

ホンキ系インターンシップ事業
(2016年度)における
社会的投資収益率 (SROI)

2017年9月1日

作成 NPO 法人 G-net

プロボノ：北岡美智代

ホンキ系インターンシップ事業（2016年度）における 社会的投資収益率（SROI）

2017年9月1日

NPO法人 G-net

プロボノ：北岡美智代

I. 要旨

NPO法人 G-net は 2004 年からホンキ系インターンシップ事業に取り組んでおり、これまで地元中小企業における新規事業開発や学生等の人材育成を始めとした多くの実績を出してきた。この度、2016 年度の本事業について社会的投資収益率（以下「SROI」（Social Return on Investment）という。）を算出することにより、本事業の社会的な価値の「見える化」に取り組むものとする。なお、SROI は以下の数式により算出することができる。

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

また総便益を考える上では、本事業に参加した企業及びインターンシップ生への「直接的な効果」に加えて、インターンシップ生が卒業後に社会で活躍することによって得られる将来的な経済効果といった「間接的な効果」によるものが考えられる。SROI の算出結果より、投資額（総費用）に対して直接的な効果は 5.03 倍、さらに間接的な効果を含めると 6.52 倍の成果を創出していることが推計された。

II. 前提

G-net では 2016 年度の春と夏の二度にわたり、半年間のインターンシップを実施した。なお、実習時間は休学中（2ヶ月）が週 5 日、学期中（4ヶ月）が週 3 日、1 日 8 時間を基本としている。

各インターンシップの受け入れ企業数及び参加学生数は表 1 の通りである。

表 1. 受け入れ企業数及び参加学生数

（※企業向けアンケートの回収状況を踏まえ、本調査では括弧内の数値を有効数値として算出。）

	企業数	学生数
春	14 社	14 名
夏	17 社(12 社)	20 名(14 名)

Ⅲ. 総費用

SROI 算出に当たり、まずは本事業における総費用について考える。本事業を実施するためにどれだけのインプット（投資）を要したかを貨幣化することで、総費用を測定する。本事業における総費用としては、1. 企業における経費、2. 企業における人件費、3. 学生における経費の三点が挙げられる。以下、それぞれについて詳しく述べる。

1. 企業における経費

企業はインターンシップ生を受け入れる上で、学生・こども総合保険への加入、G-net へのインターンシップ会費、学生への活動支援金及び交通費の支払いが必要となる。これら企業における経費は、以下の計算式により 26,856,000 円となる。

<春>1,002,000 円×14 社=14,028,000 円

<夏>1,002,000 円×10 社+1,404,000 円×2 社=12,828,000 円

(補足) インターンシップ生の受け入れが 1 名の場合 1,002,000 円 (内訳: 学生・こども総合保険 1.2 万円+インターンシップ会費 60 万円+活動支援金 5 万円×6 ヶ月+交通費 9 万円)、2 名の場合 1,404,000 円 (内訳: 学生・こども総合保険 1.2 万円×2 名+インターンシップ会費 60 万円+活動支援金 5 万円×6 ヶ月×2 名+交通費 9 万円×2 名) として算出。

2. 企業における人件費

企業は、インターンシップ生からのプロジェクト内容に関する相談・指導を始め、何らかの形でインターンシップ生に社員の時間を費やすこととなる。これらの時間を企業における人件費として貨幣化すると、以下の計算式により 3,193,960 円となる。

<春>68 時間×1,807 円/時間×14 社=1,720,264 円

<夏>68 時間×1,806 円/時間×12 社=1,473,696 円

(補足) 日常的にインターンシップ生からの相談に対応する時間を一日 1 時間、G-net が毎月主催する中間モニタリング 2 時間に社長及び担当社員の二名が対応するものと仮定する。ただし、日常的な相談については対応している内容の約半分は業務に付随するものであると考えられるため、人件費として換算する時間は半減して考える。よって、企業が半年間でインターンシップ生に費やす時間は一社当たり 68 時間 (内訳: (8 週×5 時間/週+16 週×3 時間/週) /2+2 時間/月×6 ヶ月×2 人)。なお、2 名のインターンシップ生を受け入れている企業においても、2 名同時に相談を受けることが想定されるため、費やす時間は受け入れ数が 1 名の企業と同じと仮定する。

さらに、国税庁「平成 26 年分 民間給与実態統計調査」⁽¹⁾の企業規模別平均給与から企業毎の時給を算出すると、春のインターンシップ受け入れ企業における平均時給は 1,807 円、夏のインターンシップ受け入れ企業における平均時給は 1,806 円となる。

3. 学生における経費

参加学生はインターンシップ実施に向けた研修合宿のための自己負担分として、一人当たり参加費 2 万円を G-net へ支払うこととなっている。この学生における経費は以下の計算式により 560,000 円となる。

<春>20,000 円×14 名=280,000 円

<夏>20,000 円×14 名=280,000 円

上記 1+2+3 より、総費用は 30,609,960 円となる。

IV. 総便益

次に、本事業によってもたらされると考えられる成果量を貨幣化することにより、総便益を測定する。本事業における総便益としては、「直接的な効果」である 1. 企業への成果、2. インターンシップ生への成果に加えて、「間接的な効果」である 3. 社会への成果が挙げられる。

なお、1 及び 2 で挙げる直接的な効果における貨幣化については、マーケットアプローチの考え方により同様の価値をもつ類似市場財を利用した価格から価値推計を行うものとする。

以下、それぞれについて詳しく述べる。

1. 企業への成果（直接的な効果）

本事業が企業にもたらす成果としては、(1)G-net による求人媒体効果、(2)インターンシップ生の労力、(3) 企業への実際の影響の三点が考えられる。詳しくは次の通りである。

(1) G-net による求人媒体効果

有意義なインターンシップを実施するためには、やる気に溢れ、インターンシップのプロジェクト内容に適した人材が必要不可欠であり、そのための求人手段が重要となる。G-net ではインターンシップ生の募集及び選考を一手に担っており、これを他社のサービスに代替することで本サービスの価値を評価する。以下の計算式により G-net による求人媒体効果は 26,000,000 円となる。

<春>1,000,000 円×14 社=14,000,000 円

<夏>1,000,000 円×12 社=12,000,000 円

(補足) マイナビ 2016 インターンシップでは (i) 同社サイトにおけるインターンシップ情報の掲載(掲載内容は原則各企業による入稿)を 30 万円、(ii) 同社開催のインターンシップフェアへの参加(1ブロック分)を 40 万円、(iii) 各企業が行うインターンシップへのエントリーを 30 万円で提供しており、企業がこの三点のサービスを受けるには合計 100 万円の費用を負担することとなる^④。

なお、G-netでは(i)に当たるサービス(PROJECT INDEXにて一般公開)で、インターンシップ情報を掲載するプロジェクトシートの執筆を企業に任せきりにするのではなく、より多くの優秀な人材が集まるよう企業と共に試行錯誤を重ねながら作成する。加えて、(iii)の学生からのエントリーを受け付ける段階で終わらず、その後の選考や企業とのマッチング、さらにはインターンシップ中の学生及び企業への研修やフォローも行っているため、更に価値の高いサービスが提供されていると考えられる。

(2) インターンシップ生の労力

本事業において企業は新規事業開発や売上アップ等といった、本来であれば大学卒の正社員が担当するような高いレベルのプロジェクトをインターンシップ生に任せる。インターンシップ生は大学在学中の学生ではあるが、インターンシップ期間中のG-netによる様々な研修やG-netスタッフによる丁寧なフォローにより一学生以上の能力を発揮してこれら難易度の高いプロジェクトを遂行することから、インターンシップ生の労力を大学卒と同等のものとみなす。よって大学卒の社会人として初任給20.2万円^④で働いたと仮定し、インターンシップ生の労力の価値を評価すると、以下の計算式により24,886,400円となる。

＜春＞ (2ヶ月+4ヶ月×3/5) × 202,000円/月 × 14名 = 12,443,200円

＜夏＞ (2ヶ月+4ヶ月×3/5) × 202,000円/月 × 14名 = 12,443,200円

(3) 企業への実際の影響 (企業向けアンケート)

インターンシップ生を受け入れたことによる影響について、受け入れ企業に対しアンケート調査を実施した。本アンケートでは、インターンシップ生が本事業で行った直接的な成果(新規商品開発・売上げ・広告宣伝効果等)に加えて、インターンシップ生を受け入れたことで得られた波及的な成果(社員の意識向上等)についても調査した。アンケートの回答結果を貨幣化することにより、企業への実際の影響は61,183,000円であったと考えられる。なお、このうちインターンシップ生による直接的な売上げ(今後の見込み額を含む)があったかという質問に対して、受け入れ企業26社中半数となる13社が「YES」と回答し、その金額の合計は12,430,000円であった(アンケート質問2(2))。アンケート内容及び貨幣化における考え方は文末の付録「企業向けアンケート」をご参照。

2. インターンシップ生への成果 (直接的な効果)

インターンシップ生はインターンシップ期間中社会人として立ち振る舞い、多くの実践的なフィールドワークやプレゼンテーション機会等を経て、外向性や協調性、プレゼンテーション能力の向上及び精神的成長等をしてきたと考えられる。これら成果の多くは定性的なものであるが、マーケットアプローチの考え方により、東海地域におけるビジネススクール年間分の授業料に代替することで定量的な価値として評価するものとする。

なお、半年間のインターンシップの価値を、一年間のビジネススクールと同等のものと考える根拠は、次の通りである。①G-netが行うインターンシップ生への研修(学習)及び

インターンシップ（実習）による幅広い学びが、ビジネススクールでの学びに相当すると考えられる。②単位換算による考え方から、インターンシップ生として企業で活動する時間を単位換算すると、ビジネススクールで一年間に取得すべき単位に相当する。③先行調査である公益財団法人パブリックリソース財団「ゴールドマン・サックス『中小企業経営革新プログラム』社会的インパクト評価報告書」においても、G-netで行った半年間のインターンシップでの学びを一年間のビジネススクールでの学びに相当するものと評価している⁽⁴⁾。以上のことから、インターンシップ生への成果はビジネススクールの一年間分に相当するものと考えられ、以下の計算式により 42,000,000 円となる。

＜春＞1,500,000 円×14 名＝21,000,000 円

＜夏＞1,500,000 円×14 名＝21,000,000 円

（補足）②単位換算について、ビジネススクール（専門職大学院）は二年間で 30 単位を取得しなければならない⁽⁵⁾。また 1 単位当たり、講義なら最低 15～30 時間、実習なら最低 30～45 時間が義務付けられている⁽⁶⁾。本事業のインターンシップを大学の实習とみなし、一年間で 15 単位を取得すると考えると、学生は 15 単位×30～45 時間＝450～675 時間を単位取得に費やすと考えられる。一方インターンシップは、休学中（2 ヶ月）が週 5 日、学期中（4 ヶ月）が週 3 日、1 日 8 時間を基本とすることから、費やす時間は（8 週×5 日+16 週×3 日）×8 時間＝704 時間となる。よってインターンシップに費やす時間を単位換算した場合、ビジネススクール一年間に相当すると考えられる。

なお、東海地域におけるビジネススクール一年間の授業料は、名古屋商科大学ビジネススクール Business Innovation Program (MBA)⁽⁷⁾の入学金及び学費を元に単価を算出した。

上記 1+2 より、直接的な効果としての総便益は 154,069,400 円となる。

3. 社会への成果（間接的な効果）

最後に、本事業に参加したインターンシップ生 28 名が卒業後に社会で活躍することによって得られる将来的な経済効果といった「間接的な効果」について考える。具体的には、インターンシップ生が卒業後 5 年間に非正社員等となることで生じる、社会的な損失額（28 名全員が正社員で働き続けた場合との賃金の差額）について、一般的なデータによる推計値と、本事業卒業生における実際の就業状況データによる推計値を比較することにより、本事業による効果を評価する。

まずは一般的なデータによる推計値を求める。文部科学省「平成 27 年度学校基本調査」⁽⁸⁾の「表 4 大学(学部)卒業後の状況」によると、平成 27 年 3 月卒業生のうち大学卒業後の進路が、正規の職員等でない者が 3.7%、一時的な仕事（アルバイト、パート等）に就いた者が 2.1%、進学も就職もしていない者が 10.3%となり、ここでこれらをまとめて「非正社員等」と言うとする、その合計は 16.1%となる。これを今回のインターンシップ生 28 名に当てはめると、5 名が卒業後に非正社員等になると推計される（※）。

次に、卒業時に非正社員等とならなかった 23 名全員が仮に正社員として就職できたとして、就職後の早期離職により非正社員等となる確率について考える。厚生労働省「新規学卒者の離職状況（平成 24 年 3 月卒業者の状況）」⁽⁹⁾の「別紙 2 新規大学卒業就職者の離職状況（平成 24 年 3 月卒業者）」⁽¹⁰⁾によると、大学卒業の新入社員は入社 1 年目で 13.1%、2 年目で 10.3%、3 年目で 8.9%と、3 年以内に合計 32.3%が離職している。これを今回のインターンシップ生のうち卒業後非正社員等にならなかった 23 名に当てはめると、入社 1 年目で 3 名、2 年目で 2 名、3 年目で 2 名と、3 年以内に合計 7 名が離職することになると推計される（※）。さらに、「若年者の初期キャリアと企業による雇用管理の現状：『平成 25 年若年者雇用実態調査』より」⁽¹¹⁾の図表 6-22 によると、初職で正社員だった若年者が離職した場合に再度正社員になれる確率は 43.0%。つまりは残り 57.0%は転職後に非正社員等になると考えられる。前述した 3 年以内の離職者 7 名全員が仮に転職活動をしたとしても、入社 1 年目で 2 名、2 年目で 1 名、3 年目で 1 名と、合計 4 名が 3 年以内に非正社員等になると推計される（※）。以上の議論をまとめると、インターンシップ生 28 名が卒業後 5 年間に於いて非正社員等となる人数の推移は図 1 のようになる。

（※）四捨五入により整数化。

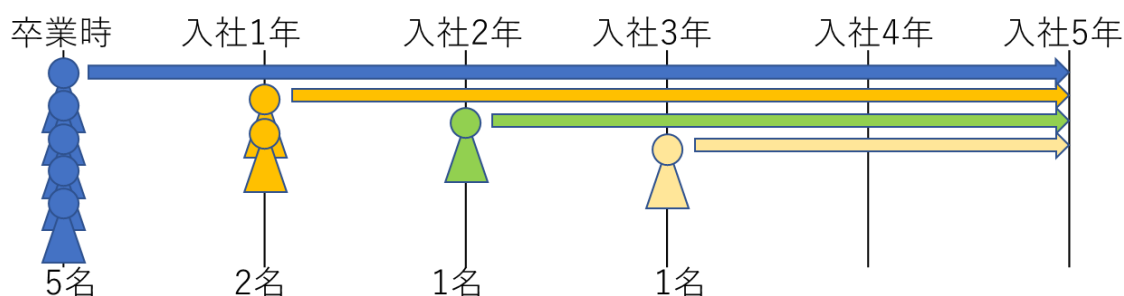


図 1. 一般的なデータから推計した非正社員等となる人数の推移

また、厚生労働省「平成 25 年若年者雇用実態調査の概況」⁽¹²⁾の「表 16 雇用形態、性・正社員以外の就業形態、賃金総額階級別若年労働者割合」⁽¹³⁾によると、正社員と非正社員の賃金の差は月額 10 万円。以上の一般的なデータから、卒業後 5 年間に於いてインターンシップ生 28 名が卒業時もしくは転職時に非正社員等となることで生じる、社会的な損失額（28 名全員が正社員で働き続けた場合との賃金の差額）は以下の計算式により 45,600,000 円となる。なお、ここでは非正社員等の一部として定義した「一時的な仕事（アルバイト、パート等）に就いた者」及び「進学も就職もしていない者」についても、非正社員と同額の賃金を得られているものと仮定している。

<卒業時における非正社員化> $100,000 \text{ 円/月} \times 12 \text{ ヶ月} \times 5 \text{ 年} \times 5 \text{ 名} = 30,000,000 \text{ 円} \dots \textcircled{1}$

<入社 3 年以内の転職時における非正社員化>

$100,000 \text{ 円/月} \times 12 \text{ ヶ月} \times (4 \text{ 年} \times 2 \text{ 名} + 3 \text{ 年} \times 1 \text{ 名} + 2 \text{ 年} \times 1 \text{ 名}) = 15,600,000 \text{ 円} \dots \textcircled{2}$

よって、 $\textcircled{1} + \textcircled{2} = 45,600,000 \text{ 円}$

ここで、前述した一般的なデータから推計した社会的な損失額とは別に、過去に G-net の本事業を経験した元インターンシップ生の卒業時及び転職時における実際の就業状況についての調査結果から、社会的な損失額を推計する。2014年3月に大学を卒業した元インターンシップ生の就業状況を調査したところ、回答のあった全員が2017年3月までの3年間に於いて正社員として働き続けていることが確認された⁽¹⁴⁾。つまり、卒業時及び離職率の高い入社3年以内に非正社員等となった割合は0%であることから、今回のインターンシップ生28名に当てはめて考えても卒業後5年間に於ける社会的な損失額は0円であると推計される。よって、本事業により非正社員化による社会的な損失額が45,600,000円軽減すると考えられることから、社会への成果は45,600,000円であったと評価することができる。

なお、本事業がこのような効果をもたらす要因としては、インターンシップ生が本事業を通して実践的なプロジェクト内容に取り組み、将来の仕事への志望動機をより明確にできることが関係していると考えられる。加えて、本事業では本来正社員が担当するような高いレベルのプロジェクトを明確な目標をもって遂行するため、幾度となく企業内外の多くの社会人と協力・駆け引きをしなければならず、この経験を通してコミュニケーション能力等が向上し、これが求職時に有利に働いていると考えられる。以上のことから、本事業を経験したインターンシップ生は卒業時及び転職時において、そうでない学生よりも正社員になれる可能性が高くなると考えられる。

上記1+2+3より、間接的な効果を含めた総便益は199,669,400円となる。

V. SROI

SROI (社会的投資収益率) = 総便益 ÷ 総費用より、SROIの算出結果は次の通りとなる。

<直接的な効果>

企業及び学生への成果より、直接的な効果は

154,069,400円 / 30,609,960円 = 5.03

よって、投資額(総費用)に対して5.03倍の成果があることが推計された。

<間接的な効果>

上記の直接的な効果に「社会への成果」を加えた、将来的に見込める間接的な効果は

199,669,400円 / 30,609,960円 = 6.52

よって、投資額(総費用)に対して6.52倍の成果があることが推計された。

付録 企業向けアンケート

※【貨幣化の考え方】はアンケート実施時には記載していなかったものである。

企業様向けアンケート（2016年度）

この度は G-net のホンキ系インターンシップ事業へご参画頂き、誠にありがとうございました。

G-net では本事業における社会的価値を評価するため、ご参加頂いた企業様へアンケートを実施しております。つきましては下記質問にお答えいただく形で、今回のインターンシップ事業を通じた貴社への貢献を評価して頂きますようお願い申し上げます。

なお、ご回答頂いた内容は社名が特定できない状態に集計した上、公表する場合がございます。予めご了承くださいますようお願い致します。

ご多忙のところ大変恐縮ですが、ご協力頂けますようお願い申し上げます。

1. 企業名をお答えください。

[]

2. インターンシップ生を受け入れたことによる効果について、下記項目にお答えください。

- (1) インターンシップ生による新規事業の立ち上げ、もしくは新規商品の開発はありましたか。

YES NO

→（YESの場合の追加質問）それは貴社にとって価値（総合的な影響）の大きいものでしたか。

YES NO

【貨幣化の考え方】

新規事業の立ち上げもしくは新規商品の開発があり、さらにそれが企業にとって価値の大きいものであると回答された場合について、コンサルティング会社の単価（月2回のコンサルティングで20万円）を参考に、一事業もしくは一商品につき120万円（内訳：20万円/月×6ヶ月）を計上。

（補足）中小企業向けの経営コンサルティングサービスを提供するコンサルティング会社における料金を元に単価を算出。

- (2) インターンシップ事業を通して売上げはありましたか。なお、後に売上げにつながる契約件数や、今後の売上げ見込みも含めた形でお答えください。

YES NO

→ (YESの場合の追加質問) その金額をお教えください。なお、売上げ見込みについても概算金額で結構ですので、計上をお願い致します。

{ }

【貨幣化の考え方】

企業に回答いただいた金額をそのまま計上。

- (3) インターンシップ事業に関連して、下記いずれかのメディアに取り上げられたことはありますか。(複数回答可)

テレビ (全国放送 地方放送)、新聞 (全国紙 地方紙)、雑誌 (一般誌 業界紙・専門誌)、その他 ()

→ (YESの場合の追加質問) メディア名及び分量 (放送時間や記事行数) についてお教えください。

{ }

【貨幣化の考え方】

個別の内容に応じて、同等のメディアへの掲載にかかる費用を元に貨幣化。

- (4) 上記質問でお答えいただいたもの以外に、インターンシップ生が間接的に貢献した売上げはありましたか。

YES NO

→ (YESの場合の追加質問) 概算で結構ですので、その金額をお教えください。

{ }

【貨幣化の考え方】

企業に回答いただいた金額をそのまま計上。

- (5) インターンシップ事業を通して、経営者様における意識変化はありましたか。

YES NO

【貨幣化の考え方】

経営者に意識変化があったと回答された場合について、社員向け研修の単価 (月1回×12回で56万円) を参考に、28万円 (内訳: 56万円×月1回×6/12回) を計上。

(補足) 社員研修・社員教育サービスを提供する企業における、チームマネジメントを始めとした次世代リーダー・幹部育成のためのプログラムの料金を元に単価を算出。

- (6) 経営者様とは別に、インターンシップ生担当の社員様がいらっしゃった企業様にお聞きします（担当社員様がいらっしゃらない場合はNOを選択してください）。インターンシップ事業を通して、担当社員様における意識変化はありましたか。
- YES NO

【貨幣化の考え方】

前項目と同様の考え方から、インターンシップ生の世話係を担っていた担当社員（幹部候補）に意識変化があったと回答された場合について28万円を計上。

- (7) インターンシップ事業を通して、経営者様及び担当社員様以外の貴社の社員様方における意識変化はありましたか。（一部の社員様であっても変化があった場合はYESを選択してください。）
- YES NO

【貨幣化の考え方】

社員の意識変化があったと回答された場合について、企業内研修を導入した場合の単価（1日間の企業内教育研修で25万円）を参考に、2回の研修を実施したものとして50万円を計上。

（補足）人財育成・管理職研修のサービスを提供する企業における、研修会の料金を元に単価を算出。

参考文献

- (1) 国税庁「平成 26 年分 民間給与実態統計調査」, 2015
file:///C:/Users/kitao/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/CQYXQLEZ/001.pdf (2017 年 6 月 1 日閲覧)
- (2) マイナビ 2016 インターンシップ
http://one-group.jp/humanresource/mynavi_2016/intern_price.html(2017 年 6 月 1 日閲覧)
- (3) 厚生労働省「平成 27 年賃金構造基本統計調査結果（初任給）の概況：1 学歴別にみた初任給」, 2015
<http://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/chingin/kouzou/15/01.html>(2017 年 6 月 1 日閲覧)
- (4) 公益財団法人パブリックリソース財団「ゴールドマン・サックス『中小企業経営革新プログラム』社会的インパクト評価報告書」, 2016
- (5) 専門職大学院設置基準（平成 15 年文部科学省令第 16 号）第 15 条
<http://law.e-gov.go.jp/htmldata/H15/H15F20001000016.html>(2017 年 6 月 1 日閲覧)
- (6) 大学設置基準（昭和 31 年文部省令第 28 号）第 21 条第 2 項第 2 号本文
http://www.kyoto-u.ac.jp/uni_int/kitei/reiki_honbun/w002RG00000949.html(2017 年 6 月 1 日閲覧)
- (7) 名古屋商科大学ビジネススクール 入学案内
<http://mba.nucba.ac.jp/admission/expenses.html>(2017 年 6 月 1 日閲覧)
- (8) 文部科学省「平成 27 年度学校基本調査」, 2015
http://www.mext.go.jp/component/b_menu/other/_icsFiles/afieldfile/2016/01/18/1365622_1_1.pdf (2017 年 6 月 1 日閲覧)
- (9) 厚生労働省「新規学卒者の離職状況（平成 24 年 3 月卒業者の状況）」, 2015
<http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/0000101670.html>(2017 年 6 月 1 日閲覧)
- (10) 厚生労働省「別紙 2 新規大学卒業就職者の離職状況（平成 24 年 3 月卒業者）」, 2015
file:///C:/Users/kitao/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/088KUE0T/0000102407.pdf (2017 年 6 月 1 日閲覧)
- (11) 独立行政法人労働政策研究・研修機構「若年者の初期キャリアと企業による雇用管理の現状：『平成 25 年若年者雇用実態調査』より」, 2016
http://www.jil.go.jp/institute/siryu/2016/documents/0171_06.pdf(2017 年 6 月 1 日閲覧)
- (12) 厚生労働省「平成 25 年若年者雇用実態調査の概況」, 2016
<http://www.mhlw.go.jp/toukei/list/4-21c-jyakunenkyou-h25.html>(2017 年 6 月 1 日閲覧)
- (13) file:///C:/Users/kitao/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/09GRUFUF/4-21c-jyakunenkyou-h25_06.pdf(2017 年 6 月 1 日閲覧)
- (14) 2017 年 6 月 G-net 調べ。回収率 50%(2014 年 3 月卒業生 40 名のうち 20 名から回答)。