

外部人材の活用について

【最終目的：地方創生・人口減少対策】

	施 策	
移住検討者	移住相談、市内アテンド、移住フェアでのPR・周知 お試し移住体験ツアーの開催等	
課題解決型 関係人口 ⇒ 経済の活性化	企業の課題解決型 地域の課題解決に資する取組 (複業人材の活用、実践型インターンシップ)	
定住者からの フィードバック	移住者交流会の開催や新たに移住者コミュニティと 接点を持つ⇒行政運営にヒントをもらう	

⇒ 移住定住促進に加えて関係人口の拡大へ

(みんなのチャレンジを応援し、住む人が輝き人が人を呼び込む)

※移住・人つなぎ支援センター、くろべで住もう移住定住サポート協議会がサポート

複業人材の活用推進について（市内企業への支援）

①外部人材活用に関する説明会を開催

実践型インターンシップ・複業人材の活用についての市内企業向け説明会を開催。これまでに受入れされた企業の経験談なども交えながら、外部人材活用についての理解を深めた。

②補助金制度の創設

複業人材を活用した際の、複業人材への報酬や、プラットフォーム使用料等の費用に対して補助を行うもの（※ 1/2補助：1社当たり上限100千円）。



③複業マッチング事業の開催（R6、R7）

（複業人材と市内企業のビジネスマッチングの創出）

主に都市部に住む専門知識を有した複業人材と、黒部市内の企業の出会いの場づくりとして開催。事前に、オンラインで複業人材向けの事前説明会を開催することで企業の課題感をクリアにしている。また、令和7年度は、現地フィールドワークの開催回数を2回に拡充し、市内の参加企業も6社で実施。

現地フィールドワークには、黒部に興味を持った複業人材約20名が自己負担で参加し、市内企業と企業の抱える課題についてディスカッションを行った。

フィールドワーク後、複業人材が、今後も関わりを持ちたいと思う企業に、今後の事業展開についての提案書を提出（過去、参加企業当たり複業人材から平均8件の提案）。その提案を基に、ビジネスマッチングに向けて、参加企業と複業人材との具体的な協議を進める。

複業人材の活用推進について（市内企業への支援）

市内企業での複業人材の活用事例

(株)新興（建設業）

東京都在住の複業人材2名と契約（30代1名・50代1名）

業務：各種若手人材獲得に向けた取組支援

①若者（特に女性）をターゲットとし、ドローンを使った測量等、女性でも働きやすい建設業の職場を実体験するイベント「一日ドケンガール」を企画・実施。
当日の様子を撮影した動画やレポートを、自社のHPやSNSにて発信。

②ハローワーク求人票の改善、高卒新卒者を対象としたリクルート戦略の検討。

③富山県へのUIJターン希望者へ、(株)新興への就職を勧めてもらうため、東京都内の移住相談窓口「ふるさと回帰支援センター」等への営業活動。



複業人材の活用推進について（市役所内）

市役所の業務に複業人材を登用する実証実験の実施

（2プロジェクト：R5.8～R6.3）（仲介 株式会社Another works）

○ WEBマーケティングプロジェクト（2名）

黒部市の運営する就職応援ポータルサイト「KUROBEST WORK」の効果的な運用方法や移住・人つなぎ支援センターのPR方法を検討。



○ 結婚支援事業プロジェクト（2名）

黒部市婚活事業の会員登録者数やイベントへの参加者数が伸び悩む中、会員の婚活スタートからご成婚まで一貫したコミュニケーションの戦略的デザインを行う。

市役所自体も複業人材の活用を体験するとともに、活躍事例を市内企業と共有することを通じ、市全体としての複業人材活用促進につなげる。

実践型インターンシップの実施

黒部市では、全国から募集した大学生が約1ヶ月間黒部に住み込み、企業の経営者と協働で経営課題の解決に取り組む「実践型インターンシップ」を2023年春からスタートし、これまでに市内企業16社で県外学生32名を受入れました。

【実践型インターンシップとは】

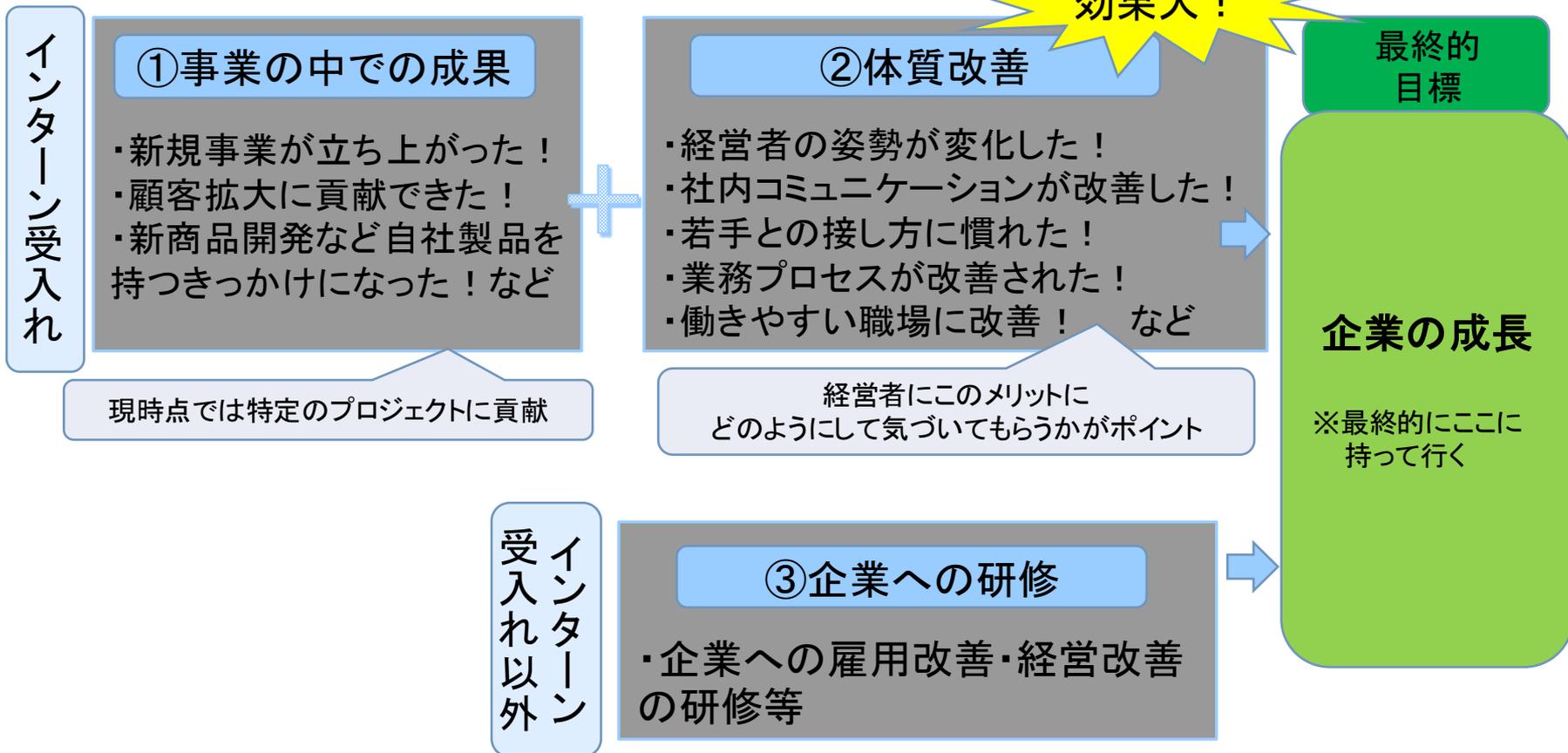
単なる就労体験に留まらず、企業の抱える経営課題に対して、中長期にわたり企業の経営者と協働して課題解決を目指すプロジェクトベースのインターンシップです。

【実施により目指すもの】

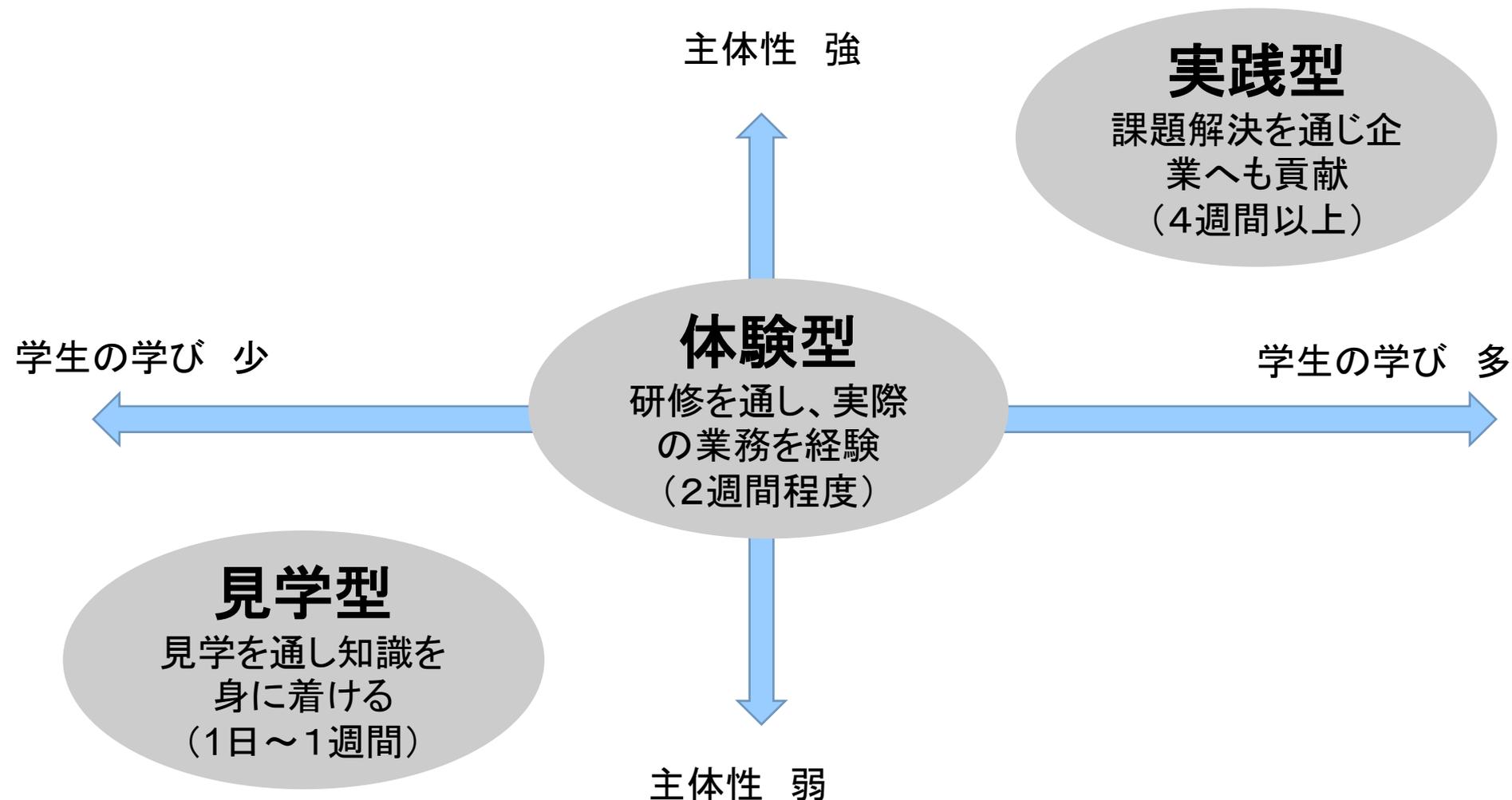
受入企業	<ul style="list-style-type: none">・新規プロジェクトの立上げ・経営課題の解決・社内の活性化・人材の獲得力、育成力の向上
学生	<ul style="list-style-type: none">・キャリア観の醸成・地域の経営者に学べる・課題解決能力の獲得・黒部での1ヵ月間の生活
黒部市役所	<ul style="list-style-type: none">・外部人材活用の取組の普及・コーディネート機能の強化・市内の企業の課題等の把握とその対策(政策への反映)
黒部市全体	<ul style="list-style-type: none">・人材面からの地域の活性化・黒部のファンの拡大、関係人口の増加、移住定住？

実践型インターンシップについて

企業にとってのメリット



実践型インターンシップの位置付け



2023年春 実践型インターンシップの開催について（第1回目：実施企業2社）

ICタグを活用して地域課題の解決に挑戦！ 株式会社SALVA

SALVAでは無人レジ等で活用されているRFID（ICタグ等を用いて非接触で情報を読み書きする自動認識技術）を地域に普及させるべく、新たにソリューション事業部を発足。学生の企画力や提案力を使って、ICタグの魅力と可能性を地域に広めるとともに、新たな活用方法の案出と、販路拡大の土台づくりに取り組みました。

【企業側の成果】

- ・RFIDについて、お客様に説明ができる営業用の資料がなかった。学生たちが業務をヒアリングし、分かりやすくまとめられた資料を作成し、お客様にプレゼンを行ってくれた。
- ・社員が思いつかなかった企画と行動力で、新しい提案先にアプローチできた。
- ・学生たちが社員インタビューを通して、社員の仕事に対する熱い思いや会社の魅力が伝わる会社のPRチラシを作成してくれた。求人に見える資料ができたとともに、社員のモチベーションアップや、事業の目的の再認識につながった。

【学生側の効果】

- ・大人数を前に提案やプレゼンを行う経験ができた。同じ目標に向かって活動すること、様々な人と過ごすことで仕事の楽しさ、学びを得た。
- ・自分に向いていることや楽しいと思うことを見極め、自分自身の将来にも向き合うことができた。

市に「ちょいのり黒部」での活用を提案



地域と人をつなぐイベントの企画・運営 株式会社すがの印刷

すがの印刷で運営している、富山の名品を販売するECサイト「越中富山本舗」の知名度向上と、普段はサイトでしか見ることのできない商品を、リアルに人々に体験してもらうためのイベントを「道の駅KOKOくろべ」で開催。イベントを通して地域を盛り上げたい、「越中富山本舗」の新たな価値を生み出したいとの狙いがありました。

【企業側の成果】

- ・型にはめて商品企画の手順を踏んでしまいがちだったが、学生の固定観念にとらわれない、大胆な発想で商品企画を立案してくれた。
- ・社員だとなかなか進まなかったイベント出展企業への企画・提案を、学生が主体となって進めてくれ、企業間の橋渡し役となってくれた。学生が来たことにより疎遠になっていた企業と改めて接点を持てた。
- ・イベントの告知で、新聞取材に応じたり、自社のSNSを積極的に活用することで、会社の広告塔となってくれた（「越中富山本舗」の知名度向上につながった）。

【学生側の成果】

- ・子供扱いされることなくチームの一員として社員同様に接してもらうことで、より会社で働くことのイメージが沸き、将来のキャリア観が醸成された。自分の考えを、チームが一丸となって形にしていくことの面白さ、達成した時の充実感を知ることができた。

新聞やネットニュースにも登場



2023年夏 実践型インターンシップの開催について（第2回目：実施企業2社）

建設業の人材獲得 株式会社新興

人材確保が課題となっている建設業界において、未来の担い手を発掘すべく、特命広報担当者として、学生目線で若者や女性に向け建設業の魅力の発信に取り組みました。

【企業側の成果】

- ・社員の高齢化が進む中で、県外の学生を広報担当者として受け入れることで、若者の視点から若者・女性に刺さるPR手法を提案してもらうとともに、社内の雰囲気活性化することができました。
- ・これまで企業が単独で高校に出向いてもなかなか話を聞いてもらえませんでした。が、インターン生がつなぎ役となり、新興の魅力を伝えるPRパンフレットを作成し、高校を訪問してくれたことで、これまで接点のなかった高校ともつながりを築くことができ、新興を認知してもらう良いきっかけとなりました。

【学生側の成果】

- ・大学で学んだ知識を実践の場で試す機会を得られ、その難しさを実感することができました。
- ・社員インタビューや高校訪問など、たくさん大人と話す中で、自己開示が思い描ぐくりにつながることに気づきました。



新時代の宴会プラン企画 パレス扇寿

コロナ前の宴会需要の回復に向け、アフターコロナにおける新しい宴会のあり方を模索する宴会場パレス扇寿で、誰もがわくわくするようなサービスや宴会プランの企画に取り組みました。

【企業側の成果】

- ・コロナ禍で得意先との関係が希薄化しつつあることに危機感を感じておりましたが、インターン生が主体的に新宴会プランの営業活動を行ってくれたことで、地元企業との橋渡し役を担ってくれました。
- ・インターンの受入れを契機に、社員が教える立場として、改めて自分の立ち振る舞いを見直し、自然と襟を正すようになるなど、社内にも良い変化がありました。

【学生側の成果】

- ・地元九州をテーマとした宴会プランを企画する中で、自分にとっての当たり前が、誰かにとっては価値になることに気づけました。
- ・就職活動が始まる前に地域企業で働く人の生き生きとした姿を間近で見ることができ、地方で働くということへのイメージが深まりました。



2024年春 実践型インターンシップの開催について（第3回目：実施企業3社）

新宿泊プラン企画&PRプロジェクト 延対寺荘

100周年を迎える温泉旅館の記念日コンシェルジュとして、新しい記念日プランの企画や、SNSを活用した延対寺荘の魅力の発信に取り組みました。

【受入企業側の成果】

・利用者の高齢化や提供サービスのマンネリ化に課題がありましたが、インターン生が新たに若者をターゲットとしたアフタヌーンティープランを企画してくれました。また、若者ならではの視点を生かし、思わず見たくくなるような編集を施したSNSの投稿を通じて旅館をPRしてくれました。

ショート動画の平均視聴回数 230回 → 1,440回
Instagramフォロワー数 1,248人 → 1,300人

【学生側の成果】

・今まで体験したことがない環境に飛び込むことで、視野が広がり、物事の考え方の裾野が広がりました。

・大学で学んでいるマーケティングの実践ができました。楽しさ・難しさを実感し、更なる学びにつなげたいです。



旅館業の業務改善・労働生産性向上プロジェクト ホテル黒部

温泉旅館という特殊な職場において、お客様も、働くスタッフも、みんなを「笑顔」にする旅館を目指し、業務改善・労働生産性向上に向けたアイデアを考えました。

【受入企業側の成果】

・学生という客観的な立場から、社内で当たり前になっている非効率なことを見直すことができました。
(館内案内の動画作成、お客様の名札の印刷化など)

・インターン生と社員が一緒になって和気藹々と業務にあたることで、社内の雰囲気が更に明るくなりました。

【学生側の成果】

・業務改善を机上で考えるだけでなく、実際に旅館の業務を行ってみることで、実体験に基づいた検討ができました。

・魅力あふれる社長や女将の近くで仕事ぶりを学ぶ機会となり、人生の目標となる人たちとの出会いができました。



2024年春 実践型インターンシップの開催について（第3回目：実施企業3社）

企業パンフレット・SNS制作プロジェクト

共和土木(株)

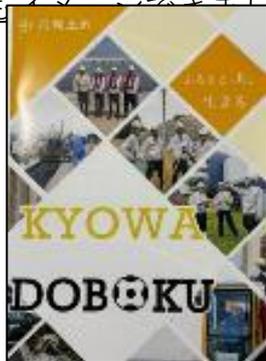
建設業の担い手確保を解消するため、若者の目を引くパンフレットや会社の魅力を発信する企業SNSを作成し、若者世代における会社の認知度UPを図りました。

【受入企業側の成果】

- ・フォントや写真の配置を工夫するとともに、社員インタビュー等を活用した社員目線での会社の魅力や、福利厚生制度など、若者が知りたいと思う情報を盛り込んだ企業パンフレットを作成してくれました。
- ・企業のInstagramやX、TikTokを開設し、少しでも会社の名前を見てもらうように、ハッシュタグを活用した投稿を数多く発信してくれました。

【学生側の成果】

- ・自分では得意分野だと自負していたことも、実際にやってみると知識不足を痛感しました。もっと成長したいと思えるきっかけになりました。
- ・社員インタビューを通して社員さん方と仲良くなれました。人生の先輩として学ぶことがたくさんあり、将来自分が社会人として働く姿もイメージできました。



2024年夏 実践型インターンシップの開催について（第4回目：実施企業3社）

宇奈月温泉ガイドプラン作成 延楽

普段見慣れている人では気づかない、外部の学生の目線を生かした、宇奈月温泉の魅力を広めるためのガイドコースの作成に取り組みました。

【受入企業側の成果】

・既存のガイドコースとは異なる視点で情報を収集した、宇奈月温泉の魅力あふれる新たな街歩きコースが完成したことで、社員たちも観光客へのスポット案内に自信が付き、当社の繁栄チャネルを駆動するための大きな刺激となりました。

・観光業界や各企業にもコースを共有することによって、自社だけではなく宇奈月温泉全体の活性化にもつなげることができました。

【学生側の成果】

・宇奈月温泉街を隅々まで自分の足で探索し、まちの魅力や地域の方々との関わりを通して、黒部市の良さを実感することができました。

・自由度が高いが時間の制約がある中で、今の自分の持つセンスや能力が、どこまで社会に通用するのかを実践の場で試すことができました。



人材獲得&環境教育プログラム 吉沢工業株式会社

企業HP・SNSの掲載情報の改善や当社の魅力の洗い出し、知名度向上・社会貢献のための学校での環境教育プログラムに取り組みました。

【受入企業側の成果】

・インターン生が工場の各工程・業務での実習を通じて、従業員とは違う視点からの会社の魅力や課題の整理を行い、求人用HPの作成案、SNSの活用案、指導者用マニュアル作成案等、将来の人材獲得に結び付く提案書を作成してくれました。

・地元の小学校にてインターン生が企画・立案した環境教育授業を実施し、リサイクルの大切さについて児童の理解を深めるとともに、企業の認知度やイメージの向上を図ることができました。

【学生側の成果】

・プロジェクトの目標達成に向け、組織で業務を進めていく上での心構えとチームワークの大切さを学ぶ良い機会となりました。

・人材獲得という難問に真剣に向き合い、主体的に解決策を検討することで、視野の拡大や人間力の成長につながったと感じました。



2024年夏 実践型インターンシップの開催について（第4回目：実施企業3社）

新メニュー開発・お披露目イベント開催 北洋の館（丸中水産株）

多くのお客様に訪れていただけるお店となるよう、新メニュー開発、お披露目を兼ねたミニイベント企画、SNS等での幅広い層へのアピールに取り組みました。

【受入企業側の成果】

・新メニューを6種開発し、SNSでの告知やメディアへの情報提供も積極的に行いフェアを開催したところ、フェアの期間中の初回来店の割合が約40%になるなど新たな客層を獲得することができました。

・チラシの作成に加え、フェアの告知や新メニュー紹介・調理過程をInstagramに投稿し、フォロワー数が15%以上増加、ビュー数が18.4倍、リーチアカウント数が8倍になり、新規顧客獲得につなげることができました。

【学生側の成果】

・実践の場で新メニューを検討することができ、将来の夢（カフェ経営）の実現に向けての自信が付きました。
・将来の職業選択を考える上で、自分の好きな分野で新たに挑戦をしたいと思えるきっかけになりました。



2025年春 実践型インターンシップの開催について（第5回目：実施企業3社）

自社サービス認知度アップのPRプロジェクト パレス扇寿

自社サービスの利用者向上のため、市内各企業への周知やプレスリリースなどの各種メディア対応、市内の関係機関と連携したサービス認知度向上の取り組みなどを通じた情報発信に取り組みました。

【受入企業側の成果】

・初めて自社でプレスリリースを行いテレビ・新聞・ラジオ等のメディア4社に掲載してもらうことができました。

・インターン生が企画・立案し、地元警察署と連携した飲酒運転撲滅の取り組みによって、企業のイメージやサービスの認知度の向上を図ることができました。

【学生側の成果】

・メディア対応や関係機関との調整等、初めての事案にも臨機応変に対応することができ自身の成長に繋げることができました。



オリジナル商品開発&広報&イベント企画 宇奈月ビール株式会社

SNSを活用した「宇奈月ビール」の知名度アップ、若者ウケが良いオリジナルグッズの作成、お店の雰囲気を良くする映えるディスプレイづくり、リピーター獲得のための試食イベント実施に取り組みました。

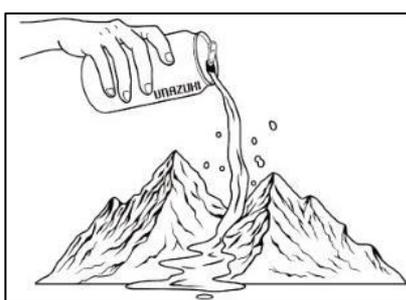
【受入企業側の成果】

・アンケート調査やデータ分析を活用し、缶バッジやキーホルダーを21種類、Tシャツを3種類作成しました。

・従来のSNSに加えtiktokを開始。再生回数28万回、6,000いいね、18~24歳のフォロワーが31.3%と若者の認知度を向上させることができました。

【学生側の成果】

・複数のプロジェクトを並行して進める中で、一人ではなく周りを巻き込む重要性を認識することができました。



2025年春 実践型インターンシップの開催について（第5回目：実施企業3社）

閑散期の集客アップに繋がる新プラン作成 桃源

例年5月のGW明けから7月までは観光客が減少する期間となっており、そんな時期に、「いいな面白そう！行ってみよう」と感じるプランの作成に取り組みました。

【受入企業側の成果】

・ターゲット設定から街の人や外国人観光客に英語で積極的にインタビュー等を実施し、親孝行プラント外国人観光客向けプランの2種類を作成しました。

・期間中にHPやSNSでの情報発信、フライヤー作成、プレスリリース・トライアルを実施し、5/7～7/31の期間で約200万円の売上を見込んでいます。

【学生側の成果】

・会社員の行動と意識がお客様の総合的な宿泊満足度をさらに高めていることに気づき、お客様が桃源に来た付加価値をさらに得られていると実感しました。将来の職業選択はもちろん、自身の人生の規範にもなるような気づきとなりました。



2025年夏 実践型インターンシップの開催について（第6回目：実施企業3社）

集客アップを狙う新規イベントの企画立案 延対寺荘

旅館で使用していないスペースを活かし、新たな集客につなげるイベントの企画・実施に取り組みました。

【受入企業側の成果】

・地元の果物をぜい沢に使ったフルーツポンチカフェを実施した結果、売上は目標比127.7%、来場者数は161%を達成。アンケートでは来場者の85%が「また訪れたい」と回答し、旅館の魅力発信やファン・リピーターの獲得に大きくつながりました。

・このプロジェクトを通じて日帰りや地域住民などにも“立ち寄りやすい旅館”としての認知度が向上しました。SNS投稿やイベントの実施で“温泉旅館＝宿泊だけではない使い方”を提案できたことが、結果として新しい顧客層を獲得するきっかけになっています。

【学生側の成果】

・イベントの企画を通じて、価格設定の難しさや、実施までのスケジュール、PRなど仕事を行う上での必要なスキルを学ぶことができた。



SNSを駆使した企業広報&キャンプ場のイベント企画 東栄土木株式会社

日本一深いV字峡谷である黒部峡谷の自然に囲まれたキャンプ場を活用し、東栄土木の魅力伝えるSNS広報と、利用者を増やすイベント企画・実施に取り組みました。

【受入企業側の成果】

・学生や利用者の視点から投稿内容を整理し、写真・文章・発信タイミングを工夫することで、これまで一方的だった情報発信が「伝わる広報」へと変化。デジタル活用の知見や自社の広報ノウハウが蓄積され、今後も継続的に活用できる仕組みが整いました。

・キャンプ場の平日の利用者拡大という課題に対し、学生がイベントを企画・開催。利用者から好評を得るとともに、今後の集客施策のヒントとなるデータや意見を収集でき、施設運営に新しい視点が加わりました。

【学生側の成果】

・複数のプロジェクトを同時に行う中で、一人ではなく会社や地域の人を巻き込む重要性を認識することができました。



2025年夏 実践型インターンシップの開催について（第6回目：実施企業3社）

HP作成&販売促進による売上アップ

有限会社ダイサン大丸水産

新規HP作成やSNSの新規アカウントを開設して、自社製品の魅力を全国にPRすることや、道の駅の販売ブースのポップアップをリニューアルすることによる販売促進に取り組みました。

【受入企業側の成果】

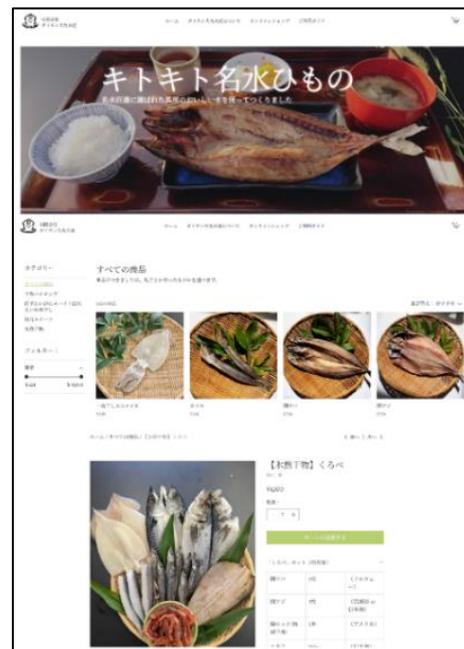
・20年以上前に外部業者へ依頼して作成した旧サイトを一新し、自社で運用・更新が可能な新しいHPを制作しました。視覚的に分かりやすく魅力的なデザインに刷新するとともに、Instagramとの連携、スマホ・タブレット対応、オンラインストアへのスムーズな導線を整備。ユーザーの利便性と訴求力が大きく向上しました。

・干物のイメージを改善すべく新たな調理方法の提案やオリジナルキャラクターの開発などを行い、新規開設したInstagramを使い自社製品の魅力を発信。ユニークなアプローチを取り入れてブランドイメージを強化することで、購買意欲の喚起に繋がりました。

・道の駅の販売ブースのポップアップやチラシを刷新することで、人が集まる売り場作りを実現。その結果、売上額は前年同月比で約3割アップを達成しました。

【学生側の成果】

・一人では成し遂げられないことでも、一緒に取り組むパートナー、会社の方、地域の方、コーディネーターなど多くの方々が協力や支援をしていただき、プロジェクトを達成できたことで、人との繋がりの大切さを実感しました。



※新規作成したHP

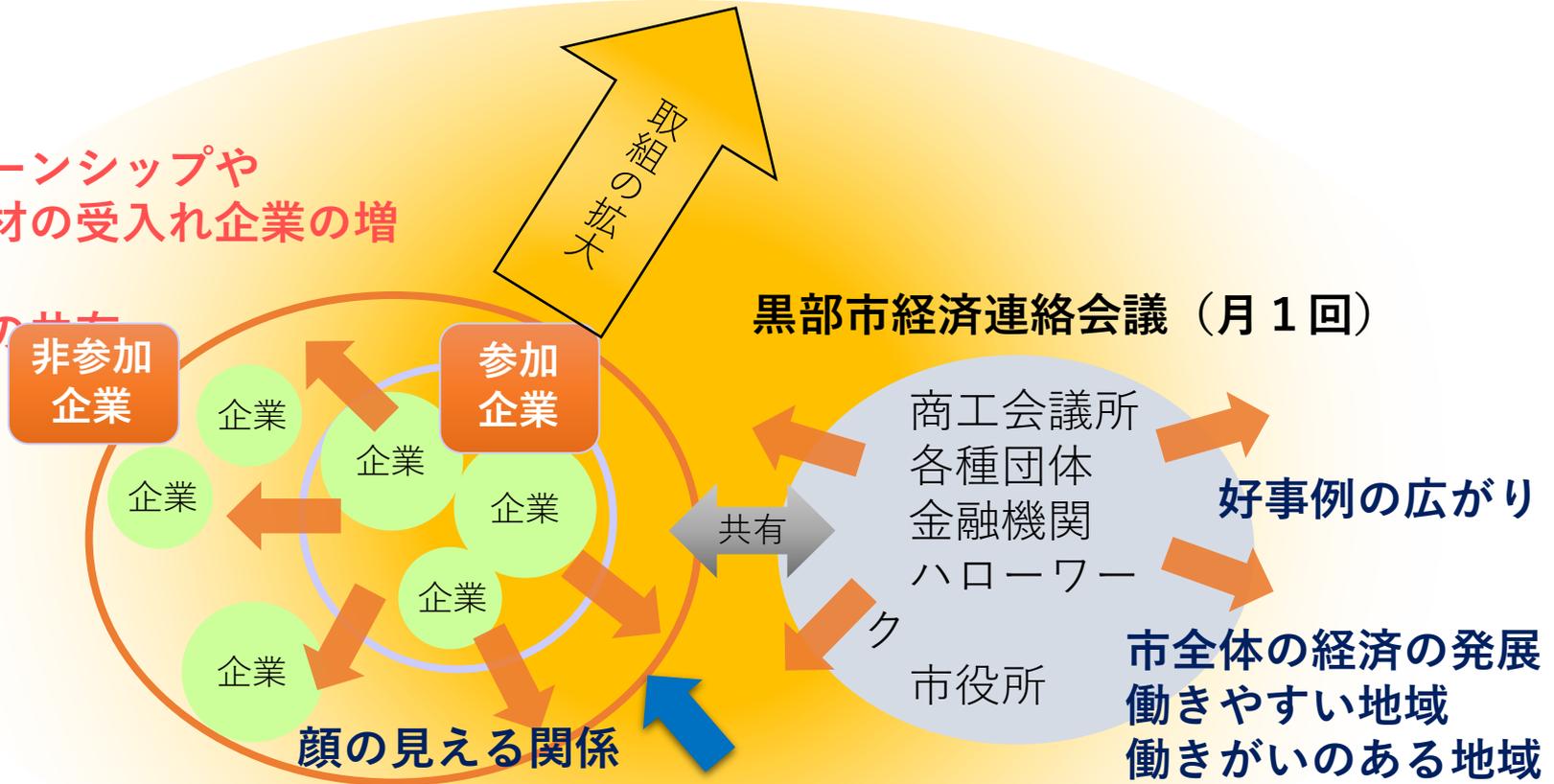


※リニューアルした道の駅の販売ブース

個々の企業だけでなく黒部市経済全体の活性化

報告会

- ・ インターンシップや
複業人材の受入れ企業の増加
- ・ 好事例の共有



外部人材の活用による
各企業の生産性向上

市役所
コーディネート力の強化
経営課題の把握と政策への反映