



社会貢献活動を評価する意義

社会貢献活動の評価に関し、その課題の中心として挙げられるのは、「KPIの設定」「情報収集のレベル」「第三者の関与」など、取り組みの実績に関する情報をどのように集め、フィードバックをしていくか、といったものである。

そもそも「評価する」とは何だろうか。意外にその定義についてはきちんと理解されていないことが多い。実は世の中には「評価学」というものがあり、その評価研究の第一人者と呼ばれる米国のマイケル・スクリヴェン氏は、評価の定義について「評価とは、体系的かつ客観的に、物事の意義、値打ち、あるいは重要性を明らかにすることである」とし、また「評価は社会の改善活動である」と述べている。

この定義を初めて聞いた時、私は、これまで自分自身が使っていた「評価」の言葉の意味を振り返ると同時に、頭の中がとてもしっくりと整理された気がしたのを覚えている。当たり前のことだが、情報の収集、計測、調査によって事実を特定することだけではなく、それにより何らかの価値判断をし、次への改善につながってこそ「評価」と呼べるのである。スクリヴェン氏の定義はその要点をしっかり押さえている。

こうした、いわゆる評価論的な思考は、特に国際開発支援や行政事業などの分野において発達してきた。莫大な公的資金を使い、世界的・国家的に課題となっている貧困問題や環境問題などの解決にむけた取り組みを行うのである。その取り組みの価値判断を行うのは必然的であり、評価そのものに、人・時間・お金といったリソースが充てられている。価値判断の範囲は、実施プロセスの適切性はもちろん、そもそも現地のニーズにあったか、事業そのものが目的を果たせるものになっていたか、さらには、目的とした社会改善は事業を通じてどの程度実現したかなど、事業の「成果」に着目し、その目的の実現に向けたプログラムのデザインを問うところにまで、論理的・数的根拠を伴って踏み込んでいる。

成果を意識した評価活動

ここ数年、日本企業の中にも、特にNGOと協働で実施する社会貢献活動の評価において、こうした「成果」に着目し

た評価のあり方にチャレンジする企業が出てきている。CSR報告書やホームページなどでも、活動実績のコミュニケーションにおいて、「成果」を意識した内容を見かけるようになった。

イースクエアでは、昨年数回にわたって、社会貢献活動の評価に関するセミナーを開催した。価値をコミュニケーションするという観点から、毎回、非常に高い関心をいただいている。企業のCSR担当者の多くが、「指標の設定・測定」に課題意識を持ってセミナーに参加される。興味深いのは、「成果」に着目して社会貢献活動を概念化していくワークが終わった頃には、その課題意識が「目的の明確化」に移っているという点である。価値判断をするための指標を設定するためには、その活動の目的が明確に定義されている必要があるが、それがはっきりしていないことに気づく方が多いようなのである。

もちろん、評価を行うために社会貢献活動があるわけではないので、目的が明文化されていない（又は漠然としている）活動が一概に悪い、というわけではない。だが、何らかの価値判断（できた/できなかった等）を行って次により良いものにしていきたいのであれば、何にどこまでコミットしようとしている活動なのか、少なくとも明らかにする必要がある。

セミナーでは毎回、参加者の方々の問題意識が「指標」から「目的」に移ると同時に、自社の社会貢献活動の位置づけ、何を大事にしているかなど、価値の判断基準に関する議論が一気に沸き起こる。「価値判断をしてこそその評価」ということを、共有した瞬間である。例えば、「事業部主導でCSV的発想を伴った社会貢献活動を開始したが、既存の純粋な社会貢献活動も大切で、その意義を改めて社内で共有するために整理しているところだ」「我が社では、社会貢献活動はファンを作るための活動として位置付ける」など、その意見は様々だ。

評価というと、測定や管理の議論になりがちだが、本当はこうした価値判断に関する議論がまず先にあるべきである。達成したい活動の目的は何か、自社も含め、活動に関わる様々なステークホルダーの目的と一致しているのか。社会貢献活動に評価論的な思考を持ち込む意義は、自社にとっての活動の立ち位置を改めて問い直すところにあるのかもしれない。