

第4章 社会課題とのつながり検証

(株)リディラバさまとの共創の取り組み



4-1 ステークホルダー対話の振り返り

- ・インパクトに関心のある投資家・将来世代・社員との対話を実施
インパクトに対する理解を深めるとともに、ステークホルダーからのフィードバックを収集

	投資家	将来世代	社員
内容	エンゲージメント対話	① 長期インターン説明会 ② マルイミライスクール	IMPACT BOOK 2023オフ会
実施	23年8月～	① 23年10月 ② 24年3月	23年9月、24年3月 合計2回
参加	計12社以上	① 大学生 34名 ② 中学生 26名 計60名	社員 計159名

4-1 ステークホルダーからのフィードバック



海外インパクト
投資家

- ・インパクトは計測可能なものかどうか、コアビジネスによるインパクト創出の結果、売上高に結びついていると判断できる企業へ投資
- ・今後、第三者視点が入ると説得力が生まれる。さらに社会課題テーマとの関連性を戦略的にアピールできると理解しやすく投資家が反応するのではないか



丸井グループ
社員

- ・インパクト達成の道筋であるロジックモデルについて理解が深まった
- ・一方で、社会課題とロジックモデルがどうつながるのが分からない



第三者視点でのロジックモデル検証と社会課題のテーマとの結びつきについての説明が必要

4-2 第三者視点を取り入れたロジックモデルの検証

- ・(株)リディラバさまによるロジックモデル検証を通じて、アウトカムの精緻化と社会課題を構造化

■検証内容

- ・インパクト実現のためのアウトカム
- ・アウトカム実現のためのアウトプット
(事業内容との紐づき)

■対象

- ・インパクトロジックモデル
一人ひとりの「しあわせ」を共に創る

一人ひとりの
「しあわせ」
を共に創る

一人ひとりの「好き」を応援
一人ひとりの「個性」を応援
一人ひとりの「健康」を応援
一人ひとりの「お金の活かし方」を応援

検証結果



アウトプット・アウトカムの大きな流れは問題なし

- ・一部アウトカムのつながりに飛躍が発生
- ・アウトカムがどの社会課題解決につながるのか不明



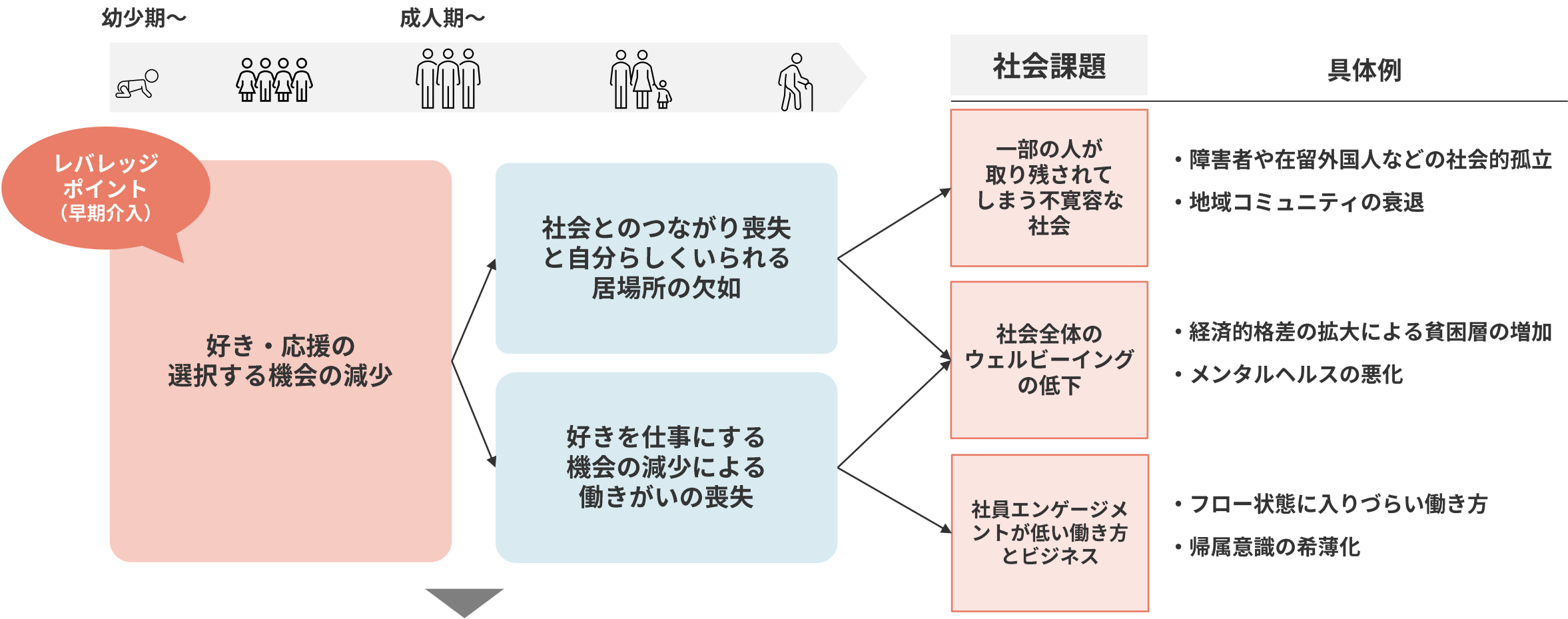
対応

社会課題解決とのつながりをロジックモデルに明記

- ・短・中・長期に分けアウトカムを精緻化
- ・社会課題の構造化も実施

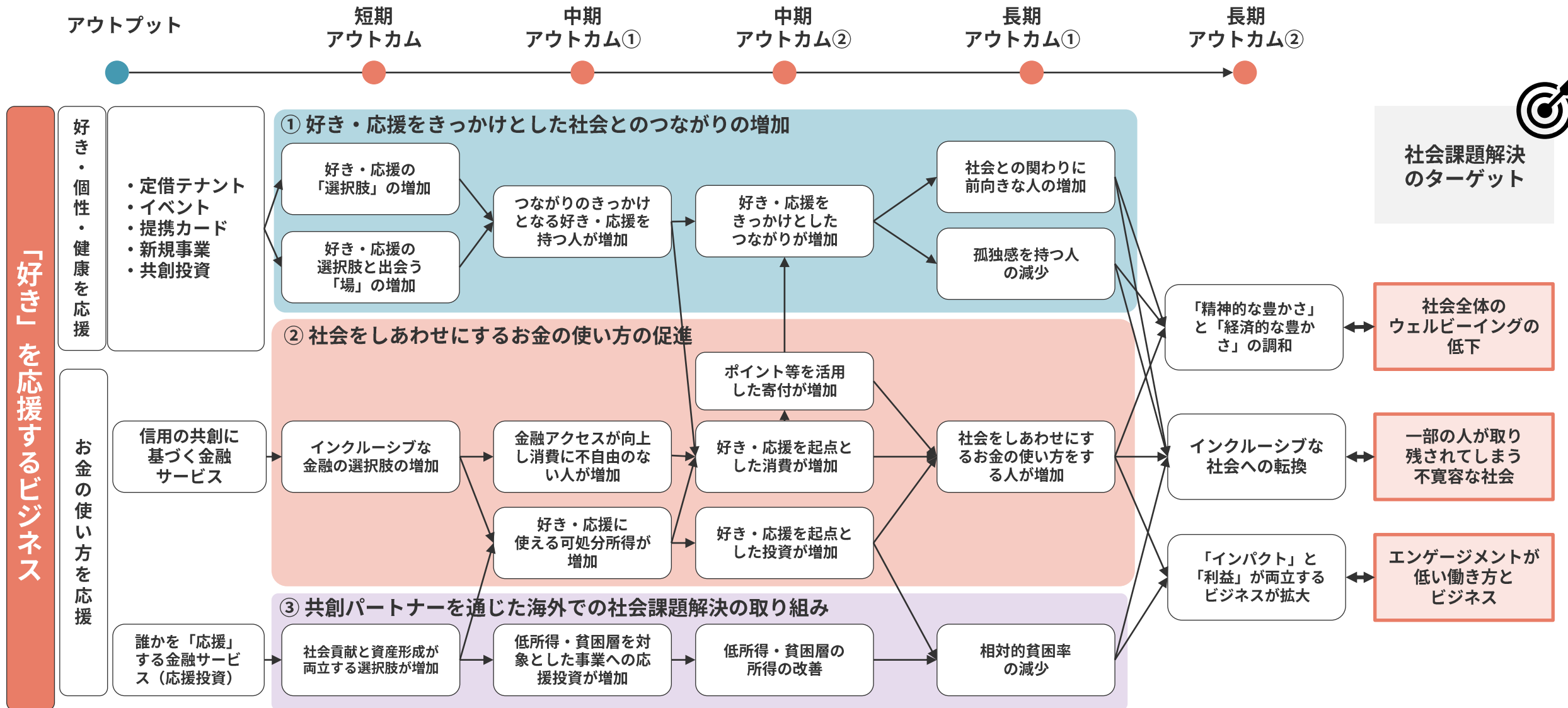
4-3 社会課題の構造化 「一人ひとりのしあわせを共に創る」

・ 好き・応援の選択する機会が減少することで、将来の社会とのつながりや働きがいの創出に影響



「好き」を応援するビジネスによる社会課題解決

4-4 社会課題解決に向けたロジックモデル「一人ひとりのしあわせを共に創る」



4-5 今後に向けた対応

・ 中期アウトカムと指標を明確化、今後KPIを策定の上モニタリングを開始

