府「令和2年度社会性評価・認証に係る調査・実証事業」の一環で作成されました。

②社会性評価・認証制度の普及に必要なエコシステムの要素の整理

- 令和元年度調査の指摘等を踏まえ、本年度調査では「①民間認証を公的活用する方法の意義や課題、有用性等の把握」と「②認証が社会で広がるためのエコシステムの要素の抽出」の目的で調査を実施

社会性評価・認証制度の普及に必要なエコシステムの要素の整理

【調査内容】

- 国内における既存の社会性認証制度（本事業で採択している海外の制度も含む）の横断的調査を通じた既存制度間にある違いや特徴の抽出
- 長期的に質の高い社会性認証制度構築に向け、国際的な機関であるISEAL Allianceのサステナビリティ認証の国際基準について調査
- 韓国・台湾における社会性認証制度構築における重要なステークホルダーや、社会性認証を支える制度や仕組みや課題点を整理
- 国内における認証に係る課題やインセンティブの調査（B Corp取得・申請・準備企業を対象）

【調査結果】

- 国内における既存の社会性認証制度の横断的調査により、自治体等の認証制度と、民間が開発した制度には、認証によるインセンティブの有無、認証制度そのもののアップデートの有無等に違いがあることを確認
- 企業の社会性等のサステナビリティを評価・認証していく際には、認証制度側にも一定の質や信頼性が必要であり、認証モデルの時代や社会的なニーズの反映、付加価値の創出、アクセシビリティ等の観点から認証制度自体のアップデートや改善が必要であることを確認
- 韓国・台湾における調査から、中央政府や自治体が政策づくりの役割の中心にいる一方、民間との協力のもと、認証制度の活用が進むシステム作りの方途があることが判明
- 認証制度の立案とインセンティブの設計については、必ずしもインセンティブが企業における認証取得を効果的に後押しするとは限らないという点で、検証が必要

今後の検討の方向性

①地域の課題解決や地方創生を推し進める事業の社会性評価・認証モデルの提示

- 組織評価と事業評価の両側面を内包するハイブリット型の評価モデルは維持
- 組織評価・認証においては、設問項目の翻訳や解釈の問題があり、多様な主体とともに解釈例の蓄積等を継続的に行い、専門家の協力を仰ぎつつ日本文脈に沿った実例集等の整備が必要
- 事業評価・認証においては、事業評価における評価の困難感や負担感を減らすために、事業評価の取り組みへの足掛かりとしてガイダンスの整備や伴走者やサポーターが必要。ガイダンスは今年度の成果物であるが、中長期的には社会的インパクト・マネジメントに基づく事業評価について理解し、事業者の事業評価の能力基盤を高めつつ、側面的に伴走できるサポーターや評価伴走者の育成が必要

②社会性評価・認証制度の普及に必要なエコシステムの要素の整理

- 民間認証を公的に活用していく方途や効果が調査から確認された一方、日本の自治体にとってもこのような導入例や実践モデルが過去にないため、認証制度（自治体、民間により構築されたものを問わず）の公的活用を実装していく際には、関心自治体等と一緒にモデルケース等を生み出しつつ、導入にあたってのガイドなどを整備していくことが必要
- 社会性評価・認証制度づくりにおいては、事業者の取り掛かりやすさや、評価に割けるリソース等を考慮するような視点を取り入れていくことが重要
- 第三者評価や認証を付与する際に重要な役目を果たす評価者や認証者の人材育成も重要な課題であり、今後も専門家等を交えた継続的な議論が必要

企業の社会性を高めるための組織・事業評価ガイダンスサマリー

令和3年3月

認定特定非営利活動法人日本ファンドレイジング協会

ガイドンスのポイント

<企業の社会性を高めるための組織・事業評価ガイドンス>

【目的】

- 営利企業が経済的利益以外の追求以外を志向して行う活動や営みの総体を「社会性」と定義し、それをどう評価していくかの考え方と道筋を提供
- 事業者が自社の社会性を評価できるよう、社会性を評価する観点として「組織評価」と「事業評価」の方法について、取り組みの方法を概説

【構成】：3部構成

- 「なぜ社会性の評価が必要なのか(why)」

「社会性の評価では何をするのか(what)」

「社会性を評価するには、具体的にどのようにするのか(how)」

を確認し、事業者が自社の社会性を自己評価できるよう必要な視点や代表的なリソースを提供

【対象】

- 自社の事業や組織が、どのような社会的価値やインパクトを生んでいるのかについて、評価していくことへ関心のある事業者（企業の規模や業種は問わない）
- 事業者以外でも、将来的に事業者の社会性を評価・認証する可能性がある主体（投資家を含む資金提供者や行政）

【評価の範囲】

- 自社の組織や事業の生み出している社会的価値やインパクトを評価できるようになるための、自己評価の方法について以下の2つの視点に基づき説明
- 組織評価：社会性を志向する組織として組織運営の体制や経営状況等の健全性や継続性があるか等の視点から行っていく評価
- 事業評価：事業者が事業や活動を通して社会において特定の変化や便益（アウトカム・インパクト）を生み出しているかという視点から行っていく評価

※以下がガイドンス中において活用を概説している既存ツールやツール作成団体



【活用企業の声】

- 実際自社の組織・事業評価を実施した企業の声や、プロセスにあたっての工夫やポイントを掲載

