

Deloitte.

デロイトトーマツ



今治. 夢スポーツが生み出す社会的インパクトの可視化 2022 SROI分析 (抄訳版レポート)

デロイトトーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社
Valuation, Modeling & Economics Service
2023年3月



Introduction

FC今治を運営する株式会社今治、夢スポーツ（以下、今治、夢スポーツ）は、2002年5月29日に設立され、2014年にはサッカー日本代表監督として2度のワールドカップ出場を果たした岡田武史氏が代表に就任しました。FC今治は、J1への参入を目指すと同時に、OKADA METHODを用いた今治全体での長期一貫指導による質の高い育成モデルを構築しています。今治、夢スポーツは『次世代のため、物の豊かさより心の豊かさを大切にする社会創りに貢献する』ことを企業理念として掲げ、サッカークラブ運営事業のみならず、育成・普及事業、ホームタウン活動、アースランド・野外教育などの活動を実施しています。

デロイトトーマツファイナンシャルアドバイザー合同会社は、2021年より継続的に今治、夢スポーツのもたらす社会的インパクトを分析しており、この度2回目のレポート発行となりました。前回の分析手法に加え、アンケートの実施やSNS分析等を通じ、前回レポートでは対象外とした中長期のアウトカムも可視化され、より広範囲の分析が可能となりました。本レポートが、パートナーやサポーター、地域住民の方々、地方自治体などの関連するステークホルダーにとって、これまで可視化されていなかった今治、夢スポーツの価値を認識するための手助けとなれば幸いです。

留意事項：

本抄訳版レポートは今治、夢スポーツとの合意のもと作成されたものであり、第三者により利用されることを想定しておらず、閲覧者などに対して注意義務または契約上の義務を負って実施されたものではありません。したがって、当社は、本抄訳版レポートに関連する業務に関して、閲覧者などに対して裁判上または裁判外を問わずいかなる義務または責任も負いません。また、閲覧者などは、本抄訳版レポートの受領または閲覧によって本抄訳版レポートに依拠する権利およびこれを引用する権利を含むいかなる権利も取得しません。閲覧者などは本抄訳版レポートに記載された一定の前提条件・仮定および制約について受容するとともに閲覧者などによる本抄訳版レポートの利用および利用の結果に関するすべての責任を閲覧者など自身が負います。

目的と背景

近年、スポーツへの投資は社会課題解決においても大きな意味を持つようになってきている。一方でその効果は不透明な部分も多い。本レポートでは、サッカーを通じて社会創りに取り組む今治、夢スポーツの事例を通じ、社会的インパクトの可視化・定量化を行った。

本年の取り組みの目的

スポーツビジネスの効果の可視化を狙い、昨年度実施した「今治、夢スポーツの事業に関するSROI分析」においては、今治、夢スポーツが持つデータを基に分析を行い、各事業においてどのような効果があったかを定量化することに成功した。
(詳細レポートは[こちら](#))

一方、昨年度は、分析時点で取得可能なデータを基に分析したことから、可視化可能な範囲は限定的であり、今治、夢スポーツの活動による価値のすべてが可視化できたとは言えなかった。アウトカムは発現する時期に応じて「短期（1-2年）」「中期（3-5年）」「長期（5年〜）」に分けられ、一般的に、短期アウトカムはデータがとりやすい一方でインパクトは小さく、長期アウトカムはデータがとりにくい一方でインパクトは大きいという関係にある。昨年度調査で定量化した価値の多くは短期アウトカムに属していた。

本年度の調査においては、昨年度の調査では可視化が難しかった中長期アウトカムを中心に、アンケート分析や、SNSデータの調査による可視化を実施した。

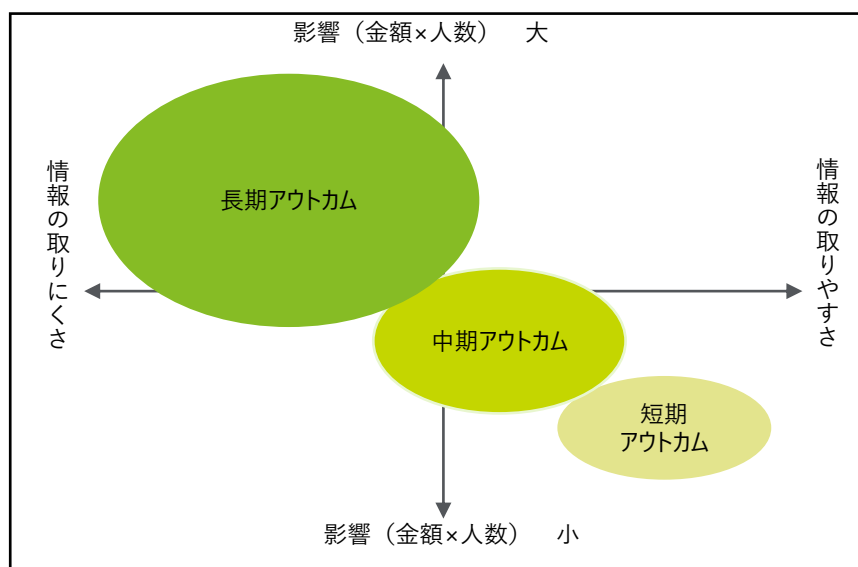
本レポートにおける価値の定義

社会的価値の定義は様々であるが、本レポートにおいては昨年度同様価値を下記の通り定義し社会的価値の一部を分析対象とした。(図2参照)

社会的価値

社会的価値とは、対象の財の存在や、財を中心とした経済活動を通じて、地域や他産業などのステークホルダーに対してもたらされる公益的な価値と定義される。例えば、スポーツ実施率の向上による健康推進などが挙げられる。

図1. FC今治が生み出す社会的効果の大きさと、情報の取りやすさの関係



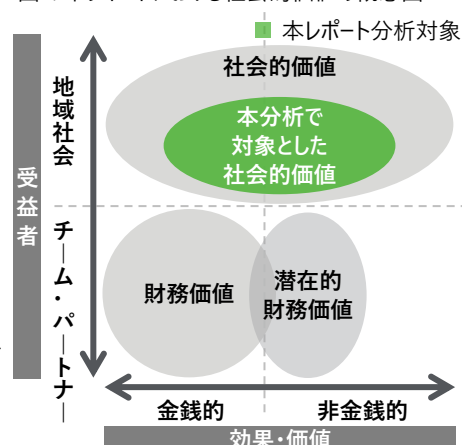
財務価値

財務価値とは、対象の財の事業活動により生み出される財務諸表に現れる経済的価値である。サッカーチームの興行を主としたチケット収入、スポンサー収入などの売上から原価などを差引いた収支、または事業計画上の収支計画を現在価値に割引いた価値などが例として挙げられる。

潜在的財務価値

潜在的財務価値とは、対象の財の無形の資産（ブランド力など）を活用して創出する価値のうち、財務諸表には現れていない財務価値のことである。例えば、パートナーやチームロゴなどの広告露出権の価値などがある。

図2. 本レポートにおける社会的価値の概念図



社会的価値の定量化手法（SROI分析）

本年度の社会的価値分析においては、昨年度同様、SROI（社会的投資収益率）分析を採用した。SROI分析は、ステークホルダー参加型評価手法であり、事業実施により生じる社会的・経済的・環境的変化を、市場価値に当てはめて変化の価値を定量的に可視化するものである。分析結果は、ステークホルダーへの事業成果の説明や、リソース配分や事業内容の見直し、外部からの寄付や投資の要請のための活動効果のアピールとして使用するなど、幅広い目的に利用することができる。

なお、各組織のステークホルダーの判断により、分析のプロキシの設定が異なることから、SROIで算出された社会的利益率（Social Return Ratio）だけを基準に組織を比較することは現時点では困難である。

SROI分析の6つのステップ

SROI分析のステップは下記の通り。本年度の分析においては、昨年度作成したロジックモデルを使用し、事業に起因する定性的なアウトカムの成果（成果量）を公開情報に加えアンケートを実施することで設定し、効果創出分を金銭代理指標を用いて定量化した。（図5参照）

- 1. 評価対象・ステークホルダーの選定：**事業の実施目的が明瞭で評価を行うことが可能な場合、評価する対象者や事業に関与するステークホルダーを確定
- 2. ロジックモデルの作成：**インプット、アクティビティ、アウトカム、インパクトからなるロジックモデルを作成し、アウトカムの測定方法を設定
- 3. データの分析・評価：**公開情報やアンケートなどより収集したデータを分析し、アウトカムの成果量を測定
- 4. インパクトの確定：**事業が行われなくても生じた変化や外的要因によって生じた変化を排除し、実際に事業によって生じた純粋な変化を測定
- 5. SROIの計測：**総便益を総費用で割り、SROIの数値を計測（図6参照）
- 6. 報告：**分析した結果に基づき事業改善やステークホルダー間での共有を行い、発見や課題を事業改善に活用

図4. SROIによって創出される効果の可視化イメージ

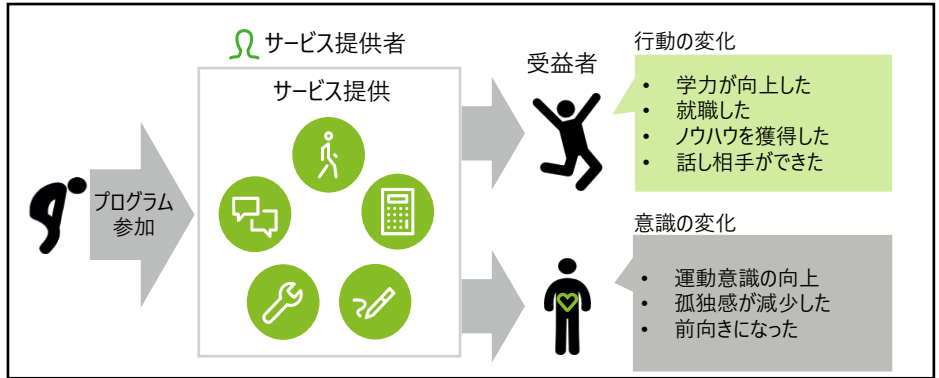


図5：社会的インパクト定量化の流れ



図6. SROI算出方法

$$\frac{200\text{万円（アウトカムを定量化した推測値} \times \text{寄与率} \times (1 - \text{反事実}))}{100\text{万円（事業実施費などのインプット量）}} = \text{SROI } 2.0$$

分析の主要前提

今治、夢スポーツは「次世代のため、物の豊かさより心の豊かさを大切にする社会創りに貢献する」ことを企業理念として掲げ、サッカークラブ運営事業、育成・普及事業、ホームタウン活動、アースランド・野外教育・その他の活動を実施している。本件では、昨年度のロジックモデルを用いてアウトカムを定量化した。なお、データの取得状況に応じて、一部の活動を評価対象外としている（図7参照）。

本年度の評価対象は昨年度の対象に加え、アンケートの実施可能なものを評価対象とした。評価対象期間は、前回同様2021年1月から2023年12月とし、1年間あたりのアウトカムの価値を、KPIと金銭代理指標を基に持続期間分計算した。異なる期間の価値を比較するために、割引率を用いて現在価値に割引し社会的インパクトを試算した。本件においては、国土交通省の「社会的割引率に関する指針」や英国「Green book」を参考に、割引率3.5%を採用した。

成果量を計算するにあたり使用した来場者数等のKPIは、2022年以降、新型コロナウイルスの影響から徐々に回復すると仮定した計画を使用した。

今回の分析においては、特定の項目についてはアンケート調査を実施し、対象項目については調査結果に基づき寄与率・反事実を設定している。一方、アンケート調査を実施していない項目については、各アウトカムについて公開情報や今治、夢スポーツから提供された情報などを基に一部の項目について、寄与率や反事実を仮設定している。アンケートの実施においては、今治、夢スポーツの協力を得て、分析対象のアクティビティに参加した経験のある母集団に対し、成果量や寄与率・反事実を問う質問をオンライン上のアンケートにより実施し、380名程度の回答を得た。なお、アンケート結果によっては結果が異なる可能性がある点につき留意されたい。

SROI倍率の分母となる投入資源については、今治、夢スポーツより受領した実績値を基にした。また、計画年度の固定費は過去実績の平均値または直近年度の費用、変動費は一定の成長率を設定して計算した。事業別にSROIを分析するため、投入資源を各事業に賦課・配賦した。配賦割合は、今治、夢スポーツとのディスカッションの上、一定割合で配布した。なお、今回評価対象外とした活動への費用（例：レディースチームの活動に係る直接的な費用）は、投入資源から除外した。

図8. 投入資源の賦課・配賦イメージ

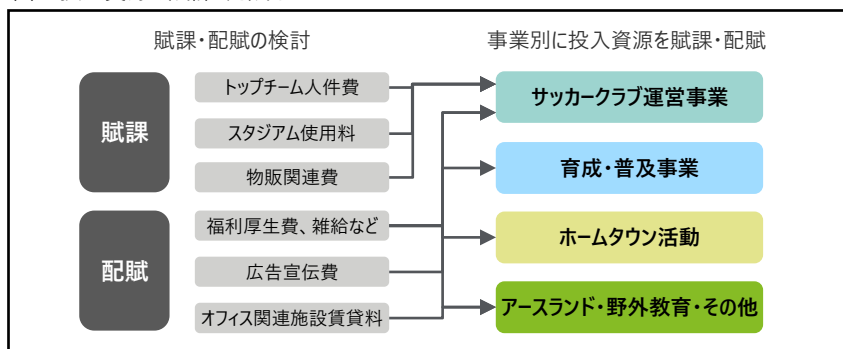


図7. アンケートの実施項目

事業	対象アウトカム	実施方針	選定理由
<ul style="list-style-type: none"> サッカークラブ運営事業 	<ul style="list-style-type: none"> 地域の垣根を超えた対人関係や生活の充実 今治にサッカーのイメージが定着する 地元の産業を大事にする気持ちが芽生える 	<ul style="list-style-type: none"> アンケートの実施による可視化領域の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 前回可視化できなかったアウトカムではあるが既に長期間にわたり事業が継続しており、中長期のアウトカムで実現しているものが多いと考えられるため
<ul style="list-style-type: none"> 育成・普及事業 	<ul style="list-style-type: none"> 子育て上の悩みやトラブルの減少 対人関係がよりうまくいくようになる 友人関係の構築 	<ul style="list-style-type: none"> アンケートの実施による可視化領域の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 前回可視化できなかったアウトカムではあるが中期アウトカムまで発現していると思われるため
<ul style="list-style-type: none"> ホームタウン活動 	<ul style="list-style-type: none"> 環境問題についての理解が深まる 環境に配慮した消費行動の実践 地域の垣根を超えた対人関係や生活の充実（BCU、Voyage） 	<ul style="list-style-type: none"> アンケートの実施による可視化領域の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 前回可視化できなかったアウトカムではあるが、長期にわたり地元での活動を継続していることから、中長期アウトカムまで発現していると思われるため
<ul style="list-style-type: none"> アースランド・野外教育・その他の活動 	<ul style="list-style-type: none"> 友人関係の構築 環境に配慮した行動の実践（アースランド・野外等の活動） 環境に配慮した行動の実践（わたし、地球） 環境に配慮した消費行動の実践 	<ul style="list-style-type: none"> アンケートの実施による可視化領域の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 前回可視化できなかったアウトカムであり、比較的最近の事業ではあるものの、その一部は中期アウトカムまで発現していると思われるため

SNS分析

併せて、今年度の分析においてはSNSの発信等により「コンテンツを通してスポーツへの理解・興味関心が深まる」というアウトカムを分析対象として、SNSデータの分析を実施した。対象とするSNSは、FC今治が積極的に発信をしているTwitterとFacebookとした。

分析に当たっては、FC今治の協力も得て、対象期間のデータを取得し、各活動における投稿に対するリプライ・引用RTの内容を分析した。個別の反応がどのような区分に分類されるかについても、コメント中のキーワードを用いて分類し、分析を行った。

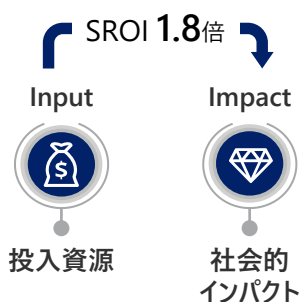
図9. SNS分析における分類方針

分析母集団	事業区分	活動区分（例）	分析軸
FC今治 Facebook アカウント および Twitter アカウント 投稿データ	サッカー クラブ 運営事業	ホームゲーム 観戦 アウェイゲーム 観戦 DAZN観戦	リーチ数
	育成・普及 事業	クラブグッズの 販売・購入	いいね数
	ホームタウン 活動	ホームゲーム 実施・アウェイ ゲーム実施	リンククリック数
	アースランド 野外活動 その他活動	今治周辺地 域のPRブース の設置・ 広報活動の 実施	コメント数
		チームの様子 や選手の取り 組みを発信す る機会	シェア数

※今回SROI分析に採用した項目をハイライトしている。

分析結果

サッカークラブ運営事業

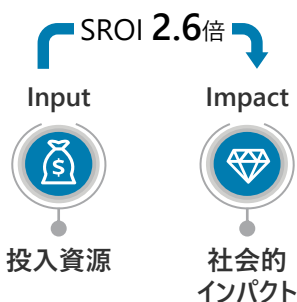


サッカークラブ運営事業

前述の前提を基に分析した結果、サッカークラブ運営事業の活動を通じたSROI（チケット収入やパートナー収入といった財務的価値を除く）は1.8倍と分析された。

なお、現時点では分析に必要なデータが取得できていないなどの理由から、パートナーアクティベーションや、レディースチーム運営などの活動は評価対象から除外している。新型コロナウイルスの影響からの回復により2022年の現地観戦者数は増加に転じ、SROIは2倍近い結果となっている。

育成・普及事業



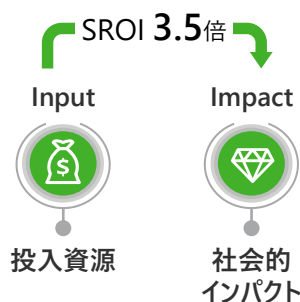
育成・普及事業

育成・普及事業においても、巡回サッカー教室やアカデミー生・スクール生との活動が評価対象の中心で、OKADA METHODを通じた指導者育成活動は評価対象外ながらも、SROIは2.6倍という結果となった。

ホームタウン活動

他事業と比較して、クラブとして割ける予算規模が小さいものの、SROIは3.5倍と投資効率は他事業よりも大きく、今後予算規模を拡大することができれば、より大きな効果が見込める領域であることを

ホームタウン活動



示す結果となっている。

アースランド・野外教育事業

新型コロナウイルスの影響に加え、現時点では分析に必要なデータが取得できていないなどの理由から、「アースマルシェ」や「アースランド・野外教育に関するSNS発信」を始めとした一部の活動を分析対象外としたにもかかわらず、SROIは2.1倍となっている。

各事業のロジックモデル（抜粋版）や、対象としたアウトカムについては、後述ページを参照。

アースランド・野外教育など



©FCIMABARI

※社会的価値分析においては、前提条件および仮定が異なれば、分析結果が大きく相違する場合がある。本件で実施した分析は、今般の新型コロナ・ウィルスの感染拡大による影響を必ずしも網羅的かつ正確には勘案しておらず、拡大しつつある新型コロナ・ウィルスの状況や、世界経済などにより影響を受ける可能性がある。

今後の課題

分析対象とする活動の拡大

本分析の対象外とした活動には、実際には社会的価値を生み出していると考えられるが今回は測定が難しかったものもある。そのような活動を分析の対象とした場合には、SROIが改善する可能性がある。特にパートナーアクティベーション等投入資源が多くなる活動は大規模となりやすく、また、クラブ単独の活動のみならず、今後パートナーのアセットを活用したアクティビティを実施することで、より多くの人々への社会的インパクトが創出される可能性がある。これらの活動の可視化には、インプットを含め活動の詳細なデータが必要となるため、継続的に各活動のデータ収集及び、整理が必要となる。

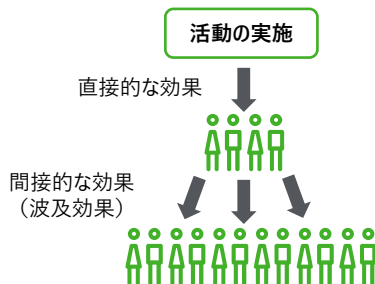
分析対象外とした活動（例）

レディースチーム運営	アースランドや野外教育に関するSNS発信
パートナーアクティベーション	地域指導者講習会
アースマルシェ	『岡田メソッド』の出版

間接的な効果の検討

本分析では、今治、夢スポーツの活動によるアウトカムの直接的な受益者を対象に分析を実施した。しかしながら、活動のアウトカムは直接的な効果に留まらず、間接的、波及的な効果についても検討の余地がある。

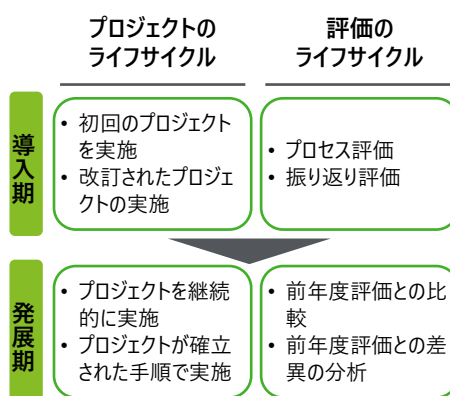
例えば、アカデミーでのトレーニングの実施により、「日常生活において自ら考え、責任を持って行動できるようになる」というアウトカムが生じた際に、本分析ではアカデミー生を受益者と設定した。今後アカデミー生がコーチになり、OKADA METHODを次世代の選手に伝えることで波及的な社会的インパクトが創出されるため、今後はそのような間接的なインパクトについて、検討の余地がある。



プロジェクトとインパクト評価のライフサイクル

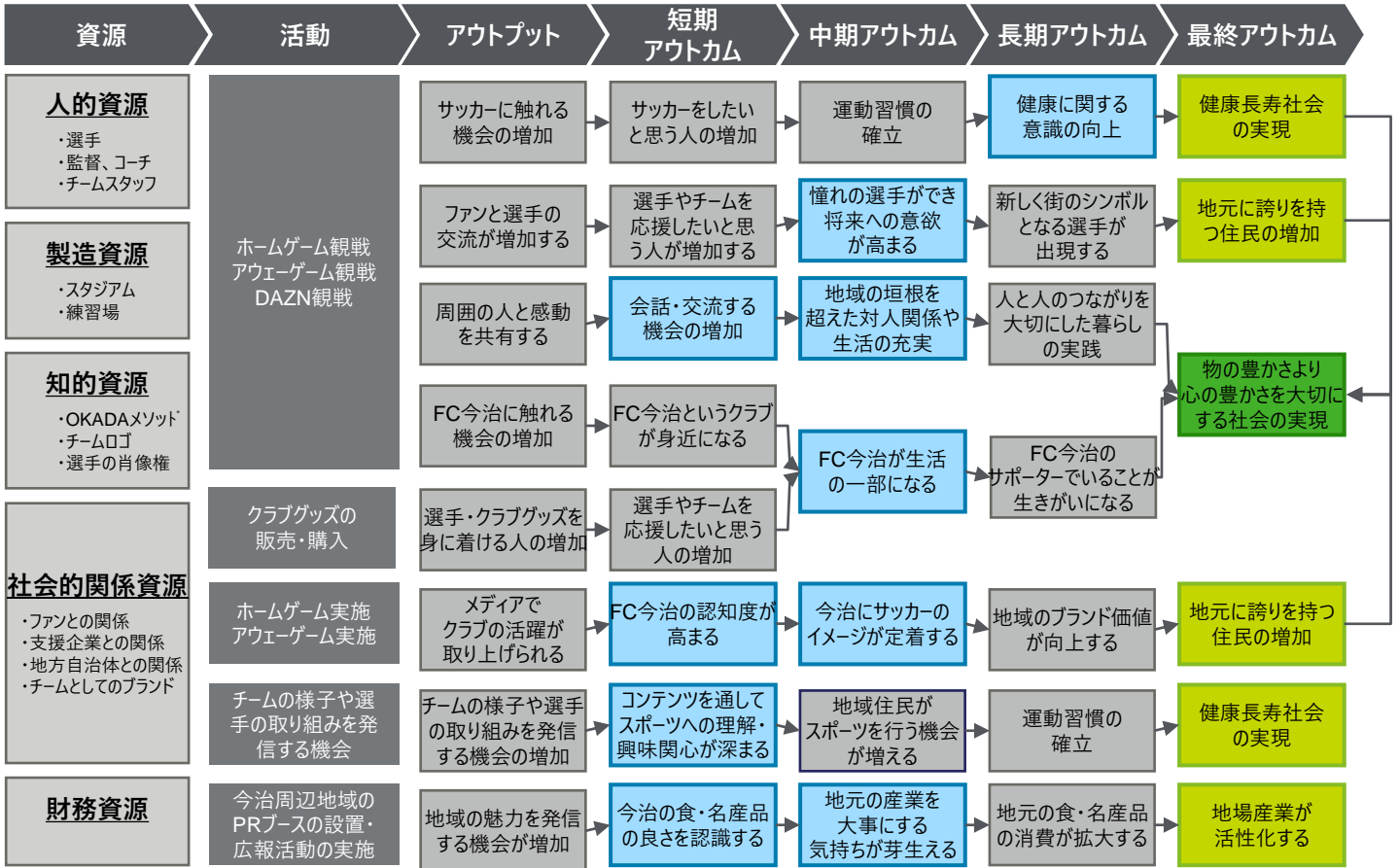
今回は前回のロジックモデルをベースに中長期的な効果までを対象として分析範囲を拡大したが、依然として分析対象外としたアクティビティも多く、今後の事業改善のためには現状把握されていないデータの収集・整理とその継続的な評価が必要となる。

今治、夢スポーツの活動は導入期から発展期に変化しつつあり、この段階での継続的な評価が事業改善にとって重要である。



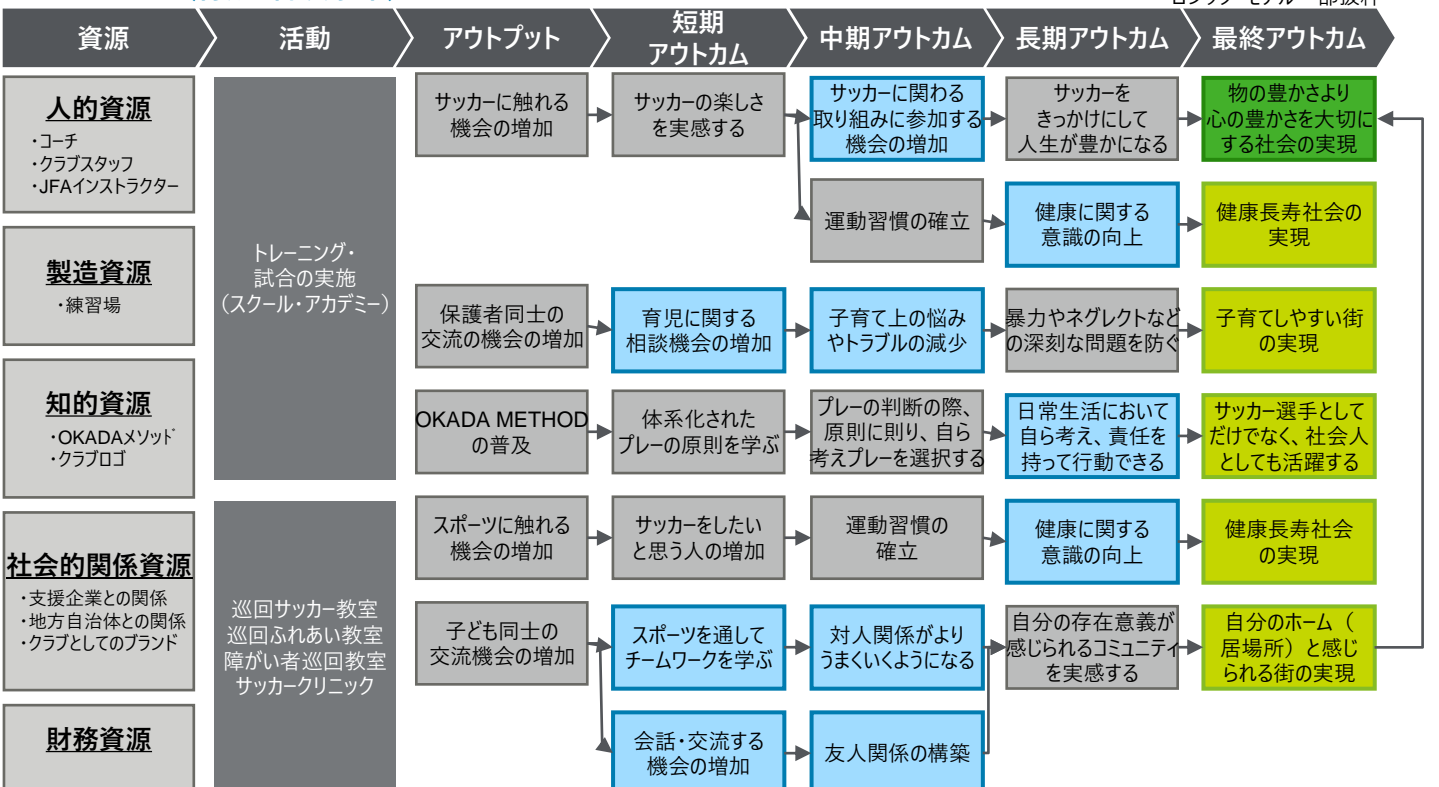
ロジックモデル（サッカークラブ運営事業）

ロジック・モデル一部抜粋



ロジックモデル（育成・普及事業）

ロジック・モデル一部抜粋



注：本分析において定量化したアウトカムを水色、最終アウトカムを緑色でハイライトした。

ロジックモデル（ホームタウン活動）

ロジック・モデル一部抜粋

資源	活動	アウトプット	短期アウトカム	中期アウトカム	長期アウトカム	最終アウトカム
人的資源 ・選手 ・監督・コーチ ・クラブスタッフ	BCUの開催	地域について考える機会の増加	地域の社会課題について興味・関心を抱くようになる	社会課題に対して様々なアイデアが生まれる	今治発の新しいサービスや商品が生まれる	地域と企業のつながりが深くなる
		参加者同士の会話交流する機会の増加	会話交流する機会の増加	地域の垣根を超えた対人関係や生活の充実	人と人のつながりを大切にしたい社会的実践	物の豊かさより心の豊かさを大切にする社会の実現
製造資源 ・スタジアム ・練習場	マッチデーシティ	地域の自治体・団体の関わりが増加	地域内の支え合いの増加	地域の人と支え合うことに価値を見出す	地域の垣根を超えた対人関係や生活の充実	社会人として活躍する人の増加
		環境保全活動が進展する	環境問題について触れる機会の増加	環境問題についての理解が深まる	環境に配慮した消費行動の実践	ホームと感じられる街の実現
知的資源 ・選手の肖像権 ・クラブロゴ	孫の手活動	地域の困り事の解決数の増加	地元の人がFC今治に親しみを持つようになる	地域から応援されるクラブになる	FC今治と地域に絆が生まれる	クラブと地域が支え合う街が実現する
		地元の高齢者の方と交流する機会の増加	地元の高齢者と若者が積極的に会話するようになる	若者との交流を通して孤立感が減少する	若者と高齢者の支え合いの実践	「互助」の街の実現
社会的関係資源 ・ファンとの関係 ・支援企業との関係 ・地方自治体との関係 ・クラブとしてのブランド	運営ボランティア「Voyage」	クラブスタッフや地域の人と交流する機会の増加	会話交流する機会の増加	地域の垣根を超えた対人関係や生活の充実	人と人のつながりを大切にしたい社会的実践	物の豊かさより心の豊かさを大切にする社会の実現
		地域社会との関わりが増える	地域活動への参加・貢献に意欲的になる	地域活動への参加・貢献に意欲的になる	地域に配慮した消費行動の実践	新たなコミュニティや活動の創出

ロジックモデル（アースランド・野外教育など）

ロジック・モデル一部抜粋

資源	活動	アウトプット	短期アウトカム	中期アウトカム	長期アウトカム	最終アウトカム
人的資源 ・選手 ・監督・コーチ ・クラブスタッフ	しまなみアースランド 環境教育プログラム moricco	親子同士の交流の機会の増加	親子間で共通の体験を行う機会の増加	親子の相互理解の促進	親子の絆が深まる	子育てしやすい街の実現
	しまなみアースランド 指定管理	自然と触れ合う機会の増加	自然と親しみ、リフレッシュする機会の増加	自然を大切にしたいと思うようになる	地域の自然環境の保全に対する意識が高まる	物の豊かさより心の豊かさを大切にする社会の実現
製造資源 ・スタジアム ・練習場	野外教育 野外キャンプ 1 Day 野外イベント	周囲の人と協力し合う機会の増加	他者を巻き込む機会の増加	積極的に行動するようになる	リーダーシップが身につく	社会人として活躍する人の増加
		挑戦し、失敗と経験を経て、成長する	試行錯誤を繰り返す、成功体験を積み重ねる	自ら考え、責任を持って行動できるようになる		
知的資源 ・選手の肖像権 ・クラブロゴ	アースランド・野外共通 環境教育プログラム moricco 野外キャンプ 1 Day 野外イベント	子ども同士の交流機会の増加	会話・交流する機会の増加	友人関係の構築	自分の存在意義が感じられるコミュニティを実感する	自分のホーム（居場所）と感じられる街の実現
		環境について考える機会の増加	環境についての興味・関心を抱くようになる	環境に配慮した行動の実践	環境に配慮した消費行動の実践	物の豊かさより心の豊かさを大切にする社会の実現
社会的関係資源 ・ファンとの関係 ・支援企業との関係 ・地方自治体との関係 ・クラブとしてのブランド	里山プロジェクト ワークショップ(ワイン)	自然と触れ合う機会の増加	アウトドアや野外活動に興味・関心を抱くようになる	火起こしや炊き出しなど災害対応スキルの習得	アウトドアや野外活動の職に就く	
		農作業に触れる機会の増加	農作業の大変さ・楽しさを体感する	自然と親しみ、生産の現場に思いを馳せる人の増加	地元的一次産業を大切にしたいと思う気持ちが生える	地場産業が活性化
財務資源	「わたし、地球」の制作 「わたし、地球」	環境について考える機会の増加	環境についての興味・関心を抱くようになる	環境に配慮した行動の実践	環境に配慮した消費行動の実践	物の豊かさより心の豊かさを大切にする社会の実現

注：本分析において定量化したアウトカムを水色、最終アウトカムを緑色でハイライトした。

今後の展望

社会的インパクト評価の実務への展開

財務リターンのみならず、企業の環境や社会への取り組みのインパクトを可視化し、測定する潮流は、欧米を中心に活発化している。公共事業や非営利団体などの分野で主に発展してきたインパクト評価だが、投資判断に環境や社会への配慮を取り込むサステナブルファイナンスが増加するにつれて、民間企業においてもインパクト・ウォッシュを回避するために、従来の年次報告書やCSRレポートなどの企業報告に加えてインパクト評価を実施するケースも増えてきている。

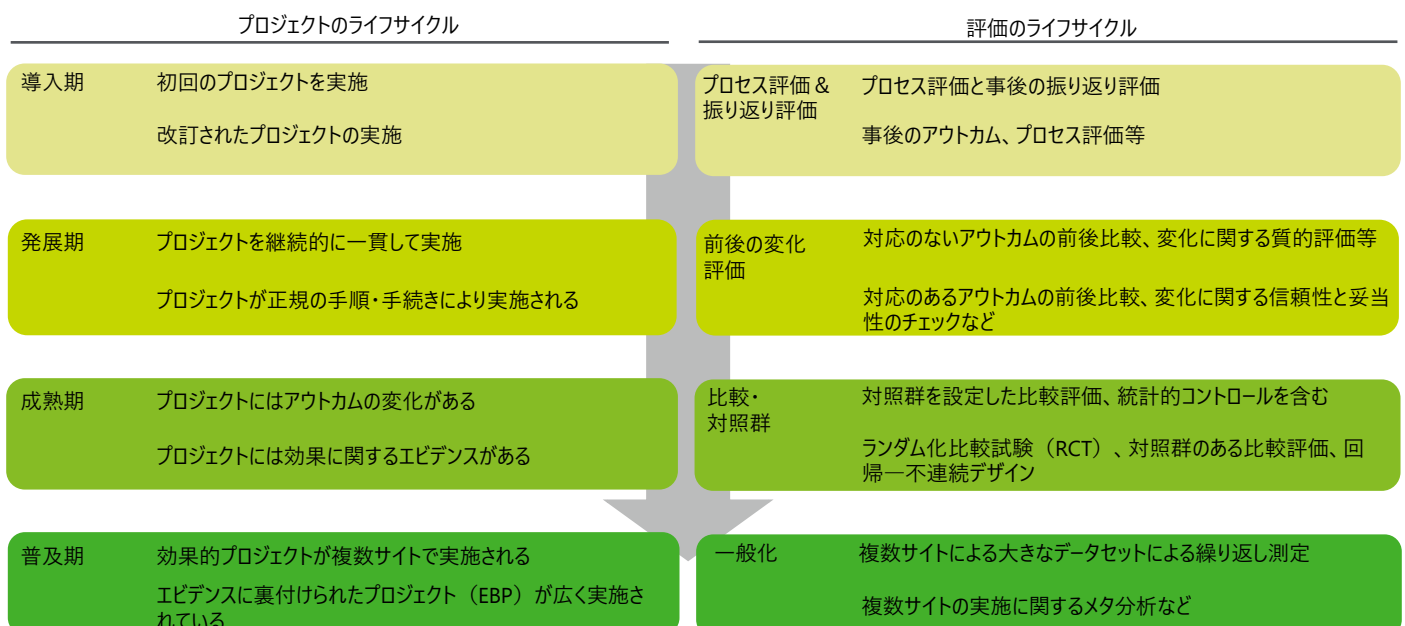
今回は、客観性を担保しつつも、可視化の範囲を広げていくことを目的として、分析に取り組んだ。具体的には、広範囲にアンケートを取るほか、SNSの閲覧データの分析結果を反映する形で中長期のインパクトを幅広く定量化した。

アンケート等を通じて定性的な変化を定量的にとらえることで、可視化の難しい中長期のアウトカムも分析に含めることが可能である

前述した通り、社会的インパクト評価のサイクルとして、より活動が深まるごとに、アウトカムの測定が難しくなることから、高度な分析が必要とされる（図10参照）。このような分析を実施するためには短期アウトカムやアウトプットを測定する場合と比較してコストがかかる一方で、中長期アウトカムの達成度を測ることは、事業のPDCAサイクルを回すうえでも重要と考えられる。

企業や公共団体、非営利団体などによるSDGs・ESG活動が活発化する中、出資者や寄付者はその活動の定量化を求めているとの調査もあることから、ますますその重要性は高まっていくとも考えられる。今後も社会的インパクト評価に関する各国の動向や世界的な潮流が注目される。

図10. プロジェクトと評価のライフサイクル



あしがき

株式会社今治 夢スポーツ



代表取締役社長
矢野 将文

当社事業のもたらす社会的インパクトを可視化し分析していただいておりますことに、心より感謝申し上げます。

SROI分析を継続するだけでなく改良を重ねていただき、様々な気づきを得ております。

SNSにおける当クラブの投稿と投稿に対するリプライや引用リツイートについて、ロジックを整理して分類していただいたことにより、チームの様子や選手の取り組みを発信する機会が、コロナ禍でファン・サポーターとの接点に制約もあった中では、有効な働きかけであったことを、定量的に把握することができました。

また、アンケートを利用して長期のアウトカムも測定対象としたことによりSROIが上昇したことは、多様なステークホルダーさまと数多くの現場で密接に関わる当方にとりまして、強い納得感がございます。

2023年1月末に竣工した今治里山スタジアムでは、「次世代のため、物の豊かさより心の豊かさを大切にする社会創りに貢献する」という企業理念を体現してまいります。無形の価値を見える化するという新しい挑戦を共に継続させていただきます。

デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社 (DTFA)



スポーツビジネス
シニアヴァイスプレジデント
里崎 慎

前回の取り組みでは、まずは足もとにある材料を使って社会的なインパクトを「可視化」してみることが第一の目的でしたが、今回はその結果を土台に、前回可視化できなかった領域を可視化するためのチャレンジを実施しました。

その結果、「可視化」に必要なデータ等を戦略的に集めることで、生み出されている社会的な価値を可視化できる領域が確実に増えることが確認できました。

また同時に、前回ロジックモデルを整理したことで、クラブ内におけるスタッフの皆さんの意識や行動様式にも良い変化が生まれてきたことを、本プロジェクトに関するディスカッション等を通じて我々も感じる事ができたのが大きな成果だと感じています。

一方で、SROIを活用することで可視化された社会的インパクトを、今後どう活用していくのかについてはしっかりと検討していく必要があることも痛感しています。

単なる「可視化」ではなく、サステナブルに本物の価値を生み出すエコシステムをどう構築するか、に繋げていくチャレンジを引き続き継続していきたいと思っています。

本件に関する連絡先

デロイトトーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社(DTFA)

DTFAでは、経済学的手法を用いた経済的・社会的価値評価や、政策の費用対効果分析などに取り組んでいます。実際の業務依頼だけでなく、取材、寄稿、出版、講演など、ご興味ある場合は、以下コンタクト先までご連絡をお願いします。



バリュエーション・モデリング
エコノミクス
パートナー
Simon Mather

Tel: +81 80 4435 1487
simon.mather@tohmatu.co.jp



スポーツビジネス/コーポレートストラテジーサービス
シニアヴァイスプレジデント
里崎 慎

Tel: +81 80 4435 1446
shin.satozaki@tohmatu.co.jp

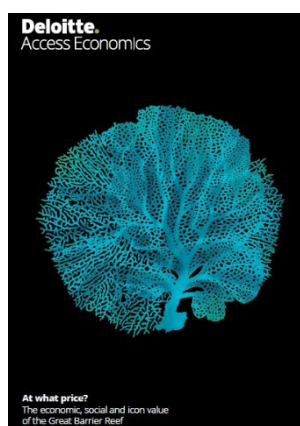
デロイトの専門性：社会的インパクト分析に関する実績

デロイトネットワークでは、世界主要拠点に多数のエコノミストを有し、公共部門や主要業界の有力企業に対し、先進的な経済学上の知見や手法を活用したサービスを提供しています。以下は直近のレポートの一例となります。

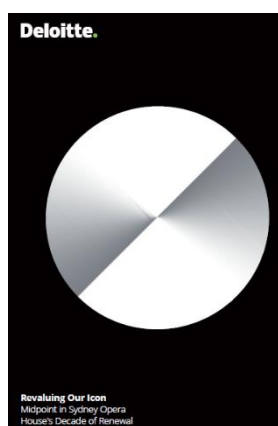
「[オーストラリアにおける観光業の価値に関する調査](#)」



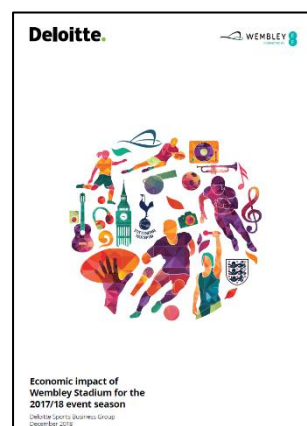
「[グレートバリアリーフに関する社会的インパクト分析](#)」



「[シドニー オペラハウスに関する社会的インパクト分析](#)」



「[ウェンブリー・スタジアムに関する経済的インパクト分析](#)」



Deloitte.

デロイト トーマツ

デロイト トーマツ グループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイト ネットワークのメンバーであるデロイト トーマツ 合同会社ならびにそのグループ法人（有限責任監査法人 トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング 合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャル アドバイザリー 合同会社、デロイト トーマツ 税理士 法人、DT 弁護士 法人およびデロイト トーマツ コーポレート ソリューション 合同会社を含む）の総称です。デロイト トーマツ グループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスク アドバイザリー、コンサルティング、ファイナンシャル アドバイザリー、税務、法務等を提供しています。また、国内約30都市に約1万7千名の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト（www.deloitte.com/jp）をご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、デロイト トウシュ トーマツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバル ネットワーク 組織を構成するメンバー フォーム および それらの関係法人（総称して“デロイト ネットワーク”）のひとつまたは複数 を指します。DTTL（または“Deloitte Global”）ならびに各メンバー フォーム および 関係法人 はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTL および DTTL の各メンバー フォーム ならびに 関係法人 は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のフォームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTL はクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。デロイト アジア パシフィック リミテッドは DTTL のメンバー フォーム であり、保証 有限責任 会社 です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバー および それらの関係法人 は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィック における100を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャル アドバイザリー、リスク アドバイザリー、税務、法務などに関連する最先端のサービスを、Fortune Global 500® の約9割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促し、より豊かな経済、公正な社会、持続可能な世界の実現に向けて自ら率先して取り組むことを通じて、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来175年余りの歴史を有し、150を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をバース（存在理由）として標榜するデロイトの約415,000名の人材の活動の詳細については、（www.deloitte.com）をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、デロイト トウシュ トーマツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバル ネットワーク 組織を構成するメンバー フォーム および それらの関係法人（総称して“デロイト ネットワーク”）が本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。皆様の財務または事業に影響を与えるような意思決定または行動をされる前に、適切な専門家にご相談ください。本資料における情報の正確性や完全性に関して、いかなる表明、保証または確約（明示・黙示を問いません）をするものではありません。またDTTL、そのメンバー フォーム、関係法人、社員・職員または代理人のいずれも、本資料に依拠した人に関して直接または間接に発生したいかなる損失および損害に対して責任を負いません。DTTLならびに各メンバー フォーム および それらの関係法人 はそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。

Member of
Deloitte Touche Tohmatsu Limited

© 2023. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.



IS 669126 / ISO 27001