

Deloitte.

デロイト トーマツ



ウォーキングイベントが生み出す社会的インパクトの可視化 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5月



Introduction

株式会社ONE COMPATH（ワン・コンパス/以下、ONE COMPATH）は、凸版印刷株式会社のグループ会社として1997年1月20日に設立され、2020年4月よりウォーキングアプリ「aruku&（あるくと）」を使い、テレワーカーの運動不足やコミュニケーション不足の解消を目的に無料の企業対抗ウォーキングイベント「1day3000ウォーキングチャレンジ（以下、1day3000）」を開催しています。第8弾となる今回は217社、約50,000名が参加し、毎日3,000歩の達成を目指し、イベント期間中に達成した日数で順位を競いました。また今回から個人参加も可能とし、貢献したいSDGsを選択した参加者のうち10日連続で3,000歩を達成した割合に応じて、認定NPO法人フローレンス、公益社団法人 国土緑化推進機構の「緑の募金」に寄付金を贈呈しました。

この度、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（以下、DTFA）は、ONE COMPATHとの協業で1day3000第8弾のもたらす社会的投資収益率（SROI）を分析することとなりました。本レポートが、イベント参加者や参加企業、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、1day3000第8弾をきっかけとした歩くことの価値を改めて認識するための手助けとなれば幸いです。また健康経営の潜在的価値が明らかになることで、ビジネスパーソンが歩くことを習慣化し、aruku&の事業理念である「長い人生において、運動を習慣化することで心身ともに充実した日々をおくってもらいたい」という思いが実現されることを願っています。

留意事項：

本抄訳版レポートはONE COMPATH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

「歩く」という行為は、様々な社会的効果があると考えられており、個別の事例評価は行われているものの、包括的にその効果を分析した事例は少ない。本レポートでは、ウォーキングイベントを通じて課題解決に取り組む1day3000第8弾の社会的インパクトを可視化・定量化をした。

社会的価値の測定

2015年に「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が国連で採択されて以降、「SDGs」や「ESG」などが注目されるようになり、近年では事業を行うに際して財務価値だけではなく社会的な影響力を重視する潮流ができてきた。しかしながら、社会課題の解決へ実質的に効果を及ぼしているかは不透明な部分も多く、事業活動の結果生じる社会的・環境的影響を定性・定量的に把握する必要性が高まっている。社会的価値を分析することにより、事業のリスクと機会を把握し、経営戦略に活かすとともに、投資家を含むステークホルダーへの有益な情報開示を実現することが可能となる。

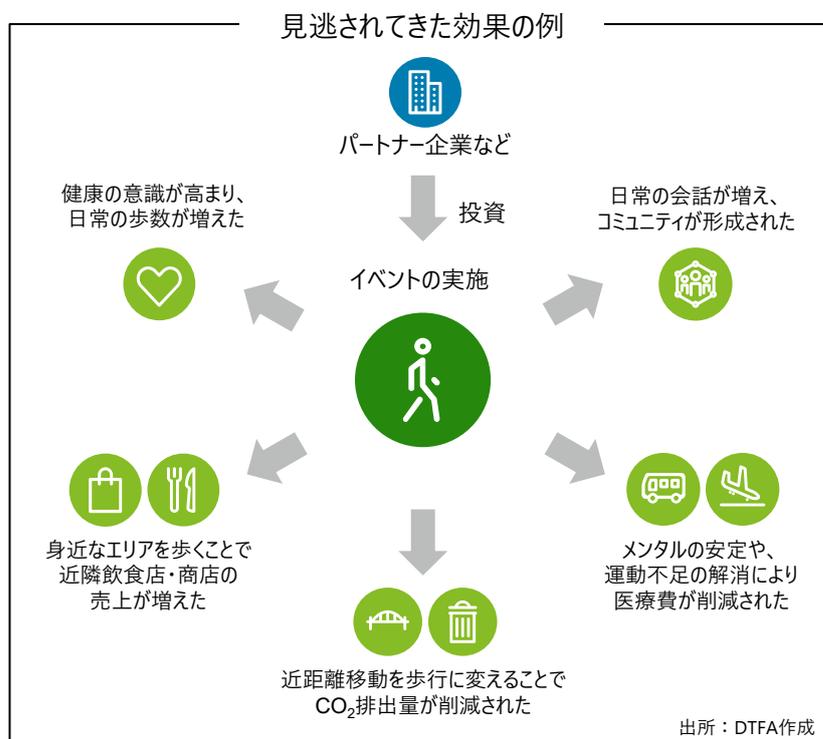
「歩く」ことの社会的価値を可視化する意義

歩くことへの関心とコロナ禍の状況

歩くことは人間の基本動作である一方、運動不足解消や気分転換をもたらす運動であることから、健康経営を重視する企業にとって、従業員の習慣化を促進することが一つの目標となっていた。しかし2020年、新型コロナウイルスの感染拡大によりテレワークが普及したことで通勤という運動の機会が減少したことを踏まえ、コロナ禍での運動増進施策として、アプリ等を活用したウォーキングイベントが注目されるようになった。

上記を踏まえ、2020年4月に ONE COMPATHは「1日3,000歩」という小さな目標を設定し、歩くことのきっかけを提供することを狙いとして、1day 3000第1弾を開催した。実施後のアンケートを通じて歩くことが運動機会の創出に加え、健康意識向上やコミュニケーション活性化にも効果的であることが明らかになり、ウォーキングイベントが無形の価値を提供していることが明らかになった。その他、近距離移動を歩行に変更することによりCO₂排出量削減等の環境への影響も期待される。

図1. 1day3000が生み出す社会的効果の例



社会的価値を可視化する意義

健康経営を支えるウォーキングイベントの価値の可視化は、企業が従業員へ投資し、プレゼンティーズム予防の潜在的価値を可視化することにも繋がる。また、個人にとっても自分の一歩がチャリティのように広く社会に受益されると理解することは、単に未病の予防という以上に歩くことへのモチベーションを引き出す効果が期待される。このように、歩くことの価値を認識し、賛同する企業や個人が増えること

で、様々な主体が歩くことに取り組み、より大きな社会的価値を社会に提供する一助とすることが本分析の意義である。

本レポートにおける価値の定義

社会的な影響力の測定や評価における国際的に認められた基準は確立していないが、本レポートにおいては、価値を後述の通り定義し、社会的価値の一部を分析対象とした。(図2参照)

分析の前提と SROI分析の概要

価値の定義

本件分析における価値の定義は以下の通り。

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のことである。例えば、地域のスポーツイベント開催による人間関係の構築などが挙げられる。

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。例えば、アプリの利用料金や広告収入などの売上から原価などを差し引いた収支、または事業計画上の収支計画を現在価値に割り引いた価値などが例として挙げられる。

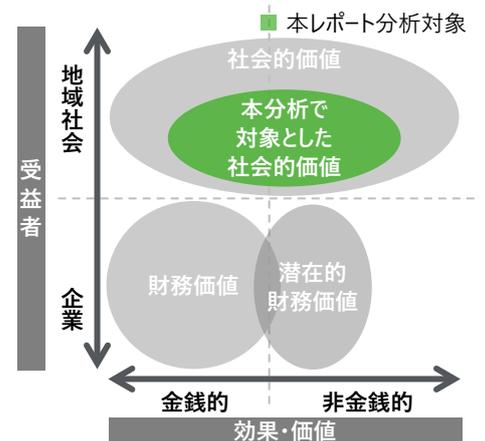
潜在的財務価値

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、公式キャラクターやロゴなどの広告露出による価値などがある。

社会的価値の金銭化

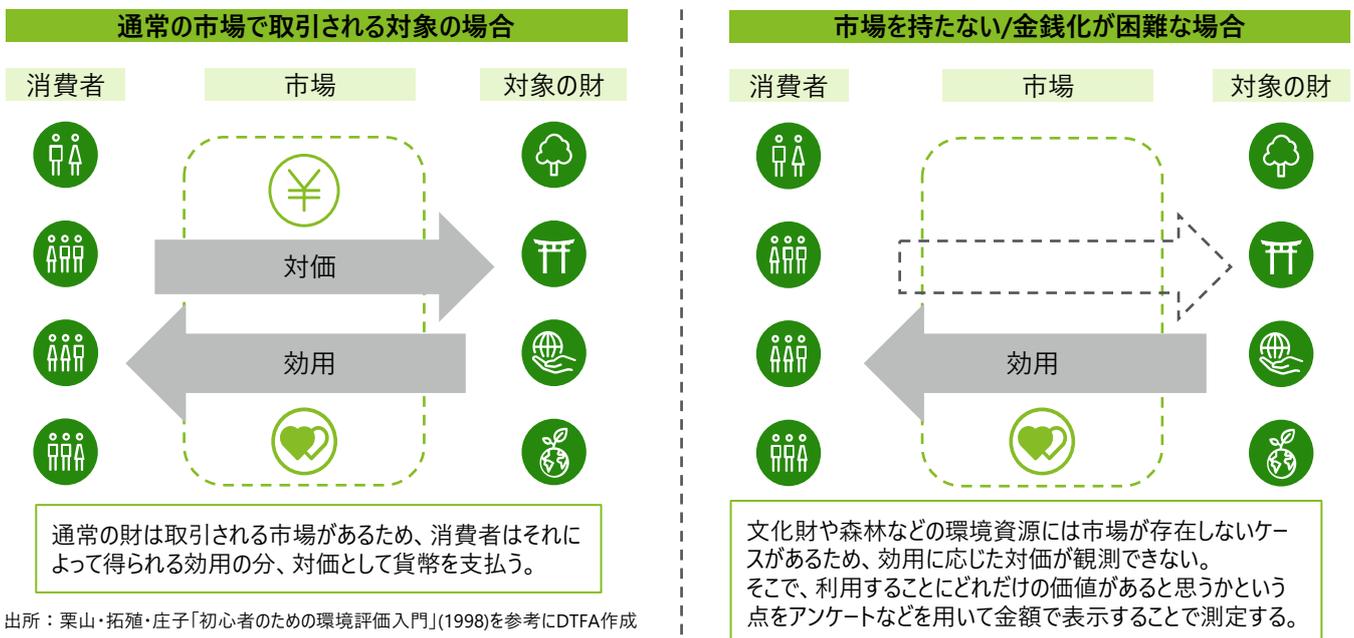
通常は財は取引される市場があるため、消費者は市場に基づき得られる効用に応じて対価として貨幣を支払う。一方で、評価対象によっては市場が存在しないケースがある（図3参照）。社会的価値のような市場経済では測れない効用を分析する場合、評価対象の利用者がどれだけの効用を感じているか（支払意思額：Willingness to Pay）をアンケート調査などを用いて分析する方法や、金銭代理指標を用いて貨幣換算するなどの手段が用いられる^{*1}。

図2. 本レポートにおける社会的価値の概念図



出所：DTFA作成

図3. 社会的価値における支払意思額の推定の概念図



出所：栗山・拓殖・庄子「初心者のための環境評価入門」(1998)を参考にDTFA作成

* 1 栗山, 拓殖, 庄子, 初心者のための環境評価入門, 勁草書房, 1998

* 2 インパクト分析：事業や活動の結果として生じた社会的、環境的变化を定量的・定性的に把握し、事業や活動について価値判断を加えること

社会的インパクト評価

社会的なインパクトを定量的・定性的に把握し、その事業や活動について価値判断を加えることを内閣府では「社会的インパクト評価」と定義している。

社会的インパクト評価は、政策評価や非営利事業におけるプログラム評価として開発や実践が進んできた。従来、事業の社会的成果は、寄付額や受益者人数、実施回数といった直接的な事業のアウトプット（結果）のレベルで報告されてきたが、社会的インパクト評価では、こうしたアウトプット評価に留まらず、その先のアウトカム（成果）を評価する。

内閣府による定義

社会的インパクト	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「アウトカム」
社会的インパクト評価	社会的インパクトを定量的・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こと

出所：内閣府社会的インパクト評価検討ワーキング・グループ「社会的インパクト評価の推進に向けて」（2016年3月）

SROI（社会的投資収益率）分析

本件では、インパクト分析²手法として長い歴史のある費用便益分析（Cost Benefit Analysis）を簡易・発展化させたSROI（社会的投資収益率、Social Return on Investment）を採用した。

SROI（社会的投資収益率）分析とは、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・環境的变化を、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

ロジックモデルを作成し、事業に起因する定性的なアウトカムの成果量を公開情報などを基に設定し、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

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

出所：DTFA作成

分析の主要前提

ONE COMPATHは「ワンマイル（日々の暮らし）の中の幸せを増やす」ことを企業理念として掲げ、半年に一度、無料の企業対抗ウォーキングイベントである1day 3000を開催している。本件においては当イベントに関するロジックモデルを作成し、イベントを通して歩くことによる社会への効果を体系的に整理し、第8弾について定量化を行った。ロジックモデルで洗い出したアウトカムの価値を、イベント開催期間である2023年2月7日から2月16日の10日間を評価対象とし、KPIと金銭代理指標を基に計算した。

成果量を計算するにあたり使用した総歩数、参加者数、参加企業数などのKPIは1day3000の運営事務局であるONE COMPATHより提供を受けた。各アウトカムについては参加者へのアンケート調査、公開情報などを基に寄与率や反事実を設定して分析している。寄与率や反事実はいずれもインパクトを過大評価しないため、当該活動による純粋な影響を分析するための調整項目である。寄与率は評価対象事業の実施以外に、アウトカムの発現に影響を与えた他の要因がある場合、アウトカム全体に占める評価対象事業の寄与・貢献度合いを考慮するための項目である。反事実とは評価対象事業がなかったとしても生じるアウトカムである場合、総便益から割合を排除する形で考慮する。

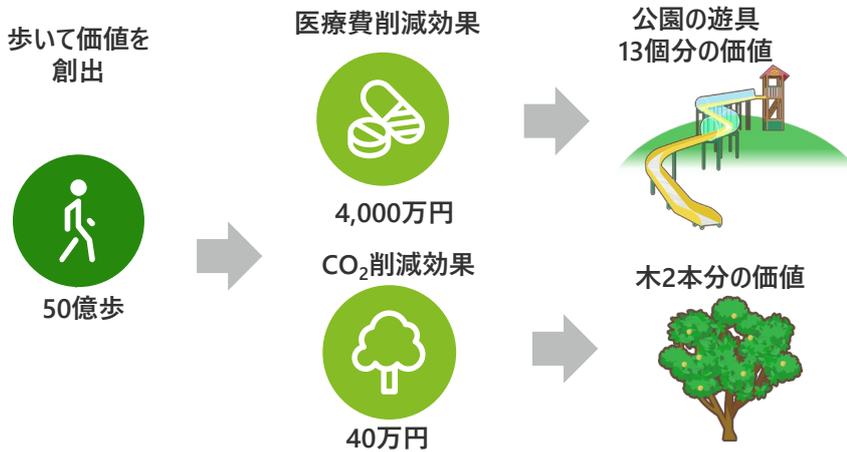
SROI倍率の分母となる投入資源については、ONE COMPATHより受領した実費用を基にした。具体的には、イベント運営に係る人件費、サーバー費、景品関連費などが挙げられる。

図7. 1day3000第8弾におけるロジックモデル



分析結果

1day3000第8弾による 社会的インパクト例



イベントで創出された社会的インパクト例： 医療費の削減

参加者の総歩数から医療費削減効果^{*1}を換算した結果、社会的インパクトは約4,000万円と分析された。

計算方法は以下の通り。

参加者の総歩数5,035,382,761歩^{*2}
×1歩当たりの医療費削減効果0.0121円^{*3*}
×寄与率・反事実^{*8}

今回の分析額は1day3000第8弾の参加者がイベントの10日間に生み出した効果となるが、歩くことが習慣になり同じ参加者が1年間継続した場合、その価値は21億円になり、さらに日本国民1億人が参加した場合、効果は4.3兆円になる。

イベントで創出された社会的インパクト例： CO₂排出量

参加者の総歩数からCO₂削減効果を換算した結果、社会的インパクトは約40万円と分析された。計算方法は以下の通り。

参加者の総歩数5,035,382,761歩^{*2} ×
1歩当たりのCO₂削減効果0.000128円^{*5}
×寄与率・反事実^{*8}

その他の社会的インパクト例：

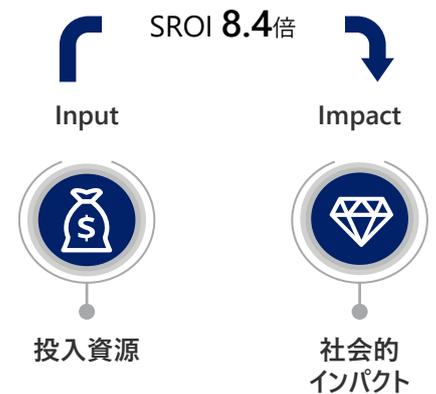
本件イベントへの参加は健康状態の改善だけではなく、コミュニケーションの活性化にも一定の価値があり、個人及び従業員間で「会話のきっかけが増える」ことによる価値は約800万円と分析された。計算方法は以下の通り。

個人参加者約50,000人×交際費支出 約1,500円^{*6} × 寄与率・反事実^{*8}

+ 会話するきっかけが増えた企業の数約40社 × 社内イベント費用 約44,000円^{*7} × 寄与率・反事実^{*8}

^{*5} 単価はONE COMPATHより受領したaruku&goの居住地を基に、下記の地域別利用交通手段から勘案したCO₂削減量と、日本国内の排出権取引金額等を参考に設定
地域別利用交通手段：総務省 令和2年国勢調査 従業地・通学地による人口・就業状態等集計（主な内容：従業地・通学地による人口、昼夜間人口など）
交通手段別CO₂排出量：東京都環境局ホームページ 排出権取引金額：Jクレジット 入札結果の価格を参照
^{*6} 家計調査（2021年）より1世帯当たりの交際費を世帯平均人数で除し、月4回他人と交流すると仮定して4で除した金額。会話が増加し交流の機会を得ることは交際費を支払って他者と交流することと同程度の効用があると想定。
^{*7} 国税庁の会社標準調査（2020年）より推計。社内交流の活性化はイベントを通じて達成されるものと同程度の効用があると想定。
^{*8} 寄与率・反事実についてはアンケートで取得した割合を採用

1day3000第8弾のSROI



特に、本件評価外で取得した参加企業へのアンケートでは、「1day3000に参加されて、会社にはどのような効果がありましたか」という設問に「社内のコミュニケーションが活性化した」と回答した担当者も一定割合存在した。

イベント期間中のモチベーション維持

イベント期間中、医療費削減効果は自治体の事業資金として活用される想定の下、累積歩数に応じて公園に遊具が設置される様子を、CO₂削減効果は公園に木が植えられる様子をイラスト化し、イベント期間中にわたり公開した。このイラストを見た66.8%の参加者が歩くモチベーションにつながったと回答しており、インパクトを可視化することは行動変容にも繋がる事が分かる。なおSROIの算出に当たっては、イベント開催による行動変容の効果をとらえるため、イベントを通じてあるくモチベーションが上がった参加者の歩数のみを採用した。併せて、本イベントでは社会的関係資源の一つとして待機児童問題や病児保育問題など親子に関わる様々な社会問題の解決に向けて活動する「認定NPO法人フローレンス」と、公益社団法人国土緑化推進機構が実施する「緑の募金」に寄付を行った。10日連続3,000歩の達成者割合に寄付金が連動しており、参加企業向けのアンケートでは80.6%の参加企業担当者が「チャリティが歩くモチベーションアップにつながった」と回答した。

^{*1} 今回は医療費削減による経済全体への影響は考慮していない
^{*2} 総歩数はONE COMPATHより受領したデータを使用
^{*3} 本件における医療費とは、歩行により抑制される入院外医療費を想定
^{*4} 単価は下記の分析を参考に参加者の歩数等に応じて調整
辻一部：健康長寿社会を実現する-「2025年問題」と新しい公衆衛生戦略の展望、大修館書店、pp.90-152, 2015
久野謙也：ICTと超高齢化対応の「健康都市」-Smart Wellness Cityによる健康長寿世界の実現を目指して-、ICT超高齢社会構想会議第2回WG、2013年1月24日
隅田和人、上村一樹、白石憲一、駒村康平：健康ポイントが全国展開した時の波及効果シミュレーション、第12回Smart Wellness City 首長研究会、2015年7月21日
Kato M,Goto A,Tanaka T,Sasaki S,Igata A,Noda M:Effects of walking on medical cost: A quantitative evaluation by simulation focusing on diabetes.Journal of Diabetes Investigation,4(6),667-672,2013
厚生科学審議会地域保健健康増進推進部会、次期国民健康づくり運動プラン策定専門委員会：健康日本21（第2次）推進に関する参考資料、pp104-110、平成24年7月

1day3000第8弾の社会的価値

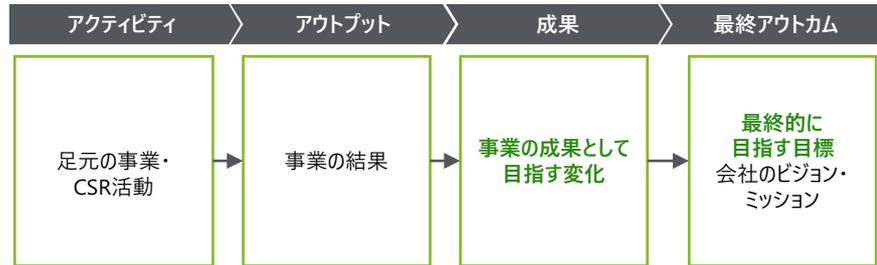
前述の前提を基に分析した結果、1day3000第8弾のSROIは8.4倍と分析された。

SROIの倍率は1を超えると、投入した費用以上にインパクトが創出されていることが示され、その倍率が高いほど、効率的に社会的インパクトが創出されていることを示している。なお今回は、歩くことにより機会逸失となる事象は発生しないことから、本イベントに係る機会損失費用は考慮していない。評価対象とした1day3000は既に2020年4月以降8回にわたり開催されていることから、効果を実感している企業参加者が継続的に参加しているため、実際にイベント開催にかけた費用に対して大きなインパクトを創出することが可能となっていること、また既存の個人ユーザーによるイベント参加への流入が一定程度あったこと等が要因と考えられる。

今後の課題

今回は1day3000の期間中に参加者が歩くことで創出された価値を分析した。今後、これを契機と

図8. ロジックモデルのイメージ



出所：DTFA作成

してより高い社会的価値を創出していくためには、以下のような要素の検討が必要である。

ロジックモデルと評価結果の活用

ロジックモデルを作ることで活動からアウトカムが生まれるまでの全容が明らかになり、アウトカムを実現するためにボトルネックとなっている課題を特定することができる。この課題を解決することで、今後さらに大きなインパクトを生み出すためにPDCAを強化し、適切な手段を講じることができる。

1day3000の目的は、イベントによる行動変容を促すことである。イベントへの参加を歩ききっかけとして、イベント後も参加者が歩く習慣をつけるよう行動の変化を促すことで、企業の健康経営を推進する。イベント中、個人に行動を促すための施策として、今回は歩数に応じた公園を作ることで価値を可視化しており、一定の動機づけに繋がったことが確認された。

今後は継続して価値を測定することで、ロジックモデル上の中長期的な変化をより確実に起こしていく

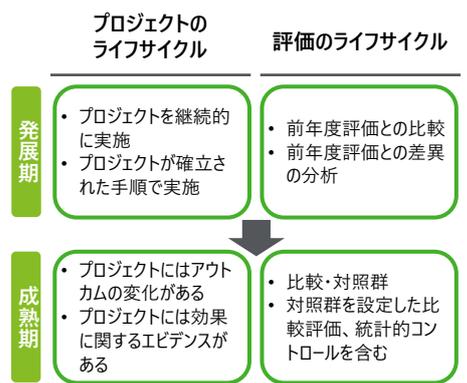
ためのボトルネックを特定し、行動変容、健康経営を実現するためのアクションをとることが、社会的インパクトの拡大に重要であると考えられる。

プロジェクトとインパクト評価のライフサイクル

1day3000第8弾は開催期間が10日間と短期であること、また今回が初めての評価であることから、今後より精緻に評価していくためには現状把握されていないアウトカムに関するデータの収集・整理とその継続的な評価が必要となる。

1day3000は今回が8回目の開催となるが、イベント運営が安定してきたこの段階で、歩くことの社会的価値をより広く周知し、行動変容に繋げるために、継続的な評価と差異分析を行うことが重要である。

図9. プロジェクトと評価のライフサイクル



出所：源・大島編「プログラム評価ハンドブック」よりDTFA作成

1day 3000
ウォーキングチャレンジ!



「社会的価値」を「可視化」することにより ステークホルダーへの説明責任や事業活動の 改善につなげていくことが可能である

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。また社会的インパクト評価は、ステークホルダーへの説明や投資意思決定判断へ活用できるだけではなく、社会的価値やインパクトの可視化により、評価結果を基に事業活動へのフィードバックを実施することも可能となり、取り組みの改善に役立てることもできる（図10参照）。

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、このような社会的価値分析の活用余地が拡大していき、さらなる発展が想定されている。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。

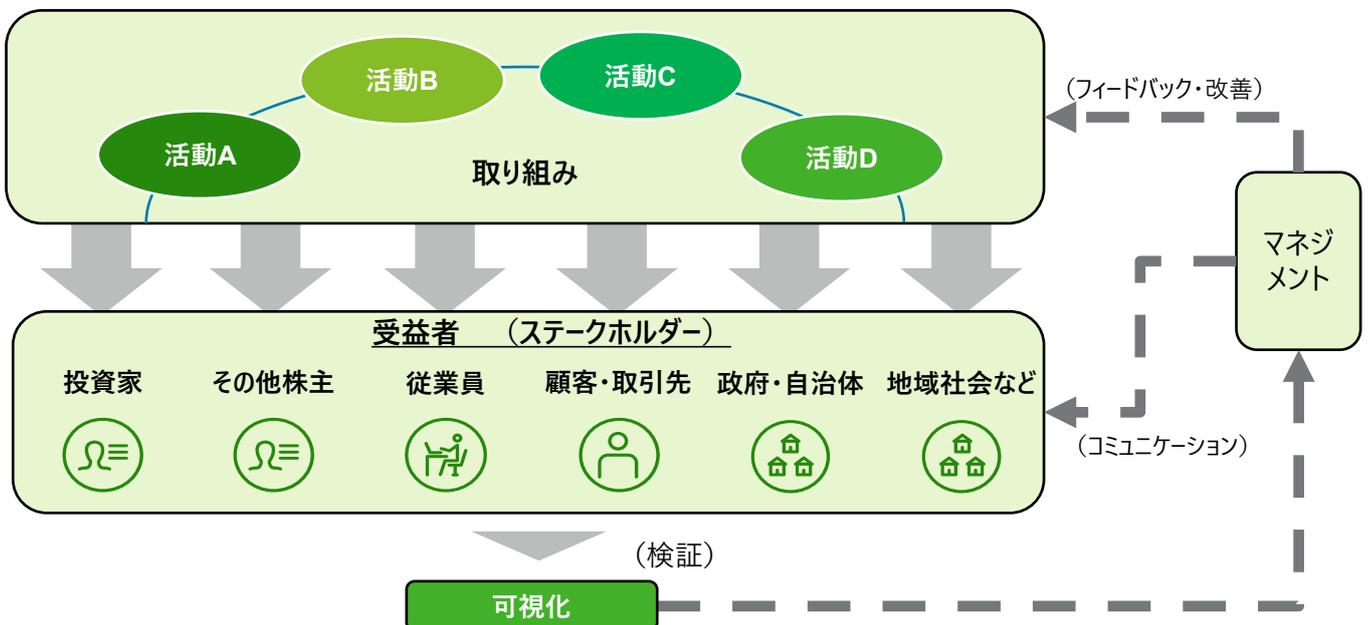
予防・未病領域でのSROI分析活用の可能性

特に、歩行による健康増進をはじめとする予防・未病領域の取り組みにおいては、個人の行動変容が重要であり、その点で社会的価値の可視化とその提示による動機付けの意義は大きいといえる。今回実施したイラストによる可視化もその一例であるが、より多様なステークホルダーと共に様々な手段を使って動機付けを行うことでより実効的なものにすることも可能である。

SROI分析というフレームワークを通じて、事業の成果を把握することで、どこで個人が立ち止まっているかを可視化することができ、適切な対策を通じて個人の行動変容、さらには企業の健康経営を実現するための一つの有用なツールとなりうる。

今後、より大きなインパクトの創出に向けて、多くのステークホルダーを巻き込んでの行動変容に向けた取り組みに本分析が役立てられることを祈っている。

図10. 社会的価値・インパクトの可視化における概念図



あしがき

株式会社ONE COMPATH



執行役員CIO/イノベーション
本部 本部長 (EM)
石田 佳孝

当社が運営するウォーキングアプリaruku&は「歩行に価値を与え続けること」を使命に、日々多くのユーザー様や企業の方々に対して、歩くという運動の習慣化を支援しております。

今回のDTFA様とのお取り組み（SROI分析）によって、これまで我々が提供してきたゲーミフィケーションやインセンティブといった直接価値だけでなく、歩行によって得られる「医療費削減効果」や「CO₂削減効果」など、今までにない新たな“歩行の価値”を顧客に伝える大きな一歩となりました。

このようなこれまでと異なる視点で歩行の価値を発信することは、現在aruku&をご利用いただいている皆様に留まらず、健康無関心層といわれる方にも気づきや関心を持っていただく機会と捉えており、社会的意義のある重要な取り組みだと考えております。

当社としては、今後もaruku&での取り組みを通じて、多くの人に歩行の価値を発信すると同時に、運動の習慣化に寄与できるよう努めていきたいと思っております。

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)



ライフサイエンス・ヘルスケア/
イノベーション統括
執行役 パートナー
伊東 真史

社会的投資収益率（SROI）分析は、これまでもスポーツ分野を中心に複数の評価を実施してまいりました。

今般評価対象とさせていただいた「歩く」という行為は必要不可欠で普遍的なものですが、その効果を包括的に表す取り組みはなかなか存在していませんでした。1day 3,000のイベント中には、その効果をより身近な公園の遊具として表し、参加者の皆様のモチベーション向上に活用頂きました。

SROI分析は各ステークホルダーにもたらされるインパクトを評価する手法の1つですが、分析結果を依頼主である事業者が確認するだけでなく、このように参加者等の幅広いステークホルダーにも共有し、価値を再認識することで行動変容を促し、より大きな価値を生み出せることを確信しています。本件が皆様のより健康で豊かな生活に寄与できると大変嬉しく思います。

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。



ライフサイエンス・ヘルスケア統括
イノベーション統括
執行役 パートナー
伊東 真史

Tel: +81 80 4435 1648
masafumi.ito@tohatsu.co.jp



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@tohatsu.co.jp



ブランディングアドバイザー
シニアヴァイスプレジデント
竹ノ内 勇人

Tel: +81 80 4058 0845
hayato.takenochi@tohatsu.co.jp



ブランディングアドバイザー
ヴァイスプレジデント
三宅 洋基

Tel: +81 80 3177 6179
hiroki1.miyake@tohatsu.co.jp

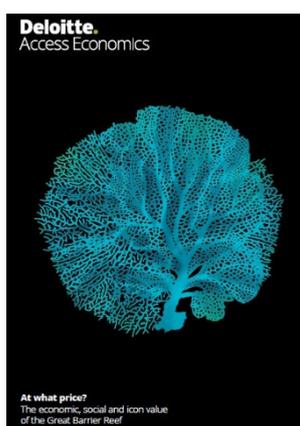
デロイトの専門性：社会的インパクト分析に関する実績

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。

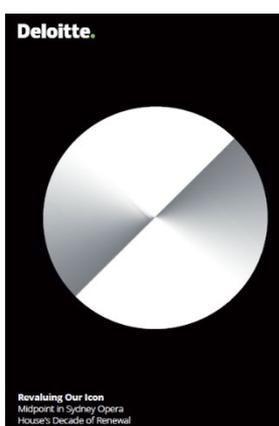
「[今治、夢スポーツが生み出す社会的インパクトの可視化](#)」



「[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](#)」



その他エコノミクスサービスの概要については[ウェブサイト](#)よりご覧ください



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（オーストラリア、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”をパーパス（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得る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



BCMS 764479 / ISO 22301