

地域生活圏における 社会的インパクトの可視化

地域の意思決定と資源循環の創出へ

インパクトサークル株式会社 代表取締役社長CEO／静岡大学 客員教授

高橋 智志

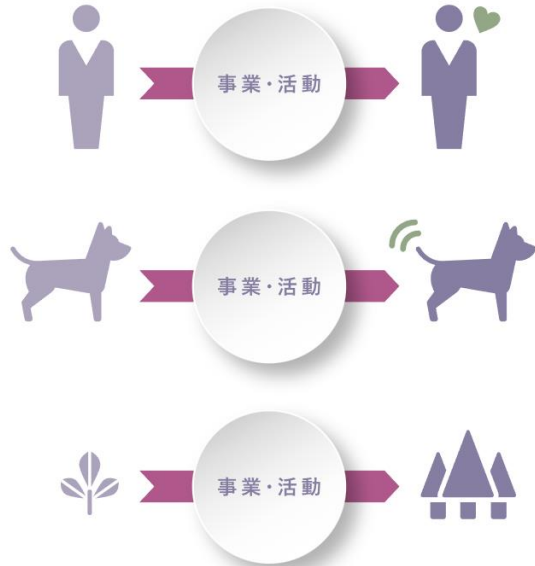
地域生活圏における社会的インパクトの可視化に関する検討会（第1回）

2026年7月21日

社会的インパクトとは

社会的インパクトは、「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」と定義されている（※1）。

「アウトカム」とは



- 事業や取り組みのアウトプットがもたらす変化、便益、成果のこと。
- 事業や取り組みの実施後の直接、間接の影響として、受益者やその周辺や関係者、または取り組みのターゲットに現れてくる変化を指す。
- 個人であれば、知識・意欲・行動・態度・スキルなどの変化

社会的インパクトの特長（※2）

- 長期的な結果のみではなく、短期でも変化は生じる。
- 大規模な取り組みによるものだけでなく、小規模のものや一人の心理的変化なども含む。
- 数値化（定量化）されたものだけでなく、定性情報でも表すことができる。
- ポジティブな変化だけでなく、ネガティブな変化も含む。

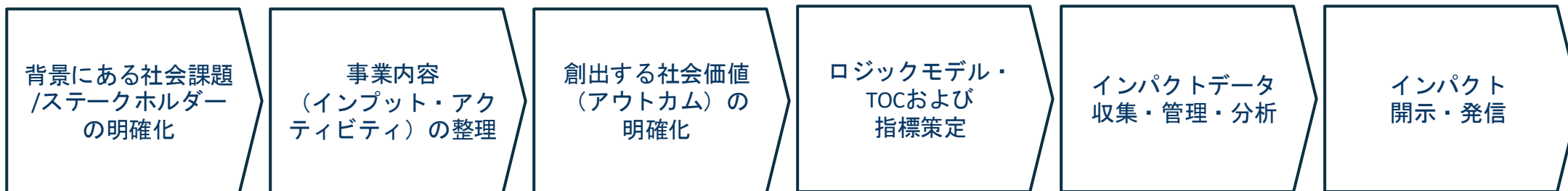
（※1）内閣府（GSG国内諮問委員会 社会的インパクト評価ワーキング・グループ）「社会的インパクト評価ツールセット 実践マニュアル（Ver.2）」

（※2）SIMI インパクト・マネジメント・ラボ 社会的インパクト・マネジメント研修資料

社会的インパクトを可視化し、新たな意思決定を生み出す

社会課題の特定から、事業活動との接続、アウトカムの明確化、指標策定等を通じてロジックを構築し、データ収集・分析・発信を実施

インパクト可視化の標準的なプロセス



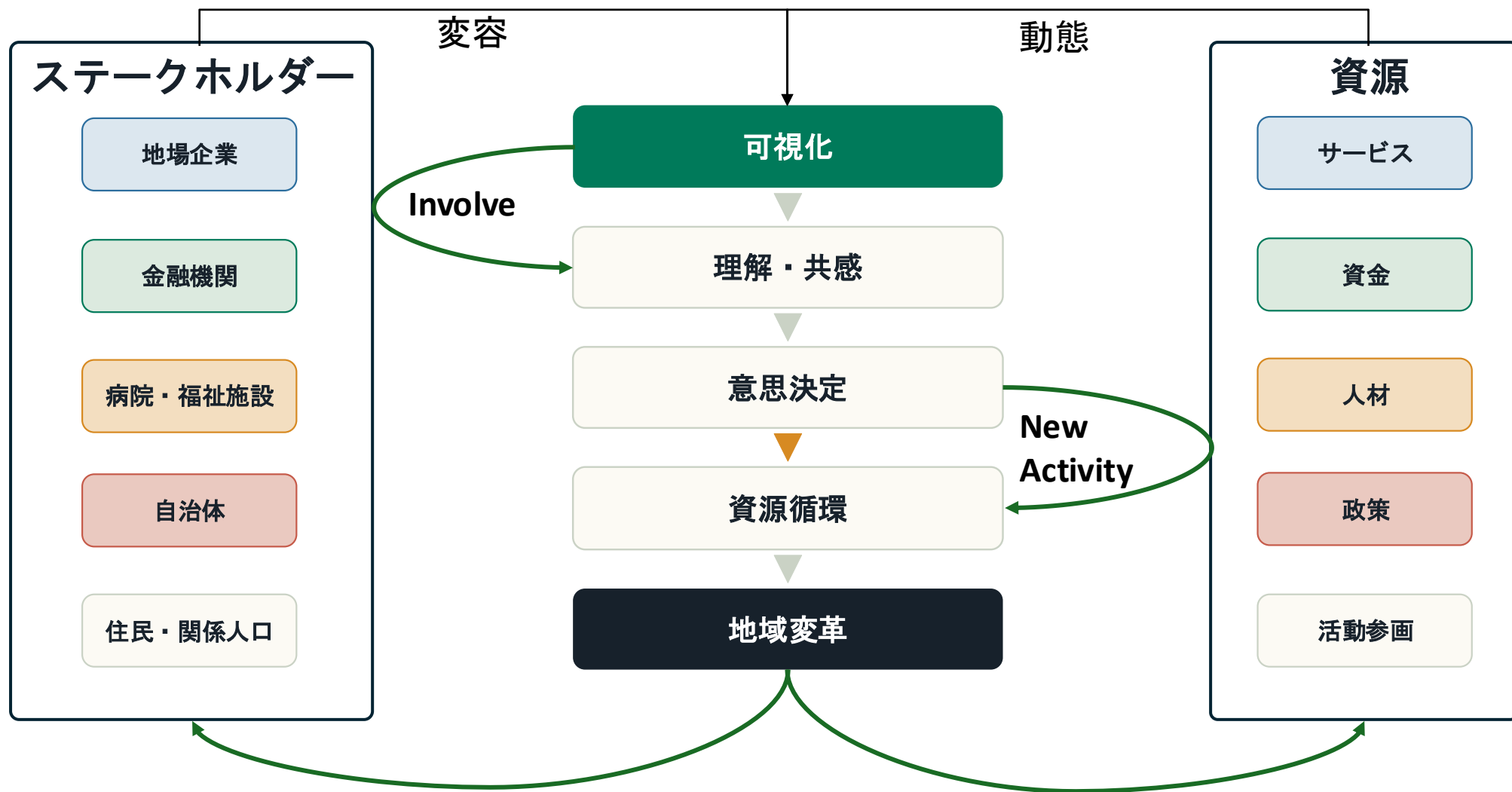
地域生活圏の形成に必要な意思決定を創出



「何をしたか」だけでなく、「誰に何が生じ、その情報が誰の判断をどう変えたか」を問う

インパクト可視化が生み出すもの

可視化は、理解と共感を経由して意思決定を生む



インパクト可視化による、地産地消の個人投資の促進



コラボレーション部門優秀賞

金融の地産地消が地域課題解決のペダルを踏むーチャリチャリ×三菱UFJ信託銀行、国内初のシェアサイクル用自転車を買付とした個人向け金融商品を始動

チャリチャリ地域インフラ投資ファンド

チャリチャリ株式会社
三菱UFJ信託銀行株式会社
ミュージックセキュリティーズ株式会社
インパクトサークル株式会社

Remarks:
地域の交通課題解決に資するシェアサイクルサービスを起点に、新しい金融モデルを協業各社の強みを活かして構築した点が評価されました。

Charichari

MUFG
三菱UFJ信託銀行

music securities

IMPACT CIRCLE

あなたが動かす、チャリチャリとこの街の未来。

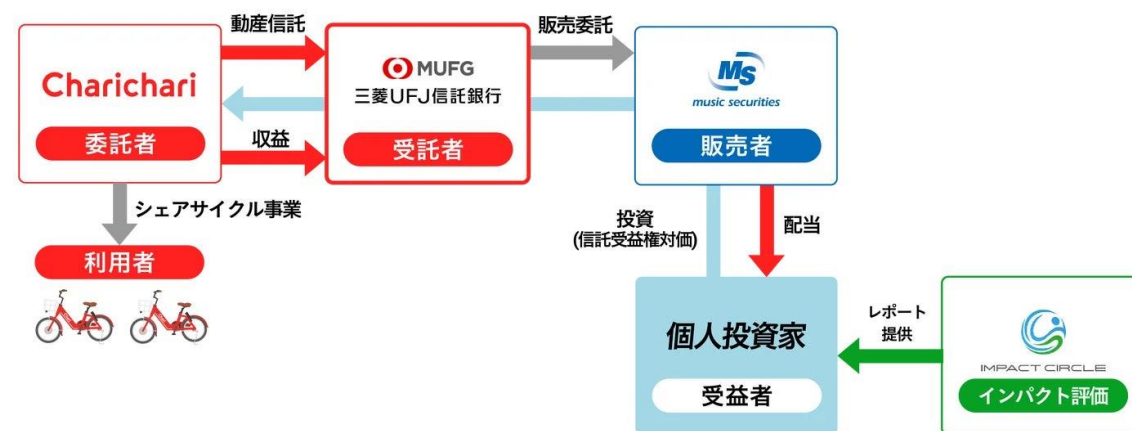
地域課題を解決する共感投資

Charichari MUFG 三菱UFJ信託銀行

地産地消金融循環モデル

セキリテ 投資家

国内初 法人・個人による地産地消の金融循環モデル



インパクト可視化による、地産地消の個人投資の促進



固定利回り 税引前年率
2.5%
運用期間 1年

一口金額 **10万円** 上限口数 **なし** 特典 **あり**

集まっている金額 40,000,000 円 / 40,000,000 円

一口 100,000 円 会計期間 1 年

参加人数 99 人 残り日数 募集終了

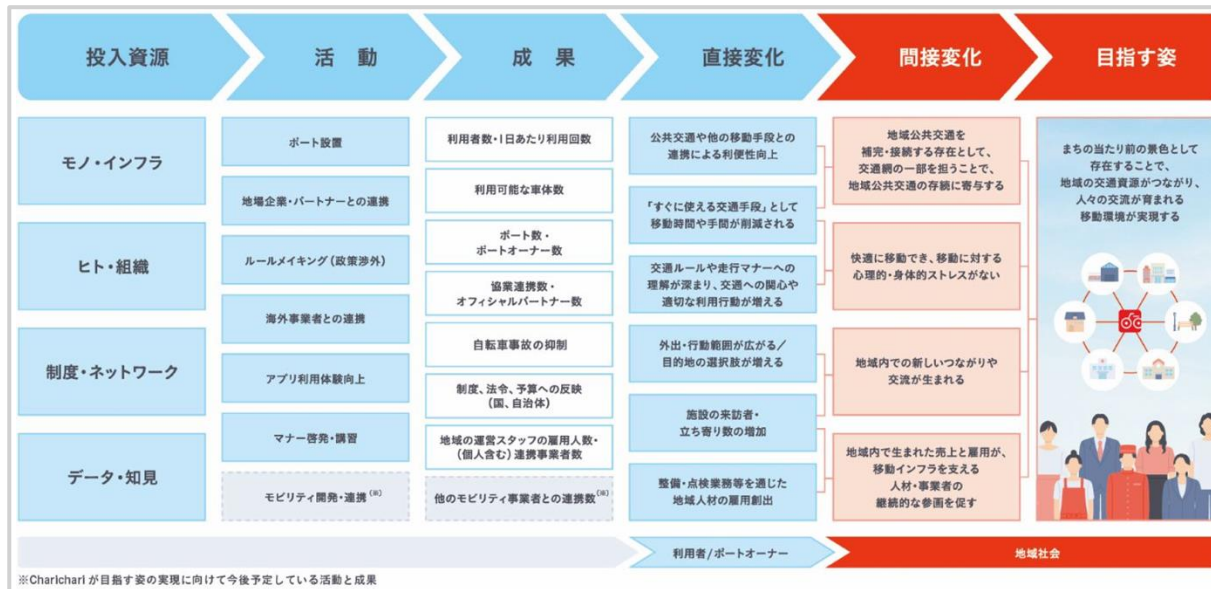
[特典の詳細をみる](#)

[分配シミュレーションをみる](#)



ロジックモデル

指標



インパクト可視化の成果は、IMMやレポートの品質にとどまらず、次の意思決定・活動が生まれたかで捉える

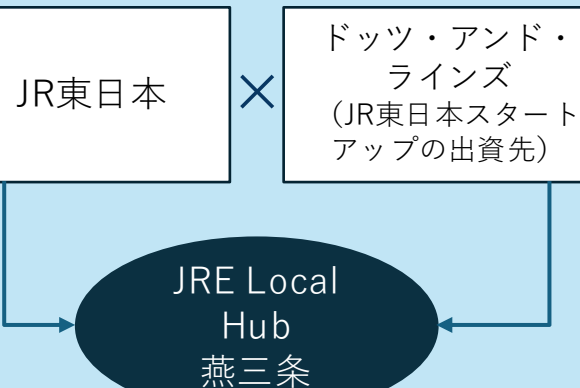
地域協創を目的とするプロジェクトのインパクト可視化

事例概要

- 対象：CVC（JR東日本スタートアップ）／地域スタートアップ（ドッツアンドライズ）
- インパクト可視化内容：地域協創事業における社会価値創出の実態を可視化

対象事業

過疎化の進む燕三条地域



- ・MOC(ものづくりコンシェルジュ)による地域会員企業間の連携
- ・他地域企業とのマッチング

可視化の実施



インパクトの可視化

- ・インパクトセオリーの策定
- ・インパクトブックの発行



可視化の活用

インパクト可視化・発信により促す効果

- ・会員企業の受注件数、金額の増加
- ・MOC（ものづくりコンシェルジュ）への加盟企業の増加
- ・マッチング件数の増加
- etc.

「JRE Local Hub 燕三条 in Tokyo Station」（8月29日～9月5日開催）での展示



目指すもの

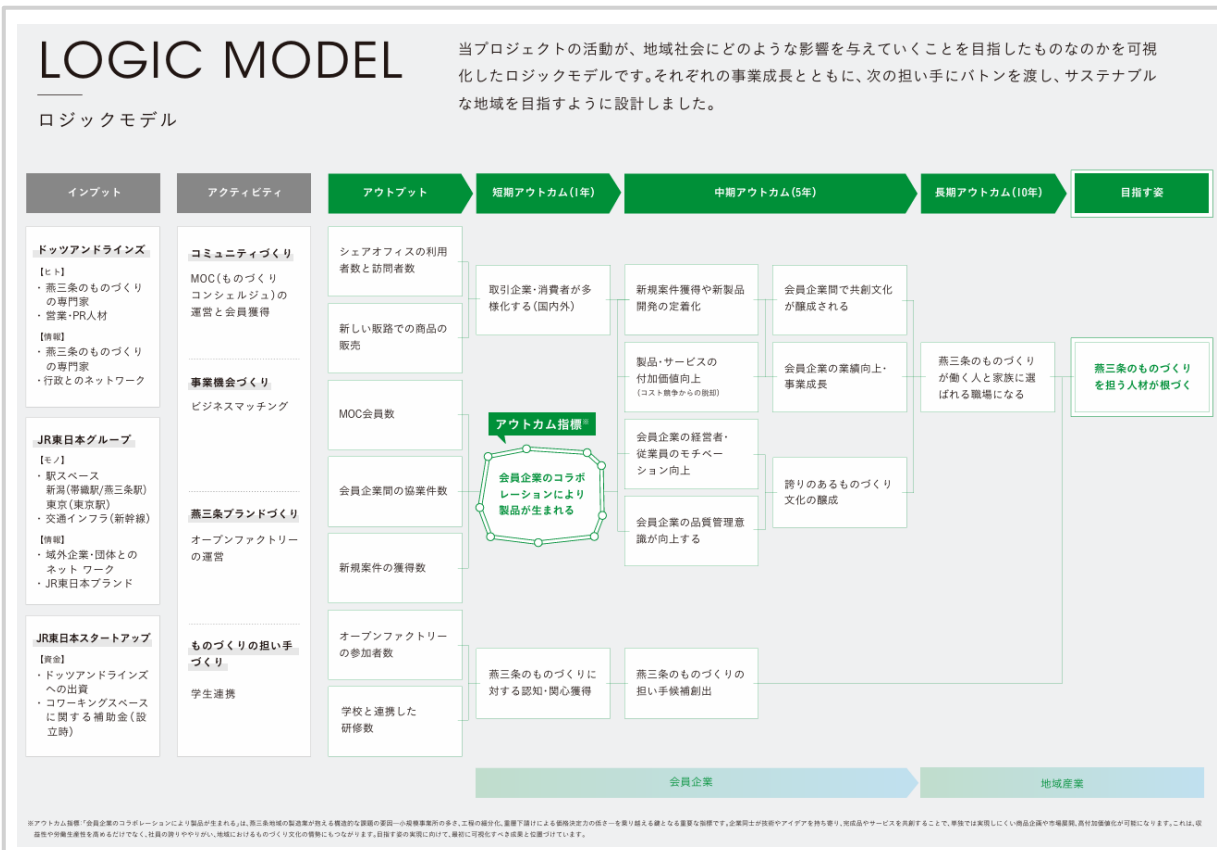
燕三条地域のさらなる活性化

- ・燕三条地域ものづくり企業の事業成長
- ・地域企業への投資増加
- ・燕三条のものづくりを担う人材の定着、事業存続
- ・JRE Local Hub 燕三条の人の往来増加 etc.

地域協創を目的とするプロジェクトのインパクト可視化

インパクトブックの内容（一部）

協業プロジェクトが目指すロジックモデル



協業プロジェクトの受益者である会員企業における定性インパクト

株式会社 S・P・I
代表取締役
更科 伸悟 さん
Shinshu Shingo

Interview

御社の紹介をお願いします。

S・P・I は 2015 年に創業しました。父が研磨の仕事をしていたので、その工場で技術を身につけた後、独立しました。ゼロからのスタートでしたが、3 年ほどで少しずつ経営が回るようになりました。精度や道具の違いはあれ、研磨するという行為自体は昔から行われていたことですが、ステンレス、チタン、アルミ、銅など対応の幅が広いことやロットの大小も問わず、さらに現場での対応も可能なことが弊社の大きな強みだと思います。研磨の「何でも屋」と言えるかもしれません。

事業の課題があれば教えてください。

父の工場を手伝っていた時から、若手を育てる立場にいたため、営業の経験がなく方法もわからないことですかね。これまではありがたいことに地域の企業からお仕事をいただけていますが、事業拡大を考えた時に必要だと考えています。また品質については、弊社は「良品 100%」を目標としていて、一つのミスが信用を失うことになります。なので目標と感覚でしっかりチェックして感覚で仕上げます。時には安価な仕事に飛びついてしまうようなこともありますが、それは場合によっては品質を下げ、工賃も上がらないという悪循環の原因になる可能性があるんで、十分に注意しています。

人材育成や担い手に関して、どのようにお考えですか？

目標として、1 年間で 1 人従業員を増やせるようにと考えており採用活動をしています。難しさで言えば、研磨は磨くものによっては身に付くまでに 30 年かかると言われていて奥深いものです。技術は教えることができますが、素材と向き合ってから個々の考え方や感性が頼りになります。要は向き不向きがあると思うんです。技術継承のためにも、根気よくかつ柔軟なものの見方ができる若手を増やしていけたらと思います。

MOC に参加して大きく変わったと感じることはどんなことですか？

簡単に言うと、色々な経験をさせてもらえるところですかね。普段は研磨に関する仕事をメインにしているわけですが、MOC から紹介いただく仕事の中には、完成イメージをいただいて、「これ作って」というものもある。その場合、図面から書いていかなければならないし、弊社でできない工程もたくさんあるので、それぞれの工場と連携してやっていく必要がでてくる。今まではいただく仕事を遂行する流れでしたが、依頼する側の仕事も担うことになります。専門の研磨の部分でも、素材がチタンの複雑な形状のものであれば技術と経験が試されます。仕事とともに売り上げも増え、ネットワークも広がって応用技術も養われ、とても助かっています。

将来の展望があれば教えてください。

一つは、事業を拡大させていきたいです。今は小さな工場ですが、広い工場を建てて、新しい分野へのチャレンジもしていきたいと考えています。それから、担い手不足解決のためにも「研磨の可能性は無限大。組み合わせ次第で何でもできる面白さがある」という研磨の魅力を広く伝えていきたいです。

15

出典：燕三条こうばの窓口「IMPACT BOOK発行について」 <https://factory-window.jp/impactreport>

地域生活圏では、生活者の暮らしを豊かに支え続ける変化を捉える

地域企業の成長・資金供給の増加は重要な手段だが、その先にある、生活者と地域の持続可能な変化を目的に置く

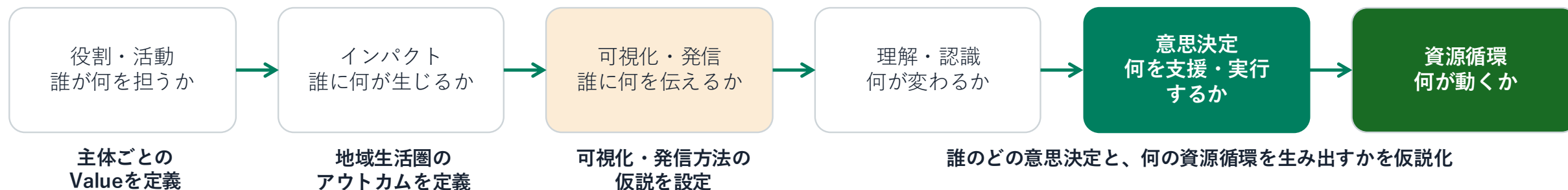


地域生活圏を支える各主体の役割と、期待する行動を整理



各主体が担う活動・支援・ファイナンス・参画等の仮説設定

各主体の役割仮説から、意思決定と資源循環までを検証する



実証で検証する3つの問い

仮説① | 各主体は、どのような活動・支援・ファイナンス・参画を担うか

仮説② | 何を、誰に、どう伝えれば、意思決定が変わるか

検証 | 実際に生じた意思決定・資源循環・アウトカムを確認する

国際原則への形式的な適合より、地域にとっての「価値ある変容」を起点とした設計と実証が重要

提案 | 主体ごとの役割仮説から、活用・検証までを一体で示す

I 目的と主体

1. 地域生活圏のインパクト

2. 各主体の役割・Value

3. 求める支援・金融・参画

II 設計と可視化

1. 誰に何を伝えるか

2. 意思決定・行動変容の仮説

3. 指標／相手ごとの発信

III 活用と検証

1. 意思決定と資源循環

2. 実証結果と実践上の論点

3. 未検証事項と継続的な改訂

地域経営主体の質向上にとどまらず、連携主体の行動と地域の資源循環を生み出すガイダンスへ

提案 | 4つのポイント

01

ガイダンスの対象：地域経営主体と連携主体（特に地域金融機関）の双方を主な対象とすること

02

インパクト設計：国際的フレームワークの選択ではなく、地域ステークホルダーのValueから設計する

03

実証：主体ごとの活動・創出されるインパクト・意思決定・資源循環までを検証する

04

フィードバック：検証結果を踏まえ、ガイダンスと実証内容をアジャイルに更新する

地域経営主体の質向上にとどまらず、地域全体の意思決定と資源循環を生み出すガイダンスへ