

# ソーシャル・インパクト創出に向けた事業推進支援サービス

データアナリティクスを活用したソーシャル・インパクトの測定/マネジメントにより、ソーシャルと事業成長の両立(トレードオン)を達成する事業企画を推進

近年、投資家および生活者の意識が大きく変化するなか、消費者は企業の社会的責任やサステナビリティを意識した商品・サービス開発への取り組みに注目しています。企業に対する消費者の目がますます厳しくなるなか、事業者はソーシャル・インパクト(社会的影響力)を起点に事業をデザインする必要性が高まっています。一方で、既存ビジネスモデルの利益構造や事業成果の評価指標が原因となり、新規事業の戦略策定が進まないケースが散見されます。アビームコンサルティングは、持続可能な社会への貢献を軸とした新規事業の企画支援や、データアナリティクスを活用したソーシャル・インパクトの測定/マネジメントの実績とノウハウを生かし、ソーシャルとビジネス両方のインパクトを創出する新規事業の企画・推進を支援します。



## 投資家の変化

- 市場競争力のある経済的リターンに加え、社会的なリターンを重視する投資家が増加



## 生活者の変化

- ミレニアル世代の台頭
- サステナビリティ意識の高まり
- 企業の社会的責任への関心の高まり

## 企業の事業企画部門においてソーシャル・インパクトを起点とした事業推進が進まない真因

投資家や生活者の意識変化の背景から、企業においては、自社の事業の競争力を高めるために、事業を通じたインパクトを定量的に可視化し、投資家へ説明していくことがますます重要になってきます。しかしながら、パーパス設定が曖昧である、インパクト指標が具体化されていない、ビジネスモデルが持続的ではない、測定/マネジメントの仕組みが構築されていない、等の理由でソーシャル・インパクトを起点とした事業の推進が進まないケースが多く見受けられます。真のソーシャルと事業成長を両立した新規事業の推進には、ソーシャル・インパクトを軸とした事業領域や成果指標の設計と、データを活用したインパクトの測定/マネジメントの定着化が重要です。

### 原因①

#### 曖昧なパーパス設定

企業の掲げる重要課題が曖昧である場合、どのようなソーシャル・インパクトを追求するかの方針や優先順位が定まりにくい

### 原因②

#### インパクト指標の具体化

社会課題の複雑さや多様性から、インパクトの具体的な計測や評価手法の確立が難しく、目標設定が進まない

### 原因③

#### ビジネスモデルの持続性

インパクトの創出には時間やリソース、複数ステークホルダーとの連携が必要であり、即時の経済的成果や利益に直結しづらい

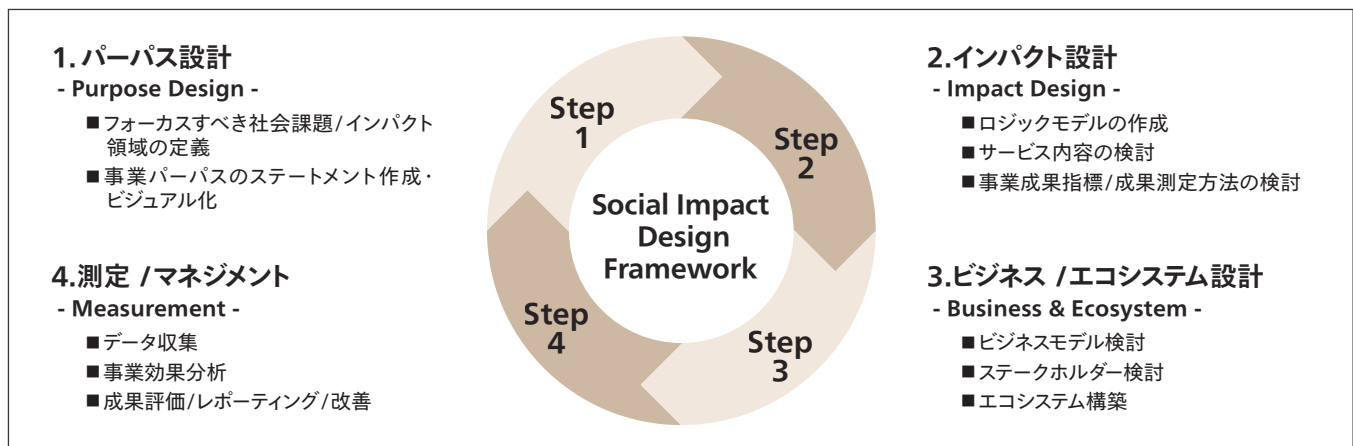
### 原因④

#### 測定/マネジメントの仕組み

インパクトの測定やマネジメント手法が不足している場合、企業は具体的な成果や進捗を把握することが難しい

## ソーシャル・インパクト創出に向けた事業推進支援サービスの概要

アビームコンサルティングでは、社会課題解決型事業の持続的な推進を目的とした“ソーシャル・インパクト・デザインフレームワーク”を開発しています。本フレームワークの活用により、事業を通じたソーシャル・インパクトの創出とビジネス成長を実現します。



## アビームコンサルティングの提供価値

アビームコンサルティングは、データアナリティクスの知見を取り入れた“ソーシャル・インパクト・デザインのフレームワーク”を活用し、投資家や生活者の意識変化に対応する持続的な社会課題解決型事業の企画推進から、データを活用した事業のインパクト効果測定&評価の仕組みづくりを一貫して支援します。

### 強み1

#### ・ソーシャル・インパクト設計の豊富な知見と経験

- 長年培ってきた豊富な業界知見や経験を活用し、業界を取り巻く社会課題の変化を幅広い視野で捉え、事業活動とインパクト創出との関係性をロジックモデルのフレームで可視化し、明確な成果指標を設定。
- 複数ステークホルダーとの議論をワークショップ形式を進めることで、ステークホルダーとの目標共有、ビジネス・エコシステムの構築を推進。

### 強み2

#### ・データアナリティクス基盤によるインパクトのシミュレーション、測定・評価を推進

- ソーシャル・インパクトの測定&マネジメントにおいて、データアナリティクス基盤を活用することで、AIモデルの構築や実データを用いた検証に必要なツールやライブラリ、セキュリティ設定済み環境をクイックに立ち上げ、リードタイムを短縮。

## ソーシャル・インパクト・デザイン(事業設計)の検討アプローチ

### STEP 1

#### パーパス設計

お客様の事業パーパスを起点に自社の事業がフォーカスすべきソーシャル・インパクトの領域を特定します。

#### ソーシャル・インパクトの領域例

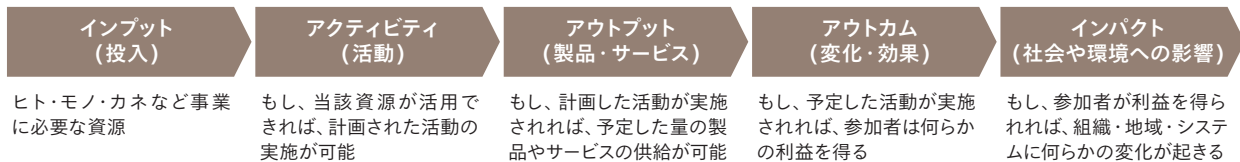
社会側面：人々のニーズ			環境側面：環境条件・制約	
食糧	雇用	文化・伝統	水	資源効率・安全性
居住	エネルギー	人格と人の安全保障	大気	気候
保険・衛生	移動手段(モビリティ)	正義・公正	土壌	廃棄物
教育	情報	...	生物多様性と生態系サービス	

### STEP 2

#### インパクト設計

事業活動内容とインパクト創出との関係性を論理的に可視化・共有するロジックモデルの構築と成果指標の設定を行います。新たな事業が、インパクトを創出するまでの論理的な因果関係を可視化することで、達成目標はもちろん、自社の持つリソースやクリアすべき課題なども導出することができます。当社は、お客さまや関係パートナーを含めたワークショップ形式でロジックモデルの検討・作成を行うことを推奨しています。

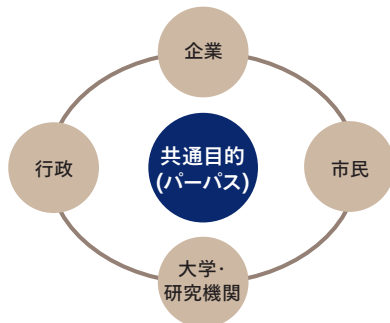
#### ロジックモデル(「施策の論理的な構造」を明らかにし、その質や内容を評価する手法)



### STEP 3

#### ビジネス / エコシステム設計

STEP1,2で定義したインパクト/アウトカム指標の達成に必要なステークホルダー/共創パートナーを特定し、ソーシャル・インパクトと事業成長の両立(トレードオン)を達成するビジネスモデルを設計します。特定分野のステークホルダーのみでは解決できない複雑な課題の解決には、セクターを横断した多様なステークホルダーとの連携を検討します。



### STEP 4

#### 測定&マネジメント

事業を通じた創出したインパクトを定量的・定性的に把握し、事業や活動について価値判断をマネジメントします。インパクトを評価する方法はさまざまありますが、事業やプロジェクトで得られたソーシャル・インパクトを定量的に評価・分析することで、事業改善のPDCAを行うことだけでなく、対外的な事業意義の発信活動にも活用します。

