



2020年12月21日

報道関係者各位

慶應義塾大学  
株式会社電通パブリックリレーションズ

**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各ゴールに紐づ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—

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）の岡田正大教授らは、株式会社電通パブリックリレーションズ（代表取締役社長執行役員：牧口征弘、本社：東京都港区）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、それらの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することが期待されます。本件の詳細については、来年3月頃までに発表予定です。

※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。

## 概要

### 1. 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、ゴールに紐づくターゲット、性別、年代別など様々なセグメントで詳細な分析が可能。

### 2. 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と紐づ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。

※ご取材の際には、事前に下記までご一報くださいますようお願い申し上げます。

※本リリースは文部科学記者会、各社社会部、経済部等に送信させていただいております。

#### 【本発表資料の配信元】

慶應義塾広報室（並木）

TEL：03-5427-1541 Email：[m-pr@adst.keio.ac.jp](mailto:m-pr@adst.keio.ac.jp) <https://www.keio.ac.jp/>

株式会社電通パブリックリレーションズ 広報担当 押野、岡内

TEL：03-6263-9000 E-mail：[info@dentsu-pr.co.jp](mailto:info@dentsu-pr.co.jp) <http://www.dentsu-pr.co.jp/>

#### 【本研究内容に関するお問い合わせ先】

慶應義塾大学大学院経営管理研究科教授 岡田正大

Email：[okada@kbs.keio.ac.jp](mailto:okada@kbs.keio.ac.jp)