

## 電通 PR、経済とブランディングの両面から企業活動の社会的影響を分析、 数値化する指標「Social Impact Factor」を開発 生活者の興味・関心を、SDGs 各ゴールにひも付くターゲットまで詳細に 捉えることで、より投資効果の高い事業展開をサポート

株式会社電通パブリックリレーションズ（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：牧口征弘、以下、電通 PR）は、慶應義塾大学大学院経営管理研究科（委員長：余田拓郎、横浜市港北区日吉）の岡田正大教授らとの共同研究により、企業活動が社会に与えた好影響を数値化する新たな指標「Social Impact Factor（ソーシャル・インパクト・ファクター）」を開発しました。企業、自治体、団体などの取り組みや商品、サービスにおいて、社会課題解決への意識は今や欠かせないものになりつつあります。「Social Impact Factor」は、それら活動が社会に与える影響を、経済波及効果\*とブランディング効果の両側面から分析し数値化することで、より投資効果の高い事業展開をサポートします。本件の詳細については、来年3月頃までに発表予定です。

### —————Social Impact Factor の特徴—————

1. 企業の取り組みや、商品・サービスが生み出した経済波及効果\*を数値化。
2. 生活者の関心が高い社会課題を SDGs に基づいて把握。SDGs の各ゴール、ゴールにひも付くターゲット、性別、年代別などさまざまなセグメントで詳細な分析が可能。
3. 慶應義塾大学大学院経営管理研究科・岡田正大教授らと共同で開発。

※経済波及効果とは雇用の発生、離職コストの低下、医療コストの低減など企業、自治体、団体などの活動から発生することが予測される経済的価値を指します。

#### 慶應義塾大学大学院経営管理研究科・岡田正大教授コメント

「今回開発した Social Impact Factor は、企業の事業活動や各種プロジェクトがいかなる社会課題の解決に寄与し、それがどの程度社会から注目され、かつ経済的価値をどのくらいの規模で生み出しているかを複合的に指標化するものです。近年は ESG 投資の潮流の中で多くの企業がその活動を SDGs とひも付けて展開する傾向が強くなっており、それらの活動への投資がどのようなインパクトを生み出しているかを知ることは、企業自身はもとより、資本市場においても大きな関心事の一つとなっています」

#### 株式会社電通パブリックリレーションズ

電通PRは1961年の創立以来、国内外の企業・政府・自治体・団体の戦略パートナーとして、レピュテーション・マネジメントをサポートしています。総勢300人の社員が、データ分析、そしてそこから得

られたインサイトに基づくコンテンツ開発と最適な情報流通デザインを通して、クライアントと共にソーシャルイノベーションへの貢献を目指しています。2015年には、日本国内で最も優れたPR会社に贈られる「ジャパン・コンサルタンシー・オブ・ザ・イヤー」を、2018年には、「北アジアPRコンサルタンシー・オブ・ザ・イヤー」をThe Holmes Reportから授与されています。また、2019年には国際PR協会から「ゴールデン・ワールド・アワーズ・フォー・エクセレンス」でグランプリを授与されました。