

第4章 実証研究の結果

I. 調査対象

実証研究の対象事例としては、自治体が財政的支援をしている取組のうち、第二期教育振興基本計画上の重要課題である不登校対策、子供の貧困対策、キャリア教育・職業教育、地方創生のいずれかを含むものとした。加えて、「地域振興に」有効な教育実践ということで、子供への教育的効果に加えて地域社会への効果が期待できる取組とした。

また、地域の教育施策には「協働」が求められていることから（第二期教育振興基本計画）、様々な関係者が連携している取組を選定した。加えて、実証研究の成果を広く普及させる点にも留意し、ほかの自治体や地域においても類似の取組が可能なものを選出した。

図表 57 調査対象選定の視点

<ul style="list-style-type: none"> ・第二期教育振興基本計画上の重要課題を解決するものであること ・子供への教育的効果に加えて地域社会への効果が期待できる取組であること ・自治体が財政的支援をしている取組であること ・様々な関係者が連携し、関わっている取組であること ・ほかの自治体や地域においても類似の取組が可能であること ・自治体、取組主体の協力が得られること

以上の視点で選定した4事例は、下記のとおりである。

図表 58 調査対象事例の概要

分野	調査対象事例	取組、団体概要	他地域への展開可能性
地方創生	多気町・三重県立相可高校食物調理科調理クラブ「高校生レストラン事業」	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県立高校の高校生が部活動において、調理、接客、運営を担う高校生レストラン「まごの店」を展開する取組。 ・ レストランの建設資金は多気町と三重県が支出し、事業運営費は高校生自らが売上等で調達。 	地域資源を活用した人材育成に関する取組、地域活性化を目的とした取組等をする際に参考となる
不登校・中退対策、若年無業者予防	川崎市・NPO 法人フリースペースたまりば「ブリュック事業」	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生活保護受給世帯等の困難を抱える若者、社会的ひきこもりと考えられる若者を対象に、日常生活・社会生活・経済生活の自律を促し、就労を支援する取組。 ・ 取組主体は、不登校児童・生徒、高校中退者等への居場所作りを通じて、多様な学びや生き方を支援し、自己肯定感を取り戻すことを目的とした団体。 ・ 健康福祉局生活保護・自立支援室が事業費を支出。 	不登校対策を目的とする取組、就労支援の取組等をする際に参考となる
子供の貧困対策	静岡市・静岡市子ども支援コンソーシアム「生活困窮世帯、ひとり親家庭等の子どもへの学習・生活支援事業」	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生活困窮世帯、ひとり親家庭等の小学校1年生から中学校3年生の子供を対象に生活支援、学習支援を実施する取組。 ・ 取組主体は、一般社団法人てのひら、一般社団法人静岡市母子寡婦福祉会、一般社団法人静岡学習支援ネットワークにより構成されるコンソーシアム。 ・ 子どもみらい局子ども家庭課が事業費を支出。 	生活困窮者支援を目的とする取組、子供の居場所づくりに関する取組等をする際に参考となる
キャリア教育・職業教育	女川町・認定NPO法人カタリバ「コラボ・スクール女川向学館」	<ul style="list-style-type: none"> ・ 東日本大震災の被災地の主に小中学生を対象に学習指導と心のケアを行う取組。町の教育委員会とパートナーシップ協定を結び学校の運営補助も行う。 ・ 取組主体は、高校生のキャリア学習プログラムや中高生向けの地域課題解決を通じた教育プログラムなどを展開する団体。 ・ 向学館の設置費用（校舎回収費）は、個人・企業からの寄附と財団の基金で調達。運営費には文部科学省から女川町への補助事業費（緊急カウンセラー等派遣事業）が充てられている。 	放課後の居場所づくりや学習支援、キャリア教育に関する取組等をする際に参考となる

II. 調査プロセスと結果

1. 多気町・三重県立相可高校食物調理科調理クラブ「高校生レストラン事業」

1.1 事業主体

1.1.1 多気町

(1) 位置・地勢

三重県多気町は、平成18年1月に旧多気町、旧勢和村が合併してできた人口15,003人（平成28年9月30日）の町である。三重県中央部の中南勢地域の松阪市と伊勢市の間に位置している。

主要産業は、製造業を中心とする第2次産業で、伊勢自動車道と紀勢自動車道の勢和多気インターチェンジ周辺にはシャープ株式会社や万協製薬株式会社などの工場が立地している。また、多気町の由来は、多気=多くの命（氣）を育む町という説もあるように土地が肥沃で、伊勢いもやみかん、松阪牛などの特産品も多く、農業も盛んである。

(2) 多気町における高校生レストランの位置づけ

高校生レストランの取組は多気町の代名詞の1つとなっており、町のウェブサイトに掲載されているロゴや高速道路に設置されている町の案内標識は、「高校生レストランのまち 多気町」となっている。

多気町では、高校生レストランの取組自体を計画の中で位置づけているわけではないが、平成28年1月に策定された「まち・ひと・しごと創生多気町総合戦略」の中では、「つながる力 ふれあう心 共につくる “ええまち” 多気町」を目指すための4つの基本目標の1つとして『『高校生レストラン』を生み出した若者の夢が実現できる地域性を活かし、若い世代が出会い、安心して子供を産み、育て、子供たちが夢にチャレンジすることができる子育て・教育環境の創出』が掲げられている。このように、多気町には、高校生レストランの取組を契機として若者の活躍を町が応援するという姿勢が根付いている。

1.1.2 三重県立相可高校

(1) 概況

三重県立相可高校は、普通科と、農産物の生産・流通、園芸福祉、環境問題を学ぶ生産経済科、環境にかかわる技術者を養成する環境創造科、食産業の担い手を育成する食物調理科を持つ生徒数753人の学校である。高校生レストランの取組の中心となっている食物調理科には、120人の生徒が在籍している。

(2) 食物調理科について

食物調理科には調理師コースと製菓コースがあり、このうち調理師コースは、三重県の県立高校で唯一、卒業と同時に調理師免許が取得できるコースとなっている。調理師コースの卒業生は、年度によればばらつきがあるが約7割が就職をし、約3割が進学をしている。就職先はほぼ全員が食物関係で、調

理師として就職する以外にサービス業につく卒業生も若干名いる。進学者もほぼ全員が食物関係の学科に進んでいる。

(3) 地域との連携について

相可高校では、「生徒の夢をかなえる学校」、「地域と共に歩む学校」、「皆がやりがいを実感する学校」の3つの理念を掲げており、このうち「地域と共に歩む学校」に関しては、生産経済科と食物調理科が、「地域の多様な主体との連携による商品の共同開発及び地域開放講座の継続実施を通じた持続可能な地域連携の在り方に関する実践研究の継続」をすることが行動計画として位置付けられている。実際に、地域産品を活用した商品開発や地域の多様な主体との連携による商品の共同開発、町内の保育園や小中学校を対象とした食育やキャリア教育の実施なども多く行われており、地域との連携に力を入れている。商品開発のほか、多気町のお祭りなどイベントにも積極的に参加し、食品・製菓の販売を行っている。

1.2 事業概要

1.2.1 事業の経緯

高校生レストラン「まごの店」とは、三重県多気町の体験交流施設である五桂池ふるさと村内に位置する三重県立相可高校食物調理科生徒を中心とする調理クラブに所属する生徒のための実習施設である。この実習施設は、平成14年10月26日に五桂池ふるさと村にある農産物直売施設「おばあちゃんの店」の食材を利用した施設として、最初は20㎡程度の屋台の形態で設立された。店名が「まごの店」なのは、「おばあちゃんの店」の前に設置された店だからである。

実習施設の実現に向けて中心的な役割を担ったのは、当時多気町役場の農林商工課、農業振興兼商工観光係長であった岸川政之氏と、相可高校調理クラブ顧問の村林新吾氏である。相可高校食物調理科は、卒業と同時に調理師免許が取得できるが、カリキュラムをこなして調理師免許を取得したとしても、調理師としてやっていくのに必要な力を全て養えるわけではない。学校ではできない接客やコスト管理を体験する研修の場が欲しいと考えていた村林氏の思いと、多気町の農業振興のために農業者や農産物にもっとスポットが当たる仕組みが欲しいと考えていた岸川氏の思いが重なり、両者が形にしていたのが高校生レストランである。相可高校では、「まごの店」の運営目的を下記の4点に整理している。

図表 59 相可高校における「まごの店」の運営目的

- 地元食材を活用することで地産地消の活動を進める。
- ふるさと村から地域に、明るくユニークで”元気な話題”を提供する。
- 相可高校食物調理科として、学校では経験のできない実習の場として活用する。
- 多気町の地元高校である相可高校生の活躍ぶりや地域住民との交流を町内外の多くの方々に知っていただく。

(出典)相可高校ウェブサイト

発案当初は高校生に何ができるのかという指摘も多く、賛同者は少なかった。そのため、研修施設の設立に同意してくれる人を増やすための取組として、まずは五桂池ふるさと村内にある食堂で高校生をアルバイトとして雇用してもらい、高校生の持つ可能性を地域の人に知ってもらうところからスタートした。そして、高校生の働く様子を見たふるさと村の村長が研修施設の設立に同意し、ふるさと村が400万円を出資する形で、村内に屋台という形態で最初の高校生レストランがオープンした。この時点で町からの資金協力は無かったが、この取組がメディアの注目を集め、さらに平成15年6月には高校

生レストランの取組も手伝って相可高校食物調理科が文部科学省による高度な先進技術や伝統芸能を取り入れた教育を進める専門高校を支援する「目指せスペシャリスト」事業の指定校として選出されたことから、町としてもこの取組を応援しようということになり、町が建設費を供出する運びとなった。

空調設備もない屋台での営業は、夏は食中毒のリスクが高く、冬は寒さゆえに集客が難しかった。さらに、調理クラブの生徒は懐石料理やフルコースを振る舞える力があつたが、屋台では提供できる料理が限られてしまっていた。そこで、本格的なレストランが建設される運びとなった。

レストラン建設に際しては、「料理家を目指す高校生の夢を、建築家を目指す高校生が形にする。その夢を多気町やふるさと村といった地域が応援する」ことを目指し、県内の工業高校の生徒に参加してもらった設計コンペの入賞作品をもとに設計を行った。入賞作品は扇形の建物で、四角い形状の建物よりも3,500万円以上建設費が嵩む結果となったが、高校生の夢を高校生が応援するというコンセプトを貫き、県からの助成も得て、総工費約8,900万円、座席数65席の高校生レストラン「まごの店」が平成17年2月19日にオープンした。

1.2.2 事業の運営体制

高校生レストランは、町が「多気町五桂池ふるさと村の設置及び管理に関する条例」に基づき設置した体験交流施設五桂池ふるさと村の中に位置しており、五桂池ふるさと村の運営は指定管理者制度により、五桂の自治会が担っている。

なお、最初の屋台の形態の「まごの店」を設立する際に、高校とふるさと村と町の3者の間で覚書が交わされており、その中で、「まごの店」の全ての責任はふるさと村が持つという取り決めになっている。このような取り決めをした背景には、県の教育委員会が管轄する高校の取組の中で、食中毒などの問題が発生した際に、誰が責任を持つのかを明確にする必要があつたためとのことである。

レストランの運営は、担当教員のサポートのもと、調理クラブの生徒が食材調達から調理、接客、会計まで全て担っている。運営に関わっている調理クラブの生徒は、調理師コースに所属する60名のうち50名程度と、製菓コースの生徒が数名、普通科の生徒が1名である。

調理クラブでは、月曜日から水曜日は基礎練習をし、木曜日と金曜日は週末の仕込みをし、授業のない土曜日・日曜日・祝日にレストランを運営している。調理クラブの生徒は4班に分かれてシフトを組んでおり、1度にレストランの運営にあたっている人数は、クラブ員の半数程度である。

1.2.3 事業の内容

高校生レストラン「まごの店」では、土曜日・日曜日・祝日に1食1,300円で1日当たり180食程度を提供している。メニューは、生徒が持っている調理技術を隈なく使えるように考案されており、ほとんど固定である。なお、調理場には、実技試験を通過した生徒のみが入れる。

食材は、相可高校の「まごの店」の運営目的にもあるとおり、地産地消を意識してなるべく松阪地域のもものが調達されている。全体の半数程度が松阪地域の食材とのことであるが、うち多気町産のものは僅かである。

当初は、食材をふるさと村の農産物直売施設「おばあちゃんの店」から仕入れており、町産のものが大半を占めていたが、需要が高まるにつれてそこだけでは賄えなくなったため、現在は市場からも調達している。

また、土曜日には、レストランの一画で、製菓コースの生徒が授業でつくったお菓子を「まごの店スイーツ」として販売する実習も行われている。

1.2.4 他地域への展開

多気町の高校生レストランの取組は、ドラマ化されたこともあり、全国的な注目を集め、他地域での

展開も出てきている。平成 28 年 9 月には、青森県おいらせ町が、地域活性化と地域を担う人材育成を目的に、百石高校食物調理科が所属する家庭クラブが運営する高校生レストラン「キッチンいちょうの森」を観光施設の中にオープンさせている。

また、高校生レストランの取組は、高校生が地域資源を活用し地域のビジネスを創出する取組であり、ソーシャルビジネス振興の取組としても注目されており、高校生レストランの仕掛け人である岸川氏も「ソーシャル・ビジネス・プロジェクト」というモデルで、取組を広めている。

そして、このモデルに共感した自治体・高校が、各地で高校と地域が連携して地域課題にビジネスの手法を用いて挑戦する取組を展開している。三重県南伊勢高校では、南伊勢町の特産品を生徒が選び、それらを詰め合わせたギフト商品として販売している。沖縄県宮古島市では、地元の高校生が「高校生仕事クラブ」を立ち上げ、平成 25 年より平日は大人が運営し、休日は高校生が運営するカフェ「んまがぬ家」（沖縄の方言で「まごの店」の意味）を展開している。

そして、このような取組に共感する高校が、平成 25 年より年に 1 回集まり、お互いの取組を発表しあっている。（平成 25 年から平成 27 年は「全国高校生”S”セレクション」として、平成 28 年からは「全国高校生 SBP (Social Business Project) 交流フェア」として開催。）

1.3 自治体による支援内容

高校生レストランに関して、多気町では、最初の建設費や修繕費、備品購入費等を拠出している。それ以外の運営に係るランニングコストは全て高校が負担している。

建設費としては、町のほかに県の補助金も使われている。町からは 62,889,100 円が供出され、県からは「三重県型デカップリング市町村総合支援事業費補助金」として 2,000 万円が拠出された。県の補助金は、農林地等の公益的機能の維持・増進を図ることを目的としたものである。

図表 60 高校生レストラン事業に対する現在までの多気町からの拠出金額

費目	金額 (円)	主な用途
建築費	62,889,100	建設費
追加工事費	7,810,950	ステージ設置、駐車場舗装
修繕費	7,831,066	トイレ修繕、エアコン修繕、VIP ルーム腰壁改修
備品購入費	3,372,873	客席備品
そのほか (消耗品等)	6,820,550	食器、ビデオ作成、看板、シール、のぼり旗
総額	88,724,539	

(出典)多気町提供資料

1.4 実証研究のプロセスと内容

実証研究は、下記のスケジュールで実施した。

図表 61 高校生レストラン事業における実証研究の流れ

時期	実施項目
H28 年 8 月～9 月	相可高校、多気町への実証研究への協力依頼
H28 年 9 月	相可高校、多気町への訪問ヒアリング 取組概要、目的、体制、成果、取組に係る保有データ・資料の確認・提供依頼
H28 年 9 月	ロジックモデルの作成、修正 効果測定指標の検討
H28 年 10 月	ロジックモデル、効果測定指標の確定 ルーブリックの検討、確定

時期	実施項目
H28年11月～12月	生徒へのアンケート調査実施 ループリックに基づく効果測定実施
H29年1月	SROI算出 相可高校、多気町への訪問ヒアリング

1.5 効果測定期間

高校生レストラン事業の効果測定期間は、現在のまごの店がオープンした平成17年度から平成28年度までとした。ただし、直近のデータしかないものについては、その部分のみ効果を測定した。

1.6 取組と効果の関係の整理（ロジックモデル）

高校生レストラン事業の取組と効果の関係を整理したロジックモデルは以下のとおりである。

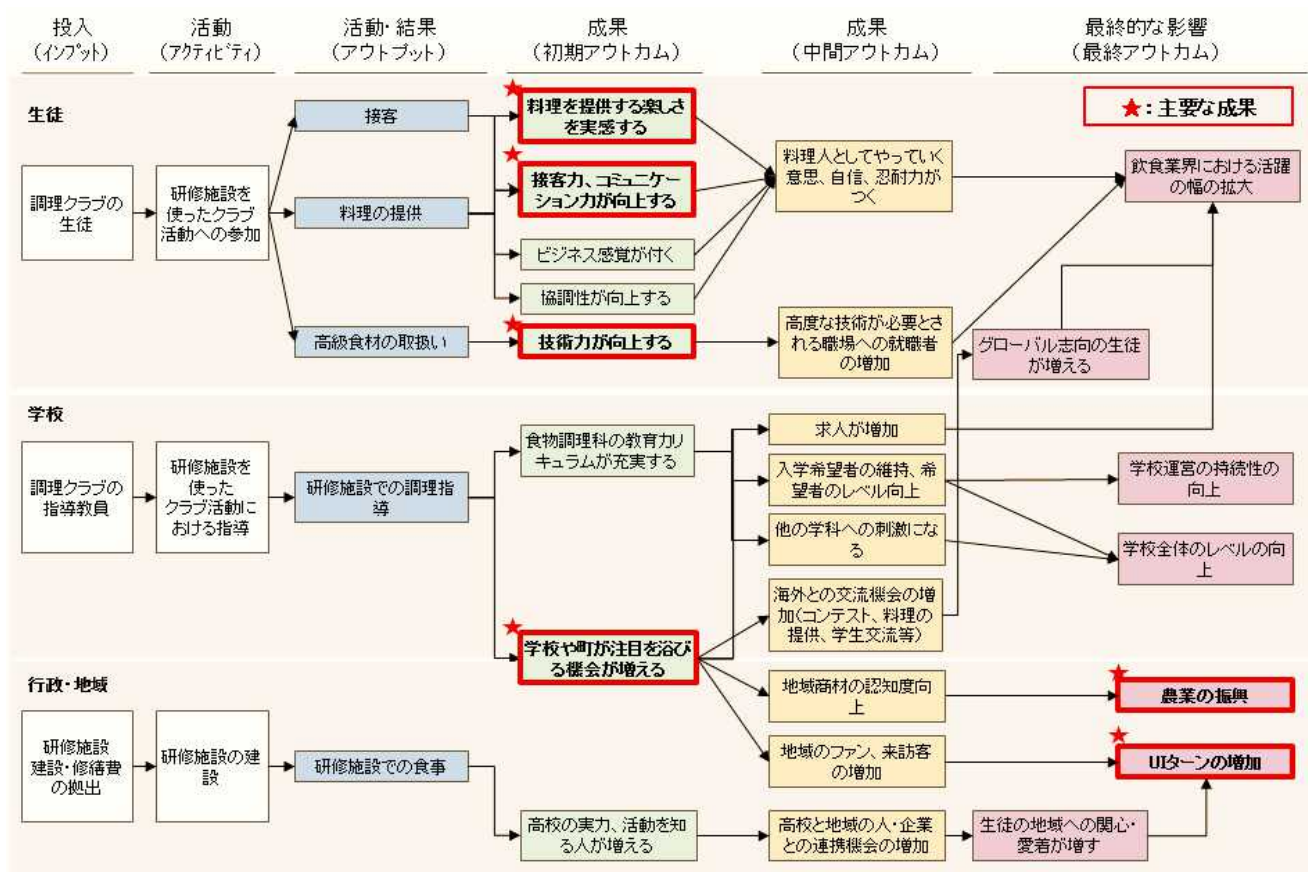
高校と多気町へのヒアリングから、事業の主な関係者は、生徒、学校、自治体・地域とした。また、ヒアリングのなかで確認できた主要なアウトカムについては強調して記している。

生徒は研修施設を使ったクラブ活動に参加することで、接客、料理の提供、高級食材の取り扱いなど授業ではできないことを経験することができる。それにより、初期の成果として、「料理を提供する楽しさを実感する」、「接客力、コミュニケーション力が向上する」、「ビジネス感覚が付く」、「協調性が向上する」、「技術力が向上する」などが見込まれる。結果、高校生レストランでの経験が原体験となり、「料理人としてやっていく意思、自信、忍耐力がつく」という成果につながっている。また、高級食材の取り扱い頻度が増えたことにより、技術力が向上し、「高度な技術が必要とされる職場への就職者の増加」という成果につながり、「飲食業界における活躍の幅の増加」という最終的な成果が見込まれる。

学校は、研修施設で調理指導をすることにより、「食物調理科の教育カリキュラムが充実する」、「学校や町が注目を浴びる機会が増える」という初期成果が見込まれる。その結果、「求人の増加」や「入学希望者の維持」、「他の学科への刺激」、「海外との交流機会の増加」などにつながり、「学校運営の持続性の向上」と「学校全体のレベルの向上」という最終的な成果が見込まれる。

自治体・地域においては、町が注目を浴びる機会が増えることにより、「地域食材の認知度向上」や「地域のファン・来訪客の増加」という成果につながり、最終的には当初からの目的であった「農業の振興」につながることが期待されている。さらに、高校生レストランができたことで、地域の人のレストランにおける高校生の活躍を見る機会が増え、地域にありながら遠い存在であった高校の活動、実力を知ることや、高校と地域の人・企業との連携機会の増加につながっており、最終的には「生徒の地域への関心・愛着心の増加」、「UIターンの増加」が期待されている。

図表 62 高校生レストラン事業におけるロジックモデル



1.7 事業の投入要素（インプット）と活動結果（アウトプット）

1.7.1 事業の投入要素（インプット）

高校生レストラン事業のインプットは、生徒については調理クラブの生徒約 50 人、学校については調理クラブの指導教員 1 人、自治体・地域については研修施設建設費の拠出額である。

先述のとおり、多気町がこれまでに高校生レストランに拠出している金額は、88,724,539 円である。

図表 63 高校生レストラン事業におけるインプット

関係者	事業のインプット
生徒	調理クラブの生徒 50 人
学校	指導教員 1 人
自治体・地域	研修施設の建設・修繕費等 88,724,539 円

1.7.2 事業の活動結果（アウトプット）

(1) 接客・料理の提供

接客数・料理の提供数は下記のとおりである。なお、平成 21 年と平成 23 年の接客数・料理の提供数が他年度よりも多いが、平成 21 年は開催日数が多かったためであり、平成 23 年はドラマの放映（平成 23 年 5 月～6 月）の影響と想定される。平成 25 年度以降は、15,000～16,000 食で安定推移している。

図表 64 接客数・料理の提供数の推移

	H21 (H21.3~ H22.2)	H22 (H22.3~ H23.2)	H23 (H23.3~ H24.2)	H24 (H24.3~ H25.2)	H25 (H25.3~ H26.2)	H26 (H26.3~ H27.2)	H27 (H27.3~ H28.2)
接客数(人・食)	20,012	16,516	20,213	18,750	15,285	15,958	15,981

(出典)相可高校提供資料

(2) 高級食材の取扱い

高校生レストラン「まごの店」では、1食1,300円で食事を提供しているが、その7～8割は材料費とのことである。「まごの店」のメニューには、松阪牛や伊勢いも、鯛などの高級食材が使われており、伊勢海老やアワビなどが取り扱われることもある。

そして、生徒がこれらの高級食材を取り扱うのは、レストランを開店する土曜日・日曜日・祝日やその仕込みをする木曜日・金曜日だけではなく、月曜日から水曜日の基礎練習の際にも取り扱っている。食材費はレストランの売上から拠出されており、保護者からのお金だけで食材を賄っていた時分と比較すると、このような高級食材を取り扱う機会は格段に増加したとのことである。1食1,300円のうち7割程度は食材費ということであり、仮に7割で計算すると、年間1,500万円程度が食材費として使われている計算になる。

なお、調理クラブでは、「まごの店」での活動に加えて弁当の販売等も行っており、それらの売上もレストランや弁当の食材費に回っている。弁当販売等の売上をあわせると調理クラブの年間売上額は約5,000万円程度であり、仮にその7割が食材費とすると、年間3,500万円程度の食材費として使われていることになる。

(3) 研修施設での調理指導

レストラン開店日は、土曜日・日曜日・祝日を基本としているため、祝日の回数や学校行事等に影響は受けるが、年度によって大きな変化はなく年間90日程度となっている。

1.8 事業の成果（アウトカム）

1.8.1 成果の測定指標と指標の収集方法

高校生レストラン事業における関係者別のアウトカムの測定指標、指標の収集方法は下記のとおりである。前段のロジックモデルで整理したアウトカムのうち、測定が可能な成果について再整理した。

指標の収集に際しては、多気町や相可高校にデータの提供を依頼したほか、相可高校の生徒へのアンケート調査を実施した。また、「接客力、コミュニケーション力が向上する」、「ビジネス感覚が付く」、「協調性が向上する」に関する成果は定量的な把握が難しいため、ルーブリックを用いた評価を実施した。

図表 65 高校生レストラン事業のアウトカムとその測定方法

関係者	アウトカム	段階	アウトカムの測定指標	指標の収集方法
生徒	料理を提供する楽しさを実感する	初期	「料理、スイーツを人に提供することは楽しい」	生徒へのアンケート（対象は1～3年生の食物調理科生徒）
	接客力、コミュニケーション力が向上する	初期	ループリックを用いた評価	
	ビジネス感覚が付く	初期	ループリックを用いた評価	
	協調性が向上する	初期	ループリックを用いた評価	
	技術力が向上する	初期	コンクール入賞回数	相可高校提供
	料理人としてやっていく意思、自信、忍耐力がつく	中間	「多少の理不尽さには耐えられる自信がある」	生徒へのアンケート
	グローバル志向の生徒が増える	長期	「将来、海外で仕事をしたい」	生徒へのアンケート
学校	入学希望者の維持、希望者のレベル向上	中間	入学希望者	相可高校提供
学校、自治体・地域	学校や町が注目を浴びる機会が増える	初期	メディア掲載件数、各種受賞歴	相可高校提供
自治体・地域	地域のファンの増加、来訪客の増加	中間	ふるさと納税件数（相可高校への寄附分）	多気町提供
	生徒の地域への関心・愛着が増す	初期	「将来、多気町で仕事をしたい」、「将来、県内で仕事をしたい」	生徒へのアンケート
	高校と地域の人・企業との連携機会の増加	中間	高校と企業との連携商品数	相可高校提供

1.8.2 成果の測定

(1) 総括

図表 66 高校生レストラン事業のアウトカム

関係者	アウトカム	段階	アウトカムの測定結果
生徒	料理を提供する楽しさを実感する	初期	●「料理、スイーツを人に提供することは楽しい」（1年次⇒3年次） 88.2%⇒94.1% +5.9% ※調理クラブに入っている3年生の結果 100% ⇒91.3% -8.7% ※調理クラブに入っていない3年生の結果
	接客力、コミュニケーション力が向上する	初期	●評点の変化量の平均 1.67（調理クラブに入っている生徒） 0.91（調理クラブに入っていない生徒）
	ビジネス感覚が付く	初期	●評点の変化量の平均 1.17（調理クラブに入っている生徒） 0.82（調理クラブに入っていない生徒）
	協調性が向上する	初期	●評点の変化量の平均 1.39（調理クラブに入っている生徒） 1.05（調理クラブに入っていない生徒）
	技術力が向上する	初期	●コンクール入賞回数 2件（H17）⇒4件（H27）

関係者	アウトカム	段階	アウトカムの測定結果
	料理人としてやっていく意思、自信、忍耐力がつく	中間	●「多少の理不尽さには耐えられる自信がある」(1年次⇒3年次) 64.7%⇒88.2% +23.5% ※調理クラブに入っている3年生の結果 56.5%⇒52.2% - 4.3% ※調理クラブに入っていない3年生の結果
	グローバル志向の生徒が増える	長期	●「将来、海外で仕事をしたい」(1年次⇒3年次) 23.5%⇒35.3% +11.8% ※調理クラブに入っている3年生の結果 30.4%⇒21.7% - 8.7% ※調理クラブに入っていない3年生の結果
学校	入学希望者の維持、希望者のレベル向上	中間	●入学希望者数 57人(H23)⇒51人(H27)
学校、自治体・地域	学校や町が注目を浴びる機会が増える	初期	●各種受賞歴 H18からH28までで12件 ●メディア掲載件数 H15からH28までで20冊×80枚。うち2割が高校生レストラン関連
自治体・地域	地域のファンの増加、来訪客の増加	中間	●ふるさと納税件数 27件(H27) (高校生レストランの返礼品を目的とした納税件数)
	生徒の地域への関心・愛着が増す	初期	●「将来、県内で仕事をしたい」(1年次⇒3年次) 35.3%⇒58.8% +23.5% ※調理クラブに入っている3年生の結果 43.5%⇒39.1% - 4.3% ※調理クラブに入っていない3年生の結果 ●「将来、町内で仕事をしたい」(1年次⇒3年次) 5.9%⇒5.9% + 0% ※調理クラブに入っている3年生の結果 4.3%⇒0% - 4.3% ※調理クラブに入っていない3年生の結果
	高校と地域の人・企業との連携機会の増加	中間	●高校と企業との連携商品数 H17からH27までで100件 4件(H17)⇒8件(H27)

(2) 項目ごとの測定結果

1) 「料理を提供する楽しさを実感する」

食物調理科所属の1～3年生、113人を対象としたアンケートによると、「料理、スイーツを人に提供することは楽しい」(「よく当てはまる」と「当てはまる」の合計)と回答した生徒の割合は、全体では微減しているが、調理クラブに入っている生徒では増加している。

3年生だけを抽出してみても、全体や調理クラブに入っていない生徒におけるその割合が減少するなか、調理クラブに入っている生徒においては割合が変わっておらず、調理クラブにおける活動の成果がうかがえる。

図表 67 「料理、スイーツを人に提供することは楽しい」と回答した生徒の割合

【料理、スイーツを人に提供することは楽しい】	当てはまる割合(よく当てはまると当てはまるの合計)		変化量
	高校入学時	現在	
全体(n=113)	97.3%	97.2%	-0.1%
調理クラブに入っている生徒(n=49)	95.9%	97.8%	1.9%
調理クラブに入っていない生徒(n=64)	98.4%	96.8%	-1.7%

(注)1～3年生までの回答内容

図表 68 3年生における「料理、スイーツを人に提供することは楽しい」と回答した生徒の割合

【料理、スイーツを人に提供することは楽しい】	当てはまる割合(よく当てはまると当てはまるの合計)		変化量
	高校入学時	高校3年時	
全体(n=40)	95.0%	92.5%	-2.5%
調理クラブに入っている生徒(n=17)	88.2%	94.1%	5.9%
調理クラブに入っていない生徒(n=23)	100.0%	91.3%	-8.7%

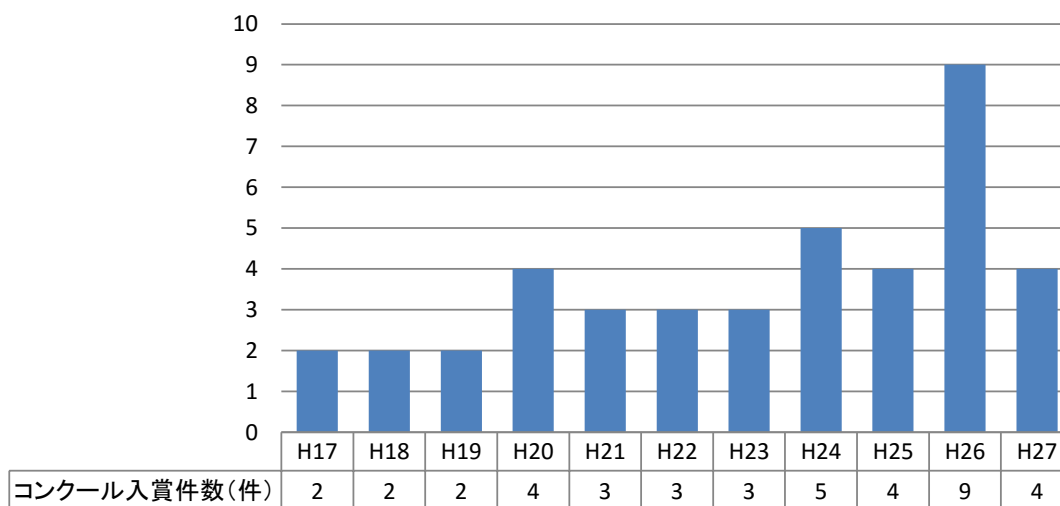
(注)3年生のみの回答内容

(出典)相可高校食物調理科を対象としたアンケート調査

2) 「技術力が向上する」

平成 17 年以降のコンクール入賞件数の推移をみると、増減はしているが、全体として増加傾向にあることが分かる。なお、この入賞件数は調理クラブとして受賞したもののみならず、学校として受賞したものも含まれていることに留意が必要である。

図表 69 コンクール入賞件数の推移



(出典)相可高校提供資料

また、高校教員へのヒアリングによると、生徒の技術力が向上したことで有名なホテル、レストラン、割烹などへ就職する生徒が増えているとのことであった。また、高校への求人数も増え、就職先の地域的な広がりも出てきているとのことであった。

なお、生徒の活躍の幅が広がっているのは、技術力の向上だけによるものではなく、コンクールなどを通じて教員と有名シェフとの交流が増えたことや情報発信の機会が増えたことも大きいとのことである。

3) 「料理人としてやっていく意思、自信、忍耐力がつく」

食物調理科の生徒を対象としたアンケートによると、「多少の理不尽さには耐えられる自信がある」割合は（「よく当てはまる」と「当てはまる」の合計）、調理クラブに入っている生徒のほうが入っていない生徒と比較して伸び幅が大きい。3年生だけを抽出してみると、その差はさらに明確である。

図表 70 「多少の理不尽さには耐えられる自信がある」と回答した生徒の割合

【多少の理不尽さには耐えられる自信がある】	当てはまる割合（よく当てはまると当てはまるの合計）		変化量
	高校入学時	現在	
全体(n=113)	66.4%	75.0%	8.6%
調理クラブに入っている生徒(n=49)	71.4%	84.8%	13.4%
調理クラブに入っていない生徒(n=64)	62.5%	67.7%	5.2%

(注)1～3年生までの回答内容

図表 71 3年生における「多少の理不尽さには耐えられる自信がある」と回答した生徒の割合

【多少の理不尽さには耐えられる自信がある】	当てはまる割合（よく当てはまると当てはまるの合計）		変化量
	高校入学時	高校3年時	
全体 (n=40)	60.0%	67.5%	7.5%
調理クラブに入っている生徒 (n=17)	64.7%	88.2%	23.5%
調理クラブに入っていない生徒 (n=23)	56.5%	52.2%	-4.3%

(注)3年生のみの回答内容

(出典)相可高校食物調理科生徒を対象としたアンケート調査

高校教員へのヒアリングでも正確な数値はとっていないが、就職先における就業継続率やたとえ1つの企業で長続きしなくても調理師として長く職に就いている人は増えているだろうという話があった。

調理師の世界は、早朝から仕込みをしたり、決まった時間に食事をとることも難しかったりなど、学校生活とのギャップが大きい世界である。高校生レストランでの研修は、社会に出たときとある程度近い生活を体験することで、料理人としてやっていく意思、自信、忍耐力をつけることに寄与するものであると思慮される。

4) 「グローバル志向の生徒が増える」

食物調理科の生徒を対象としたアンケートによると、「将来、海外で仕事をしたい」割合は（「よく当てはまる」と「当てはまる」の合計）、全体として微減しているが、調理クラブに入っている生徒はその割合が増加している。

3年生だけを抽出してみると、その差はさらに明確である。

図表 72 「将来、海外で仕事をしたい」と回答した生徒の割合

【将来、海外で仕事をしたい】	当てはまる割合（よく当てはまると当てはまるの合計）		変化量
	高校入学時	現在	
全体 (n=113)	25.7%	23.4%	-2.3%
調理クラブに入っている生徒 (n=49)	26.5%	28.3%	1.7%
調理クラブに入っていない生徒 (n=64)	25.0%	19.7%	-5.3%

(注)1～3年生までの回答内容

図表 73 3年生における「将来、海外で仕事をしたい」と回答した生徒の割合

【将来、海外で仕事をしたい】	当てはまる割合（よく当てはまると当てはまるの合計）		変化量
	高校入学時	高校3年時	
全体 (n=40)	27.5%	27.5%	0.0%
調理クラブに入っている生徒 (n=17)	23.5%	35.3%	11.8%
調理クラブに入っていない生徒 (n=23)	30.4%	21.7%	-8.7%

(注)3年生のみの回答内容

(出典)相可高校食物調理科生徒を対象としたアンケート調査

調理クラブに入っている生徒において、将来、海外で仕事をすることを希望する生徒が増えている背景の1つには、海外との交流機会が増加していることも影響していると考えられる。

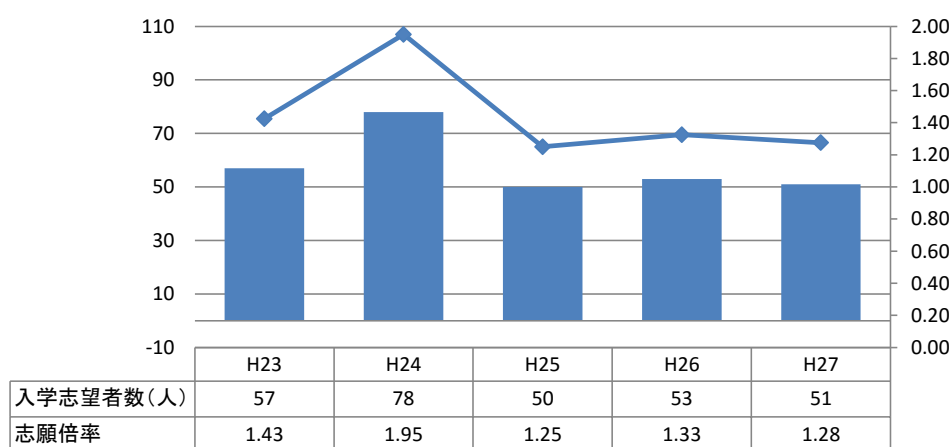
三重県では、海外の展示会や平成28年5月に開催された主要国首脳会議の首脳夫人らの昼食会などにおいて、調理クラブの生徒が活躍できる場を設けている。高校教員へのヒアリングによると、県がこのようなグローバルな情報発信の機会を与えてくれたことで海外の学校からの学校交流のオフ

アが増え、学校間の交流の中でも生徒は海外と触れる機会を持っているとのことであった。

5) 「入学希望者の維持、希望者のレベル向上」

入学志望者数と志願倍率の推移は下図のとおりである。三重県立高校の志願倍率の平均よりも低いものの、交通至便性がさほどよくない立地で、入学志望者数を維持できているということは大きな成果であると評価できる。実際、同じ多気郡では、平成24年に三重県立宮川高等学校が廃校（相可高等学校へ統合）しており、さらに周辺では平成20年に三重県立南伊勢高等学校南志摩校舎が廃校（南伊勢校舎へ統合）、同年に三重県立尾鷲高等学校長嶋校が廃校（尾鷲高等学校へ統合、その後廃校）するなど、県立高校統廃合の動きがある。

図表 74 入学志望者数と志願倍率の推移



(出典)相可高校提供資料

希望者のレベル向上に関する定量的なデータはないが、高校教員へのヒアリングの中では、食物調理科を志望する子の中には進学校に入るようなレベルの生徒も出てきている、入学志望者の地域的な広がりが出てきているという話があった。

6) 「学校や町が注目を浴びる機会が増える」

相可高校食物調理科や調理クラブは、食・農の分野や地域振興の分野において数々の賞を受賞している。平成17年以降の受賞歴をみると、「まごの店」としては4件、調理クラブとして3件、食物調理科として3件、そのほか2件の受賞歴がある。

図表 75 各種受賞歴

年	受賞内容	受賞者
H18	国土交通省大臣表彰 てづくり郷土賞「地域整備部門」	まごの店
	農林水産省 地産地消優良活動事業表彰「特別賞」	食物調理科
H19	JA 全中・日本放送協会 日本農業省特別部門 「食の架け橋賞」	まごの店
H20	地産地消ネットワークみえ「みえの地産地消大賞」	食物調理科
H21	関西元気文化圏賞「ニューパワー賞」	食物調理科
H22	地域づくり総務大臣表彰「優秀賞」	多気町及び相可高校

年	受賞内容	受賞者
	地方新聞社・共同通信社 「地域再生大賞」	調理クラブ
	フード・アクション・ニッポンアワード 2010 コミュニケーション・啓発部門「最優秀賞」	まごの店
H23	サントリー文化財団 「地域文化賞」	調理クラブ
H25	三重テレビ元気大賞「優秀賞」	調理クラブ
H26	国土交通省大臣表彰 てづくり郷土賞「大賞」	まごの店
H28	調理師養成施設協会 食育文化功労賞	—

(出典)相可高校提供資料

メディア掲載件数に関しては定量的なデータはないが、食物調理科が平成 15 年より蓄積している新聞記事のスクラップブックは、平成 28 年までで 20 冊×80 枚に及んでおり、うち 2 割程度が高校生レストランに関する記事とのことである。

全ての新聞記事を保管できていないため、メディア掲載はそれ以上と思慮される。加えて、高校生レストラン関係の本の出版、週に 1 回の地元新聞社へのレシピ提供、月に 1 回の雑誌への寄稿、ドラマ「高校生レストラン」の放映、伊勢志摩サミット関連のドキュメンタリー番組の放映などを含めると、高校生レストラン事業による宣伝効果は相当程度あると評価できる。

7) 「地域のファン、来訪客の増加」

「地域のファン、来訪客の増加」の効果を測定する指標としては、観光・交流人口や移住人口などが考えられるが、高校生レストランの取組による効果を取り出すことが難しいため、今回はふるさと納税における高校生レストラン関連の返礼品を目的とした寄附件数を指標として設定した。

高校生レストラン関連の返礼品を開始したのは、平成 26 年 9 月からで、内容は「まごの店」の食事券（2 名分）と「まごの店スイーツ」の焼き菓子セットとなっている。

ふるさと納税件数の推移は下記のとおりである。平成 27 年度においては 27 件の寄附があり、たいていは 1 人 1 件の申し込みであることから、高校生レストランの取組によって 27 人のふるさと納税者が増えたとした。

図表 76 多気町ふるさと納税全体件数及び高校生レストランの返礼品を目的とした件数

年度	全体件数	「まごの店」の返礼品を目的とした件数
H26	2,666 件	14 件
H27	6,665 件	27 件
(H28)	(3,291 件)	(15 件)

(注釈)「まごの店」関連の返礼品は平成 26 年 9 月より開始。H28 年度は 1 月末時点の数字。
(出典)多気町提供資料

なお、来訪者の増加という点では、高校生レストラン事業を仕掛けた有識者によると、高校生レストランの視察は大体年間 70 回程度あり、1 回につき 5 人程度、議会の視察になれば 10 人以上が来町するとのことであった。また、高校生レストランの視察者だけで地元のホテルに年間 300 人は宿泊しているとの話もあった。

8) 「生徒の地域への関心・愛着が増す」

食物調理科の生徒を対象としたアンケートによると、「将来、県内で仕事をしたい」割合は（「よく

当てはまる」と「当てはまる」の合計)、調理クラブに入っていない生徒が減少するなか、調理クラブに入っている生徒は8.5ポイント増加している。

3年生だけを抽出してみると、その差はさらに明確であり、調理クラブにおける活動の成果がうかがえる。

図表 77 「将来、県内で仕事をしたい」と回答した生徒の割合

【将来、県内で仕事をしたい】	当てはまる割合（よく当てはまると当てはまるの合計）		変化量
	高校入学時	現在	
全体(n=113)	36.3%	39.8%	3.5%
調理クラブに入っている生徒(n=49)	30.6%	39.1%	8.5%
調理クラブに入っていない生徒(n=64)	40.6%	40.3%	-0.3%

(注)1～3年生までの回答内容

図表 78 3年生における「将来、県内で仕事をしたい」と回答した生徒の割合

【将来、県内で仕事をしたい】	当てはまる割合（よく当てはまると当てはまるの合計）		変化量
	高校入学時	高校3年時	
全体 (n=40)	40.0%	47.5%	7.5%
調理クラブに入っている生徒 (n=17)	35.3%	58.8%	23.5%
調理クラブに入っていない生徒 (n=23)	43.5%	39.1%	-4.3%

(注)3年生のみの回答内容

(出典)相可高校食物調理科生徒を対象としたアンケート調査

他方、「地域」を県内ではなく多気町に限定してみると、「将来、多気町で仕事をしたい」割合は（「よく当てはまる」と「当てはまる」の合計）、調理クラブに入っている、入っていないにかかわらず減少している。

3年生だけを抽出してみると、調理クラブに入っている生徒においてはその割合は横ばいの5.9%となっている。これは人数にすると1名である。なお、高校教員へのヒアリングによると、3年生の食物調理クラブに入っている生徒のうち、多気町出身者は1名とのことであった。

図表 79 「将来、多気町で仕事をしたい」と回答した生徒の割合

【将来、多気町で仕事をしたい】	当てはまる割合（よく当てはまると当てはまるの合計）		変化量
	高校入学時	現在	
全体(n=113)	2.7%	0.9%	-1.7%
調理クラブに入っている生徒(n=49)	4.1%	2.2%	-1.9%
調理クラブに入っていない生徒(n=64)	1.6%	0.0%	-1.6%

(注)1～3年生までの回答内容

図表 80 3年生における「将来、多気町で仕事をしたい」と回答した生徒の割合

【将来、多気町で仕事をしたい】	当てはまる割合（よく当てはまると当てはまるの合計）		変化量
	高校入学時	高校3年時	
全体 (n=40)	5.0%	2.5%	-2.5%
調理クラブに入っている生徒 (n=17)	5.9%	5.9%	0.0%
調理クラブに入っていない生徒 (n=23)	4.3%	0.0%	-4.3%

(注)3年生のみの回答内容

(出典)相可高校食物調理科の生徒を対象としたアンケート調査

9) 「高校と地域の人・企業との連携機会の増加」

食物調理科と企業との連携実績は下記のとおりである。平成17年から平成27年までの連携実績は100件である。なお、同じ連携先と同じテーマの連携を複数回行っている場合、この数には入っていない。また、下表には連携開始年度が不明のものは入っていない。

時系列でみると、平成26年、平成27年は減少しているものの高校生レストランをオープンした当初と比較すると伸びている。

県内企業との連携実績もあるが、全国規模の小売業者や食品製造業者、メディアとの連携も多く、三重県や多気町をはじめ、大学や県のアンテナショップ、商工会等との連携実績の数も多い。

なお、多気町の企業と連携した商品開発実績は、河武醸造と連携した醤油と、せいわの里まめやと連携したサブレの2件である。

図表 81 食物調理科と企業との連携実績

連携開始年度	件数	平成27年度末時点で継続している主な案件
H17	4	・河武醸造：相可高校仕様醤油
H18	8	・三重テレビぎゅーとら：相可高校青春弁当監修 ・夕刊三重新聞：レシピ掲載
H19	5	・まる天：メニュー開発 ・しんぷる（三重のタウン誌）：レシピ掲載
H20	3	・伊勢新聞：「秘密のレシピ」本出版
H21	6	・サークルK・サンクス：監修弁当 ・ミエマン醤油：伊勢うどんのたれ ・松菱：イベント 料理教室
H22	6	・せいわの里まめや：だいずんサブレ ・奥野食品：レシピ提供
H23	9	・うれし野ラボ：黒にんにくドレッシング等開発 ・カネ美食品：監修弁当 ・井村屋・多気町：伊勢茶もちアイス監修
H24	17	・三重大学：神宮奉納弁当 ・伊勢漁協：真鯛レシピ ・多気CATV：料理番組
H25	20	・三重県アンテナショップ：イベント ・おやつカンパニー：スナック菓子 ・三越・伊勢丹：監修おせち
H26	11	・にんべん：だしバーレシピ ・クイーンアリス：出張レストラン ・河村麴屋：手づくりみそ
H27	8	・三重県雇用経済部：サミット歓迎レセプション ・松阪鶏焼肉隊：味噌だれ

(注釈) 連携開始年度が不明なものについては上記表に含めていない

(出典) 相可高校提供資料

1.9 教育の観点から子供たち及び関係者に及ぼした効果の検証

1.9.1 ルーブリックの作成

「接客力、コミュニケーション力が向上する」、「ビジネス感覚が付く」、「協調性が向上する」に関しては、ルーブリックを用いた評価を実施した。

ルーブリックの作成に際しては、相可高校調理クラブ顧問の教員に御協力いただき、それぞれの成果を達成度のレベル別に4段階に分け、段階別の状態を言語化した。

評価に際しては、食物調理科の担任教員に御協力いただき、食物調理科の3年生40人全員について、

1年次の評価と3年次の評価をつけていただいた。

図表 82 高校生レストラン事業におけるルーブリック

	評価の観点4	評価の観点3	評価の観点2	評価の観点1
接客力、コミュニケーション力が向上する	プレゼン力が向上し、活動に関連する主体との意思疎通もできている。周囲の人々にホスピタリティを持って接することができている	自ら積極的に接客サービスを行うようになっており、食材購入のための交渉も自ら行えるようになっている	周囲の指導により、徐々に接客時の挨拶ができるようになっており、自らサービスを向上させようという意欲が出てきている	自らの考えを表現するプレゼン力や挨拶力が育っていない
協調性が向上する	チームの中での自分の役割を自覚し、責任感を持って意欲的に行動できている	チームの中で、自分の役割を自覚し、責任感も出てきている	チームの中で、自分の役割を自覚し、行動しようという意欲が出ている	チームの中での行動がとれず、自分の発言や行動にも責任感が薄い
ビジネス感覚が付く	コストに配慮した上で、メニュー提案ができるようになる	食材の無駄や食材の仕入れ値に敏感になる	食材を無駄にしなくなる	コスト意識がない

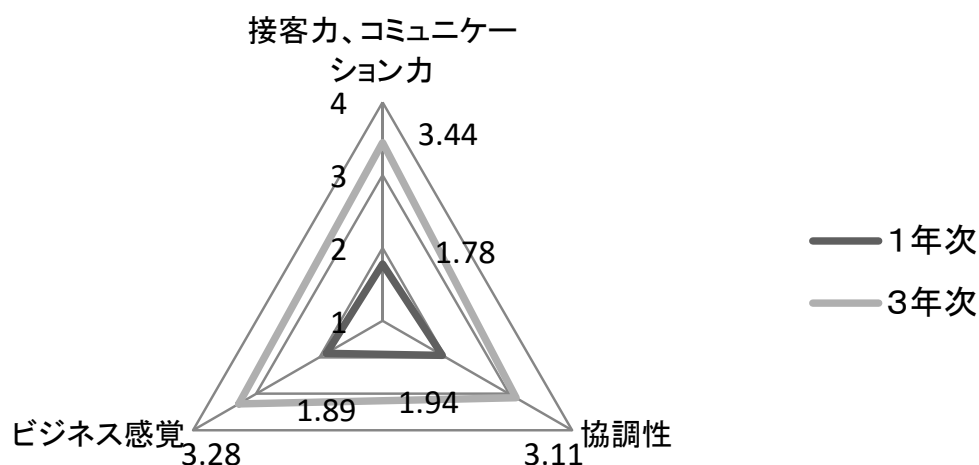
1.9.2 ルーブリックを用いた評価結果

(1) 総括

食物調理科3年生のうち、調理クラブに入っている生徒について、接客力・コミュニケーション力、協調性、ビジネス感覚の変化をルーブリックを用いて評価した結果が以下のレーダーチャートである。

接客力・コミュニケーション力、協調性、ビジネス感覚ともに1年次から3年次にかけて評点が大きく伸びている。伸び幅は接客力、コミュニケーション力が最も大きく、高校生レストラン事業が接客力、コミュニケーション力の向上に大きく寄与していることが分かる。

図表 83 ルーブリックを用いた評価結果

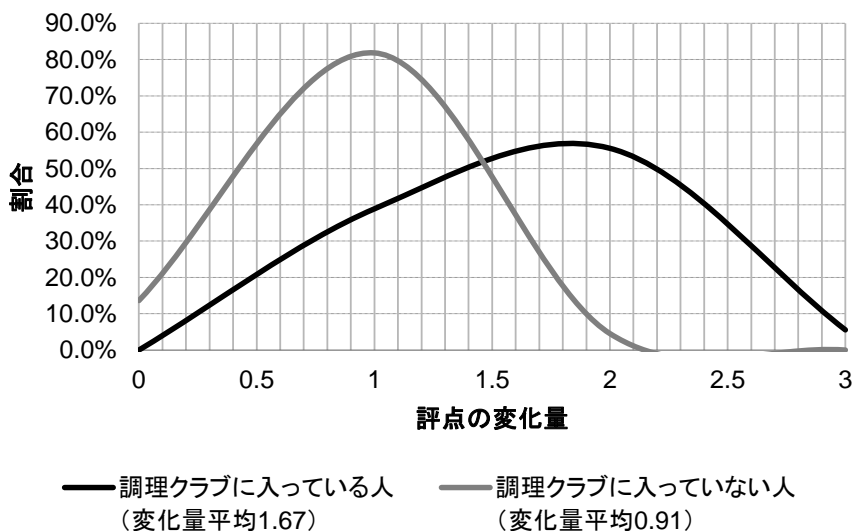


(2) 項目ごとの測定結果

1) 「接客力、コミュニケーション力が向上する」

「接客力、コミュニケーション力が向上する」に関する生徒の変化をみると、調理クラブに入っている生徒においては、1年次と3年次で評価点が同じ生徒はおらず、全員の評価点が上がっている。変化量の平均は1.67であった。調理クラブに入っていない生徒の変化量の平均は0.91であり、この差が調理クラブにおける活動の成果と言える。

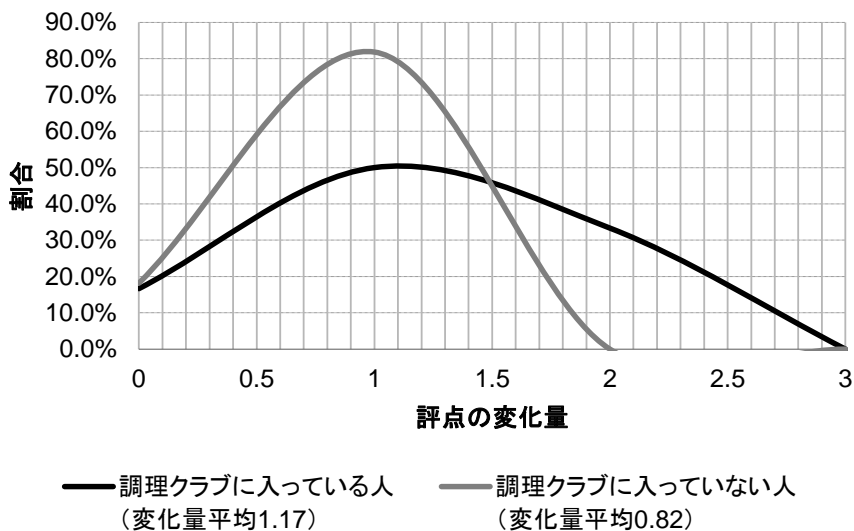
図表 84 「接客力、コミュニケーション力が向上する」における生徒の変化



2) 「協調性が向上する」

「協調性が向上する」に関する生徒の変化をみると、調理クラブに入っている生徒においては、変化量の平均は1.17であった。調理クラブに入っていない生徒の変化量の平均は0.82であり、この差が調理クラブにおける活動の成果と言える。

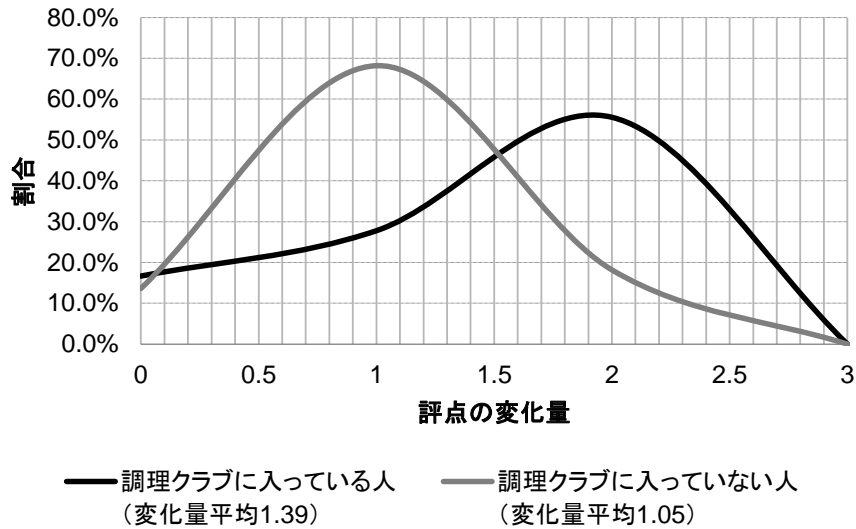
図表 85 「協調性が向上する」における生徒の変化



3) 「ビジネス感覚が付く」

「ビジネス感覚が付く」に関する生徒の変化をみると、調理クラブに入っている生徒においては、変化量の平均は1.39であった。調理クラブに入っていない生徒の変化量の平均は1.05であり、この差が調理クラブにおける活動の成果である。

図表 86 「ビジネス感覚が付く」における生徒の変化



1.10 地域振興の観点から地域に及ぼした効果の検証

1.10.1 基本設計

(1) 投入額

事業への投入要素は図表 63 のとおりであるが、生徒の投入時間は、今回考慮しないこととする。教員については、高校教員へのヒアリングより、休日に部活動をした場合に1日当たり3,400円の手当が出ていることが把握できたことから、レストランの年間開店日をかけあわせると年間306千円となり、12年間の合計は3,672千円と算出された。したがって、投入額は、92,397千円となる。

図表 87 高校生レストラン事業における投入額

関係者	投入額
学校	指導教員1人、年間90日、12年間分 3,672千円
自治体・地域	研修施設の建設・修繕費等 88,725千円
合計	92,397千円

(2) アウトカムの金銭価値換算方法

相可高校並びに多気町へのヒアリングにおいて確認された生徒、学校、自治体・地域のそれぞれの主要なアウトカムである「技術力が向上する」、「学校や町が注目を浴びる機会が増える」、「UI ターン増加」の3項目について、それぞれの社会的価値を金銭価値に換算した後、それを投入額で除した社会的投資収益率を算出した。

なお、上記のほかにも、生徒への主要なアウトカムとして「料理を提供する楽しさを実感する」、「接客力、コミュニケーション力が向上する」が、自治体・地域への主要なアウトカムとして「農業の振興」が期待されているが、金銭価値への換算が難しいため今回は対象外とした。

社会的投資収益率を算出したアウトカムと金銭価値換算の方法は下図のとおりである。

図表 88 アウトカムの金銭価値換算の方法

関係者	アウトカム	アウトカムの 変化量	変化量の設定方法	金銭価値へ換 算するための 代理指標	代理指標の設定方法
生徒	技術力の 向上	調理クラブに 加入している 高校3年生の 人数	調理クラブには 50 人 が所属しており、高校 1年生から3年生まで 等しく分布していると 仮定	調理クラブで 習得した下積 み相当年収	<ul style="list-style-type: none"> ・昨年度に実施された卒業生雇用主ヒアリングより調理クラブの研修は1年間の下積み効果がある旨を把握²¹ ・厚生労働省「賃金構造基本統計調査」の19歳以下の調理師の固定給の男女平均と、20歳～24歳の固定給の男女平均の差分に換算。
学校 地域	学校や町 が注目を 浴びる機 会が増え る	新聞・雑誌への 掲載件数/ 年	ヒアリングにおいて、 14年間でためたスクラ ップブックは 20 冊× 80 件であり、そのうち 2割程度が高校生レス トランに関する記事で あることを把握	新聞広告掲載 料	<ul style="list-style-type: none"> ・地元紙である伊勢新聞の広告掲載料に換算
		ドラマ「高校 生レストラ ン」のCM放映 時間(分)	日本民間放送連盟によ り、1時間番組の場合 6分のCM時間量が標 準と定められているこ とから、9話分を計上	テレビ広告掲 載料	<ul style="list-style-type: none"> ・ドラマが放映された日本テレビのスポンサー料に換算
行政・ 地域	UI ターン の増加	調理クラブ所 属の生徒のう ち、「将来多 気町内で仕事 をしたい」と 回答した人数	生徒へのアンケート結 果より左記の人数を把 握	移住者1人を 呼び込むのに かかるコスト	<ul style="list-style-type: none"> ・三重県の「移住促進情報発信拠点運営事業費」、「移住促進に向けた農山漁村魅力発信事業費」(H28)を移住者目標者数(H28)で除した数値に設定

1.10.2 算出方法

(1) 生徒の「技術力向上」に係る社会的価値

「技術力向上」に係る成果の変化量は、高校3年間調理クラブに加入していた人数とした。調理クラブには50人が在籍していることから、実際にはばらつきはあるものの、高校1～3年生が等しく分布していると仮定した。

代理指標の設定に際しては、昨年度実施された文部科学省調査「平成27年度 地域政策等に関する調査研究」において実施された、調理クラブ卒業生の雇用主へのヒアリング結果を活用した。ヒアリング調査では、調理クラブ卒業生は、調理師免許を取得可能な一般の高校専門課程又は専門学校の卒業生と比較して、「就職先での約1年分の実働に伴う賃金分の研修効果がある」という確認が取れている。そこで、調理クラブにおける研修は、19歳時(高校卒業時)の調理師の年収と20歳時(就職してから1年後)の調理の年収の差分にあたる効果があったとして代理指標を設定した。

具体的には、平成27年度厚生労働省「賃金構造基本統計調査」における、19歳以下と20～24歳までの調理師の固定給の男女平均の差分を便益として計上した。なお、同調査においては、従業員規模別

21 文部科学省調査「平成27年度 地域政策等に関する調査研究 地域振興に有効な教育実践の実態把握とその普及方策に関する実証研究」(委託先:株式会社政策研究所)において実施された、調理クラブ経験者の就職先料理店(三重県伊勢市の割烹及び東京都千代田区の割烹)へのヒアリング調査のなかで、「調理師免許を取得可能な一般の高校専門課程又は専門学校の卒業生と比較して、就職先での約1年分の実働に伴う賃金分の研修効果がある」(同報告書より引用)との旨を把握。

の給与額が公開されているが、従業員規模は10～99人と設定した。

(2) 学校の「学校や町が注目を浴びる機会が増える」に係る社会的価値

「学校や町が注目を浴びる機会が増える」に係る成果の変化量は、新聞・雑誌への掲載件数と、ドラマ「高校生レストラン」の広告放映時間とした。

新聞・雑誌への掲載件数については、先述のとおり、高校が把握しているものに限定しても平成15年から平成28年までで80枚格納可能なスクラップブック20冊分の2割程度に相当していることから、実際にはばらつきはあるが、毎年同程度のメディア掲載件数があったと仮定した。代理指標は、地元新聞である伊勢新聞の広告掲載料に設定した。

ドラマ「高校生レストラン」の広告放映時間については、日本民間放送連盟により1時間につき6分が標準の広告放映時間と定められていることから、9話分の時間を計上した。代理指標は、ドラマが放映された日本テレビのスポンサー料とした。なお、広告には放映料と制作料とがあるが、今回は放映料のみを考慮した。

(3) 自治体・地域の「生徒の地域への関心・愛着が増す」に係る社会的価値

「生徒の地域への関心・愛着が増す」に係る成果の変化量は、アンケートのなかで、「将来多気町内で仕事をしたい」と回答した高校3年生の調理クラブの生徒数とした。

代理指標の設定に際しては、調理クラブの活動があったことで、Uターン者誘致に係る事業費が節約されたと仮定し、三重県が実施している平成28年度移住促進情報発信拠点運営事業費²²及び平成28年度移住促進に向けた農山漁村魅力発信事業費²³を同年度の移住者目標で除した数値²⁴を設定した。

1.10.3 事業以外の要因の考慮

高校生レストラン事業の実施によって生じたアウトカムのみを測定するため、この事業がなくても生じたであろう成果（死荷重）を取り除く必要がある。

「技術力の向上」に関しては、調理クラブでの実習以外にも授業においても実習は行われている。調理クラブにおいては、平日に3時間/日×5日間の実習と週末に8時間/日×年間90日の実習時間が設けられている。なお、週末の実習は班ごとにシフトが決まっており、調理クラブの半数の生徒が毎回出席している。クラブがあるのが年間29週と仮定し、それを3年間続けると、調理クラブでの実習時間は3年間で2,385時間である。他方、授業における実習時間は週に2回、1回平均5時間なので、3年間で870時間である。つまり、調理クラブの生徒が経験している実習時間3,255時間のうち26.7%の870時間分の実習時間の結果向上した技術力は、高校生レストラン事業がなくても生じた成果であるため、その分を死荷重として差し引く必要がある。「生徒の地域への関心・愛着が増す」に関しては、調理クラブ以外の高校3年生で「将来多気町内で仕事をしたい」と回答した生徒はいなかったことから、この事業がなくても生じたであろう死荷重は0%と設定した。

²² 三重県が展開する移住促進のための情報発信拠点の運営事業費で、首都圏における移住相談窓口の運営や関西圏における相談デスクの設置費用等の事業費を含んでいる。

²³ 三重県が展開する移住促進のための情報発信費で、都市部の若者を対象に移住希望者に対して、農山漁村・農山村の暮らしを体験するプログラムを提供。

²⁴ 三重県資料によると、平成28年度の移住者目標は130人。「ええとこやんか三重 移住相談センター」など県の相談窓口や空き家バンクなどの市町村相談窓口で把握した移住者数から設定された数値。

1.10.4 算出結果

上記の仮定のもと、生徒、学校、自治体・地域における主要なアウトカムについて金銭価値換算をした結果が下表である。なお、評価期間は、上述のとおり、現在のまごの店がオープンした平成17年度から平成28年度までとした。

まず、「技術力の向上」については、調理クラブに加入している高校3年生の人数に、調理クラブで習得した下積み相当年収を掛け合わせた。取組開始3年後から効果が表れたと想定し、平成19年から平成28年までの累積値を算出すると50/3（人）×203.5（千円/人）×10年間で33,917（千円）となる。これに死荷重を差し引くと、24,851（千円）となる。

「学校や町が注目を浴びる機会が増える」については、14年間でためたスクラップブックは20冊で1冊につき80件の記事があり、その2割が高校生レストランの記事である。これに地元伊勢新聞の広告料を掛け合わせ、取組初年度から効果が表れたと想定し、平成17年から平成28年までの累積値を算出すると20冊×80件/冊/14年間×2割×135.3（千円）×12年間で37,127（千円）となる。さらに、ドラマで取り上げられた効果としては、ドラマ「高校生レストラン」におけるCM時間量にスポンサー料をかけあわせ、54（分）×2,300（千円/分）で124,200（千円）となる。

「生徒の地域への関心・愛着が増す」に関しては、アンケートのなかで将来多気町で仕事をしたいと回答した生徒数に、移住者1人を呼び込むのにかかるコストをかけあわせた。高校3年間の調理クラブでの経験により生徒の地域への関心・愛着が増すと想定し、取組開始3年後の平成19年から平成28年までの累積値を計上したところ、1（人）×254（千円/人）×10年間で2,535（千円）となった。

図表 89 アウトカムを金銭価値換算した結果

関係者	アウトカム	金銭価値へ換算するための代理指標	H17からH28までの社会的価値の合計	事業以外の要因の考慮	修正後の社会的価値の合計
	アウトカムの変化量	金銭価値			
生徒	技術力の向上	調理クラブで習得した下積み相当年収	33,917 (千円)	死荷重 26.7%	24,851 (千円)
	17（人/年）	203.5（千円） ²⁵			
学校 地域	学校や町が注目を浴びる機会が増える	新聞広告掲載料	37,127 (千円)	—	37,127 (千円)
	23（件/年）	135（千円） ²⁶			
	学校や町が注目を浴びる機会が増える	テレビ広告掲載料	124,200 (千円)	—	124,200 (千円)
	54（分） ²⁷	2,300（千円） ²⁸			
行政 地域	生徒の地域への関心・愛着が増す	移住者1人を呼び込むのにかかるコスト	2,535 (千円)	—	2,535 (千円)
	1（人/年）	254（千円） ²⁹			

25 厚生労働省「平成27年 賃金構造基本統計調査」における従業員規模10～99人の企業・事業所に勤務する19歳以下の調理師の固定給の男女平均1,700（千円）と、同規模の企業・事業所に勤務する20歳～24歳の調理師の固定給の男女平均1,904（千円）の差分。

26 伊勢新聞における突出し広告、1/4×2段の広告掲載料。

27 ドラマ9話分のCM時間。日本民間放送連盟により、1時間番組の場合6分のCM時間量が標準時間と定められていることから、9話分の時間を計上。

28 ドラマが放映された日本テレビのスポンサー料は、15秒で400千円～750千円より中間値を取って575千円とし、分あたりに換算。（情報源は、広告社が提供する「広告ダイレクト」ページ）

これらを合計すると、高校生レストラン事業における主要なアウトカムのうち、金銭価値換算できるものに限定して算出した社会的価値は 188,713（千円）であった。

これらの社会的価値の合計に対する、高校生レストラン事業に対する投入額 92,397（千円）の割合を求めると、社会的投資収益率は 2.04 と算出された。つまり、高校生レストラン事業は 1 の投入額に対して 2.04 の社会的価値が生み出される事業であることが示された。

なお、今回は、金銭価値に換算できない主要なアウトカムについては計算に入れていない上、「学校や町が注目を浴びる機会が増える」の社会的価値については、学校側が把握できていないメディア露出分や把握はできているが計上していない伊勢志摩サミット関連のドキュメンタリー番組などの放映などを含めると、上記の推計以上に膨らむことが予想される。

図表 90 高校生レストラン事業における社会的投資率

社会的価値の合計(千円)	188,713
投入額の合計(千円)	92,397
社会的投資収益率(SROI)	2.04
(評価期間)	平成17年度から平成28年度

SROI 分析における成果の内訳をみると、学校・地域における「学校や町が注目を浴びる機会が増える」がその 8 割強を占め、この事業の学校・地域へのインパクトが大きいことが伺える。生徒における「技術力の向上」は 1 割弱、自治体・地域における「生徒の地域への関心・愛着が増す」が 1%程度を占めている。

生徒へに対するインパクトは、金銭価値換算された成果に占める割合は少ないが、アンケート結果やルーブリックを活用した評価で見たとおり、生徒への教育的効果は十分確認されている。

自治体・地域に対するインパクトについては、金銭価値換算された成果に占める割合も小さく、町の「農業振興」や町への「UI ターンの増加」についての成果はまだ十分ではない。高校生レストラン事業が町からの拠出金によって支えられていることを考慮すると、事業が町にもたらす成果を最大化するための施策の展開が必要である。

1.1.1 取組の成功要因と課題

1.1.1.1 成功要因

(1) 生徒が実践力を付けるための機会・場所の創出

取組が成果をあげている要因として、町と高校教員へのヒアリングの双方から、調理クラブ指導員の存在が挙げられた。調理クラブ指導員とは、高校生レストラン事業の立ち上げ人でもある相可高校の村林氏のことである。村林氏は、高校を卒業してすぐに就職する生徒も多いなかで、生徒が実践力をつけることを重視しており、様々な努力を重ねて指導カリキュラムを充実させている。例えば、教育過程のなかで営業行為をすることはできないため、部活動単位で高校生レストランを運営したり、授業用の部屋で作った弁当を販売したりすることはできないため、授業用の部屋とは別の部屋で弁当の製造・販売の認可を取るなど、生徒に実践力を付ける機会を提供するための工夫を重ねてきている。

²⁹ 三重県の「移住促進情報発信拠点運営事業費」(H28)は29,518千円。「移住促進に向けた農山漁村魅力発信事業費」(H28)は3,439千円。移住者目標者数(H28)は130人。

高校生レストラン事業により、生徒には技術力のみならず、接客力やビジネス感覚、協調性、理不尽さに耐えられる忍耐力の向上という成果が生まれている。これらは指導者が技術を教えるのみならず、生徒が実践力を付けるための機会・場所を作る努力をしてきたからこそ生まれている成果であると言える。

1.11.2 今後の改善点の示唆、効果測定をしたことの気づき

(1) 特産品開発などの面での連携強化

取組の課題としては、SROI分析でみたとおり、自治体・地域に対するインパクトが弱いことである。特に、町が主要なアウトカムとして重視している農業振興への結びつきは弱い。高校生レストランは農業振興や地産地消を目的に始まった取組ではあったが、現状では取組が農業振興に結び付いたという実感は持たれていない。この背景には、高校生レストランが教育研修施設という位置づけであることから、町が高校にどこまで働きかけてよいのか距離感がうまく掴めなかったことがあるという意見があった。教育現場に商業的な要素を持ち込むのは難しく、どこまでなら連携できるのかが分からなかったとのことである。

自治体担当者としては、今後は商業的な要素を前面に出すわけではないが、町産の食材を利用した特産品開発などの面で連携し、「食のまち 多気」を一緒に盛り上げていけたらという思いを持っている。

(2) 町産の食材使用量を増やすための働きかけと地元農業者とのマッチング

加えて、調理クラブの活動が拡大するなかで食材の需要に供給が追いつかなくなったことも、農業振興に結び付かなかった要因と考えられる。「まごの店」は、当初は店の前にある「おばあちゃんの店」から食材を供給していたが、店が拡大し、提供するメニューも多様化し、さらに弁当の製造販売をするなど活動が拡大するなかで、町産のものだけでは賄えなくなってきた。高校側は、地元産の食材を意識して使っているが、高校が認識する「地元」は町ではなく松阪地域であり、県である。

多気町には海産物もないため、全ての食材を町産で賄うことは当然難しいが、自治体担当者としては、今後はなるべく町産のものを使ってもらうように働きかけていきたいし、レストランで使える質が担保できるように地元の農業者を育成し、マッチングを図っていきたいという思いを持っている。

(3) 取組のねらいや思いの引継ぎ

さらに、町、高校ともに取組の継続性を課題として認識していた。取組開始から10年以上が経過し、施設の老朽化も進み更なる設備投資が必要な時期も迫っている。また、行政と高校の双方において立ち上げ当初のねらい・思いを知っている人が少なくなっており、完全にいなくなってしまう時期も迫っている。成功要因として挙げられていた指導員も近く定年を迎える。

取組の継続性を確保するためにも、事業の長期的なねらいを確認しあい、町と高校とがお互いにWIN-WINになるような関係づくりを改めて構築する必要があると思慮される。さらに、これまでの取組を限られた人だけで共有するのではなく、次世代に取組のねらい・思いやノウハウを引き継ぐことが必要である。

2. 川崎市・NPO 法人フリースペースたまりば「ブリュッケ事業」

2.1 事業主体³⁰

「ブリュッケ事業」は、川崎市より「川崎市生活保護受給世帯等若者就労自立支援事業」として、特定非営利活動法人フリースペースたまりばが受託し運営している事業である。

フリースペースたまりばは、平成 3 年から学校や家庭、地域の中に自分の居場所を見いだせない子供・若者たちが通うフリースペースとして開設した。平成 15 年に特定非営利活動法人化（NPO）され、現在は「川崎市子ども夢パーク」（指定管理者）「フリースペースえん」等を運営している。「川崎市子ども夢パーク」は、JR 南武線津田山駅のそばにあり、「ありのままの自分でいられる場」、「多様に育ち、学ぶ子どもの居場所」、「自分の責任で自由に遊ぶ場」、「つくりつづけていく場」、「子どもたちが動かし、いける場」などの理念を掲げている。

2.1.1 川崎市

神奈川県川崎市は、神奈川県の北東部に位置する人口 147.5 万人（平成 27 年国勢調査）である。京浜工業地帯の中にあり、製鉄所や化学工場、機械・電機工業などの建設が進み現在に至っている。近年では研究開発拠点の集積も進んでいる。

2.1.2 ブリュッケ

ブリュッケは、川崎市健康福祉局生活保護・自立支援室の所管により、特定非営利活動法人フリースペースたまりばが川崎市高津区新作に平成 26 年 10 月 1 日に開設した施設である。

2.2 事業概要

事業目的は「生活保護受給世帯等の若者の精神面・生活面を包括的に支援することで、日常生活・社会生活・経済生活の自立を促し、就労を促進する」（事業委託仕様書）ことであり、対象者は市内在住の生活保護受給世帯等の 15 歳から 29 歳の社会的ひきこもり状態にある者である。

ひきこもり状態にある若者に対して、居場所をつくり（居場所支援）、就労へとつなげていく（就労支援）ための活動を行っている。

なお内閣府（2010）「ひきこもり実態調査」では、ひきこもり者は全国で約 70 万人と推計されているが、川崎市の人口比から推計すると、市内には約 7,000 人のひきこもりがいると推計されている³¹。そのうち、生活保護を受給している若者は 430 人と推計されている³²。

事業の執行体制は、常勤職員としてセンター長 1 名、事務長 1 名、支援相談員 1 名、就労支援員 1 名の合計 4 名が従事している。加えて非常勤職員として、週 4 日の居場所支援員、週 1 日の居場所支援員及び支援相談員、就労支援員がそれぞれ各 1 名ずつ従事している。加えて、総合アドバイザーとしてフリースペースたまりばの理事長、スーパーバイザーとして大学教授が業務サポートしている。

³⁰ 本節は、特定非営利活動法人フリースペースたまりばホームページ <http://www.tamariba.org/>、川崎市子ども夢パークホームページ <http://www.yumepark.net/index.html> を参照している。

³¹ 川崎市保健福祉センター「社会的ひきこもり対策事業」説明資料。

³² 川崎市生活保護・自立支援室編『現場発！生活保護自立支援川崎モデルの実践』

2.3 自治体による支援内容

「川崎市生活保護受給世帯等若者就労自立支援事業」から、平成26年度は2500万円、平成27年度は2450万円の委託費が支出されている。所管は健康福祉局生活保護・自立支援室である。平成26年度はセーフティネット補助金によって国から10/10支援を受けて実施したが、平成27年度は自立支援法に基づく補助メニューのなかで3/4の補助を受けて実施している。

2.4 実証研究のプロセスと内容

実証研究は下記のスケジュールで実施した。

図表 91 ブリュッケ事業における実証研究の流れ

時期	実施項目
H28年8月	フリースペースたまりば、ブリュッケへの実証研究への協力依頼 取組概要、目的、体制、成果、取組に係る保有データ・資料の確認・提供
H28年9月	川崎市への協力依頼 取組概要、目的、体制、成果、取組に係る保有データ・資料の確認・提供依頼
H28年10月	ロジックモデル・ルーブリックの検討、作成、修正
H28年11月～12月	川崎市への訪問インタビュー ロジックモデル・ルーブリックの確定 既存データの整理、ルーブリックに基づく効果測定実施
H29年1月～2月	ルーブリック分析 因果関係分析 SROI算出 川崎市、ブリュッケへの訪問ヒアリング

2.5 効果測定期間

ブリュッケの事業は半年の準備期間を経て、平成26年10月1日から開設したが、今回は平成27年度（平成27年4月1日～平成28年3月31日）を分析対象とした。就労支援の効果は長期にわたって発現するが、就労後の定着率や生活保護廃止後の再保護率を加味して、今回の分析では事業終了後5年間（平成32年度まで）を効果測定期間とした。

2.6 取組と効果の関係の整理（ロジックモデル）

ブリュッケのロジックモデルは以下のとおりである。

ブリュッケの事業は行政（川崎市）の予算措置によって賄われており、ブリュッケへの参加者も福祉事務所からの紹介によっている。また地域の経営者や諸分野の専門家などがブリュッケの事業に協力をしている。

対象は社会的ひきこもり状態にある若者である。若者は、ブリュッケが提供する居場所やアウトリーチに参加する。居場所では、朝のミーティング、共食タイム（スタッフと一緒に昼食をつくり、配膳し、片付けまでを行う）、グループワーク、フリータイムで構成されている。アウトリーチでは主に就労支援がなされる。

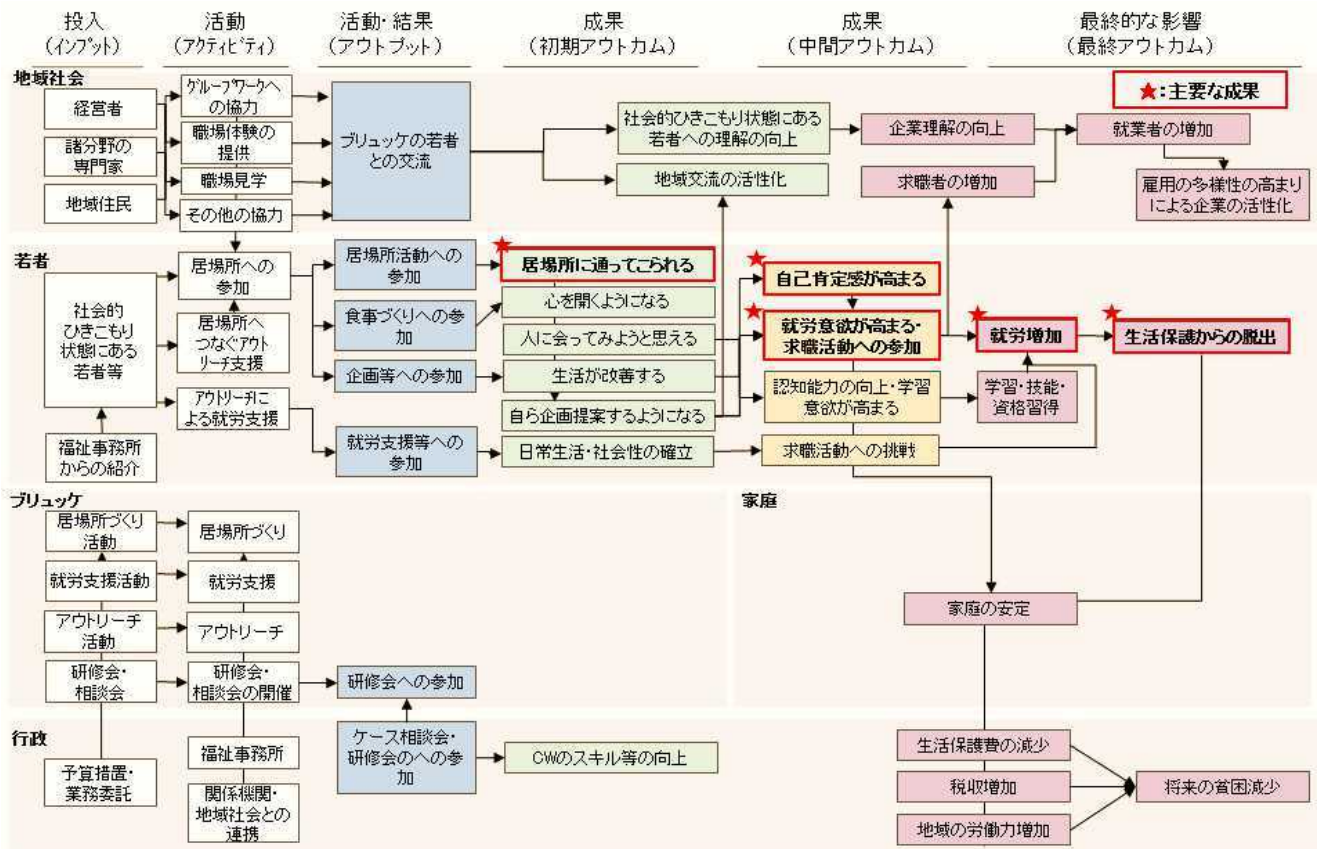
ブリュッケの事業の初期アウトカムは、「居場所に通ってこられる」、「心を開くようになる」、「人に会ってみようと思える」、「生活が改善する」、「自ら企画するようになる」などである。ひきこもり状態にある若者が一足飛びに就労までたどり着くことが難しいため、まずはこうした精神的な要素や日常生活に関する要素が初期アウトカムとなる。その結果、自己肯定感が高まったり、就労意欲が高まったり、学習意欲・知識欲が高まったりすることが期待されるが、これらが中間アウトカムになる。ブリュッケ

の事業としての最終アウトカムは、就労の増加と、それに伴う生活保護からの脱出となる。

一方、地域社会にとっては、ブリュッケの若者との交流を通じて、社会的引きこもり状態にある若者への理解が高まるとともに、地域交流が活性化することが初期アウトカムとなる。そうした若者への理解が進み、多様なバックグラウンドを持つ就業者が増加することによって、雇用の多様性が高まり企業が活性化することが期待される。

ブリュッケはケースワーカー（CW）向けの研修会・個別ケース相談会を開催しており、行政にとってはCWのスキル等が向上することが初期アウトカムとなる。加えて、家庭が安定し、世帯全体の収入増につながることで生活保護費が減少し、税収が増加することが中間アウトカムとなる。行政の最終アウトカムは、将来の貧困抑制であり、貧困の連鎖を未然に防止することである。

図表 92 ブリュッケ事業におけるロジックモデル



2.7 事業の投入要素（インプット）と活動結果（アウトプット）

主たるインプット要素は、行政による予算措置と社会的ひきこもり状態にある若者である。行政による予算措置については、各年度でおよそ 2500 万円ずつである。社会的ひきこもり状態にある若者は川崎市内に 7000 人ほどいると推計されている。

図表 93 ブリュッケ事業におけるインプット

関係者	インプット	測定指標	指標の収集方法	H27 年度 (H27. 4～H28. 3 月)
行政	予算措置	川崎市からの予算額	ブリュッケ提供	2450 万円
若者	社会的ひきこもり状態 にあり生活保護を受給 している若者数	社会的ひきこもり状態 にあり生活保護を受給 している若者数	川崎市生活保護・自立 支援室編『現場発！生 活保護自立支援川崎モ デルの実践』	430 人

主たるアウトプット要素は、若者によるブリュッケの参加及び支援類型別の参加者数である。各年度の数値について、ブリュッケから既に提供いただいている。

ブリュッケは、週 3 日、年間 150 日程度オープンしており、これもアウトプット要素となる。

図表 94 ブリュッケ事業におけるアウトプット

関係者	アウトプット	測定指標	指標の収集方法	H27 年度 (H27. 4～H28. 3 月)
若者	ブリュッケへの参加	居場所、食事づくり、企 画等への参加者数	ブリュッケ提供	52 人
若者	支援類型別の対象者数	就労支援、居場所支援等 への参加者数	ブリュッケ提供	就労支援 22 人、定着支援 9 人、居場所支援 16 人、 アウトリーチ 17 人、CW へ の助言・援助 16 人等
ブリュッケ	ブリュッケのオープン 日数 アウトリーチ活動日数	ブリュッケオープン日 数 アウトリーチ活動日数 お試し就労日数	ブリュッケ提供	150 日 (週 3 日) 100 日 (週 2 日)
ブリュッケ	ケースワーカー支援	研修会の開催数 インテーク支援数		

2.8 事業の成果（アウトカム）

2.8.1 成果の測定指標と指標の収集方法

ロジックモデルの部分で述べたとおり、若者に対する初期アウトカムは「心を開くようになる」、「自ら企画するようになる」、「コミュニケーションできるようになる」、「生活が改善する」といった精神的な要素や日常生活に関する要素となる。中間アウトカムは「就労意欲が高まる」、「自己肯定感が高まる」といった要素である。こうした初期・中間アウトカムは定量的な把握が難しいため、ルーブリックを用いた評価を検討したい。最終アウトカムは生活保護からの脱出者数や就労者数である。こうした指標は定量的な予測が容易であり、既にブリュッケから提供をいただいている。

地域によってのアウトカムである就業者数については、若者に関するアウトカムと同様の指標で測定可能であり、定量的に把握できる。

行政にとっての中間アウトカムは地域の労働力が増加することによって生活保護費が減少し、税金が増加することである。生活保護費の減少や税金については、1 人当たり生活保護費や税金を生活保護からの脱出者数や就業者数に乗じることによって、全体の金額を算出する。行政にとっての最終アウトカムである将来の貧困減少は、定量的な補足は難しいと考えられる。

図表 95 ブリュッケ事業のアウトカムとその測定方法

関係者	アウトカム	段階	アウトカムの測定指標	指標の収集方法
若者	居場所に通ってこられる、心を開くようになる、人に会ってみようと思える、生活が改善する、自ら企画するようになる	初期	ループリックを用いた評価	
	自己肯定感が高まる、就労意欲が高まる、学習意欲・知識欲が高まる	中間	ループリックを用いた評価	
	就労増加	最終	就労者数	ブリュッケ提供
	所得増加	最終	就労者数×所得	賃金構造基本調査
	生活保護からの脱出	最終	生活保護からの脱出者数	ブリュッケ提供
地域社会	就業者数の増加	最終	就業者数	
行政	労働力増加	中間	就業者数	ブリュッケ提供
	生活保護費の削減	中間	1人当たり生活保護額×生活保護からの脱出者数	ブリュッケ提供
	税収増加	中間	1人当たり所得×税率	行政にとってのアウトカムだが、所得増加のうち数であるため推計は行わない
	将来の貧困減少	最終		推計が困難であるため今回は推計を行わない

2.8.2 成果の測定

(1) 総括

図表 96 ブリュッケ事業のアウトカム

関係者	アウトカム	段階	アウトカムの測定結果
若者 (居場所支援)	居場所に通ってこられる	最初期	●評点の変化量の平均 1.75⇒2.81
	心を開くようになる(コミュニケーション能力の向上)	初期	●評点の変化量の平均 1.31⇒2.44
	集団に入っていける(コミュニケーション能力の向上)	初期	●評点の変化量の平均 1.44⇒2.56
	睡眠等の生活が改善する	初期	●評点の変化量の平均 1.94⇒2.75
	食生活が改善する	初期	●評点の変化量の平均 2.06⇒2.56
	自分を表現でき、自ら企画を提案するようになる	初期	●評点の変化量の平均 1.50⇒2.38
	自己肯定感が高まる	中間	●評点の変化量の平均 1.25⇒2.19
	求職活動への挑戦	中間	●評点の変化量の平均 1.07⇒2.57
	認知能力の向上・学習意欲が高まる	中間	●評点の変化量の平均 2.00⇒2.43
若者(就労支援)	日常生活の確立(生活リズム、時間を守る等)	初期	●評点の変化量の平均 1.50⇒3.07

関係者	アウトカム	段階	アウトカムの測定結果
	社会性の確立（挨拶・身なり等）	初期	●評点の変化量の平均 2.36⇒3.57
	求職活動への挑戦	中間	●評点の変化量の平均 2.14⇒3.86
若者	就労増加	最終	就労者数 正社員 3人 パート 6人
	生活保護からの脱出	最終	生活保護からの脱出者数 6人
地域社会	就業者数の増加	最終	就業者数（同上）
行政	労働力増加	中間	就業者数（同上）
	生活保護費の削減	中間	1人当たり生活保護額×生活保護からの脱出者数

(2) 項目ごとの測定結果

1) 就労増加

居場所支援及びアウトリーチ就労支援を受けた人について、就労増加効果を整理したものが図表 97 である。なお一時的に就労したが、すぐに離職してしまった人は人数に含まれていない。

居場所支援については、正社員になった人は0人だが、パートとして就労できた人は3人である。一方、アウトリーチ就労支援については、正社員として就労できた人とパートとして就労できた人がそれぞれ3人ずつとなっている。アウトリーチ就労支援については、半数弱の人が就労につながっており、居場所支援者と比較すると就労までのハードルが低いことがうかがえる。

図表 97 就労増加効果

	正社員	パート	支援者合計
居場所支援	0人	3人	16人
アウトリーチ就労支援	3人	3人	14人

2) 生活保護からの脱出

居場所支援及びアウトリーチ就労支援を受けた人について、生活保護からの脱出（生活保護廃止）した人の人数を整理したのが図表 98 である。居場所支援者のうち生活保護から脱出したのは1人で、アウトリーチ就労支援のうち生活保護から脱出したのは5人である。こちらについても、アウトリーチ就労支援は1/3以上が生活保護からの脱出につながっており、居場所支援者と比較すると生活保護からの脱出までのハードルが低いことがうかがえる。

図表 98 生活保護からの脱出効果

	生活保護からの脱出	支援者合計
居場所支援	1人	16人
アウトリーチ就労支援	5人	14人

2.9 教育の観点から子供たち及び関係者に及ぼした効果の検証

2.9.1 ルーブリックの作成

ブリュッケの現場スタッフや市の担当職員に御協力をいただきルーブリックを作成した。ルーブリックは居場所支援とアウトリーチ就労支援の2つに分けて作成した。ルーブリックはそれぞれの成果を達成度のレベル別に4段階に分け、段階別の状態を言語化している。

居場所支援のルーブリックは、最初期アウトカム、初期アウトカム、中間アウトカムに大別される。最初期アウトカムとしては「居場所に通ってこられる」と「心を開くようになる」があり、初期アウトカムとしては「集団に入っていける」、「睡眠等の生活が改善する」、「食生活が改善する」、「自分を表現でき、自ら企画を提案するようになる」がある。中間アウトカムとしては「自己肯定感が高まる」、「求職活動への挑戦」、「認知能力の向上・学習意欲が高まる」がある。就労意欲の高まりは、就労の直前の状態だと考えることができる。

アウトリーチ就労支援の初期アウトカムは、「日常生活の確立（生活リズム、時間を守る等）」と「社会性の確立（挨拶・身なり等）」であり、中間アウトカムは居場所支援と同様の「求職活動への挑戦」である。

図表 99 ブリュッケ事業におけるルーブリック（居場所支援）

成果		評価尺度			
		評価の観点4	評価の観点3	評価の観点2	評価の観点1
最初期アウトカム	居場所に通ってこられる	周囲のサポートなしで、日常的に居場所へ通ってこられるようになる。	周囲のサポートにより、定期的に居場所へ通ってこられるようになる。	周囲のサポートにより、体調に合わせて不定期に居場所へ通ってこられるようになる。	興味を示すが、居場所に行くことはできない。
	心を開くようになる（コミュニケーション能力の向上）	弱点や過去の困難さも含めて、人に話せるようになる。相手を意識したやりとりができるようになる。	積極的に自分のことを話すようになる。対人関係のなかで自己理解・他者理解が進む。	周囲のサポートにより、少しずつ自分の話をするようになる。他人の話をきけるようになり、受け答えができるようになる。	自ら話をしたり、話しかけたりすることができない。他人の話に受け答えができない。
初期アウトカム	集団に入っていける（コミュニケーション能力の向上）	初めての人も、会話を楽しめるようになる。	周囲のサポートがなくても、人の輪の中に入り、会話を楽しむようになる。	周囲のサポートがあれば、人の輪の中に入れるようになる。	人の輪の中に入っていけない。
	睡眠等の生活が改善する	睡眠、入浴、洗濯、掃除などの生活習慣が改善し、他者を意識した身なりができるようになる。	朝から居場所に通ってくるようになり、身なりも気にするようになる。	居場所の日は、昼間に起きられるようになる。	睡眠時間が不安定で、昼夜逆転している。生活習慣や身なりも気にならない。
	食生活が改善する	食への興味も広がり、自分で食べたい物を自分で作るようになり、暮らしが安定していく。	食への欲求が高まり、定期的に食事をとるようになる。自分が食べたい物、自分に必要な栄養素も気になるようになる。	日常的にブリュッケで手作りの温かい昼食を食べるようになる。	1日1食、コンビニ弁当やパンを不定期に食べる生活をしている。
	自分を表現でき、自ら企画を提案するようになる	主体的に企画立案するようになる。	興味があることについての企画の提案をするようになる。	他者の企画に興味を示すようになり、企画に参加するようになる。	他者の企画に興味を示さず参加しない。

成果		評価尺度			
		評価の観点4	評価の観点3	評価の観点2	評価の観点1
中間アウトカム	自己肯定感が高まる	今の自分でも大丈夫だという想いが芽生え、新しいことに挑戦する意欲が湧いてくるようになる。	様々な体験を通し、自分にできること、やってみたことが見えてきて、少しずつ自分を肯定できるようになる。	集団の中で様々な人がいることを知り、自分の弱さやできなさを受け入れられるようになる。(自己受容)	「今の自分の存在をいいとは思えない」、「生きていく価値が見いだせない」など、自分に否定的な感情を持っている。
	求職活動への挑戦	お試し就労や職場体験、職業訓練、スキルアップ講座などに参加し、面接への挑戦が始まる。	就労意欲が向上し、職場見学、ボランティア活動などに参加できるようになる。	仕事への関心が芽生え、興味のある仕事・職種などの話ができるようになる。	安心できる居場所に通い、グループワークなどにも参加し、新たな成長が始まる。
	認知能力の向上・学習意欲が高まる	学習が進み、認知能力の向上やスキルが身に付く。	就労等に向けた学習に着手する。	学習に対する関心が芽生える。	学びに対する意欲がまったくない。

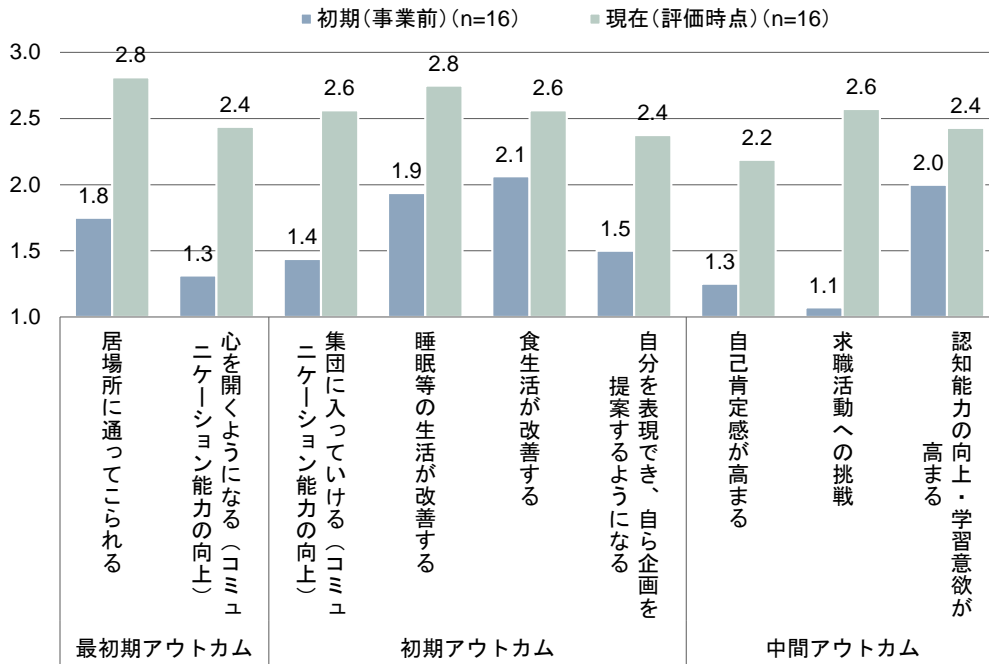
図表 100 ブリュッケ事業におけるルーブリック (アウトリーチ就労支援)

成果		評価尺度			
		評価の観点4	評価の観点3	評価の観点2	評価の観点1
初期アウトカム	日常生活の確立 (生活リズム、時間を守る等)	朝起き、夜寝る生活リズムができる。スタッフとの約束時間が守れるようになる。	1つひとつの原因を克服し、改善していく取組が始まり、成果が生まれるようになる。	背景にある原因について、スタッフと話し合えるようになる。	昼夜逆転、時間が守れない。
	社会性の確立 (挨拶・身なり等)	相手の話しをよく聞く姿勢、敬語を使うなど職場での最低限のコミュニケーション能力がつく。職場(職種)に見合った服装、身なりができるようになる。	入浴、衣服の洗濯、洗顔、洗髪、歯磨き、爪切りなど身なり全般の清潔感が保たれるようになる。	「おはようございます」「こんにちは」「失礼します」など日常生活における初歩的な挨拶や臭い、鼻毛など他人に不快感を持たれない改善が始まる。	挨拶ができない身なりに問題がある。
中間アウトカム	求職活動への挑戦	面接に挑戦するとともに、失敗しても立ち向かう姿勢が生まれる。	ステップアップ講座への参加や履歴書・自己アピール・職務経歴書づくりなどを通して、就職活動に挑む自信が付き始める。	就労への自覚が生まれ、求人情報収集や職場見学、職場体験、ボランティア活動などに参加できるようになる。	様々な困難を抱え、働くことへの意欲を持っていないが、スタッフとの話し合いを通じ信頼関係をつくり始める。

2.9.2 ルーブリックを用いた評価結果

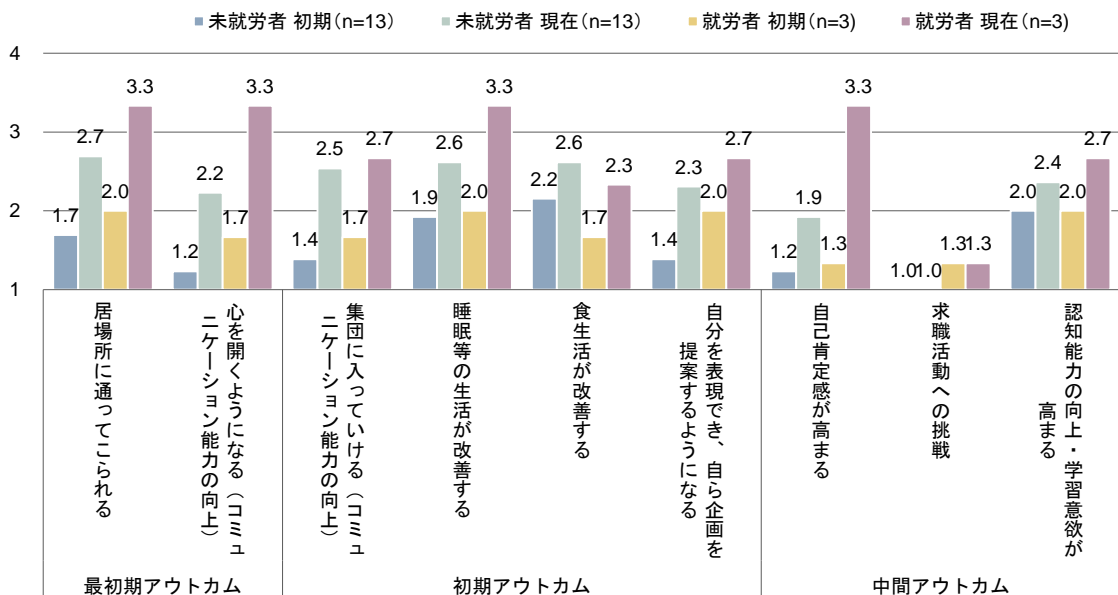
居場所支援者16人のルーブリック評価の結果を、初期(事業前)と現在(評価時点)について平均値を整理したものが図表101である。いずれの項目についても、ルーブリックの結果は全体として改善していることが分かるが、特に改善幅が大きいのは最初期アウトカムの2項目と、中間アウトカムのうちの「求職活動への挑戦」である。一方で、初期アウトカムと中間アウトカムの「認知能力の向上・学習意欲が高まる」については全体としての伸び幅は小さくなっている。以上から、ブリュッケ事業は、最初期アウトカムを高める効果と、就労促進効果が大きいものと考えられる。

図表 101 居場所支援者のルーブリック評価結果



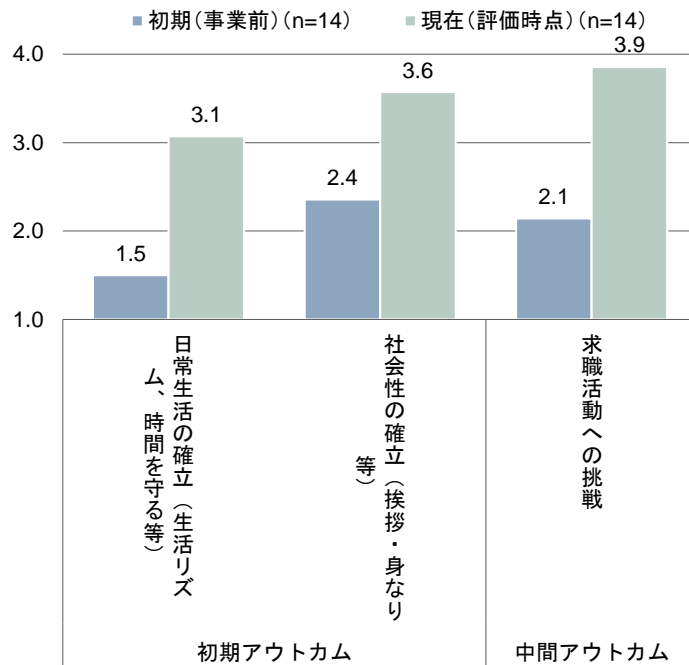
居場所支援者のルーブリック評価の結果を、就労できた人(就労者)と就労できていない人(未就労者)別にみると、以下のような特徴が確認できる。第一に、就労できた人と就労できなかった人は、初期時点でのルーブリック評価には大差がない。つまり、居場所支援によって評価が大きく上昇した人ほど就労につながっていることが分かる。第二に、就労できた人は最初期アウトカム、初期アウトカムのうちの睡眠等の生活が改善する、そして中間アウトカムの自己肯定感が高まる、の上昇幅が非常に大きくなっていることが分かる。つまり、ルーブリック評価のうち、これらの要素は就労に大きな影響を与える可能性がある。第三に、就労できた人の現在のアウトカムは各項目で3前後になっており、就労を促進するためには、ルーブリック評価で3を目指すことが、ひとつのマイルストーンとなるものと考えられる。

図表 102 居場所支援者のルーブリック評価結果



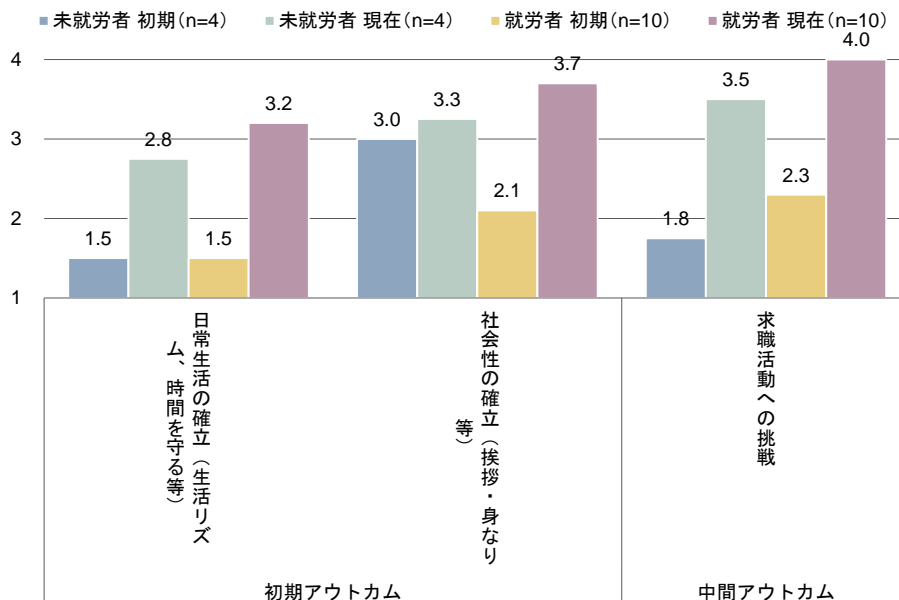
アウトリーチ就労支援者14人のルーブリック評価の結果を、同様に示したものが図表 103 である。いずれの項目についても、ルーブリックの結果は全体として改善していることが分かるが、特に改善幅が大きいのは「社会性の確立（挨拶・身なり等）」と「求職活動への挑戦」である。アウトリーチ就労支援の面からみても、ブリュッケ事業は、就労促進効果が大きいものと考えられる。

図表 103 アウトリーチ就労支援者のルーブリック評価結果



居場所支援と同様に、就労できた人（就労者）と就労できていない人（未就労者）にみると、以下のような特徴が確認できる。第一に、居場所支援の場合と同様に、就労できた人もできなかった人も、初期時点のルーブリック評価には大差がないことが分かる。第二に、就労につながっているひとは全ての項目で平均が3を超えており、就労につながるためには全ての項目で3を目指すことが重要になると考えられる。

図表 104 アウトリーチ就労支援者のルーブリック評価結果



2.10 地域振興の観点から地域に及ぼした効果の検証

2.10.1 基本設計

(1) 投入額

事業への投入要素は、前述した川崎市からの委託金額であり、平成 27 年度は 2,450 万円となる。ここから居場所支援・アウトリーチ支援の費用がまかなわれているため、投入額は 2,450 万円となる。

(2) アウトカムの金銭換算方法

アウトカムの金銭価値換算の方法は図表のとおりである。アウトカムは大きく分けて所得の増加と生活保護費の削減の 2 つに分けることができる。所得の増加はさらに、正社員とパートに分けることができる。正社員については、厚生労働省「平成 27 年賃金構造基本調査」の産業計男女計の一般労働者の年収を用いた。居場所支援・アウトリーチ支援の対象が若者であることにかんがみて、年収は 20～24 歳のものを用いた。パートについても、同様のデータの短時間労働者の年収を用いた。生活保護費の削減については、厚生労働省「被保護者調査」から 1 人当たりの生活保護費を計算し、その数値を用いた。

(3) 逓減率の設定

いったん就労をしたとしても、その後定着できない場合があるため逓減率を加味した。パートの場合、1 年以上就労継続できているケースがあまりないため、アウトカムははじめの 1 年間のみ発生すると仮定した（2 年目には全員がドロップオフすると仮定）。正社員については、2/3 程度が定着して就業継続しているため、逓減率は 2/3 とした。

生活保護についても、いったん生活保護が廃止されたとしても、再度生活保護に戻ってしまうケースがある。ヒアリングでは、一度生活保護が廃止されると、再度生活保護に戻るケースが少ないことが確認できたため、再保護率は 2 割と設定した。

図表 105 アウトカムの金銭価値換算の方法

関係者	アウトカム				アウトカムの金銭価値換算		
	項目	アウトカムの 変化量	単価・ 数量	情報源	アウトカムを金 銭価値換算する ための代理指標	単価・ 数量	情報源
居場所支 援参加者	就労増加（正 社員）	就労者数（正社 員）（人）	0	居場所支援のうち正 社員就労を継続して いる人はいない。	年間収入（千 円）	2,771	厚生労働省「平成27年賃金構造基 本調査」、産業計男女計の20～24 歳の一般労働者の年収
	就労増加 （パート）	就労者数（パー ト）（人）	3	居場所支援のうち3名 がパート就労を継続 している。	年間収入（千 円）	790	厚生労働省「平成27年賃金構造基 本調査」、産業計男女計の20～24 歳の短時間労働者の年収 パートの場合、1年超の継続就労は 少ないため、2年目以降のアウト カムはゼロとした。
アウト リーチ就 労支援参 加者	就労増加（正 社員）	就労者数（正社 員）（人）	3	アウトリーチ就労支 援のうち3名が正社員 就労を継続してい る。	年間収入（千 円）	2,771	厚生労働省「平成27年賃金構造基 本調査」、産業計男女計の20～24 歳の一般労働者の年収 正社員の場合、2/3程度の定着率 であるため、定着率を2/3と設定 した。
	就労増加 （パート）	就労者数（パー ト）（人）	3	アウトリーチ就労支 援のうち3名がパート 就労を継続してい る。	年間収入（千 円）	790	厚生労働省「平成27年賃金構造基 本調査」、産業計男女計の20～24 歳の短時間労働者の年収 パートの場合、1年超の継続就労は 少ないため、2年目以降のアウト カムはゼロとした。
行政	生活保護から の脱出（居場 所支援参加 者）	生活保護からの 脱出者数（人）	1	居場所支援のうち1名 が保護廃止になって いる。	一人当たりの年 間生活保護費 （千円）	1,687	厚生労働省「被保護者調査」 保護廃止後、再び生活保護となる のは2割程度であるため、再保護 率は2割とした。
	生活保護から の脱出（アウト リーチ就労 支援参加者）	生活保護からの 脱出者数（人）	5	アウトリーチ就労支 援のうち5名が保護廃 止になっている。	一人当たりの年 間生活保護費 （千円）	1,687	厚生労働省「被保護者調査」 保護廃止後、再び生活保護となる のは2割程度であるため、再保護 率は2割とした。

2.10.2 算出結果

上記の仮定のもと、居場所支援参加者、アウトリーチ就労支援参加者、行政におけるアウトカムについて金銭価値換算をした結果が下表である。なお、評価期間は、上述のとおり、事業終了後5年間で2020年度までとした。具体的な計算方法は以下のとおりである。また就労者については、継続的に就労できている人だけをカウントしている。

まず居場所支援参加者の正社員就労はゼロ人であったため、社会的価値も0円となる。パート就労に3人であり、1人当たり年収が79.0万円であるため、 $3 \times 79.0 = 237.0$ 万円が社会的価値となる。パート就労者は2年目には全員がドロップオフすると仮定しているため、2年目以降の価値は0円となる。

アウトリーチ就労支援参加者の正社員就労は3人であり、1人当たりの年収が277.1万円であるため、社会的価値は $3 \times 277.1 = 831.2$ 万円が社会的価値となる。2年目以降は1/3ずつドロップオフしていく。パート就労者については、居場所支援参加者と同じ計算式となる。

行政については、生活保護からの脱出者が、居場所支援参加者とアウトリーチ就労支援参加者の合計で6人であり、1人当たりの生活保護費が168.7万円であるため、 $6 \times 168.7 = 1,012.2$ 万円が初年度の社会的価値となる。2年目以降は毎年2割ずつドロップオフしていく。

以上の計算により、社会的価値の合計は6,483万円となる。一方で、投入額は2,450万円であるため、社会的投資収益率は2.65となる。なお、初年度のみ社会的価値は2,317万円であるため、初年度の段階でも投入額と社会的価値がほぼ均衡していることが分かる。

図表 106 社会的投資収益率の測定結果（単位：千円）

関係者	アウトカム												
	項目	アウトカムの 変化量	単価・ 数量	1年目 (2015)	2年目 (2016)	3年目 (2017)	4年目 (2018)	5年目 (2019)	6年目 (2020)	合計	死荷重	死荷重の 設定方法	修正後合計
居場所支 援参加者	就労増加（正 社員）	就労者数（正社 員）（人）	0	0	0	0	0	0	0	0			0
	就労増加 （パート）	就労者数（パー ト）（人）	3	2,370	0	0	0	0	0	2,370			2,370
アウト リーチ就 労支援参 加者	就労増加（正 社員）	就労者数（正社 員）（人）	3	8,312	5,541	3,694	2,463	1,642	1,095	22,745			22,745
	就労増加 （パート）	就労者数（パー ト）（人）	3	2,370	0	0	0	0		2,370			2,370
行政	生活保護から の脱出（居場 所支援参加 者）	生活保護からの 脱出者数（人）	1	1,687	1,350	1,080	864	691	553	6,224			6,224
	生活保護から の脱出（アウト リーチ就労 支援参加者）	生活保護からの 脱出者数（人）	5	8,435	6,748	5,398	4,319	3,455	2,764	31,118			31,118
合計（千円）												64,828	

図表 107 ブリュッケ事業における社会的投資率

社会的価値の合計（千円）	64,828
投入額の合計（千円）	24,500
社会的投資収益率 （SROI）	2.65
（評価期間）	平成27から32年度）

2.1.1 取組の成功要因と課題

2.1.1.1 成功要因

(1) 就労を見据えた支援

ブリュッケ事業では、特にアウトリーチ就労支援において多くの人数が就労につながっている。このように高い就労率を実現できた背景としては、ブリュッケ担当者が就労支援をゴールとして見据えながら居場所支援を行っていることが指摘できる。ブリュッケ事業の対象者は、川崎市内在住の生活保護受

給世帯等の困難を抱える若者で社会的ひきこもりと考えられる者だが、ひきこもり状態にある若者を就労にいきなりつなげていくことは難しい。そのためブリュッケでは居場所事業を通じて日常生活や他者とのコミュニケーションの改善を図っているが、そのなかで地域の経営者や諸分野の専門家、地域住民を巻き込みながら、交流の機会をつくったり、職場体験の機会を提供したり、グループワークを行ったりしている。つまり就労支援を見据えながら居場所支援を行うことによって、高い就労率が実現できていると言える。

2.11.2 今後の改善点の示唆、効果測定をしたことの気づき

(1) 居場所支援からの就労率の低さと初期・中間アウトカムの改善効果

一方で、ブリュッケ事業の課題としては、居場所支援から就労支援につながっている人数が少ないことが指摘できる。居場所支援から就労につながっているのは3人とどまっており、しかも全てがパート就労である。パート就労の場合は定着率も低くなりがちであるため、可能な限り正社員就労につなげていく工夫が必要になると考えられる。

しかしながらルーブリック評価をみると、居場所支援参加者であっても最初期・初期・中間アウトカムが大きく上昇していることが分かる。就労につながった人はルーブリック評価が高い場合が多いことを踏まえると、現在はまだ就労にはつながっていない居場所支援参加者であっても、粘り強い支援を続けることによって就労につながることを期待できる。居場所支援は就労という形で効果が出るまでに時間を要するが、ルーブリックのような中間的な評価を行うことによって、外形的には見えにくい居場所支援の効果を見える化することができ、事業の意義に異なる角度から比較を当てることができた。

(2) 事業の意義に関する共通理解の形成

実証研究のなかで、ロジックモデルによってブリュッケ事業の全体像を整理するとともに、初期・中間アウトカムについてはルーブリックの作成を行った。その過程において、事業者や行政の間で、ブリュッケ事業の全体像や意義について共通理解が形成された。

3. 静岡市・静岡市子ども支援コンソーシアム「生活困窮世帯、ひとり親家庭等の子どもへの学習・生活支援事業」

3.1 事業主体³³

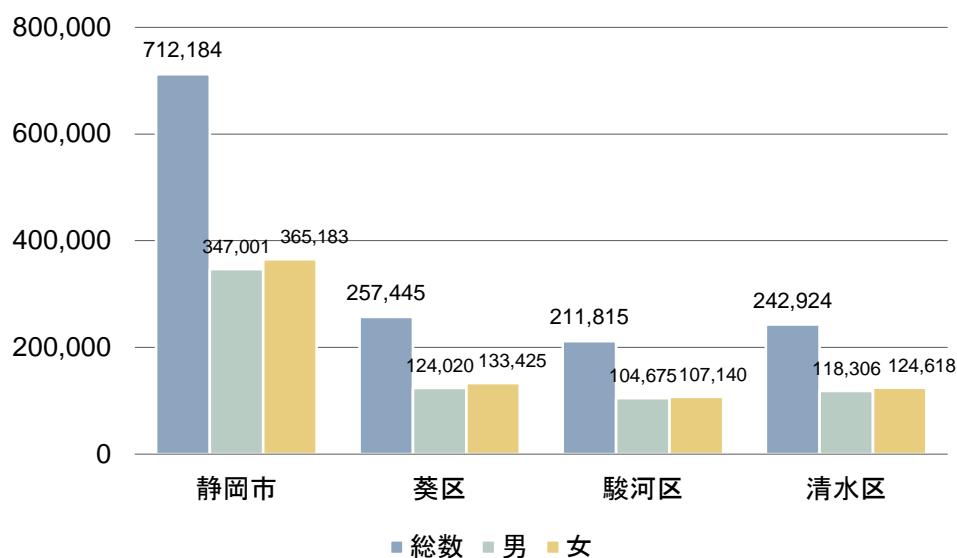
静岡市子ども未来局子ども家庭課が実施している「静岡市生活困窮世帯、ひとり親家庭等の子どもへの学習・生活支援事業」が本項での対象事業である。本事業は2年目を迎えており、2年連続で静岡市子ども支援コンソーシアムが受託をしている。

3.1.1 静岡市

静岡県静岡市は、静岡県の中部に位置する政令指定都市であり、同県の県庁所在地である。大御所時代の徳川家康公の城下町であり駿府城下を基盤とした商業都市の旧静岡市と、国際貿易拠点である清水港を擁する旧清水市が、平成22年に新設合併した。葵区、駿河区、清水区の3区から構成され、葵区が最も大きな区域を有する。

住民基本台帳登録人口（平成27年12月31日時点）は、約71万2,000人であるが、各区の総人口には大きな差は無い。

図表 108 静岡市と各区の人口



(出典)住民基本台帳登録人口(2015年12月31日現在、日本人+外国人)

3.1.2 静岡市子ども支援コンソーシアム

静岡市子ども支援コンソーシアムは、平成27年3月に結成された、生活困窮世帯、ひとり親世帯等の子供たちの支援を目的としたコンソーシアムであり、いずれも静岡市に活動拠点を置く、一般社団法人静岡市母子寡婦福祉会、一般社団法人てのひら、一般社団法人静岡学習支援ネットワークの3法人によって構成されている。

3団体とも、生活困窮世帯、ひとり親世帯等の子供たちの支援を団体の目的として掲げている点は共

³³ 本節は、静岡市子ども支援コンソーシアムウェブサイト (<http://shizuoka-study-support.jimdo.com>/静岡市子ども支援コンソーシアム)、一般社団法人静岡市母子寡婦福祉会ウェブサイト (<http://hotheart-shiz.com/>)、一般社団法人てのひら事業紹介パンフレット、一般社団法人静岡学習支援ネットワークウェブサイト (<http://shizuoka-study-support.jimdo.com/>) を参照している。

通しているが、それぞれの団体の歴史、活動拠点、抱える人員規模、体制等は異なっており、コンソーシアムを組むことでそれぞれの強みを生かす形で、支援の輪の拡大を目指している。本事業においては、一般社団法人静岡市母子寡婦福祉会がコンソーシアムの統括窓口となっている。

3.1.3 一般社団法人母子寡婦福祉会

一般社団法人静岡市母子寡婦福祉会（以降、「母子会」とも略記）は、昭和25年に設立された静岡未亡人会をルーツとして、静岡市内に住むひとり親家庭と寡婦で構成する福祉団体であり、働きながら1人で子育てをしなければならないひとり親家庭に対して、親子で楽しく遊ぶことや、将来を考えるための支援を目的として設立されている団体である。

会員数は合計243名であり、内訳は母子会員144名、寡婦会員24名、賛助会員75名となっている。母子会の活動資金は、静岡市からの補助金や静岡市社会協議会の助成金、賛助会からの寄附金、会員からの会費が主である。母子だけでなく、父子も入会が可能である。

3.1.4 一般社団法人てのひら

一般社団法人てのひら（以降、「てのひら」とも略記）は、こども・若者・女性の貧困対策及び、家族の機能不全化・貧困の世代間連鎖の予防を目的として、平成27年から取組を開始している団体である。静岡市にある、「独立型社会福祉士事務所 子どもと家族の相談室 寺子屋お〜ぷん・どあ」が、平成24年から生活支援「ホッとホ〜ムてのひら」の活動を開始し、その後、学習支援「カラフル・ピ〜ス」、こども食堂「そらいろ食堂」の活動に取り組んできたことが母体となっている。

団体の目標として、①子供、若者たちに「希望」と「信頼」及び「この世は生きるに値する」との思いを感じてもらうための「安心・安全な関係と場」（居場所）を提供する、②保護者・家族に対する子育て家庭支援を通しての「事前的・長期的・包括的支援体制」づくりを掲げており、貧困問題は、学習支援と生活支援の双方を必要とする複雑に絡み合う課題であるという認識から、幅広い支援を行っている。

3.1.5 一般社団法人静岡学習支援ネットワーク

一般社団法人静岡学習支援ネットワーク（以降、「SSS」とも略記）は、静岡県立大学の学生が中心となり立ち上げた学生団体であり、平成24年2月から活動を開始している。「勉強をしたくても、できない子供たち」の力になりたいという思いをもった大学生が集まり、学習支援を中心としながらも、子供たちの安心感の醸成・居場所づくりも目的として、事業を行っている。平成27年3月には法人格を取得し、一般社団法人化している。基本的な運営は学生が中心であり、幹部などのみ、大学教員や元教員が就任している。

3.2 事業概要

本事業の目的は、静岡市の生活困窮世帯、ひとり親家庭等の小学校1年生から中学校3年生の児童・生徒（以下、「子供」）を対象として、ボランティアの協力を得て、安心して過ごせる居場所を提供するとともに、子供の気持ちに寄り添った学習支援及び生活支援を実施することにより、学習や生活への意欲を培い、子供たちの健全な成長を支えることで貧困の世代間連鎖が発生しないようにすることである。

委託業務内容は、①「主に小学生への学習支援」、「主に中学生への学習支援」を、おおむね、週1回を目安に各区1か所で実施、②「特に生活支援が必要な子どもへの生活支援」を、おおむね、週1回を目安に市内2か所で実施の大きく2つに分かれる。受託事業者は、①が静岡市子ども支援コンソーシアム、②が一般社団法人てのひらとなっている。

本調査研究では、静岡市との調整の結果、①のコンソーシアムを組成する3団体がかかわる学習支援

事業のみを効果測定対象事業とすることとした。なお、学習支援事業の業務内容は、対象が小学生か中学生かによって分かれている。

3.2.1 小学生への学習支援

主に小学生への学習支援は、以下のとおりである。

- 3区で各1教室を開催する。(母子会が1教室、てのひらが2教室担当)
- 開催頻度はおおむね週1回、開催時間は準備等も含め2時間程度を目安とする。
- 定員は1か所20名程度とする。
- できる限りマンツーマンでの対応が望ましいことから、学習支援ボランティア1人が対応する子供の数は、最大でも3人程度とする。
- 各教室を管理し、学習支援ボランティアを統括する学習支援ボランティアリーダーを1人配置する。
※ただし、兄弟が通っている、家から近い等の理由から、中学生の生徒が母子会もしくはてのひらに通っているケースも僅かだがある。

3.2.2 中学生への学習支援

また、主に中学生への学習支援は以下のとおりである。

- 3区で各1教室を開催する。(SSSが3教室担当)
- 開催頻度はおおむね週1回、開催時間は準備等も含め2時間程度を目安とする。
- 定員は1か所20名程度とする。
- できる限りマンツーマンでの対応が望ましいことから、学習支援ボランティア1人が対応する子供の数は最大でも3人程度とする。
- 各教室を管理し、学習支援ボランティアを統括する学習支援ボランティアリーダーを1人配置する。
※ただし、兄弟が通っている、家から近い等の理由から、小学生の児童が、SSSに通っているケースも僅かだがある。

加えて、支援対象者から利用料を徴収しないことが前提条件とされている。支援の対象者は、静岡市内に居住しており、①生活保護受給世帯、準要保護世帯の子供(生活困窮世帯の子供)、②児童扶養手当受給世帯の子供(ひとり親家庭の子供)、③その他当事業の対象とすることが適当であると認められた子供である。

3.3 自治体による支援内容

「静岡市生活困窮世帯、ひとり親家庭等の子どもへの学習・生活支援業務」として、所管である静岡市子ども未来局子ども家庭課から、平成27年度は1,296万円、平成28年度は約1,550万円の委託費が支出されている。ただし、これは学習支援事業と生活支援事業を合わせた金額であり、さらに、学習支援事業は3団体に分割されている。

3.3.1 予算の内訳

学習支援事業と生活支援事業の予算の内訳は、図表のとおりである。学習支援に着目すると、平成27年度は9,996,600円、平成28年度は、10,002,500円が割り当てられている。これらの予算の分配は、静岡市子ども支援コンソーシアム内における議論により、調整された結果である。

全体総額は、平成27年度から平成28年度にかけて250万円程度の増額となっているが、総額に占める学習支援事業費は、2年度間で大きな違いはない。主に、増額分は、生活支援事業に回されており、生活支援事業費は、平成27年度から平成28年度にかけて1.8倍の増額となっていることが分かる。

図表 109 静岡市生活困窮世帯、ひとり親家庭等の子どもへの学習・生活支援業務事業予算内訳（円）

	学習支援事業 (3団体)	生活支援事業 (てのひらのみ)	合計
平成27年度	9,966,600	2,993,400	12,960,000
平成28年度	10,002,500	5,495,500	15,498,000

さらに、この中で、学習支援事業の団体ごとの予算内訳をまとめたものが、下の図表である。

学習支援事業費全体では増額しているが、小学生を主な支援対象としている、母子会及びてのひらは、平成27年度と比較して、平成28年度は減額していることがわかる。

一方で、中学生3教室を担当しているSSSは、平成27年度から平成28年度にかけて、1.2倍弱の増加率を示している。

図表 110 静岡市生活困窮世帯、ひとり親家庭等の子どもへの「学習支援業務」予算内訳（円）

	母子会 (小学校1教室)	てのひら (小学校2教室)	SSS (中学校3教室)	学習支援事業合 計
平成27年度	2,435,336	2,738,400	4,792,864	9,966,600
平成28年度	2,343,000	2,045,500	5,614,000	10,002,500

予算の内訳については、生活支援と学習支援を明確に分けて実施していないのが実態であり、結果的に計上されている内容として、こうした予算内訳になっている（静岡市子ども支援コンソーシアム窓口の母子会担当者）ということであった。

3.3.2 事業の位置づけ

静岡市では、平成27年3月に子供の貧困対策推進計画を含む「静岡市子ども・子育てプラン」を策定している。計画期間は、平成27年からの5か年である。計画では、3つの基本目標と5つの施策目標がたてられており、子供の貧困対策推進計画に係るものとしては、「すべての子どもの育ちを支援するまちづくり」という基本目標の下にたてられた、施策目標1「子どもの心身の健やかな育ちを支える環境づくり」を達成するための基本施策として「厳しい環境に置かれた子どもとその家庭への支援」が盛り込まれている。今回の実証研究の対象としている事業は、この基本施策の中の重点事業に位置付けられているものである。

そして、施策目標1の成果指標としては、「将来の夢や目標を持っていると答える児童・生徒の割合」、「自分が誰かの役に立っていると思う子ども・著者の割合」（自己有用感）、「自分にはよいところがあると思う児童・生徒の割合」（自己肯定感）などが含まれている。

図表 111 静岡市子ども・子育てプランにおける子供の貧困対策を含む施策の成果指標

施策目標 1 子どもの心身の健やかな育ちを支える環境づくり

本市は、一人ひとりの子どもが心身共に健やかに育つための環境づくりを推進します。
 子ども本位の視点に立ち、親の就労状況等にかかわらず、全ての子どもに質の高い幼児期の教育・保育を提供できるよう、本プランの計画に沿って取組を進めます。
 共働き家庭などの児童に限らず、全ての希望する児童が放課後を安全・安心に過ごし、多様な体験・活動を行うことができる場の確保に取り組みます。
 また、虐待や貧困などの課題を抱える子育て家庭やその子どもについては、関係機関と連携を密にとりながら、個別の事情に対応した適切な支援に取り組んでいきます。
 さらに、発達遅れや障がいのある子どもとその家庭の負担を軽減するため、様々な支援の体制を整え、全ての子どもたちが夢と希望をもって成長していけるよう取組を推進します。

☆成果指標【平成31年度末目標値】

- ①将来の夢や目標を持っていると答える児童・生徒の割合
 【小学生89%以上、中学生74%以上、高校生79%以上】
- ②自分が誰かの役に立っていると思う子ども・若者の割合（自己有用感）【58%以上】
- ③自分にはよいところがあると思う児童・生徒の割合（自己肯定感）
 【小学生82%以上、中学生73%以上】
- ④放課後児童クラブと放課後子ども教室の一体的実施の校数【69校】
- ⑤里親³委託率【50%以上（全国第一位の達成）】
- ⑥児童養護施設の子どもの高校等進学率【98%以上】
- ⑦体制不備による児童虐待重大事例の発生数【0件】

(出典)静岡市子ども・子育てプラン(2015年3月)

なお、平成26年4月に国が定めた「子供の貧困対策に関する大綱」に掲げられた指標について、静岡市が公表しているデータはないが、県の状況は下記のとおりとなっている。

図表 112 静岡県における子供の貧困対策に関する指標

指標の項目		静岡県	全国
1	高等学校等進学率	83.60%	91.10%
2	高等学校等中退率 ^(注1)	4.60%	4.90%
3	生活保護世帯に属する子供(26年度)	20.60%	31.70%
4	大学等進学率	7.00%	2.00%
5	就職率(中学卒業後の進路)	54.60%	43.60%
6	就職率(高校等卒業後の進路)	0.53%	1.33%
<small>(注1,2) 高等学校等中退率、19歳以下人口に占める比率については25年度実績</small>			
7	19歳以下人口に占める比率 ^(注2)	93.30%	96.60%
8	進学率(中学卒業後)	6.70%	2.10%
9	進学率(高校等卒業後)	10.00%	22.60%
10	就職率(高校等卒業後)	80.00%	69.80%
11	児童養護施設・里親委託の子供(24年度)	745人	32,766人
12	児童扶養手当受給世帯の子供(25年度)	0.11%	0.14%
13	児童扶養手当受給世帯の子供(25年度)	38,428人	1,620,606人
14	19歳以下人口に占める比率	5.71%	7.22%
15	スクールソーシャルワーカーの配置人数(25年度) [※]	10人	1,008人
16	スクールカウンセラーの配置率(24年度)	100.00%	37.60%
17	小学校	100.00%	82.40%
18	中学校	93.30%	80.60%
19	母子家庭の就業率	32.90%	39.40%
20	ひとり親家庭の親の就業率(23年度)	48.00%	47.40%
21	パート、アルバイト等	93.80%	91.30%
22	父子家庭の就業率	58.20%	67.20%
23	正規	14.30%	8.00%
24	パート、アルバイト等	19,265人	1,514,515人
25	要保護・準要保護児童生徒数	6.41%	15.42%
26	就学援助を受けた児童・生徒数(25年度)	3,165人	157,346人
27	就学援助率	8.90%	13.10%
28	高校生等奨学給付金の受給生徒数(26年度)		
29	受給生徒数		
30	全生徒に占める比率		

大綱に掲げる指標のうち、数値が判明しているもの及び本県独自の項目

(6、11、12、18、19については独自の項目)を加えて作成。

(出典)静岡県子どもの貧困対策計画(2016年3月)

図表 113 (参考) 国の「子供の貧困対策に関する大綱」における指標

指標	直近値	備考
① 生活保護世帯に属する子供の高等学校等進学率	91.1%	平成26年4月1日現在 厚生労働省社会・援護局保護課調べ
② 生活保護世帯に属する子供の高等学校等中退率	4.9%	平成26年4月1日現在 厚生労働省社会・援護局保護課調べ
③ 生活保護世帯に属する子供の大学等進学率	31.7%	平成26年4月1日現在 厚生労働省社会・援護局保護課調べ
④ 生活保護世帯に属する子供の就職率(中学校卒業後)	2.0%	平成26年4月1日現在 厚生労働省社会・援護局保護課調べ
⑤ 生活保護世帯に属する子供の就職率(高等学校等卒業後)	43.6%	平成26年4月1日現在 厚生労働省社会・援護局保護課調べ
⑥ 児童養護施設の子供の進学率(中学校卒業後)	97.2%	平成26年5月1日現在 雇用均等・児童家庭局家庭福祉課調べ
⑦ 児童養護施設の子供の就職率(中学校卒業後)	1.3%	平成26年5月1日現在 雇用均等・児童家庭局家庭福祉課調べ
⑧ 児童養護施設の子供の進学率(高等学校卒業後)	22.6%	平成26年5月1日現在 雇用均等・児童家庭局家庭福祉課調べ
⑨ 児童養護施設の子供の就職率(高等学校卒業後)	70.9%	平成26年5月1日現在 雇用均等・児童家庭局家庭福祉課調べ
⑩ ひとり親家庭の子供の就園率(保育所・幼稚園)	72.3%	平成23年度全国母子世帯等調査
⑪ ひとり親家庭の子供の進学率(中学校卒業後)	93.9%	平成23年度全国母子世帯等調査(特別集計)
⑫ ひとり親家庭の子供の就職率(中学校卒業後)	0.8%	平成23年度全国母子世帯等調査(特別集計)
⑬ ひとり親家庭の子供の進学率(高等学校卒業後)	41.6%	平成23年度全国母子世帯等調査(特別集計)
⑭ ひとり親家庭の子供の就職率(高等学校卒業後)	33.0%	平成23年度全国母子世帯等調査(特別集計)
⑮ スクールソーシャルワーカーの配置人数	1,008人	平成25年度実績 文部科学省初等中等教育局児童生徒課調べ
⑯ スクールカウンセラーの配置率(小学校)	49.2%	平成25年度実績 文部科学省初等中等教育局児童生徒課調べ
⑰ スクールカウンセラーの配置率(中学校)	85.9%	平成25年度実績 文部科学省初等中等教育局児童生徒課調べ
⑱ 就学援助制度に関する周知状況 ・毎年度の進級時に学校で就学援助制度の書類を配付している市町村の割合	61.9%	平成25年度 文部科学省初等中等教育局児童生徒課調べ
⑲ 就学援助制度に関する周知状況 ・入学時に学校で就学援助制度の書類を配付している市町村の割合	61.0%	平成25年度 文部科学省初等中等教育局児童生徒課調べ
⑳ 日本学生支援機構の奨学金の貸与基準を満たす希望者のうち、奨学金の貸与を認められた者の割合(無利子)	予約採用段階 61.6% 在学採用段階 100.0%	平成26年度実績 独立行政法人日本学生支援機構調べ
㉑ 日本学生支援機構の奨学金の貸与基準を満たす希望者のうち、奨学金の貸与を認められた者の割合(有利子)	予約採用段階 100.0% 在学採用段階 100.0%	平成26年度実績 独立行政法人日本学生支援機構調べ
㉒ ひとり親家庭の親の就業率(母子家庭)	80.6%	平成23年度全国母子世帯等調査
㉓ ひとり親家庭の親の就業率(父子家庭)	91.3%	平成23年度全国母子世帯等調査
㉔ 子供の貧困率	16.3%	平成25年国民生活基礎調査
㉕ 子供がいる現役世帯のうち大人が一人の貧困率	54.6%	平成25年国民生活基礎調査

注)2015年8月28日時点の数値

(出典)第3回子どもの貧困対策会議 参考資料1(2015年8月)

3.4 実証研究のプロセスと内容

実証研究は、下記のスケジュールで実施した。

図表 114 静岡市実施事業における実証研究の流れ

時期	実施項目
H28年8月	静岡市役所、静岡市教育委員会、静岡市子ども支援コンソーシアム3団体への実証研究への協力依頼 ヒアリング項目の作成
H28年8月～9月	静岡市役所、静岡市子ども支援コンソーシアム3団体訪問ヒアリング 取組概要、目的、体制、成果、取組に係る保有データ・資料の確認・提供依頼
H28年9月	ロジックモデルの作成、修正 効果測定指標の検討
H28年10月	ロジックモデルの確定 効果測定指標の確定
H28年11月	昨年度の実績データ、静岡市役所実施の利用者アンケートの再集計 アンケート調査票の作成・協力依頼
H28年12月～H29年1月	今年度の利用者アンケートの実施
H29年1月～2月	今年度の利用者アンケートの集計・分析 SROI算出 静岡市役所、静岡市子ども支援コンソーシアム3団体訪問ヒアリング

分析にあたっては、静岡市役所が、平成27年事業に関わりサービスを受けた子供及びその保護者向けに実施したアンケート調査³⁴の一部、及び、今年度、当社が作成・実施した利用者アンケート調査の結果を主に用いる。

今年度の利用者アンケートは、静岡市子ども・子育てプランにおける子供の貧困対策を含む施策の成果指標、昨年度の利用者アンケート等を踏まえ、静岡市役所とも調整の上、下記の要領で実施した。

図表 115 今年度の利用者アンケートの実施概要

項目	内容
調査方法・対象	静岡市子ども支援コンソーシアム3団体へ、調査票を郵送 学習支援事業のサービスを受けている、子供本人に回答してもらう 「今現在」と「通い始めた時点」のそれぞれについて回答してもらう。
回収状況	有効回答数：84/121（有効回答率：69.4%） （母子会：15/27、てのひら：26/42、SSS：43/52）

3.5 効果測定期間

効果測定期間は、平成27年度（平成27年4月1日～平成28年3月31日）及び平成28年度（平成28年4月1日～平成28年11月30日）の1年7か月とした。

3.6 取組と効果の関係の整理（ロジックモデル）

生活困窮世帯、ひとり親家庭等の子供への学習・生活支援事業のロジックモデルは以下のとおりであ

³⁴ 静岡市子ども未来局により、昨年度事業のサービス利用者（子供及びその保護者）に向けに実施したアンケート調査。55名からの回答があり、学年別の内訳は次のとおり。小1：4人、小2：3人、小3：6人、小4：5人、小5：11人、小6：6人、中1：2人、中2：11人、中3：8人。

る。事業の関係者は、子供、保護者・家庭、学校（教員）、静岡市に分かれる。

子供は、学習支援への参加によって、アウトプットとして、事業趣旨に即して、学習機会が増加することはもちろんのこと、そこでスタッフとして働く大学生とかかわる機会が増加すること、また学校外の友達や団体スタッフの大人ともかかわる機会が発生する。そうした結果、初期アウトカムとして「学習習慣が身につくキッカづくりの場となる」、「身近な目標ができる、将来のことを考えられる」、「学校外での繋がり構築、孤立感の解消」が期待される。

その後、中間アウトカムとして「学習意欲の向上」、「精神的に安定する、集中力がつく」、「自己肯定感の醸成、自己開示の増加」へと繋がるのが期待される。特に学生スタッフとの関わりにより、高校進学や大学進学を考えることもできなかった子供たちが、大学生スタッフを身近な目標として意識することができ、そのことで、学習意欲の向上や精神的な落ち着きなどへの波及していく。

最終的なアウトカムとして、学習支援事業であるため「進学意欲の向上」もあるが、3団体の理念にも通ずる点として、最終的な進学ではなく、それ以前の「出席の継続」や「落ち着ける居場所ができる」こと、「社会への信頼感が生まれる」ことがより重視されている。

一方、子供を支える側の保護者・家庭及び学校（教員）は次のとおりである。

まず保護者・家庭は、子供が学習支援事業に参加することで、教室に通わせる「保護者同士のつながりの形成」がなされること、「子供を見る機会が増加」することがアウトプットとして挙げられる。

そのことで、初期アウトカムとして、「子供との良い距離感が形成」され、また、「家庭では見せない子供の顔を知る」ことができるようになり、続けて中間アウトカムとして「家庭外での人間関係や相談先の構築」、「子供への先入観や固定観念への気づきが得られる」ことが期待される。

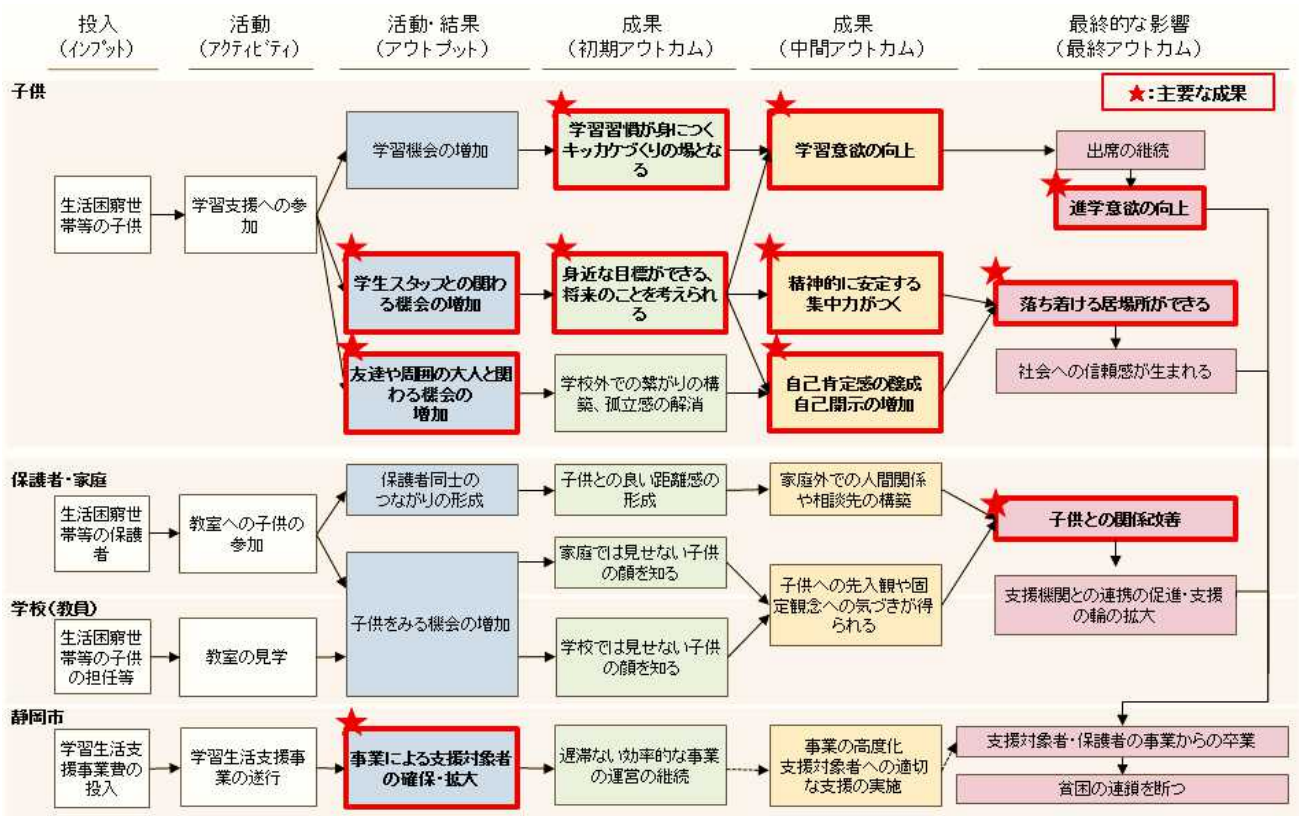
最終アウトカムは「子供との関係改善」、「支援機関との連携の促進・支援の輪の拡大」が期待されており、学習支援を入口として、子供及び保護者を取り巻く環境の好転が目指されている。

また、学校（教員）は、学習支援事業に参加している児童・生徒を受け持っている担任や学年主任等の先生が見学に来ることで、「子供を見る機会が増加」（アウトプット）し、「学校で見せない子供の顔を知ることができる」（初期アウトカム）。

その結果、保護者と同様に、「子供への先入観や固定観念への気づきが得られる」ことが期待され、「子供との関係改善」、「支援機関との連携の促進・支援の輪の拡大」へと繋がるのが目指されている。

最後に行政機関として、事業を発注している静岡市は、この学習生活支援事業がしっかりと遂行されることで、「支援対象者の定員が確保・拡大」されることがアウトプットとして期待されている。さらに、「遅滞ない効率的な事業の運営の継続」（初期アウトカム）、「事業の高度化、支援対象者への適切な支援の実施」（中間アウトカム）とつづき、最終的には、子供、保護者・家庭、学校（教員）の各種最終アウトカムが統合され、「支援対象者・保護者の事業からの卒業」→「貧困の連鎖を断つ」ことが目指されている。

図表 116 生活困窮世帯、ひとり親家庭等の子供への学習・生活支援事業におけるロジックモデル



3.7 事業の投入要素（インプット）と活動結果（アウトプット）

3.7.1 事業の投入要素（インプット）

主たるインプット要素は、行政による予算措置と貧困家庭の子供である。行政による予算措置については、平成27年度で1,296万円、平成28年度で1,550万円である。

図表 117 生活困窮世帯、ひとり親家庭等の子供への学習・生活支援事業におけるインプット

関係者	事業のインプット
子供	生活困窮世帯、ひとり親家庭等の小中学生 定員20人×6教室（平成27年度）
保護者・家庭	生活困窮世帯、ひとり親家庭の保護者
行政	学習生活支援事業事業費等 平成27年度：1,296万円、平成28年度：1,550万円

事業初年度である、平成27年度の事業参加実績は以下のとおりである。

子供の登録人数は、小学生60名、中学生58名、計118名が支援対象者数であった。

図表 118 子供の登録人数（平成27年度）

	葵区	駿河区	清水区	合計
母子会（小学生1教室）	22	-	-	22
てのひら（小学生2教室）	-	18	20	38
SSS（中学生3教室）	17	21	20	58
合計	39	39	40	118

（出典）静岡市子ども支援コンソーシアムより提供

事業2年度目である、平成28年度の事業参加実績は以下のとおりである。

子供の登録人数は、小学生60名、中学生58名、計118名が支援対象者数であった。

図表 119 子供の登録人数（平成 28 年度）

	葵区	駿河区	清水区	合計
母子会（小学生 1 教室）	27	-	-	27
てのひら（小学生 2 教室）	-	20	22	42
SSS（中学生 3 教室）	20	16	16	52
合計	47	36	38	121

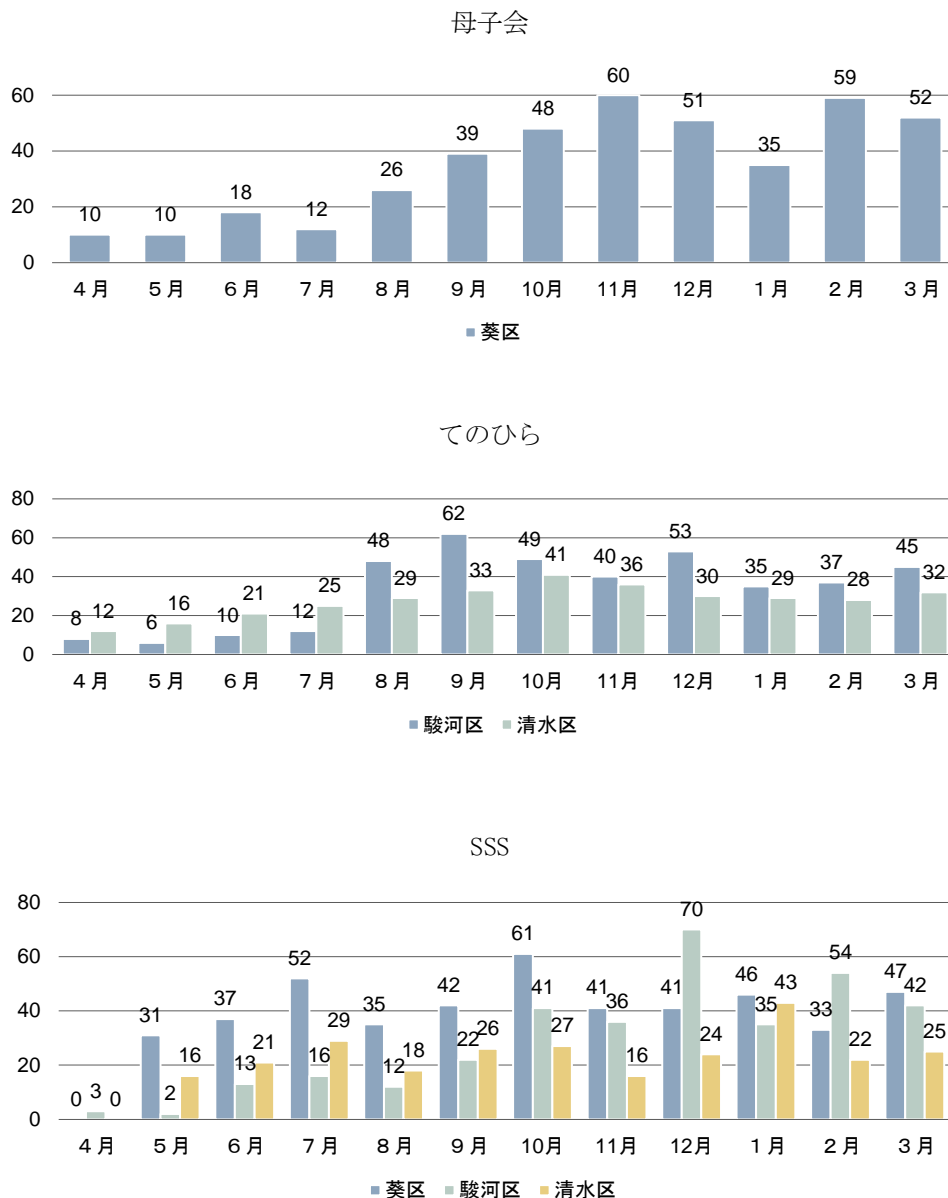
（出典）静岡市子ども支援コンソーシアムより提供

3.7.2 事業の活動結果（アウトプット）

(1) 子供の学習機会の増加

子供の学習機会の増加に関連して、参加者数（延べ人数）の各月別の推移は以下のとおりである。各月ごとに実施回数が異なるため、月ごとの単純な比較はできない。

図表 120 平成 27 年度事業 団体別・月別参加者数（延べ数）



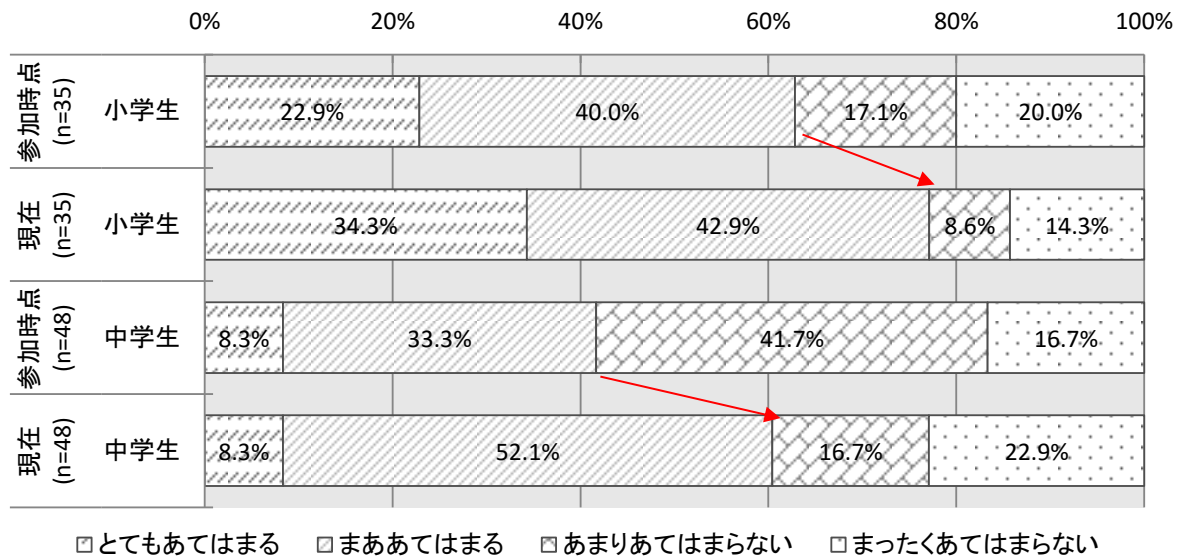
（出典）静岡市子ども支援コンソーシアムより提供

(2) 友達や周囲の学生スタッフとのかかわる機会の増加

本事業は、学習支援を目的としているが、学習の成績を伸ばすという目的のほかにも、ロジックモデルで示したとおり、一緒に勉強をする友人やボランティアの学生スタッフとの出会いにより、精神的な安定や将来の目標が生まれることも目指されている。

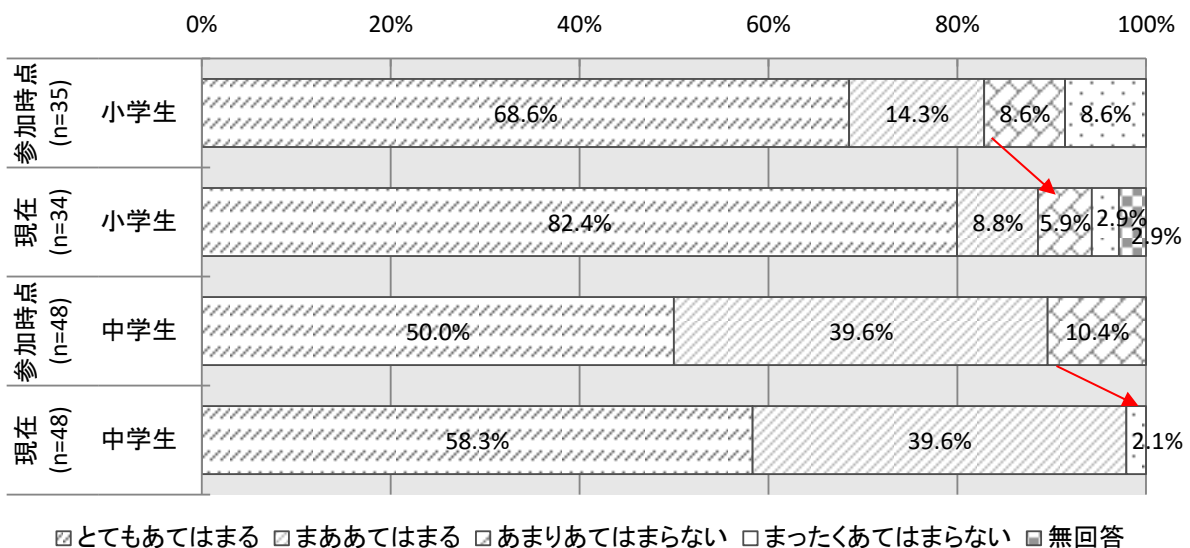
今年度実施したアンケート調査の結果（前後比較）では、小学生・中学生ともに、参加時点よりも現在の方が、会場での友人関係の形成が進んでいることがわかる。

図表 121 会場に友だちがいるかどうか（前後比較）



また、同様に、学生スタッフとの関係形成状況（前後比較）をみても、小学生・中学生ともに、参加時点よりも現在の方が、関係形成が進んでいることがわかる。特に小学生の方が、「とてもあてはまる」と回答した割合が8割を超えており、中学生よりも高い割合になっている。

図表 122 会場のお兄さん・お姉さんに頼れるかどうか（前後比較）



3.8 事業の成果（アウトカム）

3.8.1 成果の測定指標と指標の収集方法

図表 123 静岡市 学習支援事業のアウトカムとその測定方法

関係者	アウトカム	段階	アウトカムの測定指標	指標の収集方法
子供	学習習慣が身につくキッカケづくりの場となる	初期	学習習慣の定着度	児童・生徒への簡易アンケート
	身近な目標ができる、将来のことを考えられる	初期	将来目標の獲得状況	児童・生徒への簡易アンケート
	学習意欲の向上	中間	学習への満足度	児童・生徒への簡易アンケート
	自己肯定感の醸成	中間	自己肯定感の認識度	児童・生徒への簡易アンケート
	自己開示の増加	中間	自己開示への心理的抵抗感の低減	児童・生徒への簡易アンケート
	出席の継続	最終	継続出席率	各団体から提供
	進学意欲の向上	最終	高校進学意欲	児童・生徒への簡易アンケート
	落ち着ける居場所ができる	最終	会場で過ごす時間の落ち着き度	児童・生徒への簡易アンケート
保護者・ 家庭・学校	子供との関係の改善	最終	子供との関係形成状況	児童・生徒への簡易アンケート

3.8.2 成果の測定

(1) 総括

図表 124 静岡市 学習支援事業のアウトカム

関係者	アウトカム	段階	アウトカムの測定結果
子供	学習習慣が身につくキッカケづくりの場となる	初期	●「学習をする習慣がある」 小学生：57.2%⇒65.7%（開始時⇒現在） 中学生：47.9%⇒68.8%（開始時⇒現在）※「とてもあてはまる」「あてあまる」の計
	身近な目標ができる、将来のことを考えられる	初期	●「将来の夢や目標を持っている」 小学生：88.6%⇒85.7%（開始時⇒現在） 中学生：66.7%⇒75.0%（開始時⇒現在）※「とてもあてはまる」「あてあまる」の計
	学習意欲の向上	中間	●「勉強が楽しい」 小学生：62.9%⇒77.1%（開始時⇒現在） 中学生：41.7%⇒60.4%（開始時⇒現在）※「とてもあてはまる」「あてあまる」の計
	自己肯定感の醸成	中間	●「自分には良いところがある」 小学生：62.9%⇒66.7%（開始時⇒現在） 中学生：41.7%⇒56.2%（開始時⇒現在）※「とてもあてはまる」「あてあまる」の計
	自己開示の増加	中間	●「自分の考えや意見を堂々と言える」 小学生：74.3%⇒65.7%（開始時⇒現在） 中学生：52.1%⇒56.3%（開始時⇒現在）※「とてもあてはまる」「あてあまる」の計
	出席の継続	最終	●今年度事業開始以降、登録から平成28年9月末まで 平均：68.3%（※参考値） ※出席回数を個人ベースで収集、100%～数%まで分散が大きい

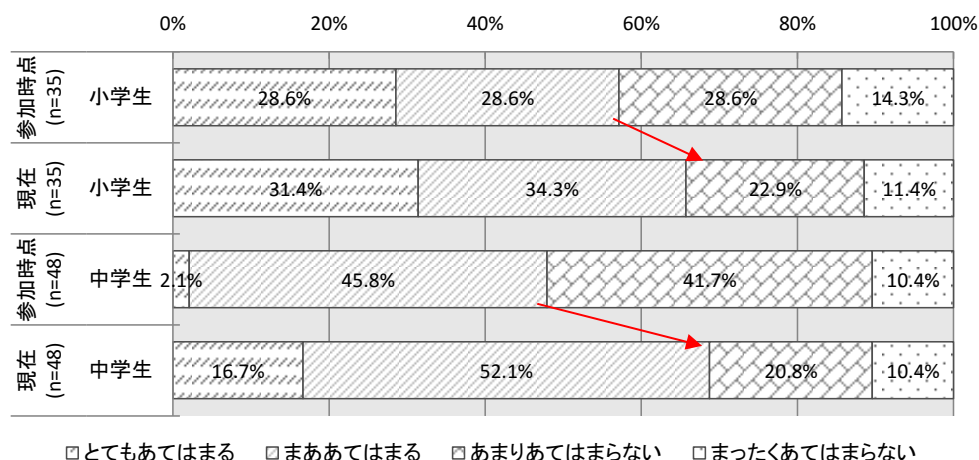
関係者	アウトカム	段階	アウトカムの測定結果
	進学意欲の向上	最終	●「将来は高校に進学したい」 小学生：84.4%⇒87.5%（開始時⇒現在） 中学生：91.7%⇒93.7%（開始時⇒現在）※「とてもあてはまる」「あてあまる」の計
	落ち着ける居場所ができる	最終	●「会場で過ごす時間は落ち着ける」 小学生：65.7%⇒74.3%（開始時⇒現在） 中学生：87.5%⇒95.8%（開始時⇒現在）※「とてもあてはまる」「あてあまる」の計
保護者・家庭・学校	子供との関係の改善	最終	●「お父さん・お母さん（保護者）に何でも話や相談ができる」（※参考値） 小学生：60.0%⇒64.7%（開始時⇒現在） 中学生：56.3%⇒62.5%（開始時⇒現在）※「とてもあてはまる」「あてあまる」の計 ●「学校の先生に何でも話や相談ができる」（※参考値） 小学生：54.3%⇒54.3%（開始時⇒現在） 中学生：35.4%⇒43.7%（開始時⇒現在）※「とてもあてはまる」「あてあまる」の計

(2) 項目ごとの測定結果

1) 学習習慣が身につくきっかけづくりの場となる

学習習慣が身についたかどうかについて、児童・生徒本人に実施した調査結果をみると、小学生・中学生ともに、参加時点より現在の方が、学習習慣が身についた割合が高まっているが、特に中学生の方が、事業効果が高くあらわれているといえる。

図表 125 学習をする習慣があるかどうか（前後比較）



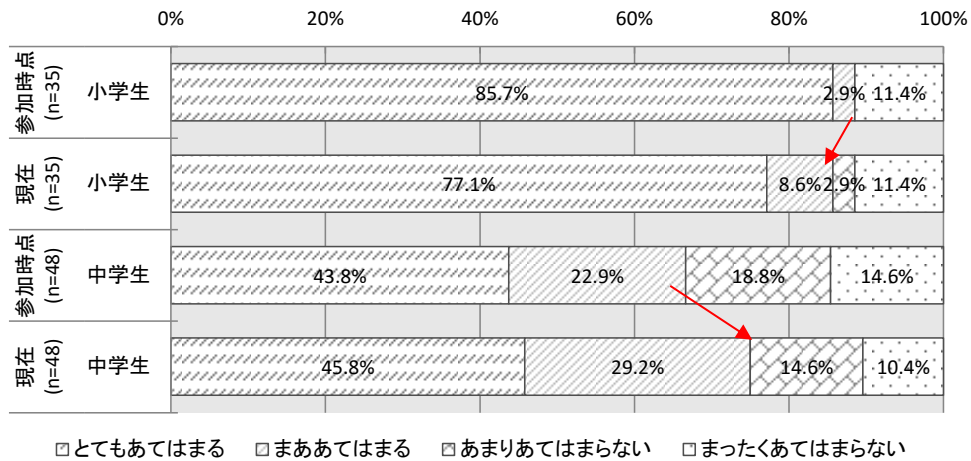
2) 身近な目標ができる、将来のことを考えられる

本事業では、事業に参加した児童・生徒が、大人や学生スタッフとの出会いにより、将来の目標が生まれることも期待されている。「将来の夢や目標を持っているか」についてアンケート調査結果をみると、「とてもあてはまる」「あてはまる」を足した割合は小学生の方が高くなっている。

だが、中学生の方が、「とてもあてはまる」「あてはまる」ともに現在の方が、参加時点よりも高くなっている。小学生は、「とてもあてはまる」の割合がむしろ低くなっている。

また、静岡市が「子ども・子育てプラン」において掲げている数値目標（小学生 89%以上、中学生 74%）と比較すると、小学生は未達状況の一方で、中学生はちょうど74%に達している。今回の調査結果からは、特に中学生において、今後も継続的な支援を行うことで、この割合が高まっていくことが期待される。

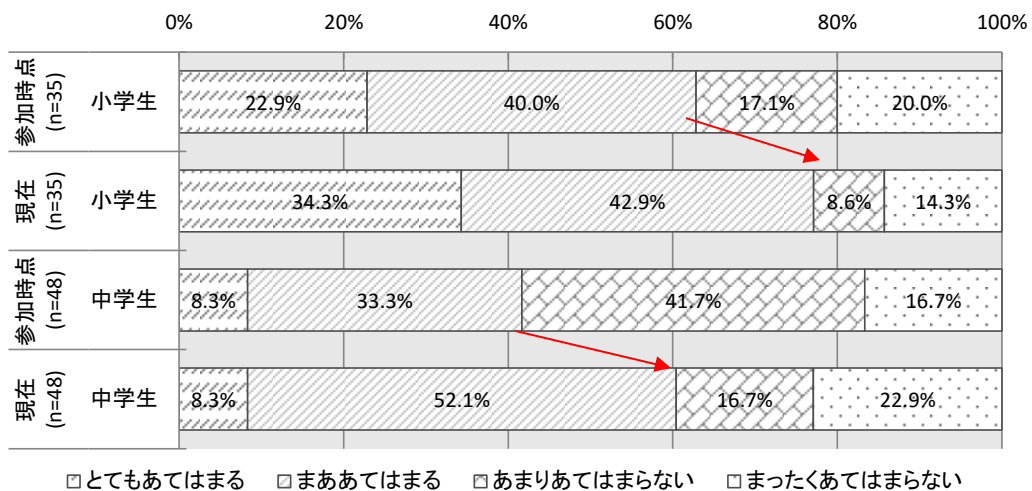
図表 126 将来の夢や目標を持っているかどうか（前後比較）



3) 学習意欲の向上

学習意欲が向上したか（勉強が楽しいかどうか（満足度））について、児童・生徒本人に実施した調査結果をみると、小学生・中学生ともに、参加時点より現在の方が、学習習慣が身についた割合が高まっている。特に、小学生の方が、勉強を楽しみと感じる割合が高まっている。中学生も「あてはまる」と回答した割合は高まっている（計 60.4%）。

図表 127 勉強が楽しいかどうか（前後比較）



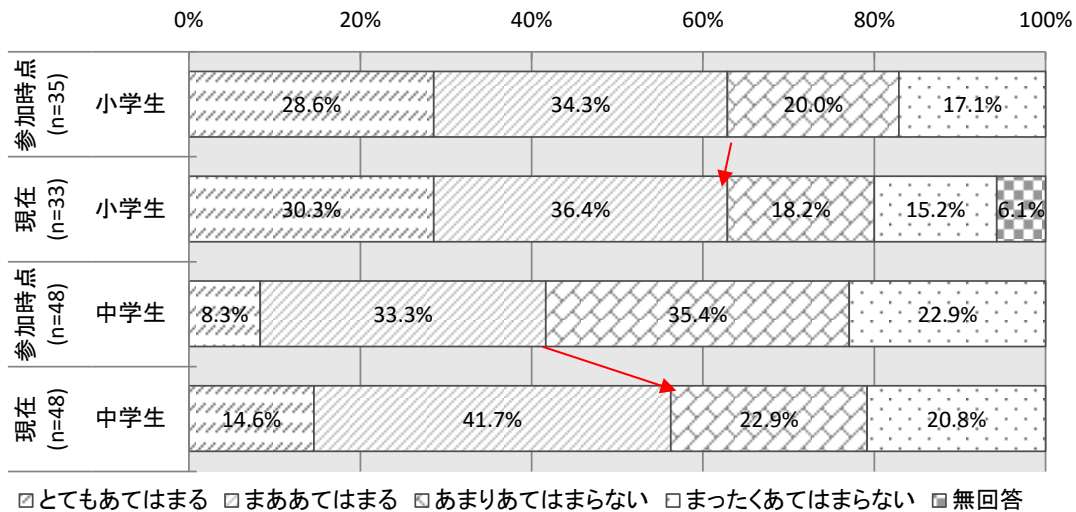
4) 自己肯定感の醸成

友だちや周りのスタッフとの関係が構築され、安心感が芽生えてくることで、自分自身を認める気持ち（自己肯定感）が徐々に醸成されていくことが目指されている。

児童・生徒向けのアンケート調査結果では、小学生の前後の変化はほとんどみられていないが、中学生では、参加前後で、自己肯定感が大きく伸びる結果が得られている。

ただし、静岡市が「子ども・子育てプラン」において掲げている数値目標（小学生 82%以上、中学生 73%）よりは低位に止まっている。今回の調査結果からは、特に中学生において、今後も継続的な支援を行うことで、この割合が高まっていくことが期待される。

図表 128 自分には良いところがあるかどうか（前後比較）

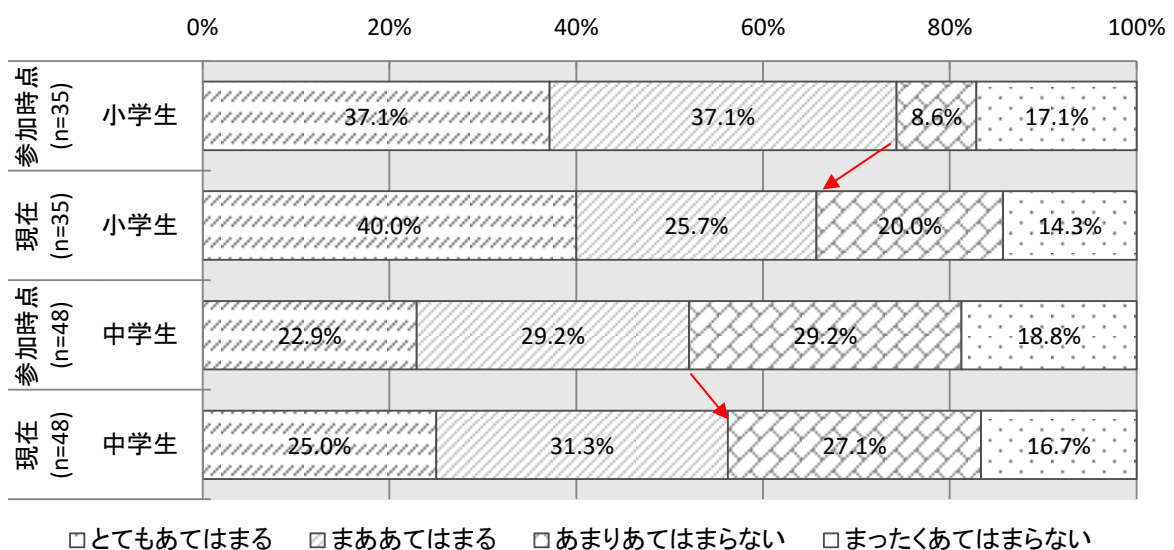


5) 自己開示の増加

友だちや周りのスタッフとの関係が構築され、安心感が芽生えてくることにより、自分の考えや意見を開示できるようになることが期待される。

児童・生徒向けのアンケート結果では、特に中学生においてアウトカムがみられており、「とてもあてはまる」「あてはまる」を足した割合は、52.1%→58.3%に増加している。一方で、小学生はむしろ、肯定的な回答の割合が減少している。

図表 129 自分の考えや意見を堂々と言えるかどうか（前後比較）



6) 出席の継続

学習習慣が身につけていき、勉強が楽しく感じることで、教室への出席率が高まるのがロジックモデル上は説明される。

今回、月ベースでの変化を捉えることはデータ収集の制約上不可能であったが、今年度事業開始以降、登録から9月末までの回数のうち出席回数を個人ベースで収集した（全93人分）。

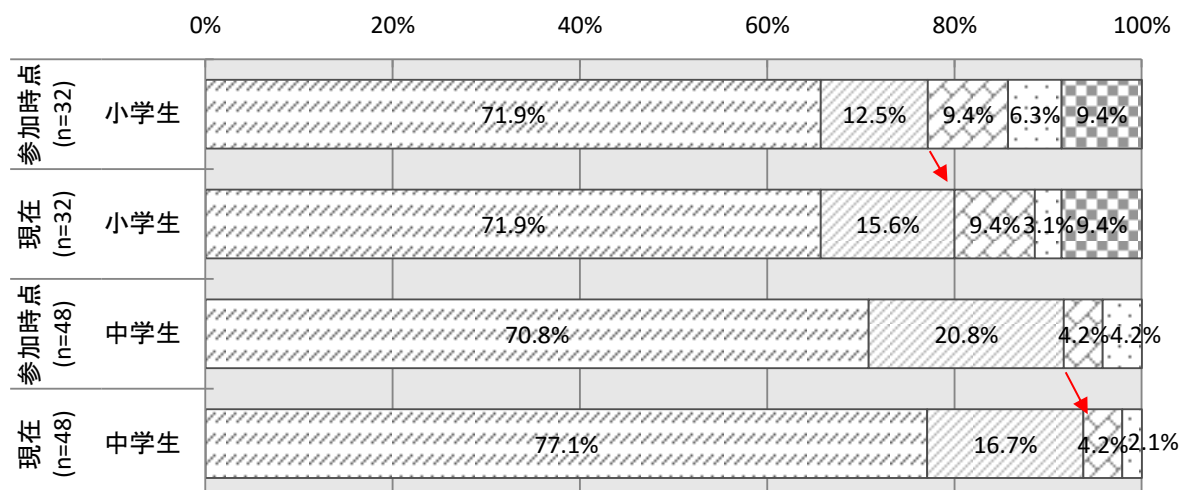
集計の結果、出席率100%から、数%まで分散が大きいですが、平均すると、68.3%の出席率であった。

今後、継続的に出席状況を把握していくことで、どのような属性の子供に対して、このような支援事業の効果が最大化するのか等の調査研究が期待される。

7) 進学意欲の向上

学習習慣が身についていき、勉強が楽しく感じることで、将来の進学意欲が高まることが期待されている。児童・生徒向けのアンケートでは、「将来は高校に進学したいか」、特に中学生での、肯定的な認識（進学意欲の向上）がみられている。目の前に高校受験が近づいている状況で、95%近くの生徒が進学を希望していることがわかる。

図表 130 将来は高校に進学したいかどうか（前後比較）



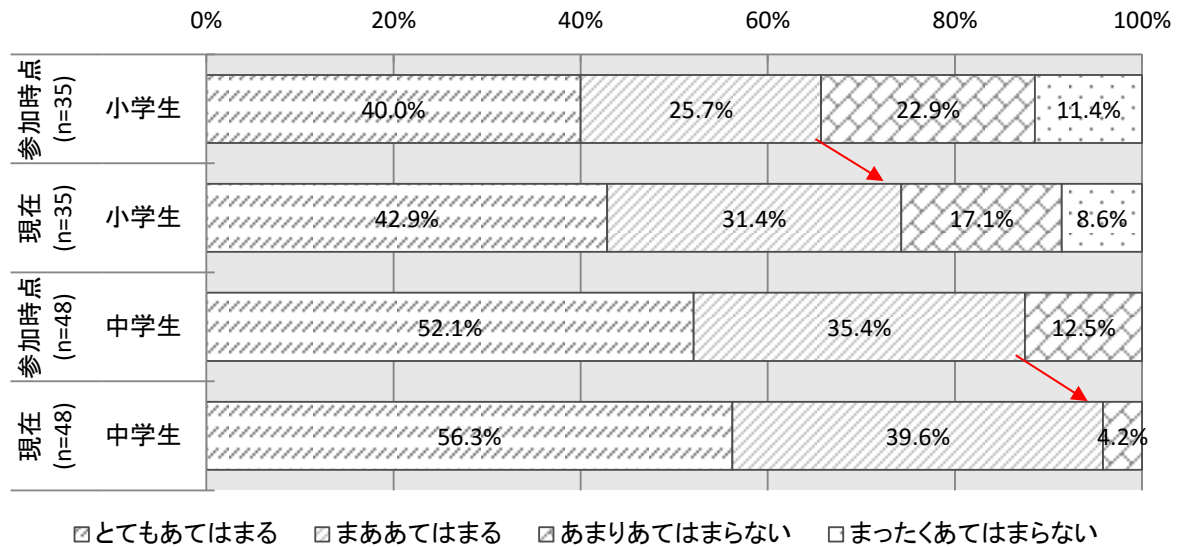
□とてもあてはまる □まああてはまる □あまりあてはまらない □まったくあてはまらない ■無回答

8) 落ち着ける居場所ができる

学習支援事業ではあるが、事業の対象となる児童・生徒にとって、家庭や学校とは離れた、居場所となることも、事業の効果として期待されている。

「会場で過ごす時間は落ち着ける」というアンケート項目の結果では、小学生、中学生ともに、肯定的な回答が高い割合を占めている。特に中学生では、95%以上が、「とてもあてはまる」「あてはまる」に回答をしている。

図表 131 会場で過ごす時間は落ち着けるかどうか（前後比較）



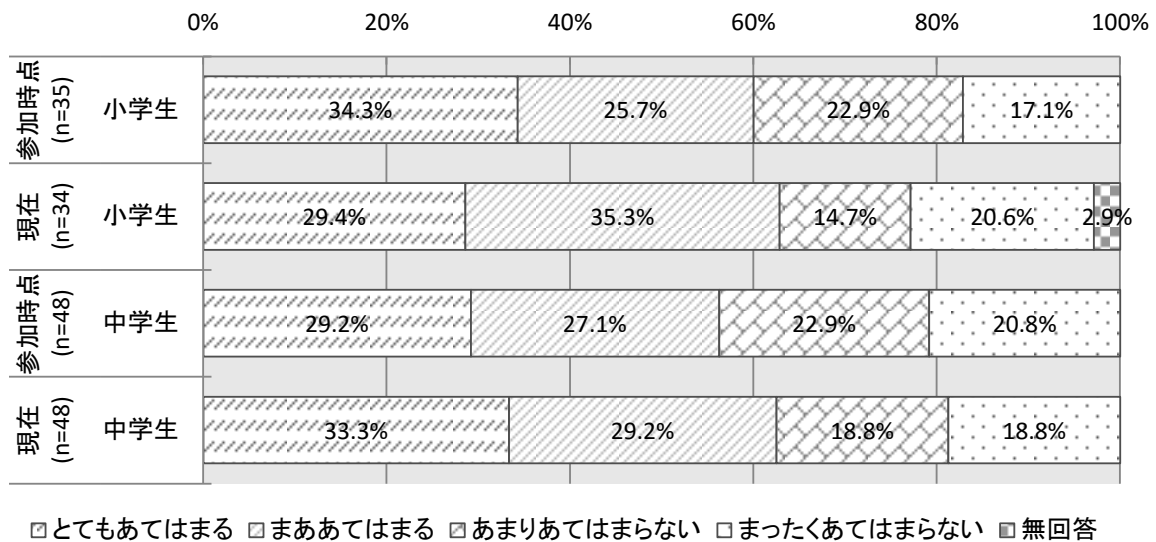
9) 家庭・学校の、子供との関係改善（参考）

調査設計の関係上、今回は子供向けの調査しかできなかったため参考値に過ぎないが、家庭及び学校の最終アウトカムに位置づけられる「子供との関係改善」について、児童・生徒向けのアンケート結果を参考までに紹介する。

保護者との関係形成状況については、小学生・中学生ともに参加前後で大きな変化はみられない。

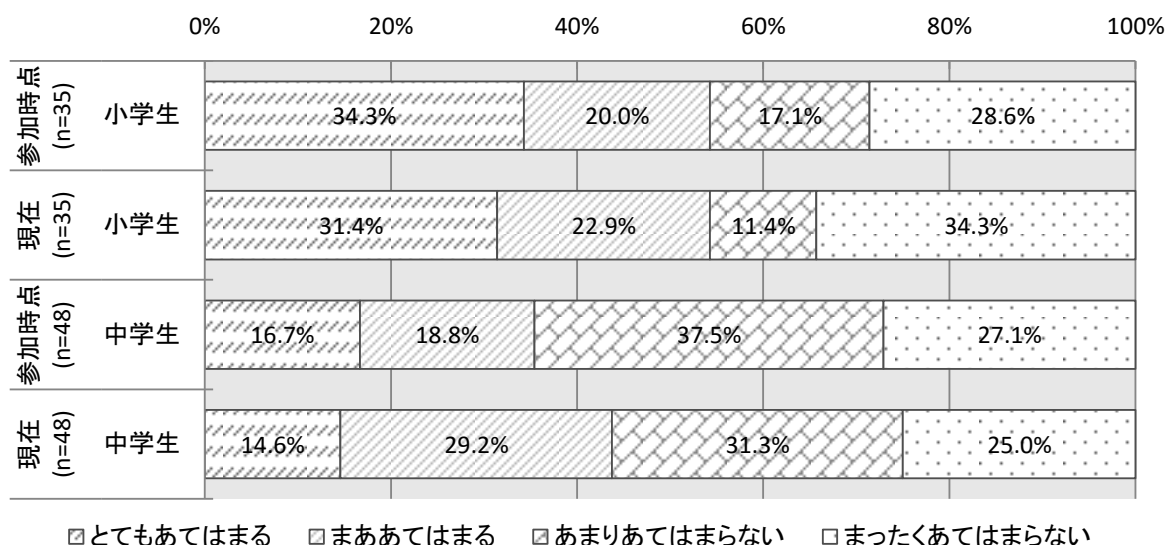
学校の先生との関係形成状況では、小学生にはほとんど変化がみられないが、中学生では、「とてもあてはまる」「あてはまる」と回答した割合が高くなっている³⁵。

図表 132 お父さん・お母さん（保護者）に何でも話や相談ができるかどうか（前後比較）



³⁵ ただし、「何でも話や相談ができる」状態が、完全に良好な関係であるかどうかは吟味が必要であり、本調査結果の解釈も一定の留保が必要である。

図表 133 学校の先生に何でも話や相談ができるかどうか（前後比較）



3.9 教育の観点から子供たち及び関係者に及ぼした効果の検証

3.9.1 ルーブリックを用いたパフォーマンス評価に対する懸念

ルーブリックを用いたパフォーマンス評価について、各団体及び静岡市役所とのヒアリングを重ねた結果、静岡市子ども支援コンソーシアムにおいて、3 団体共通の統一的な評価指標（ルーブリック）を作成することが難しく、評価も難しいということが指摘された。

具体的な理由としては、大きく 3 つの理由が挙げられた。

(1) 児童・生徒の均質性の観点

1 枚の評価シートで全ての子供たちの状態を測れるほど支援対象者に均質性はなく、また活動内容もそれぞれ個々によって少しずつ異なるために、統一的な観点での評価は難しい。

(2) 児童・生徒の家庭の状況

家庭にそれぞれの問題を抱えていることに加えて、発達障害を抱えている、親が外国籍であるなど、+αの事情を抱えている子供が複数おり、統一的な観点でみることはほぼできないという背景があること。

(3) 評価者（スタッフ）と児童・生徒の関係

同一のスタッフが同一の子供継続的に対応している環境ではなく、どちらも流動的に変わるため、評価者側としても継続的な観点から変化を捉えられる体制ではないこと。

上記のような事情から、本事例では、教育的効果についても、児童・生徒・保護者へのアンケート調査を基に成果指標を整理することを試みることにしている。

3.10 地域振興の観点から地域に及ぼした効果の検証

3.10.1 基本設計

(1) 投入額

事業への投入要素は、前述した静岡市からの委託金額であり、平成28年度は1,550万円、そのうち学習支援事業に係る投入額は、約1,000万円となる。

(2) アウトカムの金銭価値換算方法

ロジックモデルで示しているとおおり、本事業は、学習支援事業ではあるものの、成績の向上だけでなく、むしろそれよりも、子供たちの居場所づくりや安心感の醸成といった落ち着いた学習できる環境を作ることといった、心理的な面での成果に主眼を置いて活動をしている。こうした理念に基づき、例えば、「将来の目標の獲得」や「関係の改善」のような指標が多く目指されている事業は、金銭換算に適さないケースが多いことが、有識者のヒアリングからも指摘された。

このようなケースにおいて、主要な成果を、ハードアウトカム（定量的に把握し、金銭換算もするもの）とソフトアウトカム（定量的に把握はするが、金銭換算はしないもの）に分けて捉えることが一般的であり、本事例は、ソフトアウトカムが多い事例であるといえる。

心理面での落ち着きや居場所の獲得が目指される本事業の取組は、いわゆる学童保育（正式名は、放課後児童健全育成事業）に近い機能を果たしているのではないかと考えられる。そのため、「落ち着ける居場所ができる」というアウトカムの代理指標として学童保育に係る利用料と設定し、SROI（社会的投資収益率）を算出した。

図表 134 アウトカムの金銭価値換算の方法

関係者	アウトカム	アウトカムの 変化量	変化量の設定方法	金銭価値へ換算する ための代理指標	代理指標の設定方法
子供	落ち着ける 居場所が できる	会場では落 ち着けると回答 した児童・生 徒の数	アンケート回答時点 にて、「会場で過 ぎる時間は落ち 着ける」と回答 した児童・生 徒数	静岡市が運営費を 拠出している放 課後児童クラブ の1人当たりの 運営費（年間運 営費÷全利用者 数）＋放課後 児童クラブ利用 者負担分 平均 料金（年額）	・本事業は、学 習支援事業で はあるが、学 習以前の子 供たちの居 場所づくり や安心感の 醸成を重視。 ・類似の機 能を果たし ている機 関として放 課後児童 クラブ（学 童保育）が 考えられ たため、指 標として設 定。

なお、アンケートにおける変化量については、下記図表のとおりである。

図表 135 「会場では落ち着ける」と回答した児童・生徒の前後変化（単位：人）

落ち着ける（とてもあてはまる＋まああてはまると回答した人数）	落ち着けない（あまりあてはまらない＋まったくあてはまらなと回答した人数）	合計
72	12	84

3.10.1 算出結果

利用者の児童・生徒対象に実施したアンケートで、回答時点（現時点）において「会場は落ち着ける」と回答した児童・生徒数に、静岡市が拠出して実施している放課後児童クラブの年間運営費＋放課後児童クラブの利用者の年間負担分（平常月の利用料の地域平均額×12か月分）を掛け合わせた。以上の

計算で算出された社会的価値 17,443(千円)を、平成 28 年度委託費のうち学習支援事業費である 10,003(千円)で割り戻すと、社会的投資収益率は 1.74 と算出された。

図表 136 アウトカムを金銭価値換算した結果

関係者	アウトカム	金銭価値へ換算するための代理指標	社会的価値 の合計	事業以外 の要因の 考慮	修正後の社会的 価値の合計
	アウトカムの変化量	金銭価値			
子供	落ち着ける居場所 ができる	静岡市が運営費を拠出している放 課後児童クラブの 1 人当たりの運 営費 (年間運営費÷全利用者数) +放課後児童クラブ利用者 1 人当 たり負担分 平均料金 (年額)	17,443 (千円) ³⁶	—	17,443 (千円)
	72 (人/年)	242,270 (千円) ³⁷			

図表 137 静岡市事業における社会的投資率

社会的価値の合計(千円)	17,443
投入額の合計(千円)	10,003
社会的投資収益率 (SROI)	1.74

3.1.1 取組の成功要因と課題

3.1.1.1 成功要因

(1) 支援対象者の選定

取組のうち、特に「落ち着ける居場所ができる」のアウトカムについて、小学生・中学生どちらも事業の効果が窺われた点について、行政側からは、支援が必要な児童・生徒を対象とできていることが大きいのではないかとという点が指摘された。特に静岡市では、スクールソーシャルワーカーが公立学校と連携し、家庭環境に課題を抱える子供を把握できる体制を作っていることが背景にあるのではないかとという認識を行政側は有していた。

一方、事業者側は同様の点に対して、スクールソーシャルワーカーの存在・機能に対して一定の意義を見出しつつ、それに加えて、一括りされやすい「貧困家庭の子供」のなかにはグラデーションがあり、本当に支援が必要な子供なのか、一定の生活水準はあるが学習塾には通えない程度の子供なのか、といった支援が対象者の更なる見極めが、今後さらに意義のある活動をしていく上では重要ではないか、という点の指摘があった³⁸。こうした事業につながれている子供はまだ大丈夫だが、支援の手が行き届

³⁶①静岡市が運営費を拠出している放課後児童クラブの 1 人あたりの運営費 (年間運営費 592,273 千円÷ 全利用者数 4,226 人=140.270 千円/1 人)、②放課後児童クラブ利用者 1 人あたり負担分 平均料金 (年額) (9.5 千円×12 か月=102 千円/1 人)、③「会場は落ち着ける」と回答した児童・生徒数 (72 人)。17,443 千円は、(①+②)÷③で算出。

³⁷①静岡市が運営費を拠出している放課後児童クラブの 1 人あたりの運営費 (年間運営費 592,273 千円÷ 全利用者数 4,226 人=140.270 千円/1 人)、②放課後児童クラブ利用者 1 人あたり負担分 平均料金 (年額) (9.5 千円×12 か月=102 千円/1 人)。242,270 千円は、①+②で算出。

³⁸ 貧困ラインの見極めにあたっては、自力で当事業を行っている教室まで来られる家庭か否か (保護者が送迎可能かどうか) が一つの観点になるとの指摘があった。

いていない子供は市内にも少なくない実態がある。

事業者側の認識としては、事業の対象者数を確保するという段階は既に終えており、その質をいかに高めながら、活動の幅を広げていくかという観点へと意識が移っていた。

(2) 「学習支援」だけでは限定的であるという認識の共有

前掲した「落ち着ける居場所ができる」について、小学生・中学生どちらも事業の効果が窺われた理由として、対象者の選定以外に、行政・事業者双方ともに、子供の貧困対策の文脈で事業を行う場合は、学習支援だけでは不十分であり、生活面も含めた支援が必要であるという認識が共有されていることが要因の1つであることが示唆される。

行政としては、上記の認識に基づき、学習支援事業とはいえ、学力向上・進路指導を主眼とする学習塾業者への事業発注は考えておらず、生活支援面でも対応できる事業者の存在を把握した上で事業発注を行っていた。一方の事業者も、子供の貧困は学習支援のみを行うだけでは解決されず、落ち着ける場所の獲得などの生活支援との両輪で考える必要があるという認識であった。

3.11.2 今後の改善点の示唆、効果測定をしたことの気づき

さらに、事業者からは、「落ち着ける居場所ができる」は高い成果が上がっている一方で、「自己開示の機会の増加」が5～6割前後に止まる実態から、以前と比較すれば落ち着ける居場所としての機能を果たしているかもしれないが、まだ子供たちの中に押さえつけている感情や思いがあるのではないかと分析し、今後の活動にあたってPDCAサイクルを回すきっかけを得たという感想が語られた。

加えて、今回は小中学生向けのアンケートを実施したが、特に小学生にとっては、①アンケートに回答するという行為自体が慣れていない、②少しでも量があると回答に飽きてしまう、③自分自身のことを十分に認識できていないといった課題が挙げられた。そのため、今後は、子供自身の認識だけでなく、子供たちを取り囲む関係者（ロジックモデル内にある保護者や教員に加え、児童相談所の相談員など幅広い関係者）に対しても、調査をすることで、子供の成長や変化を捉えることができるのではないかと、という気づきが得られている。

4. 女川町・認定NPO法人カタリバ「コラボ・スクール女川向学館」

4.1 事業主体

4.1.1 女川町

(1) 位置・地勢

宮城県女川町は、宮城県の東、牡鹿半島基部に位置しており、「平成27年国勢調査」によると、人口6,334人、世帯数3,154世帯である。北上山地と太平洋が交わるリアス式海岸が天然の良港を形成しており、カキやホタテ・ホヤ・銀鮭などの養殖業が盛んで、魚市場に年間を通じて暖流・寒流の豊富な魚種が数多く水揚げされている。平成23年3月の東日本大震災により、町中心部は壊滅的な被害を受け、現在、1日も早い復興に向けて各種の取組を行っている。

(2) 女川町における女川向学館の位置づけ

女川町では、学校教育の充実のための取組の1つとして学力向上を進めているが、その具体的な方策の1つとしてティーム・ティーチング（以下「T・T」と略記）を導入している。認定NPO法人カタリバが運営する「コラボ・スクール女川向学館」（以下「女川向学館」と略記）では、平成27年3月に女川町教育委員会とパートナーシップ協定を締結し、T・Tの実施に協力するとともに、地域住民やPTAの代表等と全教員が加わっている「女川の教育を考える会」にも参画し、町が抱える教育課題を地域全体で解決しようとする取組にも一定の役割を果たしている。

図表 138 女川町における向学館の位置づけ

学校教育の充実を図る上で、多様な主体との協働も重要です。認定特定非営利法人カタリバは、震災直後より4年半以上、女川町において、子供たちへの学習支援、心のケアを行ってきたところであり、平成27年3月、女川町教育委員会とカタリバの連携・協働を確認するパートナーシップ協定を締結しました。平成28年度、同団体の運営する「女川向学館」には、約120名、約3割の児童生徒が通っており、放課後の「学び場」と「居場所」を提供し、心のケアにつなげるとともに、学習時間の担保、学力の向上においても成果を出していますが、それに加えて直接学校の教育活動に加わり、授業T・T（ティーム・ティーチング）等に当たり、教職員が子供たち一人一人により寄り添いやすい体制を整え、学校における心のケアの充実に貢献してくれています。

(出典)平成28年度女川町教育要覧

4.1.2 カタリバ

(1) 概況

認定NPO法人カタリバは、2001年の設立以来、中高生へのキャリア教育活動である「カタリ場」と呼ぶ対話の場を教育機関に提供している。「カタリ場」では、キャスト（大学生等）と中高生の対話の場を教育機関内で開催するものであるが、その発展型として、2007年には東京都の教育支援コーディネーター制度の対象になるなど、行政や教育機関との協働による事業展開も進めており、現在は「マイプロ」（マイプロジェクト）と呼ぶ、中高生向けの地域課題解決型授業を通じたプログラムの実践にも注力している。

(2) コラボ・スクール事業について

カタリバの東北地域における事業「コラボ・スクール」は、2011年3月の東日本大震災を契機に、放課後学習を行う学外教育プログラムである。なお、コラボ・スクールで設置された校舎所在地は、宮城県女川町（女川向学館）及び岩手県大槌町（大槌臨学舎）の2か所であり、本研究では女川向学館を対象としている。

(3) コラボ・スクール事業の位置づけ

現在、カタリバでは組織全体のビジョンを「どんな環境に生まれ育っても、『未来は自分で創り出せる』と信じられる社会」として位置づけようとしており、そのためのミッションとして①学校に対話を②社会に居場所と出番を③全ての10代の「学びの意欲」を育むの3点を掲げる方向で議論が進んでいる。これらのミッションは、「意欲があれば解決につながる」との仮説に基づいており、その意欲を喚起するために教師以外の大人も「ナナメの関係」として子供にかかわること、「安心な学び」と出会える放課後の場を用意してテーマを探求する喜びを経験できること、といった価値観のもと定められたものである。

コラボ・スクール事業は、これら3つのミッションの実現方法の1つとして捉えられている。

4.2 事業概要

(1) 事業の経緯

女川向学館は、東日本大震災の被災地に住む子供（主に小中学生）に学習指導と心のケアを行う目的で、2011年7月4日に準備開校し、8月4日から本開校となった。「女川向学館」という名称は、女川町の「港」の発展と、「向」学心を持つ児童生徒の育成を願って名づけられたものである。

(2) 事業の運営体制

カタリバによるコラボ・スクール事業の校舎設置（改装費用等）は、個人・企業からの寄附、及び公益社団法人ハタチ基金（日本財団から運営を継承した、東日本大震災被災地域の子供に学び・自立の機会を20年間に渡り提供する基金）によるものである。

なお、女川向学館の現在の運営費は、文部科学省からの補助事業（緊急スクールカウンセラー等活用事業交付金）を受けた女川町からの受託事業として賄われており、事業費は年間総額5,000万円程度で推移している。

女川向学館で勤務しているカタリバのスタッフは、平成28年8月末時点で16名である。構成は、女川町をはじめとする近隣出身者、教育関係からの転職者、都市部からの就職者がそれぞれ同数程度となっている。また、コラボ・スクール事業では1年間の実践型教育インターン制度も設けている。

(3) 事業の内容

女川向学館では、主に小中学生を対象として、週6日、1日4コマの講義を実施している。通っている生徒数は約180人で、向学館では放課後に小中学校から向学館まで送迎するバスを運行しており、生徒はそれぞれ週1~2回通っている。

校舎内では、学年ごとに学習進捗度別のクラスが設けられ、学校の授業の復習ができるカリキュラム

となっており、基礎学力の向上に重点を置いた指導が行われている。また、宿題を出して子供に学習の習慣をつける取組も行っているほか、自習室も設けられており、受験を控えた生徒などが自主的に学習に集中できる環境が整えられている。

さらに、女川向学館では小中学校と密に連携しており、学校の運営補助として女川向学館のスタッフが授業に加わるT・Tも行っている。また、地域や外部との連携（ボランティア受入れ、「女川町のCMを作ろう」「復幸祭で店を出店しよう」などのキャリア教育／等）を女川向学館が支援しており、教師が子供と向き合う時間の確保に貢献している。

なお、女川町には宮城県女川高等学校があったが、平成26年3月31日をもって閉校となり、現在、町内には高等学校はない。ただし、向学館では高校生の受入れも行っており、自習室の利用と、マイブローの支援を実施している。

4.3 自治体による支援内容

女川町では、前述のとおり、文部科学省の補助事業を女川向学館カタリバに委託しており、主に資金面で女川向学館の支援を行っている。

ただし、それ以外にも、パートナーシップ協定の締結を通じ、旧女川第一小学校（廃校）の校舎を無償貸与しているほか、地域内で開催される様々な教育関連の会合に構成員として招くなど、密な連携を図っている。また、広報誌に向学館の情報を掲載するなど、情報発信面からの支援も行っている。

4.4 実証研究のプロセスと内容

実証研究は、下記のスケジュールで実施した。

図表 139 女川向学館における実証研究の流れ

時期	実施項目
H28年8月	女川向学館、女川町への実証研究への協力依頼 ヒアリング項目の作成
H28年8月	女川向学館、女川町への訪問ヒアリング 取組概要、目的、体制、成果、取組に係る保有データ・資料の確認
H28年9月～11月	ロジックモデルの作成、修正 効果測定指標の検討
H28年12月	効果測定指標の確定、保有データの提供 ループリック（案）の検討
H29年2月	ロジックモデルの確定 ループリック（案）の確定、効果測定の実施 プロジェクト管理システム「Newdea」への入力・分析

4.5 効果測定期間

女川向学館では、プロジェクト管理システム「Newdea」によるデータ収集に御協力いただけることから、平成28年度の第3四半期まで（平成28年4月1日～平成28年12月31日）の9か月間とした。

4.6 取組と効果の関係の整理（ロジックモデル）

女川向学館（コラボ・スクール事業）におけるロジックモデルは以下のとおりである。

関係者は、女川町に住んでいる小中学生、保護者、学校（教員）、地域・町役場、寄附者に大別できる。

このうち、女川町に住んでいる小学生・中学生・高校生は、放課後の時間に女川向学館に行くことで、

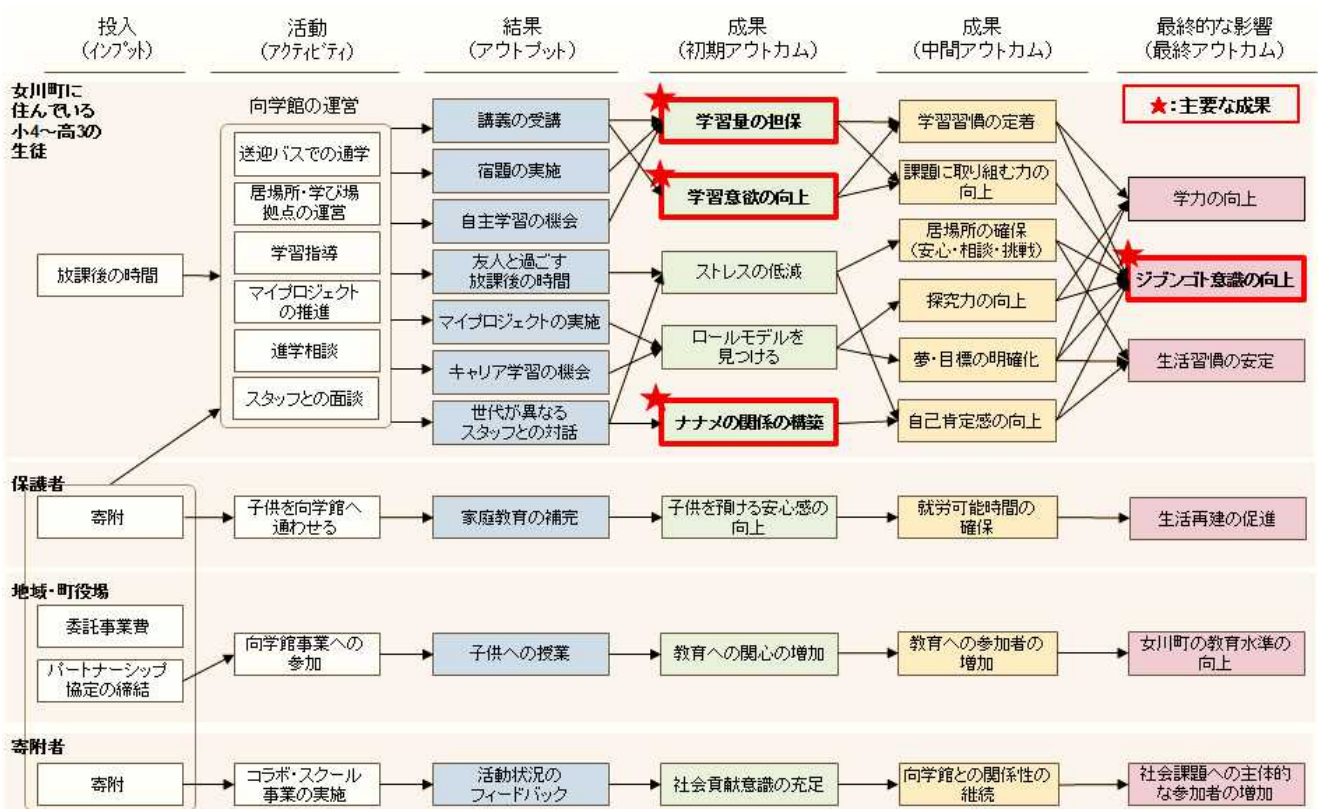
講義、宿題、自主学习といった学習機会を提供される。その結果、学習習慣や学習意欲の向上が学習習慣の定着や学力の向上につながると考えられる。また、学校の同世代の友人と過ごす時間があるだけでなく、世代の異なる女川向学館のスタッフとの面談や会話の機会もあるほか、マイプロやキャリア学習を通じてキャリア情報を入手することもできる。そのため、友人やスタッフなど話ができる関係性の知人との関わりが維持され、生徒にとっての安心できる居場所確保になるとも期待される。さらに、キャリア情報を得る過程でロールモデルと出会ったり、「ナナメの関係性」(年齢が比較的近いが直接接点はない先輩的な存在) が構築できたりすることで、夢や目標の明確化や自己肯定感の向上につながり、これらがひいてはジブンゴト意識の向上や生活習慣の安定といった、カタリバで最終的な成果と位置づけているアウトカムに寄与することが想定されている。

保護者については、女川向学館では受講料は設定されていないものの、寄附の呼びかけは行われている。保護者としては、生徒を女川向学館に通わせる目的として、都市部(仙台もしくは東京)と同水準の教育機会を子供に確保したいとの気持ちが強く、学習習慣の定着や学力の向上を強く期待している。また、子供を女川向学館に通わせることで就労可能時間が確保でき、結果的に被災からの生活再建に寄与することが期待される。

地域・町役場とは、委託事業費のほか、パートナーシップ協定の締結(旧女川第一小学校跡地の無償貸与を含む)、教育関係者と地域が教育について議論する「女川の教育を考える会」の場へのカタリバの参画呼び掛けを行っている。また、地域住民の教育への関心が高まり、地域としての教育力の向上につながると考えられる。

寄附者とは、ここでは、被災地を支援したいとの思いはあるものの、自分自身で直接的な支援ができない代わりにカタリバに寄附をすることで、震災からの復興を担っている人々である。寄附者に対しては、カタリバが女川向学館の活動状況をブログやメールマガジンで情報発信しており、このフィードバックによって寄附をしたことに納得感が生まれ、社会貢献ニーズが満たされるだけでなく、女川向学館との継続的な関係性を通じて、社会課題に主体的に取り組む参加者が増加することにつながる。

図表 140 女川向学館におけるロジックモデル



4.7 事業の投入要素（インプット）と活動結果（アウトプット）

4.7.1 事業の投入要素（インプット）

主たるインプット要素は、女川町からの委託事業費と、保護者からの寄附、地域外の寄附者からの寄附である。

図表 141 女川向学館における投入要素（インプット）

関係者	事業の投入要素（インプット）
女川町に住んでいる小4～高3生	通学（年間） 合計 32,055 時間
保護者	寄附 合計 6,000 千円
地域・町役場	委託事業費（緊急スクールカウンセラー等活用事業） 43,000 千円
寄附者	（女川向学館のみの集計はしていないため省略）

4.7.2 事業の活動結果（アウトプット）

本事業では、各ステークホルダーが子供に対する活動結果及び成果に着目していることから、女川町に住んでいる小学校4年生～高校3年生の生徒（向学館の対象者）のアウトプット及びアウトカムのみを測定することとした。

図表 142 女川向学館における活動結果（アウトプット）

関係者	結果（アウトプット）	結果の測定指標	指標の収集方法
女川町に住んでいる小4～高3	講義の受講	講義出席率	事業活動報告
	宿題の実施	宿題提出率	事業活動報告
	自主学習の機会	自習室利用者数	事業活動報告
	友人と過ごす放課後の時間	出席のべ人数	事業活動報告
	マイプロジェクトの実施	マイプロジェクト実施回数	事業活動報告

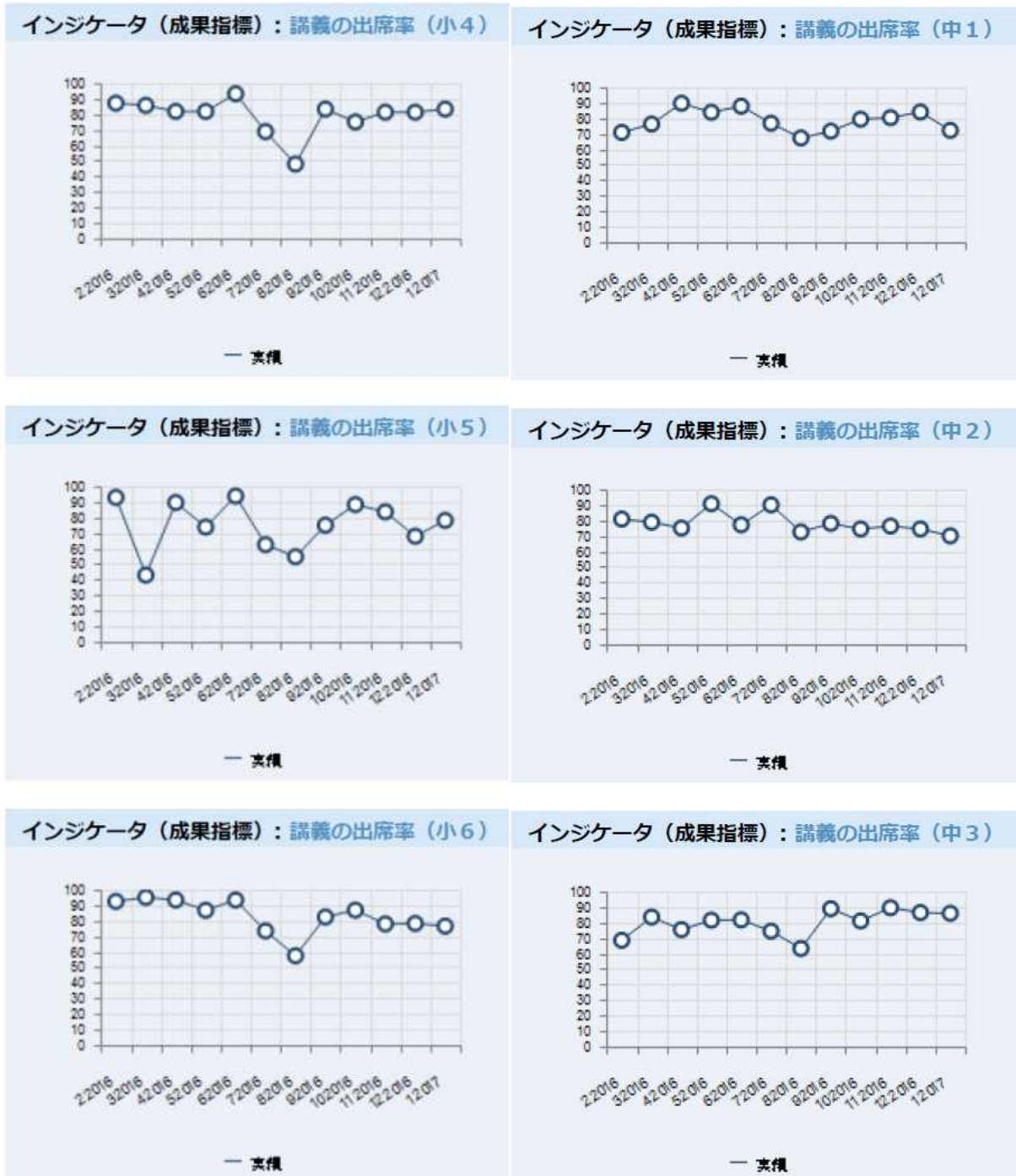
4.7.3 活動結果の測定

活動結果の測定は、プロジェクト管理システム「Newdea」を活用した。データを入力し、同システム内の「インパクトレポート」ボタンをクリックすれば自動的にグラフ等が生成され出力されることから、以下ではそのレポートの出力結果を掲載している。

(1) 講義の受講

講義出席率は、夏休みに大きく落ち込むことがあるものの、全体としては8割前後で推移している。また、多くの学年で夏休み前に比べて夏休み後の出席率が微減する傾向があるものの、中学3年生は夏休み後には微増しており、9割近い出席率となっている。

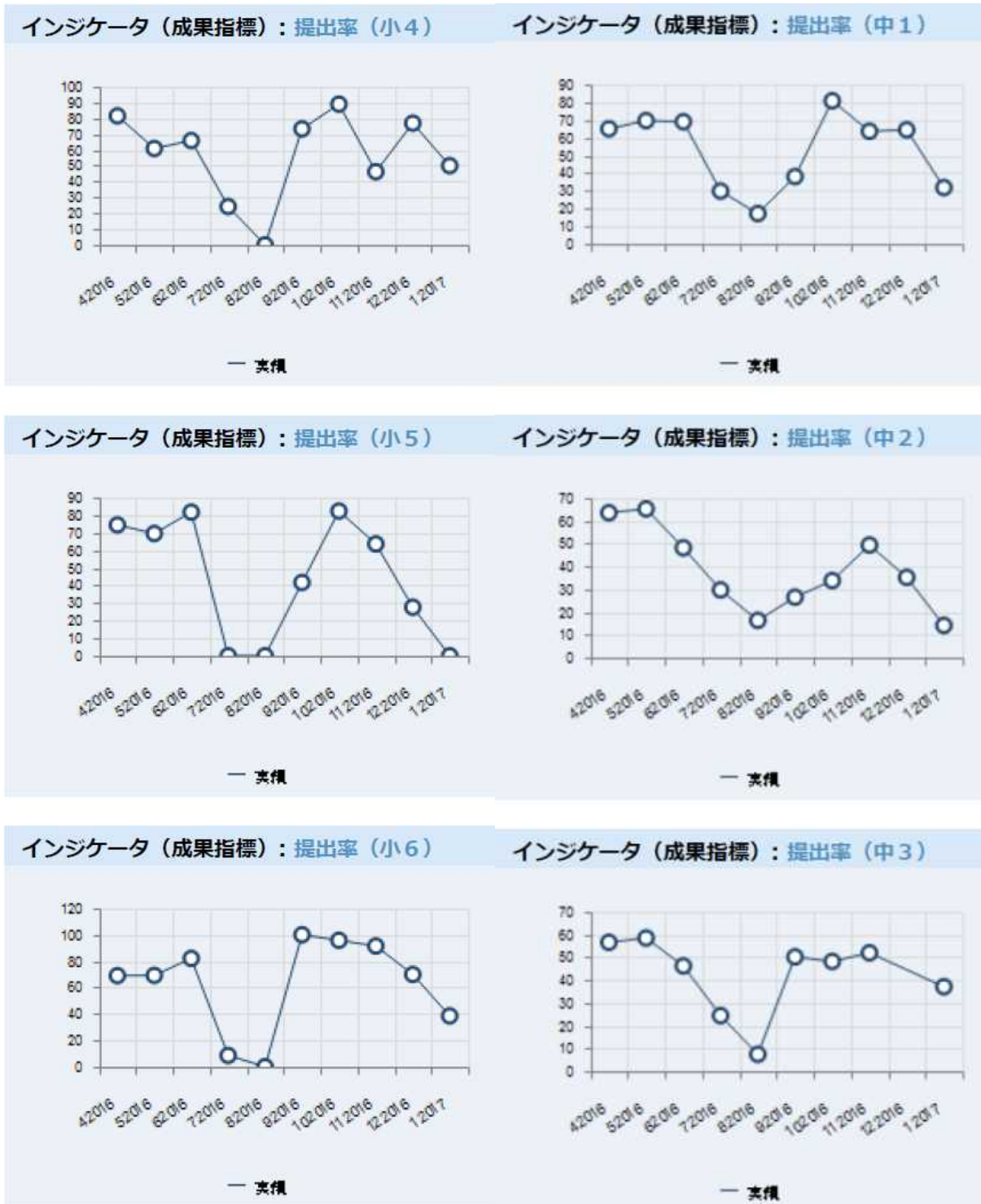
図表 143 学年別 講義出席率



(2) 宿題の実施

女川向学館で宿題を課さない場合もあるため、宿題提出率は各学年とも大きく変動している。

図表 144 学年別 宿題提出率



(3) 自主学習の機会

自習室の利用者数は学校種別で把握しているため、小学1～3年生の利用者数も含まれた数字を掲載している。小学生より中学生の方が1か月当たりの利用者数は多いが、バラつきも大きい。

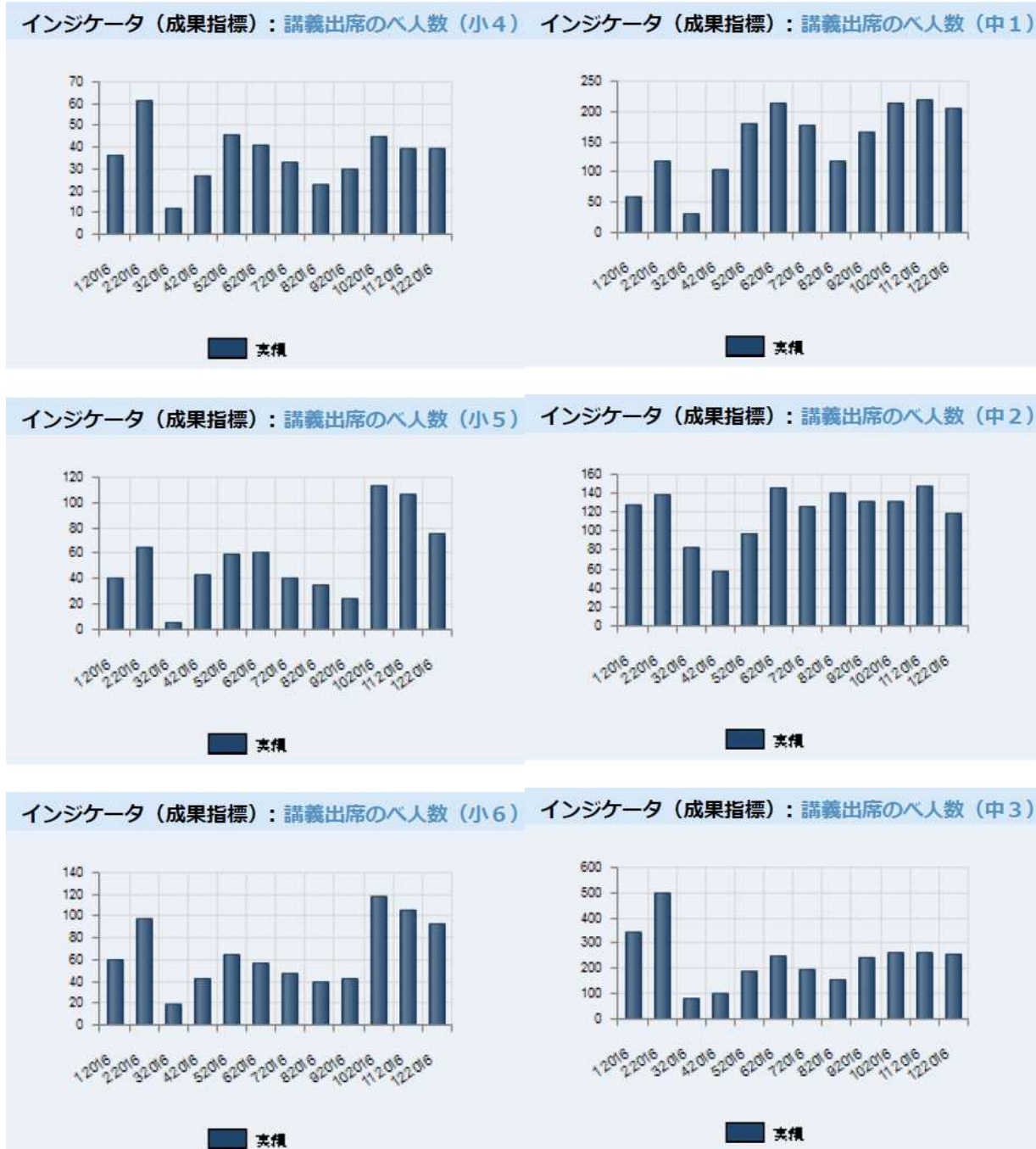
図表 145 学校種別 自習室利用者数



(4) 友人と過ごす放課後の時間

講義出席のべ人数は、年度が変わる3月に大きく減少し、夏休みのある8月にも一定程度減少しているが、ほかの時期はそこまで大きな変動はみられない。

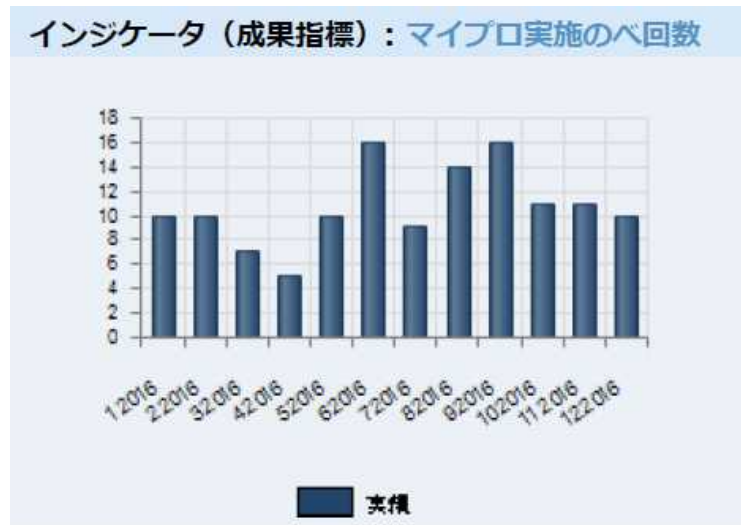
図表 146 学年別 講義出席のべ人数



(5) マイプロジェクトの実施

マイプロジェクトの実施は高校生を対象としており、月間 10 回程度実施されている。

図表 147 (高校生) マイプロジェクト実施のべ回数



4.8 事業の成果 (アウトカム)

4.8.1 成果の測定指標と指標の収集方法

女川向学館で測定を検討しているアウトカムは、以下の初期アウトカムと中間アウトカムであり、いずれも年 2 回実施している生徒アンケートでの回答結果からデータを得た。なお、「探究力の向上」については、別途ルーブリック評価 (案) を作成した (本事業内では測定は未実施)。

図表 148 女川向学館における活動成果 (アウトカム) とその測定方法

関係者	成果 (アウトカム)	段階	成果の測定指標	指標の収集方法
女川町に住んでいる小4～高3	学習量の担保	初期	平日の学習時間、休日の学習時間	女川向学館が年2回実施している生徒アンケート
	学習意欲の向上	初期	学校の授業が分かるようになった割合	
	ナナメの関係の構築	初期	向学館の先生は話を聞いてくれると思うか	
	居場所の確保 (安心・相談・挑戦)	中間	向学館では安心して自分を出すことができていると思うか 向学館は自分のやりたいことを応援してくれると思うか	
	夢・目標の明確化	中間	向学館に通うことで将来や夢について考えるようになったと思うか	
	課題に取り組む力の向上	中間	向学館に通うことで自分のやらなくてはいけないことに対して真剣に取り組むようになったと思うか	
	自己肯定感の向上	中間	向学館に通うことで、自分が頑張ればいろんなことができるようになると感じるようになったと思うか	

4.8.2 成果の測定

ここでは、女川向学館が実施した平成28年8月のアンケート結果を分析した。なお、集計にあたっては、小学4年生～高校3年生を対象とし、回答者を小学校・中学校・高校のそれぞれに分けた上で、さらに前年度に女川向学館に通っていた子供を「継続」、平成28年度から新たに通うようになった子供を「新規」として集計を行った。高校生は「新規」はおらず（0人）、「継続」のみの集計となっている。

(1) 総括

図表 149 女川向学館のアウトカム

関係者	アウトカム	段階	アウトカムの測定結果
女川町に住んでいる小4～高3	学習量の担保	初期	<ul style="list-style-type: none"> ●「平日の学習時間」が1時間以上 小学生・新規：50.0%、継続：45.2%、中学生・新規：57.9%、継続：74.4%、高校生・継続：27.3% ●「休日の学習時間」が1時間以上 小学生・新規：33.3%、継続：22.6%、中学生・新規：36.8%、継続：35.9%、高校生・継続：36.4%
	学習意欲の向上	初期	<ul style="list-style-type: none"> ●「学校の英語の授業が分かるようになったか」 中学生・新規：78.9%、継続：79.5% ●「学校の数学の授業が分かるようになったか」 中学生・新規：63.2%、継続：79.5% ※「そう思う」「少しそう思う」と回答した割合
	ナナメの関係の構築	初期	<ul style="list-style-type: none"> ●「向学館の先生は話を聞いてくれるか」 小学生・新規：41.7%、継続：38.7%、中学生・新規：89.5%、継続：81.2%、高校生・継続：90.9% ※「そう思う」「少しそう思う」と回答した割合
	居場所の確保 (安心・相談・挑戦)	中間	<ul style="list-style-type: none"> ●「向学館では安心して自分を出すことができているか」 小学生・新規：58.3%、継続：35.5%、中学生・新規：84.2%、継続：71.8%、高校生・継続：100.0% ●「向学館は自分のやりたいことを応援してくれるか」 小学生・新規：41.7%、継続：29.0%、中学生・新規：73.7%、継続：71.8%、高校生・継続：100.0% ※「そう思う」「少しそう思う」と回答した割合
	夢・目標の明確化	中間	<ul style="list-style-type: none"> ●「向学館に通うことで将来や夢について考えるようになったか」 小学生・新規：33.3%、継続：12.9%、中学生・新規：57.9%、継続：56.4%、高校生・継続：90.9% ※「そう思う」「少しそう思う」と回答した割合
	課題に取り組む力の向上	中間	<ul style="list-style-type: none"> ●「向学館に通うことで自分のやらなくてはいけないことに対して真剣に取り組むようになったか」 小学生・新規：58.3%、継続：32.3%、中学生・新規：63.2%、継続：74.4%、高校生・継続：100.0% ※「そう思う」「少しそう思う」と回答した割合
	自己肯定感の向上	中間	<ul style="list-style-type: none"> ●「向学館に通うことで自分が頑張ればいろんなことができるようになると感じるようになったか」 小学生・新規：50.0%、継続：38.7%、中学生・新規：78.9%、継続：71.8%、高校生・継続：100.0% ※「そう思う」「少しそう思う」と回答した割合

(2) 学習量の担保

平日の学習時間（1日当たり、女川向学館での講義も含む）としては、各区分とも「1時間以上2時間未満」または「30分以上1時間未満」の割合が最も高かった。

一方、休日の学習時間については、いずれの区分でも「全くしない」との回答があった。

図表 150 対象区分別 平日の学習時間

	合計	3時間以上	2時間以上 3時間未満	1時間以上 2時間未満	30分以上1 時間未満	30分未満	全くしない	無回答
小学・継続	31 100.0%	0 0.0%	3 9.7%	11 35.5%	13 41.9%	4 12.9%	0 0.0%	0 0.0%
小学・新規	12 100.0%	1 8.3%	1 8.3%	4 33.3%	4 33.3%	1 8.3%	1 8.3%	0 0.0%
中学・継続	39 100.0%	3 7.7%	7 17.9%	19 48.7%	4 10.3%	6 15.4%	0 0.0%	0 0.0%
中学・新規	19 100.0%	0 0.0%	4 21.1%	7 36.8%	3 15.8%	3 15.8%	2 10.5%	0 0.0%
高校・継続	11 100.0%	0 0.0%	2 18.2%	1 9.1%	5 45.5%	1 9.1%	2 18.2%	0 0.0%

図表 151 対象区分別 休日の学習時間

	合計	3時間以上	2時間以上 3時間未満	1時間以上 2時間未満	30分以上1 時間未満	30分未満	全くしない	無回答
小学・継続	31 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	7 22.6%	11 35.5%	10 32.3%	2 6.5%	1 3.2%
小学・新規	12 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 33.3%	2 16.7%	4 33.3%	2 16.7%	0 0.0%
中学・継続	39 100.0%	3 7.7%	2 5.1%	9 23.1%	12 30.8%	6 15.4%	7 17.9%	0 0.0%
中学・新規	19 100.0%	2 10.5%	1 5.3%	4 21.1%	4 21.1%	5 26.3%	3 15.8%	0 0.0%
高校・継続	11 100.0%	0 0.0%	2 18.2%	2 18.2%	4 36.4%	1 9.1%	2 18.2%	0 0.0%

(3) 学習意欲の向上

「向学館で勉強することで、学区の勉強が分かる」ようになったかについては、教科別に尋ねられているが、その中で登録している全ての子供が受講する、中学生の英語と数学を集計した。

「中学・継続」では、英語も数学も「少しそう思う」の割合が最も高く（それぞれ51.3%、43.6%）、
「中学・新規」では「そう思う」の割合が最も高かった（どちらも42.1%）。

図表 152 対象区分別 学校の英語の授業が分かるようになったか

	合計	そう思う	少しそう思 う	あまりそう 思わない	全くそう思 わない	無回答
中学・継続	39 100.0%	11 28.2%	20 51.3%	6 15.4%	0 0.0%	2 5.1%
中学・新規	19 100.0%	8 42.1%	7 36.8%	2 10.5%	1 5.3%	1 5.3%

図表 153 対象区分別 学校の数学の授業が分かるようになったと思うか

	合計	そう思う	少しそう思 う	あまりそう 思わない	全くそう思 わない	無回答
中学・継続	39 100.0%	14 35.9%	17 43.6%	8 20.5%	0 0.0%	0 0.0%
中学・新規	19 100.0%	8 42.1%	4 21.1%	6 31.6%	1 5.3%	1 5.3%

(4) ナナメの関係の構築

「向学館の先生はあなたの話を聞いてくれる」かについては、「高校・継続」では「そう思う」が 11 人中 9 人 (81.8%) と高かった。

図表 154 対象区分別 向学館の先生は話を聞いてくれるか

	合計	そう思う	少しそう思 う	あまりそう 思わない	全くそう思 わない	無回答
小学・継続	31	3	9	6	13	0
	100.0%	9.7%	29.0%	19.4%	41.9%	0.0%
小学・新規	12	1	4	3	1	3
	100.0%	8.3%	33.3%	25.0%	8.3%	25.0%
中学・継続	39	11	21	5	2	0
	100.0%	28.2%	53.8%	12.8%	5.1%	0.0%
中学・新規	19	9	8	0	1	1
	100.0%	47.4%	42.1%	0.0%	5.3%	5.3%
高校・継続	11	9	1	0	0	1
	100.0%	81.8%	9.1%	0.0%	0.0%	9.1%

(5) 居場所の確保 (安心・相談・挑戦)

「向学館では安心して自分を出すことができている」かは、小学生は「あまりそう思わない」「全くそう思わない」と回答した割合が高かったが、中学生以上は「そう思う」「少しそう思う」の割合が高かった。「向学館は自分のやりたいことを応援してくれる」も同様の傾向だった。

図表 155 対象区分別 向学館では安心して自分を出すことができているか

	合計	そう思う	少しそう思 う	あまりそう 思わない	全くそう思 わない
小学・継続	31	3	8	10	10
	100.0%	9.7%	25.8%	32.3%	32.3%
小学・新規	12	4	3	5	0
	100.0%	33.3%	25.0%	41.7%	0.0%
中学・継続	39	12	16	8	3
	100.0%	30.8%	41.0%	20.5%	7.7%
中学・新規	19	9	7	2	1
	100.0%	47.4%	36.8%	10.5%	5.3%
高校・継続	11	6	5	0	0
	100.0%	54.5%	45.5%	0.0%	0.0%

図表 156 対象区分別 向学館は自分のやりたいことを応援してくれるか

	合計	そう思う	少しそう思 う	あまりそう 思わない	全くそう思 わない
小学・継続	31	2	7	11	11
	100.0%	6.5%	22.6%	35.5%	35.5%
小学・新規	12	2	3	6	1
	100.0%	16.7%	25.0%	50.0%	8.3%
中学・継続	39	14	14	8	3
	100.0%	35.9%	35.9%	20.5%	7.7%
中学・新規	19	8	6	4	1
	100.0%	42.1%	31.6%	21.1%	5.3%
高校・継続	11	8	3	0	0
	100.0%	72.7%	27.3%	0.0%	0.0%

(6) 夢・目標の明確化

「向学館に通うことで将来や夢について考えるようになった」かについて、小学生は「あまりそう思わない」との回答割合が最も高かったが、中学生は「少しそう思う」、高校生は「そう思う」と回答した割合が高かった。

図表 157 対象区分別 将来や夢について考えるようになったか

	合計	そう思う	少しそう思う	あまりそう思わない	全くそう思わない
小学・継続	31	1	3	16	11
	100.0%	3.2%	9.7%	51.6%	35.5%
小学・新規	12	1	3	5	3
	100.0%	8.3%	25.0%	41.7%	25.0%
中学・継続	39	3	19	12	5
	100.0%	7.7%	48.7%	30.8%	12.8%
中学・新規	19	3	8	6	2
	100.0%	15.8%	42.1%	31.6%	10.5%
高校・継続	11	7	3	1	0
	100.0%	63.6%	27.3%	9.1%	0.0%

(7) 課題に取り組む力の向上

「向学館に通うことで自分のやらなくてはいけないことに対して真剣に取り組むようになった」か尋ねたところ、中学生以上では「少しそう思う」との回答が最も高かった。

図表 158 対象区分別 やらなくてはいけないことに対して真剣に取り組むようになったか

	合計	そう思う	少しそう思う	あまりそう思わない	全くそう思わない
小学・継続	31	1	9	11	10
	100.0%	3.2%	29.0%	35.5%	32.3%
小学・新規	12	2	5	5	0
	100.0%	16.7%	41.7%	41.7%	0.0%
中学・継続	39	6	23	9	1
	100.0%	15.4%	59.0%	23.1%	2.6%
中学・新規	19	3	9	5	2
	100.0%	15.8%	47.4%	26.3%	10.5%
高校・継続	11	5	6	0	0
	100.0%	45.5%	54.5%	0.0%	0.0%

(8) 自己肯定感の向上

「向学館に通うことで、自分が頑張ればいろんなことができるようになると感じるようになった」かについては、小学生は「あまりそう思わない」との回答割合が高かったが、中学生では「少しそう思う」、高校生では「そう思う」と回答した割合が最も高かった。

図表 159 対象区分別 頑張ればいろんなことができるようになると感じるようになったか

	合計	そう思う	少しそう思う	あまりそう思わない	全くそう思わない
小学・継続	31 100.0%	2 6.5%	10 32.3%	10 32.3%	9 29.0%
小学・新規	12 100.0%	2 16.7%	4 33.3%	5 41.7%	1 8.3%
中学・継続	39 100.0%	10 25.6%	18 46.2%	9 23.1%	2 5.1%
中学・新規	19 100.0%	6 31.6%	9 47.4%	4 21.1%	0 0.0%
高校・継続	11 100.0%	7 63.6%	4 36.4%	0 0.0%	0 0.0%

4.9 教育の観点から子供たちに及ぼした効果の検証

4.9.1 ルーブリック（案）の作成

女川向学館では「探求力の向上」を成果（中間アウトカム）としてロジックモデル上に位置付けているが、現段階では測定指標は設定していない。

「探究力の向上」は、女川向学館では「答えのない問いに自ら取り組む・チャレンジする」、あるいは「正解のない問題を粘り強く考え、その解決に向けて行動している」状態と定義づけており、多面的に効果測定すべき事項であることから、本事業ではルーブリック（案）を作成した。

今後は、下記のルーブリック（案）を参考にしながら、地域の小中学校や町役場とも調整の上、各評価点の定義の見直しを図るとともに、団体内外での活用方法を検討する予定である。

図表 160 女川向学館におけるルーブリック（案）

	評価の観点4	評価の観点3	評価の観点2	評価の観点1
探求力の向上	正解のない問いに対して解決／仮説を構築し、主体的に行動を起こすことで、新たな学びを得ている	問いに対する解決／仮説の方向性を定め、行動に向けた準備をしている	問いに関する情報を入力しており、解決／仮説の構築に向けて考えを深めている	問いについて情報収集を行い、解決／仮説の探索を始めている

4.10 地域振興の観点から地域に及ぼした効果の検証

4.10.1 基本設計

(1) 測定対象とするアウトカム

女川向学館のヒアリングからは、関係者（ステークホルダー）のうち保護者は学力の向上を特に重視しているとのことだったが、これに加えて、地域・町役場や女川向学館自身からは、子供の多様な学びに資することも意識されていた。そのため、ここでは主要なアウトカムとして「学習量の担保」、「学習意欲の向上」、「ナナメの関係の構築」の3指標を取り上げ、SROIの手法を用いて金銭価値換算を試みることとした。

「学習量の担保」「学習意欲の向上」「ナナメの関係の構築」は、いずれもロジックモデル上の成果（初期アウトカム）に位置づけられている。このうち、ロジックモデル上で「学習量の担保」は「講義の受講」「宿題の実施」「自主学習の機会」の3つの結果（アウトプット）から導出され、「学習習慣の定着」「課題に取り組む力の向上」の2つの成果（中間アウトカム）につながっている。

「学習意欲の向上」は、結果（アウトプット）としては「講義の受講」1つのみで、成果（中間アウトカム）は「学習習慣の定着」「課題に取り組む力の向上」の2つとされる。それぞれ、結果（アウトプット）と成果（中間アウトカム）が重複していることが特徴である。他方、「ナナメの関係の構築」は、結果（アウトプット）が「世代が異なるスタッフとの対話」、成果（中間アウトカム）が「自己肯定感の向上」と、「学習量の担保」「学習意欲の向上」とは独立したものとして捉えられている。

(2) 投入額

女川向学館の事業費として投入されている平成28年度の金額は、既にみたように地域・町役場からの委託事業費と保護者及び寄附者の寄附金によって構成されている。

ただし、女川町は女川湾を囲んで南北に長いこと、住宅密集地が町内2か所に分かれていること、勾配が急な道が多いことから、女川向学館では送迎バスを運行させることで子供や親への通学の負担感を軽減している。ただし、送迎バスのルートに入らない地域（住宅密集地以外）に居住する子供についてはタクシーの利用を認めており、その経費も支出している。これらは女川向学館に子供が安全かつ定期的に通う前提とされているが、女川町及び女川向学館へのヒアリングから、事業でねらったアウトカムに直接寄与するものではないとのコメントがあったため、インプットからは差し引くこととした。また、女川向学館では小学1～3年生を対象とした講義や自習室の開放も行っているが、今回の効果測定対象からは外れるため、人数比を差し引いた。そのため、検証上の投入額は総額で30,239千円である。

図表 161 女川向学館における投入額

関係者	投入額
地域・町役場	委託事業費（緊急スクールカウンセラー等活用事業）から送迎バスの委託費＋一部地域に居住する子供のタクシー代を差し引き、小学1～3年生の人数比を差し引いた金額 24,239千円 ³⁹
保護者	寄附 6,000千円
合計	30,239千円

³⁹ 平成28年度の委託費43,000千円から送迎バス等の委託費14,100千円を差し引いた上で、小学1～3年生の割合16.1%を除いた。

(3) アウトカムの金銭価値換算方法

女川向学館へのヒアリングから、特に保護者を中心として、女川向学館の講義受講が一般的な学習塾と類似した効果として「学力の向上」につながるということが強く期待されているということだった。そのため、「学習量の担保」「学習意欲の向上」については、行動レベルの成果指標として「女川向学館での時間」「自宅自習時間」を金銭価値で捉えることとした。

また、「ナナメの関係の構築」については、ロジックモデル上、「世代が異なるスタッフとの対話」により得られることとされている。これは、女川向学館のスタッフとの関係構築に相当するものと捉えられるが、関係構築には一定期間を要するとの考えのもと、子供の女川向学館の利用が1年以上継続している（新規利用者でない）ことを条件とした。

図表 162 アウトカムの金銭価値換算の方法

関係者	アウトカム	アウトカムの 変化量	変化量の設定方法	金銭価値へ換 算するための 代理指標	代理指標の設定方法
女川町に 住んでいる 小4～高3	学習量の担保	女川向学館での学習時間	女川向学館提供データ（登録数×出席率×受講時間）	学年別学習塾費 ⁴⁰	<ul style="list-style-type: none"> 女川向学館は地域の学習塾と同等の出席率・頻度・講義時間であるとみなす 文部科学省「平成26年度子供の学習費調査」より、学年別の平均額（公立学校）を乗じる
	学習意欲の向上	自宅自習時間	生徒へのアンケート結果		
	ナナメの関係の構築	スタッフとの関係が1年以上継続中の生徒数	女川向学館提供データ	「緊急スクールカウンセラー等活用事業」委託費	<ul style="list-style-type: none"> 「女川町教育要覧」を参照

4.10.2 算出方法

(1) 生徒の「学習量の担保」に係る社会的価値

まず、「学習量の担保」として、女川向学館での学習時間は子供たちが講義を受講した年間の総時間数と捉えることができる。子供たちの登録数や出席率は女川向学館で把握しているため、講義が行われる小学校4年生から中学校3年生については、学年ごとの平均受講時間を登録数と出席率に乗じて年間の総受講時間を算出した。高校生への講義は行われないが、女川向学館のヒアリングから、女川向学館での自習やマイプロジェクトの平均時間を用いることとした。

金銭換算するための代理指標としては学年別の学習塾費用を用いることとし、女川向学館を地域の学習塾と同等の出席率・頻度・講義時間であるとみなして、文部科学省「平成26年度子供の学習費調査」より、生徒数に学年別の平均額（公立学校）を乗じて算出した。

(2) 生徒の「学習意欲の向上」に係る社会的価値

「学習意欲の向上」の変化量としての自宅自習時間の増分は、女川向学館が子供たち自身を対象として実施しているアンケート調査から把握することとした。女川向学館が実施しているアンケート調査のうち平成28年8月に実施した結果から学習時間の総量（女川向学館での受講時間を含む）を把握し、ここから女川向学館での受講時間を差し引いて自宅自習時間を算出した。

⁴⁰ 文部科学省「平成26年度子供の学習費調査」における、学年別の支出者平均額を用いることとした。

その上で、「学習量の担保」と同様に、学年別の学習塾費を代理指標とする金銭換算を試みた。

(3) 生徒の「ナナメの関係の構築」に係る社会的価値

本調査研究では、生徒と女川向学館のスタッフとの関係が1年以上継続していることを「ナナメの関係の構築」と捉えることとした。女川向学館では生徒の継続利用の有無を把握していることから、前年度から継続利用している生徒を「ナナメの関係の構築」ができていない生徒と捉えた。

金銭換算にあたっては、「緊急スクールカウンセラー等活用事業」委託費を代理指標として用いることとした。

4.10.3 事業以外の要因の考慮

女川向学館がなくても生じたであろう成果（死荷重）について、「学習量の担保」に関しては、女川向学館へのヒアリングから、女川町内には学習塾が少ないこと、学習塾を利用している子供たちは女川向学館には通わなくなることから、死荷重は生じていないものと捉えた。

「学習意欲の向上」に関しては、通っている子供の多くが自宅での学習習慣がほとんどないケースが多いとの女川向学館へのヒアリング結果を参考に、10%に設定した。

「ナナメの関係の構築」については、女川向学館に緊急スクールカウンセラー等活用事業として実施している事業のうち、利用している子供たちとの対話にどの程度の人的資源を投入しているかを尋ね、女川向学館での講義以外の時間を通じた子供の対話に半分程度の時間を割いているとの回答があったため、50%とした。

4.10.4 算出結果

上記の仮定のもと、女川向学館の主要なアウトカムについて金銭価値換算をした結果が下表である。なお、効果測定期間は平成28年度の1年間とした。具体的な計算方法は以下のとおりである。

まず、「学習量の担保」について、期間中の小学4年生から高校3年生までの利用生徒数は130人（講義時間合計で32,055時間）であり、これに学年別の学習塾費（小学4年生で144千円～高校3年生で357千円）を掛け合わせて30,980千円となった。「学習意欲の向上」については、自宅自習時間が130人の合計で16,071時間となり、これを学年別の総講義時間で割り返すことで、学年別学習塾費に置き換えたところ9,432千円となるが、死荷重分の10%を差し引いて、最終的に8,489千円となった。「ナナメの関係の構築」については、継続して利用している生徒が95人、生徒1人当たり委託費が186千円であることから、両者を掛け合わせて17,713千円となったが、死荷重を50%と設定したことを考慮し、最終的に8,856千円となった。

図表 163 アウトカムを金銭価値換算した結果

関係者	アウトカム	金銭価値へ換算するための代理指標	H28年度の社会的価値の合計	事業以外の要因の考慮	修正後の社会的価値の合計
	アウトカムの変化量	金銭価値			
女川町に住んでいる小4～高3	学習量の担保	学年別学習塾費	30,980 (千円)	—	30,980 (千円)
	32,055 (時間/年)、130人	144千円 (小4)～357千円 (高3)			
	学習意欲の向上	学年別学習塾費	9,432 (千円)	死荷重 10%	8,489 (千円)
	16,071 (時間/年)	(上に同じ)			
ナナメの関係の構築	「緊急スクールカウンセラー等活用事業」の委託費	17,713 (千円)	死荷重 50%	8,856 (千円)	
95 (人/年) ⁴¹	186千円 ⁴²				

これらを合算し、女川向学館の主要なアウトカムを金銭価値換算した場合、算出した社会的価値は合計で47,495千円となった。この社会的価値の合計を投入額30,239千円で割り戻すと、社会的投資収益率は1.60と算出された。つまり、女川向学館は1の投入額に対して1.60の社会的価値が生み出される事業であるという結果を得た。

なお、本試算結果は、主要なアウトカムとして設定したもののみを金銭価値換算しているため「ストレスの低減」「ロールモデルを見つける」といったアウトカムが勘案されていないことに加え、効果測定期間を単年度としたものであり、保守的な推計結果となっていることに留意されたい。

図表 164 女川向学館における社会的投資率

社会的価値の合計(千円)	47,495
投入額の合計(千円)	30,239
社会的投資収益率(SROI)	1.60

また、SROI分析における「修正後の社会的価値の合計」の総額に対するアウトカム別の割合をみると、「学習量の担保」は64.1%、「学習意欲の向上」は17.6%、「ナナメの関係の構築」は16.3%と、「学習量の担保」が約3分の2を占める結果となっていた。

4.1.1 取組の成功要因と課題

4.1.1.1 成功要因

取組が成果をあげている要因として、まず、女川向学館では徹底して利用のハードルを下げるための工夫を取り入れていることが挙げられる。女川町の地形的な課題については送迎バスの運行等で対応していること、子供の心理的抵抗感については同級生の誘いを通じて彼らの安心できる居場所としての位

⁴¹ 女川向学館が実施したアンケート回答者(小学4年生～高校3年生)のうち、前年度も継続していた子供の人数。なお、アンケート回答者の総数は130人。

⁴² 本推計に該当する委託費を利用者数(130人)で除したものの。

置づけを得ていること、保護者の経済的負担については委託費のほかにも域外の寄附者の賛同を得るための情報発信を行うことで利用者負担をできる限り減じていることなど、利用者のニーズをきめ細やかに汲み取って非営利組織ならではの事業モデルを構築している。設立以降、女川町内の小中学生の3割以上が利用しているという利用率の高さは、このような工夫によって達成されているものと推察される。

また、地域からの期待以上の成果をねらった事業構成としている点も、成功要因の1つと考えられる。女川向学館を運営する認定NPO法人カタリバでは、キャリア学習の機会提供で多くの自治体との協働を通じて実績を重ねてきているが、女川向学館においては、同団体の提唱する「マイプロジェクト」の実施支援を、主に高校生に向けて実施している。町へのヒアリングでは、委託事業で期待することとして「学力の向上」「居場所の確保」が挙げられたが、女川向学館ではこれらに加え、独自に「ジブンゴト意識の向上」に取り組むことで付加価値を高めていると言え、その結果の一部は本事業の金銭価値換算でも定量的に示されている（年間約886万円に相当）。

最後に、女川向学館の設立の経緯として震災から約5か月後には運営が開始されたことや、女川町からの資金的支援が全くない状態で寄附だけで運営していたこと、T・T等を通じて学校の教師とも円滑な連携を図っていることなど、様々な関係者と強固なネットワークを築き、地域に深く根差した事業となっている点も成功要因として見逃せない。こうした無形の「信頼」は、本事業で作成したロジックモデル自体には表れてはいないものの、女川町とのパートナーシップ協定の締結にその断片を垣間見ることができる。

4.1.1.2 今後の改善点の示唆、効果測定をしたことの気づき

女川向学館の取組における今後の課題のうち、事業内容自体については、女川向学館自身から、子供の特性に応じた対応に改善の余地があるとの意見があった。例えば、学習障害等の課題を有するケースや生活習慣に大きな問題を抱えているケースでは、ほかの子供と比較すると成果が得られているとの実感がないため、対応策に改善の余地があるとされていた。

また、取組の継続性については、国の復興事業の予算が徐々に減少する中で、委託費も年々減少しており、数年後の事業運営費をどのように賄うかを検討する必要がある。この点について、女川向学館では今回のような効果測定によって、目的に叶った成果が達成できていることを関係者に丁寧に説明したいとの意向を持ち、既に独自の効果測定も行っていた。他方、女川町では、同様の学習支援・居場所提供の機能を確保し続けるためにどのような効果測定が必要かを模索しているタイミングだったとのことであり、今後さらに詳細な検討が望まれる。

さらに、効果測定方法の必要性の認識醸成に対する難しさについても指摘があった。女川向学館からは、現状では団体として評価を行うモチベーションや測定結果の活用方法は、主に内部のスタッフとの意識合わせであり、外部への説明責任はそれほど強くは求められていないということだった。女川向学館としては、測定結果に対して外部からフィードバックがあれば自らの事業内容を改善する指針にもなるし、リテンションにもつながると効果測定に非常に前向きな考え方だったが、そのような機会を得るには、社会全体で効果測定の必要性について認識が高まる必要があると言える。

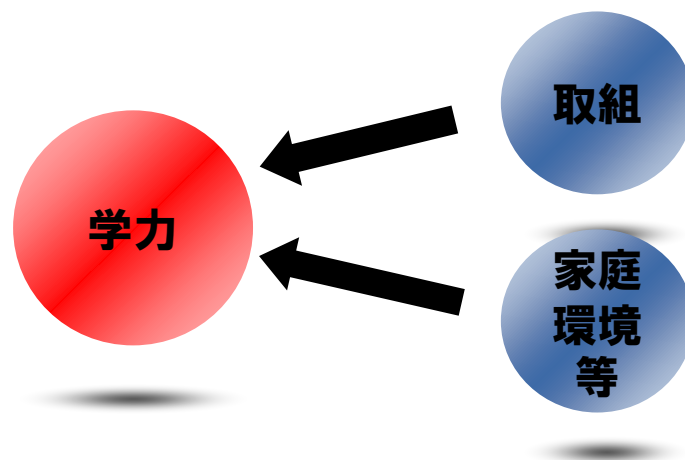
第5章 取組と効果の因果関係の分析

I. 取組の効果と因果関係経路の把握

1. 因果関係把握の難しさ

取組の効果を因果関係として把握することは、想像以上に難しいことが知られている。例えば、図のようにある取組が学力に及ぼす効果を測定する場合、取組から学力への矢印の大きさが取組の効果と解釈できる。この場合、取組を行った子供と行っていない子供を単純に比較しても、取組の効果を測定したことにはならない。

図表 165 学力に対する取組の効果



その理由を整理したものが下図である。第一は「欠落変数」である。例えば家庭環境など学力に影響を及ぼす要因がほかにある場合、それを無視して分析を行うと、取組の効果にはバイアスが生まれてしまう。教育熱心な家庭の場合、そもそも子供の学力が高くなりやすくかつ学校外教育の取組にも熱心、といったケースが該当する。

第二は「サンプルセクション」である。効果測定を行う場合、データの入手が容易な子供だけを分析対象にする場合、測定された効果にバイアスが生まれてしまうおそれがある。

第三は「逆の因果関係」である。例えば、もともと学力の高い子供ほど意欲が高く、学校外教育への取組に参加する傾向がある場合、取組を行った子供と行っていない子供を比較しても、効果の測定はできない。

取組効果の因果関係を把握するためには、こうした種々の要素を考慮する必要がある。

図表 166 因果関係の把握を難しくする要因の代表例

要因	内容
欠落変数	アウトカムに及ぼすそのほかの要因を無視してしまっていることによってバイアスが生まれる。
サンプルセクション	分析に利用しているサンプルに何らかの偏りがあることによってバイアスが生まれる。
逆の因果関係	逆方向の因果関係がある場合にバイアスが生まれる。

2. 因果関係把握の方法

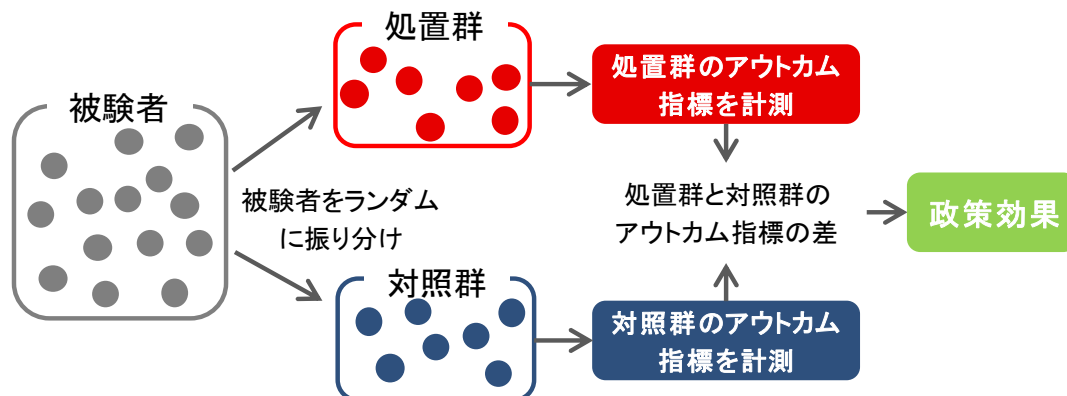
因果関係を把握するための手法を整理したものが下図である。表の上にあるものが因果関係を精緻に把握できる方法であり、下に行くほど相関関係の分析に留まってしまう。

図表 167 因果関係測定手法の比較

因果関係測定手法	概要	強み	弱み
ランダム化比較試験 (RCT)	・取組を受ける人と受けない人をランダムに割当	・因果関係の有無を正確に測定することができる	・実施には手間とコストを要する
回帰分析	・最小二乗法と呼ばれる手法によって統計的に分析する	・欠落変数の問題に対処することができる	・サンプルレクションや逆の因果関係の問題には対処できない
前後比較	・取組を受ける前と受けた後でアウトカムを比較	・もともとの学力の高さ等を加味した分析ができる	・サンプルレクションや逆の因果関係の問題には対処できない
単純比較	・取組を受けた子供と受けていない子供を比較	・簡便に実施することができる	・測定結果を因果関係とみなすことは難しい

ランダム化比較試験 (RCT) の概念図を示したものが下図である。RCT では、取組を行うかどうかをランダムに振り分けることによって、効果を測定する手法であり、因果関係を正確に測定できる点が強みである。しかしながら、実施には手間や時間的・金銭的なコストを要することになるため、その適用は容易ではない。

図表 168 ランダム化比較試験の概念図



(出所) 小林庸平(2014)「政策効果分析の潮流とランダム化比較実験を用いたアンケート督促効果の分析」

回帰分析、前後比較、単純比較も効果測定を行うための手法だが、RCT に比べると因果関係を厳密に測定することは難しいが、しかしながら、いずれの手法も入手しやすいデータのみで分析できるケースが多いことが利点である。回帰分析の場合、欠落変数の問題に対処することができる点が利点である。前後比較の場合、同一の個人の事前と事後のアウトカムを比較することになるため、もともとの学力の高さ等を加味した分析ができる。単純比較は取組を受けた子供と受けていない子供を比較手法であり、非常に簡便な分析方法だが、様々な要素を考慮することがまったくできない。

II. 本調査研究における因果関係分析

1. 分析対象事業

以上の点を踏まえると、因果関係分析を行うためには、以下の条件が整っている必要がある。

第一が個人レベルのデータ取得である。因果関係分析を行うためには、統計的には検定を行うことが不可欠であり、個人レベルのデータを一定数以上収集できる必要がある。

第二が比較対象（対照群）となるデータの取得である。こういった因果関係測定手法を用いるとしても、取組の効果を推定するためには比較対象となる対照群のデータが不可欠となる。例えば、取組に参加した子供と参加していない子供のデータや、同一個人における取組への参加前後のデータなどが必要となる。

第三がアウトカムに影響を与え得る個人属性データの取得である。欠落変数によって生じるバイアスを回避したり、個人属性別の取組の効果の違いを明らかにしたりするためには、アウトカムに影響を与え得る個人属性データを、可能な限り幅広く収集できることが望ましい。

以上の三点を踏まえて、今回の因果関係分析では、「高校生レストラン」と「ブリュッケ」を分析対象事業と位置付けたい。

2. 分析項目

分析項目は以下のように設定する。取組前後における比較分析は0でみたとおり、4事例全てで行っているが、高校生レストランは高校生の取組前後のデータだけではなく、取組に参加していない個人のデータまで収集できている点が強みであるため、取組前後のデータと取組参加・非参加の両方のデータを組み合わせることによって因果関係をより精緻に明らかにする。一方で、ブリュッケの取組は、個人のバックグラウンド（不登校経験、家庭の状況、生活習慣等）を収集できている点が強みであるため、取組前後でのアウトカムの変化が、個人属性によってどのように異なりえるのかを分析する。

図表 169 分析項目

	高校生レストラン	ブリュッケ
取組前後での効果分析	○	○
取組に参加していない個人のデータを用いた効果分析	○	
個人属性別の効果分析		○

3. 因果関係分析：高校生レストラン事業

3.1 分析の枠組み

高校生レストラン事業のデータを用いて推定するのは以下の式である。

$$\Delta y_i = \alpha + \beta c_i + \varepsilon_i$$

ここで、 Δy_i はアウトカム指標の取組前後（高校入学時と現在等）の差分であり、アンケート及びブリークによって把握した項目となる。 c_i は調理クラブに入っている場合に1を取るダミー変数である。 ε_i は誤差項である。 α は定数項であるため、アウトカム指標の取組前後での平均的な変化量を表す。一方 β はアウトカム指標の取組前後での変化量が、調理クラブに入っている生徒の場合にどのくらい上乘せされるか（マイナスの場合は下押しされるか）を表している。つまり β がプラスで統計的に有意であれば、調理クラブによってアウトカム指標が改善しているものと考えられるのである。

3.2 分析結果

3.2.1 アンケート分析

アンケートの推定結果を示したのが次の図表である。表では、前述の式の β の推定値を示している。推定は、高校1年生から3年生までの全ての生徒のデータを用いたものと、高校3年生のみに限定したものとに分けている。アウトカム指標は、各項目について「よくあてはまる」が5で、「まったくあてはまらない」が1となる5段階の数値となっている。つまりベータがプラスであれば、アウトカム指標に対して調理クラブがポジティブな影響を与えていると考えることができる。

推定結果をみると、全生徒のデータを用いた推定と高校3年生のみのデータを用いた推定では、「料理、スイーツを人に提供することは楽しい」と「多少の理不尽さに耐えられる自信がある」がともに統計的に有意にプラスになっていることが分かる。数値の絶対値をみると、特に後者の上昇幅が大きい。加えて、高校3年生に限定した推定では「もっと技術力を磨きたい」もプラスで統計的に有意になっている。そのほかの項目については、おおむねプラスで推定されているものの、統計的に有意ではない。

以上の結果から、調理クラブについては、料理に対する興味やモチベーション、社会に出る上での基礎的な素養を高める効果を有していると考えられる。

図表 170 アンケートの推定結果

		料理、スイーツを人に提供することは楽しい	もっと技術力を磨きたい	多少の理不尽さに耐えられる自信がある	多気町や三重県の食材に関心がある	多気町や三重県が好きだ	多気町や三重県に役立つことをしたい	将来、多気町で仕事をしたい	将来、県内で仕事をしたい	将来、海外で仕事をしたい
全生徒	β	0.227*	0.119	0.304*	0.0670	-0.123	-0.0117	-0.0224	0.146	0.108
		(0.117)	(0.104)	(0.183)	(0.172)	(0.136)	(0.175)	(0.106)	(0.168)	(0.158)
	サンプルサイズ 決定係数	108 0.034	108 0.012	108 0.025	107 0.001	108 0.008	106 0.000	108 0.000	108 0.007	107 0.004
高校3年生	β	0.422*	0.348*	0.731*	0.281	0.0742	-0.193	-0.102	0.251	-0.0256
		(0.236)	(0.202)	(0.384)	(0.370)	(0.258)	(0.328)	(0.163)	(0.383)	(0.241)
	サンプルサイズ 決定係数	40 0.078	40 0.072	40 0.087	40 0.015	40 0.002	39 0.009	40 0.010	40 0.011	40 0.000

カッコ内は標準誤差

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

3.2.2 ルーブリック分析

ルーブリックの推定結果を示したのが次の図表である。表では、前述の式の β の推定値と α の推定値を示している。

推定結果をみると、「接客力、コミュニケーション力が向上する」と「協調性が向上する」は、調理クラブに加入していると統計的に有意に上昇することが分かる。「ビジネス感覚が付く」については、統計的には有意とは言えないものの、調理クラブに加入している生徒の方が上昇する傾向にはある。

以上より、調理クラブへの加入は、特に基本的な技術力や協調性などを高める効果があるものと考えられる。

図表 171 ルーブリックの推定結果

	接客力、コミュニケーション力が向上する	協調性が向上する	ビジネス感覚が付く
β	0.758*** (0.162)	0.348* (0.177)	0.343 (0.214)
α	0.909*** (0.108)	0.818*** (0.119)	1.045*** (0.144)
サンプルサイズ	40	40	40
決定係数	0.367	0.093	0.063

カッコ内は標準誤差

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

4. 因果関係分析：ブリュッケ事業

4.1 分析の枠組み

ブリュッケ事業におけるロジックモデルを再掲したものが図表 172 である。このロジックモデルをベースに、以下のような因果関係分析を行いたい。

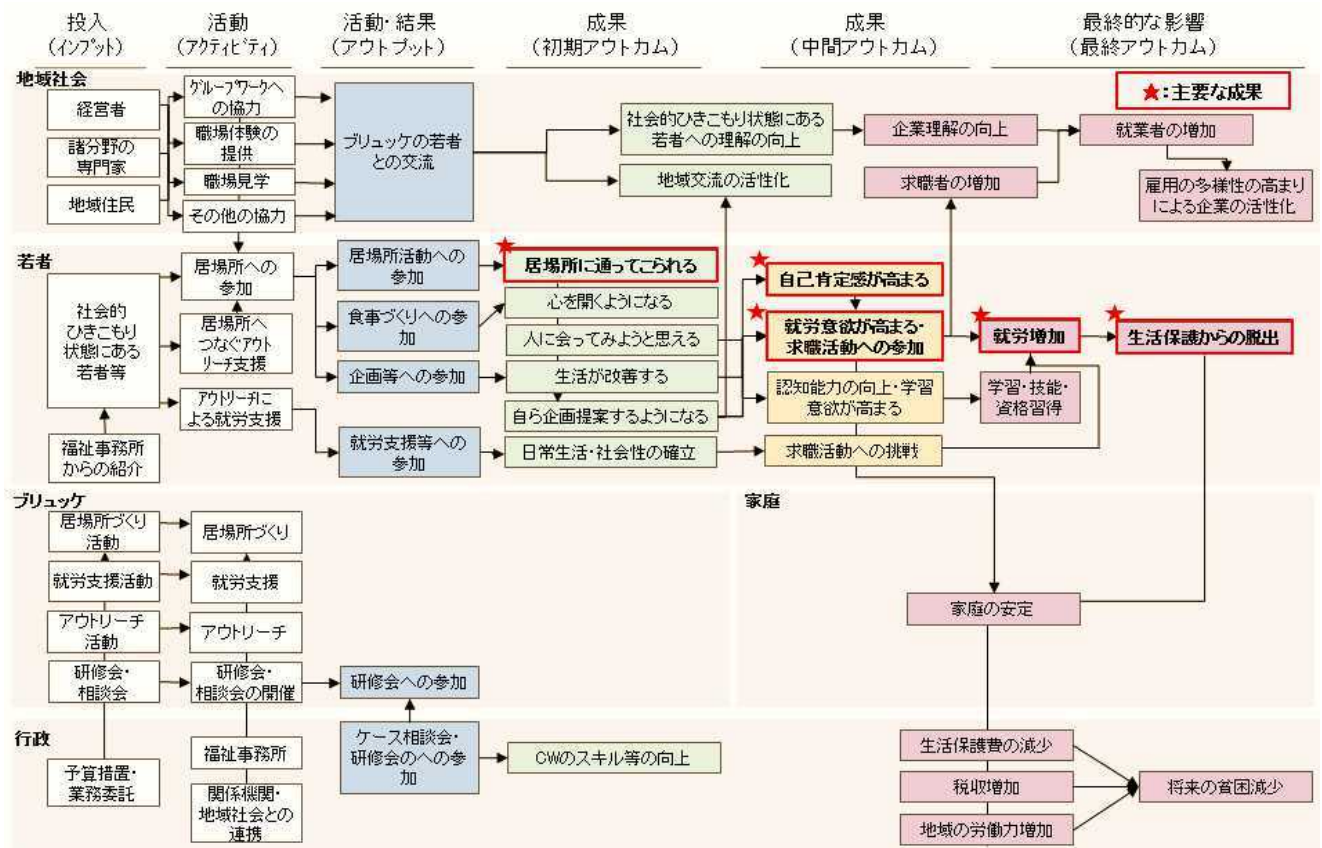
第一が取組前後での効果分析である。ルーブリックによって評価した最初期アウトカム、初期アウトカム、中間アウトカムを前後比較することによって、居場所支援事業と就労支援事業の効果測定する。

第二が、若者の個人属性が最初期・初期・中間アウトカムに与える影響の分析である。居場所支援事業や就労支援事業は、効果の出やすい人と出にくい人がいる可能性がある。個人属性別の影響分析を行うことによって、どういった若者への支援が効果的なのかを明らかにすることができる。

第三が、ルーブリックによって測定した最初期・初期・中間アウトカムが、最終アウトカムである就職活動や就労につながっているかどうかの分析である。ルーブリックによって測定されたアウトカムの上昇によって、就職活動を行う確率や就労できる確率があがるのであれば、こうした中間的なアウトカムを高めることの意味を正当化することができる。

第一の分析は平均値の差の検定を用いて行い、第二・第三の分析は回帰分析を用いて行う。なおブリュッケの事業は主に居場所支援と就労支援で構成されており、ルーブリックも別個に作成されているため、分析も別々に行う。

図表 172 ブリュッケ事業におけるロジックモデル (再掲)



4.2 分析の詳細

分析に用いるアウトカム変数は以下のとおりである。最初期アウトカム変化量、初期アウトカム変化量、中間アウトカム変化量は、ルーブリックのアウトカム指標の支援開始時から現在までの変化量であ

る。各アウトカムのなかには1～3つの項目が含まれているが、各項目の平均値を用いている。

就業に関するアウトカム指標としては、就職活動ダミーと就職ダミーを用いる。これらの分析ではダミー変数を被説明変数とした線形確率モデル (Linear Probabilistic Model) を用いる。

図表 173 分析に用いるアウトカム変数

アウトカム変数	内容
最初期アウトカム変化量	最初期アウトカム (2項目) の平均値の変化量
初期アウトカム変化量	初期アウトカム (居場所支援 3項目、就労支援 2項目) の平均値の変化量
中間アウトカム変化量	中間アウトカム (居場所支援 3項目、就労支援 1位項目) の平均値の変化量
就職活動ダミー	就職活動を行っている場合に 1 を取るダミー変数
就職ダミー	就職できた場合に 1 を取るダミー変数

分析に用いる個人属性等の説明変数を整理したものが下図である。

性別や学歴は基本属性として考慮している。支援開始時年齢は、支援開始の時期が早いほど効果が大きい可能性があると考えられるため考慮している。ひきこもり年数や中学校・高校不登校ダミーについては、ひきこもりの期間や不登校のタイミングによって、支援の効果が異なる可能性があると考えられるため考慮している。

両親離婚ダミーと両親 DV・虐待・ネグレクトダミーは、家庭の状況を考慮した変数である。

図表 174 分析に用いる説明変数

説明変数	内容
女性ダミー	女性の場合に 1 を取るダミー変数
支援開始時年齢	居場所支援・就労支援を受け始めた時点での年齢
中学校不登校ダミー	中学校時に不登校を開始した場合に 1 を取るダミー変数 (データに含まれる個人は全員が不登校経験者であるため、基準は小学校時に不登校を開始した場合となる)
高校不登校ダミー	高校時に不登校を開始した場合に 1 を取るダミー変数 (データに含まれる個人は全員が不登校経験者であるため、基準は小学校時に不登校を開始した場合となる)
高校・専門学校卒業ダミー	高校・専門学校を卒業している場合に 1 を取るダミー変数
ひきこもり年数	ひきこもりをしていた年数
両親離婚ダミー	両親が離婚している場合に 1 を取るダミー変数
両親 DV・虐待・ネグレクトダミー	両親から DV や虐待、ネグレクトを受けていた場合に 1 を取るダミー変数

4.3 分析結果

4.3.1 最初期・初期・中間アウトカムの前後比較分析

最初期・初期・中間アウトカムの前後比較分析を居場所支援について行ったものが図表 175 である。最初期・初期・中間アウトカムのそれぞれについて、1 列目に事前（支援開始時点）の平均値を、2 列目に現在（調査時点）の平均値を示しており、3 列目には支援開始時点から調査時点までの変化量を示している。分析期間中、居場所支援を受けた若者は 16 人である。

各アウトカムの平均値の変化量をみると、全てのアウトカムが上昇していることが分かる。加えて、これらのアウトカムの変化量は全て 1%水準で統計的に有意である。変化量がもっとも大きいのが最初期アウトカムの 1.09 であり、次いで中間アウトカムの 1.00、初期アウトカムの 0.83 となっている。

図表 175 最初期・初期・中間アウトカムの前後比較分析結果（居場所支援）

	最初期アウトカム			初期アウトカム			中間アウトカム		
	事前	現在	変化量	事前	現在	変化量	事前	現在	変化量
平均値	1.53	2.63	1.09	1.73	2.56	0.83	1.45	2.45	1.00
標準偏差	0.72	1.12	0.95	0.73	0.72	0.64	0.38	0.72	0.82
t値	-	-	4.59	-	-	5.15	-	-	4.58
p値（両側）	-	-	0.000	-	-	0.000	-	-	0.001
サンプルサイズ	16			16			14		

就労支援のアウトカムの前後比較分析を行ったものが図表 176 である。就労支援は初期アウトカムと中間アウトカムのみとなっている。初期・中間いずれについてもアウトカムの変化量はプラスになっており、就労支援の前後で統計的に有意に上昇していることが分かる。

以上を踏まえると、ルーブリック評価に基づくアウトカム指標については、居場所支援も就労支援も明確な上昇効果があると言える。

図表 176 最初期・初期・中間アウトカムの前後比較分析結果（就労支援）

	初期アウトカム			中間アウトカム		
	事前	現在	変化量	事前	現在	変化量
平均値	1.93	3.32	1.39	2.14	3.86	1.71
標準偏差	0.58	0.75	0.68	1.29	0.53	1.27
t値	-	-	7.61	-	-	5.06
p値（両側）	-	-	0.000	-	-	0.000
サンプルサイズ	14			14		

4.3.2 個人属性が最初期・初期・中間アウトカムの変化量に与える影響分析

個人属性が最初期・初期・中間アウトカムの変化量に与える影響の回帰分析結果を示したものが図表 177 である。左の 3 列は居場所支援におけるアウトカム変化量に与える分析であり、右の 2 列は就労支援におけるアウトカムの変化量に与える分析である。

居場所支援についてもっとも特徴的な部分は支援開始時年齢である。支援開始時年齢の係数はマイナスで推定されており、最初期アウトカムと初期アウトカムについては統計的に有意となっている。つまり支援開始時の年齢が高いとアウトカムの変化が小さくなってしまふことを意味している。このことから早期支援の重要性が高いことが示唆される。また、中学校不登校ダミー（基準は小学校不登校）はプラスで有意となっており、小学校時に不登校になった子供よりも、中学校期に不登校になった子供の方

がアウトカムが上昇しやすいことが分かる。また、高校や専門学校を卒業しているとアウトカムが上昇しやすいことも分かる。

就労支援については、個人属性変数は全体としてほとんど統計的に有意になっていないが、両親DV・虐待・ネグレクトダミーは初期アウトカムの変化量に対してマイナスの影響を与えている。支援開始時年齢については、中間アウトカムの変化量に対してプラスで有意になっており、支援開始時の年齢が高かったとしても中間アウトカムは上昇しやすいことが分かる。

図表 177 最初期・初期・中間アウトカムの変化量に与える影響分析

	居場所支援			就労支援	
	最初期 アウトカム	初期 アウトカム	中間 アウトカム	初期 アウトカム	中間 アウトカム
女性ダミー	0.296 (0.580)	0.658 (0.458)	0.0701 (0.932)	1.287 (0.753)	-0.127 (1.502)
支援開始時年齢	-0.208** (0.0787)	-0.179** (0.0621)	-0.131 (0.107)	-0.143 (0.129)	0.550* (0.258)
中学校不登校ダミー	1.695** (0.662)	0.994* (0.523)	0.925 (1.058)	0.0684 (1.228)	4.799 (2.450)
高校不登校ダミー	0.0775 (0.420)	-0.166 (0.331)	0.126 (0.736)	0.300 (0.870)	0.141 (1.735)
高校・専門学校卒業ダミー	0.920* (0.437)	1.155** (0.345)	1.091 (0.611)	1.292 (1.099)	1.744 (2.193)
ひきこもり年数	0.145 (0.145)	0.168 (0.115)	0.288 (0.193)	0.0495 (0.0873)	-0.313 (0.174)
両親離婚ダミー	-0.0430 (0.372)	-0.172 (0.294)	-0.434 (0.617)	0.397 (0.472)	-1.305 (0.942)
両親DV・虐待・ネグレクトダミー	0.126 (0.441)	0.0101 (0.348)	-0.523 (0.653)	-1.117* (0.450)	1.363 (0.898)
定数項	3.713** (1.258)	2.996** (0.993)	2.119 (1.852)	3.851 (3.141)	-11.97 (6.266)
観測数	16	16	14	14	14
決定係数	0.809	0.740	0.626	0.728	0.684
自由度修正済み決定係数	0.591	0.442	0.0266	0.292	0.178

4.3.3 最初期・初期・中間アウトカムが最終アウトカムに与える影響分析

居場所支援における最初期・初期・中間アウトカムが、就職活動の開始状況や就職できたかどうかによってどのような影響を与えているかを分析したものが図表 178 である。

居場所支援についてみると、中間アウトカムが高いほど就職につながりやすいことが分かる。具体的には、中間アウトカムが平均して1高い若者の場合、就職につながる可能性が40%以上も高まる傾向がある。一方で、各アウトカムと就職活動を開始しているかどうかについては、明確な関係性は確認できない。以上から、中間アウトカムを高めるような支援を行うことは、かなり大きなマグニチュードで就職に寄与するものと考えられる。

一方就労支援については、全ての若者が就職活動自体は開始しているため、分析は就職できたかどうか限定される。初期・中間アウトカムと就職の間関係性についてみると、中間アウトカムの係数はプラスになっているものの、統計的に有意な関係は確認できない。これは調査対象者数が少なすぎるために、有意な効果を検出できなかった可能性がある。

図表 178 最初期・初期・中間アウトカムが最終アウトカムに与える影響分析

	居場所支援		就労支援
	就職活動 開始	就職	就職
最初期アウトカム(現在)	0.0492 (0.229)	0.155 (0.157)	
初期アウトカム(現在)	0.139 (0.399)	-0.461 (0.273)	0.0994 (0.176)
中間アウトカム(現在)	0.340 (0.208)	0.422** (0.142)	0.341 (0.247)
定数項	-0.856 (0.774)	0.00571 (0.530)	-0.930 (0.955)
観測数	14	14	14
決定係数	0.377	0.567	0.215
自由度修正済み決定係数	0.190	0.437	0.0723

カッコ内は標準誤差

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

III. 因果関係分析の成果と課題

本章では、高校生レストラン事業とブリュッケ事業について、収集したデータを活用した因果関係分析を行った。分析から、いくつか興味深い結果が得られているが、因果関係を精緻に分析していくためには以下のような課題や注意点があると考えられる。

1. サンプルサイズの小ささ

本章の分析に用いたデータは、高校生レストラン事業のアンケートデータが108人、ループリックで40人であり、ブリュッケ事業のループリックについては居場所支援事業で16人、アウトリーチ就労支援事業で14人である。サンプルサイズが小さいと推定値の誤差が大きくなってしまいうため、統計的に有意な結果が得にくかったり、数人の結果が変わるだけで全体の傾向にも大きな影響が出てしまったりする可能性がある。そのため、因果関係分析を精緻に行っていくためには、可能な限りサンプルサイズを確保していくことが必要となる。

サンプルサイズを大きくするためには、第一に継続的な調査を行う方法が考えられる。パネル調査として継続的に調査することができれば、同じ人であっても複数時点でデータを収集することができるため、サンプルサイズを大きくすることができる。

第二の方法は、調査項目をそろえて複数の取組を評価することである。例えばブリュッケの事業は就労支援だが、ブリュッケ事業で作成したループリックを他地域の就労支援事業でも用いることができれば、共通のフォーマットでデータを収集することができるため、サンプルサイズを大きくすることができる。

2. 対照群データの把握

因果関係を分析するためには、施策の対象となっていない人(対照群)のデータを把握し、施策の対象となった人(処置群)と比較することが望ましい。高校生レストラン事業では、調理クラブに加入していない人のデータを取得することができたため、処置群と対照群のアウトカム比較が可能になっており、より精緻な因果関係分析が可能となった。そのため、取組の効果を測定するためには、対照群のデ

ータをどのように把握するのかをリサーチデザイン設計の段階から検討しておくことが重要である。

しかしながら、対照群のデータの把握が様々な問題で難しいケースも多い。特にブリュッケの事業のように、取組の対象者が不登校やひきこもりである場合、そうした人たちのデータを詳細に把握することは簡単ではない。また教育分野で比較対照実験を行うためには、人権や倫理的側面に十分に配慮することも不可欠である。

対照群のデータを取ることが難しい場合は、次善の策として2つの方法が考えられる。第一は、処置群のなかで施策への積極的に参加した人と、そうでない人を比較する方法である。ブリュッケ事業を例に取れば、年間の活動日数が多い人と少ない人のアウトカムを比較することによって、事業の効果を測定することが可能となる。第二は、対照群のデータが取れない場合でも、できるだけ多くの個人属性を把握することである。本章におけるブリュッケ事業の分析はまさにそうした方法に立脚しているが、多様な個人属性を把握することによってバイアス等を補正していける可能性がある。

3. 振り返り調査への留意

高校生レストラン事業では、高校に入学した時点のアウトカムと現在のアウトカムを比較分析している。高校入学時点でのデータは、回顧的に（過去を思い出してもらう形で）調査を行っている。しかしこうした方法では、過去を美化してしまう危険性があり、高校入学時点の正確な情報を得られない可能性がある。こうしたいわゆる「思い出補正」が働く可能性があるため、時系列的にデータを把握する場合は、できる限り時点ごとに調査を行うことが望ましい。

第6章 実証研究の成果を予算要求や各種報告に組み込む実践

I. 実践内容

1. 対象

静岡市子ども未来局こども家庭課が実施する「静岡市生活困窮世帯、ひとり親家庭等の子どもへの学習・生活支援事業」について、昨年度実施された文部科学省調査「平成27年度 地域政策等に関する調査研究」のなかで整理された効果検証の結果を平成29年度の予算要求に活用する実践を行った。

2. 実践方法

2.1 予算要求資料への添付

「静岡市生活困窮世帯、ひとり親家庭等の子どもへの学習・生活支援事業」は事業2年度目を迎えているが、事業初年度である昨年度（平成27年度）も、文部科学省の委託事業において、静岡市子ども支援コンソーシアムを組成する、一般社団法人てのひらの取組の効果検証がなされている。

そこで、平成29年度分の、「静岡市生活困窮世帯、ひとり親家庭等の子どもへの学習・生活支援事業」の予算要求のために、静岡市役所子ども未来局子ども家庭課から予算要求資料の参考添付資料として、昨年度調査のなかで整理された、一般社団法人てのひらの効果検証結果資料を静岡市の財務部局に、平成28年10月末に提出した。

2.2 予算要求結果

平成28年11月～平成29年1月にかけて、静岡市役所内で、担当課と財務部門の調整が重ねられ、結果として、今年度と同額で学習支援事業が実施されることとなった。なお、学習支援事業と並行して行われていた生活支援事業については、平成28年度事業の2か所（葵区、駿河区）から3か所（清水区を追加）に拡大され、その分予算が拡大している。

予算増額の背景には、清水区にも支援が必要な子供・家庭があることがスクールソーシャルワーカーへのヒアリングや学校関係者からの情報等で確認されたことが大きな要因となっているとのことであった。

II. 実践から得られた示唆

既知のとおり、行政評価の世界では、平成13年の第一次小泉内閣による改革とそれに伴う「行政機関が行う政策の評価に関する法律」の施行等により、何をどれだけやったかというアウトプットによる評価よりも、やった結果どうなったのかというアウトカムを重視した評価が重要であるという流れがある。総務省「地方公共団体における行政評価の取組状況等に関する調査」では、都道府県及び特例市以上の市における行政評価の導入率はほぼ100%となっている。そして、行政評価を導入している自治体の約7割が評価結果を予算要求等に反映しており、そのうち9割が予算査定等においても評価結果を活用し

ている⁴³。ただし、担当部局と財政部局は独立したセクションであり、担当部局の評価に財務部局が拘束されることは現実的ではないため、評価結果は予算要求の際に考慮されるというレベルにとどまざるを得ないという事情がある。このことを踏まえつつも、静岡市において実践したプロセスをもとに、効果測定の結果が予算要求に活かってくる場面について下記にまとめる。

1. 効果測定結果の予算要求の際の活用場面

1.1 最終場面での活用が有効

今回の実践を通して、当該資料は財務部局が予算要求の最終場面の参考資料として使えるという手応えがあった。最終場面としたのは、予算要求の最初の場面ではアウトプットに着目した説明が求められているためである。静岡市における実践においては、まずは取組について予算規模に見合う程度のサービス提供者がいるのかという観点で、財務部局からアウトプット（静岡市の事例の場合、「事業による支援対象者の確保・拡大」が該当）に着目した説明、つまり、しっかりと人数が集まる見込みがあるのかどうか、支援対象とする子供が利用するのか、という点での説明が求められた。静岡市子ども家庭課の場合、これまでの事業実績、スクールソーシャルワーカーへのヒアリング結果等を用いて、確実に利用者が確保できること、積算面での妥当性をまずは説明した。もし、この時点で、数人しか利用者が集まっていないという状況の場合は、どれほど教育的な効果・価値・意義がある取組だとしても、予算規模に見合う程度の行政サービスを受ける人数がいなければ意味が無いと判断されてしまうおそれがあるとのことである。

そして、アウトプット面の要件が満たされた後に、今回提出した実証研究資料が検討の材料として俎上に上がることになる。静岡市子ども家庭課担当者は、「こうした資料が考慮されるタイミングを見極めることが重要である」と振り返っていた。特に、財務部門とのやり取りを複数回重ねていく中で、財務部門側の担当者も、やり取りの後半局面になるほど、決定権者へと変わっていく傾向があるため、『ダメ押し資料』として機能する可能性が高い」とのことであった。

1.2 予算が削減されそうな場合での活用が有効

静岡市以外の事例担当者の話のなかでは、通常は予算を維持する際には多くの説明は求められないが、予算にシーリングがかけられ一律カットされそうな場合に定量的な評価があると、予算の維持に有効であるという意見があった。実際、第3章でみた豊島区におけるSROIの活用事例においても、厚生労働省の補助金が一律カットされることを見据えて予算を維持できるように定量的な評価がなされていた。

2. 手法別の活用可能性

実証研究でみたとおり、効果測定の結果は予算要求にとどまらず、取組の改善点を把握するためにも活用できるものである。下記では、静岡市を含めた4自治体の担当者に効果検証結果の使い道についてインタビューをした結果や委員会でも識者から得た意見をもとに、取組の改善点を把握すること以外の各手法の活用可能性についてまとめる。

⁴³総務省「地方公共団体における行政評価の取組状況等に関する調査結果」（平成26年3月25日）なお、本調査は、平成25年10月1日時点の状況を示しているもので、行政評価については「政策、施策及び事務事業について、事前、事中、事後を問わず、一定の基準、指標をもって、妥当性、達成度や成果を判定するもの」と定義されている。

2.1 ロジックモデル

2.1.1 新規事業・施策の立ち上げを目的とした活用

(1) 新規事業の狙いを説明する際に有効

静岡市における実践では、ロジックモデルは、継続事業の予算要求の際よりも、「新規事業を立ち上げる時・新規計画策定のとき」に有効であるという意見を得た。新規で事業を立ち上げる際、事業目的やスキームを所定の様式に沿い文章で説明するが、その効果までを分かりやすく伝えることはどうしても難しい。その際に、例えばロジックモデルを示すことができれば、当該事業ではどのような主体が関わり、最終的に何を目指しているのかを簡潔なキーワードでまとめているため、財務部門にとっても理解しやすく、担当課としても説明がしやすくなるとのことであった。静岡市では、新規事業を立ち上げる際は、他地域の事例（静岡市の場合は他政令指定都市の状況などもしばしば参照）を示すことが説得力向上につながるという認識があるとのことであったが、今回の実践を通して、実証研究資料の提出について一定の意義を見出したと振り返っていた。

(2) 既存の事業でカバーできていない領域を見つける際に有効

また、施策単位でロジックモデルを作成すれば、施策の展開により解決したい地域課題について、既存の事業ではどの部分がカバーできていないかを可視化でき、新規の事業提案につながる。

2.1.2 外部資金の呼び込みを目的とした活用

(1) 共感者と取組のビジョンを共有する際に有効

近年、ふるさと納税やクラウドファンディングなどにより民間資金を調達して地域課題を解決しようという取組が広がっている。また、ソーシャル・インパクト・ボンド⁴⁴という、官民連携の新しい投資スキームも生まれてきている。このような共感投資を呼び込むためには、共感者と取組のビジョンを共有することが必要であり、そのコミュニケーションツールとしてロジックモデルが活用できる。

2.1.3 市民協働の推進を目的とした活用

(1) 教育実践主体と目的を共有した状態で事業の展開が可能

習志野市の事例では、教育実践主体と協働で施策体系を考える際にロジックモデルを活用することで、課題解決に向けた道筋を共有することが可能となり、ロジックモデルの作成プロセスが協働の土壌を築くプロセスになっていた。

また、教育実践主体に委託をする際も、ロジックモデルを活用することで、委託事業者と事業の目的や目指すところについて認識を共有した上で、事業の遂行が可能となる点も期待される効果と考えられる。さらに、指標に係るデータの収集も委託事業者と協働で行うことも可能となり、取組の進捗把握や効率的な効果測定が可能となる。

⁴⁴ 投資家（篤志家、財団等）から調達する資金をもとに、行政から委託を受けた民間事業者が行政サービスを提供し、事業の成果に応じて行政が投資家に資金を償還する仕組み。<http://socialimpactbond.jp/sib/>に詳しい。

(2) 財政的補助をする際に、資金を拠出する判断材料となる

教育実践主体の取組について補助を出す際などは、埼玉県の事例のように教育実践主体からロジックモデルの提案を求めることで、どの実践主体に資金を拠出すべきかの判断材料となる。加えて、申請段階からロジックモデルを共有することで、自治体と教育実践主体の間で取組が目指す成果について共通認識が持てるうえ、成果を意識した取組の実行や教育実践主体側のエンパワーメントが可能となる。

2.1.4 予算獲得を目的とした活用

(1) 自課が取り組むことの意味を示す際に有効

静岡市における実践では、財務部門から、「教育委員会ではなく、なぜ子ども家庭課が本事業を実施するのか（学習支援事業であれば、教育委員会に任せれば良いのではないか）」という質問があったが、学習支援事業と銘打っているものの、子供の貧困は単に学校教育内で解決できる問題ではなく、福祉的な側面から家庭を巻き込んだ支援も重要であるということを説明する際に、ロジックモデル等の資料があることで説明がしやすくなったと振り返っていた。このように、ほかの所管課でも類似の取組がなされている／可能な事業、あるいは複数課で所管する事業について予算を要求する際には、他課の取組との違いや複数課で取り組む意味を示す際にロジックモデルが有効であると思慮される。

(2) 取組によってレバレッジが効いた部分を示すことで、取組を拡大させる際に有効

委員会では、ロジックモデルを用いて効果検証をする際には、取組によってレバレッジが効いた部分を評価することが重要であるという意見があった。例えば、子供を対象とした取組の場合、取組の枠を超えて、地域にどのような効果があったのか、先生の意識はどのように変わったのか、教育カリキュラムはどのように変化したかという部分を示すことで、取組を梃にした効果を示すことができ、取組を拡大するための説明がしやすくなる。

(3) 首長への説明の際に有効

静岡市以外の事例担当者の話のなかでは、ロジックモデルは、金額よりは中身、ビジョンを持って相談する相手に有効であるという意見が挙げられた。ロジックモデルは、ビジョンを示すための簡潔でロジカルな説明が求められるシーンにおいて活用可能性が高いと思慮される。

2.2 ルーブリック

2.2.1 取組の進捗管理を目的とした活用

(1) 教育関係者への説明ツール、教育実践主体が自前で使えるマネジメントツールになりうる

ルーブリックについては、教育に携わっている人以外には、その言葉自体があまり知られていなかった。また、評価者による主観的な評価になる点、評価者によって評価点が異なる点も問題点として指摘された。

一方で、高校生レストラン事業の取組主体である相可高校へのヒアリングのなかでは、ルーブリックという言葉は新しいものではあるが、教育現場では今回の実証研究のようなパフォーマンス評価は日常

的に行っているため、教育現場で活用するのであれば専門家がいなくても自前で使えるツールだろうという意見があった。また、ルーブリックは学校や保護者への説明資料としては有効だろうという意見もあった。また、どのような状況が望ましいのかを複数者で共有するツールとしても有効という意見もあった。

ルーブリックについては、教育関係者に取組の効果を説明するツールとして、あるいは取組主体が取組を自己評価し取組の改善につなげるためのマネジメントツールとしての活用可能性が高いと思慮される。

2.3 SROI

SROI の分析過程では、ロジックモデルと類似のインパクトマップの作成が含まれることから、ロジックモデルの項目で整理した事項は全て SROI にも当てはまる。ここでは、それ以外の活用可能性について言及する。

2.3.1 予算獲得を目的とした活用

(1) 中長期に見た取組の投資対効果を説明する際に有効

静岡市以外の事例担当者の話のなかでは、新規事業を立案する際には経済的側面からの説明は必須であるが、継続事業においてはさほどそのような説明は求められないという意見もあった。

SROI は、単年度で SROI 値が 1 を超えることが求められる単年度事業ではなく複数年度の事業を立案する際に、予測型を利用できる可能性が高いと思慮される。

(2) 財務部局や議会への説明に有効

静岡市以外の事例担当者の話のなかでは、SROI は、投入予算と取組によってもたらされた効果の関係を分かりやすく示せるツールであり、財務部局や議会への説明資料として分かりやすいだろうという話があった。ただし、単年度事業の場合は、単年度で SROI が 1 を超えていることが求められ、長期的には 1 を超えるというシミュレーションがあったとしてもそれは参考資料に過ぎないという意見もあった。

SROI は、取組の効果を財務部局や議会へ分かりやすく説明できるツールではあるが、予算要求に活用する場合は SROI 値のみに注目が集まり、その値で予算の維持・削減等が判断されてしまうおそれがあることに留意が必要である。そのため、SROI 値だけでなく SROI レポート全体をレクチャーできる機会における説明資料としての利用可能性が高いと思慮される。

図表 179 従来の事務事業評価・施策評価とは異なる、各手法の主な活用可能性

活用場面	手法	主な活用可能性
取組の改善点の把握	ロジックモデル	・取組は課題解決に寄与しているかを把握するのに有効
	ループリック	・子供達にどのような環境を用意すれば、課題解決につながるかを把握するのに有効
	SROI	・社会的価値を最大化するために資源配分を考える際に有効
新規事業・施策の立ち上げ	ロジックモデル	・事業の狙いを説明する際に有効 ・既存の事業でカバーできていない領域を見つける際に有効
外部資金の呼び込み	ロジックモデル	・共感者と取組のビジョンを共有する際に有効
市民協働	ロジックモデル	・教育実践主体と目的を共有した状態で事業展開が可能 ・教育実践主体に財政的補助をする際に、資金を拠出する判断材料となる
予算獲得	ロジックモデル	・自課が取り組むことの意味を示す際に有効 ・取組によってレバレッジが効いた部分を示す際に有効 ・首長への説明に有効
	SROI	・財務部局や議会への説明に有効 ・中長期に見た投資対効果を説明する際に有効

(注) SROI の分析過程にはインパクトマップの作成が含まれることから、ロジックモデルの項目で整理した事項は全て SROI にも当てはまるが、図ではそれ以外の活用可能性について整理している。

第7章 地域振興に有効な教育活動を普及させ、持続的・発展的な取組にするための方策

I. 実証研究事例に共通した成功要因の整理

1. 地域と教育実践現場を繋ぐ人の存在

本調査研究においては、地域振興に有効な教育活動について4つの実践例を見てきたが、取組が成果を挙げている背景には、地域と教育実践現場を繋ぐ人の存在が挙げられる。

多気町の事例においては取組の立ち上げ人である岸川氏と村林氏が、川崎市の事例においては地域の経営者が、静岡市の事業においてはスクールソーシャルワーカーが、女川町の事例においてはティーム・ティーチングスタッフの存在が、地域と教育実践現場を繋いでいた。

彼らの存在があることで、静岡市や女川町の事例においては取組対象者の適切な選定や対象者の状況を学校と共有することができていた。多気町や川崎市の事例においては、取組対象者に地域で活躍できる場や地域の人と交流・協働できる場が提供されていた。

2. 子供たちが地域で活躍できる場の創出

多気町や川崎市の事例においては、食事の提供や就業などの形で子供たちが地域で活躍できる場が創出され、そのような場を通じて子供たちは社会において自分が活躍できる自信や、活躍しようという意欲を高めていた。また、静岡市や女川町の事例においては、子供たちが地域の人とかかわることにより、学校でも家庭でもない地域という居場所を認識したり、身近な人との関わりから将来のことが考えられるようになっていたりしていた。

子供が地域で活躍できる場を持つことや地域の人とかかわる場を持つことは、最終的には、子供の自己肯定感を高め、子供が自分らしい生き方を実現していくことに繋がっていくと思慮される。

3. 学校、家庭以外の子供の状況を把握できる場の創出

静岡市や女川町の事例においては、取組を通じて、学校が学校以外の、家庭が家庭以外の子供の状況を把握する機会ができたことで、教師や保護者と子供とのよりよい関係の構築につながっていた。

学校や家庭がそれ以外における子供の状況を把握できる場を持つことは、子供との関係改善を通じて、学校においては効率的・効果的な指導の実現に、家庭においては家庭の安定に繋がっていくと思慮される。さらに、家庭においては、保護者が子供と離れた時間を持つことで、就労の実現や就労時間の拡大という効果も見込まれる。

4. 子供たちが地域の人と交流できる機会の創出

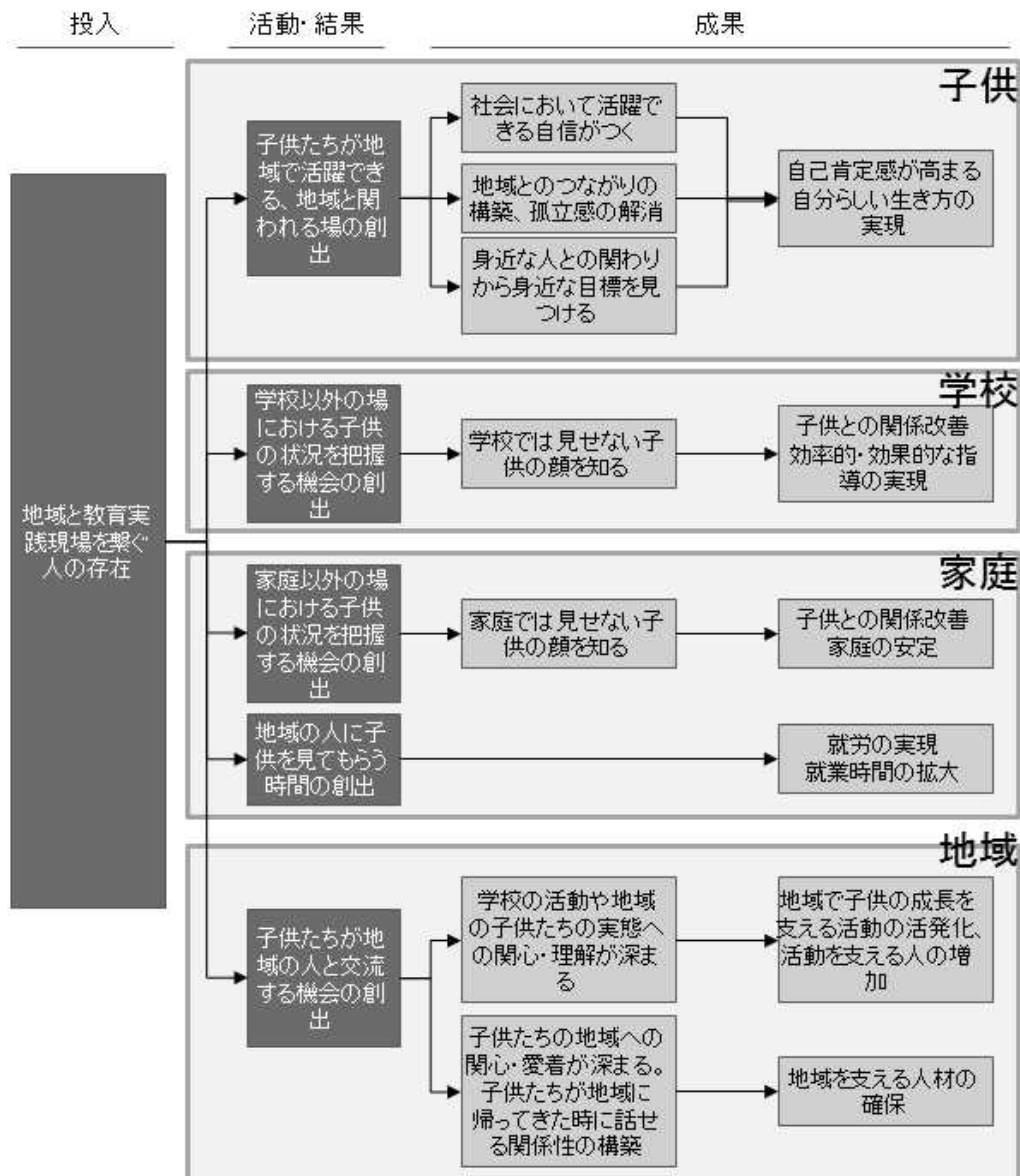
多気町や川崎市の事例においては、子供たちが地域の人と交流をする機会が増えることで、近くにあれどあまり知らなかった学校の活動や、身近にいるものの知らなかった不登校や引きこもり、ニート状況にある子供の存在・実態への地域の人への関心・理解が深まっていた。また、女川町においても、現時点では向学館事業への地域住民の関わり合いはあまりないものの、将来的には地域住民に関わってもらうことで、教育への関心を高め、地域としての教育力の向上につながることを目指されていた。

さらに、多気町では、子供たちと地域が関わり合いを持つことで、子供たちの地域への関心・愛着が深まるという成果が出ていた。地方部においては、進学を契機に地域から若者が流出してしまうことは避けがたく、大学進学者のうち8～9割が県外の大学に進学する都道府県もある⁴⁵。しかし、彼らが一度地域から出てしまったとしても、地域への愛着があれば大人になって戻ってこようと思うことも期待されるし、戻ってこようと思った時に頼ることができる関係性が地域の人と構築されていると、長期的にみると地域を支える人材の確保につながることも期待される。

このように、地域振興に有効な教育活動には4つの共通した成功要因があった。これをロジックモデルの形に整理したものが下図である。

地域振興に有効な教育活動を持続的・発展的な取組にするためには、これらの4つの活動（アクティビティ）が含まれる設計とし、ロジックモデルで整理した成果に係るデータを収集・分析して取組が図の右側で整理している最終成果につながっているかを検証し、改善につなげることが有効である。

図表 180 事例に共通した成功要因と、その要因によって期待される成果の整理



⁴⁵喜多下 悠貴 (2016) 「三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング(株)サーチナウレポート 地方創生のための教育について考える (前編)」 (http://www.murc.jp/thinktank/rc/column/search_now/sn160119)

II. 地域振興に有効な教育実践活動において PDCA サイクルを回すための方策

1. 実証研究における PDCA 各段階の課題と気づき

1.1 Plan（計画）段階

1.1.1 課題

(1) 使用する言語の不一致

自治体と教育実践主体では、十分にコミュニケーションが図られていないために、異なる事柄を同一の言葉を用いているケースがある。例えば、「子供の成長」という言葉を、自治体では学業面での向上と捉えている一方、教育実践主体では感情面での安定と捉えているため、事業で目指す成果が乖離してしまうことなどが挙げられる。また、類似する事柄を双方が別の言葉で表現しているケースも想定される。

教育政策では、人の多面的な成長を期待して実践されることが多いがゆえに、このような意思疎通上の齟齬が生じやすいと言える。教育実践活動の PDCA サイクルにおいてこうしたミスコミュニケーションを解消するためには、自治体と教育実践主体の両者が、評価を軸としながら概念を言葉に整理し共有するプロセスが必要だが、双方に手間と時間が生じることから評価自体が浸透していない上に、意思疎通も不十分である。

(2) 取組成果を捉える指標の不一致

教育実践主体からは、どれほど教育的な効果や社会的価値がある取組（アウトカムが得られる取組）であっても、自治体内ではアウトカムが予算獲得には直結せず、アウトプットへ着目されてしまいがちであるとの指摘があった。また、成果を明確にしようとしすぎるあまり、自治体に取組が持っている多面的なアウトカムを適切に反映してもらえていないとの意見もあった。

ただし、自治体の観点からすれば、それまで定量化された指標が得られていなかった場合に、どのようなアウトカムを可視化できるかが分からないため、アウトプットのみを指標とせざるを得ないケースもあると推察される。教育実践主体の側からも、どのような指標設定が望ましいかを自治体に提案することが求められる。

1.1.2 気づき

(1) 取組意図・内容を図示化、言語化することの有用性

実証研究では、ロジックモデルを作成して取組の意図や内容を図示化したり、ルーブリックの作成を通じて課題解決の段階を言語化したりする方法を用いた。これらは、自治体と教育実践主体の双方が作成段階からかかわることで理解の醸成につながるだけでなく、どちらかの担当者が異動になっても、これまで事業をどのようなねらいで進めてきたのか、達成状況はどうなっているか、といった担当者同士で共有してきたことが説明しやすいことがメリットになっていた。

例えば多気町の事例では、取組を立ち上げた人の間では暗黙の了解ができていたことについて、新しく参画する教師や担当者と方向感を共有するためには事業の目的やねらいを紙に落とす必要性が感じられていた。

(2) 事前評価としての有効性

評価が地域内外であらかじめ行われている場合や、参考となる先行研究がある場合、事業実施前から効果のある程度推測したり説明したりすることができる、いわゆる事前評価としての活用が可能となる。

川崎市からは、行政が計画策定段階で長期的な検討を行う際、ひきこもり支援のように施策の効果が短期的には示しづらい場合に、同一または類似分野での分析例があると、計画段階で有用であるとの意見があった。

(3) 対話の機会の創出

効果測定は、得てして測定結果を出すことに限定して捉えられがちだが、PDCA サイクルとして捉えるべきものであり、プロセス自体にも大きな価値がある。特に今回の実証研究の中では、効果測定を通じて自治体や教育実践主体、その他関係者との対話の機会として有効であるとのコメントが得られた。

多気町の事例では、教育実践主体は行政の最終目標が当初の農業振興から途中で観光振興に重きが変わったと認識されていたが、ロジックモデルの作成は、今でも行政が農業振興に重きを置いて取組をしているということを確認する機会となった。

川崎市の事例では、市の担当者と教育実践主体の担当者とが同席する形でロジックモデルを作成する過程で、市の担当者は教育実践主体の取組がどのような狙いでなされているか、どのような段階を経て就労に繋がっていくのかについての理解を深めていった。

静岡市の事例では、コンソーシアムを構成する3団体間での対話も創出された。学習支援事業という名称で行われている事業ではあるが、目指している目標は学力の向上ではなく、居場所ができることであり、子供たちに自己肯定感がつくことなどであるということを確認する過程で団体間、さらに市とも確認しあえた。

女川町の事例では、女川町と向学館の間で目的意識のすり合わせはできていたが、成果の測定方法のすり合わせは厳密にはしてきていなかったということだった。女川向学館の話では、これまでは子供の保護者からのフィードバック以外に改善への動機づけが得づらく、行政のために自分たちが何をすべきかを自分たちで考えなければいけないと感じていたが、今回の効果測定によってやりがいや努力しようという気持ちが高まったということだった。

1.2 Do (実行) 段階

1.2.1 課題

(1) データ収集に係る負担感

評価の実践の中では、特にアウトカムを把握しようとした場合に、事業の実績把握とは別に、アンケートやインタビュー等を通じた追加的な情報収集を行うことになる。しかし、教育実践主体からは、取組のテーマによっては、対象者に様々な事項を尋ねる必要があり、そのような負荷を掛けてデータを収集することに対して抵抗感があるとのコメントもあった。

また、取組成果を確認するために事業実施後にアンケート調査を行っても、事業開始前の状況がわからないため前後比較ができないことも、教育実践主体の抵抗感の背景にある。

(2) 効果測定へのインセンティブが不明確

ある教育実践主体では、限られた人員で事業を回している現状で、他業務に割けるほど余裕がない中で効果測定をする場合は、業務が圧迫され取組に集中できなくなることへの懸念が示された。また、そのような状況で実施する効果測定はおざなりなものとなりかねず、測定自体が目的化・形骸化する可能性があることも指摘された。

ほかの教育実践主体からも、労力を費やして効果測定を行っても、誰もそのレポートを呼んでくれないのであれば、現状ではあえて測定を積極的に行う理由が見当たらない、といったコメントがあった。人員体制の構築については、評価を行うインセンティブとも密接に結び付いた課題であると考えられる。

1.2.2 気づき

(1) 双方が保有しているデータや成果の把握

自治体と教育実践主体がよりよい評価のあり方（例：アウトカムの把握方法、比較対象群の設定）を模索する中で、互いが持つデータについて意見交換を行い、新たな発見につながる場合がある。また、取組の成果を捉える視点が異なることについての気づきを得て、よりよい評価設計につながる可能性も想定される。例えば、事業に参加していない子供の生活状況について知りたいと考えていた教育実践主体が、自治体担当者から参考となる統計について教えてもらったり、あるいは自治体担当者が教育実践主体から先行研究について紹介を受けたりするケースも想定される。

1.3 Check（分析）段階

1.3.1 課題

(1) 比較対象のデータを収集することの難しさ

第6章でみてきたように、取組の効果に関する因果関係を分析するためには、比較対象とする対照群のデータを取得し、実施している事業の利用者との比較が重要となる。ただし、取組に参加していない個人のデータを取得するには様々な課題が想定される。

本事業の実証研究では、高校生レストラン事業については取組に参加していない生徒のデータを活用することができたが、ブリュッケについてはそのようなデータがなかったため、性別、支援開始年齢、不登校の状況など、個人属性を分析軸とすることで、利用者内であっても取組による成果が出やすい子供と出にくい子供がどういう属性かを分析する工夫を加えている。

(2) サンプル数の制約

実証研究の対象とした4事例は、参加している子供の人数が100人前後、ないしはそれより少なく、定量的な評価を加える際には慎重な解釈が求められた。多くの教育実践活動では、今回と同様に、個々の取組の単位は比較的小規模であることが想定される。

そのため、同一の取組を実施している他地域との連携によってサンプル数の制約を乗り越える努力も検討に値するものと考えられる。

1.3.2 気づき

(1) 分析手法に対する認識の深まり

自治体でも教育実践主体でも、実証研究で実施したような分析手法を知らないためにこれまでは評価を行ってこなかったが、分析手法を知ることで、新たなアウトカムの設定や事業の改善など、評価を通じたPDCAサイクルを回すことにつながる可能性が示された。例えばブリュッケでは、ループリックの上昇が就労につながりやすいことが因果関係分析で示された結果、居場所事業の効果の表現を修正しようという動機づけにつながっていた。

(2) 認識との整合性に関する検討・議論の喚起

特に取組主体においては、取組の成果を分析する中で、自分たちが事業の中で日常的に感じている実感値と整合しているか、ズレがあるとすればどのような点かに気づき、そのことが評価基準の再設定や事業内容の改善など、次のAction（活用）を実践する動機づけともなっていた。

例えば、相可高校では測定結果が実感と合ったものであり、自分たちの事業の方針と合致していることに自信を持てたとのコメントがあった。他方、ブリュッケでは、居場所支援によって日常生活の様々な面が改善している点を今後の評価に反映させるため、就労体験活動の成果に関するループリックの作成を検討していた。静岡子ども支援コンソーシアムからは、自分たちが取り組んでいることが、断片的であれ数値として示されることが重要であるほか、1つだけでなく複数の指標をみることで改善点も分かってくる、とのコメントがあった。

1.4 Action（活用）段階

1.4.1 課題

(1) 単年度事業で測定結果を予算要求の根拠とすることの時間的制約

静岡市での予算要求に活用する実践から、事業の評価結果は、予算要求過程の最終場面で効果的であるとの示唆が得られた。なお、自治体の予算編成スケジュール上、翌年度の予算要求が秋口から開始されるため、新規事業の場合は、現実的には入手可能なデータに多くの制約が課せられることとなる。

単年度事業であるがゆえの時間的制約については、PDCAサイクルを継続反復する重要性は論を待たないが、そのほかにも、ロジックモデル上で最終アウトカムにつながる中間アウトカムの設定や、その中間アウトカムにつながるアウトプットの明示など、指標の設定における工夫が考えられる。静岡市の事例でも、予算要求過程の当初はアウトプットが重視されるため、徐々に評価結果の段階を高める手法が有用だと考えられる。

1.4.2 気づき

(1) スケールアウトへの活用

評価の直接的な当事者だけでなく、評価結果が間接的にも第三者にとっての貴重な資料として活用される可能性も重要である。好事例のヨコ展開を促す効果も期待できることから、特に国や都道府県におけるモデル事業等のスケールアウトを目的とした事業では、事業のアウトプットを示すだけでなく、ア

ウトカムも含めた多角的な評価を実施することが望まれる。

高校生レストラン事業を実施している相可高校では、評価結果を他地域の関心を持った人が見て「自分の地域でもできるかもしれない」と思わせる効果があるのではないかと、との意見があった。

(2) 地域振興施策と教育施策との連携強化

本事業は、地域振興に有効な教育実践をテーマとしたものであるが、その前提として、教育施策は地域づくりそのものでもあり、自治体からの独立性を保ちながらも、教育実践に携わる主体や取組は、単独では成り立ちえない点は改めて認識したい。教育と地域の連携、特に教育が地域を盛り上げ、地域もまた教育を盛り上げる関係性を、評価を通じて強固なものとする可能性がある。

実証研究を実施した地域の中には、評価を通じて地域単位での小さな変革をより大きな地域変革につなげていきたいとの意見もあった。そのために、教育を担う主体と地域の多様な主体とが、同じ尺度で物事を見る機会として、評価をさらに活用することが望まれる。

図表 181 PDCA の各段階における気付き

段階	各段階における気付き
P (計画)	<ul style="list-style-type: none"> 取組の意図・内容を図示化、言語化することは、自治体・教育実践主体間の共通理解を醸成するのみならず、どちらの担当者が移動になった際に引き継いだ人とも認識を共有するためのツールとなる。 先行事例における効果測定結果は、取組の立案段階で周囲を説得するための材料になりうる 効果をどのように測定するかという議論や効果測定のプロセスは、自治体・教育実践主体間の対話の機会を創出する。
D (実行)	<ul style="list-style-type: none"> 効果測定を協働して行うことで、自治体・教育実践主体がお互いにどのようなデータを持っているのかを把握することができる。
C (分析)	<ul style="list-style-type: none"> 測定手法を知ること、測定結果を解釈できるようになることで、新たなアウトカムの設定や取組の見直しにつながる。 測定結果と日常の認識のずれを認識することで、取組の見直しにつながる。
A (活用)	<ul style="list-style-type: none"> 取組をスケールアウトする際に効果測定は有効である。 効果測定を踏まえて取組の改善点等を協働で議論することで、教育が地域を盛り上げ、地域も教育を盛り上げる、自治体と教育実践主体の関係性が構築される。

2. PDCA サイクルを回すための方策

2.1 行政が教育実践主体と連携して人的・金銭的資源の獲得を目指す

本調査研究を通じて、自治体内ではアウトカムよりアウトプットがよく用いられている、評価を行ってもその結果に関心を持ってくれる主体がいない、よい結果が得られても次のアクションにつながらないなど、多くの自治体において効果測定のインセンティブとなる要因が乏しいことは否めない。しかしながら、新たな補助金や民間投資の獲得に成功している自治体では、自主的に自己評価を行うことで取組の効果を外部に説明できる状態としており、そのような努力の結果として新たな人的・金銭的な資源を得て教育政策の充実を図っているが、その際に現場の教育実践主体が主導的な役割を果たしていることも多い。

昨今の社会環境を鑑みるに、取組の評価（PDCA サイクル）をしていないこと自体が「(負の意味で)

評価される」ことを、特に行政では強く認識すべきである。この点において、教育実践主体はボランティアや助成金を獲得するために効果測定や評価の必要性を自治体以上に感じており、一定のノウハウも有していることから、地域の教育政策の充実に向けて協働するパートナーとして連携を図ることが効果的であると考えられる。また、国としても、よりよい教育実践を広く普及させ、また教育実践への資金拠出が未来投資に実際につながることを示すため、自治体を対象として効果測定のインセンティブ付与を進める政策の実行が期待される。

2.2 自治体と教育実践主体が事業改善を通じて効果や成果を最大化する

自治体担当者や教育実践主体からは、効果測定や評価を通じて「どの程度うまくいっているか」だけでなく、「どのような点がうまくいっているか」「今後どうすればさらにうまくいくか」といった、事業の改善に関する気付きが得られたとの意見があった。定められた予算で事業の効果や成果を最大化するには、教育実践を絶えず振り返ることが重要であり、効果測定や評価はそのためのツールそのものである。

また、自治体内では新規予算獲得を目指す場合に限って評価の有用性が感じられているが、必ずしも予算要求に活用しなくても、取組の継続的な改善を図ることは行政としての説明責任の向上にも寄与する。事業の継続的な改善も、PDCA サイクルを回すことで得られる主要な成果だと、改めて認識することが求められる。

2.3 自治体と教育実践主体が事業開始前にゴールを共有する

実証研究の中では、自治体と教育実践主体との間で事業内容に対する認識にズレがあり、効果測定前の段階ではゴールが明確に設定されていなかったが、ロジックモデルの作成を通じて認識のズレが徐々に修正されたことでゴールを共有できたケースがあった。効果測定や評価方法の計画以前（PDCA の P）に、事業を通じてどのような効果や成果を目指すかを、自治体と教育実践主体の双方で複数回に渡って対話するプロセスが必要である。

また、ゴールの共有の過程は、本来であれば事業開始前に完了しておく必要があるが、PDCA サイクルが回り始めることでズレが生じることも想定される。途中段階でゴールを振り返られるよう、ロジックモデル等でゴールを分かりやすく共有できる言葉で明示しておくことが望まれる。

2.4 自治体と教育実践主体が取組開始前に効果測定の計画について合意する

効果測定を実践する中では、時間的制約やデータ収集上の制約など様々な課題が生じるため、途中で頓挫してしまうリスクがある。ただし、その多くは事前に想定できるものであり、幾つかのコツを押さえれば円滑に実施できる可能性が高まる。中でも特に重要なこととして、計画段階（PDCA サイクルの P）で、自治体と教育実践主体が十分に計画について合意しておくことが肝要である。

計画では、ロジックモデル等で目的と手段を可視化しておくこと、指標や測定方法について議論する機会を設けること、単年度事業であっても翌年度以降の活用方法をすり合せておくこと、事業レベルではなく個別の施策レベルで効果測定を行うこと、などが想定される。また、特に行政側で事業者の公募を行うケースでは、公募段階で効果測定の計画についても事業者に提案させるよう、仕様に盛り込むことが可能である。

2.5 国・都道府県が効果測定に必要なデータの活用環境を整備する

地域振興に有効な教育実践活動について考えた場合、関係者が幅広く、様々なアウトカムやアウトプ

ットの設定がなされる可能性がある。自治体もしくは取組主体が事業実施の際に独自にデータ収集を行うことで、目的に合致したデータを得ることが可能ではあるものの、調査実施者にとっても回答者にとっても負荷が生じることは否めない。そのため、汎用性の高い指標については、国や都道府県がデータ活用環境を整備することが、PDCA サイクルを回すことに大きく寄与すると考えられる。

実証研究を行った地域では、取組主体において自主的に成果指標に関するデータを蓄積しており、これが今回の実証研究の効果測定における作業負荷軽減に役立ったとのことであった。行政での統計整備やオープンデータの推進によって、さらに評価における負荷軽減が図られることが期待される。

2.6 官民が一体となって効果測定を支援する人材を育成する

効果測定を進める際、一義的には取組にかかわる自治体や教育実践主体など、その取組をより効果的なものとしたいと考える主体が責任を持って効果測定を行うことが求められるが、効果測定は経験や知識の蓄積も重要であり、PDCA サイクルの各段階で必要な助言が得られることがよりよい実践につながることは明らかである。

その際、自治体や教育実践主体の「伴走者」として効果の測定を推進してくれる人材が身近にいることが望ましい。また、近年、社会的インパクトの測定や評価の担い手の養成や、オンライン上で活用できるツールの開発が様々なところで進められているため、これらの動向を注視し、積極的に活用を検討すべきである。

参考資料：自己評価シート

1. ロジックモデル

ステップ		ステップごとの確認項目
1	事業の目標と受益者の特定	<input type="checkbox"/> どの取組を対象にロジックモデルを作るか <input type="checkbox"/> 対象となる取組は誰にどのような成果をもたらすことを目的としているか <input type="checkbox"/> 誰と協働してどのようなスケジュールでロジックモデルを作るか
2	アウトカムの設定	<input type="checkbox"/> 取組を通じてもたらしたい長期、中期、短期のアウトカムは何か <input type="checkbox"/> アウトカムは具体的か <input type="checkbox"/> アウトカムは将来実現したい望ましい状態を表しているか <input type="checkbox"/> 測定可能な成果にこだわらずにアウトカムを設定できているか
3	アウトプット、活動、インプットの設定	<input type="checkbox"/> アウトカムを実現させるための適切なアウトプット、アクティビティ、インプットが設定できているか <input type="checkbox"/> それぞれの要素のつながりには整合性と合理性があるか
4	最終確認	<input type="checkbox"/> ロジックモデルの各要素に関係のない項目はないか <input type="checkbox"/> 重複している箇所はないか <input type="checkbox"/> 作成したロジックモデルは、現実的に実行可能なものか <input type="checkbox"/> 設定したアウトカムを起点とした時、インプット、活動、アウトプットの各要素が論理的につながるか

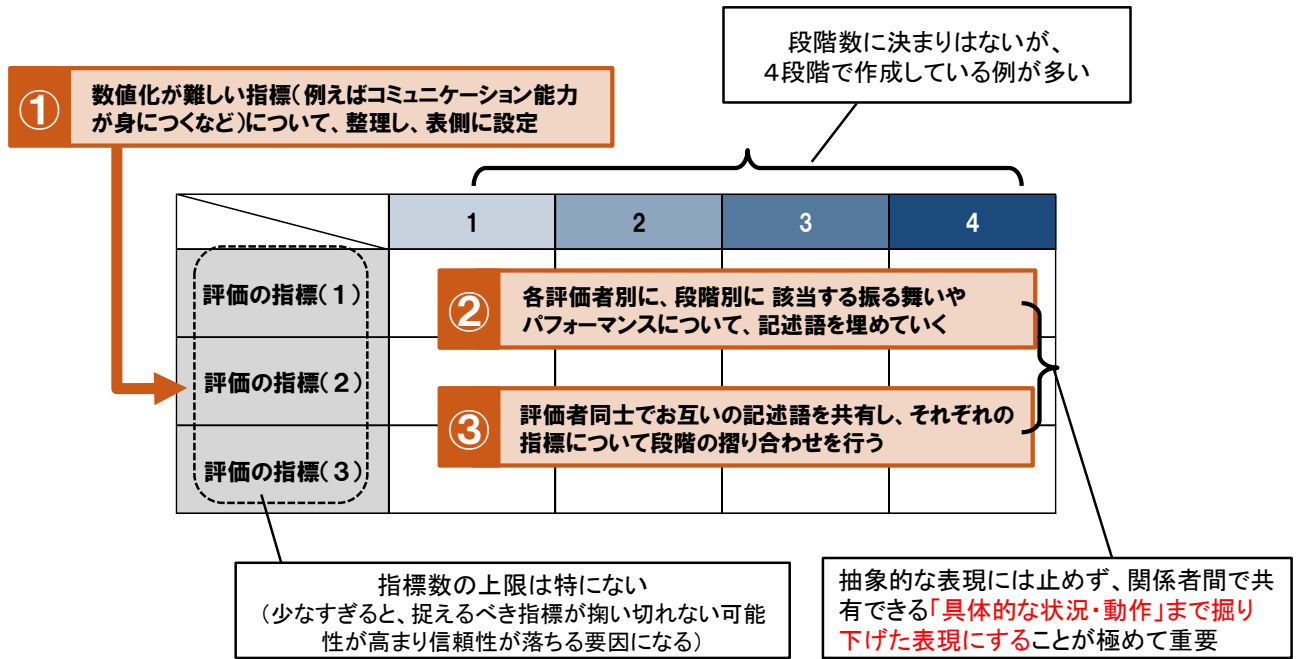
<基本タイプ>

インプット	アクティビティ	アウトプット	初期アウトカム	中間アウトカム	最終アウトカム
取組の投入要素は何か	誰を対象に何をやる取組か	目標を達成するために何をどれだけ実施するか	取組の初期の成果は何か	取組の中間的な成果は何か	取組の最終的な成果は何か

<関係者別にアウトカムを整理したタイプ>

関係者	インプット	アクティビティ	アウトプット	初期アウトカム	中間アウトカム	最終アウトカム
取組により影響を受ける人は誰か	取組の投入要素は何か	誰を対象に何をやる取組か	目標を達成するために何をどれだけ実施するか	取組の初期の成果は何か	取組の中間的な成果は何か	取組の最終的な成果は何か
【関係者①】						
【関係者②】						

2. ルーブリック



- ① 当該教育実践の目標・子供たちがどのような状態になることを目指しているのかを評価者内で認識の共有を図り、指標レベルまで落とし込む（ロジックモデルの作成と並行）
- ② 教育実践の目標を指標レベルまで落とし込んだ後、数値化が難しい指標（例えばコミュニケーション能力が身につくなど）について、整理し、表側に設定する
- ③ それぞれの評価指標について、各評価者（当該教育実践者）別にいくつかの段階別に（最初は4段階で考えてみることを推奨） 該当する振る舞いやパフォーマンスについて、記述語を埋めていく。この際、抽象的な表現には止めず、関係者間で共有できる「具体的な状況・動作」まで掘り下げた表現にすることが極めて重要となる
- ④ 評価者（当該教育実践者）同士で互いの記述語を共有し、それぞれの指標について段階の摺り合わせを行う

	1	2	3	4
評価の指標(1)				
評価の指標(2)				
評価の指標(3)				

3. SROI

ステップ		ステップごとの確認項目
1	スコープ（分析範囲）とキーとなる関係者の特定	<p>●事前準備項目</p> <p><input type="checkbox"/>何を目的としてSROIを用いた効果測定を行うか</p> <p><input type="checkbox"/>効果測定結果を誰に知ってもらいたいのか</p> <p><input type="checkbox"/>効果測定結果を、何に活用するか</p> <p>●分析範囲を決めるための検討項目</p> <p><input type="checkbox"/>予測型（将来において想定した成果が実現した場合の社会的価値を予測する）にするか、分析型（過去に起きた事象の社会的価値を測定する）にするか</p> <p><input type="checkbox"/>どの取組を分析対象とするか</p> <p><input type="checkbox"/>分析対象期間はどうか設定するか</p> <p><input type="checkbox"/>分析対象とする取組には誰がどのように関わっていて、そのなかで分析対象とすべきキーとなる関係者は誰か</p>
2	アウトカムのマッピング	<p><input type="checkbox"/>関係者と分析の進め方を共有したか</p> <p><input type="checkbox"/>インプット、アウトプット、アウトカムの分類は適切か</p> <p><input type="checkbox"/>関係者別のインプット、アウトプット、アウトカムについて関係者間で合意できているか</p>
3	アウトカムの実証とその価値評価	<p><input type="checkbox"/>アウトカムを測定するための指標設定は適切か</p> <p><input type="checkbox"/>指標のデータのうち、既存データが使えるものは何か</p> <p><input type="checkbox"/>指標のデータのうち、新たにデータを取集するものはどのようにして収集するか</p> <p><input type="checkbox"/>金銭価値換算するアウトカムは何か</p> <p><input type="checkbox"/>金銭価値換算するための指標の設定は適切か、その情報源は何か</p>
4	活動によるインパクトの確認	<p><input type="checkbox"/>死荷重、転移率、寄与率、逡減率についてのデータは収集できているか</p> <p><input type="checkbox"/>外部要因を調べるなかで、分析対象とすべきなのに見落としていた関係者はいないか</p>
5	SROI 値の算出	<p><input type="checkbox"/>社会的価値の総計や、それを構成する関係者別の内訳は、関係者の実感にあっているか</p>
6	SROI 分析の報告ならびに組織への定着	<p><input type="checkbox"/>ステップ1における事前準備で検討したとおり、分析結果は活用できたか</p>

<インプットの整理>

関係者	項目	価格 (円)	情報源
合計 ※A			

<インパクトマップ>

関係者	アウトカム				アウトカムの金銭価値換算								
	項目	指標	単価・数量	情報源	アウトカムを金銭価値換算するための代理指標	単価・数量	情報源	1年目	2年目・・・	合計	インパクトの修正割合(通減率等)	その根拠	インパクト(円)
取組により影響を受ける人は誰か	どのような変化があらわれるか	どのように測定するのか	どれだけの変化か	どこで情報を入手したか	いくらに換算できるか	どれだけの変化か	どこで情報を入手したか	変化の価値	変化の価値	変化の価値の総額	死荷重、転移率、寄与率、通減率はいくらか	その根拠は何か	取組による社会的価値はいくらか
										インパクトの合計 ※B			

<SROI (B/A) の算出>

SROI =	
--------	--

平成 28 年度地域政策等に関する調査研究
地域振興に有効な教育実践の社会経済的効果測定に関する
実証研究 報告書

平成 29 年 3 月

発行 文部科学省
〒100-8959
東京都千代田区霞が関3-2-2
TEL: 03-5253-4111

委託 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
政策研究事業本部
〒105-8501
東京都港区虎ノ門5-11-2 オランダヒルズ森タワー
TEL: 03-6733-1022