

「北九州市・リクルート
女性の就業及び子育てとの両立支援に関する連携協定」
に基づく実施事業

SROI 分析による社会的インパクトレポート



2018年 7月9日

(委託先) 株式会社 公共経営・社会戦略研究所

目次

第1章 評価の目的と評価事業の概要	2
1.1 SROI（社会的投資収益分析）による社会的インパクト評価の目的	2
1.2 評価対象事業	2
1.3 評価実施の概要	4
1.4 実施体制および実施期間	5
第2章 本評価における調査結果の概要	6
2.1 評価対象事業の概要	6
2.2 アンケート調査の概要	8
2.3 アンケート結果の概要	11
2.3.1 (1) WORKFIT for MOM 開始前アンケート/終了後アンケート	11
2.3.1 (2) WORKFIT for MOM フォローアップアンケート	15
2.3.2 企業セミナー 終了後アンケート/フォローアップアンケート	19
2.3.3 みらい家計シミュレーション 北九州市版	23
第3章 SROI の評価枠組みについて	28
3.1 SROI の定義とアプローチの特徴	28
3.2 SROI の算出プロセス	28
3.3 ロジックモデル	30
3.4 本 SROI 評価の基本枠組み	33
3.4.1 SROI 評価対象	33
3.4.2 本 SROI 評価の基本枠組み	33
3.4.3 反事実の算出について	34
3.4.4 寄与率の算出について	34
3.4.5 本 SROI 評価におけるアウトカム指標	34
3.4.6 アウトカムの貨幣化例（①②）	41
3.4.7 費用について	42
3.4.8 金銭代理指標設定に対する考え方	42
第4章 結論：SROI の評価結果について	43
参考文献	44

第1章 評価の目的と評価事業の概要

1.1 SROI(社会的投資収益分析)による社会的インパクト評価の目的

本報告書の目的は、株式会社リクルートが取り組む「はたらく育児」を応援するプロジェクト「iction!プロジェクト」の社会的インパクトをインパクト評価の手法を用いて定量化・貨幣化するところにある。本評価では、インパクト評価のなかでも、費用便益分析の理論・手法を応用したSROI (Social Return on Investment : 社会的投資収益分析) を用いて、iction!プロジェクトによって創出された社会的インパクト (ステークホルダーの行動変化・意識変化、官民連携の認知度向上等) を定量化し、その価値の貨幣換算 (貨幣化) を試みた。単なる定量化だけでは、そのアウトカム (成果) が社会のなかでどれだけの価値を有するかを理解するのは困難である。アウトカムを定量化し、その成果量をさらに貨幣価値に換算することにより、その創出された価値が社会的にみてどの程度のものなのかが理解されやすくなる。すなわち、事業に係る費用は当然、貨幣価値で表現されるが、事業により生じた効果 (社会的価値) の総量 (総便益) を貨幣化することは一般に難しい。しかし、便益を貨幣化できれば、社会がその事業の価値を理解することがより容易になり、何よりも、費用対効果という事業の効率性を検証することが可能となる。本評価では、SROIの手法を用いて、最終的に総便益 (価値の総量)、純便益 (総便益より費用を控除)、社会的投資収益率 (SROI) (総便益÷費用) を算出した。

なお本評価は、株式会社公共経営・社会戦略研究所 (略称：公社研) が第三者評価として実施したものである。

1.2 評価対象事業

「iction!プロジェクト」は、2015年7月に始動したリクルートの横断プロジェクトである。「子育てをしながら働きやすい世の中を、共に創る。」をキーワードに、行政や企業、NPOと共働しながら、「はたらく育児」の実現を目指している。「iction」とは、「育児」と「アクション」を組み合わせた言葉で、「子育てしやすい世の中にする」、「働き方にアクションを起こす」、「社会みんなでアクションをしていく」、などの意味が込められている。

iction!プロジェクトが注力しているテーマは、図表1に示した3点である。

図表1 iction!プロジェクトのテーマ

1.妊娠・出産で辞めなくてすむ
企業慣行や職場環境の変革、フレキシブルな勤務体系整備につながる働きかけを企業へ行う。
2.仕事と育児の両立によるストレスを減らす
家事代行サービス等の拡充によって現状の家事負担の軽減、フルタイム (残業なし) が実現できる働き方の開発・共有、家事・育児負担の女性偏重を改善するムーブメントの醸成、などを推進する。
3.無理なく始められる仕事をつくる
「自宅から徒歩・自転車圏内」で「3～5時間」で働ける仕事の創出を目指す。

このように、無理なく仕事も育児もしやすい社会の実現を目的に活動している iction!プロジェクトが対象とするターゲット層は、「非就業者のうち、働くことを望んでいるが、求職活動に至っていない子育て中の女性」や「アルバイトや非正規職員、また、正社員として働いているが、将来設計や家計の向上に向けて働き方を考える女性」などである。また、働くことを望んでいるが就労に結びつけることが難しい人材として、シニア層も存在する。少子高齢化や労働環境の変化に伴い、人材の確保が社会課題化している現状を踏まえると、こうした女性層やシニア層は、重要な労働力であり、iction!プロジェクトが目指す社会の実現に向けて、意識改革や雇用環境の改善を促進すべき人材層と考えられる。

そのため、本評価では、「iction!プロジェクト」が手掛ける事業は、個人ユーザー（子育て中の女性やシニア層）の就労に向けた意識や行動の変化、また、企業の潜在労働力採用に向けた変化につながると同時に、クライアント企業、リクルートグループ、行政にも様々な便益が波及する事業であるという仮説にもとづき、分析を行った。

また、「iction!プロジェクト」では、官民連携による取り組みも展開している。リクルートは、2017年7月、女性の就業及び子育てとの両立支援施策に関する包括的な連携協定を、北九州市と締結した。北九州市は、女性の活躍を推進するため、市役所内に「女性の輝く社会推進室」を新設し、女性の就業・キャリアアップ・創業・子育てとの両立支援をトータルでサポートする「ウーマンワークカフェ北九州」を開設するなど、女性活躍に向けた施策を積極的に実施している。今回の連携協定締結は、「iction!プロジェクト」と北九州市それぞれが、女性活躍推進のために蓄積してきた知見を活用し、北九州市における女性の就業及び子育てとの両立支援に取り組むことを意図したものである。

そこで、本評価において対象とする事業については、「iction!プロジェクト」のうち、この連携協定のもと北九州市で実施された、子育て中の女性向けプログラム「WORKFIT for MOM」と「みらい家計シミュレーション」、そして、地元企業に対して実施されたセミナー（「企業セミナー」）とした¹。「iction!プロジェクト」がめざす社会の実現に、官民連携によるアプローチがいかなる成果をもたらしたかを評価すると同時に、対象エリアを特定することにより、当該プログラムがステークホルダーに与える影響や成果についてより綿密に把握するという点にも考慮したものである。

本評価では、こうした評価対象事業の特徴を勘案し、評価枠組みを検討・構築した。本 SROI 評価の評価枠組み・アウトカム指標については、リクルート、北九州市と意見交換や情報共有をしながら、当該事業がもたらす具体的な成果を検討し、設定した。

¹ なお、継続中の事業については、2018年3月までにアンケート結果を回収した分までを今回の評価対象としている。

1.3 評価実施の概要

評価実施の流れは、図表2に示したとおりである。前述したように、評価対象となる期間は、2017年9月から2018年3月末までである。評価枠組みに関する検討は、プロジェクトが本格的に実施される前から開始された。まず、リクルートや北九州市に対するヒアリング結果を踏まえ、SROIの評価枠組みの設計、アウトカム項目・便益項目の設定を行った。次に、SROI推計用データ収集のために、ステークホルダー（主婦層や地元企業採用担当者等）に向けて実施されたセミナーやイベントの参加者に対するアンケート調査を実施した。これらのセミナーやイベントは、子育て中の女性、また、地元企業経営者や採用担当者の意識変容・行動変容に向けた取り組みとして、本評価事業の根幹を成すプログラムである。

さらに、実績データ及びアンケート調査のデータ結果に基づき、SROI分析を用いて、評価対象事業の社会的インパクトを推計し、総便益、純便益、社会的投資収益率（SROI）等を算出した。

図表2 評価実施の経緯

	調査方法	目的及び概要
2017年 5月～8月	評価枠組み確定、調査設計	リクルートや北九州市に対するヒアリング結果などを踏まえ、SROI評価枠組みの設計・アウトカム項目の設定
1.WORKFIT for MOM		
2017年9月～ 2018年3月	①②WORKFIT for MOMセミナー（評価実施期間内に5回実施）の、開始前と終了後にそれぞれ、参加者に対しアンケートを実施	子育て中の女性を対象とした意識啓発セミナー参加者に対し、①セミナー開始前、②セミナー終了後、③受講3～4カ月後（承諾者のみ）にアンケート調査を実施し、SROI推計のためのデータ収集および集計
・2018年1月 ・2018年 2月～3月	③参加者のうち、承諾者に対しては、受講3～4カ月後に、フォローアップアンケートを実施	
2.企業セミナー		
2017年11月	①企業セミナー終了後、参加者にアンケートを実施	北九州市周辺の企業経営者・採用担当者向けに実施した、潜在労働力活用に関するセミナー参加者を対象に、①セミナー参加後、②受講4カ月後（承諾者のみ）にアンケート調査を実施し、SROI推計のためのデータ収集および集計
2018年3月	②参加者のうち、承諾者に対しては、受講4カ月後に、フォローアップアンケートを実施	
3.みらい家計シミュレーション 北九州市版		
2017年12月～ 2018年3月	子育て中の主婦層を中心に声をかけ、その場でみらい家計シミュレーションを使ってもらい、操作後にアンケートに回答してもらう方法で実施	子育て中主婦層を対象としたアンケート調査により、SROI推計のためのデータ収集および集計
集計・分析		
2018年 3月～4月	社会的インパクトの推計、SROIの算出・分析	SROI分析により、アウトカム項目の貨幣換算、社会的インパクトを推計、SROIの算出・分析

1.4 実施体制および実施期間

本評価事業は、下記の体制により 2017 年 4 月から 2018 年 4 月にかけて実施した（図表 3）。

図表 3 実施体制

担当	氏名・所属機関・部署・職
評価事業統括	塚本 一郎 (株)公共経営・社会戦略研究所 代表取締役兼統括研究員 明治大学 経営学部 教授
評価実施担当	林 香織 (株)公共経営・社会戦略研究所 主任研究員
データ集計	林 香織、佐藤 百合枝 (研究員)

第2章 本評価における調査結果の概要

2.1 評価対象事業の概要

評価対象事業は、「fiction!プロジェクト」のうち、リクルートが育児女性の就労支援等において連携協定を締結している北九州市において実施した、子育て中女性向けのプログラム

(①WORKFIT for MOM/②みらい家計シミュレーション 北九州市版)、また、地元企業経営者や採用担当者向けの潜在労働力活用を意図したセミナー(③企業セミナー)の3プログラムである。プログラム内容についての詳細は図表4の通りとなる。

図表4 評価対象事業の詳細

1.WORKFIT for MOM
<p>■目的</p> <p>子育て中の女性を対象とした、就労に向けた意識啓発セミナー(約2時間)。認定ファシリテーターによるファシリテーションのもと、ワークショップ形式で、自分の可能性、強み、仕事に求めること、求めている仕事のスタイルなどについて、自身の認識を明らかにし、働き始めることに対する決心を口に出して共有する。</p>
<p>■開催日程</p> <p>第1回：2017年9月19日 第2回：2017年10月14日 第3回：2017年11月22日 第4回：2018年1月30日 第5回：2018年3月1日</p>
<p>■主催：(株)リクルート・北九州市</p>

2.企業セミナー

■目的

少子高齢化や労働環境の変化を背景として「人材の獲得」が大きな課題となる中、雇用形態や採用方法について、従来とは異なる柔軟な発想や対応が求められている。

このセミナーでは、子育てや介護等で時間制約がある中でも働ける仕事の創出など、子育て中の女性やシニアなど潜在労働力を活用する具体的手法について、(株)リクルートジョブズ ジョブズリサーチセンター長の宇佐川邦子氏による解説のほか、北九州市が行った未就業女性の就業ニーズ調査結果や地元企業の実践例の紹介を行う。

<北九州市×リクルート連携協定事業～新しい働き方の創出による企業の人材獲得セミナー
「潜在労働力を呼び起こす具体的手法とは？」>

■日時：2017年11月28日(火)14:00～17:00(1回実施)

■場所：AIMビル3階311～313会議室(北九州市小倉北区浅野3-8-1)

■対象：企業経営者・採用担当者等 定員100名(先着順)

■参加費：無料

■主催：(株)リクルート・北九州市

■構成：

◇北九州市の労働市場の概況と展望

◇講演「業務分解による働き方の創出 ～プチ勤務のお勧め～」

宇佐川邦子(株)リクルートジョブズ ジョブズリサーチセンター センター長)

◇未就業女性の就業ニーズ調査結果、地元企業の実践例の紹介

小崎亜依子(株)Waris プロデューサー、北九州市「未就業女性の活躍戦略策定事業」
アドバイザー)

◇意見交換、質疑応答

3.みらい家計シミュレーション 北九州市版

■目的

リクルートが提供する「みらい家計シミュレーション」は、現在の収入や支出、家族の状況などを入力すると、将来の支出をイメージできるインターネット上のサービスである。子育て中主婦層のニーズを捉え、見通しにくい教育費やマイホーム支出、家族が増えた場合の家計の変化などを、まとめてシミュレーションすることができる。

簡単な入力で65歳までの収支と貯蓄の推移がグラフ表示されるほか、教育費を中心としたライフプランや将来の変化を見据えたシミュレーションができたり、働き方を変えると家計がどのように変化するかを把握できる「ワークシミュレーション」の機能などが大きな特長である。全国版に加えて、北九州市の現況を踏まえて設計された北九州市版をリリースしている。

2.2 アンケート調査の概要

SROIの推計に必要なアウトカム指標に係るデータ収集を目的として、本事業のステークホルダーである子育て中の主婦層、また、地元企業経営者や採用担当者等を対象に、北九州市で実施されたセミナーやイベントの参加者に対してアンケート調査を実施した。

WORKFIT for MOMでは、セミナー開始前と終了後／セミナー参加3～4カ月後（フォローアップ）に、企業セミナーでは、セミナー終了後／セミナー参加4カ月後（フォローアップ）に、みらい家計シミュレーションでは、操作完了後にそれぞれアンケート調査を実施した。質問項目については、各プログラムの目的、各プログラムがもたらす成果等を踏まえ、当該プログラムに参加したことにより、参加者の意識や行動に前向きな変化が生じているか把握しうる質問を設定している。アンケート調査についての詳細は図表5～7の通りである。

図表5 アンケート調査の概要～WORKFIT for MOM

1.WORKFIT for MOM - ①	
プログラムの目的	子育て中の女性を対象とした、就労に向けた意識啓発
アンケート名称	子育てママのための「私の働き方」応援セミナー 開始前アンケート／終了後アンケート
捉えたい変化	働くことへの不安が解消され、就労意欲が向上したか
調査期間	2017年9月19日～2018年3月1日
調査対象	「WORKFIT for MOM」（約2時間）の参加者
調査方法	セミナーの開始前と終了後にアンケートに回答してもらい、その場で回収
質問項目（主要項目抜粋）	<p><開始前アンケート></p> <ul style="list-style-type: none"> ■現在の状況 ■現在の就労意欲 ■働く上で心配なこと ■仕事に活かせる強みを言葉で伝えられるか <p><終了後アンケート></p> <ul style="list-style-type: none"> ■セミナー終了後の心境 <ul style="list-style-type: none"> ・自信が持てるようになったか ・自分の強みを発見できたか ・働くことへの不安が解消されたか ・働くことへの意欲が向上したか ・今後のキャリアへの選択肢が広がったか ・仕事・家庭・育児に対する意識が変わったか ■長い時間軸で人生を捉えたり、家族の立場で考えることで働くことに前向きな意味を見つけられたか ■自分らしい働き方のヒントや情報が得られたか ■中長期の家計の具体的なイメージがついたか ■リクルートに対するイメージは変わったか ■リクルートの様々なサービスを利用したいと思ったか 等
回収率	回収率：100.0%

1.WORKFIT for MOM - ②	
アンケート名称	子育てママのための「私の働き方」応援セミナーフォローアップアンケート
捉えたい変化	セミナー参加3～4カ月後、就職に向けた活動を開始し、就労、または、就労の見込みにつながったか
調査期間	①2018年1月上旬～1月31日 ②2018年2月21日～3月4日
調査対象	①「WORKFIT for MOM」第1回：2017年9月19日／第2回：2017年10月14日の参加者のうち、フォローアップアンケートへの協力を承諾した方 ②「WORKFIT for MOM」第3回：2017年11月22日の参加者のうち、フォローアップアンケートへの協力を承諾した方 ③「WORKFIT for MOM」第4回：2018年1月30日の参加者のうち、フォローアップアンケートへの協力を承諾した方 ④「WORKFIT for MOM」第5回：2018年3月1日の参加者のうち、フォローアップアンケートへの協力を承諾した方
調査方法	郵送によるアンケート票の発送・回収
質問項目（主要項目抜粋）	<ul style="list-style-type: none"> ■就職情報サイトや就職情報誌で求人情報を調べたり、就職関連セミナーへの参加は増えたか ■ウーマンワークカフェ北九州やマザーズハローワークへの訪問は増えたか ■就職に役立つスキルを習得するための行動は増えたか ■自分が仕事をする事について家族と話す機会は増えたか ■企業等の求人へ応募したか ■派遣会社に登録したか ■企業の面接を受けたか ■正規職員としての就職が決定した、または6カ月以内に就職できそうな見込みはあるか ■アルバイト・パート・契約社員としての就職が決定した、または6カ月以内に就職できそうな見込みはあるか ■派遣社員としての就職が決定した、または6カ月以内に就職できそうな見込みはあるか ■働く意欲が向上したか 等
回収率	①アンケート承諾者数：回収率：76.9% ②アンケート承諾者数：回収率：75.0% ③アンケート承諾者数：回収率：75.0% ④アンケート承諾者数：回収率：42.9%

図表6 アンケート調査の概要～企業セミナー

2.企業セミナー - ①	
プログラムの目的	従来とは異なる柔軟な発想に基づいた雇用形態や採用方法で人材獲得につなげる
アンケート名称	新しい働き方の創出による企業の人材獲得セミナー アンケート
捉えたい変化	潜在労働力である主婦層やシニア層が求める働き方や、「超短時間勤務」（プチ勤務）について認識が向上したか
実施日	2017年11月28日
調査対象	北九州市周辺の企業経営者・採用担当者等参加者
調査方法	セミナー終了後、アンケートに回答してもらい、その場で回収
質問項目（主要項目抜粋）	<ul style="list-style-type: none"> ■地域の労働人口問題に対する知識が向上したか ■主婦層やシニア層が求める働き方について認識が向上したか ■現在の労働市場で人材採用を進めるには、「超短時間勤務」（プチ勤務）の導入が必要になる認識が向上したか ■採用対象に応じた求人情報を掲載する認識が向上したか ■新しい働き方の創出等、北九州市とリクルートグループの官民連携による取り組みについて理解・イメージが向上したか 等
回収率	回収率：57.1%
2.企業セミナー - ②	
アンケート名称	新しい働き方の創出による人材獲得セミナー フォローアップアンケート
捉えたい変化	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー参加4カ月後、主婦層やシニア層の採用に向けた勤務体制や人事制度について、策定や検討をしたか ・セミナー参加4カ月後、主婦層やシニア層の採用を増やしたり増やす検討をしているか
調査期間	2018年3月5日～3月30日
調査対象	「新しい働き方の創出による企業の人材獲得セミナー」（2017/11/28開催）の参加者のうち、フォローアップアンケートへの協力を承諾した方
調査方法	フォローアップアンケート承諾者に、WebアンケートページのURLをメールにて案内。回答者はWebアンケートフォーム上で回答。アンケート結果はWebアンケートフォームからダウンロードして収集
質問項目（主要項目抜粋）	<ul style="list-style-type: none"> ■「短時間勤務」創出のため、業務の切り出しを検討したか ■「短時間勤務」で働く人材枠を増加したか ■「短時間勤務」に対応する新たな人事管理制度を導入したか ■主婦層またはシニア層の採用を増やしたか。あるいは今後6カ月以内に増やすことを積極的に検討したか 等
回収率	回収率：30.0%

図表7 アンケート調査の概要～みらい家計シミュレーション 北九州市版

3.みらい家計シミュレーション 北九州市版	
プログラムの目的	家計の現状について認識し、将来の見通しを把握することで、就労に向けた意識啓発につなげる
アンケート名称	みらい家計シミュレーション 完了者アンケート
捉えたい変化	家計の見直しや就労意欲の向上につながったか
調査期間	2017年12月～2018年3月
調査対象	北九州市の主婦層
調査方法	子育て中の主婦層などを中心に声をかけ、その場でみらい家計シミュレーション 北九州市版を使ってもらい、操作後に回答したアンケートをその場で回収
質問項目（主要項目抜粋）	<ul style="list-style-type: none"> ■家計を見直してみようと思ったか ■家計と働き方の関係について理解が深まったか ■働くことについて気持ちに変化はあったか ■今後の家計管理や将来設計の重要性を認識したか ■今後、就職情報サイト等で求人情報を調べたり、就職関連セミナーに参加したいと思うか ■今回の結果を家族に共有しようと思うか 等
回収率	回収率：100.0%

2.3 アンケート結果の概要

2.3.1 (1) WORKFIT for MOM 開始前アンケート／終了後アンケート

WORKFIT for MOM においては、プログラムの効果を把握するため、セミナーの開始前と終了後、それぞれの時点で、参加者にアンケートの回答をしてもらいその場で回収をした（図表8-1参照）。本項目では、開始前アンケート／終了後アンケートそれぞれの調査結果をもとに、WORKFIT for MOM への参加を通じて生じた意識の変化について、主としてSROI評価と関連するアウトカム項目を中心に記述する。

図表8-1 WORKFIT for MOM 開始前アンケート／終了後アンケート回答者の概要

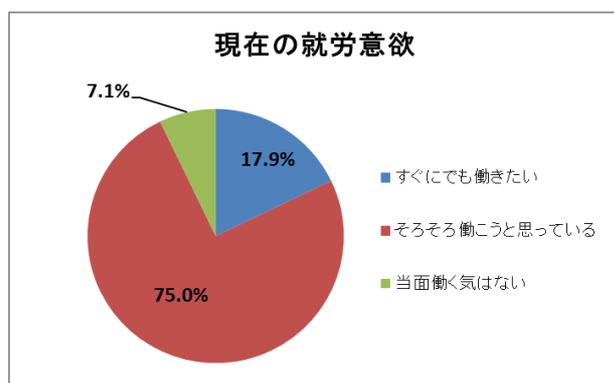
WORKFIT for MOM 開始前アンケート／終了後アンケート	
参加者概要	平均年齢 35.5歳 専業主婦：70.0%/働いている：30.0%

就労意欲について

開始前アンケートにおいて、現在の就労意欲について、「すぐにでも働きたい」「そろそろ働こうと思っている」という肯定的回答が9割以上であったが、「当面働く気はない」という否定的回答者も少数ではあるが存在していた（図表 8-2）。

受講後の終了後アンケートでは、「働くことへの意欲は向上したか」の問いに対し、肯定的回答が100.0%であると同時に、「非常にそう思う」が6割を超えている（図表 8-3）。当該セミナーの受講を通して、就労に積極的でなかった者も含め、就労意欲により一層の前向きな変化が生じていることが考えられる。

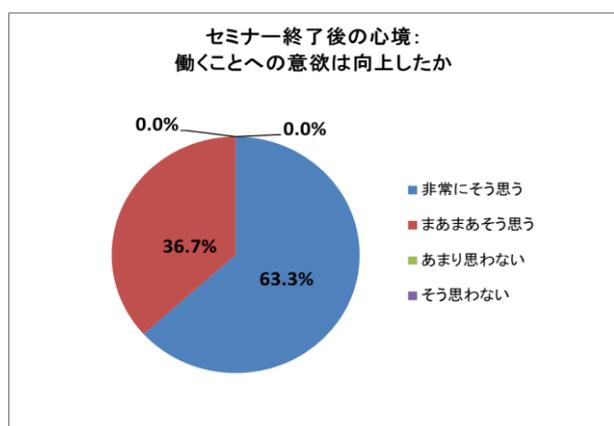
図表 8-2 開始前アンケート「現在の就労意欲」



	すぐにでも働きたい	そろそろ働こうと思っている	当面働く気はない	無回答
割合	17.9%	75.0%	7.1%	-

*「割合」は、無効回答（無回答・異常回答）数を除く有効回答数に占める割合

図表 8-3 終了後アンケート「働く意欲は向上したか」

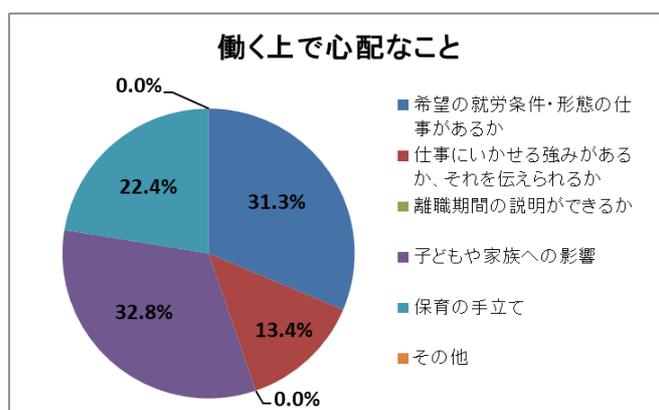


	非常にそう思う	まあまあそう思う	あまり思わない	そう思わない
割合	63.3%	36.7%	0.0%	0.0%

就労に向けての不安について

開始前アンケートにおいては、「働く上で心配なこと」として、希望にかなう就労条件や仕事があるか、子どもや家族への影響が生じるのではないかと、保育の手立が整うか、自分の強みを明確に認識できていない、等、様々な不安を抱えていることが見受けられるが（図表 8-4）、終了後アンケートの「働くことへの不安が解消できたか」という問いに対しては、ほぼ全員が「非常にそう思う」「まあまあそう思う」という肯定的回答をしている（図表 8-5）。当該セミナーの受講により、就労に向けた不安の解消につながったと考えられる。

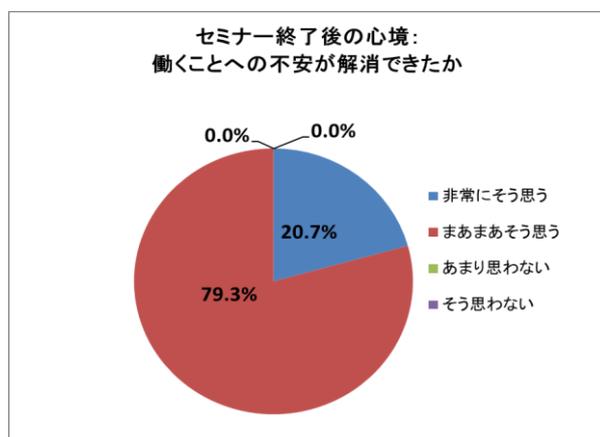
図表 8-4 開始前アンケート「働く上で心配なこと」（複数回答可）



	希望の就労条件・形態の仕事があるか	仕事にいかせる強みがあるか、それを伝えられるか	離職期間の説明ができるか	子どもや家族への影響	保育の手立て	その他	無回答
割合	31.3%	13.4%	0.0%	32.8%	22.4%	0.0%	—

* 「割合」は、無効回答（無回答・異常回答）数を除く有効回答数に占める割合

図表 8-5 終了後アンケート「働くことへの不安が解消できたか」



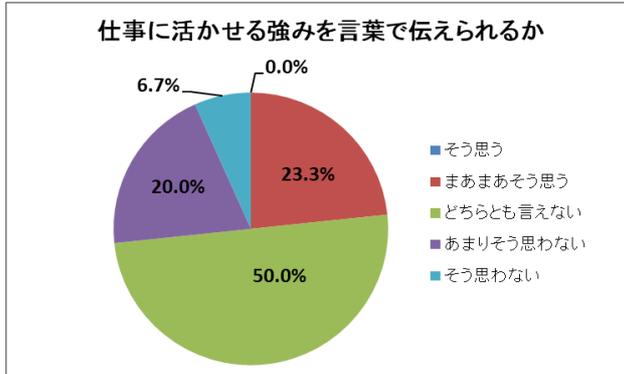
	非常にそう思う	まあまあそう思う	あまり思わない	そう思わない	無回答
割合	20.7%	79.3%	0.0%	0.0%	—

* 「割合」は、無効回答（無回答・異常回答）数を除く有効回答数に占める割合

自分自身の強みについて

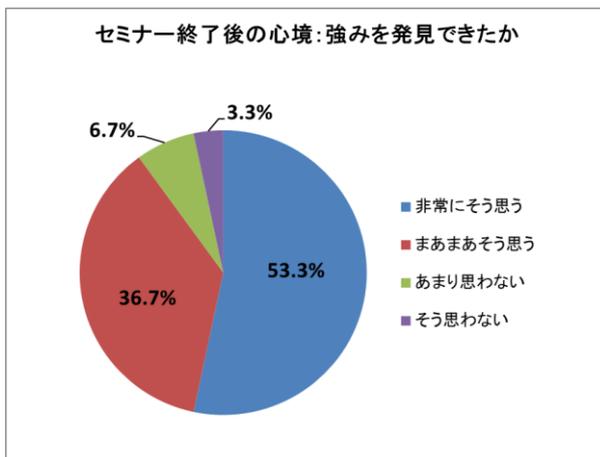
開始前アンケートにおいて、「仕事に活かせる強みを言葉で伝えられるか」という問いに対し、「どちらとも言えない」「あまりそう思わない」「そう思わない」という回答が7割以上にのぼったが（図表 8-6）、終了後アンケートにおいては、「強みを発見できたか」という問いに対し、「非常にそう思う」「まあまあそう思う」という肯定的回答が9割となっている（図表 8-7）。当該セミナーの受講が、自分自身の強みの発見につながったと考えられる。

図表 8-6 開始前アンケート「仕事に活かせる強みを言葉で伝えられるか」



	非常に そう 思う	まあまあ そう 思う	どちらとも 言えない	あまりそう 思わない	そう 思 わ な い
割合	0.0%	23.3%	50.0%	20.0%	6.7%

図表 8-7 終了後アンケート「強みを発見できたか」



	非常に そう 思う	まあまあ そう 思う	あまり 思 わ な い	そう 思 わ な い
割合	53.3%	36.7%	6.7%	3.3%

2.3.1 (2) WORKFIT for MOM フォローアップアンケート

WORKFIT for MOM フォローアップアンケートは、第1回（2017年9月19日）、第2回（2017年10月14日）、第3回（2017年11月22日）、第4回（2018年1月30日）、第5回（2018年3月1日）の参加者のうち、フォローアップアンケートへの協力承諾者に対して、WORKFIT for MOM 参加の3～4カ月後に実施した（アンケートは郵送にて発送）（図表9-1）。本項目では、フォローアップアンケートの調査結果をもとに、WORKFIT for MOM の参加3～4カ月後に生じた意識・行動の変化について、主としてSROI評価と関連するアウトカム項目を中心に記述する。

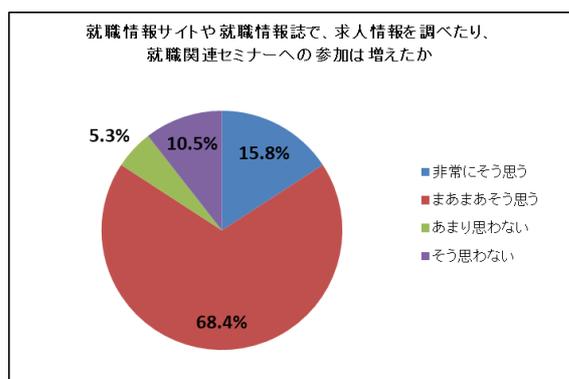
図表9-1 WORKFIT for MOM フォローアップアンケート回答者の概要

WORKFIT for MOM フォローアップアンケート	
調査期間	2018年1月～6月
回収率	①承諾者数：回収率：76.9% ②承諾者数：回収率：75.0% ③承諾者数：回収率：75.0% ④承諾者数：回収率：42.9% 回収率：67.9%

就労に向けた行動について

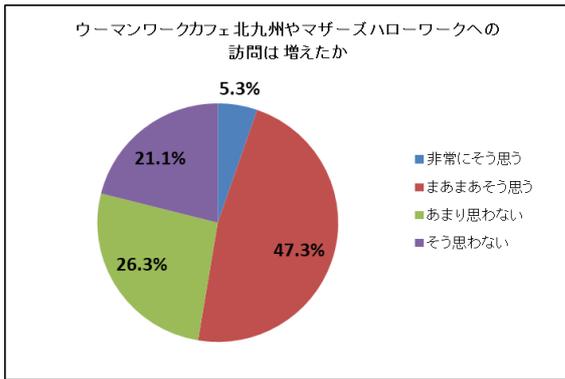
WORKFIT for MOM の参加後、就労に向けた具体的な行動をしているかを問う設問においては、「求人情報検索、就職セミナーへの参加は増えたか」に対する肯定的回答（「非常に思う」「まあまあ思う」）が84.2%（図表9-2）、「ウーマンワークカフェやマザーズハローワークへの訪問は増えたか」に対する肯定的回答が52.6%（図表9-3）、「就職に役立つスキル習得の行動は増えたか」に対する肯定的回答が78.9%（図表9-4）、「働く意欲の向上」については全員が肯定的回答をしており（図表9-5）、WORKFIT for MOM 受講3～4カ月後も、就労意欲は向上傾向にあり、情報検索、セミナー参加、スキル習得など、就職に向けた準備に関する行動について向上していると思われる。

図表9-2 「求人情報検索、就職セミナーへの参加」



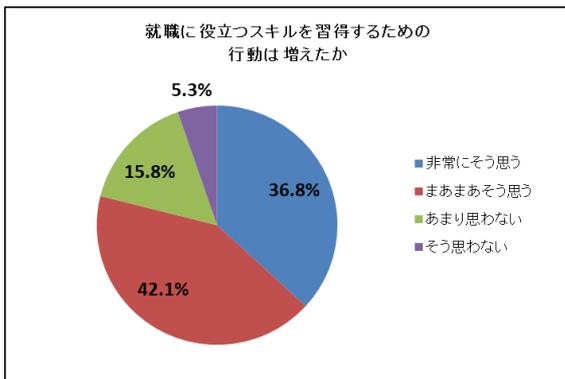
	非常に 思う	まあまあ 思う	あまり 思わない	そう 思わない
割合	15.8%	68.4%	5.3%	10.5%

図表 9-3 「ウーマンワークカフェやマザーズハローワークへの訪問」



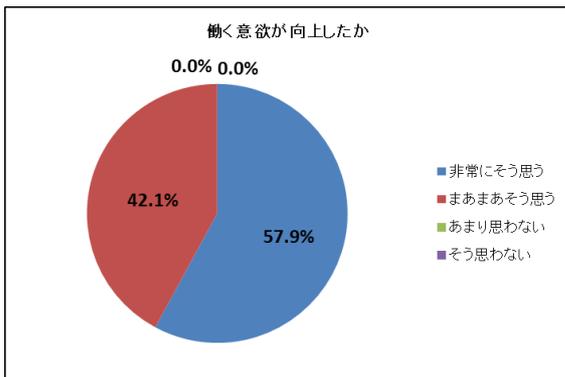
	非常に そう思う	まあまあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない
割合	5.3%	47.3%	26.3%	21.1%

図表 9-4 「就職に役立つスキル習得の行動」



	非常に そう思う	まあまあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない
割合	36.8%	42.1%	15.8%	5.3%

図表 9-5 「働く意欲の向上」



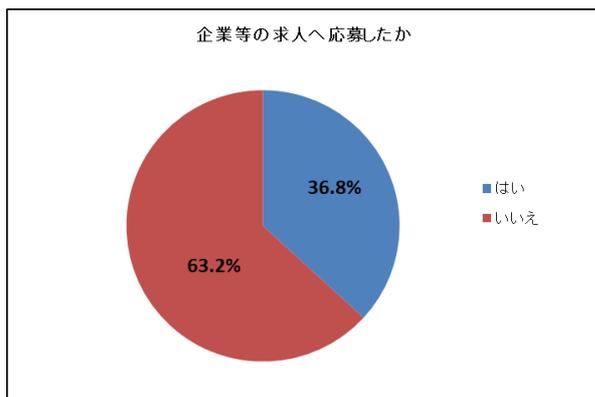
	非常に そう思う	まあまあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない
割合	57.9%	42.1%	0.0%	0.0%

求人応募、面接、派遣登録等の行動について

情報収集やスキル習得といった、就職に向けた準備に関する行動は向上している一方で、「企業等の求人へ応募したか」については、「いいえ」が63.2%（図表 9-6）、「派遣会社に登録したか」については、「いいえ」が84.2%（図表 9-7）、「企業の面接を受けたか」については、「いいえ」が68.4%（図表 9-8）と、いずれも6割以上が就職に直接的に結びつく行動にまでは至っていない。

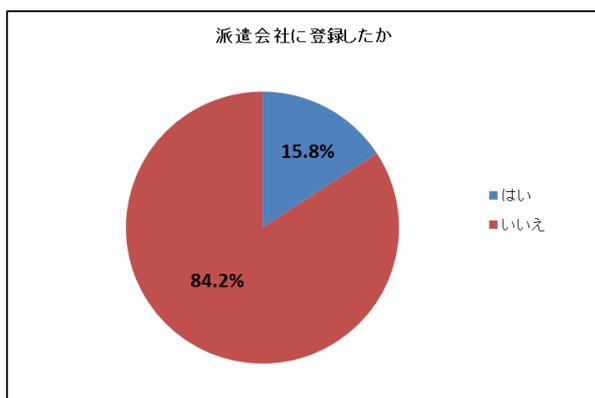
他方で、企業等の求人へ応募したという回答は36.8%、約4割、また、面接を受けたという回答は31.6%、約3割あり、WORKFIT for MOM受講3～4カ月後、徐々に行動を開始している傾向が見受けられる。

図表 9-6 「企業等への求人応募」



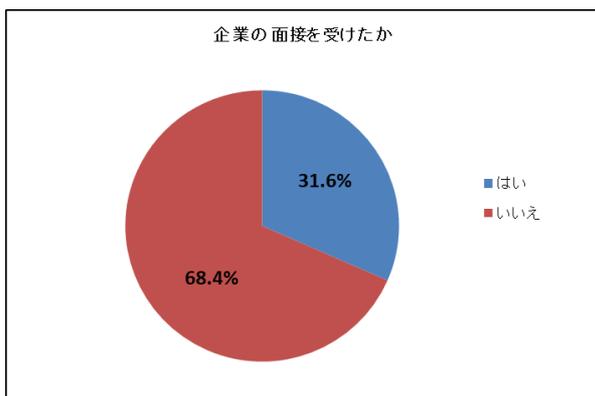
	はい	いいえ
割合	36.8%	63.2%

図表 9-7 「派遣会社への登録」



	はい	いいえ
割合	15.8%	84.2%

図表 9-8 「企業の面接を受けた」

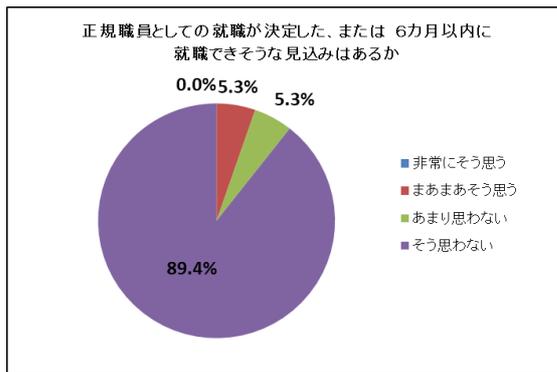


	はい	いいえ
割合	31.6%	68.4%

就職の決定、就職の見込みについて

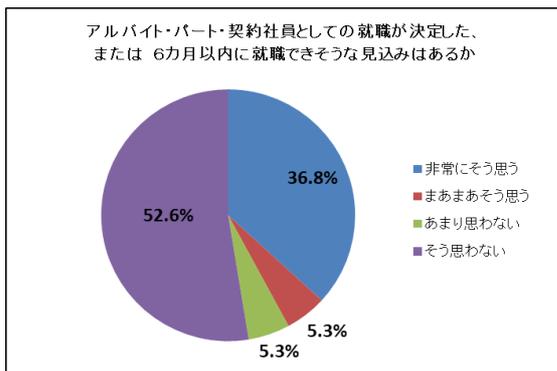
求人応募、派遣会社への登録、面接といった就職に直結する行動を徐々に開始しつつある段階と考えられることから、「正規職員としての就職決定、6カ月以内の就職見込み」の否定的回答（「あまり思わない」「そう思わない」）が94.7%（図表9-9）、「アルバイト・パート・契約社員としての就職決定、6カ月以内の就職見込み」の否定的回答が57.9%（図表9-10）、「派遣社員としての就職決定、6カ月以内の就職見込み」の否定的回答が94.7%（図表9-11）という回答結果になっている。WORKFIT for MOM受講3～4カ月後の段階では、特に、正規職員、派遣社員において、実際の就職決定までには至っていない、また、就職見込みについても楽観視していない状況にあると思われる。

図表 9-9 「正規職員としての就職が決定した、
または6カ月以内に就職できそうな見込みはあるか」



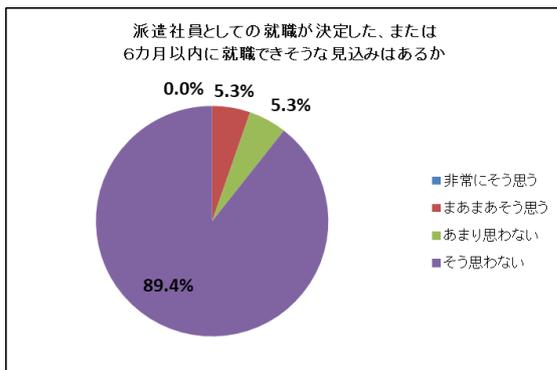
	非常に そう思う	まあまあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない
割合	0.0%	5.3%	5.3%	89.4%

図表 9-10 「アルバイト・パート・契約社員としての就職が決定した、
または6カ月以内に就職できそうな見込みはあるか」



	非常に そう思う	まあまあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない
割合	36.8%	5.3%	5.3%	52.6%

図表 9-11 「派遣社員としての就職が決定した、
または6カ月以内に就職できそうな見込みはあるか」



	非常に そう思う	まあまあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない
割合	0.0%	5.3%	5.3%	89.4%

2.3.2 企業セミナー 終了後アンケート/フォローアップアンケート

企業セミナーにおいては、プログラムの効果を把握するため、セミナー当日の終了後と、セミナー参加4カ月後、それぞれアンケートを実施した（図表 10-1）。

終了後アンケートでは、セミナー終了後、参加者にアンケートに回答をしてもらいその場で回収をした。また、フォローアップアンケートへの協力承諾者に対して、セミナー参加4カ月後にWebアンケートを実施した。

本項目では、終了後アンケート、フォローアップアンケートの調査結果をもとに、企業セミナーへの参加を通じて、受講直後、また、受講4カ月後に生じた意識・行動の変化について、主としてSROI評価と関連するアウトカム項目を中心に記述する。

図表 10-1 企業セミナー 終了後アンケート、フォローアップアンケート回答者の概要

企業セミナー 終了後アンケート	
実施日	2017年11月28日
参加者	北九州市周辺の企業経営者・採用担当者等
回収率	回収率：57.1%

企業セミナー フォローアップアンケート	
調査期間	2018年3月5日～3月30日
回収率	回収率：30.0%

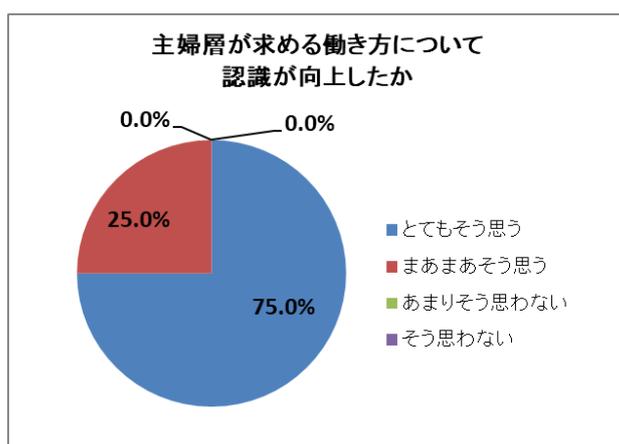
主婦層が求める働き方について

終了後アンケートの「主婦層が求める働き方について認識が向上したか」という問いに対して、肯定的回答が 100.0%（そのうち、「とてもそう思う」が 75.0%）であった（図表 10-2）。

また、セミナー受講4カ月後に実施したフォローアップアンケートにおいては、「主婦層の女性の採用を増やしたか、あるいは今後6カ月以内に増やそうと積極的に検討したか」という問いに対して、「増やした」が 55.6%、「増やしていないが検討している」が 11.1%となっている（図表 10-3）。

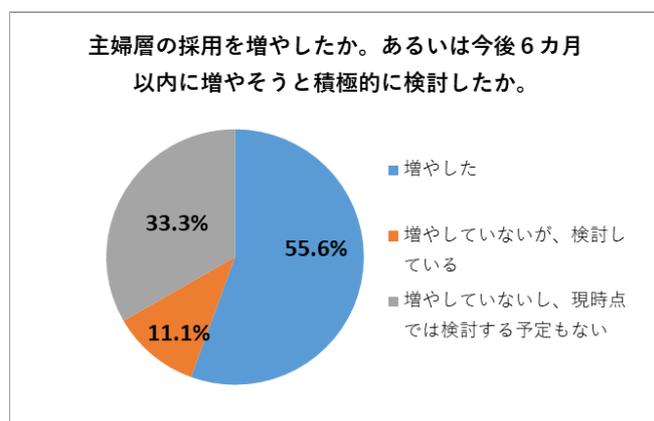
当該セミナーの受講直後、主婦層が求める働き方に対する肯定的な認識が向上しているが、セミナー受講4カ月後では、フォローアップアンケート回答者のうち6割以上に、主婦層の採用を増やした、または増やすことを検討する方向が見られる。

図表 10-2 「主婦層が求める働き方について 認識が向上したか」 - 終了後アンケート



	とても そう思う	まあまあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない
割合	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%

図表 10-3 「主婦層の採用を増やしたか。あるいは今後6カ月以内に増やそうと積極的に検討したか」 - フォローアップアンケート



	増やした	増やしていない が、検討している	増やしていない し、現時点では検 討する予定もない
割合	55.6%	11.1%	33.3%

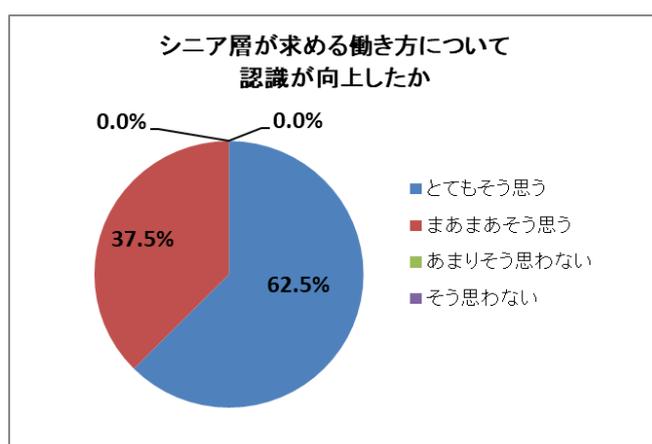
シニア層が求める働き方について

終了後アンケートの「シニア層が求める働き方について認識が向上したか」という問いに対して、肯定的回答が100.0%（そのうち、「とてもそう思う」が62.5%）であった（図表10-4）。

また、セミナー受講4カ月後に実施したフォローアップアンケートにおいては、「シニア層の採用を増やしたか。あるいは今後6カ月以内に増やそうと積極的に検討したか」という問いに対して、「増やした」が22.2%、「増やしていないが検討している」が11.1%となっている（図表10-5）。

当該セミナーの受講直後、シニア層が求める働き方に対する前向きな認識が向上したと考えられるが、セミナー受講4カ月後では、フォローアップアンケート回答者のうち3割以上に、シニア層の採用を増やした、または増やすことを検討する方向が見られる。

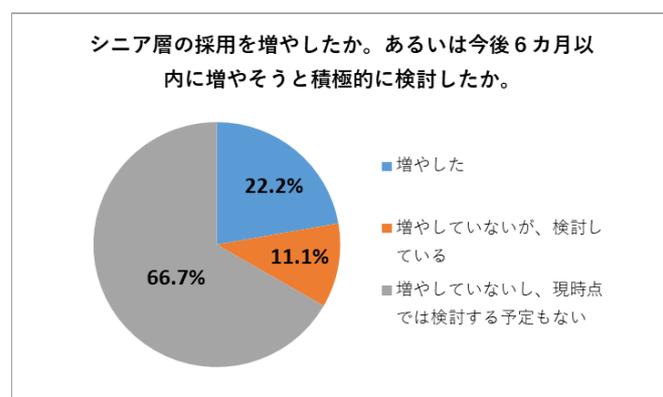
図表 10-4 「シニア層が求める働き方について認識が向上したか」 - 終了後アンケート



	とても そう思う	まあまあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない
割合	62.5%	37.5%	0.0%	0.0%

図表 10-5 「シニア層の採用を増やしたか。

あるいは今後6カ月以内に増やそうと積極的に検討したか」 - フォローアップアンケート



	増やした	増やしていない が、検討している	増やしていない し、現時点では検 討する予定もない
割合	22.2%	11.1%	66.7%

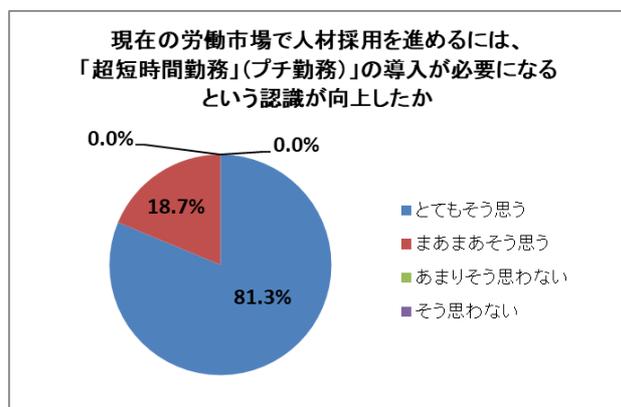
「超短時間勤務」(プチ勤務)の導入の認識について

終了後アンケートの「現在の労働市場で人材採用を進めるには、「超短時間勤務」(プチ勤務)」の導入が必要になるという認識が向上したか」という問いに対して、肯定的回答が100.0% (そのうち、「とてもそう思う」が81.3%)であった(図表10-6)。

また、セミナー受講4カ月後に実施したフォローアップアンケートにおいては、「「短時間勤務(プチ勤務)」で働く人材の採用枠を増やしたか」という問いに対して、「増やした」が44.4%、「増やしていないが検討している」が11.1%となっている(図表10-7)。

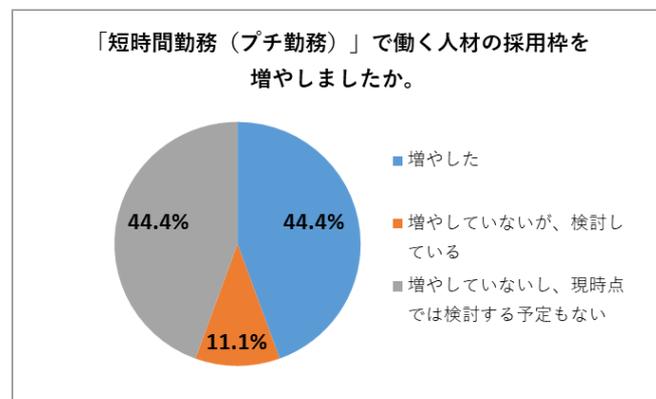
当該セミナーの受講直後において、「超短時間勤務」導入の必要性について、多くの受講者が肯定的に認識したと考えられるが、セミナー受講4カ月後では、フォローアップアンケート回答者のうち5割以上に、「短時間勤務(プチ勤務)」で働く人材の採用枠を増やした、または増やすことを検討する方向が見られる。

図表 10-6 「現在の労働市場で人材採用を進めるには、「超短時間勤務」(プチ勤務)」の導入が必要になる認識が向上したか」 - 終了後アンケート



	とても そう思う	まあまあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない
割合	81.3%	18.7%	0.0%	0.0%

図表 10-7 「「短時間勤務(プチ勤務)」で働く人材の採用枠を増やしたか」 - フォローアップアンケート



	増やした	増やしていないが、検討している	増やしていないし、現時点では検討する予定もない
割合	44.4%	11.1%	44.4%

2.3.3 みらい家計シミュレーション 北九州市版

「みらい家計シミュレーション 北九州市版」においては、北九州市において子育て中の主婦層を中心に声をかけ、その場でみらい家計シミュレーション 北九州市版を使ってもらい、操作後に回答したアンケートを回収する方法で実施した（図表 11-1）。

また、「全回答者」と、「正社員を除く女性（契約・派遣社員、パート・アルバイト、専業主婦、無職、その他）で、子どものいる参加者（ただし、専業主婦については子どもがいない者も含む）」の2つの区分について集計している。

上記2つの集計区分を比較した結果、数値に大きな差は見られなかったため、以下、「全回答者」の結果を中心に、みらい家計シミュレーションの体験を通じて生じた、体験者の意識等の変化について、主としてSROI評価と関連するアウトカム項目を中心に記述する。

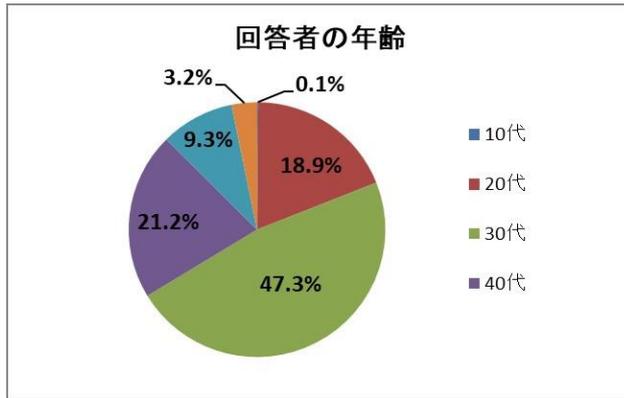
図表 11-1 みらい家計シミュレーション北九州市版 完了者アンケート回答者の概要

みらい家計シミュレーション 北九州市版 完了者アンケート	
実施期間	2017年12月～2018年3月
集計区分	① 全回答者 ② 正社員を除く女性（契約・派遣社員、パート・アルバイト、専業主婦、無職、その他）で、子どものいる参加者（ただし、専業主婦については子どもがいない者も含む）

アンケート回答者の属性について

アンケートの全回答者の属性については、「年齢」は「30代」が47.3%とおおよそ半数を占め、以下、「40代」が21.2%、「20代」が18.9%である（図表 11-2）。アンケート実施に際し、主婦層を中心に声をかけていることから、「職業」は「専業主婦」42.7%、「パート・アルバイト」24.4%、「正社員」20.0%、となっている（図表 11-3）。「子どもの有無」については、「子どもがいる」が82.8%と、子どもがいる方が8割以上である（図表 11-4）。

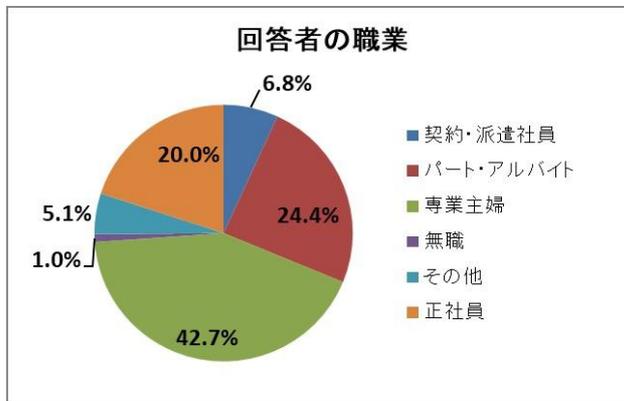
図表 11-2 全回答者の属性：年齢



	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	無回答
割合	0.1%	18.9%	47.3%	21.2%	9.3%	3.2%	-

*「割合」は、無効回答（無回答・異常回答）数を除く有効回答数に占める割合

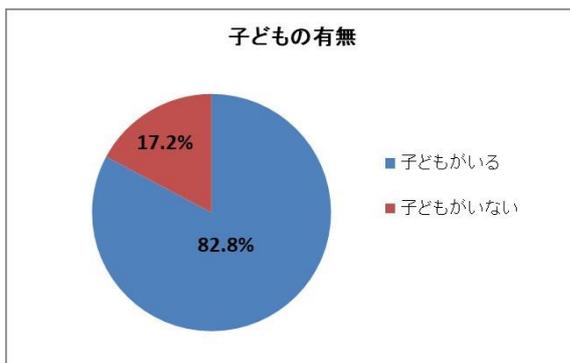
図表 11-3 全回答者の属性：職業



	契約・派遣社員	パート・アルバイト	専業主婦	無職	その他	正社員	無回答	回答無効
割合	6.8%	24.4%	42.7%	1.0%	5.1%	20.0%	-	-

*「割合」は、無効回答（無回答・異常回答）数を除く有効回答数に占める割合

表 11-4 全回答者：子どもの有無



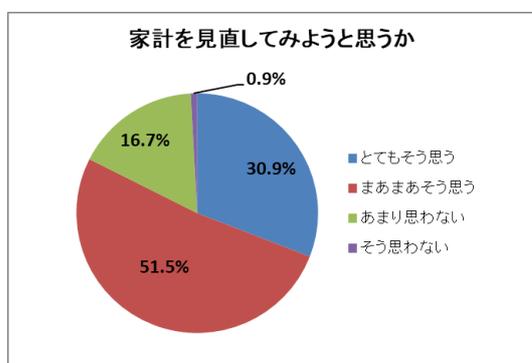
	子どもがいる	子どもがいない	無回答
割合	82.8%	17.2%	-

*「割合」は、無効回答（無回答・異常回答）数を除く有効回答数に占める割合

家計の見直しについて

「家計を見直してみようと思うか」との問いに対し、「とてもそう思う」「まあまあそう思う」という肯定的回答が、82.4%である（図表 11-5）。短時間の体験ではあるが、視覚的に結果が表示されることもあり、家計の現状や将来の見通しについて端的に認識し、家計の見直しに対する意識が生じたと考えられる。

図表 11-5 「家計を見直してみようと思うか」：全回答者



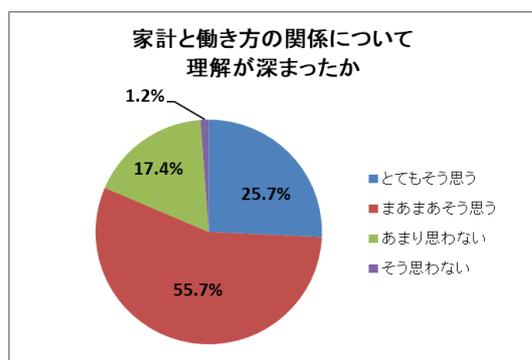
	とても そう思う	まあまあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない	無回答	回答 無効
割合	30.9%	51.5%	16.7%	0.9%	-	-

* 「割合」は、無効回答（無回答・異常回答）数を除く有効回答数に占める割合

家計と働き方の関係に対する理解について

「家計と働き方の関係について理解が深まったか」との問いに対し、「とてもそう思う」「まあまあそう思う」という肯定的回答が、81.4%（図表 11-6）である。短時間の体験ではあるが、みらい家計シミュレーションのサービスが意図する、“家計の見直しをきっかけに働き方を捉え直す”という趣旨について理解が得られたと考えられる。

図表 11-6 「家計と働き方の関係について理解が深まったか」：全回答者



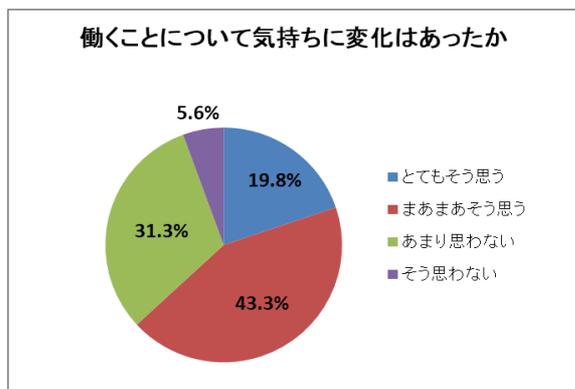
	とても そう思う	まあまあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない	無回答	回答 無効
割合	25.7%	55.7%	17.4%	1.2%	-	-

* 「割合」は、無効回答（無回答・異常回答）数を除く有効回答数に占める割合

働くことに対する気持ちの変化について

「働くことについて気持ちに変化はあったか」との問いに対し、「とてもそう思う」「まあまあそう思う」という肯定的回答が63.1%である（図表11-7）。回答者にはすでに働いている人も含まれているが、6割以上が働くことに対する気持ちの変化があったとしていることから、みらい家計シミュレーションによって将来の家計状況を認識したことで、仕事に就く、または、働き方を検討するなどの意識の喚起につながったと考えられる。

図表 11-7 「働くことについて気持ちに変化はあったか」：全回答者



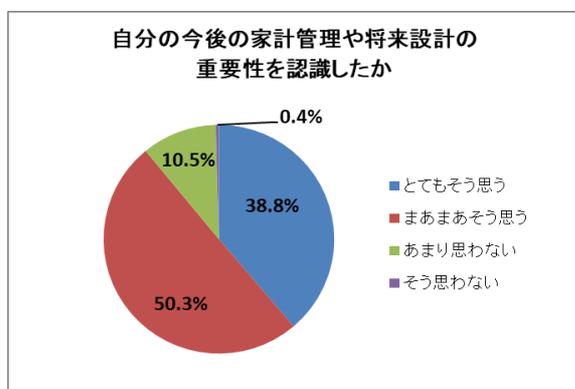
	とても そう思う	まあまあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない	無回答
割合	19.8%	43.3%	31.3%	5.6%	-

*「割合」は、無効回答（無回答・異常回答）数を除く有効回答数に占める割合

今後の家計管理や将来設計の重要性の認識について

「自分の今後の家計管理や将来設計の重要性を認識したか」との問いに対し、「とてもそう思う」「まあまあそう思う」という肯定的回答がおおよそ9割であることから（図表11-8）、現状と将来予測のギャップなどを目の当たりにすることで、家計管理や将来設計の重要性について認識しえたと考えられる。

図表 11-8 「自分の今後の家計管理や将来設計の重要性を認識したか」：全回答者



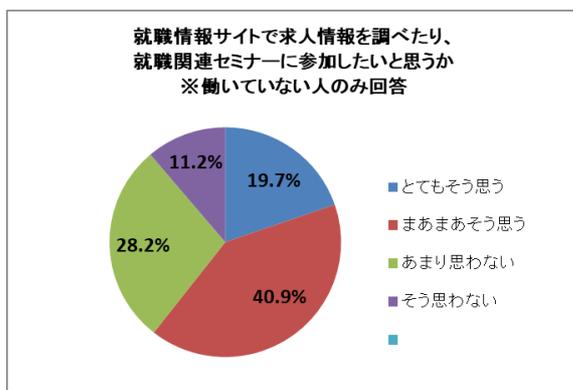
	とても そう思う	まあまあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない	無回答	回答 無効
割合	38.8%	50.3%	10.5%	0.4%	-	-

*「割合」は、無効回答（無回答・異常回答）数を除く有効回答数に占める割合

就職に向けた活動への意識の変化について

「就職情報サイトで求人情報を調べたり、就職関連セミナーに参加したいと思うか（働いていない人のみ回答）との問いに対し、「とてもそう思う」「まあまあそう思う」という肯定的回答が6割あり（図表 11-9）、家計の現状認識から将来の見通しを把握しえたことで、就労に向けた意識啓発につながったとも考えられる。

図表 11-9 「就職情報サイトで求人情報を調べたり、就職関連セミナーに参加したいと思うか（働いていない人のみ回答）」：全回答者



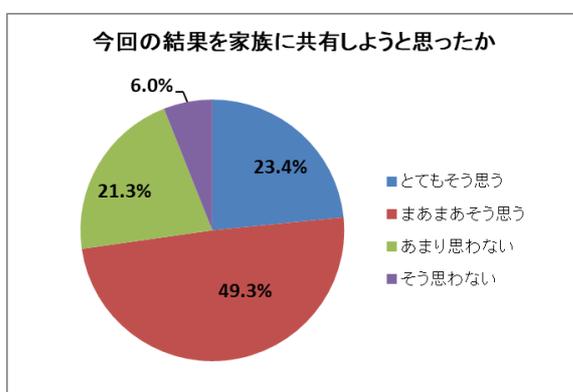
	とても そう思う	まあまあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない	無回答	回答 無効
割合	19.7%	40.9%	28.2%	11.2%	-	-

* 「割合」は、無効回答（無回答・異常回答）数を除く有効回答数に占める割合

家族への共有について

「今回の結果を家族に共有しようと思ったか」との問いに対し、「とてもそう思う」「まあまあそう思う」という肯定的回答が7割以上となっている（図表 11-10）。みらい家計シミュレーションによって認識した家計に関する課題の改善には、自身だけでなく家族の協力も必要となることから、家族にも共有したいという意識につながったと考えられる。

図表 11-10 「今回の結果を家族に共有しようと思ったか」：全回答者



	とても そう思う	まあまあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない	無回答
割合	23.4%	49.3%	21.3%	6.0%	-

* 「割合」は、無効回答（無回答・異常回答）数を除く有効回答数に占める割合

第3章 SROI の評価枠組みについて

本章では、まず SROI とはどのような評価手法なのかについて説明したい。

3.1 SROI の定義とアプローチの特徴

SROI(Social Return on Investment) (社会的投資収益分析) は、評価の専門家だけでなく、実践家や投資家、政府がその連携プログラム等の成果評価に活用しやすいように、費用便益分析

(CBA : cost-benefit analysis) を応用し発展させた評価手法である。SROI 評価が経済的な評価のテクニックを使うという意味では CBA と非常によく似ており、CBA の手法が基礎となっている。SROI 評価は独自の評価理論を開発したというよりも、むしろ CBA において発展させられてきた理論や技法に多くを依存している。

SROI 評価の主要な特徴の 1 つは、ステークホルダー・アプローチが費用便益分析の評価プロセスにおいて非常に重要な位置を占めている点にある。これは CBA との主要な相違であるが、両者の違いは評価方法の本質的部分にあるのではなく、むしろ「アプローチ」の違いにあるのである。SROI 評価においては、評価プロセスにおけるステークホルダーの参加を基本に、「変化」の価値化（「変化」の価値づけ）と、社会的価値の貨幣化（貨幣価値への換算）が実践される。例えば、SROI 評価では、まず「期待されるアウトカム（成果）」としてのアウトカム項目とそれらの成果量を定量化するための指標群の枠組みが設定されるが、これらのアウトカム等の定義の段階から、ステークホルダーの参加を可能にする十分な柔軟性を有している。

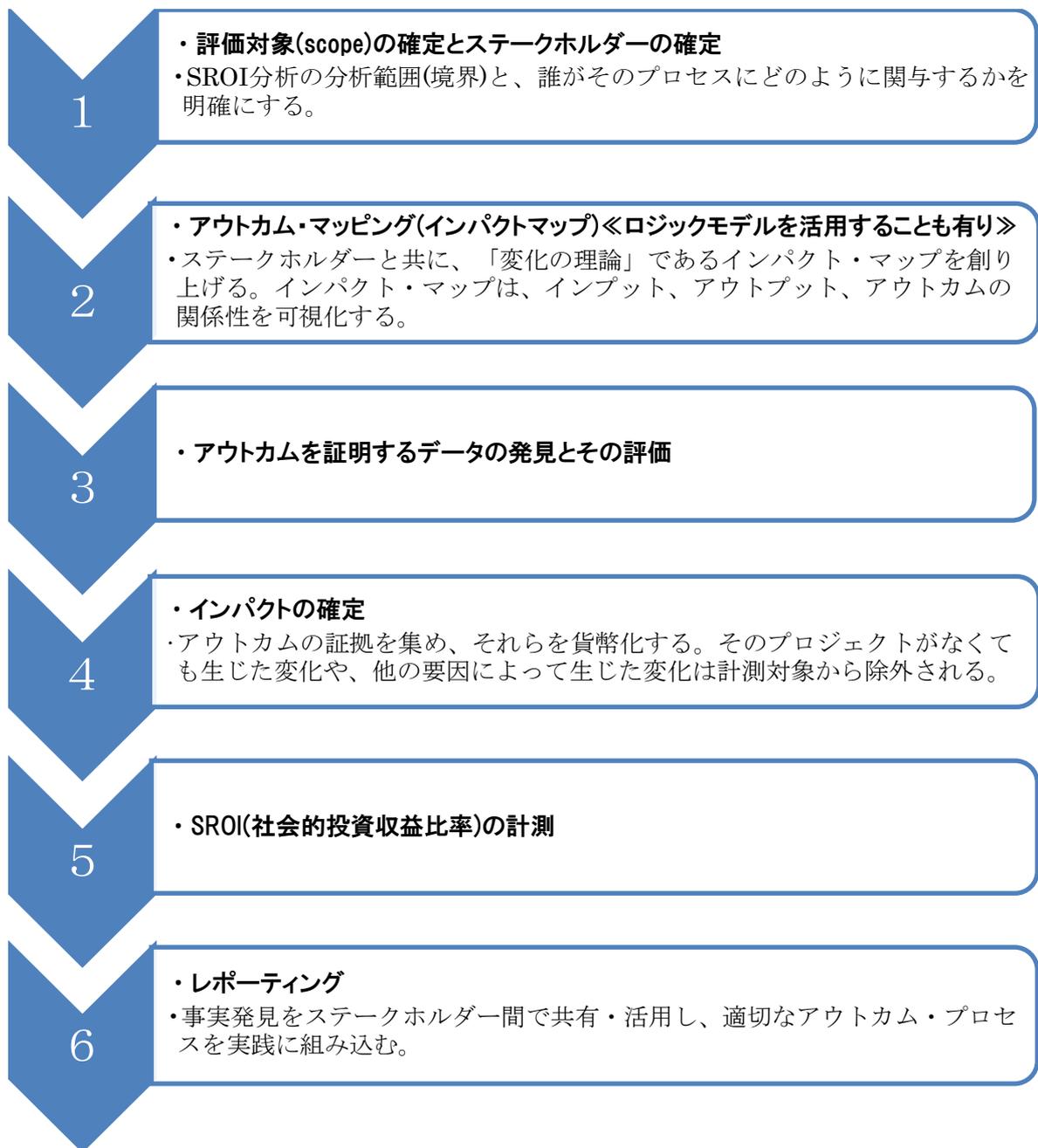
SROI 評価の主要な特徴は、アカウントビリティーにおける活用にとどまらず、そのマネジメント・ツールとしての活用可能性にも見出すことができる。SROI 評価によって導き出された成果評価によって、プロジェクト実施組織にとっては事業・経営改善のための学習が可能となり、さらにインパクトを強化する方向での資源管理が可能となる。一方で、CBA のアプローチにおいては、もっぱらコンサルタントなどの外部機関によって評価が行われる傾向があり、評価結果が組織にフィードバックされ、経営改善に活用されるプロセスが重視されているわけではない。すなわち、SROI 評価の方がマネジメント・ツールとして組織に「内部化」される傾向が強い。ただしこの点も CBA との本質的な相違というよりも、アプローチの相違である。

3.2 SROI の算出プロセス

SROI による社会的投資収益率の計測プロセスは、図表 12 のような 6 つのステージによって構成される。SROI では最終的に社会的便益等が、割引率を用いて現在価値 (PV : present value) (現在の価値に修正された貨幣価値) に修正され、プログラムの SROI (社会的投資収益率) が以下の数式で計測される。

$$\text{SROI (社会的投資収益率)} = \frac{\text{総便益}}{\text{総費用}}$$

図表 12 SROI 分析の 6つのステージ



出所：SROI network(2012)pp.10-11 を翻訳(加筆修正)

6つのステージはいずれも重要であるが、まずは分析の対象範囲の境界線をどこまでに設定するかが、関係者の間で合意されなければならない。今回の「iction!プロジェクト」の場合は、事業枠組みや期待される成果、事業の便益が帰属する可能性がある関係主体（ステークホルダー）が明確であり、スコープの設定は比較的容易であった。

スコープやステークホルダー特定後の次のステージがアウトカム・マッピングである。SROIでは、縦軸に受益者である各ステークホルダーを記載し、横軸にステークホルダー別に「インプット - アウトプット - アウトカム - インパクト」の因果連鎖（「変化のストーリー」）を表形式で可視

化したインパクトマップを作成することが多い。インパクトマップには、アウトカムの定量化と貨幣化に必要な指標群が明示され、成果量と指標に基づき価値額（便益）の算出が容易にできるよう工夫が施されている。最終的には、インパクトマップ上に記載されたアウトカムに関するデータ、指標、算出方法等をもとにそのプログラムによって創出された総価値額（総便益）、純便益（総便益－総費用）、社会的投資収益率(SROI)が推計される。

3.3 ロジックモデル

しかしながら、実際には最初から指標まで落とし込んだインパクトマップを作成することは難しい。そこでインパクトマップではなく、まずロジックモデルを作成することを通じて、そのプログラムに適切なアウトカムを確定する方が容易である。ロジックモデルとは、プログラム（事業）がその目的を達成するまでの論理的な因果関係を記述したり、業績測定のための指標を設定したりするために、「アクティビティ（活動）→アウトプット→アウトカム」の各局面の間の関係を連鎖図で示したものである。インパクトマップにせよ、ロジックモデルにせよ、「インプット」「アウトプット」「アウトカム」「インパクト」の概念が明確に理解されていなければならないが、それぞれの概念は一般に図表 13 のように定義される。

なお、「インパクト」はしばしば「アウトカム」と混同される。しかしながら、SROI 等インパクト評価で計測の対象となる「インパクト」はあくまでもそのプログラムの実施によって生じたアウトカム（成果）を意味する。すなわち、単に前後比較で肯定的な変化（「働くことへの意欲が向上した」など）が生じたとしても、その変化の原因すべてをその支援に帰することは不正確であり、過大評価となる可能性がある。他の外生要因の影響を排除できないからである。したがって、最終的なインパクトの算出に当たっては、「当該プロジェクトが無くても生じたアウトカム」（反事実）や、その介入（支援等）がどの程度変化に寄与したか（寄与率）が考慮されなければならない。特に反事実をどのように扱うかは、効果の因果関係を踏まえた上で効果測定を行うインパクト評価において重要である。すなわち、プログラムに起因するインパクトを証明するには、「原因が起こったという『事実』における結果と、原因が起こらなかったという『反事実』における結果を比較しなければならない」（中室・津川：36-37）のである。SROI のような費用便益分析においても、反事実状況との比較が大前提となる²。すなわち、SROI 分析が対象とするプログラムの状況と、そのプログラムがなかった場合の状況（反事実）が比較され、インパクトは両者のアウトカムの差異（differences）として計測される（Boardman, Greenberg, Vining and Weimer. 2011:288）。

また、SROI によっては、当該プロジェクトによるアウトカムが単にネガティブなインパクトとして他の地域などに置き換えられたりする効果（置換効果）を考慮する場合もある。図表 14 は、「インパクト」算出における鍵概念を整理したものである。

図表 15 は本事業で使用したロジックモデルである。ロジックモデルとは、プログラム（事業）がその目的を達成するまでの論理的な因果関係を記述したり、業績測定のための指標を設定したり

² SROI では、反事実ではなく、「死荷重」（deadweight）という表現を用いている。しかし、死荷重が本来、ミクロ経済学などでは、政府による規制、課税、補助金などによって、総余剰が減少する厚生損失を意味することからすれば誤解を招くおそれがある。

するために、「アクティビティ（活動）→アウトプット→アウトカム」の各局面の間の関係を連鎖図で示したもののロジックモデルを描くことで、変化の理論、変化のストーリーのなかに、明確にアウトカムを位置づけることができる。インプット（投入資源）が提供されることで活動が可能となり、その活動を通じて直接的な結果（受益者への介入実施、介入の利用）がもたらされ、その結果を通じて変化（アウトカム）が生じるであろうという変化の理論である。

図表 13 ロジックモデルの鍵概念

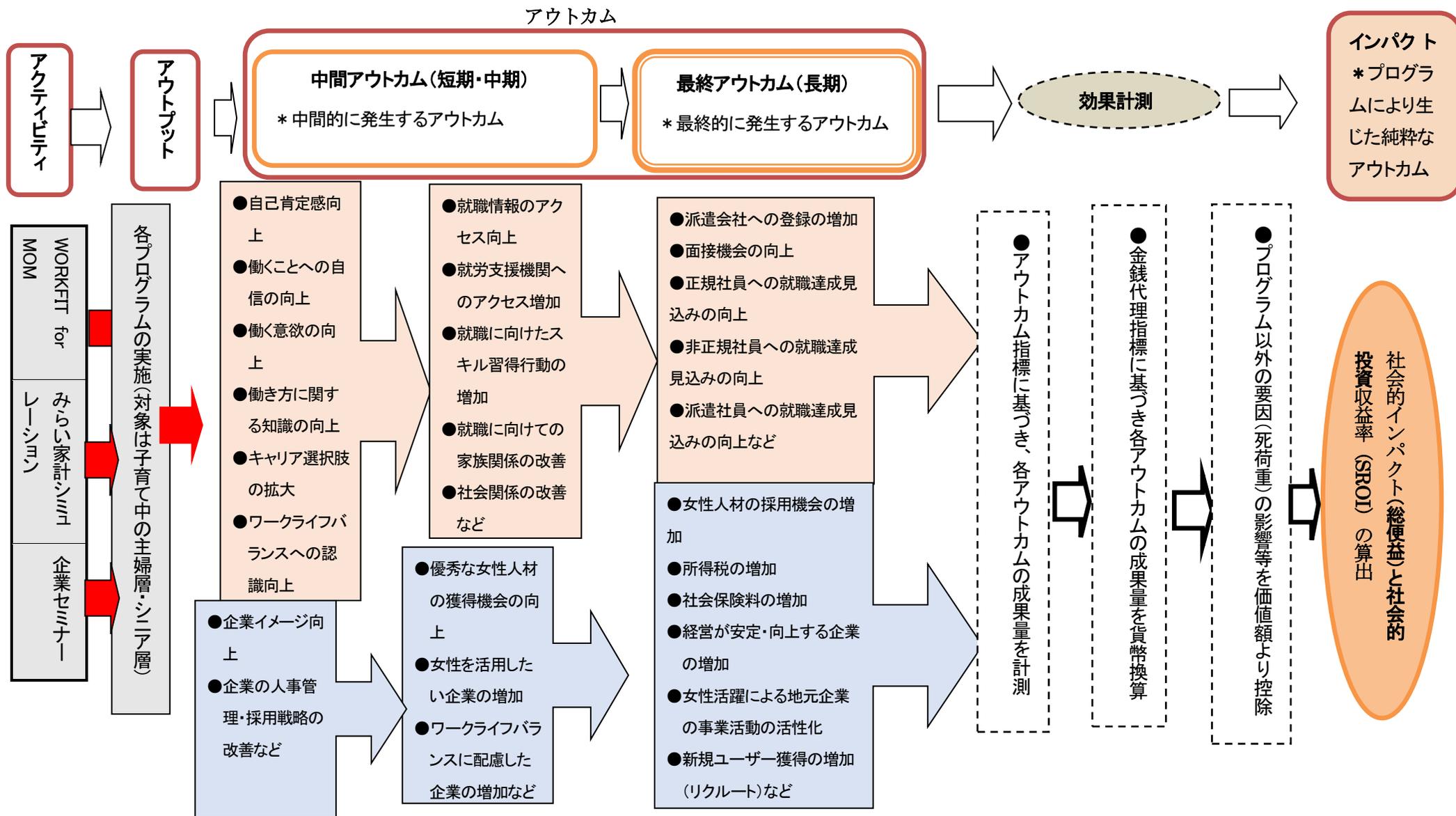
概念	説明
インプット	プログラム運営に必要な人的・金銭的資源 (human and financial resources) 及びその他の投入資源 (インプット)
アクティビティ	プログラムのアウトプットを生み出すのに必要とされる中核的なアクション・プロセスの諸段階 (steps)
アウトプット	プログラムの直接的な受益者 (customers) やプログラム参加者に提供される製品やサービス (活動によってもたらされた直接的な事象であり、定量的なもので、活動から生じた基礎データ[開催回数、配布資料数、参加率、参加者数等])
アウトカム	活動やアウトプットに接した結果と想定される人々、組織、あるいは他のプログラム・ターゲットにおける変化 (changes) や便益
短期アウトカム	プログラムのアウトプットに最も密接に結びついた、あるいは因果関係の強い変化や便益
中期 (中間) アウトカム	短期的アウトカムの結果と想定されるアウトカム
長期アウトカム	中期的アウトカムの結果に起因すると想定されるアウトカム

出所：McLaughlin and Jordan (2015)：65-66 の記述を参照し、筆者整理

図表 14 SROI によるインパクト算出における鍵概念

「反事実」 (counterfactual)	当該プロジェクトがなかったとしても生じるアウトカム ・例：長期失業者の訓練プログラムの場合、同地域で長期失業者が失業保険受給から脱する率
「置換効果」 (displacement)	当該プロジェクトの参加者のアウトカムがプロジェクト外の者のアウトカムを置き換える、あるいは代替する割合 (例：ある区の街灯設置プログラムによって同地区の犯罪率が減少したが、他方、プロジェクトの同期間に隣接区で犯罪率が上昇)
「寄与率」 (attribution)	成果の総便益に対して当該プロジェクトが寄与する割合であり、他の組織や要因が影響する割合を控除して設定したもの
「ドロップ・オフ」 (drop-off)	アウトカムが時間を経て低減する割合
現在価値 (present value) と割引率 (discount rate)	<ul style="list-style-type: none"> 現在の価値に修正された貨幣価値が「現在価値」(時間を考慮し、10年後の1万円の価値は現在の1万円よりも割引引いて低く見積もる) 現在価値に割引引く際に用いるのが「割引率」 SROIでも、将来推計を行う場合は、割引率を用いて成果が持続する期間で創出される将来価値を現在価値に割り戻す

図表 15 iction! プロジェクト SROI (社会的投資収益率分析) ロジックモデル



3.4 本 SROI 評価の基本枠組み

本評価では、SROI を用いて、2017 年度に実施された「iction!プロジェクト」の社会的インパクトを計測し、最終的には貨幣化し、SROI（社会的投資収益率）を算出した。

3.4.1 SROI 評価対象

本 SROI の評価対象としたのは、北九州市で実施されている「iction!プロジェクト」を構成する 3つのプログラム、「WORKFIT for MOM」「企業セミナー」「みらい家計シミュレーション」である。これら 3プログラムは同じ「iction!プロジェクト」の事業であるが、事業内容・方法・ターゲット等が異なるため、プログラムごとに SROI を計測することとした。SROI 評価の対象は、各プログラムが生み出すアウトカムであり、最終的にはプログラムによって純粋に起因するインパクトを算出した。SROI 評価の対象となる主たる受益者は、セミナーに参加したり、みらい家計シミュレーションを利用した、子育て中の主婦層、シニア層、そして企業の経営者・人事担当者である。さらに、個人のアウトカム（個人の意識や行動変化）だけでなく、個人を超えて組織に帰属するであろうアウトカムも推計の対象とした。

なお、就労決定を伴うアウトカムなどの場合、受益者本人には、所得の増加という便益をもたらす一方で、政府（社会）には、所得税収入、社会保険料収入、消費税収入の増加という財政価値・経済価値と絡んだ社会的便益をもたらすことになる。しかし、今回の推計においては、就労決定が見込み（予想）のレベルや未確定のものも多いことが予想され、また所得税・住民税非課税限度額以下の収入も多いことが予想されるため、税収増等をアウトカムに含めることは控えることとした。こうした点は今後検討の余地のある問題である。

3.4.2 本 SROI 評価の基本枠組み

本 SROI 評価では、プログラムごとに、主要ステークホルダーのアウトカム（便益）を特定し、アウトカムリスト（便益項目表）を作成した。アウトカムリストは、ステークホルダー（子育て中主婦層、地元企業、北九州市／国、リクルートグループ）ごとに、アウトカムの定義、アウトカムを定量化するためのアウトカム指標と金銭代理指標を一覧にしている。アウトカムは計測可能な必要があることから、割合あるいは実数（人数や増加件数、増加金額等）が指標となる。アウトカムの成果量を測るために、受益者向けのアンケート調査を実施した。

図表 16-1～16-10 が、アウトカム指標と金銭代理指標のリストである。アウトカムの成果量を測り、価値づけを行うことにおいて、アウトカム指標と金銭代理指標の設定は極めて重要である。アウトカムの価値の推計については、まず、それぞれのアウトカムについて定義し、その上でそのアウトカムの成果量を定量化するためのアウトカム指標（割合や人数など）を設定する。さらに定量化されたアウトカムについて金銭代理指標を用いて貨幣換算するという流れで、価値額（便益）を推計した。さらに、反事実や寄与率を考慮して、インパクトを推計した。

基本的に成果量についてはアンケートにより把握したが、メディア等に活動が取り上げられることによる宣伝効果、いわゆるパブリシティ効果も、事業の社会的認知度が飛躍的に高まるという点で重要なアウトカムであるので、リクルート、北九州市を通じてメディア情報を収集した。どれくらいの視聴者が実際にその情報に接したかという効果測定を行うことは困難なので、こうしたパブリシティ効果は、通常、広告費換算を通じて貨幣化される。本評価でもその手法を用いた。例えば、新聞記事への掲載については「新聞掲載件数×新聞広告料金単価」によって、TV 放映については「テレビ放映回数×テレビ CM 料金単価」によって算出した。

3.4.3 反事実の算出について

前述したように、プログラム（介入）がなかった場合に生じた変化（アウトカム）を「反事実」（counter factual）という。反事実が 100.0%であれば、そもそもプログラムを受けなくても肯定的な変化が生じたことになる。「インパクト」（そのプログラムによって生じた純粋なアウトカム＝変化）を計測するには、この反事実の割合をアウトカムの総量（総額）から減じる必要がある。

WORKFIT for MOM を例にとると、この反事実（死荷重）のデータを、「開始前アンケート」で確認した。すなわち、直近 1 カ月で同種のセミナーに「参加した」と回答した割合をたずね、この割合が反事実となる。この場合、13.3%が反事実となる。

3.4.4 寄与率の算出について

インパクトの算出にあたっては、反事実同様、寄与率の設定が不可欠である。反事実の確認により、同種の支援からの影響分をある程度除外できるが、そのプログラムによる支援が実際にその受益者の変化にどの程度貢献できたかは確認できない。そのため貢献度（寄与率）の確認が必要となる。寄与率とは、アウトカム（変化）に対して、その介入が直接寄与した割合のことである。

寄与率は、「フォローアップ（3 カ月後）アンケート」で下記の通り確認した。回答者数の 94.7%が肯定的回答を示しているため、その数値を寄与率として採用した。

このセミナーを受けたことによって、就職活動や働くことへの意欲につながる効果はあったか					
	4.非常にそう思う	3.まあまあそう思う	2.あまり思わない	1.そう思わない	無回答
実数÷ 有効回答数	52.6%	42.1%	5.3%	0.0%	-

3.4.5 本 SROI 評価におけるアウトカム指標

以下の図表 16-1 から図表 16-9 は、本 SROI 評価で設定したアウトカム指標と金銭代理指標の一覧である。

図表 16-1 SROI 推計におけるアウトカム指標・金銭代理指標：WORKFIT for MOM

ステークホルダー：子育て中主婦層（セミナー参加者）

ステークホルダー	アウトカム（成果）の説明	アウトカム指標	金銭代理指標
子育て中主婦層 セミナー参加者	就職に関する意識の改善		
	①セミナー（研修）への参加 （短期・中期アウトカム）	セミナー参加人数の参加時間総数	家政婦紹介所における家事サービスの賃金（1時間単価）
	②自己認識の向上 ③自己肯定感の向上 （短期・中期アウトカム） ※②③2つのアウトカムを統合	■自分の強みや課題を認識できるようになった参加者の割合 ■自己肯定感が向上した参加者の割合	カウンセリング費用(1回) ×認知行動療法(CBT) 面接回数10回
	④働くことへの意欲の向上 ⑤働くことへの不安の解消 ⑥働き方に関する知識・情報の向上 （短期・中期アウトカム） ※④⑤⑥3つのアウトカムを統合	■働くことへの意欲が向上した参加者の割合 ■働くことへの不安が解消した参加者の割合 ■働き方に関する知識・情報が向上した参加者の割合	キャリアコンサルタントによるキャリアコンサルティング費用
	⑦キャリア選択肢の拡大 （短期・中期アウトカム）	キャリアの選択肢が拡大した参加者の割合	キャリアコンサルタントによるキャリアコンサルティング費用 ※アウトカム④～⑥と、アウトカム⑦は性格が異なるため、同一の金銭代理指標を用いても二重計上にはならず
	⑧ワークライフバランスへの認識の改善(短期・中期アウトカム)	仕事・家庭・育児に関する認識が変化した参加者の割合	社会保険労務士相談報酬
	⑨中長期的に家計を考える意識の向上 （短期・中期アウトカム）	中長期的に家計を考える意識が向上した参加者の割合	ファイナンシャルプランナーへの相談料金
	就職に向けた行動の改善		
	⑩求職活動の有無	WORKFIT for MOM 参加後の3カ月間に、求職活動をした参加者の割合	他のアウトカムと二重勘定の可能性があるため、貨幣化せず。定量化まで
	⑪就職に関する情報収集へのアクセスの向上(短期・中期アウトカム)	■就職情報サイトへのアクセスが増えた参加者の割合 ■就職情報誌の購入が増えた参加者の割合 ■就職関連セミナーへの参加が増えた参加者の割合	求職情報のオンライン提供の仕組みを利用する1人あたり対策費
	⑫就労支援機関へのアクセス向上 （短期・中期アウトカム）	ウーマンワークカフェ北九州やマザーズハローワーク北九州への来訪が増えた参加者の割合	キャリアコンサルタントによるキャリアコンサルティング費用
	⑬就職に関連したスキル習得のための行動増加(短期・中期アウトカム)	スキル習得への行動が増えた参加者の割合	厚労省求職者支援制度の求職者支援訓練「基礎コース」（社会人としての基礎能力及び短時間で習得できる技能等を付与する訓練）の訓練実施期間向け奨励金
	⑭就職に向けての家族関係の改善 （短期・中期アウトカム）	働くことに関する家族との会話がなくなった参加者の割合	貨幣化せず
	⑮社会関係の改善 （短期・中期アウトカム）	セミナー参加を通じて、新たな活動・セミナー参加が増加した参加者の割合	一世帯当たりレジャー費用交際費のうちの、つきあい費
	就職行動の改善		
	⑯求人への応募機会の向上 （長期アウトカム）	企業へ応募した者の割合	マザーズハローワークの担当者制による就職支援を受けた重点支援対象者の1人あたり対策費
	⑰派遣会社への登録の増加 （長期アウトカム）	派遣会社に登録した者の割合	女性の平均賃金（派遣職員）（年額）
	⑱面接機会の向上 （長期アウトカム）	企業の面接を受けた者の割合	マザーズハローワークの担当者制による就職支援を受けた重点支援対象者の1人あたり対策費
	就職達成の見込みの向上		
	⑲正規職員への就職決定、もしくは見込みの向上（長期アウトカム）	就労(正規職員)の決定、もしくは6カ月以内の就職見込みの参加者の割合	女性の平均賃金（福岡県 常用労働者）（年額）
	⑳非正規職員への就職決定、もしくは見込みの向上（長期アウトカム）	就労(非正規職員)の決定、もしくは6カ月以内の就職見込みの参加者の割合	女性の平均賃金（福岡県 パートタイム労働者）（年額）
	㉑派遣社員への就職決定、もしくは見込みの向上（長期アウトカム）	就労(派遣社員)の決定、もしくは6カ月以内の就職見込みの参加者の割合	女性の平均賃金（派遣職員）（年額）

図表 16-2 SROI 推計におけるアウトカム指標・金銭代理指標：WORKFIT for MOM

ステークホルダー：北九州市／国

ステークホルダー	アウトカム（成果）の説明	アウトカム指標	金銭代理指標
北九州市／国	労働市場の改善		
	㉒働く意欲の高い女性の増加 (短期・中期アウトカム)	働くことへの意欲が向上した女性の割合	貨幣化せず・定量化まで
	㉓女性の就労支援の政策理解・政策効果の向上(短期・中期アウトカム)	■ウーマンワークカフェへの来訪が増えた参加者の割合 ■マザーズハローワークへの登録が増えた参加者の割合	貨幣化せず・定量化まで
	税収の増加		
	㉔働く女性が増えること（見込みも含む）による所得税の増加(長期アウトカム)	所得税の増加額（推計）	推計せず
	㉕働く女性が増えること（見込みも含む）による社会保険料収入の増加（長期アウトカム）	社会保険料の増加額（推計）	推計せず
	官民連携事業の認知度向上		
	㉖官民連携による認知度の向上 (長期アウトカム)	新聞掲載件数	新聞広告料金単価
		テレビ放映回数	テレビ CM 料金単価
		ラジオ放送回数	ラジオ CM 料金単価
雑誌掲載件数		雑誌広告料金単価	
WEB 記事掲載件数		WEB 広告料金単価	

図表 16-3 SROI 推計におけるアウトカム指標・金銭代理指標：WORKFIT for MOM

ステークホルダー：リクルートグループ

ステークホルダー	アウトカム（成果）の説明	アウトカム指標	金銭代理指標
リクルートグループ	官民連携事業の認知度向上		
	㉖官民連携による認知度の向上 (長期アウトカム)	新聞掲載件数	北九州市のアウトカムに含まれる
		テレビ放映回数	北九州市のアウトカムに含まれる
		ラジオ放送回数	北九州市のアウトカムに含まれる
		雑誌掲載件数	北九州市のアウトカムに含まれる
		WEB 記事掲載件数	北九州市のアウトカムに含まれる

図表 16-4 SROI 推計におけるアウトカム指標・金銭代理指標：企業セミナー
ステークホルダー：地元企業（セミナー参加者）

ステークホルダー	アウトカム（成果）の説明	アウトカム指標	金銭代理指標
地元企業 セミナー参加者	求職者ニーズや新しい働き方に対する認識の向上		
	①セミナー（研修）への参加 （短期・中期アウトカム）	セミナー参加人数の参加総時間	一般労働者（男女）平均賃金（時給）
	②地域の労働人口問題に対する知識の向上 （短期・中期アウトカム）	地域の労働人口問題に対する知識が向上した参加者の割合	セミナー参加費用
	③主婦層が求める労働条件の認識の向上 （短期・中期アウトカム）	主婦層が求める労働条件の認識が向上した参加者の割合	関連テーマの人事労務セミナー参加費用相場価格 ※③④⑤のアウトカムを統合し、同一の金銭代理指標を設定
	④シニア層が求める労働条件の認識の向上 （短期・中期アウトカム）	シニア層が求める労働条件の認識が向上した参加者の割合	
	⑤超短時間勤務（ブチ勤務）に対する理解の向上（短期・中期アウトカム）	超短時間勤務（ブチ勤務）に対する理解が向上した参加者の割合	
	人事管理導入・採用行動の改善		
	⑥採用ターゲットに応じた求人情報を提示する認識の向上 （短期・中期アウトカム）	採用ターゲットに応じた求人情報を提示する認識が向上した参加者の割合	一般営業職賃金相当（時給）×一般的な採用コンサルティング時間（1件あたり）
	⑦超短時間勤務（ブチ勤務）のための新しい仕事の創出に伴う業務の切り出しと業務見直しの検討（中期・長期アウトカム）	企業セミナー参加後、超短時間勤務（ブチ勤務）の創出のために業務の切り出しと業務見直しの検討をした参加者の割合	セミナー参加費用
	⑧超短時間勤務（ブチ勤務）枠の採用枠の増加（中期・長期アウトカム）	企業セミナー参加後、超短時間勤務（ブチ勤務）で働く人材の採用枠を増やした参加者の割合	一般事業主行動計画策定1件当たりの支援コスト ※アウトカム⑧とアウトカム⑨はアウトカムの性格が異なるため、同じ金銭代理指標を用いても二重計上にはならず。
	⑨新たな人事管理の導入・実施 （中期・長期アウトカム）	企業セミナー参加後、超短時間勤務（ブチ勤務）に対応しうる、新たな人事管理制度を導入した参加者の割合	一般事業主行動計画策定1件当たりの支援コスト ※アウトカム⑧とアウトカム⑨はアウトカムの性格が異なるため、同じ金銭代理指標を用いても二重計上にはならず
	⑩主婦層の女性の採用見込み・決定の増加 （中期・長期アウトカム）	企業セミナー参加後、主婦層の女性の採用を増やした、あるいは、今後6カ月以内に増やす予定のある参加者の割合	パートタイム労働者の平均賃金（福岡県）「規模別」「女性」（年額）
	⑪シニア層の採用見込み・決定の増加 （中期・長期アウトカム）	企業セミナー参加後、シニア層の採用を増やした、あるいは、今後6カ月以内に増やす予定のある参加者の割合	短時間労働者・65-69歳（男女）平均賃金（年額）
⑫多様なニーズに対応する企業イメージの向上（中期・長期アウトカム）	企業セミナー参加後、多様なニーズに対応する企業イメージ向上などの変化が生じた、あるいは、今後生じる見込みがある参加者の割合	定量化まで	

図表 16-5 SROI 推計におけるアウトカム指標・金銭代理指標：企業セミナー
ステークホルダー：北九州市／国

ステークホルダー	アウトカム (成果) の説明	アウトカム指標	金銭代理指標
北九州市／国	税収の増加		
	⑬働く女性が増えること（見込みも含む）による所得税の増加(長期アウトカム)	所得税の増加額（推計）	推計せず
	⑭働く女性が増えること（見込みも含む）による社会保険料収入の増加(長期アウトカム)	社会保険料の増加額（推計）	推計せず
	⑮働く女性が増えること（見込みも含む）による家計消費が増加することによる消費税の増加(長期アウトカム)	-	推計せず
	⑯働くシニアが増えること（見込みも含む）による所得税の増加(長期アウトカム)	所得税の増加額（推計）	推計せず
	⑰働くシニアが増えること（見込みも含む）による社会保険料収入の増加(長期アウトカム)	社会保険料の増加額（推計）	推計せず
	⑱働くシニアが増えること（見込みも含む）による家計消費が増加することによる消費税の増加(長期アウトカム)	-	推計せず
	官民連携事業の認知度向上		
	⑲官民連携による認知度の向上（長期アウトカム）	新聞掲載件数	北九州市・国に帰属する「官民連携による認知度の向上」というアウトカムの貨幣換算については、メディアで扱われた記事等が「fiction!プロジェクト」全体を扱ったものが多いため、インパクトの価値額を「WORKFIT for MOM」「企業セミナー」「みらい家計シミュレーション」の各プログラムに振り分けることが困難。そのため、当該アウトカムの価値についてはすべて「WORKFIT for MOM」のアウトカムとして統合した。
		テレビ放映回数	同上
		ラジオ放送回数	同上
雑誌掲載件数		同上	
WEB 記事掲載件数		同上	

図表 16-6 SROI 推計におけるアウトカム指標・金銭代理指標：企業セミナー
ステークホルダー：リクルートグループ

ステークホルダー	アウトカム (成果) の説明	アウトカム指標	金銭代理指標
リクルートグループ	官民連携事業の認知度向上		
	⑳官民連携による認知度の向上（長期アウトカム）	新聞掲載件数	北九州市のアウトカムに含まれる
		テレビ放映回数	北九州市のアウトカムに含まれる
		ラジオ放送回数	北九州市のアウトカムに含まれる
		雑誌掲載件数	北九州市のアウトカムに含まれる
		WEB 記事掲載件数	北九州市のアウトカムに含まれる

図表 16-7 SROI 推計におけるアウトカム指標・金銭代理指標：みらい家計シミュレーション
ステークホルダー：子育て中主婦層（サービス体験者）

ステークホルダー	アウトカム（成果）の説明	アウトカム指標	金銭代理指標
子育て中主婦層 サービス体験者	就職に関する意識の改善		
	①みらい家計シミュレーションの利用参加 （短期・中期アウトカム）	参加人数、参加時間	家政婦紹介所における家事サービスの賃金（1時間単価）
	②家計状況の認識 （短期・中期アウトカム）	家計状況を認識できるようになった参加者の割合	ファイナンシャルプランナーへの相談料金
	③働くことへの意欲の向上 （短期・中期アウトカム）	働くことへの意欲が向上した参加者の割合	キャリアコンサルタントによるキャリアコンサルティング費用
	④就労と家計の関係に関する理解の向上 （短期・中期アウトカム）	就労と家計の関係に関する理解が向上した参加者の割合	ファイナンシャルプランナーへの相談料金
	⑤将来の家計をイメージする能力の向上 （短期・中期アウトカム）	将来の家計をイメージする能力が向上した参加者の割合	ファイナンシャルプランナーへの相談料金
	⑥キャリア選択に関する認識の向上	-	推計・貨幣化せず
	⑦ワークライフバランスへの認識の改善	-	推計・貨幣化せず
	就職に向けた行動の改善		
⑧就職に関する情報収集やセミナー参加意識の向上（短期・中期アウトカム）	就職に関する情報収集やセミナー参加意識が向上した参加者の割合	キャリアコンサルタントによるキャリアコンサルティング費用	

図表 16-8 SROI 推計におけるアウトカム指標・金銭代理指標：みらい家計シミュレーション
ステークホルダー：北九州市／国

ステークホルダー	アウトカム（成果）の説明	アウトカム指標	金銭代理指標
北九州市／国	官民連携事業の認知度向上		
	⑨官民連携による認知度の向上 （長期アウトカム）	新聞掲載件数	北九州市・国に帰属する「官民連携による認知度の向上」というアウトカムの貨幣換算については、メディアで扱われた記事等が「fiction!プロジェクト」全体を扱ったものが多いため、インパクトの価値額を「WORKFIT for MOM」「企業セミナー」「みらい家計シミュレーション」の各プログラムに振り分けることが困難。そのため、当該アウトカムの価値についてはすべて「WORKFIT for MOM」のアウトカムとして統合した。
		テレビ放映回数	同上
		ラジオ放送回数	同上
		雑誌掲載件数	同上
WEB 記事掲載件数		同上	

図表 16-9 SROI 推計におけるアウトカム指標・金銭代理指標：みらい家計シミュレーション
 ステークホルダー：リクルートグループ

ステークホルダー	アウトカム（成果）の説明	アウトカム指標	金銭代理指標
リクルートグループ	官民連携事業の認知度向上		
	①官民連携による認知度の向上 （長期アウトカム）	新聞掲載件数	北九州市のアウトカムに含まれる
		テレビ放映回数	北九州市のアウトカムに含まれる
		ラジオ放送回数	北九州市のアウトカムに含まれる
		雑誌掲載件数	北九州市のアウトカムに含まれる
WEB 記事掲載件数		北九州市のアウトカムに含まれる	

3.4.6 アウトカムの貨幣化例(①②)

基本的にインパクトは、下記の方法で算出することになる。

$$\text{各アウトカム} : \text{成果量} \times \text{金銭代理指標} \times (1 - \text{反事実}[\%]) \times \text{寄与率} (\%) = \text{インパクト (価値額)}$$

各アウトカムをどのように貨幣化するかについて、ここでは2つの例を挙げる。

① WORKFIT for MOM: 「働くことへの意欲の向上」「働くことへの不安の解消」「働き方に関する知識の向上」(代替費用法)

図表17の「a, b, c」のアウトカム、「働くことへの意欲の向上」「働くことへの不安の解消」「働き方に関する知識の向上」は性格が類似しているため、二重勘定を避けるため、1つのアウトカムとみなし、①②③のアンケート結果のうち、少なくとも2つ以上のアウトカムについて肯定的な回答をしている回答者の実数をアウトカムの成果量として計上した。

次にアウトカムを統合した a, b, c には、同一の金銭代理指標を適用することにした。「働くことへの意欲の向上」「働くことへの不安の解消」「働き方に関する知識の向上」といった変化(アウトカム)と同種の変化を生じさせることができる専門職種によるサービスを、市場で提供される他のサービスのなかからさがし、その同種のサービスに代替した場合、その購入にどれぐらいの費用がかかるのかという費用代替法のアプローチを用いた。同種のサービスをキャリアコンサルタントという専門職種によるサービスと仮定し、金銭代理指標として、「キャリアコンサルタントによるキャリアコンサルティング費用」を位置づけた。キャリアコンサルタント費用については、「厚生労働省一般教育訓練の教育訓練給付金」の教育訓練経費という公的補助金の額を設定することにした。すなわち、厚生労働省一般教育訓練の教育訓練給付金制度では、キャリアコンサルタント(職業能力開発促進法第30条の3に規定するキャリアコンサルタント)が行うキャリアコンサルティングを受けた場合は、その費用を、教育訓練経費に加えることができ、その額が2万円を超える場合の教育訓練経費とできる額は2万円までとなっている。ここでは、ここではキャリアコンサルティング料金の支払いに充てる2万円の公的補助金を金銭代理指標とした。

図表17 WORKFIT for MOM アウトカム貨幣換算例

アウトカム	アンケート	金銭代理指標	情報源
a. 働くことへの意欲の向上	アンケート調査票<終了後 アンケート>設問③-4	キャリアコンサルタントによるキャリアコンサルティング費用 *厚生労働省一般教育訓練制度の教育訓練給付金の支給対象となるキャリアコンサルティング費用上限2万円	「厚生労働省一般教育訓練の教育訓練給付金の支給手続きについて」 https://www.hellowork.go.jp/dbps_data/material/localhost/doc/kyouiku_kyufu.pdf
b. 働くことへの不安の解消	アンケート調査票<終了後 アンケート>設問③-3	同上	
c. 働き方に関する知識・情報の向上	アンケート調査票<終了後 アンケート>設問③-8	同上	

この場合の貨幣化のための計算式は下記の通りとなる。

$$\text{金銭代理指標 (2万円)} \times \text{肯定的回答者数 (30人)} \times (「1 - 反事実[0.133]」) \times \text{寄与率 (0.947)}$$

② 企業セミナー：「セミナー（研修）への参加」（機会費用法）

民間企業の経営者・人事担当者等が、企業向けセミナーや研修に参加した価値についても、金銭代理指標を設定した。すなわち、他の業務への労務提供を見合わせてまでセミナー参加に費やしたであろう時間の価値という視点から、時間当たりの平均賃金を金銭代理指標とした。いわゆる「機会費用法」のアプローチである。平均賃金のデータについては、厚生労働省の平成 28 年賃金構造基本統計調査の「都道府県別（福岡県）データの所定内給与、所定内実労働時間のデータを用いた。具体的には、図表 18 の通り、所定内給与 277,500 円を所定内実労働時間（167 時間）で除し、時間当たり賃金 1,662 円を算出した。これが金銭代理指標である。

図表 18 企業セミナーのアウトカム換算例

アウトカム	金銭代理指標	情報源
セミナー（研修）への参加	<p>■平成 28 年賃金構造基本統計調査（一般労働者・都道府県別）（福岡県）</p> <p>男女計（平均）：所定内給与（月額）277,500 円、所定内実労働時間 167h</p> <p>➡ 277,500 ÷ 167h = 1661.6 円（時間当たり）</p>	<p>厚生労働省平成 28 年賃金構造基本統計調査（福岡県）</p> <p>https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&tat=000001011429&cycle=0&tclass1=000001074669&tclass2=000001074675&tclass3=00001074726&second2=1</p>

この場合の貨幣化のための計算式は下記の通りとなる。意識・行動変化というより、なお会議に参加したこと自体を価値とみなしているため、反事実や寄与率はなじまないため、設定しなかった。

<p>プログラム参加時間数（3 時間）×参加人数 56 人× 福岡県一般労働者（男女）平均賃金（1 時間あたり 1,662 円）</p> <p>=279,216 円</p>
--

3.4.7 費用について

SROI は、費用便益分析の手法を基礎にしているため、費用に関する情報が必要となる。費用には、企画運営費や広報費、その他実施経費が含まれる。

3.4.8 金銭代理指標設定に対する考え方

異なるアウトカムでも、最善の代理指標であると判断した場合には、同じ金銭代理指標を設定しているケースもある。この場合、アウトカムの性格はそれぞれ異なるため、同一の金銭代理指標を用いても二重計上にはならないと考える。

第4章 結論:SROIの評価結果について

前述したアウトカム指標、金銭代理指標、反事実、寄与率等を踏まえて、各アウトカムの成果量を貨幣化し、最終的に費用対便益を推計した結果、各プログラムの社会的投資収益率（SROI）については、以下の通りとなった。すなわち、WORKFIT for Momは**17.11**、企業セミナーは**15.39**、みらい家計シミュレーションは**6.86**という結果であった。費用に対して約7倍から約17倍の効果（便益）が生み出されていることがわかる。また、3つのプログラムのSROI推計結果を合計したSROI値も算出したところ**10.50**となり、「fiction!プロジェクト」全体で約11倍の費用対効果があることがわかった。

以上の結果から、本事業のいずれのプログラムも、また、3プログラムの総合評価結果としても、有効性・効率性がきわめて高いことが実証されたといえる。

1. WORKFIT for MOM	
SROI (社会的投資収益率) 【アウトカムの社会的価値総額（総便益）/総費用】	17.11

2. 企業セミナー	
SROI (社会的投資収益率) 【アウトカムの社会的価値総額（総便益）/総費用】	15.39

3. みらい家計シミュレーション	
SROI (社会的投資収益率) 【アウトカムの社会的価値総額（総便益）/総費用】	6.86

SROI 推計合計 (1.WORKFIT for MOM, 2.企業セミナー, 3.みらい家計シミュレーション)	
SROI (社会的投資収益率) 【アウトカムの社会的価値総額（総便益）/総費用】	10.50

参考文献

- 塚本一郎 (2017) 「インパクト評価とアウトカムベース公共調達」『経営論集』第64巻1・2・3号。
- 中室牧子・津川友介 (2017) 『「原因と結果」の経済学』ダイヤモンド社。
- 安田節之・渡辺直登 (2008) 『プログラム評価研究の方法』新曜社。
- Gertler, P.J., S. Martinez, P. Premand. L.B. Rawlings and C.M.J. Vermeersch(2016) *Impact Evaluation in Practice. Second Edition.* Washington.D.C.: World Bank Group.
- McLaughlin, J.A.and G.B. Jordan (2015) Using Logic Models. In K.E.Newcomer, Hatry,H.P.,and Wholey,J.S. *Handbook of Practical Program Evaluation. 4th edition.* New Jersey: John Wiley & Sons.
- Rossi,P.H., M.W. Lipsey and H.E.Freeman (2004) *Evaluation: A Systematic Approach, Seventh Edition.* Sage: London. (邦訳、大島巖・平岡公一・森俊夫・元永拓郎監訳 (2005) 『プログラム評価の理論と方法：システムティックな対人サービス・政策評価の実践ガイド』日本評論社。)
- SROI Network(2012) *A guide to Social Return on Investment.*
http://www.thesroinetwork.org/publications/cat_view/29-the-sroi-guide/223-the-guide-in-english-2012-edition

委託先：株式会社 公共経営・社会戦略研究所（公社研）

Public Management and Social Strategy Institute Inc.

〒101-0062 東京都千代田区神田駿河台 1-8-2 駿河台 ARAI BLDG 501

TEL : 03-3518-9795 / FAX : 03-3518-9796

E-mail: info@pmssi.co.jp

HP: <http://koshaken.pmssi.co.jp/>

発行日： 2018年7月9日

評価事業統括： 塚本 一郎（公社研 代表取締役社長）

評価実施担当： 林 香織（公社研 主任研究員）

データ集計： 林 香織、佐藤 百合枝（公社研 研究員）

* 無断転載及び出所明記無し引用を禁ず