

自分たちの、社会的な取り組みの**成果や投資対効果**をどのように測ればいいのか？

SDGsの取り組みをもう一歩進めるには？

多様なステークホルダーと協働してよりよい成果を生み出すには？



「取り組みがどのような社会的な価値を生み出したのか」を測り、“見える化”していくことは、資金提供者や投資家にとって重要であるだけでなく、組織内外への説明責任をはじめとする**コミュニケーションを強化**します。また関係するチームや、ステークホルダーの**動機付け**、プロジェクトの改善のプロセスにおいてもとても重要です。志を同じくし活動する関係者にとっての指針にもなります。

プログラム

1. なぜ社会的インパクトを測定するのか？

- グローバルな視点
- 組織の視点
- インパクトを理解するための4つの段階
- インパクトを理解する5つの原則

2. インパクトを特定する

- ステークホルダーの特定と関与
- グループ演習：インパクトマップ(1)課題選定とステークホルダー分析
- アウトカム vs アウトプット
- 変化の理論(TOC)
- グループ演習：インパクトマップ(2)重要なアウトカムの特定

3. インパクトを測定する

- 指標の定義
- 指標の測定方法の設計
- グループ演習：インパクトマップ(3)指標の定義と測定方法の設計

4. 実質的なインパクトを見極める

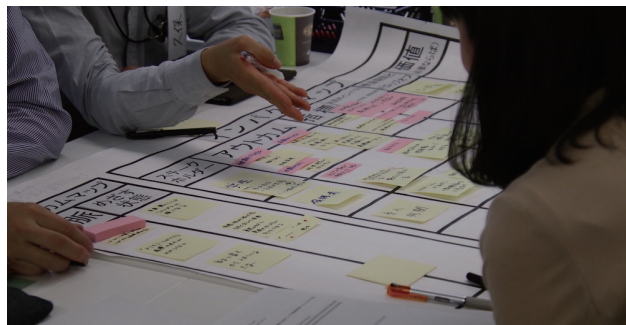
- 死荷重、寄与率、置換効果
- 便益期間とドロップオフ
- グループ演習：インパクトマップ(4)実質的なインパクトの見極め

5. インパクトマップ発表と討論

6. インパクトのコミュニケーション

期待される効果

- インパクトを測ることがなぜ重要なのか、社会から求められているのかを説明できる
- 自社のプロジェクトをどのくらいの深さ・頻度で測定・評価すればよいかを理解する
- 最も実用的でありながらしっかりしたデータ源を考えることができる
- ステークホルダーをしっかり巻き込むことの重要性を説明できる
- 自分自身のプロジェクトに対し、インパクトマップと測定のためのアクションプランを設計できる



参加費

99,000円

(10% 税込)

NPO 割引 (30 % 割引) が
ございます。詳細はお申し込み
サイトよりご確認ください。

お申し込み・セミナー詳細



https://www.change-agent.jp/products_services/leaders/social_innovation/si02.html

コース紹介ムービー



英国NEFコンサルティング共同開発
社会変革セミナー

SOCIAL IMPACT

社会的インパクトを
測定する

アウトカムと指標

国際的に定評のある測定手法が身につく！
方法論・原則・プロセスと事例を実践的に学ぶ

2日間

2026 2/17-18 9:30-17:30
開催

東京都千代田区
(JR神田駅徒歩2分)

社会的インパクトとは何か？なぜ、どのように測定するのか？

日本を始め、世界各国で採択された「2030年持続可能な開発目標（SDGs）」や、新たな投資スタンダードとしてのESG、エシカルな消費行動など従来のCSRを超えた活動に企業が取り組み、そして非営利組織や社会起業家たちが社会課題に対して事業を通じて解決を図る動きが世界中で加速しています。

「測れないものはマネジメントできない」

この格言のとおり、ビジネスでは顧客満足、売上・利益、生産性などのモノサシで事業の成功を測りますが、貧困や環境を含めた社会課題では新しいモノサシが必要です。有効なモノサシがなければ投下リソースに対する成否の確認や改善もままなりません。みなさんの会社・組織では、社会的な取り組みの成果や投資対効果をどのように測ろうとしていますか？

世界に広がる " 社会的インパクトの見える化 " の動きを日本へ

社会的インパクトは、単なる財務指標や、対象や範囲を限定して算定できる環境負荷に比べ、測定や算定の難易度の高い領域です。そこで、社会的インパクト測定の方法論の分野で世界のリーダー的な存在となっている英国のNEFコンサルティング社と共同開発して、「社会的インパクトを測る」ための世界で定評のある算定・評価手法を日本に導入しました。

社会的インパクトとは何で、その測定・評価がなぜ重要になってきているのか？どのような方法があるのか？それぞれのメリットデメリットとは？自分たちのプロジェクトに適切なタイプ・レベルの評価とはどのようなものか？

2日間のセミナーを通して豊富な事例とともに丁寧に解説します。

講師 小田 理一郎(チェンジ・エージェント社 代表取締役)

オレゴン大学経営学修士(MBA)修了。多国籍企業経営を専攻し、米国企業で10年間、製品責任者・経営企画室長として組織横断での業務改革・組織変革に取り組む。2005年チェンジ・エージェント社を設立、人材・組織開発、CSR経営などのコンサルティングに従事し、システム横断で社会課題を解決するプロセスデザインやファシリテーションを展開する。サステナビリティの科学者と実践家たちの国際ネットワーク「バロン・グループ」役員。大陸横断で持続可能な食料システムを目指すコンソーシアム「サステナブル・フード・ラボ(SFL)」の中心人物たちと親交を重ね、世界資源研究所(WRI)の生態系サービスレビュー実務などに携わる。また、JICAで国内外の専門家に研修を実施するほか、東南アジア、アフリカなど途上国でのサステナビリティ・リーダー養成に携わる。著書に『学習する組織』入門』『企業のためのやさしくわかる生物多様性』他

