

令和2年度 個別事業評価シート

(令和元年度事業実施後)

事業名	実践型インターンシップ推進事業		
実施者	宍粟市人財力フル活用プラットフォーム推進会議（略：人財力会議） （構成：宍粟市・宍粟市商工会・西兵庫信用金庫）		
総合計画 基本方針	①魅力と活力あふれる 地域産業を育むまちづくり	総合計画 基本施策	【3】商工業の振興
総合計画 個別事業に おける行政 の役割	【①中小企業の経営安定化】商工会と連携し、個店への経営支援や商店街が実施する商業活動の支援を行い、商店街の活性化を促進する。 【③新たな地域産業の展開】地域資源を生かした農林商工観等の連携や産学官連携、産地ブランド化、6次産業化に向けた取組みを展開するための仕組みづくりを構築する。		
重点戦略 の区分	【働く】雇用の創出と就職支援	総合戦略の 取組区分	③地元企業の育成と発展
総合戦略の 取組の内容	【ウ 企業等への支援】本市企業の大半を占める中小企業、小規模事業者に対し、商品開発や販路拡大等新たな取組への意欲向上を図るとともに、設備投資等の事業活動支援による経営基盤を強化します。		
事業目的	都市部の意欲的な若者を地域に呼び込み、企業の経営者と二人三脚で新たな事業に取り組む仕組みを構築し、新商品やサービスの開発、企業や従業員の意識改革など、地元企業の育成と発展につなげていくことを目的とし、地元企業が発展により地域経済の活性化や雇用の確保につなげていく。 また、学生や若者と企業をコーディネートする機能を地域内で確立することで、中学・高校のキャリア教育や、事業承継問題への対応など、様々な応用が可能となる。		
事業概要	NPO 法人 ETIC. が提供するインターンシッププログラム「地域ベンチャー留学」に沿って、都市部から呼び込む若者と企業の経営者が約1か月にわたり、企業の新たな事業に取り組む制度「実践型インターンシップ」の仕組みを構築する。 実践型インターンシップでは、企業が若者と取り組む事業や若者と企業のマッチング、インターンシップ期間中の若者の支援など、事業の成果をあげるためのサポートを宍粟市人財力会議がコーディネート機関として担うため、今回の実践型インターンシップの実施を通じて、コーディネーターの養成を行う。		

【資料⑦】

事業実施体制 (計画時点)	構 成	役 割
	宍粟市人財力会議	受入企業の募集・選定、受入プロジェクトの作成支援、学生の募集、全体調整
	受入企業	プロジェクト作成、受入実施、報告書作成・事例発表、受入費用負担（一部）、養成講座の受講
	参加学生	プロジェクト参加、報告書作成・発表、費用負担（一部）
	支援期間（ETIC.）	プロジェクト作成・受入の支援、養成講座の提供
	事務局（宍粟市）	作業部会の補助、支援機関との調整、経費の一部補助
実 施 内 容 (計画時点)	実施時期	想定する実施内容
	4 月	①受入企業の募集・選定（事業者向け説明会を開催）
	5 月	②受入プロジェクト作り
	6～7 月	③学生の募集・マッチング（地域ベンチャー留学を活用）
	8 月	④受入プロジェクトの実施
	9 月	⑤ふりかえり・活動報告会（地域内の関係者向けの活動報告）
	12 月	⑥活動成果発表（人財力フル活用シンポジウムにおいて成果発表）
実 施 内 容 (事業実施)	実施時期	実施内容
	H31.4	<ul style="list-style-type: none"> ・実践型インターンシップ実施サポート及び地域コーディネーター養成について、NPO 法人 ETIC と業務委託契約を締結 ※以降、NPO 法人 ETIC スタッフが帯同 ・実践型インターンシップと企業募集を開催【参加企業 41 社】 ・ 1 社から応募「(株)テレマン楽器」
	R1.5	<ul style="list-style-type: none"> ・テレマン楽器へヒアリングを実施し、若者と取り組む事業（以下「プロジェクト」）の設計や企業の体制、受入環境など調整。 プロジェクト名「WEB を通じた楽器の魅力発信と広報企画の提案」 ※新たに売り出すインディアンフルートの魅力発信と販売戦略
	R1.6	<ul style="list-style-type: none"> ・若者と企業のマッチングイベントに参加 参加学生：162 人（東京都内での開催で多くは関東圏の大学生） 宍粟市ブースへ合計 32 人が訪れる ・若者の事前面談を NPO 法人 ETIC が行ったうえで、最終的に 3 人の若者とオンラインで面談し、プロジェクトに関する理解確認や受入環境を説明。（オンライン）

【資料⑦】

	実施時期	実施内容																																																																											
実施内容 (事業実施)	R1.7	・(株)テレマン楽器の社長と面接し、1名【産業能率大学 経営学部1年生】を決定。(オンライン)																																																																											
	R1.8	・インターンシップ受入 ※別紙報告書参照 プロジェクト進行に向けた事前学習、中間振り返り、最終報告会																																																																											
	R2.3	・実践型インターンシップ事例発表会、次年度受入先企業募集開始参加企業4社 ・その他 実践型インターンシップの基本的な流れや学生と企業との契約手続き、マッチングイベントでのPR方法、事業実施後の振り返りなどコーディネーター養成に関する座学を受講。																																																																											
成果指標 の分析	【実践型インターンシップ推進事業の実施目標】																																																																												
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">項目</th> <th style="width: 20%;">目標値</th> <th style="width: 30%;">結果</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>受入企業</td> <td>2社以上</td> <td>1社【未達成】</td> </tr> <tr> <td>参加学生</td> <td>2人以上</td> <td>1人【未達成】</td> </tr> <tr> <td>受入企業の満足度</td> <td>80%以上</td> <td>120%【達成】</td> </tr> <tr> <td>参加学生の満足度</td> <td>80%以上</td> <td>100%【達成】</td> </tr> <tr> <td>コーディネーター養成講座修了者</td> <td>7人以上</td> <td>2人【未達成】</td> </tr> </tbody> </table>			項目	目標値	結果	受入企業	2社以上	1社【未達成】	参加学生	2人以上	1人【未達成】	受入企業の満足度	80%以上	120%【達成】	参加学生の満足度	80%以上	100%【達成】	コーディネーター養成講座修了者	7人以上	2人【未達成】																																																								
	項目	目標値	結果																																																																										
	受入企業	2社以上	1社【未達成】																																																																										
	参加学生	2人以上	1人【未達成】																																																																										
	受入企業の満足度	80%以上	120%【達成】																																																																										
	参加学生の満足度	80%以上	100%【達成】																																																																										
	コーディネーター養成講座修了者	7人以上	2人【未達成】																																																																										
	【総合計画等に定める指標等】																																																																												
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">目標値</th> <th style="width: 5%;">区分</th> <th style="width: 10%;">H26</th> <th style="width: 10%;">H27</th> <th style="width: 10%;">H28</th> <th style="width: 10%;">H29</th> <th style="width: 10%;">H30</th> <th style="width: 10%;">R1</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">製造品出荷額 (億円/年)</td> <td>目標値</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">637.4</td> <td style="text-align: center;">637.4</td> <td style="text-align: center;">637.4</td> <td style="text-align: center;">637.4</td> </tr> <tr> <td>実績値</td> <td style="text-align: center;">637.4</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">568.6</td> <td style="text-align: center;">610.4</td> <td style="text-align: center;">632.4</td> <td></td> </tr> <tr> <td>達成率</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">89%</td> <td style="text-align: center;">96%</td> <td style="text-align: center;">99%</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">商品販売額 (億円/年)</td> <td>目標値</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">412.3</td> <td style="text-align: center;">412.3</td> <td style="text-align: center;">412.3</td> <td style="text-align: center;">412.3</td> </tr> <tr> <td>実績値</td> <td style="text-align: center;">412.3</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">507.2</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td></td> </tr> <tr> <td>達成率</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">123%</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">従業者数 (工業統計) (人/年)</td> <td>目標値</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">4,605</td> <td style="text-align: center;">4,605</td> <td style="text-align: center;">4,605</td> <td style="text-align: center;">4,605</td> </tr> <tr> <td>実績値</td> <td style="text-align: center;">4,605</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">4,114</td> <td style="text-align: center;">3,333</td> <td style="text-align: center;">3,238</td> <td></td> </tr> <tr> <td>達成率</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">89%</td> <td style="text-align: center;">72%</td> <td style="text-align: center;">70%</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			目標値	区分	H26	H27	H28	H29	H30	R1	製造品出荷額 (億円/年)	目標値	-	-	637.4	637.4	637.4	637.4	実績値	637.4	-	568.6	610.4	632.4		達成率	-	-	89%	96%	99%		商品販売額 (億円/年)	目標値	-	-	412.3	412.3	412.3	412.3	実績値	412.3	-	507.2	-	-		達成率	-	-	123%	-	-		従業者数 (工業統計) (人/年)	目標値	-	-	4,605	4,605	4,605	4,605	実績値	4,605	-	4,114	3,333	3,238		達成率	-	-	89%	72%	70%	
	目標値	区分	H26	H27	H28	H29	H30	R1																																																																					
	製造品出荷額 (億円/年)	目標値	-	-	637.4	637.4	637.4	637.4																																																																					
実績値		637.4	-	568.6	610.4	632.4																																																																							
達成率		-	-	89%	96%	99%																																																																							
商品販売額 (億円/年)	目標値	-	-	412.3	412.3	412.3	412.3																																																																						
	実績値	412.3	-	507.2	-	-																																																																							
	達成率	-	-	123%	-	-																																																																							
従業者数 (工業統計) (人/年)	目標値	-	-	4,605	4,605	4,605	4,605																																																																						
	実績値	4,605	-	4,114	3,333	3,238																																																																							
	達成率	-	-	89%	72%	70%																																																																							
指標の分析 ※その他、数値では表しにくい成果や実施状況等があれば記載																																																																													
【従業者数】 H29より工業統計調査の基準日が変更となったため、素麺製造に関わる従業者数が減少していると思われる。																																																																													

事業成果		※ 下記のすべての項目について具体的に記入											
(担当部局の評価区分)													
【非常に効果があった】													
(期待していた効果・目標の達成度)													
【プロジェクト目標】													
インディアンフルートの販売本数 20 本													
結果：20 本（インターシップ終了月の販売本数）													
※販売状況（過去1年間との比較） 単位：本													
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	計
H30.9～R1.8	4	3	3	2	2	2	0	3	1	2	6	2	30
R1.9～R2.8	20	11	3	7	7	8	5	13	11	7	—	—	92
【成果】													
<p>新しい試みであり、事業全体としては、応募企業が1社のみと、参加学生とあわせ実施目標の達成に至らなかったが、企業のプロジェクトは順調に進み、インディアンフルートの魅力を発信する販売サイトのリニューアルや奏者と連携した動画の配信、イベント企画とチラシによる広報など、企業がこれまで取り組んでみたいと考えながら実施できていなかった取組を学生がうまく形として成果につなげ、楽器の販売目標の達成に至った。</p> <p>特に、受入企業では、これまでの従業員個々で業務を進める仕事の手法から、都市部からきた学生をサポートするため、チームでプロジェクトに取り組んだ経験により、業務を協力して進めることで企業の利益向上につながる意識が芽生えてきたほか、新たな取組を始める経験を通じて、企業が次の一手を打ち出していくための体制や進め方のイメージをつかむきっかけとなり、企業の組織風土の改善と経営者や従業員の意識改革など地域企業の内側からの革新という成果にもつながった。</p> <p>また、宍粟市とその企業の情報や取組みを発信するとともに、様々な学生との接点をつくることのできた。都市部の学生との交流を通じて、学生の学びを生かせる企業や取組み、挑戦できる企業の姿に刺激を受けることなど、若者や学生が思い描く働くことに対するイメージを掴むことができ、挑戦する姿が企業内部だけではなく、若者や学生にも刺激となることを市内企業に広めていきたい。</p> <p>実践型インターンシップに参加する学生は、地域活性化や地方創生など今の時代を表すワードへの関心が高く、自身の可能性を試してみたいという思いも強い。自己の成長や大学での学びを生かせるプロジェクト、特に企業経営者の熱量を感じるプロジェクトに挑戦したいという彼らの考えに触れ、コーディネーターとして、養成人数の目標は未達成ではあるものの、事業を継続していく上で重要となる次のプロジェクトづくりにつながる経験が得られた。</p>													

(目標を達成できていない・課題を克服できない理由)

- ・採用につながるインターンシップを望む企業が多く、長期間にわたって企業経営や組織風土の改善につながるインターンシップへ取り組むイメージとその効果が地元企業に認知されていないため、今回の成果を、さらにアピールしていく機会をつくっていくことが必要。
- ・実践に基づいたコーディネーターの養成のため、講座に参加したが目標を下回る2名の養成となった。翌年度以降の若者と企業のマッチングや若者の受入を通じて、実践型インターンシップのノウハウを宍粟市人財会議内で共有していくことが必要。
- ・採用につながるインターンシップを望む企業が多いことや、マッチングイベントへの参加費用等の低減に向けて、関西圏の大学との連携など、独自に意欲的な若者を地域に呼び込む手法の検討が必要。
- ・学生を地域に呼び込むために重要な要素となる受入企業の確保や魅力あるプロジェクトを数多く創出していくには、成功事例の積み重ねが必要となる。引き続き NPO 法人 ETIC の地域ベンチャー留学に参加することで成功事例を増やしていくことは可能だが、マッチングイベントへの参加に対する経費の負担が必要となる。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、都市部の学生を地域に呼び込むことが難しい状況となっており、感染症が終息するまでの間、地域ベンチャー留学はオンラインを中心とした学生の受入を行うこととなっている。そのため、プロジェクトを創ることにさらなる工夫が必要となっている。

(写真による実施状況の説明)

マッチングフェアに参加し、インターンシップを希望する学生にプロジェクトの概要を説明している様子。

上：全学生を対象としたプレゼン

下：宍粟市ブースでの説明



プロジェクトで活用する写真の撮影、販売サイトの更新作業などを話合う様子。



プロジェクトの成果を継続していくため、学生からの最終報告会を通じて、インターシップの総括を行っている様子。



最終報告会を終えて撮影

左：尾崎（社長）

中央：綿貫（学生）

右：保井（スーパーバイザー）



翌年度の実践型インターシップ受入企業の募集に向けて、今年度の学生の受入企業であるテレマン楽器（株）からの成果を報告する事例発表会の様子。



(担当部局の今後の方向性)

【同内容で継続】

(課題解決に向け、どのようなことに取り組んでいくか・今後の展開)

- ・特定の企業の取組みとなっているが、新たな手法による企業の経営革新や内部統制という面で企業内の活性化が図られ、企業の挑戦的な取組みと効果の情報共有を図ることで、その他の企業の行動を呼び起こしていけると考えている。市内企業へは、商工会員への実践型インターンシップの取組紹介や募集チラシの配布と受入企業による事例発表会を通じて企業の認識度を高めていきたい。また、受入企業とつながりのある企業への口コミによる広まりも期待できるため、受入企業と連携していきたい。
- ・継続的に事業を実施していくための体制づくりは人財力会議の課題としているところであるが、人財力会議の作業部会内での情報共有とあわせ地域コーディネーター養成講座を受講していなくても様々な場面で対応できるよう、実践型インターンシップの実践を通じてノウハウの継承を行っていく。また、実践型インターンシップの受入実績のある企業をアドバイザー的に新たな受入企業の相談役として協力も検討していく。
- ・学生の集客力という面では、NPO 法人のマッチングサイトなどを利用することが現状では必要と考えている。マッチングフェアへの参加費用は今後も発生することとなるため、継続的な実施に向けて、受入先企業においても事業費の負担を求めていく。
- ・受入企業は、インターンシップ期間中での学生の住居を準備する必要があり、民間アパートの短期契約など企業の負担となっている。学生を多く受け入れていくには、インターンシップで活用するシェアハウスの導入など住居の課題解決に向けて検討を進める。
- ・受入企業の増加と成功事例を増やしていく（実績をつくっていく）中で、将来的には、県内や関西圏の大学との連携や SNS 等を通じて学生を募集し、企業とのマッチングを行える体制づくりを進めていく。

※ 記入欄が不足する場合は、行を広げても構いません

※ 必要に応じて説明資料を追加添付してください

収 支 決 算 書

(収入)

項 目	内 訳 国・県補助金や民間助成金の名称、事業 収入の積算単価・数量等を具体的に記入	予算額 (円)	決算額 (円)	備 考
基金		5,000,000	2,444,000	
補助金	地方創生推進交付金(旅費除く)	0	2,112,000	補助率 1/2
事業収入				
自己負担		260,000	400	
その他				
収入合計		5,260,000	4,556,400	

(支出)

支出内容	支出目的 事業内容と対応させて 支出の目的や理由を記入	予算額 (円)	決算額 (円)	備 考
旅費	地域コーディネーター養成講座参加 (マッチングフェア参加含む)	800,000	332,010	
役務費	インターンシップ保険	0	4,000	
委託費	実践型インターンシップ業務委託料	4,460,000	4,219,270	
【内訳】	地域コーディネーター養成【座学】 プログラム企画・設計・全体進行管理 事前学習、中間報告、振り返り研修	1,610,000	2,010,570	
	企業向けセミナー講師謝金・旅費	268,000	192,384	
	インターンシップ 募集要項作成支援・WEB 掲 載費、マッチングフェア参加費	700,000	445,000	
	プログラム運営サポート	900,000	700,000	
	ETIC. スタッフ旅費	276,000	223,495	
	管理費	375,000	357,145	
	値引き	0	-92,894	
	消費税	331,000	383,570	
使用料・手数料	駐車場代(学生出迎え時)、手数料	0	1,120	
支出合計		5,260,000	4,556,400	

【資料⑦】

内部評価（行政評価委員会（行政内部）での評価）

I. 評価・課題点
<p>今回の実践型インターンシップを通じて、企業が次の一手を打ち出していくための体制や進め方のイメージをつかむきっかけとなり、企業の組織風土の改善と経営者や従業員の意識改革など地域企業の内側からの革新という成果があったことは評価できるものである。ただし、次のような課題もみられたことから、今後は課題の解決に向けてより一層地域企業において経営革新が進むよう取り組まれない。</p> <ul style="list-style-type: none">・今後の受入企業・プロジェクト創出に向けて、経営革新への成果をどのように情報発信していくか。・コーディネーター養成を通じて得たノウハウが人事異動で継続できなくなる恐れがある。・宍粟市人財力会議において、受入企業の候補がどの程度市内に存在するか把握できていない。・「同内容で継続」とされているが、受入企業や参加学生の確保など検討すべきことがある。・宍粟市人財力会議で自主運営するには、学生を集めることが課題となるが、関西圏の学生を対象とした実施も視野に、どこかの時点で自立をめざす必要がある。・コロナ禍において、どのように実践型インターンシップをPR・推進していくか。
II. 改善の方向性
<p>関西圏や県内など近隣からの学生を募集するとともに、企業と学生のマッチングに関するノウハウや学生への情報発信を他の事業にも取り入れる必要がある。</p> <p>また、今回の支援機関として連携しているNPO法人に限定せず、実践型インターンシップに取り組むことを検討すること。</p>
III. 拡充・内容の見直し・縮小又は廃止を検討すべき事務事業
<ul style="list-style-type: none">・将来的に自分たちでマッチングすることで、マッチングイベントの経費負担を改善していくこと。・コロナ禍においては、県内の学生を対象にオンラインでの募集等も検討すること。・宍粟市人財力会議の作業部会における事務量（役割分担）を調整すること。

外部意見（総合計画及び地域創生戦略委員会（小委員会）の意見）

I. 評価・課題点
II. 改善の方向性
III. 拡充・内容の見直し・縮小又は廃止を検討すべき事務事業