

IMPACT REPORT 2024



希望を創る、社会起業家とともに
Creating hope with social entrepreneurs

Contents

Introduction

はじめに

KIBOW 社会投資ファンド 代表パートナー 山中礼二ご挨拶	3
-----------------------------------	---

Our Fund

ファンドについて

ビジョン	4
ミッション	4
セオリー・オブ・チェンジ	4
インパクト分類	5
ハイライト	6
KIBOW のこれまでの歩み	9
ファンド概要	10
チーム	11
KIBOW 社会投資ファンドのアプローチ	13

Investees

投資先について

投資先一覧	14
CAN EAT	15
カケミチプロジェクト	17
マイシエルパ	19
ライトライト	21
エルティービー	24
ミンナのカタ HD	26
GOOD COFFEE FARMS	28
IRIS	30
コークッキング	32
コングラント	34
エースチャイルド	36
森未来	38
バオバブ	40
ガクシー	42
リノベーター	44
キリロム	46
ラポールヘア・グループ	47
47PLANNING	49
ボラリス	51
愛さんさんグループ	53

Special Features

特集

特集 1： 「世の中の認識が変わる瞬間を見たい」— CAN EAT が向き合う食物アレルギー対応への挑戦	55
特集 2： 愛さんさんの 9 年 — 進化するインパクト戦略と 投資家の「出口」	57
特集 3： 社会インパクト創出における KIBOW の貢献度	60
編集後記	62
免責事項	63

はじめに

Introduction

「進化」という意思を込めて

2024 年度版のインパクトレポートをお届けします。

今回は、KIBOW 社会投資ファンドにとって最初の投資先パートナーである、愛さんさんグループの Exit に関する特集記事を組んでいます。愛さんさんグループ代表の小尾さんは、グロービス経営大学院の卒業生です。震災後ボランティアとして宮城県に移り住み、グロービスの特別科目「東北ソーシャルベンチャープログラム」の中でビジネスプランを磨き、ご夫婦で塩釜の地に居を移し、グロービス修了直後に起業されました。KIBOW がインパクト投資を始める前から「KIBOW リーダー」の一人として、被災地の支援活動を担ってくださいました。小尾さんの事業の今後の展開に向けて、心より拍手をお送りしたいと思います。また昨年度に新規投資を行った CAN EAT 社についての特集も含めています。食物アレルギーの方も、いかなる食のマイノリティの人も、みな楽しくテーブルを囲み食事を楽しむことができる社会を目指して、田ヶ原社長をサポートして参ります。

今回から、投資先パートナー各社のインパクトの伸長に対して、「KIBOW がどの程度貢献したか」を問う貢献度アンケートを取り始めました。私たちの投資時の判断基準の一つは「付加性（Additionality）」です。つまり、私たちの投資がない世界と比べて、どの程度世界が付加的に良くなるかを予測し評価しています。今回の貢献度アンケートは、その「答え合わせ」でもあります。結果は 100 点満点とはいかず、まだ努力の余地が大きいことを理解しました。今後も私たちは、

KIBOW の貢献を真に必要とする企業にフォーカスして投資を実行し、投資後はインパクト拡大に向けて力を尽くしたいと思います。

KIBOW が東日本大震災の被災地で活動を開始してから 14 年、ファンド設立から 9 年が経過しました。その間に被災地の環境も投資環境も、大きく変わりました。その中で全く変わらないものが二つあります。一つは、起業家が新たな希望を創るという信念。そしてもう一つは、私たちが進化し続けるということです。

ぜひこのインパクトレポートをご覧ください、フィードバックをいただければ幸いです。それが私たちの次の進化を支える、糧となります。



KIBOW 社会投資ファンド
代表パートナー
山中 礼二

小中 礼二

Our Fund

可能性を信じる投資

私たちは、社会課題を解決し、希望を創る起業家に対して社会的インパクト投資を実施しています。

ビジョン Vision

日本発の社会的インパクト投資のベストプラクティスを最も創出するファンド

ミッション Mission

社会課題を解決し希望を生み出す起業家とともに、事業を創造し社会を変革する。
以下の3つの流れを創ることで社会の「創造と変革」を加速する。

カネの流れ

社会的インパクト投資を通じて資金の新しい流れを創る

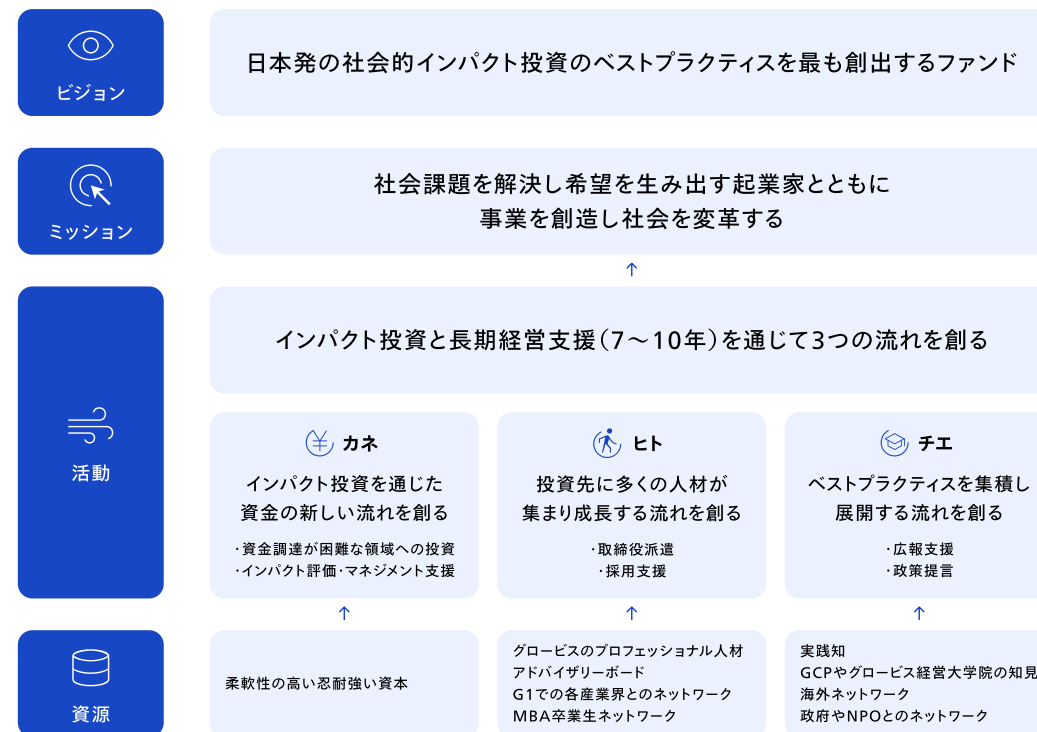
ヒトの流れ

投資先に多くの人材が集まり成長する流れを創る

チエの流れ

社会を変えるベストプラクティスを集積し展開する流れを創る

セオリー・オブ・チェンジ Theory of Change



私たちは、日本発の社会的インパクト投資のベストプラクティスを最も創出するファンドを目指して、社会課題を解決し希望を生み出す起業家に対して社会的インパクト投資と長期経営支援を行うことで、新しいカネ、ヒト、チエの流れを創っています。

Impact Classification

ポートフォリオ全体のインパクトは、企業が人々や地球に与えているインパクト

(A: 危害の回避、B: すべてのステークホルダーへの便益、C: 課題解決に貢献する) と投資家による貢献に関する戦略によって分類されます。

KIBOW 社会投資ファンドはリード投資家として積極的に経営に関与し、柔軟な資本を提供し、新しいもしくは供給不足の資本市場を発展させることを目指します。

		Avoid harm 危害の回避	Benefit stakeholders すべてのステークホルダーの便益	Contribute to solutions 課題解決に貢献
投資家の貢献	1	測定可能なインパクトを重視しているというシグナルを市場に向けて示す	(例) エシカルボンドファンド	(例) ポジティブスクリーニング手法 / ベストインクラス型 ESG ファンド
	2	測定可能なインパクトを重視しているというシグナルを市場に向けて示す + 積極的に関与する	(例) アクティビストファンド	(例) 深いエンゲージメント通じてパフォーマンスを向上させるポジティブスクリーニング手法ベストインクラス型 ESG ファンド
	3	測定可能なインパクトを重視しているというシグナルを市場に向けて示す + 新しいもしくは供給不足の資本市場を発展させる	(例) フロンティア市場でネガティブスクリーニングにてリード投資を行う不動産ファンド	(例) フロンティア市場ポジティブスクリーニングインフラファンド
	4	測定可能なインパクトを重視しているというシグナルを市場に向けて示す + 積極的に関与する + 新しいもしくは供給不足の資本市場を発展させる	—	(例) フロンティア市場でリード投資を行うポジティブスクリーニング未上場エクイティ・インフラファンド
	5	測定可能なインパクトを重視しているというシグナルを市場に向けて示す + 新しいもしくは供給不足の資本市場を発展させる + 柔軟な資本を提供する	—	—
	6	測定可能なインパクトを重視しているというシグナルを市場に向けて示す + 積極的に関与する + 新しいもしくは供給不足の資本市場を発展させる + 柔軟な資本を提供する	—	—

KIBOW 社会投資ファンド

参考：impact frontiers

Highlight

Capital カネ

累計投資件数（追加投資を含む）

27 件

累計投資金額（追加投資を含む）

9.87 億円

呼び水効果（*1）

17.50 億円

EXIT 件数

3 件

People ヒト

起業家ダイバーシティ比率（*2）

30.0%

投資先人員増加数（*3）

660 人

（*1） KIBOW がリード投資した案件に対する協調投資及び他社追加投資の累計金額。なお、2023 年度のレポートでは、協調投資、他社追加投資、融資及び助成金の概算額としていました。

（*2） KIBOW 投資先の起業家のうち、女性、LGBT、外国人、障がい者などマイノリティの比率

（*3） KIBOW 投資後に投資先において増加した経営陣（KIBOW 派遣社外取締役を含む。）及び従業員の数

Highlight



Knowledge チェ

イベント開催、メディア掲載

GLOBIS 知見録において、投資先企業の記事や動画を掲載しました。



愛さんさんグループ

KIBOW 社会投資とは何か / 第一号投資先「愛さんさん宅食」の活動

愛さんさんグループ 小尾勝吉氏「人に能力の差はない、『思いの差』があるだけだ」

シーズオブウィッシュ

失われたコミュニティを「街の映画館」で再生する ――シーズオブウィッシュ青山大蔵さんに聞く

47PLANNING

鈴木賢治氏 × 竹井智宏氏 × 芳賀正彦氏 「被災地に立ち上がる民間の力～with Project KIBOW～」

これからの時代に求められるファンベースマーケティングとは？～藤本光正 × 河合辰信 × 鈴木賢治 × 鹿毛康司

vKirirom

カンボジアに学びとイノベーションの生態系をつくる ――日本人起業家の新たな挑戦

Rennovater

すべての人に心安らぐ住まいを――真にインクルーシブなマインドを持つ起業家こそが社会課題解決のリーダーになる

ガクシー

奨学金プラットフォーム「ガクシー」とは 起業への想い 前編

奨学金プラットフォーム「ガクシー」とは 若者支援で日本の未来を変える 後編

エースチャイルド

ネットいじめに対処できる力を子どもと保護者に～エースチャイルド社インタビュー

大人も子どもも「相談」できる社会に～エースチャイルド社インタビュー

バオバブ

AI アノテーション事業で、制約のない働き方を実現するーバオバブ社 相良美織氏インタビュー<前編>

知識ゼロで飛び込んだ AI 業界での起業ーバオバブ社 相良美織氏インタビュー<後編>

現場へ真摯に向き合い、自社の社会的価値を数値で問うーバオバブ 相良美織氏に聞くインパクト測定・マネジメント

定性価値を定量化することで存在理由を示し、社会を変えるーバオバブ 相良美織氏に聞くインパクト測定・マネジメント

IRIS

一緒に考えよう。「LGBTs の住宅課題」と不動産業界の未来

～東京都パートナーシップ宣誓によって、不動産業界はどう変わっていくべきか～

ライトライト

ロジックモデルの作成が、アウトカムに向き合う決断に繋がった――ライトライト 齋藤隆太氏 × KIBOW 社会投資対談

地域と同じ目線で課題意識を共有し、「事業のリノベーション」を進めていく――ライトライト 齋藤隆太氏 × KIBOW 社会投資対談

CAN EAT

「世の中の認識が変わる瞬間を見たい」ー CAN EAT が向き合う食物アレルギー対応への挑戦

Highlight



Knowledge チェ

エコシステム構築への貢献

GSG 国内諮問委員会への参画



The Global Steering Group for Impact Investment (GSG) は、人々や地球によりよい影響を与える社会的インパクト投資を推進するグローバルなネットワーク組織です。KIBOW は組織として賛同機関となるとともに、山中がインパクト IPO のワーキンググループの委員を務めています。

インパクト志向金融宣言への署名



「インパクト志向金融宣言」とは、金融機関の存在目的は包括的にインパクトを捉え環境・社会課題解決に導くことである、という想いを持つ複数の金融機関が協同し、インパクト志向の投融资の実践を進めて行くイニシアティブです。KIBOW は組織としてインパクト志向金融宣言へ署名するとともに、VC 分科会に参加しています。

内閣官房「インパクト投資とグローバルヘルス」に係る研究会への参画

内閣官房 健康・医療戦略室は、日本開催の 2023 年 G7 に向け、民間のグローバルヘルス分野への投資拡大を促す取組として紹介できるような成果を出すことを目標に、有識者等の関係者が集まり、意見交換を行う「インパクト投資とグローバルヘルス」に係る研究会を開催しました。五十嵐が委員を務め、研究会として「インパクト投資とグローバルヘルス」に係る研究会最終報告書を公表しました。報告書での提言を受けて、G7 広島サミットの首脳コミュニケにおいて、「グローバルヘルスのためのインパクト投資イニシアチブ (Impact Investment Initiative for Global Health: Triple I for Global Health)」が発表されました。KIBOW は当イニシアチブに参加しています。

インパクトスタートアップ協会への参画



インパクトスタートアップ協会は「社会課題の解決」を成長のエンジンと捉え、持続可能な社会の実現を目指すインパクトスタートアップの成長と拡大のため、インパクトエコノミーの発信、学びあいの場の構築、投資環境の整備、政府・行政との協創などを目指しています。五十嵐がインパクトスタートアップ協会の監事を務めています。

経済同友会「共助資本主義の実現委員会」への参画

経済同友会「共助資本主義の実現委員会」は、同団体が提唱する「共助資本主義」の推進を目的としています。当委員会において、五十嵐が、インパクト評価分科会の分科会委員としてインパクト会計プロジェクトをインパクトスタートアップ協会、新公益連盟及び GSG Impact JAPAN と共同で推進しています。

社会的インパクト・



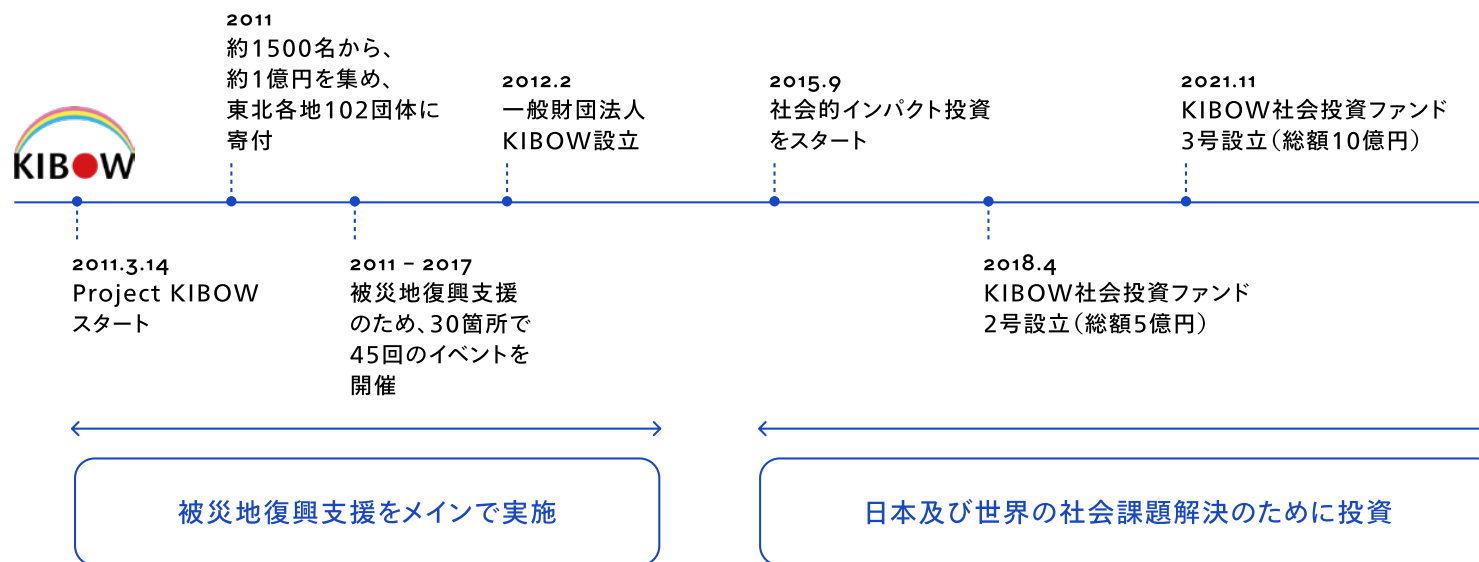
マネジメント・イニシアチブへの賛同

社会的インパクト・マネジメント・イニシアチブは、日本において事業者、資金提供者・仲介者、行政、中間支援組織・シンクタンク、評価者・研究者など多様なメンバーが連携して、日本全体として「社会的インパクト・マネジメント」を普及させるためのマルチセクター・イニシアチブです。KIBOW は組織として社会的インパクト・マネジメント・イニシアチブの賛同メンバーとなっています。また、五十嵐が Global Resource Center のリサーチフェローを務めています。

金融庁「インパクトコンソーシアム」データ・指標分科会への参画

金融庁「インパクトコンソーシアム」データ・指標分科会は、中長期的な課題解決・事業性実現等に有効なインパクト指標の設定のあり方、投資実施時のデータの収集・推計方法、社会課題を示すマクロデータのあり方など、データ・指標の項目と着眼点、収集方法等について検討することを目的としています。五十嵐がディスカッションメンバーとして参画しています。

震災復興支援から始まった「KIBOW」



2011年に東日本大震災が起きました。その3日後には100人が集まり未曾有の大災害に対して自分たちに何ができるかが真剣に議論されました。その場で被災地のために「動こう」と生まれた震災復興支援プロジェクトが「KIBOW」です。

「KIBOW」とは、希望と虹（rainbow）を掛け合わせたネーミングですが、そこには「人と人、日本と世界を

希望でつなぐ」という意味も込めました。当時の活動内容は、支援金や寄付金の募集、海外向けの発信、被災地への物資運搬とイベント開催でした。

その後2015年からは、社会的インパクト投資の父と言われるロナルド・コーエン卿からの助言を受け、スタートアップ向けに社会的インパクト投資を行う「KIBOW社会投資ファンド」を立ち上げました。日本における

先駆けとして、資金の流れ（カネ）、投資先に多くの人が集まり成長する流れ（ヒト）、社会を超えるベストプラクティスを集積し展開する流れ（チエ）という3つの流れを創り、社会の創造と変革を加速させることを、ファンドのミッションとして掲げて取り組んでいます。

Fund Overview

Purpose

目的

社会課題の解決に寄与する起業家に対して投資し、成長を支援し、社会の変革を加速する

国内の民間資金が上記の目的のために使われる、新たな資金還流の仕組みを作る

Focus

投資分野

医療・介護・高齢者

育児・子育て支援

貧困問題

ソーシャルインクルージョン（社会的包摂）

地方創生（被災地を含む）

環境保護

海外支援・協力

Target

投資対象

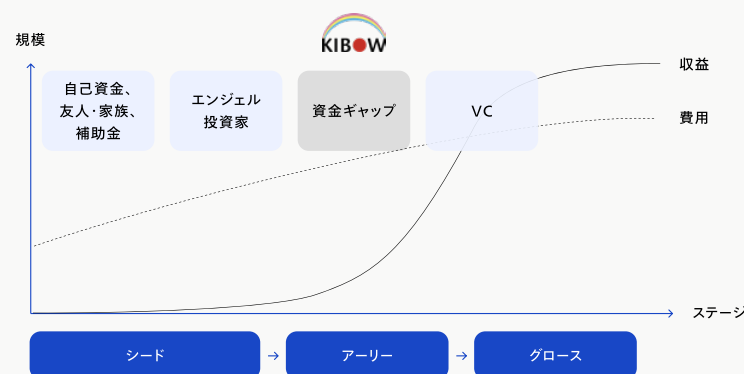
以下の条件を満たす株式会社

- ・ 深刻な社会課題の解決に寄与する
- ・ 投資に対して財務的なリターンを返す能力を有している
- ・ 高いポテンシャルを持った経営チームが事業に注力している

Stage

投資ステージ

アーリーステージ



Conditions

投資条件

優先株

1件あたり1,000万円～1億円

持分比率：通常 5-20%

支援期間：通常 7-10 年

Team

Investment Professionals



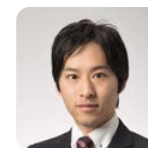
Reiji Yamanaka 山中 礼二

キャノン株式会社、グロービス・キャピタル・パートナーズ、ヘルスケア分野のベンチャー2社を経て、グロービスへ。教員として東北ソーシャルベンチャープログラムを担当し、東北に多くの起業家を輩出。2015年にKIBOW社会投資ファンドを設立。NPO法人STORIA理事。



Takanori Matsui 松井 孝憲

株式会社シグマックス、NPO法人二枚目の名刺 常務理事を経て現職。大企業と社会起業家の協働プロジェクトや政策検討委員に参画。現在、グロービス経営大学院でソーシャル・ベンチャー科目を担当する他、KIBOW社会投資ファンドのマネジメントに従事。研究者として、クロスセクターの事業創造に関する実証研究も行う。



Takeshi Igarashi 五十嵐 剛志

PwC、内閣府、英国Big Society Capitalを経て現職。インパクト投資やインパクト評価に関する調査、研修、政策企画に従事。インパクトスタートアップ協会監事。インパクトスタートアップ協会監事。Accountability for Change創設者。元Teach For Japan最高財務責任者。公認会計士。



Suzuka Kobayakawa 小早川 鈴加

リクルート社での勤務、国連ネパールでの起業支援活動を経て、アキュメン・グローバルフェローに選出。米国で社会起業アプローチのトレーニングを受けた後ナイジェリアのベンチャー企業に派遣され、その事業開発・規模化をリードした。



Ryuta Shibusawa 澁澤 龍太

国際NGOに勤務し、アフリカやアジアで開発支援や緊急人道支援プロジェクトを担当した。その後、グロービス入社し、次世代リーダーの育成や組織開発に従事。NPO法人ARUNにて、新興国の社会起業家の支援にも携わっている。



Natsuki Tamura 田村 菜津紀

ニコン経営戦略本部のCVCチームに所属し、主に新事業企画/オープンイノベーションの体制構築に従事。その後、株式会社リクルートの人事企画部・HRテックプロダクトの開発チームを経てグロービスへ。G-STARTUP事務局長を兼任。



Toshiaki Touju 東樹 敏明

通信会社、スタートアップ企業を経てグロービスに入社。グロービスでは、主に法人部門にて次世代リーダー育成や組織開発に従事。また、講師としてコンテンツ開発や書籍の執筆を行う。NPO法人 WELgee監事。

Advisory Board

多様な知見を有する方々にアドバイザリーボード・メンバーになっていただいています。半期ごとにアドバイザリーボード・ミーティングを開催し、投資先企業に関する助言をいただいています。



Hiroki Komazaki 駒崎 弘樹

つながりAI 株式会社
代表取締役社長 CEO



Daigo Sato 佐藤 大吾

NPO 法人ドットジェイビー 理事長
武蔵野大学アントレプレナーシップ学部 教授



Kohei Terada 寺田 航平

寺田倉庫株式会社
代表取締役社長



Haruo Miyagi 宮城 治男

NPO 法人 ETIC.
創業者



Kumi Fujisawa 藤沢 久美

株式会社国際社会経済研究所
理事長



Retsu Fujisawa 藤沢 烈

一般社団法人 RCF
代表理事



Allen Miner アレン・マイナー

サンブリッジ 代表取締役会長
兼グループ CEO



Yoshito Hori 堀 義人

グロービス経営大学院 学長
グロービス・キャピタル・パートナーズ
代表パートナー

Value-Add Professionals

グロービス経営大学院の教員を投資先企業の社外取締役として派遣し、ハンズオン支援を行っています。



Tomoko Kimijima 君島 朋子

ラポールヘア・グループ担当
担当科目：クリティカル・シンキング／リーダーシップ／パワーと影響力／人材マネジメント



Soichiro Serizawa 芹沢 宗一郎

47PLANNING 担当
担当科目：経営道場／組織行動とリーダーシップ／パワーと影響力／人材マネジメント／ファシリテーション&ネゴシエーション



Masaki Mizoguchi 溝口 聖規

ボラリス担当
担当科目：アカウンティング基礎／アカウンティングⅠ／アカウンティングⅡ／ファイナンス基礎／ファイナンスⅠ



Megumi Kose 許勢 仁美

ガクシー担当
担当科目：クリティカル・シンキング／デザイン思考と体験価値



Mami Kajii 梶井 麻未

エースチャイルド担当
担当科目：テクノバート・シンキング



Koji Torigata 鳥湯 幸志

森未来担当
担当科目：ベンチャー・マネジメント／ベンチャー戦略プランニング



Tsukasa Osaki 大崎 司

マイシエルバ担当
担当科目：マーケティング・経営戦略基礎



Yosuke Inoue 井上 陽介

コングラント担当
担当科目：研究・起業プロジェクト／テクノバート・プロダクトマネジメント／ベンチャー戦略プランニング



Chieko Inoue 井上 智映子

コークッキング担当
担当科目：アカウンティングⅠ／アカウンティング基礎



Mamiko Matsumura 松村 真美子

IRIS 担当
担当科目：マーケティング



Akio Mori 森 暁郎

カケミチプロジェクト担当
担当科目：アカウンティングⅠ／ファイナンス基礎／アカウンティング基礎／ファイナンスⅠ／研究・起業プロジェクト



Noriyuki Hanazaki 花崎 徳之

エルティービー担当
担当科目：カスタマージャーニーとブランディング



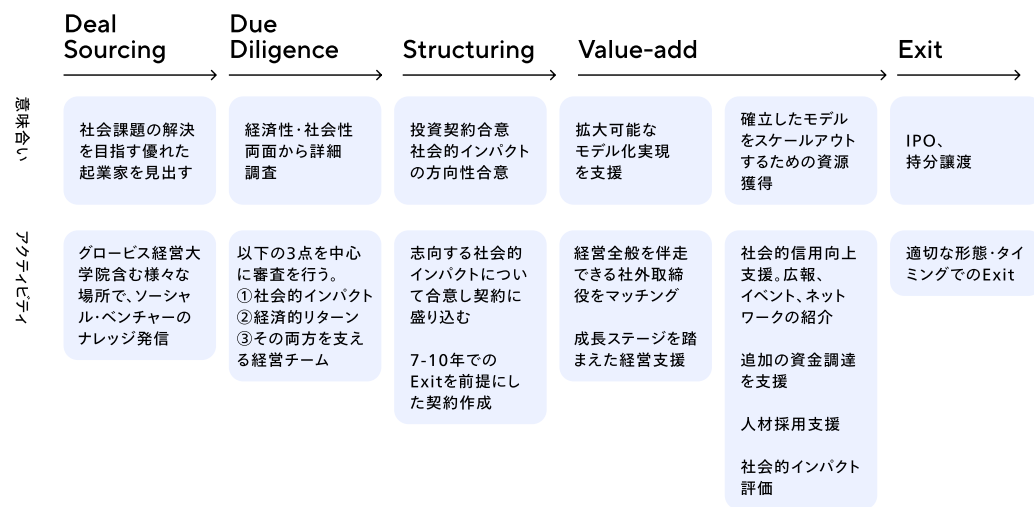
Tsuyoshi Nakamura 中村 剛

CAN EAT 担当
担当科目：経営戦略／マーケティング

Investment Process

投資プロセス

私たちは以下のようなプロセスでハンズオン型の社会的インパクト投資をスタートアップに対して行っています。

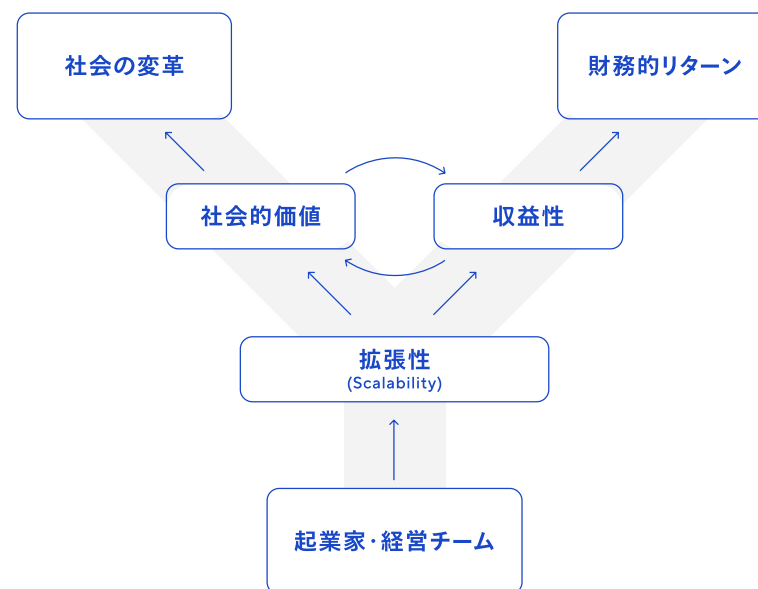


ヒト: KIBOW,G1, グロービス経営大学院で構築した広範なネットワーク
チエ: ①ハンズオン型ベンチャー・キャピタル運営を通じて蓄積した経験値、経営大学院で行うベンチャー経営の体系化
 ②海外のBridges(英)、Acumen(米)とのネットワークを活かした海外の手法活用

Investment Decision Criteria

投資の判断基準

私たちは「社会の変革」（社会の構造的な変化）と「財務的リターン」の両方を目指して投資をしています。そのため、社会的価値と財務価値を両立できるビジネスモデルを構築できるかを検討します。その前提として、事業の拡張性とそれを支える経営陣の能力に着目しています。



Investees

社名	社会課題分野
CAN EAT	食環境
カケミチプロジェクト	子どもと家族のメンタルヘルス
マイシエルパ	メンタルヘルス
ライトライト	地方創生・事業承継
エルティービー	外国人労働
ミンナのみカタ HD	障がい者雇用
GOOD COFFEE FARMS	途上国小規模農家の貧困・環境
IRIS	LGBT
コークッキング	フードロス
コングラント	NPO 中間支援

社名	社会課題分野
エースチャイルド	いじめ・不登校・虐待・孤独孤立
森未来	森林の持続可能性
バオバブ	社会的包摂
ガクシー	教育格差
リノベーター	貧困・住宅
キリロム	教育格差
ラポールヘア・グループ	ジェンダー
47PLANNING	地方創生
ポラリス	介護
愛さんさんグループ	障がい者雇用

投資実行日を基準に新しい順に掲載

投資先

CAN EAT

キャンイート

ビジョン Vision

すべての人の食事を
おいしく・楽しく・健康的にする

社会課題 Social Issues

食品アレルギー有病率が増加し、アレルギー事故を恐れるあまり、食品アレルギーに対して積極的に対応する飲食店の数は限られている。
そのため、食品アレルギーを持つ人が家族や友人などと自由に外食を楽しむことができず、幸福度が下がる傾向にある。

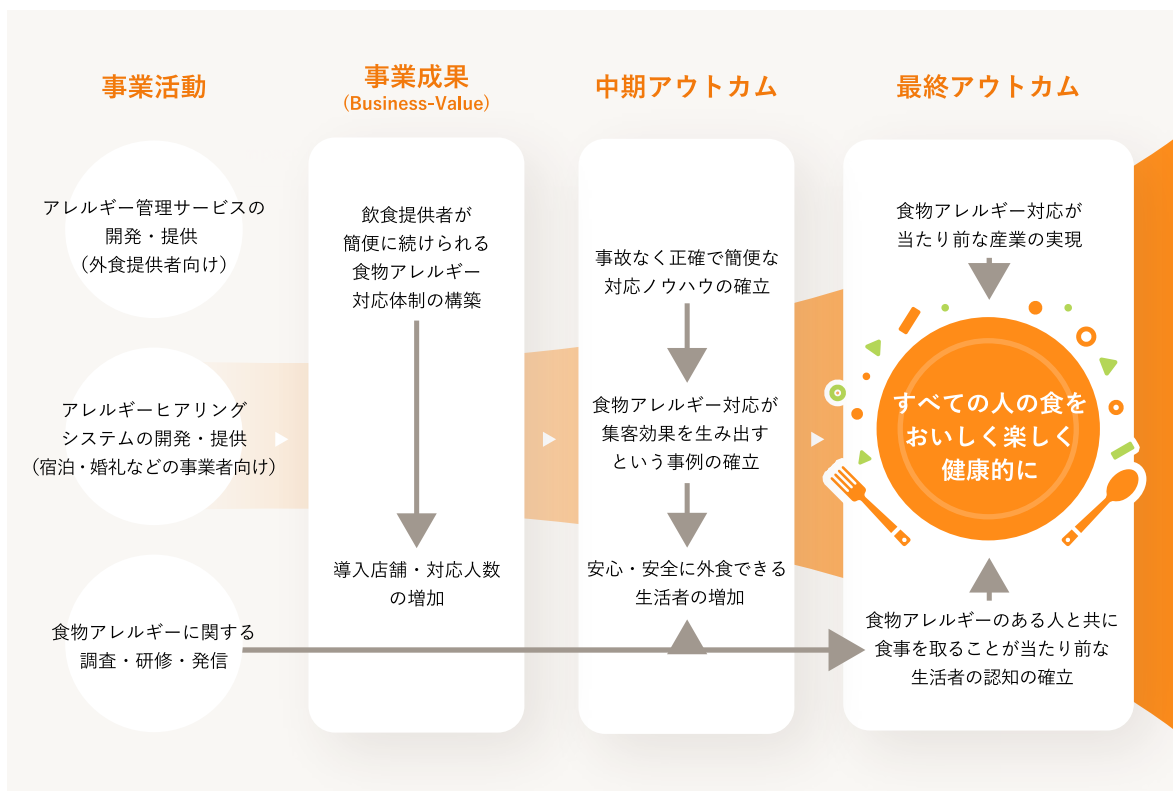
事業概要 Business Summary

飲食店などが使用食材に含まれるアレルギーを把握・管理するための「アレルギー管理システム」や
婚礼式場などがイベント参加者のアレルギー情報を Web 上で回収する
「アレルギーヒアリングシステム」を開発・提供する。

CAN EAT

キャンイート

インパクトモデル Impact Model



インパクト KPI Impact KPI

2024

アレルギー管理導入企業数

35

アレルギーヒアリング対応件数

3,409

インパクトストーリー Impact Story

あるホテルが、宴会でのアレルギー事故を発端にアレルギーヒアリングシステムの導入について調理部門を巻き込んで検討。本システムを導入すると現行プロセスからの一部変更があることがわかった調理部門は当初導入に難色を示す場面もあったが、利用者にとって何が最適なのかを尊重し導入を決定した。

導入後は、利用者から「参加者にはアレルギーの方もいたが安心して会を進めることができた」というコメントもみられ手ごたえを感じている。

投資先

カケミチプロジェクト

Kakemichi Project

ビジョン Vision

メンタルケアを必要とする子ども 10万人に最適な支援を提供する

社会課題 Social Issues

不登校や発達障がいなどメンタルケアを必要とする子どもが増加する一方、
対応する児童精神科医の数は圧倒的に不足しており、子どもたちに必要な支援が届いていない。

事業概要 Business Summary

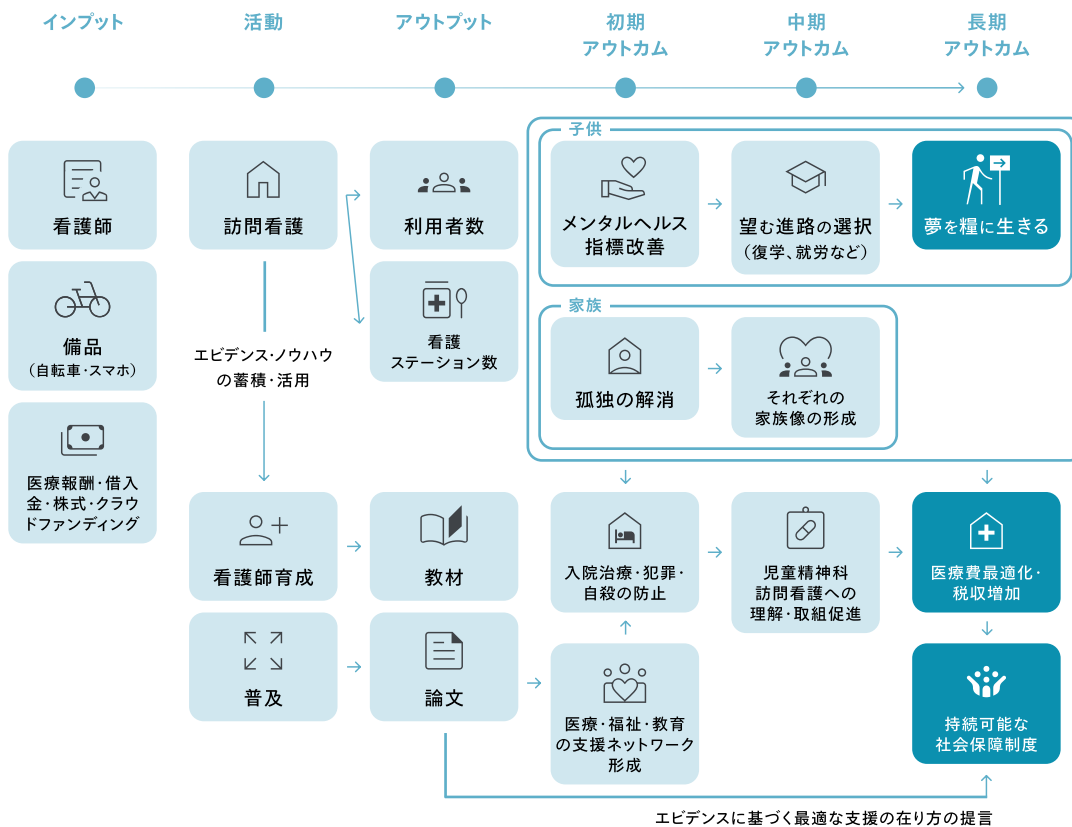
児童精神科に特化した訪問看護ステーション「ナンナル」を運営している。

カケミチプロジェクト

Kakemichi Project

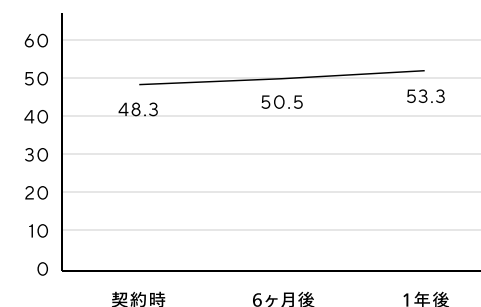
インパクトモデル Impact Model

事業目標：メンタルケアを必要とする子ども**10万人**に最適な支援を提供する



インパクト KPI Impact KPI

GAF スコア



* 精神科訪問看護の Global Assessment of Functioning (GAF)

尺度：利用者のメンタルヘルス指標。

0～100点で評価され、概ね40点以下で入院が必要、41～70点が外来の対象、71点以上が健康。

インパクトストーリー Impact Story

注意欠如多動症（ADHD）を抱えるAちゃんは、学校生活では問題を起こさないよう自分を抑えている分、家庭内では母親とのトラブルが絶えなくなっていた。主治医の勧めでカケミチプロジェクトの訪問看護を導入し、Aちゃんとの交流や家族関係の改善に取り組んだ。ゲームを通じてAちゃんの強みを発見し、母子間の認識のずれを整理した結果、徐々に家庭内の風通しが良くなり、地域の支援体制も整備されている。

マイシェルパ

MySherpa

ビジョン Vision

誰もがメンタルヘルスケア・サポートへ アクセスできる社会へ

社会課題 Social Issues

日本のメンタルヘルス不調者は増加しており、
現在約 1,350 万人が潜在的な不調者と推計されており、自殺者は年間 2 万人と先進国トップレベル。
一方、通院も入院もできていない人が約 950 万おり、精神的苦痛を抱えている。

事業概要 Business Summary

法人、自治体等向けに、オンラインカウンセリングサービスを提供。
精神科専門医監督で、公認心理師、臨床心理士といったプロフェッショナルが
専門知識・科学的アプローチに基づきカウンセリングを実施している。

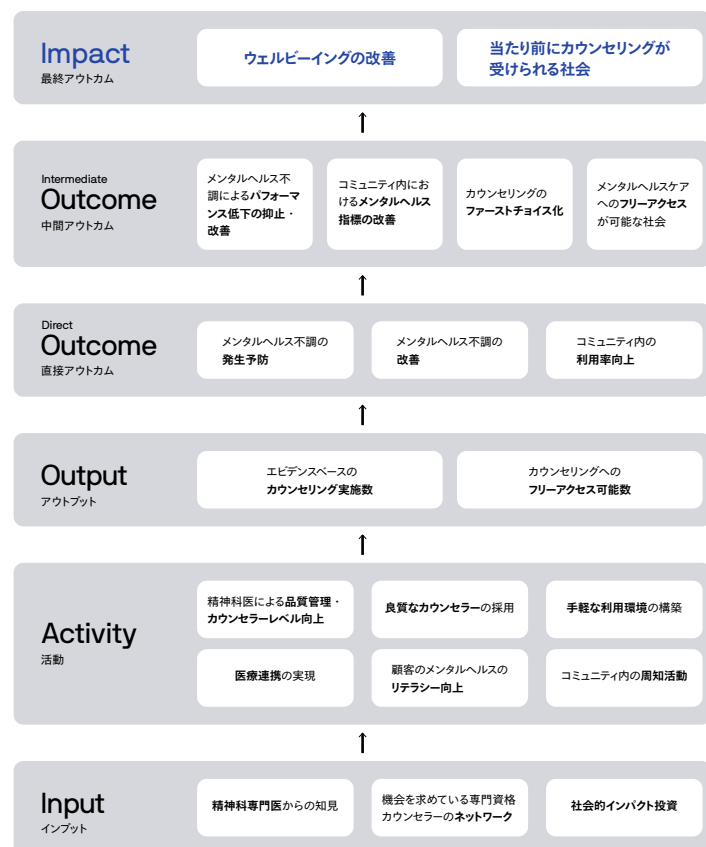




マイシェルパ

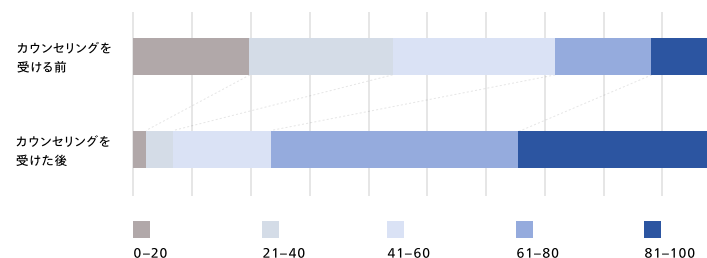
MySherpa

インパクトモデル Impact Model



インパクト KPI Impact KPI

マイシェルパ利用者の心の状態の変化（オンラインカウンセリング前後比較）



※2023年10～2024年11月のアンケート回答結果（n=1,134）
質問:「カウンセリングを受ける前 / 受けた後の「心の状態」を表してください」(1-100 スケール)

インパクトストーリー Impact Story

アウンコンサルティング株式会社では、テレワーク導入後にメンタルヘルス不調が顕在化するのではないという懸念を持ち、マイシェルパを導入した。導入前は、残業時間の多い社員に対して労務担当者による面談を実施していたが、導入後はマイシェルパのカウンセリングを利用してもらう仕組みに切り替えた。上席執行役員 CSO（最高戦略責任者）の高橋様は、「社員のメンタルヘルス不調が減っているという実感はあります。（中略）また、労務担当者・人事担当者のストレスが大幅に軽減され、その点も非常に満足しています。」と語っている。

投資先

ライトライト

Light Right

ビジョン Vision

地域に、 光をあてる。

社会課題 Social Issues

高齢化が進み地域の中小企業の休廃業が増加し後継者が不足しており、
地域の人々の居場所や生活の維持が難しくなっている。

事業概要 Business Summary

事業承継したい事業者（売り手）の事業・人にまつわる想い・ストーリーを発信することで
想いに共感した適切な買い手とのマッチングを実現する、オープンネーム型の事業承継プラットフォーム「relay」を運営している。



ライトライト

Light Right

インパクトモデル Impact Model



インパクト KPI Impact KPI



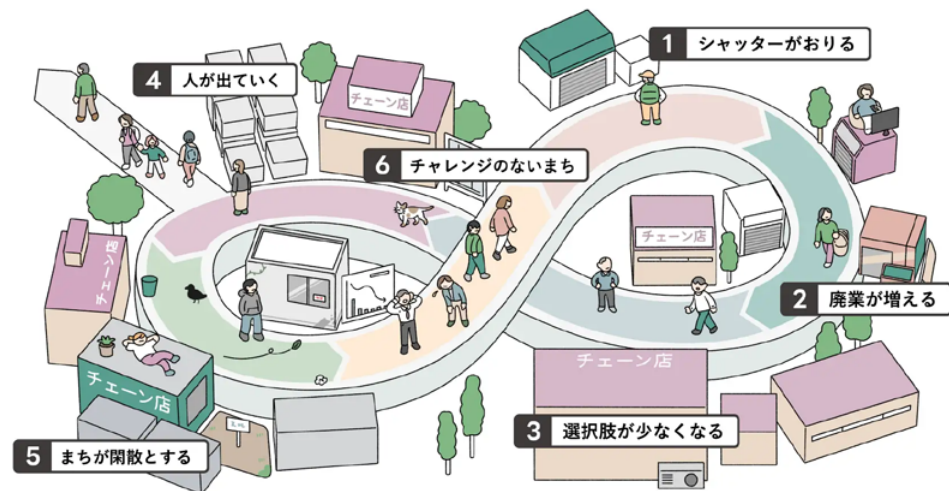
インパクトストーリー Impact Story

宮崎県宮崎市のソウルフード「じゃりパン」の生みの親「ミカエル堂」。店主の高齢化や機材の老朽化などを理由に惜しまれつつ廃業をしましたがrelayで後継者探しを行い、多くの応募のなかから宮崎市出身東京在住の女性が承継することが決まりました。2024年11月に復活を遂げ、新店舗オープン時には復活を待ちわびていた市民150人以上が行列をつくりました。宮崎県内の全メディアで放送されるなど、地域を動かす大きなうねりとなりました。

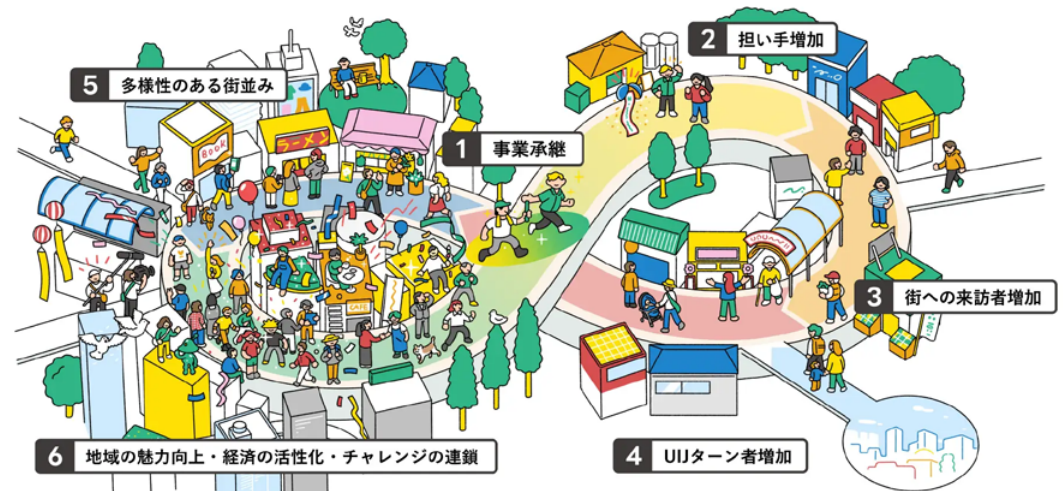
ライトライト

Light Right

Theory of Change



relay インフィニティモデル「事業承継のない街」



relay インフィニティモデル「事業承継のある街」

© 2024 LightRight Inc. All rights reserved.

エルティイービー

LTB

ビジョン Vision

「外国人雇用に関心安全を」 「外国人には安全な活躍の場を」

社会課題 Social Issues

在日外国人は今後10年で200万人増見込。現状、就労において無自覚なミスによる不法就労・滞在が多発し、強制帰国や入管収容が発生している。加えて、言語・文化の違いから、職場でのパワハラ・いじめが発生しやすい。

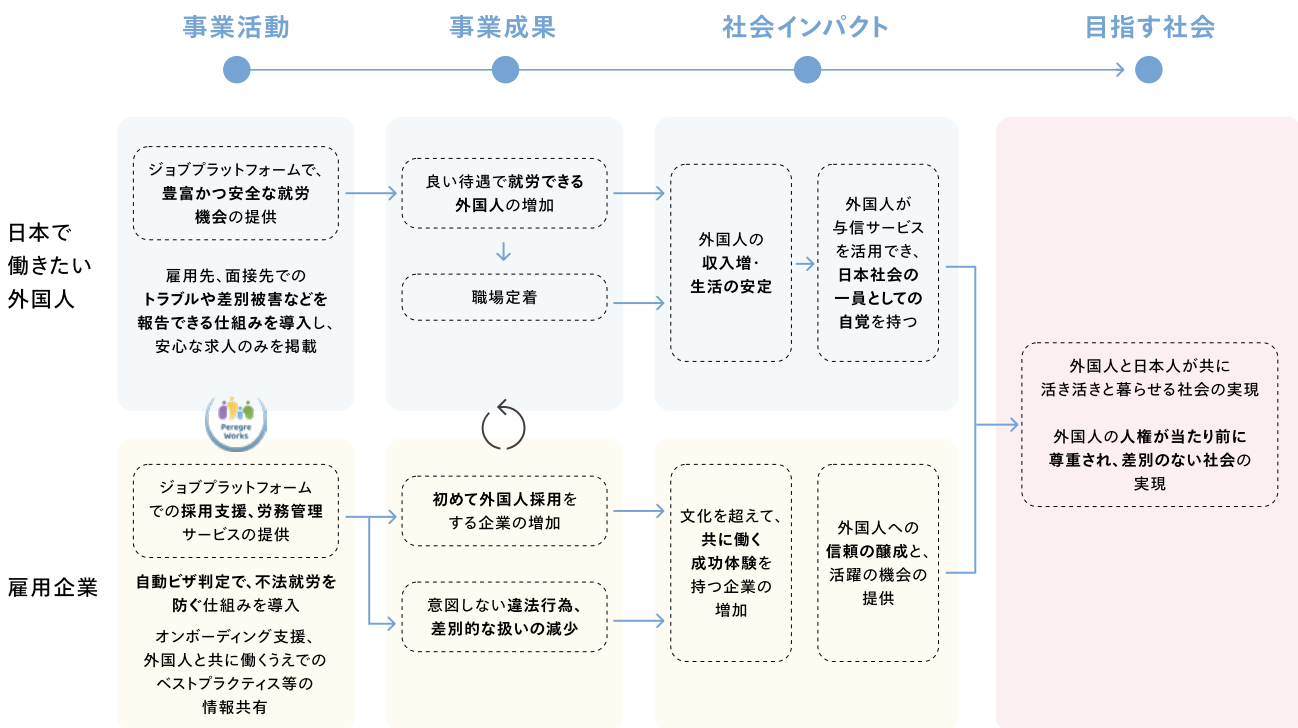
事業概要 Business Summary

外国人と雇用主のジョブマッチングプラットフォームを運営。在留資格・職種の自動マッチングが、および雇用管理システムにより、雇用主・外国人双方にとって最大のリスクである不法就労をなくすることができる。

エルティービー

LTB

インパクトモデル Impact Model



インパクト KPI Impact KPI

2024.1.1 - 2024.6.30

人材紹介できた求職者の人数	16名
人材紹介した求人企業の数	10社
就労者の平均定着月数	2ヶ月

※2024年より事業をピボットしたため推移無し

インパクトストーリー Impact Story

食品専門の卸問屋・商社ムソー株式会社の東京都営業所では、2021年にLTBの人材紹介を通じて外国人の採用を開始して以来、2024年までに6名の外国人の方々を採用。現在でも、4名の外国人（ドライバー3名・事務1名）が働いており、外国人にとっても働き続けられる環境を作ることで、活躍の場を実現できるようになっている。

投資先

ミンナのミカタ HD

minnanomikata

ビジョン Vision

日本から障がいという言葉と概念をなくす

社会課題 Social Issues

企業の認識が障壁となって、障がいを持つ人々の就労・活躍の機会が制限されている。

事業概要 Business Summary

障がい者就労支援施設と企業をマッチングし、

障がいを持つ人々が自分に合った仕事で活躍する機会を提供する。

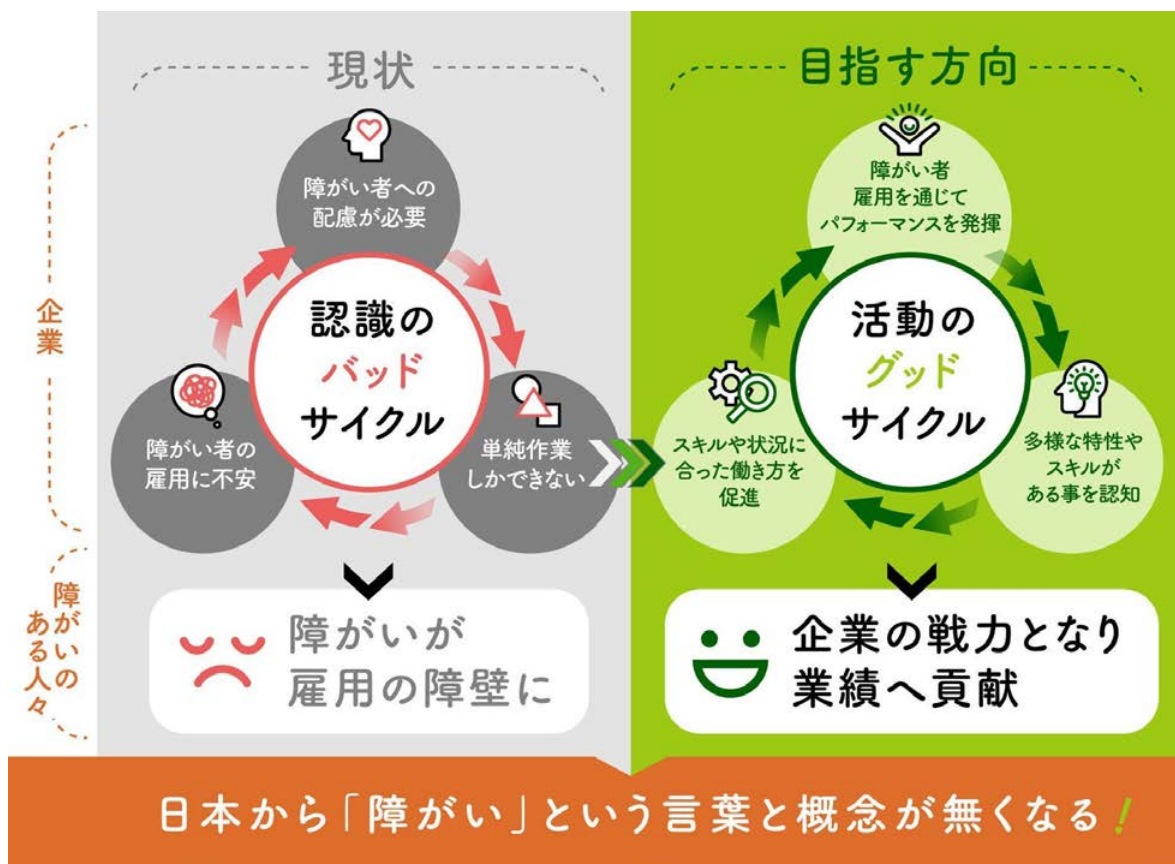




ミンナのミカタ HD

minnanomikata

インパクトモデル Impact Model



インパクト KPI Impact KPI

自社の BPO プラットフォームに登録をしている事業者数



一年を通じて安定的に取引があった企業数



インパクトストーリー Impact Story

Aさんは、4年間就労支援事業所で様々な仕事を経験し、途中企業からのオファーもあったがやりたいことではなかったため、一般就労への一歩を踏み出せずにいた。しかし、挑戦を続け、24年7月にカー用品店オートアールズ社での一般就労という夢を実現した。彼の一般就労の実現は、自ら選んだやりたい仕事を通じて、幸せになりたいと願う障がい者の方々を大きく勇気づけた。

投資先

GOOD COFFEE FARMS

グッド コーヒー ファームス

ビジョン Vision

コーヒーで世界を変えよう。 自転車をつくるサステナブルコーヒー

社会課題 Social Issues

生産する側の課題：小規模コーヒー農家の貧困・失業・移民問題、コーヒー精製時のアルカロイド物質等流出による水質汚染等の環境問題にどう対処するか。

消費する側の課題：関連する社会課題認知度が低いまま消費される現状をどう変えていけるか。

事業概要 Business Summary

小規模コーヒー農家達に、環境負荷が少なく高品質なスペシャルティコーヒーを作るための機器や知識、尊厳を持って働ける環境、マーケットアクセスを提供。

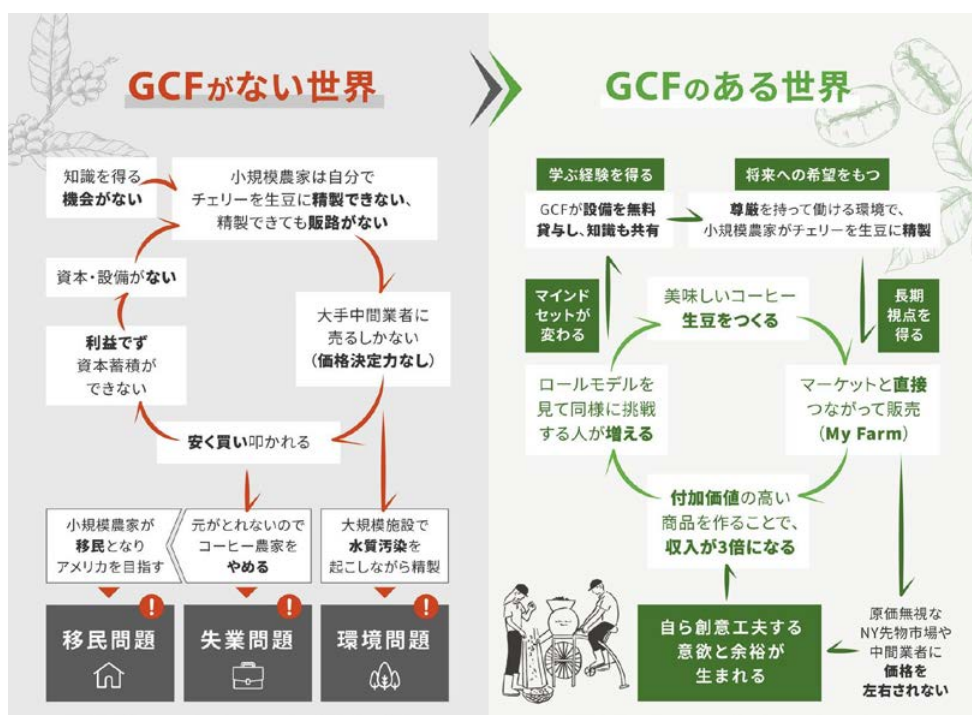
“Coffee Changing the World” をスローガンに、自転車をつくるサステナブルコーヒーを生産し、日本及び世界のロースターや消費者に届けている。

GOOD COFFEE FARMS

グッド コーヒー ファームス

GOOD COFFEE
FARMS

インパクトモデル Impact Model



*GCF=GOOD COFFEE FARMS

インパクト KPI Impact KPI



* 農家との長期的な関係性構築を重視したため、2024年度は2023年度と同様の数値となった。

インパクトストーリー Impact Story

Good Coffee Farms の支援とコーヒー農業・精製による家族の収入増加に後押しされ、あるグアテマラのコーヒー農家の15歳の少女は進学して農学を学ぶことを決めた。彼女の夢は、そこで学んだインベティブな知識を家族やコミュニティに持ち帰り、これから必要とされる持続可能なコーヒー農業の発展に貢献すること。希望を灯す次世代が育っている。

投資先

IRIS

アイリス

ビジョン Vision

らしく生きる、
をあきらめない

社会課題 Social Issues

LGBTをはじめとするジェンダーマイノリティの人々が、
セクシャルティを理由に不動産屋・管理人から、差別的扱いを受けている。

事業概要 Business Summary

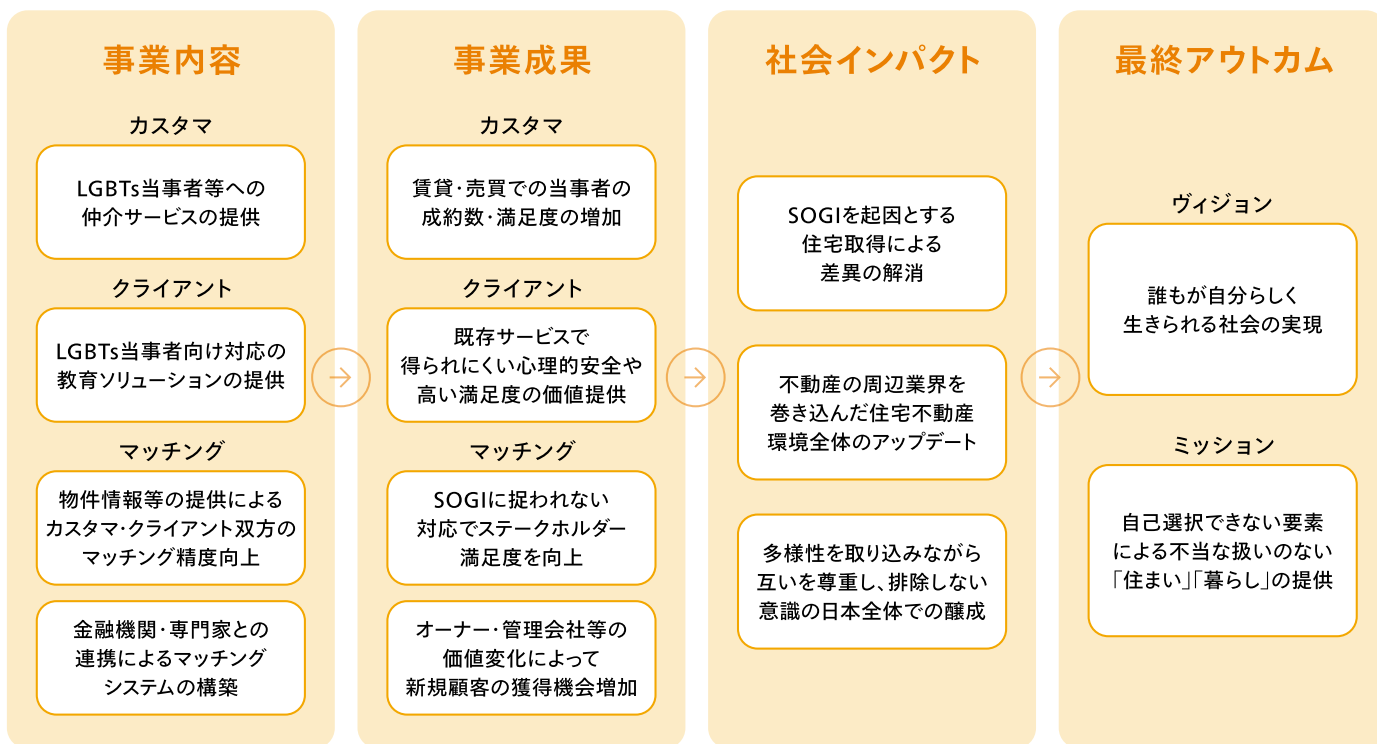
LGBT 等の方々でも安心して住まい相談のできる不動産仲介サービスを提供する。

IRIS

アイリス

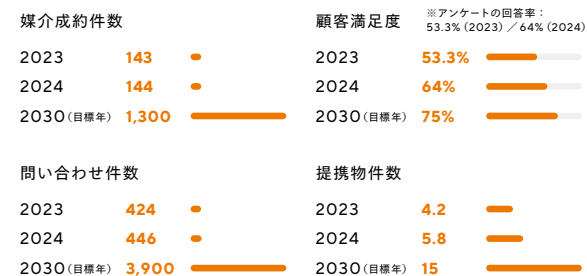


インパクトモデル Impact Model



SOGI: 性的指向、性自認のこと

インパクト KPI Impact KPI



インパクトストーリー Impact Story

同性カップルのAさんとBさんは、出産を機に中野区での同棲を決意。一般の不動産では同性であることを理由に入居を断られた経験から、LGBTsフレンドリーな不動産サービス「IRIS」に相談。IRISの担当者は彼らの状況に理解を示し、パートナーシップ制度の活用をアドバイス。迅速な対応と細やかなサポートにより、希望の物件に無事入居。二人はIRISのサービスに大きな安心感と満足を感じ、友人にも推奨したいと語った。

投資先

コークッキング

CoCooking

ビジョン Vision

すべての「食べて」を、
食べ手につなぐ

社会課題 Social Issues

様々な中食・飲食店において、日々、大量のフードロスが発生している。

事業概要 Business Summary

売り手（食品事業者）と買い手をマッチングし、

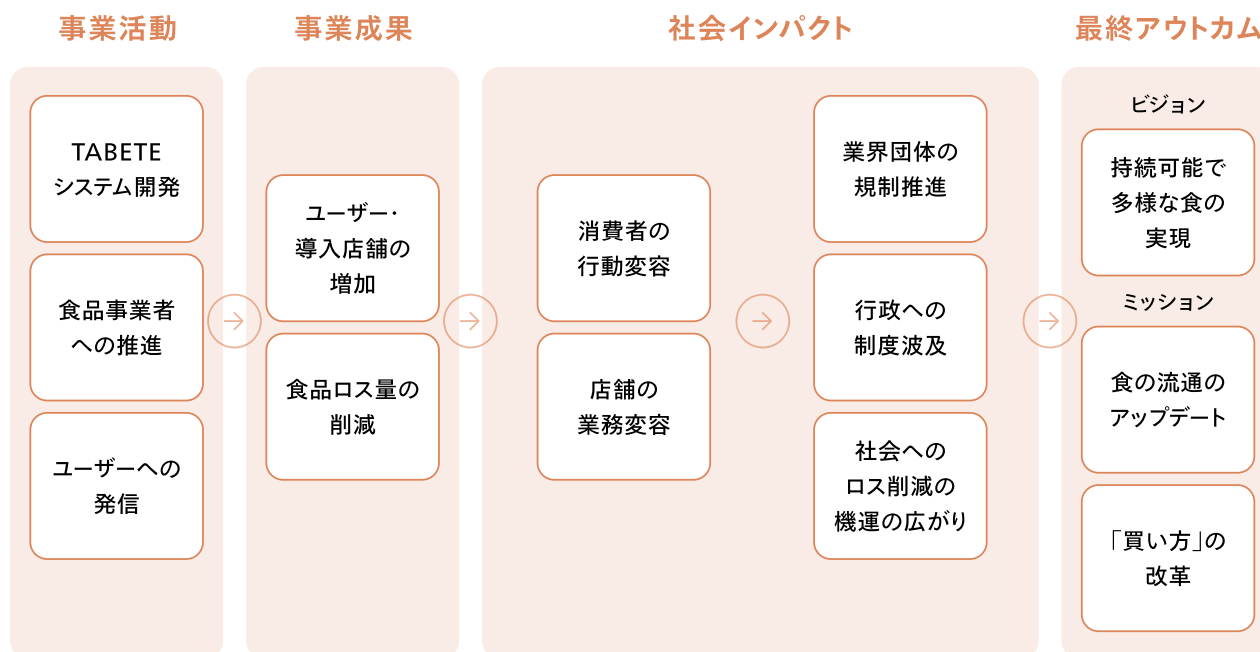
フードロスになりそうな商品をレスキューするアプリ「TABETE」を開発・提供する。

コークッキング

CoCooking



インパクトモデル Impact Model



インパクト KPI Impact KPI

レスキュー商品数 (月次)			レスキュー実施ユーザー数 (月次)		
2022.9	21,283		2022.9	9,541	
2023.7	32,592		2023.7	14,055	
2024.7	40,117		2024.7	18,299	
TABETE 使用店舗数			CO2 排出削減量 (月次)		
2022.9	681		2022.9	29.2t	
2023.7	723		2023.7	44.8t	
2024.7	824		2024.7	55.1t	

インパクトストーリー Impact Story

創業 200 年の歴史を持つ和菓子の製造販売会社の株式会社 栄太楼 総本舗様では、2023 年に 9 店舗で TABETE を導入し、累計約 1,200 食のレスキュー、約 600kg の食品ロスを削減。廃棄率は 50% 削減に成功。

投資先

コングラント

congrant

ビジョン Vision

あらゆる困難に 寄付が届く世界の実現

社会課題 Social Issues

国・自治体だけでは行き届かない社会課題の解決を担うソーシャルセクター。
しかし日本の対 GDP 比寄付金額はアメリカの 1/20 と非常に少ない中で、
寄付調達の経験・資源のない NPO は、持続的な資金集めに苦労している。

事業概要 Business Summary

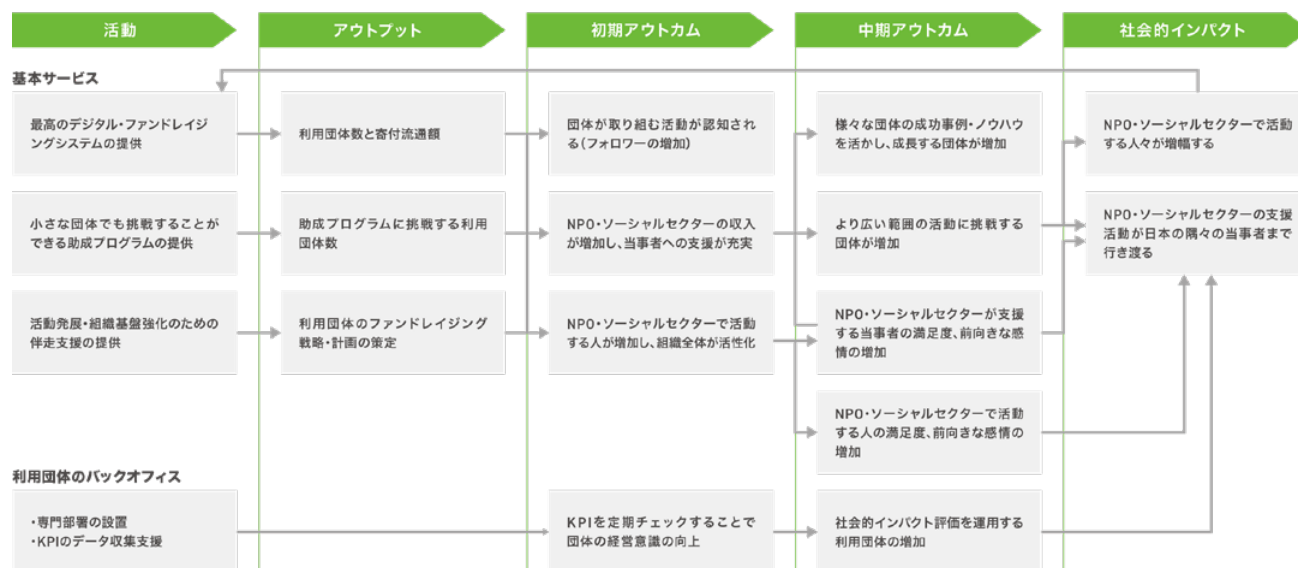
NPO、ソーシャルセクターの寄付募集・決済・CRM 等を合わせたファンドレイズシステムを提供。
また、企業とタイアップして NPO がファンドレイズを実現できる独自の助成プログラムを多数実施。

コングラント

congrant

インパクトモデル Impact Model

「社会的インパクト」 NPO・ソーシャルセクターで活動する人々が増幅し、その支援活動が日本の隅々の当事者までいきわたる。



インパクト KPI Impact KPI

寄付総額（億円）



マンスリーサポーター総数



寄付金額：

会員NPO様が、コングラント寄付募集サイトを通じて、1年間で受けた寄付の金額合計
 マンスリーサポーターの数：
 単発寄付ではなく、毎月一定金額の寄付をしてくださる「継続寄付者様」の人数の合計

インパクトストーリー Impact Story

飲食店を利用するお客さんが、子どもの一食分を先払い購入して寄付する「フードリボンプロジェクト」を展開する一般社団法人ロングスプーン協会が、コングラントのNPO支援プログラム「第3回マンスリー寄付挑戦プログラム」に参加。参加前はマンスリーサポーター数は15名だったが、1年8ヶ月でマンスリーサポーターを200名以上に増やすことに成功した。担当者が本格的にマンスリーサポーター募集に取り組み始めたときにプログラム参加へ参加。プログラム参加により、マンスリーサポーター募集のための土台を作れたと話す。

投資先

エースチャイルド

A's Child

ビジョン Vision

IT のチカラで、 子どもの未来を明るく

社会課題 Social Issues

いじめや不登校、引きこもり、DV、ハラスメントなど、
多様化する子ども・若者の悩みを支えるセーフティネットが欠如している。

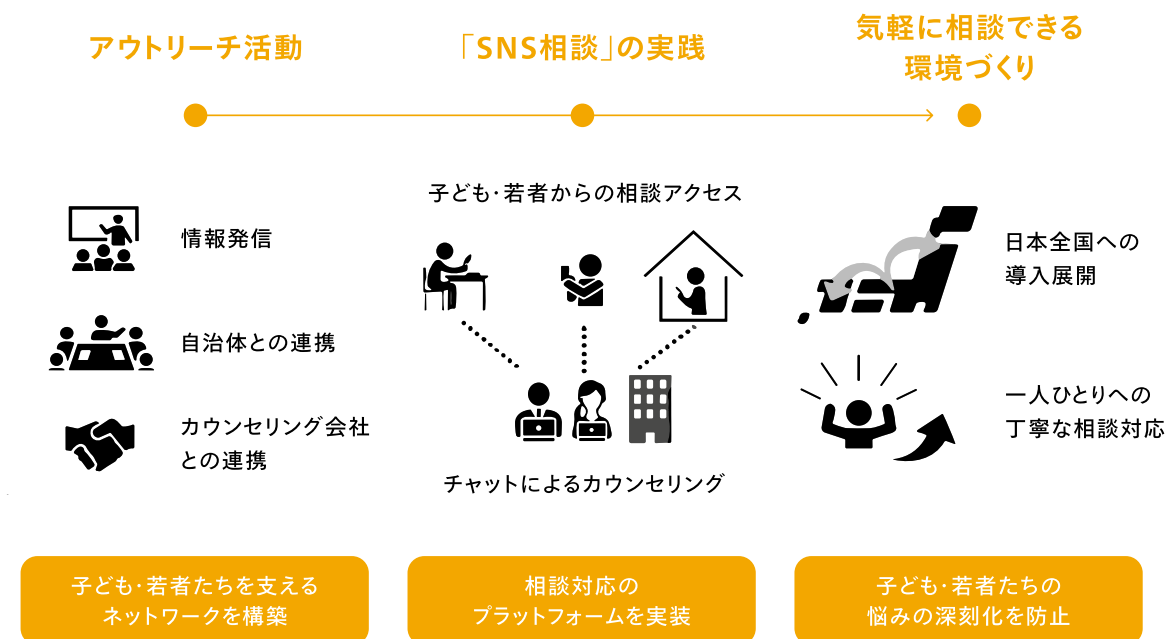
事業概要 Business Summary

チャットを通じて気軽にカウンセラー相談ができる「SNS 相談」システム等を提供する。

エースチャイルド

A's Child

インパクトモデル Impact Model



インパクト KPI Impact KPI

SNS 相談システムを導入している自治体数



SNS 相談に登録しているユーザー数



年間の相談事案数



インパクトストーリー Impact Story

NPO 法人企業教育研究会と共同で、「SOS の出し方に関する教育」の教材を開発。オンライントラブルや、ネットいじめ、出会い系トラブルに巻き込まれた際にチャット相談窓口をどう使えばよいかについて、映像で学校で無償で使えるコンテンツとして提供される。

投資先

森未来

Shin Mirai

ビジョン Vision

Sustainable Forest

私たちは、持続可能な森林をつくり、
次の世代へ繋いでいきます

社会課題 Social Issues

日本の豊かな森林資源の利用が近年過小となり、森林に対する投資が適切に行われていない。

事業概要 Business Summary

地球環境を損なう森林伐採に該当しないサステナブルな木材を中心として調達し販売するとともに、
認証材を可視化した木材情報プラットフォーム「eTREE」を運営している。

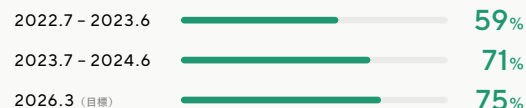
森未来

Shin Mirai

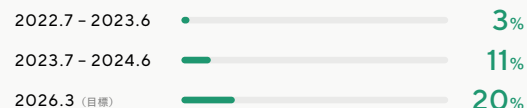
インパクト KPI Impact KPI



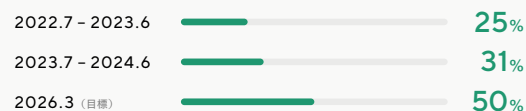
国産材比率



FSC 認証材比率



サステナブルウッド比率



FSC コンサルティング数



インパクトストーリー Impact Story

株主でもある株式会社 ANOBAKA が新オフィスへ移転する際に、森未来のサポートを得て、執務室内の大テーブル（ヒノギ）、造作テーブル（杉）、小上がり（杉）を FSC 認証材で作成し、移転プロジェクト自体が FSC のプロジェクト認証を取得した。VC 業界で初。

投資先

バオバブ

BAOBAB

ビジョン Vision

誰もが自分らしくいることが受け入れられ、
人生の選択肢が開かれている社会

社会課題 Social Issues

障がいを持つ方々や、子育て中の方々、家族介護者、在日難民など、
様々な固有の事情を抱える方の働く機会が制限されている。

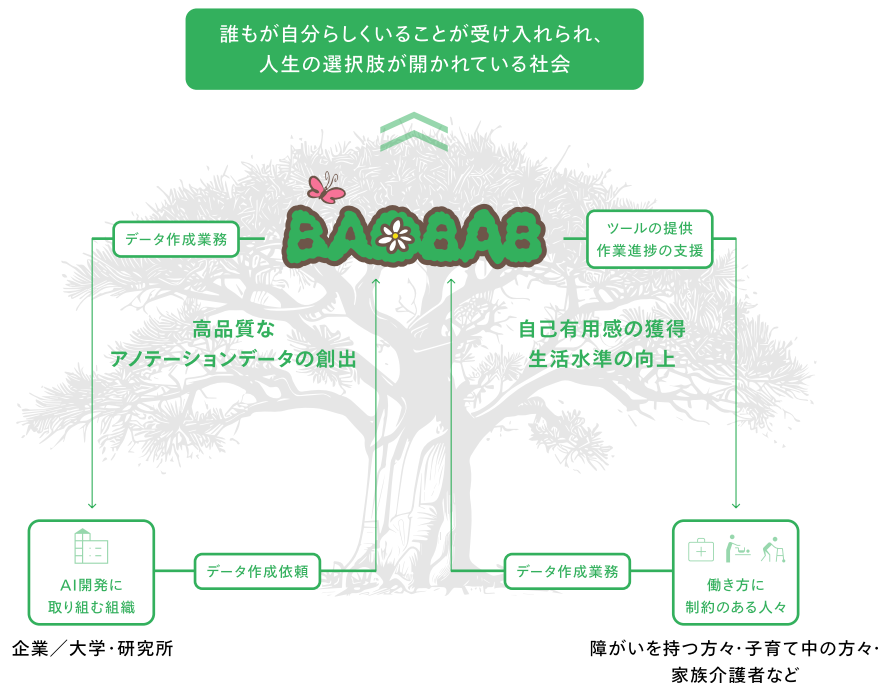
事業概要 Business Summary

大企業や研究組織から AI データ作成業務を受託し、
働き方に制約のある人々への作業委託と実施支援を行う。

バオバブ

BAOBAB

インパクトモデル Impact Model



インパクト KPI（量的KPI） Impact KPI (Quantitative Indicators)



インパクトストーリー Impact Story

2024 年 7 月に開催されたアビリンピック（障害者技能競技大会）に、バオバブのパートナーの就労支援施設のメンバーが 4 名参加。全員入賞した上で、そのうち 1 名は金賞を受賞し、11 月の全国大会に出場が決定（同施設として初出場）。バオバブのプロジェクトを通じて、就労支援施設の利用者の方々が確かにスキル向上を実現できている証左となった。

投資先

ガクシー

gaxi

ビジョン Vision

奨学金を変える。
運命が変わる。
社会が変わる。

社会課題 Social Issues

奨学金領域における情報の不平等によって、学生たちの将来の可能性やキャリアの選択肢が狭められている。

事業概要 Business Summary

誰でも奨学金情報にアクセスできるポータルサイト「ガクシー」や、
奨学金を運営する組織向けの管理システム「ガクシー Agent」を開発・提供する。

ガクシー

gaxi

インパクトモデル Impact Model



インパクト KPI Impact KPI

奨学金制度数 (本)



支給人数



応募人数 (人)



支給総額 (予定/円)



インパクトストーリー Impact Story

2024年5月に、三菱UFJ信託銀行と共同で『サステナブル奨学金』を設立。本邦初となる、投資運用益による給付型奨学金ファンドとして、不特定多数の資金提供者からの拠出を受け付ける。合わせて、資金提供者の希望に基づいて全国の学生・若者を選抜して奨学金を支給できる仕組みが始まる。

投資先

リノベーター

Rennovater

ビジョン Vision

すべての人に、 こころ休まる住まいを

社会課題 Social Issues

低所得者、単身高齢者、シングルマザー、外国人などの方々が
属性を理由に大家等から賃貸を拒まれ、住宅確保が困難な状況になっている。

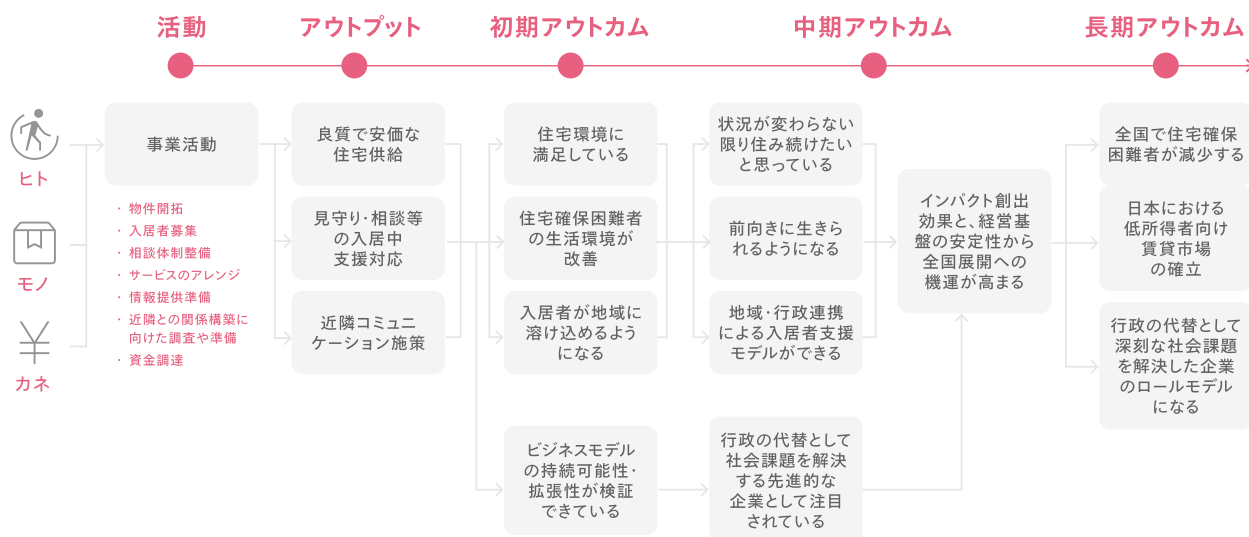
事業概要 Business Summary

空き家を取得・修繕し、住宅確保困難者へ低廉な家賃で提供する。

リノベーター

Rennovater

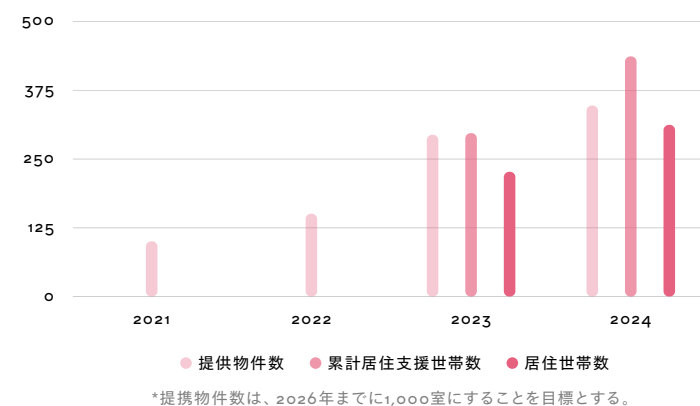
インパクトモデル Impact Model



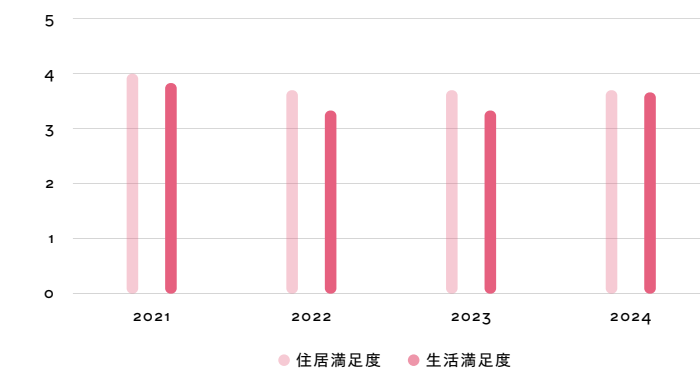
インパクトストーリー Impact Story

高齢者施設からの転居を望んでいた 70 代女性。身寄りがなく、家賃保証を利用することもできず、不動産屋からも「貸せる物件はない」と冷たくあしらわれてしまった。そんな中、リノベーターの記事が掲載された「BIG ISSUE」誌を読み、「初期費用なし、保証人なし」で住居を安価で提供することを知り、リノベーターの提供する物件へ入居をはじめた。

インパクト KPI (量的KPI) Impact KPI (Quantitative Indicators)



インパクト KPI (質的KPI) Impact KPI (Qualitative Indicators)





投資先

キリロム

vKirirom Pte. Ltd.

ビジョン Vision

世界を平和にするビジネスを通して、
誰もがグローバルリーダーになれる世界を創る

vKirirom Pte. は、以前運営していたキリロム工科大学を他の事業者に譲渡しました。

現在はその卒業生の事業を支援しつつ、香川県さぬき市で英語で IT 等を学べるコワーキングスペース

「さぬきラーニングハブ」を運営しています。

<https://kirirom.hp.peraichi.com/sanukiPLH/>

ラポールヘア・グループ

RAPPORT HAIR GROUP

ビジョン Vision

誰もが自分らしく働き、
社会とつながることを通して、
Well-beingを実現した地域コミュニティが
増えていく社会

社会課題 Social Issues

子育てや介護などのケア労働による行動や時間の制約、雇用形態の制約、ジェンダー規範などによる制約により、特に地方地域に住む女性は、自分のスキルを活かして働き続けることが困難となっている。

事業概要 Business Summary

地域の「ありがとう」を循環し、地域社会の Well-being を向上する“美容室”を展開する。

具体的には、行動や時間などの制約がある人も、自分のありたい姿で働き続けられるような経営や人材マネジメントの独自の仕組みを活かした美容室の直営及びフランチャイズ店舗の経営・展開を行う。

ラポールヘア・グループ

RAPPORT HAIR GROUP

RAPPORT HAIR

美容室 ラポールヘア

RAPPORT HAIR

OPEN 9:00
CLOSE 17:00
0225-21-5866

がんばろう石巻！

インパクト KPI Impact KPI



インパクトストーリー Impact Story

スタッフから依頼があり、息子さんが所属する野球チーム主催の大会協賛をした。本人や家族が喜んでくれただけでなく、女性スタッフの仕事を家族や地域がさらに応援することに繋がった。これを通じて、女性スタッフが働き続ける上で家族の理解や応援の大切さを再認識した。また、会社の地域での認知度向上や来客数増加にもなった。

投資先

47PLANNING

ヨンナナプランニング

ビジョン Vision

47都道府県を活性化し、 日本の国力を上げる

社会課題 Social Issues

地域の人口が減る中で、それぞれの地域の持つ魅力や地域の賑わいが失われている。

事業概要 Business Summary

地域の魅力を凝縮した宿泊施設付レストラン「BYAKU」の運営や、
地域発の賑わいを創出するための企画プロデュース、イベント運営のための人材支援事業を実施する。

47PLANNING

ヨннаナプランニング

インパクト KPI Impact KPI

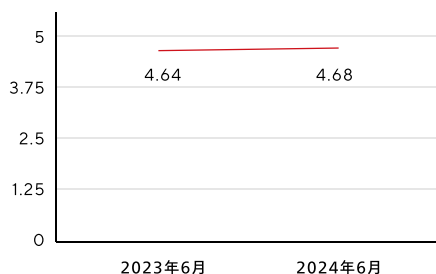
BYAKU Narai 客数 (延べ人数, お子様除く)



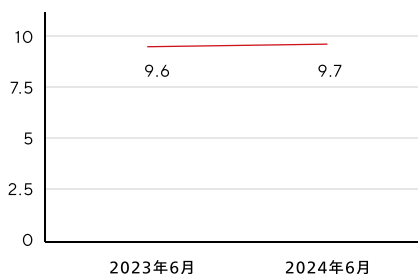
BYAKU Narai 累計雇用創出人数 (退職・臨時職員含む従業員数)



【口コミ評点】一休 .com (国内顧客満足度: 5 点満点)



【口コミ評点】Booking.com (インバウンド顧客満足度: 10 点満点)



インパクトストーリー Impact Story

BYAKU Narai が、7 月に新設されたミシュランのホテル版「ミシュランキー」において、1 ミシュランキー（ミシュラン 1 つ星相当）を獲得。奈良井町宿の象徴的存在として、国外からのインバウンド流入や国内の関係人口を作る中心地となっている。

ポラリス

Polaris

ビジョン Vision

高齢者の方々が最期まで有意義で 自立した生活を送ることができる社会

社会課題 Social Issues

廃用症候群により、過度な安静状態が続くことで身体機能が低下し、
多くの人が「寝たきり」になってしまっている。これは高齢者のウェルビーイング（幸福感）を著しく損ない、
さらには社会全体の医療費や介護費の増加に繋がり、社会保障制度に大きな負担をかけている。

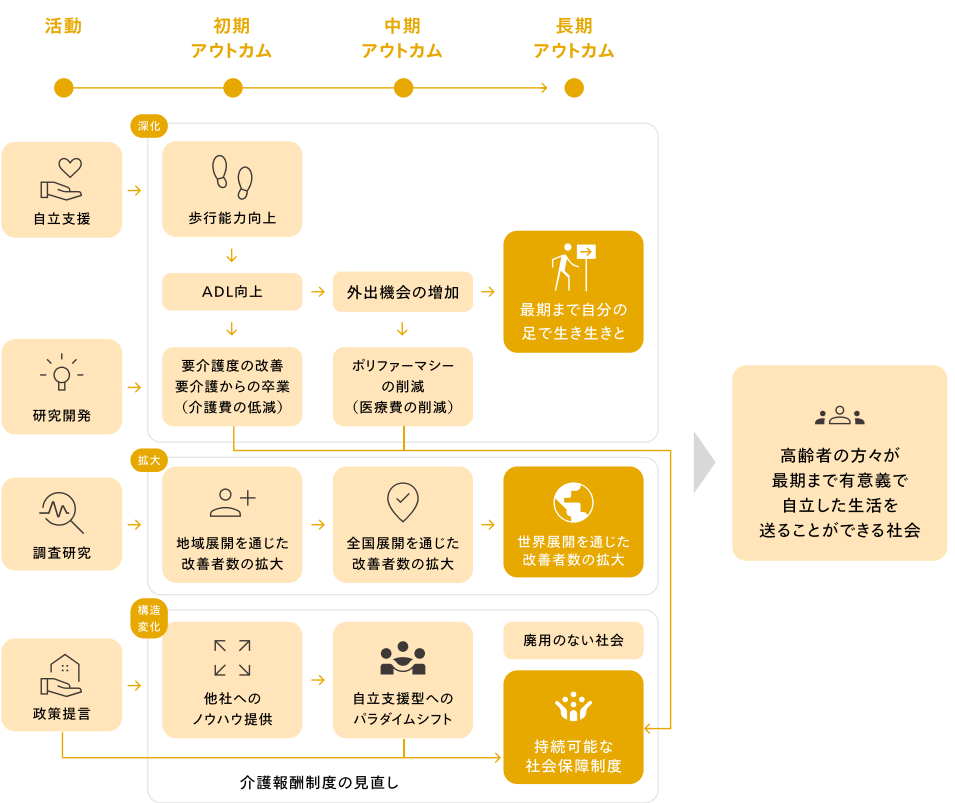
事業概要 Business Summary

ポラリスはデイサービスを中心に自立支援介護を提供している。
具体的には、高齢者個人の目標に合わせた歩行訓練を提供することで、
フレイルを予防・改善し「寝たきり」状態に陥ることを防いでいる。

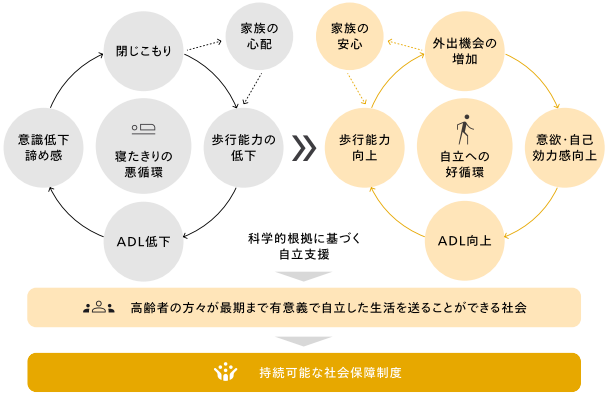
ポラリス

Polaris

インパクトモデル Impact Model



ポリファーマシー：多剤併用
廃用：寝たきりなど過度な安静が長期間続いたり活動性が低下することで筋力低下など身体に生じた様々な状態のこと



自立：WHO の定義する身体的自立、精神的自立、社会的自立
ADL：日常生活動作

インパクト KPI Impact KPI

顧客数	卒業人数 ^{*1}	改善率 ^{*2}
2023年 11,700	2023年 67	2023年 14.7%
2024年 12,002	2024年 78	2024年 16.5%
	2030年 660 (目標)	2030年 20.0% (目標)

*1「卒業」人数：
ポラリスのデイサービスに通っていた「要支援」利用者が、さらに元気になり、介護保険給付対象から完全に外れた人数

インパクトストーリー Impact Story

腰椎圧迫骨折、および脊髄管狭窄症により、歩行・立ち座りに困難を抱えていた男性（81歳）は、他社のリハビリ型デイサービスに通っていたが改善が見られなかった。ポラリスに通い始めてから改善（要介護2から要支援2へ）し、歩行時のふらつきが減少。近隣のコンビニやホームセンターに買い物に行けるようになった。また便秘も改善し、下剤なしでも排便できるようになった。

愛さんさんグループ

I SUN SUN GROUP

ビジョン Vision

「生まれてきてよかった」を実感できる
希望の場所を後世へ繋ぐ

社会課題 Social Issues

障がい者と高齢者の「生きづらさ」を課題と捉えている。

障がい者の就労希望者のうち就業成功者の比率は、ハローワークの統計では約 50%。

一方で過疎地域においては要介護高齢者が安心して暮らせる施設が不足している。

事業概要 Business Summary

障がい者福祉と高齢者福祉を融合し、障がい者・高齢者の両方が「生まれてきて良かった」と思える社会を創る。

具体的には、障がい者就労支援事業所やグループホームを併設した、

有料老人ホーム、デイサービスおよび弁当宅配事業を運営。



愛さんさんグループ

I SUN SUN GROUP

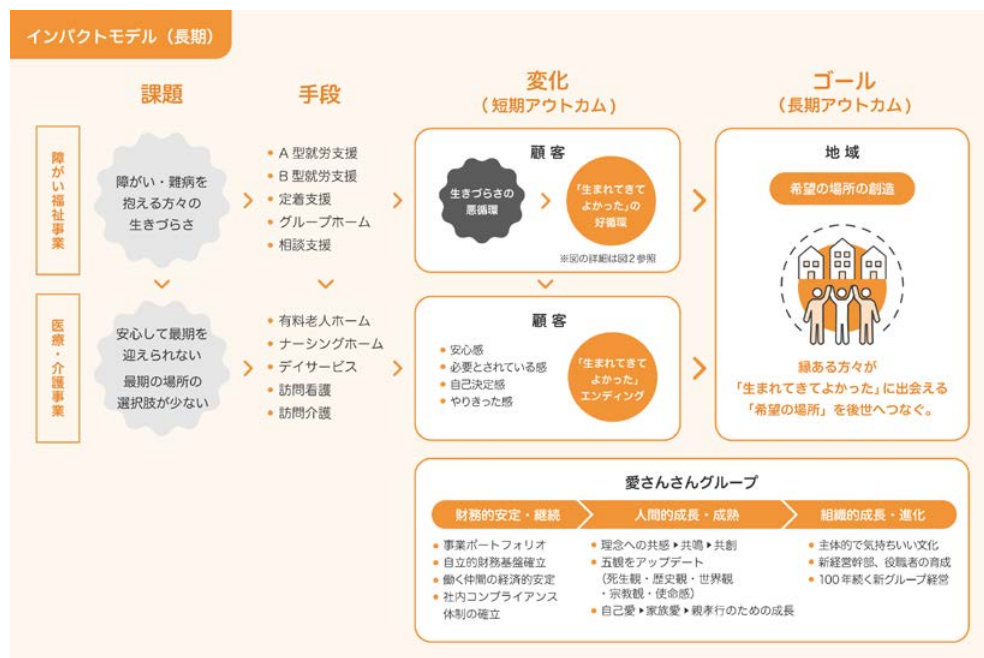
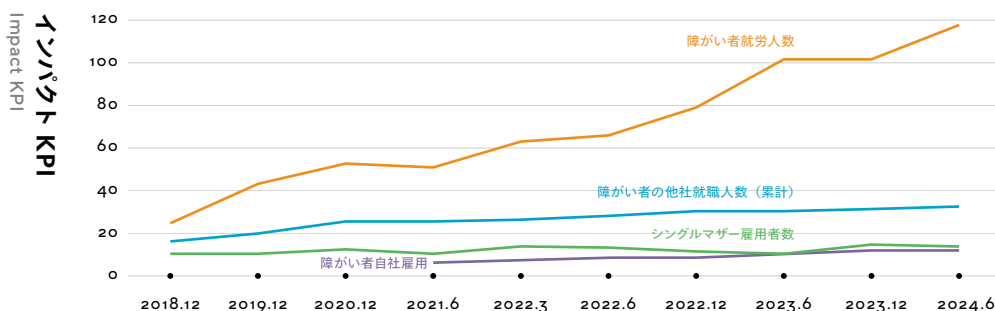
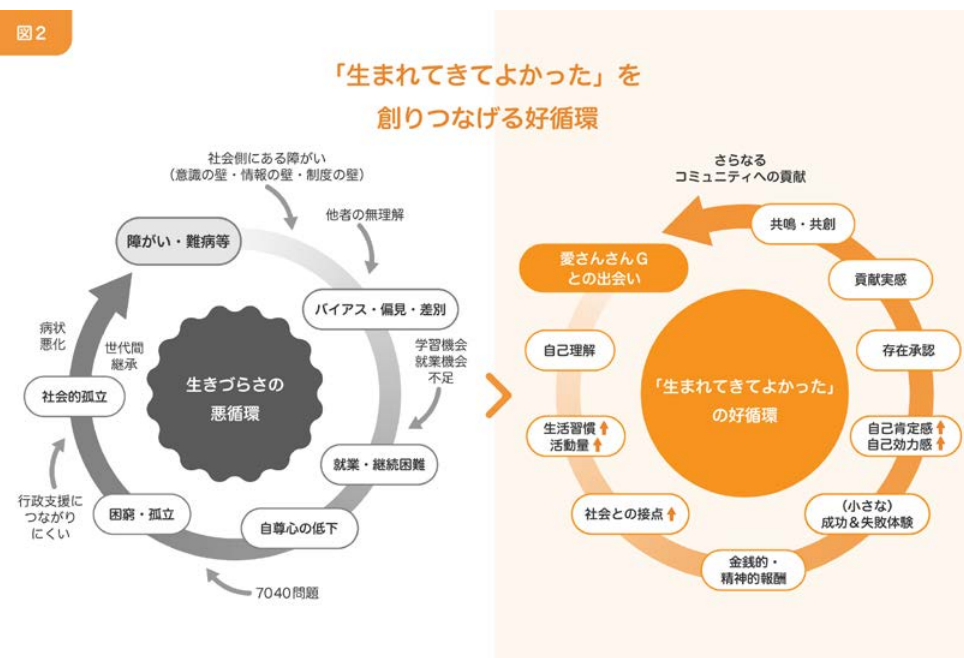


図2



インパクトストーリー

Aさんは統合失調症を患い30年間引きこもっていたが、59歳から愛さんさんと働き始めた。現在は週5日休まず通い、畑仕事を行うエース的な存在に。「愛さんさんに来て、孤独じゃなくなりました。」と。

10年間引きこもっていた20代Bさんは愛さんさんといその後、塩竈市市役所への就職に成功。

「世の中の認識が変わる瞬間を見たい」 —— CAN EAT が向き合う食物アレルギー対応への挑戦

私たちの生活に身近な「食」。だからこそ、持病・体質などによって食に制限を抱える人々の困難は大きく、

その代表例である食物アレルギーは、およそ 16.4% の人が抱えており※、本人や家族は日常の様々な場面で不安や不便さ、孤立感などを抱えています。

2024 年 8 月に KIBOW 社会投資ファンドからの調達を完了した CAN EAT は、そんな食物アレルギーへの事業者による対応を IT の力で支援する企業です。

食物アレルギー当事者やその家族が抱える困難にどうやって、どんな想いで立ち向かうのか。

今回の調達完了までのプロセスを振り返りながら、CAN EAT 代表取締役 CEO・田ヶ原絵里氏と、KIBOW より山中礼二、東樹敏明の 3 名が語りました。

—— KIBOWとCAN EATの出会い、KIBOW
からのコールドコールだったそうですね。

山中：食物アレルギーをお持ちの方の苦しみには以前から関心があり、その中で見つけたのがCAN EATです。食物アレルギーの当事者や家族向けのサービスは見かけていたのですが、食事の提供者を楽にするサービスを知ったのは初めてで驚きでした。確かに食事提供する側の対応を促進できれば、救われる人を一気に増やしやすそうですね。

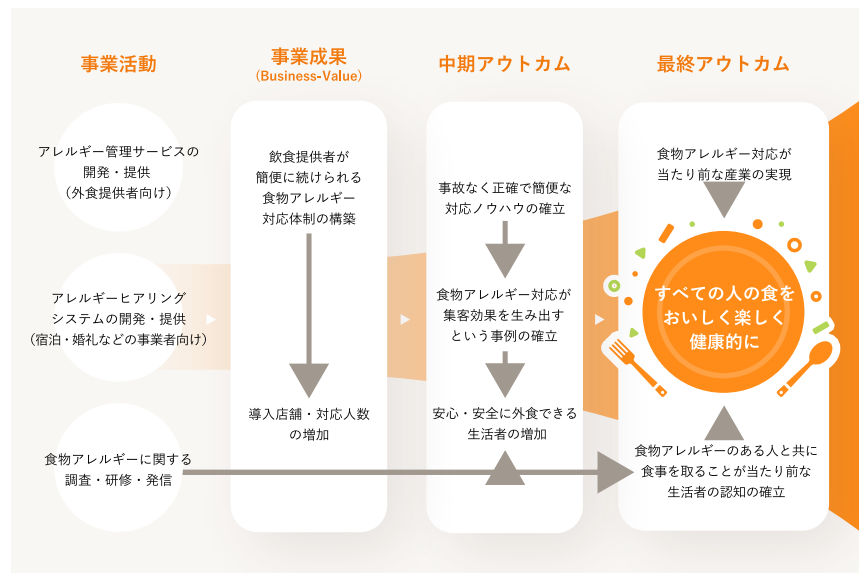
田ヶ原：当時調達先探しはしていたのですが、VCとのコミュニケーションはなかなか難しいものでした。先方は数値で見えるビジネスとしての見込みに関心があったのだと思いますし、母の食物アレルギーをきっかけに「困っている人を助けたい」で市場を決めた分、当時そういった事項が整理しきれていなかった面はあります。ですが、私はシードラウンドのベンチャーはサービスがどんな人に何をもたらすのか、どれだけユーザーに刺さっているのかに関心をもたれるものだ

と思っていたし、もっと聞いてほしかった。そんな優先順位の違いに悩んでいた頃、今回のお声がけをいただきました。

KIBOWの方々は事業や今までやってきたことに“普通に”リスペクトをもって聞いてくださり、それが本当に嬉しかったです。「困っている人を助けているか」がKIBOWの最優先事項で、だからこそそのコミュニケーションだったと思います。

山中：実際にお話を伺って、専門家やネットワークなどに強みを持った方々をうまく味方につけていると感じました。日本でも指折りの食品アレルギー表示専門家や食物アレルギー当事者の親御さんの団体主宰者がジョインしていますし、著名なエンジェル投資家などからも支援を得ていますよね。

東樹：田ヶ原さんは教わり上手で成長上手。そしてやりたいことが明確で、「誰かの困っていることを、自分はどう思われてでも解決したい」という意思が強い方です。だからこそ周囲の信頼を集め、応援したいと思



CAN EATのインパクトモデル

わせるのだと思います。

——— デューデリジェンスのプロセスでは、どのようなことがありましたか。

東樹：ステーキホルダーや食物アレルギー当事者と家族への調査、インパクトモデルの作成、そして財務面や市場規模、今後の拡張性の整理などを行いました。その中では、顧客のみなさんが本当にCAN EATのサービスに満足していた様子が印象的でした。「CAN EATのサービスを他の方に薦めることを想定した時に、10点中何点ですか?」と聞くと、みなさんすぐ「10点です」とおっしゃるんです。加えて、今の価格についてお伺いすると、「今より値上げしてもいいと思う」という方もいらっしゃって、まだまだ伸びしろがあると感じました。

田ヶ原：事業活動をインパクトモデルの形式に整理したことで、周囲への伝えやすさが高まりました。採用などの場面でも自社のサービスについて通じやすいですし、社内でもゴールへの向かい方に共通認識が持てるようになったと思います。

——— 今後の展望を教えてください。

田ヶ原：私、世の中の認識が変わる瞬間を見たいと思

っています。今は食物アレルギーがある人は外食しづらく、食物アレルギーがない人からも誘いづらいと思われるがちです。それがCAN EATによって「外食ってそんなに不便じゃないじゃん」という会話が始まるようになってほしい。また、現状の外食のアレルギー対応は「事故を防ぐ」というマイナスを0にするモチベーションがほとんどですが、アレルギー対応されたメニューを扱うことが売上アップにつながりうる、プラスになるという理解も広がればと思います。食事制限への対応は、宗教や苦手なものやダイエットへの対応などにも応用できますし、拡張性がある点も注目してほしいですね。

どうしてもアレルギー対応は“市場が狭い”と思われてしまい、これまで悔しい思いをすることも多かったです。しかし実績を積み重ね、ビジョンでも掲げる「全ての人の食をおいしく・楽しく・健康的に」を実現して、今の世の中の価値観が変化する瞬間を見たい。ぜひKIBOWの皆さんと一緒に切り開いていければと思います。

——— 本日は貴重なお話をありがとうございました。



(左から、東樹／田ヶ原氏／山中)

(取材：GLOBIS 学び放題 × 知見録編集部)

※『令和4年度アレルギー疾患の多様性、生活実態を把握するための疫学研究』研究者代表

足立雄一氏(富山大学 学術研究部医学系小児科学)の調査資料より「(全年齢を合わせた既往を含む)有病率16.4%」

<https://mhlw-grants.niph.go.jp/project/163448>

愛さんさんの9年 ― 進化するインパクト戦略と投資家の「出口」

2013年4月、グロービス経営大学院卒業直後の小尾勝吉氏は、宮城県塩竈市で弁当宅配事業を始めました。

社名は「愛さんさん宅食」。東日本大震災で津波の被害を受けた地に居を移し、障がい者を雇用しながらのスタートでした。

同社は同年12月にKIBOW社会投資ファンドから、続いて一般社団法人MAKOTOからの投資を受けることとなります。KIBOWにとっては最初を選んだ投資先パートナーとなりました。

愛さんさん宅食はこの資金を用いて拡大を始め、弁当宅配以外に有料老人ホーム、デイサービス、障がい者就労支援事業（A型・B型）、グループホームなどを複合的に展開する「愛さんさんグループ」へと進化しました（年商約8億円。障がい者就労数120名）。

2024年12月、小尾氏はKIBOW、MAKOTOなど投資家の株式を全て買取り、グループの社会福祉法人への進化に動き出しました。

9年間のうちに、社会的インパクト創出の戦略はどう進化したのか。そして投資家とどのようなコミュニケーションを取り、どのように投資家を「出口（Exit）」に導いたのか。小尾氏と投資家2人が9年を振り返ります。

愛さんさんグループ 代表／小尾勝吉氏

一般社団法人 MAKOTO Co-founder・スパークル株式会社 ベンチャーキャピタリスト／下里健二氏

KIBOW 社会投資ファンド 代表パートナー／山中礼二



創業の地 塩釜の愛さんさん宅食オフィスにて
左から山中／小尾氏／下里氏

「未来への希望がつづいていく」 Exit を考えた

——— 今回、株主だったKJホールディングス、
KIBOW、MAKOTOの3者が保有持分を小尾さんに
譲渡し、Exitを迎えてキャピタルゲインを確定させま
した。この経緯を教えてください。

小尾：一般的なVCにとってExitは、株式公開か事業
売却の2択です。しかし今回はこれに限らず、社会的投
資におけるExitというものを考える中で「地域がより
よくなる継続的なモデルをどう作っていくのか？」とい
う問いに向き合い続けてきました。

そのためには、受益者はもちろん、当社で働く仲間た
ち、株主や地域の方々が一層幸せになり、未来への希
望がつづいていくことが重要です。イメージを描いて
いく中で、東日本大震災を機に関わった地域を明るく
灯せるような公の器をつくり、それを永续させたいと

いう願望が湧き上がってきたのです。その器として、愛
さんさんグループは社会福祉法人化も目指すことで株
主の皆さまと合意し、株式を買収するという選択をし
ました。

山中：この選択に至るまで重ねた対話では、小尾さん
が後世にどのような存在を残そうとしているのかへの
理解も深めていきました。その結果、小尾さんによる
持分買い取りがベストシナリオだという結論に至りま
した。

変化したインパクト戦略と 変わらない value

——— 愛さんさんグループのインパクト戦略は、当
初どのような構想でしたか。また、KIBOW・
MAKOTOからの資金調達後、どのように変化したの
でしょうか？

小尾：創業時は、どうしたら被災された方々の居場所
や心の癒しを創れるか、という大テーマからスタート
しました。その結果、終末期に食事を取れなくなった
自分の母親と受益者の姿を重ね合わせて、高齢者等
向け宅食事業を始めました。しかし、お客様が本当に
求めていることは「家族と一緒に食事をしたい。」と
いうことでした。その実現のため、有料老人ホーム、デ
イサービス、障がい者向けグループホーム、就労支援
事業などへと展開していきました。もちろん、社会性
と経済性を人口約5万人の地域で両立させた上で事
業の規模化という意味でも限界があったことも事実で
す。

——— 新しい事業は、愛さんさんの理念とは整合
していたのでしょうか？

小尾：愛さんさんの仲間たちは「家族愛・親孝行」と
いうvalueを共有しており、こことつながっています。

例えば老人ホーム（愛さんさんビレッジ）は、宅配したお弁当を食べている独居高齢者の「本当は家族と一緒に食べたい」と言う姿に、第2、第3の「家族」と共に暮らしご飯を食べる場所を創ろう、そして、働けない方々の働く場所づくりもMIXさせた拠点にしよう、ということで障がい・難病をお持ちの方の就労支援事業の共生型複合施設という構想に至りました。誰もが「生まれてきて良かった」と感じられる地域を創るというMission実現のために、本質を追求した結果だったと思います。

また立ち上げ後、入居者の方々が愛さんさんビレッジを離れ病院で最期を迎える事例が多く出てきました。「愛さんさんに帰りたい」というお声も多くあり、医療依存度の高い方向けの老人ホーム（愛さんさんISLAND）という構想が生まれてきました。仲間たちに囲まれ、温かい空気の中で最期を迎えてほしかったのです。

下里：愛さんさんのMission, Vision, Valueは全体としては進化してきていると感じます。しかし、初期に策定した「家族愛」「親孝行」というvalueは、愛さんさんの「軸」として骨太に残り続けているものです。

——— 新しい事業の構想を伝えた時に、投資家2社は協力的でしたか？

小尾：基本的に協力的でした。「ひとつの事業に集中し全国に展開すべき」というベンチャー経営のセオ

リーから外れるという指摘は、何度も受けました。しかし複数事業のミックスを創ることが、地域のためにもミッションのためにも、より重要だという判断ができました。

山中：インパクト戦略がこれほどダイナミックに変化するとは、投資時には想像できませんでした。

小尾：我々が被災地からスタートしたという背景もあるかもしれませんが、私たちは地域に求められていることをやり続けて今に至っていますが、被災地が求めるものは、時間と共に大きく変化します。

山中：取締役会のたびにMSC (Most Significant Change) を各部門から共有する習慣がありますよね。お客様、サービス利用者、社員などの中から「最も大きく人生が変わった人のエピソード」をピックアップして共有するこの習慣はユニークなアプローチだと思いますが、求められるものが変化する中でもインパクトを広げる上で役立ちましたか？

小尾：MSCがあったからこそ、日々の仕事が「作業」に留まらず意味あるものだと実感できるようになりました。我々経営チームが現場とコミュニケーションを取る時にも、常に愛さんさんの存在意義を問うてきました。その結果、例えば当社のB型就労施設（障がい者が比較的重度の人のための施設）の方が一般企業に毎年就職したり、ピアスタッフと呼ばれる支援者に



共生型施設「愛さんさんビレッジ」

なったりと、地域初の取り組みとなったのだと考えます。

下里：毎月の取締役会で各部門リーダーが、いい意味で「どや!」と自慢するように、現場で生まれているMSCを話していたことが印象的でしたね。

これからの愛さんさんグループ

司会：愛さんさんグループは今後、どう変化し、どういう存在になっていくのでしょうか？

小尾：「生きづらさ」を抱えた人が「とりあえず、愛さんさんに相談してみよう」と思える存在でありたいと思います。我々の仲間やそのご家族が、例えば難病にかかっても、余命宣告をされても、また障がいをもって生きる未来に失望されたとしても、そんな時に「愛さんさんがあるから大丈夫だ」と思える「希望の場所」を、皆で共に創っていきたくと思っています。



今回、KIBOWにファシリテートしてもらいながら経営陣で長時間議論をして、愛さんさんグループが社会に提供する価値を再整理し、ゴールに至るまでのプロセスを明確化しました（右記のインパクトモデルを参照）。

我々のサービスが本質的なものかを疑い続け、「生まれてきて良かった」を創りつなげるという目的を大切に、「未完成これ完成なり」の精神で、自団体が変わり続けること。これが今後の愛さんさんの経営の根幹だと思います。

そして自分は創業者として、継続できる体制をつくり次世代にバトンを渡していきます。もっともっと日本をよくする組織体を創り、この世を去っていきたくと思っています。

山中：小尾さん、そして下里さんと出会えて幸運でした。ありがとうございました。

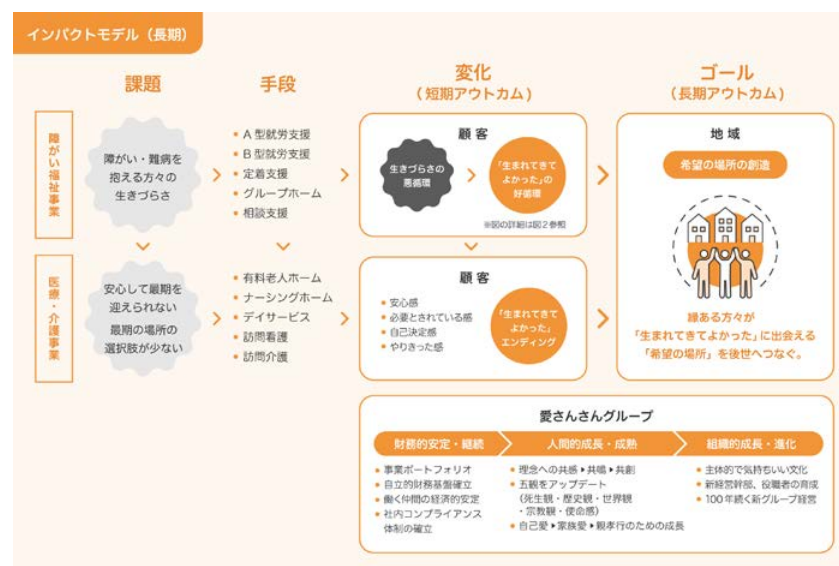
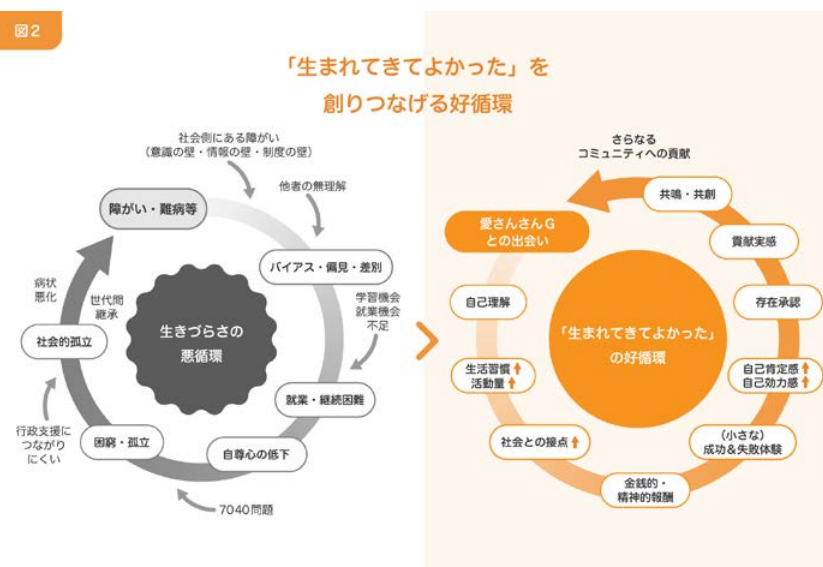


図2



社会インパクト創出におけるKIBOWの貢献度

2024年11月に、KIBOWが投資している全20社に対して、「KIBOW社会投資の貢献度アンケート」を行い、

KIBOWが各社の社会インパクトの創出にどの程度貢献できているか、そして、さらなる社会インパクト創出のためにKIBOWにどういったことを期待するかアンケートを取りました。

16社から回答があり、その結果の概要及びそれから得られた気づきや学びを紹介します。

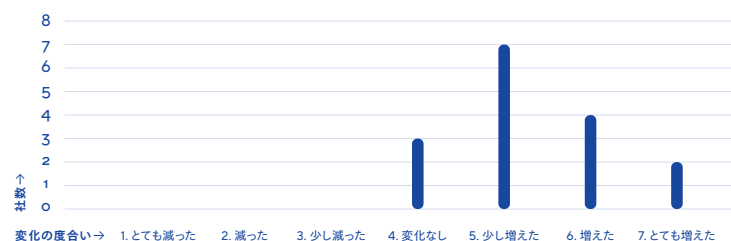
アンケートの質問項目

- ① 貴社の社会インパクトは、KIBOW社会投資から投資を受けてどの程度変わりましたか？
(1～7段階で評価)
- ② 上記の理由を教えてください。
- ③ 社会インパクトをさらに生み出すために、KIBOW社会投資に求めることはありますか。

設問①の結果

KIBOWの投資後、社会インパクトが減ったと回答した企業はなく、ほとんどの企業が何らかの変化があったと回答し、最も多かったのが「少し増えた」で、全回答の約4割を占めた。

KIBOW投資後の社会インパクトの変化



アンケート結果から得られた気づきや学び

アンケート結果から得られた学び・気づきを右の5つにまとめた。

01

社会インパクトをより効果的に測定・管理するために、広く関係者を巻き込み、知見を活用する

アンケートに回答した16社中13社が、KIBOWから投資を受けてから社会インパクトが増えたと回答しており、総じて、KIBOWは社会インパクト投資家としての役割を果たせていると考える。昨今は、投資前に起業家と共にインパクトモデルを策定しており、これまでよりも生み出すべき社会インパクト及び測定すべき指標を明確にできている。一方で、アンケート結果から、社会インパクトについて十分に考えた、取り組んだりできていない状況も一部にあることが分かった。各社の担当インベスメント・プロフェッショナルのみならず社外取締役も含めて、KIBOW全体で起業家と共に社会インパクトの測定や管理に取り組むことが大切である。

02

事業成長あってこそ、社会インパクトを生み出せる

事業そのものが成長しなければ、社会インパクトの増加も難しく、また、社会インパクトの測定や管理に時間や資金を割くことも難しい。様々な形で事業成長のためのハンズオン支援を行っているが、アンケート結果から、起業家からのKIBOWに対するこの点における期待は現行のハンズオン支援以上に大きいことが分かった。特に、営業活動や事業戦略、政策提言へのハンズオン支援を強化して欲しいとの声が多かった。KIBOWが持つ知見やネットワークなどをさらに活用してハンズオン支援を強化し、起業家と共に社会インパクトのさらなる創出に取り組みたい。

03

資金調達のハンズオン支援の効果を高めるために、資金調達の見通しや進め方について起業家と綿密に目線を合わせる

事業を成長させ、そして社会インパクトをさらに生み出していくためには、必要なタイミングに必要な金額を調達できることが大切になる。これまで、適切なタイミングで資金調達ができるように、KIBOWからの追加投資も含めて、様々な選択肢を検討しながら起業家に伴走してきた。ただし、アンケート結果から、起業家からの期待と現行のハンズオン支援のギャップは依然としてあることが分かった。起業家と資金調達の可能性やステップについてより綿密にコミュニケーションを取りながら、他の投資家からの出資や助成金、融資の獲得に向けたハンズオン支援の強化なども検討していきたい。

04

より多くの人たちと共に社会インパクトを生み出すために、社会インパクト創出の好事例や要諦を社会に広く発信する

各社の事業内容及びそれを通して生み出された社会インパクトを発信するために、様々な形で広報に対するハンズオン支援を行ってきた。実際に、KIBOW から出資を受けたことで、「自社の認知度が上がった。」や「自社で毎年インパクトレポートを作成して発信できるようになった。」といった回答が複数あった。一方で、起業家からの広報に対するハンズオン支援への期待はまだまだ大きい。加えて、起業家の支援に携わる関係者の間で社会インパクト投資への理解がさらに深まるように、KIBOW 自身が考えや取り組みをさらに発信すること

への期待もある。起業家に対する広報のハンズオン支援、そして、関係者間での社会インパクト投資に対する理解を促すために KIBOW としてできることの余地はまだ大きい。株式会社 グロービスのメディアをさらに活用するなどして、投資先の社会インパクト創出の好事例などをより積極的に発信していきたい。

05

社会インパクトをさらに大きく生み出すために、起業家と共に地道に試行錯誤し続ける

各社の社会インパクトの増加に KIBOW が貢献し続けるためには、起業家とハンズオン支援の中身について具体的に合意できていることが大切である。加えて、個々のインベストメント・プロフェッショナルの知識やスキルの枠を超えて、KIBOW として一体となって起業家一人一人と向き合い、それぞれが直面する課題を受け止め、それに対して知恵を出し合い、考え抜き、共に試行錯誤し続けることが重要である。

その他、以下のようなコメントをいただき、勇気づけられた。

「出資金に限らず、役員派遣や定例の経営会議など、戦略にかかわる部分までご支援いただいております。」「インパクトモデルの設計や投融資に対する姿勢などに学びが多いです。」「投資いただいたタイミングより社会インパクトを計数化しアクションを増やしていった。」「(KIBOW からの) 資金を活用とした事業展開と知名度向上により、事業が成長した。」「適切なアドバイスを適時頂き、また、恩返しをしたいという強い気持ちが事業成長のモチベーションになっています。」「KIBOW は投資先の社会インパクト創出に今後より一層貢献できるよう尽力していきたい。」

編集後記

本レポートをお読みいただき、誠にありがとうございます。

多くの方々のご協力のおかげで、昨年度に続き、今年度もインパクトレポートを作成することができました。ご支援いただいた皆様に、心より感謝申し上げます。

私は、今年度から本レポートの作成に携わらせていただきました。作成する中で、改めて、社会課題の複雑さ、そしてそれに取り組むことの難しさを痛感させられました。しかし、大変困難な中にあっても、起業家の方々をはじめとした多くの方々が、より良い社会の実現のために情熱をもって取り組まれている姿に触れて、大きな勇気をいただきました。限られた紙面ではありますが、本レポートを通して、その熱い想いや姿を一人でも多くの方にお伝えできていたら幸いです。

道のりは長く険しいですが、起業家の皆さま、投資先企業で働く方々、それらの企業の商品やサービスを利用されている方々、そしてその他すべての関係者の方々と共に、私自身も一歩ずつ歩んでいきたいと考えております。



インパクトレポート企画編集
澁澤 龍太

本レポートをご覧いただき、誠にありがとうございます。昨年に続き、今年度もインパクトレポートのアートディレクションおよびデザインを担当させていただきました。

KIBOWの活動は、単なる慈善事業ではなく、社会的・環境的な課題解決と経済的リターンの両立を目指す投資という点で、大変意義深いものだと感じています。特に、インパクト KPI に基づく着実な成果と、その先に掲げられた大きな目標に強く心を打たれました。

私自身も、起業家の皆さまや日々努力を重ねる社員の皆さまから多くを学びながら、さらに成長していきたいと思っています。

皆さまのさらなる発展と飛躍を、心よりお祈り申し上げます。



株式会社CREAMU 代表取締役
アートディレクター・デザイナー
川下 城誉

免責事項：

本レポートに含まれる投資先情報は原則として 2024 年 6 月末時点でのものであり、将来的な事実や状況の変化を反映するものではありません。本レポートの情報は原則として投資先企業から取得されており、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートに基づいて行われるいかなる行動や決定についても読者の独自の判断と責任のもとで行ってください。

本レポートの内容は一般的な情報提供を目的としており、特定の個人や組織の状況に応じたアドバイスや推奨を意味するものではありません。本レポートの使用によって生じるいかなる損害についても、当方は一切の責任を負いません。

また、本レポートに掲載されている写真は、説明のためのイメージ写真を含む場合があります。