

目次

序章 調査研究の概要	1
1 調査の目的	3
2 調査内容	3
3 調査体制及び調査のスケジュール	8
第1章 現地調査事例	9
栃木県宇都宮市 GENBA CHALLENGE － NPO 法人とちぎユースサポーターズネットワーク －	11
石川県七尾市 能登留学 － 株式会社御祓川 －	27
愛知県岡崎市 ホンキ系インターンシップ － NPO 法人コラボキャンパス三河 －	47
三重県尾鷲市 長期実践型インターンシップ － 尾鷲市商工会議所 －	63
岡山県岡山市 離島のインターンシップ － エリア・イノベーション －	79
高知県四万十町 いなかビジネス教えちやる！インターンシップ － 一般社団法人いなかパイプ －	95
鹿児島県鹿児島市 鹿児島起業家留学 － 株式会社マチトビラ －	111
第2章 アンケート調査事例	125
1 NPO 法人東海道・吉原宿	127
2 NPO 法人ならゆうし	135

3	株式会社シーズ総合政策研究所 株式会社木楽舎	139
4	NPO 法人てごねっと石見	144
5	株式会社巡の環	150
6	株式会社ハウインターナショナル	157
第3章 地域コーディネーターの重要性		163
1	自治体との連携への期待	165
2	地域コーディネーターの重要性	168
特別寄稿		171
調査事例名簿		177

序章 調査研究の概要

1 調査の目的

全国の市町村、特に地方都市や過疎町村において、若者が激減している。

その社会的背景には、「出生数そのものが激減している」、「その地で育っても大学がないため都会に出る」、「大学を出ても地元で働く場所がないため戻って来られない」などの事情が推察され、若者激減には一定の説得力のある説明がなされている。

他方、若者の激減に大きな危惧感を抱き、若者を誘致する事業を展開する市町村も見受けられるようになってきた。危惧感を危惧感にとどめず、その解決策として立ち上がった地域である。

本調査研究では、若者の呼び込みと協働によるまちづくりを推進している諸団体の取組を調査し、その取組手順や実施上の課題及び効果について明らかにし、若者を呼び込み協働によるまちづくりに取り組みやすい環境づくりに資することを目的としている。

2 調査内容

(1) 現地調査事例

①調査項目

- ・ 事業の経緯
- ・ 事業の内容及び特徴
- ・ 事業の実績
- ・ 外部との連携
- ・ 課題と今後の展望
- ・ コーディネーター機能の重要性

②調査対象事例

■ 栃木県宇都宮市 NPO 法人とちぎユースサポーターズネットワーク — GENBA CHALLENGE —

「GENBA CHALLENGE」は「成長と挑戦」×「価値創造」を大きなテーマとして、まちづくりや社会課題に取り組む組織が抱える「課題の解決」や「次の一手を創る」ことを目指す、現場をフィールドとしたインターンシップである。成長意欲のある若者にはより本質的な力を、受入組織には社内の変化と新たな価値を生み出すことを目的としている。大学プログラムの実施協力など、大学との連携も密接である。

■石川県七尾市 株式会社御祓川

— 能登留学 —

かねて七尾の活性化を進めてきた民間のまちづくり会社、株式会社御祓川。平成 19（2007）年に起きた能登半島地震からの復興を機に、「若者がいない」という地域の声に応えるべく、平成 22（2010）年にスタートしたのが「能登留学」である。企業などの新しい挑戦をプログラム化し、インターン生とともに取り組むことにより、能登の地域課題の解決に向けたソーシャルビジネスを生み出すことに主眼を置いている。

■愛知県岡崎市 NPO 法人コラボキャンパス三河

— ホンキ系インターンシップ —

NPO 法人コラボキャンパス三河の「ホンキ系インターンシップ」は、岐阜市の NPO 法人 G-net が同市を中心とするエリアで実施しているホンキ系インターンシップを、岡崎市に「移植」した事業である。移植に際しては、行政（岡崎市）による全面的なバックアップを得て、代表理事の本業であるタウン誌で培われた人的ネットワークも生かしつつ、G-net の協力によりコーディネーターの育成を行った点が特徴である。

■三重県尾鷲市 尾鷲商工会議所

— 長期実践型インターンシップ —

尾鷲商工会議所の長期実践型インターンシップは、全国で初めて、商工会議所が取り組んだ事例である。商工会議所として、地域の中小企業に対する経営支援の一環として事業を実施している点が大きな特徴である。尾鷲市は近隣に大学が存在しないため「地域住み込み型」が基本であり、企業と学生との間には密接な関係性が築かれる。学生の外部からの視点によって、受入企業の側が評価にさらされる側面もあり、企業にとって厳しい事業ともいえる。最近では海外の大学からも参加者を受け入れている。

■岡山県岡山市 エリア・イノベーション

— 離島のインターンシップ —

笠岡諸島インターンシップは、離島に若者を呼び込む取組として注目すべき事業である。受入主体の中心となるのは、笠岡市が全市で組織しているまちづくり協議会であり、市の助成対象も協議会となっている。一方、インターンシップの運営は現在、任意団体のエリア・イノベーションが担っているが、同団体は将来的には NPO 法人又は一般社団法人の形態を目指している。学生の成長を促すとともに、地域の人たちが自発的に地域づくりに取り組む契機とすることが、主要な事業目的となっている。

■高知県四万十市 一般社団法人いなかパイプ
— いなかビジネス教えちやる！インターンシップ —

「いなかビジネス教えちやる！インターンシップ」は、高知の「いなか」（農山漁村）で「住む」と「働く」を同時に経験し、地域のリアルな暮らしを学ぶ現場実践型研修プログラムである。地域での生き残りをかけてビジネスを展開する農業者・漁業者・商業者などの下で、ビジネスの手伝いをしながら自分自身と向き合い、自分に何ができるのかを学びとることを目標としている。地域の人々や参加者同士との「つながり」「人間関係」を感じ、リアルな地域社会の暮らしを模索することも可能である。

■鹿児島県鹿児島市 株式会社マチトビラ
— 鹿児島起業家留学 —

もともと、あるNPO法人が手がけていたインターンシップ事業を継承し、平成23（2011）年に独立、平成25（2013）年に法人化した株式会社マチトビラが取り組む長期実践型インターンシップ事業が「鹿児島起業家留学」である。独立当初、採算性は必ずしも高くなかったが、企業の理解も年々深まり、最近ではリピートする企業も増えてきている。地域で頑張る人たち、特に地元で起業した人たちを支援することを主目的に、学生には「普遍性の高い人間力」を身に付けてもらうことを目指している。

(2) アンケート調査事例

①調査項目

- ・事業の経緯
- ・事業の内容
- ・事業の実績
- ・外部との連携
- ・課題と今後の展望

②調査対象事例

■静岡県富士市 NPO 法人東海道・吉原宿
— 富士市の中心・吉原商店街の活性化を通じて社会に貢献する —

1. 商店街と若者を結ぶプロジェクトの企画・実施
2. 若者と芸術を結ぶプロジェクトの企画・実施
3. 高校生の実習の企画・支援
4. 起業家と街を結ぶプロジェクトの企画・実施

■奈良県奈良市 NPO 法人ならゆうし

— 日本のふるさと奈良の地で地域と人をつなぐ —

1. 生涯学習事業
2. インターンシップ事業
3. 創業支援・中間支援事業

■島根県松江市 株式会社シーズ総合政策研究所 株式会社木楽社

— 都市部から島根県への人材誘致を進める仕組みづくり —

1. 地域経営：行政の総合計画、分野別計画への資源活用と協働によるアプローチ
2. 企業経営：企業経営における売上向上、収支改善のための経営管理等支援
3. 施設経営：施設経営における集客増加、雇用創出、波及効果拡大の支援
4. 地域産品：地域産品の商品開発を総合的に支援
5. 人材育成：地域、企業、施設において求められる人材育成を企画・コーディネート

■島根県江津市 NPO 法人てごねっと石見

— 熱い想いを持って島根県石見の地域おこしや産業おこしに取り組む —

1. 特定非営利活動に係る事業
 - ① 創業支援に関する事業
 - ② 初等教育段階からのキャリア教育に関する事業
 - ③ 産業人材の育成に関する事業
 - ④ 人材誘致の促進に関する事業
 - ⑤ 中心市街地の活性化に関する事業
 - ⑥ 地域活性化に関わる公共施設等の運営・管理に関する事業
 - ⑦ その他この法人の目的を達成するために必要な事業
2. その他の事業
 - ① ビジネス・マッチングに関する事業
 - ② 企業等のコンサルティングに関する事業

■島根県海士町 株式会社巡の環

— 地域外の若者による海士町をフィールドにした持続可能なモデルづくり —

1. 地域づくり：地域イベントの運営・補助
2. 教育事業：地域で暮らす学校／暮らしの伝承館／各種企業・自治体研修
3. メディア事業：海士 Web デパート／AMA 海士カフェ／冊子・Web 制作

■福岡県飯塚市 株式会社ハウインターナショナル
— アジアのシリコンバレーe-ZUKA (いづか) —

1. 大学向けポートフォリオシステム群「ediea (エディア)」開発、販売
2. クラウドサービスの 導入・運用支援 / ツール開発
3. 地域活性化ソリューション開発
4. 人材育成支援サービスの 開発 / 運用 / 導入支援

(3) 地域コーディネーターの重要性

- ①自治体との連携への期待
- ②地域コーディネーターの重要性

3 調査体制及び調査のスケジュール

(1) 調査体制

①実施主体

本調査研究は、一般財団法人地方自治研究機構の自主研究として実施した。

②実施体制

本調査研究では、アドバイザーとしてNPO法人ETIC.伊藤淳司マネージャーと瀬沼希望コーディネーターに参加いただき、調査方法や調査結果の分析などについて、様々な観点から議論を行いながら、調査研究を実施した。

また、一般財団法人地方自治研究機構（調査研究部）及び基礎調査機関である株式会社粹文堂で構成する事務局を設置し、現地会議での審議に必要な資料の収集並びに各種調査研究を実施した。

(2) 現地会議スケジュール

●平成26年12月1日（月） 第1回現地会議

石川県七尾市 株式会社御祓川

●平成26年12月18日（木） 第2回現地会議

鹿児島県鹿児島市 株式会社マチトビラ

●平成26年12月21日（日） 第3回現地会議

高知県四万十市 一般社団法人いなかパイプ

●平成26年12月24日（水） 第4回現地会議

三重県尾鷲市 尾鷲商工会議所

●平成26年12月25日（木） 第5回現地会議

岡山県岡山市 エリア・イノベーション

●平成27年1月6日（火） 第6回現地会議

栃木県宇都宮市 とちぎユースサポーターズネットワーク

●平成27年1月15日（木） 第7回現地会議

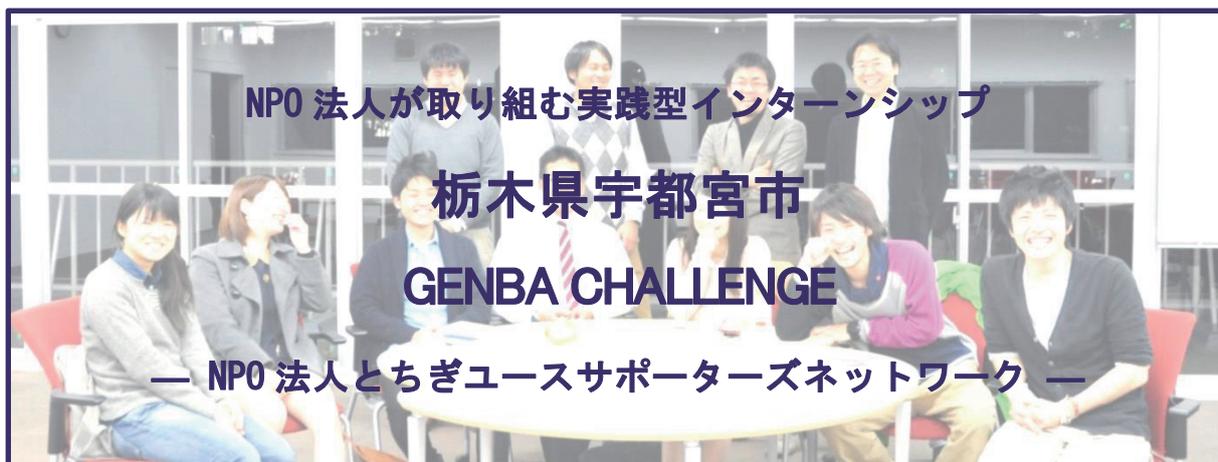
愛知県岡崎市 コラボキャンパス三河

第 1 章 現地調査事例

栃木県宇都宮市

GENBA CHALLENGE

— とちぎユースサポーターズネットワーク —



対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

自治体名	栃木県宇都宮市	位置図	国土地理院承認 平 14 総複 第 149 号
人口	511,739 人 (平成 22 年国勢調査)		
面積	416.84km ²		
分類	NPO 法人		
ポイント	企業の協賛金による運営 大学との密接な連携		
<p>【地域特性】宇都宮市は、栃木県の中南部に位置する、首都圏の北の拠点都市である。明治 17 年に県庁が置かれて以来、県内の政治・経済の中心地であり、昭和 59 年には「宇都宮テクノポリス」の地域指定を受け、以来、産・学・住が有機的に結ばれたまちづくりを進めてきた。東北新幹線や東北自動車道、北関東自動車道が通る交通の要衝であり、また平成元年には新たに 3 大学が開学し、文教都市としての役割も拡大した。</p>			

事例の概要

「GENBA CHALLENGE」は「成長と挑戦」×「価値創造」を大きなテーマとして、まちづくりや社会課題に取り組む組織が抱える「課題の解決」や「次の一手を創る」ことを目指す、現場をフィールドとしたインターンシップである。成長意欲のある若者にはより本質的な力を、受入組織には社内の変化と新たな価値を生み出すことを目的としている。大学プログラムの実施協力など、大学との連携も密接である。

【本事例の特徴】

- ①NPO 法人が取り組むインターンシップ事業である。
- ②宇都宮大学の「課題発見・解決型のインターンシップ」の実施に当たり、インターン生のフォローや受入企業との調整など協力・支援を行っている。
- ③東京に近い立地を活かし、「プチリターン」や「ダブルプレイス（二地域居住）」を考える若者の取り込みも視野に入れている。

1 事業の経緯

(1) 事業年表

年	内容
平成 20 年	とちぎユースサポーターズネットワーク設立 (7 月) 当初は任意団体としてスタートを切る
	大学生のインターンシップを受入開始 現在に至るインターンシップ事業のスタート
平成 21 年	「働くヒト図鑑」実施 インターン生のプロジェクトとして実施
平成 22 年	NPO 法人化 (4 月) NPO 法人とちぎユースサポーターズネットワークを設立 任意団体期に行っていた実践型インターンシップを継承
	「グラウンドワークインターンシップ」実施 内閣府の地域社会雇用創造事業として実施
平成 23 年	「中途退学による社会的孤立防止プラットフォーム事業」実施 栃木県の新たな公の担い手支援事業として実施。行政、大学、NPO の 連携による課題・支援検討委員会を立ち上げる
平成 24 年	若年無業者支援部が独立 地域価値創造型若者コーディネート事業に集中
	実践型インターンシップ「GENBA CHALLENGE」実施 インターンシップとして 4 プロジェクト 6 名を受け入れる
平成 25 年	実践型インターンシップ「GENBA CHALLENGE」実施 インターンシップとして 7 プロジェクト 13 名を受け入れる
	チャレンジコミュニティに合流 NPO 法人 ETIC. の取組に参加する
	大学との連携を実施 宇都宮大学のチーム実践型インターンシッププログラムの協力支援 を行う
平成 26 年	実践型インターンシップ「GENBA CHALLENGE」実施 インターンシップとして 11 プロジェクト 23 名を受け入れる

【事業主体紹介】

特定非営利活動法人とちぎユースサポーターズネットワーク (愛称：TEAM ユース)

設立 : 平成 20 年 7 月 (任意団体) 平成 22 年 4 月 (法人化)

代表者 : 岩井 俊宗

住所 : 栃木県宇都宮市宮園町 8-2 松島ビル 2F

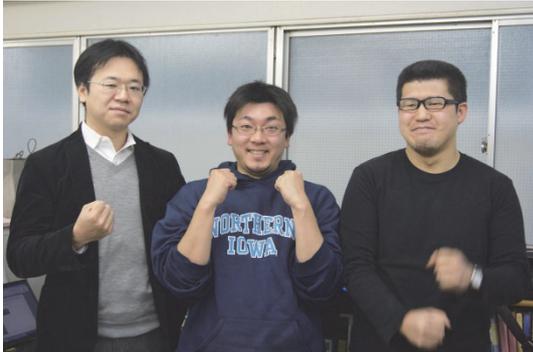
URL : <http://www.tochigi-ysn.net/>

(2) 事業の経緯

①若者の力と地域課題を結ぶ

とちぎユースサポーターズネットワークの代表を務める岩井俊宗氏は、学生時代に国際協力の分野に興味を持ち、実際に海外を含む NPO・NGO による住民参加のまちづくりに接する機会を得た。「そこでの学びを日本の中で活かさないか、と考えたことが、今日の事業につながっています」と岩井氏は語る。市民が持つ解決力を活かし、高めていくことで、市民の側から地域を変えていく——そういう取組を思い描いた。

岩井氏は大学卒業後、市民活動支援センターに専従で5年間勤務し、NPO の中間支



TEAM ユースの主要メンバーと
代表 岩井 俊宗氏（中央）

援に携わった。「そこで考えたのは、行政では支えきれない『SOS』を、どうやって市民力で解決するか、ということでした」と岩井氏。

「SOS」を何とかしたいという大学生とも出会った。彼らの多くは、自ら進んで外国人や障がい者のサポートに取り組もうとしていた。そこで若い力と地域課題とを結び付けることができれば、まちでのふれあいも増え、人や地域が抱える問題の解決をしていけると、当時の現場で強く感じていたという。

②NPO は3年しか続かない？

岩井氏は一方で、10年前の当時、NPO 活動に従事する20代の職員たちが「3年で辞めてしまう」ことが多いのが気がかりであった。「それは、NPO が雇用や職業としての未熟さがあり、将来を見据えて見えてくる現実との葛藤や、不安もあってのことだったと思います。しかし、一朝一夕では進まない課題の解決には、継続して取り組む人が必要です。特に、5年以上続く職員がほとんどいないという現状は、なんとしても変えていきたいと思いました」。事業を継続できるだけの「プロフェッショナル」を育成し、雇用が可能になる環境を作っていくしないと、地域の課題解決やまちづくりへの活動もいつか消え去ってしまうのではないかと、という危機感があった。

岩井氏は「しかも、自身が代表として組織を運営することは初めてでしたし、若者と地域をつなぎ、地域活性化につなげていくことに職業として取り組む人が周りに誰もいなかったのも、もちろん怖さはありませんでした。でも、自分が道を切り開いている感覚もあってワクワクしましたし、分野こそ違え、自らの力で社会の可能性を切り開いているすてきな先輩がたくさんましたから」と振り返る。特に若いうちは、ネガティブな想定をすると動けなくなる。自分が動けば人は動く。やってみたらできていた——という小さな経験の積み重ねが、今日につながっていると岩井氏はいう。「応援してくれる人は、必ず現れるものです」

③地域のイノベーションを目指す

当初、とちぎユースサポーターズネットワーク（以下、TEAM ユース）のインターンシップ事業は若者目線でスタートした。しかし、すぐにそれだけではだめだということに気付かされる。若者のことだけを考えるのではなく、地域に受け皿を作らなければ事業は成立しない。力を活かしたい若者と、課題解決に熱心な地域とをつなぐからこそ、双方が生きるのだと岩井氏は考えた。

そうした考えに至ったのは、ETIC. との出会いも大きかったと岩井氏は語る。当初、組織内だけで取り組んでいた実践型のインターンシップ事業を、外部の企業に提案導入していくモデルに転換したきっかけが ETIC. との出会いであった。それによって、企業からの課金ができるシステムを構築し、事業化への道筋を付けることができたという。同じタイミングで、大学の後輩に当たる学生から、一緒にやりたいという相談を受けた。以来、先輩から後輩へというつながりの中で、TEAM ユースは一種のブランドとして、受け継がれていくことになったのである。



NPO 法人が抱える課題

本文中で岩井氏も語っているとおり、NPO 法人の取組は「3年で終わってしまう」ケースが少なくない。それは、岩井氏の指摘にあるように、NPO の活動が「個人の活動」の延長であることが多いことも一因であろう。また、取り組むべきテーマがあって、それに対する自治体からの助成が受けられるうちはよいが、ひとたび助成が途切れて資金面で行き詰まると、直ちに活動自体も消滅してしまうケースが散見される。

しかし、まちづくりの取組を進める上で「5年以上続く人がほとんどいない」という現状は、大きな損失といえる。自治体としては、有意義な活動がきちんと継続できるよう、効果的な助成を行うことが肝要であると思われる。それは、単に3年が過ぎても助成を継続するというだけではない。もっと以前から——例えば事業立ち上げ期の3年間に集中的に効果的な助成を行い、取組が事業として継続していけるだけのサイクルを確立させるような視点が求められるのではないだろうか。また、助成金や補助金の制度設計をする場合、その資金が必要なくなるような自立を育む効果があるものを検討する必要があるであろう。

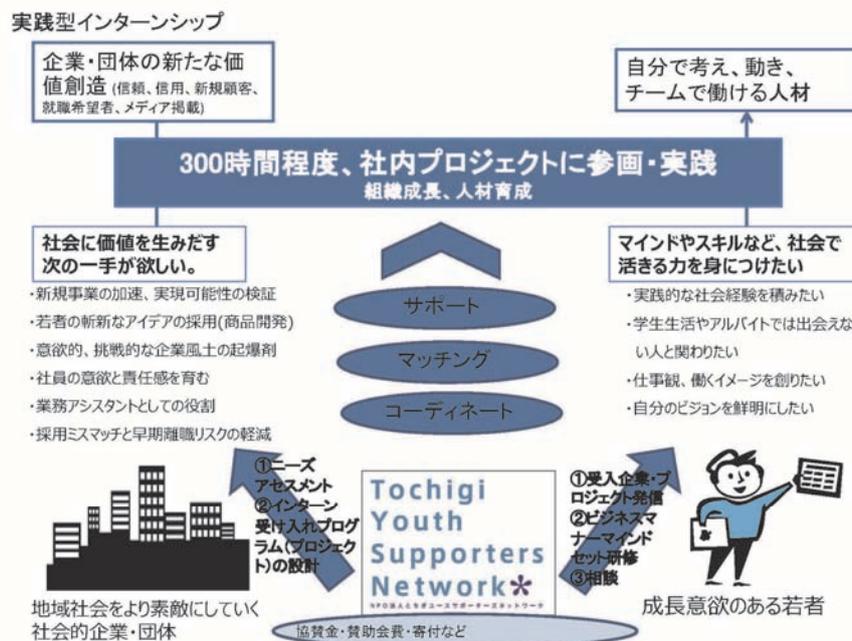
一方で NPO 法人の側にも、「NPO だから」「社会貢献だから」といったある種の「甘え」を捨て、プロフェッショナルとして、成果(売上高ではなく、社会的インパクト)を求め、「共感」で人を巻き込み、事業を継続していく覚悟が求められている。そうした意味からも、TEAM ユースの活動は参考になる点を多く含んでいると思われるのである。

2 事業の内容

(1) 長期実践型インターンシップの概要

GENBA CHALLENGE は、地域活性化・観光・農業・福祉・災害など、地域社会における課題解決型プロジェクトやソーシャルビジネスの最前線で、おおむね3か月～6か月間という長期にわたり継続的に取り組むインターンシッププログラムである。

単なる職場体験で終わらせることなく、若者にとっては自己成長の機会に、受入企業・団体にとっては「次の一手」を打つための社内の変化を加速させるプログラムとなっている。プロジェクト設計は、NPO 法人とちぎユースサポーターズネットワーク（TEAM ユース）が受入団体と協議の上、設計を行っている。本事業における主な募集対象は学生であるが、社会人の参加も可能である。



(2) 事業主体

長期実践型インターンシップ事業の事業主体は TEAM ユースであり、事務局も同法人が担っている。

NPO 法人という組織形態をとり、マンパワー的にも十分な体制が整っていることから、事業主体に関しては1か所(1組織)ですべて完結する対応が可能となっている。

同法人は、冒頭にも挙げたとおり、インターンシップ事業以外にも多くの事業を展開している。中でも、若者によって社会に新しい価値(アイデア)を提供するコンテンツ「iDEA→NEXT (アイデアネクスト)」は、インターンシップの考え方に通ずる部分もあり、特徴的である。



「iDEA→NEXT (アイデアネクスト)」とは？

「iDEA→NEXT (アイデアネクスト)」は、社会をよくする若者のアイデアプランコンテストである。「とちぎの新しい物語をつむぐ」をテーマに、若者のアイデアの孵化（うか）を、栃木県内の実践者や経営者が伴走者となり磨いていく（約3か月）。地域に根ざした、地域のための事業となっており、平成24年度からスタートして、これまでに3回開催している。

TEAMユースでは、このコンテストを「ソーシャルアクションへの入口」と位置付けている。若者ならではの視点で、社会がもっと豊かに、楽しくなるアイデアを、特にテーマを絞ることなく幅広く募集し、優秀なアイデアにはグランプリをはじめとする賞を授与している。

「iDEA→NEXT」が輩出した若者の中には、実際に起業した者や、継続してプロジェクトにトライしている者も多く、この事業が県内のまちづくり活動を加速する役割は小さくないと考えられる。



(3) 長期実践型インターンシップの特徴

①実践的社会経験との出会い

GENBA CHALLENGE は、学生が実践的な社会経験と師匠（ロールモデル）と出会えることが大きな特徴である。自らも成長を続ける事業家や経営者の元で、プロジェクトに参画し、目標に挑戦することができる。こうしたリアルな経験を通じ、社会に「価値」を創造するスキルとマインドを身に付けることが可能となる。

事業は県内を中心に（一部県外）実施されており、インターンシップへの参加を通じ「『栃木で働く』を実感する」ことも目的の一つとなっている。栃木をより暮らしやすく、より面白く——地域の仕事づくりへの挑戦がテーマとして掲げられている。

②高い就職決定率

実社会の課題解決に参画することを重視しており、修了生の就職決定率が高い点は、本事業の特徴といえる。これまでインターンシップに挑戦した若者35名のうち、未卒業生を除いた20名の就職決定率は100%である（平成25年度末現在）。

また、インターン生に対するサポートも充実しており、個別相談はもちろん、ともに挑戦するインターン生仲間との交流会も実施している。

③大学との密接な連携

大学（主に地元の宇都宮大学）との連携が密である点も本事業の特徴といえる。内容については「4 外部との連携」で詳述する。

④課金

本事業は、協力企業への課金（協賛金）によって成立しており、現状では自治体からの助成金等は利用していない。また、協賛金のほかに、趣旨に賛同する企業等からの寄附金も事業資金の一部としている。

インターンシップ事業の開始当初は、こうした資金がなかったため、手弁当で行っていた。その後、行政の委託事業や民間の助成金などで他の事業が始まったが、並行しながらインターンシップ事業を実施し続けていた。

学生からの課金は、基本的には保険料を含む会費のみである。ただし、企業によっては交通費も学生の自己負担となる場合がある。また、受入企業によっては、活動支援金を支給している場合もある。

(4) インターンシップ参加方法

TEAM ユースが実施する長期実践型インターンシップへは、次のような段階を追って実施される。

【STEP1】 学生への告知

学生に対して、プロジェクトの説明と募集を行う。告知には、TEAM ユース自らが運営する Web サイト「SOZO (ソウゾウ!)」を主に活用している。

【STEP2】 エントリー

上記サイトから学生自身がエントリーシートをダウンロードし、TEAM ユースに送付する（メール添付も可能）。

【STEP3】 学生との面談

TEAM ユースにおける面談を行う。

【STEP4】 受入先の面接

受入先企業において学生の面接を行い、両者の合意ができればインターンシップをスタートする。

【STEP5】 事前研修・オリエンテーション

インターンシップの決定後、事前研修とオリエンテーションを実施する。このほか、中間報告や成果報告会への参加も必須である。



オリエンテーションで目標を掲げる
インターン生



3 事業の実績

(1) 受入事業者

①業務内容

現在までに、長期実践型インターンシップで受け入れた代表的な企業の業種と、そのプロジェクト内容は次のとおりである。なお、本事業では1か所の受入先で複数のインターン生を受け入れる場合がある。

年度	業 種	プロジェクト
平成 24 年	TEAM ユース	社会事業家インタビュー（計2期）
	NPO 法人（環境・震災復興）	市民の力でいわき市の海岸林を再生
	不動産業	使える遊休物件の発掘
平成 25 年	有機農業	有機農家と消費者をつなぐ新聞制作
	TEAM ユース	若者支援のための寄附本調達
	保育事業	新規事業の種を創る ^(※1)
	フードバンク(困窮者支援)	支援者開拓 ^(※1)
	外食業	障がい者の自立のための販売促進 ^(※1)
	農産物直売所(株式会社)	農家のためにできることの発見 ^(※1)
	酒造業	若者のお酒需要の掘り起こし ^(※2)
平成 26 年	人材派遣	障がい者の雇用促進
	農家	家業から事業への組織開発
	保育事業	潜在保育士の復帰支援
	建築・不動産業	地域交流拠点の活性化
	TEAM ユース	若者向け情報発信の拡大
	石材組合	新たな受注システムの営業開発
	スポーツチーム	若者の集客拡大 ^(※2)
	建設設備卸	SNS を活用した社風の発信 ^(※2)
	漬物製造	漬物需要の掘り起こし ^(※2)
	住宅不動産業	住宅マーケット分析 ^(※2)

(※1) 短期実践型インターンシッププログラム

(※2) 宇都宮大学プログラム

②受入事業者の条件

本事業の受入事業者は、社員数数名の小企業から、600名程度の企業まで多様である。岩井氏は「経営者がチャレンジングであることが、第一の条件でしょうね」と語る。その上で、若者の可能性を信じてくれる経営者であること、と続ける。若者と一緒に仕事をしてみると、そこから何か新しい価値を創造できることが分かってくる。

そういうことに理解のある経営者が、インターンシップの受入事業者に向いているのだという。

岩井氏はまた「単に売上を追究するだけでなく、地域社会をどれだけ豊かにできるか、地域社会をどう大事にできるか、突き詰めて考える経営者、企業が向いていると思います」とも語る。幸いなことに、栃木県には「とちぎニュービジネス協議会」という全国でも有数の経営団体があり、こうした考えを持つ経営者が広く業界をまたいで存在しているという。こうした点も、本事業を支える背景となっている。

③企業課金を伸ばす条件

一方、コーディネーターの側から見ると、企業課金を伸ばす上では「プロジェクト設計が肝」だと岩井氏は語る。プロジェクトの「設計」自体に、企業が価値を見いだしてくれるかどうか、会社のニーズをどのように解決できるか、課題解決に向けたアプローチが問われているのだという。

インターンシップは、学生が「社長の気持ち」にダイレクトに触れることのできる機会でもある。そこに意義を見だし、本気で取り組む学生に対しては、経営者も「人材としてほしい」と考えるのは当然であろう。本事業は、就業支援を直接の目的とはしていないが、結果として、インターンシップの修了後に受入企業に就職する学生も出てきているということだ。

(2) 参加者

①参加者

現在までに、長期実践型インターンシップ「GENBA CHALLENGE」に参加した学生の人数は次のとおりである。本事業は地元指向が強いという性格があり、学生は地元の宇都宮大学・白鷗大学からの参加が中心である。このほか、社会人の参加もある。

年度	人数
平成 24 年	6 名
平成 25 年	13 名
平成 26 年	23 名

※ 短期実践型インターンシップを含む



インターン生による合同振り返り

②参加者に求めるもの

GENBA CHALLENGE では現在、主に県内、地元大学の学生を対象としている。ただ、岩井氏によれば、一部には休学して県外から参加する学生もおお、今後は県内ということにこだわらず、参加者の範囲を広げていきたいと考えているという。

栃木県の場合、県南であれば実家に在住したまま、東京に通学している学生も多い。その場合、東京の大学への通学を続けながら、インターンシップに参加する場合もあるという。岩井氏は、そうした学生が将来、地元でもっと働けるように、あるいは「プチUターン」できるように、就業に関する情報も提供したいと語っている。



現場の視点① —学生のコメント—

有機野菜を使ったお惣菜屋「ソザイソウザイ」で消費者と生産者をつなぐ新聞「agriteria」の企画から取材、制作、発行、配布を行いました。新聞を見て、お店に初めて足を運んでくれた方もいて、うれしかったです。

生産者やソザイソウザイの方から、野菜・料理を作るときのこだわりを聞くことができ、いつでも消費者に良いものを届けようとする真剣な姿勢を間近でみる事ができたことで、自分もやりがいのある仕事をしたいと思いました。この実践型インターンシップで、自分の周りで見守って下さった方々がチャレンジを応援して下さい、主体的に動く面白さ、楽しさを感じられました。また目標に向かうための方法を知ることができました。

インターンシップ中は忙しかったけれど、充実した時間を過ごせました。悩むことや大変なこともありましたが、受入先の梅園さんやコーディネーターの岩井さん、他沢山の方々に支えられて頑張ることができたので、人とのつながりはすごいと思いました。



4 外部との連携

(1) 大学との連携

①大学との連携

本事業は、宇都宮大学との連携が密である。同大学では、キャリア教育・就職支援センターにおいて、インターンシップの充実を図っており、その中心となる教員を通じて連携が広がっている。具体的には、大学での課題発見・解決型のインターンシッププログラムの協力・支援に携わっている。

②学生との連携

大学との連携と同時に、代表の岩井氏を含む卒業生と、現役の学生との間に代々受け継がれている「ロコミ」的なコミュニティも存在し、そのことが学内における TEAM ユースの「ブランド化」につながっている。これは、ごく簡単にいえば「インターンシップをやるなら TEAM ユースがいいよ」という会話が、学生の間で広まっているという意味である。



大学との連携のきっかけは？

大学との連携の契機となったのは、岩井氏らが以前から継続的に取り組んできたニート・引きこもり支援等の研究事業である。その始まりは、平成 21 年に独立行政法人福祉医療機構（WAM）の助成事業「長期ひきこもり経験者のための雇用創出事業」にであった。以来、岩井氏らはこの分野の活動に継続して取り組んできた。

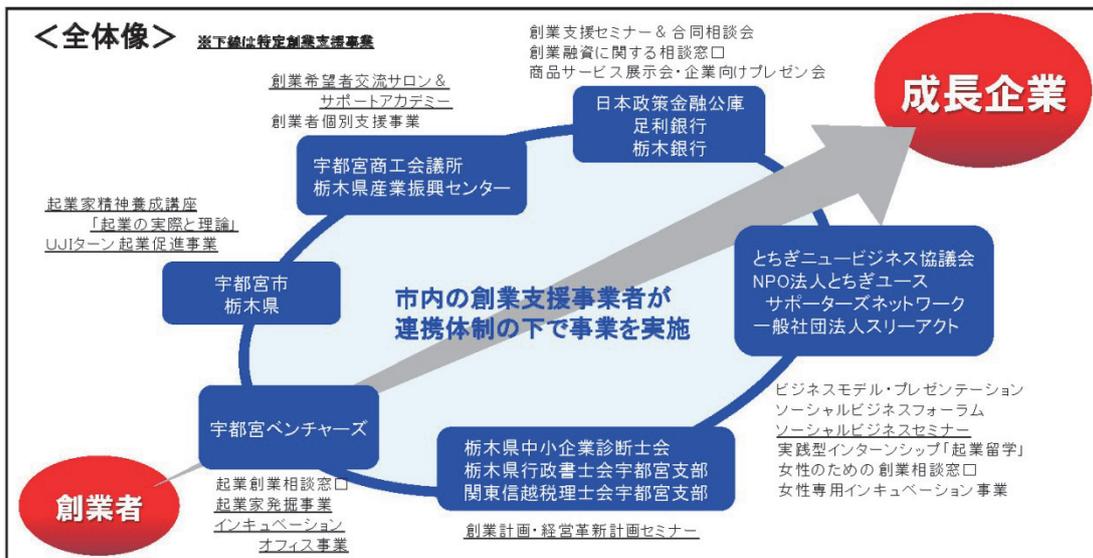
平成 23 年～24 年は栃木県の新たな公の担い手支援事業として「中途退学による社会的孤立防止プラットフォーム事業」に取り組んでいる。同事業は 6 大学・13 機関の連携によって進められたもので、こうした取組の中からも、インターンシップ事業や当会に対する大学側の理解が醸成されていったという。

なお、現在は「一般社団法人栃木県若年者支援機構（しごとや）」や「NPO 法人とちぎユースワークカレッジ」（いずれも岩井氏らが設立に関わっている）などの民間支援機関が県内の若年無業者支援実績も高く、中心を担っている。そのような背景もあり、TEAM ユースは、平成 24 年度から実践型インターンシップを中心とする地域価値創造型若者コーディネート事業に集中して取り組んでいる。

(2) 自治体との関係

宇都宮市は、市内において起業・創業を目指す人たちへの支援により一層取り組み、起業・創業の促進による経済活性化を図るため、平成 26 年 1 月に施行された産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」を策定し、平成 26 年 6 月に国の認定を受けている。

TEAM ユースもこの連携の枠組の中に位置付けられており(下図)、岩井氏によれば、GENBA CHALLENGE もまた、こうした取組を通じて自治体との連携を深めていきたいとのことである。



(出典：宇都宮市 Web サイト)

5 今後の課題と展望

①インターンシップ事業の拡大

岩井氏は「事業規模に関しては、現状ではまだまだ満足できる数字ではありません」と語る。リピーターが多いのは悪いことではないが、一方で新規の参加者をもっと増やしたいとも考えているという。一方で、人数だけでは測ることのできない成果を強調していきたいとも岩井氏は語る。GENBA CHALLENGE は、1人の参加者が長期間にわたって取り組む点が特徴であり、そこを巣立った若者が、その後の活動——現在の活動に活かすことこそが「鍵」であるという考えからだ。

このように考えてくると、今後は、事業規模の拡大と内容の充実とのバランスをとりながら、引き続き収益性のある事業として継続していくことが、本事業の課題であると考えられる。そこでは「これまで培ってきた、平成25年度だけでも延べ277名の協力者は大きな財産です」という岩井氏の言葉にあるとおり、協賛、支援してくれる企業等の存在が大きな力となるに違いない。

②自治体との連携強化

自治体との連携に関しては、宇都宮市を中心とする「創業支援事業計画」の枠組がある。この枠組は平成26年に定まったばかりなので、今後はより一層、実効的な取組につなげていくことが求められるであろう。岩井氏の言葉を借りれば「連携の中で、若者の力に期待し、必要としているチャレンジングな企業の『紹介・コーディネート』を市にも担ってもらえれば、大変うれしいですね」ということになるが、どんな経営者がどんな人材を欲しがっているか、隠れた企業ニーズを掘り起こしていく上で、自治体が果たし得る役割は小さくないと思われる。

また、この枠組には銀行等の金融機関や、中小企業診断士会、税理士会等も参加している。彼らは、経営について企業にコンサルティングやアドバイスを行うことはあっても、企業に人材がいらないからといって、外部から若者を送り込むといった発想はあまりない。そこで、こうした公的な枠組の中でインターンシップの意義が理解され、企業の活性化に活用されるようにしていきたい、というのが岩井氏の考えである。



現場の視点② —コーディネーター機能の重要性—

私たちはこれまで、社会貢献したい若者を中心に据えて、その想いを具現化していくための支援事業に注力してきました。そうしたなか、新たに、よき社会の実現に向けて挑戦している企業や地域団体、行政などから、現状の突破を期待して若者の力を必要としている声があることが見えてきました。よき社会、よき未来のために、若者を必要としているニーズに、今まで育んできた「意欲と行動できる若者」の力をつないでいく仕組みが必要不可欠です。

この新たなスキームづくりには、会員や寄附者からの支援が必要不可欠です。よりダイレクトに、よりリアリティのある接点と支援を実現すべく、対話や交流を重視したプログラムづくりにも着手しています。今後はより一層、栃木の社会課題解決や活性化を加速していけるように、会員・職員の力を合わせて進めていきたいと考えています。

ミッションを実現する手段として掲げていた2つの事業。必要とされる現場でチャレンジするインターンシップ。自身もつ課題意識を独自の方法で解決するアイデアコンテスト。このどちらも県内では初の取組であり、認知・理解への時間が必要でした。ここに来てようやく取組が浸透しはじめ、機能してきました。これからは2つを軸に多様な若者のチャレンジを生み出し、支える環境を構築することで、栃木をより活性化させていきます。

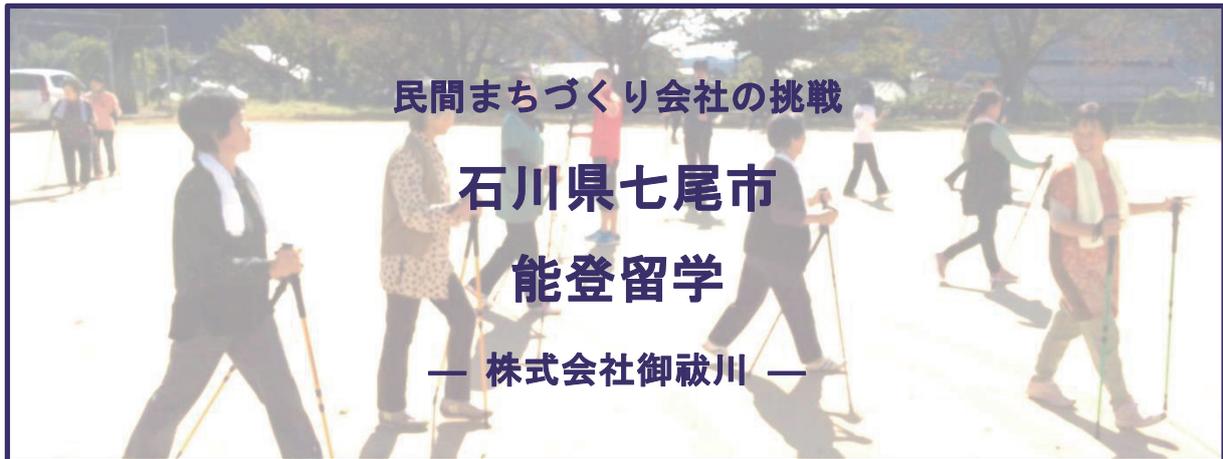
実践型インターンシップについては、宇都宮大学等との連携によって、短期型、チーム型、長期型と体系化が進んでいます。インターンシップの幅広い受け皿ができることで、若者が自身のキャリアデザインやチャレンジする機会、また地域の課題解決への参画への機会を増やすことができると考えています。若者がより地域へ参画しやすくする仕組みづくりと同時に、若者に期待する支援者や市民が受け入れやすい仕組みをつくることが今後の課題です。



石川県七尾市

能登留学

— 株式会社御祓川 —



対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

自治体名	石川県七尾市	位置図  <small>国土地理院承認 平14総検 第149号</small>
人口	57,900人 (平成22年国勢調査)	
面積	318.09km ²	
分類	株式会社	
ポイント	株式会社による運営 連携組織の協議会が事業主体	
<p>【地域特性】七尾市は石川県の北部、能登半島の中央に位置する都市である。「七尾」の名は、七尾城が築かれた城山に七つの尾根があったことに由来する。平成16(2004)年、旧七尾市と田鶴浜町、中島町、能登島町の1市3町が合併し新・七尾市が誕生した。北陸有数の温泉地である和倉温泉を擁し、毎年5月に行われる青柏祭は「日本一」ともいわれる高さ12mの山車が市内を曳き回されることで有名である。</p>		

事例の概要

かねて七尾の活性化を進めてきた民間のまちづくり会社、株式会社御祓川。平成19(2007)年に起きた能登半島地震からの復興を機に、「若者がいない」という地域の声に応えるべく、平成22(2010)年にスタートしたのが「能登留学」である。企業などの新しい挑戦をプログラム化し、インターン生とともに取り組むことにより、能登の地域課題の解決に向けたソーシャルビジネスを生み出すことに主眼を置いている。

【本事例の特徴】

- ①従来から中心市街地の活性化などに取り組んできた、民間のまちづくり会社が取り組んでいる事業である。
- ②企業に対する課金を中心に、単独の事業として成立することを前提としている。
- ③インターンシップを契機として地元企業がイノベーションを起こすことで、地域振興へとつながっていくことを目指している。

1 事業の経緯

(1) 事業年表

年	内容
昭和 60 年頃	七尾マリンシティ運動始まる 現在に至る七尾のまちづくり活動の端緒となる運動が起こる
平成 3 年	マリンシティ構想に基づいた能登食祭市場オープン 当時の社団法人七尾青年会議所が構想を打ち出し、七尾港に「能登食祭市場」を整備
平成 10 年	七尾街づくりセンター株式会社設立 全国二番目の TMO (Town Management Organization) として第三セクター形式で設立
平成 12 年	株式会社御祓川設立 (6 月) 中心市街地を流れる河川・御祓川の浄化を通じ、川沿いのまちをプロデュースすることを目的に掲げ設立。七尾街づくりセンターとともに、まちづくりに取り組む
平成 16 年	御祓川まつりを創始 地元神主の協力により、新たな神事として創始
	新七尾市が誕生 (10 月) 旧七尾市と田鶴浜町、中島町、能登島町の 1 市 3 町が合併し新七尾市が誕生
平成 19 年	能登半島地震起こる (3 月) 復興を機に、まちづくりに携わる人々との意見交換を行う中で「若い人がいない」ことが大きな課題となる
平成 21 年	「能登留学」の調査を実施 企業などを対象に、インターンシップ事業を立ち上げるための可能性調査 (ニーズ調査) を実施
	七尾留学推進協議会を設置 調査事業に当たり、事業の実施主体となる協議会を市、商工会議所、商工会、TMO 等をメンバーとして立ち上げる
平成 22 年	「能登留学」始まる 長期実践型インターンシップのマッチング事業を開始。初年度 (第一期生、第二期生) 8 名 (8 社 8 プロジェクト) を受け入れる
平成 23 年	「能登留学」 1 か月間の短期実践型インターンシップの受入開始
平成 25 年	「能登留学」 1 か月以上のインターン生 50 名突破。能登での就職・起業者 4 名が誕生

【事業主体紹介】

株式会社御祓川

設立 : 平成 11 年 6 月
代表者 : 代表取締役社長 森山 奈美
住所 : 石川県七尾市鍛冶町 69-3
URL : <http://misogigawa.com/>

(2) 事業の経緯

①能登半島地震からの復興

株式会社御祓川は、全国でも珍しい、まちづくりを手がける株式会社の一つである。市内を流れる河川・御祓川は、その昔、前田利家がここを境に商人町と職人町を分けたといわれ、市民意識に深く根付いた存在であった。しかし、近年では河口付近の地盤沈下で流れがよどみ、生活排水の流入もあって水質汚染が進んでいた。そこで、株式会社御祓川ではこの御祓川の浄化を活動の一つの柱とし、この川をまちづくりのシンボルとして、界隈のにぎわい創出やコミュニティの再生に取り組んできた。

そんな中、平成 19 年に能登半島地震が起きた。他地域では必ずしも大きく報道されなかった面もあるが、地域にとっては地震災害からの復興は喫緊の課題となった。しかし、復興の担い手は決定的に不足していた。その状況に直面して、復興に携わった人たちは、否応なく「地域の存続可能性」というテーマを認識させられたのである。株式会社御祓川の森山奈美社長は「私たちは、地域課題が『あり続ける』ことが大事だと思っています。課題を課題として認識し、何とかしようと思う人がいる限り、地域は何とかなると信じているからです」と語る。地震が起きたのと同じ平成 19 年、最初に取り組んだのが「能登旨美オンパクうまみん」であった。



株式会社御祓川
代表取締役社長 森山 奈美氏



「能登旨美オンパクうまみん」とは

「オンパク」とは、地域資源を活かしたプログラムを一定期間に多数開催し、統一したコンセプトで情報発信することで、地域の小さな挑戦をつなぎ、育てようとする取組である。平成13年に大分県別府市で始まり、後に経済産業省の支援でモデル化された。オンパクは「温泉泊覧会」の略であり、地域の魅力を再発見するイベントとして、多数の観光客を一度に集めるのではなく、20人程度の小さなイベントを群発的に開催するのが特徴である。

七尾市では、株式会社御祓川が「能登旨美オンパクうまみん」として実施しており、平成19年の初年度は、7つのプログラムを掲載した統一ガイドブックの発行・配布から始まった。現在は1回に30~50のプログラムを開催するまでに成長しており、各プログラムはパートナーの各事業者が運営している。

個々のプログラムは、例えば伝統的な機織りを体験する「能登上布の織姫体験」や、地元の第三セクター鉄道を舞台にした「のと鉄道の中で愛を叫ぼうツアー」、あるいは「ジモティと行く旨い店飲み歩き」（いずれも平成20年版より）など、それ自体が着地型観光として成立するような内容を持っており、まちの魅力を掘り起こし、磨きをかける取組である。現在「うまみん」の資金は行政からの補助金であるが、将来的には事業化を目指している。

(一般社団法人ジャパン・オンパク : <http://japan.onpaku.jp/>)

「能登旨美オンパクうまみん」の取組は、やがて能登全域に広がっていった。一方で、株式会社御祓川では、震災復興に向けた県の事業として官民協働で立ち上げたネットショップ事業「能登スタイルストア」の運営に取り組んでいった。その過程で、森山氏らは能登各地におけるまちづくりのキーマンと出会うことができた。そうしたキーマンたちの口からは、必ずと言っていいほど「若い者がおらん」という言葉が聞かれた。「地域課題はある」「若者はいない」。この二つが結びついたとき、解決策として浮かんだのが、長期実践型インターンシップ事業「能登留学」（当初の事業名は「七尾留学」）であった。

②可能性調査を経て事業化へ

当初、オンパクうまみんの立ち上げに当たっては、経済産業省のハンズオン支援を活用した。そこで、東京で開催された成果発表会に出席したところ、NPO法人エティック（ETIC.）の長期実践型インターンシップと出会った。森山氏によれば、そのときの感想は「これや！」の一言であったという。一方で、当時はハンズオン支援が一区切りとなる時期であったため、独力で予算を確保する必要に迫られた。そこで、内閣

府の平成 21 年度「地方の元気再生事業」(3 か年) を活用し、1 年目として長期実践型インターンシップの可能性調査を行った。また、この調査事業を機に、事業の実施主体となる七尾留学推進協議会を設置した。

この調査事業は、企業に課金してビジネスとして成立するかどうか、といった点を中心に、ニーズ調査を行ったものであった。当初、企業にはインターンシップにマイナスイメージを抱いていたたり、そもそもインターンシップ自体を知らなかったりすることが多かったが、他地域の事例を紹介しながら調査を進めていった。また、企業が抱える課題は何で、実際に学生と一緒にチャレンジできる案件があるか、といったことも調査した。その結果、森山氏らは「やればできる」という感触を得たという。その後、平成 22 年から新たに内閣府の「地域社会雇用創造事業」(2 か年) として事業化し、能登留学が正式にスタートを切った。

なお、調査を行った 38 社のうち、実際に受入先となったのは 8 社 (8 プロジェクト 8 名) であった。他に、次年度以降に参加するとした企業が 5 社、プロジェクトを策定してから参加するとした企業も 4 社あり、こうした企業の存在が、今日に至る事業の継続を支えている。

2 事業の内容

(1) 能登留学の概要

能登留学は、能登地方の企業を対象とする実践型インターンシップである。このうち「3か月以上」を「長期」として区分している。実際には6か月を基本とし、長い場合は1年間に及ぶ場合もある。また現在、短期のインターンシップについては期間を4～6週間として設定している。

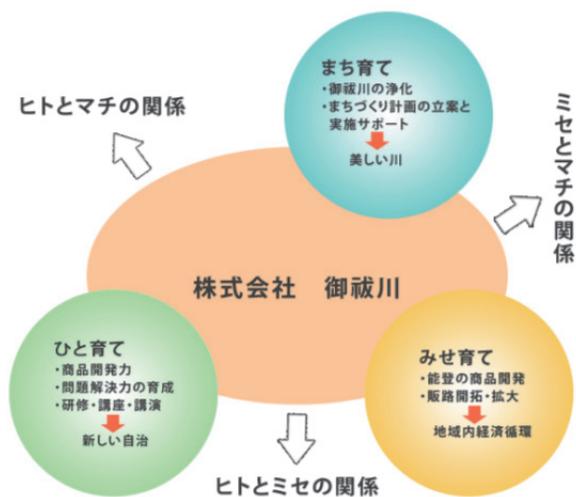
七尾市を含む能登地方の場合、交通の便がよくないため、原則として「住み込み」による参加となる。ただし、金沢市など近隣に居住している場合は、通いで参加する場合もある。

能登留学の狙いは、地域で活躍する経営者やプロジェクトリーダーの下で、学生が課題にチャレンジすることによる「化学反応」を起こすことである。具体的には、受入先となる企業等の課題を解決するために、プロジェクトの「成果を上げること」に主眼を置いている。参加した学生が成長するだけでなく、受入企業、さらには地域がともに成長し、チャレンジを続けていけるようになることが最終的な目標である。

こうした目標を達成するため、能登留学では以下の「6つのC」を掲げている。

1. Challenge——課題解決への挑戦
2. Commitment——当事者意識
3. Connection——マチ・ミセ・ヒトの関係
4. Change——地域産業の変革
5. Contribution——地域社会への貢献
6. Confidence——能登と自分への誇り

このうち、3番目に挙げられた「マチ・ミセ・ヒトの関係」は、まちづくり会社としての株式会社御祓川が設立当初から重視してきたテーマであり、簡単にいえば、マチ（環境）、ミセ（経済）、ヒト（生活）相互の関係性・つながりを取り戻すことこそが、まちづくりの根幹をなすという考え方である。



株式会社御祓川が掲げるマチ・ミセ・ヒトの関係

(2) 事業主体

能登留学の事業主体は、七尾留学推進協議会となっている。同協議会は、七尾市、七尾商工会議所、商工会、七尾街づくりセンター株式会社（第三セクターによる TMO : Town Management Organization）を中心に構成された組織で、会長は七尾商工会議所副会頭が務める。インターンシップに関するコーディネーター業務は、株式会社御祓川が同協議会の事務局として一手に引き受けている。

同協議会はこのほか、和倉温泉旅館協同組合、能登鹿北商工会、能登圏ゆるぎ塾（NPO）、のと共栄信用金庫の各組織によって構成されている。



株式会社が取り組む意味

本稿で取り上げた長期実践型インターンシップは、株式会社御祓川という一民間事業者の取組である。一般に、こうしたマッチング事業というと NPO 法人などがまず頭に浮かぶ。本報告書の他稿においても、NPO 法人が取り組んでいる事例を取り上げている。では、この種の事業に株式会社が取り組む意味とは何なのであろうか。

資金面で考えると、NPO 法人の方が公的な助成金は得やすいが、森山氏は「一般的な事業活動を行うには、株式会社の信用力はとても大きいですね」と語る。特に、対金融機関の場合には、株式会社は最も信用力が大きいのである。実際、インターンシップ関連の事業は非営利部門で扱っているものの、株式会社御祓川としては地元の信用金庫とも取引をしており、そのことが事業の継続性を高めているといえる。

森山氏は「株式会社でも NPO 法人でも、事業の継続を考えなければいけないという点では同じです」と語る。しかし、数ある NPO 法人の中には、立ち上げ期で助成金が得られる間はよくても、制度の変更等で助成金がなくなるとたちまち立ちゆかなくなるといった例も散見されるのが実情である。その意味では、事業の継続が至上命題である株式会社という組織は、地域づくりにまつわる事業においても一つの望ましい形と考えることができそうである。

もちろん、自治体が連携を考える場合には、企業の性格や事業の内容を厳しくチェックすることも必要であろう。しかし、ここで取り上げた事例のように、地域のための取組を真摯に続けている企業も確かに存在する。そうした企業をどのように適正に評価し、どのように連携の道筋を作っていくか、検討してもよい時期に来ているのではないだろうか。

(3) 能登留学の特徴

①受入先

能登留学の受入先は、厳しい経済状況の中でも前向きに新しい商品やサービスを提供し、地域の活性化に貢献している能登地方の地場企業が中心である。能登を拠点に世界で活躍する企業や、社会的な課題をビジネスで解決するソーシャルベンチャーなど、チャレンジしがいのある受入先を選定している。なお、住み込みで参加するための住居は、受入先が用意するほか、インターンハウス（家賃1万円/月）が用意されている。

②仕事の内容

インターンシップに参加した学生は、実際に社会に働きかける「責任ある仕事」を任される。能登留学では、若者の感性・力を貴重な存在と捉えている。そのため、担当するプロジェクトの主要メンバーとして、学生にも責任ある仕事を与えられる。この点が、職務や役割が限定される見学型のインターンシップやアルバイトとの決定的な違いであり、やりがいの大きさに直結している。

③受入地域との関係性

受入先の多くは中小企業や家族経営であり、経営者と近い立場で一緒に仕事ができる。特に地方においては、企業の活性化が地域の活性化と密接に結びついているため、企業経営者に求められる役割も多様である。受入先の経営者から、リーダーシップやマネジメントのみならず、地域のリーダーとしての考え方までも学ぶことができる。能登留学では、これを「心の距離」の近さとして訴求している。

④課金

収入は受入先企業等への課金によっており、学生への課金は行っていない。企業が学生を受け入れる場合、受入学生1名当たり40万円の課金である。受入先が企業でなく地域団体等の場合は、課金以外の方法をとっている場合もある。ただしこの場合も、助成金を利用するなどして、会社としての売上は確保するようにしている。

(4) インターンシップ参加方法

能登留学のインターンシップ期間は、長期の場合3か月から半年以上にわたる。そのため、株式会社御祓川では学生に「海外留学と同じくらいの決心と挑戦」を求めており、そのための判断材料としてセミナー等の場を提供している。

【STEP1】能登留学活用セミナー

学生向けに、インターンシップを活用するための秘訣や心構えを説明するセミナーを開催している。

【STEP2】能登留学フェア

学生が受入企業の担当者と直接出会える機会を設けている。

【STEP3】コーディネーターとのキャリア相談

学生と担当コーディネーターとのマンツーマンで面談を行う。参加目的や動機の整理を行うほか、学生に更に詳しいインターンシップ情報を提供する。

【STEP4】応募先の検討・募集イベント参加

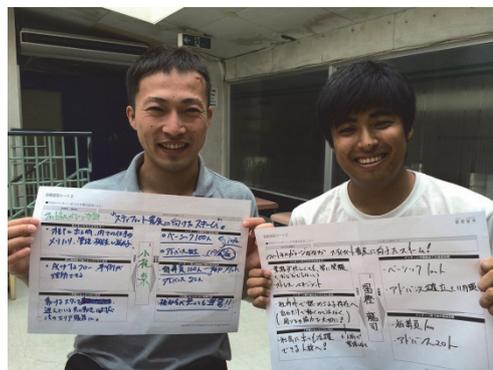
募集情報やコーディネーターとの面談を元に、学生自身が応募先の検討を行う。応募前に経営者と直接話ができるイベントも開催している。

【STEP5】応募・事前課題

応募先（1社）を決めた段階で、学生は応募書類や事前課題の作成に取り組む。その後、受入先との面接を経て合否が決定する。

【STEP6】合格・オリエンテーション、インターンシップ開始

合格が決定したら、オリエンテーションを経てインターンシップを開始する。なお、当初の応募先が不合格となった場合も、別の応募先にエントリーが可能である。



キックオフで目標を掲げる
受入担当者とインターン生

3 事業の実績

(1) 受入企業

①業種とプロジェクト内容

現在までに、能登留学のインターンシップを受け入れた代表的な企業の業種と、そのプロジェクト内容は次のとおりである。

年度	業種	プロジェクト
平成 23 年	パソコン屋	PC を活かした社会課題の解決
	能登鍋実行委員会	事務局長の右腕
	まちづくり会社	新スポーツで穴水町を盛り上げる
	和風お食事処	カフェ化
	能登旨美オンパク うまみん	地域観光プログラム 事業化プロジェクト
平成 24 年	自動車学校	自動車学校でのイベント実施
	東部商店街	商店街の活性化
	能登スタイルストア	—
	大谷済美センター	元幼稚園施設を使ったイベント開催
平成 25 年.	まちのお花屋さん	花に対する意識調査
	<small>なたうち</small> 鉦打ふるさとづくり協議会	集落内の女性の意識調査
	老舗旅館	おもてなし向上プロジェクト
	スポーツクラブ	スティックイベント実施
平成 26 年	まちづくり会社	空き店舗のリノベーションプロジェクト
	まちづくり会社	能登ワーキングホリデー
	スポーツクラブ	ステイフィット事業の立ち上げプロジェクト
	旅行会社	福祉旅行事業の立ち上げプロジェクト
	農業生産法人	農業の6次産業化へ。直売店改革プロジェクト
	農家民宿	農家民宿から始まる集落づくり
	和ろうそく店	老舗和ろうそく店のブランディングプロジェクト
	老舗旅館	温泉泥エステを使った旅プランの造成

②受入企業の条件

インターンシップの学生を受け入れてうまくいく企業の条件は、まず第一に、インターンシップに適したプロジェクトを持っていることだという。特に、経営課題に近いテーマでプロジェクトを組むと、チャレンジ意識を持った学生が応募してくる率が高くなる。

また、森山氏によれば「企業の地域貢献意識が高すぎない方がいい」という。意外なようにも思われるが、地域貢献意識の高い企業は、もともと学生に期待しておらず、インターンシップを社会貢献の一環と捉えている場合が多いという。そのため、プロジェクトに対する期待度も必ずしも高くなく、成果が出にくいのが実情となっている。

逆に成果が出やすいのは、何かにチャレンジしようとしている企業だという。そうした企業は学生を「お客さん扱い」しないので、企業側も学生側も「真剣勝負」となり、双方が必死になってプロジェクトを成功させようと取り組むので、期待する成果が得られることが多いとのことだ。



スポーツクラブにおける
プロジェクトの実施例

③受入側の状況

学生を受け入れることに熱心なのは、企業の後継（予定）者が多いという。会社の現状は、先代が築いたビジネスモデルを消化することで精一杯だが、次の時代に向けて何らかの手を打たなければならない。しかし自分一人だけでは動けない。そんなときに、自分の「右腕」となって働いてくれる若者がいれば——といったケースが目立つそうだ。そのため、能登留学に参加すれば、学生は普通に就職してもやらせてもらえないような、企業の経営に直接関係するような仕事をさせてもらえるのだ。

④受入側に何が必要か

学生を受け入れるに当たっては、必ず専任の担当者を置くことが大切だという。例えば、前項のように企業の後継（予定）者が中心となって受け入れる場合でも、その人が多忙すぎて面倒を見切れないようでは困る。また、組織の中で働く上では「誰の直属の部下なのか」を明確化することも必要で、その意味でも専任の担当者は重要である。



受入先における
インターンシップの社内報告会

教育については、受入先によって千差万別だという。例えば、株式会社御祓川では、最初は現場に配置して、仕事全体の流れを覚えてもらう。同時に、できるだけ早く地域の人たちと交流してもらい、まちづくりのキーマンにも紹介する。これは、同社が掲げる前出の「マチ・ミセ・ヒト」の関係を早く体感してもらいたいた

めでもある。このように、同社の場合は、会社の考え方に沿って教育を進めている。

一方で、会社の方針で「本当に何も教えない」ところもあるのだという。その会社では、出社はしなくてもよい、細かい指示は何もしない、という方針を貫いており、学生の活動は毎日の日報（インターネット上でやり取りするブログ）で把握している。その代わり、日報には必ず上司がコメントを付け、それがコミュニケーションになっている。森山氏によれば、この会社の場合、こうしたやり方でも特に不都合はなかったという。

(2) 学生

①参加学生

現在までに、能登留学のインターンシップに参加した学生の人数は次のとおりである。地元の金沢大学・金沢工業大学のほか、首都圏・関西圏を含む国公私立大学からも参加者があり、既に全国区の事業となっているといえる。

年度	人 数		備 考
	長期	短期	
平成 22 年	7 名		
平成 23 年	13 名	8 名	
平成 24 年	4 名	13 名	
平成 25 年	1 名	14 名	
平成 26 年	8 名	8 名	平成 27 年 2 月 24 日現在

※ 長期は 4～6 か月、短期は 4～6 週間のプログラムを指す。

②学生に求めるもの

現在までに参加した学生の中には、能登地方に興味を持った者も多い。ただし、森山氏は「能登はいいところですよ、というだけではなくて、自分が活躍できる場がここにありますよ、ということ伝えるのが大切です」と語る。能登留学では、いわゆる「悠々自適」——地方のゆったりした暮らしにあこがれて来る学生ではなく、地元企業と一緒にあって、課題を解決してくれる学生を求めている。

「能登こそが世界の最先端で、世界に通じるチャレンジをしている、という気概で取り組んでいます」と森山氏。実際、能登留学のプロジェクトでは、学生一人がやらなければいけないことは幅広く、時間も限られている。厳しい環境の中で、それでもやってみよう、という学生にこそ来てほしい、というのが森山氏らの思いなのだ。

③どんな学生が向くか

森山氏は「何人かの失敗例も目にして、最近では学生を見る目が肥えてきたと感じます。いわゆる『自分軸』は強すぎない方がいいみたいです」と語る。具体的には、次のような学生が能登留学に向いているという。

- ・「学びたい」という意識よりも、自身の経験に基づいて特定のテーマに興味を抱いている
- ・自分のできることは未知数だが、特定のテーマのために自分の力を活かしたいと考えている

能登留学は、住み込み形式が多いという特性や、合格までのプロセスを通じて参加するまでのハードルを比較的高めに設定しているため、途中で辞める学生は少ないという。それよりも、前項のプロジェクト設計が重要であり、そのプロジェクトに参加する意識を明確に持った学生はうまくいく、とのことである。

④学生に関する費用

能登留学では、学生に対する課金は行っていない。企業と学生との間では、研修受入契約を結ぶ。これに基づき、生活費として1か月当たり3~4万円を支給している。なお、雇用関係ではないので、別途保険に加入することとしている。



現場の視点① —学生のコメント—

私がインターンシップで挑戦したのは、能登の食材を使った和風レストラン「いしり亭」の売り上げアップです。いしり亭ホールスタッフや、同建物内にある喫茶店「70cafe」スタッフ、地元の名産品ショップ「ギャラリー葦」スタッフをしながら、どうすればお客さんが集まるのか考えていました。

あるとき、いしり亭は座席数が少なく、混雑時にあきらめて帰るお客さんを何度も見かけ、なんとかしなくてはと思いました。限られたスペースをどう活かすべきか。ひたすら悩んでいたところ、隣にあるギャラリー葦のカウンターが使えるのではないかという案が店内で出てきて、私が実行することにしました。カウンターを改装し、いしり亭に回すことで、混雑時でもあきらめて帰るお客さんを見かけることがぐっと少なくなりました。店長から、「あなたが社員の目線で考えて、自分で動いて変えたんだよ」と言われた時が、インターンシップで最もうれしかったことです。

インターンシップをする前は、自分に自信がなく、自分がどんな人かも分かりませんでした。5か月間じっくり自分と向き合ったことで、強みや弱みが分かった気がします。能登留学で培った経験と自信を元に、これから進んでいきたいと思います。



4 外部との連携

(1) 大学との連携

①金沢大学との連携

現在、金沢大学では、大学院生に対し、3か月のインターンシップで8単位を与える制度ができています。ただし、これは能登留学に限った制度ではなく、他地域のインターンシップに参加した場合にも同等の単位が与えられる。森山氏によれば「長期実践型インターンシップに単位が与えられる制度は、非常に望ましい形だと思います」ということだ。

具体的には、七尾留学推進協議会が設定したプロジェクトに、学生が参加する形をとっている。指導は大学の教員が行い、学生は報告書を提出することで単位を得る。学生の研究テーマとプロジェクトの内容がうまくマッチすれば、受入側、学生側の双方にとって有益なインターンシップが成立するわけである。

本制度では、大学はコーディネート料を支出していない。そのため、例えばある集落で学生を受け入れる場合、地域づくり支援事業などを活用して株式会社御祓川が予算を確保するなどしている。ただし、このような事業が常時あるとは限らないので、大学との連携における資金の確保は大きな課題である。

このほか、現在は年に1回、能登留学の取組を学生に向けて説明する機会を設けてもらっており、インターンシップの内容を理解してもらいやすい機会になっている。対象は、同大学の地域創造学類地域プランニングコースの学生である。

②過去の連携の取組

本事業では金沢大学のほかにも、過去に関東圏、関西圏の私立大学などとも連携したことがある。しかし、そのときは1週間あるいは2週間といった短期のインターンシップだったため、必ずしも成功したとはいえなかった。特に、必修カリキュラムとして学部生を受け入れたときは、モチベーションの高くない学生も散見され、逆に大学側から見るとプログラム内容が厳しすぎる、といったミスマッチが起き、制度がうまく機能したとはいえなかった。

一方で企業にとっても、そうした学生を受け入れることは、新たなチャレンジへのきっかけにはなったものの、短期ではできることも限られており、目に見える成果は得られなかった。実施後も「次は長期で受け入れたい」という声が多く、企業側から見た場合も成功とはいえなかった。森山氏はまた「学生に対して、何でもいいからアイデアを出して、というのではだめで、企業がチャレンジしようとしていることに合わせて考えてもらうようにしないと、うまくいかないということが分かりました」とも語っている。

(2) 自治体との関係

①自治体との関係と要望

本事業は、七尾留学推進協議会が実施主体となっており、同協議会に七尾市が関わっていることから、定期的にインターンシップに関する情報交換を行っている。なお、同協議会の事務局は株式会社御祓川が務めており、インターンシップに関する実務は、基本的に同社が担っている。

自治体に関する要望について、森山氏は「制度設計に関しては、自治体の得意とするところなので、今後も是非お願いしたいですね。例えば、地元企業がイノベーションを起こして発展していけるような制度があるとよいと思います」と語る。例えば、企業がインターンシップを取り入れて課題解決をするプログラムを作る。それをプレゼンして、自治体が認定すれば事業として助成金などの支援を行う。あるいは、企業だけでなく、集落での新しい仕事づくりにインターン生をマッチングする仕組みを、地域づくりや定住促進の面から制度化する。そうした制度があれば、インターンシップが地域振興につながっていくと森山氏は考えている。

②今後の連携に向けた課題

森山氏は、自治体との連携の好例として「能登スタイル」のウェブサイトを挙げる。同サイトは、人・暮らし・旅などの切り口で能登の情報を発信し、更に地場製品の販売を行うストア機能も持つサイトだ。サイト作成等を行った立ち上げ期には委託事業として体制を整え、3年で事業化して現在は自立した経営を行っている。

一方で、地域の課題を解決するという目的と熱意は自治体も民間も変わらないのだが、そのためのアプローチが異なるので、連携が難しい面もあるという。森山氏は「今は市場がボーダーレスなので、私たちは『事業化できないものはない』と思っています。自治体が提供するサービスは無償のことが多いので、有償で取り組む民間事業との棲み分けは難しい課題ですね」と語っている。

5 今後の課題と展望

①より多くの企業への展開

現在までのところ、企業への展開は、立ち上げ時の調査事業で回った企業が中心となっている。今後は、より多くの企業にインターンシップ事業を展開し、採算性を高めていくことが当然の課題である。

森山氏は「事業の開始から5年が経過してようやく、インターンシップを経験した企業からの紹介で声をかけてくれる企業が出始めました」と語る。また、平成26年には新たにコーディネーターが入社し、人員に余裕もできたことから、近隣の温泉の旅館組合など、チャレンジしてくれそうな企業の団体に向けたプレゼンテーションの機会を設けるなど、新たな取組も始めている。現在、その中から数社が本事業に興味を示しているといい、今後の事業展開に向けた道筋は整いつつあるといえる。

能登地方の場合、受入先は企業ばかりとは限らず、地元の地域づくり協議会や、個人事業主なども視野に入れる必要がある。ただし、特に後者の場合などはマッチング費用を捻出できない場合がほとんどなので、そうしたケースにどのように対応していくかは今後の課題である。

最近、国土交通省でも地域づくり団体の支援体制について検討を進めているが、森山氏によれば、インターンシップをこうした支援の一つの形として位置付けることで、道が開けるのではないかと、ということである。

②売上の安定を通じた事業の自立化

現在、受入先となる企業等には、1件40万円の課金を行っている。この課金を制度として成立させ、半期で10社、年間で20社の売上を見込めるようになれば、事業の自立化が可能となる。年間800万円が目標という計算になるが、これに短期インターンシップを加えて年間1,000万円の売上があれば、専従担当者1名の雇用が可能になり、事業としても自立できると森山氏は考えている。「これまでは何らかの助成金を使って事業を展開してきましたが、どこで自立できるか、ここ1~2年が見極めどきです」

能登地方において、地場企業に対して年間40万円の継続的な支出を求めることは容易ではないが、実績としてプロジェクトの成果が上がり、インターンシップに明らかかな効果があると認めた企業では、リピートも出始めており、森山氏によれば「あと一息というところまで来ている」とのことである。

また、企業側の事情等で、インターンシップが成功していてもリピートがかからないケースは容易に想像できる。そのため、近隣の温泉の旅館組合をはじめ、各種の事業組合など、ネットワークを持つ組織に積極的なアプローチを行っている。

③プロジェクトの品質保証

事業規模の拡大と同時に、プロジェクトの品質を落とさないようにすることも、課題として認識されている。そのため森山氏らは、企業側のテーマが明確でないのに学生を募集することのないよう、特に留意しているという。

インターンシップにいかにより多くの学生を集められるかは、プロジェクトの品質にかかっている。森山氏も「実際に始めてみて、学生にとって行き先はさほど重要ではなく、むしろプロジェクトの中身に関心が強いことが分かりました」と語っている。実際、参加した学生の中で、もともと能登に興味・関心のあった者は少なかったという。

こうした点を考えると、プロジェクトの品質保証を可能にしていくことが課題であり、そのためにはプロジェクト設計とマネジメント能力の両方を持つコーディネーターが必要となると考えられる。

このほか、株式会社御祓川が手がけている前出の「旨美オンパクうまみん」とインターンシップとをうまくリンクさせていくことも、今後の課題として挙げられている。

④次のステップ——起業支援・定住促進

森山氏らは、インターンシップの次のステップとして起業支援を位置付けている。「手取り足取りというよりも、伴走的な支援を考えています」と森山氏は語る。実は、インターンシップの卒業生の中から、起業支援に取り組む者が出始めているのだという。森山氏は「思ったより早く出てきたな、というのが正直な感想ですが、せっかくなので、これを機会に事業として育てていきたいと思っています」と語る。

定住促進に関しては、もともと本事業の主目的ではなかったが、実際には2期生から早くも定住者が出始めているという。そうした人に「なぜ七尾に引っ越してきたのか」と聞くと、地域の風土が気に入って、というよりは、やはり「〇〇さんがいたから」といった、人のつながりが動機となっているようだ。能登留学は、具体的な課題を解決していくという性質上、地域の人たちと触れ合う機会が自然に多くなる。インターンシップの期間中から人的ネットワークができ上がっていることが、移住にもつながっていると考えられる。森山氏は「定住促進がいちばんの目的ではありませんが、Uターン・Iターンに向けた種はまいてきたと思っていますし、今後も続けていきたいですね」と語っている。

⑤他地域へのアドバイス

森山氏は「長期実践型インターンシップに取り組むこと自体が、一つのチャレンジだと思います」と語る。地域の中でチャレンジを起こすと、特に地方では逆風が吹きやすい。「そんなとき、インターンシップに参加する学生たちがいれば『自分たちは間違っていない』と信じていることができるのです」。若者が参画することで、チャレンジに対する追い風、推進力となるという。

また、森山氏はこうも語る。「私たちは10年以上、まちづくり会社（TMO）や協議会で議論してきました。そのため、まちづくりの方向性については合意ができています」。単にインターンシップを通じて若者が来ればよい、ということではない。インターンシップに限らず、地域の課題を解決していく上では、地域の将来像を描き、実

際に取り組む人たち（コアメンバー）が共有していなければいけない、というのが森山氏らの考え方である。



現場の視点② —コーディネーター機能の重要性—

私が、七尾のまちづくりに携わりたい、という将来の夢を持ったのは高校生のときでした。とにかく七尾を元気にしたい！その想いだけは人一倍ありましたが、具体的にどのようなことをすればよいのか、何も分からないまま「市民によるまちづくり」というテーマを持って、大学で都市計画を学びました。その頃は、インターンシップは一般的ではありませんでしたから、大学時代の社会との接点は、市民のまちづくり活動に参加することでした。私はそこで、現在の活動の原点となる「ワークショップ」に出会ったのです。

社会人になって、コンサルタントとして七尾のまちづくりに携わるようになりました。そこで担当した業務の中で、ワークショップで市民の意見を取り入れて計画を立案することを思い付きました。「市民がまちづくりに参加できる場をつくること」それが、もしかしたら私の役割ではないか？ その思いが、私の心に湧き上がってきたとき、本当にお腹の底から胸が熱くなるのを感じたのです。自分の使命に気付いた瞬間だったと思います。

現在、民間まちづくり会社にて、能登留学を含むいくつかのプロジェクトに取り組んでいますが、どの取組も、七尾や能登を元気にするための私自身の挑戦です。学生時代に経験したことや出会った人々が、確実に現在の仕事の糧になっています。迷いながらも、行動を起こしてきたことが、後から見るとすべてつながってくるという感覚があるのです。渦中にいるときは分からないかもしれませんが、能登留学を通して、若い人々がこの能登の地で成長していくことに関わることが私の喜びです。皆さんと一緒に、能登の様々な地域課題に挑戦していきたいと思っています。

（株式会社御祓川 森山 奈美氏）



