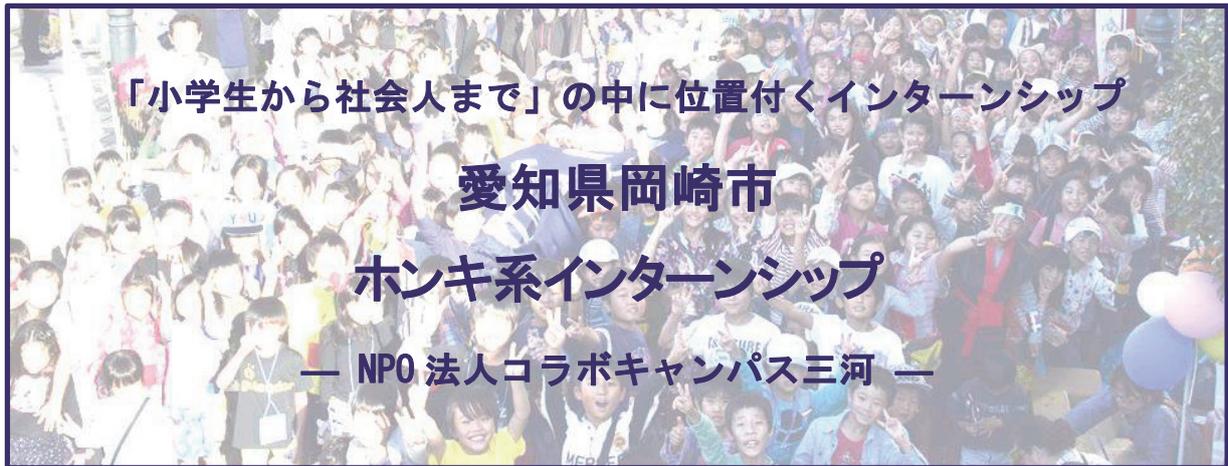


愛知県岡崎市

ホンキ系インターンシップ

— コラボキャンパス三河 —



対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

自治体名	愛知県岡崎市	位置図 <small>国土地理院承認 平14総複 第149号</small>
人口	372,357人 (平成22年国勢調査)	
面積	416.84km ²	
分類	NPO 法人	
ポイント	行政主導によるスタート 小学生も対象	
<p>【地域特性】岡崎市は、愛知県のほぼ中央に位置する西三河地方の中心都市である。市内には矢作川・乙川の両河川が流れ、豊富な水は水田や工業などに利用されている。歴史的には徳川家康の生誕地として知られ、江戸時代には東海道の宿場町として栄えた。全国的に有名な「八丁味噌」をはじめ、三河仏壇、和ろうそくなどの伝統産業が有名で、県による「愛知ブランド」に認定されているものも多い。</p>		

事例の概要

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活かしつつ、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。

- 【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小学生から大学生・社会人に至るまで、一貫した人材育成の中にインターンシップを位置付けている。
 - ③NPO 法人 G-net、岡崎市、地域企業のネットワークにより、事前に環境が整備された上で開始された事業であり、同種事業の中でも比較的新しい取組である。

1 事業の経緯

(1) 事業年表

年	内容
平成 24 年	G-net にノウハウを学ぶ 松林・現インターンシップ統括理事が G-net に入社しノウハウを学ぶ
	コラボキャンパス三河のビジョン策定 ビジョンとともに三カ年事業計画を策定
平成 25 年	インターンシップ受入企業の候補を開拓 岐阜から岡崎に活動拠点を移し、受入企業候補 20 社を開拓
	コラボキャンパス三河創設 (4 月) 任意団体として活動を開始
	岡崎市と契約を結ぶ G-net との共同体として岡崎市と契約
	インターンシップ受入企業 3 社を決定 すべて 6 か月の期間で受入決定
	愛知産業大学にて授業を実施 大学との連携の第一歩となる
	実践型インターンシップ「ホンキ系インターンシップ」受入開始 5 月に決定した 3 社で、8 月よりインターン生 4 名の受入開始
	NPO 法人化 (8 月) コラボキャンパス三河が法人格を取得
	マーブルタウンを開催 インターンシップと並ぶ人材育成事業の柱として、小学生向けのプログラムをスタート
平成 26 年	実践型インターンシップ「ホンキ系インターンシップ」実施 インターン生として 8 社 11 名を受け入れる

【事業主体紹介】

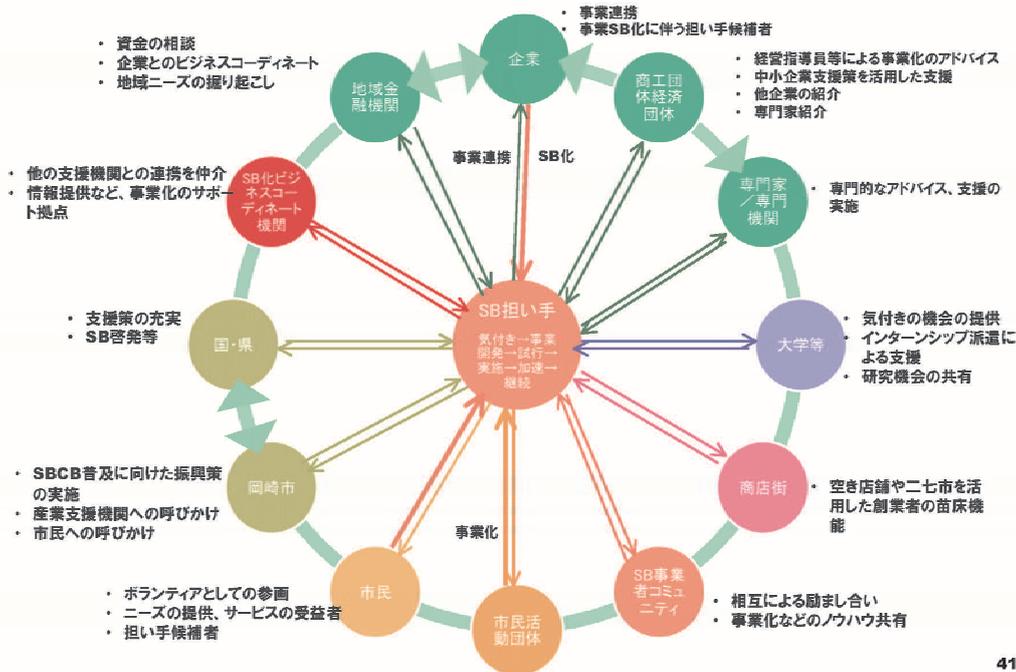
特定非営利活動法人コラボキャンパス三河

設立 : 平成 25 年 4 月 (任意団体) 平成 25 年 8 月 (法人化)
 代表者 : 浅井 朋親 (インターンシップ統括理事: 松林 康博)
 住所 : 愛知県岡崎市康生通南 3-20 ステージビル II 3F
 URL : <http://cc-m.net/>

(2) 事業の経緯

①行政の主導によるスタート

岡崎市では、経済振興部商工労政課が中心となり、平成 24 年に「ソーシャルビジネス・コミュニティビジネス振興ビジョン（おかざきソーシャルビジネス・コミュニティビジネス創出コンソーシアム）」の策定に携わった。その中に「ホンキ系インターンシップ」という言葉が既に出てきている。同ビジョンの策定の中で、市がインターンシップの意義に気付いたことが、今日の事業につながっている。



ソーシャルビジネス・コミュニティビジネスを育む生態系／役割
 (出典：岡崎市におけるソーシャルビジネス・コミュニティビジネス振興ビジョン)

その背景として、岡崎市では産業振興に当たり、大手企業を誘致するよりも、地元にある「いいもの」を育てていこうとする内発形を考えていたことがある。もう一つ、近隣の岐阜県で G-net が成果を出しており、プレゼンテーションなどを通じて G-net の取組を知る中で、インターンシップの効果に着目したことがある。

②先駆者によって作り上げられた枠組

松林氏は「インターンシップの枠組には、4つのパーツが必要です」と語る。それは、①活動資金、②ノウハウ、③ネットワーク、④コーディネーターだという。コラボキャンパス三河の場合、①の活動資金は行政の全面的なバックアップに助けられたため問題はなかった。②のノウハウは、G-net が構築してきたものをそのまま利用できた。④のコーディネーターに関しても、松林氏が G-net に入社して学ぶことで、ス



コラボキャンパス三河
 インターンシップ統括理事
 松林 康博氏

ムーズに事業がスタートできた。

残る③のネットワークについては、コラボキャンパス三河ならではの事情があった。同法人の代表・浅井朋親氏は、昭和 55 年から、岡崎のタウン誌「リバ！」(月刊・発行部数 15,000 部)を発行してきた人物である。同誌は、歴史や文化、商店や人など、まちにあるものを伝えるだけでなく、スタッフがまちと関わりながら地域密着情報を発信し続けてきたという。その長年の積み重ねによって「まちづくり」をキーワードとする人的ネットワークが、既に構築されていたのである。「ここまでの布陣を、G-net のおかげで整えられたことが大きいと思います」と松林氏は話をまとめた。



タウン誌「リバ！」

③コーディネーター人材の育成

「長期実践型インターンシップを自信をもってコーディネートできたのは、実際のインターンシップの現場に関わらせてもらったことが大きいですね」と松林氏は語る。現在、長期実践型インターンシップのコーディネーターは全国に 100 人もいない状態のため、現場を見ることのできる環境は少ない。

その点、G-net は、既に長期実践型インターンシップを開始して 10 年以上の歴史がある。松林氏は「行政のバックアップによって、G-net に修行に行けたからこそ、自分たちで同じサービスを提供することができるようになったのです」と振り返る。



立ち上げ資金「ゼロ」からのスタート

ホンキ系インターンシップの事業は、立ち上げ費用「ゼロ」からのスタートであった。まず、初期段階での活動費用は、全額を行政のバックアップによっている。また、G-net にノウハウを学んだ際も、松林氏が「入社」する形をとったため、支出という意味ではゼロであった。さらに、事務所の賃料も、タウン誌「リバ！」の編集部同居する形をとったため、当初はゼロであった。このうち賃料に関しては、収入が得られるようになった段階で、月額 1 万円を負担しているが、それでも低額といえる。

松林氏によれば、事業開始から現在まで、県予算を利用したことはなく、それは、一つには岡崎市が地理的に県庁から離れていることが理由だという。また、県の事業となると(愛知県の場合)名古屋市まで事業エリアに含める必要が生じ、現状の体制ではカバーしきれないからで、こちらがより主要な理由である。

本事業が示唆するのは、地元行政の全面的なバックアップがあれば、都道府県の助成等を利用しなくても、資金「ゼロ」からでもインターンシップ事業の

スタートが可能であるということだ。もちろん事業規模にもよるし、NPO 法人か他の組織形態かによっても多少の違いはあるだろうが、身の丈に合った規模で考える限り、市町村レベルでもこうした事業への支援は十分可能と思われる。

2 事業の内容

(1) 長期実践型インターンシップの概要

本事業は、長期実践型インターンシップにおいて既に実績を上げている岐阜市のNPO 法人 G-net のホンキ系インターンシップを移植した形で実施している。

ホンキ系インターンシップは、大学生を主な対象とした「新たな教育プログラム」と位置付けられている。学生は地域の経営者の下に「弟子入り」する形で、約半年間その組織に入り、実践的なプロジェクトに取り組む。

地元の経営者の下で、学生が自ら設定した目標への挑戦を通じ、主体的な思考・行動特性を身に付けることを主な目標としている。参加期間は6か月で、その間を「ホンキ」で過ごすことにより、その後の人生につながる「師匠と弟子」の関係を作り上げることも可能である。

(2) 事業主体

ホンキ系インターンシップの事業主体は、NPO 法人コラボキャンパス三河であり、事務局も同法人が担っている。

同法人は、冒頭にも挙げたとおり、インターンシップを中心とする教育関連事業を幅広く手がけている。特に、小学生を対象とするプログラム「マーブルタウン」は、インターンシップと合わせて低年齢層から社会人に至るまで一貫した教育プログラムを提供しようとする試みであり、注目に値する。



「マーブルタウン」とは？

「マーブルタウン」とは、ドイツで行われている「ミニ・ミュンヘン」を参考とした、子どものまち「模擬都市」を形成する事業である。以前は、岡崎市の社団法人岡崎青年会議所が運営していたが、同所が事業を終了したため、コラボキャンパス三河が継承した。

マーブルタウンの対象者は小学生全学年である。参加する子どもは住民登録をし、タウン内で「働く」。働く先としては、役場、銀行（造幣局）、ハローワー

ク、警察、放送局などがあり、時間制で給料（疑似通貨／単位：マーブル）をもらい、税金を支払う。また、自由な発想で新たな職業をすることもできる。店舗を出すことも可能だが、販売物は「自作」の品物に限られる。

タウン内は、スタッフ以外の大人は入場禁止で、子どもたちが自治を行い、町長も自ら選挙で選ぶ。そうした環境下で、子どもたちは知らない子どもとの新しいつながりを積極的に作り、街づくりを楽しむ。マーブルタウンは、子どもたちが失敗を恐れずに、チャレンジを繰り返すことのできる空間だ。そこで得た成功体験やチャレンジする楽しみは、子どもたちの心の中にいつまでも残り、将来、困難に立ち向かう原動力となるのである。



(3) 長期実践型インターンシップの特徴

①長期にわたる実施期間

コラボキャンパス三河では、ホンキ系インターンシップの特徴として、期間の長さをまず挙げている。短期インターンシップと異なり、6か月から、長い場合は1年半に及ぶ期間の中で、経営者から事業の根幹に関わる仕事を任せられ、挑戦することが可能である。

長期間の参加だからこそ、プロジェクト全体を担当することができ、さらに、アシスタントではなく主要メンバーの一人として企業に迎えらる。中途半端は許されず、プロジェクトとして成果を出すことが求められる。それだけに、学生が壁に突き当たることも多いが、それを乗り越えたときの達成感こそが、本事業の果実なのである。

②地域特性に即した受入先

コラボキャンパス三河で実施するインターンシップの受入先は、岡崎市を中心とした三河地方の企業である。その経営者は、三河地域に特有の課題に立ち向かう、個性的な人物が揃っている。企業の規模は小さくとも、自社ブランドを作り、販路を全国・海外に広げようとする企業や、グローバル人材を育てる幼稚園など、特色を活かして成長する企業等が目立つ。

そのほか、岡崎市のまちづくりを担う会社や



受入先とインターン生の面談

NPO など、学生の興味分野に合わせて、多様な受入先が用意されている。これは、コラボキャンパス三河がタウン誌と密接な関係を保っており、そのネットワークを最大限に活用して積極的に受入先を開拓してきたからである。

③丁寧なプロジェクト設計

受入企業の側に対して、松林氏は丁寧なプロジェクト設計を心がけているという。具体的に、月間の成果まで作り込まれた「設計図」を持って説明に回っている。「半年間の成果だけでなく、10年後、20年後の企業の姿を思い描きながら、プロジェクト設計を行っています」と松林氏。岡崎の地から、全国に自慢できる企業を創り出すことが目的だという。

④参加者へのフォローの充実

「他地域は違うらしいのですが、岡崎の経営者は優しい人が多いので、その分、コーディネーターは『鬼』に徹しています」と松林氏は笑う。とはいえ、インターンシップに参加する学生に対して、フォローは怠らない。その結果、そのプロジェクトに必要な知識やスキルを持たなくても、プロジェクトに参画できるようにしている。

例えば、企業の中で自分がすべき仕事分からない学生や、日常業務に追われて目標を見失いそうな学生に対し、コーディネーターが「日報に返信する」というルールを設けた。日報のやり取りの中で、翌日の「行動」を変えていくことを伝えると、学生の側にも変化が生まれた。そして、これまでとは違う領域に一步踏み出したり、新たな工夫を考え出したりすることで、営業成績や売上といった具体的な成果に結び付けていったという。



⑤課金

本事業は、岡崎市雇用対策協議会の独自事業として、3か年の委託を受けて実施している。同事業が平成27年度末に期限を迎えるので、以降は事業の自立化を検討している。松林氏によれば、受入先企業の規模を考えると、課金は半年で数十万円程度にしたいといい、その範囲で自立できるよう、詳細を詰めている段階である。

なお、このインターンシップに参加する学生に対しては企業から月額数万円程度の活動支援金が支給されている。

(4) インターンシップ参加方法

ホンキ系インターンシップは、次のような段階を追って実施される。

【STEP1】 インターンフェアへの参加

学生に対しては、インターンフェアへの参加を勧めている。学生はここで、受入先の経営者やインターンシップ経験者から「生の声」を聞くことができる。



【STEP2】 キャリア面談

採用の担当経験があるコーディネーターによって、将来のなりたい自分の姿や、なりたい自分に近付くために必要な経験を洗い出していく。コラボキャンパス三河では、参加が長期にわたることを考慮して、面談を無償で実施している。

【STEP3】 インターンシップに関する相談

キャリア面談で関心を持った学生に対し、インターンシップに関するより具体的な相談を行う。自分に向く受入先、学校やサークル・バイトとの両立、就職活動との関連などに答えていく。

【STEP4】 面接準備

受入先企業における面接に向け、学生がエントリーシートを作成する。1年生～2年生で、エントリーシートを書いたことがない学生には、コーディネーターがサポートを行う。

【STEP5】 面接

受入企業の面接には、コーディネーターも同行する。ここでは、上手に話すことよりも、自分がどんな人間なのかを知ってもらうことを意識した会話が重視される。

【STEP6】 インターンシップ開始

面接の合格後、実際のインターンシップを開始する。STEP1 のインターンフェアからここまで、おおむね1か月ほどの期間である。

インターンシップ開始までの流れ



3 事業の実績

(1) 受入事業者

①業務内容

現在までに、ホンキ系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 25 年	工作機器商社	自社プライベートブランドの販路開拓 プライベートブランド工具の開発
	英語・中国語を話せる日本人を育てる保育園	Web リニューアル
		NPO 設立
		外国人コミュニティの育成
		イベント開催
	補聴器販売業	ネットショップ立ち上げ
		オーダーメイドグッズの販売
	設備工事業	三河の特産品発掘
		総市民総クリエイター化
		市民の手作り品の販売代行
	食品	自社店舗の売上向上 工場見学ツアーのプログラムの開発
	タウン誌	Web 媒体の立ち上げ 広告の営業

②受入事業者の条件

本事業の受入事業者は、コラボキャンパス三河の代表であり、タウン誌の発行者でもある浅井氏の推薦を元に 20~30 社をまず抽出し、松林氏らが開拓してきた。浅井氏、松林氏ともに、重視したのは「インターンシップをやりたそうか」「成果が出そうか」といった点であったという。

長年にわたるタウン誌の発行を通じて、既に人的ネットワークができあがっていたために、受入企業として適しているかどうかの見極めは、当初からある程度見通しがついていた。既存ネットワークの活用という点は、本事業の特徴の一つといえるであろう。



現場の視点① —受入企業経営者のコメント—

今回、ホンキ系インターンシップを通じて、【地域若者チャレンジ大賞 2014】総合グランプリを受賞することができました。このプロジェクトでは、補聴器業界初となる「楽天」への出店を行いました。業界では今まで、出店料を支払ってまでネット通販には力を入れていない現状でした。その中で私には、店舗に徐々に来られなくなっている高齢者のお客様の顔がチラつくようになっていました。



お店に来られないならば、お客さんの元にお届けに行く——その手段としてのネット通販がクローズアップされてきたのです。しかし、3人しかいない会社の中で、これを実現するのは不可能な状況でした。

人手が欲しい。でも、本当にこれは事業として成立するのか？ 迷いもありました。新卒を入れたばかりでインターン生を迎え入れることはできるのだろうか？ 今まで人を育てたこともないのに……。

一度は、受け入るのをやめようかと思ったこともありました。しかし、結局は迷いながらもインターン生を受け入れることを決意しました。

最終的に、ネット通販の売上は累計で280万円になりました。プロジェクトが始まって7ヶ月目には、売上が80万円を超えるまでになりました。それだけではありません。創業者である父と、私、スタッフの計3名の会社に、新たにネット通販の担当社員を雇用することもできました。

若者のチャレンジが、一つの職業を世の中に誕生させることとなったのです。インターン生がきっかけで作られた情報共有や会議など「家業から企業に」なるために必要な仕組みは今も残っています。一人の若者を半年間迎え入れたことが、会社の転換点を作ることとなったのです。

(2) 参加者

①参加者

現在までに、ホンキ系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。本事業は地元指向が強いという性格があり、学生は地元大学からの参加が中心である。

年度	受入先	人数
平成 25 年	3 社	4 名
平成 26 年	7 社	11 名

②参加者に求めるもの

ホンキ系インターンシップでは、参加者が特別なスキルを持っていなくてもプロジェクトを遂行できるよう、企業とプログラムを設計している。したがって、求めているものは参加大学生、参加企業の「ホンキ」である。

実際に、ネットショップ事業を立ち上げたプロジェクトでは、ネットショップのスキルのない大学生と共にプロジェクトを遂行し、半年で 280 万円の売上を達成する事業にまで成長させた。

工具の商社においても、自社が優先販売権を持つ商品について大手 10 社との契約を勝ち取ったり、別のインターン生がゼロから工具の製品設計を行い、現場の工場から驚かれるほどの性能を出したりすることに成功し、現在は大手企業からも商品に興味を持たれるまでになっている。

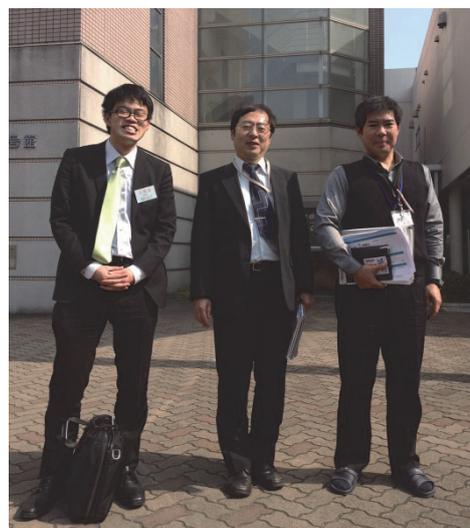
4 外部との連携

(1) 大学との連携

①連携に向けて

本事業においては、名古屋市内の大学とは G-net を通じて、また市内の大学とは独自に、連携を進めている。具体的には、例えば市内の岡崎女子短期大学を訪ね、インターンシップに興味を持つ教員との間で、連携に向けた話し合いなどを行っている。

ただし、大学の全面的なバックアップを受ける上では「6 か月」という期間がネックになる場合もある。そこで今後は、大学との連携を優先した短期のインターンシッププログラムも開発することを検討している。



大学を訪問し連携を進める松林氏（左端）

②授業の実施

コラボキャンパス三河は、平成 24 年に愛知学泉大学に招かれ、キャリア設計、マーブルタウン等に関する授業を実施している。これが、コラボキャンパス三河における具体的な大学との連携の第一歩となった。以後、他大学でもマーブルタウンのサークルができるなど、インターンシップ以外の形でも大学との関わりを作っている。

(2) 自治体との関係

①市による全面的な協力

岡崎市はインターンシップ事業に当初から意欲的であり、本事業に対する全面的な信頼とバックアップがあった。このことは、松林氏も本事業の成功要因の一つとして挙げている。

例えば、事業化に当たっても、3 か年での契約が前提となっており、そのためコラボキャンパス三河でも長期的な視点に立って事業計画を作成することができた。また、セミナー会場の提供やプレスリリースの投げ込みなど、事業を PR する段階でも、市の支援によるところは大きかった。

このほか、前項の大学との連携においても、連携が可能かどうか打診する段階から市が関与したり、実際に同行して打ち合わせを行ったりと、全面的なバックアップを行っている。松林氏も「対外的な信頼性という意味でも、また、私たち主催のイベントに参加いただいたり、準備を手伝っていただいたり、一緒に事業を進捗させる姿勢の面でも、市が果たしてくれた役割はとて大きかったですね」と語っている。

②今後に向けた期待

今後に関して松林氏は「市が中心となって、産官学民によるコンソーシアムを強化していただければありがたいと思います」と語る。自治体・商工会議所・大学等が広く連携し、岡崎以外の地域とも包括的に連携できるような仕組みができれば、インターンシップを含む教育関連事業も大きな広がりが期待できるという。

こうした形ができれば、例えば前項にある大学との連携においても、大学側が単位の取得を認めやすくなるなど、多面的な効果が期待できそうである。

5 今後の課題と展望

①インターンシップ事業の拡大

「私たちは当初、少ない企業数でインターンシップを開始しました。じっくりと手をかけ、成果を出すことにより、企業からの問い合わせが増えてきます。一方、この半年間のインターンシップに踏み出す大学生の方はあまり数が増えていない現状です」と松林氏はいう。そこでは、半年という期間の長さが一つのボトルネックになっている。事業の自立化に向けては、自力でマッチングするだけの規模が必要となってくる。そのギャップをいかにして埋めていくか、NPO 法人の力量が問われているとあってよい。

現状では、コラボキャンパス三河がまだあまり知られてないことと、一人一人の大学生に対するコミュニケーション量が問題である。「半年のインターンシップと聞いただけで、よしやろう！となる大学生は少ないのではないかと思います。実際にどういう仕事が任せられるか、どんな成果が出て、どんな成長をするか、そういう情報量が伴ったコミュニケーションが重要であると思います」と松林氏。その点は、マーブルタウンをはじめ何らかの具体的な活動を通じて、大学生に対して挑戦の階段を設けていくことが重要だという。

②小学生から若手社会人まで

これまで繰り返し述べてきたように、コラボキャンパス三河では、小学生から若手社会人に至るまで、一貫した教育関連事業をシステムとして構築することを目指している。現在、その中心となっているのは小学生向けのマーブルタウンと大学生向けのホンキ系インターンシップであるが、長期実践型インターンシップの事業を通じて得たものは大きいと松林氏は言う。異なる二者を結びながら、そのどちらにもメリットを提供することができる仕組みは、他にも転用が可能であるとのことである。

例えば、短期間のインターンシップにおいても、企業と大学生の双方にとってメリットの生じる新しいタイプのインターンシップを現在考案中とのこと、三河の特徴を大きく反映した、モノづくり型のインターンシップなどを考えているという。短期のインターンシップなど、挑戦の裾野を広げるサービスとともに、挑戦の仕組みを作り上げていくことで、規模の拡大とそれぞれの事業の相乗効果が現れることだろう。



現場の視点② —コーディネーター機能の重要性—

私自身がコーディネーターに就くまでは、他のコーディネーターとはあまり接した機会がなく、マッチングまでが仕事であると思っていました。しかし、G-net で修行させてもらった長期実践型インターンシップでは違います。マッチングはスタートに過ぎないということです。私たちは、このインターンシップでは一番近くでプロジェクトを見えていますし、実際に進捗にも関わります。コーディネートとは、調和を意味する単語ですが、元々、異なる二者を結び付けるわけですから、どうしても、見ている方向が違っていたりする。その両者のエネルギーの方向性を重ね合わせて調和させていく存在、それがコーディネーターだと思います。

私達、コーディネーターのところには、たくさんの事例、情報が集まります。そういった事例の分析をして、共通点を見出していくことが重要だと思います。見知らぬ他者とコラボして行われるプロジェクトにおいて、私たちコーディネーターの価値というのは、異なる二者がシンクロして成果を出すプロセスを何度も見てきていることです。いわばプロジェクトのツアーガイドの役割を担っていることだと思います。

私たち、コーディネーターは、異なる二者を結び付けるマッチングの機能と、プロジェクトが成功に近付くためのプロセスコンサルタントとしての機能を持っています。プロジェクトの裏側では、挑戦の舞台を整えるコーディネーターはとても重要であると思います。



(コラボキャンパス三河 松林 康博氏)

